



浙江省哲学社会科学规划
课题研究成果



新创企业成长动能整合

INTEGRATING POWER FOR THE GROWTH OF NEW VENTURES

网络关系与内部能力

NETWORK RELATIONSHIP AND INTERNAL CAPACITY

余红剑 著

让新创企业
走出低存活率与低成长性困境



经济日报出版社



浙江省哲学社会科学规划
课题研究成果
11JCGL20YB

新创企业成长动能整合

INTEGRATING POWER FOR THE GROWTH OF NEW VENTURES

网络关系与内部能力

NETWORK RELATIONSHIP AND INTERNAL CAPACITY

余红剑 著



经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新创企业成长动能整合：网络关系与内部能力 / 余红剑著. — 北京：经济日报出版社，2017. 4

ISBN 978 - 7 - 5196 - 0128 - 7

I. ①新… II. ①余… III. ①互联网络 - 应用 - 企业内部管理 IV. ①F272.3 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 071735 号

新创企业成长动能整合：网络关系与内部能力

作 者	余红剑
责任编辑	陈礼滢
责任校对	李艳春
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市西城区白纸坊东街 2 号 (邮政编码：100054)
电 话	010 - 63567683 (编辑部) 010 - 63588446 63567692 (发行部)
网 址	www. edpbook. com. cn
E - mail	edpbook@126. com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京建宏印刷有限公司
开 本	710 × 1000 毫米 1/16
印 张	23
字 数	434 千字
版 次	2017 年 4 月第一版
印 次	2017 年 4 月第一次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5196 - 0128 - 7
定 价	48.00 元

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

内容简介

新创企业的巨大社会经济价值与普遍存在的低存活率及低成长性形成了巨大反差,这吸引着众多学者围绕新创企业成长问题进行了大量研究。纵观现有相关研究可知,尽管已有较多单独应用社会资本理论或资源能力理论解释新创企业成长绩效的理论与经验研究,但少有综合应用该两大理论将网络关系^①、内部能力与成长绩效同时纳入一个整合模型的研究。因而,人们在社会资本理论与资源能力理论的内在联系以及它们在解释新创企业成长绩效上的层次关系等问题上仍然思维迷糊。基于此考虑,本研究从关系品质视角构建了新创企业网络关系、内部能力与成长绩效整合关系理论分析框架,从企业层面,结合新创企业各主要网络关系及各主要内部能力,沿着“网络关系—内部能力—成长绩效”的逻辑思路,就新创企业各网络关系通过相应内部能力这一中介传导机制对成长绩效产生的间接影响及机理进行了理论与经验研究,以试图从关系品质视角更为深刻地揭示新创企业网络关系、内部能力与成长绩效的关系及机理。

主要深入研究了以下问题:(1)新创企业内部能力与成长绩效关系;(2)新创企业网络关系与内部能力关系;(3)新创企业网络关系与成长绩效关系;(4)新创企业网络关系、内部能力与成长绩效三者整合关系。

主要按以下步骤进行研究:

(1)通过逻辑推理,建立关于各问题的相应理论分析框架,为拟构建模型勾勒大致轮廓;

(2)在“步骤(1)”的逻辑指引下,在充分考虑各内部能力相互关系基础上详细分析新创企业各主要内部能力对成长绩效的影响;详细分析新创企业与各主要网络关系对象间关系品质对内部能力与成长绩效的直接影响,以及通过相应内部能力对成长绩效的间接影响,并提出一系列相关假设,从而为拟构建模型刻画细致纹理;

(3)在综合考虑“步骤(1)”所建立各理论分析框架以及“步骤(2)”所提各假设所反映变量间关系基础上,构建数个待经验检验之竞争性理论模型;

^① 本研究“网络关系”特指企业外部网络关系。

(4) 运用样本数据对“步骤(3)”所构建各竞争性理论模型进行结构方程模型分析,以检验各研究假设得到样本数据的支持与否;

(5) 对比假设提出与假设检验结果,推导并总结与各研究问题相关研究结论,讨论其理论与实践意义。

通过对276家高科技新创企业的经验研究,本文得出以下结论:

(1) 关系品质为高阶多维度变量,沟通、信任、承诺、协调与满意五维度彼此存在互动关系,均属于关系品质重要维度,但关系品质测量维度选择可视具体研究情境而定。

(2) 创业导向、技术能力、营销能力与融资能力构成新创企业主要内部能力。新创企业主要内部能力越强,越有利于提高成长绩效。

(3) 新创企业技术能力、营销能力与融资能力的增强有助于提升创业导向,而技术能力与营销能力的提升在很大程度上受企业融资能力强弱的影响,即新创企业各主要内部能力之间存在一定的相互关系,因而它们在促进新创企业成长绩效上存在一定的层次关系。

(4) 合作伙伴、顾客、政府部门与金融机构是新创企业的重要网络关系对象。新创企业与这些关系对象间的关系品质越高,越有助于提升成长绩效。

(5) 新创企业与网络关系对象间的良好关系品质有助于内部能力提升。其中,新创企业与合作伙伴的良好关系品质有助于提升创业导向、技术能力与营销能力;与顾客的良好关系品质有助于提升创业导向、技术能力与营销能力;与政府部门的良好关系品质有助于提升创业导向、营销能力与融资能力;与金融机构的良好关系品质有助于提升创业导向与融资能力。

(6) 关系品质是网络关系功效的决定要素之一,可用于解释企业多种网络关系对企业的影响,因而不失为网络关系研究的重要视角之一。

(7) 新创企业内部能力对成长绩效具正向直接影响,网络关系主要通过促进内部能力提升而对成长绩效具正向间接影响。因此,网络关系是成长绩效的间接影响因素,而内部能力则是成长绩效的直接影响因素,并在网络关系与成长绩效间扮演了中介传导机制角色。其中:①合作伙伴关系与顾客关系均主要通过创业导向、技术能力与营销能力对成长绩效产生间接影响;政府部门关系主要通过创业导向、营销能力与融资能力对成长绩效产生间接影响;金融机构关系主要通过创业导向与融资能力对成长绩效产生间接影响。②技术能力主要在合作伙伴关系及顾客关系两者与成长绩效关系中扮演中介传导机制角色;营销能力主要在合作伙伴关系、顾客关系及政府部门关系三者与成长绩效关系中扮演中介传导机制角色;融资能力主要在政府部门关系及金融机构关系两者与成长绩效关系中扮演中介传导机制角色;而创业导向则在新创企业各种网络关系与成长绩效关系中均

扮演中介传导机制角色。

(8) 综合应用网络关系与内部能力,并充分考虑它们之间的关系,较应用其中单一因素解释新创企业成长绩效具有更强的解释力,并能更为深刻地揭示网络关系与内部能力对成长绩效的作用机理。

综合研究结论及所进行的其他研究探索,对比前人相关研究,本研究创新点主要表现在以下几个方面:

(1) 发现新创企业与网络关系对象间的良好关系品质有助于内部能力提升,从而在社会资本理论与企业资源能力理论之间架设了又一新桥梁。

(2) 发现新创企业网络关系对内部能力及成长绩效均具显著正向影响,因而开辟了从关系品质视角研究网络关系对新创企业影响的新视角。

(3) 成功测量了新创企业与多种网络关系对象间的关系品质,从而拓展了关系品质的评估范畴。

(4) 发现新创企业内部能力对成长绩效具正向直接影响,而网络关系主要通过促进内部能力提升而对成长绩效具正向间接影响。因此,网络关系主要是成长绩效的间接影响因素,而内部能力则是成长绩效的直接影响因素,并在网络关系与成长绩效之间扮演了中介传导机制的角色。因此,本研究较以往研究更为深刻地揭示了新创企业网络关系、内部能力与成长绩效关系,亦即更为深刻地揭示了社会资本理论与资源能力理论的内在联系以及它们在解释新创企业成长绩效上的层次关系。

(5) 从新创企业对创业机会识别、获取与开发的角度研究新创企业成长绩效,发现新创企业内部能力与网络关系均对创业机会的识别、获取与开发具正面影响,从而将创业研究领域中的机会观由创业决策阶段延伸至创业执行阶段,并为新创企业成长绩效研究开辟了又一新视角。

最后,本研究亦较为系统地分析了研究的理论与实践意义,并深入剖析了研究不足之处,以期后续研究加以进一步完善。

目 录

1 绪 论	1
1.1 问题提出	1
1.2 研究目的、内容与意义	2
1.2.1 研究目的	2
1.2.2 研究内容	3
1.2.3 研究意义	5
1.3 研究创新点	6
1.4 研究方法与技术路线	9
1.4.1 研究方法	9
1.4.2 技术路线	10
1.5 内容结构安排	12
2 文献回顾	14
2.1 新创企业成长相关研究	15
2.1.1 新创企业成长特征	15
2.1.2 新创企业成长相关理论	18
2.2 内部能力相关研究	20
2.2.1 企业能力概念	21
2.2.2 新创企业成长主要内部能力构成	26
2.2.3 各内部能力概念及影响因素	27
2.2.4 新创企业内部能力提升战略	35
2.3 网络关系相关研究	41
2.3.1 网络关系定义	42
2.3.2 网络关系功效	43
2.3.3 网络关系功效决定要素	50

2.3.4	网络关系组成分析	55
2.4	关系品质相关研究	60
2.4.1	关系品质概念及维度构成	60
2.4.2	关系品质各维度概念与重要性	66
2.4.3	关系品质各维度相互关系	71
2.5	文献回顾总结	74
2.5.1	新创企业成长绩效主要研究进展	74
2.5.2	新创企业成长绩效主要研究不足	87
2.5.3	拟研究问题	90
3	理论模型构建	94
3.1	理论分析框架	94
3.1.1	内部能力与成长绩效关系	94
3.1.2	网络关系与内部能力关系	102
3.1.3	网络关系与成长绩效关系	111
3.1.4	网络关系、内部能力与成长绩效三者整合关系	117
3.2	假设提出	120
3.2.1	创业导向与成长绩效关系	121
3.2.2	营销能力与成长绩效关系	125
3.2.3	技术能力与成长绩效关系	127
3.2.4	融资能力与成长绩效关系	130
3.2.5	合作伙伴关系与内部能力及成长绩效关系	132
3.2.6	顾客关系与内部能力及成长绩效关系	140
3.2.7	政府部门关系与内部能力及成长绩效关系	149
3.2.8	金融机构关系与内部能力及成长绩效关系	156
3.3	理论模型构建	160
3.3.1	内部能力与成长绩效关系直接模型 A	163
3.3.2	网络关系与成长绩效关系直接模型 B	164
3.3.3	网络关系、内部能力与成长绩效关系直接模型 C	164
3.3.4	网络关系与内部能力关系直接模型 D	165
3.3.5	网络关系、内部能力与成长绩效关系整合模型 E	166
3.3.6	网络关系、内部能力与成长绩效关系整合模型 F	167
3.3.7	网络关系、内部能力与成长绩效关系整合模型 G	168

3.3.8	网络关系、内部能力与成长绩效关系整合模型 H	169
4	数据获取	171
4.1	问卷设计过程	171
4.2	变量测量	173
4.2.1	内部能力测量	173
4.2.2	网络关系品质测量	180
4.2.3	成长绩效测量	199
4.2.4	控制变量测量	203
4.3	预调研分析	205
4.4	正式调研数据获取及描述	209
4.4.1	抽样设计、问卷发放与回收	209
4.4.2	样本企业总体特征描述	211
4.4.3	样本数据描述分析	213
4.4.4	数据处理方法	215
5	数据分析	216
5.1	数据质量评估	216
5.2	变量测量的信度与效度评估	219
5.2.1	评估程序、内容与标准	219
5.2.2	创业导向	222
5.2.3	营销能力	226
5.2.4	技术能力	228
5.2.5	融资能力	230
5.2.6	合作伙伴关系品质	232
5.2.7	顾客关系品质	236
5.2.8	政府部门关系品质	240
5.2.9	金融机构关系品质	244
5.2.10	成长绩效	248
5.2.11	环境宽容性	250
5.2.12	全部变量测量模型联合验证性因子分析	251
5.2.13	小结	252
5.3	假设检验:结构方程模型分析	253

5.3.1	直接模型 A 及其假设检验结果分析	253
5.3.2	直接模型 B 及其假设检验结果分析	255
5.3.3	直接模型 C 及其假设检验结果分析	257
5.3.4	直接模型 D 及其假设检验结果分析	259
5.3.5	整合模型 E 及其假设检验结果分析	261
5.3.6	整合模型 F 及其假设检验结果分析	265
5.3.7	整合模型 G 及其假设检验结果分析	270
5.3.8	整合模型 H 及其假设检验结果分析	275
5.3.9	各竞争性理论模型比较	280
6	研究结论与展望	282
6.1	研究结论	282
6.2	理论与实践意义	297
6.2.1	理论意义	297
6.2.2	实践意义	301
6.3	研究不足与后续研究建议	304
	参考文献	308
	附录 1 调查问卷	350
	附录 2 相关模型结构方程 LISREL 程序	354
	致谢	357

1 绪 论

1.1 问题提出

新创企业为社会提供了大量新增就业机会,降低了通货膨胀,加速了产业技术创新发展,为社会创造了大量新财富,从而成为国家与地方社会经济发展的重要推动力量 (Schumpeter, 1934; Lee 等, 2001)。但是,众多新创企业却在早期成长阶段就夭折了,呈现低存活率现象。约有五成的新创企业仅能存活一年半左右,能够存活六年以上者通常不到 30% (Van de Ven 等, 1984; 赖宏志, 2003, P. 2)。在以高技术企业发展著称的美国硅谷地区,全部新创高技术企业中存活期为 1~3 年的占 60%~70%,仅有约 5% 的新创高技术企业才能进入成熟期 (王晓飞, 2001, P. 9)。在硅谷的圣克拉拉县,1991—1998 年间新创立的 21000 多家企业死亡率高达 70% (金泉, 2006)。我国高技术新创企业平均寿命只有 2.6 年 (王晓飞, 2001, P. 9)。

新创企业高死亡率究其原因有多方面。如“新创立的劣势” (liability of newness) (Stinchcombe, 1965)。其中,新创立的劣势包括较高的新任务学习成本、较低的新产品品质 (Singh 等, 1986; Stinchcombe, 1965)、与关键利益团体稳定关系的缺乏、企业产品或服务品质可靠性不足以及企业自身正当性的缺乏等 (Hannan 和 Freeman, 1984; Stinchcombe, 1965; 曾圣雅, 2004)。在众多导致新创企业高死亡率的原因中,新创企业规模过小,难以获取规模经济利益;缺乏稳定的外部网络关系,企业声誉或“正当性” (Legitimacy) 不足,难以顺利融资与开拓市场;企业技术能力等内部资源与能力有限,难以生产 (或提供) 适销对路的产品 (或服务) 等是较为常见的原因。

新创企业的快速成长有助于消除导致新创企业高死亡率的上述根源 (Bruderl 等, 1992; Carroll, 1983; Freeman 等, 1983; Gilbert 等, 2006)。一般来说,企业规模越大,企业就越具有规模经济性与更强的声誉及市场力量 (Ireland 等, 2003),企业就具有更充足的资源与能力去开发各种创业机会,从而促进企业更快成长,并创造更多社会财富。企业可通过谋求现在的成长,从而为未来的获利

等成长机会奠定基础 (Baber 等, 1996; Chung 和 Charoenwong, 1991)。企业生存环境的复杂性与动态性程度日益提高, 企业只有实现了高效快速成长, 才能反映所提供的产品或服务是符合市场需要的, 所采用的运作模式是具有市场价值的。这就如同产品要在市场上实现价值一样, 高效快速成长对于新创企业可谓至关重要 (金泉, 2006)。因此, 尽管新创企业的目标包含企业成长、获利、现金流量、市场占有率与稳定度 (风险) 等多重目标, 但追求企业成长是最为重要的目标之一 (Penrose, 1959; Peng, 1997)。如调查表明, 80% 的创业者以新创企业的成长为主要目标 (Chandler 和 Hanks, 1994a; 张炜, 2005, P. 30)。

新创企业的成长不但对生存发展极为重要, 亦对其各种社会经济价值的实现非常重要。但新创企业成长却绝非易事。据估计 (Barringer 等, 2005), 美国每年约有 70 万家新企业成立, 但仅有约 3.5% 的新创企业能最终成长为成熟大企业。有对 1053 家新创企业调查研究表明 (Cooper 等, 1994), 只有 14% 的企业能实现快速成长, 而高达 86% 的新创企业则要么失败 (占 36%), 要么处在生与死的边缘线上苦苦挣扎 (占 50%)。

新创企业巨大的社会经济价值与普遍存在的低存活率与低成长性形成了巨大反差, 这吸引着众多学者围绕新创企业成长问题进行了大量研究。其中, 社会资本理论与企业资源能力理论是两大常用理论体系。纵观这些研究可知, 尽管已有较多单独应用社会资本理论或资源能力理论解释新创企业成长绩效的理论与经验研究, 但少有综合应用该两大理论将网络关系^①、内部能力与成长绩效同时纳入一个整合模型的研究。因而, 人们在社会资本理论与资源能力理论的内在联系以及它们在解释新创企业成长绩效上的层次关系及作用机理等问题上仍然思维模糊。本研究旨在充分考虑各类变量间层次关系的基础上, 从关系品质视角综合应用社会资本理论与资源能力理论, 对网络关系、内部能力与成长绩效三者关系进行整合分析, 力争厘清新创企业网络关系、内部能力与成长绩效关系, 从而深刻揭示社会资本理论与资源能力理论的内在联系, 以及它们在解释新创企业成长绩效上的层次关系及作用机理。

1.2 研究目的、内容与意义

1.2.1 研究目的

本研究主要目的是以新创企业为研究对象, 在充分考虑各类变量间层次关系的

^① 本研究中“网络关系”特指企业外部网络关系, 后文类似, 不再重复说明。

基础上,综合应用社会资本理论与资源能力理论,从关系品质视角在企业层面研究网络关系、内部能力与成长绩效整合关系,从而深刻揭示社会资本理论与资源能力理论的内在联系以及它们在解释新创企业成长绩效上的层次关系及作用机理。

本研究对象为新创企业,但鉴于各学者对新创企业的概念及年限等问题存在分歧,本研究参考 Holt (1992)、Lussier (1995)、Chrisman 等(1998)、Yli - Renko 等(2001)、林强(2003)与曲延军(2005)等的做法,将新创企业界定为处于早期成长阶段,企业年龄为 10 年以下的新成立企业。考虑到新创企业网络关系的构建需要一定的时间周期,而且网络关系对内部能力及成长绩效的影响效应存在一定的时间滞后,本研究在抽样调研时将新创企业的年限标准进一步限制为 3 ~ 10 年。另外,由于大多数新创企业在早期成长阶段普遍规模较小,本研究在抽样调研时将新创企业进一步限定为企业规模介于 5 ~ 200 人之间的中小型企业。

1.2.2 研究内容

为实现上述研究目的,本研究主要围绕以下内容展开:

(1) 新创企业内部能力与成长绩效关系

此部分主要包括:

①结合经由文献回顾所得出关于新创企业成长即是对创业机会的不断识别、获取与开发过程的认识,先理论分析内部能力对新创企业成长中的创业机会识别、获取与开发及企业其他方面的影响,提出关于内部能力与成长绩效关系之理论分析框架,为后文拟构建模型勾勒大致轮廓。

②再结合文献回顾中关于新创企业主要内部能力包括创业导向、营销能力、技术能力与融资能力的认识,主要遵循步骤①的思路,详细分析新创企业各主要内部能力对创业机会的识别、获取与开发及企业其他方面的不同影响,从而提出关于新创企业各主要内部能力与成长绩效不同关系的假设,为后文拟构建模型刻画细致纹理。

③在上述①与②基础上,综合考虑各理论分析框架与假设所反映的变量间关系范畴,构建若干待经验检验之竞争性理论模型。

④应用样本数据对有关内部能力与成长绩效关系的各竞争性理论模型进行结构方程模型分析,以检验各相关假设得到样本数据的支持情况。

⑤对比假设提出与假设检验结果,总结内部能力与成长绩效关系相关的研究结论,并讨论其理论与实践意义。

(2) 新创企业网络关系与成长绩效关系

此部分主要包括:

①结合经由文献回顾所得出关于新创企业成长即是对创业机会的不断识别、获取与开发过程,以及关系品质是网络关系功效决定要素之一等认识,先从关系品质视角理论分析网络关系对新创企业创业机会识别、获取与开发及企业其他方面的影响,提出关于网络关系与成长绩效关系的理论分析框架,为后文拟构建模型勾勒大致轮廓。

②再结合文献回顾中关于新创企业主要网络关系对象包括合作伙伴、顾客、政府部门及金融机构的认识,主要遵循步骤①的思路,从关系品质视角详细分析新创企业与各主要网络关系对象间关系对创业机会的识别、获取与开发及企业其他方面的不同影响,从而提出关于新创企业各主要网络关系与成长绩效关系的假设,为后文拟构建模型刻画细致纹理。

③在上述①与②基础上,综合考虑各理论分析框架与假设所反映的变量间关系范畴,构建若干待经验检验之竞争性理论模型。

④应用样本数据对有关网络关系与成长绩效关系的各竞争性理论模型进行结构方程模型分析,以检验各相关假设得到样本数据的支持情况。

⑤对比假设提出与假设检验结果,从关系品质视角总结网络关系与成长绩效关系的研究结论,并讨论其理论与实践意义。

(3) 新创企业网络关系与内部能力关系

此部分主要包括:

①结合经由文献回顾所得出关于企业内部能力提升即是组织学习与资源获取过程,网络关系可为关系各方提供组织学习与资源获取等功效,以及关系品质是网络关系功效决定要素之一等认识,先从关系品质视角理论分析网络关系通过影响新创企业组织间学习与资源获取而对内部能力提升产生的影响,提出关于网络关系与内部能力关系之理论分析框架,为后文拟构建模型勾勒大致轮廓。

②再结合文献回顾中关于新创企业主要网络关系对象包括合作伙伴、顾客、政府部门及金融机构,以及新创企业主要内部能力包括创业导向、技术能力、营销能力与融资能力等相关认识,主要遵循步骤①的思路,从关系品质视角详细分析新创企业与各主要网络关系对象间关系对主要内部能力提升的影响,从而提出关于新创企业各主要网络关系与各主要内部能力不同关系的假设,为后文拟构建模型刻画细致纹理。

③在上述①与②基础上,综合考虑各理论分析框架与假设所反映的变量间关系范畴,构建若干待经验检验之竞争性理论模型。

④应用样本数据对有关网络关系与内部能力关系的各竞争性理论模型进行结构方程模型分析,以检验各相关假设得到样本数据的支持情况。

⑤对比假设提出与假设检验结果,从关系品质视角总结网络关系与内部能力

关系的研究结论，并讨论其理论与实践意义。

(4) 新创企业网络关系、内部能力与成长绩效整合关系

此部分主要包括：

①在上述(1)—(3)的基础上，将网络关系、内部能力与成长绩效三者进行整合分析，提出关于它们之间整合关系的理论分析框架，为后文拟构建模型勾勒大致轮廓。

②主要遵循步骤①的思路，详细分析新创企业各主要网络关系、各主要内部能力与成长绩效之间的整合关系，并提出一系列相关假设，为后文拟构建模型刻画细致纹理。

③在上述①与②基础上，综合考虑各理论分析框架与假设所反映的变量间关系范畴，构建若干待经验检验之竞争性理论模型。

④应用样本数据对有关新创企业网络关系、内部能力与成长绩效整合关系的各竞争性理论模型进行结构方程模型分析，以检验各相关假设得到样本数据的支持情况。

⑤对比假设提出与假设检验结果，从关系品质视角总结新创企业网络关系、内部能力与成长绩效整合关系的研究结论，并讨论其理论与实践意义。

1.2.3 研究意义

本研究理论与实践意义主要表现在：

(1) 理论上，从关系品质视角分析了新创企业与多种网络关系对象间关系对内部能力及成长绩效的影响，并深入研究网络关系、内部能力与成长绩效的整合关系，从而有助于尝试开辟从关系品质视角研究网络关系对新创企业影响的新视角；有助于在社会资本理论与资源能力理论之间建立内部联系；有助于深入揭示新创企业网络关系与内部能力对成长绩效的影响机理。研究中涉及对创业导向进行维度分析与测量，并进行经验研究，从而有助于为解决创业导向维度划分之争提供理论与经验研究支持。研究中涉及了对新创企业与多种网络关系对象间关系品质的测量，从而有助于在一定程度上丰富关系品质的测量模型研究，并拓展关系品质评估范畴。主要从新创企业对创业机会的识别、获取与开发等角度研究网络关系与内部能力对成长绩效的影响，从而有助于将创业研究“机会观”从创业决策阶段延伸至创业执行阶段，并为解释新创企业成长问题提供一条可供借鉴的新思路。

(2) 实践上，经由文献回顾探讨新创企业主要内部能力构成，并在充分考虑内部能力间相互关系基础上，研究这些主要内部能力对成长绩效的影响以及它们在对成长绩效影响上的层次关系，从而有助于新创企业更好地对内部能力进行

战略管理。研究中还涉及新创企业主要网络关系构成,并从关系品质视角研究新创企业与这些主要网络关系对象间关系对新创企业内部能力提升及成长绩效的影响,从而有助于新创企业更好地拓展新的关系资源,更好地管理利用现有关系资源,更加重视关系品质的维护。同时,研究中涉及新创企业借助网络关系进行资源获取与组织间学习,以提升内部能力,无疑,这有助于新创企业树立正确的资源使用观,并为新创企业内部能力提升提供一条新思路。更为重要的是,网络关系属于企业外部因素,内部能力属于企业内部因素,因此,本研究对新创企业网络关系、内部能力与成长绩效进行整合研究有助于新创企业经营者正确处理企业成长的内、外因关系。

1.3 研究创新点

本研究从关系品质视角构建了新创企业网络关系、内部能力与成长绩效整合关系理论分析框架,从企业层面,结合新创企业各主要网络关系及各主要内部能力,沿着“网络关系—内部能力—成长绩效”的逻辑思路,对新创企业各网络关系通过相应内部能力这一中介传导机制对成长绩效产生的间接影响及机理进行了理论探索与经验检验,从而更为深刻地揭示了新创企业网络关系、内部能力与成长绩效关系的内部机理。与前人研究比较,本研究创新点主要体现在以下几点。

(1) 发现新创企业与网络关系对象间的良好关系品质有助于内部能力提升,从而在社会资本理论与企业资源能力理论之间架设了又一新桥梁

Lee 等(2001)发现,长期以来,社会资本理论与企业资源能力理论长期相互隔离地并行发展,即前者过分将研究重点放在企业与网络主体的关系特征等方面,而后者则过分将目光聚焦在企业内部的资源与能力上。为此,有学者尝试在这两大理论间建立一定的联系。如 Lee 等(2001)在经验研究中发现这两大理论在解释新创企业绩效上存在一定的交互效应。但遗憾的是 Lee 等(2001)并未重点研究它们之间的作用机理,更未将该两大理论相关研究变量进行专门研究。类似的,国内杨鹏鹏、万迪昉和王延丽(2005)亦尝试从企业家层面上研究社会资本理论与资源能力理论的关系,认为企业家社会资本对企业动态能力以及企业绩效有重要的影响。但他们的研究只限于理论推导,并无相关经验研究之检验,因而研究结论有待进一步经验检验。因此,尽管各学者为在社会资本理论与资源能力理论间建立联系进行了不懈努力,但该领域仍然值得更多的理论与经验研究去探索。

本研究从新创企业组织间学习与资源获取的视角,从关系品质视角对新创企

业网络关系与内部能力关系进行理论与经验研究。结果发现,新创企业与网络关系对象间的良好关系品质有助于内部能力提升。其中,新创企业与合作伙伴的良好关系品质有助于提升创业导向、技术能力与营销能力;与顾客的良好关系品质有助于提升创业导向、技术能力与营销能力;与政府部门的良好关系品质有助于提升创业导向、营销能力与融资能力;与金融机构的良好关系品质有助于提升创业导向与融资能力。

从理论体系上看,网络关系与内部能力分别属于社会资本理论与资源能力理论两个不同的范畴。因此,对照 Lee 等(2001)所发现的社会资本理论与资源能力理论关系的研究现状,本研究无疑在社会资本理论与企业资源能力理论之间架设了又一新桥梁。

(2) 从关系品质视角发现新创企业网络关系对内部能力及成长绩效均具有显著正向影响,因而开辟了从关系品质视角研究网络关系对新创企业影响的新视角

据 Hoang 和 Antoncic(2003)在发表于创业研究领域国际权威期刊《Journal of Business Venturing》上关于网络关系视角创业研究经典综评中发现,网络关系的内容、治理机制(如信任等)与结构是该领域主要研究视角。曾圣雅(2004)在综述网络观点的新创企业研究时发现,学者大多将网络特质视为解释变量,并且主要关注网络特质中的关系对象(如正式网络或非正式网络等)、内涵(如交易内容、所交易资源种类等)与关系结构(如网络关系规模大小、组成、强弱联结的构成等)等维度对“新创企业获得哪些网络利益”及“网络利益对新创企业的影响”等方面。尽管已有部分学者研究了网络关系治理机制中的信任等对网络关系运作的影响,但关系品质是一个高阶变量,信任只是其中重要的维度之一,还远不能充分反映关系品质的深刻内涵。由此可见,目前尚缺乏从关系品质视角研究网络关系对新创企业影响的相关研究。

本研究通过文献回顾发现关系品质是网络关系功效的决定要素之一,并通过理论与经验研究发现关系品质的确是一个高阶可测量的变量,新创企业与合作伙伴、顾客、政府部门与金融机构的关系品质越高,越有助于提升成长绩效。另外,诚如“创新点(1)”所述,本研究亦发现新创企业与这些网络关系对象间的关系品质越高,越有助于提升相应的内部能力。因此,对照前述网络关系视角创业研究现状可知,本研究从关系品质视角研究网络关系对新创企业影响的思路无疑是一具创新性的尝试,此思路亦可供网络关系其他相关研究借鉴。

(3) 成功测量了新创企业与多种网络关系对象间的关系品质,从而拓展了关系品质的评估范畴

就关系品质的评估范畴而言,目前主要存在狭义与广义两种评估观。前者主