

<<战略联盟>>

图书基本信息

书名：<<战略联盟>>

13位ISBN编号：9787300072975

10位ISBN编号：7300072976

出版时间：2006-6

出版单位：人民大学

作者：[法]皮埃尔·杜尚哲等

页数：217

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>

<<战略联盟>>

内容概要

本书专门为经理人员以及有志子成为经理人员的学员、学生而作，旨在为他们提供解决联盟合作实践问题的有效方案。

本书具有如下特色：

- 立足实践。

案例分析贯串本书始终。

书中所有的结论，都源自作者对公司联盟实践的思考、总结和分析，特别对40多个联盟案例进行了深入分析。

- 放眼全球。

本书力求揭示在全球竞争的背景下企业如何谋求合作制胜。

书中选择的案例，没有局限于某个国家或地区，而是涉及欧洲，美洲和亚洲的众多知名企业。

- 分类指导。

书中没有泛泛地给出管理战略联盟的一般方法，更没有武断地给出所谓联盟管理“唯一正确的思路”，而是对战略联盟分门别类、在透视不同联盟类型内在属性的基础上给出相应的管理准则与方法。

- 高度重视竞争者之间的合作。

书中花大量的篇幅分析了竞争者之间开展的联盟合作，努力纠正人们对这种非同寻常的合作的偏见和错误认识，并帮助管理者避免将竞争者合作简单地归结为所谓的“竞合关系”。

总之，本书尝试把联盟案例的深入透视与理论和方法的高度概括结合在一起，努力为经理人员管理每一种联盟提供切实可行的管理理念与方法。

作者简介 皮埃尔·杜尚哲，法国高等商学院（HEC）战略与企业政策系教授、系主任，美国密歇根大学商学院访问教授。

主要为MBA项目、EMBA项目讲授“战略管理”、“战略联盟”等课程，2004年曾为清华大学经济管理学院EMBA项目讲授“战略管理”。

在Strategic Management Journal European Management Journal、Long Range Planmhg等学术期刊独立或与人合作发表论文数十篇。

1995年出版Les Strategies d'Alliance（本书的法文版），获麦肯锡法国最佳管理图书奖。

曾为法国宇航、杜邦（法国）、IBM、联合利华、美国在线、马狮等多家公司提供咨询或培训。

<<战略联盟>>

作者简介

皮埃尔·杜尚哲，法国高等商学院（HEC）战略与企业政策系教授、系主任，美国密歇根大学商学院访问教授。

主要为MBA项目、EMBA项目讲授“战略管理”、“战略联盟”等课程，2004年曾为清华大学经济管理学院EMBA项目讲授“战略管理”。

在Strategic Management Journal European Management Journal、Long Range Planing等学术期刊独立或与人合作发表论文数十篇。

1995年出版Les Strategies dAlliance（本书的法文版），获麦肯锡法国最佳管理图书奖。

曾为法国宇航、杜邦（法国）、IBM、联合利华、美国在线、马狮等多家公司提供咨询或培训。

<<战略联盟>>

书籍目录

第1章 什么是战略联盟 联盟：企业间合作的一种战略形式 战略联盟的定义 战略联盟的主要特征 战略联盟的不稳定性 战略联盟的风险 企业间合作的法律环境 战略联盟的法律形式 联盟合作的法律规范第2章 战略联盟：时代的潮流 战略联盟的蓬勃发展 理论研究的演进：从传统合资企业到战略联盟 合资企业与跨国公司国际扩张的关系 合资企业与市场竞争的关系 联盟合作的战略性 企业间合作的基本情况 战略联盟的地区特性 战略联盟的产业环境 战略联盟蓬勃发展的背景和动因 全球化 技术变革 战略联盟：企业从并购中觉醒后的追求第3章 企业间合作：理论综述 联盟与企业的边界：交易费用经济学的贡献 交易费用经济学的理论基础 基于交易费用的联盟理论 联盟的战略观点：国际生产折衷理论的贡献 国际扩张中的三大优势来源 基于国际生产折衷的联盟理论 联盟与竞争优势的源泉：资源基础理论的阐释 资源基础理论的核心思想 基于资源基础的联盟理论 战略联盟的资源获取性与资源利用性 联盟与资源积累方式：组织学习理论的解释 组织学习理论的主要观点 基于组织学习的联盟理论第4章 战略联盟的主要类型 非竞争者之间的联盟合作关系 企业成长与扩张的基本方向 国际合资企业 纵向伙伴关系 跨产业合作协定 竞争者之间的联盟合作关系 竞争者联盟的类型划分 供应共享型联盟 准集中化联盟 互补型联盟第5章 国际合资企业 组建国际合资企业的动因 跨国公司的战略动机 本土企业的战略动机 国际合资企业的管理 协调伙伴企业之间的利益冲突 平衡伙伴企业之间的权力 发挥经理人员在合资企业中的关键作用第6章 纵向伙伴关系 纵向伙伴关系的性质 纵向伙伴关系的基本特征 自制、外购、转包与建立纵向伙伴关系 纵向伙伴关系：汽车业的实例 大规模生产方式下的供应商与客户关系 精益生产方式下的供应商与客户关系 纵向伙伴关系的管理 选择建立纵向伙伴关系的适当时机 选择合适的合作伙伴 建立适应伙伴合作关系的管理体系 关注纵向伙伴关系的战略影响第7章 跨产业合作协定 跨产业合作协定与全新业务领域的拓展 跨产业互补性资源的集聚效应 新业务拓展型跨产业合作协定的结局 跨产业合作协定与多元化经营 借助跨产业合作协定开展多元化的内在驱动力量 联盟合作多元化的结果：培育出新的竞争者第8章 供应共享型联盟 建立供应共享型联盟的动因 降低成本 实现战略目标 建立供应共享型联盟的时机选择 研发类供应共享型联盟的管理 共建研发组织与研发项目分工实施 保护优势技术诀窍与提高合作研发效果 制造类供应共享型联盟的管理 清楚组织惯性 保持伙伴企业需求的长期一致性 在伙伴企业之间进行研发和集中生产的分工第9章 准集中化联盟 建立准集中化联盟的动因 在避免采取合并的前提下谋求规模经济效应 准集中化联盟的风险 准集中化联盟的管理 避免重复建设 在伙伴企业之间合理分配任务 借助合资企业完成任务 专业化还是非专业化 专业化的压力 重复生产：避免专业化的途径 轮换任务：保护企业的技术多样性 通过专业化分工使联盟更有效率 以业务为基础的合资企业的出现第10章 互补型联盟 建立互补型联盟的动因 从协同效应中获益 获得新能力 互补型联盟的管理 避免成为“特洛伊木马” 管理共生联盟 赢得学习竞赛的胜利 有意识地组织有价值诀窍的转移第11章 战略联盟的演进与结局 非竞争者联盟的演进与结局 国际合资企业的演进与结局 纵向伙伴关系的演进与结局 跨产业合作协定的演进与结局 竞争者联盟的演进与结局 竞争者联盟的总体结局 供应共享型联盟的演进与结局 准集中化联盟的演进与结局 互补型联盟的演进与结局参考文献

<<战略联盟>>

章节摘录

技术变革 在过去数十年间,技术变得越来越复杂,技术开发费用越来越高。例如,1970—1990年间,研发费用的增长是固定资产投资增长的三倍(Collins and Doorlev, 1991)。

再如,在飞机、火箭、人造卫星等领域,新的技术与产品的研究开发,不仅需要巨额资金投入,而且需要集合多个领域的不同专家。

这就是为什么在技术作为主要竞争优势来源的产业,即使是产业中的领先企业,也无法单靠自己的力量满足研发投入的要求,无法独立开发出所需的众多复杂技术(Hagedoorn, 1993; Hagedoorn and Schakenraad, 1994)。

因此,技术进步对生产经营所需要的资源投入规模的要求,促使企业不得不开展广泛的合作。事实上,合作使参与联盟的伙伴企业能够将多种不同的互补能力整合在一起(Doz and Hamel, 1998)。

汽车业的发展便是典型事例。

在第二次世界大战之前,像通用汽车公司这样的领先企业,还拥有制造轿车所需要的各种技术。但是,近来,面对日益复杂的汽车制造过程,即使是通用汽车公司这样的世界巨头,也难以独自制造出汽车。

这就是为什么汽车制造商与转包商、零部件供应商等建立了大量的新型合作关系,而汽车制造商日益沦为汽车设计和组装商。

对于供应商来说,如果无法继续以单一的转包商身份出现,也就无法在不受汽车制造商影响的情况下生产零部件。

恰恰相反,汽车制造商与供应商之间建立了密切的合作伙伴关系,从而使彼此的技术更加专业化,也更加精湛。

传统上,供应商是汽车制造商的“左膀右臂”,而今,密切的合作关系促使双方都要重新审视双方的合作,甚至引发了一场合作企业内部的“文化革命”。

供应商必须努力开发出日渐复杂的系统,汽车制造商必须承认与供应商的关系已经远远超越了传统的采购关系。

与供应商建立并保持良好的合作关系,已经成为汽车制造商获得所需的全部技术并保持对成本、质量有效控制的重要战略武器。

这一问题将在第6章纵向伙伴关系分析中予以深入讨论。

与此同时,企业面对的技术不确定性也越来越高。随着技术知识越来越多元化、越来越复杂,技术创新的范围越来越广泛。

随着新技术研究范围的不断拓展,单个研发项目的费用越来越高,技术开发及技术商业化能否成功的不确定性也越来越大。

正因为如此,合作成为许多高科技产业不可避免的发展趋势。

通过在合作伙伴之间进行分工协作,参与其中的企业能够分担成本、集聚技术并获得更多的收入(Dussauge, Hart and Ramanantsoa, 1992)。

不过,使企业面临两难境地的是,技术进步缩短了许多产品的生命周期。

例如,在电子消费品和计算机产业,产品更新速度相当快,以至于很多新产品刚刚上市几个月就已经过时。

例如,戴尔计算机公司(Dell Computer)几乎每周都要推出一款新PC机,而在其产品目录中存续时间最长的产品也不过几个月。

其他技术密集型企业也面临着同样的问题。

调查显示,一个产业的研发费用占净收益的比重越高,产品的生命周期越短(Mytelka, 1984)。

为了保持竞争力,公司不得不将更多的资源投入到研发中。

与此同时,由于产品生命周期缩短,企业能够从新开发的产品中获得的收入受到限制。

<<战略联盟>>

结果，企业收回巨大的研发投资的难度越来越大。

战略联盟提供了一种有效解决这一难题的途径。

其一，战略联盟可以帮助企业分担研究和生产费用，降低单个企业需要回收的资金；其二，战略联盟能够为新产品带来更大的市场，在回收期较短的情况下，通过扩大市场覆盖率增加收入。

例如，波音公司、空中客车公司，都与中国的飞机制造公司建立了一定的合作生产关系，一方面是为了分担成本费用、降低风险，另一方面是为了巩固和保持在中国飞机市场的地位。

此外，战略联盟加快了企业技术创新和新产品研制的进程。

战略联盟能够帮助企业在短短几个月，甚至几个星期内在全球范围内推出新产品，使把握非常狭窄的细分市场机会成为可能，从而使企业依靠快速推出新产品来增加收入。

因此，技术进步和经济全球化进程为企业间结成联盟合作关系提供了土壤。

P39-P40

<<战略联盟>>

编辑推荐

战略联盟的迅速兴起，为企业带来了一种全新的经营方式，激发了大批经理人员的兴趣，同时它也为企业带来了一系列全新的问题，对企业管理理论和实践都提出了新的挑战。

《战略联盟》的三位作者长期致力于战略联盟理论及实践应用研究，取得了一系列有价值的成果。这本著作是三位作者在该领域合作的又一力作。

在书中，作者没有泛泛地描述战略联盟的一般概念、特征、功能等，而是把重点放在深入探讨不同类型的战略联盟的优点、不足、适用条件、管理方法和动态演进过程，不仅有一定的理论深度，而且具有很强的操作性。

三位作者以大量的联盟实践案例分析为基础，力求对重要的联盟理论与实践问题给出富有说服力的回答，得出了许多非常独到的研究结论。

这《战略联盟》极大丰富了战略联盟理论。书中的案例分析令人耳目一新，显示了作者深邃的洞察力。

《战略联盟》是对合作战略感兴趣的管理人员、理论研究人员共同的必读书。

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>