

<<竞争论>>

图书基本信息

<<竞争论>>

内容概要

目前，在许多领域，波特关于竞争和价值创造的理论仍将起到纲领性的理论指导作用。

本书提出了一系列的问题：
企业如何在特定领域内参与竞争？

多业务实体的战略原则是什么？

地区与国家如何竞争，地域如何在真正意义上影响到战略？

诸如全球化和互联网等新生事物会对竞争构成何种影响？

企业如何将战略与社会事务融合到一起？

战略思维在诸如慈善和医疗保健等领域如何能够影响到社会？

《竞争论》一书主要有以下几部分内容：

第一部分论述企业的竞争和竞争战略。

通过了解战略的本质、多元化战略如何实施以及结构产业演变对竞争战略的影响等问题，有助于观察和分析产业和企业后续发展的基础。

第二部分探讨地点在竞争中的作用。

表面上看，企业活动的日益全球化降低了地点的重要性，实际上地点在企业拟定竞争战略中有着不可忽视的作用。

第三部分说明竞争如何和社会问题交织在一起，在谋求企业自身利益的同时兼顾社会利益是企业的双赢战略。

《竞争论》的主题是：获利能力与成长的关键 或者说是生存的关键，在于找出立足点，并持续不断地改善自身，获得独特的竞争地位；繁荣在于持续不断地提高生产力，更多的社会进步主要来自民间部门的创新。

<<竞争论>>

作者简介

迈克尔·波特，哈佛商学院终身教授，当今世界竞争战略和竞争力领域公认的第一权威，“竞争战略之父”，是当经最伟大的商业思想家之一。

埃森哲公司和《时代》杂志对全球最有影响力的50位管理大师的排名中，迈克尔·波特位居第一。

目前，他拥有瑞典、荷兰、法国等国大学的8个名誉博士学位。

波特博士获得的崇高地位缘于他所提出的五种竞争力量、三种竞争战略理论。

作为国际商学领域最备受推崇的大师之一，波特博士至今已出版了18本书籍。

<<竞争论>>

书籍目录

第一篇 竞争与战略：核心概念

第一章 五力模型

第二章 什么是战略

第三章 如何利用信息形成竞争优势

第四章 战略与互联网

第五章 从竞争优势到公司战略

第二篇 地域的竞争力

第六章 国家竞争优势

第七章 产业集群与竞争：企业、政府和机构的新议题

第八章 跨地域竞争：通过全球战略增强竞争优势

第三篇 以竞争力的方式来即决社会问题

第九章 绿色时代的新竞争力

第十章 市中心区的竞争优势

第十一章 重新定义医疗保健竞争

第四篇 战略、慈善事业与企业社会责任

第十二章 慈善事业的新课题：创造价值

第十三章 企业慈善事业的竞争优势

第十四章 战略与社会——竞争优势与企业社会责任之间的关系

第五篇 战略与领导力

第十五章 新任CEO们的七个意外

<<竞争论>>

章节摘录

版权页：从本质上讲，战略家的工作就是要去理解竞争和应对竞争。

然而，经理人有时会过分狭义地理解竞争，认为竞争只会出现于现代社会中面对面的竞争者之间。

其实，对于利润的竞争已经超越了传统产业，并涵盖了其他四种竞争力量：买方、供应商、新进入者和替代产品或服务。

源自于这五种竞争力量扩展之后的竞争决定了产业结构，并且形成了产业内部竞争交互作用的特性。

正如不同产业之间表面上存在的不同一样，盈利能力的各种推动力之间也存在差异。

比如，全球汽车产业看上去与全球艺术品市场或者制度严谨的欧洲保健品产业市场没有丝毫的共同点。

然而，为了理解上述三种市场每一种市场中的产业竞争和企业盈利能力，我们必须按照五种竞争力量对基本产业结构进行分析对于存在激烈竞争的产业，诸如航空、纺织和酒店产业，几乎没有哪家企业能够获得理想的投资收益率。

如果竞争不激烈，诸如在软件、软饮料和化妆品产业，那么许多企业都会取得可观的利润。

产业结构决定着竞争和盈利能力，不管这一产业产出的是产品还是服务，是刚刚兴起还是已经成熟，是否为高科技产业以及是否受到调控。

许多因素（包括天气与产业周期）都能够在短期内影响到产业的盈利能力，而以竞争力量表现出来的产业结构却决定着产业的中长期盈利能力对竞争力及其基本层面的理解有助于揭示出当前产业盈利能力的根本原因，同时也为长期预计和影响竞争（以及盈利能力）提供了一个概念框架。

一个健康的产业结构应当与企业自有地位一样，为战略家所关注。

对产业结构的深入理解对于高效率的战略定位也至关重要。

我们将会看到，保护竞争力量并使它们满足企业的要求是制定战略的关键（参见本章插入的片段“实践中的产业分析”与“产业分析的典型步骤”）。

实践中的产业分析好的产业分析都会密切关注盈利能力的结构性基础。

首先要准确了解的是周期。

产业分析的基本任务之一是将暂时性或者周期性变化与结构性变化区分开来。

准确判断周期的一项良好的准则是特定产业的全部商业周期。

对多数产业来讲，3~5年的周期是正常的，尽管在某些投入产出周期较长的产业（比如采矿业）中，周期会可能长达10年甚至更久。

我们分析的焦点应该是产业周期内的平均盈利能力，而不是某个特定年度的平均盈利能力。

其次，产业分析的关键不是要指出一项产业是否具备吸引力，而是要弄清楚竞争的基础和产生盈利能力的本质原因。

分析者应当定量地研究产业结构，而不是仅仅满足于一些定性的因素。

五种竞争力量的许多元素都可以被量化：产品占买方总成本的百分比（为了理解买方价格的敏感性），为使企业满负荷运转或者高效运作物流网络所需的销售百分比（为了便于评估进入门槛），买方的转换成本（确定进入者或竞争对手向客户所必须提供的优惠条件）。

<<竞争论>>

媒体关注与评论

波特带来了一场知识革命：将管理与严密的经济学分析融为一炉，用真实案例详尽地说明经济学理论，从而创立了一门新学科，并同时启发了学者和企业家。

——《经济学人》杂志

<<竞争论>>

编辑推荐

<<竞争论>>

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>