

范 钧◎著

QUYU RUANHUANJING YU

区域软环境与 中小企业竞争优势

浙商实证

ZHONG XIAO QIYE JINGZHENG YOUSHI



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

浙江省哲学社会科学重点研究基地（浙江工商大学浙商研究中心）成果
浙江省企业管理重点学科基金资助

国家自然科学基金项目“基于利益相关者理论的企业经营绩效综合评价
体系研究（70472076）”资助

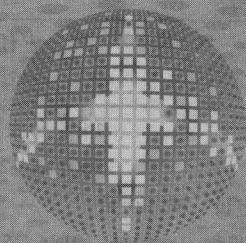
范 钧◎著

QUYU RUANHUANJING YU

区域软环境 与 中小企业竞争优势

浙商实证

ZHONG XIAO QIYE JINGZHENG YOUSHI



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

区域软环境与中小企业竞争优势——浙商实证/范均著. —北京: 经济管理出版社, 2007. 11

ISBN 978 - 7 - 5096 - 0136 - 5

I. 区… II. 范… III. 中小企业—市场竞争—研究
IV. F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 204773 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京晨旭印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 谭 伟

责任编辑: 张 马

技术编辑: 晓 成

责任校对: 龙 萧

720mm × 1000mm/16

14.5 印张 220 千字

2007 年 12 月第 1 版

2007 年 12 月第 1 次印刷

定价: 32.00 元

书号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 0136 - 5/F · 136

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

前 言

企业竞争优势是企业战略管理领域的一个持续研究热点，国内外学者对该问题的研究，经历了从外生到内生，再到内外整合的演进过程。目前学术界对企业竞争优势及其来源的主流观点已基本形成，即以企业内部资源、能力或知识为竞争优势的核心要素，外部环境则通过与上述要素间的互动作用，对企业竞争优势施加重要影响。且随着研究的不断深入，区域软环境作为外部环境的重要组成部分，其对企业竞争优势的影响作用越来越引起学术界的高度关注。而我国区域软环境的现状特征，以及中小企业在规模、实力和市场范围等方面的局限性，使我国中小企业竞争优势的获取和保持与区域软环境更为休戚相关。对以民营中小企业（尤其是制造业）为主体的浙商，区域软环境对浙商竞争优势的影响作用十分显著。因此，本书基于对中小型制造业浙商的实证分析，所开展的关于区域软环境对中小企业竞争优势要素作用机制的研究工作，具有较大的理论研究价值和实践指导意义。

本书的主要研究工作包括文献综述、模型构建和实证分析三个阶段。在文献综述阶段，系统总结了国内外学术界在企业竞争优势、区域软环境等相关领域的理论和实证研究进展，奠定了理论基础并获取经验借鉴。在模型构建阶段，先通过全面梳理和分析提炼，从理论上构建起中小企业竞争优势和区域软环境要素体系，并对各具体要素进行了界定和分析；再通过归纳演绎和逻辑推理，就区域软环境对中小企业竞争优势可能存在的显著性要素作用路径进行系统分析，从而构建起区域软环境对中小企业竞争优势要素作用机制的理论模型，并提出相应的研究假设。在实证分析阶段，先设计出各研究变量的测量量表和相应的调查问卷，并通过专家学者、企业家访谈和小样本预调查加以修改和完善；再通过大范围的问卷调查，获得浙江省内7个地市级行政区域170家中小型制造业海商的横截

面研究数据；在此基础上，运用探索性因子分析和验证性因子分析对各要素体系及其测量量表的信度和效度进行检验，运用方差分析对各要素的区域间差异进行判断，运用回归分析对要素间因果关系假设进行初步验证；运用结构方程分析对模型进行拟合检验并加以必要的修正，同时对各研究假设进行检验；最后通过对实证分析结果的深入探讨，确立区域软环境对中小企业竞争优势要素作用模型。

通过全面深入的理论和实证分析，本书得出以下研究结论：①中小企业竞争优势要素体系由人力资源、财务资源、关系资源、管理能力、生产能力、技术创新能力、营销能力和企业家能力8个具体来源要素构成；②区域软环境要素体系由政府服务环境、社会文化环境、商业法制环境、市场环境、教育科技环境和金融服务环境6个具体要素构成；③区域政府服务环境对中小企业财务资源和技术创新能力具有显著的正向影响作用；④区域社会文化环境对中小企业管理能力和营销能力具有显著的正向影响作用；⑤区域商业法制环境对中小企业关系资源具有显著的正向影响作用；⑥区域市场环境对中小企业关系资源和管理能力具有显著的正向影响作用；⑦区域教育科技环境对中小企业人力资源、生产能力、技术创新能力和企业家能力均具有显著的正向影响作用；⑧区域金融服务环境对中小企业财务资源具有显著的正向影响作用。

本书的理论价值和创新之处主要体现在以下三个方面：①提出了研究中小企业竞争优势的区域软环境新视角，这一研究视角的提出将外部环境对企业竞争优势的影响，从竞争环境（或任务环境）拓展至区域软环境层面，并充分考虑了企业的规模特征，因而是对已有企业竞争优势和企业外部环境理论的有效补充；②构建了影响中小企业竞争优势的区域软环境要素体系，这一体系的构建基于对已有相关研究成果的系统总结和分析提炼，并得到了实证分析的有效支持，同时充分考虑了区域软环境所特有的中国背景下的情景依赖性，因而为促进区域软环境研究形成一个完整、科学的理论体系作出了较大贡献；③确立了区域软环境对中小企业竞争优势要素作用机制的理论模型，这一理论模型就区域软环境对中小企业竞争优势要素影响作用的强弱程度、显著性和具体表现形式等问题进行了系统分析和描述，其科学性和有效性也得到了实证分析的充分验证，因而对现有区域软环境与企业竞争优势关系研究的进一步深入具有

较大的推动作用。

为对研究工作系统论述，本书共分六章展开。第一章为绪论部分，主要提出了所要研究的问题，并交代了相关研究背景、目的意义、研究对象、研究内容、研究方法、技术路线和论文框架结构；第二章为文献综述部分，主要对前人已有在企业竞争优势、区域软环境等相关领域的研究成果进行系统总结；第三章为模型构建和假设提出部分，主要通过归纳演绎和逻辑推理，构建起区域软环境对中小企业竞争优势要素作用机制的理论模型，并提出相应的研究假设；第四章为问卷设计和研究数据获取部分，主要对问卷设计过程和基本结构、变量具体测量方法、研究样本选择、研究数据收集，以及研究样本基本情况和数据质量进行了说明和分析；第五章为模型实证分析部分，主要通过探索性因子分析、验证性因子分析、结构方程模型分析等方法，对测量的信度和效度、模型的拟合度，以及各研究假设进行检验，并通过分步修正确立最终理论模型；第六章为研究结论和展望部分，主要提出研究结论，并对研究的理论价值、创新之处和实践意义，以及研究局限性和进一步研究进行了论述。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 问题的提出	1
第二节 研究目的和意义	4
一、研究目的	4
二、研究意义	5
第三节 研究对象和研究内容	5
一、研究对象	5
二、研究内容	12
第四节 研究方法和技术路线	13
一、研究方法	13
二、技术路线	14
第五节 本书框架结构	15
第二章 文献综述	17
第一节 企业竞争优势研究述评	17
一、企业竞争优势相关研究理论	17
二、企业竞争优势来源要素研究	25
第二节 区域软环境研究述评	38
一、区域软环境相关研究理论	38
二、区域软环境构成要素研究	43
第三节 区域软环境与企业竞争优势研究述评	51
一、区域软环境对企业竞争优势的作用机制研究	51
二、区域软环境对中小企业竞争优势的作用机制研究	55

三、面向区域软环境的企业环境战略研究	58
第四节 以往研究进展小结和有待研究的问题	62
一、以往研究进展小结	62
二、有待研究的问题	64
第三章 区域软环境对中小企业竞争优势的要素	
作用模型构建	66
第一节 中小企业竞争优势要素体系构建	66
一、中小企业竞争优势要素体系的构建思路	66
二、中小企业竞争优势的资源类要素	70
三、中小企业竞争优势的能力类要素	74
第二节 区域软环境要素体系构建	80
一、区域软环境要素体系的构成	80
二、区域软环境各构成要素分析	82
第三节 区域软环境对中小企业竞争优势的要素	
作用机制分析	87
一、区域软环境对中小企业竞争优势要素作用	
机制的分析思路	87
二、区域软环境对中小企业竞争优势的要素	
作用路径分析	89
三、区域软环境对中小企业竞争优势的要素	
作用模型和研究假设	99
第四章 问卷设计和研究数据获取	101
第一节 问卷设计过程和基本结构	101
一、问卷设计过程	101
二、问卷基本结构	102
第二节 变量测量	103
一、变量测量方法	103
二、中小企业竞争优势来源要素的测量	105
三、区域软环境构成要素的测量	112
四、控制变量的测量	117
第三节 研究数据的获取	118

一、研究样本的选择	118
二、研究数据的收集	119
三、研究样本的基本描述	120
四、研究数据的质量评估	124
第五章 基于中小型制造业浙商的实证分析	127
第一节 统计方法	127
一、信度和效度检验方法	128
二、探索性因子分析和验证性因子分析方法	129
三、结构方程模型分析方法及其主要拟合指标	129
第二节 中小企业竞争优势要素体系的实证分析	131
一、中小企业竞争优势要素体系的探索性 因子分析	131
二、中小企业竞争优势要素体系的验证性 因子分析	134
三、信度和效度检验	136
四、样本描述和区域间比较分析	139
第三节 区域软环境要素体系的实证分析	143
一、区域软环境要素体系的探索性因子分析	143
二、区域软环境要素体系的验证性因子分析	145
三、信度和效度检验	149
四、样本描述和区域间比较分析	150
第四节 区域软环境对中小企业竞争优势要素 作用机制的实证分析	153
一、回归分析	153
二、结构方程模型分析	158
第五节 实证分析结果和讨论	165
一、模型确立和假设检验结果	165
二、实证分析结果讨论	167
第六章 结论和展望	173
第一节 本研究的主要结论	173
一、中小企业竞争优势要素体系的具体构成	173

二、区域软环境要素体系的具体构成	174
三、区域软环境对中小企业竞争优势要素作用的具体表现形式	175
第二节 本研究的理论价值和实践意义	178
一、本研究的理论价值和创新之处	178
二、本研究的实践意义	180
三、对浙商战略转型的启示	182
第三节 本研究的局限性和进一步研究展望	184
一、本研究的局限性	184
二、进一步研究展望	185
参考文献	187
附录	207
附录 1 浙商调查问卷	207
附录 2 有效样本浙商名单汇总	213
后记	218

第一章 绪论

第一节 问题的提出

作为企业战略管理的重要领域之一，企业竞争优势（Competitive Advantage）历来是一个国内外理论界、企业界、政府等社会各界共同关心的热点话题。Wernerfelt（1984）、Barney（1986，1991，1995，2002）、Prahalad 和 Hamel（1990）、Chandler（1992）、Teece 和 Pisano（1994）、Porter（1996，1998，2001）、彭丽红（2000）、金碚（2003）等国内外学者均已从外生、内生和内外整合（动态能力）等不同的理论视角对企业竞争优势及其来源进行了深入研究。随着对企业竞争优势研究的不断深入，外部环境对企业竞争优势的影响作用越来越引起中外学者的高度关注。战略管理理论的环境学派（Environment School）所提出的规则理论（Institutional Theory）就将环境作为企业的经济资源和符号（Symbolic）资源^①；企业竞争优势的动态能力理论尤其强调了企业整合配置内外部资源以适应快速变化环境的能力（Teece，Pisano 和 Shuen，1997）；瑞士洛桑国际管理发展学院（International Institute for Management and Development，IMD）在其《国际竞争力年鉴》（World Competitiveness Yearbook，WCY）中指出，一个国家（区域）的国际竞争力主要体现在为保持企业竞争优势而创造并维持一定的环境的能力（IMD，2004），基于这一理论基础，WCY 将区域环境和企业竞争优势作为其年度国家（区域）竞争力排名的主要依据。

① 符号资源主要包括企业形象、组织结构、组织能力等无形资源。

企业外部环境有多种不同的分类方法,根据地理范围和行政建制,可将其自大而小划分为国际环境、国内环境和区域环境等层次。其中区域环境中的区域,还可以进一步细分为省级行政区域、地市级行政区域和县级行政区域等层次。在本书中,结合我国实际和主要研究目标,将区域界定为地市级行政区域,如杭州地区、宁波地区等。根据内部构成要素的物理形态,区域环境可进一步划分为区域软环境和区域硬环境两大类。其中区域软环境难以直接量化且相对隐性,如社会文化环境、金融服务环境等;区域硬环境则可以直接量化且相对显性,如生态资源、基础设施等。区域软环境和区域硬环境相互匹配、共同作用,犹如“弓”和“弦”,对“箭”(域内企业)的“射程”(竞争优势)产生影响作用(倪鹏飞,2005)。目前,政府服务、金融服务、社会文化等带有强烈区域特征的软环境要素对企业竞争优势的影响已日益引起学术界的重视,Cohen 和 Levinthal (1990)、Baron (1995)、Oliver (1997)、魏瀚(2005)等中外学者均对其进行了较深入的研究。相对于欧美等发达国家而言,在中国这样一个经济体制转型国家,区域软环境对企业竞争优势的影响作用尤其显著;且由于地域广阔和市场经济发展的不成熟,区域软环境各要素在不同区域间的差异十分明显;与此同时,相对于大型企业或跨国企业而言,中小企业(Small and Medium-sized Enterprises, SMEs)在规模、实力和市场范围等方面的局限性,又使其竞争优势更易受到区域软环境的影响和制约。因此,研究区域软环境对中小企业竞争优势的要素作用机制问题,既具有重大的理论和实践意义,同时又带有明显的中国背景下的情景依赖性。这也是区域软环境对中小企业竞争优势的影响作用在我国极为显著,而国外学者对该问题研究却并不多见的主要原因。

中国是中小企业的大国,目前中小企业已成为社会主义市场经济的重要组成部分。著名经济学家林毅夫(2001)指出,21世纪初我国最具有竞争力的企业主体,是生产活动处于具有自生能力的产业区段内的中小企业。作为国内中小企业最发达的省份之一,浙江中小企业具有数量多、势头猛、成长性好等特征。浙商也已取代粤

商,位列中国十大新商帮之首。《2005 浙江省中小企业发展报告》^①显示,截至 2004 年底,全省中小企业已达 30.41 万家,占全部企业单位数的 99.6%;从业人员 1130.71 万人,占总数的 82.7%。《2006 浙江省中小企业发展报告》^②显示,截至 2005 年底,浙江全省共有规模以上中小企业^③ 40121 家,占全部规模以上企业的 99.6%;其中中小型制造业企业 39325 家,占全部规模以上中小企业的 98%。2005 年规模以上中小企业资产总额 17364.1 亿元,占全部规模以上企业的 84.3%;年销售收入 18853.8 亿元。2003 ~ 2005 年期间,规模以上小型企业和中型企业数量年均增长率分别为 26.2% 和 19.9%。《浙江省第一次经济普查主要数据公报》^④显示,在 2004 年浙江省所有产业活动单位中,从事制造业的单位数量、从业人员、主营业务收入和利润总额指标均遥遥领先于其他行业,其中单位数量 18.77 万个,占总量的 39.3%;从业人员 873.06 万人,占总数的 55.6%;主营业务收入 19190.42 亿元,占总量的 92.6%;利润总额 1037.84 亿元,占总量的 93.8%。在工业企业法人单位和就业人员的行业分布中,制造业企业法人单位数量 18.41 万个,占工业企业法人单位总数的 97.1%;相关从业人员 873.06 万人,占总数的 97.6%。由此可见,以民营中小企业(特别是制造业企业)为主体的浙商,已成为浙江经济增长的重要推动力量,浙商竞争优势的获取和保持,对浙江经济的快速可持续发展具有重大现实意义。

但与此同时,在实践中,区域软环境对浙商竞争优势的制约问题也不容小觑,并对浙商的成长和浙江经济的发展带来诸多不利的影响。例如,浙江省工商局“百县万企”专题调查课题组(2004)的调查显示,自 2000 年以来,已有 3058 家浙商(其中绝大部分是中小企业)主动向上海、江苏等地迁移,外迁企业对外投资达 226.3 亿元,创造产值 453.5 亿元。而改变企业发展经营软环境则是浙商迁移的重要原因之一,在迁移时考虑的前三项主要因素中,认

① 浙江省中小企业发展研究中心(由浙江省中小企业局主管)编撰,2005 年 12 月,该报告中的相关统计数据主要来自浙江省统计局。

② 浙江省中小企业发展研究中心编撰,2006 年 11 月。

③ 规模以上企业指全部国有企业和年主营业务收入 500 万元及以上的非国有企业。

④ 浙江省统计信息网(<http://www.zj.stats.gov.cn/>),浙江省第一次经济普查办公室、浙江省统计局,2005 年 12 月 22 日。

同政府服务意识的比例为 21.8%。因此,此类现象正是浙商针对区域软环境的变化,为获取和保持自身竞争优势而做出的一种理性或无奈的战略选择。《2006 浙江省中小企业发展报告》同时指出,进一步完善政府服务、金融服务、教育科技等区域软环境要素,是促进浙江中小企业竞争优势获取和持续发展壮大的主要途径。在参与 IMD 2004 ~ 2006 年对浙江国际竞争力的评价工作期间,笔者也发现区域软环境领域的国际比较劣势,是导致浙江国际竞争力排名未能保持世界前列的主要原因之一。以 2006 年为例,浙江省排名靠后或降幅较大的 28 个具体指标中,有 23 个是软环境指标。因此,本书以浙江省内各地市级行政区域 170 家中小型制造业浙商为实证研究样本,就区域软环境对中小企业竞争优势的影响和作用机制问题展开深入研究,正是基于当前浙江区域软环境和浙商竞争优势所处的这样一种客观现实之上。

第二节 研究目的和意义

一、研究目的

无论在理论还是实践层面,区域软环境对中小企业竞争优势具有显著影响已成为一种共识。但在企业竞争优势、区域软环境等领域的已有相关理论研究中,关于区域软环境对中小企业竞争优势要素作用机制及其具体表现形式的针对性和系统性研究,却相对欠缺。本书将在系统总结前人已有研究成果的基础上,通过理论分析阶段的归纳演绎、逻辑推理和模型构建,以及实证分析阶段基于浙江省内不同地市级行政区域内 170 家中小型制造业浙商的问卷调查、统计分析和模型检验,构建起区域软环境对中小企业竞争优势要素作用机制的理论模型。这一理论模型将对中小企业竞争优势和区域软环境各要素体系的具体构成,以及区域软环境对中小企业竞争优势要素影响作用的具体表现形式做全面和系统的描述,以促进该领域理论研究的进一步深入,并为如何获取和保持我国中小企业竞争优势提供实践指导。

二、研究意义

1. 理论意义

本研究的理论意义主要体现在以下三个方面：一是提出研究中小企业竞争优势的区域软环境新视角，这一新研究视角的提出是对已有企业竞争优势研究理论的有效补充和拓展；二是构建影响中小企业竞争优势的区域软环境要素体系，该体系的构建是对已有相关研究成果的系统性总结，对该领域的相关研究具有较大的借鉴意义；三是确立区域软环境对中小企业竞争优势要素作用机制的理论模型，这一理论模型的确立具有一定的开拓性和创新性，对该领域的研究具有一定的促进和推动作用。

2. 实践意义

研究有助于政府、中小企业等社会各界充分认识到区域软环境对中小企业竞争优势的重要因素影响作用，以及这些要素影响作用的具体表现形式，并从企业组织和政府组织两个层面，为中小企业竞争优势的获取和保持指明两条现实可行的战略路径。路径一为中小企业应通过主动实施面向区域软环境的企业环境战略，对区域软环境施加积极影响并从中获取自身竞争优势；路径二为区域政府组织应通过积极的引导和服务，努力为中小企业获取竞争优势创建一个良好的区域软环境。

第三节 研究对象和研究内容

一、研究对象

本书以浙江省内地市级行政区域的中小型制造业浙商为研究样本，揭示区域软环境对中小企业竞争优势的要素作用机制。因此研究的对象主要有两个，即中小企业竞争优势和区域软环境，与之相关的基本概念主要有企业竞争优势、中小型制造业浙商和区域软环境。由于国内外学术界对这些概念同时存在多种不同的研究视角和理论界定，为了不至于引起歧义，有必要对这些概念先加以明确界定。

1. 企业竞争优势

尽管企业竞争优势理论经过国内外学者的多年研究,已成为一个较完善的理论体系,但目前仍处于进一步发展和深入之中,事实上,不同的学者和研究文献对企业竞争优势的概念描述并不完全一致,缺少一个普遍认同的定义。尤其是企业竞争优势和企业竞争力两个概念,更是莫衷一是,或将其视为完全等同,或将其视为目的和手段之间的差异,或将其视为用途不同^①,如此等等不一而足。此外,对竞争优势和持续竞争优势(Sustainable Competitive Advantage, SCA)两个概念之间,理论界也存在不同的看法。因此,有必要在此对竞争优势的概念和内涵做一个较明确的界定。

从字面来看,竞争优势由“竞争”和“优势”构成。“竞争”一词广泛存在于社会经济生活的各个方面,诺贝尔奖获得者、竞争理论大师乔治·斯蒂格勒认为:“竞争系不同主体之间的角逐,凡双方或多方力图取得并非各方均能获得的某些东西时,竞争就会产生”(王建华,2002)。从广义角度看,竞争实质上是一种社会关系,它是某特定行为主体为自身利益而与其他社会主体争优取胜;而狭义的竞争则主要存在于经济领域,属于一种排他性的经济行为。“优势”一词在韦氏英语词典中被定义为一种优越的位置或情形,或者由于某种行为而产生的利益。因此从词义来看,企业竞争优势即企业在竞争过程中,相对于其他企业在获取竞争标的中所表现出来的优越性状态。

在理论研究领域,竞争优势的概念最早由英国经济学家张伯伦(Chamberlin)在其1939年的著作《垄断竞争理论》中提出(金碚,2003)。波特在其1980年出版的《竞争战略》一书中最先给企业竞争优势做出如下明确定义:“竞争优势归根结底来源于企业为客户创造的超过其成本的价值”(波特,1997)。但这一定义只给出了竞争优势的最终表现形式之一(即超额利润),而未指出竞争优势的本质内涵。Ansoff和McDonnell将企业竞争优势定义为企业在产品或市场范围内所具有能为企业带来比其他竞争者更优越竞争地位的特质

^① 如用于企业层面则称之为企业竞争优势,用于国家则称之为国家竞争力或国际竞争力;用于测评比较时称之为企业竞争力,用于描述分析时则称之为企业竞争优势;用于学术研究时称之为企业竞争优势,用于实践应用则称之为企业竞争力。

(马钢, 2005)。国内对企业竞争优势的定义主要有两类: 一是认为企业竞争优势本质上是一种战略优势, 即企业在较长时期内, 在关系到全局经营成败和根本性方面, 所拥有的地位和实力; 二是认为企业竞争优势就是企业优于同行竞争者的业绩出众的获利能力(周晓东和项保华, 2003)。马钢(2005)总结了上述多种概念界定, 将竞争优势定义为: “企业因其拥有独特的资源和能力而在市场竞争中持续获得高于行业平均水平的市场表现。”

对于企业竞争优势和企业竞争力之间的关系, 有多种不同的看法。对于企业竞争力的定义, 国内外学者和机构分别给出了类似但略有区别的定义。其中国内学者金碚(2003)给出了一个较为明确的定义, 即“企业竞争力是在竞争性市场中, 一个企业所具有的能够持续地比其他企业更有效地向市场(消费者, 包括生产性消费者)提供产品或服务, 并获得赢利和自身发展的综合素质”。国外文献则较少使用企业竞争力一词, 其中 Feurer 和 Chaharbaghi(1994)认为企业竞争力是一个相对概念, 表现为企业的产品和服务、企业能力、企业发展潜力, 它是由股东和客户价值共同决定的, 与竞争者相比在竞争过程中所处的竞争地位。在企业能力理论中, 企业竞争力等同于企业能力而成为企业竞争优势的源泉。彭丽红(2000)认为企业竞争力是在一定环境中支撑企业持续拥有的、有价值、稀缺的、超群性的独特性资产形成的产品或服务优势。田奋飞(2005)将企业竞争力定义为: “企业在市场竞争中, 依据内外环境及其变化, 合理运用相关资源构建竞争优势, 实现企业持续发展的能力。”他认为企业竞争优势和企业竞争力是内涵不同但具有明确内在逻辑关系的两个概念, 前者指企业相对于竞争对手所拥有的有价值的、稀缺的以及短期内不可模仿与替代的优越条件或地位, 它来源于企业内外环境中的具体因素及其综合效应; 后者则指企业产品中蕴涵的超过竞争对手产品的市场扩张能力或获利能力, 它来源于企业的竞争优势。简言之, 企业竞争力来源于企业竞争优势, 并以企业产品的市场竞争力为表现形式。马钢(2005)的看法与田奋飞(2005)正好相反, 他认为企业竞争力和企业竞争优势在本质上是是一致的。企业竞争优势来源于企业竞争力, 它是企业竞争力的外在表现形式和结果状态; 企业竞争力是企业竞争优势理论中企业独特资源和能力在功能上的具体化, 它是企业竞争优势的决定要素和内在