

我国第一次创业高潮是何时出现的? PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022__E6_88_91_E5_9B_BD_E7_AC_AC_E4_c123_289178.htm

进入20世纪90年代以来，全球竞争正日趋激烈化，激烈的竞争推动了整个社会经济的发展，但同时也给企业提出了更高的要求。在这样的竞争环境下，企业要求得生存、发展和壮大，除了在生产技术、经营管理等方面狠下功夫外，关键的是要创造出自己的名牌。创造名牌是企业制胜的关键。许多企业包括曾经是效益低下，甚至负债累累的企业就是依靠名牌走出了一条成功之路，而且世界上很多著名公司无不是靠自己的名牌产品行销天下。市场经济是竞争经济，竞争是市场经济的基本特征之一，通过竞争实现优胜劣汰，优化组合，以最终达到市场均衡。一般而言，竞争主要包括三种类型：一是卖者之间的竞争；二是买者之间的竞争；三是卖者与买者之间的竞争。在现实的市场中，主要是卖者之间的竞争，即供方之间的竞争。通常情况下，供给是稍大于需求的，表现为商品相对多而顾客相对少。由于顾客的“不足”，供方展开竞争，尽可能地吸引更多的顾客。然而企业要实现这个目标，必须以消费者为中心开展各种经营活动，提高产品的竞争力，以做到顾客满意。因为在同一市场上有多种商品可供选择，哪种商品越能满足消费者的要求，那么该商品被选购的几率就大，厂商吸引的顾客就可能越多。顾客满意包括精神和物质的双重满意，购买商品，不仅希望得到使用价值，同时也希望得到精神的享受。具体说来，顾客满意包括产品的质量、价格、服务、包装、装潢、款式、名声等几个方面。这样，企业

、产品和顾客之间就形成了以下的关系：企业要在竞争中立于不败之地，必须吸引更多的顾客，而要吸引更多的顾客，又必须要求产品能让顾客满意，所以企业的竞争直接表现为产品的竞争，即产品在质量、价格、服务、包装、装璜、款式、名声上的竞争。名牌正是在兼顾这几个方面的基础上创造出来的。名牌之所以大受消费者的欢迎，之所以能使企业在竞争中取胜，根本原因就在于此。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com