

管理学文库

企业战略与 创新

徐二明 著

 中国人民大学出版社



企业战略与 创新

徐二明 著

中国人民大学出版社
• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

企业战略与创新/徐二明著.
北京:中国人民大学出版社, 2009
(管理学文库)
ISBN 978-7-300-10503-1

- I. 企…
- II. 徐…
- III. 企业管理-经济发展战略-研究
- IV. F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 046781 号

管理学文库
企业战略与创新
徐二明 著

出版发行	中国人民大学出版社				
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080		
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)		
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)		
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)		
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)				
经 销	新华书店				
印 刷	北京山润国际印务有限公司				
规 格	155 mm×230 mm 16 开本	版 次	2009 年 5 月第 1 版		
印 张	27.5 插页 2	印 次	2009 年 5 月第 1 次印刷		
字 数	391 000	定 价	48.00 元		

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



前 言

1984年夏，在一次MBA的“微观经济学”课后，来自加拿大蒙特利尔大学高等商学院（HEC）的吉勒·戈捷（Gilles Gauthier）教授送给我一本书——哈佛商学院迈克尔·波特的《竞争战略》。戈捷教授对我说，你就先看前三章吧，后面的内容可能不适合你们国家的现状。这是我接触的第一部战略管理专著。

1988年，我到加拿大麦吉尔大学进修。为了深入了解企业战略教学与研究，我用了一年的时间，听了本科的战略课程，学了MBA的战略过程（两个学期）、竞争战略等课，还学了明茨伯格教授的博士研讨课。说实在的，那时我的学习方法还没有多大转变，看得多，想得少，更谈不上自己消化了。1989年，我上了中加联合开办的博士班，又学习了与战略相关的组织理论课程，更觉得有必要在国内介绍战略管理的理论。

从1990年初，我就开始翻译战略管理专著，



撰写论文，并在国内的管理教育中推介“战略管理”课程。最初，我翻译的是霍弗与申德尔的书，这两位都是美国战略管理学界的划时代人物。机械部外事局的前副局长宋矩之先生为我校译。宋先生当时已经是癌症晚期，仍抱病认真地对我这个年轻教师的翻译稿作了大量的修改和批注，批注稿大约有 8 万字。可是，译稿送到出版社以后便石沉大海，后来就说稿子丢了。那时，“战略管理”在国内很少有人提及，出版社丢稿子也就不足为怪了。

论文的命运比书稿好些，先后在《外国经济管理》等杂志上发表，聊遂我推介的心愿。在此后的十多年中，我又写了一些有关战略管理的书与论文。最初的目的多是配合教学，推介国外的战略管理理论，后来则更多地是跟踪国外的相关研究，力图跟上新的理论研究的步伐。

在实践中，我不断地走出学校，去做一些带有框架或不带框架的社会调研，也发表了一些自己后来都觉得有书生气或者别人觉得有书生气的论文和案例研究报告。有的东西刚写完不久，事情就有了新的发展，它们便留下了历史的痕迹。

这些变化又激发我要不断进行战略管理研究。这几年，国外在战略管理研究领域有了新的进展，很适合用来研究中国的企业实践。于是，我和同事们运用制度理论与资源基础理论的观点，探讨企业治理结构与创新绩效的关系、知识转移等问题，在国内的一些核心期刊和《亚太管理杂志》等国际著名期刊上发表，也用英文在美国管理学会年会、战略管理杂志的特别研讨会以及其他国际会议上提交。这一切使我完成了一个从理论推介到实证研究的过程，也奠定了这本书的基础。本书在理论与实证研究方面所经历的过程基本上与国外战略管理发展的历程相吻合，并更多地结合中国的管理实践进行了一些探索性的研究。

准确地讲，国外战略管理理论在初期形成时更多地强调应用，常常被称为企业政策（business policy）。后来，这一学科加强了基本理论的建设，更多地强调实证研究。但是，企业战略研究的侧重点很像一个钟摆，常常在企业内外环境间来回摆动。

20 世纪 60 年代初，钱德勒（Chandler）的《战略与结构》



(1962) 和安索夫 (Ansoff) 的《公司战略》(1965) 是战略管理理论早期的代表作。这些文献体现出一个权变的理念, 即注重战略与结构的匹配。同时, 也构建出资源基础理论的框架, 注重组织内部的优势与劣势。

到 70 年代末, 产业组织经济学被引入战略管理研究, 使后者步入了新的发展阶段。迈克尔·波特的《竞争战略》(1980) 是这一发展阶段的代表作。在产业组织的范式下, 结构—运行—绩效 (SCP) 框架、战略群体以及动态竞争的研究至今仍对战略管理的研究有重大的影响。在此基础上, 交易成本理论与代理理论也影响着战略管理的研究。

从 80 年代起, 战略管理的研究开始大量介绍企业资源基础理论。这一理论可以追溯到 50 年代末彭罗斯 (E. Penrose) 的著作。到 90 年代, 资源基础理论成为战略管理的主流学派。根据资源基础理论的观念, 战略管理的研究侧重于战略领导力、战略决策理论 (过程研究) 以及企业的知识基础观念。

到 21 世纪初, 战略管理的研究更多地引入社会学的理念, 特别是在对新兴市场国家的战略管理研究中更多地关注新制度主义的观点。在这些研究中, 更多地关注转型经济中的合法性问题以及组织场的问题。

在不断研究的过程中, 我得到了国家自然科学基金会的资助。本书中收录的很多论文是国家自然基金的课题“创业企业集群中组织场对企业创新与绩效的影响研究” (70672093)、“不同行业群上市公司治理机制与绩效的相关性研究” (70272036) 与国家社科课题“网络经济下的企业战略管理创新” (01BJY048) 的研究成果, 大部分在国内的核心期刊上发表过。相关论文在编入本书时略有改动, 其出处在论文结尾处给出。各篇论文的写作时间不同, 请读者注意结合当时的情况阅读。

书中收录的未发表的论文有“战略管理研究中的制度观念”、“制度理论中的组织场研究”、“绿色发展与战略管理”、“中国上市公司国有股权对创新战略选择和绩效的影响研究”、“组织场、创新与企业集群”等 5 篇, 内容涵盖战略管理最新的理论发展 (制度基础



观)和绿色管理,“动态竞争的中国电信业”与“绿色经营企业的发展困惑”则是两个关于中国企业的案例研究报告。

在此,我要衷心地感谢部分文章的合作者,即吕源、宋华、吉小明、王智慧、许可、赵文广、高怀、张欣、郑平、张晗、陈茵、左娟。感谢他们在战略管理研究的不同阶段与我共同走过,为中国的战略管理研究做出了自己的贡献。这里,我还要感谢苏冰钿老师帮助我整理稿件、处理部分文字等,使我可以全身心地投入书稿的修改。我真心地感谢中国人民大学出版社的于波和钱伟两位编辑,谢谢她们的耐心与帮助,使本书得以顺利出版。

最后,我应该衷心地感谢我国的改革开放政策。正是因为有了这个政策,我才能进入中国人民大学学习,并在随后的学术生涯里有机会接触国外的战略管理研究,跟随大师们学习。所以,这本书也可以说是我的学术生涯的一个总结。

希望这本书能对我国的战略管理研究有所贡献,也希望听到更多的建议,更好地促进今后的战略管理研究。



目 录

I. 理论篇

战略管理的十个学派	(3)
战略管理理论的发展与流派	(10)
企业资源学说与能力学说的回顾与比较	(18)
基于核心能力生命周期的企业经营 战略选择	(29)
新经济下面向企业核心能力的战略 发展研究	(36)
战略管理研究中的制度观念	(44)
制度理论中的组织场研究	(56)
基于制度理论的产业集群创新研究	(68)
战略联盟中的机会主义行为抑制 因素研究	(77)
公司创业力研究	(86)
国际化经营中的企业社会责任	(100)
绿色发展与战略管理	(113)



II. 实证篇

基于战略的公司治理研究	(165)
上市公司监控和激励双机制与绩效的相关性研究	(175)
上市公司董事会监督机制替代效应对绩效影响的 实证研究	(194)
中国上市公司国有股权对创新战略选择和绩效的 影响研究	(203)
中国上市公司国有股权对技术创新方式的影响	(219)
不同产权结构下企业合作对产品创新绩效的影响研究	(227)
组织场、创新与企业集群——企业集群的创新 组织场理论	(237)
企业知识吸收能力与绩效的关系研究	(246)
影响知识分享的组织因素研究	(261)
基于知识转移理论模型的企业知识吸收能力构成 维度研究	(274)
中国钢铁企业竞争力评价及其动态演变规律分析	(286)
通信运营企业的自主创新与品牌建设的整合战略研究	(298)

III. 实践篇

动感地带 破坏性制胜	(313)
沈变重组：进入与反进入的战略较量	(317)
中国纺织业 启动“后配额时代”战略	(321)
中国买家博弈资源议价权	(324)
汽车业在积累中爆发创新力量	(327)
智力企业提升服务业的价值	(331)
可能是一盘好棋	(335)
超越“中国制造”的新战略	(339)
创建公平的经济社会	(341)
搭建财富沟通的平台	(343)
财富的辩护与批判	(345)

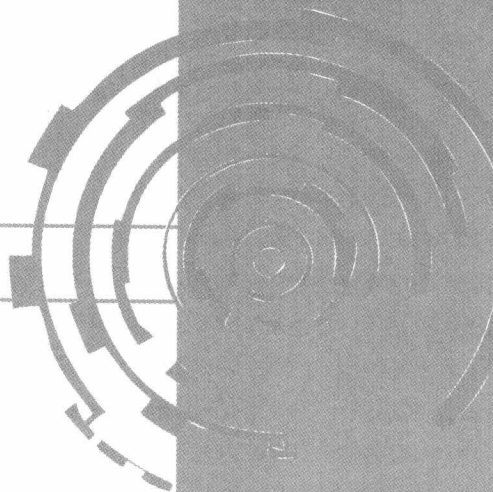


动态竞争的中国电信业	(348)
中国乳制品行业的结构变迁与发展	(369)
绿色经营企业的发展困惑	(387)
企业集团可持续发展战略若干问题思考	(399)
跨国公司在华企业社会责任研究	(406)
参考文献	(415)



I. 理论篇

企业战略与创新





战略管理的十个学派

20 世纪 60 年代以来，有关战略管理的论述各有特色，但有以偏概全的毛病，总给人以盲人摸象的感觉。为了阐明战略管理的框架，加拿大麦吉尔大学的明茨伯格教授研究了诸多的战略管理文献，指出了战略管理存在的十个学派。下面将简述各个学派的形成及其基本的内容。

一、设计学派

设计学派 (design school) 是战略形成过程中最基本的一个学派，形成于 60 年代，代表人物为安德鲁斯和他在哈佛商学院的同事们。他们将战略分为制定与实施两大部分，并在制定过程中分析组织的优势与劣势、机会与威胁。这个学派有一句名言，即战略要使组织自身的条件与所处环境的机会相适应。也就是说，组织要抓住成功的机会。



设计学派理论的基本内容有：（1）战略形成应是一个有意识控制的思想过程，即战略是在正规训练的基础上，通过一个有意识的周密的思考过程制定的。（2）组织的高层管理人员应是战略家，负责战略制定方面的思考与控制。（3）战略形成的模式应是简单而又非正式的。（4）最好的战略来自具有创造性的设计过程。战略应如流水般自然，不是僵化的非照办不可的理论。（5）战略应简单明了。（6）只有符合上述条件，战略才能付诸实施。

二、计划学派

计划学派（planning school）与设计学派几乎是同时形成的。其中，最有影响的著作是安索夫在 1965 年写的《公司战略》。这一学派在 70 年代达到顶峰，目前已趋衰微。计划学派强调组织必须有计划，而且是某种具有强制性的计划。明茨伯格认为，在理论上，这一学派很少有实证研究；在实践中，组织的高层管理人员也并没有充分关注战略规划。

计划学派理论的基本内容有：（1）战略形成应是一个有控制、有意识的正式计划过程。这一过程包含不同的步骤，每一个步骤都有自己的检验与支持手段。（2）组织的高层管理人员负责计划的全过程，具体制定与实施计划的专职计划工作人员要对高层管理人员负责。（3）战略在上述计划过程的基础上形成，然后通过一系列目标、预算、项目的分解加以实施。

三、定位学派

80 年代初，经济学界开始进入战略管理领域，出现了定位学派（position school）。这一学派为传统的战略管理理论增加了两项新的内容：一是强调战略本身，而不是制定战略的过程；二是强调实质性研究，研究具体可行的战略以及各种战略之间的相互关系。美国哈佛商学院的迈克尔·波特就是这一学派的代表人物之一。1980 年，在其不同凡响的著作《竞争战略》里，他提出了定位学派的核心观



点,即战略应具有—般性,如低成本战略、差别化战略、聚焦战略等。这就是说,战略应具有明确的分类,每一种战略在市场上都应具有特定的位置。

定位学派理论的基本内容有:(1)战略在市场上既具有一般性,又有明确的位置。(2)这个市场是经济性的,并具有竞争性。(3)在战略形成过程中,分析人员应当起相当重要的作用。他们需要向高层管理人员提供有关行业与竞争的数据分析结果,以便高管们在决策时能选择出最佳的一般性战略。(4)定位战略界定了行业中存在的不同的“战略群体”。战略群体内的企业在市场上具有相同或类似的战略定位。(5)战略形成后,企业应对此加以详尽说明,并付诸实施。

四、企业家学派

前面提到的设计学派认为组织的高层管理人员是战略的设计师,但极力避免在领导体制中掺杂过多的个人因素。企业家学派(entrepreneurial school)则与此相反,不仅强调管理者在战略构造过程中的作用,而且强调个人的思维天赋,即个人的直觉、判断、经验等。因此,企业家学派形成的战略既不是集体的产物,也不是组织文化的产物,而是个人意志的产物。

从某种意义上讲,企业家学派产生于微观经济学。在古典微观经济学中,企业家是主角,要完成经济学家赋予他的任务,即在竞争的市场中获得最大的利益。此外,企业家学派还从非古典经济学家那里得到启迪,即组织成功的关键在于富于想象的领导人的创造力。这样,“企业家”这一概念的内涵将有所扩大。

企业家学派理论的基本内容有:(1)战略作为一种观念,特别是作为一种有关组织未来的想象,存在于个别高层管理人员的头脑之中。(2)在战略形成的过程中,高层管理人员的经验与直觉是制定战略的主体。(3)高层管理人员个人高度控制着战略的实施。(4)企业家倾向于采取细分化的战略,以抵御完全竞争的力量。



五、认知学派

认知学派 (cognitive school) 的任务是在人类认知范围内, 探讨如何构造战略的问题。一般来讲, 在复杂的组织中, 构造战略基本上是一个发挥集体智慧的过程。认知学派重点研究的问题是: 组织中的每个成员如何甄选外部信息来形成战略?

认知学派认为, 应该通过认知心理学理解下列与战略有关的概念: (1) 感性认知, 即战略家要在庞大复杂的世界中克服个人处理信息的局限性, 获得所需的知识。(2) 理性认知, 即战略家要把握战略形成的认知过程, 形成组织的战略。(3) 理性认知的再构造, 即战略家要对以往的行为模式重新进行研究, 改变已有的战略, 以适应新的形势。(4) 战略风格, 即不同战略家对事物的认知是不同的, 不同的认知形成不同的战略风格。理解这些概念, 可以使人们更好地认识不同组织的战略特点。

认知学派理论的基本内容有: (1) 战略形成是一个发生在战略家的头脑之中的认知过程。因此, 战略是在头脑中形成的观点或概念。(2) 在复杂的环境中, 战略家个人有限的认知能力约束了他们对信息的接受能力。这种局限性往往使战略形成过程发生扭曲。(3) 战略形成固然有一定难度, 但是, 在战略不再有效时, 要改变这一战略也是有一定难度的。(4) 战略家个人认知结构的不同, 会导致不同的战略形成风格。

六、学习学派

1959年, 林德布鲁姆发表的《失败后再成功的科学》一文催生了学习学派 (learning school)。他认为, 战略形成不是一个简单、有序、可控制的过程, 而是一个相当错综复杂的过程。要掌握这一过程, 就要付出时间进行学习。1980年, 奎恩出版的《应变的战略》一书使学习学派成为战略管理的主流。

学习学派的发展经历了无序渐进主义、逻辑渐进主义以及战略



的主动精神三个阶段。无序渐进主义认为，战略制定是一个连续的补救性质的分散过程。在这一过程中，组织是为了解决问题而不是利用外部机会来制定决策的。逻辑渐进主义认为，组织的高层管理人员要具备应变的能力，使内部决策与外部事件取得更加广泛的一致，这才是真正的战略。战略的主动精神则强调，要发挥组织内中下层管理人员的主观能动性。

学习学派理论的基本内容有：（1）组织环境具有复杂、动态的性质，这使组织难以实现预期的控制。因此，组织在形成战略时，必须花时间进行学习，使战略的制定与实施更加一致。（2）在学习的过程中，组织的高层管理人员也需要学习，对未来进行周密的思考，成为真正的战略学家。（3）在这个过程中，战略管理需要处理好思维与行动、控制与学习、稳定与变化的微妙关系。

七、政治学派

一个组织的目的如果是在一个经济市场上进行合理的竞争，那么，其他非合理行为则可以称为“政治的”行为。这就是说，政治是在纯经济方式以外的方面使用权力。例如，组织间建立卡特尔这样的秘密协议就是一种政治。一般来讲，政治可以发生在组织之间，也可以发生在组织内部。

政治学派（political school）理论的基本内容有：（1）战略形成基本上是在组织内部或组织之间运用政治的过程。（2）政治战略实际上强调的是组织在行业中的地位。（3）在微观政治中，组织的战略行动上没有一个核心人物，只有一些为控制组织成员而相互竞争的人。（4）在宏观政治中，组织通过具有政治性质的预期战略来促进组织自身的繁荣。（5）组织的权力系统发生变化时，会引起微观政治发生重大变化。这种变化可能发生在组织内部，也可能发生在组织外部。此外，当组织能够对来自外部的影响给予有力的抵御时，宏观政治会反映出组织封闭系统的性质。