

ZHONGQINGNIAN JINGJIXUEJIA WENKU

中青年

经济学家文库



企业成长的机理分析

李 政 / 著

QIYE CHENGZHANG
DE JILI FENXI



经济科学出版社

中青年经济学家文库

吉林大学“国家经济学基础人才培养基地”基金资助

企业成长的机理分析

李 政 著

经济科学出版社

责任编辑：王志华 沈 莉

责任校对：杨晓莹

版式设计：代小卫

技术编辑：王世伟

企业成长的机理分析

李 政 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)

天宇星印刷厂印刷

永明装订厂装订

850 × 1168 32 开 10 印张 240000 字

2005 年 7 月第一版 2005 年 7 月第一次印刷

ISBN 7 - 5058 - 5075 - X/F · 4347 定价：18.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序

企业是市场经济的微观运行主体。企业成长是经济繁荣的重要基础，是国家竞争优势的主要源泉。对于企业来说，在激烈竞争中，它需要健康地成长，否则就时时面临生存危机，难以长久。目前，随着企业成长问题受到各级政府和工商人士的日益关注，企业成长理论便成为国内外经济学界和管理学界竞相探索的现代经济学前沿。李政同志以他学者的使命感和洞察力，五六年前即开始面向中国实际，系统深入地探究企业成长的经济规律性。在完成博士学位论文和国家留学基金课题的基础上，修改撰写成《企业成长的机理分析》这部学术专著。经济科学出版社把这部作品列入“中青年经济学家文库”出版，是对他不懈努力的肯定，意味着他的研究已经结出可喜的硕果。这对推动中国经济学研究，尤其是企业理论的发展，无疑是非常有益的。

企业理论大体经历了四个阶段的流变：一是新古典经济学的以“规模”为核心范畴的企业理论。这一理论仅仅将企业视为追求利润最大化的生产单位，即把投入转化为产出的组织。这是从技术的角度看待企业，是对企业平均行为的抽象。二是新制度经济学的以“治理”为核心范畴的“现代”企业理论。在这个理论框架中，企业被理解为一系列契约的集合。这一理论体系是建立在经济均衡、交易费用、产权等基准之上的，并且以产权作为统一分析工具。它把交易费用广义化，并对交易费用进行比较

静态分析，因而出现先天不足的特点。三是战略管理学派的以“能力”为核心范畴的企业理论。企业能力理论为企业成长研究奠定了坚实的理论基础。企业整体战略的重要意义在于其拥有的特殊资产，即与知识有关的，能在企业各部门进行分割的资产，这些特殊的资产就是通常所说的企业“资源”或能力。近年来，企业能力理论研究成果颇丰，但客观地讲，它还不成体系，处于一种支离的状态，缺乏理论根基，也缺乏贯穿始终的主线。四是以“成长”为核心范畴的“后现代”综合的企业理论。目前，各种企业理论走向融合的态势正在涌现。从国外研究现状来看，一种新的综合的企业理论正在形成。本书就是作者在此基础上所做的一种崭新的尝试。

近年来有关企业的性质、治理结构、竞争力、组织制度及其变迁等研究成果大量涌现，对学术界产生了不小的影响。但是，为什么有的企业能够持续生存并发展，而有的企业却在同等条件的竞争中被迅速淘汰出局，其背后的规律是什么？却很少有人提出，更不用说做出准确的回答。很明显，从经济学视角入手，追问和研究上述问题，是非常必要的。进入 21 世纪以来，经济全球化的趋势将日益增强。在这一时代背景下，市场竞争日益激烈，变化速度加快。一边是昔日闻名的大企业纷纷深陷困境，辉煌不再；另一边是成批中小企业新秀如雨后春笋般迅速崛起，但三五年之后它们中的大部分或举步维艰，或销声匿迹。中国在发展社会主义市场经济过程中，尤其是在加入世贸组织以后，愈发深切地感受到企业作为国民经济肌体的细胞，其成长与发育状况直接关系到经济社会发展的全局。企业强则国强，企业富则民富，要增强国家竞争力，必须提升企业竞争力。然而，对我国企业进行综合考察时却发现了这样的问题：各种企业普遍短寿的同时，大企业不大、不强，中小企业不专、不精。这说明，推动中国企业成长的任务异常复杂而艰巨。严峻的现实呼唤要加强企业

成长机理的理论研究与探索，以指导实践，从而真正把中国企业做大做强，进而抓住机遇，迎接挑战。

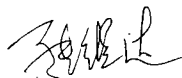
《企业成长的机理分析》一书，以马克思主义理论与方法论为指导，借鉴西方经济学各学派企业成长理论，坚持理论与中国实际结合，深入探讨企业成长的机理。首先阐明企业成长理论脉络；然后从企业演化与成长的角度，全面研究企业成长的特征、路径、源泉、机制以及影响因素等；最后，在此基础上，进而对企业成长原理在中国的实证与应用做出可行性探索。该书重点在于揭示企业生存和成长的一般原理或基本规律性，同时探索和回答：中国企业究竟如何才能“做强”而不仅仅是“做大”？如何使中国企业在“入世”后日趋激烈的市场竞争环境中尽可能地保持常盛不衰？可见，致力于推动本地企业成长的政府有关部门、企业理论工作者以及置身于企业成长区第一线的创业家和经理人都能从中找到自己感兴趣的问题。

全书分为三大部分。第一部分是研究的基础部分。主要阐明企业成长理论的渊源、流变与脉络以及企业成长研究的方法论基础，并对其中一些重要观点加以评析。第二部分是基本理论部分。在界定企业成长的概念、性质、特征和路径的基础上，着重探讨企业成长的源泉、机制及其影响因素，并说明企业家与企业文化、文化传统、制度变迁等异质性因素对企业成长的重要意义。第三部分是研究的落脚点，是理论的实证与应用部分。针对中国企业成长的历史和现状，从中国的国情背景和企业成长实际出发，提出中国企业成长的三位一体的系统解决方案，给出中国企业应对“入世”的一些具体成长策略。

综观全书，作者对企业成长机理所作的研究比较深入、细致。企业成长理论分析不同于新古典经济学的企业理论，而是给出以企业知识为核心的新的分析框架。这一分析框架超越了国内外其他既有的分析企业成长的框架模型，不仅很好地解释了企业

异质性和成长边界与范围等理论难题，而且还具有逻辑一致性的特点。由于理论体系新，产生许多闪光之点，具有重大理论发现，弥补了迄今研究的缺憾甚至填补了某些空白。书中提出的企业知识是企业成长的源泉、创新与学习是企业成长的重要机制、企业核心能力是企业战略性知识资产等观点，具有创见性和重要理论价值；对基于知识和能力的企业成长边界与范围的提出和论证突破了既有的理论分析框架；对企业成长三个维度的分析、异质性因素分析、可持续成长分析，有独到见解；论证企业关联性与非关联性的多元化经营对企业成长的作用，阐释有新意。作者还首次将组织学习与知识创新理论引入企业成长研究，因而拓宽了企业成长研究的理论视野；根据中国的国情背景和企业成长实际，提出推动中国企业成长的三位一体的系统解决方案，对我国企业可持续成长的对策建议，具有可行性见地。

作为现代经济学的前沿课题，企业成长所涉及的内容广泛而复杂，既有理论层面问题，也有操作层面问题。该书主要是从基本理论上进行研究的，对企业成长的源泉、机制、异质性影响因素等做出系统的学术探讨。这部探索性著作，尽管还有某些不成熟之处，却不失为具有科学价值的较高水平的研究成果，对我国企业改革和发展具有重要的参考价值。相信该书的出版，会在经济学界和经济实际部门产生积极的影响。



2005年3月于吉林大学

目 录

导 论	(1)
一、问题的由来与提出	(1)
二、本研究的理论背景与学术价值	(4)
三、国内有关研究的进展情况	(9)
四、本书的框架结构和研究方法	(14)
五、主要理论创新之处	(18)
 第一章 企业成长研究的脉络与理论基础	(20)
第一节 企业成长理论的萌芽	(20)
一、亚当·斯密的企业成长思想	(21)
二、马克思的企业成长思想	(22)
三、马歇尔对古典经济学的企业成长思想的继承与发展	(27)
第二节 新古典经济学的企业成长思想	(30)
一、新古典经济学的企业及其行为	(30)
二、企业规模报酬与横向一体化	(31)
三、企业纵向一体化	(32)
第三节 交易费用逻辑的企业成长思想	(33)
一、科斯对企业规模与一体化的解释	(34)
二、威廉姆森的资产专用性与纵向一体化	(36)
三、迪屈奇的一体化与多元化经营	(38)

第四节 现代企业成长理论的主要观点评述	(40)
一、彭罗斯基于资源的“企业成长理论”	(40)
二、钱德勒的“现代工商企业”成长论	(46)
三、管理主义的企业成长论	(48)
第二章 企业成长研究的方法论基础	(52)
第一节 演化经济学的范式特征与方法	(52)
一、演化经济学的范式特征与渊源	(52)
二、演化经济学的基本原理	(55)
三、演化经济学的研究范围	(59)
第二节 演化经济学的企业理论及其假说	(61)
一、演化范式动态企业理论的兴起	(61)
二、演化范式企业理论的基本分析假说	(65)
三、演化主义的企业理论	(67)
第三节 企业进化的事实与企业时空性	(68)
一、企业作为一个“物种”的起源	(68)
二、企业的进化及其特点	(71)
三、本研究对于企业的规定与假设	(77)
第三章 企业成长的性征与可持续性	(81)
第一节 企业成长的维度及其相互关系	(81)
一、企业成长的三个维度	(81)
二、企业成长与企业规模	(84)
三、企业成长与企业存续	(87)
四、企业的自然年龄与商业年龄	(89)
第二节 企业成长的生命与演化性征	(92)
一、企业成长的生命性征	(92)
二、企业成长特征的模型描述	(98)

第三节 企业成长的可持续性	(106)
一、企业可持续发展的理论与逻辑	(107)
二、企业可持续发展的实证与经验	(110)
第四章 企业成长的路径及其变化与选择	(114)
第一节 企业外延规模扩张与内涵素质提高	(114)
一、企业成长路径的经济学模型	(115)
二、企业成长的内涵素质提高方式	(117)
三、企业外延与内涵两种成长方式的关系	(119)
第二节 企业规模成长及其替代形式	(120)
一、企业规模成长及其经济学原理	(120)
二、企业规模成长的几种主要替代形式	(125)
第三节 企业并购成长的理论与实证分析	(130)
一、企业并购成长的经济学基础	(130)
二、企业并购的行为动机	(131)
三、企业并购的效率与效果分析	(134)
第四节 企业多元化成长的理论与实证分析	(137)
一、企业多元化成长的趋势	(138)
二、企业多元化成长的经济学原理	(139)
三、企业多元化实践的绩效分析	(143)
第五章 企业成长的知识源泉分析	(146)
第一节 企业成长源泉探寻及相关理论评析	(147)
一、企业内在成长论的观点	(147)
二、企业竞争优势论的有关探讨	(151)
第二节 企业知识与企业核心能力分析	(155)
一、知识的内涵与分类	(156)
二、企业知识及其分类与性质	(159)

企业成长的机理分析

三、企业核心能力的性质及其与企业知识的关系	(164)
第三节 基于知识和能力的企业成长边界与范围	(167)
一、企业基本问题的知识阐释	(168)
二、企业核心知识或能力与企业成长的纵向边界	(170)
三、企业核心知识或能力与企业成长的范围	(174)
第六章 企业成长的创新与学习机制分析	(177)
第一节 企业创新与企业成长	(177)
一、创新的本质与知识	(177)
二、企业创新与企业成长	(180)
三、企业创新与企业核心能力的生成	(187)
第二节 企业成长中的组织学习与知识创新	(191)
一、组织学习与企业成长	(191)
二、创新文献中的学习类型	(193)
三、组织理论中的学习类型	(196)
四、学习型组织与知识创新型企业	(198)
第三节 企业成长中的知识创新模式与过程	(201)
一、知识积累与创新的模式	(201)
二、知识创新的螺旋上升过程	(203)
三、知识创新的实现与管理	(205)
第七章 企业成长的异质性因素分析	(209)
第一节 企业成长因素的一般探讨	(209)
一、企业成长的市场——技术结构因素	(210)
二、企业成长的组织因素	(214)
三、企业成长的管理因素	(216)
第二节 内部异质性因素：企业家与企业文化	(219)
一、企业成长中的企业文化因素	(220)

二、企业成长中的企业家因素	(224)
第三节 外部异质性因素：文化传统与制度变迁	(228)
一、文化传统与企业制度及其变迁	(229)
二、华人企业成长的一种文化解释	(234)
第八章 企业成长原理在中国的实证与应用	(237)
第一节 转型期中国企业成长纵览	(237)
一、制度视角：中国企业成长的总体情况	(237)
二、规模视角：中国大企业的衍生与成长	(246)
三、经验视角：理论与实践的对接	(254)
第二节 中国企业成长的问题与现状	(257)
一、中国大型企业成长的问题与现状	(257)
二、中国中小企业成长的问题与现状	(266)
三、关于如何推进中国企业成长的几种观点	(267)
第三节 中国企业可持续发展的对策建议	(270)
一、企业使命：培育核心能力	(271)
二、必经之途：企业学习与创新	(273)
三、前提保障：体制改革与文化建设	(275)
第四节 中国企业“入世”后的成长策略	(277)
一、“入世”给中国企业成长带来的机遇与挑战	(277)
二、“入世”后中国企业的若干成长策略	(283)
结论	(289)
主要参考文献	(291)
后记	(304)

导 论

一、问题的由来与提出

面对企业的兴衰更迭、大小变化，以企业为主要研究对象的企业理论和企业管理理论有理由必须思考和回答这样一个至关重要的问题：为什么有的企业能够常盛不衰、持续发展和壮大，而有的企业却在同等条件下的竞争中迅速衰败和消亡？进一步说，企业生存和成长的一般规律是什么，决定企业生存和成长的最根本的因素是什么，这个因素又是如何发挥作用的？这个问题的意义如此之重大，以至于如果不能科学地回答它，经济学和管理学就很难成为真正意义的科学；实业界和政府部门也就无法切实有效地推动目标企业的可持续发展。但这个问题又是如此之复杂，以至于迄今为止的经济学或企业理论研究都未能对此做出特别令人满意的回答。^①这正是本书研究的起因与用意所在。

在我们的日常生活中，企业几乎已经无处不在、无所不能。它一方面为人类生产和创造着物质财富；另一方面更为人类承载

^① 黄群慧：《企业核心能力理论与管理学学科的发展》，载于《经济管理》2002年第20期。

与传播着精神文明。人类社会早已离不开企业，创业的时代正悄然来临。于是现在的经济学者纷纷认为，是企业而非国家成为现代社会最重要的组织形式，成为与市场相结合而又根本不同于市场的协调、配置资源的有效机制。如今，最激动人心的神话不再是大国兴衰、王朝起落，而是企业成长——一个个企业从无到有、自小而大，由白手起家再到富可敌国……在 21 世纪和可以预见的未来，企业强则国强，企业富则民富，企业雄于世界则国雄于世界。国家的进步越来越源于企业的进步，国家的竞争力最终要依赖企业的竞争力——中华民族要想早日实现伟大复兴，中国的企业可谓任重而道远。

长期以来，企业的短寿与成长成为世界范围内的话题，引起人们日益深切的关注。1983 年壳牌石油公司的一项调查结果显示，1970 年名列《财富》杂志 500 强排行榜的企业有 1/3 已经销声匿迹。大型企业平均寿命不及 40 年，约为自然寿命的一半！在许多国家，新建企业有 40% 存活不到 10 年便中途夭折。在日本和欧洲，所有大小企业的平均寿命只有 12.5 年，而我国企业的平均寿命仅为 3.5 年。总之，资料表明，企业平均寿命低、死亡率高是不争的事实。然而，与之形成鲜明对照的是，又有创办于 1288 年、日前仍为欧洲最大的木浆和纸业生产企业的斯多纳（Stora）公司存在，有杜邦（1802 年）、宝洁（1837 年）、雀巢（1874 年）等百岁以上、生机未减的大企业存在。^①也就是说，企业的持续繁荣并非绝然不可。还有数据表明，企业规模越大、知名度越高，其平均寿命也越长，而规模大、知名度高的企业往往是稳定经济、创新产品的先锋与楷模。显然，企业成长问题举足轻重而又错综复杂，不容轻视。

尽管自改革开放以来，我国各类企业无论在素质上还是在规

^① 王振江、李常法：《管理范式转变》，学林出版社 2001 年版，第 9 页。

模上都取得了显著提高和长足发展,但毋庸置疑,其现有水平仍然远远落后于发达国家同类企业。以我国企业排头兵——国内“500强”为例,2001年竟有少数企业严重亏损,约1/3企业利润缩水。不仅如此,这些大企业的规模普遍较小:2001年其平均资产规模只有同期世界“500强”企业的6.46%,平均营业收入只有世界“500强”企业的5.26%;劳动生产率水平也低:2001年中国500强企业的人均营业收入、人均利润、人均资产,分别只有世界“500强”企业的12.95%、29.62%和1.57%;另外,从盈利能力来看,中国“500强”企业的平均利润水平只有世界“500强”企业的12.06%;同时创新能力则更低:多数大企业关键技术的开发和应用水平与国际方面有较大差距……^①

随着2001年12月11日世贸总干事墨尔先生的庄严宣布,我国入世已成事实,我国的对外开放工作也从此进入了新的发展阶段。加入世贸组织是我国社会经济发展过程中的一个新的转折点,表明我国已经进一步融入世界经济体系,将在更加开放的大环境中参与国际竞争,参与国际经济分工与合作。这对于中国企业来说,未来的发展有了更广阔的空间,但同时也将面对更多的强劲对手并接受国际竞争的严峻考验。世界经济全球化是一个不可抗拒的发展潮流,对于中国这样的发展中国家而言,关键不在于保护“幼稚产业”,而是要使一批真正具有竞争实力的大企业脱颖而出,担当起国民经济发展和国际经济竞争主力军的角色。

强调大企业的特殊地位,并不是否认中小企业的重要作用。在国与国之间日趋激烈的竞争中,中国不仅需要一批能够抗击风浪的“航空母舰”,更需要一支由大中小企业共同组成“联合舰队”。因为从某种意义上说,中小企业是大企业的“蓄水池”和

^① 中国企业联合会、中国企业家协会:《中国企业发展报告(2002)》,企业管理出版社2002年版,第31页。

后备力量，没有众多成长良好的中小企业也不可能有实力雄厚的大企业胜出。但是，从国际比较的观点来看，目前我国产业组织形态存在两个不容否定的特征：一是“大企业”不大、不强；二是中小企业还不专、不精，技术水平和管理水平都很低。这就使得推动中国企业成长的任务异常复杂而艰巨。

经过 20 多年的改革和发展，中国不同所有制企业的自组织性与经营环境正在趋同。国有企业经过体制改革获得了较充分的经营自主权，非公有企业的社会地位和经济影响大为提高，而外资企业所享受的优惠政策也消失殆尽。更为重要的是，中国国内的多数产品市场已基本上成为一个统一的竞争性市场，几乎所有企业都已无可回避地卷入了具有相同游戏规则的竞争之中。在这种情况下，任何企业，不论其制度上有什么特殊之处，都面临着同样一个问题，那就是如何在激烈的市场竞争中赢得并保持优势，如何在自主生存的基础上谋求可持续成长。

二、本研究的理论背景与学术价值

西方主流经济学的体系中并不包括企业成长理论。新古典经济学的厂商理论实际上是一个限定性定价理论。1939 年 R. Z. 霍尔等对 38 家英国厂商的调查结果令西方经济学家大吃一惊：第一，寡头是市场的主要结构；第二，厂商并不企图获得最大利润。由此引起了广泛的讨论。人们认识到，不确定性的存在使当事人不可能确知未来的需求和成本，难以实现利润最大化目标，因此边际原则是无法使用的。对此，J. B. 贝恩提出了另一种解释：寡头即使能赚取最大利润，但为限制潜在的进入竞争，宁愿获取低于最大化水平的利润。这就是限定性定价理论。但这种早期的理论挑战还是没有摆脱原有的框框，企业仍是一个机械性装

置，从个人的理性选择出发并以市场均衡为归宿，新古典理论的理想市场模型并没有给企业的作用留下什么余地。

从现代经济学的发展史来看，一般认为，真正意义的“企业理论”是以科斯为代表的产权制度经济学家在 20 世纪 60 年代以后创立的。他们将产权治理结构的制度安排引入企业的经济分析，提出一套关于企业的性质、企业存在的逻辑、企业的治理与效率边界等分析命题的理论框架，从而弥补了新古典经济学在厂商理论上的某些不足，成为融入正统经济学的主流企业理论。科斯认为，与市场通过契约形式完成交易不同，企业依靠权威在其内部完成交易。企业形成的原因，是为了减少市场交易费用，而把交易转移到企业内部。企业会扩大到如此程度，使得在企业内部再进行一次交易的费用等于同样的交易在市场上完成的费用。科斯的理论由此被称为“交易费用理论”。以交易费用理论为代表，包括“产权理论”和“代理理论”的所谓“现代企业理论”在 20 世纪 70 年代以后发展十分迅速。

然而，现代企业理论的各个流派，无论是继承了科斯路线的威廉姆森交易费用经济学，还是阿尔钦和德姆塞茨的团队生产理论，还是修改了新古典理论完全信息假设的委托—代理理论，实际上都不过是在市场均衡论的框架下做一些局部修正。在这些理论背后，仍然可以看到典型的新古典理论信条：市场是第一位的，而企业是第二位的。在这些理论中，由于企业的存在只能归因于市场失败，所以仍然没有企业的主动地位。尽管将制度因素引入经济分析是一个重大突破，但产权制度安排并不是企业生存的全部。这些理论至少难以令人信服地解释下面一些重要问题：为什么企业和企业之间是各不相同的（即企业的异质性）；为什么在相似的激励安排下，有的企业在市场竞争中能够取得成功而有的企业却惨遭失败；在一个企业中，决定其生存和发展的最基本因素是什么；等等。