1. 小公司的优势:
   * 价格优势，小企业的产品价格一般都会较大企业低一些，由于小企业工作人员基数小，所以相应的在产品上投入的成本也就小，所以价格上也相对便宜，也较好占领市场。
   * 产品或质量的服务优势，小企业的产品较单一，可以做到小而精，并且服务具有专业性，而大公司产品较多，在服务上并没有小企业那样能做到尽善尽美。
   * 亲和力优势，小企业相较于大企业，服务上回更有优势，有些大企业可能因为自身原因对用户不能比较用心服务，缺少小企业对用户的亲和力。
   * 产品差异化优势，一些大型企业喜欢做一些利润大，销售好的产品，服务的是大众人群而忽视了小众人群，而一些小企业有专门服务小受众的产品，从而很巧妙的避开了与大公司的竞争。
   * 经营管理优势，小企业在进行经营管理的时候会比较活跃，相对来说更贴近公司的需求，而大企业在经营管理上已经形成固定模式。
   * 创新优势，小企业为了能够快速生存下去就需要不断创新，从而谋取发展，而大企业因为具有一定的固定客户，所以在创新方面没有小企业用心，慢慢可能会被市场淘汰。
2. 中型公司的优势
   * 中小企业在决策管理上的效率优势
   * 中小企业在产业和市场上进退的成本优势
   * 中小企业在管理上的人本优势
3. 大型公司的优势
   * 无形资产优势,包括以下
     + 品牌
     + 专利
     + 监管
   * 成本优势
     + 转换成本,转换成本属于费用支出，表现形式可以是时间的代价、遇到的麻烦、付出的金钱或承担的风险。这些都是顾客从某一厂家或供应商转到另一厂家或供应商时可能遭遇的费用支出。
   * 网络效应,随着越来越多的用户使用某种产品或服务，该产品或服务对新老用户的价值也随之增加，这便出现了网络效应。网络效应有一种循环强化的作用，会使强大的公司变得更加强大。
   * 有效规模,有效规模描述的是一种动态机制。在这一机制的作用下，有效规模的市场由一家或少数几家公司提供有效的服务。市场中现有厂家能够获得经济利润， 但潜在的竞争者得不到进入这个市场的激励，因为一旦他们进入市场，市场盈利就会下降到远低于资本成本的水平。