

一页纸战略共识 · 降本增效行动

创效进位 = 对标引领 × 精准创值 × 持续进位

重构认知，让降本增效从“省钱运动”走向“创效进位”

一、为什么必须重新审视降本增效？

市场逻辑已经变了。增量扩张时代结束，存量博弈甚至缩量竞争成为新常态。获客成本持续攀升，利润空间不断收窄，大多数企业正在经历“不增长就出局”的残酷考验——这不是周期波动，而是结构性变化。

老办法解决不了新问题。传统省钱模式——砍预算、压费用、减编制——已经走到尽头。结果往往是：成本暂时降了，但业务也伤了；利润短期好看了，但竞争力被透支了。被动省钱，只会越省越难。

出路在于换逻辑。把降本增效升级为“精准创值”——系统性地诊断、聚焦、打透，把资源从低效、无效的地方，转移到能创造最大价值的“杠杆点”上。这不仅是“过冬棉袄”，更是“强身健体”。只有主动创效，才能逆势突围。

二、企业降本增效的死循环

特征	表现	后果
省钱有天花板	砍成本、压费用、减编制，终有极限	越省越难，竞争力持续下滑
运动式降本	活动期间省一点，活动结束后全反弹	年年搞、年年一样，员工累了、老板累了
越省越伤士气	降本等于“压任务”，员工感受被压榨	人才流失、组织活力衰退

三层境界收益差距：

境界	关注点	相对效果
第一层	优化创效环节	1倍
第二层	优化创效方法	10倍
第三层	优化创效系统	30倍

选错机制→一阵风；选错方法→局部创效；选错思维→越做越累；没夯实基础→翻车风险巨大

三、核心逻辑：精准创值与四方共赢

效果——四方共赢：降本增效不是“一方省钱”，是“四方共赢”——员工更燃、客户更爱、领导更帅、企业更强。省出来的利润有限，创出来的增长无限。

本质——精准创值：不是“省钱”，而是把资源从低价值的地方移到高价值的地方。

精准创值 = 诊断 + 聚焦 + 打透 | 诊断（找对地方）→ 聚焦（集中资源）→ 打透（拿到结果）

终点——创效进位：不满足于常规改善，而是重构价值路径。在创效中推动核心指标快速进位，以长效机制实现持续快速提升。

逻辑——项目创效促增长：蛋糕做大了，员工名利双收，才是最好的长效机制，才能形成良性循环。

四、三大认知翻转

旧认知	新认知
省钱	→ 精准创值 ——把资源从低价值移到高价值
一方省钱	→ 四方共赢 ——员工、客户、领导、企业
终点是省钱	→ 创效进位 ——省钱是底线，进位是变强

五、推进核心公式

创效进位公式解析	四层境界解析
对标引领 ——以一流指标为目标，逐步超越，最终引领。	省钱是底线 ——控制成本是基本底线。
精准创值 ——诊断找对地方，聚焦集中资源，打透拿到结果。	创效是增值 ——创造增量才是真增值。
持续进位 ——不是一次进位，而是建长效机制，持续快速提升。	进位是变强 ——推动跃升才是真变强。
	创标是引领 ——定义标准才是真引领。

六、实施路径：五阶助推降本增效

阶	定位	核心任务	关键产出
一阶	统一认知，点燃火种	统一认知，构建体系，试点创效，提振士气	认知对齐+速赢成果
二阶	以点带面，全面开花	轮训骨干，以点带面，全面创效，多点开花	骨干掌握+各单元启动
三阶	标杆复制，持续进位	标杆班组，快速复制，持续进位，达到一流	标杆标准化+跃升
四阶	战略强化，底盘夯实	强化战略，优化执行，稳增智进，夯实底盘	战略优化+底盘稳固
五阶	模式输出，品牌引领	优化管理，形成模式，对外输出，提升品牌	体系化+品牌价值

节奏建议：一阶引进训战快速抓效果 → 二三阶内部复制 → 四阶夯实 → 长期陪跑加速成长

七、解决方案

一阶	破冰破局·对标创效进位训战营	1天	统一认知，构建体系，试点创效，提振士气
二阶	全面复制·三核创效训战营	2天1夜	轮训骨干，以点带面，全面创效，多点开花
三阶	长效增长·稳增智进训战营	2天1夜	强化战略，优化执行，稳增智进，夯实底盘

八、行动建议：给企业与采购方

给企业——不要先建体系再等结果，用一次穿透去"长"出体系。先找价值流失最大的战场，集中资源打透，拿到效果后再复盘方法、固化为制度。体系的价值不在"完整"，而在"下一轮穿透的起跑线比上一轮更高"。

给采购方——内训不是"买课程"，是"买解决方案"；不是"请人来讲课"，是"请人来拿结果"。选讲师不看"过去有名"，而看"当下能打"——理念契合、有系统方法论、有实战经历、能兜底效果。价值验收不是"满意度评分"，而是"业务结果是否改善"。

讨论问题：我们的降本增效目标，是"完成指标"还是"创效进位"？我们采购内训，是在"买课程"还是在"买解决方案"？