



Firm Development Pattern:
Coevolution Perspective

企业发展模式： 协同进化的观点

胡 伟 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

企业发展模式： 协同进化的观点

胡 伟 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

企业发展模式:协同进化的观点/胡伟著. —北京:
经济管理出版社, 2011. 10

ISBN 978—7—5096—1641—3

I. ①企… II. ①胡… III. ①企业经济—经济发
展模式—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 214582 号

出版发行:经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话:(010)51915602

邮编:100038

印刷:三河市文阁印刷厂

经销:新华书店

组稿编辑:魏晨红

责任编辑:魏晨红

责任印制:黄 铄

责任校对:蒋 方

880mm×1230mm/32

6.25 印张 168 千字

2011 年 11 月第 1 版

2011 年 11 月第 1 次印刷

定价:18.00 元

书号:ISBN 978—7—5096—1641—3

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书,如有印装错误,由本社读者服务部
负责调换。联系地址:北京阜外月坛北小街 2 号

电话:(010)68022974

邮编:100836

前 言

自 20 世纪 80 年代以来，世界经济的全球化、一体化、信息化以及新技术变革的加快使得世界经济系统运行速度不断加快，在某些外界条件变化的影响下，功能突然间放大或缩小，造成经济系统振荡并以不可预料的方式运行，如东南亚金融风暴。这些经济系统的涨落、涌现现象极大地改变了企业经营环境，企业的经营环境日趋复杂多变，企业如果不能适应这种经营环境的变化节奏，将很快被淘汰。因此，企业不能仅仅关注自身的成本、规模、创新、效率等内部管理活动了。同时，企业之间的竞争关系也不再是单纯的生产、服务、价格的竞争，而是“你中有我，我中有你”的既相互斗争又相互妥协的竞争关系。这就提出了严肃而又现实的问题：企业如何才能生存并获得发展？

我国实行市场经济后，曾迅速崛起了一大批民营企业，如沈阳飞龙、山东秦池、济南三株……但它们在经历了短暂的辉煌之后，便迅速衰败。国际上也有许多知名的大企业被淘汰的案例。但也有少数公司例外，如壳牌、惠普、宝洁、通用电气、松下等成为了企业界的典范，这些都值得人们去思考。

一个企业能否获得长期的生存与发展，与企业发展模式直接相关。企业发展模式是由企业发展的路径、惯例以及企业基因等组成，具有路径依赖性，企业一旦选择某种发展模式，将进入某一轨道，并不断受到强化，克服和改变它所花费的成本是高昂的，因此，构建合适的企业发展模式对企业的发展至关重要。

借助于关系密切的生物，如寄生虫和寄主、捕食者和被捕食者

等之间的互相适应的协同进化现象,本书尝试以生物学中的协同进化理论视角对企业的发展进行考察,试图构建一个企业与环境协同进化的发展模式。类似生物物种,企业之间(供应链、竞争者、利益相关者等)也存在着互惠、共生、共栖、寄生、类寄生、植食、捕食、竞争、抗生、互抗和中性等关系,企业应当以协同进化的方法处理这些关系,在协同中进化。在动因方面,这种协同进化受到企业生态系统循环和企业生态位的竞争压力的驱使和企业间博弈的推动。在机制方面,企业的协同进化不仅受到市场的支配,还受到人类理性的作用,在进化中受到市场选择、管理选择、行政选择和集体理性选择机制的约束,在协同中受到市场经济自组织和管理的他组织作用的支配。企业在战略管理方面建立“刺激—意识—反应”式灵活的战略反应机制,在经营方面与环境广泛协同,是本书对实施企业协同进化发展模式的一种探索。

胡 伟

2011年9月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景、目的和意义	1
第二节 国内外相关文献综述	4
第三节 研究的视角与研究框架	26
第四节 研究的方法与技术路线	28
第五节 创新之处	29
第二章 企业协同进化的内涵与特征分析	32
第一节 相关概念的界定	32
第二节 企业协同进化的内涵	39
第三节 企业协同进化的特征	48
第四节 本章小结	58
第三章 企业协同进化的动因分析	59
第一节 企业生态系统循环的适应性要求	59
第二节 企业生态位内竞争的压力	66
第三节 企业间博弈的推动	75
第四节 本章小结	89
第四章 企业协同进化的机制分析	90
第一节 企业进化的一般过程	90
第二节 企业个体的协同进化	96

第三节	企业种群的协同进化	104
第四节	企业群落的协同进化	110
第五节	本章小结	114
第五章	企业协同进化发展模式的建构	115
第一节	企业协同进化发展模式的定义、特征	115
第二节	企业内部协同进化发展模式	120
第三节	企业与种群的协同进化发展模式	126
第四节	企业与群落的协同进化发展模式	135
第五节	本章小结	140
第六章	联想集团协同进化发展的案例分析	141
第一节	联想集团的发展历程	141
第二节	联想集团协同进化的表现形式	145
第三节	联想集团协同进化的动因	151
第四节	联想集团的协同进化模式	156
第五节	结论与建议	166
第六节	本章小结	167
第七章	结论	169
第一节	主要工作和结论	169
第二节	研究的不足与展望	172
参考文献		173
后记		191

第一章 绪 论

第一节 研究背景、目的和意义

一、研究背景

20 世纪 80 年代的改革开放使中国经济获得了巨大的发展，全面融入了世界经济体系并越来越表现出开放性，世界经济对中国经济的影响已无所不在，而全球化、经济一体化、信息化以及知识经济的浪潮使得任何一个国家的经济都不能独立于世界经济体系之外。世界经济系统的运行速度不断加快，世界经济的某些子系统、因子往往在某些外界条件变化的干扰下，功能突然间放大，造成经济系统振荡并以不可预料的方式运行，如 1997 年东南亚金融风暴和 2008 年美国金融危机。这些经济系统的涨落、涌现现象极大地改变了企业经营环境，使得企业经营环境日趋复杂化。在如此严峻的环境下，企业如何生存、发展就成了企业管理的实践者和理论研究者需要思考的问题。

打开国门后，中国企业直接面对与外国公司的竞争，同外国企业相比，国内企业无论是在“硬件”上还是在“软件”上差距都很大。国外企业拥有先进的设备并掌握着核心技术，而国内企业大部分是简单加工、贴牌、仿制；国外企业拥有成功的管理经验和经营技巧，而国内企业经历市场经济洗礼只有二三十年时间。20 世纪

80年代以来,许多国内企业在经历一时的辉煌后迅速衰败给人们留下了思考。

据美国《幸福》杂志的数据显示,美国大约有62%的企业寿命不超过5年,寿命超过20年的企业只占企业总数的10%。只有2%的企业能存活50年,中小企业平均寿命不到7年,大企业平均寿命不足40年,一般的跨国公司平均寿命为10~12年,世界500强平均寿命为40~42年,“1000强”平均寿命30年^[1]。日本《日经实业》的调查显示,日本企业的平均寿命为30年。中国的集团公司平均寿命为7~8年,小企业的平均寿命为2.9年^[2]。中国每年有近100万家企业倒闭。我国实行市场经济后,曾迅速崛起了一大批知名企业,如沈阳飞龙、山东秦池、济南三株……但在经历了三五年的辉煌之后,许多企业已经衰败。

然而放眼全球,世界上却有少数公司例外。例如,在世界最古老家族企业排行榜上,成立于公元578年的日本古米(Gumi)建筑公司以1400多年的历史位居榜首,排名最末的澳大利亚的布鲁斯德尔(Brucedale)公司距今也已有202年^[3];美国企业500强中也有199家企业的寿命超过100年,39家企业超过150年,4家企业超过200年^[4];世界企业500强中,有203家企业超过100年,44家企业超过150年,8家企业超过200年^[5]。阿里·德赫斯(Ariede Geus)研究发现斯多拉公司的寿命长达700多年,而且,长寿企业的几种能力并不亚于年龄小的企业,有些公司如壳牌、惠普、宝洁、通用电气、松下等不仅具有独特的企业文化,其影响还超越了企业的界限,在社会上占有举足轻重的地位,成为了企业界的典范^[6]。

一般意义上,企业死亡往往是企业的产品、销售、战略等不适应市场的需要,企业又没有能力进行调整,而企业的长寿意味着企业的产品、销售以及战略等能够不断调整适应市场要求。企业的产品开发策略、销售方式、战略和组织结构以及企业文化等方面的变迁构成了企业的发展模式。因此,本书认为,企业寿命的长短与企

业的发展模式有直接的关系。如果一个企业的发展模式僵化,企业势必保留了大量的基于过去发展经验的惯性,例如,对过去知识和经验的迷恋、对专用性资产的过分依赖、存在组织刚性以及路径依赖,当市场环境变化时受这些因素的束缚,企业往往在产品开发、营销策略等方面做出错误判断或无法转型导致亏损和破产。

在日益复杂的经济环境条件下,企业如何选择或构造自己的发展模式已经成为要求持续经营的企业必须思考的一个问题。本书认为,企业和生物物种一样在本质上都面临适者生存的竞争压力,生物与环境的协同进化策略可以为企业在市场竞争中生存提供某些借鉴,那些长寿的企业一定是在其生命周期里自觉或不自觉地与市场环境保持协同进化。正是基于这一认识,本书试图探索基于协同进化观点的企业发展模式。

二、研究目的和意义

企业的发展模式是对企业发展历史或发展路径的总结,也是后来企业学习的榜样或参照的标准。企业发展模式由企业的战略、经营和管理等组成,尤其是在战略制定和实施过程中产生的具有持续性影响的规则、技巧等。企业发展模式表现为企业发展的路径、惯性、轨迹等,包含显性知识和隐性知识。显性知识是能够看到的企业的发展壮大的表象、特征,如产品的变化、组织结构的变化,成文的战略文本、规章制度等。而隐性知识隐藏在企业的深处不能被直观所感知,如企业高层的决策方式、企业在经营管理中的“潜规则”等。

以不同的理论视角观察某个企业的发展可以得到关于该企业不同的发展模式的结论。传统经济学、新制度经济学、演化经济学、资源能力论、战略管理理论以及企业生物学中的企业发展观点因为没有关注到企业的经营环境日趋复杂化,而失去或部分失去了理论的现实基础,本书尝试以协同进化的理论视角来考察企业的发展,目的是希望为企业找出一个能在日趋复杂的经营环境下发展的道

路、方略或参考的样式,以期对企业的发展提供指导。

第二节 国内外相关文献综述

一、企业发展模式文献综述

(一) 传统经济学视野中的企业发展模式

传统经济学是指亚当·斯密(Adam Smith)开创的古典主义经济学、新古典主义经济学,这一学派认为,企业的发展是分工的演进、产业的分化、市场细分的结果,企业发展是上述作用力的共同作用下在自己的专业化领域追求规模经济的产物。

斯密在《国富论》的开篇就说:“劳动生产力最大的改进,以及劳动在任何地方运作或应用中所体现的技能、熟练和判断的大部分,似乎都是劳动分工的结果。”斯密论述中暗含的逻辑是专业化分工产生规模经济,即企业是一种分工组织,其存在的理由就是为了获取规模经济的利益,企业的成长与分工的程度正相关。而且随着分工的自我繁殖,新企业会不断形成。因此,一国经济中产业和企业的数量也与分工的程度正相关^[7]。马歇尔(Alfred Marshall)在坚持规模经济决定企业成长这个古典观点的同时,试图把它与稳定的竞争均衡条件相协调。通过引入外部经济、企业家生命有限性和居于垄断的企业避免竞争的困难性这三个因素,把稳定的竞争均衡条件与古典的企业成长理论协调起来。马歇尔认为,由于企业规模的扩大会导致灵活性的下降,从而竞争力下降,成长的负面效应最终会超过正面效应,使企业失去成长势头,更重要的是随企业的成长,企业家的精力和寿命均会对企业成长形成制约,而且新企业和年轻企业家的进入竞争,会对原有企业的垄断地位形成挑战,从而制约了行业垄断结构的维持^[8]。斯蒂格勒(George Joseph Stigler)以企业的功能划分为基础,认为随着产业的扩展,具有递

增报酬性的功能的容量会渐渐大到足以使一厂商专业化生产并决定了企业的规模^[9]。阿林·扬格（Allyn Young）坚持了斯密的观点，认为“不断发展的产业分工及其专业化是经济发展进程中的实质，在此进程中实现了递增报酬”。阿林·扬格还认为，市场容量和劳动分工是经济增长的两面，对于绝大多数产业而言，在原材料生产者与最终产品消费者之间存在着日益复杂的专业活动的链，随着产业内迂回生产程度的提高，企业所从属的产业数量可能越多，企业面对的市场容量就可能越大，规模经济和范围经济都会得到增强^[10]。弗兰克·奈特（Frank Hyneman Knight）则从不确定性、风险的概念出发，解释了企业扩张经营规模扩张的动力。“用更有效和更熟悉的联合形式取代保险，借此消除或削弱道德风险并使合并的保险原理可以应用于各类风险业务——这些风险业务范围之广泛使得无法由一个企业家控制。因此，组织形式是以与资本有关的条款为中心的。降低借入资本的风险无疑是导致个人企业被合伙企业取代的主要原因。降低自有资本和借入资本的风险的需要引致了公司制对合伙制的取代。从这一角度看，更高形式的组织相对于较低形式的组织的优越性在于经营范围的扩张——包括更多的个人决策、风险业务或‘情况’和利益的更有效的统一——这降低了与某人承担他人决策结果联系在一起的道德风险。”^[11] 杨小凯引入交易费用分析，认为专业化分工与交易费用存在负相关。分工产生信息不对称，信息不对称一方面保证了企业的利润，另一方面提高了交易费用。交易费用的提高又限制了交易量，从而限制了分工的进一步深化，因此，在专业化分工与交易费用之间需要存在某种均衡^[12]。

可见，在传统经济学视野中企业的成长模式即企业是按照绝对优势或相对优势，在迂回生产的产业链中选择某一点，确定自己的专业化经营领域，逐步获得规模经济效益，并且伴随着迂回生产的产业链的延伸，企业内部专业化分工也在进行并演化出新的行业，企业在有的行业选择扩张，在有的行业选择收缩。由于传统经济学

特别是新古典主义经济学把企业看成输入或输出的“黑匣子”或仅仅是一个生产函数,因此,传统经济学的企业发展模式对企业内部关注不够,对企业发展模式的其他方面如产权、组织结构等没有考察,在经济系统日益复杂化的当代指导企业实践显然是不够的。

(二)新制度经济学视野中的企业发展模式

新制度经济学始于科斯(Ronald H. Coase)对企业性质的研究,其中的交易费用理论侧重于探讨企业与市场的关系,试图把握企业的性质以及企业的边界;委托一代理理论则侧重于探讨企业的内部结构及其代理关系。企业成长通常既表现为经营规模的扩大,也表现为企业功能的扩展。从新制度经济学来看,企业成长就是企业边界扩大的过程,分析企业成长因素也就是探讨决定企业边界的因素,企业成长的动因在于节约市场交易费用。企业的边界可以分为纵向边界、横向边界、多样化经营边界,新制度经济学的企业发展模式主要是分析纵向边界的扩展。

科斯认为,市场与企业是两种不同但是可以相互替代的资源配置手段。在市场上,资源配置通过价格机制来进行,而价格机制的建立与使用均存在一定成本即交易费用,诸如发现相关的价格、协商和达成契约以及保证契约的执行等方面的成本。在不确定条件下,这类交易费用可能相当巨大。在企业内部,资源配置是通过科层制度和权威关系来进行的,因此,虽然避免了交易费用,但同时也产生了管理成本。企业的边界或规模取决于市场交易费用与企业管理成本的比较,如果前者大于后者,企业就会取代市场价格机制来协调劳动分工,企业的边界或者说规模就会扩大,反之则会缩小。他明确指出:“组织企业的一个收益来源是:市场经营会有所花费,但通过形成组织和允许资源分配由行政机构决定,这笔花费就省下来了。当然企业不得不以低于被取代的市场交易所需的费用来进行其工作。因为如果企业做不到这一点,退回到市场调节总是可能的。”因此,“有一点必须被达到,那就是说,在企业内增加一项交易的组织成本等于在公开市场上进行这项交易的成本,或等于

由另一个企业主组织这项交易的成本”^[13]。因此,在科斯看来,节约市场交易费用的考虑是企业成长的动力。在科斯之后,张五常、威廉姆森(Williamson)等人继续对交易费用及其与企业之间的关系问题进行了研究,威廉姆森从资产专用型、不确定性和交易效率三个维度定义了交易费用,在此基础上分析了企业边界确定的原则,同时,还从企业核心技术角度提出企业“有效边界”的概念。企业是一种连续生产过程的纵向一体化实体,这个连续生产过程的不同阶段之间如果通过市场交易关系相联系,就需要签订一系列的合约,而由于信息的不完全和不对称,签订的合约不可能是完全合约,这就给经济主体的机会主义行为提供了条件,这样就会导致专用性资产事前投资不足的问题。为解决这个问题,企业会通过前向或后向的一体化,把原来属于市场交易的某些阶段纳入企业内部,这种情况下的企业成长就表现为企业纵向边界的扩展^[14-15]。格罗斯曼和哈特(Grossman S. J. 和 Hart O. D.)通过强调资产所有权的重要性,进一步明确了企业纵向一体化的含义,认为纵向一体化的水平取决于一方或另一方当事人控制专用型资产的程度,并且提出了物质资产专用性和人力资产专用性对于纵向一体化具有不同的意义^[16]。

从科斯及其追随者的有关论述中可以看出,交易费用理论中的所谓企业边界其实就是指当一种产品在生产技术上可分离为两个以上生产阶段时,同一个企业所占据的生产阶段的数量,即在该种产品的总生产链中由该企业所完成的生产链的长度,这就是企业的纵向边界。企业纵向边界的扩张主要是通过纵向一体化来实现的。纵向一体化又称垂直联合或纵向联合,是指同一种最终产品的多个生产阶段或生产环节集中于同一个企业中或者说被置于统一所有权之下的一种合并模式,它包括后向(上游)一体化和前向(下游)一体化。

(三) 演化经济学视野中的企业发展模式

演化经济学有着与新古典经济学完全不同的研究路线。在纳尔

逊和温特 (Nelson R. R. 和 Winter S. G.) 看来, 演化经济学是对新古典经济学的批判, 如果说新古典经济学是研究存在的经济学, 那么演化经济学就是研究生成的经济学, 它可以被定义为对经济系统中“新奇”(novelty) 的创生、传播和由此所导致的结构转变进行研究的科学^[17]。演化经济学区别于新古典经济学的一个根本性的本体论标准是强调“新奇”的出现, 它的不同分支都将创新置于核心地位, 并确实或多或少地都赞同“新奇”在经济变迁中所发挥的重要作用^[18]。蒂斯、皮萨诺和肖恩 (David J Teece、Gary Pisano 和 Amy Shuen) 对 20 世纪 80 年代以来高科技企业发展的实证研究表明, 对外部环境变化的反应能力是解释企业生存和发展的关键, 而这种能力的形成和决定又是企业内部各种知识长期积累和融合的结果, 具有较强的路径依赖性^[19]。演化经济学为理解企业的存在和规模的决定提供了比较准确的分析角度。

阿尔奇安 (Armen Albert Alchian) 认为, 在一个充满不确定性的经济系统中, 企业拥有不完全信息和不完备知识, 企业显然不可能以利润最大化为其行为向导, 从而, 企业就不能确定每一行动的后果。一个产业中的不同企业所遵循的规则 (惯例) 肯定存在一定的差异, 这些差异通过演化的遗传机制使不同企业在外部非人格化市场力量的作用下产生不同的盈利能力和利润, 获得正的利润的企业扩张其边界, 而亏损者将消失^[20]。威廉姆森专注于企业组织的演化, 认为企业组织演进是有限理性下的选择过程和有目的治理的学习过程相统一的结果。就选择过程来说, 个人不会也不可能预见哪种治理结构将是有效率的, 那么, 什么是有效率的以及什么是没有效率的就只能依靠市场的选择了。从这个意义上说, 市场竞争决定了企业边界的演进。在竞争市场的压力下, 有效率的组织形式被假定会把无效的组织形式驱逐出去。以 M 形企业替代 U 形企业为例, 由于 M 形企业可以减少管理和沟通困难, 减少管理者对次级目标的追求和机会主义行为, 因此, 组织选择的结果便是 M 形企业生存并发展^[15]。纳尔逊和温特把企业惯例作为分析的工具。

企业的惯例包括“企业的各种特点，从明确规定的生产规程、雇用和解雇程序、新产品订购，一直到投资、研发、广告政策以及关于产品多样化和海外投资的经营战略”。惯例涉及企业的特质性知识，特别是在企业的特质性知识中，很大一部分是无法用语言和文字清楚表达的默会性知识。就像每个生物都有自己的遗传基因一样，每家企业都拥有独特的“组织基因”——企业惯例，企业的差异来源于不同的企业惯例，并因惯例的稳定性而得以不断延续^[21]。

可见，演化经济学是将企业作为异质性实体来分析的，为了从更深的层次来解释企业异质性以及导致其持续存在的原因，演化经济学主张应该把企业看做知识载体，一种不断学习并创造“新奇性”的实体^[21]。演化经济学假设：因为经济环境是不确定的，企业不可能设计出复杂的规则程序，而只能用相对简单的惯例来指导行为。由于这些惯例是由企业的历史所决定的，不一定能适应现在或将来的情况变化，因此，企业的“习惯性反应”无法保证其决策行为的最优化。正是基于这一点，演化经济学更认可行为主义者的“满意假说”：在不确定的环境中企业只是在不断的试错过程中搜寻令自己满意的方案而不是最优的方案。因而，演化经济学的企业发展模式即企业惯例的“搜寻”，“搜寻”即企业行为对原有惯例的偏离。当企业认为遵循现有惯例不能获得满意的结果时，它就会改进现有惯例或寻求新“惯例”。企业的搜寻包括创新和模仿这两种基本模式。创新是通过研究开发去寻找原来没有的技术和惯例；模仿则是企业在已知的集合中寻找适合自己需要的技术和惯例。

（四）资源能力理论视野中的企业发展模式

资源就是包括有形资产、无形资产和组织能力的综合体系^[22]。资源能力理论的学术范畴较为混乱，其后续研究也呈现出庞杂的局面，分化出核心竞争力理论、动态能力理论、企业知识理论和企业社会资本理论等^[23]。它们的共同之处是：与企业外部条件相比，企业内部条件对于企业获得市场竞争优势具有决定性作用；企业内部能力、资源和知识的积累是解释企业获得超额收益和保持企业竞

争优势的关键性因素^[24]。

彭罗斯 (Penrose E. T.) 建立了企业资源—企业能力—企业成长的分析框架。资源在引导决策者进行非程序性决策方面具有重要意义,企业释放出新的管理者才能是一种使决策逐渐程序化的迹象,这同拓展组织的活动领域一样,很可能导致企业程序性管理行为的形成和加强;企业能力决定了企业成长的速度、方式和界限。企业能力的关键是管理能力,它是限制企业成长率的基本因素,管理资源不可能通过市场交易而获得,它是管理团队的专业化经验和能力。管理活动就是力图最有效地利用企业拥有的资源、管理经验和能力来决定企业所有其他资源所能提供的生产性服务的数量和质量,最终制约企业成长的速度。企业能力特别是管理能力状况与企业多元化成长的可能性高度正相关。在知识积累方面,彭罗斯认为,在企业将知识进行内部化和联合化的过程中,正规知识被转换成非正式的和非公开的知识认为企业拥有的资源状况是决定企业能力的基础。彭罗斯特别强调团队作业的经验积累,认为它是企业内部合作和协调的基础,随时间推移而形成的管理团队是企业最有价值的资源之一,这些资源决定了企业的管理能力。彭罗斯还把企业内部的未利用资源作为企业创新能力的重要来源,她认为企业内部资源的利用存在着永不平衡性,因此,总是存在未利用资源,从而创新也就是企业的内生过程。彭罗斯同时强调了创新能力对企业成长的重要性,认为产品创新和组织创新均是企业成长的推动因素,企业成长的重要一环是发现潜在的成长机会,二者均取决于创新能力^[25]。沃纳菲尔特 (Birger Wernerfelt) 认为:企业是由一系列资源束组成的集合,每种资源都有多种不同的用途,企业的竞争优势源自企业所拥有的资源。外部的市场结构、市场机会对企业的竞争优势产生一定的影响,但并不是决定性因素。随着研究的深入,人们发现只有隐藏在资源背后的企业配置、开发、保护、使用和整合资源的能力才是企业竞争优势的深层来源^[26]。巴尼 (Barney J. B.) 认为,能够为企业带来持续竞争优势的能力必须具备