

DaQiYe ZhanLue XuanZe

大企业战略选择

一个经济学视角

丁志铭 丁晓钦 段雨澜 著

YIGE
JINGJIXUE
SHIJIAO



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

DAQIYE ZHANLUE XUANZE

大企业战略选择： 一个经济学视角

丁志铭 丁晓钦 段雨澜 著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大企业战略选择：一个经济学视角/丁志铭，丁晓钦，
段雨澜著. —北京：经济管理出版社，2004

ISBN 7-80162-884-5

I. 大… II. ①丁…②丁…③段… III. 企业管
理—经济发展战略 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 019812 号

出版发行：经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

邮编：100038

印刷：北京银祥印刷厂

经销：新华书店

责任编辑：张 马

技术编辑：晓 成

责任校对：全志云

850mm×1168mm/32

10 印张

242 千字

2004 年 5 月第 1 版

2004 年 5 月第 1 次印刷

印数：3000 册

定价：25.00 元

书号：ISBN 7-80162-884-5/F·798

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部

负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010) 68022974

邮编：100836

序

程恩富

(上海财经大学海派经济学研究中心主任、博导)

自从我国改革开放以来，企业的沉浮、发展与创新进入了一个新的阶段。对管理行为的理论分析，过去一般局限于管理学界内。西方管理学也一直被我国管理学界奉为经典，因此，引进与诠释西方管理学著作似乎成为国内学者的主要任务。就管理理论的发展来看，它已经历了一个从总结企业的具体经验，到阐述一般原理的演变过程。在这个演变过程中，经济学对其发展与演变产生了重要影响。管理学产生之初，源于西方主流经济学的“经济人”假设深深影响了泰罗的科学管理理论。管理理论的科学化过程，也直接借用了经济学的定性、定量分析方法。至于经济学的的一个分支，管理经济学更是沟通经济学理论与企业管理决策的桥梁。管理经济学的目的就在于为管理决策过程提供一种理性思考、理性创新的思路。但是，这并不是说，对企业管理活动的经济分析已至完境。实际上，就管理活动的某个过程、某种具体行动进行经济学视角的分析，不管是对于我国企业管理理论的深

化，还是对于经济学理论的交叉发展，都大有裨益。

《大企业战略选择：一个经济学视角》，主要从经济学的角度去分析企业战略选择过程中，企业决策者行为的内在合理性问题。该书的作者丁志铭、丁晓钦和段雨澜是上海财经大学的博士后和博士生。其中，丁晓钦和段雨澜是政治经济学专业的博士，在理论经济学中涉猎较深。丁志铭正在进行博士后研究，并且长期从事企业管理实践。在本书中，他们三人尝试用经济学的几个不同理论分支去分析企业战略决策行为，在我国经济学界与管理学界中，当属一种创新研究。

分析企业的战略决策行为，既可以从企业内部的影响因素，又可以从企业的外部约束因素来进行。

从企业内部来看，企业决策者的偏好与他们追求的目标是企业战略选择的基础。企业决策者是否以企业价值最大化作为企业的最终目标，对既定战略集合的价值评估就会不一样；企业决策的偏好所受特定社会文化因素的影响程度，直接体现在企业的规模、结构、文化等变量之中。从企业内部决策者之间的关系来考察企业的战略选择，就必须研究他们的权责分配制衡的关系对企业战略选择的影响。本书运用经济人假设、社会人假设以及委托代理理论、交易成本思想等经济学理论，去分析企业决策者进行战略决策时的内部因素，显得角度新颖，凸显了人性研究、代理理论等经济学理论在分析企业管理活动中的强大生命力。

从企业外部的制约因素出发，企业所追求的效益目标必然会受到信息成本多寡与市场结构性质的影响；信息成本的多寡与市场结构的性质又离不开政府所提供的制度供给、政府执行制度所表现出来的效率高低。当然，制度对企业行为的约束是一个综合性的工程，其中，产权制度又是其中的核心，本书联系当前的企

业战略选择偏好去分析我国的产权制度，无疑可以深化人们对国有企业改革的认识。既然政府在市场竞价、产权界定、提供公共信息、维护公平方面有较大影响，因此，保证高效率的制度供给应当成为我国未来政治、经济体制改革的主旋律。这也是本书在运用微观经济学的市场理论、博弈论、信息经济学、新制度经济学等理论，从多个角度分析企业战略决策的外部制约因素必然得出的结论。

学术研究要坚持实事求是的原则，理论源于实践，又必须回归于实践中去检验。我认为，本书最大的特点就是，既紧紧贴近我国企业管理活生生的实践活动，也不脱离经济学理论体系建设的需要。在分析过程中充分运用了现代经济学的先进理论成果，使得对大企业战略偏好问题的分析提升到了一个理论高度；同时，又将深奥难懂的经济学语言尽量转化为通俗易懂的管理术语，恰如其分地沟通了管理学与经济学，使得对企业战略决策行为的分析结果容易受到实践的检验。从而避免了当前学界中存在的某些为模型而模型，为理论而理论的不良研究倾向。

分析问题、探讨问题要坚持辩证法观点，这也是成为一个严肃、负责的学者所必须具备的基本素质之一。从本书的观点来看，虽然着眼于当前企业决策中的一个热门话题——众多企业竞相选择大企业战略，但是，作者并没有贸然否定或赞同这种做法。综观全文，作者的视角是多样的，每一个角度都可能导致企业战略选择的改变，也就是说，影响大企业战略选择的因素是如此之多，对其中一个因素的忽视就可能会导致人们对企业行为认识的偏差。因此，作者在文中所追求的，以我的理解，就是思考、分析与升华。就企业行为的实践者来说，从本书中所要借鉴的就是，正确认识大企业战略的利弊与成因，趋利避害，实现代

表企业长远利益的最大化目标。

运用经济学理论去分析企业战略选择行为，实属一项创新研究，那么，其难度也是可想而知的。从本书的结构和观点来看，还存在着一些不足之处：比如，由于涉及到的理论众多，全文结构略显枝节蔓杂；又比如，由于偏重理论分析，对大企业战略选择方面的成败案例分析得还嫌不够。

企业理论是政治经济学的重要内容之一，也是经济体制改革的难题和中国经济强盛的核心。我本人曾撰写过《西方产权理论评析》（当代中国出版社 1997 年版）、《企业学说与企业变革》（上海财经大学出版社 2001 年版），以及其他一些有关企业改革和发展的论著，今后还将继续关注和创新“海派经济学”即“后马克思经济学综合学派”的企业学说。

我希望三位作者在以后的学术研究中再接再厉，力争在经济学理论的研究中作出更大的贡献。

2004 年 3 月 25 日于上海仁和苑

目 录

第一章 导论	1
第一节 选题背景与研究意义	1
一、本书的选题背景与基本思路	1
二、大企业战略分析对中国实践的意义	4
第二节 基本假设和研究方法	5
一、本书的基本假设及其检验	5
二、战略选择的经济学分析工具	7
三、本书拟采用的研究方法、实验方案和技术路线	8
第三节 研究内容和结构安排	9
第二章 战略与大企业战略	11
第一节 企业战略概述	11
一、企业战略的概念	11
二、企业战略的组成要素	13

三、企业战略的管理	14
第二节 大企业战略的本质及表现	20
一、企业战略的分类	20
二、大企业战略的表现	21
三、大企业战略的本质	23
第三章 经济学视角之一：企业战略选择的内部 制约因素	27
第一节 经济人理论	28
一、经济人的内涵	28
二、关于经济人的争论与发展	29
三、经济社会学中的经济人	30
四、新古典经济人模式在企业战略选择中的应用	32
五、经济人的修正与企业战略的选择	34
六、文化、社会价值因子在企业战略选择中的 影响	37
七、分析企业战略选择的切入点	38
第二节 委托—代理理论	41
一、委托—代理问题的产生	41
二、委托—代理问题产生的原因	43
三、委托—代理模型的简单表述	45
四、委托—代理理论的局限性	48
五、委托—代理理论在企业战略选择中的应用	50

第三节 交易成本理论	52
一、交易成本的概念	52
二、交易成本的决定因素	53
三、交易成本与企业的规模	55
四、交易成本理论的局限性	58
五、企业战略选择中的交易成本理论	60
 第四章 经济学视角之二：企业战略选择的外部 制约因素	 63
 第一节 信息经济学	 64
一、信息搜寻模型	65
二、信号传递模型	67
三、企业战略选择中的信息经济学	70
 第二节 博弈论	 72
一、博弈论的基本概念	72
二、博弈的类型	73
三、博弈论与经济学的发展	75
四、博弈论在经济学中的应用	77
五、博弈论与企业战略选择	79
 第三节 制度分析与经济学中的国家理论	 82
一、制度的含义及作用	82
二、产权理论	85
三、国家与产权制度	87

第五章 大企业战略选择与企业决策者的偏好	91
第一节 经济人与大企业战略选择	91
一、经济学对企业规模经济的解释	92
二、企业内利益集团的经济人行为	94
三、企业经济人追求大企业战略的内在一致性	98
第二节 企业决策者的有限理性与大企业战略选择	100
一、西蒙的有限理性理论	100
二、莱本斯坦的“X效率理论”	103
三、有限理性下的大企业战略	107
第三节 大企业战略选择的社会人角色	113
一、社会人的两种思路	113
二、企业决策者的创业角色与管理角色及其影响	115
三、企业决策者的出身背景与动机及其影响	117
四、企业决策所处的社会情境及其影响	121
第六章 大企业战略选择与公司治理结构	123
第一节 公司内部治理机制与大企业战略选择	124
一、公司治理问题提出的国际背景	125
二、公司治理结构的法理分析	127
三、“三会四权”的制衡机制与大企业战略选择	131
四、我国公司治理结构的现状及健全	136

第二节 公司治理模式与大企业战略选择	144
一、公司治理模式的演进与大企业战略	145
二、法人股东主导型公司治理模式的国际比较与大企业 战略选择	148
三、不同公司治理模式下的企业战略选择比较	154
 第七章 大企业战略选择与产权制度	 159
第一节 产权制度、企业制度与大企业战略	159
一、现代市场经济中的产权制度	160
二、产权的经济类型	166
三、产权在现实经济活动中的具体形式	169
四、企业制度的历史演进与大企业战略	171
 第二节 私有企业产权制度与大企业战略选择	 177
一、我国私有产权制度的成长	178
二、私有企业产权的失衡制约着大企业战略选择	183
三、私有企业产权制度创新与大企业战略的实施	187
 第三节 国有企业产权制度与大企业战略选择	 194
一、西方国有企业产权制度的特点及其借鉴	194
二、我国的国有企业改革与大企业战略的实施	198
三、大企业战略选择与企业国际竞争力的培育	200
 第八章 大企业战略选择与市场的竞争程度	 205
第一节 市场结构与大企业战略选择	205

一、市场竞争与市场结构	205
二、完全竞争市场条件下的大企业战略	208
三、完全垄断条件下的大企业战略选择	210
四、其他市场结构下的大企业战略	212
 第二节 市场集中度与大企业战略选择	213
一、市场集中度与市场竞争	214
二、企业规模扩张与市场竞争	218
三、市场集中度的实证分析与大企业战略取向	223
 第三节 博弈中的大企业战略选择	226
一、博弈论在企业战略研究中的应用概述	228
二、市场进入博弈下的大企业战略选择	231
三、古诺模型下的大企业战略选择	234
四、二阶段博弈模型下的大企业战略	236
 第九章 不完全信息中的大企业战略选择	241
 第一节 企业的信用建设与大企业战略选择	242
一、企业信用与信息	243
二、企业信用的构成要素	244
三、企业的信用水平与大企业战略选择	246
四、企业信用缺失条件下的大企业战略选择	249
 第二节 不完全信息条件下大企业战略选择的 信号传递	251

一、金融市场中的信息不完全与大企业战略选择	251
二、长期资本市场的信息不对称与大企业战略选择	254
三、广告信息与大企业战略选择	258
 第三节 不完全信息中的政府角色与大企业战略选择	264
一、政府作为第三者的权威角色与大企业战略	264
二、政府的公共信息供给者角色与大企业战略	269
 第十章 中国企业的战略选择问题	273
 第一节 中国企业选择大企业战略的内在驱力	273
一、中国企业决策者的偏好与大企业战略的选择	274
二、中国企业的产权制度与大企业战略的选择	275
三、中国市场结构与大企业战略的选择	276
四、信息制约与大企业战略的选择	277
 第二节 中国企业规模的现状与形成机理	279
一、中国企业规模的现状	279
二、大企业战略实施与企业规模偏小的悖论	282
 第三节 中国大企业战略实施中的问题与建议	288
一、大企业战略实施中的问题	288
二、关于我国企业战略选择的几点建议	293

主要参考文献	297
后记	307

第一章 导论

第一节 选题背景与研究意义

一、本书的选题背景与基本思路

在我国社会主义市场经济建设过程中，企业的兴起与衰落一直备受管理学和经济学界的关注。不管是科学管理理论、组织理论、行政管理理论，还是现代管理理论丛林中的各个学派，他们的分析仍然停留在经验性的实证分析阶段。实践环境是复杂多变的。这就导致了从不同角度出发的管理学理论间存在着巨大的差异，甚至迥然不同。与此同时，经济学的发展已经使得原来狭隘意义上的新古典经济学范式大大得以拓展。由科斯开创的新制度经济学提醒人们去关注市场与企业之间的边界，去深入到原本是黑箱的一个企业内部。信息经济学的兴起使人们重新评估企业在不完全信息市场模型下的经营行为，对信息传播与委托—代理模型有了更加深刻的认识。对经济学的一些前提的放松，人们还可以更深入地了解社会文化等环境因素是怎么样制约着企业经营主体的选择行为。当声望、社会地位、尊严、利他主义变为企业经营者优先偏好的一部分时，关于人类行为的经济分析以及经济社会

学、文化经济学等学科无疑使得企业经营者的经济行为变得更加容易分析，从而使得从经济学视角去分析大企业战略的形成与后果成为可能。

从经济学视角来考察企业经营行为，目前，无论是在国内，还是在国外，主要的研究内容分布在管理经济学、产权经济学、交易经济学、信息经济学、经济社会学等分散的领域内，其主要目的是为企业某一方面的决策目标、决策过程、战略抉择等问题提供理论分析的基础。但是，各个经济学派对企业由盛至衰的原因缺乏一个综合、系统的分析，当以这种视角投向迅速变革中的中国企业时，使得人们更感到理论分析的滞后。本书试图广泛吸取经济学研究中的已有成果，从产权、信息、文化、制度环境等多个层次去定性和定量分析在中国市场中多个企业奉行大企业战略、追求超常规发展的深层次原因，揭示脱离实际的战略所导致的严重后果，并总结出其一般性规律与特殊性的条件。

企业的战略可以理解为企业的总体目的和保证企业总体目的得以实现的一系列方针、政策、活动的集合体。按照明茨伯格的说法，战略是引导和指导企业行动的计划，战略是反映企业行为连贯性的长期反应模式，战略是企业选定在环境中的位置以及进行竞争的方式，战略是一种组织文化和战略者独创性和想象力的体现，战略是一种通过采取威胁在内的手段获取竞争优势的计谋。企业战略分为三个层次：公司层战略、业务层战略和职能层战略。其中，最重要的是公司层战略，客观存在确定企业的业务组合，即决定企业活动所涉及的业务范围种类，合理安排各类业务活动在企业业务总量中的比重和作用，各类业务之间的相互关系，以及这些业务在战略期内的发展方向。大企业战略是企业所选择的一种总体战略，在本质上说，它属于发展战略的一种。企