

中国造型企业 商业模式创新研究

李巍 著

中国社会科学出版社

非外借

中国制造业企业 商业模式创新研究

王 岩

中国地质大学
管理学院
北京 100083

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

中国地质大学管理学院
北京 100083

王岩, 女, 博士, 副教授, 主要研究方向为战略管理、商业模式创新。

中国制造业企业 商业模式创新研究

李巍 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国制造型企业商业模式创新研究/李巍著. —北京:
中国社会科学出版社, 2018. 2
ISBN 978 - 7 - 5203 - 2098 - 6

I. ①中… II. ①李… III. ①制造业—工业企业
管理—商业模式—研究—中国 IV. ①F426. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 033700 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 李庆红
责任校对 周 昊
责任印制 王 超

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2018 年 2 月第 1 版
印 次 2018 年 2 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 17
插 页 2
字 数 253 千字
定 价 69.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683
版权所有 侵权必究

本书受教育部人文社会科学研究项目（17YJC630066）、重庆市社会科学规划项目（2014QNGL46）、重庆市教委人文社会科学研究项目（17SKG138）及重庆理工大学优秀学术著作出版基金（201602）资助

序 言

在经济全球化和时代转换的大背景下，以新一代信息技术的普及和应用为核心的第三次工业革命，推动着“新经济”向纵深发展，由此带来人类生产方式和生活方式的深刻变革。事实上，人类已经深陷席卷全球的第三次工业革命大潮之中。信息技术、新能源、新材料、生物技术等重要领域和前沿方向层出不穷的革命性突破和交叉融合，正在引发一轮又一轮产业变革，并逐渐改变产业生态，进而改变全球制造方式和制造业发展格局。特别是新一代信息技术与自动化技术深度融合所缔造的人工智能，正在以似乎无限的想象力推动着制造业产业形态、生产方式和组织方式的革命性转变。这些呈加速趋势、令人眼花缭乱的重大变革，无不在挑战人们对产业以及制造业的传统认知。

对中国这个全球规模最大的制造业大国而言，一方面，工业发达国家重塑或加强制造业优势的策略和行动不断加快；另一方面，发展中国家制造业借助比较优势得到快速发展。中国制造业面临巨大的双重、双向发展挤压，转型升级成为关乎未来命运的战略举措和行动。然而，充分考虑上述发展趋势，就意味着中国制造业不仅要立足于推进从关注数量比例关系的“结构优化”，向聚焦产业技术和组织复杂性的“能力提升”转变，从重视低成本同质化大规模的“平面扩张”，向强调高价值差异化、多样性的“立体递进”转变，还要致力于探索从追求制造业自身不断高级化、智能化的“转型升级”，向创造、引领产业间跨界渗透与整合的“融合成长”转变。其中，传统制造企业利用新经济、新技术和新政策进行商业模式变革，既是企业自身适应全球产业变动趋势的必然之举，更是中国制造业实现战略腾

飞的微观基础。

在“创新驱动发展”的时代要求下，商业模式创新是企业创新的重要表现形式，是中国制造企业在应对挑战和把握机遇时的重要路径选择。《中国制造型企业商业模式创新研究》这本专著以“中国制造2025”国家战略和相关行动纲领为背景，探讨中国制造企业如何以“工业4.0”及智能制造为契机，通过商业模式创新实现“创新驱动发展”这一关键议题。专著从理论与实证两大基本层面展开研究，有助于深化人们对中国制造型企业商业模式创新的认识和理解，对具体企业的创新实践也有着重要的指导价值。

本专著从商业生态系统视角对中国制造型企业商业模式创新进行研究，既符合制造业兼具复杂性和系统性的产业特征，也体现制造型企业在新政策、经济和技术环境下亟待转型升级的现实需求。总体来看，本专著所进行的研究至少表现出以下三个重要特点：

第一，基于商业生态系统及其演化视角，对中国制造型企业商业模式创新进行系统研究。现有有关商业模式创新的研究大多基于战略、技术或营销等理论视角，且研究对象大多为互联网企业、服务型企业等。从商业生态系统视角探究制造型企业商业模式创新议题，不仅拓展商业模式研究的理论基础，更契合制造业所具有的多重复杂性特征，有别于现有商业模式创新研究的基本范式。

第二，基于实证研究方法，从组织与企业家双重视角，探查中国制造型企业商业模式创新的驱动机制。本专著的研究运用实证方法实现对商业模式创新的科学测量，并在此基础上，从组织与企业家双重视角探究商业模式创新的形成机制，为商业模式创新前置因素的研究提供比较完整的理论框架，并有效地整合两类因素驱动商业模式创新的基本效应，进一步丰富对组织和企业家因素驱动商业模式创新机制的理解。

第三，在强调关键组织能力基础上，探讨制造型企业商业模式创新的效用机制。本专著的研究从市场效能和经营绩效两类结果变量检测商业模式创新的效用，同时引入营销动态能力和二元能力因素，深化对商业模式创新效用机制的理解。对动态能力观和组织二元性两大

理论工具的创造性运用，增强研究框架的理论深度；而对非线性效用机制的探查，有别于以往商业模式创新驱动经营绩效的线性关系理解，非常贴合企业经营实践且更加深刻地阐释商业模式效用机制。

李巍博士自2014年9月起进入中国社会科学院工业经济研究所从事在职博士后研究，于2017年1月顺利通过出站答辩。本专著是李巍博士从事博士后研究的重要成果之一，其后在前往加拿大从事学术访问期间进行了修改和完善，体现从商业模式创新视角对中国制造型企业发展的持续性思考。

作为李巍博士的博士后研究合作导师，其勇于突破的专业精神，严谨务实的专业态度，以及卓有成效的专业表现都给我留下深刻印象。本专著所进行的研究非常契合当前中国经济社会热点议题，也具有较高的学术洞察和理论深度，体现出年轻研究者应具备的社会责任感与使命感，以及理论联系实际的治学能力。希望李巍博士再接再厉，在专业研究的道路上披荆斩棘、突破日新，为中国企业研究及实践继续奉献自己的智慧力量。

罗仲伟

中国社会科学院工业经济研究所研究员

中国社会科学院中小企业研究中心主任

中国社会科学院研究生院教授、博士生导师

前 言

在“互联网+”和“中国制造 2025”发展战略背景下，中国制造业企业面临着新的机遇与挑战。智能制造与大规模定制使制造业的商业生态发生革命性变革，传统制造业企业如何重塑商业模式成为亟待解决的问题。同时，在新经济环境下，商业模式创新已成为中国调整产业结构的根本出路之一，更是企业实施创新驱动发展战略的重要着力点，因而商业模式及创新研究得到国内外研究的广泛关注。但是，现有商业模式创新研究大多聚焦于新兴企业形态，如互联网企业、高新技术企业等，对传统行业企业，如制造业企业关注较少；同时对商业模式创新的理解基于战略、技术以及营销等不同理论视角；大量研究聚焦于理论阐释和逻辑推演，或者典型个案分析，商业模式创新的大样本实证研究还比较缺乏。

本书试图整合并深化商业生态系统与商业模式创新研究，借鉴演化理论和配置理论框架，从商业生态系统演化视角探究中国制造业企业商业模式创新议题，旨在回答“中国制造业企业基于商业生态系统演化视角，商业模式创新的基本内涵和方式有哪些？制造业企业如何通过组织和企业家因素推动商业模式创新？制造业商业模式创新如何帮助企业优化绩效和构建优势”三大关键问题。本书聚焦中国制造业企业商业模式创新议题，从商业生态系统视角对商业模式创新内涵及类型进行理解，并开发商业模式创新的测量工具，然后运用实证研究方法对商业模式创新的前置因素及绩效结果进行系统研究。本书试图构建对中国制造业企业商业模式创新研究的系统理论认知，丰富中国制造业企业转型升级以及商业模式创新等领域研究成果。本书从理论与实证两大基本层面深化对中国制造业企业商业模式创新的理论探索

和实践阐释。

理论篇。本部分以理论研究和文献分析为主，主要探讨在新的政策背景（“中国制造 2025”行动纲领）及技术条件下（工业 4.0 和智能制造），制造型企业商业模式创新的现实价值与理论内涵。本部分内容包括：（1）企业经营中的“模式力量”。主要涵盖企业经营实践中商业模式的价值、商业模式的基本含义、商业模式的关键要素等实践与理论分析。（2）商业模式创新的理论阐释。主要包括：商业模式创新研究的理论维度、商业模式创新的基本内涵、商业模式创新的方式与路径等理论问题。（3）中国制造型企业商业模式创新分析。包括中国制造业的历史机遇与挑战、制造型企业的“创新突围”路径、制造型企业商业模式创新的理论阐释等现实和理论议题的分析。

本部分研究强调从商业生态系统及其演化视角，对中国制造型企业商业模式创新的内涵与路径进行理论构建，拓展商业模式创新研究的理论框架与分析范式，以及商业模式创新研究的产业背景与企业特征。

实证篇。本部分运用问卷调查法开展实证研究。研究构建制造型企业商业模式创新的测度、前置因素和绩效结果的研究框架，并运用 192 家制造型企业的调研数据，对相关理论框架进行实证检验，对中国制造型企业商业模式创新相关议题进行量化研究。主要研究内容包括：

（1）制造型企业商业模式创新的内涵及测度研究。研究从商业生态视角指出商业模式创新的本质是“企业对商业生态系统内现有的资源条件和交易网络进行创造性优化重组，是商业生态系统演化在组织模式层面的具体表现”；并从效率型和新颖型两种维度对商业模式创新的类型进行解构：效率型商业模式创新是指企业在商业生态系统中实施的能够提高交易效率、降低交易成本的创造性活动；新颖型商业模式创新是指企业在商业生态系统中开发全新价值主张、构建新型交易方式和拓展交易网络的创造性活动。在对商业模式创新的内涵和类型进行界定和分析的基础上，研究借鉴现有研究成果，并结合制造型企业的特征，开发商业模式创新测量工具，为后续实证研究提供工具

基础，也为商业模式创新的量化研究提供方法借鉴。

(2) 制造型企业商业模式创新的前置因素研究。研究从组织因素和企业家因素两个方面，探究驱动制造型企业商业模式创新的前置因素，并引入外部环境变量作为调节因素，以深化对制造型企业商业模式创新前置因素驱动机制的理解，本部分包括两项研究：①组织因素驱动商业模式创新的机制研究。研究区分战略导向（技术与市场导向）与组织学习（开发式和探索式组织学习）两项关键组织因素，以探讨组织因素驱动制造型企业商业模式创新的机理；同时，引入环境动荡性作为调节变量，考察市场和技术方面环境因素对组织因素与商业模式创新关系的调节效应。②企业家因素驱动商业模式创新的机制研究。研究从企业家精神（创新与冒险精神）与企业家社会资本（商业社会资本与政治社会资本）两方面着手，探讨企业家因素驱动制造型企业商业模式创新的基本逻辑；同时引入市场和技术环境动荡性作为调节变量，以深化对企业家因素驱动商业模式创新机制的理解。

(3) 制造型企业商业模式创新的绩效结果研究。研究聚焦于市场效能和经营绩效，引入组织能力因素，探讨制造型企业商业模式创新绩效结果，包含两项研究：①商业模式创新与市场效能。分析商业模式创新与市场效能（竞争优势和顾客资产）之间的逻辑关系，并引入营销动态能力作为调节变量，深化对商业模式创新与市场效能关系的理解。②商业模式创新与经营绩效。研究探讨商业模式创新与经营绩效（市场绩效和财务绩效）的逻辑关联，引入双元能力作为平衡企业探索与开发活动的重要能力因素，总结和归纳商业模式创新驱动经营绩效的机制。

制造业是国民经济的主体，是立国之本、兴国之器、强国之基。在“中国制造 2025”与“工业 4.0”的政策和技术背景下，探讨制造型企业商业模式创新，对推动中国制造业转型升级具有重要的理论与现实意义。同时，商业模式创新已经成为当下时髦的管理术语，但对于“如何进行创新”却知之甚少。出现此类现象的根本原因在于：不同类型企业因自身资源与能力条件，以及所处产业链位势与产业环

境不同，商业模式创新路径便千差万别。目前的商业模式创新研究还停留在普遍性探讨阶段，并没有针对特定企业类型展开深入研究，因而在商业创新路径策略方面缺乏指导性。

本书不仅从商业生态系统视角，拓展商业模式创新内涵及测度的理解；更是从组织因素和企业家因素两方面构建制造型企业商业模式创新的影响因素及作用机制，丰富对商业模式创新前置因素的研究；同时，基于关键组织能力角色及非线性关系的实证检验，深化商业模式创新绩效输出机制的研究。研究立足于中国制造型企业自身发展特点，基于产业生态系统演化视角，从驱动机制与作用条件两方面，构建符合制造型企业特色的商业模式创新实现路径。相关研究结论对中国制造型企业“以创新驱动发展、以模式创新实现转型升级”提供了理论借鉴和管理启示。有助于在转型经济环境下，激发制造型企业的组织活力、应对“双变”+“双强”经营挑战，优化产业结构、推动国民经济从规模速度型粗放增长转向质量效率型集约增长。

目 录

理论篇

第一章 企业经营中的“模式力量”	3
第一节 商业模式的实践与理论	3
第二节 商业模式的内涵	8
第三节 商业模式的关键要素	16
第二章 商业模式创新的理论阐释	26
第一节 商业模式创新的基本视域	26
第二节 商业模式创新的基本内涵	28
第三节 商业模式创新的路径与方式	32
第三章 商业生态系统与制造型企业商业模式	38
第一节 商业生态系统的内涵与价值	38
第二节 商业生态系统与制造型企业成长	41
第三节 商业生态系统视域下的商业模式创新	47

实证篇

第四章 制造型企业商业模式创新测度研究	55
第一节 商业模式创新的内涵界定	55

第二节 商业模式创新测度的研究设计	58
第三节 商业模式创新的量表开发	68
第四节 研究小结	76
第五章 组织因素与制造型企业商业模式创新	78
第一节 组织因素的驱动效应	78
第二节 变量测量与问卷开发	96
第三节 实证分析	118
第四节 研究小结	125
第六章 企业家因素与制造型企业商业模式创新	129
第一节 企业家因素的驱动效应	129
第二节 变量测量与问卷开发	144
第三节 实证分析	159
第四节 研究小结	165
第七章 商业模式创新与市场效能	169
第一节 商业模式创新驱动市场效能	169
第二节 变量测量与问卷开发	178
第三节 实证分析	190
第四节 研究小结	196
第八章 商业模式创新与经营绩效	198
第一节 商业模式创新驱动经营绩效	198
第二节 变量测量与问卷开发	205
第三节 实证分析	216
第四节 研究小结	221
结 语	224

附 录	240
参考文献	250
后 记	259

理论篇

