第一图书网, tushu007.com

<<竞争优势>>

图书基本信息

书名：<<竞争优势>>

13位ISBN编号：9787508035109

10位ISBN编号：7508035100

出版时间：2005-8

出版时间：华夏出版社

作者：[美] 迈克尔·波特

页数：519

译者：陈小悦

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

竞争优势是竞争性市场中企业绩效的核心,然而经过几十年蓬勃的扩张和繁荣，很多企业在追求疯狂的增长和多元化经营的过程中，将竞争优势抛于脑后。
今天，竞争优势的重要性前所未有。
全世界的企业都面临增长的减缓和来自国内和全球的竞争，而竞争者们已不能在似乎不断增大的馅饼足够分享的前提下经营了。
本书研究的是一个企业如何才能创造和保持竞争优势。
这些成果源于我在过去十年中在竞争战略方面的研究和实践。
本书反映了我日益深化的信念，即许多公司战略的失败是由于不能将广泛的竞争战略转化成为获取竞争优势的具体实施步骤。
本书的这种思想旨在将战略的制定和实施沟通起来，而不是像该领域中许多著作那样将二者割裂开来。
我早先出版的《竞争战略》一书确定了分析产业和对手的理论框架，并阐述了获取竞争优势的三个基本战略：成本领先战略、标歧立异战略和目标集聚战略。
《竞争优势》则是阐述企业在实践中将这些普遍理论付诸实施的问题。
企业如何获取持久的成本优势?如何使自己与对手相比标歧立异?如何选择细分市场，以便通过企业的集聚战略创造竞争优势?何时以及如何在相关产业中通过战略协调以获取竞争优势?在追求竞争优势过程中的不确定性有何影响?企业如何保护其竞争地位?这些将是本书重点阐述的问题。
竞争优势归根结底产生于企业为客户所能创造的价值：或者在提供同等效益时采取相对的低价格，或者其不同寻常的效益用于补偿溢价而有余。
本书采用一种我称之为价值链的方法，将客户、供应商和企业分解为既分离又相关的行为群体，价值便源于此。
价值链是贯穿本书、反复出现的一个主题，与之相伴的还有竞争优势的各种具体来源以及它们与客户价值的关系。
竞争优势几乎不能算一个新课题。
很多工商管理的书都已从这个或那个方面直接或间接地涉及到了这个问题。
成本控制长期以来就是令人关注的问题，标歧立异和市场细分也是如此。
本书涉及很多学科，因为营销、生产、控制、财务和许多其他活动都对竞争优势起到一定作用。
同样，研究商业政策和产业经济学的悠久传统也与这个课题休戚相关。
然而，如果不能将所有这些学科组合成二个整体进行考察，那么就不可能真正地理解竞争优势的内涵。
通过用一种广泛的和集成的眼光对竞争优势的各种来源进行研究，我希望能从先前的研究中提炼出一种新的观察方法，而不是将以前的研究成果取而代之。
对在某种程度上影响过本书所记述的思想的多种学科的贡献，我不可能一一致谢。
然而，如果没有它们，本书将成为无源之水。
本书为实干家而写：那些负责企业战略、必须对如何获取竞争优势做出决策的人；那些寻求更深入地理解企业及其行为的人。
企业中竞争优势的潜在资源无处不在。
每个部门、每项设备、每个分支办事处和其他的组织单元都发挥着作用，必须加以明确和认识。
所有雇员，即使与企业战略的形成过程毫不沾边，也必须认识到他们有助于企业竞争优势的获取和保持。
在战略领域之外研究竞争的学者们也需要将他们的研究工作与竞争优势的总体思想联系起来。
我希望所有这些读者会觉得本书值得一读。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

这是美国哈佛商学院名牌教授迈克尔·波特的著名三部曲之一，是本领域的又一圣经。
他的每一部书都成为国内企业中、高层管理人员，及在读研究生的必读书目。
他的所有理论都建立在全面细致的科学调研的基础之上，极富操作性。
　本书阐述企业在实践中将这些普遍理论付诸实施的问题。
本书研究的是一个企业如何才能创造和保持竞争优势。
这些成果源于作者在过去十年中在竞争战略方面的研究和实践。
本书反映了作者日益深化的信念，即许多公司战略的失败是由于不能将广泛的竞争战略转化成为获取竞争优势的具体实施步骤。
本书的这种思想旨在将战略的制定和实施沟通起来，而不是像该领域中许多著作那样将二者割裂开来。

作者简介

迈克尔·波特，竞争战略和国际竞争力领域的国际权威之一，哈佛商学院商业管理学院的C.RolandChristensen教授。
1983年，他被任命为里根总统的产业竞争委员会委员，开始引发美国的竞争力讨论。
他曾为各州首脑、州长、市长和世界各国的CEO们作过咨询，并曾获得威尔斯经济学奖、亚当·斯密奖、三项迈肯锡奖，以及斯德哥尔摩和其他6个大学的荣誉博士学业位。
波特教授有14本著作，其中包括：《竞争战略》、《竞争优势》和《竞争战略案例》，所有著作均由自由出版社出版。
波特教授现住在麻萨诸塞州的布鲁克林。

书籍目录

前言第1章 竞争战略：核心概念 1.1 产业结构性分析 1.2 基本竞争战略 1.3 本书概要第一篇 竞争优势原则　第2章 价值链与竞争优势　2.1 价值链　2.2 竞争范围与价值链　2.3 价值链与组织结构　第3章 成本优势　3.1 价值链与成本分析　3.2 成本行为　3.3 成本优势　3.4 战略性成本分析步骤　第4章 差异化　4.1 差异化来源　4.2 差异化成本　4.3 买方价值与差异化　4.4 差异化战略　4.5 差异化步骤　第5章 技术和竞争优势　5.1 技术和竞争　5.2 技术战略　5.3 技术演进　5.4 制定技术战略　第6章 竞争对手选择　6.1 竞争对手带来的战略好处　6.2 “ 好 ” 竞争对手有哪些特征　6.3 影响竞争对手的模式　6.4 最佳市场结构　6.5 选择竞争对手时遇到的陷阱第二篇 产业内的竞争　第7章 产业细分和竞争优势　7.1 产业细分和竞争优势　7.2 产业细分矩阵　7.3 产业细分和竞争优势　7.4 产业细分和产业界定　第8章 替代　8.1 辨识替代品　8.2 替代的经济性　8.3 替代威胁的变化　8.4 替代路线　8.5 替代和竞争战略第三篇 企业战略与竞争优势第四篇 进攻性和防御性竞争优势的含义波特与竞争战略研究

章节摘录

3. 降低转换成本或为其提供补贴。
假定替代品已经具有较高的RVP，投资以降低转换成本可在刺激替代方面发挥重大的作用。
企业应当把部分技术开发用于降低转换成本的改进上，并且应当创造多种途径使信息在买方间传播，这也具有相同的效果。
所需做的可能只是说明手册或业务通讯这么简单。
企业还可能会发现为，某些买方提供转换成本方面的补偿是有利的。
企业并不必为所有买方的转换成本提供补助，只需对核心买方群给予补贴，他们对替代品的采用可能会引发起飞阶段的到来。
这些买方应当是舆论领先者，他们对其他买方而言可作为可靠的价值信号。
转换成本补贴可以包括免费培训、提供产品重配制或测试的费用、提供辅助设备的设计或给予帮助、在生产程序的更改方面提供免费帮助、给予高额折价率、提供退款保证和免费登门示范等。
4. 在给出信号上投资。
替代品面临的一个主要壁垒可能是潜在买方对替代品缺乏认识和了解。
企业必须辨识出买方用于评价替代品质量的最重要的标号标准，并且投资以影响它们。
买方往往会错误地认识替代品的RVP，当RVP不明显但具有本章上面部分描述的特点时尤其如此，因而，给出价值信号往往对成功的替代会有很大的重要性。
5. 利用有限的前向整合或诱发后向整合来创造拖动效用。
铝产业、还有其他一些产业成功实行的一项战略是，有选择地与下游产品进行整合以创造对替代品的拖动需求。
一个相关的战略就是诱使最终用户后向整合进入中间产业，以绕开不愿采用替代品的中间生产商。
通过前向整合和创造最终用户的需求，企业有时能够迫使顽抗的中间买方承担替代的转换成本。
前向整合还可以展示替代品的性能，也是开发使用程序或降低转换成本的一种手段。

媒体关注与评论

书评全球名人对波特教授的高度赞誉　波特已经把他的理论渗透到商业和市场的各个方面，并且对许多公司与企业的战略和竞争产生直接、巨大的影响。
他对经济的敏锐洞察力能够帮助广大型企业充分理解竞争的主要因素。
——雷蒙德，默克公司 总裁CEO　波特对战略规划有着非常清晰的认识，他帮我们澄清了应如何为客户提供价值，以及我们的组织应如何在市场上创造并维持竞争优势。
——John A.Young,惠普科技前总裁兼执行长　无论是作为一个思维敏锐的、富有想像力的思想家，还是一个具有影响力的作家，一个天才的教师，迈克尔·波特被选为哈佛大学“最高荣誉大学教授”都是当之无愧的。
他的研究已经跨越很多领域，包括对全球竞争力的研究以及人类健康问题的探讨，现在作为一名“大学教授”，他对于研究的旺盛精力和天赋将使得哈佛大学的许多研究专业都受益匪浅。
——Neil Rudenstine,哈佛大学校长　迈克尔·波特……是全球最有影响力的战略管理大师……经济学的本科生、正在攻读MBA的学生、商学院的讲师将波特的著作奉为经典，而经理们希望从波特的著作中找到如何获取竞争优势的不二法门。
——英国《People Mangagement》杂志　波特几乎完全赞同国际经济学领域传世不朽的信条：比较优势原理。
在这一理论的基础上，他发展出了一个完备的竞争优势理论，他用这一理论教导众多的公司、城市、地区和国家以及协调行动的国家集团如何在世界的大舞台上展开竞争。
——全球权威财经杂志《World Business》

编辑推荐

《竞争优势》作者迈克尔·波特，全球最具影响力的战略管理大师。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com