



中国社会科学院创新工程学术出版资助项目



全国博士后管理委员会

提升企业创新能力及其 组织绩效研究

Research on Promoting the Firm Innovative Capability and the
Organizational Performance

王 涛 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

提升企业创新能力及其 组织绩效研究

Research on Promoting the Firm Innovative Capability and the
Organizational Performance

王 涛 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

提升企业创新能力及其组织绩效研究/王涛著. —北京: 经济管理出版社, 2012.7
ISBN 978-7-5096-1922-3

I. ①提… II. ①王… III. ①企业创新—研究 ②企业管理—组织管理学—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 093229 号

组稿编辑: 宋 娜

责任编辑: 张永美 苏 宁

责任印制: 黄 铎

责任校对: 陈 颖

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京银祥印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 19

字 数: 265 千字

版 次: 2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-1922-3

定 价: 70.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

编委会及编辑部成员名单

(一) 编委会

主 任：李 扬 王晓初

副主任：晋保平 张冠梓 孙建立 夏文峰

秘书长：朝 克 吴剑英 邱春雷 胡 滨 (执行)

成 员 (按姓氏笔画排序)：

卜宪群	王利明	王国刚	王建朗	王 巍	厉 声	刘 伟
朱光磊	朱佳木	吴玉章	吴恩远	吴振武	张世贤	张宇燕
张伯里	张昌东	张顺洪	李 平	李汉林	李向阳	李 周
李 林	李培林	李 薇	杨 光	杨 忠	陆建德	陈众议
陈泽宪	陈春声	卓新平	周五一	周 弘	房 宁	罗卫东
郑秉文	金 碚	赵天晓	赵剑英	高培勇	黄 平	朝戈金
程恩富	谢地坤	谢红星	谢寿光	谢维和	韩 震	蔡文兰
蔡 昉	裴长洪	潘家华				

(二) 编辑部

主 任：张国春 刘连军 薛增朝 李晓琳

副主任：宋 娜 卢小生 高传杰

成 员 (按姓氏笔画排序)：

刘丹华 孙大伟 金 烨 陈 颖 袁 媛 曹 靖 薛万里

序 一

博士后制度是 19 世纪下半叶首先在若干发达国家逐渐形成的一种培养高级优秀专业人才的制度，至今已有一百多年历史。

20 世纪 80 年代初，由著名物理学家李政道先生积极倡导，在邓小平同志大力支持下，中国开始酝酿实施博士后制度。1985 年，首批博士后研究人员进站。

中国的博士后制度最初仅覆盖了自然科学诸领域。经过若干年实践，为了适应国家加快改革开放和建设社会主义市场经济制度的需要，全国博士后管理委员会决定，将设站领域拓展至社会科学。1992 年，首批社会科学博士后人员进站，至今已整整 20 年。

20 世纪 90 年代初期，正是中国经济社会发展和改革开放突飞猛进之时。理论突破和实践跨越的双重需求，使中国的社会科学工作者们获得了前所未有的发展空间。毋庸讳言，与发达国家相比，中国的社会科学在理论体系、研究方法乃至研究手段上均存在较大的差距。正是这种差距，激励中国的社会科学界正视国外，大量引进，兼收并蓄，同时，不忘植根本土，深究国情，开拓创新，从而开创了中国社会科学发展历史上最为繁荣的时期。在短短 20 余年内，随着学术交流渠道的拓宽、交流方式的创新和交流频率的提高，中国的社会科学不仅基本完成了理论上从传统体制向社会主义市场经济体制的转换，而且在中国丰富实践的基础上展开了自己的伟大创造。中国的社会科学和社会科学工

作者们在改革开放和现代化建设事业中发挥了不可替代的重要作用。在这个波澜壮阔的历史进程中，中国社会科学博士后制度功不可没。

值此中国实施社会科学博士后制度创设 20 周年之际，为了充分展示中国社会科学博士后的研究成果，推动中国社会科学博士后制度进一步发展，全国博士后管理委员会和中国社会科学院经反复磋商，并征求了多家设站单位的意见，决定推出《中国社会科学博士后文库》（以下简称《文库》）。作为一个集中、系统、全面展示社会科学领域博士后优秀成果的学术平台，《文库》将成为展示中国社会科学博士后学术风采、扩大博士后群体的学术影响力和社会影响力的园地，成为调动广大博士后科研人员的积极性和创造力的加速器，成为培养中国社会科学领域各学科领军人才的孵化器。

创新、影响和规范，是《文库》的基本追求。

我们提倡创新，首先就是要求，入选的著作应能提供经过严密论证的新结论，或者提供有助于对所述论题进一步深入研究的新材料、新方法和新思路。与当前社会上一些机构对学术成果的要求不同，我们不提倡在一部著作中提出多少观点，一般地，我们甚至也不追求观点之“新”。我们需要的是有翔实的资料支撑，经过科学论证，而且能够被证实或证伪的论点。对于那些缺少严格的前提设定，没有充分的资料支撑，缺乏合乎逻辑的推理过程，仅仅凭借少数来路模糊的资料和数据，便一下子导出几个很“强”的结论的论著，我们概不收录。因为，在我们看来，提出一种观点和论证一种观点相比较，后者可能更为重要：观点未经论证，至多只是天才的猜测；经过论证的观点，才能成为科学。

我们提倡创新，还表现在研究方法之新上。这里所说的方法，显然不是指那种在时下的课题论证书中常见的老调重弹，诸如“历史与逻辑并重”、“演绎与归纳统一”之类；也不是我们在很多论文中见到的那种敷衍塞责的表述，诸如“理论与实证分析的统一”等等。

我们所说的方法，就理论研究而论，指的是在某一研究领域中确定或建立基本事实以及这些事实之间关系的假设、模型、推论及其检验；就应用研究而言，则指的是根据某一理论假设，为了完成一个既定目标，所使用的具体模型、技术、工具或程序。众所周知，在方法上求新如同在理论上创新一样，殊非易事。因此，我们亦不强求提出全新的理论方法，我们的最低要求，是要按照现代社会科学的研究规范来展开研究并构造论著。

我们支持那些有影响力的著述入选。这里说的影响力，既包括学术影响力，也包括社会影响力和国际影响力。就学术影响力而言，入选的成果应达到公认的学科高水平，要在本学科领域得到学术界的普遍认可，还要经得起历史和时间的检验，若干年后仍然能够为学者引用或参考。就社会影响力而言，入选的成果应能向正在进行着的社会经济进程转化。哲学社会科学与自然科学一样，也有一个转化问题。其研究成果要向现实生产力转化，要向现实政策转化，要向和谐社会建设转化，要向文化产业转化，要向人才培养转化。就国际影响力而言，中国哲学社会科学要想发挥巨大影响，就要瞄准国际一流水平，站在学术高峰，为世界文明的发展作出贡献。

我们尊奉严谨治学、实事求是的学风。我们强调恪守学术规范，尊重知识产权，坚决抵制各种学术不端之风，自觉维护哲学社会科学工作者的良好形象。当此学术界世风日下之时，我们希望本《文库》能通过自己良好的学术形象，为整肃不良学风贡献力量。

李扬

中国社会科学院副院长

中国社会科学院博士后管理委员会主任

2012年9月

序 二

在 21 世纪的全球化时代，人才已成为国家的核心竞争力之一。从人才培养和学科发展的历史来看，哲学社会科学的发展水平体现着一个国家或民族的思维能力、精神状况和文明素质。

培养优秀的哲学社会科学人才，是我国可持续发展战略的重要内容之一。哲学社会科学的人才队伍、科研能力和研究成果作为国家的“软实力”，在综合国力体系中占据越来越重要的地位。在全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化、实现中华民族伟大复兴的历史进程中，哲学社会科学具有不可替代的重大作用。胡锦涛同志强调，一定要从党和国家事业发展全局的战略高度，把繁荣发展哲学社会科学作为一项重大而紧迫的战略任务切实抓紧抓好，推动我国哲学社会科学新的更大的发展，为中国特色社会主义事业提供强有力的思想保证、精神动力和智力支持。因此，国家与社会要实现可持续健康发展，必须切实重视哲学社会科学，“努力建设具有中国特色、中国风格、中国气派的哲学社会科学”，充分展示当代中国哲学社会科学的本土情怀与世界眼光，力争在当代世界思想与学术的舞台上赢得应有的尊严与地位。

在培养和造就哲学社会科学人才的战略与实践上，博士后制度发挥了重要作用。我国的博士后制度是在世界著名物理学家、诺贝尔奖获得者李政道先生的建议下，由邓小平同志亲自决策，经国务院批准



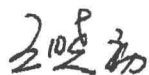
于1985年开始实施的。这也是我国有计划、有目的地培养高层次青年人才的一项重要制度。二十多年来，在党中央、国务院的领导下，经过各方共同努力，我国已建立了科学、完备的博士后制度体系，同时，形成了培养和使用相结合，产学研相结合，政府调控和社会参与相结合，服务物质文明与精神文明建设的鲜明特色。通过实施博士后制度，我国培养了一支优秀的高素质哲学社会科学人才队伍。他们在科研机构或高等院校依托自身优势和兴趣，自主从事开拓性、创新性研究工作，从而具有宽广的学术视野、突出的研究能力和强烈的探索精神。其中，一些出站博士后已成为哲学社会科学领域的科研骨干和学术带头人，在“长江学者”、“新世纪百千万人才工程”等国家重大科研人才梯队中占据越来越大的比重。可以说，博士后制度已成为国家培养哲学社会科学拔尖人才的重要途径，而且为哲学社会科学的发展造就了一支新的生力军。

哲学社会科学领域部分博士后的优秀研究成果不仅具有重要的学术价值，而且具有解决当前社会问题的现实意义，但往往因为一些客观因素，这些成果不能尽快问世，不能发挥其应有的现实作用，着实令人痛惜。

可喜的是，今天我们在支持哲学社会科学领域博士后研究成果出版方面迈出了坚实的一步。全国博士后管理委员会与中国社会科学院共同设立了《中国社会科学博士后文库》，每年在全国范围内择优出版哲学社会科学博士后的科研成果，并为其提供出版资助。这一举措不仅在建立以质量为导向的人才培养机制上具有积极的示范作用，而且有益于提升博士后青年科研人才的学术地位，扩大其学术影响力和社会影响力，更有益于人才强国战略的实施。

今天，借《中国社会科学博士后文库》出版之际，我衷心地希望更多的人、更多的部门与机构能够了解和关心哲学社会科学领域博士后

及其研究成果，积极支持博士后工作。可以预见，我国的博士后事业也将取得新的更大的发展。让我们携起手来，共同努力，推动实现社会主义现代化事业的可持续发展与中华民族的伟大复兴。



人力资源和社会保障部副部长
全国博士后管理委员会主任

2012年9月

摘要

在日益加剧的市场竞争环境下，创新是企业生存和发展的必要条件。企业只有具有了相应的创新能力才能推动创新活动，进而对可控资源进行加工、配置来形成新的战略资产以获得竞争优势。因而，大部分企业都存在对创新能力的需求。然而无论是在理论上还是在实践中，对于创新能力的认识还有所差异，这也导致企业在如何提升创新能力的问题上还存在基础缺陷，就此引出了本书所关注的一系列问题：①创新能力是什么？②创新能力提升的内在机理是什么？哪些主导因素会促进创新能力提升？③内外部环境中的相关条件因素又起着什么样的作用？④这些因素之间又存在怎样的关联关系？⑤创新能力提升会给企业带来哪些实效？

为此，本书首先针对创新能力的概念进行界定，认为该概念是一个复合概念。在分别对创新和能力进行分析的基础上，本书对创新能力的内涵进行了深入的探析，提出创新能力是推动创新活动的一种功能能力。通过对现有文献的回顾，可以看到，学者们也分别提出智力资本、组织学习和环境条件会影响到创新能力。本书通过对这些观点的评述，进而利用知识管理理论、组织系统层次理论和战略过程理论将以上三种观点融合在创新能力提升的组织活动中，形成了一个具有阶段逻辑步骤的活动路径。随后本书利用案例——北京标凯科技有限公司进行探索研究，进而提出本书的理论框架。根据对标凯公司能力提升活动的分析，本书得出了创新能力提升活动中的五个步骤：基础

认知、战略发起、活动方式选择、能力制度化和反馈更新。这条主线也暗含着“智力资本—组织学习—创新能力”的内在关联关系，这样也就形成了本书理论中创新能力提升的路径主线。

在实证研究中，通过对 176 家企业的统计实证研究，并运用回归模型对数据进行分析，研究结果表明：①企业的智力资本能促进组织学习活动，其中人力资本与组织资本正向影响内部学习，组织资本与社会资本也正向影响外部学习。②组织学习能促进创新能力提升，内部学习和外部学习均会正向影响创新能力。③组织学习在智力资本与创新能力之间起中介的作用，内部学习在人力资本和创新能力之间起中介作用，而外部学习在社会资本与创新能力之间起中介作用，两种学习模式均在组织资本与创新能力之间起中介作用。④高强度的环境竞争条件下，内部学习对创新能力的正向影响会增强，而外部学习对创新能力的影响并不会发生变化；组织氛围也不能调节内部学习和外部学习与创新能力之间的关系。⑤创新能力的提升会为企业带来相应的财务绩效和市场绩效。因而，本书的理论研究也从实证研究上得到了进一步验证。

在回答所提出的研究问题和案例分析及通过对假设关系进行统计实证研究验证的基础上，实现对现有的企业能力理论、知识管理理论、战略管理理论和组织系统层次理论等的进一步补充、扩展和创新。本书创新之处体现在以下四个方面：

(1) 在界定创新能力的基础上，认识创新能力提升的内在机理。明确提出企业在需求的刺激下会把对智力资本的分析 and 认识作为活动基础，进而以组织学习作为活动方式，并综合考虑企业内外部环境为活动背景推动创新能力提升。这样就形成了关于创新能力活动的一般性程序路径，其本质是企业对其内在的组织知识调整的动态阶段性过程。

(2) 基于组织层次的角度对智力资本、组织学习及其之间的关联

关系进行探讨。人力资本是蕴藏于个体内部的相关知识，企业需要利用内部学习将这种知识转化为组织知识。社会资本是企业主体和外部相关主体的关联，它能实现组织进行外部学习的通道，这样外部学习能将外部知识转移进入企业内部。此外，学习活动还需要组织资本的配合支撑。

(3) 分析了内部学习和外部学习对创新能力的影响。本书将组织学习层次延伸至企业边界外部进行考虑。内部组织学习能促使内部相关主体参与到新组织知识的创造活动中，而外部组织学习则能实现企业从外部直接引进一些新的知识进入组织内部。基于不同导向的组织学习模式对企业来说都是有用的，它们可以帮助企业在实践活动中提升创新能力。

(4) 阐述了环境竞争性和组织氛围对创新能力提升活动的影响作用。在高度的环境竞争压力下，企业会通过内部学习活动立足于自身来从组织内部挖掘出合适的知识以增强创新能力；然而高度的环境竞争性并不会增强外部学习对创新能力的促进作用。同样，在中国国情下的组织氛围并不能调节组织学习与创新能力间的关系。

从现实的企业实践活动的角度来看，创新能力提升是企业开展一种组织活动的逻辑阶段过程，即该组织活动所经历的轨迹。其中，智力资本是活动基础，它既可以为企业知识更新活动提供合适的人力资本以获得新的内部知识，同时也可以为组织活动提供制度机制保障，此外还可以利用社会资本来为企业的外部活动建立网络联结。组织学习的作用不仅在于从组织内部和外部不断地获取新的知识来发现可替代的知识，进而完成对组织系统中知识结构的调整，随后形成新的知识结构来促进企业提升创新能力。同时，这种组织活动也是在相关的内外部环境条件因素背景下进行的，环境竞争和组织氛围会以间接的方式作用于这种组织活动。组织绩效是这种组织活动的最终评价，只有为企业带来实际效果才能保证这种组织活动不断延续下去来创造持

续的竞争优势。最后，本书也讨论了研究的理论意义和实践启示以及研究局限和未来研究方向。

关键词：创新能力 智力资本 组织学习 知识 路径

Abstract

Under the growing pressure of market competition, innovation has become one of the necessary conditions for the survival and development of a company. To gain competitiveness, only by possessing the innovative capability can companies push forward innovative activities, and further process and configure the controllable resources to form the strategic asset. Therefore, most companies demand for the innovative capability. However, there is a basic flaw about how to promote a company's innovative capability for, people's understanding of innovative capability differ both in theory and practice, which also leads to the key points and attention of this book:

① What is innovative capability? ② What are the internal mechanism promotions of innovative capability? And what will promote innovative capability? ③ What roles are the internal environment-related conditions playing in this promotion? ④ What is the relationship between these factors? ⑤ What will companies benefit from the promotion of innovative capability?

To answer those questions, this book defines innovative capability as a composite concept which includes two parts: innovative and capability. Based on the respective researches of innovation and capability, the paper profoundly analyses the innovative capability. From the literature review of historical researches, we can see that scholars pointed out that intellectual

capital, organized study and environmental conditions would affect the innovation capability. Through analysis of these views, the paper integrates them into organizational activities to promote the innovative capability under the framework of knowledge management theory, hierarchy theory and strategic process theory, and finally a logical path with stages is formed. And then, the paper takes a case—Beijing Bioit Inc, as an example to verify the theoretical research. Based on the analysis of the promotion activities of Beijing Bioit Inc's innovative capability, this book posits a five-stage approach on promoting innovative capability: strategic launch, selection of activities, capability institutionalization, and feedback-renew. This approach implicates that the inherent relationship between “intellectual capital, organizational learning and innovative capability” corresponds with the innovation capability promoting path theory of this book.

The results of an empirical statistical research of 176 companies applied regression model show that: ① The intellectual capital of a company can promote organized learning activities. Human capital and organizational capital have a positive effect on internal learning, and organizational and social capital has a positive effect on external learning. ② Organizational learning can promote innovative capability, and both internal and external learning have positive effects on innovative capability. ③ Organized learning works as a bridge that links intellectual capital and innovative capability; internal learning is the medium between human capital and innovative capability; external learning is the bridge linking social capital and innovative capability; and both learning patterns link organizational capital and innovative capability. ④ When companies are in a fiercer competitive environment, internal learning's positive effect on

innovative capability is more significant, external learning has no effect on innovative capability, and organizational atmosphere cannot adjust the relationship between learning (internal learning and external learning) and innovative capability. ⑤The promotion of innovative capability brings about financial performance and market performance for the company. Thus the paper's theoretical study is verified by empirical test.

Based on answering the proposed research questions, and doing statistical empirical research and case study research to verify the hypothesis, the paper goes further in expanding, developing and improving the present research findings including firm capability theory, knowledge management theory, strategic management theory and organizational systematic level theory. The highlights of the paper are as follows:

(1) The inherent mechanism of innovative capability promotion is understood based on defining innovative capability. This book puts forward that when a company is facing needs stimulus, the company will take its analysis and understanding of intellectual capital as the foundation of organizational activities. Further, giving consideration to the internal and external environment, the company will take organizational learning as a pattern to promote its innovative capability. So far, a general program path about innovative capability is formed, the essence of which is a dynamic-stage process of adjusting organizational knowledge.

(2) From the perspective of hierarchy level, the paper analyzes the intellectual capital, the organizational learning and the relationships between them. Human capital is the internal knowledge of each individual in a company, and internal organizational learning is needed to transform this knowledge into organizational knowledge. Social capital, the link