理 论 机 制 篇

需要全本请访问 www.ertongbook.com

1. 现代企业成长的模式及特征

本章提要 从新古典经济学派创始人英国经济学家阿费里德·马歇尔到现代企业理论的科斯，本章通过全面考察企业成长理论发展，认为按照对企业成长论述的特征，可将有关企业成长的理论划分为三个时期，即新古典理论时期、模型理论时期、结构理论时期。内部化、实用化、机制化、结构化是企业成长理论发展趋势。在此基础上，首次构造了研究企业成长的模式及特征的理论框架。归结出，现代企业成长是以结构发展变化为核心的质、量互动的过程，基于经营结构发展的企业成长可分为如下三种模式：①规模型成长，②多角化成长，③纵向成长。其中多角化又分为相关多角化、非相关多角化，纵向成长又分为完全纵向一体化、不完全纵向一体化、准一体化、不完全准一体化等类型。还分析了基于组织结构发展的分散化成长和集团化成长，以及基于空间结构发展的跨国经营型成长。认为企业成长具有规模成长的基础性、结构关联适应性、多重边界性、组织成长的生命周期性等重要规律，从不同角度揭示了企业成长的一般规律。

1.1 企业成长理论及其发展趋势

迄今为止，尚没有形成完整系统的企业成长理论。有关企业成长的论述，蕴含在新古典的和现代的企业（厂商）模型及理论中。为了研究企业成长模式,这里首先考察企业成长的理论。

1.1.1 企业成长犹如森林中树木生长

成长的概念来源于生物学，一般指生物有机体由小到大发展的机制和过程。最早明确地将企业比作生物有机体的是新古典经济学派创始人英国经济学家阿费里德·马歇尔（Alfred Marshall)。马歇尔在他的名著《经济学原理》中用森林中树木生长规律来阐述企业成长的原理,指出‘一个企业成长、壮大,但以后也许停滞、衰朽。在其转折点，存在着生命力与衰朽力之间的平衡或者均衡。”马歇尔关于企业作为生物有机体成长的主要观点在于，指出了企业成长是一个适者生存、自然淘汰的过程，强调了纯粹竞争市场条件下的企业成长。[1]

1.1.2 利润最大化

传统企业理论是新古典经济学派的企业理论。其主要的基本前提有：[2](1)企业的主宰是独一无二的业主（即经营者），在这里所有权和经营管理权是结合在一起的；(2)企业的唯一目的是追求最大利润，这里假定没有时间、信息等方面的约束，企业

行为是完全合乎理性的；(3) 应用边际原理实现最大利润。

可见，在传统企业理论中，成长的目标假设在于利润最大化；边际成本等于边际收益是追求这一目标的基本原理；企业成长的市场环境由完全竞争发展到垄断竞争或不完全竞争。美国经济学家张伯伦（Chamberlin）和英国经济学家罗宾逊夫人(Robinson)[3]是垄断竞争理论的主要代表人物。

在本世纪三四十年代，传统企业理论的基本前提已经动摇，主要体现为：(1)企业逐渐成为复杂的组织结构，而不是简单的作坊或工厂；(2)企业所有权与管理权分离；(3)利润最大化不再是企业成长的唯一目标；(4)不一定采用边际原理。为此，理论界出现了对边际主义的批评和激烈论战[4]，一些新的企业理论模型随之产生。

1.1.3 销售收益与效用最大化

经理型企业理论的主要代表人物有鲍莫尔（Baumol）、马里斯(Marris)、威廉姆森(Williamson)。鲍莫尔于 1959 年出版的《企业行为、价值与增长》一书中提出了“销售收益最大化模型”。[5]图 1.1表示了鲍莫尔单一产品的静态模型。在图 1.1 中，OQ_1 为获得最大销售收益的产出，OQ_2 为利润最大化的产出。

鲍莫尔指出，现实世界中的企业，受到许多因素的制约，最终可接受的利润水平位于 OQ_1 与 OQ_2 之间的产出 OQ_3 所对应的利润水平(π_m) 上。鲍莫尔在模型中强调，企业不一定以利润最大化为成长目标，而是在利润最大化与销售额最大化之间寻求某一个适当的利润水平。

马里斯在他 1963 年发表的《经理企业模型》论文和 1964 年

需要全本请访问 www.ertongbook.com

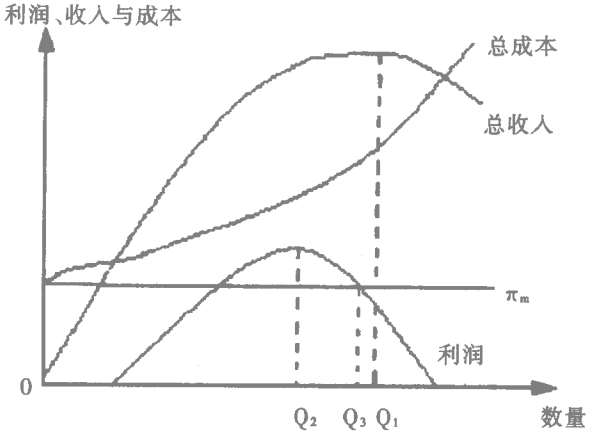


图 1.1 鲍莫尔销售收益最大化模型

出版的《经理资本主义理论》一书中提出了企业的增长模型。马里斯认为,[6]在“经理资本主义”中，管理的主要目标是企业规模的增长。

此外，马里斯还将产品多样化率作为一种模型的政策变量。马里斯认为企业的产出(X)在开始时随多样化率(d)增加而增加,当 d 达到适度水平时，研究与开发人员能力得到充分利用,X 达到最大；d 超出一定限度,X 反而下降。图 1.2 表示了 X 与 d 的关系。

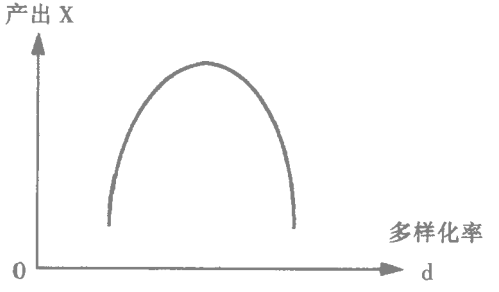


图 1.2 马里斯模型中产出与多样化率的关系

从研究企业成长的角度看，马里斯模型的意义在于：探讨了企业增长率与诸因素之间的关系和制约；考虑了产品多样化的作用。

威廉姆森在 1963 年提出了企业经理效用函数，见式 1.1。

$$V = f(S, M, Id) \tag{1.1}$$

式中 S 为雇员开支，M 为经理津贴，Id 为可支配的投资。威廉姆森认为，企业经理可通过实现效用函数的最大化来促进企业成长。

1.1.4 有限理性原则和满意原则

行为型企业理论产生于 50 年代。西蒙(Simon)于 1955 年发表的《合理选择的行为模型》一文，是对行为模型的开创性研究。随后塞尔特(Cyert)和马奇(March)对西蒙的理论进行了深化和发展,于 1963 年出版了《行为型企业理论）一书。行为型企业理论的突出贡献在于提出了著名的有限理性原则（Bounded Rationality）和满意原则(Satisfying Criteria)。这一理论认为,企业是目标相互冲突的群体之间的结合体，企业成长应以寻求满意为原则而不一定寻求最优，企业经理的时间、信息、能力等都是有限的，其行动也只能是有限度的合理行动，而不是完全理性的。西蒙的行为理论产生了重大影响，他本人因此荣获诺贝尔经济学奖。

1.1.5 战略协同性

“战略”一词来源于军事，主要是指对战争全局的筹划和指

导。企业战略概念的提出并应用于企业管理是本世纪 70 年代的事情。企业战略理论的历史虽然不长，但对企业的生存和成长起了重要的作用。我们可以从战略学家对企业战略的定义看企业战略与企业成长的关系。

美国学者纽曼(Newman) 认为，企业战略应包括:(1)经营范围的选择;(2)为经营范围服务的特异优势；(3)战略推移和可能的时间策略;(4)所追求的目标结果。

安德鲁斯(Andrews) 认为，企业战略是由企业的各种目标交织构成的独特模式以及实现目标的主要政策与计划。它们将明确企业现在与未来的经营领域以及企业现在与未来的类型。

美国战略管理专家安索夫 (Ansoff) 认为，企业战略本质上是一组对企业行为予以引导的决策准则。他认为企业战略由四个要素组成:(1)产品与市场范围，即企业战略应该首先明确企业现在的产品结构和市场范围及其未来可能发展的趋向；(2)竞争优势，即选择具有竞争优势的产品与市场；(3)协同效应,即对于多品种生产的企业，应有一个共同的战略，以便为它们所有的活动提供统一目标，并应寻机挖掘企业在它的不同行业和不同经营活动之间的协同潜力，追求企业成长过程中销售、经营、投资和管理方面协同作用最大化；(4)成长向量，即企业战略应包括对企业发展与成长方向的选择，即包括市场渗透、市场开发、产品开发和多角化经营等。

美国学者科特勒(Kottler)在其名著《市场营销管理》中提出了企业战略可归为三类:(1)密集型发展，即在企业现有业务中寻找更进一步的发展机会，如通过市场渗透、市场开发谋求发展;(2)整体发展战略，寻求机会，探求与企业目前业务相关的发展机会，如可通过前向一体化，或后向一体化，或横向一体化寻

求发展；(3)多角化发展战略，是指利用与企业目前业务无关却有吸引力的业务发展机会。[7]

从以上战略学家对企业战略的论述,我们看到,企业的经营范围及其发展是企业战略制定的重要内容，企业成长的方向正是这一范围变动发展的一种体现。本书所研究的多角化成长、纵向一体化成长被许多战略学家很自然视为一种战略研究的内容。从企业的分战略角度看，我们所研究的企业成长模式主要体现为产品战略，是企业战略体系的核心内容，此外，也与市场战略、技术开发战略、组织战略有比较密切的关系。

1.1.6 层级结构与企业契约联结

70年代以来，企业理论得到了迅速发展，并呈现出多学科交叉的局面，成为现代经济学的前沿。[8]我们将这一时期新的企业理论称之为现代企业理论，其主要代表人物有科斯(Coase)、钱德勒(Chandler)、詹森(Jensen)、麦克林(Meckling)、阿尔奇安(Alchian)、德姆塞茨(Demsetz)[9]、威廉姆森等。

(1)科斯关于企业扩张成长的理论

科斯认为，“企业的显著标志是对价格机制的替代”[10]。在他1937年发表的后来成为新制度经济学开创之作的《企业的性质》一文中，针对正统经济学将企业理解为生产函数，将市场视为实现协调的唯一手段的思想，他指出，企业与市场的机制可以相互替代；无论市场机制还是企业组织内部协调机制，都是有成本的；企业不可能无限制地扩张成长，一个企业扩张成长，直到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。在这里我们清楚地看到，科斯理论不同于正统经济学之处在于强调了交易成本和组织成本的并存，并视企业增加交易为企业扩张成长的重要途径。同样，我们也看到，科斯承认企业内部的组织成本，是以企业内部的科层组织结构为基础的。

(2 钱德勒关于现代企业成长的论述

美国著名企业史学家钱德勒在 1977 年出版的《看得见的手——美国企业的管理革命》一书中明确提出了现代企业的概念。[11]他的现代企业概念突出了四个要点：①层级结构；②多单位和多种经济活动；③交易内部化；④内部交易由支薪经理所

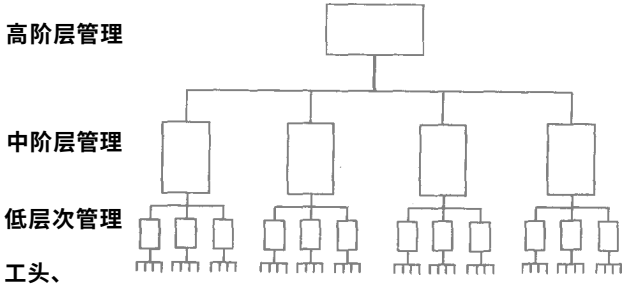


图 1.3 现代企业的基本层级结构

控制和协调。钱德勒现代企业的基本层级结构见图 1.3。

钱德勒还指出，企业多角化和纵向一体化是现代企业成长的主要策略。

(3)詹森和麦克林的企业“法律虚构”[12]模型理论对研究企业成长的启发

詹森和麦克林于 1974 年提出了基于“法律虚构”框架的企

业模型理论，认为大部分社会组织都是一种法律虚构（Legal Fictions），这种虚构成为在个人之间的一系列“契约”的联结点（Nexus）。就企业而言，这一组‘契约关系’就是劳动所有者、物资材料投入和资本投入的提供者、产品的消费者之间的契约关

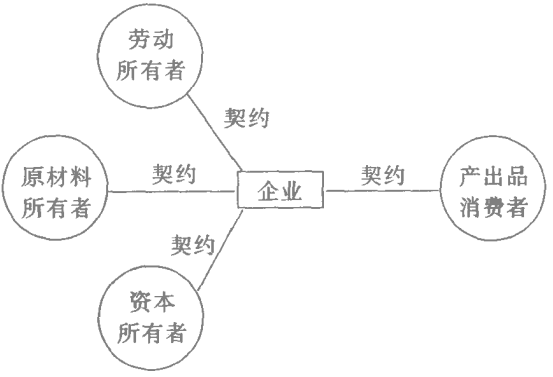


图 1.4　詹森、麦克林的契约联结企业模型

系。作为契约关系联结点的企业模型如图 1.4 所示。

詹森和麦克林的模型对于研究企业成长的启示在于，如果将企业看作一个契约联结的组织，那么，企业对外部契约的增多或延伸也可以看作是企业成长的一种模式，即企业也可以基于契约增多而成长。

1.1.7　企业成长理论发展趋势

按照对企业成长论述的特征，可将有关企业成长的理论划分为三个理论时期，即新古典理论时期、模型理论时期、结构理论时期。

(1)新古典理论时期。这一时期研究的侧重点为企业成长

需要全本请访问 www.ertongbook.com

外部的市场结构环境，以及企业在竞争中追求最大利润的行为。这一时期所谓的企业成长，仍是基于企业利润、销售额的规模增长，而没有涉及企业内部的要素配置与结构变化。

(2)模型理论时期。由于传统企业理论基本前提的动摇，在模型理论时期对传统企业理论做了修正，最显著的特征是：第一，强调了企业成长目标可能是利润最大化以外的目标或若干目标的综合；第二，由于这一时期所有权和管理权的分离，更加重视了管理在企业成长中的作用（如彭罗斯），注重了企业内部生产要素之间相互作用及对企业行为的影响；第三，由于企业产品多样化和企业经营领域的扩大，在企业模型中将产品种类作为企业成长政策变量(鲍莫尔、马里斯)第四,企业行为原则由最优原则到满意原则，企业成长行为假设由完全理性到有限理性 第五,这一理论时期,总体而言,仍以注重增长为主,并未明确涉及企业各经营业务的相互关系及作用，也未明确研究经营结构与组织结构之间的关系。

(3)结构理论时期。由于企业经营领域的扩大和组织结构的复杂化，这一理论时期研究的特征在于：注重经营活动之间的协同性（如安索夫）；注重经营结构与组织形式之间的关系研究(如钱德勒,威廉姆森)注重契约和法律在企业成长的作用(如詹森、麦克林、科斯、威廉姆森)将交易费用的概念引入企业研究。

我们认为,企业成长的理论存在四个发展趋势 第一,内部化趋势。企业成长的理论研究的侧重点由研究外部市场条件转移到研究企业内部的要素配置关系、各经营业务之间相互关系等。第二，实用化趋势。企业成长的理论假设由理想的抽象逐步接近现实实际，如：由单一目标到多目标综合，由最优原则到

满意原则，由完全理性到有限理性等。第三，机制化趋势。企业成长的理论研究从注重量的增长转移到企业内部机制对企业成长的作用。现代企业已不是模型理论时期任何一个模型所能描述的，只有深入分析企业内部机制才能把握企业成长。显然，满足于用“增长”来描述成长已不可取，现代企业成长必须赋于结构变化和创新的新的涵义。第四，结构化趋势。企业成长的理论越来越注重企业内部结构及其相互关系，如所有权结构、资本结构、经营结构和组织结构。

1.2 现代企业成长的核心

1.2.1 现代企业成长的含义

根据 1.1 节的理论考察，本书定义：

现代企业成长是指现代企业在利润性和社会性相统一基础上的多目标结构引导下，为了生存和发展，与企业的经营结构、组织结构、空间结构和技术结构等结构发展变化相适应的企业规模增长的机制和行为。

上述对现代企业成长的表述主要有以下几层含义：

(1)现代企业的利润性和社会性的统一。

现代企业早已超越了单纯追求利润的时代。美国早在 30 年代就提出了企业的社会责任问题。正如日本学者大岛国雄在日本的一份调查中指出，[13] 几乎所有的企业都主张，企业目的应是确保利润、企业生存和成长、企业履行社会责任等多重目标，并力图这些目标的均衡实现。

(2)现代企业内部结构发展变化是企业成长的核心内容。

前已述及,企业成长的理论存在内部化、实用化、机制化、结构化的趋势，其中结构化体现在注重企业内部经营结构、组织结构、空间结构的发展变化。在这里，经营结构指企业内部各业务活动之间的比例关系、相互的技术、经济联系及其相互作用。组织结构指企业内部各部门、各单位之间的组织设置及权利、责任分配、信息流通、决策过程等相互关系和结构特征。空间结构指企业各个业务、各单位在地理空间上的分布及相互关系特征。现代企业成长过程实质上是内部结构变动的过程。例如当企业由单一产品、单一行业生产经营向多行业的生产经营发展时，其经营结构必将发生变化；当某企业在新的地域开设子公司时，其空间结构将发生变化；一般而言，当经营结构、空间结构变化时，组织结构也要作相应的变动。

(3）企业成长是一种增长的过程。

虽然企业成长中会有战略退却，有时会主动放弃一些业务和市场，但企业成长的主导趋势应体现为规模的增长，体现为企业要素、资源方面量的增加，其中包括销售额的增长、利润的增长等。

1.2.2 质与量互动

企业成长包括质与量两个方面，质的成长指上述企业结构特征的发展和创新；量的成长指企业规模的增长。

现代企业质的成长与量的成长是动态地互相促进、互为条件的。一方面，质的成长是量的成长的基础和条件。企业经营结构、组织结构、空间结构、技术结构的更新和完善,意味着企业

内部更趋向于优化资源配置。没有长期稳定的资源优化配置机制，企业不可能获得长期稳定的量的增长。特别是，现代企业的竞争，表面上是产品、市场的竞争，但背后实质上是企业核心竞争力的较量。质的成长的重要方面在于提高技术创新能力使企业的核心竞争力[14]提高。另一方面，量的成长也是质的成长的条件，是质的成长的目的与体现。没有量的成长（如没有利润的增长），企业不能积累或集聚进一步成长的资源，质的成长则失去了物质保证的基础。例如我国一些企业陷入“亏损——无力进行技术创新投入——无法跳出亏损”的恶性循环。量的成长也是质的成长的目的之一，如企业经营结构的调整，技术结构的改变，目的也在于追求更多的利润，寻求更高的投资回报。

在质的成长中，经营结构的成长变动处于核心地位。这是因为，任何新的量的增长，都是以一定的经营结构为基础的。组织结构的变动服务于经营结构，技术结构也服务于经营结构，其变动最终应体现在经营结构上。广义地说，空间结构变动是经营结构变动的地域分布特征的表现。

企业空间结构变动的有关研究，也是企业成长研究的重要内容，在这方面，工业地理学中的企业地理研究属于这一范畴[15]当企业的空间结构由国内向国外，由一国向多国发展时,则企业将成长为多国企业(或跨国企业)。

1.3 基于经营结构发展的成长模式

在本书中,我们将基于企业结构(经营结构、组织结构、空间结构、技术结构）发展变化的企业成长方向及方式称为企业成长

模式。

基于企业经营结构发展的企业成长，一般起因于企业投资决策所引起的业务扩张而造成的成长。在这方面，詹姆斯·贝茨(James Bates) 和帕金森(Parkinson)、保罗·萨缪尔森(Paul A. Samuelson) 的论述是富有启发意义的。

贝茨和帕金森指出，[16]企业投资决策的方案通常有以下几种：(1)捍卫现有市场；(2)放弃现有业务，进行结构调整；(3)扩大现有活动和市场；(4)纵向一体化；(5)多角化经营；(6)创新；(7)国际性经营。他们认为，每一方案与其他方案并不是相排斥的，任何企业只要拥有资金就可以在若干不同的方向上从事经营。贝茨和帕金森认为，第(3)—(7)方案主要与企业成长及成长的方向有关。

萨缪尔森在他的经典著作《经济学》中也谈到了企业扩展成长的原因,认为,[17]企业扩展成长可能出于以下原因：(a)由于广告或其他促销活动使得销售量得以上升；(b)由于大规模生产的效果使价格下降；(c)“纵的一体化”成为扩展成长的新因素，如不仅有制造业务，还引入了原材料和产品批发业务；(d)由于“横向一体化”而扩展成长，如买下了竞争对手的公司；(e)增加了“补充性产品”，如这些产品的用户可能与原来产品的用户有关或产品的使用与原产品有一定关系；(f)增加了与原来业务“毫无关系’的业务,形成小型的‘混合联合企业”。

由上述论述可看出，他们指出企业成长方向的内容是极其相似的，或者说本质是相同的。我们可以将各要点对比如下：前者的(1)、(3)对应后者的(a)(b)(d),前者的(4)对应后者的(c)，前者的(5)对应后者的(e)(f)。当然，贝茨的论述各要点的内容是有重叠的，如第(6)的创新可能与(2)重叠。第(7)的国际性经

营则是指经营地域上由国内转移或发展到国外，是本书提到的企业空间结构发展的体现，但从经营内容或方向上仍不可能在(2)—(6)范围之外。

因此，基于经营结构发展的企业成长模式有以下几种：

(1)扩大原有产品产量(含增加原产品的规格、品种),即规模型成长；

(2)在新的行业从事新的业务，即多角化成长；

(3)购买上游或下游企业,扩展生产链,即纵向成长。

1.3.1 规模型成长

规模型成长的基本含义是指企业某一产品产量的增加，也包括不同规格和包装的同一产品的产量增加。规模型成长是同一产品的原有市场的扩大或新市场的开拓。规模型成长可以产生规模经济。规模经济是指企业规模的收益递增现象。规模经济存在的原因，从根本上说是生产活动中的不可任意分割性。规模经济表现为“长期平均成本曲线”向下倾斜。如图 1.5 所示，LAC 为长期成本曲线，SAC 为短期成本曲线，$\overline{X}$ 为最小最佳规模。图 1.5 表明，规模增长到一定程度，就会出现成本上升，造成规模不经济。规模经济理论是产业组织研究的重要内容。尽管有关的理论和实证研究仍存在许多争议[18],但是,比较一致的观点认为在制造业的许多行业里存在着一定程度的规模经济性；但许多行业内，最佳规模范围是一个相当广的域。在这个域内称为最适规模。图 1.6 表示了施蒂格勒生存法得出的平均成本曲线，是这种思想的代表。该曲线呈盆型（而不是抛物线型），即平均成本相等的范围是一个相当大的域。

需要全本请访问 www.ertongbook.com