

MANAGEMENT
DEVELOPMENT STRATEGY OF
REGIONAL ECONOMY
AND INDUSTRY ENTERPRISE

企业、区域经济和行业发展 战略管理

宁思贵◎著



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

企业、区域经济和行业发展 战略管理

宁思贵◎著



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业、区域经济和行业发展战略管理 / 宁思贵著

—北京：企业管理出版社，2015.5

ISBN 978-7-5164-1043-1

I. ①企… II. ①宁… III. ①企业战略—战略管理—研究 ②区域经济—战略管理—研究 ③行业管理—战略管理—研究 IV. ①F272 ②F207 ③F203

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 069032 号

书 名：企业、区域经济和行业发展战略管理

作 者：宁思贵

图书策划：刘 刚

责任编辑：谢晓绚

书 号：ISBN 978-7-5164-1043-1

出版发行：企业管理出版社

地 址：北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编：100048

网 址：<http://www.emph.cn>

电 话：总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68414644
编辑部 (010) 68701891 (010) 68701661

电子信箱：emph003@sina.cn

印 刷：三河市南阳印刷有限公司

经 销：新华书店

规 格：185 毫米×260 毫米 16 开本 21.5 印张 421 千字

版 次：2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 次印刷

定 价：60.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

序 一

由宁思贵同志撰写的这本专著，就企业、区域经济和行业发展战略管理理论，进行综合性探索和研究，具有一定深度和广度，赋予特定意义和创新内涵。这本著作，将企业、区域经济和行业发展战略管理放在同一个理论框架内加以综述和探讨，在宏观经济管理和微观经济管理中都富有新意，具有承前启后、继往开来的启发、鼓励和教育作用。

自从1980年以来，企业战略管理理论引入中国并经过三十余年实践与探索，至今已成为广大企业管理者的必修课和实践指南。与此同时，关于区域经济和行业发展战略管理理论，也随着改革开放的春风在国内传播开来。应该承认，中国经济在过去三十多年发展历程中取得了长足的进步，在一定程度上反映国内企业、区域经济和行业发展战略管理者紧扣中国国情，理论联系实际，灵活运用、大胆实践和勇于创新所取得的成果。如果说，在过去的一个历史时期里，广大经济管理工作主要是学习和实践来自西方先进经济管理理论、方法和技能，那么，在中国成为世界第二大经济体的今天，通过理论研究和实践探索，已经具备能力和资格总结与发展经济管理理论内涵，指导和促进我国国民经济长期、稳定、健康和可持续发展。目前，中国经济正处于再次转型的关键时期，对于企业、区域经济和行业发展战略管理的理论研究和创新发展加以总结提高，具有十分重要的历史意义和现实价值。

宁思贵同志长期担任地方领导工作，曾在县人民政府担任副县长、市人民政府担任糖业办副主任，主管或参与了许多管理项目的决策和执行工作，在政治、经济、社会和技术等领域具有丰富的管理知识和领导经验。他获取并运用工商管理硕士（MBA）和工商管理哲学博士（PH. D）学位等所学到的现代管理理论知识和管理技能指导工作实践，为从事经济管理工作奠定了扎实的理论基础和丰富的工作经验。这本书便是他长期以来理论联系实际的经验总结和理论探索。尤其是第三部分，涉及行业发展战略管理研究，宁思贵同志对自己熟悉的蔗糖行业进行了创新发展战略研究，通过企业、区域经济和行业发展战略管理实践创新，丰富和发展了企业、区域经济和行业发展战略管理理念。

通过理论指导实践，实践又反过来丰富和完善理论，宁思贵同志的这本著作，填补了国内外经济管理学界在企业、区域经济和行业发展战略管理理论中三位一体研究领域里的空白，值得广大经济管理工作及研究人员研读和借鉴。

赵大华

2014年10月6日于北京联合大学

序 二

企业、区域经济和行业发展战略管理，是一个国家或区域经济社会发展中的三大研究课题，因此，具有特别重要的意义。早些时候，虽然国内外有许多文章或著作分别对这三者之一进行过研究和探讨，但是，几乎没有人将这三个主题放在同一本书里，有机地结合起来加以研究和综述。宁思贵同志对此进行了有益的尝试，令人眼前一亮，耳目一新，收获匪浅。

诚然，区域经济协调发展需要企业和行业的有效经营和积极推动，而企业和行业的有效经营和积极推动在很大程度上依赖于卓有成效的战略管理。与此同时，政府是区域经济的领导者、管理者和协调者，需要通过各种有效管理手段，积极推进企业、行业和区域经济长期、稳定、健康和可持续发展，为国计民生提供真实可靠的强有力保障。本书除了具有专业性、系统性、综合性和广泛性等特点之外，还具有一定的创新性和可操作性，因此，对企业、区域经济和行业发展战略管理有特定的研究意义和价值。

宁思贵同志是我的学生之一。他作为地方部门的一位领导干部，积极参与各种有助于提高个人素质、知识、理论、能力和技能的学习研究和实践活动，并取得了可喜的进步，其中相当多的积累在这本专著里得以充分体现。在这本著作顺利完稿之际，我应邀为其作序，深感荣幸，也乐意将此书推荐给在企业、区域经济和行业发展战略管理战线上的各位朋友、学者和工作人员，相信你们能在不同程度上感受到该书的启发、鼓励和指导，借以改善相关管理和研究工作，提高工作能力和管理水平，并取得良好工作成效。

黄恒学

2014年10月8日于北京大学

目 录

CONTENTS

第一部分

企业战略管理

第一章 企业战略管理的含义和地位 / 3	
第一节 企业成败与战略管理 / 3	
第二节 企业战略管理的含义 / 5	
第三节 企业战略管理的地位 / 6	
案例 春都与双汇：不同的战略不同的结果 / 9	
第二章 战略决策与规划 / 11	
第一节 战略决策层次和特点 / 11	
第二节 战略定位与选择 / 14	
第三节 战略规划 / 16	
第三章 企业外部环境与竞争情势 / 20	
第一节 环境的性质 / 20	
第二节 PEST 分析 / 23	
第三节 环境变化对企业生产经营的影响 / 26	
案例 苹果公司的创新战略 / 28	
第四章 企业内部资源与竞争力 / 33	
第一节 企业内部环境的影响 / 33	
第二节 竞争优势的持续性 / 37	
第三节 经营绩效与竞争优势 / 39	
第五章 战略选择和竞争战略 / 41	
第一节 SWOT 分析 / 41	
第二节 公司层战略的选择 / 44	
第三节 创造具有竞争优势的商业模式 / 47	
案例 海飞泵业集团战略管理规划报告 / 48	

第六章 企业国际化战略 / 55

第一节 国际化战略的目的和优势 / 55

第二节 国际市场进入方式的选择 / 58

第七章 合作战略 / 62

第一节 战略联盟 / 62

第二节 公司层合作战略 / 64

第三节 战略性业务单位层合作战略 / 67

第八章 专业化发展战略 / 70

第一节 单一业务专业化发展战略理论 / 70

第二节 单一业务专业化发展战略方法 / 73

第九章 多元化发展战略 / 77

第一节 多元化发展战略的主要诱因 / 77

第二节 相关多元化发展战略 / 80

第三节 无关多元化发展战略 / 82

案例 联想公司的战略管理 / 83

第十章 战略实施与绩效考评 / 87

第一节 战略实施过程中的难点控制 / 87

第二节 战略成功的标准 / 91

第三节 战略管理是一个完整的学习过程 / 95

参考文献 / 97

第二部分

区域经济战略管理

第十一章 区域经济系统形成和发展基础 / 101

第一节 区域经济学特征和功能 / 101

第二节 区域经济要素与系统构成 / 102

第三节 区域经济系统的特点 / 104

案例 成渝经济圈发展特点 / 106

第四节 区域经济系统的一般规律性 / 107

第十二章 区域经济增长机制和过程 / 111

第一节 区域经济增长机制 / 111

第二节 区域经济增长过程理论 / 114

第三节	区域经济增长过程实践	/ 116
案例	广西北海市实现区域经济跨越式发展	/ 119
第十三章	区域分工合作与协调发展	/ 124
第一节	区域差异形成的原因和类型	/ 124
第二节	区域分工的必然性及其优缺点	/ 126
第三节	区域分工合作的内容和原则	/ 128
第四节	区域协调发展的运行机制	/ 130
案例	陕西“一市一策”推动区域经济协调发展	/ 134
第十四章	区域产业结构的演变与优化	/ 139
第一节	影响区域产业结构演进优化的条件因素	/ 139
第二节	区域空间调整和产业结构演进规律	/ 142
第三节	地区特色优势产业的发展	/ 144
案例	云南省富民县特色农业发展规划	/ 146
第十五章	区域产业布局与循环累积	/ 149
第一节	区域产业布局原则和模式	/ 149
第二节	区域产业布局影响因素的识别和主要因素	/ 153
第三节	区域经济发展的循环累积效应	/ 157
第十六章	促进区域经济发展的途径和措施	/ 159
第一节	促进区域经济发展的有效途径	/ 159
案例	铜业集聚支撑鹰潭区域创新体系	/ 161
第二节	加快区域经济发展方式转变的若干措施	/ 163
第十七章	区域主导产业的选择与建设	/ 167
第一节	区域主导产业在区域经济发展中的作用	/ 167
第二节	区域主导产业选择的指标体系	/ 169
第三节	区域主导产业选择的指标评价体系	/ 173
第十八章	城镇化与区域经济协调发展	/ 177
第一节	城镇化建设在区域经济发展中的战略地位和作用	/ 177
第二节	新型城镇化引领区域经济协调发展	/ 179
第三节	区域城镇化建设和经济协调发展的对策	/ 181
第十九章	环境保护与区域经济可持续发展	/ 185
第一节	环境保护与区域经济可持续发展的重要性	/ 185
第二节	区域经济社会发展与生态文明建设的关系	/ 186
第三节	区域资源利用和环境保护措施	/ 188
案例	四川阿坝州资源开发利用与环境保护治理战略思考	/ 191

第二十章 县域经济发展战略 / 195

第一节 县域经济的地位和作用 / 195

第二节 县域经济结构的战略性调整 / 197

第三节 县域经济的发展趋势 / 201

参考文献 / 204

第三部分

行业发展战略管理

第二十一章 行业发展基本概念与研究意义 / 207

第一节 行业 and 产业的异同 / 207

第二节 行业发展研究的意义 / 210

案例 内蒙古包头市推出物业管理行业发展规划 / 212

第二十二章 行业发展理论研究 / 214

第一节 行业结构演变理论 / 214

第二节 行业集群模式与企业、区域经济和行业发展战略 / 217

案例 上海市关于促进互联网金融行业健康发展的若干意见 / 222

第二十三章 企业、区域经济和行业发展战略研究 / 223

第一节 与产品、行业、竞争、创新和战略相关的理论 / 223

第二节 企业、区域经济和行业发展战略管理相关文献综述 / 227

第二十四章 食糖生产现状及其发展趋势 / 231

第一节 食糖起源 / 231

第二节 全国食糖生产现状及其发展趋势 / 233

第三节 广西蔗糖生产现状及其发展趋势 / 238

第二十五章 广西崇左蔗糖业发展战略研究 / 245

第一节 研究目的、重点与框架 / 245

第二节 调研方法 / 251

第三节 相关术语定义 / 253

第二十六章 崇左市蔗糖业基本情况分析 / 255

第一节 基本情况 / 255

第二节 生产规模不断扩大 / 258

第三节 产业化经营初见成效 / 260

第四节 发展环境明显改善 / 262

第五节	经济效益显著提高	/ 263
第二十七章	崇左市蔗糖业发展经验和变化规律	/ 266
第一节	蔗糖业发展经验	/ 266
第二节	蔗糖业生命周期变化规律	/ 271
第二十八章	崇左市蔗糖业发展优势与存在问题分析	/ 273
第一节	发展优势分析	/ 273
第二节	存在问题分析	/ 281
第二十九章	崇左市蔗糖业面临的机遇与挑战	/ 288
第一节	发展机遇良好	/ 288
第二节	挑战更为严峻	/ 291
第三节	可供选择的战略	/ 298
第三十章	崇左市蔗糖业创新发展战略思考和建议	/ 301
第一节	综述：崇左市蔗糖业创新发展战略规划	/ 301
第二节	结论：崇左市蔗糖业创新发展战略措施	/ 309
第三节	建议：崇左市蔗糖业创新发展当务之急	/ 322
参考文献		/ 327
致谢		/ 329

企业作为依法注册成立、以盈利为目的、从事生产经营活动的经济组织，它们当中的绝大多数以独立法人资格形式存在，运用包括资本、土地、技术、设备和劳动力在内的各种生产要素进行生产经营活动，向市场提供产品和服务，实现自身的意义和价值。在有中国特色社会主义市场经济条件下，每个企业既是一个独立的经济实体，又是一个特定区域经济和行业发展的重要组成部分。尽管每个企业都从属于某个区域和行业，但是，它们往往能够超越这种隶属关系而在一个特定的区域里形成相互依存和互相影响的稳定的三角形关系。任何一方的超常、波动、缺位、故障和病态都会影响到整个三角形关系的平衡和稳定，从而在不同程度上制约和影响它们之间的生存和发展。

毫无疑问，企业发展离不开区域经济这一平台，满足生存发展的政治、经济、社会和技术等方面的需要；也离不开隶属的行业和其他相关行业的集聚、支撑、竞争和合作。同样，区域经济离不开企业的兴起和繁荣，需要分布在各行各业、各个社会层面和各个子区域的企业组织的有效运作和不断贡献；也离不开行业的诞生和发展，需要主导行业、特色行业和支柱行业的推动和支撑。只有企业发展了、行业强大了，区域经济的繁荣和稳定才有保障和希望。

不言而喻，研究一个企业的生产经营，尤其是它的战略管理，除了研究企业自身状况、外部影响和相关行业之间的关系外，重要的是要研究企业、区域经济和行业发展战略管理之间的关系，找出运行规律，提出解决方案，促进企业经济全面协调和可持续发展。

有人说，企业战略管理研究的内容是千头万绪和纷繁复杂的，而实际上只是研究两个根本性的问题，那就是“做什么”和“怎么做”的问题。区域经济和行业发展战略管理，又何曾不是研究这两个基本问题呢！更何况，这三个对象既是相互独立又是密不可分，而且统属于一个经济研究课题的三个不同的组成部分。

虽然这三者之间的关系有点类似于“先有鸡还是先有蛋”的逻辑悖论，但是，从三位一体研究的基础性和研究成果的成熟性来看，企业战略管理更具有先导性。因此，本书第一部分先探讨企业战略管理，在此基础上，分别论述区域经济战略管理和行业发展战略管理。

于是，在我们这个三位一体的研究对象中，让企业战略管理先动起来吧！

第一章

企业战略管理的含义和地位

企业组织是指根据企业战略规划,进行资源配置,达到企业目的的社会机构。它是市场经济体系中最基本的运作单位和最重要的市场主体,对市场资源起配置作用。为了扩充实力,拓展业务,企业组织可以通过自身发展,赢得效益;也可以通过并购或重组等形式创建企业集团或跨国公司,谋取更大的利益。正因为有了类型不同、大小各异的企业组织在发挥市场主体的作用,市场经济才得以正常运行。在社会主义市场经济条件下,情况也是如此。只有因势利导,趋利避害,促进企业兴旺、市场繁荣,才会利国利民、造福社会。那么,企业组织存在的基本目的是什么呢?过去的经典理论认为,是实现“股东利润的最大化”。随着社会进步和需求提高,这一目的又发生了相应的变化,成为实现客户、员工、供应商、股东、社会、国家以及环境等相关各方利益的共赢。为了实现这一目的,企业组织只有制订明确的发展目标,实施强有力的保障措施,才能促进各项任务的落实,取得应有的成效。这一谋划称之为战略,其过程称之为战略管理。

第一节 企业成败与战略管理

为什么企业需要进行战略管理?这是所有企业家和高层管理人员都十分关注的重要问题。一般来说,企业战略管理的驱动力量主要来自于以下三个方面。

一是科学技术的不断进步。它一直推动着人类社会向前发展,带来环境、生产方式和生产力诸多因素的变化。计算机互联网的科技进步更是以令人震惊的速度推动这种变化的进程,使企业必须跟上时代发展步伐并适应由此而引发的各种环境变化。

二是世界经济一体化进程加快。它打破了国家之间和地区之间的障碍,使市场竞争包括资源的获取越来越超越国家和地区的界限,让世界变成了地球村,诞生了世界市场,因而需要企业具备更为宏观的国际化思维方式和行为指南。

三是对于中国企业来说更为迫切。社会主义市场经济体制的确立使得企业需要按照市场规律和游戏规则来从事生产经营活动,积极参与国际竞争,因而战略

决策越来越重要。过去在计划经济条件下，企业是政府控制和管理下的作业单位，没有应用战略管理的必要。

根据现代管理理论，一个企业组织是否具备科学发展的战略思维，是否制订切合实际的战略目标，能否确保战略规划的有效实施，对于该组织的生存和发展具有十分重要的影响。对于大多数企业来说，压倒一切的战略目标就是制订一种适合自己生存发展的模式，实现优于竞争对手的绩效。这种模式不仅能够使企业获得近期的生存绩效，即现实生存能力，而且，有助于使企业实现长期的发展绩效，即长期成长能力。

尽管每个企业都有自己的生存目的和运作实践，但是，为什么有些企业成功了，而有些企业却失败了？在竞争激烈的 IT 行业中，为什么为什么微软（美国跨国电脑科技公司）、IBM（美国国际商业机器公司）、苹果（美国苹果公司）、三星公司（韩国三星电子有限公司）等能够出类拔萃，而其他许多公司却不那么成功，甚至失败倒闭了呢？在世界零售业中，企业之多不胜枚举，但是，为什么沃尔玛（美国沃尔玛百货有限公司）能够成为领导者，而曾经领先美国和世界零售业长达半个世纪之久的西尔斯、罗巴克公司（美国百货零售上司公司）却差点遭遇倒闭的厄运？在中国改革开放 30 多年的实践中，在同样的政治经济环境下，为什么会出现像海尔、联想、长虹、华为等民族品牌，以及一大批成功的民营企业，但同时又为什么出现许多成得快、败得也快的公司，许多公司长期在生存线上挣扎呢？

对于这些问题，尽管我们可以寻找到各种原因，但是，一个不容忽视的问题，就是企业的战略思维和经营管理直接影响到公司的成败。可以这么说：成功的企业都有一个共同点，即有效地实施了战略管理，而失败的企业尽管各有各的问题，但战略管理的缺失恐怕是一个通病。

我们可以从许多企业的发展史中找到企业成败兴衰与战略管理的相关性。日本松下公司作为“百年老店”，其保持不败的一个重要原因就是创始人开始就重视战略规划和实施。美国戴尔公司把过去人们运用于大宗产品的定制模式运用到自己的经营实践中，使自己在不太长的时间里就取得了辉煌的成就，成为全球个人电脑（PC）行业的领先者。中国自改革开放以来，也涌现出许多成功的企业，如华为、苏宁、腾讯、联想等公司享誉全球。古语说得好：谋事在人，成事在天。毋庸置疑，国内外企业获得成功的秘籍，其实都是有意识或无意识地运用了战略管理的思维理念。

关于战略管理的内容，许多学者所讨论的大多是战略的识别和描述，而管理者选择的是适宜企业发展的战略思维和模式，努力为自己企业争取卓越绩效和竞争优势。许多战略模式具有通用性，适用于各国各地所有的企业组织。不论其规模大小，也不论其是制造业还是服务业、营利性组织还是非营利性组织，只要根据企业所处的具体环境灵活加以运用，就会取得应有的成效。

尽管中国企业引入战略管理理念只有 30 年左右的时间，但就世界范围而言，企

业尝试从事战略管理应始于第二次世界大战结束之后,至今已有近70年的历史。期间各国战后的经济重建、科学技术的突飞猛进以及在相对和平的环境下国际经济的一体化,促使企业在市场中的竞争程度不断加剧,适者生存,优胜劣汰。孔夫子说过:“人无远虑,必有近忧。”战略管理就是对企业未来的生存和发展做出一系列切实可行的计划安排,并组织实施,力求取得最佳效益和成果。未来总是要发展变化的,而且具有不确定性。正是由于未来的发展变化和不确定性,才直接推动战略管理在企业中的广泛应用。

第二节 企业战略管理的含义

我们现在所讲的“战略”,原来是军事术语,指的是相对于具体战术的“指挥整体战争的策略和艺术”。德国军事理论家克劳塞维茨(Carl von Clausewitz, 1780 - 1831年,近代军事战略学的奠基人)在其著作《战争论》中指出:“战略是为了达到战争的目的而对战斗的运用。”毛泽东在《中国革命战争的战略问题》中提出:“战略问题是研究战争全局的规律性的东西”,“凡属带有要照顾各方面和各阶段性质的,都是战争的全局,研究带全局性的战争指导规律,是战略学的任务。”尽管不同的军事家或学者对战略这一概念的表述有所不同,但主要含义都是指对未来某个战争的全局筹划和宏观谋略。

在军事理论上,战略与战术之间有着很重要的区别,前者是指为了获得有利的军事地位而调度兵力的总体计划和部署,而后者则是指实施有关特定军事行动的具体方案。如果说战略考虑的是如何赢得战争的胜利,那么,战术考虑的是如何赢得战斗或战役的胜利。或者说,战术是在战略思想指导下围绕战略而制定的具体行动方案。为了实现既定的战略目标,下级指挥员要服从统帅的战略部署并制定具体而有效的作战方案加以实施,以确保整体战略的成功。

尽管人们一直在争论军事战略原理对企业战略管理的适用性,但是,越来越多的人认识到,军事战略的原理对企业战略管理有着重要的借鉴作用,它的许多思维理念甚至一些具体的运作方法对企业战略管理来说是非常适用的。正因为如此,自从1965年美国的伊戈尔·安索夫(H. L. Ansoff, 1918 - 2002年,美国国际大学战略管理教授)发表《企业战略论》以来,企业战略一词开始受到人们的广泛关注。我国管理学界从20世纪80年代,即改革开放的初期开始引入这个理念,随后被企业广泛接受。

随着人们对企业战略管理理论的研究不断深入,其内涵也得到不断丰富和完善,指导企业管理实践也富有成效。在过去半个多世纪的时间里,以美国为首的西方学者和企业管理人员,经过探索和实践,提出了一系列战略管理的理念和模式,形成了十几种各具特色的学术流派,企业战略管理理念也得到越来越广泛的应用。归纳

起来主要有如下四种流派：

规划学派：认为战略管理就是设计和规划未来。一般认为，费利浦·塞茨尼克、阿尔弗莱德·钱德勒（英国战略大师）、肯尼斯·安德鲁斯（美国哈佛商学院教授）等人的相关著述是企业战略管理之启蒙之作。他们提出了著名的 SWOT 管理理念和分析工具，使得战略管理成为简便易懂、可供操作的工具。这种工具强调对经营环境和企业能力进行统筹分析，制订未来发展规划，相关内容一直是企业高层管理人员的必修课。

环境学派：认为战略管理就是根据环境变化调整自己以适应不断变化的环境需要。弗朗克·奈特（Frank. knight，美国经济学家，芝加哥大学经济学教授，1885—1972）、吉姆·柯林斯（Jim·collins，美国著名管理学家及畅销书作家）等人就是这种学派的代表。他们认为，与其说企业发展战略应该是经过深思熟虑的静态纲领，还不如说它应该是随着环境的变化而随时进行变更的动态方针。因此，他们强调企业家的直觉对战略管理的重要性，同时认为企业不应该过于重视所谓规范的战略规划，而要因地制宜，因时而异。

资源学派：认为战略管理就是在“资源是有限的”这一理念前提下，探讨获取资源和利用资源的有效模式。博格·沃纳菲尔德等人提出了资源为本的理论，要求企业从自己的内部和外部出发，积极获取、整合、协调和改造各种有限资源，并将它们转化为企业的能力和资源优势，在市场上占据优势地位，确保企业的可持续发展。

竞争学派：也被称为“定位学派”，认为战略管理就是根据企业环境的具体变数，进行正确的市场定位，进而认真识别、培育和维持企业在市场中的竞争优势，以维持企业的可持续发展。主要代表人物是迈克尔·波特（Michael E·Porter，美国哈佛商学院教授，著名管理学家），他提出了五种力量分析模型等实用工具，进一步丰富了企业战略管理理论，对企业战略管理的实践产生了重大影响。

这些学术流派的多样化说明了战略管理的重要性和复杂性。尽管目前管理学界对企业战略管理还没有一个共同认可的定义，但是它们之间的原理实质上并无太大差别。如果我们将上述主要的观念和方法统一起来，放到一块，相互参照，加以理解，融为一体，那么，我们就可以掌握企业战略管理的基本要义了。

我们可以将企业战略管理的基本定义理解为：所谓企业战略管理就是企业为其长期的发展方向和范畴做出战略规划，在不断变化的环境中加以实施，并根据环境资源的变化特点，及时调整资源配置，取得竞争优势，实现利益相关方的期望和目标的过程。

第三节 企业战略管理的地位

战略管理是整个企业从当前到未来可以定义的一段时期内重要活动的总体策划与实践。它既包括当前时期的企业经营管理活动，如市场营销、人力资源管理、投