

“十二五”国家重点图书出版规划项目

· 中/国/企/业/行/为/治/理/研/究/丛/书 ·

The Research on Trading Platform
Enterprise of China:
Formation, Strategy and Corporate Governance

我国商贸平台型企业的形成、 战略与公司治理研究

邱 毅 著

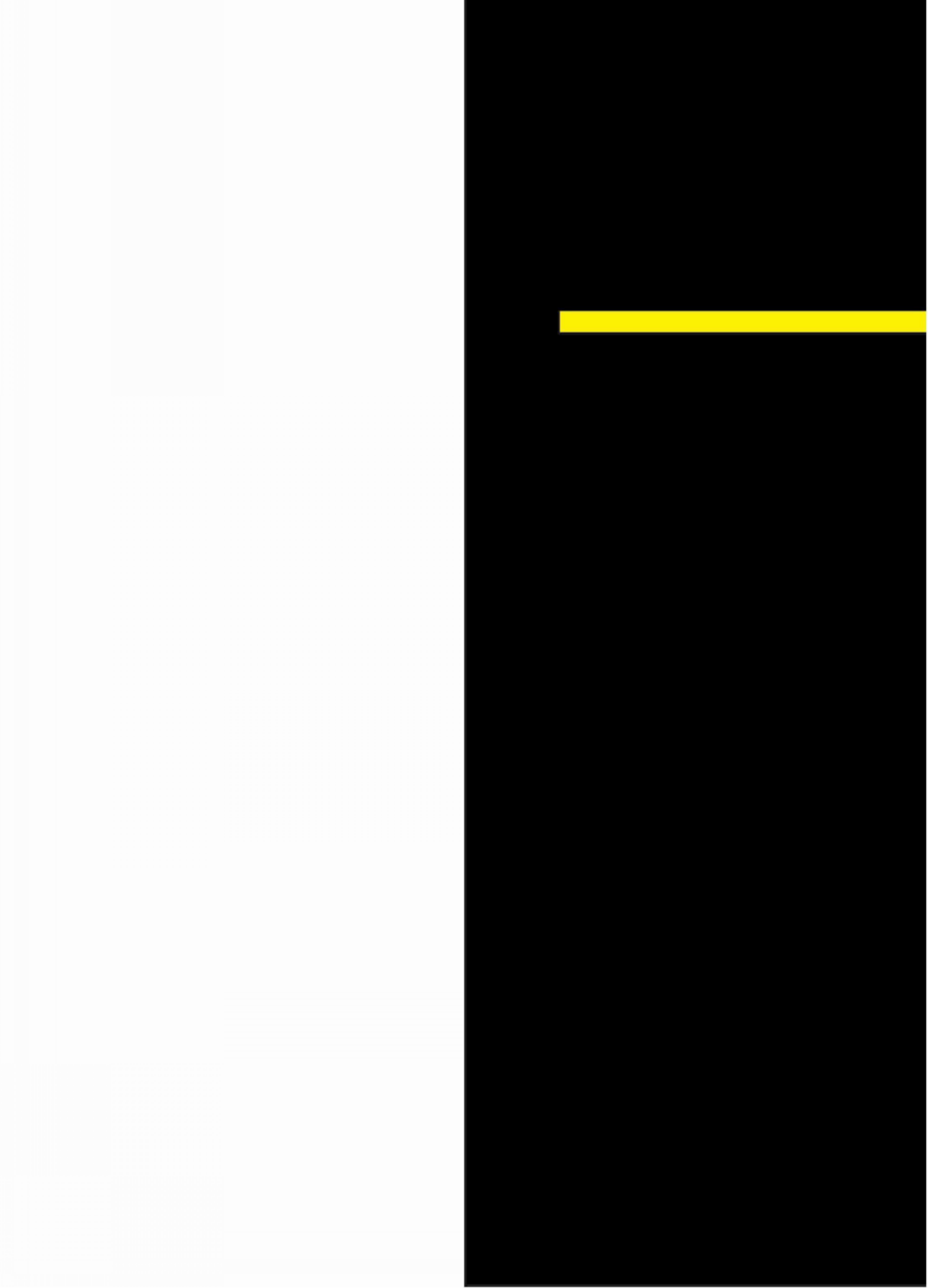
Trading platform



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

作者简介

邱 毅，生于1981年11月，浙江衢州人，管理学博士，浙江工商大学工商管理学院教师，现代商贸研究中心研究人员。2006年以来，一直从事与商贸流通、企业战略、区域经济相关的理论研究、社会服务和教学工作。目前，共发表与商贸流通相关的论文12篇，承担浙江省哲社课题1项、浙江省教育厅课题1项。



The Research on Trading Platform Enterprise of China:

Formation, Strategy and Corporate Governance 内容简介

本文以义乌小商品城公司的发展历程分析作为引例，描述我国商贸平台型企业的特殊性，进而提出本书研究所要回答的主要问题和研究思路。考虑到任何企业形成、战略与治理的本质都是制度问题，因此，在相对缺乏“商贸平台型企业”直接研究文献的条件下，本文借鉴威廉姆森关于制度研究的分析框架，分别从宏观环境、产业组织和公司治理等理论层面，搜集、整理相关的已有文献资料，以夯实后续研究的理论基础。

上架建议

公司治理

ISBN 978-7-5178-1369-9



9 787517 813699 >

定价：48.00元

“十二五”国家重点图书出版规划项目

中国企业行为治理研究丛书

运营管理卷

我国商贸平台型企业的形成、战略 与公司治理研究

邱 毅 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

我国商贸平台型企业的形成、战略与公司治理研究 /
邱毅著. — 杭州: 浙江工商大学出版社, 2015. 7(2016. 6 重印)
ISBN 978-7-5178-1369-9

I. ①我… II. ①邱… III. ①商业企业—企业管理—
研究—中国 IV. ①F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 266210 号

我国商贸平台型企业的形成、战略与公司治理研究

邱毅著

责任编辑 谭娟娟 姚媛

封面设计 林蒙蒙

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163. com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排版 杭州朝曦图文设计有限公司

印刷 杭州五象印务有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 16.75

字数 258 千

版印次 2015 年 7 月第 1 版 2016 年 6 月第 2 次印刷

书号 ISBN 978-7-5178-1369-9

定价 48.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

本著作是以下项目资助成果：

- ◎ 浙江省社会科学基金重点课题“我国商贸平台型企业公司治理结构研究”(10JD SM01Z)
- ◎ 教育部人文社科重点研究基地浙江工商大学现代商贸研究中心2014年度公开招标项目“商贸平台间的竞争与合作研究”(14SMGK06YB)
- ◎ 教育部人文社科项目“交易方式变革与中国流通现代化研究”(10JJD790022)
- ◎ 国家自然科学基金项目“基于策略互动实验方法的大股东控制权私利形成机理研究：影响因素与伦理决策”(71272143)
- ◎ 浙江省哲学社会科学重点研究基地项目“合规治理、家族控制、长远战略：代际传承背景下浙江家族企业董事会治理有效性问题研究”(15JDZS01Z)

总 序

企业是社会发展的产物,随着社会分工的开展而成长壮大。作为现代经济中的基本单位,企业行为既是微观经济的产物,又是宏观调控的结果。就某种意义而言,企业行为模式可被看成整个经济体制模式的标志。

从社会学的研究来看,人类社会就是一部社会变迁的进步史,社会变迁是一个缓慢的过程,而转型就是社会变迁当中的“惊险一跳”,意味着从原有的发展轨道进入新的发展轨道。三十多年来,我们国家对外开放、对内改革,实质上就是一个社会转型的过程。这一时期,从经济主体的构成到整个经济社会的制度环境都发生了巨大变迁,而国际环境也经历着过山车般的大起大落。“十一五”末期国际金融海啸来袭,经济急速下滑,市场激烈震荡,危机对中国经济、中国企业的影响至今犹存。因此,国家将“十二五”的基调定为社会转型。这无疑给管理学的研究提供了异常丰富的素材,同时也给管理学研究者平添了十足的压力。

作为承载管理学教学和科研任务的高校,如何在变革的时代有效地发挥自身的价值,以知识和人才为途径,传递学者对时代呼唤的响应,是一个非常值得思考的论题。这个论题关系到如何把握新经济环境下企业行为的规律,联系产业特征、地域特点,立足当下,着眼未来,为企业运营、政府决策提供有力的支持。

在国际化竞争和较量的进程中,中国经济逐渐显现出一种新观念、新技术和新体制相结合的经济转型模式。这种经济转型模式不仅是中国现代经济增长的主要动力,而且将改变人们的生产方式和生活方式,企业则是这一过程的参与者、推动者和促成者。因此,企业首先成为我们管理学研究者最为关注的焦点。在经济社会重大转型这一背景之下,一方面由于企业内部某种机理的紊乱,以及转轨时期企业目标的交叉连环性和多

元性,另一方面由于外部环境的不合理作用,所以企业行为纷繁复杂,既有能对经济社会产生强劲推动作用的长远眼光,也存在破坏经济社会可持续发展的短视行为。随着经济和社会的进步,企业不仅要营利负责,而且要对环境负责,并需要承担相应的社会责任。总体而言,中国企业发展中面临许多新问题、新矛盾,部分企业还出现生产经营困难,这些都是转型升级过程中必然出现的现象。

“转型”大师拉里·博西迪和拉姆·查兰曾言:“到了彻底改变企业思维的时候了,要么转型,要么破产。”企业是否主动预见未来,实行战略转型,分析、预见和控制转型风险,对于转型能否成功至关重要。如果一个企业想在它的领域中有效地发挥作用,行为治理可以涉及该企业将面临的更多问题;而如果企业想要达到长期目标,行为治理可以为其提供总体方向上的建议。在管理学研究领域,行为治理虽然是一个全新的概念,却提供了一个在新经济环境下基于宏观、中观、微观全视角来研究企业行为的良好开端。

现代公司制度特指市场经济中的企业法人制度,其特点是企业的资产所有权与资产控制权、经营决策权、经济活动的组织管理权相分离。于公司治理而言,其治理结构、方式等的选择和演化不仅受到自身条件的约束,同时还受到政治、经济、法律和文化等外部制度环境的影响。根据North(1990)的研究,相互依赖的制度会构成制度结构或制度矩阵,这些制度结构具有网络外部性,并产生大量的递增报酬。这使得任何想改善公司治理的努力都会受到其他制度的约束,使得公司治理产生路径依赖。在这种情况下,要想打破路径依赖、优化治理结构,从制度设计角度出发进行行为治理便是一个很好的思路。

此外,十八届四中全会提出“实现立法和改革决策相衔接,做到重大改革于法有据、立法主动适应改革和经济社会发展需要”的精神,而《中华人民共和国促进科技成果转化法修正案(草案)》的通过,则使促进科技创新的制度红利得到依法释放。我国“十二五”科学和技术发展规划中明确指出,要把科研攻关与市场开放紧密结合,推动技术与资本等要素的结合,引导资本市场和社会投资更加重视投向科技成果转化和产业化。新时期科技创新始于技术,成于资本,以产业发展为导向的科技创新需要科技资源、企业资源与金融资源的有机结合。因此如何通过有效的企业行

为治理,将各方资源进行有效整合,则成为促进科学技术向第一生产力转化所面临的新命题。

由上述分析可以发现,无论是从制度、科技、创新角度,还是从公司治理、企业转型角度出发,企业的目标都是可持续的生存和发展,而战略则成为企业实现这一目标的有效途径。战略强调企业与合作伙伴的互动,如何通过把握新时期新环境来制定和执行有效的战略决策以获取竞争优势,则成为企业在新经济环境下应担起的艰巨任务。另外,企业制定发展战略的同时应当寻找能为企业和社会创造共享价值的机会,包括价值链上的创新和竞争环境的投资,即做到企业社会责任支持企业目标。履行战略型企业社会责任不只是做一个良好的企业公民,也不只是减轻价值链活动所造成的不利社会影响,而且要推出一些能产生显著而独特的社会效益和企业效益的重大举措。

浙江工商大学工商管理学院(简称“管理学院”)是浙江工商大学历史最长、规模较大的一个学院。其前身是1978年成立的企业管理系,2001年改设工商管理学院。学院拥有工商管理博士后流动站和工商管理一级学科博士点,其学科基础主要是企业管理,企业管理学1996年成为原国内贸易部重点学科,1999年后一直是浙江省重点学科,2006年被评为浙江省高校人文社科重点研究基地,2012年升级为工商管理一级学科人文社科重点研究基地。该研究基地始终围绕“组织、战略、创新”三个最具企业发展特征的领域加以研究,形成了较为丰硕的成果。本套丛书正是其中的代表。

经过多年的理论研究和实践尝试,我们认为中国企业经历了改革开放后三十多年的高速发展,已然形成自身的行为体系和价值系统,但是在国际环境的复杂多变及国内改革步入全面深化攻坚阶段的特殊历史背景下,如何形成系统的行为治理框架将直接决定中国企业可持续发展能力塑造以及核心竞争力的形成。

本套丛书以中国企业行为治理机制为核心,分“公司治理卷”“转型升级卷”“组织伦理卷”“战略联盟卷”“社会责任卷”“领导行为卷”“运营管理卷”七卷。从各个视角详细阐述中国企业行为治理的理论前沿及现实问题,首次对中国企业行为治理的发展做了全面、客观的梳理。丛书内容上涵盖了中国企业行为的主要领域,其中涉及战略、组织、人力、创新、国际

化、转型升级等宏观、中观、微观层次,系统完备;所有的分卷都是所属学科的最前沿研究主题,反映了国内外最新的发展动态,立足学术前沿;所有分卷的作者均具有博士学位,是名副其实的博士文集,其中包括该领域国内外知名的专家和学者;所有分卷的内容都是国家自然科学基金、国家社科基金以及教育部基金的资助项目,体现了较强的权威性,符合国家科研发展方向。

本套丛书既是我们对中国企业行为治理领域相关成果的总结,也是对该领域未来发展方向探索的一次尝试。如果本套丛书能为国内外相关领域理论研究与实践探索的专家和学者提供一些基础性、建设性的意见和建议,就是我们最大的收获。

“谦逊而执着,谦恭而无畏”,既是第五级管理者的特质,也是我们从事学术研究的座右铭。愿中国企业行为治理研究能够真正实现“顶天立地、福泽万民”!

郝云宏

浙江工商大学工商管理学院院长 教授 博导

2014年11月15日于钱塘江畔

摘 要

商贸平台型企业是我国改革开放后涌现出来的一类特殊企业,如义乌小商品城、银泰百货、苏宁电器、阿里巴巴等等。这类企业具有以下特征:①企业以有形或无形的平台为依托,为供给一方的广大商户和需求一方的广大采购者提供商贸流通领域的综合服务,这类服务有助于消除市场交易的不确定性,具有“准公共产品”的特性;②企业发展带动性强,与地方的产业集群、服务业集聚区密切相关,备受各级政府关注;③企业处在典型的双边市场之中,其竞争力与平台规模、平台上的客户数量,以及平台上客户间的互动程度高度相关,具有明显的规模经济、范围经济和网络经济效益,其发展呈现出垄断趋势;④与欧美国家同类大型流通企业相比,依托这些商贸平台的“商户”的经营活动具有高度自主性;⑤企业的公司治理涉及多类利益相关者,他们都可能参与企业决策,并对其经营决策产生重要影响。但是,国内尚没有学者将商贸平台型企业作为一个整体进行系统研究,这也正是本书的意义之所在。

本书以义乌小商品城公司的发展历程分析作为引例,描述我国商贸平台型企业的特殊性,进而提出本研究所要回答的主要问题和研究思路。考虑到任何企业形成、战略与治理的本质都是制度问题,因此,在相对缺乏“商贸平台型企业”直接研究文献的条件下,本书借鉴威廉姆森关于制度研究的分析框架,分别从宏观环境、产业组织和公司治理等理论层面,搜集、整理相关的已有文献资料,以夯实后续研究的理论基础。

本书首先关注的是商贸平台型企业发展的“中国情境”问题——宏观经济转型。亚当·斯密的理论认为,经济繁荣源于社会分工和商品交换的共同推动,一个地区在经济快速发展的过程中必然伴随着大量交易需求的涌现。“好政府”需要为各类交易的发生提供有效保护。在地方政府

能力有限的情况下,通过组建并扶持商贸平台型企业间接地为交易活动提供保护,是一种有效的替代方案。我国的宏观经济转型还是一个市场秩序建立和完善的过程,商贸平台型企业既是这个市场秩序中游戏规则的遵循者,也是市场秩序建立和完善的重要推动者。模型研究和实际案例研究都表明,在我国宏观经济转型期,随着市场秩序的不断完善,地方政府打造高效率、低成本的商贸平台比单纯追求制造业优势更有利于地方经济的繁荣,这也解释了地方政府扶持这类企业的原因。当然,商贸平台型企业自身发展战略也有一种内在的扩张冲动。

其次,本书借助产业组织理论框架研究商贸平台型企业的发展战略问题。在没有政府规制约束的条件下,“垄断”是所有企业在发展战略中所努力趋近的市场结构。一方面,随着信息技术的日新月异,在规模经济、范围经济和网络经济效益等因素的共同作用下,少数商贸平台型企业正趋向自然垄断;另一方面,在地方政府保护、消费者市场差异等人为因素的作用下,部分商贸平台型企业的市场势力被区域分割和强化,并形成了“局部垄断”。对双边市场结构的分析表明,企业数量在产业链上的“哑铃形”分布有利于商贸平台型企业实施纵向控制,其具体行为策略包括不对称的定价结构、动态化的补贴策略与平台间联盟。进一步的市场势力扩张模型研究证明,在市场势力扩张的过程中,商贸平台型企业的垄断势力与垄断行为具有互为因果的自我强化机制,平台企业间的竞争也会出现“强者愈强”乃至“一家独大”的局面。这部分研究表明,从产业环境和企业战略的角度看,商贸平台型企业选择市场势力扩张战略是必然的。这就需要关注商贸平台型企业快速成长过程中利益相关者之间的冲突和协调,完善公司治理。

顺理成章,本书将进一步从利益相关者视角研究商贸平台型企业的公司治理问题。企业访谈、问卷调查的结果表明,商贸平台型企业公司治理中所涉及的关键(参与企业决策、对企业经营有重大影响的)利益相关者种类较一般制造企业的多。造成这一现象的原因在于同一利益相关者的多重身份问题。比如,地方政府既是企业的行政主管部门,可能也是企业的控股股东,类似的情况还出现在商户、债权人,甚至是周边社区等利益相关者身上。基于上述判断,本书分析了那些具有两个或两个以上利益相关者身份的成员的利益诉求。在我国商贸平台型企业产生、发展的

不同阶段,那些能够为企业当前发展提供最需要的稀缺资源的利益相关者在公司治理中的权力将被扩大。商户集体控制、地方政府控制与管理者控制这三种先后发展起来的公司治理模式,反映了我国商贸平台型企业控制权演化的逻辑。

最后,本书结合上述三个层面的理论研究,分别从政府和企业层面展开相应的对策研究。发展战略研究的结论表明,商贸平台型企业的“垄断因素”与“双边市场结构”决定了其会走向“垄断”,这一结论促使笔者将对策研究转向了产业组织理论的根本使命——促进有效竞争的市场结构的形成。商贸平台具有较强的规模经济、范围经济和网络经济效益,以至于直接消除其垄断势力将产生低效率,增加社会总成本。因此,本书从导入竞争性力量的角度提出了四种政府规制模式:端口接入规制、业务范围规制、网络互通规制与共同投资规制。公司治理研究的结论表明,与一般企业相比,商贸平台型企业的利益相关者具有较大的特殊性,其公司治理的现实与我国现行《公司法》等法规所框定的公司治理结构一般框架之间存在一定冲突。因此,本书提出了让地方政府拥有“小股东否决权”、对商户采取“形式聘任”、由债权人指定外部审计机构、董事会设立社会责任委员会等建议,以完善我国商贸平台型企业的公司治理结构。

ABSTRACT

Trading platform enterprise is a special kind of firm which emerged after China's reform and opening up, such as Yiwu Small Commodity City, Intime Department Store, Suning Appliance, Alibaba. Such kind of enterprises have the following characteristics: ① they provided integrated services with the nature of "quasi-public goods", in the field of commerce and trade circulation for supply side and demand side by tangible or intangible platform, helped to eliminate the uncertainty of the market; ② they promoted the growth of local industrial cluster and local service industry, so they were concerned and supported by governments; ③ they were in a typical two-sided market, with characters of significant economies of scale, economies of scope and economies of network. Their competitiveness was highly correlated with the platform scale, the number of customers on the platform, and the degree of interaction between customers on the platform. Some of them was showing a monopolistic tendencies; ④ their corporate governance process involved many types of key stakeholders, local government, merchants, and community may be involved in corporate governance of them, who had an important impact using their management and decision-making; ⑤ the merchants using the trading platforms of our country had higher degree of autonomy for their own marketing activities than their counterparts on similar large circulation enterprises in developed country. Unfortunately, there was little study for such kind of enterprises which played the important role of connecting supply and demand in real economy, in the background of

stimulating domestic demand and promoting consumption of our country, so it was where the significance of this paper lied.

As a theoretical study based on a realistic enterprise, this paper focused on the common features of trading platform enterprises in China. This paper described the special nature of the trading platform enterprise by illustrating ‘Yiwu Small Commodity City Company’s development process’, and then put forward the key issues and research approach. Considering any firm’s formation, strategy and governance were essentially institutional issues, because of lacking direct literature of ‘trading platform enterprise’, the author drew on the analytical framework proposed by Williamson and collated existing relevant literature from three theoretical levels, macro-transition, industrial organization and corporate governance, in order to reinforce the theoretical basis for the follow-up study.

The first concern of this paper was macro-transition which was the Chinese context of trading platform enterprise. Adam Smith’s theory pointed out that economic prosperity was promoted jointly by the social division and commodity exchange. Any region undergoing rapidly development must be accompanied by a lot of demands for transaction. ‘Good governments’ needs to provide effective protection for the occurrence of various types of transactions to promote local economy. But some governments couldn’t do it because of limited capacity, so it would be an effective alternative by supporting trading platform enterprise to provide such protection. China’s macro-restructuring was a process of establishing and improving market order. Trading platform enterprise not only comply with the market order, but also help to improve it. The model studies and practical examples presented in this paper showed that: with the constant improvement of the market order in our country, for a local government, building or supporting a high-efficient, low-cost platform was more conducive to promote the local economy than exclusively leveraging on the manufacture advantages,

which also explained the local government's policy of supporting the trading platform. However, the rapid growth of trading platform enterprise couldn't sustain only by the local government's support. Over the last decade, some non-state-owned trading platform enterprises, such as, Suning Appliance, and Alibaba, grew even faster than state-owned platform enterprises, so this phenomenon required us to study their strategy using the theories of industrial organization.

Secondly, this paper studied the strategic issues of trading platform enterprises in the framework of industrial organization. 'Monopoly' was a market structure pursued by any enterprises if without constraints of government regulation. A few trading platform enterprises developed towards natural monopoly because of the combined effect of economies of scale, economies of scope and economies of network, and other factors in the information society. On the other hand, the human factors including local government protection and consumer market differentiation lead to that some trading platform enterprises' market power are segmented and enhanced regionally, and formed the market structure of 'local monopoly'. The analysis of the two-sided market structure showed that the "dumbbell-shaped" distribution of firms in the industrial chain helped trading platform enterprises to implement specific behavioral strategies for longitudinal control, which included asymmetric pricing structure, dynamic subsidy policy and platform Union. Further model study proved that trading platform enterprise was characterized by self-reinforcement between monopoly and monopolistic behavior, and competition between platform enterprises would lead to the situation of 'the bigger getting stronger'. Trading platform would inevitably choose an expansion strategy to enhance its market forces, thus resolving the conflicts among different stakeholders in the process of rapid development of trading platform enterprises became a new problem. So it required studying corporate governance of them by using the theory of stakeholder.

Thirdly, this paper studied the corporate governance issues of