

上海财经大学《211工程》二期资助项目

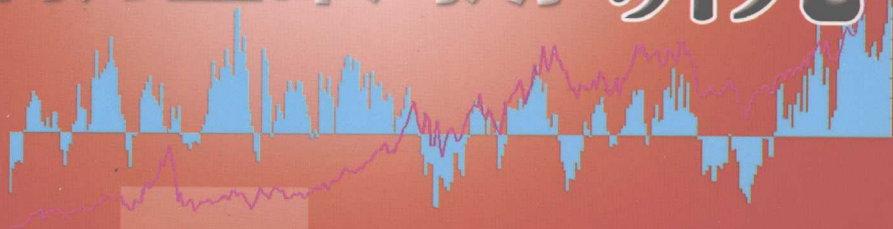
◎ 路万忠 鲍康虎 等 编著

SHANGSHIGONGSI

上市公司

YINGLILISHENGMINGZHOUQIYANJIU

盈利力生命周期研究



6



中国农业大学出版社

ZHONGGUONONGYEDAXUE CHUBANSHE

上海财经大学“211 工程”二期资助项目

上市公司盈利力 生命周期研究

路万忠 鲍康虎 等 编著

中国农业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

上市公司盈利力生命周期研究/路万忠,鲍康虎等编著. —北京:中国农业大学出版社,2008.8

ISBN 978-7-81117-417-5

I. 上… II. ①路…②鲍… III. 上市公司-企业利润-研究 IV. F276.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 202242 号

书 名 上市公司盈利力生命周期研究

作 者 路万忠 鲍康虎等 编著

策划编辑 魏秀云

责任编辑 孟 梅

封面设计 郑 川

责任校对 陈 莹 王晓凤

出版发行 中国农业大学出版社

社 址 北京市海淀区圆明园西路 2 号

邮政编码 100094

电 话 发行部 010-62731190,2620

读者服务部 010-62732336

编辑部 010-62732617,2618

出 版 部 010-62733440

网 址 <http://www.cau.edu.cn/caup>

e-mail cbsszs @ cau.edu.cn

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

版 次 2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷

规 格 787×980 16 开本 13 印张 238 千字

定 价 22.00 元

图书如有质量问题本社发行部负责调换

谨以此书献给恩师董逢谷教授，
以庆祝恩师 60 寿诞

前 言

本书完稿之时正值恩师董逢谷教授 60 寿诞。本书倾注了恩师大量的心血,是在恩师精心指导下完成的,特以此书献给恩师以增添恩师寿辰之喜庆并借以表达学生无尽的感激之情。

关于上市公司盈利力的研究较为普遍,同样关于产品生命周期的研究也很多,但是关于这两个命题的结合与延伸研究,即以上市公司盈致力生命周期为对象的专门研究却相当罕见。然而,在沪深股市上市公司的现实表现中,公司上市后第 1 年盈利、第 2 年持平、第 3 年亏损的现象时有发生,因此有必要通过对多年来上市公司年报财务数据的挖掘,发现上市公司盈致力生命周期规律,以期采取相应对策,使公司的盈致力能持续发展,例如通过产品升级、经营方向调整、资本经营等。因此,研究上市公司盈致力生命周期同时具有实际意义和理论意义。

由于关于企业生命周期的研究国内外在理论模型研究方面已经有较为成熟的成果,关于这方面的专著也比较多,再构建理论模型很难有新的理论突破,如何在前人的基础上有所创新,关注如何使已有的生命周期理论变得可以操作,可以运用到管理实践中去,做一些前人还没有做的事情,成为本书考虑的重点。首先要另辟蹊径。本书将以实证研究为主,突破过去多为定性研究的局限,为企业生命周期的各个阶段找到量化界限,赋予企业生命周期理论如爱迪思理论定量分析研判的新活力。其次,在实证研究方面也要选好切入点。本书企业范围更具体,分别以在沪深证券交易所上市的房地产行业上市公司、在深圳证券交易所上市的中小企业板上市公司和在沪深证券交易所上市的钢铁行业上市公司为样本,从企业盈致力、生命周期进阶和重组兼并行为等三个角度,运用统计学的数据分析技术,针对爱迪思衡量企业生命周期的指针中的各个阶段,进行量化分析。本书结合实证分析与规范分析,运用统计描述、非参数检验、相关分析、回归分析、聚类分析、主成分分析、因子分析等分析工具来判断企业生命周期成长阶段。

本书是上海财经大学“211 工程”二期资助课题《上市公司盈致力生命周期研究》的研究成果。

本书共分四章:

第一章是总论,主要阐述了上市公司盈致力生命周期研究的意义与解析、相关

文献综述及企业生命周期理论的评价及定性认识 3 个方面。第一个方面具体涉及切入点及意义、课题研究目标及其相互间的关系、课题研究的数据条件、研究的背景等问题;第二个方面具体涉及国内外关于本课题类似的研究状况介绍等问题;第三个方面具体涉及企业生命周期理论的贡献、不足及今后研究趋势等问题。

第二章选取中小企业板为切入点,进行上市公司盈利力生命周期研究。这些企业处于生命周期的成长期阶段。通过分析中小企业的生存发展,可以给中小企业生命周期各阶段一个较为准确的定位。通过中小企业盈利能力影响因素的分析,认识企业盈利能力发展的规律。通过分析企业盈利能力与销售能力的关系,发现成长期企业转向盛年期的关键点。

第三章是分行业上市公司盈利力周期研究。主要涉及识别企业生命周期各阶段的指标体系的建立、上市公司盈利力周期指标体系、模型的设计、房地产行业的实证分析、房地产行业上市公司盈利力周期分析与结论等内容。本章成功地研判了企业所处的周期阶段。

第四章着重考察如何使企业生命周期得以延长的方法问题。具体考察了兼并重组与企业生命周期的问题。具体包括资产重组简介、资产重组对于企业生命周期的意义、衰退期企业盈利特征分析、钢铁行业实证分析、衰退期企业兼并重组前后续效分析、衰退期钢铁企业资产重组后续效不理想原因分析及部分成功案例原因分析等内容。

本书由董逢谷教授亲自指导,集体构思写作大纲,由路万忠、鲍康虎、吴琛越、郭研、丁小燕各自完成了相应的初稿写作,全书由路万忠、鲍康虎修改与统稿。

编著者

2007 年 10 月 9 日

目 录

第一章 总论	1
第一节 上市公司盈利力生命周期研究的意义	1
一、上市公司盈利力生命周期研究的切入点及意义	1
二、本课题研究目标及其相互间的关系	2
三、本课题研究的数据条件	2
四、上市公司盈利力生命周期研究的背景	2
第二节 上市公司盈利力生命周期研究相关文献综述	3
一、国外生命周期研究现状	3
二、国内生命周期研究现状	8
三、国外关于企业盈利力的研究状况	10
四、国内关于企业盈利力的研究状况	13
第三节 企业生命周期理论的评价及定性认识	16
一、企业生命周期理论的评价	16
二、生命周期各阶段的定性认识	17
第二章 中小企业板上市公司盈利力生命周期研究	19
第一节 中小企业板上市公司盈利力生命周期基本理论综述	19
一、中小企业的界定	19
二、中小企业生命周期内涵及模型	22
三、盈利能力与企业生命周期	27
四、中小企业板及中小企业板上市企业的生命周期定位	28
第二节 我国中小企业发展现状和发展遇到的主要困境	31
一、我国中小企业发展现状	31
二、我国中小企业特点	31
三、中小企业延续生命周期过程中存在的突出问题	32
第三节 中小企业盈利力影响因素实证分析	37
一、研究思路	37
二、盈利能力影响因素的实证检验	38
三、中小企业盈利能力影响因素实证分析的经济意义	54
第四节 盈利能力与销售能力的实证分析	59

一、盈利能力与销售能力呈不相关关系	59
二、销售能力影响因素的实证分析	61
三、寻找处于成长期跨入盛年期转折点的企业	63
第五节 中小企业生命周期健康延续的对策研究建议	67
一、完善公司治理结构	67
二、积极拓展企业融资渠道	68
三、经营者与中小企业的成长互动	69
四、提高企业核心竞争力	71
第六节 中小企业成功案例：奇瑞——自主创新的旗帜	75
一、奇瑞从创建以来一直秉承自主自强、创新创业的企业精神	76
二、奇瑞公司自主开发成功有强大的自身实力作支撑	76
三、奇瑞闯出了一条中国人自主研发并掌握核心技术、具有中国人自己的 独立品牌的发展模式	77
四、奇瑞制定了自己的自主创新的新策略	77
第二章附录 I：本章实证研究所引用数据	78
第二章附录 II：万得资讯(Wind 资讯)简介	84
第三章 分行业上市公司盈利力周期研究	85
第一节 识别企业生命周期各阶段的指标体系的建立	85
一、企业财务状况	85
二、人力资本	86
三、市场竞争能力	88
四、技术创新能力	89
五、公司治理结构	89
第二节 上市公司盈利力周期指标体系	91
一、主营业务收入	92
二、净利润	92
三、每股现金流量	93
四、每股收益	93
五、每股销售额	93
六、净资产收益率	94
七、每股净资产	94
八、销售毛利率	94

九、主营业务利润率·····	95
第三节 模型的设计·····	95
一、企业评价方法及权重确定方法综述·····	96
二、模型的设计·····	99
第四节 房地产行业的实证分析·····	103
一、房地产行业的背景介绍·····	103
二、样本的选取及数据来源·····	104
三、沪深股市房地产行业上市公司实证分析·····	105
第五节 房地产行业上市公司盈利力周期分析与结论·····	120
第六节 本章研究的局限性·····	125
第三章附录 I：本章实证研究所引用数据·····	126
第四章 企业生命周期与资产重组·····	144
第一节 资产重组简介·····	144
一、资产重组的定义·····	144
二、资产重组的分类·····	145
三、资产重组的动机·····	146
第二节 资产重组对于企业生命周期的意义·····	149
第三节 衰退期企业盈利特征分析·····	151
一、净资产收益率·····	151
二、资产报酬率·····	151
三、每股收益·····	152
四、主营业务利润率·····	152
五、净利润·····	152
六、每股经营性现金流量·····	152
七、主营收入现金含量·····	153
八、现金营运指数·····	153
第四节 钢铁行业实证分析·····	153
一、样本选择以及数据来源·····	153
二、钢铁行业资产重组的现状·····	154
三、钢铁行业所处阶段分析·····	154
四、衰退期企业的判定·····	157
第五节 衰退期企业兼并重组前绩效分析·····	180

第六节 衰退期钢铁企业资产重组后绩效不理想原因分析及部分 成功案例原因分析.....	182
一、重组后效率不高的原因分析	182
二、资产重组成功的案例分析——大冶特钢	184
第四章附录 I：本章实证研究所引用数据	187
参考文献.....	195

第一章 总 论

第一节 上市公司盈利力生命周期研究的意义

一、上市公司盈利力生命周期研究的切入点及意义

关于上市公司盈利力的研究较为普遍,同样关于产品生命周期的研究也很多,但是关于这两个命题的结合与延伸研究,即以上市公司生命周期为对象的定量研究却相当罕见。然而,在沪深股市上市公司的现实表现中,上市后第1年盈利、第2年持平、第3年亏损的现象时有发生,因此有必要通过对多年来上市公司年报财务数据的挖掘,发现上市公司生命周期规律,以期采取相应对策,使公司的生命周期能持续发展。因此,定量研究上市公司生命周期同时具有实际意义和理论意义。

研究中既注重企业生命周期的某一发展阶段如成长期的各种特征的研究,而这时研究的最好样本就是上市公司中最有代表性的中小企业板块;又有对整个生命周期的各个阶段的剖析,而这时按行业选择样本无疑具有可操作性,我们选择房地产行业作为样本展开这方面的研究;同时我们还注重研究企业生命周期得以延续的经营方法论科学,我们以兼并重组为重点展开研究。

中小企业板块上市公司类企业处于生命周期的成长期阶段,我们的研究对于丰富中小企业盈利力生命周期理论具有探索性意义,将生命周期的分析与中小企业盈利能力及其生存发展有机结合,可以丰富成长期企业生命周期的内容。通过分析中小企业的生存发展,可以给中小企业生命周期各阶段一个较为准确的定位,从而更好地防范和化解企业经营风险,使企业获得更大的收益。通过中小企业盈利能力影响因素的分析,可以科学认识企业盈利能力发展的规律,总结经验吸取教训,实施以长期生存发展为目标的对策。通过分析企业盈利能力与销售能力的关系,结合企业生命周期理论,指出成长期企业转向盛年期的关键点。这些对于我国中小企业长期稳定发展都具有重要的探索性意义。同时对于其他各阶段的研究具有示范意义。

本书选择能够反映国民经济发展的朝阳行业——房地产行业,应用主成分分析和层次分析法相结合的方法建立模型,对其 2004—2006 年的数据进行实证分析,并对 3 年的结果进行研究与总结,得出了一系列重要结论,丰富了房地产行业上市公司盈利力生命周期理论和实践,同时对于其他行业具有示范意义。

本书对企业生命周期的方法论也展开了实证研究,对我国上市公司通过兼并重组获得新生使其生命周期得以延续的实践进行实证研究,得出一些重要结论,对于指导我国企业延长生命周期具有重要意义。

二、本课题研究目标及其相互间的关系

本课题研究上市公司盈利力现象和企业生命周期现象。前者是后者重要条件之一,但不是全部。一个企业要延续其生命周期,保持旺盛的盈利能力是必要的,但不是充分的,有时甚至是片面的、负面的,这在我们的研究结论中也有反映(有时出现负的系数)。可见,旺盛的盈利能力不是唯一条件,是不够的。

但是,保持旺盛的盈利能力是一个企业延续其生命周期必备的重要条件之一,我们在研究中也必须给予一定的重视,占有较多的篇幅,研究了盈利力自身的周期性问题。同时考虑到企业生命周期问题实际上是一个可持续发展问题,是一个综合性的复杂的问题。企业在充分考虑盈利能力的同时必须结合国家的长远发展目标,适时地转换发展模式,充分考虑社会效益、环境效益、减少污染排放等要求,真正成为国家转换经济增长方式、创造绿色 GDP 的排头兵。

三、本课题研究的数据条件

据中国证券报信息数据中心统计,截至 8 月 29 日中报披露落幕之际,共有 1 377 家公司公布了 2007 年中报。它们遍布于各个行业和除香港、澳门和台湾地区以外的全国所有省份。自沪深股市开市以来,每年所公布的上市公司年度与中期财务报表积累了大量财务数据,在这些数据中隐含着大量的行业、地区、规模、效益的成长与差异信息,因此对这一巨量信息资源,运用统计方法和计算机技术进行深层次开发——财务报表挖掘具有实际意义。

四、上市公司盈利力生命周期研究的背景

企业生命周期是指企业从诞生到死亡的整个过程。世界上不乏经营年限超常

的百年老店,如瑞士的劳力士公司和美国的杜邦公司年龄超过 200 岁,但是更多的企业的生命周期是很短的。调查表明,1970 年名列美国《财富》杂志前 500 强的大企业,其生命周期只有 40~50 年,到 1983 年它们有 1/3 已经消失。根据研究,中国(不包括港、澳、台地区)的企业寿命更短,大集团公司平均寿命在 7~8 年,一般的中小企业只有 3~4 年。因此从总体上说,世界上企业的平均生命周期都不长,企业组织整体上呈现出高死亡、短寿命的态势。

企业生命周期的观点指出,企业和人一样,也有自己的婴儿期和成熟期,也有所谓的生老病死。但是,企业的生老病死又不完全和人一样。企业是一种组织,它的生老病死不受时间的控制,不是到了一定的年龄就一定要衰老。相对人来说,企业的生老病死有一定的自主性。生命周期可划分为如下 5 个阶段:孕育期、婴儿期、青春期、盛年期、衰退期。并且每一阶段都有不同的表现和特点。因此,企业在发展过程中,有必要研究整个生命周期的发展战略,要密切关注自身生命周期所处阶段,要根据每个阶段的要求进行相应的战略调整。预见下一个周期的到来并及时调整策略。其中既包括对企业的内部生产要素的有效整合,保持企业战略的连贯性,又包括对外部环境变化的预见性和适应性。只有这样才能保证企业长期健康稳定地发展。

企业虽有自己特有的生命周期,但企业一旦失去了持续盈利的能力,企业根本就无法维持生命,这表现出来的已不再是一个英年早逝的问题,而是一个幼年夭折的问题。可以这样讲:公司的盈利能力就是维持企业实现可持续发展的重要支持力量之一。

第二节 上市公司盈利力生命周期研究相关文献综述

一、国外生命周期研究现状

国外关于企业生命周期的研究始于 20 世纪 50 年代,繁荣于 70—80 年代,90 年代末出现了新的高潮,迄今为止,已有 20 余种生命周期模型问世。企业生命周期理论把企业成长发展看作一种由若干阶段组成的过程,研究该过程中各个阶段的特征与问题。企业生命周期理论的渊源有两个:即系统理论和权变理论。企业生命周期理论首先把企业看成是一个系统,其兴衰不是单一因素造成的,而是系统内外各种因素共同作用的结果。同时,企业系统在不同时期有不同的特征和问题,

需要权变地选择解决问题的方法与战略(Greiner,1972)。所有模型的共同之处在于:企业的生命周期遵循大致相同的规律,不同生命周期阶段有不同的特征和问题,这也正是企业生命周期理论的核心思想。

(一)百花齐放的生命周期模型

生命周期模型虽然众多,但它们都在试图解决以下3个问题:什么是生命周期阶段;企业成长发展有多少阶段;每个阶段的特征是什么。

1. 什么是生命周期阶段

关于生命周期阶段定义,尽管有很多生命周期模型问世,但对生命周期阶段的定义却极少。在描述模型的过程中,有些学者明确使用“生命周期阶段”,有的使用“成长阶段”或“发展阶段”。没人对这些术语进行区别,一些学者还交替使用。

表1.1中比较了各学者所使用的术语以及划分生命周期阶段的依据。基于对这些文献的考察,笔者认为企业生命周期构建维度是多方面的。在每一个模型中,作者用多种术语描绘生命周期阶段。尽管在模型之间有很大差异,但都包括了与企业一般情况和组织结构有关的因素。一般情况包括企业的年龄、规模、成长率、

表 1.1 生命周期模型比较

作者	所用术语	阶段数	阶段划分的依据
Smith, Mitchell, Summer, 1985	生命周期阶段	3	企业规模
Downs, 1967, Lippitt, 1967	发展阶段	3	组织结构复杂程度
Scott, 1971	成长阶段	3	组织结构复杂程度
Steinmetz, 1969	成长阶段	4	所有者对企业的控制方式
Quinn, Cameron, 1983	生命周期阶段	4	管理风格, 组织结构
	发展阶段		
Kazanjan, 1988	成长阶段	4	产品或技术的生命周期
Timmons, 1990	成长阶段	4	销售收入, 企业年龄
Greiner, 1972	成长阶段	5	管理风格
McGuire, 1963	成长阶段	5	经济增长阶段模型
Galbraith, 1982	生命周期阶段	5	针对高技术企业
Churchill, Lewis, 1983	发展阶段	5	管理风格、组织结构、运营系统、战略、业主与企业
Rowe et. al, 1994	生命周期阶段	5	组织规模、管理风格
Flamholtz, 1986, 1990	成长阶段	7	企业规模(以销售额计)
Adizes, 1989	生命周期阶段	10	实现企业目标(P)、行政(A)、创新精神(E)、整合(I)

资料来源:凤进,韦小柯,《西方企业生命周期模型比较》,商业研究,2002年第7期第180页整理。

核心任务和面临的挑战,组织结构因素包括结构形式、规范化、集权化和层级数目,这些因素把各模型区分开来。个别学者提到了这些因素之间的关系,例如,米勒称“这些因素是互相补充的”(Miller and Friesen,1984);吉尔布雷斯说“这些因素是互相关联的”(Galbraith,1982)。

2. 企业生命周期的阶段

关于企业生命周期阶段的划分,不同的学者对生命周期的阶段数目划分也不一样。有些作者把生命周期确定为三阶段,如当斯(Downs,1967)、李皮特(Lippitt,1967)、斯科特(Scott,1971)、史密斯(Smith, Mitchell and Summer,1985);有些确定为四阶段,如卡赞简(Kazanjian,1988)、奎因(Quinn and Cameron,1983);五阶段模型有吉尔布雷斯(Galbraith,1982)、格雷纳(Greiner,1972)、米勒(Miller and Friesen,1984)等;还有更多的阶段,如弗莱姆兹(Flamholtz,1986)七阶段模型、爱迪思(Adizes,1989)十阶段模型。不同的作者强调生命周期模型各阶段不同的特征。不论阶段数目如何,这些阶段有如下共性:①连续性。②逐级进行,不容易逆转。③涉及组织活动、结构等广泛内容。尽管阶段数目多样,对阶段内容的比较表明,企业成长有相当一致的模式。所有模型都有一到两个阶段可归入出生或启动期、扩张期和成熟期。除了爱迪思、史密斯、卡赞简3个模型以外,绝大多数模型没有衰退阶段。原因大致如下:①衰退对组织结构和系统的影响不像成长的变革那样容易预测。②企业的衰退实际上可以从企业生命周期的任何阶段开始。

3. 每个阶段的特征

关于每个阶段的特征,总的来讲,企业生命周期模型假定组织经历孕育、成长、成熟、衰退或再发展等阶段。

在孕育和早期成长阶段,企业产品单一(Scott,1971),创业者承担管理企业所有事务的责任(Adizes,1989)。企业通常通过技术进步、创新或企业家精神而初具形态并获得市场利基(Greiner,1972)。本阶段主要的关心是获得安全的财务资源以确保生存(Adizes,1979),其实现方式是加班加点工作(Greiner,1972)、非正式沟通、简洁的组织结构(Greiner,1972)、集权和个性化领导风格(Scott,1971)。

成长阶段出现了快速扩张,企业能生产多种产品(Scott,1971)。企业规模的扩大和运作的复杂性对计划的要求不断提高(Downs,1967),越来越强调建立规章制度和维持组织结构的稳定性(Katz,1978),为确保企业生存,创业者必须对下级授权(Thain,1969),组织结构开始规范化、专业化和职能化(Scott,1971)。

当企业成熟时,规章制度会使组织结构僵化,妨碍企业应变能力(Lippitt,1967),制度化提高了企业早期发展阶段的稳定性。然而又降低了企业创新能力和灵活性,以及对未来动荡环境的适应性,这会导致企业以后的衰落(Peters,1982)。

为提高灵活性,可行的战略是:采用矩阵结构、健全信息系统、开发多种产品线、分权与多元化(Scott,1971)。

企业早期的成功会导致快速成长和扩张,这会使企业自大、不灵活、短视和文化僵化,从而进入衰退阶段(Iorange,1987)。企业内气氛的特征是盲目乐观、缺乏沟通、战略保守、群体思维和互不信任(Adizes,1989)。组织结构的僵化、对变革的抵制使企业不可能感知重要的环境变化,组织结构、决策过程、信息管理程序会越来越不符合组织的需要。

衰退阶段之后,企业要么死亡,要么进入复苏和再发展阶段。如果企业能采取激烈的措施扭转局势,它将能继续生存下来。然而在许多案例中,企业战略方向的陡然转变是不可能的,除非高层管理者易位。对企业来说这常常是必要的,因为这可能带来新观念(Nystroorn,1984)。如果企业不采取变革措施,只会进一步衰落,倒闭和破产是不可避免的。

(二)两种典型的国外企业生命周期理论

1. 格雷纳的“企业成长模型”

该模型认为企业的发展可以分为5个阶段(图1.1),分别为创业阶段(creativity)、指导阶段(direction)、分权阶段(delegation)、协调阶段(coordination)和合作阶段(collaboration)。这5个阶段具有不同的特征和管理重点,当然也会存在着不同的危机。第一阶段即创业阶段会出现领导危机,领导危机使企业发展举步维艰,抑或开始消退;第二阶段,为克服领导危机,企业需要强有力的领导人,但

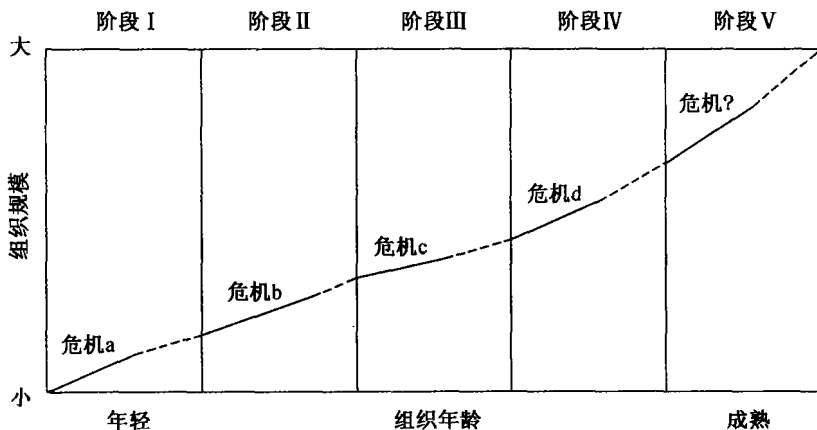


图 1.1 格雷纳企业成长模型

随着组织的进一步成长,会出现自治危机;第三阶段,要解决自治危机,就必须学会授权,以及赋予企业内更多人以更大的职责,但会出现控制危机;第四阶段,需要充分发挥前两个阶段的优点,做好协调工作以克服控制危机,但各种极具约束力的规章制度往往会使商机丧失,墨守成规也会窒息发展和创造精神,从而出现官僚危机而结束该发展阶段;第五阶段,为了避免官僚主义需要在企业内营造一种合作氛围,提倡团队精神,该阶段需要强调管理培训和人才开发。格雷纳认为,如果渡过这5个阶段,中小企业就可以成长为大企业了。

2. 美国管理学家伊查克·爱迪思(Ichark Adizes)的企业生命周期模型

爱迪思对企业生命周期进行了系统研究。他在20世纪80年代出版的一本名著《企业生命周期》中从5个阶段对企业生命周期进行了划分:产生、成长、成熟、衰退和死亡,并更进一步地把企业生命周期细化为10个时期:孕育期、婴儿期、学步期、青春期、盛年期、稳定期、贵族期、官僚化早期、官僚期和死亡期(图1.2)。Ichark Adizes的企业生命周期论主要从企业生命周期的各个阶段分析了企业成长与老化的本质及特征,提出了预测、分析及诊断企业文化的工具,较适于企业诊断的运用。

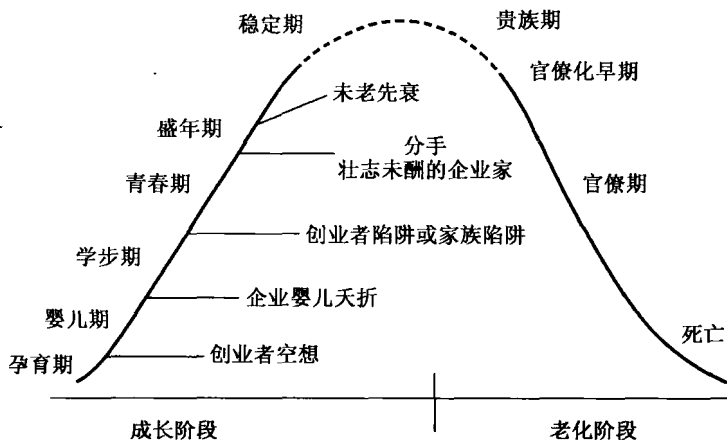


图 1.2 爱迪思企业生命周期曲线

这个模型是伊查克·爱迪思管理理论的基础,它形象地描述了企业整个生命周期的形态变化,是企业生命周期理论的奠基石。许多关于企业生命周期的思想和模型都将此作为衍生母体而进一步发展和改进,力求承袭其思想精髓而略做形式上更为准确扼要的变化。