

### 竞争态势矩阵(CPM 矩阵)

竞争态势矩阵 (Competitive Profile Matrix, CPM 矩阵) 用于确认企业的主要竞争对手及相对于该企业的战略地位, 以及主要竞争对手的特定优势与弱点。CPM 矩阵与 EFE 矩阵的权重和总加权分数的涵义相同。编制矩阵的方法也一样。但是, CPM 矩阵中的因素包括外部和内部两个方面的问题, 评分则表示优势和弱点。

CPM 与 EFE 之间区别:

CPM 中的关键因素更为笼统, 它们不包括具体的或实际的数据, 而且可能集中于内部问题;

CPM 中的因素不像 EFE 中的那样划分为机会与威胁两类;

在 CPM 中, 竞争公司的评分和总加权分数可以与被分析公司的相应指标相比较, 这一比较分析可提供重要的内部战略信息。

下表是一个简单的 CPM 矩阵实例:

关键因素	权重	被分析的公司		竞争对手 1		竞争对手 2	
		评分	加权分数	评分	加权分数	评分	加权分数
市场份额	0.2	3	0.6	2	0.4	2	0.4
价格竞争力	0.2	1	0.2	4	0.8	1	0.2
财务状况	0.4	2	0.8	1	0.4	4	1.6
产品质量	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3
用户忠诚度	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
总计	1.0		2.3		2.2		2.8

评分值涵义: 1=弱, 2=次弱, 3=次强, 4=强。

为了简化这里仅包括五个因素, 这比实际矩阵中的因素要少得多。

在这个实例中, 财务状况被当作最为重要的关键因素。