

doi:10.16060/j.cnki.issn2095-8072.2020.05.009

双元战略与国际化绩效：企业能力的中介效应^{*}

王益民¹ 王艺霖²

(1. 山东大学管理学院, 济南 250100; 2. 济南大学商学院, 济南 250002)

摘 要：国际化程度与国际化绩效的关系是国际企业管理的经典研究和重要议题，但对二者关系的现有研究呈现“混杂”状态。为突破这一现状，本文引入双元理论视角，进一步拓展和细化渐进国际化与激进国际化平衡的双元思想，在此基础上，考察双元战略与国际化绩效的关系，并引入企业能力这一重要变量进行深入研究。通过整合中国海关数据库和中国工业企业数据库的数据进行实证研究发现，企业在进行国际化扩张的过程中，相较于开发战略和探索战略，实施双元战略更有利于企业的国际化绩效提升，而且双元战略对国际化绩效的提升需要经由企业能力提升这一路径实现。

关键词：双元战略；企业能力；国际化绩效

中图分类号：F272

文献标识码：A

文章编号：2095—8072(2020)05—0115—10

一、研究背景

战略选择视角指出，企业国际化是一种战略选择，它在很大程度上决定了企业的绩效和生存，对企业成功至关重要。^①但是，企业国际化战略的选择是复杂的。基于企业成长理论和企业行为理论的国际化进程模型指出，企业应该在国内市场积累一定的管理经验之后，选择与母国距离由近及远的海外市场渐进式进入。^②与此相反，国际创业理论认为，企业应该在生命周期的早期进入海外市场，抓住海外市场机会，快速国际化。^③随着对国际化企业异质性特征的识别，已有学者指出国际化企业并不是同质企业群体，有天生全球化企业、天生区域化企业、再次天生全球化企业等。^④不同的国际化战略均遭到了一些批判，例如，研究表明，渐进式扩张模式虽然降低了扩张的失败率，但并不会增加企业的总体盈利能力。^⑤企业在进行海外扩张的时候，并不总是首先进入心理距离接近的国家。^⑥同时，越来越多的研究表明，在国际化扩张

^{*} 基金项目：本文受国家社科基金重大项目(项目编号：18ZDA057)、国家自然科学基金资助项目(项目编号：71572098)、山东省社会科学规划研究项目(项目编号：16DGLJ02)、济南大学科研基金项目(项目编号：16YB05)、济南大学社科项目(项目编号：17YY04)的资助。本文通信作者为王艺霖。

① I. Filatotchev, J. Piesse, “R&D, Internationalization and Growth of Newly Listed Firms: European Evidence”, *Journal of International Business Studies*, 2009, 40(8):1260–1276.

② J. Johanson, J. E. Vahlne, “The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments”, *Journal of International Business Studies*, 1977, 8(1):23–32.

③ B. M. Oviatt, P. P. McDougall, “Toward a Theory of International New Ventures”, *Journal of International Business Studies*, 1994, 25(1):45–64.

④ A. M. Rugman, A. A. Verbeke, “Perspective on Regional and Global Strategies of Multinational Enterprises”, *Journal of International Business Studies*, 2004, 35(1):3–18; J. Bell, R. McNaughton, and S. Young, “‘Born-again Global’ Firms: An Extension to the ‘Born Global’ Phenomenon”, *Journal of International Management*, 2001, 7(3):173–189.

⑤ A. Delios, P. W. Beamish, “Survival and Profitability: The Roles of Experience and Intangible Assets in Foreign Subsidiary Performance”, *Academy of Management Journal*, 2001, 44(5):1028–1038.

⑥ S. Sui, M. Baum, “Internationalization Strategy, Firm Resources and the Survival of SMEs in the Export Market”, *Journal of International Business Studies*, 2014, 45(7):821–841.

过程中，获得成功的企业总是展示了一定程度的双元特征。^①例如，柴忠东等详细比较了亚洲新兴市场跨国公司与传统型跨国公司，指出亚洲新兴市场跨国公司越来越多地展示出加速度、双重路径等特征。^②当今中国已经从一个制造工厂转变为对外直接投资的重要参与者，通过并购、联盟等方式，逐步走向全球价值链两端，实现价值提升。一方面，中国企业呈现出符合乌普萨拉模型所描述的渐进国际化特征，一些大型制造企业通过出口等方式积累了国际化经验之后开始利用设立海外子公司、收购等较为激进的方式开展国际化，以获取优势资源和海外市场。另一方面，中国企业国际化也呈现出加速和跳跃式发展。例如，Lyles等通过实证研究发现，在200家样本企业中，50%的样本企业遵循了乌普萨拉模型所描述的渐进阶段式发展，另外50%的样本企业则与之相反，采用了更加激进冒险的对外直接投资方式。^③

然而围绕国际化战略与绩效的研究呈现出大量不一致的结论。例如，国际化程度与绩效的关系有正相关、负相关、不相关、U型、倒U型、M型等。^④双元战略与绩效的关系有正相关、不相关、倒U型等关系类型。^⑤这些研究表明，国际化战略选择与绩效之间并不是简单的线性或者非线性关系，国际化战略选择并不直接带来绩效提升。基于企业资源基础观和动态能力理论，国际化战略选择应该在拓展和完善已有能力并构建新能力的基础上，才能促进国际化绩效的提升。

本文试图围绕时间和区位两大国际化战略的核心要素，在以上经典研究的基础上，将前沿文献中的国际化时间维度与空间维度用双元理论视角加以综合分析，进一步拓展和细化已有的渐进国际化与激进国际化平衡的双元思想，并在此基础上，进一步考察企业能力的中介效应，揭示出双元战略对国际化绩效提升需要经由企业能力提升这一路径实现。

二、理论分析与研究假设

（一）国际化情境下的双元战略

企业的国际化扩张战略被视为在海外市场参与水平增加的一个动态过程。^⑥早期研究将国际化扩张视为一个有顺序的、路径依赖的学习过程，^⑦其背后的假设是企业为风险厌恶型。然而，在全球化浪潮下，企业逐渐减少了原有的在每个新进入国家重

① C.Prange, S.Verdier, "Dynamic Capabilities, Internationalization Processes and Performance", *Journal of World Business*, 2011, 46(1):126-133; Y.Luo, H.Rui, "An Ambidexterity Perspective toward Multinational Enterprises from Emerging Economies", *The Academy of Management Perspectives*, 2009, 23(4):49-70.

② 柴忠东, 孙卓. 亚洲新兴市场企业“加速的国际化”现象剖析[J]. 中大管理研究, 2012, 7(2):13-34.

③ M.Lyles, D.Li, and H.Yan, "Chinese Outward Foreign Direct Investment Performance: The Role of Learning", *Management and Organization Review*, 2014, 10(3):411-437.

④ 陈立敏. 国际化战略与企业绩效关系的争议——国际研究评述[J]. 南开管理评论, 2014, 5(5):112-125; 曾德明, 苏亚, 万炜. 国际化程度和企业绩效M型曲线关系研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2016, 37(4): 25-34.

⑤ N.Venkatraman, C. H.Lee, B. Iyer, "Strategic Ambidexterity and Sales Growth: A Longitudinal Test in the Software Sector", Unpublished Manuscript (Earlier Version Presented at the Academy of Management Meetings, 2005); J. J. Ebben, A. C. Johnson, "Efficiency, Flexibility, or Both? Evidence Linking Strategy to Performance in Small Firms", *Strategic Management Journal*, 2005, 26(13):1249-1259; K.Caspin-wagner, S.Ellis, and A.Tishler, "Balancing Exploration and Exploitation for Firm's Superior Performance: The Role of the Environment", *Annual Meetings of the Academy of Management*, 2012.

⑥ L. S. Welch, R. Luostarinen, "Internationalization: Evolution of a Concept", *Journal of General Management*, 1988, 14(2):4-55.

⑦ J. Johanson, J. E.Vahlne, "The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments", *Journal of International Business Studies*, 1977, 8(1):23-32.

复价值链的扩张行为,重新配置其价值链成为一种新兴的模式。^①在具体的行为表现上,一方面,企业呈现出时间上激进或渐进的不同扩张模式;另一方面,在空间上呈现出进入较远或者较近的文化环境中区位扩张的动态变化。

在时间维度方面,国际创业领域的先驱学者Oviatt等提出了进入速度(speed of entry),即“企业成立到第一次国际化所经历的时间”,^②进而将成立之后不久即进入海外市场的国际化扩张视为激进的国际化扩张,成为有别于Johanson等提出的渐进国际化扩张(GI)的一种新的国际化扩张战略,这些研究成为国际化扩张战略相关研究动态化的基础。^③

在空间维度方面,国际化扩张的动态性体现在进入海外市场的区域性选择上。传统国际化理论,尤其是国际化阶段理论提出,企业的国际化扩张是渐进的,并且是随着国际化经验的增加而逐渐增加投入水平承诺的过程,是从相较于母国的心理距离近的国家逐渐扩张到心理距离远的国家的过程。在这个渐进扩张的过程中,企业通过不断积累国际化经验和知识来降低国际化扩张的风险,从而获得企业的生存和发展。但是,企业并不总是首先进入文化距离或者心理距离近的国家,这种开发战略并不总是成功的,^④天生全球化(BG)理论认为,企业在成立之后不久就进入了分布全球化的市场,这种激进冒险性战略行为会导致企业去探索新的机会和资源,从而获得较高的潜在学习效应。^⑤

一个将时间维度与空间维度相结合的研究范式就是双元研究范式。通过开发(exploitation)和探索(exploration)来实现组织的长期生存和发展是双元研究范式的核心。其中,开发定义为“完善、选择、生产、效率、选择、实施和执行”,探索则包括“搜索、变化、冒险、实验、博弈、柔性、发现和创新”。^⑥

企业在成立之后不久即开始进入海外市场是一种激进冒险型的国际化战略,其背后反映的是企业探索性的国际化战略模式。企业在海外市场的选择上,进入与母国距离较近的东道国,抓住那些与已有业务紧密相关的机会,逐步扩张到邻国市场的渐进扩张战略,是企业改进和完善已有的知识基础,将已经积累的知识经验应用到类似的国际化情境中的战略,其背后反映的是企业开发性的国际化战略模式。进一步地,风险厌恶型企业专注于实现成功的扩张,而全球化视野则要求企业比竞争对手学得更快,即企业更应该通过在扩张中学习,进而争夺全球主导地位。因此,短期扩张成功与未来成功的长期收益之间存在取舍。企业需要平衡国际化扩张中的开发和探索。在此基础上,天生区域化(BR)理论进一步证实,采用激进的国际化扩张战略的企业

① H. G. Barkema, R. Drogendijk, “Internationalising in Small, Incremental or Larger Steps?”, *Journal of International Business Studies*, 2007, 38(7):1132-1148.

② B. M. Oviatt, P. P. McDougall, “Toward a Theory of International New Ventures”, *Journal of International Business Studies*, 1994, 25(1):45-64.

③ J. Johanson, J. E. Vahlne, “The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments”, *Journal of International Business Studies*, 1977, 8(1):23-32.

④ W. Mitchell, J. M. Shaver and B. Yeung, “Foreign Entrant Survival and Foreign Market Share: Canadian Companies' Experience in United States Medical Sector Markets”, *Strategic Management Journal*, 1994, 15(7):555-567.

⑤ E. Autio, H. J. Sapienza, and J. G. Almeida, “Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity, and Imitability on International Growth”, *Academy of Management Journal*, 2000, 43(5):909-924; H. J. Sapienza, E. Autio, G. George, et al., “A Capabilities Perspective on the Effects of Early Internationalization on Firm Survival and Growth”, *Academy of Management Review*, 2006, 31(4):914-933.

⑥ J. G. March, “Exploration and Exploitation in Organizational Learning”, *Organization Science*, 1991, 2(1):71-87.

所进入的海外市场是呈现以母国为中心的区域分布，采用这种战略的企业一方面在时间上是激进的，另一方面在空间上是渐进的，是同时考虑了探索与开发的双元战略。^①这一战略的实施，一方面专注于企业已有的知识基础实现短期成功，另一方面，通过在扩张中学习，专注于企业的长期发展。

（二）二元战略与国际化绩效的关系

在理论上，在March提出的开发—探索框架下，双元有利于企业的生存与发展是双元经典研究的基本假设前提。但是，围绕双元与绩效的关系的实证研究却出现了诸多不一致的结论，例如：正相关、不相关、倒U型等关系类型。^②经过对相关文献的梳理发现，双元与绩效之间的关系之所以出现矛盾的结论，可能的原因在于：双元研究已经拓展到许多不同领域，如战略创业、战略管理、技术创新、组织学习等，在不同领域内双元被赋予的理论内涵不同，进而导致对双元的衡量存在较大差异。例如，在数据的获得上，有通过问卷调查获得的一手数据，有通过数据库、年报等整理得到的二手数据；在数据分析上，有对年报、有关公司的新闻报道等资料进行内容分析的处理方式，并且对横截面数据和纵贯数据的处理方式不同；在对双元的具体衡量上，有的是以开发与探索的交互效应作为双元，有的是利用生态竞争理论中生态位重叠的方法进行计算等等。这些不同方式的采用对实证研究结果具有较大影响。

在对开发与探索的关系进行辩证性分析的基础上，Gupta等的经典理论研究指出，开发与探索之间既可能是互补性关系，也可能是互斥性关系，因此在不同情境下通过不同的方式来实现双元对绩效的积极效应是可行的。^③已有研究明确指出，过分强调探索或者过分强调开发都对企业绩效产生不利影响。^④企业在国际化扩张过程中，时间与空间是两个重要维度。速度太快且空间太远对于企业来说，是一种追求新的机会、冒险性较大的探索战略；而进入海外市场较晚、渐进式进入海外市场对于企业来说是充分利用已有知识的开发战略。企业只有积极追求新的机会，同时充分利用已有的知识，实现开发与探索的平衡，即实现双元战略才是实现更高绩效的有效方式。同时，一些前瞻性研究在剖析双元战略的基础上，支持双元有利于国际化绩效的结论。^⑤

基于以上的讨论，提出以下假设：

- ① J.Bell, R.Mcnaughton, and S.Young, "'Born-again Global' Firms: An Extension to the 'Born Global' Phenomenon", *Journal of International Management*, 2001,7(3):173-189; A.Verbeke, C. G.Asmussen, "Global, Local, or Regional? The Locus of MNE Strategie", *Journal of Management Studies*, 2016,53(6): 1051-1075.
- ② N.Venkatraman, C. H. Lee, B. Iyer, "Strategic Ambidexterity and Sales Growth: A Longitudinal Test in the Software Sector", Unpublished Manuscript(Earlier Version Presented at the Academy of Management Meetings, 2005); J. J.Ebben, A. C. Johnson, "Efficiency, Flexibility, or Both? Evidence Linking Strategy to Performance in Small Firms", *Strategic Management Journal*, 2005, 26(13): 1249-1259; K.Caspin-wagner, S. Ellis and A. Tishler "Balancing Exploration and Exploitation for Firm's Superior Performance: The Role of the Environment", Annual Meetings of the Academy of Management, 2012.
- ③ A. K.Gupta, K. G. Smith, C. E.Shalley, "The Interplay between Exploration and Exploitation", *Academy of Management Journal*, 2006,49(4):693-706.
- ④ J.Uotila, M.Maula, T.Keil, et al., "Exploration, Exploitation, and Financial Performance: Analysis of S&P 500 Corporations", *Strategic Management Journal*, 2009,30(2):221-231; C. A. Reilly, M. L.Tushman, "Organizational Ambidexterity: Past, Present, and Future", *The Academy of Management Perspectives*, 2013,27(4):324-338.
- ⑤ C.Prange, S.Verdier, "Dynamic Capabilities, Internationalization Processes and Performance", *Journal of World Business*, 2011,46(1):126-133; C. W.Hsu, Y. C.Lien, and H. Chen, "International Ambidexterity and Firm Performance in Small Emerging Economies", *Journal of World Business*, 2013,48(1):58-67; H.Yang, Y.Zheng, and X.Zhao, "Exploration or Exploitation? Small Firms' Alliance Strategies with Large Firms", *Strategic Management Journal*, 2014,35(1):146-157.

假设1: 相比较于采取开发战略与探索战略的企业, 采用双元战略的企业国际化绩效更好。

(三) 企业能力的中介效应

在国际化过程中, 企业面临着激烈的全球竞争、快速的技术变革、市场的瞬息万变等不确定的外部环境。采用何种战略提升企业能力, 实现企业的长久生存和发展至关重要。在国际化过程中, 企业为了克服外来者劣势, 不断增加自身的资源投入, 完善和拓展已有的知识、技术和能力, 并不断积累知识和国际化经验, 促进新的知识、资源和能力的结合, 进一步提升企业在海外运营的能力。企业在国际化过程中不仅要基于已有能力的提升, 更为重要的是新能力的构建。企业在全球市场获得成功不仅要依赖于企业已有资源和能力的组合, 更重要的是取决于企业能力的不断重新配置与调整从而适应外部多变的国际化环境。企业在进入未知领域时, 新能力以及企业特有的流程、惯例都需要在不熟悉的海外环境中逐渐形成。企业可以在位于不同地点的企业间的关系管理中实现知识贡献和能力提升, 以及获取其他企业的资产来实现价值增值。^①

在战略管理领域, 一个普遍的观点是: 能力是不容易被识别的, 它难以模仿或购买。^②已有文献对能力的界定比较宽泛,^③例如, 包括可能决定管理企业的创新和声誉的研发能力和营销能力、管理交易成本的治理能力和涉及价值链的不同阶段的运营能力。一般而言, 能力通常取决于企业有效整合所拥有的资源, 从而实现特定目标的整体效率。进一步地, 能力被概念化为: 企业比竞争对手更加有效地将投入转换为产出的一个中间的转换过程。由于能力是投入和输出之间的一个中间步骤, 可以帮助企业提高其所拥有的其他资产的效率 and 生产率。因而, 能力更强的企业可以更加有效率和更具创造性地利用和整合它们的资产, 从而实现比能力较弱的企业更加卓越的绩效。

企业实施双元战略, 在生命周期的较早时期进入海外市场, 选择首先进入与母国文化环境等类似的海外市场, 有助于促进企业充分利用已有知识。已有研究指出, 企业在时间和空间的扩张上, 倾向于抓住与已有业务紧密相关的机会。^④企业已有的知识和经验会影响新机会的识别, 企业进入海外市场积累更多的新知识和新经验有助于企业进行机会的搜索, 扩大企业机会搜索的范围。企业在与母国文化环境相似的海外市场扩张, 是改进和完善已有的知识基础, 会促进企业将已有的知识和目标之间联系起来, 这种海外扩张模式有利于促进企业已有能力的完善和提升, 在学习和新知识积累的过程中巩固已有的能力, 构建在海外运营所需要的惯例和能力。另一方面, 实施双元

① C.Prange, S.Verdier, "Dynamic Capabilities, Internationalization Processes and Performance", *Journal of World Business*, 2011, 46(1): 126-133; J. A.Mathews, I.Zander, "The International Entrepreneurial Dynamics of Accelerated Internationalisation", *Journal of International Business Studies*, 2007,38(3):387-403.

② D. J.Teece, G.Pisano, and A.Shuen, "Dynamic Capabilities and Strategic Management", *Strategic Management Journal*, 1997,18(7):509-533.

③ M. G. Jacobides, L. M. Hitt, "Losing Sight of the Forest for the Trees? Productive Capabilities and Gains from Trade as Drivers of Vertical Scope", *Strategic Management Journal*,2005,26(13):1209-1227; M. G.Jacobides, S. G.Winter, "The co-evolution of Capabilities and Transaction Costs: Explaining the Institutional Structure of Production", *Strategic Management Journal*,2005,26(5):395-413; S.Dutta, O. M.Narasimhan, and S.Rajiv, "Conceptualizing and Measuring Capabilities: Methodology and Empirical Application", *Strategic Management Journal*,2005,26(3):277-285; M.Kafouros, M.Aliyev, "Institutions and Foreign Subsidiary Growth in Transition Economies:The Role of Intangible Assets and Capabilities", *Journal of Management Studies*, 2016,53(4):580-607.

④ D. A.Levinthal, J. G. March, "The Myopia of Learning", *Strategic Management Journal*, 1993.14(S2):95-112; J. A. C.Baum, S. X. Li, and J. M.Usher, "Making the Next Move: How Experiential and Vicarious Learning Shape the Locations of Chains' Acquisitions", *Administrative Science Quarterly*, 2000, 45(4): 766-801.

战略可以帮助企业构建企业所没有的能力。企业在成立之后不久即进行国际化扩张，在母国积累的管理经验和知识有限。相比较而言，企业去新的海外市场利用新的机会，面临更加不确定性的结果，会促进企业从一种常规的行为模式转向一种更加积极的思维模式，^①推动企业的创造性和新能力的产生。这进一步有利于企业国际化绩效的提升。

此外，围绕双元与绩效关系的实证研究表明，企业实施双元战略并不总是导致企业绩效的提升。这可能是因为企业在实施双元战略的过程中，只有充分利用已有知识提升已有能力，同时构建新能力，才能实现国际化绩效的提升。因此，企业通过双元战略的实施，在国际化扩张的过程中，不断地实现知识、能力的集聚和整合，进一步提升企业将有限的投入转换为更高产出的能力，提高企业的国际化绩效。

基于以上讨论，本文认为采用双元战略会促进企业能力的提升，并进而促进国际化绩效的提高。由此，提出以下假设：

假设2：企业能力在双元战略与国际化绩效之间起到中介作用。

三、研究设计

（一）样本选择与数据来源

样本数据来源于2001~2009年中国海关数据库和中国工业企业数据库。第一步，构建基本数据库。首先，把海关数据库的月度数据汇总成年度数据，然后将海关数据库与工业企业数据库进行匹配，最后，以建立海外子公司为基准形成基本数据库，共15368条年度企业数据。第二步，构建2001~2009年OFDI数据库。参照Sui等的企业分类标准，将样本中的国际化企业划分为开发式企业、探索式企业和双元企业。由于数据可获得性的局限，以2000~2008年期间成立的国际化企业为主要研究样本进行数据筛选与剔除。^②例如，如果在第一步所形成的基本数据库中，一个国际化企业在其成立的3年内有建立海外子公司，并且子公司建立在亚洲地区，那么这个国际化企业被划分为双元企业；如它在成立的3年内有建立海外子公司，并且子公司建立在全球（非亚洲）区域，那么这个国际化企业被划分为探索式企业。一个国际化企业在其成立的3年内没有建立海外子公司，而是在成立3年以后有建立海外子公司，其被划分为开发式企业。根据这个分类标准，企业分类后的情况为：探索式企业36家（7.26%），开发式企业417家（84.07%），双元企业43家（8.67%），最后得到样本总数为496家。

（二）变量定义与计算方式

1. 被解释变量：国际化绩效。在国际化的相关研究中，国际化绩效通常用总资产报酬率来衡量。因此，参照 Vermeulen 等的做法，选择总资产收益率（ROA）来进行衡量。为避免反向因果关系，采用滞后一年的国际化绩效。^③

① H. G.Barkema, R.Drogendijk, "Internationalising in Small, Incremental or Larger Steps?", *Journal of International Business Studies*, 2007,38(7):1132-1148; M. R.Louis, R. I.Sutton, "Switching Cognitive Gears: From Habits of Mind to Active Thinking", *Human Relations*, 1991, 44(1):55-76.

② S.Sui, M.Baum, "Internationalization Strategy, Firm Resources and the Survival of SMEs in the Export Market", *Journal of International Business Studies*, 2014,45(7):821-841.

③ F.Vermeulen, H. Barkema, "Pace, Rhythm, and Scope: Process Dependence in Building a Profitable Multinational Corporation", *Strategic Management Journal*, 2002, 23(7):637-653.

2. 解释变量：二元战略。对于二元战略，衡量的是企业进行对外直接投资时是否具有二元特征。一个国际化企业在其成立的 3 年内有建立海外子公司，并且子公司建立在亚洲地区，那么这个国际化企业被划分为二元企业。因此，企业二元战略的具体设置为：一个企业被归类为二元企业则记为 1，否则为 0。

3. 中介变量：企业能力。参照 Jacobides 等、Coe 等和 Wang 等的做法，^①对能力进行了衡量。能力的具体计算方法是： $TPF = \log Y - \beta \log K - (1 - \beta) \log L$ 。其中， β 是资本占 GDP 的比例， Y 是销售收入， K 是有形资产和无形资产， L 是员工人数。 β 数据来自国家统计局网站。

4. 控制变量。根据已有相关研究文献，在进行假设检验的时候采用了以下控制变量：企业所有权性质，企业规模，企业冗余资源，国际化程度。由于企业所有权性质对企业国际化行为和绩效有显著影响，^②因此，根据工业企业数据库有 14 类不同所有权属性的企业，从而控制企业所有权性质这一变量。由于企业规模越大越容易从范围经济中受益，且规模越大越容易出现刚性和惰性。因此，控制企业规模这一变量，参照 Sui 等采用员工人数，取对数。企业冗余资源越多，越有可能投入大量资源进行地理范围扩张和海外业务拓展等，^③流动比率和资产负债率反映了企业的未吸收冗余，指标越高表示企业能迅速利用的冗余资源越多，此外资产负债率也是控制企业财务结构的重要变量，^④而费用收入比反映了已吸收的冗余，表示用于企业运作的冗余资源。因此，利用这三个指标控制了企业的冗余资源。其中，流动比率是流动资产除以流动负债的比值，资产负债率是企业负债总额占资产总额的比例，费用收入比是用三大期间费用总和除以总的销售收入的比值。此外，控制了国际化程度。国际化程度为出口销售收入占总销售收入的比重。全部变量定义及测量见表 1。

表 1 变量设计

变量类型	变量名称	变量定义与计算方式
被解释变量	国际化绩效	企业ROA
解释变量	二元战略	一个企业采用二元战略则记为1，否则为0
中介变量	企业能力	$TPF = \log Y - \beta \log K - (1 - \beta) \log L$
控制变量	企业所有权性质	根据工业企业数据库有14类
	企业规模	企业员工人数的自然对数
	资产负债率	企业负债总额占资产总额的比例
	流动比例	流动资产除以流动负债
	费用收入比	三大期间费用总和除以销售收入
	国际化程度	企业出口收入占总销售收入的比例

四、实证检验结果分析

(一) 描述性统计分析

表2总结了变量的均值、方差和相关关系。从表2中可以看到，二元战略与国际化

① M. G. Jacobides, L. M. Hitt, "Losing Sight of the Forest for the Trees? Productive Capabilities and Gains from Trade as Drivers of Vertical Scope", *Strategic Management Journal*, 2005, 26(13): 1209-1227; D. T. Coe, E. Helpman, "International R&D Spillovers", *European Economic Review*, 1995, 39(5): 859-887; C. Wang, J. Hong, M. Kafourios, et al., "Exploring the Role of Government Involvement in Outward FDI from Emerging Economies", *Journal of International Business Studies*, 2012, 43(7): 655-676.

② J. Xia, X. Ma, J. W. Lu, et al., "Outward Foreign Direct Investment by Emerging Market Firms: A Resource Dependence Logic", *Strategic Management Journal*, 2014, 35(9): 1343-1363.

③ N. Hashai, "Sequencing the Expansion of Geographic Scope and Foreign Operations by 'Born Global' Firms", *Journal of International Business Studies*, 2011, 42(8): 995-1015.

④ F. Vermeulen, H. Barkema, "Pace, Rhythm, and Scope: Process Dependence in Building a Profitable Multinational Corporation", *Strategic Management Journal*, 2002, 23(7): 637-653.

绩效 ($r=0.12$, $p<0.05$) 是显著的正相关关系, 双元战略与能力 ($r=0.09$, $p<0.05$) 是显著的正

表2 各主要变量的均值、方差和相关关系

变量	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.所有权性质	1								
2.企业规模	-0.12**	1							
3.资产负债率	-0.04	0.05	1						
4.流动比例	0.08	-0.02	-0.15**	1					
5.费用收入比	-0.03	0.06	0.00	-0.02	1				
6.国际化程度	0.13**	0.00	-0.04	-0.03	-0.03	1			
7.双元战略	0.02	-0.15**	-0.03	-0.01	0.00	-0.10*	1		
8.企业能力	0.06	-0.15**	-0.01	0.01	-0.38**	0.09	-0.30**	1	
9.国际化绩效	0.04	-0.10*	0.14**	0.01	-0.05	-0.07	0.12*	0.09*	1
平均值	8.51	2.37	0.77	4.75	0.11	0.77	0.09	1.46	0.21
标准差	3.43	0.58	0.41	43.17	0.16	0.41	0.28	0.90	1.30

注: $n=496$; ** $p<0.01$, * $p<0.05$ 。

显著的多重共线性, 可以进行回归分析。

(二) 假设检验

为进行假设检验, 采用层级回归的方法进行。表3是假设检验的结果。从表3中可以看到, 双元战略对国际化绩效 (模型4, $\beta=0.13$, $p<0.05$) 具有显著的正向影响, 因此假设1得到了数据的支持。对于假设2的检验, 从表3中可以看到, 双元战略对国际化绩效 (模型4, $\beta=0.13$, $p<0.05$) 和企业能力 (模型2, $\beta=0.09$, $p<0.1$) 具有显著的正向影响。同时, 企业能力对国际化绩效 (模型5, $\beta=0.26$, $p<0.01$) 有显著的正向影响。在加入了中介变量企业能力之后, 双元战略对国际化绩效的正向影响显著性下降 (由模型4: $\beta=0.13$, $p<0.05$ 变为模型6: $\beta=0.11$, $p<0.1$), 而企业能力仍对国际化绩效 (模型

表3 实证结果

	企业能力		国际化绩效			
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6
所有权性质	-0.02	-0.02	0.04	0.04	0.05	0.04
企业规模	-0.12**	-0.11**	-0.10*	-0.08*	-0.07	-0.05
资产负债率	0.01	0.00	-0.14**	-0.13**	-0.14***	-0.13**
流动比例	-0.03	-0.03	-0.02	-0.02	-0.01	-0.01
费用收入比	-0.44***	-0.44***	-0.05	-0.05	0.07	0.06
国际化程度	-0.08*	-0.07	-0.10*	-0.09	-0.08	-0.07
双元战略		0.09*		0.13**		0.11*
企业能力					0.26***	0.25***
R^2	0.22	0.23	0.05	0.06	0.10	0.11
F值	14.41***	12.84***	2.43**	2.86***	4.86***	4.76***
ΔR^2	0.22	0.01	0.05	0.02	0.05	0.05
ΔF	14.41***	2.87*	2.43**	5.25**	18.59***	17.01***

注: $n=496$; *** $p<0.01$, ** $p<0.05$, * $p<0.1$, 下同。

问题。

(三) 事后分析

本文进行了事后分析, 进一步考察了企业能力在双元战略与国际化绩效之间的非线性中介效应情况, 结果表明, 非线性中介效应并未得到实证结果的支持。结果见表4。

(四) 稳健性检验

表 4 事后分析 (非线性中介效应)

	企业能力		国际化绩效				
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6	模型7
所有权性质	-0.02	-0.02	0.04	0.05	0.04	0.03	0.03
企业规模	-0.12**	-0.11**	-0.08*	-0.07	-0.05	-0.05	-0.05
资产负债率	0.01	0.00	-0.13**	-0.14***	-0.13**	-0.13**	-0.13**
流动比例	-0.03	-0.03	-0.02	-0.01	-0.01	-0.01	-0.01
费用收入比	-0.44***	-0.44***	-0.05	0.07	0.06	-0.14**	-0.14**
国际化程度	-0.08*	-0.07	-0.09	-0.08	-0.07	-0.02	-0.02
二元战略		0.09*	0.13**		0.11*		0.02
企业能力				0.26***	0.25***	0.08	0.08
企业能力的平方						0.37***	0.36***
R ²	0.22	0.23	0.06	0.10	0.11	0.18	0.18
F值	14.41***	12.84***	2.86***	4.86***	4.76***	8.61***	7.65***
△R ²	0.22	0.01	0.02	0.05	0.05	0.08	0.07
△F	14.41***	2.87*	5.25**	18.59***	17.01***	31.52***	27.50***

参照Wagner用劳动生产率这一指标所代表的运营能力代替企业能力进行假设检验,结果不变。^①同时,用企业总资产替代企业员工总数来代表企业规模进行假设检验,结果不变。主要结果见表5。

表 5 稳健性检验

	企业能力		国际化绩效			
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6
所有权性质	-0.05	-0.06	0.04	0.04	0.05	0.05
企业规模	-0.07	-0.03	-0.10*	-0.08*	-0.09	-0.08
资产负债率	-0.01	0.02	-0.14**	-0.13**	-0.14**	-0.13
流动比例	-0.03	-0.03	-0.02	-0.02	-0.02	-0.02
费用收入比	-0.14**	-0.15***	-0.05	-0.05	-0.02	-0.03
国际化程度	-0.18***	-0.16***	-0.10*	-0.09	-0.07	-0.06
二元战略		0.21***		0.13**		0.10*
企业能力					0.16***	0.14**
R ²	0.06	0.10	0.05	0.06	0.07	0.08
F值	3.14***	4.96***	2.43**	2.86***	7.91***	3.25***
△R ²	0.06	0.04	0.05	0.02	0.02	0.03
△F	3.14***	14.99***	2.43**	5.25**	3.26***	5.50***

五、结论与讨论

在国际商务领域,时间维度和空间维度构成研究企业国际化行为的两大核心维度。结合已有文献提出的不同类型国际化企

业,在时间维度和空间维度上的不同行为特征,借助于二元理论,本文进行了进一步的拓展和细化,为研究国际化战略与绩效之间的关系提供了基础。企业在国际化扩张中采取什么样的战略更有利于促进企业绩效?基于二元理论,在理论上和实证上检验了企业的二元战略在国际化扩张中的重要意义,并在此基础上进一步揭示出能力在二元战略对企业的绩效正向促进作用中的中介效应。企业在实施二元战略的过程中,实现了不同类型的知识积累,从而构建出对企业生存和发展至关重要的能力,进而实现了国际化绩效的提升。

首先,从理论上讲,在国际化扩张中,基于二元理论来理解企业在时间维度和空间维度上的战略选择,将天生全球化战略,天生区域化战略以及渐进国际化战略融入到一个理论框架中进行分析,为企业国际化战略选择的研究提供了一个新的视角。

其次,二元战略,即在时间维度上比较激进,在空间维度上渐进的国际化战略更有利于提升企业的国际化绩效。这一结论对中国企业有重要启示。中国企业在国际化市场的扩张上呈现出加速度的趋势,展示出时间维度上激进的战略特征,并且许多企业成功成为世界市场的领导者。但是,根据美国认证协会的统计,每3个在美国的中国企业有2个在经营的第一年是亏损的。而许多中国企业在其他发展中国家,如印度

① H.Wagner, "Internationalization Speed and Cost Efficiency: Evidence from Germany", *International Business Review*, 2004,13(4):447-463.

尼西亚，菲律宾和马来西亚则展示出较好的绩效。因此，企业在未来战略部署时应进一步注意空间维度上的渐进，实现从与母国距离较近的东道国到与母国距离较远的东道国的进入战略模式的转变。Yuan等的研究指出，^①中国企业进入发展中国家，短期看有利于企业的绩效，长期看是不利于企业绩效的，而中国企业进入发达国家，短期不利于企业的绩效，长期看是有利于企业绩效的。这进一步表明，中国企业要进行国际化发展，实现时间维度上激进、空间维度上渐进的双元战略部署更具有现实意义和价值。

此外，企业能力在双元战略与国际化绩效之间起到中介作用。这一结论进一步揭示了双元对绩效正向影响的原因。围绕双元与绩效的大部分研究都是沿用March的基本理论，支持双元有利于绩效的论点，但也有部分研究得出了其他的矛盾性结论，如不相关，倒U型等结论。本文在理论上和实证上支持了双元战略对国际化绩效的促进作用，并且进一步验证了能力在二者之间所起到的中介作用。这在一定程度上解释了双元对绩效影响出现矛盾性结论的原因。企业在海外市场扩张的过程中，如果实施双元战略，则通过该战略的实施实现企业自身能力的提升，才能实现提升国际化绩效的最终目标。因此，企业在实施双元战略的过程中，实现能力的积累和转化更为关键。

本文的局限性在于仅考虑了企业国际化战略选择对绩效的影响。由于企业进入海外市场的战略决策本身就是一种冒险性战略选择，因此，不同类型国际化战略选择是否对企业在海外市场生存和长期成长具有不同影响，双元战略是否更加有利于企业在海外市场生存值得进一步研究。此外，本文验证了企业能力在双元战略和国际化绩效之间存在部分中介效应，未来研究可以选择其他理论视角进一步进行完善。

【作者简介】王益民：山东大学管理学院教授，博士生导师。研究方向：企业国际化与战略管理。

王艺霖：济南大学商学院讲师，管理学博士。研究方向：企业国际化与战略管理。

Research on Ambidextrous Strategy and Performance: The Intermediary Role of Firm Capabilities

WANG Yi-min¹ & WANG Yi-lin²

(1. Shandong University, Jinan 250100, China; 2. University of Jinan, Jinan 250002, China)

Abstract: The relationship between international strategy and international performance is a classic and important topic in international business management. But the results of this relationship are mixed and contradictory. As a result, the theory of ambidexterity is introduced to this study, which provides a new perspective for the study of the relationship between international strategy and international performance. Then the relationship between ambidextrous strategy and international performance is studied. This paper introduce the important variable of firm capabilities to carry on the thorough research. This paper use China Customs database and the database of Chinese industrial enterprises to conduct empirical research. The findings have shown that there is a positive relationship between ambidextrous strategy and international performance. Furthermore, firm capabilities mediate the relationship ambidextrous strategy and international performance.

Keywords: ambidexterity; firm capabilities; international performance

(责任编辑：吴素梅)

① L.Yuan, N.Pangarkar, J.Wu, "The Interactive Effect of Time and Host Country Location on Chinese MNCs' Performance: An Empirical Investigation", *Journal of World Business*, 2016,51(2):331-342.