



战略管理之父

H. I g o r A n s o f f

华 章 经 典 · 管 理

战略管理

Strategic Management

〔美〕H. 伊戈尔·安索夫 著

邵冲 译



机械工业出版社
China Machine Press

013039141

F270
1925-2

战略管理

Strategic Management

华 章 经 典 · 管 理
H . I g o r A n s o f f

[美] H. 伊戈尔·安索夫 著

邵冲 译



北航

C1648170



机械工业出版社
China Machine Press

F 270

1925-2

111080810

图书在版编目 (CIP) 数据

战略管理 (珍藏版) / (美) 安索夫 (Ansoff, H. I.) 著; 邵冲译. —北京: 机械工业出版社, 2013.5
(华章经典·管理)

书名原文: Strategic Management

ISBN 978-7-111-42264-8

I. 战… II. ①安… ②邵… III. 企业管理—战略管理 IV. F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 082200 号

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号: 图字: 01-2008-3277

H. Igor Ansoff. Strategic Management.

Copyright © Dorothy W. Ansoff, Trustee, Ansoff Family Trust 1979, 2007.

Simplified Chinese Translation Copyright © 2013 by China Machine Press.

No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system, without permission, in writing, from the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字版由 Palgrave Macmillan 授权机械工业出版社在中国境内独家出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 刘利英 版式设计: 刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷

2013 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

170mm × 242mm · 15 印张

标准书号: ISBN 978-7-111-42264-8

定 价: 40.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 68995261 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

任何一门学问，如果割断了与自身历史的联系，就只能成为一个临时的避难所，而不再是一座宏伟的城堡。在这套管理经典系列里，我们可以追本溯源，也依然可以欣赏到对现代管理有着基础支撑作用的管理思想、智慧和理论。大师的伟大、经典的重要均无须介绍，而我们面对的经典内容如此丰富多彩，再美的语言也难以精确刻画，只有靠读者自己去学习、去感悟、去思考、去探寻其真谛和智慧。

西安交通大学副校长 席酉民

当我们企业在强调细节管理、有效执行的时候，实际上也是在强调对工作的分析和研究。当我们在强调劳资合作的时候，也就是强调用科学的方法研究工作，将蛋糕做大，从而双方都能共同获益。最原始的思想往往也是最充满智慧、纯粹和核心的思想。

南京大学商学院院长、教授、博士生导师 赵曙明

现代管理学的形成和发展源于相关人文社会科学学者对组织、组织中的人和组织管理实践的研究。如果我们能够转过身去，打开书架，重新看看这些著名学者的经典作品，我们就会发现摆在我们面前的多数当代管理书籍好像迷失了点什么——对管理本质和实践的理解，感叹它们的作者们好像缺少了点什么——扎实的理论功底和丰富的实践经验。

华南理工大学中国企业战略研究中心主任、教授、博士生导师 蓝海林

把管理作为一项可以实验的科学，是一个具有开拓性的思考者和实践者留下的宝贵精神财富。伴随科技进步和生产工具手段的变化，追求管理科学性的努力从此生生不息，成为人类文明的一道亮丽的风景线。

复旦大学企业研究所所长 张晖明

管理百年，经典有限，思想无疆，指引永远。经典，是经过历史检验的学术精华，是人类精神理性的科学凝练，是大师级学人回应重大现实问题的智慧结晶。希望青年学子能够积淀历史，直面现实读经典，希望年轻学人戒骄戒躁像大师一样做真学问，代代传承出经典。

北京师范大学人本发展与管理研究中心主任 李宝元

西蒙作为“管理决策理论”的创始人，独步经济世界与管理王国，堪称奇才，其著作《管理行为》提出的“有限理性”观点为后人做出了“无限贡献”。

南京理工大学教授、博士生导师 徐光华

该丛书是管理学科的经典著作，将为读者提供系统的管理基础理论和方法。

武汉理工大学管理科学与工程系主任、教授、博士生导师 云俊

自从1911年弗雷德里克·泰勒的《科学管理原理》出版至今，漫长的管理历程中不断涌现出灿若星河的经典之作。它们在管理的天空中辉映着耀眼的光芒，如北极星般指引着管理者们不断前行。这些书籍之所以被称为管理经典，是因为在近百年的管理实践中，不管外界环境如何变迁，科学技术生产力如何发展，它们提出的管理问题依然存在，它们总结的管理经验依然有益，它们研究的管理逻辑依然普遍，它们创造的管理方法依然有效。

中国的管理学习者对于管理经典可以说是耳熟能详，但鉴于出版时间的久远、零乱和翻译的局限，很多时候只能望书名而兴叹。“华章经典·管理”丛书此次推出，不仅进行了系列的出版安排，而且全部重新翻译，并统一装帧设计，望能为管理学界提供一套便于学习的精良读本。

中国的管理实践者身处的内外环境是变化的，面对的技术工具是先进的，接触的理论方法是多样的，面临的企业增长是快速的，管理者几乎没有试错的时间。那么要如何提升自己的管理水平，才能使自己在竞争中立于不败之地？最好的方法就是找到基本的管理理论。管理经典就如一盏明灯，既是最基本的管理，也是更高的管理。因此阅读这套丛书对管理实践者来说，正可谓受益良多。

“华章经典·管理”系列丛书追求与时俱进。一方面，从古典管理理论起，至当代管理思想止，我们选取对中国的管理实践者和学习者仍然有益的著作，进行原汁原味的翻译，并请专业译者加强对管理术语的关注，确保译文的流畅性和专业性。另一方面，结合中国的管理现状，我们邀请来自企业界、教育界、传媒界的专家对这些著作进行最新的解读。

这些工作也远非凭华章一己之力可以完成，本套丛书得到了各界专家的支持与帮助，在此一并感谢：

包 政	陈春花	陈佳贵	冯 仑	黄群慧	李新春
李 政	罗 珉	马风才	彭志强	邵明路	石晓军
王以华	王永贵	吴伯凡	吴晓波	席酉民	肖知兴
邢以群	颜杰华	杨 斌	张瑞敏	赵曙明	

“华章经管”自创设以来，一直致力于为中国读者提供世界管理图书的阅读价值，以知识促进中国企业的成长。“华章经典·管理”系列丛书秉承这一理念，精心编辑，诚意打造。仅盼这套丛书能借大师经典之名，为更多管理实践者和学习者创造出更为有效的价值。若您确有收获，那么作为经管出版人，心下慰矣。

学习管理 感悟管理 演练管理 享受管理

如今，市场上经管类图书可以说琳琅满目、鱼龙混杂，时髦的名词和概念一浪接一浪滚滚而来，不断从一个新理念转到另一个新理念，传播给大众的管理概念和口号不断翻新，读者的阅读成本和选择成本不断上升。在这个浮躁的社会时期，出版商有时提供给读者的不再是精神食粮，而是噪声和思维杂质，常常使希望阅读、学习和提升的管理者无所适从，找不到精神归依。任何一门学问，如果割断了与自身历史的联系，就只能成为一个临时的避难所，而不再是一座宏伟的城堡。

针对这种情况，机械工业出版社号召大家回归经典，阅读经典，并以身作则，出版了这套华章经典系列，分设3个子系——管理、金融投资和经济。

“华章经典·管理”系列第一批将推出泰勒、法约尔和福列特的作品，后续将会穿越现代管理丛林，收录巴纳德、马斯洛、列维特、明茨伯格、西蒙和马奇等各种流派的管理大师的作品。同时，也将收录少量对管理实践有过重要推动作用的实用管理方法。

作为管理研究战线的一员，我为此而感到高兴，也为受邀给该系列作序而感到荣幸！随着经济全球化和知识经济的到来，知识的更新速度迅速提升，特别是管理知识更是日新月异，丰富多彩。我们知道，大部分自然科学的原理不会随时间变化而失效。但因管理的许多知识与环境和管理情境有关，可能会随着时间和管理情境的变迁而失去价值。于是，人们不禁要问：管理经典系列的出版是否还有现实意义？坦率地讲，许多贴有流行标签的管理理论或方法，可能会因时间和环境的变化而失去现实价值，但类似于自然科学和经济学，管理

的知识也有其基本原理和经典理论，这些东西并不会随时间的流逝而失效。另外，正是由于管理有许多与情境和人有关的理论、感悟、智慧的结晶、哲学的思考，因此反倒会随着历史的积淀和经历的丰富而不断发展和深化，绽放出更富历史感、更富真知的光彩。换句话说，不少创造经典的大师可能已经走了，但其思想和智慧还活着！不少浮华的流行概念和观点死了，但其背后的经典还闪闪发光！在这套管理经典系列里，我们可以追本溯源，也依然可以欣赏到对现代管理有着基础支撑作用的管理思想、智慧和理论。

观察丰富多彩的管理实践，不难发现：有的企业家、管理者忙得焦头烂额，被事务困扰得痛苦不堪，结果事业做得还不好；有的企业家、管理者却显得轻松自如、潇洒飘逸、举重若轻，而且事业也红红火火、蒸蒸日上。是什么使他们的行为大相径庭，结果天壤有别？一般的回答是能力差异。我不否认人之间的能力有差别，但更想强调能力背后的态度、思维方式、理念问题，即怎样看待管理？怎样面对问题？怎样定位人生？管理因与人有关，始终处于一种动态的竞争和博弈的环境下，因而管理永远都是复杂的、富于挑战的活动。要做好管理，成为优秀的企业家和管理者，除了我们经常挂在嘴边的许多素质和技能外，我认为最重要的是管理的热情，即首先要热爱管理，将管理视为自己生存和生活不可分割的一部分，去体验管理和享受管理。其次，管理永远与问题和挑战相伴。我经常讲，没有一个企业或单位没有问题，管理问题就像海边的礁石，企业运行状况良好时，问题被掩盖了；企业运行状况恶化时，所有的问题就都暴露出来了。实际上涨潮时最容易解决问题，但此时也最容易忽视问题，等退潮时问题都出来了，解决问题的最好时机也过去了。面对管理问题，高手似乎总能抓住少数几个关键问题，显得举重若轻，大量小问题也会随着大问题的解决而消失。而低手却经常认认真真地面对所有问题，深陷于问题网中，结果耽误了大事。人生的价值在于不断战胜自我，征服一次管理难题，实际上不仅是人生的一种体验，更是对自己能力的一次检验。若能这样看问题，迎接管理挑战就不再是一种痛苦，而成为一种愉悦的人生享受。因此，从管理现实中我们也能体会到，管理的有效性和真正驾驭需要管理知识、艺术、经验和智

慧的综合运用。

高水平的管理有点像表演杂技，杂技演员高难度的技艺在常人看来很神奇，但这些令人眼花缭乱的表演实际上是建立在科学规律和演员根据自身特点及能力对其创造性地运用上。管理的神奇也主要体现在管理者根据自身特点、能力以及其组织和环境的情况，对基本管理原理的创造性应用上。

因为“管理是管理者的生活”，我经常劝告管理者要“享受管理”，而要想真正做到，除了正确的态度和高尚的境界外，还需要领悟管理的真谛；而真正领悟管理的真谛，就需要学习掌握管理的基本知识和基本技能。当然管理知识的来源有直接和间接之分，直接知识是通过自己亲身体验领悟而来，这样做过程太长；间接知识是通过学习或培训取得，这样过程较短，成效较快，两者相辅相成。

管理知识浩如烟海，管理技术和技能多如牛毛，而且随着时代和环境以及文化的变化，同一种知识和技能的应用还有很强的环境依赖性，这就使管理知识的学习变得很难把握，许多人不知道看什么样的书，有的人看完书或听完课后的体会是当时明白了，也听懂了，但仍不知道怎样管理！实际上管理的学习同经济学、自然科学等一样，首先在于掌握基本的思想和方法论。管理面对的是实际的企业、组织和人，一般规律对他们有用，但他们往往也有独特性，这也使管理具有科学、艺术、实务、思想等多种属性，所以不能僵化地看待管理知识，在理解和运用管理知识时一定要注意其使用对象的特殊性。其次，管理者手中能够应用的武器有两方面：科学的、带有普遍性的技术、方法，以及与人有关的随情况变化的涉及心理和行为的具有艺术特色的知识和经验。前者容易通过书本学习，后者则要通过实践或案例教学学习和体会。再次，管理重在明确目标以及其后围绕目标选择最佳或最满意的路径，而完成这一任务除了高瞻远瞩、运筹帷幄的能力以及丰富的知识和经验外，最基本的是要学会和善用成本效益分析工具。最后，所谓“三人行必有我师”，无论成功与失败，任何管理实践中都蕴涵着知识和经验，所以，对于管理来说，处处留心皆学问。要增加自己的管理知识和丰富自己的管理经验，就要善于观察组织及人的行为和实

践活动，勤于思考和提炼，日积月累也是重要途径。

有人形象地比喻，管理类似下棋，基本的管理知识类似于对弈的基本规则，各种管理技能和成功的管理实践类似于总结出的各种棋谱，而实际的管理则由这些基本规则、各种棋谱演变出更加丰富多彩、变幻莫测的局势。水平接近者的比赛，赛前谁也难以确定局势的变化和输赢的结果。因此，管理的学习在于基本知识和基本技能，而要演化出神奇的管理实践需在此基础上去感悟、去享受！

实际上管理活动本身犹如一匹烈马、一架难以控制的飞机，要想驰向发展的愿景，飞向成功的辉煌未来，不仅要享受奔驰中飘逸的快感和飞翔时鸟瞰世界的心旷神怡，而且要享受成功后的收获，因此必须设法“驾驭”好管理。

我陪人练习驾车时曾深有体会地告诉驾驶者，开车的最高境界是用心，而不是动用身体，要把车当做你身体功能的一种延伸，使车与你融为一体，然后在你心神的指挥下，心到车到。“管理”这匹烈马或复杂难控的飞机何尝不是如此，它也是人类、领导者、管理者的功能的一种延伸、一种放大器，而要真正享受它和使它发挥功效，必须娴熟且到位地驾驭它。面对种种复杂的管理，更需要用心驾驭。

这里，作为序我没有对经典系列本身给予太多介绍，只重点谈了如何学习管理，提升管理水平，最后达到享受管理。这是因为，大师的伟大、经典的重要均无须介绍，而我们面对的经典内容如此丰富多彩，再美的语言也难以精确刻画，只有靠读者自己去学习、去感悟、去思考、去探寻其真谛和智慧，我只是提供了我自认为研究和实践管理的途径和境界，希望这些文字有助于读者对管理的阅读、理解和思考！

席酉民博士

西安交通大学

战略管理的奠基人

在公司战略和战略管理两个重要领域做出了划时代贡献的伊戈尔·安索夫博士以 83 岁高龄，在 2002 年 7 月 14 日法国革命纪念日那天去世了，这件事足以让世人关注。众所周知，他于 1965 年首次出版了《公司战略》¹这本开创性著作。其后，他又于 1979 年出版了另一本具有划时代意义的杰作《战略管理》，并因此赢得了“战略管理之父”的赞誉，名满天下。

伊戈尔·安索夫博士的著作

如图 0-1 所示，安索夫博士的著作可从横向和纵向两方面进行分析研究，这些著作无疑起着“里程碑”的作用。

首先是横向分析，研究的是其著作涉及的学科范围：从公司战略 / 战略规划到战略管理。这里值得读者注意的是，后者包含前者，前者是后者的组成部分。

其次是纵向分析，表示著作内容的研究方向和重点：从深奥复杂的概念研究到强调理论在企业实践中的应用研究。

如图 0-2 所示，我以“安索夫山脉”图来勾勒出安索夫博士伟大著作的轮廓。

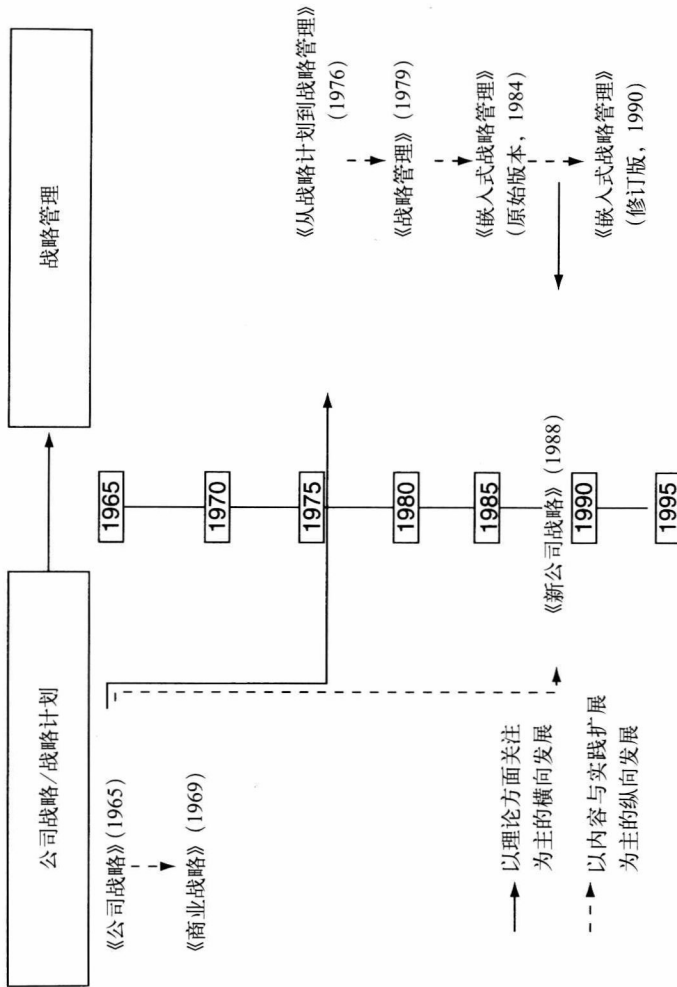


图0-1 安索夫博士的著作出版：学科与主要著作

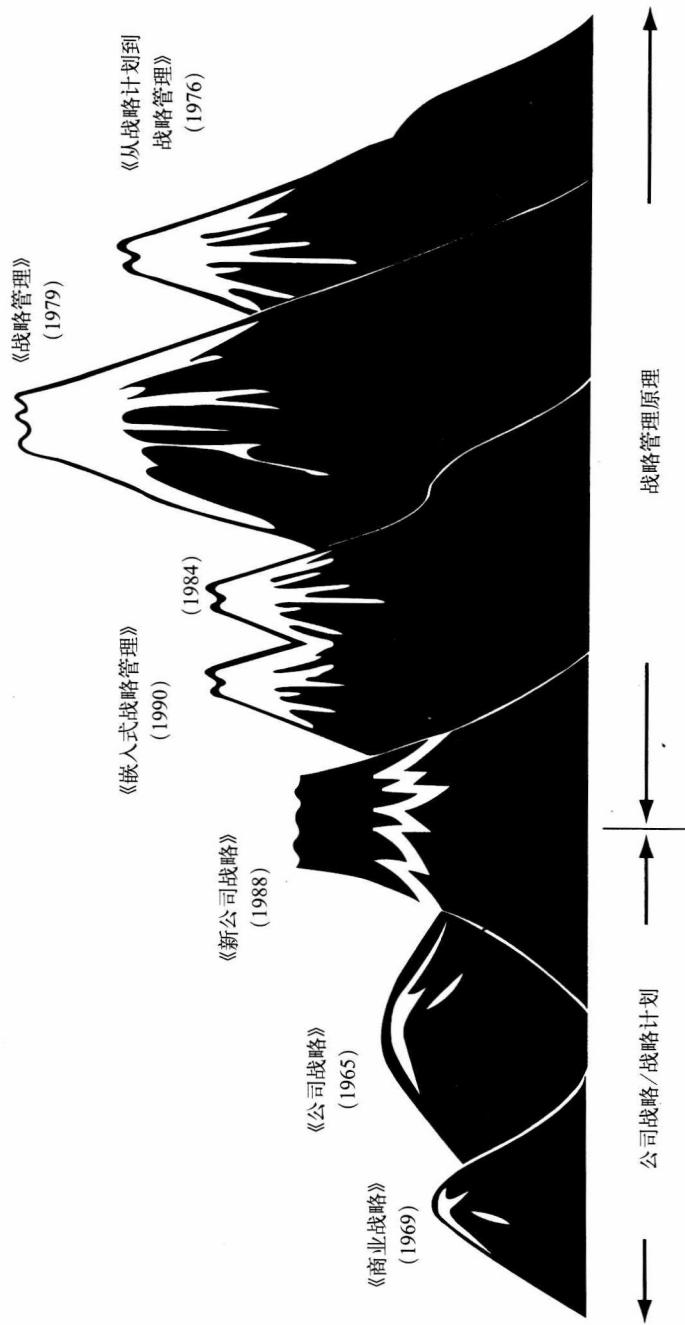


图0-2 安索夫山脉：安索夫博士著作轮廓

注：每座山峰的高度是我个人对每个概念框架的抽象/复杂程度的相应看法。

戴维·赫西教授的贡献

我们在讨论安索夫博士对战略管理学科的伟大贡献时，必然要提到戴维·赫西教授的论文《安索夫博士对战略管理的长远贡献》²。这篇论文包含了作者对安索夫博士学术著作及人格的深刻理解。据我所知，在研究论述安索夫博士开创性著作及其在企业管理文献中的重要地位的众多文献中，没有哪篇能与之媲美。

因此，我只希望自己能探讨一下赫西在其论文中没有提到的三点内容。

安索夫博士的《战略管理》方法上的三个显著特点

以现代观点来看，安索夫博士的“战略管理”的方法具有以下三个显著特点。

首先是从更深远、更全面的角度涵盖对欧洲各国的研究。安索夫博士的天赋，加上他在欧洲和美国从事实际工作和学术研究的经历，使他的研究视野更为深远和全面，他没有狭隘地把眼光局限于美国，而是高瞻远瞩，对包括欧洲在内的全球组织进行考察。赫西在其论文中从另一角度详细阐述了这一观点。

其次是假设－证明方法。安索夫博士在书中使用了假设－证明的独特方法，这种方法是以后文将要论述的安索夫多学科研究方法为坚实基础。书中提出的假设在过去 25 年的企业实践活动中得到证明，而今天则在下述两方面得到论证。首先，如图 0-1 所示，他的理论框架来自《战略管理》，并且在圣迭戈的埃林特国际大学（即前美国国际大学），在参与了由安索夫博士和其继任者们指导的经验研究的学者们撰写的专题论文中得到广泛深入的证明。其次，他的概念框架中的大多数构成要素及其关于公司环境的论述在实际商业

活动中已经得到充分检验，这些检验部分被具有代表性的公司（在此不考虑企业所在国、规模和性质）的基础研究成果证实，部分则通过读者的经验知识得到验证。

最后是多学科方法。安索夫博士的经历还使他得以发展出多学科研究方法。其研究范围广泛，总的来说，其研究涉及了从自然科学到社会科学，尤其是从哲学、逻辑学、数学、物理学、心理学、经济学到复杂企业管理等各种领域。

伊戈尔·安索夫是科学家也是人文主义者

1980年《战略管理》的日语版出版，三个组织为此在日本联合主办了由我担任主持人的“1981日本高层经理安索夫战略管理研讨会”。下面是第一次研讨会开始之前，我们首次谈话的内容。

伊戈尔·安索夫：“噢，你就是中村元一教授。元一，你怎么会将这本晦涩难懂的书翻译得如此精妙？连原作者还不能完全理解自己著作中的某些内容呢！”

中村元一：“谢谢你，伊戈尔。这大概是我比你笨的缘故吧。”

从这第一次玩笑中，我们觉得彼此触及了对方的心扉。因此，伊戈尔和我的友谊从第一次见面时就开始了。

从20世纪80年代到90年代的20年间这种情形多次出现，它们让人觉得伊戈尔不仅是伟大的科学家，还是人文主义者，是富有幽默感的“有血有肉的人”。

我给读者的建议

《战略管理》是“安索夫山脉”的最高峰，它高耸入云，超越诸峰。刚开始“攀登”时读者可能会感到困难，甚至厌倦。但是，在几经尝试之后，我相信他

们会发现努力换回来的是无尽的乐趣与回报。

祝愿各位读者“登山成功”！

中村元一

日本战略经营协会会长

松荫大学工商管理研究生院院长、教授

帝京科技大学荣誉退休教授

注释

1. 修订本于 1988 年出版时将书名改为《新公司战略》。
2. *Journal of Strategic Change*, Vol.8, No.7, November 1999, pp.375-392 (1999) .