

王
岚
◎
著

企业间战略互动导向 对协作创新绩效的影响研究



北京语言大学出版社
BEIJING LANGUAGE AND CULTURE
UNIVERSITY PRESS

国家自然科学基金项目(‘
中央高校基本科研业务费

Supported by “the Fundamental Research Funds for

企业间战略互动导向 对协作创新绩效的影响研究

王岚 / 著



北京语言大学出版社
BEIJING LANGUAGE AND CULTURE
UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

企业间战略互动导向对协作创新绩效的影响研究 /

王岚著. — 北京: 北京语言大学出版社, 2013.7

ISBN 978-7-5619-3576-7

I. ①企… II. ①王… III. ①企业管理—研究 IV.

①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 162649 号

书 名: 企业间战略互动导向对协作创新绩效的影响研究
QIYE JIAN ZHANLÜE HUDONG DAOXIANG DUI XIEZUO
CHUANGXIN JIXIAO DE YINGXIANG YANJIU
责任印制: 姜正周

出版发行: 北京语言大学出版社
社 址: 北京市海淀区学院路 15 号 邮政编码: 100083
网 址: www.blcup.com
电 话: 发行部 010-82303650 / 3591 / 3648
编辑部 010-82303647 / 3592 / 3395
读者服务部 010-82303653 / 3908
网上订购电话 010-82303668
客户服务信箱 service@blcup.com
印 刷: 北京京华虎彩印刷有限公司
经 销: 全国新华书店

版 次: 2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷
开 本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张: 10.25
字 数: 168 千字
书 号: ISBN 978-7-5619-3576-7 / H · 13152
定 价: 30.00 元

凡有印装质量问题, 本社负责调换。电话: 010-82303590

前 言

在当今复杂性和不确定性日益加剧的全球竞争环境下，不断创新是企业生存和发展的必要条件，能在全球范围内整合资源而迅速创新的企业才能成为竞争的优胜者。在这种竞争背景下，企业战略联盟和伙伴关系越来越受到关注，这种新的组织形态使得企业获得了多样化的能力和资源，企业通过与上、下游企业和其他外部利益相关组织的资源链接共同推出新产品、技术和服务来响应外部环境，尤其技术复杂的行业协作创新几乎成为一种创新范式。然而现有的研究多关注单个企业的创新行为和绩效，缺乏从企业间视角探索协作创新的驱动因素及其过程，在供应链管理情境下，协作创新不能单纯地由企业自身的战略要素决定，它涉及到与其他供应链节点企业的战略交互。战略导向的界定不再限于单个企业内部的能力，其边界从企业内部外延到企业之间。那么究竟哪些关键的战略互动能力要素引起了企业对关系资源整合行为的不同，进而不同的企业间关系行为又怎样影响协作创新绩效？再有，外生的情景变量如何影响企业间关系行为的选择？在不同的环境条件下，企业间关系行为对协作创新绩效的影响是否存在差异性？这些问题的研究无疑对企业创新管理和企业间关系管理实践具有重要的意义。

本书基于文献回顾，以动态能力理论、资源依赖理论和权变理论为理论基础，构建了“战略互动导向——关系行为——关系价值”的理论模型。首先，结合战略导向和互动能力的研究，识别了战略互动导向的两个关键维度：市场互动导向和技术互动导向，并研究了不同的战略互动导向如何影响关系行为进而影响协作创新绩效。根据企业

对关系资源整合的行为方式本质，企业间关系行为包括开发型关系行为（exploratory relational behavior）和利用型关系行为（exploitative relational behavior），即以关系行为作为中介变量，探索不同的关系驱动能力（市场互动导向和技术互动导向）对协作创新绩效的影响过程；进一步地，基于权变理论，本书探索了外部环境特征（环境竞争性/环境动态性）如何影响关系行为对协作创新绩效的作用效率。本书的研究结论对于拓展和深入供应链管理、企业间关系和战略管理理论的研究具有重要意义。本书的理论贡献体现在以下三个方面：第一，本书从企业间视角，将战略导向和互动能力结合，识别了市场互动导向和技术互动导向两个关键维度，拓展了创新研究的理论框架并提供了实证支持。第二，本书从企业间关系的视角，研究“开发”和“利用”两种行为，阐述并检验了关系行为在企业间战略互动导向对协作创新绩效影响的中介作用，为“能力——行为——绩效”的理论分析框架提供了进一步实证支持。第三，本书探索了开发型关系与利用型关系行为的情景效应。优化的关系结构不仅要组合强联系和弱联系，直接联系、间接联系和结构洞，更要区分外生环境因素的特点来选择有效的资源整合行为。

另外本书的研究结论也对管理实践有重要的启示：第一，培育企业的战略互动能力。战略互动导向反映了双方企业战略要素交互能力，这种能力对协作创新及其过程具有重要的意义。企业应根据自身的资源基础，培育不同的战略互动能力。战略互动能力具有独到的、短期内不可模仿或复制性，它能够帮助企业创造高于市场价值的战略行为，获得持续竞争优势；而其他任何现有和潜在的竞争对手都无法在短期内成功地实施这些战略行为。第二，根据自身的能力基础，选择与之匹配的关系行为。在企业间战略互动导向提升创新绩效的过程中，企业管理关系和实施合作行为具有重要意义。通过分析和确认企业间关系的特性和嵌入的资源，能够帮助经理层根据产品和合作伙伴的特点设计高效的网络结构。第三，考虑外部环境，建立企业的创新生态系统。虽然两种类型的关系行为对于提升企业创新绩效都有促进作用，但是由于资源的有限性，如何平衡两种类型关系的投资，或者说如何决策哪种类型的关系行为能更有效地提升企业的协作创新绩效，除了考虑企业自身的资源特性选择合作伙伴外，还要考虑到外部环境的特征对两种类型关系行为作用效率的影响。

目 录

第一章 绪论	1
1.1 选题背景	1
1.1.1 实践背景	1
1.1.2 理论背景	5
1.2 研究问题	8
1.3 本书结构	8
1.4 研究设计	10
1.4.1 研究方法	10
1.4.2 研究流程	10
第二章 文献综述	12
2.1 战略导向相关研究	12
2.1.1 战略导向的内涵	12
2.1.2 战略导向的分类	13
2.1.3 从战略导向到战略互动导向	19
2.2 企业间关系及其理论研究	26
2.2.1 企业间关系研究的主要理论基础	26
2.2.2 企业间关系的类型	29
2.3 协作创新理论研究	38
2.3.1 协作创新与企业间关系	38
2.3.2 协作创新的动态能力观	41
2.4 研究不足	44
第三章 概念模型与假设	48
3.1 企业间关系与协作创新	48

3.1.1	利用型关系行为与协作创新绩效	50
3.1.2	开发型关系行为与协作创新绩效	51
3.2	战略互动导向、企业间关系行为与协作创新	53
3.2.1	市场互动导向、企业间关系行为与协作创新绩效	54
3.2.2	技术互动导向、企业间关系行为与协作创新绩效	57
3.3	外部环境的调节作用	60
3.3.1	环境竞争性的调节效应	60
3.3.2	环境动态性的调节效应	62
第四章	研究方法	66
4.1	样本与数据收集	66
4.1.1	初始量表的来源	66
4.1.2	量表题项的修正过程	67
4.2	有效样本结构	70
4.3	信度与效度检验	71
4.3.1	哈曼 (Harman) 单因素检验	71
4.3.2	探索性因子分析	72
4.3.3	验证性因子分析	75
4.4	控制变量	80
第五章	数据分析与结果	81
5.1	相关性分析	81
5.2	战略互动导向与企业间关系	82
5.3	环境因素的作用	87
第六章	讨论	95
6.1	战略互动导向与企业间关系行为	95
6.1.1	市场互动导向	96
6.1.2	技术互动导向	97
6.2	企业间关系行为与协作创新绩效	98
6.2.1	开发型关系行为	99
6.2.2	利用型关系行为	100
6.3	环境因素的影响	100
6.3.1	环境竞争性的调节作用	100

6.3.2 环境动态性的调节作用	101
6.4 两个案例的比较研究	102
6.4.1 神华集团	102
6.4.2 中钢集团	109
6.4.3 案例比较分析	114
第七章 结论	119
7.1 基本结论	119
7.2 理论贡献	120
7.3 实践管理和政策建议	124
7.4 研究局限与进一步研究的方向	128
参考文献	130
附录	150
附录 A 战略互动导向对协作创新作用机制的调查问卷	150
附录 B 因子解释的变异量	153
后记	154

图目录

图 1-1	研究流程	11
图 2-1	封闭的网络与结构洞丰富的网络 (Ahuja, 2000)	33
图 3-1	企业间关系对创新绩效的影响模型	64
图 5-1	利用型关系行为中介的回归模型总结	86
图 5-2	开发型关系行为中介的回归模型总结	86
图 5-3	环境竞争性的调节效应模型总结	92
图 5-4	环境动态性的调节效应模型总结	93
图 6-1	神华创新群落	106
图 6-2	中钢集团的战略转型	110

表目录

表 2-1	战略导向的分类	13
表 2-2	战略导向对绩效影响的实证文章	20
表 3-1	基本假设列表	64
表 4-1	有效样本结构	71
表 4-2	变量的 KMO 与 Bartlett 检验	72
表 4-3	题项及因子分析结果	73
表 4-4	验证性因子分析结果	78
表 4-5	测量模型整体拟合结果	79
表 5-1	各变量均值、标准差及相关系数矩阵	81
表 5-2	回归分析结果	84
表 5-3	COMPE1——环境竞争性水平低 回归模型总结 (N=84) ...	88
表 5-4	COMPE2——环境竞争性水平高 回归模型总结 (N=95) ...	89
表 5-5	DYNAM1——环境动态性水平低 回归模型总结 (N=69) ...	91
表 5-6	DYNAM2——环境动态性水平高 回归模型总结 (N=110) ..	92
表 5-7	基本假设检验结果列表	93
表 6-1	中钢集团主要贸易产品在中国市场的位置	111

第一章

绪 论

在经济全球化、信息化和网络化发展的环境下，企业的经营范式发生了根本的变化。新经济条件下的全球化发展具有革命性的新特征：有形资源和无形资源的全球网络化开发与利用；突破了传统地理空间的限制，打破了传统产业边界和企业边界，实现了设计、研发、制造与服务的高速同步与协调（吴晓波，2006），实现了实体与虚拟的有机结合、产品与市场的零距离开发；基于信息技术平台，实现了规模经济与范围经济的高度协调。在新的全球化环境下，企业的竞争也日趋激烈，市场的高度不确定以及技术的更新换代，对企业如何在这种环境下获得和保持竞争优势提出了严峻考验。这种快速变化的环境下，单个企业越来越难以全面获取最新的知识和单独开发企业经营所需的所有技术（Wu, Xu & Wang, 2006），而在供应链管理情境下，不同类型的企业可以迅速地协同参与研发、设计、生产、物流与服务等增值活动，因而，企业战略联盟和伙伴关系越来越受到关注，这种新的组织形态使得企业获得了多样化的能力和资源，为其创新提供了潜在动力（Stuart, 1998；Ahuja, 2000）。

1.1 选题背景

1.1.1 实践背景

1. 创新的复杂化与创新范式的演变

在当今复杂性和不确定性日益加剧的全球竞争环境下，不断创新是

企业生存和发展的必要条件。能在全球范围内整合资源并迅速创新的企业才能成为竞争的优胜者。知识经济时代的新特征对企业的创新行为提出了更高的要求,企业技术创新过程的复杂化趋势愈加明显。一方面,新产品的开发或工艺的改进依托于多样的异质性知识和技能,而很多技术创新往往容易出现在知识交叉、综合的领域,例如装备制造、航天技术、生物芯片、纳米技术等等。而在知识经济背景下,知识分工却越来越专业化,对参与创新的企业来说,不可能具备全部的必要知识,如何寻找互补性的知识成为企业面临的一个重要的难题。另一方面,随着技术的不断发展,技术本身也趋于复杂化。根据联合国世界贸易统计年度报告书(1975, 1996)的统计,在飞机、通讯设备等行业,1970年世界上30种最重要的出口产品中复杂性技术大约占43%左右,而到了1996年,复杂性技术高居84%左右。整体知识存量的快速增加促成了技术复杂化的发展趋势,例如,世界经济合作与发展组织(OECD)1991年曾预测,在21世纪,人类知识的总量五年就会翻一番,比较先进的技术几个月甚至几天就会更新一次。而企业作为创新个体而言,无法以如此的速度吸收知识、内化到企业内部,所以,体现出技术的发展和 innovation 行为趋于复杂化(许冠南, 2008)。

企业产品功能、质量的提高必然依赖于企业研发能力的增强和技术创新速度的加快。知识、技术以及能力的快速积累是企业实现创新的基础。企业强调研发职能和技术水平的提高不但表现在企业内部,还表现在企业通过技术合作和其他外部成员来提高自身的产品和生产技术水平等方面。企业直接从国外引进生产线或者生产设备,购买技术专利、同国外企业共同出资兴建合资企业等,这些都成为转型经济初期最热点的经济现象(张志勤, 2003)。技术的引进带来了企业竞争力的提高以及当时一些“新兴产业”的快速发展,一些行业整体的经济效益也得到了有效的提高。然而面对全球化的竞争,我国企业存在经验较少、产品竞争力不足的问题,而且企业自身的技术创新又受到规模、资金、人力资源等条件的限制,因此难以采取有效的差异化战略。为在国际竞争市场上获得竞争地位,建立持续的竞争优势,企业间的协作学习和新产品开发成为提高企业创新能力的有效途径。我国诸如海尔、联想、神华等许多企业,通过广泛深入开展国内外合作,在与合作企业的互动中进行积

极的知识转移和创造,不断获取、消化并吸收新知识,实现了从模仿到创新的飞跃,赢得了国际竞争优势(吴晓波、许冠南、刘慧,2003)。

2. 经济全球化和信息化背景下,企业组织的网络化发展

随着全球化、信息化和网络化的不断推进,竞争的本质与强度均发生了重大改变,进而带动了产业组织的变革。企业为了进一步降低成本、提高效率,已不再单纯地追求垂直一体化、规模化、工业化,而是着重控制价值链上具有核心技术和比较优势的关键环节,当前世界的国际分工呈现出由垂直向水平方向转变的新特点。随着信息技术的快速发展,网络化成为知识经济时代的基本特征,网络构建了社会的新形态和组织形态,而且网络化实质地改变了生产、经验、权力与文化等过程中的操作和绩效(许冠南,2008)。在知识经济时代背景下,企业作为社会活动中的主体,其组织形式的网络化趋势表现得非常明显。联盟、企业集群、供应链、连锁经营、技术外包和虚拟企业等多样的企业间关系组织形式,都表征了全球化知识经济时代网络化的发展。

以电子制造业为例,早在20世纪60年代,计算机生产企业之间主要是相互竞争的关系,垂直一体化方式是企业主导业务模式,各企业独立进行自身的研发、生产、流通、营销、销售等活动,比如IBM的业务范围包括半导体、元部件、计算机平台、附件到系统软件、应用软件的设计和生 产等等;而到了90年代,随着OEM(Original Equipment Manufacturer)与EMS(Electronic Manufacturing Service)等全新生产模式的产生,计算机生产链开始遍布全球(Wu, Xu & Pei, 2005)。在全球化的制造网络中,美国凭借优势的市场地位确定全球标准,控制着微处理器和操作系统的生产;日本主要供应存储芯片和平板显示器;韩国主要供应内存条;新加坡是硬盘的中心生产基地;中国成为元部件及附件生产的集聚地。在这样的全球化网络中,企业间通过彼此合作有效整合了企业间资源,实现了共赢。可见,网络资源是企业获取竞争优势的重要战略性资源,而企业间战略合作则是获取网络资源的重要途径。

对于中国企业而言,在转型经济初期,合作主要表现为同国外厂商的合资等形式,但随着市场的不断成熟,企业之间的合作表现为联盟和集团化等多种形式,这也是企业运作日趋成熟的重要表现。在技术开

发、抵抗市场风险、共同开拓市场、共同抵抗国外竞争对手的竞争等方面企业之间的合作起到了至关重要的作用。企业不再是在一个离散、孤立的系统里运作，企业之间也不再仅仅是单纯的竞争或交易关系，它们通过彼此合作实现共赢。通过参与网络，整合利用其嵌入网络中的各种资源，从而提升企业创新能力和竞争能力，是企业在当今全新的竞争环境下取得成功的必要条件。

3. 企业竞争环境与战略变化的客观性

企业的战略随着竞争环境的变化而不断变化。对于中国企业而言，在转型经济初期，企业的战略变化集中表现在业务战略上，总体上表现为从生产导向向市场导向转变，企业提供的产品由行业普遍雷同的单一品种向多品种转换，企业所强调的产品特性也由只强调产品的产量和数量转向同时强调产品的质量、功能、成本等特性。战略变化的具体表现之一是市场导向成为企业战略的重要特点。营销职能迅速建立并逐步占据了主导地位。为了更好地了解和预测市场需求、提供良好的售后服务、拓展产品渠道，企业纷纷构建自己的营销和市场部，营销部门的领导也开始进入企业的最高领导层。较早和有效地构建了营销职能的企业都获得了发展，较典型的例子是乡镇企业的发展。虽然在技术和生产能力上，乡镇企业都远远低于大中型国有企业，但是其依赖灵活的销售和市场手段取得了长足的发展（项君，2000）。

战略变化的具体表现之二是技术导向逐步受到关注。企业越来越重视研究与开发以及技术创新。企业在技术问题上的战略调整对于确保企业保持持续的竞争优势起到了重要作用。

战略变化的具体表现之三是企业生产系统职能的变化。在计划经济时期，产品产量是衡量企业以及企业的生产系统绩效的基本指标，因此生产系统非常强调效率问题。随着经济转型，生产系统的目标和职能逐渐多元化。生产系统一方面强调效率，另一方面愈加强调生产的成本、品种、质量、交货期等指标，同时生产系统还要承担技术创新等新职能。企业生产系统的特性由于敏捷制造、全面质量管理、计算机集成制造系统等生产管理技术的引进而发生了根本的变化。这一阶段的特征是技术积累进一步受到重视，更关注技术和创造的集成，强调灵活性和反

应速度,重视产品和服务质量以及产品多样化程度,企业必须具备快速满足客户多变的需求的能力(Gerwin, 1987),强调适应环境逐渐成为战略上的重要问题。

在我国的经济转型跨过了初期阶段以后,企业外部环境已经基本上市场化,在这种情况下,企业内部的经营运作基本上适应了参与市场竞争的要求,企业不但要强调生产效率,更需要柔性和整合能力。目前市场的竞争日趋激烈,在任何一个行业或者同一个细分市场上,都有多个产品或品牌在激烈的竞争。面对一个看似饱和、过度竞争的市场,新进入者或落后者的机会在哪里?如何与行业领跑者对决?如何在激烈竞争的商战中获得一席之地、生存、发展并且壮大?这是众多企业面临的共同的和重要的战略问题。目前国内IT、饮料、汽车、家电等市场,已经出现了若干个成功的“挑战者”或“追随者”,他们成功的轨迹蕴藏着丰富的商业方法、管理工具和管理思想。

4. 实践意义

在创新过程复杂化的趋势下,企业不断调整战略适应环境变化,从全世界范围内参与人类基因组计划的推进,到组成区域或行业技术联合体,再到上下游企业间的合作,均呈现出其创新范式向网络化演变。可见,创新的模式经历了线性创新——耦合的链环模式——整合模式——网络模式的发展,因此在网络化的环境下,企业如何培育关系驱动的能力来有效地提升协作创新绩效,研究企业间关系行为如何影响创新绩效,对于企业建立持续的竞争优势无疑是重要的课题。企业业务战略的变化已经不再是对经济转型的一种必然反映,而是市场竞争中的普遍行为,战略变化和互动的重点开始上升到企业间层次。尤其对于中国中小型民营企业在完全市场化的环境下,“唯一不变的就是变化”,企业还需要经常面对不同的外界竞争压力,培育企业间战略互动导向对企业适应变化、扭转危机、提高绩效具有决定性意义。

1.1.2 理论背景

1. 企业间关系理论研究的兴起

传统的资源观认为,带来竞争优势的异质性资源来自于企业内部

(Barney, 1991)。而随着全球化、网络化进程的加速,全球网络的形成,企业不再只是依赖于对稀缺资源的占有,而是借助于丰富的社会资本,通过不断的学习和知识创造来获取竞争优势(Larsson, 1998)。由此,关于网络的研究蓬勃兴起,原有的资源观理论有了新的延伸和发展。企业网络理论认为,企业的异质性资源不仅来自企业内部,而且来自企业外部,即企业嵌入的网络中。企业除了自身所拥有的资源以外,其关键性资源还可通过与企业外部实体之间各种形式的联系获得,企业间的各种联结能为企业带来可观的关系租金和竞争优势(Dyer, 1998; Dyer & Hatch, 2006)。所以,企业的竞争优势不仅取决于其内部所拥有的资源,而且取决于嵌入在各种关系网络中的难以被竞争对手模仿的各种资源与能力(Dyer & Singh, 1998; Gualti, 1999)。传统企业组织的边界逐渐变得模糊,企业间关系层面的研究越来越受到关注,通过研究企业所嵌入的网络关系可以进一步阐释企业的行为和绩效(Baum & Dutton, 1996; Gulati, Nohria & Zaheer, 2000)。

在全球化的背景下,关于企业资源、行为及能力等方面的研究已经把视角由企业内部延展到企业外部网络,并对企业间关系类型影响企业绩效的问题展开了深入研究。从网络结构的角度讲,企业嵌入在网络中的特性影响着企业对资源的获取和利用,进而影响着企业的行为,最后这种影响会给企业绩效和竞争优势带来差异(Mowery & Oxley, 1996; Dyer & Singh, 1998; Dyer & Nbeoka, 2000; Rowley, Behrens & Krackardt, 2000)。其中,结构嵌入性中的结构空洞、网络中心性等战略性资源能给企业带来竞争优势已经取得了共识(Burt, 1992)。

2. 创新研究的新趋势

在市场需求和技术发展不断加速变化的全球化时代,创新已成为企业生存的条件、发展的基础和提高竞争力的重要途径。而随着技术发展和市场加快,产品寿命周期缩短,研究开发项目愈加复杂,仅凭借企业内部技术开发来寻求解决方案,难以快速地反映环境变化。许多学者把研究的重心转向了企业如何通过在网络中的运作,提升技术创新能力与绩效(Powell, Koput & Smith-Doerr, 1996; Dyer & Singh, 1998)。同时,随着市场环境的动态变化,关于技术创新研究的主流模型亦经历

了五代的变化 (Dodgson, et al., 2002): 20 世纪 50 年代—60 年代中期的第一代技术推动型的线性模型 (technology push model), 60 年代中期—70 年代早期的第二代市场拉动型的线性模型 (market pull model), 70 年代早期—80 年代中期的第三代技术推动与市场拉动的耦合互动模型 (interactive and coupling model), 80 年代早期—90 年代早期基于“链环网络”(Kline, et al., 1986) 的第四代集成性模型, 80 年代末期—90 年代的第五代“系统集成与网络”。技术创新能力如何能为企业带来竞争优势, 有两种评定的标准:“发展的”适用性和“技术的”适用性 (Helfat, et al., 2007)。动态能力有助于获得“发展的”适用性, 并且一定程度上能塑造环境。以 Teece (2007) 为代表的动态能力学派认为, 现代经济环境主要是以创新和组织资源的分散为特征, 企业不仅需要拥有不可复制的资源, 而且还需要独特的、难以复制的动态能力。

企业作为一个开放的、动态的目标系统 (过程), 必须同时考虑相对静态的因素和动态的因素。企业必须不断突破技术和原有市场来寻找和发掘机遇, 或者是“本地的”抑或是“远距离的”(Nelson & Winter, 1982)。创新活动可以被看作是一种寻找新产品和新过程的形式, 本地的寻找往往仅代表了相关研究的一部分。在快速发展的环境中, 有很大比例的新产品引介是来自于外部资源, 因而局限于当地的寻找和开发活动不能满足企业的技术需求, 也难以建立持续的竞争优势, 企业应在商业生态环境中从核心到外围不断地寻找关键资源, 包含潜在的客户、供应商、互补者以及其他利益相关者等 (Teece, 2007)。在这样的创新群落中, 每个个体有自己的“生态位”, 具有不连续梯度的创新个体如果要跃迁到更高的梯度层次上, 就需与外界有更多的信息和能量交流。

3. 理论意义

关系结构强调联系强度和方式的重要性, 并没有对企业间链接资源的整合行为的本质进行区分, 所以导致了企业间关系强弱对创新绩效影响的研究结论不尽一致 (Granvoetter, 1973, 1985; Wellman & Wortley, 1990; Dyer, 1996; Powell, Koput & Smith-Doerr, 1996; Uzzi, 1997; Hakansson & Snehota, 1998; Petersen, Saporta & Seidel, 2000; McEvily & Marcus, 2005), 究竟企业间如何通过整合资源来提