



• 经济管理学术文库 •

陈黎琴 著

企业联盟的实现方式研究

The Study on Feasible Modes of Strategic Alliances



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



• 经济管理学术文库 •

F271/54

2008

企业联盟的实现方式研究

The Study on Feasible Modes of Strategic Alliances

陈黎琴 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业联盟的实现方式研究 / 陈黎琴著. —北京: 经济管理出版社, 2008.2

ISBN 978-7-5096-0164-8

I. 企... II. 陈... III. 企业合并—研究 IV. F271

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 004618 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京晨旭印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 申桂萍

责任编辑: 申桂萍 杨佛尘

技术编辑: 黄 铄

责任校对: 龙 萧

720mm×1000mm/16

17.25 印张 242 千字

2008 年 2 月第 1 版

2008 年 2 月第 1 次印刷

定价: 38.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-0164-8/F·160

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

企业联盟是近年来兴起的一个重要的企业理论研究领域。企业联盟比纯粹市场、科层企业及计划具有独特的优势。市场协调基本上是一个现货交易和谈判关系，对未来的机会和资源缺乏真正的控制力。企业内部协调虽然拥有完整的剩余索取权和控制权，但难以突破内部资源的限制，且随着企业规模的扩大存在管理边际收益递减效应，企业并购的成本又比较高。因此，综合比较起来，企业联盟可以突破企业本身的资源约束，尽管由此会加大企业的风险，提高机会主义成本，但无疑会给企业带来本身无法实现的战略利益。在实践中，越来越多的企业积极介入到组建联盟的活动中，生产联盟、研发联盟、产销联盟、价格联盟等结盟方式多种多样，出现了虚拟企业、网络结构等新型企业组织结构，企业联盟的管理实际上是企业管理中面临的又一挑战。

企业联盟方式的多样性和复杂性，使得当前的企业联盟理论研究在国内外还处于起步阶段，有限的研究主要集中于联盟存在的合理性、组建联盟的动机与联盟的管理等方面，被称为“理论的孤儿”。从国内实践看，对企业联盟的实现方式分析对于我国企业管理的实践具有重要意义。目前，国内企业联盟还处于自发阶段，对于联盟的方式选择不是很成熟，如彩电、空调的价格联盟解体，此外在民航等领域行政性垄断行为仍比较严重，因此国内企业联盟实际上是以价格联盟为主的，而与国外联盟的实践相比较，我们会发现，价格联盟不仅会受到反垄断法的限制，而且其业绩表现也远没有非价格联盟方式满意，因此以非价格联盟方式实施联盟战略对于中国企业来说具有重要意义。本书的研究将对联盟理论和国内企业界

适应国际市场竞争乃至对于监管部门都具有重要的意义。

具体来看，本书的研究重点及主要贡献如下：

(1) 对中外企业组建联盟的动机进行了比较研究，对某些联盟现象的存在提出了解释。一项合作的实行来源于合作各方的合作意愿，只有对联盟各方、参与联盟的企业所有者与经营者都有利的情形才有可能建立合作关系，即各方追求“双赢”或“多赢”的结果。联盟各方寻求合作的具体动机有所区别，如一方追求获取技术，一方追求市场，具体说来，包括获取资源、降低成本、分担风险、优化组织、财务动机、战略合并的铺垫等，由此也决定了企业联盟方式的不同。本书也对中国企业缔结联盟的动机及其对联盟方式的选择的影响展开了研究。

(2) 实证中国企业联盟的实现方式，研究现实问题，提出对策建议。本书第三章研究了生产联盟。生产联盟是目前一种有相当生命力的联盟方式，我国企业已经在这方面展开了积极的尝试并取得了一定经验与教训，这一章将在此基础之上进行分析。第四章研发联盟研究，从这种联盟方式的特点出发，研究中国企业实施研发联盟战略的意义及对策。第五章是对其他联盟方式研究，重点运用案例研究企业之间的标准联盟、销售联盟、价格联盟。

(3) 对联盟可能的风险及防范机制进行研究。联盟中的企业依然存在竞争关系，合作与竞争并存的“折中寻租”是最优策略，但这种策略在信息不对称的情形下，存在“搭便车”、道德风险和逆向选择的风险。本书从企业联盟自身存在的风险入手，对企业联盟（包括不同合作方式）的合作与竞争并存进行分析，针对联盟涉及的企业提出相应的防范对策建议。

(4) 研究相关政府规制问题，对可能产生的垄断提出政府规制制度建议。研究内容主要包括政府行为与企业行为的划分，放松管制与管制的关系；对于强强联合可能造成的垄断，政府的规制制度建议研究。

导 论

一、研究意义

“在一个复杂的充满危险对手的不确定世界中，最好不要独行。”历史经验表明，战略联盟的出现由来已久，早期联盟策略多用于军事政治领域。《史记·孟子荀卿列传》上说：“天下方务于合从连衡，以攻伐为贤。”其中，“合从连衡”即合纵连横，就是指联合行动的意思。在我国，春秋战国时诸侯割据，战火连绵，攻伐不休，合纵连横策略在政治军事方面发挥了积极的作用；三国时期，面对实力强大的曹操，刘备与孙权为了维护各自的利益，结成了军事联盟，共同抵抗曹军，最终形成了三足鼎立的局势。国际上，联盟策略也成为军事政治势力的主要策略选择之一。例如，在近代两次世界大战中不论是“协约国”还是“同盟国”都是通过联合壮大己方实力，与敌军相抗衡。即使在和平年代，以政治为目的的战略联盟也随处可见，如第二次世界大战后为了平衡资本主义国家和社会主义国家阵营而出现的北大西洋公约组织和华沙条约组织奠定了战后世界的政治经济格局。随着两极世界的瓦解，各国综合实力的较量转移到了经济实力上，进而以经济为目的的战略联盟应运而生，如欧洲联盟、亚太经合组织、北美自由贸易区等。欧洲联盟的建立就被认为是20世纪下半叶欧洲经济政治发展的最重大事件之一，甚至可以说比东西方政治“冷战”所造成的东西欧洲分裂的影响更为深远。^①近十年来，战略联盟从宏观走向微观，

① 郇庆治：《多重管制视角下的欧洲联盟政治》，山东大学出版社2000年版。

随着战略联盟在企业经营中的活跃和它在其他方面的意义渐渐弱化，战略联盟已经逐渐作为“企业战略联盟”的代名词出现了。

企业之间的分工与合作在过去主要靠市场完成，市场在竞争过程中完成了组织分工的深入和细化过程，因此，企业间的合作几乎有与市场一样悠久的历史。实际中，企业常常是这种情形的：A 企业是 B 企业的原料供应商，C 企业是 B 企业的外包商，D 企业是 B 企业的经销商。极少有企业完全实现内部化，从供应、生产到销售不必与其他企业产生联系。事实上，许多企业这样做是不经济的。以全球闻名的宝洁公司为例，假若它采取自设专卖店的销售方式，由于所销售的产品基本属于日用消费型，因此消费商圈一般范围不大，据统计通常为方圆 200 米左右（北京目前的消费品商圈约为方圆 600 米，远远达不到便利需求），按这样的密度在全球范围内设立专卖店的话，其家数之多、投资额之庞大、投资之不经济是显而易见的，因此，对于宝洁公司而言，合理经济的选择必然是采取多渠道销售，必然会与世界范围内众多经销商密切合作。经济学家也蓦然意识到此种情形，认为企业并非是座孤岛，理论上这之前的情形或许可以被称为“无意识的合作海洋”。

企业之间比较正式的现代意义上的战略联盟最早起源于日本，而战略联盟概念最早是由美国 DEC 公司总裁简·霍普兰德（J. Hopland）和管理学家罗杰·奈杰尔（R. Nigel）提出的。在企业经营中，过去以零和博弈为前提的非此即彼的竞争逻辑已经难以立足，越来越多的企业从对抗性竞争走向合作性竞争，在这种新型的“双赢”竞合关系中，战略联盟占了很大比重。战略联盟的主要特征是一种非股权式的联合，强调的是一种“以共同利益为核心、以协调一致为基础”的合作关系，战略联盟超越了一般意义上的独资和合资经营，改变了公司一贯追求独立控制和实体拥有的传统风格，将以往公司间你死我活的激烈搏杀变成了一种以双赢为目标的协作型竞争。特别是进入网络经济和全球化的新世纪，科学技术飞速发展，扩展了企业的生存空间，缩短了产品的生命周期，企业“唯有以快制慢，方能笑傲江湖”，“知识经济”、“新经济”、“虚拟经济”、“网络经济”、“信息经济”

等诸多新名词的涌现标志着企业的经营方式、组织结构、竞争战略都会呈现出与以往不同的特征，战略联盟作为一种有效的竞争形式被提到了企业的议事日程上。在这一契机下，战略联盟成为继购并热潮以来企业界又一亮丽风景，可以说，建立以网络为平台的战略联盟是世界潮流。先前在美国企业中较为流行的“创新或死亡”（Innovate or Die）正被“合作或死亡”（Collaborate or Die）所代替。1986~1995年间美国合资企业的数目递增了423%，企业之间各种各样的合作协议每年以超过25%的速度在增长（Inkpen, 1998）。David T. Robinson对美国1985~1999年国内企业战略联盟数量的研究表明，自1992年起，战略联盟数量显著增加（见表0-1）。在1996~1999年，收入20亿美元以上的美国公司平均每家形成了138个联盟。^①相当数量的实证研究均表明联盟的回报率大约为3%，因此联盟战略不论是理论研究还是企业实战，都越来越引起了人们重视（McConnell和Nantell, 1985；Chan, Kensinger, Keown和Martin, 1997；Johnson和Houston, 2000，等等）。布兹—艾伦—汉密尔顿公司和佩卡尔研究了1988~1996年美国 and 全球的5000个企业联盟，发现战略联盟的平均回报率超过16%。联盟分析家1997的研究表明，美国500强企业中最积极联盟的25家企业平均股本回报率超过了17%，与此相比，500强企业的平均回报率是12%，而最不积极联盟的25家企业的平均回报率只有10%。^②

战略联盟不仅集中于半导体、信息技术、电子、生物工程等高科技领域，传统的制造业、食品饮料业以及服务性行业在全球也都出现了松散程度不同的战略联盟。目前，《财富》500强中的前100强的90%已建立起各种各样的战略联盟，包括技术、供应、生产、营销等方面的合作。^③世界电子业战略联盟网示意图如图0-1所示。

① Schiffrin M. Partner or Perish. Forbes, 2001. May 21: 26-28, 转引自徐飞、徐立敏：《战略联盟理论研究综述》，《管理评论》2003年6月。

② [美] 赛勒斯·弗赖德海姆著，顾建光译：《万亿美元的企业——企业联盟的革命将如何转变全球工商业》，上海译文出版社2001年版。

③ 杜传忠：《产业组织演进中的企业合作——兼论新经济条件下的产业组织合作范式》，《中国经济》2004年6月。

表 0-1 美国 1985~1999 国内企业联盟与合资企业数目一览

年份	合资企业	战略联盟
1985	50	152
1986	162	117
1987	81	126
1988	198	94
1989	146	110
1990	515	165
1991	781	451
1992	546	2398
1993	438	2146
1994	740	2588
1995	917	2426
1996	516	1466
1997	680	2039
1998	431	2075
1999	454	2577
合计	6655	18930

资料来源：David T. Robinson, 2001. Strategic Alliances and the Boundaries of the Firm, Columbia University Working Paper (Nov).

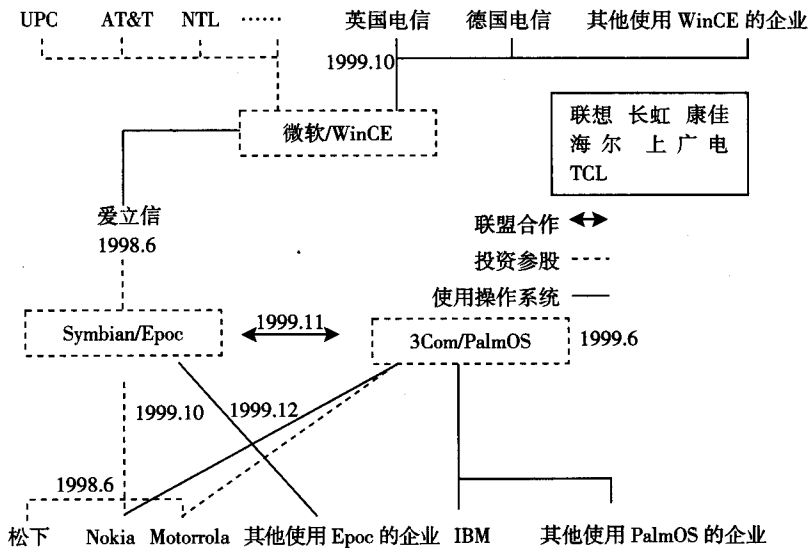


图 0-1 世界电子业战略联盟网示意图

资料来源：《中国大型企业(集团)发展报告》(2001~2002)。

世界上许多著名的跨国公司都通过战略联盟在全球竞争中获取了巨大的竞争优势和市场利益。最有名的莫过于微软公司和英特尔公司合作形成的 Wintel 联盟, 占据了世界电脑业的大半江山, 每当微软推出功能更强的软件后, 英特尔集成芯片的需求量就上升; 同样, 当英特尔生产出速度更快的集成芯片后, 微软的软件因有了更好的载体而显得更有价值。1991 年, 英特尔公司发动“多厂商合作”计划, 活动之初, 英特尔公司印制了大量标签, 要求凡是使用其芯片的电脑, 无论什么品牌都要在主机和机箱上贴上此标签。由于既可以证明自身产品技术的先进, 又可以获得广告上的资助, 因此, 活动在开始的第一年就吸引了近 1600 家制造商、系统组装商和增值转售商参加, 在这个项目里, 所有在推广中添加了标识的公司都能收到英特尔的支票。久而久之, 参加这个项目的下游电脑公司越来越多; 同时广大的电脑使用者也习惯于以标签来识别电脑是否为原装正宗的世界名牌产品, 芯片逐渐取代电脑品牌成为消费者选择电脑的重要参考因素。水到渠成后, 英特尔公司堂而皇之地出现在最显眼的电脑屏幕旁及各厂商的广告中。在中国, 众多品牌电脑的电视广告都是以一串动人的旋律结尾; 同时, 屏幕上会显示“Intel Inside”。为了鼓励供应商不断提高产品质量, 降低产品成本, 英特尔特别设立了 SCQI 奖, 这是英特尔授予供应商的最高荣誉。许多供应商都以得到这个奖项为荣, 如 IBM 就因向英特尔提供笔记本电脑、台式机、工作站和服务器而连续三年得此殊荣。此外, 英特尔还和世界第二大软件开发商甲骨文合作, 由其开发构建在英特尔处理器上的数据库、与纳米技术公司合作常设立晶圆厂……在英特尔的官方网站上, 可以清楚地看到英特尔为了与经销商搭建流畅的合作平台付出的良苦用心。在专业经销商开辟的版区里, 英特尔列出了详细的渠道成员支持计划、产品支持、技术参与与支持、采购信息及近期促销活动、培训以及渠道支持等。除此之外, 对于计划成员和卓越代理商, 英特尔还特别设立了密码保护, 以提供给对方最个性化的信息服务。

企业联盟研究也受到相当重视, 在国际著名的 *R&D Management*、*Technological Forecasting and Social Change* 和 *Strategic Management Journal*

杂志上, 1994~1998 年, 平均每期至少有一篇关于战略联盟的研究论文, 研究的重点主要包括企业联盟与一体化的决策、联盟的动机、联盟的不稳定性以及相当数量的实证研究等。但是, 由于战略联盟的影响因素众多, 联盟的理论研究公认十分复杂, 不仅联盟的概念尚无定论, 而且对许多现象的分析也无权威定论, 研究的突出特点是博弈论被大量引入和运用, “非合作博弈的合作解”成为理论研究的基石。

当前, 我国已有一些企业把目光投向了战略联盟, 运用联盟战略来增强抵御风险的能力, 加强技术的研究开发能力, 提高生产营销能力。例如, 北大方正集团和 IBM 的“联姻”引人注目。1997 年 6 月, IBM 看好方正集团的实力和未来, 与方正签订了软件开发与全球合作协议。除双方共同合作开发外, IBM 还利用其在全球市场的分销网络, 销售方正的飞腾软件和最新 RIP。又如, 上海华联超市实施战略联盟战略, 先后在较短时间内发展了 150 家加盟店, 与沪上多家外资超市展开竞争, 效果显著。联想、方正、长虹、海尔等国内 50 家大企业联合发起组建了中国数字化(“3C”产品)联盟, 促使国内计算机、通信、家电的优势资源沿着“3C”融合的方向组合配置, 加速了产品和技术开发。中国数字化产品联盟成员如表 0-2 所示。2003 年 7 月 31 日, 由攀钢发起, 在征求重钢、昆钢、水钢、长钢、达钢、威钢等西南地区钢铁企业意见的前提下, 西南地区各钢铁企业的主要领导人在成都召开了《西南钢铁企业战略联盟第一次高峰会议》。此次会议的召开, 标志着我国钢铁行业第一个区域性企业战略联盟的诞生。^①但总体而言, 目前国内企业联盟还处于自发阶段, 企业间的有意识、长期战略性合作行为并不普遍。《洛桑国际竞争力报告》对中国科技竞争力排名影响最大的指标是“企业间技术合作”和“企业与大学间技术转移”, 而该两项正是衡量国家创新机制的重要指标, 该指标中国的排名已经在较长一段时期保持着第 49 位, 居于最后一位。对于联盟的方式选择, 中国企业不是很成熟, 如彩电、空调多个价格联盟的建立与解体, 非

^① 攀枝花钢铁(集团)公司:《企业联合重组及战略联盟的实践》,《冶金管理》2004 年 10 月。

表 0-2 中国数字化产品联盟成员表

政府、行业协会及其他	计算机	通信	家电	电子元器件和研究
中国信息产业商会、中国电子信息产业集团、上海中电华东公司、国防信息技术研究会、光电信息中心、《中国计算机报》、《中国电子报》、中国计算机世界出版社服务公司、《电脑商报》等	中科院软件工程中 心、联想、长城、 方正、太极、北大 青鸟、中国惠普、 湘计算机、浪潮、 华光等	中国邮电总公 司、吉通、大 唐电信、华 为、东方通 讯、广州金鹏	上广电、海 尔、海信、熊 猫、康佳、福 日、厦华、深 先科、长虹等	华虹、赛格、 首钢日电、清 华微电子、北 京大学电子 所、CCID 等

资料来源：《中国计算机世界》，1999 年 9 月 6 日。

价格联盟方式只是初露端倪，还需要大力推动，联盟实现方式的选择、联盟的宏微观管理等有大量有待解决的问题。

理论研究方面，我国企业管理和经济学理论研究者引进国外研究成果的同时，也开始了针对中国企业管理实践的理论探索，积极地推动国内企业战略联盟的发展。

不论是理论还是中国联盟实践都处在探索阶段，国内理论界对这一论题的研究并不十分深入和成熟，大量的理论问题有待深入研究。因此，从我国的企业管理实践看，对战略联盟实现方式的理论研究不仅具有较强的理论意义，而且具有较强的实践意义。

我国企业应用战略联盟的必要性和紧迫性主要表现在以下几方面：

1. 经营环境的复杂多变增加了企业的经营风险

市场环境是决定企业行为的外生条件，而企业行为的基础是企业自身的能力，因此企业总是会依据环境的变化进行战略与组织调整，这也意味着企业能力的调整和重建。技术与社会的现实发展，尤其是现代高新技术的出现，带来了消费者需求特征和生产者供给特征的变化，市场的均衡是在变化的消费者与变化的供应商之间的动态均衡，这种变化的直接结果是产品生命周期的形状发生了变化，生命周期变短、阶段性特征消失、饱和消费量降低、盈亏平衡点和利润峰值点提前，形成了以速度经济为核心特征的实时变化的市场环境。在新经营环境中，企业需要承担的经营风险来自于政治、金融、技术等多个方面。就技术风险来说，企业的研究与开发

需要巨额的投资, 尽管研制成功会带来丰厚的收益, 但一旦失败, 也会导致企业的破产。技术资产的贬值速度加快, 技术创新的平均投入水平大幅度的提高, 这就意味着技术创新面临着更大的技术风险和财务风险, 需要更强、更全面的技术能力, 这些都超出了单个企业内化式创新能力的范围, 必须寻求外部技术与资金资源的支持, 将内外部技术资源结合起来, 走合作之路。我国国有企业的现有资金主要来自于国家的投资, 承担着国有资产的降低风险和保值增值的责任。我国大多数的集体企业、民营企业和私营企业的资本不够雄厚, 难以承受住巨大的技术风险, 因而投资于技术开发的资金非常有限。因此, 无论是我国的国有企业, 还是集体企业、民营企业、私营企业, 都可以通过与其他企业结成战略联盟来降低技术投资风险; 同时有助于减少不必要的重复性投资, 而且还可以相互交流信息、传递技术, 加速研究与开发的发展, 增强企业的竞争力。

2. 提高企业竞争的综合实力

目前在许多产业领域中, 我国企业正处于成长阶段, 实力不够雄厚。例如, 在信息产业, 我国无论是以硬件生产为主的企业, 还是以软件设计为主的企业, 其产品的营销、开发、生产能力与英特尔、IBM、微软相比, 显然竞争力还很弱。金碚指出, 在一些竞争比较充分的产业中, 我国优秀的大中型国有企业的国际竞争力有明显的提高, 已经初步具有了同外国大公司进行直接抗衡的能力, 其中最突出的代表是: 彩色电视机、家用电器、电脑整机等行业中的优秀大中型国有企业。但是, 进入世界大公司行列的国有企业的国际竞争力与跨国公司仍有明显的差距。面对跨国公司的强大实力, 我国企业的国际竞争力明显处于劣势, 主要表现不在于企业规模较小, 而在于企业效率不高, 盈利性低。1999年《财富》全球500大企业排名, 中国共有11家企业入选, 其中香港、台湾各一家, 内地9家, 比1998年增加了4家。这9家企业平均税后利润仅3.7亿美元, 全球500家的公司平均税后利润11亿美元; 9家企业平均雇用人数近50万人, 是全球500家大企业平均水平的近6倍。由于雇员多, 9家企业平均营业收入和利润仅有42万美元和740万美元, 仅为全球500家大企业的1/7和1/17。

全球 500 家企业平均营业收入收益率为 4.36%，我国 9 家企业仅为 1.76%。其中中粮公司：1997 年利润 110 亿元，1998 年 93 亿元，1999 年 91 亿元，排名：1997 年 309 位，1998 年 362 位，1999 年 413 位。我国进入世界 500 家大企业的 9 家企业几乎全部是行政性公司或国有独资公司，在企业体制和管理水平上存在许多不尽如人意之处，这些企业要进一步提高国际竞争力还得作长期的努力。^① 因此，提高产业和企业的竞争力、促进企业快速的成长成为这些产业和企业目前的主要战略指导思想。他进一步强调，全球化是任何寻求现代化的国家不可回避的潮流。在新世纪中，中国工业发展必须解决好的一个重大问题是：工业结构演变和调整的方向如何适应经济全球化过程，在经济全球化背景下争取自己的生存和发展空间。产业结构调整不仅要着眼于国际竞争，而且也要致力于国际合作。中国的大多数产业需要有更多的机会来完成适应竞争环境、学习全球经营和逐步壮大自己的过程，而在这一过程中（对中国来说是一个相当长的过程），正确处理好参与竞争和发展合作的关系是一个具有重大战略意义的问题。^②

3. 应对加入 WTO 后的国际市场

经济转轨时期的我国企业，不仅应建立适应市场经济的现代企业制度参与国际经济竞争，而且应从战略管理的角度与国际接轨搞好企业的战略经营。随着经济的全球化，全球产业加速在国际范围分工重组和世界制造（制作）中心散布转移，跨国公司对当今世界经济发展起着越来越大的推动作用。目前，全世界共有跨国公司 4 万多家，其子公司和分支机构约有 25 万家，遍布全球。从总体经济实力上看，跨国公司的生产总值已占世界总产值的 40% 以上，跨国公司控制着 80% 的工艺研制、75% 的国际技术转让。目前国外跨国公司通过战略联盟方式拉大了我国企业在规模、技术、产品等各方面的差距，增加了我国产品输出的难度。同时，中国市场的巨大潜力吸引着世界上许多国家的企业，在新世纪来临之际它们计划从中国

① 金碚：《大中型国有企业的国际竞争力变化情况及其趋势》，《中国社会科学院院报》。（on line）

② 金碚：《经济全球化背景下的中国工业》，《中国工业经济》2001 年 5 月。

市场上占取市场份额并取得丰厚的回报,这将对我国的企业带来冲击。随着我国加入 WTO 并承诺进一步开放市场,那么外国的公司将对我国的中小企业造成巨大的竞争压力。我国企业今后面临的将是严峻的竞争考验,它们将不能或很少得到政府的关税或非关税壁垒的保护,唯有依靠自己的实力才能生存下去。^①因此,我国企业包括中小企业应着眼于今后的艰巨形势,采取兼并、收购特别是战略联盟的形式壮大自身实力,才能维持生存并得到成长。从一些研究结果可以看出,当前浙江省民营企业在境外拓展中遇到的障碍依其重要性依次为贸易壁垒、市场信息匮乏和产品缺乏竞争力,而资金匮乏不是其境外拓展中的主要障碍,在境外拓展过程中应该加强培育和构筑网络关系,而非仅仅依赖企业自身的力量。^②目前我国的企业战略联盟,除了在传统产业上建立一些合资企业以外,主要是建立共同的技术研究开发协议,且多在计算机、通信技术等信息产业,这反映了在信息经济时代到来之际我国企业对于主要来自国际严峻挑战的反击。然而,我们还应看到,欧、美、日等发达国家的先进企业对我国民族工业的挑战不仅仅在信息产业,而且在日化行业、饮料业、快餐业、零售业等诸多行业,我国企业也已受到了前所未有的冲击。对处于这些行业的我国企业来讲,除了内部自我扩张和兼并收购外,实施战略联盟应成为当前以及今后一段时期的紧迫任务。

总之,我国企业战略联盟的实现形式不限于研究与开发联盟,还初步形成了生产联盟、营销联盟、原材料供应联盟等多种形式;既包括国内企业间的联盟,还有中外企业间搭建的“鹊桥”。需要强调的是,我国大企业构筑战略联盟有非常重要的意义和作用,联盟往往是由某个大企业为领

① 国家计委宏观经济研究院加入 WTO 后我国外贸和利用外资战略课题组在最终研究报告中提出,根据 WTO 规则及我国“入世”承诺,加入 WTO 后我国以市场换技术利用外资战略的成立前提将不复存在。根据跨国公司投资特点和 WTO 规则的要求,我国宜实行技术转让二元促进战略,即通过竞争激励战略和 R&D 投资引力战略来挤压和诱导外资转让技术,使内资企业在技术扩散中增强自主创新能力,参见《我国加入 WTO 后在外贸和利用外资方面宜实行——有管理的贸易自由化战略和技术转让二元促进战略》,《中国社会科学院院报》。

② 王夏阳、田传浩:《基于组织间供应链网络的民营企业境外拓展能力分析——以浙江省为例》,《国际贸易问题》2005 年 10 月。

袖或龙头的，如同拿破仑说过的“一只狼率领的一百头羊”，这样的联盟格局往往具有较强的实力。^①今后我们面对的将是竞争更加激烈的国际国内买方市场，为更好地“在竞争中合作，在合作中竞争”，以取得竞争优势，促使企业不断成长，管理学界和企业界结合起来，共同研究企业战略联盟在我国的进一步应用，这是未来市场竞争优势的需要，也是我国企业自身发展壮大的需要。

二、主要内容

本书研究的主题是企业战略联盟的实现方式及其在中国的相关问题。首先，这里所指的战略联盟是两个或两个以上有着共同战略利益的企业（或特定的事业部门）为达到共同拥有市场、共同使用资源的战略目标，通过各种协议、契约而结成的优势互补、风险共担的一种松散的非股权式的合作模式。企业联盟的实现方式，是指企业在自身扩张、并购及联盟三种不同企业扩张方式中做出联盟决策之后，所考虑的联盟以什么方式组织的问题。依据资产之间的关联关系，将联盟的实现方式主要划分为生产联盟、研发联盟及其他联盟实现方式，主要对国内企业联盟实现方式进行研究，对联盟的管理和政府规制问题也将涉及。全文共分十个部分。

导言部分介绍研究意义、研究内容、研究方法等。

第一章是企业联盟的兴起和理论综述。在回顾联盟兴起的背景后，综述有关企业联盟存在合理性及一些相关问题的国内外理论研究成果。

第二章是企业联盟的动因分析。一项合作的实行来源于合作各方的合作意愿，只有对联盟各方、参与联盟的企业所有者与经营者都有利的情形才有可能建立合作关系，即各方追求“双赢”或“多赢”的结果。联盟各方寻求合作的具体动机有所区别，如一方追求获取技术，一方追求市场，具体说来，包括获取资源、降低成本、分担风险、优化组织、财务动机、战略合并的铺垫等，由此也决定了企业联盟方式的不同。本

^① 当然，战略联盟不只是大企业才有资格构筑，中小企业之间也可运用联盟战略。

章也将对中国企业缔结联盟的动机及其对联盟方式的选择的影响展开研究，并对中外企业联盟的动机进行专门考察。

第三章是生产联盟。简要介绍联盟形形色色的实现方式之后，从这一章起转入对具体联盟的实现方式的研究，本章重点研究生产联盟，并对中外生产联盟进行比较研究。

第四章是研发联盟。研发联盟是企业之间开展的有关新技术、新产品的研究开发合作，这种方式有利于企业研发优势的集合，有利于分散风险、加快产品上市的速度，重点运用案例研究中国企业实施研发联盟存在的问题并提出对策建议。

第五章是战略联盟的其他主要实现方式。本章将主要对企业之间的营销联盟、标准联盟及价格联盟进行研究，对中国企业联盟当前以价格结盟实现方式为主的现象进行分析。

第六章是虚拟企业。与之前按企业之间资源关联角度决策联盟实现方式不同，这章从联盟的组织结构形态角度研究一种特定而又充满生命力的联盟实现方式——虚拟企业，并对国内企业虚拟企业的实践做出有关探讨。

第七章是竞争与合作，联盟中的企业依然存在竞争关系，合作与竞争并存的“折中寻租”是最优策略，但这种策略在信息不对称情形下，存在“搭便车”、道德风险和逆向选择的风险。这一章从企业联盟自身存在的风险入手，对企业联盟（包括不同合作方式）合作与竞争并存进行分析，针对联盟涉及的企业提出相应的防范对策建议。

第八章是企业联盟的政府规制。研究内容主要是：实证研究中国企业战略联盟实际，对于强强联合可能造成的垄断以及相应的政府规制制度进行研究。

总结部分对论文整体进行总结和概括。

三、研究方法

1. 经济学和管理学相结合

战略联盟作为一种企业经营战略、组织结构和企业行为，对其的研究