

<<企业战略联盟论>>

图书基本信息

书名：<<企业战略联盟论>>

13位ISBN编号：9787811381634

10位ISBN编号：781138163X

出版时间：2008-10

出版时间：西南财经大学出版社

作者：张小兰

页数：230

字数：200000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;企业战略联盟论&gt;&gt;

## 内容概要

一、选题的背景和意义 企业战略联盟是近年来新出现的企业间的竞争策略。

在这个科技发展一日千里、世界经济越来越趋向一体化的新世纪，企业传统的内部资源优势，如低廉的劳动力成本和资源成本、质量有保证及交货及时，已很难保证企业取得竞争胜利。

而且，在市场需求日益多变的情况下，产品的寿命周期变得越来越短；再加上技术创新层出不穷，企业单纯依靠某一企业的产品、技术等资源优势，已很难赢得竞争的胜利。

所以企业不论规模大小，均有力不从心的感觉。

为了求得生存和获得竞争优势，20世纪80年代以来，西方发达国家的一些企业尤其是跨国公司纷纷从对抗走向合作，组建了许多卓有成效的战略联盟。

事实证明，合作与竞争并不是绝对对立的，它们也是相互影响、相互促进的。

激烈的竞争促进了企业合作，企业合作又使竞争更加激烈。

战略联盟就是这样一种新型合作竞争团体——当共同创建一个市场时表现为合作，当进行市场分配时表现为竞争的团体。

战略联盟各方旨在创造并分享一个不断成长的更大市场。

战略联盟就是应时代要求出现的企业管理战略的创新。

企业联盟没有弱化竞争，反而使竞争更加激烈。

在这种群体竞争的情况下，一个企业不与其他企业合作，就很难生存。

所以，从20世纪80年代开始，国际上战略联盟风起云涌。

对于中国企业来说，战略联盟有着重要的实践意义。

我国企业由于刚刚从政府的附属物转变为市场竞争的主体，还习惯于把竞争对手看做“敌人”，习惯于把价值链中的其他企业看做与自己争权夺利的对手，习惯于围着一块蛋糕争夺，而不是合伙把蛋糕做大，因此我国企业的竞争力‘整体不高。

在我国加入WTO、竞争压力越来越大的形势下，我国企业如何应对跨国公司和跨国战略联盟，如何保护和拓展国内外的市场？这就要求我国企业不能仅把视野局限于国内市场和传统的竞争方法，必须开阔视野，组成国内企业战略联盟和跨国企业战略联盟。

企业战略联盟理论是当前经济研究的热点之一，是属于企业管理战略理论的前沿课题。

可是，自从亚当·斯密以来，西方经济学家关于市场竞争的论述和著作众多，关于对市场竞争的必要性和优越性，以及如何取得市场竞争胜利的著作可以说汗牛充栋；而有关企业联合与合作的著作或论述却很少，即使有所涉及，也都把它看做一种市场垄断，认为它会妨碍市场的自由竞争，对它持一种批评态度。

在实际经济生活中，企业组建的战略联盟越来越多，战略联盟所起的作用越来越大，而战略联盟理论明显滞后于实践的发展，战略联盟的实践缺乏理论的有效支持和指导。

虽然近年来国内外已有一些有关战略联盟的著作问世，但笔者认为，战略联盟理论还很不成熟，其体系和框架还不完善，有许多值得进一步探讨的地方。

第一，战略联盟的基本概念还未获得公认的界定，这是一种理论在创立之初通常都会遇到的情况；第二。

战略联盟理论缺乏理论代表人物和核心观点，各种理论解释层出不穷；第三，理论没有体系化，现有的企业战略联盟理论侧重于对战略联盟现象的描述，只从管理学角度浅析了联盟企业，而没有研究战略联盟演进过程和其形成的本质原因，没有发现战略联盟产生的经济效应，更没有对战略联盟的达成作系统的论述。

本书就是对战略联盟理论体系的构筑进行初步尝试，并对战略联盟中的一些问题提出一些个人看法。

二、本书的基本思路和逻辑体系 本书的基本研究思路是：从企业战略联盟的内涵、性质、作用入手，形成了企业战略联盟的概念、特征、发展、运作、效应、经验、我国企业战略联盟的应用实践的逻辑体系。

全文分七章，其主要内容如下： 第1章：导论。

分析了战略联盟在国际和国内蓬勃发展的历史背景，并说明了研究的实践意义和理论意义。

## &lt;&lt;企业战略联盟论&gt;&gt;

## 第2章：企业战略联盟的一般分析。

研究战略联盟的一些基本特征，包括战略联盟的定义、特征、作用和种类。

把战略联盟的含义与企业并购、卡特尔、企业竞争、业务外包、虚拟企业之间存在的联系和区别作一个界定，指出战略联盟是优势企业为了实现某种战略目的所进行的长期合作，因此战略联盟具有战略性、平等性、模糊性和灵活性等特点。

通过战略联盟可以实现单个企业无法实现的许多好处，如可通过优势互补使竞争力增强、可越过贸易壁垒、可有效地进行技术创新、可实现企业规模无形扩大但并不产生“大企业病”等许多好处。

但组建战略联盟同时也存在很多风险，如技术泄密、控制权受影响、导致合作方的机会主义行为等等，在联盟过程中必须注意。

战略联盟的种类和组织形式多种多样，想要组成联盟的企业可以根据自己的战略目的和实际情况，选择适合本企业发展的联盟形式。

## 第3章：企业战略联盟的经济学分析。

虽然战略联盟由于出现的时间不长，还没有形成一个完整的理论体系，但前人的许多理论已涉及合作与联盟。

如马克思在《资本论》中的协作理论已触及了企业兼并与联合；博弈论区别了合作博弈与非合作博弈的不同后果，并指出随着博弈次数的增加，非合作博弈必然要向合作博弈转变；新制度经济学的威廉姆森用中间规制结构解释处于企业与市场中间状态的联盟等合作组织，并指出这种组织形式能使交易费用最小；价值链理论进一步指出合作的各种形态——与供应商、用户、竞争对手、互补厂商的联盟都能提高企业价值和竞争力。

战略联盟是产业的一种组织形式，由于可能引起垄断，一些产业组织学的学者一直反对它。

但随着实践与理论的发展，产业组织学的许多学者和专家也认识到了联盟的重要性，并认为战略联盟不同于卡特尔，不会引起垄断。

## 第4章：企业战略联盟的演变历史。

战略联盟从本质上说就是企业间的一种合作形式，合作的历史源远流长。

从人类社会产生开始，合作与竞争就是相伴相生的，它们共同促进了社会进步。

我国一直都重视人际间的合作，但由于商品经济不发达，企业合作的历史并不长。

西方国家尽管一直强调竞争，但由于企业追求利益的内在动机和竞争的外在压力，必然会寻求外界的合作与联盟。

卡特尔、辛迪加是战略联盟的雏形，托拉斯、康采恩是企业合作的进一步发展，企业集团、跨国公司之间的战略合作就是战略联盟。

在改革开放后，我国也积极促进企业间的合作，如横向联合、企业集团等。

随着企业改革的深化，我国企业也开始与国外的企业组建战略联盟。

## 第5章：企业战略联盟的效应和运行条件分析。

应用数学方法可以证明联盟产生的经济效益大于各自为政。

通过经济上的分析可知，战略联盟可以不扩大企业规模就产生规模经济效应，可以不扩大生产就实现生产上的范围经济效应；联盟能快速对市场需求和变化作出反应，实现速度经济效应；联盟能通过共享知识和相互学习，实现知识经济效应；联盟能通过合作技术创新，产生一系列相关技术创新，从而使各联盟内企业的技术水平都获得提高，产生技术创新的集群效应。

企业要组建战略联盟还需要一些运行条件，如必须具有一定的核心竞争力，企业组织要有精益化、智能化、敏捷化和弹性化的组织条件，在技术上要具有完备的技术信息、技术创新的能力和动力、人员条件和文化条件。

## 第6章：企业战略联盟的运作和管理。

首先，在联盟前要有一个战略规划，分析本企业所处的外部环境与内部环境，以认识企业的优势与不足，以及企业遇到的挑战与机遇。

其次，要根据战略规划寻求能使自己进一步发展的合作伙伴。

衡量一个企业是否能成为合作伙伴主要有三个指标，即该企业是否具有相容性、能力和投入资产。

在找好合作对象之后，就要开始进行合作项目的谈判。

## &lt;&lt;企业战略联盟论&gt;&gt;

在谈判前要进行细致准备，尽量考虑到合作中可能出现的各种问题。

然后，就要对合作的组织形式、联盟目标、各自利益的分配、技术合作与保护，以及联盟的解散达成协议。

在协议达成之后，还要对联盟体进行全面的的管理，联盟体才能持久。

其中包括双方领导交流的管理、企业员工合作的管理、合作企业文化的管理、可能出现的风险的管理、利益分配的管理、知识保护与相互学习的管理，以及联盟体终止的管理等等。

第7章：发达国家战略联盟的实践和我国战略联盟的发展前景。

战略联盟最早是发达国家的跨国公司实行的竞争战略，因此研究它们的战略联盟实践对我国企业有着重要的借鉴意义。

美国、西欧和日本的战略联盟各有特色。

虽然我国企业的整体竞争力与国外大公司或跨国公司相比并不强，但我国企业在战略联盟中也有自己的优势，如市场优势、丰富的人才和廉价的劳动力的优势、一定的技术优势和资源优势，这使得我国企业组建国内外战略联盟有了一个坚实的基础。

但是，我国企业在组建战略联盟的过程中也存在许多问题，如观念上排斥或盲目追求联盟、对联盟的战略意义认识不清、行政干预依然存在、企业还没建立起自己的核心竞争力、在联盟中不重视学习等，阻碍了战略联盟的建立或使战略联盟无法发挥应有的作用。

随着改革开放的深入和我国企业竞争力的增强，战略联盟有着广阔的发展前景。

本章最后，再以汽车业为例对我国战略联盟发展中存在的问题和发展前景进行实证分析。

三、本书的主要观点和主要创新之处 战略联盟是一项带有探索性和超前性的战略创新，由于笔者的知识水平及资料素材有限，本书可能会有诸多不完善甚至错误之处，但也提供了一些有创新意义的研究成果。

在此，作一简单归纳。

(1) 将研究前提定位于当前世界经济一体化、知识化，以及我国加入WTO，在汲取众多前人理论的基础上，提出了合作是增强我国企业竞争力的又一重要手段、企业组建战略联盟是大势所趋，把企业战略联盟的本身意义和重要性提高到战略的高度，从而为我国企业增强国际竞争力提供了又一条路径。

(2) 对企业战略联盟的理论框架进行了开拓性研究，科学界定了企业战略联盟的含义，指出了企业战略联盟与并购、卡特尔、企业竞争、虚拟企业及业务外包的区别与联系，并对企业战略联盟的特征、目的、种类和形式进行了系统的论述，同时探讨了战略联盟的理论和历史渊源、分析了战略联盟的经济效应与运作，从而初步构建了较为系统的战略联盟理论模式，为今后的进一步研究奠定了基础。

(3) 系统论述了企业战略联盟的历史演进过程以及我国企业战略联盟的发展过程，从历史角度探讨了企业战略联盟的发展进程，阐明了企业战略联盟出现的根据和基础。

同时说明了企业间的合作与竞争是对立统一关系，只不过由于以前只重视企业间的竞争，而否定、排斥企业间的合作。

实际上企业合作与企业竞争同样重要，自从企业出现之后，企业间的竞争与合作一直都相伴相随，两者一直都是相互作用、相互影响的。

因此，企业战略联盟表面上是一种高级的企业合作方式，但实际上它是一种更深层次的、更加激烈的企业竞争方式。

企业战略联盟是企业通过团结的力量参与竞争，虽然在团体内部依然存在竞争，但对外是一个整体。

随着历史的发展，企业战略联盟的形式必然逐渐从产品联盟向以知识、技术为主的知识联盟发展。

(4) 首次提出了战略联盟的经济效应说，对战略联盟产生的经济效应进行了数学上和经济上的分析，并建立了战略联盟经济效应的数学模型，进一步提出了战略联盟产生的经济效应分为规模经济效应、范围经济效应、速度经济效应、知识经济效应和技术创新的集群效应，充分论述了这些联盟经济效应的含义和产生的原因。

提出了企业战略联盟可以不扩大企业有形规模却实现规模经济；通过借助联盟伙伴的力量可以实现多样化经营的范围经济；通过合作能获得更快的经营速度和反应速度的速度经济效应；通过相互学习、知识共享，可以获得各方竞争力提高的知识经济效应；通过合作技术创新，可以引发一系列关联技术

## &lt;&lt;企业战略联盟论&gt;&gt;

的创新，也就是技术创新的集群效应。

还论述了组建战略联盟的企业应具备的条件，即一定的核心竞争力以及组织、技术、人员、文化条件

。（5）系统论述了企业战略联盟的运作与管理，提出在组建战略联盟之前企业首先应有一个战略规划，仔细分析本企业面临的内外部和自己的优劣势，以确定组建战略联盟是否必要、是否可行；然后根据战略规划和战略目标，选择适合自己的合作伙伴。

指出了判断一个企业能否成为自己的合作伙伴，可以用“3C原则”来衡量。

在联盟的谈判阶段，既要细心地准备谈判，又要注意谈判的策略。

当谈判时发现不可调和的矛盾，就该停止谈判，不要勉强为联盟而联盟。

谈判成功后要订立尽可能详细完备的协议，并且在战略联盟成立之后更要重视对它的管理。

提出了企业战略联盟管理的十大方面，为我国企业组建战略联盟提供了一个参考方案，有着现实意义

。（6）对发达国家企业战略联盟的实践进行了归类 and 整理，阐述了美、日、欧企业战略联盟的不同特点，总结了发达国家企业战略联盟的成功经验和对世界经济的影响，并以此为根据分析了我国企业组建战略联盟的优劣势，以及在组建企业战略联盟时存在的问题，并提出了相应的解决方案。

还以汽车业为例进行了实证分析，指出组建国内外联盟是我国汽车业做大做强的必经之路。

对我国企业战略联盟的发展有着重要的实践意义。

四、本书的不足之处 由于战略联盟的理论比较新，有关系统论述较少，尽管本人重视战略联盟的理论和时代意义，并且也为之付出了大量的劳动，但因水平所限，想深入、透彻地阐明其理论体系有些力不从心，因此书中必定会有这样或那样的缺点与错误。

这些都有待于在今后的研究中不断修改、完善。

本书的不足之处主要表现在以下几个方面：（1）对战略联盟形成的动因论述不足。

由于战略联盟的出现离不开时代背景的约束，研究经济一体化和高科技对企业行为的影响和冲击显然是一项重要的工作，应该予以更多的关注。

（2）战略联盟的理论体系也有待进一步完善充实。

由于研究视野的影响，本人无法洞悉战略联盟的全部内涵，因此对战略联盟的含义、分类和特征等方面的研究显得较为粗浅和片面，许多内容有待进一步深化。

（3）对我国企业战略联盟案例的分析较为笼统。

## <<企业战略联盟论>>

### 书籍目录

1 导论 1.1 研究的背景和原因 1.2 研究的理论意义和实践意义 1.3 研究的基本内容 1.4 研究方法 案例：世纪联盟——知识经济浪潮中的微软与英特尔2 企业战略联盟的一般分析 2.1 战略联盟的含义 2.2 战略联盟的特征 2.3 战略联盟的目的 2.4 战略联盟的风险 2.5 战略联盟的种类 2.6 战略联盟的主要组织形式 案例：沃尔玛公司的供销联盟3 企业战略联盟的经济学分析 3.1 马克思的协作理论 3.2 博弈论对企业战略联盟的解释 3.3 新制度经济学对企业战略联盟的解释 3.4 价值链理论对企业战略联盟的解释 3.5 产业组织学的解释 3.6 其他理论解释 案例1：戴尔公司价值链中的联盟 案例2：IBM公司与一个供应商的联盟4 企业战略联盟的演变历史 4.1 合作的社会历史 4.2 国际上企业战略联盟的演变过程 4.3 我国企业战略联盟的发展过程 案例：万向集团的全球战略联盟5 企业战略联盟的效应和运行条件分析 5.1 联盟效应的数学分析 5.2 联盟效应的经济分析 5.3 企业战略联盟的运行条件分析 案例1：耐克公司的“生产伙伴” 案例2：通过学习才能成为合作者6 企业战略联盟的运作和管理 6.1 战略规划 6.2 寻求合作伙伴 6.3 联盟的谈判阶段 6.4 联盟的协议和管理 案例1：高层主管的良好关系使合作达成 案例2：相似的公司易达成战略联盟7 发达国家战略联盟的实践和我国战略联盟的发展前景 7.1 发达国家战略联盟的实践和经验 7.2 我国企业战略联盟的实践和经验 7.3 我国企业战略联盟的发展前景 7.4 实证分析：以汽车业为例参考文献后记

<<企业战略联盟论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>