

大连理工大学
管理论丛

转型经济下装备制造企业的主导逻辑及其影响因素

苏敬勤 单国栋 张 帅/著



科学出版社

大连理工大学管理论丛

转型经济下装备制造企业的主导逻辑及其影响因素

苏敬勤 单国栋 张 帅 著

国家自然科学基金重点项目“新技术环境下的组织创新研究”（项目号：71632004）

国家自然科学基金面上项目“管理研究中的中国情境——架构、识别与 CCR 研究方法”（项目号：71372082）

教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“大数据与互联网条件下的技术创新模式：行为视角的研究”（项目号：15JJD630004）

中央高校基本科研业务费人文社科科研专题（智库）资助项目“东北地区国有企业的共现基模及其对创新发展的影响”（项目号：DUT17RW226）

资助
出版

科学出版社

北 京

内 容 简 介

改革开放以来,中国装备制造企业取得了长足的发展。除中国庞大的市场驱动之外,决定企业战略的主导逻辑起了重要作用。中国装备制造企业的主导逻辑是什么?影响主导逻辑形成的因素有哪些?它们之间又有什么关系?这些学术界此前甚少探讨的问题正是本书所力争解决的核心问题。为此,我们选择三家具有典型性的企业(大连机车、三一重工和外高桥造船),通过严谨的案例分析,并综合运用扎根理论、认知地图等工具对中国装备制造企业主导逻辑的影响因素、逻辑类型和形成机理进行了深入研究。期望本书能够为我国装备制造企业战略管理的理论与实践提供工具方法和行动指导。

本书可供战略管理领域的研究人员参阅,也可供装备制造企业管理者和政府部门的相关管理人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

转型经济下装备制造企业的主导逻辑及其影响因素/苏敬勤,单国栋,张帅著. —北京:科学出版社,2018.10

(大连理工大学管理论丛)

ISBN 978-7-03-057917-1

I. ①转… II. ①苏… ②单… ③张… III. ①装备制造业-工业企业管理-研究-中国 IV. ①F426.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第127828号

责任编辑:李莉 陶璇/责任校对:李影

责任印制:吴兆东/封面设计:无极书装

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京虎彩文化传播有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2018年10月第 一 版 开本:720×1000 B5

2018年10月第一次印刷 印张:10 3/4

字数:220 000

定价:88.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

丛书编委会

编委会名誉主任 王众托

编委会主任 苏敬勤

编委会副主任 朱方伟 李文立

编委会委员 (按姓氏笔画排序)

王尔大 王延章 王国红 朱方伟 仲秋雁

任曙明 刘凤朝 刘晓冰 安辉 苏敬勤

李文立 李延喜 迟国泰 陈艳莹 胡祥培

秦学志 原毅军 党延忠 郭崇慧 逯宇铎

戴大双



总 序

编写一批能够反映大连理工大学管理学科科学研究成果的专著,是几年前的事情了。这是因为大连理工大学作为国内最早开展现代管理教育的高校,早在1980年就在国内率先开展了引进西方现代管理教育的工作,被学界誉为“中国现代管理教育的先驱,中国 MBA 教育的发祥地,中国管理案例教学法的先锋”。大连理工大学管理教育不仅在人才培养方面取得了丰硕的成果,在科学研究方面同样取得了令同行瞩目的成绩。例如,2010 年时的管理学院,获得的科研经费达到 2 000 万元,获得的国家级项目达到 20 多项,发表在国家自然科学基金委员会管理科学部的论文达到 200 篇以上,还有两位数的国际 SCI、SSCI 论文发表,在国内高校中处于领先地位。在教育部第二轮学科评估中,大连理工大学的管理科学与工程一级学科获得全国第三名的成绩;在教育部第三轮学科评估中,大连理工大学的工商管理一级学科获得全国第八名的成绩。但是,一个非常奇怪的现象是,2000 年之前的管理学院公开出版的专著很少,几年下来只有屈指可数的几部,不仅与兄弟院校距离明显,而且与自身的实力明显不符。

是什么原因导致这一现象的发生呢?在更多的管理学家看来,论文才是科学研究成果最直接、最有显示度的工作,而且论文时效性更强、含金量也更高,因此出现了不重视专著也不重视获奖的现象。无疑,论文是重要的科学研究成果的载体,甚至是最主要的载体,但是,管理作为自然科学与社会科学的交叉成果,其成果的载体存在方式一定会呈现出多元化的特点,其自然科学部分更多会以论文等成果形态出现,而社会科学部分则既可以以论文的形态呈现,也可以以专著、获奖、咨政建议等形态出现,并且同样会呈现出生机和活力。

2010 年,大连理工大学决定组建管理与经济学部,将原管理学院、经济系合并。重组后的管理与经济学部以学科群的方式组建下属单位,设立了管理科学与工程学院、工商管理学院、经济学院以及 MBA/EMBA 教育中心。重组后的管

理与经济学部的自然科学与社会科学交叉的属性更加明显,全面体现学部研究成果的重要载体形式——专著的出版变得必要和紧迫了。本套论丛就是在这个背景下产生的。

本套论丛的出版主要考虑了以下几个因素:第一是先进性。要将学部教师的最新科学研究成果反映在专著中,目的是更好地传播教师最新的科学研究成果,为推进管理与经济学科的学术繁荣作贡献。第二是广泛性。管理与经济学部下设的实体科研机构有12个,分布在与国际主流接轨的各个领域,所以专著的选题具有广泛性。第三是纳入学术成果考评之中。我们认为,既然学术专著是科研成果的展示,本身就具有很强的学术性,属于科学研究成果,有必要将其纳入科学研究成果的考评之中,而这本身也必然会调动广大教师的积极性。第四是选题的自由探索性。我们认为,管理与经济学科在中国得到了迅速的发展,各种具有中国情境的理论与现实问题众多,可以研究和解决的现实问题也非常多,在这个方面,重要的是发动科学家按照自由探索的精神,自己寻找选题,自己开展科学研究并进而形成科学研究的成果,这样的一种机制一定会使得广大教师遵循科学探索精神,撰写出一批对于推动中国经济社会发展起到积极促进作用的专著。

本套论丛的出版得到了科学出版社的大力支持和帮助。马跃社长作为论丛的负责人,在选题的确定和出版发行等方面给予了自始至终的关心,帮助学部解决出版过程中的困难和问题。特别感谢学部的同行在论丛出版过程中表现出的极大热情,没有大家的支持,这套论丛的出版不可能如此顺利。

大连理工大学管理与经济学部

2014年3月



前言

改革开放以来，中国经济发展成就斐然，中国企业也实现了不同程度的迅速成长。中国企业是在一个极其复杂、动态、冲突和独特的外部环境下取得如此显著的追赶成就的。特别是进入 21 世纪以来，中国国内外环境发生了一系列重大变化，本土企业面临的发展情境更趋复杂和独特。中国企业在转型经济和独特的中国情境中，表现出了不同于西方企业和传统管理理论的行为特征，探究这些特征背后形成和演变的规律、原因，是中国情境管理理论发展的必然要求，也是总结中国企业成功经验，并指导进一步管理实践的迫切要求。而要从本质和源头上探究本土企业战略行为的规律，必然要从管理认知，特别是战略决策者的认知层面去考虑，主导逻辑（dominant logic）的研究正是一个很好的视角。我们以此切入，关注转型经济情境下中国装备制造企业的主导逻辑是什么的问题，并通过三个子研究来完成这一工作。

首先，对影响中国装备制造企业主导逻辑的独特情境因素进行归纳、分析和解读，此问题的回答也界定了中国装备制造企业主导逻辑核心类属的划分标准，从而为进一步研究中国装备制造企业主导逻辑的内涵、特征提供了理论基础。其次，明确中国装备制造企业的主导逻辑大致有几种类型，每种类型主导逻辑的概念构成维度如何，每个构成维度的内涵、属性、特征是什么。最后，深入剖析中国转型经济情境同装备制造企业主导逻辑之间的互动机理是什么，即前述影响因素对主导逻辑的影响机理是什么。与此同时，装备制造作为制造行业及产业领域众多类属之一，其主导逻辑的共性特征是什么？对其他行业，特别是同处于新兴经济、新常态背景下的中国其他领域、类型的企业有何种启示？三个子研究的结论如下。

第一，通过扎根理论（grounded theory）分析发现，认知视角下影响中国装备制造企业主导逻辑的情境因素的三个结构维度分别是制度地位特征维度、市场结构特征维度和技术特征维度。其中，制度地位特征维度的影响主要表现在政企

关系、政府干预力度及所有权性质三个方面。市场结构特征维度的影响主要表现在竞争结构、产品特征与属性及用户特征三个方面。技术特征维度的影响表现在技术后发性和技术复杂性两个方面。进而,我们按照该特征维度,将转型经济背景下的中国装备制造企业划分为八种类型,如高制度地位、高市场集中度、高复杂性技术企业,高制度地位、低市场集中度、高复杂性技术企业,以及低制度地位、低市场集中度、一般复杂性技术企业等。

第二,根据上述类型划分,通过探索性单案例研究,对其中三种类型企业的主导逻辑进行构念维度的归纳和分析。其一,选取三种类型的三家代表性企业作为案例样本,通过认知地图技术将三家企业高层管理团队的共享认知地图完整呈现;其二,对管理者认知地图中的关键要素——认知关注焦点进行归纳;其三,结合案例和认知地图所呈现的认知特点,对认知关注焦点之间的逻辑关系进行特征归纳和分析,进而得出各个企业主导逻辑的主要内涵和特征。经过严密的案例流程和理论分析,最终发现,上述三种情境下的中国装备制造企业具有不同类型的主导逻辑,分别是“技术归因”逻辑、“标杆追赶”逻辑及“差序差异”逻辑。

第三,通过对三个代表性企业进行探索性单案例研究,针对每个案例企业,分析特定因素如何影响其核心管理团队管理认知,进而对其主导逻辑的作用机理进行归纳。研究发现,转型经济背景下中国装备制造企业的主导逻辑是制度地位、市场集中度和技术复杂性三大情境因素综合影响和作用的结果,不同类型的主导逻辑是由装备制造企业所处制度地位、市场集中度和技术复杂性的不同情境特征所造成的。具体而言:①转型经济背景下中国装备制造企业的制度地位主要通过资源和市场管制(保护)两个方面对装备制造企业的主导逻辑进行作用和影响,而这种影响的作用机制主要通过直接影响主导逻辑的身份与目标认知,并间接性地影响核心发展方式和路径(routine)来对主导逻辑产生作用;②转型经济下中国装备制造企业的市场集中度主要通过决定企业发展的核心发展方式和基本路径对装备制造企业的主导逻辑进行作用和影响,而这种影响的作用机制主要通过直接影响企业能力关注焦点和能力发展方式来对主导逻辑产生作用;③转型经济下中国装备制造企业的技术复杂性主要通过决定企业参与市场竞争的战略战术和竞争方式对装备制造企业的主导逻辑进行作用和影响,而这种影响的作用机制是通过与制度地位、市场集中度的关联性作用综合影响企业战略行动的行为方式和特点来对主导逻辑产生作用的。进一步地,本书在上述研究的基础上对装备制造企业的主导逻辑共同规律,即本质特征进行了分析。

本书还讨论了上述研究在丰富主导逻辑理论和拓展战略管理研究视野方面的价值,并对转型经济下装备制造企业的管理者提出了管理建议。

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 聚焦转型经济下的中国装备制造企业	1
1.2 何为主导逻辑	5
1.3 研究问题和研究策略	7
1.4 研究中国装备制造企业主导逻辑的现实需求和理论意义	13
1.5 主要内容与创新	16
第 2 章 理论基础和研究视角	20
2.1 两种战略管理理论思想	20
2.2 转型经济下的企业战略理论研究	24
2.3 装备制造业行业概述及技术特征	28
2.4 认知视角下的企业战略管理研究	33
2.5 情境的视角看本土管理	38
2.6 本章小结	43
第 3 章 装备制造企业主导逻辑的影响因素研究	45
3.1 研究设计	45
3.2 数据分析	51
3.3 关键要素	55
3.4 本章小结	61
第 4 章 装备制造企业主导逻辑类型识别	62
4.1 研究设计	62
4.2 中国装备制造企业类型划分	66
4.3 主导逻辑类型一	68
4.4 主导逻辑类型二	80
4.5 主导逻辑类型三	99

4.6	本章小结	119
第 5 章	装备制造企业主导逻辑形成机理研究	121
5.1	研究框架构建	121
5.2	技术归因主导逻辑的形成机理	122
5.3	标杆追赶主导逻辑的形成机理	126
5.4	差序差异主导逻辑的形成机理	129
5.5	延伸讨论：中国装备制造企业的主导逻辑及其形成机理	134
5.6	本章小结	142
第 6 章	结论与展望	144
6.1	研究结论	144
6.2	理论贡献	146
6.3	管理意义	147
6.4	局限与展望	148
参考文献		150

第1章 绪 论

1.1 聚焦转型经济下的中国装备制造业

作为制造业的龙头产业,装备制造业一直在国民经济中占有举足轻重的地位,因其具有较强的经济带动性和较高的产业关联性,对国民经济和产业发展有重要的战略意义。然而,中国的装备制造业在技术和市场两个层面都有着严重的劣势,尤其是技术方面,其现实状态是后发为主,企业发展一般采取技术追赶的路径。促进中国装备制造企业的发展,其根本在于提升企业的技术创新能力。虽然经过多年的努力发展,中国装备制造业已经取得了非常显著的成效,但技术创新能力的提升仍然是企业发展的核心困扰和关键问题。与此同时,中国装备制造企业面临的外部环境极为复杂,发展水平参差不齐,且新情境下本土管理实践富有特殊性,这引起了笔者的极大兴趣。

1.1.1 战略地位重要的中国装备制造业管理现象云集

1) 装备制造业在我国具有重要的战略地位

装备制造业是一个国家综合竞争力的集中体现和产业升级的重要保障,对国家的经济发展起着基础性的作用^[1, 2]。一国装备制造业的现代化程度及创新水平直接影响国民经济和综合国力,尤其是工业发展水平。以先进装备制造的典型——复杂产品系统 (complex products and systems, CoPS) ^[3]为例,其具有技术密集性、高附加值和产业带动作用强等特点,是价值链的高端和产业链的核心,是国家基础性和支柱性产业,对于国家竞争力提升起着提纲挈领的作用。可以说,一国在装备制造业创新能力的强弱决定了该国整个制造业的生产效率,而产业结构的升级换代同样依靠其装备制造的技术创新能力^[4]。

综合来讲,装备制造业在我国具有重要的战略地位主要体现在以下方面:①装备制造业是国民经济的支柱产业,同时也是可以带动经济快速增长的基础性产业。

②作为基础性产业,装备制造业与其他各行各业都有着一定的关联性,是吸纳劳动力的重要载体,对于我国这样的人口大国而言,装备制造业能够间接性地提供大量就业机会,是具有战略性意义的。③要实现集约型增长,决定性因素是技术得以进步,用先进的装备制造业来改造传统产业是实现产业结构改造、升级的根本路径和核心手段,我国经济增长正处于由粗放型向集约型转变的重要阶段,因此装备制造业的发展变得更有重要意义。④装备制造产品是一国各产业部门最高技术含量的象征,具有较高的附加值、高产业关联性及高出口效益,因此发展装备制造业是高新技术向现实生产力转化的重要途径。装备制造业是最具深度和影响力的产业部门,在我国国际竞争力中占据着重要的战略地位。⑤西方国家在对我国出口和运输高新技术装备机械、高精度机床等产品时,一直都是采取严厉禁止的策略,在此种现实背景下,能够通过自主创新拥有先进实力的装备制造业对我国的经济安全和国防安全有重要的保障意义。

2) 中国装备制造业企业管理现象云集

装备制造业是一个国家的核心制造业,是国民经济发展的基础性产业,因为其产品往往是国民经济和建设所必需的关键设备和先进生产技术装备,因此一般具有较高技术含量。与发达国家相比,我国在该产业领域存在先天基础薄弱、技术水平与能力差距较大的问题,同时该产业也是目前中国企业发展历史最长、竞争最为激烈、矛盾最为突出的一个领域,又是目前中国经济和中国企业创新现象最为密集、战略意义最为重要的领域之一。这主要表现在两方面:

(1)我国装备制造领域存在极为明显的两极分化现象。我国装备制造业经过几十年的努力取得了长足的发展和巨大的成就,但从技术进步和产品升级角度来看,较西方仍具有很大差距。即便在国内企业间进行比较,装备制造业的产品与技术同样良莠不齐。一方面,大多数企业和领域在技术上仍依赖发达国家,处于全球价值链的低端,故步自封于经济附加值较低的终端产品加工层面,产业国际竞争力偏低^[5];另一方面,在某些领域,正有越来越多的企业不满足于墨守成规,而是通过自己在技术创新和商业模式上的努力,不断取得重大技术突破或商业奇迹,甚至已赶超西方领先企业,如航天航空、高速铁路机车、工程机械等。例如,中车大连机车车辆有限公司(以下简称大连机车)在消化吸收多家国外企业先进技术的基础上,通过自主集成创新所研制的具有完全自主知识产权的9600kW大功率交流传动电力机车,达到世界先进水平;三一重工股份有限公司(以下简称三一重工)自主研制的66米泵车、72米泵车、86米泵车连续三次刷新长臂泵车世界纪录;我国自主推动的、我国有史以来建设规模最大的三峡工程成为世界上规模最大的水电站工程项目。

(2)我国装备制造企业的组织身份愈加多样化。我国重大技术装备制造产业历史较为久远,以国有企业为主;而近年来一些民营、外资等非国有类型企业纷

纷开始进入该产业,这使得产业竞争业态越来越复杂、动态,制度地位、资源能力、战略行为类型日趋多样化。一方面,老牌国有企业在长期发展历史中形成并固化下来很多文化传统、惯例,加之其特有的一些影响因素,使其战略行为表现出一定独特性特征;另一方面,新进入的民营、外资企业带进许多新的理念、知识和竞争策略,加之转型经济背景下的一些特殊影响因素,其战略行为特征也必然会有不同于西方企业和传统管理理论的表现。

1.1.2 转型经济情境下的本土企业管理实践具有独特性

转型经济是指本来的计划经济体制开始致力于向市场经济机制转变或加强时所处的特殊转型阶段^[6]。中国因从1978年开始经济体制改革,已成为当前世界上典型的转型经济国家之一。转型经济中的企业通常会面临较多的限制条件,如环境不确定性高、产权系统发展不够完善,以及政府的多重干预和管制;这些企业常常要同能力比自己强的发达国家企业在全球化市场上竞争,同时又要向它们学习和追赶;转型经济中的企业常常要同时在国内市场和国际市场上与不同实力水平的企业进行竞争。这些西方企业发展历程中所未曾经历的情境,使得本土企业管理实践具有其独特性。具体体现在以下几方面。

1) 转型经济为本土企业塑造了新情境

改革开放以来,中国经济发展成就巨大,中国企业实现了不同程度的迅速成长。须知,中国企业是在一个极其复杂、动态、冲突和独特的外部环境下取得如此显著的追赶成就的。特别是进入21世纪以来,我国国内外环境发生了一系列重大变化,使本土企业面临的发展情境更趋复杂和独特。这些变化包括:①经济全球化和区域经济一体化成为全球经济发展的主流态势,并有加快趋势;②随着我国加入世界贸易组织(World Trade Organization, WTO)和国内市场化进程的日益推进,本土企业的竞争氛围和态势日趋紧张,本土企业正面临空前激烈的国内、国际双重竞争压力,买方市场成为主流,市场竞争呈现为多维化和动态化的特征;③国内经济正处于计划经济向市场经济革命性转变的关键时期,随着国家对经济体制、经济发展结构的改革和推进,经济学范式、经济发展模式和经济增长方式正发生深刻转变。

转型期制度背景的复杂性、社会人文环境的“迷茫”、自然环境恶化、资源匮乏与经济发展矛盾的凸显,将毫无准备的本土企业推向了“新常态”的风口浪尖,本土企业生存与发展的环境空前严峻,本土企业的战略管理实践对传统智慧提出严峻挑战,具有本土情境性的管理实践和经济现象不断涌现。

2) 本土企业具有不同于西方企业的战略行为特征

随着新兴经济的快速发展,新的市场机会不断涌现,大量并不具有绝对资源和能力优势的中小企业,充分发挥自身某一相对优势,通过灵活、多样的资源拼

凑方式和外部力量迅速抓住市场机遇。这就使得原本不具有核心资源能力优势的企业仍然能够在激烈的市场竞争中立足,而其所创造的崭新的资源整合和能力构建模式无疑挑战了西方传统管理理论。

除了资源能力整合方式的差异性,新兴市场庞大的“金字塔底层”(bottom of the pyramid, BOP)客户群体也使得企业必然采取不同于西方的市场定位目标和方式^[7],由此所催生的以“快速、低成本”为核心特征的“山寨化”(模仿式创新),更是因其兼具低成本和差异化优势而和西方管理理论和实践规律相悖。

即便在技术发展方式方面,一直“师夷长技”的本土后发追赶企业通过对外包与分包、模块化与信息技术的整合利用,对传统价值链进行重新解构和调整,以崭新的分工、合作、相互学习模式(网络化协作),不断创造出诸如仅通过单部件生产或简单组装也能够实现比较优势的奇迹。

以三一重工、振华港机、比亚迪等中国装备制造企业为例,尽管它们在核心技术、品牌、服务、运营管理等(即核心能力)方面并不具有突出优势,却纷纷创造出惊人的市场业绩,在国内国际市场频频战胜那些具有核心资源和能力的竞争对手并赢得市场和客户的认可。而即便是那些毫无独特资产与能力优势的本土中小企业,也同样可以在市场上立足并对强大的竞争对手形成威胁。

3) 本土企业间战略行为同样存在巨大差异

对于同处新兴经济和转型经济背景下的本土企业,由于企业自身特征方面所存在的巨大差异(如制度地位、资源能力和管理传统等),其在战略行为、创新绩效等方面同样存在差异化甚至截然不同的特征。

基于促进经济发展和转型,保证转型期社会稳定的目的,中国各级政府在经济转型期的各个阶段,对不同类型(如所有制、行业、产业、技术、创新类属及战略重要性)的企业必然采取差别化的制度安排和要求。例如,国有企业可能更多地担负了社会稳定的使命,而非国有企业则可能更多地需要承担经济发展的责任,如此一来,国有企业和非国有企业便被赋予了截然不同的制度地位^[8]。制度地位相同的企业,其战略行为往往具有比较明显的共性,而制度地位不同的企业,其战略行为则往往具有明显的差异性。现实中,人们常常看到,国有企业由于其在所有制方面的特定属性、与中央或地方政府的隶属关系、所处行业的非竞争性特征,在产业领域选择、市场定位、资源配置、创新模式等方面都具有不同于非国有企业的战略行为特征。

此外,即便是资源能力、制度地位相似的企业,在转型经济情境下竞合共生的本土企业,由于其在企业成长过程中采用不同的发展模式、路径,在自身成长和经济转型的不同阶段形成了各自独有的企业核心价值观、文化传统、惯例、管理模式等,其企业领导人、高层管理团队形成并持有不同的战略思维模式和管理智慧,仍然常常体现出差别化的战略行为特征。而由于认知模式所固有的惯性特

性, 这些战略思维方式与管理智慧将在很长时间内对企业行为轨迹发挥潜移默化的影响, 从而使企业在战略行为方面的差异性长期、根深蒂固的。

综上, 以复杂产品系统为典型产出的装备制造企业在我国国民经济发展过程中具有无可取代的重要战略地位, 而处在转型经济这一特殊的情境下中国装备制造业在内外均呈现出独特的管理现象。因此, 我们选择聚焦转型经济下的中国装备制造企业进行研究, 期望研究成果能加深大家对该行业的认识, 同时推动中国装备制造业的发展。

1.2 何为主导逻辑

1.2.1 主导逻辑的概念内涵

1970年, 美国哲学家 Kuhn 提出“范式”的概念来描述一种广义的模型、框架、思维方式等理解现实的体系^[9]。借鉴这一思想, 1986年, Prahalad 和 Bettis 在研究多元化与组织绩效的关系时提出“主导逻辑”这一概念^[10], 认为“主导逻辑的本质是一种认知模式, 是管理者对所在行业的看法(世界观)、对业务的概念界定及相关关键资源配置决策方式的集合”, 其基本假设是“组织的战略决策依据组织决策者的认知取向(cognitive orientation)而制定”, 因而“主导逻辑作为一种认知结构, 通过管理者的决策影响组织的绩效”。该文章随即获得了美国《战略管理杂志》最佳论文奖。Prahalad 和 Bettis 认为, 主导逻辑是组织管理者共享的集体智慧, 如一组图像或认知地图(cognitive map)储存于管理者的认知系统中, 而其形成是基于组织管理者以往的经验。

继 Prahalad 和 Bettis 提出主导逻辑的概念后, 国内外学者便将这一概念引入战略管理和组织理论的其他研究领域, 并从不同角度对其内涵和外延进行了延伸性讨论。主要的观点大致可分为两种, 一是基于认知的视角将主导逻辑视为“是什么”的认知内涵^[11]; 二是从知识和惯例的层面将主导逻辑诠释为“如何做”的惯例内涵^[12]。持认知观点的学者主要关注主导逻辑作为一种管理认知、理念、心智模式所具有的信息过滤功能^[13, 14]。一方面, 他们将主导逻辑视为组织过滤环境信息的透镜(lens), 主导逻辑为企业提供了发展框架, 在此框架内理解市场、识别机会、设计战略、获取资源, 从而引导企业创造价值, 获得回报; 另一方面, 长期单一的主导逻辑也可能使组织过于依赖、禁锢于既定框架内, 形成认知惯性^[15], 从而屏蔽新信息、错失发展机会^[11, 16]。实际上, 从这个角度讲, 主导逻辑与“思维模式”(mind-sets)、“认知地图”、“战略框架”(strategic frames)、“组织范式”

(organizational paradigm)、“战略逻辑”(strategic logic)等概念在内涵上有共通之处,都包含了组织如何理解环境信息并做出适应性调整的意味^[17]。学者 Grant 认为,组织的主导逻辑还包含制定决策、实现目标的“管理技巧”,可以操作化为一系列具体的组织层面的功能^[14],主要包括资源配置、业务战略规划及绩效目标的管控等。在这个意义上,Grant 将主导逻辑视为组织的惯例或者管理技巧。Prahalad 和 Bettis 也提出,主导逻辑储存于组织管理者的认知图谱中,而外显为一种后天习得的,管理者处理复杂问题的行为方式。在更宽泛的意义上,主导逻辑既可以被看作一套惯例,也可以被看作一套管理流程。

借鉴 Gavetti 对于组织能力学习的认知,“组织能力演化,主要是基于行为惯例与管理认知两种学习方式进行,行为惯例是基于经验的向后看,而管理认知是基于推理的向前看”^[12],我们在研究过程中认为作为管理者集体智慧的主导逻辑也应该同时包含认知与惯例这两个层面。

1.2.2 主导逻辑——企业战略管理背后的本源问题

在战略管理和组织理论研究领域,组织成功和组织能力起源的根本问题一直困扰着研究者^[18, 19],已有的资源、能力、路径、模式抑或流程视角,都无法从根本上回答究竟是何种因素决定组织差异化和独特竞争优势的问题^[20, 21]。在这种情形下,围绕企业决策与行为表象下的“本源”与“内在逻辑”问题,从企业领导者认知的主观视角,探求组织的基因,成为研究企业管理问题的一个新热点。而要从本质和源头上探究本土企业战略行为的规律,特别是从战略决策者的认知层面去考虑,主导逻辑无疑提供了一个合适的视角。

学者们认为,主导逻辑反映了企业发展的决策逻辑,是企业对于自身情境的基本假定,以及关于如何竞争和发展的认知图式。在这种内在假定的主导作用下(管理者可能并不自知),企业按照既定的模式和原则认知与理解企业面临的外部现象和内部问题,并据此做出决定企业发展方向等的重大决策,因而构成了组织独特竞争优势的来源,能够解释商业组织绩效差异的根本原因^[10, 16]。这就使得“主导逻辑”可能会较“能力”“资源”“路径”“模式”等对组织管理的现象及问题做出更为合理的解释。换言之,对企业主导逻辑的研究,能够为探讨转型经济情境下本土企业的战略、技术及管理创新等问题提供新的视角。

因为转型经济背景下中国的企业管理实践具有其独特性,并且装备制造企业的管理现象错综复杂,因此选用“能力”“资源”等视角对中国装备制造企业的战略行为进行解读可能得出不一致甚至相悖的结论,这不利于从本质上打开中国装备制造企业战略决策的黑箱。而主导逻辑是企业认知结构的反应,虽然企业行为可能千变万化,但是行为背后遵循的准则可能具有某种一致性。因此,我们选择

“主导逻辑”作为研究核心对企业战略管理背后的本源问题进行深入探索，以期在基础层面得出一些有益的成果。

1.3 研究问题和研究策略

1.3.1 研究问题

基于以上背景和思考，中国企业在以转型经济为核心特征的独特中国情境中，表现出了不同于西方企业和传统管理理论的行为特征，探究这些特征背后形成和演变的规律和原因，是中国情境管理理论发展的必然要求，也是总结中国企业成功经验，并指导企业进一步管理实践的迫切要求，对于管理理论的发展和中国经济、中国企业的进一步腾飞有重要价值。而鉴于目前国内外对主导逻辑的研究尚处于初探阶段，本书研究的问题不仅要涉及某一独特情境下（如行业、产业领域、制度地位等）本土企业主导逻辑的内涵和外延，还要对影响本土企业主导逻辑的独特因素进行考察，以便能够确定不同情境下主导逻辑的类型划分和形成机理。具体而言，本书主要关注的问题包括以下几个。

1) 中国装备制造企业主导逻辑的主要影响因素有哪些？

我们要探索中国企业战略行为特征背后的规律、逻辑，其间涉及共性和差异性的问题。所谓共性，是指我们要归纳本土企业在特定情境中行为决策的认知共性。需要指出的是，基于“情境差异→管理认知→战略行为”的基本理论假设，以及主导逻辑研究处于初步阶段，概念内涵、类属划分尚不明确状况，必须先对影响企业主导逻辑差异的情境因素进行识别，以便划分不同的企业类型，识别不同类型的主导逻辑，进而探究情境因素与主导逻辑的深度关系与机理问题。这就要求在研究之初关注“情境的差异性”，我们关注的第一个研究问题就是要抓住这种差异性，将影响主导逻辑类型的因素归纳出来。

从理论视角来看，学界普遍意识到，在经济形态不同的国家、不同的组织情境下，人们的行为反应、企业能力与组织结构等存在着显著的差异^[22]。在全球化商业活动和国际市场上越来越举足轻重的中国企业，比以往任何时候、任何国家都渴望得到适合本土情境管理实践的知识的指导，这显然是因为，中国独特的情境因素不仅造成中国企业在关键战略要素上不同于西方企业，在其他诸多管理实践方面也有别于西方企业^[23]。在这样的背景下，中国企业战略管理理论的研究越来越“情境敏感”，形成了对中西方企业所处情境差异性的共识，对情境特征的归纳、整合情境特征与企业特征对战略行为影响的交互作用，已成为研究发展的趋势^[24]。战略决策