



探究第三方物流企业服务创新与企业 绩效的关系

——以浙江杭州“顺丰速递”为例

TO EXPLORE THE RELATIONSHIP BETWEEN
SERVICE INNOVATION AND ENTERPRISE
PERFORMANCE OF THIRD-PARTY LOGISTICS
ENTERPRISES
-- TAKE SF EXPRESS IN HANGZHOU,
ZHEJIANG PROVINCE AS AN EXAMPLE

孙缘缘

YUANYUAN SUN

本硕士学位论文提交正大管理学院中国研究生院
属正大管理学院工商管理硕士学位
工商管理专业（中文体系）课程学习的一部分
二〇二一年一月



探究第三方物流企业服务创新与企业 绩效的关系

——以浙江杭州“顺丰速递”为例

**TO EXPLORE THE RELATIONSHIP BETWEEN
SERVICE INNOVATION AND ENTERPRISE
PERFORMANCE OF THIRD-PARTY LOGISTICS
ENTERPRISES**

**-- TAKE SF EXPRESS IN HANGZHOU,
ZHEJIANG PROVINCE AS AN EXAMPLE**

孙缘缘

YUANYUAN SUN

本硕士论文提交正大管理学院中国研究生院
属正大管理学院工商管理硕士学位
工商管理专业（中文体系）课程学习的一部分
二〇二一年一月
版权归正大管理学院所有

探究第三方物流企业服务创新与企业绩效的关系——以浙江杭州“顺丰速递”为例

孙缘缘

二〇二一年



本硕士论文题目：探究第三方物流企业服务创新与企业绩效的关系——以浙江杭州“顺丰速递”为例，作者：孙缘缘，已通过硕士论文答辩委员会审核。本硕士论文为正大管理学院工商管理硕士学位工商管理专业(中文体系) 课程学习的一部分。

硕士论文答辩委员会签名：

答辩委员会主席.....

(Dr.Bing Lin)

导师/答辩委员.....

(Dr.Qing Li)

答辩委员.....

(Dr.Ao Chen)



中国研究生院院长签名：

.....

(Assoc. Prof. Dr.Pak Thaldumrong)

批准日期：二〇二一年 月 日

摘要

论文题目： 探究第三方物流企业服务创新与企业绩效的关系——以浙江杭州“顺丰速递”为例
作者： 孙缘缘
导师： 李庆博士
学位名称： 工商管理硕士学位
专业名称： 工商管理专业（中文体系）
学年： 二〇二〇年

第三方物流服务主要集中在发达国家，我国相对而言较薄弱，但因突发性事件爆发，我国第三方物流自我审视，需加强紧急预警能力，物流企业处在激烈的竞争环境，使物流外包成为一种发展的趋势。年增长速度在 20%到 50%之间。目前，我国第三方物流的发展情况也是有待斟酌的，跟世界发达国家相比还是具有较大差距的，但我们国内学者也对物流企业的经营发展管理方面做了很多研究，丰富了学术研究，也使我国第三方物流逐渐成长扩大。虽然目前我国物流发展水平落后于发达国家，但也侧面说明具有很大的发展空间，市场需求与服务水平的提高形成一对矛盾。我国第三方物流企业在竞争中保持不败的地位，同时也在宏观上提升了我国的物流行业层面，使得对物流服务的创新具有必要性。

支撑社会经济能够稳步迅速发展需要物流行业这个基本行业、战略产业的蓬勃，随即带动中国经济进入新常态，我国也逐步从过往的低门槛产业转变为依附高科技、资金密集的产业。2015 年，中国和“一带一路”有关国家在双边贸易中相互伴随，以及电子商业交易的规模不断扩大，为中国内外物流发展提供了新的战略机会。2016 年，中国物流费用在国民总产值中的比例下降到 14.9%，近几年来呈明显下降趋势，但与发达国家相比仍有较大的差距，主要原因在于中国第三方物流公司缺乏创新意识，投入资源不足。由此可见，物流企业成本消耗较高、缺乏新颖的创新能力、高技术人才的稀缺是我们目前第三方物流企业的主要难题。企业物流外包是前人主要的研究课题，需要对物流创新能力做综合评价，做单独创新模式的评价，也要对企业绩效做单独创新模式的评价，以及创新能力作为中介变量的单独创新模式的评价。从此得出，选择合理的服务创新模式是分析的重要基础，提升企业绩效是非常有必要的。我们需要对服务创新模式对企业绩效的

影响"展开研究，就需要结合我们所学的专业知识，查阅大量文献，通过网上问卷发放及物流企业的实地考察，以中国第三方物流企业-浙江杭州“顺丰速递”为例作为研究对象，进行数据分析得出结论。

考虑到这一点，本文主要涉及四个方面：(1)第三方物流服务创新和企业绩效变化之间的关系。(2)建立服务创新模式和企业绩效的研究模式，制定相关的研究假设。(3)整合研究的结论，为当今第三方物流企业更加注重服务创新模式，建立较完善和优质服务标准，为客户提供服务，促进企业的长期生存和发展提供服务。(4) 总结数据分析结果及未来措施。

关键词： 第三方物流 服务创新 企业绩效



ABSTRACT

Title: To Explore the Relationship between Service Innovation and Enterprise Performance of Third-Party Logistics Enterprises -- Take SF Express in Hangzhou, Zhejiang Province as an example

Author: Yuanyuan Sun

Advisor: Dr. Qing Li

Degree: Master of Business Administration

Major: Business Administration (Chinese Program)

Academic Year: 2020

The third-party logistics services are mainly concentrated in developed countries, while China is relatively weak. However, due to the outbreak of unexpected events, China's third-party logistics needs to strengthen its emergency early warning ability through self-examination. Logistics enterprises are in a fierce competitive environment, making logistics outsourcing a development trend. The annual growth rate is between 20% and 50%. Third-party logistics has attracted wide attention around the world, and many scholars have made abundant studies on its operation and management, which has gradually matured the third-party logistics. In China, there are many problems in the development of third-party logistics enterprises, whose development level lags behind that of developed countries. However, it also shows that there is a great space for development, and there is a contradiction between the market demand and the improvement of service level. China's third-party logistics enterprises in the competition to maintain an unbeaten position, but also in the macro level of China's logistics industry to improve the logistics service innovation is necessary.

Supporting the steady and rapid development of the social economy requires the prosperity of the basic industry and strategic industry of logistics, which will then drive China's economy into the new normal. China has gradually transformed from a low-threshold industry in the past into a high-tech, capital-intensive industry. In 2015, China and relevant "One Belt And One Road" countries accompanied each other in

bilateral trade, and the scale of e-commerce transactions continued to expand, providing new strategic opportunities for the development of China's internal and external logistics. In 2016, the proportion of Logistics cost in China's GROSS national product dropped to 14.9%, showing a significant downward trend in recent years, but there is still a large gap compared with developed countries, mainly due to the lack of innovation consciousness and insufficient investment resources of China's third-party logistics companies. Therefore, how to change the current situation of high operating cost, lack of profitability and shortage of high-end logistics resources through innovation of China's third-party logistics enterprises is a difficult problem that needs to be solved at present in China. Enterprise logistics outsourcing is the main research subject of predecessors. There are relatively few researches on the relationship between the evaluation of logistics innovation ability and the independent innovation mode, or the independent innovation mode of enterprise performance evaluation. Therefore, it is necessary to improve enterprise performance most efficiently by selecting service innovation mode in a scientific way. Based on my professional knowledge, a large amount of literature, and through questionnaires and field visits, I conducted a series of researches on Chinese third-party logistics enterprises with the theme of "The influence of service innovation Mode on enterprise performance".

Considering this, this paper mainly involves four aspects :(1) the relationship between the innovation of third-party logistics service and the change of enterprise performance. (2) Establish the research model of service innovation and enterprise performance, and formulate relevant research hypotheses. (3) The conclusion of the integration study can help the current third-party logistics enterprises pay more attention to service innovation mode, establish relatively perfect and high-quality service standard, provide services for customers, and promote the long-term survival and development of enterprises. (4) Summarize data analysis results and future measures.

Keywords: Third party logistics Service innovation Enterprise performance

目 录

摘要.....	I
ABSTRACT.....	I
目录.....	V
表格目录.....	VIII
图片目录.....	IXX
第一章 绪论.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究意义.....	2
1.2.1 理论意义.....	2
1.2.2 现实意义.....	2
1.3 研究方法.....	2
1.4 论文结构与研究内容.....	3
1.4.1 论文结构.....	3
1.4.2 研究内容.....	4
第二章 相关理论基础及文献综述.....	5
2.1 第三方物流相关分析.....	5
2.1.1 第三方物流的概念.....	5
2.1.2 第三方物流的发展现状.....	5
2.2 创新模式.....	7
2.3 服务创新的相关内容.....	8
2.4 创新能力的相关内容.....	9
2.4.1 创新能力的内涵.....	9

目录 (续)

2.5 企业绩效的相关内容.....	9
2.5.1 企业绩效的概念.....	9
2.6 顺丰速递公司简介.....	10
2.7 企业服务创新与绩效的关系研究.....	10
2.8 技术创新理论机制.....	11
2.9 文献述评.....	11
第三章 研究变量分析与研究过程设计.....	12
3.1 第三方物流企业服务创新.....	12
3.2 第三方物流企业创新能力.....	12
3.3 第三方物流企业绩效.....	13
3.4 研究基本假设.....	13
3.4.1 服务创新模式对企业创新能力及企业绩效的影响.....	13
3.4.2 创新能力对企业绩效的影响.....	15
第四章 实证分析与研究结果.....	16
4.1 调查问卷的设计与实施.....	19
4.1.1 研究对象的选择.....	16
4.1.2 问卷设计.....	16
4.1.3 正式调查的实施.....	17
4.1.4 有效样本特征的描述性统计.....	17
4.2 数据检验.....	19
4.2.1 信度检验.....	19
4.2.2 效度检验.....	20
4.3 原定假设线性回归性验证.....	22

目录 (续)

4.4 原定假设线性回归性验证.....	24
4.5 模型修正.....	27
4.5 结果分析.....	29
4.6 结果讨论.....	30
第五章 研究结论与展望.....	32
5.1 研究结论.....	32
5.2 研究的创新之处.....	32
5.3 第三方物流研究政策措施.....	33
5.4 物流技术未来发展.....	34
5.5 研究不足与展望.....	34
参考文献.....	36
附录.....	39
致谢.....	42
声明.....	43
个人简历.....	46

表格目录

表 4.1	样本指标描述性统计量.....	16
表 4.2	变量描述性统计分析.....	17
表 4.3	项总计统计量.....	18
表 4.4	可靠性统计量.....	19
表 4.5	KMO 和 Bartlett 的检测结果.....	19
表 4.6	解释的总方差.....	19
表 4.7	创新模式指标旋转成份矩阵.....	20
表 4.8	解释的总方差.....	21
表 4.9	绩效指标旋转成份矩阵.....	21
表 4.10	模型方程系数及显著性检验.....	22
表 4.11	创新模式对企业绩效及创新能力影响的相关路径系数与假设检验.....	22
表 4.12	创新模式对企业绩效次级指标影响的相关路径系数与假设检验.....	22
表 4.13	模型方程系数及显著性检验.....	25
表 4.14	创新模式对企业绩效及创新能力影响的相关路径系数与假设验证.....	25
表 4.15	创新模式对企业绩效次级指标影响的相关路径系数与假设验证.....	25

图片目录

图 1.1 论文研究的技术路线.....	3
图 3.1 研究框架图.....	14
图 4.1 结构模型及计算结果.....	24
图 4.2 修正后的结构模型图.....	27



第一章 绪论

1.1 研究背景

我国对重点项目现代物流开展实施,吸引众多物流企业参与,《关于加快现代物流重大工程的通知》的颁布,建立在物流企业园区、各方物流多种联运、农产品物流等方面开展了大项目。

对第三方物流(TPL)客户的调查显示,除了价格和服务质量之外,第三方物流提供商的客户认为服务水平的提高(全球67%的受访者表示)、更广泛的增值服务(62%)和创新的信息技术支持(61%)是他们选择第三方物流提供商的最重要因素。换句话说,第三方物流提供商必须具备持续变革和创新的能力,能够开发新的和改进现有的流程和服务。对于物流服务提供商来说,以短期运营方式提供简单的运输和仓储服务已经不足以满足和留住客户,更不用说获取更大的市场份额和保持增长了。企业的竞争力和创新和成为创新者的重要性,加上物流服务公司 and 第三方物流提供商实现的创新水平低,提出了为什么会存在这种情况以及如何改善行业创新整合的问题。一些初步的建议可以从物流服务行业常见的创新障碍和物流服务公司在创新过程中面临的陷阱中得出。然而,由于与客户合作的能力将决定第三方物流提供商未来的成功。

由于对物流服务和第三方物流提供商创新的研究仍处于早期阶段,本文的目标是对创新如何发生在第三方物流提供商-客户界面上提出一些基于经验的解释。更具体地说,我们旨在回答以下两个研究问题:在联合第三方物流提供商-客户创新项目中,有哪些影响因素?当考虑这些因素时,对于第三方物流提供商和第三方物流提供商-客户关系,项目的结果是什么?我们探索性研究的发现可以指导未来的理论发展,启发实证研究,或者为分析建模方法提供信息。

本文的结构如下:在第二部分,我们回顾了第三方物流的工作和创新的文献,特别是物流服务公司的创新。此外,我们还讨论了第三方物流提供商的战略定位,以及第三方物流提供商与客户之间的关系。

因此,如何有效地解决上述问题,如何实施服务创新开发战略,加快传统物流产业的转型和升级,如何快速提高公司营运管理效率,如何将现有客户资源整合管理起来,如何快速开展新的客户管理业务。如何努力打造一批真正能与国外网络物流服务巨头互相抗衡的第三方网络物流服务企业就已经成了一个重要的

战略问题。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

本文以关联企业的角色为视点，选择了三个第三方物流服务的创新模式。并通过量化有关指标，构建模型的方法对企业服务创新对公司绩效的影响进行科学分析，从提高企业客户、人力资源等层面的绩效能力，从业务流程等层面的指标能力出发，提供了有效的第三方物流企业实行服务创新相关的政策措施。不仅丰富了有关企业服务创新理论，也提供了相关理论依据服务于我国第三方物流企业创新能力和企业绩效。

1.2.2 现实意义

我国目前处于大力开展创新驱动战略，随着政策制度的进一步开放，随着制度和体系的进一步开放，行业竞争越来越激烈了。同时，客户企业发展需要提高第三方物流服务的水平。解决中国第三方物流企业如何打破传统的运营模式，开始向可持续发展迈进。本文研究对企业系统掌握服务创新的影响因素有助于企业系统对服务创新进行控制，促使企业系统顺利地进行创新。最终，为了让服务创新成为物流企业提高绩效的一种有效方式和手段，使我国的第三方物流企业获得了全球性的竞争优势。

1.3 研究方法

本研究以理论与实践结合的思路设计为主要内容。首先，对现行企业服务的创新模式，创新能力，企业成效进行全面分析和整合，在其基础上进行了全面分析和整合。基础上，创新了一种企业服务的创新模式，它通过以创新的能力为中介影响了企业的绩效。本文主要运用了下列研究方法：

1、文献法

文献法的主要内容是通过对现有文献的读解，理清研究的脉络，从而奠定自己研究的基础。本研究通过阅读和整理国内外文献，对现行企业服务的创新模式、创新能力和企业成效三个方面的研究结果进行了总结，为服务创新模式与企业绩效的关系提供理论依据，也寻找了相对应地理论基础。

2、实证研究方法

在研究管理实证科学研究实证管理研究的分析方法中，有“提出假设—预问卷的设计，收拢全部的问卷内容，对这些内容进行一一分析，对问卷内容做研究考察，问卷内容需做多次验证，填写问卷收集问卷并分析数据，最后得出结论。”这样一个采用分析方法的管理实证科学研究，也是以这种分析方法论来进行的。

1.4 论文结构与研究内容

1.4.1 论文结构

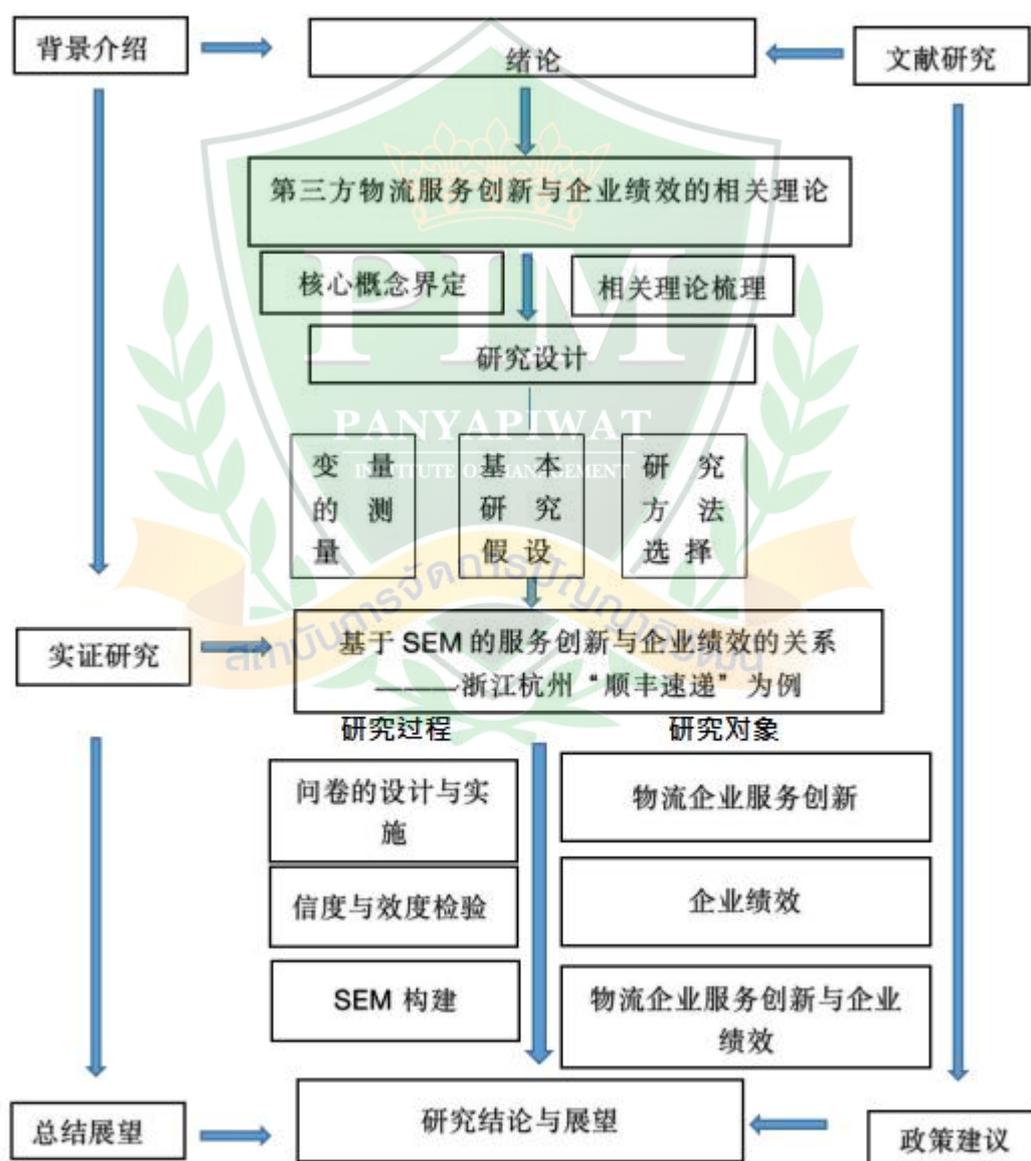


图 1.1 论文研究的技术路线

1.4.2 研究内容

第一章，绪论主要以专业论文专题研究的历史背景和主要意义分析为主要依据，通过引导读书读者参考大量中外文献资料，梳理目前国内外许多有关信息服务企业创新管理模式、企业经营成效和两者之间关系的专题研究，并对其研究现状发展作了系统性的总结。

第二章，概念论的定义和其它相关基础理论。对教学研究课题对象及其相关的基本概念体系作了简单的基本概括，系统整理了物流企业服务创新模式和企业绩效相关的理论，为后来研究奠定了理论基础。

第三章，研究变量分析和过程设计，对变量进行研究。根据有关参考文献和本文研究主要内容，结合中国物流公司的特征，为本文所研究的潜在变量(也就是相关表格的题目设计)，根据有关理论和文章研究的主题，提出相关假设，并简要介绍了本文所采用的研究方法。

第四章，基于SEM服务创新模式对企业绩效影响的调查问卷实证分析-以浙江杭州“顺丰速递”为例。第一步介绍本文如何选择研究对象-杭州物流发展现状，进而说明本文是如何收集并获取调查数据，并对其进行基本的描述性统计，第二步通过spss、amos软件对数据进行分析以及模型的验证，第三步就要验证他们之间的相关假设是否成立，并得出结论做分析。

第五章，研究措施及展望。做概括性研究结论对整篇论文，简述研究的创新点。并对结论作出相对应的措施，创新战略并提出政策措施。最后也要对整篇论文的不足做总结，归纳研究方向。

第二章 相关理论基础及文献综述

2.1 第三方物流相关分析

2.1.1 第三方物流的概念

我国物流企业服务提供商的前景是多方面的。根据服务类型，我国物流企业服务提供商包含服务能力和服务类型，这些服务能力和服务可能至少涵盖运输功能，并可能扩展到仓储、库存管理、信息相关服务等服务，甚至为客户组装和制造产品(赖等人，2004；Persson和Virum，2001)。管理、控制和交付后者(更复杂)物流服务的物流服务提供商通常被称为第三方物流提供商。由于我们研究的经验背景侧重于第三方物流提供商-客户关系，因此有必要对第三方物流进行定义，并总结第三方物流行业中与第三方物流提供商-客户互动和创新相关的变化和发展。

虽然人们一致认为第三方物流的特点是执行更复杂的物流服务，但一些作者对第三方物流的定义比其他人更宽泛(Marasco，2008)。根据广义的定义，第三方物流包括将物流活动外包给物流服务提供商，这些活动以前由客户在内部执行(Lieb，1992年；Stank和Maltz，1996)。按照狭义的定义，在物流服务提供商和客户之间的物流外包安排被视为第三方物流之前，必须具备几个特征。这些特征可以包括提供广泛的服务、客户特定的解决方案、合同的建立、关系的长期持续、共同努力推进合作以及利益和风险的公平共享(贝里隆德等人，1999；墨菲和泊斯特，1998年；斯克约特-拉森，2000年)。

本文所需要提到的第三方网络物流，不仅仅只是要泛指一种物流运作管理方式，而且还是要泛指一种第三方网络物流服务供应商。预计第三方物流行业的这些变化和趋势也将在第三方物流提供商如何参与创新方面变得更加明显。创新服务将依赖于技术和信息技术解决方案。通过创新，第三方物流提供商可以提供更广泛的服务来满足特定的客户需求。此外，将成为第三方物流提供商创新活动合作伙伴的客户将是那些具有更大增长和盈利潜力的客户。

2.1.2 第三方物流的发展现状

一、国际第三方物流的发展现状

新冠疫情之后，世界经济发展发生了大规模的变化，也侧面显示，突发性事件对世界经济的影响力巨大。物流在全球突发性事件也产生较大的影响。

目前经济呈现全球化趋势，依托经济全球化就需要第三方的国际化物流。在新经济格局下，促使国际采购、生产和销售能形成良好的物流链。第三方物流随着全球化经济提升也相对应良性发展，物流领域在逐渐扩大，社会的分工明确，商品物资丰富。在追求经济利益的同时也要自觉地遵守环境法规，注重节能减排，履行其自身承担的社会责任，社会效益和经济效益都是目前企业所看重的，因此推行“绿色物流”来适应国际标准。范式化的模式能让物流有规矩的发展方向，如想扩大企业本身更大的发展，使自己能长久生存，就必须注重增值服务，降低仓储、运输、配送等成本和高效的运作效率以达到满足客户需求的目的。如何提高管理和工作效率就需要完善高效的物流信息系统和具备系统的策划能力、信息系统服务能力、个性服务能力及网络覆盖能力，增加企业效益。供应链每个环节都需要分析它们的综合性，物流系统与商流、信息和物流保持紧密的联系，也得益于电子技术和新产品的升级，使我国物流企业开始不断向前一步迈进，让我国物流行业走上一个全新的行业发展升级阶段。

二、国内第三方物流的发展现状

在经历多次突发性事件之后，我国在物流管理方面正在改进新的系统，完善应急措施，提高创新能力，在原有的标准化基础升级更新，开设额外的服务。

我国第三方物流政府将物流基础设施的建设、技术改造和科技进步纳入产业政策，并给出全力的支持，制定并完善了物流标准和发展计划，有一个较宽松完善的政策、法律、社会环境，吸引海内外投资物流行业，引导了我国物流产业的健康发展。目前来看，我国物流企业服务商能提供的服务太过单一，问题在于现有第三方物流缺乏完善且能贯彻实施的增值服务。增值服务水平下降的主要原因有两个：第三方物流供应商认为，客户企业还没有做好对企业的物流外包准备：第三方物流服务水平不如自己的好，也不能满足客户的各种需求。目前，物流主要的收入来源是长江三角洲和珠江三角洲，中西部及高原地区，靠近内陆地区的物流市场则发展得越来越缓慢。

我国在第三方物流方面主要存在三种类型：国有大企业，拥有政府的大力支持，有传统的仓储运输能力。我国物流的主要力量取决于企业的资源满足否、资金链充足否、规模大小如何。私营非国有企业，他们的盈利模式主要是以低廉的服务价格来吸引及稳定客户，其客户资源较多，他们有属于自己自身物流信息系统，提供较高水平的物流服务；中外合资和独资的物流企业，因他们有不同文化的交流及碰撞，拥有先进的物流技术和经营管理能力，资金充足和客户来源，但是存在跨国交流，提高物流服务也并非易事：中国市场的政策规定即具体的标准化作业层需要适应。

2.2 创新模式

在熊彼特的理论中，创新是经济发展的战略刺激，可以定义为“某种新东西的商业或工业应用，新的商业、商业或金融组织形式，新的产品、新工艺或生产方法；市场创新或新的渠道供应。”(熊彼特，1982年)。根据资源优势理论，创新使企业能够提供客户高度重视的增值产品，这反过来帮助企业获得卓越的绩效和竞争优势(埃格特，蒂斯布鲁姆和多伊彻，2015)。企业若想在世界占据有利位置，提升竞争力，就要比竞争对手具有更多创意。(别尔曼和格里芬，2018)。

创新可以用几种方式来分类(瓦戈，维兰德，阿卡卡，2015)。即使在这项研究中侧重于服务创新，我们仍然可以从参考为一般创新开发的类型学中受益。据我们所知，只有少数关于服务创新的研究讨论了类型学问题(den Hertog, van der Aa & de Jong, 2010)。传统上，创新可以分为产品创新和过程创新，它们分别代表对外部需求的新提供和对现有内部过程的新改进(王、沃斯、赵和王，2015)也验证了这种二分法，他们通过对归档服务创新项目的分析，从经验上证明了服务产品和流程创新的合理性。在本研究中，我们将产品和过程二分法作为物流服务提供商创新框架的一个方面。

chesbrough (2003)，指出要确保创新活动效果的发挥，组织内部的体制建设需要格外加强，这就需要企业将组织内和组织外的有关资源进行整合，行程综合性的组织，开发内外渠道，使得创新活动能够有效发展。企业若想高效地运用市场技术，也是需要寻求创新能力的人来促进产品的市场开发和升级。

susanne (2003)提出要改革传统的物流服务，就需要开发创新的物流产品，在产品的增值服务方面也需要做出相对应的措施，对此，物流企业所面临的激烈市场竞争环境进行了分析，加强企业的核心竞争力。 hong (2004)认为，我国的物流企业对物流增值服务还有所欠缺，没有强烈意识到增值服务对企业竞争力及企业绩效的重要性。也主要是因为对物流服务没有完全的了解，大多数公司还停留在基础物流服务的提供。

综合以上研究和本文研究的内容，认为企业成长需要大力改造，取其精华，剔其糟粕，传统落后封闭的模式终将被淘汰，引进外部创新能力，需要生产新的模式。企业想发展科技和产品，刚可以借助国家提倡开放创新，借用内外部研究能力，使用内外部渠道共同开拓市场。范式化的创新模式，我国目前的物流企业主要都是技术引进及模仿，需要突破原有的规范化模式，打破常规，对竞争者服务创新采取模仿性的方式。第三方物流注重增值服务带来的潜在影响力，高效独特的运作方式也会为企业绩效加成。

2.3 服务创新的相关内容

第三方物流提供商需要在全局化放松管理时,掌握用户的需求,面对各渠道的竞争力,提升并超越对方,提高我国物流服务的增值和综合物流服务的能力(Pedrosa等人,2015)。第三方物流与其他行业和制造业与众不同之处在于它对创新的极高要求。(Busse, 2010; Wagner, 2008)它的作用是作出临时响应对客户的请求,他不按套路出牌,大多数情况下不会走正式计划或流程(Busse, 2010; 崔等, 2012)。因此,站在第三方物流提供商立场上,创新研究对特定行业而言极其重要。

但不尽人意的是,对服务创新的第三方物流提供商尚未得到充分研究(Busse和Wallenburg, 2011)。甚至对物流服务创新究竟意味着什么缺乏共识(崔等, 2012)。例如,定义广泛的创新要遵循, Panayides和 (So 2005)对于设备、系统、流程、政策、程序、产品或服务相关的,对物流企业创新有较高的要求。”(Panayides和 So, 2005)。站在用户的立场上,物流运营中新的创新方式,有益的思想、程序或实践才能称为物流服务创新 (Daugherty等人, 2011)。随之对应, (弗林特等人, 2005)提供基本的物流服务,由简到难,对用户起到非常大的帮助。定义的这种差异反映了与服务创新相关的文献的多样性一些研究将服务创新概念化为不同的维度或类别,如产品对过程服务创新(Anning-Dorson, 2018)和激进对增量服务创新(Wagner, 2013);其他研究对服务创新的总体含义使用了概括的定义(贝林克罗特和瓦伦堡, 2013; 弗林特等人, 2005)。

针对第三方物流供应商提供的物流服务创新,本研究遵循封装方法:由第三方物流供应商会提供各种新开发并且会得到显著改进的物流服务称之为物流服务创新,该服务是新的且对该供应商有帮助。这一定义支持熊彼特的服务创新观,即创新应该付诸实践,为开发者提供利益,并且是可复制的(Snyder等人, 2016);这与采用弗林特等人定义的研究是一致的。

我们采用了封装方法;然而,由于第三方物流行业的特殊性,中国的物流服务创新倾向于渐进式而非激进式。首先,对个人客户的高度依赖和接近导致中国第三方物流提供商特别关注对其当前客户需求的反应;他们忽略了客户需求之外的任何创新潜力(Busse和Wallenburg, 2011)。第二,大多数中国第三方物流供应商缺乏创新的资源和合格的员工,导致整体创新水平较低,且具有增量性质(崔等, 2012)。第三,中国大多数第三方物流提供商只提供范围狭窄的基本服务,如仓储和运输与发达国家的同行相比,他们缺乏现代物流方面的知识和专长(师等人, 2016)。因此,中国的第三方物流提供商倾向于通过改善现有服务或采用先进的物流概念、技术和实践来专注于小型创新。

虽然对物流服务创新进行了研究，但对中国物流环境的独特性还没有进行研究。值得注意的是，据我们所知，关系还没有被检验过；然而，关系可能在促进物流服务创新方面发挥关键作用。

2.4 创新能力的相关内容

2.4.1 创新能力的内涵

美国首席经济学家熊彼得认为：新的生产要素与新的生产基本条件，就是需要从一种不频繁被提起的新要素组合，形成一个新的生产函数，来得以分析。中国现代学者有人认为：社会创新思维就是以现行科学思维思想方式也即提出与社会常规或者是普通人运维思想不同的思维观点，利用现行科学知识和社会物质，在特殊的社会环境下，以某种理想化的社会需要知识为理论基础，或者通过改进和不断创造新鲜的事物，以此来满足特定的社会需要。并且可以获得某种有益的行动。因此，企业的创新能力是指企业在市场中有效地利用企业的要素资源，进行内在改革，从而提升企业的内部素质，促使企业在与其他竞争对手的差距中获得更大的优势，得以在市场中立足脚根。如何提升企业竞争力，就是需要企业重视创新能力。

2.5 企业绩效的相关内容

2.5.1 企业绩效的概念

采取某种适合管理方式的企业、实行一定的经营战略时所产生的成绩，称之为企业绩效。但到目前为止，由于企业的职务范围和服务内容的不同，绩效评估标准也各不相同，在企业的内部，可以从个体和组织的角度来理解企业的绩效，但根据生产和服务过程中绩效环节不同，剖解出绩效和产出绩效两大类。张兆国认为，企业经营状态、企业竞争力水平和年终利润表现等都属于企业绩效的范畴。

本文以第三方物流为研究对象，因此，对企业的绩效理解既包括了企业在采取某种发展策略时所带来的成绩，更主要是结合了物流行业的特点，企业实现了无形成绩和效益，还包括了企业在实施开发战略时所涉及的行为，能够提供明显效益。

2.6 顺丰速递公司简介

1993年顺丰速运有限公司在顺德成立，深圳是其总部立足地，是一家服务企业，主要主营业务就是涉及国内外快递业务及相关性的服务业务。顺丰在初期就是一个即日快送业务，仅仅只是在香港和广东之间进行。对着中国国内经济的蓬勃发展，引起客户数量稳定增长，物流业务也随之扩大，在很多城市开展业务，从一开始的广东省以外的城市，再漫漫稻长三角蔓延，再到华中、华东、华北、再从大陆到台湾、香港，到现在的往国际方面发展业务，扩展能力，提升综合实力。

自顺丰速运成立以来，顺丰速递的口碑一直都是名列前茅的，不管是在速度方面、服务方面、系统方面、安全方面等大家都是有目共睹的，迅速提升业务能力还有经营管能力。随着快递业市场的激烈竞争，低调态势的顺丰速递也开始了业务的进一步扩张，即发展具有顺丰特色的服务创新模式。

客户服务是顺丰速递最关注的点，注重需求，为客户提供快速安全的流通渠道，对设备和系统的科技含量审核提高，标准化工程流程的大力推行。主要打造属于我国的物流速递品牌，以服务客户为目标，推动经济发展的经营理念。同时，关注客户的需求，根据市场的动态而随时作出反应，与时俱进推出新的服务项目来经营。

2.7 企业服务创新与绩效的关系研究

目前，对两种关系之间的研究仍局限于技术创新，主要是梅强和戴园园认为开放式创新和自主创新这两者之间存在一定的互补关系，会对企业绩效产生主要的影响，良好的创新就可以提高企业的绩效。李武威研究对象是技术收购和我们所谓的范式化创新企业效率管理，他通过有关的数据实验研究，发现技术收购在短时间内可以提高企业的效率水平，但如果牵涉到的时间较长，影响效应并不特别显著。李莉(2014)认为，技术专利的购买和技术引入对企业的创新成绩都有负面影响，只有自主创新能够提高企业的创新成绩。isabelanevesferraz和isnathaliademelosantos(2016)再次强调，客户经理需要仔细考虑你的客户在企业服务模式创新和客户绩效伙伴关系管理中的重要作用。王坤、骆温平(2014)则从物流市场导向的两个角度，研究了市场顾客成本导向和市场竞争者成本导向的两个重要维度，都会对中国物流服务企业的经营绩效提升产生积极性的促进作用。

2.8 技术创新理论机制

我国物流业面临转型升级的关键时点，技术创新对物流业转型升级高质量发

展有着至关重要的作用，有必要对它进行必要性的研究。张红波（2012）认为我国物流企业技术创新对物流业发展，主要是靠市场需求拉动及政府政策推动。徐遂霞（2015）认为物流企业发展是需要靠绿色发展，选用技术手段节能等方式。胡玉霞（2015）物流产业集群化发展需要技术创新。刘灿慧（2014）分析物流服务能力基于物流技术创新。本文在此理论基础上，物流成本影响运营效益，也就与物流运输成本有关，物流运输效率基于物流配送能力，探究技术创新对我国物流业高质量发展的影响机制。

2.9 文献述评

本章先是对以前文献中关于第三方物流，企业服务的创新，创新能力，企业成效的概念和层次进行了梳理，然后对关键变量的关系进行了整理，极大地帮助研究人员对各变量关系进行了研究。

从微观上分析，我国的物流企业主要以下列几个方面来开展服务创新：第一，服务创新有一种很重要的方式，对于我国的物流企业来说就是拥有独有的竞争优势。第二，服务创新在物流企业运作和服务传输中起着重要作用，不仅能提高物流企业的服务效率，而且能提高物流传输过程中的质量。最后，我国物流第三方企业开拓市场，形成自己的区域划分，成为有力武器。概括地说，推动市场与拉动企业本身能力就是靠第三方物流企业的物流服务创新能力。

从宏观上分析，我国对物流企业的创新体制具有开放性，为物流产业的蓬勃发展，物流服务创新做坚实的铺垫。一方面，产业促进升级需要物流行业结构的提升。另一方面，物流服务创新可为就业问题提供帮助，缓解及解决失业人群，再进一步加强企业与产业的竞争力，提高企业竞争力，增加企业绩效。

由此得出，对物流企业服务创新模式进行理论与实践的研究是非常有必要的，是提升我国物流行业实力和物流行业竞争力的一种无法避免的方式，提高国家竞争力及综合实力都起着重要意义。

第三章 问卷设计与研究方法

3.1 第三方物流企业服务创新

对物流服务提供商创新的研究才刚刚开始。从这项研究中，我们可以初步了解(1)物流正影响在于服务创新 (2)创新水平对于物流企业的正影响 (3)物流服务企业管理的障碍和面临的陷阱 (4)物流服务企业的创新管理。

企业提供的大多数开放式创新往往是为客户需求而设定，Oke (2008)指出了物流服务提供商管理创新的几个障碍，包括缺乏对创新的明确定义、无效的知识转移、缺乏有效的研发流程、由于物流服务的无形性而难以测试概念，以及无法用专利保护创新。我国物流企业存在服务业创新水平低及创新者人数较少，主要原因可能是长期定位的缺乏，信息共享和信息相互融通欠缺，客户组织的支持量欠缺，物流环境开放欠缺。

库恩认为“范式作为公认的模式或模式，就是用标准的方式来制定规则”。我国第三方物流企业会有一套属于自己的标准、理论、准则和方法去实施并开展。我国相对于国外物流而言，还是存在一定的差距，也主要是借鉴国外的物流流程，努力去形成自己的模型。因此，需要企业多招贤纳士，引进创新型人才，优化物流流程。

疫情之后我国物流市场日益成熟，由此可见，物流基本服务项目的需要有做提升，否则利润空间就会日益缩减，各物流之间产生很大的竞争关系。与此同时，物流想要脱颖而出，就必须增加高端的物流服务。成本增加，利润减少，我国的很多物流企业也能初步认识到增值服务的重要性，为不同的消费者需求提供个性化的增值服务。物流企业若想能提高绩效，就需要开展符合企业流程及创新的增值服务。

因此，本文选择开放式创新模式，范式化创新模式，增值服务创新模式作为本文的自变量，来研究它们与企业绩效的关系。

3.2 第三方物流企业创新能力

能对企业绩效起到关键性传递作用的是物流企业的创新能力，企业绩效通过创新模式的提升，其中需要创新能力的检验。创新理念的新颖否、创新流程以及参与的创新部门独特否、对员工的职业素养认同否都是占创新能力的重要因素。企业客户的需求，业务流程的创新、人力资源指标的创建，都对理念战略产生差异化的影响。因

此, 选取创新能力作为中间变量是最合适的选择, 衡量一个企业绩效能力, 也是需要调研企业的创新能力的。服务企业创新能力评价指标体系的构造, 可以用来测量企业提出的新服务概念是否符合标准, 服务生产是否达到标准, 交付方法的变化程度是否可接受, 创新资源投入得到反馈如何, 创新管理流程与创新战略的新颖程度等各个方面来设计问卷题项。

3.3 第三方物流企业绩效

基于资源观的企业多元化战略与创新绩效关系的研究产生了不确定的结果, 认为创新推动多样化战略。然而, RBV提供了多个相反关系的例子, 发现产品 and 市场多样化是创新的前提。此外, 还发现多样化的服务组合与小型服务公司的创新正相关。发现多样化鼓励创新的研究人员认为, 技术多样化的公司可以从相关的技术领域获得溢出效应。现有知识和能力的结合刺激了新技术的引入, 从而推动了新服务的发展。广泛的服务和持续改进的文化支持多样性和灵活性, 包括以允许企业从与客户的组织学习中受益的方式进行知识重组, 提高创新绩效。与市场上的类似服务相比, 能够将其现有资源和能力重组为具有更高质量的创新服务的公司对客户更具吸引力。

要想获得优异的企业绩效, 需要对客户流程、问题和挑战形成整体观点。创新允许使用新颖、高价值的服务解决方案对服务进行差异化, 以更好地满足客户需求, 还可以增加现有服务的额外价值。例如, 企业可以利用在提供核心技术服务过程中获得的数据来增加价值。

此外, 具有多样化服务范围的公司表现出更多的动态能力。他们能够更有效地吸收和解释客户的体验。随着服务的多样化, 管理成本可能上升, 对企业绩效的提升起到抑制作用。

3.4 研究基本假设

本文结合前文相关理论研究及文章研究的主要问题做出了以下假设。

3.4.1 服务创新模式对企业创新能力及企业绩效的影响

(1) 开放式创新模式对企业创新能力及绩效的影响

社会资本可以通过提供获取必要稀缺资源和信息的途径来促进创新。这种现象在转型经济体中尤其明显, 我国由于高度的不确定性和市场的不完善以及制度上的空白, 企业严重依赖关系来加速经济交流。将这些发现扩展到第三方物流环

境,我们认为开放式创新促进了第三方物流提供者的物流服务创新。但目前我国对物流企业还是处于较开放状态,可以从内外部获取创新所需要的创意。政府对物流开放式创新提供支持,已演变成全局性的活动。企业若想以企业绩效利益为目的建立创新模式,就是需要吸纳多方面的创新要素和增加创新主体,整合归纳创意点。内部创意相对匮乏,就需要利用外部新颖的创意:1、缩短物流服务创新研发周期;2、节省企业研发所需要的资金;3、企业高效提高,我国物流的生产技术有破壳式的进步,就需要创新技术的支持,不同领域之间要互相合作借鉴。总的来说,企业需要根据自己的比较优势,市场的各种信息需要及时跟踪收集整合,以最大可能去剔除创新模式的不可能性,创新效率的升级,成本也随之下降,可想而知企业绩效也能水涨船高。因此我们做出如下假设:

假设 H1: 开放式创新模式对企业绩效有显著正影响。

假设 H2: 开放式创新模式对企业创新能力有显著正影响。

(2) 范式化创新模式对企业创新能力及绩效的影响

前期我国物流主要是通过借鉴国外优秀物流企业的经营方式,我国现代物流市场的主要方式还是高价值、高质量、低成本。经济全球化是一个很值得发挥的时代背景,没有国界限制和经济开放化是现代市场经济发展的主流特征。因此,即使不提倡模仿,但新颖的高端物流服务内容可以为企业提供较高质量的规模效益,为我国物流企业的战略提供思路,吸引国外有名的物流企业参与,共同商讨新的标准化模式。在制定过程中,需要时刻关注竞争对手优劣势、能力以及战略。企业若想避免创新道路上的崎岖,可以借鉴优秀竞争企业的相关经验,对企业创新能力与企业绩效有极大帮助,降低研发成本,减少不必要的投入。因此我们做出如下假设:

假设 H3: 范式化服务创新模式对企业绩效有显著正影响。

假设 H4: 范式化服务创新模式对企业创新能力有显著正影响。

(3) 增值服务创新模式对企业创新能力及绩效的影响

我国很多物流企业会忽略增值服务,但其实额外的服务模式能给企业带来意想不到的绩效。提升增值服务的基础就是提高第三方物流创新能力,市场形式、客户需求都需要有调整。服务创新模式,创新能力,增值服务都对我国物流服务有极大的影响,对企业绩效的提高起关键性作用。革新营销理念,通过实现客户价值为主要目标来提高服务增值,增加企业的经济收入;重视客户服务,如何扩展第三方物流市场,增加企业经济效益,需要企业实施针对性的服务,加强客户服务,达到增值服务;树立营销增值服务观念,品牌战略对企业价值的提升占据

很大比例，主要围绕客户，提供积极高效率、高质量服务，树立王牌企业形象。综上所述本文做出假设：

假设 H5：增值服务创新模式对企业绩效有显著正影响。

假设 H6：增值服务创新模式对企业创新能力有显著正影响。

3.4.2 创新能力对企业绩效的影响

能影响企业绩效主要由企业服务创新能力的程度，其中资产性资源、应用能力、战略能力都是因素。企业资源最终的利用程度，可以反映这个企业的创新能力，创新可以帮助企业获得、转化以及重塑资源。为获得多个有效地运营重点，需要企业组织创新能力的领先，从而获得优异的企业绩效。我国物流企业若具备独特的创新能力，由此产生的竞争能力是一般不可突破的，也能保持良好的竞争优势。企业绩效需要通过创新能力的提升，创新资源的利用率作为基础，对物流管理完善以及技术支持起关键性作用，可以有效地满足以及扩大市场需求，降低生产、服务成本。因此我们做出如下假设：

假设 H7：企业创新能力作为中介变量对企业绩效有显著正影响。

3.5 物流企业服务创新对企业绩效影响的研究框架

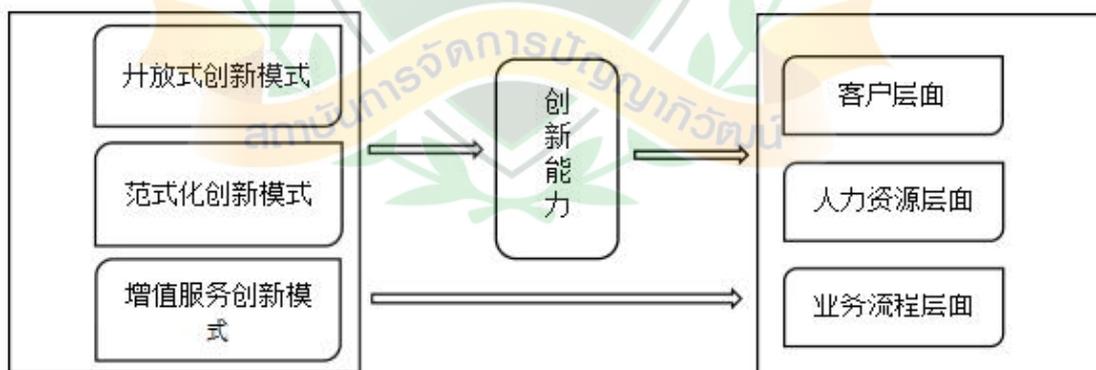


图 3.1 第三方物流研究框架

第四章 实证分析与研究结果

4.1 调查问卷的设计与实施

4.1.1 研究对象的选择

浙江杭州作为国际性城市，地理位置优越，长三角沿海，也是浙江省的省会和全国交通枢纽站，对于物流企业的升级和未来发展提供优势，进一步提升社会经济发展和交通能力。

杭州政府针对物流企业也开展许多优惠政策，为成为物流港务区，走向国际化。然而，传统的物流模式也对新型创新模式起到冲击力影响，特别是体现在突发性事件中，物流未能有及时的应对措施，物流产业发展也需要及时调整，疫情的冲击也会限制物流企业的发展前景。但我国的物流产业总体还是呈现快速发展、快速增长的趋势，相对于其他行业比较来看。我国应该开拓国内外市场，引进新的技术，现代化物流产业发展，特别依靠经济体制的改革发展，物流在其中占据有力地位，很多企业都与此密不可分，但是在发展的同时也伴随着诸多问题。伴随着人力、时间等成本的浪费，资源的不合理运用、环境的不正确保护等出现的问题，都对杭州市物流产业，产生了限制。因此，本文选择浙江杭州来作为调查对象，对杭州目前出现的问题及未来的发展进行解决及预测。

4.1.2 研究对象的选择

本论文主要对浙江杭州“顺丰速递”目前存在的问题设计相应的题目，综合考虑合理性、明确性来设计相关题目、问题的维度设置，需要多次检验确认问卷的可靠性，基本情况资料、创新模式、创新能力与企业绩效从这四个部分整合设计问卷题目。

问卷第一部分主要是对调查对象基本信息以及所在物流企业规模大小、物流企业提供何种服务等方面做基本的调查。

第二部分主要包含测量物流企业相关问题，从开放式创新、范式化创新、增值服务服务创新三个模式设计题项。

第三部分主要是对创新能力的综合衡量题项。

第四部分是对物流企业绩效衡量的相关题项。主要包含测量客户、业务流程以及人力资源三个方面的问题。

本问卷测量的内容属于主观性较强的问题，准确的数据无法获得，因此该问

卷采用的是李克特五点量表法，其中每个问题进行1~5 的赋值，1-完全不同意，2-不同意，3-不知道或者对问题的答案不确定，4-一般同意，5-完全同意。

4.1.3 研究对象的选择

本文涉及到的调查问卷实施于2020年8月到2020年11月，为了获取更加全面、更加具有代表性、更加具有说服力的数据，本人通过微信平台、到访杭州当地快递产业公司进行实地调研以及访问日常生活中接触到的快递员，进行全面且具有针对性的调查。最终共收到235份作答的问卷，剔除其中信息填写不完全、不合理的个体共34份，共获得有效问卷201份。现依据201份有效样本进行数据分析。

4.1.4 有效样本特征的描述性统计

此调查问卷结果显示，调查对象男性人数略大于女性人数，约占到调查总数的56.72%，表明男性相对女性更愿意接受物流行业。26-35岁的年轻人占比高达53.23%，反映物流行业主要依靠年轻人发展，创新能力需要年轻一代的力量。调查对象的学历74.73%都是本科及本科以上学历，一是调查方式受限制，二是物流企业的发展需重视学历，受教育程度。但调查表明仅有7.96%属于高层管理者，基本上的调查对象为基层员工，不能参与公司的决策。当然因问卷限制影响，我们也不能完全具有代表性，还需完善问卷。

表 4.1 样本指标描述性统计量

特征项	选项	数量 (份)	占比 %	特征项	选项	数量 (份)	占比 %
性别	男	114	56.27	年龄	18-25 岁	47	23.38
					26-35 岁	107	53.23
	女	87	43.28		36-45 岁	38	18.91
					45 岁以上	9	4.48
学历	高中及以下	14	6.97	职位	高层管理者	16	7.96
	专科	35	17.41		中层管理者	53	26.37
	本科	110	54.73		基层管理者	90	44.78
	硕士及以上	42	20.9		普通职员	42	20.9

续表 4.1 样本指标描述性统计量

数量				物流 基本 服务	运输	87	43.28
	低于 100 人	29	14.43		仓储	111	55.22
	100-300	73	36.32		保管	104	51.74
	300-500	73	36.32		包装	105	52.24
	500 人以上	26	12.94		装卸搬运	66	32.84
					流通加工	58	28.86
					信息搜索和管理	60	29.85

在具体的服务内容方面，被调查企业服务内容基本都包含了运输、仓储、保管、包装等业务，例如含有运输业务的内容的企业约占 43.28%，仓储约占 55.22%，保管约占 51.74%，包装约占 52.24%，装卸搬运约占 32.84%。这处于物流公司的基础业务，仅保持基本的服务是远远不能支撑公司的发展。因此，我国的物流企业也重视增值服务，据统计，目前有 50.23% 的企业不仅高质量提供基础服务，还会对物流整个订单进行全程跟踪，随时回应回复等服务；还有 46.37% 的企业提供精致包装选择，包装派送等增值服务；为了顺从“绿色环境”物流企业在废料回收方面，制定合理的业务能力；物流企业创造增值服务，来提高企业竞争力，提升企业绩效，采用多式联运、服务信息咨询、报关保险等增值性物流服务；问卷调查显示个性化、定制型的物流服务仅占 9.3%，这个可以引起我们的重视，也是企业专属竞争力的一个影重要考虑范围。除此之外物流企业提供代收货款服务、仓储融资服务，开发新型的增值服务提升综合实力。

表 4.2 变量描述性统计分析

创新模式	数量	最小值	最大值	均值	标准差
开放式	1005	1	5	3.92	0.736
范式化	804	1	5	3.97	0.798
增值服务	1005	1	5	3.98	0.825

由表 4.2 得出创新模式包含的三类模式做出的描述性统计，开放式创新和范式化创新模式明显低于增值服务创新模式（题项都是正向计分），从表格数据可

以得出，增值服务创新模式是目前大部分物流企业的服务创新模式的主流。它的服务创新主要问题是实现客户价值，是通过重视客户服务，实施针对性服务来进行创新。

4.2 数据检验

4.2.1 信度检验

完成问卷发放及收集问卷，本课题首先要对问卷的数据进行可靠性分析，其信度系数为0.74，它是由35个问卷题项导入spss软件得出的结果，根据表项删除后的克隆巴赫 Alpha值我们可以相对简明的看出，整个量表的稳定性与可靠程度是靠删除题项7、题项27和题项32，总量表的信度值达到0.75，得出整个量表的稳定性是可以做下一步研究的，证明现在问卷的相关题设是有效的。

表 4.3 项总计统计量

问卷题项	删除项后的标度平均值	删除项后的标度方差	修正后的项与总计相关性	删除项后的克隆巴赫 Alpha 值
7	212.56	3625.338	0.314	0.664
8	212.54	3656.700	0.143	0.742
9	212.50	3655.331	0.116	0.731
10	212.45	3657.909	0.096	0.773
11	212.49	3655.291	0.132	0.772
12	212.40	3662.942	0.046	0.774
13	212.47	3657.700	0.101	0.753
14	212.48	3656.691	0.111	0.747
15	212.45	3662.599	0.050	0.743
16	212.41	3647.204	0.197	0.709
17	212.44	3657.977	0.092	0.733
18	212.51	3651.281	0.167	0.718
19	212.40	3656.971	0.098	0.729
20	212.44	3650.298	0.176	0.751
21	212.46	3652.350	0.153	0.718
22	212.52	3649.781	0.173	0.760
23	212.46	3652.170	0.158	0.716
24	212.43	3655.686	0.124	0.752
25	212.45	3653.639	0.139	0.713

续表 4.3 项总计统计量

26	212.37	3648.925	0.201	0.730
27	212.41	3639.713	0.300	0.698
28	212.44	3662.957	0.046	0.744
29	212.41	3657.054	0.110	0.772
30	212.40	3656.001	0.119	0.772
31	212.44	3653.038	0.149	0.771
32	212.43	3642.587	0.242	0.699
33	212.42	3649.164	0.199	0.770
34	212.34	3642.087	0.243	0.768
35	212.31	3654.356	0.164	0.772

开放式量表维度、范式化量表维度、增值服务量表维度、客户层面量表维度、客户指标量表维度、人力资源指标量表维度、业务流程指标量表维度，是本文的 6 个维度，通过 spss 软件，对这 6 个量表做可靠性分析及检验，它的分量表的信度系数 Cronbach's Alpha 从表 4-4 能显现出分别为 0.707、0.735、0.715、0.721、0.701、0.705，由此可以看出 Cronbach's Alpha 对每个量表都是大于 0.7，得出在此检验的每个分量表内部的可靠性和稳定性都是较强的，对本文的第一步验证是可以通过的。

表 4.4 可靠性统计量

量表	Cronbach's Alpha	基于标准化项的 Cronbach's Alpha	项数
总量表	0.719	0.737	29
开放式量表	0.707	0.709	5
范式化量表	0.735	0.731	4
增值服务量表	0.715	0.723	5
客户层面量表	0.721	0.726	5
人力资源层面量表	0.701	0.700	5
务流程层面量表	0.705	0.702	5

通过表 4.4 的信度分析发现，问卷总体信度水平为 0.737，大于 0.7，表明问卷具有良好的信度水平，问卷设计可靠性较强，通过信度检验，可以继续对此进行研究。

4.2.2 效度检验

信度的可靠性分析得到较好成果，接下来就可以对问卷进行效度分析。

本量表具体的KMO和Bartlett的检测结果如表4-5所示，创新模式量表KMO值为0.805；企业绩效量表的KMO值为0.836，其值均大于0.8，由此得出，它是很适合做接下来的因子分析的。

表 4.5 KMO 和 Bartlett 的检测结果

		创新模式量表	创新能力	企业绩效量表
KMO 取样适切性量数		0.805	0.819	0.836
Bartlett 球形度检验	近似卡方	510.925	829.052	890.940
	自由度	36	45	45
	显著性	0	0	0

由表4.6所示大于1的因子共有3个，其为创新模式题项的因子分析的因子初始特征值 (Eigenvalue)，它目前累计贡献率达到59.536%，从此得出，可以选取提取3个主要因子在14个因子中。

表 4.6 解释的总方差

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %
1	4.941	35.290	35.290	4.941	35.290	35.290	3.645	26.038	26.038
2	2.327	16.624	51.914	2.327	16.624	51.914	2.529	18.062	44.100
3	1.067	7.621	59.536	1.067	7.621	59.536	2.161	15.435	59.536

通过其旋转成分矩阵表4.7中看出第一个因子包含1、2、3、4、5五个题项，分创新活动、产品创新合作关系、创新对合作方的信心、产品开发的知识或经验、创新对未来的使用和参考五个题项,我们可以将此因子命名为开放式的服务创新模式;第二个因子包含6、7、8、9四个题项，分别是服务生产标准化与技术化、服务内容与方式模仿化、员工教程及培训内容、创新部门或研发部门四个题项，

我们可以将此因此命名为范式化服务创新模式;第三个因子包含10、11、12、13、14五个题项,分别是创新的想法来源于企业效率问题、包装回收、全程追踪服务、成品标记服务、对客户的需求预测来源于内部资源增长、企业战略决策权集中单一,我们可以命名为增值服务创新模式。

表 4.7 创新模式指标旋转成份矩阵

	成分		
	1	2	3
1、本企业在创意产生、技术研究、产品开发、产品制造等阶段都会存在创新活动。	0.753		
2、本企业在产品创新过程与供应商、客户或用户等合作关系较好。	0.735		
3、企业的创新会让合作方产生足够的信心。	0.775		
4、创新能使企业获得关于产品开发的知识或经验。	0.885		
5、创新能对企业记录和保存新获取的知识,作为未来使用和参考。	0.578		
6、企业服务生产过程尽可能的标准化与技术化。		0.768	
7、企业服务内容、方式的改善几乎全是通过模仿行业龙头企业实现的。		0.766	
8、企业员工培训教程单一,培训内容也主要集中于服务技能的培训。		0.809	
9、企业服务创新想法主要来自于创新部门或研发部门。		0.784	
10、企业的货到付款、时间效率等服务会提升满意程度。			0.739
11、企业提供商品内包装的回收、末端配送时销售商品等会吸引客户。			0.810
12、从收货到递送的货物全程追踪服务。			0.780
13、满足客户销售需要提供的成品标记服务。			0.830
14.利用对数据的积累和整理,对客户的需求预测,提供咨询支持。			0.805

由表4.8所示大于1的因子共有3个为创新绩效题项的因子分析的因子初始特征值 (Eigenvalue), 且其累计贡献率已经达到62.609%, 所以我提取3个主要因子们在从15个因子中。

表 4.8 解释的总方差

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %
1	5.972	39.812	39.812	5.972	39.812	39.812	3.613	24.084	24.084
2	2.294	15.293	55.104	2.294	15.293	55.104	3.555	23.703	47.787
3	1.126	7.504	62.609	1.126	7.504	62.609	2.223	14.822	62.609

转成分矩阵表4.9中看出第一个因子包含abc三个题项，分别是顾客回头率、顾客满意度、物流服务占比三个题项，我们可以将此因子命名为客户层面指标；第二个因子包含efgh四个题项，分别是物流运输周期、订单完成率、物流信息及时准确及误差处理及时准确四个题项，我们可以将此因此命名为业务流层指标；第三个因子包含ijkl 四个题项，分别是员工创新能力、企业员工培养程度、人员需求保证率高、创新氛围强烈四个指标，我们可以命名为人力资源指标。

表 4.9 绩效指标旋转成份矩阵

	成分		
	1	2	3
a. 企业的顾客回头率较高	0.724		
b. 顾客的满意度高	0.773		
c. 市场上该公司物流服务占比高	0.717		
e. 企业提供的物流运输周期准时		0.761	
f. 物流订单完成率高		0.667	
g. 物流信息获取及时准确		0.865	
h. 误差处理、异常需求满足及时准确		0.711	
i. 企业员工创新能力水平高			0.761
j. 企业愿意培养员工			0.726
k. 人员需求保证率高			0.712
l. 企业内部创新氛围强烈			0.733

4.3 原定假设线性回归性验证

本文试图对中国第三方物流企业不同类型的创新模式对企业创新绩效的影响做相关研究，并对 201 份调查问卷进行发放收集并进行研究分析，虽能力有限，但也为我国物流企业未来发展提供一些思路。

对 201 份调查问卷进行线性回归线验证分析，依次得到了不同组分的自变量和因变量的线性回归模型方程系数和显著性，列表如下：

表 4.10 模型方程系数及显著性检验

自变量	因变量	B	Beta	t	P 值
开放式创新模式	客户层面	0.837	0.023	15.493	0.000
开放式创新模式	人力资源层面	0.945	0.043	12.453	0.000
开放式创新模式	业务流程层面	0.823	0.025	7.455	0.000
开放式创新模式	企业创新能力	0.936	0.034	8.239	0.000
范式化创新模式	客户层面	1.146	0.054	11.654	0.000
范式化创新模式	人力资源层面	1.043	0.059	8.431	0.000
范式化创新模式	业务流程层面	1.143	0.063	12.454	0.000
范式化创新模式	企业创新能力	0.182	0.024	14.233	0.083
增值服务创新模式	客户层面	0.883	0.091	7.938	0.021
增值服务创新模式	人力资源层面	0.973	0.054	9.535	0.036
增值服务创新模式	业务流程层面	0.863	0.021	12.656	0.009
增值服务创新模式	企业创新能力	0.340	0.064	15.650	0.003
创新能力	客户层面	1.154	0.076	5.768	0.000
创新能力	人力资源层面	0.923	0.061	9.065	0.000
创新能力	业务流程层面	1.015	0.064	8.534	0.000

考察表 4.11 中的各个路径的显著性，从而分析路径的可信程度。P 值代表各个路径的显著性程度，当 $P < 0.05$ 时，代表该条路径显著，当 $P > 0.05$ 时，代表该条路径不显著。考察表中各项 P 值，可得范式化创新模式对创新能力这条路径不显著，其余各条路径皆表征为显著。

表 4.11 创新模式对企业绩效及创新能力影响的相关路径系数与假设验证

路径	标准化路径系数	P 值	对应假设	检验结果
开放式对企业绩效	0.512	0.000	H1	通过
开放式对创新能力	0.348	0.000	H2	通过

表 4.11 创新模式对企业绩效及创新能力影响的相关路径系数与假设验证

范式化对企业绩效	0.363	0.000	H3	通过
范式化对创新能力	0.045	0.083	H4	未通过
增值服务对企业绩效	0.452	0.024	H5	通过
增值服务对创新能力	0.401	0.003	H6	通过
创新能力对企业绩效	0.608	0.000	H7	通过

表 4.12 创新模式对企业绩效次级指标影响的相关路径系数与假设验证

路径	标准化路径系数	P 值	检验结果
开放式模式对客户指标	0.554	0.000	显著
开放式模式对人力资源指标	0.483	0.000	显著
开放式模式对业务流程指标	0.503	0.000	显著
范式化模式对客户指标	0.467	0.000	显著
范式化模式对人力资源指标	0.068	0.045	显著
范式化模式对业务流程指标	0.539	0.000	显著
增值服务模式对客户指标	0.122	0.000	显著
增值服务模式对人力资源指标	0.352	0.003	显著
增值服务模式对业务流程指标	0.265	0.001	显著

根据表 4.11、表 4.12 我们可以得出如下结论：

物流企业在服务创新过程中采用开放式创新模式对企业创新能力及企业绩效影响均为非常显著正相关，其影响路径系数为 0.512，物流企业在服务创新的过程采用范式化创新模式对企业绩效影响为显著正相关，其影响路径系数为 0.368，物流企业在服务创新的过程采用增值服务创新模式对企业绩效影响为显著正相关，对企业创新能力影响为非常显著正相关，对企业绩效的影响路径系数为 0.452；物流企业创新能力对创新绩效的影响为非常显著正相关，路径系数为 0.608。

4.4 原定假设线性回归性验证

本文通过对 201 份调查问卷进行研究分析，试图对中国第三方物流企业不同类型的创新模式对企业创新绩效的影响做相关研究，虽然研究水平有限，但也得出了一些比较有意义的结论。

本文基于第三章已作出的研究假设，结合问卷数据进行理论分析，在 AMOS 软件下构造出结构模型，代入数据进行分析，计算结果如图 4.2 所示：

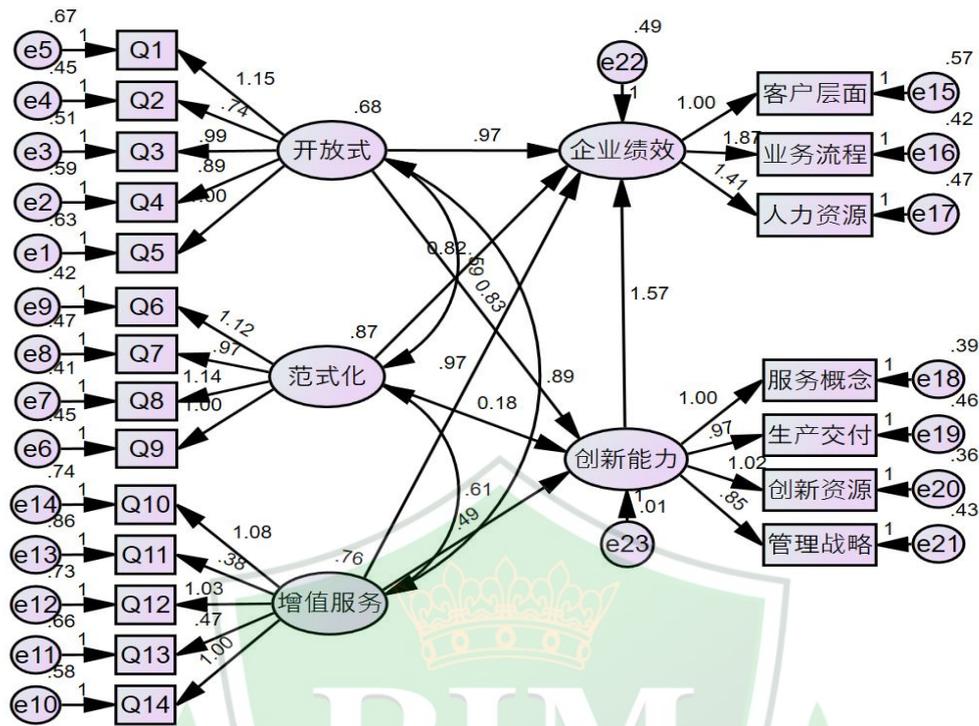


图 4.2 结构模型及计算结果

对 201 份调查问卷进行线性回归线验证分析，依次得到了不同组分的自变量和因变量的线性回归模型方程系数和显著性，列表如下：

表 4.13 模型方程系数及显著性检验

自变量	因变量	B	Beta	t	P 值
开放式创新模式	创新能力	0.83	0.02	15.49	0.012
开放式创新模式	企业绩效	0.97	0.04	12.45	0.003
开放式创新模式	范式化创新模式	0.59	0.02	7.45	0.009
开放式创新模式	增值服务创新模式	0.89	0.03	8.23	0.017
范式化创新模式	创新能力	0.18	0.02	14.23	0.083
范式化创新模式	企业绩效	0.82	0.05	8.43	0.009
范式化创新模式	开放式创新模式	0.59	0.06	12.45	0.020
范式化创新模式	增值服务创新模式	0.61	0.03	10.34	0.001
增值服务创新模式	创新能力	0.49	0.09	7.93	0.021
增值服务创新模式	企业绩效	0.97	0.05	9.53	0.036
增值服务创新模式	开放式创新模式	0.89	0.03	8.23	0.005
增值服务创新模式	范式化创新模式	0.61	0.03	10.34	0.011

续表 4.13 模型方程系数及显著性检验

创新能力	服务概念	1.00	0.07	5.76	0.007
创新能力	生产交付	0.97	0.03	6.93	0.001
创新能力	创新资源	1.02	0.06	9.06	0.004
创新能力	管理战略	0.85	0.06	8.53	0.013
企业绩效	客户层面	1.00	0.03	7.39	0.021
企业绩效	业务流程	1.87	0.05	12.39	0.004
企业绩效	人力资源	1.41	0.06	8.23	0.012

考察表 4.14 中的各个路径的显著性，从而分析路径的可信程度。P 值代表各个路径的显著性程度，当 $P < 0.05$ 时，代表该条路径显著，当 $P > 0.05$ 时，代表该条路径不显著。考察表中各项 P 值，可得范式化创新模式对创新能力这条路径不显著，其余各条路径皆表征为显著。

表 4.14 创新模式对企业绩效及创新能力影响的相关路径系数与假设验证

路径	标准化路径系数	P 值	对应假设	检验结果
开放式对企业绩效	0.86	0.000	H1	通过
开放式对创新能力	0.75	0.000	H2	通过
范式化对企业绩效	0.74	0.000	H3	通过
范式化对创新能力	0.03	0.083	H4	未通过
增值服务对企业绩效	0.32	0.024	H5	通过
增值服务对创新能力	0.85	0.003	H6	通过
创新能力对企业绩效	1.11	0.000	H7	通过

表 4.15 创新模式对企业绩效次级指标影响的相关路径系数与假设验证

路径	标准化路径系数	P 值	检验结果
开放式模式对客户指标	0.42	0.000	显著
开放式模式对人力资源指标	0.32	0.000	显著
开放式模式对业务流程指标	0.53	0.000	显著
范式化模式对客户指标	0.75	0.000	显著
范式化模式对人力资源指标	0.40	0.045	显著
范式化模式对业务流程指标	0.03	0.000	显著
增值服务模式对客户指标	0.75	0.000	显著
增值服务模式对人力资源指标	0.26	0.003	显著
增值服务模式对业务流程指标	0.43	0.001	显著

根据表 4.14、表 4.15 我们可以得出如下结论：

(5) 创新能力作为中介变量，由表 4.14 和 4.15 可以考察其显著性。首先进行自变量与因变量的系数检验，由表 4.15 可知，自变量和因变量都由三个因子组成，因此构成九种映射关系，依次进行线性回归分析，我们发现标准化路径系数皆为大于 0.1 以上的正值（除了范式化创新模式对业务流程指标的影响，其不显著，可忽略），因此可以证明自变量与因变量呈显著正相关；再进行自变量与中介变量的系数检验，由表 4.14 可知，自变量由三个因子组成，因此与中介变量构成三种映射关系，依次进行线性回归分析，我们发现标准化路径系数依次为 0.348、0.045、0.401，由于范式化创新模式是依托于竞争企业公司的创新模式进行拷贝并发展的创新模式，因此其对企业创新能力不显著，开放式与增值服务创新模式对企业创新能力呈显著正相关；最后进行中介变量与因变量的系数检验，由表 4.14 可知，对中介变量和因变量进行线性回归分析，我们发现标准化路径系数为 0.608，可证得中介变量对因变量呈显著正相关，从而证明了创新能力作为创新模式和企业绩效的中介变量所表征的中介效应，体现了中介变量的显著性和优越性。

4.5 模型修正

结合上述模型修正指标对模型进行修正，删去了显著性较差的范式化创新模式对创新能力这条路径，然后对修改后的模型进行计算，得到了结果，与原数据结果对比如下：

表 4.16 修正后数据拟合指标

指标数值	绝对拟合指标				增值拟合指标			简约拟合指标
	X ² /df	GFI	AGFI	RMSEA	NFI	CFI	IFI	PNFI
修正后数值	3.212	0.856	0.823	0.093	0.893	0.912	0.905	0.762
修正前数值	3.904	0.763	0.713	0.101	0.853	0.834	0.853	0.743

修改后的路径图如图所示：

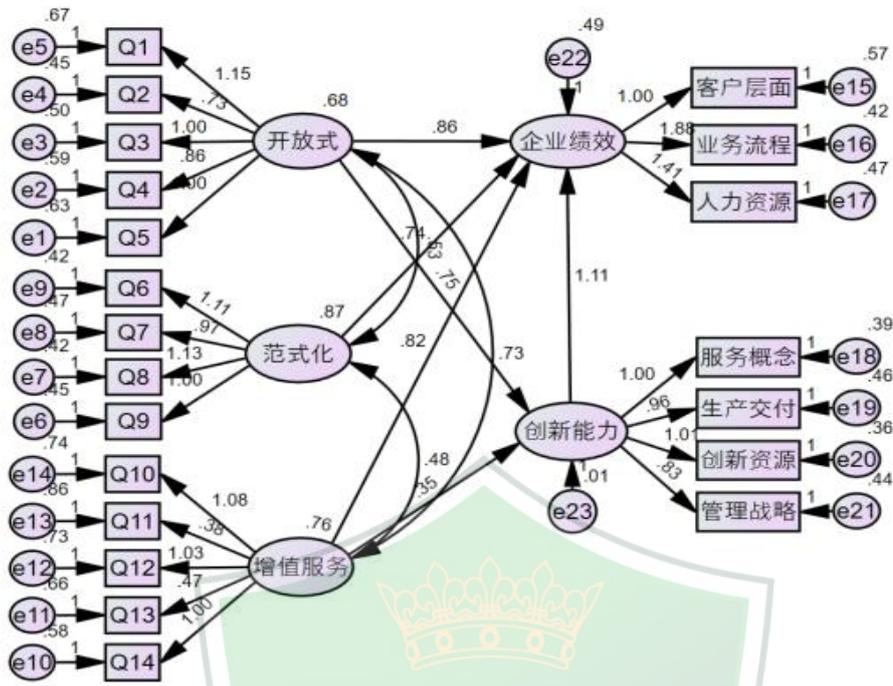


图 4.3 修正后的结构模型图

本文采用相同的方法，建立了三种创新模式对企业绩效的四个二级指标的相关关系路径模型如下，并且得到了相关回归系数数值。

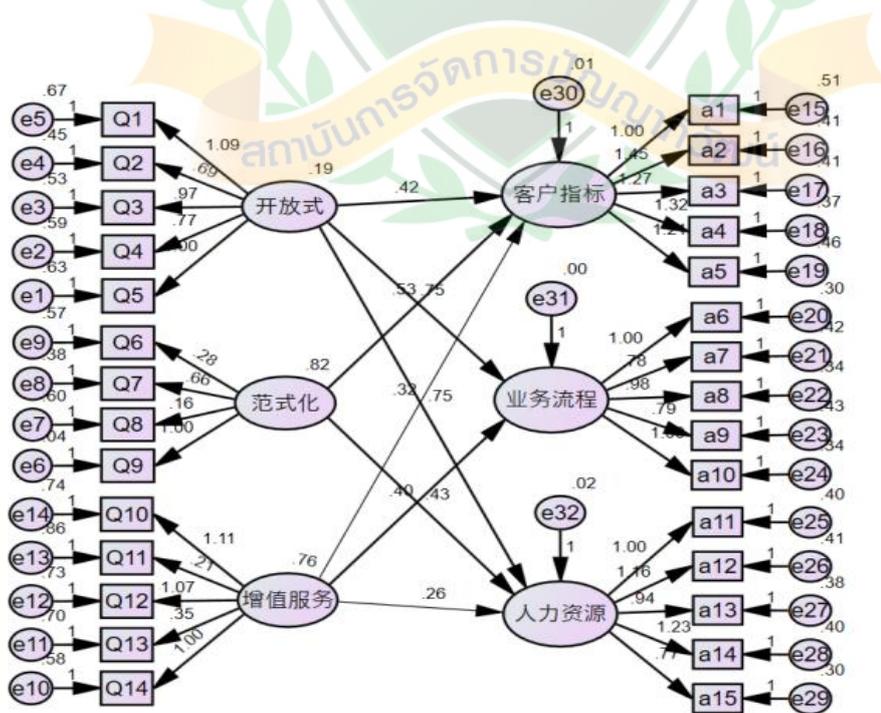


图 4.4 修正后创新模式对企业绩效二级指标关系模型路径图

4.6 结果分析

创新能力作为中介变量，由表 4.14 和 4.15 可以考察其显著性。首先进行自变量与因变量的系数检验，由表 4.15 可知，自变量和因变量都由三个因子组成，因此构成九种映射关系，依次进行线性回归分析，我们发现标准化路径系数皆为大于 0.1 以上的正值（除了范式化创新模式对人力资源指标的影响，其不显著，可忽略），因此可以证明自变量与因变量呈显著正相关；再进行自变量与中介变量的系数检验，由表 4.14 可知，自变量由三个因子组成，因此与中介变量构成三种映射关系，依次进行线性回归分析，我们发现标准化路径系数依次为 0.348、0.045、0.401，由于范式化创新模式是依托于竞争企业公司的创新模式进行拷贝并发展的创新模式，因此其对企业创新能力不显著，开放式与增值服务创新模式对企业创新能力呈显著正相关；最后进行中介变量与因变量的系数检验，由表 4.14 可知，对中介变量和因变量进行线性回归分析，我们发现标准化路径系数为 0.608，可证得中介变量对因变量呈显著正相关，从而证明了创新能力作为创新模式和企业绩效的中介变量所表征的中介效应，体现了中介变量的显著性和优越性。

4.7 本章小结

本文针对以上问卷调查的数据分析得出的结果，与目前我国第三方物流企业发展现状相结合，对结论作出以下的解释：

(1) 开放式创新模式对企业绩效及企业创新能力的影响

开放式创新模式对企业绩效是存在明显的正相关关系，起促进作用。物流企业在发展过程中，需要与供应商及客户建立良好关系，对企业未来发展搭好桥梁。一个企业若拥有极强的创意能力，保持经常性获取新知识，保持产品的研发及运行，就能延长企业的发展寿命，也会让合作方对此产生信心。企业对员工的创新能力的要求提升，促使企业能充分利用资源，开拓创新，与时俱进，提升企业绩效。

(2) 范式化创新模式对企业绩效及企业创新能力的影响

技术创新几乎是每个企业生存的重中之重，但是相对物流企业而言，技术创新倒不是他们的灵魂。物流企业主要是以非技术性的创新，它的重点在于服务模式创新、具体内容创新。

当然也需要物流企业对服务的重视，但物流企业的服务创新是跟随着时代背景而更替的，它的创新需要跟随技术的先进和顾客的需求而变动。它与技术创新

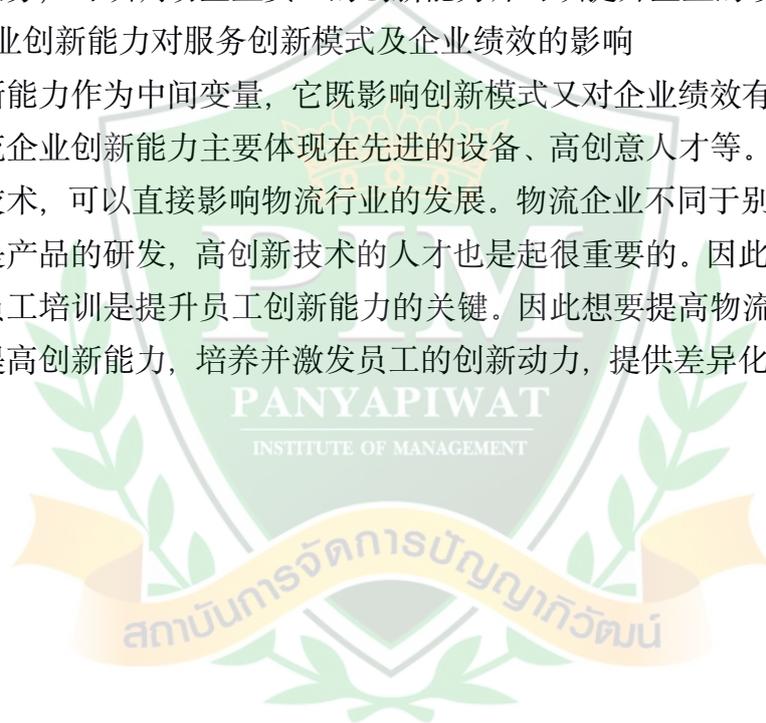
有天壤之别，技术创新是有规律可以模仿的，但这并不能服务于物流企业。如用此来服务于物流企业，只会让企业的服务创新停滞不前，也会对公司的业务流程发展不利，无法得到合理的企业绩效。

(3) 增值服务创新模式对企业创新能力及企业绩效的影响

我国第三方物流企业针对增值服务方面，意识较低，优异的物流可以有效的降低企业的成本，有效发挥增值服务，就需要与客户建立良好的合作关系并建立长期的合作关系，从顾客层面出发考虑，满足于客户。比如说企业提供货到付款、提高效率等问题，企业可以提供商品内包装回收、末端配送等吸引客户等。优质的增值服务，可以调动企业员工的创新能力并可以提升企业的绩效。

(4) 企业创新能力对服务创新模式及企业绩效的影响

创新能力作为中间变量，它既影响创新模式又对企业绩效有直接的影响。第三方物流企业创新能力主要体现在先进的设备、高创意人才等。先进的物流设备和物流技术，可以直接影响物流行业的发展。物流企业不同于别的企业，它不仅靠的是产品的研发，高创新技术的人才也是起很重要的。因此营造新文化氛围多开展员工培训是提升员工创新能力的关键。因此想要提高物流企业绩效，就需要通过提高创新能力，培养并激发员工的创新动力，提供差异化并优异的创新服务。



第五章 研究结论与展望

5.1 研究结论

基于对疫情期间，对全国的第三方物流企业服务成本高、服务方式同质化倾斜、缺乏升级版的物流服务，创新意识薄弱等问题，通过spps模型探究目前第三方物流创新模式与企业绩效的关系，我们以浙江杭州“顺丰速递”为研究对象，通过问卷调查的方式获取相关数据，得出了以下结论：

首先，我们的研究结果为企业服务创新模式提供了强有力的支持，这些创新模式对中国第三方物流供应商的物流服务创新产生了积极的影响。

关于商业关系的作用，另一家著名物流服务公司的经理说：“我们的创新往往是由客户的新需求驱动的。与客户建立良好的关系可以帮助我们获得关于他们需求的准确信息。问卷分析结果证实了我们的发现，即开放式创新、范式化创新、增值服务创新模式构成了有利于提升企业绩效的维度。可以为服务创新提供外部资源和信息。

第二，创新模式要与创新能力相结合，更好地推动物流服务创新。具体来说，我们发现在改善物流服务创新方面，员工创新能力的高低也起着很大的作用。我们还发现，当企业不是高度形式化时，企业关系可以更好地促进物流创新，当企业不是高度专业化时，企业关系更有效。

第三，总体而言，优秀的创新模式在促进企业绩效；然而，创新模式和创新能力在具有不同组织结构的公司中可能占据不同的位置。然而，当企业高度分散、正规化或专业化时，三个创新模式对于促进物流服务创新同样重要。

5.2 研究的创新之处

(1) 研究内容上采用新的创新模式维度(开放式创新模式及增值服务创新模式)测量对企业绩效的影响，关联浙江杭州“顺丰速递”的角度去研究企业物流服务创新模式。

(2) 2020年为百年难遇的疫情灾害一年，对第三方物流造成必须考虑转型的影响，以创新能力为创新模式与企业绩效的中间变量，通过问卷调查的数据分析，构建模型，更加深入地探究了疫情期间变量之间的关系影响。

5.3 第三方物流研究政策措施

(1) 发挥企业的开放式创新

物流服务的最终受众群体是顾客，第三方物流的开放创新服务于顾客的需求。首先，杭州可以从顾客的感知出发，通过问卷调查，对目前顾客对物流的需求进行调研分析，企业也可以提供创新概念大赛，给顾客平台去创造设计新颖的服务内容。

(2) 转变传统观点，树立物流理念

物流企业的转型不仅仅只是提升物流企业员工的职业能力，企业的领导人物是起关键作用的，只有双方都相对较好的结合才能转变观点，互利共赢。目前，本文归纳出三种转变方式：一是要以市场经济为主，重视市场经济带来的影响因素；二是市场一体化的影响力，不能再像之前一样用垄断的眼光看待；三是现代物流理念需要贯彻消费者内心，引导企业的思想、经营战略、服务水平等方面进行实施。

(3) 要重视物流人才培养，实施人才战略

企业对创新能力较强的员工需求大，要注重物流企业员工的专业知识能力和业务培训，还要重视专业人才的管理和培训，打造高质量物流企业，提升物流企业综合实力。物流若想较好发展就是需要人才之间的相互竞争，解决目前专业物流人才缺失的问题，需要与专业机构，优质院校相合作，只有理论和实际相结合运用，物流专业和管理人才相结合，提升企业的整体素质，提高企业绩效。

(4) 培育具有国际竞争力的物流集团，实行集约化经营模式

物流企业重视全国统一的概念，第三方物流企业要突破重重困难，冲出业务范围范围的围笼。这也需要第三方物流可以具备较大规模，才可以实现物流的低成本，提升企业绩效。对目前的所有物流企业进行整合归纳，资源有合理配置和对经营网络的健全设置，如果说我国能与国外企业相互借鉴融合，就能进一步提升我国的在物流方面的能力，进而提升企业绩效。

(5) 加快市场诚信体制建设

做企业最主要的就是诚信问题，一定要把市场诚信体系建设放在前头，对物流诚信要有随时对地的意识，也要对广大消费者进行宣传，主动提升诚信意识，并且也要制定相关物流诚信政策及完善信用交易，对第三方物流的进展有良好的把控。

5.4 物流技术未来发展

世界正处于大数据智慧物流时代，改进物流的开放式创新、范式化创新、增值服务创新的改革是现代物流迅速优质发展的重要因素，也影响着我国的经济高质量发展。因此，要重视物流业的高质量的发展，就需要提升物流业的技术创新。中国物流技术协会信息中心、华夏物联网、《物流技术与应用》编辑部在2009年12月联合提出“智慧物流”的概念，目前物流业发展的主要趋势是智慧物流。物联网、大数据、云计算、人工智能、自动化技术和现代信息技术与设备，是构成智慧物流的重要部分。知识再造、模仿、交流、竞争和带动是智慧物流发展的产物，对产业聚集及区域智慧物流创新产生积极的推动作用，也对本文的（中介变量-创新能力）有一定的提升作用。区域物流产业转型升级需要区域智慧物流创新发展体系的构建及完整性，相辅相成、共同提升，从系统的角度、全面的规划、保障区域智慧物流产业的发展，以达到促进区域智慧物流的发展和提高。

从目前来看，我国颁布了一系列有利于物流业发展的政策，为物流业高质量发展做铺垫。比如智慧物流、自动驾驶技术和人工智能图像识别等物流技术作为根基，影响着物流业的高质量发展。基于区域内、外技术创新的内驱和外溢量大途径推动是提高物流技术创新的主要发展渠道，提高物流业的运营绩效，就需要降低物流业的运营成本，从而起到物流业降本增效的提升作用。装卸搬运环节、物流运输、物流仓储和物流信息技术环节等不同环节物流技术创新也会对物流业高质量发展具有显著的影响。

我国物流业技术创新还需要改进，但种种技术表明它还是能够推动我国物流业的高质量发展，是关键性因素。技术创新有着强大的驱动作用，也得到了相应的政府部门和物流企业的重视，创造有利于物流技术创新的政策环境。环绕物流的主要环节，即物流装卸搬运、物流运输、物流信息技术等应制造技术创新政策环境。在政府的支持下，物流企业也需要加大对物流技术创新的研发投入及深挖，只有不断创新及检验成果才能更高质量的推动我国物流业的发展。

5.5 研究不足与展望

本课题主要研究突发性事件下第三方物流企业服务创新模与对企业绩效关系，初整合关于物流企业的一些重要结论及存在的问题，但由于本人调研能力的局限性，也会对论文不足的地方，本文针对这些不足也提出了未来的研究方向，这项研究在理论和实践方面都做出了贡献，但它有几个局限性，为未来的研究开辟了道路。

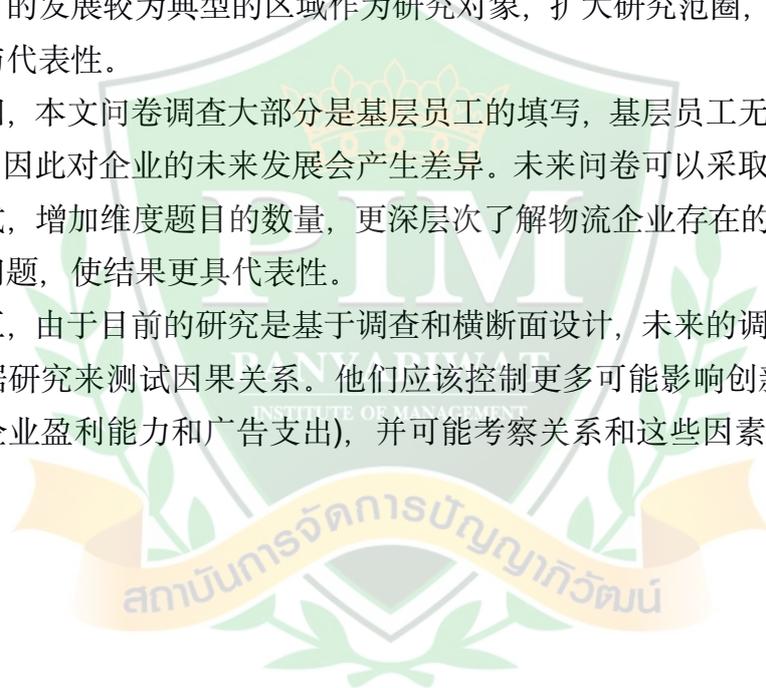
首先，本研究只调查研究创新模式、创新能力和企业绩效之间的关系。除了实现战略和结构之间的匹配，公司的战略还必须对外部环境做出反应，未来的研究应该同时探索关系、外部环境和企业组织结构之间的契合度。

第二，本研究只考察了组织结构的偶然效应，然而创新模式对企业绩效的影响也可能取决于其他因素，如创新类型和创新重点，未来的研究可以调查这些因素如何影响关系对服务创新的影响。

第三，研究对象的选取有待丰富。本文数据选取的对象是浙江杭州，位于东部沿海地区，其物流发展也是相当不错的，但是单用它来作为研究对象，取证是不足的。未来研究可以选取多个典型的案例来分析。例如可以选取中部、内陆等不同地方的发展较为典型的区域作为研究对象，扩大研究范围，增加研究结果的准确性与代表性。

第四，本文问卷调查大部分是基层员工的填写，基层员工无法参与公司的重大决策，因此对企业的未来发展会产生差异。未来问卷可以采取主观和客观相结合的模式，增加维度题目的数量，更深层次了解物流企业存在的问题，挖掘问题及解决问题，使结果更具代表性。

第五，由于目前的研究是基于调查和横断面设计，未来的调查应通过纵向或面板数据研究来测试因果关系。他们应该控制更多可能影响创新的因素(如研发投入、企业盈利能力和广告支出)，并可能考察关系和这些因素对企业绩效的交互影响。



参考文献

- 陈霞. (2012). 中国物流企业分类分级研究. *北京物资学院*
- 陈思云, & 陈娟. (2008). 国内物流企业分类及发展方向研究. *商品储运与养护*, (08).
- 胡松, 蔺雷, & 吴贵生. (2006). 服务创新的驱动力和模式. *研究与发展管理*, (01), 33-39.
- 刘丹. (2014). 物流企业服务创新模式与路径. *中国流通经济*, (04), 77-84.
- 刘小更, & 王宏伟. (2013). 基于产业联动的物流服务创新模式研究. *物流工程管理*, (10), 20-21+30.
- 仝允桓, 杨艳, & 朱恒源. (2009). 中国企业的产品创新:从竞争者驱动到顾客导向. *科学学与科学技术管理* (10), 44-50.
- 贾品. (2007). *我国物流业分层及发展策略研究*. 硕士学位论文, 上海海事大学.
- 蔺雷, & 吴贵生. (2007). 服务创新. 北京:清华大学出版社, 103-108.
- 蔺雷, & 吴贵生. (2004). 服务创新的四维度模型. *数量经济技术经济研究*, (03), 32-37.
- 刘明忠, 薛恒新, & 吴士亮. 企业分类方法研究. *中国制造业信息化*, (01).
- 李亚, 郑广文, & 黄振辉. (2016). 我国第三方物流服务能力对企业绩效的影响. *山东大学学报(哲学社会科学版)*, (01), 98-109.
- 刘丹. (2014). 物流企业服务创新模式与路径. *中国流通经济*, (04), 77-84.
- 刘小更, 王宏伟, & 费汉华. (2013). 基于产业联动的物流服务创新模式研究. *物流工程与管理*, (10).
- 孙颖, 陈通, & 毛维. (2009). 于服务科学的物流信息服务企业服务创新过程模式研究. *现代管理科学*, (05), 65-67.

- 孙文清. (2016) 基于服务创新四维度模型的拓展研究. *科学管理研究*, (02), 13-16+94.
- 马家喜, & 金新元. (2014). 一种以企业为主导的“产学研”集成创新模式—基于合作关系与控制权视角的建模分析. *科学学研究*, (01), 130-139.
- 孙颖, & 陈通. (2009). 毛维物流信息服务企业服务创新过程模式研究. *现代管理科学*, (05), 65-67.
- 田宇, & 杨艳玲. (2016). 基于物流企业的服务创新研究:互动导向视角. *科研管理*, (02).
- 王甜甜. (2016). BSC视角下物流企业绩效评价体系的构建. *财会学习*, (08).
- 王晓珍, 吴诗筠, & 杨玉兵. 第三方物流企业绩效评价体系的构建与运用. *财会月刊*, (18).
- 王琦峰. (2013). 基于云物流的物流产业集群服务创新模式研究. *物流技术*, (03), 24-26.
- 王喜刚. (2016). 组织创新、技术创新能力对企业绩效的影响研究. *科研管理*, (02), 107-115.
- 徐琪. (2008). 基物流服务创新模式研究. *科技进步与对策*, (4), 55-58.
- 徐思雅. (2014). 服务创新能力对企业绩效的影响:商业模式新颖性设计的调节作用, *浙江大学*
- 徐琪. (2008). 基于服务科学的物流服务创新模式研究. *科技进步与对策*, (4), 55-58.
- 辛士波, 陈妍, & 张宸. (2014). 结构方程模型理论的应用研究成果综述. *工业技术经济*, (05), 61-71.
- 张光明. (2006). 物流服务创新模式研究. *经济管理*, (18), 57-61.
- 杨浩雄, & 王雯. (2015). 第三方物流企业顾客满意度测评体系研究. *管理评论*, (01).
- 尹文专. (2013). 我国物流行业产融结合的路径研究-交易费用理论与企业内部化理论视角. *商业时代*, (11), 47-48.
- 张治河, 王艳伟, & 徐晓庆. 上市公司创新能力评价研究—来自陕西省 41 家上市公司的数据. *科研管理*, (03), 81-92.
- 张婧, & 段艳玲. (2011). 市场导向对创新类型和产品创新绩效的影响. *科研管理*, 05:68-77.

- 中国电子商务研究中心. (2015). 中国年电子商务市场数据监测报告. 杭州:中国电子商务研究中心, (10), 100.
- Barras, R. (1986). Towards a Theory of Innovation in Services Research Policy, (4), 161-173.
- Berk Kucukaltan,, Zahir Irani, & Emel Aktas. (2016). A decision support model for identification and prioritization of key performance indicators in the logistics industry, *Computers in Human Behavior*, Volume 65, December , 346-358.
- Chesbrough, & H. Open Innovation. (2003). The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. *Harvard Business Press*.
- deVries, (2004). E. J. Innovation in Services: Towards a Synthesis Approach. *Prima Vera working paper*.
- den Hertog, & R. Bilderbeek. (1998). Conceptualizing (Service) Innovation and the Knowledge Flow Between and Their Client. *SI4S Topic Paper*, 11.
- Gattoma. (2003). Gower Handbook of SupplyChain Management. *Aldershot*, 19-21.
- HaYes, R, & S. Wheelwright. (1984). Restoring Our Competitive Edge competing Through Manufacturing. *New York: John Wiley*.
- Karia .N., & wong,& C.Y. (2012). The impact of logistics resources on performance of Malaysian logistics service Providers, production planning & Control: *The Management of Operations*. pp., 1- 183.
- Morash, Droge & Vickery. (1996). Production Competence and Business Strategy: Do They Affect Business Performance? *Decision Science Vol.26(2)*.
- Paton, Robert, Stephen McLaughlin. (2008). The Services Science and Innovation Series (European Management Journal, 26(2), 75-76.
- Sundbo, J, & Gallouj, F. (1998). Innovation in Service. SI4S Project Synthesis. Workpackage, 3/4, 19.
- Sundbo, J, & F. Gallouj. (1998). Innovation as a Loosely Coupled System in Services. *SI4S Topical Paper* .

Tompkins, & James A. (1997). Logistics: A challenge for today. *IIE Solutions*, 29(2), 18-19.

Kilic K, Ulusoy G, & Gunday G. (2015). Innovativeness, operations priorities and corporate performance. *Journal of Engineering & Technology Management*, 35(C):115-133.

Wei D U, & Yang L. (2016). Research on the Choice of Manufacturing Enterprise Logistics Service Innovation Model: the Influence of Learning from Failure. *Commercial Research*.



附录 第三方物流企业服务创新与企业绩效的调查问卷

关于您的个人基本情况:

1. 您的年龄:

18-25 岁 26-35 岁 36 岁-45 岁 46 岁以上

2. 您的性别:

男 女

3. 您所受教育的程度:

高中及以下 专科 本科 研究生及以上

4. 您在企业中的职位:

高层管理者 中层管理者 基层管理者 普通职员

5. 您所在企业的员工人数:

低于 100 人 100- 300 人 300-500 人 500 人以上

6. 您所在企业提供的物流基本服务是(可以选一个或多个):

仓储

运输

仓储

保管

包装

装卸搬运

二、根据所在企业的发展现状回答下面问题:

第一部分:企业创新模式相关题项

7. 本企业在创意产生、技术研究、产品开发、产品制造等阶段都会存在创新活动。

完全不同 01 02 03 04 05 完全同意
意

8. 本企业在产品创新过程与供应商、客户或用户等合作关系较好。

完全不同 01 02 03 04 05 完全同意
意

9. 企业的创新会让合作方产生足够的信心。

- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
10. 创新能使企业获得关于产品开发的知识或经验。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
11. 创新能对企业记录和保存新获取的知识，作为未来使用和参考。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
12. 企业服务生产过程尽可能的标准化与技术化。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
13. 企业服务内容、方式的改善几乎全是通过模仿行业领头企业实现的。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
14. 企业员工培训教程单一，培训内容也主要集中于服务技能的培训。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
15. 企业服务创新想法主要来自于创新部门或研发部门。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
16. 企业的货到付款、时间效率等服务会提升满意程度。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
17. 企业提供商品内包装的回收、末端配送时销售商品等会吸引客户。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
18. 从收货到递送的货物全程追踪服务。
- 完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意
19. 满足客户销售需要提供的成品标记服务。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

20. 利用对数据的积累和整理, 对客户的需求预测, 提供咨询支持。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

第二部分:创新能力相关题项

21. 企业提出的新服务概念新颖、变化程度高。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

22. 企业服务生产、交付方法变化程度高。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

23. 企业创新资源投入大。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

24. 企业有明确的创新管理流程、服务创新战略。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

第三部分:企业绩效相关题项

25. 企业的顾客回头率较高。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

26. 顾客的满意度高。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

27. 市场上该公司物流服务占比高。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

28. 企业提供的物流运输周期准时。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

29. 物流订单完成率高。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

30. 物流信息获取及时准确。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

31. 误差处理、异常需求满足及时准确。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

32. 企业员工创新能力水平高。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

33. 企业愿意培养员工，开展培训。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

34. 人员需求保证率高。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意

35. 企业内部创新氛围强烈。

完全不同意 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 完全同意



调查问卷到此全部结束，再次感谢您的配合!

致谢

时间总是流逝飞快，在泰国两年的研究生生涯马上进入尾声了，在这期间，无数次回想过初来泰国的样子，些许慌张但又带着期待感，在泰国经历的点点滴滴都会成为我这一生的回忆，教我做人及做事，教我如何在磕绊的路上成长。

在这里我首先要感谢我的导师李庆教授，因为他的及时认真批改，对数据分析的严谨，在他底下学习是很幸福的事情，从李庆教授这里学到做事情要严谨，对数据更要严谨，一步步地鞭策我，时时刻刻去提升自己的能力。从一开始的论文题目选择、收集资料、数据分析阶段及结论总结及措施方面，都认真的参与并指导我完成论文。每当我有疑惑，都会不耐烦的指导我，并介绍他的博士生教我如何做数据分析，是我在较难的数据分析这块有一个清晰的方向，不会迷失方向。李教授对工作的认真程度，我深感佩服并且永远激励着我，他对我的指点和教诲都铭记在心，趁这个机会，我向李庆教授致最崇高的谢意。

其次，对于泰国正大管理学院的各个老师及工作人员，还有同学，都表示深深的谢意，感谢你们一路的陪伴。

最后，对于论文外审的各位教授及答辩专家也深感谢意，我的论文需要你们的指导和意见，才得以更加的完善及完美。

孙缘缘

二〇二一年二月二十日

声明

作者郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下进行研究工作所取得的成果。尽我所知，除文中已经注明引用内容和致谢的地方外，本论文不包含其他个人或集体已经发表的研究成果，也不包含其他已申请学位或其他用途使用过的成果。与我一同工作的同志对本研究所做的贡献均已在论文中做了明确的说明并表示了谢意。

若有不实之处，本人愿意承担相关法律责任。

学位论文题目：组织公平对留职意愿影响的实证研究—以组织承诺为中介

作者签名：  日期：二〇二一年二月二十日



个人简历

姓名: 孙缘缘
学历: 硕士研究生
毕业年份: 2021 泰国正大管理学院硕士学位 工商管理专业
院校: 泰国正大管理学院中国研究生院
毕业年份: 2019 浙江树人大学 市场营销专业
院校: 管理学院
职业: 新媒体运营
工作地点: 杭州
E-mail: 907448070@qq.com

