

21st China Development Issue Report

世纪中国发展问题报告

中国

核心竞争力

问题报告

China Core-competitiveness Issue Report

问题 · 现状 · 挑战 · 对策

林善浪 / 著

中国发展出版社
DEVELOPMENT

21

21st China Development Issue Report

世纪中国发展问题报告

中国

核心竞争力

问题报告

veness Issue Report

问题·现状·挑战·对策

林善浪/著

中国发展出版社
DEVELOPMENT

图书在版编目 (CIP) 数据

中国核心竞争力问题报告/林善浪著. —北京: 中国发展出版社, 2005.2

(21 世纪中国发展问题报告丛书)

ISBN 7-80087-752-3

I. 中... II. 林... III. 企业管理—研究报告—中国
IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 074592 号

书 名: 中国核心竞争力问题报告

著作责任者: 林善浪

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 7-80087-752-3/F·461

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京星月印刷厂

开 本: 710×980mm 1/16

印 张: 26.25

字 数: 463 千字

版 次: 2005 年 2 月第 1 版

印 次: 2005 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1—10000 册

定 价: 45.00 元

联系电话: (010) 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn/>

电子邮件: fazhan@drc.gov.cn

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

前 言

当今世界，随着经济全球化的迅猛发展，科学技术的日新月异，交通工具的日益发达，通讯手段的不断改进，各个国家和民族之间的联系越来越紧密。一个国家的利益已经不仅仅限于自己的国境线之内，而是越来越多地表现在与外部世界的联系之中。这种联系，既包含有共同的利益，也包含有冲突的利益。共同利益构成合作的基础，冲突利益构成矛盾的基础。无论追求何种利益，为了谋取更大的份额，相互之间都必然要展开激烈的竞争。改革开放以来，我国实现了从计划经济体制到社会主义市场经济体制的转变，从封闭经济到开放型经济的转变，促进了国民经济的持续、快速、健康发展。2001年，我国加入了WTO，这标志着我国对外开放发展到一个新的阶段，进一步地加快了我国参与经济全球化的进程，进一步地推动了我国经济从国内竞争走向全球竞争。和以往相比，当今世界的竞争，“千帆竞发，百舸争流”，竞争的范围要广泛得多，方式要复杂得多，程度当然也激烈得多。在国际舞台上，“逆水行舟，不进则退”。谁竞争的意识强，谁的体制和机制顺，谁能较好地利用各种条件和资源，谁的发展速度就快，谁就能在激烈的国际竞争中占据有利的地位。中华民族要在激烈竞争的世界舞台上站稳脚跟，立于不败之地，归根结底在于培育自己的核心竞争力。没有核心竞争力，就不可能具有国际竞争力；没有国际竞争力，就无法迎接经济全球化的挑战。因此，培育核心竞争力，对新世纪我国经济的发展，对中华民族的复兴，具有革命性意义和战略性意义。

长期以来，对如何形成和保持竞争优势，一直是经济学和管理学所关注的重要问题。例如，以沃纳菲尔特和潘罗斯为代表的资源学派认为，企业之间的有形资源、无形资源以及积累的知识存在差异产生竞争优势。最早提出“核心竞争力”概念的普拉哈拉德和哈默就认为，企业内部的积累性学识特别是协调不同生产技能和有机结合多种技术流派的学识，是企业形成和保持竞争优势的关键。以罗斯比和克里斯蒂森为代表的能力学派则认为，与知识有关的能力差异是持久竞争优势的源泉。但是，这两个学派都只从企业内部研究如何形成和保持竞争优势，而不考虑产业本身的发展。以波特为代表的市场结构学派把产业优势引入了竞争战略理论中，认为企业的成功既取决于企业自身的竞争优势，也取决于产业优势，而产业优势的形成则由生产要

素、市场需求、相关及支持性产业、企业战略和市场竞争结构等四个要素构成的“钻石体系”决定的。但是，波特的理论以西方发达市场经济为背景，强调市场机制在产业优势形成中的作用，忽视了政府在产业发展中的能动作用，也没有探讨企业在产业发展中的能动作用。因此，研究我国经济发展和管理中的竞争力问题，一定要立足于我国的国情，着眼于解决实践中出现的新情况和新问题。

林善浪教授通过长期的认真学习、刻苦钻研，撰写了《中国核心竞争力问题报告》一书。作者在分析与总结国内外竞争理论与成功经验的基础上，从我国的实际出发，分析了我国核心竞争力的现状，提出了如何提高我国核心竞争力思路。本书具有如下突出特点：

一是从国情出发，既分析借鉴国外竞争力理论的精华，又不生搬硬套西方的经济理论和管理理论，结合我国的经济发展阶段、经济制度、社会背景和文化传统，着重探讨我国培育和提升产业国际竞争力所需要的环境、途径和办法。

二是发挥经济学和管理学两方面的优势，把经济学的分析方法和管理学的理论结合起来。在用经济学方法研究产业国际竞争力形成和发展问题时，结合现代管理学的方法；在用管理学方法探讨核心竞争力时，结合现代经济学的方法，并把产业国际竞争力和企业核心竞争力有机地联系在一起，在宏观经济中以微观为基础，在微观经济中以宏观为背景。

三是从产业层次上分析国家核心竞争力。作者认为，在当今激烈的国际竞争中，国家核心竞争力表现在产业国际竞争力，产业国际竞争力要以企业核心竞争力为基础，企业核心竞争力的形成要以产业国际竞争力为背景。从国家竞争的角度，分析了形成产业国际竞争力所必须营造的国内环境和提升产业国际竞争力的途径，并分别探讨了我国农业、制造业和服务业国际竞争力的现状和发展趋势。

四是理论性和实践性的紧密结合。作者在他人研究的总结和借鉴中提出了自己的见解，在实际案例分析中提炼出自己的观点，具有理论探索性，又具有实践指导性。例如，认为我国产业结构发展具有“虚重工业化和高加工度化”的趋势，其根源在于城乡分割体制造成工业与农业、市民与农民在市场需求上的低水平恶性循环；又如，根据我国农业资源的特征和农业发展水平，把农业划分为劳动密集型和土地密集型两大类，认为劳动密集型农业具有明显的国际竞争力，而土地密集型农业不具有国际竞争力，我国农业参与全球化的进程关键是充分发挥劳动密集型农业的发展潜力；再如，认为发达的服务业要以先进的制造业为基础，即使在发达国家，国民经济转移到以服

务业为重心，但制造业仍然是基础，因此振兴制造业、提高制造业技术水平、谋求制造业在国际分工中的最大利益，对提高国家核心竞争力具有十分重要的战略意义。

《中国核心竞争力问题报告》是作者多年学习和研究的成果。它的出版，对我国国家核心竞争力理论研究的广泛开展具有促进作用，对实际政府部门与企业的决策具有重要的参考价值。我相信读者们一定能从中获得丰富的知识营养和有益的启迪。

苏东水

2004年12月25日

目 录

导 论

一、面对全球竞争的时代	1
二、关键是培育核心竞争力	3
三、国家核心竞争力和企业核心竞争力	7
四、本书的主题	10

第 1 章 国家核心竞争力：决胜 21 世纪的战略选择

第一节 国际竞争力与国家核心竞争力	12
一、国际竞争力：世界各国关注的焦点	12
二、国家核心竞争力：一个有待研究的课题	21
第二节 国家核心竞争力就是产业国际竞争力	25
一、什么是产业国际竞争力	25
二、产业国际竞争力的决定因素	27
三、产业参与国际竞争的四个阶段	37
四、国家核心竞争力从根本上说是若干产业的国际竞争力	41
五、国家核心竞争力要以企业核心竞争力为基础	49
第三节 国家核心竞争力：决胜 21 世纪的战略选择	53
一、提高国家核心竞争力，迎接经济全球化挑战	53
二、提高国家核心竞争力，适应全球高新技术发展的要求	58
三、提高国家核心竞争力，把握世界经济结构调整的机遇	62
四、提高国家核心竞争力，增强我国综合国力	65
第四节 经典案例：日本致力于提高产业国际竞争力	70
一、近年来日本经济结构的调整	70
二、日本提高产业竞争力的主要战略对策	73

第2章 产业成长环境：培育国家核心竞争力的条件

第一节 体制改革：提升产业国际竞争力的制度环境	76
一、经济体制改革对产业国际竞争力的影响	76
二、转轨时期产业国际竞争力的体制制约	82
三、深化体制改革，提升产业国际竞争力	87
第二节 有效竞争：提升产业国际竞争力的市场环境	91
一、有效竞争：市场秩序的根本目标	91
二、过度竞争是市场竞争机制不完善的重要表现	94
三、垄断是市场竞争机制不完善的另一个表现	103
四、创造条件，建立有效竞争的市场秩序	107
第三节 国家创新体系：提升产业国际竞争力的技术条件	111
一、科技创新与国家创新体系	111
二、从经济大国的兴衰看国家创新体系	115
三、我国国家创新体系的现状	119
四、把握关键环节，有效推进我国国家创新体系建设	121
第四节 基础设施：提升产业国际竞争力的物质前提	125
一、什么是基础设施	125
二、基础设施是提升产业国际竞争力的重要条件	126
三、谁来投资和管理基础设施	129
四、深化投资体制改革，改善我国的基础设施	132
第五节 经典案例：东莞崛起的IT产业新城	135
一、台湾IT企业逐步云集东莞	136
二、新兴的IT产业城	137

第3章 培育产业国际竞争力，增强国家核心竞争力

第一节 从比较优势到竞争优势	140
一、发挥比较优势是产业国际竞争力的基础	140
二、从比较优势到国际竞争优势转化	147
第二节 培育产业国际竞争力：政府该做什么	152
一、从市场神话到政府神话	152
二、“东亚模式”破灭了没	156

三、政府在培育产业国际竞争力中的作用	161
第三节 幼稚产业保护与产业国际竞争力	165
一、保护幼稚产业是提升产业国际竞争力的重要途径	165
二、幼稚产业的保护范围	169
三、幼稚产业的保护程度	170
四、战略幼稚产业的保护和支持政策	172
第四节 主导产业与产业国际竞争力	175
一、主导产业：提升产业国际竞争力的主力军	175
二、主导产业选择的依据	181
三、我国 21 世纪前半期的主导产业	185
四、主导产业需要政府扶持吗	187
第五节 经典案例：日本产业政策特征和转型	190
一、战后日本的产业政策体系	190
二、各发展时期的结构调整与经济政策	192

第 4 章 扬长避短，提高农业国际竞争力

第一节 我国农业的国际竞争优势和劣势	199
一、土地密集型农产品不具有国际竞争优势	200
二、劳动密集型农业具有国际竞争优势	204
第二节 扬长避短，调整农业结构	207
一、大力发展畜牧业，调整畜牧业生产结构	208
二、大力发展水产业，调整水产业生产结构	212
三、推进种植业结构的战略性调整	215
四、推进林业结构的战略性调整	217
第三节 农产品加工业：从资源劣势向劳动力优势转化	218
一、农产品加工业是从资源劣势向劳动力优势转化的最好形式	219
二、我国农产品加工业发展现状和存在的问题	221
三、农产品加工业是农村经济结构调整的战略方向	223
第四节 创新是提高农业国际竞争力的关键	225
一、以提高劳动生产率为目标，推进农业技术创新	225
二、以提高农业规模效益为目标，推进制度创新	228
三、以提高市场开拓能力为目标，建立国内支持体系	231
四、以提高国际市场占有率为目标，积极发展外向型农业	235

第五节 经典案例：“统一”食品业的国际竞争力	239
一、规模大型化，覆盖全行业	240
二、产销一体化，重通路开拓	240
三、成长多角化，突破本行业	241
四、经营国际化，全球性扩张	242
五、运作制度化，规范式管理	244
六、人才企业化，从基层成长	244

第5章 练好内功，提升制造业国际竞争力

第一节 产业国际竞争力要以制造业为根本	247
一、制造业是提高产业国际竞争力的根本	247
二、提升制造业国际竞争力是我国现代化的根本任务	252
第二节 练好内功，打造国际竞争力的基础	260
一、国内市场：培育制造业国际竞争力的基础	260
二、先进制造技术：制造业国际竞争力的制高点	265
三、结构优化：提升制造业国际竞争力的重要途径	270
四、产业集群：提升制造业国际竞争力的重要条件	279
第三节 融入全球生产体系，提升制造业国际竞争力	281
一、我国制造业的比较优势	281
二、积极融入全球制造业体系，提升制造业国际竞争力	285
三、避开“沙滩经济”的陷阱	295
第四节 制造业主要部门的国际竞争力	299
一、轻型制造业的国际竞争力	299
二、机械工业的国际竞争力	306
三、钢铁工业的国际竞争力	312
四、汽车工业的国际竞争力	317
五、建材工业的国际竞争力	322
六、石化工业的国际竞争力	328
第五节 经典案例：格兰仕利用比较优势打造竞争优势	332
一、成长历程	332
二、利用比较优势打造竞争优势	335

第6章 加快开放,提升服务业国际竞争力

第一节 服务业的国际竞争方兴未艾	340
一、全球服务业发展的特点和趋势	340
二、全球服务贸易蓬勃发展	343
三、服务业成为国际直接投资的重点	348
四、服务业国际竞争力的决定因素	349
第二节 提升我国服务业的国际竞争力	352
一、我国服务业已经有了相当大的发展	352
二、我国服务业的进一步对外开放	358
三、提升我国服务业的国际竞争力	366
第三节 服务业主要部门的国际竞争力	371
一、交通运输业的国际竞争力	371
二、旅游业的国际竞争力	375
三、电信服务业的国际竞争力	377
四、银行业的国际竞争力	379
五、保险业的国际竞争力	386
六、房地产业的国际竞争力	390
七、批发零售业的国际竞争力	395
第四节 经典案例:跨国零售业巨头沃尔玛的国际竞争力	398
一、全球第一大零售商	398
二、沃尔玛的商业法则	399
三、沃尔玛在中国步步为营	404
四、沃尔玛在中国本土化战略	406
参考文献	408

导 论

一、面对全球竞争的时代

20 世纪 80 年代以来，全球经济出现自由化和市场化改革的浪潮，特别是冷战的结束使各国之间进行经济合作的政治性障碍削弱，我国、独联体、东欧国家和许多发展中国家市场经济体制的改革使全球经济合作的经济体制性障碍大大减少，各国的贸易和投资联系空前加强，经济全球化再次驶入了快车道。所谓经济全球化，是指世界各国或各地区取消或放松对商品、服务、资本、信息、技术等方面国际流动的管制，经济相互联系和相互依赖日益加深，导致全球范围内各种要素价格逐步趋同的经济现象，主要表现为国际贸易自由化、生产和经营跨国化，以及金融一体化的趋势。从根本上说，经济全球化是生产社会化和商品经济发展的产物，是世界经济发展的客观趋势，谁也回避不了，都得参与进去。WTO 的形成与发展集中体现了经济全球化的历史进程，WTO 也是经济全球化的标志与载体。与 GATT 相比，WTO 大大扩展了贸易自由化的领域，完善了国际贸易及与其相关的各种规则，把覆盖范围从货物贸易扩大到服务贸易和知识产权领域，大大完善了国际贸易争端解决机制，形成了一个法制化的国际经济贸易体制。WTO 又是一个具有成长性的国际组织。不仅其成员不断扩大，作为全球多边贸易体制更有代表性，而且它还通过组织成员方的谈判使其自身不断适应经济全球化发展的需要。在多哈启动的新一轮多边贸易谈判就说明了这一点。已经提出的各个议题都反映了经济全球化的新发展，如农产品与服务贸易协议完善问题、区域经济集团、贸易与环境、贸易与投资、竞争政策、政府采购透明度、贸易便利化、药品知识产权，等等。这些议题出自经济全球化发展的需要，国际协议的达成将使全球化更加稳定合理地向前发展。

过去 20 多年中,我国实行对外开放政策,经济从封闭走向开放,并逐步扩大开放的广度和深度,融入国际分工体系,成为经济全球化进程的主动参与者,较好地把握了国际产业结构调整带来的机遇,在扩大进出口贸易、吸收外商直接投资和沿海地区开放等方面取得显著成效,促进了经济高速增长,成为经济全球化当中受益最大的发展中国家之一。我国的国际贸易规模在过去 20 多年里扩大了 20 倍,世界排名从开放之初的第 32 位上升到 2003 年的第 4 位,年均利用外商直接投资从 20 世纪 80 年代初的不到 20 亿美元,上升到现在的 500 多亿美元,成为世界第一大外商投资东道国。我国通过积极参与国际分工与合作,吸收外国投资与扩大国际贸易,有力地促进了国内产业结构升级,创造了大量新的就业机会,推动了国内经济体制改革,提高了国民经济运行效率,增强了综合国力,使我国在国际经济与政治事务中能够发挥更大作用。

2001 年我国加入了 WTO,标志着我国对外开放进入一个新的阶段,也意味着我国参与经济全球化的进程将进一步加快,表现在:一是由有限范围和有限领域内的开放,转变为全方位的开放;二是由以试点为特征的政策性开放,转变为法律框架下的可预见的开放,即按承诺时间表开放;三是由单方面为主的自我开放,转变为中国与世贸组织成员之间双向的相互开放。这些变化必然引起竞争范围和竞争规则的变化。

——单个企业之间的竞争转变为企业群体之间的竞争。过去,由于国内市场发育不成熟,市场竞争主要是单个企业之间的竞争,片面强调排斥竞争对手。现在,由于经济全球化进程的加快,企业竞争环境更为复杂和多变性,仅仅依靠自身的力量来获得企业发展所需要的所有资源和能力,变得越来越昂贵和困难,企业与供应商、客户和合作伙伴之间的相互依赖性不断增强,传统的追求单一企业的利益最大化已不合时宜,即使是大型知名企业也在某种程度上需要寻求外部资源以建立竞争力,战略联盟、战略合作伙伴的作用日益重要。因此,如今国际市场的竞争,强调的是合作竞争,是一个跨国集团与另一个跨国集团之间的竞争、一个供应链与另一个供应链之间的竞争、一个连锁组织与另一个连锁组织之间的竞争、一个物流配送体系与另一个物流配送体系之间的竞争。一个企业所参与的群体规模越强大,运行效率越高,运行成本越低,企业的竞争力就越强。

——区域市场的竞争转变为全国统一市场的竞争。过去,由于我国经济体制处于转轨过程中,沿着市场经济这一大方向“摸着石头过河”,市场化程度总体上是不断提高。但是,体制改革是从某一部门、某一地区率先突破,逐步推进,再加上地方和部门利益的影响,地方和部门保护主义屡禁不

止,全国市场被地方和部门所分割,全国统一的市场并没有完全形成。因此,过去的竞争在某种程度上说是区域市场的竞争。加入 WTO,我国所作的承诺就是:“遵守规则、开放市场”,实质是我国的经济必须按 WTO 的原则向国际社会实行逐步的、全方位的开放,我国的经济政策、经济法规、经济运行机制、经济体制要逐步符合 WTO 的原则,地方保护主义和部门保护主义将受到抑制,进一步形成全国统一的、开放的、竞争有序的市场,企业在区域市场的竞争将进一步转变为在全国统一市场的竞争。

——国内市场竞争转变为全球市场竞争。加入 WTO 后,中国和其他 WTO 成员互相开放的程度进一步加大。一方面我国企业要走出去,我国商品和服务会更多地进入国际市场,国民经济发展对国际市场的依赖程度将进一步提高;另一方面 WTO 成员要进来,我国按照入世的承诺将进一步扩大对外开放的范围和领域,实行国民待遇原则和最惠国待遇原则,更多的跨国公司将进入中国市场,外国商品和服务也进一步进入我国市场。因此,国内市场国际化,成为全球大市场的一个组成部分,企业竞争的范围从本国扩大到了全球,竞争的对手也不再以本国为界。即使企业不出国门,市场竞争也是国际化的。面对相互融合的国际大市场,面对全球范围内实力雄厚的跨国公司,企业原有的本土优势被明显地削弱,曾经在政策保护下拥有的市场份额也面临强烈的冲击。

二、关键是培育核心竞争力

经济全球化的发展,把各个国家或地区、各种不同类型的企业都不同程度地引入全球竞争的体系中,并在激烈的竞争和较量中调整各个国家或地区、各个企业在全世界竞争体系中的地位。在全世界竞争的时代,要从经济全球化获得最大利益,减少对自身利益的损害,并保持持续的发展,关键是培育核心竞争力,形成克敌制胜的独特优势。

什么是核心竞争力呢?“核心竞争力”(core competence 或 core competencies)这个概念,^①最早是 1990 年普拉哈拉德 (C. K. Prahalad) 和哈默 (Gary Hamel) 在《企业的核心竞争力》一文中提出的。他们研究的是多元化经营的一种模式,即所有进入的产业都有一个共同的圆心——企业核心竞

^① 有的学者把 core competence 或 core competencies 译为“核心能力”,而有的学者译为“核心竞争力”。为了与“competence”的动词形式“compete”的词义(竞争)相一致,也为了避免把“competence”(能力)简单地等同于“capability”(能力),从而避免在介绍或引用国外理论将“core competency”(核心竞争力)与“core capability”(核心能力)混为一谈,本书赞同把 core competence 或 core competencies 译为“核心竞争力”。

争力。根据他们的界定,企业核心竞争力是指“组织中的积累性学识,特别是如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流派的学识。”实际上,他们在文章中着重分析的是一些日本公司如何围绕核心技术进入多种相关行业的情况,如佳能公司的光、图像、微处理一体化的能力,索尼公司的微缩能力,本田公司的发动机能力等。由于普拉哈拉德和哈默只是给出一个描述性的概念,而不是清晰地界定这个概念。因此,近十几年来,国内外不少学者试图进一步清晰、明确地定义核心竞争力。例如,克雷恩(Klein, 1998)认为,核心竞争力是各种技能的相互关系所构成的网络;萨昂切兹(Sanchez)等人(1996)认为,核心竞争力是各种资产与技能的协调配置;库姆斯(Coombs, 1996)认为,核心竞争力是各种能力的组合;伦纳德—巴顿(Leonard-Barton, 2000)认为,核心能力是一个系统,包括员工的技能、物理体系中的知识、管理系统和价值观四种形式的技术竞争力;麦肯锡管理咨询公司认为,核心能力是某一组织内部一系列的技能和知识的结合,它具有使一项或多项业务达到世界一流水平的能力。在国内,不同学者对“核心竞争力”这一概念的理解,差异也很大。有的认为,企业核心竞争力是一种企业以独特方式运用和配置的特殊资源,包括企业内部有形的和无形的资源,具有有价值性、稀缺性、不可复制性的资源是企业获得持续竞争优势的关键因素;有的认为,核心竞争力是企业一系列能力的综合,包括开发独特产品、发展独特技术和独特营销等方面的能力,资源是能力发挥的基础,能力的差异是企业持续竞争优势的源泉;有的认为,核心竞争力是以企业核心价值观为主导的,旨在为顾客提供更大(更多、更好)的消费者剩余的企业核心能力的体系;有的认为,企业体制与制度才是最基础的核心竞争力,保证企业具有永久的活力、决策的科学性、企业发展方向的正确性,其他竞争力只是在此平台上的延伸;有的认为,核心竞争力是指一个企业的创新能力,能够不断创造新产品和提供新服务以适应市场的能力,不断创新管理的能力,不断创新营销手段的能力,创新是核心竞争力的灵魂。

可见,有关企业核心竞争力的研究和著述虽然很多,但“核心竞争力”这一概念的内涵至今仍不十分清晰,核心竞争力理论还不成体系。首先,对核心竞争力的研究处于“盲人摸象”的状态,核心竞争力到底是一种资源,一种能力,一种技术,还是一种文化、制度,不同的学者所理解的“核心竞争力”相距甚远。当然,有一点是肯定的,现在大家使用“核心竞争力”这个词时,已经不再限于普拉哈拉德和哈默原来所指的多元化公司的核心技术能力。竞争力是成功的原因,核心竞争力则是持续成功的原因。其次,对“核心竞争力”概念的表述玄而又玄。核心竞争力具有“买不到,仿不了,

代替不了，变不了”，“模糊因果关系”等特点。根据这样的特点，品牌不是核心竞争力，因为品牌可以买卖、可以模仿、可以替换；技术、人才不是核心竞争力，因为技术和人才不仅可以流动，还可以模仿、可以替换；能力不是核心竞争力，因为能力不管是企业能力还是个人能力，都要依存于人身上，既可以自己培养的，还可以借助于其他人和机构来培养。另一方面，认为核心竞争力的因果关系是模糊的、不可确定的，也就是说核心竞争力的来源是不可认知的。既然不可认知的，又如何揭示它的规律性呢？研究核心竞争力又有什么意义呢？企业又怎么去培育和提升核心竞争力呢？正因为如此，有的人把“核心竞争力”形容为美人，增一分则太肥，减一分则太瘦，至于美人到底长什么样，您就自个儿想象去吧。再次，事后“诸葛亮”。对核心竞争力的研究，普遍带有明显的事后追溯的特征，通过简单地描述某个企业的成功与失败来判定核心竞争力，但对企业而言，关键的问题不是过去如何，而是现在、将来怎么办？总之，理论界对核心竞争力的研究，好像走进了一条死胡同。

实际上，企业是在一定制度下运用自身拥有的资源、能力为顾客创造有价值的产品或服务并从中获得回报的组织，资源、能力、制度对企业而言都是必不可少的要素。

——资源。资源包括物质性资源、非物质性资源等，是企业生存和发展的基础。物质性资源包括土地、厂房等不动产，生产设备、运输工具等固定资产，原材料、产品、流动资金等流动资产。非物质性资源包括商誉、品牌、专利、技术秘密、商标、积累的学识和经验等，也包括良好的上下游关系、分销渠道等。资源是企业生存和发展的基础，没有资源就谈不上企业。

——能力。能力是决定资源利用效率的基本因素。企业能力包括技术创新能力、生产制造能力、服务能力和管理能力等。技术创新能力是企业研究与开发能力（R&D）及产品创新和工艺创新能力。生产制造能力是企业将创新意识和成果转化为产品的能力。服务能力是企业为了将其产品推向市场而提供的具有一定特色的服务。管理能力是指企业计划决策、领导指挥、组织协调、监督控制和管理激励的能力，使各种资源、能力与制度有机结合起来，提高资源利用效率，创造顾客价值。企业能力是决定资源利用效率的基本因素，是以一定的资源为基础的。

——制度。制度的本质是指人与人之间结成的社会关系的总和。在一定历史阶段，人与人之间结成的社会关系是复杂多样的，包括经济关系、政治关系、文化关系、宗教关系、国家关系、宗法关系、家庭婚姻关系等等，与此相应地就有经济制度、政治制度、文化制度、宗教制度、国家制度、宗法

制度、家庭婚姻制度等。康芒斯认为，“可以把制度解释为‘集体行动控制个人行动’”。“集体行动的种类和范围甚广，从无组织的习俗到那许多有组织的所谓‘运行中的机构’，例如家庭、公司、控股公司、同业协会、工会、联邦储备银行、‘联合事业的集团’以及国家。大家所共有的原则或多或少是个体行动受集体行为的控制。”^①他认为，“业务规则”这个名词适合于表示一切集体行动所共有的那种因、果、或目的的普遍原则。“业务规则在一种制度的历史上是不断改变的，包括国家和一切私人组织在内，对不同的制度，业务规则不同。”“不管它们有什么不同以及用什么不同的名义，却有这一点相同：它们指出个人能或不能做、必须这样或必须不这样做、可以或不可以做的事，由集体行动使其实现。”^②“集体行动在无组织的习俗形式中比在有组织的团体中还要更普遍一些。”^③从这些论述中可见，“制度”这一个概念具有以下内涵：习俗是制度的重要形式之一，可以表现为没有约束力的惯例，也可以表现为有约束力的道德准则；习俗是同特定的文化模式和社会过程密切相关的；规则是制度的另一核心内容，具有强制性或约束性，并主要由法律法规、组织安排和政策来表现；制度是和集体行动联系在一起的，也就是说，它被社会中众多人所接受或遵守；制度规定了人们应该做什么或不应该做什么，必须做什么或必须不做什么。制度决定了资源配置的方式，也影响企业能力发挥的程度。

资源、能力和制度的有机结合，决定了企业的整体实力。市场竞争就是企业彼此之间实力的较量。企业要参与市场竞争，都离不开资源、能力和制度这些要素，但能够在激烈的市场竞争中胜出，并能够持续保持优势的企业，肯定在某些要素上比其他企业更具有优势。与其他企业相比，企业如果拥有优势资源，就具有更强的市场竞争优势，如企业独占制造产品的专利或拥有从事某项业务的特许权，运输企业拥有一条好的线路，等等。与其他企业相比，企业如果拥有更强的运作资源的能力，就能够更有效地利用资源，创造更多的价值，也具有更强的市场竞争优势。与其他企业相比，企业如果具有更好的制度，就能够使资源和能力更好地发挥作用，也具有更强的市场竞争优势。因此，我们认为，“核心竞争力”并不是什么玄虚的概念，也不是局限于某一个要素而排斥企业要素，而是泛指一个企业比同行做得更好、能够带来持续成功的某方面的资源、能力和制度。核

① [美] 康芒斯：《制度经济学》上册，商务印书馆 1962 年版，第 87 页。

② [美] 康芒斯：《制度经济学》上册，第 89 页。

③ [美] 康芒斯：《制度经济学》上册，第 90 页。