

动态环境下的 企业竞争力

——基于动态能力观的竞争力及其演化研究

王核成 / 著



科学出版社

www.sciencep.com

动态环境下的企业竞争力

——基于动态能力观的竞争力及其演化研究

王核成 著

科学出版社

北京

F270
W200

内 容 简 介

在经济全球化的背景下,企业面临着一个宏观形势多变、技术进步加速、顾客期望提高、市场竞争激烈的动态环境。如何以更快的速度培育自身的能力,不断形成新的竞争优势,在动态环境中立于不败之地成为每一个企业最关心的问题。

本书以竞争优势理论和演化经济学思想为基础,从动态能力的观点出发,探究动态环境下企业竞争力的来源、形成机制及其演化规律,总结了作者在动态能力和竞争优势方面所作的研究与实践心得。同时,本书结合经济全球化和我国产业转型升级的实际,提出增强企业竞争力的策略,以指导企业明确成功的关键因素,有的放矢地从根本上培育企业能力,优化企业资源,获取动态竞争优势并实现可持续发展。

本书可供高等院校经济管理类专业的本科生和研究生使用,也可供科研工作者、企业中高层管理人员以及从事经济管理工作的政府工作人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

动态环境下的企业竞争力:基于动态能力观的竞争力及其演化研究 / 王核成著. —北京:科学出版社,2010.2

ISBN 978-7-03-026612-5

I. ①动… II. ①王… III. ①企业-市场竞争-研究 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第017473号

责任编辑:林建张、宁 / 责任校对:李奕莹

责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

源海印刷有限责任公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2010年2月第 一 版 开本: B5 (720×1000)

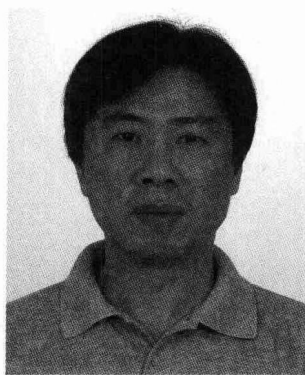
2010年2月第一次印刷 印张: 14

印数: 1—2 000 字数: 282 000

定价: 39.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

作者简介



王核成,教授,毕业于浙江大学管理科学与工程专业,获管理学博士学位,上海交通大学工商管理专业博士后(出站)。现任杭州电子科技大学管理学院院长、战略与管理研究所所长,中德先进制造与管理研究中心(与德国弗劳恩霍夫协会联合成立)主任,兼任浙江省企业管理研究会副会长。2001年晋升教授,并被评为浙江省高校中青年学科带头人;2002年入选浙江省政府“151人才工程”培养对象。曾任中国“菲利浦·科特勒”营销理论贡献奖评委,2007年起担任每年一届的“中德先进制造与管理国际论坛”总负责

人。主要研究方向有战略管理与组织、营销管理、企业信息化管理等。

曾主持国家自然科学基金项目、中国博士后基金项目、浙江省自然科学基金项目、信息产业部科研项目等国家和省部级课题 20 多项,在核心期刊上发表或被三大检索收录论文 60 多篇。

在深入进行学术研究的同时,十分注重管理理论与实践的结合。从 1995 年起从事企业管理咨询工作,曾负责华立集团、中国广厦集团、中国横店集团、浙江耀江建设集团、绍兴水务集团等几十家企业的战略规划、组织构架与人力资源管理体系设计、品牌与企业形象策划、市场研究与营销策划、管理信息系统开发等项目。曾为企业中高层管理人员等开设战略管理、公司组织与运行、品牌管理、跨国经营与管理、信息技术与管理创新等课程和讲座。

E-mail: wanghecheng@hdu.edu.cn

前 言

在知识经济时代,企业面临的是一个技术日新月异、产品更新频繁和消费者需求偏好多变的动态环境。在动态环境中,一个固守现有竞争力体系、仅仅追求利润最大化的企业,很快就会被其他更具创新能力的竞争对手取代。企业如何在动态环境中不断获取竞争优势和保持长久的竞争力,是理论界和企业界普遍关注的热点问题,也是当今竞争力理论研究领域的重点之一。

在全球化背景下,我国企业在中国特色社会主义市场经济转型和产业不断升级换代的竞争环境中,不可避免地面临着复杂的动态环境和更大的竞争压力,迫切需要一种能够体现动态环境下企业竞争力本质、竞争力形成和演化规律的新的竞争力理论体系来指导企业的实践。动态能力理论的提出为这个问题的解决指引了方向。企业必须随环境的变化而不断创新其能力,才能获取竞争优势,这种随环境改变而变化的能力才是企业竞争力形成和发展的关键。本书正是从动态能力的观点出发,探究企业竞争力的来源、形成机制及其演化规律,从而使企业经营者在实践中明确企业自身成功的关键因素,有的放矢地从根本上培育企业能力,优化企业资源,实现可持续发展。

第一,本书在对企业动态能力的内涵和影响因素分析的基础上,从探讨动态能力的本质入手,阐述了动态能力作为一种更新能力,其本质是能力体系中的机制。正是由于这种动态机制的存在,推动了企业能力体系中的各种能力持续地协调发展。由此,本书将抽象、不可测量的动态能力概念转换为相对具体的、可操作的企业动态机制,提出了动态机制的概念和内容,其中包括动力机制、学习机制和匹配机制。在此基础上形成了动态能力观的基本思想:由于环境的不确定性,企业欲在竞争激烈的市场中赢得顾客和获取竞争优势,应依据环境的变化,在企业动态机制

作用下,通过学习和增长知识,不断对自身的能力和资源进行调整和提升,从而使企业内部结构与变化的环境相匹配,促进竞争力的发展。

第二,本书突破了以往基于资源、能力和产业分析的竞争力研究的局限性,用动态能力理论,把外部环境、内部能力体系、资源体系及动态机制纳入一个统一的分析框架中,构建了基于动态能力观的企业竞争力研究体系。动态能力观是资源观和能力观的整合,基于动态能力观的企业竞争力主要由三大要素构成:能力体系、资源体系和动态机制,而外部环境是其重要影响因素,但非决定因素。因此,企业竞争力本质上是内生的,研究竞争力必须采用内外结合的系统 and 动态方法。本书进一步分析了企业能力体系和资源体系,其中,能力体系分为以下部分:主导能力,包括企业家能力、学习能力和创新能力;战略能力;价值链基本能力,包括研发能力、生产能力和营销能力;价值链保障能力,包括人力资源管理能力、财务管理能力和界面管理能力等。资源体系包括企业文化、知识与信息资源、人力资源、市场资源、技术资源、财务资源和物力资源等。同时,本书也回答了资源、能力、动态机制等企业竞争力要素之间的内在关系如何、这些要素和其他影响因素如何共同对企业竞争力及企业绩效产生影响等问题。

第三,本书以演化经济学为思想基础,运用动态能力观和战略管理理论,对企业竞争力研究突出了动态性和系统性,并避免了以往以大类能力和资源作为基本分析单位而缺乏对企业竞争力本质和要素的深入分析。本书从企业竞争力三个维度对演化过程和规律进行了系统研究:①要素维度,分别对能力体系、资源体系和机制的具体构成要素的演变及关系进行了研究。②时间维度,采用时段式研究方法,更好地找出企业竞争力要素在不同成长阶段和时期的状况和变化规律。③层次维度,对企业竞争力进行层次划分——隐性竞争力和可持续性竞争力。分阶段观察了企业的资源、能力和机制随环境变化而演化的规律,实现了对企业竞争力从静态到动态的系统研究,从而对企业竞争力理论的发展起到了积极的推动作用。

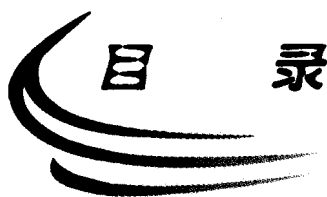
基于动态能力观点的企业演化研究一直是国际管理学界的难点问题,至今还没有很好的解决方案,同时,也很少见到用动态方法对企业竞争力进行系统性研究。书中指出,企业竞争力是由不同的竞争力要素有机联系而构成的整体力量,一组分散的要素不可能形成竞争力。所以,如何将竞争力要素有效协调和整合就成为问题的关键。企业竞争力提升的过程是一个对企业动态机制、能力和资源进行系统规划与建设的过程。笔者通过对企业竞争力及其演化过程的理论和实证研究,在把握竞争力演化规律的基础上,提出了动力机制、学习机制和匹配机制的构建策略,如通过营造先进企业文化、培养企业家精神、建立创新体系和失败宽容制度、建立现代企业制度和制定科学合理的激励制度来构建动力机制等。

在经济全球化和科学技术飞速发展的今天,除了某些以组织整体形式存在的能力难以复制,长期拥有某项独特资源而不被其他企业赶上的可能性越来越小。

面对诸多具有更强能力的竞争对手,企业的生存压力剧增,因此,企业必须以更快的速度培育自身的能力,不断形成新的竞争优势,才能使竞争力持续。本书将作者在动态能力和企业竞争力方面的研究探索与实践心得,呈现给管理学界的同仁们与企业家长们,希望对中国企业在动态环境下获取竞争优势和持续发展有所裨益。

王核成

2009年10月



目 录

前言

第一章	
	导论 1
第一节	提升竞争力:动态环境下企业的必然选择 1
第二节	竞争力与竞争优势 7
第三节	本书的研究视角、方法与意义 13
第二章	
	企业竞争力的本质及其研究的新发展 17
第一节	企业竞争力本质 17
第二节	企业竞争力的研究现状 20
第三节	动态能力理论兴起和竞争力研究的发展 31
第三章	
	动态能力观的构建 42
第一节	动态能力理论研究的现实背景 42
第二节	动态能力的本质 49
第三节	动态能力观的提出 60
第四章	
	基于动态能力观的企业竞争力 65
第一节	企业能力和资源体系的结构 65

第二节	基于动态能力观的企业竞争力构成要素及其关系	86
第三节	基于动态能力观的企业竞争力理论研究框架	94
第五章		
	基于动态能力观的企业竞争力实证研究	99
第一节	问卷的设计与变量的测量	99
第二节	资源、能力、动态机制与企业绩效的关系分析	115
第三节	企业竞争力影响因素分析	129
第六章		
	企业竞争力演化	132
第一节	演化与竞争力演化	132
第二节	企业竞争力演化过程	138
第三节	环境变化对竞争力演化影响的实证分析	147
第四节	不同阶段的竞争力及其构成要素演化的实证分析	153
第七章		
	动态机制构建与企业竞争力提升	166
第一节	动态机制的构建	166
第二节	企业能力系统动态规划与培育	176
第三节	竞争力要素协调与提升策略	184
第八章		
	总结与展望	191
第一节	主要的研究结论	191
第二节	研究展望	198
参考文献	200
后记	213

第一章

导 论

21 世纪是我国经济发展的新纪元。面对经济全球化和知识经济的大潮，后来企业如何逐步赶上乃至超越强大的竞争对手？领先企业又如何维持自己的市场地位并营造出持续的竞争优势？这些问题已成为当今中国企业发展的焦点。企业经营的成败由多种因素决定，而竞争力是其中最重要和本质的因素。在新的环境里把握企业竞争力形成和演化规律，促进企业持续健康成长不仅是战略管理研究面临的热点问题，也是本书所要探讨的重要内容。

第一节 提升竞争力：动态环境下企业的必然选择

随着经济的全球化及科学技术的飞速发展，企业赖以生存的环境发生了急剧的变化（Chan and Renee, 1999；Koh and Watson, 1998），以前那种稳定的商业生态环境已经一去不复返了。当前，动态性已经成为商业生态环境的主要特征。全球化和技术变革为竞争提供了更多的机会和挑战，原有构架的打破改变了许多行业的竞争规则，市场变得越来越复杂和不可预测，紧密联系世界的信息流使企业能更快地感知竞争对手并作出反应。在企业竞争日益激化和不断升级的今天，与企业内外部环境的稳定性下降、动态性提高相对应，理论界和企业界对竞争力的研究与探索也逐渐从“静态导向观”向“动态导向观”转化。

一、促使企业经营环境变化的原因

（一）宏观环境时刻在发生变化

当前，我国的经济体制处于转型期，经济体制改革是一个利益格局的调整过

程,改变了企业外部环境的各种因素。经济体制的改革也是一个不断深化和创新的过程,它在客观上造成了企业环境的复杂性和多变性。我国的“改革”与“开放”基本上是同步进行的,因此,经济国际化和市场全球化的大趋势必然对我国企业经营环境产生重大影响,使企业面临外部环境的不确定性增加。外国企业和资本以直接或间接方式进入我国市场,实质上是跨国公司在全球一体化战略下市场竞争的延伸。我国加入世界贸易组织后,大批外国强手大举挺进,使我国企业面临的国际竞争进一步加剧。在这种情况下,我国经济和市场与世界经济和市场的一体化程度不断提高,使我国企业的竞争环境变得更加严峻和更具动态性。

(二) 科学技术日新月异的发展

技术的变化会影响企业实现顾客价值的方式,其对竞争力的影响有两个方面:一是行业技术的快速进步会使企业技术可能落后于竞争对手的发展,相对降低了竞争力;二是以信息技术为代表的竞争手段的现代化的快速发展,正在拉近世界各个国家之间的空间上的距离,使各竞争对手之间竞争互动的程度大大地提高。同时,网络技术和电子商务的迅猛发展,从根本上改变了企业的经营环境、运作方式和竞争方式,使更多的企业可以在全球范围内更加有效地协调它们的战略行动和经营行为,及时对各种竞争状况和需求的变化作出反应。企业之间的信息沟通以更快的速度和更低的成本进行,企业在管理和经营方面更加有效地进行内部一体化。总之,竞争手段的现代化使国际和国内两个市场上竞争与反应的速度明显加快。

(三) 市场需求的变化

市场的主体和核心是顾客,顾客反馈的信息是最直接、最动态地反映企业经营业绩的指标,因为一种产品或者一种服务只有到达了顾客的手里,它的社会价值才会得到真正的体现。在市场经济条件下,任何企业的生产经营活动都必须直接地或间接地围绕顾客行为进行,把顾客作为企业活动的出发点和终极目的,通过提供满意的产品及全方位的服务来满足顾客物质及精神生活的需求和欲望,从而赢得更多的市场份额。

随着现代市场经济突飞猛进的发展,企业之间的竞争越来越激烈。企业为了生存和发展,不断开发新产品、新品种,从而使产品市场生命周期不断缩短,这一切给顾客以更多的选择产品的机会,而且由于国际贸易格局正在发生变化,顾客不仅可以选择国内产品,也可以选择国外产品。加之电视购物、网上购物等新的交易方式的出现,给顾客提供了更多的交易机会和方式。这一切是致使顾客需求的变化的外因。同时,随着顾客收入的提高,消费特性和时尚的改变,顾客的需求的层次和内容也在发生变化,如随着经济的发展及其生活水平的提高,顾客

对商品的关注从最初的价格转到质量和服务。尤其是个性化消费时代的到来，更加剧了顾客需求的变化。

二、动态环境下企业竞争的特征

企业组织是一个开放式的系统，组织将随着环境的变动调整自身的目标、结构、能力等以应对环境的变化。在动态环境下，竞争力的建立绝不是一劳永逸的，企业外部经营环境的动态性决定了竞争力的动态性。正如 Bogner 等（1999）所指出的，“由于竞争和竞争环境是动态的，企业若要保持在众多业务领域的竞争优势就必须拥有动态的而不是静态的竞争力。”

在动态环境中，加速的竞争意味着竞争者不可能再沿用原来的方式——等对手行动之后再决定如何反应。企业每一步行动，都会引起竞争者迅速作出相应的反应。因此，所有的竞争优势都是暂时的。动态竞争的决定性因素不仅仅是产品或服务本身的质量水平，更重要的是和对手相比较，该产品或服务的价值如何。企业不能满足于一个好产品，因为竞争对手的一些新供给可能会从根本上改变顾客对原有产品的认识。一个战略所引起的冲击波将会通过对手和顾客扩散出去，然后再反射回企业自身，正是这种一层又一层的战略及其反馈行为的多重波浪所导致的复杂互动行为决定了竞争特征。因此，动态环境下企业竞争具备以下特点：动态竞争是以高强度和高速度的竞争互动为特点的——在激烈的市场竞争中，为了获取或扩大竞争优势，竞争对手势必也要努力提升各自的竞争力。其中，每一个竞争对手都不断地建立竞争优势和减弱对手的竞争优势，即任何新战略都会遭遇快速反应的竞争报复，从而很快抵消了竞争优势的基础，使所有竞争优势呈现出短暂性和临时性的特点。如何不断培育新的竞争优势，使企业竞争力持续，已成为动态环境下企业关心的重要课题。

三、我国企业竞争力现状

最近 20 年来，顾客需求的日益多样化和个性化、技术水平提升的级数效应、知识经济的兴起、信息技术的快速发展、企业组织形式的新变化等，都使得企业经营过程中的不确定性程度日趋加强，环境的稳定性逐渐减弱，动态性日益加强。在这种动态的环境中，过去的竞争力因竞争对手的模仿，或因竞争对手的创新而以逐渐加快的速度被侵蚀掉，而新的竞争力必须被不断地创造出来。一个固守现有竞争力体系、仅仅保持已存的竞争优势来源的企业，很快就会被更具有创新能力的竞争对手所取代。面对日益复杂、动荡的内外部环境，企业的经营面临着更大的挑战。曾经实力雄厚的大型企业转眼便成了昨日之星，一些名不见经传的小企业却因掌握住了市场机会而一举成名，这种例子比比皆是。

在经济相对平稳时，战略可以稳定不变。在以耐久的产品、稳定的消费需

求、界定清晰的国内和地区市场以及明确的竞争对手为特征的世界中，竞争是一场“位置之战”，公司之间在争夺市场空间，在明确界定的产品或细分市场中获取捍卫自己的市场份额。竞争优势的关键是公司选择在何处竞争。选择怎么样竞争当然也很重要，但是第二位的，只是操作问题。在更为动态的环境中，竞争是一场“移动之战”，其成功取决于对市场趋势的精准预测和对消费者需求的快速反应。在这一环境下，战略的本质不是公司产品和市场的结构而是其行为动态，而战略的目标是识别和开发难以模仿的组织能力（Philip and Lawrence, 1992）。

在动荡复杂的竞争条件下，企业迫切需要一种能够体现当前环境动态本质的一套新的理论来指导自己的行动，不少企业开始把当前的能力视为不断开发和运用未来竞争所需新能力的平台，不断培育、更新和产生企业的新能力。尤其是对当代中国企业来说，它们不仅是在以技术变革和产品生命周期缩短以及全球竞争等因素所共同作用的动态环境中展开经营活动，而且还处于由长期的计划经济向有中国特色的社会主义市场经济转型和产业不断升级换代的过程中，因而不可避免地面临着更多的环境动态变化、更多的复杂性和不确定性。企业如何从自身发展出发，不断地开发和培育与环境变化相匹配的竞争优势，形成持续竞争力，已成为企业界、学术界和政府共同关注的焦点问题。

改革开放以来，中国企业竞争力的提升已取得可喜的成绩，崛起了一批在国内甚至国际上有影响的企业群，如海尔、联想、华为等企业，但是从总体来看，我国企业与国际先进企业相比还存在着很大的差距。

瑞士洛桑国际管理学院（IMD）是国际上评价国家或地区经济国际竞争力的权威机构。IMD 每年发表的《国际竞争力年鉴》已成为全球各国了解自身状况、认识自身差距、把握世界各国竞争力趋势的重要参考依据。IMD 竞争力评价体系包括 8 大类（国内经济、国际化程度、政府作用、金融环境、基础设施、企业管理、科技和国民素质）、290 项指标（含统计数据等硬指标 179 个和问卷调查的软指标 111 个）。

根据 IMD 的评价体系（表 1.1），2003~2008 年中国国际竞争力整体上是

表 1.1 2003~2008 年中国竞争力排名

年份	经济绩效	政府效率	商务效率	基础设施	总排名
2003	3	22	46	41	29
2004	2	21	35	41	24
2005	3	21	50	42	31
2006	3	17	27	33	18
2007	2	8	26	28	15
2008	2	12	33	31	17

断增强的。但从表 1.1 的四个评价指标中可以看出商务效率和基础设施一直处于较低水平,其中,商务效率主要评价的是企业在创新、盈利、社会责任方面的表现;基础设施主要评价硬件设施、技术科学、人力资源满足企业需要的程度。在商业效率方面,低下的企业管理水平依然是中国竞争力提升的限制性因素。

从 IMD 对中国国际竞争力的评价看,企业竞争力落后是我国国际竞争力弱的主要原因,它也表明了我国经济虽然在规模上有了很大的发展,但总体来说,我国企业在全世界竞争中还是缺乏优势的,尤其是在创新、人才和管理水平等方面还有较大差距。

四、关于“提高企业竞争力”方面的研究

在动态环境下,我国企业持续发展迫切需要新的、有效的理论指导。在顾客需求与技术变化等具有可预测性的相对稳定的环境里曾为企业带来竞争优势的、以产品为中心的竞争战略和相应理论,已经无法跟上环境变化的要求,也无法为企业形成长期竞争优势提供服务。如何从定量角度科学评价企业竞争力,探索动态环境下企业竞争力的形成机理,把握企业竞争力演化规律,通过产生新的竞争优势的组合,使企业产生持续的竞争力,这些问题成了企业面临和迫切需要解决的难题,同时也成为管理科学研究的新课题。

在国外,自著名战略管理学者波特(Porter)教授在他的“竞争三部曲”(Porter, 1980, 1985, 1998)中对企业竞争优势进行研究以来,许多支撑企业竞争力研究的相关理论,如资源基础论、核心能力理论、知识管理理论等,不断产生。这些理论的产生和发展为企业竞争力的研究提供了有力的支持,形成了竞争优势和竞争力的“理论丛林”。近年来,随着我国的改革开放,市场竞争的日益激烈,我国许多学者专家纷纷从不同的角度研究企业竞争力的问题,并产生了不少理论成果。但笔者通过对相关文献阅读以及对国内、外企业竞争力研究现状的评述(详见本书第二章相关研究综述),认为从理论研究的发展和对实践的指导方面看,当前企业竞争力研究存在以下几个方面的不足。

(1) 国外学者研究更多的是与企业竞争力密切相关的竞争优势(competitive advantage),对企业竞争力(competitiveness of enterprises)的研究比较少且概念也不统一,很难形成完整的企业竞争力理论体系。同时,研究的角度经历从基于产业分析的外部因素研究,到基于资源和能力的内部因素过程,都有一定的片面性。从目前看,国外的企业竞争力研究有走向“内外结合”的趋势,但还未形成成熟理论或系统性理论。

(2) 国内学者除了研究竞争优势,更关注企业竞争力的研究。但先前对企业竞争力研究多数局限在竞争力评价方面,评价要素构成上主要以财务数据为基

础，注重经营业绩评价，主要从销售收入、资产和利润财务情况等表征指标来测定企业竞争，即注重从企业竞争力表征上评价。财务分析对企业评价是非常重要的，但它是历史的，而非前瞻的，对于企业未来的发展，只凭财务分析难以作出有效的评价和预测。另外，已有的研究对其财务成果的取得也缺乏动因上的分析，对决定企业竞争力的内在因素关注不够，而从企业自身发展角度，来综合评价企业竞争力的研究更少。

(3) 已有关于企业竞争力的研究多数缺乏系统性和有效的深度。如定位在比较宏观层面，从产业角度把企业看成了“黑箱”，只有资源的投入和绩效的输出；又如，仅讨论企业竞争力的大类要素——资源和能力，没有深入研究资源和能力的结构和要素以及它们之间的互动关系；或从一个或几个侧面来探讨企业竞争力问题，如从技术角度或人员和制度角度等，其中多数是侧重于从技术过程角度来定义企业各种竞争力。另外，现行研究直接将企业竞争力作为一个前提性的概念来使用，而没有对这一概念本身的内涵与构成进行阐释。这要么可能因探讨的角度过于狭窄而不能为企业竞争力的构建和提升提供一个可行的全面指导（因为企业竞争力往往是多方面因素综合互动的结果），要么可能因内涵的不明确而影响相关研究的深入进行。

(4) 已有的研究以静态研究为主，很少去研究企业竞争力演化和环境适应性问题，忽视竞争力形成的基础与机制。事实上，企业竞争力是在各个基本能力和资源要素等基础上形成的，而企业的各个基本能力和资源要素并不是固定不变的，它们之间的关系和结构也不是静止的，因为企业所处的外部环境总是处于不断变化动荡之中的，所以必须以一个动态的观点来重新面对企业竞争力的发展和变化，这样才会为企业竞争力的培育提供一个正确的方向。

(5) 已有的研究在国外先进理论与国内企业实际结合方面做得还不够。我国经济正处于转型期，市场经济体制还有待于完善。因此，研究企业竞争力必须结合中国的环境和企业特点。目前国内还缺乏对企业竞争力演化方面的实证研究，从而难以提出提升企业竞争力的有效途径。

基于以上不足，本书在借鉴国内外有关企业竞争力最新研究成果的基础上，从动态能力观点出发，科学界定企业竞争力的概念、特征和要素构成，探讨企业竞争力的本质和源泉问题，研究企业竞争力演化机理和演化过程，分析企业竞争力变迁的影响因素，从而为促进我国企业竞争力的提升提供科学的理论依据和方法。本书主要内容如下：

(1) 从动态能力的本质、作用机理到动态能力观研究框架的建立。在对企业动态能力的概念和影响动态能力的因素分析的基础上，针对国际学术界在动态能力作用机理方面的研究不足的现状，本书通过理论和实证研究，对企业动态能力内涵、本质作进一步的分析、界定和阐述，并探讨企业动态能力的来源、作用机

理,提出以动态机制(包括动力机制、学习机制和匹配机制等)为核心概念的动态能力观研究框架和方法,使其对企业实践更有解释力和说服力。

(2) 基于动态能力观的企业竞争力理论研究体系构建。“基于资源”、“基于能力”和“基于知识”的企业竞争力理论已成为当今战略管理最活跃的前沿理论,它们既有区别,又有共同之处,在实际企业理论研究中明显有融合趋势。本书在对它们进行比较分析基础上,引入动态能力观研究思路和方法,把能力、资源、知识等企业要素与动态机制融入统一的研究框架内,并通过对企业竞争力相关因素的分解、分类,逻辑推理和关系研究,构建出基于动态能力观的企业竞争力理论研究体系。

(3) 企业竞争力演化过程与规律研究。本书在界定动态能力观的基础上,运用演化经济学理论和战略管理的分析方法,对企业竞争力的演化机理和过程加以描述。再利用实证分析,对企业竞争力演化过程中的能力结构、资源结构及影响结构变动的因素,以及动态机制、能力、资源和绩效的演化关系进行分析,并试图归纳、总结企业竞争力演化的规律。

(4) 基于动态能力的企业竞争力及其演化的实证研究。根据基于动态能力观的企业竞争力演化理论研究,本书在科学的调查设计基础上,通过对浙江省制造业的不同规模 and 不同时期企业发展调研和实证分析,一方面验证本书提出的理论假设;另一方面,寻求企业持续竞争优势来源和企业竞争力发展规律。

(5) 动态环境下企业动态机制构建和竞争力发展策略研究。如何提升企业竞争力,这是企业普遍关注的焦点问题。从企业的发展历史看,企业竞争力构成要素在变化之中。对单个企业而言,有些因素不是靠自身力量可以左右的,如法律、基础设施、政策等;但有些因素是企业可控的和通过努力可以改变的,如企业资源、能力等。企业竞争力提升过程是一个对企业资源、能力进行系统规划以及对动态机制进行建设的过程,本书通过对企业竞争力演化规律研究归纳总结出提升企业竞争力的途径,为我国企业竞争力的发展提供理论依据和策略指导。

第二节 竞争力与竞争优势

一、企业竞争力的内涵界定

竞争力和竞争优势的概念源自于竞争(competition)。竞争的概念出现很早,达尔文的进化论中就强调竞争主导了物种演化的方向,物种之间通过竞争来争夺其生存必须的资源,而只有具有优势者才得以生存。之后竞争的概念也被应用到社会学、经济学和管理学中,被用来描述两个或两个以上的个人或集团为了自身

的利益，在一定的范围内夺取他们所共同需要的对象所展开的较量。其中包含了四个要素：竞争主体、不同的利益、竞争场所和竞争目标。其核心是竞争主体各自的利益，竞争目标是关系竞争者某种利益的需要，竞争场所源于竞争者的活动范围。出于各自利益的共同需要对象的稀缺性是竞争产生的根源。竞争是社会经济活动中的普遍现象。在市场经济条件下，企业间通过有序的竞争，促进企业发展和社会劳动生产率的提高。

竞争力是延续竞争优势的概念而来的，两者在概念上较为接近。文献上通常将竞争力分为企业、产业与国家竞争力等三个层次（Nelson，1992）。本书的主要研究目的在于探讨企业层次上的竞争力，即企业竞争力。企业竞争是竞争的重要内容。市场中资源和需求的稀缺性，使得依靠资源、以市场需求为生的企业，为了各自的利益与竞争对手在市场中展开角逐。企业竞争优势的确立依赖于在一定环境中支撑企业持久生存与发展的力量，企业的这种力量来自于企业所拥有的竞争力。

当前，在对企业竞争的研究中，竞争力和竞争优势这两种提法并驾齐驱，然而两者之间的内涵和外延在更多的情况下往往相互混淆。因此，研究企业竞争力首先应明确什么是企业竞争力，以及企业竞争优势与竞争力的联系与区别，这是探讨企业竞争力的必要前提。

从理论上讲，企业竞争力研究是现代企业战略管理的分支，企业战略的根本目的是为了企业提高在目前和未来竞争的有利地位。但是由于不同的研究传统和依赖于不同的经济理论学派，在有关企业竞争力的学术研究上，不同的理论学派对企业竞争力有不同的理解，关于企业竞争力的概念众说纷纭，没有一个较为统一的界定，以下是国内外学者对企业竞争力的几种代表性的理解。

Porter（1998）在《国家竞争优势》中认为，企业竞争力是指企业在国际市场上以全球战略的姿态进行竞争的能力。Porter 特别强调企业要以全球战略参与国际竞争，战略是企业竞争制胜的关键。

科特勒（2001）认为“企业竞争力是指企业生产高质量、低成本的产品”，“是比竞争者更有效能和效率地满足顾客的需求”。

国内学者金碚（2003a）指出，企业竞争力是指在竞争性市场中，一个企业所具有的能够持续地比其他企业更有效地向市场提供产品或服务，并获得盈利和自身发展的综合素质。

从笔者检索到的国内外学者对竞争力的定义来看，不同学者对竞争力内涵的理解存在着一定的差异。有的定义从表象来阐述，而有的定义则从更本质的方面来把握；有的定义从产品和服务来界定，而有的则从资源、能力角度来分析。关于企业竞争力阐释，本书认为已有的理解主要不足是：多数研究是从静态角度去解释企业竞争力的，只是强调企业目前达到的竞争力水平，没有看到企业竞争力