

国际化、专业化与企业创新绩效

——基于我国制造业单项冠军企业的实证研究

侯欣悦

江苏大学江财经学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年1月8日; 录用日期: 2025年1月24日; 发布日期: 2025年2月28日

摘 要

作为经济支柱的制造业企业一直是我国发展道路上的创新主体, 部分企业利用国际化来获得更多资源与学习机会, 坚持在细分领域默默耕耘, 其中最具代表性的就是中国制造业单项冠军企业。本文从企业国际化、专业化与创新绩效的相关研究与现状出发, 实证检验了国际化对创新绩效的作用机理以及专业化的中介作用, 研究发现国际化广度的扩展有利于增加企业的经营绩效, 同时单项冠军的创新能力受国际化深度的正向促进作用, 并仅在国际化深度与企业创新绩效之间发挥了中介作用。本文从理论上解释了单项冠军企业成功的影响因素, 并对我国如何培育更多单项冠军企业具有指导和启发意义。

关键词

国际化深度, 国际化广度, 专业化, 创新绩效

Internationalization, Specialization and Enterprises' Innovation Performance

—Case Study Based on the Individual Champion of China's Manufacturing Industry

Xinyue Hou

School of Finance and Economics, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jan. 8th, 2025; accepted: Jan. 24th, 2025; published: Feb. 28th, 2025

Abstract

As the backbone of the economy, manufacturing enterprises have always been the main innovators on China's development path. Some enterprises use internationalization to obtain more resources, and adhere to the silent cultivation in the subdivided fields, among which the most representative

文章引用: 侯欣悦. 国际化、专业化与企业创新绩效[J]. 电子商务评论, 2025, 14(2): 1337-1346.

DOI: 10.12677/ecl.2025.142657

is the “single champion” enterprises in China’s manufacturing industry. Starting from the relevant research and current situation of enterprise internationalization, specialization and innovation performance, this paper empirically tests the mechanism of internationalization’s effect on innovation performance and the intermediary role of specialization. The research finds that the expansion of the scope of internationalization is conducive to increasing the business performance of enterprises. And the innovation ability of individual champions is positively promoted by the depth of internationalization. It plays an intermediary role between the depth of internationalization and the innovation performance of enterprises. This paper theoretically explains the factors influencing the success of individual champion enterprises, and has guiding significance on how to cultivate more individual champion enterprises in China.

Keywords

Internationalization Depth, Internationalization Breadth, Specialization, Innovation Performance

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

在我国制造业转型升级的浪潮中，有一批品牌知名度低但国际市场占有率极高的中小企业，撑起了中国约 68% 的出口量[1]，德国管理学家 Simon 将这类企业称为“隐形冠军”[2]。2016 年，中国工信部颁布《制造业单项冠军企业培育提升专项行动实施方案》，国家加大力度扶持中国“隐形冠军”企业，同时国资委在 2023 年战略性新兴产业部署会中强调要加快培育“专精特新”与“单项冠军”企业来助力经济发展。在当前逆全球化情境下，长期在细分市场领域深耕的单项冠军企业能有效推动我国制造强国战略的实施和经济发展[3]，对于国家突破卡脖子技术瓶颈同样具有决定性作用。因此单项冠军企业，即中国的“隐形冠军”企业，正受到实践界与学术界越来越多的关注。

大多学者认为国际化在隐形冠军企业发展过程中发挥着重要作用。代润霞[4]强调面向全球增加有效顾客的数量，能够为隐形冠军企业带来巨大增长机会。Haussmann [5]也指出具有远见卓识的企业领导者，通常将雄心勃勃的全球目标作为隐形冠军国际化的关键要素，有研究表明：68% 的隐形冠军从事直接出口，80% 的隐形冠军拥有完全子公司[6]。只有国际化的道路才能使中国的民营企业在细分市场占据优势地位[7]。尽管规模和资源有限，但隐形冠军企业自成立起将所有可用资源均集中于某一特定细分领域而非采取多元化策略[8][9]，强调高度专业化的发展逻辑。只有业务专一、无限细分市场、无明显规模经济特征、具有竞争优势并阻止其他竞争者进入，这些企业才可以在市场上占据垄断地位[10]。葛宝山和赵丽仪[11]认为隐形冠军企业在其整个生命周期中始终坚持实施“精一战略”，通过提升专业化程度来提高创新能力，进而获得战略优势[12]。Voudouris [13]在访谈中做的摘录也明确体现出了专业化对隐形冠军的重要性，隐形冠军的成功因素围绕着细分市场专业化、对客户服务的高度承诺以及对创新和技术的高度关注。虽然现有研究表明企业国际化在一定阶段有利于企业创新绩效的提高[14]，但单项冠军企业，即中国的“隐形冠军”企业，往往采取高度专业化经营战略，以往研究结论在单项冠军企业中是否适用，专业化在企业国际化与创新绩效关系中的中介作用机制有待进一步实证检验和批判性分析。

基于此，本文拟将企业国际化与创新绩效联系起来，以 40 个单项冠军企业共 520 项数据为样本，探究单项冠军企业提升创新绩效的内在机理，并在此基础上加入专业化作为中介变量，为企业绩效提升的影响机制提供了更为全面的阐释，对数字经济和双循环背景下我国如何培育更多隐形冠军企业具有重要

的指导和启发意义。

2. 理论背景与研究假设

国际化并没有统一的定义，现如今代表性的观点分别基于经济学、行为学和战略管理学的观点对国际化进行阐述[15]。本文基于我国制造业单项冠军企业开展研究，其国际化的关注重点在于产品的出口及在各国市场占有率，因此本文综合 Hitt [16]、杨丽丽[15]等学者的观点为参考，将国际化定义为企业将经营活动扩展到不同国家的市场或区域的行为。

2.1. 国际化与企业创新绩效

2.1.1. 国际化广度对企业创新绩效的影响

国际化广度是指企业国际化活动在地理上的分散程度，表现为企业开展业务活动的国家和地区个数[17]。首先，企业通过拓展国际化广度可以接触到更多别国资源，刺激创新产出。各东道国在资源禀赋、技术、管理和文化之间存在巨大的差异，使企业有机会发现和接触差异化资源，构建互补性资产[18]，通过提升国际化广度，企业能够探索和挖掘更多创新的可能性。同时，在具有不同区位优势东道国进行布局，企业能够有效将国内稀缺性资源转化吸收成内部的独特能力，提高资源利用率、降低研发成本，进而提高自身的创新产出[19]。其次，企业可以通过学习不同国家的经验和知识提高创新绩效。地理多样性为企业提供了从其他市场和文化学习的机会[20]，提高企业在技术、管理等方面的知识储备，并开展针对性创新活动。企业的经营经验会由于业务的地域分散而更加丰富[21]，多元的经验可以使管理者不断锻炼自己的能力，提高企业组织经营的灵活性以及应对机遇和风险的能力，以此推动企业创新绩效的发展。最后，企业在国际化时若想与东道国市场深度融合，就需要适应东道国差异化市场与客户需求。而推进产品本土化并迎合市场与消费者的喜好、预期，企业会进行大量改动与创新，对企业的创新绩效具有积极作用。

H1：国际化广度与企业创新绩效呈正相关，国际化广度的扩张有利于提升企业创新绩效。

2.1.2. 国际化深度对企业创新绩效的影响

国际化深度是指跨国企业在海外市场进行资源投入的厚度以及依赖程度[17]，国际化深度的增加，表明企业与国外市场的联系更加紧密。一方面，国际化深度的增加使企业能获得并整合更多战略性资源与信息，提高自身创新的动力。国际化深度的增加使企业能够在东道国获取更多当地的信息与资料，通过交易会等场所与管理人员直接沟通，了解更多的隐形知识及产品市场信息。杨忠[22]曾指出企业基于国际化深度的扩张，通常以其具备特定优势为前提，从而对企业技术与产品创新、品牌建设提出了更高的能力要求。对海外市场的逐步深入能为企业积累特质的知识与经验，增强企业吸收外部知识、实现自我创新的动力，形成良性循环[18]。另一方面，较高的国际化深度能够使企业获得逆向的技术溢出效应，增强创新能力。企业在东道国设立的机构可能会吸引当地的技术人员或管理人员，通过接触一流人才及先进技术获取知识溢出，并将成果运用到企业内部，提高其创新能力。同时，国际化深度的增加使企业能够获取最新的技术发展趋势和前沿动态，了解潜在的技术突破点信息、竞争对手信息，并可能提前进行战略布局以争取更大的竞争优势。

H2：国际化深度与企业创新绩效呈正相关，国际化深度的拓展有利于提升企业创新绩效。

2.2. 企业专业化的中介作用

2.2.1. 专业化对国际化广度与企业创新绩效的调节作用

单项冠军企业与其它众多企业的国际化特征不同，它们的市场定位面窄，并且高度瞄准单一的产品/

服务市场，通常采取全球性的高度专业化市场战略。单项冠军企业的国际化广度的提高对其专业化战略具有积极的影响。一方面，在全球化进程中，为抢占市场份额与获得竞争优势，企业会积极实施专业化战略，通过专业化的规模生产降低成本，提高产品的生产效率和企业的盈利能力，因此有更多的资源、资金投入到新产品的研发。另一方面，国际化面临的风险会促使企业深入了解目标客户的潜在需求，先于竞争对手采取行动进而获得先发优势。为留住细分市场中的客户群，单项冠军企业需在产品和服务上勇于尝试突破，提高产品差异化与个性化避免被轻易代替，更好地满足消费需求并服务好特定客户群体，把企业的产品或特性和顾客心智中的某些理念联系起来，建立企业的竞争优势[23]。此外，专业化战略可以引发资源集聚，使得企业在供应链产生固化效应，提升企业在细分市场取得的收益进而增加创新投入。因此，专业化对国际化广度与创新绩效的关系具有正向调节作用。

H3：国际化广度与专业化水平正相关，且专业化水平的提升可以促进企业创新绩效。

2.2.2. 专业化对国际化深度与企业创新绩效的调节作用

单项冠军企业大多为中小企业，规模不大、资源有限，对于这样一批企业，“T 型战略”模式对它们具有特殊意义。这些企业的产品开发技术专长就像 T 型横向的一笔(广度核心竞争力)，需要不断挖掘提升核心竞争力；而其产品应用场景拓展就像 T 型纵向的一笔(深度核心竞争力)，需要不断扩展丰富市场需求。随着国际化深度的提升，企业可以不断拓展该产品市场以及多元使用场景，延长 T 型横向的一笔(广度核心竞争力)的，并对所专注的细分市场不断挖掘，加深自己 T 型纵向的一笔(深度核心竞争力)，使自己的产品更加具有优势。此外，单项冠军企业的高度专业化能在跨国并购与建立国外研发中心时吸引更多优秀人才，获得逆向的技术、知识溢出，进一步提高专业化水平及创新能力，形成良性循环。因此，专业化对国际化深度与创新绩效的关系具有正向调节作用。

H4：国际化深度与专业化水平正相关，且专业化水平的提升可以促进企业创新绩效。

基于以上理论分析与研究假设，形成基于专业化中介效应的企业国际化与创新绩效的关系模型(如图 1 所示)。

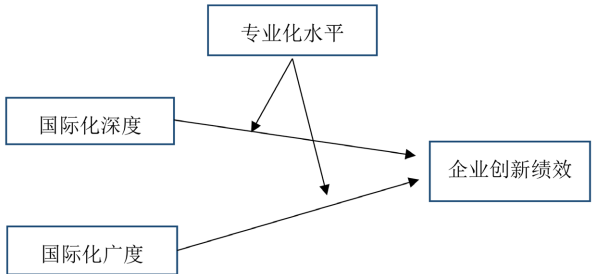


Figure 1. Relationship model diagram
图 1. 关系模型图

3. 研究设计

3.1. 变量的度量

3.1.1. 被解释变量

企业创新绩效(INNO)：考虑到知识产权的不断完善，专利数据作为发明产出的一种表现形式可信度随之提高[24]，鉴于企业每年申请的专利数量只能反映出当年企业的创新能力，并不能代表企业整体的创新能力，因此本文选取自 2008~2020 年申请专利累加数量的对数来代表企业创新绩效。

3.1.2. 解释变量

国际化程度(DOI): 关于国际化的测度方法, 目前并没有一个统一的定义和概念。有些国际化指标, 并不能合理地反映出一个公司的国际化程度, 故借鉴 Grant [25]、王静玉和王元月[26]等学者的测算方法, 选取 FSTS (海外销售额/总销售额)和 NOCS (海外子公司分布所在国数量)分别代表国际化的深度(DOI_D)和广度(DOI_W)来研究国际化对创新绩效的影响。

3.1.3. 中介变量

专业化程度(SPEC): 制造业企业的专业化需要更关注它的主营业务在所有业务中的比重, 故借鉴刘泽岩[27]等学者的测算方法, 使用赫芬德尔指数测量中国制造业单项冠军的专业化程度—— $Divhhi = \sum_{i=0}^n w_i^2$, 即赫芬达尔指数越高, 企业专业化程度越高。

3.1.4. 控制变量

以往研究发现企业年龄(AGE)、企业规模(SIZE)、研发强度(R&D)、无形资产(IRA)与资产收益率(ROE)对企业创新绩效影响较大[28]-[31], 为更好的验证变量之间的关系, 故添加为控制变量。企业年龄以成立年限测度, 企业规模以员工数量测度, 研发强度采用企业创新投入与营业总收入的比值来衡量, 无形资产比采用无形资产净额/总资产来衡量, 资产收益率以净利润/平均资产总额衡量。

3.2. 数据收集与研究设计

本文样本来源于工信部公布的六批单项冠军事发企业名单, 通过整理筛选出 115 家沪深 A 股上市企业, 研究年限为 2008~2020 年, 财务数据来自于国泰安、Wind、EPS 等数据库以及东方财富网的公司年报, 子公司覆盖国家数来源于企查查与国泰安相关数据。在剔除*ST 公司、数据不全或缺失的样本企业后, 最终得到 520 个有效样本。

根据前文的研究假设, 现建立如下模型来检验基于企业专业化中介效应的国际化与企业创新绩效的关系:

为检验国际化对企业创新绩效的影响, 构建模型(1):

$$INNO_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 DOI_D_{it} + \alpha_2 DOI_W_{it} + \alpha_3 C_{it} + u_i + s_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, α_0 为常数项, $INNO_{it}$ 为企业 i 在 t 年的创新绩效, DOI_D_{it} 为企业 i 在 t 年的国际化深度, DOI_W_{it} 为企业 i 在 t 年的国际化广度, C_{it} 为企业控制变量的情况, u_i 为个体固定效应, s_t 为时间固定效应, ε_{it} 为常数项。

为了检验专业化的中介效应, 构建模型(2) (3):

$$SPEC_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 DOI_D_{it} + \alpha_2 DOI_W_{it} + \alpha_3 C_{it} + u_i + s_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$INNO_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 DOI_D_{it} + \alpha_2 DOI_W_{it} + \alpha_3 SPEC_{it} + \alpha_4 C_{it} + u_i + s_t + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

其中, 在模型(1)的基础上引入中介变量 $SPEC_{it}$ 构成了模型(2), 然后在模型(1)的基础上将模型(2)和(3)结合。 $SPEC_{it}$ 为企业 i 在 t 年的专业化程度, α_0 为常数项, u_i 为个体固定效应, s_t 为时间固定效应, ε_{it} 为常数项。

4. 实证结果与分析

本文采用 Stata 17.0 对数据进行描述性统计、相关性分析和多元线性回归分析。

4.1. 描述性统计与相关性分析

本文对 40 家公司连续 13 年的企业创新绩效、国际化、专业化和五个控制变量数据进行描述性统计分析及相关性检验, 结果如表 1 所示:

Table 1. Descriptive statistics of variables
表 1. 变量描述性统计

Variable	N	Mean	p50	SD	Min	Max
INNO	520	5.540	5.425	2.009	0	11.12
DOI_D	520	0.279	0.193	0.213	0.000637	0.949
DOI_W	520	1.475	1.386	0.700	0.693	3.850
SPEC	520	0.862	0.939	0.174	0.00200	1
AGE	520	16.95	17	5.339	1	32
SIZE	520	22.86	22.67	1.574	19.74	27.85
R&D	520	0.0330	0.0330	0.0250	0	0.151
IRA	520	0.0350	0.0290	0.0300	0	0.412
ROE	520	0.0740	0.0640	0.0620	-0.135	0.383

根据表 1 可以看出，就自变量、因变量及解释变量而言，样本企业的创新能力在 2016 年至 2020 年间的变化波动较大，原因可能是由于影响企业创新的因素众多，如国家政策、知识产权保护法或竞争环境的变动、企业战略等。企业专业程度波动较小，考虑到样本企业作为中国制造业单项冠军，专业化程度都比较高。就控制变量而言，研发投入的波动最小，原因可能是企业所坚持的创新战略具有稳定性。波动较大的为企业规模，企业发展与企业自身、政策环境都有很大的关系，因此差异较大。

由表 2 可以看出被解释变量、解释变量、中介变量以及控制变量之间相关性较强，相关系数最大的绝对值为 0.733，未超过阈值 0.8。在 Stata 中对核心解释变量与控制变量进行共线性的检验，基本不存在严重多重共线性的问题。

Table 2. Variable correlation test
表 2. 变量相关性检验

	INNO	DOI_D	DOI_W	SPEC	AGE	SIZE	RD	IRA	ROE
INNO	1								
DOI_D	-0.0100	1							
DOI_W	0.585***	0.187***	1						
SPEC	0.0610	0.144***	0.0540	1					
AGE	0.438***	0.0480	0.250***	-0.087**	1				
SIZE	0.733***	-0.133***	0.548***	0.0340	0.195***	1			
RD	0.320***	0.264***	0.361***	-0.144***	0.336***	-0.00400	1		
IRA	0.080*	0.213***	-0.0210	0.112**	0.195***	0.0180	0.00900	1	
ROE	-0.186***	0.0140	-0.0400	0.209***	-0.155***	-0.0420	-0.00100	-0.129***	1

注：***，**，*分别表示在 10%、5%和 1%的显著性水平上通过检验，括号内为标准误。下同。

4.2. 假设检验

以专业化中介变量的企业国际化程度与创新绩效的回归结果如下表。模型(1)中只包含了被解释变量、解释变量及五个控制变量；模型(2)引入了中介变量，探究国际化深度、国际化宽度与专业化存在的

关系；模型(3)在前两个模型的基础上加入中介变量做回归。以下回归分析均采用年份固定效应。

Table 3. Regression results

表 3. 回归结果

	模型(1)	模型(2)	模型(3)
DOI_D	-0.069 (-0.27)	0.140*** (3.62)	-0.243 (-0.95)
DOI_W	0.288** (2.97)	0.0211** (1.9827)	0.255** (2.67)
SPEC			1.237*** (4.26)
AGE	0.0475*** (3.67)	-0.00452* (-2.31)	0.0531*** (4.15)
SIZE	0.747*** (18.09)	-0.00712 (-1.14)	0.756*** (18.59)
RD	13.29*** (5.22)	-2.147*** (-5.58)	15.95*** (6.18)
IRA	1.131 (0.67)	0.664** (2.62)	0.31 (0.19)
ROE	-3.856*** (-4.88)	0.655*** (5.48)	-4.666*** (-5.83)
_cons	-13.97*** (-15.28)	0.919*** (6.64)	-15.11*** (-16.11)
N	520	520	520
R-sq	0.72	0.15	0.73
adj. R-sq	0.71	0.12	0.72

在进行年份固定效应后，通过表 3 可以看出国际化深度与企业创新绩效的相关系数为-0.069，且并未通过 5%的显著性水平检验，而国际化广度在 1%的显著性水平与企业绩效的影响相关系数为 0.288，即假设 1 通过检验而假设 2 未通过检验。将企业创新绩效替换为专业化这一中介变量后，国际化广度与深度都与专业化呈正相关关系，且均通过了 1%的显著性水平。最后根据中介效应的检验流程，国际化深度对企业创新绩效的促进作用不显著，中介效应检验的先决条件并未满足，故判断国际化深度无法通过企业专业化进行传导，假设 4 未通过验证。而国际化广度对企业创新绩效的影响通过了 1%的显著性水平，同时国际化广度对专业化水平与专业化水平对企业创新绩效的影响均通过了 5%的显著性水平检验，证实了企业专业化水平在国际化广度与企业创新绩效之间发挥了中介作用，验证了本文的假设 3。

4.3. 稳健性检验

本文企业的创新绩效是由累加的专利申请数来衡量，而创新能力在各个年份都受到企业发展战略的影响，采用累加的专利数可能无法对当年的创新能力进行反应，因此我们将累加的专利数的对数更换为

当年的专利数的对数重新进行上述回归。不难发现，将代理变量纳入模型后，国际化程度对企业创新绩效的影响关系并未发生实质性的改变，只是影响系数有所变动，企业专业化水平的中介作用依然成立，实证结果具有稳健性(如表 4 所示)。

Table 4. Robust test
表 4. 稳健性检验

	模型(1)	模型(2)	模型(3)
DOI_D	-0.0443 (-0.15)	0.140*** (-3.62)	-0.226 (-0.77)
DOI_W	0.310** (2.81)	0.0278** (2.31)	0.275* (2.52)
SPEC			1.294*** (3.89)
AGE	0.0492*** (3.34)	-0.00452* (-2.31)	0.0550*** (3.77)
SIZE	0.803*** (17.05)	-0.00712 (-1.14)	0.812*** (17.47)
RD	16.63*** (5.73)	-2.147*** (-5.58)	19.41*** (6.58)
IRA	1.124 (0.67)	0.664** (2.62)	0.31 (0.19)
ROE	-3.856*** (-4.88)	0.655*** (5.48)	-4.666*** (-5.83)
_cons	-13.97*** (-15.28)	0.919*** (6.64)	-15.11*** (-16.11)
N	520	520	520
R-sq	0.57	0.15	0.59
adj. R-sq	0.56	0.12	0.57

5. 结论与建议

本文以问题为导向，探讨了中国情境下制造业单项冠军的国际化程度对企业创新绩效的影响，以及专业化水平在二者关系中发挥的作用机制，在控制了年份固定效应的多元回归中，假设 1 与假设 3 得到了实证检验，证实了国际化广度促进企业的创新绩效，同时专业化水平在国际化广度对企业创新绩效的影响中发挥了中介作用，并采取了变量替换法证实了研究结论的稳健性。本文主要结论如下：

(1) 国际化深度的拓展对增加我国单项冠军企业创新绩效的作用不显著，而国际化广度的扩张显著有利于提高企业的创新绩效。中国企业“走出去”在较大程度上为企业学习先进技术与管理经验创造了全新知识来源与路径，同时为企业形成内部化市场从而优化资源配置结构和提升知识转化效率提供了战略抓手。中国作为新兴经济体国家，企业国际化的目标与发达经济体存在很大差异，可以认为，我国大

多企业仍希望通过走出去获取互补性国际资源和知识,从而弥补国内市场的不足。

(2) 我国单项冠军企业的专业化水平会受到国际化深度和广度的正向促进。国际化程度的提高使企业能够学习更多的国外先进技术与管理经验,对擅长的专业领域不断进行挖掘,实现更高效的资源配置,从而提高企业的专业化水平。

(3) 我国制造业单项冠军企业的专业化水平在国际化战略和经营绩效的影响关系中发挥了中介作用,这种作用主要通过国际化广度来实现。本文的实证研究表明,企业专业化水平在国际化促进提升企业创新绩效的过程中承担了部分中介的作用。具体而言,专业化程度高的企业意味着专注于更加细分的领域,研究层面比其他企业更加深入,同时国际化广度的提高使企业面临更激烈的竞争、更丰富的资源,也就更能够发现创新机会,创造先发优势。

基于上述结论,提出如下建议:其一,鼓励企业积极开拓国际市场,科学布局,通过进入国际市场优化资源配置结构,弥补国内市场缺乏的互补性资源与知识,同时做好战略规划,实现效益最优;其二,引导企业聚焦自身擅长的细分领域,加大对细分领域的研发投入,提升专业化水平,形成独特的技术优势;其三,政府应当严格把关中国单项冠军企业的评选标准,带动社会树立起单项冠军的价值观念,同时设立专项基金、制定相关政策以及搭建国际市场信息平台,为我国单项冠军企业的海外发展提供政策支持。

参考文献

- [1] 王益民,辛丽,周宪,等.复利思维:中国隐形冠军修炼之道[J].清华管理评论,2019(6):96-107.
- [2] 西蒙·赫尔曼.隐形冠军:未来全球化的先锋[M].张帆,吴君,刘惠宇,等,译.北京:机械工业出版社,2015.
- [3] Audretsch, D.B., Lehmann, E.E. and Schenkenhofer, J. (2018) Internationalization Strategies of Hidden Champions: Lessons from Germany. *Multinational Business Review*, 26, 2-24. <https://doi.org/10.1108/mbr-01-2018-0006>
- [4] 代润霞,张庆民,范文欣,杨丹,浦心怡,丁朱颖.中国隐形冠军企业的形成发展机制研究[J].中国集体经济,2022(3):78-79.
- [5] Haussmann, H. (2003) Spezifische Erfolgsfaktoren von Hidden-Champions im Internationalisierungsprozess. In: Holtbrügge, D., Ed., *Management Multinationaler Unternehmungen*, Physica-Verlag HD, 105-120. https://doi.org/10.1007/978-3-642-57449-8_7
- [6] Witt, A. (2010) Internationalisation Strategies of Hidden Champions. Management Laboratory Press.
- [7] 许惠龙,康荣平.隐形冠军:全球最优秀的公司[J].管理世界,2003(7):150-152.
- [8] Bowen, H.P., Baker, H.K. and Powell, G.E. (2015) Globalization and Diversification Strategy: A Managerial Perspective. *Scandinavian Journal of Management*, 31, 25-39. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2014.08.003>
- [9] Landau, C., Karna, A. and Täube, F. (2016) The Internationalization of Hidden Champions: Setting the Context for Advancing Research on Emerging Market Strategies for German Mittelstand Firms. In: Merchant, H., Ed., *Handbook of Contemporary Research on Emerging Markets*, Edward Elgar Publishing, 292-316. <https://doi.org/10.4337/9781782546368.00021>
- [10] 江书陆.“隐形冠军”的市场垄断及其对我国中小企业的启示[J].上海交通大学学报(哲学社会科学版),2005,15(2):62-65.
- [11] 葛宝山,赵丽仪.隐形冠军精一创业能力生成机理及路径研究[J].科学学研究,2022,40(10):1821-1833.
- [12] 杜晶晶,胡登峰.制造业“隐形冠军”培育与区域创新生态系统构建[J].中国高校社会科学,2020(1):54-61,157.
- [13] Voudouris, I., Lioukas, S., Makridakis, S. and Spanos, Y. (2000) Greek Hidden Champions: Lessons from Small, Little-Known Firms in Greece. *European Management Journal*, 18, 663-674. [https://doi.org/10.1016/s0263-2373\(00\)00057-8](https://doi.org/10.1016/s0263-2373(00)00057-8)
- [14] 董俊武,王研,涂智雅.企业国际化对创新绩效的影响机制——基于知识搜索的中介作用与母国市场竞争程度的调节作用[J].科技管理研究,2024,44(8):190-199.
- [15] 杨丽丽.国际化与企业绩效的理论及实证研究[D]:[博士学位论文].镇江:江苏大学,2010.
- [16] Hitt, M.A., Hoskisson, R.E. and Kim, H. (1997) International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product-Diversified Firms. *Academy of Management Journal*, 40, 767-798. <https://doi.org/10.2307/256948>

-
- [17] 罗心怡. 企业国际化程度对创新绩效的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2021.
- [18] 王公为, 彭纪生. 国际化对新兴市场企业创新能力的影响——基于不同维度的交互作用[J]. 科技进步与对策, 2016, 33(5): 91-96.
- [19] 吴先明, 向媛媛. 国际化是否有助于提升后发企业的创新能力——基于中国上市公司的实证研究[J]. 国际贸易问题, 2017(9): 14-24.
- [20] Makino, S. and Delios, A. (1996) Local Knowledge Transfer and Performance: Implications for Alliance Formation in Asia. *Journal of International Business Studies*, 27, 905-927. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490156>
- [21] 王华. 隐形冠军是怎样练成的[J]. 企业管理, 2009(11): 55-58.
- [22] 杨忠, 张骁. 企业国际化程度与绩效关系研究[J]. 经济研究, 2009, 44(2): 32-42, 67.
- [23] 王治国. 精一创业导向、机会-资源一体化和隐形冠军企业创业绩效的关系研究[D]: [博士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2021.
- [24] 徐霓妮, 王朋吾, 刘雨霏. ESG 表现对企业创新绩效影响的实证检验[J]. 统计与决策, 2024, 40(19): 184-188.
- [25] Grant, R.M. (1987) Multinationality and Performance among British Manufacturing Companies. *Journal of International Business Studies*, 18, 79-89. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490413>
- [26] 王静玉, 王元月. 国际化行为对企业创新绩效的影响研究——来自我国制造业上市公司的证据[J]. 技术经济与管理研究, 2018(4): 61-66.
- [27] 刘泽岩, 林汉川, 黄冠华. 专业化与“隐形冠军”企业出口绩效: 制度环境的调节作用[J]. 技术经济, 2021, 40(11): 71-83.
- [28] 林润辉, 李康宏, 周常宝, 谢宗晓, 李娅. 企业国际化多样性、国际化经验与快速创新——来自中国企业的证据[J]. 研究与发展管理, 2015, 27(5): 110-121, 136.
- [29] 吴剑峰, 乔璐, 杨震宁. 新兴市场企业的国际化水平、研发管理与技术创新绩效的关系研究[J]. 国际商务(对外经济贸易大学学报), 2016(4): 140-151.
- [30] 高照军. 吸收能力与制度合法性视角下企业集团隶属公司国际化对创新绩效的影响[J]. 科技进步与对策, 2016, 33(12): 92-98.
- [31] 陈衍泰, 李嘉嘉, 范彦成. 中国企业国际化多样性与创新绩效——东道国制度与国有股权的调节效应[J]. 科技进步与对策, 2019, 36(7): 91-97.