DOI 编码：10.3969/j.issn.1672-884x.2014.07.007

基于内外因素整合视角的商业模式创新驱动力研究

曾 萍 宋铁波
（华南理工大学工商管理学院）

摘要：基于内外因素整合视角构建了企业社会资本、治理结构、技术创新能力与 IT 基础驱动商业模式创新的理论模型，并提出了相关假设。以珠三角地区 344 家制造企业为样本进行实证检验。研究表明：企业社会资本，无论是制度社会资本、业务社会资本或技术社会资本，均对商业模式创新具有正面的影响；企业治理结构的完善，如引入更多的非家族成员的重要股东、董事会制度的完善，都能够促进商业模式创新的进行；技术创新能力的提升也可以推动企业商业模式创新活动进行；企业 IT 基础的强化，也有利于商业模式创新的进行。

关键词：商业模式创新；社会资本；治理结构；技术创新能力；IT 基础
中图法分类号：C93 **文献标志码：**A **文章编号：**1672-884X(2014)07-0989-08

Exploring Driving Forces for Business Model Innovation:
The Integrative Perspective of Internal and External Factors

ZENG Ping SONG Tiebo
(South China University of Technology, Guangzhou, China)

Abstract: From the integrative perspective of internal and external factors, this study establishes a theoretical model of compound impact on Business Model Innovation, which includes social capital, cooperate governance, technological innovation and IT infrastructure. The hypotheses are justified empirically by a survey of 344 manufacturing enterprises in Pearl River Delta. The results suggest that all of the enterprises' social capital (including institute social capital, operation social capital and technology social capital) has a positive impact on business model innovation; improvements on cooperate governance (additional introduction of non-family significant-shareholders, complete of the Board System etc.) can facilitate the process of business model innovation; technological innovative capability can also promote the business model innovation activities; and the reinforcement of IT infrastructure can favor the process.

Key words: business model innovation; social capital; corporate governance; technological innovative capability; IT infrastructure

企业之间的竞争已经由原来基于产品、技术和品牌的竞争转向了基于商业模式的竞争。然而，很多企业在管理实践中发现，商业模式创新并不容易。那些成功商业模式无法有效复制。企业管理者不得不将目光转向了理论界，期望学者们能为企业商业模式创新管理实践提供科学的、具体的以及可操作的指引。

目前，理论界对商业模式的研究还处在规范化的起步阶段[1]，对于商业模式最为基础的定义、要素和结构尚未达成共识[2,3]。对于商业模式创新，尽管学者们在创新动力、创新途径与创新实施等方面做了大量的研究工作，但是整体而言存在两大不足：①现有的大多数研究都是基于单一视角来考察商业模式创新，缺乏对商业模式创新的全面理解，因而难以深入系统地把握和揭示商业模式创新过程。②现有大多数文献采用的是单纯的理论探讨或者案例研究方法，大样本企业的实证研究相对缺乏。而未

收稿日期：2013-11-07
基金项目：国家自然科学基金资助项目(71272133)；中央高校基本科研业务费资助项目(2013XZD02；x2gsD2117840)；广东省哲学社会科学“十一五”规划资助项目(GD10CGL13)；广东省软科学研究资助项目(2012B070200016)

经实证检验的理论演绎或案例研究的“碎片式”结论不仅缺乏足够的说服力和普适性，也难以为企业商业模式创新实践提供有效的指导。

本研究试图弥补以上不足，从企业内外多因素整合而非单一因素的视角来考察企业商业模式创新的驱动力。

1 理论分析与模型构建

1.1 商业模式与商业模式创新

1.1.1 商业模式

如前文所述，由于学术界对于商业模式的定义、内涵以及构成要素仍未达成共识，因而模糊了大家对于商业模式的认识与理解，也阻碍了商业模式理论与实践的发展。于是，一些学者开始对纷繁复杂的商业模式定义进行澄清和分类，试图把握商业模式定义发展的内在逻辑与本质特征。MORRIS 等[4]最早进行了尝试，其研究认为商业模式定义可以划分为经济类、运营类和战略类。在此基础上，原磊[5]进一步提出商业模式的定义总体上体现了由经济类到运营类，再到战略类、整合类的递进过程。其中，前 3 类定义与 MORRIS 等[4]的界定相似，整合类定义则指出商业模式不仅仅是对企业经济模式和运营结构的简单描述，也不应该是企业不同战略的简单加总，而是要超越这些孤立和片面的描述，从整体上和经济逻辑、运营结构与战略方向三者之间的协同关系上说明企业商业系统运行的本质。之后，王雪冬等[1]的研究也强调了商业模式定义的动态发展过程。魏江等[6]则认为，目前的商业模式定义可以划分为内部过程、外部交易与系统整合 3 个逐步发展的视角。其中，内部过程视角包括了 MORRIS 等[4]所提出的 3 类商业模式定义；外部交易视角强调企业与外部利益相关者之间关系的构建和维持；系统整合视角定义则与原磊[5]的观点类似。

综上，本研究认为，商业模式是指导企业如何创造价值且包含一系列战略构想与制度安排的系统架构，其内涵包括：①商业模式的本质就是价值创造逻辑；②商业模式包含一系列具有内在关联且需要整合的价值运营活动；③商业模式所涉及的价值经营活动，需要协调好诸多利益相关者之间的关系；④商业模式是一个由不同层次的多种要素所构成的整合或系统的架构。

1.1.2 商业模式创新

商业模式概念的多样性和复杂性，导致了学者们界定商业模式创新的分歧。目前，理论界对于商业模式创新内涵也存在不同的观点。

一些学者从价值链或价值创造角度对商业模式创新进行了界定。例如，胡艳曦等[7]认为，商业模式创新就是企业对价值链的调整或重构。荆浩等[8]提出，商业模式创新是指企业价值创造基本逻辑的创新变化。MITCHELL 等[9]所界定的商业模式创新则强调了多个构成要素的变化与整体创新，他们认为“5W2H”中 4 个以上的商业模式构成要素都发生改变，可以称之为商业模式变革，而只有那些全新或行业内未曾应用过的商业模式变革才能界定为商业模式创新。SIGGELKOW[10]更为强调改变的程度，其认为商业活动与行为的调整超过一定程度，就成为了商业模式创新。沈永言[11]则主张，商业模式创新是指业务系统、组织惯例和理念认知等 3 个商业模式的逻辑层面以及每个逻辑层面的相关价值构成要素的创新。

综上，本研究认为，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，具体包含业务系统创新、组织惯例创新和理念认知创新 3 个方面。

1.2 模型构建与研究假设

关于企业如何驱动商业模式创新，本研究认为，企业商业模式创新首先需要强化社会网络或者社会资本建设，以引入外部新的先进思想与理念。然而，从外部引入的新的先进思想与理念若想成功地转化为企业商业模式创新，则还需要企业内部资源能力，如技术创新能力、IT 基础以及治理结构等来提供相应的支持。其中，创新能力为商业模式创新提供了软件基础，IT 基础则为企业商业模式创新提供了硬件保障，而良好的治理结构为企业商业模式创新提供了制度支撑。以上企业内外多个因素的整合驱动了商业模式创新活动。

1.2.1 社会资本与商业模式创新

社会资本是指企业通过其所拥有的社会网络可以获得或动员的嵌入在企业所处网络结构之中的现实或潜在信息与资源的总和。根据其在企业网络中嵌入的程度，社会资本可以进一步划分为结构、关系和认知 3 个维度[12]。然而，很多国内学者基于中国转型期企业管理实践，认为采用企业与不同类型组织的关系（如横向联系、纵向联系、社会联系等）能够更好地刻画社会资本[13]。

企业商业模式创新不仅需要企业内部各个部门、各个成员之间充分的沟通与交流以创造和传递新的知识，同时也需要不断地从企业外

部获取与吸收新的信息与知识。企业的网络联系是商业模式创新成功的重要影响因素[3,14]。

(1)**制度社会资本可以显著地促进企业商业模式创新**　这是因为,转型经济时期的政府由于需要承担更多的责任而变得更为强大。政府不仅直接掌握了大量的战略性与创新性资源,还通过各种间接方式控制与影响了规模更大的稀缺资源。在这种情况下,为了保证商业模式创新的成功,企业需要及时准确地把握政府的战略意图与发展规划,同时也需要有效地获得政府拥有或控制的各种战略性资源,如项目审批、创新扶持资金、高新技术企业资格认定、政府采购订单、土地、金融、财税优惠等。为此,企业迫切需要与政府建立并保持良好的关系。而企业与相关政府部门之间紧密合作关系的建立,意味着合法性地位的获得,有利于企业商业模式创新与可持续成长[7]。

(2)**业务社会资本也可以推动企业商业模式创新活动的开展**　供应商与顾客是企业所构建价值网络中最为重要的商业合作伙伴,同时也是其产品服务需求及其变化信息的重要提供者,与它们保持良好的关系可以促进企业的商业模式创新。管理实践中,很多企业已经把客户需求视为商业模式创新的重要来源[15],并强调与客户、供应商等合作伙伴交流互动的重要性[16]。不仅如此,通过与供应商、顾客或其他企业的联盟,企业还可以获得商业模式创新所需要的合法性资源[17]。

(3)**技术社会资本也能够促进企业商业模式创新**　高等院校与科研机构既是科学技术知识的重要来源,也是先进管理思想与知识的重要来源。因此,企业与高等院校以及科研机构的良好关系,可以为商业模式创新提供重要的技术资源和管理资源。目前,产学研合作创新已经成为当前最重要和最为流行的创新方式。为了突破技术障碍、加速产品研发、推进组织变革、明确战略定位与分散创新风险,企业常常会主动与高等院校以及科研机构合作进行创新。另外,与高等院校以及科研机构的合作还能够为企业连续不断地培育和提供高素质的创新人才。因此,企业建立与高等院校以及科研机构的密切联系可以促进商业模式创新。

1.2.2　治理结构与商业模式创新

企业商业模式创新战略的科学制定与有效实施,都需要良好的治理结构为之提供制度基础。良好的公司治理结构,不仅可以促进企业通过社会资本所获得的各种创新思想、理念与知识在内部不同部门与不同成员之间的深入分享与交流,而且可以促进各种创新资源在企业内部充分有效地利用。在这种情况下,商业模式创新活动的开展显然更为容易。因此,良好的治理结构所提供的激励约束机制为企业商业模式创新提供了制度基础。

1.2.3　技术创新能力与商业模式创新

信息经济时代,企业技术创新能力已经成为了推动商业模式创新的重要力量[18]。这是因为,一方面,很多商业模式创新活动都直接来源于技术创新。技术创新催生了新的技术,围绕新技术的产业化、市场化和商业化,新的商业模式逐渐形成。很多价值创新型企业通过技术创新实现产品的核心多元化和生产成本的节约,进而形成企业商业模式[19],如怡亚通公司商业模式的创新路径就主要是从技术创新开始的[20],企业内部技术的提升也是推动生物制药企业商业模式创新的动力之一[21];技术创新能力是面向 BOP 的市场开发型以及市场与资源混合开发型商业模式创新成功的重要基础[14];生产技术创新主题是我国企业谋求竞争优势的 2 种主流商业模式创新之一[22]。

另一方面,企业技术创新能力的增强,直接加速了商业模式创新过程。作为商业模式创新中最早被关注的要素之一,技术因素对于商业模式创新的成功至关重要。例如,技术创新网络为商业模式创新提供了有效的资源[8],而技术创新则直接推动了商业模式的创新,即企业商业模式由低层级向高层级的不断跃进[23],PATELI 等[24]针对出版业的商业模式设计与变革案例研究提供了明显的证据。

1.2.4　IT 基础与商业模式创新

IT 基础是企业整体 IT 能力的支撑,它是企业在信息技术方面的投资所形成的有形资产,包括 IT 技术资源和技术资产,如共享的电子商务平台、业务与办公信息系统、IT 设备与其他基础设施、数据库与信息技术实践等[25]。

作为信息技术最为重要的构成,IT 基础可通过组织知识共享与创新的强化进而对商业模式创新产生积极影响。随着信息化的持续发展,IT 基础在企业商业模式创新中发挥着越来越重要的作用,IT 变革促进了商业模式的创新。总之,IT 基础为企业商业模式创新提供了强大的功能平台。通过该平台,企业可以与其员工、顾客、供应商、金融机构以及其他合作伙伴等进行广泛的交流与合作,进而构建并发展稳定的价值网络,推动资源与能力的有效配置,

最终促进顾客价值与企业价值的实现——企业商业模式创新获得成功[19]。

1.2.5 研究模型与假设

综合理论分析及企业实地调研，确定本研究模型(见图 1)，并相应提出了如下假设：

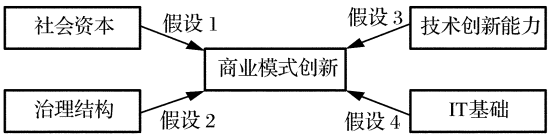

图 1 研究模型

假设 1 社会资本对于企业商业模式创新具有积极的影响。

假设 1a 制度社会资本对于企业商业模式创新具有积极的影响。

假设 1b 业务社会资本对于企业商业模式创新具有积极的影响。

假设 1c 技术社会资本对于企业商业模式创新具有积极的影响。

假设 2 治理结构完善可以促进企业商业模式创新。

假设 3 企业技术创新能力对于商业模式创新有积极的影响。

假设 4 IT 基础促进了企业商业模式创新。

2 研究设计

2.1 样本选择和数据来源

本研究采用问卷调查的方式来收集样本，调查对象为珠三角地区的制造企业。之所以选择珠三角地区的企业为研究对象，因为这是全国最早改革和开放的地区。与其他地区的企业相比，该地区的企业更早地面对市场经济和全球竞争，面临商业模式创新的压力更大，相应企业商业模式创新的程度也会更高。因此，采用珠三角地区企业为样本，可以更好地检验本研究的概念模型与相关假设。而之所以选择制造企业而不是其他行业企业作为研究对象，是因为与其他行业相比，很多传统制造企业都有转型升级和商业模式创新的迫切需要。故以制造企业为样本所获得的研究结论，对于指导传统制造企业转型升级与商业模式创新实践具有特别重要的价值。

同时，为了更为全面深入地了解企业的真实客观实际和提高调查问卷的有效率和回收率，本研究积极与地方政府合作，将调查问卷嵌入到当地政府所组织的正式的企业抽样调查之中，并由政府主管部门来负责问卷的发放和回收。问卷调查时间从 2010 年 4 月～2010 年 6 月，累计发放调查问卷 426 份，收回 393 份。其中，存在重要缺陷的无效问卷 45 份，与一般制造业存在较大差异的珠宝首饰业企业调查问卷 3 份。最终，纳入分析的有效问卷为 344 份，有效回收率为 80.75%。样本企业的基本情况见表 1。

表 1 样本企业的基本情况(N=344)

所在行业	企业数	比例/%	资产总额/千万元	企业数	比例/%	销售收入/千万元	企业数	比例/%
包装印刷	19	5.5	<0.5	3	0.9	<1	1	0.3
电子信息	32	9.3	0.5～1(不含 1)	12	3.5	1～2(不含 2)	19	5.5
纺织服装	31	9.0	1～2(不含 2)	37	10.8	2～5(不含 5)	68	19.8
机械装备	53	15.4	2～5(不含 5)	78	22.7	5～10(不含 10)	97	28.2
家具制造	34	9.9	5～10(不含 10)	86	25.0	10～20(不含 20)	61	17.7
家用电器	68	19.8	10～20(不含 20)	45	13.1	20～50(不含 50)	59	17.2
金属材料	30	8.7	20～50(不含 50)	55	16.0	50～100	21	6.1
精细化工	31	9.0	50～100	16	4.7	>100	18	5.2
汽车配件	17	4.9	>100	12	3.5			
塑料建材	25	7.3						
医药保健	4	1.2						

2.2 变量的测量

2.2.1 被解释变量：商业模式创新

目前，理论界对于商业模式创新的测量还处在起步阶段。胡保亮[26]对此进行了初步的尝试，其在 ZOTT 等所提出的 13 个商业模式要素中选择了 8 个指标来测量商业模式创新。然而令人遗憾的是，他并没有说明之所以这样选择的原因。考虑到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，在沈永言[11]的基础上，选择以业务系统创新、组织惯例创新和理念认知创新 3 个指标来测量商业模式创新：①业务系统创新。根据企业近 3 年新业务开展在 2 项或以上、1 项、无，分别赋予分值 2、1、0。②组织惯例创新。根据与同行相比企业近 3 年组织惯例与流程创新活动情况是优秀、良好、一般、较差还是没有，分别赋予分值 4、3、2、1 和 0。③价值理念创新。根据与同行相比企业近 3 年引入并传播新价值理念情况为良好、一般或没有，分别赋予分值 2、1 和 0。在问卷收回之后，首先对上述 3 个指标做了标准

化处理，然后进行因子分析。结果表明，*KMO* 值为 0.709，各因子载荷都在 0.8 以上，方差解释百分比超过了 78%。同时，信度分析的 Cronbach's α 达到了 0.86。由此说明，这 3 个指标能够聚合为一个因子。因此，本研究采用业务系统创新、组织惯例创新和理念认知创新 3 个指标的聚合因子来测度商业模式创新。

2.2.2 **解释变量**

(1)**社会资本**　目前，学者们对于社会资本的测量主要采用了 2 种方法：①从结构维度、关系维度和认知维度 3 个方面来测量社会资本[27]；②采用企业与不同类型组织的关系来刻画社会资本[13]。本研究通过对广东温氏、天龙油墨等案例企业的实地调研，发现方法②更符合企业管理实践。因此，从 3 个方面来测量社会资本：①制度社会资本。从企业与政府以及银行的关系 2 个方面来测量；②业务社会资本；③技术社会资本。

(2)**治理结构**　对于公司治理结构的测量主要采用董事会规模、公司董事长与总经理是否兼任、管理层持股比例、独立董事比例、股权结构与股权集中度等指标[28]。由于本研究侧重于治理结构完善而不是整个治理结构对于企业管理模式创新的影响，并且考虑到研究样本主要为非上市的民营或私营企业，因此主要从 2 个方面来测量治理结构：①股权多元化程度；②董事会制度完善度。

(3)**技术创新能力**　当前，理论界对于技术创新能力的测量主要采用了 2 种方法：①以创新投入，如人均研发支出、研销比、研发人员比例等指标来衡量企业技术创新能力[29]；②以创新产出来代表技术创新水平，如新产品数量、新产品比例、专利数等[30]。为了更为全面地衡量企业创新能力，本研究综合创新投入和创新产出 2 个方面来衡量创新能力。

(4)IT **基础**　IT 基础是企业在信息技术方面的投资所形成的有形资产，包括 IT 技术资源和技术资产。是否建立了独立的、完善的公司网站与电子商务平台，在很大程度上可以代表公司的 IT 基础情况。因此，本研究从 2 个方面来测量：①公司网站建设；②电子商务平台建设。

2.2.3 **控制变量**

企业规模不同，其拥有的各种创新资源的数量会存在差异，其创新商业活动所能开辟市场的大小也会不同。就这个意义而言，企业规模对于商业模式创新存在重要影响。因此，本研究对于企业规模进行了控制；同时，考虑到在制造业内部不同行业之间的商业模式创新也可能存在差异，本研究也控制了行业差异。通过引入 10 个虚拟变量来表示企业所处行业，分别为：I_1 包装印刷企业、I_2 电子信息企业、I_3 纺织服装企业、I_4 机械装备企业、I_5 家具制造企业、I_6 家用电器企业、I_7 金属材料企业、I_8 精细化工企业、I_9 汽车配件企业、I_{10} 塑料建材企业。

综上，本研究中所有变量的具体测量见表 2。

表 2　研究变量一览

类型	名称	子变量		代码	测量方式
被解释变量	商业模式创新 B_M	业务系统创新		B_I	企业近 3 年新业务开展情况。$B_I=2$，新业务 2 项以上；$B_I=1$，新业务 1 项；$B_I=0$，没有新业务
		组织惯例创新		O	企业近 3 年组织惯例创新情况。$O=4$，优秀；$O=3$，良好；$O=2$，一般；$O=1$，较差；$O_I=0$，没有
		理念认知创新		I_C	企业近 3 年价值理念创新情况。$I_C=2$，企业引入及传播新价值理念情况良好；$I_C=1$，企业引入及传播新价值理念一般；$I_C=0$，企业没有引入新价值理念
解释变量	社会资本	制度社会资本	与政府的关系	G	企业高管是否在人大、政协等担任职务。$G=1$，是；$G=0$，否
			与银行的关系	B_C	企业的银行信用。$B_C=4$，3A；$B_C=3$，2A；$B_C=2$，1A；$B_C=1$，3B；$B_C=0$，其他
		业务社会资本	与世界 500 强企业的合作	B_S	$B_S=1$，存在合作；$B_S=0$，没有合作
		技术社会资本	与高校及科研机构的合作	T	$T=1$，存在合作；$T=0$，没有合作
	治理结构	股权多元化程度		S_R	主要股东中的非家族成员数量。$S_R=2$，2 个及以上；$S_R=1$，1 个；$S_R=0$，无
		董事会制度完善度		D	董事会制度完善程度。$D=2$，很好；$D=1$，一般。$D=0$，存在问题
	技术创新能力	研发人员比例		R	研发人员数/全体员工数
		新产品比例		N	新产品销售收入/总销售收入
	IT 基础	公司网站建设		E	$E=2$，有独立域名空间并经常更新；$E=1$，有独立域名空间但只偶尔更新 $E=0$，无独立域名空间
		电子商务平台建设		E_B	$E_B=4$，自有电子商务门户网站＋第三方 B2B＋第三方 B2C；$E_B=3$，自有电子商务门户网站＋第三方 B2B 或 B2C；$E_B=2$，自有电子商务门户网站；$E_B=1$，第三方 B2B 或 B2C；$E_B=0$，无
控制变量	企业规模			S	ln(近 3 年销售收入平均数)
	行业差异			I	共 11 个行业，引入 I_1、I_2…I_{10} 等 10 个虚拟变量，$I_1=1$，属于第 1 个行业；$I=0$，不属于第 1 个行业，以此类推

注：商业模式创新是由业务系统创新、组织惯例创新和理念认知创新 3 个子变量因子分析后聚合而成。

3 分析结果

3.1 相关性分析

研究模型中主要变量的相关系数见表 3。相关系数的符号表明，制度社会资本、业务社会资本、技术社会资本与商业模式创新显著正相关，相关系数的符号和研究假设的预期一致，表明社会资本对于企业商业模式创新具有积极的影响。同时，股权多元化程度、董事会制度完善度也与商业模式显著正相关，说明治理完善对于商业模式创新有正面影响。研发人员比例、新产品比例均与商业模式正相关，也表明企业技术创新能力对于商业模式创新有积极的作用。另外，公司网站建设、电子商务平台建设与商业模式创新显著正相关，说明 IT 基础对于商业模式创新也有正面影响。企业规模与商业模式创新也显著正相关，说明规模更大的企业其商业模式创新程度更高。当然，上述结论只是一个初步的判断，这些结论能否成立还依赖于接下来采用多元回归分析对相关假设的检验。

表 3 相关系数矩阵

	B_M	G	B_C	B_S	T	S_R	D	R	N	E	E_B	S
B_M	1											
G	0.289**	1										
B_C	0.367**	0.167**	1									
B_S	0.300**	0.098	0.260**	1								
T	0.366**	0.154**	0.206**	0.221**	1							
S_R	0.198**	0.054	0.102	0.066	0.142**	1						
D	0.366**	0.084	0.140**	0.161**	0.261**	0.202**	1					
R	0.372**	0.201**	0.211**	0.075	0.175**	0.095	0.215**	1				
N	0.441**	0.188**	0.287**	0.216**	0.249**	0.073	0.213**	0.313**	1			
E	0.411**	0.271**	0.274**	0.107*	0.136*	0.024	0.145**	0.306**	0.238**	1		
E_B	0.319**	0.189**	0.175**	0.108*	0.121*	0.140**	0.051	0.152**	0.214**	0.347**	1	
S	0.209**	0.098	0.241**	0.252**	0.200**	0.169**	0.095	0.089	0.076	0.046	0.066	1

注：*、** 分别表示 $p<0.01$、$p<0.05$(下同)。

3.2 假设检验

对于相关假设的检验，本研究使用统计分析软件 SPSS 20.0 进行多元回归分析，具体分析结果见表 4。本研究假设企业社会资本、治理结构的完善、技术创新能力与 IT 基础均对商业模式创新有积极的影响。表 4 的模型 1 检验了控制变量对商业模式创新的影响，发现企业规模与商业模式创新之间存在显著的正相关关系，而代表行业差异的 10 个虚拟变量与商业模式创新均不存在显著的关系，说明企业规模对于商业模式创新存在显著的正面影响，行业差异则对于商业模式创新没有显著的影响。

模型 2 是在模型 1 的基础上加入解释变量社会资本后，考察其对于企业商业模式创新的影响。结果显示，制度社会资本、业务社会资本、技术社会资本与商业模式创新之间均存在显著的正相关关系，假设 1a、假设 1b 和假设 1c 均获得支持，说明假设 1 整体也获得支持。

在模型 2 的基础上，模型 3 进一步加入了治理结构进行分析。结果表明，社会资本的各个子变量对于商业模式创新的积极影响依然显著，而股权多元化程度与董事会制度完善度与商业模式创新之间都存在显著的正相关关系，说明治理结构的完善对于企业商业模式创新具有积极的作用，假设 2 获得支持。

表 4 社会资本、治理结构、技术创新能力、IT 基础与商业模式创新的回归分析

变量		商业模式创新 B_M				
		模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5
控制变量	S	0.222***	0.052	0.035	0.046	0.059
	I_1	−0.072	−0.103	−0.065	−0.055	−0.051
	I_2	0.027	−0.02	0.013	−0.007	0.006
	I_3	−0.128	−0.151	−0.094	−0.063	−0.019
	I_4	0.071	−0.072	−0.033	−0.059	−0.019
	I_5	0.116	0.033	0.047	0.072	0.075
	I_6	−0.026	−0.06	−0.021	−0.056	−0.062
	I_7	−0.089	−0.113	−0.09	−0.076	−0.033
	I_8	−0.041	−0.097	−0.073	−0.103	−0.076
	I_9	−0.027	−0.116	−0.109	−0.094	−0.074
	I_{10}	−0.051	−0.067	−0.071	−0.097	−0.069
解释变量	G		0.199***	0.194***	0.139**	0.085†
	B_C		0.214***	0.197***	0.123**	0.082†
	B_S		0.151**	0.134**	0.122**	0.122**
	T		0.249***	0.189***	0.144**	0.133**
	S_R			0.107*	0.097*	0.085*
	D			0.210***	0.162***	0.163***
	R				0.189***	0.150**
	N				0.205***	0.181***
	E					0.171***
	E_B					0.110*
	R^2	0.101	0.322	0.377	0.453	0.493
	Adj-R^2	0.071	0.291	0.345	0.421	0.460
	ΔF	3.366***	26.640***	14.505***	22.371***	12.669***

注：***、† 分别表示 $p<0.001$、$p<0.1$；所有回归系数经过了标准化处理。

在模型3的基础上，模型4继续加入了解释变量创新能力。研究发现，社会资本与治理结构的各个子变量对于商业模式创新的影响仍然很显著，而研发人员比例和新产品比例与商业模式创新之间均存在显著的正相关关系，由此说明企业技术创新能力可以促进商业模式创新，假设3获得支持。

将IT基础也纳入分析的情况见模型5。研究结果充分表明，企业社会资本、治理结构与创新能力的各个自变量与商业模式创新之间依然存在显著的正相关关系，说明假设1、假设2和假设3成立。同时，公司网站建设、电子商务平台建设和商业模式创新之间也存在显著的正相关关系，说明IT基础对于企业商业模式创新具有正面的影响，假设4获得支持。

4　研究结论与讨论

通过实证分析，本研究得到了如下结论：①企业社会资本，无论是制度社会资本、业务社会资本或技术社会资本，均对商业模式创新具有正面的影响；②企业治理结构的完善，如引入更多的非家族成员的重要股东、董事会制度的完善，都能够促进商业模式创新；③企业技术创新能力也可以推动商业模式创新活动；④企业IT基础的强化，如加强公司网站与电子商务平台的建设，都能积极地影响商业模式创新。

上述更具说服力和普适性的结论不仅为商业模式创新理论的发展提供了新的证据，而且可为中国企业商业模式创新实践提供良好的指导，具体包括以下几点。

(1)**加强社会资本建设**　为了确保制造企业商业模式创新以及转型升级的成功，企业首先需要加强社会资本的建设，建立并保持与政府、金融结构、供应商、顾客、其他重要合作企业、高等院校、科研机构等的良好关系。这样，企业才能深刻地理解顾客需求变化趋势，准确地领会政府意图与政策导向，有效地获取与利用知识信息、土地、金融、行业准入、技术及管理资源等各种创新资源，从而推动商业模式创新活动的顺利进行。

(2)**完善治理结构**　企业尤其是民营或私营企业需要大力完善其治理结构，如引入更多非家族成员的重要股东，同时强化与规范董事会制度的建设，这样不仅能够促进创新思想与理念在企业内部的广泛交流，还能够促进创新资源的有效配置与利用，从而可为企业商业模式创新活动提供不竭动力，并降低商业模式创新的风险。

(3)**提升创新能力**　企业应加强对技术研发人员的引进、培训和激励；提高技术研发人员在全体员工中的比重；加大技术研发软件与硬件费用的投入，提高研销占比等。通过这些措施，企业可以不断提升其技术创新能力、加速商业模式创新的进行。

(4)**强化IT基础建设**　在不断完善公司网站与电子商务平台的基础上，集中力量分阶段打造电子商务云平台。将企业、顾客以及相关战略合作伙伴都纳入到这个电子商务云平台中来，实现虚拟市场与实体市场的紧密互动，地理网络与数字网络之间的多维交流，不同业务板块之间的广度与深度协同，资金、资产与资本运作的良性循环，从而达到业务、流程、人员、资金、信息、物资、物流、顾客等之间的高度整合，实现商业模式创新的成功。

本研究的样本来自于珠三角地区制造企业，因而获得的调研数据可能存在一定的局限性，今后应尝试在国内其他地区与其他行业进行大规模的调研以对本研究的概念模型与假设进行进一步的检验。当然，未来研究还可以考虑将其他因素如制度环境、管理创新、企业文化等合理地纳入到本研究模型之中，并考虑中介变量与调节变量的影响，以扩展和深化本研究模型。在此基础上进行大样本的实证检验，从而更好地解释和指导中国企业商业模式创新实践活动。

参　考　文　献

[1] 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，2012，34(3)：2～9

[2] CHESBROUGH H. Business Model Innovation：Opportunities and Barriers [J]. Long Range Planning，2010，43(2/3)：354～363

[3] 邢小强，仝允桓，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)：108～124，188

[4] MORRIS M，SCHINDEHUTTE M，ALLEN J. The Entrepreneur's Business Model：Toward a Unified Perspective [J]. Journal of Business Research，2005，58(1)：726～735

[5] 原磊. 国外商业模式理论研究评介[J]. 外国经济与管理，2007，29(10)：17～25

[6] 魏江，刘洋，应瑛. 商业模式内涵与研究框架建构[J]. 科研管理，2012，33(5)：107～114

[7] 胡艳曦，曾楚宏. 论商业模式创新中的组织合法性[J]. 学术研究，2008(9)：55～58，159

[8] 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，2011，32(1)：67～7

[9] MITCHELL D，COLES D. The Ultimate Competitive Advantage of Continuing Business Model Innovation [J]. Journal of Business Strategy，2003，25(5)：15～21

[10] SIGGELKOW N. Evolution Toward Fit[J]. Administrative Science Quarterly，2002，47(1)：125～159

[11] 沈永言. 商业模式理论与创新研究 [D]. 北京：北京邮电大学经济管理学院，2011

[12] NAHAPIET J，GHOSHAL S. Social Capital，Intellectual Capital，and the Organizational Advantage [J]. Academy of Management Review，1998，23(2)：242～266

[13] 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，2001，19(3)：102～107

[14] 赵晶，关鑫，仝允桓. 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] 李红，吕本富，申爱华. SNS 网站竞争生存及商业模式创新的关键因素实证研究[J]. 管理评论，2012，24(8)：79～87

[16] DYER J H，NOBEOKA K. Creating and Managing a High-Performance Knowledge-Sharing Network：The TOYOTA Case [J]. Strategic Management Journal，2000，21(3)：345～367

[17] DACIN M T，OLIVER C，ROY J. The Legitimacy of Strategic Alliances：An Institutional Perspective [J]. Strategic Management Journal，2007，28(2)：169～187

[18] 刁玉柱. 商业模式创新：理论视角与研究观点评介[J]. 首都经济贸易大学学报，2010(4)：92～98

[19] 高闯，关鑫. 企业商业模式创新的实现方式与演进机理——一种基于价值链创新的理论解释[J]. 中国工业经济，2006 (11)：83～90

[20] 姚伟峰，鲁桐. 基于资源整合的企业商业模式创新路径研究——以怡亚通供应链股份有限公司为例[J]. 研究与发展管理，2011，23(3)：97～101

[21] WILLEMSTEIN L，VALK T，MEEUS M T H. Dynamics in Business Models：An Empirical Analysis of Medical Biotechnology Firm in the Netherlands [J]. Technovation，2007，27(2)：221～ 232

[22] 程愚，孙建国，宋文文，等. 商业模式、营运效应与企业绩效——对生产技术创新和经营方法创新有效性的实证研究[J]. 中国工业经济，2012(7)：83～95

[23] CHESBROUGH H W. Business Model Innovation：It's not just about Technology Anymore [J]. Strategy & Leadership，2007，35(6)：12～17

[24] PATELI A G，GIAGLIS G M. Technology Innovation-Induced Business Model Change：A Contingency Approach [J]. Organizational Change Management，2005，18(2)：167～183

[25] 曾萍，邓腾智，曾雄波. IT 基础、知识共享与组织创新——来自珠三角企业的经验证据 [J]. 科学学研究，2012，29(11)：1 096～1 708

[26] 胡保亮. 商业模式创新、技术创新与企业绩效关系：基于创业板上市企业的实证研究 [J]. 科技进步与对策，2012，29(3)：95～100

[27] 周小虎，陈传明. 企业社会资本与持续竞争优势[J]. 中国工业经济，2004 (5)：90～96

[28] 姜付秀，黄继承，李丰也，等. 谁选择了财务经历的 CEO? [J]. 管理世界，2012 (2)：96～104

[29] BAYSINGER B D，KOSNIK R D，TURK T A. Effects of Board and Ownership Structure on Corporate R&D Strategy [J]. Academy of Management Journal，1991，34(1)：205～214

[30] KOCHHAR R，DAVID P. Institutional Investors and Firm Innovation：A Test of Competing Hypothesis [J]. Strategic Management Journal，1996，17(1)：73～84

（编辑　杨妍）

通讯作者：曾萍(1972～)，男，湖南桃江人。华南理工大学(广州市　510640)工商管理学院副教授。研究方向为战略管理、知识与创新管理研究。E-mail：pzeng@scut.edu.cn