



经济管理学术文库·经济类

基于外部学习的商业模式创新对 企业绩效的影响研究

The Effects of Business Model Innovation on Firm
Performance from External Learning Perspective

蔡俊亚 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

本书得到国家自然科学基金(编号: 71372171)的资助

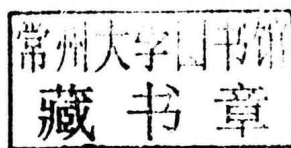


经济管理学术文库·经济类

基于外部学习的商业模式创新对 企业绩效的影响研究

The Effects of Business Model Innovation on Firm
Performance from External Learning Perspective

蔡俊亚 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

基于外部学习的商业模式创新对企业绩效的影响研究/蔡俊亚著. —北京: 经济管理出版社, 2018.6

ISBN 978-7-5096-5718-8

I. ①基… II. ①蔡… III. ①商业模式—影响—企业绩效—研究—中国 IV. ①F272.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 059435 号

组稿编辑: 杨国强

责任编辑: 杨国强 张瑞军

责任印制: 黄章平

责任校对: 张晓燕

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: 三河市延风印装有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 12.25

字 数: 206 千字

版 次: 2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-5718-8

定 价: 68.00 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

前言

伴随新一代信息技术带来的跨产业链的价值重组，商业模式创新成为企业竞争优势的重要来源。然而，中国企业的商业模式创新实践仍然存在许多困难。第一，中国企业未能针对竞争环境特征找到适合的商业模式创新方式。第二，对如何利用开放的外部学习环境推动商业模式创新缺乏经验。第三，长期执着于资源竞争，商业模式创新需要的动态能力不足。

遗憾的是，以往学术界对如何解决这些问题仍然缺乏深入的研究。第一，以往研究对商业模式创新与企业绩效的关系仍然存在不同的观点，对商业模式创新创造价值适合的环境特征仍然缺乏深入分析，尤其是没有针对中国转型特征识别与之匹配商业模式创新方式。第二，尽管企业学习环境呈现出高度开放性，以往研究尚未能识别推动商业模式创新的开放学习方式。第三，尽管商业模式创新需要重构内外部资源，然而以往研究对动态能力影响商业模式创新的方式仍缺乏深入分析。第四，尽管商业模式创新是开放学习与资源重构交织的过程，以往研究未能分析外部学习方式与动态能力对商业模式创新的共同作用。

针对以往研究的不足和中国企业商业模式创新实践中的问题，本书分析了效率型商业模式创新和新颖型商业模式创新在竞争强度和制度执行失效条件下对企业绩效的影响；研究了行业外学习与行业内学习对两类商业模式创新的影响方式；在识别内部资源重构能力和联盟管理能力的基础上，分析了两类动态能力对两类学习与商业模式创新关系的调节作用。在理论分析基础上提出了 18 条假设，并采用 238 个企业的样本对模型进行实证分析，分析结果有力地支持了本书提出的理论模型。

研究发现：①效率型商业模式创新与新颖型商业模式创新都有利于提

高企业绩效, 新颖型商业模式创新比效率型商业模式创新更能促进企业绩效。②制度执行失效和竞争强度对商业模式创新的作用有不同调节作用。在竞争强度高的情况下, 效率型商业模式创新对企业绩效促进作用更强, 而新颖型商业模式创新对企业绩效的促进作用更弱。在制度执行失效的情况下, 效率型商业模式创新和新颖型商业模式创新对企业绩效的促进作用都显著下降。③效率型商业模式创新和新颖型商业模式创新需要不同类型的学习方式。研究发现, 行业内学习会促进效率型商业模式创新而抑制新颖型商业模式创新。然而, 行业外学习对效率型商业模式创新和新颖型商业模式创新都有显著的促进作用。行业外学习比行业内学习对效率型商业模式创新的促进作用更强。④内部资源重构能力和联盟管理能力对行业内、外学习与商业模式创新的关系有不同的调节作用。内部资源重构能力和联盟管理能力都加强了行业内学习对新颖型商业模式创新的抑制作用, 而联盟管理能力加强了行业内学习对效率型商业模式创新的促进作用。内部资源重构能力和联盟管理能力都加强了行业外学习对新颖型商业模式创新及对效率型商业模式创新的促进作用。

与同类研究相比, 本书的创新之处体现在以下几个方面:

(1) 阐明了竞争强度与制度执行失效的不同调节作用, 识别了新颖型商业模式创新和效率型商业模式创新创造价值的环境特征。尽管众多研究都指出, 在高度互联的市场环境下, 重新塑造商业模式成为企业竞争优势的重要来源, 然而目前对商业模式创新与企业绩效的关系仍然存在争论。本书针对中国转型环境特征, 分析了竞争强度和制度执行失效对新颖型商业模式创新和效率型商业模式创新与企业绩效之间关系的调节作用。通过识别不同类型商业模式创新所需要的权变环境, 扩展了以往价值攫取方面的商业模式创新研究, 弥补了以往研究缺乏针对中国环境的商业模式创新研究的不足。

(2) 识别并揭示了行业内学习与行业外学习对商业模式创新的不同作用方式。尽管当前研究都认为商业模式创新的过程是开放学习的过程, 但这些研究仍然没有明确识别能够推动商业模式创新的学习方式。本书在组织学习理论基础上, 将学习活动区分为行业内学习和行业外学习, 并分析了两类学习对商业模式创新的不同作用。研究发现, 效率型商业模式创新

和新颖型商业模式创新需要不同类型的学习方式。

(3) 识别了商业模式创新中重要的动态能力类型,并阐明了动态能力与外部学习对商业模式创新的共同作用。研究通过整合动态能力理论和组织学习理论,厘清了两类变量对商业模式创新的共同影响,弥补了商业模式创新研究中对动态能力分类不清、作用方式不明确的缺陷。研究发现,内部资源重构能力和联盟管理能力对行业内与行业外学习及商业模式创新的关系有不同的调节作用。

蔡俊亚

西安理工大学经济管理学院

目 录

1	绪论	001
1.1	现实背景	001
1.1.1	网络化环境下商业模式创新成为竞争优势的 新来源	001
1.1.2	中国企业商业模式创新面临的困难	006
1.2	理论背景	009
1.2.1	以往研究未能结合转型情景识别影响商业模式创新 与企业绩效关系的环境特征	012
1.2.2	研究未能有效识别促进商业模式创新的外部学习 方式	013
1.2.3	以往研究对如何塑造动态能力来提高外部学习对商业 模式创新的影响缺乏深入分析	014
1.3	研究的主要问题、内容及框架	014
2	理论综述	019
2.1	商业模式创新的内涵、特征及其与企业绩效的关系研究	019
2.1.1	商业模式的内涵及其构成要素	020
2.1.2	商业模式创新及其分类	023
2.1.3	商业模式创新对企业绩效的影响研究	026
2.2	外部学习与商业模式创新的关系研究	032
2.2.1	外部学习内涵及类型	032

2.2.2	外部学习对商业模式创新的影响研究	035
2.3	动态能力与商业模式创新关系的研究	037
2.3.1	动态能力理论的发展	037
2.3.2	商业模式匹配的动态能力分类	041
2.3.3	动态能力对商业模式创新的影响研究	043
2.4	制度理论与竞争环境特征	045
2.4.1	制度的内涵、分类	045
2.4.2	制度转型与竞争环境特征	047
2.5	文献评述	049
2.5.1	商业模式创新的价值仍然存在争议,同时还需要 进一步研究影响商业模式创新与企业绩效关系的环境 特征	49
2.5.2	对动态能力影响商业模式创新的方式仍缺乏深入 分析	51
2.5.3	未能有效识别促进商业模式创新的外部学习方式	51
2.5.4	缺乏外部学习与动态能力对商业模式创新的共同影响 分析	53
3	理论模型构建与假设	055
3.1	理论模型构建	055
3.1.1	商业模式创新与竞争优势	055
3.1.2	商业模式创新与竞争环境特征	063
3.1.3	外部学习与商业模式创新	066
3.1.4	动态能力与商业模式创新	068
3.2	假设提出	071
3.2.1	商业模式创新与企业绩效	071
3.2.2	竞争环境对商业模式创新与企业绩效关系的 调节作用	074
3.2.3	外部学习与商业模式创新	078
3.2.4	动态能力对外部学习商业模式创新关系的调节作用 ...	085

3.3 小结	091
4 研究方法	093
4.1 数据收集	093
4.1.1 研究背景及问卷设计	093
4.1.2 抽样与调研过程	094
4.1.3 调研所得样本的基本特征	096
4.1.4 样本可靠性检验	098
4.2 变量度量	099
4.2.1 度量指标选择的基本原则	099
4.2.2 变量的度量指标	101
4.3 统计分析方法与过程	105
4.3.1 信度、效度检验	106
4.3.2 结构方程模型	107
4.3.3 最优尺度回归	112
4.3.4 调节回归	114
4.3.5 多重共线性检验	115
4.3.6 相同方程中不同自变量的回归系数的比较方法	116
4.4 小结	117
5 实证分析及结果	119
5.1 信度、效度分析	119
5.1.1 变量信度的验证	119
5.1.2 变量的内容效度	120
5.1.3 变量的聚敛效度和区别效度	122
5.2 普通方法误差	126
5.3 相关分析	127
5.4 回归分析及结果	128
5.4.1 商业模式创新对企业绩效影响效果的验证	128
5.4.2 竞争环境的调节作用	130

5.4.3	外部学习对商业模式创新的影响	132
5.4.4	动态能力对外部学习与商业模式创新关系的 调节作用	136
5.5	小结	142
6	结果讨论	145
6.1	商业模式创新对企业绩效的作用	145
6.2	竞争环境对商业模式创新与企业绩效关系的调节作用	148
6.3	外部学习对商业模式创新的作用	152
6.4	动态能力对外部学习商业模式创新关系的调节作用	155
7	结论及展望	159
7.1	研究结论	160
7.1.1	效率型商业模式创新与新颖型商业模式创新都有利于 提高企业绩效	160
7.1.2	制度执行失效和竞争强度对商业模式创新的效应有不同的 调节作用	160
7.1.3	效率型商业模式创新和新颖型商业模式创新需要不同 类型的学习方式	161
7.1.4	内部资源重构能力和联盟管理能力对行业内学习和行业 外学习与商业模式创新的关系有不同的调节作用	161
7.2	研究的创新点	162
7.2.1	识别了新颖型商业模式创新和效率型商业模式创新创造 价值的环境条件,分析了竞争强度与制度执行失效的 调节作用	162
7.2.2	识别并分析了行业内学习与行业外学习对商业模式创新 的作用方式	162
7.2.3	识别了商业模式创新中重要的动态能力类型,并分析了 动态能力与外部学习对商业模式创新的共同作用	163

7.3 研究不足及展望	164
附录	165
参考文献	169

1 绪 论

伴随新一代信息技术的发展和社会资源互动深度的加强，产业边界逐渐消融。这为各类企业重新塑造商业模式创造了机会。在开放环境下，重新塑造商业模式成为除积累核心资源、占领产业位置之外，竞争优势的新来源。然而，由于商业模式创新本身的复杂性和中国企业环境特征的波动性，中国企业在商业模式创新方面仍然存在诸多困难。未能针对转型环境特征找到适合的商业模式创新方式；局限于模仿，对如何利用开放的学习环境推动商业模式创新缺乏经验；长期执着于资源竞争，动态能力不足。要解决这些问题，急需在理论上分析中国环境下哪种商业模式创新更有利于提高企业绩效，识别驱动商业模式创新的学习方式和有利于商业模式创新实施的动态能力。遗憾的是，以往研究对商业模式创新促进企业绩效的边界条件仍然缺乏研究，仍未能识别促进商业模式创新的外部学习方式，对如何塑造动态能力以提高外部学习对商业模式创新的影响缺乏深入分析。本章针对现有研究的不足，提出了研究问题、内容及研究框架。

1.1 现实背景

1.1.1 网络化环境下商业模式创新成为竞争优势的新来源

伴随信息技术的迅速发展和生产活动在全球范围内的重新分工，企业

的外部环境呈现出高度网络化特征。企业与所在的商业生态系统的相互依赖关系进一步加强。竞争活动呈现出多要素共演的显著特征。

首先,全球经济分工和新一代信息技术让经营活动进一步细化。早期的企业经营活动遵循一体化策略,努力将所有创造价值的活动内部化;企业自己完成研发、制造、销售等所有活动。然而,全球化融合让更多的企业重新构建自己的价值创造活动,通过外包、合资、联盟等多种形式将企业更多地置身于合作网络中。企业将内部价值创造活动模块化分割,在自身企业与合作伙伴之间进行重新分工。外包活动迅速发展,从最早的制造外包向流程外包、服务外包迅速蔓延。外包的范围已经从简单的制造,发展到人力资源管理、信息系统维护、数据挖掘、数据分析、市场营销、财务核算甚至核心技术研发。宝洁公司推出了“C+D”(Connect+Development)模式,通过众包形式向全世界征集技术资源和创意。

伴随这种趋势,价值创造活动已经从一体化模式向合作模式转变。原来由一家企业完成的活动现在由多家专业公司共同完成。例如,现在的汽车工业已经构建起一个复杂的网络关系。原料供应商、二级部件供应商、一级部件供应商、整车厂商、经销商以及顾客所构成的全球网络中,整车厂商处于核心的地位。一辆整车有上万个零件,并且需要批量生产,因而供应管理是否良好,直接决定了整车厂商的生产效率。而汽车的开发过程,往往需要供应商的协助。如今,在全球化分工合作的大背景下,外购件一般约占一辆汽车价值的60%。根据Gartner的统计,全球外包市场在过去10年间年增长率为12%,企业的经营方式已经从一体化模式转变为网络模式。

其次,新一代信息技术的发展大大降低了网络协作成本。一方面,随着即时通信软件、搜索(Google, Baidu)、社区软件、Facebook等新一代技术的发展,企业搜寻新资源和合作伙伴的成本大大降低,时间大大加快。互联网以及移动互联技术的提高让所有的商家能够在极短的时间内发布信息和整合信息。顾客、人才、资金、技术、合作信息等要素在短时间内可以聚合。例如,团购企业借助互联网聚合碎片需求信息,通过积少成多形成讨价能力与店家形成交易。微信伴随智能手机的普及,迅速成长为新的

营销渠道，通过熟人推荐和转发降低了搜索顾客的广告成本。即时通信软件能够让大洋彼岸的客户即时看到软件编码的过程和进度。开源软件能够让全社会的员工贡献自己的聪明才智而实现软件开发。这些信息技术的发展让资源的重新聚合和寻找成本大大降低，原来依靠组织流程和企业边界来降低交易成本的做法逐渐失效，新的组织手段不断涌现。另一方面，新信息技术的蔓延打破了行业边界，使跨行业和跨国界的价值链重构成为可能。以传统的杀毒软件行业为例，原有经营方式以开发杀毒软件，提供杀毒服务作为主要的收入来源。杀毒速度和杀毒的准确度成为同行竞争的关键。然而，由于网络平台让广告成为收入来源，360 杀毒软件以免费形式颠覆了传统的做法。利用免费杀毒软件构建平台，吸引用户而以广告作为主要收入。360 杀毒软件整合了广告行业和杀毒软件行业的核心要素，创造新的价值链。微信作为即时通信软件，伴随智能手机的普及迅速替代了短信成为 30 岁以下年轻人的主要通信手段。作为 IT 行业的腾讯和作为通信运营商的移动竞争距离急剧缩短。苹果公司通过连接内容提供商（例如软件、游戏开发商）和顾客，彻底颠覆了手机行业的经营模式。伴随互联网技术的发展，跨行业的价值重构正逐步改造传统行业，这种重构打破了既定的行业边界，颠覆着众多既定的行业逻辑。

伴随全球化和新一代信息技术的冲击，全世界的企业都已认识到我们的环境已经呈现出高度互联的网络化特征。竞争已经从核心资源时代向创新时代转变。创新作为动态环境下企业竞争优势的重要来源一直受到学术界和企业实践的重视。自 1934 年熊彼特指出创新对经济发展作用以来，众多的学者对产品创新、服务创新、工艺创新以及管理创新等多种创新形式开展了大量的研究，改进产品、工艺和管理手段也一直是管理实践中关注的重要创新主题。然而，近年来，网络技术普及和应用带来的交易成本降低及创新要素流动性的提高，众多的企业家和学者注意到，单纯依赖产品创新、工艺创新、管理创新已经不足以在未来的竞争中胜出。例如，Øiestad 和 Bugge（2013）研究指出，随着数字技术的推广对传统出版行业的商业模式提出了挑战。数字技术和互联网技术的出现颠覆的不是原有出版业的产品和服务本身，而是整个行业的商业模式，这些变化要求出版业

企业重新审视企业的产品组合和核心竞争力，改变商业模式来适应环境的变化。IBM 的调查也显示，与产品创新和工艺创新相比，商业模式创新更能够显著提高企业绩效。调查显示，关注运营创新的企业 5 年的复合增长率为负，关注产品/服务创新的企业比关注运营创新的企业复合增长率要高。然而，与关注商业模式创新的企业相比，关注产品/服务创新的企业过去 5 年的复合增长率 (%) 要低很多，如图 1.1 所示。

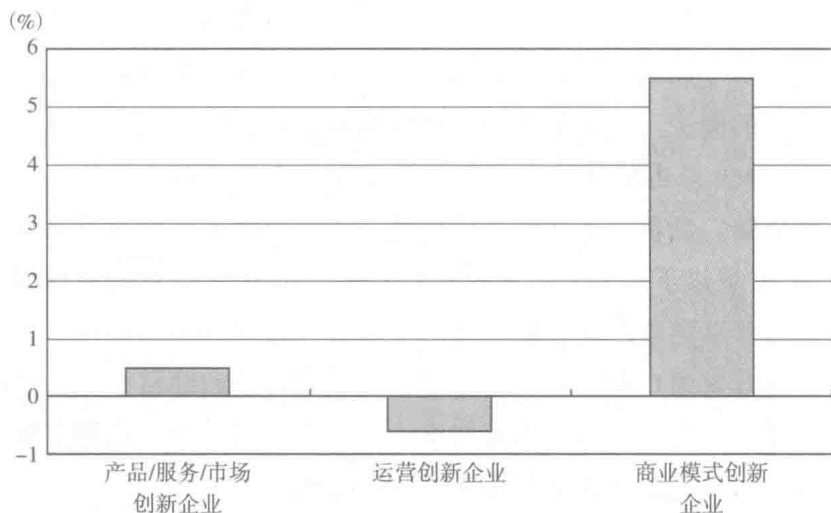


图 1.1 各类创新者的复合增长率

资料来源：IBM 的调查。

因此，众多的学者和企业家认识到，未来的竞争更加需要改进商业模式，通过新的商业模式重新整合组织内部和外部资源以创造价值空间。苹果、腾讯等众多公司都依赖商业模式的创新获得了更高的增长。图 1.2 展示了苹果在引入商业模式创新之后净收入的变化情况。

商业模式创新成为众多企业关注的核心话题，作者以百度新闻作为信息来源，检索了自 2004 年 1 月 1 日至 2014 年 11 月，每年以“商业模式创新”为主题的新闻报道情况。如图 1.3 所示，自 2004 年以来，关于商业模式创新的报道逐年上升，已经从 2004 年的 18 条上升到 2014 年的 377000 条，成为众多企业关注的重要问题。众多企业开始关注商业模式创新，讨论商业模式创新对竞争优势的作用。传统的产品和服务创新更多的是基于

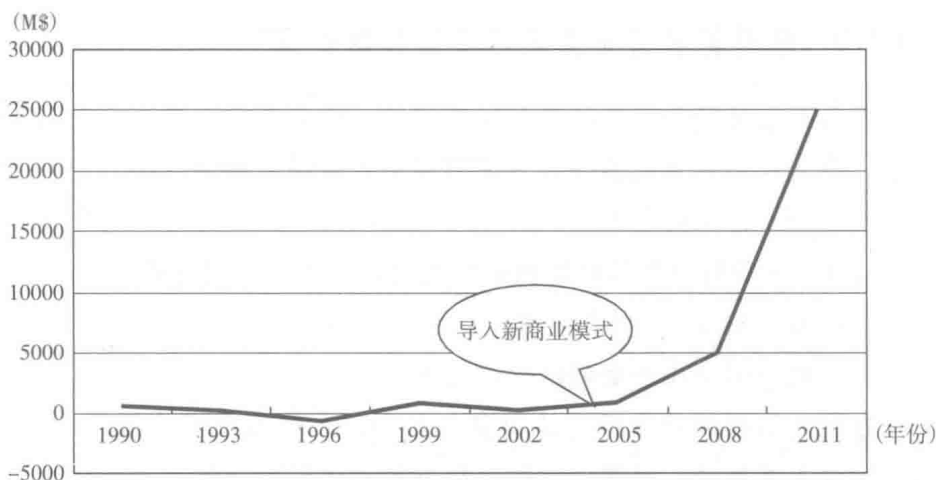


图 1.2 苹果改变商业模式之后的净利润

资料来源: Zott 和 Amit 整理。

内部一体化模式下,通过提高进入门槛和开发有价值、稀缺、难以模仿及替代的内部资源来获取竞争优势的路径;商业模式创新是高度互联环境下通过改变价值创造方式而实现竞争优势的路径。伴随产业链条的不断分解细化以及新一代信息技术带来的组织成本的降低,通过融合不同产业的资源塑造全新的价值创造方式成为竞争优势的新来源。因此,在高度网络化的环境下,商业模式创新成为竞争优势的新来源。

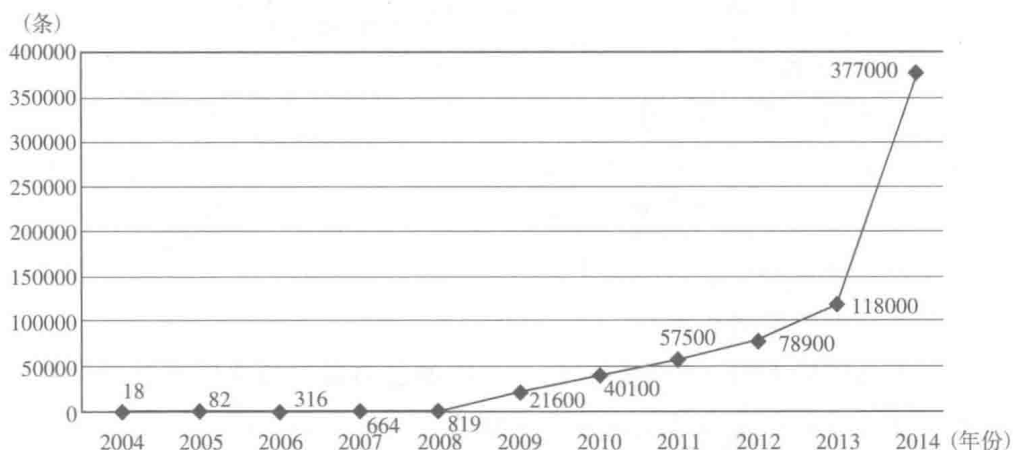


图 1.3 2004~2014 年百度网关于商业模式创新报道数量

资料来源: 作者根据百度新闻检索结果整理。

1.1.2 中国企业商业模式创新面临的困难

尽管众多企业都开始关注商业模式创新,然而在商业模式创新的实践过程中,众企业对何种商业模式才能够提高企业绩效感到困惑,中国企业的商业模式创新存在诸多困难。

1.1.2.1 未能针对竞争环境特征找到适合的商业模式创新路径

尽管在过去的 10 年间商业模式创新已经成为众多企业耳熟能详的名词,但大多数中国企业还是难以找到商业模式创新的有效方式。

一方面,激烈的竞争环境让很多企业难以承受商业模式创新的风险。随着国企改革的推进、民营企业的迅猛发展和国际公司的进入,中国市场的竞争强度急剧攀升。重要的是,由于技术积累不足,众多的中国企业更多地依赖资源进行同质化竞争。激烈的竞争让众多企业的经营盈利空间迅速缩减,资金冗余急剧下降,这导致企业难以有更多的资源来试验新的商业模式。众多企业被激烈的竞争锁定在既定行业规则中,难以承受商业模式创新的风险。尽管企业试图通过商业模式创新实现竞争突围,但企业普遍无法确定哪种商业模式创新更适合当前的竞争环境。

另一方面,制度环境让商业模式创新的不确定性提高。基本制度转型是中国企业经营环境的核心要素。制度转型的过程是政府逐渐从经济活动中退出,从经济活动参与者变成游戏规则制定者和执行者的过程。这一过程是计划经济制度被逐渐打破,以市场为中心的制度体系逐渐建立的过程。政府作为制度松绑、建立、执行的主体,对中国企业的经营环境有根本影响。制度是企业交易活动的规范集合,是交易活动的游戏规则。不论是正式制度还是非正式制度,这种游戏规则的存在导致经济活动中各个主体的资源交换能够以更低的成本进行。然而,制度的不完善给商业模式创新收益的获取带来潜在风险。

与产品创新不同,商业模式创新难以通过内部的商业秘密等形式加以保护。不完善的制度环境给商业模式创新企业带来很大风险。例如,团购作为新的商业模式,在短短的 18 个月里就走到了产业周期的顶点。团购企业从 1 家迅速增加到 5500 多家,然而众多团购企业并没有从中获益,