

智勝
BEST-WISE

Competitive Dynamics

原著◎陈明哲
审订◎苏国贤
编译◎林豪杰 乔友庆 侯胜宗

动态竞争



我们应该如何在竞争中取胜？

传统的理论总是关注如何提高企业的竞争力，但现实的情况是，每当你做出一个行动，你的对手总会做出回应，这才是真正的竞争市场，竞争总是动态的。



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

动态竞争

Competitive Dynamics

原著◎陈明哲 审订◎苏国贤
编译◎林豪杰 乔友庆 侯胜宗

清华大学出版社
 地址: 北京清华大学学研大厦A座
 邮编: 100084
 电话: (010)62770175
 网址: www.tup.tsinghua.edu.cn

ISBN 978-7-301-05008-1
 定价: 38.00元

清华大学出版社
 地址: 北京清华大学学研大厦A座
 邮编: 100084
 电话: (010)62770175
 网址: www.tup.tsinghua.edu.cn

ISBN 978-7-301-05008-1
 定价: 38.00元

清华大学出版社
 地址: 北京清华大学学研大厦A座
 邮编: 100084
 电话: (010)62770175
 网址: www.tup.tsinghua.edu.cn

ISBN 978-7-301-05008-1
 定价: 38.00元

著作权合同登记:图字 01 - 2008 - 4146

图书在版编目(CIP)数据

动态竞争/陈明哲著. —北京:北京大学出版社, 2009. 6

ISBN 978 - 7 - 301 - 14993 - 5

I. 动… II. 陈… III. 企业管理 - 市场竞争 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 033019 号

简体中文版由智胜文化事业有限公司(Taiwan)授权出版发行

动态竞争策略探微:理论、实证与应用,陈明哲著,苏国贤审订,林豪杰、乔友庆、侯胜宗编译

2008 年,第一版,ISBN 978 - 957 - 729 - 675 - 7

书 名: 动态竞争

著作责任者: 陈明哲 著

责任编辑: 恽 薇 苏燕英

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 14993 - 5/D · 2260

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62117788

出版部 62754962

电子邮箱: law@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销 者: 新华书店

720 毫米 × 1020 毫米 16 开本 28.75 印张 467 千字

2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010 - 62752024 电子邮箱:fd@pup.pku.edu.cn

序一 竞争策略的新典范

真实世界经纬万端,甚至杂乱纷纭,为了理解与应对,就必须运用某些思维模式,系统化及选择性地观察、分析、整合、诠释其中的现象与因果关系。不同的思维模式,左右了大家的注意力与视野,也进而影响决策与行动的重点和方向。在此所谓的“思维模式”,通常也被称之为“典范”。

在传统的策略管理领域中,主流的典范是“建立优势,满足顾客”,并进而设法创造在市场上的独占地位,以建立并维持长久的竞争优势。我们常谈到的“差异化”、“聚焦”、“规模经济”、“综效”,甚至于垂直整合程度的取决,以及网络体系的建构等,基本上都植根于这样的思维模式。

此一典范的前提假设是:策略是长期的努力与承诺,策略的作用将表现于未来的竞争地位与绩效;策略决策与经营形态,即使不是精心策划,也是历经长时间才演变而成的。在传统的典范下,策略领导者必须自省的问题是:

“本企业未来的经营形态应该如何?”

“如何才能在长期中满足顾客,为顾客创造价值?”

“配合产业的变化趋势,我们现在应发展哪些可以持久的优势,将来才能确保竞争上的有利地位?”

“竞争环境”当然也是传统典范与思维架构中十分重要的一环。竞争者的可能作为与反应,一向是策略制定过程中不可忽视的因素,但过去似乎很少将这些视为策略管理的核心,更不是最重要的考虑。

然而,随着时代改变,典范也有所更迭。市场的快速饱和、科技的日新月异、消费者的无情,加上某些业者借由大量的短期攻略手法掠夺市场,使得许多产业,还来不及进行长期布局,就在一阵短兵相接后,沦为成王败寇,甚至尸横遍野的杀戮战场。这些现象与结果,可能都不是重视长期布局与建立优势的传统典范所能解

释的。

换言之,在某些产业中,策略的重点已不在于建立长期的优势地位,而是一连串攻击与响应的战斗行动。参与竞争的各方,在一次又一次的互相攻城掠地与蚕食鲸吞之后,胜利者快速攻占市场、扩大生存根基;失败者则逐渐淡出舞台,甚至黯然进入历史。

新典范所欲思考与回答的课题

在动态竞争的时代,传统典范所考虑的问题似乎显得缓不济急。在新典范下,策略领导者必须回答的问题是:

“何时是发动攻击的最佳时机?”例如,应在产业成长期以减少阻力,还是在产业将走向下坡时试图孤注一掷或背水一战?

“我方应否采取主动的攻击行动?有哪些可能的行动组合与选择?”例如,究竟应运用价格战,还是推出战斗品牌?应在智财权方面采取法律行动,还是设法松动对手与通路的紧密关系?攻击行动可以大张旗鼓,也可以声东击西、暗度陈仓;可以攻其要害以期“一击毙命”,也可以攻其周边,以降低其积极反击的意愿;可以集中力量正式对决,也可以运用游击战,创造局部优势以个个击破。

简言之,攻击方式要有创意又不能过于违背产业中的游戏规则;除了攻其不备之外,在行动上还应选择一些对方不易响应,或必须大费周章来调整内部组织或调适外部关系的攻击策略。

如果双方交战的战场不只一处,例如,双方同时在若干产业或多个地区互相竞争,在攻击策略上变化就更多:可以选择多管齐下;可以从乡村包围城市;可以“围魏救赵”;可以制造假象让对方转移重心或失去重心。总而言之,策略上的攻击方法千变万化,运用之妙,书之不尽。

攻击方式的选择,也与攻击的对象密切相关,因此还应检视:

“谁应该是我们优先攻击的对象?规模大的还是规模小的?资源丰富的还是资源贫乏的?选择攻击对象时,还应考虑哪些因素?”

如果攻击行动遭受强力的反击,以致未能达到预期效果,不仅造成资源与力量的浪费,而且万一在长期对峙的过程中,被第三者从后方趁虚而入,更是得不偿失。因此,对象的选择极为重要。例如,强大的对手,反击力道通常更大,但也可能不在乎我方的行动或缺乏快速响应的弹性;相对弱小的对手,反击力量虽小,但也可能

为了生死存亡而奋力一搏,因此不可不防其做出困兽之斗。基于类似的考虑,必须慎重选择攻击的对象。

除了规模与强弱之外,潜在攻击对象是否信息灵敏、是否有能力做出有效的反击、反击的手法是否因为“招式用老”而已在我方预料之中等,都是选择攻击对象与采取攻击行动前,应该审慎评估的。而这些攻防的策略选择,又受到潜在攻击对象在产业中的历史、过去从事攻防的成败经验,甚至高阶领导团队组成分子的影响。

一般而言,若对方可能响应缓慢,或响应方式已有轨迹可循,则不妨选为优先下手攻击的对象;若对方极可能出现强烈反击,则应审慎采取攻击行动。而当双方在目标市场、所依赖的资源,以及规模水平愈相近者,由于冲突的潜势大,一旦引发正面交锋,往往不可收拾,甚至陷入你死我活的零和游戏,因此,更不可不慎。

以上是攻击者来思考。然而竞争行动是双方互动的过程,因此,还得从潜在攻击对象或防御者的角度,考虑应如何响应,如果防御者在响应上常犯错误,则容易被选为攻击的对象,若响应得当,则可以在战火的锻炼中自我强化。换言之,防御的一方,也要慎重回答:

“当竞争对手采取主动的攻击行动时,我们应否响应?如何回应?”

回应的方法当然也是形形色色的。防御者可以全力反击;可以避其锋而攻其侧翼;可以诱敌深入以消耗其资源;也可以置之不理,不轻易随之起舞。有时要真真假假,让对方掉以轻心;有时则必须展现玉石俱焚的决心,令对方知难而退。此外,面对攻击或潜在的攻击,本身信息要敏锐,反应要迅速,而且平日即应积蓄应战的实力,甚至经常释放“我不好惹”的信息,以避免被同业选为攻击的对象。

新典范的学术舵手

以上所谈竞争导向的思维,以及企业间互相攻防的手法,企业界或许已相当熟悉,而且在学术界也日渐被广为接受。然而,在国际学术界,正式以严谨的实证研究与论述,提出此一典范的,正是本书的作者陈明哲教授。

陈明哲教授是国际上从事策略管理学术研究最有成就、最有影响力的华人学者。十余年前即提出“动态竞争”的策略典范,尔后更以长期的实证研究归纳出具体的命题与建议,使此一领域日益丰富,终于成为一家之言。这次他将过去十几年来,经由多重理论的推演,并以极为严谨的方式所进行与发表的一系列学术研究成

果,归纳整理,以中文呈现,必能对华人世界的策略研究与企业实务,产生极大的贡献与冲击。

笔者与陈教授相识已超过三十年,有幸见证其经由锲而不舍的专注与努力,而获得了今天的成就与地位。陈教授近年来对后辈青年学者的无私指导与提携,十分可敬可佩,而本人在阅读本书以后,除了深受启发之外,更感到在国际学术界出人头地的难能可贵。

司徒达贤

[司徒达贤先生现任台湾政治大学企业管理学系教授与财团法人商业发展研究院董事长,于1976年成为美国西北大学企业管理博士,是亚洲第一位主攻企业政策(企业战略)的管理博士]

序二

Foreword

Competition is a centrally important construct for the field of strategic management. Indeed, the term “strategy” is derived from the Greek word “strategos,” or “the art of the general” — which conveys, among other things, that there are adversaries to be dealt with. In the early days of strategic management research, up until the mid-1980s, competitor analysis and competitive thinking were addressed only in the broadest and vaguest of ways. It was typical, for instance, for strategy teachers to naively ask students, “Okay, how are we going to beat the competition?” — as if all competitors are one big homogeneous opponent. If a teacher or researcher were careful enough to focus on each individual competitor, the question still would be broad and somewhat hollow, such as, “Well, what are this competitor’s strengths and weaknesses?”

The work of Ming-Jer Chen changed all that. By introducing the concept of the “action-response dyad,” Chen created a whole new stream of theory and research that is often referred to as “microcompetitive dynamics.” This level of analysis involves rigorously studying the specific moves and countermoves of firms in a competitive context. The beauty of this approach is that it allows both precision of analysis and generalizability. Precision is achieved because the analytic focus is on concrete, specific actions that can be reliably gauged in terms of their boldness, directness, and speed. Generalizability is achieved because the numerous individual moves of a company can be aggregated to develop a robust profile of its overall level of aggressiveness, conciliation, and retaliation — against each of its competitors.

Ming-Jer Chen’s style of research, featured in this volume, understandably opens up a wide array of interesting research questions, including these: What can a focal firm do

to lessen the likelihood, or the magnitude, of a given competitor's response to its initiatives? What are the factors that affect a firm's speed in its strategic countermoves? What can small players do to escape attention and intense retaliation from big players? The list of fascinating and important topics could go on and on.

In this volume, you will be treated to Ming-Jer Chen's own treatment of some of these research questions. If you are like me — and many others who have been exposed to Chen's way of thinking — this book will stimulate you to develop your own new and provocative ways of thinking about competitive dynamics.

Donald C. Hambrick

竞争是战略管理领域的重要核心概念。事实上,战略(strategy)这个词是源自希腊文中的 strategos,意指“将军的艺术”,它揭示了在战场上应敌之道的精髓。回溯到20世纪80年代中期,战略管理研究刚起步的那一段时间,有关竞争者分析与竞争思维的讨论,大都广泛而且模糊。一个典型的例子是,教授战略的老师常常把所有的竞争对手为同类,他们在教学时常常问学生这样的问题:“我们应该如何在竞争中取胜?”这样问的一个基本的假设就是把所有的竞争对手视为同类。就算有的老师或研究者认识到了竞争者之间的差异,他们也可能问:“什么是这个竞争者的优势与劣势?”这类问题还是十分空洞和广泛的。

陈明哲教授的动态竞争研究彻底改变了这些传统的思维模式,借由引入了“竞争性行动与响应的对偶”概念。陈明哲博士开创了一个全新的理论与研究体系,这一理论在学术界经常被称为“动态的微观竞争”(microcompetitive dynamics)。动态竞争理论严谨地分析了企业特定的竞争性行动与响应,这一理论模式最大的优势在于,它可以同时考虑分析的精确性与推论的广泛性。动态竞争的精确性在于,因为它专注于分析具体而且特定的竞争性行动,而这些行动的攻击性、直接性与速度均可以被精准地加以衡量。动态竞争的广泛性在于,因为一家公司的众多个别行动可以被累加起来考虑,从而可以为研究者揭示企业对抗每个竞争者的不同策略。

在这本动态竞争专著中,陈明哲教授用浅显易懂的风格,研究了一系列十分有趣的新问题。其中包含:目标企业在展开攻击时,它应如何降低竞争对手反击的可能性与程度?影响企业战略反击速度的因素是什么?小企业应怎样避免被大企业注意及遭受攻击?这本专著中包含了很多像上述这些极富吸引力而且非常重要的研究议题。

在本书中,陈明哲教授将与读者分享他对上述问题多年的研究心得。如果你像我,或像其他一大批学者那样已经接触过陈教授的研究成果,这本书将会激发你开创对动态竞争研究新颖而有创意的思维方式。

汉姆布瑞克·唐纳德 (Donald C. Hambrick)

宾夕法尼亚州立大学斯迈尔工商管理学院讲座教授

(汉姆布瑞克博士为国际公认的知名战略管理学者与企业实务咨询专家。他也是高层经营团队理论的创始人,曾受聘于美国哥伦比亚大学商学院担任讲座教授达23年之久。他于1992—1993年间曾担任美国管理学会会长,如今仍为该学会院士最高负责人。汉姆布瑞克博士于2008年荣获美国管理学会最高荣誉的终生学者奖,以表彰他对管理学术界的卓越贡献)

序三

我与陈明哲教授素不相识,所从事的专业又存在很大跨度,所以当陈明哲教授邀请我为其新作《动态竞争》写序时,确有勉为其难之感。但是,在我收到出版社寄给我的初稿,并仔细阅读之后,很快就被其富有创意的理论体系所吸引,同时,考虑到作为其理论体系之基石,恰好又是我们经济学也非常尊重和推崇的、熊彼特的企业创新学说,正因为有这样一个存在于经济学理论与管理学理论的学术文集,故同意以自己的读后感为陈明哲教授的新作作序。

就像陈明哲教授在《动态竞争》一书中所指出的那样,大量有关企业竞争的文献所关注的主要问题大都与如何提高企业竞争力有关,其涉及的领域主要包括以下两个方面:从企业内部来讲,如何增强与集聚可以提高企业市场竞争力的要素;从企业外部来讲,如何扩大企业的市场占有率。很显然,这两类问题基本上属于静态性质,至多也不过是比较静态的。在现实生活中,我们经常可以看到这样的现象,一个集合了大量具有强大竞争力要素的企业,突然之间会在市场竞争中倒下,而一个名不见经传的小企业却会在市场竞争中脱颖而出。类似这样的竞争结果,用静态的竞争理论显然是无法解释的,至少不能得到令人满意的答案,因此需要动态竞争的理论来回答。而陈明哲先生的《动态竞争》正是为此而作。

动态竞争与静态竞争的区别究竟表现在什么地方呢?假如沿着熊彼特给出的动态路径,动态竞争就表现为所谓的“毁灭性创造”,但是以往的静态竞争理论所分析的主要是竞争力的量变,即构成竞争力之诸要素的数量积累,而没有熊彼特所说的“毁灭性创造”的竞争过程,所以,当我们仅仅运用静态竞争理论作为分析工具时,就很难对上述现象做出令人满意的解释。进一步的讨论还可以看到,动态竞争具有主动的进攻性,而静态竞争的情况则刚好相反。

一旦把熊彼特的理论纳入企业的竞争理论,就会产生一个问题,熊彼特所说的“毁灭性创造”的竞争策略究竟是针对谁的?答案是明确的,它显然是用来针对竞争对手的,因为“毁灭性的创造”是要付出“沉淀成本”的,假如这种“沉淀成本”不

能通过战胜竞争对手,而从外部的市场扩张中得到补偿,乃至利润的增加,这样的动态调整就是没有价值的。因此,只要把熊彼特的“毁灭性创造”这个范畴导入企业的竞争理论中去,静态竞争中以本体为导向的竞争理论就必须向动态的、以市场博弈对手为导向的竞争理论转变。陈明哲先生的《动态竞争》,把握了动态竞争的基本要素,以熊彼特的“毁灭性创造”作为构建其动态竞争的理论基石,从而演绎了一个非常宏大的动态竞争的理论体系,给人以耳目一新之感。

阅读了陈明哲先生的《动态竞争》之后,对于一些在静态竞争理论体系下无法准确理解的难题有了豁然开朗之收获。

第一,假设存在一个双寡头竞争的市场结构,在市场竞争过程中,一个通过熊彼特式的“毁灭性创造”而主动采取攻势的企业,可以获得巨大的利益,这种利益将表现在作为其竞争绩效之主要指标的市场占有率会显著提高;假如市场结构是垄断竞争性的,即存在多企业竞争,一个企业即使不能主动创新,但只要能够对创新者的动态竞争行为做出及时的响应,也可获得很大的收益。

第二,在企业规模非对称的竞争格局下,小企业会比大企业更加倾向于动态竞争,即通过创新主动发动攻击,以求增加市场的占有份额,而当市场竞争中有先行者主动进行创新之后,与大企业相比,小企业的响应性则要弱得多,这里的关键问题就在于,小企业的组织资本要比大企业少得多,小企业可以动员其所有组织资本突破一点而获得创新收益,但是它却没有足够的组织资本去对创新者的创新行为做出全面反应,但是只要不能做出全面的响应,其响应就是无效的。正是因为小企业在创新与响应方面的非对称性质,决定了小企业的市场竞争具有单调的性质,从而使得小企业在市场中的地位呈现出很不稳定的特征。

第三,在拥有共同资源与相似市场中竞争的企业同样具有竞争的不对称性,这种不对称性可能与上述的企业规模大小,从而与企业所拥有的组织资本有关,而且在很大程度上与信息不对称有关,这种信息上的不对称性不仅与企业内部的信息资源的管理与开发能力有关,也与企业的开放性,即能否有效地运用外部专家的知识有关。

第四,一个具有静态和动态竞争能力的企业要想在市场竞争中获胜,还需要对竞争策略加以有效管理,世界上很多著名企业在市场竞争中被淘汰出局,往往与这些企业不能有效地进行竞争策略的管理相关,即这些企业更多地倾向于提高静态

的竞争力,而没有去采取最优的动态竞争,因为动态竞争不仅依赖于创新,还依赖于对于竞争对手的深刻理解,从而能够准确地把握发动攻击的时机,或对市场领导者的创新行为做出响应的时机。

第五,动态竞争的核心问题是企业的创新能力和策略运用能力。因此,对于任何类型的企业来说,想要在市场竞争中生存下去,不仅需要提高企业内生的创新能力,还需要在充分理解竞争对手的基础上制定正确的竞争策略,并且加以有效运用,而这正是动态竞争理论的核心所在。

陈明哲教授在长期研究的基础上,为读者提供了一个有关企业市场竞争的新体系,我真诚地希望通过本书的出版,能够有效地提高中国大陆企业家对于企业竞争力的全面理解,并在未来的国际市场竞争中取得更大的成就。由于我对管理理论知之甚少,以上解读若有错误,当然与陈明哲教授无关,而是应当归咎于我的孤陋寡闻。

华 民

2009年4月28日于复旦

自序

海峡两岸的管理学术界近年来致力于全面提升研究与教学水平。过去几年,我本人多次有幸受国家教委 MBA 指导委员会的邀请,在清华大学与中国人民大学参与对管理学师资队伍进行人才培训的工作。放眼未来,中国年轻的管理学者要立足学术界,在国际主流期刊发表论文,学习研究经济管理学,势将成为首要条件。

我本人旅美逾二十六载,在西方学术环境长期熏陶下,常将做研究的精神与方法,运用在教学、服务、企业咨询,以及日常的每一件事情上。因此,我对于国内学术界积极提升研究水平的各项努力,秉持全心支持的态度,但是,参考美国学术界的发展经验,我们也要有所警惕:重视学术研究固然重要,但是更基本的是要了解研究与发表的终极目的。否则,重视学术研究的结果,容易陷入炒短线、为发表而发表,甚至造成为发表而不择手段、为研究而牺牲教学的各种弊病,也会陷入学术界无法与企业界对话的困境。

学术研究工作,是一个求知与求真的过程,一个管理学者经由此研究过程来表达他个人对学术的尊重与对企业的关切。从更深层来说,研究乃是表达一个学者对社会人文的终极关怀。

个人在美取得博士学位后的前十年,有幸在世界著名的哥伦比亚大学任教。哥大商学院当时集结了几位全美最顶尖的策略管理学者,我们有一个共同的信念,就是最好的管理学者,不但是能对管理专业提供最大的贡献与服务的一流学术工作者,在课堂上也必须是一流的教师,在实务界中,更是一流的企业咨询顾问与培训教师。所以,我们对研究课题的选择,也是针对企业界最切身的问题,从事最严谨深入的探讨。以我个人的长期观察,我体会到,最优秀的管理学者与最成功的企业家都有一个共同之处,就是“问对问题”。问对了问题,本立道生,源清渠成。研究发表也好,做事创业也罢,一路坚持下去,成功是迟早的事。

出版这本书,就是希望能协助有志从事管理教研的学者以及企业经理人员,培

养深入思考、问对问题的能力。本书将我个人过去十余年在美国主流期刊所发表的有关企业间动态竞争的文章,做了系统性的翻释与整理。除了介绍动态竞争的观念与研究方法外,更希望通过此书的出版,鼓励国内有志于研究工作的管理学者,特别是年轻的一代,能将眼光放大、视野放远,依个人兴趣所长,选择单一课题,进行费心费时的长期探讨,建构属于个人的理论架构与思维方式。简单来说,就是追求“精一”。

人因姜占魁恩师在个人出国前所赠送的四个字:决心(determination)、坚持(persistence),始终是驱策我在研究与生命过程中追求“精一”、往前迈进的动力。这几年来,个人与国内及海外华人管理学者共同探讨的问题,多着重于如何培养、规划一个以研究为中心的全方位生涯。此一生涯规划的成败,取决于能否痛下“精一”的功夫。过去二十年来,我个人在哥伦比亚大学、沃顿(宾夕法尼亚大学)、达顿(弗吉尼亚大学)等一流管理学院先后教育了三千名 MBAs 或 EMBA。我观察到,目前在企业界做得最好的校友们,有一个共同的特性:他们都有“问对问题”、“精一”和“坚持”的能力。身为一个管理学者,我个人能同时兼顾纯学术研究与企业咨询辅导,在出世与入世之间取得平衡,完全是受惠于研究过程中一点一滴、一步一印所累积的经验。我的体会是:唯有全心投入、全神贯注,才能品味到研究与人生的乐趣,领悟到彼此互补、相互贯穿的真义。“Put yourself into the process, and the process will carry you through”,这句话的意义也在于此。

我个人与华人管理学者及实务界人士一直维持着密切的互动,并曾先后邀请海峡两岸共十八位管理学者前往美国,进行为期一年的访问研究。其中包括:北京大学光华管理学院姚长辉教授、天津财经大学强志源教授、上海交通大学李乃和教授、上海同济大学吴敏教授,以及香港浸会大学魏立群教授等人。同时,也持续在海外进行华人管理学者的培训工作。除此之外,近年来,个人也与多位海外华人学者,利用本书的理论架构,从事相关的实证研究。借由与这些优秀华人学者的互动,个人对国内目前积极推动的管理学术发展,有切身的感受。借由本书的出版,我衷心希望能为有心追求或推动学术卓越的内地学者提供一些参考。

参与本书审订与翻译工作的台湾大学苏国贤为多年挚友,中正大学林豪杰、中

兴大学乔友庆与逢甲大学侯胜宗三位是台湾的年轻学者,曾先后赴美进修一年。个人深感有幸能与他们在研究上相互切磋,携手成长于学术道路上。这本独树一帜的研究专书,也代表我们对华人管理学术界与实务界的一点回馈。

最后,我谨在此谢谢我的父母与妻子和两个儿子;在本书每一篇文章的背后,都有着太多来自家人的牺牲与支持。

陳明哲

旅次 美国弗州

目 录

绪 论 动态竞争研究架构 / 001

CHAPTER 0

- 0.1 研究计划 / 002
- 0.2 竞争性行动与竞争性响应的对偶关系 / 004
- 0.3 厂商/(事业)层次的竞争 / 007
- 0.4 理论与方法论的考量 / 009
- 0.5 总体层次的竞争 / 011
- 0.6 对策略管理领域的贡献 / 011
- 0.7 研究过程的回顾 / 017
- 0.8 结语 / 020
- 附录 1 管理学者于顶尖管理期刊发表的论文篇数排名(1990—1999年) / 021
- 附录 2 1996年 *Academy of Management Review* 最佳论文委员会的评语 / 023