

李品媛 著

企业 核心竞争力 研究

——理论与实证分析



经济科学出版社

企业核心竞争力研究

——理论与实证分析

李品媛 著

经济科学出版社

责任编辑：张余文

责任校对：王肖楠

版式设计：代小卫

技术编辑：潘泽新

企业核心竞争力研究

——理论与实证分析

李品媛 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：[www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件：[esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京天宇星印刷厂印刷

华丰装订厂装订

850 × 1168 32 开 9.5 印张 230000 字

2003 年 4 月第一版 2003 年 4 月第一次印刷

印数：0001—3000 册

ISBN 7 - 5058 - 2695 - 6 / F · 2087 定价：16.80 元

（图书出现印装问题，本社负责调换）

（版权所有 翻印必究）

图书在版编目 (CIP) 数据

企业核心竞争力研究 / 李品媛著. —北京: 经济科学出版社, 2003. 4

ISBN 7 - 5058 - 2695 - 6

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 026958 号

本书由

大连市人民政府资助出版

The published book is sponsored
by the Dalian Municipal Government

大连市学术专著资助出版评审委员会

名誉主任：楼南泉

主任：钟万勰

副主任：何国钟 邱 东 吴兆麟 刘国恒

委员：赵国藩 丁德文 沈闻孙 何鸿斌 孔宪京

赵亚平 汪榕培 杨德新 金 涛 肖正扬

赵宝昌 司玉琢 夏德仁 李寿山 王子臣

王逢寿 武春友 于 立 张 晶

自然科学专业评审委员会

主任：钟万勰 中科院院士、大连理工大学教授

副主任：王关林 辽宁师范大学教授

成 员：张鸿庆 大连理工大学教授

张耀光 辽宁师范大学教授

包信和 中科院大连化物所研究员

林钧岫 大连理工大学教授

文 干 大连水产学院教授

赵连昌 大连海事大学教授



在经济日益全球化和中国加入世贸组织后的 21 世纪里，国与国和企业之间都面临着一个崭新的竞争局面。作为市场经济运行主体的企业，其在国内、外市场上的竞争力，进而其内在的核心竞争力则是企业兴衰成败的决定性因素，自 20 世纪 90 年代美国学者哈默（Hamel）等人相继发表“公司核心能力”、“企业能力基础竞争论”等著作之后，企业核心竞争力的理论研究取得了长足的进展并逐步为企业界所接受。本书作者李品媛博士是较早关注此项理论前沿研究的青年学者之一，并将其作为博士学位论文的选题。作为她的导师，我深知她就这一选题所做的大量准备工作，她在几年来的探索、思考和调研中的踏实、执著、困惑和兴奋。本书就是她通过答辩后对自己博士论文的修改、充实和完善后的学术成果。

就本书的内容而言，作者首先对各种学术流派的企业理论进行了认真的梳理和归纳。作者按照对企业成长动力的不同观点，将众多的企业理论、流派分别纳入内生论、外生论和综合影响论三大类别，并在评价和继承中建立起自己的企业内生核心竞争力是企业可持续竞争优势的源泉的理论基础和框架。可以说，这样的研究方

法和思路本身就很有新意。接着作者对企业核心竞争力的内涵、特征、积累、吸收、转移、仿制和创新都从理论与实践的结合上做了系统的有独到见解的论述。本书的另一个着重点是怎样提高企业核心竞争力的问题。作者对此强调了把企业建成学习型组织和企业创新结合起来的观点；把提高企业核心竞争力同强化企业管理、同企业适度扩张相结合的观点；在知识经济条件下企业核心竞争力演变特点和当前提高我国企业核心竞争力的措施等都是具有现实意义和重要参考价值的。许多章节后边还附有相关的案例，细心的读者不难从中得到有益的启示。这也正是使我感到欣慰和高兴的事。

应当指出的是，本书作为探索理论前沿问题的一个阶段性成果，它必然有其局限性和缺陷。诸如，对具体企业核心竞争力的判断依据及其动态把握；对相关企业乃至不同企业核心竞争力的比较分析或量化指标的规范和设计等，都有待于通过实践和调查研究予以进一步探讨和完善。好在作者对此均有清醒的认识，并正在不懈地继续进行这方面的研究。希望作者能不断地推出更有价值、更新的研究成果贡献给经济界、企业界和学界同仁，包括经济工作者、企业家、管理人员、大学生、研究生、MBA学员、经济和管理研究人员、经济学和管理学教师等诸多方面的广大读者。

张一民

东北财经大学经济学院

2002年10月20日



第一章 企业理论评述	(1)
一、经济学中的企业问题研究	(1)
二、企业成长外生论	(4)
(一) 波特竞争理论的起源	(4)
(二) 竞争战略理论的主要观点	(4)
(三) 波特战略理论的缺陷	(6)
三、企业成长内生论	(7)
(一) 企业成长进化论	(7)
(二) 组织控制论	(12)
(三) 资源基础论	(14)
(四) 交易费用理论	(17)
(五) 企业认知发展论	(20)
(六) 企业文化控制论	(22)
(七) 企业组织变革论	(23)
四、企业发展综合影响论	(26)
(一) 权势理论	(26)
(二) 资源控制论	(28)
(三) 环境影响论	(29)
第二章 企业核心竞争力分析	(32)
一、核心竞争力的内涵	(33)

(一) 企业能力概念	(33)
(二) 核心竞争力的本源	(35)
(三) 企业核心竞争力解析	(41)
(四) 核心竞争力理论的发展	(45)
(五) 与核心竞争力有关的几个问题	(48)
二、核心竞争力的基本特征	(51)
(一) 价值性	(51)
(二) 稀缺性	(52)
(三) 知识性	(54)
(四) 系统性	(55)
(五) 延展性	(56)
(六) 持久性	(57)
三、核心竞争力的竞争优势分析	(59)
(一) 关于企业竞争力	(59)
(二) 基于核心竞争力的战略设计	(62)
(三) 核心竞争力的价值分析	(65)
案例分析: 围绕核心竞争力的管理变革	
——日产公司由衰落走向兴盛	(69)
第三章 关于核心竞争力的两个基本问题	(73)
一、核心竞争力是积累性学识	(73)
(一) 企业行为的边际搜寻倾向	(74)
(二) 路径依赖	(77)
(三) 锁定效应	(83)
二、核心竞争力的吸收、转移与仿制	(87)
(一) 核心竞争力的吸收与转化	(87)
(二) 核心竞争力的转移	(93)
(三) 仿制与核心竞争力	(99)
案例分析: 美国电话电报公司	(103)

第四章 核心竞争力与创新	(106)
一、不断创新是核心竞争力的基石	(106)
(一) 创新对核心竞争力的意义	(106)
(二) 战略理论的革命	(108)
(三) 创新是企业核心竞争力的重要内涵	(109)
(四) 影响能力创新的因素	(112)
二、知识学习与能力创新	(116)
(一) 知识转换对创新能力的影响	(116)
(二) 内部学习与外部学习对核心竞争力的影响	(118)
(三) 激进与渐进学习的能力差异	(120)
三、实现能力创新	(121)
(一) 诱发危机意识, 鼓励创新思维	(121)
(二) 使创新为创造效率服务	(123)
(三) 强化企业的创新能力	(124)
四、建立学习型组织	(127)
(一) 学习型组织是能力创新的基础	(128)
(二) 学习型组织特点	(130)
(三) 学习型组织的设计	(134)
(四) 建设学习型组织, 实现企业能力创新	(137)
案例分析: 通用电气公司	
——学习型组织的典范	(141)
第五章 核心竞争力与企业扩张	(150)
一、企业多元化的扩张模式	(150)
(一) 企业多元化经营的理论分析	(150)
(二) 多元化经营的本源	(153)
(三) 基于核心竞争力的相关多元化与无关多元化	(159)
(四) 多元化经营战略的管理	(164)
案例分析: 江苏春兰股份有限公司	(173)

二、企业战略联盟的扩张模式	(179)
(一) 核心竞争力是企业战略联盟的基础	(179)
(二) 企业战略联盟的形成动因及演变特点	(182)
(三) 学习型战略联盟	(186)
(四) 战略联盟与并购的比较分析	(188)
案例分析：上海埃通电气股份有限公司	(194)
三、企业虚拟经营的扩张模式	(198)
(一) 虚拟经营的本源	(198)
(二) 基于核心竞争力的虚拟经营	(203)
(三) 建立在核心竞争力基础上的虚拟经营模式	(207)
第六章 核心竞争力与企业管理	(210)
一、基于核心竞争力的企业战略管理	(211)
(一) 企业战略的定义	(211)
(二) 企业战略管理观念的更新	(213)
(三) 企业核心竞争力的战略管理模式	(215)
二、企业核心竞争力的管理原则	(220)
(一) 协调性	(220)
(二) 适应性	(221)
(三) 目的性	(221)
(四) 动态平衡性	(222)
三、企业核心竞争力的管理层次	(223)
(一) 企业核心竞争力的开发	(223)
(二) 企业核心竞争力的整合	(232)
(三) 企业核心竞争力的提升	(247)
案例分析：“青钢”集团的“五个日管理”	(250)
第七章 知识经济条件下企业核心竞争力的发展	(256)
一、知识经济条件下企业核心竞争力的演变特点	(256)
(一) 知识经济全球化是构建企业核心竞争力的基础	(257)

(二) 分工和专业化协作的深化是构建企业核心竞争力的前提·····	(259)
(三) 企业业务流程重组是构筑企业核心竞争力的条件·····	(260)
(四) 企业管理模式创新是构筑核心竞争力的保证·····	(262)
(五) 企业信息网络系统是构建企业核心竞争力的手段·····	(264)
二、进一步强化我国企业的核心竞争力·····	(265)
(一) 我国企业竞争力的状况·····	(265)
(二) 如何强化我国企业的核心竞争力·····	(268)
案例分析：“铱星”的陨落·····	(278)

第一章 企业理论评述

流派纷呈的企业理论丛林，如果按企业成长或企业可持续竞争优势是源于市场结构等外生因素还是源于企业能力等内生因素来考虑，可以大大简化我们的分析过程。这也是近年来理论界广泛争论的一个热点，从本文的研究角度来说，自然无法回避这一关键问题。因此在第一章，我们将诸多经济理论按照企业成长动力外生和内生进行分类和梳理，以期进一步分析各个学术流派对企业发展理论的贡献，构建企业核心竞争力理论体系的基础。

一、经济学中的企业问题研究

以资源禀赋论为代表的古典经济学将企业看做是生产函数，认为社会生产的基本要素是资源、资本、劳动力，任何企业只要对这三类要素进行交换与配置，就会得到相应的产出，要素投入和配置的比例不同，其产出结果也不同。

新古典经济学采取均衡分析方法，分析资源通过市场怎样进行有效的配置，因此，它研究的是市场即价格的配置效率。正如斯蒂格利茨指出的，“经济学研究的是：我们社会中的个人、厂商、政府和其他组织是如何进行选择的，这些选择又怎样决定社会资源如何被利用”（斯蒂格利茨 1997）。所以，在新古典经济学中，实际上并没有企业的地位。如果说涉及企业的话，那也是以集合的概念出现的，企业只代表了投入与产出之间的技术关系。

新古典经济学在完全竞争市场的假定前提下分析的结论是，

市场短期均衡时，个别企业会取得超额利润，当行业外的企业进入该市场，增加供给，使市场上的超额利润接近于零时，出现了市场的长期均衡。这说明在完全竞争的条件下，市场中的企业都是同质的，自然，企业也无所谓竞争优势。1933年，美国经济学家张伯伦（E. H. Chamberlin）出版了《垄断竞争理论》，同期英国经济学家琼·罗宾逊（J. Robinson）也发表了《不完全竞争经济学》，他们都一致认为产业是同质企业的集合，企业之间只有产品的差异，因而坚持以进入壁垒等市场因素分析而不是从企业内部因素差异来解释不同企业的市场位势、超额利润以及持续竞争优势。

但现实中的情况是，企业之间存在着极大的盈利差异，即使是投入相同比例的生产要素，按照相同的生产方式运作，其产出结果仍会有很大不同，仍存在着原因不明的“漏损”。经济学要对此作出解释，必须突破完全竞争市场这一假设。对此，新古典经济学修正的假设前提及分析的结论是，在不完全竞争市场结构下，个别企业获得超额利润是由于不同的市场结构导致的。产业内存在着进入障碍和退出障碍、政府的保护与限制、产品的差异化所产生的相对垄断等决定了企业的盈利水平。由此我们可以得出这样的结论，根据经济学的分析方法，企业的竞争优势不可能来自企业内部，而只能是来自企业外部，即市场环境。

随着市场经济的迅速发展，企业间的竞争不断激化，加速了企业兴衰的演变过程，企业问题的研究越来越引起了诸多经济学家的兴趣。相继出现了马歇尔的“组织要素说”、克拉克的“企业家要素论”、奈特的“经理协调力要素论”等学说，分析论证了除了资源、资本、劳动力等“硬”的要素外，管理、技术、信息、知识这些“软”的要素也是最基本的生产要素。这些理论的出现，极大地丰富了经济学的知识宝库，大大加深了人们对企业本质的认识。但分析的出发点也都是从企业成长的外部因素

探讨企业的竞争优势，没能有效地解释，或者说从实质上阐述企业竞争优势的源头。

越来越多的事实证明，随着竞争的不断激化，企业的市场寿命受到更加严峻的考验。一些规模、技术力量很好的企业也难逃经营失败的厄运，如王安电脑公司、铱星公司等。在市场经济最为发达的美国，平均有62%的公司存活不到5年；寿命超过20年的只占公司总数的10%；只有2%的公司能存活到50年以上。其中，中小企业的平均寿命不足7年，大企业的平均寿命也不到40年。20世纪70年代在《财富》杂志上排名“世界500家大企业”的公司中，到了80年代，有三分之一已经销声匿迹。这使得人们对企业的关注更加集中到如何能使企业成功持久的运行上。而传统的经济学和企业理论对此的解释不能给出令人信服的回答。

“到底是什么原因决定经营的失败呢？是制度缺陷还是资源缺陷？抑或是技术缺陷？看来从这些已经被证明和证伪的要素中，是很难找到问题的答案的。”（唐丰义、房汉廷，1999）因为生产要素只是企业生产活动表面的和载体性质的构成要素，“惟有蕴藏在这些要素之后的能力，才是企业活的本质。对企业而言，物质资源和规则资源存在的意义和价值在于它们各自背后的能力”。（李东红，1999）

传统经济学将企业的存在作为既定事实，将企业看做是无法打开的“黑箱”，从而侧重于企业与外部关系的研究，并将企业成长与发展的根本原因也归结于此。而企业核心竞争力理论则突破了传统经济学的局限，将研究的视点由企业和外部的关系转到企业的内部，打开“黑箱”，探索决定企业发展的内在深层原因。核心竞争力理论突破了经济学的产业研究视角，而是将企业作为分析的基本单元，研究企业内生的能力问题。从而进一步揭示了企业成长的动力与根源，揭示了企业发展的规模，经营的范围，企业活动效率差异的原因等。

二、企业成长外生论

（一）波特竞争理论的起源

在企业战略理论中，以哈佛大学商学院的迈克尔·波特（Michael E. Porter）为代表的竞争战略理论影响力最大，一直处于主流地位。波特将企业成败的核心归结为竞争。在他看来竞争战略就是在某一产业中寻求有利的竞争位势，即针对决定产业竞争的各种影响力而建立一个有利可图 and 持之以恒的地位。

波氏的竞争战略理论深受美国以梅森（Mason）和贝恩（Bain）为代表的产业结构学派的影响，他将产业组织理论中的结构（S）——行为（C）——绩效（P）这一分析范式引入企业战略管理研究中，提出了以产业（市场）结构分析为基础的竞争战略理论。20世纪80年代初，在他的代表作《竞争战略》和《竞争优势》一书中系统阐述了这样一种思想，企业在考虑竞争战略时必须将企业与所处的环境相联系，而行业是企业经营最直接的环境；每个行业结构又决定了企业的竞争范围，从而决定了企业的潜在利润水平。

（二）竞争战略理论的主要观点

在这种战略思想下，波特认为企业获得竞争优势的要素主要有两个核心点，其一是产业选择问题，即从长期营利能力和决定长期营利能力的因素来认识各产业所具有的吸引力，因为各个产业并非都提供同等的持续营利机会。一个企业所属的产业的内在营利能力是决定该企业获利能力的一个要素。其二是竞争地位问题，即如何在一个选定的产业内取得企业的竞争优势地位。在多数产业中，不管其营利能力如何，总有一些企业比其他企业更有