

竞争力管理研究系列

竞争力管理

——理论、实践、展望

王 玉 主编

上海财经大学出版社

F270/828

2007

“十一五”期间“211 工程”产业经济与企业管理项目研究成果
竞争力管理研究系列

竞争力管理

——理论、实践、展望

王 玉 主 编

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

竞争力管理:理论、实践、展望/王玉主编. —上海:上海财经大学出版社,2007.7

(竞争力管理研究系列)

ISBN 978-7-81098 922 0/F · 876

I. 竞… II. 王… III. 企业管理-研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 057199 号

□ 责任编辑 张惠俊

□ 封面设计 周卫民

JINGZHENG LI GUAN LI

竞争力管理

——理论、实践、展望

王玉 主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

江苏省句容市排印厂印刷装订

2007 年 7 月第 1 版 2007 年 7 月第 1 次印刷

850mm×1168mm 1/32 19 印张 493 千字

印数:0 001—2 000 定价:32.00 元

主 编 王 玉

参编人员:

战 略 篇 王 玉 王 琴 甄 珍

组 织 篇 王 嵩 刘 勇 高 欣 倪安平
姜忠华 刘伟城 翟 青

运 营 篇 谢家平 宋克勤 孔令丞 葛夫财
金 鑫 胡晓燕 王海坤 秦贤根

创 新 篇 董 静 王 薇 袁丽华

文 化 篇 万君宝 刘明顺

总 序

关于竞争力的研究,是各国,尤其是发达国家学者、企业和政府机构研究的热点。从文献记载看,有关国际竞争力的研究始于20世纪70年代末。1978年美国白宫和参议院要求美国技术评价局研究美国竞争力。1983年日本开始了美国和日本产业竞争力的比较研究。一些欧洲国家,如英国于1983年、德国于1985年也开始了竞争力专题研究。这些研究对有关国家政府制定贸易政策、投资政策、产业政策,决定本国在全球和地区中的定位,提供了有效的依据。

几乎是同时,学术界也展开了不同层次的竞争力研究。其中权威的竞争力研究机构包括“世界经济论坛(World Economic Forum, WEF)、瑞士洛桑国际管理发展学院(International Institute for Management Development, IMD)、英国的经济社会研究理事会(Economics and Social Research Council)等。它们提供的工业化国家竞争力指数排名、多项目国际竞争力研究、工业化国家和重要发展中国家竞争力综合评价《世界竞争力年鉴》,为国家间竞争力比较研究和企业跨国投资提供了宝贵的依据。这些研究在促进该领域研究深化的同时,还在一定程度上聚集了政府、产业界和学术界的关注点,形成了共同研究、互相促进的关系。

自1989年中国国家体改委与世界经济论坛、瑞士洛桑管理学

院商定合作开展国际竞争力研究开始,竞争力研究在我国引起了广泛关注,并以较快速度在较大范围展开。1996年,国家体改委经济体制改革研究院、深圳综合开发研究院及中国人民大学联合组成中国国际竞争力研究课题组,运用《世界竞争力报告》的方法对中国的国际竞争力进行了研究,并出版了《中国国际竞争力发展报告》。

从已经形成的研究成果看,国内对竞争力评价上的研究已经比较成熟,研究成果在层次上涉及到经济(包括地区经济)、产业、企业三个层次,在内容上覆盖了概念、分析方法和框架、评价方法和指标体系等方面。有关竞争力的实证研究和案例研究也逐渐增多。

我们在这里为读者提供的是另一份关于竞争力的研究:竞争力管理研究。大约在四年前,根据对学科定位审视和对未来商务形势的评价,围绕本专业211二期建设主题大讨论,我们选择了以企业为对象的竞争力管理主题。这一主题既发挥了本学科长期发展过程中形成的历史知识积淀和研究特长,又能有效呼应中国企业面临全球化、信息化、柔性化、集群化、网络化等商务环境特征所提出或将要提出的研究要求。

《竞争力管理研究系列》由一个总报告《竞争力管理——理论、实践、展望》和六个专题研究组成。六个专题研究包括:《企业战略——谋取长期竞争优势》、《柔性化组织:柔性嬗变与路径选择》、《生产方式变革》、《创新制胜——21世纪的企业创新管理》、《非金融企业风险管理:框架与趋势》、《企业文化竞争力》。其中,《企业战略——谋取长期竞争优势》已经由复旦大学出版社于2005年出版。我们认为,战略演进与行为博弈、组织柔性嬗变与路径选择、竞争要素与生产方式变革、创新能力与创新效率、风险整合与工具创新、文化竞争力与绩效转换模式这六个方面是中国企业新的竞争环境中谋取长期发展所必须建立的能力。

研究中,我们坚持“理论—实践”、“国际 国内”、“历史—未来”的双视角多纬度结构,围绕提升中国企业竞争力这一主题,沿“理论发展—中国实践 未来展望”的线索展开,以有利于读者建立竞争力管理的整体框架,同时尽量为读者提供有效的分析工具和足够宽广的后续研究空间。

随着中国经济对外参与程度的提高,建立全球性管理观和全球性企业将成为企业管理学科的使命。因此,在 211 三期建设中,我们在延续竞争力管理研究主线的基础上,将根据国内外学术理论和实践的发展,抓住经济全球化和中国深入世界价值链的契机,紧扣中国经济在转制过程中面临的重大前沿问题,以跨国公司管理模式与竞争力问题研究为主题,重点研究跨国公司的竞争行为及成长经验,探索企业成长的规律性。同时,以上海财经大学 500 强企业研究中心为平台,积极引进先进管理理念和实践,创造性地探索在中国企业中的应用和创新。

希望竞争力管理研究能与竞争力评价研究交相辉映,共同为提升中国企业的国际竞争力做出贡献。

王 玉

2007 年 2 月于上海财经大学

前 言

竞争力的研究是各国理论界和企业界研究的热点。从国外文献记载看,有关国际竞争力的研究始于20世纪70年代末。自1989年中国国家体改委与世界经济论坛、瑞士洛桑管理学院商定合作开展国际竞争力研究开始,竞争力研究在我国也引起了广泛关注,并以较快速度在较大范围展开。1996年,国家体改委经济体制改革研究院、深圳综合开发研究院及中国人民大学联合组成中国国际竞争力研究课题组,运用《世界竞争力报告》的方法对中国的国际竞争力进行了研究,并出版了《中国国际竞争力发展报告》。

从已经形成的研究成果看,国内对竞争力评价上的研究已经比较成熟,研究成果在层次上涉及国民经济(包括地区经济)、产业、企业三个层次,在内容上覆盖了概念、分析方法和框架、评价方法和指标体系等方面。有关竞争力的实证研究和案例研究也逐渐增多。

我们在这里想为读者提供的是竞争力管理研究。大约在四年前,我们经过学科定位审视和对未来商务形势的评价,选择了以企业为对象的竞争力管理主题。这一主题既发挥了我们的学科长处和历史积淀,又能有效应对企业面临全球化、信息化、柔性化、集群化与网络化、产业融合等商务环境特征所提出或将要提出的研究

要求。

《竞争力管理》一书由五个部分组成：“战略演进与行为博弈”、“柔性嬗变与路径选择”、“竞争要素与生产方式”、“创新能力与创新效率”、“文化竞争力与绩效转换模式”。我们认为，这五个部分正是中国企业在面对发展瓶颈日益清晰和不可避免的情况下所必须正视的问题。在每一部分的内容中，我们都坚持“理论—实践”、“国际—国内”、“历史—未来”的双视角多纬度结构，围绕提升中国企业竞争力这一主题，沿“理论发展—中国实践—未来展望”这一线索展开，以有利于读者建立竞争力管理的整体框架，同时尽量为读者提供有效的分析工具和足够宽广的后续研究空间。

作 者

2006年12月于上海财经大学

目 录

总 序	1
-----------	---

前 言	1
-----------	---

战略篇 战略演进与行为博弈

第一章 战略概念演进	3
------------------	---

第一节 功能型战略观阶段	3
--------------------	---

第二节 竞争型战略观阶段	15
--------------------	----

第三节 价值型战略观阶段	24
--------------------	----

第二章 竞争优势论和竞争策略选择	45
------------------------	----

第一节 经济学视角的企业竞争优势	46
------------------------	----

第二节 企业竞争优势源	52
-------------------	----

第三节 竞争策略选择	63
------------------	----

第四节 竞争优势策略	77
------------------	----

第五节 战略承诺与合谋策略	95
---------------------	----



第三章 中国企业的战略历程	108
第一节 1978 年以来中国企业的经营背景	108
第二节 中国企业战略发展阶段	112
第三节 中国企业的战略成熟度研究	138

组织篇 柔性嬗变与路径选择

第四章 组织的柔性化趋势	157
第一节 柔性组织的提出	157
第二节 国内外对组织柔性化的研究	165
第五章 柔性化组织的制度变迁	169
第一节 柔性化组织的制度视角	169
第二节 柔性化组织的制度变迁	174
第六章 柔性化组织的设计	182
第一节 组织规模的变动设计	182
第二节 组织资源的系统设计	186
第三节 组织创新的多维设计	193
第七章 组织柔性化与中国企业竞争力	206
第一节 运用组织生态理论提高中国企业竞争力	206
第二节 运用合作网络理论提高中国企业竞争力	216

运营篇 竞争要素与生产方式

第八章 企业竞争优势与生产方式	229
第一节 企业竞争优势的源泉	229

第二节 生产方式变革的动因·····	235
第九章 生产方式变革理论·····	248
第一节 劳动分工提高生产效率·····	248
第二节 供需协调实现准时生产·····	251
第三节 集成管理提高应变能力·····	256
第四节 规模经济的低成本优势·····	262
第五节 循环经济推动可持续发展·····	266
第十章 变革生产方式提升企业竞争力·····	276
第一节 基于成本竞争的大量生产方式·····	276
第二节 基于质量竞争的精细生产方式·····	280
第三节 基于品种竞争的集成制造方式·····	288
第四节 基于时间竞争的敏捷制造方式·····	295
第五节 基于服务竞争的大量定制方式·····	302
第十一章 生产方式变革展望与发展·····	311
第一节 信息网络化的运营新理念·····	311
第二节 即时顾客化定制生产策略·····	315
第三节 敏捷化物流的运作策略·····	321
第四节 绿色再制造运作方式·····	326
创新篇 创新能力与创新效率	
第十二章 企业的创新活动·····	335
第一节 创新:特征与类别·····	335
第二节 企业的创新·····	344

第十三章	企业创新管理理论·····	352
第一节	早期的创新管理理论·····	352
第二节	创新管理理论的蓬勃发展阶段·····	359
第三节	企业创新管理理论的新发展·····	369
第十四章	我国企业创新管理的实践·····	383
第一节	1949~1978 年我国企业创新管理的实践 ·····	383
第二节	1978~1995 年我国企业创新管理的实践 ·····	385
第三节	1995 年至今我国企业创新管理的实践 ·····	391
第四节	我国企业创新的展望·····	398
第十五章	企业创新管理展望·····	400
第一节	创新的组织制度·····	401
第二节	创新的信息制度·····	408
第三节	创新的考核与奖励制度·····	415
第四节	创新人才的培养制度·····	423
第五节	创新资源的配置·····	430
第六节	企业的合作创新·····	436

文化篇 文化竞争力与绩效转换模式

第十六章	文化竞争力的宗教视角与民族视角·····	447
第一节	宗教视角:文化差异与文明冲突 ·····	447
第二节	民族文化视角:文化层次、文化维度与儒家文化 竞争力·····	456
第三节	民族文化视角:日美文化比较研究 ·····	468

第十七章	文化竞争力的组织视角研究.....	474
第一节	文化竞争力的经验性观察.....	474
第二节	文化竞争力的理论研究.....	481
第三节	文化竞争力研究的理论模型与实证分析.....	502
第十八章	文化竞争力的功能视角.....	515
第一节	企业文化竞争力与战略管理、人力资源管理	515
第二节	企业文化竞争力的领导.....	521
第三节	企业文化竞争力与文化多样性管理.....	527
第十九章	文化竞争的新边疆:国际政治的视角	532
第一节	文化帝国主义与文化霸权.....	533
第二节	文化认同与企业文化竞争力.....	540
第三节	软实力与国家文化竞争力.....	551
第四节	企业文化竞争力在中国的研究与发展趋势.....	563
参考文献		573

战略篇

战略演进与行为博弈

全球化和信息化导致经营环境发生突变,其冲击面涉及企业的整个价值链,使企业竞争战略的基本要素发生了重大变化。竞争战略要素的变化主要体现在竞争主体由单个企业向价值群转变;战略定位由价值系统异体转为价值系统协体;竞争力来源由全面优势向核心优势转移;竞争战略由追求产品经济性转为追求系统经济性;战略评估由财务评估为主转为战略评价为主等5个方面。本篇通过对企业发展战略和竞争战略演变过程的阐释、企业竞争行为的经济学分析以及中国企业战略思维特征的实证分析,指出了企业竞争力的基本特征和动态战略过程。

第一章

战略概念演进

根据指导战略的主要思想比较集中形成和发展的时间段,将战略划分为3个阶段:功能型战略观阶段、竞争型战略观阶段和价值型战略观阶段。需要注意的是,3个战略演进阶段之间形成的是递进发展关系,后者包容并发展着前者,而不是取代的关系。

第一节 功能型战略观阶段

功能型战略研究的成果集中出现于20世纪70年代前后,其对战略概念的认识是:战略是要实现组织自身的条件与其所处环境能提供的机会之间的“适应”,即战略具有纽带或桥梁的性质,通过战略制定和实施,使企业能从目前状态跨越到环境发展指向的未来状态。在这一概念的影响下,形成了规范的战略设计结构、正式的整体战略计划和力求客观简明的战略分析模式。

一、规范的战略设计结构

规范的战略设计结构是设计学派的成果。设计学派将企业的战略过程分为战略制定阶段和战略实施阶段2个部分。