

企业竞争优势的 内涵界定及其相关理论评述

马刚

摘要：外生论认为企业竞争优势主要由产业结构等企业的外部某些因素决定，但它并不能很好地解释同一行业中企业盈利率存在差异的原因；内生论是指企业的竞争优势主要来自于企业内部的异质性资源和能力，它较好地解释了竞争优势的内部来源，但却过于依赖静态均衡分析，忽视了外部动态环境变化对企业竞争优势的影响；整合观强调基于内外部资源的整合和历史积累的动态能力是实现企业竞争优势的根本，全面阐释了动态市场环境下企业竞争优势的来源。尽管这三种经典理论在产生的时代背景和理论内涵上有明显的不同，但在本质上却有着内在理论逻辑上的一致性。

关键词：企业竞争优势 内生论 外生论 动态能力理论

一、企业竞争优势的内涵界定

1. 国内外关于企业竞争优势概念的回溯

尽管企业竞争优势理论经过众多学者的深入研究，已经成为较为完善并继续发展的理论体系，然而在实践中或营销战略的文献中对于企业竞争优势的概念，却没有形成较为一致的认同，也没有给出一个全面的描述。人们常常将资源、竞争力与之混淆使用，将目的和手段等同起来，这一方面使得我们的研究缺乏严谨性和规范性，也不利于指导企业战略实践，以形成正确的战略思维。

竞争优势的概念最早是由英国经济学家张伯伦(E. Chamberlin)在1939年的著作《垄断竞争理论》中提出的。从词义上来看，韦氏英语词典将“优势”定义为一种优越的位置或情形，或者由于某种行为而产生的利益。关于“竞争”的概念问题，在《新帕尔格雷夫经济学大辞典》中，诺贝尔经济学奖获得者、竞争理论大师乔治·斯蒂格勒认为：“竞争系个人(或集团或国家)间的角逐；凡两方或多方力图取得并非各方均能获得的某些东西时，就会有竞争”。既然竞争是一种排他性的经济行为，那么肯定有一些企业在竞争中获胜，也就是相对其他企业而言表现出一定的优势。这种优势应该是竞争的结果，而不是过程，其所表现的是一种相对优越的状态。由此看来，所谓的企业竞争优势就是在竞争过程中，企业相对于其他企业获得目的性资源所表现出来的优越性状态。

战略理论设计学派的代表人物Alderson(1965)在战略制定中首先提出了SWOT分析框架，较早地提出了企业优势的概念，强调从企业所处的环境及

自身拥有的资源中寻求企业相对优势。Hofer和Schendel(1978)认为企业竞争优势就是一个企业通过其资源的调配而获得的相对于竞争对手的独特性市场位势。Day(1984)在论述维持竞争优势的战略类型时提出了可持续竞争优势的说法。波特(Porter, 1985, 1997)在探讨两种获取长期竞争优势的基本竞争战略(低成本和差异化)时，使用了现有的企业可持续竞争优势(SCA)术语，并认为竞争优势是竞争性市场中企业绩效的核心，但波特并没有明确指出企业可持续竞争优势的具体含义，不过我们通过分析可以认为波特的企业竞争优势就是建立顾客价值创造基础上的高于竞争对手的持久的绩效。Ansoff和McDonnell(1990)认为企业竞争优势就是企业在产品或市场范围中所具有能为企业带来比其他竞争者更优越竞争地位的特质。戴维·贝赞等在其著作《公司战略经济学》中指出，一个很好地满足消费者需要但同时牺牲了股东利益的公司不会真正具有超过竞争者的优势，而当一家公司获得了超过本行业平均利润的利润水平，该公司就获得了竞争优势。Barney(1991)清楚地界定了企业可持续竞争优势的概念，认为，当企业实施的某种价值创造战略不能被现有的或潜在的竞争者实施时，企业就有竞争优势，如果同时其他企业也不能复制这种战略利益时，企业就拥有可持续竞争优势。在Barney概念的基础上，Hoffman(2000)认为企业可持续竞争优势就是企业通过实施独特战略而获得的持久的利益，企业实施的这种独特战略既不能被现实的或潜在的竞争者所实施，也不能被它们复制这种战略利益。

国内对企业竞争优势或可持续竞争优势的概念界定大都建立在上述国外学者的研究的基础上，根

据研究需要稍作变动,主要有以下两种代表性提法(周晓东,项保华,2003)。一种观点认为,竞争优势本质上是一种战略优势。所谓优势,是指在市场竞争中,与竞争对手相比,优于对手的竞争地位和竞争实力。所谓战略优势,指企业较长时期内,在关系到全局经营成败和带根本性的方面,所拥有的优势地位和实力。优势地位是指优越的地理位置、优越的产业地位、优越的政策地位,它们是客观条件和历史条件造成的。优势实力是指资源积累情况、资源组合状况和资源的运用状况三个方面。另一种观点主要根据资源基础的企业理论,认为企业竞争优势就是企业优于同行竞争者的业绩出众的获利能力。持此种观点如,孙育平(2003)认为企业的竞争优势就是指企业在与同行业企业的竞争中所表现出的相对于竞争对手的一种优势,依赖于这种优势,企业可以获得超过所在行业正常收益率的回报。王艳(2003)将企业的竞争优势视为企业依靠自身独特的技术、产品和服务,在与同行业企业的竞争中所表现出来的,相对于竞争对手的一种优势。依赖这种优势,企业可以获得超过本行业正常收益率的回报。冯艳婷(2004)基于日本学者大前研一关于企业战略就是以最有效的方式努力提高公司相对于它的竞争对手的实力的观点,提出企业竞争优势实质上是一种比对手强的相对实力,其直接表现就是能够使企业获取超出行业平均水平的利润,也就是说,比竞争对手具有更强的盈利能力。

尽管上述关于企业竞争优势的定义或概念在表述上有所差别,但是其基本内涵却是一致的,即企业竞争优势就是指一个企业在向消费者提供具有某种价值的产品或服务的过程中所表现出来的超越或胜过其他竞争对手并且能够在一定时期之内创造超额利润或获取高于所在行业平均盈利率水平的属性或能力。

2. 企业竞争优势与企业竞争力、企业持续竞争优势的区别

通过上述概念的简要梳理,第一,我们先简要澄清一下企业竞争优势和竞争力的区别。中国社会科学院工业经济研究所副所长金碚(2003)指出,企业竞争力是指在竞争性市场中,一个企业所具有的能够持续地比其他企业更有效地向市场(消费者,包括生产性消费者)提供产品或服务,并获得盈利和自身发展的综合素质。这个概念的界定在国内企业竞争力研究中较为权威,大都采用此种提法。在国外文献中,这一术语使用较少,主要有以下几种提法:(1)世界经济论坛的看法是,所谓竞争力就是企业和企业家设计、生产和销售产品和劳务的能力,其产品和劳务的价格及非价格的质量等产品特性比竞争对手更具有市场吸引力。也就是说,是企业和企业家在适应、协调和驾驭外部环境的过程中成功地从事经营活动的能力;(2)Dollar和David(1993)认为企业

竞争力是企业生产高质量、低成本产品的能力;(3)科特勒(1993)认为企业竞争力就是比竞争者更有效能和效率地满足消费者的需求;(4)Thomas和Martin(1990)认为企业竞争力由三部分构成,即快速反应能力、产出加快能力和资源效果能力;(5)Scott和Lodge(1984)认为企业竞争力是指企业在与其他企业在公开竞争中,使用人力和资金资源以使企业保持持续发展的能力;(6)美国竞争力委员会主席菲什认为,竞争力是企业较其竞争对手更有能力去创造、获取、应用知识或技术。从国内外对企业竞争力的认识来看,其本质内涵是指获得相对优势地位的综合能力,而不是表征层面显而易见的优势。相当于企业竞争优势理论中企业独特资源、能力或核心能力在功能上的具体化。由此看来,可以这样认为企业竞争优势是企业竞争力的外在表现,而企业竞争力是企业独特资源或能力的功能属性,是企业竞争优势的内在基础,企业竞争优势和企业竞争力在本质上是一致的。对企业竞争优势和企业竞争力进行简要分析的目的主要是为了清晰的界定概念,避免研究内容的含糊和与其他内容的混淆。鉴于“企业竞争力”在学术研究应用范围上的局限性,本文不对此进行展开研究。

第二,也很有必要澄清一下企业竞争优势和企业持续竞争优势的区别。Barney(1991)在提出了企业竞争优势和可持续竞争优势的同时,也对此做了几点说明:(1)竞争优势必须同时考虑现存的手和潜在的竞争对手。(2)持续性不是一个“日历时间”概念,而是一个“逻辑时间”的概念,即竞争者复制、模仿与替代的容易程度。(3)竞争优势的持续性并不意味着它将永远的存在,只是意味着将不会由于其他企业的快速复制而被竞争出局。产业中竞争结构的复杂多变可能使得某一时刻可持续竞争优势的源泉不再有价值。Barney(1991)根据其对于可持续竞争优势的定义,进一步指出可持续竞争优势的源泉应该满足4个条件,即有价值、稀缺性、不完全模仿(历史依赖;因果不明;社会复杂性)、难以替代性。Barney关于企业可持续竞争优势的阐释和Rumelt(1982,1984)的观点是一致的。然而这却与Jacobsen(1988)和Porter(1985)的观点不同,他们认为持续性就是简单地持续了一段很长的日历时间。Foss(1998)也认为,以均衡法来定义可持续竞争优势意味着失去了和现实的直接联系,即持久性不再是日历时间,而是均街模型中的“逻辑时间”,亦不能直接转化为现实时间。

我们基本认同Barney的观点,认为“可持续性”本质上是一个“逻辑时间”问题,它并不意味着竞争优势将永远存在,而只是由于“逻辑时间”的问题而使得这些优势相当一段时间内不能被其他企业复制。为了研究的可操作性,可以经验地认为可持续竞争优势的表征就是平均地持续一个较长的日历时

间。这样我们既避免了不同产业中的企业必须拥有竞争优势多长的日历时间才意味着是“持续”的一致性问题,又便于可操作化的实证检验。当然需要强调的是,决定可持续竞争优势存在的不是日历时间,而是竞争对手没有能力复制产生可持续竞争优势的战略。在对企业竞争优势和可持续竞争优势做了简要比较之后,我们对概念的含义有了更为准确的认识。实际上,在国外大量的企业竞争优势理论文献和实证研究中,大都使用“企业竞争优势”的术语,很少对企业竞争优势和可持续竞争优势进行严格的比较分析和概念界定,但是通过理论内容的分析,我们发现企业竞争优势和企业可持续竞争优势的内涵是一致的。不管是企业内生论所强调的异质性资源、能力或知识,还是企业外生论所关注的市场结构和竞争力量,它们所带来的竞争优势都不会像偶然的机遇那样昙花一现,因为即使这些“优势”可以学习、模仿和复制,那总是需要时间的,而实际上有些“优势”由于其路径依赖、因果不明和社会复杂性而难以效仿。因此,企业竞争优势的可持续性根植于其自身的本质特征。也正是基于此,本文遵循学术界主流惯例,采用企业竞争优势作为行文术语,这当然丝毫不会影响对其内涵和本质的全面理解。

3. 本文企业竞争优势的具体内涵

综合前人的研究,经过上述分析比较,笔者认为对企业竞争优势内涵的界定不仅要关注高于行业平均水平的获利能力,而且也要强调竞争优势的可持续性。本文对企业竞争优势的界定如下:企业因其拥有独特的资源和能力而在市场竞争中持续获得高于行业平均获利水平的市场表现。这一定义的含义包括以下几个要点:

(1) 企业竞争优势来源于其拥有的独特的资源和能力,这符合经典企业竞争优势理论的本质内涵。这里的“资源”是一个相对宽泛的概念,凡是能潜在地或实际地影响企业价值创造的所有事项均被视为资源,既包括企业自身拥有的有形资源和无形资源,也包括企业能对其施加影响的社会认知资源和网络资源。“能力”则是指企业培育、发展、整合和配置企业资源的各种累计性知识、经验和技能。资源和能力只有相互匹配才能成为竞争优势的源泉。

(2) 企业竞争优势的表征在于获得高于行业平均获利水平的持续性。这一特征剔除了那些由于偶然的机遇而短期获得高获利水平的情况,同时也反映了“独特的资源和能力”难以模仿、复制和替代,反映了“逻辑时间”的本质。

(3) 企业竞争优势是一种市场表现,是一种结果和状态,因此具有可衡量性,可根据相关的获利性指标(如资产报酬率、销售利润率等)进行测度。

二、企业竞争优势经典理论述评

战略管理领域最根本的问题是

如何获得竞争优势(Teece, 1997)。面对这样一个富有实践意义的根本问题,经济学界、管理学界的很多学者基于不同的理论假设对此进行了深入广泛的理论分析和实证研究,根据他们关于竞争优势来源的理论观点,形成了两大竞争优势理论学派——企业竞争优势内生论和企业竞争优势外生论。通过对这些经典理论的回顾和分析,一方面可以加深对理论本身的内涵和前提的理解,从而在理论层面对竞争优势的来源有一个全面深入的认识,另一方面也为本文的理论构思寻求科学严谨的理论分析工具。下面我们将按着理论前提、主要观点和评价的逻辑思路进行述评。

1. 企业竞争优势外生论

所谓外生论是指企业竞争优势主要由企业外部的某些因素决定。包括新古典经济学的 SCP 范式和战略管理理论中 Porter 的 5 种竞争力模型。外生论遵循新古典经济学的假设,将企业视为“黑箱”,是一个“生产函数”,即同质技术上的投入产出系统。为修正完全竞争模型假设的局限,强调市场结构的不完全性。

梅森(E. S. Masson)和贝恩(J. S. Bain)的 SCP 范式提出了现代产业组织理论的 3 个基本范畴:市场结构(structure) - 市场行为(behavior) - 市场绩效(performance)(简称 SCP 范式),认为这种企业绩效的差异是由市场结构和市场行为所决定的。由于市场结构、市场行为是存在于企业之外的,由此可以推论出企业的绩效(竞争优势)是外生的。波特的理论认为,产业中决定超额利润的因素来源于 5 种力量:供方侃价、买方侃价、新进入者威胁、替代威胁和同业竞争者。企业的竞争优势源于企业外部,即能为企业创造持久优势与超额收益机会的产业结构。企业只要选择好有吸引力的产业,占领有利的市场位置,就可以赢得竞争优势,并通过限制那些可能降低收益的竞争优势因素来保持企业竞争优势的持久性。产业结构分析是其建立竞争战略的基础,理解产业结构永远是战略分析的首要问题(Porter, 1990),产业结构强烈地影响着竞争规律的确立及与之相适应的企业战略的形成。从波特的 5 种竞争力模型中,可以看出其理论是建立在梅森 - 贝恩 SCP 范式基础上的,只不过是 SCP 范式在企业层面的具体运用而已。企业的竞争优势源自于企业所属产业的吸引力,取决于其在产业中的市场地位,而市场地位是可以通过一定的策略手段,如一体化、合谋和市场定位等得以实现,并受到各种形式的进入壁垒的保护。因此,波特的竞争战略理论所指的竞争优势也是外生于企业的,是由外部市场中的竞争关系和市场机会所决定的。

为了分析具体企业的竞争地位的确定,同时弥补 5 种竞争力框架的不足,波特引入了价值链的分析工具,企业的价值链以独特的方式联结着 9 种基本的活动类别,包括内部后勤、生产作业、外部后勤、

市场和销售、服务等 5 种基本活动,以及采购、技术开发、人力资源管理、企业基础设施 4 种辅助活动。一个企业的价值链可能在竞争范围上与其竞争对手不同,这种差异构成了企业潜在的竞争优势。企业实现竞争优势的具体战略主要包括两种途径,即差异化和低成本。也就是说,在相同成本的前提下,企业所创造的顾客可觉察价值要远远大于其竞争对手;或者在创造相同价值的前提下,具有远远低于竞争对手的成本。

从经济学视角看,租金最基本的内涵是指具有有限供给特点的资源所产生的超平均收益(Schoemaker, 1990)。租金包含了资源稀缺性和生产效率差异的内容,具有战略内涵。在新古典经济学的分析中,完全竞争条件下是没有利润的。因此,在上述理论中,只能通过战略性投资,如投入新产品开发(产品差异化战略)、扩大生产规模(低成本战略)、提高行业壁垒和价格竞争来获得超额利润,可以认为,租金的性质主要是张伯伦式的(即基于资源的垄断性而产生的租金)。由于产品、市场的不断创新,垄断并不容易持续长久,所以,这种租金是短暂的。

波特的竞争战略理论,将以结构-行为-绩效为主要内容的产业组织理论引入企业战略管理领域,为解释企业如何制定战略和获取超额利润,提供了分析依据和框架。然而,把产业组织理论引入战略领域面临一系列经济学向战略管理转换的难题。首先,“企业黑箱论”的前提假设,与实际中的企业特征明显不符,对企业内部条件事项的忽略,导致其对企业竞争战略的 5 种竞争力分析框架带有很大局限性,很可能诱导企业进入一些看似利润很高,但与自身行业无关或缺乏竞争优势的产业;其次,它并未很好地解释同一行业中企业盈利率存在差异的根本原因。Rumelt(1982)的实证研究表明,产业长期利润率的分散程度比产业间的分散程度要大得多(统计资料显示,产业内企业之间的利润率分散程度是产业间的 3~5 倍)。Jacobsen(1988)、Hansen、Wernerfelt(1989)^①的研究也支持这一观点。最后,尽管波特在运用价值链分析企业竞争优势内涵时,也注意到了企业成本、营销和质量等内部因素,但仅停留在最终产品层次,没有深入到中间和源头,对企业竞争优势形成的内在基础和“持久性”等深层次原因的探讨不够深入系统。需要强调指出的是,虽然波特过于强调企业产业环境和市场结构对竞争优势的作用,但是我们从波特分析产业竞争力的“钻石模型”和价值链理论中,可以清楚地看出波特注重从企业与产业的互动、企业间的竞争合作、相关产业间的协作以及企业与供应商、客户和同行竞争者之间的互动关系等外部市场环境来分析其对竞争优势的影响。这一方面和网络经济环境下的战略实践更趋吻合,同时也为研究企业与外部行为主体的关系对竞争优势的影响提供了基础,也正是企业竞争优势领域所要

研究问题的重要方面。

2. 企业竞争优势内生论

所谓企业竞争优势内生论是指企业的竞争优势主要来自于企业内部的异质性资源和能力。包括基于资源基础的竞争优势理论和基于能力基础的竞争优势理论。其理论前提是解构作为生产函数的“企业黑箱”,深入企业内部,认为资源和能力在不同企业内部的分布是异质的,而且这种差异性具有持续性(Barney, 2001b),特别强调有些资源和能力没有供给弹性(Wernerfelt, 1984; Barney, 1986, 1991; Peteraf, 1993),无法通过市场交易获得,只能通过企业内部积累。

(1) 基于资源基础的竞争优势理论[国外文献中为 the resource - based view of the firm (RBV)]。

RBV 理论以彭罗斯(Penrose)(1959)的企业资源观为基础,以 Wernerfelt(1984)的经典论文《企业资源基础论》为标志,此后有 Shuen(1990)、Barney(1991)、Pandian(1992)和 Peteraf(1993)进一步发展完善。该理论的核心观点是,企业是由一系列资源束组成的集合,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。外部的市场结构与市场机会对企业的竞争优势产生一定影响,但并不是决定性因素。

彭罗斯(1959)在《企业成长理论》中将企业看作由一系列具有不同用途的资源相联结的集合,从企业内生和知识积累的角度来关注企业的竞争优势。她认为,知识的积累是每个企业独特的资源,企业在将知识内部化整合的过程中,正式的和公开的知识被转化为非正式的和非公开的累积性资源,并且这些累积性的学识为知识累积所发生的团队所专有。企业累积性知识的差异也就构成了企业不同的竞争力基础。彭罗斯的理论为基于资源基础的竞争优势理论提供了开拓性思想。Barney(1986, 1991, 1997)、Diericks 和 Cool(1989)、Peteraf(1993)以及 Wernerfelt(1984)等人又先后提出了资源异质性的资源基础理论,该理论首先界定了资源和能力的内涵,资源被分为三类:物质资本资源,包括实用技术、厂房设备、地理区位和原材料采购渠道;人力资本资源,如经验、判断能力、天资、洞察力、关系及培训体系等;组织资源,如正式的报告结构、正式与非正式的计划、控制与合作系统,集团间、企业内、企业间及其与环境的非正式关系等。Barney(1991)特别强调并不是所有的上述资源都和战略相关,只有那些具备能够有效改善企业战略制定和实施功能属性的资源才是该理论范畴的资源。能力是指企业在组织过程中配置和整合资源以实现预期目标的能力,能力是以信息为基础的、有形的或无形的企业专有的过程,它们在企业资源之间的相互作用中随着时间的积累而不断发展,它们也可以被抽象地认为是由企业产生的用以增强资源使用效率、战略灵活性和支撑终

端产品和服务的中间产品 (Amit and Schoemaker, 1993)。^④Makadok (2001) 指出了能力和资源的区别,认为能力是一种特殊类型的、根植于组织内的和不可转让的企业专用资源。能力的功能在于改善企业其他资源的生产效率,企业能力只能自己培育而不可交易。其次,在概念界定的基础上,该理论指出如果市场中所有厂商的资源和能力都无差异的话,那么市场中所有厂商都没有能力制定和实施独自创造超额价值的优势战略,任何可以创造优势的战略都可能立刻被竞争对手所模仿。因而,企业的竞争优势主要不是来自于企业外部,而是产生于企业内部。在企业资源异质性和企业资源不可转移的前提下,企业的竞争优势依赖于企业有价值的、稀缺的、难以完全模仿的和难以替代的企业专有性资源 (Barney, 1991; Rumelt, 1984; Margaret, 1993),如图 1 所示。

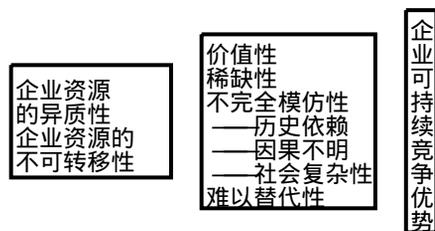


图 1 资源特性和企业可持续竞争优势之间的关系^④

再次,在上述分析框架的基础上,该理论进一步认为资源和能力的潜在价值受其持续性因素的强化,持久性因素使得竞争者难以复制企业的竞争优势,从而使得本企业的竞争优势得以持续。很多学者 (Bharadwaj, 2000; Collis and Montgomery, 1995; Feeny and Ives, 1990; Mata et al., 1995; Peteraf, 1993; Wernerfelt, 1984) 对持久性因素进行深入分析,现归纳如下 (见表 1):

表 1 企业竞争优势的持久性分析

| 持久性因素 | 解释 |
|-----------|--|
| 因果不明 | 竞争者企业不能模仿另一家企业的资源和能力,因为它不清楚这些资源和竞争优势如何关联,甚至拥有竞争优势的企业自身也不清楚其竞争优势的真正来源 |
| 时间间隔 | 从本企业计划开始实施到竞争者做出实质性反应所经历时间的一系列决定因素 |
| 路径依赖 | 在企业战略方案计划和实施的早期阶段所做出的选择将对目前的选择、决策和预期产生显著的影响 |
| 历史作用 | 独特的历史条件使得企业以较低的成本获得或发展了自身的某些资源,而缺乏此项资源的新的同行竞争者将不得不付更高的代价来获得这些资源 |
| 社会复杂联系 | 在社会体系中那些超出企业控制和影响能力的一些社会因素,它们使得企业的资源难以被其他企业模仿 |
| 时间压缩的不经济性 | 有些资源相对容易模仿或者获取的成本不高,但却很耗时间 |

最后,该理论认为,企业专有资源具有特定的租金性质,从而为企业带来特殊价值,而这种价值是通过与竞争对手的比较体现的,由于“异质性”属性,使得企业的获利程度不同。拥有优势资源的企业能够获得超出平均水平的收益,形成竞争优势。因而,这种租金的性质是李嘉图式的,即基于资源的稀缺性而产生的租金。

总之,在基于资源基础的竞争优势理论看来,能力的发展依赖于可获得的资源,资源生产效率的改善又取决于能力的提升,二者相互促进,共同发展,具备特殊属性的资源和能力构成企业竞争优势的基础,也正是企业资源和能力的差异性导致了企业绩效的差异。

(2) 基于核心能力的竞争优势理论。

第一, Prahalad 和 Hamel (1990) 遵循 Diericks 和 Cool (1989) 内生性竞争优势研究思路,认为企业竞争优势的来源在于企业内部内生的“核心能力”,核心能力是“组织中的积累性学识,特别是关于如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流派的学识”,是“关于组织工作和提供价值”,是“沟通、参与和致力于跨越组织边界的工作,它涉及多层次的人员和职能”。这一定义有 3 层含义:以“生产技能和技术知识”的形式描述能力,能力与资源的概念接近,能力是能够发挥特殊职能的资源集合体,能力的发展明显依赖于资源的有效利用;能力不只是卓有成效地利用资源的功能,能力还与组织结构密切相关,组织资本和社会资本在联结组织结构和能力方面具有重要作用;能力不会随着使用而磨损,反而会因得到应用和分享而增强。

第二, Prahalad 和 Hamel 进而又提出了分层次全面竞争的核心能力分析框架,核心产品是联结核心能力和终端产品的中间环节,是对终端产品价值有实际贡献的元件和组件,是核心能力的物质体现。核心能力通过系统地组织学习来获得 (详见图 2)。

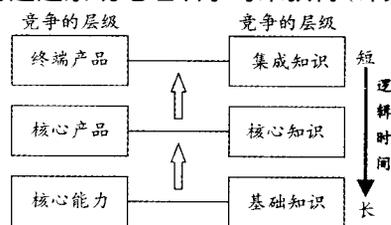


图 2 分层次全面竞争的核心能力分析框架^④

第三,在基于资源基础竞争优势理论的基础上, Prahalad 和 Hamel (1990) 提出了评价作为组织知识和技能的核心能力标准。应具有延伸到更广阔产品市场的可能性,具有范围经济效应;对终端顾客所关注的核心价值有关键性贡献;竞争者难以模仿。从核心能力 3 个标准我们进一步看出,核心能力并不是个别核心技术,而是整合、协调一个组织所拥有的各种技术和技能的能力。包括企业某些特长,在

某一领域的具体能力,有关组织内部协调和学习的整体模式等。

第四,核心能力与传统经济学市场结构理论中所主张的,通过政府垄断、卡特尔和价格联盟等不正当手段榨取消费者剩余的方式不同。具有核心能力的企业通过在正常市场经济运行中,能够凭借自身独特的、有价值的、根植于企业组织内部的核心能力获得的高于平均利润的利润,其租金性质主要是李嘉图式租金。

第五,在 Prahalad 和 Hamel (1990) 研究基础上, Leonard - Barton (1992) 做了进一步研究,并从技术创新的角度,提出了“核心刚性”的观点^⑤,从而使核心能力理论具备动态特征。他们认为,核心能力是辨识与提供竞争优势的知识集合。他们进一步指出,在企业研发活动中,核心能力既有促进技术创新的一面,也有阻碍技术创新的一面。这种核心能力对研发活动的阻碍作用即表现为核心刚性,体现在企业技能和知识、技术系统、管理系统以及企业价值观等领域。也就是说现在对一些事项有益的核心能力对另一些事项却变成了阻碍因素。由此看来,核心能力并不总是发挥正面作用,作为嵌入企业中的知识集合给企业发展也会带来负面影响。

总之,企业竞争优势内生论的核心观点就是认为企业的竞争优势的源泉主要来自企业内部独特的资源、能力或核心能力,为企业注重自身素质提升和能力建设提供了重要的理论基础。基于资源基础的竞争优势理论,不仅提出了企业竞争优势与其资源、能力属性的因果分析框架,而且还在实证基础上进一步分析了竞争优势的来源,检验了理论的正确性 (Robins and Wiserna, 1995; Henderson and Cockburn, 1994; Makadok, 1999)。这为具体分析资源与竞争优势的作用机制提供了可以借鉴的理论分析工具。基于核心能力的竞争优势理论,在资源观的基础上,界定了核心能力内涵及其分析框架,认为企业不仅仅生产产品,而且还创造、积累知识和技能,并根植于组织过程;企业间的竞争本质不在于表面的产品竞争,而在于组织内嵌化的知识与技能的竞争;强调企业内部资源和能力的整合与企业核心能力的培育。这为企业战略制定和资源配置提供了很好的分析范式,更为后来兴起的动态能力理论打下了理论基础,也为网络经济背景下企业网络能力和网络资源的作用机制研究提供了一些启示。

尽管企业竞争优势内生论较好地解释了竞争优势的内部来源,一定程度上克服了外生论的局限,然而,其理论本身也存在一些局限。主要体现在:过分强调企业内部因素,而忽视了日益变化的外部市场环境对企业发展的客观要求;资源观对资源的定义过于宽泛,而且无形资源难以计量,致使资源观的实证研究不足;过于依赖静态均衡分析,对资源和能力的形成机制缺乏一个明晰的分析框架,正如 Barney (2001a,

p. 649) 所言,“有兴趣研究资源和能力的学者需要将资源观和 Nelson 与 Winter (1982) 以及 Teece、Pisano 与 Shuen (1997) 的动态能力理论结合起来”;核心能力理论过于强调企业内部资源和能力的整合,而缺乏外部资源和市场环境对企业竞争优势作用机制的研究。核心能力中存在的核心刚性,也进一步反映了核心能力理论动态性研究不足的局限。

3. 动态能力理论——企业竞争优势的整合观^⑥

动态能力理论是在竞争优势的资源观和核心能力观的基础上,为适应快速发展变化的市场环境而发展起来的,因此,其理论假设除与企业竞争优势内生论的理论前提一致外,还认为企业的动态能力能够适应环境的变化,从而获得竞争优势。

技术的快速变迁和不确定性产生剧烈竞争 (Aveni, 1994)^⑦,客观上要求企业能够快速适应市场环境。Leonard - Barton (1992) 提出核心能力存在核心刚性的问题,致使企业无法适应快速发展变化的市场环境。核心能力和资源观的局限以及外部市场环境的变化使得动态能力理论得以兴起和发展。Teece、Pisano 和 Shuen (1997) 从“外部环境 - 组织能力”的层面,将演化经济学、资源观和核心能力理论结合起来,分析了高度竞争环境下企业竞争优势源泉的问题,并提出一个动态能力战略观的分析框架。

第一,将“动态能力”定义为,企业为适应瞬息万变的外部竞争环境,而重新配置、创建和整合企业内部能力和外部的资源、战略资产和互补性资产的能力。其所反映的是,即使在技术进步、企业路径依赖与核心刚性的不利条件下,企业成功获取创新形式的竞争优势的组织能力;“动态”是指为与环境变化相一致而更新自身能力的的能力,是在市场需求、技术变革以及未来竞争和市场格局快速变化,难以确定的情况下某种创新性反应。“能力”是指战略管理在为满足环境变化的要求而整合、重构内外部组织技巧、资源与功能性能力过程中的关键作用。

第二,动态能力理论认为,企业是能利用其能力从事组织活动的组织。这种能力不能完全通过市场组织起来,即不能通过市场交易和复制完成 (Teece, 1993)。管理层的管理能力是区别市场和企业的关健,因为企业内部以非交易方式组织的行动所形成的组织能力,恰恰是无法通过市场交易来复制的。基于此,Teece 等 (1997) 提出了决定竞争优势的动态能力分析框架 (见表 2)。

| 动态能力维度 | 内涵 |
|---------|--|
| 组织与管理过程 | 分为三个过程:协调/整合、学习、重构转型 |
| 位置 | 企业现有的特定的资产,包括技术资产、互补资产、财务资产、声誉资产、关系资产和区位资产情况 |
| 路径 | 将“路径”分为“路径依赖”、“技术机会”两个方面 |

组织与管理过程的3种角色:(1)协调/整合。市场经济由价格机制来协调,企业活动由管理者来协调整合。协调/整合过程包括内部协调/整合和外部协调/整合。内部整合指管理人员在企业内部协调和整合各种活动;外部整合指要获得战略优势所要求的整合外部的活动和技术,战略联盟、虚拟公司、与供应商的关系、技术合作等证明了外部整合和融汇资源的重要性。动态能力是嵌入在企业独特的协调和组合方式之中。管理层在企业内组织生产的方式和过程的差异是导致企业在各个领域出现能力差异的基本原因,一些经验研究(Carvin,1988)^⑩对此也提供实证支撑。一个企业的组织和管理过程通常具有高度的一致性,复制需要组织及组织的内部关联做出结构性改变,因而难以复制。对一个成功模式的部分模仿或复制很可能得到的是零产出。(2)学习。学习是通过重复和试验更好、更快地完成任务和识别新的生产机会的过程(Levitt and March,1988)^⑪。企业的学习包括个人和组织的技能,具有社会和集体的性质,不仅仅通过模仿和效法,而且更重要的是通过共同解决复杂问题的合作过程来学习。由这些活动(组织学习)所产生的组织知识存在于新的活动模式中,存在于“惯例”或新的组织逻辑之中。惯例是一种成功地解决特殊问题的行为主体间的互动模式,这种模式主要存在于团队行为中。(3)重构转型。在迅速变化的环境中,重构企业资产结构,实现必要内外部职能转变的能力具有重要价值。这要求企业具有对市场和变化的持续关注,并采用最佳实践的意愿。“标杆竞争”作为实现这些目标的组织手段是极具价值的(Camp,1989)^⑫。实际上,作为协同式组织管理过程的动态能力为整合外部资源,加强组织间的学习提供了开拓性思路。这正如Doz和Shuen(1989)、Mody(1990)^⑬所指出的那样,合作和联盟成为新兴组织学习的重要工具,它有助于企业鉴别运作不良的惯例,从而避免战略盲点。

位置。即企业当前特定技术、知识产权、互补资产、顾客基础、与供应者和协作者的外部关系。(1)技术资产。是指那些不能够通过市场交易的诀窍知识,这可能是企业没有意愿出卖,也可能是因为难以进行市场交易。(2)互补资产。技术创新需要利用相关的特定资产来生产和提供新产品和服务,互补资产是指为把创新产品提供给最终消费者所必需的包括生产、销售、分配和服务等各个环节上的特定资产。(3)财产资产。从短期来看,企业的现金地位和融资能力可能具有战略性。但是从长期看来,现金流确实重要。然而,现金很难从外部市场募集到,除非它和投资者有良好的信息共享和合作关系。(4)区位资产。区位资产是指能够带来便利、降低运输成本的良好地理位置和市场环境等因素。在所有这些资产中,重要的是那些不可交易的知识资产及

其互补资产。一个企业的战略地位不仅取决于它的学习过程以及企业内外部过程与激励的一致性,而且还取决于它的所有特定资产。这些资产的形成在很大程度上是企业内生的,是在企业的经营过程中积累起来的,决定了企业创新的方向和速度,以及企业核心能力和动态能力共同进化的方式。

路径。“路径依赖”指以前的投资和惯例历史制约了未来行为,当收益递增时,路径依赖的重要性会被放大。通过考虑技术机会,路径依赖的前景可被确定。“技术机会”是基础科学的传播、普及与新科技突破速度的函数,但不完全外生于产业活动,它部分决定了产业活动的速度与空间,并具有企业特质性。企业能够向何处发展受制于它目前的位置和前方的路径,而它目前的位置又是由它所经历的路径所限制。之所以如此,是因为学习的机会往往与企业已经从事的活动密切相关,存在于特定的交易和生产过程中,并且学习是一个不断试错、反馈和评估的过程,从而使得企业的发展存在路径依赖。一个企业以前的投入和储存在惯例(“历史”)之中的全部技能制约着它的未来行为。动态能力理论与熊彼特的“创造性毁灭”相容,创新特别是能力的创新是企业利润的真正源泉。

从上述动态能力维度的内涵我们可以看出,动态能力模型的基本逻辑是,企业竞争优势来源于在企业内部运行的、由过程和位置所决定的高绩效的惯例,其演进的方向受路径依赖(包括递增的收益)和技术机会的影响。因为以组织惯例、技能和互补资产为基础的组织能力,包含大量的企业特定的隐性知识,此外,由于价值、文化和组织经验等“软”资产的难以交易性,所以企业的组织能力难以复制、模仿。组织能力一般来说是无法买到的,只能在长期过程中被发展出来。

动态能力理论则在熊彼特“创造性毁灭”的前提下,认为外部环境瞬息万变,市场竞争实质上是创新的竞争,而不是价格的竞争。主要通过在一个不确定性很高或者非常复杂的环境中风险承受和独创性洞见来获得。创新才是企业超额利润的真正源泉,因而企业的动态能力更具有租金的价值。可以认为,这种租金主要是熊彼特式的,即基于创新而产生的租金。

总之,动态能力理论十分关注外部快速变化的市场竞争环境,特别强调内外部资源和能力的整合,为全面认识竞争优势的来源提供了十分有利的分析框架,避免了竞争优势外生论和内生论固有的局限。其整个分析框架,无论是对“组织管理过程”的分析,还是对“位置”的阐述,都对协调处理与供应商、客户、生产伙伴的关系,涉及客户反映和产品设计选择相联结的信息收集、处理的惯例等外部整合能力予以充分关注,强调内部与外部能力、资源整合的能力。特别是对连续逻辑时间持久性问题的分析,将

动态能力模型纳入一个连续逻辑时间的分析框架,从理论上阐述了决定企业竞争优势的动态能力就是企业管理层的管理能力的重要观点,这为进一步结合企业实际进行实证研究提供了理论支撑,也为研究网络经济环境下基于战略网络视角产业区企业网络能力、网络资源理论分析框架的构建提供理论分析工具。任何一种理论都有其不尽完美之处,动态能力理论虽然全面解释了企业竞争优势的来源,但却未能很好地回答企业如何利用动态能力来实现竞

争优势。而且由于动态能力本身的复杂性,对其系统、全面深入的实证研究还不多见。

三、三种经典竞争优势理论的简要比较

特别需要明确指出的是,尽管动态能力产生于企业内部和外部资源、能力的整合互动之中,但最终属企业所专有,内生于企业本身。综上所述,企业竞争优势内生论、外生论和动态整合观的简要比较如表3所示。

表3 三种经典竞争优势理论的简要比较

| 比较事项 \ 理论类别 | 竞争优势外生论 | 竞争优势内生论 | 动态观 |
|--------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------------|
| 基本内涵 | 通过产业结构选择和市场 竞争策略实现竞争优势 | 通过企业内部独特资源和能 力的积累实现竞争优势 | 通过内外部资源、能力的整合、 再配置和创新来实现竞争优势 |
| 租金性质 | 张伯伦式 | 李嘉图式 | 熊比特式 |
| 主要来源 | 企业外部 | 企业内部 | 内外整合 |
| 商业理念 | 竞争 | 竞争 | 合作竞争 |
| 分析单元 | 产业、企业和产品 | 资源、能力 | 过程、位置和路径 |
| 适用环境 | 市场竞争性强 | 复杂性和动态性强 | 非线性、不确定 |
| 短期战略重新定位能力程度 | 高 | 低(需要时间积累) | 低(需要时间积累) |
| 关注焦点 | 产业结构条件和竞争定位 | 资源的异质性和不可替代性 | 不断更新自身能力的动态能力 |

总之,企业竞争优势理论经历了从外生到内生,再到二者兼顾的动态能力整合观的演变。企业竞争优势内生论、外生论和整合观尽管在产生的时代背景和理论内涵上有明显的不同,但在本质上却有着内在理论逻辑上的一致性,它们都是作为微观主体的企业为适应不断变化的市场环境而衍生出来的一些符合经济管理发展规律的基本理念、具体原则和分析框架,都有其适用的内在条件和实践背景,可以预见,在信息化、网络化和全球化的知识经济时代,随着竞争范式的转换,企业竞争优势理论在现有经典理论的基础上还会与时俱进,还会催生出许多适应时代变化的新竞争优势理论,但却不能因此而忽略理论逻辑演化本质上的一致性。

注释:

Day, G. S. & Wensley, R., 1988. "Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority." *Journal of Marketing*, 52(2), p. 2.

转引自金碚:《竞争力经济学》,442、442、20页,广州,广东经济出版社,2003。

转引自王建华:《企业竞争优势形成机制及竞争力评测研究》,4、5页,上海交通大学博士论文,2002年10月。

在企业资源学派看来,模仿、复制与替代的容易程度由资源的异质性决定,而异质性是通过持续的组织学习积累而获得。

转引自贺小刚:《企业可持续竞争优势》,载《经济管理 新管理》,2002(4)。

我们借鉴了郭劲光、高静美(2003)关于资源的提法,以功效为导向,认为凡是能够潜在地或实际地影响企业价值创造活动的所有要素或事项均应视为企业资源。

这里综合借鉴了 Amit 和 Schoemaker (1993)、Amit 和 Zott (2001)、Eisenhardt 和 Martin (2000) 以及 Teece 等 (1997) 诸

学者的观点。

①转引自史煜筠:《企业竞争优势的起源理论评介》,载《外国经济与管理》,2002(8)。

②Makadok, R., 2001. "Toward a Synthesis of the Resource-based and Dynamic-capability Views of Rent Creation." *Strategic Management Journal*, 22, p. 388.

③Barney J., 1991. "Firm Resource and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management*, 17(1), p. 112.

④⑦张胜、路风:《企业竞争范围与竞争优势的源泉:企业能力范式的解释》,载《世界经济》,2003(9)。

⑮'核心刚性'是指由于能力的长期积累而导致的难以适应环境变化,阻碍创新的一种惰性。

⑯国内很多学者将动态能力理论视为广义的基于资源基础的竞争优势理论,笔者在研读动态能力理论经典文献的基础上,认为强调外部市场环境的影响,整合企业内外资源和能力是其理论本质,因而将其定义为整合观。

⑰⑱⑲⑳㉑转引自:Teece, D.; Pisano G. and Shuen, A., 1997. "Dynamic Capabilities and Strategic Management." *Strategic Management Journal*, 18(7), p. 519, p. 520, p. 521, p. 520.

参考文献:

1. Ansoff, H. I. and McDonnell, E., 1990. *Implanting Strategic Management*. UK: Prentice Hall.

2. Barney J. B., 1986. "Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy." *Management Science*, 32, pp. 1 231 - 1 241.

3. Barney J., 1991. "Firm Resource and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management*, 17(1), pp. 99 - 120.

4. Barney J., 2001a. Resource-based Theories of Competitive Advantage: A Ten-year Retrospective on the Resource-based View. *Journal of Management* (6), pp. 643 - 650.

5. Barney, J., 2001b. "Is the Resource-based 'view' a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes." *Academic of Management Review*, 2(1) January, pp. 41 - 56.

6. Diericks, I. and Cool, K., 1989. "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage." *Management Science*, 35, pp. 1 504 - 1 511.

7. Leonard - Barton, Dorothy, 1992. "Core Capabilities and Core Rigidities: A Paradox in Managing New Product Development." *Strategic Management Journal*, 13, Special Issue, pp. 111 - 125.

8. Makadok, R., 2001. "Toward a Synthesis of the Resource - based and Dynamic - capability Views of Rent Creation." *Strategic Management Journal*, 22, pp. 387 - 401.

9. Hoffman, Nicole P., 2000. "An Examination of the 'Sustainable Competitive Advantage' Concept: Past, Present, and Future." *Academy of Marketing Science Review*, No. 4. Available: <http://www.amsreview.org/articles/hoffman04-2000.pdf>.

10. Porter, M. E., 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. London and Basingstoke: Macmillan.

11. Prahalad, C. K. & Hamel, G., 1990. "The Core Competence of the Corporation." *Harvard Business Review*, 68(3), pp. 79 - 91.

12. Robins, J. & Wiersema, M. F., 1995. "A Resource - based Approach to the Multibusiness Firm: Empirical Analysis of Portfolio Interrelationships and Corporate Financial Performance." *Strategic Management Journal*, 16, pp. 277 - 299.

13. Rumelt, R. P., 1982. "Diversification Strategy and Profitability." *Strategic Management Journal*, 3(4), pp. 359 - 369.

14. Rumelt, R. P., 1984. "Toward a Strategic Theory of the Firm," in Lamb R., ed., *Competitive Strategic Management*.

Prentice - Hall: Englewood Cliffs, NJ, pp. 556 - 570.

15. Teece, D.; Pisano G. and Shuen, A., 1997. "Dynamic Capabilities and Strategic Management." *Strategic Management Journal*, 18 (7), pp. 509 - 533.

16. Wernerfelt, B., 1984. "A Resource - based View of the Firm." *Strategic Management Journal*, 5(2), pp. 171 - 180.

17. Peteraf, Margaret A., 1993. "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource - Based View." *Strategic Management Journal*, 14, pp. 179 - 191.

18. 张胜、路风:《企业竞争范围与竞争优势的源泉:企业能力范式的解释》,载《世界经济》,2003(9)。

19. 郭劲光、高静美:《网络、资源与竞争优势:一个企业社会学视角下的观点》,载《中国工业经济》,2003(3)。

20. 周晓东、项保华:《什么是企业竞争优势?》,载《科学与科学技术管理》,2003(6)。

21. 贺小刚:《企业可持续竞争优势》,载《经济管理 新管理》,2002(4)。

22. 孙育平:《论企业竞争优势与实现途径》,载《企业经济》,2003(12)。

23. 王艳:《知识管理与企业竞争优势构建》,载《广西社会科学》,2003(8)。

24. 冯艳婷:《企业竞争优势的内涵及其培养》,载《贵州民族学院学报》,2004(1)。

(作者单位:浙江大学管理学院 杭州 310058)

(责任编辑:N)

(上接第 112 页)路是降低代理成本、防范代理风险,重点是防范代理风险。具体到跨国公司治理,需要考虑一下几个因素:首先是建立全球化的监管体系。经济全球化进程的加快,使得这一问题越来越突出。随着各国治理机制的日益完善,来自经理人员的风险也逐渐转移到国际上,最典型的表现就是经理人员携款逃往国外或往国外子公司转移利润并化为己有,相对而言,发展中国家的情况比较严重。跨国公司国外子公司经理人员更具备得天独厚的优势。因此,需要国际间出台一些制约性的规定。2003 年联合国通过了两项公约《联合国打击跨国有组织犯罪公约》和《联合国反腐败公约》,目前已有 140 多个国家签署了前一项公约。这两项公约的生效,使得全球形成了追捕外逃贪官的浪潮。尽管它们不只是针对企业高管的腐败行为,但的确是加强和完善了跨国公司的外部治理机制。二是要形成全球化的资本市场。跨国公司子公司往往不受本国资本市场的管制,其经营好坏很难通过本国资本市场反映出来,加大了母公司与子公司之间的信息不对称,母公司很难掌握子公司真实的经营情况。如果能够形成全球性的资本市场,加强国与国之间在信息披露方面的合作,就能大大地改善这一状况。

注释:

参阅李维安、李宝权:《跨国公司在华独资倾向成因分析:基于股权结构战略的视角》,载《管理世界》,2003(1)。

区别于双层代理链。双层代理链同时来自两种不同的契约关系,而叠加式的代理链则先后来自两种包含与被包含的契约。

蔡来兴等主编:《全球 500 强》,208~209 页,上海,上海人民出版社,1999。

周新军:《跨国企业的公司治理研究——中外跨国公司治理模式的比较与选择》,10~199 页,北京,高等教育出版社,2005。

戴志敏、刘华:《公司治理结构中的博弈分析》,载《数量经济技术研究》,2002(2)。

一般地认为,国有企业代理分三级委托 - 代理,即自下而上多层级代理,自上而下多层级委托。在多层级委托系列中,“全民”是第一级委托者,中央政府是第二级委托者,地方政府及其所属部门是第三级委托者。在多层级代理系列中,企业经营者是第一级代理者,地方政府及其所属部门是第二级代理者,中央政府是第三级代理者。

石磊:《国有企业的委托 - 代理结构与制度改进》,载《管理世界》,1997(2)。

(作者单位:对外经济贸易大学国际商学院 北京 100029)

中国社会科学院财贸所博士后流动站 北京 100836)

(责任编辑:N)