

大规模定制理论研究与实践中的挑战

南华大学经济管理学院,421001 浙江大学管理学院,310058 谢荷锋 肖东生 周晓东

[摘要]针对目前大规模定制的理论与实践现状,通过对大规模定制的思想沿革、概念框架和研究议题分析,对当前大规模定制的研究视角、研究内容和研究方法方面的问题进行了探讨,指出大规模定制的研究与实践都面临着挑战。

[关键词]大规模定制,生产模式,挑战

供求关系、自然环境、规划、社会经济等外部因素很大程度上影响着房地产的价格。但这些外部因素不应该片面地认为是“折旧”,它们不仅可以是不利的因素,也可以是有利的因素,如某宗房地产原本是座落于某郊区,后由于政府将在该郊区新建开发区,那么,这宗房地产的价格就有很大的上涨幅度。因此,这些因素不能归在经济折旧这一项中。第二,这些外部因素不仅影响了旧房地产,还影响着新建房地产,所以,在新建房地产估价的公式中也应该有所体现。第三,公式中将土地与建筑物相分离。这是不现实的,因为一幢房子除非座落在某个地方,否则它是没有任何价值的。而且无论从生产力角度不是从投资者愿意支付的角度来看,土地和房子的市场价值都是不能分开确定的。鉴于此,建议在公式中将外部影响因素单列为一项,而折旧中仅包含物质折旧和经济折旧。即公式为:积算价格=(重新购建价格-折旧)×外部影响系数,外部影响系数则是取决于除成本外的房地产其他影响因素,它是一个百分数。对于外部影响系数的求取,可以通过市场法,或利用定量分析外部影响因素来确定。

3 收益法

3.1 内涵及适用范围

收益法又称收益资本化法或收益还原法,是预测估价对象的未来收益,然后将其转换为价值以此求取估价对象的客观合理价格或价值的方法。

收益法是以预期原理为理论依据的。即决定房地产当前的价值的重要的不是过去的因素而是未来的因素。

因此,收益法估价适用于有收益或潜在收益的房地产的估价,如写字楼、旅馆、游乐场等。它不限于估价对象本身现在是否有收益,只要估价对象所属的这类房地产有获取收益的能力即可,如空闲的公寓,虽然没有收益,但可以将其设想为出租的情况下来运用此方法估价。

该方法估价时的基本计算公式为:

房地产价格=房地产的年纯收益/收益还原利率

根据不同的前提条件,还引发了许多计算公式。

3.2 存在的问题及对策

收益法集中的难点是未来纯收益和收益还原利率的确定。未来纯收益是取决于客观纯收益,而非估价对象本身的纯收益,它排除了特殊因素、超额利润和亏损等情况。收益还原利率是收益法估价中最关键的参数,因为收益还原利率的微小变化都会引起估价结果的很大变动。对于两者的确定,目前也有很多方法,但是实际操作中仍然难以较准确的确定,特别是收益还原利率的确定。普遍认为收益还原利率是将纯收益还原成为价格的一种资本化率,实质就是期望的投资收益率。

笔者认为该方法虽然有较充分的理论依据,但也存在着问题。首先,该法就是应用科学的预测方法预测估价对象在未来经济寿命年限内每年能给投资者带来的纯收益,并选择合理的收益还原利率,将之折现到估价时点,即得估价对象在估价时点的价格。那么未来的纯收益也包含房地产经济寿命结束后的残值的分摊。第二,期望的投资收益率应该大于收益还原利率的。因为按照现行理论和公式,房地产的价格是其未来净收益的现值之和。也就是说投资者把自己未来的收益全都折成现值付给了卖者,而自己没有任何利益。试想,有谁会白白为别人打工,而自己毫无收益。所以,这是不公平的,建议期望的投资收益率应等于收益还原利率加上该行业的平均利润率。

4 结语

成本法着眼于过去,市场法则重视现在,收益法看重未来。三种方法各有其特点。成本法中较少考虑到市场的竞争和供求关系;一旦房地产市场处于非长期均衡状态下,产品的价格与成本出现较大的差距时,成本法估价就不适用了。市场法则引入了市场的供求因素,弥补了成本法的缺陷,但是主观影响程度较大。收益法引入了预期因素,则房地产看作是投资品,但房地产估价的结果受其中参数的影响很敏感。由于成本法是从供者角度出发的,收益法是从需者角度出发的,而市场比较法是从供求均衡角度出发的,故从理论分析可知,正常情况下的评估结果应该是:收益法高于市场法,市场法高于成本法。总之,估价人员估价时应该根据估价方法的特点进行选择,或以某一种方法为主,以其他的方法为辅进行测算。同时,要不断地发现现行方法中的问题,完善房地产估价理论与方法。

[参考文献]

- 1 中国房地产估价师学会.《房地产估价理论与方法》,中国建筑工业出版社,2004
- 2 施建刚,白庆华等.三种房地产估价方法相互关系的研究.中国房地产,2000(10),45-47.
- 3 陈作昌,杨春.关于房地产估价中资本化率计算方法的探讨.重庆建筑大学学报,2002(3),82-85.
- 4 管高.房地产收益率及有关房地产估价理论与方法的探讨.中国资产评估,2003(6),33-36.

一、问题的提出

自从1970年预言家阿文·托夫勒(Alvin Toffler)在《未来的冲击》对大规模定制MC生产模式作出预言,加上1993年B. Joseph. Pine II对大规模定制的详细描述,人们对大规模定制在未来企业生产经营中的重要性似乎不再怀疑,大量的文献与研究集中于这种生产模式所必备的管理知识、组织结构、技术支持和环境条件等方面。在实践方面,以德尔公司为代表的,包括德国宝马公司、美国利瓦伊·斯特劳斯(牛仔裤)公司、马特儿(芭比娃娃)公司、麦格劳·希尔公司等在大规模定制方面的成功,为其他企业引入这种生产模式树立了典范。

然而,相对于批量生产而言,大规模定制还处在起步和创新阶段^[1]。目前大多数的研究缺乏系统有序的观察和详细的数据结论,因而对大规模定制生产引起的各种生产经营规律和匹配条件,尚缺乏一个系统的理论框架,因而目前的研究对企业进行大规模定制生产模式引入的指导力和预测力明显不足,事实上,除了少数企业外,大量试图采取大规模定制的企业并未取得预期效果,国内成功的案例更是鲜见,这进一步说明了大规模定制生产理论与应用研究尚需进一步深入。

二、大规模定制思想沿革

人类对生产模式的选择是出于提高经济效率的需要。为了解决基本的经济矛盾,即资源有限而需求无限问题,亚当·斯密(Adam Smith)提出了两条基本途径:一是采用市场机制进行资源配置,提高资源分配效率;二是劳动分工,提高专业化技能,以增加资源的使用效率。根据科斯(R. Coase)的思想,这两条途径都蕴含着人类对生产模式的选择。无论是在工业化时代的大批量生产,还是信息化、知识化时代的大规模定制生产,都离不开市场对资源的有效配置和专业化分工带来的技术支持。

由于专业化分工的限制,自给自足的个体生产模式曾长期占据人类生产模式的统治地位,直到工业革命后,技术进步和市场经济的发展,大批量生产模式开始出现,由于它能大规模的降低生产成本,增加资源的利用效率,因而被广泛的采用。福特公司对生产流程的成功改造,将大批量生产范式推向了顶峰。到如今,福特模式依然是广大采用低成本战略的企业进行生产的重要模式。

1990年代以来,以CAD/CAM、CIMS以及网络技术为代表的先进制造技术在企业生产运作中获得成功,标志着人类开始步入大规模定制的时代。美国《财富》杂志认为,大规模定制是产品和劳务生产方式的“一次静悄悄的革命”,同大批量生产是20世纪企业组织原则一样,大规模定制很可能是21世纪企业的组织原则。

大规模定制生产模式的出现,是技术进步与人类需求变化共同作用的结果。人们对产品和服务多样化、快捷化、个性化的需求为定制生产思想提供了动力,而技术的进步为这种思想的实现提供了支持。

大规模定制思想及其生产模式的实践表明,大规模定制模式不是简单的生产技术的进步,而是一种全新的企业经营理念。它对目前存在的管理模式、组织结构、业务流程以及企业战略管理(SM)、供应链管理(SCM)、客户关系管理(CRM)等提出了全新的课题。

三、大规模定制的理论框架

(一)大规模定制的概念框架

目前对大规模定制的概念有不同角度的定义^[1,2]。从能力的角度看,大规模定制是指一种能够通过高过程敏捷性、柔性和集成来对每一个用户提供个性化设计的产品和服务的能力;从技术支持的角度看,大规模定制是以先进制造技术、柔性的制造过程及灵活的组织结构为支撑的生产模式;从功能方面的来看,大规模定制协调了企业批量生产、快速响应市场,满足客户多样化、个性化需求的关系,从而达到批量生产与个别定制相一致的生产模式。

目前的文献对大规模定制的概念并不十分严格。这表明这种新的企业生产思想尚处于发展完善中。不严格的概念扩展了管理者的创新空间,但对大规模定制的研究,概念的不严格可能导致研究主题不明确。因此,对大规模定制的研究,首先应该明确定义出大规模定制的概念框架。

如果以个性化与规模化作为划分生产类型的维度,则对大规模定制还应增加一个时间维,以测度经营对市场变化的响应速度。于是根据生产模式的定位,大规模定制的概念框架应包括三个构件:个性化、规模化和响应速度,一个简洁的概念界定是:大规模定制是具有高个性化、高规模化和高响应速度的生产组织模式。

这种定义框架有意忽略了生产模式的支撑条件,特别是目前研究中过分强调的技术条件。这是有道理的。从逻辑上讲,技术是一个不断演化的变量,技术进步导致生产经营模式的变革,但它并非大规模定制的充分条件,过分强调技术维度容易导致逻辑混乱。从研究与实践的角度来看,上述框架具有可测性,便于生产模式的界定、评估和比较。

(二)大规模定制理论研讨

大规模定制研究的议题主要包括以下五个方面:

1) 消费者行为研究。这类研究主要从影响消费者行为的心理、个人、社会和文化等因素入手,运用经济学、心理学和统计学等分析方法,研究消费者需求的变化规律。这方面的研究主题为消费者个性化需求管理提供了理论基础。

2) 企业组织理论研究。这方面主要研究大规模定制模式下的组织行为与组织结构规律。例如强调组织学习与知识管理,强调组织重构,以建立快速灵活反应的组织结构,以及大规模定制模式对组织边界的影响等。

3) 企业竞争行为研究。目前这个主题的研究较为薄弱。相对传统市场的需求假设(需求无区分假设),个性化需求至少引发两个研究问题:一是企业在个性化需求假定下的系列决策问题(如产量决策、价格决策);二是产业组织间竞争的策略与均衡问题的研究。这两个问题的研究对理解基于规模定制模式下的经济规律无疑具有基础性的意义。

4) 影响大规模定制的因素和条件研究。并不是每一个拥有技术支持的企业都能够引入大规模定制模式,

大规模定制生产的效率也受到诸多因素的影响,如市场特征(竞争性)、产品特征(可否定制)、消费者特征(需求差异)、企业特征(产权结构、治理结构、组织结构、管理思想)、资源约束(如技术、资本)等。这方面的研究主要为大规模定制的规律和现象提供解释。

5) 大规模定制模式与实现机制研究。这方面的研究主要是探讨大规模定制的实践模式,以及各类模式下的实现机制。这类研究涉及到不同大规模定制模式的评价、比较,机制研究涉及具体模式的实现程序和规则,包括供应机制、信息管理机制、研发机制、激励机制、生产运作机制以及营销机制等各类机制的探讨与设计。

四、大规模定制研究与实践面临的挑战

从概念的提出到商业实践,大规模定制在短短数年的时间内得到了长足的发展。而且,大规模定制的概念及其实践并不囿于产品制造领域,而是延伸到服务、人才培养等领域,如金融中介机构提供定制化的金融产品和服务,学校为企业和用人单位提供定制化的人才。可以预计,规模定制将成为本世纪组织生产的基本模式之一。但在研究与实践方面,依然存在大量的问题需要继续探索。

其一是关于研究视角的问题。归纳起来,目前的研究视角大致有三类。一是占主流的,即研究规模定制的技术条件和组织结构模式,大量的研究集中于规模定制的信息技术的构建问题,这一类可称为技术研究观;另一类可以称为战略研究观,其研究的视角定位于规模定制为企业带来的竞争优势,其理论与方法基本上是建立在战略资源观(RBV)的框架上,研究如何利用规模定制构建企业的核心能力,以获取竞争优势,以及规模定制带来的市场竞争态势的变化问题;第三类研究集中于生产模式的演化,从演化的角度研究规模定制实现的条件,这类研究可称为演化研究观。这三类研究从各自的视角对规模定制进行诠释,取得了长足进展。事实上,三个研究视角具有明显的层次结构关系(图1),不同的视角涉及研究内容和研究方法的选择。因此,在选取研究主题时,应该对研究视角有正确的定位,目前许多研究并未意识到这一点。

其二是关于研究内容问题,目前规模定制的研究多数集中于大规模定制的技术条件研究,总体上缺乏系统性,特别是缺乏规律和机制发现的实证性研究。因而,目前的研究内容显得技术上强,而基础方面弱,很多现象无法得到理论解释。如是否任何产品都可以规模定制?为什么可以或者不可以?这是产品定制的范围问题;另外,定制的程度也是应该研究的问题。尽管许多研究探索了规模定制的供应链管理、客户关系管理和生产运作管理,但这些技术方面的研究并没有解释不同企业(行业)定制模式的差异性,更为重要的是,技术条件并不构成规模定制的充分条件,那么规模定制是否存在可以成功复制的模式?如何测度和界定规模定制企业的成功与失败?所有这些问题并未得到研究者的足够重视。

其三是研究方法问题。如许多管理问题一样,研究方法的选取是决定问题研究深度和科学性的重要条件。在定制研究中,由于内容的选择多是定位于技术层面的,因此,方法以规范研究为主,偶尔伴以案例研究,鲜见有基于数据统计的系统性的实证研究。这使目前的研究文献虽多,但研究结论均缺乏实证支持,因此对现实中的规模定制实现的指导意义不大,特别是对于规模定制管理模式和技术构建现象与规律的解释力与预测力有限。

上述问题的出现,原因是多方面的。从认识层面上来说,对规模定制这一新的生产模式的认识定位,目前多倾向于技术层面,忽视规模定制有关管理规律方面的问题,认识上的不足导致研究定位的混乱;其次,规模定制的实践成功案例目前并不多,科学研究所需条件受到很大限制。

研究的缺陷导致理论对实践的指导不足。一般认为,企业规模定制实践目前面临许多挑战,这些挑战包括:是否存在规模定制的最佳实践模式?如何识别规模定制产品的范围和深度?目前规模定制的技术支持条件及构架如何在实践中实现?规模定制的管理规律是什么?这些问题是试图进行规模定制实践的企业所必须解决的问题,每一个问题也构成了目前理论与应用研究的一个重要主题。实践表明,规模定制并非是一剂解决企业问题的良药。它的引入需要一定适配条件和生长土壤,盲目的模仿必然导致企业资源的浪费甚至企业失败。

五、结论

大规模定制这种组织生产模式展现了明显的竞争优势,但是从实践来看,成功地采用这种生产模式的企业数目并不多,即使是目前运行良好的企业,在日益变化的市场条件下也面临诸多问题。

尽管研究规模定制的文献大量涌现,但规模定制的概念依然显得较为模糊,特别是对技术层面的过度强调,导致研究内容方面的偏颇。对规模定制概念的清晰界定,是目前理论研究的一个挑战;另一方面,由于实践案例过少,导致目前研究方法重规范,轻实证,对规模定制的深层机理与规律研究不够,对实践中出现的现象解释不够,使企业实践缺乏必要的理论指导,这是目前规模定制研究的另一个挑战。解决这些问题需待理论研究的继续深入与实践经验的不断总结。

【参考文献】

- [1] 陈昆玉,覃正. 大规模定制:企业竞争的新范式[J]. 科学学与科学技术管理, 2002, 2.
- [2] 闫芬,陈国权. 实施大规模定制中组织知识共享研究[J], 管理工程学报, 2002, 3.
- [3] 彭正龙,许学国. 大规模定制模式下的组织再造研究[J]. 工业工程与管理, 2003, 1.
- [4] 大卫·M·安德森, J·派恩二世. 21世纪企业竞争前沿[M]. 北京:机械工业出版社, 1999年版
- [5] 夏绪辉,徐栋梁. 制造业的发展及其哲学思考[J]. 武汉科技大学学报(社科版), 2002, 3.

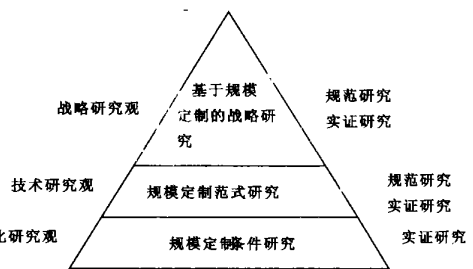


图1 大规模定制研究视角、内容与方法