

 中国企业战略管理研究丛书

国家自然科学基金重点项目资助：(70832003)

国家自然科学基金项目资助：(71172073)

丛书主编 / 蓝海林 吕源

动态环境下管理认知对 战略竞争优势的效应研究

The effect of managerial cognition on
strategic competitive advantage in Hypercompetition

尚航标 蓝海林 黄培伦 / 著



经济科学出版社
Economic Science Press

中国企业战略管理研究丛书

国家自然科学基金重点项目资助：(70832003)

国家自然科学基金项目资助：(71172073)

丛书主编：蓝海林 吕源

动态环境下管理认知对 战略竞争优势的效应 研究

尚航标 蓝海林 黄培伦 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

动态环境下管理认知对战略竞争优势的效应研究 / 尚航标, 蓝海林, 黄培伦著. —北京: 经济科学出版社, 2012. 8
(中国企业战略管理研究丛书)
ISBN 978 - 7 - 5141 - 2099 - 8

I. ①动… II. ①尚… ②蓝… ③黄… III. ①企业管理 - 研究 - 中国 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 143098 号

责任编辑: 王志华
责任校对: 刘欣欣
版式设计: 代小卫
责任印刷: 王世伟

动态环境下管理认知对战略竞争优势的效应研究

尚航标 蓝海林 黄培伦 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191537

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京季蜂印刷有限公司印装

787 × 1092 16 开 16. 75 印张 260000 字

2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2099 - 8 定价: 38. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 81191502)

(版权所有 翻印必究)

丛书总序

这是一套以中国当前经济发展为背景，站在战略管理研究的学术最前沿，运用国际主流研究方法研究中国企业战略管理问题的学术研究丛书，每一册都是在博士学位论文的基础上修改完成的。

当我们迈向 21 世纪的同时，企业管理者深深感到各种压力扑面而来，无论是辉煌的公司，还是那些默默耕耘的“隐形冠军”，越来越多的我国企业管理者感到竞争环境越来越复杂，竞争的对抗性越来越强，竞争内容的变化越来越快，竞争优势的可保持性越来越低。对多数企业来说，以前成功的“秘诀”似乎一夜醒来不仅难以推动企业继续前进，反而成为企业发展的障碍！企业发展需要新的动力。在这种情况下，我国企业管理者与国际上的企业管理者一样，在战略制定和选择方面面临着一个突出问题，那就是如何在越来越复杂多变，或者准确地讲是在动态环境下，通过有效地实施企业战略管理，保证企业长期、稳定和持续地获得高于市场平均水平的收益率。

以前我们可以沉醉于所选择的好行业，可以依

靠政府的政策而推动企业的快速发展，可以利用大量的市场机会而快速积累“原始资本”，我们看到现在不行了。以前我们仅依靠国内市场甚至国内的一个区域市场就可以活得非常幸福，而现在我们必须要在全球市场争取空间才能生存等，许多这样的公司曾经辉煌过，但不久就衰落了、消失了。这些企业过分沉醉于这些好行业，过分依赖于政府的政策，过分相信市场机会，而忘记了自己企业能力的培养，忘记了企业核心专长的建立。到底是“谁动了我的奶酪？”企业家在思考，经济学家在思考，管理学家在思考，战略管理学家更在思考。

企业战略管理作为一个学科，自20世纪60年代被正式确立以来，一直受到学术界和企业实战者的极大关注，而且在企业的经营过程中占有越来越重要的地位。早期战略管理的研究主要依赖于案例分析，案例分析是战略思想创新的有效研究方法。例如，著名的《哈佛商业评论》所发表的论文大多以案例分析为主，哈佛大学是案例研究的代表。在后续研究中，许多学者越来越偏重基于大样本数据分析的实证研究的方法，并且从不同的理论背景和视角对战略管理进行了比较深入的研究。例如，目前国际著名的《战略管理杂志》（*Strategic Management Journal*）就越来越强调数量化。另外，就是以社会心理分析见长的行为科学分析方法，康奈尔大学是这种研究方法的代表。

企业战略管理的理论和技术进入我国虽然仅有十几年的历史，但这期间我国学者从各个角度对其进行了大量的研究，对我国企业战略管理的理论和实践发展起到了重要的推动作用。这些研究大体可以分成三个阶段：（1）引进国外战略管理理论阶段。通过引进原版教材、翻译国外战略管理的书籍将其介绍给国内的读者，学术杂志开始出现针对战略管理问题的研究论文，也有一些从国外留学或者访问归来的学者开始向企业介

绍企业战略管理的理论和技术。(2) 学者在引进国外战略管理理论和技术的同时, 越来越发现国外战略管理理论必须结合中国经济发展的实际背景, 必须结合中国文化才能发挥作用。故而有学者开始结合中国国内经济、文化的实际背景开展针对性的、消化吸收式的研究, 出版的教材、书籍中开始大量出现中国本土企业的案例, 学术杂志中的学术论文开始出现针对中国企业的案例, 对国外战略管理理论进行修正或者拓展。但这些研究并没有进入国际战略管理研究的主流, 包括研究问题和研究方法都尚未能获得国际战略管理学界的认可。(3) 近几年, 战略管理学者越来越认识到必须引进国外主流研究方法, 针对中国经济发展背景开展创造性的研究, 才能融入国外战略管理研究的主流, 才能使我国企业战略管理研究逐步走向国际化, 开始和世界接轨。我国企业战略管理需要从粗放式的探讨性研究, 转到精细化的科学研究, 从概念化的理论探讨到基于数据的实证研究中, 才能改变我国企业战略管理研究在国际学术界的地位。

本丛书即是在这样的大背景下产生的, 是一些热爱中国企业战略管理研究的中青年学者在其博士学位论文的基础上修改完成的。这些博士从不同的角度, 运用国际上主流的研究方法, 针对我国企业战略管理的部分问题进行了研究。例如, 《动态竞争与战略网络》、《企业多元化与绩效研究》、《结构视角的组织柔性化研究》、《基于动态环境的企业竞争优势研究》等, 这些研究比较客观地描述和分析了我国企业改革开放以来, 在动态环境下企业面临的主要问题, 包括企业环境、企业行为、企业行为与组织绩效的关系等, 提出了自己的许多新观点、新见解。

这些研究不仅力求挖掘企业战略管理过程中需要解决的实际问题, 力求挖掘企业战略管理研究的国际前沿问题, 而且力

动态环境下管理认知对战略竞争优势的效应研究

求消化吸收国外战略管理的科学研究方法，尝试用这些主流的研究方法来研究中国的企业战略管理问题。这使我们的研究在研究问题和研究方法等方面都较好地把握了当前国际战略管理研究的前沿，这些研究的过程、结果、方法对中国企业战略管理理论的学术研究都有一定的借鉴价值，具有较高的科学性和学术价值，对企业的战略实践也有较大的指导意义。

今后我们还将在适当的时候陆续出版类似的研究成果。希望这套丛书对推动中国企业战略管理理论的研究走向国际化，融入企业战略管理研究的国际主流领域有一定的借鉴作用。

是为序。

蓝海林

2012年6月

摘 要

以动态环境下战略决策者管理认知对企业战略竞争优势的效应研究为课题。动态环境下企业战略竞争凸显战略决策者的有限理性特征，分析环境动态性、管理认知、战略行为、组织能力和企业绩效间的关系，提出并验证战略决策者管理认知在环境动态性与战略反应速度间与环境动态性与动态能力间的中介作用。包括以下子课题：环境动态性是否影响企业战略决策者的管理认知？管理认知对企业战略反应速度有何与如何影响？管理认知对企业动态能力有何与如何影响？

通过文献综述，厘清理论发展脉络，明确管理认知内涵与外延，特别是其定义、分析层面、维度划分及效应。进而，厘清动态环境、企业战略反应速度、动态能力，以及管理认知对企业战略决策的影响。针对以往研究的局限，明确研究前沿为：有限理性战略决策者管理认知对企业战略反应速度和动态能力的影响；整合管理认知观、产业结构观与资源基础观，为动态环境下企业竞争优势获取与保持问题提供更加透彻的解释。

案例研究尤为适合探索性研究。利用扎根理论，选取万和集团作案例企业，分析万和集团战略决策者管理认知的演化及其对企业战略行为和组织能力的影响。通过对案例企业战略相关人员的深度访谈、内部文本和外部文本构建案例分析的三角验证证据链，对环境、管理认知、企业战略行为、组织能力进行探索性的分析。

在文献综述和探索性案例研究基础上，构建包括环境动态性、管理认知、企业战略反应速度、动态能力和企业绩效的研究模型；并推导出

动态环境下管理认知对战略竞争优势的效应研究

包括环境动态性与管理认知关系、管理认知与战略反应速度、管理认知与动态能力、战略反应速度与企业绩效、动态能力与企业绩效等7个研究假设。

基于上市公司数据的实证研究。寻找合适的研究样本，选取适合行业的、适合时间段的152个上市公司数据。行业类型方面，选择较动态和较静态的有代表性的行业；时间跨度从2006~2009年3年；样本选择的标准包括非多元化、成立时间10年以上等；数据的来源包括CSMAR数据库和质性资料编码。运用UCINET软件进行管理认知的知识结构集中性和分散性分析。运用SPSS软件进行相应的统计分析，包括对变量进行描述性统计、相关性分析和回归分析等。由此验证所提假设和模型。

实证结果表明：环境动态性对战略决策者管理认知有显著的影响；管理认知影响着企业战略反应速度，并在环境动态性与企业战略反应速度间起显著的中介效应；管理认知影响着动态能力，并在环境动态性与动态能力间起显著的中介效应；企业战略反应速度和企业动态能力对企业绩效有显著的影响。

依据对实证结果的理论解释，形成基本结论：（1）动态环境下战略反应速度和动态能力等战略竞争要素是企业获取和保持竞争优势的源泉。（2）动态环境下企业战略竞争更加凸显有限理性的战略决策者的作用。战略决策者管理认知的差异决定着企业能否快速地对环境事件作出反应，还决定着企业能否快速调整和重置资源以形成核心能力获得战略竞争的胜利。管理认知影响着企业对环境变化的战略反应速度，进而对动态环境下企业竞争优势产生影响；管理认知影响着企业的动态能力，进而对动态环境下企业竞争优势产生影响。（3）管理认知是对过去环境的一种嵌入，但用来处理企业目前和未来的决策问题。动态环境下，企业战略决策者管理认知要保持一定的复杂性和分散性。保持一定的复杂性和分散性有助于企业在战略竞争中获胜。

本书研究的创新之处：（1）提出并证实战略决策者管理认知是决定动态环境下我国企业参与战略竞争能否获得成功的关键因素，证实战略决策者管理认知在环境动态性与企业战略反应速度之间、环境动态性

与企业动态能力之间的中介效应。(2) 提出并证实战略决策者管理认知是企业战略行为、组织能力的微观基础,明确战略决策者管理认知与企业战略行为、组织能力间的关系。(3) 明确战略决策者管理认知影响企业战略的两类方式。

目 录

第 1 章 绪 论

1.1 研究背景	2
1.2 研究问题与意义	11
1.3 研究内容与方法	15

第 2 章 文献综述

2.1 管理认知	22
2.2 动态环境下企业竞争优势的获取与维持	29
2.3 研究评论	42
2.4 本章小结	49

第 3 章 管理认知效应的理论分析

3.1 行为战略理论	52
------------------	----

3.2	管理认知的透镜效应·····	64
3.3	管理认知的模式效应·····	80
3.4	本章小结·····	96

=====
第 4 章 案例研究
=====

4.1	案例研究：方案设计·····	98
4.2	案例概要：万和集团·····	101
4.3	案例评析：战略决策者管理认知·····	105
4.4	案例研究的启示·····	113
4.5	本章小结·····	114

=====
第 5 章 模型构建与假设推导
=====

5.1	理论模型的构建·····	116
5.2	假设推导 1：环境动态性与管理认知·····	117
5.3	假设推导 2：管理认知与企业战略反应速度·····	119
5.4	假设推导 3：管理认知与动态能力·····	126
5.5	假设推导 4：战略反应速度与企业绩效·····	133
5.6	假设推导 5：动态能力与企业绩效·····	134
5.7	实证模型·····	135
5.8	本章小结·····	135

=====
第 6 章 实证研究的设计
=====

6.1	研究变量的操作性定义及测量·····	138
-----	--------------------	-----

6.2 样本选择及数据来源	144
6.3 研究方案	155
6.4 本章小结	157

第7章 数据采集与统计分析

7.1 样本说明	160
7.2 研究的信度与效度	163
7.3 相关与回归	174
7.4 本章小结	194

第8章 实证结果及其解释

8.1 假设检验的结果汇总	196
8.2 实证结果的理论解释	197
8.3 实证结果的实践意义	212
8.4 本章小结	213

结 论

参考文献	222
致谢	251

第 1 章

绪 论

1.1 研究背景

我国企业面临的新形势对企业的持续发展提出挑战。本书探索这些现象背后所蕴含的管理问题，着重探讨动态环境下战略决策者管理认知对中国企业战略竞争优势的效应研究。为什么要研究这个问题？其研究背景可以从现实背景与理论背景两方面来认识。

1.1.1 现实背景

进入 21 世纪后，我国国内外环境所发生的一系列变化使得企业所面临的环境更加动态（蓝海林等，2007）。这些变化包括：①经济全球化和区域经济一体化，特别是 2001 年中国加入世界贸易组织（WTO），我国企业需要经受国内和国际双重竞争，竞争压力越来越大、竞争也越来越激烈；②国内市场的市场化进程加剧，随着我国基本告别经济短缺，绝大部分商品处于买方市场，国内市场的竞争日趋激烈，市场竞争出现多维化和动态化的特征；③国内转型期的制度背景也使企业面临的环境更加动态，Tan and Tan（2005）认为，中国计划经济向市场经济的革命性转变给企业造成前所未有的压力和危机，推动着企业从制度到管理上的彻底改变。

中国企业目前正处在变革的关键时期。我国的改革和开放政策推动着企业的成长和变革：“改革”通过产权改革、管理模式变革和引入竞争培养了一批规模比较大、有一定竞争力的企业；“开放”则由于打开国门，鼓励“引进来”和“走出去”，直接将我国企业置身于全球竞争环境中和国际知名企业进行竞争。蓝海林等（2007）认为，自我国加入 WTO 后，中国企业面临着新的变化，蓝海林称之为中国企业面临的“新形势”。

动态环境下，企业的战略竞争方式发生了重要的变化，特别是我国企业依赖成本和市场规模的国家竞争优势而建立企业优势已经无法保证企业在国内和国际两个市场上和国际大企业相抗衡。企业需要认识到动

态环境下，企业所面临的战略竞争特性已经和我国加入 WTO 之前有了巨大的区别。企业所面临的战略竞争特性表现在以下三个方面：

(1) 动态环境下要素成本和市场规模的国家优势已经不是中国企业所独享的保持竞争优势的关键要素。我国企业必须构建新的竞争优势来应对动态环境的挑战。

改革开放以来，国外企业已经通过合资、购并或直接在境内设立分公司的形式直接进入我国市场。进入中国市场后，国外企业可以平等地利用我国因素成本和市场规模等国家竞争优势，积极地利用我国国家优势来构建自己的核心能力提升其竞争力。并且通过纵向整合，控制关键资源的控制能力，提升产业链的联动能力和控制能力。通过横向市场整合，对所在行业的中国企业进行横向收购，迅速提升自己在中国市场上的占有率，迅速地将国家优势转化成自身所拥有的独特能力（王成、蓝海林，2010）。

在这种情况下，我国企业一直以来赖以生存和发展的依靠国家优势而建立的成本优势和规模优势已经不复存在，在与国外企业竞争中处于劣势地位。在资金、技术、品牌和管理的实力弱于国外企业的情况下，我国企业需要构建新的竞争优势来应对国内市场和国际市场的双重竞争。

(2) 动态环境下流星现象和企业兴衰更替已经成为企业常态，一种和一时的优势已经无法保证企业的持续经营，企业需要不断地调整战略、构建新的竞争优势来获得生存。

动态环境下流星现象和企业兴衰更替已经成为企业常态。“流星现象”是指企业由于主客观原因在短期内迅速成长，却又迅速衰落的现象。由于环境越来越动态，流星现象尤为突出。美国《财富》杂志数据表明：在美国 62% 的企业寿命不会超过 5 年，中小企业的平均寿命不到 7 年，大企业平均寿命不到 40 年；日本的数据显示，日本企业的平均寿命约为 30 年；而中国企业生存的平均年龄为 7 年，并且大多数企业经过快速发展后，本应有更好的表现，却要么倒闭、要么长期处于停滞状态，例如，新疆德隆集团、广州太阳神集团、珠海巨人集团、郑州亚细亚集团、中山爱多集团、山东秦池等。

流星现象折射动态环境下企业“短寿”的困惑。防止流星现象成

为一道战略性难题，解决“面对环境的变化，企业该如何适应环境”的问题，成为企业界和理论界关注的焦点（肖海林等，2004）。这个问题的解答不仅关系到企业的健康发展，同时也关系到我国经济和社会发展。

“流星现象”指的是动态环境下企业寿命短暂的现象。纵观单个企业的发展历史，发现动态环境下，企业兴衰更替现象更应引起学者的重视。企业的兴衰更替是指随着环境的发展，企业在一个阶段的成功，往往会导致另一个阶段的不成功；在企业不成功的阶段，有些企业却只能倒闭，形成流星现象，但有些企业可以通过努力而迎来另一个阶段的成功。例如热水器行业中，在 20 世纪初，由于外资品牌的进入，热水器国有品牌受到挤压，一度造成经营困难。其中一些国有品牌通过努力获得再一次的成功，例如万和、万家乐等，在一段时期的低迷后，销售额等反超“洋”品牌，造成三洋等外资品牌退出中国热水器市场。而另外一些国有品牌却以失败告终。企业的兴衰更替现象，如图 1-1 所示。

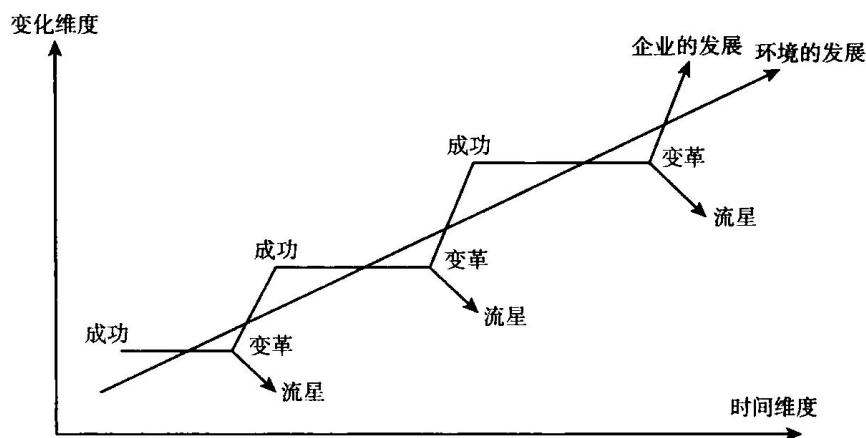


图 1-1 动态环境下企业兴衰更替现象

资料来源：本书整理。

改革开放对我国企业来说是一把双刃剑。一是环境因素变化速度加快、竞争对手之间的互动频率增加、顾客需求变化程度大、创新与先动受到鼓励、模仿与学习效果明显等，动态环境下企业所面临环境的几个特性将我国企业陷入困境，由于无法适应环境变化和相对外国企业较弱