

专题

知识创造对企业核心竞争力的作用机制研究——以松下电器公司为例

刘泳洁

吉首吉首大学图书馆

收稿日期 2007-4-24 修回日期 网络版发布日期 2007-7-30 接受日期

摘要 企业通过开展一系列知识创造活动和知识创造螺旋,可以实现组织隐性知识与显性知识的相互转化,创造企业所需的核心知识,并由此获得企业核心竞争力;知识创造对核心竞争力的作用机制遵循罗默的新增长理论;松下电器公司核心竞争力建设的成功案例证明知识创造是创建企业核心竞争力的根本途径。

关键词 [核心竞争力](#) [知识创造](#) [企业](#) [松下电器公司](#)

分类号 [F270](#)

DOI:

对应的英文版文章: [2007-1383](#)

通讯作者:

刘泳洁

作者个人主页: [刘泳洁](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [PDF\(OKB\)](#)
- ▶ [\[HTML全文\]\(OKB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“核心竞争力”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [刘泳洁](#)