第一图书网, tushu007.com

<<“走出去”面临的挑战>>

图书基本信息

书名：<<“走出去”面临的挑战>>

13位ISBN编号：9787560961460

10位ISBN编号：7560961460

出版时间：2011-4

出版时间：华中科技大学出版社

作者：郑凤田，崔海兴　主编

页数：252

字数：290000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书分四个部分阐述我国企业在经济全球化背景下的“ 走出去 ”问题。
第一部分，从如何获得国家竞争优势角度分析我国企业走出去面临的挑战。
第二部分，通过国际比较，阐述国家竞争优势成长的经验与教训。
第三部分，利用案例分析国家竞争优势成长的产业。
第四部分，提出国家竞争优势成长的战略选择，为我国企业“ 走出去 ”提供借鉴。

作者简介

郑风田，经济学博士，现任中国人民大学农业与农村发展学院教授，博士生导师。
副院长。
入选2005年教育部新世纪人才支持计划。
主要研究领域为：“ 三农 ”问题，食品安全，涉农企业管理与战略。

第一图书网, tushu007.com

<<“走出去”面临的挑战>>

书籍目录

第一部分“走出去”面临的挑战：如何获得国家竞争优势
我国企业“走出去”的战略误区
国家竞争优势理论评述
国家品牌的兴起及意义
国际竞争力的概念辨析及认知误区
国际竞争力研究综述
第二部分 国家竞争优势成长的经验与教训：国际比较
农产品国际竞争力的最新发展趋势
“世界农业工厂”的竞争力是如何形成的
——荷兰花卉业个案分析
智利是如何成为果品出口大国的
丹麦猪肉产业竞争力是如何形成的
通过“一村一品”提升国家竞争优势的国际经验
“日本制造”神话的终结
两个日本的启示——对国家干预的重新认识
第三部分 国家竞争优势成长的产业分析
我国成为“世界工厂”的基础与条件
——国家钻石模型分析
我国农产品走出国门的现实困境与对策
——苹果业出口个案分析
我国玉米国际贸易“逆调节”现象研究：
我国葡萄酒产业的发展现状与未来
国际视野下的我国葡萄产业发展现状与潜力分析
我国农产品国际竞争力的差距与对策
——柑橘个案分析
我国台湾打造国际知名农产品品牌的战略及启示
第四部分 挑战与出路
国家竞争优势提升新战略
——从传统“比较优势”到国家竞争优势
从“中国制造”到“中国品牌”的转换：困境挑战与对策
粮食安全政策代价与中国农业的国际化
从分散走向整合——我国农业的产业特征与战略选择
Christemen命题与我国企业“走出去”的技术发展战略选择
以品牌农业提升国家竞争优势——政府角色界定
农产品国际竞争力提升促销政策的国际比较与启示

章节摘录

花卉虽然本身不能进行深度加工，但是从培育到运销的整个过程，对一体化经营的要求相当高，任何一个环节的疏漏都可能造成无可挽回的毁灭损失。
各个园艺公司不仅要尽最大的努力培育、生产出消费者喜爱的花卉品种，而且要尽最大努力快速安全地将这些花卉产品传送到消费者手中。
但花卉是一个很特殊的商品，它需要许多特殊的服务，比如交通。
我国某地曾想大力发展花卉，但许多商家等到办理运输时，才发现火车、飞机等运输公司提供的服务根本跟不上，这些当时还以垄断形式存在的公司，服务效率与服务质量极其低下，等到他们把花卉送到客户那里去时，鲜花可能早已凋谢了。
而在荷兰，快捷的传递系统可以在24小时内送到全球各地。
从这种角度看，运输业就是花卉专业生产区的互补系统。
互补性还可以提高专业生产区的营销优势。
如果某一专业生产区的相关公司与产业可以提供更高效的营销服务，比如公司咨询、贸易展、贸易杂志、营销代表，它还可以扩大生产区在某一领域的知名度，更有可能使购买者因此而决定在此完成全部采购任务。
以意大利为例，它在时装和设计方面已经赢得一个很大的名声，这种名声为从事鞋业、皮制品、服装及其他相关产品的公司带来极大的好处，这种名声为以意大利为基地的以时装关联产业为主的公司形成一个类似于公共物品的名声。
（三）专业生产区的公司竞争　　在专业生产区内部，公司间由于距离比较近，信息比较透明，各种有用的市场、技术等专门化信息可以快速地流动，使生产区内的从业人员可以以比较低的成本来获取有用信息，提高生产效率。
这种效果有点类似于一个公司内部的信息网络共享。
地理位置的接近，供给因子与技术的关联，都可以加速信息流在生产区内的流动。
比如荷兰花卉生产区的价格优势就比较透明，这也正是吸引全球商家最有利之处，使他们能够以最好的价格买到最优的产品。
荷兰的价格优势来自何方呢？
这主要得益于荷兰独特的拍卖场系统。
通过拍卖交易，使荷兰的农产品价格相当具有竞争力。
荷兰的拍卖销售在1887年被一个花椰菜农首先使用，经过一百多年的发展和完善，演变成荷兰占主要形式的农产品销售方式，被喻为最具荷兰典型的市场制度。
拍卖场使总供给和总需求直接挂钩，供求法则有效地发生作用，销售在一种完全竞争的气氛中进行，在这种市场机制下从而“发现”公平的交易价格。
世界各地的购买商在拍卖市场登记注册，便可使用拍卖市场提供的各种设施。
拍卖市场所有的花卉产品都通过拍卖大钟成交。
各种不同品种、不同规格鲜花的数量、价格都在拍卖钟上显示，当购买商看中某种鲜花并决定以拍卖钟显示的价格购买时就按动按钮，电脑就进行各项后序程序的处理，当天就包装运送到附近的国际机场，保证第二天就能在世界各地的花卉市场上零售。
……

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