

Strategic Management Concepts: A Competitive Advantage Approach Fifteenth Edition

战略管理

概念部分

第 15 版

[美]

弗雷德·R. 戴维 (Fred R. David)
福里斯特·R. 戴维 (Forest R. David)

著

李晓阳

译

清华大学出版社

战略管理

概念部分 第15版

[美]

弗雷德·R. 戴维 (Fred R. David)

福里斯特·R. 戴维 (Forest R. David)

著

李晓阳

译

Strategic Management Concepts

The Advantage Approach

Fifteenth Edition

清华大学出版社

北 京

北京市版权局著作权合同登记号 图字:01-2015-2350

Authorized translation from the English language edition, entitled Strategic Management: A Competitive Advantage Approach Concepts and Cases, 15th Edition, 9780133444797 by Fred R. David Forest R. David, published by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, copyright © 2015.

All Rights Reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD., and TSINGHUA UNIVERSITY PRESS Copyright © 2017.

本书中文简体翻译版由培生教育出版集团授权给清华大学出版社出版发行。未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 Pearson Education(培生教育出版集团)激光防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

战略管理:概念部分:第15版/(美)弗雷德·R.戴维(Fred R. David), (美)福里斯特·R.戴维(Forest R. David)著;李晓阳译. —北京:清华大学出版社,2017

书名原文:Strategic Management Concepts: A Competitive Advantage Approach

ISBN 978-7-302-47871-3

I. ①战… II. ①弗… ②福… ③李… III. ①战略管理—高等学校—教材 IV. ①C931.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 179369 号

责任编辑:梁云慈

封面设计:何凤霞

责任校对:王荣静

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:26.25 插 页:2 字 数:605 千字

版 次:2017 年 9 月第 1 版 印 次:2017 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:52.00 元

产品编号:060017-01

工商管理优秀教材译丛

管理学系列 —▶



前言

战略管理：概念部分(第15版)

Strategic Management Concepts: A Competitive Advantage Approach

为什么采用这本教材？

这本教材在全球范围内的置信度很高，管理者们需要有效地制订和实施战略计划——一种博弈计划，而它正好提供了最新的管理技巧和观念。它能为各种企业带来持续的竞争优势。高校商学院协会(AACSB)在商业书刊中极力提倡一种更富技巧性、更具实践性的方法，而这本由戴维编著的教材正好提供了不限于理论而更富实践的方法。全球高校商学院协会为毕业生和非毕业生整理了战略管理课程的概论，这本教材适用于各个水平的学生，并且之前的版本已经被全球 500 多所高校所使用。我们相信您会发现这版教材将会是您学习战略管理最好的教材。这本教材已经简明精致地出版了英语、汉语、西班牙语、泰语、德语、日语、波斯语、印度尼西亚语、印度语和阿拉伯语的版本，俄罗斯语的版本也正在协商中。不仅高校将其作为教材使用，很多公司、组织、政府部门也把这本书作为管理参考书。

和众多的战略管理教材相比，戴维提供了：

1. 构建一个清晰战略的有效过程，而不是简单地呈现管理中的理论。
2. 在实施战略计划过程中有效的模型。

来自索诺玛州立大学的 Eric. N. Sims 教授在 2013 年将这本教材使用到了他的课程中，他说道：

“我读过很多战略管理的书，但我会继续使用戴维编著的这本教材。我喜欢的是能在这本书中获取一条主线。我相信戴维能够切实地帮助公司来制订和实施战略计划。相反，其他很多书却只能介绍一些管理上的理论。”

一位最近的读者谈道：

“我最佩服的是戴维的这本教材完全遵循了战略制定、战略实施和战略评估的基本顺序。这种基本顺序是指企业愿景/使命，企业内外部环境审视，战略构建、选择、实施和评估。这本教材做到了并且一直这样做，这正是戴维这本教材的高标准。很多战略管理的教材都和他们的理论案例不协调，这让学生们尤其是本科生感到很困惑。”

新章节的特点

1. 第 15 版的教材在之前版本的基础上修订了 40%。
2. 第 11 章“全球/国际问题”在原有基础上增添了 30% 的新内容，是不同国家间文化和观念上关于战略管理的差异。在全球范围内开展业务已是很多产业的需要，几乎当今所有的战略决定都会受国际事务的影响。
3. 第 10 章，“商业道德/社会责任/环境的可持续性”也扩展了 30% 的新内容，包括道

德准则、办公室恋情和可持续性。该章强调了“良好的道德就是良好的商业”。该章的特点在于它促进和鼓励企业用一种环境友好型的方式来组织生产。尊重自然环境对消费者、企业、社会 and 全球高校商学院协会来说已经成为一个重要的话题。

4. 提供了一个新的综合案例——百事公司(2014)。百事公司在全球范围内都是很成功、很知名、管理得很好的公司。学生们可以在每章最后的练习中来应用百事公司的案例。

5. 每章最后的练习中有 50% 的新内容都可以应用每章的概念来讨论。这些练习可以为学生进行战略管理案例分析做准备。

6. 每章的开头都介绍了某个企业出色的战略管理。

7. 所有章节中的案例都是全新的。

8. 每个章节中都有关于战略管理理论和观点的全新叙述。

9. 每个章节的最后平均会有 10 个新的问题。

10. 每章最后的“最近读物”都是全新的,并且包含了相关研究者的全新研究和理论。当然,这本书的核心部分还是战略管理的实践。

11. 本书的每句话、每个段落都是经过了严格的审查、修改、阐明、删减、排版、更新以提高本书的质量。

新案例的特点

1. 所有的 29 个案例都是 2013 年度的,为学生们提供了全新的案例来评估。

2. 所有的 29 个案例都是对学生学习有益的,都是知名的公司,都可以有效地运用战略概念。

3. 29 家公司中有 10 家公司的总部不在美国境内(如宝马、欧莱雅)。

4. 所有的 29 个案例都是真实的,运用了真实产业中真实的企业组织、真实的公司名称(所有案例都非虚拟的)。

5. 所有的 29 个案例公司和产业都经历了战略变革。

6. 所有的 29 个案例都提供了充足、大量的信息,所以学生们可以依此制订战略计划。

7. 所有的 29 个案例都用简明生动的风格来撰写以此抓住读者的兴趣。

8. 所有的 29 个案例都是“全面”的,注重多种商业功能,而非单一个问题。

9. 所有的 29 个案例都包括了公司当前的财务状况,所以学生们可以展示战略计划对财务的影响。

10. 所有的 29 个案例都包括了企业的组织构建、愿景和使命以及重要的战略观点。

11. 所有的 29 个案例都包含了定制的内容,可以满足一些教授的特别需求。

12. 所有的 29 个案例都运用了战略观念,但也在案例矩阵中有新的展现,一些案例尤其例证了某些战略理论,可以让老师们在不同的章节中有效地运用不同的案例进行教学。

13. 所有的 29 个案例都经过了课堂实践以确保这些案例能够有趣、有挑战性、有效地来例证战略观点。

14. 所有的 29 个案例在其他教材中都没有出现过,因此本书提供了一个全新的学习平台。

15. 在 29 个案例中有些企业运营得非常好而有些企业却相对较差,其中有 13 家企业是服务型企业,16 家是制造企业,同时也涵盖了小型企业和大型企业。

16. 29 家企业都有各自的英文网站可以提供详细的财务信息、企业发展史、企业持续发展状况、道德陈述和企业压力释放状态,所以学生们可以很方便地获得企业的当前信息以运用到战略观点中。

17. 在这一版教材中,所有的 29 个案例都是由作者亲自撰写,确保在战略分析中最大程度地控制和有效运用战略管理的概念。

历经时间检验的特点

1. 在全球高校商学院协会的概论中支持实践导向的战略管理而非理论或研究的方法,这本教材很好地满足了这一点。这本教材提供了构建企业愿景和使命的技术导向过程,呈现了外部环境审计,导入了内部环境评估,以及制定、实施和评估战略。

2. 作者的撰写风格具有简明、对话性、有趣、逻辑性强、生动的特点,这被当前大量的例子所证明。

3. 在每个章节中以及封面上都有一个简明但综合的战略管理模型。这个模型被全球范围内的战略计划咨询公司所广泛使用。

4. 在第一章后有一个精彩的、全新的百事公司的案例,并且在每章的最后也都会对其进行回顾,它可以让学生们针对章节中的材料运用战略管理的概念和方法制定战略,让学生为战略分析做准备。

5. 每章末尾的练习都可以让学生们用一种具有挑战性、有意义并且欢乐的方式运用战略管理的概念和方法。其中有 17 个是综合案例,11 个是关于高校的案例,其他 9 个案例可以让学生们身临其境地感触商业环境并且开发重要的战略话题。

6. 这本教材有多种教学内容,包括每章开头的学习目标、关键术语、最新读物、问题讨论以及每章末尾的课后练习。

7. 书中有大量的战略制订内容,比如商业道德、国内外企业运营、愿景和使命、矩阵分析、合作伙伴、进入风险、优势分析、价值链分析、政府管制以及整合评估信息矩阵。

8. 书中有大量的战略实施内容,例如企业文化、组织结构、外部资源、营销理念、财务分析、商业道德、商业泄密、受贿、薪酬绩效以及办公室恋情。

9. 企业内部环境模型、外部环境模型、关键路径法、优势劣势模型、波士顿矩阵模型、工业管理模型、大战略模型、空间矩阵模型和定量战略规划矩阵等 9 个矩阵为读者呈现了一个系统的、极具分析性的战略过程。

10. 老师可把自己获得的各种资源和书中的 29 个案例结合做成自制的版本。

11. 书中的文本资料有非常好的综合辅助材料,包括教师手册、检测工具和章节 PPT。

教师资源

教师可以在 www.pearsonhigered.com/irc 网站上获得该书新版本的大量资源。

教师资源包括：

- 每章节的教师手册
- 案例手册
- 每章节的 PPT
- 试题库

目 录

战略管理：概念部分(第15版)

Strategic Management Concepts: A Competitive
Advantage Approach

第一部分 战略管理概述

第1章 战略管理的本质	3
出色的战略管理案例	4
什么是战略管理	5
战略管理中的关键术语	8
战略管理的成效	15
为什么有些企业不进行战略规划	17
战略规划的陷阱	17
有效战略管理的指导方针	18
经营战略与军事战略比较	20
结论	21
关键术语与概念	22
复习讨论题	22
最新读物	24
综合案例	24
实践练习	38
注释	40

第二部分 战略制订

第2章 企业愿景与使命	45
出色的战略管理案例	46
我们想成为什么样的企业	47
我们的业务是什么	47
愿景和使命陈述的重要性(益处)	50
使命陈述的特点	52
撰写和评价使命陈述	55
学生需要特别注意	56
结论	57

关键术语与概念	57
复习讨论题	58
最新读物	59
实践练习	59
注释	62
第3章 外部评估	64
外部审计的性质	65
出色的战略管理案例	66
关键外部因素	66
产业组织(I/O)观点	68
经济因素	69
社会、文化、人口与自然环境因素	71
政治、政府及法律因素	73
技术因素	75
竞争因素	76
竞争分析：波特五力模型	79
外部信息来源	83
预测工具与技术	83
行业分析：外部因素评估矩阵	84
竞争态势矩阵	86
学生需要特别注意	89
结论	89
关键术语与概念	89
复习讨论题	90
最新读物	91
实践练习	92
注释	95
第4章 内部评估	96
内部审计的性质	97
出色的战略管理案例	97
资源观	100
整合战略和文化	101
管理	104
营销	108
财务与会计	112
盈亏平衡分析	117

生产与运作	120
研究与开发	122
管理信息系统	124
价值链分析(VCA)	125
内部因素评价(IFE)矩阵	127
学生需要特别注意	130
结论	130
关键术语和概念	131
复习讨论题	131
最新读物	133
实践练习	134
注释	135
第 5 章 战略行动	137
出色的战略管理案例	138
长期目标	139
战略类型	141
一体化战略	143
强化战略	148
市场开发	148
产品开发	149
多元化战略	150
防御战略	153
迈克尔·波特的 5 个一般战略	156
实现战略的方式	161
非营利组织和政府机构的战略管理	168
小企业的战略管理	170
学生需要特别注意	171
结论	171
关键术语与概念	171
复习讨论题	172
最新读物	173
实践练习	174
注释	178
第 6 章 战略分析与选择	180
出色的战略管理案例	181
战略分析与选择的性质	181

战略制订综合框架	183
输入阶段	184
匹配阶段	184
优势-劣势-机遇-威胁(SWOT)矩阵	184
战略地位与行动评价(SPACE)矩阵	187
波士顿咨询集团(BCG)矩阵	192
内部-外部(IE)矩阵	196
大战略矩阵	198
决策阶段	200
定量战略规划矩阵(QSPM)	200
战略选择的文化方面	206
战略选择的政治方面	207
治理问题	208
学生需要特别注意	211
结论	211
关键术语与概念	211
复习讨论题	212
最新读物	215
实践练习	215
注释	221

第三部分 战略实施

第7章 战略实施：管理和运营问题	225
出色的战略管理案例	226
战略实施的性质	226
管理视角	228
年度目标	229
政策	231
资源配置	233
处理冲突	233
结构与战略匹配	234
重组与流程再造	245
业绩、报酬与战略挂钩	247
克服变革阻力	249
培育支持战略的企业文化	251
战略实施中的生产与作业问题	252
战略实施中的人力资源问题	253

学生需要特别注意	261
结论	261
关键术语与概念	261
复习讨论题	262
最新读物	264
实践练习	265
注释	267
第 8 章 战略实施：市场营销、财务与会计、研发及管理信息系统问题	269
战略实施的性质	270
出色的战略管理案例	270
当前营销问题	271
市场细分	273
产品定位/感知图	277
财务与会计问题	279
管理信息系统(MIS)问题	298
学生需要特别注意	299
结论	300
关键术语与概念	300
复习讨论题	300
最新读物	302
实践练习	303
注释	305

第四部分 战略评估

第 9 章 战略回顾、评估与控制	309
战略评估的性质	309
出色的战略管理案例	310
战略评估框架	314
平衡计分卡	319
公开出版的战略评估信息来源	321
有效评估系统的特征	322
权变计划	323
审计	324
战略管理在 21 世纪所面临的挑战	325
学生需要特别注意	327
结论	327

关键术语与概念	328
复习讨论题	328
最新读物	329
实践练习	329
注释	330

第五部分 战略管理主要议题

第 10 章 商业道德/社会责任/环境的可持续性	335
商业道德	336
出色的战略管理案例	336
社会责任	344
环境可持续性	345
学生需要特别注意	350
结论	351
关键术语及概念	351
复习讨论题	351
最新读物	352
实践练习	353
注释	355
第 11 章 全球/国际问题	357
出色的战略管理案例	358
跨国组织	361
国际业务的优势和劣势	362
全球挑战	363
全球企业税率	364
美国与外国商业文化比较	367
各个国家的交流差异	369
各个国家的商业文化	370
各个国家/大洲的商业环境	378
学生需要特别注意	385
总结	385
关键术语与概念	385
复习讨论题	386
最新读物	387
实践练习	387
注释	390

第六部分 战略管理案例分析

如何编制和演示一项案例分析	393
什么是战略管理案例	393
编制案例分析的指导方针	394
编制用于课堂讨论的案例	395
案例方法和演讲方法	395
编制书面案例分析	396
进行口头演示	397
案例分析成功的诀窍	399
参考读物	402
口头案例分析的演示步骤	402

第一部分

战略管理概述

第1章 战略管理的本质

战略管理：概念部分(第15版)

Strategic Management Concepts: A Competitive
Advantage Approach

