

基于社会资本理论视角的公司创业研究述评

李作战^{1,2}

(1. 广东商学院, 广东 广州 510320; 2. 中央财经大学, 北京 100086)

摘要: 公司创业一直是实践领域和学术界关注的焦点, 从社会资本理论视角研究公司创业具有很强的理论价值和实践意义。基于社会资本理论视角的公司创业研究, 凸显了创业企业社会资本的功用性质, 搭起了产业结构理论和资源基础理论之间的桥梁, 是对资源基础理论的有益补充, 有助于全面解读创业绩效形成机理。

关键词: 社会资本; 公司创业; 创业导向; 企业绩效

DOI: 10.3969/j.issn.1001-7348.2011.14.035

中图分类号: F270

文献标识码: A

文章编号: 1001-7348(2011)14-0156-05

0 引言

在过去的几十年里, 创业一直是实践领域和学术界关注的焦点, 其已经成为经济发展的主要动力之一。众所周知, 创业活动有利于创新, 有利于提升国家和地区竞争力, 有利于创造新的就业机会。经济合作和发展组织(OECD)1996年研究了其成员国在近200年发展中经济增长和就业之间的关系, 发现由创新活动引起的经济高速增长与高就业率之间高度相关, 近20多年来, 创业吸引了国际一流学术期刊越来越多的关注, 《管理学会评论》(AMR)和《战略管理杂志》(SMJ)都在为研究创业问题作贡献。

创业是一种非常复杂的现象, 其涵义和研究视角广泛。学术界对创业本身并没有一个明确和公认的定义。创业研究的文献资料表明, 由于学者们在定义创业的概念时, 过于侧重表达自己的观点, 而忽视了他人的研究基础, 从而使“创业”成为一个广义标签, 涵盖了广泛的研究领域^[1]。在西方, 尽管创业概念已被采用了两个多世纪, 但学者们仍在扩展、重新阐释和修改其定义。创业定义的多样化除了由于创业现象本身的复杂性以外, 还因为学者们在不同的学科领域对创业展开研究(包括经济学、管理学、社会学、心理学等), 另外, 研究层面也涉及个体创业层面和公司创业层面, 从而容易产生涵义上的分歧。

创业实质上是一组创新活动的实施过程, 而不仅仅涉及企业家的心理特质, 无论是冒险家还是普通人, 只要通过创新的手段, 更有效地利用资源, 为市场创造

出新的价值, 就都符合创业的本质。创业强调“能否创造新的价值”, 不单指创立新公司。尽管创业通常以创立新公司而出现, 但创业远不止青睐新事业, 在一些已建立的公司, 只要有旺盛的创新活动, 创业姿态就依然高亢。

进入新世纪以来, 知识与技术的变革在加快, 全球化使企业的竞争加剧, 给公司带来了极大的挑战。为了保持持续的创新活力和竞争优势, 很多公司把创业当作一种重要的战略选择, 公司创业成为一种普遍的现象。因此, 创业研究已经超越了原有的对企业家个体以及新建企业的研究, 进入到了一个更复杂、整合程度更高的研究层次。这样, 创业研究的对象就与公司的历史长短、规模大小无关, 创业研究不仅关注新建企业, 也关注已有企业如何获得新生。

关于公司创业的研究目前还处于探索阶段, 但已显示出巨大的活力和吸引力。近20年来, 学者们的研究大多围绕创业导向的概念模型及其发展历程, 研究主线一直沿着公司创业的影响因素以及公司创业如何对企业绩效产生作用这个大方向。关于公司创业的影响因素, 已有的文献从企业的外部环境要素或者企业的内部组织要素进行分析, 目前学术界更倾向于建立一个整合的公司创业理论模型, 即“企业的外部环境和内部组织要素—公司创业—组织绩效”模型。

1 关于社会资本与企业绩效关系的研究

许多学者对社会资本与企业绩效的关系进行了深入研究。根据笔者所涉猎的相关文献来看, 发现很多

收稿日期: 2011-03-29

基金项目: 广州市2010年度社会科学规划一般项目(10Y53)

作者简介: 李作战(1971—), 男, 湖北人, 广东商学院工商管理系副教授, 中央财经大学在站博士后, 研究方向为企业经济和组织战略等。

研究者根据不同的文化背景和研究目的面对社会资本的的内涵和维度构成进行了拓展,研究层次涉及个体层面、组织内部门或团队层面、企业层面、战略联盟和网络层面,研究结论也存在很大差异。

Yli-Renko, Autio & Tontti^[2] 从企业层面的内部社会资本角度,探讨了新创技术型企业中的社会资本与国际成长的关系,发现社会资本与国际销售增长存在正相关关系。Balaji, Koka & Prescott^[3] 将社会资本定义为企业从联盟中能获取的信息利益,发现社会资本与企业绩效及员工人均销售收入正相关。Hsieh & Tsai 在对台湾 90 家高科技企业的新产品投放战略研究中,发现企业社会资本与新产品的市场表现显著正相关。Tjosvold 等使用台湾股票交易市场家族公司的样本数据进行研究时发现,非家族成员的 CEO 其社会关系对其薪酬具有重要的决定作用,而家族成员的 CEO 其薪资水平与社会资本不相关,这说明家族企业在选用 CEO 上非常看重其“关系”或者所拥有的社会资本。Kwon^[5] 以韩国 122 家进、出口商为样本进行了研究,发现进口商和出口商之间的关系嵌入和结构嵌入对双方的绩效产生正向作用。边燕杰和丘海雄是国内首先提出企业社会资本概念的学者,他们认为企业法人代表

通过纵向联系、横向联系和社会联系获取稀缺资源的能力是一种社会资本,通过对广州市 188 家企业的调查数据分析,验证了企业社会资本对企业的经营能力和经济效益有直接的提升作用。国内其他学者,如张方华、刘寿先、孙俊华和陈传明^[6] 等也得出了类似结论。

然而,Florida 等^[7] 的经验研究结果表明,社会资本与创新绩效之间甚至存在反向的关系,他们认为社会资本得分高的组织会由于自满或者与外部信息和挑战隔绝而阻碍创新。Presutti, Boari & Fratocchi^[8] 的研究从社会资本的关系维度、结构维度和认知维度出发,发现关系维度和认知维度与知识获取绩效呈负相关。刘林平^[9] 在对企业社会资本的研究中发现,企业所投入的构建社会关系网络的费用与企业绩效之间并不如人们所期待的那样有强烈的正相关关系。龚鹤强和林健^[10] 从关系运作和关系认知两个方面界定了关系维度的社会资本,发现关系维度的社会资本不仅不能有效提高销售额和利润率,甚至起到负面作用。

还有一些学者如 Hansan, Podolny & Pfeffer^[11] 和张其仔认为,社会资本与研究开发绩效或者技术创新绩效之间的关系不确定。从企业层面探讨社会资本与绩效关系的部分研究总结,如表 1 所示。

表 1 企业层面社会资本—绩效关系的实证研究

作者	研究维度	绩效指标	样本	研究结果
Yli-Renko, Autio & Tontti(2002)	联系管理, 客户参与, 供应商参与	国际销售增长, 组织学习绩效	56 家企业	社会资本增进新的技术信息传播, 通过提高组织解决问题的效率而促进学习绩效和国际销售
McEvily & Marcus (2005)	信任, 信息共享, 合作问题解决	竞争能力获取, 质量管理	234 家企业	信任和信息共享对于企业竞争优势的获取至关重要; 合作问题的解决在促进复杂和难以编码化知识的转移中起很大作用
Moran(2005)	直接联系, 间接联系, 关系亲密程度, 信任	管理人员的任务绩效, 销售和 innovation 绩效	120 家企业	结构嵌入(直接联系和间接联系)对销售绩效有较强的影响; 关系嵌入(亲密程度和信任)对产品和流程创新绩效的影响更强
Hsieh & Tsai (2007)	社会资本, 技术机会和市场特征	创新性产品的市场投放战略	90 家我国台湾高科技企业	技术机会和社会资本对创新性产品的市场投放战略都有显著的正效应; 在市场增长率提高的情况下, 社会资本和市场投放战略之间的显著正效应加强
Presutti, Boari & Fratocchi (2007)	关系维度, 结构维度, 认知维度	经济绩效, 创新绩效	107 家企业	社会资本的结构维度与知识获取之间显著正相关, 而关系维度和认知维度与知识获取负相关
Anderson(2008)	信息容量, 信息多样性, 信息丰富性	经理人员的执行绩效和管理绩效	103 家企业	社会资本能给经理人员带来信息容量、信息多样化和信息丰富性; 经理人员的社会资本与执行绩效和管理绩效正相关。
Kwon(2009)	关系嵌入, 结构嵌入	企业绩效: 净收入和资产回报	122 家韩国企业	关系嵌入和结构嵌入在进出口企业网络中与其绩效正相关

2 关于创业导向与企业绩效的关系研究

国内外大多的公司创业研究结论表明, 创业导向是促进组织成功的重要因素。很多学者的实证研究也表明, 创业导向与企业绩效间呈正向影响关系。Wiklund^[12] 的纵向研究表明, 公司创业活动对组织长期绩效的贡献比短期绩效更大, 因此, 创业导向是一种长期战略, 而非短期战术行为。Knight^[13] 在对跨国公司创业导向的实证研究中发现, 在国际化背景下, 创业导向能促进跨国企业市场战略的实施, 进而促进整个组织

绩效的提高。我国学者张映红和刘预分析了转型经济环境下中国企业的创业活动与创业绩效的关系, 得出的结论与国外的研究大致相似。

研究背景、选取变量以及研究对象的不同, 致使一些学者的研究出现不一致的结果。Dess, Lumpkin & Covin 认为创业导向与企业绩效之间并不存在必然的直接关系。Begley & Boyd 和 Tang^[14]、Kreiser & Marino^[15] 均提出了创业导向的不同维度与企业绩效存在不一致关系的观点。Shane & Venkataraman 和 Wang^[15] 的实证研究表明, 冒险性同企业绩效之间存在非线性的关系, 创新性和企业绩效之间存在正向关

系。Baker&Sinkula^[17]的实证研究指出,先动性可以使企业形成快速市场反应,超前追求环境中的商业机会,从而促进企业绩效的提升。Lumpkin&Dess^[18]对竞争侵略性和先动性两个维度与组织绩效的关系进行了实证研究,发现先动性维度对于企业的销售量、销售利润和获利性都具有显著的正向影响,而竞争侵略性维度对其几乎没有影响,并且环境动态性会增强先动性与绩效的正向关系。蔡莉和 Tang 等分别以我国的创业企业为研究样本,发现创业导向与企业绩效呈倒 U 型关系。

在探讨创业导向与企业绩效关系的研究中,大多

数学者采用多重构面的绩效指标来衡量二者间的关系,单一绩效指标容易导致关于两者间关系的错误推论^[14]。在以往研究中,学者们经常采用的绩效指标有:成长性指标、获利性指标和其它指标。成长性指标主要包括员工人数增长、市场份额、绝对的销售增长、相对的销售增长等;获利性指标主要包括资产回报率、投资回报率、销售利润率、销售收益率、净利润等;其它指标包括整体绩效、产品质量、品牌形象、利益相关者的满意度等指标。表 2 是创业导向与企业绩效关系的部分实证研究总结。

表 2 创业导向—绩效关系的实证研究

作者	研究维度	绩效指标	样本	研究结果
Dess, Covin & Lumpkin (1997)	创新性,冒险性,先动性	销售成长,投资回报	32 家多元化经营公司	创业导向与公司战略、环境交互作用共同影响企业绩效
Wiklund (1999)	创新性,冒险性,先动性	成长性,获利性	132 家中小企业	创业导向对企业绩效有正向影响,考察时间由一年延长为两年时会增强此正向关系
Knight (2000)	创新性,先动性	销售收益,市场份额	87 家跨国企业	国际化背景下,创业导向促进市场战略的实施,进而促进组织绩效
Antonicic& Hisrich (2001)	新业务开拓,创新,自我更新,先动性	成长性,获利性	192 家不同国度企业	跨国比较研究,发现创业导向对企业绩效有正相关关系
Dimitratos Lioukas& Carter(2004)	创新性,冒险性,先动性	外国市场的销售比率,市场运作满意度	52 家跨国企业	部分支持创业导向对企业国际绩效有正向影响,国内环境的不确定性强化此正向关系,其它环境因素并不显著影响两者关系
Moreno& Casillas (2008)	创新性,组织更新,先动性	资产回报率,销售利润率	96 家企业	创业导向会促进企业财务绩效,这种效应随着时间的推移而不断增强,敌对环境也会增强这种关系
Blackburn& Brush (2008)	新业务开拓,创新性,冒险性,先动性	销售增长率,销售利润率,获利能力	126 家企业	创业导向与企业绩效有正相关关系,创业环境、组织结构对创业导向与企业绩效的关系具有调节作用

3 关于企业社会资本与创业导向的研究

关于企业社会资本和创业导向关系的研究文献非常少,笔者认为原因可能有二:①两者的概念均缺乏高度清晰和一致的界定,它们与其它相关术语常常出现混淆不清的情况,比如:企业社会资本与企业家社会资本、内部社会资本与外部社会资本等,创业导向也经常与创业战略、创业姿态、创业精神混用,在一定程度上阻碍了两个概念领域的深入研究;②企业社会资本和创业导向均可发生于个体、团队与组织 3 个层次,多层次的复杂性也可能阻碍两个概念间关系的进一步探究。

尽管如此,还是有一些学者从不同的视角探讨了企业社会资本和创业导向二者之间的潜在联系以及如何加强彼此有效性。一些学者指出,成功的创业活动可能与拥有更多的企业社会资本有关,因为企业社会资本可以提高一个企业评价复杂环境和创造新的知识密集型产品或服务的能力,同时,企业社会资本作为快速获取信息的渠道也能使企业超前行动,更有条件进行新业务和新市场的开拓。Moran^[20]的研究表明,以执行导向和创新导向为衡量内容的企业任务绩效,随着企业间关系紧密度和信任度的提高而不断提高。Bonner&Walker^[21]的实证研究表明,顾客的关系嵌入

以及关系质量与企业的新产品发展正相关。Simsek、Lubatkin&Floyd^[22]指出,越来越多的学者已经认识到企业社会资本在推动公司创业行为方面担当着重要角色。公司创业行为被嵌入在企业社会资本之中,公司创业度的大小由企业与其社会网络之间的作用关系所决定,公司创业行为的方向也会受到社会网络的影响。Simsek 等在网络嵌入如何对公司创业导向产生影响的研究中,把公司创业行为分为渐进型创业行为(incremental entrepreneurial behavior)与根本型创业行为(radical entrepreneurial behavior)两种类型,并指出企业的嵌入性对上述两种不同的创业行为有不同的影响。Yang 也探讨了企业社会资本对创业导向的影响,把企业与外部组织间的联接分为直接联接和间接联接,提出了间接联接与开发式创新正相关,直接联接与利用式创新正相关的假设观点。但 Yang 和 Simsek 等的研究仅停留在理论层面,并没有进行实证分析。

4 基于社会资本理论视角的公司创业研究评价

根据上述 3 个关系领域现有文献的研究进展总结,可以发现,企业社会资本和公司创业导向都有着十分广泛的研究领域和研究话题。社会资本与企业绩

效、创业导向与企业绩效是目前国内外学者进行实证研究的焦点。少数学者虽然也产生了把企业社会资本与公司创业导向整合起来进行研究的兴趣,并且从理论上提出了企业社会资本与创业导向间可能存在动态演变与影响的关系,但还是非常缺乏相应的实证研究来检验二者间复杂、动态的关系。本文认为,从社会资本理论视角研究公司创业,具有较强的理论价值和实践意义。

(1)基于社会资本理论视角的创业研究,搭起了产业结构理论和资源基础理论之间的桥梁。产业结构理论强调企业所处的产业环境,忽视了企业内部因素也能够导致绩效的差异;而资源基础理论在很大程度上将绩效归因于企业内部拥有的资源和能力。随着企业网络理论、战略联盟理论和资源依赖理论等强调组织间关系理论的出现,社会资本对企业行为和绩效形成方面的解释越来越为学者们所接受。企业嵌入于各种交换关系的社交网络中,该网络为企业潜在的信息、资源、市场和技术,企业利用网络中的规模经济和范围经济,更容易达成其战略目标^[23]。企业社交网络深刻地影响着企业的行为和绩效,在网络关系中,互动的商业或非商业往来,可以帮助企业获得更多资源,更便利地接近市场以及发现新的商业机会,通过知识的流通、相互的学习以及资源的共享获取效益^[24]。可见,社会资本一方面是作为企业现实的或潜在的资源而存在,另一方面它又产生于企业与外部环境的互动和联系之中,所以说,社会资本理论搭起了产业结构理论和资源基础理论之间的桥梁。

(2)基于社会资本理论视角的创业研究是对资源基础理论的补充。创业绩效不仅取决于企业内部所拥有的资源,而且还取决于嵌入在各种社会关系网络中难以被竞争对手模仿的各种资源和能力^[25]。企业是嵌入在社交网络中的一个节点,除了自身所拥有的内部资源以外,还可以通过社交网络中的各种联系来获得自身所不具备的关键性资源,企业之间不同形式的各种联系确实能够为企业带来可观的关系性租金^[26],特别是企业与外部组织之间的异质性联接,可以作为竞争优势的一种来源,因为这些联接能够使企业更容易获得额外的资源^[27]。企业从社交网络中获取的战略性资源,在对其进行有效配置、集成和整合的基础上,可以创造出新的资源能力、商业模式和新业务,进而实现更好的创业绩效。可见,从社会资本理论的视角探究创业过程,是对资源基础理论的补充。

(3)基于社会资本理论视角的创业研究凸显了创业企业社会资本的功用性质。社会资本除了可以给企业带来直接的创业资源如技术知识、市场信息和管理经验等以外,还可以通过转换为其它形式的资本来促进公司创业行为的发生。创业企业在组合它们资源的过程中,必须认识到社会资本的可转换性质,这样才能更有效地配置资源,从而提升企业的创业绩效^[28]。

Putnam^[29]从东亚地区经济增长的研究中发现,社会资本可以转化为金融资本或其它资本。Portes^[30]也强调,通过社会资本能够获得经济资源(补充性贷款,投资窍门,保护性市场),能够通过专家或有知识的人接触提高自己的文化素养(具体的文化资本),能够与有权授予信任状的机构建立密切联系(制度化的文化资本),能够授予有价值的信任状的机构包括政府机构、金融机构、风险投资机构、担保机构等。

(4)基于社会资本理论视角的创业研究是对创业绩效形成机理的全面解读。在日趋复杂和动荡的竞争环境中,大量的企业主动或被动地选择网络融合的方式参与到创业和创新的市場活动中来。对于创业网络和创新网络中的节点企业而言,除了要充分利用自身的特殊资源和能力以及特殊的价值活动(节点优势)来创造绩效以外,更需要通过与外部组织间的联接对网络整体的资源实现共享、整合、互补和运用(网络优势),从而获取协同效应和规模效应,以此来进一步提升自身的经营绩效。美国的硅谷和中国的中关村都是网络优势和节点优势相结合的典范。从社会资本理论的视角对创业绩效进行解读,可以更全面地把握创业绩效的形成机理。

(5)基于社会资本理论视角的创业研究有助于区分企业家社会资本和企业社会资本。早期的创业研究大多围绕企业家的个性特质展开,然而这种认为企业家非同常人的研究,并未证实个性特质与创业行为之间存在什么必然联系。20世纪90年代以后,创业研究的视角开始从企业家的个性特质逐渐转移到企业家所嵌入的社会制度环境上来,其中一个热门话题就是对企业家社会资本的研究^[31]。国内也有很多学者关注企业家社会资本与创业绩效关系的研究^[32]。但如果以企业家个体层面的社会资本作为考察对象,分析其对企业整体运作绩效的影响,将低层次嵌入的个体社会资本与高层次嵌入的组织绩效联系起来,那么这种研究可能会犯所谓的“还原谬误”,即“以微观(个人)层次的考察来推断企业这一相对较为宏观层次的行为及其结果的研究方式”^[33]。而且随着现代企业制度的不断建立和完善,企业家个人的光环将逐渐消失,企业层面社会资本的搭建和积累将对组织绩效产生越来越重要的影响。

参考文献:

- [1] SHANE S & VENKATARAMAN S. The promise of entrepreneurship as a field of research[J]. *Academy of Management Review*, 2000, 25(1): 217-227.
- [2] YLI-RENKO H, AUTIO E & TONTTI V. Social capital, knowledge, and the international growth of technology-based new firms[J]. *International Business Review*, 2002, 11(3): 279-304.
- [3] BALAJI R, KOKA J & PRESCOTT E. Strategic alliances

- as social capital: a multidimensional view[J]. *Strategic Management Journal*, 2002, 23: 795-816.
- [4] HSIEH M H & TSAI K H. Technological capability, social capital and the launch strategy for innovative products[J]. *Industrial Marketing Management*, 2007, 36(4): 493-502.
- [5] KWON Y. Relationship-specific investments, social capital, and performance: the case of Korean exporter/foreign buyer relations[J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2009(9).
- [6] 孙俊华, 陈传明. 企业家社会资本与公司绩效关系研究[J]. *南开管理评论*, 2009, 12(2).
- [7] FLORIDA R, ROBERT C & GARY G. When social capital stifles innovation[J]. *Harvard Business Review*, 2002, 11: 32-38.
- [8] PRESUTTI M, BOARI C & FRATOCCHI L. Knowledge acquisition and the foreign development of high-tech startups: a social capital approach[J]. *International Business Review*, 2007, 16(1): 23-46.
- [9] 刘林平. 企业的社会资本: 概念反思和测量途径——兼评边燕杰、丘海雄的《企业的社会资本及其功效》[J]. *社会学研究*, 2006(2): 204-216.
- [10] 龚鹤强, 林健. 关系认知、关系运作和企业绩效: 来自广东省私营中小企业的实证研究[J]. *南开管理评论*, 2007(2): 45-53.
- [11] HANSEN M T, PODOLNY J M & PFEFFER J. So many ties, so little time: a task contingency perspective on corporate social capital in organizations[J]. *Research in the Sociology of Organizations*, 2002, 18: 21-57.
- [12] WIKLUND J. The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1999, 24(1): 37-48.
- [13] KNIGHT GARY. Entrepreneurship and marketing strategy[J]. *Journal of International Marketing*, 2000, 8(2): 12-33.
- [14] TANG Z, KREISER P M, MARINO L, DICKSON P. & WEAVER K M. A hierarchical perspective of the dimensions of entrepreneurial orientation [J]. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2009, 5(2): 181-201.
- [15] BEGLEY, T & BOYD D. Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses [J]. *Journal of Business Venturing*, 1987, 2(1): 79-93.
- [16] WANG C L. Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2008, 32(4): 635-657.
- [17] BAKER W. E. & SINKULA J M. The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on the profitability in small business [J]. *Journal of Small Business Management*, 2009, 47(4): 443-464.
- [18] LUMPKIN G, T & DESS G G. Linking two dimension of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle [J]. *Journal of Business Venturing*, 2001, 6(5): 429-451.
- [19] RAUCH A, WIKLUND J, LUMPKIN G T & FREESE M. Entrepreneurial orientation and business performance: cumulative empirical evidence [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, 33(3): 761-781.
- [20] MORAN P. Structural vs. relational embeddedness: social capital and managerial performance [J]. *Strategic Management Journal*, 2005, 26(12): 1 129-1 151.
- [21] BONNER, M J & WALKER C O. Selecting influential business-to-business customers in new product development: relational embeddedness and knowledge heterogeneity considerations [J]. *Product Development and Management Association*, 2004, 21(3): 155-169.
- [22] SIMSEK Z, LUBATKIN M H & FLOYD S W. Inter-firm networks and entrepreneurial behavior: a structural embeddedness perspective [J]. *Journal of Management*, 2003, 9(3): 427-442.
- [23] GULATI R, NOHRIA N & ZAHEER A. Strategic networks [J]. *Strategic Management Journal*, 2000, 21: 203-215.
- [24] FULLER-LOVE, N. Formal and informal networks in small businesses in the media industry [J]. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2009, 5(3): 271-284.
- [25] HAGEDOORN J. Understanding the cross-level embeddedness of inter-firm partnership formation [J]. *Academy of Management Review*, 2006, 31(3): 670-680.
- [26] DYER J H & SINGH H. The relational view: cooperative strategy and sources of inter-organizational competitive advantage [J]. *Academy of Management Review*, 1998, 23(4): 660-679.
- [27] LUO X, GRIFFITH D A, LIU S S, et al. The effects of customer relationships and social capital on firm performance: a Chinese business illustration [J]. *Journal of International Marketing*, 2004, 12(4): 25-45.
- [28] BEAMISH, P W & KACHRA A. Number of partners and JV performance [J]. *Journal of World Business*, 2004, 39(2): 107-120.
- [29] PUTNAM R D. The prosperous community: social capital and public life [J]. *The American Prospect*, 1993, 13: 35-42.
- [30] PORTES A. Social capital: its origins and applications in modern sociology [J]. *Annual Review of Sociology*, 1998, 24(1): 1-25.
- [31] ULHOI J P. The social dimensions of entrepreneurship [J]. *Technovation*, 2005, 25(8): 939-946.
- [32] 李新春, 何轩, 陈文婷. 战略创业与家族企业创业精神的传承——基于百年老字号李锦记的案例研究 [J]. *管理世界*, 2008(10): 127-140.
- [33] 王凤彬, 李奇会. 组织背景下的嵌入性研究 [J]. *经济理论与经济管理*, 2007(3): 28-33.

(责任编辑: 万贤贤)