

<<复旦产业评论 (第3辑)>>

图书基本信息

书名：<<复旦产业评论 (第3辑)>>

13位ISBN编号：9787543214651

10位ISBN编号：7543214652

出版时间：2008-7

出版时间：格致出版社，上海人民出版社

作者：芮明杰 编

页数：203

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>

<<复旦产业评论（第3辑）>>

内容概要

《复旦产业评论》作为复旦大学管理学院产业经济系主办的学术出版物《复旦产业评论》的第3辑，是一本研究前沿性产业经济学问题的论文集，共分为四篇：产业竞争力、模块化分工与产业融合、策略行为与规制、产业与企业发展，共收入16篇文章，供读者朋友们参考。

书籍目录

第一篇 产业竞争力中国日资电机制造业的竞争战略和竞争优势--与泰国日资电机制造业的比较中国商业银行国际竞争力评价指标的实证研究--基于产业生态系统视角区域产业知识创新与核心竞争力提升--以长三角区域产业默会知识共享为例企业战略转型的根本选择：产业创新制度转型与全球化背景下的产业赶超--以中国钢铁业竞争力演进为例第二篇 模块化分工与产业融合产业模块化的微观动力机制研究--基于计算机产业演化史的考察模块化分工与产业融合我国银行业结构与经济增长的因果关系检验--省级面板数据的实证研究第三篇 策略行为与规制信息商品价格歧视的方案设计与福利分析纵向关联市场中的竞争与反垄断--纵向市场圈定理论发展综述价格管制的双重福利损失--价格管制理论的最新进展综述及其启示产业规制政策失效的经济学分析与反思--基于《零售商供应商公平交易管理办法》的实证研究广告、媒体竞争和社会福利第四篇 产业与企业发展我国环境保护的困境及对策分析旅游目的地对出境旅游购物消费影响因素的实证研究土地出让制度改革对房地产上市公司的绩效影响研究

章节摘录

第一篇 产业竞争力 中国日资电机制造业的竞争战略和竞争优势——与泰国日资电机制造业的比较 原口俊道 摘要 在日本对中国直接投资中,电机制造业所占的比重极大。中国日资电机制造业把“当地市场与海外市场同时发展战略”作为对中国的直接投资的基本战略。这表明该领域的激烈竞争状况,而其中的主要竞争对手是中国的“日资企业”。M.E.波特认为5个竞争要素中最重要要素是“同行业的敌对关系”。

关键词 M.E.波特;竞争战略;竞争优势;竞争要素;日资电机制造业 ABSTRACT The proportion of electric manufacturing industry was very large in Japanese direct investments in China. Japanese electric manufacturing industry in China regards “strategies develop simultaneously in local markets and overseas markets” as a basic strategy of the direct investment in China. It indicated that there are sharp conflicts in the field, and “Japanese Affiliates” in China are the main competitive adversaries among others. Michael E. Porter holds that an adversary relationship of the same trade is the most important factor in five competitive factors.

Key Words Michael E. Porter; competitive strategy; competitive advantage; competitive factors; Japanese electric manufacturing industry 引言 经营学所讲的经营战略(business strategy)源于军事战略(military strategy)。

经营战略受军事战略影响而形成概念。

原本的战略(strategy)一词出自希腊语的Strategyos。

军事意义上的战略意为“战争的综合准备、计划和运用的方针”。

与战略相对的战术是“根据战略而采用的战斗的实践方法”。

战略是长期的和全局的方针,而战术是短期的和局部的方式。

20世纪60年代之后,经营学和企业经营中开始广泛使用经营战略这一词语,而其中最具影响的推动者是A.D.钱德勒。

但是,对经营战略的正式研究则首推K.R.安德烈斯和K.I.安索夫。

使经营战略的说法得到普及的是安索夫。

到目前为止,钱德勒和安德烈斯及其他许多学者都对经营战略的定义发表了自己的见解。

但是,对经营战略的理解角度则因人而异。

所以经营战略的内容也无法相同。

今天,经营战略已成为日常用语,但由于经营战略带有多种意思,产生了经营战略在概念上的混乱。

本文采用将复杂的经营战略的概念简洁化的定义,即经营战略是“表示经营活动与环境相互关系的基本方针”。

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>