



人-组织匹配对金融服务业 员工创造力影响研究：

以和谐型工作激情为中介变量

A Study on the Impact of Person-Organization Fit on Financial Services Industry Employee's Creativity :

The Mediating Effects of Harmounious Work Passion



杨仕元 岳龙华 著



本研究构建了人-组织匹配对员工创造力的作用模型，深入阐述了变革背景下灵活性与互动性对员工创造力的影响机理，体现了学术界研究创造力的新视角，丰富了对匹配理论和创造力理论的研究。

同时，研究检验了和谐型工作激情结构维度在我国的适用性，并对和谐型工作激情进行测量，在金融服务业验证了这一量表在我国企业员工中的适用性。

大学出版社
University of Finance & Economics Press

国·成都

教育部人文社科研究青年项目（批准号：13YJC790190）
四川省农村发展研究中心一般项目（批准号：CR1314）
四川农业大学社科联课题（项目编号：XCK201218）



人-组织匹配对金融服务业 员工创造力影响研究：

以和谐型工作激情为中介变量

A Study on the Impact of Person-Organization Fit on Financial Services Industry Employee's Creativity :

The Mediating Effects of Harmounious Work Passion

杨仕元 岳龙华 著



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

图书在版编目(CIP)数据

人-组织匹配对金融服务业员工创造力影响研究:以和谐型工作激情为中介变量/杨仕元,岳龙华著. —成都:西南财经大学出版社,2017.4

ISBN 978-7-5504-2935-2

I. ①人… II. ①杨…②岳… III. ①金融企业—职工—创造性—研究
IV. ①F830.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 081803 号

人-组织匹配对金融服务业员工创造力影响研究:以和谐型工作激情为中介变量
杨仕元 岳龙华 著

责任编辑:刘佳庆

封面设计:杨红鹰 张姗姗

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街55号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028-87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	170mm×240mm
印 张	14.5
字 数	260千字
版 次	2017年6月第1版
印 次	2017年6月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-2935-2
定 价	69.00元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

摘 要

本书的主要目标是对人-组织匹配 (person-organization fit)、和谐型工作激情 (harmonious work passion) 和员工创造力 (employee's creativity) 三者之间的关系进行理论和实证研究,并在此基础上探讨主管自主支持感 (perceived supervisory autonomy support) 和组织创新支持感 (Perceived organizational support for creativity) 对上述关系的调节作用,最后根据实证结论对人力资源管理实践提出意见和建议。

本书将上述研究问题进一步转化为:第一,研究人-组织匹配与员工创造力之间的关系。这一关系的研究以 Lewin 的“场论”和 Schneider 的“吸引—选择—摩擦”理论为基础,从人境互动的角度,阐述了员工行为的产生是个人特征和环境特征共同作用的结果,并说明了在员工和组织相互选择的过程中,人员会越来越同质化,这种同质化,会带来日渐明晰的组织环境特征和某种组织氛围,而组织氛围反过来可以影响员工的态度和行为。在此基础上,研究探索了人-组织匹配是否可以提升员工的创造力,并进一步探索了“动态匹配”对员工创造力的影响。第二,研究和谐型工作激情与员工创造力之间的关系。以自我决定论为基础,研究探索了和谐型工作激情是否会对员工的创造力产生影响。第三,探讨和谐型工作激情在人-组织匹配与员工创造力之间的中介作用。对这一关系的阐述以 Deci 和 Ryan 的自我决定论以及 Greguras (2009), Liu 和 Chen (2011) 的实证研究为基础。根据 Greguras (2009) 的研究,人-组织匹配可以带来人类的三种基本心理需求:自主感、胜任感和归属感的满足。三种基本心理需求的满足可以引起人类不同层次的动机的满足,而动机的满足可以引起人类认知、情感、行为的变化。本书依据这一逻辑,探索了和谐型工作激情在人-组织匹配各个维度与员工创造力之间的中介作用。第四,以自我决定论和组织支持理论为基础,研究探讨了主管自主支持感是否会调节人-组织匹配与员工和谐型工作激情之间的关系,以及组织创新支持感是否会调节和谐型工作激情与员工创造力之间的关系。

对上述命题的实证研究以金融服务业员工为样本。这是因为,随着信息技术的发展和知识的爆炸性增长,知识密集型的服务业成为发展的主流。金融服务业是知识密集型服务业的重要组成部分,是现代经济的核心,它的发展程度经常被视作知识密集型服务业发展水平的典型代表。从统计比例来看,在金融服务业,具有创新性的企业比例高达58%,而制造业和传统服务业平均水平分别是54%和46%。而在研究创新这一问题上,本研究选取的角度为“员工创造力”。这是因为,创新是企业维持生存发展和竞争优势的必然要求,而员工创造力正是组织创新的源泉。无论哪种创新,所有基础均来自个人创造力。创新的结果是由个人延伸至团队,最后延伸至组织。

研究采用文献分析、深度访谈和问卷调查的方法,深入访谈了金融服务业人员20人,收集到金融服务业员工问卷样本764份,并采用SPSS和AMOS软件对以上数据进行了分析,最后得出了如下结论:①人-组织匹配对员工创造力具有显著正向影响($\beta = 0.77$, Sig. = 0.000)。一致性匹配($\beta = 0.38$, Sig. = 0.000)和要求-能力匹配($\beta = 0.54$, Sig. = 0.000)对员工创造力具有直接显著的正向影响。需求-供给匹配对员工创造力的影响在0.05水平上不显著。②人-组织匹配对和谐型工作激情具有显著正向影响($\beta = 0.85$, Sig. = 0.000),需求供给匹配($\beta = 0.60$, Sig. = 0.000),要求能力匹配($\beta = 0.36$, Sig. = 0.000),对员工和谐型工作激情有直接显著正向影响。一致性匹配对员工创造力的影响在 $P = 0.05$ 水平上不显著。③研究结果显示,和谐型工作激情对员工创造力($\beta = 0.78$, Sig. = 0.000)具有显著正向影响。④和谐型工作激情在人-组织匹配与员工创造力之间起中介桥梁作用,中介效应占总效应的51.3%,和谐型工作激情在要求能力匹配与员工创造力之间起中介作用,中介效应占总效应的41%。⑤主管自主支持感无论强弱,人-组织匹配对员工和谐型工作激情的影响没有明显差异。⑥组织创新支持感在人-组织匹配、和谐型工作激情、员工创造力之间起调节作用。

本研究的理论意义在于:①从人-组织互动角度来研究创造力,为解释员工创造力的产生提供了新的思路。②有利于厘清变革发展背景下人-组织匹配影响员工创造力的机制。③拓展了和谐型工作激情这一构念在中国情境下的应用。④探索了人-组织匹配、员工和谐型工作激情以及员工创造力关系之间的调节因素。本研究的实践意义在于:①解释了人力资源管理的重要实践:“人-组织匹配”对员工创造力的影响。②力图解释员工“和谐型工作激情”的激发及其有效产出问题。③探索了主管自主支持和组织创新支持的重要作用。④从人力资源管理视角,建议人力资源管理实践者在人力资源管理的不同阶段和环节实现人-组织的不同匹配,建议组织员工为了适应社会发展,需要加强

自身职业生涯规划并终身学习。

本研究的主要创新点是：

(1) 本研究深入阐述了变革背景下灵活性与互动性对员工创造力的影响机理。从人-组织匹配的视角来研究员工创造力，体现了学术界研究创造力的新视角：从人与环境的互动角度研究员工创造力。然而，已有的研究主要关注的是人-组织匹配与创造力之间的直接关系，较少关注其内在作用过程和机理的研究。本研究基于自我决定论，尝试以和谐型工作激情为中介变量来研究这一黑箱，并最终验证了和谐型工作激情的中介作用，揭示了变革背景下金融服务业员工对灵活性与互动性的要求，解释了人-组织匹配通过影响员工和谐型工作激情来激发和提升员工创造力这一过程，丰富了对匹配理论和创造力理论的研究。

(2) 本研究检验了和谐型工作激情结构维度在我国的适用性。工作激情(work passion) 这一名词在我国报刊杂志以及各个企业的企业文化中出现的频率极高，然而，对其进行实证测量的研究几乎没有。国内的研究几乎都是定性研究，分析层面主要集中在对员工的激情特质、企业家创业激情的定性描述。本研究将 Vallerand 的成熟量表引入国内，对和谐型工作激情进行测量，在金融服务业验证了这一量表在我国企业员工中的适用性，并且发现，该量表在我国仍然是单维度概念，具有良好的信度和效度。这一研究发现可以为后续对“工作激情”感兴趣的研究者提供一定的参考价值。

(3) 本研究验证了组织创新支持感在和谐型工作激情和员工创造力之间的调节作用。本研究验证了员工感知到的组织创新支持能够增强员工和谐型工作激情与员工创造力之间的关系。这说明，工作激情产生之后的“无序的”积极行为需要组织氛围的引导，这样员工行为才能朝组织追求的目标迈进。员工的和谐型工作激情产生之后，需要组织文化氛围和规章制度来引导员工的“激情”朝有利于组织的方向发展，使员工由激情带来的积极工作行为与组织所期望的绩效结果达到匹配。组织应该让员工有“组织支持创新”“组织奖励创新”这样的感知，这样才会有效地引导员工的和谐工作激情与组织所追求的目标即创新匹配，从而达到激发和提升员工创造力的目的。

关键词：金融服务业；人-组织匹配；和谐型工作激情；员工创造力；主管自主支持感；组织创新支持感

Abstract

In the era of knowledge economy, innovation is an important source for individuals, businesses, and even entire countries to gain a competitive advantage. The macro state wishes turn into an innovative country from a manufacturing country, and the enterprises want to keep their own survival and growth through innovation. Clearly, in the process of innovation, the individual is the player of organizational innovation, and individual creativity is the main force to promote the innovation of organizations and countries. However, the fact is that we need innovation, state; enterprises have also invested a lot of software and hardware facilities to create the conditions for innovation, but the full innovation boom we expect did not come. Therefore, it is a headache important problems that how to stimulate creativity and innovation behavior of staff in the realistic context.

The financial services industry is the core of modern economy and the leading industry of the national economy, so that it is a very important significance that the efficiency of the financial operation and the degree of coordination with the economy for the healthy development of the national economy. For a long run, the relationship on development of the financial services and economic growth has always been a hot topic of concern of economists. Nearly 30 years, in financial services industry the wave of innovation sweeping the globe, from the statistical point of view, the proportion of innovative enterprises in the financial services industry, rise to 58%, while the average of the manufacturing and services, respectively, 54% and 46%, financial the service sector plays an increasingly important role in the innovation system. At the opening of the 18th National Congress of the Communist Party of China (CPC), Hu Jintao stressed that “the modern market system, speed up the reform of the fiscal and taxation system, deepen the reform of the financial system, improve financial supervision, promote financial innovation and maintain financial stability.” This means that

the financial services industry will continue in the future development of innovative positions. Therefore, to study the issue of employee's creativity for the financial services industry, it is of great significance.

WorkPassion has always been considered to be closely related with the positive output (e. g., Anderson, 1995; Boyatzis, 2002; Bruch & Ghoshal, 2003; Chang, 2000; Gubman, 2004; Klapmeier, 2007), and is important premise of employee's creativity (Liu and Chen, 2011). But how to stimulate the work passion of the staff, especially the harmonious work passion, to bring the organization look forward to the positive output, almost all organizations concerned with the problem. Obviously, from the perspective of human resources management, the person-organization fit is obviously an important reason to bring a harmonious passion for the work. Only the full realization of employee's value and consistency of organizational culture, basic skills and organizational requirements with the consistency and the organization providing employees with material and spiritual foundation of its needs, can fully mobilize staff's harmonious work passion, so as to raise the creativity.

In order to research the above problems in practice, on the theory of self-determination, this paper explores the relationship between person-organization fit, harmonious work passion and creativity, and takes into account the context variables. Research methods used are literature analysis, in-depth interview and questionnaire survey, in-depth interviews with 20 people of the financial services industry, the financial services industry staff questionnaire collected 764 samples, and using SPSS and AMOS software to carry on the analysis to the above data, the conclusions are as follows:

(1) Person-organization fit has a significant positive effect on employee's creativity ($\beta=0.77$, Sig. = 0). Congruence ($\beta=0.38$, Sig. = 0) and demands-abilities fit ($\beta=0.54$, Sig. = 0) has a direct and positive impact on employee's creativity. Need-supply fit's effect on employee's creativity is not significant at $P=0.05$ lev. (2) Harmonious work passion has a significant positive effect on person-organization fit ($\beta=0.85$, Sig. = 0). The Need-supply fit ($\beta=0.60$, Sig. = 0) and demands-abilities fit ($\beta=0.36$, Sig. = 0) have a significant positive effect on employee's harmonious work passion. Congruence has no significant effect on employee's creativity at the $P=0.05$ lev. (3) The results show that harmonious work passion has a significant positive effect on employee's creativity ($\beta=0.78$, Sig. = 0.000). (4) The mediate effect test of harmonious work passion is that harmonious work passion partial

mediates the relationship between person-organization fit and employee's creativity (5) The perceived organizational support for creativity plays a moderated mediator role among the person-organization fit, harmonious work passion and employee's creativity.

Practical significance of this research lies in:

(1) This research finds the wide application of fit in the practice of human resource management and the path of fit how to influence the organization effective output; (2) Under the background of knowledge economy, the wide concern on creativity and innovation behavior of country, social and organization; (3) How to stimulate employees' harmonious work passion and their effective output; (4) From the perspective of HRM, HRM practitioners should make different methods to deal with different person-organization fit on different stages of HRM. In order to adapt the social development the staff need to strengthen their own occupation career planning and "lifelong learning".

The theoretical significance of this study is:

(1) To explore how to enhance employee's creativity from the interaction between staff and organizations; (2) To clarify the mechanism of people-organizations fit how to effect employees' creativity; (3) To define harmonious work passion, to measure it and do some empirical research in Chinese context; (4) To investigate context elements among variables through introducing these mediators.

The research's innovation points lie to:

(1) This paper verified the "harmonious work passion" scale's adaptability in Chinese context, and explored the antecedent variables that lead to employees emerging "harmonious work passion".

First of all, through the pre-survey and sample data collection, the paper verified the one-dimensional structure of the harmonious work passion as well as adaptability in the Chinese context.

Second, the relationship between harmonious work passion and employee creativity is undoubtedly a clear relationship. Because of this, the corporate culture of many companies contains the connotation of "passion", and many companies hope to recruit a staff with passion and vitality. The research findings show these fit between those employees and jobs is an important source of harmonious passion. This reminds managers, in practice of HRM, that they should pay attention to improve the fit between work and employees, and to prolong harmonious passion, and to bring employees' creativity.

(2) Based on self-determinism theory, the paper explores mechanism that the people-organization fit how to affect employee's creativity through harmonious work passion. Very little research has been to explore the "black box" that the person-organization fit how to affect employee's creativity. Many scholars have verified the mediating role of the three basic needs between the people-organization fit, staff emotions, work attitudes and work behavior, and get some positive results. However, almost no scholars directly research the relationship between person-organization fit and motivation variable that is a direct consequence of the three psychological needs. I think that; on the one hand the research about mediating mechanisms fills blank of the research; the other hand, the research builds a bridge between person-organization fit and creativity and innovative behavior.

(3) To explore the context factors between the person-organization fit and autonomous motivation. The majority of researchers research the relationship between autonomous motivation (mainly internal motivation) and staff creativity or innovation behavior. Most research results show that when the participants experienced a high level of internal motivation, their products will be more creativity. However, some studies show that this relationship is a weak, complex, and even uncorrelated. So I believe that the relationship between autonomous motivation and employee's creativity may be affected by some certain moderators. With joining the perceived organizational support for creativity, I found that the variable does moderate the relationship between harmonious work passion and employee's creativity, which is an important innovation in this study.

Keywords: Financial services industry; Person-organization fit; Harmonious work passion; Employee's creativity; Perceived supervisory autonomy support; Perceived organizational support for creativity

目 录

1 导论 / 1

1.1 研究背景 / 1

1.1.1 现实背景 / 1

1.1.2 理论背景 / 5

1.2 研究意义 / 9

1.2.1 理论意义 / 9

1.2.2 实践意义 / 11

1.3 研究的主要内容 / 12

1.4 研究方法和技术路线 / 13

1.4.1 研究方法 / 13

1.4.2 研究阶段和技术路线 / 14

1.5 本研究的篇章结构 / 15

1.6 研究创新 / 16

2 理论基础与文献综述 / 18

2.1 理论基础 / 18

2.1.1 场论 / 18

2.1.2 吸引、选择、摩擦 (ASA) 理论 / 18

2.1.3 自我决定论 / 20

2.1.4	组织支持理论 /	24
2.2	人-组织匹配相关研究综述 /	25
2.2.1	人-组织匹配的含义及主要概念辨析 /	25
2.2.2	人-组织匹配的测量 /	29
2.2.3	人-组织匹配的结果变量 /	32
2.2.4	评析 /	36
2.3	创造力相关研究综述 /	37
2.3.1	创造力的含义 /	37
2.3.2	有关创造力的主要理论 /	40
2.3.3	创造力的测量 /	42
2.3.4	创造力的前因变量 /	43
2.3.5	评析 /	49
2.4	和谐型工作激情相关研究综述 /	50
2.4.1	激情的含义 /	50
2.4.2	和谐型工作激情的含义来源及理论基础 /	51
2.4.3	和谐型工作激情的测量 /	56
2.4.4	和谐型工作激情的前因变量与结果变量 /	60
2.4.5	评析 /	65
2.5	组织创新支持感相关研究综述 /	67
2.5.1	组织创新支持感的含义 /	67
2.5.2	组织创新支持感的测量 /	68
2.5.3	组织创新支持感相关研究 /	68
2.6	主管自主支持感 /	68
2.6.1	主管自主支持感的内涵 /	68
2.6.2	主管自主支持感的相关研究 /	69

2.6.3	主管自主支持感的测量 /	70
2.7	文献综述小结 /	70
3	研究设计 /	74
3.1	研究的理论基础和模型 /	74
3.1.1	研究的理论基础 /	74
3.1.2	研究的模型 /	75
3.1.3	研究变量符号的设定 /	76
3.2	研究假设的提出 /	77
3.2.1	人-组织匹配与员工创造力之间的关系假设 /	77
3.2.2	人-组织匹配与和谐型工作激情之间的关系假设 /	79
3.2.3	和谐型工作激情与创造力之间的关系假设 /	81
3.2.4	和谐型工作激情在人-组织匹配与员工创造力之间的中介作用假设 /	82
3.2.5	组织创新支持感的调节作用假设 /	84
3.2.6	主管自主支持感的调节作用假设 /	86
3.2.7	研究假设汇总 /	87
3.4	小结 /	88
4	研究方法与分析 /	89
4.1	深度访谈法 /	89
4.1.1	访谈的目的与对象 /	89
4.1.2	访谈内容 /	90
4.1.3	访谈资料的整理与结果分析 /	91
4.2	问卷调查法 /	93
4.2.1	关键概念及相关量表简介 /	93
4.2.2	调查问卷的编制 /	98

4.2.3	研究对象的选择 /	98
4.2.4	预调研 /	98
4.3	共同方法偏差的检验 /	114
4.4	大样本的数据收集与处理 /	115
4.4.1	大样本抽样 /	116
4.4.2	样本情况 /	117
4.4.3	正式量表的信度和效度检验 /	119
4.4.4	验证性因子分析和组合信度 /	121
4.5	本章小结 /	131
5	数据分析与假设检验 /	132
5.1	描述性统计分析 /	132
5.2	人口统计特征的方差分析 /	134
5.3	人-组织匹配对员工创造力影响的假设检验 /	145
5.3.1	人-组织匹配与员工创造力的关系 /	145
5.3.2	人-组织匹配与和谐型工作激情的关系 /	147
5.3.3	和谐型工作激情与员工创造力之间的关系 /	149
5.3.4	和谐型工作激情在人-组织匹配与员工创造力之间的 中介作用 /	150
5.4	调节效应检验 /	156
5.4.1	有中介的调节模型和有调节的中介模型 /	156
5.4.2	主管自主支持感的调节作用检验 /	159
5.4.3	组织创新支持感的调节作用检验 /	160
5.5	研究假设检验结果汇总 /	161
6	结论与展望 /	163
6.1	研究结论与讨论 /	163

6.1.1	验证了和谐型工作激情量表在中国的适应性 /	164
6.1.2	人-组织匹配是员工创造力的重要前因变量 /	165
6.1.3	人-组织匹配是员工和谐型工作激情的重要前因变量 /	167
6.1.4	和谐型工作激情是员工创造力的重要前因变量 /	168
6.1.5	和谐型工作激情在人-组织匹配与员工创造力之间起 中介作用 /	169
6.1.6	组织创新支持感在和谐型工作激情和员工创造力之间起 调节作用 /	169
6.1.7	人口统计变量对相关变量及其维度的影响 /	170
6.2	研究结论对管理实践的启示 /	171
6.2.1	人-组织匹配对雇佣过程的影响 /	171
6.2.2	人-组织匹配对员工创造力影响的进一步探讨 /	173
6.2.3	优化人-组织匹配,提升员工和谐型工作的激情和创造力 /	175
6.3	研究局限和展望 /	182
6.3.1	研究局限性 /	182
6.3.2	研究展望 /	183
参考文献 / 184		
附录 / 207		
致谢 / 213		
在读期间科研成果 / 215		

1 导论

1.1 研究背景

1.1.1 现实背景

随着信息技术的发展和知识的爆炸性增长,人类社会逐渐从工业社会迈向知识和信息的服务型经济社会,知识密集型的服务业成为发展的主流。知识密集型服务业与传统的产业集合,已经广泛渗透到了服务业的各个领域,其对整个社会的贡献指数呈现不断上升的趋势。据统计,美国 and 英国超过 30% 的服务业增加值都是由“国标标准产业分类”中的 ISIC8 类(金融、保险、房地产和商业服务)贡献的,而知识密集型服务业是构成 ISIC8 的关键部分。可见,知识密集型服务业在社会经济发展中越来越重要。

金融服务业,是知识密集型服务业的重要组成部分,是现代经济的核心,是国民经济的先导产业,对一国经济的发展起着关键的支配作用,它的发展程度经常被视作知识密集型服务发展水平的典型代表。^① 长期以来,金融服务的发展与经济增长的关系一直都是经济学家关注的热点话题。Schumpeter 早在 1912 年就提出,较发达的金融体系有利于降低交易成本和信息成本,影响投资决策、储蓄水平以及技术创新,进而促进经济增长。约翰·格力等在 20 世纪 60 年代就提出了金融能够将储蓄转化为投资从而提高社会生产力水平。Hugh T. Patrick 也论证了金融体系在提高存量资本和新增资本配置效率以及加速资本积累中的作用。关于中国金融服务的发展与经济增长的相关关系,国内

^① Dopico L G, Wilcox J A. Openness, profit opportunities and foreign banking [J]. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 2002, 12 (4): 299-320.

学者也进行了深入研究并得出了积极结论。^①从统计数据可以看出,我国的金融服务业呈现繁荣发展的态势。据统计,截至2011年年底,我国银行业共有法人机构3800家,从业人员达319.8万人。《中国证券业发展报告(2012)》数据显示,截至2011年12月底,全国共有证券公司109家,全部证券公司净资产规模合计为6303亿元,同比增加11.28%。2011年证券公司注册从业人员数达到261802人。保险业的市场主体也在不断扩大。截至2011年年末,全国共有保险公司126家,全国实现保费收入1.43万亿元,十年间保险业务的平均增长速度超过20%,远高于同期国内生产总值的增长水平,是国民经济中发展最快的行业之一。同时,伴随中国经济的强劲发展和持续稳定增长以及资本市场的逐步完善,中国资本市场同样呈现出强劲增长态势。今后的十年,可能是中国风险投资“由弱到强”、飞速发展的“黄金十年”。目前来看,投资中国市场的高回报率已经使得中国成为全球资本最为关注的战略要地。

在行业飞速发展的背景下,金融服务业创新浪潮席卷全球。从统计比例来看,在金融服务业,具有创新性的企业比例高达58%,而制造业和服务业平均水平分别是54%和46%^②,金融服务业在创新系统中发挥着愈来愈重要的积极作用。同时,自1978年以来,中国金融服务业竞争日趋激烈,市场竞争的加剧和国际化的进一步发展使金融服务业面临新的创新挑战。^③2005年至今,保险公司数量增加了50%以上,但是仍然有很多保险公司还在等待新成立批准;银行业方面,股份制商业银行迅速崛起,竞争日趋白热化(李伟等,2008);证券投资基金业客户交易佣金下降也成为趋势,各家公司只好在多元化上下功夫。自2006年年底开始,中国金融市场已进入全面开放阶段,外资金融企业开始通过服务创新来参与竞争,着力开发中国金融市场高端服务(巴曙松等,2004)。从国际经验看来,创新对金融企业竞争优势提升意义非凡(Drew, 1995)。麦肯锡季刊(2007)在调查了全球金融企业高管后指出:创新目前是金融企业的竞争战场,要提高金融企业实现长期和短期目标的能力,必须进行金融服务创新。超过60%的金融企业愿意在创新上投入更多人力物力,而超过70%的金融企业已将创新列为公司最重要战略。黄隽(2007)认为:中国金融企业已经开始从“资本竞争”阶段跃迁至“创新竞争”阶段。

① 何德旭,王朝阳.金融服务与经济增长:美国的经验及启示[J].国际经济评论,2005,02:33-37.

② Miles I, Andersen B, Boden M, et al. Service production and intellectual property [J]. International Journal of Technology Management, 2000, 20 (1): 95-115.

③ 陶颜.金融服务模块化创新:过程机理与创新绩效[D].浙江:浙江大学,2011.