

<<持续竞争优势>>

图书基本信息

书名：<<持续竞争优势>>

13位ISBN编号：9787309033939

10位ISBN编号：7309033930

出版时间：2002-12-1

出版时间：复旦大学出版社

作者：蒋学伟

页数：176

字数：186000

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>

## &lt;&lt;持续竞争优势&gt;&gt;

## 内容概要

自1960年代战略管理学作为一门独立的学科出现以来，战略管理学得到了巨大的发展并且日渐成熟。然而，战略管理学研究的中心议题却基本没有改变，即企业竞争优势的获得和维持，或者说持续竞争优势的创造。

在过去的近半个世纪里，世界各国的战略管理学者对此已经作了不懈的努力和深入的探讨。

事实上也取得了许多重大的成就，并有力地推动了战略管理学的发展。

但是，限于研究者当时所处的社会经济环境和理论认知，他们基本上都立足于变动不大的稳态环境，并局限于与企业相关的某一个方面，所以这些战略管理理论都无法完整和深刻地说明企业持续竞争优势的基本性质及其来源。

当然，这是一个难以解决的理论命题。

正因为这样，蒋学伟博士从企业所处的产业环境、战略资源和持续性创新的角度对持续竞争优势进行比较深入的分析，希望能够为持续竞争优势这一传统又崭新的命题给出自己的合理答案和解释。

应该说，这一努力非常有意义并且比较成功。

在全球经济一体化日趋明显的当代，企业的市场竞争已经具有显著的国际化、白热化和动荡化性质。

因此，竞争优势的有无与强弱就成为“超竞争”环境中的企业能否持续成长所面对的关键。

为了在市场竞争中获得最大化的收益，企业就必须具有其强大的市场竞争优势，否则就将被无情地逐出市场。

企业竞争优势的态势在很大程度上决定一个企业乃至一国国民经济在世界经济中的地位。

我国即将加入世界贸易组织（WTO），全面参与国际竞争和分工与合作。

所以说，从基础理论层次上研究企业持续竞争优势不仅具有较高的理论价值而且对包括当代中国企业在内的世界企业的健康发展具有重大的现实意义。

蒋学伟博士把持续竞争优势的基本性质及其来源作为博士论文研究的主题，在批判性吸收既往战略管理理论成果的基础上，提出其具有创新意义的新的“企业持续竞争优势”概念。

他认为在各种市场环境中（包括相对稳定和急剧变动的市场环境），当一个企业能够适时地实施相应的创造高度市场价值的战略，而其他任何现有和潜在的竞争者都无法同时成功地实施这些战略，而且也缺乏进行模仿或复制该企业战略所带来的全部收益的信心与能力时，该企业就具有持续竞争优势。企业持续竞争优势是对于一个企业的整个发展过程来说的，而不是特指或局限于企业发展过程中某一阶段的某种竞争优势。

对于一个具体的个体企业而言，它在不同的市场环境中可能会具有不同形式的竞争优势。

只要企业在各种市场环境中都能够拥有可以为企业创造超额利润的某种形式的竞争优势，那么就可以认为它具有持续竞争优势。

构建持续竞争优势是每一个企业的目标和任务，但是持续竞争优势只是一种外在或表面的市场表现或结果，那么隐于其背后的真实力量或来源究竟是什么，它们又是如何创造持续竞争优势呢？

本书作者基于动荡的社会环境或从动态的角度对这个问题做了比较深入的分析。

他认为企业持续竞争优势来自于三个基本方面，即企业所处的产业环境、企业所拥有或控制的战略资源和持续性创新。

前者是企业获得持续竞争优势的外在条件，后两者是企业创造持续竞争优势的基础力量，其中企业战略资源是持续竞争优势的内在基础，持续性创新是持续竞争优势的内生动力。

如果企业所处的环境相对稳定，那么优越的产业环境和战略资源就有可能创造和维护企业竞争优势。

但是，在动荡环境当中，企业只有立足于其战略资源通过持续的创新不断地新创竞争优势，以替代其既有的竞争优势，由此才能够获得基于其发展整体的持续竞争优势。

这些观点我颇为赞同，实际上我在拙著《中国企业发展的战略选择》（复旦大学出版社2000年8月版）中以企业持续发展为命题讨论了企业持续发展及其支撑，其中重要的支撑就是核心能力、长期竞争优势和创新。

在我看来，长期竞争优势就是持续竞争优势的意思。

## <<持续竞争优势>>

企业构建持续竞争优势实际上就是为了企业的持续发展。  
从这个意义上说，构建持续竞争优势本身就是企业的重要战略。  
理论是重要的，没有正确的理论指导，实践就是盲目的。  
反过来说，实践又是检验真理的惟一标准。  
希望蒋学伟博士的理论创新能够为日后中国企业发展的实践所证实。

## &lt;&lt;持续竞争优势&gt;&gt;

## 书籍目录

导言第一章 竞争优势及其持续 第一节 竞争优势的涵义与性质 一、竞争优势的涵义 二、竞争优势的经济性质 三、竞争优势的管理性质 第二节 竞争优势的基本形式 一、低成本优势 二、差异化优势 第三节 竞争优势的消散 一、竞争优势的变动 二、竞争优势消散的原因 第四节 竞争优势的持续 一、竞争优势的持续 二、持续竞争优势的基本来源第二章 产业环境：持续竞争优势的外在条件 第一节 企业所处的产业环境 一、产业的市场竞争性质 二、产业的发展态势 第二节 波特模型的改进 一、消费者价值 二、竞合互动 三、变动性产业结构 第三节 产业环境对持续竞争优势的作用力 一、竞争优势循环 二、慢周期循环 三、标准周期循环 四、快周期循环第三章 战略资源：持续竞争优势的内在基础 第一节 企业资源 一、企业的资源基础理论 二、企业资产 三、企业组织能力 第二节 企业战略资源 一、战略资源的基本特性 二、战略资源对持续竞争优势的作用力第四章 战略资源对持续竞争优势的作用机制 第一节 核心能力与核心产品 一、核心能力 二、核心产品 第二节 稳态环境中持续竞争优势的创建 一、战略资源创造持续竞争优势的方式 二、竞争优势的防护第五章 持续创新：持续竞争优势的内生动力 第一节 竞争优势防护机制的失灵 一、模仿障碍的失灵 二、先动者优势的失效 第二节 企业创新 一、创新的涵义 二、创新的实质 第三节 动荡环境中持续竞争优势的创建 一、企业创新过程的基本要素 二、持续竞争优势的创建第六章 企业成长：持续竞争优势的显现 第一节 企业成长的理论分析 一、企业生命周期 二、企业持续成长 第二节 企业成长的实例分析 一、周期性成长案例分析 二、持续性成长案例分析结束语主要参考文献后记

#### 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>