

ENTERPRISE ECOLOGY AND ENTERPRISE DEVELOPMENT

梁嘉骅 范建平 著  
李常洪 官丽华

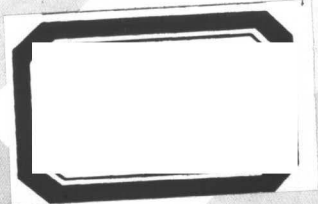
现代管理理论与方法丛书

# 企业生态 与企业发展

## 企业竞争对策

 科学出版社  
[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

ENTERPRISE ECOLOGY AND ENTERPRISE DEVELOPMENT



梁嘉骅 范建平 著  
李常洪 宫丽华

现代管理理论与方法丛书

企业生态

与企业发展

企业竞争对策

科学出版社  
北京

52.70

=2

## 内 容 简 介

本书把企业看作有机复杂生命体,运用生态学、复杂性理论的原理建立了企业生态与企业发展的系统理论。从企业生态复杂性、企业对外部环境的适应性及企业内环境的动态平衡等方面来研究企业竞争发展对策的问题。研究的主要内容包括:企业生态分析的一般理论与方法、企业生态复杂性分析、企业动态演化、企业发展竞争对策、全球经济一体化下的企业生态与企业竞争、中国企业竞争发展对策等问题。

本书探讨了在工业社会与知识社会企业生态系统的本质区别,提出知识社会下企业竞争发展的一般理论与方法,并以丰富的案例加以说明。

本书主要供管理学、经济学、系统科学、社会学等方面的研究人员、大学教师、研究生以及企业家、政府官员等参考使用。

### 图书在版编目(CIP)数据

企业生态与企业发展:企业竞争对策/梁嘉骅等著. —北京:科学出版社, 2005

(现代管理理论与方法丛书)

ISBN 7-03-015191-7

I. 企… II. 梁… III. 企业经济-生态经济学 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 021526 号

责任编辑:李 敏 李晓华 / 责任校对:刘小梅

责任印制:钱玉芬 / 封面设计:朱 平

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学院印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2005年5月第一版 开本:85(720×1000)

2005年5月第一次印刷 印张:20 $\frac{1}{4}$  插页:1

印数:1—3 000 字数:410 000

定价:49.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈科印〉)

# 前 言

20世纪90年代初,我给山西大学管理科学与工程专业的硕士研究生讲授“管理学”课程,那时中国青年学生的思想已经很解放,很有对科学积极探索的精神,不满足于教科书、专著所讲的管理方法,也不太迷信权威。他们向我提出:专家和权威学者们提出的管理理论、方法的背景是什么?!所讲的成功案例出自什么背景,在什么情况可以用,什么情况不能用?!为什么一些曾被报刊、研究者认为是成功的企业和先进的管理方法,后来又顷刻垮台?!为什么在20世纪50年代后出现孔茨所说的管理科学的丛林,并且人们至今仍未走出丛林?!到底企业的本质是什么?企业管理的本质是什么?应该如何研究企业与管理?!企业是如何演化的?!工业社会与知识社会的企业形态、管理及竞争特点有什么根本不同等很尖锐的问题。我的企业界的朋友和博士生同样提出类似的,甚至更尖锐和更发人深思的问题。这些问题也是我多年来一直思考和研究的。由于我从小喜欢生物,也喜欢生物学,并且当时我在山西大学环境科学系兼职,讲授“系统论与系统工程”课程,使我稍有一点儿生态学和系统科学的知识,使我有从生命体、生态学和复杂性的角度来对这些问题进行思考。企业作为社会生活中活的生命体,它是社会生态环境的产物,它的生存与发展在于对环境的适应。但是,企业的生命形态及其与环境的关系又具有许多与自然生物不同的特点。对于自然生物体,组成它的要素和结构是相对稳定的。而企业则不同,企业是由有独立意志和个人偏好,甚至有机会主义倾向的人组成的,他们具有个人的利益和相当强烈的流动性偏向,这决定了企业内部所具有的不稳定性,目标、利益的统一与矛盾。自然生物对环境的适应,是被动的,而企业对环境的适应是主动的行为。企业对环境适应,不仅是适应环境,而且力图改造环境,使之向有利于自身的方向转变。自然生物的进化,按达尔文的学说是,随机变异、自然选择、适者生存,而企业的进化则是适应和创新改造环境的主动行为。企业生存与发展的根本在于:保持内环境的动态稳定性和对外环境的适应性与创新改造的能力。管理的本质

是实现保持内环境的动态稳定性和对外环境的适应性与创新改造的能力的制度安排。因而企业和企业管理的研究应从企业生态环境变化的角度,从企业所处的具体生态环境来把握。企业生态与企业是不断发展演化的,企业是生存在不同的特定的生态环境中的。对于管理学子、管理工作者,掌握已有的理论、方法和案例固然重要,而掌握应研究的本质问题和如何进行研究则更为重要。当今企业管理面对的是企业迅速变化的环境,管理学理论更重要的任务是帮助管理者面对复杂的问题进行思考和创新。近十多年来,我所领导的管理科学与工程研究所围绕这一主题,特别是围绕从工业社会向知识社会转变中企业生态及企业演化与企业竞争开展研究,取得了一些研究成果。近些年学术界、企业界朋友一再希望我们能出一本关于这方面的书,读过我们论文的许多读者亦有所求,这些都促成了本书的出版。本书主要是为广大管理学子、管理人员及企业家而写的,所以书中几乎没有引用数学的描述。

借此机会要感谢多年来对我们给予巨大关怀、帮助和指导的王众托院士、汪应洛院士、于景元教授、黄梯云教授、寇纪淞教授、邱宛华教授等,感谢科学出版社李敏编辑,没有他们的支持和帮助,这本书的出版是不可能的。

由于学识、时间有限,书中定有一些不妥,甚至错误之处,请读者提出宝贵意见。

作者

2005.3

# 目 录

## 前言

## 第一篇 企业生态与企业发展

<b>第 1 章 企业的本质理论评述</b> .....	(3)
1.1 从亚当·斯密到科斯.....	(3)
1.2 生命系统理论的兴起.....	(5)
<b>第 2 章 企业生态系统理论</b> .....	(11)
2.1 生态学.....	(11)
2.2 自然生态与企业生态.....	(14)
2.3 企业生态理论的主要概念.....	(26)
2.4 企业生态位与企业竞争.....	(33)
<b>第 3 章 企业生态系统复杂性</b> .....	(46)
3.1 复杂系统与复杂性.....	(46)
3.2 企业生态系统的复杂性.....	(54)
3.3 复杂中的简单性——工业社会的企业生态系统简单性.....	(59)
3.4 真正的复杂性——知识社会的企业生态系统复杂性.....	(59)
<b>第 4 章 企业生态分析</b> .....	(66)
4.1 企业内部生态分析.....	(66)
4.2 企业外部生态分析.....	(77)
4.3 企业生态平衡.....	(92)
<b>第 5 章 企业与企业生态的演化</b> .....	(95)
5.1 进化思想的发展.....	(95)
5.2 企业发展演化.....	(100)
5.3 企业发展战略.....	(116)
5.4 遗传、创新与市场选择——从自由竞争走向垄断.....	(124)
5.5 企业组织的变革.....	(130)
5.6 企业群落的演化.....	(134)
5.7 企业可持续发展的核心力量.....	(144)
5.8 企业成长中企业家的作用.....	(147)

<b>第 6 章 企业生态与企业管理演化</b> .....	(153)
6.1 管理理论丛林的困惑 .....	(153)
6.2 工业社会的管理理论基础与变迁 .....	(155)
6.3 知识社会生态与企业管理变革 .....	(161)
6.4 文化生态差异与企业管理模式选择 .....	(174)
6.5 从人事管理到人力资本管理 .....	(188)
6.6 信息技术发展与企业管理新形态 .....	(194)
6.7 企业战略管理的兴起与演化 .....	(202)

## 第二篇 企业竞争对策

<b>第 7 章 企业竞争对策</b> .....	(207)
7.1 企业竞争的本质 .....	(207)
7.2 战略决策竞争——生态位选择 .....	(214)
7.3 企业核心竞争力与核心竞争力培育 .....	(219)
7.4 现代竞争中的团队精神 .....	(231)
7.5 处理好竞争中五大关系 .....	(236)
<b>第 8 章 全球经济一体化下的企业生态与企业竞争</b> .....	(250)
8.1 现代全球经济一体化的背景 .....	(250)
8.2 全球经济一体化下的企业生态 .....	(251)
8.3 发展中国家企业发展对策 .....	(265)
<b>第 9 章 风险、危机与对策</b> .....	(276)
9.1 风险与风险管理 .....	(276)
9.2 企业危机与危机对策 .....	(301)
<b>参考文献</b> .....	(314)

# 第一篇 企业生态与企业发展

企业是人类社会的产物，它的生存与发展是与它所处的生态环境紧密相关的，对企业与企业生态的研究，必须从企业与企业生态相互作用的角度来把握。





# 第1章 企业的本质理论评述

温故而后知新。

诺贝尔经济学奖获得者罗纳德·科斯(Ronald Coase),1937年在大学念书时写了一篇论文——《企业的性质》,该文被认为是现代企业本质研究的开端。科斯在该文中最大的贡献是提出了交易成本理论。他认为:交易是有成本的,企业形成和企业规模是由于交易成本所确定的,企业形成是由于人们组织起来组成企业,进行内部交易生产协作的交易成本低于各自分散生产把产品进行市场交易的成本,而企业的规模也是由内部边际交易成本确定的,当追加的交易(它可以是通过价格机制协调的交易)由企业家来组织时,企业就变大;当企业家放弃对这些交易的组织时,企业就变小。因此企业规模被界定在这样一个定点:企业将倾向于扩张直到在企业内部组织一笔额外交易的成本,等于通过在公开市场上完成同一笔交易的成本或在另一个企业中组织同样交易的成本为止。科斯是第一个提出研究企业本质的人,但是他并未真正解决企业的,诸如不同时期的企业组织形成、企业的根本特征、企业与其环境关系等本质性的问题。艾迪斯·潘罗斯(Edith Penrose)也敏锐地看到,“企业绝不是不模糊的清楚实体。从物理上说,它不是可以区别于其他物体的可观察对象。除了根据其所做的和已经做的之外,企业是难以定义的。因此,每个分析家都是任意选取其感兴趣的企业特征,并根据这些特征定义企业,……(因而,企业理论)存在大量混乱的来源”。这就使我们需要对企业的本质重新探索。

## 1.1 从亚当·斯密到科斯

### 1.1.1 亚当·斯密的分工论

古典企业理论是从分工提高工作效率的角度看企业的。亚当·斯密(Adam Smith)在其巨著《国民财富的性质和原因的研究》的开篇认为,劳动分工是经济增长的关键,企业是分工与专业化的产物。亚当·斯密提出了一个著名的定理“市场范围限制劳动分工”。因此在斯密看来,企业的边界受制于市场范围。

继斯密之后,马克思在《资本论》中提出了较为完整的企业理论。马克思在对企业层面的资本与劳动关系的解剖中,阐述了企业的性质、企业的成因、企业内部

结构、企业运行方式、运行机制和运行目标等有关企业理论的诸多问题。在研究方法上,马克思研究社会科学的基本方法是将社会关系归结于生产关系,将生产关系归结于生产力的高度;对企业理论的研究,马克思也是从生产关系与生产力两个方面着手的。马克思的企业理论是与马克思产权理论结合在一起的,在马克思看来,资本主义企业的权力来源于资本的权力。

### 1.1.2 新古典经济学的边际替代论

新古典企业理论的基础是新古典微观经济学。由于新古典微观经济学利用最优决策理论进行了经济分析,它的假设是完全理性和利润最大化,在这种假设下,企业内部的运行被视为一个黑箱,企业唯一的功能是根据边际替代原则对生产要素进行最优组合,从而实现最大的产量或最低的生产成本。企业为了实现最大利润,必须按边际成本等于边际收益的原则进行单一产品的产量和价格决策。

新古典企业理论存在一些缺陷,如:

- (1) 它完全忽略了企业内部的组织结构,例如委托权的安排、激励和监督机制等。
- (2) 新古典理论也没有成功地解释为什么企业的平均成本曲线会上升。
- (3) 新古典企业理论假设所有的企业都是同质的,在零交易费用的世界里,所有的信息都可以免费获取,而现实却与此假设相去甚远。

### 1.1.3 熊彼特的企业家的企业理论

企业家理论主要包括奈特(Knight)、熊彼特(Jeseph A. Shumpeter)、柯兹纳(Israel M. Kirzner)和卡森(Mark Casson)等人的观点。他们共同观点是,将企业看作是企业的企业。

熊彼特将企业看作是企业家创新(innovation)的机制。企业家的天职是创新,即引入一种新的生产函数,包括使用一种新的技术、发现一个新的市场、创造一种新的组织方式等。通过创办新企业这种非连续的创新活动,企业家在非均衡环境中获得了报酬——利润。熊彼特意义上的“企业家”(entrepreneur)实际上是一种“企业家才能”(entrepreneurship),不是一种职业、阶层或身份。熊彼特从创新的角度理解“企业家”这种特殊的人力资本,这对于后人的启发是巨大的。

### 1.1.4 科斯的交易成本理论

一般认为,科斯在1937年发表的经典论文《企业的性质》标志着现代企业理论的诞生。在该文中,科斯利用交易成本的概念解释了“企业为什么出现”这一被新古典经济学家所忽视的简单问题。科斯认为,市场和企业是两种不同的组织劳动分工的办法,二者具有互替性,企业的存在是由于它能节约市场的交易成本,所以

交易成本的差别是企业出现的真正原因。但是,企业不能完全代替市场,也不能无限扩大,企业的边界是由企业内部行政管理费用与市场费用相比较来决定的。

随后以阿尔钦(Amnen Alchian)和德姆塞茨(Harold Demsetz)为代表的产权理论主要是分析企业内部的激励结构问题,它是科斯在产权、交易费用和外部性等方面研究成果的发展。该理论认为企业并没有比普通市场更为优越的命令、强制和纪律约束等权力,它本质上是一种契约。正如雇主是否雇用员工与消费者选择买或不买物品一样,通过市场交易与企业内部交易也并无差别。那么,企业的性质是什么呢?阿尔钦等人认为,企业实质上是一种“团队生产”方式,企业的产生主要是由于单个的私产所有者为了更好地利用他们的比较优势,采用专业化原理进行合作生产,从而使得合作的总产品比他们分别进行生产所得的产出之和还多,这样一来每个参与合作生产的人的报酬也比独自生产时要高。但每个成员各自的贡献难以观测和精确地分解,这就使得团队生产具有外部性,从而降低经济组织的效率。阿尔钦不相信市场机制能够解决该效率问题。因此,要想减少偷懒的企图就必须依赖于适当的产权结构安排,这就要求合作成员之间达成协议,由某人专门从事监督其他成员的工作;为保证监督者行使更有效的监督,合作成员就必须将企业的剩余索取权交给监督者。这样一来,团队成员生产越有效率,监督者的剩余就越多,从而越有动力监督团队成员的投入绩效,形成良性循环。这个获取剩余收入大的人就是企业家,所形成的生产方式就是经典意义上的资本主义企业。

## 1.2 生命系统理论的兴起

进入20世纪90年代以后,产生了企业生命周期理论、企业年龄、企业寿命、企业核心能力、生态理论等理论,这些理论被视为“管理学思想的发展方向”。只在很短的时间内,有关企业生态学的研究已形成规模。《企业生命周期》、《长寿公司》、《公司DNA》、《企业生理学》、《企业仿生学》等中外著作相继出版。美国阿德尔菲大学工商管理学院教授杰弗里·戈尔坦茨博士在评价《公司DNA》一书时曾说:“肯·巴斯金(Ken Baskin)彻底抛弃了机械式的组织模式,代之以更激动人心的和革命性的有机模式。我敢说,如果哪家公司采用了本书的哪怕10%的思想,都会收到惊人的效果。”

### 1.2.1 企业生命周期理论

企业生命周期理论是20世纪90年代以来国际上流行的一种管理理论。这一理论的核心观点是:企业像生物有机体一样,也有一个从生到死、由盛转衰的过程。1972年,美国哈佛大学的葛瑞纳教授(Larry E. Greiner)在《组织成长的演变和变革》一文中,第一次提出了企业生命周期的概念。其后,美国学者伊查克·爱迪思

(Ichak Adizes)从企业文化的角度对企业生命周期进行了系统研究,1989年他在著作《企业生命周期》中进行了深入分析,具有很强的针对性和实践价值。他在《企业生命周期》中明确了生命周期的概念,并提出了预测、分析及诊断企业文化的工具(PAEI和CAPI),以及改变企业文化的爱迪思诊疗法。爱迪思认为,企业的成长与老化同生物体一样都是通过灵活性和可控性这两大因素之间的关系来表现的。灵活性与可控性决定了企业在生命周期中所处的位置。

根据企业生命周期的理论,企业就像所有的生物体一样,具有生命周期,即出生、成长、老化、死亡。组织体系随着生命周期不断演变,将展现出可以预测的行为模式。在每一个阶段里面,组织体系都将面临某些挣扎或困难,或是过渡性的问题,而且必须设法加以克服。

艾迪思把企业生命周期形象地比做人的成长与老化过程,认为企业的生命周期包括三个阶段(十个时期):成长阶段,包括孕育期、婴儿期、学步期、青春期;成熟阶段,包括盛年期、稳定期;老化阶段,包括贵族期、官僚化早期、官僚期、死亡期。

### 1. 孕育期

孕育期是企业发展的第一个阶段。在这一阶段,企业还未正式成立,一切都还处于研究的过程和创业的冲动之中。企业创始人将焦点放在构思和设想未来的可能性,以及制定和谈论雄心勃勃的计划上。

### 2. 婴儿期

在婴儿时期,创办人事必躬亲并掌握所有的决策,此时分工授权并不适合,因为创办人的工作动力正来自于对自己心血结晶毫无保留的投入与奉献。一旦创办人失去对组织的主控权,或是公司失去资金的来源,婴儿终将难逃夭折的命运。

### 3. 学步期

对学步期的公司来说,凡事都美好。企业有活力,其产品或服务获得市场认可,顾客一再上门,现金源源流入,公司业绩良好。学步期的组织觉得自己无所不能,不过,也就是这种心理会使这些初生牛犊陷入麻烦,他们开始做出一些不该有的决策与承诺,而且即使是对自己一知半解的领域也一头栽进去。

### 4. 青春期

青春期是一个困难的阶段,此时的焦点由重量转为重质,而且形式与功能之争更加白炽化。在学步期当中,组织结构因人而设,每个人所分派的角色与工作不断在变动,久而久之自然变得一团糟。进入青春期之后,组织必须由人员导向调整为结构导向,组织结构不应因人而设,相反地,人员必须根据组织需求寻找自己的

定位。

### 5. 盛年期

盛年期是企业生命周期中最理想的一个阶段。在这一阶段,企业的自控力和灵活性达到了平衡。这一阶段的企业往往具有这样一些特征:企业的制度和组织结构能够充分发挥作用;视野的开拓与创造力的发挥已制度化;注重成果,企业能够满足顾客的需要;能够制定并贯彻落实计划;企业表现超群是预料之中的事;无论从销售还是从盈利能力来讲,企业都能承受增长所带来的压力;企业分化出新的婴儿期的企业,衍生出新的事业。

### 6. 稳定期

稳定期是企业生命周期中的第一个衰老阶段。这一时期企业依然强健,但开始丧失其灵活性,这是企业成长停止、衰退开始的转折点。企业重视短期盈利能力,只讲投资回报,而敢于冒风险的创业精神日渐减少。

### 7. 贵族期

这个时期的基本特征是:企业常把钱花在控制系统、福利措施和一般设备上;讲究做事的方式;讲究穿着与称谓,缺乏创新,拘泥于传统等。

### 8. 官僚化早期

这个时期官僚习气在管理层蔓延,主要行为特征有喜欢追究问题责任、内部斗争激烈、客户反而被忽视、偏执狂束缚了企业等。

### 9. 官僚期

这一阶段企业内部与外部的权力游戏、官僚习气浓厚,遏制了创新。在公司中个人的成功不是如何令客户满意,而是看其政治手腕。厚厚的规程手册,大量的文书工作、规则、政策等窒息了革新和创造力。等到病入膏肓,企业就进入了死亡期。

### 10. 死亡期

这一时期可能突然到来,或者持续数年。当公司无法产生所需的现金,支出又榨干了任何收入,公司终将崩溃。

爱迪斯指出企业的成长与老化主要通过灵活性与可控性这两大因素之间的关系表现出来。他认为“企业年轻时充满了灵活性,但控制力却不一定总是很强;企业老化时,关系变了,可控性增加了,但灵活性却减少了。”灵活性强,企业变革相对容易,但控制水平较低;控制力强的企业往往缺乏灵活性,缺乏变革的意向。在不

同的阶段,企业可能会陷入不同的陷阱中:如在学步期,企业易陷入创业者陷阱;在青春期,面临新人与元老的矛盾。

生命周期理论告诉我们两点:一是企业在生命周期的每一个阶段都面临着突然死亡的威胁,如刚刚辉煌几年的中国巨人集团、“爱多 VCD”、秦池集团在学步期和青春期就死掉了;拥有几十年历史的武汉长江音响在成熟期垮掉了;拥有 230 年历史的英国巴林银行在贵族期告别了人世。二是企业在生命周期的不同阶段,其战略的重点、经营与管理的内容有所不同。如青春期重点是拓展市场,成熟期的重点是巩固市场,贵族期和官僚期的重点是变革,IBM 公司就是在 20 世纪 90 年代初变革贵族文化和官僚文化后再生的。

### 1.2.2 企业生命理论

企业有作为生命有机体的诸多生命现象:如企业追求成长;企业具有从出生至死亡的生命周期;企业遵从优胜劣汰的自然规律;企业有自觉能力并对环境做出反应等。

在瑞典,“企业经营”的古语是 Naring liv,意思是“生命滋养王国”。在中国,至少在 3000 年前,对“企业经营”的称谓是“生意”,其第一个字可译为“生存”或“出生”,第二个字的意思是“意义”。3000 年后的今天,我们重新记起人类很久以前就明白的道理——工作在一起,是生命意义的源泉。

近代以来,大多数国家的法律则赋予企业或一些机构以“法人”这样一种具有人格化的名词。

实际上,企业的生命特征也被实践所证明,全世界活过百岁的企业很少,大多数企业都在商海的汹涌波涛中荣耀或黯淡沉浮几年、几十年,最终难逃被吞没的厄运。美国《财富》杂志数据显示,美国大约有 62% 的企业寿命不超过 5 年,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 强企业的平均寿命为 40~42 年,世界 1000 强企业的平均寿命为 30 年。最近以来,美国的德士古、安然、环球电讯等企业相继破产或濒临破产的事实似乎也印证了这一点。

中国的企业更不待言,“太阳神”、“巨人”、“飞龙”、“三株”、“爱多”,一个个曾经如日中天的品牌,无一例外地都走向了衰败。想当初,“三株”、“飞龙”、“爱多”等财力雄厚的大公司,其产品进入了千家万户,公司的名字可谓家喻户晓、妇孺皆知。“三株”总裁吴炳新在 1995 年 10 月 17 日的新华社年会上,宣读了《争做中国第一纳税人》的报告。他在报告中宣称:“我们研制成功的一个饮料产品,就连现在世界上的名牌饮料可口可乐也没法与我们相比。我们准备马上申请专利,将来与可口可乐比高低,去占领国际市场。”可这些豪言壮语还没从人们耳畔散去,“三株”就被一场官司击倒了。曾几何时,这些红极一时的风云人物就如昙花一现,昔日轰轰烈烈

烈的辉煌创业史,成了过眼烟云。

为什么有的企业可以长寿,而有些企业在很短时间内就死亡?企业长寿的关键是什么?经济学家、管理学家分别从不同的角度做出了回答。曾是壳牌公司董事的管理学家阿里·德赫斯(Arie de Geus)出了一本名为《长寿公司》的专著,在这部专著中他把企业分为“生命型企业”与“经济型企业”两大类。其中生命型企业更具生命力,根据他的分析,这类企业的基本素质是:

(1) 对自己周围的环境非常敏感。企业是一个开放系统,环境的变化必然影响其生存和发展。长寿企业始终保持对环境的敏感性,迅速感知政治、经济、技术等环境因素将要发生的重大变化,并能及早做出反应,因地制宜地与周围的世界保持和谐,充分利用环境变化产生的机会发展自己,化解环境变化给企业带来的不利影响。

(2) 企业具有凝聚力。员工具有较强的认同感,企业把员工看成是相互依存的合作者,而不是单纯的雇佣关系。企业与员工具有相同的价值取向。管理人员的每一代都是企业代代相传链条上的一环,为企业的长盛不衰而管理。

(3) 宽容与宽松的人文环境。宽容是指在保持完整的前提下采取多元化和分散的策略。宽容能促进企业吸收和培养新人、新思想,使企业更适应环境,更有利于企业的生存。

(4) 稳妥的财务政策。企业资产负债结构合理,企业自有资金的比例较高,既能有效地控制自己的成长与进化,又能不失时机地把握机会,调整组织机制,使企业能与时俱进。

### 1.2.3 企业生态系统理论

以企业生命周期理论、企业生命理论为代表,对生命型企业有关理论的研究主要集中在对企业个体的研究。

笔者在20世纪80年代初就开始从企业生态系统的层次来研究企业生命理论,笔者认为:

(1) 企业生态系统是一个自适应复杂系统。

(2) 组成企业的人是“自适应契约人”,他不但具有适应环境的能力,并且有改造环境的创新能力;“自适应契约人”掌握信息、识知能力、处理问题能力是有限的,所以是有限理性的,单独个体是脆弱的,所以他们有组织起来的倾向和适应组织的能力;他们不仅要追求自身利益极大化,并且会利用自身掌握的私有信息实施谋求自身利益而损害他人利益的行为,所以决定了企业内部具有不稳定性。

(3) 企业同样是“自适应契约人”,它对环境具有自适应和创新改造环境的能力;它是有限理性的,因而会决策失误;它会追求自身利益极大化,并且会表现出机会主义行为,环境资源的有限性和企业追求自身利益极大化决定了企业的竞争性。



(4) 企业间的竞争性、自适性、创新性和有限理性决定了企业生态系统的复杂性。

(5) 企业研究必须从竞争的角度,从企业与其所处的生态环境的角度来把握,企业研究的根本内容:一是如何维持企业内生态环境的动态稳定性;二是如何使企业适应竞争的生态环境。

(6) 企业管理是制度安排,是设计和执行一种合适的制度,以确保企业内生态环境的动态稳定性和适应竞争的外生态环境。

本书是以上述理论为框架所构建而成的。