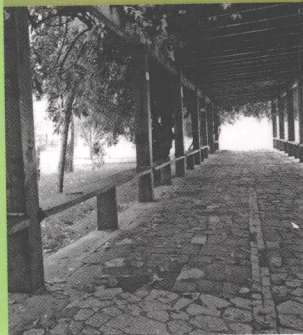




高校社科文库
University Social Science Series

教育部高等学校
社会发展研究中心

汇集高校哲学社会科学优秀原创学术成果
搭建高校哲学社会科学学术交流平台
探索高校哲学社会科学专著出版的新模式
扩大高校哲学社会科学研究成果的影响力



基于行为生态学的 企业战略演化研究

Study on the Evolution of Corporate
Strategy Based on Behavioral Ecology

何 强/著

光明日报出版社



高校社科文库
University Social Science Series

教育部高等学校
社会发展研究中心

汇集高校哲学社会科学优秀原创学术成果
搭建高校哲学社会科学学术著作出版平台
探索高校哲学社会科学专著出版的新模式
扩大高校哲学社会科学科研成果的影响力



基于行为生态学的 企业战略演化研究

Study on the Evolution of Corporate
Strategy Based on Behavioral Ecology

何 强/著

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

基于行为生态学的企业战略演化研究 / 何强著. --
北京: 光明日报出版社, 2013. 2
(高校社科文库)
ISBN 978-7-5112-4005-7
I. ①基… II. ①何… III. ①企业战略—战略管理—
研究 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 020244 号

基于行为生态学的企业战略演化研究

著 者: 何 强

出版人: 朱 庆

终审人: 孙献涛

责任编辑: 宋 悦

责任校对: 褚雅越

封面设计: 小宝工作室

责任印制: 曹 净

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67078252 (咨询), 67078870 (发行), 67078235 (邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E - mail: gmcbbs@gmw.cn songyue@gmw.cn

法律顾问: 北京市洪范广住律师事务所徐波律师

印 刷: 北京楠萍印刷有限公司

装 订: 北京楠萍印刷有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 690×975 1/16

字 数: 206 千字

印 张: 11.5

版 次: 2013 年 2 月第 1 版

印 次: 2013 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5112-4005-7

定 价: 30.80 元

版权所有 翻印必究



CONTENTS 目 录

第一章 绪 论 / 1

- 1.1 问题的提出 / 1
- 1.2 研究目的和意义 / 3
 - 1.2.1 理论价值 / 3
 - 1.2.2 应用价值 / 4
- 1.3 研究思路与方法 / 5
- 1.4 研究的框架与内容 / 7
- 1.5 研究的创新点 / 10

第二章 研究述评 / 12

- 2.1 企业战略、企业演化及企业战略演化 / 12
 - 2.1.1 企业战略 / 12
 - 2.1.2 企业演化 / 16
 - 2.1.3 企业战略演化实质——战略与环境相互的动态匹配过程 / 23
- 2.2 经济管理与生态学 / 25
 - 2.2.1 经济管理中的生态演化理念 / 25
 - 2.2.2 组织生态学与企业生态学 / 28
- 2.3 企业战略生态与行为生态学 / 33



- 2.3.1 企业战略生态 / 33
- 2.3.2 关于行为生态学的研究 / 36
- 2.3.3 行为生态学视角下的企业战略演化路径 / 37
- 2.4 本章小结 / 39

第三章 变革与创新 / 41

- 3.1 企业战略变革的模式与途径 / 41
 - 3.1.1 企业战略的变革模式：企业更替与内部创新 / 41
 - 3.1.2 企业战略的形成途径——战略的设计与适应 / 44
- 3.2 生物的 $r-K$ 对策与企业创新模式 / 47
 - 3.2.1 生物的 $r-K$ 对策 / 47
 - 3.2.2 企业的变革与创新策略 / 49
- 3.3 本章小结 / 56

第四章 竞争对策与协同竞争 / 57

- 4.1 行为生态与竞争对策 / 57
 - 4.1.1 演化中的动态竞争 / 57
 - 4.1.2 演化学说与博弈论 / 59
 - 4.1.3 行为生态学的竞争对策：进化稳定策略 ESS 与进化稳定均衡 / 61
 - 4.1.4 进化稳定策略 (ESS) ——鹰鸽博弈数学模型 / 65
- 4.2 红桃皇后效应与协同竞争 / 68
 - 4.2.1 红桃皇后效应与协同竞争理论 / 68
 - 4.2.2 协同竞争与协同演化模型 / 70
- 4.3 本章小结 / 75

第五章 市场选择 / 76

- 5.1 企业本质与经营过程的生态分析 / 76
 - 5.1.1 企业的生态位模型 / 77
 - 5.1.2 企业的经营过程模型 / 81
- 5.2 企业战略的行为生态学评价——企业的适应度指标 / 84



- 5.3 市场选择过程的生态学模型 / 87
- 5.4 企业适应度的案例评价分析 / 89
 - 5.4.1 评价产业与目标公司选择 / 89
 - 5.4.2 评价指标细化与说明 / 91
 - 5.4.3 四家综合网站的适应度指标的汇总分析与评价 / 102

第六章 学习与传衍 / 105

- 6.1 彼得·圣吉：学习型组织 / 105
- 6.2 纳尔逊和温特的组织学习与惯例 / 108
- 6.3 路径依赖和企业文化的行为约束 / 110
- 6.4 学习、惯例与企业战略演化 / 113
- 6.5 本章小结 / 115

第七章 案例对照研究：中国互联网综合门户网站战略演化 / 117

- 7.1 门户网站和产业特性 / 117
 - 7.1.1 门户网站释义及价值 / 117
 - 7.1.2 门户网站产业特征 / 119
- 7.2 四家综合门户网站战略演化的对照分析梳理 / 121
- 7.3 基于行为生态学的战略演化案例分析与理论印证 / 140
 - 7.3.1 企业战略演化中的创新与变革 / 141
 - 7.3.2 企业战略演化中的竞争与协同 / 142
 - 7.3.3 企业战略演化中战略行为的选择与适应 / 143
 - 7.3.4 企业战略演化中的路径依赖与传衍限制 / 146
- 7.4 本章小结 / 147

第八章 结语与展望 / 148

- 8.1 研究总结 / 148
 - 8.1.1 主要工作 / 148
 - 8.1.2 研究说明 / 149
- 8.2 研究展望 / 149



参考文献 / 151

附录1 四大综合门户网站产品明细 / 162

附录2 数据包络分析程序与 DEA 结果 / 169

后 记 / 174

表目录

表 1-1	文章框架安排	8
表 3-1	达尔文学说与拉马克学说的主要观点	51
表 3-2	生殖策略中的 r 选择和 K 选择以及某些相关特征	52
表 3-3	不同创新来源特性对比	53
表 4-1	鹰、鸽对策博弈矩阵	62
表 4-2	鹰、鸽和 Bourgeois 三种对策博弈矩阵	63
表 4-3	鹰鸽博弈收益矩阵	66
表 5-1	四家综合门户网站输入输出指标数据	100
表 5-2	四家综合门户网站适应度指数汇总表	102
表 7-1	中国四大综合门户网站战略发展演化对照历程表	120

图目录

图 1-1	论文研究思路及技术路线	7
图 3-1	生物种群的逻辑斯谛增长	47
图 4-1	食草动物种群及其植物生物量的动态模型	72
图 4-2	将食肉动物引入植物-食草动物系统后的种群动态模型	73
图 5-1	互联网权威 Alexa 网站统计与评价示范	91
图 5-2	Alexa 关于 qq.com 的统计分析与排名	91
图 5-3	Alexa 关于 sina.com 的统计分析与排名	92
图 5-4	Alexa 关于 163.com 的统计分析与排名	92
图 5-5	Alexa 关于 sohu.com 的统计分析与排名	93
图 5-6	全球百人互联网用户中访问 QQ 网的人数	97
图 5-7	全球百人互联网用户中访问 Sina 网的人数	98
图 5-8	全球百人互联网用户中访问 163 网的人数	99
图 5-9	全球百人互联网用户中访问 Sohu 网的人数	99
图 5-10	四家综合门户网站适应度指数雷达图	102
图 7-1	新浪公司 2011 年第二季度业务收入组成	143
图 7-2	网易公司 2011 年第二季度业务收入组成	143
图 7-3	搜狐公司 2011 年第二季度业务收入组成	144
图 7-4	腾讯公司 2011 年第二季度业务收入组成	145



第一章

绪论

1.1 问题的提出

企业竞争的战略行为从微观层面来看充满偶然性和随机性。无论是橡果国际公司好记星产品的推出,还是3M公司胶带系列产品的问世,其公司最初的战略行为选择偶然得让管理学者们的研究无从着手。企业的战略行为和命运如同草原丛林中个体生物的明天一般充满着不确定性。苹果公司也如出一辙,当乔布斯回顾人生经历,并总结影响他的人生节点时,他反复提及当年在书法课上学习的版面要素和书法。正是这些让Macintosh系统成为能做出美丽版面的电脑,进而影响着后来ipod、iphone、ipad的推出与成功。这些影响以后进程的重大节点事后梳理时如此清晰,但在当年看来却如羚羊挂角——无迹可寻。以至于人们对它的态度非常矛盾——一方面肯定其价值,一方面苦于其演化规律的难以驾驭。无奈之下我们只有效法乔布斯的态度与方式——“人无法预先串连人生的点滴,只能在回顾时将它们串连起来。因此,你必须相信这些点滴,总会以某种方式在未来串连。你必须相信某些事情——你们的勇气、命运、生命……因为,相信这些点滴终于在未来串连起来,会让你有自信去依循你的内心,即使它引领着你离开一般人已走烂了的陈腐道路,你都不会失去自信。”^①乔布斯说的是人生,而公司的战略形成与发展又何尝不是如此。

“九层之台,起于垒土。”从多年企业经营实践的体会来看,大多成功的战略行为创新,不是管理层在办公室的闭门造车,而多是由员工在一线经营实

^① 刘娟娟. 媒体盘点乔布斯的忠告: 犯错误不等于错误. 《环球》杂志第20期, 2011年10月16日。



践中创造摸索出来的。同时，这些后来被称之为“战略重大变革”的行为，在其诞生之初基本上升不到战略层面的高度。造成该现象的原因，一是因为该类创新本身的偶然性与随机性；二是由于这种行为如果得不到企业管理层“顶层设计”者的关注、总结、提炼与推广的话，其价值也无法得以彰显。现实商业实践告诉我们，再聪明的人也不要试图扮演商业模式设计中“上帝”的角色。商业经营中诸多战略发展成就的取得，不是由聪明的“上帝”设计出来的，反而多是“顶层设计者”与来自基层的“具有战略意义的战术创新”互动而取得的。因为有感于此类战略变革与创新行为的特点与意义所在，娃哈哈公司总裁宗庆后每年长时间奔走于企业一线，并且建议其它公司，至少是总监一级管理层员工要经常体验在基层。只有打通“顶层”与“基层”的关系，才能在国际战略咨询公司 Mckinsey 断言中国市场上不可能再有新可乐生存空间时，娃哈哈却硬是在三级市场上成功推出非常可乐。学者对美国著名的 Inc. 杂志某年评出的 500 家成长速度最快成立时间不长的私人企业（一般不超过 10 年）进行的一项研究表明，有 41% 的创业者根本没有商业计划，26% 有一个粗略的计划，只有 28% 有正式的商业计划。同样针对 Inc. 500 创业者的分析发现，只有 40% 说曾经撰写了商业计划，这其中又有 65% 承认后来的行为在发展过程中不断修正，已经远远偏离了最初的计划。2009 年，美国战略管理杂志一项对 1063 个风险投资案子的研究显示，商业计划充其量在融资中扮演了微弱的象征性角色。不被花哨的商业计划影响投资决策过程，反倒是成功风险投资家的重要技能之一。

作为战略高层人士，也只有了解上述战略演化的特性与基本规律，关注战略创新与变革行为的模式与特点，才能让战略的创新行为在整体经营中放大其价值。同时，公司也只有提供适宜战略变革的管理理念与模式，才能在找到战略创新原点的同时，保证其战略演化过程的完成与成功。

在解释和指导现实经营实践中大量鲜活生动的战略创新与竞争时，传统战略管理理论遇到了巨大的质疑与挑战。基于同样的困惑与求索，该书将研究企业战略发展的目光转向了引领丰富多彩生物世界发展的生态学。

企业竞争时战略行为选择、企业个体在竞争时的偶然以及在产业等宏观层面竞争结果演化的必然……平时自诩为高级动物的人类，在深思熟虑和各种模型指导下所做的各种战略选择，以及由此产生的影响与结果，与生态圈中动物世界的演化是如此地相似，以至于我们开始怀疑人类的智商在一线战略实践中



的存在价值。基于此, 我们开始寻找企业竞争背后的“上帝之手”, 探寻企业战略的发展规律和演绎规则。当年达尔文透过众多光怪陆离的生物现象梳理出生物进化论, 今天我们借助生态学知识体系研读企业战略的演化过程与规律, 这便是选题的背景与初衷所在。

1.2 研究目的和意义

无论是以前作为一个企业经营的实践者, 还是现在作为一个企业经营战略的研究人员, 对目前科技与环境变化之快和演变之剧都有着深刻的体验与认识。而随着对相关理论体系的接触与了解, 也深为企业从业人员能从学科知识体系中得到的指导与汲养之少而无奈。在企业一线的实践中, 身边的管理经理们很少有读管理学术研究刊物的, 一个个充满着符号的推导公式更是令企业管理人员迷茫与困惑。朱镕基坦言看不明白清华经管学院博士们的毕业论文让他很头疼; GE 的传奇 CEO 杰克·韦尔奇更是在被记者问及读什么管理书籍时也表示在目前的大部分管理书籍中, 能给企业经营实践有所指导和收益的并不多。所以, 在企业的经营管理人员中, 多数人将阅读的目光转向了中文专业出身的记者们撰写的行业通讯与专访上, 而大部分的管理专著都因其可读性不强, 而被束之高阁, 或者在一个很小的非管理人士的圈子里自产自销。

就在管理人士们与传统的管理理论渐行渐远的时候, 一部分新兴理论因其对实践较强的指导性和可操作性, 而吸引了部分管理经理的目光, 并得到相当认可, 比如超强竞争和动态竞争理论, 以及在此基础上衍生的柔性战略理论。这些理论体系之所以得到企业经营者的欣赏, 并不在于它们给出了一个完美的数学模型, 或者一套现实的商务模式和方案, 而是给出了一系列在激烈变化和竞争环境中行之有效的原则与方法。这与生态圈中生物的生存竞争法则相类似——一系列不多的生态原则构成了形形色色生物圈中多姿多彩的生物界。生态圈中的生物在系列的演化过程中, 演绎出了一幕幕精彩的画卷, 社会竞争下的企业战略也是精彩纷呈。他们是否也遵循着类似的生存法则和演化路径?

以上这些困境和问题就是该书的研究目标和探讨的价值所在。

1.2.1 理论价值

企业战略管理理论研究企业与环境的动态适应过程, 所以其理论本身便具有极强的动态性。该领域中任何一个理念或体系的成熟与应用过程, 既是理论



的发展过程,也是理论的应用价值边际递减的过程。面对一项能产生竞争优势的战略行为,竞争参与者都普遍采用以后的结果便是大家再次归零,任何一方也不会再有因此而产生的相对竞争优势,于是又一轮的创新也在孕育之中。所以这个学科的本身属性便要求不断有创新元素补充到战略管理理论的体系与内容中来,这也正是该文在理论探索上的目标与意义所在。

第一,充实企业战略演化理论,进一步丰富企业战略管理理论体系。在经典战略设计学派逐渐淡出战略管理实践中后,一大批新的战略管理理论引起从业者的兴趣与关注。这些理论在知识体系方面尽管尚不完善,但是因其对实践的强大指导价值而颇具生命力。该文基于行为生态学理论进行的关于企业战略演化的研究也是本着这样的初衷与目标。

第二,将生态理念以更具体的形式和方法融入企业战略管理理论。目前,“生态”一词已经是一个频繁出现在企业管理文献中的词汇,但是如何将这一理念与意识落实在企业战略管理的执行层面,尚缺乏有指导意义的工具与方法。该文结合企业战略演化的不同阶段,借鉴行为生态学已有理论,提出相应地管理模型与方向。

第三,就企业战略管理理论中的若干争议和管理模式,提出基于行为生态学上的解释。企业战略管理中若干理念一直存在着不同的声音和争议,如蓝海和红海战略中关于对竞争的认识,对创新行为应该辅以的管理理念与模式等,该文结合协同竞争和协同演化理论,以及生物的不同生殖行为模式,提出了行为生态学视角下的解释与说明。

1.2.2 应用价值

在进行科学研究的过程中,纯粹为了科学而科学,的确也是一种开展研究的模式。但对于企业战略管理理论的研究对象的目标,理论与实践之间距离过大,总是一个需要关注与解决的问题,这也是该文在应用价值方面进行尝试的动机所在。

第一,为企业战略的发展与优化提供更多的借鉴与启迪。模型的形成与提炼是理论工作者的使命所在,同时,企业战略管理理论的归纳总结更要关注到对实践的指导价值和可操作性。所以,除却必要的数学模型和工具外,逻辑明确的原则总结同样意义深远。

第二,在分析企业具体战略行为演化过程的同时,对企业在实践中行之有效的战略管理模式进行分析与总结,以便于更具效率地推广和优化。许多企业



的创业发展过程,其战略的产生与发展并不符合传统的战略管理体系,但这正是理论研究人员更应关注的焦点。无论是腾讯与华为以往的战略节点与行为,还是当前腾讯的开放平台计划和华为所倡导的“灰度管理”,都可以在该书的企业战略演化中找到相对应的内容和论述。尽管语言范式有所不同,但二者的战略管理理念相通。

第三,为产业主管部门的行业经济管理扩展思路。明确了战略演化过程的生态性与特点,产业主管人士就应该更少地介入到产业细节的具体管理行为之中,同时,在制定政策时,也要更具备灰度管理的尺度与分寸意识。

1.3 研究思路与方法

1859年,达尔文的《物种起源》问世以后,许多学者将该理论用于思考和分析社会与人文的发展。近些年来,更有学者将自然生态学的原理如“物竞天择,适者生存”等生态原则用于企业的发展研究上。尽管部分学者认为,企业的主动适应性和创新性与自然生态有着显著的不同,企业可以有更强的规划设计能力和发展路径上更大的自主性。但是,在一些基本生态学规律上二者有着很大的共通性,如相互依存和相互制约、相互适应与补偿、协同进化、动态平衡以及环境资源的有效极限等。这就为企业生态学和发展提供了理论支持工具。

其实,生态学 and 战略管理理论的研究对象有着极大的共通性。因为无论是生态学还是战略管理理论,二者研究的对象都是“研究系统中的个体与所处环境动态平衡的过程”。这一点从生态学和企业战略二者的定义中便可得到明证:生态学是“研究生物与其环境相互关系的科学”。而企业战略是“谋求竞争性环境中企业与环境的动态适应,即企业为求得长期的发展而进行的整体性谋划。战略管理的过程就是由一系列与环境博弈的动态平衡与平衡状态所组成”。同时,近代的管理大师德鲁克也曾说过,他自己的角色更像一个“社会生态学家”。如此看来,生态学和管理学的结合与交叉真是一个非常有价值的探索方向。

作为生态学中重点研究生物行为竞争领域的行为生态学是一门在近年才发展起来的极富生命力的新兴学科。其学科的研究特点便是将生态学与行为学、进化论、遗传学紧密结合起来,特别是引入经济学理论和思想。基于交叉学科



的特点与优势,在很短的时间里便形成了行为生态学的学科体系,并提出了许多新的概念,如进化稳定对策、最适模型、经济可保卫性、利他主义、行为权衡和决策以及基因的自私性等,这些方法和研究方式不但开拓着生态学的研究领域,也给管理领域的研究带来了来自生态学方向的借鉴和启迪。

●研究的基本思路由以下三个部分组成:

第一部分,选题的背景说明以及该选题的价值和意义,以及在选定研究方向上的资料收集与分析。基于目前战略管理理论对实践指导的局限性指出了选题的意义与价值,并在梳理企业战略管理、企业演化、生态学、行为生态学等相关文献基础上指出了该研究已有的工作基础和目前进一步工作的方向所在。通过文献的梳理,指出生态学特别是行为生态学与企业战略管理理论研究内容与研究属性上的共通性,借以说明以行为生态学视角研究企业战略演化的可行性与科学性。

第二部分,在行为生态学理论指导下构建企业战略演化的基本理论体系。借助行为生态学最新的研究进展与理论模型,构建了企业战略演化的基本路径,即创新与变革——竞争与协同——市场选择——学习与传衍。第一,根据行为生态学中基因突变理论和拉马克学说,分析了企业创新的两类属性,并借鉴生态学中的K-r生殖对策,给企业战略的创新管理提供思路与启示;第二,根据行为生态学中关于生物竞争行为的进化稳定对策ESS和协演化理论深化了企业战略的竞争与协同过程;第三,根据生态竞争中物竞天择、适者生存的原理,结合生态位理论,分析了企业实质、企业经营过程、市场对企业的选择等生态学模型。这里,借鉴生物适应度评价的维度构建了企业战略的适应度评价指标体系,并以实际案例给出了具体的应用方案。

第三部分,实证研究。基于以上构建的理论体系,对我国四大综合门户网站进行了案例对照研究,并在定性与定量分析上给了分析结论。

具体研究技术路线如图1-1所示。

●研究方法可以分为三个层面分别说明:

■哲学与学科综合层面

□整体、联系和发展的思想,生态学、经济学、管理学的综合,演化经济学和新制度经济学的研究方式。

■方法论层面

□类比研究、理论与实证相结合、定性分析与定量评价。

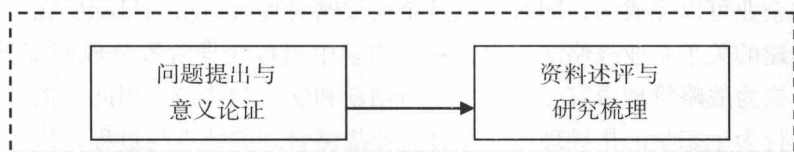


■具体方法与工具层面

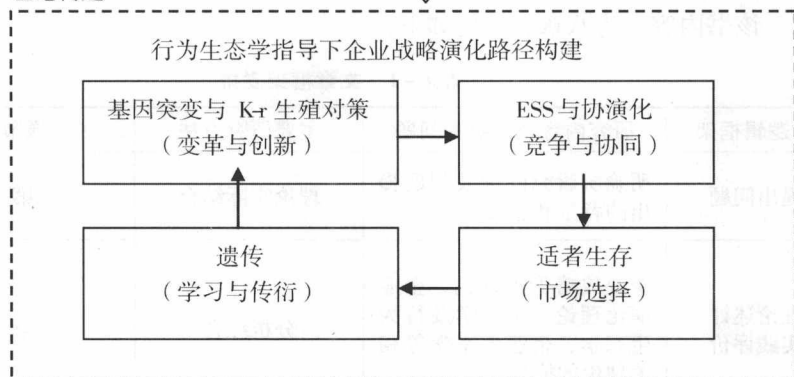
□生物进化论、进化博弈论、案例实证研究法、移植与隐喻分析、DEA数据包络分析、成本收益分析。

□研究技术路线如图 1-1 所示：

第一部分：确题与资料分析



第二部分：理论构建



第三部分：实证研究

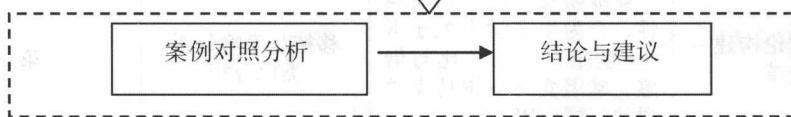


图 1-1 论文研究思路及技术路线

1.4 研究的框架与内容

生物演化所遵循的基本原则与路径有三个，即“遗传变异、生存斗争、



自然选择”。与生物相比，企业的生命长度并不固定，同时作为一种更具思考力的演化主体，其演化路径和原则也有些许差异。生物的变异（特别是可遗传性变异）只有在代际间的遗传阶段才能发生（所以生物学中将遗传与变异当作一个阶段进行界定和研究），而企业战略的变革与演化并非只有伴随着企业的生死交替才能实现。在企业存续期间完成必要的战略变革与转型，这是优秀企业可以完成的，同时这也是企业战略管理所追求的目标所在。所以在该书构建的关于企业战略演化中，将生物学中遗传变异阶段分成两部分加以界定，转换为战略管理语言分别为变革与创新和学习与传衍。因此，借鉴生态学特别是行为生态学的指导理论，结合企业战略管理的特点与过程，该书将企业战略演化的过程分为四个阶段，即“变革与创新——竞争与协同——市场选择——学习与传衍”。

该书内容分为八章，结构如下：

表 1-1 文章框架安排

逻辑框架	研究内容及解决的问题	主要研究方法	章节安排
提出问题	明确所研究问题及问题提出的背景和意义	理论实际结合	第一章
理论述评 实践评价	企业战略管理理论、企业演化理论、生态学及行为生态学、企业生态学等相关理论的梳理	分析综合	第二章
理论构建 - 变革	企业战略变革的类别与属性，行为生态学中关于 K-r 生殖对策的类比与借鉴，基因变异与拉马克学说的不同应用。	移植与隐喻分析 类比分析	第三章
理论构建 - 竞争	多次博弈下的进化稳定均衡分析与进化稳定对策、协同竞争	进化博弈、ESS	第四章