

企业危机管理中的预防与应对策略

陈镜羽¹, 金力²

¹ 杭州证客信息科技有限公司 浙江杭州

² 诸暨市天然气有限公司 浙江绍兴

【摘要】在风云变幻的商业世界，企业危机管理至关重要。本研究精准阐释企业危机以威胁生存发展为核心的概念，剖析市场、管理等多元危机类型。从构建风险识别体系、完善预警机制到制定预案，详述预防策略；探讨危机下快速决策、有效沟通、合理调配资源的应对举措。通过构建评估指标、总结经验，提出文化建设等提升策略，为企业筑牢危机防线。

【关键词】企业危机管理；预防策略；应对策略；危机评估

【收稿日期】2025 年 2 月 14 日 **【出刊日期】**2025 年 4 月 19 日 **【DOI】**10.12208/j.aif.20250011

Prevention and response strategies in enterprise crisis management

Jingyu Chen¹, Li Jin²

¹Hangzhou Zhengke Information Technology Co.Ltd, Hangzhou, Zhejiang

²Zhuji Natural Gas Co., Ltd, Shaoxing, Zhejiang

【Abstract】In the ever-changing business world, crisis management is crucial for enterprises. This study precisely elucidates the concept that corporate crises threaten survival and development, and analyzes multiple types of crises such as market and management. From building a risk identification system, improving warning mechanisms to developing contingency plans, detailing prevention strategies; Explore measures for rapid decision-making, effective communication, and rational allocation of resources in crisis situations. By constructing evaluation indicators, summarizing experiences, and proposing strategies to enhance cultural development, we aim to strengthen the crisis defense line for enterprises.

【Keywords】Enterprise crisis management; Preventive strategies; Coping strategies; Crisis assessment

引言

商业浪潮奔涌向前，企业恰似浪尖行舟，稍有不慎便可能被危机的漩涡吞噬。市场竞争的“暗礁”随时可能撞破企业的“船体”，政策法规的“风向”突变能打乱前行节奏，内部管理的“漏洞”会让企业“进水”，突发公共事件更是如风暴般席卷而来。但危机并非只有阴霾，若能巧妙应对，它也能成为企业蜕变的契机。深入钻研危机管理策略，是企业在商海稳健航行的关键，在企业管理研究领域意义非凡。

1 企业危机管理的基础认知

1.1 企业危机的概念与内涵解读

企业危机指对企业生存、发展构成严重威胁，导

致企业形象受损、经营受阻、财务陷入困境等负面状况的突发事件或情境。其内涵在于，危机不仅影响企业当下运营，更关乎长远战略布局^[1]。如产品质量危机，一旦爆发，消费者信任崩塌，市场份额骤减，品牌声誉受损，可能使企业多年积累的品牌资产付诸东流。而且，危机具有不可预测性，往往在企业毫无防备时降临，打乱正常经营秩序，考验企业应变能力。以某知名食品企业为例，其一款畅销产品被曝光存在质量问题，瞬间在各大媒体平台引发热议，消费者纷纷抵制该品牌，短短几周内，企业销售额同比下降超 50%，股票价格也大幅跳水，多年塑造的优质品牌形象一落千丈，后续虽采取补救措施，但恢复市

场信任仍需漫长过程^[2]。

1.2 常见企业危机类型的梳理与分析

常见企业危机类型多样。市场危机方面, 竞争对手推出颠覆性产品或服务, 抢占市场份额, 如智能手机市场, 新技术产品的出现能迅速改变竞争格局。经济危机下, 宏观经济衰退, 消费者购买力下降, 企业销售额下滑。管理危机中, 内部决策失误, 如盲目扩张、投资失败, 导致企业资金链紧张; 人才流失严重, 关键岗位人员离职, 影响企业核心业务运转^[3]。而且, 还有公共关系危机, 如企业负面舆情发酵, 社交媒体上的负面评价快速传播, 损害企业形象。在共享出行行业, 一家新兴企业凭借创新的商业模式与补贴策略, 短时间内吸引大量用户, 使得市场份额本占优势的老牌企业订单量急剧减少, 陷入市场危机。同时, 老牌企业因前期扩张过快, 资金大量投入却未达预期收益, 资金链断裂风险加剧, 陷入管理与市场双重危机^[4]。

1.3 企业危机的特征与发展阶段探讨

企业危机特征明显, 具有突发性, 危机常毫无征兆地爆发, 如突发安全事故、自然灾害影响企业生产。破坏性强, 危机冲击企业各个层面, 从财务状况到员工士气, 从客户信任到合作伙伴关系。而且, 危机具有紧迫性, 需企业迅速响应, 否则损失将呈指数级增长。其发展阶段一般分为潜伏期, 危机隐患悄然滋生, 但不易察觉; 爆发期, 危机全面显现, 负面影响迅速扩大; 持续期, 危机影响持续, 企业艰难应对; 解决期, 企业采取措施, 逐步化解危机, 恢复正常运营, 了解各阶段特点对危机管理至关重要。例如, 一家化工企业在生产过程中, 设备长期存在安全隐患但未被重视, 处于危机潜伏期。一次设备突发故障引发爆炸, 进入爆发期, 周边环境受损、企业停产, 员工恐慌、客户流失。后续长时间处于持续期, 企业需投入大量资金用于事故处理、设备维修、形象修复。

2 企业危机的预防策略

2.1 全面的风险识别与评估体系构建

构建风险识别与评估体系, 企业需全面排查内外部风险。内部从战略决策、财务管理、人力资源、生产运营等维度入手, 如评估战略规划是否符合市场趋势, 财务资金链是否稳健。外部关注政策法规变化、市场竞争态势、技术革新等^[5]。利用问卷调查、专家访谈、数据分析等方法, 收集风险信息。采用定

性与定量结合评估方法, 如风险矩阵, 对识别出的风险按发生概率与影响程度分级, 确定重点防控风险, 为危机预防提供依据。一家科技企业在构建风险识别体系时, 通过问卷调查收集员工对内部管理流程风险的看法, 结合专家对行业技术发展趋势的分析, 运用大数据分析市场竞争数据。经风险矩阵评估, 将技术研发滞后、核心人才流失确定为高风险事项, 制定针对性预防措施, 提前布局技术研发与人才储备。

2.2 高效危机预警机制的建立与完善

建立高效预警机制, 企业需设定关键指标, 如财务指标中的资产负债率、流动比率, 市场指标中的市场份额变化、客户投诉率等。运用大数据、人工智能技术, 实时监测指标数据^[6]。当指标偏离正常范围, 系统自动预警。例如, 通过电商平台数据监测, 若产品差评率连续上升, 触发预警。而且, 建立多渠道预警信息传递机制, 确保管理层、相关部门能及时收到预警, 为危机应对争取时间。某零售企业利用大数据技术, 对线上线下销售数据、客户反馈数据进行实时分析。

2.3 科学危机预案的制定与定期演练

制定科学危机预案, 针对不同类型危机, 明确应对目标、责任分工、行动步骤。如针对产品召回危机, 规定召回流程、信息发布渠道、客户补偿方案。预案内容要具体、可操作, 结合企业实际资源与能力。定期演练预案, 模拟危机场景, 检验预案可行性。通过演练, 员工熟悉危机应对流程, 提高协同能力, 发现预案漏洞及时完善, 确保危机来临时能有效执行^[7]。一家汽车制造企业制定了详细的产品召回危机预案, 明确由质量部门牵头, 市场、销售、法务等部门协同。

3 企业危机的应对举措

3.1 危机发生时的快速响应与决策机制

危机发生时, 企业需快速响应。设立应急指挥中心, 由高层领导牵头, 各部门负责人参与。接到危机报告后, 迅速启动应急响应流程, 1 小时内召集相关人员, 了解危机情况。运用科学决策方法, 如头脑风暴、专家咨询, 快速制定应对策略。例如, 面对突发舆情危机, 2 小时内确定信息发布口径, 通过官方渠道发声, 表明态度, 掌握舆论主动权, 避免危机恶化。某互联网企业遭遇网络攻击, 用户数据泄露。企业立即启动应急指挥中心, 召集技术、法务、公关等部门人员。在 1 小时内组建技术攻坚小组排查问题, 同

时通过头脑风暴确定公关应对策略,2小时内发布声明,向用户致歉并说明数据保护措施,稳定用户情绪,降低负面影响。

3.2 危机应对中的内外部沟通协调策略

内外部沟通协调至关重要。内部,通过企业内部通讯平台、紧急会议,及时向员工传达危机情况与应对措施,稳定员工情绪,统一行动。如定期召开线上全员会议,解答员工疑问。外部,与客户、供应商、合作伙伴、媒体等保持密切沟通。对客户,通过官网、社交媒体发布信息,回应关切,维护客户信任;与供应商协调物资供应,保障生产;与媒体合作,引导舆论走向,塑造正面形象。一家餐饮企业因食品安全问题陷入危机,通过内部即时通讯工具向全体员工通报情况,组织线上培训强调食品安全重要性 with 后续整改措施。

3.3 危机处理过程中的资源合理调配方法

合理调配资源,企业需整合人力、物力、财力资源。人力资源上,抽调各部门骨干组成危机应对小组,明确职责分工。物力方面,根据危机需求,调配生产设备、办公场地等。如疫情期间,部分企业迅速调整生产线,转产防疫物资。财力上,设立危机专项资金,用于危机应对各项支出,如公关费用、产品召回成本等,确保资源充足、分配合理,高效应对危机。某电子制造企业在遭遇原材料供应危机时,从研发、生产、采购等部门抽调人员组成应急小组。调配闲置生产设备用于新原材料测试,将部分仓库改造为临时原材料储备区。

4 企业危机后的评估与总结

4.1 危机后评估指标体系的构建与应用

构建评估指标体系,从危机影响程度、应对效果、恢复速度等维度设定指标。如财务维度的经济损失金额、利润恢复时间;声誉维度的品牌美誉度变化、舆情指数;运营维度的生产恢复率、客户流失率等。收集危机期间及危机后数据,运用数据分析工具,计算指标值。通过对比危机前水平、行业标杆,评估企业危机应对表现,为后续改进提供量化依据。一家服装企业在经历品牌形象危机后,收集危机期间销售额下降数据计算经济损失,通过社交媒体监测工具分析品牌美誉度变化。

4.2 危机应对效果的深入分析与反思

深入分析应对效果,回顾危机应对全过程,梳理

各阶段行动与决策。分析哪些措施有效控制危机,哪些存在不足。如在危机沟通中,分析信息发布渠道、内容是否达到预期效果,是否及时回应公众关切。反思决策是否果断、科学,资源调配是否合理,从成功经验与失败教训中总结提升,优化危机管理流程。某化妆品企业在应对产品质量危机后,复盘发现初期信息发布渠道单一,仅通过官网发声,导致信息传播范围有限。后续增加社交媒体、线下门店公告等渠道,优化信息内容,及时回应消费者对产品质量的质疑,总结经验用于完善未来危机沟通策略。

4.3 从危机中总结经验教训的要点与方法

总结经验教训,企业需全面复盘危机。组织跨部门研讨会,鼓励员工分享经历与感受。从危机预防、应对、恢复各环节挖掘问题与改进方向。如针对危机预警不及时问题,优化预警指标与监测系统;针对沟通不畅,完善沟通机制。将经验教训整理成册,纳入企业知识库,为未来危机管理提供参考,避免重蹈覆辙。一家旅游企业在经历疫情危机后,组织多轮跨部门研讨会。员工反馈危机预警对行业政策变化监测不足,沟通中部门间信息传递存在延迟^[8]。

5 持续提升企业危机管理能力的策略

5.1 加强企业危机管理文化建设的途径

加强危机管理文化建设,企业需从多方面着手。高层领导以身作则,重视危机管理,在战略规划、日常运营中融入危机意识。开展危机管理培训与宣传活动,如举办危机管理讲座、知识竞赛,提高员工危机认知。建立奖励机制,对在危机管理中有突出表现的团队与个人给予奖励,营造全员参与危机管理氛围,让危机意识深入人心。一家金融企业高层在战略会议中多次强调危机管理重要性,将危机管理纳入企业年度重点工作。定期举办危机管理知识竞赛,对获奖团队给予奖金与荣誉证书。设立危机管理贡献奖,表彰在危机应对中有突出表现的员工,激发员工参与危机管理积极性。

5.2 提升员工危机管理意识与技能的措施

提升员工意识与技能,定期组织培训课程,邀请专家授课,内容涵盖危机识别、应对技巧、沟通方法等。开展模拟演练,让员工在实践中提升危机处理能力。例如,组织模拟火灾、数据泄露等危机场景演练。而且,鼓励员工在日常工作中关注风险,及时报告潜在危机隐患,形成全员防控危机的良好局面。一家软

件企业每季度组织一次危机管理培训,邀请行业专家讲解最新危机案例与应对策略。每年组织两次模拟数据泄露、服务器故障等危机演练。

5.3 完善企业危机管理体系的长期规划与实践

完善管理体系,企业制定长期规划。定期评估现有体系,结合市场变化、行业发展,更新风险识别、预警、应对机制。加大技术投入,引入先进危机管理软件,提升管理效率。而且,加强与外部机构合作,如咨询公司、科研院校,获取最新危机管理理念与技术,持续优化危机管理体系,提升企业抗风险能力。一家制造企业制定了为期三年的危机管理体系完善规划,每年对现有风险识别清单进行更新,引入大数据风险监测软件。与高校科研团队合作开展危机管理课题研究,将研究成果应用于企业实际,不断优化危机预警与应对机制,提升企业危机管理水平。

6 结论

企业危机管理是一场没有硝烟却关乎生死存亡的持久战,预防与应对相辅相成,缺一不可。从精准认知危机本质、类型与特征,到构建严密的预防体系,再到危机下果断应对、事后深刻复盘,以及持续提升管理能力,每一步都是企业在危机洪流中站稳脚跟的关键。企业需将危机管理融入日常运营,培育全员危机意识,完善管理机制。行业协会应加强引导,分享成功案例。唯有如此,企业才能在危机风暴中从容应对,化危机为转机,实现可持续发展,在商

业浪潮中破浪前行。

参考文献

- [1] 曾国伟,张云,孙尧,等.企业危机管理新议:基于文献计量的研究与展望[J].管理学报,2024,21(12):1881-1891.
- [2] 周磊.企业文化:危机管理的中流砥柱[J].文化产业,2024,(31):22-24.
- [3] 张玲.企业的危机管理与企业恢复力构建[J].造纸信息,2024,(08):147-148.
- [4] 王法东.加强企业危机管理与风险防控确保企业长期稳健发展[J].中国商界,2024,(07):170-171.
- [5] 陈壕.企业应构建立体全面的危机管理体系[J].国际公关,2024,(07):10.
- [6] 刘智君.聚焦新能源企业:商业模式创新与市场拓展策略有何新招[J].中国商界,2025,(04):28-29.
- [7] 席萍.依托技术创新拓展细分市场[N].中国纺织报,2025-02-10(004).
- [8] 郑龙勇.智能制造背景下企业创新战略优化路径[J].营销界,2024,(24):101-103.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

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



OPEN ACCESS