

CHARLES W. L. HILL GARETH R. JONES

战略管理

欢迎访问本书第六版网址 <http://college.hmco.com/business>

一部有思想的战略管理教科书

[美] C.W.L. 希尔 G.R. 琼斯 / 著 孙忠 / 译



中国市场出版社

天下风华教材系列

战略管理

欢迎访问本书第六版网址 <http://college.hmco.com/business>

[美] C.W.L. 希尔 G.R. 琼斯 / 著 孙忠 / 译

strategic management

中国 市场 出版 社

图书在版编目 (C I P) 数据

战略管理/ (美) 希尔, (美) 琼斯著; 孙忠译. —北京: 中国市场出版社, 2005. 9
ISBN 7 - 80155 - 919 - 3

I. 战... II. ①希... ②琼... ③孙... III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 086784 号

著作权合同登记号: 图字 01 - 2005 - 3741 号

Charles W. L. Hill Jones Gareth R. Jones

Strategic Management

ISBN 0 - 618 - 30953 - 5

First published by Houghton Mifflin Company, Boston, Massachusetts, United State of America.

Strategic Management copyright © 2004 by Houghton Mifflin Company.

Simplified Chinese edition copyright © 2005 by Scientific and Educational Press Ltd.

All rights reserved.

本书中文简体字翻译版由中国市场出版社出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

书 名: 战略管理

作 者: (美) 希尔 琼斯

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话: 编辑部 (010) 68033067 读者服务部 (010) 68022950

发行部 (010) 68021338 68020340

68024335 68033577

经 销: 新华书店

印 刷: 北京中租胶印厂印刷

规 格: 787 × 1092 毫米 1/16 34 印张 700 千字

版 本: 2005 年 10 月第 1 版

印 次: 2005 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7 - 80155 - 919 - 3 / F · 614

定 价: 65.00 元

版权所有, 翻印必究。

使用指南

<http://college.hmco.com/business>

欢迎您使用希尔教授和琼斯教授撰写的经典教材《战略管理》第6版。自第一版上市以来，本书一直是最受教师和学生以及企业界欢迎的战略管理教材。

战略管理课程力图帮助学生理解两个企业管理中的基本问题：“企业竞争优势的来源是什么？”“企业如何获得持续的竞争优势？”

本书在教学方法上强调概念的整体性和关联性，通过章节的演进，学生可以获得对基本概念的不断深入的理解和体会。丰富的案例帮助学生理解真实企业面临的战略挑战以及如何在相互冲突的选择中进行权衡取舍。

本书每一章均以开篇案例，导入本章讨论的战略管理分析的背景和现实问题。在每章结束时还有总结案例，帮助学生通过案例分析和案例问题的解答回顾本章分析的要点和方法。戴尔公司的案例作为学习伴随案例贯穿全部课程的学习，有助于学生获得企业所面对的战略管理问题及其发展的整体概念。59个专题讨论对正文中的讨论提供了进一步的焦点分析。

战略管理教学的目的是学会实际的分析方法。本书配有大量基于现实世界情景或数据的动手练习，包括小组讨论、文献查询、战略管理项目和网上作业。

为学生提供的网上学习资源请登录以下网址，“查看”方式下的“编码”可选用“用户定义的”。

<http://college.hmco.com/business/hill/strategic/6e/students/index.html>

为教师提供的网上资源请登录以下网址，“查看”方式下的“编码”可选用“用户定义的”，其中的教学课件受密码保护。

<http://college.hmco.com/business/hill/strategic/6e/instructors/index.html>

本教材中文版开发商天下风华为授课教师提供了教师光盘（内容包括教师手册，中英文幻灯片）。

采用本书或其英文原版书作教材的老师可以向天下风华申请教师光盘，原版书及教师光盘信息请致电或发电子邮件联系

电话：010—68033067

传真：010—68023034

邮件：service@globalglamour.com

globalglamour@126.com

天下风华 传递有思想的信息

www.globalglamour.com

Delivering thoughtful messages

作 者 序

本书第5版业已证明是市场上最受欢迎的战略管理教科书。在过去的每一个版次中，我们总能吸引到新的教师来使用本教材，他们同我们一样，关心所使用的教材能否跟上时代的发展，新的战略管理理论进展和重要的议题是否得到了体现。在推出这一最新版本的教材时，我们进行了重大的修改。本书的第1版撰写于20世纪80年代后期。尽管我们一直努力更新它的内容，但它的结构还是不免有过去的痕迹。我们借本次新版的机会对全书进行了重写，保留了以前版次中最受欢迎的部分，补充了新的材料，删除了当今较少讨论的内容。我们相信，经过上述修改，本书将成为新世纪市场上最专注于现实战略和竞争优势，同时也是最切合教授和学生需要的战略管理教科书。

综合性与当代性

本版的组织结构见第1章图1.3，总体上反映了前几版的风貌：所分析的概念前后相互依赖，前面的章节为后面章节出现的概念进行铺垫。尽管总体结构似曾相识，但其中一些章节已经做了重大修改，我们还增设了新的章节来反映战略管理研究领域的最新成果。

本书结构上的变化

- 第7章“高技术产业的战略”是新增加的一章。本章旨在加强对快速技术变化市场条件下的战略分析。
- 第11章“企业绩效、公司治理与商业伦理”是新增加的另一章。本章通过许多公司经理的不道德行为、公司治理机制（如董事会）没能履行约束不道德行为的职责以及这种失职对本企业绩效的负面影响等实例，增加了商业伦理及公司治理方面的材料。例如世通公司和安然公司的董事会就没有对公司的不道德行为起到制止的作用，导致了绩效不佳，到了2002年两家企业均告破产。
- 第5版第2章中原来的材料“利益相关者与公司使命”被融合到其他章节

中。有关公司使命与公司目标的材料放在第1章“战略管理过程”中。利益相关者、商业伦理和公司治理的内容移到新的第11章里，其涵盖的内容也大大地扩展了。

- 第5版中的第11~14章被压缩为第12章和第13章。第12章处理在单一产业里竞争企业的战略实施问题，包括组织结构、战略控制和企业文化。它同时还包括职能层和一般业务层的战略实施，以及结构重组和公司再造等等。第13章处理业务多元化企业的战略实施，特别关注全球化战略实施以及信息技术对战略实施的影响。

各章节内部的重大变化

- 在第1章中增加了“卓越绩效与竞争优势”一节，强调战略就是为了实现可持续的竞争优势。
- 在第3章中增加了“竞争优势与赢利能力分析”一节。它详细地说明了战略选择如何影响企业的赢利能力。这一节还解释了如何通过财务报表分析揭示不同战略选择的财务后果及负责战略的经理应当怎样分析战略决策对公司财务状况的影响。
- 对第6章“萌芽产业与成长产业的战略”一节进行了重大修改，特别是关于产业不同成长阶段竞争性质的变化及其对战略选择的影响。这一节探讨了为什么众多的在萌芽产业中取得成功的企业无法跨越到成长产业中来。
- 第7章是新增加的。这一章分析了产业技术标准的重要性、“网络经济”的本质，以及如何在推行不同的、不可比的规格的“规格大战”中获胜。本章还讨论了高技术企业的成本结构及其战略意义、管理知识产权的战略，以及争取先行优势的战略，并在章末讨论了技术范式转移对新进入企业和已有企业的战略影响。
- 第9章增加了“水平整合”一节。这一节分析了为什么处于同一行业的企业要互相收购和融合及其战略含义。本章还增加了战略外包的内容，分析了如何通过战略外包取得竞争优势。
- 第11章“企业绩效、公司治理和商业伦理”是新增加的。本章揭示了拙劣的公司治理和不道德的行为的结合如何损害公司的绩效，强调了管理好利益相关者、形成强有力的公司治理机制与作出符合伦理的决策在战略上的重要性。本章应用了代理理论解释公司治理失败和不道德的商业行为的原因，其中大量使用了当前真实的公司欺诈丑闻来说明要点。将安然公司作为开篇的案例，还讨论了世通公司、泰科公司、CA公司（Computer Associates）的丑闻和不道德行为。

在修订过程中，我们仔细保存了战略管理流程叙述的平衡性和整合性。而且，在增加新材料的同时，也删除了一些有点儿过时的以及较不重要的概念和信

息,以确保学生们把注意力集中在本领域中的核心概念和问题上。我们还密切关注保持本书的可读性。

最后,我们要强调一下案例的选择。这一版中包含 43 个案例,其中 27 个是新增的案例,其他的案例也都经过了更新和修改。例如,在家庭录像游戏案例中加入了 X-Box 和索尼 PlayStation 2 的材料。Air Express 和 Airborne Express 的数据也更新到了 2002 年。柯达公司围绕数码成像(digital imaging)问题的案例也进行了重大改写。同以往一样,我们时刻注意淘汰质量不佳的案例,我们相信,本书的案例选择是市场上最好的。

战略管理实际操作:一种互动的学习方法

我们希望你会喜欢每章结尾处提供的战略管理实际操作练习与作业。每章在本章总结和讨论题之后包括以下作业与练习:

- 小组练习。20 分钟的分小组练习,要求学生讨论与战略管理相关的某一方面的问题。例如,第 11 章的小组练习是要求学生识别他们所在的教育机构的利益相关者以及他们的要求如何得到满足或者是否应当得到满足。
- 文献查询。这一练习要求学生检索商业杂志,找出面临着特定战略管理问题的企业。例如,教师可能要求学生找出一家追求低成本或差异化战略的公司,描述这家公司的战略、优势和劣势,以及为实现公司目标所需要的核心竞争力。学生们的报告会极大地活跃课堂气氛。
- 战略管理项目。学生分成小组,选择一家公司,在整个学期里根据每章后面列出的系列问题对这家公司进行分析。例如,如果学生们选择了福特汽车公司,他们将在章后问题的指导下,搜集有关高层领导、使命、伦理处境、国内和国外战略与结构等的信息。最后,学生应当写出一篇所选择公司的案例分析,在学期末向全班报告。通常我们会在学期的前面部分要求学生书对书中的案例进行分析报告,但是现在我们将学生自主选择的项目作为主要的课堂作业,他们的报告则成为整个学期学习的高潮。
- 网络研究。要求学生搜索某一网站回答同本章所学有关的问题。例如第 8 章的作业是访问 IBM 网站,分析其全球性竞争战略。有时也会要求学生自行搜寻网站回答问题。
- 总结案例研究。在每章结束时提供了简短的总结案例,供学生对本章相关主题进行小型的课堂讨论。

我们不要求学生完成每章所布置的所有作业和练习。在一学期的教学中,教师可以安排 1 个小组战略管理项目、5~6 个商业杂志文章作业、5~6 个网络检索作业和 8~10 次小组练习。

我们发现互动的战略管理教学法深受学生的欢迎,帮助他们极大地提高了学习质量。关于这一方法的详细讨论见本教材的教师手册。

致 谢

This book is the product of far more than two authors. We are grateful to George Hoffman, our editor-in-chief, and Steve Mikels, our marketing manager, for their help in promoting and developing the book and for providing us with timely feedback and information from professors and reviewers that have allowed us to shape the book to meet the needs of its intended market. We are also grateful to Susan Kahn, associate sponsoring editor, for ably coordinating the planning of our book and for managing the creation of the ancillary materials; and grateful to Rachel D'Angelo Wimberly, senior project editor, and May Jawdat, editorial assistant, for their adept handling of production. We are also grateful to the case authors for allowing us to use their materials. We also want to thank the departments of management at the University of Washington and Texas A&M University for providing the setting and atmosphere in which the book could be written, and the students of these universities who reacted to and provided input for many of our ideas. In addition, the following reviewers of this and earlier editions gave us valuable suggestions for improving the manuscript from its original version to its current form:

Ken Armstrong, *Anderson University*
Kunal Banerji, *West Virginia University*
Glenn Bassett, *University of Bridgeport*
Thomas H. Berliner, *The University of Texas at Dallas*
Richard G. Brandenburg, *University of Vermont*
Steven Braund, *University of Hull*
Philip Bromiley, *University of Minnesota*
Geoffrey Brooks, *Western Oregon State College*
Lowell Busenitz, *University of Houston*
Gene R. Conaster, *Golden State University*
Steven W. Congden, *University of Hartford*
Catherine M. Daily, *Ohio State University*
Robert DeFillippi, *Suffolk University Sawyer School of Management*
Helen Deresky, *SUNY-Plattsburgh*
Gerald E. Evans, *The University of Montana*
John Fahy, *Trinity College, Dublin*
Patricia Feltes, *Southwest Missouri State University*
Mark Fiegenger, *Oregon State University*
Isaac Fox, *Washington State University*
Craig Galbraith, *University of North Carolina at Wilmington*
Scott R. Gallagher, *Rutgers University*
Eliezer Geisler, *Northeastern Illinois University*
Gretchen Gemeinhardt, *University of Houston*
Lynn Godkin, *Lamar University*
Robert L. Goldberg, *Northeastern University*

Graham L. Hubbard, *University of Minnesota*
Tammy G. Hunt, *University of North Carolina at Wilmington*
James Gaius Ibe, *Morris College*
W. Grahm Irwin, *Miami University*
Jonathan L. Johnson, *University of Arkansas Walton College of Business Administration*
Marios Katsioloudes, *St. Joseph's University*
Robert Keating, *University of North Carolina at Wilmington*
Geoffrey King, *California State University-Fullerton*
Rico Lam, *University of Oregon*
Robert J. Litschert, *Virginia Polytechnic Institute and State University*
Franz T. Lohrke, *Louisiana State University*
Lance A. Masters, *California State University-San Bernardino*
Robert N. McGrath, *Embry-Riddle Aeronautical University*
Charles Mercer, *Drury College*
Van Miller, *University of Dayton*
Joanna Mulholland, *West Chester University of Pennsylvania*
Francine Newth, *Providence College*
Paul R. Reed, *Sam Houston State University*
Rhonda K. Reger, *Arizona State University*
Malika Richards, *Indiana University*
Ronald Sanchez, *University of Illinois*
Joseph A. Schenk, *University of Dayton*
Brian Shaffer, *University of Kentucky*
Pradip K. Shukla, *Chapman University*
Dennis L. Smart, *University of Nebraska at Omaha*
Barbara Spencer, *Clemson University*
Lawrence Steenberg, *University of Evansville*
Kim A. Stewart, *University of Denver*
Ted Takamura, *Warner Pacific College*
Bobby Vaught, *Southwest Missouri State*
Robert P. Vichas, *Florida Atlantic University*
Daniel L. White, *Drexel University*
Edgar L. Williams, Jr., *Norfolk State University*

Charles W. L. Hill

Gareth R. Jones

本教材中文版开发商天下风华感谢 Gregory G. Dess 教授和徐二明教授在选题上的指导, 感谢北京大学光华管理学院武常歧教授、许德音教授、周长辉教授的审阅意见和帮助, 感谢清华大学经管学院宁向东教授的审阅意见, 感谢对外经济贸易大学国际商学院范黎波教授和中欧工商管理学院肖知兴教授的帮助。

目 录

第一部分 战略管理导论

第1章 战略管理过程	(3)
开篇案例：戴尔电脑公司	(3)
1.1 概论	(5)
1.2 卓越绩效与竞争优势	(6)
1.3 战略管理者	(8)
1.4 战略规划	(10)
1.5 突现应对的战略	(18)
1.6 战略规划实务	(23)
1.7 战略领导与决策	(26)
本章总结	(30)
讨论题	(31)
战略管理实际操作	(31)
总结案例：Yahoo 公司的战略演变	(33)
第2章 外部分析：识别产业机会与威胁	(35)
开篇案例：电信业的兴衰	(35)
2.1 概论	(37)
2.2 产业的定义	(37)
2.3 波特的五种竞争力量模型	(39)
2.4 产业内部的战略群组	(50)
2.5 产业生命周期分析	(52)
2.6 产业分析模型的局限性	(56)
2.7 宏观环境的影响	(58)

2.8 全球产业环境和国家产业环境	(62)
本章总结	(67)
讨论题	(68)
战略管理实际操作	(69)
总结案例：网络革命颠覆证券经纪业	(70)

第二部分 竞争优势的本质

第3章 内部分析：独特的企业竞争力、竞争优势与赢利能力 (75)

开篇案例：BJ's 批发公司的竞争优势	(75)
3.1 概论	(77)
3.2 独特的企业竞争力与竞争优势	(77)
3.3 价值链分析	(84)
3.4 竞争优势的基本构成要素	(87)
3.5 竞争优势与赢利能力分析	(93)
3.6 竞争优势的持续性	(96)
3.7 避免失败与持续的竞争优势	(101)
本章总结	(106)
讨论题	(106)
战略管理实际操作	(106)
总结案例：思科系统公司	(107)

第4章 运用职能层战略创建竞争优势 (109)

开篇案例：CSX 公司确保火车正点运行	(109)
4.1 概论	(110)
4.2 卓越的效率	(111)
4.3 效率、柔性制造与大规模定制	(117)
4.4 卓越的品质	(127)
4.5 卓越的创新	(134)
4.6 卓越的客户响应	(141)
本章总结	(144)
讨论题	(144)
战略管理实际操作	(145)
总结案例：利维牛仔裤的新生	(146)

第三部分 战略理论

第 5 章 运用业务层战略创建竞争优势	(151)
开篇案例：丰田公司的目标？符合每一位顾客需要的高价值交通工具	(151)
5.1 概论	(152)
5.2 什么是业务层战略？	(153)
5.3 选择基本的业务层战略	(158)
5.4 竞争性定位与业务层战略	(173)
本章总结	(185)
讨论题	(185)
战略管理实际操作	(186)
总结案例：E * Trade 公司利用互联网获得低成本优势	(187)
第 6 章 竞争战略与产业环境	(188)
开篇案例：时尚世界中的信息科技、互联网和变革战略	(188)
6.1 概论	(189)
6.2 零散型产业的战略	(190)
6.3 萌芽产业与成长产业的战略	(193)
6.4 成熟产业的战略	(202)
6.5 衰退产业的战略	(216)
本章总结	(220)
讨论题	(220)
战略管理实际操作	(220)
总结案例：eBay 公司在拍卖行业掀起革命	(221)
第 7 章 高技术产业的战略	(223)
开篇案例：将 Wintel 垄断扩展到无线通信领域	(223)
7.1 概论	(224)
7.2 技术标准与规格大战	(225)
7.3 打赢规格战的战略	(232)
7.4 高技术产业的成本	(235)
7.5 知识产权的管理	(238)
7.6 获取先行者优势	(240)

7.7 技术范式转移	(246)
本章总结	(253)
讨论题	(253)
战略管理实际操作	(254)
总结案例: IBM 公司的演化	(255)
第8章 全球化背景下的战略	(257)
开篇案例: MTV 适应全球化扩张的要求	(257)
8.1 概论	(259)
8.2 通过全球化扩张提高利润	(259)
8.3 降低成本和提高本地客户响应	(263)
8.4 全球化战略的选择	(268)
8.5 基本的全球化决策	(274)
8.6 进入海外市场的模式	(278)
8.7 全球战略联盟	(285)
8.8 有效的战略联盟	(286)
本章总结	(289)
讨论题	(290)
战略管理实际操作	(291)
总结案例: 通用汽车公司的全球化战略	(292)
第9章 公司战略: 水平整合、垂直整合与战略外包	(294)
开篇案例: 世通公司的崛起	(294)
9.1 概论	(296)
9.2 水平整合	(297)
9.3 垂直整合	(303)
9.4 垂直整合的替代选择: 合作关系	(310)
9.5 战略外包	(314)
本章总结	(320)
讨论题	(320)
战略管理实际操作	(320)
总结案例: AOL 时代华纳公司: 水平整合与垂直整合	(322)
第10章 公司战略: 多元化、收购和内部创业	(324)
开篇案例: 泰科国际公司的故事	(324)

10.1 概论	(326)
10.2 超越单一产业的扩张	(326)
10.3 通过多元化提高赢利能力	(330)
10.4 多元化的几种形式	(337)
10.5 多元化的局限性	(338)
10.6 进入战略：内部创业	(343)
10.7 进入新业务的战略：收购	(347)
10.8 进入战略：合资公司	(354)
10.9 重组	(355)
本章总结	(357)
讨论题	(358)
战略管理实际操作	(358)
总结案例：1995—2002 年间 AT&T 公司的业务范围	(360)

第四部分 战略实施

第 11 章 企业绩效、公司治理和商业伦理	(365)
-----------------------	-------

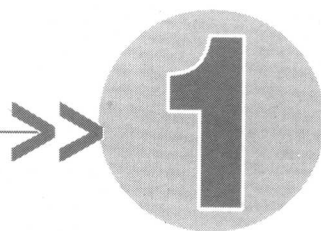
开篇案例：安然公司的倒掉	(365)
11.1 概论	(367)
11.2 绩效不佳的原因	(368)
11.3 战略变革：改善绩效	(372)
11.4 利益相关者与公司绩效	(374)
11.5 代理理论	(381)
11.6 公司治理机制	(385)
11.7 商业伦理与战略	(396)
本章总结	(400)
讨论题	(401)
战略管理实际操作	(401)
总结案例：“大刀阔斧的阿尔”被解雇了	(402)

第 12 章 单一产业企业的战略实施	(405)
--------------------	-------

开篇案例：戴尔电脑公司的战略实施	(405)
12.1 概论	(407)
12.2 通过组织结构、控制系统和组织文化实施战略	(407)

12.3 组织结构的构成要素·····	(408)
12.4 战略控制系统·····	(414)
12.5 组织文化·····	(421)
12.6 在职能层面建立独特的企业竞争力·····	(425)
12.7 单一产业中的战略实施·····	(432)
12.8 结构重组与公司再造·····	(442)
本章总结·····	(445)
讨论题·····	(446)
战略管理实际操作·····	(446)
总结案例：山姆·沃尔顿实施沃尔玛战略的方法·····	(448)
第13章 多元化和全球化企业的战略实施 ·····	(450)
开篇案例：“新惠普”开足马力·····	(450)
13.1 概论·····	(451)
13.2 通过多事业部结构管理企业战略·····	(452)
13.3 跨国战略的实施·····	(464)
13.4 扩张模式与实施·····	(472)
13.5 IT技术、互联网与外包·····	(478)
本章总结·····	(483)
讨论题·····	(484)
战略管理实际操作·····	(484)
总结案例：休斯飞机（Hughes Aircraft）公司改变了事业部结构·····	(485)
附录：案例分析和案例分析写作 ·····	(487)
注释 ·····	(499)

STRATEGIC MANAGEMENT



**第一部分
战略管理导论**

战略管理

