

MASTERING STRATEGY

精通战略

企业战略前沿问题

亨利·明茨伯格等世界顶级战略专家的最新思想精髓
关于战略的多维视角和精辟诠释

芝加哥大学商学院
密歇根大学商学院

欧洲管理学院
牛津大学赛德商学院

联合编辑



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



精通战略

中国 商业精英管理案例与策略分析 中国企业家战略
与战略管理案例与策略分析

中国企业家案例与策略分析

中国企业家案例与策略分析

中国企业家案例与策略分析

中国企业家案例与策略分析

中国企业家案例与策略分析

7
T-70/04

MASTERING STRATEGY

精通战略

企业战略前沿问题

(原名：把握战略)

芝加哥大学商学院、欧洲管理学院、
密歇根大学商学院、牛津大学赛德商学院

联合编辑

王智慧 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记图字:01-2001-4579

图书在版编目(CIP)数据

精通战略:企业战略前沿问题/[美]芝加哥大学商学院等联合编辑;王智慧译. —北京:北京大学出版社, 2004. 5
ISBN 7-301-05832-2

I. 精… II. ①美…②王… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 057746 号

First published in Great Britain in 2000

© University of Chicago Graduate School of Business

© INSEAD

© University of Michigan Business School

© Saïd Business School, Oxford University

All rights reserved; no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise without either the prior written permission of the Publishers or a licence permitting restricted copying in the United Kingdom issued by the Copyright Licensing Agency Ltd, 90 Tottenham Court Road, London W1P 0LP. This book may not be lent, resold, hired out or otherwise disposed of by way of trade in any form of binding or cover other than that in which it is published, without the prior consent of the Publishers.

This translation of Mastering Strategy is published by arrangement with Pearson Education Limited.

中文简体字版版权©2004 北京大学出版社/科文(香港)出版有限公司

书 名:精通战略:企业战略前沿问题

著作责任者:[美]芝加哥大学商学院等联合编辑 王智慧 译

策 划 者:科文图书·陈捷

责 任 编 辑:黄健英 林君秀

标 准 书 号:ISBN 7-301-05832-2/F·0545

出 版 发 行:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电 话:出版部 62754962 发行部 62754140 编辑部 62752027

电 子 信 箱: zpup@pup.pku.edu.cn

印 刷 者:北京市朝阳区东方印刷厂

承 销 者:北京科文剑桥图书有限公司(64203023)

经 销 者:新华书店

787毫米×960毫米 16开本 31.5印张 590千字

2004年6月修订 2004年6月第1次印刷

定 价:68.00元

凡购买北京大学出版社图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

本书带给你来自世界顶级商学院的最新思想。这些领导潮流的丰富的新思想涵盖了从合并与收购、风险、技术和联盟,到知识、公司治理、全球化和领导的所有最重要的战略问题。本书的撰稿人都是世界顶级的战略专家,包括亨利·明茨伯格(Henry Mintzberg),普拉哈拉德(C. K. Prahalad),约翰·凯(John Kay),诺埃尔·蒂奇(Noel Tichy)和金灿(W. Chan Kim)等,他们将战略的新思维和一流公司的战略实践充分结合在了一起。对战略管理领域中最重要原理和有关其在21世纪发展的新方向提供了一种多维的视角和细致的解释。

本书16个单元的划分反映了世界顶级商学院在授课时进行的题目安排。每个单元中的简短的导言概括了该部分的主题,每篇文章后面的总结可以帮助读者迅速地识别感兴趣的内容。建议阅读材料的列出会对那些想进一步研究或者查阅参考文献的人有所助益。

■ 译者序

在 21 世纪的企业竞争中,战略管理成为一个最为引人注目也是讨论最为热烈的领域。经济区域的融合、管理体制的变化和各行业科学技术的飞速发展,使得企业在进行战略的制定、实施和调控时面临着更多的复杂性。从研究角度来看,变化也导致了更多新的研究课题,原有的理论和工具被进一步地完善和创新,新的灵感和创意不断在闪现,而这些也就形成了今天呈现在大家面前的,这本由来自世界顶尖商学院的教授和大师们头脑汇聚的新世纪的战略思维。

这些文章大部分是发表于英国《金融时报》的文章,正是因为如此,每篇文章都与实际企业的运作紧密相关,而不是纯粹的学术理论或者枯燥的方法、教条。内容简明、鲜活的特点使这本书无论对于学术界还是实践界都有着重要的参考价值。

在这本书里,不仅会看到很多建筑在世界知名企业实践基础上的真知灼见,而且,由于这些文章是来自于不同领域、地域的学者和管理者所撰写的,他们迥异的实践、咨询经历和不同的研究专长使这本书的视角变得异常宽阔。这本丰厚的文集覆盖了从企业战略的历史与未来、全球化和区域经济联盟,到企业的组织结构、并购战略、公司治理、领导、战略联盟、知识管理和运作管理等诸多方面的最新思考。通读全书,让人感觉似乎看到了一片浩瀚和波涛汹涌的战略管理海洋。

我们国内的战略管理研究和实践水平目前还处于上升阶段,学习借鉴仍然是当前的主要任务。在从事战略管理的研究和教学中,我发现,虽然借助于各种引进版的教材和案例,能够让 MBA 和研究生们了解战略管理的一般内容,但是,要想真正能够精通战略管理“因势而变”的本质,仅仅通过一本教科书是无法做到的。否则的话,大部分人就都能成为高超的战略家,而现实是,我们很多企业还在急切盼望着真正的企业战略家的诞生。在这个学习和锤炼的过程中,切实的管理实践经验和全方位的战略视角可以帮助管理人员在观察、比较、思考、判断和尝试中形成自己独具个性的战略观。而这正是这本书的目的。如果说战略管理教科书的作用是引导你看到一条波涛汹涌的大河,那么,这本书对你的作用就像是更加贴近的观察汇聚成这条大河的涓涓细流。只有这样,你才能对河流形成真实、整体的认识。总

之,这本书为人们提供了一个非常好的开阔眼界,能够加深对战略管理的理解。

本书得以完成,得到了多人的无私帮助。其中,韩光、刘彤、卢山、余恩海、邱利平承担了部分文章的初稿翻译,研究生柳钢、滕文志进行了相关资料的查询和考证,我本人负责了本书绝大部分内容的翻译和全书的审校工作。由于本书中文章的作者背景不一,尤其是内容丰富,跨度很宽,几乎涉及企业经营管理的方方面面,这为本书的翻译增加了不少难度。尽管译者始终谨慎动笔,仔细求证,但难免还会有所疏漏,恳请读者指正。

王智慧

蒂姆·狄克森(Tim Dickson)*

《金融时报》的“精通”系列丛书为《金融时报》和世界上一些卓越的国际商学院搭起了独特的合作桥梁。

《精通战略》(Mastering Strategy)就是这种合作产生的丛书中的第七本。这本书以一种崭新的风格,集录了在1999年年末的12个星期中,首次出现在报纸上的一些相关文章。

如同丛书前面的几本一样,《精通战略》融合了这一管理领域中最重要

的原理和有关其在21世纪发展方向的新思维。在过去的40年中,业界出版了不少有关企业战略的书籍,但是其中很少能够像本书的内容一样,提供读者一种多维的视角和细致的解释。如今的企业必须努力航行在自由化、全球化和电子商务这三股奔涌的激流中,新千年到来之际确实是企业首脑们反省和考虑战略艺术理论和实践的一个绝佳时机。

过去那种集权式长期规划所依据的确定性早已不再成立,但又是什么真正代替了它们呢?是否公司应当主要将眼光转向外边,观察它们的外部环境,还是向内关注自己的特殊能力?管理人员们如何在相互纷争的战略流派中进行选择?有没有可能将过去已经被验证的各种不同的方法和观点综合为一个整体?

对于这类问题没有可以信手拈来的答案,但是,我们希望这本书中的认识能够帮助读者理解,并启发他们在各自的环境中建立最合适的战略模式。

《精通战略》划分了16个单元,部分原因是为了反映世界顶级商学院在授课时进行的题目安排,部分原因是出于编辑的方便。然而,如同研究当今所有的管理课题时一样,读者们理解时应当避免进行过于整齐的职能区分。这16个单元覆盖了战略及其相关的领域:历史,微观经济,一般企业环境,

* 蒂姆·狄克森是欧洲商业论坛(European Business Forum)的执行编辑,欧洲商业论坛是一家提供印刷和网上发行的新的出版机构,它是由欧洲管理学院委员会和普赖斯-沃特豪斯-库珀斯公司(Price Waterhouse Coopers)合作建立的,其目的是展现欧洲对于全球管理问题的视角。可以通过电子邮箱 tim.dickson@europeanbusinessforum.com 与蒂姆取得联系。

全球化,组织结构,技术,并购,股东价值/公司治理,风险管理,领导,人员,行业战略,联盟,知识,运作与制造,以及未来的挑战。

这些单元构成了本书丰富的内容,读者们会在其中发现从价格竞争的动态性、资源边际核算到收购后行为以及公司“思想控制”的危险等诸多知识。新的思维模式中包括了很多有关网络外部性、战略互补和图景分析等概念的有益界定和讨论,这些概念虽然被人们所熟悉但并不是总能得到很好的理解。如同《金融时报》“精通”系列丛书中的其他作品一样,本书强调了案例分析,运用诸多实例,以保证与现实的商业世界保持密切的联系。

每个单元中的简短的导言概括了该部分的主题,每篇文章后面的总结可以帮助读者迅速地识别感兴趣的内容。建议阅读材料的列出会对那些想进一步研究或者查阅参考文献的人有所助益。

如同该系列丛书中的其他作品一样,本书中文章选材的灵感和整书的编辑是团队工作的结果,包括来自四家参与了本书工作的商学院的代表,这些商学院包括:芝加哥大学商学院、欧洲管理学院(巴黎附近)、密歇根大学商学院、牛津大学赛德商学院。在扉页中提到的所有的合作者们都为本书提供了巨大的支持。但是,特别需要提出的是罗布·泽纳(Rob Gerner)和威尔·米切尔(Will Mitchell),他们在全过程中提出了大量敏锐而又鼓舞人心的建议,并承担了大量繁重的个人写作工作。当然,其他的合作者包括那些商学院的教授和职员专家们,他们为这 60 多篇文章慷慨地贡献了大量的时间,这些文章是《精通战略》成书的依据。他们按照时间规定完成了繁重的任务,并且欣然接受了编辑队伍对他们提出的各种特殊的编辑要求。

北京科文剑桥图书有限公司

1. 欢迎您到当当网或当地新华书店购买本公司的图书。当当网的送货上门收款城市遍及全北京、天津、上海、沈阳、南京、杭州、广州、深圳、福州、武汉、西安等,更多城市请查询当当网!(www.dangdang.com) 2. 邮购:一律免收邮寄费;一次购书超过人民币 100 元者 90 折;超过 200 元者 85 折。在收到您的汇款后 3 个工作日内,我公司即挂号发出。如需特快,请另付费。3. 换书:如果您收到的图书有质量问题,我们将免费为您调换。请于 10 天之内,将图书和发票一起寄回本公司。我们收到退书,将在 3 个工作日内为您换发。4. 邮局汇款、联系地址:北京市东城区安定门外大街 208 号三利大厦(100011),客户服务 E-Mail: kefu@beijingkewen.com 5. 电话: 010-64203023

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
新书推荐			
企业决策管理:制定成功决策的 10 个关键步骤	(美)J. 弗兰克·耶茨	24.00	2004.3
公司治理与评级系统	(中国台湾)叶银华	48.00	2004.1
转型:与企业战略匹配的人力资源管理	(美)琳达·霍尔比契	42.00	2004.1
管理是什么	(英)尼尔·M·格拉斯	32.00	2004.1
战略是什么	(英)理查德·惠廷顿	28.00	2004.1
笑傲股市(04 年第三版)	(美)威廉·欧奈尔	29.00	2004.1
大客户、识别选择和管理(第二版)	(英)彼得·查维顿	29.80	2004.1
无形资产:管理、计量和呈报(精装)	(美)巴鲁·列弗	48.00	2004.1
完美咨询:咨询顾问的圣经(第二版)	(美)彼得·布洛克	39.00	2004.1
公司定位:与市场完美的匹配	(美)杰克·泰斯默	25.00	2004.1
管理咨询:优绩通堂(第二版)	(英)菲利浦·萨德勒主编	48.00	2004.1
留驻核心员工	(美)利·布拉纳姆	22.00	2004.1
谈判的真理	(英)盖温·肯尼迪	25.00	2004.1
全美最新工商管理权威教材系列			
营销调研	(美)戴维·阿克等	69.00	2004.3
公司治理(第 2 版)	(美)罗伯特 A·G·蒙克斯等	39.00	2004.1
数据挖掘	(美)迈克尔·贝里	38.00	2004.1
税收和企业战略	(美)斯克尔斯	49.00	2004.1
销售队伍管理	(美)斯坦顿	39.00	2003.9(2 印)
营销精要	(美)威廉·皮诺特	59.00	2003.9(2 印)
经济学	(美)坎贝尔·麦克康奈尔	69.00	2003.9(2 印)
投资学	(美)汉姆·列维	69.00	2003.9(3 印)
运作管理	(美)罗杰·施罗德	59.00	2003.9(3 印)
管理会计	(美)唐·汉森	69.00	2003.9(3 印)
市场营销管理	(美)约翰·昆克	69.00	2003.9(3 印)
产品管理	(美)唐纳德·莱曼	39.00	2003.9(3 印)
财务报表分析	(美)伯恩斯坦	38.00	2002.3(3 印)
财务案例	(美)凯斯特	49.00	2003.9(4 印)
管理学	(美)托马斯·贝特曼	49.00	2003.9(5 印)
会计学	(美)罗伯特·安索尼	29.00	2003.9(6 印)
战略管理	(英)亚瑟·汤普森	79.00	2003.9(6 印)
把握战略:MBA 战略精要	芝加哥大学商学院	56.00	2003.1(首印)
财务管理分析(新版·第 6 版)	(美)罗伯特·希金斯	38.00	2003.1(首印)
价值评估	(美)达蒙德理	43.00	2003.1(首印)

续表

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
营销系列教材			
如何制定营销计划(中英文对照)	(英)约翰·韦斯特伍德	29.00	2003.5
公司广告运作	(英)蒂莫西·RV·福斯特	15.00	2002.1
少儿用品品牌营销	(英)罗德里克·怀特	24.00	2002.1
赊销管理圣经	(美)基思·德尔·威切欧	16.00	2002.1
抓住顾客的心	(英)波特·爱德华	28.00	2002.1
产品经理的营销计划	(美)唐纳德·R·莱曼	24.00	2001.1
低费用的市场营销	英国市场营销协会编	26.00	2002.1
产品经理手册	(英)琳达·葛彻尔斯	24.00	2002.1
增加顾客满意度	(英)蒂莫西·RV·福斯特	15.00	2002.9
21 世纪的营销	(荷)保尔·保斯曼	14.00	2002.9
优质服务行动计划	英国市场营销协会编	19.00	2002.9
把握商机	(英)蒂莫西·RV·福斯特	15.00	2002.9
口碑营销	(美)古德弗·哈瑞斯	15.00	2002.9
广告企划的艺术	(英)斯蒂尔	24.00	2003.1(2 印)
战略采购管理	(美)蒂莫西·M·拉塞特	35.00	2003.1
新产品市场营销	(美)琳达·平森等	29.00	2003.1
旅游业市场营销	(美)劳乃尔·贝克勒	26.00	2002.4
英国 IPA 广告培训教程	(英)莱斯利·巴特菲尔德	32.00	2002.4
最大化营销	(美)斯坦·拉普等	25.00	2001.2
向女性推销	(英)卡罗尔·纳尔森	18.00	2001.2
市场调研	(英)保罗·海格等	20.00	2002.1
娱乐经济:传媒力量优化生活(精装)	(美)沃尔夫	48.00	2001.6
B TO B 营销	(美)拜端·斯丽斯丁	30.80	2001.10
E-mail 营销	(美)莎依·金纳德	22.80	2001.10
商务推介	(英)乔伊斯·库什	18.00	2002.1
成功的会务组织	(美)安·J·博姆	18.00	2002.1
提升企业形象	(美)凯瑟琳·辛德尔	24.80	2001.10
管理系列			
企业管理表格手册(附光盘)	(美)巴鲁·列弗	48.00	2003.7
项目经理的 MBA:从策划到成功	英国企业管理协会编	45.00	2003.7
ISO14000 执行手册	(美)菲利普·特利文	24.00	2003.1
管理悖论:高绩效公司的管理革新	(美)詹姆斯·哈灵顿	28.00	2003.1
第五项修炼教程:学习型组织的应用	普华永道变革整合小组	29.00	2003.1
战略管理方法:定性与定量分析	(美)伯特·弗雷德曼等	29.00	2003.1
成为更出色的经理	(英)若热·瓦斯康塞洛斯·伊·萨	22.00	2003.1
项目风险管理	(英)迈克尔·阿姆斯特朗	24.00	2002.8
卓越的组织:组织设计的过程和创新	(英)拉尔夫·L·克莱因	18.00	2002.1
服务业国际标准化手册	(美)约翰·辛格	22.00	2002.1
即时制管理	(英)奈杰尔·李纳克尔	19.00	2002.1
把公司搬上网:企业网络经营生存指南(精装)	(英)大卫·哈钦斯	20.00	2002.1
跨国经营失败案例	(美)亚伯拉罕·马斯洛	23.00	2001.1
质量铤金—企业竞争致胜的武器	(美)隆美尔·布吕克	22.00	2001.1
协作型竞争—全球市场的战略联营与收购	(美)布利克	22.00	2001.1

续表

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
获得更多利润 101 法	(英)大卫·李	15.00	2001.1
产品经理的营销计划	(美)唐纳德·R·莱曼	24.00	2001.1
企业的未来:在线客户时代的经营战略	(美)乔纳栗·伊佐	36.80	2001.2
经营风险与危机处理	(美)戴维·A·里克斯	14.00	2001.2
美国女经理人的管理策略	(美)凯罗·加拉赫	26.00	2001.6
股票期权的理论、计划和实践	美国国家所有权中心	28.00	2001.6
股票期权计划的现实操作	美国国家所有权中心	28.00	2001.6
商业计划设计	(英)罗恩·约翰逊	24.00	2001.9
咨询系列			
创建咨询公司:从起步到成功	(美)阿兰·卫斯	22.00	2003.1
管理咨询(第二版)	(英)菲利普·萨德瑞	48.00	2004.1
造就卓越的咨询顾问	(美)杰伊·A·贝切斯	18.00	2003.1
咨询绩效评估(精装)	(美)菲克·菲力普斯	58.00	2001.11
重塑亚洲:从泡沫经济到持续经济	(美)菲力普·科特勒	22.00	2001.10
人力资源管理系列			
股票期权的理论、计划和实践	美国国家所有权中心	28.00	2001.6
股票期权计划的现实操作	美国国家所有权中心	28.00	2001.6
绩效管理:如何考评员工表现	(美)乔纳栗·伊佐	36.80	2001.2
外企面试常用问题(中英文对照)	(美)大卫·辛吉	24.00	2001.1
经营风险与危机处理	(美)罗伯特·马克沃	16.00	2002.9
员工激励:发展员工最大潜能	(美)安妮·布鲁斯	16.00	2002.1
高绩效团队训练法	(英)托马斯·G·克兰	18.00	2002.1
现代企业招聘实务	(美)凯文·G·克维克斯	16.00	2002.1
创业系列			
合伙还是单干:成功合伙的 8 个秘密	(美)阿兹里娜·杰夫	25.00	2003.1
青年创业指南:建立和经营自己的企业	(美)史蒂夫·马若堤	29.00	2003.1
创业融资商业计划	(英)约瑟夫·科万罗等	25.00	2003.1
创业与人生规划	邱永汉	14.80	2002.5
沟通·职场系列			
谈判的真理	(英)盖温·肯尼迪	25.00	2004.1
30 秒应对傲客:如何与难相处的人共事	(美)艾伦·亚瑟罗德吉姆·杰荷	16.80	2003.1
外企求职捷径—走出误区	胡江波、吴文辉编	19.00	2002.7
外企面试常见问题及解答(中英文对照)	(美)彼特·韦鲁基	22.00	2002.5
无敌说服术	(澳)彼特·汤姆森	16.00	2002.3
商务英语两周通	曹晓伟	11.00	2002.3
成功的会务组织	(美)安·J·博姆	18.00	2002.1
如何与秘书共事	(英)德布勒·欧科克	10.00	2002.1
如何与管理者共事	(英)伊丽莎白·库克	10.00	2002.1
职业形象设计	(英)埃勒瑞·萨姆森	15.00	2002.1

续表

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
叩开外企之门	(美)杰伊·布洛克	19.00	2001.9
精通英语面试	(美)克里斯托弗·帕森斯	18.00	2001.9
面试轻松过关	(美)罗恩·弗莱	14.00	2001.8
时来运转:有效管理你的时间	(美)艾伦·亚瑟罗德吉姆·杰荷	9.00	2000.5
金融·财会系列			
无形资产:管理、计量和呈报(精装)	(美)巴鲁·列弗	48.00	2004.1
财务报表分析及案例	(美)科斯特斯等	22.00	2002.4
中小企业财务管理	(英)科林·科罗	18.00	2002.9
金融市场风险及监管	(美)理查德·德尔	28.00	2002.1
固定收益证券	(美)布鲁斯·塔克	48.00	2002.7
零重力:高科技风险投资与上市(精装)	(美)史蒂夫·哈蒙	45.80	2001.2
个人理财系列			
邱永汉理财兵法	邱永汉	10.80	2002.5
邱永汉赚钱逻辑	邱永汉	12.80	2002.5
邱永汉股市易点通	邱永汉	12.80	2002.5
股票技术分析新思维	(美)瑞克·贝辛格尔	38.00	2002.1
变波投资:筛选一只超常增长股	(美)托宾·史密斯	15.00	2002.1
专业投机原理	(美)约克多·斯波朗迪	48.00	2002.10(5印)
证券混沌操作法	(美)比尔·威廉姆	19.00	2002.1
新B股投资解码	中国B股市场研究组	24.00	2001.9
财富新时代:投资者如何从未来经济的五大趋势中获利	(美)布赖恩·S·韦斯伯里	22.00	2001.9
与财富有约:个人投资组合方略	(美)塞米尔·凯斯	24.00	2001.9
长线短炒:从股票的短期投资中取得长期益	(美)迈克·辛希尔	15.00	2001.9
汇市圣经	黄荣燊	19.00	2001.9
股票K线战法	(美)史蒂夫·尼森	28.00	2000.6
美国《商业周刊》推荐企业家传记			
米奇的魔杖:迪斯尼的经营之道	(美)比尔·卡波达戈利等	19.80	2003.2
从最差到第一:大陆航空公司东山再起	(美)戈登贝休恩	22.00	2002.9
赚钱大师的传奇一生(邱永汉)	邱永汉	12.80	2002.5
影视帝国:影视巨子巴里迪勒的管理方略	(美)乔治·梅尔	28.00	2002.1
连锁帝国:录像带的出租与经营	(美)盖尔·迪乔治	28.00	2002.1
零售帝国:诺氏客户服务技巧	(美)罗伯特·恩佩克特	24.00	2002.1
报业帝国:不按牌理出牌的报业大亨	(美)艾尔·努哈斯	35.00	2002.1
可乐帝国:可口可乐的品牌、分销与资本运作	(美)戴维·格里森	36.00	2002.1
速食帝国:汉堡王的特许经营	(美)吉姆·麦克拉摩	28.00	2002.1
汽车帝国:本田BP管理方略	(美)大卫·尼尔森	26.00	2002.1
IT帝国:苹果公司转型中的管理风波	(美)吉尔·阿米里奥	19.00	2002.1
用户驱动下的创新——世界上首台商用计算机的奇迹	(美)戴维·卡科纳	28.00	2001.1

目 录

前 言	1
-----------	---

1 战略的历史与现在	1
------------------	---

战略与蓝图设计的错觉	3
------------------	---

约翰·凯(John Kay),“伦敦经济”咨询公司

战略,盲人与大象	10
----------------	----

亨利·明茨伯格(Henry Mintzberg),麦吉尔大学(McGill University)、欧洲管理学院

布鲁斯·阿尔斯特德(Bruce Ahlstrand),加拿大安大略省特伦特大学
约瑟夫·拉姆佩尔(Joseph Lampel),诺丁汉大学商学院

2 战略与微观经济学	19
------------------	----

为什么网络效应如此引人注目	21
---------------------	----

奥斯汀·古斯比(Austan Goolsbee),芝加哥大学商学院

为什么经济学在战略领域硕果累累	27
-----------------------	----

菲奥纳·斯科特·摩根(Fiona Scott Morton),耶鲁大学管理学院

博弈论:如何使其生利	35
------------------	----

路易斯·加利卡诺(Luis Garicano),芝加哥大学商学院

价格竞争的动态性	45
----------------	----

路易斯·加利卡诺(Luis Garicano),芝加哥大学商学院

罗伯特·格特纳(Robert Gertner),芝加哥大学商学院

何时是破釜沉舟的好时机	55
-------------------	----

朱迪思·谢瓦利埃(Judith A. Chevalier),芝加哥大学商学院

进入一个市场的利与弊	60
------------------	----

朱迪思·谢瓦利埃(Judith A. Chevalier),芝加哥大学商学院

战略互补与替代	68
菲奥纳·斯科特·摩根(Fiona Scott Morton), 耶鲁大学管理学院	
整合战略与公司的范围	77
托马斯·哈伯德(Thomas N. Hubbard), 芝加哥大学商学院	

3 战略与一般企业环境

竞争战场中的变化	87
C. K. 普拉哈拉德(C. K. Prahalad), 密歇根大学商学院	
知识经济中战略的新动态性	94
W. 金灿(W. Chan Kim), 欧洲管理学院	
雷内·莫鲍格奈(Renée Mauborgne), 欧洲管理学院	
扩张市场和创造价值的 5 种方式	101
安尼尔·卡纳尼(Aneel G. Karnani), 密歇根大学商学院	
可持续发展的需要	110
托马斯·格拉德文(Thomas N. Gladwin), 密歇根大学商学院	
欧元与市场集中	119
保罗·弗丁(Paul Verdin), 欧洲管理学院	

4 战略与全球化

美妙的新的横向世界	125
托马斯·金内尔(Thomas C. Kinnear), 密歇根大学商学院	
为什么研究和开发越来越国际化	131
琼·彭内尔-哈恩(Joan Penner-Hahn), 密歇根大学商学院	
如何在无序的时代进行管理	136
阿里埃·莱文(Arie Y. Lewin), 杜克大学福夸商学院	
米切尔·科扎(Mitchell P. Koza), 克兰菲尔德管理学院	
关于全球战略的 7 种误解	141
萨伯雷梅涅恩·兰根(Subramanian Rangan), 欧洲管理学院	

5 战略与组织结构

协同何时会创造真正的价值	151
兰德尔·莫克(Randall Morck), 阿尔伯塔大学(加拿大埃德蒙顿市)	

伯纳德·也恩(Bernard Yeung), 纽约大学斯特恩商学院	
组织设计中的权衡	158
马克·克奈日(Marc J. Knez), 芝加哥大学商学院	
特许经营的力量和有关它的误解	165
弗朗辛·拉封登(Francine Lafontaine), 密歇根大学商学院	
纵向整合: 自制或购买的决策	173
罗伯特·格特纳(Robert Gertner), 芝加哥大学商学院	
马克·克奈日(Marc J. Knez), 芝加哥大学商学院	
组织“匹配”的新含义	180
理查德·惠廷顿(Richard Whittington), 牛津大学赛德商学院	
安德鲁·佩蒂格鲁(Andrew Pettigrew), 沃里克商学院	
温弗雷德·瑞格洛克(Winfried Ruigrok), 瑞士圣·盖伦大学	
临界裂变状态与赢者通吃的战斗	188
卡利尔·库尔(Karel Cool), 欧洲管理学院	
6 战略与技术	197
信息时代的技术方案	199
阿伦·阿福(Allan Afuah), 密歇根大学商学院	
超越观念的创新: 技术管理中的预期	205
罗恩·艾德纳(Ron Adner), 欧洲管理学院	
7 兼并与收购战略	211
董事会如何对购并说不	213
罗伯特·格特纳(Robert Gertner), 芝加哥大学商学院	
到底有多少是匹配的交易?	219
杰伊·阿纳恩德(Jay Anand), 密歇根大学商学院	
如何在等规模合并中寻找舞伴	225
菲利普·哈斯佩斯拉弗(Philippe Haspeslagh), 欧洲管理学院	
横向收购: 对于长期业绩的利益和风险	231
劳伦斯·卡普伦(Laurence Caprom), 欧洲管理学院	
学习整合	239
莫里齐奥·佐罗(Maurizio Zollo), 欧洲管理学院	

8 战略与股东价值/公司治理结构 245

公司治理结构是与战略相关的问题 247

科林·迈耶(Colin Mayer), 牛津大学赛德商学院

创造持续的股东价值——摆脱一些误解 254

安简·萨克(Anjan V. Thakor), 密歇根大学商学院

杰夫·德格拉夫(Jeff DeGraff), 密歇根大学商学院

罗伯特·E. 奎因(Robert E. Quinn), 密歇根大学商学院

超越 EVA: 资源利润核算 262

彼得·约翰逊(Peter Johnson), 牛津大学埃克塞特学院

9 战略与风险管理 269

在被风险管理之前管理风险 271

基思·克罗克(Keith J. Crocker), 密歇根大学商学院

实际选择权如何导致更佳决策 278

罗伯特·格特纳(Robert Gertner), 芝加哥大学商学院

安德鲁·罗森菲尔德(Andrew Rosenfield), UNEXT 网络公司的首席执行官

图景分析: 讲述一个好故事 285

罗伯特·格特纳(Robert Gertner), 芝加哥大学商学院

现实世界中的博弈论 291

罗伯特·格特纳(Robert Gertner), 芝加哥大学商学院

马克·克奈日(Marc J. Knez), 芝加哥大学商学院

10 战略与人们 297

通过教育赢得感情和思想 299

约瑟夫·怀特(B. Joseph White), 密歇根大学商学院

布赖恩·塔尔伯特(F. Brian Talbot), 密歇根大学商学院

你对平衡增长是否有一种可传授的观点? 305

诺埃尔·蒂奇(Noel M. Tichy), 密歇根大学商学院

拉姆·查兰(Ram Charan)

“怎样做”比“在哪里”更重要 311

理查德·惠廷顿(Richard Whittington), 牛津大学赛德商学院