

母国区域研究进展与展望

董春华¹, 叶广宇¹, 黄 胜²

(1. 华南理工大学 工商管理学院, 广东 广州 510640; 2. 广东外语外贸大学 商学院, 广东 广州 510403)

摘要:文章对过去近十五年发表的 42 篇期刊论文进行了系统性回顾和批判性研究, 评估了母国区域导向的定义、测量、前因、绩效结果等。通过对文献内容的系统分析, 总结了现有母国区域导向的研究现状, 发现了理论与实证结果不一致及缺乏中介因素研究等知识缺口, 这阻碍了母国区域导向研究的进一步发展。因此, 鉴于要解决这些问题并进一步推动该领域的理论发展, 本研究提出了一些研究方向, 以期对该领域研究有所帮助。

关键词:国际创业; 母国区域导向; 国际新创企业; 区域化; 绩效

[中图分类号]F740 [文献标识码]A [文章编号]1672-934X(2021)02-0068-16

DOI:10.16573/j.cnki.1672-934x.2021.02.008

Progress and Prospect of Home Country's Regional Study

DONG Chun-hua¹, YE Guang-yu¹, HUANG Sheng²

(1. School of Business Administration, South China University of Technology, Guangzhou, Guangdong 510640, China;

2. School of Business, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, Guangdong 510403, China)

Abstract: Systematically reviewing and critically studying 42 journal articles published in the past 15 years, the definition, measurement, antecedents, and performance results of the home country's regional orientation has been evaluated. By systematically analyzing the literature contents, the research status of the regional orientation of the home country has been summarized, which finds such knowledge gaps as the inconsistency between theories and empirical results and the lack of researches on intermediary factors, hindering the further development of studying the regional orientation of the home country. Therefore, in view of solving these problems and further promoting the theoretical development in this field, some research directions proposed here are expected to be helpful for this field.

Key words: international entrepreneurship; home country's regional orientation; international new ventures; regionalization; performance

一、引言

20 世纪 80 年代以来, 随着全球市场经济

的开放, 互联网、通信技术与交通的快速发展, 企业从国内走向全球市场已是大势所趋。《哈佛商业评论》《财富》《经济学家》等受欢迎的杂

收稿日期: 2021-01-08

基金项目: 教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目(17JZD020)

作者简介: 董春华(1989—), 女, 河南信阳人, 硕士研究生, 研究方向为企业战略管理;

叶广宇(1968—), 男, 河南驻马店人, 教授, 博士生导师, 主要从事企业战略管理研究;

黄 胜(1983—), 男, 广东梅州人, 副教授, 博士, 主要从事新创企业国际化战略和国际创业研究。

志上的文章鼓励企业向全球市场扩张^[1]。然而,Rugman & Verbeke 及 Elango 认为,全球化现象的普遍性被夸大了,他们发现,随着欧盟、东盟自由贸易区和北美自由贸易区等区域贸易组织的发展,大多数世界 500 强跨国公司从它们的母国所在区域获得大部分销售额,即这些公司在市场覆盖的广度和深度方面是区域化的,而不是全球化的^[2-3]。一些研究也表明,大型跨国公司、国际新创企业等均具有这样的区域化现象^[4-8]。这种母国区域导向(home-region orientation)是指企业在母国区域内扩张而不是在母国区域之外扩张的倾向。

正是基于对这些现象的研究,文献中存在一个重要争论:究竟是区域化战略(高母国区域导向)还是全球化战略(低母国区域导向)能给企业带来更好的国际绩效?区域化战略是指在一个区域或一组区域内寻求地理整合和协调收益的战略。全球化战略是指一组有助于广泛深入渗透世界各地市场的有目的的决策和行为^[9]。有关全球化战略相关方面的文献表明,这一战略给企业提供了构建和重新配置国际能力的灵活性,同时也使企业接触到来自全球市场的广阔知识库,不仅给企业增加了学习机会,还增强了企业的竞争优势。因此,全球化战略有利于跨国公司利用全球化优势及分散投资降低公司风险,从而让跨国公司具有更高的企业绩效。然而,Rugman & Verbeke 提出的区域化假说认为,跨国公司在母国区域内的邻国扩张具有更低的区域外来者劣势及交易费用。因此,跨国公司在母国区域内扩张比全球扩张具有更高绩效^[10]。还有学者认为,企业的特殊优势具有区域限定性,不具备全球部署的潜力,跨国公司更应发展区域化战略以提升企业绩效^[11-12]。

母国区域导向研究存在如下知识缺口:一是现有文献中母国区域导向对绩效的评估不一致;二是我们对区域化导向通过什么路径或过程影响绩效了解甚少;三是母国区域导向的现

有综述是在十多年前发表的^[13-14],而在最近十年这个领域涌现了不少新的研究成果;四是这些综述主要回顾跨国公司情境下的母国区域导向研究,缺乏对国际新创企业情境下的母国区域导向的研究进行梳理。因此,我们需要整合现有区域化导向的知识以促进这一研究领域的发展。本研究的目的在于:全面概述现有的母国区域导向研究,识别理论上不一致的领域,揭示现有文献中的重要知识缺口,并为拓展未来的研究方向提供帮助。

二、研究方法

为了保证文献回顾的有效性和科学性,本文采用计算机化方法与手动书目搜索方法相结合来检索文献。首先,根据 ABS Journal Guide 2018 中的分类寻找出与母国区域导向相关领域的期刊分类,最终确定了与“母国区域导向”相关的研究领域如下:international business, entrepreneurship, general management, marketing, organization, information systems, strategy。最终筛选出 3 级以上的期刊共有 50 个。随后再确定中国知网中核心期刊级别以上的中文期刊。然后,在数据库 EBSCO, ProQuest ABI, Web of Sciences 和中国知网中搜索相关文献。由于我们的研究主题是母国区域导向的发展综述,因此,我们检索的文章中应包含标题、摘要或关键词:regional strategy, home-region orientation, regionalization 及全球化、区域化。因为期刊发表的文章基本上是经过学术界验证的知识,所以我们仅选择不带评议的期刊文献,同时省略出版书籍、报告及会议性论文,为筛选样本文献减少文章类型。检索时间以 2004 年 Rugman & Verbeke 首次强调跨国公司应该多关注国际销售及运营绩效的区域性质为检索起始时间,因此,检索时间设定为“2004 年 1 月至 2020 年 10 月”。根据以上设定的检索条件,最终检索出 60 篇相关论文。

随后,为了确保结果的客观性和避免错漏

文章,对检索的 60 篇论文逐一阅读其摘要、前言、主要观点及结论并进行人工审查。再结合本文研究范围和目的,将论文筛选标准(剔除社论、评论、新闻)明确如下:研究内容不是关于母国区域导向中的全球化与区域化战略概念、实施前因、影响结果以及调节作用等任一方面的论文都不予以考虑。严格遵循上述筛选标准,剔除不相关的以及重复的论文,最终得到符合要求的中英文文献样本 45 篇。中国知网检索的期刊文献未能达到入选样本要求。

三、文献计量分析结果

文献计量内容分析法可以帮助学者准确把握研究现状、发展趋势及研究热点等。科学知识图谱是目前文献计量现状的主流研究范式,它能够通过可视化的手段将研究领域的发展现状、研究前沿和整体知识架构清晰地呈现出来。CiteSpace 作为重要科学知识图谱来源的可视化分析软件,不仅适用于社会科学,也在自然科学领域取得相当成果,尤其是在历史研究方面颇受欢迎。本文研究借助 CiteSpace 5.3 版本对 45 篇样本文献进行分析,试图厘清研究脉络、梳理研究热点和指明发展趋势。

第一步,将 45 篇文献在 Web of Science 的核心合集数据库中检索,然后选择“其他文件”导出,导出的记录内容选择“全纪录引用参考文献”,文件格式选择“纯文本 txt”进行目标文献导出,并保存到 CiteSpace 文件夹中 date 的文件夹,这里是采用了 Endnote 文献管理器对所选文献进行数量、发表时间、作者和机构词频统计。第二步,在 Java 运行环境下导入 CiteSpace 软件,打开 CiteSpace 软件进行运行,进入 Donte 页面,选择“Agree”选项,进入 Web of Science 的 Donte 页面。第三步,在 Project Home 选项导入在 CiteSpace 文件中的 Project 文件夹所有数据,在 Date Directory 选项导入第一步下载并保存在 date 文件夹中所有数据。这一步是对所有文献进行关键词共现分析及作者和研究

机构合作分析,其中,通过关键词共现分析可得到关键词的中心性(centrality),进一步可解读研究现状、热点和趋势,最终以可视化方式呈现。具体分析的操作步骤如下:Time Slicing 一栏中将时间设置为“2004 to 2020”,Node Types 一栏选择“author”“institution”“keyword”,visualization 一栏中选择“cluster view-static”,最后点击“Go”开始运行。在所绘制的知识图谱中,节点大小代表出现频次,节点颜色从暖色到冷色代表首次发文时间的远近,连线粗细代表着共现关系的强度,连线颜色代表了首次出现共现的时间,字体的大小也代表了共现的强度以及出现的频次高低。

(一)按时间段与出版期刊分析

如表 1 所示,在检索的母国区域导向的样本文献中,2004—2007 年发文 9 篇,占比 20%;2008—2011 年发文 18 篇,占比 40%;2012—2015 年发文 12 篇,占比约 26.67%;2016—2020 年发文 6 篇,占比约 13.33%,这表明近年来母国区域导向研究发展比较平缓。同时在表 1 中还可看出,母国区域导向研究文献在国际商务领域有 35 篇,占比 77.78%(发表最多),综合管理领域有 3 篇,占比 6.67%,营销领域有 2 篇,占比 4.44%,创业、战略等领域占比比较少,这表明母国区域导向的研究文献在不同研究领域期刊上的分布并不均衡。从刊登母国区域导向的期刊统计中发现:在 *Journal of International Business Studies* 刊登最多(18 篇),其后依次为 *Management International Review* (11 篇)、*Journal of World Business* (3 篇)、其他(中文期刊)(3 篇)、*European Management Journal* (2 篇)、*Multinational Business Review* (2 篇)、*International Marketing Review* (2 篇),这表明母国区域导向研究在不同期刊上的分布存在巨大差异。

(二)研究热点分析

采用 CiteSpace 软件对研究文献的科研共现网络进行分析,以“关键词”作为节点类型绘

制了高频关键词共现聚类时序知识图谱,如图1所示。图中节点圆圈的大小代表着关键词出现的频次,而多个关键词同时出现被称为关键词共现,对关键词共现所产生的中介中心性(betweenness centrality)进行分析,可发现及衡量关键词的重要程度、受关注程度,进一步判断出该领域的研究热点。图中共有节点195个和连线531条,揭示出母国区域导向研究内容较为集中化,关键词共现强度较强。从连线颜色可知,在2004—2020年,学者研究的主题大多是围绕区域化和全球化战略与绩效之间的关

系,这类关键词共现强度较强,是母国区域导向研究发展整体网络的重要节点。母国区域导向研究的高频关键词形成了Ⅰ、Ⅱ和Ⅲ三个共现群体,如图1所示。群体Ⅰ是由4个关键词组成,主要集中在全球化战略、区域化战略、国际化与公司绩效关系等研究主题。群体Ⅱ包含4个关键词,主要研究在国际新创企业背景下,天生区域化、天生全球化与绩效的关系。群体Ⅲ由多个关键词构成,在世界大型跨国公司和国际新创企业背景下,母国区域导向与绩效之间受多样性、语言、创新、技术能力等因素的调节作用。

表1 按时间段间距与出版期刊划分

期刊	时间段				文献小计	总计占比
	2004—2007	2008—2011	2012—2015	2016—2020		
综合管理	<i>Journal of Management</i>	0	0	0	1	6.67%
	<i>European Management Journal</i>	1	1	0	0	
	<i>Journal of International Business Studies</i>	3	10	3	2	
国际商务	<i>Journal of World Business</i>	0	0	2	1	77.78%
	<i>International Business Review</i>	0	0	0	1	
	<i>Management International Review</i>	5	3	3	0	
	<i>Multinational Business Review</i>	0	0	2	0	
	<i>Journal of Business Venturing</i>	0	0	1	0	
创业	<i>International Marketing Review</i>	0	1	1	0	4.44%
营销	<i>Strategic Management Journal</i>	0	1	0	0	2.22%
战略		0	2	0	1	6.67%
其他						
总计		9	18	12	6	45
		20%	40%	26.67%	13.33%	100%



图1 高频关键词共现聚类时序知识图谱

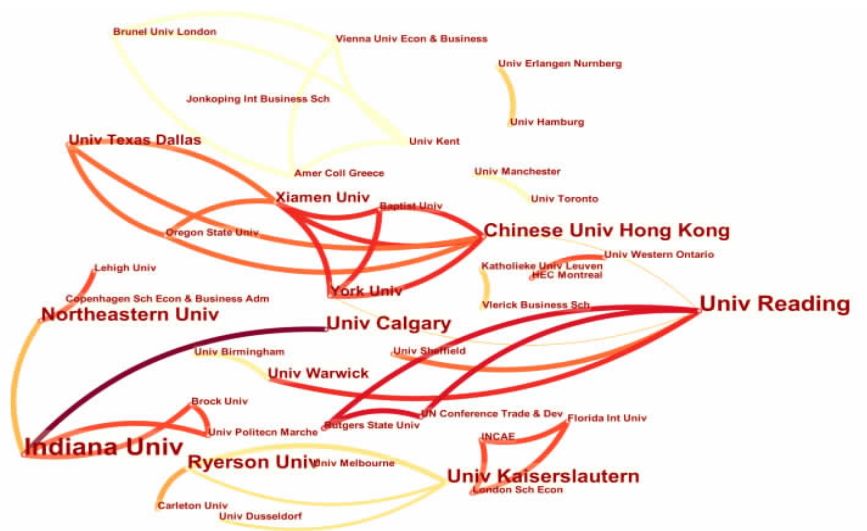


图 2 主要机构合作知识图谱

(三) 研究机构分析

本研究只统计文献第一作者的来源机构。经统计,作者共来自 32 个机构。其中 Indiana University 发文量排第 1 位(7 篇),表明 Indiana University 在该领域具有重要的学术地位和影响力。Northeastern University 和 The Chinese University of Hong Kong 的发文量分别排在第 2 位、第 3 位。以“研究机构”为节点类型,用 CiteSpace 软件绘制出主要机构合作知识图谱(如图 2 所示)。从图 2 中机构名字共现的大小可以看出,Indiana University、Northeastern University 和 The Chinese University of Hong Kong 等机构在母国区域导向研究方面具有重要地位,同时也表明研究团队内部之间合作关系较强。

(四) 研究作者合作分析

作为第一作者发文最多的是 Rugman(5 篇),其最突出的贡献是发现区域化现象的普遍存在,并提出区域化假说;Banalieva(4 篇),是第一个把区域化现象概念化为母国区域导向,并理论分析和实证检验了母国区域导向的驱动因素和绩效结果;Qian(3 篇),研究方向是区域多样化与企业绩效之间的关系;Sui(3 篇),主要贡献是第一个关注到天生全球化与天生区域化现象,并比较了两种战略的绩效结果。借助

CiteSpace 软件对研究文献的科研合作网络进行分析,以“作者”为节点类型,根据作者出现的频次绘制出主要作者合作知识图谱(如图 3 所示)。从图 3 中作者名字字体大小的凸显度可看出,Rugman、Qian、Banalieva、Baum 和 Sui 在母国区域导向研究领域学术影响力较大,与其他作者之间的共现关系较强,也比较活跃。图中 57 个节点和 56 条连线说明该研究领域的大部分学者之间学术合作关系不紧密,跨研究方向之间联系也不紧密,主要原因在于:一方面是学者更愿意与身边师生或同事合作,另一方面可能是由于缺乏合作交流的平台,导致不同地区和不同学科之间学术交流困难。其中 Qian 是与母国区域导向研究领域的专家学者合作最多的,其次是 Rugman、Banalieva、Baum、Sui 与另一些学者合作关系较好,但不如 Qian 的关系紧密。最后,由线条的颜色冷暖可知 Rugman 是从事母国区域导向研究时间持续最长的,而近几年研究母国区域导向的学者都较为分散,基本都是单独发文,相互之间合作较少。因此,母国区域导向的创新性研究目前还是缺乏的,研究内容不够丰富。

(五) 理论方法分析

表 2 为本研究样本文献使用的理论框架。在研究母国区域导向的样本文献中主要的理论



图3 主要作者合作知识图谱

观点分析如下:使用频率最多的是国际化理论观点^①(国际化过程理论、Uppsala 模型)达16次之多,表明在母国区域导向的研究中,国际化理论依然是主流理论。其次是资源基础观(6次)、组织导向(学习导向、市场导向、技术导向)(5次)、能力理论(4次)、组织学习理论(3次)、交易成本理论(3次)、社会网络理论(3次)等。此外,样本研究中96%的文献都向读者展示了清晰明了的理论,并以此作为研究者研究问题的理论依据。现有文献所使用的理论框架主要是战略理论和宏观组织理论,未来学者可以基于社会学、经济学及组织行为学等学科理论进行母国区域导向的研究。

表2 样本文献使用的理论框架

理论框架	频率
国际化理论(国际化过程理论、Uppsala 模型)	16
资源基础观	6
组织导向(学习导向、市场导向、技术导向)	5
能力理论	4
组织学习理论	3
交易成本理论	3
社会网络理论	3
权变理论	1
制度理论	1
国际新创企业框架	1
无指定	2

(六)样本文献的实证特征分析

首先,在所选择的45篇样本文献中,11篇是概念论文,34篇是实证论文。在样本来源国方面,研究最多的是美国(14次),其次是英国(5次)、加拿大(4次)、中国(4次)、日本(3次)等国家,这说明在样本文献中关于母国区域导向的研究,仍然是以发达经济体为主导。同时,有10篇文献从多个国家采集数据,目的是提高研究结论的普适性。

其次,在样本文献研究的行业里,有27篇采用的是多个行业的企业数据,考虑多个行业的数据可使研究者控制特定行业的影响并归纳研究结果。研究的行业领域中以制造业为焦点,但也有4篇文献的研究聚焦于软件产业、金融业等服务业领域。通过对制造业数据的重点分析,研究者们最终得出的结论是制造业更具有区域化现象,而非全球化。这可能与制造业的行业特性有关,因为制造业属于劳动力密集型以及强资源依赖型产业。高母国区域导向可以保证制造业的劳动力成本更低,且资源共享度更高,更大幅度降低公司的生产运营成本,提高公司绩效。但通过对服务业,如软件产业、金融业等的研究,学者发现这些服务型的行业具有天生全球化而非区域化特征^[18-19]。因为服务型行业的国际扩张比制造业更容易跨越地理区

域的局限性,更容易在全球范围内扩张。因此,为了丰富多产业研究以及提供更全面的见解,学者仍然要对在国际市场上占重要比重的服务业进行更深入地研究。

最后,在样本文献的数据收集方面,有 30 篇是时间序列,12 篇是截面数据,2 篇是访谈,其余的概念性文献没有数据收集。总的来看,数据的收集以国家统计局部门或第三方机构收集的二手数据为主,使用一手数据的样本文献还是占少数。因此,研究数据还是以二手数据为主,同时样本文献中有一部分数据选取的是静态的截面数据。但母国区域导向应是一个动态的过程,静态数据能否全面反映母国区域导向的动态过程,有待进一步论证。在分析方法方面,研究者使用最多的分析方法是回归分析,45 篇文献中占了 30 篇,这反映了大量论文研究了母国区域导向对企业绩效的直接影响及其影响绩效的边界条件。T 检验、聚类分析、质性研究、方差等其他研究方法也在文献中经常使用。母国区域导向对绩效的影响是一个复杂的变化过程,但母国区域导向与绩效之间的中介效应却没有学者用结构方程模型的分析方法来进行研究。

四、知识结构分析

(一)母国区域导向对应的战略类型

母国区域导向的高低对应两种不同的战略类型:高母国区域导向对应区域化战略,低母国区域导向对应全球化战略。母国区域导向的前身是乌普萨拉国际化过程模型^[15],它是阶段性的国际化过程模型。其核心机制是经验知识和资源承诺的相互作用。该模型强调,通过在经营活动中获得经验知识,帮助企业规避风险、识别发展机遇,进而增加企业在该市场的资源承诺,使企业实现渐进化的国际扩张。后来学者根据乌普萨拉国际化过程模型,将跨国公司情境下的战略分为全球化战略和区域化战略,将跨国公司在北美自由贸易区、欧盟和亚洲这三个区域均进行市场贸易的行为称为跨国公司情境下的全球化战略^[16];将跨国公司以母国为中

心,在北美自由贸易区、欧盟及亚洲中一个或两个区域进行市场贸易的行为称为跨国公司情境下的区域化战略^[17]。

虽然跨国公司情境下的全球化战略、区域化战略遵循传统国际化过程模型,但随着全球经济的发展,出现了另一类新兴公司的国际化路径,其不遵循传统的国际化进程。学者称这种新兴公司为国际新创企业^[18]。国际新创企业遵循的国际化路径被称为天生全球化或者天生区域化。现有研究表明,国际新创企业是指成立之初就在超过一个国家进行产品销售,利用当地资源、追逐和利用国外市场机会,并以此来获得竞争优势的组织^[19]。国际新创企业区别于其他企业的一个显著特点是:成立初期,便走国际化路径,将原料、人员、财务、时间等重要资源大量投入到多个国家。样本文献中将这种在国际新创企业情境下的战略类型分为:天生全球化、天生区域化。天生全球化是指从成立伊始,试图从国际市场销售产品中获得相当大收入比例的创业型初创企业。天生区域化是指年轻的国际新创企业在成立不久就开始在母国区域销售产品并获得相当大的出口收入比例^[20]。天生区域化的国际扩张特征是追求地理位置集中优势,利用本国区域公司的特殊优势,最大限度地减少外来者劣势。

除上述跨国公司和国际新创企业两种情景下的战略类型之外,还有两种战略类型是区域化研究与多样性研究,即区域内多样性与区域间多样性^[21]。区域内多样性是指利用一种更接近本土化的地理多样化战略,使跨国公司更容易建立、整合、重新配置位于地理上不同国家的资源和能力,最大限度地减少和跨越更多与地理位置管理相关的协调成本^[22]。区域间多样性是指跨国公司在外国进行地域多元化,以便利用在本国不易获得的能力和市場,更加灵活地建立、整合或重新配置国际资源和能力,增加更广泛的学习机会^[23]。

(二)母国区域导向测量

在进行母国区域导向测量时,先对区域进

行界定:区域是指同一个区域贸易集团,同区域内有共同的货币联盟和地缘范围,区域内贸易链接强,公司更易于跨境整合扩张^[24]。此外,在进行母国区域导向测量时,还需引入一个新概念——三个核心区域(triad)。根据 Ohmae 的说法,三个核心区域具有低宏观经济增长、类似技术基础设施、资本集聚、知识密集、需求相对均一化(所需关键产品属性趋同)及地区保护主义等特征。考虑到区域间的异质性,Rugman 将北美自由贸易区、扩大的欧盟和亚洲划分为三个核心区域。从地理、文化、经济和管理角度来看,这种区域划分代表了区域产业集聚以及区域市场的深度渗透。目前,大多数国际贸易是在此三个核心区域进行。因此,在样本文献的实证研究中,对母国区域导向进行测量均采用了“三个核心区域”的概念。

通过对样本文献梳理,笔者发现目前有两种方法测量母国区域导向。

第一种是定性的测量。研究表明:如果跨国公司的销售额有一半以上来源于母国所在区域(如欧洲、北美或者亚洲),这类公司就被称为母国区域导向型的企业。如果跨国公司的销售收入在母国区域之外且在“三个核心区域”中的任一区域市场达到 50% 以上,这类公司被称为东道国区域导向型的企业。如果跨国公司的销售收入在“三个核心区域”中任意两个区域内(包括本土区域),每一个区域销售收入都不低于 20%,而在任何一个区域又没有超过 50%,这类公司被称为双区域导向企业。如果跨国公司的销售收入在“三个核心区域”中每个区域都不低于 20%,而且在任何一个区域又都不超过 50%,这类公司被称为全球化企业^[25]。

第二种是定量的测量。这是在第一种测量基础上对销售数据进行细分的测量方法。例如,国内销售(即母国销售)(Domestic Sales, DS)、区域销售(Regional Sales, RS)、外国销售(Foreign Sales, FS)。测量母国区域导向的指标是母国区域销售额的剩余部分,即“母国区域以外的销售额”(RS-DS),即母国区域销售额减

去母国销售额之后与外国销售额(FS)的比率,比值越高母国区域导向越高,比值越低母国区域导向越低。

(三)母国区域导向的驱动因素

母国区域导向的驱动因素可从制度基础观和资源基础观两个理论进行阐释。制度基础观认为,企业在制定和实施战略时,需要考虑来自诸如国家和社会资源的广泛影响。比如,文献中的母国区域贸易协定、区域制度多样性对母国区域导向选择产生了重要影响。资源基础观认为,公司的优势资源是稀缺的、高价值的、异质性的,这些优势资源同时也具有难以替代和模仿以及差异化等特点^[26]。资源的稀缺性、异质性可使企业获得持续的竞争优势,引导企业选择更远的地理范围进行扩张,不必拘泥于母国区域内的地理范围。因此,资源基础观主要从技术优势、绩效和移民企业家背景角度分析了对母国区域导向的影响。

一是区域贸易协定增强母国区域导向。区域贸易协定是指两个或两个以上的国家,或者不同关税同盟之间,为了将彼此之间的贸易关系进行规范以及消除各成员之间的贸易壁垒而签署的国际条约。区域贸易协定不仅为企业的生存和发展提供了必要的合法性规范文件,还降低了企业税赋水平及企业运营成本,更增加了贸易协定成员在自由贸易水平之上的福利^[27-28]。跨国公司在权衡了区域贸易协定带来的好处后,再综合考虑企业和国家的特定优势带来的影响,会倾向于选择在自己区域贸易协定的成员国中开展经营活动。如果区域贸易协定的规模越大,经济环境越自由,那么跨国公司的区域化选择偏好也会增加。Michele 等通过对 11 个区域贸易协定进行实证分析,支持了区域贸易协定增强母国区域导向的观点^[19]。

二是区域制度多样性减弱母国区域导向。区域制度多样性是指母国区域内各国制度环境的差异。区域制度多样性不仅增加了决策过程的风险,还增加了企业的经营成本。例如,由于区域制度多样性增加,跨国公司在识别潜在交

易合作伙伴时会产生搜索成本,在评估这些伙伴的能力和可靠性时还会产生时间成本^[29]。区域制度多样性会造成企业资产以完全低于市场价值被政府征用的后果,以及限制企业识别商业机会的时效性^[30]。因此,为了规避区域制度多样性给跨国公司带来的经营风险,企业会倾向于选择低母国区域导向战略。Banalieva 等利用三个核心区域中 12 个国家的跨国公司数据,支持了跨国公司的母国区域制度多样性越大,公司的母国区域导向越低观点^[26]。

三是技术优势减弱了母国区域导向。技术优势是指跨国公司通过研发或其他方式开发专有的知识,体现在公司的流程和产品中^[31-32]。技术优势不仅能够提升跨国公司在全球市场中的知识整合能力,还可降低产品开发成本及市场协调的组织成本,使得跨国公司享受溢价定价优势^[33-34]。因此,技术优势的高市场渗透能力让跨国公司偏向于选择低母国区域导向战略。Banalieva 等基于 OSIRIS 数据库中的上市公司数据,发现技术优势降低了母国区域导向^[26]。

四是企业绩效减弱母国区域导向。企业绩效实质上代表了某种形式的组织效能,或者组织经营管理结果。企业绩效越高,越有经济实力和组织资源选择高回报、高风险的全球化战略^[35-36]。因此,更好的绩效表现可以选择更高层次的全球化和更低的母国区域导向。Banalieva 等基于对三个核心区域的跨国公司数据统计分析,支持了财务绩效降低了母国区域导向观点^[26]。

五是移民企业家背景减弱母国区域导向。移民企业家大多具有较高的外语技能和文化知识水平,其自身拥有与国际化相关的优质资源 and 能力,这些资源与能力对企业出口的生存与发展至关重要。同时,如果移民企业家的母语与东道国相同,则可以克服外来者劣势,并与当地政府和潜在利益相关者建立联系,获取更多显性和隐性的市场动态,更好利用人力和社会资本,有助于开展国际化业务。因此,具有移民

企业家背景以及母语与东道国相同的企业,更倾向于选择低母国区域导向战略。Sui 等以加拿大 3 077 家中小企业为样本,实证研究结果支持了移民企业家背景降低了母国区域导向的观点^[37]。

(四)母国区域导向对绩效的影响

交易费用理论认为,母国区域导向对绩效具有促进作用^[38-39],企业可以利用母国区域集中优势降低交易成本来创造和获取价值,进而对绩效产生影响。同时,在母国区域内,由于市场的相似性及空间邻近性,跨国公司的经营成本和管理成本都会得到有效分摊及降低。因此,在母国区域内各项运营成本的降低势必会带来绩效的增长。Qian 等利用来自美国 123 家跨国公司的数据,验证了母国区域导向战略可实现成本经济和效率效益,提高跨国公司业绩^[38]。吴冰等学者通过对 2006—2013 年主板上市的制造业企业进行分析,也验证了母国区域导向有助于提高企业财务绩效^[40]的结论。

组织学习理论认为,高母国区域导向对绩效有阻碍作用。因为低母国区域导向的企业比高母国区域导向的企业拥有更多的学习机会与学习资源,更易灵活地整合和重新配置优势资源。低母国区域导向企业将广阔的学习机会转换成组织学习成果,有助于提升企业绩效。Andrew & Beamish 通过对日本跨国公司的出口销售数据分析,支持了母国区域导向越高,公司绩效越低观点^[22]。

战略选择原理认为,母国区域导向对绩效的作用不显著。Sui & Baum 认为,企业扩张战略的选择都是仔细权衡资源需求和外部环境条件的结果,选择哪一种战略对企业的生存影响并无差异^[41]。由于考虑企业异质资源配置和战略选择的内生性质,不同的战略选择对企业绩效增长并无太大差异。Sleuwaegen & Onkelinx 对比比利时中小企业进行数据分析,发现高母国区域导向与低母国区域导向的战略选择对中小企业的生存和出口绩效影响不显著^[42]。

理论整合学派认为,母国区域导向先对绩效起促进作用,之后对绩效起阻碍作用。因为在企业扩张的初期,地域多样化扩张的总成本小于市场份额扩张带来的销售额的增长,因此会提高公司的绩效水平,并且在地域多样化扩张的过程中会达到一个峰值。然后,随着地域多样化的增加,地域多样化扩张带来的企业经营成本大于市场份额扩张带来的销售收入的增加额,再加上外来者劣势所带来的附加成本(管理协调成本、运输成本及时区差异等)对总成本的影响也越来越显著。因此,在地域多样化扩张的后期,综合企业的总成本与总收入,企业绩效是不断在下降的。Beleska-Spasova 等通过调查英国中小企业发现,中小企业地域多样化与出口绩效之间呈倒 U 型曲线关系^[43]。

由于母国区域导向对企业绩效影响的实证结果不一致,权变理论学派尝试去发掘母国区域导向影响企业绩效的情境因素。现有文献发现以下因素对母国区域导向与公司绩效之间的关系起调节作用。

在个体层面,家族和非家族领导者以及高管团队多样性对企业绩效具有调节作用。Banalieva & Eddleston 通过对西欧 202 家跨国公司的数据分析发现:在低母国区域导向中,非家族领导者的企业绩效胜过家族领导者;在高母国区域导向中,拥有家族领导者企业的绩效胜过非家族领导者^[44]。当企业实施区域化战略时,除了能利用家族领导者的经验知识和社会资本,还能最大限度地降低与外来者劣势相关的交易成本,进而对绩效产生影响。当企业处于全球化的情景时,非家族领导者比家族领导者更具备卓越的管理技能,可节约组织管理成本,进而提升公司的绩效水平。Ruigrok 等通过对欧洲 211 家跨国公司的实证研究发现:高管团队多样性负向调节母国区域导向对绩效的积极影响^[45]。根据管理者与战略相匹配的理念,高管团队的国际配置要与公司的内外环境相匹配才能实现高绩效^[46],而具有多样性(如国籍、国际经验等)的高管团队拥有相对有限的

与区域相关的知识和经验,不能快速处理母国区域导向内区域环境与组织内部的突发事件,从而增加组织管理成本,降低企业绩效。

在企业层面,产品多元化和国际化程度在母国区域导向对绩效影响过程中分别具有正向和负向的调节作用。Elango 通过对跨国公司的实证研究发现,在母国区域导向和绩效之间受到产品多元化的正向调节效应^[3]。在产品多样化的调节作用下,跨国公司在母国区域内更容易转移产品原材料、优化成本和货物价格及利用利率使劳动力成本降低。这种灵活性的配置可以降低企业经营风险,提高企业绩效。Andrew 等对 1 229 家日本跨国公司数据进行分析发现,国际化程度负向调节母国区域导向对企业绩效的作用^[22]。随着跨国公司国际化程度不断加强,研究与开发成本、广告支出和出口成本在低母国区域导向被分摊,企业成本的降低有助于提升企业绩效。但当跨国公司处于高母国区域导向时,这些成本被分摊的比例变小,导致成本增加进而降低绩效。因此,国际化程度越高,在母国区域导向与绩效之间的负向调节程度越高。

在行业层面,行业环境的富有性在母国区域导向与绩效之间有负向的调节作用。Patel 等对瑞典 680 家天生全球化企业的数据进行分析发现,当本国行业环境活力很高时,母国区域导向对绩效的影响受其反向调节效应越大^[39]。因为当行业环境更具活力时,区域化战略不能像全球化战略一样通过规模经济来对冲风险,也不能利用各种资源来维持动态市场所需的创新水平和竞争力。同时,当实施区域化战略的跨国公司身处富有性的行业环境,在处理行业的突发事件时,由于资源库有限,在面对环境不确定性方面会表现出能力不足。因此,对于行业环境富有性的跨国公司,采用区域化战略的优势没有全球化战略优势明显。

在制度层面,区域经济一体化对母国区域导向与绩效之间具有正向的调节作用。Banalieva 等通过对跨国公司的实证分析发现,在

母国区域导向对绩效的影响受到区域经济一体化的正向调节效应^[44]。随着区域经济一体化程度加深,区域内贸易加剧,母国区域导向内的跨国公司可以通过规模经济来降低成本结构^[47-48],提升企业绩效。相反,区域经济一体化程度低的跨国企业则无法从区域化中获得优势。因为区域一体化程度低,该区域经济体之间相互依存度低,跨国公司不能优化其价值链活动,从而导致公司具有较高的成本结构,降低了企业绩效。因此,区域经济一体化程度越高,母国区域导向对绩效的积极影响越强。

五、母国区域导向研究的不足与启示

从国内外研究进展来看,学者们从概念内涵、影响因素和绩效结果等方面对母国区域导向展开论述。通过文献回顾,可绘制出母国区域导向研究的整合框架图,包括全球化与区域化的主要前因和结果变量以及调节变量,如图4所示。结合本研究的研究框架图,本研究认为,现有研究中仍存在以下几方面有待改进之处,而这些不足也正是该领域研究值得关注的热点话题。

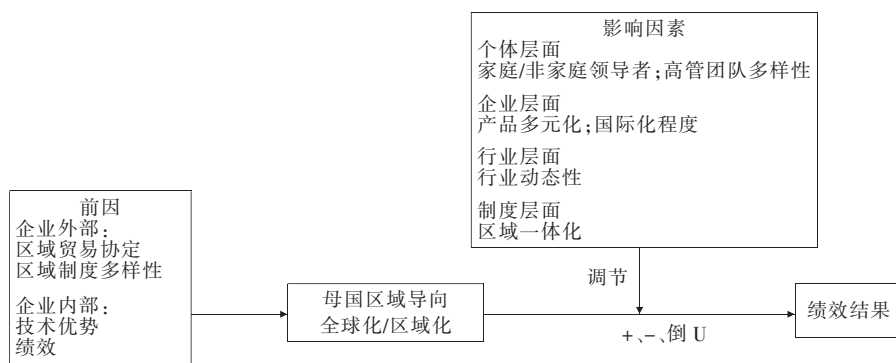


图4 母国区域导向研究整合框架

(一)识别更多母国区域导向的驱动因素

通过对文献进行回顾发现,母国区域导向的理论识别目前还不够宽广,具有较大的理论扩展空间,可从高层梯队理论视角来识别母国区域导向的驱动因素。高层梯队理论是指高层管理人员根据其经验和价值观作出决策和选择,进而对组织结果产生重要影响。高层管理团队的特征与企业的战略决策有直接联系,企业战略导向的选择在某种程度上会受到管理者个人特性的影响。

基于高层梯队理论,可从个体层面研究创业导向对区域导向的影响。Sundqvist 等将国际创业导向定义为:“一组与潜在创造价值相关的行为,表现为创新性、先动性、风险承担行为、自主行动以及强调胜过竞争对手的行动。所有这些行为都旨在发现、评估、制定和利用跨越国界的机会。”^[49] 创新性、先动性、风险承担性是

国际创业导向的三个主要维度。因此,该领域研究可从创新性、先动性、风险承担性与母国区域导向的正相关度方面着手。创新性反映了企业从事或支持产品创新、服务创新、技术创新等;先动性反映了企业能预测市场环境变化,敏锐发现市场环境中的机会,相对于竞争对手率先进入国际市场;风险承担性则反映企业对不确定的市场风险的承受度。是否创新性、先动性及风险承担性的程度越强,国际新创企业的母国区域导向越高? 这个问题值得深入探讨。

同时,创业警觉性对母国区域导向的形成是否起到积极的促进作用也值得进一步探讨。创业警觉性是指创业者在没有展开搜寻的情况下感知到被他人忽视的新机会的能力^[50-51],近乎一种创业直觉或者创业本能。创业警觉性是一种对周边事物或者环境的本能反应,由扫描搜索、发散提炼、评估判断三个维度组成。创业

警觉性可使国际新创企业的创始人具备更敏锐的市场洞察力以及快速识别国际创业机会,提前进入国际市场,进而对国际新创企业的母国区域导向产生影响。因此,创业警觉性的扫描搜索、发散提炼、评估判断这三个维度与母国区域导向之间的直接效应值得研究。即创业警觉性的这三个维度是否对国际新创企业的母国区域导向有显著正向影响?是否创业警觉性越高,母国区域导向越强?

(二)母国区域导向的类型及其对绩效的动态影响研究

通过文献回顾可以看出,母国区域导向对绩效的影响存在不一致的结果,是否与我们研究的样本选取的大部分是发达国家的企业有关,是否要考虑母国区域导向的类型除了文中提到的四种,还有其他情境下的战略类型?比如研究不发达国家跨国公司的战略类型,它们对绩效的影响结果是不是也是混合的?同时,面对当今各种不确定性的全球化时代,企业要根据外部环境的变化及持续不断地创新适时适度地调整企业的发展战略。因此,在后期研究中我们是否要考虑企业动态发展过程对绩效的影响?比如母国区域化速度对国际新创企业绩效的影响,以及随着国际新创企业的成长,母国区域导向对绩效的影响是否会发生变化?

首先,母国区域化速度是国际新创企业选择区域化战略的一个关键方面。因此,研究母国区域化速度对国际新创企业的发展具有前瞻性的意义。国际新创企业的绩效除了取决于当前的战略态势,还应与母国区域化速度有关。母国区域化速度应是企业国际扩张的平均速度,即自创建以来企业平均每年的国际化状态。母国区域化速度应包含初始母国区域化速度和后续母国区域化速度。初始母国区域化速度指国际新创企业创建初始到企业进入国外市场的数量与进入时间间隔的比值。根据先发优势,初始母国区域化速度越快,进入的国外市场数量越多,进入的时间间隔越短,国际新创企业绩效增长的速度会因为组织学习的优势而变得更

快速吗?这些问题值得深入研究。

后续的母国区域化速度应是国际新创企业在母国区域市场投入的资源(如资本、技术研发、组织管理等)随时间变化的速度。由于时间成本增加以及吸收能力的差异,国际新创企业的后续母国区域化速度会呈现快速到平缓的动态变化,其对企业绩效的影响是否也会遵循这个动态过程,即绩效先出现快速增长然后逐渐增速变缓趋于稳定,最后再逐渐下滑。因此,母国区域化速度与绩效的动态变化过程,有待学者进一步研究。

其次,国际新创企业在国际化扩张中会接触到多样性及异质性的技术、商业和文化环境,这些有利的市场环境为国际新创企业的成长提供了学习机会。随着国际新创企业的不断学习成长和发展壮大,由初始阶段的天生区域化战略和天生全球化战略演变为后续国际化阶段的一般区域化战略和全球化战略。在国际新创企业成长的过程中,母国区域导向的选择会从高母国区域导向转向低母国区域导向,国际新创企业的绩效是一直保持增长状态,还是在高母国区域导向时先增长后下降,等到变成低母国区域导向时绩效又再一次回升呢?因此,进一步的研究可探讨母国区域导向的演变是否也会对绩效产生动态变化。

(三)揭示母国区域导向影响国际绩效的中间过程

从文献回顾中可看出,母国区域导向对绩效影响的既有研究缺少中介变量。现有的文献只验证了母国区域导向对绩效的直接影响效果,而未涉及中间过程。并且只论述了母国区域导向对绩效的直接、间接影响,真正的母国区域导向通过什么中介因素来影响绩效,样本文献中并未特别说明。虽然有些文献表明,企业在实施全球化与区域化战略时为其带来了更多更大的市场份额或者学习国际经验的机会等,但这些市场份额与国际经验等怎样转换成高绩效的过程,文献中并未论证这些因素就是母国区域导向作用于绩效的中介变量。

为了解决以上的知识缺口,在以后的研究中我们可从动态能力理论视角来揭示母国区域导向影响国际绩效的中间过程。动态能力是指企业通过获取、创造和整合知识资源以感知、应对、利用和开创市场变革的能力。企业为了适应全球化进程中复杂而动荡的外部环境,动态能力是必备的。当国际新创企业选择母国区域导向战略时,企业可以利用动态能力中的感知能力感知市场机会、感知新技术以及最前沿的国际经验与知识。随后国际新创企业可以利用组织学习能力,将感知到的新技术引进自身企业,利用企业的转化能力进行技术创新,让企业在同行业中获得技术优势及新市场份额,进而增加企业的销售收入。同时,国际新创企业可将学习到的先进的国际经验知识,转化成自身企业适用的组织管理经验,这样可以帮助企业节约管理成本,进而提高国际新创企业的绩效。因此,学者们可以进一步探究母国区域导向是否可以通过对国际市场机会的感知敏锐、技术创新能力及国际经验知识学习的转化这一中间过程,使得企业获得特定优势,占领新市场份额,节约运营管理成本,从而提高国际新创企业绩效。

另外,动态能力中组织层面的网络关系管理能力在母国区域导向与绩效之间的中介作用也值得探讨。网络管理能力指企业之间的内部组合、组合管理、交易关系以及关系管理这四个相互关系的网络管理。Auer & Ritter 提出网络合作、关系技巧、伙伴知识与内部沟通构成网络能力,同时指出这四个方面是相互依存的。关系管理能力可以通过对其感知能力、利用能力及转化能力进行研究,揭示母国区域导向影响国际绩效的中间过程。天生全球化企业可利用这种能力避免网络关系冲突,发挥网络优势,避免企业运营管理中出现冗余成本,进而对企业绩效产生影响。天生全球企业在利用某个具有竞争力的产品开拓新市场时,通常需要寻求合作伙伴,因此,可以通过构建有效的关系网路来增强自身的市场竞争力,从而提高自身绩效。

同时,国际新创企业如何使用母国区域导向战略类型中天生化区域战略和天生全球化战略来实现卓越绩效?未来的研究或许可以解决这一问题。例如,国际化战略不一定利用国际新创企业现有优势,还可探索和发展其新优势。在个人层面具有国际创业导向的企业家或创始人已经作出了关于天生区域化战略或天生全球化战略的决定。在实施这两种策略的过程中,天生区域化和天生全球化的企业家或创始人可以通过组织同构和组织学习分别在组织层面激发或培养“科兹纳型”和“熊彼特型”创业导向,从而帮助他们实现卓越的绩效。

(四)发掘母国区域导向影响国际绩效的情境因素

从文献回顾中可看出,母国区域导向在绩效影响上存在不足,即母国区域导向对绩效的影响结果没有定论。同时,母国区域导向对绩效的影响有三种不同的表现:直接、间接或者不显著相关。区域化战略还是全球化战略能够给跨国公司、国际新创企业带来更好的国际绩效?这是国际商业文献中的一个争论焦点。要解决这个争论,可以考虑发掘其他情境因素对母国区域导向与国际绩效之间关系的影响,如从制度基础观视角和资源编排框架视角来发掘未曾研究过的情境因素。

制度基础观已成为战略管理的第三个重要研究视角。企业在实施战略时不仅要分析企业特定资源及产业组织的特征,还要考虑企业要进入的不同区域和国家的社会制度因素对企业经营行为的影响。尤其要从制度理论视角(正式制度、非正式制度)进行分析。因为企业的经营行为必须符合当地制度环境的要求,企业的区域多元化发展必然要面临母国和东道国正式制度的双重环境压力。当企业进行区域多元化发展时,必须遵守母国相关制度还要遵从东道国的制度(国家和行业层面)规范。由于制度背景是内部化成本的一个关键因素,并且决定了公司开发自身企业特殊优势的成本。因此,稳定的制度环境对具有母国区域导向的企业很重

要。它既可以让企业有一个稳定的市场环境又可以让企业避免因制度环境不稳定带来的额外成本以及规避政治风险成本,进而对绩效产生影响。灵活性的母国内制度,可以让企业规避外来者劣势以及减少沟通协调成本,对企业的国际化行为更加包容。因此,具有稳定性和灵活性的母国制度在企业战略实施过程中,是否会提高绩效?值得我们进一步探讨。

资源编排框架视角是指在动态环境下价值创造与企业资源管理相结合,其立论出发点是,资源是企业价值的基础,要将这些资源转换为价值,需要资源管理的过程。资源管理过程可细化为资源组织、资源捆绑、资源利用三个过程。通过资源编排可以构建母国区域导向企业的资源配置(如资源的获取、积累、剥离等),建立稳定、丰富、开拓的能力,进而以特殊竞争优势的能力实现市场机会的调动、协调和部署。在企业实施母国区域导向战略过程中,通过对资源的编排,可以帮助企业提高资源配置效率,还可以让企业发现自身独特资源,利用特殊资源优势实现业绩增长以及积极回报,进而让公司的特殊优势更加突出,在全球扩张的浪潮中更具竞争力。因此,学者们可以探索企业在实施母国区域导向的过程中,在资源组织、资源捆绑、资源利用这三个情境因素调节下,是否会促进企业绩效的增长。

六、结语

与大部分研究一样,本研究也存在一定局限性。如本研究只回顾了ABS中管理、创业、国际商务及战略领域中评级在3级以上的期刊论文,难免与其他类似的全球化或者区域化综述有重合。目前,本文是从母国区域导向的战略类型、前因、影响结果等方面来阐述母国区域导向在当今社会的发展历程,但我们并不打算完全定论,因为还可以从不同的视角来丰富我们的母国区域导向研究^[16]。尽管这些研究都源于二十多年前,但围绕这些辩论的大部分文献却都是在过去十多年间发表的,且围绕这些

特定辩论有了意识上的提高。本研究通过文献回顾,总结归纳了母国区域导向的前因、战略类型、调节因素以及影响结果,给母国区域导向建立了一个完善的文献综述框架,并在未来研究中给出了一些调和母国区域导向全球化与区域化争论的建议,同时将国际创业导向、创业警觉以及资源拼凑植入到母国区域导向的前因中,以为未来母国区域导向的发展研究提供一个有益的参考方向。

[注释]

- ① 由于一些文献涉及两种以上的理论,所以统计数量并不互相排斥。

[参考文献]

- [1] Ghoshal S. Global Strategy: An Organizing Framework[J]. Strategic Management Journal, 1987, 8(5): 425-440.
- [2] Rugman A M, Verbeke A. A Perspective on Regional and Global Strategies of Multinational Enterprises[J]. Journal of International Business Studies, 2004, 35(1): 3-18.
- [3] Elango B. Geographic Scope of Operations by Multinational Companies: An Exploratory Study of Regional and Global Strategies[J]. European Management Journal, 2004, 22(4): 431-441.
- [4] Rugman A M, Verbeke A. Liabilities of Regional Foreignness and the Use of Firm-Level Versus Country-Level Data: A Response to Dunning et al. [J]. Journal of International Business Studies, 2007, 38(1): 200-205.
- [5] Asmussen C G. Local, Regional, or Global? Quantifying MNE Geographic Scope[J]. Journal of International Business Studies, 2009, 40(7): 1192-1205.
- [6] Sui S, Baum M. Internationalization Strategy, Firm Resources and the Survival of SMEs in the Export Markets[J]. Journal of International Business Studies, 2014, 45(7): 821-841.
- [7] Sui S, Yu Z, Baum M. Prevalence and Longitudinal Trends of Early Internationalisation Patterns among Canadian SMEs[J]. International Marketing Review, 2012, 29(5): 519-535.
- [8] Kudina A. Regional Strategies, Liability of Foreignness,

- and Firm Performances[J]. *Multinational Business Review*, 2012,4(20):331-351.
- [9] Guey-Huey Li, Chwo-Ming Yu, Dah-Hsian Seetoo. Multinational Business the Emerging Role of Sub-Regional Headquarters and the Impact on Subsidiaries[J]. *Management International Review*, 2010,50(1):5-33.
- [10] Rugman A M, Verbeke A. Towards a Theory of Regional Multinationals: A Transaction Cost Economics Approach[J]. *Management International Review*, 2005,45(1):5-17.
- [11] Collinson S, Rugman A M. The Regional Nature of Japanese Multinational Business[J]. *Journal of International Business Studies*, 2008,39(2):215-230.
- [12] Rugman A M, Verbeke A. The Theory and Practice of Regional Strategy: A Response to Osegowitsch and Sammartinos [J]. *Journal of International Business Studies*, 2008,39(2):326-332.
- [13] Peng M W, Erin G P, Leggenkuhle-Miles. Current Debates in Global Strategy[J]. 2009, 11(1):51-68.
- [14] 赵优珍, Randi Lunnan. 跨国公司区域战略研究综述[J]. *国际商务研究*, 2009(2):13-20.
- [15] Li Lei. Is Regional Strategy More Effective than Global Strategy in the US Service Industries[J]. *Management International Review*, 2005,45(1):37-57.
- [16] Govindarajan V, Gupta A K. The Quest for Global Dominance: Transforming Global Presence into Global Competitive Advantage[J]. *Journal of Fashion Marketing & Management*, 2002,8(1):60-68.
- [17] Johanson J, Vahlne J E. The Internationalization Process of the Firm: A model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments [J]. *Journal of International Business Studies*, 1977,8(1):23-32.
- [18] Knight G A, Cavusgil S T. Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-Global firm[J]. *Journal of International Business Studies*, 2004,35(2):124-141.
- [19] Banalieva E R, Santoro M D. Local, Regional, or Global? Geographic Orientation and Relative Financial Performance of Emerging Market Multinational Enterprise[J]. *European Management Journal*, 2009,27(5):344-355.
- [20] Ciravegna L, Lopez L E, Kundu S K. Born Global or Born Regional Evidence from an Exploratory Study in the Costa Rican Software Industry[J]. *Journal of International Business Studies*, 2009,40(7):1228-1238.
- [21] Gongming Qian, Theodore A K, Mike W P, et al. The Performance Implications of Intra-and-Inter Regional Geographic Diversification[J]. *Strategic Management Journal*, 2010,31(9):1018-1030.
- [22] Andrew D, Beamish P W. Regional and Global Strategies of Japanese Firms[J]. *Management International Review*, 2005,45(1):19-36.
- [23] Baum M, Schwens C, Kabst R. A Latent Class Analysis of Small Firms' Internationalization Patterns[J]. *Journal of World Business*, 2015,50(4):754-768.
- [24] Arregle J L, Paul W B, Louis H. The Regional Dimension of MNEs' Foreign Subsidiary Localization[J]. *Journal of International Business Studies*, 2009, 40(1):86-107.
- [25] 邢倩倩, 张卓, 彭静. 跨国公司的战略选择: 全球化还是区域化[J]. *对外经贸实务*, 2009(5):67-70.
- [26] Banalieva E R, Dhanaraj C. Home-Region Orientation in International Expansion Strategies[J]. *Journal of International Business Studies*, 2013,44(2):89-116.
- [27] Cerrato D, Piva M. The Effect of Global Orientation on the Performance of International New Ventures: Evidence from Italy[J]. *Management International Review*, 2015,55(6):857-883.
- [28] Crick D. The Internationalisation of Born Global and International New Venture SMEs [J]. *International Marketing Review*, 2009,26(4-5):453-476.
- [29] Osegowitsch T, Sammartino A. Reassessing (Home) Regionalisation[J]. *Journal of International Business Studies*, 2008,39(2):184-196.
- [30] Love J H, Roper S, Zhou Y. Experience, Age and Exporting Performance in UK SMEs[J]. *International Business Review*, 2016,25(4):806-819.
- [31] Grosse R. Are the Largest Financial Institutions Really Global? [J]. *Management International Review*, 2005, 45(1):129-144.
- [32] Banalieva E R, Eddleston K A. Home Regional Focus and Performance of Family Firms: The Role of Family VS Non-Family Leaders[J]. *Journal of International Business Studies*, 2011,42(8):1060-1072.
- [33] Qian G, Li L, Rugman A M. Liability of Country Foreignness and Liability of Regional Foreignness: Their Effects on Geographic Diversification and Firm Performance[J]. *Journal of International Business Studies*, 2013,44(6):635-647.
- [34] Reuber A R, Dimitratos P, Kuivalainen O. Beyond Catego-

- rization; New Directions for Theory Development about Entrepreneurial Internationalization[J]. *Journal of International Business Studies*, 2017, 48(4): 411-422.
- [35] Rugman A M, Verbeke A. A New Perspective on the Regional and Global Strategies of Multinational Services Firms[J]. *Management International Review*, 2008, 48(4): 397-411.
- [36] Mohr A, Batsaki G, Stone Z. Explaining the Effect of Rapid Internationalization on Horizontal Foreign Divestment in the Retail Sector: An Extended Penrosean Perspective[J]. *Journal of International Business Studies*, 2018, 49(7): 779-808.
- [37] Sui S, Morgan H M, Baum M. Internationalization of Immigrant-Owned SMEs: The Role of Language[J]. *Journal of World Business*, 2015, 50(4): 804-814.
- [38] Qian G, Li L, Li J, et al. Regional Diversification and Firm Performance[J]. *Journal of International Business Studies*, 2008, 39(2): 197-214.
- [39] Patel P C, Criaco G, Naldi L. Geographic Diversification and the Survival of Born-Globals[J]. *Journal of Management*, 2018, 44(5): 2008-2036.
- [40] 吴冰, 阎海峰, 吴琪琦, 等. 母国区域导向、市场地位导向与企业绩效的关系研究[J]. *管理评论*, 2017(11): 62-73.
- [41] Sui S, Baum M. Internationalization Strategy, Firm Resources and the Survival of SMEs in the Export Market[J]. *Journal of International Business Studies*, 2014, 45(7): 821-841.
- [42] Sleuwaegen L, Onkelinx J. International Commitment, Post-Entry Growth and Survival of International New Ventures[J]. *Journal of Business Venturing*, 2014, 29(1): 106-120.
- [43] Beleska-Spasova E, Glaister K W. Geographic Orientation and Performance Evidence from British Exporters[J]. *Management International Review*, 2010, 50(5): 533-557.
- [44] Banalieva E R, Eddleston K A. Home-Region Focus and Performance of Family Firms: The Role of Family VS Non-Family Leaders[J]. *Journal of International Business Studies*, 2011, 42(8): 1060-1072.
- [45] Ruigrok W, Georgakakis D, Greve P. Regionalization Strategy and Performance The Moderating Role of Industry Dynamism and Top Management Team Diversity[J]. *Multinational Business Review*, 2013, 21(1): 6-24.
- [46] Choi Y C J. The Limits to Globalization and the Regional Strategies of Multinational Enterprises: The Globalization Myth: The Case of China[J]. *Management International Review*, 2005, 45(1): 103-120.
- [47] Dunning J H, Fujita M, Yakova N. Some Macro-Data on the Regionalisation/Globalisation Debate: A Comment on the Rugman/Verbeke Analysis[J]. *Journal of International Business Studies*, 2007, 38(1): 177-199.
- [48] Asmussen C G. Local, Regional, or Global Quantifying MNE Geographic Scope[J]. *Journal of International Business Studies*, 2009, 40(9): 1192-1205.
- [49] Sundqvist S, Kyläheiko K, Kuivalainen O. Kirznerian and Schumpeterian Entrepreneurial-Oriented Behavior in Turbulent Export Markets [J]. *International Marketing Review*, 2012, 29(2): 203-219.
- [50] Banalieva E R, Jiang S J R. Home Region Focus and Technical Efficiency of Multinational Enterprises: The Moderating Role of Regional Integration[J]. *Management International Review*, 2012, 52(4): 493-518.
- [51] Gilbert D U, Patrick H. Success Factors of Regional Strategies for Multinational Corporations: Exploring the Appropriate Degree of Regional Management Autonomy and Regional Product/Service Adaptation[J]. *Management International Review*, 2014, 54(5): 615-651.