

战略思维与战略分析



主讲老师： 蔡晓清

一 、 课程背景与学习该课程的意义

企业战略管理是从全局和长远的观点研究 企业在竞争环境下， 生存与发展的重大问题， 是 现代企业高层领导人最主要的职能， 在现代企业 管理中处于核心地位， 是决定企业经营成败的关 键， 是企业经营之魂。 因此， 作为企业的主要决 策者， 其具备的战略格局与战略思维 ，以及对企 业战略环境的分析判断 ，对企业发展的影响至关

重要。

一 个企业要做好做久做大做强， 首先要解决

的问题就是 ，我们想做什么？ 我们能做什么？ 我

们怎么做？ 在回答这些问题的时候， 需要考虑哪 些要素？ 如何确认自己的优势， 规避自己的劣势？ 如何在市场上为自己定 一 个“ 位 ”？ 如何进行差异化经营？ 如何打造核心竞争优势 … … .?只有把这些事情拿给企业的 一 切经

营行为才会有方向有目的， 才不至于在纷繁复杂花样百出的商业环境中迷失自我。

二 、 课程特色

1. 理论夯实： 以经过实践检验的经典战略管理理论模型为基础，确保课程方向与

内容的正确性 、 有效性；

2. 逻辑清晰： 课程模块之间因果关系明确 ，课程内容循序渐进 ，便于学员“ 知其

然， 且知其所以然 ”；

3. 工具有效： 结合课堂实践需要 ，精选并设计多个实用管理工具 ，有效提升问题

的分析与解决的效率；

4. 贴近实战： 老师曾在多家国际国内公司及政府组织工作， 有着丰富的管理实践

经验。 课程中所讲授的观点 、 方法实战性强 、 实用性强；

5. 案例详实： 课程中的主要案例， 均为导师亲身经历实践， 或经多方权威求证深

入研究， 从而确保信息完整准确， 分析精辟透彻；

6. 物超所值： 课程带给企业和学员的价值， 远远超过你的投入， 你精彩的人生之

旅同不朽的事业传奇也许就从此掀开了五彩缤纷的篇章。

三 、 学员收益

1. 树立正念： 以经过大量实践检验， 当今世界管理学及相关领域的主流思想 、 经

典原理及标志性的著作为基础 ，帮助学员有效建立科学 、客观 、理性的世界观；

2. 掌握方法： 理论与实践有机结合， 通过案例分析 、 场景模拟 、 行为测试等多种

学习方式， 掌握能够在实际工作生活中得以有效应用的思维方式与解决方法；

3. 拓展视野： 注重触类旁通， 不仅仅局限于课题本身， 适当向周边及纵深知识领

域进行延展， 帮助学员了解更多 、 更新的知识与信息， 拓展启发学员的思维。

四 、 老师资历及授课风格

本课程的主讲人蔡晓清老师为国内资深战略管理/公司治理/组织行为领域的研究专 家 、 美国弗吉尼亚州立大学 MBA， 麦可睿管理咨询公司董事长兼 CEO ， 武汉问津商学

院院长，新加坡经济管理学院副院长，清华大学、北京大学 、南开大学 、西安交通大学、

浙江大学 、中山大学等高校 EMBA/MBA 班客座教授 ，湖北省委党校 、湖北省社会主义学 院 、武汉大学 、华中科技大学 、湖南大学特聘教授， 中国建筑科学院首席战略顾问， 多

家上市公司独立董事。 其授课风格如下：

1. 高屋建瓴 、 落地生根 、 讲演结合 、 声情并茂 、风趣幽默。

2. 案例丰富， 理论指导， 部分案例现场实操。

3. 思路清晰， 逻辑严谨， 理论夯实， 案例精彩。对学员始终贯彻学习的十六字方

针“ 博览古今 、 学致中西 、 团结紧张 、 严肃活泼 ”。

五 、 标准课时

6-9 课时

六 、 学员对象及适合场景

对象： 一 、 中大型公司董事长 、 总经理 、 中层及中层以上管理人员；

二 、 小企业合伙创始人； 投资性机构人员及政府分管经济工作领导。

场景： 一 、 高校 EMBA 、 总裁班及高管培训班；

二 、 中大型企业中高层管理人员内训及年会专题培训；

三 、 政府 、 高校 、 企业及社会商协会组织举办的主题论坛。

七 、 课程大纲

第 一 讲 百年未有大变局之战略

（ 一 ）如何理解百年未有之大变局

（二）透过现象看本质—— 大变局里的战略

（三）揭开卓越企业的十二大迷思

（四）伟大的胜利—— 中国共产党如何破解二十 一 世纪人类三大难题

（五）从二十大报告解读国家之战略： 中国式现代化 、 乡村振兴、

示例： 理论基础/思想观点/工具方法



示例： 案例解析/实操演练/成果分享

第二讲 从战略思维到战略分析

（ 一 ）卓越绩效公司战略逻辑

（二）战略思维的三个层级与三个问题

（三）公司战略的五大基本特征

（四）战略的思维过程与活动管理过程

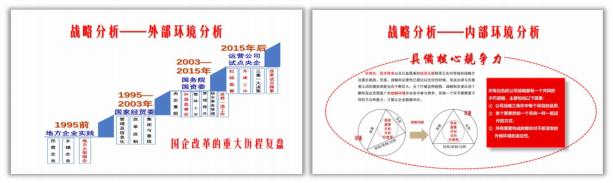
（五）企业内外部的环境分析的思路方法

（六）投资公司与运营公司战略管理的差异

示例： 理论基础/思想观点/工具方法



示例： 案例解析/实操演练/成果分享



第三讲 从战略愿景到战略规划

（ 一 ）企业愿景 、 使命的源起及本质的认知

（二）战略规划（设计）的类别释义

（三）公司层面战略规划的重点 —— 多角化方向的选择

（四）业务层面战略规划的重点 —— 产品/服务的定位

（五）深度理解从战略规划理论到实操

5