

STRATEGIC MANAGEMENT

战略管理 思想史

邹统钎 周三多 / 著



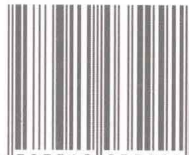
南开大学 出版社

策划编辑·王 冰

责任编辑·杨 琢

封面设计· **STRONG** 思创设计

ISBN 978-7-310-03599-1



9 787310 035991 >

定价：45.00元

战略管理思想史

邹统钎 周三多 著

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

战略管理思想史 / 邹统钎, 周三多著. — 天津 :
南开大学出版社, 2011. 1
ISBN 978-7-310-03599-1

I. ①战… II. ①邹… ②周… III. ①企业管理—思
想史—世界 IV. ①F270-091

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第238155号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路94号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022) 23508339 23500755

营销部传真: (022) 23508542 邮购部电话: (022) 23502200

*

昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2011年1月第1版

2011年1月第1次印刷

787×960毫米 16开本 23.5印张 1插页 433千字

定价: 45.00元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022) 23507125

目 录

第一章 战略的本质.....	1
第一节 战略研究历程.....	1
一、20 世纪 60 年代战略规划理论诞生	2
二、20 世纪 70 年代转向研究导向：环境适应理论横行	3
三、20 世纪 80 年代的产业组织理论与通用战略研究	4
四、20 世纪 90 年代资源基础论与核心能力说流行	6
五、2000 年前后超越竞争的创新与创造理念萌动	10
六、学派分野	11
第二节 战略的本质	13
一、企业战略与军事战略的差别	13
二、战略的本质问题	13
三、战略学大师论战略的本质	16
第三节 理论体系的基本构架	19
一、战略	19
二、战略管理	21
三、相关概念	22
四、战略管理的理论体系	23

第一篇 战略管理流派的演进

第二章 战略规划学派的兴衰	29
第一节 基本概念	29
一、概念	29
二、内容与分类	30
第二节 战略规划的本质：资源与机会的匹配	30
一、思想渊源与演变	30
二、修正与发展	33
第三节 代表性分析工具	35

一、SWOT 分析	35
二、波士顿矩阵	37
第四节 战略规划的理论批判	39
一、战略规划的理论	39
二、明茨伯格对战略规划的批判	41
第三章 环境适应学派：逻辑改良主义	43
第一节 环境的不确定性	43
一、战略规划衰落的根源	43
二、安索夫的环境变化分类与对策组合	44
第二节 逻辑改良主义思想	44
一、自然选择论与适应进化论	45
二、逻辑改良主义	47
三、学习模型	48
四、远景论	49
第三节 试错性的分析工具	51
一、SMFA 法	51
二、战略不确定性评估矩阵	52
三、脚本分析	53
第四节 逻辑改良主义的局限	53
第四章 产业组织学派：市场结构决定论	55
第一节 市场结构决定企业绩效	55
一、古典战略的核心思想	55
二、产业组织学派诞生的背景	56
第二节 S-C-P 与 PIMS	57
一、理论假设	57
二、梅森—贝恩—谢勒的结构—行为—绩效 (SCP) 分析构架	58
三、PIMS	60
第三节 波特的战略思想	62
一、通用竞争战略	63
二、波特的多元化成长理论	64
三、进入壁垒与移动壁垒	64
四、动态战略理论	65
第四节 分析工具	66
一、五力模型	66

二、价值链·····	67
三、行业成功关键因素·····	67
第五节 局限与评价·····	68
一、行业集中度与利润率或价格的关系·····	68
二、战略选择不能“脚踏两只船”·····	69
三、企业赢利性主要是市场结构等外部因素决定还是内部货源 与能力决定·····	70
第五章 资源基础论与核心竞争力理论·····	71
第一节 行业结构决定论的终结·····	71
一、归核化的出现·····	71
二、波特理论的窘境·····	72
第二节 从企业内部寻找成功因素·····	72
一、视角的转换·····	73
二、基本假设·····	73
第三节 资源与能力决定论·····	74
一、资源·····	74
二、经济租与不可模仿性·····	75
三、资源基础论经典著作的思想概述·····	76
四、核心竞争力理论·····	80
第四节 资源基础论的局限·····	82
第六章 动态能力论·····	84
第一节 动态能力理论的产生·····	84
一、动态能力提出的背景·····	84
二、动态能力的含义·····	86
第二节 动态能力理论概述·····	88
一、动态能力形成的影响因素·····	88
二、动态能力的形成机理·····	89
三、动态能力的特征·····	91
四、企业获取动态能力的分析框架·····	94
第三节 动态能力理论的局限与趋势·····	95
一、企业动态能力形成的关键因素仍不清晰·····	95
二、用动态能力来解释企业持续竞争优势面临着能力“无限后退” (Infinite Regress)的困境·····	95
三、评价动态能力的指标体系有待确立·····	95

四、有关动态能力的实证研究有待加强	96
第七章 描述性战略管理思想	97
第一节 企业家学派	97
一、企业家学派的产生	97
二、企业家学派的思想	98
三、战略思维的理论框架	99
四、CEO 对企业绩效的作用	100
五、企业家学派的不足	101
第二节 学习学派	102
一、学习学派的产生	102
二、学习学派的观点	103
三、学习学派的分析框架	108
四、学习学派的不足	114
第三节 权利学派	114
一、微观权利	114
二、宏观权利	116
三、权利学派的不足	117

第二篇 成长与竞争理论的变革

第八章 企业成长理论	121
第一节 企业成长动力理论	121
一、彭罗斯的资源决定论：内部资源是企业成长依托	121
二、钱德勒的组织能力说：组织能力是企业成长的内在动力	123
第二节 企业成长方式与过程的理论	125
一、成长过程：专业化—多元化—归核化	125
二、成长方式：克隆—虚拟—多元化	126
三、成长的逻辑：价值创新与核心竞争力移植	128
四、企业的生命周期	129
五、成长的速度与极限	130
六、综合的观点	132
第三节 企业成长的行业与区位选择理论	133
一、多元化与业务选择	133
二、多地化的区位选择	138

三、简要的评价.....	142
第九章 竞争战略的演进.....	144
第一节 规模经济时代的竞争战略	144
一、经验曲线.....	144
二、大规模生产.....	145
第二节 范围经济时代的竞争战略	146
一、波特的三大通用竞争战略	146
二、全面质量管理.....	149
三、品牌战略.....	150
第三节 竞争战略的新发展.....	151
一、大规模定制战略.....	151
二、战略联盟.....	152
三、时基竞争战略.....	153
四、信息战略.....	155
五、知识积累与创新战略.....	157
第四节 国际竞争战略.....	158
一、企业进入国际市场的一般模式	158
二、通用国际战略选择.....	159
三、企业参与国际竞争模型	161
第十章 生产战略的演进.....	162
第一节 大规模生产.....	162
第二节 从标准化到定制化的转型	163
一、未来市场发展的两大趋势	164
二、大规模生产难以满足市场发展需求	164
三、大规模定制的兴起.....	166
第三节 大规模定制.....	167
一、大规模定制概述.....	167
二、大规模定制的营销理念——“一对一营销”(One-to-One Marketing)	170
三、大规模定制的有效策略	172
四、大规模定制的竞争优势	173
第四节 大规模定制的应用.....	175
第十一章 持久竞争优势的源泉.....	177
第一节 持久竞争优势.....	177

第二节 技术创新	178
一、技术创新的概念、类型与方法	179
二、技术创新与持久竞争优势：西方的经验	180
第三节 制度创新	181
一、产权制度创新	181
二、组织结构创新	182
三、生产方式创新	184
第四节 人力资源：持久竞争优势之本	185
一、资源基础论的企业观与战略人力资源管理理论	185
二、构造人力资源管理实践与持久竞争优势间的桥梁	187
三、中外企业的成功例证	189
第十二章 产业战略思想	191
第一节 产业集群的研究历程	191
一、新产业区理论	191
二、工业区位理论	192
三、地域生产综合体理论	192
四、区域比较优势理论	193
五、产品生命周期理论	193
六、新经济地理学：基于报酬递增与聚集理论的解释	194
七、“钻石模型”：基于竞争优势理论的解释	194
八、国内学者对产业集群的研究	197
第二节 产业集群分类的研究	198
一、产业集群内涵	198
二、概念辨析	199
三、产业集群的分类	200
四、小结及评述	204
第三节 产业集群的竞争力研究	205
一、产业集群竞争力要素拆解	205
二、产业集群竞争力来源探究	206
第四节 产业集群与创新	207
一、产业集群创新的来源	208
二、集群创新过程	208

第三篇 组织与领导角色的转变

第十三章 组织结构理论的演变	213
第一节 组织与战略的关系.....	213
第二节 组织结构理论的演进	215
一、古典组织结构理论（19 世纪末—20 世纪二三十年代）	216
二、人际关系管理时期的组织结构理论（19 世纪 20 年代—50 年代）	217
三、60 年代后的组织结构理论.....	218
第三节 科层制组织.....	219
一、产生的原因.....	219
二、典型结构.....	220
三、缺陷.....	222
第四节 组织再造.....	223
一、劳动分工还是过程整合	223
二、传统组织结构的缺陷.....	224
三、过程整合与组织结构扁平化	226
四、团组与部门的替代与互补	230
第五节 虚拟组织.....	231
一、速度竞争时代的必然产物	231
二、网络替代科层、市场契约替代企业契约	234
三、虚拟企业的缺陷.....	236
第十四章 领导理论的演变	237
第一节 领导的定义.....	237
第二节 领导理论的历史演变	238
一、特质论（Trait Theory）（发展于 1940 年前）	239
二、行为论（20 世纪 40 年代末至 1960 年）	241
三、情境论 / 权变论.....	245
第三节 领导理论的新进展.....	248
一、特质论的回归：魅力型领导	249
二、远景式的领导.....	251
三、变革型领导理论.....	252
四、领导者与管理者.....	254

第四篇 中外战略思想家的学术思想

第十五章 战略思想的发现逻辑	261
第一节 战略思想流行的条件	261
一、实用第一	261
二、简洁与方便原则	262
第二节 企业战略的主流研究方法	264
一、研究的视角与方法	264
二、实证统计与案例研究	265
三、类比方法	266
四、概念化方法	268
五、历史演变法	268
六、推翻前人的假设	270
第三节 战略思想的发现与传播	271
一、战略理论主要取材于日欧美的企业实践	271
二、战略理论创新主要来自美国	272
第十六章 战略学大师的学术思想	274
第一节 伊戈尔·安索夫	274
一、个人简历	274
二、主要学术论著与学术观点	275
三、安索夫的主要文章与著作	280
第二节 小艾尔弗雷德·D. 钱德勒	281
一、个人简历	281
二、代表著作	281
三、学术思想	282
第三节 亨利·明茨伯格	287
一、个人简历	288
二、学术观点	289
三、主要著作	293
第四节 理查德·鲁梅尔特	296
一、个人简历	296
二、主要论著	296
三、学术观点	297

第五节 迈克尔·波特.....	303
一、经历简介.....	303
二、学术思想介绍.....	305
三、思想评论.....	306
四、主要著作及相关论文.....	310
第六节 加里·哈默尔与 C. K. 普拉哈拉德.....	311
一、个人简历.....	311
二、主要学术观点评述.....	312
第七节 大前研一 (Kenichi Ohmae)	316
一、个人简历.....	316
二、主要理论思想述评.....	317
三、代表性著作及相关文章	321
第八节 理查德·纳尔逊 (Richard R. Nelson) 和悉尼·温特 (Sideny G. Winter)	323
一、个人简历.....	323
二、主要学术思想和理论观点	324
三、主要著作及相关文章.....	328
第九节 凯瑟琳·艾森哈特 (Kathreen M. Eisenhardt)	330
一、个人简历.....	330
二、主要学术思想和理论观点	331
三、著名的论文和著作.....	338
第十节 亨利·切斯布洛 (Henry Chesbrough)	339
一、个人简历.....	339
二、主要学术思想和理论观点	340
三、著名的论文和著作.....	343
第十七章 中国传统战略思想.....	345
第一节 孙子战略思想.....	345
一、孙子兵法的战略思想体系	345
二、孙子兵法九大战略原则	352
第二节 三十六计的战略思想	355
一、欺诈.....	355
二、增减.....	356
三、点穴.....	357

四、通过攻击关键环节来提高攻击效率；通过利益转换与回避竞争 来减少损失.....	358
第三节 战略加减法.....	358
一、中外战略态势分析方法的比较	358
二、战略制胜机理.....	361
三、《隆中对》——中国传统战略的范例.....	363

第一章 战略的本质

战略无处不在，无时不在。大可用于国家，小可用于个人。系统的战略思想可以追溯到 2 500 多年前的《孙子兵法》，现代企业战略管理思想出现在 20 世纪 60 年代的美国。目前，战略管理理论已在企业实践中得到广泛的应用。

第一节 战略研究历程

在战略规划出现以前，预算是企业最重要的应对长期发展的一种手段。长期预算、趋势分析、差距分析等方法在当时较为流行。塞尔兹尼克（Selznick）在 1957 年研究了制度承诺（Institutional Commitment）的角色，并引进了“独特竞争力”（Distinctive Competence）这一概念，构建了现代战略的雏形。

20 世纪 60 年代初期，安东尼、安索夫和安德鲁斯奠定了战略规划的基础，他们重点阐述了如何把商业机会与公司资源有效匹配，并论述了战略规划的作用。三者的研究构成战略思想的“三安范式”（Anthony-Ansoff-Andrews Paradigm）。“三安范式”在 1978 年的匹兹堡大学战略规划研讨会上得到普遍的公认，后经申德尔和霍弗在 1979 年出版的《战略管理》一书向世界广泛传播。20 世纪 80 年代是通用战略阶段，人们试图总结成功的普遍模式，由波特领头重点研究如何预测商机、创造商机以建立和保持公司的竞争优势。人们对战略的实施给予了充分的重视，价值链的概念及 7S 构架被用于研究为实现公司目标，如何构造企业的内部关系。80 年代后期至 90 年代，人们越来越认识到战略的制定不是一个简单的机械设计过程，不同的组织有不同的战略，战略规划与实际结果间存在差距。战略需要根据外界条件的变化不断地修改调整。^① 现在，越来越多的学者希望根据企业内部的资源和能力来制定战略。

^① Feurer, R. and K. Chaharbaghi (1995). "Strategy Development: Past, Present and Future", *Management Decision*, Vol. 33, No.6, 11-21.

一、20 世纪 60 年代战略规划理论诞生

20 世纪 60 年代初期,安德鲁斯、克里斯滕森和安索夫奠定了战略规划理论的基础,他们重点阐述了如何把商业机会与公司资源有效匹配,并论述了战略规划的作用。在 60 年代到 70 年代初,规划思想占据着战略的核心地位。

(一) 系统战略理论的诞生

战略管理的三部开创性著作是:钱德勒的《战略与结构》(1962 年)、安索夫的《公司战略》(1965 年),以及安德鲁斯的《商业政策:原理与案例》(1965 年)。钱德勒的《战略与结构》解释了大企业的成长并分析了企业的管理结构如何随企业的成长而改变,分析了美国大企业的管理人员如何确定企业的成长方向、作出投资决定并调整企业组织结构,确保战略的贯彻实施。他发现企业内部管理的变化主要是战略方向的变化而并非只是为了提高企业效率。^①

安德鲁斯接受了钱德勒的战略思想,增加了塞尔兹尼克独特竞争力概念,并强调企业必须适应不确定的外部环境。安德鲁斯区分了战略的制定与战略的实施,他认为战略包括 4 个要素:市场机遇(企业可能做什么(might do))、公司能力(企业能够做什么(could do))、个人激情(企业想做什么(wants to do))以及社会责任(企业应该做什么(should do))。战略就是实现四者的契合(fit)。^②按照安德鲁斯的观点,环境不断变化产生机遇与威胁,组织的优势与劣势将不断地调整以避免威胁并利用机遇。对企业内部的优势与劣势的评估确定企业的独特能力,对外部环境的机遇与威胁的分析可以确定潜在的成功因素。这两种分析构成战略的基础。安德鲁斯把战略制定看成是“分析性的”,而把战略实施看成是“管理性的”。

战略管理最早的时候叫“政策”或者简单地叫“战略”。它是关于企业发展方向的问题。^③哈佛大学首先开辟商业政策的教学,当时是作为企业管理的最高层课程。主要针对高层经理面临的问题,教学方法依然是哈佛最传统的案例研究方法。60 年代在哈佛商学院,安德鲁斯和克里斯滕森使用单向法形成了战

① Rumelt, R. P., Dan E. Schendel and David J. Teece (1994). *Fundamental Issues in Strategy*, Harvard Business School Press, 16.

② Mckiernan, P. (1996). "Introduction", *Historical Evolution of Strategic Management*, Vol. I, Dartmouth Publishing Company Limited, xvi.

③ Rumelt, R. P., Dan E. Schendel and David J. Teece (1994). *Fundamental Issues in Strategy*, Harvard Business School Press, 9.

略规划的基本理论体系,其基本步骤包括资料的收集与分析、战略制定、评估、选择与实施。这种方法的实质是认为战略乃是匹配(Match)公司能力(Capability)与其竞争环境的商机。伦德(Learned)等人的SWOT分析是这一时期的战略态势分析工具的经典,并一直沿用到现在。

当时的战略规划包括四步:第一步研究外部环境条件与趋势及公司内部独特能力(Distinctive Competence)。外部环境的分析包括社区、国家与世界政治、经济、社会与技术等对公司经营有影响的相关因素。内部能力分析包括公司的财务、管理及组织方面的能力及公司的声誉和历史。第二步是外部机遇与风险及内部公司资源的优势与劣势并且把他们结合起来。第三步是通过评估决定机遇与资源的最佳匹配。第四步是作出战略选择。传统战略规划的致命弱点是它是一个单向过程,环境不断变化,规划同样也要不断修改调整,否则难以适应新环境,因此规划应是一个循环动态而非单向静态的过程。

安索夫是在对战略规划感到失望后提出其战略管理概念的。建立了自己的战略决策过程,重点研究企业成长的范围与方向。安索夫认为战略为5种选择提供“共同思路”(Common Threads),即产品与市场范围、成长方向、竞争优势、协同、自产还是购买。安索夫把环境、市场定位与内部资源能力置于战略的核心位置。在战略的各因素中,安索夫强调协同的作用。比较而言,安索夫侧重公司战略,而安德鲁斯侧重业务战略。

(二) 经验曲线等实证规律的发现

波士顿管理顾问公司对战略的两大发现是经验曲线与成长一份额矩阵。经验曲线发现,随着市场份额扩大,产量增加,由于劳动熟练程度提高会导致生产成本下降。“每当经验翻一番,增值成本就会下降20%~30%。”波士顿管理顾问公司后来还提出了一系列规律,包括定价悖论、市场份额辩论、三四率等。

波士顿管理顾问公司最重要的发现是成长一份额矩阵。成长一份额矩阵是将企业的产品或市场根据目前的状况与未来的发展潜力进行分类,区分出“瘦狗”、“现金牛”、“明星”与“问号”业务,为企业决策提供依据。后来通用电器在波士顿矩阵的基础上又提出了以市场吸引力与企业优势为变量的GE矩阵。这两种矩阵目前已成为战略分析的基础工具。

二、20世纪70年代转向研究导向:环境适应理论横行

1970年到1977年GE使用战略规划才使战略思想正式登上历史中心舞台。战略规划最初主要在业务战略层次,1976年出现在公司层次。矩阵方法得到广