

汪长江 著

企业战略内涵与体系研究

构建战略优势视角下的梳理



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

汪长江 著

企业战略内涵与体系研究

构建战略优势视角下的梳理



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

F272
489

图书在版编目(CIP)数据

企业战略内涵与体系研究: 构建战略优势视角下的
梳理 / 汪长江著. —杭州: 浙江大学出版社, 2014. 9

ISBN 978-7-308-13628-0

I. ①企… II. ①汪… III. ①企业战略—战略管理—
研究 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 177263 号

企业战略内涵与体系研究 构建战略优势视角下的梳理
汪长江 著



责任编辑 黄兆宁

封面设计 十木米

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 德清县第二印刷厂

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 18.5

字 数 363 千

版 次 2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-13628-0

定 价 46.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcb.tmall.com>

目 录

绪 论	001
0.1 研究背景与思路	001
0.1.1 研究背景	001
0.1.2 研究思路与内容框架	002
0.1.3 相关研究文献综述	003
0.2 研究意义与方法	005
0.2.1 创新之处与研究意义	005
0.2.2 研究方法	006
第 1 章 企业战略含义分析与架构建立	008
1.1 战略与企业战略含义分析	008
1.1.1 战略的含义	008
1.1.2 企业战略含义的分析理解	009
1.1.3 跨文化视角下的企业战略内涵	011
1.2 企业战略理论的演进	017
1.2.1 经典战略理论	017
1.2.2 竞争战略理论	018
1.2.3 核心能力理论	019
1.2.4 战略管理在中国的发展	020
1.3 企业战略整体架构的建立	027
1.3.1 过程架构	027
1.3.2 内容架构	028
1.3.3 层次架构	029
1.3.4 方法架构	030

1.3.5	战略架构系统	031
1.4	企业战略的基本原理分析	033
1.4.1	企业战略的系统原理分析	033
1.4.2	企业战略的局部优势原理分析	035
1.4.3	企业战略的异轨超越原理分析	036
1.4.4	企业战略的价值原理分析	037
1.5	企业战略管理角色分析	038
1.5.1	战略管理的根本任务	038
1.5.2	战略管理角色定位与职责	039
1.5.3	企业战略管理角色应具有的战略思维	041
第2章	企业战略环境分析的内容与方法梳理	042
2.1	战略分析及其原则	042
2.1.1	战略分析及其内容梳理	042
2.1.2	战略分析的基本原则	043
2.2	宏观环境分析的内容与方法	044
2.2.1	政治环境分析	044
2.2.2	经济环境分析	045
2.2.3	社会文化环境分析	046
2.2.4	科技环境分析	048
2.3	行业环境分析的内容与方法	049
2.3.1	行业竞争状况分析	049
2.3.2	行业演变分析	052
2.3.3	行业吸引力评价	056
2.4	环境不确定性与企业战略的动态适应	057
2.4.1	不确定性的界定	057
2.4.2	企业战略对环境的动态适应	058
2.4.3	企业战略的动态适应结构模型	059
第3章	企业战略实力识别与评估	063
3.1	企业资源与能力	063
3.1.1	资源的分类与构成	063
3.1.2	能力的分类与构成	064
3.1.3	资源与能力分析	066

3.1.4 知识资源	071
3.2 企业核心能力分析	074
3.2.1 核心能力及其特征	074
3.2.2 核心能力的形态与形成	076
3.2.3 核心能力的识别与评价	078
3.2.4 核心能力的培育	079
3.3 企业实力识别与评估方法	083
3.3.1 经验效益分析法	083
3.3.2 价值链分析法	086
3.3.3 SWOT 分析法	088
第 4 章 企业使命确立与战略目标制定	091
4.1 企业责任与使命	091
4.1.1 企业的基本责任	091
4.1.2 企业使命	097
4.2 企业战略目标制定	100
4.2.1 战略目标的基本要求	100
4.2.2 战略目标的表述	103
4.2.3 战略目标制定技术	104
第 5 章 企业战略扩张的内容与途径分析	108
5.1 战略扩张及其实施条件	108
5.1.1 战略扩张及其利弊	108
5.1.2 战略扩张实施条件	109
5.2 战略扩张途径与方式分析	109
5.2.1 密集性成长	109
5.2.2 多样化	111
5.2.3 一体化	120
5.2.4 实现方式	124
5.3 国际化经营	125
5.3.1 国际化经营的目的与作用	125
5.3.2 国际化经营的战略分析	126
5.3.3 国际化经营的战略规划	127

第 6 章 企业战略竞争与合作方式分析	132
6.1 基本竞争战略分析	132
6.1.1 成本领先战略	132
6.1.2 差异化战略	133
6.1.3 集中化战略	134
6.1.4 三种竞争战略的关系与实施要求	135
6.2 行业竞争战略分析	136
6.2.1 新兴行业的战略	136
6.2.2 快速发展行业的战略	137
6.2.3 成熟行业的战略	137
6.2.4 衰退行业的战略	138
6.2.5 分散行业的战略	140
6.3 合作战略分析	140
6.3.1 战略联盟	140
6.3.2 外包战略	143
第 7 章 企业战略防御与收缩分析	149
7.1 战略防御分析	149
7.1.1 防御型战略及其特征	149
7.1.2 防御型战略的类型	150
7.1.3 防御型战略的适用条件	151
7.1.4 防御型战略的利弊	153
7.2 战略收缩分析	154
7.2.1 收缩型战略及其特征	154
7.2.2 收缩型战略的类型与适用条件	154
7.2.3 收缩型战略的利弊	157
7.2.4 战略收缩期中小企业的战略关注重点	157
第 8 章 企业战略优势构建研究	162
8.1 战略优势内涵分析	162
8.1.1 战略优势的定义	162
8.1.2 战略优势的构成	162
8.2 战略优势基于博弈论的分析	165

8.2.1 博弈理论的基本内容	165
8.2.2 纳什均衡	166
8.2.3 企业战略博弈的理性思考	167
8.3 战略优势的构建	170
8.3.1 战略优势的构建途径	170
8.3.2 特色创造和价值创新	172
8.4 战略方法的制定与选择	177
8.4.1 制定与选择战略方法的步骤	177
8.4.2 战略方法的评价	178
8.4.3 战略方法制定与选择的影响因素	179
第9章 企业战略实施与控制	183
9.1 战略实施	183
9.1.1 战略实施模式	183
9.1.2 职能配套战略	186
9.1.3 企业战略实施中的竞争优势构建	189
9.1.4 企业家战略执行能力研究	194
9.2 战略资源配置	198
9.2.1 战略与资源的关系	198
9.2.2 战略资源归类与分配	198
9.2.3 战略与资源的动态组合	199
9.2.4 战略投资组合分析	201
9.3 战略组织调整	207
9.3.1 战略与组织结构	208
9.3.2 组织结构调整	209
9.3.3 组织结构创新	211
9.4 企业文化协调与构建	213
9.4.1 企业文化与战略的关系	213
9.4.2 企业文化与战略的匹配	214
9.4.3 企业文化的变革	216
9.5 战略控制	220
9.5.1 战略控制的基本内容	220
9.5.2 战略控制过程与系统	224

第 10 章 企业战略实证研究	227
10.1 战略实证案例与分析	227
10.1.1 创维在多样化与专业化上的战略选择与分析	227
10.1.2 UT 斯达康进军中国市场的战略运作	234
10.1.3 采用多样化战略实现自我造血	238
10.1.4 特步信息化建设成就企业整体战略	241
10.1.5 国美电商重整旗鼓	249
10.2 战略实证观察与析评	252
10.2.1 宁波—舟山港一体化战略实施的障碍与对策	252
10.2.2 海尔的一次失败并购的战略析评	258
10.2.3 从扩张战略对比国美与沃尔玛的差距	261
10.2.4 无敌价格背后的成本领先战略秘诀	268
10.2.5 青啤品牌的海外市场价值变现	273
参考文献	278
索 引	284

绪 论

0.1 研究背景与思路

0.1.1 研究背景

企业战略管理自 20 世纪中期诞生以来,理论日渐丰满,内容日渐增多,并呈交叉发展之势。为了完整介绍这门学科的知识,广大的著作者向读者提供了众多的相关著作。但纵观当今版本众多的著作,存在以下问题:

一是量大、内容庞杂,如果没有在这一领域深入的研究,猛然习读,真犹如走进一个宏伟的理论迷宫。

诚然,作为一门学科,自必有其丰富的理论内容与方法,量大且内容庞杂本不可指责。但多年的实践、研究与教学,作为一个具有较丰厚的企业高管经历的学者,深感书籍对读者来说,与其说是知识的载体,倒不如说是一个理清思路、了解业界、教人以理、授人以法的无声老师。因此,多年来一直想写一本知识线条清晰、内容相对简洁且又不失学科的理论深度、广度与系统性,并着重在构建企业战略优势上体现笔者多年的研究与思考成果,在企业战略实证研究与业界实务观察方面有独到安排的关于战略管理方面的书籍奉献给读者。

二是对构建企业战略优势这一中心点缺乏聚焦,如果没有在这一领域深入的实践与思考,真犹如登上一艘导航不清晰的航船而抓不住要点。

作为一门发展中的新兴学科,企业战略理论本身还有许多问题处于探索之中。20 世纪 80 年代中后期兴起的企业核心能力理论,打破了以前的以产业定位作为决定企业竞争优势的重要因素的模式,开始将视角转向企业内部,注重从整合企业自身的战略性资源和能力的思路出发来确定和实施战略,但随着企业实践的运作,也出现许多无法解释的实案。根据多年的研究与实践探索,笔者提出以战略优势构建为宗旨的综合观点,认为这是构成企业战略内涵的核心。

因此必须理清企业战略的核心并进行聚焦论述。企业战略,其核心是构建战略优势,这是企业战略内涵的关键。围绕着这一核心所构筑的理论应该是知识线条清晰、逻辑严谨、论证充分并有实践佐证的完整体系。在这个体系中,必须具备相应的战略规划、决策、实施与控制的方法。

0.1.2 研究思路与内容框架

1. 研究思路

本书的目的是理清企业战略的核心并进行聚焦论述,这就包括企业战略的内涵、体系与方法。笔者根据多年的管理实践探索和教学研究与咨询培训,在借鉴国内外众多学者的研究成果,融迈克尔·波特、安索夫、安德鲁斯、哈默尔等西方战略理论学者与中国传统管理思想为一体,集众多企业管理者和学者智慧之大成的基础上所形成的以战略优势构建为宗旨的综合观点将是全书的主线。全书力图在犹如迷宫一般的理论之中,结合笔者的研究、实践与中国企业的管理实际,理出一条较为清晰的以战略优势构建为主线的知识线条,并围绕这一线条从理论和实践上展开论述、分析与介绍。把握原则是:确保线条清晰而又不失企业战略系统的完整性,内容简洁而又不失知识的系统性,便于操作而又不失理论的深度和广度。因此,全书从整体架构的设计、内容的分布、理论的分析及许多观点等方面都要体现笔者的多年研究与实践的成果。

2. 内容框架

本书聚焦于企业战略优势构建这一中心点,从企业战略的内涵、体系与方法全方位进行梳理与研究,完整地构建了企业战略的内涵与体系。主要内容分为以下六个部分:

第一部分是总体概述(绪论)。在对国内外相关研究进行述评的基础上,提出企业战略内涵、体系与方法研究的意义,明确研究内容、基本框架、研究方法与创新之处。

第二部分是企业战略含义与架构(第1章)。在深入研究的基础上提出企业战略的定义,对企业战略的基本理论、基本原理与战略角色进行分析,并构建企业战略的整体架构体系。

第三部分是战略分析与战略目标(第2、3、4章)。主要论述了企业宏观环境、行业环境的分析内容、原理与方法,讨论了识别与评估企业实力的内容与方法,分析了企业使命与战略目标的制定原理与方法,为后面战略制定与选择奠定基础。

第四部分是战略制定与选择(第5、6、7、8章)。从战略扩张、战略竞争、战略合作、战略收缩、战略防御等几大方面进行了内容、原理、体系与方法的深入

论述,并归纳综述了企业战略优势的内涵、原理与构建途径,讨论了战略制定、方案评价与选择的方法与原理。

第五部分是战略实施与控制(第9章)。论述了战略实施的模式与配套职能战略,从战略资源配置、战略组织调整、战略文化协调与构建等影响战略实施与控制的几大重要因素进行了深入的探讨,并阐述了战略控制的基本内容、战略控制的过程与战略控制系统。

第六部分是战略实证分析(第10章)。包括战略实证案例与分析、战略实证观察与析评,从某种意义上说是本书整体理论的综合实战应用分析。

0.1.3 相关研究文献综述

战略一词最早是军事方面的概念,是指重大的、带有全局性和决定全局的计谋。早期并没有企业战略的概念,企业战略是商品经济发展到一定阶段的产物,在企业外部环境范围扩大、内容日趋复杂、变化趋于频繁,从而使企业的生存和发展经常面临严峻挑战的情况下产生的。20世纪60年代,企业战略首先在美国产生,后来传到联邦德国、日本,现在已经在全世界范围内传播开来。

综合现有研究,企业战略理论的发展大致分为三个阶段,一是以钱德勒、安索夫等学者的研究为代表经典战略理论阶段(20世纪六七十年代),二是以波特等学者的研究为代表的竞争战略理论阶段(20世纪80年代),三是以拉哈拉德、哈默尔等学者的研究为代表的核心竞争力理论阶段(20世纪80年代中后期以后)。

20世纪60年代后,企业间的竞争更加激烈,科学、技术的高速发展,使企业面临着许多严峻的挑战和难以预料的突发事件。这个时代的主要特点是:需求结构发生变化,科学技术水平不断提高,全球性竞争日益激烈,社会、政府和顾客等提高了对企业的要求,资源短缺、突发事件不断出现。复杂多变的环境需要有新的管理观念,这时企业战略管理登上历史的舞台。公司通过规模生产、批量销售、垂直一体化,在技术上大量长期投资来提高效率和控制风险。1962年,美国著名管理学家钱德勒的《战略与结构:工业企业的历史篇章》一书的出版,掀开了企业战略问题研究的序幕。

战略管理的概念对于企业经营领域而言,通常被人们认为是一个较为抽象而空洞的概念。人们将战略概括为“主要涉及组织的长远发展的方向和范围”。西方一些著名的学者提出了一些独具特色的战略的定义。

战略管理是由美国的企业家安索夫在1972年发表的一篇文章《战略管理概念》中首次正式提出的,其在1975年出版的《从战略计划趋向战略管理》一书对战略管理进行了定义,1979年,安索夫又出版了《战略管理理论》一书。安索夫认为:战略管理是企业高层管理者为保证企业的持续生存和发展,通过对企

业外部环境和内部条件的分析,对企业的全部经营活动所进行的根本性和长远性的规划和指导。它和以往的经营管理的不同之处在于,战略管理是面向未来的动态地连续地完成从决策到实现的过程。钱德勒在《战略与结构》一书中认为:“战略是公司基本的长期目的和目标,采取的行动的过程,以及分配贯彻目标所必需的资源。”该定义被认为是最早用于商业领域的定义。

明茨伯格认为战略是由五个“p”组成的,即战略是一种计划(plan),战略是一种策略(ploy),战略是一种模式(pattern),战略是一种定位(position),战略是一种视野(perspective)。

德鲁克 1954 年曾在《管理的实践》中讨论了企业战略的三个问题:我们的企业是什么?我们的企业应该是什么?为什么?战略是决定组织将要干什么以及如何干的问题。“战略就是企业发挥战略优势,迎接环境挑战而制定的统一的、内容广泛的、一体化的计划。”

格拉克认为战略是“一个确保公司基本目标获得成功的头脑各异、全面的整体计划”。

安德鲁斯认为:“公司战略是公司决策的模式,它确定和揭示公司的目的或目标,制定实施这些目的的主要方针和计划,规定公司将从事业的业务范围、公司现在的或期望的经济和人文组织类型,以及公司期望为其股东、雇员、顾客和社区作出的经济与非经济的贡献。”

20 世纪 80 年代初,波特提出:“战略就是创造唯一的、有价值的、涉及不同系列经营活动的地位,持续的战略定位需要转换,战略的实质是决定该做什么。”

20 世纪 80 年代中后期,核心竞争力理论开始出现,核心竞争力的创始者普拉哈拉德(C. K. Prahalad)和哈默尔(G. Hamel)1990 在《哈佛商业评论》上发表题为 *The Core Competence of the Corporation* 的文章,首次提出并阐明了核心竞争力的概念,一时成为管理学界的热点研究问题之一。在经济全球化和信息技术不断发展的大背景下,现代企业的核心竞争力表现出复杂多变的特点,众多的研究认为,企业核心竞争力应该具备以下四个方面的特征:

(1) 战略价值性

核心竞争力富有战略价值,能够为企业获得持续竞争的主动权和创造长期稳定的超额利润,能够实现用户最为关注的核心价值。

(2) 独特性

独特性不断优化而形成的是企业个性化发展的产物。它具有与众不同的独到之处,为企业独自拥有,具备鲜明的个性化色彩。它孕育于企业文化和企业内质之中,难以被其他企业所模仿和转移。在核心竞争力中不仅包括企业独特的技术技能、营销技能、品牌效应,还包括独特的企业管理与企业文化。

(3)潜在延展性

从企业发展的角度看,核心竞争力具有潜在的延展性。企业能够从核心竞争力衍生、拓展出一系列产品与服务,从而开发潜在的市场,拓展新的行业领域。

(4)动态创新性

面对不断发展变化的市场与环境,现代企业的核心竞争力不可能是一成不变的,应当是动态调整、不断创新和不断发展的。核心竞争力需要及时地保护、优化、创新和发展,从这个意义上讲,只有动态发展和创新的核心竞争力才是企业竞争优势的源泉。

进入 21 世纪,海洋发展开始成为经济发展的主要领域,这使得许多企业开始进入海洋产业。当今世界发达国家经济发展大多经历了大陆经济向海洋经济的转变,综合起来看,当今世界在发展海洋经济方面的主要做法与经验可归纳为发展战略及途径明确和政府定位与职责明确两大特点。2010 年,汪长江在《管理世界》(2010 年第 2 期)上发表的《关于发展我国海洋经济的若干分析与思考》一文中提出要“从指导思想上明确海洋经济发展的主体、从制度上明确海洋经济发展中政府的角色定位——强化市场型政府定位、从战略布局上统筹规划海洋产业的发展”的宏观战略思考^①。

由此可见,战略并非是一个空洞抽象的概念,而是有着丰富而具体的内涵。战略应该是企业在某种市场环境下对其行为和希望达到的目的所进行的重大的、全局性的、长远的谋划,它既是企业经营思想的体现,又是制订中长期计划的依据。

但纵观现有研究,对于如何构建企业战略优势,都只是从不同研究领域的角度作了探讨,缺乏综合相关理论基础上的系统研究与论述,这也构成本研究的出发点和本书成书的基点。

0.2 研究意义与方法

0.2.1 创新之处与研究意义

1. 创新之处

(1)以构建企业战略优势为聚焦点展开战略内涵与体系的系统研究

企业战略管理,无论怎样定义,其理论的数量与科学性如何,其宗旨必须是

^① 汪长江,刘洁.关于发展我国海洋经济的若干分析与思考[J].管理世界,2010(2): 173—174.

战略优势的构建,企业战略管理的过程就是不断构建与完善其战略优势的过程。但现有研究中,无论是以安索夫等为代表的经典战略理论,以波特为代表的竞争战略理论、还是以拉哈拉德、哈默尔等为代表的核心竞争力理论,虽然都将关注点放在了战略优势上,但都只是站在各自的研究领域上进行研究。本书综合了前人研究的成果,聚焦于企业战略优势构建这一中心点,从企业战略的内涵、体系与方法全方位展开论述,完整地构建了企业战略的内涵与体系。

(2)理出了一条以构建战略优势为中心的清晰的企业战略知识线条

任何一种理论,既要立论正确,论证科学,体系完善,更要知识线条清晰。因为理论是用以指导实践的,就需要相关人员能读懂它、掌握它,如果没有清晰的知识线条,就会使人感觉量大、内容庞杂,如果没有在这一领域深入的研究,猛然习读,就犹如走进一个宏伟的理论迷宫,这对于理论作用的发挥是极其不利的。本书以战略优势构建为主线,在犹如迷宫一般的理论丛林之中,结合笔者的研究、实践与中国企业的管理实际,理出了一条较为清晰的知识线条,并确保线条清晰而又不失企业战略系统的完整性,内容简洁而又不失知识的系统性,便于操作而又不失理论的深度和广度。全书从整体架构的设计、内容的分布、理论的分析、实际的操作及许多观点等方面都体现了笔者的多年研究与实践的成果。

2. 研究意义

随着社会经济的高速发展,企业在市场竞争中,战略优势的构建已成为重中之重。本书的研究出版在学术和应用上都有重要意义。

学术价值:战略理论经过几十年的发展,国内外学者在其相关领域展开了全面系统的研究,取得了显著的成就,其成果可以说是浩若烟海、博大精深,然而在以战略优势构建为主线整合整体理论进行梳理与归纳研究,还无人进行。本书切此点而出,具有一定的学术价值。

应用价值:首先能为企业战略管理人员提供要点明确、知识线条清晰、便于学习的知识读本,其次也为政府宏观管理部门提供发展市场经济的参考依据。

0.2.2 研究方法

1. 理论分析与实证研究相结合的方法

战略管理的研究方法多种多样,理论与实证分析是最通用的方法。本书采用理论分析与实证研究相结合的方法,以构建战略优势为主线,对现有战略理论进行深入研究、梳理与归纳,着力形成聚焦于战略优势这一中心点的企业战略内涵研究与理论体系构建。

2. 归纳与演绎相结合的方法

本书主要是建立主线,梳理现有理论,提出观点,因此归纳分析与演绎分析

就是主要方法之一。

3. 比较分析法

比较分析法是将两个或两个以上的同类或相近事物,按同一法则进行对比分析,寻找其共同点与差异点,根据共同点找出规律,构建理论体系,根据差异点找出原因,修正或建立新的理论。本书通过对各种战略理论的应用实例进行比较,建立了以构建战略优势为聚焦点的战略管理理论体系,提出了以战略优势构建为宗旨的综合观点。

4. 系统论的方法

系统论的方法能促使我们从研究主题出发,总揽各相关因素,形成系统化的理论逻辑体系。企业战略是企业管理系统的重要内容之一,不能离开企业管理而孤立地研究企业战略,同时企业以市场密切相关,亦不能离开市场孤立地研究企业管理,必须将系统内各要素和系统外环境相关要素作为一个整体展开研究,才能使构建的体系科学合理且有用。

第1章 企业战略含义分析与架构建立

在企业的经营与管理中,战略是十分重要的。战略管理是企业整合性的管理,是企业管理人员最重要的活动与技能。实行企业战略是提高企业对环境适应性,使企业做到可持续发展的最有效的途径。因此,一个成功的企业,必须进行战略经营与管理。可以这样说,没有战略的企业,就不是真正的企业管理。培养企业的战略性思维,形成长期的、理性的制定战略的制度或习惯,并以此来展开企业的经营与管理,能极大程度地提高企业在市场竞争中取胜的概率。这已是经过全球企业发展整个历程所充分证明了的结论。美国某研究机构调查了1000多家企业,发现对企业自身的使命、前程、主攻方向和涉及全局的资源配置等战略问题十分清晰且构思和制定有明确战略的企业比没有明确战略或战略思想的企业平均利润高出50%。在我国,依靠正确战略取得辉煌成绩的企业亦比比皆是。

008

企业战略内涵与体系研究

1.1 战略与企业战略含义分析

1.1.1 战略的含义

战略一词来源于军事。所谓战略,即为战胜军事上的对手而对战争全局问题的总体谋划。

战略在我国自古有之。三国时代诸葛亮的“隆中对”就是战略系统分析的典范;春秋战国时代孙武的“孙子兵法”就蕴含丰富的战略全局思想,是我国最早研究对战争全局谋划的战略著作;孙膑的“田忌赛马”就是战略博弈的经典……

毛泽东在著名的《中国革命战争的战略问题》^①一书中写道:研究带有全局性的战争指导规律,是战略学的任务;研究带局部性的战争指导规律,是战役学

① 毛泽东. 毛泽东选集(第1卷)[M]. 北京:人民出版社,1991.