

经济全球化:企业如何应对



[经济全球化:企业如何应对](#) [_下载链接1](#)

著者:李越

出版者:中国社会出版社

出版时间:1999-08-01

装帧:平装

isbn:9787801462411

一般认为，经济全球化是一种新的国际关系体制，包括生产、金融和科技三个方面的全球化。三者之间，生产发展决定金融科技的发展，同时金融和科技的发展又对生产发展产生巨大的反作用。因此，经济全球化的主要特点是生产的全球化，而企业作为经济增长和生产发展的原动力，在创造就业机会、发展新兴科技、积累物质财富方面都发挥着关键作用，成为以生产全球化为主要特点的经济全球化的主导力量。这样，谈论经济全球化就不能不从这个现

作者介绍:

目录: 目录

第一章

经济全球化：无法阻挡的潮流

一、经济全球化的发展过程

二、经济全球化的特征与趋势

贸易与投资自由化：经济全球化的两只轮子

区域经济一体化：经济全球化的前奏

金融自由化：经济全球化的内在动力

跨国公司：经济全球化的载体

三、经济全球化与发展中国家

第二章

经济全球化：企业应对的理论基础

一、获取比较优势：企业应对经济全球化浪潮的第一块理论基石

绝对利益驱动

比较优势的蓝图

机会成本的解释

资源禀赋差异

二、运用规模经济：企业应对经济全球化挑战的支点

马歇尔的“内在经济与外在经济”

哈伯勒的“机会成本和规模收益变动”

萨缪尔森的“规模经济”

克鲁格曼等人的“产业内贸易”

三、占有垄断优势：企业应对经济全球化竞争的“导弹”

海默的垄断优势与跨国经营条件

内部化优势：市场交易成本节约机制

区位优势：企业占有垄断优势的外部条件

四、拥有竞争优势：企业应对经济全球化的致胜法宝

垄断、内部化、区位优势的综合

综合因素：发展中国家跨国企业发展的动力

企业竞争优势：国际竞争力的微观基础

第三章

经济全球化：中国企业机会

与风险并存的环境分析

一、经济全球化背景下中国企业现存的问题

参与国际竞争：国有企业任重而道远

参与国际竞争 民营经济步履艰难

我国企业参与国际市场竞争的其他障碍

二、经济全球化：中国企业的机会与风险分析

东南亚金融危机为中国企业带来的市场机会

东南亚金融危机使中国企业面临的市场风险

第四章

经济全球化：企业生存战略

一、全球竞争中的营销环境

企业的市场机会

企业的市场风险

企业持续发展的关键是观念、思想的革命

要认识买方市场的特点，彻底改变旧的思维习惯

和生产经营方式

市场竞争 从本质上讲是品牌和企业综合实力的较量

自主创新是民族进步的灵魂，也是企业竞争

取胜的法宝

二、管理科学是企业生存的运力之源

丰田生产方式

海尔集团科学的生产管理方式：OEC

“灵活制造”战略

企业生产自动化

全面质量管理（TQM或TQC）

三、技术创新：企业生存的基石

企业要由生产经营型向学习创新型转变

国有大中型企业技术创新对策

中小企业技术创新动力与创新机制

四、营销战略是企业生存战略的核心

企业要树立正确的现代营销理念

企业必须重视和正确运用市场营销策略

五、人力资源合理有效配置是企业生存战略的主线

建立培养企业精英的摇篮

大胆选拔和启用人才

从官员到企业家的角色转换

精心培养和训练人才

合理有效配置人力资源的秘诀

适才而用，扬长避短

制定公正合理的业绩管理办法

建立合理的分配制度和充分的保障制度

注重企业内部的沟通和联系

六、企业文化是企业生存的持久保障

建立现代企业制度必然要求与之相匹配的企业

文化

企业改制不能仅仅停留在企业资源配置和组织结构调整

的层面上，还必须触及到现代企业运行的核心

——制度创新和文化创新

整事和创新企业文化，必须适应知识经济的要求

立足于企业生存和发展的目标，不断增强自身

生命力

企业文化建设的具体策略

第五章

经济全球化：企业竞争战略

一、经济全球化下的企业竞争环境透视

企业竞争环境的结构化分析

经济全球化：企业的竞争环境与竞争地位

二、经济全球化：企业竞争优势的获取

企业竞争优势的类型

企业竞争优势的识别——价值链分析

企业竞争优势的获取

三、现代企业的三大竞争战略

四、核心竞争力：企业持续竞争优势的支柱

五、全面创新：企业持续竞争优势的源泉

六、策略联盟：现代企业竞争战略的新趋势

七、学习：现代企业竞争战略的动力源

第六章

经济全球化：企业发展战略

一、中国企业发展战略的制度基础：产权改革

与企业重组

二、兼并扩张：企业发展战略的主题

三、资产重组：企业发展战略的统一

资产重组的原则

资产重组的任务与方式

组建企业集团：中国企业发展战略的现实选择

四、企业发展战略面临的挑战

第七章

经济全球化：企业应对外资“入侵”

国内市场的策略

一、中国的大门已对外商直接投资敞开

二、跨国公司进入国内市场，中国企业在本土
“与狼共舞”

三、外国跨国公司“入侵”对中国企业的压力和思考

四、与跨国公司在国内竞争，当务之急是将十指并成拳头

五、靠科教兴国的百年大计，助中国产业与企业成长

六、认清跨国公司的动向，把握知识经济的脉络

第八章

经济全球化：中国企业跨国经营策略

一、在大海中学习游泳：中国企业应对的现实选择

二、经济全球化：中国企业应对的战略思考

三、中国企业参与国际化经营的动因与条件

中国企业参与国际化经营的基本动因

企业参与国际经营的充分必要条件

中国企业参与国际经营的条件分析

四、集团跨国经营：中国企业国际化经营的战略设想

五、市场进入战略的选择经典案例：韩国“现代”

进入美国市场的启示

韩国“现代”的进入市场时机

打入美国市场的“产品战略”

产品形象策略

分销渠道策略

伙伴政策

“逐步发展”的迂回策略

强有力的营销支持体系

启示：建立科学的营销战略是中国企业国际化

经营的关键

参考文献

后记

· · · · · (收起)

[经济全球化:企业如何应对](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[经济全球化:企业如何应对](#) [下载链接1](#)

书评

[经济全球化:企业如何应对 下载链接1](#)