

跨界共享:共享经济时代战略联盟的再认识

高山行,刘嘉慧,韩晨,谭静

(西安交通大学 管理学院,西安 710049)

摘要:从战略联盟的角度切入,在分析跨界共享内涵的基础上,从产生背景、持续根源、实现范围以及创新结果四个方面探讨共享经济时代战略联盟呈现的新特征;信息技术的发展以及共享经济的出现为企业实现跨界共享提供机会,跨界共享逐渐成为企业获取外部资源、进入新兴市场的重要途径;作为一种新的组织间合作方式和资源整合机制,跨界共享与战略联盟本质相同,但是又因共享经济的影响呈现出不同于以往战略联盟的特点;提出跨界共享未来研究方向:跨界共享的治理问题、跨界共享对于突破性创新绩效的影响机制研究、以及跨界共享的中国本土化情境研究。

关键词:跨产业合作;共享经济;战略联盟;互联网技术;新技术形态

中图分类号:F 270

文献标志码:A

文章编号:1671-0398(2019)03-0051-08

互联网经济的发展实现了产业结构的去中心化、经济活动的泛数据化以及社会生活的物联网化^[1],企业所面临的竞争环境也由单一的线性环境逐渐转变为全方位、全时空、多维度的开放环境。此时,客户需求变化迅速、行业技术变革突飞猛进,企业保持竞争优势的唯一途径便是创新。为了应对竞争环境的复杂化以及互联网模糊原有边界创造新价值的需求,许多企业选择与跨产业组织进行合作,通过资源整合实现创新^[2]。以互联网技术为依托的共享经济则为企业间的跨产业合作提供了新的思路,借助“协同共享”理念以及平台思维,企业间可以共享其闲置资源,包括有形的闲置资产共享以及无形的产能共享^[3],而共享新范式也促使企业将利他主义作为商业逻辑的新起点,从价值共创的角度寻找商业或者企业本身存在的价值^[4]。

在与跨产业组织进行共享过程中,越来越多的企业选择与所在产业关联性较小的产业内企业进行共享,将曾经不相干甚至不兼容的元素进行连接,从而创造新价值,开创全新的业务领域。如腾讯公司与长安汽车签署智能网联汽车合资合作协议,以合资公司形态进行共同业务探索,打造更开放的基础操作平台和硬件平台;小米公司与美的集团签署战

略合作协议,合作主要内容是智能家居业务领域的共同开发;阿里巴巴集团与建设银行签署战略合作协议,共同推进线上线下渠道业务和电子支付业务的合作、客户资源与信用体系的共享。这种来自不同产业的企业为实现共同的战略目标,而以契约、协议、合资等方式形成的共享资源、能力、信息等的组织合作形式被称作跨界共享。在共享经济时代,企业间的跨界共享成为企业发展面临的必然选择,尤其是传统行业与互联网等新兴行业的跨界融合。相关研究主要集中在企业跨界搜寻^[5-7]、跨界经营^[1]等方面,而作为一种组织间合作形式,跨界共享与战略联盟本质相同,但是又因共享经济的影响呈现出不同于以往战略联盟的特点。因此,本文试图从战略联盟的角度切入,通过对跨界共享的内涵进行分析,探讨共享经济时代战略联盟呈现的新特征。

一、跨界共享的内涵

(一)跨界与共享的含义

有关“跨界”(boundary spanning)的研究由来已久,理查德·利弗和乔治·胡贝尔(Richard Leifer and George Huber,1977)认为,跨界是组织与外部环境之间进行的信息交流活动^[8]。这种边界跨越活动

收稿日期:2019-01-29

基金项目:国家自然科学基金项目资助(71172187);国家社会科学基金重大项目资助(11&ZD170);教育部规划基金项目资助(19YJAZH019)

作者简介:高山行(1963—),男,陕西兴平人,西安交通大学管理学院教授,博士生导师

可以帮助组织与其他组织建立联系或者使其免受环境干扰。其后,学者们从组织边界^[9-12]、认知边界^[13]、产业边界^[14]等不同角度对企业的跨界活动进行探索。由于互联网的发展推动了跨界的进程,使得边界的范围不断被拓展和突破,因而传统意义上的“跨界”被赋予了新的含义。企业间的跨界不仅仅局限于跨越组织或企业边界,而是跨越了行业、领域的束缚,使得不同产业或同一产业不同行业相互渗透、交叉,最终融为一体形成新产业^[15]。例如,互联网企业——腾讯公司与汽车企业——长安汽车签订合作协议组建合资公司,目的在于进入智能汽车行业,布局车联网领域。由于跨界企业具有跨行业、跨组织差异的不同主体,各企业之间不存在竞争及直接的利益冲突,因此能够有效避免成员为了自身利益而损害合作关系与共同利益的行为。

共享则是指企业间的资源利用方式。一方面,共享强调了资源使用权的暂时性转移^[16],而非对资源的掠夺和占有。资源是被半永久地捆绑在企业的有形或无形资产^[17],过分强调所有权和专属权将导致资源浪费和低效使用,而相比于传统的资源占有方式,共享资源的使用权能够提高资源的使用效率。同时,这种对资源使用权的关注,能够改变企业对于积累内部资源以及加强资产专有性的理念,使其意识到资源整合的重要性。即通过新方式组合现有资源促进企业产生新价值。另一方面,共享使得企业间资源呈现非竞争性^[18]。当私有资源或生产资料的使用权不再给拥有方带来额外价值时,拥有通过分享其使用权来获得额外价值,此时私有资源在一定程度上转化为公有资源,具有公共资源的特质——非竞争性。即多增加一个拥有方所带来的边际成本为零或趋近于零。这种资源的非竞争性特质能够有效地降低跨界共享成员间的交易成本。同时,共享强调了资源的协同效应。这种协同是指充分利用企业间共享的资源,并对其进行深层次的优化整合。因而,以共享为特征的协同创新将有效提高企业创新效率^[19]。

(二) 跨界共享能够实现资源最大限度的流动

企业在进行跨界共享时提供和获取的资源都具有一定特点。从资源提供角度来看,在跨界共享过程中,企业共享的是“相对闲置资源”。即企业共享能够比自身应用产生更多价值的资源,不仅包括企业的闲置资源,或者低效资源,甚至包括企业正在使用的高效资源^[18]。腾讯与长安汽车在跨界共享的实践中,腾讯提供了自有的内容生态、网络安全等能

力;而长安汽车则提供了已掌握的自动驾驶、智能网联、智能交互技术,并且将为腾讯提供基于车辆的数据权限^[20]。从资源获取角度来看,企业可以通过跨界共享获得互补性资源。这种资源互补性并不等同于资源的多样性。因为不同的资源可能存在不兼容性^[21],所以企业跨界共享中的互补性资源是指性质不同但能够创造协同效应的资源,而企业间不同且又互补的资源能够帮助企业开发出新的资源和技能^[22]。

二、跨界共享与战略联盟的关系

(一) 跨界共享与战略联盟的本质

跨界共享作为共享经济时代的企业间合作形式,可以看成是战略联盟的一种新形态。战略联盟(Strategic Alliance)最早由美国数字设备公司(Digital Equipment Corporation,简称DEC)总裁简·霍普兰德(J·Hopland)以及著名的管理学家罗杰·奈杰尔(R·Nagel)提出,用以描述企业之间特定的合作关系。大卫·蒂斯(David Teece,1992)提到,战略联盟指两个或两个以上的伙伴企业间,以承诺和信任为特征的合作活动,能够实现资源共享、优势互补等战略目标^[23]。兰杰·古拉蒂(Ranjay Gulati,1998)将联盟定义为企业之间出于自愿的一种安排,包括交换、分享或共同开发产品、技术与服务。这些联盟的产生可能基于各种各样的动机和目标,有各种形式,并且跨越了垂直和水平边界^[24]。皮埃尔·杜尚哲和贝尔纳·加雷特(Pierre Dussauge and Bernard Garrette,2006)认为,战略联盟是两个或者两个以上企业,在保持各自独立性的基础上,建立的以资源与能力共享为基础、以共同实施项目或活动为表征的合作关系^[25]。基普罗蒂奇等(Kiprotich,2015)将战略联盟看作是一种参与者为提高竞争地位,而共享知识、资源和能力的长期组织间关系的特殊模式^[26]。有学者提出,尽管理论界对战略联盟的定义不尽相同,但在联盟本质上基本达成共识^[27]。即(1)战略联盟中的企业具有共同的战略目标;(2)伙伴企业具有战略独立性,有自己的战略取向和利益目标;(3)战略联盟中企业的合作关系不是全方位的,伙伴企业处于竞争与合作共存的状态。

企业间跨界共享的本质主要体现在几个方面。首先,跨界共享基于伙伴企业共同的战略目标形成。我们通过腾讯公司与长安汽车的合作中可以看到,长安汽车从传统汽车行业向智能汽车的转型与腾讯推出的汽车智能网联“AI in Car”理念相契合,双方

企业都具有建设汽车智能网联生态、推动汽车智能化进程的战略前景。其次,共享理念提倡在保留资源所有权的前提下对使用权进行分享,因此并不影响跨界双方的战略独立性。由于共享的内容属于企业的“相对闲置资源”,企业通过跨界共享建立的新企业也具有战略独立性。此外,跨界共享是一个动态持续的过程。企业进行跨界共享后,伙伴企业可能会在目标产业中成为竞争对手。如相互持股的小米科技与美的集团,通过跨界共享得以在智能家居产业链进行全面合作;但在随后的经营活动中,小米科技公司不仅推出一系列家电产品,与美的集团产品高度重合,而且经过对智能家居的转型布局与技术沉淀,美的正式宣布转型为科技集团公司。可以说,小米科技与美的在智能家居行业形成竞争关系。

(二) 跨界共享与战略联盟的差异

1. 产生背景:新技术形态是催化剂

一般来讲,战略联盟的产生与经济全球化和技术革新有关。经济全球化的发展使得人力、资本、服务等要素逐渐突破国家和地域的限制,世界市场转向深层次的开放型市场。在经济全球化推动下,企业间的竞争范围扩大。这意味着企业不仅需要在本国市场参与竞争,还应该努力寻求国际扩张,考虑如何融入全球分工体系^[28]。国际化业务的拓展不仅为更大规模的生产提供了基础,同时也带来了成本压力。但是,联盟合作有助于伙伴企业集聚资源,以生产全球化产品并在全球范围内分销,并分担风险与成本。此外,战略联盟不仅能够聚集资源生产供全球市场销售的产品,满足企业全球化业务需求,还能整合来自全球范围内不同伙伴企业的互补性资源,以便提供满足特定国家或地区市场需求的产品与服务。因此,跨国公司借助战略联盟可以实现全球范围内的规模经济以及范围经济^[29]。

不仅如此,技术的发展也是企业战略联盟出现的背景之一。科技的复杂化不仅提高研发费用,还需要集合多个领域的专业能力。这种对资源投入规模的要求促使企业展开广泛合作。随着技术知识的多元化、技术创新范围的拓展,以及研发成本的提高,企业面临的技术不确定性也越来越高,而通过与合作伙伴进行分工合作,企业之间可以分担成本、集聚技术并获得更多收入。当然,技术进步加快了产品更新速度,为了保持竞争力,企业将在研发方面投入更多资源,产品生命周期的缩短又使其从新产品中获得的收入受到限制。因而,战略联盟可以帮助企业分担研发和生产费用,减轻单个企业生产压力,

同时加快企业技术创新和新产品研制进程,并为新产品带来更大市场^[30]。同时,信息技术的发展也为企业间战略联盟提供了更易交流和合作的环境。

互联网等现代信息技术的发展更是推动了企业跨界共享的进程。美国经济学家乔治·阿克洛夫(George Akerlof, 1970)认为,信息不对称是造成资源配置效率低下的主要因素之一。信息不对称导致市场交易双方利益的失衡,增加了市场交易成本,进而影响了配置市场资源的效率^[31]。由于互联网、人工智能等信息技术的发展加快了信息流动,使得信息不对称壁垒被打破,改变了原本依托传统信息不对称方式存在的商业价值链上下游关系的“合理性结构与流程”,为企业间的跨界共享提供支持,帮助企业实现双方价值创造环节的渗透融合。然而,企业在面对信息不对称减少的同时,所面临的环境不确定性也持续增加。为了应对动荡的外部环境,企业需要持续不断开展新的战略行动,同时建立并利用多个“瞬时优势”^[1]。共享经济提供的平台思维可以帮助企业整合多个瞬时优势,使其有序更迭,形成流动性竞争优势。企业通过平台化涉足众多经营领域,强调资源组合的多样化,而非积累资源以获取垄断,由此促进企业间进行跨界共享。

社会对于智能化的需求也为企业间跨界共享提供了更大空间。智能化产业是移动互联网与传统制造业边界交汇的产物,本身属于跨界产业。从产业发展和创新来看,产业融合的结果是出现新的产业或新的增长点^[32]。目前,智能产业处于萌芽和起步阶段,大批创新创业企业将会进入智能市场,而产业跨界特性促使企业通过跨界共享的方式克服壁垒,抢占市场先机。

2. 持续根源:利他价值观成为出发点

企业在合作创新中会表现出逐利行为,利用参与合作创新所获得的信息来最大化自身利益,导致合作后期与其他企业产生利益上的冲突。从交易成本理论视角来看,组织的自利属性使其产生机会主义行为,进而产生交易成本^[33]。联盟机会主义行为使得联盟存在较高的风险和不确定性,伙伴之间的协作、互补等存在缺陷,将直接威胁战略联盟的稳定性与持久性。联盟机会主义按照发生阶段划分,包括事前和事后两种形式。战略联盟中的事前机会主义,指联盟双方利用签约前信息的不对称,隐瞒信息或扭曲信息以签订利己的契约;事后机会主义是指在签约完成后,联盟一方利用信息不对称,减少自己的要素投入或其他投机行为,达到自我利益最大化

而损害其他成员利益的不道德行为^[34]。

相比于战略联盟,企业进行跨界共享时可以规避机会主义行为的发生。由于跨界共享是共享经济时代产物,共享经济促进了以合作互惠为主导的市场竞争伦理新范式^[35],强调从利他出发,实现价值的共同创造与分享,因此跨界共享行为体现出企业的互惠利他理念。即企业间通过积极分享拥有的资源,满足需求方的相关需要并获得物质回报或精神满足感,以此实现互惠共赢。这种互惠利他理念的存在能够使企业呈现“高信息透明度”,进而缓解签约前以及签约后的信息不对称,规避机会主义行为的出现。另外,共享意味着成本以及利益将在各方

之间分配,而不是分配或者转移到任何特定一方。因此,共享可以限制伙伴企业单方面使用权利^[36],而且利他理念使得企业间价值分配由原本的零和博弈转变为正和博弈,由此致使企业单方的价值传递逐渐被利益共创所替代。同时,共享模式比交换模式更能营造信任的氛围,而且信任的氛围还会有效抑制机会主义行为^[37]。

3. 实现范围:由价值链中的强关系转向价值网络中的弱关系

由于战略联盟组织的松散性、合作范围的广泛性,因此可以产生于价值链的各个环节。学者们也 从不同角度探究了战略联盟的分类(详见表1)。

表 1 战略联盟分类

划分依据	联盟类型	代表学者
联盟成员所处价值链位置	横向战略联盟	迈克尔·波特 Michael Porter(1985) 弗兰克·罗斯梅尔(Frank Rothaermel) 大卫·迪兹(David Deeds)(2006)
	纵向战略联盟	
联盟成员的互动关系和潜在冲突	后竞争联盟	迈克尔·吉野(Michael Yoshino) 斯里尼瓦沙·罗根(U·Srinivasa Rangan) (1995)
	竞争联盟	
	非竞争联盟	
	前竞争联盟	
联盟成员所处产业的差异	竞争者间联盟	皮埃尔·杜尚哲(Pierre Dussauge) 贝尔纳·加雷特(Bernard Garrette)(2006)
	非竞争者间联盟	

迈克尔·波特,弗兰克·罗斯梅尔和大卫·迪兹(Michael Porter, Frank Rothaermel and David Deeds)根据伙伴企业所处价值链位置,将战略联盟大体分为横向战略联盟和纵向战略联盟,其中纵向联盟又被细分为上游联盟以及下游联盟^[38];迈克尔·吉野和斯里尼瓦沙·罗根(Michael Yoshino and Srinivasa Rangan, 1995)根据联盟成员的互动关系和潜在冲突将战略联盟划分为四种类型。其中,后竞争联盟指产业内的垂直价值链关系;竞争联盟指企业可能在终极产品市场上成为直接竞争对手的关系;非竞争联盟是产业内非竞争者之间结成的战略合作关系;前竞争联盟指处于不相关产业内在有限领域内合作的企业联盟,其竞争势头将随着产品开发与商业化进程的推进而增强^[39]。皮埃尔·杜尚哲和贝尔纳·加雷特(Pierre Dussauge and Bernard Garrette, 2006)根据伙伴企业所在产业是否相同,将战略联盟分为非竞争者之间联盟以及竞争者之间联盟,并按照企业扩张方向(国际化扩张、纵向化扩张和多元化扩张)将非竞争者联盟进一步划分为国际合资企业、

纵向伙伴关系和跨产业合作协定三类^[25]。

在共享经济发展及互联网+时代背景下,网络技术的快速发展,形成了高度智能化、动态性、交互性、开放性等独特优势^[40],从根本上改变了传统经济的运行规则。产业边界在网络经济环境下变得模糊,价值链概念逐渐由价值网络取代。此时,联盟实现的范围不再局限于传统的限制与约束(如产业边界、价值链)^[41]。跨界共享强调产业链相关价值创造要素与环节的深度融合,企业之间建立的紧密关系并非传统的横向和纵向联盟,既不是产业链的上下游关系,也没有形成横向的局部垄断结构^[1]。企业所处产业的直接相关性较小,但同处于较大范围内的价值网络中,有合作的潜力。从社会网络视角来看,企业在跨界共享时选择的伙伴企业具有弱关系性,即企业间之前的联系和接触不频繁,有一定的业务网络,但彼此并不熟悉。相比于与上下游企业保持紧密的强关系联盟,这种弱关系联盟能够避免互补性资产的历史积累性,在面对激烈竞争环境时迅速做出应对^[1]。此外,企业通过其弱关系网络可

以获取有别于现有知识基础的异质性信息和知识,促进新知识、新技术的产生,从而有利于企业实现创新^[42]。

4. 创新结果:构建以自身为核心的开放式生态体系

战略联盟作为一种开放式创新的重要形式,能帮助企业高效获得外部资源、技术与资产,降低企业创新风险^[43]。资源基础观理论表明,企业不仅可以直接利用或整合联盟中的共享资源来创造价值,还拥有联盟伙伴非共享资源的潜在使用权,从而提高了间接利用非共享资源创造价值的可能性。战略联盟使得企业可支配资源从内部扩展到外部,在更大范围内对创新资源进行配置,从而提高创新绩效。有学者提出,以联盟为主要形式的合作创新(collaboration innovation)主要与同类企业、科研机构以及高校等研发主体进行合作,重视对相同行业基础技术的研发^[44]。

与战略联盟相比,跨界共享更加强调开放性特点。利他价值观促使企业从资源开放的角度考虑价值共创,而共享资源的非竞争性使得资源的

管理成本不会随资源增多而显著增加。随着成员数量的增加,资源的总量增加,但成本并不会显著增加,成员可以随时加入到共享关系中。如果将整个市场看作是一个共享经济平台,那么只要企业拥有“相对闲置资源”,并且具有进入新兴产业的战略目标,企业之间就存在跨界共享的可能。同时,企业对于伙伴企业的选择范围也是开放的,第三方合作伙伴(如技术供应商、应用层和服务层的相关供应商)以及同行业企业都可以加入跨界共享建立的开放平台。跨界共享的开放性特点不仅能够促使企业获得更多创新资源,还将推动利益相关者参与到新价值创造的过程中。企业通过跨界共享建立的不仅仅是能够优化资源配置和价值整合方式的关系网络,还是以自身为核心,能够实现共赢发展的商业生态体系^[45]。这种商业生态体系能够帮助企业建立竞争优势,实现需求面的范围经济,以应对互联网时代下以需求为导向的商业模式发展趋势。表 2 为战略联盟与跨界共享在产生背景、持续根源、实现范围以及创新结果四个方面不同之处的总结。

表 2 战略联盟与跨界共享的异同

类型	产生背景	持续根源	实现范围	创新结果
战略联盟	经济全球一体化拓宽企业竞争范围;技术变革使得企业面临更加复杂的技术、高昂的成本以及动荡的技术环境。	战略联盟中企业的自利行为会促使其产生机会主义行为。	战略联盟的实现范围与企业价值链、所处产业有关。	战略联盟能够帮助企业从外界获取创新资源。
跨界共享	互联网技术的发展以及共享经济的平台化思维改变企业价值创造方式;智能化产业发展为企业进行跨界合作提供机会。	跨界共享行为中的利他理念以及共享特性有助于抑制机会主义行为。	跨界共享的实现范围突破了价值链与产业边界的限制,伙伴企业间具有弱关系性。	跨界共享更容易帮助企业构建以自身为核心的开放性商业生态系统。

三、跨界共享的未来研究方向探析

在创新驱动发展战略、供给侧结构性改革等政策深入实施的时代背景下,企业间实现跨界共享成为趋势。战略联盟的丰富研究成果为跨界共享的研究提供了坚实基础,借助战略联盟的相关研究,同时结合跨界共享所呈现出的新特点,未来研究可以关注以下几方面:

(一) 跨界共享的治理问题

企业间跨界共享的形式很多,包括建立合资企业(如阿里与上汽共同出资建立斑马汽车)、相互持

股(如小米科技斥资 12.66 亿元入股美的集团,获得 1.29% 的股份。美的集团将以每股 23.01 元价格向小米科技定向增发 5 500 万股)、签订研发协议等。但不同形式的跨界共享最终的结果大相径庭,如相互持股的小米科技与美的集团,在跨界共享中双方逐渐布局智能家居领域,最终形成竞争,合作关系走向破裂。而组建合资公司的阿里与上汽,则相互扶持,在智能汽车领域越走越远。出现上述现象的原因值得我们去探究。此外,互联网时代下,数据逐渐发展成为企业的一种无形资源,而数据资源涉及在某种情况下具有公共产品性质的用户隐私,因此企

业在跨界共享中如何监管数据资源也成为值得思考的问题。

(二) 跨界共享对于突破性创新绩效的影响机制研究

突破性创新能够给企业带来超额收益、增长及更新的机会^[46],帮助企业获取竞争优势以及实现长期的生存与发展^[47]。创新从根本上来讲,是一个发现、获取和使用新知识,优化资源配置并促进组织合作的过程^[48],随着知识经济的到来,企业创新从封闭走向开放,企业可以通过不同关系强度获得创新所需的知识。跨界共享时的伙伴企业具有弱联系性,这种弱联系性有助于企业获取区别于现有知识基础的异质性知识。但是由于跨界共享的双方涉及价值创造过程的深度融合,因此企业间关系将从弱关系逐渐转变成为强关系,而不同联系强度对于知识转移的帮助有所不同,例如强关系有助于隐性知识的转移,弱关系有助于显性知识的转移,这也导致知识创造形式有所不同^[49]。未来研究可关注如何在跨界共享过程中有效进行知识管理,进而促进突破性创新的实现。

(三) 跨界共享的中国本土化情境研究

十九大报告指出,我国经济呈现新常态,经济结

构不断优化升级,经济发展方式从规模速度型的粗放增长转向质量效率型的集约增长,经济发展动力从要素与投资驱动转向创新驱动。但在发展过程中也暴露出一些结构性问题,如供给不足与有效需求不足的矛盾共存,使得资源不能实现有效配置,供给端的产业创新不足^[50]。推动组织创新与发展是落实国家创新战略的重要载体,也是推动结构调整和产业升级的微观基础^[51],因此,企业间跨界共享不仅能够协调产能过剩与供给缺口之间的矛盾,还能够以创新驱动中国制造业转型发展,国务院在《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》中也强调了“支持制造企业与互联网企业跨界融合”^[52]。而政府制定的供给性产业政策和诱致性产业政策也能促进企业间跨界共享的形成。但是,由于中国处于转型经济发展时期,制度巨大变革所带来的空隙不足、经济快速转型所造成的不完善将不可避免地对企业运作以及战略实行带来直接的阻碍作用,进而对企业间跨界共享产生影响。中国本土情境下跨界共享的研究将有助于我们加深对于共享经济时代战略联盟的认识,同时为企业实践与相关政策的制定提供帮助。

参考文献:

- [1] 赵振. “互联网+”跨界经营: 创造性破坏视角[J]. 中国工业经济, 2015(10): 146-160.
- [2] 陈晴晴. 跨界合作行为对创新绩效的影响机制研究[D]. 天津: 天津理工大学, 2017: 1.
- [3] 腾讯研究院. 中国分享经济风潮全景解读报告[R]. 深圳: 腾讯计算机系统有限公司, 2016.
- [4] 王钦. “共享管理”: 管理新范式、新行动[J]. 清华管理评论, 2016(8): 55-57.
- [5] HAWKINS M A, MOHAMMAD H R M. Knowledge boundary spanning process: synthesizing four spanning mechanisms[J]. Management Decision, 2012, 50(10): 1800-1815.
- [6] 张文红, 唐彬, 赵亚普. 地理跨界搜索对企业创新影响的实证研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2014(11): 172-180.
- [7] 韵江, 杨柳, 付山丹. 开放式创新下“吸收-解吸”能力与跨界搜索的关系[J]. 经济管理, 2014(7): 129-139.
- [8] LEIFER R, HUBER G P. Relations among perceived environmental uncertainty, organization structure, and boundary-spanning behavior[J]. Administrative Science Quarterly, 1977, 22(2): 235-247.
- [9] GOPAL A, GOSAIN S. Research note—The role of organizational controls and boundary spanning in software development outsourcing: Implications for project performance[J]. Information Systems Research, 2010, 21(4): 960-982.
- [10] JOHNSON K L, DUXBURY L. The view from the field: A case study of the expatriate boundary-spanning role[J]. Journal of World Business, 2010, 45(1): 29-40.
- [11] HAWKIN M A, REZAZADE M H. Knowledge boundary spanning process: synthesizing four spanning mechanisms[J]. Management Decision, 2012, 50(10): 1800-1815.
- [12] 刘鹏程, 孙新波, 张大鹏. 组织边界跨越能力对开放式服务创新的影响研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2016, 37(11): 136-151.
- [13] JOSHI A, PANDEY N, HAN G. Bracketing team boundary spanning: An examination of task-based, team-level, and contextual antecedents[J]. Journal of Organizational Behavior, 2009, 30(6): 731-759.

- [14] CHAU V S, GILMAN M, SERBANICA C. Aligning university-industry interactions: The role of boundary spanning in intellectual capital transfer[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2017, 123: 199-209.
- [15] 陈宪. 论产业跨界融合对服务经济的影响[J]. *科学发展*, 2010(7): 48-64.
- [16] STEPHANY A. The business of sharing: making it in the new sharing economy[M]. Palgrave Macmillan, 2015.
- [17] WERNERFELT B. A resource-based view of the firm[J]. *Strategic Management Journal*, 1984, 5(2): 171-180.
- [18] 张玉明. 共享经济学[M]. 北京: 科学出版社, 2018.
- [19] 陈劲, 尹西明, 梅亮. 整合式创新: 基于东方智慧的新兴创新范式[J]. *技术经济*, 2017(12): 1-10.
- [20] 腾讯与长安汽车宣布建立合资公司, 或改写 BAT“车轮战”格局[EB/OL]. (2018-04-12)[2018-12-09]. <http://36kr.com/p/5128848.html>.
- [21] PARKHE A. INTERFIRM DIVERSITY, Organizational Learning, and Longevity in Global Strategic Alliances[J]. *Journal of International Business Studies*, 1991, 22(4): 579-601.
- [22] HARRISON J S, HITT M A, HOSKISSON R E, et al. Resource complementarity in business combinations: Extending the logic to organizational alliances[J]. *Journal of Management*, 2001, 27(6): 679-690.
- [23] DAVID J T. Competition, cooperation, and innovation: Organizational arrangements for regimes of rapid technological progress[J]. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1992, 18(1): 1-25.
- [24] GULATI R. Networks and alliances[J]. Flinders University, 1998, 19(4): 293-318.
- [25] DUSSAUGE P, GARRETTE B. 战略联盟[M]. 李东红, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006: 36-144.
- [26] KIPROTICH S, KIMOSOP J, KEMBOI A, et al. Moderating effect of social networking on the relationship between entrepreneurial orientation and performance of small and medium enterprise in nakuru county, Kenya[J]. *European Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 2015, 3(2): 38-52.
- [27] 陈耀, 连远强. 战略联盟研究的理论回顾与展望[J]. *南京社会科学*, 2014(11): 24-31.
- [28] ARCHIBUGI D. The globalization of technological innovation: definition and evidence[J]. *Review of International Political Economy*, 2002, 9(1): 98-122.
- [29] 林季红. 跨国公司战略联盟研究[D]. 厦门: 厦门大学, 2003: 77.
- [30] ISLAM M, HOSSAIN A T, MIA L. Role of strategic alliance and innovation on organizational sustainability[J]. *Benchmarking An International Journal*, 2018(5): 1581-1596.
- [31] AKERLOF G A. The market for lemons[J]. *Journal of Economics*, 1970, 7(16): 1372.
- [32] 张伯旭, 李辉. 推动互联网与制造业深度融合——基于“互联网+”创新的机制和路径[J]. *经济与管理研究*, 2017, 38(2): 87-96.
- [33] WILLIAMSON O E. Comparative economic organization: the analysis of discrete structural alternatives[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1991, 36(2): 269-296.
- [34] 江旭. 医院间联盟中的知识获取与伙伴机会主义[D]. 西安: 西安交通大学, 2008: 65.
- [35] 乔洪武, 张江城. 共享经济: 经济伦理的一种新常态[J]. *天津社会科学*, 2016(3): 93-98.
- [36] KENNETH H W, JAN B H. Opportunism in Interfirm Relationships: Forms, Outcomes, and Solutions[J]. *Journal of Marketing*, 2000, 64(4): 36-51.
- [37] CAVUSGIL S T, DELIGONUL S, ZHANG C. Curbing foreign distributor opportunism: an examination of trust, contracts, and the legal environment in international channel relationships[J]. *Journal of International Marketing*, 2004, 12(2): 7-27.
- [38] ROTHARMEL F T, DEEDS D L. Alliance type, alliance experience and alliance management capability in high-technology ventures[J]. *Journal of Business Venturing*, 2006, 21(4): 429-460.
- [39] YOSHINO M Y, RANGAN U S. Strategic alliances: an entrepreneurial approach to globalization[J]. *Long Range Planning*, 1995, 29(6): 1241.
- [40] 王瑞. 网络经济下的企业竞合关系的演变[J]. *对外经贸*, 2007(3): 99-101.
- [41] 张延锋, 刘益, 李垣. 国内外战略联盟理论研究评述[J]. *南开管理评论*, 2002, 5(2): 53-55.
- [42] 王永健, 谢卫红, 王田绘. 强弱关系与突破性创新关系研究——吸收能力的中介作用和环境动态性的调节效应[J]. *管理评论*, 2016, 28(10): 111-122.
- [43] 曾靖珂, 李垣. 基于战略联盟的开放式创新的研究综述[J]. *科技管理研究*, 2018(4): 1-6.
- [44] 高良谋, 马文甲. 开放式创新: 内涵、框架与中国情境[J]. *管理世界*, 2014(6): 157-169.

- [45] 宋逸群, 王玉海. 共享经济的缘起、界定与影响[J]. 教学与研究, 2016, 50(9): 4-9.
- [46] CHRISTENSEN, CLAYTON M, RAYNOR, MICHAEL E. The innovator's solution. creating and sustaining successful growth[M]. Boston, MA: Harvard Business School Press, 2003: 2-3.
- [47] 李钰婷, 高山行. 生物医药企业的政治行为对突破性创新的影响研究[J]. 管理学报, 2017(12): 1804-1810.
- [48] VAN DE VEN A H. Central problems in the management of innovation[J]. Management Science, 1986, 32(5): 590-607.
- [49] 徐笑君, 周瑛. “场”的力量: 让新型组织的知识创造卓有成效[J]. 清华管理评论, 2017(Z1): 74-81.
- [50] 吕薇, 马名杰, 戴建军, 等. 转型期我国创新发展的现状、问题及政策建议[J]. 中国软科学, 2018(3): 10-17.
- [51] 覃毅, 马丽梅, 黄娅娜. 中国产业发展的理论与实践——“首届全国产业经济学博士后论坛”观点综述[J]. 中国工业经济, 2015(12): 146-150.
- [52] 国务院关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见. 国发[2016]28号[EB/OL]. (2016-05-20)[2018-12-11]. http://www.gov.cn/zhengce/content/content_5075099.htm

Boundary-spanning Sharing

——Re-recognition of Strategic Alliance in the Age of Sharing Economy

GAO Shanxing, LIU Jiahui, HAN Chen, TAN Jing

(School of Management, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049, China)

Abstract: The development of information technology and the emergence of the sharing economy provide opportunities for enterprises to achieve boundary-spanning sharing. Boundary spanning sharing has gradually become an important way for enterprises to obtain external resources and enter emerging markets. As a new inter-organizational cooperation and resource integration mechanism, boundary-spanning sharing is essentially the same as strategic alliances, but has the specific characteristics influenced by the sharing economy. Based on the analysis of the connotation of boundary-spanning sharing, this paper attempts to explore the new characteristics of strategic alliances in the sharing economy from four aspects: background, cause of continuous, scope of realization and innovation results. Finally, combined with the previous research of strategic alliances, the paper proposes the future research direction of boundary-spanning sharing, and emphasizes the importance of the study in the Chinese context.

Key words: cross-industry cooperation; boundary-spanning sharing; sharing economy; strategic alliance; interent technology; new thchnology

(责任编辑 冯 蓉)