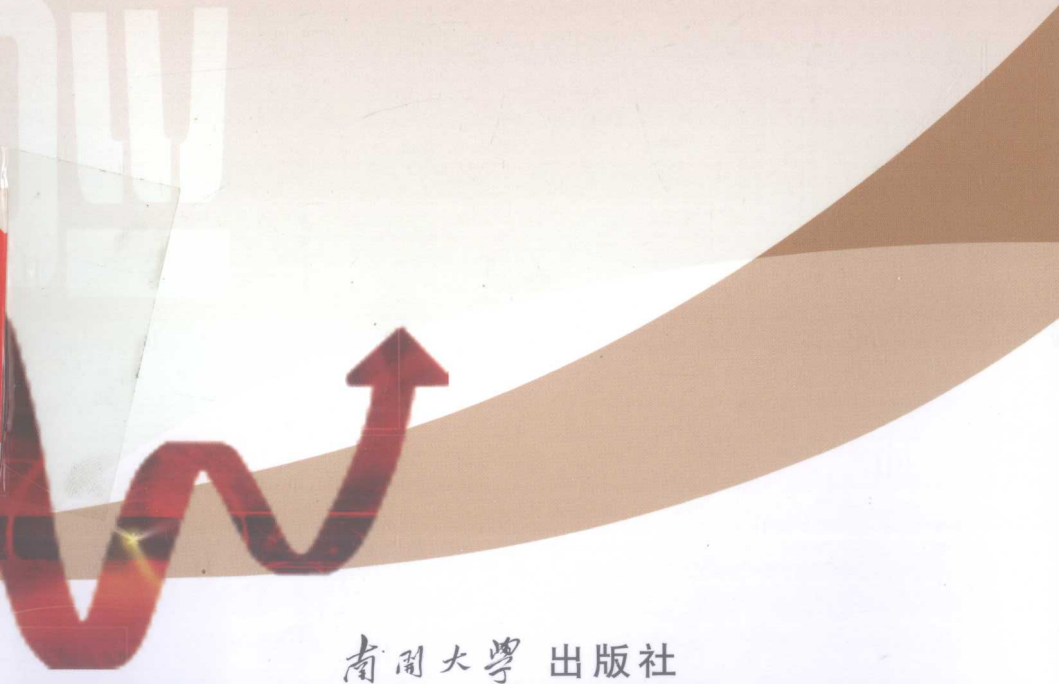


中小财产 保险公司发展研究

王建东 / 编著



南开大学出版社

中小财产保险公司发展研究

王建东 编著

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

中小财产保险公司发展研究 / 王建东编著. —天津:
南开大学出版社, 2011. 4

ISBN 978-7-310-03679-0

I. ①中… II. ①王… III. ①财产保险—保险公司
—企业管理—研究 IV. ①F840.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 042094 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 8.75 印张 1 插页 250 千字

定价: 30.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

序

本书是在中国保监会 2009 年部级课题“中小财险公司发展研究”的研究报告基础上，按照专著的写作规范要求，经过修改完成的一本专题著作。

十六大以来，我国保险业得到了长足的发展，资产规模逐渐扩大，行业地位不断提升。其中，中小保险公司作出了重要贡献。在保险市场上，中小保险公司虽然在承保能力和技术等方面，还不能发挥主导作用，但是由于中小公司数量众多，具有较强的创新动力和行为，事实上是它们更多地为广大保险消费者提供承保、理赔和风险管理等服务，如在实行“见费出单”、“赔款直打”等服务举措方面作出了积极贡献。当然，我们应当看到，伴随着高速增长，中小保险公司也暴露了一些问题，尤其在财险市场，部分中小公司不注重科学发展观，一味地粗放式增长，既危害了公司的经济利益，又影响了行业的稳定发展。其中突出问题是，因中小企业在起步阶段大都面临着生存问题，往往形成重业务、轻管理的状况，管理者将“专业技术”与“行为管理”交织在一起，管理边界的不清晰造成了管理混乱，陷入执行力欠佳的窘迫境地。在中小企业的发展扩张阶段，管理问题集中爆发，尽管业务稳定，但是公司的经济效益却打了折扣。这种欲速不达的状况必然导致公司财务状况不佳。

对于中小保险公司的发展问题，监管部门一直高度重视，吴定富主席在 2008 年全国保险工作会议上就提出，要积极推动中小保险公司的发展，对中小保险公司的发展给予鼓励和支持。为引导中小保险公司的健康成长，保监会主席助理袁力提出了中小保险公司发展“五个一”要求，即“制定一个好的战略规划，构筑一个好的资本基础，搭建一个好的创新体系，打造一个好的管理平台，建设一支好的人才队伍”。这为中小保险公司更好地落实科学发展观指明了方向。

近两年来,在财险业快速发展的同时,保监会及时出台了 70 号文、80 号文、90 号文等,下大力气规范财产保险市场秩序,打击“三假”,防范理赔风险。吴定富主席要求各公司以“防范风险、调整结构”为重点,既坚持发展第一要务不动摇,又坚持转变发展方式不动摇。各地保监局采取措施,努力推动各项政策方案落到实处。各家保险主体高度重视并切实贯彻文件精神,对问题自查自纠,加强内控管理,主动转变发展方式和经营思路。2008 年国际经济环境急转直下,国内经济困难明显增加,同时国内又遭遇了两场特大自然灾害,面对突如其来的危机,财险业经受住了考验,没有发生系统性风险。在规范市场秩序的各项措施影响下,中小财险公司在行业变革期解决了种种难题,逐步由“粗放发展”向科学发展顺利转变。

作为一家全国性的中小财险公司,渤海财产保险股份有限公司自成立以来就一直在探索中小公司的科学发展问题,因此我们积极承担了保监会的部级重点课题,希望以袁力主席助理的“五个一”为基础,结合自身的实践经验,认真做好理论研究,为我国中小财险公司的发展提供智力支持,也为我国保险业贡献绵薄之力。

作为该书实务部分的基础——研究报告,采用了理论与实践相结合的方法进行研究,是在掌握了大量第一手材料的基础上完成的。通过对保监会,以及北京、上海、深圳的近 10 家中小财险公司进行实地调研,形成了完整的调研报告。同时,为广泛听取各方的观点,课题组举办了专题征文活动,收到来自地方保监局、同业公司以及高校师生的多篇高质量稿件,进一步拓宽了课题组的思路。在此基础上,课题组先后召开了 20 余次研讨会,对课题的研究思路、研究框架、基本观点、写作内容等进行了细致的讨论,最终形成总论文。

本专著致力于以厚重和前沿的经典理论,回应中国财险市场特别是中小财险公司发展面临的重大现实问题。重点从资本基础和发展战略,盈利模式,风险管理,产品、营销和客户服务,企业文化和人才队伍等五大维度进行深入的分析和研究。本书共分五章:

第一章对中小财险公司资本基础与发展战略进行研究。本章由系统梳理发展战略和战略规划的理论研究入手,对中国中小财险公司发

展战略规划现状及问题进行了较为深入的分析,指出了战略及战略规划对中小财险公司发展的重要性,以及资本基础对其战略规划和实施的重要影响。详细阐述了中小财险公司如何进行战略规划的制定与实施。本章指出,战略选择与实施必须是在长期规划的指引下,不断进行动态选择与修正的过程,而资本基础决定了差异化竞争战略和集中化竞争战略是目前中国中小财险公司的现实选择,基于不同客户群的战略分析与管理是可行的方向。

第二章对中小财险公司盈利模式进行研究。盈利模式可以直接反映出一个企业利润的来源及盈利的方式。本章对盈利模式的理论进行了全面研究和数理界定并划分了保险公司的盈利模式。重点从对中国中小财险公司的六种盈利模式的比较分析入手,探讨了中国中小财险公司盈利模式存在的问题,同时还研究了国外中小财险公司的盈利模式,并得出重要启示。在研究了资本约束对中小财险公司选择盈利模式的影响后,探讨了中小财险公司资金运用的原则。最后,本章重点探讨了中小财险公司对盈利模式的基本认识及构建的具体思路。

第三章对中小财险公司风险管理进行研究。首先,基于风险管理理论和保险公司风险特殊性分析,阐述了风险管理与公司治理对保险公司的意义。同时,详细研究了公司治理本质和起源、原则和机制以及典型模式,同时概述了组织结构的全面内涵。接下来,对中小财险公司公司治理的动因和特殊性进行了分析,重点针对目前中国中小保险公司治理结构的现状、对公司治理“失灵”问题等进行了研究,并从优化股权结构、加强董事会和监事会的建设、强化对高管队伍的监管、完善信息披露制度、加强内控、合规经营及支持中小保险公司上市以强化公司治理的外部机制七个方面提出了建议。最后,总结了中小保险公司组织结构的影响因素,介绍了发达国家保险公司组织结构,重点研究了中国中小保险公司组织机构的现状并进行了优劣势分析,提出“公司组织结构的优劣不在于公司组织结构本身,而关键看是否适合并很好地服务于公司,只要能够实现低成本、高效率,并且能够控制风险的目标的组织机构模式都可以灵活采用”的结论,并从集中管理、组织弹性、变革管理、运行机制体系等方面提出建议。

第四章对中小财险公司产品、营销及客户服务进行研究。产品、营销、客户服务是财产保险公司运营的重要环节，各中小财险公司需结合公司发展战略、遵循选定盈利模式的要求，在产品、营销、客户服务三方面有所突破。通过建立合适的产品策略、规范的营销渠道以及成熟的客户服务体系，协助中小财险公司健康转型，实现经营利润。本章在保险创新等理论研究的基础上，分别对产品、营销、客户服务三个环节存在的问题进行分析，并结合市场情况提出可行的解决对策和建议。最后重点提出了中小财险公司产品、营销及客户服务工作三者应有效统一，并通过三个环节的整体配合，构建企业持续竞争优势。

第五章对中小财险公司企业文化和人才队伍的建设进行研究。首先，对企业文化和人力队伍建设的理论进行了系统研究。接下来，阐述了保险公司企业文化建设的内涵和意义，重点总结了中小财险公司企业文化建设实践中存在的问题，并建议中小公司在进行企业文化建设方面，应与企业核心价值相一致，与行业文化相统一，以诚信为本，形成负责任的文化，注重凝聚力和创业文化的形成，重视中国传统文化的作用，并建议利用制度规范、系统培训和党团建设等方式推动企业文化的贯彻落实。最后，论述了保险公司人才队伍建设的内涵和重要性，重点对中国中小财险公司人才队伍建设中存在的问题进行了梳理，建议中小财险公司将人才队伍建设放到公司战略的突出地位，设立恰当的队伍建设目标，切忌拿来主义，要注重引进与培养相结合，要以德为先、德才兼备、注重风险合规意识的培养等。

我们认为，任何事物的成长和成熟都会经历一个过程，不可能一蹴而就，中小财险公司的发展也是如此。目前我国中小财险公司出现的问题也都是发展中的问题。面对这些问题，中小财险公司必须坚定发展的信心和决心，以科学发展观作为指引，做到以人为本，实现全面、协调、可持续发展。具体来说，以人为本，就是要把客户的利益放在首位，发挥好保险业的保障功能，同时建好一支人才队伍，为公司的发展提供人才保证；全面，就是要在不断提高盈利能力的同时，加强企业文化和完善治理结构；协调，就是要统筹主业和投资协调发展、险种结构协调发展、公司价值和社会责任协调发展；可持续，

就是要以公司的长远发展为出发点，选择内涵式增长模式，处理好发展速度与能力建设的关系。

本专著所基于的研究课题是在保监会的领导下，南开大学与西南财经大学的鼎力支持下完成的，在此向保监会及两所高校表示衷心的感谢。同时，课题组聘请了国内学术界和监管部门的多位专家学者作为顾问，他们是武汉大学保险系魏华林教授、南开大学保险系江生忠教授、西南财经大学副校长卓志教授、保监会发改部房永斌副主任、保监会中介部孟龙主任、保监会稽察局裴光局长、保监会财产险部董波副主任、保监会法规部王金铎副主任、保监会发改部贲奔处长、天津保监局局长郭左践。这些专家学者为课题的研究提出了很多宝贵的意见和建议，在此也表示衷心感谢。

本专著的最终完成，特别感谢南开大学保险系江生忠教授对课题思路的把握与研究方向给出很多的指导，以及南开大学祝向军副教授、张钦辉、高志强、何佳、赵硕刚、周昭辉、荣幸、高捷、谢曦，西南财经大学的高海霞，渤海财产保险股份有限公司的郝玲、薛磊、陈志霞、位双双、江津等人在不同方面、不同程度上所作的工作，对于上述人员为研究工作付出的大量心血，在此也表示感谢。

我国保险行业还处于初级阶段，中小财险公司的发展尚不成熟，对其规律性的探索也是刚刚开始，本报告只是为这方面的研究做了一个开启，希望更多的专家学者参与到我们的研究中。同时，也希望广大的同仁及读者对本书提出宝贵意见，并与我们一起深入探讨。

王建东博士

目 录

1	资本基础与发展战略研究	1
1.1	战略规划	1
1.1.1	发展战略和战略规划概述	1
1.1.2	中小企业发展战略的概述	4
1.1.3	中小财险公司战略规划的意义	7
1.1.4	中小财险公司战略规划的现状和问题	9
1.2	中小财险公司的资本基础及其对发展战略的影响	12
1.2.1	资本与资本基础的概念和内涵	12
1.2.2	中小财险公司资本基础的现状	15
1.2.3	资本基础对中小财险公司战略的影响以及战略选择	18
1.3	中小财险公司战略规划的制定与实施	21
1.3.1	中小财险公司战略规划的制定	21
1.3.2	中长期战略规划下的动态战略理论	23
1.3.3	中小财险公司的动态战略	29
1.3.4	中小财险公司基于不同客户群的战略实施	36
2	盈利模式研究	40
2.1	中小财险公司盈利模式的理论分析	40
2.1.1	盈利模式的概述	40
2.1.2	中小财险公司盈利模式的理论分析	45
2.1.3	保险公司盈利模式的构成要素	47
2.1.4	保险公司盈利模式的表现形式	50
2.2	中小财险公司盈利模式的实证分析	54
2.2.1	现阶段我国中小财险公司的主要盈利模式	54
2.2.2	我国中小财险公司盈利模式存在的问题	65

2.3	中小财险公司盈利模式的构建	68
2.3.1	海外中小财险公司的盈利模式及启示	68
2.3.2	中小财险公司盈利模式的定位	72
2.3.3	资本约束及其对中小财险公司盈利模式的影响	76
2.3.4	中小财险公司资金运用的原则	79
2.3.5	市场效率分析与中小财险公司要素优化	82
2.3.6	中小财险公司构建盈利模式的思路	88
3	风险管理研究	97
3.1	风险管理与公司治理	97
3.1.1	风险管理的定义	97
3.1.2	风险管理的目标和过程	98
3.1.3	保险公司面临的风险的特殊性	100
3.1.4	保险公司风险管理与公司治理	106
3.2	公司治理和组织结构理论概述	107
3.2.1	公司治理的产生及意义	107
3.2.2	公司治理的原则和机制	110
3.2.3	公司治理的模式	113
3.2.4	组织结构概述	122
3.3	中小财险公司治理研究	126
3.3.1	中小财险公司治理的动因及其特殊性	126
3.3.2	中国中小财险公司治理的现状及其问题	128
3.3.3	完善中小财险公司治理的建议	134
3.4	中小财险公司组织结构研究	140
3.4.1	影响中小财险公司组织结构的因素分析	140
3.4.2	发达国家财险公司业务组织结构简介	142
3.4.3	中国中小财险公司组织结构的现状及优劣势分析	143
3.4.4	中小财险公司组织结构改革的建议	146
4	产品、营销及客户服务研究	150
4.1	中小财险公司产品经营研究	150
4.1.1	保险产品的内涵	150

4.1.2	保险产品创新理论综述	151
4.1.3	保险产品创新的意义	155
4.1.4	中国中小财险公司产品经营的现状及问题	157
4.1.5	中小财险公司产品经营的发展	165
4.2	中小财险公司营销研究	171
4.2.1	保险营销的理论综述	171
4.2.2	国内保险营销的理论研究	176
4.2.3	保险营销的意义	178
4.2.4	中国中小财险公司营销现状及问题	180
4.2.5	造成保险营销问题的基本原因	185
4.2.6	我国中小财险公司营销制度建设的改建	186
4.3	中小财险公司服务能力研究	190
4.3.1	保险客户服务理论综述	191
4.3.2	保险客户服务工作的意义	193
4.3.3	中小财险公司客户服务的现状	195
4.3.4	中小财险公司服务能力的改进	199
4.4	建立中小财险公司有效市场发展能力	203
4.4.1	建立集营销、客服于一体的全面的产品经营管理策略	204
4.4.2	与产品、服务相结合,建立差异化营销策略	205
4.4.3	结合产品、营销模式,提高客户服务水平	205
4.4.4	协调各环节,构建中小财险公司的持续竞争优势	206
5	企业文化与人才队伍建设	211
5.1	企业文化和人才队伍建设理论概述	211
5.1.1	企业文化内涵及特征	211
5.1.2	企业文化层次的相关理论	216
5.1.3	企业文化的类型及实现载体	218
5.1.4	人力资源理论概述	222
5.2	中小财险公司文化建设研究	224
5.2.1	保险公司企业文化的内涵	225

5.2.2	保险公司企业文化建设的意义	229
5.2.3	中国中小财险公司企业文化建设的现状及问题	230
5.2.4	中小财险公司企业文化建设的改进	237
5.3	中小财险公司人才队伍建设研究	247
5.3.1	保险企业人才的内涵及建设意义	247
5.3.2	中国中小财险公司人才队伍建设的现状	249
5.3.3	中小财险公司人才队伍建设的改进	256
参考文献		264

1 资本基础与发展战略研究

1.1 战略规划

1.1.1 发展战略和战略规划概述

一、发展战略和战略规划的基本概念

所谓企业发展战略是指对企业发展的整体性、长期性、基本性问题的谋略。企业发展战略是企业战略种类中的一种，它不同于企业竞争战略、营销战略、品牌战略、技术战略、人才战略、资源战略等。

企业发展是成长壮大的过程，其中既包括量的增加，也包括质的变化。其中，量的增加主要包括企业资源增加、盈利增长、销售额和人员规模扩张等；质的变化是指企业经营资源的性质、结构和支配主体的革新。由于量的增加更容易识别和衡量，所以企业的销售额增长、产品种类增加、雇员人数增加、上市公司总市值增长等指标经常被用来衡量企业成长。在企业处于成长阶段时，还不具备“做大”的条件，在激烈的竞争和环境的不确定性等客观情况下，如何调整自己的发展战略以提高对环境的适应性是其成长的关键。

战略规划，是制定组织的长期目标并将其付诸实施的过程，旨在加强企业自己的应变能力和竞争能力的长期性、全局性、方向性的规划，是在企业的目标、能力和不断变化的市场营销机会之间，发展和保持某种战略适应性的过程。战略规划实现了企业自身与外部营销环境的协调统一，是在高度竞争市场中管理现代公司的主要手段。

如何制定战略规划和执行战略规划，是战略规划的主要内容，也叫战略规划的操作化。制定战略规分以下三个阶段：

第一阶段是确定目标，即企业在未来的发展过程中，要应对各种变化所要达到的目标；

第二阶段是制定规划，当目标确定了以后，考虑使用什么手段、什么措施、什么方法来达到这个目标，形成战略规划；

第三阶段是将战略规划形成文本，以备评估、审批，如果审批未能通过，需要修改并重复上述过程，经反复迭代及修正，直至完成战略规划目标。具体步骤如图 1-1 所示。

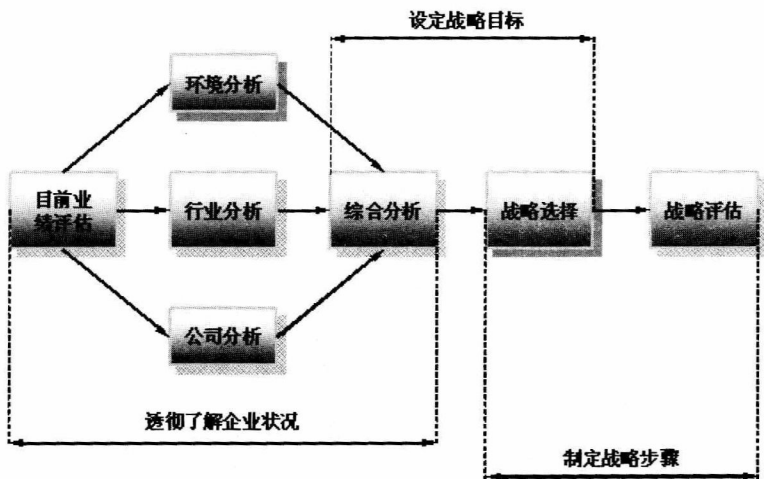


图 1-1 战略规划步骤

二、战略理论综述

从 20 世纪 60 年代开始，企业发展的战略问题开始受到重视和关注。1962 年美国管理学学者 Chandler 出版了《战略与结构》一书，他主要着眼于企业的成长，并探究企业如何利用战略管理来调整自身的经营，从而创造出优异的企业绩效。这部著作的出版掀起了研究企业战略的浪潮。1965 年美国经济学家安索夫 (H.Igor Ansoff) 出版了《公司战略》一书，他认为一个公司的决策包括操作层面、管理层面和战略层面这三个层面的决策，企业为了在竞争中生存，势必要做出若干战略性抉择，包括目标和对象的定位，产品和服务的选择，在产品市

市场竞争中公司的定位, 适宜的经营范围和多元化的选择, 组织结构、管理系统和协调策略的设计等。同年, Kenneth Andrews 和 C.Roland Christensen 出版了《管理策略》, 他们认为, 环境不断变化会带来机遇和威胁, 一个组织既有优势又有劣势, 应该适应环境的变化, 避开威胁, 利用机遇; 通过评估内部优势与劣势可以摸清自身的竞争力, 评估外部环境的机遇和威胁可以辨别潜在的成功因素。以上这三部开创性著作奠定了战略管理的理论基础。

关于企业战略管理的含义存在两种不同的理解: 一是狭义的战略管理。该理论认为企业战略管理就是对企业战略的制定、实施、控制和调节进行的管理, 也就是说, 企业战略管理的对象是“企业战略”, 战略管理是围绕企业战略而展开的一系列管理过程。二是广义的战略管理。该理论认为企业战略管理是运用战略对整个企业进行的管理。按照这种理论, 认为战略规划制定固然重要, 但战略管理不仅仅看成是对战略制定的管理方法, 而是在本质上视为一种管理思想。所以, 在实践中, 很多企业并没有刻意去制定这样一个战略规划, 但并不意味着在这样的企业里就不存在战略管理。

在企业战略的理论研中, Michael Porter 在 1980 年提出的竞争战略思想对战略管理理论产生了深远的影响。Porter 通过运用对行业和竞争对手的分析方法和分析工具, 提出了“竞争战略理论”, 从产业结构和竞争优势方面对企业的战略进行了研究。该理论认为, 竞争是企业战略的核心所在, 即企业应该努力获得竞争优势, 而如何获得竞争优势取决于选择怎样一个赢利的行业和企业行业中的相对竞争地位。因此, 战略管理的首要任务就是选择最合适的行业, 此外还要考虑企业在行业内的定位。目前比较典型的战略分析模型有五力模型、PEST 分析模型和 SWOT 分析模型。

五力模型是由 Porter 提出的, 他认为行业中存在决定竞争规模和竞争程度的五种力量, 包括潜在竞争者的威胁、替代产品的威胁、买方议价能力、卖方议价能力、行业内竞争者的强度。这五种力量综合起来决定了产业中的企业获取超出资本成本的平均投资收益率的能力, 从而影响产业的吸引力。它是用来分析企业所在行业竞争环境的

一种有效工具。

PEST 分析是对影响一切行业或企业的各种宏观因素的分析,不同行业和企业根据自身特点和需要对宏观环境因素作分析时,分析的维度会有差异,但政治(Political)、经济(Economic)、社会(Social)和技术(Technological)这四类影响企业的主要外部环境因素是分析的基本方面。PEST 模型是企业分析外部宏观环境的有效工具。

SWOT 分析是 20 世纪 80 年代初由美国管理学教授 Heinz Wehrich 提出的,包括对企业的优势(Strength)、劣势(Weakness)、机会(Opportunity)和威胁(Threats)的分析。该方法对企业内外部条件各方面因素进行总结和概括,优劣势分析主要是关注企业自身的条件及其与竞争对手的比较,机会和威胁分析关注外部环境的变化对企业的影响。通过 SWOT 分析,可以帮助企业把资源和行动聚集在自己的强项和有最多机会的地方。

1.1.2 中小企业发展战略的概述

一、中小企业发展的合理性

在过去相当长的时间内,在理论认识上人们总是将企业规模和经济效益等同起来,以亚当·斯密为代表的“企业大型化代表着未来经济发展方向”的理论和“福特生产方式”的大规模生产方式,使人们产生了“规模就是效应”的误区。由知名大企业所推动的战略管理理论发展具有明显的“外部经济性”,在传统企业战略理论中难觅适用于中小型企业的战略踪迹。学者们对战略本质的理解存在片面性,不能解释不同企业战略制定、执行和控制的差异性,从而难以有效发挥现有战略理论对中小企业持续成长的科学指导作用,导致了中小企业的曲折发展。但是尽管如此,中小企业在数量上居大多数的格局并没有改变,而且出现了一些中小企业发展比较好的国家和地区。中小企业能够存在和发展,是由多种因素决定的。对此,不少经济学家作了比较深入的研究。

第一,交易费用学说。企业最显著的特点是,它是价格的替代物。这样就有两种制度来协调和配置资源:在企业外部,价格运动指挥生

产，它通过一系列市场上的交易来协调；在企业内部，这些市场交易被取消，而且市场交易的复杂结构由厂商内部的协调来代替，由它来指导生产。这两种方法是协调生产的不同方式。随着企业的不断兼并，“大企业病”便显现出来。其结果是，交易费用逐步提高。当企业内部协调费用高于外部价格调节费用时，大企业就会自动地划小核算单位，形成大型企业“小型化”。

第二，全社会范围内实现了专业化协作。由于生产技术的发展，专业化协作已经冲出企业的界限，在全社会的范围内实现。许多中小企业专门生产零组件，为大型企业配套，成为大企业的有机组成部分，既不妨碍其独立性，又有利于劳动生产率的提高，形成小企业“巨人化”。为了适应这种方式，有的国家还摸索出一套成熟的管理方法。在日本，大型企业用外包的方式，将众多的中小企业集聚在自己的周围，为自己生产零组件。大型企业为中小企业提供生产技术和收购产品，有的还提供原材料。这种生产组织，有利于提高产品质量、提高劳动效率和技术水平。

第三，维持企业家的连续供给。在人的素质普遍提高的条件下，每一个人都是潜在的企业家。人们可以在进入别人的企业取得工资和自己办企业获得利润之间进行选择，只要自己办企业的利润预期大于为别人打工的工资，并足以弥补所承担的风险，新企业就会不断诞生。由于有诞生有死亡，就维持了企业家的不断供给，因此保持了经济竞争的活力。企业是人建立起来的。所以，建立新的企业不是简单的现有企业的复制，而是代表着一种变化。企业是一种赞成变化的机制。从这个角度来看，劳动人口素质越高，中小企业发展的可能性就越大。

二、中小企业的发展战略理论

由于中小企业的发展在经济技术上的合理性，所以不管人们如何认识，中小企业还是按照其特有的规律发展着。鉴于中小企业在世界各国经济中的特殊地位和重要作用，各国对中小企业发展战略的理论研究和实践有了进一步的成果。战略联盟、企业集群、企业网络等形式逐渐成为中小型企业合理的战略选择。

“战略联盟”这一概念由美国的 J.Hopland 和 R.Nigel 最早提出。