

为什么要实行别具一格战略? 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__E4_B8_BA_E4_BB_80_E4_B9_88_E8_c123_289308.htm

别具一格战略是指企业在客户重视的特定方面力求在本行业中独树一帜。企业从行业里挑选出被客户重视的一个或数个特征，通过提供特定的产品和服务，满足这些需求，从而得到溢价的报偿。采用别具一格竞争策略的企业，如果其溢价超过了追求别具一格而发生的额外成本，就会获得高于行业平均水平的利润。因此，这种策略成功的关键就是别具一格的收益超过相应的成本。别具一格来源于市场的多元化和个性化，从而导致市场需求具有多种不同的特征，企业对于这些特征的理解和实现，就是企业的别具一格竞争策略的基础。企业的产品采用特殊原料自然形成别具一格的产品。例如，旅游产品中的“三峡石”就是选用三峡的河石，从而成为畅销产品。独特的产品设计是企业获得别具一格竞争优势的重要方式。例如，瑞士军刀，就是通过独特的产品设计，获得市场的认可，是典型的通过独特的产品设计获得别具一格竞争优势的案例。企业对于细节的重视也能获得别具一格的竞争优势。例如，对于产品可靠性要求极高的行业，企业对于细节的重视会获得客户的承认和欣赏，从而形成别具一格的竞争优势。一个企业也可以通过经营范围的广度而别具一格。一般因素如下：
：(1)在任何地点满足客户需要的能力；(2)如果更多产品的零部件通用，简化客户维修；(3)在客户可能采购东西的地方设零售点；(4)设客户服务点；(5)产品之间的良好互换性。企业专业化营运也是重要的别具一格竞争策略。专业化的别

具一格和专业化竞争策略具有明显的区别。专业化的别具一格是指以市场特征的专业化，直接针对市场的特殊需求；而专业化竞争策略是指企业的营运集中在行业中特定一点，一般是过程中的专业化。例如，渔具专卖店是一种专业化的别具一格竞争策略，而专业生产钓鱼线的企业则是专业化竞争策略。很多企业总是把质量与别具一格的概念混淆在一起。虽然别具一格包含了质量，但别具一格是一个更广泛的概念。质量的典型特征是与物质产品相关，但别具一格是一个更广泛的概念。质量的典型特征是与物质产品相关，别具一格策略则是通过差别化为客户创造价值，更多地表现为一种观念和附加价值。例如，服装行业就适合采用别具一格的竞争策略。企业可以成为T恤专业企业，也可以成为妇女职业装专业企业等。别具一格的代价一般很高。企业为了竞争，要在企业营运过程中与众不同，就一定会发生经常费用。例如，向用户提供超级工程设计支持活动，就需要增加工程师，而一个训练有素的推销队伍比经验不足的推销队伍费用要多得多。如果某种产品的寿命要做到比竞争者的产品寿命长，当然需要更多和更昂贵的材料。别具一格的成本反映了作为独特性的费用因素。独特性与成本因素之间的关系以两种形式反映出来：(1)独特性一般需要额外的成本。(2)增加成本往往会提高产品和服务的独特性。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