



中国企业战略管理研究丛书

教育部哲学社会科学研究重大攻关项目 (40JZD0018)

国家自然科学基金重点项目 (70832003)

香港研究资助局 (RGC) (LU3107/03H)

丛书主编 / 蓝海林 吕 源

中小企业高管团队、网络资源和 政府资源对国际化能力和绩效影响的研究

Research on the Effect of Top Management Team, Network Resource and
Government Resource on Internationalization Capability and Performance in
Chinese Small Medium-sized Enterprises

李卫宁 周连喜 蓝海林 吕 源 / 著



经济科学出版社
Economic Science Press

教育部哲学社会科学研究重大攻关项目 (04JZD0018)

国家自然科学基金重点项目 (70832003)

香港研究资助局 (RGC) (LU3107/03H)

中小企业高管团队、网络 资源和政府资源对国际化 能力和绩效影响的研究

李卫宁 周连喜 蓝海林 吕 源 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中小企业高管团队、网络资源和政府资源对国际化能力和绩效影响的研究 / 李卫宁, 周连喜, 蓝海林, 吕源著.
—北京: 经济科学出版社, 2010. 9
(中国企业战略管理研究丛书)
ISBN 978 - 7 - 5058 - 9537 - 9

I. 中… II. ①李… ②周… ③蓝… ④吕… III. 中小企业 - 企业管理 - 研究 - 中国 IV. ①F279. 243

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 111425 号

责任编辑: 王志华
责任校对: 王肖楠
版式设计: 代小卫
技术编辑: 董永亭

中小企业高管团队、网络资源和政府资源对 国际化能力和绩效影响的研究

李卫宁 周连喜 蓝海林 吕源 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天宇星印刷厂印刷

华丰装订厂装订

690 × 990 16 开 13.5 印张 200000 字

2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 9537 - 9 定价: 26.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

丛书总序

这是一套以中国当前经济发展为背景，站在战略管理研究的学术最前沿，运用国际主流研究方法来研究中国企业战略管理问题的学术研究丛书，每一册都是在博士学位论文基础上修改完成的。

当我们迈向 21 世纪的同时，企业管理者深深感到各种压力扑面而来，无论是辉煌的公司，还是那些默默耕耘的“隐形冠军”，越来越多的我国企业管理者感到竞争环境越来越复杂，竞争的对抗性越来越强，竞争内容的变化越来越快，竞争优势的可保持性越来越低。对多数企业来说，以前成功的“秘诀”似乎一夜醒来不仅难以推动企业继续前进，反而成为企业发展的障碍！企业发展需要新的动力。在这种情况下，我国企业管理者与国际上的企业管理者一样，在战略制定和选择方面面临着一个突出问题，那就是如何在越来越复杂多变，或者准确地讲是在动态环境下，通过有效地实施企业战略管理，保证企业长期、稳定和持续地获得高于市场平均水平的收益率。

以前我们可以沉醉于所选择的好行业，可以依



靠政府的政策而推动企业的快速发展，可以利用大量的市场机会而快速积累“原始资本”，我们看到现在不行了。以前我们仅依靠国内市场甚至国内的一个区域市场就可以活得非常幸福，而现在我们必须要在全球市场争取空间才能生存等，许多这样的公司曾经辉煌过，但不久就衰落了、消失了。这些企业过分沉醉于这些好行业，过分依赖于政府的政策，过分相信市场机会，而忘记了自己企业能力的培养，忘记了企业核心专长的建立。到底是“谁动了我的奶酪？”企业家在思考，经济学家在思考，管理学家在思考，战略管理学家更在思考。

企业战略管理作为一个学科，自 20 世纪 60 年代被正式确立以来，一直受到学术界和企业实战者的极大关注，而且在企业的经营过程中占有越来越重要的地位。早期战略管理的研究主要依赖于案例分析，案例分析是战略思想创新的有效研究方法。例如，著名的《哈佛商业评论》所发表的论文大多以案例分析为主，哈佛大学是案例研究的代表。在后续研究中，许多学者越来越偏重基于大样本数据分析的实证研究的方法，并且从不同的理论背景和视角对战略管理进行了比较深入的研究。例如，目前国际著名的《战略管理杂志》（“Strategic Management Journal”）就越来越强调数量化。另外就是以社会心理分析见长的行为科学分析方法，康奈尔大学是这种研究方法的代表。

企业战略管理的理论和技术进入我国虽然仅有十几年的历史，但这期间我国学者从各个角度对其进行了大量的研究，对我国企业战略管理的理论和实践发展起到了重要的推动作用。这些研究大体可以分成三个阶段：（1）引进国外战略管理理论阶段。通过引进原版教材、翻译国外战略管理的书籍将其介绍给国内的读者，学术杂志开始出现针对战略管理问题的研究论文，也有一些从国外留学或者访问归来的学者开始向企业介

绍企业战略管理的理论和技术；（2）学者在引进国外战略管理理论和技术的同时，越来越发现国外战略管理理论必须结合中国经济发展的实际背景，必须结合中国文化才能发挥作用。故而有学者开始结合中国国内经济、文化的实际背景开展针对性的、消化吸收式的研究，出版的教材、书籍中开始大量出现中国本土企业的案例，学术杂志中的学术论文开始出现针对中国企业的案例，对国外战略管理理论进行修正或者拓展。但这些研究并没有进入国际战略管理研究的主流，包括研究问题和研究方法都尚未能获得国际战略管理学界的认可；（3）近几年，战略管理学者越来越认识到必须引进国外主流研究方法，针对中国经济发展背景开展创造性的研究，才能融入国外战略管理研究的主流，才能使我国企业战略管理研究逐步走向国际化，开始和世界接轨。我国企业战略管理需要从粗放式的探讨性研究，转到精细化的科学研究，从概念化的理论探讨到基于数据的实证研究中，才能改变我国企业战略管理研究在国际学术界的地位。

本丛书即是在这样的大背景下产生的，是一些热爱中国企业战略管理研究的中青年学者在其博士学位论文基础上修改完成的。这些博士从不同的角度，运用国际上主流的研究方法，针对我国企业战略管理的部分问题进行了研究。例如，《动态竞争与战略网络》、《企业多元化与绩效研究》、《结构视角的组织柔性化研究》、《基于动态环境的企业竞争优势研究》等，这些研究比较客观地描述和分析了我国企业改革开放以来，在动态环境下企业面临的主要问题，包括企业环境、企业行为、企业行为与组织绩效的关系等，提出了自己的许多新观点、新见解。

这些研究不仅力求挖掘企业战略管理过程中需要解决的实际问题，力求挖掘企业战略管理研究的国际前沿问题，而且力

求消化吸收国外战略管理的科学研究方法，尝试用这些主流的研究方法来研究中国的企业战略管理问题。这使我们的研究在研究问题和研究方法等方面都较好地把握了当前国际战略管理研究的前沿，这些研究的过程、结果、方法对中国企业战略管理理论的学术研究都有一定的借鉴价值，具有较高的科学性和学术价值，对企业的战略实践也有较大的指导意义。

今后我们还将在适当的时候陆续出版类似的研究成果。希望这套丛书对推动中国企业战略管理理论的研究走向国际化，融入企业战略管理研究的国际主流领域有一定的借鉴作用。

是为序。

蓝海林

2006年9月

摘 要

自 20 世纪 90 年代以来,经营环境的动态化打破了企业传统的经营模式,可持续的能力和优势已经成为企业提升竞争力的重要因素。中小企业以其经营灵活性、市场适应性及强烈的创新欲望,在国际化发展中表现出其特有的竞争优势。中国中小企业受特有转型期环境的影响,其国际化能力从无到有,逐渐得到提升,但仍然表现出成长性的阶段特征。与此相适应,关于中国中小企业国际化经营的理论研究也从引进传统理论到与国际研究同步发展,拓展了跨国经营理论的分析框架。以资源能力视角、社会资本视角、高管团队特征、动态能力视角的研究成为企业国际化经营的新理论基础。中国中小企业有其独有的特征,采取情景嵌入的方法,研究中国特殊背景下中小企业国际化能力与绩效的问题是非常有价值的。

本书在整合以往研究成果的基础上引入战略管理中动态能力的观点,提出中小企业国际化能力的研究模型和假设,结合中国中小企业经营环境动态化的特点,针对以下几个主要问题设计问卷进行实证研究。第一,中国中小企业国际化过程中,以市场信息获取能力和动态反应能力为主要特征的国际化能力与国际化绩效之间的关系。第二,企业高管团队特征(国际化视野、国际市场经验、国际市场风险意识)、社会资本(网络资源、政府资源)对国际化能力(市场信息获取能力、动态反应能力)的作用。第三,在动态程度高的环境下,中小企业国际化能力与国际化绩效之间关系有何变化。本书选取广东和浙江的制造型中小国际化企业进行调查,共回收有效问卷 281 份,运

用 SPSS 和 LISREL 统计软件对样本进行统计分析,验证了本书提出的 14 个假设。

在对实证研究结果讨论的基础上,本书得到以下主要结论。第一,中国是一个正处于经济转型与新兴工业化时期的发展中国家,企业国际化经营环境表现出动态化的特征,中小企业凭借市场信息获取能力和动态反应能力形成的特定优势和能力是中小企业获得较高国际化绩效的关键。第二,中小企业高管团队特征、网络资源影响企业国际化能力的形成;政府资源直接影响国际化绩效,但对中小企业市场信息获取能力和动态反应能力的关系未获得验证。这一结论也说明,各级政府急需出台新的适合中小企业发展需要的相关政策和机制。第三,由于资源和能力的不足,中小企业没有规模经济和垄断优势等与大型企业类似的特征,因此,中小企业国际化并不是大企业的微型化,不能简单地将大企业国际化的方式和过程移植到中小企业国际化中。在动态程度高的环境下,中小企业需要突出其“小”而“快”的特征,快速应对市场需求、技术进步和竞争的变化,提高中小企业整合信息和资源的能力,形成中小企业主动适应国际化的特定优势。

本书的创新之处有,第一,在整合以往研究成果的基础上引入战略管理中的动态能力理论,提出中小企业国际化能力的研究模型,探讨中小企业国际化动态能力与绩效之间的关系。这不仅增加了中小企业国际化研究的视角,也丰富和补充了中小企业国际化研究的领域,更是理论研究上的进一步深入。基于中国情景的研究,揭示了我国中小企业国际化能力形成的内在特征,对中小企业国际化实践有积极的现实意义。第二,在低动态环境下,中小企业国际化绩效主要受反应能力的影响;在高动态环境下,中小企业以市场信息获取能力和动态反应能力为主的特定优势是获得更高国际化绩效的关键。中小企业国际化绩效的高低取决于其对信息知识等要素的吸附能力、对技术的吸收和转化能力和对环境的适应能力。第三,高管团队拥有丰富的国际市场的经验、独特的洞察力和对市场准确地判断力、强的风险意识对国际化能力的形成和提高具有显著影响;与下游客户和上游供应商保持良好的网络关系能提高企业市场信息获取能力和动态反应能力。但政府所提供的税收优惠政策和各种参加商品交易的机会对国际化能力

摘 要

的形成没有直接影响。中小企业应该重视高管团队国际化知识的积累，提高对国际市场的认识，积极发展与上下游客户的网络关系，通过对资源的有效整合来形成中小企业国际化的特定优势和能力。尽管本研究取得了一定的创新，但还是存在一定的不足，这也为未来的研究提出了新课题。



第 1 章 绪 论

1.1 研究背景	2
1.2 研究内容、目的与意义	10
1.3 研究方法	16
1.4 研究流程和结构	17

第 2 章 文献综述

2.1 企业国际化定义	22
2.2 企业国际化理论综述	23
2.3 中小企业国际化理论	31
2.4 本书研究的理论模型	47
2.5 本章小结	50



第3章 中国中小企业国际化的发展历程

3.1 中国中小企业国际化发展阶段的历史分期..... 52

3.2 计划经济年代中小企业的国际化状况..... 55

3.3 改革开放初期中小企业的国际化状况..... 56

3.4 高速发展时期中小企业国际化的现状..... 61

3.5 现阶段中国中小企业国际化发展的特点..... 65

3.6 中小企业的界定..... 69

3.7 本章小结..... 72

第4章 概念模型与假设

4.1 概念模型..... 76

4.2 研究假设..... 83

4.3 本章小结..... 95

第5章 研究设计与方法

5.1 研究变量的操作性定义及测量..... 98

5.2 样本选择与问卷调查..... 109

5.3 实证研究方法..... 111

5.4 本章小结..... 116

第 6 章 统计分析和假设检验结果

6.1 样本描述性分析	118
6.2 描述性统计及相关性分析	120
6.3 假设检验结果	132
6.4 本章小结	144

第 7 章 研究结果讨论

7.1 实证检验结果总结	148
7.2 研究结果讨论	149
7.3 研究结果启示	157
7.4 本章小结	158
结 论	161
附录 1 中小企业国际化现状调查问卷	168
附录 2 中英文人名对照表	173
参考文献	178
致 谢	201

第 1 章

绪 论

1.1 研究背景

过去几十年来,中国企业经营环境的构成与分类似乎没有很大的变化,但是经营环境的特点和趋势确发生了重大的变化。技术进步导致行业界线越来越模糊,全球化消除了真正意义上的区域市场,在这两个因素的共同作用下企业之间互动的速度、范围和性质发生了质的变化(蓝海林,2007)。在过去几十年的发展中,技术进步促进了交通运输行业、通信技术、信息技术的快速发展,增加了各个国家和各族人民之间的相互往来、了解和认同,使他们在需求上越来越趋同(Kapferer, 1998);减少了各个国家和各族人民之间存在的文化差异、经济摩擦与政治对抗,从而促进了全球范围内共同市场的发展和经济合作的增加,扩大了企业经济活动的范围(Punnett and Ricks, 1996)。蓝海林(2007)认为,由于技术进步和全球化因素的影响,企业经营环境动态化程度不断提高。第一,技术进步促进了世界共同市场的形成、加快了技术扩散和知识传播、提高了知识资源的重要性、推动了社会进入了信息时代。第二,全球化导致商品、服务、人员、技术和观念超越地理界限或者说跨国地流动更加容易(Murtha, Lenway and Bagozzi, 1998);企业在全球范围内开拓市场、利用各种资源、设立经营设施、从事营销活动和参与竞争互动,充分利用国家差异、规模经济和范围经济效益,在提高效率,降低风险,以及学习创新方面提高自己的竞争力(Stewart, 1999);全球企业之间在全球多个市场和多个产品上发生竞争,通过多点互动建立了相互制衡又相互合作的竞合关系。在经济全球化的今天,国际贸易、投资和生产以前所未有的速度和规模在世界范围内展开,一个开放的全球市场体系正在形成,跨国公司成为推动经济全球化和地区经济一体化最活跃、最重要的力量(鲁桐,2002)。德鲁克(1999)说:“无论在哪一个发达国家中,要想获取领先地位,一家企业不管大小都必须不断占领并保持在全球所有发达国家市场中的领先地位。它必须在发达世界中的任何地方进行研究、设计、开发、管理和生产,并能从任何一个发达国家向另外一个发达国家出口,它必须走向国际化”。

在技术进步与全球化的推动下,中小企业的经营环境发生了从相对静态向相对动态的转变,这种转变所带来的直接影响和标志性的结果就是企业竞争优势的可保持性的逐步下降(蓝海林,2007)。企业依赖于非市场化或者市场的低效率保护所形成的竞争优势,在经营环境动态化的条件下越来越难以保持;依赖于外部环境,尤其是市场与技术因素的缓慢变化而建立起的企业竞争优势的可保持性程度越来越低。经营环境的动态化降低了中小企业的生存和发展的基础,打破了以往的经营模式,企业发展的一个显著特征是以“快”制“大”,企业可持续发展的能力和优势已经成为企业增加利润与市场份额、增强企业竞争力的重要因素。动态适应环境变化的能力已经成为中小企业赢得市场竞争的重要手段。

1.1.1 现实背景

在世界经济中,中小企业扮演着越来越重要的角色。改革开放以来,我国经济持续快速增长得益于外向型经济的发展,特别是对外贸易的高增长成为整个经济增长的重要动力。随着中国加入WTO和经济全球化的步伐不断加快,中国经济愈来愈紧密地与世界经济融为一体。“国内市场国际化、国际竞争国内化”的新竞争格局已经形成。纵观全球经济形势,随着新技术革命和第三产业的发展,现代企业的类型越来越向松散化、质量化转变,从而实现了产品的多样化、小型化。随着经济全球化的发展,国际分工越来越精细,社会需求也越来越趋向于多样化和个性化,给中小企业带来了广阔的发展空间。

中国中小企业已经成为国民经济增长的重要力量。截至2006年10月底,中国中小企业创造的最终产品和服务的价值占国内生产总值的58%,生产的商品占社会销售额的59%,上缴税收占50.2%。据统计,2006年1~10月份,中小企业实现工业总产值同比增长29.79%,销售收入增长30.46%,实现利润8255.39亿元,同比增长43.22%,上缴税金增长27.43%,增长幅度高于全国平均水平。截至2004年,中国中小企业超过1000万家,占全部注册企业的99%,其提供的就业机会占全国企业的75%左右。到2006年10月底,中小企业数达到4200多万家,占全国企业总数的99.8%,经工商部门注册的中小企业有430

多万户，个体工商户也达到3 800多万户。中小企业创造的最终产品与服务价值、出口总额和上缴税收分别占全国的58%、68.3%和50.2%。中小企业的发明专利占全国的60%以上，研发新产品超过全国的80%，提供了城镇就业人口75%以上的就业机会（中国中小企业协会，2006）。在大势所趋的国际化经营中，中小企业也形成了大企业难以比拟的竞争优势。根据麦肯锡公司1993年的报告，澳大利亚新兴出口企业中有80%为中小企业。在我国，“十一五”规划明确指出，支持有条件的企业“走出去”，按照国际通行规则到境外投资，鼓励境外工程承包和劳务输出，扩大互利合作和共同开发。在这样的大环境下，走出国门越来越成为我国企业经营战略的重要选择。

表1-1 是我国部分省市1997~2006年出口情况统计表。

表 1-1 1997~2006 年主要省市出口概况一览表 单位：亿美元

省市	1997 年		1998 年		1999 年		2000 年		2001 年	
	出口 总额	出口比 例(%)	出口 总额	出口比 例(%)	出口 总额	出口比 例(%)	出口 总额	出口比 例(%)	出口 总额	出口比 例(%)
广东省	726.56	39.77	756.4	41.20	776.75	39.85	919.2	36.90	954.26	35.85
江苏省	152.18	8.30	156.51	11.74	183.1	9.40	257.69	10.34	288.73	10.80
浙江省	111.18	6.09	108.66	5.91	128.71	6.60	194.44	7.80	229.77	8.60
四川省	16.44	0.90	16.75	0.64	17.31	0.89	13.94	0.56	15.83	0.59
大连市	30.1	1.65	34.5	1.88	40.6	2.08	52.14	2.10	60.3	2.30

省市	2002 年		2003 年		2004 年		2005 年		2006 年	
	出口 总额	出口比 例(%)	出口 总额	出口比 例(%)	出口 总额	出口比 例(%)	出口 总额	出口比 例(%)	出口 总额	出口比 例(%)
广东省	1 184.74	36.39	1 529.4	34.90	1 915.58	32.28	2 381.6	31.30	3 019.5	31.20
江苏省	384.71	11.81	591.2	13.50	875	14.70	1 228.82	16.14	1 604.29	16.58
浙江省	294.2	9.04	416.03	9.49	581.59	9.80	768	10.08	1 010.27	10.44
四川省	27.11	0.72	32.13	0.73	39.84	0.70	46.96	0.62	66.2	0.68
大连市	71.5	2.20	82.9	1.88	101.53	1.73	137.91	1.81	283.04	2.92

注：其中出口比例为该省市当年出口总额占全国出口总额的比例。

资料来源：《中国对外经济贸易年鉴》，中国经济出版社1998年版，第210~322页；中国对外经济贸易出版社1999年版，第243~347页；2000年版，第298~412页；2001年版，第318~427页；2002年版，第175~287页；2003年版，第136~247。《中国商务年鉴》，商务印书馆2004年版，第149~274页；2005年版，第252~388页。《中国统计年鉴》，中国统计出版社2006年版，第749页。中国统计信息网。