



光华书系
教材领航

THE NONMARKET ENVIRONMENT AND
NONMARKET STRATEGIES OF BUSINESS
THE PERSPECTIVE OF ORGANIZATION COMPETITION

企业的非市场环境与非市场战略

企业组织竞争的视角

蔡曙涛◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

企业的非市场环境与非市场战略

企业组织竞争的视角

蔡曙涛◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

企业的非市场环境与非市场战略:企业组织竞争的视角/蔡曙涛著. —北京:北京大学出版社,2013.9

(光华书系·教材领航)

ISBN 978-7-301-23096-1

I. ①企… II. ①蔡… III. ①企业战略-高等学校-教材 IV. ①F272

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第198268号

书 名:企业的非市场环境与非市场战略——企业组织竞争的视角

著作责任者:蔡曙涛 著

责任编辑:赵学秀

标准书号:ISBN 978-7-301-23096-1/F·3729

出版发行:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区成府路205号 100871

网 址:<http://www.pup.cn>

电子信箱:em@pup.cn QQ:552063295

新浪微博:@北京大学出版社 @北京大学出版社经管图书

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926 出版部 62754962

印 刷 者:北京大学印刷厂

经 销 者:新华书店

730毫米×1020毫米 16开本 24.25印张 516千字

2013年9月第1版 2013年9月第1次印刷

印 数:0001—3000册

定 价:45.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

丛书编委会

顾 问

厉以宁

主 编

蔡洪滨

编 委(以姓氏笔画排列)

王 辉	刘玉珍	刘 学	刘 俏	江明华
吴联生	张一弛	张志学	张 影	李 其
李 琦	陈丽华	陈松蹊	陆正飞	周长辉
周黎安	武常岐	冒大卫	龚六堂	彭泗清
		滕 飞		

丛书序言一

很高兴看到“光华书系”的出版问世,这将成为外界更加全面了解北京大学光华管理学院的一个重要窗口。北京大学光华管理学院从1985年北京大学经济管理系成立,到现在已经有26年了。这26年来,光华文化、光华精神一直体现在学院的方方面面,而这套“光华书系”则是学院各方面工作的集中展示。

多年来,北京大学光华管理学院始终处于中国经济改革研究与企业管理研究的前沿,致力于促进中国乃至全球管理研究的发展,培养与国际接轨的优秀学生和研究人员,帮助国有企业实现管理国际化,帮助民营企业实现管理现代化,同时,为跨国公司管理本地化提供咨询服务,从而做到“创造管理知识,培养商界领袖,推动社会进步”。北京大学光华管理学院的几届领导人都把这看作自己的使命。

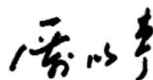
作为经济管理学科的研究机构,北京大学光华管理学院的科研实力一直在国内处于领先地位。光华管理学院有一支优秀的教师队伍,这支队伍的学术影响在国内首屈一指,在国际上也发挥着越来越重要的作用,它推动着中国经济管理学科在国际前沿的研究和探索。与此同时,学院一直都在积极努力地将科研力量转变为推动社会进步的动力。从当年股份制的探索、证券市场的设计、《证券法》的起草,到现在贵州毕节实验区的扶贫开发 and 生态建设、教育经费在国民收入中的合理比例、自然资源定价体系、国家高新技术开发区的规划,等等,都体现着光华管理学院的教师团队对中国经济改革与发展的贡献。

作为商学教育机构,北京大学光华管理学院鼓励教师深入商业实践,熟悉企业管理,提升案例教学的质量和层次。多年来,学院积累了大量有价值的案例,经过深入研究、精心编写,这些商业案例可以成为商学教育中宝贵的教学资源。学院每年举办大量讲座,讲座嘉宾很多是政界、商界和学界的精英,讲座内容涉及社会发展的方方面面。通过这些讲座,学生们可以最直接地得到名家大师的授业解惑,优化和丰富知识结构。

作为管理精英的汇聚中心,北京大学光华管理学院历届毕业、结业的校友一直是我们最引以为荣的。历届的优秀同学,在各自的岗位上做出贡献,他们是光华管理学院最宝

贵的财富。光华管理学院这个平台的最大优势,也正在于能够吸引一届又一届优秀人才的到来。世界一流商学院的发展很重要的一点就是它们有着强大的校友资源,这一点,也是与北京大学光华管理学院的努力目标完全一致的。

今天,“光华书系”的出版正是北京大学光华管理学院全体师生和全体校友共同努力的成果。通过这套丛书,读者不仅能够读到经典教材和前沿学术成果,更可以通过名师、校友、讲座等方方面面感受光华风采。希望这套丛书能够向社会展示光华文化和精神的全貌,并为中国管理学教育的发展提供宝贵的经验。



2011年12月

丛书序言二

光华管理学院秉承“百年北大”悠久的人文传统、深邃的学术思想和深厚的文化底蕴,在过去的二十多年里,一直践行“创造管理知识,培养商界领袖,推动社会进步”的学院使命,目前已经发展成为国内最为优秀的商学院之一。

北京大学的传统对于光华管理学院,乃至中国商学教育都很重要,学院一直秉承北京大学的传统,真正要办大学气质的商学院。我们将光华教育的特质归纳为四个“I”,即 Integrity——诚信和责任;International——商界领袖的国际化视野;Integration——整合学习,理论与实践相结合;Innovation——自主创新。

Integrity: 北京大学作为中国传统名校,传承百年历史文化,有一个非常鲜明的特点,就是拥有浓厚的人文底蕴、民主科学精神,以及对社会的使命感和责任感。北京大学光华管理学院作为北京大学的商学院,是专门从事管理研究和教育的机构,将持续发扬北京大学的历史传统、人文精神,以及社会责任感和使命感。

International: 光华是全国国际化的商学院,师资是最国际化的,教育体系是最早跟国际接轨的。北京大学光华管理学院的国际化是扎根于中国的国际化。我们一方面在国际先进的管理知识和管理理念方面有着最前沿的成果,另一方面也很好地结合了中国的管理实践和经济发展。光华的师资和国际研究都很好地做到了这两个方面。根据国际权威研究统计机构的统计,北京大学的经济和商学学科,已进入世界前1%的行列。对此光华起了最主要的作用,这也反映了光华在国际研究方面做出的贡献。

Integration: 商学院需要解决好两个整合的问题,一是将理论和实践很好地结合起来,二是学科之间的整合。对于理论和实践的整合,光华正致力于推动管理学理论向商业实践成果的转化。对于学科的整合,光华正在做的不仅是不同学科之间的融合,还在加强不同教育项目之间的配合。我们致力于调动和整合北京大学综合性的师资资源,将管理与历史、哲学、艺术、数学乃至物理等学科相结合,全方面塑造管理者的整体人文和科学素养。各个教育项目之间的互动也经常碰撞出新的思想火花,帮助光华学子们拓宽思想,带

来新的视角。

Innovation: 中国要成为具备创造力的国家, 在世界上建立一个品牌和形象, 必须发展自主创新文化。光华管理学院立足于北京大学, 在整个中关村科技园大的氛围之下, 光华的教学科研的国际合作能够成为自主创新生态环境的一部分。光华管理学院最近刚刚成立了北京大学光华管理学院创新创业中心, 以这个中心为平台, 致力于整合院内院外、校内校外、国内国外创业方面的资源, 进一步推动自主创新。

为进一步超越自我, 向着建设世界一流商学院的目标而不懈努力, 北京大学光华管理学院特策划“光华书系”系列丛书, 以展现光华管理学院在理论研究、教学实践、学术交流等方面的优秀成果。我们更希望通过“光华书系”的出版让更多的读者通过光华理解经济、管理与社会。

“光华书系”作为一个开放的系列, 涵盖理论研究、教学实践、学术交流等各个方面:

第一是领航学科的教材。光华管理学院的商学教育, 拥有全国首屈一指的师资力量和最优秀的学生生源。在教学相长的过程中, 很多经典讲义、教材应运而生。教材领航系列丛书要以“出教材精品, 育商界英才”为宗旨, 发挥优势, 突出特色, 重点建设涵盖基础学科的主干教材、填补学科空白的前沿教材、反映教学改革成果的新型教材, 面向大教育, 追求高品位, 服务高等教育, 传播先进文化。

第二是前沿的学术成果。光华管理学院始终处于中国经济发展与企业管理研究的前沿, 学术琼林系列丛书以具有国内和国际影响力的管理学、经济学等相关学科的学术研究为支撑, 运用国际规范的研究方法深入研究中国的经济和管理问题, 体现更高的学术标准, 展现学界领袖的优秀成果。

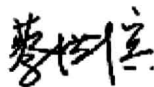
第三是丰富的实战案例。案例研究和教学作为一种不可替代的重要方法, 有效解决了知识与实践转换的问题。在中国的相关政策不断改革的大背景下, 各种有借鉴意义的素材越来越丰富。根据国外成熟的案例编写经验, 开发和使用高水平的本土化案例, 是一件意义深远的事。案例精粹系列丛书涵盖教学案例、研究案例、商业案例几大模块, 体现本土化和原创性、理论主导性和典型性, 将一般管理职能与行业、企业的特殊性相结合, 既具有一定的理论深度, 又具有相当程度的覆盖面和典型性。相信这些案例能够最有效地服务于教学要求、学术研究以及企业管理实践。

第四是卓越的教师风范。“善之本在教, 教之本在师。”光华管理学院的优秀教师, 秉承诲人不倦、育人为先的教学原则, 以他们的学术实践最好地诠释了北京大学追求真理、追求卓越、培养人才、繁荣学术、服务人民、造福社会的办学理念, 为北京大学赢得了崇高的学术声誉。名师风采系列丛书就是力图全面展现光华优秀教师精深的学术造诣、高尚的学术风范, 让更多的人领略他们关爱学生、培养青年、提携后学的优秀品质, 让“大师”精神得到继承和发扬。

第五是杰出的校友风采。光华管理学院的每一位校友, 都是中国杰出的时代精英。他们凭借在各自工作岗位上的优异表现, 为光华管理学院、为北京大学在海内外赢得了广

泛赞誉。校友华章系列丛书就是深度记录校友在光华管理学院的学习经历以及卓越业绩,全面展现其对学识的孜孜追求、卓越才智以及不懈执着的品质,体现光华管理学院高质量的教学实践这一核心竞争力。

最后是精彩的论坛荟萃。在浮华之风日盛的今日社会,光华管理学院广泛开展的各种学术交流活动和讲座,兼容并蓄,展现思想的精粹、智慧的集锦。对所有“为国求学、努力自爱”的人们来说,其中传出的思想之声都是真正值得认真品味和用心领会的。论坛撷英系列丛书就是汇集专家、教授、知名学者、社会名流在光华管理学院的精彩演讲以及学术交流活动,展现其中引人深思的深厚学理以及催人奋进的人生智慧,将严肃的学术品格和通俗的阅读形式相结合,深度展现一流学府的思想之声,奉献最具时代精神的思想饕餮。

Handwritten signature in black ink, appearing to read '王康' (Wang Kang).

2011年12月

前言：本书的结构与特色

一、本书写作缘由

“企业的非市场环境与非市场战略”是典型的交叉学科与新兴学科,其基本概念、理论框架、研究方法、内容体系以及市场与非市场环境与战略之间的逻辑关系等目前仍然处于探讨过程之中,许多问题尚未形成广泛的共识。虽然企业的政治行为(corporate political activity)或政治战略(corporate political strategy)在西方国家理论界较早就有人进行了研究,但第一次明确提出市场战略与非市场战略概念区别的学者应当是美国斯坦福大学的教授大卫·拜恩,他在1995年发表的论文《一体化战略:市场与非市场的构成要素》中首次明确提出(Baron D. P., *Integrated Strategy: Market and Nonmarket Components*, *California Management Review*, 1995, 37(2) pp. 47—65)。

我第一次了解非市场环境与非市场战略的概念是在15年前,1998年在美国西北大学凯洛格商学院(J. K. Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University, U. S. A.)作短期访问学者的时候。选修课程时接触了拜恩教授写的教材《企业与环境》(David P. Baron, *Business And Its Environment*, 2nd Edition, Prentice-Hall, 1996, 该教材到2013年已经发行至第7版),并立即对其中的一些观点与研究方法产生了浓厚的兴趣,包括市场与非市场之间的区别与联系,市场与非市场一体化战略的含义与分析方法、4I(Issues, Interests, Institutions, Information)分析框架、公共政策生命周期、集体行动、企业与传媒的关系等。通读这本教材使我得出两方面明确结论。一方面,当时国内工商管理硕士(MBA)教育课程体系基本上都是针对企业中层管理者的职能管理而设计的,包括人力资源、财务会计、市场营销、生产作业管理和信息系统管理等,这是一门少见的定位于企业高层管理者组织管理与战略管理职能的交叉学科与新兴学科,其全新的视角与多学科知识的综合运用将会有效弥补中国企业高层管理者专业教育领域的空白。另一方面,由于这门学科的新兴性以及美国与中国的政治、经济、法律制度与文化传统存在巨大差异,这

本教材中多学科交叉融合的理论框架以及核心内容之间的逻辑关系尚不清晰,特别是以美国社会为背景的许多非市场战略案例难以对中国的现实管理情景进行深入的还原与解读。这门学科引入中国的工商管理教育体系还需要在理论基础与框架、概念与内容之间的逻辑关系以及案例本土化方面进行大量的开创性工作,而这正是我的研究兴趣所在。

1998年之后,我开始自编讲义为北京大学光华管理学院的MBA和企业管理硕士研究生开设“企业与环境”选修课,授课实践中感觉环境的含义过于宽泛且难以突出非市场战略的重要性,遂将课程更名为“企业的非市场环境与非市场战略”,北大光华管理学院应当是国内高校中最早,可能也是唯一开设这门课程的商学院。随着授课过程中对讲义结构与内容的不断更新与完善,我对于企业的非市场环境与非市场战略的概念、理论框架、内容体系之间的逻辑关系的思考逐步深入并形成系统化的观点。同时,也积累了大量的中国本土特色的非市场战略案例素材。以课程讲义和案例素材为基础,我于2009年向北京大学教材出版基金申请新兴学科与边缘学科教材立项并获得批准。经过三年艰辛的写作过程,2013年5月书稿付梓交由北京大学出版社出版,15年的努力和坚持终于以这本书的形式呈现。

二、本书结构与体系特色

作为国内第一本系统阐述企业的非市场环境与非市场战略的理论与实践应用的教材,本书在分析视角、结构体系、理论框架、多学科知识整合、内容结构与逻辑关系设计等方面都具有独创性。

1. 分析视角

目前高校商学院的“战略管理”课程基本上都是从企业的市场竞争或业务竞争视角分析企业的战略决策过程,核心内容聚焦于如何通过差异化战略(技术创新导向)和低成本战略(成本控制导向)形成企业的核心竞争力,关注竞争对手之间在供应链管理和价值管理方面的能力差异。“企业的非市场环境与非市场战略”则从企业的非市场竞争或组织竞争的视角分析企业的非市场战略决策过程,核心内容聚焦于企业如何通过利益联盟战略、政治战略、诉讼战略、传媒战略与公关战略获取市场机会及获取、维护与修复企业的组织合法性,关注企业与其利益相关者之间基于获取资源或化解社会压力而形成的利益博弈关系以及超越利益冲突寻求合作共赢的非市场战略思维。企业的市场战略侧重经济和技术因素对企业主营业务竞争力影响的分析,企业的非市场战略以利益分析为基础,以政治、法律和社会因素对企业的组织竞争影响为主线,综合了经济学、管理学、法学、政治学、公共管理或行政管理学、社会学等多学科的理论及知识,以多维的观察视角阐述了企业的市场战略与非市场战略的整合与互补功能。

2. 结构体系

全书共分为六章,涵盖了企业的非市场环境与非市场战略理论与实践应用的主要领域。其中第一、二章重点是理论介绍,第三至六章重点是实践应用。

第一章主要阐述了企业环境、企业的利益相关者与企业战略的概念、相关理论及其彼此之间的逻辑关系,奠定了这门学科的基础理论。以企业与其利益相关者之间的利益关联属性与特征的深入分析为基础,将企业的市场环境、市场战略、业务竞争与企业的非市场环境、非市场战略、组织竞争的概念、分析视角与边界进行了清晰的界定与解释。

第二章主要介绍了企业的非市场环境 with 战略的理论框架与分析工具,从非市场战略的视角将战略管理、组织管理与利益相关者管理等理论进行延伸与扩展,重点介绍了最能体现这门学科特色的理论与分析工具。通过比较企业的市场环境与非市场环境的联系与区别,系统阐述了聚焦企业非市场问题的非市场环境分析(4I)框架、公共政策生命周期分析、企业的非市场资源与非市场战略管理能力的构成、企业的非市场战略决策模型以及企业市场—非市场一体化战略管理制定流程。

第三章主要阐述了竞争性企业之间以竞争与合作动态博弈为特征的利益关系及利益联盟的功能与作用,指出了行业内竞争对手之间超越竞争维护行业共同利益的重要性与可能性,为企业制定利益联盟战略提供了理论指导与实践应用案例。在分析个人利益、集体利益、公共利益之间相互关系的基础之上,介绍了利益集团形成原因、作用机制、企业集体行动的逻辑及影响集体行动效率的关键因素。在对中关村科技园区协会实地调研的基础上,总结概括了行业协会的职能、运作模式、组织功能与作用机制。

第四章主要阐述了企业与国家机关之间的利益关系。在分析市场失灵、政府失灵的基础上,阐述了国家管理体制改革的必要性和方向,系统介绍了国家机关的构成、法律地位、运行机制及基本职能,对公共政策的本质、功能、公共决策规则与过程以及公共政策与企业之间的关系进行了清晰的界定和分析,为企业制定政治战略与诉讼战略提供了理论指导与实践应用案例。本章全面介绍了我国立法机关、行政机关、司法机关的组织结构、主要特征及在国家治理体系中的功能和基本职权、国家机关行使职权的基本程序以及现行体制存在的主要问题,包括立法程序与立法征集民意的方式;行政立法、行政执法与行政司法的基本程序与主要制度;司法审判基本制度及诉讼形式与法律责任等,使企业高层管理者能够从多维的视角全面了解我国的政治环境,特别是国家权力机关运行体系与机制的特点。

第五章主要阐述了企业与大众传媒之间的利益关系。重点论证了大众传媒的性质、特征以及大众传媒在企业非市场环境中的地位与作用。通过分析企业与大众传媒之间基于利益关联的合作与冲突博弈关系,为企业制定传媒战略提供了理论指导与实践应用案例。

第六章主要阐述了企业与非政府组织之间的利益关系。重点介绍了非政府组织的特征、功能与类型、非政府组织失灵的原因与后果以及非政府组织在企业非市场环境中的地位与作用。通过系统分析企业与非政府组织、政府之间的利益博弈关系以及我国的消费者权益保护组织、环境保护组织、工会组织的性质、现状和作用,为企业制定公关战略提供了理论指导与实践应用案例。

3. 专栏

设计专栏的目的,是通过选取与特定章节论述的主题或阐述的观点相对应的新闻报道、评论文章或者专题调查,以便读者更加广泛与深入地了解某些现象或事实背后的本质与规律性。全书共有 17 处专栏,大多选取人们所熟悉的政治、法律与社会热点新闻事件或专题评论,期望能够引发人们深入思考,诸如沃尔玛的低成本市场战略成效与其组织合法性社会评价之间的巨大反差,国家机关官员如何“寻租”攫取腐败利益,具有中国特色的立法游说方式,我国行政立法、行政执法过程中引人关注的热点问题以及司法权力滥用的恶果,企业与大众传媒、非政府组织之间利益冲突的起因与解决途径等。

4. 案例

案例是企业的非市场环境与非市场战略在现实生活中运用的最好诠释。我根据多年积累的素材共编写了 12 个具有中国本土特色的案例。案例和课堂讨论思考题涵盖了各章的主题内容,包括民意舆论对企业市场战略实施的重大影响,立法过程中的利益博弈关系,企业的市场—非市场一体化战略的实施,竞争性企业为维护行业共同利益而在行业自律、影响产业政策及上下游企业集体谈判过程中寻求合作的努力,企业影响公共政策的目标与途径,企业诉讼战略背后的真正意图,企业如何应对大众传媒、非政府组织对企业的批评与社会压力等。

三、本书的理论基础与核心观点

本书涉及的理论包括但不限于:组织理论、战略管理理论、利益相关者理论、制度理论、公共政策生命周期理论、公共选择理论、集体行动理论、利益集团理论、寻租与非生产性寻利理论以及管理学、经济学、法学、社会学、政治学、公共管理或行政管理学等学科的一些基本原理。

本书也提出了一些独特的核心观点:

(1) 强调企业组织具有经济和社会双重属性。企业的经济功能通过市场方式实现,但企业的许多社会功能只能通过非市场方式实现。

(2) 将企业的利益相关者划分为市场关系利益相关者与非市场关系利益相关者,区分了两类利益相关者不同的利益关联方式及对企业决策的影响途径。

(3) 将企业的竞争分为业务竞争与组织竞争不同的层次,企业的业务竞争在市场层面进行,以获取利润为目标,追求效率。企业的组织竞争在非市场层面进行,追求组织合法性,以获取社会声誉为目标。

(4) 从企业利益相关者的基本概念出发,将企业的市场环境与非市场环境、市场战略与非市场战略的关系、边界以及区别进行了清晰界定及逻辑结构的阐述,明确提出了企业非市场战略的含义与两种基本类型:

一种是企业应对利益相关者影响(如何满足利益相关者的利益诉求)的战略,包括前瞻性战略、服从战略、防御战略、反抗战略等。

另一种是企业影响利益相关者(如何表达和实现企业利益诉求)的战略,包括影响立法机关、行政机关的政治战略(影响公共政策);影响司法机关及威慑性的诉讼战略;影响大众传媒的传媒战略;影响非政府组织及社会公众的公关战略;竞争者之间基于集体行动合作模式的利益联盟战略。

(5) 明确提出了制定企业的市场—非市场一体化战略的基本思路及目的:

第一,制定市场战略时融入利益相关者的利益诉求;

第二,制定非市场战略推动或协同市场战略的实施或调整,以实现两类目的:一是基于获取关键资源的市场—非市场一体化战略;二是基于消除社会压力的市场—非市场一体化战略。

(6) 在引进美国斯坦福大学教授大卫·P·拜恩(David P. Baron)非常著名的“Four I”非市场环境 with 战略分析方法、公共政策生命周期理论以及企业的非市场资源与非市场战略管理能力核心观点的基础上,扩展了这些理论与观点的内涵与理解,重新构建了系统的非市场战略决策模型:一是识别并确认企业面临的非市场问题;二是聚焦企业非市场问题的非市场环境分析(4I分析);三是预测非市场问题演化为公共问题的可能性及其生命周期阶段;四是分析并评估企业的非市场资源价值与非市场战略管理能力的水平;五是综合非市场环境分析结果与资源能力状况制定有针对性的非市场战略。

(7) 提出了权衡优先满足企业利益相关者相互冲突的利益诉求的基本原理,即效率原理、权利原理与公正原理;明确了企业非市场战略的基本类型、战略目标、战略核心及主要应用领域。

(8) 对利益集团、压力集团、特殊利益集团进行了概念区分,厘清了个人利益、集体利益与公共利益之间的联系与区别,在引进美国学者曼瑟尔·奥尔森(Olson, Mancur)《集体行动的逻辑》核心观点的基础上,阐述了企业维护共同利益、采取集体行动之间的内在逻辑关系。对行业协会的组织功能(整合行业共同利益,提高企业集体行动效率)与作用机制(企业共同利益整合、表达和实现机制以及社会中介作用机制)进行了系统的阐述与分析。

(9) 提出了公共政策的本质与功能是国家调整社会利益关系的博弈规则与结果的观点,对于公共政策如何影响企业及企业如何影响公共政策的方式与途径进行了概括性的总结与分析,厘清了“寻租”与“直接非生产性寻利”行为的联系与区别,从利益博弈与制度交易的角度评价了直接非生产性寻利行为在推动制度创新方面的积极作用。

(10) 系统阐述了企业与非政府组织、政府三方之间合作与冲突利益博弈的领域及主要议题。明确提出,虽然非政府组织经常以维护公共利益的名义对企业施加社会压力,但在企业履行社会责任方面,非政府组织是不可或缺的合作伙伴。

蔡曙涛

2013年5月于北京大学光华管理学院

目 录

第一章 企业环境与企业战略管理	(1)
第一节 企业环境的含义与构成	(1)
一、企业管理与企业环境	(1)
二、企业战略管理与企业环境	(4)
三、企业环境的构成	(7)
第二节 企业与利益相关者	(12)
一、企业组织的生态系统和利益关系网络	(12)
二、企业利益相关者的概念与类型	(18)
三、企业战略管理视角中的利益相关者	(23)
案例 1-1 富通昭和公司因民众“反日情绪”股票发行受阻	(24)
第三节 企业战略管理理论与应用领域拓展	(30)
一、企业之间的业务竞争与组织竞争	(30)
专栏 1-1 沃尔玛 当第一真难	(31)
二、企业的市场环境与非市场环境	(34)
三、企业的市场战略与非市场战略	(37)
第二章 企业的非市场环境 with 战略	
——理论框架与分析工具	(43)
第一节 企业市场环境与非市场环境的联系	(43)
一、企业市场环境与非市场环境的联系	(43)
二、企业市场环境与非市场环境的区别	(45)
第二节 企业非市场环境 with 战略分析的理论框架	(47)
一、聚焦企业非市场问题的非市场环境分析	(47)
二、公共政策的生命周期	(56)
案例 2-1 中国家用汽车“三包”制度背后的利益博弈	(60)
三、企业的非市场资源 with 非市场战略管理能力	(69)

四、企业的非市场战略决策模型	(73)
第三节 企业市场—非市场一体化战略管理	(75)
一、影响企业市场机会的非市场力量	(75)
专栏 2-1 口香糖残渣清洁成本应当由谁承担	(77)
二、企业非市场战略的应用领域	(79)
三、企业市场—非市场一体化战略制定与实施	(82)
案例 2-2 华为公司追究前员工的刑事责任欲动谁的奶酪?	(84)
第三章 竞争性企业之间的合作博弈	(93)
第一节 利益与利益集团	(93)
一、个人利益、集体利益与公共利益	(93)
二、利益集团的本质、特征与功能	(96)
三、西方国家利益集团的作用机制	(99)
第二节 企业的集体行动	(102)
一、集体行动的逻辑	(102)
专栏 3-1 美国退休人员协会权力有多大?	(107)
二、集体行动的效率	(109)
三、竞争性企业之间的合作博弈规律	(114)
第三节 行业协会的职能与运作模式	
——以中关村科技园区协会为例	(117)
一、中关村科技园区协会的特点	(118)
二、中关村科技园区协会的主要职能	(120)
三、中关村科技园区协会的运作模式	(122)
四、行业协会组织功能与作用机制	(125)
第四节 企业的非市场战略案例——利益联盟战略	(128)
案例 3-1 中国彩电生产企业的价格大战与价格联盟	(129)
案例 3-2 炒货供应商抵制超市巨头家乐福的集体行动	(135)
案例 3-3 我国卡拉 OK 版权收费标准的演变过程	(145)
第四章 企业与国家机关	(154)
第一节 国家机关的法律地位与职能	(154)
一、国家宪政体制与国家权力的监督与制约机制	(154)
二、国家的经济职能	(160)
三、我国国家机关的构成	(165)
四、我国法律体系运行机制	(167)

第二节 公共政策——国家调整社会利益关系的博弈规则与结果 …	(171)
一、公共政策的本质与功能 ……………	(171)
二、公共政策过程 ……………	(173)
三、公共决策投票规则 ……………	(175)
四、公共政策与企业的关系 ……………	(177)
五、公共政策制定过程中的“寻租”与“直接非生产性寻利”行为 ……	(180)
专栏4-1 商务部、工商总局官员因外资审批窝案相继落马 ……	(185)
第三节 企业与立法(权力)机关 ……………	(189)
一、立法机关的特征与功能 ……………	(189)
二、我国立法机关的组成与职权…………	(190)
三、立法程序…………	(192)
四、我国立法过程中征集民意的途径与方式 ……………	(194)
五、我国立法体制存在的主要问题 ……………	(196)
专栏4-2 立法角力:中国立法游说集团浮现 ……………	(198)
第四节 企业与行政机关(政府) ……………	(202)
一、行政机关的特征与功能 ……………	(202)
二、我国行政机关的组成与职责…………	(206)
三、行政立法…………	(212)
专栏4-3 专家称乳业新国标倒退25年 制定时备受乳企干扰 ……	(215)
四、行政执法…………	(218)
专栏4-4 农夫山泉“砒霜门”风波 ……………	(226)
五、行政司法…………	(230)
六、我国行政管理体制存在的主要问题 ……………	(233)
专栏4-5 发改委:约谈企业稳定物价不是行政干预 ……………	(234)
第五节 企业与司法机关 ……………	(236)
一、司法机关的特征与功能 ……………	(236)
二、我国司法机关的组成与职权…………	(238)
三、司法审判基本制度 ……………	(242)
四、诉讼程序及法律责任 ……………	(244)
五、我国司法体制存在的主要问题 ……………	(247)
专栏4-6 透视黄静案中司法权力滥用的现象…………	(249)
第六节 企业的非市场战略案例——政治战略与诉讼战略 ……	(252)
案例4-1 车船税法草案——计税依据与功能定位之争 ……………	(253)
案例4-2 安利公司与中国的直销行政立法 ……………	(258)