

信任对校企合作 创新绩效的影响研究

——以知识管理能力为中介

李晓歌 殷茗 著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

信任对校企合作 创新绩效的影响研究 ——以知识管理能力为中介

李晓歌 殷茗 著



机械工业出版社

本书在系统回顾信任相关研究、知识管理理论和合作创新理论的基础上，介绍了校企合作创新中以信任对企业创新绩效影响机制为主脉络，以企业的知识管理能力为中介变量的概念模型。本书作者沿着“校企合作信任—知识管理能力—企业创新绩效”的研究思路，在社会交换理论、产业组织理论、企业知识基础理论等相关理论的基础上，从企业视角出发，探讨企业对高校的信任对企业创新绩效的影响机理及企业知识管理能力的中介机制，并通过数据收集和统计分析对模型和假设进行了验证。

本书的目标读者是高校科研人员、企业管理者以及知识管理领域的专业人士。

图书在版编目 (CIP) 数据

信任对校企合作创新绩效的影响研究：以知识管理能力为中介 / 李晓歌，殷茗著. —北京：机械工业出版社，2019. 7

ISBN 978-7-111-62986-3

I. ①信… II. ①李…②殷… III. ①企业绩效—企业管理—研究 IV. ①F272. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 119417 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：曹俊玲

责任编辑：曹俊玲 於薇 商红云

责任校对：乔荣荣 陈越 封面设计：张静

责任印制：张博

三河市国英印务有限公司印刷

2019 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

169mm × 239mm · 11.25 印张 · 176 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-62986-3

定价：49.80 元

电话服务

网络服务

客服电话：010-88361066

机工官网：www.cmpbook.com

010-88379833

机工官博：weibo.com/cmp1952

010-68326294

金书网：www.golden-book.com

封底无防伪标均为盗版

机工教育服务网：www.cmpedu.com

前 言

随着世界经济从工业经济向知识经济的转变，知识成为推动创新、维持竞争优势、决定经济成就的首要动力，而知识结构复杂性的不断提高，迫使越来越多的组织为获取创意以及创新和竞争优势寻求外部的知识和技能，以弥补自身能力的不足。在此背景下，校企合作创新成为技术创新和发展的重要组织模式。但校企合作创新在具体的实践中还存在诸多问题，关系风险就是其中之一。作为产生关系风险的诱因，信任是一个无法忽略的重要因素。在知识经济时代，随着知识产权保护意识的增强，多种知识交流平台，如电子创新平台、协同创新平台的使用，使得校企合作信任面临严峻的考验，信任在校企合作创新中的作用更是进一步凸显。由于信任机制是校企合作创新的前提和基础，是一种软治理机制，它可以弥补正式管理控制机制的不足，从而在校企合作创新过程中具有非常重要的意义，因此考察校企合作信任对企业创新绩效的影响成为企业经营实践中备受关注的重要问题。

大量的研究文献都验证了信任与绩效明显相关，但是对于校企合作信任对企业创新绩效的作用机制的探索仍存在着一些问题。学者多从变量的单维度视角，将信任作为前因变量之一或者中介、调节变量，研究其对知识转移等因素的影响，缺乏多维度信任对企业创新绩效的影响作用分析。另外，在信任作用于企业创新绩效的过程中，也缺乏对知识管理能力中介作用的分析。因此，本书作者沿着“校企合作信任—知识管理能力—企业创新绩效”的研究思路，在社会交换理论、产业组织理论、企业知识基础理论等相关理论的基础上，从企业视角出发，探讨企业对高校的信任对企业创新绩效的影响机理及企业知识管理能力的中介机制，并通过数据收集和统计分析对模型和假设进行了验证。

与已有研究相比，本书的研究内容及其创新之处表现在以下三个方面：

1) 从计算信任、认知信任、认同信任的视角构建了校企合作信任建立

的过程机制，运用演化博弈论方法构建了校企合作信任建立的计算机制。以校企合作创新中的信任为研究焦点，分析了校企合作创新中信任建立的机制性研究，包括过程机制和计算机制。在 Barney 和 Hansen 关于信任的三层次理论的基础上，构建了校企合作创新中信任的三阶段理论，分别是以计算信任、认知信任和认同信任为主导的三个阶段。以计算信任为主导的阶段，信任建立的关键是企业与高校通过共同努力，实现预期制定的适度的、可完成的目标，增加校企双方对未来合作关系的积极预期；以认知信任为主导的阶段，基于对对方合作行为的预期和对知识的认同，校企合作关系进一步深化，合作意愿不断增强；以认同信任为主导的阶段，校企作为一个整体参与合作创新活动，向对方展示出完全的信任，将对方的需求内化为自身的需求，合作关系达到了稳定的均衡状态，信任关系达到了最好的状态。计算机制运用演化博弈论分析了校企合作信任的建立过程，认为校企合作信任的建立也是一种博弈行为，是校企双方在信任与不信任的策略集合之中行为选择相互影响、相互作用的最终结果，是一种博弈均衡状态。通过研究发现，校企信任建立博弈的最终状态是（信任，信任）和（不信任，不信任）。采用计算机制的研究方法，对于现有信任的建立理论提供了补充，为以后的研究提供了新的思路。

2) 深化了计算信任、认知信任、认同信任这三种信任维度对校企合作背景下企业创新绩效的影响。不同维度的信任会对创新绩效产生何种影响，这一问题对于企业的合作创新战略的制定非常重要，但现有研究对这一问题的论述还不甚透彻，Lewicki 和 Bunker 给出了对计算信任、认知信任和认同信任的定义，但没有给出各维度的测量指标；Nguyen 等分析了各维度信任对合作的影响，但没有分析信任对绩效的影响。对于合作创新中的信任，许多研究是从知识转移方对知识接收方的角度来分析，且多将信任作为中介变量或调节变量。我们为了更清晰地分析企业对高校的不同维度信任对校企合作背景下企业创新绩效的影响效应，在 Lewicki 和 Bunker 的概念结构基础上，站在企业对高校信任的角度，对现有的量表进行修正，将信任划分为计算信任、认知信任、认同信任三个维度，以校企合作创新较为频繁的企业为研究样本，实证分析信任的三个维度对校企合作背景下企业创新绩效的影响效应和影响程度。分析发现，计算信任、认知信任、认同信任

对校企合作背景下企业创新绩效有显著的正向影响，且三种维度的信任对校企合作背景下企业创新绩效的作用程度存在差异，认知信任对于创新绩效的作用路径系数大于认同信任和计算信任。研究结果验证了认知信任的重要性，并且通过实证研究支持了不同维度信任对校企合作背景下企业创新绩效的作用关系，对于信任和企业的知识管理能力的验证也是对知识管理实证研究内容的重要补充。

3) 探明了校企合作信任通过知识管理能力的中介作用影响企业创新绩效的作用机制。通过“校企合作信任—知识管理能力—企业创新绩效”的研究路径，并将知识管理能力分为知识获取能力、知识共享能力、知识应用能力三个维度，我们细化了对其中介作用的探讨。实证检验结果表明：知识获取能力在计算信任与管理创新绩效中起部分中介作用，在认知信任正向作用于技术创新绩效、管理创新绩效和知识创新绩效的过程中起部分中介作用，在认同信任正向作用于技术创新绩效、管理创新绩效和知识创新绩效的过程中起部分中介作用；知识共享能力在认知信任与技术创新绩效、认知信任与知识创新绩效、认同信任对技术创新绩效、认同信任对知识创新绩效的正向作用过程中起部分中介作用；知识应用能力在认知信任、认同信任正向作用于技术创新绩效、管理创新绩效、知识创新绩效的过程中的中介作用得到了支持，知识应用能力起部分中介作用。

本书的出版得到了国家自然科学基金项目（71201124）、教育部人文与社会科学基金项目（18YJA630043、16YJA630068）、陕西省社会科学基金项目（2018S28）、陕西省自然科学基金基础研究计划项目（2018JM7008）、航空科学基金项目（2016ZG53071）的支持，在此表示衷心的感谢。

作 者

目 录

前 言

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 现实背景	1
1.1.2 理论背景	4
1.2 问题提出	6
1.3 研究对象与研究内容	9
1.4 技术路线与章节安排	11
第 2 章 文献综述与理论发展	14
2.1 信任相关研究	14
2.1.1 信任的内涵	14
2.1.2 信任维度	17
2.1.3 信任的建立与发展	18
2.2 知识管理能力	26
2.2.1 知识管理的内涵	26
2.2.2 企业知识管理的内容与流程	29
2.2.3 知识管理能力的概念与构成	31
2.2.4 知识管理能力的定量研究	33
2.3 合作创新研究	37
2.3.1 合作创新的内涵	37
2.3.2 合作方参与合作创新的动机	39
2.3.3 合作创新中企业创新绩效	43
第 3 章 研究假设的提出与理论模型的构建	47
3.1 要素维度划分	47
3.1.1 校企合作信任分析	47
3.1.2 企业知识管理能力分析	57
3.1.3 校企合作背景下的企业创新绩效研究	59

3.2 作用机理分析	60
3.2.1 校企合作信任对企业创新绩效的作用机理	61
3.2.2 校企合作信任、知识管理能力对企业创新绩效的作用机理	62
3.3 校企合作信任与企业创新绩效	65
3.3.1 计算信任与企业创新绩效	65
3.3.2 认知信任与企业创新绩效	66
3.3.3 认同信任与企业创新绩效	67
3.4 知识管理能力与企业创新绩效	68
3.4.1 知识获取能力与企业创新绩效	69
3.4.2 知识共享能力与企业创新绩效	70
3.4.3 知识应用能力与企业创新绩效	71
3.5 校企合作信任与知识管理能力	73
3.5.1 校企合作信任与知识获取能力	73
3.5.2 校企合作信任与知识共享能力	74
3.5.3 校企合作信任与知识应用能力	75
3.6 知识管理能力	76
3.6.1 知识获取能力的中介作用	76
3.6.2 知识共享能力的中介作用	78
3.6.3 知识应用能力的中介作用	79
3.7 模型与假设	80
第4章 问卷设计与小样本测试	84
4.1 问卷设计	84
4.2 变量的测量	86
4.2.1 校企合作信任的测量	86
4.2.2 校企合作背景下企业创新绩效的测量	89
4.2.3 企业知识管理能力的测量	90
4.3 主要实证分析方法	92
4.4 问卷的小样本测试	93
4.4.1 样本数据的描述性统计	93
4.4.2 校企合作信任的信度和探索性因子分析	95
4.4.3 企业创新绩效的信度和探索性因子分析	97
4.4.4 知识管理能力的信度和探索性因子分析	99
附录 校企合作信任与企业创新绩效调查问卷	103

第5章 大样本调查与数据质量评估	106
5.1 数据收集与样本描述	106
5.1.1 样本选择与数据收集	106
5.1.2 样本描述	107
5.2 变量的信度与效度检验	111
5.2.1 校企合作信任的信度与验证性因子分析	111
5.2.2 知识管理能力的信度与验证性因子分析	115
5.2.3 企业创新绩效的信度与验证性因子分析	119
第6章 假设检验与结果讨论	124
6.1 假设检验	124
6.1.1 控制变量的影响分析	124
6.1.2 校企合作信任对知识管理能力的影响分析	126
6.1.3 校企合作信任对企业创新绩效的影响分析	128
6.1.4 知识管理能力对企业创新绩效的影响分析	130
6.2 知识管理能力的中介效应检验	131
6.2.1 中介效应检验	132
6.2.2 模型修正与比较	134
6.2.3 Sobel 检验	137
6.3 结果与讨论	138
6.3.1 假设检验结果汇总	138
6.3.2 校企合作信任与企业创新绩效的关系	140
6.3.3 知识管理能力与企业创新绩效的关系	142
6.3.4 校企合作信任与知识管理能力的关系	144
6.3.5 知识管理能力的中介作用	145
6.4 理论贡献与实践启示	147
6.4.1 理论贡献	147
6.4.2 实践启示	149
第7章 研究结论与展望	152
7.1 主要研究结论	152
7.2 主要创新点	154
7.3 研究局限及未来研究展望	155
参考文献	157

周期缩短，迫使企业重新考虑自身的创新战略，以扩大技术基础。在这种情况下，合作创新对于企业的研发和创新来说是一种有效的方式，与其他企业或机构的合作能够获得互补的技术资源（如技术共享），有助于加快创新发展的步伐，提高市场准入标准，扩大规模经济和范围，实现成本共享和风险分散。基于资源观的观点认为，任何企业的最终目标都是通过提高使用自身资源的能力来实现利润最大化，而实现这一目标的一个方法就是与外部的合作伙伴建立合作关系。基于资源观的观点认为，建立企业联盟的一个重要动机就是合作伙伴期望从外部来源中获得能力。自20世纪90年代中期以来，不仅跨国公司，中小型企业也与其他企业建立起了更多更亲密的关系，以实现规模经济、获取市场力量或利用新的机会。企业已开始通过正式和非正式的方式参与合作活动，比如联合营销、合作产品开发、共享资源或共同开发以应对开放式创新模式，企业创新的边界正从以企业内部研发创新为主向研发外包和合作创新转变。

2. 校企合作创新成为一种重要的组织模式

由于竞争的加剧和政府资金的削减，大学被迫寻找新的方式来增加收入，越来越多地将自身的技能和研究成果商业化，高校有强烈的动机去更多地与企业合作，与外部的商界建立稳定的关系，以保证额外的研发资金并建立新的资金渠道。在与客户、供应商、竞争对手和其他利益相关者的各种合作中，高校已经确立了成为组织寻求专业研究经验的合作伙伴地位。在传统意义上，高校通过教育和科研服务于公共利益，如今期望利用知识库建立知识转移的商业渠道来实现自给自足。因此，在众多的合作创新形式中，校企合作创新已经成为技术创新和发展的重要组织模式。

校企合作创新是企业 and 高校之间的联合创新行为。合作创新是高校和企业为了共同的利益，设定合作的目标、期限和规则，在技术创新的过程中，通过资源共享和优势互补的方式，致力于实现预期的目标。密集的知识交流和学习过程是校企合作创新的一大特点，意在实现资源互补和构建协同效应。合作创新有利于知识的积累，而这些知识很可能转化为新技术和组织创新，企业合作创新的决定扩大了他们进行技术选择的范围。一个组织的创新能力与其利用知识资源的能力密切相关，即企业能否有效地获取、共享、应用和发展知识，达到有效整合和创新利用知识的目标，不仅

直接影响企业应对环境变化和统筹管理内外部资源的能力，还会影响到企业的创新能力和企业的绩效^[1]。企业从外部获取知识，为企业重组现存知识和创造新的知识提供了机会，新获得的知识与现存知识的交互作用可以优化企业的知识库存，促进知识的新陈代谢，提高创新结果的可能性。高水平的知识管理能力可以促进创新过程所需的知识交流和转移，完善新见解和能力，提高组织学习效率，降低知识冗余，产生新的创意，提高企业快速应对外部环境变化和创新能力，进一步提高企业的绩效。

3. 信任是校企合作创新关系产生风险的重要诱因

作为产生合作风险的诱因，信任是一个无法忽略的重要因素。在校企合作创新中，一方面，由于高校和企业处于不同的知识位势，且高校与企业合作创新的目的各不相同，为追求自身经济利益，会出现非有限理性的状况；另一方面，由于存在组织文化、组织特性、管理模式等情境因素的作用，存在信息不对称、关系强度不足等影响关系风险的因素，导致校企合作创新的不确定性提高。关系风险主要是指合作伙伴不以预期的方式致力于合作创新的概率和后果，有可能采取机会主义的风险，以及潜在的破坏性使用新获得的知识的风险。机会主义行为将使知识投入方面核心能力受损、知识地位降低等风险，知识接受方面面临知识检测成本增加和依赖性增强等风险，这时合作双方会通过减少双方交流、降低知识透明度或回避知识转移活动等防御行为来降低风险，对企业创新绩效产生负向影响。信任机制作为一种软治理机制，能够为校企合作创新项目的顺利开展和高效运作提供良好的环境基础，还可以弥补正式管理控制机制的不足。与外部的环境风险相比，信任对这种关系风险的作用尤其重要，对于校企合作创新的顺利开展和平稳运行具有重要的意义。在校企合作中，企业对高校的信任程度直接影响双方的沟通效率，并会对企业的知识获取能力、知识共享能力和知识应用能力等造成不同程度的影响。如果缺乏信任，企业就需花费时间和精力去验证高校所投入的知识和资源，这势必会增加合作创新的成本，降低合作创新背景下企业的创新绩效，违背了合作创新的原有之意。如果校企之间信任水平较高，作为知识转移方的高校就会对企业的行为产生积极的预期，感受到的风险会更低，进而降低防御性行为的水平，提高风险承担意愿。对企业来说，在信任水平较高时，会更愿意相信高校

的能力和善意，并且不会利用自己的弱点提高依赖程度，降低对风险的预期，提高风险承担意愿，更积极地参加合作创新活动。

4. 知识经济时代，信任在校企合作创新中的作用进一步凸显

在知识经济时代，随着知识产权保护意识的加强，多种知识交流平台，如电子创新平台、协同创新平台的使用，使校企合作信任面临严峻考验。在校企合作创新中，企业和高校作为独立的主体，符合经济人的假设，双方的利益取向各不相同，在合作创新的初级阶段，在经济利益的诱惑之下很容易出现重利轻信的情况，产生博弈经济学中的“囚徒困境”现象。缺失信任会引发多种知识产权风险和成果分配纠纷，如知识产权被违约滥用，知识产权流失，知识产权被抢注，关键技术人才的流失等。合作创新过程中也会出现信任缺失导致的成果分配纠纷，如合作创新成果被不当使用，由于成果界定不清引发的纠纷等，给企业创新绩效带来不良影响。

另一方面，互联网技术的发展使多种网络创新平台，如电子创新平台、协同创新平台的使用范围越来越广。这些网络创新平台的使用能够促进知识资源的共享和传播，使高校和企业之间的知识交流不受时间和地点的限制，实现资源的优化配置，降低创新成本，促进合作创新技术成果的转化，却也对校企合作信任提出了更高的要求。这种基于互联网平台进行的校企合作创新减少了面对面交流的机会，企业无法全程监控高校的知识使用过程，增加了核心知识资源被窃取、掠夺和不当使用的风险。这些都使得信任在校企合作创新中的作用进一步凸显。

1.1.2 理论背景

信任被广泛应用于各类领域和组织中（如企业、网络组织等）^[1]。Mayer 等人^[2]认为，信任是“在有能力监督和控制另一方的前提下，一方愿意受到另一方行动的影响；基于期望，另一方将执行一个特定的行动，这个行动对受信人是很重要的”。在合作创新中，信任是指合作伙伴对对方的信心、态度和期望，建立在预期合作伙伴未来会采取的行为或反应可以满足本方需要的基础上^[3]。信任之所以必要，源于交易成本理论中人的有限理性与机会主义的假设，个体会因为经济利益而在知识转移过程中产生投机主义和“搭便车”的行为。随着对信任研究的加深，管理学领域的学者将信任

与知识管理相结合,认为信任是一切合作关系的前提,尤其是在正式沟通渠道不够畅通、存在利益关系的组织中,信任的重要性更为突出^[2]。Anoop Madhok 提出,组织间的信任可以为合作双方建立长期的资源合理分配和认知的共享^[4]。随后,大量的实证和文献研究证明,作为连接高校和企业的重要关系纽带,信任能够有效提升企业的知识管理能力和创新绩效。首先,信任会影响企业的知识管理流程,且信任与知识管理各流程的影响关系是相互的。知识管理是个动态的过程,企业的知识管理过程主要包括知识获取、知识共享和知识应用等。一方面,信任可以有效提升企业的知识交流效率,信任会增加信息交换的数量,与企业的知识获取能力呈正相关;信任还能促进组织的知识获取,因为它提高了合作伙伴帮助对方理解新的外部知识的愿意,缺乏信任会对有效的知识获取产生很大程度上的负面影响,尤其是在转移给知识接受者的知识来源不确定的情况下^[5]。另一方面,在知识管理的过程中,如果知识共享过程包括共享至关重要的和机密信息,这个过程不仅有助于建立信任,还有助于信任的发展^[6]。

从已有的文献来看,对信任的研究取向大致可分为两派:一派从单维度的视角切入,研究信任的前因以及信任与知识管理的关系。众多学者从供应链、虚拟组织、战略联盟、企业创新网络等研究层次出发,采用访谈、调查问卷等实证分析方法,投入到诸如人际信任、主管信任、组织信任等方面的研究中,并取得了丰硕的研究成果;另一派则从信任多维度属性的视角切入,研究不同信任维度对知识转移、创新绩效的影响。该类研究肯定了信任的不同形式以及信任的动态演化和发展,近年来逐渐受到国内外学者的关注。Jialin Hardwick 分析小型生物技术公司创新合作中技术信任和情感信任产生、发展和维持的过程及过程中的知识转移,认为技术信任和情感信任的存在不仅降低了风险和不确定性,还使得网络关系更加紧密^[7]。Lewicki 和 Bunker^[8]认为,信任是一个复杂的、多面性的概念,很少有关系是完全静态的,即使在同一关系中,信任也会随时间改变;信任发展的最初阶段是威慑型信任,最终阶段是最高层次的认同型信任。Nguyen^[9]认为,在组织关系发展的不同阶段,信任表现出不同的对象和基础,他把企业间关系的发展阶段划分为了解和认同两个阶段,将信任划分为计算信任、知识信任和认知信任。Laaksonen^[10]研究了客户和供应商之间信任和依赖性的

共同演化，将信任分为契约型信任、能力型信任和善意型信任，认为所有这些形式的信任通常至少以某种程度存在于组织关系中，并且随着时间动态变化。Huang^[11]将商业关系发展划分为初始阶段、持续交互阶段和结束阶段，认为初始阶段的信任具有认知和计算信任的特征；在持续交互阶段，情感信任是认知信任的一种补充；在结束阶段，之前的商业和社会交互作用的成果和经验构成了新的关系中影响信任的初始因素的一部分。相互信任程度越高，合作伙伴的机会主义行为和目标冲突越会减少，而对合作伙伴行为预期的提高会减少交易成本。

之所以关注信任的多维度属性，主要有以下方面的考虑：不同维度的信任可以通过影响合作双方的心理过程来增加双方的合作意愿，降低参与合作创新的成本和风险，提高预期的收益，提升合作创新的效果。但同时，由于受情景因素的限制，不同维度的信任对合作伙伴的知识管理能力和企业创新绩效的影响并不相同。根据组织间不同维度的信任关系，企业如何通过校企合作创新之间的知识交流来获得协调和共享，以获得高效率的知识管理能力和创新绩效，这是一项有着理论和现实意义的工作。本研究旨在对上述问题进行理论探索和实证检验，并针对检验结果提出相应的实践启示，为企业在校企合作创新中的战略决策提供一定的理论和实践指导。

1.2 问题提出

随着合作创新的大范围开展，各类合作组织（如战略联盟）、企业网络之间的信任问题也日益受到关注，信任已经成为影响合作组织创新绩效的重要因素。对信任的研究在知识管理领域一直都比较受关注。尽管现有的文献都肯定了信任的不同维度以及信任对促进合作关系的作用，但是对于合作创新中信任的产生和发展的研究还较少。有研究发现，在合作创新关系发展的不同阶段，会出现不同形式的信任。其次，少量的针对不同维度信任对合作创新中企业创新绩效影响的文献也多关注信任对合作关系、知识转移或者绩效的某一方面的影响，未形成完整的研究体系。尽管国内学者探讨了不同维度的信任对于知识管理及合作关系的影响，但从研究方法上看，多采取的是质性研究方法，因此这些研究成果不能明确反映不同维

度信任对企业创新绩效的影响。再次，尽管信任会影响合作创新绩效，但是简单地将信任与合作创新结果变量相联系是不够的，还应该尽可能地考察不同维度的信任对结果变量影响的中介作用机制。目前，在对不同维度信任与合作创新绩效中介机制的探索方面，主要有情感承诺、计算承诺、组织认同等，对于知识管理能力则缺乏相应的研究，具体存在以下理论缺口：

1. 缺乏校企合作信任的建立研究

信任的建立和发展是跨组织合作者考虑的关键领域，然而现有的大多数文献将信任视为已知的、既存的，忽略了信任的建立和发展过程。信任的建立是一个漫长、复杂且不断进化的过程，并深受合作双方和情境等因素的影响和制约。在校企合作创新中，不同维度的信任的建立和维持是动态和循环往复的过程，合作创新参与方在合作初期冒险进行合作，形成对未来结果的共同预期；当合作创新的结果与共同预期相吻合时，双方的信任关系就得到了强化，而信任的强化又会降低未来合作的风险。这些合作结果也成为合作历史的一部分，增加了合作双方对未来合作关系的积极预期，有利于信任的进一步发展。而且校企合作信任与企业网络、产业集群、供应链等跨组织合作中的信任也存在一定的区别，因此有必要对校企合作信任的建立过程进行深入研究。

2. 校企合作创新背景下企业创新绩效的定义和维度界定不清晰

很多学者从不同视角和情境出发，对合作创新绩效的定义和维度进行界定，认为合作创新绩效是参与合作创新的双方对合作创新目标的实现状况的衡量。传统的合作绩效评估多局限在技术创新绩效和管理创新绩效两个维度。管理创新绩效包括对环境变化的适应程度、按规划程序进行创新管理的程度、程序控制系统和协同机制的评估；技术创新绩效从企业新技术发展程度、技术融入新产品的程度、新流程提高产品质量和降低成本四个方面来进行衡量。也有学者提出从合作创新的程度和范围两方面考察合作创新绩效，将合作创新绩效划分为产品创新绩效、流程创新绩效、市场创新绩效、服务创新绩效和管理创新绩效五个方面。目前，对于合作创新绩效维度的研究多从创新结果来定义，而从成果和过程两方面考虑和探讨合作创新绩效的研究较少，且维度划分没有统一的标准。

3. 忽略了不同维度信任对合作创新中企业创新绩效的影响

不同维度的信任可以通过影响知识转移来改善双方的合作关系，增加双方的合作创新意愿，降低参与合作创新的成本和风险，提高预期的收益，促进合作创新绩效。现有文献对信任在知识管理中的研究主要集中在个人和团队层面，在组织层面的相对较少，多将信任作为单维度变量，将它作为中介或调节变量进行研究。对于不同维度的信任对企业创新绩效的作用，现有研究多是根据已有研究成果，结合不同层次的组织合作，定性阐述组织信任与企业创新绩效要素的相关性，缺乏系统的分析和大样本数据的验证，且不考虑情景因素和合作组织的属性，这就使信任维度与合作创新绩效的研究趋于同质化。

4. 信任对于校企合作中企业创新绩效的影响有直接作用和间接作用

为了系统分析多维度信任对企业创新绩效的作用机制，还需探讨信任通过中介变量或调节变量间接作用于企业创新绩效的作用过程。尽管信任可能会影响校企合作背景下企业创新绩效，但是简单地将信任与合作创新结果变量相联系是不够的，还应该尽可能地考察校企合作信任对企业创新绩效影响的中介变量及其作用机制。在中介变量的选择上，由于知识管理能力不仅受到信任的影响，还对校企合作中企业创新绩效具有显著的正向影响，因此本文将主要分析知识管理能力在校企合作信任与企业创新绩效之间的中介作用。

本文以参与校企合作创新的企业为研究对象，围绕“不同维度的信任如何影响校企合作中企业创新绩效”这一核心问题，刻画企业通过形成与提升知识管理能力获取合作创新绩效的过程与路径。具体而言，提出以下研究目标：在大量阅读国内外相关文献的基础上，梳理信任相关研究、知识管理能力和合作创新研究的相关理论和主要要点；在充分深入的文献综述基础上，结合校企合作创新的特点，归纳并分析校企合作创新中信任、知识管理能力和企业创新绩效的定义和维度，构建不同维度的信任通过知识管理能力的中介作用对校企合作中企业创新绩效作用机制的概念模型；在规范研究基础上，结合实证研究方法，对计算信任、认知信任、认同信任对企业创新绩效的影响路径和知识管理能力的中介作用进行大规模样本检验。

1.3 研究对象与研究内容

本书的研究对象是参与校企合作创新的企业。本书从企业视角出发,分析企业对高校的信任对参与校企合作创新企业的知识管理能力和创新绩效的影响。由于合作创新中的信任和知识转移都是双向的,既有高校对企业的信任和企业对高校的信任,又有知识从高校向企业流动和从企业向高校流动,因此为了明确本书的研究对象和研究范围,有必要对研究对象和相关的术语进行进一步的界定和说明。

(1) 校企合作创新。校企合作创新是指企业与高校以共同利益为基础,以资源共享或优势互补为前提,在技术和产品开发等领域开展多层次的技术创新合作,在合作创新中保持各自独立的社会身份,通过合作创新在达到共同目标的同时实现各自的技术创新活动。校企合作创新按照合作时间的长短分为两类:一类是具有战略意图的长期合作;另一类是针对特定项目的短期合作。首先,由于本书主要从信任的视角出发,研究企业对高校的信任对自身知识管理能力和创新绩效的影响,而信任的建立、维持和发展是一个长期的过程,建立在合作双方的长期、持续的交互过程中;而针对特定项目的短期合作期限短,合作双方的交互作用不显著,且多注重对合作成果的评估,因此双方协作交互较少。其次,基于信任的知识交流活动对企业的知识管理能力和合作绩效的作用具有一定的滞后性,短期合作创新项目对企业创新绩效的作用无法得到精确的评估,因此,本书的研究对象不包括短期的校企合作创新。

(2) 信任。本书把信任定义为企业对高校的信心、态度和期望,相信高校有能力并且有意愿去履行承诺,这种期望建立在高校会按照企业的需求进行有效的知识转移的基础上。在维度划分上,借鉴 Lewicki 和 Bunker 以及 McAllister 的研究,将信任划分为三个维度:①计算信任:基于经济交换交互特征的理性选择,建立在威慑或受信方和施信方均衡的基础上;②认知信任:基于认知的信任建立在对另一方能力、责任和可靠性的理性评估的基础上,还建立在对未来合作的可能行为和结果的合乎逻辑的、理性的计算的基础上;③认同信任:也是最高层次的信任,假定合作一方已将另