

# Analysis of the Relationship between Enterprise Innovation and Competitive Advantage Based on Dynamic Capabilities

Ye Xia, Xiaoling Wang\*

Business College of Jiangxi Normal University, Nanchang Jiangxi  
Email: \*534195427@qq.com

Received: Dec. 8<sup>th</sup>, 2018; accepted: Dec. 22<sup>nd</sup>, 2018; published: Dec. 29<sup>th</sup>, 2018

---

## Abstract

Along with the changes in the external business environment of enterprises, it is more urgent for enterprises to carry out innovations to enhance their competitive advantages. Technological innovation can provide enterprises with sustainable competitive advantages. In the era of economic globalization, technological innovation has gradually become the backbone of enterprise development; business innovation can help enterprises achieve profitability and strategic goals. In a dynamic competitive environment, having dynamic capabilities is critical to business innovation. This paper discusses the decomposition of enterprise innovation into technological innovation and business innovation by combing the existing literature, and discusses the role of dynamic capabilities in regulating corporate innovation and competitive advantage.

## Keywords

Dynamic Capability, Enterprise Innovation, Competitive Advantage

---

# 基于动态能力的企业创新与竞争优势关系探析

夏 夜, 王晓玲\*

江西师范大学商学院, 江西 南昌  
Email: \*534195427@qq.com

收稿日期: 2018年12月8日; 录用日期: 2018年12月22日; 发布日期: 2018年12月29日

---

\*通讯作者。

## 摘要

伴随企业外部经营环境的变化, 企业开展创新以提升企业竞争优势显得更为迫切。技术创新能提供企业持续的竞争优势, 在经济全球化时代技术创新逐渐成为企业发展的中坚力量; 经营创新能够帮助企业实现盈利和战略目标。而在动态竞争环境下, 拥有动态能力对企业创新至关重要。本文通过梳理现有文献, 将企业创新分解为技术创新和经营创新进行论述, 并探讨动态能力对企业创新和竞争优势的调节作用。

## 关键词

动态能力, 企业创新, 竞争优势

Copyright © 2018 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

当今世界正在经历新一轮大发展、大变革、大调整, 新一轮科技和产业革命给人类社会带来新的机遇和挑战, 唯有变革创新才能顺应时代潮流。但是, 在瞬息万变的商业环境中, 现代企业仅依靠已有的资源来提升创新绩效已变的越来越困难, 如何在激烈竞争环境中创造并维持竞争优势, 一直是企业关注的核心问题。纵观已有文献, 发现提升企业动态能力以应对复杂的内外部环境是企业获取超额利润、树立竞争优势的重要途径。

动态能力作为组织的一种能力, 通过不断改变企业资源基础, 以及在企业中不断实施新价值创造战略, 去适应外部竞争环境, 促进企业获取持久竞争优势和良好绩效, 其具体分为3部分: 机会识别能力、整合重构能力、创新开发能力。企业通过不断增强动态能力, 及时敏锐捕捉市场机遇, 获取最新的技术支撑和管理方式, 以增强企业的技术创新和经营创新, 最终形成企业的竞争优势。

## 2. 理论回顾与概念界定

### (一) 动态能力

Teece 等[1]是最早研究动态能力并具有影响力的学者之一, 认为动态能力可以定义为“企业整合、建立和重组内部和外部组织技能、资源和职能能力的的能力”。

根据 Teece 等[1]的界定, 整合能力被 Teece 学派认定为动态能力的理论内核, 可以划分为内部整合和外部整合两个维度。再后来, Teece 继续通过对前期研究的重新审视, 明确提出动态能力可以进一步分解为对机会的感知和把握能力, 以及重构能力。

在 Teece 等的基础上, Wang 和 Ahmed [2]对动态能力提出了不同的定义。他们认为动态能力不是简单的过程, 而是内嵌在组织运行的过程中。同时提出, 动态能力包括三个主要构成要素, 分别是吸收能力、适应能力和创新能力, 三种能力相互联系又各不相同。这三种动态能力的构成要素均是外部技术获得转化为多元化产品过程中所需的关键因素。

通过文献梳理, 本文将动态能力分为4个部分进行论述, 分别为: 机会识别能力、整合重构能力、创新开发能力。从而探讨动态能力对于企业创新与企业竞争优势的调节作用。

## (二) 技术创新

经济学家 Romer (1986)与 Lucas (1988) [3] [4]曾指出, 内生技术的变化是导致增长的根本原因, 且内生技术方面的创新是促进经济增长的重要作用机制, 这一成果不仅突破了新古典增长理论所坚持的技术外生性的假设, 同时为约瑟夫·熊彼特[5]的创新理论奠定了基础。

熊彼特[5]最早在其《经济发展理论》中阐释了创新理论, 不同于以往的创新概念, 他所指的“创新”是经济和科技相结合的行为, 不仅仅是以往意义上关于科学技术的发明与创造, 更是通过有效组合生产要素与生产条件, 将生产体系引入到企业的技术体系上, 进而引发技术变革, 提升企业的生产经营能力和核心竞争力, 最终达到改善企业的经营绩效的目的。由此可见, 熊比特“创新理论”的最大特点在于突出强调了生产方法与生产技术革新的重要性, 指出了二者在经济发展过程中所起到的重要作用。

在此基础上, 创新理论得到了进一步的延伸与发展。Mansfield (1968) [6]指出, 技术创新指的是在原有市场的基础上, 引进新工艺、新产品, 并为社会所接受。同时强调了在技术创新过程中企业家的主体地位, 通过构建创新周期与创新扩散等模型, 分析研究了市场结构、企业的行为等因素对创新所产生的影响。傅家骥(1998) [7]则认为创新是企业通过开发新工艺或新流程、开辟新市场或与新的供应商建立合作伙伴关系, 构建科学、高校的生产运作体系, 有助于企业把握商机, 以此获取利益的过程。

由此可见, 技术创新理论充分说明了企业创新投入在企业形成、巩固竞争优势的过程中发挥了内生性决定作用, 直接关系到企业的经营绩效及对企业创新投入活动效果的反馈。

## (三) 经营创新

商业企业经营活动体现的是商业本质, 即盈利模式依赖于占主导地位的销售毛利增长及对消费者和供应商的价值增值服务, 并提供顾客所需的质优价廉、售后放心的商品, 其主要体现在商业业态经营组织方面。

对于商业企业而言, 经营创新包括两种模式: 一是业态组合, 二是业态整合, 每种基本类型又可以再次衍生出更多商业业态模式, 并且着两种基本类型也可以交叉协同, 共同实现商业对顾客服务的满足。业态组合是指一家商业企业采取多个业态策略, 且多个业态中的每一个业态均肚子完成商业环境中的所有功能。而业态整合则是指每个业态仅完成商品从“卖者-消费者”过程中的一个功能或部门功能, 不承担所有商业功能。

## (四) 竞争优势

竞争优势是指企业拥有可以为顾客创造价值的一种能力, 这种价值超过了成本, 使得企业获得战略先机, 可以更好地在市场上进行有效竞争。每个企业拥有不同于其他企业的差别因素, 而要形成竞争优势仅靠差别因素是不够的, 更需要这些因素助力企业与其他企业开展有效竞争, 进而帮助企业获取竞争目标。

## 3. 企业创新与公司竞争优势关系的理论分析

随着互联网+时代的到来, 创新对企业生产和发展的重要性与日俱增。一方面, 技术创新活动是企业获得竞争优势的主要途径, 也将直接关系到企业创新之路是否顺利, 以及我国产业转型升级能否顺利完成。而公司经营方式的变化, 直接影响着创新研发投入向企业绩效的转化, 只有公司经营创新与企业技术创新活动保持一致时, 才不会成为企业创新研发的阻碍。

### (一) 技术创新对形成公司竞争优势的影响分析

竞争优势内部理论表示, 技术创新能够为公司竞争优势的维持、公司绩效的提升提供内在支持。公司通过技术创新, 一方面能够简化产品的生产流程, 提高公司在日常生产过程中的劳动生产率, 帮助公司降低自身的生产成本, 形成公司价格竞争优势, 也就是成本领先优势; 另一方面, 公司通过产品创新

等活动, 能对产品的性能进行相应的改善, 以更好地满足客户的需求, 也就是通过产品的差异化提升公司的市场竞争力, 形成差异化竞争优势。

值得注意的是, 技术创新不仅有助于公司构建成本优势, 在形成经验曲线效应之余, 还能够为公司带来一定的技术垄断, 增强公司在一定时期内的技术优势, 使其竞争能力得到进一步巩固, 并最终从众多的市场竞争者中脱颖而出。此外, 公司的技术创新成果还可以为公司构筑异质性技术壁垒, 使得公司的竞争对手较难在短时间内复制或模仿出与公司相同的产品。创新技术还在一定程度上构成了相关产品市场的进入壁垒, 限制了潜在竞争者进入现有市场, 使公司市场份额能够保持不变。因此, 技术创新可谓是公司构建或维持自身竞争优势的关键来源, 技术创新能够帮助公司构建独特的竞争优势, 为公司的可持续发展提供重要支持。

## (二) 经营创新对形成公司竞争优势的影响分析

朱舜楠[8]指出, 面对复杂的国际环境和日趋激烈的市场竞争, 中国企业只有进行经营创新与转型, 才能走出符合自身特征的可持续发展之路。国际金融危机发生后, 中国企业要增强竞争力, 实现跨越式发展, 必须开展经营创新, 并运用求异思维[9]。从商业企业实际看, 可运用业态组合和业态整合两种经营创新形式, 而每一种创新形式又可衍生出多种业态商业模式, 同时两种形式又可以交叉协同, 共同实现商业企业对顾客服务的满足。业态组合是指通过对外部环境变化的适应, 引进不同业态实现收益增加进而形成竞争优势; 业态整合则强调加强内部系统革新以提升竞争地位。当企业不断创新内部系统特别是创新竞争战略方法时一般不易为外人知晓, 其所构建的隐形知识, 外部竞争者通过直接模仿较难获得, 这样可使企业竞争优势得以建立并长期保持。因而, 无论是业态组合还是业态整合表现出来的经营创新均能够影响商业企业绩效, 从而促使企业建立竞争优势。

Barry 和 Shawn 认为[10], 企业采用多种业态能够获得增加资产的机会, 进而吸收更多顾客带来销售额和利润增长。Kumar 等[11]认为, 多种业态经营能够促进企业利润增长。张武康、郭立宏[12]以网络商业为研究背景, 提出多业态经营能够显著提升企业竞争优势, 并且对商业企业业绩具有显著正向影响。汪旭辉、张其林[13]以苏宁公司为例, 发现苏宁易购网店业态增长并未妨碍实体店发展, 二者组合运用反而促进了企业发展。王剑钊、吴甦[14]发现, 当连锁超市业态种类不断增加时, 导致绩效提高。从企业发展及优势建立看, 业态组合有助于增强企业对现有市场的满足, 扩大商圈和顾客满意度, 只要运用得当就能帮助企业重建竞争优势。因此本文认为, 业态组合这种创新形式对企业竞争优势培育具有正向影响。

同时各业态联合向相同顾客提供给不同商品或服务, 彼此间相互影响。Dorman [15]分析了在全渠道零售整合理念下, 线上与线下实体商业运营互为补充, 相互融合将取得更高的市场份额。孟迪云、王耀中[16]在研究京东商城竞争优势时认为, 资源与能力在不同成员间的交互、协同、补充有助于获取网络商业企业竞争优势。洪涛、李国玉[17]提出兼并并整合将成为商业领域的自然规律, 并有助于商业企业崛起。王举颖[18]认为, 大数据时代背景下, 商业企业通过加大互联网技术应用, 实现与多种业态整合, 构建起全新的多变平台式商业模式, 能够保证在未来商业行业发展中寻求优势。业态整合能够建立人力和技术、服务等方面的隐形知识, 使得业态效率最大化, 合力促进企业绩效发展, 从而甩开竞争对手。因此, 本文还认为, 业态整合这种创新形式对企业竞争优势培育具有正向影响。

## 4. 动态能力对企业创新和企业竞争优势的调节作用

根据上文所述, 本文认为动态能力包括机会识别利用能力、整合重构能力、创新开发能力这三种能力。这些能力都对企业创新能力和形成企业竞争优势有着正向的影响作用。

其中, 机会识别能力的建立对于企业而言意味着能够从外部发现并获取创新机遇, 因而能帮助企业建立创新信心和提高企业创新成果率。企业机会识别能力主要通过以下两种途径来提升创新绩效形成竞



争优势: 一方面, 较强的机会识别能力意味着企业善于通过多种渠道从外部搜索知识和信息, 包括分析顾客需求、竞争者技术发展战略、供应商行为、以及与高校和科研院所开展战略合作等。这些信息对于企业制定适应外部环境和内部资源条件的创新战略、推动创新进程具有重要意义、能极大地提高企业的创新成功率。另一方面, 机会识别能力强的企业往往拥有丰富的知识积累。依据消化吸收理论逻辑, 企业在过去一段时间所搜集的创新知识能够帮助企业识别现今市场上出现的一些新技术并预测未来技术和市场变革的趋势。因此, 可以推测机会识别能力强的企业拥有更强的创新动力和更高的成功率。

在识别外部机会之后, 企业需要利用机会, 在关键创新投资问题上作出战略决策。首先, 内部的整合和重构过程能够帮助企业更新创新观念和认识, 这对于推动企业创新进具有战略意义。其次, 企业内部的资源整合和重构过程能够增强资源柔性和协调柔性, 从而能够快速推动加速企业创新。最后, 通过资源整合和重构以利用机会的过程必然充满了合作的争辩, 企业能够通过头脑风暴法和民主决策以在建设性冲突中做出最优的战略选择。因此, 可以推测机会利用能力强的拥有更高的创新绩效。

从技术创新角度来说, 技术创新具有系统性、成长性、可操作性等特征, 是一个企业进行资源集成、技术积累、技术再创造、成果产出的过程。技术创新流程是“技术支撑 - 资源投入 - 研究开发 - 成果产出 - 价值实现”5 个阶段, 它们组成了技术创新动态能力要素的概念模型。基于动态能力的企业技术创新要素是企业开展技术创新活动必须的基本要素, 各要素之间只有相互作用, 才能不断提高企业的技术创新动态能力。

从经营创新的角度来说, 新建一种业态是出于对外部环境变化的适应, 所以机会识别能力非常关键, 商业企业这方面能力越强, 则新业态建立就越容易实现。同时, 新业态会带来新的经营只是, 将促进商业企业形成一些独有知识, 这些专业知识能帮助企业构建新竞争优势。同时, 企业只有不断增强组织变革能力, 才能对市场竞争迅速作出反应, 进而提升企业竞争优势。整合重构能力是企业优化和组合其使用或控制业态的能力, 不仅可根据自身工作模式调整业态组合, 还可以整合业态实现战略转型, 从而对企业竞争优势产生重大影响。动态能力能够帮助企业实现内容创新, 通过对已有资源和经营操作习惯展开再重构与新组合, 企业可获取短期绩效并建立竞争优势。在企业经营活动创新中, 机会识别能力作为一种动态能力, 将凭借响应外部环境变化, 积极识别和捕捉业务发展机会, 为改善企业未来绩效做好准备。整合重构能力则通过加强资源整合、协调和重构, 改变商业业务运营能力, 加速业态协同, 促进商业绩效有效提升。而创新开发能力通过灵活调整服务和组织结构, 使企业提供的商品和服务不断更新, 实现对顾客需求的满足。

## 5. 结论

动态能力是企业对运作能力进行管理的能力, 即整合和更新运作能力以创造和持续竞争优势的高层次能力。对于动态能力的研究一直是学术界关注的焦点, 本文将动态能力分解为三个部分, 即机会识别利用能力、整合重构能力、创新开发能力, 由此研究探讨了动态能力对企业创新能力和企业竞争优势的调节作用。研究表明, 在外部环境动态变化的情况下, 拥有越强的动态能力, 企业就能够从外部环境中识别并获取和利用更多、更丰富的创新知识、技术和发展机会, 企业为了利用这些资源和机会就会再次发挥动态能力对内部结构和经营管理进行创新整合和重构, 最终导致企业利用机会的能力不断增强, 最终形成企业的竞争优势。所以, 动态能力对形成企业创新能力以及竞争优势具有正向的调节作用。

## 基金项目

国家自然科学基金项目“企业动态能力形成的微观机理研究: 以柔性人力资源管理创新为视角”(71662018); 江西省高校人文社会科学研究项目“基于柔性人力资源管理的企业动态能力形成机理研究”

(GL161002)。

## 参考文献

- [1] Teece, D.J., Pisano, G. and Shuen, A. (1997) Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, **18**, 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- [2] Wang, C.L. and Ahmed, P.K. (2007) Dynamic Capabilities: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, **9**, 31-51. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00201.x>
- [3] Romer, P.M. (1986) Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*, **94**, 1002-1037. <https://doi.org/10.1086/261420>
- [4] Lucas, R.E. (1988) On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Money Economics*, **22**, 3-42. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(88\)90168-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7)
- [5] 约瑟夫·熊彼特. 何畏, 等, 译. 经济发展理论[M]. 北京: 商务印书馆, 1997.
- [6] Mansfield, E. (1968) Industrial Research and Technological Innovation. *Economic Journal*, **78**, 676. <https://doi.org/10.2307/2229396>
- [7] 傅家骥. 技术创新学[M]. 北京: 清华大学出版社, 1998.
- [8] 朱舜楠. 后金融危机时代企业经营创新与转型[J]. 财经问题研究, 2013(4): 120-124.
- [9] 张虎林. 论求异思维与企业经营创新[J]. 商业时代, 2010(4): 47-48.
- [10] Barry, B. and Shawn, T. (2004) A Guide to Developing and Managing a Well-Integrated Multi-Channel Retail Strategy. *International Journal of Retail & Distribution Management*, **32**, 147-156. <https://doi.org/10.1108/09590550410524939>
- [11] Koulamas, C. (2006) A News Vendor Problem with Revenue Sharing and Channel Coordination. *Distribution Sciences*, **37**, 91-100.
- [12] 张武康, 郭立宏. 传统零售企业网络零售成功的关键因素实证研究[J]. 西安财经学院学报, 2016, 29(2): 33-40.
- [13] 汪旭辉, 张其林. 多渠道零售商线上线下营销协同研究——以苏宁为例[J]. 商业经济与管理, 2013, 263(9): 37-47.
- [14] 王剑钊, 吴甦. 连锁零售业扩张行为绩效评价[J]. 商业时代, 2005(21): 17-18.
- [15] Dorman, A.J. (2013) Omni-Channel Retail and the New Age Consumer: An Empirical Analysis of Direct-to-Consumer Channel Interaction in the Retail Industry. Claremont Mckenna College.
- [16] 孟迪云, 王耀中. 价值网络视角下的网络零售企业竞争优势来源研究——以京东为例[J]. 求索, 2015(10): 45-49.
- [17] 洪涛, 李国玉. 中国零售业结构性调整分析——2014 年中国零售业关店报告[J]. 中国流通经济, 2015(3): 1-9.
- [18] 王举颖. 大数据时代零售企业多边平台发展与协同定价策略研究[J]. 价格理论与实践, 2015(5): 106-108.

### 知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>  
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7311, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>  
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>  
期刊邮箱: [mm@hanspub.org](mailto:mm@hanspub.org)