

# 企业社会资本与商业模式创新：机制与路径研究

曾 萍<sup>1</sup>, 陈书伟<sup>1</sup>, 孙奎立<sup>2</sup>

(1. 郑州大学西亚斯国际学院, 河南 新郑 451150; 2. 泰山医学院医药管理学院, 山东 泰安 271016)

**摘 要:** 针对企业社会资本如何促进商业模式创新的“黑箱”, 构建了制度情境调节下企业社会资本通过自身吸收能力推动商业模式创新的理论模型。以广东和上海的384家企业为样本进行实证检验, 结果发现: 企业社会资本可以直接或间接通过吸收能力显著促进商业模式创新; 制度环境的改善有助于企业更有效地利用社会资本促进商业模式创新。上述发现初步揭示了企业社会资本促进商业模式创新的机制, 也为战略资源基础观与制度基础观的整合以及商业模式创新理论的发展提供了重要证据。

**关键词:** 商业模式创新; 吸收能力; 社会资本; 制度环境

**中图分类号:** F270.7

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1004-4892(2017)02-0085-10

## 一、引 言

进入二十一世纪后, 随着互联网与信息技术的快速发展, 电子商务、互联网金融、平台模式、大数据、云存储、物联网、众筹、创客、移动APP、互联网+、大众创业、万众创新等创新理念、思维以及行动的不断涌现, 正以前所未有的力量和速度颠覆传统的发展逻辑与行业领域<sup>[1]</sup>, 由此商业模式创新成为企业运作中新的着力点, 更成为企业建立与保持竞争优势的关键所在。

实践方面, 尽管阿里巴巴、腾讯等中国企业凭借商业模式创新获得了巨大成功, 然而更多的中国企业, 尤其是后发企业依然处于迷茫之中——优秀企业的成功可以看见, 但其实现机制和路径却难以捉摸, 如何实现商业模式创新仍存在诸多困惑。理论方面, 虽然学术界对于企业技术创新内在机制的探索已经取得了诸多重要进展<sup>[2]</sup>, 但对与技术创新存在巨大差异的商业模式创新内在机制的研究还刚刚起步。一些学者研究认为, 企业通过社会资本(或社会网络)获得激发商业模式创新所需要重要的新的思想与观念、新的组织惯例、新的需求模式等等。因此, 普遍认为是企业社会资本驱动了商业模式创新<sup>[3][4][5]</sup>。然而, 企业社会资本究竟如何驱动商业模式创新的过程依然存在诸多“黑箱”。例如, 不同类型社会资本对于商业模式创新的作用是否存在差异? 不同制度情境下, 社会资本对于商业模式创新的驱动作用又有何变化? 这些都是企业商业模式创新理论与实践亟待解决的重要问题。

遗憾的是, 现有的研究尚未揭示商业模式创新的内在机理, 系统解释商业模式创新的理论体系也有待形成<sup>[6][4]</sup>。本文希望能够在一定程度揭示社会资本影响商业模式创新的内在机理, 从而为上述问题的解决做出贡献。基于资源基础观(RBV)与制度基础观(IBV)的整合视角, 企业首先需要通

收稿日期: 2016-05-30

基金项目: 国家自然科学基金项目(71272133); 教育部哲学社科重大攻关项目(15JJD020)

作者简介: 曾萍(1972-), 男, 湖南益阳人, 郑州大学西亚斯国际学院教授; 陈书伟(1981-), 男, 河南正阳人, 郑州大学西亚斯国际学院副教授; 孙奎立(1972-), 男, 山东宁阳人, 泰山医学院医药管理学院副教授。

过社会资本这个外部因素广泛获得各种重要稀缺创新资源、思想与观念,进而促进企业内部因素——包括知识获取、知识消化以及知识应用等吸收能力的提升,而吸收能力的提升又会最终促进企业商业模式创新。当然,制度环境是这一过程的重要约束条件。据此,本文构建相应理论框架,以广东与上海的企业为样本进行实证检验,冀以初步揭示企业社会资本影响商业模式创新的过程与机制,从而为企业商业模式创新理论的发展提供新的证据,同时也为中国企业尤其是后发企业推进商业模式创新提供有价值的实践建议。

## 二、理论基础与研究假设

当前商业模式的相关研究依然处于起步阶段<sup>[7]</sup>,理论界对于商业模式基础定义、要素和结构尚未达成共识,这不仅导致了商业模式概念本身存在多样性,也造成学者们在界定商业模式创新时多有分歧<sup>[4]</sup>。不同学科背景的学者,分别从技术创新学、战略学、营销学和商业模式学等不同视角对商业模式创新进行界定<sup>[8]</sup>。但总的来说,多数学者均认同商业模式创新是一种包括价值理念认知、组织惯例、业务系统等多个方面的系统性创新。据此,本文研究认为,与熊彼特所提出创新就是建立一种新的生产函数,即把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系不同,商业模式创新是指企业商业模式作为一个系统架构整体所发生的改变,具体包含理念认知创新、组织惯例创新和业务系统创新三个方面<sup>[4]</sup>,它是企业应对环境急剧变化的一种重要的战略选择或战略行为。根据 RBV 与 IBV 的整合视角,企业的战略选择或战略行为取决于异质性的资源能力与制度环境。而社会资本正是异质性资源能力的重要来源,社会资本是指嵌入在组织占有的网络结构中,并通过关系网络可获得的、来自关系网络的实际或潜在资源的总和。按照在企业网络中的嵌入程度,社会资本可分为结构性、关系性与认知性三个维度<sup>[9][10]</sup>。根据国内一些研究者的成果,企业社会资本更适合于按照企业与网络主体的不同关系来加以区分,本文沿袭这一区分方法,将社会资本相应分为制度社会资本(企业与政府的关系)、业务社会资本(企业与供应商以及顾客的关系)与技术社会资本(企业与高校以及科研机构的关系)<sup>[11][12][10]</sup>。

但社会资本所提供的资源能力,并不必然导致企业商业模式创新,还要在制度环境条件下通过企业对资源的吸收能力加以转化。由此,本文将实证各种社会资本对商业模式创新的影响,并探讨企业吸收能力与制度环境在其中所发挥的作用。

### (一)企业社会资本对商业模式创新的影响

RBV 认为,作为应对外部环境变化的重要战略选择,商业模式创新取决于企业资源能力基础。一般而言,仅仅依赖自身的资源和能力,企业很难实现商业模式创新,需要企业不断从外部社会网络获得新的信息和知识来强化自身的资源能力存量。企业外部网络联系(社会资本)是成功商业模式创新的重要影响因素<sup>[13][14][10]</sup>。

具体来说,经济转型时期,威权的政府不仅掌握了大量的创新性资源,而且还以战略规划或产业政策的方式,引导甚至主导着很多产业尤其是新兴战略性新兴产业的发展方向与发展路径。因此,企业迫切需要与政府建立并保持良好关系,不断积累制度社会资本,为商业模式创新提供支持。首先,从业务系统创新来看,转型经济条件下,政府不仅掌握了大量创新资源,还通过税收优惠、行业准入、直接资金支持等多种手段影响企业新业务的开展。制度社会资本可以帮助企业有效获取上述创新资源,推动业务系统创新;其次,制度社会资本也能帮助企业更为全面深入准确地理解与把握政府相关政策信息,适时恰当调整内部工作流程,最大限度用足政策执行的空间,促进组织惯例的创新;第三,制度社会资本还能帮助企业尽早把握威权政府的重大战略意图与政策导向,创新价值认知,建立先动优势。例如,在国家“大众创业、万众创新”以及强调“互联网+”、“分享经

济”等宏观政策语境下，制度社会资本丰富的企业显然可以在商业模式创新方面走得更快、更前沿。

顾客和供应商构成了企业价值链与价值网络的重要节点，与它们保持密切联系、深入理解它们的特点和需求，能够帮助企业形成新的价值创造理念，进而相应调整组织惯例与创新业务系统，促进企业整体商业模式创新。例如，通过与顾客、供应商等的互动交流，企业可以深刻理解顾客价值创造与企业价值实现的分离，由此形成价值网络重构的理念与认知。然后，企业可以调整组织惯例，通过组合价值让渡、提供附加产品/增值产品、进行顾客分类、引入第三方市场、逆向收费等方式推动创新业务发展和整体商业模式创新<sup>[15]</sup>。事实上，越来越多的企业已经把客户需求视为商业模式创新的重要来源，并强调与客户、供应商等合作伙伴交流互动的重要性<sup>[4]</sup>。早期的阿里巴巴也是通过与顾客以及供应商的密切联系与互动，逐步形成了“让天下没有难做的生意”的新理念认知，然后调整组织惯例，构建了新的业务系统——到今天已经具备了强大影响力的平台模式，由此实现了商业模式的创新。

高校与科研机构引领着科学技术的前沿，是先进管理思想的发源地，也是创新人才的重要培养基地<sup>[4]</sup>。因此，与高校及科研机构建立良好的关系并开展多层次的紧密合作，诸如开展产学研合作创新、合作培养人才等，能够从理念、技术以及人才等方面为企业商业模式创新提供支撑。例如，通过与高校的密切互动，企业可形成新的关于社群、平台、跨界、资源聚合和产品设计等方面的价值理念认知，然后据此创新组织惯例，构建新的价值创造逻辑，实现互联网时代的商业模式创新<sup>[16]</sup>；企业也可以围绕产学研合作创新取得的如大数据、云计算等方面的创新成果，引入新的价值理念、采用新的组织惯例、构建新的业务系统，即引入全新的商业模式以加速推进其市场化与商业化的运用；从高校引入创新的理念与具备创新理念的人才，既可以推动企业本身理念认知创新，又能激发组织惯例的创新，最终帮助企业构建新的业务系统，实现从传统商业模式到新商业模式的转型升级。

综上所述，本文提出如下假设：

H1：企业社会资本对于商业模式创新具有积极的影响。

H1a：制度社会资本对于商业模式创新具有积极的影响；

H1b：业务社会资本对于商业模式创新具有积极的影响；

H1c：技术社会资本对于商业模式创新具有积极的影响。

## （二）吸收能力的中介作用

吸收能力是企业识别、获取、消化以及利用外部知识以实现商业化产出的能力<sup>[17][18][19]</sup>。固然，企业通过社会资本所获得的各种知识与信息有些可以直接运用于商业模式创新，体现出企业社会资本的直接促进作用。但是，大部分的外部知识与信息，可能需要经历识别、获取、消化以及利用等过程，才能真正转化为企业商业模式创新的动力机制。在这种情况下，可以合理设想，吸收能力在企业社会资本影响商业模式创新过程中起到了中介作用。

研究也表明，企业吸收能力对于技术创新或者创新绩效具有积极的影响<sup>[20][21][22]</sup>。那么，吸收能力对于商业模式创新是否也具有类似的作用呢？一方面，随着企业吸收能力的提升，企业能够更有效地获取来自于社会网络的新知识与新信息，直接运用到自身的商业模式创新活动之中。强大的吸收能力还能帮助企业有效获取与把握来自于不同类型顾客的内在需求以及需求间的本质差异，进而进行市场细分来创新自己的理念认知。例如，吸收能力帮助小米科技更好地把握了互联网时代的顾客需求，由此形成了平民化、用户体验和规模制胜的新价值理念。然后，对组织惯例进行相应调整与创新，采用互联网平台巧妙地引入成千上万的米粉参与研发。这推动了小米业务系统的创新，最终实现了传统手机业务的商业模式创新<sup>[23]</sup>。另一方面，凭借吸收能力，企业不仅能够广泛



地获取来自于社会网络诸主体,如供应商、顾客、政府、大学、科研机构等的信息和知识,而且能够将它们有效整合并形成新的知识运用到商业模式创新活动之中。企业综合与消化来自于社会网络各主体的信息与知识之后,容易接受或形成全新价值创造理念,如“互联网+”、“平台”、“跨界”、“共享经济”等等,导致了理念认知的创新。进一步,吸收能力强的企业能够将这些新的价值理念更有效地运用于组织惯例创新与业务系统创新方面。具体表现为企业基于新的价值(创造)理念而对自身所处行业与业务进行系统性思考和重新定位,业务系统与组织惯例自然也需要与之匹配进行相应调整,从而完成创新。这样,跨界和颠覆就可能产生,整个企业商业模式创新得以完成。另外一种情况下,企业综合与消化来自于外部社会网络的各种信息与知识之后,可以开发出全新的产品或服务,并将这些产品或服务通过互联网快速产业化、市场化与商业化,这同样也需要企业在理念、组织惯例、业务系统等各个方面作出创新回应,最终整个企业的商业模式也获得创新<sup>[10]</sup>。

吸收能力对于商业模式创新具有积极的影响。那么,企业社会资本就可以通过吸收能力而影响商业模式创新,故提出如下假设:

H2: 吸收能力在企业社会资本影响商业模式创新的过程中起到了中介作用;

H2a: 吸收能力在制度社会资本影响商业模式创新的过程中起到了中介作用;

H2b: 吸收能力在业务社会资本影响商业模式创新的过程中起到了中介作用;

H2c: 吸收能力在技术社会资本影响商业模式创新的过程中起到了中介作用。

#### (三) 制度环境的调节作用

根据制度基础观(IBV),制度环境是影响企业战略选择和战略行为的关键因素之一,自然,商业模式创新在很大程度上也会受到制度环境的影响<sup>[24]</sup>。在经济转型过程中,国家和地区的法治程度、产权保护状况、要素市场的发达程度等制度环境对企业行为构成重要影响<sup>[25][26]</sup>。首先,企业所在区域的制度环境越完善,市场化程度越高,则中介市场更完备,要素资源交易成本更低<sup>[25]</sup>,知识与信息的传递就更为便利。这种情况下,企业可以低成本地获得开展商业模式创新所需要的其他配套资源,从而对其通过社会资本所获得的各种稀缺资源,如管制行业的准入、直接资金、税收优惠政策、政府战略意图与产业政策信息、顾客与供应商内在需求信息、高校创新思想与理念等能够更有效地加以利用,促进企业理念认知、组织惯例与业务系统的创新,加快企业整体商业模式创新有效进行;其次,企业所在区域的制度环境越完善,对产权的保护程度与法制程度越高,其对于制度稳定性与连续性的预期也更明朗。完善的制度环境,有利于企业创新精神的培育<sup>[27][28]</sup>,企业的资源投放会倾向于提升自身竞争力而非追求利益分配的寻租行为<sup>[29]</sup>,从而为企业创新活动的开展提供很强的激励。这种制度环境下,企业及其高管将更具创新精神,它们更愿意将通过社会资本所获得的各种稀缺资源、知识与信息配置到商业模式创新活动之中,凝练出新的价值理念认知,相应变革组织惯例乃至对整个业务系统进行根本性创新。可见,良好的制度环境,会促进企业通过社会资本所获得的各种资源能够更有效地运用于商业模式创新的系列活动中。

综上所述,本文提出如下假设:

H3: 完善的制度环境强化企业社会资本对于商业模式创新的积极影响。

H3a: 完善的制度环境强化制度社会资本对于商业模式创新的积极影响;

H3b: 完善的制度环境强化业务社会资本对于商业模式创新的积极影响;

H3c: 完善的制度环境强化技术社会资本对于商业模式创新的积极影响。

#### (四) 理论模型

综合前文的理论演绎和部分企业的实地调研情况,本文研究构建了如图1所示的理论模型:企业社会资本促进吸收能力的提升,进而推动商业模式创新,而制度环境则调节企业社会资本对于商

业模式创新的影响。

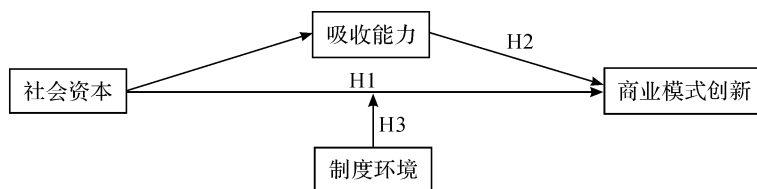


图1 理论模型

### 三、研究设计

#### （一）样本来源

由于所涉及的社会资本、吸收能力以及商业模式创新等变量很难用上市公司数据中的二手数据来进行测量，故本文采用问卷调查的方式收集数据，调查针对部分广东省与上海市的企业进行。具体方法是，通过校友会、EMBA与MBA联盟在广州的华南理工大学、上海的华东理工大学等高校选择合适的毕业学生或在职EMBA与MBA学生进行问卷调查。被调查对象为广东省或者上海市企业高管、中层管理者或战略发展部门的专业人员，其所在企业成立超过1年，员工总人数超过20人。调查时间为2013.8-2014.8，共发放问卷628份，经过邮件与电话两轮提醒，最终收回有效问卷384份，有效回收率为61.1%。样本企业中，广东企业301家，上海企业83家；成立时间10年以下的有140家，超过10年的有235家；年销售收入在5000万元以下的有110家，超过5000万元的则有267家；国有或国有控股企业51家，民营企业166家，外资企业154家。

#### （二）变量的测量

问卷采用里克特5点量表来测量企业社会资本、吸收能力与商业模式创新等变量。其中，1表示完全不同意，5表示完全同意。

（1）被解释变量为商业模式创新(BMI)，对其测量主要借鉴了王学冬和董大海<sup>[8]</sup>、曾萍和宋铁波<sup>[4]</sup>、沈永言<sup>[30]</sup>等的研究，共包括业务系统创新、组织惯例创新和理念认知创新三个方面，6个题项。（2）解释变量为企业社会资本(SC)，类似于边燕杰和丘海雄<sup>[11]</sup>、陈劲和李飞宇<sup>[12]</sup>的做法，本文将企业社会资本划分为制度社会资本(ISC)、业务社会资本(BSC)以及技术社会资本(TSC)，对其测量主要参考曾萍等<sup>[10]</sup>的研究，共9个题项。（3）中介变量为吸收能力(AC)，其测量主要参考了Cohen与Levinthal<sup>[17]</sup>、Flatten等<sup>[31]</sup>、Zahra和George<sup>[32]</sup>、解学梅与左蕾蕾<sup>[22]</sup>、钱锡红等<sup>[21]</sup>的研究，分为知识获取能力(GAC)、知识消化能力(DAC)和知识应用能力(UAC)三个子变量，共13个题项。需要说明的是，上述变量在回归分析中采用了各个题项的简单平均数。（4）调节变量为制度环境。借鉴樊纲等<sup>[26]</sup>、王小鲁等<sup>[33]</sup>的做法，本文采用市场化程度来进行衡量。然而，上述两项研究对于市场化程度的测量只是针对省级区域，不能反映更小区域的市场化程度。事实上，即使同一省份内的不同区域，比如广东省珠三角地区和省内其他地区的制度环境也存在比较明显的差异。因此，为更细致地刻画样本企业所处的制度环境，本文在调查问卷中专设题项，用虚拟变量INST来表示。INST=1，表示市场化程度高；INST=0，表示市场化程度低。具体测量题项为：本地企业内部经营受地方政府影响较小，市场在当地资源配置中发挥主导作用，当地司法系统能够有效地保证商业合同履行。如果问卷填写者同意这个判断，则INST=1；如果问卷填写者不同意这个判断，则INST=0。另外，考虑到企业成立时间越长、规模越大，其可能拥有的创新资源会更多，也更可能开展商业模式创新的活动，本文采用按照企业成立时间长短分级排序的方式控制了企业成立

时间(AGE),采用销售收入分级排序的方式控制了企业规模(SAL)。

### (三) 信度与效度

通过 Cronbach's  $\alpha$  系数来检验各个变量的信度,检验结果如表 1 所示:各研究变量 Cronbach's  $\alpha$  系数均在 0.85 以上,吸收能力的复合信度超过了 0.8,均达到了极佳水平。全部子变量的 Cronbach's  $\alpha$  都在 0.65 以上,大多数子变量的 Cronbach's  $\alpha$  超过了 0.7。由此说明,问卷量表整体信度较好。

表 1 研究变量的信度和效度

潜变量	一阶标准化 因子载荷	二阶标准化 因子载荷	Cronbach's $\alpha$	复合信度
商业模式创新			0.887	-
本公司引入了新的价值理念或商业概念	0.833			
本公司大幅度调整了组织惯例与流程	0.741			
本公司大幅度调整了组织结构	0.758			
本公司经常推出新业务	0.858			
本公司在技术商业化运用方面走在行业前列	0.862			
本公司推出新业务的速度很快	0.736			
社会资本			0.876	-
制度社会资本			0.880	-
本公司积极参与行业协会的活动	0.624			
本公司与政府创新服务机构/部门合作很多且合作深入	0.800			
本公司与政府信息服务机构/部门合作很多且合作深入	0.868			
本公司与政府监管机构/部门合作很多且合作深入	0.852			
业务社会资本			0.686	-
本公司与顾客/客户合作很多并且合作深入	0.874			
本公司与供应商合作很多并且合作深入	0.844			
技术社会资本			0.817	-
本公司与大学合作很多且合作深入	0.749			
本公司与研究结构合作很多且合作深入	0.837			
本公司与技术中介机构合作很多且合作深入	0.779			
吸收能力			0.861	0.829
知识获取能力		0.753	0.731	-
本公司员工经常参观其他企业	0.712			
本公司为获取新知识经常与其他企业进行交流	0.701			
本公司员工通过非正式渠道获取业内信息	0.592			
本公司经常与第三方机构交流,如会计师事务所、咨询公司等	0.675			
本公司定期与客户或其他机构组织活动来获取知识	0.643			
知识消化能力		0.876	0.850	-
本公司能够快速分享和理解变化的市场需求	0.677			
本公司员工比较擅长把外部新技术吸纳到公司内部	0.728			
本公司能快速理解外部技术\服务机遇	0.851			
本公司对市场变化反应比较快速	0.824			
知识应用能力		0.722	0.813	-
本公司各部门有清晰的责任分工	0.800			
本公司员工对公司产品和服务有共同话题	0.722			
本公司对顾客的抱怨非常重视	0.721			
本公司员工都清楚企业各项活动应如何执行	0.802			

注:“-”表示不适用。

效度则从内容效度和结构效度两个方面来加以考虑。首先,问卷量表的题项主要参照学者们在国内外高水平期刊公开发表的学术论文,同时通过咨询相关研究领域学者与业界企业高管进行了适

当修订,用来确保问卷量表具有良好的内容效度;其次,本文采用 EFA 方法对问卷量表的结构效度进行了分析,结果如表 1 所示:全部题项的一阶标准化因子载荷都在 0.55 以上,绝大部分题项的一阶标准化因子载荷还超过了 0.7,吸收能力各子变量的二阶标准化因子载荷均在 0.7 以上。整体来说,各项检验指标均达到了良好水平,说明问卷量表结构效度良好。

## 四、实证结果分析

### (一)相关分析

各个研究变量之间的相关系数如表 2 所示。整体而言,企业社会资本、吸收能力与商业模式创新之间存在显著的相关关系,制度环境、企业社会资本、吸收能力之间也存在显著的相关关系。变量之间的相关性分析符合要求,可以进行下一步的回归分析和假设检验。

表 2 相关系数矩阵

变量	BMI	ISC	BSC	TSC	GAC	DAC	UAC	AC	AGE	SAL	INST
BMI	1										
ISC	.273 ***	1									
BSC	.235 ***	.000	1								
TSC	.350 ***	.000	.000	1							
GAC	.241 ***	.191 ***	.087	.245 ***	1						
DAC	.403 ***	.254 ***	.240 ***	.162 ***	.000	1					
UAC	.258 ***	.124 *	.251 ***	.059	.000	.000	1				
AC	.521 ***	.328 ***	.334 ***	.269 ***	.577 ***	.577 ***	.577 ***	1			
AGE	.302 ***	.228 ***	.202 ***	.077	.037	.151 **	.088	.160 **	1		
SAL	.229 ***	.181 ***	.191 ***	.040	.043	.165 **	.025	.135 **	.665 ***	1	
INST	.084	.214 ***	.083	.130 *	.161 **	.131 *	.219 ***	.294 ***	.188 ***	.233 ***	1

注:\*\*\*表示  $p < 0.001$ , \*\*表示  $p < 0.01$ , \*表示  $p < 0.05$ 。

### (二)回归分析和假设检验

本文使用统计分析软件 SPSS 20.0 并采用多元回归与分组回归分析方法,对相关假设进行检验。

假设 H1 与相关分假设提出,企业社会资本(制度社会资本、业务社会资本、技术社会资本)对于企业商业模式创新具有积极的影响,表 3 对这些假设进行了检验。其中模型 1 检验了控制变量对于商业模式创新的影响,模型 2 是在模型 1 的基础上,增加制度社会资本、业务社会资本和技术社会资本为解释变量。结果表明,制度社会资本、业务社会资本和技术社会资本均对商业模式创新具有显著的促进作用,相应的标准化回归系数分别为 0.236、0.202 和 0.337,假设 H1a、H1b 和 H1c 获得支持,假设 H1 整体上也获得支持。

假设 H2 与相关分假设提出,吸收能力在企业社会资本(制度社会资本、业务社会资本、技术社会资本)影响商业模式创新的过程中起到了中介作用。本文采用 Baron 和 Kenny 提出的检验中介变量方法对此进行检验,其检验过程和结果如表 3 所示。第一,模型 2 表明,企业社会资本作为解释变量显著影响商业模式创新(被解释变量)。第二,模型 3 表明,吸收能力作为中介变量显著地促进了商业模式创新(被解释变量)。第三,模型 4 表明,企业社会资本作为解释变量显著地促进了吸收能力(中介变量);第四,如模型 5 所示,将中介变量纳入到回归模型中,解释变量业务社会资本对于商业模式创新的影响变得不再显著,解释变量制度社会资本、技术社会资本对于商业模式创新的标准化回归系数分别由 0.311 和 0.266 降低到 0.108 和 0.220,而吸收能力的标准化回归系数为 0.405。模型 6 是以吸收能力的三个子变量作为中介变量纳入回归模型中,其检验结果与模型 5 类似,解释变量对于商业模式创新的影响不再显著或者标准化回归系数下降,而中介变量的标



准化回归系数显著。可见,吸收能力在业务社会资本影响商业模式创新的过程中起到了完全中介作用,但吸收能力在制度社会资本和技术社会资本影响商业模式创新的过程中则是起到了部分中介作用,假设 H2a、H2b、H2c 以及 H2 整体上均获得支持。

表 3 回归结果

变量	BMI 模型1	BMI 模型2	BMI 模型3	AC 模型4	BMI 模型5	BMI 模型6	BMI 模型7	BMI 模型8
AGE	0.283 ***	0.162 *	0.226 ***	-0.036	0.182 **	0.044	0.005	0.234 **
SALE	0.037	0.051	0.04	0.008	0.049	0.176 **	0.145	0.046
INST	0.02	-0.067	-0.125	0.156 **	0.134 **	-0.128 **		
ISC		0.236 ***		0.311 ***	0.108 **	0.101 *	0.199 *	0.243 ***
BSC		0.202 ***		0.340 ***	0.068	0.057	0.094	0.228 ***
TSC		0.337 ***		0.266 ***	0.220 ***	0.224 ***	0.279 ***	0.350 ***
GAC						0.166 ***		
DAC						0.315 ***		
UAC						0.230 ***		
AC			0.513 ***		0.405 ***			
R <sup>2</sup>	0.099	0.286	0.339	0.331	0.385	0.396	0.148	0.395
调整 R <sup>2</sup>	0.091	0.273	0.332	0.319	0.372	0.380	0.119	0.379
ΔF	12.77 ***	30.162 ***	125.689 ***	40.860 ***	60.154 ***	27.539 ***	6.450 ***	23.683 ***

注:\*\*\*表示  $p < 0.001$ , \*\*表示  $p < 0.01$ , \*表示  $p < 0.05$ 。

为了检验假设 H3 以及相关分假设,本文按照制度环境 (INST = 1, 市场化程度高; INST = 0, 市场化程度低) 将全体样本分为两组,然后采用 SPSS 20.0 进行分组回归,其结果如表 3 模型 7 (INST = 0) 与模型 8 (INST = 1) 所示。相对于不完善的制度环境 (市场化程度低) 而言,完善的制度环境 (市场化程度高) 强化了社会资本 (制度社会资本、业务社会资本和技术社会资本) 对于商业模式创新的积极影响,相应的标准化回归系数由 0.199、0.094、0.279 上升到 0.243、0.228、0.350,假设 H3a、H3b、H3c 和 H3 均获得支持。

## 五、结论与讨论

基于资源基础观与制度基础观的整合视角,本文尝试揭示企业社会资本影响商业模式创新的内在机制和过程。通过广东省和上海市 384 家企业为样本的实证检验,研究发现:(1) 企业社会资本可以直接或间接通过吸收能力显著地促进商业模式创新。其中,业务社会资本需要通过吸收能力才能促进企业理念认知、组织惯例与业务系统,乃至整个商业模式的创新,吸收能力在业务社会资本与商业模式创新之间起到了完全中介作用;制度社会资本、技术社会资本既可以直接促进企业理念认知、组织惯例与业务系统的创新,又可以间接通过吸收能力为中介推动企业理念认知、组织惯例与业务系统的创新,此时吸收能力起到了部分中介作用。(2) 制度环境在社会资本促进商业模式创新的过程中起到了调节作用,良好的制度环境有助于企业更为高效地利用社会资本来建构新的(价值)理念认知、相应变革组织流程与惯例、打造新的业务系统,乃至整个商业模式的全面创新。(3) 整体而言,技术社会资本对于商业模式创新的促进作用最强,制度社会资本作用次之而业务社会资本作用最弱。对于处于市场化程度低区域的企业而言,业务社会资本对于商业模式创新的促进作用不显著。

上述研究结论具有良好的理论价值。一方面,通过文献与理论分析构建了企业社会资本、吸收能力与商业模式创新关系的理论框架,并获得了较大样本企业实证检验的支持,从而在一定程度上揭示了企业社会资本影响商业模式创新的内在机理,弥补了以往对社会资本影响企业商业模式创新



内在机制研究的不足。另一方面,本文基于广东与上海企业的实证研究发现:企业社会资本可以直接或间接通过吸收能力来促进商业模式创新,而制度环境在这个过程中起到调节作用。这不仅在一定程度上弥补了相关领域实证研究不足的缺陷,而且为战略资源基础观与制度基础观的整合、商业模式创新理论的发展提供了重要证据。

本文研究结论具有重要的实践启示。(1)对于中国企业来说,若想成功实现商业模式创新,可从以下三方面入手:首先,必须重视自身社会资本的构建与积累,尤其是注重与大学与科研机构建立紧密的关系,包括建立各种形式灵活的战略联盟、产业研究院、开展产学研合作等。通过上述方式不断积累技术社会资本来获取大学与科研机构在创新价值理念与新技术方面的资源,促进自身理念认知、组织惯例以及业务系统等方面的创新,从而有效地开展商业模式创新活动。当然,企业也需要建立和保持与政府机构的良好关系,这样可以更多获取政府资源,尤其是及时把握到政府战略意图与产业政策导向的重大变化与诸多细节,以此为基础相应创新自身的理念认知、组织惯例与业务系统,从而确保企业在商业模式创新方面取得先动优势。其次,企业也需要强化吸收能力的培育和提升,以高效地将通过社会资本获得的各种知识、信息与其他资源转化为企业理念认知、组织惯例与业务系统的创新。如果企业吸收能力不强,业务社会资本对商业模式创新的促进作用将难以实现,而制度社会资本和技术社会资本对商业模式创新的积极效果也将受到一定限制。最后,随着制度环境的不断完善和市场化程度的持续提高,企业越来越需要加强业务社会资本的积累,与供应商和顾客建立并保持良好的关系,以促进商业模式创新。当然,这也是让市场在资源配置中起决定性作用的应有之义。(2)对于各级政府来说,最重要的是按照党的十八届三中全会的精神,进一步全面深化改革,制定并有效落实各项政策措施,明确政府作用边界,积极引导市场在资源配置中起决定性作用,这样可以为企业更有效地利用社会资本促进自身理念认知、组织惯例、业务系统以及系统的商业模式创新塑造良好的制度环境。也只有这样,才能为“大众创业、万众创新”工作的全面加速推进打开新局面。

#### 参考文献:

- [1] 曾萍,刘洋,应瑛.转型经济背景下后发企业创新追赶路径研究综述——技术创新抑或商业模式创新?[J].研究与发展管理,2015,(3):1-7.
- [2] 韦影.企业社会资本与技术创新:基于吸收能力的实证研究[J].中国工业经济,2007,(9):119-127.
- [3] 赵晶.企业社会资本与面向低收入群体的资源开发型商业模式创新[J].中国软科学,2010,(4):116-123.
- [4] 曾萍,宋铁波.基于内外因素整合视角的商业模式创新驱动动力研究[J].管理学报,2014,(7):989-996.
- [5] 何建华.社会网络对中小企业商业模式创新的影响——基于网络结构特征的视角[J].学习与实践,2012,(12):30-37.
- [6] 张越,赵树宽.基于要素视角的商业模式创新机理及路径[J].财贸经济,2014,(6):90-99.
- [7] 王雪冬,董大海.商业模式的学科属性和定位问题探讨与未来研究展望[J].外国经济与管理,2012,(3):2-9.
- [8] 王雪冬,董大海.商业模式创新概念研究述评与展望[J].外国经济与管理,2013,(11):29-36.
- [9] Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage [J]. Academy of Management Review, 1998, 23(2), pp. 242-266.
- [10] 曾萍,邓腾智,宋铁波.社会资本、动态能力与企业创新关系的实证研究[J].科研管理,2013,(4):50-59.
- [11] 边燕杰,丘海雄.企业的社会资本及其功效[J].中国社会科学,2000,(2):87-99.
- [12] 陈劲,李飞宇.社会资本:对技术创新的社会学诠释[J].科学学研究,2001,(3):102-107.
- [13] 邢小强,全允桓,陈晓鹏.金字塔底层市场的商业模式:一个多案例研究[J].管理世界,2011,(10):108-124.
- [14] 赵晶,关鑫,全允桓.面向低收入群体的商业模式创新[J].中国工业经济,2007,(10):5-12.
- [15] 王琴.基于价值网络重构的企业商业模式创新[J].中国工业经济,2011,(1):79-88.
- [16] 罗珉,李亮宇.互联网时代的商业模式创新:价值创造视角[J].中国工业经济,2015,(1):95-107.
- [17] Cohen W M., Levinthal D A. Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation [J]. Administrative Science Quarterly, 1990, 35(1), pp. 128-152.

- [18] 苏中锋, 李嘉. 吸收能力对产品创新性的影响研究 [J]. 科研管理, 2014, (5): 62-69.
- [19] 王建刚, 吴洁. 结构化能力与吸收能力的关系: 基于知识视角的实证研究 [J]. 中国管理科学, 2014, (S1): 628-635.
- [20] 王国顺, 杨昆. 社会资本、吸收能力对创新绩效影响的实证研究 [J]. 管理科学, 2011, (5): 23-36.
- [21] 钱锡红, 杨永福, 徐万里. 企业网络位置、吸收能力与创新绩效——一个交互效应模型 [J]. 管理世界, 2010, (5): 118-129.
- [22] 解学梅, 左蕾蕾. 企业协同创新网络特征与创新绩效: 基于知识吸收能力的中介效应研究 [J]. 南开管理评论, 2013, (3): 47-56.
- [23] 魏炜, 胡勇, 朱武祥. 变革性高速成长公司的商业模式创新奇迹——一个多案例研究的发现 [J]. 管理评论, 2015, (7): 218-231.
- [24] 荆浩, 贾建锋. 中小企业动态商业模式创新——基于创业板立思辰的案例研究 [J]. 科学学与科学技术管理, 2011, (1): 67-72.
- [25] 邹国庆, 倪昌红. 经济转型中的组织冗余与企业绩效: 制度环境的调节作用 [J]. 中国工业经济, 2010, (11): 120-129.
- [26] 樊纲, 王小鲁, 朱恒鹏. 中国市场化指数——各地区市场化相对进程2011年报告 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2011. 4-10.
- [27] 赵兴庐, 刘衡, 张建琦. 市场化程度的感知、产权制度与企业创新精神: 国有和民营企业的比较研究 [J]. 南方经济, 2014, (5): 25-41.
- [28] McMullen J S., Bagby D R., Palich L E. Economic Freedom and the Motivation to Engage in Entrepreneurial Action [J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2008, 32(5), pp. 875-895.
- [29] 曹会勤, 储小平. 非生产性努力、政府规制与私营经济发展 [J]. 南方经济, 2010, (6): 27-38.
- [30] 沈永言. 商业模式理论与创新研究 [D]. 北京: 北京邮电大学博士学位论文, 2011.
- [31] Flatten T C., Engelen A., Zahra S A., et al. A Measure of Absorptive Capacity: Scale Development and Validation [J]. European Management Journal, 2011, 29(2), pp. 98-116.
- [32] Zahra S A., George G. Absorptive capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension [J]. The Academy of Management Review, 2002, 27(2), pp. 85-203.
- [33] 王小鲁, 余静文, 樊纲. 中国分省企业经营环境指数2013年报告 [M]. 北京: 中信出版股份有限公司, 2013. 43-48.

## Corporate Social Capital and Business Model Innovation: Mechanism and Path

ZENG Ping<sup>1</sup>, CHEN Shuwei<sup>1</sup>, SUN Kuili<sup>2</sup>

(1. Sias International School, Zhengzhou University, Xinzheng 451150, China;

2. School of Medical Management, Taishan Medical University, Taian 271016, China)

**Abstract:** Based on the integration of the perspective of resources-based view and institution-based view, this paper establishes a theoretical model of the relationship among corporate social capital, absorptive capacity and business model innovation. Then, 384 companies in Guangdong and Shanghai serve as samples for an empirical test. The results indicate that enterprise social capital can significantly promote business model innovation through the absorption ability directly or indirectly, and the improvement of regional marketization degree helps the enterprise more effectively utilize social capital to promote business model innovation. The findings mentioned above, to a certain extent, not only reveals the inherent mechanism of the impact of corporate social capital on business model innovation, but also provides important evidence for the integration of the strategic resources-based view and the institution-based view as well as the development of business model innovation.

**Key words:** Business Model Innovation; Absorptive Capacity; Social Capital; Institutional Environment

(责任编辑: 闻 毓)