

 行业战略·管理·运营书系

基于企业联盟的 知识共享研究

■ 周永红 等著



知识产权出版社

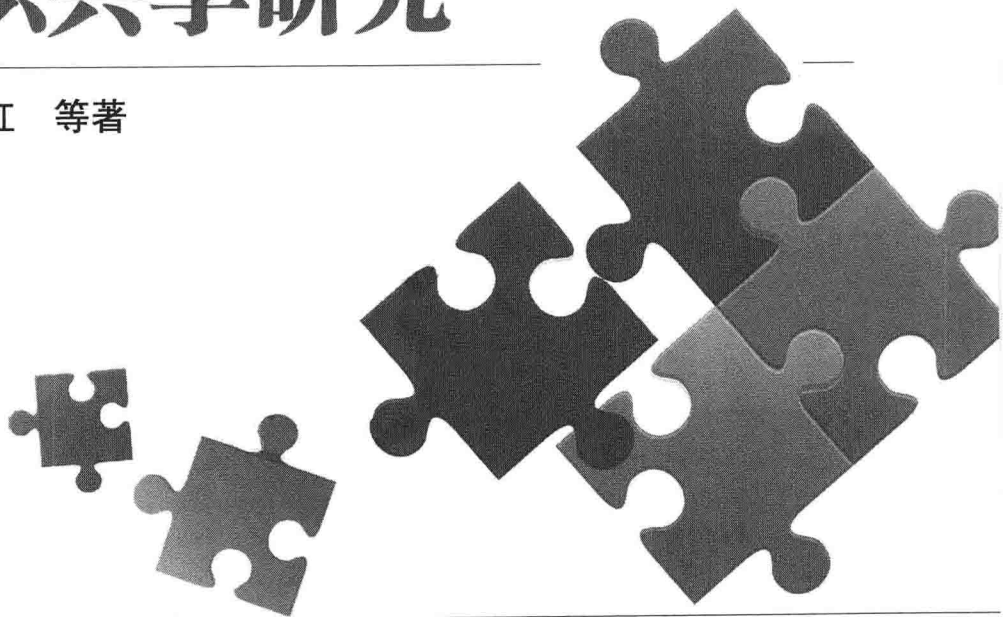
全国百佳图书出版单位

H 行业战略·管理·运营书系

本书获得国家社会科学基金项目“基于企业联盟的知识共享研究（O8CTQ007）”
和湖南省十二五重点学科“图书情报与档案管理”的资助，特此感谢

基于企业联盟的 知识共享研究

■ 周永红 等著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

基于企业联盟的知识共享研究/周永红等著. —北京: 知识产权出版社, 2014. 9

ISBN 978 - 7 - 5130 - 2926 - 1

I. ①基… II. ①周… III. ①知识经济 - 应用 - 联合企业 - 企业管理 - 研究 IV. ①F276. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 194793 号

内容提要

本书基于企业联盟的视角, 以提升企业联盟整体的知识能力和竞争力为切入点, 从企业知识共享需求出发, 提出内生型为主的知识共享目标和外生型为主的知识共享目标。并以基于企业联盟的知识共享目标为主线, 从共享过程、影响因素、共享模式、共享策略、共享冲突及其协调、共享保障和知识共享型企业联盟的发展等方面进行研究企业联盟内外部知识共享的相关理论与实践发展问题, 揭示如何通过知识共享实现成员企业、企业联盟和社会的共赢。



责任编辑: 张水华

责任出版: 谷 洋

基于企业联盟的知识共享研究

JIYU QIYE LIANMENG DE ZHISHI GONGXIANG YANJIU

周永红 等著

出版发行: 知识产权出版社 有限责任公司 网 址: <http://www.ipph.cn>

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号 邮 编: 100088

责编电话: 010 - 82000860 转 8389 责编邮箱: miss. shuihua99@163.com

发行电话: 010 - 82000860 转 8101/8102 发行传真: 010 - 82000893/82005070/82000270

印 刷: 北京中献拓方科技发展有限公司 经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 710mm × 1000mm 1/16 印 张: 17

版 次: 2014 年 9 月第 1 版 印 次: 2014 年 9 月第 1 次印刷

字 数: 310 千字 定 价: 48.00 元

ISBN 978 - 7 - 5130 - 2926 - 1

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

目 录

第 1 章 绪 论	1
1.1 研究背景与意义	1
1.2 国内外研究综述	5
1.3 研究目标与主要内容	16
第 2 章 基于企业联盟的知识共享动因、特点及目标	23
2.1 基于企业联盟的知识共享动因	23
2.2 基于企业联盟的知识共享特点分析	28
2.3 基于企业联盟的知识共享目标	35
2.4 基于中国移动手机阅读服务联盟的知识共享分析	37
第 3 章 基于企业联盟的知识共享过程	44
3.1 联盟体内成员企业间的知识共享过程	45
3.2 企业联盟与外界环境之间的知识共享过程	57
3.3 基于丰田及其供应链联盟的知识共享过程分析	60
第 4 章 基于企业联盟的知识共享影响因素	65
4.1 知识共享主体因素	66
4.2 知识共享的客体属性	79
4.3 企业联盟内部环境因素	83
4.4 企业联盟外界环境因素	87
4.5 开放手机联盟及其知识共享的影响因素分析	91
第 5 章 基于企业联盟的知识共享模式	95
5.1 因共享意愿而形成的不同知识共享模式	96
5.2 因共享机制而形成的不同知识共享模式	100
5.3 因共享层次而形成的不同知识共享模式	104
5.4 因共享范围而形成的不同知识共享模式	106

2 | 基于企业联盟的知识共享研究

5.5 因共享客体而形成的不同知识共享模式	109
第6章 基于企业联盟的知识共享策略	127
6.1 企业联盟知识库的建设与共享	127
6.2 企业联盟隐性知识挖掘与共享	140
6.3 企业联盟知识共享网络构建及其演化	151
6.4 企业联盟知识地图的构建及应用	162
第7章 基于企业联盟的知识共享冲突及其协调	173
7.1 企业联盟体内的知识共享冲突及其协调	173
7.2 企业联盟与外界环境之间的知识共享冲突及其协调	183
第8章 基于企业联盟的知识共享保障	187
8.1 企业联盟知识共享的制度保障	187
8.2 企业联盟知识共享的组织结构保障	195
8.3 企业联盟知识共享的文化保障	204
8.4 企业联盟知识共享的服务保障	213
第9章 知识共享型企业联盟的发展	226
9.1 联盟知识共享对成员企业发展的影响	226
9.2 企业联盟合作创新分析	230
9.3 知识共享型企业联盟的共生稳定性分析	236
结语	246
参考文献	249
后记	265

第1章 绪 论

知识共享是知识管理的重要手段和核心内容，通过知识共享方式可实现知识价值的最大化。企业联盟已成为企业扩展知识体系的一种重要战略选择，希望通过成员企业间的知识共享来提升企业本身及其联盟整体的竞争力。但在一个特定的企业联盟内，成员企业之间往往存在着既竞争又合作的关系，企业间的这种合作与竞争关系使企业联盟内出现互惠共生现象，既可促进企业联盟内的资源优化配置和知识共享，也可引发企业联盟整体与外界环境中的知识共享，从而实现企业、企业联盟及社会的共赢。

1.1 研究背景与意义

在知识经济时代，知识的重要性日益突显，企业对知识共享的需求日益增加；而企业的组织形态尤其是社会网络的发展促进了企业联盟的产生及其发展，基于企业联盟的知识共享内容与范围也在不断扩展。

1.1.1 研究背景

选择企业联盟的角度研究知识共享问题，主要基于知识是企业竞争优势的根源、企业对知识共享的迫切需求、企业联盟已成为一种有助于知识共享的组织形态、企业联盟知识共享实践的影响等方面的理论与实践发展背景。

1. 知识是企业竞争优势的根源

知识是知识经济时代企业最重要的生产要素之一，也是竞争对手难以复制和模仿的竞争要素。企业拥有的知识要素往往包括专家与技术人员、知识资源、专利、版权、商标、研发机制、客户关系、企业经销网络等，并通过对这些知识要素的投资、组合、保护和持续更新等，促进企业知识的不断积累和创新。因而，企业实质上是一个知识的集合体。

企业在知识的不断积累中日益体现出竞争优势。企业知识决定了企业的

市场定位，影响了企业配置资源的方式，增加了企业发现未来发展的机会。在一定的社会环境中，各企业所面对的客观环境有很多相同的地方，但往往由于企业的知识结构和运用知识的能力有所区别，所以它们在市场中的竞争地位和优势体现也不可能相同。而那些有较好的知识积累基础、有较强知识运用能力的企业往往能获取更多的竞争优势。

企业竞争优势的长期保持和发展不仅需要重视企业内部知识的积累与保存，更需要在知识积累的基础上进行不断创新。面对不断变化的竞争环境，企业要通过运用所积累的知识，不断解决新的问题，设计新的技术方案，开发新的产品 and 市场等，企业在这些知识运用和知识积累过程中产生新的知识，从而使企业的竞争优势得以保持，或不断获得提高。

因此，企业在知识的不断积累中可体现出竞争优势，企业竞争力的保持和提升也需要相关知识的支撑，持续的创新需要对企业知识加以运用和组合，通过创新又产生了新知识，促进了企业的知识积累。知识已成为企业保持竞争优势的根源。

2. 企业对知识共享的迫切需求

知识具有历时性共享和共时性共享的双重特性，而且知识会因为共享实现知识增值，而不是知识价值的损耗或消失。曾经有过生动的比喻：两个人在一起交换苹果与两个人在一起交换思想完全不一样；两个人交换了苹果，每个人手里还只有一个苹果；但是两个人交换了思想，每个人就同时有了两个人的思想。就企业而言，这里的思想就是企业重要知识的表现——隐性知识。

随着市场竞争的日趋激烈及市场环境不确定因素的增加，企业迫切需要以最快的速度创造出与市场环境相适应的知识、知识产品及知识服务，但这些仅仅依靠企业本身的能力是远远不够的。在经济一体化的趋势下，任何一家企业都不可能具备其发展所需求的所有知识，没有哪个企业能拥有和使用该行业内的所有先进技术和知识，企业间的资源和知识依赖趋势越来越明显，企业往往需要寻找其他合作伙伴来组建企业联盟，以扩展本身的有限知识体系，从而获取更多的竞争优势。由于知识本身具有共享增值的特性，企业之间也愿意通过联盟方式来实现彼此间的知识共享，达到互赢目的。目前还没有哪个企业能像通用汽车公司 19 世纪 30 年代和 40 年代那样，把所有的相关技

术关在房子里^❶。当今许多企业都纷纷投入大量的资金技术来管理企业知识，知识共享是知识管理的重要手段和核心内容，企业也发现自身处于一种学习、借鉴和共享其他企业知识的处境，希望通过知识共享以更好地提升企业竞争力。

3. 企业联盟已成为一种有助于知识共享的组织形态

企业联盟是一种互惠共生的组织形态。单一的企业在激烈的市场竞争中难以拥有自身发展所需的全部知识，也不可能拥有自身发展所需的全部知识，因为任何一个企业都只是世界经济一体化趋势下的一个小小单元，而且知识的更新速度越来越快；由于知识具有共享增值性特点，任何一家企业也不必拥有自身发展所需的全部知识。企业联盟相对于企业并购或收购等组织形态的变化而言，既可以保持企业经营的相对独立性，又可实现彼此间的优势互补，形成了一种互惠共生的关系。

企业联盟内成员企业间的这种互惠共生关系不仅有利于联盟内部知识的共享，也可能影响到企业联盟整体与外界环境中的知识共享。企业通过组建联盟，可寻求优势互补，取长补短，以扩展各自的知识体系，增强成员企业的竞争力。当企业联盟内部通过知识共享后，还不能满足成员企业发展需求时，企业联盟作为一个整体，需要从外界环境中获取相应的知识，以增强自身的竞争力，增强合作创新的能力，这时以联盟方式进行的知识获取可以节省更多的成本等。而当企业联盟内部通过知识共享产生了较好的知识优势后，可以更好地创造共有知识，这时企业联盟也可能向外界环境中的知识需求主体提供相应的知识，成员企业竞争力的提升已影响到企业联盟整体的竞争力，企业联盟整体因为知识的共享而增强了其在市场竞争中的地位。

4. 企业联盟知识共享实践的影响

企业联盟扩展了成员企业知识共享范围。在实践中，越来越多的企业意识到企业联盟可以提高知识共享效率，能够给企业带来巨大的收益。如在 20 世纪 70 至 80 年代，日本企业就开始通过联盟方式，成功地进行了知识共享，增强了联盟整体的竞争力，并因为成功的知识共享影响到了其在美国市场竞争中的地位，其中丰田及其供应链联盟就是知识共享成功的典范。日本汽车企业的知识共享实践不仅影响了其他行业，也影响到了世界各国的企业管理

❶ 卡尔潘. 全球企业战略联盟：模式与案例 [M]. 吴刚等译. 北京：冶金工业出版社，2003：9.

和知识共享活动。如美国克莱斯勒公司也于 20 世纪 80 年代末期与其供应商组建了联盟,成立了跨部门的团队,增加了交流和协调,为更好地促进彼此间的知识共享,克莱斯勒同供应商的合同期限越来越长,并鼓励和支持供应商对专门设备进行投资,企业联盟方式不仅促成了知识共享实践,而且大大改善了经营绩效,产品开发周期明显缩短,采购成本和开发成本降低了,市场占有率和利润率却提高了。如 20 世纪 80 年代,克莱斯勒开发一种新汽车的时间平均为 234 周,1996 年则仅需要 160 周^①。

尽管知识共享的好处是有目共睹的,但并不是所有的企业都积极推动知识共享。据相关调查显示,《财富》500 强企业每年由于没有成功地共享知识而造成的损失达 315 亿美元之多^②。企业迫切需求知识共享,但又不积极推进知识共享的原因是复杂的。但从以企业联盟方式进行知识共享的实践发展来看,知识共享有一定的影响因素,需要一定的环境和保障,需要采取一定的措施;而且由于知识共享过程中往往存在很多的不确定因素,企业总会担心知识共享存在冲突和风险,害怕自身核心知识的泄露和竞争优势的丧失等;另外,知识共享存在相应的成本和收益分配问题,成员企业间的不了解和不信任都会阻碍彼此间的知识共享。因此,企业联盟知识共享动因、目标、过程、影响因素、共享模式、共享策略、冲突及协调、共享保障和知识共享对联盟的影响等问题都需要进行相应的研究。

1.1.2 研究意义

基于企业联盟的知识共享研究既有一定的理论意义,也具有非常重要的现实意义。

1. 理论意义

从理论上来看,目前对企业知识共享的本质、目标、范围、层次等一些基本问题都没有达成一致的认识,知识共享机制尚未构建,理论研究相当薄弱,客观上要求进一步探索和研究。目前理论界对企业知识共享的研究大多是以单一企业为背景进行的。从企业联盟的视角研究知识共享有利于把知识

① 陈佳琪. 技术联盟创新论——中外汽车工业联盟创新的理论与实践 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2007: 15.

② BABCOCK, P. Shedding light on knowledge management [J]. HR Magazine, 2004 (5): 46 - 50.

共享的研究从单一企业研究视角拓展到企业之间,有利于从成员企业之间的联系与企业联盟的动态发展观点来探讨其中知识管理与知识共享面临的更复杂的问题;也有利于从知识共享的角度分析企业及其企业联盟组织的知识创新和企业组织的发展问题。因此,基于企业联盟的知识共享研究具有较强的学术价值,对企业知识共享实践和企业联盟组织的发展也具有较强的指导意义。

2. 实践意义

从实践来看,近年来国内外一些著名企业通过知识共享,改善了经营绩效,提升了竞争力。但实践中也有很多企业由于不能有效地实现知识共享导致失败甚至带来大量经济损失的案例。因此,如何在企业中更好地发挥知识及知识共享的作用、扩大知识共享范围、提高知识共享效率仍然是目前企业面临的重要问题。企业联盟的建立冲破了企业传统边界对知识流动的束缚,为知识共享创建了有利条件,而企业联盟内部既竞争又合作的关系,对企业知识共享的实现又提出了新的要求。本书从企业联盟角度来研究知识共享,可为企业加快知识共享进程、实现知识价值最大化等提供有益的发展思路。目前湖南省科技情报所、湖南省专利分析与评估中心都在致力于推进企业知识共享和服务应用,以企业联盟方式进行知识共享是实现成员企业、企业联盟、社会共赢的重要形式,这有利于指导企业及政府决策,推动面向企业知识服务的公共平台建设等。

1.2 国内外研究综述

企业联盟(Enterprise Alliance)的称谓目前国内外并不统一,有战略联盟、合作联盟、策略联盟、关联企业等称谓;本研究中采用企业联盟这一提法。关于知识共享(Knowledge Sharing),国内外的相关研究当中也有知识转移、知识扩散、知识分享、知识溢出等提法,并出现了交叉使用、组配使用、混合使用等现象。

1.2.1 国外的相关研究

国外的相关研究内容主要集中在从知识共享角度分析企业联盟的形成动因、企业联盟的不同类型及其知识共享特点、企业联盟及其知识共享的理论基础、企业联盟内的竞合关系及其对知识共享的影响等方面。

1. 从知识共享角度分析企业联盟的形成动因

一般认为,美国 DEC 企业总裁简·霍肯兰德(J. Hopland)和管理学家罗

杰·奈格尔 (R. Nigel) 是较早进行企业联盟研究的, 他们认为企业联盟是指两个或两个以上有着对等经营实力的企业, 为实现知识共享、优势互补等战略目标, 各自贡献出其优势知识, 通过各种协议而结成一种优势相长型的松散型组织^①。美国哈佛大学的迈克尔·波特 (Michael Porter) 教授在对产业内五个驱动力, 即新进入者的威胁、供应商的谈判能力、购买者的谈判能力、替代产品的威胁、企业间的对抗等进行分析的基础上, 提出了竞争优势理论, 认为企业联盟中的企业一起协调或合用知识等, 扩展企业价值链的有效范围, 从而共同获得竞争优势^②。规模经济的应用主要表现为市场扩张、进入技术前沿领域等。如在通信等领域, 企业联盟能迅速缩短产品开发周期以及快速地扩展市场, 甚至可能占领行业标准的制高点。Nakano 等认为, 可通过资源配置和知识共享手段促进供应链联盟的形成, 并拓展合作活动范围等^③。Minhaeva 从企业知识共享的外部动机和内部动机角度分析企业联盟的形成, 认为企业在知识共享过程中存在外部动机和内部动机, 外部动机和内部动机由于认知不同, 可能产生不同的知识共享态度, 特别要正确区分内部动机和外部动机。^④

2. 企业联盟的不同类型及其知识共享特点

国外研究者按照不同标准对企业联盟类型进行了研究, 并在类型分析的基础上进行了知识共享案例的剖析和研究。国外应用较多的主要有两种分类: 一是从合作伙伴与企业自身价值链的关系来看, 主要分为横向联盟和纵向联盟。合作伙伴的选择是企业联盟形成的中心环节, 其寻找的合作伙伴可能是竞争者, 也可能是非竞争者。其中横向联盟通常是处于产业链中相同阶段的企业间建立的战略合作伙伴关系, 如两个互相竞争的汽车制造商通用公司和

① 刘笑妍. 我国企业战略联盟中存在的问题及对策研究 [J]. 河北企业, 2010 (1): 47-48.

② 迈克尔·波特. 竞争论: 全面升级版 [M]. 刘宁等译. 北京: 中信出版社, 2009: 2-5.

③ PEDROSO M. C, et al. Knowledge and information flows in supply chains: a study on pharmaceutical companies [J]. International Journal of Production Economics, 2009, 122 (1): 376-384.

④ MINHAIEVA D B. HRM practices affecting extrinsic and intrinsic motivation of knowledge receivers and their effect on intra-MNC knowledge transfer [J]. International Business Review, 2008 (17): 703-713.

丰田公司联盟进行知识共享是经常出现的例子；纵向联盟，有些也称其为垂直联盟，通常是处于产业链中不同阶段的企业间建立战略合作伙伴关系，如制造商与供应商联盟，丰田与其供应商联盟所建立和保持的高效知识共享是其拥有竞争优势的关键，在国外文献中也多有研究，如竹内弘高（Hiroataka Takeuchi）和野中郁次郎（Ikujiro Nonaka）对此曾进行过专门的研究，他们从日本企业独特的管理文化入手，在研究了日本企业间知识共享的基础上，用“社会化（Socialization）、外部化（Externalization）、联合化（Combination）、内部化（Internalization）”来描述知识共享模式。^{①②} 二是从按企业联盟的合作方式来看，通常有股权联盟与非股权联盟，以股权或契约为纽带而形成的。但这个方面又有较大争议，有些认为以合资方式形成的股权联盟不包括在内，这也被称为狭义的企业联盟理论。其中股权联盟，指通过合资或股权参与方式形成的，这是联盟关系最强的形式，几乎每天都会有新的联盟成立或旧的联盟解散，但股权联盟代表着更高层次的内部化和企业间的相互依赖性。^③ 非股权联盟，其合作形式较多，包括发放许可证、供应链合作、研发合作、共同营销等；其中企业通过发放许可证方式形成的联盟允许其合作伙伴使用其专利、商标、技术或诀窍等，一项协议通常有一定的时间限定，并要支付一定的费用；供应链联盟是一些企业不去招标在市场上报价最低的供应商，而是经过挑选从而与数目有限的供应商建立长期战略合作伙伴关系，以保证所需原材料或零部件的及时配送而形成的，供应链联盟一般主要是为了实现联合生产目的，各成员伙伴在产品生产中掌握一定产品的零部件工艺，并会在生产优质的最终产品中进行互补；R&D 研发合作联盟通常发生在复杂的技术生产系统与交错的行业中，企业通过合作研究和开发新产品或新技术而形成的；营销联盟通常是通过协议，向各自国家或行业内的顾客推广彼此的产品和服务，不同国家或不同地区、不同行业的企业顾客也能得到合作伙伴共同提供

① NONAKA. L. , TAKEUCHI. H. The knowledge creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation [M]. New York: Oxford University Press. 1995: 3, 58.

② 竹内弘高，野中郁次郎. 知识创造的螺旋 [M]. 李萌译. 北京：知识产权出版社，2006：51-64.

③ NARULA. R. J. HAGEDOORN. Innovation through strategic alliances: moving towards international partnerships and contractual agreements [J]. Technovation, 1999 (19): 283-294.

的产品和服务等。^①

3. 企业联盟及其知识共享的理论基础

有关企业联盟的理论模型研究很多,并在企业模型研究基础上进行着知识共享的相关研究,国外主要有交易成本理论、资源基础型理论、网络理论、博弈论模型、学习理论模型等。其中:①交易成本理论强调成本的最小化。威廉姆森(Williamson)从交易成本理论出发,认为企业联盟是介于市场和企业科层制的中间组织,企业要完成一种相关交易,市场与等级组织是可供选择的工具,是否在企业间或企业内推行一系列交易,取决于每种模式的相对效率。^②企业在市场中以对自己有利的方式交换产品和服务,在处理同其他企业的交易时,总是尽量减少自己的生产和交易成本。从理论上分析,市场机制是企业进行资源配置的最好办法,但市场中往往存在着不确定性、信息不对称和机会主义行为等,会影响交易成本,想寻求内部一体化的管理;企业科层制有利于资源配置,但当交易成本过高时,往往会寻求外部的合作,组建企业联盟;Parkhe认为对于联盟承诺的无法回收的成本往往容易导致联盟机会主义行为的发生。^③Davenport认为知识拥有者通过市场进行知识共享,是希望能有利可图,否则不会把自己的知识拿去与别人共享。^④有时知识共享可获取直接的经济回报,但有时知识共享收益方不是进行知识共享的双主体,而是另外的知识接受者,应通过一定方式进行奖励和补偿。^⑤②资源基础型理论认为企业竞争优势的重要决定因素是企业拥有、管理开发、组织使用和进一步开发的资源,资源共享与利用被认为是形成企业联盟的重要因素之一,企业通过联盟可优化资源配置,使包括知识的资源价值达到最大化。^⑥互补资

① 卡尔潘. 全球企业战略联盟:模式与案例[M]. 吴刚等译. 北京:冶金工业出版社, 2003: 68-69.

② K. L. CROKER. Transaction cost determinants of unfair contractual arrangements [J]. American Economic Review, 1991 (3): 356-362.

③ PARKHE A. Strategic alliance structuring: A game theoretic and transaction cost examination of interfirm cooperation [J]. Academy of Management Journal, 1993 (36): 794-829.

④ T. H. DAVENPORT, PRUSAK, L. Working Knowledge [M]. Boston MA: Harvard Business School Press, 1998: 6-10.

⑤ LEE, D. J., AHN, J. H. Rewarding knowledge sharing under measurement inaccuracy [J]. Knowledge Management Research & Practice, 2005 (3): 229-243.

⑥ DAS, T. K., TENG, B. S. Instabilities of strategic alliance: An internal tensions perspective [J]. Organization Science, 2000 (11): 77-101.

源的选择与获取是企业联盟形成的关键,每一个企业都应有一定的资源基础,拥有自己的核心能力,那就是有差别的、稀缺的、持久的、无法效仿的资源,并选择一项利用企业主要资源的战略,相信当企业的资源充分采用时,能提高其潜在收益的追求,并能利用企业联盟战略,建立未来的企业资源基础。^{①②} Brouters 等研究发现互补是联盟伙伴进行知识共享的必要条件,拥有互补的知识,才能分析合作的企业文化、目标兼容性、有相称的风险承受能力等。^③ ③网络理论利用网络观较好地分析了企业联盟的本质特性。早期的企业联盟研究主要强调推动联盟形成的企业或产业层次的因素,企业竞争优势取决于其在相关产业中的定位,产业的诸多特征包括规模经济、进入障碍、多元化、产品差异和整合程度等,企业可通过联盟战略定位来提高竞争力,每个企业都在自己选定的产业中展开竞争,这个产业本身对企业的业绩具有强烈的影响。^④ ④博弈论模型认为战略竞争的本质是局中人之间的相互作用,任何局中人的决策都依赖于其他局中人的实际和预期的决定,竞争与合作是企业应该给予关注的两个重要的成对组件,对局者可从合作产生的双赢结果中受益,替代了竞争导致的要么赢、要么输的结果,影响到企业可能快速学习与退出联盟,在共同确认的联盟中,合作是提供长期收益的一种选择,要共同进行知识共享收益的分配。^⑤ ⑤学习理论认为综合学习能力是重要的,可通过企业联盟方式进行学习,促进知识在成员企业间转移。^⑥ 学习需要人际间的知识共享和互动,这不仅是一方将知识传给另一方,还包括接受方的学习与吸收过程;这对于社会组织来说,同样存在着知识学习过程。如 Dodgson 认为组织学习是指其围绕日常活动和组织文化,对知识和惯例进行建构、补充

① C. K. PRAHALAD, GARY HAMEL. The core competence of the corporation [J]. Harvard Business Review, 1990 (5): 79-91.

② HITT M. A., DACIN M T. Partner selection in emerging and developed market contexts: Resource - based and organizational learning perspectives [J]. Academy of Management Journal, 2000 (43): 449-467.

③ KEITH D. BROUTERS, et al. Strategic alliances: choose your partners [J]. Long Range Planning, 1995 (3): 18-25.

④ RANJAY GULATI, et al. Strategic Networks [J]. Strategic Management Journal, 2000 (21): 203-215.

⑥ 卡尔潘著. 全球企业战略联盟: 模式与案例 [M]. 吴刚等译. 北京: 冶金工业出版社, 2003: 32-33.

与组织,并通过完善各种技能以适应和提高组织效能。^①组织的学习和知识共享过程是建立在个人的学习和知识共享基础之上的,如 Nancy 认为共享就是使人能将自身的知识分给他人,使知识接受方也掌握这种知识,再扩展到整个企业都能掌握这种知识。^②如 Hsu 通过案例研究说明建立学习型组织文化对促进知识共享的必要性,它有助于建立信任与创造知识共享的条件。^③

4. 企业联盟内的竞合关系及其对知识共享的影响

企业联盟不同于一体化的组织,其内部仍然存在竞争与合作关系,通常也被称为“竞合关系(coopetition)”^④,企业通过联盟可优化资源配置,实现知识资源的互补和优势互补,使企业知识价值达到最大化,因为企业联盟内的利益共存关系有利于节约合作伙伴间的经营成本,有效地规避经营风险。^⑤Tsang 认为从战略联盟伙伴的学习与知识共享目标出发,将其竞合关系分为非对称、非相互(共有)、非竞争、竞争等四种类型,并分析了不同竞合状态下的知识共享模式。^⑥但当某一企业通过联盟获取新的竞争力时,将可能成为其联盟合作伙伴强有力的竞争者^⑦。由于竞合关系的存在,Das 和 Teng 认为可通过关键岗位的人员互派、现场视频、经常性会议和管理者之间的相互交流等来减少企业联盟内的知识共享风险等。^⑧

① DODGSON, MARK. Organizational learning: A review of some literatures [J]. Organization Studies, 1993 (3): 375-394.

② NANCY M. D. Common knowledge: how companies thrive on sharing what they know [M]. [S. L.]: Harvard University Press, 2000: 30-32.

③ HSU I. C. Enhancing employee tendencies to share knowledge studies of nine companies in Taiwan [J]. International Journal of Information Management, 2006 (4): 326-338.

④ LUO Y. A coopetition perspective of global competition [J]. Journal of World Business, 2007 (2): 129-144.

⑤ DAS T. K, TENG B S. Instabilities of strategic alliance: An internal tensions perspective [J]. Organization Science, 2000 (11): 77-101.

⑥ TSANG, E. A Preliminary typology of learning in international strategic alliances [J]. Journal of World Business, 1999 (3): 211-229.

⑦ BECERRA, LUNNAN, HUEMER. Trust worthiness, risk and the transfer of tacit and explicit knowledge between alliance partners [J]. Journal of Management Studies, 2008 (45): 691-713.

⑧ T. K. DAS, B. S, TTENG. Managing risk in strategic alliances [J], The Academy of Management Executive, 1999 (4): 50-62.

1.2.2 国内的相关研究

国内的相关研究内容主要集中在企业联盟及其知识共享的理论基础、企业联盟的知识共享障碍及克服对策、企业联盟内的竞合关系及其对知识共享的影响、企业联盟及其知识共享的发展趋势等方面。

1. 企业联盟及其知识共享的理论基础

国内的研究在借鉴国外有关企业联盟及其知识共享的理论模型基础上,主要对资源基础型理论、交流理论和网络理论进行了研究。其中:①资源基础理论认为企业联盟知识共享就是彼此资源的互补,构建企业联盟的目的是为了获得单个企业所无法取得的资源组合优势。根据资源的相似程度和资源所起作用的大小,刘建清将企业联盟的资源组合分为增补型、过剩型、补缺型和浪费型。其中增补型资源组合是指联盟各方都提供相似的可被利用的资源;过剩型资源组合是指联盟各方提供相似但没有被充分利用的资源;补缺型或者又称为互补型是战略联盟中被广泛认同的一种资源组合方式,是指联盟各方提供各不相同但对联盟非常重要的资源;如果联盟各方提供的资源既不相同,而且也不能被充分利用,那么这种资源组合就是浪费型的。^①②交流理论主要从知识交流、交换与扩散角度进行分析。知识共享,需要知识拥有方与知识需求方之间的有效交流,并且与一定的主体紧密相连。如林慧岳、粟林芳就使用了“知识分享”一词,认为其实质是知识从拥有者到知识接受者的跨时空交流与扩散过程^②，“知识共享”与“知识分享”等常混合使用。知识交换共享的目的是互通有无,如周九常等认为知识共享泛指知识提供者把所有或部分知识(资源)提供给特定的机构,其实质是知识资源在一定空间和地域内的合理配置,要最大限度地满足用户的知识需求。^③③目前的网络理论研究更加重了对社会网络因素的分析,认为网络是动态的,网络是分析企业间的连接、通过网络定义连接的强度以及方向与结构的一个概念性工具。如蔡新霞在社会网络的视角下,从网络整体结构、网络中的节点中心性和网络子群三方面分析探讨了企业联盟内的成员企业间进行知识转移问题,指出网络整体结构主要包括网络范围、网络密度、平均距离等维度,网络的不同

① 刘建清. 战略联盟:资源学说的解释 [J]. 中国软科学, 2002 (5): 48-53.

② 林慧岳, 粟林芳. 论知识分享 [J]. 自然辩证法研究, 2002 (8): 43-46, 55.

③ 周九常等. 图书馆知识转移与共享 [M]. 北京: 知识产权出版社, 2010: 3.

结构特征对成员企业的知识转移有不同的影响；中心性是社会网络分析的重要度量指标之一，一般来说，中心性程度越高的行为者，与其他成员联系的路径就越短，就越容易获取知识；网络结构中常常表现出一定的聚集性，形成一些内部密度较高的网络子群，而连接不连贯的网络子群的节点称为桥连接，应善于发现企业联盟中已经存在的桥连接关系，积极鼓励与其进行知识交流，优化知识转移途径，扩大知识转移关系的广度及范围。^①从实践发展来看，Google 与 IBM 等公司不断开放其技术成果，不仅组建专利联盟在专利交叉许可的基础上进行创新，一些开源软件也在社会网络中得以不断修正，发生在社会网络中的开放创新不但可以促进知识共享，也可能提高知识共享层次。

2. 企业联盟的知识共享障碍及克服对策

相对于显性知识，隐性知识更难共享，有关知识共享障碍的分析及克服对策探讨主要集中在隐性知识方面。刘芹和陈继祥分析了知识的粘滞性，指出其是知识吸纳、转移、共享以及新知识生成的全过程中所表现出的阻滞和缓慢，认为粘滞知识倾向于粘滞在知识的拥有者难以与知识受体共享，但粘滞知识并不是绝对不可转移，而是相对难以转移，它具有相对性和动态性，其中相对性是指这些粘滞知识是相对特定的受体而言的，如果受体改变了，粘度也会发生变化；动态性是指粘滞知识的粘度和集合范围都可能随着知识源和知识受体的特征和两者之间的关系、知识转移媒介等的改变而动态发展。^②韩庆峰和刘立民认为隐性知识需要更深层次的开发，它的转化受个人的价值观念和心理的影响等。^③梁启华等研究了基于心理契约的企业隐性知识共享模式，并从空间集聚、知识场、社会网络等角度进行知识共享机理与路径分析。^④唐建生与和金生分析了知识具有的生物活性，运用仿生学的理论，借

① 蔡新霞. 社会网络视角下的联盟企业知识转移分析 [J]. 齐齐哈尔大学学报 (哲学社会科学版), 2010 (6): 36-39.

② 刘芹, 陈继祥. 粘滞知识形成的影响因素及对策研究 [J]. 情报科学, 2007 (5): 776-779.

③ 韩庆峰, 刘立民. 影响隐性知识显性化的成本因素分析 [J]. 情报杂志, 2004 (1): 23-25.

④ 梁启华. 基于心理契约的企业默会知识管理 [M]. 北京: 经济管理出版社, 2008: 185.