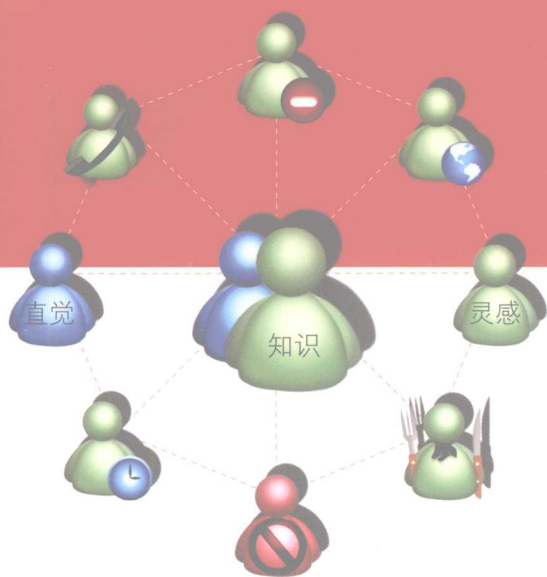


打造企业的
可持续
竞争力：

『组织文化 资本』研究

邬锦雯·著



中国中小企业三年的平均寿命能改变吗？
这是一个解释人们在不自觉地运用的文化规律，
提出能动选择配置人的意识资源实现可持续竞争力，
从而把组织文化范畴的研究带进经济学的『炼金术』时期，
并向『化学式』的方向作努力的探索。



人民出版社

打造企业的
可持
续竞
争力：

『组织文化资本』研究

郭锦雯·著

人
民
出
版
社

责任编辑:陈鹏鸣

装帧设计:徐 晖

图书在版编目(CIP)数据

打造企业的可持续竞争力:组织文化资本研究/邬锦雯著.

-北京:人民出版社,2009.6

ISBN 978-7-01-007915-8

I. 打… II. 邬… III. 企业-竞争-可持续发展-研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 065726 号

打造企业的可持续竞争力:组织文化资本研究

DAZAO QIYE DE KEXIXU JINGZHENG LI ZUZH WENHUA ZIBEN YANJIU

邬锦雯 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京瑞古冠中印刷厂印刷 新华书店经销

2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16

字数:340 千字 印张:18.75

ISBN 978-7-01-007915-8 定价:38.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

前 言

在网络经济时代反思理性和理性经济人的后现代竞争背景下，由于后现代市场中的竞争缺乏可操作的文化战略理论支持，经济全球化带来的多元文化冲突导致组织的伦理规范缺失，可持续的内涵增长文化经济缺少微观企业层的文化论支撑，而产生的问题是：中国中小企业的平均寿命不到 3 年、创新力不足、人力资本水平低。这种现象从一个国家的劳动力收入水平、社会关系、就业和发展以及竞争力来说都是潜在的危机。

解决这个问题就是沿着科斯的法学企业本质向人性和意识文化方向深入，定义并证明组织文化降低成本产生收益成为未来竞争中的重要资本，从而导出一个可持续创新发展的企业生产方式——组织文化资本战略，现实地倡导中国市场化的企业、特别是超过企业总数一半的约 200 万家民营企业，迈向“有文化”的企业，突破理性经济人假设下的长期利润为零的企业模型，建立科学的社会责任型企业模式，让中国的 GDP 不断创造奇迹。三个命题的提出是关键：1. 组织文化资本是一种连接异质个体的价值网络，2. 组织文化资本是专有创新的知识共享，3. 组织文化资本是持续激励的利益均衡。这个定义以组织的协同知识为核心本质，包含物质基础、精神本质、制度形式三个层次，导出包括生产力和生产关系两个方面的知识管理和制度变革战略途径。

研究的方法主要是规范理论分析。在缺乏高匹配度研究的情况下，进行相关主题文献的分析，分别对三个假设进行包括逻辑和数学模型

的理论论证，即从异质个体到组织文化资本——网络价值，从个体知识到组织文化资本——专有创新，从企业制度到组织文化资本——长期激励，从而构造全新的组织文化资本概念，并以此作为实施操作战略的依据。这个使企业可持续创造价值的组织文化资本概念模型，有别于行为科学学派、CI设计、跨文化研究、传统文化论等管理学和社会学领域中的组织文化研究视角，它同时也是建立在经济学和信息学等基本原理之上，特别是经济学前沿的基于个体异质性假设的竞争意义企业异质性观点。

从理论意义或价值来看，组织文化资本概念假说首先从经济学分析出发解释了企业竞争力的秘密，当代企业的本质就是一个创新知识包，同时是一个利益调节器，也是一个共享价值网。这体现在三个特点上：1. 信息对称性，解释了减低风险或减少交易成本的成员共有文化意识是企业增值的源泉；2. 异质存在性，揭示了在竞争中满足市场需求的专用性创新文化价值大小受到投资转换成本的影响；3. 载体流动性，描述了动态文化资本产权配置的制度文化能够解决创新的外部性带来可持续性能力。其次在管理实施的应用理论方面，通过文化建立竞争力的观点发展了企业理论，从文化角度对劳动关系理论进行实用的拓展，并通过经济分析导出新的人力资源管理实施战略。这集中体现在组织文化资本的四个基本性质结论上：1. 制约性。其内涵主要包括、也受制于组织中每个个体的协作知识和价值观，以及连接个体的组织管理流程和制度体系两个方面；2. 层级性。组织文化是与社群文化、区域文化、民族文化、阶级文化、国家文化、时代文化等同时存在的，内涵不同的大文化构成部分，这是其外延规定性；3. 独创性。没有完全相同的组织文化，能够交易和模仿的就不是文化资本，也没有一个案例能用于任何时代和环境；4. 养成性。组织文化资本是投入和时间的积累，正如社会行为都有规则可循，其战略管理途径、必要的背景知识和关键经验的探讨也是可能和重要的。

通过对新的现实环境下企业竞争规律的深度提炼，并把提高效率的规律给出技术和人文方法的资源管理导向设计，这体现了经济学与管理学互相结合渗透的研究方向。进一步研究可以包括结合更多学科的国家文化资本假说，和不同文化资本假设下的个体价值观测量工具及其实证研究，并最终形成竞争力研究的宏观、中观和微观体系。

目 录

前 言	1
1 导论：让文化成为可操作的经济要素	1
1.1 研究问题和意义	2
1.1.1 后现代市场中的竞争要求非理性的文化战略 理论支持	3
1.1.2 经济全球化带来的文化冲突需要组织的伦理 规范研究	4
1.1.3 可持续的内涵增长文化经济需要微观企业层 的文化论	5
1.2 研究目标与内容	7
1.2.1 解析组织文化资本的物质基础：信息对称的 价值网络	7
1.2.2 解析组织文化资本的精神本质：专有创新的 知识共享	8
1.2.3 解析组织文化资本的制度形式：持续激励的 利益均衡	9
1.2.4 导出组织文化资本战略：可持续创新的企业	

生产方式	10
1.3 研究框架和方法	11
1.3.1 分析框架和章节安排	11
1.3.2 研究方法：从抽象到具体	13
1.4 主要创新点	14
1.4.1 探索企业黑箱：经济学视角的组织文化资本 概念假说	14
1.4.2 对相关理论的贡献：现实的和走入企业的经 济学范式	15
2 相关文献综述	19
2.1 启发性的文化、文化资本、组织文化研究	19
2.1.1 文化概念的多元化	19
2.1.2 文化资本（与社会资本）的研究	22
2.1.3 组织文化的研究：从有效到价值	27
2.2 前瞻性的异质性经济学基础	33
2.2.1 “现实的”异质性从哲学到经济学的发展	33
2.2.2 个体异质性的研究	35
2.2.3 企业异质性的研究	38
2.3 支撑性的企业本质观点进展	44
2.3.1 生产性观点：企业理论的基础	44
2.3.2 契约性观点：企业理论的飞跃	45
2.3.3 异质性观点：企业理论的前沿	49
3 从异质个体到组织文化资本——网络价值	55
3.1 人的性质：摆脱观念统治的异质性	56
3.1.1 马克思关于个人的全面发展和自由个性	57
3.1.2 组织文化资本是以人为本思想的经济分析	60
3.2 组织的特性：互利和道德的社会网络	63

3.2.1 心理学中人的特性	63
3.2.2 社会学中组织的特性	65
3.3 网络价值：势（差别/距离、差别×联系）与文 化力（场、群）	66
3.3.1 差别的联系：“势”的普遍性	67
3.3.2 造势与管理（激励）	69
3.3.3 创新和同构的“意识造势，文化成群”	70
3.4 “资本”意义上的组织文化：信息对称的价值网络	72
3.4.1 资本的各种定义	72
3.4.2 信息不完全、风险与收益：组织文化资本的 网络价值	75
3.4.3 信息不对称对资本成本影响的模型分析	81
4 从个体知识到组织文化资本——专有创新	87
4.1 个体的知识创新与能力	88
4.1.1 认知过程与知识创新	88
4.1.2 个体能力：知识的综合应用	91
4.1.3 个体决策的异质：西蒙的有限理性	95
4.2 文化“场”：从个体差异到组织核心知识的专有 异质性	99
4.2.1 知识转化的四种模式和两大类型	99
4.2.2 SECI 模型中的知识创新：源于个体存于组织	102
4.3 异质的组织文化的要素分析与测度	103
4.3.1 企业文化之七概念和五要素	103
4.3.2 工业时代的组织文化特征	104
4.3.3 组织文化与创新文化要素测度	106
4.4 组织文化资本的专用性准租与投资不足问题	114
4.4.1 企业产生和成长中的组织文化资本	115

4.4.2 租金、准租金和可占用性准租	118
4.4.3 可占用性准租、投资专用性与投资激励	120
5 从企业制度到组织文化资本——长期激励	125
5.1 作为基础的激励理论和组织管理制度	126
5.1.1 作为基础的激励理论：个体需要的“异质”	126
5.1.2 组织管理制度的激励实现	130
5.2 制度变革与劳动关系演化的动态和静态分析	151
5.2.1 劳动关系形成的动态历史分析：制度变革	152
5.2.2 不同资源配置方式下的劳动关系比较	154
5.2.3 市场方式下以法制为基础的劳动关系系统	155
5.3 多元化利益支付促进合作博弈：从冲突到合作 的劳动关系	160
5.3.1 合作博弈的团体理性、规则公平、组织效率	161
5.3.2 面子博弈对组织合作的促进分析	162
5.3.3 （利益）冲突诊断博弈模型	168
6 重构企业生产方式的组织文化资本战略	171
6.1 战略目标体系和总体思路	172
6.1.1 以运行能力和制度能力为战略目标	172
6.1.2 企业文化的结构和内容：三元合一	179
6.1.3 组织文化资本的案例规范和测量思路	184
6.2 构建网络时代的专有平台：知识管理	185
6.2.1 知识管理（KM）	186
6.2.2 推动知识共享的技术平台	192
6.2.3 发现知识：数据挖掘（Data Mining）	197
6.2.4 CRM：以客户为本的企业文化	201
6.3 强化异质优势的组织学习、服从、信任、沟通	207
6.3.1 组织学习	207

6.3.2 学习型组织的服从、信任、沟通理念	218
6.4 建立持续激励的企业制度：动态（文化资本） 产权配置	227
6.4.1 企业制度文化	227
6.4.2 以员工人为本的管理制度变革	231
6.4.3 组织权力与 CCO	234
6.5 分析和适应文化生态环境：比较文化论	243
6.5.1 中国传统文化的三大主脉	243
6.5.2 美日韩文化以及企业文化比较	245
6.5.3 组织文化生态环境论	255
6.6 结论和思考	259
6.6.1 本书主要结论	259
6.6.2 宏观政策建议	260
6.6.3 存在的不足	261
6.6.4 进一步研究的方向	261
参考文献	263
ABSTRACT	278
后 记	282

表图索引

表 索 引

表 2.1	和谐劳动关系文化认同的三元结构.....	(21)
表 2.2	组织文化理论的演进过程.....	(29)
表 2.3	企业契约性的三个关键问题.....	(48)
表 4.1	Cronbacha 系数表	(112)
表 4.2	创新文化预测企业业绩之一元回归分析摘要表	(113)
表 4.3	创新文化要素预测企业业绩之逐步多元回归分析摘要表	(113)
表 4.4	创新文化次业绩要素预测主业绩要素之逐步多元回归分析摘要表	(114)
表 4.5	人力资本的专用性投资决策	(122)
表 5.1	利益平衡的公平激励	(126)
表 5.2	具有代表性的激励理论	(128)
表 5.3	欧洲所有权制度的变迁过程	(153)
表 5.4	两种资源配置方式下的劳动关系比较	(154)
表 5.5	面子基本博弈模型	(163)
表 5.6	强连接情态博弈的支付矩阵	(165)

表 5.7	两个博弈不连接的博弈矩阵	(166)
表 6.1	组织文化资本的案例规范和测量思路	(185)
表 6.2	知识管理和信息管理的三个层次	(186)
表 6.3	主要的知识管理过程模型	(188)
表 6.4	知识管理的思路 and 水平	(191)

图 索 引

图 1.1	组织文化核心概念的关系	(11)
图 2.1	文化资本的四个维度	(26)
图 3.1	异质的共享网络带来组织的价值增长	(56)
图 3.2	势=梯度=差别除以距离 (席西民, 2007)	(67)
图 4.1	知识共享构造核心能力	(88)
图 4.2	信息加工系统的一般结构	(89)
图 4.3	SECI 模型中四个知识转化阶段	(101)
图 4.4	时点与决策	(118)
图 4.5	投资激励的逻辑	(124)
图 5.1	劳动关系的相关因素	(156)
图 5.2	冲突诊断过程	(170)
图 5.3	多个参与者冲突中对 q 来说结局的稳定性分析	(170)
图 6.1	组织文化资本战略目标框架	(172)
图 6.2	知识链	(187)
图 6.3	实施阶段组织个人行为图和改善阶段组织个人行为图	(189)
图 6.4	知识管理的评价调查结果	(192)

导论：让文化成为可操作的经济要素

“独立思考是科学工作中的主要力量；它的作用并不在于提出抽象的假设，而在于使广大范围内发生作用的现实经济力量的错综影响相联起来。”

——马歇尔

经济行为是与资源配置有关的选择行为，文化被人们多次思考过，与选择行为相关，却又被经济学家们视为“不可操作的东西”^①。本文关注的组织文化资本，一个文化经济浪潮的微观初探，一个对信息社会和网络经济的反思，一个现实的后现代非理性主义主题，试图解释人们在不自觉地运用的文化规律并提出能动选择配置人的意识资源实现可持续竞争力，从而把组织文化范畴的研究带进经济学的“炼金术”时期，并向“化学式”的方向作努力^②。理论存在不完全性，这个规范主义的探索所谨遵的

① 汪丁丁在 Y. 巴泽尔著《产权的经济分析》(1997)一书的序中写道：他基本上是一个微观经济学家，他不喜欢空谈诸如“文化”、“心理因素”、“意识形态”这类不可操作的概念。本文认为文化主题在观察和计量上的难度或分歧使得微观的规范研究对其操作性更有意义。

② 杨小凯在《经济学原理》中把现实复杂实用的经济学称为“炼金术”阶段，而把数学公式化解释性的经济学称为化学试验阶段。

“不强加”于人原则，正如实证主义的缺陷“数字没有说谎，但说谎者在使用数字”一样，需要被时间检验。

1.1 研究问题和意义

企业是市场的主体。据统计：中国民营企业的平均寿命只有 2.9 年，中国每年约有 100 万家民营企业破产倒闭，60%的企业将在 5 年内破产，85%的企业将在 10 年内消亡，能够生存 3 年以上的企业只有 10%，大型企业集团的平均寿命也只有 7.8 年。其中有 40%的企业在创业阶段就宣告破产。在中国每天有 2740 家企业倒闭，平均每小时就有 114 家企业破产，每分钟就有两家企业破产。日本企业的平均寿命为 30 年，是我们的 10 倍；美国企业平均寿命为 40 年，为中国的 13 倍。这样短命的企业整体上表现为缺乏文化传承、产业创新力不足、人力资本水平低，劳动力收入水平不高。

20 世纪末，国外学者在一本《企业文化与经营业绩》的著作中做出过这样的推测——“企业文化在下一个 10 年内很可能成为决定企业兴衰的关键因素。”国内学者也有过相类似的断言：“21 世纪的经济赛局将在很大程度上取决于‘文化力’的较量。”一个没有文化沉淀的企业，不可能拥有长青的生命力。正如人类早期的自然力和超人力崇拜那样，文化被人们称为神奇的咒语，如同人的精神一样，是我们破译企业生命现象密码的“解”，也是一个我们要破解的“谜”。

市场经济中，有两只“看不见的手”：一只叫抽象的“经济规律”，一只叫具体的“文化制度”。如果左手是“客观的”，那么这只右手就是“主观的”。我们都相信物质是第一性的，往往忘记了没有设计和蓝图就不会有大厦这样的存在，正如没有主观选择的特有“改革开放”就没有今天的市场经济一样。事实上主观在特定的条件下选择着客观（规律）。因此本

书根据现实的异质性社会人假设，利用抽象理性经济人假设下的经济规律，试图解决：在新的竞争环境下，如何解释和投入可持续创新的文化资本生产方式，选择文化资源来构造企业的长期生命力？

结合新的网络化竞争环境背景分析，这个组织文化主题的企业竞争力研究具有以下三大现实意义：

1.1.1 后现代市场中的竞争要求非理性的文化战略理论支持

工业化的载体“现代”，首要特征在于主体自由^①，在这里黑格尔坚持了启蒙辩证法把理性作为宗教凝聚力的替代物而发挥作用。从尼采开始的对（无法修正的）理性进行批判的后现代主义思潮，用科学主义的同时却把艺术上升到了本体的高度，巴塔耶深入探讨了反个体化原则的酒神力量，提出反一元化的“普遍经济学”，认为异质性是普遍的，而同质性（经济人）是有限的，只是普遍中的一个特例。这就是说：工业化大规模批量生产只是分工专业化的特例，个别地响应客户才是以融合经济为原则的更深层的普遍规律。

巴塔耶作为思想导师，身后有福柯、德里达和鲍德里亚这样显赫的大师级继承者，可以说照亮了当代法国思想的半边天空。主流经济学对情感缺乏合适的分析工具，主要是“效用”这个概念一开始就排斥了异质性分析的可能，由此，卡尼曼《回到边沁》一文正中要害：从马歇尔的同质化效用，回到边沁的异质性价值，是一个商业价值连城的命题。巴塔耶漂亮地指出，“在异质现实性中，负载着情感价值的符号与基本要素（按：如货币）同样具有重要意义”。主流经济学无法从逻辑上得出这种符合实际的判断，从而解释不了“有钱不快乐”的现象。

姜奇平（2006）认为，在前现代状态，人与自然是天人合一，人与人的关系是原始依附，生产方式是自给自足的直接经济；在现代状

^① 即一种否定宗教统治的法律面前人人平等的自由，后文关于异质性下效率和公平的问题将会说明这种自由必将带来人性的不自由，这种自由也就是马克思所批判的观念统治。

态，人与自然的关系是天人对立，人与人的关系是社会化异化，生产方式是庞巴维克说的迂回经济；在后现代状态，人与自然的关系是循环经济意义上的天人合一，人与人的关系是和谐，生产方式是社会化的直接经济。

再看工业化与信息化的差异，不是在效率这个层面上，而在效能这个层面上。也就是说，对科学主义的工业化来说，当系统越庞大越复杂时，效率开始越变越低；而对信息化来说，系统越庞大越复杂，它的效率相对越变越高，人文价值突现出来。前者是机械事物的特征，后者是信息和生命现象的特有标志。因此后现代的异质性经济中，企业面临的竞争大大加剧并遵循了不同秩序，管理理论中的竞争能力、创新能力等成为最频繁的热门关键词。这就是说不同生产方式下的企业本质在变化，新古典的长期利润为零的理性模型不能解释和支持企业的长期成长，在现实中异质性成为企业可持续竞争力的代名词，因此，坚持后现代人文的角度出发思考企业的存在和发展是一个必然的方向，本文提出建立可持续创新的组织文化战略正是出于企业竞争的最本质要求的。

1.1.2 经济全球化带来的文化冲突需要组织的伦理规范研究

“全球化”并没有统一的界定。经济学家用它表示世界经济一体化，政治学家视之为建立新的世界格局的全球战略，社会学家用它来解释世界市场经济活动的标准化、国际交往使用同一工作语言、以同样的规划建立类似的国际机构等国际化现象，而更多的人一提起全球化，便会联想起人类共同面临的难题，即全球性问题：人口、毒品走私、恐怖主义、环境污染、核武器扩散……美国学者 A. 麦格鲁提出，全球化是指民族国家之间超越现代世界体系的联系与结合。全球化作为人类历史长河中的一个特定的发展阶段，如同其他历史发展阶段一样，具有自己典型的时代特征和基本内涵。这便是：世界经济的一体化、国际政治的多元化和各国民族文化的世界化等^①。从当代经济格局来看，经济在走向国际化的同时，也出现

^① 国际货币基金组织：《世界经济展望》，1997 年。