

Qiyè Hexīn Jīngzhènglì Yánjiū

Jīyú Zhīshì Guānlǐ de Fēnxi

企业 核心竞争力研究

——基于知识管理的分析

盛小平 著

广东省出版集团

广东科技出版社（全国优秀出版社）

企业核心竞争力研究

——基于知识管理的分析

盛小平 著

广东省出版集团

广东科技出版社

· 广 州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

企业核心竞争力研究：基于知识管理的分析/盛小平
著. —广州：广东科技出版社，2008.12
ISBN 978-7-5359-4833-5

I. 企… II. 盛… III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第169051号

责任编辑：区碧茹

装帧设计：陈维德

责任校对：天雨 雪心

责任技编：LHZH

出版发行：广东科技出版社

(广州市环市东路水荫路11号 邮码：510075)

E-mail: gdkjzbb@21cn.com

http://www.gdstp.com.cn

经 销：广东新华发行集团股份有限公司

排 版：广东科电有限公司

印 刷：广州市岭美彩印有限公司

(广州市荔湾区花地大道南工商贸易区A幢 邮码：510385)

规 格：787 mm × 1 092 mm 1/16 印张19.5 字数390千

版 次：2008年12月第1版

2008年12月第1次印刷

定 价：120.00元

如发现因印装质量问题影响阅读，请与承印厂联系调换。

本书承

广东省科学技术厅资助出版

广东省优秀科技专著出版基金会推荐



广东省优秀科技专著出版基金会

广东省优秀科技专著出版基金会

顾问：钱伟长

(以姓氏笔画为序)

王元	卢良恕	伍杰	刘果
许运天	许学强	许溶烈	李辰
李金培	李廷栋	肖纪美	吴良镛
汪家鼎	宋木文	宋叔和	陈元直
陈幼春	陈芳允	周谊	钱迎倩
韩汝琦	焦树德		

评审委员会

主任：谢先德

委员：(以姓氏笔画为序)

卢永根	伍尚忠	朱桂龙	刘颂豪
刘焕彬	李宝健	张景中	张展霞
林浩然	罗绍基	钟世镇	钟南山
徐志伟	徐勇	黄达全	黄衍辉
黄洪章	傅家谟	谢先德	欧阳莲

作者简介

盛小平，男，湖南益阳人，博士后，华南师范大学教授，硕士生导师。主要研究方向是知识管理、战略管理、图书馆管理。主持国家社科基金1项，参与国家自然科学基金与国家社科基金4项；出版专著2部，参编（著）2部；发表学术论文70余篇，被中国人民大学报刊复印资料全文转载19篇。

通信地址：广东省广州市广州大学城，华南师范大学经济与管理学院
邮编：510006

E-mail: shengxp68@126.com或sxp888@tom.com

内 容 简 介

本书系国家社科基金项目——“基于知识管理的企业核心竞争力研究”（06CTQ007）的主要成果。全书系统地梳理了企业核心竞争力理念与知识管理理论；阐明了知识管理、核心竞争力与竞争优势三者之间的关系；基于实证调查分析了国内企业知识管理与核心竞争力现状；设计了由知识管理主要活动（知识审计、知识获取、知识创造、知识吸收、知识保护与知识应用）和辅助活动（知识领导、知识协调、知识控制、知识组织、知识测评）组成的知识价值链模式，并剖析了知识价值链活动对企业核心竞争力的作用机制；同时指出我国企业可以通过系统化知识审计来识别企业核心竞争力，并通过战略联盟的知识获取、技术创新、组织学习、人力资本管理、建立知识型组织、建立战略支持型文化来提升企业核心竞争力。

本书是国内迄今为止第一部深入、系统地阐述企业如何利用知识管理来提升核心竞争力的著作。书中不但展现了知识管理与战略管理理论研究的最新进展，而且汇集了大量的管理实践案例，可供企业管理者与信息管理人员、各级业务主管以及高校相关专业的师生阅读参考，也可作为工商管理硕士（MBA）等高级职业培训的重要参考资料。



企业竞争优势是产业界和理论界普遍关心的问题，关于企业竞争优势形成机制的探讨由来已久。以迈克尔·波特（Michael E.Porter）竞争战略理论为代表的传统管理理论认为，企业的竞争优势来自于产业竞争结构和市场机会。然而，后来越来越多的事实表明，同一产业内企业间的利润差距并不比产业间的利润差距小。在没有吸引力的产业可以发现利润水平很高的企业，在吸引力很高的产业也有经营状况不佳的企业。为了解释这些问题，以资源为基础的竞争优势理论应运而生。该理论认为，企业是由一系列具有多种不同用途的资源构成的集合体，企业特有的资源形成了企业的竞争优势。占有不同规模、不同组合资源的不同企业会产生不同的经营规模和效益。然而，人们后来又发现，并非所有资源都可以成为企业竞争优势的源泉，真正给企业带来竞争优势的是隐藏在企业资源背后的配置、开发和利用资源的能力，这就是企业能力理论。如今，企业能力理论已成为企业战略管理理论研究的时代主旋律，其中最为突出的就是关于企业核心竞争力（core competence，在国内又名“核心能力”）的观点。

自从普拉哈拉德和哈默（Prahalad and Hamel）1990年在《哈佛管理评论》发表《公司核心竞争力》一文后，核心竞争力得到了学术界、管理界、企业界人士的广泛关注，国内外出版、发表了许许多多的著作与论文。它们从不同层面、不同角度论述了企业核心竞争力方方面面的问题。坎贝尔和卢斯（Campbell and Luchs）的《核心能力战略》从理解、定位与管理企业核心竞争力等方面汇集了十几位产业专家们的观点。里扎马皮安里那（Rijamampianina）在《利用多文化学习开发核心竞争力与成功案例》中采用了一种发扬非主导文化和结合各种管理方式的有效策略来提升公司核心竞争力。索尔（Sull）的《如何提升公司核心竞争力》以大量的成功实例来说明如何为顾客创造价值和如何提升公司核心竞争力。安德斯（Anders）的《战略管理与核心能力：原理与应用》论述了基于核心能力的战略与框架、核心能力的识别与开发。麦克德莫特（McDermott）的博士学位论文——《核心竞争力与公司行为的经验调查》从功能能力、综合能力与核心标准交互作用三方面对核心竞争力模式及公司行为进行了验证。费明胜和水家耀的《核心能力——现代企业持续竞争的奥秘》分析了核心能力的理论、方法与对策。史东明的《核心能力论——构筑企业与产业的国际竞争力》研究了核心能力的培养方法与培养途径等问题。范微的《核心竞争力——基于知识资本的核心能力》构建了基于知识资本的企业核心能力体系。此外，还有宁建新的《企业核心能力的构建与提升》、姜国祥的《核心竞争力》，等等。

知识管理是在人类步入知识经济时代后，迅速发展起来的一种全新管理模式。然而，人们对知识管理的研究可追溯到20世纪60年代后期与70年代早期的英美文献中。1974年，美国佐治亚州大学亨利（Henry）在《公共管理评论》上发表了《知识

管理：公共管理中的一个新问题》一文。一年后，又有四位美国学者各自在《公共管理评论》上发表了一篇知识管理论文。进入20世纪90年代后，人们对知识管理的研究热情日益高涨。迄今为止，国内外出版、发表的知识管理著作和论文已成千上万。早期知识管理著作有汉纳布斯（Hannabuss）的《知识管理》、维格（Wiig）的《知识管理：智能组织的集中管理焦点》、野中郁次郎（Nonaka）的《知识创新型公司：日本公司如何建立创新动力》。达文波特（Davenport）的《营运知识：组织如何管理他们知道的东西》则从知识资本的角度对企业知识管理进行了详细说明。科马里（Kermally）的《有效的知识管理》论述了创建与管理企业无形资产的策略与模式。默廷斯（Mertins）的《知识管理原理及最佳实践》分析了面向知识管理的业务流程、知识管理战略、知识审计、知识资本测量与最佳实践等问题。此外，还有艾利（Allee）的《知识的进化》、德鲁克（Drucker）的《知识管理》等。在国内，王方华的《知识管理论》构建了知识管理的孵化体系、风险防范体系以及评价体系。王德禄的《知识管理——竞争力之源》和杨治华的《知识管理：用知识建设现代企业》论述了企业知识管理的一般原理问题。翟丽的《企业知识创新管理》和李华伟等人的《知识管理的理论与实践》都从知识创新的角度论述了知识管理，但后者进一步研究了知识创新理论、知识管理战略、激励机制与研发机制等。奉继承的《知识管理理论、技术与运营》对知识管理价值、模型体系、知识管理系统、知识管理技术与运营进行了比较深入的分析。此外，还有金吾伦的《知识管理：知识社会的新管理模式》、樊治平的《知识管理研究》等。

随着知识管理研究的不断深入，人们开始探讨知识管理与核心竞争力的相互关系、知识管理对企业核心竞争力的作用机制及其实施案例问题。人们已经初步认识到核心竞争力的知识属性，认为核心竞争力是公司在市场中拥有的独特的技术、知识与技能的组合。它本质上就是企业进行知识积累、创新和应用的一种能力，对核心竞争力的管理就是对知识的管理。核心竞争力不是指某项单独的能力（如生产能力或营销能力），而是企业多种具有竞争优势的关键能力的集合体。这些关键能力主要包括技术核心竞争力、市场核心竞争力与流程核心竞争力。

人们也认识到知识管理对核心竞争力具有促进作用。核心竞争力是企业获得长期竞争优势的基础，而竞争优势的创造有赖于有效的知识管理。知识管理通过其社会技术过程（知识识别、创造、传播、综合与修正、作用）与组织学习可以创建核心竞争力；也可以通过采用技术创新（研究与开发）、知识管理系统开发、公司隐性知识的开发利用、知识价值链管理、建立知识联盟、知识创新等措施提升企业核心竞争力。

总之，国内外已经对基于知识管理的企业核心竞争力展开了比较广泛的探索，对知识管理与核心竞争力的相互关系有了一定的了解。然而，对于知识管理与核心竞争力的相互关系，基于知识管理的企业核心竞争力作用机制，提升企业核心竞争力的知识管理模式、策略、案例分析等核心问题，目前国内外缺少系统与深入的分析，因而没有形成一套可以指导企业生产与管理实践的比较完整的理论框架。事实上，利用知识管理提升企业核心竞争力，对于增强我国企业在世界市场上的竞争地位，获得竞争优势和实现企业的可持续发展具有十分重要的意义。

本书旨在如下几个方面取得一些进展：①梳理企业核心竞争力理论和企业知识管理理论；②基于实证调查研究，深入分析企业知识管理与企业核心竞争力之间的内在关联；③以知识价值链为切入点，剖析知识管理对企业核心竞争力的作用机制；④从知识管理角度，提出提升我国企业核心竞争力的适用对策。

本书共有7章。

第1章是“企业核心竞争力理论”，主要论述了如下内容：①企业核心竞争力理论的产生背景；②企业核心竞争力理论的发展历程；③核心竞争力定义及其相关概念辨析；④核心竞争力理论框架；⑤核心竞争力的决定因素；⑥企业核心竞争力的管理。

第2章是“企业知识管理理论”，主要论述了如下内容：①知识的定义与分类；②隐性知识的性质、类型及其与显性知识的转化；③知识管理定义；④知识管理的产生背景；⑤知识管理的发展历程；⑥知识管理目标；⑦知识管理原则；⑧知识管理的基本职能；⑨知识管理战略；⑩知识管理模式。

第3章是“知识管理、核心竞争力、竞争优势三者关系”，主要论述了如下内容：①竞争优势来源的四种流派；②知识管理与竞争优势关系；③核心竞争力与竞争优势关系；④知识管理与核心竞争力关系；⑤知识管理、核心竞争力、竞争优势三者关系框架。

第4章是“研究模型与假设”，主要论述了如下内容：①知识价值链模型；②知识价值链主要活动；③知识价值链辅助活动；④研究假设。

第5章是“实证调查分析”，主要介绍了如下内容：①调查程序与反馈结果；②调查结果的初步分析；③调查结果的进一步分析，即利用SPSS11.5对企业知识管理活动做因子分析；④调查结论。

第6章是“知识管理提升企业核心竞争力的作用机制研究”，主要论述了如下内容：①知识价值链主要活动对企业核心竞争力的作用；②知识价值链辅助活动对企业核心竞争力的作用；③知识价值链的内外部联系及对核心竞争力的作用。

第7章是“提升我国企业核心竞争力的若干建议”，主要论述了两方面内容：①我国企业核心竞争力建设中存在的问题；②提升我国企业核心竞争力的对策与建议。

由于本人见闻和学识水平有限，书中不免会有疏漏或错误之处，敬请专家、学者和同行批评指正，不胜感谢！

戚小平

2008年10月



第1章 企业核心竞争力理论	1
1.1 企业核心竞争力理论的产生背景	1
1.2 企业核心竞争力理论的发展历程	2
1.2.1 起源阶段：古代的分工理论	2
1.2.2 发展阶段：企业成长进化论与企业战略理论	2
1.2.3 深入阶段：资源基础论	5
1.2.4 创新阶段：核心竞争力理论及其他新思想	5
1.3 核心竞争力定义及其相关概念辨析	7
1.3.1 核心竞争力定义	8
1.3.2 核心竞争力与相关概念的关系	11
1.3.2.1 核心竞争力与竞争力的关系	11
1.3.2.2 竞争力与能力、核心竞争力与核心能力的关系	12
1.3.2.3 能力与资源的关系	13
1.3.2.4 核心竞争力、竞争力、能力、资源4者关系	14
1.4 核心竞争力理论框架	15
1.4.1 核心竞争力理论的基本思想	15
1.4.1.1 企业本质上是能力/竞争力的集合体	16
1.4.1.2 竞争力竞争本质上是公司竞争	16
1.4.1.3 竞争力竞争有4个层次	16
1.4.1.4 核心竞争力是企业获得长期竞争优势的源泉	17
1.4.1.5 核心竞争力有5项检验标准	17
1.4.1.6 核心竞争力价值是变化的	19
1.4.2 核心竞争力要素	19
1.4.3 核心竞争力层次	20
1.4.4 核心竞争力功能	21
1.4.4.1 提高企业市场竞争的位势	21
1.4.4.2 构筑企业竞争优势	22
1.4.4.3 维持企业长期竞争优势	22
1.5 核心竞争力的影响因素	23
1.5.1 技术创新因素	23
1.5.2 组织因素	23
1.5.3 人力资本因素	24

1.5.4 企业文化因素	25
1.5.5 资本因素	26
1.5.6 经济体制因素	26
1.5.7 政府行为	27
1.5.8 市场因素	27
1.6 企业核心竞争力的管理	28
1.6.1 识别现有的核心竞争力	28
1.6.2 制订获取核心竞争力的计划	28
1.6.3 构建新的核心竞争力	29
1.6.4 部署核心竞争力	30
1.6.5 保护与保持核心竞争力的领先地位	30
第2章 企业知识管理理论	36
2.1 知识的定义与分类	36
2.1.1 知识的定义	36
2.1.2 知识分类	37
2.2 隐性知识的性质、类型及其与显性知识的转化	39
2.2.1 隐性知识的性质	40
2.2.2 隐性知识的类型	40
2.2.3 隐性知识与显性知识的转化	43
2.3 知识管理定义	47
2.4 知识管理的产生背景	51
2.4.1 知识经济的崛起	51
2.4.2 信息技术的发展	51
2.4.3 管理科学的发展	52
2.5 知识管理的发展历程	53
2.5.1 酝酿期（20世纪50年代末之前）	53
2.5.2 萌芽期（20世纪50年代末至90年代中期）	54
2.5.3 成长期（20世纪末至今）	56
2.6 知识管理的目标	59
2.7 知识管理的原则	60
2.7.1 共享原则	60
2.7.2 交流原则	61
2.7.3 学习原则	61
2.7.4 创新原则	62
2.7.5 动态原则	62
2.7.6 以人为本原则	62
2.8 知识管理的基本职能	63
2.8.1 外化	63

3.2.2 知识管理的竞争优势——以知识基础论的观点来看	127
------------------------------	-----

3.3 核心竞争力与竞争优势关系	128
------------------	-----

3.4 知识管理与核心竞争力关系	129
------------------	-----

3.5 知识管理、核心竞争力、竞争优势三者关系框架	131
---------------------------	-----

第4章 研究模型与假设	135
--------------------	-----

4.1 知识价值链模型	135
-------------	-----

4.2 知识价值链主要活动	136
---------------	-----

4.2.1 知识审计	136
------------	-----

4.2.2 知识获取	138
------------	-----

4.2.3 知识创造	140
------------	-----

4.2.4 知识吸收	142
------------	-----

4.2.5 知识保护	144
------------	-----

4.2.6 知识应用	146
------------	-----

4.3 知识价值链辅助活动	148
---------------	-----

4.3.1 知识测评	148
------------	-----

4.3.2 知识组织	151
------------	-----

4.3.3 知识控制	153
------------	-----

4.3.4 知识协调	155
------------	-----

4.3.5 知识领导	158
------------	-----

4.4 研究假设	161
----------	-----

第5章 实证调查分析	168
-------------------	-----

5.1 调查程序与反馈结果	168
---------------	-----

5.2 调查结果的初步分析	169
---------------	-----

5.2.1 企业知识管理现状水平	170
------------------	-----

5.2.2 企业产品竞争力的来源	171
------------------	-----

5.2.3 企业技术竞争力的来源	172
------------------	-----

5.2.4 企业组织管理竞争力的来源	173
--------------------	-----

5.2.5 企业人员竞争力的来源	174
------------------	-----

5.2.6 企业核心竞争力要素	175
-----------------	-----

5.2.6.1 核心产品能力	177
----------------	-----

5.2.6.2 核心技术能力	178
----------------	-----

5.2.6.3 核心员工能力	179
----------------	-----

5.2.6.4 市场营销能力	181
----------------	-----

5.2.6.5 组织管理能力	183
----------------	-----

5.3 调查结果的进一步分析	183
----------------	-----

5.3.1 因子分析适用性考察	184
-----------------	-----

5.3.2 因子提取结果与正交旋转后的因子载荷矩阵	186
---------------------------	-----

5.3.3 信度分析	191
------------	-----

5.4 调查结论	192
第6章 知识管理提升企业核心竞争力的作用机制研究	195
6.1 知识价值链主要活动对企业核心竞争力的作用	195
6.1.1 知识审计对企业核心竞争力的作用	195
6.1.2 知识获取对企业核心竞争力的作用	200
6.1.3 知识创造对企业核心竞争力的作用	203
6.1.4 知识吸收对企业核心竞争力的作用	211
6.1.5 知识保护对企业核心竞争力的作用	215
6.1.6 知识应用对企业核心竞争力的作用	221
6.2 知识价值链辅助活动对企业核心竞争力的作用	224
6.2.1 知识测评对企业核心竞争力的作用	224
6.2.2 知识组织对企业核心竞争力的作用	226
6.2.3 知识控制对企业核心竞争力的作用	232
6.2.4 知识协调对企业核心竞争力的作用	235
6.2.5 知识领导对企业核心竞争力的作用	238
6.3 知识价值链的内外部联系及对核心竞争力的作用	242
6.3.1 知识价值链的内部联系及对核心竞争力的作用	242
6.3.2 知识价值链的外部联系及对核心竞争力的作用	243
第7章 提升我国企业核心竞争力的若干建议	249
7.1 我国企业核心竞争力建设中存在的问题	249
7.1.1 中国企业500强与世界企业500强的比较	249
7.1.2 中国企业核心竞争力建设中的问题	250
7.2 提升我国企业核心竞争力的对策与建议	252
7.2.1 通过系统化知识审计识别企业核心竞争力	252
7.2.2 通过战略联盟的知识获取来提升企业核心竞争力	258
7.2.2.1 战略联盟对企业核心竞争力的促进作用	258
7.2.2.2 战略联盟的知识获取战略	259
7.2.2.3 通过战略联盟的知识获取提升核心竞争力的建议	262
7.2.3 通过技术创新来提升企业核心竞争力	263
7.2.3.1 企业技术与核心竞争力的关系	263
7.2.3.2 技术创新对核心竞争力的影响	264
7.2.3.3 增强技术创新能力与核心竞争力的建议	265
7.2.4 通过加强组织学习来提升企业核心竞争力	266
7.2.4.1 组织学习与核心竞争力的关系	267
7.2.4.2 国内企业加强组织学习的建议	269
7.2.5 通过加强人力资本管理来提升企业核心竞争力	272
7.2.5.1 人力资本(管理)与核心竞争力的关系	272
7.2.5.2 加强人力资本管理,提升企业核心竞争力的建议	274

7.2.6 通过建立知识型组织来提升企业核心竞争力·····	277
7.2.6.1 知识型组织的特征·····	277
7.2.6.2 国内企业发展成为知识型组织的建议·····	278
7.2.7 通过建立战略支持型文化来提升企业核心竞争力·····	280
7.2.7.1 企业文化与核心竞争力的关系·····	280
7.2.7.2 国内企业建立战略支持型文化来塑造核心竞争力的建议·····	281
附录：企业知识管理与核心竞争力问卷调查·····	287
致谢·····	291

第1章 企业核心竞争力理论

自普拉哈拉德和哈默（Prahalad and Hamel）提出核心竞争力概念以后，企业核心竞争力理论已经得到快速发展。企业要利用知识管理来提升核心竞争力，首先必须对核心竞争力理念、思想及其管理有全面、深入的了解。

1.1 企业核心竞争力理论的产生背景

企业核心竞争力理论的产生首先源于现代企业理论的局限性。现代企业理论认为，企业作为一种行政协调机制或是一种契约组织，强调的都是交易过程中的各种“规制”，无一例外地忽略了作为社会经济组织的企业所具有的独特“生产”特性。依据这一理论，企业决策机制、供应机制、销售机制等的区分都不再考虑生产成本，而仅仅关注交易成本，这显然背离了现实。而且现代企业理论无法解释现实企业实践活动中的一些重要现象，例如企业运用外部资源从事过度负债经营的活动。现代企业理论认为，企业负债经营问题可以简单地归结为企业边界的确定，即依据市场交易的边际成本与企业内部行政协调的边际成本实现的均衡来确定企业负债的多少。然而，如果企业在某一时期急需利用企业外部某种资源的特殊功能，虽然内部协调的边际成本小于市场交易的边际成本，也必须引入。此外，只从边界均衡理论出发而不加选择地利用外部资源，容易造成企业把内部重要的知识信息传递给同类企业，最终容易使企业处于被动局面。

另一方面，企业核心竞争力理论的迅速发展也源于企业战略管理理论的缺陷。从管理科学的发展历程来看，18世纪中后期到19世纪末期强调经验管理，20世纪初至40年代信奉科学管理，40年代末至60年代风行行为理论，60年代末至70年代崇尚战略管理，80年代初迈克尔·波特（Michael E. Porter）的竞争战略理论成为战略管理理论的主流。波特的竞争战略理论的核心是“五力分析模型”，实际上是将以结构—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中，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为解释企业如何制定战略获取持续超额利润提供了较为可靠的经济分析。然而，波特的竞争战略理论仍然有不尽如人意之处。首先，按波特的五力分析模型，企业自身的力量是既定的，企业的战略选择取决于当前企业与外部力量的对比位势，未来企业内部的成长和自身力量的变化并不是企业现在制定战略所考虑的问题，可见，波特的五力分析模型是站在企业外部环境分析基础上进行的，未能突破把企业视为“黑箱”的局限。其次，波特以企业作为最小的分析单元，然而实际上却以产业作为研究对象，研究重点是产业特征、产业的发展趋势、产业内外相关企业的相互关系和力量对比，基本上是一种中观（产业）分析法，未能从微观即企业成长角度分析企业竞争战略的制定和实