

# 商品经营、资本运营与核心竞争力

●丁浩 尹丽萍

**摘要:**商品经营是资本运营的基础和最终归宿;资本运营是商品经营发展到一定阶段的客观要求。资本运营与商品经营是企业成长和发展的不可或缺的两翼,是相互促进、不断发展的动态统一。企业的核心竞争力是企业获得市场竞争优势的前提和基础,是赢得竞争制胜的法宝。商品经营作为一种产品扩张战略,使企业的核心竞争力得以培育和巩固;资本运营作为一种资本扩张战略,是迅速增强原有核心能力和获取新的核心竞争力的有效途径。实现商品经营和资本运营的良性互动发展,是培育和发展、提升企业核心竞争力的根本途径,是企业实现持续跨越式发展的主要路径,是企业经营的精髓。

**关键词:**商品经营;资本运营;核心竞争力

企业的商品经营是商品生产和商品流通的总和,是整个市场经济存在和发展的物质前提。资本运营是指现代市场经济中,经济行为主体(政府、公司和作为投资者的个人)对其名下所属或其控制范围内即拥有排他性所有权或占有支配权的资本进行的能动性操作。资本运营的实质和核心就是要对资本的占有及占有方式进行创新或作出新的制度安排,最终在操作的循环终点获得资本效率和资本利得的附加性增长。企业的核心竞争力是指提供企业在特定经营中的竞争能力和竞争优势基础的多方面技能、互补性资产和运行机制的有机融合,是不同技术系统、管理系统及技能的有机组合,是企业在其发展过程中建立和发展起来的一种资产和知识的互补体系。企业的竞争,从长期来看归根结底是企业核心竞争力的较量,企业市场竞争力的强弱取决于企业核心竞争力的强弱。企业的核心竞争力是企业获得市场竞争优势的前提和基础,是赢得竞争制胜的法宝。商品经营、资本运营与核心竞争力之间存在密切的关系。

## 一、商品经营与资本运营的关系

1. 商品经营是资本运营的基础。在商品经营和资本运营的发展变化过程中,商品经营是资本运营的基础,资本运营要服务于商品经营,要符合企业商品经营的发展战略和发展方向。首先,商品经营活动是企业一切活动中最基本的经营活动,是企业利润的最终来源,是企业生存和发展的基石。其次,商品经营是资本运营的最终归宿。资本运营的最终目的是实现资本的增值,但是资本运营本身并不创造价值,如果为资本运营而资本运营,必然使资本运营陷入泡沫化和空心化,从而成为金融风险的滋生土壤。资本必须投入到商品经营中去,促进商品经营的发展;如果商品经营得不到有效的发展,资本也就失去了支撑的力量,商品经营才是利润的真正源泉。

2. 资本运营是商品经营发展到一定阶段的客观要求。首先,资本本性的要求。追求最大增值是资本的本质属性,

是资本的唯一目的和决定性动机。在现代工业文明阶段,资本运营和商品经营中相对独立,商品经营和资本运营在各自的市场上分别运作,大大拓宽了资本增值的渠道和空间,为资本搭建起充分发挥其增值本性的经济大舞台,使资本增值的效率极高,速度极快,资本的增值属性得到空前展现。资本运营使资本增值冲破原有企业边界的束缚,在全国乃至全世界范围内支配生产要素,而日益严重的资本裂化,又为资本运营和资本追求更大增值提供了客观条件。

其次,市场竞争规律的客观要求。市场竞争规律是市场经济的一条重要规律,优胜劣汰,适者生存是竞争的基本法则。资本运营是企业降低成本,提高市场竞争力的重要途径。企业通过资本运营,既降低交易费用,又利用自己形成的各种优势,在更大的范围内支配生产要素,实现优势互补,追求规模经济效应和范围经济效应,使资源的配置更加优化高效,节约成本,提高竞争力。

最后,企业发展的客观要求。任何企业,要在激烈的市场竞争中生存和发展,其成长路径不外乎是两个方面的:一是靠企业内部资本积累,实现渐进式的成长;二是通过企业资本运营,迅速壮大资本规模,实现跳跃式发展。单个企业内部积累永远是企业成长的基础,但是资本积累的数量和速度决定了仅仅依靠这种手段,企业成长必然是缓慢的。正如美国著名经济学家、诺贝尔经济学奖获得者乔治·斯蒂格勒说过的那样,“一个企业通过兼并其竞争对手的途径成为巨型企业是现代经济史上的一个突出现象”,“没有一个美国公司不是通过某种程度、某种方式的兼并而成长起来的,几乎没有一家大公司主要是靠内部扩张成长起来的”,资本运营已成为企业外部成长的主要路径。

3. 商品经营和资本运营相互促进。商品经营巩固资本运营的成果,推动更大规模更高层次的资本运营。商品经营是资本经营的后续需要,它巩固了资本运营的成果,推进新的资本联合体进入新生产领域。另一方面,商品经营

在巩固前期资本运营成果的基础上,作为资本运营的新起点,推动更大规模更高层次的资本运营。

#### 4. 商品经营和资本运营是不断发展的动态统一。

(1)商品经营和资本运营是统一的。尽管资本运营具有和商品经营诸多完全不同的属性,但是商品经营和资本运营是统一的,而不是互相排斥的。工业化初期,商品经营和资本运营基本上是合一的,统一于产业资本循环之中。尽管随着工业化的发展,商品经营和资本运营独立开来各自运作,但是资本运营仅仅是市场要素优化配置的手段,商品经营才是实现资本增值的唯一途径,只有搞好商品经营,资本增值的最终目的才能实现,因此,商品经营和资本运营都统一于企业整个经营活动之中,商品经营和资本运营的目的,都是追求资本的保值、增值,并且相互影响,相互渗透。

(2)商品经营和资本运营是动态的统一。商品经营和资本运营作为企业实现跨越式发展的两翼,在企业的发展过程中,并不是不变的静态的统一,而是不断发展的动态统一。商品经营和资本运营的这种动态统一表现为相互促进相互适应的过程。资本运营要服务于商品经营,要符合企业商品经营的发展战略和发展方向,资本运营的规模要与不断发展的商品经营的规模相适应,要适时适度,不能超越企业的实际承载能力,否则对企业的成长和发展不利,甚至会给企业带来灾难性后果。商品经营作为资本运营的基础,商品经营的规模和战略时刻制约着资本运营的规模和方向。随着商品经营规模的扩大,资本运营的规模也不断扩大;随着企业商品经营战略的改变,资本运营的方向也要发生改变。商品经营发展过程展现了企业发展的轨迹,商品经营和资本运营的相互适应过程,就集中表现为在企业发展的各个不同阶段,商品经营和资本运营不断发展的动态统一过程。

## 二、商品经营、资本运营与核心竞争力

1. 商品经营使企业的核心竞争力得以培育和巩固。商品经营是一种产品扩张战略,企业根据自己的发展战略,分析企业现状和行业前景,准确确立和识别即将建立的核心竞争力,在现有资本结构下,通过资源整合,包括控制成本,提高生产效率,开发新产品,拓展新市场,调整组织结构,提高管理能力等,为企业培育和巩固核心竞争力提供基本的条件。

2. 资本运营有助于迅速增强原有核心能力和吸纳、发展新的核心能力。资本运营作为一种资本扩张战略,是迅速增强原有核心能力和获取新的核心能力的有效途径。在单纯从事商品经营条件下,企业的发展受特定产品的市场容量限制、技术寿命限制、和资本结构限制,商品经营的充分挖掘和利用只能使企业生产和规模在一定资本结构和技术领域的特定范围内得以扩张,在一定程度上提高经济效益,延长企业生命周期。由于其核心竞争力的扩张效应局限于本企业范围内,增值效果也非常有限,难以实现企业持续跨越式发展,更难以应对日趋白热化的国内国际市场竞争。要使企业获得持续发展,就必须突破企业发展的

限制。而要突破这些限制,仅靠内部挖潜的商品经营是远远不可能达到的。必须开展资本运营,改变资本结构,开发新市场,进行组织和制度创新,实现跳跃式发展,在既有竞争和生存优势的基础上,增强原有的核心竞争力和发展新的核心竞争力,获得更强大的市场竞争优势。

3. 商品经营和资本运营有机结合,培育和提升企业核心竞争力,实现企业持续跨越发展。企业核心竞争力是一种稳定的获取持续竞争优势和实现资本最大增值的战略性资源。企业的竞争,从长期来看,归根结底是企业核心竞争力的较量。企业的核心竞争力是企业获得市场竞争优势的前提和基础,是赢得竞争制胜的法宝,是企业有效实现资本长期稳定增值的重要保证。而实现商品经营和资本运营的有机结合,是培育和发展企业核心竞争力的根本途径,是企业实现持续跨越使发展的主要路径,是企业经营的精髓。核心竞争力一方面要扎根于商品经营,充分发挥其扩张效应,控制更多的资源并进行资源的优化配置,最大限度实现资本增值;另一方面,要从各种外界资源中汲取并不断增强营养,得到不断的巩固和发展。如果企业既不能有效运用商品经营,又不能主动利用资本运营,企业就难以在激烈的市场竞争中求生存和发展,更不能培育其拥有竞争优势的核心能力,这样的企业将是短命的。这就是为什么有些企业还没明白自己是靠什么获得成功的,就被市场无情淘汰的原因。在当今的激烈的市场竞争中,如果企业仅从事商品经营,在短期内纵然使企业得以生存和发展,但长期如此的结果,必然使既有竞争和生存优势的基础不断削弱和蜕化,最终必然摆脱不了被市场淘汰的命运。因此,企业只有把商品经营和资本运营的有机结合起来,使企业不断培育、增强原有核心能力和获得更高层次的核心能力,并不断的予以巩固和消化,只有这样,企业才能既不断增强企业的市场竞争能力,获得更大的资本增值;同时又能使企业不断突破其发展周期的限制,实现企业的持续跨越式发展。商品经营和资本运营有机结合的循环互动发展过程,既是企业核心竞争力不断培育、提升、发展和扩散的过程;又是企业的竞争能力不断增强,资本追求更大幅度的增值过程;同时也是企业不断突破发展限制,实现持续跨越式发展过程。

#### 参考文献:

1. 于春晖. 资源配置与企业兼并. 上海:上海财经大学出版社,1997.
2. 马克思. 资本论(第一卷). 北京:人民出版社,1975.
3. 申明. 知识资本运营论. 北京:企业管理出版社,1998.
4. 王魏等. 中国并购报告. 北京:中国物资出版社,2001.

作者简介:丁浩,首都经济贸易大学博士生,就职于徐州师范大学经济学院;尹丽萍,首都经济贸易大学副教授、博士生。

收稿日期:2006-03-28.