

供应链社会关系与供应商创新

鲍树琛¹, 李敏鑫²

(1. 浙江理工大学 经济管理学院, 浙江 杭州 310018; 2. 嘉兴大学 商学院, 浙江 嘉兴 314001)

[摘要] 供应链稳定性是畅通国民经济循环的重要基础。将嵌入性理论纳入供应链研究框架, 考察供应链社会关系对供应商创新的影响, 并讨论作用机理和边界条件。研究表明, 供应链社会关系对供应商创新具有促进效应, 并且供应商会更倾向于实质性创新而非策略性创新; 机制分析表明, 供应链社会关系主要通过信任机制和信息机制促进供应商创新; 异质性分析表明, 供应链社会关系对供应商创新的促进作用在融资约束较高的企业、专用性资产较多的耐用品行业、制度环境较差的地区中更为明显。研究结论有助于发现中国供应链运作背后的非正式制度逻辑, 为建设持续稳定的现代化产业体系提供了重要参考。

[关键词] 供应链; 社会关系; 供应商创新; 信任机制; 信息机制; 融资约束; 耐用品行业; 制度环境

[中图分类号] F273.1 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 2096-3114(2024)06-0101-11

一、引言

全球供应链正在经历重构和再链接的变局, 这为我国供应链从“要素驱动”升级到“创新驱动”提供了难得的机会窗口。在竞争激烈的商业世界中, 创新对企业的长期发展至关重要。许多供应商已经意识到除了展开内部的创新活动外, 还需要与客户合作实现产品或生产流程的改进, 强化供应链稳定性^[1]。在标准市场理论中, 契约是完善的且存在可供选择的市場参与者。然而, 不完全契约理论认为, 在供应链交易各方保持独立性的情况下, 契约的不完全性会衍生出套牢问题, 从而导致供应商创新投资不足^[2]。以汽车供应链为例, 供应商需要对零部件模具进行专门设计以适应整车生产商的需求, 但是降本提效压力大、套牢风险高导致供应商创新积极性不高。在汽车召回事件发生时, 部分车企会把产品质量问题“甩锅”给供应商^①。因此, 如何缓解供应链套牢问题成为制约供应商创新发展的新难点。

既有研究针对上述问题已经提出了多种基于正式契约的解决办法, 如客户持有供应商公司股权^[3]、客户向供应商董事会委派代表^[4]、战略联盟^[5]等。但是, 这些办法可能又会引发客户对供应商“过度监控”问题, 有损供应商创新积极性。更为重要的是, 供应商可能更难吸引或留住其他客户, 并可能给供应商带来过高的转换成本。在新兴市场中, 交易各方的利益冲突并不限于依靠正式制度加以解决, 非正式的执行机制也能够帮助各方达成交易期望。社会关系是中国人形成社会观的重要基础, 在关系导向型的中国社会中发挥着核心作用, 这为本文提供了有利的研究情境。

基于中国特殊的制度环境, 本文引入“社会关系”这种本土化解决办法, 探讨供应链社会关系对供应商创新的影响, 并重点回答供应链社会关系对供应商创新的影响机制, 以及在不同条件下这种

[收稿日期] 2024-05-14

[基金项目] 浙江省社会科学界联合会研究课题(2024N013); 浙江理工大学经济管理学院 2024 年度本科教学改革研究培育项目(jgszjg202401); 浙江省教育厅科研项目(Y202456180)

[作者简介] 鲍树琛(1990—), 男, 浙江瑞安人, 浙江理工大学经济管理学院讲师, 博士, 主要研究方向为公司治理与会计信息, 邮箱: baoshuchen1234@sina.com; 李敏鑫(1988—), 男, 江西上饶人, 嘉兴大学商学院讲师, 硕士生导师, 博士, 主要研究方向为公司治理与会计信息。

①具体见《奔驰、特斯拉召回, 供应商“背锅”: 一个愿打一个愿挨?》, https://www.sohu.com/a/524915847_116132。

影响的异质性。具体而言,本文认为供应链社会关系主要通过两个机制对供应商创新产生影响:一是信任机制。有先验社会关系的供应商与客户可能会在商业领域反复互动,产生相互信任,这有助于减轻事后套牢风险,鼓励供应商创新投资行为^[6]。二是信息机制。与客户建立关系的供应商沟通成本较低^[7],能够获得有价值信息^[8],减少泄露或利用另一方关键敏感信息的可能性^[9]。

本文的主要贡献体现在以下三方面:第一,本文丰富了供应链经济学的相关研究。现有文献大多基于交易成本经济学、不完全契约理论、资源依赖理论解释供应链特征对企业财务行为的影响。而本文以嵌入性理论为基础,手工收集客户与供应商的社会关系数据,解释供应链如何相互作用来塑造彼此的行为,这是社会关系研究在供应链治理领域的延伸。第二,本文为解决阻碍供应链创新的套牢问题提供了新思路。现有研究基于正式契约从股权、董事会席位、战略联盟的方面提供了解决供应链套牢风险的办法,而本文记录了社会关系通过信任机制和信息机制对供应链创新的积极作用,提供了来自中国本土的解决办法,有助于更深层理解社会关系在供应链中的重要性。第三,本文研究结论具有重要的实践意义。在全球供应链重塑的背景下,如何推动企业创新实现中国供应链现代化发展成为重要议题。本文通过系统研究供应商社会关系在新兴市场中驱动其创新的正面效用,有助于发现中国供应链运作背后的非正式制度逻辑,为建设现代化产业体系提供重要参考。

二、文献综述

已有研究讨论了供应链特征如何影响企业创新决策,提出了两种对立观点。一方面,根据不完全契约理论,供应链集中度使得企业在专用性资产投资^[10]、融资成本^[11]、避税^[12-13]和现金流^[14]等方面增加了额外的套牢风险。供应链的互动形成了隐性契约,限制了企业转向替代合作伙伴的选择权,从而有效地将企业锁定在这种供应链关系中^[15]。David 等将专用性资产投资区分为供应商对客户的专用性资产投资与客户对供应商的专用性资产投资,提出在其他条件相同的情况下,供应商应该比客户拥有更高的议价能力,因为供应商的套牢风险更高^[16]。同时,客户有强烈的动机来筛选或监控供应商以确保供应链的稳定性^[17]。当客户行业竞争地位较高时,供应商的绩效也将更好^[18];然而,当客户需要维持供应链稳定性时,他们更有可能操纵财务信息或非财务信息以诱导供应商进行专用性资产投资^[19-21]。更糟糕的是,当各种类型的中断(如自然灾害、地缘政治冲突、违约风险、破产风险等)对一家企业的运营产生不利影响时,这些中断可能会沿着供应链扩散,随后对供应链合作企业的运营和财务绩效产生负面影响^[22]。针对上述套牢问题,Yi 等提出,境外机构投资者持股客户公司可以改善供应链信息环境,促进供应商进行长期的技术创新^[23]。Dass 等认为,供应商向重要客户提供更多的贸易信贷,作为对专用性资产投资的承诺^[24]。Lai 提出,内部控制的改善能提高客户与供应商之间的专用性资产投资^[25]。杨金玉等认为,客户数字化转型具有溢出效应,通过倒逼效应和资源效应显著提高了供应商创新水平^[26]。林雯等认为,如果客户身份是政府,以国家信用与财政支撑为背书,也能增加供应商创新投入^[27]。

另一方面,客户与供应商之间的互动是传递信息或提高生产效率的重要手段^[28]。Chu 等认为,业务合作伙伴的地理邻近性可以促进创新,因为地理距离较近可以提高知识整合的效率^[7]。吴晓晖等发现,供应商与客户组建战略联盟促进双方信息的交换和知识流动,进而为供应链创新提供知识基础^[5]。刘欣萌等发现,创新伙伴关系是外部创新获取的一种有效途径,对供应链整合能力有促进效果^[29]。Kalwani 和 Narayandas 发现,与客户保持关系的供应商表现出具有较低水平的库存商品、运营资本以及产品成本,并且所获得的供应链信息可以帮助供应商提高利润^[30]。Ding 等发现,供应商与客户的文化相似性有利于提高供应商成本控制效率,减少投资不足问题并提高创新绩效^[31]。Cai 和 Zhu 发现,供应商的债务成本随着客户集中度的增加而降低^[32]。Yang 证实了供应商与主要客户保持长期关系将为供

应商获得更好的融资条件^[33]。Kadapakkam 和 Oliveira 使用供应商和客户公司相关的高管和董事会成员的专业网络联系衡量供应链关系稳定性,提出如果供应商与客户的关系较长,则供应商业务更稳定,转换风险更低,从而使其能够提高杠杆水平^[34]。

综上所述,与客户建立联系的供应商在创新决策时,面临着成本与收益之间的平衡。尽管现有文献从客户集中度、信息披露、地理距离等角度为供应链创新话题提供了丰富的经验证据,但是较少关注供应链社会关系对企业创新的影响及其作用机制。特别地,在中国特殊的制度情境下,供应链的套牢问题能否通过社会关系这一本土化机制得到缓解并加强创新合作。

三、理论分析与研究假设

关系契约的定义是理解供应链社会关系的关键起点。关系契约是交易各方在一个不确定的时期内承担某种服务的协议。这种契约含有跨时期的相互义务,但无须写明所有未来的不测事件和解决方案,因为交易各方可以依靠他们之间的关系,确定共同的期望并确立用于决策以及分配成本收益的机制^[35]。具体到中国社会,“关系契约”这一概念作为一种舶来品,却带有深厚的中国传统文化烙印。Wong 指出,社会关系是中国人在经济行为中不可或缺的特殊资产,也是中国上市公司之间传递私有信息的重要渠道^[36]。因此,本文推测,社会关系在中国上市公司供应链交易中发挥着不可取代的作用。

聚焦于本文所关注的供应链社会关系,可能会对供应商创新产生重要影响。供应商创新不仅取决于内部开发的知识和技术,还受到供应链协同合作的影响^[37]。鉴于特定资产投资的经济价值在供应链之外会减少,一旦供应链合作关系破裂,创新投资就会成为沉没成本。因此,显性契约在处理不确定性的交易方面是存在局限性的,由此带来了市场对关系契约的需求。如果供应链社会关系可以维护不完全契约的履行,减少机会主义行为,促进供应链合作,那么将鼓励供应商进行基于特定关系的创新投资。此外,由于中国的市场和正式制度不完善,当契约中规定的承诺无法被确保履行时,企业可以利用自然生成的社会关系取得信任和信息,有效地降低供应链交易成本并建立惩罚机制^[38]。本文认为,供应链社会关系将通过信任机制和信息机制对供应商创新产生影响。

首先,供应链社会关系可能通过信任机制促进供应商创新。在中国传统的熟人社会里,关系能够建立一种独特的信任——类似于“社会抵押品”,并成为法律约束的替代机制。违反社会契约不仅损害企业及高管的面子,还将失去关系网络中所包含的社会资源^[39]。因此,社会关系所造成的供应链机会主义行为的成本抵销了机会主义行为的短期收益,从而保证了契约执行效率。如果供应商专门为客户投资创新,那么此类投资属于沉没成本且具有很大的不确定性,供应商在投资后的谈判地位会降低。与客户建立关系的供应商能够从相互信任中受益,如减轻对潜在套牢风险的担忧,维持未来关系稳定的心理预期以及降低重新谈判威胁的可能性等,这都会鼓励供应商创新投资行为^[6]。

其次,供应链社会关系可能通过信息机制促进供应商创新。大量文献表明,社会关系的存在增加了供应链各方传递私有信息的可能性,并保证了信息的私密性^[40-41]。一方面,鉴于客户信息反馈对供应商进行研发调整的重要性,供应链社会关系能够减轻私有信息的传递成本,而私有信息是价值最大化契约达成的最重要障碍之一^[7]。与客户建立关系的供应商可能有更频繁、更深入的互动,获得更精确反映供应链价值的信息^[8]。另一方面,为了保护特定资产的专用性,研发过程必须保密。社会关系可以减少泄露或利用另一方关键敏感信息的可能性,从而促进研发活动中的信息共享和合作,这对基于特定关系的创新至关重要^[9]。基于以上分析,本文提出如下假设:

H1a: 在其他条件不变的情况,供应链社会关系有助于促进供应商创新。

然而,本文的假设也并非显而易见。我们在充分尊重并进一步发挥供应链社会关系价值的同时,也

应清醒地认识到供应链社会关系可能给供应商创新带来的负面影响。首先,供应商通过“拉关系”“讲人情”“做面子”可以促使客户做出有利于他们的决定,这容易削弱供应商开拓创新的动力^[42]。其次,若供应商与客户存在非平等的利益交换关系,客户会利用剩余控制权剥削供应商,使供应商只能在特定资产方面投入研发资源,失去与供应链网络中其他企业潜在的合作机会^[43]。总而言之,虽然理论分析支持我们的预期,但本文假设的效应是否会受到其他因素的影响仍然是一个悬而未决的问题。基于以上分析,本文提出如下假设:

H1b:在其他条件不变的情况,供应链社会关系阻碍供应商创新。

四、研究设计

(一) 样本选择与数据来源

本文以2007—2022年中国沪深A股上市公司年报披露的前五大客户信息为初始样本,收集了企业和前五大客户中均为A股上市公司的样本,数据收集方法如下:(1)在CSMAR数据库子库“供应链研究”中收集已经匹配成功的供应商-客户相关信息,同时将样本与CNRDS数据库子库“供应链研究”“天眼查”的数据逐一核对,判断客户是否为上市公司;(2)剔除未明确披露具体客户名称的样本,包括未提及或虽有提及但使用匿名(如客户一、客户甲、客户A)等情况;(3)剔除金融行业公司、主要变量数据缺失的样本,最终得到1952个“公司-客户-年度”观测值。根据Cao等的建议^[8],为了减轻潜在的自我选择偏差,并避免将多条供应链信息压缩成一个观测值带来的计量误差,本文的样本仅由供应商-客户配对组成。其中,61.63%的样本为一个供应商匹配一个客户,38.37%的样本为一个供应商匹配多个客户。本文所有财务数据来自CSMAR数据库,同时对所有连续变量在上下1%水平进行缩尾处理。

(二) 变量定义与模型设定

1. 被解释变量:供应商创新(LnPat)

参考黎文靖和郑曼妮的研究^[44],本文将专利申请数界定为供应商创新产出(LnPat1),因为申请年份更接近新技术的开发时间。同时,由于发明专利在三种专利中的技术含量最高,更能体现企业实际创新成果,故本文又将申请发明专利界定为实质性创新(LnPat2),而将申请实用新型专利和外观设计专利界定为策略性创新(LnPat3)。本文不使用研发支出度量创新,有两个原因。第一,在整个样本期间内,研发支出数据存在大量的缺失值,难以判断企业是没有研发活动还是不披露核心研发信息。第二,与研发支出相比,专利申请既能反映企业向研发活动投入可观察的研发资源,也能捕捉到不可观察的研发资源,从而更加全面地度量企业创新^[45]。本文使用专利申请数加1取自然对数来衡量供应商创新。

2. 解释变量:供应链社会关系(Ties)

借鉴Jandik和Salikhova^[6]、李敏鑫和朱朝晖^[46]的研究,本文以供应商与客户的董事长或总经理是否存在先验的社会关系来度量供应链社会关系(Ties)。若供应商与客户的任意一个董事长或总经理存在学缘、地缘或业缘关系,则认为供应链存在社会关系。其中,学缘关系为双方是否曾就读同一院校;地缘关系为双方的出生地或籍贯是否为同一地市;业缘关系为双方是否曾在同一单位或关联方任职。

3. 控制变量

根据现有研究的做法^[5-6],本文在实证分析中控制了一系列关于客户财务情况、供应商财务情况及治理水平层面的特征。客户财务情况层面的控制变量包括客户的公司规模(Size_c)、杠杆率(Lev_c)、财务绩效(Roa_c)、研发支出(Rd_c)以及行业竞争力(Hhi_c)。供应商财务情况层面的控制变量包括供应商的公司规模(Size)、杠杆率(Lev)、财务绩效(Roa)、成长性(Growth)、资本支出(Capex)以及现金持有(Cash)。供应商治理水平层面的控制变量包括第一大股东持股比例(Top1)、管理层持股比例(Mshare)、

董事会规模 (*Board*)、独立董事比例 (*Indep*)、两职合一 (*Dual*)。最后,本文还控制了供应商行业 (*Industry*) 和年度固定效应 (*Year*)。

4. 模型设定

为了探究供应链社会关系对供应商创新的影响,本文采用如下的回归模型:

$$\begin{aligned} \text{LnPat}_{i,t} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Ties}_{i,t} + \beta_2 \text{Size_c}_{i,t} \\ & + \beta_3 \text{Lev_c}_{i,t} + \beta_4 \text{Roa_c}_{i,t} + \beta_5 \text{Rd_c}_{i,t} + \\ & \beta_6 \text{Hhi_c}_{i,t} + \beta_7 \text{Size}_{i,t} + \beta_8 \text{Lev}_{i,t} + \beta_9 \text{Roa}_{i,t} + \\ & \beta_{10} \text{Growth}_{i,t} + \beta_{11} \text{Capex}_{i,t} + \beta_{12} \text{Cash}_{i,t} + \\ & \beta_{13} \text{Top1}_{i,t} + \beta_{14} \text{Mshare}_{i,t} + \beta_{15} \text{Board}_{i,t} + \\ & \beta_{16} \text{Indep}_{i,t} + \beta_{17} \text{Dual}_{i,t} + \sum \text{Industry} + \\ & \sum \text{Year} + \varepsilon_{i,t} \end{aligned} \quad (1)$$

其中,被解释变量 *LnPat* 为供应商创新产出,分别使用 *LnPat1*、*LnPat2*、*LnPat3* 衡量。解释变量 *Ties* 为供应链社会关系。本文重点关注系数 β_1 ,若 β_1 显著为正,则假设 H1a 成立。具体变量定义见表 1。

表 1 变量定义

变量符号	变量名称	变量定义
<i>LnPat1</i>	供应商创新	供应商当年专利申请总数加 1 取自然对数
<i>LnPat2</i>	实质性创新	供应商当年发明专利申请总数加 1 取自然对数
<i>LnPat3</i>	策略性创新	供应商当年实用新型与外观设计专利申请总数加 1 取自然对数
<i>Ties</i>	供应链社会关系	供应链存在社会关系,取值为 1,否则为 0
<i>Size_c</i>	客户公司规模	客户总资产的自然对数
<i>Lev_c</i>	客户杠杆率	客户总负债/总资产
<i>Roa_c</i>	客户财务绩效	客户净利润/总资产
<i>Rd_c</i>	客户研发支出	客户研发支出/总资产
<i>Hhi_c</i>	客户行业竞争力	客户所在行业的赫芬达尔指数
<i>Size</i>	供应商公司规模	供应商总资产的自然对数
<i>Lev</i>	供应商杠杆率	供应商总负债/总资产
<i>Roa</i>	供应商财务绩效	供应商净利润/总资产
<i>Growth</i>	供应商成长性	供应商营业收入增长率
<i>Capex</i>	供应商资本支出	供应商购建固定资产、无形资产和其他长期资产的支出/总资产
<i>Cash</i>	供应商现金持有	供应商经营性现金流/总资产
<i>Top1</i>	供应商第一大股东持股比例	供应商第一大股东持股数除以总股数
<i>Mshare</i>	供应商管理层持股比例	供应商管理层持股数除以总股数
<i>Board</i>	供应商董事会规模	供应商董事会人数的自然对数
<i>Indep</i>	供应商独立董事比例	供应商独立董事人数除以董事会人数
<i>Dual</i>	供应商两职合一	供应商董事长与总经理为同一人,取值为 1,否则为 0

五、实证结果分析

(一) 描述性统计

表 2 展示了变量的描述性统计。供应商创新产出 (*LnPat1*) 的均值为 0.564,实质性创新 (*LnPat2*) 的均值为 0.350,策略性创新 (*LnPat3*) 的均值为 0.214。供应链社会关系 (*Ties*) 的均值为 0.047,表明仅有 4.7% 的样本供应商与客户存在社会关系。此外,客户的公司规模 (*Size_c*) 均值为 24.689,而供应商的公司规模 (*Size*) 均值为 21.854,这说明平均而言,供应商比客户在规模方面要小。其他变量与既有研究并无显著差异,这表明本文样本具有一定的代表性。

(二) 基准回归结果

表 3 为供应链社会关系与供应商创新的回归结果。列 (1) 的结果显示,供应链社会关系 (*Ties*) 与供应商创新产出 (*LnPat1*) 的回归系数为 0.386,在 1% 的统计水平上显著,表明供应链社会关系能够促进供应商创新,这验证了假设 H1a。进一步地,本文为了区分不同动机的创新行为,参考黎文靖和郑曼妮的研究^[44],将供应商创新分为实质性创新与策略性创新。列 (2) 中 *Ties* 的估计系数在 5% 的统计水平上显著为正,但列 (3) 中 *Ties* 的估计系数未能显著异于零。这表明,供应链社会关系推动供应商展开实质性创新,

表 2 变量的描述性统计

变量	平均值	中位数	标准差	最小值	最大值
<i>LnPat1</i>	0.564	0	1.325	0	6.833
<i>LnPat2</i>	0.350	0	0.978	0	6.333
<i>LnPat3</i>	0.214	0	0.737	0	5.903
<i>Ties</i>	0.047	0	0.212	0	1
<i>Size_c</i>	24.689	24.187	2.622	20.592	30.845
<i>Lev_c</i>	0.611	0.625	0.203	0.119	0.948
<i>Roa_c</i>	0.039	0.031	0.044	-0.104	0.184
<i>Rd_c</i>	0.014	0.004	0.018	0	0.083
<i>Hhi_c</i>	0.120	0.078	0.109	0.014	0.504
<i>Size</i>	21.854	21.700	1.255	19.641	25.330
<i>Lev</i>	0.401	0.392	0.218	0.041	0.974
<i>Roa</i>	0.038	0.041	0.070	-0.329	0.197
<i>Growth</i>	0.363	0.149	0.840	-0.587	5.865
<i>Capex</i>	0.053	0.037	0.050	0	0.241
<i>Cash</i>	0.037	0.038	0.069	-0.192	0.216
<i>Top1</i>	0.351	0.320	0.146	0.093	0.728
<i>Mshare</i>	0.152	0.008	0.207	0	0.693
<i>Board</i>	2.162	2.197	0.189	1.609	2.708
<i>Indep</i>	0.366	0.333	0.048	0.333	0.556
<i>Dual</i>	0.253	0	0.435	0	1

而不是策略性创新,提高了供应商高质量的创新能力。本文认为,实质性创新强调创新的质量,实现投入更大、失败风险更高;而策略性创新是为了实现与更多客户进行交易等特殊目的而进行的低水平创新行为。供应链社会关系为供应商技术创新建立良好的心理预期,帮助供应商克服各种不确定性的影响,使供应商有足够的信心、动力和条件进行高质量的实质性创新。

(三) 机制分析

首先,为了检验供应链社会关系是否通过信任机制促进供应商创新,本文借鉴 Kadapakkam 和 Oliveira 的研究^[34],使用客户销售额占比指标来衡量供应链信任程度。客户销售额占比越高,可能意味着供应商更加信任客户的经营状况,更愿意与客户保持稳定的交易关系。本文按照客户销售额占比的行业年度中位数,将样本分为信任程度高与信任程度低两个子样本,并使用分组回归作为机制分析的方法。表4列(1)和列(3)显示, *Ties* 的估计系数均在1%的统计水平上显著为正,但列(2)和列(4)中 *Ties* 的估计系数未能显著异于零。上述结果表明,只有在信任程度高的情况下,供应链社会关系才会促进供应商创新,这验证了假定的信任机制。

其次,为了检验供应链社会关系是否通过信息机制促进供应商创新,本文借鉴 Giroud 的研究^[47],收集了供应商与客户注册地及其经纬度信息,并计算二者之间的地理距离,以此来衡量供应链的信息不对称程度。供应商与客户之间的地理距离越远,信息获取的成本就越高,那么信息不对称程度也就越高。本文按照地理距离的中位数,将样本分为信息不对称程度高与信息不对称程度低两个子样本,并使用分组回归作为机制分析的方法。表4列(6)和列(8)显示, *Ties* 的估计系数均在1%的统计水平上显著为正,但列(5)和列(7)中 *Ties* 的估计系数未能显著异于零。上述结果表明,只有在信息不对称程度低的情况下,供应链社会关系才会促进供应商创新,这验证了假定的信息机制。

表3 基准回归结果

	(1) LnPat1	(2) LnPat2	(3) LnPat3
<i>Ties</i>	0.386*** (2.74)	0.194** (2.46)	0.100 (0.95)
<i>Size_c</i>	0.079*** (4.40)	0.003 (0.30)	0.032** (2.35)
<i>Lev_c</i>	-0.156 (-0.67)	0.182 (1.41)	0.194 (1.12)
<i>Roa_c</i>	0.973 (1.23)	0.511 (1.15)	1.608*** (2.73)
<i>Rd_c</i>	3.751* (1.91)	1.521 (1.38)	0.847 (0.58)
<i>Hhi_c</i>	-0.262 (-0.86)	-0.215 (-1.27)	-0.723*** (-3.21)
<i>Size</i>	0.139*** (4.26)	0.013 (0.72)	0.082*** (3.37)
<i>Lev</i>	-0.582*** (-3.21)	-0.144 (-1.42)	-0.561*** (-4.17)
<i>Roa</i>	-0.738 (-1.40)	0.198 (0.67)	-0.340 (-0.87)
<i>Growth</i>	0.007 (0.18)	-0.010 (-0.51)	0.013 (0.48)
<i>Capex</i>	0.306 (0.48)	-0.524 (-1.48)	0.057 (0.12)
<i>Cash</i>	-0.741 (-1.57)	0.265 (1.01)	-0.594* (-1.70)
<i>Top1</i>	0.606*** (2.70)	0.226* (1.80)	0.205 (1.23)
<i>Mshare</i>	0.274 (1.60)	0.399*** (4.16)	0.260** (2.04)
<i>Board</i>	0.152 (0.77)	-0.095 (-0.87)	-0.019 (-0.13)
<i>Indep</i>	-0.269 (-0.36)	-0.329 (-0.79)	-0.161 (-0.29)
<i>Dual</i>	-0.033 (-0.44)	0.021 (0.50)	0.014 (0.25)
截距项	-5.470*** (-5.59)	-0.410 (-0.75)	-2.592*** (-3.56)
行业/年度	Yes	Yes	Yes
R ²	0.109	0.099	0.097
N	1952	1952	1952

注: *、**、*** 分别表示在 10%、5% 与 1% 水平上显著,括号内为 t 值。下同。

表4 机制分析的回归结果

	(1) 信任 程度高 LnPat1	(2) 信任 程度低 LnPat1	(3) 信任 程度高 LnPat2	(4) 信任 程度低 LnPat2	(5) 信息不对称 程度高 LnPat1	(6) 信息不对称 程度低 LnPat1	(7) 信息不对称 程度高 LnPat2	(8) 信息不对称 程度低 LnPat2
<i>Ties</i>	0.589*** (3.01)	0.102 (0.49)	0.274*** (2.67)	0.102 (0.79)	-0.031 (-0.12)	0.519*** (3.08)	0.151 (0.99)	0.231*** (2.76)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
截距项	-6.547*** (-4.53)	-3.496** (-2.29)	-0.333 (-0.44)	0.173 (0.18)	-7.547*** (-4.92)	-2.878** (-2.21)	-1.082 (-1.15)	0.071 (0.11)
行业/年度	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.137	0.135	0.137	0.104	0.161	0.129	0.114	0.139
N	1044	908	1044	908	972	980	972	980
经验 p 值	0.024**		0.058*		0.049**		0.069*	

(四) 异质性分析

1. 微观视角下融资约束的影响

客户公司发展前景与供应商财务状况紧密相连。Titman 通过供应链博弈模型发现,客户更愿意与财

务稳健的供应商进行交易,以最大限度地降低供应链中断风险^[48]。融资约束程度较低的供应商不太可能因为财务危机而中断生产,与潜在客户交易的机会更多。然而,融资约束程度较高的供应商可能不会完全遵守契约履行的义务,如降低产品质量等。如果供应商陷入财务危机,专用性资产投资就会失去价值^[49]。供应链社会关系通过隐性契约形式保障了交易的可持续性,降低了客户未来变更供应商的概率,减轻了供应商未来收入的不确定性,这有助于为供应商创新投资提供稳定的现金流量^[5]。因此,本文预期:相比于融资约束程度较低的供应商,供应链社会关系对融资约束程度较高的供应商创新的促进效应更强。

本文使用 KZ 指数来度量供应商融资约束程度,并按照行业年度中位数将样本分为融资约束程度较高的子样本与融资约束程度较低子样本,分组回归的结果如表 5 的 Panel A 所示。在列(1)和列(3)中,变量 *Ties* 的系数分别在 5% 与 1% 的统计水平上显著为正。但是,在列(2)和列(4)中,变量 *Ties* 的系数均未能显著异于零。此结果说明供应链社会关系对创新的促进效应在融资约束较高的供应商中更为明显。

2. 中观视角下行业特征的影响

根据交易成本理论,供应链关系通常涉及专用性资产投资。相比于非耐用品行业,生产耐用品的供应商更有可能投资不可逆转的专用性资产,以支持其客户订购的独特产品^[10]。当供应商拥有对某一客户高度专用的资产时,供应商会增加对该客户的依附风险^[32]。如果该客户转向其他供应商或被清算时,资产专用性较高的供应商将难以改变其资产的用途,转换成本非常高。在这种情况下,耐用品行业的供应商在投入创新资源时,更需要供应链社会关系这种保障机制以增强客户可信的承诺。因此,本文预期:相比于非耐用品行业,供应链社会关系对耐用品行业的供应商创新的促进效应将更强。

借鉴宋希亮和吴紫祺的分类方法^[50],本文将样本分为耐用品行业子样本和非耐用品行业子样本。具体而言,按照 2012 年上市公司行业目录,本文将行业代码为 C34—C40 范围的公司列为耐用品行业,其他行业为非耐用品行业,分组回归的结果如表 6 的 Panel B 所示。在列(1)和列(3)中,变量 *Ties* 的系数分别在 1% 与 10% 的统计水平上显著为正。在列(2)和列(4)中,变量 *Ties* 的系数均未能显著异于零。但是列(3)与列(4)的组间系数差异检验未能通过。此结果说明虽然总体上供应链社会关系对耐用品行业供应商创新的促进效应更为明显,但是未能有效促进耐用品行业供应商的实质性创新。

3. 宏观视角下制度环境的影响

制度是定义行为准则并塑造企业战略选择和行为的“博弈规则”^[51]。中国是一个幅员辽阔的国家,不同地区的制度环境呈现巨大的差异。在制度环境较差的地区,地方政府经常干预经济活动和商业运作;而在制度环境较好的地区,地方政府倾向于依靠市场机制来协调经济活动^[52]。因此,制度环境的地方差异影响了位于不同地理区域的公司发展。作为例证,Bai 等发现^[53],强有力的政府支持和制度基础设施可以帮助供应商与客户建立互信,提高供应商吸收新知识并将其转化为创新的能力。然而,较差的制度环境无法确保交易双方履行合同中规定的承诺,也无法激励供应商参与特定关系的研发投

表 5 异质性分析的回归结果(1)

Panel A: 融资约束				
	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>High</i>	<i>Low</i>	<i>High</i>	<i>Low</i>
	LnPat1	LnPat1	LnPat2	LnPat2
<i>Ties</i>	0.530 ** (2.54)	0.322 (1.64)	0.302 *** (2.68)	0.109 (0.97)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
截距项	-6.193 *** (-4.12)	-5.079 *** (-3.60)	-0.590 (-0.72)	-0.298 (-0.37)
行业/年度	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.148	0.130	0.132	0.128
N	867	1085	867	1085
经验 p 值	0.051 *		0.042 **	

表 6 异质性分析的回归结果(2)

Panel B: 耐用品行业				
	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>High</i>	<i>Low</i>	<i>High</i>	<i>Low</i>
	LnPat1	LnPat1	LnPat2	LnPat2
<i>Ties</i>	0.791 *** (2.76)	0.017 (0.12)	0.307 * (1.65)	0.097 (1.45)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
截距项	-9.192 *** (-4.33)	-3.507 *** (-3.64)	-0.881 (-0.63)	0.032 (0.07)
行业/年度	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.179	0.105	0.144	0.088
N	634	1318	634	1318
经验 p 值	0.023 **		0.215	

资^[54]。在这种情况下,交易双方可能更需要可靠的社会关系降低任何一方违约的可能性^[36]。因此,本文预期:在制度环境较差的地区,供应链社会关系对供应商创新的促进效应将更强。

本文使用樊纲市场化指数来度量供应商所在地区的制度环境,并按照年度中位数将样本分为制度环境较好的子样本与制度环境较差的子样本,分组回归的结果如表7的Panel C所示。在列(2)和列(4)中,变量 *Ties* 的系数均在1%的统计水平上显著为正。但是,在列(1)和列(3)中,变量 *Ties* 的系数均未能显著异于零。这说明供应链社会关系对供应商创新的促进效应在制度环境较差的地区更强。

(五) 稳健性检验^①

1. 工具变量法。考虑到供应链社会关系与供应商创新之间可能存在内生性问题,使得因果链条有可能相反。对此,本文采用工具变量两阶段回归重新检验本文假设。借鉴李敏鑫和朱朝晖的做法^[46],本文采用地方酒文化(*Alcohol*)作为供应链社会关系(*Ties*)的工具变量。本文使用地方统计年鉴中的城镇居民家庭平均每人全年酒和饮料支出来度量地方酒文化。若供应商所在地的酒文化浓厚,则供应商更加重视供应链社会关系,但是酒文化显然对供应商创新没有直接影响。换言之,地方酒文化(*Alcohol*)影响供应链社会关系(*Ties*),但是地方酒文化(*Alcohol*)对供应商创新(*LnPat1*)没有直接影响,也就是两阶段回归模型的残差不相关。结果显示,在第一阶段回归分析中,地方酒文化越浓厚,则形成供应链社会关系的概率越高;在第二阶段回归分析中,使用工具变量重新估计模型后,*Ties*对*LnPat1*的回归系数仍然在1%的统计水平上显著为正。上述结果表明,在考虑内生性问题后,供应链社会关系仍然会促进供应商创新。

2. 倾向得分匹配法。本文供应商与客户存在社会关系的样本占总样本的比例仅为4.7%,过小占比对结果的可信度可能会带来不利影响。为了缓解该不利影响,本文使用倾向得分匹配法(PSM)回归进行处理。具体而言,将有社会关系的样本作为处理组,通过1对1最近邻匹配法从没有社会关系的样本中选取对照组。PSM回归结果仍然支持本文假设H1a。

3. 替换解释变量。本文使用供应商社会关系强度(*Ties_inten*)替换解释变量。具体而言,本文使用的供应链社会关系是基于学缘、地缘、业缘而构建的,当供应链存在任意一种关系时,供应链社会关系强度赋值为1;当供应链存在任意两种关系时,供应链社会关系强度赋值为2;当供应链存在三种关系时,供应链社会关系强度赋值为3。结果显示,供应商社会关系强度(*Ties_inten*)对供应商创新(*LnPat1*)的回归系数在10%统计水平上显著为正,表明供应商社会关系强度越高,对供应商创新的促进效应越强。

4. 替换被解释变量。本文使用研发支出占总资产的比重(*Rd*)作为衡量供应商创新的替代变量。结果显示,供应链社会关系强度(*Ties*)对供应商创新(*Rd*)的回归系数在1%统计水平上显著为正,结论依然成立。

5. 改用Tobit模型回归。考虑到因变量*LnPat1*是受限变量,因此改用Tobit模型重新进行回归。结果显示,供应链社会关系强度(*Ties*)对供应商创新(*LnPat1*)的回归系数在1%统计水平上显著为正,结论依然成立。

6. 控制公司个体固定效应。本文还采用控制公司个体固定效应来尽可能缓解随公司变化的遗漏变量问题的影响,研究结果与前文基本一致。

表7 异质性分析的回归结果(3)

Panel C: 制度环境				
	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>High</i>	<i>Low</i>	<i>High</i>	<i>Low</i>
	<i>LnPat1</i>	<i>LnPat1</i>	<i>LnPat2</i>	<i>LnPat2</i>
<i>Ties</i>	0.241 (0.98)	0.455*** (2.65)	0.089 (0.60)	0.252*** (2.80)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
截距项	-7.335*** (-4.23)	-4.488*** (-3.65)	-1.078 (-1.03)	-0.013 (-0.02)
行业/年度	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.169	0.137	0.111	0.159
N	899	1053	899	1053
经验p值		0.018**		0.052*

①由于篇幅限制,稳健性检验结果未列示,留存备案。

六、结论性评述

本文从社会嵌入视角切入,检验了供应链社会关系是否会影响供应商创新。研究发现:第一,供应链社会关系可以减轻双边关系中的阻碍并鼓励供应商创新,并且供应商会更倾向于实质性创新而非策略性创新。第二,机制分析表明,供应链社会关系主要通过信任机制和信息机制促进供应商创新。第三,异质性分析表明,在融资约束较高的企业、专用性资产较多的耐用品行业、制度环境较差的地区中,供应链社会关系对供应商创新的促进效应更为明显。

本文的研究结论对稳定供应链方面具有重要启示。第一,本文检验了嵌入性理论在供应链创新研究中的适用性,研究发现供应链社会关系可以促进供应链创新。为此,在全球供应链秩序重构的背景下,供应商可以以供应链社会关系为抓手,充分发挥社会关系的信任和信息机制,提升供应链协同与稳定性,防止供应链创新碎片化。第二,供应链社会关系对供应商创新的影响存在明显的异质性。为此,供应商在开展特定关系的创新投资时,要总结不同供应链地位企业的特征,结合自身与客户的先天关系和后天能力,建设稳定可靠的协同创新共用体。第三,本文发现在制度环境较差的地区,供应链社会关系对供应商创新具有促进效应,这亦有可能被社会关系的负面作用所解释。较差的制度环境给了供应链逆向选择的机会,供应商通过社会关系可获取更多资源来投入创新活动。因此,政府需要推进市场化进程,确立一套适应普遍信任产生的现代制度安排来规范市场、政府以及个体的行为。

本研究还存在以下局限性。第一,鉴于供应链数据的可获得性,本文的样本仅限于中国 A 股上市公司,研究者在将本文的研究结果推广到非上市公司时应保持必要的谨慎。非上市公司的创新投入可能不仅受到当地社会结构的影响,而且还受到自身资源与能力的严重限制。第二,由于《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则》“鼓励”上市公司披露前五名客户和供应商的名称,并没有对该信息进行强制性披露,这意味着供应链关系数据存在大量的缺失。虽然本研究采用倾向得分匹配法进行处理,但对结论仍需保持谨慎。第三,本研究没有细化供应商社会关系的度量,如供应链社会关系的持续时间也可能影响公司间的知识转移。持续时间较短的供应商社会关系更有可能涉及简单的研发任务;而在持续时间较久的社会关系中可以培养共同的愿景和相互信任,从而促进相互理解和知识转移。后续研究可以从社会关系的持续时间视角揭示供应链社会关系与供应商创新之间的联系。

参考文献:

- [1] West J, Bogers M. Leveraging external sources of innovation: A review of research on open innovation[J]. *Journal of Product Innovation Management*, 2014, 31(4): 814-831.
- [2] Grossman S J, Hart O D. The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration[J]. *Journal of Political Economy*, 1986, 94(4): 691-719.
- [3] Dasgupta S, Tao Z. Bargaining, bonding, and partial ownership[J]. *International Economic Review*, 2000, 41(3): 609-635.
- [4] Minnick K, Raman K. Why are stock splits declining? [J]. *Financial Management*, 2014, 43(1): 29-60.
- [5] 吴晓晖,秦利宾,薄文. 客户战略联盟如何激发企业创新? ——基于文本分析的经验证据[J/OL]. *南开管理评论*: 1-18[2023-07-20]. <https://kns.cnki.net/kcms2/detail/12.1288.F.20230720.0924.002.html>.
- [6] Jandik T, Salikhova T. The effect of social connections on capital structure in supplier-customer relationships[J]. *Journal of Corporate Finance*, 2023; 102352. DOI:10.1016/j.jcorpfin.2023.102352.
- [7] Chu Y, Tian X, Wang W. Corporate innovation along the supply chain[J]. *Management Science*, 2019, 65(6): 2445-2466.
- [8] Cao F, Zhang X, Yuan R. Do geographically nearby major customers mitigate suppliers' stock price crash risk? [J]. *The British Accounting Review*, 2022, 54(6): 101118. DOI:10.1016/j.bar.2022.101118.
- [9] Dyer J H, Singh H. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage[J]. *Academy of Management Review*, 1998, 23(4): 660-679.

- [10] Chiu T T, Kim J B, Wang Z. Customers' risk factor disclosures and suppliers' investment efficiency[J]. *Contemporary Accounting Research*, 2019, 36(2): 773 - 804.
- [11] Dhaliwal D, Judd J S, Serfling M, et al. Customer concentration risk and the cost of equity capital[J]. *Journal of Accounting and Economics*, 2016, 61(1): 23 - 48.
- [12] Cen L, Maydew E L, Zhang L, et al. Customer-supplier relationships and corporate tax avoidance[J]. *Journal of Financial Economics*, 2017, 123(2): 377 - 394.
- [13] 宫晓云, 权小锋, 刘希鹏. 供应链透明度与公司避税[J]. *中国工业经济*, 2022(11): 155 - 173.
- [14] 底璐璐, 罗勇根, 江伟, 等. 客户年报语调具有供应链传染效应吗? ——企业现金持有的视角[J]. *管理世界*, 2020(8): 148 - 163.
- [15] Rahaman M M, Rau P R, Al Zaman A. The effect of supply chain power on bank financing[J]. *Journal of Banking & Finance*, 2020, 114: 105801. DOI:10.1016/j.jbankfin.2020.105801.
- [16] David T, Troege M, Nguyen H M, et al. Relationship-specific investments for up-and downstream firms and credit constraints[J]. *Journal of Corporate Finance*, 2024, 84: 102534. DOI:10.1016/j.jcorpfin.2023.102534.
- [17] Cen L, Dasgupta S, Elkamhi R, et al. Reputation and loan contract terms: The role of principal customers[J]. *Review of Finance*, 2016, 20(2): 501 - 533.
- [18] 蔡贵龙, 邓景, 葛锐, 等. 客户行业竞争地位与供应商企业绩效[J]. *会计研究*, 2022(11): 72 - 86.
- [19] Raman K, Shahrur H. Relationship-specific investments and earnings management: Evidence on corporate suppliers and customers[J]. *The Accounting Review*, 2008, 83(4): 1041 - 1081.
- [20] 安素霞, 王磊, 王智韬. 客户盈余表现对供应商企业创新投资的影响研究[J]. *审计与经济研究*, 2022(3): 95 - 106.
- [21] Darendeli A, Fiechter P, Hitz J M, et al. The role of corporate social responsibility (CSR) information in supply-chain contracting: Evidence from the expansion of CSR rating coverage[J]. *Journal of Accounting and Economics*, 2022, 74(2 - 3): 101525. DOI: 10.1016/j.jacceco.2022.101525.
- [22] Carvalho V M, Nirei M, Saito Y U, et al. Supply chain disruptions: Evidence from the great east Japan earthquake[J]. *The Quarterly Journal of Economics*, 2021, 136(2): 1255 - 1321.
- [23] Yi Z, Xu X, Wei M, et al. Foreign institutional ownership externalities and supplier innovation[J]. *Journal of Corporate Finance*, 2023, 80: 102421. DOI:10.1016/j.jcorpfin.2023.102421.
- [24] Dass N, Kale J R, Nanda V. Trade credit, relationship-specific investment, and product market power[J]. *Review of Finance*, 2015, 19(5): 1867 - 1923.
- [25] Lai S M. Internal control quality and relationship-specific investments by suppliers and customers[J]. *Journal of Business Finance & Accounting*, 2019, 46(9 - 10): 1097 - 1122.
- [26] 杨金玉, 彭秋萍, 葛震霆. 数字化转型的客户传染效应——供应商创新视角[J]. *中国工业经济*, 2022(8): 156 - 174.
- [27] 林雯, 朱朝晖, 胡英杰. 政府大客户绿色采购与供应商网络“绿色牛鞭”效应研究——压力传递视角[J]. *现代财经(天津财经大学学报)*, 2024(2): 52 - 68.
- [28] Patatoukas P N. Customer-base concentration: Implications for firm performance and capital markets[J]. *The Accounting Review*, 2012, 87(2): 363 - 392.
- [29] 刘欣萌, 李随成, 张彩林, 等. 伙伴关系对企业创新绩效的影响: 有调节的中介模型[J]. *科研管理*, 2023(4): 154 - 163.
- [30] Kalwani M U, Narayandas N. Long-term manufacturer-supplier relationships: Do they pay off for supplier firms? [J]. *Journal of Marketing*, 1995, 59(1): 1 - 16.
- [31] Ding G, Lei J, Liu Y, et al. Supplier-customer cultural similarity and supplier performance[J]. *Journal of Banking & Finance*, 2024, 163: 107188. DOI:10.1016/j.jbankfin.2024.107188.
- [32] Cai K, Zhu H. Customer-Supplier relationships and the cost of debt[J]. *Journal of Banking & Finance*, 2020, 110: 105686. DOI: 10.1016/j.jbankfin.2019.105686.
- [33] Yang Z. Customer concentration, relationship, and debt contracting[J]. *Journal of Applied Accounting Research*, 2017, 18(2): 185 - 207.
- [34] Kadapakkam P R, Oliveira M. Binding ties in the supply chain and supplier capital structure[J]. *Journal of Banking & Finance*, 2021, 130: 106183. DOI:10.1016/j.jbankfin.2021.106183.
- [35] 柯武刚, 史漫飞, 贝彼得. 制度经济学: 财产、竞争、政策(第二版)[M]. 柏克, 韩朝华, 译. 北京: 商务印书馆, 2018: 294 - 341.

- [36] Wong T J. Corporate governance research on listed firms in China: Institutions, governance and accountability[J]. *Foundations and Trends? in Accounting*, 2016, 9(4): 259 - 326.
- [37] Kim D Y, Zhu P. Supplier dependence and R&D intensity: The moderating role of network centrality and interconnectedness[J]. *Journal of Operations Management*, 2018, 64: 7 - 18.
- [38] Granovetter M. The impact of social structure on economic outcomes[J]. *Journal of Economic Perspectives*, 2005, 19(1): 33 - 50.
- [39] Bian Y. Bringing strong ties back in: Indirect ties, network bridges, and job searches in China[J]. *American Sociological Review*, 1997(62): 366 - 385.
- [40] 于剑乔, 罗婷. 高管校友关系与业绩预测披露行为[J]. *会计研究*, 2021(2): 72 - 85.
- [41] Chen T, Levy H, Martin X, et al. Buying products from whom you know: Personal connections and information asymmetry in supply chain relationships[J]. *Review of Accounting Studies*, 2021, 26: 1492 - 1531.
- [42] Ben J H, Li X, Duncan K, et al. Corporate relationship spending and stock price crash risk: Evidence from China's anti-corruption campaign[J]. *Journal of Banking & Finance*, 2020, 113: 105758. DOI:10.1016/j.bankfin.2020.105758.
- [43] Jiang S, Yeung A C L, Han Z, et al. The effect of customer and supplier concentrations on firm resilience during the COVID-19 pandemic: Resource dependence and power balancing[J]. *Journal of Operations Management*, 2023, 69(3): 497 - 518.
- [44] 黎文靖, 郑曼妮. 实质性创新还是策略性创新? ——宏观产业政策对微观企业创新的影响[J]. *经济研究*, 2016(4): 60 - 73.
- [45] Fang V W, Tian X, Tice S. Does stock liquidity enhance or impede firm innovation? [J]. *The Journal of Finance*, 2014, 69(5): 2085 - 2125.
- [46] 李敏鑫, 朱朝晖. 审计委员会中独立董事与 CEO 社会关系对审计质量的影响研究[J]. *会计研究*, 2022(8): 161 - 176.
- [47] Giroud X. Proximity and investment: Evidence from plant-level data[J]. *The Quarterly Journal of Economics*, 2013, 128(2): 861 - 915.
- [48] Titman S. The effect of capital structure on a firm's liquidation decision[J]. *Journal of Financial Economics*, 1984, 13(1): 137 - 151.
- [49] Selvam S. Effects of customer industry competition on suppliers: Evidence from product market competition shocks[J]. *Journal of Banking & Finance*, 2020, 114: 105788. DOI:10.1016/j.jbankfin.2020.105788.
- [50] 宋希亮, 吴紫祺. 关系型交易对审计费用的影响——基于经营风险理论视角[J]. *审计研究*, 2020(2): 114 - 123.
- [51] Smirnova M M. Managing business and social network relationships in Russia: The role of relational capabilities, institutional support and dysfunctional competition[J]. *Industrial Marketing Management*, 2020, 89: 340 - 354.
- [52] 陈德球, 陈运森. 政策不确定性与上市公司盈余管理[J]. *经济研究*, 2018(6): 97 - 111.
- [53] Bai X, Sheng S, Li J J. Contract governance and buyer-supplier conflict: The moderating role of institutions[J]. *Journal of Operations Management*, 2016, 41: 12 - 24.
- [54] Tan J, Cao H, Kong X. Do major customers promote firms' innovation? [J]. *China Journal of Accounting Research*, 2019, 12(2): 209 - 229.

[责任编辑:高 婷]

Supply Chain Social Ties and Suppliers' Innovation

BAO Shuchen¹, LI Minxin²

(1. School of Economics and Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China;

2. School of Business, Jiaying University, Jiaying 314001, China)

Abstract: Supply chain stability is an important foundation for smooth national economic circulation. Incorporating embeddedness theory into the supply chain research framework, this paper examines the impact of supply chain social ties on suppliers' innovation and discusses the mechanism and boundary conditions. The results show that: supply chain social ties have a promoting effect on suppliers' innovation, and suppliers will be more inclined to substantive innovation rather than strategic innovation; mechanism analysis shows that supply chain social ties mainly through trust mechanism and information mechanism promotes suppliers' innovation; heterogeneity analysis shows that the positive association between supply chain social ties and suppliers' innovation is more pronounced, particularly when suppliers face high financing constraints, belong to durable goods industries, or operate in regions with a poorer institutional environment. The conclusion of this paper helps to discover the informal institutional logic behind China's supply chain operations, and provides an important reference for building a sustainable and stable modern industrial system.

Key Words: supply chain; social ties; supplier innovation; trust mechanism; information mechanism; financing constraints; durable goods industries; institutional environment

《南京审计大学学报》2024 年总目次

审 计

董事会断裂带、内部控制与审计质量

——基于制造业上市公司的数据 梁毕明,郭振雄(1.01)

政府审计、监管问询函与异常审计收费 陈文婷,敖润楠,余鹏翼(1.12)

数字经济发展、二元审计质量与企业创新持续性 罗 岭,卫振炎(1.21)

银行行政处罚监管与审计定价:溢出还是替代?

——来自中国上市商业银行的经验证据 池国华,周正义(2.01)

环保税制改革对审计收费的溢出效应

——基于环境风险治理和生产结构优化的双重视角 白玮东,袁春生(2.13)

外交环境风险影响审计费用吗? 程 云,文 雯,张 坦(2.24)

审计师行业专长与企业数字化转型 刘耀淞,潘静怡,樊苏萍(2.35)

国家审计对低碳转型发展的影响研究

——来自领导干部自然资源资产离任审计试点的证据 李兆东,郭 磊(3.01)

MSCI 关注影响关键审计事项披露吗? 武 鹏,李童乐(3.14)

政府审计与国有企业 ESG 表现 陈凤霞,姜 宾(3.24)

审计处理处罚救济中的财政收支与财务收支之区分:现实困境与优化路径 郑石桥(4.01)

政府财务报告审计的主题、内容和方法 孙甲奎(4.08)

新收入准则会影响审计费用吗?

——来自 A + H 股上市公司的经验证据 林朝南,张允萌(4.23)

审计师会对企业数字化转型作出差异性应对吗?

——基于关键审计事项的证据 张 婷(5.01)

数字金融助力企业降低审计风险吗?

——基于异常审计费用的分析 张泽南,尹一诺,贺志芳(5.14)

MD&A 文本相似性会影响审计风格吗? 阳震青,占焱芳(5.26)

关键审计事项信息披露与债务融资成本

——基于风险词频的分析 黄溶冰,许吉宁(6.01)

政府审计信息化如何发挥公司治理效应

——基于国有企业盈余管理的视角 郭檬楠,宋鑫伟,孙 佩(6.11)

业绩期望落差与审计质量

——基于 A 股上市公司的经验数据 雷倩华,乔 薇(6.22)

内部控制能否抑制审计师与高管同乡关系对审计质量的负面影响? 叶飞腾,程涵修,史雨萱(6.32)

企 业 管 理

“多言少行”的数字化转型会影响公司碳排放吗? 孔 莉,刘同州,彭宇亭(1.32)

国有股东能促进参股民营企业人力资本结构升级吗? 赵彦锋,来培德(1.44)

中国式员工持股计划与公司违规:监督者抑或合谋者 洪 峰,陈晓艳,田 园(1.56)

环保投资对第二类代理成本的影响

——兼论内部控制的调节效应 吴良海,徐小玉(2.46)

ESG 责任履行对企业风险的影响研究 陈 芳,张蓓蓓(2.58)

CFO 变更与企业财务报告质量 余玉苗,章志卓(3.34)

股份回购与公司资金成本:财务风险视角	顾小龙,许紫薇(3.50)
坚持还是放弃:失败恐惧的认知效应及其对创业坚持的影响	郝喜玲,苟亚萍,王敬涵(4.34)
创业导向、动态能力与企业数字化转型	俞园园,许诺(4.43)
数据素养会触发员工越轨创新行为吗?	姜雨峰,卞一然,高慧丽,常敬林(4.53)
儒家文化与企业环境信息披露质量	杨忠海,刘金奇(5.37)
ESG 评级软监管对企业碳排放强度的影响研究	孙 凡,张好艳(5.50)
企业数字化转型与并购商誉泡沫	江世银,蒋志远,丁 潇(6.41)
促进还是抑制:环保官员异地交流与企业绿色创新	于连超,莫 彬,邱 语,兰秀娟(6.55)

金融与会计

自愿披露客户信息影响了债券违约风险吗?	王生年,董今威(1.67)
压力还是监督:机构投资者调研与企业金融化	施慧洪,王冠文,王佳妮(1.76)
数字普惠金融、生命周期与民营企业非效率投资	曹志鹏,陈佳宁(2.68)
风险投资机构二元关系的演变及其退出效应研究	陈 伟,张筱典(2.79)
产业政策、基金投资与企业股权再融资	彭文平,胡 艳,肖继辉(3.62)
董事高管责任保险与会计信息质量	
——基于党组织参与治理的替代或互补效应	谢海娟,王江焜,王成龙,栗念坤(3.76)
政府背景大客户有助于民营企业获得商业信用融资吗?	张 娆,张佳琪(4.63)
数字金融能够促进企业绿色投资吗?	
——基于中国重污染行业上市公司的实证研究	韩 楠,于 柔(4.75)
ESG 信息披露能否抑制股票价格波动风险?	吴成颂,陈 薇(5.60)
非处罚性市场监管、混合股东治理与公司违规	
——来自中国资本市场的经验证据	马亚民,刘丽娜(5.73)
非国有股东治理、绿色金融与企业 ESG 表现	韩忠雪,何 露(6.67)
机构投资者长期持股与金融稳定	王 春,袁晓婷(6.80)

国民经济

工业机器人应用会加剧中国城乡收入差距吗?	陈晓华,邓 贺,杜 文(1.88)
数字经济对全要素生产率的影响研究	
——来自国家级大数据综合试验区的证据	刘 军,朱 可,钱 宇(1.101)
经济政策不确定性会加剧企业投融资期限错配吗?	苏 芳,古梦维(2.88)
数字技术对 GVC 分工地位的影响	
——机制识别与技术来源的差异效应	文 武,卢媛婷,吕建阳(2.100)
财政事权与支出责任相适应的地方收入体系优化方略	马克和(3.88)
中华文化“走出去”对企业海外收入的影响研究	
——基于国家文化出口基地的准自然实验	顾振华,侯文平(3.100)
以乡村振兴推动共同富裕:基于生态宜居美丽乡村的视角	裴 育,章昊涵(4.85)
基于公共性算法制度构建的新质生产力治理	
——以新一代生成式人工智能参与数字政府建设为例	张宸瑜(4.97)
国资参股能够影响民营企业信息披露质量吗?	秦海林,陈 苗(5.87)
数据要素配置的微观经济效应:基于审计收费视角	唐 勇,朱 康,刘恬恺(5.102)
钱都去哪儿了:中央专项转移支付支持领域变迁的量化研究	
——基于 1994—2021 年政策文本的文献计量分析	周美多,肖钰琪,王 馨(6.91)
供应链社会关系与供应商创新	鲍树琛,李敏鑫(6.101)