

O N T H E E N T R E
P R E N E U R I A L
N E T W O R K O N T
H E E N T R E P R E
N E U R I A L N E T
W O R K O N T H E E

企业网络论

刘东 等著

O N T H E E N T R E
P R E N E U R I A L
N E T W O R K O N T
H E E N T R E P R E
N E U R I A L N E T
W O R K O N T H E E

 中国人民大学出版社

2002年度江苏省委宣传部
哲学社会科学重点学术著作资助项目

N E U R O L O G I C A L
W O R K O P T H E E

企业网络论

刘东 等著

图书在版编目 (CIP) 数据

企业网络论/刘东等著.

北京: 中国人民大学出版社, 2004

ISBN 7-300-05359-9/F·1662

I. 企...

II. 刘...

III. 企业组织 - 组织管理学 - 研究

IV. F272.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 009969 号

企业网络论

刘 东 等 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)

010-62515351 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东方圣雅印刷有限公司

开 本 890×1240 毫米 1/32 版 次 2003 年 12 月第 1 版

印 张 10.375 插页 1 印 次 2003 年 12 月第 1 次印刷

字 数 296 000 定 价 18.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

序

本书是刘东教授承担的国家社会科学基金项目的成果。20 世纪末发达国家产生了以信息技术为代表的新经济。本书以此为背景，研究网络经济条件下市场的自组织和企业组织的新形式。应该说，这是处于前沿的研究成果。在本书出版之际，我首先要对网络经济条件下的企业竞争力问题谈谈看法。

新经济是由电脑和互联网驱动的。新经济是对信息经济、网络经济、数字化经济的概括。作为一场生产方式的革命，新经济改变着我们周围的一切，正在对人们的工作、学习和生活方式产生全新的革命，它不仅丰富了人们获取信息的途径，而且为企业内或企业间的信息交流提供了快捷而经济的通信工具，还给工商企业和消费者之间的信息沟通提供了新的渠道。网上教育、网上通信、网上新闻、网上交易、网上娱乐等等，正在成为人们经济活动的主要方式。

在网络经济条件下，生产的社会组织形式发生了一系列新的变化。一是企业之间纵向非一体化和横向非一体化有序地发展起来，即生产的专业化、社会化更加深化了。二是企业与企业之间的交易关系随着日益发展的外包、供应链协调、战略联盟和特许经营等方式的出现，更加复杂化了。三是出现了以虚拟企业为名的新的社会生产组织形式，实现了以快速响应客户需要为目的的跨地区企业之

间灵活生产式的合作。这些纷繁复杂现象中的一个共同特点是：市场的自组织代替了企业的组织；跨企业紧密协调的准一体化代替了企业实体意义上的一体化；纵横交错的企业网络代替了日益增大的单个企业。

现在大家都在谈经济全球化。全球化有多种表现形式。根据新经济发展的趋势，可以断言，只有进入建立在信息技术和网络基础上的数字经济时代，才能真正实现经济全球化。就是说，网络经济是经济全球化的技术基础。企业不出国境就可以进行国际交易。信息化的发展可能使得商务模式发生变革，使得一些中小企业能够参与全球竞争。过去只有大企业才可能跨国经营，现在中小企业借助网络同样可以进行跨国经营。

当今的工业化正在进入信息化阶段。在美国等发达国家，信息和网络技术、信息和网络服务正在成为经济发展的主要推动力，也正在使工业等产业的技术基础发生革命性变化。因此，信息化带动工业化正是我国现阶段产业升级的中心内容。其意义是实现跨越式发展。以信息化为内容的产业升级机会并非只是对大企业而言的，对小企业也是同样。也就是说，借助信息化，小企业同样可以实现发展阶段的跨越。

信息化提供了小企业之春，是指给小企业提供了提高竞争力的机遇，它可能享受到过去只有大企业才具有的机会，如参与国际经济贸易、采用最新技术、进入较高等级的产业等。采用信息技术，发展信息产业，利用互联网，无论是对大企业还是小企业，机会都是均等的。不仅如此，在信息化和发展信息产业方面，小企业往往充任了先锋队的角色。中小企业的地位与其进入的领域相关。通常的理解，小企业一般是低技术含量的企业，难以进入高科技领域。在信息化方面，小企业进入的领域没有这种限制，恰恰是进入信息化领域可以显示出其特有的竞争力。美国硅谷的经验表明，在孵化高新技术方面，民营小企业有独到的优势：一是科技创新成功对创业者的激励，小企业最为有效；二是科技创新失败对创业者的风险约束，小企业更为强烈；三是产业转移的速度，小企业更快。

对信息化起主要推动作用的是电子商务。电子商务对经济的影



响远远超出了其本身的价值。在产业链中，正是由于电子商务的广泛应用，形成对信息技术产业的强大需求和拉动力。就是说电子商务成为信息产业和整个新经济的发动机。电子商务对经济的影响远远超过了它本身活动的价值。企业利用电子商务，通过提供更有用的信息、增加商业机会、发展新型服务、简化销售过程、降低成本等活动，能够取得竞争优势。同样，小企业要在信息化中增强自身竞争力需要充分利用电子商务提供的活动平台。

企业的大小与规模经济相关。过去的理论特别青睐大企业，因为其技术基础是机器大工业。这时的规模经济是生产方的规模经济。在以信息技术为基础的现代经济中，规模经济不再是生产方的规模经济，而是需求方的规模经济。其理由是：互联网使用规模的扩大没有出现边际收益递减的效应，相反可能出现边际收益递增的效应。而且，在信息化条件下企业规模不再是企业竞争力的主要决定因素，依赖信息和网络的优势中小企业也可能有更强的竞争力。这种状况在软件及软件服务业，在提供中介服务的生产者服务业中最为明显。

小企业的需求方规模经济与服务增值相关。过去追求企业规模（生产方规模）的基本前提是，价值创造在生产过程中，企业规模越大，价值创造能力越强。现在在信息化条件下，产品和服务之间的界限越来越模糊，服务增值正变得越来越重要。服务成为生产价值所不可缺少的职能。特别是在信息产业部门，相对于生产，服务能够创造更多的价值。需求方的规模经济在很多程度上就是由服务提供的。因此，企业不能仅仅限于生产，必须以服务来提高竞争力。制造商必须学会如何将自已的产品与服务结合在一起。服务有时隐含在产品中，有时是与服务一起出售的。成功的制造商必须同时是服务供应商。就营销手段来说，制造商必须通过服务锁定顾客，使顾客在购买产品后被锁定在各种辅助产品和服务上。

根据波特的理论，在现代经济中，由于分工细化，需求多样化，不可能再有某个产业的巨人，只可能有某个产品的巨人；竞争优势不可能体现在整个产业上，只能体现在某种产品和某个生产环节上。小企业要成为某个产业的巨人显然是一种奢望，但在某种产



品和某个生产环节上培植竞争优势，成为巨人，则不是不可能的。

在现代经济中小企业也同样要在聚集中获得规模效益，增强竞争力。其途径主要有两条。一是大公司小企业模式。可能是大公司内部分割成多个作为独立法人的小企业，也可能是多个小企业联合成一个公司性质的联合体。其中，企业是独立的法人主体，公司则依靠资本参与维系。二是形成企业集群。企业集群是指生产经营相同或相关产品的企业聚集在同一地区和区域。竞争最激烈的集群对某些产业（特别是信息产业）可能是最好的战略地点。这种集群对小企业获得聚集的规模效益较为适合。

过去人们将市场经济简单理解为竞争性经济，片面强调竞争，似乎企业是为竞争而存在的。企业规模越小，竞争力就越弱。现在需要指出的是，市场经济是竞争和合作相兼容的经济，合作能降低竞争费用。对许多小企业来说，过度竞争会失去生存的空间，寻求合作反而会打开广阔的天地。在信息经济中，合作比竞争更为重要。兼容和资源共享就体现合作。当你出售一个系统的一种组件时，如果你与系统的其余部分不兼容，你就无法进入市场。当你得不到或不能提供共享资源时，就不可能达到规模经济。信息技术的这种对系统的依赖性（兼容性）意味着企业不仅要重视竞争对手，还要重视合作伙伴。

在说明我国目前企业小而散的结构弊病时，我们要注意到问题主要不在于小企业多，而在于缺乏合作精神。众多的中小企业间只有竞争没有合作，相互之间过度竞争，产生了过高的竞争费用，因此企业重组所要解决的不仅仅是企业变大的问题，而是要解决中小企业之间、中小企业和大企业之间的合作问题。从这一意义上说，企业重组的重要方面是组织企业团队。

根据网络经济的特点，小企业之间依靠网络可以具有过去所讲的大企业的竞争力。

首先，依靠网络寻求中小企业与大企业配套和专业化协作的途径。在现实中各种产品的生产工序都有专用化的设备。考虑到资源配置的效率，大型企业不需要成为每道工序都设在本企业、每种中间产品都在本企业生产的全能企业，各种中小企业也不一定生产同



大型企业相同的产品。这就提出了中小企业同大企业相互配合和合作的可能性。这种合作包括两方面过程，一是进行专业化分工，二是中小型企业可以进入大型企业产品生产的纵向一体化的环节进行配套和协作。在市场经济条件下，这种配套和协作具有竞争性，一是大企业选择配套企业具有竞争性，同类配套产品有几家企业提供；二是同一个中小企业向多个企业提供配套产品。企业间的合作和配套可以由契约来约束。

其次，依靠网络对不同类型的企业进行市场分工。大中小企业实际上都有一定的市场空间，各自进入最适合自己的市场可以避免不必要的竞争，节省竞争费用。如可以通过某种合约划分各自的市场。

第三，依靠网络培植统领团队的旗舰企业。面对市场上大中小企业并存、中小企业居多的企业结构，单纯靠市场这只看不见的手的调节，没有看得见的手的领导和协调，交易成本太大，由此产生的竞争费用也太高。过去靠国家直接领导和管理企业的方式，实践已证明，管理成本太大，大到不如不管理。这就提出了在市场和政府以外寻求新的制度安排的要求。借鉴国外成功的经验，要将众多的中小企业组织成团队，关键是要有统领企业的旗舰。在网络经济条件下这种旗舰企业可以是虚拟企业，其基本职能是规划、设计、经营和营销，其生产、运输等职能则分散在各地，旗舰企业通过互联网进行统领和协调各个企业的生产经营。

下面，就本书中的部分带有创新性的观点进行评价。

作者通过对各种类型企业网络形成原因的归纳，认识到战略联盟、虚拟企业、供应链协调等现象的同时出现，不是偶然的。这些表面上不同形式的背后存在着强大的共同作用力，这就是经济全球化下竞争的加剧和消费者主权的增强。竞争的压力迫使相关企业认识到优化整个生产巨系统，从而改进自身境况的要求。企业网络的运行正是这种生产巨系统的存在方式。例如，外包生产方式很大程度上是以全球而不是一个国家或地区为范围来考虑资源的优化配置的结果，是对包括制造、技术、品牌和营销管理在内的各子系统相互关系的重新整合；供应链协调和虚拟企业则是调整系统内元素之



间联结方式来提高系统有效性的方法；通过建立战略联盟，相关企业可以更好地共同利用核心技术、营销网络，增强竞争力。由企业之间进一步分工合作和总体协调所带来潜在收益的增加，是促使相关企业采取合作行为的直接诱因。

非一体化和企业间分工合作的发展必然遇到的一个问题就是潜在交易费用增加。如何提高交易效率或降低交易费用是决定上述生产方式能否成功的另一个重要因素。企业网络有效运行取决于企业间分工合作产生的效益是否能显著超过因此而新增的交易费用。作者通过对具体形态企业网络运行的分析、解剖，对企业网络现象进行了初步的经济学解释。

通信、计算机和系统集成技术进步和由此导致的产权界定成本降低，是降低交易费用，从而使企业网络得以运行的客观技术保障。作者对各种技术提高交易效率的作用进行了深入分析，说明了现代技术对降低交易费用的影响是多方面的。交通通信技术直接作用于降低每一种交易都必须花费的交易费用；与界定产权相关的技术进步，主要是提高了责任界定的效率，从而提高交易效率；现代化运输、库存技术和系统集成技术相结合的第三方物流则大大提高了相关环节的交易效率，降低了交易费用。除此之外，作者通过对具体形态企业网络实际运行的分析，说明了由沟通不足引起的相互不信任、由信息不充分和经验不足引起的责任界定不清，也是引起交易费用提高的主要原因，而这些情况在具有相同知识背景 and 经验的同行人员通过互联网进行便捷交流的情况下，可以在很大程度上避免。因此互联网对提高交易效率的作用，不仅表现在电子商务方面，更重要的是分工合作的企业间通过便捷频繁发送可信度信号，来增强合作信心，减少机会主义倾向。

作者从契约理论的高度，重新审视企业网络运行，把企业网络看做是一系列相关企业之间某种特殊契约的集合。作者在书中通过对包括日本下包制在内的多种企业网络形式的考察，提出企业网络中相关企业之间的契约是一种特殊契约。在这种契约中存在着超出一般市场交易的内容，如放弃某些行为，或放弃某种选择权，包括机会主义行为，服从对方的某种安排，换取因为整体利益提高而得



到的自身利益的增进；或分享信息和市场，减少不确定性；或降低成本，缩短时间；或利用交易对方的资源（包括知识资源）延展自身的能力边界等。在发生这种交易时，在企业网络中占据优势地位的市场主体超越了自己的“本分”，超越其企业产权边界和市场关系，与交易对象不仅在市场界面上交流，而且在一定程度上介入交易对象内部生产管理过程，发挥着原来只有在实体企业中才存在的干预、指挥和协调作用。可以说，在生产和管理的某些环节上，以往只有在企业组织内才存在的指挥、协调和服从关系，现在也存在于交易主体之间。用“超市场契约”一词来概括这种特殊的契约，是否合适，可以进一步讨论。但是就作者把企业网络的性质归结到契约的高度加以认识，并对这种契约的性质进行探讨这一思路本身来说，也许是值得肯定的。把企业网络中相关企业之间的交易看做是不同于以往商品契约的复杂契约，就从契约的层次上，打通了将市场与企业隔离的两分法。这就是，可以将市场中的契约看做是商品契约，企业内的契约看做是要素契约，企业网络中企业之间的契约则是超越商品契约的复杂契约——超市场契约。超市场契约一词包含了要素交易关系类型（即指挥服从关系）渗入商品契约的含义。这种交易既是在市场中实现的，又不是在市场中实现的。这种交易的外部形式仍是商品交易，但是内容已经根本变化了。交易的对象不再是供给方单方面努力的结果，而是融入了购买方指挥、协调、指导的产物，而“融入”这种活动本身不是在市场上进行的，它是在生产过程中实现的。买方不是简单地在商品市场上购买卖方提供的商品，而是通过在生产过程中对卖方进行指导、制约、培育，使得卖方以合乎买方意愿的方式提供产品，使最终产品具有竞争力。

借鉴威廉姆森交易类型与契约类型相匹配的观点，作者从分析实际存在的企业之间的交易关系出发，具体说明了契约的设计对交易效率，即对交易费用的重要影响。契约的设计包括对交易对象的选择、交易环节的确定，对可置信承诺中为保证可置信所做的交易内容和契约条款安排。作者通过对有效运行的企业网络的解剖分析，总结出一个信条——精心设计的契约（但不一定是完备的契



约)可以有效防止机会主义行为,促进交易效率的提高。

总的来说,本书不是一般的描述网络经济条件下企业组织和市场的自组织性,而是运用现代网络理论和新制度经济学理论对这些新现象进行了深层次的研究,有理论深度,也有前瞻性。为此我乐意为本书作序,希望本书的出版对企业网络的研究和对市场自组织的探索起到促进和推动作用。

洪银兴

2003年6月

于南京大学



目 录

第一章 企业、市场与企业网络	(1)
第一节 企业与市场	(1)
一、企业的边界	(1)
二、企业边界的扩展	(3)
三、一体化与非一体化	(8)
四、企业与市场的中间状态	(9)
第二节 企业网络的含义与特征	(13)
一、企业网络的含义	(13)
二、企业网络的特征之一：非一体化下的合作	(14)
三、企业网络的特征之二：组织间协调	(18)
四、企业网络的特征之三：超市场契约	(20)
第三节 企业网络的类型及内部构成	(21)
一、虚拟企业	(22)
二、外包或下包的企业网络	(24)
三、供应链准一体化协调	(26)
四、企业集团	(27)
五、战略联盟	(28)
六、企业集群	(29)
参考文献	(30)



第二章 虚拟企业	(31)
第一节 虚拟企业的产生	(32)
一、传统工业化生产与消费者主权的矛盾	(32)
二、实体组织的困境	(34)
三、虚拟企业出现	(35)
四、虚拟企业的概念	(38)
第二节 虚拟企业的运行方式和类型	(41)
一、虚拟企业的运行	(41)
二、虚拟企业的分类	(44)
第三节 虚拟企业有效运行的条件	(47)
一、企业核心能力有效结合	(47)
二、丰富的客户价值	(48)
三、虚拟企业合作关系	(50)
第四节 虚拟企业的功能、特点和性质	(56)
一、虚拟企业的功能	(56)
二、虚拟企业的特点	(58)
三、虚拟企业的性质	(61)
参考文献	(67)
第三章 供应链企业网络	(69)
第一节 供应链与企业网络	(69)
一、企业供应链和供应链企业	(69)
二、企业供应链与纵向功能整合	(72)
三、供应链企业网络与集聚效应	(75)
第二节 供应链企业关系	(77)
一、供应链企业及其关系结构	(77)
二、供应链企业关系的组建	(80)
第三节 供应链企业网络关系及其协调	(82)
一、供应链准一体化中的生产过程的协调	(82)
二、供应链准一体化中的产品质量控制	(84)



三、供应链企业的技术扩散和学习	(85)
参考文献	(87)
第四章 企业集团内部网络	(89)
第一节 企业集团网络化的优势	(90)
一、网络化的成本优势	(91)
二、网络化的价值优势	(92)
三、网络化的创新优势	(94)
第二节 企业集团内部网络化的类型	(98)
一、虚拟化总部——以赛存集团为例	(99)
二、联网组织——以宏基、新日铁为例	(101)
三、扁平化——以通用电气为例	(103)
第三节 网络化企业集团的特质	(105)
一、网络组织与层级组织的区别	(105)
二、由协定组织、联结的市场	(107)
三、由产权加强合作的企业集团	(110)
参考文献	(113)
第五章 战略联盟	(115)
第一节 战略联盟及其分类	(116)
一、战略联盟的产生	(116)
二、战略联盟的分类	(117)
第二节 不同动机和内容的联盟	(117)
一、基于技术合作的联盟	(118)
二、基于生产合作的联盟	(120)
三、共享营销渠道的联盟	(122)
第三节 战略联盟的组织方式	(124)
一、契约型战略联盟	(124)
二、股权型战略联盟	(126)
三、股权型战略联盟与契约型战略联盟的比较	(128)
第四节 横向联盟与纵向联盟	(129)



一、横向联盟	(129)
二、纵向联盟	(130)
第五节 战略联盟的原因及其有效运行的条件	(131)
一、选择战略联盟的原因	(131)
二、战略联盟有效运行的条件	(134)
参考文献	(135)
 第六章 下包制	(137)
第一节 下包制的特点及其形成原因	(137)
一、下包网络的特点	(137)
二、下包制形成的原因	(140)
第二节 下包制的运行	(146)
一、运行的环境	(146)
二、下包制的运行特征	(149)
第三节 下包制的运行效率	(155)
一、对市场变化的适应性及其反应能力	(155)
二、少数企业之间的有效竞争	(156)
三、注重下包商能力培养的专业化分工	(157)
四、在加强信息交流中获得效率	(158)
参考文献	(160)
 第七章 企业集群	(161)
第一节 企业集群的基本概念与演变	(161)
一、企业集群的性质和特点	(161)
二、企业集群的产生、演进及其动因	(165)
第二节 不同类型的企业集群	(171)
一、意大利传统产业的小企业集群	(171)
二、“东方硅谷”——印度的班加罗尔软件集群	(172)
三、台湾新竹 IC 业的小企业集群	(174)
参考文献	(177)



第八章 企业网络的社会学分析	(180)
第一节 经济嵌入性和关系性合同	(180)
一、经济嵌入性	(180)
二、威廉姆森的关系合同理论	(182)
三、嵌入结构与关系合同治理结构	(184)
第二节 企业间关系型合约及其可自我实施性	(188)
一、非正式合约和法律制度	(188)
二、企业之间隐含契约的重复博弈分析	(190)
三、企业网络中关系型契约的可自我实施性	(192)
第三节 社会资本	(193)
一、社会资本	(193)
二、企业网络社会资本	(195)
第四节 结构空洞效益：企业网络的结构优势	(198)
一、强一弱定理和信息	(198)
二、结构空洞	(200)
三、结构空洞中的信任问题	(202)
四、企业网络的效益：结构回报	(203)
参考文献	(207)
第九章 企业网络的经济演化论解释	(208)
第一节 经济演化理论	(208)
一、自然选择与市场选择	(208)
二、演进博弈、主观博弈和内生博弈规则	(212)
第二节 企业网络的产生	(214)
一、以合作生产力求生存	(214)
二、分工网络随环境变异而发展	(219)
第三节 企业网络的演变	(223)
一、企业网络的自增强性质	(223)
二、自增强系统的特征与作用	(225)
三、路径依赖与演进	(228)
参考文献	(229)



第十章 企业网络的经济学分析	(230)
第一节 商品交易优于要素交易的条件	(230)
一、分工经济与交易费用的两难选择	(230)
二、要素契约有效的相对性	(232)
三、商品契约有效的条件	(235)
四、商品契约有效性的提高	(238)
第二节 分工结构和契约模式对交易效率的作用	(242)
一、分工组合结构对更新产品的影响	(242)
二、超市场契约在加强交易效率中的作用	(243)
三、交易环节理性选择降低外生交易费用	(246)
第三节 企业网络与创新效率	(247)
一、创新模式的转变	(247)
二、创新网络的效率	(249)
参考文献	(252)
 第十一章 不同企业网络形式的比较	(254)
第一节 虚拟企业与战略联盟	(254)
一、组织成员关系连续性	(254)
二、合作方式与行业、产品适用性	(255)
三、合作者地位	(257)
第二节 企业集团与战略联盟	(257)
一、合作关系稳定性	(258)
二、成员构成范围	(260)
三、结构特点与成员地位关系	(261)
四、组织组建的目的	(262)
五、产生方式	(262)
六、战略联盟与企业集团的融合与供应链协调	(263)
第三节 企业集团与小企业集群	(266)
一、联系纽带	(266)
二、组织及成员个体规模与行业适用性	(267)
第四节 不同企业网络在协调性和契约性质上	