



中国企业战略管理研究丛书  
国家自然科学基金重点项目资助

丛书主编 / 蓝海林 吕 源

# 基于动态环境的 企业竞争优势研究

Research on Enterprise  
Competitive Advantage in  
Dynamic Environment

蒋 雷 蓝海林 / 著



经济科学出版社  
Economic Science Press

责任编辑：王志华 沈 莉

责任校对：杨 海

版式设计：代小卫

技术编辑：王世伟

## **基于动态环境的企业竞争优势研究**

蒋 峦 蓝海林 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

河北三河永明装订厂装订

787×1092 16 开 16.5 印张 260000 字

2004 年 4 月第一版 2004 年 4 月第一次印刷

ISBN 7-5058-4072-X/F·3366 定价：29.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

# 丛书总序

这是一套以中国当前经济发展为背景，站在战略管理研究的学术最前沿，运用国际主流研究方法研究中国企业战略管理问题的学术研究丛书，每一册都是在博士学位论文基础上修改完成的。

当我们迈向 21 世纪的同时，企业管理者深深感到各种压力扑面而来，无论是辉煌的公司，还是那些默默耕耘的“隐形冠军”，越来越多的我国企业管理者感到竞争环境越来越复杂，竞争的对抗性越来越强，竞争内容的变化越来越快，竞争优势的可保持性越来越低。对多数企业来说，以前成功的“秘诀”似乎一夜醒来不仅难以推动企业继续前进，反而成为企业发展的障碍！企业发展需要新的动力。在这种情况下，我国企业管理者与国际上的企业管理者一样，在战略制定和选择方面面临着的一个突出问题，那就是如何在越来越复杂多变，或者准确地讲是在动态环境下，通过有效地实施企业战略管理，保证企业长期、稳定和持续地获得高于市场平均水平的收益率。

以前我们可以沉醉于所选择的好行业，可以依靠政府的政策而推动企业的快速发展，可以利用大量的市场机会而快速积累“原始资本”，我们看到

现在不行了。以前我们仅依靠国内市场甚至国内的一个区域市场就可以活得非常幸福，而现在我们必须要在全球市场争取空间才能生存……等等，许多这样的公司曾经辉煌，但不久就衰落了，消失了。这些企业过分沉醉于这些好行业，过分依赖于政府的政策，过分相信市场机会，而忘记了自己企业能力的培养，忘记了企业核心专长的建立。到底是“谁动了我的奶酪？”企业家在思考，经济学家在思考，管理学家在思考，战略管理学家更在思考。

企业战略管理作为一个学科，自 20 世纪 60 年代被正式确立以来，一直受到学术界和企业实战者的极大关注，而且在企业的经营过程中占有越来越重要的地位。早期战略管理的研究主要依赖于案例分析，案例分析是战略思想创新的有效研究方法。例如著名的《哈佛商业评论》所发表的论文大多以案例分析为主，哈佛大学是案例研究的代表。在后续研究中，许多学者越来越偏重基于大样本数据分析的实证研究的方法，并且从不同的理论背景和视角对战略管理进行了比较深入的研究。例如目前国际著名的《战略管理杂志》（《Strategic Management Journal》）就越来越强调数量化。另外就是以社会心理分析见长的行为科学分析方法，康奈尔大学是这种研究方法的代表。

企业战略管理的理论和技术进入我国虽然仅有十几年的历史，但这期间我国学者从各个角度对其进行了大量的研究，对我国企业战略管理的理论和实践发展起到了重要的推动作用。这些研究大体可以分成三个阶段：（1）引进国外战略管理理论阶段。通过引进原版教材、翻译国外战略管理的书籍将其介绍给国内的读者，学术杂志开始出现针对战略管理问题的研究论文，也有一些从国外留学或者访问归来的学者开始向企业介绍企业战略管理的理论和技术；（2）学者在引进国外战略管理理论和技术的同时，越来越发现国外战略管理理论必须结合中国

经济发展的实际背景，必须结合中国文化才能发挥作用。固而有学者开始结合中国国内经济。文化的实际背景开展针对性的、消化吸收式的研究，出版的教材、书籍中开始大量出现中国本土企业的案例，学术杂志中的学术论文开始针对中国企业的案例，对国外战略管理理论进行修正或者拓展。但这些研究并没有进入国际战略管理研究的主流，包括研究问题和研究方法都未能获得国际战略管理学界的认可；(3) 近几年，战略管理学者越来越认识到必须引进国外主流研究方法，针对中国经济发展背景开展创造性的研究，才能融入国外战略管理研究的主流，才能使我国企业战略管理研究逐步走向国际化，开始和世界接轨。我国企业战略管理需要从粗放式的探讨性研究，转到精细化的科学研究，从概念化的理论探讨到基于数据的实证研究中，才能改变我国企业战略管理研究在国际学术界的地位。

本丛书即是在这样的大背景下产生的，是一些热爱中国企业战略管理研究的中青年学者在其博士学位论文基础上修改完成的。这些博士从不同的角度，运用国际上主流的研究方法，针对我国企业战略管理的部分问题进行了研究。例如《动态竞争与战略网络》、《企业多元化与绩效研究》、《结构视角的组织柔性化研究》、《基于动态环境的企业竞争优势研究》等，这些研究比较客观地描述和分析了我国企业改革开放以来，在动态环境下企业面临的主要问题，包括企业环境、企业行为、企业行为与组织绩效的关系等，提出了自己的许多新观点，新见解。

这些研究不仅力求挖掘企业战略管理过程中需要解决的实际问题，力求挖掘企业战略管理研究的国际前沿问题，而且力求消化吸收国外战略管理的科学研究方法，尝试用这些主流的研究方法来研究中国的企业战略管理问题。这使我们的研究在

## 基于动态环境的企业竞争优势研究

研究问题和研究方法等方面都较好地把握了当前国际战略管理研究的前沿，这些研究的结果、研究过程、研究方法对中国企业战略管理理论的学术研究都有一定的借鉴价值，具有较高的科学性和学术价值，对企业的战略实践也有较大的指导意义。

今后我们还将在适当的时候陆续出版类似的研究成果。希望这套丛书对推动中国企业战略管理理论的研究走向国际化，融入企业战略管理研究的国际主流领域有一定的借鉴作用。

是为序。

**蓝海林**

2004年3月28日

# 前 言

企业战略理论经历了四个历史发展阶段——古典战略理论阶段、竞争战略理论阶段、企业资源能力理论阶段以及战略理论的整合阶段。古典战略理论致力于现有产业中的战略选择；竞争战略理论致力于产业的选择；而企业资源能力理论则致力于产业创新，即创造新的行业规则或创造新的行业；整合阶段的企业战略理论则致力于通过对企业内部资源能力与外部机会的有机整合来建立、保持和发展企业的竞争优势。企业战略管理理论的阶段性特征，在西方发达国家表现尤其明显。

目前在中国社会经济转型及加入 WTO 等多重背景下，中国企业所面对的环境动态性程度越来越高；企业竞争优势越来越难以保持；企业竞争优势的来源也发生了根本性变化：这种变化表现为两大转折，一是由传统的机会带动转向对企业资源和能力的依赖、二是由对企业资源能力的依赖，转变为对外部机会和内部能力的有机整合的依赖。

针对上述变化，本研究力图通过实证的方法，检验国外最新理论在中国的现实适应性，考察中国企业

所面对环境的动态性程度，并为中国企业的发展提供借鉴。本研究在对现代企业理论、企业战略管理理论，尤其是企业资源、能力理论、企业持续竞争优势理论等理论的回顾与评述的基础上，提出本研究的概念框架和假设模型；并对假设模型进行了实证分析。研究结论支持欧美学者提出的有关企业持续竞争优势理论、企业资源及企业能力理论。这就说明企业持续竞争优势理论、企业资源和能力理论以及企业环境理论具有普遍的适用性，同时本研究也为中国企业制定持续竞争优势战略提供了依据，并为后续研究提出了建议。

在研究过程中，众多学者的思想观点对本研究给予了启发和帮助，在此，向这些学者表示由衷地感谢！

由于诸多原因，本研究很多地方可能还存在不够成熟甚至出现错误的现象，敬请各位专家批评指正，以使后续研究更为完善和成熟！



## 第一章 绪 论

|                     |      |
|---------------------|------|
| 1.1 研究背景 .....      | (2)  |
| 1.1.1 研究的现实背景 ..... | (2)  |
| 1.1.2 研究的理论背景 ..... | (11) |
| 1.2 问题确认 .....      | (22) |
| 1.3 研究流程 .....      | (23) |
| 1.4 论文框架 .....      | (24) |
| 1.5 研究的创新点 .....    | (25) |
| 1.6 本章小结 .....      | (27) |

## 第二章 研究回顾与评述

|                             |      |
|-----------------------------|------|
| 2.1 企业环境理论 .....            | (30) |
| 2.2 企业持续竞争优势理论 .....        | (34) |
| 2.2.1 企业竞争优势的内涵及其分类 .....   | (34) |
| 2.2.2 竞争优势外部化理论 .....       | (36) |
| 2.2.3 竞争优势内部化理论 .....       | (41) |
| 2.3 环境的动态性与企业竞争优势可保持性 ..... |      |

## 基于动态环境的企业竞争优势研究

|                         |      |
|-------------------------|------|
| 程度的关系·····              | (54) |
| 2.4 企业资源理论·····         | (55) |
| 2.4.1 企业资源的含义·····      | (55) |
| 2.4.2 本研究考察的企业资源类型····· | (61) |
| 2.5 企业能力理论·····         | (69) |
| 2.6 持续竞争优势与企业效能的关系····· | (87) |
| 2.7 研究的盲点与机会·····       | (90) |
| 2.8 本章小结·····           | (92) |

## 第三章 研究假设与研究方法

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| 3.1 变量与关系假设·····                  | (96)  |
| 3.1.1 企业环境动态性程度的具体测量指标与推导·····    | (97)  |
| 3.1.2 企业持续竞争优势的体现·····            | (105) |
| 3.1.3 环境的动态性与企业竞争优势可保持性程度的关系····· | (105) |
| 3.1.4 关于企业资源与企业持续竞争优势的关系·····     | (106) |
| 3.1.5 关于企业能力与企业持续竞争优势的关系·····     | (107) |
| 3.1.6 持续竞争优势与企业效能的关系·····         | (107) |
| 3.2 研究方法·····                     | (108) |
| 3.2.1 研究对象·····                   | (108) |
| 3.2.2 研究方法·····                   | (119) |
| 3.2.3 资料收集·····                   | (120) |
| 3.3 本章小结·····                     | (121) |

## 第四章 实证设计

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 4.1 动态环境与企业竞争优势调查样本设计····· | (124) |
| 4.1.1 问卷的前期测试与形成·····      | (124) |
| 4.1.2 样本规模与抽样方法·····       | (125) |

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 4.1.3 调查对象 .....            | (126) |
| 4.2 基于动态环境的企业竞争优势量表设计 ..... | (126) |
| 4.2.1 环境的动态性程度概念的测量 .....   | (126) |
| 4.2.2 环境主要影响要素变量的测量 .....   | (127) |
| 4.2.3 企业持续竞争优势变量的测量 .....   | (128) |
| 4.2.4 企业能力变量的测量 .....       | (130) |
| 4.2.5 企业资源变量的测量 .....       | (133) |
| 4.2.6 企业效能变量的测量 .....       | (135) |
| 4.3 问卷与实地调查执行 .....         | (136) |
| 4.4 本章小结 .....              | (136) |

## 第五章 分析与发现

|                                |       |
|--------------------------------|-------|
| 5.1 样本特征及变量可靠性检验 .....         | (140) |
| 5.1.1 样本特征 .....               | (140) |
| 5.1.2 变量的可靠性检验 .....           | (143) |
| 5.1.3 变量均值与可靠性检验 .....         | (150) |
| 5.2 假设检验与结论 .....              | (151) |
| 5.2.1 环境与企业竞争优势可保持性程度的关系 ..... | (151) |
| 5.2.2 企业资源与企业持续竞争优势的关系 .....   | (154) |
| 5.2.3 企业能力与企业持续竞争优势的关系 .....   | (156) |
| 5.2.4 企业持续竞争优势与企业效能的关系 .....   | (159) |
| 5.3 研究的新发现 .....               | (160) |
| 5.3.1 环境的主要因素及动态性程度分析 .....    | (160) |
| 5.3.2 企业资源状况分析 .....           | (169) |
| 5.3.3 企业能力状况分析 .....           | (174) |
| 5.3.4 企业持续竞争优势状况分析 .....       | (178) |
| 5.4 总结：基于动态环境的企业持续竞争优势模型 ..... | (184) |
| 5.5 调查方法上的发现与思考 .....          | (185) |
| 5.5.1 被访对象及问卷篇幅对问卷可靠性的影响 ..... | (186) |

|                     |       |
|---------------------|-------|
| 5.5.2 效能量表的使用 ..... | (187) |
| 5.6 本章小结 .....      | (187) |

## 第六章 研究结果的讨论与借鉴

|                                               |       |
|-----------------------------------------------|-------|
| 6.1 环境研究结果的讨论与借鉴 .....                        | (190) |
| 6.1.1 对环境影响要素研究结果的讨论与借鉴 .....                 | (190) |
| 6.1.2 环境动态性与竞争优势的可保持程度关系研究<br>结果的讨论与借鉴 .....  | (190) |
| 6.1.3 不同行业、性质和年龄企业环境动态性程度及<br>环境分类结果的讨论 ..... | (191) |
| 6.2 企业资源与企业持续竞争优势关系实证<br>结果的讨论和借鉴 .....       | (193) |
| 6.2.1 企业投资资源实证结果的讨论与借鉴 .....                  | (194) |
| 6.2.2 内外关系资源实证结果的讨论与借鉴 .....                  | (195) |
| 6.2.3 人力资源实证结果的讨论与借鉴 .....                    | (197) |
| 6.3 企业能力与持续竞争优势关系实证<br>结果的讨论与借鉴 .....         | (197) |
| 6.3.1 速度能力实证结果的讨论与借鉴 .....                    | (198) |
| 6.3.2 企业适应能力实证结果的讨论与借鉴 .....                  | (201) |
| 6.3.3 企业创新能力实证结果的讨论与借鉴 .....                  | (203) |
| 6.3.4 企业学习能力实证结果的讨论与借鉴 .....                  | (204) |
| 6.4 企业持续竞争优势实证结果的讨论与借鉴 .....                  | (205) |
| 6.4.1 大规模定制竞争优势研究结果的讨论与借鉴 .....               | (205) |
| 6.4.2 企业品牌和连续先动竞争优势实证结果的讨论与借鉴 .....           | (206) |
| 6.5 本章小结 .....                                | (207) |
| 结 论 .....                                     | (209) |
| 参考文献 .....                                    | (219) |
| 后 记 .....                                     | (242) |
| 附录 企业环境、资源、能力及竞争优势调查问卷 .....                  | (243) |

# 第一章

## 绪 论

本章将重点阐述研究的现实背景与理论基础，并在此基础上确定研究的中心问题，研究方法、研究流程以及整个研究框架。

### 1.1 研究背景

研究背景的考察将主要从现实背景和理论背景两个方面着手：从现实背景的角度看，目前中国企业所面对的环境动态性程度越来越高；竞争优势越来越难以保持；企业竞争优势的来源也发生了根本性变化，这种变化表现为两大转折：一是由传统的机会带动转向对企业资源和能力的依赖，二是由对企业资源能力的依赖，转变为对外部机会和内部能力的有机整合的依赖。

从理论背景的角度来看，企业战略理论，经历了四个历史发展阶段，即古典战略理论阶段、竞争战略理论阶段、企业资源能力理论阶段以及战略理论的整合阶段。古典战略理论致力于现有产业中的战略选择；竞争战略理论致力于产业的选择；而企业资源能力理论则致力于产业创新，即创造新的行业规则或创造新的行业；整合阶段的企业战略理论则致力于通过对企业内部资源能力与外部机会的有机整合来建立、保持和发展企业的竞争优势。

#### 1.1.1 研究的现实背景

##### 1.1.1.1 世界范围内环境的悖论性发展趋势使企业环境的动态性程度加剧

第一，集中化与分散化的悖论性趋势加剧了环境的动态性程度。

国际上企业经济的发展出现了两种相反的变动趋势，一是集中化趋势，二是分散化趋势。

集中的趋势主要表现为全球范围内企业的并购浪潮。1998 年合并总值超过 1 万亿美元，而且只是 6 个大规模合并就占 1998 年合并总值的 30% 以上，1999 年的合并规模与 1998 年不相上下，通过购并使世界

财富越来越集中。世界范围内的购并浪潮，一方面使企业的全球化特征得以加强，集中化趋势得以发展；另一方面，也加剧了企业发展的分散化趋势。因为购并后大企业的业务重组与剥离使企业裁员和业务转移不可避免。波特（Porter, 1987）从多元化经营公司长期业绩的角度，研究了 33 个主要的多元化公司的组合后发现，在 1956 年到 1986 年间所进行的收购和兼并中，1/3 以上的被收购和兼并部门在最后都被剥离，大约有一半进入新领域的收购最后也是被剥离的。这实际上是将部分业务向其他企业进行转移，为它们的发展提供了大量熟练而廉价的劳动力，同时也为其他企业的业务发展留下了一定的市场空间；由于在全球竞争力中企业对地方细分市场的追求，大企业越是追求市场细分，就越是要要求中小企业与之配套。实际上，大型甚至是特大型企业的购并、重组过程本身就明显体现了集中化与分散化的悖论性发展趋势。

分散的趋势主要表现为大型企业的小型化与企业活动的分化转移趋势。大型企业小型化主要是指一些大型公司由于规模巨大，导致了规模不经济，即出现了科斯所说的企业规模超过了其合理性边界。为了节约成本，将企业化大为小，从而导致分散的趋势；分化转移趋势主要是由于经济国际化与市场全球化的发展所导致的世界范围内的经济分工，从而最终导致企业经济活动的分化转移。它主要体现为产业空洞化。所谓产业“空洞化”是指在一些发达资本主义国家譬如美国和日本，在某些产业中，尤其是在机械电子制造中，除了设计等核心业务外，几乎所有零部件的生产和工艺加工过程都在国外进行。承接外来零部件生产的主要是一些发展中国家的中小企业，这可以为企业节约大量的成本。产业“空洞化”的直接后果是导致企业发展的分散化趋势，产业“空洞化”，将实现传统产品向国外的转移，从而为国外中小企业的发展预设了巨大的生存与发展空间。从这一意义上说，集中化与分散化的悖论性发展趋势加剧了环境的动态性程度。

第二，全球化与本土化的悖论发展趋势加剧了环境的动态性程度。

自 20 世纪 90 年代以来，在国际经济发展中出现了一种“悖论”现象：即经济发展的全球化趋势加剧的同时，经济发展的本土化趋势也日趋加强。这种悖论性发展趋势，加剧了环境的动态性程度。

导致全球化的原因主要有两点：一是技术的发展，二是市场壁垒的

逐渐减少。技术的发展带来的交通与通讯手段的现代化,大大缩短了企业市场活动的空间距离,企业可以方便地在全球范围内配置资源,抢占市场;国际市场壁垒的减少,可以使企业节约交易成本。因而许多企业不仅关注国内或地区市场,而且更为关注全球市场。全球化的最明显的表现就是跨国公司的蓬勃发展。

导致本土化的原因主要也有两点:一是本土文化的天然要求,二是消费者需求的多元化。根深蒂固的文化一般来说其变化的弹性较小,尤其涉及宗教信仰的时候其弹性就更小。因而在产品设计、制造与销售的过程中应该充分尊重本土文化,尤其是那些排他性文化,更应引起重视。不同地区的消费者,其需求千差万别,企业只有生产适应本地消费者需求的本土化产品,才能真正赢得消费者,赢得市场。

由于全球化与本土化的悖论需求,使得企业面对的问题更为复杂与困难。这就首先要求企业战略管理者应该具有全球化的眼光,不要把某个企业或跨国公司仅仅看成某个国度的公司,相反而应该把它看成一个多国文化的联合体,公司在不同的国度具有不同的国籍,一方面它是一个本土化的企业实体,另一方面它又属于一个全球性的跨国集团。所以在企业管理中一方面要尊重本土文化,另一方面要促进本土文化与全球文化的融合,力争“共同管理”效应最大化。其次,应该采取切实可行的措施,促进全球化与本土化的融合。譬如将公司不同国度与地区的经理换位培训等,培养他们的全球性战略眼光。

正是从这个意义上说,全球化与本土化的悖论性发展趋势,使企业发展所面对的环境更为复杂与动荡。

第三,竞合关系的复杂化使企业环境的动态性程度进一步提高。

在全球经济发展的一系列悖论性趋势中,越来越要求企业战略管理者将竞争与合作有机结合起来。美国战略管理学家詹姆斯·弗·穆尔(James F. Moore, 1999)在其著作《竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略》(The Dead of Competition)一书中,提出了一种新观点,它超出了达尔文主义狭隘的物竞天择、适者生存的残酷竞争的思想。他主张企业就像相互依存的生物物种一样,应该在无穷的交互圈中“共同进化”。因而,企业战略管理者应该恰当地处理企业与竞争对手之间既竞争又合作的关系,与自己“企业生态圈”中的竞争对手共同创造

竞合规则、技术标准等。企业间的竞合关系，一方面使企业面对的环境更为复杂动荡，同时也为企业的发展提供了更多的市场选择机会。

### 1.1.1.2 企业内外边界的频繁变动导致企业环境的动态性程度日益加剧

企业环境是指企业之外所有要素的集合，它不仅包括政治、经济、文化及技术要素等，企业竞争对手实际上也是企业环境的构成要素。企业与环境之间的边界是明确的，但又不是绝对的。科斯认为企业与环境之间的最佳边界就是市场交易成本与企业内部管理成本相等时的界限。但这种边界只是一个理想的状态，一般很难达到。

企业与环境边界变化的实质是企业交易内部化与外部化程度的变化。由于企业与环境边界的频繁变动，就要求人们舍弃传统的 0-1 思维模式（即以非此即彼的思维模式）来看待企业与环境之间的关系，二者之间的关系实际上是在内部化与外部化即纯粹组织与纯粹市场之间进行变动。如果以  $r=0$  表示纯粹的外部化交易即市场交易，以  $r=1$  表示纯粹的内部化交易即企业内部交易，那么，企业与合作的边界就在  $0 < r < 1$  的区间内变动。同时它也表明，在此区间内的适度取值表示企业交易的内部化程度。取值的变化，也就意味着企业与合作之间边界的变化。

由于企业与合作之间边界的变动，导致环境动态性程度的加剧。主要表现在下面几个方面：

第一，企业不同市场之间、产品之间的边界变化导致环境动态性程度加剧。

如果本研究把企业的竞争优势定义为一种综合性的创造企业价值的能力，那么企业的竞争优势则来源于企业的多能力或多市场。即使是企业不具备多能力，它也有可能依靠单一产品在多个市场上为企业获得竞争优势。陈明哲教授在研究美国航空公司在动态环境下的竞争时，曾提出过多点进攻战略。陈明哲（Ming-Jer Chen, 1996）教授的多点进攻战略包括两层含义：即运用产品或市场的多样化来避免市场竞争中的风险。

事实上，各个行业的主要竞争者需要用产品和市场的多样化去寻求均衡、回避风险，使竞争双方共同受益，是在动态竞争的条件下，企业获得竞争优势的常用战略手段。例如竞争对手之间直接进行以降价为主