

企业跨界成长的概念解析、脉络梳理与模型构建

杨林,刘娟,陈吉玲

(南京财经大学 工商管理学院 江苏 南京 210023)

摘要: 在日益复杂不确定环境下,跨界成长日益成为企业实现可持续经营发展的重要战略选择,受到国内外理论界和实业界的广泛关注。着重围绕企业跨界成长这一主题进行系统性文献回顾和研究述评,首先对跨界成长相关概念、测量指标进行内涵界定和维度辨析,然后从不同学科视角梳理跨界成长的发展脉络,最后通过阐述企业跨界成长研究基础、影响因素及其效应,构建企业跨界成长研究模型,并对未来相关研究领域进行展望。

关键词: 企业跨界成长;概念解析;脉络梳理;模型构建

中图分类号: F279.23 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-6049(2017)04-0097-12

一、引言

在“互联网+”时代背景下,企业所处外部环境日益充满复杂不确定性,为实现持续经营发展,跨越传统的组织与区域边界成为主流发展趋势。例如,2014年9月16日,中国人保、腾讯、麦盛三方共同发起设立的深圳市人保腾讯、麦盛能源投资基金企业与中石化销售有限公司签署《关于中国石化销售有限公司之增资协议》标志着腾讯跨界石油产业。2015年8月19日,微影时代宣布与蒙牛乳业正式达成战略合作,共同投入10亿资源,拓展电影O2O市场和娱乐营,这意味着蒙牛正式跨界娱乐业。近年来,跨界成长已成为西方组织理论与战略管理领域的研究热点^[1]。从大的方面来看,包括石油企业跨界环保、电力企业跨界汽车、安全企业跨界家居等;从小的方面来看,包括自行车企业跨界户外装备、园艺企业跨界家庭防雾霾、煎饼果子跨界互联网营销等。目前学术界以跨界及其相关领域为主题衍生出了很多研究方向,形成了一股颇具前景的学术潮流,并产生了较为丰富的研究成果。鉴于此,本文对企业跨界成长主题文献进行系统回顾和述评,首先对跨界成长相关概念内涵、指标测量进行界定和辨析,然后从不同学科视角梳理跨界成长的发展脉络,最后构建企业跨界成长研究模型,并对未来相关研究领域进行展望。

二、企业跨界成长的概念与维度解析

(一) 概念界定与辨析

根据2012年出版的《现代汉语词典》(第六版)，“界”(boundary)的原始含义表现为四个方面,分别是“边界、疆界”、“界限、界线”、“地域、境域”以及“一定范围”。由此可知,“界”作为一个概念最早

收稿日期:2016-06-10

基金项目:国家社会科学基金一般项目(15BGL016);教育部人文社科基金规划项目(14YJA630081);江苏省第四期“333工程”科研项目(BRA2015410)

作者简介:杨林(1973—),男,江西宜春人,教授,博士,硕士生导师,研究方向为企业战略管理、创业管理及公司治理;刘娟(1993—),女,湖南衡南人,硕士研究生,研究方向为企业战略管理;陈吉玲(1990—),女,安徽安庆人,硕士研究生,研究方向为企业战略管理。

出现在国家地理领域,起初是各个国家为确定自己的领土范围,采用山或河作为分界线,就此划分属于自己的势力区域。尽管“界”最初是作为划分各国势力范围出现,但并不意味“界”是固定、一成不变的。事实恰恰相反,欧洲地图各国的领土范围一直处于变动中,这说明“界”具有变动性,不同的参与者以不同的方式对同一个客观事物进行观察,会对这个事物的边界产生不同理解,“界”既可以被创造,同时也可以被消除。

进一步地,“跨界”(boundary-spanning or Crossover)作为一个概念最早出现在1957年福特公司推出的埃德塞尔(Edsel)汽车广告杂志,其原意是“转型、转向”的意思,目前更多地被引申为“跨界合作”,即跨越两个或者多个不同国家、不同领域、不同行业、不同文化等范畴而产生的新行业、新领域、新模式、新风格等。目前“跨界”一词已经广泛应用在企业,本文接下来的讨论也侧重企业跨界含义。最开始的企业跨界多指企业走出国门,实现全球化发展,或者和国外的企业合作联盟^[2]。随着全球化的进程加剧,不同国家或者区域间的开放性进一步扩大,单纯的跨区域已经不能满足企业自身发展需求,企业家寻求各种方式来实现持续经营发展,跨界成长的概念内涵及其应用范围日益广泛。归纳起来,企业跨界成长主要体现在两个方面:第一种是外生方式,即企业与其他企业强强联手,以自身资源能力为依托,借用他人的优势发展壮大,实现互利共赢,主要表现在产业跨界、跨界并购、跨界联盟等^[3];第二种是内生形式,就是企业不断开发自身的潜力,发挥资源整合的优势,不断适应市场的发展,进入新的业务领域,以此来适应外部世界的动态竞争。

综上,企业跨界成长具有独特的概念内涵,这与广为熟悉的企业成长或者转型存在较明显的差别。其中,企业成长意指企业由小变大、由弱变强的不断变革的过程,包括企业规模或者企业素质。企业转型更多地意味着企业放弃原有业务,转而进入其它性质不同的产业经营领域。而跨界成长则是指企业通过跨越不同“界面”(包括行业、区域或者职能等)获得持续经营发展的资源条件,以实现自己价值的最大化。特别地,在“互联网+”时代,企业跨界成长方式和形态日益多样,往往打破不同行业、地区(国家)以及职能环节之间的界限,其实质是创新和颠覆,更是一种思维模式的突破和创新。

(二) 企业跨界成长的维度与测量

本文综合考虑国内外企业实践活动表现及跨界成长相关研究文献,将企业跨界成长划分为跨区域、跨行业以及跨职能三个维度,并系统梳理相应的维度内涵和测量。

1. 企业跨区域成长

(1) 维度内涵。跨区域成长是企业扩张的一种重要方式,国内外学者已从不同角度探讨了概念内涵及其维度测量。例如, Kang and Johanson^[4]指出,跨区域成长是企业寻求新的市场力量,选择进入一个新的区域市场,或者以此来提高自身能力获取持续发展。汪建成^[5]将企业区域跨界分为三种方式:在当地市场扩展、在外地市场扩展、向国外市场扩展。徐明霞等人^[6]和黄婊丽^[7]在以往研究的基础上将企业的地域多元化概念进行了更加具体的划分,认为地域多元化是企业跨越本地区边界或本国国界的业务扩张行为,即企业把某一类或某几类产品或服务从原有市场扩张,包括市、省、国家、区域、国际乃至全球市场。

(2) 维度测量。跨区域成长包括国内区域和国际区域两个面向。进一步地,依据涉及空间范围划分为市、省、国别、区域、洲际、全球等维度^[8]。关于跨区域成长的测量方法,现有研究相对比较一致,较多采用外地销售额占企业总销售额的比重衡量跨区域扩张程度^[9-11]。尽管该指标存在一些缺陷,但与其他指标相比,仍具有相当的优越性,并得到了广泛的应用;还有些研究采用外地资产占企业总资产的比重、涉及地域的数量、外地(海外)员工占企业总员工的比例,或者基于外地销售收入比重计算的熵值来测量跨地域扩张程度^[11]。

2. 企业跨行业成长

(1) 维度内涵。跨行业成长通常体现为企业业务在相关多元化与非相关多元化战略行为之间的转换。关于多元化战略的定义,早期和现代学者对其进行了界定并不断延伸。例如,1957年美国战略学家伊戈尔·安索夫在《哈佛商业评论》发表“多元化战略”(Strategies for Diversification)一文,首次提出多元

化是“用新的产品去开发新的市场”^[12]; Penrose^[13]认为,多元化是企业的基本保留老产品生产线的情况下,扩张其生产活动,开展若干新产品的生产。目前多元化经营已成为世界上大部分企业普遍采用的一种行业跨界行为,比如商业大佬们纷纷进军农业领域、柳传志种蓝莓、联想佳沃蓝莓凭借其规模化的种植基地成为国内最大的水果全产业链企业、恒大从卖房到卖水现在又跨界卖粮油和奶粉等。

(2) 维度测量。现有文献大多采用业务多元化程度作为测量指标,即赫芬达尔指数(Herfindahl index),这一测量指标考虑了企业所涉及业务的数量及每项业务对企业销售收入的贡献程度。此外, Jacquemin and Berry^[14]提出的基于标准行业分类编码的熵指数也是一种测量跨行业成长的方法。我们认为,根据前文定义,跨行业成长可通过企业相关多元化与非相关多元化战略行为之间的转换来测量。具体而言,借鉴现有研究的战略分类法^[15-16],以主要产品集中度(PPSR)即主导业务的销售份额与0.7进行比较判定。PPSR < 0.7表明企业采用非相关多元化,PPSR > 0.7则表示企业采用相关多元化战略,由相邻两年的主营业务所占比例是否发生变化(包括PPSR < 0.7与PPSR > 0.7之间的相互转变)来确定跨行业成长状态。

3. 企业跨职能成长

(1) 维度内涵。从企业组织角度而言,职能是指一系列相似知识、技能、行为与态度的组合,跨职能活动有助于提升组织个体或者群体的工作成效,进而带动企业整体及其相关结果因素的变化。现有研究表明^[17-19],企业内部职能具有不同表现形态,比如生产运作/制造、研发、金融与财务、市场营销与公共关系、法律、商业管理、行政管理(含政府职员、党务、工会等)等,而且可能产生不同的影响效应。

(2) 维度测量。跨职能维度表现为企业在职能上和核心能力上的扩张,即价值链的整合,包括下游的纵向一体化或者职能多元化程度。Kim and Pantzalis^[20]、毛蕴诗^[8]认为,企业内部职能多元化程度可由涉及制造、物流、营销、服务等业务活动的多少与组合来衡量。

结合上述企业跨界成长不同维度的概念内涵及其测量,表1汇总了不同维度下企业跨界成长的内涵界定、测量方法及指标体系。

表1 企业跨界成长不同维度的概念内涵与测量

跨界成长维度	测量方法	内涵	主要代表人物
业务维度	战略测量法	更多地依赖主观判断,较少依赖于客观数据的一种测量方法	Grant, Jammine, Howard (1988) ^[21] Simmonds (1990) ^[22]
	客观测量法	采用企业业务客观数据测量法,比如利用企业相关多元化与非相关多元化战略行为之间的转换来进行测量	Gort (1962) ^[23] Rumelt (1974) ^[24]
	相对比例法	采用外地销售额占企业总销售额比重进行测量,是目前采用最多的一种测量方式	Geringer, Beamish, Dacosta (1989) ^[10]
地域维度	绝对数量法	采用海外或附属子公司数目,这种方法简单方便,不易受外汇波动、不同流通转换率或者诸如转移价格政策等国际财务运作方法的影响。	Kim, Hwang, Burgers (1989) ^[25]
	价值增值法(VAS)	采用附加价值与销售额的比值来衡量纵向一体化程度	Adelman (1955) ^[26]
职能维度	纵向一体化程度	将企业的业务按重要性划分成主要和辅助两类,用辅助业务占有业务的比重来反映纵向一体化程度;该比例与企业纵向边界成正比。	Gort (1962) ^[23] Rumelt (1974) ^[24]
	纵向产业相关指数(VIC)	以投入产出矩阵为基础,在技术相关程度上构造了给定厂商的纵向产业相关指数。	Maddigan (1981) ^[27]
	投入产出法(I/O表)	根据投入-产出表数据,计算行业或者厂商的纵向一体化程度。	Davis, Morris (1995) ^[28]

三、企业跨界成长研究脉络梳理

尽管直接研究企业跨界成长问题的理论文献较少,但相关探讨可谓源远流长。迄今为止,学术界沿着不同的学科发展脉络探析企业跨界成长相关问题,形成了较为丰富的研究观点和理论流派。

(一) 基于经济学视角的研究

企业跨界成长研究最早可追溯至古典经济学家亚当·斯密1776年提出的劳动分工理论,即劳动分工和专业化生产导致规模经济效益^[29]。之后,1853年英国经济学家约翰·穆勒基于企业的规模经济理论,重点探讨了企业的规模与企业跨界成长关系问题,认为大企业之所以能不断代替小企业,并成为企业跨界成长的一种趋势,主要原因在于规模经济对企业成长的作用。1965年新古典经济学派创始人阿尔弗雷德·马歇尔指出,企业跨界成长是因为存在规模经济,企业成长过程在一定阶段被认为是寻求最优规模的过程。美籍奥地利经济学家约瑟夫·熊彼特发展了马歇尔的理论,在1912年出版的《经济发展理论》一书中指出,企业家是创新的主体,其作用在于创造性地破坏市场的均衡(即“创造性破坏”)^[30]。企业跨界成长表现为敢于否定自己和创新,并创造性地打破市场均衡,是一种“创造性破坏”的螺旋式前进过程。罗纳德·科斯从交易成本概念出发,认为企业是一种契约机制,在不同领域的跨界可以使交易成本突破性地降低,实现跨界后利润和企业多重的成长^[31]。随着契约理论应用不断深入,这一理论为企业边界提供依据——企业边界的决定最终以最大化准租为前提。进一步地,根据爱迪思提出的生命周期理论,当企业成长到一定阶段,企业的边际经济利益将开始下滑,为获得更多更长久的经济利益,企业会在原有发展的基础上不断开拓创新,走新型跨界道路^[32]。总之,经济学视角研究的前提是“经济人”假设,而基于这一视角的研究难免忽视组织的社会、文化、心理属性。因此,为弥补经济学视角跨界成长研究的不足,将企业资源、能力及其技能作为研究对象和管理学视角跨界成长研究,有助于拓宽企业跨界成长问题的研究视野。

(二) 基于管理学视角的研究

从管理学视角研究企业跨界成长问题,最早可追溯至安索夫1957年在《哈佛商业评论》上发表的“多元化战略”一文,认为企业成长的实现可以通过选择市场渗透、市场开发、产品开发及多元化经营四种不同战略。除了市场渗透外,其它三种战略均有助于促进企业的跨界成长,尤其是非相关多元化战略可能导致更加明显的跨界成长。之后,阿尔弗雷德·钱德勒1962年在《战略与结构》一书中,以杜邦、通用汽车、新泽西标准石油和西尔斯四家公司为主要案例,详细考察了20世纪前期美国大企业从直线职能结构向多部门结构转变过程,认为企业在多元化扩张战略的引导下,规模逐步扩大,当积累一定资源后,会开始向不同地区或者不同产品市场的方向发展^[33]。进一步地,资源基础观认为^[34-35],企业是各种资源的集合体,由于各种不同的原因,企业拥有的资源禀赋并不完全相同,这种异质性决定了成长的内在动力和竞争优势的差异。核心能力理论^[36]研究表明,由于核心能力具有延展性,能够给企业衍生出一系列新的产品/服务,使企业得以扩展到新的相关业务领域。不过在动态变化的环境中,企业原有的核心能力可能成为阻碍企业发展的“包袱”,难以解释动态市场上企业如何获取竞争优势以及为什么某些企业具有持续竞争优势。在此背景下,Teece *et al.*^[37]提出了改变能力的概念,即动态能力的概念,并将动态能力定义为公司整合、构建、重新配置内部和外部能力以应对快速变化环境的能力,由此对企业跨界成长的动机和范围做出新的解释。由上可知,管理学视角的企业跨界成长研究呈现出从一般性管理理论向战略管理领域发展延伸的态势,企业跨界成长过程战略论的提出,使企业跨界成长与管理学科的结合更紧密,并引导人们从战略管理的角度探讨企业跨界成长问题。

(三) 基于组织生态学视角的研究

组织生态学(Organizational ecology)作为在组织种群生态理论上发展起来的一门新兴交叉学科,主要运用生态学的概念、模型、理论和方法对组织进行分析,其所关注的核心问题是:组织随时间的发展而变化。基于组织生态学的经典组织成长理论是1931年的吉布莱特定律(Gibrat's law),该定律认为企业规模在每个时期预期的增长值与该企业当前的规模成比例,而处于同一行业中的企业,无论规模大

如 Nerkar & Robert^[55]以美国制药行业作为样本对象研究表明,企业技术和产品-市场经验有助于促进新产品引入的成功,进而能够促进企业的成长和发展。Li, Wei, Liu^[56]发现创业导向与市场导向之间的交互作用会对知识并购产生正向影响。杜晓君和刘赫^[57]研究跨国并购战略类型与企业成长的关系,并探讨中间变量组织结构、组织经验、文化距离和相对规模对跨国并购战略类型与企业成长的调节作用。李元旭和姚明晖^[58]基于广东省制造业上市公司的实证分析表明,产业集聚度会对企业成长产生倒U型影响关系。

3. 企业间层面影响因素

企业间层面的影响因素涉及不同企业间的竞争关系或者合作联盟关系,不同性质的企业间关系会对企业跨界成长产生差异性影响。例如, Lai *et al.*^[59]研究表明,国际战略联盟一般经验以及联盟伙伴的国家来源和联盟类型等特定经验均具有积极价值性,并揭示了国际战略联盟经验的权变效应,即技术合作经验及新兴国家联盟伙伴经验促进了企业价值,而联盟复杂性和不确定性则会放大经验学习的效益。Vandaie and Zaheer^[60]针对1990—2010年期间美国电影工业中小型、独立工作室联盟活动与成长之间关系的研究结果表明,与大合作伙伴(即大型制片厂)进行更高层次联盟活动的企业,从其内部能力获取的成长利益更低。Larrañeta *et al.*^[61]认为,战略多样性能够促进新创企业成长,不过独资型新创企业能够获得更高的成长率。郑丹辉、李新春和李孔岳^[62]探讨了相对关系导向与新创企业成长之间的倒U型关系模式影响效应。

4. 企业内部影响因素

现有研究表明,企业跨界成长的内部相关影响因素具有多种表现形式,既涉及“人”的因素也涉及“物”的因素。其中,“人”的因素主要包括创始人离任模式^[63]、高管人口统计特征^{[17][19]};而“物”的因素主要包括绩效和规模目标的期望水平^[64]、创业导向^[65]等。

(二) 企业跨界成长的影响效应

1. 跨界成长的价值溢价

规模经济理论认为,企业跨界成长可以减少内部交易成本,提高资源的配置效率,达到管理上的协同效应和范围经济。前者能使企业达到节税的目的,后者能使企业在生产、人力和资金上共享,如在营业收入增长一倍时,企业设备、人力资本和资金成本并没有增长一倍,因此从投入产出角度看,跨界能带来企业整体绩效的提升。例如, Gugler *et al.*^[66]对1981—1998年间美国、英国、欧洲、日本等国家的跨国并购样本进行研究,发现,尽管国别和行业并没有对并购后的利润产生显著影响,但平均而言并购后并购企业的利润显著增加。姜付秀等人^[67]利用我国上市公司2001—2004年的数据进行研究,发现,跨界对企业价值具有正的影响。Schilke^[68]提出成功的跨界现象比比皆是,合适的战略加上良好的市场契机必能创造价值,提高企业绩效。上述研究均表明,跨界成长在一定程度上能够增加企业价值。

2. 跨界成长的价值折价

现有文献研究表明,跨界可能增加企业的价值,但也可能企业价值产生损害作用。例如, Servaes^[69]发现,多元化跨界会对企业绩效产生消极的影响。Gugler^[70]对1981至1998年美国、日本等发达国家及其他国家发生的跨国并购进行比较分析,发现各国企业跨国并购后的1至5年中,经营绩效在一定程度上有所增加,反而销售收入显著降低。在国内,柳建华^[71]认为,跨界战略会降低企业价值,即所谓的跨界折价现象。邓新明^[72]以民营企业为样本发现,总体上企业跨界多元化与绩效呈负相关关系,非相关跨界负向影响绩效。由此企业跨界成长存在损害企业绩效的负向效应。

3. 跨界成长的价值中立性

关于跨界成长的价值影响效应,国内外有少数研究间接显示其价值中立性。例如, Gort^[23]通过产业数量、专业化比率来衡量跨界的程度,并对1947年至1957年美国111家大公司分析结果显示,跨界与利润率之间基本不存在相关性。Grinyer *et al.*^[73]对48家英国企业进行统计分析结果表明,跨界战略与公司绩效没有明显的关系。李梅^[74]对中国企业跨国并购经营绩效的研究表明,中国企业跨国并购的长期绩效整体来看并没有得到明显改变。

综上可知,现实情形是,部分公司因实施跨界战略而取得了巨大的成就,部分公司却因跨界而陷入困境乃至破产。因而,难以准确地说跨界成长必定是一种成功的战略或者失败的战略,企业跨界成长的价值效应存在明显的复杂性和情境依赖性。

(三) 研究模型构建的基础

长期以来,国内外学术界从不同角度直接或者间接探讨了企业跨界成长问题,从演进过程来看这些研究视角可划分为外生、内生和复合视角三大类。首先是外生基础观的企业跨界成长研究,涉及新古典经济学对企业成长规律的阐述、新制度经济学的交易费用理论、波特的产业组织定位学派、爱迪斯企业生命周期理论、纳尔逊和温特经济变迁演化理论等。该视角的理论强调外部因素尤其是市场结构对企业跨界成长的决定作用,但忽视了企业内部资源的促进作用,具有一定局限性。其次是内生基础观的企业跨界成长研究,涉及彭罗斯生产资源基础观、钱德勒企业管理与技术基础论、巴尼资源基础观、普拉哈拉德和哈默核心能力观、蒂斯动态能力观等。该视角的理论认为企业的内生性因素(资源、能力、知识等)决定了企业成长的程度和范围,是企业跨界成长的主导因素。最后是复合基础观的企业跨界成长研究。例如,陆亚东和孙金云^[75]提出了一种复合基础观的中国企业成长战略,即企业对拥有或从外部购买的资源,通过创新、整合的方式进行使用,从而创造出独特的竞争优势或发展路径。Vandaie and Zaheer^[60]结合企业能力内部维度与外部观,分析美国小型独立电影公司与大型合作伙伴联盟活动对成长收益的影响效应。

总体而言,企业跨界成长理论研究经历了由外生基础观到内生基础观再向复合基础观的演变,反映了研究者对企业跨界成长的认识从静态到动态、从被动到主动的发展趋势,这些理论演进脉络在认识上经历了一个复杂的思想轨迹,即企业在“积累→扩张→再生”的不同生命状态中,体现不同的知识和管理要求。结合前文对于“界”这一概念丰富内涵与外延的阐述,未来对于企业跨界成长的研究,应该立足于复合基础观,综合考虑企业跨界成长的前置变量因素及后置影响效应,同时深入剖析不同变量因素对企业跨界成长的作用机理,从而形成更加系统且具前瞻性的相关研究成果。

(四) 企业跨界成长研究模型构建

综合考虑现有研究局限性及未来发展趋势,本文构建企业跨界成长研究概念模型如图1所示。由此可知,企业跨界成长(包括方向和方式)可能受到权利主体和非权利主体特征的直接影响与间接影响,而这两类主体特征又会受到企业外部环境和内部组织条件的驱动影响作用。进一步地,不同维度企业跨界成长战略选择可能会导致差异性的组织后果,而反过来不同组织后果也可能诱发企业跨界成长的发生。因此,企业跨界成长的发生、实现及其后果具有复杂联动影响效应,需要系统思考、整体设计及协同推进。

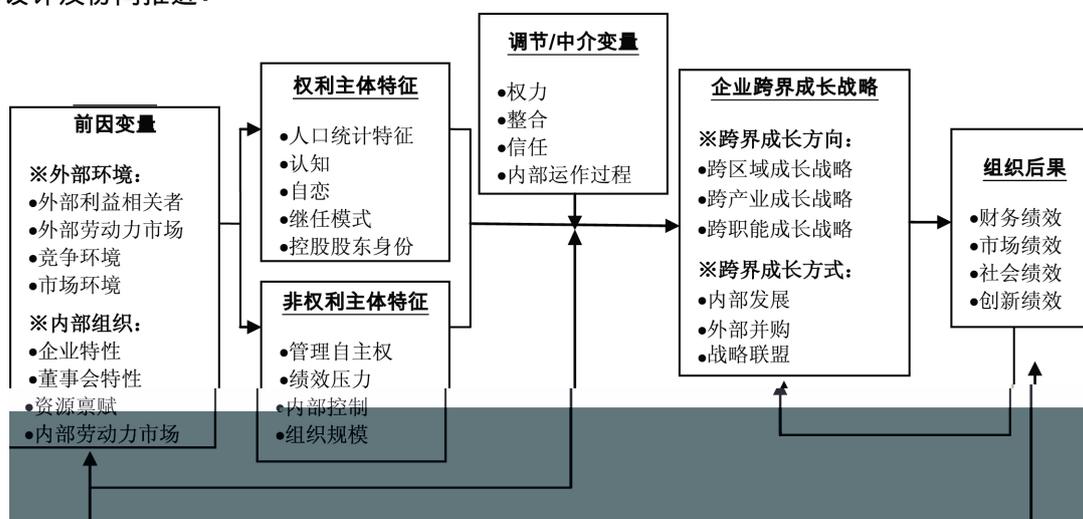


图1 企业跨界成长研究概念模型

五、研究局限性与未来展望

(一) 现有研究局限性

由上可知,迄今国内外学者已经从多个角度直接或者间接地探讨了企业跨界成长相关问题,并形成了富有成效的研究成果,为后续研究提供了较好的基础和启示。不过,现有研究也存在一些局限性,需要进一步深入研究和探讨。

(1) 从研究主题来看,现有研究对于“界”的理解范围较为狭窄或者零散,大多侧重于企业跨地理区域尤其是跨国界,缺少对“界”的内涵与外延进行系统性阐述,对企业跨界成长维度的划分以及如何对企业跨界成长进行测量尚未形成定论。这既与企业跨界成长概念缺乏一致认可的标准化定义有关,又与企业跨界成长构成维度和测量的复杂性有关。

(2) 从理论基础来看,现有文献中几乎没有直接针对企业跨界成长理论的研究,而是大多偏向于企业成长、变革或者转型等。由此导致尽管现有文献已经形成了企业成长的完整理论体系,但缺乏对企业跨界成长理论研究,进而使得国内外围绕企业跨界为主题的研究流派纷呈,但研究内容显得较为零散,并没有形成一个系统的理论知识体系。

(3) 从企业外部情境来看,现有研究大多立足于传统制造业环境,而没有充分结合当今日益突显的“互联网+”情境。随着智能移动终端的普及、多样化及大数据云计算能力,各传统行业尤其是零售、金融、制造、医疗、教育等将与互联网加速融合,“互联网+”势必对各行业企业产生颠覆性影响。

(4) 从战略决策主体看,现有研究要么侧重于企业跨界成长战略决策的物化因素,要么侧重于部分个体的因素,而没有立足系统观同时纳入“物”和“人”两方面重要因素,并综合考虑“物”、“人”以及“物”与“人”之间的不同关系模式,进而系统地考察企业跨界成长相关问题。

(5) 从研究内容来看,目前对于跨界成长研究大多停留在定性分析上,定量分析研究较为缺乏,即便现有少数相关实证研究也大多侧重探讨企业成长和跨国并购的影响因素及其对有关变量的影响效应等,而缺乏根据国家、企业外部和内部环境提出适用于企业发展的跨界成长方式和方向,更没有围绕企业跨界成长构建一个完整性的理论分析框架。

(6) 从研究方法来看,现有研究侧重采用描述性方法或者统计分析方法进行相关研究,而缺乏综合采取理论演绎、统计分析、典型案例以及实验模拟相结合方法,对此命题进行系统深入地研究和探讨。

(二) 未来研究展望

为进一步拓宽企业跨界成长的研究空间,未来相关研究可侧重于以下四方面。其一,全面系统地界定企业跨界成长的概念内涵、维度划分并设计相应的测量指标体系。鉴于能否准确界定并测量企业跨界成长概念维度,直接构成企业跨界成长前置影响因素和后置影响效应的基础,进而影响企业跨界成长的解释功效,未来研究需要考虑如何设计企业跨界成长概念维度的不同测量方法和指标体系。特别地,在具体测量时,变量维度的构建不仅需要关注企业跨界成长本身,还可关注其维度层面(比如跨界成长方式、方向)的构念,从多维度立体式界定企业跨界成长。其二,深入挖掘和提炼企业跨界成长的内在理论基础。由于现有研究大多源于企业成长、变革或者转型等领域知识,而缺乏直接针对企业跨界成长的相关理论探讨,由此将会限制企业跨界成长研究的应用范围,未来需要借鉴多学科前沿成果并采用典型案例等不同方法,着力构建企业跨界成长的完整理论体系,从而为全面系统地考察企业跨界成长的前置影响因素、后置影响效应,以及中间的作用机理、路径、模式及其治理等命题提供基础。其三,立足于“互联网+”情境拓宽企业跨界成长研究范围和新视野。随着“互联网+”时代的来临,行业边界越来越模糊,任意两个不相关企业在某种程度上都能实现跨界合作,由此企业经营环境日益出现显著变化,不同产业结构必然发生调整、演变及融合,企业跨界成长的影响因素越来越复杂。因而企业跨界成长理论研究的广度和深度也需做出相应拓展,比如将知识理论、演化思想、复杂性科学等前沿研究理念与方法嫁接于企业跨界成长过程。其四,综合采用理论与实证相结合方法探析企业跨界成长的前因、后果及其机理。目前国内外直接针对企业跨界成长的研究大多侧重于定性描述,

尚缺乏深入系统地理论研究,相关实证研究则更显不足。考虑到跨界成长的丰富内涵与外延,未来研究需要结合不同研究方法,深入挖掘和剖析企业跨界成长过程中的关键性影响因素,致力于探讨企业跨界成长的形成机制、作用机理和路径,以及跨界成长对企业绩效和竞争优势的影响效应等相关命题。

参考文献:

- [1]王永丽,郑婉玉.双重角色定位下的工会跨界职能履行及作用效果分析[J].管理世界,2012(10):130-145.
- [2]TOSUN C,TIMOTHY D J,PARPAIRIS A,MACDONALD D. Cross-border cooperation in tourism marketing growth strategies[J]. Journal of travel & tourism marketing,2005,18(1):5-23.
- [3]TORRES A,JASSO J. Cross border acquisitions and mergers:the learning process of the mexican corporative groups[J]. Innovation management policy & practice,2005,7(2-3):240-255.
- [4]KANG N H,JOHANSON S. Cross-border mergers and acquisitions [J]. Oecd,2000,5(3):207-239.
- [5]汪建成. 中国企业跨省、跨国扩张战略对绩效的影响—基于A股上市公司的实证研究[J]. 管理评论,2008,20(3):39-44.
- [6]徐明霞,汪秀琼,王欢. 基于制度基础观的企业区域多元化进入模式研究述评[J]. 外国经济与管理,2010(9):23-29.
- [7]黄嫔丽,赵妙荻,蓝海林. 中国企业国内横向整合与国际化所有权优势[J]. 管理学报,2015,12(3):332-341.
- [8]毛蕴诗. 多元化经营三维模型及多元化经营的几个命题[J]. 中山大学学报(社会科学版),2004,44(6):211-217.
- [9]TALLMAN S,LI J. Effects of international diversity and product diversity on the performance of multinational firms[J]. Academy of management journal,1996,39(1):179-196.
- [10]GERINGER J M,BEAMISH P W,DACOSTA R C. Diversification strategy and internationalisation: Implication for MNE performance[J]. Strategic management journal,1989,10(2):109-119.
- [11]汪建成,毛蕴诗. 中国上市公司扩展的业务、地域多元化战略研究[J]. 管理世界,2006(2):152-153.
- [12]ANSOFF H I. Strategies for diversity [J]. Harvard business review,1957,35(5):113-124.
- [13]PENROSE E T. The theory of the growth of the firm[M]. Oxford:basil blackwell publisher,1959.
- [14]JACQUEMIN A P,BERRY C H. Entropy measure of diversification and corporate growth[J]. Journal of industrial economics,1979,27(4):359-369.
- [15]GORT M. Diversification and integration in american industry [M]. Princeton university press,1962.
- [16]RUMELT R P. Strategy, structure and economic performance [M]. Cambridge,MA:harvard university press,1974.
- [17]WIERSEMA M F,BANTEL K A. Top management team demography and corporate strategic change[J]. Academy of management journal,1992,35(1):91-121.
- [18]HAMBRICK D C,CHO T S,CHEN M J. The influence of top management team heterogeneity on firm's competitive moves [J]. Administrative science quarterly,1996,41(4):659-684.
- [19]杨林. 高管团队垂直对差异与创业战略导向:企业所有制与产业环境的调节作用[J]. 南开管理评论,2014(1):134-144.
- [20]KIM C,KIM S,PANTZALIS C. Firm diversification and earnings volatility:an empirical analysis of U. S. —based MNCs [J]. American business review,2001,19(1):26-38.
- [21]GRANT R M,JAMMINE A P,HOWARD T. Diversity, diversification and profitability among British manufacturing companies,1972-84[J]. Academy of management journal,1988,31(4):771-802.
- [22]SIMMONDS P G. The combined diversification breadth and mode dimensions and the performance of large diversified firms [J]. Strategic management journal,1990,11(5):399-410.
- [23]GORT M. Diversification and integration in american industry [M]. Princeton:princeton university press,1962.
- [24]RUMELT R P. Strategy, structure and economic performance [M]. Boston:harvard university harvard press,1974.
- [25]KIM W C,HWANG P,BURGERS W P. Global diversification strategy and corporate profit performance [J]. Strategic

- management journal ,1989 ,10(1) :45-57.
- [26]ADELMAN M A. Concept and statistical measurement of vertical integration [M]. National bureau of economic research , Inc ,1955.
- [27]MADDIGAN R J. The measurement of vertical integration [J]. Review of economics & statistics ,1981 ,63(3) :328-335.
- [28]DAIVS S W ,MORRIS C. A new index of vertical integration:Some estimates for UK manufacturing [J]. International journal of industrial organization ,1995 ,13(2) :151-177.
- [29]SMITH A. An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations [M]. New York:the modern library ,1976.
- [30]SCHUMPETER J. The economic theory of development [M]. Oxford:oxford university press ,1912.
- [31]COASE R. The nature of a firm [J]. Economica ,1937(4) :386-405.
- [32]ADIZES I. Managing corporate lifecycles:how organizations grow age & die [M]. Adizes instiute publications ,1999.
- [33]CHANDLER A D. Strategy and structure [M]. Cambridge ,MA:mit press ,1962.
- [34]WERNERFELT B. A resource-based view of the firm [J]. Strategic management journal ,1984 ,5(2) :171-180.
- [35]BARNEY J B. Firm resources and sustained competitive advantage [J]. Journal of management ,1991 ,17(1) :99-120.
- [36]PRAHALAD C K ,HAMEL G. The core competence of the corporation [J]. Harvard business review ,1990 ,68(3) :79-91.
- [37]TEECE D J ,PISANO G ,SHUEN A. Dynamic capabilities and strategic management [J]. Strategic management journal , 1997 ,18(7) :509-533.
- [38]PAN G ,CHEN S ,CHANG T. Does Gibrat's law hold in the insurance industry of China? A test with sequential panel selection method [J]. Panoeconomicus 2012(3) :311-324.
- [39]MCCLOUGHAN P. Simulation of concentration development from modified Gibrat growth-entry-exit processes [J]. Journal of industrial economics ,1995 ,43(4) :405-33.
- [40]SUTTON J. Matching as an econometric evaluation estimator [J]. Review of economic studies ,1997 ,65(2) :3-13.
- [41]MOORE J F. Wal-Mart stores:predators and prey:a new ecology of competition [J]. Harvard business review ,1993 ,71(3) :75-86.
- [42]NEISSER U. Cognitive psychology [M]. Englewood cliffs:prentice-hall ,1967.
- [43]PORAC J F ,THOMAS H ,BADEN-FULLER C. Competitive groups as cognitive communities:the case of Scottish knitwear manufacturers [J]. Journal of management studies ,1989 ,26(4) :397-416.
- [44]TRIPSAS M ,GAVETTI G. Capabilities ,cognition ,and inertia:evidence from digital imaging [J]. Strategic management journal 2000 ,21(10-11) :1147-1161.
- [45]杨林,俞安平.企业家认知对企业战略变革前瞻性的影响:知识创造过程的中介效应 [J].南开管理评论 ,2016(1) :120-133.
- [46]DONNAN H ,WILSON T M. Borders:frontiers of identity ,nation and state [M]. Berg ,1999.
- [47]HISEY K B ,CAVES R E. Diversification strategy and choice of country:diversifying acquisitions abroad by U. S. multinationals ,1978—1980 [J]. Journal of international business studies ,1985 ,16(2) :51-64.
- [48]DELIOS A ,HENISZ W. Political hazards ,experience and sequential entry strategies:the international expansion of Japanese firms ,1980—1998 [J]. Strategic management journal 2003 ,24(11) :53-64.
- [49]BOATENG A ,QIAN W ,TIANLE Y. Cross-border M&As by Chinese firms:an analysis of strategic motives and performance [J]. Thunderbird international business review 2008 ,50(4) :259-270.
- [50]LEE S ,SHENKAR O ,LI J. Cultural distance ,investment flow and control in cross-border cooperation [J]. Strategic management journal 2008 ,29(10) :1117-1125.
- [51]POGHOSYAN T ,DE HAAN J. Determinants of cross-border bank acquisitions in transition economies [J]. Economics of transition 2010 ,18(4) :671-696.
- [52]XIA J. Mutual dependence ,partner substitutability ,and repeated partnership:the survival of cross-border alliances [J].

- Strategic management journal 2011 32(3):229-253.
- [53] EGGERS J P. All experience is not created equal: learning, adapting, and focusing in product portfolio management [J]. Strategic management journal 2012 33(3):315-335.
- [54] 杜传忠, 郭树龙. 经济转轨期中国企业成长的影响因素及其机理分析 [J]. 中国工业经济 2012(11):97-109.
- [55] NERKAR A, ROBERT P W. Technological and product-market experience and the success of new product innovations in the pharmaceutical industry [J]. Strategic management journal 2004 25(8-9):779-799.
- [56] LI Y, WEI Z, LIU Y. Strategic orientations, knowledge acquisition, and firm performance: the perspective of the vendor in cross-border outsourcing [J]. Journal of management studies 2010 47(8):1457-1482.
- [57] 杜晓君, 刘赫. 跨国并购战略类型、组织因素与企业成长——基于中国海外上市公司的实证研究 [J]. 国际贸易问题 2010(6):103-111.
- [58] 李元旭, 姚明晖. 产业集聚度与企业成长的倒 U 形关系研究——基于广东省制造业上市公司面板数据的实证分析 [J]. 复旦学报(社会科学版) 2013 55(6):131-142.
- [59] LAI J, CHANG S, CHEN S. Is experience valuable in international strategic alliances? [J]. Journal of international management 2010 16(3):247-261.
- [60] VANDAIE R, ZAHEER A. Surviving bear hugs: firm capability, large partner alliances, and growth [J]. Strategic management journal 2014 35(4):566-577.
- [61] LARRAÑETA B, ZAHRA S A, GONZÁLEZ J L G. Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism [J]. Strategic management journal 2014 35(5):761-772.
- [62] 郑丹辉, 李新春, 李孔岳. 相对关系导向与新创企业成长: 制度环境的调节作用 [J]. 管理学报 2014 11(4):510-519.
- [63] 贺小刚, 张远飞, 梅琳. 创始人离任对企业成长的影响分析 [J]. 管理学报 2013 10(6):816-823.
- [64] GREVE H R. A behavioral theory of firm growth: sequential attention to size and performance goals [J]. Academy of management journal 2008 51(3):476-494.
- [65] 邢钰, 郑丹辉. 创业导向对企业成长的影响机制: 一种结构性观点 [J]. 南方经济 2014 32(2):74-88.
- [66] GUGLER K, MUELLER D C, YURTOGLU B B, ZULEHNER C. The effects of mergers: an international comparison [J]. International journal of industrial organization 2003 21(5):625-653.
- [67] 姜付秀, 刘志彪, 陆正飞. 多元化经营、企业价值与收益波动研究——以中国上市公司为例的实证研究 [J]. 财经问题研究 2006(11):27-35.
- [68] SCHILKE O. On the contingent value of dynamic capabilities for competitive advantage: the nonlinear moderating effect of environmental dynamism [J]. Strategic management journal 2014 35(2):179-203.
- [69] SERVAES H. The value of diversification during the conglomerate merger wave [J]. Journal of finance 1996 51(4):1201-1225.
- [70] GUGLER K. Corporate governance, dividend payout policy, and the interrelation between dividends, R&D, and capital investment [J]. Journal of banking & finance 2003 27(7):1297-1321.
- [71] 柳建华. 多元化投资、代理问题与企业绩效 [J]. 金融研究 2009(7):104-120.
- [72] 邓新明. 我国民营企业政治关联、多元化战略与公司绩效 [J]. 南开管理评论 2011 14(4):4-15.
- [73] GRINYER P H, AL-BAZZAZ S. Strategy, structure, the environment, and financial performance in 48 United Kingdom companies [J]. Academy of management journal 1980 23(2):193-220.
- [74] 李梅. 人力资本、研发投入与对外直接投资的逆向技术溢出 [J]. 世界经济研究 2010(10):69-75.
- [75] 陆亚东, 孙金云. 中国企业成长战略新视角: 复合基础观的概念、内涵与方法 [J]. 管理世界 2013(10):106-117.

(责任编辑: 黄明晴; 英文校对: 陈芙蓉)

Enterprise cross-border growth: concept explanation , research context and model building

YANG Lin ,LIU Juan ,CHEN Jiling

(School of Business Administration , Nanjing University of Finance and Economics , Nanjing 210023 , China)

Abstract: In the ever-increasing complex and uncertain environment , cross-border growth has increasingly become an important strategic choice for an enterprise to achieve sustainable development , which is widely regarded by both domestic and international theories and industry. This paper mainly focuses on the topic of cross-border growth and tries to conduct a systematic review of the related literatures. First , the concept of cross-border growth and its measurement indicators are systematically defined. Second , the development veins of cross-border growth from multidisciplinary perspective are reviewed. Finally , the paper , through analyzing the research basis , influencing factors and their effects of enterprise cross-border growth , constructs the research model of enterprise cross-border growth and further proposes the future research fields.

Key words: enterprise cross-border growth; concept explanation; research context; model building

《南京财经大学学报》征稿启事

《南京财经大学学报》是江苏省教育厅主管、南京财经大学主办的人文社会科学综合性学术期刊，双月刊，CN:32-1719/F。自1987年公开发行人以来，先后被评为中国人文社会科学核心期刊、全国优秀人文社会科学学报、江苏省一级期刊、江苏省期刊方阵优秀提名期刊。为中国期刊网、中文科技期刊数据库、CEPS中文电子期刊服务数据库、中国学术期刊(光盘版)全文收录、人大“复印报刊资料”重要转载来源期刊。

《南京财经大学学报》设置的主要栏目有名家专稿、国民经济与产业经济、金融与财税、财务与会计、工商管理与公共管理、服务经济与服务贸易等。为进一步提高刊物质量，加强学术交流，诚挚向全国高校、科研院所以及社会各界从事相关研究的专家和学者征稿。

1. 投稿网址：<http://njjj.cbpt.cnki.net/>。
2. 稿件要求：来稿内容与栏目相契合，字数8000-12000字为宜。
3. 优稿优酬：本刊实行匿名审稿制度，所有录用稿件免收版面费，并酌情给付稿费，优稿优酬。
4. 请勿一稿多投。2个月内未收到本刊的用稿通知，作者可自行处理文稿。
5. 欢迎各位学者来电或邮件咨询，电话：025-86718789 83495963；Email：ncbjb@nufe.edu.cn。

《南京财经大学学报》编辑部

2017年7月7日