



广东省优秀社会科学家文库（系列一）

蓝海林自选集

蓝海林◎著



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS



广东省优秀社会科学家文库（系列一）

蓝海林自选集

蓝海林◎著



中山大學出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

蓝海林自选集/蓝海林著. —广州: 中山大学出版社, 2015. 11

[广东省优秀社会科学家文库(系列一)]

ISBN 978 - 7 - 306 - 05438 - 8

I. ①蓝… II. ①蓝… III. ①企业管理—文集 IV. ①F270 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 217913 号

出版人: 徐 劲

策划编辑: 嵇春霞

责任编辑: 嵇春霞

封面设计: 曾 斌

版式设计: 曾 斌

责任校对: 曹丽云

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84110283, 84111996, 84111997, 84113349

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E - mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州家联印刷有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 19.5 印张 319 千字

版次印次: 2015 年 11 月第 1 版 2015 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 60.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换。



蓝海林

1959年8月生，广东大埔人。华南理工大学工商管理学院教授、博士生导师。曾任华南理工大学工商管理学院院长、教育部高校管理科学与工程类专业教学指导委员会委员。先后两次获得国家自然科学基金重点项目和一次获得教育部哲学社会科学研究重大攻关项目资助，所取得的研究成果先后获得过五次教育部高等学校人文社会科学优秀成果一、二、三等奖和四次广东省哲学社会科学优秀成果一、二、三等奖。是我国最早从事企业战略管理教学和研究的学者之一，是中国企业战略管理学术成长和发展的核心学者。在中国企业战略管理领域取得了若干学术界公认的原创新性成果，保持了广东在中国企业战略管理领域的领先地位，提高了中国企业尤其是广东企业战略管理实践的水平。参与对中国企业特别是广东企业的战略咨询和培训工作，对提高广东企业的战略管理实践能力做出了重要贡献。

“广东省优秀社会科学家文库”（系列一）

编 委 会

主 任 慎海雄

副主任 蒋 斌 王 晓 李 萍

委 员 林有能 丁晋清 徐 劲

魏安雄 姜 波 嵇春霞

“广东省优秀社会科学家文库”（系列一）

出版说明

哲学社会科学是人们认识和改造世界、推动社会进步的强大思想武器，哲学社会科学的研究能力是文化软实力和综合国力的重要组成部分。广东改革开放30多年所取得的巨大成绩离不开广大哲学社会科学工作者的辛勤劳动和聪明才智，广东要实现“三个定位、两个率先”的目标更需要充分调动和发挥广大哲学社会科学工作者的积极性、主动性和创造性。省委、省政府高度重视哲学社会科学，始终把哲学社会科学作为推动经济社会发展的重要力量。省委明确提出，要打造“理论粤军”、建设学术强省，提升广东哲学社会科学的学术形象和影响力。2015年11月，中共中央政治局委员、广东省委书记胡春华在广东省社会科学界联合会、广东省社会科学院调研时强调：“要努力占领哲学社会科学研究学术高地，扎扎实实抓学术、做学问，坚持独立思考、求真务实、开拓创新，提升研究质量，形成高水平的科研成果、优势学科、学术权威、领军人物和研发团队。”这次出版的“广东省优秀社会科学家文库”，就是广东打造“理论粤军”、建设学术强省的一项重要工程，是广东社科界领军人物代表性成果的集中展现。

这次入选“广东省优秀社会科学家文库”的作者，均为广东省首届优秀社会科学家。2011年3月，中共广东省委宣传部和广东省社会科学界联合会启动“广东省首届优秀社会科学家”

评选活动。经过严格的评审，于当年7月评选出广东省首届优秀社会科学家16人。他们分别是（以姓氏笔画为序）：李锦全（中山大学）、陈金龙（华南师范大学）、陈鸿宇（中共广东省委党校）、张磊（广东省社会科学院）、罗必良（华南农业大学）、饶芃子（暨南大学）、姜伯勤（中山大学）、桂诗春（广东外语外贸大学）、莫雷（华南师范大学）、夏书章（中山大学）、黄天骥（中山大学）、黄淑娉（中山大学）、梁桂全（广东省社会科学院）、蓝海林（华南理工大学）、詹伯慧（暨南大学）、蔡鸿生（中山大学）。这些优秀社会科学家，在评选当年最年长的已92岁、最年轻的只有48岁，可谓三代同堂、师生同榜。他们是我省哲学社会科学工作者的杰出代表，是体现广东文化软实力的学术标杆。为进一步宣传、推介我省优秀社会科学家，充分发挥他们的示范引领作用，推动我省哲学社会科学繁荣发展，根据省委宣传部打造“理论粤军”系列工程的工作安排，我们决定编选16位优秀社会科学家的自选集，这便是出版“广东省优秀社会科学家文库”的缘起。

本文库自选集编选的原则是：（1）尽量收集作者最具代表性的学术论文和调研报告，专著中的章节尽量少收。（2）书前有作者的“学术自传”或者“个人小传”，叙述学术经历，分享治学经验；书末附“作者主要著述目录”或者“作者主要著述索引”。（3）为尊重历史，所收文章原则上不做修改，尽量保持原貌。（4）每本自选集控制在30万字左右。我们希望，本文库能够让读者比较方便地进入这些岭南大家的思想世界，领略其学术精华，了解其治学方法，感受其思想魅力。

16位优秀社会科学家中，有的年事已高，有的身体欠佳，有的工作繁忙，但他们对编选工作都非常重视。大部分专家亲

自编选，亲自校对；有些即使不能亲自编选的，也对全书做最后的审订。他们认真严谨、精益求精的精神和学风，令人肃然起敬。

在编辑出版过程中，除了16位优秀社会科学家外，我们还得到中山大学、华南理工大学、暨南大学、华南师范大学、华南农业大学、广东外语外贸大学、广东省社会科学院、中共广东省委党校等有关单位的大力支持，在此一并致以衷心的感谢。

广东省优秀社会科学家每三年评选一次。“广东省优秀社会科学家文库”将按照“统一封面、统一版式、统一标准”的要求，陆续推出每一届优秀社会科学家的自选集，把这些珍贵的思想精华结集出版，使广东哲学社会科学学术之薪火燃烧得更旺、烛照得更远。我们希望，本文库的出版能为打造“理论粤军”、建设学术强省做出积极的贡献。

“广东省优秀社会科学家文库”编委会
2015年11月

学术自传

◎ 蓝海林

相对于其他社会科学来说，管理学是一个非常年轻和尚待完善的学科，为此，这个学科中的绝大多数人都满足于被人称为“管理学者”而不敢自称或者坦然接受“社会科学家”的称号。广东省政府能够领风气之先而在“广东省首届优秀社会科学家”的评选中给予我这样一份荣誉，在我看来主要是想表彰转型期广东管理学者在不同阶段上对广东社会发展的贡献，而我则机缘巧合地成为他们中的代表，仅此而已，并非谦虚。

选编出版一本能够反映自己学术成果的论文集，这是一件本不应该是由我而应该是由别人、不应该是现在而应该是很久的将来才做的事情。如果这件事情非得要由本人现在就去做，其有利之处就在于，这将会帮助更多的读者集中了解我的学术成果以及我对这些成果的看法；其不利之处就在于，稍有不慎，我很有可能沾上“自满”之嫌。采取什么样的“策略”选编此书才能够有效地将“不利”变为“有利”呢？这是我思考最多同时也是最想在“学术自传”中加以说明的问题。

自1991年以来，我一直从事中国企业战略管理的教学、咨询和研究工作，期间独立或者与他人合作的研究成果颇多。究竟将哪些论文编入本书，才能够经得起历史的考验，才能够体现我的学术成就，才能够反映我的学术影响呢？在此书的选编过程中，我采取了三个筛选原则。

(1) 无论是从客观要求还是从主观需要来看，越来越多的科学研究倡导团队合作，越来越多的学术成果是合作完成的。为了让编入此书的成果主要体现我本人的学术贡献，并且在知识产权上经得起历史的考验，本书在考虑是否收录某一篇文章的时候首先考虑独立性原则，即该论文首先应该是本人独立撰写和署名的论文。即使其中有两三篇文章是本人与博士研究生合作撰写和署名的论文，这些论文的撰写及其所反映的研究工作也必须是本人主导完成的。

(2) 中国管理学，尤其是企业战略管理理论，其发展的历史就是一

部引进、消化、应用和创新的历史。紧跟管理实践，及时发现需要，引进消化理论，在应用中再创新，是转型期中国对中国一代管理学者的客观要求。为了让本书所收录的论文能够体现转型期特定阶段上本人学术成果的创新性，本书在考虑是否收录某一篇论文的时候要考虑时效性原则，即优先考虑论文所发表的成果是否能够在引进、消化、应用和创新方面做到国内领先，而不是该论文在什么档次的期刊上发表。

(3) 一个学者的成就在很大程度上取决于自己的思想在多大范围和程度上影响了其他人，因此，本书在考虑是否收录某一篇论文的时候还需要坚持影响力原则。在中国管理学科发展的初期阶段，我在某期刊上发表论文可以同时影响管理的学术界和实践界。现在中国管理的学术界和实践界有了两种不同的期刊，分为学术性期刊和非学术性期刊。年轻的学者更看重学术期刊的档次，而我这种不需要提职称的学者则更关注对管理实践的影响，经常在一些非学术期刊上发点小论文。在选编此书的过程中，我均选择了发表于上述两类期刊上的论文，兼顾了相关成果在两个不同领域的影响力。

按照出版方的要求和本人提出的上述原则，本书一共收录了我在1994年至2014年期间发表的31篇论文。为了便于读者阅读本书，我将按照论文发表的时间和论文的内容对本书所收录的学术成果做一个简单的介绍。

第一，本书所收录的前13篇论文，发表于2001年以前。这些论文所反映的成果主要源于我在2001年以前的管理实践、战略咨询和定性研究，其主要作用就是通过引进、消化、推广和应用国外先进的管理理论和方法解决转型期某个特定阶段上中国企业战略实践中面临的战略问题。1991—1993年期间，我参加了黄海潮教授所主持的国家自然科学基金面上项目“中国外向型企业战略管理”，出版了《企业战略管理理论与技术》教材，因此成为最早将国外企业战略管理理论全面引入中国的学者之一。但是，当时的我更关注管理实践而不是理论研究，更关注解决企业的问题而不是知识创新，更想做的是企业咨询而不是实证研究。在1994—2000年间，我先后为广东省20多家大型国有、乡镇集体和民营企业提供了战略咨询服务，相关的成果获得了第二届高校人文社会科学优秀成果（咨询报告类）二等奖。

从1992年中期开始，中国经济出现了增长过快、投资过大和通货膨胀的问题，国家控制信贷、收缩银根和改造银行信贷体制导致中国一大批

大中型国有和集体企业陷入了资本结构恶化，甚至资不抵债的局面。基于对肇庆南方商业集团、广东太阳神集团等多家企业集团的研究和咨询，我在1994年以后发表的论文中陆续提出了一些在当时具有创新性的学术观点，包括提出过分强调放权搞活的发展思路是导致绝大多数国有和集体企业尤其是企业集团出现战略、管理和资产失控的重要原因；大中型企业集团应该建立和发挥规模优势而不是所谓“小而灵活”的优势，应该做强主业而不是高度多元化发展，应该采取集权而不是分权的管理模式；国有企业的产权改造和资产重组的主要目的应该是推动和支撑国有企业的战略和管理模式的调整。为了指导中国企业集团有效实施战略管理，我还率先引进和消化了国外关于公司级战略（即集团公司）管理的相关理论和方法，并且通过管理咨询和发表论文推动这些理论和方法在国内的应用。

与中国企业普遍存在的过早、过快、过度和盲目多元化问题相关，1994年以后中国多数竞争性行业陷入结构恶化和竞争同质化，“价格大战”频繁爆发。为了从根本上改变这种状况，我引进、消化、应用和推广了美国管理学者威廉·纽曼教授所提出的“世界级企业”的概念，推动了更多的中国企业将提升主业的国际竞争力作为自己的发展目标。为了有效地指导中国企业应对竞争同质化和“价格大战”，我在咨询广东华宝空调器厂和汕头联美化妆品有限公司的过程中，开始引进、消化、应用和推广国外尤其是美国华裔战略管理学者陈明哲教授关于动态竞争的相关研究成果。这个时期所发表的学术成果主要涉及如何应用动态竞争互动和多点竞争理论指导企业制定和实施竞争互动战略，如何通过“创造性破坏”摆脱和超越同质化竞争，如何通过重新定义行业和重新配置资源来改变原有的行业规则和建立新的竞争优势。

第二，本书所收录的中间两篇论文，发表于2002—2006年间。这些论文所反映的学术成果主要来源于我所从事的第一个国家自然科学基金面上项目和重点项目。从1997年开始，我的学术生涯经历了一次从实践导向向学术导向、从定性研究向定量研究、从个人研究向合作研究的艰苦转型，期间所取得的学术成果先后获得了教育部第四、第五届高等学校科学研究（人文社会科学）优秀成果二等奖和一等奖。

在推动中国企业，尤其是大型国有企业集团回归和做强主业的过程中，我越来越清楚地发现影响中国企业，尤其是国有企业集团行为的主要因素不在于企业内部而在于企业外部，不在于战略决策者的决策水平而在

于影响他们决策背后的制度因素。从1998年开始,我和自己所指导的研究生先后三次对中国企业多元化动因、选择与绩效的关系展开实证研究,首次揭示出中国企业多元化程度与企业绩效的关系越来越明显地表现出负相关关系,多数中国企业依然偏好高度多元化战略的原因主要不是出于经济效益的考虑而是受外部制度环境的影响。简单地说,中国企业在特定时期的多元化程度与这个特定时期中国经济体制改革的力度和市场化程度呈负相关关系。在此基础上,我提出了一个大胆的研究假设:中国国有企业集团本来就不是一个纯粹的经济组织,而是中国政府在经济转型过程中为了同时实现两个相互矛盾的目标——稳定和发展而做出的一种特殊的制度安排;对于国有企业集团战略行为的解释,不仅需要以市场为基础更需要以制度为基础,不仅需要经济学视角也同样需要政治学视角。这个假设在大规模问卷调查的基础上得到实证研究的支持。

第三,本书所收录的最后16篇论文,发表于2007—2014年间。这些论文所反映的学术成果主要源于这个时期我所从事的第二个国家自然科学基金重点项目和第一个教育部哲学社会科学重大课题攻关项目。在完成学术生涯的上一个阶段的重大转型之后,我在这个阶段的研究好像进入了一个所谓“否定之否定”的阶段。在我第一个重点项目结题验收的时候,当时的清华大学经济管理学院院长私下劝我以后少做点实证研究,多出思想。我不知道他当时的本意是批评我还是表扬我,但是他的建议肯定是“点化”了我。从那以后,我就开始侧重发挥自己在历史、哲学的学科基础和中国企业实践经验上的优势,希望在基于中国情境的企业战略管理研究上产生一些思想和方法,结果真的开始感受到从事社会科学研究的真谛。

(1) 基于对转型期中国企业集团性质与作用的实证研究,我对企业集团概念的原意、引进该概念的初衷和引进后该概念的演化进行了分析,提出不应该继续在现有的意义上使用这个概念。当前,中国所使用的企业集团概念已经背离了其原本的含义而变成了一个具有法人地位和母子公司结构的实体组织。这种概念的背离是中国经济转型特定历史阶段上的有益尝试和制度创新,曾经发挥过重要的历史作用;但在经济全球化条件下,继续使用这种背离的概念将严重制约中国企业集团回归主业和提升国际竞争力等战略行为。

(2) 如果计划还不如变化快,那么还需要战略和战略管理吗?经营环境动态化的趋势给企业战略管理学科的生存和发展造成了致命的威胁。

为了在理论上回应这种来自实践的严峻挑战，我对企业战略管理两大流派所产生的环境、主要的观点和各自的局限性进行了全面深入的回顾、比较和分析，提出理性主义主导的企业战略管理模式，即所谓“点线模式”（即静态模式）在相对动态的环境下应该为“河床模式”（即动态模式）所替代。在这种动态模式下，企业战略管理理性和非理性两大流派的观点实现了对立统一，企业战略包含了事前与事中、主动与被动、理性和非理性等多种决策，企业战略管理追求的是承诺坚定、决策科学、行动迅速和创新的有机结合。

(3) 基于对中国世界级企业的案例研究，我发现有效实施横向整合战略有利于中国企业发挥中国的国家特定优势，尤其是国内市场优势，通过“先做中国第一、再做世界第一”的路径发展成为世界级企业；制约多数中国企业提升国际竞争力和发展世界级企业的最大的国家劣势就是国内市场分割及其相关的制度设计与安排。在此基础上，我率先提出将国内市场分割作为新形势下影响中国企业战略行为的重要情境特征，并且和自己所领导的研究团队一起对国内市场分割、中国横向整合企业的战略选择（包括区域选择、进入方式、整合方式和管理模式等）和企业绩效进行情境嵌入式的实证研究。研究结果不仅证实了我所提出的理论假设，而且揭示出少数杰出企业应对市场分割的策略手段。在此基础上，我最近进一步提出有效开拓和整合中国国内市场需要借鉴国际化的战略思维，后续的实证研究正在展开。

(4) 根据对经济全球化和国内市场分割影响下中国企业战略选择的深入观察和案例研究，我将当前中国企业的战略选择划分为“坐地虎”“徘徊者”“先锋”和“玩家”四种类型。如果中国继续推进新一轮的经济体制改革，那么更多的企业将选择“先锋”战略；反之，则更多的企业会选择“坐地虎”战略。为了进一步解释转型期中国企业战略行为上的差异（包括中西方企业、不同特征的中国企业以及具有相同特征企业之间的战略行为差异），我还进一步提出了一个关于中国企业战略行为的解释性模型，希望中国企业战略管理研究的同人们能够在这个模型下展开更深入的情境嵌入式研究。

(5) 在对中国国内市场分割、横向整合企业战略选择和绩效的研究中，我逐步明白了这样一个道理：在中国从事企业战略管理研究和研究中国企业战略管理有可能是两种不同的研究，这也许就是今天中国企业战略管理学界和中国企业战略管理实践界存在“各说各话”现象的原因。我

和我的研究团队以国内市场分割性为突破口率先在国内开展了中国情境理论化的基础研究工作，从而将对中国情境的一般性研究（经济转型国家、新兴市场经济等）进一步具体化（例如国内市场分割）。同时，我们还根据中国经济转型（包括对外开放和经济体制改革）的特点及其对中国企业战略行为的影响，对研究中国企业战略管理应该采取的研究视角和方法提出了方法论上的建议。

从1991年美国留学归来至今，我在中国企业战略管理学科中应该算是一个“老学者”了。20多年来，我一直紧跟企业战略管理实践，直面企业战略管理的重大问题，总想为中国企业提高企业战略管理的有效性和效率做点事。从这个意义上说，本书的读者如果是同道中的晚辈，那么，有可能借其中的个案从侧面了解中国企业战略管理学科发展史；本书的读者如果是企业战略管理的实践者，那么，有可能借此避免一些战略失误或者理解自己的战略失误，因为历史的发展总是惊人的相似。

我在社会科学领域无论如何也只能算是一个“年轻”的学者。展望未来，在中国企业战略管理研究方兴未艾之际，了解“中国情境”和“中国企业”将成为越来越重要、稀缺、不可替代和难以复制的竞争优势。凭借本人的经历和多年对中国企业的了解，我想我未来的主要研究工作将是多看企业、多出思想，为青年学者做更有意义的实证研究提供帮助。在这个方面，曾任美国管理学会主席的威廉·纽曼教授一直是我仰慕和学习的楷模。1994年，80多岁的纽曼教授在中国承德举办了一个“动态一体化战略研讨班”。他晚上写提纲，白天做讲座，一种新的理论框架就如此简单地诞生了。对他来说，这是厚积薄发；在我看来，这是他信手拈来。当时他曾悄悄地告诉做翻译的我，这个理论的核心概念源自于他对中国人两种文化特质的发现，一是容易产生信任，二是善于自我调节和主动整合。中国企业战略管理学科的发展固然需要高水平的实证研究，但是更需要借鉴中国情境的思想，特别是那些简单、朴素和有生命力的思想。为此，我辈仍需努力。

目录

学术自传 / 1

发挥大规模的优势是搞好大中型企业的有效战略 / 1

地方国有商业企业集团的出路：调整、改造、重组 / 10

企业集团的多元化发展战略 / 17

制定企业集团战略的新思考 / 25

竞争性行业大型国有企业的改革向何处去 / 35

走进核心竞争力 / 47

中国需要“世界级企业” / 52

进攻与反击：从彩电“价格战”看动态竞争 / 57

多点竞争战略 / 64

动态竞争条件下的战略思维模式 / 73

成功企业在技术创新上的两难选择 / 79

重新定义行业与建立竞争优势 / 86

我国工业企业多元化程度与绩效研究 / 101

降低竞争强度的多点竞争协作战略 / 111

经济转型期国有集团公司行为的政治学解读 / 118

中国企业集团概念的演化：背离与回归 / 128

企业战略管理：“静态模式”与“动态模式” / 138

案例分析：毕马威公司 20 世纪 90 年代的战略转变 / 148

建立“世界级企业”：优势、路径与战略选择 / 155

中国企业战略管理行为的情景嵌入式研究 / 164

基于整合视角的中国企业国际竞争力 / 174

- 中国经济改革的下一个目标：做强企业与统一市场 / 181
- 经济全球化与市场分割性双重条件下中国企业战略选择研究 / 187
- 中国企业的动态竞争与整合战略 / 202
- 转型升级：来自企业家的推动 / 211
- 企业根基之道 / 219
- 情境理论化：基于中国企业战略管理实践的探讨 / 229
- 动态竞争：竞争动态化的战略新思维 / 238
- 中国横向整合企业竞争策略组合与组织协调性：转型期制度情境的调节作用 / 246
- 中国企业战略行为的解释：一个整合情境—企业特征的概念框架 / 263
- 用国际化战略思维开拓国内市场 / 274
- 参考文献 / 282
- 附录 蓝海林主要著述目录 / 291

发挥大规模的优势是搞好大中型企业的 有效战略

近年来，我国经济的迅速发展集中表现在已经出现了一些颇具规模、效益和知名度的大中型企业。这些企业一般都是国营或集体所有制的企业。但是，这些企业目前所面临的处境可以说是越来越严峻了。目前，国外的大企业已经进入并开始垄断了中国轻工、家电、食品饮料、服装等各行各业的高档产品市场。这些国外企业通过全球化，利用廉价资源，生产和推销高档、知名、标准化的所谓“全球化产品”，获取了大量利润。所幸的是，这些国外企业受中国关税政策的限制，只能采取高质高价的办法在中国销售，而我国的大中型企业则靠中质中价来生存发展。但是，如果中国加入关贸总协定，国外大企业就可以采用高质中价甚至低价的办法大规模开拓中国市场，到那个时候，我国现有的大中型企业也不得不随之变化，否则就失去了其生存的位置。从另一方面来说，日益壮大的私人企业依靠其政策和管理上的优势已经基本完成其资本积累的阶段（尤其在沿海开放地区），开始向这些国营和集体的大中型企业进行挑战。今天，私营企业与国营、集体企业的市场竞争已经从游击战转入了阵地战。在新的形势下，这些国营和集体企业怎么办呢？对这个问题的回答，一直是当前国家经济体制改革和许多大中型企业进行战略思考的重点。从1993年底以来，国家在经济、财税、金融政策方面所做的一系列调整和对国营、集体企业进行的机制转换工作是从宏观和微观搞活这些企业的重要措施。但是，这些措施只能在宏观政策和所有制上缩小这些企业与国外及私营企业的差距，而这些企业能否生存和发展正是取决于市场竞争以及取决于它们能否在产品、规模和管理上战胜竞争对手。在这方面，我国大中型企业的高层管理者能做些什么呢？本文希望就此提出自己的一些见解。