


饶志明 著

XIE TONG YAN HUA DE QI YE

ZHAN LUE GUAN

协同演化的企业 战略观

 吉林大学出版社

福建省高校人文社会科学研究基地
(华侨大学数量经济研究中心)
福建省高校服务海西建设重点项目 资助

协同演化的企业战略观

A Co-evolutionary View of Corporate Strategy

吉林大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

协同演化的企业战略观/ 饶志明著. —长春: 吉林大学出版社, 2009. 12

ISBN 978 - 7 - 5601 - 5247 - 9

I. ①协… II. ①饶… III. ①企业管理—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 240757 号

书 名: 协同演化的企业战略观

作 者: 饶志明 著

责任编辑、责任校对: 孟亚黎 樊俊恒

吉林大学出版社出版、发行

开本: 787 × 1092 毫米 1/16

印张: 15 字数: 250 千字

ISBN 978 - 7 - 5601 - 5247 - 9

封面设计: 刘 瑜

长春市泽成印刷厂 印刷

2009 年 12 月 第 1 版

2009 年 12 月 第 1 次印刷

定价: 30.00 元

版权所有 翻印必究

社 址: 长春市明德路 421 号 邮编: 130021

发行部电话: 0431 - 88499826

网 址: <http://www.jlup.com.cn>

E-mail: jlup@mail.jlu.edu.cn

摘 要

通过企业战略理论、企业制度和演化理论的评述,提出企业异质性的协同演化命题,并通过对企业战略发展和竞争演化现实的观察和思考,将企业异质性的协同演化命题具体化为协同演化的企业战略观。为了论证这种战略观,首先构造了适合于对企业战略进行协同演化分析的企业战略系统,包括企业的内部组织系统和外部生态系统,阐述战略系统各个层次之间和组成部分之间的协同演化关系,然后在此基础上进一步论述企业战略知识变异与生成、内部和外部选择中的协同演化机制,论证企业个体适应性演化和群体适应性博弈的协同演化特征,进而将协同演化分析方法和理论框架应用于企业战略管理分析,以说明协同演化战略观的应用逻辑和管理思路,最后通过对现实中企业的演化模式和战略模式的分类、比较、归纳和案例分析,论证协同演化战略观的特征事实和现实依据。

理论和方法的创新、特色及应用价值主要表现在:(1)通过协同演化分析逻辑和框架,整合了原来相互分离的企业制度、战略和演化理论,形成了包含企业的战略、制度和演化问题的企业理论分析框架,对企业这个关键的微观主体的内部结构、机制和关系进行了较为系统的分析和研究,对企业外部环境也通过系统分类和构造,形成协同演化企业战略生态网络系统,从而使企业战略演化分析能够将个体演化与群体(个体群)演化联结起来。(2)运用层次分析法(AHP)对企业战略管理过程进行数据模拟和例证分析,使战略管理过程具备前后一致性的知识增长特性和协同演化思维。(3)对演化模型和演化博弈模型进行改进,构造协同演化解释性模型,提出基于协同演化的成本-收益分析构想,以重新解释演化稳定性条件,从而能够从协同演化和知识增长的角度对个体

适应性演化和群体适应性博弈进行结构化分析，使战略变异和创新在协同演化和知识增长的条件下得以成功进化，避免了演化博弈论中的变异战略最终会被拒绝的难题，从而使个体及群体能够真正地演化。（4）协同演化战略观的理论构造和应用分析对企业战略管理思路、分析框架和要素的重构，具有启发式的指导意义和实践价值。

关键词：企业战略；协同演化；知识；治理；异质性。

前 言

战略 (strategy) 最初的词义是指战争的艺术 (the art of war) (希腊语 strategia) 或计谋、谋略 (中国词义)。在现代博弈论中, 战略一般指相互作用策略。企业战略是指企业为达到一定的长期性和全局性的目标而实施的行动方案。企业战略管理是指企业为达到一定的战略目标进行的战略分析、评价、决策、组织和控制的过程。

企业战略观既是企业战略管理思想的具体体现, 也是某一时代企业战略管理实践的一种理论总结和主导逻辑。企业战略观经历了 20 世纪 60—70 年代的规划和设计阶段、80 年代的竞争定位阶段和 90 年代的资源和能力为基础的阶段, 目前已进入集成与协同主导、竞争与合作相随、敏捷归核化与模块网络化结合为特征的新阶段。战略管理者的战略观和战略逻辑及其在此基础上形成的对企业外部生态、内部组织和内外态势的认知, 对企业的生死存亡和成长发展起着至关重要的作用, 不同的战略观主导着不同的战略管理逻辑, 从而决定着一家企业的发展方向、竞争优势和成败兴衰。在当今的企业竞争和战略发展中, 由于外部环境复杂多变和竞争优势变易不居, 企业战略管理者只具有有限的认知能力和知识, 因此迫切需要寻求一种能够从企业系统各个部分和不同层次之间动态的正反馈的相互作用的角度来思考和解决企业战略问题的战略观和战略管理逻辑。

企业战略管理与发展的近期趋势主要表现在: (1) 从过去重视外部环境分析到强调企业的资源、能力、文化、利益相关者期望分析; (2) 将战略分析、搜索、评价、决策和计划看做是获得信息、积累知识和经验、组织学习的重要手段; (3) 业务外包与核心能力的结合使协调价值链系统各方面的关系成为竞争制胜的关键; (4) 组织扁平化、结构网络

化、临时任务团队、业务流程重组和战略联盟的组织模式加快企业对外部环境变化的反应速度；（5）基于网络和信息技术的个性化、定制化的营销管理系统、柔性化制造系统和高效的物流配送系统的建立和利用，正在改变企业竞争模式，使建立在大规模定制与低成本结合、竞争与合作共生、敏捷与质量相随基础上的运作模式成为可能和必需。这些趋势是基于协同演化的企业战略管理逻辑的重要现实基础。

企业战略总是与企业的组织制度及其演化紧密联系在一起。但长期以来，企业制度和演化问题基本上被西方主流经济学排除在企业行为研究之外，尤其是新古典经济学范式更是将经济生活中各式各样的企业归一化为一个具有理性预期能力的同质化的行为主体。这种范式显然不能解释企业的多样性的战略选择、制度安排和演化轨道的现实。近20多年来，演化和制度这两个古典经济学传统命题已经开始复活。实际上，自从科斯试图解开企业这个“黑箱”的论文引起反响，以及纳尔逊和温特的演化经济学对熊彼特的企业家创新理论重新加以解释以来，制度和演化的命题的重要性逐渐上升，并形成经济学的两个重要的分支：新制度经济学和演化经济学。而且，这两个分支显示了相互融合和相互补充的趋势。由于演化经济学缺乏关于单个企业的企业理论（企业的存在、边界与内部组织），只是论述产业内企业的群体生态学特征，因此，如何将企业个体层面与群体层面的演化问题整合在一起仍然是一个有待于解决的理论问题。

由于现实中的企业存在着持久的业绩差异，即使是外部环境相同或相似的企业，也存在着相当大的业绩差异，关于企业超常利润或超常租金的根源问题的研究形成了所谓企业异质性（heterogeneity）理论，并已成为企业的制度理论、演化理论，尤其是企业的战略理论共同关注的焦点。关于企业异质性的原因，基于资源和能力的战略理论归因于资源、能力和知识积累的差异，竞争战略理论归因于战略定位，演化理论归因于企业惯例，企业家理论归因于企业家对外部获利机会的敏锐性和主观知识。在战略管理学领域，影响企业竞争优势的隐性和无形的因素如无形资产、意会知识、认知与心理因素等越来越受到关注，企业的资源基础观与核心能力理论逐渐融合成为解释企业异质性的主流战略理论，并对建立在新古典“结构－定位－绩效”（structure－conduct－performance，

SCP) 范式^①基础之上的由外到内的战略逻辑构成强有力的挑战。战略管理各学派之间也出现了相互吸收和融合的发展趋势, 其中最为明显的趋势是开始将制度、资源和能力及其演化结合起来解释企业战略管理问题和企业竞争优势的来源。总地来说, 企业异质性根源已成为企业战略理论、企业制度及其演化理论、企业家理论共同关注的焦点。企业的制度理论和企业的战略理论实质上已发展到如何将企业的制度、演化和战略问题整合起来构建一种新的理论的前沿阶段。从正反馈的动态相互作用的角度寻求系统解释框架和应用研究逻辑, 既是企业理论发展的必然趋势, 也是企业战略管理实践发展的需要。本书的主要目的是试图运用演化生物学、生态学的协同演化概念与方法, 构造关于企业的制度、战略和演化问题的系统研究框架, 并从协同演化的角度重新论述企业战略管理要素和战略管理逻辑。

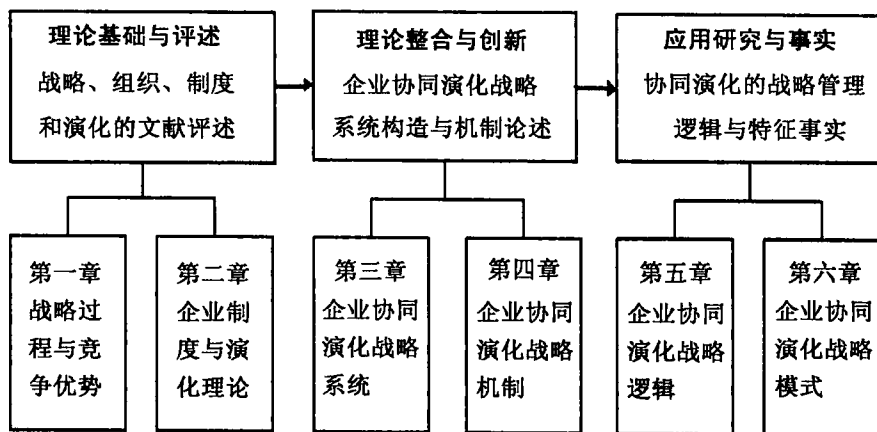
协同演化 (co-evolution) 实质上是一种基于正反馈的动态相互作用的系统观。协同演化最初是一个生物生态学的概念。在生物生态系统中, 物种之间相互提供适应性环境, 物种间竞争的结果通常是协同演化的, 具体表现为, 在群体层次, 被食者发展出更好的逃脱机制而迫使捕食者改进其攻击能力 (共同适应); 在个体层次, 寄生虫对宿主微小伤害而不致死 (共生) 甚至有益于宿主 (利他); 在微观层次, 自私基因之间的竞争反而增强个体和基因的生存能力 (互利)。一般地说, 协同演化是系统各个组成部分之间和不同层次系统之间交互作用、正反馈、聚集与分叉的过程, 当系统演化到分叉临界处, 各部分和各层次之间的聚集 (协同) 与外部随机涨落结合在一起, 导致系统突现出新的结构和功能, 进入新的演化体制和轨道, 这些正是复杂适应性系统 (complex adaptive system, CAS) 的主要特征, 因此, 协同演化的观念和方法实际上是 CAS 观念和 method 的具体化。

基于协同演化的企业战略观将企业的生存与发展、竞争与合作过程视为企业系统 (包括组织系统及其生态系统) 的协同演化过程, 其基本涵义是, 企业作为宏观、产业、竞争环境中的演化主体, 演化的动力来自知识的变异, 知识改变导致组织战略和制度的改变, 这是企业的内部

^①SCP 范式的基本逻辑是: 产业结构决定企业行为, 进而决定资源配置效率和企业赢利能力, 企业竞争优势来自规模、市场份额与进入壁垒, 利润来自对竞争的限制与控制, 即市场势力。

协同问题，企业个体与企业生态环境（群体）动态相互作用是企业的外部协同问题，内部协同与外部协同是企业个体在战略生态环境中的战略态势、相对适应能力差异（企业异质性）的根源，企业异质性是企业系统各个部分和不同层次之间协同演化的结果，因此，应从协同演化的视角重构企业的战略思维和管理逻辑。协同演化的企业战略观建立在企业的制度理论、战略理论和演化理论的整合基础之上，是对基于制度比较分析的企业理论的拓展，而且也更加切合当今企业面临的现实战略问题。

本书的结构安排如下（见下图）：首先回顾企业战略观的发展演变（第一章），对企业制度（组织）和演化理论进行综述和评论（第二章），并在此基础上构造企业协同演化战略系统（第三章）和论述企业协同演化战略机制（第四章），然后阐述协同演化的企业战略观在企业战略管理中的具体运用（第五章）和企业协同演化的特征事实和现实依据（第六章），最后总结协同演化战略观的创新及其意义（结束语）。



目 录

摘 要	1
前 言	1
第一章 战略过程与竞争优势	1
1.1 引言	1
1.2 规划与权变	2
1.3 竞争与合作	7
1.4 资源与能力	16
1.5 知识与认知	26
1.6 小结	34
第二章 企业制度与演化理论	36
2.1 引言	36
2.2 契约与治理	37
2.3 信息与激励	46
2.4 组织与决策	49
2.5 策略与博弈	52
2.6 惯例与演化	58
2.7 演化与协同	63
2.8 小结	71
第三章 企业协同演化战略系统	75
3.1 引言	75

3.2 生物演化	76
3.3 企业异质	79
3.4 复杂系统	84
3.5 组织系统	92
3.6 生态系统	99
3.7 战略系统	113
3.8 小结	116
第四章 企业协同演化战略机制	118
4.1 引言	118
4.2 知识演化与协同	119
4.3 知识变异与生成	122
4.4 内部复制与传递	129
4.5 外部选择与适应	132
4.6 随机涨落与分叉	134
4.7 主体适应性演化	135
4.8 群体适应性博弈	141
4.9 小结	146
第五章 企业协同演化战略逻辑	149
5.1 引言	149
5.2 战略认知	149
5.3 战略搜索	155
5.4 战略评价	158
5.5 战略选择	164
5.6 战略组织	166
5.7 组织合作	174
5.8 小结	182
第六章 企业协同演化战略模式	184
6.1 引言	184

6.2 组织治理模式	185
6.3 华人家族企业	190
6.4 模块网络企业	194
6.5 精益生产企业	198
6.6 创新聚群企业	199
6.7 战略协同模式	200
6.8 小结	209
结束语	211
参考文献	214

第一章

战略过程与竞争优势

1.1 引言

企业战略观是某一时代企业战略管理实践的理论总结、主导逻辑和战略管理思想的具体体现，存在着明显的时代特征，并随着经济竞争环境和企业组织管理模式的变化而演变。

综观企业战略观的发展演变，主要围绕两条主线展开。一是关于战略是如何形成的问题（战略过程观），争论的焦点是：战略是一个有机的过程还是一个受控的过程，是自然形成（渐进）（incremental）的过程还是非连续或间断（discontinuous）的过程，战略方案是明确的还是隐含的（Ansoff, 1987）。二是企业持久竞争优势（竞争优势是带来一个组织比其他组织更加成功且不易被竞争者模仿的某种因素或因素的综合）的来源问题或企业异质性问题（战略优势观），争论的焦点是：企业持久竞争优势究竟是来自外部战略定位还是企业内部的资源、能力和知识（战略性资产），或者是企业内外因素的动态匹配。无论如何，企业战略的制定与实施都离不开企业内部因素与外部因素的匹配，不同在于内部与外部因素考虑中何者为先的问题，从这个意义上说，存在着两种基本的战略管理逻辑：一是从外部战略定位到内部因素匹配的“从外到内”（outside - in）的战略观，二是从内部战略性资产积累到外部战略定位的“从内到外”（inside - out）的战略观。本章首先阐述规划与权变的战略过程观，然后分别阐述基于竞争和合作、资源和能力、知识和认知的战略优势观。

1.2 规划与权变

企业战略管理最初建立在 Ansoff (1965)、Andrews (1971) 和 Porter (1980) 等人的规划和设计观基础之上, 这种战略过程观假设环境可预见, 战略形成由正式结构和计划体系驱动。20 世纪 60 年代初, Andrews 和 Ansoff 等人通过阐述外部机会与组织资源的匹配建立了战略规划的基础, 它采用一种单向性的方法, 阐述许多规定好的实施步骤, 包括资料搜集与分析 and 战略方案的形成、评价、选择、实施过程, 其本质是将战略视为一个寻找组织能力与环境机会匹配的过程, 因此被称为“设计”或“契合”(fitting) 学派, 其代表性的分析工具是 SWOT 分析方法, 即将战略看做是企业内部优势 (Strengths) 和劣势 (Weaknesses) 与外部机会 (Opportunities) 和威胁 (Threats) 匹配 (match) 或契合的结果 (见图 1-1)。SWOT 框架现在已被进一步精细化为所谓定量战略规划矩阵 (QSPM)^①, 它通过内部因素 (资产、技能或资源) 评价或外部标杆分析 (benchmarking), 识别内部优势与劣势, 又通过宏观的 PEST 分析 (political, economic, social, technical) 和产业或市场的竞争分析, 识别外部机会与威胁, 评价公司的 SWOT 战略态势, 寻找内部因素与外部环境匹配的备选战略方案, 并将备选方案置于 SWOT 框架内进行评价, 而且还进一步加入了影响战略决策的管理者或企业的价值观和企业社会责任的因素。

正是在战略规划观的主导下, 从战略管理实践中形成了许多至今仍被沿用的战略框架、分析工具和组合方法, 包括波士顿咨询集团 (Boston Consulting Group, BCG) 的增长 - 份额矩阵 (1973)、麦肯锡 - 通用电气 (McKinsey - GE) 的市场吸引力 - 竞争地位矩阵 (1986)、ADL 公司 (Arthur D. Little) 的生命周期矩阵 (1984) 等。这些概念和工具尽管过于简单, 但它们有助于更好地理解战略。各种业务组合方法的目的在于通过对企业的各种业务的内部实力与外部地位两个维度进行评价, 以确定各业务目前的位置分布, 决定各种业务今后的成长方向与相应的资源

^①(美) 戴维 F R 战略管理 (第六版) [M]. 北京: 经济科学出版社, 1998.

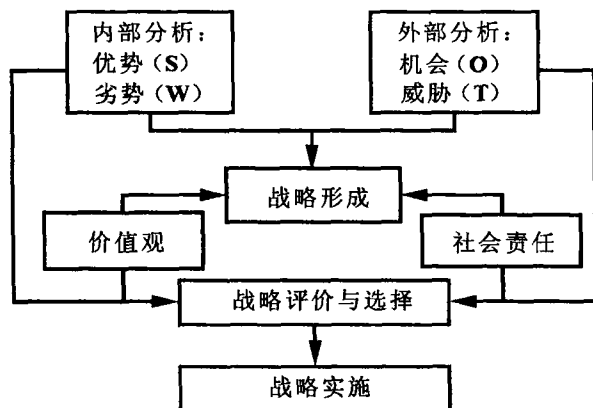


图 1-1 SWOT 框架

配置战略。

BCG 矩阵由业务的市场增长率（外部）和相对市场份额（内部）两个维度构成一个 2×2 矩阵，将业务分为：高成长 - 高份额的明星业务、低成长 - 高份额的金牛业务、低成长 - 低份额的瘦狗业务、高成长 - 低份额的问题业务等四种类型。不同类型的业务因净现金流不同、对公司未来竞争地位的贡献不同，应给以不同的资源配置。但由于影响业务单元的因素不止成长与份额两个因素，从而可能造成对各业务的地位认识误差及资源配置不当。GE - McKinsey 矩阵由公司实力和市场相对吸引力两个维度构成，两个维度再细分为高、中、低三种情形，从而构成一个 3×3 矩阵。与 BCG 矩阵相比，两个维度划分得更细，每个维度包含更多的因素，各业务的位置是针对许多因素加权评分来确定的，因此可以进行敏感性分析。但其缺陷是各种业务单元只能采用同样的评价因素组合与权重赋值，无法体现影响因素的差异性和公司的核心能力，没有考虑各业务单元之间的相互作用可能带来的协同效应，由此必然导致错误的评价与决策。ADL 矩阵是基于产品生命周期的业务组合方法，由业务的生命周期（分为萌芽、成长、成熟、衰退四个阶段）和竞争地位（分为主导、强大、有利、可防御、弱小五种情况）组成一个 4×5 矩阵。处于不同位置的业务采取不同的成长与份额战略。其优点是考虑到业务的动态性，但存在的问题是，生命周期没有标准的长度，难以确定当前的产业周期，而且影响市场地位的主要因素也没有统一的标准。

随着竞争环境变化速度加快和不确定程度不断提高,研究者们认识到要以规划和设计的方法为某一组织确定战略方向已经不可能,相反,组织必须不断适应快速变化的环境,战略发展不能被看做是一种单一的设计过程,不同的组织有不同的战略过程,而且设想的战略与实际的战略之间存在着距离,因此,必须采取动态战略发展的做法 (Feurer & Chaharbaghi, 1995)。Ansoff (1987) 进一步提出了一种基于系统管理的战略演化范式。这种新的战略范式综合了战略的有机 (organic) 模式、反应 (reactive) 模式和权变 (ad hoc management) 模式,并将战略的问题维度 (内部的结构和动力与外部的适应和转变)、视角维度 (认知-逻辑、心理-社会或政治-权力的视角) 和过程维度 (渐进或间断战略过程) 整合在一起,提出“环境-战略-能力”动态相互作用的战略三角模型。

Mintzberg (1985, 1998) 将战略过程视为一个学习的过程和不断成熟的过程,形成渐进或权变的战略过程观。这种战略过程观容许管理者尽可能延迟到与可得到的和所需的信息一致时再作出决策,从而允许管理者对动态环境的难以预料的变化作出反应,战略在性质上具有可加性,最初的战略意图通过战略实施过程被逐渐附加新的战略。Mintzberg (1984) 指出,组织实行的战略可能在很大程度上不同于设想的战略,而且一种设想的战略能够被实行的程度与组织中存在的战略过程紧密联系,认为设计学派的基本前提是:战略形成是一个由首席执行官 (CEO) 担负的受控的、有意识的思考过程和简单的、明确的构造过程,只有当这些独特的、深思熟虑的、明确的和简单的战略被全部制定出来以后,才能付诸实施。因此,规划与设计的战略过程观只适合下列特殊的情形:一个人的头脑拥有完全的、详细的、经认真调查的相关环境的知识且原则上可以处理战略形成的所有相关信息,相关知识在新设计的战略付诸实施之前已经形成和具备,换句话说,情况相对稳定或至少是可预测的。设计学派的错误在于将战略规划视为战略制定,将战略制定与战略实施分离,即思想与行动的分离,将对优势和劣势的评价视为深思熟虑的而不是试错的学习的过程和整合的系统的过程。战略规划促使从过去推断未来和模仿他人的战略,战略规划不是战略思想,实际上它经常破坏战略思想,导致管理者将真正的战略眼光与数字操作相混淆。而战略思想

是综合性的,包括直觉和创新精神,是一个整体的概貌,一个远景目标的不太精确的阐述,不能被及时地开发和完美地设计,是一种非正式学习的艰难过程,它包含了人类思想中最复杂、最微弱的、有时是潜意识的因素。战略可以是深思熟虑的,但也可以是突如其来的,战略可以是无心的开发,无需高层管理有意识的意图。审慎的战略并不必然是好的,而应急的战略也不必然是差的,所有可行的战略都兼备应急和审慎的特性,因为所有的战略都必须由某种程度的灵活的知识与某种程度的大脑的控制结合起来。规划不可能跃居战略之前。虽然分析有助于战略的开发,规划可以对可行的战略进行设计,使其更具操作性,但战略不能通过分析而产生,规划不能生成战略(Mintzberg, 1990; 明兹伯格, 2000^①)。但是,Ansoff (1991)对于Mintzberg (1990)的批判给以回应,认为明茨伯格的批评与设计学派的发展事实不符,并批判明茨伯格的权变模型只适合于下列特殊情况:(1)一个组织为了获得成功,应通过“权变战略”的制定过程进行试验;(2)在没有通过试验过程之前,不应制定企业战略;(3)不应采取组织内部正式的战略规划;(4)除非特殊情况,隐含在成功试验的历史进程中的战略不应明确提出。

明茨伯格(Mintzberg, 1984; 明茨伯格, 1990)将战略形成归结为规划的过程、企业家的过程和经验学习的过程,并具体分为10个学派:设计(design)学派将战略视为一个有意识的深思熟虑的过程,规划(planning)学派将战略视为一个受控的正式的计划过程,定位学派(positioning)将战略视为一个寻求与竞争优势相匹配的战略定位过程,企业家(enterpriser)学派将战略视为一个想象和有远见的过程(企业家在总体思路 and 方向判断上深思熟虑,在具体细节上又随机应变),认知(cognitive)学派将战略视为一个心智(mental)形成的过程,实力(power)学派将战略视为一个施展计谋和展现实力的博弈过程,文化(culture)学派将战略视为一个共有信念和集体认知(惯例)的形成过程,学习(learning)学派将战略视为一个权变(emergent)和学习的过程,环境(environmental)学派将战略视为一个使组织与环境变化相适应的过程,构造(configurational)学派将战略视为一个有步骤分阶段的建构过程和整合(integrative)过程。构造学派实际上是综合了前三个学派的规则性

^①明兹伯格, 战略规划的衰落与兴起, 载参考文献 [20]: 55 - 69.