

商管理经典译丛

STRATEGIC MANAGEMENT

# 战略管理

概念与案例 (第13版·全球版)

弗雷德·R·戴维 (Fred R. David) 著 徐飞 译

BUSINESS ADMINISTRATION

SON

 中国人民大学出版社

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS 工商管理经典译丛



工商管理  
经典译丛

STRATEGIC MANAGEMENT

# 战略管理

概念与案例

(第**13**版·全球版)

弗雷德·R·戴维 (Fred R. David)

徐飞

著  
译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

战略管理：概念与案例：第 13 版：全球版/戴维著；徐飞译．—北京：中国人民大学出版社，2012. 8  
(工商管理经典译丛)

ISBN 978-7-300-15855-6

I. ①战… II. ①戴…②徐… III. ①战略管理 IV. ①C931. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 156227 号

工商管理经典译丛

战略管理：概念与案例 (第 13 版·全球版)

弗雷德·R·戴维 著

徐飞 译

Zhanlue Guanli: Gainian yu Anli

---

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 31.25 插页 2

字 数 773 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2012 年 8 月第 1 版

印 次 2012 年 8 月第 1 次印刷

定 价 68.00 元

---

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

# 出版说明

随着中国改革开放的深入发展，中国经济高速增长，为中国企业带来了勃勃生机，也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家，时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要，从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》，这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书，该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血，一经推出，立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎，并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理科学部主任成思危先生，以及全国MBA教育指导委员会的专家们，都对这套丛书给予了很高的评价，认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作，为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本，并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计，本丛书现已成为国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中加里·德斯勒的《人力资源管理》获第十二届“中国图书奖”；斯蒂芬·罗宾斯的《管理学》获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后，随着经济全球化和信息化的发展，国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革，从20世纪80年代以行为科学为基础，注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究，到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容；并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外，管理教育的国际化趋势也越来越明显，主要表现在师资的国际化、生源的国际化 and 教材的国际化方面。近年来，随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展，国内管理类引进版教材的品种越来越多，出版和更新的周期也在明显加快。为此，我们这套《工商管理经典译丛》也适时更新版本，增加新的内容，同时还将陆续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书，以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选图书，都是世界著名的出版机构，如培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司、约翰威立出版公司等畅销全球的工商管理教材，被世界各国（地区）的著名大学商学院和管理学院所普遍选用，是国际工商管理教育界最具影响力的教材。本丛书的作者，皆为欧美管理学界享有盛誉的著名教授，他们的这些教材，经过了美国和世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验，被证明是论述精辟、视野开阔、资料丰富、通俗易懂，又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者，大多是各大学的优秀中青年学术骨干，他们大都曾留学欧美，在长期的教学研究和实践中积累了丰富的经验，具有较高的翻译水平。

本丛书的引进和运作过程，从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与交稿要求的制定、对译稿质量的严格把关和控制，到版式、封面和插图的设计等各方面，都坚持高水平和高标准的原则，力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的MBA和工商管理专业核心课程的设置，并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置，以及企业管理培训的要求，故适应面较广，既可用于管理各专业不同层次的教学，又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

为了本丛书的出版，我们成立了由中国人民大学、北京大学、中国社会科学院等单位专家学者组成的编辑委员会，德高望重的袁宝华同志、黄达教授和纪宝成教授，都给了我们强有力的支持，使本丛书得以在管理学界和企业界产生较大的影响。许多我国留美学者和国内管理学界著名专家教授，参与了原著的推荐、论证和翻译工作，原我社编辑闻洁女士在这套书的总体策划中付出了很多心血。在此，谨向他们致以崇高的敬意并表示衷心的感谢。

愿这套丛书为我国MBA和工商管理教育事业的发展，为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

# 译者序

《战略管理：概念与案例》是美国著名战略管理学者弗雷德·R·戴维（Fred R. David）教授编著的一本在美国和世界各地广为采用的畅销教材。同时，也是学界公认的战略管理的经典著作。该书由久负盛名的培生教育集团出版，自1986年面世以来，先后被翻译成中文、日文、德文、印度文、西班牙语、阿拉伯语、波斯文、泰文和印度尼西亚语等九种语言，现已出到第13版。

全书分为战略管理概论、战略制定、战略实施、战略评价、战略管理的重要问题和战略管理案例分析六篇，涵盖愿景与使命、内外部环境分析、战略评价准则、竞争分析、组织结构、治理、合伙与合资、外包、营销、财务分析、转型变革、企业文化、商业伦理、社会责任、可持续发展、全球经营与本土运营等战略管理的核心内容。本书还提供了系统的矩阵分析方法，包括SWOT矩阵、BCG矩阵、IE矩阵、大矩阵、SPACE矩阵和QSPM矩阵等，这些分析方法对中小企业、跨国公司和非营利组织均适用。本书内容丰富全面，逻辑严谨缜密，论述简明扼要，行文简洁干练，生动有趣。

强调操作实践性和应用导向性是本书的一大特色。书中有大量来自不同产业的企业和非营利组织的鲜活案例，案例对这些企业的历史、现状及未来发展的深层次问题均有详细阐述，并尽其可能地提供完整的财务信息、组织结构图及愿景和使命陈述。书中的案例按产业分为制造业和服务业两大类。在制造业中又细分为化妆品、饮料、电脑、汽车、食品、医疗保健等行业；在服务业中则突出电子商务、旅游与航空航海、酒店、零售业等行业。案例关注的都是产业界中诸多实行战略变革的著名企业，每个行业通常选择2~3家竞争公司。限于篇幅，本书在英文原版后半部分的30个案例中挑选了具有代表性的14个案例和一个贯穿全书的配套案例——阿迪达斯集团（Adidas AG）。

把企业的战略管理始终置于全球经济、社会、技术、政治和文化等宏观背景下审视，是本书的另一大特色。作者指出，所有的企业无论大小都处在当下孱弱的经济环境中。全球经济复苏乏力，金融市场震荡，资产价格下行，投资者信心低迷，市场不景气。同时，商业世界日趋复杂，全球化浪潮和技术的突飞猛进虽然开启了新市场，但也带来了新问题和新竞争。顾客现在不仅变得更难取悦，还非常善变。企业的竞争优势日益难以把握，并且转瞬即逝。作者敏锐地抓住了新商业环境的复杂性、动态性和不确定性，在强调企业应秉持和坚守的发展理念和经营哲学的前提下，有针对性地提供了一套清晰、实用的战略管理方法。

当前企业面临的外部条件比戴维教授在完成第13版时的情形更为严峻。全球经济危机进一步向纵深方向演化，发达国家正在主权债务危机的泥潭中挣扎，“东风才有又西风，

群木山中叶叶空”，世界再次进入衰退的风险加大。现今企业普遍的境况是，现金流紧张，刚性成本高位运行，资产负债表恶化，创新转型举步维艰。在这样的现实图景下，战略管理的重要性和紧迫性就愈发突出和显著。衷心希望本书提供的战略管理理论、方法、工具和案例能给读者以有益的参考、借鉴和启发，能给在艰难岁月奋力打拼的企业以切实的指引。

参加本书翻译工作的有：秦玮（第2，10章，案例2，13），任政亮（第4，8章，案例8，9），刘娴（第3，9章，案例5，10），特日昆（第7，11章，案例3，12），陈博（第5章，案例4，11），陆悦（第1，6章，案例1，14，配套案例，前言，作者简介，案例信息矩阵），朱宏印（第6篇，案例6，7），全书由徐飞校译和统稿。由于参与翻译的人员较多，统稿难度较大，加之水平有限，疏漏和不妥之处在所难免，敬祈读者不吝指教。

最后，十分感谢中国人民大学出版社的大力支持和协助，使本书能及时与读者见面；还要感谢许多为本书的翻译和出版直接和间接提供过帮助的人们。

**徐 飞 博士**

上海交通大学战略学教授

# 前言

## 为什么需要新的版本?

当今的商业环境与两年前出版前一版本时大不一样。在过去3年的全球经济危机中，信用市场收缩，失业率居高不下，消费者对价格变得异常敏感，对购买产品或服务犹豫不决，数以千计的企业纷纷倒下，新的企业家大量涌现……这一切都在改变我们的商业环境。全球经济衰退中幸存下来的公司，有些如今变得更加高效、更加出色，当然，获取和保持竞争优势比以往任何时候都更加困难。同时，社会网络和电子商务也将企业营销推到一个非常核心的地位。本书将展示在新的世界秩序下，如何实施有效的战略规划。

自上一版本出版以来，有关清算、破产、冻结、兼并、联盟或合伙的新闻不绝于耳，公司裁员、调整和重组不断改变商业面貌。同时，公司丑闻更加凸显了商业伦理的重要性，并对公司披露财务交易提出了更高要求。经济危机造成了数千家企业的失败，也催生了众多企业的勃兴。随着新的企业进入市场和商业格局的嬗变，各种规模的公司面对的机遇和挑战更为显著，原有的长期竞争优势遭到威胁，在制定和实施战略规划时，出错的代价更是前所未有的高。本书抓住新商业环境的复杂性，将提供一套系统、清晰的战略规划方法，使之即使在最恶劣的经济形势下也能行之有效。这一版较以往所做的更改旨在揭示新的商业概念和技巧对战略管理理论和实践产生的影响。

鉴于最近影响公司、地区和国家及相应文化的变化之大，本书对上一版本的每一页几乎都做了更新。本书的第一版出版于1986年，从那以后逐渐成为全世界最广为阅读的战略管理著作，迄今已被翻译为9种语言。

## 这一版本有哪些更新?

本书包括一些非常有趣的特色、变化和內容，使其成为讲授战略管理最清晰的指导和最佳的选择。以下是对本版所做更新的总结：

- 新增了第10章“商业伦理、社会责任和环境可持续性”。由于本书认为“好的企业必须有好的伦理”，因此花了较大篇幅介绍商业伦理和可持续发展。不同于其他战略管理教材，本书通过加强对自然环境的讨论，推动和鼓励公司以有利于环保的方式运营。现在，善待自然环境已经成为消费者、公司、社会和国际精英商学院联合会（AACSB）的一个重要的考虑。
- 新增了第11章“全球化/国际化”，讨论了不同国家之间战略管理在文化和概念上



的差异。当今世界所有战略决策都受到全球化问题影响，因此，商业运作的全球化在各行各业都成为一种必需，而不是一种特别的优势。本书每个案例公司都是全球化运作的典范，通过它们可以为 学生提供足够的机会来评价和考察商业全球化问题。

- 每一章的开头都新增了一个专栏，介绍在 2008—2010 年全球经济衰退中表现出色的公司及其战略。
- 每章包括数百个新的示例。
- 新增了一个关于阿迪达斯的配套案例。阿迪达斯是世界最成功、最著名的公司，也是全球化管理做得最好的公司。学生将在每一章的实践练习部分，结合阿迪达斯的案例研习各种战略概念。
- 新增了 32 张表格，以更好地把握战略管理的核心概念。
- 原版的战略管理综合模型得到修正，从而与新的章节相匹配。
- 每章包含大量新的关于战略管理理论和概念的故事，以描绘新的商业格局。
- 在每章最后平均增加了 15 道复习讨论题。
- 总共增加了 55 项新的实践练习，用于熟练掌握各章的战略概念。这些练习将帮助学生为案例分析做好准备。
- 每章最后都列出了最新的阅读材料。每章都提供了战略发展中重要思想家，如安索夫、钱德勒、波特、哈梅尔、普拉哈拉德、明茨伯格和邦尼的新研究和新理论。不过，本书的重点和特色还是战略管理的实践部分。
- 新增了 24 个案例并按产业进行了划分，涵盖营利/非营利、大型/中小型、生产/服务型的企业。每个案例都是综合性的，关注多个企业职能而不局限于某一个特定的商业问题。所有案例没有任何虚假成分且不加修饰，使用真实名字和真实地址，描述真实产业中的真实组织；所有案例都关注正在实施战略变革的组织，展示给学生的都是最新话题；所有案例都以生动精要的语言加以描述，通常在段落刚开始就设置一个时空语境，捕获读者兴趣；所有案例都提供定量信息，例如数量、比率、百分比、美元值、图表、统计数据、地图等，以便学生为组织准备一份具体、理性、论据充分的战略规划；同时，所有案例都包含产业和竞争者的信息。

本书继续保持以前版本经过时间考验的许多特色和内容。以前版本的一些特征在本版得到加强，下面将逐一介绍。

## ■ 章节：历经时间考验的特色

- 本书符合 AACSB 国际规范，是一本以实践为导向而不是以理论/研究为导向的教材。关于制定愿景和使命陈述，对外部环境进行分析，实行内部审查，制定、实施和评价战略，书中提供了一整套基于技巧的方法。
- 作者的写作风格是对话式的，简洁干练、生动有趣、逻辑严密，并且用大量当下的例子加以佐证。
- 一个简明而综合的战略管理模型贯穿全书，该模型在每一章都会出现，并被世界各地的咨询师和公司广泛运用。本书的一位评审员这样评价说：“我对戴维这本书最欣赏的一点就是，他遵循了战略制定、实施和评价这一基本顺序。从使命目的到内

外部环境审查，再到战略生成、选择、实施和评价，有一条基本的主线。这是并将继续是戴维这本书的一大标志。其他许多战略教材在陈述时缺乏连贯性，因此让学生很费解，尤其是本科生。”

- 本书第1章最后有一个配套案例，在其后的每一章都会回顾这个案例。这个配套案例使学生得以将战略管理的概念和方法运用于真正的组织，同样，每一章的材料所涵盖的实践练习，可以使学生为课程中的案例分析做好准备。
- 每章最后的实践练习使学生以挑战的、有意义的和有趣的方式，将那些概念与技巧加以运用，这些练习互相关联、有趣又新鲜。其中，21项练习针对配套案例的材料，6项练习针对大学或者学院，另外28项练习则针对商业中重要的战略话题。
- 本书的教学法非常出色，每章开始既有名言又有学习目标，最后还有核心术语、最新的阅读材料、讨论题和实践练习。
- 本书涵盖了许多重要的战略制定话题。例如，商业伦理、全球运营与本土运营、愿景和使命、矩阵分析、合伙、合资、竞争分析、治理、实施内外部战略评价准则。
- 本书突出了诸多精彩的战略实施话题。例如，企业文化、组织结构、外包、营销概念、财务分析和商业伦理。
- 第6章展示了一套系统的分析方法，包括SWOT矩阵、BCG矩阵、IE矩阵、GSM、SPACE矩阵和QSPM。
- 每一章都配有一套辅助材料，包括综合的指导手册、计算机化的考试和PowerPoint。

\* 在每章开头，该章涉及的内容将在战略管理综合模型中加以标明和放大，这样学生就可以在综合模型的基础上了解每章的重点。

\* 前言中给出的案例信息矩阵和案例描述矩阵，揭示了（1）每章强调的话题；（2）每个案例公司的联系信息和位置信息。这些矩阵提供了如何用第11章的概念处理这些案例的建议。

## ■ 案例：历经时间考验的特色

- 案例关注的都是新闻中诸多实行战略变革的著名公司。所有案例都未加掩饰，而且大部分都是为本书专门撰写，其中反映的当下战略管理问题和实践都不难被学生学习和理解。
- 这些案例包括大量中小企业、国际公司和非营利组织，并且都按产业进行编排。通常，每个产业选取两家竞争公司。
- 所有案例都在以往课堂上测试过，被证实是有趣而富有挑战性，可以有效地解释战略管理的概念。
- 所有案例都尽量提供关于公司的完整财务信息、组织结构图、愿景和使命陈述。
- 就这些案例而言，精彩的附加材料包括一份详尽的案例解读手册，并且在 [www.pearsonglobaleditions.com/david](http://www.pearsonglobaleditions.com/david) 上提供了各种支持。
- 所有案例都综合而全面，提供对公司及其运营的详细描述，而不仅仅关注诸如工厂关闭等单一话题或问题。因此，每个案例都有助于学生为该公司准备一份为期3年的战略规划。

## 给学生的特别提示

欢迎学习《战略管理：概念与案例》这门课程。这是一门富有挑战性又激动人心的课程，因为它将帮助你扮演不同组织的所有者或首席执行官的角色。这门课程主要是教你如何做出战略决策，通过口头和书面的交流来判别那些决策。战略决策将决定企业的将来方向和很长一段时间内的竞争态势。是否要地理扩张或多元化经营，就是战略决策的两个例子。

战略决策发生在各种类型和规模的组织中，从 Exxon 和 IBM 到中小规模的硬件商店或小学院，概莫能外。许多人的生活和工作也都受到战略决策的影响。战略决策的风险很高，关乎组织的生死存亡。战略决策的重要性使得这门课程既让人兴奋又让人紧张，你将被要求展示如何成功实施你的战略决策。

在这门课上，你还将有机会作出真实的战略决策，这大概是你学习生涯中的第一次。不要犹豫，大胆提出自己认为最好的战略，并利用本书提供的工具和概念不断加以完善。注意，战略决策背后的依据比决策本身更加重要，没有人能在给定的时间点为组织提出最佳战略。这个事实强调的是，战略管理本质上具有主观性和权变性。

使用本书提供的概念和工具，加上自己的直觉，捍卫你认为最适合的组织战略。你还需要结合在以前课程中学到的各种知识。在所有工商管理课程中，战略管理常被称为“压顶石”，之所以有如此地位，源于其内容的丰富性、知识的综合性和方法的集成性。你可能想将这本书保存在你的私人图书馆里。

本书的一大特征是它的操作实践性和应用导向性。它展示的是实际制定、实施和评价战略的技巧和内容，帮助你在各种营利或非营利组织中具体应用。每章最后的实践练习将让你把在该章所学的知识运用于阿迪达斯配套案例和你自己的大学。

千万别忘了访问战略管理在线俱乐部 [www.strategyclub.com](http://www.strategyclub.com)。网站上的模板和链接可以帮你在做案例分析时节省时间，并且让你的成果看起来更加专业。好好学习这门课程，享受它带给你的乐趣。祝大家好运！

案例信息矩阵

案例公司	股票代码	总部	网站地址	员工数	2006 年收入 (百万美元)	2008 年收入 (百万美元)
配套案例						
阿迪达斯	ADS (法兰克福证券交易所)	德国, 赫佐格奥拉赫	www.adidas.com	36 136		15 100
生产型公司						
化妆品						
雅芳	AVP	纽约州, 纽约市	www.avon.com	42 000		10 690
饮料						
百事可乐	PEP	纽约州, 帕切斯	www.pepsico.com	198 000		43 251
电脑						
IBM	IBM	纽约州, 阿曼克	www.ibm.com	366 345	22 618.0	
汽车						
哈雷-戴维森	HOG	威斯康星州, 密尔沃基	www.harley-davidson.com	10 100		5 971
食品						
卡夫食品	KFT	伊利诺伊州, 诺菲尔德	www.kraft.com	98 000		42 201
医疗保健						
默克公司	MRK	新泽西州, 汉特登	www.merck.com	55 200		23 850
中小企业						
沃特福德·韦奇伍德	WATFF (伦敦)	爱尔兰, 都柏林	www.waterfordwedgwood.com	9 606	772.6E	
服务型公司						
电子商务						
E*Trade 财务公司	ETFC	纽约州, 纽约市	www.etrade.com	4 126	2 770	
富国银行股份有限公司	WFC	加利福尼亚州, 旧金山	www.wellsfargo.com	272 800		52 389
旅游—航空和航海						
西南航空	LUV	得克萨斯州, 达拉斯	www.southwest.com	31 729	9 086.0	
酒店						
万豪国际集团	MAR	马里兰州, 贝赛斯达	www.marriott.com	143 000	12 160.0	
基于互联网						
易趣公司	EBAY	加利福尼亚州, 圣荷西	www.ebay.com	16 200		8 541
餐厅						
星巴克	SBUX	华盛顿州, 西雅图	www.starbucks.com	176 000		10 383
零售商						
沃尔玛	WMT	阿肯色州, 本顿维尔	www.walmartstores.com	2.1M		405 607

案例描述矩阵

关注的内容范围 (Y=是, N=否)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
配套案例														
阿迪达斯	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	Y
生产型公司														
化妆品														
雅芳	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	N
饮料														
百事可乐	Y	N	Y	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	N
电脑														
IBM	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	N
汽车														
哈雷-戴维森	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	N
食品														
卡夫食品	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	N
医疗保健														
默克公司	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	N
中小企业														
沃特福德·韦奇伍德	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y
服务型公司														
电子商务														
E*Trade 财务公司	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	N
富国银行股份有限公司	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	Y
旅游—航空和航海														
西南航空	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	N
酒店														
万豪国际集团	Y	N	Y	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	N
基于互联网														
易趣公司	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	N
餐厅														
星巴克	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y
零售商														
沃尔玛	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	N

1. 是否包含 2006 年或 2008 年年末的财务报表?
2. 是否包含组织结构图?
3. 公司是否在美国之外经营业务?
4. 是否包含愿景或使命陈述?
5. 是否包含电子商务话题?
6. 是否包含自然环境话题?
7. 是否强调了战略制定?
8. 是否包含战略实施?
9. 是否包含按部门划分的财务数据?
10. 公司收入是否下降?
11. 公司利润是否下降?
12. 是否对竞争对手进行了讨论?
13. 案例是否第一次出现在本书中?
14. 公司总部是否在美国之外?

# 目 录

<b>第 1 篇 战略管理概论</b> .....	(1)
<b>第 1 章 战略管理的性质</b> .....	(3)
什么是战略管理? .....	(5)
战略管理中的关键术语 .....	(8)
战略管理模型 .....	(14)
战略管理的益处 .....	(16)
为什么有些企业不做战略规划? .....	(18)
战略规划中的陷阱 .....	(19)
有效的战略管理指南 .....	(19)
商业战略与军事战略的异同 .....	(21)
<b>第 2 篇 战略制定</b> .....	(37)
<b>第 2 章 企业愿景与使命</b> .....	(39)
我们想成为什么? .....	(41)
我们的业务是什么? .....	(42)
愿景和使命陈述的重要性 .....	(44)
使命陈述的特点 .....	(46)
撰写和评价使命陈述 .....	(50)
<b>第 3 章 外部分析</b> .....	(55)
外部分析的性质 .....	(57)
产业组织的观点 .....	(59)
经济因素 .....	(59)
社会、文化、人口和自然环境因素 .....	(61)
政治、政府和法律因素 .....	(63)
技术因素 .....	(65)
竞争因素 .....	(66)
竞争分析:波特的五力模型 .....	(69)
外部信息来源 .....	(73)
预测方法和技术 .....	(73)
产业分析:外部因素评价矩阵 .....	(74)
竞争态势矩阵 .....	(76)

<b>第 4 章 内部分析</b>	(82)
内部分析的性质	(83)
资源理论	(86)
整合战略与文化	(87)
管理	(89)
营销	(93)
财务/会计	(96)
生产/运营	(103)
研究与开发	(105)
管理信息系统	(107)
价值链分析	(108)
内部因素评价矩阵	(111)
<b>第 5 章 行动中的战略</b>	(117)
长期目标	(119)
平衡计分卡	(121)
战略的种类	(122)
一体化战略	(125)
加强型战略	(127)
多元化战略	(129)
防御型战略	(132)
迈克尔·波特的五大基本战略	(138)
实现战略的途径	(142)
非营利和政府组织中的战略管理	(149)
中小企业的战略管理	(150)
<b>第 6 章 战略分析与选择</b>	(157)
战略分析与选择的本质	(159)
战略制定综合框架	(160)
输入阶段	(161)
匹配阶段	(161)
决策阶段	(176)
战略选择中的文化因素	(180)
战略选择中的政治因素	(180)
治理问题	(182)
<b>第 3 篇 战略实施</b>	(193)
<b>第 7 章 战略实施：管理与运营</b>	(195)
战略实施的性质	(197)
年度目标	(199)
政策	(201)

	资源配置 .....	(202)
	冲突管理 .....	(203)
	将组织结构与战略匹配 .....	(204)
	重组、再造和网络重组 .....	(212)
	将业绩与报酬挂钩 .....	(214)
	克服变革阻力 .....	(216)
	培育支持战略的文化 .....	(217)
	战略实施中的生产/运营问题 .....	(218)
	战略实施中的人力资源问题 .....	(219)
<b>第 8 章</b>	<b>战略实施：营销、财务、研发与管理信息系统</b> .....	(232)
	战略实施的性质 .....	(234)
	当前的营销问题 .....	(235)
	市场细分 .....	(238)
	产品定位 .....	(241)
	财务/会计问题 .....	(241)
	研发问题 .....	(257)
	管理信息系统问题 .....	(258)
<b>第 4 篇</b>	<b>战略评价</b> .....	(265)
<b>第 9 章</b>	<b>战略评价与控制</b> .....	(267)
	战略评价的性质 .....	(269)
	战略评价的框架 .....	(272)
	平衡计分卡 .....	(277)
	公开的战略评价信息来源 .....	(278)
	有效评价系统的特征 .....	(279)
	权变计划 .....	(280)
	审计 .....	(281)
	21 世纪战略管理的挑战 .....	(282)
<b>第 5 篇</b>	<b>战略管理的重要问题</b> .....	(289)
<b>第 10 章</b>	<b>商业伦理、社会责任和环境可持续性</b> .....	(291)
	商业伦理 .....	(293)
	社会责任 .....	(296)
	环境可持续性 .....	(298)
<b>第 11 章</b>	<b>全球化/国际化</b> .....	(308)
	跨国公司 .....	(309)
	跨国经营的优势和劣势 .....	(311)
	全球化挑战 .....	(312)
	美国与他国的商业文化 .....	(314)



全球税率 .....	(317)
在印度的合资企业 .....	(318)

**第6篇 战略管理案例分析 .....** (323)

<b>如何分析经营战略案例 .....</b>	(325)
什么是战略管理案例? .....	(326)
准备案例分析的准则 .....	(326)
为课堂讨论准备案例 .....	(327)
准备书面案例分析报告 .....	(328)
口头案例分析演示 .....	(329)

<b>案例 1 雅芳公司 .....</b>	(337)
<b>案例 2 百事公司 2009 .....</b>	(345)
<b>案例 3 IBM 公司 2007 .....</b>	(356)
<b>案例 4 哈雷-戴维森公司 2009 .....</b>	(370)
<b>案例 5 卡夫食品有限公司 2009 .....</b>	(379)
<b>案例 6 德国默克公司 2009 .....</b>	(387)
<b>案例 7 沃特福德·韦奇伍德 2008 .....</b>	(395)
<b>案例 8 E* Trade 财务公司 2007 .....</b>	(405)
<b>案例 9 富国银行股份有限公司 2009 .....</b>	(413)
<b>案例 10 西南航空公司 2007 .....</b>	(422)
<b>案例 11 万豪国际集团 2007 .....</b>	(433)
<b>案例 12 易趣公司 2009 .....</b>	(446)
<b>案例 13 星巴克公司 2009 .....</b>	(458)
<b>案例 14 沃尔玛有限公司 2009 .....</b>	(467)