

Business Model



Content Innovation

Entrepreneurial Network

创业网络

对商业模式内容创新影响
及作用机制的实证研究

An Empirical Study of Entrepreneurial Network
and Business Model Content Innovation

杨 俊 云乐鑫 著



经济科学出版社
Economic Science Press



创业网络

对商业模式内容创新影响 及作用机制的实证研究

An Empirical Study of Entrepreneurial Network
and Business Model Content Innovation

杨 俊 云乐鑫 著



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

创业网络对商业模式内容创新影响及作用机制的实证研究/杨俊, 云乐鑫著. —北京: 经济科学出版社, 2015. 4
ISBN 978 - 7 - 5141 - 5769 - 7

I. ①创… II. ①杨…②云… III. ①互联网络 - 影响 - 商业经营 - 研究 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 107350 号

责任编辑: 柳 敏 李晓杰
责任校对: 杨 海
版式设计: 齐 藏 书
责任印制: 李 鹏



创业网络对商业模式内容创新影响及作用机制的实证研究

杨 俊 云乐鑫 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编辑部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京汉德鼎印刷有限公司印刷

三河市华玉装订厂装订

710 × 1000 16 开 14.5 印张 280000 字

2015 年 8 月第 1 版 2015 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 5769 - 7 定价: 38.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

本研究受到国家自然科学基金面上项目《技术性创业企业的商业模式形成规律与绩效作用机制研究》（编号：71272186）的资助

序

我最早接触到商业模式（Business Model）这一术语是2002年在美国。当年在美国做访问学者，阅读哈佛商业评论看到一篇题为“为什么商业模式有用？”的文章，文章的开头就吸引人，“战略可模仿，商业模式却不能。沃尔玛成功靠战略，戴尔靠的是商业模式。”回国后又读了这篇论文的作者约翰·玛格丽塔（John Magretta）写的著作《管理是什么》，对商业模式创新进一步产生了浓厚的兴趣。在研究中心内部交流，大家也有兴趣，2003级博士生李乾文和王伟毅还专门梳理了文献，2005年在外国经济与管理杂志上发表“创业视角的商业模式研究”论文。近年来，商业模式创新在国内出现的频率越来越高，南开大学创业研究团队也一直关注有关商业模式的研究，《创业管理》教材每次修订，都在商业模式这部分花很大功夫。2012年，杨俊博士生申请的课题“技术型创业企业的商业模式形成规律及绩效作用机制研究”得到国家自然科学基金资助，更加专注商业模式研究。2011级博士生云乐鑫参与了该课题的论证，并围绕商业模式开展学位论文设计，杨俊博士全程予以指导并一起调研。论文答辩后，我鼓励杨俊和云乐鑫结合专家意见，继续修改论文，以专著的形式出版，为此他们又投入了近一年的时间雕琢扩充。

商业模式创新突出价值设计与创造，当然不局限在新创企业。本书侧重点还是在创业领域，这和南开大学创业研究团队多年专注创业研究有关。创业是资源稀缺和不确定性条件下的价值创造活动，提升创业活动质量，前提要提升创业活动的价值创造能力，价值创造离不开商业模式设计，商业模式也绝不只是指赢利模式，更不能简单为描述如何赚钱的故事。

以互联网和信息技术为代表的技术变革改变了价值创造逻辑和竞争优势来源，不少新创企业在高度资源约束和不确定性条件下借助商业模式创新实现了快速成长，甚至颠覆了产业竞争格局（如苹果、亚马逊等），以

资源和战略分析见长的大企业反而却屡屡败退（如诺基亚、柯达等）。作为一种复杂的活动系统，在理论层面解构并将商业模式概念维度化是开展研究的重要基础。商业模式本质上要回答两个基本问题：创造什么价值以及如何创造价值，已有研究将商业模式解构为内容、结构和治理三个维度（Amit and Zott, 2012），在其中，内容维度涉及应该执行什么活动来创造什么价值；结构维度涉及如何对这些活动进行连接及顺序安排；治理维度涉及谁执行这些活动以及如何执行。进一步地，商业模式创新则可以分为商业模式内容创新、商业模式结构创新和商业模式治理创新。

从已有研究进展来看，大多数研究集中于探索商业模式结构/治理维度创新的来源及其绩效作用机制。他们主要借助价值网络理论、利益相关者理论、交易成本理论来解构商业模式创新，拘泥于挖掘商业模式如何创造价值问题，并没有对商业模式创造什么价值问题予以关注（George and Bock, 2011）。价值网络理论认为商业模式创新是重新组合以顾客、供应商、互补者之外，还包括广告商、商业伙伴等多种类型主体构成的价值创造网络（Normann and Ramirez, 1993；Brandenburger and Nalebuff, 1996；Koen et al., 2011；王琴, 2011）。而利益相关者理论则强调商业模式中利益相关者之间以交易主体、交易方式和交易定价为核心内容的交易结构，商业模式创新主要是基于利益相关者交易结构方面的创新（魏炜等, 2012；Casadesus - Masanell and Zhu, 2013）。交易成本理论则将商业模式理解为企业建构并维持外部交易结构关系进而创造价值的过程，将商业模式划分为创新型与效率型两种类型，创新型更侧重于基于创造性的交易结构关系来创造新价值，比如增加新的价值创造主体或者以新方式来联动已有价值创造主体等；效率型更侧重于通过改善已有交易结构体系进而降低系统交易成本来创造新价值，并进一步探索了不同类型的商业模式对绩效的促进作用及其与战略选择之间的理论联系。

但是，一个与商业模式结构和治理创新至少同样重要的问题却未得到应有的重视：即企业如何实现商业模式内容创新？杨俊他们从创业网络角度探索商业模式内容创新的路径及其边界条件，以社会网络理论和组织学习理论为基础，考察了创业网络结构和行为影响创业企业商业模式内容创新的作用机理，论证了不同学习方式在创业网络与商业模式内容创新之间的中介效应。研究成果对于启发有关商业模式的进一步理论探索，尤其是对我国情境下商业模式的研究有着重要价值。

本书构建了创业网络如何推动商业模式内容创新的基本框架,结合案例研究和问卷调查等研究手段,对研究的基本命题和假设进行了实证检验,形成了一组有关创业网络如何推动商业模式内容创新的学术判断和观点,这些观点这不仅有助于深入认识创业网络与商业模式内容创新之间的联系,而且有助于归纳创业企业实现商业模式内容创新的内在规律,从而能够对创业管理和商业模式创新两种理论体系的微观知识基础构建做出贡献。在实践层面,随着移动互联网和大量新兴技术的出现,新一波的创业浪潮正席卷而来。在大量的创业机会面前,创业者更需要做的往往不再是技术创新,而是如何在技术机会面前理性地建构、维持并利用创业网络来设计创新型商业模式,这需要创业者在网络互动和不断学习的基础上,一方面充分利用创业网络的资源和信息优势,另一方面充分发挥创业者网络行为的能动性,洞察顾客并提出新颖的价值主张或引入新的价值创造活动,才能实现商业模式内容创新,进而实现有价值创造能力的快速成长。

创业的本质是创新,创新不局限于技术,还包括新的生产要素、新的生产流程、新的商业模式等。近年来与不少创业者接触,也剖析跟踪了一些创业项目,感觉到要关注技术创新基础上的创业,也应关注以商业模式创新为代表的非技术创新基础上的创业,有时商业模式创新比技术创新还要重要。杨俊博士是南开大学商学院副教授、博士生导师,他专注于创业机会、社会网络、创业团队方面的研究工作,研究成果获得过多项重要学术奖励和荣誉。云乐鑫博士目前在天津大学管理与经济学部从事博士后研究工作,围绕商业模式研究发表了多篇学术成果,具有较好的研究潜力和研究基础。本书的出版只是阶段性研究成果,对于商业模式,他们还在继续探索。

张玉利

2015年8月

摘 要

商业模式创新日渐成为创业企业重要的竞争优势来源之一。基于创业研究的前沿问题，本书聚焦于商业模式内容创新并对其进行了理论解构，进而以社会网络理论和组织学习理论为基础，考察了创业网络结构和行为影响创业企业商业模式内容创新的作用机理，论证了不同学习方式在创业网络与商业模式内容创新之间的中介效应。依托 228 份有效问卷，采用层级回归分析等方法对相关假设进行了实证检验。本研究的主要发现和结论主要包括以下几点：

第一，商业模式内容创新包含提供新价值和引入新活动两个维度，二者对创业企业的成长均具有重要推动作用。根据案例访谈和理论分析，本书将商业模式内容创新定义为：核心企业与商业网络伙伴为开发商业机会，在核心价值要素或核心活动方面相对于同行企业做出的创新。商业模式内容创新在理论上应包含两个维度：一是企业层面的提供新价值；二是网络层面的引入新活动。

第二，创业网络结构和行为均影响商业模式内容创新的两个维度，且存在交互效应。从网络结构来看，拥有高密度、多样化网络特征的创业企业更容易实现商业模式内容创新。从网络行为来看，积极采取联合制定规划、联合解决问题以及合作性沟通行为的创业企业更有可能实现商业模式内容创新。另外，网络多样性和联合解决问题、网络规模和联合制定规划存在显著的交互作用，它们分别影响商业模式内容创新提供新价值和引入新

活动两个维度。

第三，创业网络通过企业开展获得性学习和试验性学习两条路径作用于商业模式内容创新。在创业网络影响商业模式内容创新的关系中，组织学习发挥了重要中介作用。本书发现，在创业企业的网络结构以及网络行为特征影响商业模式内容创新的过程中，存在获得性学习和试验性学习两种不同的学习机制。第一种学习机制的核心逻辑是基于获得性学习的知识获取，第二种学习机制的核心逻辑是基于试验性学习的知识创造。

第四，试验性学习比获得性学习在商业模式内容创新过程中所发挥的中介作用更大。进一步比较发现，试验性学习对于商业模式内容创新影响的中介作用更为关键。具体而言，对于商业模式内容创新提供新价值维度来说，试验性学习相对获得性学习而言发挥了更为重要的中介作用。对于商业模式内容创新引入的新活动维度来说，试验性学习在创业网络结构、行为和商业模式内容创新引入新活动维度之间发挥了中介作用，而获得性学习没有发挥中介作用。

本书的理论价值和创新点主要体现在以下三方面：第一，基于结构和行为视角揭示了创业网络对商业模式内容创新的影响。本研究发现在商业模式内容创新情境下，网络结构和网络行为之间存在着互补关系，针对网络视角下的创业研究拘泥于“结构—行为—绩效”逻辑而言，增添了网络结构与行为之间互动关系及其启示的理论解释。这在一定程度上一方面弥补了已有研究过分强调网络结构忽视了网络行为因素的不足，对于已有文献是重要补充。第二，识别并验证了在创业网络与商业模式内容创新之间的两条中介路径。本书通过整合网络理论和学习理论并将其引入商业模式内容创新过程研究，揭示了创业企业网络不同维度借助不同学习机制作用于商业模式内容创新的路径与逻辑，验证了获得性学习与试验性学习在创业网络结构、行为与商业模式内容创新之间的中介效应，并进一步发现试验性学习是相对更重

要的路径,丰富了有关网络、学习和创新之间的关系研究。第三,验证了商业模式内容创新的区分维度并揭示了其不同实现机理,弥补了有关商业模式创新的研究主要关注植根于企业如何创造价值问题的商业模式结构和治理方面的创新,却忽视了植根于企业应创造什么价值问题的商业模式内容创新研究的缺陷。

本书主要包括六章内容。第一章是绪论部分,主要介绍了本书的研究背景和研究问题,研究意义和研究方法,以及研究过程和结构安排。第二章是文献回顾,梳理了与商业模式相关的理论研究,评述了现有研究的不足和可能的研究方向,阐述了本书的理论基础。第三章是模型构建与假设提出,主要聚焦于商业模式内容创新,从创业网络视角出发构建了创业网络、组织学习和商业模式内容创新之间的概念模型,并提出了一系列变量之间的研究假设。第四章是研究设计与方法,主要介绍了问卷设计、变量测度方式、预调研、数据收集、数据整理及分析思路等内容。第五章是实证分析与讨论,主要通过实证数据对研究假设进行了检验,并进一步讨论了实证结果。第六章是结论与展望,主要归纳了本研究的主要结论,提出并分析了本书的创新点,并指出了不足和未来研究方向。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究问题与研究意义	6
第三节 研究内容与研究方法	12
第四节 研究过程与全书结构	15
第二章 文献综述	19
第一节 商业模式研究述评	19
第二节 商业模式创新研究述评	29
第三节 创业网络与商业模式创新关系研究	38
第四节 组织学习与商业模式创新关系研究	47
第五节 现有研究述评及对本研究的启示	50
第三章 理论模型与研究假设	54
第一节 商业模式内容创新	54
第二节 理论推导与模型构建	59
第三节 研究假设推导	65
第四章 研究设计与方法	80
第一节 研究设计的路径选择	80
第二节 商业模式内容创新量表开发	84
第三节 前因变量测量及量表选择	96
第四节 数据收集与分析方法	101

第五章 实证分析与讨论	106
第一节 样本有效性分析	106
第二节 主要变量的信度效度分析及处理	109
第三节 回归分析与假设检验	123
第四节 进一步讨论	138
第六章 结论与展望	163
第一节 主要结论	163
第二节 创新点	167
第三节 理论与实践启示	170
第四节 局限性与未来研究方向	174
附录	177
参考文献	193

表 目 录

表 2-1	商业模式部分定义与构成要素	20
表 2-2	国内主要期刊商业模式主题文章发表情况	28
表 4-1	企业与机构访谈的相关信息	86
表 4-2	实地访谈中的商业模式内容创新观点	91
表 4-3	商业模式内容创新的初始量表	94
表 4-4	商业模式内容创新提供新价值维度量表的 CITC 与 探索性因子分析	95
表 4-5	创业网络结构指标的测量方式	98
表 4-6	创业网络行为的测度	99
表 4-7	组织学习方式的测度	100
表 4-8	研究目的与分析技术	104
表 5-1	被调查创业者特征的描述性统计	106
表 5-2	被调查创业企业特征的描述性统计	107
表 5-3	商业模式内容创新提供新价值维度的测量条目描述	110
表 5-4	商业模式内容创新的探索性因子分析及信度分析结果	111
表 5-5	商业模式内容创新提供新价值维度的验证性因子 分析结果	112
表 5-6	商业模式内容创新引入新活动维度的测量条目描述	113
表 5-7	商业模式内容创新引入新活动维度的探索性因子 分析结果	114
表 5-8	商业模式内容创新双维度探索	114
表 5-9	创业网络结构中网络成员总数及关系紧密数量的描述	115
表 5-10	创业网络结构指标描述	116
表 5-11	创业网络行为的测量条目描述	117
表 5-12	创业网络行为的验证性因子及信度分析结果	118

表 5-13	组织学习的测量条目描述	119
表 5-14	组织学习的验证性因子分析及信度分析结果	121
表 5-15	定序变量的设置	122
表 5-16	虚拟变量的设置	122
表 5-17	主要研究变量的相关系数矩阵	124
表 5-18	创业网络结构和行为对商业模式内容创新提供 新价值维度的层级回归结果	126
表 5-19	创业网络结构和行为对商业模式内容创新引入 新活动维度的层级回归结果	128
表 5-20	创业网络结构和行为对组织学习的层级回归结果	131
表 5-21	组织学习在创业网络和商业模式内容创新提供 新价值维度间中介效应的检验	132
表 5-22	组织学习在创业网络和商业模式内容创新引入 新活动维度间中介效应的检验	136
表 5-23	商业模式内容创新对创业企业绩效影响的层级 回归分析	141
表 5-24	网络规模对商业模式内容创新的稳健性检验	143
表 5-25	创业网络结构与行为对商业模式内容创新的交互 效应分析	146
表 5-26	创业网络和商业模式内容创新提供新价值维度间的 中介效应比较	158
表 5-27	创业网络和商业模式内容创新引入新活动维度间的 中介效应比较	160

图 目 录

图 1-1	商业模式核心问题及研究示意图	2
图 1-2	创业企业商业模式创新路径图	4
图 1-3	本书的理论框架	13
图 1-4	本书的结构框架	17
图 2-1	商业模式概念抽象水平示意图	22
图 2-2	商业模式研究主题分布	24
图 2-3	商业模式创新作为商业模式设计和重构的子集	31
图 3-1	商业模式内容创新范围示意图	58
图 3-2	本书的基本理论模型	65
图 4-1	研究设计中的研究路径	81
图 4-2	商业模式知识产生的四种方式	83
图 4-3	商业模式内容创新量表开发步骤	85
图 4-4	基于访谈材料的扎根编码示意图	90
图 5-1	商业模式内容创新提供新价值维度测量模型 拟合结构图	112
图 5-2	创业网络行为的测量模型	118
图 5-3	组织学习的测量模型	120
图 5-4	假设检验结果	137
图 5-5	商业模式内容创新在创业企业成长过程中的 位置示意图	140
图 5-6	创业网络结构与行为的交互效果	148
图 5-7	中介变量示意图	158

第一章 绪 论

工业时代向信息时代的转变导致了价值创造方式、竞争优势来源由企业个体向企业网络的改变，商业模式创新正是抓住了这种特征而受到业界和学界的广泛关注。同时，创新驱动发展已成为我国提高社会生产力和综合国力的国家战略，商业模式创新是该战略的重要组成部分。在这样的背景下，探讨企业如何实现商业模式创新的问题成为了当今时代大家共同关注的热点课题。为了能够在理论层面对该课题进行有益的探索，本章在阐明研究背景的基础上，首先提出了所探索的具体研究问题并阐述了其理论和实践意义，其次介绍了本研究的内容与方法，最后概括了全文的逻辑结构和整体框架。

第一节 研究背景

以互联网和信息技术为代表的技术变革改变了企业价值创造途径和竞争优势来源，不少新创企业在高度资源约束和不确定性条件下借助商业模式创新实现了快速成长，甚至颠覆了产业竞争格局（如苹果、亚马逊、360 等），反而以资源和战略分析见长的大企业却屡屡败退（如诺基亚、柯达、瑞星等）。在当今日益复杂和快速变革的商业环境中，实现商业模式创新的企业往往能够改变现有市场偏好和结构，进而推动产业升级、促进经济发展。正因为此，商业模式创新迅速成为学术界和实践界共同关注的热点话题，并在近十年里在战略、组织和创业领域形成了一股强劲的研究热潮。目前，主流观点认为与传统战略思维倾向于基于外部环境分析和内部资源评价寻求价值保护策略不同，商业模式关注的是以价值创造逻辑为核心的外部伙伴整合与价值创造活动体系构建（Chesbrough, 2007；

Magretta, 2002; Teece, 2010)。相应地, 有关商业模式创新的研究深度不断提升, 开始从概念挖掘转向维度提炼进而解构商业模式创新, 识别出了其构成维度与理论内涵。

商业模式本质上要回答两个基本问题: 即创造什么价值以及如何创造价值。在此基础上, 阿密特和赵特 (Amit and Zott, 2012) 认为商业模式是为了开发商业机会价值所设计的活动系统内容、活动系统结构和活动系统治理。活动系统内容涉及应该执行什么活动; 活动系统结构涉及如何对这些活动进行连接及顺序安排; 活动系统治理涉及谁执行这些活动以及如何执行。其中活动系统内容与企业创造什么价值问题相呼应; 活动系统结构和治理与如何创造价值问题相呼应, 如图 1-1 所示。而商业模式创新则可以分为商业模式内容创新、商业模式结构创新和商业模式治理创新。

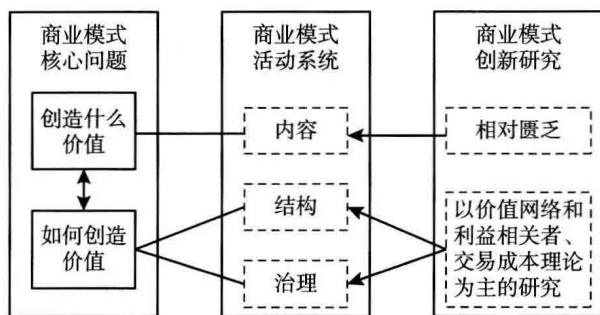


图 1-1 商业模式核心问题及研究示意图

从已有研究进展来看, 大多数研究集中于探索商业模式结构/治理维度创新的来源及其绩效作用机制。他们主要借助价值网络理论、利益相关者理论、交易成本理论来解构商业模式创新, 拘泥于挖掘商业模式如何创造价值问题, 并没有对商业模式创造什么价值问题予以关注 (George and Bock, 2011)。具体而言, 价值网络理论认为商业模式创新是重新组合除顾客、供应商、互补者之外, 还包括广告商、商业伙伴等多种类型主体构成的价值创造网络 (Normann and Ramirez, 1993; Brandenburger and Nalebuff, 1996; Koen et al., 2011; 王琴, 2011)。而利益相关者理论则强调商业模式中利益相关者之间以交易主体、交易方式和交易定价为核心内容的交易结构, 商业模式创新主要是基于利益相关者交易结构方面的创新 (魏炜等, 2012; Casadesus - Masanell and Zhu, 2013)。交易成本理论则将