

社科文献论丛第26辑

企业成长论

刘彪文/著

线装书局

社科文 i

企业成长论

刘彪文 著

线装书局

图书在版编目 (CIP) 数据

企业成长论 / 刘彪文著. —北京: 线装书局,
2010.9

(社科文献论丛第 26 辑)

ISBN 978-7-5120-0229-6

I. ①企… II. ①刘… III. ①企业管理—研究 IV.
①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 185612 号

企业成长论

著 者: 刘彪文

责任编辑: 赵安民 孙嘉镇 朱 华

排版设计: 秋 水

出版发行: 线装书局

地 址: 北京鼓楼西大街 41 号 (100009)

电 话: 010 - 64045283 64041012

网 址: www.xzhbc.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京正元印务有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印 张: 8.75

字 数: 235 千字

版 次: 2010 年 9 月北京第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1000 册

定 价: 295.00 元 (全 10 册)

摘 要

企业成长理论是当代经济与企业战略管理中的前沿理论。国内外学者目前就企业成长的动力、企业成长的影响因素、企业成长模式与成长战略等内容正展开深入研究。本书以此为选题，旨在紧跟研究前沿，丰富企业成长理论。

本书将现有与企业成长、发展的相关理论进行了梳理、整合，建立了企业成长理论框架，丰富了企业成长理论的框架体系；本书加强了企业成长战略的研究，构筑了企业成长理论基础，提出企业要克服组织学习的智障、注意企业成长蜕变期的存在，不失时机地推动企业发展转型。

全书共八章。

第一章“企业与企业成长”。主要分析了企业的起源、企业的本质以及企业组织的演进，并从企业成长的动力、企业成长的影响因素、企业成长模式与成长战略等角度介绍了企业成长研究动向。

第二章“企业成长理论”。分别从企业成长的古典理论、近代理论、现代理论、最新发展理论等进行阐述。企业成长理论最早可追溯到亚当·斯密分工理论以及规模经济理论等古典经济理论。到了近代，熊彼特的创新理论、产品生命周期理论、企业一体化理论等理论

的涌现，推动了企业成长理论的发展。随着市场经济的出现，波特的竞争战略理论、科特勒的市场发展战略理论、彭罗斯等企业成长理论都为现代企业成长贡献了力量。进入二十世纪末，核心竞争力理论、企业蜕变理论、学习型组织理论、企业再造理论的提出，极大地丰富和创新了企业成长理论。企业成长理论的发展也是随着时代的变更而不断发展起来的，每个时代赋予了企业一个新的烙印，企业的成长需要不断的更新，不断的学习，不断的寻找适合当前时代发展的理论。

第三章“成长的模式”。主要介绍了企业成长的模式，以及详细地描述了每个企业应该如何去选择适合该企业的发展模式。尽管企业可以选择各种成长模式，但每个企业都有其成长特点，因此选择适合自身特点的成长模式就显得非常重要。事实上，在特定的情况下，企业选择一种模式可能比另外一种模式更适合成长的要求，企业健康成长的可能性更大。

第四章“成长的动力”。本章从包括系统理论、古典经济学、新古典经济学、新制度经济学、彭罗斯的资源决定论等企业性质理论角度对企业成长动力作出了解释；并从资本投入者的内在要求、企业家个人价值的实现、企业员工对个人价值的追求等利益相关者身上寻找企业成长动力来源，还从市场竞争的压力以及环境压力和社会责任的外部视角探寻企业成长动力源。

第五章“成长的因素”。本章深入剖析了企业成长的影响因素。企业的成长和长远的发展需要一些强劲的动力推动作用，方能使企业实现其长远目标。企业成长的动力有很多，其中起关键作用的有以下几种：企业的性质、资本投入者（股东）的内在要求、企业家个人价值的实现、企业员工对个人价值的追求、市场竞争的压力等，其他还有很多动力的来源，比如环境压力、社会责任等。通过这些动力因素的共同作用，构成了企业成长的动力系统。

第六章“成长的制约”。本章认为企业成长的制约主要来自于病态的企业文化、成长资源的缺失、管理失去支撑以及包括环境因素、

信息不对称、产业的衰退在内的成长的威胁和遭遇危机等。

第七章“成长战略选择”。企业成长战略选择可在多元化经营谋略、资本经营谋略、品牌经营战略和战略联盟谋略等中进行。其中多元化经营谋略要考虑多元化经营、公司风险和股东风险，考虑到企业的寿命，然后再对多元化经营做出取舍。资本经营谋略对企业成长战略的选择有着特殊要求，必须慎重抉择。企业要有品牌意识，品牌的构建和品牌资源的运用应贯穿于企业成长的始终。战略联盟谋略是新世纪给予企业成长提出的新选择，竞争与合作的并存为企业成长提供了新视角。

第八章“成长战略的实现”。本章是本书的结论，首先从成长战略基础、产品市场的产业化、获得成长所需的资源、建立有效的经营系统、建立企业的管理系统、管理企业文化角度分析了如何构筑企业成长基础，并就企业经营风险提出了建立风险防范机制的思路。指出企业要克服组织学习的智障、培养学习型组织，注意企业成长蜕变期的存在，不失时机地实施企业蜕变。

本书紧跟企业成长理论研究前沿，注重吸收、梳理国内外各派企业成长理论，能够为企业成长理论研究者提供一个完整的企业成长理论概貌。本书还注重对企业实践的发挥指引作用，加大了企业成长战略选择、企业成长战略实现的研究力度，相信企业中实践工作者能从中汲取理论养分。

关键词：企业成长；企业资源；企业能力；企业战略；组织学习；成长动力；成长模式

目 录

第一章 引言	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究意义	3
1.3 研究方法	4
1.4 结构框架	4
第二章 企业成长理论	6
2.1 成长的古典理论	6
2.1.1 亚当·斯密的分工理论	6
2.1.2 规模经济理论	11
2.2 成长的近代理论	15
2.2.1 熊彼特的创新理论	15
2.2.2 产品生命周期理论	17
2.2.3 企业一体化理论	20
2.3 成长的现代理论	23
2.3.1 波特的竞争战略理论	23

2.3.2 科特勒的市场发展战略理论	28
2.3.3 彭罗斯等企业成长理论	32
2.4 成长的最新理论	37
2.4.1 核心竞争力理论	37
2.4.2 企业蜕变理论	40
2.4.3 学习型组织理论	44
2.5 小结	46
第三章 成长的模式	47
3.1 企业成长模式的综述	47
3.1.1 成长模式的概念	47
3.1.2 企业成长模式的介绍	48
3.1.3 企业成长模式的评述	55
3.2 渐进型成长模式	56
3.2.1 企业发展中的量变与质变	56
3.2.2 渐进型成长模式的概念	59
3.2.3 渐进型成长模式的特征	61
3.2.4 渐进型成长模式的管理	65
3.3 跳跃型成长模式	72
3.3.1 跳跃型成长模式的概念和特征	72
3.3.2 跳跃式发展企业的危机防范	78
3.3.3 实现跳跃式成长	83
3.4 阶梯型成长模式	89
3.4.1 企业发展与管理平台	89
3.4.2 阶梯型成长模式的概念和特征	92
3.4.3 阶梯式发展中的管理平台	98
3.5 成长模式的选择	103
3.5.1 企业成长模式选择的基本原则	103

3.5.2 企业成长模式选择的定性分析	104
3.5.3 企业成长模式选择的定量分析	110
3.6 小结	118
第四章 成长的动力	119
4.1 企业的性质	121
4.1.1 系统理论对企业成长的动力解释	121
4.1.2 古典经济学对企业成长的动力解释	122
4.1.3 新古典经济学对企业成长的动力解释	123
4.1.4 新制度经济学对企业成长的动力解释	123
4.1.5 彭罗斯的资源决定论对企业成长动力的解释	124
4.2 资本投入者的内在要求	125
4.2.1 股东的动力来源	125
4.2.2 如何激发股东的原动力	126
4.3 企业家个人价值的实现	128
4.3.1 企业家的动力来源	128
4.3.2 如何激发企业家的能动力	129
4.4 企业员工对个人价值的追求	131
4.4.1 企业员工的动力来源	131
4.4.2 如何强化员工的能动力	131
4.5 市场竞争压力	132
4.5.1 来自市场竞争压力的企业成长动力源	132
4.5.2 如何促进有效的市场竞争	133
4.6 小结	135
第五章 成长的因素	137
5.1 行业选择	137
5.1.1 行业选择与企业成长	137

5.1.2 行业的选择与市场竞争	139
5.2 企业制度	141
5.2.1 制度与企业成长	141
5.2.2 现代企业制度	142
5.2.3 现代产权制度	145
5.3 公司治理结构	149
5.3.1 公司治理结构的概念	150
5.3.2 公司治理结构的缺陷	153
5.3.3 完善公司治理结构的措施	156
5.4 创新思想	159
5.4.1 技术创新	160
5.4.2 制度创新	161
5.4.3 管理创新	162
5.4.4 组织创新	164
5.5 核心能力的培养	166
5.6 小结	169
第六章 成长的制约	170
6.1 病态的企业文化	170
6.2 成长资源的缺失	172
6.3 管理失去支撑	175
6.4 成长的威胁	176
6.4.1 环境因素	177
6.4.2 信息不对称	178
6.4.3 产业的衰退	179
6.5 遭遇危机	181
6.6 小结	187

第七章 成长战略选择	189
7.1 多元化经营谋略	189
7.1.1 多元化经营在全球	189
7.1.2 多元化经营的传统理论解释	190
7.1.3 多元化经营、公司风险和股东风险	192
7.1.4 多元化经营与企业的寿命	195
7.1.5 对多元化经营的取舍	197
7.2 资本经营谋略	198
7.2.1 资本经营的内容	198
7.2.2 资本经营的特征	199
7.2.3 资本经营应注意的方面	201
7.3 品牌经营战略	202
7.3.1 品牌的重要性	202
7.3.2 品牌的构建	203
7.3.3 品牌资源的运用	205
7.3.4 品牌经营应注意的问题	207
7.3.5 民营企业要有品牌意识	209
7.4 战略联盟谋略	210
7.4.1 竞争与合作	210
7.4.2 战略联盟的理论基础	212
7.4.3 战略联盟的特征与类型	216
7.4.4 运用战略联盟谋略应注意的问题	221
7.5 小结	224
第八章 成长战略的实现	226
8.1 成长基础的构筑	227
8.1.1 成长的战略基础	227

8.1.2	产品市场的产业化	238
8.1.3	获得成长所需的资源	239
8.1.4	建立有效的经营系统	239
8.1.5	建立企业的管理系统	240
8.1.6	管理企业文化	241
8.2	学习型组织的培养	242
8.2.1	学习的重要性	242
8.2.2	克服学习的智障	243
8.2.3	培养学习型组织	246
8.3	企业生命与蜕变	248
8.3.1	时间与成长	248
8.3.2	蜕变期的存在	249
8.3.3	进行企业蜕变	250
8.4	小结	252
第九章	结论与展望	253
9.1	结论	253
9.2	展望	257
参考文献		259

第一章 引言

1.1 研究背景

一般认为，科斯的经典论文《企业的性质》和《社会成本问题》开启了现代企业理论研究的先河。近年来，企业理论成为新制度经济学研究中最富活力的领域之一，并逐渐形成明显不同的两种取向，即企业契约论和企业能力论。科斯（1937）认为，企业的存在是因为管理协调费用低于市场交易费用。组织分工有两种基本形式，一种是通过管理协调组织在企业内部，一种是通过市场交换，以市场价格机制协调来组织，这两种组织分工的形式是可以相互替代的。这两种组织分工的形式哪种更有效率，在于管理协调费用与市场交易费用的比较，当前者大于后者时，市场价格机制协调更有效率；反之，则企业协调更有效率；若两者相等，则管理协调与市场价格机制协调效果相同，企业的边界也由此决定。企业是社会分工发展到一定阶段的产物，只有社会分工还不足以导致企业的出现。段文斌（2003）认为，分工只是使企业的产生有了可能性，劳动力成为商品和货币转化为资本才使企业的产生有了必然性。企业作为社会分工条件下的分工组织

的存在，意味着社会分工的收益足以补偿协调社会分工的成本，企业内分工的收益足以补偿协调企业内分工的成本，企业内部分工和专业化生产就使企业能够享有分工和专业化生产的报酬递增，这就是企业得以存在和发展的根本原因。

而企业成长理论则是对国内外企业成长过程中出现的问题及其规律性的研究。自从 1959 年潘罗斯女士发表《企业成长理论》一书以来，西方经济学家不断为其注入新的内容。短短几十年间，企业成长理论已经枝繁叶茂，繁衍成了一个庞大的经济理论体系。几乎所有的当代动态企业能力理论的核心概念，如基于资源的战略、组织惯例、企业独特的能力、企业内部的知识创造和路径依赖等，都可以在潘罗斯的企业成长理论中找到直接或间接的表述。可以预见，随着企业逐渐成为市场和经济的主体，随着世界范围内市场体制的逐步完善，以企业为研究对象的成长理论，将会获得更多的关注和重视，无论在理论界还是在实践当中。

我国的社会主义市场经济与完全市场经济不同，建立在西方经济体系上的企业成长理论对于中国企业而言只可借鉴，不能完全照搬。因此，建立符合社会主义市场经济规律的企业成长理论才是适合我国企业成长之路。近年来，我国的许多知名学者在消化和吸收国外研究成果的同时，也开始尝试在它们的基础上寻求突破。不过，由于整体布局存在缺失，我国在该领域的研究仍远远滞后于经济的发展。

本书纵观企业成长理论的发展历程，对企业成长理论近年来的研究成果进行了整理汇总和分析。我们知道研究理论的目的是为了指导实践，理论对于实践的指导意义是其价值的最终体现。研究企业成长状态和成长过程，不仅对于包括中小企业在内的所有企业来说都具有示范和借鉴作用，而且对于企业成长理论的中国化发展也有重要的指导意义。因此在本书中，我们根据这些最新的研究成果，从企业成长的几个关键方面入手——成长的因素，成长的动力，成长的模式，成长的战略等，直接运用西方企业的成长理论对我国企业成长进行实证

分析,讨论企业成长理论在中国的实用性,并探索中国特色的企业成长规律。

金融危机背景下,大大小小的企业都不同程度地受到了金融海啸的影响,美国的金融业更是受到了重创,连带了许多汽车公司都倒闭破产,我国沿海城市不少大大小小的企业在一夜之间破产,更有部分企业产生了迁移的动向。这无疑对我国的经济的发展带来了新的挑战,给我国企业的成长之路带来了新的难题。在这种环境下,我国企业既面临着巨大的挑战,也面临成功的机遇。通过这次危机,我们必须从中吸取教训,透彻的分析企业成长的关键要素,以及战略选择,为我国特色社会主义市场经济的企业注入新鲜的血液,寻找新的发展之路。

1.2 研究意义

自 20 世纪 90 年代初期以来,在信息经济、网络经济和知识经济日益明显的超强竞争的作用下,企业的经营环境正从以前相对稳定的静态环境转向日益复杂多变和充满不确定的动态环境,企业的生存和发展越来越受到环境的挑战和威胁,企业比任何时期都面临着环境施加的不确定性压力,企业内外战略环境的变化从客观上要求制定配套的企业战略,并要求对企业战略进行适时的调整。同时,近十年来,国内诞生了一大批发展迅猛的企业。这些企业大都处在业务和企业规模快速增长时期,然而,很多成长期的企业比他们的同行更加感受到“成长的烦恼”,换句话说,相对于企业成长过程的其他三个阶段来说,企业成长期的内外环境更不稳定,可变因素更多,灰度更大,相应的企业成长期的战略管理研究便具有更重要的现实意义。

本书通过对历年来国内外经济学家对企业成长理论的回顾,详细的描述了一些著名的学者对企业成长理论的贡献,同时结合我国企业成长的实际情况,探索了我国企业成长的难题所在,并客观的分析了

企业成长的动力，企业成长的影响因素，以及企业成长战略的选择，从而给我国企业的成长提供了一些可应用型的建议。

1.3 研究方法

本书中主要运用了定性和定量的方法对我国企业的成长过程进行了系统全面的概述，分析了企业成长的动力，以及成长的因素，成长的制约和战略的选择，并通过逻辑演变的方法对我国企业中出现的各种问题，作出了相关的建议以及提出了发展企业所必须注意的诸多问题，通过运用统计学的相关方法，对一些企业的相关数据进行了分析，从而了解到了企业成长过程所必须面临的各种问题。

1.4 结构框架

第一章为引言部分，主要介绍了本书的研究背景，研究的意义以及研究的方法。在我国社会主义的市场经济中，企业的成长对于我国经济的发展尤为重要。

第二章为企业成长理论，主要介绍了企业的理论发展过程，包含了成长的古典理论，成长的近代理论，成长的现代理论，成长的最新理论四部分内容。企业成长是个不断更新的过程，每个时代都需要适合企业发展的成长理论作为基础，成长理论对于企业的发展来说至关重要。

第三章是成长的模式，主要介绍了一些适合企业发展的成长模式，主要有以下几个模式：渐进型成长模式，跳跃型成长模式，阶梯型成长模式，在对企业成长模式的选择时必须注意方式和方法，并不是每个企业都适合所有的模式，应该针对企业的特征选择适合自己发展的模式才能发挥出其优势。

第四章是成长的动力，在企业的发展过程中受到了很多动力因素的影响，推动着企业不断成长，这里主要介绍了以下几个动力因素：企业的性质、资本投入者的内在要求、企业家个人价值的实现、企业员工对个人价值的追求、市场竞争的压力等，这些因素共同影响着一个企业的成长，如果调配好了这些因素则能成为企业的动力，否则将成为阻碍企业发展的因素。

第五章是企业成长的因素，企业的成长依靠着一些关键的因素，本书中主要介绍了行业选择、企业制度、公司治理结构、创新思想、核心能力的培养对企业的成长所起的作用。一个成功的企业在其发展过程中都会合理、正确的运用到这些关键的因素，如果没有合适的选择，将导致企业走向衰亡。

第六章是成长的制约，企业成长过程既然受到了积极因素的推动，就必然存在消极因素的阻碍，病态的企业文化、成长资源的缺失、管理失去支撑、成长的威胁都会阻碍企业的长远发展。

第七章是成长战略的选择，企业的成长过程是千变万化的，动态发展的，不确定性因素太多，从而企业时刻都要注重成长战略的选择，根据自己企业的特征，选择适合自身企业发展的成长战略，这样才能立于不败之地。本章主要介绍了以下几个成长的战略：多元化经营战略、资本经营战略、品牌经营战略和战略联盟。每个战略都有其独特之处，当企业处于一种特殊时期就应该选择好合适的战略，不断赢得更高的市场占有率。

第八章是成长战略的实现，选择好了成长的战略并不一定能发挥出此战略的优点，成长战略的实现首先需要构筑好成长的基础，也就是要建立好成长战略基础，实现产品市场的产业化，获得成长所需的资源，建立有效的经营系统，建立企业的管理系统，管理企业的文化，然后要把企业培养成学习型的组织，这样才能够不断创新，使企业不被市场所淘汰。