

基于星系模型的 我国保险公司竞争力评价研究

罗亚玲 著



四川大学出版社

Xingxi Moxing De Woguo
Baoxian Gongsi
Jingzhengli Pingjia Yanjiu

基于星系模型的 我国保险公司竞争力评价研究

Jiyu Xingxi Moxing De Woguo
Baoxian Gongsì Jingzhengli Pingjia Yanjiu

罗亚玲 著



四川大学出版社

责任编辑:曾 鑫 梁 胜

责任校对:朱兰双

封面设计:墨创文化

责任印制:李 平

图书在版编目(CIP)数据

基于星系模型的我国保险公司竞争力评价研究 / 罗亚玲著. —成都:四川大学出版社, 2009. 6

ISBN 978-7-5614-4448-1

I. 基… II. 罗… III. 保险公司-企业管理-研究-中国 IV. F842. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 101736 号

书名 基于星系模型的我国保险公司竞争力评价研究

著 者	罗亚玲
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5614-4448-1
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	148 mm×210 mm
印 张	8.25
字 数	221 千字
版 次	2009 年 6 月第 1 版
印 次	2009 年 6 月第 1 次印刷
定 价	20.00 元

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。电 话:85408408/85401670/85408023 邮政编码:610065

◆本社图书如有印装质量问题,请寄回出版社调换。

◆网址:www.scupress.com.cn

目 录

第一章 保险公司竞争力相关理论综述	(1)
第一节 企业竞争理论	(1)
一、古典经济学的竞争理论.....	(1)
二、新古典经济学的竞争理论.....	(2)
三、马克思的竞争理论.....	(4)
第二节 企业竞争力理论	(6)
一、基于竞争优势的企业竞争力理论.....	(7)
二、基于资源的企业竞争力理论.....	(9)
三、基于能力的企业竞争力理论.....	(11)
四、基于业务流程的企业竞争力理论.....	(13)
第三节 保险公司竞争力研究概述	(14)
一、国外保险公司竞争力研究.....	(14)
二、国内保险公司竞争力研究.....	(17)
 第二章 基于星系模型的保险公司竞争力评价体系	(27)
第一节 保险公司竞争力的含义	(27)
一、竞争、竞争力与企业竞争力.....	(27)
二、保险公司竞争力的概念.....	(30)
第二节 保险商品、保险公司与保险公司竞争力的特征	(30)
一、保险商品与保险公司的特征.....	(30)
二、保险公司竞争力的特征.....	(32)

第三节 揭示保险公司内在运行机理的竞争力星系模型

.....	(34)
一、国内外保险公司竞争力研究存在的缺陷.....	(34)
二、保险公司竞争力星系模型.....	(38)
三、保险公司竞争力星系模型的核心圈层.....	(39)
四、保险公司竞争力星系模型的内容圈层.....	(40)
五、保险公司竞争力星系模型的手段圈层.....	(43)
六、保险公司竞争力星系模型各圈层之间的关系.....	(46)

第四节 基于星系模型的保险公司竞争力评价体系..... (54)

第三章 基于星系模型的我国保险公司竞争力评价..... (60)

第一节 我国保险业与保险公司的发展成果..... (60)

一、我国保险业发展取得的成果.....	(60)
二、我国保险公司发展取得的成果.....	(69)

第二节 我国保险公司竞争力评价..... (75)

一、保险业务评价.....	(75)
二、资金业务评价.....	(83)
三、人才竞争力评价.....	(88)
四、产品竞争力评价.....	(99)
五、公司治理能力评价.....	(117)
六、投资能力评价.....	(128)

第四章 发达国家保险公司竞争力提升的经验借鉴..... (142)

第一节 发达国家保险公司人才的竞争力..... (142)

一、发达国家保险公司的人才制度.....	(142)
二、发达国家保险公司人才竞争力的启示.....	(151)

第二节 发达国家保险公司产品创新的经验..... (152)

一、发达国家保险公司的产品创新.....	(152)
二、发达国家保险公司产品创新的启示.....	(159)

第三节 发达国家保险公司治理结构的经验·····	(162)
一、发达国家保险公司的治理结构·····	(162)
二、发达国家保险公司治理结构的启示·····	(169)
第四节 发达国家保险公司资金运用的经验·····	(172)
一、发达国家保险公司的资金运用·····	(172)
二、发达国家保险公司资金运用的启示·····	(190)
第五章 提升我国保险公司竞争力的路径·····	(193)
第一节 提升竞争力的前提：实现人才合理配置·····	(193)
一、树立科学的保险人才观念·····	(194)
二、完善保险人才的市场管理机制·····	(195)
三、引进高层次人才，发挥行业自律作用·····	(198)
四、改进保险人才教育培训工作·····	(200)
五、完善保险人才薪酬福利体系·····	(202)
六、完善保险公司人力资源管理制度·····	(206)
第二节 提升竞争力的基础：增强产品竞争力·····	(209)
一、利用信息技术创新服务方式·····	(209)
二、加强银行保险产品的开发·····	(211)
三、开发个性化差异化产品·····	(214)
四、实现保险产品的市场化·····	(215)
五、开发适合老年人的产品·····	(215)
六、拓宽保障型保险产品领域·····	(216)
七、增强保险产品的服务功能·····	(216)
第三节 提升竞争力的核心：完善公司治理结构·····	(217)
一、优化股权结构，实现股权多元化·····	(217)
二、完善董事会制度，强化董事会职责·····	(218)
三、规范管理行为，健全激励约束机制·····	(219)
四、完善监事会构成，强化监事会职能·····	(221)
五、发挥特殊岗位风险控制作用·····	(221)

六、建立完善的信息披露制度.....	(222)
七、发挥独立董事的监督作用.....	(222)
第四节 提升竞争力的关键：增强资金运用能力.....	(223)
一、拓宽保险投资渠道.....	(223)
二、提高保险投资收益率.....	(227)
三、加强保险资金风险管理.....	(229)
参考文献.....	(244)

第一章 保险公司竞争力相关理论综述

第一节 企业竞争理论

一、古典经济学的竞争理论

1776年,亚当·斯密提出了古典经济学说,首创了古典自由竞争理论。19世纪中叶,约翰·穆勒对其进行了发展。斯密研究经济问题、创建经济学体系的出发点是把个人视为“经济人”(这一概念是由穆勒最早提出的),认为个人利益与社会利益具有一致性,每个人可以自由地追求利益。既然参与经济活动的人是“经济人”,那么,是什么东西将具有不同利益追求的人协调在一起,并使之有利于社会呢?斯密认为是竞争机制与“看不见的手”。此外,斯密还提出了“自然秩序”原理。所谓自然秩序,是指各种事物都听任其自然发展,即“一切都听其自由”。斯密之所以强调自然秩序,是因为人为秩序的结果可能导致垄断,而垄断限制了竞争,破坏了市场上“看不见的手”的自发调节作用,产生了各用途之间资本的不均等,与此相反,自然秩序可以保证竞争在任何时间、任何地点都能充分发挥作用。

斯密关于“经济人”、“看不见的手”以及“自然秩序”三者的论述,形成了他的自由竞争理论。同时,斯密还通过对诺思(Dudley North)“国际分工”思想的发展,提出了自由贸易的主张。斯密认为,正像国内每个生产部门内部和生产部门之间存在着分工,并且这种分工的发展能够提高劳动生产率一样,国际上不同

地域之间也存在着分工,这种国际地域分工通过自由贸易能够促进各国劳动生产力的提高。斯密还断言,国际地域分工是自然形成的,而且是不可改变的。由此可以看出,斯密的自由竞争理论是专门限定在一国市场内部交易的行为,至于国际市场之间的交易行为(国际贸易),斯密认为自由竞争理论并不适用。

斯密的自由竞争理论奠定了古典经济学中完全竞争理论的雏形,同时,还引导了19世纪后3/4时间西方经济学关于竞争论述的流行观点。斯密所描绘的在竞争和市场调节基础上的经济过程,是假设经济处于一种自然状态,即价格信息能被及时反馈,市场供求状况能被准确了解和不存在人为干预等条件。这类似于当代西方经济学所指的完全竞争模式,虽然过于理想化,但从当时的实际情况看,则有反对国家干预经济生活的意义。

二、新古典经济学的竞争理论

新古典竞争理论在其发展过程中产生了两大分支,即完全竞争理论和非完全竞争理论。

1. 完全竞争理论

完全竞争理论大体上是指19世纪后半叶“边际革命”以来至20世纪20年代围绕市场均衡理论和价格理论形成的竞争理论,杰文斯、马歇尔、瓦尔拉斯等人为该理论创始人。完全竞争的市场被假定为不存在垄断、没有摩擦、自动保持均衡的市场,市场参与者能够获取充分且对称的信息,而且在一般均衡情况下,能够最大限度地扩大生产者的利润,满足消费者的需要,最有效地使用国家的稀缺经济资源。在不重新分配稀缺经济资源就能生产出使生产者增加利润和消费者更满意的产品时,一定时间内的静态效率就达到了,而由经济增长和发展引起的动态效率则没有存在的余地。

由完全竞争理论出发,可以发现,完全竞争条件下的经济制度是一种自由放任的制度。生产者和消费者都不具备市场支配力,生产者要根据消费者的偏好安排生产,而消费者则以货币形式对各类

消费品（商品及服务）进行选择。在完全竞争理论中，支配市场的力量是自身的自发作用，如生产者利润最大化的实现，即受到自由竞争条件下供求规律影响，也必须满足“边际收入”等于“边际成本”这一条件。

虽然完全竞争理论的分析方法在经济分析上发挥过巨大的作用，但是，由于完全竞争模式在本质上是非发展的，因而，这一理论本身存在严重的局限性。第一，完全竞争理论无法说明经济制度的变革原因。第二，即使在资本主义制度下，完全竞争理论的种种基本假设排除了导致竞争性经济制度的结构和理论发生根本变化的一切因素，从而，它也无法说明 19 世纪末至 20 世纪初，资本主义由自由竞争阶段向垄断阶段转变过程中所出现的种种现象。第三，在完全竞争理论中，“经济人”的理性被假设为能导致社会的理性，这使得它无法解释目前出现在发达资本主义国家中的所谓外部性问题，如环境污染、种族歧视和贫困等问题。

2. 不完全竞争理论

尽管完全竞争理论本身存在许多缺陷，但是，新古典学派并没有完全放弃这一理论，并且从 20 世纪 30 年代开始，部分新古典经济学家如罗宾逊、张伯伦等人开始在竞争模式基础上，扩大经济分析范围，着手研究那些尚未包括在完全竞争模式中的诸多因素，不完全竞争理论即由此产生。

罗宾逊从消费者偏好和产品之间替代的可能性出发，提出不完全竞争理论。罗宾逊认为，所有消费品都处于消费者的购买力之内，就此而言，产品之间构成了一个替代链条，在一级产品之内替代可能性大于两级产品之间替代可能性的条件下，替代链条就会因为存在替代缺口而中断。所以，消费者偏好的存在性就会导致市场不完善。如果大量厂商都能在一个完善的市场（不存在消费者偏好）上卖掉自己的产品，这种状态就是完全竞争。但是，由于存在市场不完善因素，完全竞争状态是达不到的，不完全竞争才是常态。

张伯伦则主要从产品的差异性出发，提出了他的垄断竞争理论。张伯伦认为，在现实的市场中大部分产品都是由很多生产者生产出来的，因而存在着激烈的竞争。由于产品之间存在差异，每个生产者在自己的局部市场内成为垄断者，并且，产品的差异越大，其垄断程度也越高。这种既有竞争因素，又有垄断因素的状态，被称之为垄断竞争。在张伯伦看来，完全竞争与完全垄断都是极端状态，而介于这之间的垄断竞争才是存在于绝大部分市场上的一种常态。在这种垄断竞争的市场中，生产者不仅进行价格竞争，而且也进行产品质量、广告等非价格竞争。与完全竞争相比，垄断竞争更接近于现实市场的竞争过程。但是，张伯伦仍认为，垄断竞争市场不如完全竞争市场有效，因为垄断竞争下的均衡点高于完全竞争的均衡点，即产品价格较高而产量较低。

虽然从历史上看，不完全竞争理论是对完全竞争理论的发展，但是，从总体上看，它仍未摆脱完全竞争理论的教条与束缚。第一，不完全竞争理论的分析方法基本上沿袭了完全竞争理论的静态分析方法，并无突破和创新。第二，尽管不完全竞争理论把介于完全竞争与垄断之间的现实市场竞争状态作为一种常态，并对这种状态下的价格形成和均衡问题进行了分析，然而，它仍将完全竞争作为一种理想状态，认为完全竞争市场效率更高。在其竞争政策中仍坚持以消除竞争中的不完善因素作为目标，力求实现完全竞争。第三，不完全竞争理论还认为，市场不完全竞争本身也具有向完全竞争方向发展的趋势，从长期看，现实市场竞争状态与完全竞争状态更为接近。

三、马克思的竞争理论

马克思的竞争理论主要贯穿于价值理论、资本与剩余价值理论中，而且服从于价值理论与剩余价值理论。马克思经济理论的任务是阐明资本主义生产方式的运动规律，揭示资本与剩余价值生产、分配的秘密。马克思分析的对象是自由竞争的资本主义，为了说明

价值的形成与实现过程以及剩余价值的生产与分配过程，必然要对竞争在这些过程中的作用加以说明，由此形成了马克思的竞争理论。

概括来讲，马克思的竞争理论主要包括以下两方面的内容：

一方面，竞争规律是同剩余价值规律共同发生作用的规律。剩余价值规律是马克思经济理论的基石和核心，它指出了剩余价值产生的前提，揭示了剩余价值的来源、实质及其产生的基本方法和手段，从而揭示了资本主义剥削的秘密。因此，它是资本主义社会的基本经济规律，决定着资本主义社会生产发展的主要方面和主要过程。同时，资本主义社会作为商品经济高度发达的阶段，其现实的生产和交换是通过商品的生产和交换这一外在形态予以表现和实现的，因此，资本主义的全部生产过程要受商品生产和交换的基本规律——价格规律的支配。马克思认为，商品经济条件下的竞争是以价值规律为前提的，遵循相应的竞争规律发挥作用。在价值规律作用下，各经济主体之间展开竞争，这里的竞争主要表现在生产者之间的竞争。这样，竞争规律便在剩余价值规律驱动下，以价值规律为轴心，在资本主义社会经济生活中发生作用。

另一方面，竞争在资本主义经济发展中发挥着巨大的作用。首先，竞争成为增加相对剩余价值的推动力量。马克思认为，剩余价值有绝对剩余价值与相对剩余价值之分，通过缩短必要劳动时间获取的绝对剩余价值是资本家追逐超额剩余价值的结果，并通过相互间激烈的竞争予以实现。其次，竞争引起生产要素的流动和资源的再配置。马克思认为，资本积累和扩大再生产，是资本主义发展的必然趋势，在你死我活的竞争中，资本家为了增强自己的实力，使自己在竞争中获胜，必须不断投入更多的资本，以扩大生产，采用新技术，降低生产成本，提高劳动生产率。竞争的结果使资本、劳动力等生产要素不停地从利润低的部门向利润高的部门转移，竞争也相应的由部门内部扩展到部门之间。随着竞争的升级，社会经济资源、人文资源乃至自然资源也会不断地在不同部门进行再配置。

最后，竞争成为利润分配的调节机制。占有和瓜分剩余价值是资本家追求自身利润的必然要求，随着资本主义经济的发展，同一生产部门内以及不同生产部门之间的相互竞争日益加强，在此基础上形成了平均利润率，从而使价值转化为生产价格。

在经济学说史上的竞争理论形成与发展过程中，马克思的竞争理论具有其独立的、重要的历史地位。他将竞争看做是历史的范畴，并且第一次揭示了在竞争现象背后所掩盖的经济关系本质。古典竞争理论显然也看到了竞争的动力支配着人们行为的经济利益，然而，他们将自由竞争与资本主义生产方式看成是永恒的历史范畴。后来的新古典竞争理论则完全从竞争的表面现象出发，把完全竞争视为最理想、最和谐的均衡状态，把资本主义生产方式看成是自然的、唯一的生产方式。由此可见，马克思竞争理论与古典、新古典竞争理论之间存在本质区别。此外，马克思竞争理论始终将竞争看做一个动态过程，通过考察竞争过程中技术进步、劳动生产率的提高对价值形成和价值实现的影响，在竞争理论发展史上第一次揭示了竞争过程的动态性质。当然，由于马克思竞争理论着重探讨的是自由资本主义阶段的竞争，使得这一理论不可避免地具有一定的历史局限性。

第二节 企业竞争力理论

关于企业竞争力的研究，在全世界范围内都颇受关注。西方理论界对如何建立和维持企业的竞争优势进行了大量的研究，虽然没有直接用企业竞争力这样的词语，但这些研究绝大部分与企业竞争力有关。日本政府最早于1947年提出了企业竞争力问题，并进行了广泛的研究。此后美国政府也开始关注企业竞争力。在长达十余年的全国性讨论中，美国官方和学术界以及新闻界发表了大量研究报告、学术著作以及各种资料，从而开辟了开放经济下产业国际竞

争力研究之先河。美国、西欧、日本等发达国家的研究成果处于国际领先水平。

一、基于竞争优势的企业竞争力理论

20 世纪 70 年代诞生的企业战略理论为理解企业竞争力提供了理论支持。其核心思想,是在某一结构化产业内寻求企业生存和发展的空间,通过资源配置,实现市场扩大的目标;其战略重点是从既有的产业市场出发,使企业适应环境。这一学派认为,企业的竞争力通过其市场占有率的高低来反映。企业资源配置、经营活动的优先顺序、产品的开发、成本的降低、质量的提高等都是以提高企业的产品市场占有率为中心。

哈佛商学院教授 Porter 发表了著名的三部著作即“竞争三部曲”:《竞争战略》(1980)、《竞争优势》(1985)、《国家竞争优势》(1990),大大丰富了竞争理论,促进了企业竞争力研究的发展,并对实践产生了巨大影响。Porter 的企业竞争力理论主要由企业竞争定位理论、企业基本竞争战略理论和价值链理论三个核心内容构成。Porter 认为产业环境中存在潜在进入者、替代品威胁、供方议价能力、买方议价能力和同业竞争者这 5 种基本力量,这 5 种竞争力决定了产业的赢利水平。因此 Porter 认为企业要获得竞争优势需要选择能够长期盈利的产业,并提出总成本领先、差异化和重点集中来使企业获得竞争力的三种基本战略。具体内容如下:

1. 提出了关于企业竞争力的“五力模型”

“五力模型”:行业内部现有竞争者间的抗衡、潜在的进入者、替代品、购买者的讨价还价能力、供应者的讨价还价能力。这五种基本竞争力量的状况及其综合强度,决定着行业竞争激烈程度,决定着行业获取利润的最终潜力。从战略形成的观点来看,五种竞争力量共同决定行业竞争的强度和获利能力。但是,各种力量的作用是不同的,常常是最强的某个力量或某几个力量处于支配地位,起决定性作用。企业在制定经营战略时,应分析每个竞争力量的来

源,确定某个行业中决定和影响五种基本竞争力量的基本因素,弄清企业生存的优势和劣势,寻求企业在本行业中的有利地位。“五力模型”开阔了企业研究竞争力的视野,提供了一个结构完整的系统分析工具。同时,“五力模型”还为研究企业竞争力提供了基于产业环境的一种分析思路。

2. 提出价值链理论

认为企业生产是一个创造价值的过程,企业的价值链是企业从事的各种基本活动和辅助性活动的集合体。对企业内部条件的审计,一方面可以对每项价值活动进行逐步分析,以发现企业存在的优势和弱点;另一方面也可以分析这个价值链中各项活动的内部联系。这种联系以整体活动最优化和协同这两种方式给企业带来优势。通过价值链分析就可以发现,企业的优势既来自于构成价值链的单项活动本身,也来自于各项活动之间的联系。而且从更广泛的角度讲,企业的价值链蕴藏于范围更广的价值系统中。供应商具有创造和发送用于企业价值链中投入外购的价值链,而企业的产品最终又会成为买方价值链的一部分。因而企业优势既来源于价值活动所涉及的市场范围调整,也来源于企业间协调或合用价值链带来的最优化效益。

3. 三种基本竞争战略

三种基本战略即成本领先、差异化和重点集中化战略。成本领先战略指企业通过在内部加强成本控制,在研究开发、生产、销售、服务和广告等领域里把成本降到最低限度,成为行业中的成本领先者的战略。企业采取成本领先战略能形成进入障碍、增强讨价还价能力、降低替代品的威胁、保持领先的竞争地位。差别化战略是指企业提供与众不同的产品和服务,满足顾客特殊需求,形成竞争优势的战略,企业运用这种战略主要依靠产品和服务特色,而不是依靠产品和服务的成本。企业采用这种战略,可以很好地防御行业中的五种竞争力量,从而获得超水平的利润。一般来讲,采用重点集中战略的企业,基本上是特殊的差别化企业或特殊的成本领先

企业。重点集中战略与前两个战略一样，可以防御行业各种竞争力量，使企业在本行业中获得高于一般水平的收益。

Porter 否定了单纯追求市场占有率的做法，他认为，对企业竞争力的理解还应包括企业是否处于一个有竞争力的行业。Porter 对企业竞争力的研究重点在于市场结构和企业业绩的关系，即强调产业选择与市场定位，产业选择可以使企业避免栖身于无吸引力的产业。同时 Porter 还认为，企业获得超过行业平均水平的利润，要从两个方面，即比竞争对手更高的价格或者比竞争对手更低的成本来实现。企业之间价格和成本的差异分别来自不同的方面。一个是通过不同的经营效率；另一个是通过战略地位带来价格和成本的差异。要理解产生差异的实质，就必须把企业看做是各种经营活动组成的价值链，它们之间相互联系、相互影响。企业要建立持续的竞争力，就要不断地改善各种活动之间的关系，提高经营效率。企业持续性的业绩差异，往往在于企业采取不同于其他企业的战略定位。因此 Porter 认为，竞争优势战略的关键在于选择，即企业向市场提供某种价值，同时必须决定放弃什么。

二、基于资源的企业竞争力理论

资源能力观的兴起，表明企业竞争力的研究重点从企业外部转向企业内部，从企业所处的产业环境、企业的战略定位，转移到企业的内部资源和能力上来（许可，徐二明，2002）。

企业资源基础论是由战略管理理论、产业经济学和组织学等多学科结合与创新的产物。在由 Penrose（1959）倡导的“企业内在成长论”的基础上提出了基于资源基础的公司战略理论，主要代表人物有：Rumelt、Wernerfelt 等。以 Wernerfelt 等人为代表的企业资源基础论主要解释两个问题：一是企业如何获得竞争优势；二是企业的竞争优势如何得以维持。该理论认为，企业业绩的产生主要依靠拥有产生租金潜在价值的资源。其核心内容是资源如何影响组织行为及公司业绩的过程。资源基础论主要关注企业内部组织，

是对强调产业结构和战略优势的竞争优势理论的补充。

企业资源基础论认为,企业是一个资源集合体。企业资源的内容十分丰富,包括所有的资产、能力、组织过程、企业性质、信息、知识等。为更确切地理解资源的含义,可将资源进一步分为三大类:物质资本资源、人力资本资源、组织资本资源。物资资本资源包括企业的厂房设备、技术、地理区位以及原材料的供给情况等;人力资本资源包括企业的培训、经验、知识、关系、员工的能力等;组织资本资源包括企业内部的正式组织结构、正式和非正式的计划、控制和协调系统、企业内部及企业间的非正式的关系等。

企业的每种资源都有不同的用途,在生产和经营过程中开发的独特资源是企业持续竞争优势的潜在源泉,并使企业收益达到较高水平(Penrose, 1959)。Wernerfelt (1984)首次完整地表达了这一观点,Barney (1991)在此基础上进行了更为深入的研究。他们认为,企业的资源和能力是异质的,这种异质性决定了一个行业中不同企业在绩效上的不同。企业可以通过提高所占资源的质量或者通过比竞争对手更有效地使用资源来获得竞争优势,当这种资源不易模仿时,企业就获得了持续的竞争优势。这些能为企业带来持续竞争优势的资源应具有价值性、稀缺性、难以模仿性和难以替代性等特征。在特定的产业中,稀有的、难以模仿的、难以替代的、能够创造价值的资源被称为“战略性资源”(Tailan, 1994)。根据这一假设,该理论认为只要公司拥有具有这四大特征的资源,该公司就可以通过制定个性化的战略规划来获取持续竞争优势,因为这些资源很难被竞争对手仿制。当资源及其相关的行动系统密切衔接之后,资源中所蕴涵的潜在的持续竞争优势就可以真实地表现出来。

企业资源基础论放松了理论假设,在资源异质性和非完全性的基础上提出了企业竞争优势的新方法,从企业内部入手,分析企业如何通过占有和挖掘能够产生竞争优势的资源来确定自己的竞争地位。该理论认为,并不是所有企业都具备持续的竞争优势,竞争地位归根到底取决于企业控制的资源状况,即与知识相关的、看不见