

管 理 学 人 论 丛

丛书总策划/郭 毅

战略管理研究

Strategic Management Research

:: 李玉刚//著



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS



管 理 学 人 论 丛

丛书总策划/郭 毅

战略管理研究

Strategic Management Research

：李玉刚//著



华东理工大学出版社

EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

战略管理研究/李玉刚著. —上海: 华东理工大学出版社, 2005. 12

ISBN 7-5628-1699-9

(管理学人论丛)

I. 战... II. 李... III. 企业管理-研究
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 033960 号

管理学人论丛

战略管理研究

李玉刚 著

Strategic Management Research

丛书总策划/郭毅

责任编辑/许春

封面设计/戚亮轩

责任校对/金慧娟

出版发行/华东理工大学出版社

地址: 上海市梅陇路 130 号, 200237

电话: (021)64250306(营销部)

传真: (021)64252707

网址: www.hdlgpress.com.cn

印刷/江苏句容市排印厂

开本/787×1092 1/16

印张/19.5

字数/277 千字

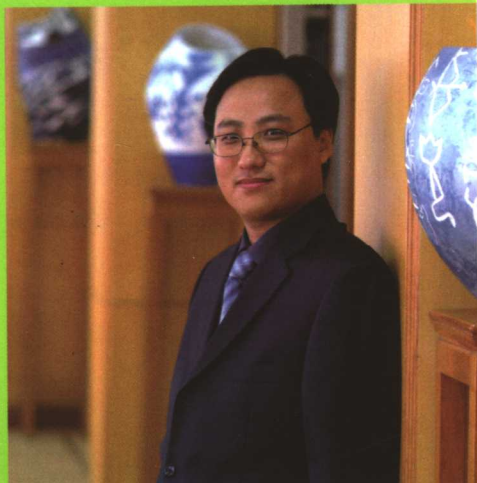
版次/2005 年 12 月第 1 版

印次/2005 年 12 月第 1 次

印数/1-3050 册

书号/ISBN 7-5628-1699-9/F·135

定价/30.00 元



李玉刚,男,1964年生,中国农业大学工学博士,浙江大学管理学博士后,现为华东理工大学商学院工商管理系主任、副教授、硕士生导师。主要从事企业战略管理和市场营销等方面的教学、研究和咨询工作。已发表学术论文30余篇,出版专著(合著)3部。

管 理 学 人 论 丛

::责任编辑/许 春

::责任校对/金慧娟

::责任设计/渲彩轩

内 容 提 要

本书把战略管理分为 12 个专题,分别从理论进展、经典文献、热点问题三个方面对其进行了探讨和研究。在“理论进展”中,介绍了相关理论的渊源、研究脉络、前沿理论问题和总体分析框架;在“经典文献”中,从《战略管理杂志》(SMJ)、《管理学会学报》(AMJ)和《哈佛商业评论》(HBR)等国际一流期刊上为每个专题精选了 10 篇文章,全书对总共 120 多篇文章进行了介绍和评述;在“热点问题”中,为每个专题选择了 2 个中国企业战略管理的热点问题,全书共提供了 24 个热点问题。本书旨在帮助读者加深对战略管理理论的理解和把握,为未来的理论研究和商业实践提供新颖的思考。

本书的阅读对象包括:企业管理专业的研究生、MBA 学生,以及其他对战略管理理论和中国战略管理热点问题感兴趣的研究和实战人员。

丛 书 导 言

“管理学人论丛”是华东理工大学商学院工商管理学科教师 and 海内外其他院校或专业人士多年来共同努力的成果。该丛书以专著、研究报告集、教材、知识性读物等形式出现,它具有如下特点:

1. 反映当前国际管理学界的部分最新研究成果及其应用情况,尤其是在组织理论与组织行为、组织管理与人力资源管理、营销管理与战略管理、服务运营管理、财务与会计、管理学研究方法论与研究方法等方面;其形式包括综述与评论、应用与发展等。

2. 反映中国管理现实中的状况与问题。比如,教学或研究所使用的案例、中国管理过程中的脉络与特性等。过去管理学界所提倡的“中国式管理”和当前管理学界所争论的“西方管理的‘技’与东方管理的‘道’”都提出了一个极具挑战性的课题,即如何在理论上演绎出符合中国人认知与行为习惯的理论框架。换言之,管理理论在中国的推广与开发同样有一个“组织认同”和“个人认同”的过程。

3. 针对管理类学科尤其是工商管理类学科的青年教师、博士生、硕士生以及工商管理硕士的课程学习或者研究需要,确定相应的选题,以迎合管理类研究生学习知识或青年教师学术研究缺乏相应的参考书之需求。

4. 对于有兴趣了解和学习当代管理理论和方法的企业界人士和其他社会各界人士,本论丛中的知识性读物也能在知识性、方法性和趣味性方面提供相应的服务。管理理论是学者对现有社会与组织运作的洞察与思索,虽然与现实社会的实际运作有一段距离,

但事实证明,它有助于实业界人士拓宽视野,转换思维;有所领悟,有所发展。

在本套丛书出版的过程中,得到了华东理工大学研究生教学立项建设的支持,也得到了学术界及各方相关人士的大力协助,在此一并表示感谢!

“管理学人论丛”策划人 郭毅

2005 年 11 月 24 日

前 言

改革开放 20 多年来,随着我国市场经济取向的改革不断深入和国际化进程的加速,我国企业已经被逐渐纳入到全球经济体系之中。企业经营环境变化迅速,竞争激烈;各种新思维、新做法层出不穷。战略管理作为研究企业未来发展方向、界定企业经营范围、寻求可持续竞争优势的一门学问,越来越受到我国广大学者和企业界人士的高度关注。

战略管理领域引起了大批研究生和学者的研究兴趣,并使其把战略问题作为自己的研究对象。通过检索万方数据资源系统中的“中国学位论文全文数据库”发现,在 2000 年到 2004 年间,“论文题名”中出现“战略”一词的学位(硕士和博士)论文有 4 526 篇,“关键词”中出现“战略”一词的有 5 040 篇。尽管不能依据是否具有“战略”一词,就认定一篇论文是否属于战略管理,但还是可以看出,在国内管理学门类的研究生中,有相当多学生学位论文的研究对象与战略有关。但是,研究生在进入战略研究领域时也遇到一些问题。由于战略管理理论繁杂,包括众多学派、理论模型和观点,初次涉猎这一学科的研究者往往会被相互冲突的学派所困扰。如何快速拨开战略理论的迷雾,对自己所研究的问题进行定位,就成为一个具有挑战性的问题。

正是为了解决上述问题,作者产生了为战略研究初猎者写一本书的打算。一旦产生了这样的想法,紧接着就是对书的内容进行定位的问题。调查发现,把战略管理作为研究对象的研究生,有些人希望多读一些理论的东西,希望做更加规范的理论研究;另有一些人希望研究一点理论,以更好地指导未来的商业实战工作。尽管目的不同,但还是有一些共同点。这些共同点表现在三个方面:一是希望

明确战略管理理论前沿问题和发展动向,形成系统的知识体系和较强的战略分析能力;二是希望能够运用战略管理的主要分析方法,对当前中国企业的一些战略管理热点问题进行深入分析和探讨;三是希望对中国企业实践中的重大问题和前沿课题进行独立思考与大胆探索,提高自己实战技能。这些要求之间是密切相关的,熟悉了前沿理论,有助于提出创新性的问题解决办法;了解企业实际和热点问题,又有助于提出新的理论问题,开展前瞻性的研究,出高水平的研究成果。

为了更好地满足研究生学习和研究战略管理的需要,在本书写作过程中特制定了“一、二、三”原则。“一”是一个中心,即以学习和研究战略管理的学生为中心;“二”是两个目标,包括提高研究生的学术研究能力和解决实际问题的能力;“三”是三类材料,包括便于研究生掌握的理论框架、便于研究生阅读的经典文献和便于讨论的热点问题。

为了确保内容的完整性,本书在结构设计上依照大家普遍能接受的框架,按照战略的内容和过程两部分进行组织。具体分为12章:战略管理总论、外部环境分析、资源与核心竞争力、业务层战略、动态竞争战略、公司层战略及总部价值、价值链整合战略、战略联盟、战略形成、战略实施、战略创新、战略家。在每一章中,又都包括三部分内容:(1)理论介绍。主要包括相关理论的渊源、研究脉络、前沿理论问题和总体分析框架。(2)推荐阅读文献。战略管理的快速发展使得一些观点和理论难以整合进成熟的理论框架中,一些经典的文章也只有阅读原文才能了解其真实和丰富的含义。研究生学习应该以文献学习为主。为此,根据理论的经典性、前沿性、针对性等要求,在世界顶尖的管理类杂志(如 Strategic Management Journal、Academy of Management Journal、Academy of Management Review、Harvard Business Review 等)上为每一章精选10篇文章,全书共精选了120多篇文章,提供出处,给予评述,指导阅读。(3)提供本土热点问题。对现实问题的关注是战略管理课程的特点,只有关注当前我国企业在经营中的热点问题,才能把理论与实际结合起来;才能起到活学活用之目的,进而提高学生解决实际问题的

能力。在每章中提供两个热点问题,全书共给出了 24 个热点问题。

尽管作者学习和研究战略管理已有多年,但是写作一本指导研究生进行战略管理研究的教学用书却不是一件轻松的事情。本书从设计到写作的最终完成,得益于我院工商管理系长期以来强调研究型 and 参与型的教学传统,得益于选修“高级战略管理”课程的各位研究生在教学过程中的积极参与,同时也得益于本人更好完成教学任务而产生的内在自我的激励。感谢工商管理系郭毅教授和各位老师的大力支持,感谢所有选修《高级战略管理》课程的研究生,感谢所有选修我主讲的《战略管理》课的 MBA 同学。

在本书的写作过程中,作者查阅了大量的国内外文献,浏览了近千篇国内外文章,由于所涉及的文献过多,本人的选取和理解难以完全到位,不当之处,恳请读者给予批评指正。

本书的阅读对象包括管理学门类的研究生、MBA 学生,以及其他对战略管理理论和热点问题感兴趣的研究人员和实战人员。

感谢华东理工大学出版社的支持。

李玉刚

2005 年 3 月于上海

电子信箱: yugangl@ecust.edu.cn

网址: <http://www.liyugang.com.cn>

目 录

CONTENTS

战略管理研究

第一章 战略管理总论

1

- 一、战略思想的早期渊源 /2
- 二、战略与战略管理 /2
- 三、战略管理理论的简要回顾 /5
- 四、战略管理研究中的几个基本问题 /15
- 五、中国企业战略管理的问题 /23
- 六、建议阅读文献 /25
- 本章参考文献 /34

第二章 外部环境分析

37

- 一、理论溯源 /38
- 二、外部环境分析框架 /42
- 三、总体环境 /45
- 四、行业结构分析和波特的“5力”模型 /52
- 五、行业类型分析 /54
- 六、中国企业的环境特征 /58
- 七、建议阅读文献 /61
- 本章参考文献 /69

第三章 资源与核心竞争力	73
一、理论溯源 /74	
二、内部环境的分析框架 /78	
三、一些待解决的问题 /81	
四、中国企业的核心竞争力问题 /87	
五、建议阅读文献 /89	
本章参考文献 /99	
第四章 业务层战略	103
一、理论溯源 /104	
二、基本分析框架 /105	
三、中国企业的竞争战略选择问题 /109	
四、建议阅读文献 /113	
本章参考文献 /121	
第五章 动态竞争战略	125
一、理论溯源 /126	
二、基本分析框架 /128	
三、中国企业的动态竞争问题 /133	
四、建议阅读文献 /136	
本章参考文献 /143	
第六章 公司层战略及总部价值	147
一、公司层战略的演变 /148	
二、基本分析框架 /152	
三、中国企业的多元化问题 /157	
四、建议阅读文献 /159	
本章参考文献 /166	
第七章 价值链整合战略	169
一、价值链的相关理论 /170	

- 二、价值链分析框架 /173
- 三、国际化经营中的价值链问题 /175
- 四、中国企业的价值链问题 /178
- 五、建议阅读文献 /181
- 本章参考文献 /188

第八章 战略联盟 191

- 一、古代中国的军事联盟 /192
- 二、战略联盟的理论溯源 /193
- 三、基本分析框架 /197
- 四、中国企业的战略联盟 /201
- 五、建议阅读文献 /204
- 本章参考文献 /211

第九章 战略形成 215

- 一、有关战略形成的各种理论 /216
- 二、基本分析框架 /220
- 三、中国企业的战略决策实践 /226
- 四、建议阅读文献 /229
- 本章参考文献 /236

第十章 战略实施 237

- 一、理论溯源 /238
- 二、基本分析框架 /241
- 三、中国企业战略实施中存在的问题 /245
- 四、建议阅读文献 /247
- 本章参考文献 /253

第十一章 战略创新 257

- 一、理论溯源 /258
- 二、分析框架 /259

三、中国企业的战略创新 /263

四、建议阅读文献 /265

本章参考文献 /271

第十二章 战略家 275

一、理论溯源 /276

二、分析框架 /283

三、中国企业家面临的问题 /286

四、建议阅读文献 /289

本章参考文献 /296

.....第一章 战略管理总论



一、战略思想的早期渊源

尽管以企业为研究对象的“战略管理”，有其特定研究范围，但是作为一个具有悠久历史的概念，“战略”应用很广泛，因此对“战略”的界定就存在着不尽相同的观点。

“战略”一词发源于西方，古希腊语有“strategos”一词，含义为“将军或领袖”，也指“指挥军队的艺术和科学”。随着历史的变迁，才在军事上出现了英语中的“strategy”一词，含义为“战略”、“战略学”、“兵法”等。19世纪初期，若米尼在其《战争艺术》一书中，把战略定义为“在地图上进行战争的艺术”。克劳塞维茨在《战争论》中，把战略定义为“为了战争目的运用战斗的学问”。20世纪中期，随着商学院《经营政策》(Business Policy)课程向《战略管理》(Strategic Management)课程的转化，战略一词逐渐成为商界的热门词汇。

在我国，现代意义上的战略一词在上个世纪初才开始使用，但战略思想却源远流长。在《孙子兵法》等古代典籍中，对战略问题有大量的论述。尽管我国传统的战略思想与当前企业战略管理所研究的内容有一定距离，但鉴于其在哲学思考层面的价值，加之许多当代企业家仍在使用这些来自战争领域的战略思想和术语来思考和表述问题，因此，对于中国的战略研究者来说，熟悉这些语言对于理解中国企业的战略管理实践大有裨益。



二、战略与战略管理

在现实生活中，对战略和战略管理两个概念的使用没有统一的界定标准。战略涉及到企业业务活动的发展方向及其资源的配置问题，而战略管理涉及到战略的制定和实施过程。有时，也将战略分为内容和过程两个层面：战略的内容层面实际上就是我们通常所说的战略，或者说是计划的结果；战略的过程层面主要是指战略形成和实施过程中人的活动，也即战略管理问题。从现在的学科发展来看，又往往将所有这些问题都称作战略管理问题。