

| MBA教材精品译丛 |

(原书第10版)

战略管理

竞争与全球化 (概念)

R. 杜安·爱尔兰 (R. Duane Ireland)

得克萨斯 A & M 大学

(美) 罗伯特 E. 霍斯基森 (Robert E. Hoskisson) 著

莱斯大学

迈克尔 A. 希特 (Michael A. Hitt)

得克萨斯 A & M 大学

赵宏霞 张利强 等译



机械工业出版社
China Machine Press



The Management of Strategy (Concepts)
(10th Edition)

|MBA|

(原书第10版)

战略管理

竞争与全球化 (概念)

R. 杜安·爱尔兰 (R. Duane Ireland)

得克萨斯 A & M 大学

(美) 罗伯特 E. 霍斯基森 (Robert E. Hoskisson) 著

莱斯大学

迈克尔 A. 希特 (Michael A. Hitt)

得克萨斯 A & M 大学

赵宏霞 张利强 等译

The Management of Strategy (Concepts)
(10th Edition)



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

战略管理：竞争与全球化（概念）（原书第 10 版）/（美）爱尔兰（Ireland, R. D.），（美）霍斯基森（Hoskisson, R. E.）（美）希特（Hitt M. A.）著；赵宏霞等译. —北京：机械工业出版社，2013. 11
（MBA 教材精品译丛）

书名原文：The Management of Strategy (Concepts)

ISBN 978-7-111-44722-1

I. 战… II. ①爱… ②霍… ③希… ④赵… III. 企业管理—战略管理—研究生—教材 IV. F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 268427 号

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号：图字：01-2012-8905

R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, Michael A. Hitt. The Management of Strategy (Concepts), 10th Edition.

Copyright © 2013 by South-Western, Cengage Learning.

ISBN 978-1-133-58469-8

Original edition published by Cengage Learning. CMP Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书原版由圣智学习出版公司出版。本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权机械工业出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内（不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区）销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

本书封底贴有 Cengage Learning 防伪标签，无标签者不得销售。

本书全面涵盖了战略管理课程的教学内容，第 10 版加入了作者最新的研究成果，更换了全部的开篇案例、战略聚焦专栏，极力贴近管理实践的最新动态，囊括了大量公司案例，揭示企业在当今市场环境中应如何有效地进行战略管理。本书详细介绍了如何运用战略管理工具和技术，实践性强，向读者展示了战略管理的全貌。

本书适用于管理类专业本科生、硕士生、MBA、EMBA，更可以作为企业管理人员和相关学者的参考书。

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：王金强 版式设计：刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷

2014 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

185mm × 260mm · 24.75 印张

标准书号：ISBN 978-7-111-44722-1

定 价：49.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88379210 88361066

投稿热线：(010) 88379007

购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzjg@hzbook.com

致我的家人，我爱你们，感谢你们对我的支持和鼓励。你们的言行让我的双眼望向光明。

—— R. 杜安·爱尔兰

致我的父亲，您生活简朴，一心一意为了家人，是诚实与耐力的典范。

—— 罗伯特 E. 霍斯基森

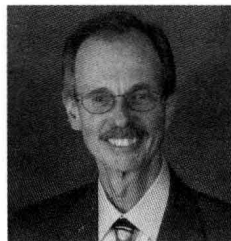
致我的家人，我爱你们每一个人，生命中有你们的陪伴是我的幸福。

—— 迈克尔 A. 希特

作者简介 | About the Authors

■ R. 杜安·爱尔兰

R. 杜安·爱尔兰是得克萨斯 A&M 大学梅斯商学院的 Foreman R. 和 Ruby S. Bennett 讲席教授。此前，他曾在那里担任管理系主任。他教授各级别学生（本科生、硕士、博士和高级主管人员）的战略管理课程。



爱尔兰已有 175 部作品出版，包括一些专著。他的研究专注于多元化、创新、公司创业和战略性创业。研究成果发表在许多杂志上，包括《管理学术杂志》、《管理学会评论》、《管理人员学刊》、《管理科学季刊》、《战略管理杂志》、《管理期刊》、《战略性创业杂志》、《人类关系》、《创业理论与实践》、《商业投机期刊》、《管理研究杂志》以及其他一些杂志。他最近出版的著作包括《理解业务战略：概念和案例》（South-Western, 2009），*Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*（Prentice-Hall, 第3版, 2010），《为优势竞争》（South-Western, 2008）。他正在或曾经任职于许多杂志的审稿委员会，比如《管理学术杂志》、《管理学会评论》、《管理人员学刊》、《管理期刊》、《商业风险期刊》、《创业理论与实践》、《商业战略期刊》以及《欧洲管理期刊》等。他是《管理学术杂志》的现任编辑，也曾担任过《管理学术杂志》、《管理人员学刊》以及《创业理论与实践》的副主编。他还任《管理学会评论》、《管理人员学刊》、《商业风险期刊》、《战略管理杂志》、《高科技和工程管理杂志》以及《组织研究方法》等刊物特刊的合作编辑。他 1999 年在《管理人员学刊》和 2000 年在《管理学术杂志》发表的文章获得了最佳论文奖。2001 年，他与人合著的文章发表在《管理人员学刊》上，获得美国小企业和企业家联盟（USASBE）颁发的公司创业最佳期刊论文奖。

爱尔兰是美国管理学会会员，还是 21 世纪创业研究的学者。他担任过三年管理学会董事会管理者的职务。1999 年，他获得杰出智力贡献奖，奖励他对美国社会的竞争问题研究做出的贡献。2004 年，他获得 USASBE 颁发的 USASBE 公司创业奖。

■ 罗伯特 E. 霍斯基森

罗伯特 E. 霍斯基森是莱斯大学杰西·琼斯商学院战略管理系主任。他在加州大学伊利诺伊分校获得博士学位。霍斯基森教授的主要研究方向是公司治理、并购和剥离，公司和国际多元化，公司企业家精神，私有化以及合作战略。他教授的课程有公司和国际战略管理、



合作战略和战略咨询等。霍斯基森教授的研究成果发表在 120 多种刊物上,其中包括《管理学术杂志》、《管理学会评论》、《战略管理杂志》、《组织科学》、《管理期刊》、《国际商务研究期刊》、《管理研究杂志》、《管理人员学刊》和《加州管理评论》。他是 26 部专著的合著者。他现在是《战略管理杂志》的副主编、《国际商务研究期刊》的顾问编辑,以及《管理学术杂志》编辑审查委员会成员。霍斯基森教授同时也是一些刊物的编辑委员会成员,如《管理学术杂志》(包括专栏的顾问编辑和客座编辑)、《管理期刊》(包括副主编)、《组织科学》、《国际商务研究期刊》(顾问编辑)、《管理研究杂志》(专栏客座编辑),以及《创业理论与实践》。他同时是一些管理书籍的合著者,包括《理解商务战略》(South-Western, 2009)、《为优势竞争》(第 2 版)(South-Western, 2008)以及《紧缩范围:如何治理多元化的企业》(牛津大学出版社,1994)。霍斯基森是诺丁汉大学特聘教授,同时也是西安交通大学的名誉教授。他是美国管理学会会员,也是《管理学术杂志》Hall & Fame 协会的发起人之一。他是美国战略管理学会会员。1998 年,由于他对竞争战略研究的杰出贡献,获得美国竞争战略协会的杰出学术贡献奖。他还获得了杨百翰大学 Marriott 管理学院授予的 William G. Dyer 杰出校友奖。他已经完成了在管理学会管理委员会三年的任职,当前在战略管理协会理事会任职。

■ 迈克尔 A. 希特

迈克尔 A. 希特是一位著名的教授,他在得克萨斯 A&M 大学任 Jos B. Foster 讲席教授。希特在科罗拉多大学获得博士学位。他已有 260 多部作品出版,包括 26 部合著或合编的专著。他于 2008 年在《管理期刊》上发表的一篇文章被评为过去 25 年管理学领域被引用次数最多的 10 篇文章之一。



他的部分著作如《紧缩范围:如何治理多元化的企业》(牛津大学出版社,1994)、《兼并和收购:为股东创造价值的指南》(牛津大学出版社,2001)、《为优势竞争》(South-Western, 2008)、《理解商务战略》(South-Western Cengage Learning, 2009)。另外,他还与人合编了一些书籍如《互联世界的战略性管理》(1998)、《新管理思想:组织变革和战略实施》(1998)、《动态战略资源:发展、传播和整合》(1999)、《分解世界的取胜战略》(John Wiley & Sons, 2000)、《战略管理手册》(2001)、《战略企业家精神:创造新的整合思想》(2002)、《创造价值:新商业环境的胜利者》(Blackwell, 2002)、《为持久竞争优势管理知识》(Jossey-Bass, 2003)、《管理中的伟大思想:理论发展的过程》(牛津大学出版社,2005),以及《全球性思想》(Elsevier, 2007)。他曾在许多杂志的编辑审查委员会任职,包括《管理学术杂志》、《管理人员学

刊》、《应用心理学期刊》、《管理期刊》、《世界商业期刊》和《应用行为学期刊》。此外，他曾任《管理学术杂志》顾问编辑和编辑，是《战略性创业杂志》的现任合作编辑，以及美国战略管理协会的前会长和美国管理学会的前会长。

希特是管理学会和战略管理协会会员。由于在这个领域的贡献，希特还获得马德里卡洛斯三世大学的荣誉博士头衔。他同时也是西安交通大学的名誉院长。他在学术研究方面获得了很多奖项，如欧文杰出教育者奖、美国管理学会的杰出服务奖。他发表在《管理学术杂志》、《管理人员期刊》以及《管理期刊》上的文章多次获得最佳论文奖。

对于本书的每一版，我们编写的目的都在于展现并解释不断更新的战略管理过程。为了让本书的第10版达到这个目标，我们再次为你展示充满睿智并兼具实践性的战略管理分析。

在每一版，我们都面临这样的挑战并为之鼓舞，那就是建立展示战略管理知识的新标准，并且保证本书的可读性。为了准备新版本的编写，我们仔细研究了学术界的最新成果，以确保我们展示给你的是最新的并且与组织高度相关的内容。此外，我们还阅读了许多商业出版物（如《华尔街日报》、《商业周刊》、《财富》、《金融时报》、《福布斯》等，在此仅列举出很少的一部分），这样可以确认我们需要的案例，这些案例都与公司如何运用战略管理过程相关。尽管对于本书中出现的数以百计的公司，你可能已经非常熟悉，但对你而言，仍然可能有一些是全新的。因为我们选择作为案例的公司来自世界各地，以此展示全球化的商业是如何形成的。为了让你尽可能更好地了解现实中的公司是如何使用战略管理工具、技术和思想的（基于最新的研究），我们强调一种生动和友好的行文方式。

本书第10版的几个特点将帮助你获得更好的学习效果。

（1）本书全面地涵盖了市场上可见的战略管理的内容。

（2）本书中采用的部分研究成果是“经典的”，同时也包含许多战略管理文献最新的贡献。经典的研究成果为我们提供了理解战略管理的基础，而最新的研究成果揭示了我们对于如何在复杂的、全球化的商业环境中有效运用战略管理的新认知。在这样的环境中，每家公司都在思考如何比竞争对手表现得更出色。同时，本书也向你展示了公司如何运用领先研究者的战略管理工具、技术和思想的诸多案例。实际上，本书带有强烈的应用导向色彩，同时向读者展示了大量关于战略管理思想、技术和工具的范例和应用。比如，在本版中，我们考察了600多家公司以描述战略管理的运用。总的来说，没有别的战略管理书籍能够像本书这样，将对于大量不同类型组织的实用的、深刻的研究与应用结合得如此之好，并完整地呈现给你。公司案例的范围从总部设在美国的大公司，如沃尔玛、IBM、强生、好时、惠普、戴尔、百事可乐和思科，到美国以外的公司如丰田、诺基亚、英国石油公司、瑞安航空、大众汽车和华为。我们也在案例中加入了许多新成立的公司，如Dylan's Candy Bar、Facebook、Honest Tea、MySpace、Yandex和尚德电力（Sun Tech Power），以及中小家族企业，如Sargento Foods。

（3）我们精心整合了战略管理领域非常流行和著名的两个理论思想：工业组织经济学（industrial-organization economics）和企业资源基础观（resource-based view of the firm）。在其他一些出版物中，往往强调两种理论思想中的一种（而通过解释另一种思想来描述战

略管理)。然而,这种做法是不全面的。研究和实践经验表明,两种思想在理解战略管理与组织成功之间的联系时都是非常重要的。迄今为止,还没有其他书籍有效地整合了这两种思想,以解释战略管理过程及其在各种类型组织中的应用。

(4) 我们引用了很多杰出学者(如 Raphael Amit、Kathy Eisenhardt、Don Hambrick、Constance Helfat、Ming-Jer Chen、Michael Porter、C. K. Prahalad、Richard Rumelt、Ken Smith、David Teece、Michael Tushman、Oliver Williamson)和众多年轻的新生学者(如 Rajshree Agarwal、Gautam Ahuja、Javier Gimeno、Amy Hillman、Michael Lennox、Yadong Luo、Jeff Reuer、Mary Tripsas 和 Maurizio Zollo)以及许多其他学者的观点,以形成战略管理是什么的探讨。我们还描述了杰出的执行官和从业者(如麦克·杜克、杰夫·伊梅尔特、史蒂夫·乔布斯、英德拉·诺伊以及许多其他人)的实践活动,以帮助我们刻画战略管理是如何在各种类型的组织中得以应用的。

(5) 本书的作者也是活跃于战略管理研究和应用的学者。我们的研究领域涉及战略管理的不同主题。我们的兴趣在于将众多的研究成果形成著作,为读者更好地理解如何有效地应用战略管理工具、技术和思想提升组织的表现提供帮助。因此,我们自己的研究成果,与其他学者的研究成果一起,也整合在适当的章节中。

本书第 10 版除以上特点,还有其他一些具体特征。

(1) 全新的“开篇案例”和“战略聚焦”专栏。我们保持传统,继续为读者提供全新的“开篇案例”和“战略聚焦”专栏。此外,在每一章中都有全新的、独特的公司案例。由此,我们向你展示了丰富的案例,这些案例都是关于现实中的组织(其中的绝大多数不仅在全球市场竞争,也在本国市场竞争)如何运用战略管理过程击败竞争对手,提升自身绩效的。

(2) 30 个案例。我们特别选取了总部位于美国和其他国家的组织。很多案例都附有完整的财务数据(对此进行的分析在案例注释中)。这些颇具时效的案例为主动的学习者提供了应用战略管理过程、理解组织条件和背景以及对关键利害关系提出合理建议的机会。在第 10 版中,我们新增了 9 个开篇案例(苹果、达美乐公司、赫曼米勒公司、电影展览业、保时捷、雷诺烟草公司、Valeant 制药公司、Zipcar 汽车租赁公司)。这些开篇案例可以作为作业布置下去,并能自动进行评分。

(3) 新增 950 多篇参考文献。尾注中增加了 950 多篇 2010~2011 年的参考文献,以支持本书新增的资料或采用的战略管理理念。这些资料显示了我们除了采用战略管理领域经典的和最新的研究外,也采用了战略管理领域最前沿的研究和思想理念。

(4) 新的理念。在一些章节中增加了新的理念。例如,管理者的两面性和拥有“双融文化”理念的管理者(第 1 章)、云计算(第 5 章)、战略联盟中的公私合作关系(第 9 章)以及开放式创新(第 13 章)。

(5) 新内容。在一些章节中添加了新内容。例如,知识溢出与产品创新之间的联系

(第1章)、85%的股东价值是由无形资产创造的事实(第1章)、移动生态系统观念(第9章)、《多德—弗兰克法案》对金融服务的规范(第10章);激励报酬对有才能的管理者可以产生积极影响,而对于才能低下的管理者会导致消极影响(第12章);更加详细地探讨管理者,特别是高层管理者的继任问题(第12章)。

(6) 新信息。在一些章节中提供了新信息。例如,在中国及其他新兴经济国家中公司的扩张活动(第1章)、日本海啸(第2章)、中东国家的政治动乱(第2章),以及政治风险和经济风险(第8章)的影响。另外,新信息还包括在一些章节中提供了18个全新或者经过大幅度调整的图表(第3、4、8、9和10章)。

(7) 全新及调整过的实践练习。每章添加了全新及调整过的实践练习题,更好地帮助学生理解战略管理程序的应用。这些练习将学习者置于各种需要运用战略管理过程内容的环境中。

为了保持内容是当前最新的,一些新概念在第10版中予以了探讨。

在第2章,我们将自然环境增加为总体环境的第七部分,对自然环境的讨论强调了可持续性的重要性。可持续性已成为许多公司(如 **Honest Tea** 和 **戴尔**)的“口号”。例如,戴尔设立了一个碳中和的目标。这些讨论与第4章关于公司如何建立以“绿色”战略为其竞争战略核心部分的解释是相吻合的。沃尔玛投入了大量的资金和精力努力成为一个“绿色”的公司,其他公司如宝洁和塔吉特也是如此。我们在第2章的一个“战略聚焦”专栏中描述了一些企业针对自然环境所采取的行动。

在第6章,我们探讨了同样由全球经济危机引起的一种新的战略趋势。在20世纪80年代和90年代末期,由于过度多元化经营,许多公司因绩效问题而收缩了公司规模,经济衰退作为一种新的多元化趋势的催化剂,能帮助公司跨越几个市场分散风险(以避免破产)。在第7章,我们对跨国收购展开了讨论。实际上,跨国收购在全球经济收购中依然十分流行,这主要是由于一些公司在财务困境中低估了其资产。中国公司的表现尤为活跃,这在第7章特别突出的“战略聚焦”专栏中的部分内容里进行了详细的讨论。第8章包括以中国(如商用太阳能电力行业的尚德电力以及网络设备行业的中兴通讯和华为)和俄罗斯(如谷歌竞争对手之一的 **Yandex**)的新兴跨国公司为例的全新内容。

在第10章,我们增加了有关公司治理新的行为和政策的内容。例如,为了对公司财务问题进行更严格的监管,美国证券交易委员会实施了一些新的政策。美国证券交易委员会还建立了允许拥有大量股份的所有者推举新董事人员的新规则,这些新规则可能会使公司董事会之外的独立董事得到特别优待而变得更加平衡。在这一章中我们插入新的一节阐述中国的公司治理。中国作为新的重要的全球性经济力量拥有一些世界最大规模的公司,中国公司治理已成为一个重要的议题。有趣的是,中国公司实施的许多新的公司治理条例与美国的治理条例很相似。

在第13章,我们阐释了创新对公司在全球市场有效竞争中是如何变得如此重要的。同样,

还有一些提升美国和中国公司创新性的主要驱动力。通过强调可持续性（见第2章和第4章）和公司根据消费者不断增长的需求生产销售含有“优质”价值的商品和服务（见第2章），创新的重要性得到了强化。

致谢

我们在此对我们所获得的出色的支持表示由衷的谢意，这些支持来自我们的编辑和产品团队（South-Western）。我们尤其要感谢高级组稿编辑 Michele Rhoades、我们的拓展编辑 Julia Chase、我们的营销经理 Jonathan Monahan 以及我们的内容项目经理 Andrea Clemente。我们非常感谢他们在本书及其支持材料的编写和出版过程中给予的奉献、承诺和出色的贡献。

我们也非常感激在准备第10版内容时对本书第9版进行修订的评论人士：

Lana Belousova

Suffolk University

David Cadden

Quinnipiac University

Bruce H. Charnov

Hofstra University

Peter Clement

State University of New York-Delhi

Deborah de Lange

Suffolk University

Scott Elston

Iowa State University

Monica Gordillo

Iowa State University

Glenn Hoetker

Arizona State University

Nancy E. Landrum

University of Arkansas at Little Rock

James Katzenstein

California State University, Dominguez Hills

Susan Hansen

University of Wisconsin-Platteville

Rick McPherson

Erich Brockmann

University of New Orleans

Ken Chadwick

Nicholls State University

Jay Chok

USC Marshall

James Cordeiro

SUNY Brockport

Irem Demirkan

Northeastern University

Robert Goldberg

Northeastern University

James Hoyt

Troy University

Carol Jacobson

Purdue University

Mina Lee

Xavier University

Patrice Luoma

Quinnipiac University

Jean McGuire

Louisiana State University

Karen Middleton

University of Washington

Raza Mir

William Paterson University

Frank Novakowski

Davenport University

Consuelo M. Ramirez

University of Texas at San Antonio

Deepak Sethi

Old Dominion University

Warren Stone

University of Arkansas at Little Rock

Edward Ward

Saint Cloud State University

Michael L. Williams

Michigan State University

William J. Worthington

Baylor University

Texas A & M-Corpus Christi

Martina Musteen

San Diego State University

Barbara Ribbens

Western Illinois University

Manjula S. Salimath

University of North Texas

Manisha Singal

Virginia Tech

Len J. Trevino

Washington State University

Marta Szabo White

Georgia State University

Diana J. Wong-Mingji

Eastern Michigan University

Wilson Zehr

Concordia University

最后，我们对为本书第 10 版补充材料的下列人士表示感谢：

Charles Byles

Virginia Commonwealth University

Susan Carson

Carol Decker

Tennessee Wesleyan College

Richard H. Lester

Texas A & M University

Paul Mallette

Colorado State University

Kristi L. Marsjall

Marta Szabo White

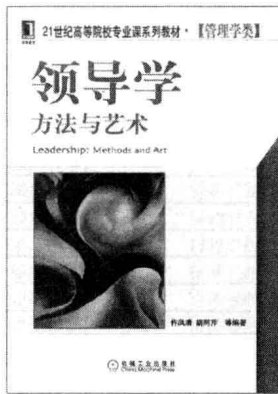
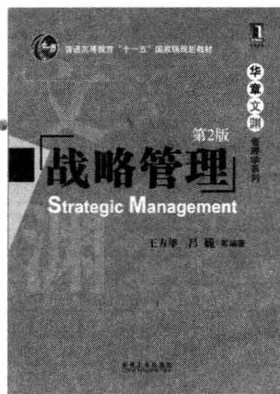
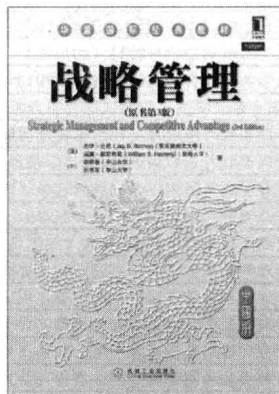
Georgia State University

R. 杜安·爱尔兰

罗伯特 E. 霍斯基森

迈克尔 A. 希特

管理学



课程名称	书号	书名、作者及出版时间	版别	定价
战略管理案例	978-7-111-36186-2	战略管理：竞争与全球化（亚洲案例）（第3版）（辛格）（2011年）	外版	58
战略管理	978-7-111-33531-3	战略管理（第17版）（中国版）（汤普森）（2011年）	外版	39
战略管理	978-7-111-32231-3	战略管理（第3版）（中国版）（巴尼、李新春）（2010年）	外版	48
战略管理	即将出版	战略管理（精要版）（希尔）（2013年）	外版	38
战略管理	978-7-111-24866-8	战略管理：动态观点（卡彭特）（2009年）	外版	78
战略管理	978-7-111-39138-8	战略管理：概念与案例（第8版）（希尔）（2012年）	外版	69
战略管理	978-7-111-37853-2	战略管理：概念与案例（英文版·第18版）（汤普森）（2012年）	外版	69
战略管理	978-7-111-43844-1	战略管理：获取持续的竞争优势（第4版）（巴尼）（2013年）	外版	69
战略管理	978-7-111-19164-1	战略管理：获取竞争优势（汤姆森）（2006年）	外版	52
战略管理	即将出版	战略管理：竞争与全球化（概念）（第10版）（希特）（2013年）	外版	49
战略管理	978-7-111-37570-8	战略管理：竞争与全球化（概念）（第9版）（希特）（2012年）	外版	48
战略管理	978-7-111-38673-5	战略管理：竞争与全球化（概念）（英文版·第9版）（希特）（2012年）	外版	49
战略管理	978-7-111-29071-1	战略管理：赢得竞争优势（第2版）（希特）（2010年）	外版	48
商业伦理学	978-7-111-37513-5	企业伦理学（第7版）（乔治）（2012年）	外版	79
商业伦理学	978-7-111-32895-7	企业伦理学（中国版）（哈特曼）（2011年）	外版	39
领导学	978-7-111-39776-2	领导学：在实践中提升领导力（第7版）（哈格斯）（2012年）	外版	69
国际企业管理	978-7-111-20801-3	国际管理（英文版·第5版）（德雷斯凯）（2008年）	外版	58
国际企业管理	978-7-111-28020-0	国际企业管理：文化、战略与行为（第7版）（卢森斯）（2009年）	外版	62
国际企业管理	978-7-111-28896-1	国际企业管理：文化、战略与行为（英文版·第7版）（卢森斯）（2009年）	外版	69
管理技能	978-7-111-37591-3	管理技能开发（第8版）（惠顿）（2012年）	外版	98
战略管理	978-7-111-32666-3	战略管理（第2版）（“十一五”国家级规划教材）（王方华）（2010年）	本版	38
战略管理	即将出版	战略管理（魏江）（2013年）	本版	35
战略管理	978-7-111-41767-5	战略管理（项目教学版）（刘平）（2013年）	本版	35
战略管理	978-7-111-30855-3	战略管理：获取竞争优势之道（张文松）（2010年）	本版	38
战略管理	978-7-111-34050-8	战略管理：流程与方法（刘平）（2011年）	本版	32
战略管理	978-7-111-35475-8	战略管理：思维与要径（第2版）（精品课）（黄旭）（2012年）	本版	38
商业伦理学	978-7-111-34868-9	企业伦理与社会责任（曾萍）（2011年）	本版	29
商务策划管理	978-7-111-34375-2	商务策划原理与实践（强海涛）（2011年）	本版	34
领导学	即将出版	领导学：方法与艺术（第2版）（仵凤清）（2013年）	本版	36
领导学	978-7-111-27011-9	领导学：方法与艺术（仵凤清）（2009年）	本版	36
国际企业管理	978-7-111-42234-1	跨国公司经营与管理（卢进勇、陈恩专）（2013年）	本版	39
财经应用文写作	978-7-111-42715-5	财经应用文写作（刘常宝）（2013年）	本版	30

MBA和EMBA系列

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
MBA辅导教材	978-7-111-43779-6	2014年MBA、MPA、MPAcc入学考试英语辅导教材（2013年）	65
MBA辅导教材	978-7-111-43780-2	2014年MBA、MPA、MPAcc入学考试综合能力辅导教材（2013年）	80
MBA辅导教材	978-7-111-42889-3	2013年在职攻读工商管理硕士专业学位入学考试综合能力考试大纲及报考指南（2013年）	25
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考逻辑及写作历年真题详解（王金门）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考逻辑精选300题（陈慕泽）（2014年）	35
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考逻辑零基础高分辅导（陈慕泽）（2014年）	39
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考面试高分指导（甄诚）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考数学精选500题（周远飞）（2014年）	39
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考数学历年真题详解（孙晓丹）（2014年）	29
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考数学满分攻略宝典（周远飞）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2014年MBA、MPA、MPAcc管理类联考数学模拟冲刺密卷（10套）（周远飞）（2013年）	39
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考数学真题全解（周远飞）（2014年）	59
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考写作高分应试教程（陈君华）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考写作高分指导（赵羽）（2014年）	30
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考英语（二）模拟试卷（郭崇兴）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考英语词汇专项突破（英语二）（薛冰）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考英语历年真题详解（马鹏）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考英语阅读理解80篇（薛冰）（2014年）	59
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考综合模拟试卷（孙晓丹）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc联考数学手把手同步辅导（陈忠才）（2014年）	35
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc联考英语写作专项高分突破（曹其军）（2014年）	29
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考数学精选500题（周远飞）（2014年）	39
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考数学满分攻略宝典（周远飞）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考英语词汇专项突破（英语二）（薛冰）（2014年）	49
MBA辅导教材	即将出版	2015年MBA、MPA、MPAcc管理类联考英语语法概要与长难句分类突破（薛冰）（2014年）	39
组织理论与设计	即将出版	组织理论与设计（武立东）（2013年）	32
战略管理案例	978-7-111-36186-2	战略管理：竞争与全球化（亚洲案例）（第3版）（辛格）（2011年）	58
战略管理	978-7-111-24866-8	战略管理：动态观点（卡彭特）（2009年）	78
战略管理	即将出版	战略管理：竞争与全球化（概念）（第10版）（希特）（2013年）	49
战略管理	978-7-111-37570-8	战略管理：竞争与全球化（概念）（第9版）（希特）（2012年）	48
运营管理	978-7-111-34260-1	运营管理（第13版）（蔡斯）（2011年）	89
管理研究方法	即将出版	管理研究：理论前沿与方法（第2版）（席西民）（2013年）	39
管理学	978-7-111-41918-1	管理学（第7版）（罗宾斯）（2013年）	69
创业管理	978-7-111-37512-8	创业管理：企业家的视角（丁栋虹）（2012年）	58
数据、模型与决策	978-7-111-38280-5	数据、模型与决策（第13版）（安德森）（2012年）	75
技术创新管理	978-7-111-36731-4	创新管理：获取持续竞争优势（宁钟）（2011年）	68
管理经济学	978-7-111-39670-3	管理经济学（第12版）（麦圭根）（2012年）	89
MBA辅导教材	978-7-111-35836-7	工商管理硕士教学大纲（王方华）（2011年）	38
MBA辅导教材	978-7-111-30442-5	专业学位硕士论文写作指南（丁斌）（2010年）	32
组织行为学案例	即将出版	组织行为学案例（王重鸣）（2013年）	39
组织行为学	即将出版	组织行为学（王重鸣）（2013年）	39
组织行为学	978-7-111-40000-4	组织行为学：基于战略的方法（第2版）（希特）（2012年）	59
人力资源管理	978-7-111-26643-3	人力资源管理：获取竞争优势的工具（第4版）（克雷曼）（2009年）	42
市场营销学（营销管理）	978-7-111-39589-8	营销管理（第2版）（王方华）（2012年）	39
管理信息系统	978-7-111-32865-0	信息时代的管理信息系统（第8版）（哈格）（2011年）	59

地址：北京市西城区百万庄南街1号 100037

咨询热线：010-88379625 88379210

购书热线：010-68995261 010-88379628 张老师 董老师

传真：010-68995260

目 录 | Contents

作者简介

前言

第一篇 战略管理的输入

第1章 战略管理与竞争 2

学习目标 2

开篇案例 曾经的“巨人”博德斯
公司变成了双膝跪地的
“弱者” 2

战略聚焦 华为也需要在美国建立
关系 6

1.1 竞争格局 7

1.2 超额利润的行业组织模型 11

1.3 超额利润的资源基础模型 13

1.4 愿景和使命 15

战略聚焦 苹果的核心：技术和
创新 17

1.5 利益相关者 18

1.6 战略领导者 21

1.7 战略管理过程 23

小结 24

复习题 25

练习题 25

第2章 外部环境：机遇、 威胁、竞争与竞争 对手分析 27

学习目标 27

开篇案例 英国石油公司及其环境：

深水地平线号海上钻井

平台事故对公司战略的

影响 27

2.1 总体环境、行业环境和竞争
环境 30

2.2 外部环境分析 31
战略聚焦 企业保护自然环境的
努力 34

2.3 总体环境的细分 35
战略聚焦 移动、家用数字计算和
娱乐业的跨行业竞争 ... 42

2.4 行业环境分析 43

2.5 解读行业分析 50

2.6 战略群组 51

2.7 竞争对手分析 51

2.8 伦理思考 53

小结 54

复习题 54

练习题 55

第3章 内部环境：资源、能力、 竞争力和竞争优势 57

学习目标 57

开篇案例 赛百味餐厅：核心竞争力
是成功的基础 57

3.1 分析内部组织 60

战略聚焦 有效地分析内部组织和
最好地利用公司资产
是份辛苦的工作 63

3.2 资源、能力和核心竞争力 65

3.3 建立核心竞争力	69
战略聚焦 宝洁公司：用能力和 核心竞争力为消费者 创造价值	72
3.4 外包	76
3.5 竞争力、优势、劣势和战略 决策	76
小结	77
复习题	78
练习题	78

第二篇 战略行动：战略规划

第4章 业务层战略	82
学习目标	82
开篇案例 中国、印度及其他地区 的下午茶：新的 星巴克	82
4.1 顾客与业务层战略的关系	85
4.2 业务层战略的目的	89
4.3 业务层战略的类型	90
战略聚焦 沃尔玛、一元店和亚马 逊：彼此之间的竞争	99
战略聚焦 李宁公司：向全球市场 领导者迈进	101
小结	105
复习题	106
练习题	106

第5章 竞争性对抗和竞争 动态	108
学习目标	108

开篇案例 破坏性创新：在与竞争 对手的对抗中取得 胜利	108
5.1 竞争性对抗模型	111
5.2 竞争者分析	112
5.3 竞争性行动和竞争性反应的 驱动力	115
战略聚焦 全球汽车生产行业的 市场同一性和资源 相似性	116
5.4 竞争性对抗	119
5.5 攻击的可能性	120
5.6 反应的可能性	123
5.7 竞争动态	125
战略聚焦 销售云计算资源的 竞争	128
小结	131
复习题	133
练习题	133

第6章 公司层战略	135
学习目标	135
开篇案例 通用电气：典型的多元化 公司	135
6.1 多元化的层次	138
6.2 多元化的原因	140
6.3 创造价值的多元化：相关约束 型多元化和相关联系型 多元化	141
战略聚焦 阳狮集团业务相关性的 成果	143
战略聚焦 谷歌的经济实力和衍生 竞争力	145

6.4 非相关多元化	147	开篇案例 国际化战略：星巴克公司	
6.5 价值不确定的多元化：动机 与资源	149	成功的关键	181
6.6 降低价值的多元化：管理人员 的多元化动机	152	8.1 识别国际化机遇	183
小结	154	8.2 国际化战略	186
复习题	155	8.3 环境趋势	191
练习题	155	8.4 国际市场进入模式的选择	193
第7章 并购与重组战略	157	战略聚焦 沃尔玛国际：利用多种 途径进入国际市场	198
学习目标	157	8.5 国际环境中的风险	199
开篇案例 科技巨头的收购战略及其 成果	157	8.6 战略竞争结果	200
7.1 合并和收购战略的风行	159	8.7 国际化战略的挑战	202
7.2 实施收购的原因	161	战略聚焦 海尔集团：产品和地域 多元化的故事	203
战略聚焦 企业在新兴经济体开展 跨国收购：用现有资源 获得市场占有率和市场 影响力	163	小结	204
战略聚焦 花旗集团的收购与合并： 剥离非核心的单位以支 持公司失败的金融超市 观念	166	复习题	205
7.3 阻碍收购获得成功的因素	169	练习题	206
7.4 有效的收购	174	第9章 合作战略	208
7.5 重组	176	学习目标	208
小结	179	开篇案例 雷诺—尼桑联盟：成功 合作	208
复习题	179	9.1 合作战略的主要形式：战略 联盟	210
练习题	180	战略聚焦 富士通—西门子计算机 公司的成立与结束	211
第8章 国际化战略	181	战略聚焦 微软公司和诺基亚公司 相互合作，分享未来	215
学习目标	181	9.2 业务层合作战略	217
		9.3 公司层合作战略	221
		9.4 国际合作战略	223
		9.5 网络合作战略	224