



教育部人文社科研究“十五”规划项目研究成果 (01JA630048)
淮海工学院学科建设基金资助

企业核心能力 形成机理及应用研究

吴价宝 / 著

QIYHEXIN
NENG LI
XING CHENG JI LI
JI YING YONG YAN JIU

东 南 大 学 出 版 社

F270/829

2006

教育部人文社科研究“十五”规划项目研究成果(01JA630048)
淮海工学院学科建设基金资助

企业核心能力形成机理 及应用研究

吴价宝 著

东南大学出版社

内 容 简 介

本书是教育部人文社科研究“十五”规划项目的研究成果,也是作者博士论文的主要成果。本书运用系统方法、逻辑推演方法以及定性分析与定量分析相结合的方法对企业核心能力的形成机理及其应用问题进行了较为深入的研究。主要内容包括:企业核心能力的研究文献综述;基于组织学习的企业核心能力形成机理;企业核心能力的定性定量识别;企业核心能力的成长环境与培育策略;企业核心能力理论在中国的应用问题等。

本书可供经济管理类专业的教师和研究人员、企业管理人员以及管理咨询人员阅读,也可作为管理类专业本科生、研究生和 MBA 的自学和辅助教学材料。

图书在版编目(CIP)数据

企业核心能力形成机理及应用研究/吴价宝著. —南京:东南大学出版社,2006. 10

ISBN 978 - 7 - 5641 - 0828 - 1

I. 企... II. 吴... III. 企业管理-研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 091896 号

东南大学出版社出版发行

(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出版人:江 汉

新华书店经销 扬中市印刷有限公司印刷

开本:850mm×1168mm 1/32 印张:8.75 字数:210 千字

2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5641 - 0828 - 1/F · 111

定价:25.00 元

(凡因印装质量问题,可直接向读者服务部调换。电话:025-83792328)

序

21 世纪以来,“企业核心能力”一直是国内企业战略管理理论研究的热点问题,同时也是我国工商管理实践界的热门话题。“核心能力”、“核心竞争力”、“核心专长”等词汇已经频繁地出现在大众媒体,出现在政府首脑、企业家以及其他组织领导人的工作报告中。“企业核心能力是企业获得并保持持续竞争优势的法宝”已得到管理界的共识。然而,正如麦肯锡咨询公司指出的那样:“核心能力如同海市蜃楼,从远处看,五光十色,充满希望,一旦接近,它就成了沙砾一堆。”换句话说,企业核心能力理论看上去非常精彩,用起来却很模糊。尽管核心能力的概念从国外学者最初的提出至今已有十多年的时间,国内外学者在该研究领域发表的论文多多,公开出版的学术著作也为数不少,但是,必须承认,企业核心能力的内涵至今仍未统一,核心能力的形成机理还未得到清楚地揭示,如何让企业管理者卓有成效地识别核心能力、应用核心能力理论,相关问题都需要我们进行深度研究与探索,需要学者们做出清晰、明确的回答。

吴价宝博士在教育部人文社科研究“十五”规划项目(01JA630048)资助下,历时三年多,潜心研究企业核心能力,在《中国管理科学》、《中国软科学》、《经济管理》、《科研管理》等国内重要期刊上发表多篇学术论文,完成了博士学位论文,又经过总

结和凝练,写成了《企业核心能力形成机理及应用研究》这部著作。该著作运用系统方法、逻辑推演方法以及定性分析与定量分析相结合的方法,对企业核心能力的应用原理进行了系统的研究。研究内容包括八章:第一章绪论,第二章企业核心能力文献综述,第三章探讨基于组织学习的企业核心能力形成机理,第四章企业核心能力定性识别,第五章企业核心能力定量识别,第六章探讨企业核心能力的成长环境与培育策略,第七章讨论企业核心能力理论在中国的应用;第八章为结论与展望。

通读该著作,我认为,书中虽然借鉴了国内外诸多学者的一些研究观点,但是其创新之处也非常突出。首先是选题创新,基于目前企业核心能力的理论观点较多,作者不再纠缠既有的理论观点,也不想提出新的理论观点,而是在形成机理及其应用方面开展自己的探索。恰恰在企业核心能力的应用层面上,我们的企业渴望得到理论与方法上的支持和指导,可是现有的著作“理论化”色彩比较浓,用于指导企业实践显得较为苍白无力。该著作的出版,不仅为核心能力理论在应用研究领域提供一部力作,而且也为企业提供一本较好的管理指南。与选题创新相比,更应肯定该专著的内容创新。该专著内容的创新之处在于:第一,将组织学习与核心能力结合起来进行逻辑推演,构建了“能力塔”,揭示了企业核心能力形成过程中三个相对独立的组织学习过程及其转化机理,并剖析了动态环境下基于元学习的企业核心能力形成过程。第二,对核心能力进行了系统化的定性识别,并提出了能够提高识别效率的辅助工具;在定量识别研究上,运用平衡记分卡的思想以及波特价值链原理来建立新的评价指标体系,并建立了一种基于 AHP 的可视化的核心能力识别新方法。第三,提出了企业核心能力成长需要建立“四位一体”的环境,培育企业核

心能力应从环境培育开始。第四,构建了 7 个评价维度 35 个具体指标的测度组织学习能力的指标体系。

吴价宝博士在企业核心能力形成机理与应用研究方面取得如此研究成果,的确不易。我认为这与他的严谨治学态度和宽厚、扎实的管理学理论功底有关,更是他在东南大学经济管理学院三年攻读博士学位期间刻苦努力的结果。理论在发展,学术无止境。企业核心能力理论的研究并未完结,还有很多问题需要继续探讨。在此,作为他博士生学习阶段的导师,我真诚希望吴价宝博士以及有志于从事该领域研究的学者们,能够沿着企业能力的管理问题继续开展理论、方法、应用的研究,向读者奉献更多、更好的研究成果,推动我国管理科学的进步,推进我国企业战略管理水平的提升。

达庆利

于东南大学经济管理学院

2006 年 8 月 18 日

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景与意义	2
1.2 研究路径与方法	14
1.3 研究内容与创新	17
1.4 本章小结	21
2 企业核心能力研究文献综述	22
2.1 国外学者对企业核心能力理论的研究	22
2.2 国内学者对企业核心能力理论的研究	45
2.3 对企业核心能力理论研究的简评	52
2.4 本章小结	55
3 基于组织学习的企业核心能力形成机理	57
3.1 组织学习概述	58
3.2 基于组织学习的企业核心能力形成的一般机理	64
3.3 动态环境下基于元学习的企业核心能力形成机理 ...	79
3.4 本章小结	91

4 企业核心能力的定性识别	93
4.1 企业核心能力的概念识别	93
4.2 企业核心能力的关系识别	101
4.3 企业核心能力的特性识别	113
4.4 企业核心能力的识别主体与识别程序	117
4.5 企业核心能力的识别方法与识别工具	120
4.6 本章小结	130
5 企业核心能力的定量识别	132
5.1 企业核心能力定量识别方法概述	133
5.2 现行定量识别研究存在的问题	140
5.3 企业核心能力定量识别的指标体系	143
5.4 基于 AHP 的企业核心能力识别新方法	149
5.5 定量识别的一个应用案例	154
5.6 本章小结	158
6 企业核心能力的成长环境与培育策略	160
6.1 企业核心能力的成长环境	160
6.2 基于生命周期的企业核心能力管理	168
6.3 组织学习能力测度	176
6.4 创建学习型组织,培育企业核心能力	184
6.5 组织学习能力的测度案例	196
6.6 本章小结	201
7 企业核心能力理论在中国的应用	203
7.1 中国企业核心能力的现状评价	203

7.2	影响中国企业核心能力成长的因素分析	207
7.3	中国民营企业核心能力的培育	214
7.4	中国企业应用核心能力理论应注意的问题	226
7.5	本章小结	236
8	结论与展望	238
8.1	研究结论	238
8.2	理论与应用展望	243
	参考文献	247
	后记	269

1 绪 论

自从 1990 年 C·K·普拉哈拉德(Prahalad)和 G·哈默(Gary Hamel)在《哈佛商业评论》上成功发表了“公司的核心能力”^[1]那篇著名论文以来,“企业核心能力”一直成为国内外企业战略管理理论研究的热点问题,同时也是工商管理实践的热门话题。“企业核心能力是持续竞争优势之源”这一观点被广为接受和传播^[2~8]。有些学者甚至提出新的竞争范式——基于能力的竞争与战略^[9~12]。然而,正如麦肯锡咨询公司指出:“核心能力如同海市蜃楼,从远处看,五光十色,充满希望,一旦接近,它就成了沙砾一堆^[13]。”尽管核心能力的概念从提出至今已有十多年的时间,相关研究课题、著作、文章多多,但是,核心能力的内涵至今仍未统一;核心能力的形成机理还未清楚揭示;如何卓有成效地应用企业核心能力理论等等问题尚需进一步探索。

本章为绪论部分。内容包括:本书的研究背景与研究意义;研究路径与研究方法;研究内容与创新点。

1.1 研究背景与意义

1.1.1 企业核心能力理论产生的背景

企业核心能力理论是当今管理学与经济学交叉融合的最新理论成果之一,源于经济学理论、战略管理理论、知识经济理论、创新理论等对企业持续竞争优势源的逻辑探索^[14~16]。企业核心能力理论的问世,标志着企业战略管理理论发展进入到一个崭新的阶段,也是企业经营管理理论发展进程中的一个新的里程碑。该理论的产生基于理论与实践发展的双重背景。

1. 理论背景

第一,企业核心能力理论的产生源于现代企业理论的局限性。传统的新古典价格主义的理论分析将企业作为进入市场的最小分析单元,不研究企业内部,故称为“企业黑匣论”^[11]。以罗纳德·科斯(Coase R. H.)的《企业的性质》^[17]为重要标志的现代企业理论体系,打开了企业这个黑匣子,提出了产权理论、交易成本理论、委托代理理论等,成为当今理论经济学、信息经济学、不确定决策学、经济法学和产业组织理论等相关理论发展的重要工具,现代企业理论的诸多分支已经渗透到了上述研究领域^[18~19]。现代企业理论中,企业是一个有效率的契约组织,它强调企业内部交易相对于企业外部行为活动的重要意义,强调的是交易过程中的各种“规制”,而忽略了作为社会经济组织的企业所具备的独特“生产”特性。依据这一理论作指导,企业决策机制、销售机制

等的区分都不再考虑生产成本,而仅关注交易成本^[20~21],显然这是背离现实的。

第二,企业核心能力理论的产生源于主流战略管理理论的缺憾。20世纪60年代开始至80年代末,企业战略管理理论的发展经历了三个阶段。60年代以安索夫(Ansoff H. I.)与安德鲁斯(Andrews K. R.)为代表的第一代战略管理理论,提出了战略管理的概念,并认为战略管理是企业市场竞争中获胜的前提与关键;70年代以钱德勒(Chandler A. D.)为代表的第二代战略管理理论,着眼于战略的实施,强调“结构追随战略”;进入80年代,以波特(Porter M. E.)为代表的第三代战略管理理论,将以结构—行为—绩效(SCP)为主要内容的产业组织理论引入企业战略管理领域,对有关产业结构、产业内优势对比、进入壁垒、退出壁垒、壁垒后的相互勾结等概念和相关理论进行了解释,提出了基于产业环境下的企业竞争的三种一般性战略,即成本领先、差异化以及目标集聚战略^[22~23]。其后,以加拿大著名管理学家明茨伯格(Mintzberg H.)提出的精雕(Crafting)战略进一步强调战略必须随环境变化而不断调整^[24]。由于波特《竞争战略》、《竞争优势》等著作的强大影响,其竞争战略理论也由此成为20世纪80年代的企业主流战略管理理论。

然而,20世纪80年代末期以来,对波特的产业结构分析方法的批评日益增加,主要原因在于:行业竞争结构分析模型仅关注了企业环境对企业战略制定的影响,而忽视了企业内部因素在战略制定中应有的决定性作用。尽管波特也强调了企业价值链与外部环境的适应性,但他对企业内部结构因素及其对公司形成竞争优势的作用却分析很少。波特理论仍然不能突破把企业视为“黑匣子”的局限。罗曼尔特(Richard Rumelt)通过对利润的研究

指出：“产业中长期利润率的分散程度比产业间利润率的分散程度要大得多。”^[25~26]。因此，罗曼尔特得出结论：“很明显，最重要的超额利润的源泉是企业具有的特殊性，而非产业间的相互关系。”^[27]由此，战略管理专家们逐渐把兴趣转向了对企业内部因素的研究，企业能力理论和核心能力理论应运而生，最终成为第四代企业战略管理理论。

第三，企业核心能力理论的产生受到知识经济思想的启发。知识经济思想与知识经济发展现象给企业管理理论研究与管理实践带来了深刻的影响，有力地促进了企业核心能力理论的产生，孕育了新的管理模式——知识管理模式的产生，同时，也导致了众多学者从知识的角度对企业核心能力进行纵深研究。普拉哈拉德和哈默对核心能力的定义本身也能够证明核心能力理论与知识经济发展背景的内在联系。“核心能力是组织中积累性学识，特别是关于如何协调不同生产技能和有机结合多种技术流的学识”^[1]。这里的学识即知识，换句话说，普拉哈拉德和哈默都认为，企业核心能力的本质是知识，企业获取持续竞争优势的源泉在于知识。显而易见，核心能力理论与知识经济的思想有着密切的联系。

第四，企业核心能力理论的产生与企业创新理论也有着紧密的联系。奥地利经济学家熊彼特最先意识到企业创新这一现象的重要意义，他在1912年的著作《经济发展理论》中指出，所谓创新就是把从来没有过的关于生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系。熊彼特指出新产品、新的生产技术、新市场、新的原材料供应和新的企业组织都是知识的“新组合”的结果^[28]。熊彼特的理论不仅揭示了经济发展的内在本质，而且为后人研究知识创新的机理提供了理论依据。随着全球企业进入“创造性毁灭”

的竞争时代,高效率的技术创新成为企业制胜的关键。在创新理论研究中,一个越来越明显的趋向是,企业技术能力、企业技术创新能力、企业创新能力以及企业核心能力在概念上具有越来越强的趋同性,国内一些学者的研究把技术创新能力几乎视同核心能力^[29~32]。科利斯(Collis,1994)也认为,企业的核心能力是围绕企业创新展开的^[33]。由于创新理论与企业能力理论的交互作用,有力地推动并支持了核心能力理论的完善。

2. 实践背景

企业核心能力理论产生的实践背景也有四个方面的因素:

第一,企业面临着日益严峻的市场竞争形势。伴随着经济全球化和区域经济一体化进程的加快,发达国家的企业规模日益壮大,全球商品市场由卖方市场转变为买方市场,生产过剩使企业进入过度竞争的境地。全球市场环境的变化使企业不得不重新审视自己的经营行为。在这种过度竞争的市场环境中,企业逐渐认识到,产品和市场战略只被看作是企业生命中相对短暂的表面现象,企业拥有独特的资源与能力才是企业获取持续竞争优势的“秘密武器”。

第二,美国企业受到日本企业强有力的冲击。核心能力理论提出的直接现实基础是美国企业受到日本企业强有力的挑战。20世纪80年代前后,美国企业遇到了真正的挑战对手——来自日本企业的竞争。从1980年到1988年这8年时间内,与施乐公司和克莱斯勒公司的能力组合的经营业务相比,佳能公司增长了264%,本田公司则增长了200%^[1]。如果说,美国公司的经理们曾经担忧过低成本、高质量的日本进口货的话,那么,在80年代中后期,他们则要被日本对手在开拓新市场、研制开发新产品以及快速反应的速度搅得不知所措。美国企业界和学术界都在反

思、讨论这一来自日本的威胁和挑战,核心能力理论则是这场深刻讨论得出的一个丰硕成果。普拉哈拉德和哈默在对美国 GTE 公司和日本 NEC 公司的十年发展进行比较后明确指出,NEC 之所以获得长期的竞争优势,其奥秘在于 NEC 公司远见卓识地培养了其核心能力。

第三,世界产业模式变革新趋势。20 世纪 80 年代末期开始,世界产业模式发生了深刻的变革,表现为三个特点^[34]:一是企业之间兼并的同业化趋势,以强强联合来推动企业核心能力的优化和发展。二是分工整合模式。越来越多的企业由传统的做“加法”思路转向做“减法”思路,将自己的产业链精简,除核心环节外,其他的许多业务和职能都委托外单位完成。三是 Wintelism 产业模式,以创新的力量把握核心能力的绝对优势。Wintelism 产业模式指的是某些掌握关键技术,其产品已被视为业内无形标准的公司,将占据业内最大利润地盘,而不需要承担最终产品的生产组装任务。这种产业模式揭示了技术创新的重要性,以及企业应避开最终产品的激烈竞争,转向核心技术与核心产品的竞争,从而获得更大的发展空间和更高的利润。基于世界产业模式发展新趋势,80 年代后期开始,一些著名的公司纷纷改弦易辙,缩减多元化领域,回归主业,强化自己的核心专长。

第四,信息技术和信息系统对企业能力的支持作用^[35]。20 世纪 80 年代之后,由于信息系统与信息技术广泛使用,带来了企业经营管理过程的巨大变化,促进了企业业务流程的合并与精简,缩短了企业的反应时间,大大提高了企业的运行效率与效益。信息技术也剧烈地改变着企业的经营环境,表现为全球的市场竞争、全球工作组、全球速递系统、生产率的提高、产品生命周期的缩短、基于时间的竞争、知识资本与知识管理范式的形成等。企

业组织的变化表现为扁平化、分散化、柔性化、区域独立、授权、团队工作等。在这种经营环境中,企业竞争进入到一个更高、更新的平台,企业必须新的平台上开发培养出克敌制胜的强大能力,才能最终赢得竞争的胜利。

1.1.2 本书的研究背景

本书之所以将“企业核心能力形成机理及其应用研究”作为研究课题,主要基于以下四大背景:

(1) 中国企业经营环境的急剧变革。历史的车轮已经驶入 21 世纪,伴随着知识经济和经济全球化时代的到来,中国企业正面临着前所未有的经营环境:社会经济信息化;社会经济网络化;社会经济创新化;生产要素知识化;社会发展高速化;市场需求多样化;经济运行虚拟化;科技发展集成化;全球经济一体化。与此同时,企业管理环境也在发生急剧变革^[36]:第一,管理环境复杂化;第二,管理活动全球化;第三,管理观念创新化;第四,企业组织虚拟化;第五,管理结构扁平化;第六,管理决策知识化;第七,管理行为人性化;第八,管理方法集成化;第九,管理手段信息化;第十,管理责任社会化。

社会经济环境以及管理环境的变革集中体现为中国企业市场竞争的日益复杂和加剧,以及企业生命周期的日益缩短。在如此复杂动态的环境中,中国企业如何获取持续竞争优势是企业经营者面对的首要难题。实践中的难题呼唤理论创新,企业核心能力理论正是在这样的背景中产生出来,也正是在同一背景下被我国管理理论界的众多学者所“倾爱”。产品和市场战略的成功对企业来说是短暂成功,唯有企业核心能力才能使企业青春永驻。

(2) 中国企业竞争力的严峻现实。改革开放 20 多年来,中国企业总体上有了长足的进步,但我国企业的国际竞争力与发达国家相比仍有很大的差距。

在 2005 年《财富》全球 500 强排名中,中国内地仅有 16 家企业榜上有名,且基本上属于“国家性质”的公司。由世界品牌实验室独家编制的 2005 年度《世界品牌 500 强》排行榜中,中国仅有海尔、联想、央视和长虹 4 个本土品牌入选,其中,海尔排名第 89 位、联想第 148 位,而长虹位居第 477 位。

中国国内也有自己的 500 强企业排名。从劳动生产率看,2002 年中国 500 强人均利润和人均销售收入分别仅相当于世界 500 强的 29.62%和 12.95%。从研发费用看,世界 500 强企业研发经费占营业收入的比重一般均在 5%~10%之间,最高达到 13%,相比之下,中国 500 强的研发费用占营业收入比重都在 1.38%之下。按照国际企业界公认的标准,企业研发费用占营业收入比重达到 5%以上,才有竞争力;达到 2%,仅够维持;不足 1%,则难以生存^[37]。

以上数据说明,中国企业竞争力处于较为低下的水平,面对经济全球化的环境,培育与提高我国企业的竞争力已迫在眉睫,核心能力能够成为提升企业竞争力的秘密武器。

(3) 企业核心能力理论的特殊魅力。企业核心能力理论与以往其他战略管理理论相比,有其特殊的魅力:

第一,内在性。波特的竞争优势与竞争战略理论虽然一度被企业推崇,但它是基于企业对外部环境的选择和适应来获取企业竞争优势。随着竞争的加剧和产品寿命周期的短暂性,这种“外在性”的战略管理理论显然难以指导企业获取持续竞争优势。核心能力理论强调企业获取持续竞争优势的根本在于培育企业的