

数字化转型背景下企业战略重构及路径选择研究

卢姿羽

云南大学工商管理与旅游管理学院, 云南 昆明

收稿日期: 2025年2月13日; 录用日期: 2025年3月6日; 发布日期: 2025年3月17日

摘要

随着信息技术的迅速发展, 数字化转型已成为企业应对市场变化、提升竞争力的关键手段。首先回顾了数字化转型的背景和意义, 分析了其对企业战略的深刻影响, 尤其是如何通过技术创新、市场拓展、成本优化等驱动企业转型。随后, 研究重点分析了数字化转型带来的挑战与机遇, 指出企业在转型过程中面临的技术、组织文化及数据安全等问题, 并提出相应的解决策略。进一步, 研究探讨了数字化转型如何推动企业在短期和长期战略目标上的变化, 以及如何通过资源配置的调整和技术创新驱动型路径提升核心竞争力。此外, 研究还关注了企业如何通过数字化手段优化业务模式、拓展市场渠道、提供创新产品与服务, 以适应客户需求的变化和市场环境的动态发展。通过具体分析, 本文揭示了数字化转型的实际路径及其成功实施的关键因素, 提供了理论与实践相结合的深刻洞见。

关键词

数字化转型, 企业战略, 路径研究

Research on Enterprise Strategic Reconstruction and Path Selection under the Background of Digital Transformation

Ziyu Lu

School of Business Administration and Tourism Management, Yunnan University, Kunming Yunnan

Received: Feb. 13th, 2025; accepted: Mar. 6th, 2025; published: Mar. 17th, 2025

Abstract

With the rapid development of information technology, digital transformation has become a key

means for enterprises to cope with market changes and enhance their competitiveness. First of all, the background and significance of digital transformation are reviewed, and its profound impact on enterprise strategy is analyzed, especially how to drive enterprise transformation through technological innovation, market expansion, cost optimization and so on. Subsequently, the research focuses on analyzing the challenges and opportunities brought by digital transformation, points out the technical, organizational culture and data security problems faced by enterprises in the process of transformation, and puts forward corresponding solution strategies. Further, the research discusses how digital transformation promotes the change of enterprises in short-term and long-term strategic goals, and how to enhance the core competitiveness through the adjustment of resource allocation and technological innovation-driven path. In addition, the research also focuses on how enterprises can optimize their business models, expand market channels, and provide innovative products and services through digital means to adapt to the changes in customer needs and the dynamic development of the market environment. Through concrete analysis, this paper reveals the actual path of digital transformation and the key factors of its successful implementation, and provides a deep insight into the combination of theory and practice.

Keywords

Digital Transformation, Enterprise Strategy, Path Research

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着信息技术的迅猛发展，尤其是大数据、人工智能、云计算等新兴技术的广泛应用，全球经济正在经历前所未有的数字化转型浪潮。数字化转型不仅深刻改变了企业的运营模式、业务流程和市场结构，还重塑了企业的竞争格局。在这种变革性背景下，企业面临着前所未有的机遇与挑战，如何在数字化浪潮中实现战略重构，成为了各类企业亟需解决的重要课题。企业的传统战略模式已无法满足快速变化的市场需求和技术环境的要求，迫切需要通过创新战略路径，提升核心竞争力，实现持续发展。因此，数字化转型背景下的企业战略重构及路径选择问题，已成为当前学术界和业界关注的热点。本研究旨在探讨数字化转型对企业战略的影响机制，分析在这一过程中，企业如何选择合适的战略路径以实现转型目标，从而为企业在数字化转型过程中提供理论指导和实践建议。通过这一研究，旨在深化对数字化转型和战略重构关系的理解，为企业应对数字化转型中的复杂挑战，提供更加科学、有效的战略决策依据。

2. 数字化转型概述

2.1. 定义内涵

数字化转型是指企业通过引入先进的数字技术和创新的数字化手段，全面改造其传统的业务模式、运营流程、管理方式和文化结构，以实现更高效的资源利用、更灵活的市场响应和更精准的客户服务[1]。它不仅仅是技术的应用，更是一种深刻的组织变革，涵盖了从数据驱动的决策制定到数字化产品和服务的创新等多个方面。数字化转型的核心目标是通过技术的赋能，提高企业的运营效率、增强市场竞争力，同时为客户提供更加个性化和智能化的产品与服务。随着信息技术的快速发展，数字化转型已经成为企业生存与发展的关键驱动力，尤其在全球化竞争愈加激烈、消费者需求日趋多样化的今天，企业只有顺

应这一趋势，才能在未来的商业环境中占据有利位置。

2.2. 数字化转型的驱动力

数字化转型的驱动力主要来自于技术进步、市场需求变化和竞争压力三大因素。首先，技术的飞速发展，尤其是云计算、大数据、人工智能、物联网等技术的不断成熟，为企业提供了前所未有的创新机会和变革潜力。这些技术不仅能够提高生产效率和数据处理能力，还能帮助企业实现更精准的客户洞察和个性化服务[2]。其次，消费者需求的变化也是数字化转型的重要推动力。随着消费者对个性化、即时性和便捷性的需求不断提高，传统的业务模式和服务方式已无法满足其期望，企业必须通过数字化手段重新设计产品和服务，才能抓住新的市场机遇。最后，日益激烈的市场竞争迫使企业加速转型，以保持竞争优势。在面对新兴科技公司、跨行业竞争者以及全球化市场的挑战时，企业若不能及时实施数字化转型，将可能在竞争中处于劣势。

2.3. 数字化转型的挑战与机遇

数字化转型为企业带来了前所未有的机遇，同时也伴随着许多挑战。企业在进行数字化转型时，不仅要面临技术实施的困难，还要面对组织、文化以及市场环境的多重挑战。然而，数字化转型所带来的机遇，也正是企业克服这些挑战、实现可持续发展的关键所在。

一方面，数字化转型为企业提供了诸多机遇。首先，技术创新能够显著提升企业的运营效率。通过引入人工智能、大数据分析、云计算等先进技术，企业可以优化资源配置，精细化管理，降低成本，提高生产力。例如，云计算的广泛应用使得企业能够更加灵活地调配资源、实现数据的实时共享和协作，提升了运营效率和决策的实时性[2]。同时，大数据技术的应用可以帮助企业从海量数据中提取有价值的信息，进行精准的市场分析、客户需求预测，从而做出更加科学的决策。

其次，数字化转型促进了企业创新能力的提升。数字化技术为企业开辟了新的产品与服务创新路径。例如，智能制造、物联网技术的应用使得企业能够实现个性化定制，满足消费者日益多样化的需求；而人工智能与大数据分析的结合，能够帮助企业在产品研发、市场推广等环节实现更加精准的决策和执行。数字化转型推动了传统产业向高端制造业、服务业的转型升级，也使得企业能够在数字化生态中进行业务拓展，进入新兴市场和跨界合作。

再者，数字化转型推动了企业与客户的深度互动，提升了客户体验。通过数字化平台，企业能够与客户进行实时互动，快速响应客户需求，提供定制化的产品和服务。例如，企业可以通过社交媒体、在线客服等渠道，直接获取客户反馈，迅速调整产品或服务，增加客户满意度。此外，企业还可以通过数字化手段分析客户数据，精准识别客户行为，进一步提升营销效果，增强客户忠诚度。

数字化转型的过程中也伴随着一系列挑战。首先，技术的选型和实施是数字化转型中的一个重大难题。对于许多传统企业来说，技术引进和系统升级需要大量的投资和时间，同时也需要具备相应的技术人才。技术的迅速更新迭代使得企业在选择适合自己业务的数字化技术时，往往面临着较高的技术风险。选择错误的技术平台或工具，可能导致资源的浪费，甚至影响到企业的核心业务[3]。因此，如何精准识别和引入合适的数字化技术，成为企业数字化转型中的第一大挑战。

其次，数字化转型对于企业的组织结构和文化提出了更高的要求。许多企业在进行数字化转型时，往往面临员工的抵触情绪和组织文化的固守问题。传统的管理模式和 workflows 往往与数字化转型的需求不相匹配，员工对新技术、新模式的接受程度也存在差异。企业需要在技术转型的同时，进行组织架构和管理流程的重新设计，确保数字化转型能够与企业文化和团队协作相契合。尤其是在企业领导力、创新文化、员工培训等方面的投入，往往是数字化转型能否成功的关键因素。

此外,数据安全和隐私保护问题也是企业在数字化转型中面临的重要挑战。随着数字化技术的应用,企业的各类数据,特别是客户数据和商业机密,面临着更高的安全风险。如果企业无法有效保护数据安全,不仅会遭受经济损失,还会影响到企业的信誉和客户信任。在这一背景下,如何加强数据保护和隐私安全,确保数字化转型的合规性和透明性,成为了企业必须重点考虑的课题。

最后,市场的快速变化和外部环境的不确定性,也加大了数字化转型的风险。数字化转型往往需要较长的时间来投入和实施,而市场需求、技术进步等外部因素的变化,可能会导致企业在转型过程中方向的调整或战略的重新评估。企业需要具备足够的灵活性,以应对快速变化的市场和技术环境,确保转型的持续性和适应性。

3. 数字化转型对企业战略重构的影响

3.1. 战略目标的变化

数字化转型深刻影响了企业战略目标的设定,尤其在短期与长期目标之间产生了显著的变化。首先,在短期战略目标方面,企业通常更加关注数字化转型的落地与实施,强调技术引进、基础设施建设和初步业务流程的优化[3]。例如,企业在短期内可能会将目标集中在数据收集与分析能力的提升、在线平台的建设、数字化工具的应用等方面,以实现内部运营效率的快速提升和对市场需求的快速响应。此时,战略目标通常侧重于技术引导和业务流程的数字化重构,力求在最短时间内获得初步成果,降低成本,提升客户体验,并尽早在竞争中占得先机。

而在长期战略目标上,数字化转型促使企业不仅仅关注短期效益的实现,更加注重可持续发展的竞争优势和长期创新能力的建设。随着数字化转型的深入,企业的长期目标逐渐从单纯的技术应用扩展到业务模式创新、产品和服务的数字化升级以及跨界合作的战略布局。企业可能将战略重点转向全方位的数字化生态建设,如通过大数据和人工智能的深度应用,提供个性化的产品和服务,建立更加智能化、全球化的业务模式,从而巩固其在行业中的领先地位。此外,数字化转型还要求企业重视客户关系的长期维护,通过数字平台加强与客户的互动、提升客户忠诚度,逐步实现长期的品牌价值提升。

3.2. 资源配置的调整

在数字化转型的过程中,企业必须对资源配置和资产结构进行深刻的调整,以适应新的运营模式 and 市场需求。首先,企业需要优化人力资源配置,将更多的资源投入到数字化技术的研发与应用上,培养或引进具备数字化技能的专业人才,尤其是在数据分析、人工智能、云计算等领域的技术人才。通过提升员工的数字化能力,企业能够更好地推动技术革新和业务流程的数字化重构,同时增强组织的灵活性和应变能力[4]。

其次,企业需要在资本结构上进行优化,将更多的资本投入到数字化基础设施建设和技术平台的升级中,例如云计算平台、数据存储系统、智能设备等关键资产。这些数字化基础设施能够支持企业的大规模数据处理、快速决策以及更加高效的客户服务,成为企业未来竞争力的重要支撑。同时,企业还应当重新审视传统资产的使用效率,逐步淘汰低效、过时的设备和生产线,优化资产结构,减少传统业务模式下的资本浪费,转向更具灵活性和可持续性的数字化投资。

此外,企业还应注重信息和知识资源的整合,通过数据平台的建设和信息系统的集成,打破部门间的信息壁垒,实现数据共享和协同合作。在这一过程中,企业需要借助数字化技术提升资源的透明度与可控性,以便实时监控资源的使用效率,优化生产和供应链管理,减少冗余和浪费,提高整体运营效率。同时,企业应重视供应链的数字化,运用大数据分析 with 物联网技术优化库存管理、采购流程和供应商关系,减少供应链管理中的风险和成本,提升供应链的响应速度与灵活性。

3.3. 业务模式创新

数字化转型促使企业从传统的业务模式向创新型、数字化业务模式的转型，推动了企业价值创造和运营方式的根本性变革。传统的业务模式往往依赖于线下实体运作、固定的生产流程和人工管理，这使得企业在面对市场需求变化、客户偏好以及技术进步时，反应速度较慢且灵活性不足。而数字化转型则通过技术手段打破了这一局限，企业通过整合大数据、人工智能、云计算等先进技术，不仅能够实现更高效的资源配置和管理，还能够产品设计、生产、销售等各个环节实现智能化、个性化和自动化。

在新的数字化业务模式下，企业能够通过在线平台、移动应用和电子商务等渠道直接与消费者进行互动，快速获取客户反馈，精确洞察客户需求，进而进行产品和服务的个性化定制。例如，传统零售企业通过数字化转型，转向线上线下融合的全渠道零售模式，不仅能够提高客户购物的便捷性，还能通过数据分析优化库存管理、定价策略和促销活动，从而提升销售效率和利润率[5]。同时，企业通过数字平台与客户建立长期的互动关系，从而实现服务的持续创新，增强客户粘性。

此外，数字化转型还推动了传统业务模式的跨界融合，创造出新的商业生态。企业不再局限于单一的产品或服务提供，而是通过数字化平台与不同领域的企业进行合作，共同开发新产品和新服务，构建起更加开放和协同的商业模式[6]。例如，汽车制造商通过引入互联网技术，转型为“智能出行”服务提供商，不仅销售汽车，还提供车联网服务、数据分析、车主社区等增值服务，开创了传统汽车产业的新型业务模式。

4. 企业战略重构的路径选择

4.1. 技术创新驱动型路径

技术创新驱动型路径是企业数字化转型过程中，通过引入前沿技术进行战略重构、优化资源配置和业务流程，从而提升核心竞争力的重要途径。随着科技的不断进步，尤其是在人工智能、大数据、区块链、物联网和云计算等技术的迅猛发展，企业能够通过这些技术创新加速产品和服务的智能化、个性化以及自动化。通过采纳前沿技术，企业不仅能够提升生产效率和运营效益，还能够激烈的市场竞争中实现差异化竞争，从而获得更强的市场竞争力。

首先，企业通过引入人工智能和大数据分析技术，能够实现更加精准的市场预测和客户需求分析，从而为产品研发、营销策略和供应链管理提供更为科学的决策依据。AI 技术使得企业能够在产品定制、客户服务、生产调度等方面进行智能化管理[7]，提高了客户满意度和业务响应速度。例如，零售企业通过大数据分析客户的购买行为，能够精准预测产品需求，并基于此优化库存管理和定价策略，减少库存积压和成本浪费。

其次，云计算和物联网的结合，使得企业能够实现更加灵活和高效的资源调度。云计算提供了强大的计算和存储能力，帮助企业实现信息的集中管理和共享，推动了业务流程的自动化和协同化。同时，物联网技术通过实时连接设备和传感器，使得企业能够获取实时数据，进行动态监控和调控。通过这些技术的应用，企业可以更高效地管理生产流程、设备维护和能源消耗，优化生产资源的配置，提升整体运营效率。

此外，企业还可以通过区块链技术确保数据的安全性和透明度，尤其是在供应链管理和金融服务等领域，区块链的去中心化特性能够防止信息篡改和交易欺诈，提升企业的信誉和客户信任。这些技术的引入不仅使得企业能够提高自身的核心竞争力，还能够复杂的市场环境中快速适应变化和创新，进一步巩固其市场地位。

4.2. 市场拓展驱动型路径

市场拓展驱动型路径是企业数字化转型过程中，通过利用数字化手段拓展市场渠道、进入新兴市

场的一种重要战略方式。随着互联网技术的普及和消费者行为的数字化，传统的市场拓展方式已逐渐无法满足现代企业的需求，企业必须借助数字化技术打破地域和时间的限制，实现全球市场的快速扩展。通过电子商务平台、社交媒体、数字营销和大数据分析等工具，企业能够更加精准地定位潜在客户，快速进入新的市场领域。

首先，数字化手段使得企业能够通过电子商务平台拓展市场渠道，直接面向全球消费者。传统的零售模式通常受到地理位置和物流配送的限制，而通过线上平台，企业可以将产品和服务推广到全球各地，迅速覆盖更多的市场。无论是通过自建网站还是第三方平台，如亚马逊、淘宝、京东等，企业可以通过数字化工具开展跨境电商、定制化营销等活动，从而大大提高市场渗透率和销售业绩。

其次，社交媒体和数字营销为企业提供了更为高效的市场拓展途径。通过社交平台如 Facebook、Instagram、微博等，企业可以与全球用户直接互动，迅速传播品牌信息，增强品牌认知度[8]。与此同时，借助大数据和人工智能技术，企业能够对消费者的行为和兴趣进行精准分析，定制个性化的广告和促销活动，吸引新客户并提高客户转化率。此外，社交媒体还能够帮助企业建立与客户之间的深度关系，及时回应客户需求和反馈，提升客户忠诚度。

再者，数字化转型使企业能够快速适应新兴市场需求的变化。随着新兴市场经济的崛起，尤其是亚洲、非洲和拉丁美洲等地区，企业可以通过数字化手段了解不同市场的消费者偏好、文化差异和购买习惯，从而制定符合当地需求的市场进入策略。例如，利用大数据分析，企业能够实时监控不同区域市场的销售动态，迅速调整产品和营销策略，以满足当地市场的特定需求。同时，数字化还可以帮助企业克服语言、文化和法律等壁垒，建立更加高效的跨国经营模式。

4.3. 成本优化驱动型路径

成本优化驱动型路径是企业数字化转型过程中，通过提升运营效率、降低成本的战略方式。数字化转型使企业能够充分利用新兴技术和自动化工具，优化内部运营流程，从而实现成本的显著降低和资源的高效利用。首先，通过采用智能化的生产和供应链管理系统，企业能够实时监控生产过程和库存水平，减少人工干预，降低管理成本。比如，物联网技术可以实时采集设备数据，进行故障预警和维护计划，从而减少设备停机时间和维修成本；同时，基于大数据的预测分析可以帮助企业精准把握市场需求，优化库存管理，避免库存积压和资金占用。

其次，企业通过自动化和人工智能技术，能够在多个环节实现生产和业务流程的自动化，提升生产效率，减少人力成本。比如，机器人自动化和人工智能算法的结合，使得生产线上的作业更为精准和高效，从而降低人工错误和工时成本；在客户服务领域，智能客服和聊天机器人可以替代人工客服，24小时响应客户咨询，降低人力资源投入并提升服务质量。此外，数字化技术还能够帮助企业在财务、销售和人力资源管理等非核心业务领域进行流程优化，减少行政开支，提升整体运营效益。

再者，云计算和共享平台的应用使得企业能够更灵活地调整运营模式，降低基础设施和IT维护成本。通过将数据存储和计算能力迁移到云端，企业无需投入大量资金购买和维护昂贵的硬件设备，也不必承担过高的IT管理费用[9]。同时，云平台的高可扩展性使企业能够根据实际需求灵活调整资源，避免了资源浪费，进一步降低了运营成本。

4.4. 产品与服务创新路径

在数字化转型的背景下，企业必须通过产品和服务创新路径来适应客户需求的变化，并在激烈的市场竞争中脱颖而出。数字化环境为企业提供了前所未有的创新机会，借助先进的技术工具，企业能够更加精准地洞察客户需求，创造出更符合市场趋势的产品和服务。首先，产品创新得益于大数据分析、人

工智能和物联网等技术的应用，使企业能够实时追踪消费者的行为与偏好，从而精准预测市场趋势和需求变化。这使得企业能够在产品设计和研发阶段，快速响应市场需求，推出个性化和定制化的产品。例如，智能硬件设备、个性化定制产品等，不仅基于用户的实际需求进行设计，还能够通过联网功能与其他设备进行互动，提升产品的智能化和使用价值。

在服务创新方面，数字化技术同样发挥了至关重要的作用。企业通过云计算、移动互联网和人工智能等技术，可以为客户提供更加便捷、个性化的服务体验。例如，在线客服、智能推荐系统和虚拟助手等工具，提升响应速度与服务质量。此外，基于大数据的精准分析，企业能够提供量身定制的服务方案，满足不同客户的独特需求，增强客户的满意度和忠诚度。例如，金融机构利用大数据分析客户的消费行为和财务状况，为客户提供个性化的投资建议和理财服务，医疗行业通过远程医疗服务和智能健康监测，提供更为便捷的健康管理方案[9]。

数字化转型还推动了服务模式的创新，企业可以通过数字平台和移动应用，与客户进行深度互动，优化用户体验。通过社交媒体、在线社区和用户反馈系统，企业能够实时获取客户的建议和意见，快速调整产品或服务，保持与客户需求的紧密匹配。通过这些数字化手段，企业不仅能够体现在产品和服务上实现创新，还能够通过快速反馈机制增强与客户的长期关系，从而构建起更强的品牌忠诚度。

参考文献

- [1] 胡飞. 数字化转型、外部信息摩擦与企业投资绩效[J]. 财会通讯, 2025(2): 49-52+126.
- [2] 汪思雨. 企业数字化转型的价值创造研究——以天润乳业为例[J]. 商场现代化, 2025(4): 1-4.
- [3] 马清栋, 耿帅龙, 王昕杰, 等. 数字化转型背景下“专精特新”中小企业人力资源规划的挑战与对策研究[J]. 商场现代化, 2025(4): 108-110.
- [4] 丁诗谣, 陈志斌. 数字化转型、共同机构持股与企业韧性[J]. 财会通讯, 2025(2): 24-28.
- [5] 陈锦兰. 基于企业变革的中高层薪酬激励方案重构——以CD股份公司为例[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(1): 95-97.
- [6] 丁泽俊, 陈双, 黄智达. 基于 POCA 战略管理体系的企业战略实施和管控路径研究——以某央企下属科技型企业为例[J]. 经营与管理, 2025(1): 46-53.
- [7] 陈思. 基于竞争优势的企业战略人力资源管理探析[J]. 企业研究, 2025(1): 31-34.
- [8] 张帆. 数字经济时代企业数智财务建设研究[J]. 商场现代化, 2025(3): 165-167.
- [9] 龙静, 刘龙均. 企业数字研发平台战略匹配度与研发创新[J]. 经济管理, 2024, 46(11): 128-147.