

企业持续竞争 优势源泉

QIYE CHIXU JINGZHENG
YOUSHI YUANQUAN

周辉 著



1

知识产权出版社

江苏大学人文社科专著出版基金资助出版

企业持续竞争 优势源泉

QIYE CHIXU JINGZHENG
YOUSHI YUANQUAN

周辉 著



知识产权出版社

责任编辑：刘 睿
封面设计：SUN 工作室

责任校对：韩秀天
责任出版：杨宝林

图书在版编目 (CIP) 数据

企业持续竞争优势源泉/周辉著. —北京：知识产权出版社, 2008. 4

(创新研究文丛)

ISBN 978 - 7 - 80247 - 056 - 9

I. 企… II. 周… III. 企业管理 - 市场竞争 - 研究
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 027431 号

企业持续竞争优势源泉

周 辉 著

出版发行：知识产权出版社

社 址：北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址：<http://www.ipph.cn>

发行电话：010 - 82000893 82000860 转 8101

责编电话：010 - 82000860 转 8113

印 刷：知识产权出版社电子制印中心

开 本：720mm × 960mm 1/16

版 次：2008 年 4 月第一版

字 数：163 千字

ISBN 978 - 7 - 80247 - 056 - 9/F · 163

邮 编：100088

邮 箱：bjb@cnipr.com

传 真：010 - 82000893

责编邮箱：liurui@cnipr.com

经 销：新华书店及相关销售网点

印 张：9.5

印 次：2008 年 4 月第一次印刷

定 价：20.00 元

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题，本社负责调换。

序

改革开放以来，尤其是加入 WTO 以后，通过改制改革、管理创新和实践探索，中国涌现出了一批在国际上有影响力的企业，形成了不少行之有效的管理模式。但从整体上来看，中国企业在世界上的竞争力还不强，尤其在技术创新和管理水平上还存在较大差距。如何在新时期的竞争背景下谋划新的战略格局、创造新的商业模式、积累更多的未来战略优势，成为中国企业家和学术界共同关注的焦点。周辉博士近年来围绕这一问题进行了富有成效的探索，取得了具有重要理论意义和实用价值的成果，如：关于企业持续竞争优势来源动态系统模型的构建；基于商业环境特征，融合利润库分析、市场锁定机理、价值实现形式及运营性战略匹配机制对商业模式进行整体设计；关于企业内部创新网络的新概念及其主要影响因素的研究与企业内部创新网络结构框架的构建；结合商业银行竞争优势源泉和商业模式演化趋势所进行的研究等。这些成果都有独到的创新。

《企业持续竞争优势源泉》一书是他研究工作的结晶。该书基于对新形势下全球市场竞争的本质认识，对中国企业如何保持持续竞争优势提出了一个较为系统和全面的战略思考框架。

该书结构严谨，层次清晰，方法科学，文笔流畅，深入浅出，是理论研究工作者和企业职业经理人不可多得的参考书。

刘思峰

2007 年 10 月

前言

当前,中国的经济发展正步入一个充满机遇与挑战的历史时期:加入WTO,融入全球化的市场环境,经济的全球化和市场化带来生产力要素的快速流动和产业价值链的重新布局;知识更新、技术变革正以令人难以置信的速度发展变化;消费者需求日益增长和丰富化,市场空间及发展潜力巨大。经济环境快速而巨大的变化带给中国企业继经济转型阵痛之后又一次严峻的考验。

本书作者在归纳和总结大量国内外战略管理和经济学研究领域关于企业竞争优势理论文献资料的基础之上,对企业持续竞争优势的来源进行研究和探讨,提出战略的本质在于创造具有市场价值的异质性,而这种异质性可以从战略管理过程和战略管理内涵两个方面来探寻。从过程来看,竞争优势包括内生性竞争优势与动态性竞争优势。在日益复杂多变的环境下,动态性竞争优势是决定性的。它产生于企业战略系统的三个层面,即战略预见、战略设计和战略执行。对于企业来说,在企业各个层面的运作中形成发现市场价值、创新商业模式、快速反应变革的动态能力是保持持续的动态性竞争优势的有效途径;从内涵来看,竞争优势来源于知识管理与企业创新,来源于有利于创新的组织活力和管理创新实践的效率。由此架构出融合各个理论学派有益观点的竞争优势来源的系统动态模型,提出企业持续竞争优势主要来源于战略性资源存量的竞争优势、基于有利的战略生态价值链节点整合网络价值链的位势优势、根据环境发展变化而不断调整适应甚至预先创造的动态优势以及基于战略执行的创新优势等。

建立在竞争优势系统动态理论模型的基础上,作者对竞争优势来源的三大环节进行深入探讨。在战略预见的环节上,运用商业模式分析、价值链分析、战略博弈结构分析、技术与市场融合方式分析、可能孕育的新产业等方法探讨企业在把握外部环境的变化对企业发展的影响时应关注的焦点,即竞争格局的变化、竞争优势的转移、商业价值的演变、行业发展方向等。从新商业时代的特征出发,讨论了商业模式的定义和构成要素,提出商业模式设计的步骤以及战略性商业模式和运营性商业模式设计的关键环节,并以南京拓展训练市场发展为实例开展讨论。在战略执行力这一领

域,通过分析战略执行力的内涵,建构起战略执行系统构成模型和层级模型,并提出系统优化的具体思路。以这三大环节为逻辑主线,来寻求企业持续竞争优势的内在生成机理。

同时,从演化经济学角度出发,探讨企业创造与保持持续竞争优势的动力机制在于知识管理和知识创新,以及在知识创新基础上所演化的技术创新、组织创新、产业创新、管理创新、市场创新等创新体系的建设,来探求企业在战略执行过程中把握机遇、动态创新的规律和关键环节。围绕企业自主创新,探讨自主创新的内涵,提出企业内部创新网络概念,并分析它的构成要素和内容,对企业内部创新网络系统的优化思路进行初步的研究。

最后,以中国国内8家商业银行1996~2003年的竞争力比较和竞争优势源泉的分析为实证,对研究的理论加以佐证,并对我国商业银行未来环境发展变化和商业模式的演变趋势和规律进行分析与展望。

目录

第一章 绪 论	(1)
1.1 问题的提出	(1)
1.2 研究的理论和现实意义	(6)
第二章 国内外相关理论研究综述	(9)
2.1 战略管理理论对战略竞争优势的研究	(9)
2.2 经济学对战略竞争优势的解释	(18)
第三章 系统动态战略理论框架	(25)
3.1 战略优势来源的系统观点	(25)
3.2 构建系统动态战略理论框架	(30)
第四章 战略预见：竞争优势来源的基石	(39)
4.1 新竞争环境下的战略预见	(39)
4.2 战略预见的思维角度	(43)
4.3 战略环境分析方法的衍生与发展	(47)
第五章 商业模式设计：新商业时代的战略先发优势	(55)
5.1 新商业时代的特征	(55)
5.2 商业模式定义与构成	(58)
5.3 商业模式设计与建构的路径	(61)
5.4 实例：南京拓展训练行业的商业模式分析	(70)
第六章 战略执行与控制系统优化：打造企业竞争优势的关键	(75)
6.1 战略执行力概述	(76)
6.2 战略执行力的系统模型	(79)
6.3 优化企业执行系统的关键	(84)
第七章 知识管理与创新：企业持续竞争优势的根本	(91)
7.1 知识、知识管理与企业发展	(92)
7.2 企业知识管理战略的关键	(97)
7.3 企业自主创新与内部创新网络建设	(100)
第八章 实证分析：中国商业银行竞争力比较及其竞争优势 源泉分析	(113)
8.1 中国商业银行竞争力评价	(113)

8.2	竞争力评价分析	(121)
8.3	竞争优势源泉分析	(125)
8.4	商业银行未来商业模式	(127)
第九章	结论与展望	(137)
9.1	基本结论	(137)
9.2	展望	(139)
致 谢		(141)

第一章 绪 论

1.1 问题的提出

1.1.1 中国企业面临的国际竞争背景

随着中国加入 WTO 的时间逐渐推演,越来越多的产业将逐渐开放,中国经济发展与改革的步伐也必须快速适应这一国际化进程。面对日益激烈的国际化竞争环境,中国企业更加深刻地感受到环境变化所带来的巨大市场竞争压力。一是市场的全球化。随着全球化进程的加快,中国企业将面对一个经济全球化的竞争环境,经济活动已超越地区和国家的界线,企业竞争在全球市场中进行,企业竞争更加激烈和残酷,企业竞争的成败不仅关系到企业自身的存亡,而且关系到国家的兴衰。二是全球化的产业价值链的调整与形成。经济全球化促进了世界资源自由流动,资源的优化配置带动了国际分工的大发展。产业分工和产业价值链的细化定位已在全球范围内初现端倪。此外,从微观层面来看,市场需求、技术、竞争、供应商以及政府政策都是不确定性的可能来源。竞争对手的产品价格、质量、技术等经营策略的变化加大了竞争的多变性,表现为竞争者数量的增多、竞争手段的多样、竞争互动频率的提高等;市场需求结构也呈现出多层性与多变性,消费者的需求日益表现出批量小、品种多变、波动性大的特点;新技术新产品的层出不穷、快速更新也给企业带来了巨大的创新压力,一方面信息技术的发展使得多个市场之间的协调与协作更为便利,管

理者们利用信息系统缩短了反应时间,降低了成本,同时,技术创新与技术进步增加了中小企业提高竞争力的机会,使得小企业可以凭借技术优势占领市场并迅速扩展,小企业可以与规模大的公司在同一市场具有同等的竞争地位。另外,在新的竞争环境下,企业与合作伙伴之间的协同合作将更加重要,加上政府的政策、宏观经济水平、资金、原材料供应等因素也构成了不确定性的来源。这些变化使得企业越来越明显地感受到外部环境的不确定性越来越难以把握,企业战略管理的思维手段和技术变得更为重要。企业必须时刻准备着为明天的可持续发展做好战略谋划。

在一个较为稳定的竞争环境下,企业战略要解决的问题是确定增长目标、设计各职能战略计划,企业考虑更多的是规模和成本,技术和产品的创新在一定的时空状态下是比较稳定的。而在动态的竞争环境下,企业将面对越来越难以把握的竞争环境,创新和速度成为竞争优势的核心。在世界经济舞台上,我们既看到诺基亚、西门子、杜邦、美国通用电器公司、可口可乐等百年“老店”的经久不衰,也能听到微软、思科、戴尔这些科技市场新贵的一路高歌,同时还能注意到大宇、安然、费尔斯通等世界知名企业走向破产或被收购的现象;对于加入 WTO 不久的中国来说,必须思考的一个关键问题是:如何在新的竞争环境下提高企业的战略适应和变革能力,创造和保持自身的持续竞争优势,走向世界、走向未来。

2 改革开放以来,中国企业通过改制改革和不断发展,涌现了一批在国际上有影响力的企业,如海尔、华为、联想、中兴等,但从整体上来看,中国企业在世界上的排名还比较落后。根据瑞士洛桑国际管理学院(IMD)的评价体系,1998~2003年间我国企业劳动力成本竞争力最强,平均排名为8.5位,企业文化竞争力处在中等水平,平均排名为31.3位,生产率竞争力水平最低,平均排名仅为42位,1998~2003年间企业管理竞争力总体上处于较低的水平,平均排名为37.5位。^①在企业管理竞争力要素中,除劳动成本具有竞争优势外,其他要素都在低水平徘徊。在参与排名的51个国家和地区中,中国的综合生产率仅高于印度和印度尼西亚,是泰国的60%、巴西的45%、马来西亚的33%,企业效率的下降制约了国家整体竞争力的提高,而管理人才的缺乏,是制约企业竞争力提高的核心问题。^②

① 王核成:“基于动态能力观的企业竞争力及其演化研究”,浙江大学博士论文2005年4月,第1~2页。

② “中国企业管理全球竞争力评价体系研究与应用”课题组:“基于动态耦合的企业国际竞争力(EMGC)评价体系”,载《管理世界》2004年4月,第92~101页。

随着我国社会主义市场经济体制的建设,企业开始走向市场、研究市场,在大量的实践中逐渐掌握理性的经济运作手段和运作程序。纵观中国企业 20 多年的市场表现,虽然也不乏像青岛海尔、深圳华为等优势企业的超常规发展,但给人们印象更为深刻的是众多过把瘾就死的流星企业,在短暂几年的如日中天辉煌发展之后便轰然倒下、一蹶不振,这在改革开放的初期表现得尤为突出。同时,国内企业盲目求大,热衷于上市、联合兼并,追求规模的扩大而忽视企业竞争力的增强。2004 年中国企业 500 强中有 18 家跻身世界企业 500 强。宝钢、一汽、上海汽车和东风汽车 4 家制造企业首次同时达到世界企业 500 强的标准。中国企业在一些成长性指标上已经赶上或超过世界企业 500 强。但还应清醒地看到,世界 500 强入围企业基本是在竞争性行业,而中国 500 强排名靠前的企业绝大多数还是在垄断性行业。2005 年由中国企业联合会、中国企业家协会推出的中国企业 500 强中,中国石化、国家电网、中国石油、中国移动、中国工商银行、中国人寿保险、中国电信、中化集团、上海宝钢、中国建设银行位居十甲,其中绝大多数都是垄断行业的企业。这表明我国优势企业的竞争优势地位主要来自市场的相对垄断地位和行政干预、政策倾斜。中国企业如何新的市场竞争环境下借助外部交易型战略和内部管理型战略的综合运用,前瞻性地把握产业发展的趋势,洞察 10 倍速因素及给企业带来的机遇,在战略转折点寻求企业飞跃发展,依靠自身的竞争行为获得市场竞争优势应该是中国企业亟待解决的问题。

20 世纪 80 年代以来,企业战略管理理论在企业竞争日益白热化的背景下得到了快速和多元化的发展。尤其是进入 21 世纪以后,经济全球化、市场化以及技术的突飞猛进使得企业的生存竞争环境越来越难以把握,不确定性更加突出,而企业内部管理由于信息技术的发展,加上员工个人发展的主导化、个性化以及各国各地区文化的交融与碰撞而导致企业战略管理的制定和实施执行难度加大,同时,也使企业更加重视战略管理的意义和作用。可以这样说,一个企业如果没有超前的战略预见、缺乏战略性资源的积累和储备、难以创造出形成企业持续竞争优势的企业异质性,它就不可能在激烈的市场竞争中生存和发展。

竞争优势作为战略管理领域的基本问题,近年来受到极大的关注。战略管理专家们认为企业成功战略的标准是拥有持续的竞争优势,因此,寻求竞争优势是战略决策者面临的挑战。但是,关于竞争优势的来源问题,至今仍然没有形成一致的和有说服力的观点。产业组织理论和波特的五种

竞争力量模型认为竞争优势来自企业所处行业的良好市场结构并在该行业内谋求更为有利的战略集团地位;^①而资源视角则把竞争优势归为企业所控制的战略性资源,这些战略性资源具有独特的异质性,使得资源在企业之间不能完全流动而导致异质性得以持续;^②能力学派理论认为企业竞争优势来自企业整合、建立以及重构企业内外能力以便适应快速变化的环境的能力;^③而商业生态系统理论认为企业持续的竞争优势来源于基于最终客户价值的商业生态价值链的整合效率以及企业在网络价值体系中的附加价值地位。^④这些理论从不同的视角为企业的成功进行理论上的解释,同时也为企业的战略发展提供有效的分析工具,但这些理论各自从不同的角度和不同的层面开展研究,有些是用实证分析替代必要的规范研究,因此,在理论上显得比较凌乱,而中国企业在竞争日益激烈的全球化市场背景下也更加需要完善的战略管理理论的指导,因此,对竞争优势问题进行进一步的探讨具有重要的理论与实践意义。

1.1.2 现有企业战略理论研究的不足

自从企业战略理论问世以来,国外的学者、专家以及企业咨询人员和高级管理人员随着竞争环境的不断变化,不断地发展和提升企业战略理论,形成了百花齐放的“战略管理理论丛林”,有著名的定位学派、资源学派、能力学派、动态能力学派,还有彼得·圣吉的组织创新学派以及摩尔的商业生态系统理论学派。近几年,国内的学者也在这些战略理论的基础上进行了充分的延伸和挖掘。这些理论的发展为企业战略理论的丰富和完善起到了积极的推动作用,但也还存在一些不足之处。

(1) 国外学者的研究是根据市场发展过程中不断出现的新问题和新趋势来加以研究的,因此,各自都具有比较独特的视角,在理论的阐述中,也注重强化所持有的观点和结论,具有较鲜明的个性,同时,研究产生的时代背景也比较突出,这种理论的发展路径使得企业战略理论得以多元化

① [美] M. E. Porter 著,陈小悦译:《竞争战略》,华夏出版社 2003 年版,第 2~72 页、第 126~152 页。

② Wernerfelt, B. A resource-based view of the firm [J]. *Strategic Management Journal*, 1984, 5 (2): 171-180.

③ Teece, D., G. Pisano, and A. Shuen. Dynamic capabilities and strategic management [J]. *Strategic Management Journal*, 1997, 18 (7): 509-533.

④ [美] James F. Moore 著,梁骏、杨飞雪、李丽娜译:《竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略》,北京出版社 1999 年版,第 20~21 页。

地丰富,但难免带来一定的负面影响,就是各个视角存在一定的片面性,缺乏系统性和融合性。

(2) 管理学与经济学的割裂。战略管理学基本上从管理学的研究角度,运用产业组织研究方法、企业文化学方法、博弈论方法、系统论方法和经验主义方法等来探讨企业战略分析框架和发展思路。^①而古典经济学、制度经济学、演化经济学等也各自从经济学的分析出发,寻求企业的性质、边界、持续发展的根源和内在本质。两种研究路径互相分割,难以寻找互相结合的桥梁。

(3) 国内相关研究的缺陷。国内战略管理学研究在课题和论文类型方面尚未进入“主流”。研究项目涉及的课题多是在战略管理的“边缘”领域,缺乏能与当前西方主流战略管理学及相关领域的刊物相看齐或相追随的研究题目和研究领域。^②对竞争力及竞争优势的研究也多集中在建立竞争力的评价指标体系进行实证评价等,侧重于从销售收入、资产和利润财务情况等表征指标来测定企业竞争力,对企业竞争优势的内在关联机理的研究重视度不够。

(4) 对新竞争环境下商业生态系统的演变规律重视度不够。企业不应将自己看做是单个企业,而应视做一个商业生态系统的成员,用生态学的眼光去看待企业这一开放的生命系统的生命历程以及它与其栖息的生态系统的互动关系。在制定竞争战略时,企业不应仅仅从自身出发,而应当顾及合作伙伴以及整个商业网络的健康发展。^③这是在新商业环境下企业竞争游戏规则的变化趋势,也是对定位战略学派的进一步发展和延伸,国内学者对这一领域的研究重视度不够,对新型商业模式的研究不够充分。

(5) 对竞争优势产生的过程和内在机理挖掘得还不够深入。大多数理论研究和实证分析侧重于静态和较为宏观的竞争优势分析,对战略管理过程的动态性竞争优势没有加以进一步分析,对企业竞争优势的构成要素——资源和能力之间的结构以及互动关系缺乏更加透彻的研究。

① 施炜:“企业战略理论的研究方法”,载《中国软科学》2005年7月,第137~140页。

② 许德音、周长辉:“中国战略管理学研究现状评估”,载《管理世界》2004年5月,第76~87页。

③ Gerard Prendergast, Pierre Berthon. Insights from Ecology An Ecotone Prospective of Marketing [J]. *European Management Journal*. 2000, 18 (2): 223-232; James F. Moore. The Evolution of Wal-Mart: Savy Expansion and Leadership. *Harvard Business Review* May-June, 1993: 82-83.

1.2 研究的理论和现实意义

1.2.1 研究的目的、内容

在充分研究和借鉴国内外企业战略理论的各个学派以及最新研究成果的基础上,本研究分析各理论内在的逻辑关联,以动态能力理论为基础,融合各个学派的有利观点,深入探讨企业在动态变化环境下竞争优势的来源与可持续发展的关键,架构出新商业环境下系统动态战略的理论模型,实证分析中国银行业近几年来竞争力发展演变的规律,分析其竞争力变化的影响因素,从而为中国企业迎接更大的国际竞争的挑战提供理论分析框架和有效的方法。

(1) 分析各个战略管理学派对竞争优势来源的理解以及各理论之间的相互联系。在综述各个战略管理学派观点的基础上,探寻各自对战略竞争优势来源的理解和论述之间的内在关联,全面把握各战略管理理论的分析视角。

(2) 研究整合更具系统思维的系统动态战略理论框架。对战略管理理论中的诸多概念作出较为规范和相对统一的定义,从系统论出发,探求企业战略运作与环境的互动关系,建构系统动态战略理论框架。

(3) 深入研究企业应对环境变化持续发展动态竞争优势的步骤和环节。企业动态竞争能力体现在对外部环境的动态适应能力上,通过对企业战略动态适应性的分析,解析动态适应能力体现在战略管理过程中的环节和步骤,并对这些环节加以详细分析。

(4) 从经济学角度分析企业竞争优势持续发展的内在机理。从新古典经济学、新制度经济学到演化经济学的发展演变过程,分析人们对企业持续竞争优势来源的路径研究,探寻企业持续健康发展的内在动力。

(5) 系统动态战略理论的实证分析。选取南京地区拓展训练行业以及我国商业银行业的竞争力评估和系统动态战略分析作为实证分析,运用直接访谈和统计分析法进行研究,以期对我国企业战略发展实践起到积极的借鉴和启示作用。

1.2.2 研究的理论和实践价值

(1) 理论意义。

战略理论对竞争优势的来源与持续性的研究由来已久,从著名的迈克

尔·波特教授的定位学派到资源学派、能力学派以及动态能力学派,都对此有各自的观点和理论。如 Wernerfelt 承袭了 Penrose 的企业成长的主因是“组织剩余”的观点,^①提出了“资源为基础的竞争优势观”,把企业看做是一个有形和无形资源的独特组合,而将企业竞争优势的关注焦点从企业外部转移到企业的内部。^②Reed 和 Defilippi 认为组织的可持续竞争优势主要来自资源的模糊性,这一模糊性会形成模仿障碍,可以阻碍竞争对手的模仿,还可以防止资源的快速流动^③。Prahaladhe 和 Hamel 在其著名的论著中提出了核心竞争力的理论,认为企业竞争优势来源于核心竞争力,而核心竞争力是组织由过去到现在所积累的一种知识学习效果,它使不同生产技能之间能紧密合作或能将各种不同领域的知识技术加以整合,并提供顾客特定的效用与价值。^④1997 年 Teece 等学者提出了动态能力理论,从而把企业战略分析的焦点从静态的资源转移到有利于形成和维持动态能力的组织过程、专有资产状况和获得这些资源和能力的路径。^⑤James, F. Moore 则认为世界上少数最有效率的公司通过学习领导经济共同进化,他们善于寻找潜在的革新中心,通过和谐地将网络成员各自的贡献结合起来,从而给顾客和生产者带来巨大的利益,力争将各种商业要素结合到新的经济整体中去,形成新的商业、新的竞争与合作的规则、新的行业。企业竞争优势来源于创造新的商务模式和建立商业生态系统的领导地位。^⑥

虽然这些理论学派对企业竞争优势的来源和发展都有较为科学的论述,也形成了一些为人们所公认的典型的理论观点,但客观地看,这些理论对战略竞争优势仍缺乏系统整体的认识,略显杂乱。本研究基于国内外学者的研究成果,试图从系统理论出发,从各个学派观点的内在联系的视角,建构融合各个有效观点的新的分析框架,并从竞争优势来源的产生环

① Penrose E. T. *The Theory of The Growth of The Firm*. John Wiley, New York, 1959.

② Reed R, R J Defilippi. Causal Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage [J]. *Academy of Management Review*, 1990 (15): 88-102.

③ Prahalad C K, G. Hamel. The core competence of the corporation [J]. *Harvard Business Review*, 1990, 68 (3): 79-91.

④ [美] 迈克尔·波特著,李明轩、邱如美译:《国家竞争优势》,华夏出版社 2002 年版,第 65~123 页。

⑤ Teece. D, G. Pisano, and A. Shuen. Dynamic capabilities and strategic management [J]. *Strategic Management Journal*, 1997, 18 (7): 509-533.

⑥ [美] James F. Moore 著,梁骏、杨飞雪、李丽娜译:《竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略》,北京出版社 1999 年版,第 20~21 页。

节和内在机理两个路径进行深入研究，这对于完善战略管理理论，有一定的理论意义。

（2）实践价值。

国家的竞争力在于其产业创新与升级的能力。企业要想与世界最强的竞争者竞争，并能稳操胜券，关键在于国内竞争环境中是否有强悍的竞争对手、积极配合的本国供货商、挑剔的本国客户以及企业自身的战略路径选择与卓越的战略控制，从而锤炼出这些企业过人的筋骨。^① 进入 21 世纪以来，国际经济和商业环境发生了巨大的变化，尤其对于加入 WTO 不久的中国企业来说，一方面要解决自身发展的紧迫问题，如资金不足、规模不大、自主知识产权缺乏、品牌附加价值不高、技术创新能力较弱等，同时还要着眼未来，思考新商业环境可能带给我们的挑战和机遇，如何在变革转型期，实行有效的战略管理，提升我国企业的国际竞争力。因此，本研究的一些结论和成果将对企业的战略管理实践产生一定的现实指导价值。

^① [美] 迈克尔·波特著，李明轩、邱如美译：《国家竞争优势》，华夏出版社 2002 年版，第 65～123 页。

第二章 国内外相关理论研究综述

2.1 战略管理理论对战略竞争优势的研究

企业战略理论是随着企业战略环境的日益复杂化而萌生并逐渐发展和完善起来的。作为一门学科,战略管理理论诞生于20世纪50年代,其实早在1938年,巴纳德(C. I. Barnard)在其著名的《经理人员的职能》中便首次将战略的概念引入管理理论,但他并没有形成完整的战略理论的框架体系。^①“企业战略管理”一词则最早出现在安索夫(H. I. Ansoff)1976年出版的著作《从战略规划到战略管理》之中。纵观企业战略管理理论的演变和发展,各个理论学派各自从不同层面和角度对企业竞争优势的“源”、“内在逻辑”和“可持续性”进行了分析和推演。按照国外战略管理各个学派和理论对战略竞争优势来源的论述,可以把战略理论的各个学派划分为三大学派。

2.1.1 古典战略学派和竞争优势的外生学派

20世纪六七十年代,以钱德勒、安德鲁斯和安索夫为代表人物的设计和计划学派的研究学者提出了企业战略的构想,强调战略管理是一个正式的计划过程,提出了战略管理的基本分析框架——SWOT分析框架。其基

^① Gerloff E. A. Three components of perceived environmental uncertainty: An exploratory analysis of the effects of aggregation [J]. *Journal of management*, 1991, 17 (4): 749-768.