

网络经济下中小企业 成长模式研究

陶秋燕 薛万欣 主 编
裴一蕾 副主编



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>

网络经济下中小企业 成长模式研究

陶秋燕 薛万欣 主 编
裴一蕾 副主编

北京交通大学出版社
· 北京 ·

内 容 简 介

本书首先从理论层面上探讨了互联网模式下中小企业生存的理论模式,继而从不同行业角度列举实际案例,分析了互联网模式下中小企业生存成长的模式,涵盖旅游、医药、IT、电子商务服务外包等行业和企业,为互联网模式下中小企业更好地抓住机遇、可持续发展提供了很好的参考。

本书共分为8章:第1章网络经济与企业成长理论研究;第2章互联网环境下IT企业的成长模式;第3章互联网模式下医药行业的竞争模式;第4章互联网环境下旅游企业的生存模式;第5章互联网环境下传统企业的电子商务发展模式——电子商务服务外包;第6章互联网环境下中小企业的合作模式;第7章中小企业的信息化方式与问题;第8章IT服务外包企业风险管理。

本书可供关注中小企业生存与发展的企业相关人员和广大科研人员学习使用,也可为中小企业在网络环境下的发展提供一定理论参考和实践指导。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网络经济下中小企业成长模式研究/陶秋燕,薛万欣主编. —北京:北京交通大学出版社,2013.3

ISBN 978-7-5121-1422-7

I. ①网… II. ①陶… ②薛… III. ①中小企业-企业成长-经济发展模式-研究 IV. ①F276.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第060105号

策划编辑:王晓春

责任编辑:王晓春 特邀编辑:王莹

出版发行:北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京市德美印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:170×235 印张:11.75 字数:238千字

版 次:2013年4月第1版 2013年4月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-1422-7/F·1162

印 数:1~1000册 定价:39.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前言

互联网的飞速发展改变了社会经济格局,同时改变了人们的生活方式,更为中小企业的生存与发展带来了机遇和挑战。互联网环境下,中小企业应抓住机遇,应对挑战。探求在网络模式下的企业成长模式对于中小企业来说至关重要,也成为企业家和科技工作人员都十分关注的热点问题。

本书集高校教师多年科研成果和企业管理者的实际工作经验于一体,既从理论层面探讨了互联网环境下中小企业的成长模式,又从应用层面列举了行业企业的实际成长轨迹和发展模式。

本书分为8章,既有理论又有实际案例。第1章网络经济与企业成长理论研究,梳理了网络经济理论、服务经济理论和企业成长理论的发展脉络;第2章互联网环境下IT企业的成长模式,探讨了IT企业的发展现状,列举并分析了北京圣博互联网技术有限公司的实际发展案例;第3章互联网模式下医药行业竞争模式研究,分析了我国实施医药电子商务的意义,介绍了国内外医药电子商务的现状和主要特点,预测了医药电子商务的发展前景,列举并分析了金象网的发展模式;第4章互联网环境下旅游企业的生存模式,介绍了旅游企业的生存与发展环境,分析了旅游企业网络营销模式,列举并分析了典型旅游企业携程旅行网的网络营销模式;第5章,互联网环境下传统企业的电子商务发展模式——电子商务服务外包,介绍了电子商务服务外包的内容和发展概况,阐述了中小企业电子商务服务外包的模式及影响因素,并对影响因素进行了分析,列举并分析了典型电子商务服务外包企业——兴长信达公司的业务模式;第6章互联网环境下中小企业的合作模式,介绍了现有互联网环境下中小企业合作模式分类,提出了互联网环境下中小企业新的合作模式——信息联盟,并对信息联盟进行了实证研究;第7章中小企业的信息化方式与问题,阐述了信息化是中小企业发展的必然选择,介绍了中小企业信息化的基本方式,提出了中小企业若干问题的信息化解决途径,指出以战略信息分析提升企业竞争力;第8章IT服务外包企业风险管理,以北京IT服务外包企业为例,阐述了北京IT服务外包企业面临的风险,分析了北京IT服务外包企业的优势劣势,对北京IT服务外包企业风险预警进行了研究。

本书由北京联合大学陶秋燕、薛万欣教授担任主编,并统稿;北京联合大学

裴一蕾博士担任副主编。第1章由北京联合大学陶秋燕、朱福林执笔；第2章由北京联合大学王晓红，北京圣博互联网技术有限公司总经理吴军、经理刘巍执笔；第3章由北京联合大学薛万欣、金象网 CEO 牛征墨执笔；第4章由北京联合大学裴一蕾执笔；第5章由北京联合大学李立威执笔；第6章、第7章由北京联合大学张士玉执笔；第8章由北京联合大学马丽仪执笔。

本书是北京市哲学社会科学规划项目“北京市高端产业园区企业网络化成长行为研究”的一部分，获得北京市哲学社会科学规划项目“北京市高端产业园区企业网络化成长行为研究”（编号 11JGB040）资助。

由于作者水平有限，本书有不足之处，请读者批评指正。

作者
于北京联合大学
2013 年 3 月

目 录

第1章 网络经济与企业成长理论研究	1
1.1 企业成长理论研究	2
1.1.1 国外企业成长理论研究	2
1.1.2 国内企业成长理论研究	6
1.2 服务经济理论研究	10
1.2.1 服务产业理论研究	10
1.2.2 服务贸易理论研究	13
1.2.3 服务外包理论研究	15
1.3 网络经济理论研究	17
1.3.1 国外网络经济理论研究	17
1.3.2 国内网络经济理论研究	19
第2章 互联网环境下 IT 企业的成长模式	25
2.1 IT 行业及 IT 企业的发展现状	26
2.1.1 IT 行业的发展现状	26
2.1.2 我国 IT 企业的发展现状	28
2.2 IT 企业的成长类型及发展战略	29
2.2.1 IT 企业的成长因素	29
2.2.2 IT 企业的成长类型	31
2.2.3 我国 IT 企业的发展战略	32
2.3 典型 IT 企业成长分析——圣博公司	33
2.3.1 圣博公司简介	33
2.3.2 运营模式	34
2.3.3 技术模式	35
2.3.4 营利模式	38
2.3.5 管理模式	39
2.3.6 典型应用案例	39
2.4 圣博公司的发展对 IT 企业发展的启示	44

第3章 互联网模式下医药行业竞争模式研究	49
3.1 我国实施医药电子商务的意义	50
3.1.1 医药电子商务简介	50
3.1.2 医药虚拟市场的管理	51
3.1.3 医药虚拟市场突破方向	51
3.1.4 医药市场效益分析	52
3.1.5 医药电子商务的应用	52
3.2 国内外医药电子商务的现状	53
3.2.1 发达国家医药电子商务的发展	53
3.2.2 我国医药电子商务发展现状	54
3.2.3 实施医药电子商务的阶段	56
3.2.4 我国医药电子商务可选模式	57
3.3 医药电子商务的主要特点	57
3.4 医药电子商务的发展前景预测	59
3.5 金象网	63
3.5.1 网上药品零售业务的开创背景	63
3.5.2 金象网发展历程回顾	64
3.5.3 金象在线营销模式分析	74
3.5.4 金象网推荐系统应用	77
第4章 互联网环境下旅游企业的生存模式	83
4.1 旅游企业的生存与发展	84
4.1.1 Web 2.0 对旅游行业的影响	84
4.1.2 Web 2.0 环境下旅游企业网络营销的启示	85
4.2 旅游企业网络营销模式分析	86
4.2.1 搜索引擎营销	86
4.2.2 Blog 营销	90
4.2.3 社区网络营销	95
4.2.4 微博营销	97
4.3 典型旅游企业网络营销模式分析	99
4.3.1 携程旅行服务公司的概况	99
4.3.2 携程旅行服务公司的营销方式	100
第5章 互联网环境下传统企业的电子商务发展模式	105
5.1 电子商务服务外包概述	106
5.1.1 电子商务服务外包的内容	106

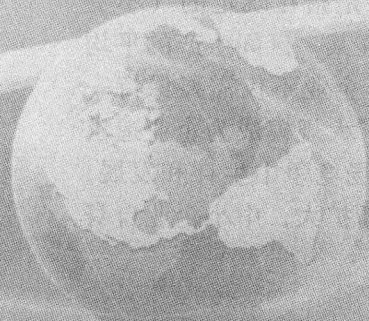
5.1.2	电子商务服务外包发展概况	106
5.2	中小企业电子商务服务外包的模式及影响因素	109
5.2.1	中小企业电子商务服务外包的模式	109
5.2.2	中小企业电子商务服务外包的影响因素分析	110
5.3	典型电子商务服务外包企业案例分析：兴长信达公司	111
5.3.1	兴长信达公司简介	111
5.3.2	业务模式及典型案例介绍	113
第6章	互联网环境下中小企业的合作模式	119
6.1	依靠信息化平台合作、发挥中小企业优势	120
6.2	互联网环境下中小企业合作模式分类	120
6.2.1	依托互联网的商盟模式	121
6.2.2	供应链模式	124
6.2.3	虚拟企业模式	126
6.3	网络环境下中小企业新的合作模式的提出	129
6.3.1	新型模式的提出	129
6.3.2	信息联盟的基本架构	131
6.3.3	“信息联盟”模式下的业务流程再造	131
6.3.4	关于“信息联盟”的实证研究	131
第7章	中小企业的信息化方式与问题	135
7.1	信息化是中小企业发展的必然选择	136
7.1.1	信息化是提高中小企业竞争力的有效手段	136
7.1.2	中小企业信息化的主要问题	137
7.2	中小企业信息化的基本方式	140
7.2.1	中小企业的类型划分	140
7.2.2	信息化模式的划分	141
7.2.3	同类型中小企业信息化模式的应用	143
7.2.4	中小企业信息化的实现	144
7.3	中小企业若干问题的信息化解决途径	147
7.3.1	建立经营独立、信息集中的管理方式	147
7.3.2	配合应用系统的集成高效管理方式	148
7.3.3	以信息化为纽带的企业联盟	148
7.3.4	设立 CIO 式的高层助理	149
7.4	以战略信息分析提升企业竞争力	150
7.4.1	进行常规化的定量战略分析	150

7.4.2	进行企业日常运营中的各要素分析	152
7.4.3	建立价格与销售量模型	154
第8章	IT 服务外包企业风险管理	157
8.1	北京 IT 服务外包企业现状	158
8.2	北京 IT 服务外包企业发展环境分析	159
8.2.1	中关村概况	159
8.2.2	高校对北京 IT 服务外包企业的促进	160
8.2.3	政府对北京 IT 服务外包企业的保障	161
8.2.4	中介机构对北京 IT 服务外包企业的支持	162
8.2.5	金融机构对北京 IT 服务外包企业的支持	163
8.2.6	北京 IT 服务外包产业发展优势	163
8.3	IT 服务外包风险因素分析	164
8.3.1	外包决策阶段	164
8.3.2	外包承接商选择阶段	165
8.3.3	签订合同阶段	165
8.3.4	外包过渡阶段	166
8.3.5	关系管理阶段	166
8.4	IT 服务外包项目风险管理的主要环节	167
8.5	基于多 Agent 的 IT 服务外包项目风险管理系统模型	168
8.5.1	Agent 概述	169
8.5.2	多 Agent 系统	169
8.5.3	多 Agent 的 IT 服务外包项目集成风险管理系统 模型	172
8.5.4	关键问题	177



第1章

网络经济与企业成长理论研究



1.1 企业成长理论研究

1.1.1 国外企业成长理论研究

企业成长理论的思想起源于古典经济学家对大规模生产规律的研究,并由伊迪斯·彭罗斯(Edith T. Penrose)1959年发表《企业成长的理论》一书奠定了理论基础。伴随着企业实践的多样性,企业成长理论成为近年来经济学界和管理学界的研究热点,相继出现了不少研究成果。因为企业成长因素和成长模式与其成长环境密切相关,企业成长理论的研究重点与分析框架带有明显的时代特征。目前企业成长理论研究尚未形成一个统一的理论体系,进入了所谓的“丛林”时代。沿着企业成长理论的历史脉络与思想内涵进行分类、梳理也绝非易事。有学者认为,中小企业理论体系大致可以划分为中小企业存在论、中小企业(产业)分工论、中小企业规模论、中小企业(经济)进化论、中小企业创新论及中小企业战略(竞争力)论6个理论领域,且每一领域内又分化为众多的理论流派。也有学者从动态和发展的角度,将中小企业理论划分为中小企业淘汰论、中小企业存在论、中小企业发展论等3个发展阶段,并结合社会经济的发展变化对其演变和发展过程进行分析。

本书从浩如烟海的企业成长研究体系中撷取出一些具有深远影响意义的代表性的开创性的理论观点,以期分析出企业成长的关键影响因素、本质特征与成长模式,并结合现代经济社会发展和企业生态环境的变化,构建出中小企业成长因素、成长路径与成长力的系统性分析框架。

1. 新古典经济学的企业成长论

作为主流经济学派的新古典经济学的企业成长论就是企业规模调整理论,企业成长的动力和原因就在于对规模经济以及范围经济的追求。根据《新帕尔格雷夫经济学大辞典》的解释,规模经济(Economy of Scale)是指在既定的(不变的)技术条件下,生产一个单位的单一产品或复合产品,在某一区间生产的平均成本递减(或递增)的情形。为了实现较低的生产成本,企业不仅需要保持一个较大的规模,而且必须达到足够大的产出水平,从而使扩大规模成为企业追求的一个终极目标。所以,中小企业为了降低成本以便在市场竞争中生存和发展,它就有扩大企业规模的内在动力,并且随着企业规模的不断扩大,中小企业自身

也在不断成长。因此,中小企业成长的过程也可以理解为企业寻求最优规模的过程。企业在新古典经济学中只是作为一个生产函数(Product Function),生产被看作是通过组合投入物或“生产要素”(其中最常见的是资本和劳动),并生产产出物的过程。生产函数的可能的取值集合被称为生产集合,它代表了所有生产条件允许的可行生产方案。针对特定的生产方案,存在一个确定生产工艺的技术水平,这反过来又决定了由投入水平而获得的最大产出。所以,技术就有效地定义为生产要素的特定组合。新古典经济学把技术水平作为外生变量处理,在假定某一生产技术不变的条件下进行研究。企业成长就是企业调整产量达到最优规模水平的过程,或者说是从非最优规模走向最优规模的过程。而且这个过程是在利润最大化目标既定,所有约束条件已知的情况下,根据最优化规则进行的被动选择,企业没有任何主动性的余地。

2. 新制度经济学的企业成长论

新制度经济学(New Institutional Economics)认为企业成长就是企业边界扩大的过程,分析企业成长因素也就是探讨决定企业边界的因素,企业成长的动因在于节约市场交易费用。罗纳德·科斯(R. H. Coase)认为,企业的出现是为了节约交易成本,但也带来了管理成本。管理费用和交易费用的两相比较决定了企业规模的大小。当企业的管理费用小于交易费用时,就应当增加企业规模;当管理费用大于交易费用时,就应当减小企业规模;当管理费用等于交易费用时,企业的规模就达到了极限,也就是达到企业的最大适度规模。一般认为,只是到了科斯之后,西方经济学才有了真正的企业理论。威廉姆森进一步发展了上述思想,他认为资产专用性是决定交易成本的最重要变量,纵向一体化或企业替代市场可以解决由于资产专用性带来的双边垄断中的“要挟”问题,是有效率的制度安排。张五常、杨小凯和黄有光则对科斯企业理论的理解有独特性,创立了“间接定价”流派。他们认为,市场交易的对象是产品,企业内部交易的对象是生产要素,企业的本质是用要素市场的契约替代产品市场的契约,使用企业内部的剩余权力的间接定价方式替代市场上的直接定价方式。尽管新制度经济学理论的各种论述不尽一致,但都是以交易费用的节约来解释企业存在的本质与意义,强调企业内部交易相对于企业外部行为活动的重要意义,突出企业的“交易”本质。

3. 基于生物学的企业成长理论

马歇尔(Marshall)在其名著《经济学原理》(Principles of Economics)中借鉴进化论“生命周期”思想,提出了著名的“树木原理”:“我们可以从森林中新生的树木从老树的浓荫中用力向上挣扎的情况得到教训,许多新生的树木中途夭折了,只有少数得以生存。这些少数生存的树木一年比一年壮大,它们的高度每

有增加,就可多得一些阳光和空气,终能耸然高出邻近的树木之上,似乎它们会永远这样生长下去,随着它们这样生长,似乎永远壮大下去。但是,它们却不是这样,一株树比另一株树能维持活力较久和较为茂盛。但是迟早对它们是有影响的,较高的树木比它的竞争者虽然得到较多的阳光和空气,但它也逐渐失去生命力,相继让位于物质力量虽较小,而青春活力却较强的其他树木。”在马歇尔的“企业森林”中,企业规模只是暂时的特征,是企业所处的不同的生长阶段,企业成长的目标是长成“大树”,也即“小树”挣扎后存活下来的结果是逐渐长成“大树”。马歇尔的进化论思想解释了在垄断资本主义时期中小企业存在和发展的现象:即企业的发展有其生成—发展—衰亡的生命周期,大企业衰退后被中小企业所取代是自然法则。除此之外,马歇尔还从内部经济和外部经济的角度阐述了中小企业组织相对于大规模企业组织的一些优越性。这一时期英国著名学者约翰·穆勒也持相同进化论“物竞天择,适者生存”的思想,强调企业对外界环境的适应能力。他认为大规模企业未必在任一场合都具有超过中小企业的优势,适应性强是中小企业存在的根本原因。受其思想的启发,许多经济学家和管理学家都将企业成长视为活的能动的生命体的成长,认为其演化和发展具有一定的规律性、有一定寿命或生长周期,并形成众多不同的学说,从不同角度动态地评价企业成长各阶段的特点及对策,如:伊查克·爱迪思(Ichak Adizes)提出企业生命周期(Life Cycle)理论,阿里德·赫斯(Ariede Geus)出版《长寿公司》,高哈特(Raneis J. Gouihart)和凯利(James N. Kelly)出版《企业蜕变》,等等。

4. 企业成长的组织制度变迁理论

钱德勒(Alfred D. Chandler)从历史和宏观两个角度分析了企业成长的组织制度变迁理论。钱德勒认为,现代大型一体化工商企业的诞生是市场和技术发展的必然结果。他将美国大企业的成长过程的另一方面,即领取薪水的职业经理在企业管理职能上对企业主的替代综合起来,定义为管理革命。这个管理革命的结果就是“看得见的手”(现代企业内部的行政协调)在许多方面代替了亚当斯密的“看不见的手”(市场协调),成为现代工业经济中的主要资源分配者。他认为,现代工商企业是当经济活动量达到这样一个水平,即管理上的协调比市场的协调更有效率和有利可图时才首次在历史上出现的。从组织制度上,钱德勒把企业分为古典企业和现代企业。企业制度变迁是随企业经营规模扩张而出现的,同时又是维持和促进规模扩张的必要条件。由于企业成长意味着一部分原先的市场交易内部化于企业之中,这就需要企业内部的行政协调机制的相应发达,因此,企业成长的重要方面就是企业内部组织结构的变革。通过对美国企业发展历史的研究,他认为美国企业能在第二次世界大战以后成为跨国公司,就在于它利用规模经济发展了组织能力。因此,组织能力是现代工业资本主义发展的重要的原动

力。钱德勒提出中小企业成长的动力是企业的组织能力（包括设备和在生产、销售及管理方面的技能等），它是中小企业内部组织起来的物质设备和人的技能的集合体。中小企业的持续成长在他看来可以通过4种方式获得：一是横向合并；二是纵向一体化；三是在地理上向远方的地区扩张；四是生产与中小企业现有技术或市场相关的新产品。钱德勒将上述4种成长方式提升为中小企业的成长战略，为实践者（或企业家）提供了战略选择的理论依据。

5. 企业内生成长理论

伊迪斯·彭罗斯提出了基于资源的企业内生成长理论，将企业研究视角从外部规模经济转向内生性成长经济理论，以单个企业为研究对象，主张管理能力是决定企业边界的主要因素，强调企业成长根源是内部知识和能力的积累，探究了决定企业成长的因素和企业成长的机制，建立了一个企业资源—企业能力—企业成长的分析框架。她通过对个体中小企业内在成长过程的追踪和描述，揭示了资源特别是稀缺的管理者能力资源在中小企业成长过程中的重要性，并指出企业是建立在一个管理性框架内的各类资源的集合体，其功能在于获取和组织人力与非人力资源以赢利性地向市场提供产品和服务。企业除了最基本的人、财、物这3种资源以外，还有人们常常易于忽视的技术、经营诀窍、商标、信誉、企业的销售网络以及与客户建立起来的良好关系等无形资产这一非物质资源。企业现有的资源不仅是企业扩张的动因，而且还是企业扩张的约束因素。在她看来，企业即便是通过兼并或收购的方式来扩张，也还是要受到现有管理资源的限制，这是因为这种扩张方式有赖于现有管理资源的提升，以维持企业的凝聚力，这就是著名的“Penrose 曲线”。彭罗斯所理解的企业成长是一个过程，它可以表述为：企业为寻求内部资源的平衡利用而导致的企业成长，此时的状态还会产生新的未被利用的资源，于是出现了新的不平衡，由于平衡永远达不到，因此企业的成长过程将是永无止境的。彭罗斯认为企业没有最优规模（或最能获利的规模），规模只是企业成长的副产品，企业成长的本质是一个以综合知识累积性增长为基础的演化过程。巴尼（Barney）对企业优势资源特征进行了深入分析，指出企业资源必须具备价值性、稀缺性、不可完全模仿性和替代性等特征，才能维持企业的持续竞争优势。

6. 企业成长能力理论

伴随着企业实践的多样性和理论研究的交叉融合，企业成长理论演化为多种流派，并形成了多种能力概念，如：核心能力（Core Competence）、动态能力（Dynamic Capabilities）、适应能力（Adaptive Competence）等。这些概念在不同时期从不同的角度诠释了企业成长能力的内涵与识别特征。

普拉哈拉德·哈默尔（Prahalad Hamel）提出了企业核心能力概念，认为企

业核心能力是企业赢得竞争优势的战略成长能力。所谓企业核心能力是指企业通过获取和配置资源,从而形成竞争优势并得以保持的能力,是以知识、技术为基础的综合能力,可以从价值性、不可模仿性、延展性和路径依赖性等4个方面进行识别。在此基础上,多士(Yves Doz)认为,能力培育、能力扩散、能力整合、能力发挥和能力更新是企业能力管理的五个关键过程。企业可以通过培育核心竞争能力实现健康快速成长。提斯等人(Teece, Pisano 和 Shuen)提出动态能力概念,认为企业动态能力是企业整合、建立和重构企业内外能力以便适应快速变化的环境的能力,并具备组织和管理过程、位置和发展路径等三个关键要素。借鉴生态学中的适应性概念,McKee, Varadarajan 和 Pride 认为,企业适应能力是指企业对市场变化的反应能力。

随着知识经济的到来,企业生存的环境发生了很大的变化,同时由于相关经济理论研究的不断扩张与深化,国外企业成长理论显示出鲜明的时代特征,研究内容或视角主要侧重在与企业成长密切相关的6个组成部分,即融资和法律制度安排、产业演化、技术和知识、转轨经济、信息披露和资本结构以及环境不确定性。

1.1.2 国内企业成长理论研究

国内学者对企业成长问题的实践研究和理论体系是伴随着社会主义市场经济体系的建立和企业实践的发展而不断完善的。20世纪90年代初,我国中小企业蓬勃兴起,摆脱了在“抓大放小、宏观调控”政策环境中的自由无序成长,成为现代经济中的亮点。国内学者开始围绕中小企业改革(民营化)、制度(家族制)创新、企业融资、技术创新、地域聚集、企业经营管理等实践问题,从经济学、管理学角度关注企业成长,并涌现出一些具有代表性的理论观点。

1. 基于“经营资源”和“复合经济”的企业成长假说

杨杜出版著作《企业成长论》对我国关于企业成长理论的研究起了重要的影响作用。杨杜对 Penrose 的企业成长理加以发展,并着重提出了“经营资源”和“多样化经济”两个新的概念。经营资源概念从经营资源的数量、性质、结构和支配主体特征四个侧面来考察企业成长,特别强调未充分利用资源是企业成长的源泉。复合经济则是构成企业成长理论之核心的规模经济、成长经济和多样化经济的结合状态。杨杜认为人、财、物、信息等这些企业进行经营活动所必须的能力或要素的总体,是企业的生产要素。生产要素是由于被经营者用作获得经济利益才成为经营资源的。他认为企业是一个具有多种不同特性资源的集合体,企业成长是在竞争和企业内部未利用资源这两种根本推动力下的不断增长的过程。企业成长过程不仅是经营资源的蓄积、扩张过程,而且是其结构调整和特性

革新的过程。

从社会资本角度研究企业成长的学者逐渐增多。周小虎和陈传明则较为全面分析了企业家社会资本的形成机制,功能以及中国企业家社会资本的构造,从而得出社会资本在获取稀缺资源、节约交易成本、促进企业成长绩效的改善及提高企业生存和发展能力方面有突出贡献。^[1]韦影认为企业社会资本通过正向作用于吸引能力从而促进技术创新、绩效提升,以此为思路建立概念模型,以我国企业为研究对象,全面研究了企业社会资本的结构维度、关系维度和认知维度与企业技术创新及绩效之间的关系,并着重分析了吸收能力在其中发挥的中介作用。^[2]

胡文静基于创业资源获取与整合视角,分析了我国中小企业的动态成长。^[3]她认为,创业资源的获取与整合伴随于整个企业过程,因此创业者们应有效识别各种创业资源,并运用企业内外部分力量对企业资源进行组织与整合,从而达到创造或提升企业核心竞争力的目的;由于中小企业的成长过程与新创企业的发展具有较多相似之处,因此将创业过程模型应用于中小企业成长过程分析也具有很大的适用性。而创业资源对中小企业成长具有重要的基础性作用。因此,创业教育的核心和重点应当以各类创业资源的获取与整合为主。

2. 企业成长合力假说

黎志成认为企业成长取决于企业在未来一段时间内实现“量”的扩张和“质”的提高自己的能力和潜力,它决定了企业发展的可能性和发展程度。企业成长能力和潜力是指企业成长的促进力(动力)和抑制力(阻力)的合力所可能产生的推动企业发展的能力、能量和发生的作用。企业的成长动力和阻力形成的合力具有同向的函数关系,用数学公式可表示为

$$F(t) = \alpha(t) \times f(t), \alpha(t) > 0, t > 0$$

式中: $F(t)$ ——企业成长力;

$\alpha(t)$ ——企业成长力与合力之间的函数关系,当 $\alpha(t) = \text{Constant}$ 即常数时,企业的成长力与合力成正比关系;

$f(t)$ ——企业合力,也就是影响企业成长的各种因素的作用力的矢量和。

钱锡红等人从组织学习理论、资源观理论、交易费用理论角度对企业战略联盟进行了分析,提出了基于联盟的科技型中小企业的成长战略。^[4]并通过案例研究得出,基于企业联盟的成长战略是一种适合我国科技型中小企业发展的途径,因为战略联盟能够使企业适应外部变化莫测的经济环境,对联盟双方战略目标的实现、技术的开发、规模经济的形成、世界市场的开拓及经营风险的降低都有着深远意义。因此企业经营理念应从传统对抗性竞争转为利益共创的合作性竞争,通过“在竞争中合作、在合作中竞争”的企业联盟战略,提高资源配置效率,实现多家企业共生共赢的和谐局面。



3. 企业成长仿生学

韩福荣等学者进行了企业成长仿生研究,认为成长是企业的最终目标。^[5]企业只有保持成长,才能延长寿命。企业成长是企业进化在一个有限时间段内的具体表现,企业成长是企业进化的隐性形式。企业成长是量变与质变相结合的成长,是量的增加与质的变革与创新的结合。

4. 中小企业成长性评价体系

南开大学李维安教授认为追求企业价值最大化是企业生存和发展的内在动力,企业不断成长和壮大是企业孜孜以求的永恒目标,而企业活力评价指标体系的主要内容是成长性评价。李维安教授主要从企业盈利能力和发展能力两个方面评价企业的成长状况,以财务指标为主。

隋波、薛惠锋将企业成长的因素归为外部环境、企业核心能力、技术进步趋势和动态波动四大因素,并试图在各个影响因素之下再进一步建立评价指标,从而建立企业成长评价模型。^[6]李柏洲认为中小企业成长是指企业在一个较长的时期内由小变大、由弱变强的过程,是企业成长在各个成长阶段企业所受到的各方力量的叠加作用的结果,具有持续和不断变革的特征。企业成长性是企业成长能力的综合表述,是指企业所具有的不断挖掘未利用的资源而持续实现潜在价值的能力,是人们依据企业的现有发展状况和其他内外部客观因素所作出的对企业未来发展潜力的判断。中小企业的成长性体现在成长潜力、企业竞争力和环境支持力等3个方面,其中,成长潜力是企业能否持续成长的条件;竞争力是企业成长中质的提高过程,是企业潜力不断转化的结果。企业成长潜力与企业竞争力是在环境支持力作用下,通过企业自身的能力体现在一定范围和程度上的转化。李青、刘莉建立了一种基于创业机会的中小企业成长模型,认为中小企业的成长与创业机会的追踪与识别、市场导向、关系网络3个因素高度相关。^[7]吕一博、苏敬勤梳理了一套分析影响中小企业成长因素的模型,即四要素模型。^[8]企业家的导向作用提供了中小企业成长的动机,企业创新能力提供了中小企业成长的能力基础,企业内部资源和外部资源提供了成长的资源基础,企业环境则提供了成长的机会。也可根据这四大要素再设立分指标,对中小企业成长进行评价。

5. 基于创业与战略融合的企业成长

李华晶和朱建武以企业成长为核心,选取了成长区位、机会市场和优势技术3个要素,构建了企业成长三维研究框架。^[9]其中,成长区位维度是企业成长的典型特征,指企业所处的地理意义上的成长领域,分为国内和国际市场两种。机会市场维度是选择创业的核心要素,识别并捕捉到市场机会,不仅可以限制企业面临来自资金充裕的对手的竞争、获取可观利润,而且为企业成长建立一个跳板或基础;优势技术维度是选择战略的重要变量,可分为跟进和先导技术。创业和