

Global
全球商业革命与中国企业战略

全球商业革命



产业集中、系统集成与瀑布效应

北京大学中国产业发展研究中心

彼得·诺兰 刘春航 张 瑾■著

南开大学出版社

Global
全球商业革命与中国企业战略

全球商业革命



产业集中、系统集成与瀑布效应

北京大学中国产业发展研究中心

彼得·诺兰 刘春航 张 瑾■著

天 津

南开大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

全球商业革命：产业集中、系统集成与瀑布效应 /
(英)诺兰,刘春航,张瑾著. —天津:南开大学出版社,
2007.5

ISBN 978-7-310-02699-9

I. 全… II. ①诺…②刘…③张… III. 商业革命—研
究—世界 IV. F751

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 055328 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2007 年 5 月第 1 版 2007 年 5 月第 1 次印刷

787×1092 毫米 16 开本 10.875 印张 2 插页 161 千字

定价:27.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125



前言

从 20 世纪 80 年代开始，全球商业环境发生了深刻的变化。世界各国大幅度减少了对贸易和资本流动的限制，信息技术快速进步，全球资本市场不断深化和扩大，许多地区出现了市场化和私有化的趋势。在这一时期，高收入国家的公司之间出现了兼并和收购的浪潮。从 1980 年开始，全球已完成的并购交易金额以平均每年 42% 的速度增长，到 1999 年达到 2.3 万亿美元，占全球 GDP 的 8%。从 1980 年到 2000 年，全球并购交易的总交易金额超过 12 万亿美元。现在的情形令人回想起 19 世纪下半叶，并购浪潮席卷美国，催生出了巨型的垄断性公司。一百多年后，大规模的公司重组第一次在全球范围内展开。这次并购浪潮带来的结果是全球商业结构的根本变革。我们把这次变革称为“全球商业革命”。全球商业革命不仅改变了资本主义公司的本质，而且改变了全球经济生产的组织方式。

我们写这本书的主要目的是要搭建一个分析全球商业结构和现代资本主义公司运作模式的框架。这对于正确理解当今世界经济格局和经济政策的制定有着重要的意义。公司是现代经济运行的载体与核心。在高收入国家，绝大部分经济交易是在公司内部进行的。美国公司内部进行的经济交易金额占到全部经济交易金额的三分之二（Wolf, 2005）。而在大部分中低收入国家，一些来自高收入国家的大型跨国公司已经在当地的国际贸易、金融、服务和生产领域占据重要地位。在中国，在全面实施世界贸易组织规则之前，跨国公司就已经成为推动经济发展的重要力量。从 1990 年到 2000 年，跨国公司占中国制造业总销售额的比例从 2.3% 迅速增长到 31.3%。截至 2001 年，跨国公司占据了我国出口总额的 50%（制造业出口总额的 44%），以及城市就业的 9.5%（UNCTAD, 2002:154）。同时，与跨国公司相关的产品和服务在中国众多行业中都占据着巨大的市场份额，这些行业包括汽车、民用飞机、高科技信息技术软硬件、高端消费品、知名食品饮料以及零售行业的部分领域。在许多中低收入国家，作为供应商或是服务商的本土公司为来自高收入国家的跨国公司“打工”的现象越来越普遍。同时，跨国公司在国际贸易和

投资领域的地位正在不断提高。到 20 世纪末,全球贸易的三分之一是在跨国公司内以内部公司交易的形式进行的(UNCTAD, 2002:153)。因此,正确理解现代资本主义公司的运行模式和管理结构是分析现代全球商业结构的起点。

然而,与亚当·斯密的年代相比,资本主义公司的本质和运行模式发生了巨大的变化,已经不能再用古典经济学中的“完美竞争”模式进行笼统的描述。本书中的研究采取的是价值链理论框架。“价值链”指的是一个产品或服务从构思设计起,经过各种生产阶段和销售环节,送到最终消费者手中,直至使用后进行最后处置的整个过程中的全部商业活动。价值链分析的重点在于整个价值创造过程中公司之间的动态关系。它着重分析价值链中公司自身的竞争策略和公司间相互协作与相互竞争的关系。这些因素不仅决定了整个价值链创造价值的过程,还决定着价值链上各个参与者之间的利益分配。这一分析能够帮助我们更好地理解公司的竞争策略和竞争优势的来源。从价值链的角度着眼,我们能够更加全面地认识公司内部乃至整个价值链中公司的资源分配决策是如何作出的。传统的交易成本理论将公司内部的计划协调活动和市场交易活动严格区分开来,从而低估了现代全球经济环境下经济关系的复杂性。相比之下,价值链理论能够从一个更加全面的角度来研究现代资本主义公司是如何参与竞争并取得优势的。

对于发展中国家而言,从价值链的角度来分析全球经济结构是非常重要的。越来越多的发展中国家的公司必须依靠进入以高收入国家的公司为核心的全球价值链,才能间接获得进入发达国家市场的权利。因此,来自低收入国家的公司要参与全球经济,不仅要受到发达国家贸易政策的限制,还会受到价值链中核心公司战略决策的支配。这已经成为许多价值链研究中的核心议题,其中包括对东亚国家与美国之间纺织品和服装贸易问题的研究(Bonacich *et al.*, 1994; Gereffi, 1999)、对非洲和英国之间农产品贸易问题的研究(Dolan and Humphrey, 2000),以及对中国和巴西鞋类产品在美国和欧洲市场上的贸易问题研究(Schmitz and Knorringa, 2000)。因此,价值链研究也可以帮助我们理解来自低收入国家的本土公司是如何参与到全球经济之中的。

通过对现代资本主义公司的研究,我们注意到这次全球商业革命的三个重要特征。第一,20 世纪末发生的并购浪潮使得全球经济中几乎所有高附加值、高技术的领域都形成了史无前例的产业集中。全球化的竞争促使相关产业的公司也开始进行集中,以期在关键的经济活动中形成

更强的规模经济 (economies of scale) 和范围经济 (economies of scope), 在品牌、人力资源、融资、研发、信息技术和物流等领域中形成优势, 从而构建公司的核心竞争力。第二, 由于巨大的竞争压力和在全球范围内组织商业活动的复杂性, 全球价值链中的核心公司 (即“系统集成者”) 扩大和加强了其计划和协调的职能。尽管传统经济学理论将公司的管理功能限制在公司内部, 我们却注意到系统集成者已将其计划和协调功能延伸到了公司法定界限 (即法定资产所有权) 以外, 深入到其所在的价值链中的各个关键部分。第三, 这些系统集成者不断将行业集中带来的竞争压力向它们的一级供应商传递, 通过严格周密的计划和协调活动, 对供应商的产品质量、成本和技术提出越来越高的要求。于是, 这些供应商们不得不进行重组和并购, 通过规模和范围效应来提高自身效益。一级供应商进行产业集中后, 又通过同样的机制将压力传递给它们各自的供应商。从而行业集中的压力通过供应链“层层下传”, 使价值链上各项关键的经济活动都达到了规模经济和范围经济的最大化。这就是我们在此次全球商业革命中在许多行业内观察到的“瀑布效应”。

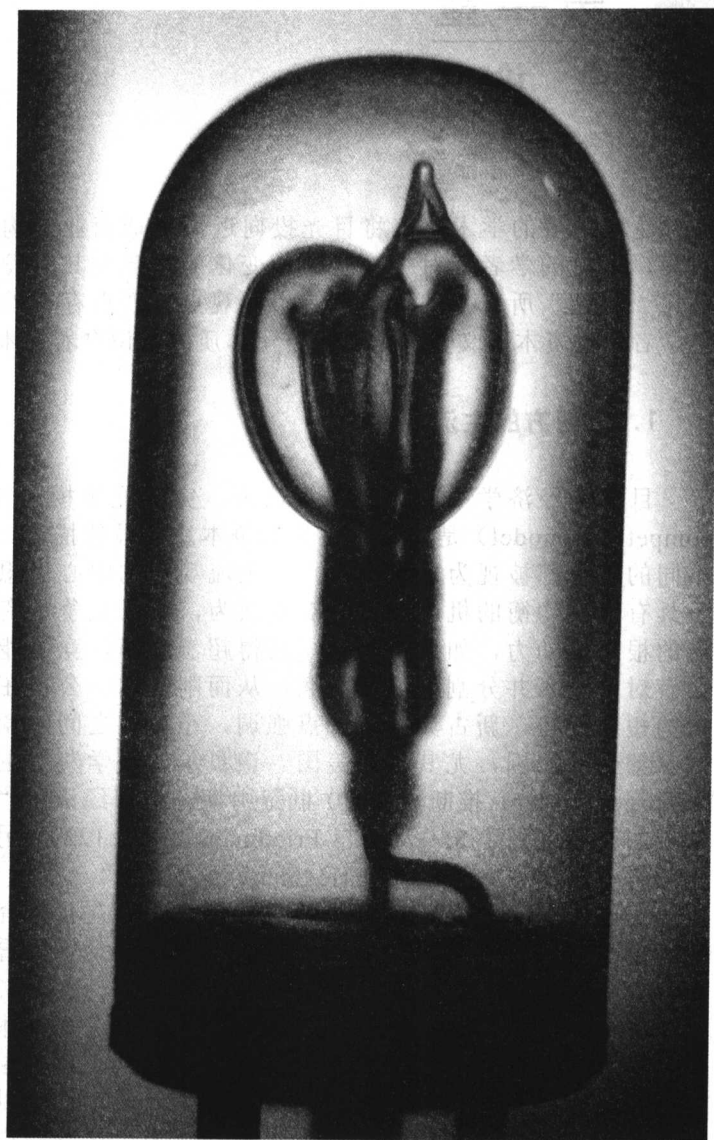
在本书中, 我们将通过三个案例 (即航空工业、饮料行业和零售业的案例) 来分析全球商业革命中的这些主要特征。研究中的案例分析着眼于在全球商业革命中这些产业价值链的结构性变化。研究数据来源于公司报告和文件、行业报告以及对三个产业中的核心公司的管理层、供应商和客户的访谈。这些访谈使我们加深了对这些产业中全球市场环境变化、公司战略, 以及价值链上公司之间关系的理解和认识。

本书的内容安排如下。第一章简要描述学术界关于资本主义公司及其竞争本质的争论。主流观点和非主流观点对近期全球商业结构的变化, 以及这种变化对政策产生的影响的解释是截然不同的。第二章首先描述 20 世纪末全球商业革命产生的主要后果, 即在全球范围内, 众多产业部门形成了前所未有的高集中度。这章还将具体介绍“系统集成”的概念: 它是一种应对全球价值链中复杂情况的管理创新, 它的出现又带来了“外延公司”和“瀑布效应”。

第三、四、五章分别是对三个不同产业的案例分析: 航空工业、饮料行业和零售业。航空工业的产品技术含量最高, 而且产品的特性在持续不断地变化。一架大型民用飞机 (例如波音 747-400 或波音 777) 的售价超过 2 亿美元。相比之下, 饮料行业的主要产品已数十年一成不变, 而一听可口可乐的售价不到 1 美元。零售业则是一个服务型产业, 零售商们进行食品、服饰和其他消费品的采购和销售工作, 是一大批生

产企业与大量消费者之间的桥梁。我们希望通过分析这几个性质完全不同的产业，研究其具有共性的变革过程。案例分析将会深刻揭示这些产业价值链上不同层次的变化，以及系统集成者与价值链上其他参与者之间错综复杂的关系。

第六章引出全球商业革命对发展中国家企业“赶超”的深远意义，即全球商业革命对发展中国家公司提升竞争力、实现在“全球平等竞技场”上进行竞争产生了何种影响？该章将描述发展中国家公司和政策制定者们为了“赶超”高收入国家公司而面临的巨大挑战。该章提出，由于“瀑布效应”的存在，发展中国家面临的挑战远远超出了人们的想象。



目 录

第一章 争论	1
1.1 西方的主流观点	1
1.2 西方的非主流观点	5
1.3 未解决的问题	8
第二章 全球商业革命，系统集成与瀑布效应	11
2.1 20 世纪末的并购浪潮	11
2.1.1 跨国并购	11
2.1.2 美国的并购活动	14
2.1.3 横向并购	16
2.1.4 全球性巨型公司与产业集中	17
2.2 系统集成及外延公司的出现	19
2.2.1 新的管理问题	20
2.2.2 系统集成	21
2.2.3 “外延公司”	23
2.3 瀑布效应	24
2.4 本章总结	25
第三章 航空工业	27
3.1 系统集成者的集约	27
3.1.1 全球航空市场	28
3.1.2 美国的产业集中	29
3.1.3 欧洲的产业集中	30
3.1.4 跨大西洋的并购	32
3.2 系统集成	34
3.3 航空工业价值链上的瀑布效应	40

3.3.1	领先的次级系统集成者	40
3.3.2	缝隙行业中的次级系统集成者	46
3.3.3	舱内设备	50
3.3.4	原材料和主要零部件	51
3.3.5	维护、修理和检查	53
3.3.6	空中客车 A380 和波音 787 的主要供应商	53
3.3.7	空中客车 A380 和波音 787 的共同供应商	54
3.4	本章总结	56
第四章	饮料行业	59
4.1	系统集成者的集约	59
4.2	系统集成：对可口可乐价值链的案例分析	63
4.2.1	可口可乐的价值链	63
4.2.2	可口可乐与装瓶商	67
4.2.3	可口可乐与全球消费品包装行业	69
4.3	饮料行业价值链上的瀑布效应	73
4.3.1	全球消费品包装业	74
4.3.2	PET 瓶制造设备	92
4.3.3	罐装设备	95
4.3.4	产品成分：二氧化碳	98
4.3.5	广告与市场营销	99
4.3.6	卡车	101
4.3.7	零售	103
4.4	本章总结	104
第五章	零售业	105
5.1	零售业的全球集约	105
5.1.1	发达国家零售业的集中度不断提高	107
5.1.2	大型零售商的国际扩张	110
5.1.3	全球性零售业巨头的出现	115
5.2	零售行业的系统集成	117
5.2.1	无中介式供应链	117

5.2.2	对信息技术的运用	118
5.2.3	与供应商之间的协作	119
5.3	瀑布效应	121
5.3.1	食品	122
5.3.2	家用消费品	129
5.3.3	服饰	131
5.4	本章总结	132
第六章	对发展中国家在公司层面进行“赶超”的启示	133
6.1	竞争、行业集中与技术进步	133
6.2	全球商业革命的挑战	139
6.2.1	大型优质公司地域分布不均衡	139
6.2.2	发展中国家的公司“赶超”所面临的困难	143
6.2.3	边缘公司	147
参考文献		151
附录		161

第一章

争 论

越来越多的学术研究将目光投向近期全球商业结构的变化。然而，西方的学者们对于这些结构变化的本质及其对发展中国家公司“赶超”所产生的影响持有不同观点。观点存在差异的原因是学者们对资本主义竞争本质和公司本质的认识有着根本的分歧。

1.1 西方的主流观点

目前，经济学中的主流观点认为，完美竞争模式（perfectly competitive model）是对资本主义竞争本质的最佳描述。所有与之不同的观点都被视为非主流观点。主流观点的中心思想是市场竞争具有自我均衡的机制。这一观点认为，市场竞争是资本主义发展的根本推动力，如果某一公司获得超额利润，竞争能确保马上会有对手进入并分割一部分利润，从而削弱这一公司在市场上获得的短暂优势。新古典主义观点强调，小公司之间的竞争是发达国家繁荣的原因，尤其是在美国。诺贝尔经济学奖得主施蒂格勒（George Stigler）推断，在 20 世纪中期，美国经济中“竞争性”领域的比例占到了 85%（引自 Friedman, 1962:122）。另一位诺贝尔经济学奖得主弗里德曼（Friedman）认为存在“一种偏见和趋势，过分强调大公司相对于小公司的重要性。……在我研究美国经济活动的过程中，我越来越感到，可以作为具有竞争性看待的问题和行业的范围是多么的广泛”（Friedman, 1962:120-123）。

科斯（Coase, 1937）具有开创性的论著《公司的本质》（*The Nature of the Firm*）首次研究了资本主义公司存在的原因。科斯提出，公司的出现是为了将交易成本降到最低。从此以后，主流经济学中对现代公司的诠释基本上都是“为了达到减少交易成本的目的和效果而进行一系列组织创新的产物”（Williamson, 1981: 1537）。最近几十年，人们试图用交易成本理论来解释大型跨国公司存在和发展的原因：这些大公司将一系列市场无法解决的问题

内部化了 (internalisation), 例如技术转让中的定价问题 (Williamson, 1981)、公司保持产品质量水平的“诀窍”的定价问题 (Casson, 1982), 以及技术开发与应用、质量控制和品牌管理能力方面的定价问题 (Rugman, 1982)。这种观点认为, 公司之间的关系就是在市场中独立进行公平交易 (arms-length transactions), 而这些关系是现代资本主义市场经济的基石。因此, 公司被看作是“市场交易海洋中的一个孤岛”(Richardson, 1972)。

主流观点认为, 由某一家或几家公司来主导整个经济产业部门的情况是不可想象的。因为当公司到达一定规模的时候就会出现“管理负规模经济”。根据交易成本理论, 当公司通过市场进行交易的成本等于其在公司内部进行组织的管理成本时, 公司的规模就不能再扩大了。科斯 (Coase, 1937) 认为, 随着公司规模的发展, 公司协调和管理经济活动的功能的边际收益会逐步减小, 因为不断扩大的行政机构会使得公司无法做到资源的最优化配置。这一问题进而会导致公司的要素成本高于规模较小的公司。

马歇尔 (Marshall, 1920) 在他的《经济学原理》(*Principles of Economics*) 一书中, 对竞争的本质和公司规模的界限作出了经典而富有诗意的描写, 他将竞争比喻为森林, 认为公司就像森林中的树木一样, 没有一棵树能够超过某一高度的限制:

在这里, 我们可以从森林中的树苗在大树的阴影中奋力成长的过程中得到一些启示。很多树苗都会在成长的过程中死亡, 只有少数能够活下来。这些少数活下来的树每年变得更加强壮。随着高度的增加, 它们会获得更多的阳光和空气, 最终盖过它们的邻居。它们似乎可以永远生长并且变得更加强壮。但是它们做不到。一棵树可以在很长一段时期内保持其活力并且比其他树长得更加强壮; 但是早晚它们将青春不再。尽管高大的树比它们的竞争对手可以获得更多的阳光和空气, 但是它们会逐渐失去活力; 然后它们一棵接一棵地让位于其他虽然在体积上小一些但是充满活力的树……几乎每一个行业都会有不同的大公司出现然后消亡, 在任何时期都会有一些公司处于上升阶段而另一些公司处于下降阶段。

(Marshall, 1920:315-316)

尽管最近几十年的并购交易大幅度提高了大型资本主义公司的规模和市场主导地位，大部分主流经济学家仍然认为“兼并几乎都是失败的”^①。有一系列研究认为，大部分英国和美国的收购交易并未提升公司的业绩（Meeks, 1977; Ravenscraft and Scherer, 1987; Agrawal *et al.*, 1991; Gregory, 1997）。这些研究通常是以对短期账面利润或股东收益的分析为依据的。进行兼并的原因通常被解释为由于公司首脑对权力和财富的追求，他们不惜损害股东的利益，通过兼并来追求自己的利益。

近年来，这一论点获得了新的证据，即信息技术的发展为公司性质的根本性变化创造了可能。以前在一家大公司内部进行的活动，现在可以通过互联网由小公司组成的网络来进行（Castells, 2000）。这被认为是一种新的“后福特主义”经济体系的兴起，这种体系由小公司“群落”构成，它们可以在不同的时期进行竞争或合作（Piore and Sabel, 1984; Porter, 1990）。20 世纪末期，外包行为发展迅速，一些原本由公司自主完成的工作被外包了出去，这似乎证实了上述观点。用科斯（Coase, 1937）的话来说，公司的边界发生了转移。很多研究人员认为这样的变化预示着生产体系新纪元的到来，在这一体系中，中小公司相对于大公司的作用将越来越大。他们指出，大公司正在“空洞化”，将很快成为“濒危物种”：“大公司管理的现金流规模越来越大，然而它们对业务活动的直接控制却越来越弱，可以说它们正在向空洞的方向发展。”（Malone and Laubacher, 1998:147）

主流观点认为，市场经济在全球范围内的延展扩大了公司竞争的范围，增加了消费者在“自由竞争市场”中的选择余地。市场发展得如此广阔，遍布全球，很难想象某个或少数几个公司能够主导某一产业。早期弗里德曼（Friedman, 1962）对于市场扩张对行业集中度的影响有着类似的乐观看法。他指出：“我们应当对我国运输和通信区域市场的扩张，以及竞争范围的扩大给予更多的重视。汽车产业集中度不断增长是很正常的事情；我们没有注意到，货车运输产业的发展减少了人们对大型铁路公司的依赖；

① 米克斯（Meeks, 1977）对这个问题的研究最为经典。主流经济学研究中反复引用“兼并交易几乎都失败”的观点作为主观论据。

钢铁产业的垄断程度也在逐步下降。”^① (Friedman, 1962:123)
近期沃尔夫 (Wolf, 2005) 对“全球市场经济”给出了一个乐观的 (如果不算是理想主义的) 看法。他认为, 全球经济是一个“无人主导的市场”:

思考一下我们的经济今天所达到的成就。我们可以买到全世界各地出产的食品, 它们经过采购、加工、分类, 再通过一系列长长的批发和零售商链条进行分销、零售, 满足消费者不同口味的需求。食品的安全性要求非常高。我们可以买到从中国、印度、意大利和墨西哥生产的服装, 面料和样式品种极其繁多。如果需要出行, 我们可以选择各种款式的汽车; 想要娱乐, 我们可以选择 DVD 或是平板彩电; 为了工作、休闲或是个人管理的需要, 我们可以购买个人电脑。无数投资者、设计师、生产商和分销商在市场上竞争, 争先恐后地满足消费者上述及其他各种需求……我们认为这是理所当然的。但是, 这是市场经济的一个非凡的成就。更加不寻常的是, 没有人在主导这个市场的运行——这会使许多人感到惊慌。亚当·斯密的“看不见的手”的比喻依然恰如其分。

(Wolf, 2005:45)

这样看来, 来自低收入国家的公司通过加入全球“自由市场”中的竞争, 可以获得更多获利的机会, 并将最终在规模和实力上“赶超”来自高收入国家的领先公司。全球市场的延伸使人们更加相信, 公司层面的“赶超”是资本主义发展的正常途径。来自发展中国家的公司 (其中许多是首次进入全球市场) 就像“森林中的小树苗”一样, 尽管在规模和能力上略逊一筹, 但通过全球化竞争, 最终将会赶超那些资历更老、规模更大的对手 (即高收入国家的知名公司)。主流观点认为, 如果来自发展中国家的公司能够融入“全球平等竞技场”参与竞争, 那么它们将获得无限的机

^① 弗里德曼忽视了 19 世纪“市场扩张”之后出现的像美国钢铁公司这样的巨型公司。它是一系列兼并的产物, 高潮是 1900 年兼并卡内基钢铁公司和联邦钢铁公司。此后, 美国钢铁公司销售的钢铁制品占据了美国市场 60%~70% 的份额 (Nolan, 2001a:601)。

会增长其实力并发展公司规模。

1.2 西方的非主流观点

在现代资本主义发展的早期，就有经济学家认为资本主义具有内在的集约趋势。马克思在《资本论》第一卷中就论证了“资本集中的法则”和“资本吸引资本现象”是资本主义竞争过程中的内在规律。集约的推动力是竞争本身，竞争推动公司通过对新的生产方式和对“科学技术的应用”进行大规模投资来降低生产成本，从而创造市场进入壁垒。管理良好的大型公司享受着规模效应带来的好处，较低的要素价格构成其重要的竞争优势：

竞争的焦点在于提供更加便宜的商品。在其他条件相同的情况下，商品的价格取决于劳动生产率，而这又取决于生产的规模。因此，资本规模较大的公司将击败规模较小的公司……在任何地方，为了公司更全面地组织许多人的生产活动并更好地利用资源，首先就需要扩大公司的工业生产规模——换句话说，就是将各个独立的、通过习惯方法操作的生产环节逐步转变为有组织的、科学安排的生产流程。（Marx, 1867:626-627）

后来学者的学术研究继续论述了公司规模带来的优势。马歇尔在他的《经济学原理》一书中提出了一系列原因，解释“任何种类的大公司相对于小公司”所存在的优势（Marshall, 1920:282）。这些原因包括在采购、运输成本、市场营销、品牌、分销、知识、人力资源以及管理方面的规模经济（Marshall, 1920:282-284）。然而，他对“管理负规模经济”的解释却只用了一个类比（即“森林中的树木”），没有提供任何逻辑分析和证据。

潘若思（Penrose, 1995）开创性的著作《公司发展原理》（*The Theory of the Growth of the Firm*）直接研究了限制公司发展的可能因素。与马歇尔一样，她指出了大公司能够享有的一系列潜在优势（Penrose, 1995:89-92）。她认为大公司享有的最重要的优势是她所谓的“管理规模经济”（managerial economies），包括管