

现在， 顶尖商学院教授 都在想什么？

你不知道的管理学
现况与真相

〔日〕入山章荣 / 著 陆青 / 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

现在， 顶尖商学院教授 都在想什么？

你不知道的管理学
现况与真相

〔日〕入山章荣 / 著 陆青 / 译

本书介绍了世界管理学最前沿的研究现状，是活跃于美国商学院的日本籍管理学学者入山章荣的力作。本书开篇先介绍了人们对管理学的三大误解，以帮助读者矫正对世界管理学研究的印象中偏差的部分。您也许会对美国管理学学者不读德鲁克这一事实感到吃惊，那么就请耐心地阅读本书，因为它能帮您解惑并使您收获更多新知，从而更为全面地了解世界管理学的前沿理论和研究成果。

SEKAINO KEIEIGAKUSHA HA IMA NANIWO KANNGAETE IRUNOKA by Akie Iriyama

Copyright © 2012 Akie Iriyama

All rights reserved.

Original Japanese edition published by Eiji Press, Inc.

Simplified Chinese translation copyright © 2014 by China Machine Press

This Simplified Chinese edition published by arrangement with Eiji Press, Inc.

through HonnoKizuna, Inc., Tokyo, and Shinwon Agency Co. Beijing Representative Office, Beijing

本书的中文简体字版由机械工业出版社出版，未经出版者书面允许，本书的任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

版权所有，翻印必究。

北京市版权局著作权合同登记 图字：01-2013-9013 号。

图书在版编目（CIP）数据

现在，顶尖商学院教授都在想什么？／（日）入山章荣著；陆青译．—北京：机械工业出版社，2014.12

ISBN 978-7-111-49070-8

I. ①现… II. ①入… ②陆… III. ①管理学-研究
IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 049916 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：张馨月 王 慧 版式设计：张文贵

责任校对：赵 蕊

北京市四季青双青印刷厂印刷

2015 年 4 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×240mm·13.25 印张·1 插页·187 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-49070-8

定价：42.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

服务咨询热线：（010）88361066

读者购书热线：（010）68326294

（010）88379203

网络服务

机工官网：www.cmpbook.com

机工官博：weibo.com/cmp1952

教育服务网：www.cmpedu.com

封面防伪标均为盗版

金书网：www.golden-book.com

前言 | 写给阅读本书的您

本书旨在向您揭露世界顶尖商学院的管理学学者正在研究的课题，并以浅显易懂的文字将研究所得的“最前沿的知识”介绍给您。

我本人在纽约州立大学水牛城分校的商学院任副教授，是目前极少数活跃于美国商学院的年轻日本管理学学者之一（其实说来也不算年轻了）。

在美国商学院与关心日本企业与管理学的学者交流过程中，有件事情令我大为惊讶，那就是世界各国的管理学学者所探讨的管理学知识，在国内竟无人知晓。

我对此产生如此强烈的问题意识的原因有以下两点：

第一，在我看来，国外顶尖商学院教授讨论的课题——管理学今后将如何发展？如何来阐明管理学中的种种疑问？人们如何从研究成果中获益？都最好让国内的读者也加以了解。

如今，不少人在欧美各国获得 MBA 学位归国后，出版了许多经济管理技能（know-how）方面的书籍。然而细细想来，这些 MBA 学位获得者学到的不过是国外商学院教授传授的管理理论与分析工具罢了，也就是说，都是从教授们那里学到的知识并非他们自己的研究所得。

商学院教授的本职工作是教育和研究，尤其是在欧美排名领先的商学院中，绝大部分教授都是具有博士学位的研究者。他们通过研究来发展管理学知识，并在授课过程中将研究所得与 MBA 学生分享。

任教于世界各国商学院的研究者如今正在进行什么样的前沿研究？他们争论的问题是什么？有何新发现？想必各位读者都十分关心吧。

第二个原因说来或许会引起误解。在我看来，大多数管理学学者对于管

理学的理解，与目前国外学者正在推进的管理学研究之间还存在着一定的差距。

本书将以浅显易懂的方式，介绍当今世界管理学的前沿理论。在阅读本书后，各位读者或许会惊讶地发现，本书介绍的内容与一般人所理解的管理学截然不同。

如今，管理学正以惊人之势，向全球化方向发展。

近来，不仅是美国和欧洲的管理学学者，中国大陆、印度、新加坡、韩国以及中国台湾等国家和地区的亚洲学者，南美洲，大洋洲，甚至中东的研究者，都得以在全球化所提供的同一战场上博弈。他们根据管理学共通的理论基础，运用学界共通的分析方法，借助国际通用的英语进行研究，以在国际一流学术杂志发表论文为目标，从而上演了一场场激烈的竞争。

这其中，明星学者纷纷登场，以锐不可当之势争做管理学研究的先锋。一提到欧美管理学学者，对管理学稍有了解的人都会想到迈克尔·波特（Michael Porter）、亨利·明茨伯格（Henry Mintzberg）这类大师级的人物。但是他们都已成为过去式。如今，管理学界早已进一步向前发展。

然而，为何许多人对这些改变一无所知？

在我看来，原因之一就是活跃在国际舞台的国内管理学学者人数实在太少。

比如，我在2010年奔赴美国波士顿参加全球最大的管理学会（Academy of Management）的年会时，来自85个国家和地区的9369位与会者中，只有41位来自日本。

与会人数统计显示，英国为641人，德国为406人，法国为269人，中国台湾179人，中国内地与中国香港特区共计353人。许多任教于欧美商学院、身为国际管理学会会员的韩国与中国籍学者并没有包括在内。也就是说，除日本学者以外，来自亚洲的实际与会人数更多。

为避误会，首先要说明两点。第一，我并不是说目前没有国内管理学学

者活跃于国际舞台上。尽管书中没有机会一一介绍，但是仍有几位令我尊敬的、研究成果斐然的学者。尽管如此，学者的总人数还是太少了。在我关心的研究领域中，每年参加国际学会发表论文，以及在国际学术杂志上投稿的日本人，还有包括我在内的青年学者，这些人数全部加起来至多 20 位左右。

第二，我并不是要评论这种现象的好坏。那些不参与海外活动，却在国内研究成果斐然的管理学学者并不在少数。我本人同样受这些学者的研究成果的影响颇深。

然而，这些学者大多以国内学界为中心，较少参与国外学术活动。虽然我并不清楚其中的原因，但正如我在第二章中谈到的那样，这或许是因为欧美和日本学者在管理学的主要研究方法方面仍有差异，并且国内管理学界自身体系内的发展已经十分成熟。

无论如何，在我看来问题的症结就在于国内管理学学者参与国际管理学会的人太少。因此导致“现在，世界管理学的前沿问题是什么？”这个大众本来最关心的问题，在国内竟几乎无人知晓答案。

作为具有博士学位的研究者，我也身处世界管理学领域进行研究工作，因此对“现在，世界管理学的前沿问题是什么？”还是相当了解的。本书将以浅显易懂的方式为大家介绍相关知识，希望各位能从中有所获益，为您的日常工作提供思考线索，或者权当是您与同事间的谈资也无妨。

阅读本书的方式很自由，既可以当作枕边书阅读，也可以在上下班途中翻阅。因为本书并不是采用学术著作那样严谨难读的写作方式，在写作中尽量避免用统计学方法进行说明，希望各位读者能像阅读短篇小说般轻松。

下面来介绍本书的章节构成。第一章到第三章说明世界管理学的整体样态，尤其要请各位重点阅读第一章。如果先读第二和第三章，您会对世界管理学的整体样态有更为清晰的把握。当然，如果跳过这些章，直接阅读第四章中的内容也无妨。

从第四章开始将会对世界管理学研究的前沿问题进行一一介绍，读者可以按照顺序阅读，也可以挑自己感兴趣的来看。

衷心希望各位在阅读本书后有所感悟。

首先，本书可以让各位了解到从前不熟悉的世界管理学前沿知识。由此或许能为商业经营者提供思考线索或建议。当然，有的读者或者会有不同的看法。“国外学者竟然连这些都不知道！”“这种研究有什么用？”对于这些反面意见，我也同样欢迎。

如果通过本书各位读者能够接触到世界管理学的最前沿知识，并进而激发起对管理学知识的些许兴趣，那是我衷心希望的事。

那么，首先就让我们从普通人对管理学认知的“三大误解”说起吧。

| 目 录 |

前言 写给阅读本书的您

第一部分 这才是当今世界的管理学

第一章 对管理学认知的三大误解 / 3

美国管理学学者不读德鲁克 / 3

世界管理学以科学为目标 / 5

《哈佛商业评论》并非学术期刊 / 6

讲课水平再高也无法晋升 / 8

管理学学者所做的事情正确吗? / 9

怎样的管理学才能称为科学 / 10

第二章 管理学和酒后闲聊有何不同? / 12

假如管理学学者听到我们喝酒时的闲聊 / 13

理论与实证 / 13

我们对管理理论的批评恰当吗? / 14

日本的管理学和国外的管理学 / 16

本书为何难得? / 18

第三章 为什么管理学没有教科书?! / 19

管理学没有教科书 / 19

究竟什么是管理学? / 21

管理学的三大流派 / 23

关于“何谓企业”的四种视角 / 25

流派左右学者的人生? / 27

您属于哪个流派? / 28

第二部分 世界管理学知识的前沿

第四章 迈克尔·波特的竞争策略理论不再通用 / 33

企业中的常胜将军 / 34

波特的策略 / 34

波特的竞争策略就是不竞争 / 36

来自维金斯和鲁弗利的冲击 / 36

迈入超级竞争时代 / 38

动态竞争 / 40

进攻还是防守? / 42

攻守兼备 / 43

竞争策略研究日益重要 / 45

第五章 如何提高组织的记忆力? / 47

存在“组织的学习曲线”吗? / 47

组织的记忆力 / 50

交换记忆 / 51

情侣搭档和陌生人搭档的记忆力孰优孰劣? / 52

拥有交换记忆的情侣 / 54

交换记忆的专门性和正确性 / 55

交换记忆丰富的组织 / 56

第六章 不盲从的智慧 / 58

检验管理策略的效果 / 59

1998 年以前的研究几乎都是错的? / 61

内生性问题 / 63
排除看不见的因素 / 64
缓和效果 / 64
多数管理效果都可能被过度夸大 / 66
凯马特 (Kmart) 失败的原因 / 67
如何不被“表面的管理效果”迷惑 / 68

第七章 创新需要“双元性管理” / 70

知识源于知识 / 71
知识面要恰到好处 / 72
什么是开放式创新的本质? / 73
畅销书的产生 / 74
知识的探索与知识的深化 / 75
能力陷阱 / 76
创新停滞, 谁之过? / 77
双元性企业促进创新 / 79
把握“知识的文件夹” / 80
营造双元性企业文化 / 81
日企盛行的知识探索活动 / 82

第八章 管理学的三种社会 (一) / 84

三种社会 / 85
社会资本 / 85
社会资本能提高孩子的学习能力? / 87
关系性社交网络 / 88
弱连接的力量 / 89
增加创意的网络 / 92
哪种连接更有用? / 93

第九章 管理学的三种社会（二） / 94

社会关系的作用条件 / 94

连接效果因产业而异 / 96

网络和知识的探索与深化 / 97

推特在日本 311 大地震中立功的原因 / 98

结构型社交网络 / 99

运用结构洞 / 101

结构洞能提高薪水吗? / 102

重新认识自己的社交关系 / 104

第十章 集体主义对做生意有帮助吗? / 105

进军海外的 4 项风险 / 106

国民性的量化 / 107

霍夫斯坦德指数 / 107

日本人真的是集体主义吗? / 108

测量国民性差距 / 109

GLOBE 指数 / 112

霍夫斯坦德的批判 / 113

集体主义如何在商场发挥作用 / 114

第十一章 国际创业潮持续升温的原因 / 116

国际创业者的崛起 / 117

为什么创业者会聚在一起 / 118

知识飞不远 / 118

创投资金也飞不远 / 120

创业者国际化的矛盾 / 121

超国家社团的出现 / 122

超国家社团的影响 / 123

日本能否发展超国家社团 / 125

第十二章 如何在不确定的时代制订商业计划? / 128

管理策略论的计划派 / 128

计划还是学习? / 129

DCF 估值法和不确定性 / 131

实物期权和不确定性 / 132

不确定性中的商机 / 134

采用实物期权思考的沃尔玛 / 136

别忘记假定只是假定 / 137

内生的不确定性与外在的不确定性 / 139

实物期权是制订商业计划的新希望吗? / 140

第十三章 收购价为何总是偏高? / 142

收购溢价 / 143

“自大”溢价 / 145

“急躁”溢价 / 147

“国家尊严”溢价 / 148

收购价是经营者的心理写照 / 150

第十四章 大企业为什么投资新创公司? / 152

什么是 CVC? / 153

切萨布鲁夫的洞察 / 155

CVC 是创新的新方法 / 155

CVC 是探索知识的方法 / 157

CVC 是实物期权 / 158

CVC 是巨鲨 / 159

关键在于信用 / 160

CVC 扎根日本了吗? / 161

第十五章 资源基础论是管理理论吗? / 164

何为资源基础论? / 165

巴尼的命题 / 166

普林和巴特勒的批判 / 167

不可证伪就不是理论命题 / 169

巴尼的反驳 / 170

RBV 能否进行实证? / 171

普林和巴特勒的再批判 / 172

建构管理学理论是怎么回事? / 173

第三部分 管理学有未来吗?

第十六章 管理学真的有用吗? / 179

狩猎化策略管理理论 / 180

汉伯克的批判 / 181

管理学一定得新鲜有趣吗? / 183

为什么无法分析“西南航空成功的原因”? / 184

常态分布不通用的情况 / 186

管理学的难题 / 188

第十七章 依旧发展的管理学 / 189

实证管理学 / 189

后设分析 / 191

“排除在外”的企业能否分析? / 193

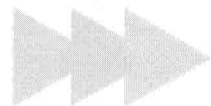
复杂系统能否应用于管理学? / 194

管理学的未来 / 196

后 记 写给读完本书的您 / 197

第一部分

这才是当今世界的管理学



第一章 / 对管理学认知的三大误解

在本章中，将介绍如今美国商学院教授研究的现状，而多数日本人对此却有所误解。

我虽是初出茅庐的美国商学院管理学学者，却对日本人对美国商学院和管理学的印象与实际情况之间存在的巨大差距深有感触。

本章将着重说明其中的三个误解。此外，由于我并不熟悉欧洲各国管理学的情况，因此，本书提及的内容仅限于美国。

美国管理学学者不读德鲁克

阅读本书的各位读者，想必大多都听过彼得·德鲁克的大名。他是被称为“现代管理学之父”的大思想家。

从风靡日本的《如果德鲁克》[○]就能看出日本是最推崇德鲁克的国家。只要到日本各大书店的经管类书架前，你就能看到各种与德鲁克相关的书籍。

○《如果高校棒球女经理读彼得·德鲁克的话》的简称，（日）岩崎夏海著，2009年。

那些对管理学鲜有涉猎的人，或许会以为欧美管理学的代表就是德鲁克。

坦率地说，日本的“德鲁克热”实在令我瞠目结舌。之所以这样说是因为，我在美国9年时间，期间却从来没有出于研究目的而阅读过德鲁克的书，在商学院任教时或在与同事的交谈中，也都从来没有提及过德鲁克。

这令我进一步确信，活跃于美国管理学最前沿的学者几乎从不读德鲁克的书。

据我所知，美国的管理学学者，比如被美国《商业周刊》(*Business Week*)评为世界前50~70名的中坚研究型大学教授中，没有一个会将德鲁克的著作当作管理学书籍来阅读。

当然，德鲁克作为世界知名人物，肯定有管理学学者读过他的著作，但并没有管理学学者以德鲁克的思想作为研究主题。或许真是有那么一两位在研究德鲁克，只可惜我无缘得见罢了。

当然，我并无意批判德鲁克的著作或其读者。事实上，我也时常感到德鲁克的“名言”令我受益良多。我最喜欢“预测未来的最佳方法就是创造未来”这句话，而“成功就必须容许有失败的余地”这句话更是支撑我在失败中前行的动力。

恐怕对于那些每天为工作上的诸多问题而烦恼的读者（包括我在内）来说，德鲁克的话往往令人受益匪浅。如果能借此为我们解决工作或事业上的问题提供线索，那自然是再好不过了。据说在日本还有“德鲁克名言研究会”，这也是一个不错的尝试。

但我还是要实话实说，美国商学院教授多半不会把德鲁克的管理学著作当成一部学术著作来看待，他们的研究也丝毫没有受德鲁克的影响。如果各位读者还以为“美国商学院的教授大多都受德鲁克的影响”或者“他们都在研究德鲁克”，那误会可就大了。

为什么美国管理学学者对德鲁克没有兴趣呢？按照我个人的推论，这恐怕是因为德鲁克所说的话“虽然是名言，但却非科学”吧。