

核心竞争力与 金融企业文化研究

曾康霖 蒙宇 主著

*Hexin Jingzhengli
Yu Jinrong
Qiye Wenhua Yanjiu*

西南财经大学出版社

Southwestern University of Finance & Economics Press

核心竞争力与 金融企业文化研究

张其成 著

Core Competence and Corporate Culture
Research on Financial Enterprise Culture

张其成 著



中国金融出版社

本课题受教育部人文社会科学研究2002年度重点项目资助

核心竞争力与 金融企业文化研究

曾康霖 蒙宇 主著

Hexin Jingzhengli
Yu Jinrong
Qiye Wenhua Yanjiu

Southwestern University of Finance & Economics Press

西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

核心竞争力与金融企业文化研究/曾康霖,蒙宇主著.
—成都:西南财经大学出版社,2004.12
ISBN 7-81088-249-X

I.核... II.①曾...②蒙... III.金融—企业文化—研究 IV.F830.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 072099 号

核心竞争力与金融企业文化研究

曾康霖 蒙宇 主著

责任编辑:黄小平

封面设计:穆志坚

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://press.swufe.edu.cn
电子邮件:	xcpres@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	郫县犀浦印刷厂
开 本:	787mm×1092mm 1/16
印 张:	15.5
字 数:	372 千字
版 次:	2004 年 12 月第 1 版
印 次:	2004 年 12 月第 1 次印刷
印 数:	1—1000 册
书 号:	ISBN 7-81088-249-X/F·224
定 价:	25.00 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社发行部调换。
2. 版权所有,翻印必究。

前 言

关于企业文化和企业核心竞争力的研究,可谓由来已久。但将两者结合起来研究的时间不长。而理论界最初将视角缩小到金融企业领域来研究企业文化的时候,仅是将金融的内涵移植到企业文化中去分析其一般内涵、价值观等问题。综合考察现有的文献,既没有从一般意义上概括出金融企业核心竞争力是什么,也鲜有从理论高度分析金融文化的实质,寻找核心竞争力与金融企业文化的内在联系。同时,几乎没有人将金融企业文化落实到具体制度和可操作层面进行研究和剖析。

加入 WTO 以后,本土与外资金融企业的竞争更为激烈。核心竞争力的缺乏,极易引发“羊群效应”,它不仅关系到本土金融企业的生存,更关系到国家的金融安全。金融企业核心竞争力的问题已经受到越来越多理论界与实践界人士的关注。金融企业不同于一般企业。那么,金融企业的核心竞争力是不是具有特殊性?其核心竞争力的本质是什么?它与金融企业文化有着怎样的内在联系?如何将金融企业文化的研究落实到制度和操作层面,以使其对实践部门有实际操作意义?本课题力图全面、系统,并着力于理论与实际结合地去研究、探讨金融企业文化在金融企业中怎样确立、聚合、释放形成核心竞争力,以期实现它的使用价值和价值。

企业文化在金融企业经营管理工作中的影响,较早地引起了我们的关注。早在 2000 年,曾康霖教授就带领我们远赴沈阳对招商银行沈阳分行进行调研,探求其金融企业文化的特殊奥秘。其调研成果《具有中国特色的金融文化》在《当代银行家》发表后,引起了较大反响。继而,于 2002 年 11 月,在曾康霖教授的主持下,西南财经大学中国金融研究中心成立了一个研究“核心竞争力与金融企业文化”的课题组;次年 1 月,本课题获得了教育部人文社会科学研

究 2002 年度重点项目的资助 (项目批准号: 02JAZ790011)。呈现在您面前的这本书,便是本课题研究的最终成果。

从课题组成立到书稿的最终付印,经历了两年多的时间。课题组立足成都,先后北上沈阳,南下深圳,东抵上海,走访调查了以招商银行、平安保险、湘财证券、广发银行等全国大型金融机构以及以花旗银行为代表的一批国际知名金融机构,并同金融家及金融从业人员进行了深入、透彻的对话,搜集了大量的第一手资料;同时还广泛征求专家、学者的意见。在课题框架确立之初,我们就得到了江其务、吴念鲁、赵海宽、邱兆祥等金融界前辈的关注和支持,他们对课题的研究提出了很多宝贵的意见和建议。在课题写作过程中,课题组充分与王广谦、何泽荣、刘锡良、陈野华、邓乐平等专家进行讨论,从讨论中得到了许多有益的启迪。我们还利用西南财经大学中国金融研究中心和西南财经大学图书馆的丰富藏书,查阅了大量文献资料,吸收了前人的思想成果,力图“站在巨人的肩膀上”研究和讨论问题。

本课题吸收了新制度经济学、伦理学、行为金融学和新社会经济学等理论的积极成果和分析方法,研究了核心竞争力与金融企业文化之间的关系,并对基于核心竞争力的金融企业文化评价体系设计进行了探索。

本课题的逻辑在于:金融市场的实质是一种利益分配机制,它的主体是金融企业,而从委托—代理理论的视角看,金融企业内部和金融企业之间存在着多重的、交叉的委托—代理关系,构建着不同利益集团之间的契约关系。所以,由于利益机制不同和信息不对称,金融领域处于永恒的组织内外风险承担者—信息拥有人—社会价值这三方面冲突中。冲突表现为利益的追求,而利益追求是效率实现和价值判断的过程。经济领域中的效率实现和价值判断关系到伦理问题。1998 年诺贝尔经济学奖得主阿马蒂亚·森在《伦理学与经济学》一书中指出,经济学本来就具有两种人类行为的目的:一种是对财富的关注,一种是更深层次上的目标追求。由此产生两种方法,一种是“工程学”的方法,一种是心理学的方法。人们的行为,包括经济行为,不能摆脱伦理道德等的束缚。因此,本课题引入了心理学的方法,运用伦理学和行为金融学来研究金融领域存在的冲突。

金融领域存在的冲突,直接威胁到金融企业的竞争乃至生存。如何保持金融企业的竞争力?只有通过一种机制的安排来协调,以缓和冲突。从某种意义上讲,机制的效率高低,价值判断的适当与否,反映着竞争力的高低。那么,这种机制的核心是什么?这时命题自然就转化为:金融企业的核心竞争力何

在? 对此, 我们在分析企业核心竞争力的内涵和外延以及层次性时, 将企业核心竞争力简化为两个层次: 一部分是文化层——企业文化, 另一部分则是载体层——物化手段。依据这两个层次, 在文化层面上我们着眼于金融企业的特殊性, 如: 金融企业作为一种特殊性企业, 它负债经营, 通过积聚资源进行再分配, 具有很强的外部性, 蕴涵着道德风险; 在载体层面上, 我们认为它提供的产品具有非实体性, 只是一种服务, 模仿性很强, 在很大程度上不是依靠资本实力而是靠信用支撑等确立了它与一般企业以技术为核心竞争力的不同, 更多的是依赖文化因素保证其信用。因此我们得出了金融企业的核心竞争力就是金融企业文化的结论。而理论的分析、历史的考察最终是为了指导实践, 所以本课题的研究最终落实到具有可操作性的制度和技术的安排上, 以确立金融企业文化的使用价值和价值, 为金融企业改良、优化自身的企业文化提供理论支撑和技术支持, 以达到增强金融企业核心竞争力的目的。

本课题的创新之处, 主要表现在:

(1) 文化是一种不成文的非正式制度, 金融企业文化是金融企业对社会承诺的形象与追求理念的结合。为了便于经济学的分析, 将“文化”严格限定为一种非正式制度, 而不作为一种“泛文化”概念进行研究。根据这一约束条件对“文化”进行界定, 即: 文化就是人类在长期的生产围绕满足人类需要沉淀下来的, 通过互相联结而形成调整每个特殊群体独特行为的不成文的非正式制度。由于金融企业以诚信为本, 外部性大, 虚拟性强, 所以金融企业文化的实质是信用。简单地说, 可以把金融企业文化概括为金融企业对社会承诺的形象和自身追求理念的一种结合。

(2) 核心竞争力是企业在隔离机制的保护下协调各种资源, 以提升顾客认知价值的能力总和。本课题将企业核心竞争力定义为: 在企业内部借助一种高效率的隔离机制, 充分有效地调动各种资源并使其协调运行, 通过提升输送到顾客手中产品的认知价值从而实现企业在市场上超越同业对手, 获得竞争优势的各种能力的总和。

(3) 企业中文化嵌入是必然的结果, 企业文化发生于文化向企业嵌入的过程中。本课题专门从企业文化嵌入的角度进行了分析。新经济社会学家认为, 经济行为是被社会性地限定着的, 它不能仅通过个人动机得到解释。也就是说, 经济行为是嵌入于现存的个人关系网络中, 而不是由原子似的个人所单独进行的。“网络”一词意味着在个人或群体间有一套固定的联系或类似的社会组合, 其中个体成员的行动是“嵌入”于网络之中的, 因为它体现在与他人的

互动之中；而个体成员的行为受文化影响，因而企业中文化的嵌入是必然的结果，并且对企业的生存和发展都具有重要的、不可替代的作用。

(4) 金融文化作为一种平和机制，产生于外部市场伦理冲突与内部道德风险的双重压力下，金融企业的核心竞争力在于企业文化。不同的企业，由于企业“基因”特征的不同，核心竞争力的表现也将有所不同。本课题将心理学的方法引入金融学的分析，运用伦理学和行为金融学来分析金融领域内存在的冲突和企业内部的道德风险。正是这双重的市场外在压力和企业内部压力的作用，使金融企业必然需要一种平和风险和冲突的机制，于是金融企业文化应运而生。本课题在对一般意义上金融企业特殊性进行分析的基础上，通过核心竞争力与金融企业文化结合层的对接，着力找到金融企业核心竞争力与金融企业文化内在的必然的联系，并得出金融企业的核心竞争力在于企业文化的观点。金融企业文化是金融企业核心竞争力的基础，活力之根，动力之源。

(5) 金融企业文化的实质是信用文化，产权文化、风险文化、营销文化等构成了其亚文化群。本课题从金融企业信用性、风险性、开放性、虚拟性等特征入手，认为信用文化是金融企业文化的实质，并讨论了企业文化在产权、成本、治理、风险和营销等方面的体现。

(6) 构建基于核心竞争力视角的金融企业文化评价体系。本课题在研究金融企业竞争力评价指标体系和金融企业文化评价指标体系设计的基础上，充分考虑了金融企业的特殊性，通过基于核心竞争力的金融企业文化的评价指标体系，反映出其核心竞争力的大小。

在反复讨论的基础上，本课题由曾康霖教授确定研究思路和框架。各部分的撰写分工是：

导 论 曾康霖（西南财经大学教授 博士生导师）

蒙 宇（深圳国际信托投资有限责任公司）

第一章 曾康霖 虞群娥（浙江金融学院教授）

第二章 蒙 宇

第三章 蒙 宇

第四章 曾康霖

第五章 虞群娥 段 唯（广州证券有限责任公司）

第六章 蒙 宇

第七章 曾康霖 蒙 宇

第八章 薛万祥（上海证券有限责任公司） 林 涛

本课题得以面世，应当说饱含着集体的智慧和劳动。西南财经大学中国金融中心、西南财经大学出版社及其他相关部门给予了我们充分的支持和帮助；在研究的过程中，一大批专家、教授给予了无私的关怀和帮助；西南财经大学中国金融研究中心学术沙龙浓厚的学术氛围也提供了研究的土壤。所以，课题的形成，不仅属于本课题的所有参研人员，更属于西南财经大学中国金融研究中心这个集体，属于每一个关注本课题研究并自始至终给予无私帮助的专家、领导和同学。在此，对他们的帮助，我们表示衷心的感谢。

本课题的研究，难免还存在不尽如人意的地方。但“抛砖”为的是“引玉”。作为一个全新的尝试，课题的问世并不意味着对此课题研究的终结。我们深知，对于这个课题还有很多问题需要研究。我们的思考会继续，我们的努力会继续。我们也期待更多的同仁能加入我们的队伍，一起研究这个问题；我们更希望对本课题研究的不足，读者能不吝赐教，广泛讨论。

作者

2004年5月·光华园

目 录

导 论	(1)
0.1 问题的缘起	(1)
0.2 理论发展的线索	(7)
0.3 研究的基本思路、框架与方法	(11)
第一章 企业核心竞争力考察与评析	(14)
1.1 核心竞争力理论研究综述	(14)
1.1.1 核心竞争力理论溯源	(14)
1.1.2 企业战略理论发展的简要回顾	(15)
1.1.3 企业能力理论流派的梳理	(17)
1.1.4 对几大流派理论的评述	(20)
1.2 核心竞争力的内涵与外延	(21)
1.2.1 核心竞争力的特征	(21)
1.2.2 关于核心竞争力本质的争论	(24)
1.2.3 核心竞争力的层次与要素	(28)
1.2.4 核心能力与企业边界的确定与演变	(30)
1.3 核心竞争力的形成机制考察	(33)
1.3.1 核心竞争力与路径依赖	(33)
1.3.2 核心竞争力视角下的租金获取机制	(34)
1.4 核心竞争力研究的局限及展望	(38)

第二章 企业文化嵌入性考察与评析	(41)
2.1 文化溯源	(41)
2.1.1 文化含义的理论回顾	(41)
2.1.2 对文化力作用的考察	(43)
2.2 对企业本质的考察	(46)
2.2.1 基于新古典经济学理论视角的考察	(46)
2.2.2 基于新制度经济学理论视角的考察	(46)
2.2.3 基于契约理论视角的考察	(48)
2.2.4 基于能力理论视角的考察	(49)
2.2.5 基于利益相关者视角的考察	(49)
2.2.6 基于新经济社会学视角的考察	(50)
2.3 文化的嵌入性研究	(52)
2.3.1 对嵌入理论的简要评介	(52)
2.3.2 文化嵌入性研究的回顾	(54)
2.3.3 嵌入发生的理论透视	(54)
2.3.4 交易费用与文化的嵌入	(56)
2.4 企业文化的形成：文化对企业的嵌入	(59)
2.4.1 企业文化内涵与本质	(60)
2.4.2 企业文化研究演进的主要轨迹	(60)
2.4.3 企业文化产生的基础	(61)
2.4.4 文化嵌入的发生机制	(62)
2.5 企业文化功能作用的途径	(64)
2.5.1 激励功能：心理契约线的建立	(65)
2.5.2 导向功能：偏好的改变与价值观的内化	(66)
2.5.3 约束功能：文化内传播过程中的价值评判	(67)
2.5.4 协调功能：学习与信任机制的建立	(68)
第三章 金融企业文化的制度基础	(70)
3.1 制度的构成及内在关系研究	(70)
3.1.1 制度内涵与外延的界定	(70)
3.1.2 对制度与制序的考察	(71)
3.1.3 正式制度与非正式制度的差异性	(73)

3.1.4 正式制度与非正式制度的协同性	(74)
3.2 制度属性与金融企业核心竞争力	(75)
3.2.1 企业文化层次划分	(76)
3.2.2 非正式制度与金融企业核心竞争力	(77)
3.2.3 正式制度与金融企业核心竞争力	(78)
3.2.4 正式制度与非正式制度在形成金融企业核心竞争力中的合力	(80)
3.3 制度的兼容性与经济绩效、效率	(82)
3.3.1 制度的兼容性与经济绩效	(82)
3.3.2 制度的兼容性与经济效率	(83)
3.4 金融企业文化在正式制度上的体现	(85)
3.4.1 金融企业的正式制度特征分析	(85)
3.4.2 金融企业中正式制度的内容	(86)
 第四章 金融企业文化与核心竞争力的结合	(88)
4.1 金融伦理与金融企业文化的产生	(88)
4.1.1 金融企业内的道德风险	(89)
4.1.2 金融市场中的伦理冲突	(90)
4.1.3 金融企业文化：风险与冲突的平和机制	(92)
4.2 金融企业文化的内涵与外延	(93)
4.2.1 金融企业文化的实质	(94)
4.2.2 金融企业文化在诸领域的具体表现	(95)
4.3 金融企业文化与核心竞争力的对接	(100)
4.3.1 金融企业的特殊性	(100)
4.3.2 金融企业竞争力因素的归一化	(102)
4.4 金融企业文化对核心竞争力的维护和提升	(104)
4.4.1 金融企业隔离机制的建立	(104)
4.4.2 金融企业认知机制的建立	(106)
 第五章 金融企业文化与金融家的价值实现	(109)
5.1 对企业家特质与企业家精神的理论考察	(109)
5.1.1 对企业家理论的回顾	(109)
5.1.2 企业家特质与企业家精神的产生	(111)

5.1.3 对企业家精神本质特征的探讨	(112)
5.2 金融家人力资本特征	(115)
5.2.1 人力资本的理论描述	(115)
5.2.2 企业家人力资本及其特征	(117)
5.2.3 金融家人力资本及其特征	(118)
5.3 金融家价值创造与途径	(119)
5.3.1 金融家价值	(119)
5.3.2 金融家精神与金融机构变革	(120)
5.3.3 金融企业文化与金融家价值创造	(120)
5.4 对金融家精神的理论考察	(122)
5.4.1 金融家精神的内涵与外延	(122)
5.4.2 中国特色的金融家精神考察	(124)
5.4.3 金融家形成的制度环境分析	(126)
5.4.4 金融家精神在文化中的凝结	(128)
第六章 基于核心竞争力的金融企业文化评价体系	(130)
6.1 评价指标的选择：评介与借鉴	(130)
6.1.1 企业竞争力评价指标	(130)
6.1.2 企业文化评价的实证指标	(132)
6.2 基于核心竞争力视角的金融企业文化评价	(138)
6.2.1 评价的总体原则	(138)
6.2.2 评价的因素确定	(139)
6.2.3 评价的体系设计	(140)
6.2.4 评价的方法选择	(142)
6.3 金融企业文化的动态评价	(143)
6.3.1 金融企业文化的适应性分析	(144)
6.3.2 雷泽尔的成本—收益模型	(145)
6.3.3 金融企业文化的优劣识别	(146)
6.3.4 金融企业文化变迁的轨迹	(147)
第七章 我国金融企业文化案例评析与建设思考	(151)
7.1 招商银行企业文化：因您而变，百年招银	(151)

7.1.1 敬业、实干、创新——不可或缺的银行家精神	(152)
7.1.2 整合力、吸引力、凝聚力——个人与企业价值的统一	(153)
7.1.3 人情、人心、人气——文化离不开客户的认同和推动	(155)
7.1.4 高起点、高效率、高科技——实现服务升级换代的法宝	(157)
7.2 湘财证券企业文化：人本立正，承诺是金	(159)
7.2.1 儒、商、道、术——湘财证券的核心	(159)
7.2.2 高尚、富有、快乐——新员工主义	(160)
7.2.3 一生二，二生三，三生万物——有生于无	(162)
7.2.4 觉悟、传道、苦行——管理者的素质	(164)
7.2.5 影响力、波及力、震撼力——文化即习惯	(167)
7.3 对中国金融企业文化建设的思考	(169)
第八章 金融企业文化导向的绩效管理体系	(174)
8.1 绩效管理体系设计概述	(174)
8.1.1 企业文化与绩效管理	(174)
8.1.2 绩效管理体系设计的思路	(175)
8.1.3 部门绩效管理体系设计的方法	(176)
8.2 金融机构部门绩效指标体系设计	(180)
8.2.1 金融机构部门绩效指标体系的设计原则	(180)
8.2.2 制定部门关键绩效指标	(180)
8.2.3 金融机构部门绩效指标体系	(183)
8.2.4 金融机构部门绩效指标体系补充说明	(185)
8.3 金融机构部门绩效管理过程设计	(187)
8.3.1 绩效计划	(187)
8.3.2 绩效实施	(190)
8.3.3 绩效评估	(194)
8.3.4 绩效反馈	(200)
8.4 金融机构部门绩效管理体系评价	(203)
8.4.1 金融机构部门绩效管理体系的优点	(203)
8.4.2 金融机构部门绩效管理体系尚需完善的问题	(203)
8.4.3 金融机构部门绩效管理体系设计总结	(204)

附录 1 世界管理史里程碑一览	(206)
附录 2 企业核心竞争力主要观点综述	(208)
附录 3 对文化定义的理论综述和评价	(210)
附录 4 金融机构部门绩效管理调研面谈提纲	(213)
附录 5 金融机构各部门指标	(214)
附录 6 指标解释	(217)
参考文献	(230)

导 论

0.1 问题的缘起

“竞争”概念可谓历史久远。早在古希腊时期,亚里士多德的《政治学》中就出现了“竞争”和“垄断”的概念。不过直到亚当·斯密的《国富论》才赋予了“竞争”和“垄断”以经济学的含义。《新帕尔格雷夫经济学辞典》则从经济学的角度对“竞争”进行了规范:“一种发生在个人(或团体、或国家)间的争胜行为,只要有二个或二个以上的不同利益团体在为某种大家都达不到的目标而奋斗,就会有竞争。”

学术界关于竞争的研究一刻也没有停止过。一些学者意识到金融竞争力与国家竞争力之间存在一定的相关性,并进行了大量的研究。他们的研究结果显示:两者之间存在高度的相关性。金融实力与国家竞争力存在的这种正相关性表明:一国金融实力越强,该国的国家竞争力也往往越强。这个结论在实践中也得到了印证:从表 0.1-1 可以看出,国家竞争力靠前的国家(地区),其金融竞争力大部分也非常靠前。这表明了一国的金融实力一般都与国家竞争力水平相适应。无论是对金融机构、金融产业还是国家来讲,金融竞争力都是其未来发展的一个决定性因素,其直接影响着金融领域中众多重大和深远问题的解决,世界上许多国家已经将提高金融竞争力作为本国金融发展宏观战略的主要内容。(USGPO, 1985; Arthur Francis, 1989)

在进一步的分析中,林本初与冯莹(2000)计算出了金融实力与国家竞争力相关系数的数值。他们运用 SPSS 软件对 IMD 1997 年所有参评的 45 个国家进行分析发现,金融实力与国家竞争力的相关系数达到了 0.901。这就以严密的逻辑推理证明了人们当初关于两者高度相关的命题。

表 0.1-1 主要国家/地区竞争力、金融实力排名 (前 10 名)

排名	国家竞争力 (国家/地区)	排名	金融实力 (国家/地区)
1	美国	1	美国
2	新加坡	2	荷兰
3	中国香港	3	瑞士
4	荷兰	4	丹麦
5	芬兰	5	卢森堡
6	挪威	6	英国
7	瑞士	7	德国
8	丹麦	8	芬兰
9	卢森堡	9	中国香港
10	加拿大	10	新加坡

资料来源：林本初，冯莹．国家竞争力形成中的金融支持因素．新金融，2000（2）

现代市场经济是高度信用化、信息化、契约化和金融化的商品经济，金融在各国经济和社会发展中的作用与影响空前提高。小平同志很早的时候就曾深刻地指出金融是现代经济的核心。现实和分析也充分地揭示：一国金融竞争力在很大程度上影响着一国的国家竞争力。一国的金融竞争力不仅关系着该国的经济发展速度和质量，也关系着该国的金融安全。美国著名经济学家雷蒙德·W. 戈德史密斯从理论的角度解释了金融在经济发展中的重要性。他在研究金融相关性^{〔1〕}的时候指出：金融工具和金融机构，以及它们的组合种类越多、分布越广、规模越大，金融发展程度便越高，经济也就越发达。金融竞争不仅要求有良好的金融产品和服务，更要注重竞争主体的作用。金融服务除了公正、公平的竞争环境外，还要强调金融竞争力问题，金融主体的竞争力在金融竞争中居于重要地位。

我国金融的发展远落后于西方发达国家，在金融改革上还有很长也很艰苦的一段路要走。回顾我国金融体制改革的历程，自 1992 年小平同志南巡讲话之后，金融体系从“大一统”向市场化转变的二十年来，历程是艰苦的。由于国际金融环境的不确定性、不稳定性 and 我国改革、建设中难以预料的变化使得整个金融体系改革出现比较大的波动，我国金融体系竞争力的发展并不是持续

〔1〕 这种相关性通过金融相关比率进行描述。金融相关比率，即全部金融工具或金融资产总值与国民财富的比率，它反映了经济的金融化程度，其高低说明了现代经济的发达程度。