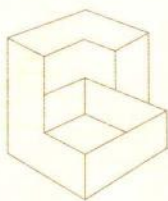


创 新 前 沿 系 列 [第一辑]
三期重点建设项目“管理创新与大企业竞争力”

主 编：唐晓华
副主编：王伟光

大企业成长 战略与竞争力

刘力钢 等 / 著



Development Strategy and the Competitiveness of
Large Enterprises



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



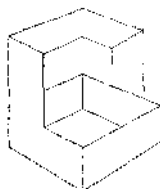
中国管理创新前沿系列 [第一辑]
国家“211工程”三期重点建设项目“管理创新与大企业竞争力”

主 编：唐晓华

副主编：王伟光

大企业成长 战略与竞争力

刘力钢 等 / 著



Development Strategy and the Competitiveness of
Large Enterprises



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

大企业成长战略与竞争力/刘力钢等著. —北京: 经济管理出版社, 2012.4

ISBN 978-7-5096-1834-9

I. ①大… II. ①刘… III. ①大型企业—企业管理
IV. ①F276

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 041686 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：北京银祥印刷厂

经销：新华书店

组稿编辑：陈 力

责任编辑：陈 力 李晓宪

责任印制：杨国强

责任校对：曹 平

720mm×1000mm/16

18.5 印张 347 千字

2012 年 6 月第 1 版

2012 年 6 月第 1 次印刷

定价：48.00 元

书号：ISBN 978-7-5096-1834-9

·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

《中国管理创新前沿》编委会

顾 问：程 伟 黄泰岩

主 任：唐晓华

常务副主任：王伟光

委 员（按姓氏笔画为序）：

于锦华 王海光 刘力钢 刘艳春

李荣梅 李雪欣 周 菲 姚海鑫

赵德志 聂 荣 郭燕青

总 序

唐晓华

《中国管理创新前沿》系列丛书，是国家“211工程”三期重点建设项目“管理创新与大企业竞争力”研究成果的重要组成部分。该项目以工商管理一级学科博士授予点、工商管理和产业经济学等省级重点学科为依托，借助辽宁大学商学院省级重点研究基地“辽宁产业组织和技术创新研究中心”、“现代公司治理与成长研究中心”等科研平台，重点围绕产业组织创新、企业文化创新和制度创新等层面，研究如何通过管理创新塑造和提升企业竞争力。

创新型国家、创新型社会的建设需要创新型企业。同时，创新型企业需要不断探索适合其特点的管理创新手段、方式和方法，以提升企业创新能力和企业竞争力。管理创新作为优化配置和有效整合资源的重要手段，已经成为这一时代背景下我国企业可持续发展的必然选择。管理创新是塑造和提升企业竞争力的主要措施，对世界任何国家和地区的企业具有普遍适应性，对处于经济转型期的中国企业而言，管理创新是尽快缩小与世界发达国家企业竞争力差距的重要路径。从区域经济建设的需求来看，在东北振兴和实现辽宁全面振兴的关键时期，探索一条与地方经济社会发展相适应的管理创新模式，激发包括国有企业在内的所有企业的竞争力，是促进和保障老工业基地实现全面振兴的重要手段。与此同时，对地方性特点突出的企业管理实践的探索与分析，对于深化管理创新与企业竞争力问题的研究，丰富和提高国际管理创新研究的范畴和层次，也具有重要的理论和实践意义。从促进科技进步的需求来看，管理创新是加快科技进步速度，促进科技成果向现实生产力有效转化的制度保证。科技进步离不开科研人员持续不断的智力投入，而影响科研人员投入的恰恰是管理水平。管理创新可以调动科研技术人员的工作主动性和积极性，激励他们全身心投入到科研工作中。因此，管理创新作为软环境建设的重要手段，对科技进步硬指标的实现具有积极作用。

随着经济全球化的发展，国家竞争力和产业竞争力更多地体现为企业竞争力。技术、资本和劳动力都是企业竞争力的重要源泉，而管理及其创新则是将这



种源泉转变为现实生产力和市场竞争力的关键。正因为如此，近年来国内外学术界及权威机构对管理创新与企业竞争力问题研究十分关注，形成了一大批研究成果。世界经济论坛（WEF）、瑞士洛桑国际管理学院（IMD）是国际竞争力评价领域的两家权威机构。金碚、赵彦云等一大批学者围绕中国元素也做了大量研究，形成了许多高水平研究成果。其中，《全球竞争力报告》的竞争力排行榜以全球竞争力指数为基础，将机构、基础设施、宏观经济环境、健康与初等教育、高等教育和培训、商品市场效率等因素作为评价切入点，全面反映了处于不同发展阶段的世界各国的竞争力状况。2010年9月9日，世界经济论坛发布了《2010年至2011年度全球竞争力报告》，中国排名上升两位至27位，在新兴经济体中继续领先。

“管理创新与大企业竞争力”项目将充分继承国外权威机构基于国家或地区层面进行的竞争力评价和国内基于行业层面的研究，借鉴其竞争力评价方法，从微观角度对企业竞争力进行深入的理论分析，从企业价值链各个环节研究企业竞争力问题，从软竞争力角度研究企业竞争力的提升问题，并密切结合中国改革开放30多年的实践经验，特别是结合东北地区国有企业改革的实践，参考国外管理创新与企业竞争力最新研究成果，构建一个具有区域特色的管理创新与企业竞争力分析框架，为建立企业管理创新研究体系提供重要的理论支撑。

围绕学科建设目标、学术前沿和国家经济建设重大需求，结合前期研究成果、研究特色以及学科发展新趋势，“管理创新与大企业竞争力”项目下设“企业制度创新与大企业竞争力”、“产业组织创新与大企业竞争力”和“公司文化创新与大企业竞争力”三个研究方向。公司治理、产业组织与企业文化是企业竞争力形成与强化的三个重要微观因素。这三个因素的相互作用和协调程度，决定着企业竞争力的形成和发展。“企业制度创新与大企业竞争力”，重点从企业内部制度设计视角，探索大企业竞争力的内生动力机制；“产业组织创新与大企业竞争力”，重点从企业间竞争模式和行为视角，探索促进大企业竞争力的产业组织设计；“公司文化创新与大企业竞争力”，重点从企业文化、企业伦理和社会责任视角，探索提升大企业竞争力的社会管理创新途径。

就学科研究而言，基于上述学科发展和建设构想，我们设计了“标志性著作”（第一辑）和“标志性成果支撑性著作”（第二辑）两大系列。标志性著作的目标是围绕产业组织创新、企业文化创新和企业制度创新，探索以上述三种类型创新为主要内容的管理创新与大企业竞争力之间的逻辑关系，试图为分析这些问题提供一套基本框架和方法，共计7部著作。而标志性成果支撑性著作则将目标定位在围绕产业组织创新、企业文化创新和企业制度创新三大内容，重点突破这三类创新中的某个方面或环节，有的强调并购视角，有的注重集群视角，有的突

出治理机制，也有的集中在供应链方面，还有的侧重财务控制等方面，这些成果主要体现于《中国管理创新前沿》系列丛书之中。

参与此类项目的所有研究人员均来自辽宁大学商学院，形成了三个方向的研究团队和十个左右的核心研究小组。通过团队和小组成员的充分研讨与合作，在进一步明确学科发展方向的同时，也形成了一批高质量的研究成果，更塑造了一个有创新力的教学科研团队。

当然，作为现代商科发展的重要组成部分，我们的研究和设计还存在很多不足，还需要进一步探索和努力，我们的研究成果也只是一种探索性的尝试。在希望我们团队研究成果能够得到学界和读者认可的同时，也向那些在此领域辛勤工作的学术前辈和同行表示深深的敬意，因为正是这些研究者卓有成效的研究方法和研究成果，使得我们的研究重点领域和研究内容有了厚重的学术积淀基础。最后，在此向为我们研究提供支持和帮助的各位学者致敬，也欢迎各界人士提出宝贵意见，以进一步丰富和完善我们的研究成果。

前言

管理创新是企业发展的永恒主题。任何一个企业的成长与发展都有赖于管理与创新。自从1912年约瑟夫·熊彼特在《经济发展理论》一书中首次提出创新观点之后，管理创新的概念和思想就被纳入企业发展的理论研究和实践之中。随着科学技术发展和管理过程及内容复杂程度的变化，创新理论越来越被经济学家和管理学家所关注。在创新理论的基础上，企业开始更为广泛和具体地研究管理创新、技术创新、制度创新、组织创新以及文化创新等问题。创新活动已经成为企业成长和发展的核心问题。对于创新的研究，熊彼特主要从资源的需求与特征出发，强调了企业所具有的资源禀赋和市场地位是创新的基本条件。他认为创新是生产要素和生产条件的组合。企业的发展就是要不断地提高竞争能力，实现可持续的竞争优势。管理的创新就是要不断地发现机会和创造机会。熊彼特在创新理论基础上还提出了“创造性破坏”的创新思想。这一思想是指，在任何市场发展过程中，企业都存在着相对停止的“静止时期”，这一“静止时期”是企业市场上具有竞争优势和获得利润的理想阶段。这样的“静止时期”会随着市场环境的变化而出现非连续性，因而企业就要不断地放弃现有的优势并寻求新的竞争优势，企业的这种行为就是一种创新。理查德·达维尼认为，企业的竞争优势面临着快速地被创造出来又加速地被侵蚀掉的超级竞争挑战。在这种超级竞争的环境中，固守原有的竞争优势而不进行变革，对企业来说是致命的。企业的战略目标就是要确定通过什么手段、如何不断地破坏掉已有的竞争优势来源，从而创造出新的竞争优势来源。

管理创新是企业可持续发展的强大动力，它是一个将资源从低效率使用转向高效率使用的过程。它不但能使企业赢得竞争优势，而且还能为企业不断保持这种竞争优势提供保障。管理创新与企业成长的行为和绩效是密切相关的。很多企业由于长期沉湎于已有的成功之中，使企业对竞争环境的变化反应迟缓、灵活性差，出现了明显的惰性行为，最终导致了企业的衰败。究其原因，主要是因为企业的管理创新能力滞后于企业的发展速度，从而缺少成长活力。从世界上诸多成功企业的发展轨迹可以看到，它们的成功主要来源于企业管理的不断创新的贡献。我国很多企业都是经历了辉煌之后由于缺乏竞争力的提升而衰败的，根本的



原因也是管理创新的水平和能力不能与企业发展的速度同步。壳牌公司公布的一项调查结果显示,1970年名列《财富》杂志500强的企业,有1/3已经销声匿迹。大型企业平均寿命不到40年,欧美企业的平均寿命是12.5年。据日本《日经产业》的调查显示,日本企业的平均生存年限为30年。而德国500强企业中的企业有25%寿命超过了100年。2005年,中华全国工商业联合会发布的《中国民营企业发展报告》称,85%的民营企业在10年内死亡,平均寿命只有2.9年。2010年民建中央发布的《后危机时代中小企业转型与创新的调查与建议》专题调研报告显示,中国中小企业目前平均寿命仅为3.7年。

企业能否在不断创新的基础上快速成长,企业的成长战略是重要的决定因素,对大企业成长就更为重要。经济学家和管理学家从不同的角度研究了企业成长和战略问题。新古典经济学派理论认为,企业的成长主要依靠的是内部经济和外部经济共同作用的影响。企业家是推动企业成长的关键,企业成长是竞争作用下优胜劣汰的结果。企业规模的扩大会导致企业灵活性下降,使企业的竞争力减弱。当企业成长的负面效应超过正面效应时,企业开始衰退。企业成长理论的创始人英国经济学家安蒂思·潘罗斯(Edith T. Penrose)运用规模经济理论分析企业成长,提出成长是一个过程,规模是一种状态,成长的结果是规模的扩大。潘罗斯认为,企业内部的资源和能力构成了企业经济效益和发展方向的坚实基础。企业拥有的资源状况是决定企业成长的基础,企业能力决定了企业成长的速度、方式和界限。企业成长实质上是企业管理能力与企业资源交互作用的动态过程。企业所拥有的特定资源所产生的超额能力是企业成长的动力。企业的多元化成长常常基于能够产生持续竞争优势的特定专长。在企业成长的资源基础理论中伯格·沃纳菲尔特(B. Wernerfelt)认为,企业是一系列资源束的集合,企业的竞争优势源自于企业所拥有的资源,尤其是一些异质性资源。企业成长是一个动态过程,是通过创新、变革和强化管理等手段积蓄、整合并促进资源增值进而追求企业持续成长的过程。在企业成长能力理论中普拉哈拉德和哈默尔(C.K. Prahalad, Gary Hamel)认为,企业成长的动力来源于企业的核心竞争能力。企业从本质上讲是一个能力体系,决定企业竞争优势的能力是企业多方面资源、技术、不同技能的有机组合。企业能力作为企业拥有的主要资源或资产,能够给企业带来收益,它是企业成长的一种动力机制。迈克尔·波特竞争战略理论认为,竞争是企业成败的核心所在,竞争优势是推动企业成长的主导力量。企业的竞争优势取决于在位竞争者、潜在竞争者、替代品、供应商和购买者五种竞争力量的整合。竞争战略的选择包括两个中心问题:一是进入有吸引力的产业;二是在选定的产业内形成相对位势。企业成长的生命周期理论的代表人物著名的管理学家伊查克·爱迪生(Ichak Adizes)认为,企业的成长是有其生命周期的,任何企业都会经历成

长、成熟、老化和死亡阶段。企业成长战略的制定和选择过程，要根据企业在成长的不同周期阶段的规律特征进行调整和控制。

在企业发展过程中一些企业由于违背了成长和发展规律，或者是在不科学的管理前提下确定企业的发展目标，使企业出现了盲目发展、过度发展，从而导致了失败。有很多企业将管理手段、方式作为目标追求，如扩张企业的边界实现企业的规模是企业发展的手段，而很多企业却将规模作为企业的发展目标来追求。有些企业发展背离了企业成长周期、成长规律、成长速度等客观要求，提出超越式和跨越式战略成长模式，并且将这种违背企业发展规律的管理思想作为企业提升竞争力的重要手段。由于企业成长速度过快、资源短缺、管理失控导致企业衰败。任何企业在成长过程中都会面临一定的极限，如果不是依据企业在成长各阶段的极限特征约束企业的行为，企业的膨胀就会像核裂变一样失控。大企业的极限主要表现在：企业规模极限、技术极限、管理者极限、市场极限、组织边界极限、人力资源极限。大企业的极限也是由大企业追求的目标所决定的。

很多成功与失败的案例都充分证明了大企业的发展在一般企业成长规律的基础上，具有与中小企业显著不同的成长特点与规律。大企业的成长特点决定了其必须选择适合大企业成长的发展战略。大企业成长要考虑到企业边界如何扩张，扩张的程度，企业成长的梯度水平，发展的速度和频率，承担风险和规避风险能力等方面。大企业无论是规模、生产能力、市场、资源的投入、技术的选择和应用还是知识的积累和能力的创新都有着明显与一般企业不同的特点。大企业的优势在一定程度上也是其发展的劣势，在其发展过程中如果不能较好地提升管理水平，企业的竞争力也难以提升。大企业的规模一方面会由于规模经济的存在使其在生产成本方面具有规模竞争优势；另一方面也会造成管理活动的复杂程度增加而增加其管理成本。同时，由于企业的规模过大也使企业对市场变化的反应滞后，形成沉淀优势的惯性效应。大企业成长有其自身的特征，成长初期由于企业的规模、生产能力、资本的投入、资源的需求在数量上都有较高的要求，因此大企业成长首先要有较强的成长牵动力。而企业成长牵动力的资源投入会伴随着企业发展的决策失误形成沉淀成本，因此，企业必须保证其管理水平和管理创新能力与自身的发展速度匹配和一致。大企业成长过程中的决策失误会在短期内导致企业衰败，因此，大企业成长梯度的合理性、成长速度的科学性都会对企业的成长目标的实现以及企业可持续竞争优势的形成产生重要的影响。很多企业正是由于过快或者跨越某一阶段的发展，造成资源短缺、管理滞后，使企业竞争力水平下降，最终导致失败。有些企业在成长过程中由于过低地选择了企业成长的梯度水平和成长的速度，不能适应环境的变化，沉湎于过去的成功，缺少创新意识和能力，同样导致了企业的失败。



本书通过对大量的相关文献的检索和对经典与前沿理论的梳理,以大企业成长的规律、成长的路径、成长的速度、成长的风险等为前提,从企业生态学、发展经济学、制度经济学、现代管理学的角度,运用系统动力理论、企业成长理论、可持续发展理论的研究思想,对大企业成长战略的理论和实践问题进行了比较全面、系统的研究。本书力图从一个全新的视角对企业成长战略的问题进行研究,并建立一个科学的研究框架,从经济学和管理学的角度对大企业成长的基本命题假设进行相关的理论整合,对成长的梯度、安全性、风险、战略模式的选择等问题进行研究,为大企业成长的实践和理论研究提供分析的思想和方法。特别是为那些处于经济增长模式和市场规制、政治体制转轨中高速发展的大企业提供有价值的管理思想。

本书研究的路径是按照问题分析——前提假设——大企业成长理论基础——大企业成长影响要素——大企业成长战略模式选择的研究逻辑和分析框架递进展开的。全书共分为十章:第一章,大企业成长的理论基础;第二章,大企业成长的战略与竞争优势相关性分析;第三章,大企业成长的组织结构与治理机制;第四章,大企业成长的路径及选择;第五章,大企业成长的战略风险与防范;第六章,大企业成长的梯度与速度;第七章,大企业成长的国际化战略;第八章,大企业成长的技术发展战略;第九章,大企业成长的联盟战略;第十章,大企业成长的集群战略。

全书在章、节的设计上力求研究的逻辑性和分析的系统性,内容方面力求对管理创新、竞争力和战略管理的理论及方法进行融合和渗透,使研究过程能对所提出的问题从多角度、多学科进行诠释和分析,从而提高研究的科学性和可操作性。研究过程中,在没有偏离问题研究的基本逻辑和方法的基础上,重点强调了理论与实践的结合。本书也是作者在多年研究战略管理理论的基础上,根据我国近些年来大企业成长过程中面临的挑战和诸多的成功与失败的案例,长期思考的一个积累性的成果。在写作过程中参考和汲取了国内、外学者研究的成果和思想,书中对所引用的成果都做了注释和说明,在此表示深深的谢意。

本书是国家“211工程”三期重点建设项目——“管理创新与大企业竞争力”课题项目的成果。该项目的阶段性成果有《战略管理——可持续发展观点》(辽宁人民出版社,2010年出版)。

参与本书写作或资料收集整理的人员有:邵剑兵教授,李军岩博士,王晓辉、袁少锋、葛遵峰、刘杨、王楚、吕屹等博士研究生,浦佳博士研究生做了大量的研究的辅助工作。

作者

2011年6月

目 录

第一章 大企业成长的理论基础	1
第一节 大企业及成长的内涵	2
一、大企业界定	2
二、大企业的基本特征	4
三、大企业成长的内涵	7
第二节 大企业成长的经济意义	13
一、新制度经济学与大企业边界	13
二、规模竞争与垄断	17
三、资源和能力与企业演化	20
第二章 大企业成长战略与竞争优势相关性分析	25
第一节 竞争优势与大企业成长战略空间	25
一、企业竞争力与竞争优势	25
二、大企业成长战略空间	29
第二节 成长战略与竞争优势	35
一、静态视角下的成长战略与竞争优势	36
二、动态视角下的成长战略与竞争优势	40
第三节 集群视角的成长战略与竞争优势	45
一、集群内的企业间关系	46
二、集群内大企业成长与竞争优势	47
第三章 大企业成长的组织结构与治理机制	53
第一节 大企业成长的组织结构设计	53
一、大企业成长的效率导向	53
二、大企业的组织结构设计效率	56
三、大企业的组织结构转换与效率	62



第二节 大企业成长的治理结构	64
一、大企业的治理机制与企业成长	65
二、企业集团的治理结构选择与企业成长	70
第四章 大企业成长的路径及选择	77
第一节 大企业主要成长路径分析	77
一、科技创新成长路径	77
二、企业并购成长路径	82
三、制度创新成长路径	85
四、战略联盟成长路径	88
第二节 大企业成长战略路径	91
一、企业品牌战略	91
二、企业模式创新战略	98
第三节 大企业成长路径选择依据	103
一、市场结构	103
二、产业结构分析	106
三、企业生命周期	109
四、企业使命和目标	111
第五章 大企业成长战略风险与防范	117
第一节 大企业成长风险分析	117
一、大企业的主要特征	117
二、大企业成长的主要风险	118
第二节 大企业承担风险的影响要素	122
一、大企业风险承担的动机	122
二、大企业风险承担的决定因素	123
第三节 大企业风险管理的动机	125
一、企业风险管理的直接动机	125
二、企业风险管理的间接动机	126
第四节 大企业成长战略的风险测量与问题	131
一、大企业成长战略的风险测量	131
二、大企业战略风险的基本问题	139
第五节 大企业成长的整合风险管理	141
一、整合风险管理的内涵及框架	141

二、风险管理的基础方法	144
第六节 大企业成长风险危机的应对	146
一、企业成长风险危机的形成因素	146
二、企业成长风险危机的应对策略	152
第六章 大企业成长的梯度与速度	157
第一节 大企业成长梯度的基本规律	157
一、大企业成长梯度的内涵	157
二、大企业成长梯度特征	158
三、大企业成长梯度的影响因素	160
第二节 成长梯度与资源和能力的有效配置	163
一、成长梯度对资源和能力配置的定性分析	163
二、成长梯度对资源和能力的配置过程分析	164
第三节 成长速度与企业安全性分析	167
一、企业高速成长的安全性	167
二、企业安全控制分析	170
三、企业安全成长机制的构建	172
第七章 大企业成长的国际化战略	177
第一节 企业国际化战略及成长分析	177
一、企业国际化成长战略	177
二、企业国际化成长分析维度	179
第二节 企业组织特征与国际化路径	182
一、企业组织特征及类型	183
二、企业组织多样性与国际化路径选择	185
第三节 大企业国际化战略模式及影响因素	192
一、进入战略模式选择	193
二、制度与进入战略模式	194
三、资源与进入战略模式	195
四、制度与资源交互影响的进入战略模式	196
第四节 大企业实施国际化战略的挑战及影响	198
一、企业丧失优势的挑战及影响	198
二、企业引致劣势的挑战及影响	200
三、企业缺乏互补资源的挑战及影响	202



第五节 企业国际化战略成功的决定要素	205
一、企业国际化战略实施成功的因素	205
二、国际化战略成功决定因素的实证分析	207
第八章 大企业成长的技术发展战略	213
第一节 大企业的技术创新与成长能力	213
一、技术创新与大企业成长的相关性	214
二、大企业技术创新与核心竞争力	215
第二节 大企业技术创新与成长的安全性	218
一、大企业技术创新中的风险识别	218
二、大企业合资中的技术创新安全性及风险规避	220
第三节 大企业技术创新与企业可持续发展	221
一、防止技术创新目标的异化	221
二、基于 CAS 的企业技术创新目标的整合	222
三、大企业技术创新与组织学习	222
第四节 技术创新战略模式选择	224
一、大企业技术创新模式与创新能力	224
二、大企业技术创新战略	229
第九章 大企业成长的联盟战略	237
第一节 超越竞争的战略资源整合	237
一、企业内部异质性战略资源	238
二、企业外部互补性战略资源	239
三、超越竞争的战略资源整合途径	240
第二节 大企业战略联盟组织形式	243
一、共享收益的合资型组织	243
二、合作研发协议型组织	244
三、品牌扩张的贴牌生产型组织	245
四、低成本扩张的特许经营型组织	247
五、企业间交叉持股型组织	248
第三节 大企业战略联盟的模式选择	249
一、股权与契约式战略联盟	249
二、横向、纵向与混合战略联盟	252
三、网络环境下的虚拟战略联盟	253

第十章 大企业成长的集群战略	257
第一节 大企业成长与集群效应	257
一、大企业集群的共生效应	258
二、大企业集群的创新溢出效应	260
三、大企业集群同质化的负效应及治理	260
第二节 基于价值链的企业集群分工协作	261
一、价值链视角下大企业集群演进模型	262
二、基于价值链的大企业集群分工协作	263
第三节 大企业集群与成长环境匹配分析	265
一、大企业集群与公共环境的匹配	265
二、大企业集群与法制环境的匹配	266
三、大企业集群与文化环境的匹配	266
四、大企业集群与社会资本环境的匹配	267
第四节 大企业成长的集群战略选择优势比较	267
一、大企业集群的比较优势	268
二、大企业集群内生比较优势战略	270

第一章 大企业成长的理论基础

法国经济学家吉布莱特（Gibrat, 1931）在其代表作《非均衡经济学》中对企业规模与产业结构之间的关系问题进行了开创性的研究，其研究成果被人们称作吉布莱特定律。吉布莱特认为，企业成长是一个随机过程，影响企业成长的因素过于复杂，无法对其准确预测和把握，不同规模的企业成长率并不会因为规模不同而有所差异。因此，企业的成长率是独立于其规模的变量，即两者之间并没有显著的关联性。由于影响企业成长的因素十分复杂，此后的学者们不断地通过研究拓展视角，搭建起较为完善的企业成长理论体系与框架，形成了多样性的研究结论。^①

从最初的古典经济学基于分工的规模经济理论到 20 世纪中叶逐步兴起的制度经济学框架下的交易费用理论，以及鲍莫尔的管理者效用函数模型和基于能力视角的潘罗斯成长理论，都在试图揭示出企业成长的动因与机理。作为国民经济重要组成部分的大企业，其兴衰往往会对一个国家或地区的经济发展和繁荣具有举足轻重的作用，其成长过程的战略选择和战略行为也必然会对该国或该地区的市场结构及行业竞争产生极为重要的影响。因而，对大企业成长进行深入的研究，对实现区域经济的发展具有十分重要的意义。对中国这样一个发展中国家和追赶型经济而言，剖析大企业成长的内在机理和驱动因素，通过政策制定和制度设计有效地培养大企业并促进大企业的成长，就显得尤为迫切。从现有的文献和理论来看，尽管较少有理论专门阐述大企业的成长，但与中小企业相比较，从大企业在内部管理机制及在市场中参与竞争的方式上更为复杂的基本事实可以判断，大企业成长很可能会与中小企业存在着一定的不同。由此推测，一般性的企业成长理论对大企业和中小企业可能具有不同的适用性。因此，就大企业成长展开较为深入的研究，有助于进一步丰富和完善企业成长理论体系及内容，增强企业成长理论对现实的解释能力和应用的广泛性。

^① 邹爱其、贾生华：《国外企业成长理论研究框架探析》，《外国经济与管理》2002 年第 12 期，第 2~5 页。