

## 能力经济：一种新的理论假说

刘建伟,张正堂

(中国矿业大学 管理学院,江苏 徐州 221008)

**摘要:**从企业的角度,如何评价战略的优劣,这是战略管理研究者的主要任务之一。企业本质上是能力的集合体,能力经济决定了企业战略选择。企业能力经济可以包容规模经济和两种不同的范围经济,揭示了企业可持续竞争优势的更深层次的共有来源。

**关键词:**多元化;规模经济;范围经济;核心能力;能力经济

**中图分类号:**F019      **文献标识码:**A      **文章编号:**1001-9952(2003)02-0056-06

### 一、引言

1980年代以来,我国管理学界通过对多元化失败企业的总结,形成了“专业化优于多元化,相关多元化优于不相关多元化”的论断。显然这里的“相关”是指“业务的相关”。为什么会这样?现有的理论并没有给出满意的解释。现实中,许多优秀的企业成功地实现了不相关多元化,他们所经营的业务无论在产品特征还是在行业关联性上都相差甚远,因而,关于多元化经营,理论上还存在一个富有研究价值的问题,即:如何判断业务的“相关性”?是不是只能从产品特征或者产业特征上定义相关性?这个问题换个角度提问:难道不相关多元化经营成功的企业,他们的业务在“产品特征”和“行业特征”之外,真的不存在任何其他相关性吗?

企业战略仅从一般意义的方法论角度看是没有优劣之分的。但是,当战略选择与具体的企业相结合的时候,战略就有了优劣性,也就是说,有的战略适合某企业,是好的战略;有的战略不适合某企业,就是不好的战略。那么,从企业的角度,如何评价战略的优劣呢?显然,从目标与手段的关系看,凡是有助于实现企业可持续竞争优势终极目标的战略就是好战略,否则就是不好的战略。这种评价在逻辑上丝毫没有问题,但是却具有操作性不强的明显不足。理论界和企业界缺乏一个分析和评价战略选择正确性和经济性的工具。

目前人们用规模经济解释单一业务战略的经济性,使用范围经济解释多元化战略的原理。我们认为,在所有成功的企业中,无论采取什么类型的战略,肯定存在某种共性,对企业可持续竞争优势产生影响的因素,因此,笔者希望提出一种能够整合规模经济和范围经济的理论,这个理论应该具有更丰富的内涵,从而能够过滤掉具体战略的表面差异,因而具有更大的解释力,能够告诉我们一个企业无论采用什么战略(毕竟战略是实现企业目标的方式和方法),无论属于什么样的公司类型,只要满足某些共性条件,就都可以获得可持续竞争优势。这个问题的等价表述为:对所有公司类型而言,可持续竞争优势的更深层次的共有来源在哪里?是否能够建立一个对规模经济和范围经济具有包容性的统一的理论来解释战略的经济性?

基于上述分析,我们提出能力经济理论。“能力经济理论”作为一种新的理论假说,试图整合

收稿日期:2002-10-12

作者简介:刘建伟(1963—),男,河南禹州人,中国矿业大学管理学院副教授,博士生;

张正堂(1975—),男,安徽光明人,中国矿业大学管理学院讲师,博士。

规模经济和范围经济概念,从内生的角度解释公司获得可持续竞争优势的充分必要条件。对这个问题的回答也有助于构造一个具有整合价值的、能够解释公司战略选择经济性的“统一场论”,可以对企业多元化战略的经济性或合理性给出解释,建立企业多元化战略选择标准。

## 二、能力经济的提出

继资源基础之后,更加贴近企业现实来研究可持续竞争优势的企业能力理论学派开始于1990年,C. K. 帕拉哈拉德(Prahalad)和哈默(Cary Hamel)在《哈佛商业评论》上发表了“公司核心能力”一文,其后,理论工作者围绕“核心能力”掀起了理论研究的新高潮。按照帕拉哈拉德和哈默的定义,核心能力(core competence)“是组织中的集体学习(collective learning)(积累的学识),尤其是如何协调多样化的产品技能和如何整合多样化的技术分支。”核心能力是企业能力的集成,或者是企业能力体系中最重要也是最具有独特性的(distinguishing)能力,是形成公司竞争力最核心的能力,属于公司价值系统中的特征变量。

传统的战略观把企业看作是业务的组合,或者看作是产品的组合,从这种战略观出发,认为公司的竞争战略就是业务战略,即决定进入什么业务(business)或者退出什么业务,选择的依据主要是行业条件,即行业吸引力大小和行业壁垒的高低。

企业资源的构成要素包括有形的物质资源、人力资源和无形的规则资源(企业规章制度、企业文化等)。我们认为,有形资源和无形规则对于企业来说只是表面的载体性质的构成要素。唯有蕴藏在这些要素之后的能力,才是企业活的本质。对企业而言,物质资源和规则资源的存在意义与价值在于它们各自背后的能力。因此,企业本质上是一个特殊能力的集合体。这种战略观对于企业的理解更深刻,认为公司的竞争发生在至少两个层面上:公司之间深层次的竞争是能力的竞争,然后是业务层面的或者产品层面的竞争,而且能力层面的竞争主导着业务层面和产品层面的竞争。对企业进行分析的最小单元,是反映企业本质的能力。按照帕拉哈拉德和哈默(1990)的比喻,“多元化的公司就像一棵大树。树干和主要的树枝是核心产品(core products),较小一点的树枝是业务单位(business units),树叶、花朵和果实是终端产品(end products)。提供营养、支撑和稳定性的根系就是能力体系及其核心能力(core competence)。”如图1所示。

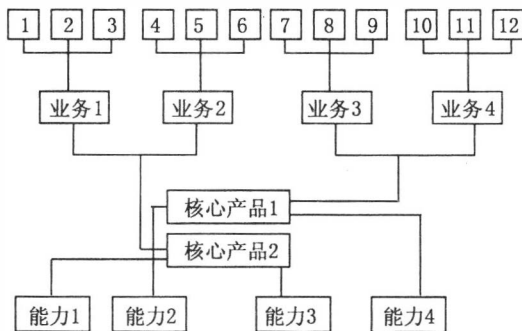


图1 能力、业务与产品

企业在形成自己的能力与核心能力过程中将高效率、能力和核心能力在公司边界内部不同部门和不同业务单位之间扩散,以及依据能力和核心能力在拓展全新的业务中所实现的成本节约就实现了企业的能力经济。成本节约体现为对能力形成过程中支付的固定的组织成本(管理成本和研究开发成本)的分摊。根据这个定义,能力经济性存在于以下三个方面:

(1)能力形成过程(development process)的经济性。当公司以高效率的卓有成效的方法推动个体学习、团队学习和组织学习,从而以较小的成本更快和更有成效地形成并积累相关知识和技能,从而形成独特的跨部门或跨技术类别的整合性组织能力,这种能力能够通过公司核心产品

和终端产品或服务,为客户创造更多的可感受到的价值(perceived value),并且具有路径依赖性(path dependence)和社会复杂性(social complexity),使得竞争对手无从模仿(inimitable),或者模仿成本高(costly)。

(2)能力扩散过程(diffusion process)的经济性。能力是组织资源投入的结果,本身是稀缺的和有价值的,当公司将一项或多项能力在公司边界内部不同部门或者不同业务单位扩散时,分摊了能力形成过程的固定费用,增加了公司价值,实现了价值创造的规模经济。

(3)能力增生过程(proliferation process)的经济性。将公司在—个业务领域内积累的能力移植到新的业务领域中(如果具有可移植性,即两个不同的业务可以共享某种能力),从而成功开发出了新的业务,实现了公司的多元化成长。在这个过程中,经济性体现在两个方面,一是为公司创造了新价值或者说实现了价值增加(value added),二是节约了支撑新业务成功运营所必要的能力的发展费用。

因此,企业的本质是能力的组合。企业是异质的,本质的差异性来自于能力存量大小和能力经济性程度高低。能力经济性是可持续竞争优势的充分必要条件,具有能力经济性的企业一定拥有可持续竞争优势;具有可持续竞争优势的企业一定实现了能力经济性。企业可持续竞争优势不取决于终端产品,而是取决于公司的(核心)能力。因为资源易得、单一技术和产品也可以模仿,唯有(核心)能力具备价值性、稀缺性、独特性、难以模仿性等特征。公司竞争战略的终极目标是实现并保持企业的能力经济性。公司竞争战略将在两个层面上展开,公司层面竞争战略(corporate level competitive strategy)和业务层面竞争战略(business level competitive strategy)。公司层面竞争战略有三项选择:(1)关于能力本身建设的战略。目的是建立学习型组织,促进知识和技能积累,促进能力整合,建立公司能力体系,形成核心能力。(2)关于能力在组织内部不同业务单位之间扩散以扩大能力效用的战略。目的是促进业务单位互动学习,创造横向价值。(3)关于将能力移植到新的终端产品,从而形成新的业务的战略。目的是促进能力增生,促进业务创新,建立新的市场—产品组合,实现范围经济。

### 三、能力经济的包络性研究

能力经济揭示了企业的能力(核心能力)是企业发展的根本。企业能力经济决定了企业发展的规模和多元化战略的选择。规模经济和范围经济的内在机理都与能力经济有关。规模经济的机理实际上是工作量与学习的关系,属于能力积累效率的范畴;而范围经济的机理是不同业务单位共享公司的能力,属于能力扩散或能力增生的范畴。规模经济和范围经济是能力经济的两个推论。

规模经济是指产量的增加带来的企业经营长期平均成本的降低。范围经济是指企业在生产两种以上产品(联合生产)比单独生产每种产品具有的成本优势。按照能力经济观点,规模经济是业务单位数为1,产品品种数量为1时的能力经济,体现终端产品战略的经济性;范围经济可以细分为I型,II型。“I型范围经济”是单一业务中多个关联产品之间的能力经济,体现业务战略的经济性;“II型范围经济”是公司内关联业务之间的能力经济,体现公司战略的经济性,如图2所示。

#### (1)能力经济解释规模经济

规模经济被表述为:长期平均成本随累计产量的提高而降低。长期平均成本为什么会随着累计产量而降低呢?用能力经济可以给出完美的解释:能力是公司的知识产品,我们知道知识产品克服了其它有形资源的要素收益递减规律,本身具有要素收益递增的效应。能力形成过程中需要成本投入,这种成本可以看成固定装置成本,能力一旦形成,就会在生产过程中发挥作用而不需要新的投入,所以出现了固定成本分摊的现象。或者说,企业将产品销售给更多的客户,从而可以将用于能力积累的固定投资成本分摊到更多的产量上,因此能够取得较低的平均成本<sup>①</sup>。所以,能力形成了规模经济的基础。规模经济在服务业也是适用的,当服务企业在形成一种独特

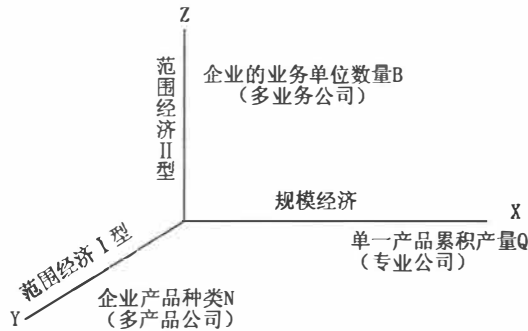


图2 公司类型与能力经济体系

注：当公司的业务单位数量为1，产品种类为1时，能力经济可以表现为单一产品公司的规模经济（x轴，专业公司）；当公司的业务单位数量为1，产品种类数量大于1时，能力经济表现为关联产品的范围经济I（y轴，多产品公司）；当公司的业务单位数量大于1时，能力经济可以表现为多个关联业务单位的范围经济II（z轴，多业务公司）。

的服务能力以后，每次面对新客户时，并不需要为发展这些能力重新投资。

### (2) 能力经济解释范围经济 I

范围经济被表述为：在一个公司里生产两种产品要比两个公司分别生产一种产品的成本低。在生产及销售一种产品时，企业经常能够发展出多种能力，并且这些能力可以应用于其它的产出上。在某一类活动中已经发展出特定能力的企业，可以通过原有市场向外扩张，将这些特有能力应用于完成其它活动。

企业的盈利能力不一定是来自他所销售的特定产品，而是在于从生产和销售中所学习和发展出来的特定能力。戴维·蒂斯、理查德·尼尔森、希德尼·温特等学者认为对于这些能力的开发和利用是企业取得战略成功的关键所在<sup>②</sup>。蒂斯指出，企业可以“利用自己的组织技术生产出多种最终产品。”<sup>③</sup>

从能力经济的角度看，规模经济和范围经济存在共同性质：即分摊能力建设的固定成本，分享能力。区别仅仅在于，规模经济分享的是同一类产品的不同批次生产过程的能力，范围经济分享的是不同种类产品生产过程中的能力。

### (3) 能力经济解释范围经济 II

在传统范围经济的概念中没有包含范围经济II的内容。习惯上把厂商在单工厂（更一般地称谓是：业务单位）或多工厂的多样化而产生的范围经济称为单工厂水平范围经济（即本文界定的范围经济I）或多工厂水平的范围经济（类似于本文界定的范围经济II）。这些范围经济的产生是由于投入能够被几种产品所共享而导致。我们关注的焦点是：共享什么？传统理论的主要观点是共享了固定投资成本，能力经济的观点则关注共享能力。

传统观点注意到，单工厂水平范围经济是指厂商新的产品线能够充分利用原生产线中的设备和机器。这是因为生产线的某些部分是不可分割的。单工厂范围经济通常发生在零售业中。只销售单一商品的零售商店是很少的，甚至可以说没有哪一个零售商店会这样做。由于必须承担租赁铺面、雇佣和培训商店员工等固定费用，零售商店的经理们通过销售多样产品来分摊这些费用，从而予以有效利用。顾客也能从这种范围经济中得到好处。多工厂水平范围经济是指利用多工厂生产能够共享投入。公司在核心业务的生产过程中所获得的无形组织能力是很好的例证。录音带厂商在开发粘合剂技术的过程中，能够把该技术用于生产便条纸，以扩大该厂商的生产能力。在这种情况下，公司可能不得不建造新的厂房和购买新的机器来生产便条纸，但是公司却没有必要在专有技术方面进行投资，因为这些专有技术已经在生产录音带的过程中获得了<sup>④</sup>。

在能力经济理论的基础上,我们提出“能力相关性概念”,即:可以共享能力的两个业务,无论他们的产品特征和产业特征差距多大,都属于能力相关性业务。因此,企业多元化选择的根据在于业务之间具有“能力相关性”而不仅仅是“产品或产业的相关性”。“能力相关业务的范围经济性”表明:能力相关性业务存在范围经济 II,即公司进入一个具有能力相关性的新业务,可以实现能力经济。

(4)能力经济体系:数学表达

设定变量:单一业务企业单一产品累计产量,记为  $Q$ ;单一业务企业内部产品数量,记为  $N$ ;企业(集团)业务单位数量,记为  $B$ 。

规模经济。用平均成本函数的下降来定义。设  $Q_x$  为产品  $X$  的产量; $TC(Q_x)$ 为生产  $Q_x$  单位的  $X$  所花费的总成本; $AC(Q_x)$ 为生产  $Q_x$  单位的  $X$  所花费的平均成本:

$$AC(Q_x) = TC(Q_x) / Q_x$$

定义:当  $AC(Q_x)$  随着  $Q_x$  的增加而递减时,为规模经济。

如果  $AC(Q_x)$  随着  $Q_x$  的增加而递增,则该生产是规模不经济的。

范围经济 I。用相对总成本来定义,即公司作为整体时,生产多种产品的总成本与分离成两个或更多的公司时其总成本的相对数。

令: $TC(Q_x, Q_y)$ 为公司生产  $Q_x$  单位的产品  $X$  和生产  $Q_y$  单位的产品  $Y$  的总成本,则范围经济可定义为:

$$TC(Q_x, Q_y) < TC(Q_x, 0) + TC(0, Q_y)$$

含义:企业同时生产产品  $X$  和产品  $Y$  要比分别由两个企业分别生产的总成本要小。

范围经济 II。用相对总成本来定义,即公司作为有关联的多业务单位(集团)公司联合生产的总成本与分离成多个单一业务公司时其总成本的相对数,规定每一个业务单位有一个产品组合,且符合范围经济 I。在数学表达的形式逻辑上与范围经济 I 相同。

令:业务单位  $B_i$  是一个产品组合( $i:1 \sim m$ ),且符合范围经济 I,生产总成本为  $\sum TC(Q_{B_i})$ ;

业务单位  $B_j$  是一个产品组合( $j:1 \sim n$ ),且符合范围经济 I,生产总成本为  $\sum TC(Q_{B_j})$ ;

$TC\{\sum TC(Q_{B_i}), \sum TC(Q_{B_j})\}$ 为业务单位  $B_i$  和业务单位  $B_j$  在同一个公司(集团)中生产的总成本,则范围经济 II 可以定义为:

$$TC\{\sum TC(Q_{B_i}), \sum TC(Q_{B_j})\} < TC\{\sum TC(Q_{B_i}), 0\} + TC\{0, \sum TC(Q_{B_j})\}$$

#### 四、结论

公司层面总战略在战略管理体系中一直是一个研究不充分的、内容相对贫乏的部分,能力经济理论的提出,将终端产品市场战略、业务竞争战略和公司层面总战略整合到一个统一的基于能力的战略管理体系架构内,为公司战略提供新的理论基础,对企业多元化战略的经济性或合理性给出解释,建立企业多元化战略选择标准(能力扩散或增生效应);将规模经济和范围经济整合到统一的能力经济理论架构内,可以建立战略经济分析的通用语言,从本质上认识战略经济现象。还可以将能力经济理论用于其它具有战略关联性和协同性的经济组织形式,如解释企业联盟的协同经济性和竞争优势来源,解释中小企业集群(cluster)的网络经济性与竞争优势。这些将是能力经济理论未来研究的方向。

注释:

①[美]戴维·贝赞可、戴维·德雷诺夫著:《战略经济学》,北京大学出版社1999年版,第65页。

②Nelson, R. and S. Winter, An Evolutionary Theory of Economics Change, Cambridge, MA: Belknap Press of the Harvard University Press, 1982.

③ Teece, D., "Towards and Economics Theory of the Multiproduct Firm," *Journal of Economics Behavior and Organization*, 3, 1982; pp. 39—63.

④ [美]戴维·贝赞可、戴维·德雷诺夫著:《战略经济学》,北京大学出版社 1999 年版,第 150 页。

**参考文献:**

[1] C. K. Prahalad and Gary Hamel. (1990), *The Core Competence of the Corporation*[J]. *Harvard Business Review*, May-June.

[2] Nelson. R. and S. Winter. (1982), *An Evolutionary Theory of Economics Change*[M]. Cambridge, MA: Belknap Press of the Harvard University Press.

[3] Teece, D. (1982), *Towards and Economics Theory of the Multi-product Firm*[J]. *Journal of Economics Behavior and Organization*, 3, pp. 39—63.

[4] 戴维·贝赞可,戴维·德雷诺夫. *战略经济学*[M]. 北京:北京大学出版社,1999.

## Economies of Competence: A New Theory Hypothesis

LIU Jian-wei, ZHANG Zheng-tang

(*Management School, China University of Mine and Technology, Xuzhou 221008, China*)

**Abstract:** One of the major missions of the strategic management researchers is to evaluate the strategies from the enterprise location. We argue that the enterprise in essence is the collection of the competences, and that the selection of strategies depends on the economies of competence. We believe that the economies of competence, consisting of the economies of scale and the two different economies of scope, uncovers the shared source of sustained competitive advantages of enterprises at the deep layers.

**Key words:** diversification; economies of scale; economies of scope; core competence; economies of competence

(上接第 35 页)

## A Comparison Research on the Two Management Systems

—An Analysis on the Predominance of the  
Close Credit Management System

WANG Ying-hui, LI Wen-lu

(*Shijiazhuang Railway Institute, Shijiazhuang 050043, China*)

**Abstract:** Based on the comparison and analysis of the two credit management systems, the paper puts forward that the close credit management system is superior to the traditional credit system in the management function and the paper makes further analysis on the conditions for its operation.

**Key words:** close credit management system; traditional credit management system; credit management