

Cooperative Effects
of Competitive Strategic Alliance



竞争性战略联盟 的合作效应研究

李薇 龙勇 著



西南交通大学出版社
[Http://press.swjtu.edu.cn](http://press.swjtu.edu.cn)

竞争性战略联盟的 合作效应研究

李 薇 龙 勇 著

西南交通大学出版社

• 成 都 •

图书在版编目 (C I P) 数据

竞争性战略联盟的合作效应研究 / 李薇, 龙勇著.
—成都: 西南交通大学出版社, 2011.5
ISBN 978-7-5643-1170-4

I. ①竞… II. ①李…②龙… III. ①企业管理—经济合作—研究 IV. ①F273.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 068820 号

竞争性战略联盟的合作效应研究

李薇 龙勇 著

责任编辑	张宝华
特邀编辑	孟秀芝
封面设计	本格设计
出版发行	西南交通大学出版社 (成都二环路北一段 111 号)
发行部电话	028-87600564 87600533
邮政编码	610031
网 址	http://press.swjtu.edu.cn
印 刷	成都勤德印务有限公司
成品尺寸	146 mm×208 mm
印 张	7.187 5
字 数	200 千字
版 次	2011 年 5 月第 1 版
印 次	2011 年 5 月第 1 次
书 号	ISBN 978-7-5643-1170-4
定 价	25.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

前 言

竞争性战略联盟，即竞争对手所组建的企业间战略合作关系，是一种新兴战略模式，正日益受到学者以及企业管理人员的关注。通过与竞争对手组建联盟，企业期望借助伙伴的资源提高自身的战略地位和竞争力，并在一定程度上影响和调整所处的行业环境。对于参与竞争性战略联盟的企业，合作效应是其关注的首要问题，也是企业参与联盟的目的和意义所在。遗憾的是，相关理论发现和经验总结还比较少，所以，对竞争性战略联盟合作效应进行系统研究，是具有理论与现实意义的。

本书以竞争性战略联盟为研究对象，综合运用概念模型、数理模型、结构方程模型、中介效应检验等研究方法，提出了竞争性战略联盟合作效应的评价维度，并重点研究了企业资源特征、行业结构特征、联盟合作模式等关键要素对合作效应的影响机制，以及效应与效应之间的相关关系，旨在构建竞争性战略联盟合作效应的维度结构并揭示其变动机制。

本书主要完成了以下三方面的研究工作：① 收集文献进行理论研究，提出了竞争性战略联盟合作效应研究的概念模型。② 针对竞争性联盟合作效应中的几个典型问题进行了数理分析，并描述了竞争合作的平衡点。③ 结合文献以及数理分析的相关结果提出经验假设，借助结构方程模型和中介效应检验方法进行实证检验，讨论了竞争性战略联盟合作效应与其影响因素之间、效应与效应之间的直接和间接的相关关系，并识别了影响路径。

通过将合作效应定义为绩效与风险的集合体，并将其划分为内生和外生两部分，本书研究发现：

(1) 在内生绩效方面，当竞争性伙伴对共享资源的整合利用水平

高于一定临界值时，竞争性联盟就有助于提高企业的研发效率、市场进入能力、市场影响力以及盈利能力；在外生市场绩效方面，与同行对手结盟能够提高行业的集中度，而且合作所采用的结构模式越紧密，该绩效就越显著；在内生风险方面，如果竞争性伙伴间的知识溢出水平高于一定临界值，机会主义风险的破坏作用将超过合作能够产生的绩效提升效果，竞争性战略联盟面临解体；在外生市场风险方面，与对手结盟有助于降低企业感知的市场不确定性风险。

(2) 综合以上关于绩效与风险的数理研究结果，可以从资源共享（或知识溢出）的角度，描述竞争性联盟内竞争与合作的平衡条件。首先，联盟内伙伴间的知识溢出水平应低于某临界值；其次，对于共享的资源，合作成员对其整合利用能力应高于某临界值（本书对这两个临界值进行了求解）。只有满足了这一平衡条件，竞争性战略联盟才能够维持运行并创造价值。

(3) 实证检验结果表明，竞争性战略联盟的合作效应受到联盟内部资源以及外部环境的显著影响。在直接影响模式方面，合作成员向联盟投入的资源的战略性水平、联盟所处行业的竞争强度、联盟所选择的治理结构模式对联盟的合作效应（包括风险与绩效）均具有较为显著的直接影响；在间接影响模式方面，资源以及行业环境对联盟绩效的影响明显借助了联盟结构模式与风险这些中间变量的间接传导作用，其中，联盟结构模式具有非常显著的中介传导作用。综合以上直接与间接影响分析的结果，可以得出竞争性战略联盟合作效应的变动机制。

本书的研究发现进一步完善了竞争性战略联盟的研究体系并强化了理论深度，对今后的相关理论研究也具有一定的参考价值。此外，研究结论有助于竞合策略在实业界的推广，能够为企业借助竞合关系获取竞争优势并更好地参与国内国际竞争提供理论参考和指导。

作者

2011年3月

目 录

1 绪 论	1
1.1 学术价值和现实意义	1
1.2 研究目的和内容	6
1.3 研究方法和结构安排	10
1.4 本章小结	13
2 文献综述	15
2.1 竞争性战略联盟研究的理论基础	15
2.2 竞争性战略联盟研究现状	24
2.3 合作效应研究现状	29
2.4 综合评价	35
2.5 本章小结	36
3 竞争性战略联盟合作效应中几个典型问题的数理分析	37
3.1 合作效应的概念模型研究	38
3.2 竞争性双寡头的联盟绩效研究	47
3.3 竞争性联盟的市场效应研究	63
3.4 竞争性联盟中结构—风险—绩效的关系研究	70
3.5 本章小结	82
4 竞争性战略联盟合作效应的实证研究	84
4.1 实证研究基本思路	84
4.2 研究假设的提出	86
4.3 研究方法	104
4.4 样本调查	113

4.5	分析与检验	125
4.6	本章小结	171
5	研究结果综合讨论	174
5.1	研究结果概述	174
5.2	研究结果分析	175
5.3	本章小结	196
6	结 论	197
6.1	主要研究结论	197
6.2	研究特色和创新	199
6.3	研究展望	201
参考文献		204
后 记		221

1 绪 论

1.1 学术价值和现实意义

1.1.1 研究问题

20 世纪 80 年代以来,信息技术革命对社会资源配置、企业运营和竞争方式以及全球市场经济格局等都产生了重大而深刻的影响。发达国家,尤其是美国、日本、欧洲地区国家,其跨国公司面对日趋激烈的外部竞争环境,开始对企业竞争关系进行战略性调整,即从对立竞争转向大规模的合作竞争。日益发展的合作战略中最明显的现象是“战略联盟”(Strategic Alliance)。一般认为,战略联盟的概念最早由美国 DEC 公司总裁 J. Hopland 和管理学家 R. Nigel 首次提出(秦斌, 1998),用以描述产业经济活动中多个企业之间的合作协议,包括合作研究协议、少数股权参与以及合资企业等多种形式。20 世纪 90 年代以来,世界上越来越多的企业加入了联盟行列,企业间各种合作协议每年以超过 25% 的速度增长。联盟的迅速发展以及由此产生的深刻影响引起管理人员和理论界的关注。英国航空公司总裁 R. Smith 说:“伙伴关系是发展全球战略最有效的方法。”管理大师彼得·德鲁克说:“工商业正在发生的最伟大变革,不是以所有权为基础的企业关系的出现,而是以合作伙伴关系为基础的企业关系的加速增长。”许多研究都认为 21 世纪的竞争将在联盟企业间展开。战略联盟作为一种现代企

业组织形式的创新,已经成为企业提升竞争优势的重要手段,因此对战略联盟的研究已成为战略管理领域的重要课题。

对于战略联盟的研究,学者们早期更多地关注于买者与卖者之间的上下游关系。这一背景之下的合作与竞争的制衡问题,曾被视为在长期合作过程中提升参与者竞争能力的重要途径。但随着竞争环境的持续动态发展、企业之间竞争程度的加剧,以及创新活动成本及风险水平的急剧增加,单个企业已经很难再同时拥有各种战略行为所需的全部资源和能力。为了更加有效率地开展组织活动并推进战略实施,同行竞争性企业之间开始出现了相互合作的现象。尤其是近年来,这种发生于竞争对手之间的联盟合作呈现加速增长的趋势,有学者指出:“近几年,70%以上的合作都是水平型的,即发生在直接竞争对手之间。”这种合作类型被称为竞合(Co-opetition)关系(Bengtsson and Kock, 2000a; Luo, 2007; Zineldin, 2004),或者是竞争性战略联盟(Long, et al, 2009; Soekijad and Andriessen, 2003)。

竞合关系这一思想是由Novell公司的CEO Ray Noorda于1989年首次提出的,但当时并未引起学术及管理实践人员的重视,直到1996年Brandenburger和Nalebuff合著的《Co-opetition》一书问世,管理学界才逐渐展开了对该领域的研究。至今,这一课题正逐渐发展成为战略联盟研究领域的一个焦点。正如Bengtsson和Kock(2000a)在其探索性研究中所指出的,竞合关系的复杂性在于它是由竞争与合作这两种截然不同并相互矛盾的逻辑原理交互作用而形成的。这表明竞合关系与单纯的竞争或合作范式是存在本质区别的,而且其治理模式也更为复杂。只有协调好伙伴间不完全一致的利益追求、处理好竞争与合作的对立关系,才能够借助竞合策略创造独特的竞争优势,如实现分担投资、分散风险、市场准入、快速提高行业地位、形成规模经济、扩展企业边界等合作效果。

合作效果的控制与评价是所有联盟普遍关注的问题,由于竞合策略被引入到管理研究领域的时间较短,所以截至目前,对于企业管理人员普遍关心的该类联盟的运行效果,学者们仅是针对某一两个单项

指标进行了研究,如竞合强度(Chien and Peng, 2005)、资源转移水平(Dussauge, et al, 2000)、稳定性(Dussauge, et al, 2004; Nielsen, 2007)等,而从整体角度较为系统性地对合作效果进行综合评价的研究还有待进一步发展。在合作效果的内容方面,此前学者们更多地关注了利润、联盟寿命等绩效指标。但是在由同行竞争对手所组建的联盟中,合作成员在关心绩效表现的同时,对联盟内的潜在风险也十分关注。因为任何核心知识、技能的流失都会直接导致自身竞争力的下降以及伙伴企业竞争实力的提升,并在后期竞争中对自身形成巨大威胁。因此本书提出在评价竞争性联盟的运行效果时,有必要将风险与绩效进行合并研究。在研究方法方面,现有针对竞争性联盟合作效果的研究,多借助概念模型进行定性分析,也出现了少量的案例分析,但基于大量现实数据、从实证角度进行检验的研究成果还较为少见。

针对以上问题,本书将以竞争性战略联盟为研究对象,综合利用概念模型、数理模型、实证分析等研究方法,并依托从国内企业获取的调研数据,对竞争性联盟的结构模式选择、联盟风险以及绩效表现等内容进行综合评价,弥补现有研究体系在研究内容与方法方面的不足。

1.1.2 学术价值

竞争性战略联盟是行业内竞争对手之间的联盟。联盟双方共同从事某一项经营活动,从而模糊了企业之间竞争与合作的差别。竞争性联盟的目的在于改善公司在价值创造活动中的地位,以共同应对激烈的市场竞争。建立竞争性联盟,可使公司获得规模经济,减少多余的生产能力,转移知识产权,降低经营风险。竞争性联盟包括技术联盟、生产联盟、销售联盟等多种形式。技术联盟可以通过降低联盟双方在新产品、新技术研究开发方面的成本,来提高产品开发速度与效率,分散风险。生产联盟可以通过共用零部件安排、共同采购原材料等降低生产成本,来提高经营效率与收益水平。在营销联盟中获得的效率

提升,则主要来自于联盟成员相互借助对方的销售渠道和关系网络,从而提高规模经济,帮助联盟各方以更快的速度进入新市场并尽快提高市场份额。此外,还可以通过信息共享或者联合广告宣传等措施,降低营销成本。

对于竞争性联盟这一正在全球范围内迅速发展的新型战略模式,无论经济学界还是管理学界都在努力对其进行探索性研究,而且已经取得了一些研究成果。但是,从现有文献来看,国际方面对竞争性战略联盟的研究还很不完善,这主要体现为:理论基础相对欠缺、内容体系尚不完整、研究方法比较单一等方面。虽然交易成本经济学、资源基础理论、组织学习理论等主流经济管理理论都从各自视角对竞争性联盟的出现以及治理进行了某些阐释,但解释不够全面与深入,仅属于初步的探索性研究。在研究内容方面,仍然以讨论竞合关系的本质、构成要素、驱动因素及其实践意义等为主(Dagnino and Padula, 2002),而企业更为关心的该类联盟的治理机制以及运行效果等内容还有待深入研究。在研究方法方面,现有文献多借助概念模型或者案例分析进行定性研究,而数理、实证等定量方法则少有应用,尤其是缺乏以丰富的经验数据为支撑的研究成果,因此在理论与理论之间、理论与数据之间的互相补充、互相支撑方面还很不完善,还没有形成竞争性战略联盟较为系统的研究构架。相对而言,国内对竞争性战略联盟的研究尚处于起步阶段。从目前的文献来看,我国对竞争性联盟的研究基本上处于对国外理论的引介阶段,综述性、介绍性的文章居多,但是立足于本土情境,采用本土化经验数据,并运用科学的研究方法对竞争性联盟进行的研究非常少。而本书拟借助概念模型、数理模型、实证模型等多种研究手段,力争从整体角度、以整合视角对竞争性联盟的合作效应进行综合评价,从而具有一定学术价值。

1.1.3 现实意义

正如学者所指出的:发生于竞争对手之间的联盟合作近来呈现加

速增长的趋势,七成以上的联盟是由直接竞争对手或者包含竞争对手的企业所组成的。在国外,竞合策略被广泛应用于高新技术行业,如生物制药、医药、半导体、软件、航空航天等,这些行业具有某些共同特征,如投资大、风险高、技术或需求更新速度快等。正是这些环境特征催生了竞合策略并加速了其推广进程。在国内,尽管这一战略模式的运用还不及国外那样普遍,而且尚未呈现出显著的行业特征(除了高技术行业,家电、汽车、钢铁等制造业企业也出现了不少竞争对手相互合作的现象),但是已经引发了越来越多管理人员的关注。例如,2001年3月20日,武钢集团与首钢、宝钢集团结成战略联盟,在铁矿石等大宗原材料的联合采购,运输环节的整合,新产品、新技术和新工艺的联合研发等方面开展合作,以此降低采购、运输及研发成本,优化市场资源配置。在合作营销方面,重庆太极集团与上海雷允、广州广药以资源共享为目标,本着互惠互利的原则,签署了《市场资源置换协议》,组建了“销售联盟药店”。三家药业企业将各自属下的连锁店设置为对方产品的特约经销点,以设立产品专柜的形式加大品牌推介,降低相互间药品的上架费。

竞争性联盟在实业界的广泛应用,表明这种联盟模式已经得到了管理人员的认可,能够为企业创造独特的价值或竞争优势。竞争对手组建联盟的主要目标包括:通过学习获取技术、通过合作生产降低成本、通过联合采购降低采购成本、通过联合营销降低销售成本并快速扩大市场份额等。

为了实现战略目标,或者说为了保证联盟取得理想效果,企业首先需要确定目标评价体系,即取得哪些成效就实现了既定目标,也就是合作效应内容的设计问题。其次还要关注影响目标实现的主要因素,也即识别合作效应的影响因素,例如与对手的合作形式问题,因为联盟结构模式的选择是联盟管理的关键问题之一,企业可以通过合资、参股、签署合作协议、开展技术交流、特许等多种形式,与同行企业开展合作活动,选择恰当的治理结构才能够最大程度地保证联盟目标的实现。因此,从实用角度讲,对竞争性战略联盟的治理及合作效应

问题的研究,能够为企业如何利用竞合关系获取竞争优势、实现战略目标提供理论参考与指导。

1.2 研究目的和内容

1.2.1 基本概念界定

本书主要围绕竞争性战略联盟的合作效应及其影响因素来展开,所用到的基本概念及其界定如下:

(1) 竞争性战略联盟。它是由处于相同行业、向市场提供相同或相替代的产品(服务)的企业所组建的合作关系。

(2) 合作效应。它是指竞争性战略联盟的成员通过合作所产生的效果。如经济方面的成本、利润、回报率,学习方面的能力、知识获取,合作风险方面的能力丧失、资源被窃取等。关于联盟效果的内容,现有文献主要将其划分为绩效与风险两个方面,并且分别对两者进行了独立研究。但由于联盟成员间复杂的资源动态组合以及企业行为的投机性,将绩效与风险进行分别研究往往难以形成有效的理论模式,因此本书将尝试把绩效与风险进行合并研究,并直接称之为合作效应。

为了使研究体系及结果更加清晰,本书提出可以依据影响因素的属性和联盟作用对象的差异,将竞争性战略联盟的合作效应分为外生以及内生两部分。

① 外生合作效应:指在外部环境因素影响下,竞争性联盟对市场变量所产生的影响。

② 内生合作效应:指受联盟内部资源组合特征影响,产生在联盟内部成员中的合作效果。

(3) 联盟结构。由于不同联盟结构(如股权式、非股权式)对应着不同的治理模式,并相应产生具有显著差异的风险规避以及绩效创

造效果,本书在研究竞争性联盟结构问题时,将把目前最有代表性、并被广泛采用的五种联盟结构——单边合约(Unilateral Contract)、双边合约(Bilateral Contract)、单边持股、双边持股以及合资企业纳入了研究体系中,以讨论结构模式对竞争性联盟合作效应的影响方式。

(4) 合作效应的影响因素:按照外生以及内生合作效应的划分方法,合作效应的影响因素也需要从联盟外部行业环境以及内部资源组合特征这两个角度分别进行考察。其中,外部行业环境主要指行业竞争态势,将依据产业组织理论选取有代表性的影响因素;内部资源特征则将借助资源理论、针对资源的典型特征,讨论其对竞争性联盟合作效应的影响。

1.2.2 研究目的

本书的总体研究目标是,提出竞争性联盟合作效应的理论框架体系,针对主要效应进行深入研究,包括厘清主要效应的维度结构、识别并归纳这些效应的影响因素,分析影响因素与合作效应之间、合作效应与合作效应之间的影响机制,从而为我国企业参与竞争性战略联盟提供有价值的理论参考与指导。

为了实现这些研究目标,需要解决的首要问题是竞争性战略联盟的合作效应的表达。已有研究成果显示,在该领域的研究中存在的共性问题是:合作效应本身是多维的,而数理模型只能表达个别维度或变量的特性,管理实证分析结果又较为庞杂和笼统。这使得合作效应与其来源之间的关系难以清晰表达。尽管实际上存在多种效应与多种来源之间的复杂关系,但恰当地表达合作效应,对厘清各种效应之间、效应与其来源之间的关系,建立清晰的理论图景和指导企业实践是非常重要的。

本书在理论研究工作之后,将借助概念模型对合作效应进行刻画和表达,并在此基础上,利用数理和实证方法对合作效应的变动机制进行研究,以期实现以下两方面的具体目标:

(1) 在理论方面, 补充对竞争性联盟经济根源的解释, 特别是弥补现有理论在解释联盟合作效应方面的不足。

(2) 在实践方面, 通过系统研究竞争性联盟合作效应的内容、性质和发生规律, 为企业合理选择与竞争对手的联盟策略, 尤其是联盟结构提供参考。

1.2.3 研究内容

为了配合完成上述研究目标, 本书开展了以下研究内容:

1. 竞争性战略联盟合作效应的维度结构研究

合作效应研究的首要问题是, 弄清竞争性战略联盟所产生的效应包括哪些方面或内容, 也就是合作效应的维度结构问题。

首先, 为提高研究内容的合理性以及研究体系的清晰度, 依据效应产生的来源以及作用对象的差异, 本书把合作效应划分为内生效应和外生效应两部分(详见 1.2.1 节)。两种效应并非完全独立, 而是在某些层面交互影响。

其次, 在效应具体内容方面, 区别于以往分别将联盟的风险和绩效进行研究的模式, 本书将两者作为不可分割的两部分同时纳入到合作效应内容体系。因为由竞争对手组建的联盟中, 合作成员在关心绩效表现(即收益)的同时, 对联盟风险也同等关注, 自身能力被意外转移和窃取, 将直接导致自身优势弱化以及对手竞争实力提升, 使合作伙伴成为更加强大、更具威胁的竞争对手。

2. 竞争性战略联盟的内生合作效应研究

内生合作效应是指在合作体内部特定的资源投入组合下, 伙伴各自的合作动机通过特定治理结构所导致的风险与绩效的综合表现。

从联盟内部角度看, 联盟的合作效应在很大程度上是由联盟内部资源、伙伴间的互动机制所决定的。例如当合作的内容在价值链上的位置不断向市场终端接近, 即合作过程中涉及的市场资源逐渐增多时,

伙伴间的竞争程度会持续增加,很可能会导致较多的摩擦成本,从而使合作伙伴面临内部风险增加而收益减少的威胁。此外,与竞争对手合作,最主要的威胁因素源自伙伴间的机会主义风险,如免费的“搭便车”、窃取关键技术、转移核心知识、“敲竹杠”行为等。风险的程度以及表现形式较之传统的纵向联盟会更加显著和多样,并极大地威胁甚至破坏联盟的运作及最终效果。因此,联盟的内部环境,包括联盟活动所涉及的核心资源的特征、伙伴的联盟动机、相互信任水平、互动机制设计等都是影响联盟合作效应的重要因素。

本书将在调研和文献分析的基础上,建立竞争性战略联盟内生合作效应的理论分析模型,并进行相关的实证研究。其具体任务是,借助数理分析和实证研究方法,考察竞争性联盟的资源特征在各种合作结构下产生的组织绩效以及内部风险,建立刻画它们之间相互影响关系的数量模型。

3. 竞争性战略联盟的外生合作效应研究

除了联盟内部因素,竞争性联盟所处的外部行业环境,也可能成为影响合作效应的重要因素,即存在联盟的外生合作效应。

在前期研究工作中笔者发现,有些效应的发生与联盟企业及伙伴的资源组合无关,并在实证数据中有明显体现。例如在同一时期,不同行业中的竞争性战略联盟的绩效表现存在巨大差异;在不同时期,不同的市场环境下同一行业内的、甚至是同一个竞争性联盟的绩效水平也会发生显著的上下波动。这些现象暗示着存在外生变量对竞争性联盟的绩效发挥影响作用,如市场集中度、竞争者数量、行业壁垒、行业内竞争方式、行业特性等因素。

本书将借鉴国外的相关研究成果,建立环境因素在不同合作结构作用下与竞争性战略联盟合作效应的关系模式,从而可以有针对性地分析某些典型环境条件对联盟策略的影响,以及联盟对市场或社会产生的效应。采用的研究方法包括概念模型分析、数理模型分析以及实证研究。

4. 中间变量的中介效应 (Mediation) 研究

中介效应研究是路径分析的重要方法之一,用以探寻研究变量间的影响路径,识别出直接影响、间接影响以及综合影响的效果及水平。由于本书所设计的研究模型中,包含多个中间变量(Mediator Variable)(如联盟结构和各类风险),因此在讨论因变量合作效应的变动机制时,除了讨论自变量对其发挥的直接影响之外,还需要进一步研究自变量是否通过中间变量对因变量产生了间接影响,从而寻找出对合作效应变动起决定性作用的关键变量、影响方式和影响路径,以便较为全面和深入地了解竞争性战略联盟合作效应的变动机制问题,并有助于管理人员针对关键变量对联盟进行干预和控制。

5. 内生、外生效应的影响关系研究

本书将竞争性联盟的合作效应划分为内生和外生两部分,但它们并不是相互独立的。正如某学者指出,企业市场份额的增加会提高其对市场的影响力,并产生某些市场效应。竞争性联盟的成员是同行竞争对手,那么合作成员很可能通过在联盟内获取绩效而对市场产生独特影响,即联盟的内生效应与外生效应可能具有相关性。本书将主要借助实证研究方法对这一问题进行探讨。

1.3 研究方法和结构安排

1.3.1 研究方法

本书拟采用理论研究、数理研究与实证研究相结合的方法对竞争性战略联盟的合作效应进行分析。其中,理论研究主要借助概念模型建立变量之间的逻辑关系;数理研究则用于深入讨论少数几个关键变量之间的数量关系;实证研究主要采用因子分析、结构方程模型以及回归等相关方法,从总体上探究多变量之间的作用方向及影响水平。