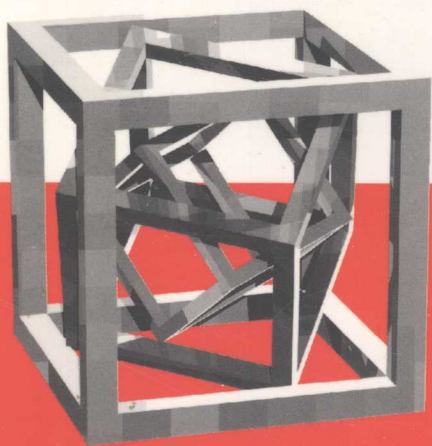


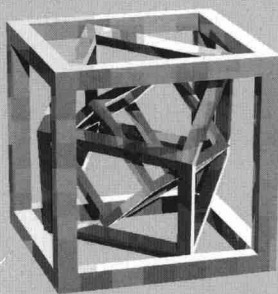
徐康宁 等著

网络环境下的 企业兼并与营销 研究



21 世纪
企业发展
战略丛书

南京大学出版社



国家自然科学基金研究项目:70072004

徐康宁 等著

F271-39
X1

F271-39
X1

21世纪
企业发展
战略丛书

网络环境下的 企业兼并与营销 研究

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络环境下的企业兼并与营销研究/徐康宁等著.
南京:南京大学出版社,2005.5
(21世纪企业发展战略丛书)
ISBN 7-305-04370-2

I. 网... II. 徐... III. ①企业合并—研究②计算机网络—应用—企业管理—市场营销学 IV. ①F271
②F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 053759 号

丛 书 名	21 世纪企业发展战略丛书
书 名	网络环境下的企业兼并与营销研究
著 者	徐康宁等
出版发行	南京大学出版社
社 址	南京市汉口路 22 号 邮编 210093
电 话	025-83596923 025-83592317 传真 025-83328362
网 址	http://press.nju.edu.cn
电子邮件	nupress1@public1.ptt.js.cn
经 销	全国各地新华书店
印 刷	南京人民印刷厂
开 本	880×1230 1/32 印张 13.75 字数 360 千
版 次	2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月第 1 次印刷
印 数	1—4000 册
书 号	ISBN 7-305-04370-2/F·566
定 价	26.00 元

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购图书销售部门联系调换



徐康宁

1956年6月生，江苏句容人，东南大学经济管理学院院长、教授，享受国务院专家特殊津贴，主持过多项国家自然科学基金和国家社会科学基金项目，以及一批省、市和大型企业委托的科研项目，其中主持完成的国家自然科学基金项目“大型企业跨国经营研究”为国家自然科学基金委员会管理科学部评估为优秀项目。在《经济学动态》《中国工业经济》《世界经济》《中国软科学》等学术刊物上发表了一批研究论文，其中有的为《新华文摘》所转载。同时担任一些地方政府和企业的顾问。

目 录

第一章 网络经济的基本特征

第一节	网络经济的形成	2
第二节	网络经济的基本特征	7
第三节	网络经济的理论诠释	17

第二章 网络环境下的企业

第一节	企业规模和边界	22
第二节	企业组织结构	29
第三节	企业生产运营方式与管理模式	40
第四节	网络环境下的企业间关系	48

第三章 企业兼并的历史演变与发展趋势

第一节	世界前四次企业兼并浪潮的简要回顾	58
第二节	第五次企业兼并浪潮的兴起	66
第三节	中国企业兼并的发展历程	77
第四节	全球企业兼并的发展趋势	89

第四章 企业兼并的一般理论

第一节	企业兼并的基本概念和分类	112
第二节	企业兼并的动机理论	116
第三节	企业兼并的管理阐释	124
第四节	企业兼并的战略管理因素	129
第五节	企业兼并的宏观效应	133

第五章 网络环境与企业兼并

第一节	网络环境与网络型企业兼并	137
第二节	网络环境与传统企业兼并	147
第三节	网络环境下企业兼并特点分析	158

第六章 网络环境下企业兼并的价值分析与价格决定

第一节	目标企业的价值评估方法	173
第二节	目标企业的价值评估技术	183
第三节	企业并购支付方式创新	186

第七章 网络环境下的市场与交易费用

第一节	交易费用理论概述·····	201
第二节	网络环境下的市场·····	216
第三节	网络环境下的交易费用·····	226

第八章 网络环境下企业的价值链与营销再造

第一节	价值链及其在网络环境下的发展·····	237
第二节	网络环境下价值链原理的应用·····	245
第三节	网络环境下的营销再造·····	252

第九章 从市场定位到营销渠道

第一节	营销渠道的一般概念·····	275
第二节	市场定位——营销渠道模式选择·····	282
第三节	营销渠道的方案选择与评估·····	288
第四节	网络环境下的营销渠道发展趋势·····	300

第十章 网络营销与营销渠道创新

第一节	网络营销颠覆传统营销·····	310
第二节	网络营销产生和发展的基础·····	316
第三节	网络营销渠道及创新·····	321
第四节	网络营销与传统营销渠道的整合·····	334

第十一章 网络环境下营销渠道的组织结构

第一节	网络环境下营销渠道的组织·····	345
第二节	网络环境下营销渠道的特点·····	353
第三节	网络环境下营销渠道的整合·····	363

第十二章 纵向一体化与营销渠道垄断

第一节	纵向一体化的理论回顾·····	379
第二节	网络环境下的纵向一体化·····	392
第三节	纵向一体化与营销渠道垄断·····	404

参考文献	·····	417
------	-------	-----

后 记	·····	432
-----	-------	-----

第一章 网络经济的基本特征

20 世纪 90 年代以来,随着计算机、通信等技术的日益发展和融合,以及互联网的普及应用和发展,信息处理和传递突破了时间和地域的局限。这种“即时联系”的出现使整个世界发生了翻天覆地的变革,它不仅改变了人们的思维 and 生活方式、企业的经营和管理模式,同时也影响着整个社会经济的发展,人们称新世纪将是信息或网络的时代。网络这一虚拟社会的经济发展也引起人们的关注,使人们感觉到了网络经济扑面而来的热浪。正如美国《华尔街日报》主编罗伯特·巴特利指出的那样:正在兴起的高技术和统一的全球经济将改造我们的世界,犹如工业革命把农业的中世纪改造成为过去的历时二百年的工业文明一样。

从技术进步和生产力发展的角度来看,人类社会的经济形态可以分为三个阶段:生产和消费合一的农业经济阶段;生产和消费过程分离的工业经济阶段;生产和消费过程重新统一的网络经济阶段。在第一阶段,国民财富只是简单再生产,没有增值过程,自给自足的生产和消费直接合一,是一种低水平的、没有社会化的直接经济。在第二阶段,财富的增长主要来自分工,来自生产起点到消费终点之间增加的诸多中间迂回的环节,所以是生产和消费之间迂回的经济,这种迂回既包括生产资料投资的迂回,也包括商业流通中增加的商场。

分销商的迂回,它不再是直接经济,但却是社会化的经济。第三阶段,财富的增长主要来自于生产和消费的统一过程或直接化过程,它直接、快捷地贴近用户要求,是高水平的、社会化了直接经济。网络经济就是这样一种高水平、社会化的直接经济,代表着人类社会的经济形态的第三阶段。

第一节 网络经济的形成

一、网络经济的定义

人们对网络经济关注已久,但对于网络经济则有不同的说法。早在 20 世纪 80 年代,一些日本学者将第三产业中的商业、运输业、金融业等通过建立网络发展经济的行业,称之为网络经济。20 世纪 90 年代初期,计算机网络已经在美国开始普及,一些美国学者将电子计算机局域网、广域网的成本核算、收费标准等视为网络经济。日本学者较早地提出了网络经济这一概念,但与我们所要研究的网络经济不是一回事。前者是从某一行业、企业与企业的关系上来认识网络经济,而我们是建构在电子网络基础上的各种经济活动来界定网络经济,两者经济活动的基础和范围有着根本不同。美国学者最初提出的网络经济和今天的网络经济应该同属一个范畴,但这种认识过于狭窄,只是局限于一些成本和费用的核算,还不能说是典型意义上的网络经济。

网络经济是指所有通过电子计算机网络联结的各种经济活动。从经济内容上看,网络经济主要包括两大部分:其一,电子网络行业本身的经济活动,包括骨干网、区域网、局域网、连网的计算机、办公自动化等电子网络基础设施和设备的生产经营;网络操作系统和应用系统等软件的生产经营;门户网站、企业、消费者和政府从事经济活动的网络平台的生产经营。其二,其他行业通过电子网络开展的

经济活动,主要是指非电子信息业的消费者、企业和政府通过电子网络进行的经济活动。例如,企业通过搭建内部网改进生产和管理,通过电子商务扩大和改进商品营销;政府通过电子网络改善和加强经济调控等。

网络经济第二部分内容较之第一部分内容有着更为重要的意义,因为第一部分内容涉及网络设备及其软件的生产与经营,主要还是电子信息产业内部的事情,而第二部分内容则包括全社会,关系到所有的产业,关系到企业、消费者、政府、非盈利组织等各个方面。马克思认为,划分一个时代不是看它生产什么,而是看它使用什么来生产。^[1]如果说,与手推机相适应的是自然经济时代,与蒸汽机相适应的是工业经济时代,那么,与电子网络相适应的则是网络经济时代。电子网络的出现不仅产生了一个新兴的产业,而且它的联结性可以产生一种集体力,从而为社会经济提供一种新的生产工具。这种新的生产工具将会极大地促进社会经济的发展,因为当今世界上几乎没有哪一个经济部门和经济个体能超越这种生产工具。

二、网络经济形成的原因

网络经济产生的根本原因是信息革命,它发端于 20 世纪 70 年代的银行电子结算业务的全球化,并在 90 年代的全球“信息高速公路”建设的高潮中逐渐成型。网络经济形成的主要原因可以简单地概括为以下几点:

1. 与网络有关的先进技术的迅猛发展,是网络经济形成的技术前提

电子计算机(硬件和软件)技术、大规模集成电路技术、微电子技

[1] 卡尔·马克思关于划分经济时代生产工具远比生产对象重要的科学论断影响了思想界 100 多年。历史上许多经济学家、管理学家和历史学家关于经济历史的研究,都深受马克思的影响。

术、光电子技术、光纤技术、激光技术、网络技术以及现代通讯技术的迅猛发展,构成了网络经济形成的强大动力。20 世纪 60 年代到 90 年代,是电子计算机技术、光纤技术、网络技术、现代通讯技术等网络经济赖以生存和发展的相关技术发展最为迅速的时期,这些关键技术的应用解决了发展网络的许多障碍,为网络经济的形成创造了技术前提条件。

2. 各种网络的建成,为网络经济的形成提供了物质基础

首先是现代通信网络的建成。它分为两个方面:一是传统的邮政网络;二是电信网络。前者的地位在网络经济中逐渐下降,但仍起着一定的作用;后者的发展由传统的电话网向数字通信网升级,与移动通信网、个人通信网、智能业务网以及窄带和宽带综合业务数字网(ISDN)等结合在一起,成为网络经济活动的主要通道。自 20 世纪 60 年代后期起,用于全球商业远程通信的国际通信卫星网(INTELSAT, International Telecommunication Satellite)得到了 90 多个国家的使用,从而开始了卫星通信的新纪元。

其次是电子计算机网络的迅猛发展。随着计算机技术的发展,计算机网络经历了几次较大的变革,从最早的广域网 WAN(Wide Area Net)到可以共享信息资源的局域网 LAN(Local Area Net)和市域网 MAN(Municipal Area Net)。随着无线电技术的发展,目前又出现了用无线电作为传输媒介的,在终端、计算机、打印机和其他外设之间进行数据传输、共享数据、资源和程序的无线局域网 WLAN(Wireless Local Area Network)。与此同时,企业内部网(Intranet)也掀起热潮,这种网络在制造业、商业、医疗等行业得到了大力推广,从而形成了计算机网络多网交织的格局。

此外,还有各国的信息资源网络。它是在各类信息网络的基础上形成的,包括广播网、电视网、新闻网等大众传媒网;宏观经济信息网及其他咨询服务网等综合信息网络以及金融、教育、产品等专业信息网络。随着数据库技术的发展,万维网(WWW, World Wide Web)已发展成为全球性信息资源网络的代表。它综合了上述各类

信息网络的资源,将全球的浩如烟海的信息资源连接到一起,在万维网中人们可以自由地检索世界上大多数国家的各类网络中的信息。

3. 综合性信息网络的建设是网络经济形成的标志

因特网(Internet)便是这种综合性信息网络的代表,它始于 20 世纪 70 年代,到 90 年代在美欧国家得到了迅猛发展。因特网把上述电子计算机网络、现代通信网络和各国的信息资源网络连成一体,从而使网络经济最终得以形成。目前正在兴建中的全球基础设施网是一个以因特网为原型而发展起来的综合性全球信息网络,它更大程度地将不同形式的基础设施(包括电缆、电话、移动电话、通信卫星、计算机、广播、电视甚至一些其他家用电器等)连接在一起,从而使网络与各种资源和媒体(如数字化的语言、数据、文字、图片和声音)间的合作变得更广泛、更快捷(吴沈,1999)。

三、网络技术的基本规律

网络经济的价值并不在于它本身立即能给社会带来多少有形的财富和利润,而是在于它可以营造一个新的社会环境,为全体社会成员提高经济创造力提供一个平台,使整个社会能实现财富的迅速聚集和飞跃发展。从网络经济的基础设施或重要工具——信息网络来看,它具有强大的支撑、渗透和带动效应。信息网络发展过程中存在着一些基本规律,其中最具有代表性的就是所谓的三大规律。

1. 摩尔定律(Moore's Law)

英特尔公司创始人之一戈登·摩尔(Gorden Moore)根据半导体技术发展的趋势,预测计算机半导体芯片的功能每隔 18 个月就会翻一番(一般以芯片速度来衡量),而与此同时,价格则以减半的速度下降。实践证明,该预测自 20 世纪 60 年代以来一直比较准确,预计在未来的 20 年当中还将继续发挥其重要作用,以至人们称它为一种提示事物本质的基本定律。摩尔定律以简洁明了的形式深刻地揭示

了信息技术产业快速增长的生存业态和持续变革的根源。^[1]

2. 梅特卡夫定律(Metcalfe Law)

按照此定律,网络的价值等于网络节点数的平方。这说明网络产生和带来的效益将随着网络用户的增加而呈指数形式的增长。从目前的趋势来看,互联网的用户大概每半年翻一番,而互联网的通信量大每百天翻一番,这种爆炸性的持续增长必然会带来网络价值的飞涨(乌家培,2000)。前一段时间,我们可以在世界各地的股市上看到不少以网络为旗号的股票新贵把一些传统产业的老牌劲旅远远地抛在了后头,而它们中的很大一部分尚处于严重的亏损状态!这里面固然不能排除网络泡沫的因素,但也与互联网产业的特殊性影响了投资者的预期有着重要关系。

3. 马太效应(Mattews Effect)

在信息活动中由于人们的心理反应和行为惯性,在一定的条件下,优势或劣势一旦出现并达到一定程度,就会导致不断加剧而自行强化,出现“滚雪球”似的累计效果。因此,在业界的竞争中,往往会出现“强者更强,弱者更弱”的局面(张秀冰,2000)。事实上,该效应反映了网络经济时代企业竞争中的一个重要因素——主流化。在网络经济时代,一个产品、一项服务或一个创意往往会取得偶像地位,随之在消费者眼中变成一种时尚,在不知不觉中,它已家喻户晓、人人使用了。微软公司的 Windows 系统便是如此。从市场竞争的角度看,厂商因其产品取得了主流地位而可以得到超额的垄断利润。主流化可以说是任何经济时代所追求的最主要的目标。而在信息产业盛行、信息高速公路无所不在的今天,主流化的实现更具备现实的基础。通过网络和软件技术能使所有的社会成员成为主流产品的用户,所有的社会资源都可能被极其廉价地使用。每一条产业链上的

[1] 摩尔定律并不是所有人都奉若神明,甚至有人称摩尔定律是 IT 产业的符咒,其理由是该定律没有考虑到消费者和用户的需求,他们没有必要每隔一年半就将自己的计算机升级一倍。然而,如果我们舍弃感情因素的观点,会发现摩尔定律依旧适用于技术领域。参见乌家培,网络经济及其对经济理论的影响,学术研究,2000(1)

所有企业都可以借助网络形成联盟,从而极大地降低产品成本。这种变化在传统经济条件下是无法想像的,所以今天的企业所采用的主流化手段往往更为简单实用。CompuServer 公司和美国在线(AOL)是两个在网络业互相竞争的联机服务供货商。前者在开始时遥遥领先,但是后者采用了主流化策略,在 1995 年迅速赶超过了 CompuServer 公司。美国在线公司通过赠送数百万份计算机桌面软件给客户,闪电般地占领了市场。这种为了赢得市场最大份额而赠送第一代产品的做法,就是网络时代主流化的重要手段之一。在网络经济时代,生产、销售和服务等费用要比在传统经济模式下低得多,所以才会出现网景、美国在线、世嘉、乐声等公司,它们都是以赠送或亏本销售自己的初期产品来迅速占领市场,达到主流化的目的。主流化的产品吸引了一大批固定的用户,给生产该产品的公司带来了巨额利润;与此同时,其竞争对手却因此而无立锥之地,最终自行消亡或再掀起新一轮的主流化浪潮。

第二节 网络经济的基本特征

一、网络经济的外部性

经济的外部性是网络经济运行过程中显现出来的重要特征。从经济学的角度来解释,一般的市场交易是买卖双方根据各自独立的决策缔结的一种契约,这种契约只对缔约双方有约束而并不涉及其他市场主体。但是在许多地方,契约履行产生的后果却往往会影响到契约双方以外的经济实体,这些与契约无关但却受到影响的经

经营者之间缔结的,缔约双方以外的人都属于该契约的“外部”,但是属于“外部”的某个已入网者却有可能与该入网者通话。这就是说,该入网者与网络经营者的契约给“外部”提供了方便(如同一般居民安装电话后无法阻止推销人员通过电话进行推销,对居民而言,这是一种负的外部性,但从整个社会而言,的确是加大加快了信息传播的范围和速度),这就是“网络经济的外部性”(Network Externalities)。

网络具有外部性的根本原因在于网络自身的系统性、网络内部信息流的交互性和网络基础设施的长期垄断性。首先,不论网络如何向外延伸,也不论新增多少个网络端点,都将成为原网络的一部分,同原网络结成一体,因此整个网络都将因网络的扩大而受益。其次,在网络系统中,信息流并不是单向的,网络内任何两个端点之间都能相互交流,信息交流的机会几乎等于 2^n (n 为入网人数)。随着入网人数的线性增长,信息交流的可能性将呈指数态势陡然上升。即使网络的一部分端点消失了,也不影响其他端点间的正常联络,这就保证了经济外部性的普遍意义。最后,网络基础设施具有投资巨大、投资周期长、垄断性强和使用期限长等特点,这决定了网络外部性的长期存在。

网络的经济外部性的大小既与网络的规模直接相关,又与网络内部物质流动的速度有关。网络规模越大,外部性就越明显,并且在网络规模超过一定数值时,外部性就会急速增大。在这里,体现信息网络扩张效应的梅特卡夫定律起着关键的支配作用。根据这一定律,网络的价值等于网络中节点数的平方。这意味着网络的外部性随着网络用户的增加而呈指数增长。另外,网络的外部性与网络内信息流的速度同样存在着正相关的关系,流速越大,外部性越明显。

当人类社会进入信息网络化时代,生产、交换、分配、消费都与智能化的信息网络息息相关时,网络的外部性就更明显了。这是因为,一方面网络规模已经覆盖了整个经济社会,另一方面网络内的信息速度可达到光的速度。并且,这种信息网络还会产生自我增殖的性

能,即网络内的一部分用户根据他们独特的需要,利用现有的公共设施 and 内部掌握的信息密码,在不增加任何投入的情况下就可以营造网中网,使外部经济内部化,而这种网中之网的发展前景又是无可限量的。正是由于上述原因,外部性就成了网络经济的一个突出特征。

二、网络经济的边际报酬递增

边际报酬是指在生产过程增加一个单位的产出所带来的收益。边际报酬随着生产规模的扩大呈现出三种不同的趋势。一是逐步扩大,称为边际报酬递增;二是保持不变;三是逐步减少,称为边际报酬递减。边际报酬递减规律是传统西方经济学理论的基本假设。边际报酬递减规律是指在保持其他投入不变的情况下,当系统的产生量达到某点之后,继续增加变动要素会引起该要素的边际报酬递减。

物质生产是一种边际报酬递减的经济活动。无论是柯布-道格拉斯生产函数,还是常数替代弹性生产函数均符合边际报酬递减的规律。但是,网络经济恰恰是一种边际报酬递增的经济,或者说具备了范围经济性的特征。网络经济的边际报酬递增规律是指:在网络经济系统中其他投入不变的情况下,当系统的产生量达到某点以后,继续增加变动要素的投入量会引起该要素边际报酬的急骤增加。^[1]

在网络经济状态下,边际报酬递增规律比在一般经济状态下表现得更为显著,核心在于网络经济具备最充分的经济外部性的正效应(external economy)(韩宇鑫、杜雅琴,2000)。从边际成本、累积增殖效应和网络系统信息促进边际收益三个方面证明了边际报酬递增规律在网络经济状态下的显著性。除了这三点理由外,我们还可以从网络的创新效应和连带外部性这一核心要点证明边际报酬递增规律的存在。综合而论,边际报酬递增规律在网络经济中的作用表现在以下五个方面。

[1] 韩宇鑫,杜雅琴.网络经济的边际报酬递增规律.辽宁工学院学报,第2卷(1).