



北京大学中国经济研究中心
研究系列

■ Hao Ma

Competitive Advantage

Anatomy and Constellation



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

HAO MA

Competitive Advantage: Anatomy and Constellation

北京大学中国经济研究中心研究系列

【基本信息】 ISBN: 7301077742 丛书名: 北京大学中国经济研中心研究系列 页数: 292 版次: 1 包装: 平装 开本: 小 16 开 印张: 19.75 字数: 252000 印次: 1 印刷时间: 2004/09/01 用纸: 胶版纸

【作者简介】

Hao Ma is Professor of Management and EMBA Director of Beijing International MBA Program, China Ceter for Economic Research, Peking University, Beijing, China. He has also been on the faculty of Bryant College, now Bryant University, since 1994. He earned his Ph..D.in Strategic Management from The University of Texas at Austin. His current research interests are the nature and causes of competitive advantage, multiple market competition, and the entrepreneurial process. His research appears in Academy of Management Review, Journal of International Management, Business Horizons, Organizational Dynamics, and Management Decision, among others.

【内容提要】

This book is an integrative account of the nature and causes of competitive advantage based on solid scholarly research in mainstream Strategic Management and related academic fields, illustrated with extensive contemporary business examples. It is intended to assist general managers in their strategizing for sustainable competitive advantage and persistent superior performance. This book can also be used as an MBA or EMBA text in Strategic Management and as source materials for executive training programs and consulting practice.

【目录】

Preface

Acknowledgement

Introduction

PART ONE

Anatomy of Competitive Advantage

Chapter 1 What is Competitive Advantage

Chapter 2 SELECT: An Integrative Framework

Chapter 3 Dynamic Advantage and Positional Advantage

Chapter 4 Luck and Competitive Advantage

Chapter 5 Managerial Initiative, Strategic Maneuver, and Strategic Co-option

Chapter 6 The Sustainability Challenge

Chapter 7 Competitive Advantage and Firm Performance

PART TWO

Constellation of Competitive Advantages

Chapter 8 ARTS: An Integrative Framework

Chapter 9 Advantage-Based View of the Firm

Epilogue

Bibliography

Subject Index

Name Index

中信 管理经典

马浩◎著

竞争优势

解剖与集合

战略既需要解剖分析，更需要综合建构，马浩教授的《竞争优势：解剖与集合》一书很好地兼顾了解剖与综合这两方面的要求，为解决企业战略实践问题提供了强有力的思维工具。

——项保华博士 复旦大学、浙江大学教授，博导



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

《竞争优势：解剖与集合》

作者：马浩

【基本信息】 ISBN：7508603168 页数：233 版次：1 包装：平装 开本：小 16 开
印张：16.75 字数：236000 印次：1 印刷时间：2004/11/01 用纸：胶版纸

【内容提要】

竞争优势之所以重要，就在于它能使一个名不见经传的企业走向成功，也能使高高在上的企业摔下神坛，但是我们对竞争优势的理解却往往流于表面。

如何发现并把握竞争优势？

哪些因素影响竞争优势的可持续性？

一个企业的不同竞争优势如何产生互动作用？

有鉴于这些问题，作者在战略管理和相关领域历经 8 年潜心研究，创立了有关竞争优势综合性分析的 SELECT 框架和 ARTS 框架，并且积极倡导以部分优势为本位的企业观——企业必须选择那些能够发挥其竞争优势的游戏，那些它可以取胜的游戏；企业应该被看做一个取胜的载体。

作为北大国际 MBA 指定教材，这本书为企业提供了一套理论扎实、行之有效的竞争优势的分析方法和手段，是战略管理领域一本难得的经典之作！

【目录】

致谢

前言

导言

第一部分 竞争优势的解剖

第一章 什么是竞争优势

竞争优势的实用定义

社会生活中的竞争优势：汽车车牌号码的游戏

基本竞争优势类型

以占有为基础的竞争优势

以获取为基础的竞争优势

以能力为基础的竞争优势

本章结语

第二章 SELECT：一个分析框架

厚重的真实：竞争优势的实质内涵

神秘的容颜：竞争优势的表现形式

秘密的地点：竞争优势的定位所在

实际的功效：竞争优势的影响作用

奇妙的钥匙：竞争优势的影响作用

生命的历程：竞争优势的时间跨度

行动中的 SELECT：耐克案例回访

本章结语

第三章 动态优势和位置优势

竞争优势两分法

位置优势

动态优势

位置优势和动态优势的比较

从位置优势到动态优势

从动态优势到位置优势

动态优势和位置优势：潜在的误区

动态优势、位置优势和企业绩效

本章结语

第四章 运气与竞争优势

运气就是竞争优势：一个关于运气作用的基本分类法

准备走运：外部源头与内部机制

依靠外部源头走运

竞争优势的起因：“有用的杂草”和“地下工作者”

本章结语

第五章 管理举措、战略运作和拉拢

4C 框架的理论渊源

创新和竞争优势

竞争战略与竞争优势

合作战略与竞争优势

拉拢和竞争优势

本章结语

第六章 竞争优势可持久性的挑战

竞争的优势可持久性的内部挑战

竞争优势可持久性的外部挑战

对竞争优势可持久性的多重挑战

本章结语

第七章 竞争优势和企业经营绩效

第二部分 竞争优势集合

第八章 ARTS：一个整合框架

第九章 优势本位企业观

结语

决策就是 拍脑袋

马浩◆著



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

《决策就是拍脑袋》

【编辑推荐】

管理，绝不是“××决定××”的简单推理，现在，马浩教授来告诉你究竟什么是真正的管理学！

制度是人定的，点子是人想出来的，决策是人做出来的。就连“科学化，民主化，规范化，现代化”或者什么其他“化”的说法和做法也都是从某些人脑子里面拍出来的。关键是看谁来拍和怎么拍。

——《决策就是拍脑袋》

是否可以随时退出游戏，可以说是“承诺”与“参与”的根本区别。参与往往可以见机行事，进退自如，并且可以随时抽身。比如西方人常用早餐中的不同食物来比喻二者的区别：就早餐中的咸猪肉和煎鸡鸡蛋而言，鸡只是参与了一下，而猪则是做出了承诺。

——《承诺与风险》

人们在选择职业时，要考虑最大限度地实现自己的价值。雇主在招募员的时候也要考虑才能与岗位的匹配。

——《猪也可能会飞》

【内容提要】

本书是北京大学管理学教授马浩的随笔集，既有对企业界、生活中各种现象的精辟见解，又有对战略管理领域新近发展的中肯评述。

各篇文章精彩纷呈，使读者读来颇觉畅快淋漓：《明星不如贼可靠》通过被盗率指标阐明了依靠第三方信息在购买前判断产品质量是否可靠；而《独裁者的法宝》则道出了在商界，惟有才能出众和业绩优良双剑合璧，始能将“独裁”进行到底；

《小议“细节决定成功”》则对畅销书采用的“××决定××”句式进行了狠狠批驳，道出了这种说法的片面和狭隘，发人深省；《企业的自信和乐观》分析了企业家和经理人不同的行事方式，寻求成功和避免错误两种迥异的行为理念导致的必然是不同的结果……

管理学家不是经济学家，管理学也不是经济学的应用，在听惯了经济学家“治大国若烹小鲜”般的宏论之后，您也不妨读读本书，感受一下管理学人的经世智慧，并切身地体会究竟什么是管理学！

【目录】

写在前面IX

Part 1 管理的核心是决策

管理者应该问什么样的问题

决策就是拍脑袋

名义和借口

独裁者的法宝

承诺与风险

Part 2 企业家就得能折腾

企业家的自信和乐观

梦想加折腾

“游击队”的使命定位与自律

士兵与将军

Part 3 企业资源品牌形象

浅说资源的价值

猪也可能会飞

从午餐肉和葡萄说开去

品牌和竞争优势

明星不如贼可靠

Part 4 企业文化的是与非

你以为什么是企业文化

企业文化的功能和表象

企业文化的传承

企业文化的优劣

性感·架子·干什么像什么

职业的关键是门槛儿

Part 5 战略的目的是成功

战略和战略性

小议“细节决定成败”

都是哈佛惹的祸

开饭馆的堪萨斯牙医

竞争优势实质：不是因为某个名词赶时髦

战略管理拆解与想像

Part 6 管理学和管理教育

朗润园遐想

赢还真是硬道理

名人名言自助餐：《管理大师的忠告》序言

似曾相识燕归来：北京大学中国经济研究中心 10 周年庆典感言

管理学到底是不是一门科学？兼谈我们对科学的迷信

甬以为搞管理就是搞经济

最是那一只丑老鸱价值八百：《寓言中的管理智慧》序言

Part 7 战略管理系列述评

后记

BUSINESS
The Ultimate Resource™

BUSINESS

“管理——智力、经验和想像力的完美结合。”

管理大师的忠告

[英] 布卢姆斯伯里出版公司 编著
马浩 译



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

《管理大师的忠告》 马浩译

【编辑推荐】

数百位管理大师不同时期、关于管理不同领域的睿智名言，中英文双语呈现。一个公司需要机敏伶俐的年青人，具有竭尽可能颠覆一切的想像力和果敢的年青人。

——亨利·福特

企业过于担心做事的成本。他们应该担心不做某件事的代价。

——菲利普·科特勒

战略不是计划的结果而是完全相反，是计划的起点。

——亨利·明茨伯格

【作者简介】

《BUSINESS》堪称商务图书出版领域一座巍峨的里程碑，由国际知名出版机构布卢姆斯伯里出版公司组织编写，凭借超豪华的顾问委员会阵容和全球顶级的参与者——从沃伦·本尼斯、查尔斯·汉迪到菲利普·科特勒——的杰出工作而在同类商务书中独占鳌头，《BUSINESS》囊括了您所需要的所有商务知识和技巧。马浩，北京大学中国经济研究中心管理教授，北大国际 MBA 教授兼 EMBA 项目主任。1987 年获北京工业学院管理工程学士学位。1994 年获美国得克萨斯大学奥斯汀校区战略管理学博士学位。主要研究领域是企业经营战略，尤其是竞争优势的实质和起因，竞争动态分析，多头市场竞争与合作战略，企业创新管理和企业领导决策模式等。

【内容提要】

管理的问题层出不穷，管理大师也曾在这类问题上踟躇，很多问题，只是那接近于零的距离使你不能超越，大师的一句话却能使你灵机乍现，轻松胜出。

本书精选了数百位管理大师各个时期关于管理问题的睿智名言，根据管理的具体问题分为战略/竞争、人力资源/组织文化、市场营销、组织架构、领导力、生产力、会计与财务、个人绩效/个人发展八大领域，本书中的名言通过中英两种版本完美呈现，令你能在更短时间内、更加全面地领略管理大师的智慧。

【目录】

《Business》总序——解读财商
译者序——名人名言自助餐
战略/竞争
人力资源/组织文化
市场营销
体系架构
领导力
生产力

会计与财务
个人绩效/个人发展