

傅荣著

Theory and Practice of
Business Networks:
A Resource-based View

基于资源观的
商务网络
理论与应用

中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

Theory and Practice (of)
Business Networks:
A Resource-based View

傅荣 著

基于资源观的
商务网络
理论与应用



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

基于资源观的商务网络理论与应用/傅荣著. —北京:中国经济出版社, 2007. 6

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8117 - 1

I. 基… II. 傅… III. 电子商务—计算机网络—基本知识 IV. F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 094348 号

出版发行: 经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 苏耀彬 (电话: 010 - 6835 - 4197)

责任印制: 石星岳

平面设计: 白朝文

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京东光印刷厂

开 本: 880 × 1230 A5 印 张: 8 字 数: 160 千字

版 次: 2007 年 8 月第 1 版 印 次: 2007 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 3000 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8117 - 1/F · 7116 定 价: 20.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176

目 录

第一章 商务网络概论

第一节 引 言	(1)
第二节 关于商务网络概念的讨论	(8)
一、网络与组织边界	(10)
二、作为治理结构的网络	(14)
三、商务网络与社会网络	(17)
第三节 本书研究概况	(19)
一、本书研究的内容框架	(20)
二、有关理论和研究方法	(25)
三、本书研究的主要特色	(33)

第二章 商务网络的成因

第一节 理论出发点	(34)
一、市场、层级和网络的分析	(35)
二、适应性问题	(39)
第二节 商务网络优势分析	(41)
一、交易成本比较	(42)
二、系统涌现性	(43)
三、信息和知识交流的优势	(53)
四、资源组合柔性的优势	(59)
第三节 对商务网络形成动因分析 的补充	(63)
一、多种学说的基本观点	(63)
二、上述理论解释的简要评述	(73)

第三章 商务网络结构分析

第一节 商务网络组成要素	(77)
一、网络参与者	(77)
二、商务网络中的“关系”	(80)

第二节 商务网络中的资源	(82)
一、“资源”概念的简单回顾	(82)
二、进一步理解企业资源	(84)
第三节 网络拓扑结构与资源结构	(92)

第四章 商务网络演化分析

第一节 商务网络动态分析概述	(95)
第二节 商务网络动态模型	(100)
一、网络的基本定义	(100)
二、网络基本运动	(105)
三、网络基本形态	(107)
四、网络参与者连接权函数的调节	(110)
五、基于资源的商务网络示例	(116)
第三节 商务网络演化性质分析	(118)
一、网络稳定性分析	(118)
二、网络有效性分析	(124)
第四节 基于随机稳定性的 商务网络演化	(129)
一、演化路径	(131)

二、随机稳定性	(132)
三、网络演化与资源分布	(133)
四、仿真与分析	(135)
五、资源分布变动情况下的分析	(141)
第五节 基于协同性资源交互的 商务网络演化	(142)
一、商务网络中的协同性资源	(142)
二、协同性资源的交互及模型	(144)
三、仿真与分析	(147)
四、实践的意义	(153)
第六节 商务网络演化悖论	(154)
一、协同的陷阱——网络僵化	(154)
二、内嵌性：演化悖论的理论说明	(160)

第五章 产业集群的微观网络

第一节 产业集群商务网络演化 过程模型	(165)
第二节 产业集群微观知识网络 及其演化	(168)
一、产业集群的知识网络及其重要性	(168)
二、产业集群微观知识网络发展的	

影响因素	(170)
三、参与者交互偏好对产业集群知识网络 演化的仿真模型	(172)
四、研究局限性与展望	(182)

第六章 供应链网络

第一节 供应链网络概述	(185)
一、ERP、SCM、CRM 概述	(185)
二、原有的整合框架	(189)
第二节 基于商务网络理论的 信息系统整合	(190)
一、商务网络理论对信息系统整合的影响	(190)
二、新的整合框架	(196)

第七章 基于网络观的商务模式分析

第一节 商务模式概述	(203)
第二节 基于网络观的商务模式分析	(204)
一、理论出发点	(204)
二、基于网络观商务模式分析的基本过程	(206)
三、基于网络观的商务模式关键过程	(207)

第三节 案例	(213)
一、一个简单实例：PC 销售网络	(213)
二、知识资源网站的网络模式分析	(214)

结束语

第一节 本书回顾	(221)
第二节 本书不足与研究展望	(224)

第一章 商务网络概论

第一节 引言

随着信息时代的到来，提到网络，人们更多地想到将世界上数量庞大的计算机主机和局域网联系在一起而构成的 Internet。实际上在经济运行和企业管理的层次上，“网络”也是一个值得关注的概念。在这样的网络结构中，或许看不见光纤电缆，主机和统一的协议，但它却潜移默化地改造着传统的商务经营，创造着新的商务价值，成为新经济条件下商务经营的流行组织形式之一。本书的研究始于对这些网络的深刻感受。

20 世纪下半叶，在美国“硅谷”地区和 128 公路地

区^①，“网络”和传统的大型层级式企业为代表的经济组织方式两种“制度”的成功失败给人们以深远的启迪。128 公路地区曾是世界上电子工业的创新中心，创造了号称“马萨诸塞奇迹”的非凡经济增长。但“马萨诸塞奇迹”在 80 年代突然终止了，把长期占有的计算机领域的主导地位让给了“硅谷”。

其中原因或许如 Saxenian 的描述：“硅谷有一个以地区网络为基础的工业体系，能促进各个专业制造商集体地学习和灵活地调整一系列相关的技术。该地区密集的社会网络和开放的劳工市场弘扬了不断试验探索和开拓进取的创业精神。各公司之间开展激烈的竞争，与此同时又通过非正式交流和合作，相互学习技术和变化中的市场营销方法；松散联系的班组结构鼓励了公司各个部门之间以及各部门与公司外的供应商和消费者之间进行横向的交流。在网络系统中，公司内各部门职能界限相互融合，各公司之间的界限和公司与贸易协会和大学等当地机构之间的界限也已打破。”^② 相比之下，128 公路地区是另外一种情况：“128 公路地区是以少数几家比较一体化的公司为主导的，它的工业体系建立在一些独立公司的基础上，而这些公司已把各种生产活动内部化了。保守秘密和忠于公司等惯例支配了公司与顾客、供应商及竞争者之间的关系，增强了鼓励稳定和自力更生的地区文化氛围。公司管理的层级制保证了权力的集中，信息往往由

① 128 公路地区是指美国东海岸，大波士顿地区沿 128 公路附近，这一环形高速公路把波士顿地区 20 多个城镇连成一片。

② 引自 Saxenian 著，曹蓬等译：《地区优势——硅谷和 128 公路地区的文化和竞争》，上海远东出版社，上海，1999 年，p4。

上而下垂直流动。公司之间的界限、公司内部各部门之间的界限以及公司和当地机构之间的界限，在这种以独立的公司为基础的体系中泾渭分明。”^①

而成功的“硅谷”背后也有不成功的经历，20世纪70年代美国公司还控制着存储器业务，然而到了1984年，日本制造商事实上统领了半导体存储器市场。当时日本企业乐于与供应商合作，“在日本同样的关系不仅把日本大型电子公司内部各个部门联系起来，而且把这些公司和他们的小型设备供应商联系起来，这种网络向日本制造商提供了能够降低生产成本和加快开发速度的基础设施……，产品和工艺部门之间的合作关系以及与设备和原料供应商之间的合作关系是日本工厂获得工艺优良的产品的一部分原因。”^②而当时硅谷的半导体公司在转向大规模生产时不知不觉放弃了曾经是企业早期活力源泉的当地文化和关系，“他们疏远了顾客，与供应商对抗，采取职能管理等级制……”^③在日本式的网络对“硅谷”施加压力的时候，一些企业却正热衷于建立传统的中央集权的官僚体系，例如，Intel和AMD学习了DEC的矩阵式的组织形式，破坏了以前独立企业单位的主导性。可见，“硅谷”的失败经历在于它对自己的网络传统的背叛，而将其击败的正是同样采用网络战略的日本企业（Saxenian，1994）。

· 位于意大利中北部 Modena 省的制造业中心 Emilia - Ro-

① 引自 Saxenian 著，曹蓬等译：《地区优势—硅谷和 128 公路地区的文化和竞争》，上海远东出版社，上海，1999 年，p5

② 同①，p102。

③ 同①，p99—100

magna (简称 ER), 在 20 世纪 80 年代曾创造了一个经济发展的奇迹, 被称为“第三意大利”, 而支撑这一奇迹的并不是知名的大型企业, 而是由大量中小企业、中间商、用户、企业协会、金融组织、政府及其他公共机构等构成的复杂网络。在理论上“第三意大利”的小企业可能不具备规模经济性, 但一样获得了国际市场上巨大的竞争优势。这是一个灵活高效的“生产系统”, 也是一个制度群体, 虽然对于成功背后的原因众说纷纭, 但不能否认活跃的“小企业网络”是解读这些原因的关键之一(仇保兴, 1999)。

在国内, 经济活跃的浙江省也存在着影响广泛的企业网络(仇保兴, 1999)。在那里, 针对市场的需求信号很方便地就能组织起有效的供给。产品的各个生产环节分散到网络之中, 从市场机会到最终的生产者之间有一条信息的链条, 将相关的生产者、销售者、客户有机地组合在一起。尽管无论是财务资源、其他的物质资源, 还是知识资源分散在整个网络之中, 似乎很难形成规模经济性, 但是相应的资源往往正好配置在最适当的环节, 例如, 物质资源总是和使用该项资源的知识最紧密相连。而这些环节的组织又往往能针对市场灵活多变, 从而既保持资源组合的灵活性, 又能使得网络作为一个整体实现应有的规模经济性。成功的原因或许很多, 应当说这种灵活、高效的网络组织方式是功不可没的。

商务网络还不仅仅反映在一个地区经济的成功与失败上, 每一个企业事实上都面临着商务网络的选择。

2002 年 8 月 22 日, 多普达通讯有限公司的 dopod 686 发布会引来了微软(中国)、英特尔(中国)、中国移动、新浪、CEC 中原电子等业界著名公司的老总前来助阵, 信

息产业部电子产品司司长张琪也到会祝贺。因为这不是一款普通的手机新品，而是一款把高端掌上电脑技术与手机技术融合在一起、具有创新意义的新产品，是全球第一款基于最新随身电脑 Pocket PC 2002 Phone Edition 操作系统、具有强大无线通信功能的中文移动多媒体终端。多普达手机的操作系统是微软提供的 Pocket PC 2002 手机版本，芯片是 Intel 生产的 StrongArm 206，GSM/GPRS 通信模块来自于德州仪器，加工工艺及部分生产技术由台湾宏达提供，而生产许可证的拥有者为中电通信（CECT），生产基地设在武汉的中原电子公司，渠道借助于分布在全国的 10 多个合作伙伴。多普达可以说是依靠网络“借势”迅速崛起的典型企业。

业界专家给予 dopod 686 高度评价，认为它是一种体现计算机、通信、互联网相结合的 3C 产品，是适应未来移动互联网发展方向的移动多媒体终端。据悉，多普达公司已与相关上下游厂商结成战略联盟，以开发更多新应用，推动整个产业链的变革。在生产上，这款产品从设计到上市只经历了 4 个月的时间。在市场上，这款手机投放市场一个多月，销量已超过了 1.5 万台，短短一个多月的销量超过了康柏 iPAQ 上市全年的销量，营业收入 1 亿多元。

事实上，多普达的成功背后是两个“网络”的直接对抗。作为 IT 产业的领头羊之一，微软试图进入无线通信市场的想法已非一日。早在 1999 年 7 月，盖茨就曾试图与移动通信巨头诺基亚建立合作关系，但诺基亚深知微软并非等闲之辈，让这样一个 IT 巨人进入无线通信市场也许意味着灭顶之灾，因此，双方的谈判未能取得任何结果。相反，诺基亚与其他无线通信领域巨头闪电般地建立了 Symbian 联

盟 (Symbian 是一家软件公司, 主要研发针对移动手持设备的移动通信系统平台, Symbian 的操作系统目前已被各主要传统手机厂商认可为未来手机的核心技术和行业标准)。诺基亚联合摩托罗拉、松下、爱立信以及索尼等支持 Symbian——一种既支持微软 Windows, 又支持其他非 Windows 应用的操作系统。但微软并未因此放弃, 而是推出了名为 Stinger (与美国的“毒刺”防空导弹同名) 的手机操作系统, 并与英国沃达丰以及三星等移动终端的后起之秀结成了战略联盟。^①

多普达的成功实际上是一个整合网络的成功, 而不是一家公司独立包办一切的成功, 是网络的组织形式使得多普达能够在那么短的时间内在烽烟迭起的无线通讯市场上崛起。同时, 多普达又是微软对抗诺基亚为核心的网络的一个部分, 微软作为世界上顶尖的软件企业也同样选择了采用网络的组织形式来获得竞争的优势。并且多个网络相互交错在一起, 参与者彼此合作, 使用各自的资源, 发挥各自的优势, 在整体上获得巨大的商务价值。竞争也不是单纯地表现为单个企业之间的竞争, 甚至也不是以某些企业为核心的战略联盟的竞争, 而更是一种不同网络之间的竞争。正如在无线通讯与互联网上的竞争就不仅仅是微软和诺基亚的竞争, 而是两个网络的竞争, 多普达的成功是其自身网络的成功, 也是微软网络一个部分的成功。

动态发展 (进化) 的网络组织是今天经济环境中最有

① 有关多普达的情况可参看公司主页: <http://www.dopod.com>

效率的结构形式 (Miles & Snow, 1984)^①。商务网络现象在现实企业经营中几乎无处不在, 各种各样呈现网络特征的经济组织形式、制度安排对经济主体获取竞争优势发挥着巨大的作用。不论是区域经济的发展, 还是在新经济浪潮中不断上演的商务传奇, 都不禁让人思考: 到底什么是网络? 网络为什么形成? 网络如何演化? 等等这些问题直接引致了本书的研究。

简单而言, 本书的研究至少有两个方面的意义。其一, 在理论上, 市场和层级制的企业组织都早已纳入经济学和管理学研究的视野之中, 但对于网络这种同样重要的组织经济运行的方式却还没有取得令人信服的重大突破, 从而在理论上形成一个相对薄弱的断层地带。当前关于网络的研究处于一个缺乏严格体系的状况, 没有统一的概念描述, 没有统一的理论基础、更没有统一的方法、统一的结论 (Oliver & Mark, 1998)。本书的研究正是针对这样一个理论断层进行的探索。

其二, 在实践中, 无论是多普达这样的案例, 还是久已闻名的“硅谷”网络、意大利的小企业网络、浙江省的网络等都创造过或者正不断创造着商业的奇迹, 但是隐藏在这些奇迹背后的客观规律还没有得到充分的认识, 并且网络的整体形象也往往是模糊多变的, 使得其他地区和企业对成功经验的借鉴存在很大的困难, 如何寻找合适的企业“生境”^②; 如何创建有强烈文化特征和商务竞争力的企业集群

① 转引自李新春著:《企业联盟与网络》, 广东人民出版社, 2000年, P40

② 生态学基本概念, 指的是在一定时间内对生命有机体生活、生长发育、繁殖以及对有机体存活数量有影响的空间条件的总和。

或企业园区；如何高效地将企业内和企业外的信息系统整合，等等这些问题的解决都能直接从对网络的研究中受益。

第二节 关于商务网络概念的讨论

商务网络化是一个复杂的动态过程，“网络”这一术语在众多领域和场合被使用，使得它本身的含义变得模糊，在不同的领域、不同的视角、不同的研究背景下，“网络”成为一种似是而非的描述或指代，即用来说明那些由多个实体单位以特定的联系方式联系在一起发生各种交互的一种事物或事物的形态。

表 1-1 汇集了一部分对有关“网络”的术语的定义和说明。

表 1-1 关于网络的不同术语及含义

出处	术语	网络定义
Alter & Hage, 1993	商务网络	相互约束或完全独立的组织集群，或就定义而言，是一些相互之间没有层级机构的法律上分立的单元
Gerlach & Lincoln, 1992	联盟资本主义	跨越宽广市场范围的战略的、长期的关系