



社会资本、 网络与 知识管理

李浩 著

Social Capital, Network and Knowledge Management



人民出版社



社会资本、 网络与 知识管理

李浩 著

Social Capital, Network and Knowledge Management



人民出版社

责任编辑:高晓璐

封面设计:肖 辉 孙文君

图书在版编目(CIP)数据

社会资本、网络与知识管理/李浩 著. —北京:人民出版社,2016.7
ISBN 978-7-01-016451-9

I. ①社… II. ①李… III. ①社会资本-关系-企业管理-知识管理-研究
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 159824 号

社会资本、网络与知识管理

SHEHUI ZIBEN WANGLUO YU ZHISHI GUANLI

李 浩 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京龙之冉印务有限公司印刷 新华书店经销

2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:19

字数:330 千字

ISBN 978-7-01-016451-9 定价:49.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

序

李浩教授是我的博士，毕业已经多年，长期从事知识管理、组织行为学和企业创新等领域的研究，近悉他的新作《社会资本、网络与知识管理》即将出版，甚为高兴。

知识管理从20世纪80年代开始兴起，经历了一个快速发展的过程，其间也出现了一些不同的看法，甚至是尖锐的争论，作为管理学中的朝阳领域，虽然还不成熟，但已展现出了勃勃生机。

李浩教授从社会资本视角，针对网络中成员间知识转移、知识创造和应用问题，分析网络知识管理过程中社会资本的角色，整合社会资本、网络和知识管理理论，揭示网络中知识管理机理和规律，及组织内外部因素对网络中知识管理的综合作用机制。促进社会资本的研究进一步深化，使其由宽泛的伞形概念转变成用于理解网络和知识管理过程的有效概念。

组织网络是一个从现实中抽象出来的概念，我国通信、计算机、电视、汽车等行业中很多组织已经结成了网络。分享和合作创造知识是这些网络组建的一个重要目的，但缺乏清晰的、有效的知识管理策略和方法。这本著作也针对实践，寻求并提出了提高我国网络组织知识管理效率的策略和方法。

李浩教授近年来主持了多项国家自然科学基金项目、教育部项目，在《管理世界》、《中国管理科学》、《南开管理评论》等国内外权威管理学期刊发表了多篇学术论文，也获得了辽宁省哲学社会科学成果奖、辽宁省自然科学成果奖等多项奖励，并担任了中国管理案例联盟常务理事、中国神经管理和神经工程研究会理事等多个学术兼职，研究基础扎实，研究成果丰厚，这本著作也是他近年来研究的重要成果。

李浩教授的著作即将付梓，从这本书中，读者可以细细体会，感受到作者的谆谆之语、拳拳之心，领略作者严谨求实的治学态度和不断创新的研究风格。衷心希望管理学界同仁们都像李浩教授那样，孜孜不倦，不断创新，共同为中国管理学发展做出新的贡献。

戴大双

2015年12月15日于大连理工大学

前 言

知识是组织获得并保持可持续竞争优势的根源，成功将属于不断创造新知识、有效地运用新知识、迅速推出新产品的企业。知识管理是识别、传播和杠杆化组织的集体知识以提高竞争力的综合活动。越来越多的组织间结成了网络关系，其目的是依靠和利用组织间的战略协同、知识共享以及资源交换等为组织带来竞争优势。有效利用网络中的成员关系以及因此而产生的重复和持久的交换关系，组织可以分享到网络中有价值的知识，进而将获取的知识转化为产品、服务，或与自己原有知识整合创造新知识，获得知识优势和竞争优势。

社会资本是嵌入个人和组织拥有的关系网络中、通过关系网络可获得的、来自关系网络的资源集合体，包括三个维度：结构维度、认知维度和关系维度。从结构维度看，社会资本关注网络联系存在与否、联系强弱及网络结构；从认知维度看，社会资本描述了提供网络中不同行为主体间共同理解的表达、解释与意义系统的哪些资源，涉及共同语言、共享目标、共享文化等；从关系维度看，社会资本是人们在网络互动过程中建立起来的一种具体关系，涉及信任、标准及可辨识身份等。结构维度是描述网络联系中的非人格化因素，而关系维度指的是网络联系中的人格化方面。

作为解释网络的天然变量，社会资本代表了行为主体借助社会网络或其他的社会结构来获得各种利益的能力，网络中的组织能够依靠社会资本提高知识分享和整合的深度、广度和有效性。企业通过纵向联系、横向联系和社会联系摄取稀缺资源的能力是一种社会资本。个体社会资本不同于组织社会资本，因为前者起源于个人关系网络，而后者起源于组织关系网络，企业社会资本是企业重要的隐性资产。

知识管理是管理学中的一个新兴研究领域,伴随着知识经济到来和信息技术发展兴起,自20世纪80年代以来,知识管理开始逐渐概念化、系统化、理论化,成为一个交叉的理论研究方向。资源观、能力论和知识观等企业理论,都指出了知识是组织获得并保持可持续竞争优势的根源,因此知识管理才得以受到学术界和企业界的普遍关注。知识管理是识别、传播和杠杆化组织的集体知识以提高竞争力的综合活动,通过阐明指导实践的规则,通过将特殊方案上升为群体智慧,通过促进启发式知识的出现,动态地将原始实践提升转化为科学知识的过程。对知识管理的研究,有从技术视角展开的,研究对知识分享和应用的技术支持;但更多的研究是从组织和管理视角展开的,聚焦于知识管理活动对组织创新、绩效和竞争能力的贡献机理。

知识管理涉及知识创造、知识的存储/检索、知识转移和知识应用四个过程。由于网络组织的知识管理研究文献,未涉及知识的存储/检索问题,因此本书选择从知识创造、知识转移和知识应用三个过程区分网络组织的知识管理活动,在知识管理维度下,具体以知识创造、知识转移和知识应用三个子维度展开研究。有些文献直接关注知识创造,也有研究以其他相关联的方式分析知识创造,如以技术创新、产品创新等名义研究知识创造问题,这些文献也被归入知识创造子维度;以知识转移为实质的研究,也有冠名知识分享、知识流动、知识交换和知识获取等,一并归入知识转移子维度;研究如何运用知识,将知识价值转化为产品、服务,利用知识资源促进企业发展、提高企业绩效和竞争力的相关文献,被归入知识应用子维度。

网络是一种组织形式,是一种长期的、有目的的组织安排,其目的在于使企业获得长期的竞争优势。网络中的组织间联系是持久的并且具有战略意义,网络成员间的持久、重复的交换关系是网络的关键特征。网络具有多种形式,主要包括企业内部网络、战略联盟、集群。企业中具有多个组织(或经营单位),企业总部对下属组织(或经营单位)具有所有权和控制权,这些组织构成了企业内部网络。企业内部网络可以被看作一个多

组织集合体，而不是一个单体组织，因为研究组织间现象的网络关系概念可以被用于企业内部网络，使得对该种网络的结构、运作和治理可以得出更多有价值的认识。

战略联盟是一个多企业集合体，这些企业进行产品、技术和服务的交换、共享和协同发展。一个战略联盟可以由在价值链上处于相同位置 and 不同位置的企业所组成，联盟中的企业也可能生产相似产品并在同一区域市场展开竞争。战略联盟是企业获取知识或学习创新能力的一种重要的策略和组织形式，中国的技术（密集）型企业正试图通过战略联盟进入高新技术领域，中外企业合作成为首选的方式。集群是在某一特定区域内，被共同性和互补性联结的，地域相近并相互关联的企业和机构的集合，集群具有产业属性和地理集中特性。集群是一个网络，这个网络中有很多独立的企业，这些企业在相同或相关的细分市场中运作，共享同一地理位置，从外部经济聚集的规模和范围中获益。

本书选择企业内部网络、战略联盟和集群作为网络类型，基于两个原因。第一，从研究文献分布看，这三种网络是近年被研究和讨论最多的网络类型，具有典型性。当然，本书研究目标不是这三种网络类型本身，着眼点在于研究网络组织的知识管理，这是前人没有系统分析和探讨过的。第二，可以通过比较这三种网络中知识管理的规律、特点，深化对网络组织知识管理的认识和理解。跨国公司和具有多个经营单位的企业（如多元化经营企业等）设有总部，并且总部对公司拥有控制权的企业被归入企业内部网络；各种知识联盟、研发联盟、供应链联盟、贸易联盟、大学-产业联盟都被归入战略联盟维度；也有文献研究产业区域的知识管理问题，这些地理集聚特征的网络组织，都被并入集群维度。社会资本作为描述网络特征，并影响网络知识管理的重要变量，被引入本文的分析框架。社会资本能够帮助组织接近和获取合作伙伴的知识资源，网络中的组织能够依靠社会资本提高知识分享和整合的深度、广度和有效性。综上所述，本书构建了一个新的三维研究框架，用以评述和分析社会资本视角下的网络组织知识管理。

本书作者近年来始终在知识管理领域进行不间断的研究，本书的研究和撰写也受到了国家自然科学基金项目“基于社会资本视角的战略网络中知识转移研究”（编号：70501007）；国家自然科学基金项目“社会资本对集群体系知识创造能力的影响研究：基于知识交换有效性的中介作用”（编号：71171037）；国家自然科学基金项目“防御定向、动机氛围对组织中知识隐藏的影响研究”（编号：71571036）；国家社会科学基金重大项目“新组织理论与组织治理研究”（编号：11&ZD153）；教育部人文社会科学研究项目“社会资本视角下的电子实践网络中知识贡献研究”（编号：09YJC630024）的资助，作者感谢国家自然科学基金委、国家社会科学规划办、教育部提供的资金支持。

全书由李浩独立撰著。参加了相关课题基础研究、资料收集和整理工作的还有李静、林海棠、刘秀芝、冯立波、唐珊珊、聂文达、黄媛、刘芳娇、张红杰、孙英、张滋丽、刘芳、周楷婧、杨龙、卜蒙、周梦、于雪娇等，在此对他（她）们的贡献表示感谢！当然书中尚有许多不成熟的见解，写入本书中的目的是抛砖引玉，希望获得关心此类研究的学者、同仁及社会各界的指点和斧正。

目 录

第一章 组织中的知识及相关理论	1
第一节 组织中的知识	1
一、从数据、信息到知识	1
二、知识的界定和特性	2
三、组织的智力资本	7
第二节 知识管理理论	11
一、知识管理界定	11
二、企业的知识管理过程	16
三、企业的知识市场	20
第三节 组织网络理论	26
一、企业内部网络	26
二、战略联盟	27
三、集群	27
第四节 社会资本理论	27
一、社会资本界定和维度	27
二、网络的社会资本维度	29
第二章 社会网络对多元化企业知识转移的影响	33
第一节 网络视角下的多元化企业知识转移	33
一、多元化企业	33
二、多元化企业的知识转移	34

三、社会网络特性	36
四、多元化企业部门间的知识转移	38
第二节 网络特性对多元化企业内部知识转移影响的分析模型 ...	43
一、研究的企业、关系和角度	43
二、多元化企业内部各部门间的知识转移	48
三、分析模型	52
第三节 网络结构特性对多元化企业内部部门间知识转移的影响 分析	53
一、阶段一：意愿阶段	53
二、阶段二：搜寻阶段	59
三、阶段三：实施阶段	64
四、阶段四：整合阶段	67
五、网络稳定性与演变	68
六、综合分析对策	71
第四节 案例分析：ICI知识转移的关系网络和研发机构	74
一、知识转移的正式组织结构（正式关系网络）	75
二、ICI集团中的非正式网络	76
三、分析与启示	78
第五节 社会网络对知识转移的综合影响效果	80
第三章 社会网络特性与跨单元知识搜寻	82
第一节 研究假设和理论模型	83
一、单元内部网络	83
二、单元间网络	85
第二节 研究设计和研究方法	87
一、问卷设计	87
二、数据收集	87
三、样本分析	88
第三节 数据分析与假设检验	89
第四节 网络特性对知识搜寻的综合影响	91

第四章 企业内部社会资本与跨部门知识搜寻..... 92

第一节	研究假设和理论模型	94
一、	企业内部社会资本三个维度之间关系研究	96
二、	企业内部社会资本结构维度与企业内部门知识搜寻 的关系研究	99
三、	企业内部社会资本关系维度与企业内部门知识搜寻 的关系研究	100
四、	企业内部社会资本认知维度与企业内部门知识搜寻 的关系研究	101
第二节	研究设计和研究方法	103
一、	问卷设计	103
二、	问卷的信度和效度分析	105
第三节	数据分析与假设检验	110
一、	描述性统计	110
二、	研究模型的假设检验	111
第四节	社会资本对跨部门知识搜寻的综合影响	112
一、	社会资本与知识搜寻关系	112
二、	对管理的启示	115

第五章 组织间知识转移、社会资本与多元化创新绩效..... 119

第一节	文献回顾、研究假设和理论模型	119
一、	社会资本与多元化企业技术创新绩效关系的相关 假设	120
二、	跨单元知识转移的中介作用	120
第二节	研究设计和研究方法	123
一、	问卷设计、量表开发和数据收集	123
二、	样本分析	126
第三节	数据分析与假设检验	127
一、	信度、效度检验和因子分析	127
二、	假设检验	132
第四节	知识转移和社会资本对多元化创新的综合影响	134

第六章 社会资本视角下的联盟网络中知识共享..... 138

第一节	联盟网络中的知识共享	139
一、	战略联盟——企业获取知识的有效途径	141
二、	联盟网络中知识共享的过程	142
三、	联盟网络中知识共享的实现形式	144
四、	影响联盟网络中知识共享的因素	145
第二节	联盟网络的社会资本分析	148
一、	联盟网络中的社会资本	148
二、	联盟网络社会资本和社会网络的关系	149
三、	联盟网络的社会资本分析	151
第三节	基于社会资本联盟网络中知识共享分析	159
一、	结构维度下的联盟网络中知识共享分析	159
二、	认知维度下的联盟网络中知识共享分析	166
三、	关系维度下的联盟网络中知识共享分析	169
四、	结构维度、认知维度、关系维度的关系分析	172
五、	基于社会资本联盟网络中知识共享分析模型	173
第四节	社会资本对网络知识共享的综合影响	174

第七章 集群的知识共享有效性..... 177

第一节	产业集群中的知识共享	179
一、	产业集群	179
二、	知识共享	182
第二节	研究设计	188
一、	研究方法介绍	188
二、	案例研究对象	189
三、	案例资料采集	190
四、	资料整理方案	191
第三节	案例分析	193
第四节	集群知识共享有效性的界定和维度	203

第八章 社会资本视角下的集群创新	205
第一节 社会资本与集群创新	207
一、社会资本之结构维度对集群企业创新的影响	208
二、社会资本之认知维度对集群企业创新的影响	209
三、社会资本之关系维度对集群企业创新的影响	210
第二节 研究设计	211
一、研究方法	211
二、案例研究对象	211
三、案例资料收集	213
四、资料整理方案	214
第三节 案例分析	218
一、园区企业社会资本分析	220
二、园区企业社会资本对企业创新的影响	224
第四节 社会资本对集群创新的综合影响	231
第九章 集群体系知识演化	234
第一节 集群体系知识	236
第二节 研究设计	242
一、研究方法	242
二、案例选择	243
三、数据收集	244
四、时期划分	245
第三节 案例分析	248
一、大连软件园体系知识演化分析	248
二、集群体系知识演化过程分析	258
第四节 集群体系知识演化阶段性特征	263
参考文献	268
后 记	287

第一章 组织中的知识及相关理论

第一节 组织中的知识

一、从数据、信息到知识

知识一词最早来源于哲学领域，古希腊哲学家柏拉图提出知识就是“被验证过的真实的信念”（Justified true belief），培根认为知识是“经验的成果”，各学派的哲学家针对知识的概念给出了很多定义。现在，“知识”这一词汇已经被普遍使用于社会科学领域，特别是在管理学领域。尽管在哲学领域知识的概念已经相对明确，但对于管理学研究，知识的哲学概念并不完全适用。许多学者在探讨“知识”时，先将“知识”（knowledge）、“数据”（data）、“信息”（information）加以区分，因为管理学领域，学者对“数据管理”和“信息管理”已经作过大量研究，进入20世纪90年代，才开始出现“知识管理”这一概念。因此对上述概念，有必要进行简要而明确的区分。

野中郁次郎（Nonaka）指出“信息”是一串讯息流，而“知识”是根据知识拥有者的承诺及信念，是被创造和组织过的信息。因此，“知识”与“信息”最大的区别在于“知识”与人的信念和行动息息相关。野中郁次郎（Nonaka）后来进一步说明了两者的差异：（1）知识涉及到信念和承诺，即知识与某种特定的立场、看法和意图有关；（2）知识涉及行动，即知识通常含有某种目的；（3）知识涉及意义，即知识与特殊情境相互

呼应。

信息的内涵非常广泛，包含许多领域，信息可以被收集、分析，但无法被内化（internalized）；而知识是信息的汇总，是信息的一个子集，可以被内化为个人的隐性知识，此外，知识受限于特定的领域或者任务，以追求组织目标为最终目的，因此，知识被视为可被内化的且可被付诸行动的信息。这三个概念可以定义如下：“数据”是在情境中（context）中收集到的客观符号；“信息”是在情境中数据所呈现出来的关联；“知识”是由任务所产生的信息中展现出来的模式。

为了清晰界定“知识”的位置，一个由低到高的5层知识转换模式被归纳出来，这个模式中“数据”是一系列文本、事实、代码、图像和声音等的集合；“信息”是有组织的、结构化的、概括性的数据；“知识”是一些案例、规则、过程和模型的集合；“技艺”是迅速而正确的意见、解释、对结果的判断和推理；“能力”为最高一个层次，是有组织的经验、知识库、整合的绩效支持体系、核心能力等。这5个层次之间的关系如图1.1所示。^①

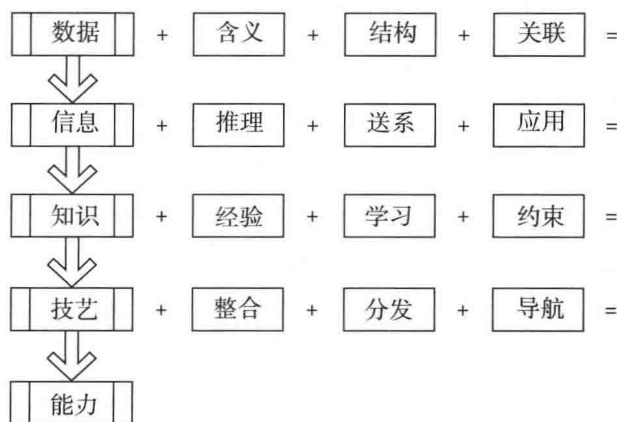


图1.1 知识层次

二、知识的界定和特性

由上述诸多知识的定义可知，“知识”是一个非常抽象的名词，其

^① 参见Beckman, T., The Current State of Knowledge Management, in J. Liebowitz (Ed.), *Knowledge Management Handbook*. Boca Raton, FL: Crc Press, 1999: 1-22.

定义可以从非常多的角度解释。已有研究将知识总结为6个角度（见表1.1），并衍生出每个角度知识管理以及知识管理系统所蕴含的意义。^①

表1.1 知识的角度及其含义

角度	描述	知识管理的含义	知识管理系统的意义
知识与数据、信息的区别	数据是事实、未经处理的数字；信息是处理过、解释过的资料；知识是个人化的信息。	知识管理强调让个人去接触有用的信息，并促进信息的吸收。	知识管理系统与现存的信息系统没有显著区别，但其功能将扩展为帮助使用者吸收信息。
心智状态 (state of mind)	知识是一种知晓(knowing)和理解的状态	知识管理是通过信息的提供来促进个人学习和理解。	信息技术的角色是提供知识资源的存取，而非创造知识。
物体 (object)	知识是一个可被存储和操作的物体	关键的知识管理议题是构建和管理知识存货。	信息技术的角色是收集、存储及转移知识。
过程	知识是一个应用专业见解的过程	知识管理强调知识流以及知识创造、分享和传播的过程。	信息技术的角色是提供知识资源的连接，以创造更广泛、更深的知识流。
信息的存取 (access to information)	知识是信息存取的状态	知识管理强调有组织地存取和检索内容	信息技术的角色是针对定位相关信息提供有效的搜索和检索机制。
能力	知识是影响行动的潜能	知识管理是建立核心能力及理解战略性专业技能。	信息技术的角色是通过支持个人及组织能力的开发，来提升知识。

从显性知识——隐性知识和个人知识——共有知识的维度，可以将企业的知识分为4类：抽象知识（embrained knowledge）、蕴含性知识（embodied knowledge）、编码知识（encoded knowledge）、嵌入性知识（embedded knowledge）。这些概念上的区分用来解释知识的心理和行为层面，下面对这几种知识作进一步界定。

1. 抽象知识。抽象知识是指个人显性知识，依赖于个人的概念技能和认知能力。这是正式的、抽象的或理论知识。科学知识，注重对自然规

^① 参见Alavi, M., & Leidner, D., Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues, *Mis Quarterly*, 2001, 25 (1): 107 - 136.