

Jingzheng Hezuo Fanshi yu  
Wangluohua Qiye Zuzhi Yanjiu

# 竞争合作范式与 网络化企业组织研究

巨荣良 著

中国社会科学出版社

山东省社会科学规划研究项目文丛

# 竞争合作范式与 网络化企业组织研究

巨荣良 著

中国社会科学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

竞争合作范式与网络化企业组织研究 / 巨荣良著. —北京:  
中国社会科学出版社, 2009. 12

ISBN 978 - 7 - 5004 - 8282 - 6

I. ①竞… II. ①巨… III. ①企业 - 市场竞争 - 研究  
②企业 - 经济合作 - 研究 IV. ①F270②F273.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 186205 号

出版策划 任 明  
责任编辑 孔继萍  
责任校对 修广平  
封面设计 弓禾碧  
技术编辑 李 建

---

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010 - 84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京奥隆印刷厂 装 订 广增装订厂

版 次 2009 年 12 月第 1 版 印 次 2009 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 15.75 插 页 2

字 数 276 千字

定 价 32.00 元

---

# 《山东省社会科学规划研究项目文丛》

## 编 委 会

主任委员 李 群

副主任委员 张全新

委 员 (以姓氏笔画为序)

王兆成 尹慧敏 齐 涛 刘德龙

安世银 张 华 嵩 峰 颜士元

# 目 录

导论 .....	(1)
第一节 问题的提出 .....	(1)
第二节 国内外研究概况 .....	(5)
第三节 研究的理论基础 .....	(11)
一 相关概念界定 .....	(11)
二 进一步研究的理论基础 .....	(13)
第四节 研究思路、分析架构、研究方法和创新点 .....	(17)
一 研究思路 .....	(17)
二 分析架构 .....	(18)
三 研究方法 .....	(23)
四 本书的创新点 .....	(24)
<b>第一章 工业经济时代的竞争垄断范式 .....</b>	<b>(26)</b>
第一节 竞争——市场经济的永恒主题 .....	(26)
一 竞争的本质 .....	(26)
二 竞争是人类社会经济活动的一条主线 .....	(29)
第二节 竞争与垄断：工业经济时代产业组织的基本范式 .....	(32)
一 工业经济时代企业最基本的行为方式是竞争与垄断 .....	(32)
二 竞争与垄断是产业组织的基本范式 .....	(35)
第三节 竞争垄断范式下的企业合作行为 .....	(37)
一 卡特尔——企业早期的市场合作（合谋）行为 .....	(37)
二 卡特尔组织的效率性 .....	(40)
三 企业组织协调与合作 .....	(41)
第四节 对抗性：竞争垄断范式的突出特征 .....	(43)
一 企业的对抗性竞争行为 .....	(43)
二 波特模型——基于零和思维模式下企业间的对抗性竞争 .....	(44)
三 对抗性竞争的手段 .....	(46)
第五节 竞争垄断范式下的企业组织形态 .....	(48)

<b>第二章 分工与新经济视角下的竞争合作范式</b> .....	(51)
<b>第一节 合作的存在性与竞争合作的意义</b> .....	(51)
一 合作的存在性 .....	(51)
二 竞争合作的意义 .....	(55)
<b>第二节 基于分工视角的企业竞争合作</b> .....	(58)
一 合作是分工的必然结果 .....	(58)
二 分工、迂回生产与交易费用 .....	(60)
三 以合作为特征的企业网络组织 .....	(62)
四 模型的构建与分析 .....	(64)
五 新经济条件下分工的新特征与竞合范式的生成 .....	(66)
<b>第三节 经济全球化与企业竞争合作</b> .....	(69)
一 经济全球化的实质及其产业组织形式 .....	(69)
二 经济全球化促进了企业间的竞争合作 .....	(72)
三 全球化下企业间的竞争合作——以汽车产业为例 .....	(74)
<b>第四节 网络经济与企业竞争合作</b> .....	(77)
一 网络经济运行机制蕴涵着企业竞争合作的特质 .....	(78)
二 网络经济下企业运行环境的变化与竞争合作行为 .....	(80)
三 网络经济条件下的企业合作创新 .....	(81)
四 网络经济条件下企业网络组织大量涌现 .....	(83)
<b>第五节 知识特性与企业竞争合作</b> .....	(84)
一 知识特性 .....	(85)
二 基于知识特性的企业组织网络化 .....	(87)
<b>第六节 竞争合作范式及其与垄断的关系</b> .....	(90)
<b>附录：案例一</b> .....	(94)
<b>案例二</b> .....	(96)
<b>第三章 网络化企业组织的效应分析</b> .....	(99)
<b>第一节 企业网络与市场、科层组织的比较</b> .....	(99)
一 企业网络及其文献述评 .....	(99)
二 企业网络与市场、科层组织的比较 .....	(103)
三 企业网络与知识的流动和运用 .....	(108)
<b>第二节 企业网络效应：基于社会学视角</b> .....	(109)
一 弱关系、结构空洞和社会资源理论 .....	(109)
二 嵌入理论 .....	(110)

---

三 社会资本理论 .....	(111)
<b>第三节 企业网络的经济效应</b> .....	(113)
一 降低交易费用, 增加交易收益 .....	(113)
二 速度效应与协同效应 .....	(117)
三 合作剩余 .....	(119)
<b>第四节 企业网络的合作创新及其效应分析</b> .....	(121)
一 企业网络是合作创新的有效组织安排 .....	(121)
二 AJ 模型: 关于 R&D 合作的两阶段模型 .....	(123)
三 “竞合”: 企业开放式创新的重要手段 .....	(125)
<b>第四章 网络化企业组织合作的稳定性</b> .....	(128)
<b>第一节 有限理性、机会主义、不确定性与企业一体化</b> .....	(128)
一 交易成本与制度安排 .....	(128)
二 有限理性、机会主义、不确定性与企业一体化 .....	(130)
<b>第二节 企业网络的合作性与稳定性分析</b> .....	(134)
一 企业网络组织的合作性 .....	(134)
二 企业网络组织——对不确定性环境的应对 .....	(135)
三 合作的不稳定性与企业网络存在的稳定性 .....	(137)
<b>第三节 声誉、信任与合作的稳定性</b> .....	(141)
一 合作的稳定性与声誉机制 .....	(141)
二 信任与合作的稳定性 .....	(143)
<b>第五章 企业网络的商业形态及其比较: 基于竞争合作视角</b> .....	(150)
<b>第一节 企业间竞争合作的类型</b> .....	(150)
一 横向竞争合作 .....	(150)
二 纵向竞争合作 .....	(151)
三 纵横竞争合作 .....	(152)
<b>第二节 企业网络的商业形态——虚拟企业、战略联盟、         企业集团</b> .....	(153)
一 虚拟企业 .....	(153)
二 战略联盟 .....	(159)
三 企业集团 .....	(166)
<b>第三节 企业网络的商业形态——供应链、外包制和         企业集群</b> .....	(170)
一 供应链 .....	(170)

二 外包制 .....	(173)
三 企业集群 .....	(176)
<b>第四节 基于竞争合作的企业网络组织形态比较</b> .....	(180)
一 虚拟企业和战略联盟 .....	(180)
二 战略联盟与企业集团 .....	(183)
三 企业集团、企业集群、外包制、供应链等的差异 .....	(186)
<b>第六章 企业网络发展下的企业战略与产业政策选择</b> .....	(188)
<b>第一节 企业组织网络化与企业战略的确立</b> .....	(188)
一 我国企业组织网络化发展的现状分析 .....	(188)
二 企业间信誉、共享与双赢 .....	(191)
三 加强与跨国公司的竞争合作 .....	(194)
四 Google 难题与 1P 战略——基于竞争合作的企业 营销战略选择 .....	(196)
<b>第二节 企业间竞争合作与企业组织变革</b> .....	(199)
一 传统的企业组织结构模式 .....	(199)
二 企业网络组织结构 .....	(200)
<b>第三节 企业网络发展下的知识共享与保护机制</b> .....	(203)
一 问题的提出 .....	(203)
二 企业网络发展下的知识共享机制 .....	(204)
三 企业网络发展下的知识保护机制 .....	(207)
四 企业网络发展下的知识共享与保护 .....	(210)
<b>第四节 网络型寡占市场结构与企业竞争合作行为</b> .....	(213)
一 西方垄断市场结构的演进与全球寡头垄断市场 结构的形成 .....	(213)
二 构建我国网络型寡占市场结构的实现途径 .....	(215)
三 具有竞争合作性质的模块化垄断结构 .....	(220)
<b>第五节 企业组织网络化与反垄断规制</b> .....	(225)
一 企业组织网络化与垄断结构和垄断行为 .....	(225)
二 企业组织网络化与反垄断规制 .....	(228)
<b>结语</b> .....	(232)
<b>参考文献</b> .....	(235)
<b>后记</b> .....	(243)



# 导 论

## 第一节 问题的提出

20 世纪 80 年代以来,世界经济呈现出全球化、网络化、知识化和信息化发展趋势,并因此衍生出一种新的经济形态——新经济。<sup>①</sup>新经济的产生是生产方式的重大变革,它标志着人类社会经济的发展进入了一个新的时代,一种不同于工业经济的新的经济时代。新经济时代的来临,极大地改变了企业的运营环境,进而导致企业行为方式和竞争理念发生根本性变化,从而引起产业组织的基本范式由工业经济时代的竞争垄断转变为竞争合作。

竞争是市场经济有效运行的前提和基础,是人类社会经济活动的一条主线,是经济发展和增长最重要的推动力,市场经济归根到底是竞争的经济。竞争的神奇作用来自于优胜劣汰机制,正是在这一机制作用下,大自然伴着“物竞天择,适者生存”的主旋律,推动着万事万物不断发展进化。然而,长期以来,竞争规则被发展到了极致,竞争被推向神坛,成了包治百病的灵丹妙药,以至于人们将商业理解成了竞争的同义语。实际上,现实世界是多姿多彩的,竞争仅仅是经济主体相互作用的一种形式,在许多情况下,它并不是最富有建设性和最令人满意的行为方式。正如心理学家美国国家心理学奖获得者阿尔费·柯恩所说,在导致必要的适应方面,合作比竞争更有效。大卫·施沃伦所推崇的“自觉资本主义”模式,

---

<sup>①</sup> 本书把工业经济之后的经济形态称为新经济。实际上,关于新经济的含义,理论界并没有一致的看法,不同的学者由于研究问题的角度或所强调的重点不同,其表述也各不相同,如有的称之为信息经济、知识经济,有的称之为网络经济、数字经济,还有的称之为后工业社会,等等。我们认为,网络经济强调的是信息及其技术与经济的网络化特征和效应,数字经济突出的是信息技术的数字化特征,信息经济则凸显经济中信息技术与信息资源的重要性,知识经济侧重于高技术与知识在经济发展中的主要作用,而新经济则更重视宏观经济发展的新阶段、新形态。关于本书对新经济的理解,可详见巨荣良、王丙毅:《新经济视角下的产业组织理论研究》,知识产权出版社 2005 年版,第 1—4 页。

同样彰显了合作和共同创造的美好前景。<sup>①</sup>

工业经济时代企业最基本的行为方式是竞争及其引起的垄断，这一点早在马歇尔时期就已明确提出，著名的“马歇尔冲突”即是关于如何处理竞争与追求规模经济可能导致的垄断之间关系的问题。<sup>②</sup>实际上，这一问题也成为其后产业组织理论研究的核心论题，主流产业组织理论正是以竞争、垄断及其关系作为分析的主线，构筑起较为系统的产业组织理论体系。竞争与垄断是工业经济时代产业组织的基本范式，但工业经济时代的产业组织并非只有竞争、垄断两种行为方式，实际上这一时期企业之间也存在着各种形式的合作。只是相对于竞争、垄断而言，这一时期企业的合作行为表现得不太充分，并且往往与垄断行为交相混杂，容易使人们将企业的合作行为简单地归并为垄断范畴，和市场经济秩序的扭曲相联系，并与经济的低效率相提并论，从而使企业合作行为及其积极效应被人们不应有地忽略了。

竞争垄断范式下，企业竞争行为的突出特征是对抗性。表现为：企业是以对抗的眼光看待竞争者，“商场如战场”，“胜者为王败者寇”，竞争的成功建立在对手失败的基础上；竞争的手段如掠夺性定价、限制性定价等具有明显的对抗性。价格是这一时期企业竞争关注的关键变量，而企业之间的价格竞争又常常呈现出较为剧烈甚至是无休止的特征，近乎于一种零和博弈式的竞争关系；竞争的目的是控制和消除竞争，以获取对某一市场和产业的垄断，“竞争就是对抗，就是为夺取对市场的控制而展开的争斗”。

新经济时代的来临，使情况发生了根本性变化。为了迎接网络经济发展和知识经济时代的挑战，在激烈多变的全球市场竞争中求得生存与发展，企业间的合作日益密切和频繁，企业竞争方式发生了许多新的特点，网络化企业组织形式大量涌现。与此同时，一些传统的合作型企业组织如供应链、下包制、企业集团、连锁经营等，借助于信息网络技术和全球市场的依托继续盛行，并与战略联盟、虚拟企业等新型企业网络组织一起形成了新的更大范围和更高效率的合作网络。经济全球化使企业能够立足于全球范围寻找适合自己的合作伙伴，而网络、信息技术则以最快的速度使企业网络组织超越了空间的限制，进行全球资源重组。通过技术、资源的优势互补，以竞争合

<sup>①</sup> [美] 大卫·施沃伦著，王治河译：《自觉资本主义时代的企业模式》，社会科学文献出版社 2004 年版，第 10—76 页。

<sup>②</sup> 苏东水：《产业经济学》，高等教育出版社 2000 年版，第 85 页。

作、相互依存、共享共赢为基本特征的企业网络组织的整体优势远远大于单个成员企业优势的简单相加，并降低了企业经营风险，促进了技术创新，拓展了市场，快速敏捷地满足市场多样化和个性化需求。可以说，网络化企业组织将成为新经济时代企业组织形态的主导形式。

新经济背景下企业间的竞争合作与以往工业经济时代企业间的合作具有明显的差异。以往的企业合作仅仅是企业追求经营收益的一种手段，是以竞争为主体的一种手段，尚未上升到企业的一种经营理念。而全球化、网络化条件下，通过竞争合作、共赢而不是单纯的对抗来实现自己的经营目标，已经成为企业的一种基本经营理念，并开始转化为企业的一种自觉、自愿和主动的行为方式。这种理念与行为反映在企业组织形态上，就是战略联盟、虚拟企业、产业集群等新型网络化企业组织形态的兴起和发展。新经济时代，企业持续竞争力的源泉日益集中于企业内部特异的、难以模仿的知识资源，企业将知识、技术的积累、创造、整合作为合作的基础，因而这一时期的企业合作被赋予了更多的知识内涵。

新经济条件下，企业孤立经营、单打独斗的昔日格局正在被打破，“同行不再是冤家”。企业与企业、企业与顾客、企业与供应商、企业与其他相关群体的相互作用和相互影响日益密切，进入了向动态互联、关系型、协作型发展的新时期。在这样的背景下，企业要获得竞争优势，必须懂得如何把自己的核心能力和技术专长恰当地同其他各种有利的竞争资源结合起来，弥补自身的不足和局限，并让与其合作的顾客、供应商、相关群体等实现其基本收益目标，过去那种对抗性、排他性竞争只考虑自己的利益，只依赖自己的资源，不仅会加大竞争成本，而且很难真正发挥自己的优势，只有合作的竞争才有利于企业的生存和发展，“你不需要熄灭别人的灯光以使自己的明亮”，“如果你不能击败他们，那么就加入他们”，整个世界已经进入了竞争利益共享的竞争合作时代。<sup>①</sup> 鉴于此，国内外一些企业为寻求长期发展提出了“互联合作”的竞争观念，“合作竞争”或“竞争性合作”战略风靡全球。美国的企业提出了建立“企联”或“网络企业”，以共创共享竞争的利益；日本的企业提出了“竞合”范畴，强调竞争中的合作；我国也有企业提出“和商”概念，推行利益共享的竞争战略。对竞争的重新认识和对企业间竞争合作效应的肯定，使得 20 世纪

<sup>①</sup> 杨农：《战略合作经济学：网络时代的企业生存法则》，中国财政经济出版社 2004 年版，第 4 页。

80年代以来,企业间竞争合作的各种商业形态不断涌现。以战略联盟为例,20世纪70年代,每年建立的企业间战略联盟仅有数百个,1995年为1万个,2000年则上升到2万个。战略联盟被称为“20世纪末最重要的组织创新”。竞合范式的另一典型商业形态虚拟企业被许多学者称之为“21世纪的主流组织形式”。<sup>①</sup>1994年,纽约世贸中心的修复工作则充分展现了虚拟企业的魅力。<sup>②</sup>

竞争合作范式的确立以及由此引发的网络化企业组织的形成和快速发展,既为现实企业的经营管理和国家产业组织调整提出了新的挑战,同时也为产业经济学和企业经济学提出一系列亟待研究的新课题:竞争合作范式是如何生成的,它的前身竞争垄断范式有哪些特征,竞争合作范式是否具有稳定性,其价值体现在哪些方面,针对实践中出现的合作的不稳定性如何构建治理机制,企业间的竞争合作都有哪些商业形态或实践形式,他们的关系是怎样的,竞争合作范式或企业组织网络化下企业战略及产业组织政策作何选择,等等。本书将围绕上述问题展开深入分析和探讨。

本书的探讨一是突破了工业经济时代产业组织的竞争垄断范式,引起理论界和企业界对企业合作行为的重视,对竞争合作这一新型产业组织范式提供较为系统性的理论论证,是基于新经济这一时代背景对产业组织理论的创新、丰富和发展。二是通过对网络化企业组织竞争合作效应和稳定性的分析,有利于引导企业打破传统的零和博弈思维,确立信誉、共享和共赢理念,克服机会主义行为,分享合作收益。三是有助于全面认识现阶段我国企业经营的竞争、垄断与合作环境,认清网络化企业组织发展的状况和趋势,推动企业组织变革。同时对精干主业、剥离副业的企业归核化生产经营提供理论论证。四是在实践层面基于竞争合作性对战略联盟、虚拟企业等企业网络组织的研究,对于新经济条件下提高我国企业竞争优势和国际竞争力的企业战略制定和政府产业组织政策选择,具有较强的理论指导性,再次鲜活地验证了经济学作为经世致用之学,是人们认识、适应和改造世界的有力工具

<sup>①</sup> 刘东:《企业网络论》,中国人民大学出版社2003年版,第31页。

<sup>②</sup> 这一年恐怖分子在纽约世贸中心的停车库制造了大爆炸事件,使得世贸中心的功能陷入瘫痪。当时受雇进行现场清理的是一个仅有50名员工的修复公司。几天时间这家公司就招来了3600名工人,运来了几拖车清扫设备和用品,建立了先进的通讯和保安系统,并由一个由5名会计组成的小组负责联系与协调工作。尽管清理任务繁重而艰巨,当时的天气情况也不好,但清理工作还是仅用了16天就结束了。这样的速度和质量,即使是纽约市最大的修复公司也是难以做到的。

这一古老命题。

毫无疑问，竞争是促进企业成长和经济发展的力量，因此，自亚当·斯密以来，经济学家几乎无一例外都是以竞争为主线构筑其经济学体系的。但是，合作对企业经营和经济发展同样是至关重要的。实际上，许多经济学家在推崇自由竞争的同时，也曾对合作给予了某种程度的关注。比如，亚当·斯密在《国富论》第二章中对“协同”或“合作”作过描述；让·巴·萨伊（J. B. Say）和弗雷德里克·巴师夏（Frederic Bastiat）分别在其《政治经济学概论》与《和谐经济论》中认为资本主义自由经济是一种和谐的经济；约翰·穆勒（J. S. Mill）在《政治经济学原理》中论述了人类经济行为的合作。马歇尔在《经济学原理》上卷中所阐述的“自由竞争不仅仅指自由竞争，同时也包含自由合作和自由联盟”的观点直到今天仍有着重要影响。只是由于在工业经济的早期阶段，企业的合作行为表现得不太充分和普遍，使得经济学家未能给予足够重视。新经济条件下，企业的生存环境和生存方式发生了巨大变化，企业间的合作日益密切和频繁，促使当代经济学者开始更多关注企业间的竞争合作行为。

## 第二节 国内外研究概况

国外学者对企业间竞争合作行为的研究大体基于两种视角。一种是从竞争的局限性来论证竞争合作的必然性和积极效应，代表性成果有里斯本小组撰写的《竞争的极限》和詹姆斯·弗·穆尔（James F. Moore）撰写的《竞争的衰亡》。《竞争的极限》一书提出了两个引人深思的问题：是否应当让竞争者统治我们的星球？竞争真的是解决全球范围内日益增长的生态、人口、经济和社会问题的最佳手段吗？对此，该书作者提出了如下观点：竞争的误区在商品经济还不发达时，表现得并不严重。但当代企业规模已经大到等于一两个中小国家，世界在信息化与全球化时代正变得越来越小，企业对人类的影响力越来越大，竞争的弊病变得越来越突出。竞争对企业的误导在于，竞争迫使企业为近期利益而奔波，无暇顾及长远的生存问题；竞争迫使企业在一条狭窄的通道中不顾一切地往前冲，而不知道前方通向何处；竞争使企业失去了灵活性，使原本并不复杂的过程变得扑朔迷离；大量金钱不是被用于生产人们所需要的产品，而是用于影响人们的选择。因此，竞争并不是企业生存的唯一法则，只是限定条件下的选择，企业不能再拘泥于单纯通过竞争去打败竞争对手，而应与竞争对手“共同把蛋糕做大”。《竞争的衰

亡》则从经济生态学的角度透视整个企业经营活动，以系统论反思竞争的含义，主张共同进化。穆尔认为，系统（公司、团体、物种和家庭）内的行为都是共同进化的。“物种 A 的变化为物种 B 的自然选择变化提供了场所”，反之亦然。他以驯鹿和狼为例，狼猎取虚弱的驯鹿，从而使鹿群变强。同时，狼的存在避免了鹿群的数量膨胀。由于鹿群更强壮，狼必须进化，使自己更强壮，以便猎获成功。企业的经营环境和人类的生存世界一样是一个生态系统，在“生态系统”环境下，企业间应确立竞争合作的理念，寻求合作的机会。

更多的学者通过对以合作为主要特征的新型商业模式的实证研究阐明企业竞争合作行为的重要性，代表性成果有：乔尔·布利克（Joel Bleeke）和戴维·厄恩斯特（David Ernst）的《协作型竞争——全球市场的战略联营与收购》、内勒巴夫（Barry J. Nalebuff）和布兰登勃格（Adam M. Brandenburger）合著的《合作性竞争》、尼尔·瑞克曼（Neil Rackham）撰写的《合作竞争大未来》、肯尼思·普瑞斯（Kenneth Preiss）等人合作撰写的《以合作求竞争》以及罗伯特·洛根（Robert Logan）和路易斯·斯托克司（Louis Stokes）撰写的《合作竞争》。《协作型竞争——全球市场的战略联营与收购》的主要论点是完全损人利己的竞争时代已经结束，该书的前言标题即为“损人利己时代的结束”。布利克和厄恩斯特认为，对多数全球性企业来说，完全损人利己的竞争时代已经结束。驱动某一公司与同行业其他公司竞争，驱动供应商之间、经销商之间在业务各方面不断竞争的传统力量，已不可能再确保赢家在这场达尔文式游戏中拥有最低成本、最佳产品或服务，以及最高利润。实际上，结果恰恰相反。很多跨国公司日渐明白，为了竞争必须协作，以此取代损人利己的行为。<sup>①</sup>《合作性竞争》指出，那种“竞争的成功只能是建立在对手失败的基础之上”的过时的竞争观念伴随着冷战时代的结束而消失了。当你听到今天的人们谈论商业运作时，你必须听取顾客的意见，必须与供应商协同工作，建立战略合作伙伴关系，甚至是同你的竞争对手也要进行合作。现在，“你在竞争时没有必要消灭你的竞争者”，“你不得不在竞争的同时与人合作”。《合作竞争》一书则提出了两条基本法则：是合作，还是灭亡——生死攸关的抉择。合作是新经济中获取利润的唯一钥匙；无论是组织还是个人都必须通过竞争去合作，同时也必须

<sup>①</sup> [美] 乔尔·布利克、戴维·厄恩斯特著，林燕等译：《协作型竞争——全球市场的战略联营与收购》，中国大百科全书出版社 1998 年版，第 306 页。

通过合作去竞争。瑞克曼在《合作竞争大未来》中认为，一场跨世界的变革正在酝酿进行，旧的准则不再有效，史无前例的巨大变革正在进行着。真正的企业变革，是指组织之间改以团结合作、合力创造价值的方法来产生变化；公司开发出新的合作经营方法，协助企业取得前所未有的获利与竞争力。这种新的关系被称为“伙伴关系”。他提醒企业，不要总是期盼抢到更多的蛋糕，而是要将蛋糕做得更大。《以合作求竞争》对企业新的竞争环境进行了精辟的说明，分析了在因特网迅猛发展的影响下，公司目标的变化，及最终导致公司内部结构及其与顾客和供应商之间关系的根本变化。认为企业独立经营的时代已经过去，现在一个企业的决策会立即影响世界各地其他企业的决策，应把企业当成企联来经营，同顾客、供应商甚至同竞争对手建立起相互影响的紧密关系。

与传统竞争垄断范式相对应的是企业一体化组织，而与竞争合作范式相对应的则是网络化企业组织。多尼（P. Doney）认为，纵向一体化的解构与企业合作是近 10 年来经济活动中最为显著的现象，企业比以往任何时候都更加重视彼此间的关系，并采取不同形式进行对外合作。<sup>①</sup> 企业在商务活动中应该建立和保持更广泛的合作关系，通过合作可获得其他企业资产的使用权，并与关系伙伴实行资源共享。善于整合资源的企业可以比那些不善于或不愿整合资源的企业更具竞争力。新经济时代，越来越多的企业抛弃了供产销一体化模式，把一些自身并不擅长而其他企业可以做得更好的业务外包出去，通过归核化，重塑企业的核心业务和核心竞争力。与纵向一体化企业直接以产权方式控制和支配产品价值链供产销各环节的做法相比，这类精干主业、剥离副业的重组大大提高了企业的市场敏感性、适应能力和竞争实力。伴随纵向一体化的解构，传统上独立纵向结合的企业，逐渐转变成了成员相互依赖的网络。李新春认为<sup>②</sup>，为克服外购方式带来的产品质量不稳定、交货不及时等缺陷，一些大企业转向外包，即选择一些零部件供应商作为其长期合作伙伴，建立企业的组织网络，这是组织网络化的开端。理查德森（Richardson, 1972）最早提出了企业网络概念，认为企业网络“是一种介于科层制和市场之间的组织形式，其本质在于连接不同企业间的异质资源”。威廉姆森（Williamson, 1991）指出，在市场和科层制之间存在一种

<sup>①</sup> P. Doney, & J. P. Cannon, An Examination of the Nature of Trust in Buyer - Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 1997, 61 (2): 65-78.

<sup>②</sup> 李新春：《企业联盟和网络》，广东人民出版社 2000 年版。

稳定状态的混合组织形态。阿萨纽玛 (Asanuma, 1989) 研究发现, 实践中, 日本汽车制造商往往通过与供应商之间建立特殊的合作关系来共同实现价值增值。普罗文 (Provan) 等人指出, 企业在与其他网络成员的互动中能够学习他们如何获取市场份额、客户、资源及如何生产知识。合作网络能方便成员间的交流和知识传递, 打破一体化企业通常所受的惯例束缚。还有学者进一步指出, 目前企业间的竞争已经从传统的单个企业之间的竞争转变为由合作创建的价值链、价值网络乃至商业生态系统之间的竞争。单个企业的竞争优势或劣势通常是与企业所在的关系网络的优势与劣势联系在一起的, 跨组织合作已经成为企业的竞争锐器。<sup>①</sup>

需要提及的还有近年来风靡西方由 W. 钱·金和勒妮·莫博涅合著的《蓝海战略——超越产业竞争, 开创全新市场》。该书的基本观点是, 提倡淡化或摆脱竞争, 追求开创合作共赢的新的市场空间——“无人争抢的市场空间”。认为打败竞争者的唯一办法, 就是停止那种试图击败竞争者的做法。金和莫博涅将市场天地分为红海和蓝海, 红海代表现存的所有产业, 即已知的市场空间; 蓝海则代表还不存在的产业, 即未知的市场空间。身陷红海的企业采用的是常规方法, 是在已有的产业秩序中树立自己的防御地位, 竞相去击败对手。蓝海的开创者不以竞争对手为标杆, 不是把精力放在打败竞争对手上, 而是放在全力为买方和企业自身创造价值飞跃上, 并由此开创新的无人争抢的市场空间, 彻底摆脱竞争。<sup>②</sup> 通过创造需求、创造市场, 摆脱竞争, 显然是企业的一种理想追求, 不过也只是一种“理想”追求。根据产品生命周期理论, 一种产品在其投入期, 即新产品进入市场的最初阶段, 竞争对手较少, 市场竞争也不激烈。但当产品进入成长期后, 随着大批竞争者的跟进, 市场竞争趋于激烈。因此, 市场常态是一个行业或产品的生产总是存在大量的同行竞争者, 通过开创蓝海规避竞争, 其意义更多的是在理念层次上, 而不在于实践或操作层面。

国内学者的研究。著名管理学家成思危教授将中国传统文化中的“和为贵”思想引入商业竞争中, 提出了合作中竞争、竞争中合作的商战新策略。并将“从竞争转向竞争—合作”作为企业管理科学四大发展趋势之

---

<sup>①</sup> 马君:《试论纵向一体化的解构与企业合作网络的构建》,《外国经济与管理》2007年第2期。

<sup>②</sup> [韩] W. 钱·金、[美] 勒妮·莫博涅著, 吉宓译:《蓝海战略——超越产业竞争, 开创全新市场》, 商务印书馆2006年版, 第3—15页。



一。<sup>①</sup> 黄少安提出了建立“合作”经济学的构想。<sup>②</sup> 认为已有经济学是以“竞争”为主线的经济学，这是前辈经济学家的贡献。但时至今日，经济学再围绕竞争已经不可能再使经济学作为一门科学发生革命，经济学的发展应在研究对象上有根本性改变，转变的方向就是合作。人类经济行为及整个经济运行，就像一枚硬币，一面是竞争，一面是合作，二者同等重要，没有好坏和主次之分，都是推动社会经济和其他方面进步的动力，甚至“合作”更符合人类的终极价值，对人类更有利。当前，“合作”在经济学中远没有获得与竞争同等的关注和研究，对“合作”的解释、研究非常不足，这是经济学的缺憾。经济学对“竞争”的研究还会延续下去，但革命性的突破将发生在对“合作”的研究上，21 世纪的经济学可能是以“合作”为主线的经济学（黄少安，2000）。杨农将战略合作界定为网络时代的企业生存法则。<sup>③</sup> 认为当今社会是一个竞争和合作水乳交融的时代，竞争中有合作，合作中有竞争，是竞争中的合作与合作中的竞争。如果将竞争比喻为一只无形之手，那么合作则犹如一只有形之手。合作的力量是有限的，合作是人类文明滋生的基础，合作对于人类文明的推动作用至关重要和不可或缺的。并指出企业间的合作，与中国传统文化重视人和自然、人和人之间的和谐与统一，把协调人际关系放在首位，主张“贵和尚中”的思想是一致的。杨农认为，企业间战略合作网络的出现是现代经济发展的产物，企业网络化合作已经成为现代企业组织特定的结构形式和竞争模式，是介于市场和企业科层组织之间的一种规制结构和组织创新，并运用多学科的分析手段进行了研究。刘东等人于 2003 年出版了《企业网络论》，该书对企业网络的各种商业形态进行了细致的探讨。书中指出，过去人们将市场经济简单理解为竞争经济，片面强调竞争。现在需要指出的是，市场经济是竞争与合作相兼容的经济，合作能降低竞争费用。对中小企业来说，过度竞争会失去生存空间，寻求合作反而会打开广阔的天地。当代社会，合作比竞争更为重要，兼容和资源共享就体现合作。信息技术对系统的依赖性（兼容性）意味着企业不仅要重视竞争对手，还要重视合作伙伴。在分析我国市场结构的分散性时，刘东认为，问

① 成思危：《管理科学的现状与展望》，《管理科学学报》1998 年第 1 期。

② 黄少安：《经济学研究重心的转移与合作经济学构想》，《经济研究》2000 年第 5 期。

③ 杨农：《战略合作经济学：网络时代的企业生存法则》，中国财政经济出版社 2004 年版，第 17—33 页。