

企业网络的 经济社会学研究

QIYE WANGLUO DE
JINGJI SHEHUIXUE YANJIU

郭劲光 著



中国社会科学出版社

企业网络的 经济社会学研究

QIYE WANGLUO DE
JINGJI SHEHUIXUE YANJIU

郭劲光 著



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业网络的经济社会学研究/郭劲光著. —北京: 中国社会科学出版社, 2008. 4

ISBN 978-7-5004-6838-7

I. 企… II. 郭… III. 企业—经济社会学—研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 038886 号

责任编辑 胡 兰
责任校对 曲 宁
封面设计 福瑞来书装
版式设计 李 建

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010-84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂 装 订 丰华装订厂

版 次 2008 年 4 月第 1 版 印 次 2008 年 4 月第 1 次印刷

开 本 880×1230 1/32

印 张 10.125 插 页 2

字 数 244 千字

定 价 24.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

目 录

前言	(1)
第一章 网络基础	(27)
一 网络的概念描述	(27)
二 企业网络科斯式问题的解释	(39)
(一) 利用纯市场方式协调企业间关系的利与弊	(40)
(二) 利用纯层级制协调企业间关系的利与弊	(42)
(三) 市场与组织的相互渗透	(46)
(四) 企业网络的协调准则	(47)
(五) 企业网络的规制结构	(51)
三 网络的驱动力	(56)
(一) 渗透性	(57)
(二) 共生性	(62)
(三) 网络的动态性与系统性	(70)
四 社会网络网络效应的初步描述	(72)
(一) 社会网络对合作交易的维持与制约	(72)
(二) 企业家间的关系网络	(78)
第二章 网络动因及类型比较	(83)

一 网络的动因——基于战略联盟的解释	(83)
(一) 组织间关系(IORs)的形成	(83)
(二) 战略联盟的概念及类型	(89)
(三) 联盟的动机	(94)
(四) 联盟与兼并的选择问题	(101)
二 网络的类型比较	(102)
(一) 网络的类型	(103)
(二) 类型间的比较分析	(107)
三 不同信息关联模式下的供应商网络、意大利 工业区和硅谷	(115)
(一) 单一组织不同任务单元的信息关联模式	(115)
(二) 企业群体的信息结构	(118)
第三章 网络分析	(122)
一 网络分析的兴起	(122)
二 网络分析的研究层次及假设	(128)
(一) 组织间群落	(129)
(二) 组织领域	(132)
(三) 社会人假设及从有限理性到结构理性	(133)
三 埃默森—库克的网络理论体系	(137)
(一) 埃默森的交流网络理论要点	(137)
(二) 库克的理论纲要	(143)
第四章 社会资本与社会嵌入性	(151)
一 网络资源与企业竞争优势、竞争绩效	(151)
(一) 观点的回顾与评价	(152)
(二) 对传统资源观的拓展	(156)

(三)网络资源与竞争绩效:来自小企业发展 的证明·····	(159)
二 社会资本分析·····	(166)
(一)社会资本:结构的二元性与宏、微观分析 的整合·····	(166)
(二)经典性观点的回顾与简要评价·····	(168)
(三)社会关系与社会资本·····	(184)
(四)研究的局限与本土化研究应注意的几点·····	(188)
三 嵌入差异与嵌入绩效·····	(193)
(一)社会嵌入性观点的引入:经济社会学的发展 ···	(194)
(二)嵌入性发展的几种思想观点·····	(197)
(三)嵌入的类型及嵌入悖论·····	(201)
(四)嵌入性与嵌入绩效的差异·····	(204)
第五章 网络治理 ·····	(215)
一 网络治理机制的一个一般性理论分析框架·····	(215)
(一)网络治理的内涵·····	(216)
(二)网络治理的条件·····	(219)
(三)治理机制制度化的分析·····	(222)
二 企业网络中的信任机制及信任差异性分析·····	(233)
(一)引言·····	(233)
(二)信任研究的比较性评价·····	(234)
(三)信任/合作与人际信任/组织间信任·····	(237)
(四)信任差异性分析·····	(243)
(五)网络信任的建立机制·····	(248)
三 基于互动论的企业网络协调观·····	(252)
(一)企业网络:新“水桶理论”的提出 ·····	(252)

(二) 互动论与网络协调·····	(253)
第六章 网络实践与网络发展·····	(263)
一 网络生命周期及网络特点:基于中小企业网络的考察·····	(263)
(一) 中小企业网络发展的生命周期·····	(263)
(二) 不同发展阶段的网络特征·····	(268)
二 “第三意大利”的发展及企业间网络模式的趋势分析·····	(275)
(一) 意大利工业区发展的概况和相互联结机制·····	(275)
(二) 意大利工业区内网络的构建形式·····	(278)
(三) 企业间关系的变革:“第三意大利”发展的新模式·····	(281)
三 网络中的知识创造与学习·····	(291)
(一) 网络文化·····	(294)
(二) 组织学习·····	(301)
参考文献·····	(307)
后记·····	(318)

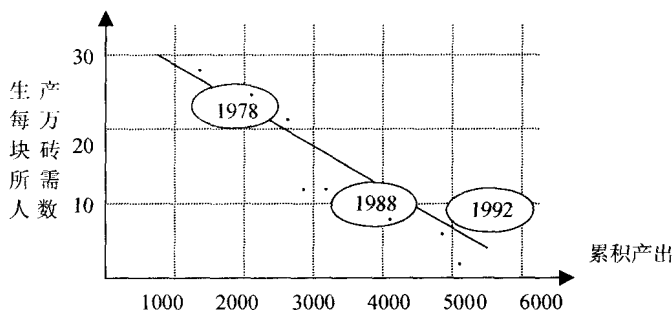
前 言

开放市场中的企业是“无意识的合作海洋中的有意识的力量岛屿”。企业间网络填补了这些岛屿间的间隔，但它的作用并非仅仅局限于此。通过将不同的企业联结起来，网络创造了市场中“有意识力量”的新型整合方式，它使得相互关联的岛屿间的地域不再像硬土般坚硬，但也不再是开放的海洋，“群岛”于是在实际中成为一个新的力量单位。

企业组织形式对生产效率所带来的影响一直受到经济学家们的关心。著名经济学家鲍里斯·莱文（Boris M. Levin, 1998）曾对意大利地区的企业生产率做过考察，并将其与德国企业的情形作了对比，发现前者的生产率明显高于后者。

意大利南部工业区大约有 350 个瓷砖厂商，每个厂商平均雇佣人数还不到 100 人，这些厂商结成网络，这一网络是由其中的三个厂商发起组织的。这三个厂商充当网络的组织与协调者角色，他们犹如网络的服务者一样，在网络中传播信息、分配有关资源。他们各自均构筑自己的次级网络。作为协调者，

他们具有长期经营的战略思想，并使网络朝着适应消费者需求的方向发展。由于网络中具有较强的学习效应，它使得生产率得到极大提高。下图显示了以一定产量所需人数表示的生产率与以累积产出表示的经验曲线（经修正成直线表示）的关系。



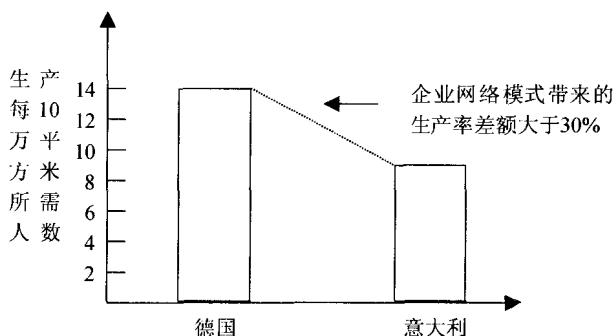
生产网络中累积产出与生产率示意图

资料来源：Boris M. Levin, “Strategic Networks: The Emerging Business Organization and its Impact on Production Costs”, *International Journal of Production Economics*, 1998. 转引自李维安《网络组织：组织发展新趋势》，经济科学出版社 2003 年版，第 471 页。

从图中可知，随着累积产量的增加，生产率也随之增加。生产率的增幅几乎随经验的积累而以 30% 的比例增加。这种变化若与采用另外一种组织模式的德国同类瓷砖企业相比就更为明显。

德国的瓷砖工业有着近千年的悠久历史，而今已发展成为高技术 and 多品种的规模型企业近 600 家。其产量占整个欧洲的 1/3 和世界陶瓷产量的 1/4。在德国的韦斯特林山（Westerwald）地区，它还拥有一个陶瓷所用黏土的大矿井，意大利厂

商也从这里获取原料。德国国内市场需求也并不比意大利小，它的年需求量在 1700 万平方米左右。近 15 年来，其陶瓷年产量基本稳定在 700 万平方米左右，上下波动不超过 15%，尽管近 6 年来做了重大的改造和标准化建设，但企业的生产率始终比意大利的要低至少 30%，如图所示。



意大利与德国瓷砖生产率的比较

比较两国厂商之间平均生产率呈现的差额发现，其根源在于组织模式的差异。意大利具有集中于同一区域的近 350 个小企业，它们与大企业结成网络，这些大企业只占约 5% 的产量，而德国瓷砖工业却是以一些大企业作为主导。这些大企业的产量能达到总产量的 30% 左右，德国企业大部分的设备和技术创新几乎都来自意大利。德国一个中等规模的瓷砖企业的经理也认为：“……在技术上，我们之间并没有什么差异……真正的差别在于，意大利的企业网络具有市场适应能力，而且有利于协作与创新。他们在任何时候都可以把某一区域的小企业整合起来……不断地创造新的设计与装饰技术，而这些都是我们其后通过市场

广告才见到的。”^①

通过这一案例分析可以看出，企业网络相对于传统的刚性较强、结构紧密的企业组织，更强调成员的独立性和能动性，强调网络整体的协同性与运作的同步性，更为注重网络内各成员企业间跨边界的合作与创新活动。这一方面保证了成员的自主、灵活与创新，另外也增加了网络的柔性。其实，企业间网络组织的优势不仅表现在生产效率方面，而且它还具有很多其他的优点。那么究竟是什么呢？希望通过本书的研究能对此有一个满意的答复。

对于研究经济学的人来说，竞争和合作之间的互动作用仍然是一个谜。几个世纪以来，他们认为企业间合作无疑会导致竞争的弱化。亚当·斯密曾说：“即使在娱乐中，同一行业的从业者也很少碰面，而他们一旦碰面就意味着策划针对大众的阴谋，或是抬高价格的诡计。”他的观点随着时间的推移而不断拓展、延伸，以至今天经济学的主导观点认为，企业间合作就等同于增强市场占有率的一种共谋。然而，现实的情况却与此相左：根据传统理论预计会上升的价格反而在不断下降。而传统理论所推定的因卡特尔和商业勾结引发的公众性吵闹——或是反托拉斯权威的叫嚣——也没有出现。在大多数合作日益盛行的行业中，现在竞争者似乎没有变少，相反还在不断增多。开发新产品的竞赛没有受到所谓卡特尔的压制，相反竞争呈现出更加活跃的势头。结果广泛的合作并未减轻商业管

① Boris M. Levin, “Strategic Networks: The Emerging Business Organization and its Impact on Production Costs”, *International Journal of Production Economics*, 1998. 转引自李维安《网络组织：组织发展新趋势》，经济科学出版社2003年版，第472页。

理者的工作压力——现在除了应付加剧的竞争外，还得面对汹涌的商业联盟的合作浪潮。^① 这似乎给我们带来了一丝困惑。如何理解企业之间愈来愈密切的相互合作、同时又展开激烈竞争的现象，对于经济学家和战略竞争学者一直是一个难以解决的困惑。这一困惑的根源在于古典和新古典经济学对此不能给出很好的解释。

的确，在现实中我们发现，随着知识经济、信息经济时代的到来，企业组织的环境变得异常的动荡与复杂，巨变已成为这个时代的企业组织环境的基本特征。与此同时，企业组织可资利用的技术手段也今非昔比，一些潜力巨大、与往日完全不同的技术——信息技术和专业知识技术正迅速成为企业组织运作的基础，它们使得企业组织应付环境不确定性的能力大大提高。这一切的直接结果是企业组织形态日益动荡，各种企业组织新形态纷纷涌现，如团队型组织（team organization）、学习型组织（learning organization）、虚拟型组织（virtual organization）、民主型组织（democratic organization）、智能型组织（intelligent organization）、战略联盟型组织（alliance organization）、边界模糊型组织（boundaryless organization）等令人眼花缭乱、目不暇接。面对大量企业组织新形态的涌现，我们不禁要问，这是一种偶然现象还是某种必然现象？如果只是一种偶然现象，也就没有研究的必要了；但如果是某种必然现象，那么就值得思考一下：导致这一现象产生的根本原因是什么？这些新形态中有没有共同的规律性的东西存在？如果有，这种规律又是什么？它们有什么特别之处？对我们的理

^① 本杰明·古莫斯—卡瑟尔斯著，邱建等译：《竞争的革命》，中山大学出版社 2000 年版，第 2 页。

论和实践有什么指导作用?本书正是基于对这些基本问题的思考而展开研究的。在研究的过程中,笔者把上述纷繁复杂的企业组织新形态用一个外延更加宽泛的统一概念——企业网络——来加以涵盖,并试图构建一种新的解释范式对其进行系统而深入的研究^①。

通过对世界各国经济史的考察不难发现,在资本主义经济发展最早、市场经济最为发达的欧美国家中,大企业制度一直占据主导地位。以美国为例,自1879年出现第一个托拉斯——美孚石油公司以后,卡耐基美国钢铁公司、杜邦公司、福特汽车公司等世界著名的大托拉斯相继成立,到1900年美国已有185个托拉斯,托拉斯成为美国经济的统治力量。而且,在“泰罗制”、“福特制”等生产管理理论的影响下,企业的发展大多集中在自身管理体制的改进,企业间的合作并未得到重视,大、小企业间的关系往往最终是兼并、收购、合并等形式。因此,最早的、真正意义上的企业网络组织并未在欧美国家中出现,而是产生于日本的“分包制”。西口(Nishiguchi, 1994)将日本分包制度看成是历史和社会相互作用的复杂进化的结果。他认为,分包制的形成基本上可分成四个阶段:明治维新到第一次世界大战前为早期发展时期;第一次世

① “范式”(Paradigm)一词是美国杰出的科学哲学家托马斯·库恩在其经典著作《科学革命的结构》中,以其开创性研究成果而塑造出来的新概念。然而,对于范式的确切含义,库恩在该书中并没有能够清晰地解释;相反,他在全书多处以不同的意义来使用“范式”这一概念,使得这一概念的含义十分模糊。英国学者玛格丽特·玛期待曼就库恩的“范式”进行专题研究后指出:“我们把范式定义(从社会学观点看)为……范式就是一个思维的构造,一个解释构架,一个人造物,一个体系,一个依靠本身成功示范的工具……”玛格丽特·玛期待曼:《范式的本质》,载伊姆雷·拉卡托等《批判与知识的增长》,华夏出版社1987年版,第88页。

界大战和第二次世界大战期间为起始时期；战后到 1960 年为发展阶段；1960 年至 1990 年为转变时期。他还指出，战争和政府的制度支持对分包制的形成有着重要的促进作用，并使之最终发展成为被广泛采用了的企业间合作的基本形式。

从分工的角度来讲，分工在过去主要是靠市场来完成的，大多数人认为，这也是市场机制应当具有的形式。市场的竞争过程中完成了组织分工的深入和细化过程，起着积极或消极的作用。但企业之间的分工合作不仅通过市场，更多地还可以通过管理手段来实现，这一点是以前古典经济学所没有的。回到分工的观点上，可以表述为：现代企业是逐渐从传统的企业内部分工协作管理到跨企业分工管理的转变，跨企业分工管理实现了从“看不见的手”到“看得见的手”，再到“相互间握手”所引导的分工效率上升的逻辑，这一方面消除或减弱了市场协调企业组织之间分工的风险和不确定性，以及科斯意义上的其他交易成本。同时，还可以充分发挥和利用企业组织之间专业化分工所带来的潜在收益。与钱德勒意义上的“现代企业”的概念相比，这一组织结构的变化是向更高层次分工的进化。在企业内部分工管理的基础上实现企业之间分工的效率，从而增进社会的福利，这是现代企业组织走向网络化的核心意义之所在（李新春，2000）。

施蒂格勒（Stigler, 1968）曾给出这么一个例子：考虑有一家企业单独生产一种产品及其所需要的全部中间投入品，而且生产每种中间投入品的生产成本曲线各不相同，有的单调向上，有的单调向下，还有的呈 U 形。如果在市场上能够找到专门生产同类中间品的生产商，而且他们的生产成本曲线是单调向下的（也就是说他们能够实现该种中间投入品的规模经济），那么，将之作为该类中间投入品的专门供应商，对于这

家企业来讲将应该是效率最佳的。那么交易为什么没有发生呢？用威廉姆森（Williamson）的解释就是，他们之间的交易成本太高了，以至于超过了由于生产成本节约而带来的收益增加值。很明显，这里的交易成本的增加是由于存在机会主义行为以及出于其他战略方面的考虑所导致的。总之，如果不存在交易成本的话，企业将不会一体化所有的这些中间投入品的生产。因为现实中存在着交易成本，所以企业进行一体化是符合理性的选择。但是，这种典型的交易成本分析明显忽略了交易成本的大小会受到企业间相互关系网络的影响，而且这一影响在目前看来其作用还在日渐加强。

实际上，由于网络对于个人和一般组织（不仅仅是企业）同样具有十分重要的意义，因此，人类学家、社会学家、心理学家，尤其是组织行为学家很早就关注到了网络的意义，至少在上个世纪 50 年代以来，这一概念已广泛用于这些学科之中。而经济学、管理学的研究相比之下一直处于较落后的状况。哈里略（Jarillo, 1988）指出，战略管理学者对网络概念应用较少，主要原因在于很难将网络概念放入竞争战略的一般框架之下。按照新制度经济学的说法，有限理性的假设使得个人不可能完全通过合同来解决复杂问题。为了把有限理性的约束作用降到最小，同时又能使交易免受机会主义风险的影响，经济主体就会寻求如层级制这种形式的非市场化组织安排。但是，非市场的组织安排不应只限于层级组织这一种类型，资源配置的复杂多样性要求不同的制度安排，在市场和层级这两种配置资源的形式之间，还存在着其他的组织形式，即存在着其他提高交易专用性资源利用效率的组织安排，威廉姆森将之称为混合组织。实际上，在市场和层级之间可以作进一步的细分。乌奇（Ouchi, 1980）就曾建议将层级划分成两个部分：官僚制层

级和集团制层级^①。官僚制层级具有一些市场的特性：目标一致性较低，但仍以权威来实现组织内部的分工协作。集团制层级则因目标的一致性而大大地减少了交易成本的支出，它无需太多的监督，在解决代理问题和激励机制上无疑有着一定的优势。后来哈里略（1988）按照这一思路进一步将市场组织按参与成员间竞争抑或是合作的关系性质——具有零和博弈的特性还是具有非零和博弈的特性——加以划分，将其分成了古典市场和战略网络两种类型。这样就可以将组织经济活动的模式从组织形式和竞争关系两个维度来进行重新划分，李新春（2000）认为这是在“结构—行为”框架下的分类，因为前者属于结构范畴，后者属于行为范畴，划分的结果可以用下图来加以表述。

		竞争关系	
		零和博弈	非零和博弈
组织形式	市场	古典市场	战略网络
	层级	官僚制层级	集团制层级

图中左上角就是威廉姆森意义上的市场组织形式，即许多行动者相互作用的组织安排。左下角部分则是体现了对抗式劳资关系的官僚层级制，它一方面是一种层级制的科层组织，但其许多特征则是属于开放市场的（如各种契约关系）。乌奇所

^① 英文原用的是“clan”，中国有的学者（李新春，2000）将其翻译成“家族”或“家族式组织”。

指的集团制层级被列在了右下角部分，在现实中它最接近于威廉姆森的层级制组织：长期关系和在正式组织环境下通过非专门化的契约来实现。右上角的战略网络则是一个轴心企业与其关联企业之间建立的专门关系，这些关系具有层级制关系的大多数特征：相对的非结构性任务、长期观点、相对非专门化的契约，这些关系几乎具有投资的所有特征。

其实早在 20 世纪 30 年代，罗思里斯伯格（Rothlisbergel）和迪克森（Dickson）就指出了非正式关系网络在组织中的重要性，也就是说作为一种组织形态，企业网络早已有了发展的萌芽。那么，为什么企业网络现在才引起人们如此大的关注？“这与我们所处的时代密切相关，它不仅催生了超越萌芽的企业网络，而且也赋予了它以新的内涵来反映时代的特征。我们所处的 21 世纪是一个新旧交替与急剧变革的时代……因此，要把握企业网络的诞生背景，就必须清醒地认识 21 世纪最主要的要素是什么……新世纪的最关键的要素是知识、信息、网络与创新，这些要素在不同的层次与侧面凸显时代的特征。”^① 信息技术的迅速发展与广泛应用催生了新型的经济形态，也必然对企业组织产生深远影响，使得扁平化组织、学习型组织、虚拟组织等新的组织形态应运而生。可以说，信息革命加快了孕育已久的新的组织范式——企业网络的诞生，并在今天被赋予了组织变革的时代使命。

曾经有生物学家这样描写过自然界中物种间的竞争：“每天早上，一只非洲瞪羚醒来，便知道自己必须跑得比最快的狮

^① 李维安等：《网络组织：组织发展的新趋势》，经济科学出版社 2003 年版，第 3 页。其中的不同层次与侧面分别是指社会层面、经济层面和企业组织层面。