

国际多元化与企业绩效关系之元分析

杜 健 丁飒飒

摘要：通过对包含105个效应值、1 264 724个总样本量的分布于 Association of Business Schools (ABS) Academic Journal Guide 2015 年期刊排名3区和4区的58篇相互独立实证研究的元分析，本研究探究了企业绩效在多大程度上与国际多元化有关，潜在影响因素是否对国际多元化与企业绩效关系具有调节作用。研究表明：国际多元化与企业绩效呈显著的正相关关系，且这种正相关关系具有高度情景依赖性；基于数据的可用性与可靠性，本研究从资源观视角归纳出了企业内部异质资源、外部环境、测量与方法因素等三方面的潜在影响变量，结果显示各影响因素的作用程度不尽相同。这表明国际多元化与企业绩效关系受企业异质性、全球经济稳定性、国家竞争优势、研究方法和测量标准的影响。

关键词：国际多元化；企业绩效；潜在影响因素；元分析

[中图分类号] F746 [文献标识码] A [文章编号] 1002-4670 (2019) 10-0146-17

引 言

国际多元化与企业绩效关系一直是战略管理与国际商务领域最具争议的问题之一。然而，在过去四十多年时间里，学者们关于国际多元化与企业绩效关系的实证研究却得出了相异甚至相悖的观点与结论。有学者认为国际多元化能为企业带来区位优势、规模经济和范围经济，甚至整合全球资源的能力，进而提高了企业绩效。相反，也有学者认为由于东道国文化的多样性和制度环境的差异性，以及外来者劣势和新进入者劣势的存在，增加了企业国际多元化活动的管理成本、协调成本以及信息加工处理成本，进而降低了企业绩效。由于企业国际多元化是一个渐进演化的过程，既能为企业带来收益，也会产生额外的经营成本与非系统风险，因此，亦有学者认为，国际多元化与企业绩效之间并不总是单调的线性关系，而是呈倒U型关系、U型关系或M型关系。针对不同研究所持有的不同观点，Contractor等(2003)^[1]提出了国际化扩张三阶段模型，认为国际多元化与企业绩效呈水平S型关系。然而，Hennart(2007)^[2]从交易成本理论视角完全否定了国际多元化与企业绩效之间的关系，认为对这种关系的假设毫无理论依据。

[项目基金] 国家自然科学基金重点项目“互联网环境下大数据驱动的用户与企业互动创新”(71832013)；国家自然科学基金面上项目“新兴跨国企业的组织合法性、技术资源获取与本土化创新”(71672176)。

[作者信息] 杜健：浙江大学管理学院副教授；丁飒飒（通讯作者）：浙江大学管理学院博士研究生 310058 电子信箱 sasading@zju.edu.cn。

本研究认为建立全面统一的情景框架可以解决看似混合而矛盾的研究结果,有助于进一步推动国际化领域理论文献和实证研究的发展。尽管已有学者使用定性研究方法探究了国际多元化与企业绩效的关系,但这种方法只停留在构念层面且缺乏系统有效的数据支撑。元分析方法通常被用来检测变量间的真实关系,分析混合结果产生的内在动因,正好可以弥补这一空缺。因此,本研究将采用元分析方法,探究国际多元化与企业绩效的本质关系,同时检验潜在影响因素对这种关系的作用程度,以期得到更普遍、更一般的研究结论。

一、理论背景与研究假设

(一) 国际多元化的界定

Hitt等(1997)^[3]基于战略管理视角,认为国际多元化是企业运营市场国际化的结果,是与产品多元化并列的一种多元化战略,产品销售、制造和研发活动跨越国家边界进入不同的区域或市场都可以称之为国际多元化。国际多元化是一个复杂的企业层面的战略,是对产品多元化战略的有效替代。与产品多元化战略相比,国际多元化通过获取国外市场的关键竞争资源、核心知识与技术,为企业价值创造活动提供了全新的方式。Hitt等(2006)^[4]认为国际化程度、地域多样性、全球多元化、国际化扩张、多国多元化、全球化以及多国性等表述与国际多元化具有相同的战略架构。因此,本研究采用Hitt等(1997)对国际多元化的定义,来表述企业跨越国家或地域边界进行的价值增值活动。

(二) 国际多元化与企业绩效的关系

资源观理论(Wernerfelt, 1984)^[5]认为国际多元化活动为企业更有效地利用特有优势资源创造了条件,企业能够在国际多元化过程中利用母国与东道国的资源和要素禀赋差异,获取发展所需的互补性资源、管理经验和客户需求认知,通过价值链的全球布局使企业绩效最大化。同时,企业通过实施国际多元化战略可获取创新所需的专业技术知识(编码知识和非编码知识)、学习机会和竞争优势,拥有这些知识能够促进新产品的研发,进而形成企业的超常绩效。此外,大量实证研究也为国际多元化与企业绩效的线性正相关关系假设提供了有力的证据。例如,Grant等(1988)^[6]对1972—1984年304家英国大型制造企业国际多元化活动的研究、Goerzen和Beamish(2003)^[7]对580家大型跨国公司的实证研究、Bausch和Krist(2007)^[8]对36篇相互独立实证研究文献的41个样本的元分析以及Pangarkar(2008)^[9]对94家新加坡中小企业的实证研究均显示国际化与企业绩效有显著线性正相关关系。

然而,与国际多元化活动相关的成本在一定程度上会抵消或部分抵消国际多元化所带来的收益,对企业绩效产生负面影响。一些实证研究也证实了国际多元化与企业绩效存在显著线性负相关关系。鉴于以上实证研究所得出的国际多元化与企业绩效关系不一致的结论,本研究从资源观理论视角提出如下假设。

H1a: 国际多元化对企业绩效具有正向影响作用。

H1b: 国际多元化对企业绩效具有负向影响作用。

(三) 国际多元化与企业绩效关系的潜在影响因素

Zhao 等 (2004)^[10] 以及 Ellis (2006)^[11] 将元分析中的潜在影响因素分为两类: 一类是情景因素, 如全球经济状况、国家环境、行业背景以及研究对象特征等; 另一类是方法与测量因素, 如文献刊载期刊、发表时间、数据来源、测量指标和研究方法等。为更好地解释这种程度不同甚至方向相反的差异性结论, 本研究在对各相异结果的来源进行分析后, 依据已有元分析文献中潜在影响因素的划分方式与标准以及现有数据的有效性和可用性, 基于资源观视角归纳出如下潜在影响因素: 一是企业内生因素, 企业规模、国际化进入模式、国际化经验、产品多样性、所处国际化阶段和研发强度; 二是企业外生因素, 2008 年全球金融危机、母国环境和行业属性; 三是测量与方法因素, Association of Business Schools (ABS) 期刊排名、数据来源、国际化多元化测量类型、绩效测量方法和研究方法。

1. 企业内生因素的潜在影响

(1) 企业规模。经典企业国际化理论认为, 跨国公司具有企业规模、技术独占性、品牌资产和跨越国界的协调能力等垄断竞争优势。大企业在国际市场能够利用自身特有的先行者优势、关键核心战略资源和学习渠道, 通过更优的投资组合模式降低国际化过程中的成本与风险, 并抑制后发企业进入东道国市场, 进而获取更大的规模经济和更好的范围经济。Dhanaraj 和 Beamish (2003)^[12] 认为企业规模作为管理和财务等关键资源的可用性指标, 在企业国际化过程中扮演着决定性角色。Bloodgood 等 (1996)^[13] 通过对 61 家美国风险投资新建企业的研究发现, 企业规模作为企业特有优势资源与国际化程度有关, 且对国际化与企业绩效关系具有影响。本研究认为企业规模越大, 可用于国际多元化战略的关键核心资源就越多, 越有利于企业国际化战略的实施和国际市场超额绩效的实现。

H2: 企业规模对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用, 且规模越大影响效应越强。

(2) 国际化进入模式。基于企业海外投资需求水平和控制力度的差异性, Pan 和 Tse (2000)^[14] 将国际化进入模式划分为产权进入和非产权进入。他们认为产权进入模式 (如合资与全资) 因涉及相当大的海外投资量, 需要更高水平的来自企业总部的控制力, 而非产权进入模式 (如出口和战略合同) 因国际化投资比率低则对总部控制力要求不高。相较于非产权进入模式, 产权进入模式因占据更多要素资源 (如资金) 而招致更大的收入风险和不确定性。Brouthers 和 Nakos (2004)^[15] 发现当东道国环境复杂且不稳定时, 企业更倾向于选择非产权进入模式以增加国际化收益的概率。基于交易成本理论和折衷范式 (OLI Framework) 视角, Schwens 等 (2011)^[16] 研究发现具有所有权优势和地域优势的企业更倾向于选择产权进入模式 (如全资建立海外子公司) 以减少国际化过程中核心资源 (如关键技术知识) 的溢出效应, 进而提高国际竞争力并尽可能地独享国际化收益。

H3: 国际化进入模式对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用, 且产权进入模式的影响效应强于非产权进入模式。

(3) 国际化经验。国际化过程理论认为, 国际化经验是企业深入国际化经营

的特有竞争优势和先决条件。与国际化经验匮乏的企业相比,拥有丰富国际化经验的企业不但能够更迅速地实现组织学习和规模经济,而且更有能力在海外市场获取资源并获利。已有的国际化经验决定了企业获取、吸收和转化嵌入在国际化过程中的外生知识和使用内生知识的能力,而这些知识又能够进一步促进企业的海外扩张。Brothers 和 Hennart (2007)^[17]认为有经验的企业在国际化运营中承担更低的协调成本和监督成本,更有可能在国际化扩张中获益。Chetty 等 (2006)^[18]强调了企业国际化经验对克服外来者劣势的重要性,并指出国际化经验帮助企业构建了如何降低跨界知识传递成本的能力和如何应对不确定性环境的能力,而这些特有能力的形成会进一步促进企业在东道国市场获取超额利润。

H4: 国际化经验对国际多元化与企业绩效关系具有正向影响作用。

(4) 产品多样性。Hitt 等 (2006) 指出产品多样性作为企业的一种多元化战略,是企业国际化与经济绩效关系的潜在影响因素。企业通过在国际市场上实施主营产品多元化战略,一方面降低了替代产品的替代能力和互补产品的互补效力进而增强了企业的市场能力;另一方面有效利用了企业内外部闲置资源从而减少了单位产品成本。Kim 等 (1989)^[19]发现多元化的产品资产组合能使企业在国外市场获取稳定增长的利润。Hitt 等 (1997) 从资源观视角指出国际多元化企业通过实施产品多样性战略,不但获取了更多独一无二的、有价值的和难以模仿的优质资源,而且获得了更高水平的规模经济和范围经济。Wan 和 Hoskisson (2003)^[20]指出过高水平的产品多样性抑制了企业的国际化收益。Wiersema 和 Bowen (2008)^[21]认为过高水平的产品多样性极大地增加了企业的管理成本与协调成本,同时降低了企业内部控制能力,进而增加了企业获取国际化收益的风险性与不确定性。

H5: 产品多样性对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用,且多样性水平越高影响效应越强。

(5) 国际化阶段。Contractor 等 (2003)、Lu 和 Beamish (2004)^[22]通过整合现有 U 型、倒 U 型和 M 型的国际多元化与企业绩效关系,提出了动态且系统的三阶段理论模型。三阶段理论模型认为由于不熟悉海外市场、文化和制度环境所造成的新进入者劣势和外来者劣势,以及国际化初期巨大的学习成本和组织合法性构建成本,企业在国际化初期与国际化有关的成本往往会超越国际化经营所带来的收益。在国际化中期阶段,随着国际化运营的不断深入,企业不但能够捕获和利用更多的市场机会、核心战略资源与国际化经验以弥补协调成本与管理成本,而且能够有效地形成规模经济与范围经济。当企业国际化过度扩张到一些政治与制度环境并不稳定且没有市场前景的外围国家时,又会面临巨大的生产运营成本和风险,进而使企业入不敷出。

H6: 国际化阶段对企业绩效具有影响作用,且初期阶段负向影响企业绩效,中期阶段正向影响企业绩效,而后期阶段又负向影响企业绩效。

(6) 研发强度。Cassiman 和 Veugelers (2002)^[23]认为企业通过内部研发活动不但能构建相关技术领域知识库和实现外部知识的编码与共享,而且能及早地识别并抓住市场机会以创造更大的经济价值,因为技术诀窍与技术知识在企业跨国经营中不仅不会折损,反而会形成累积性优势。然而,超额研发支出又会使企业面临资

金占用过高和资金回笼不及时的风险,从而抑制了企业国际化扩张的速度与效益。Majocchi 和 Zuchella (2003)^[24]以 220 家意大利中小企业为研究样本,分析发现过度研发支出的企业往往拥有更低水平的海外收益。Hsu 和 Boggs (2003)^[25]通过对 118 家美国大型跨国公司进行深入分析,指出过高的研发支出对企业经济绩效具有显著的负向效应。因此,本研究认为在合理的研发强度范围内,研发强度越高对企业国际多元化与经济绩效关系的影响作用越强。

H7: 研发强度对国际多元化与企业绩效关系具有正向影响作用。

2. 企业外生因素的潜在影响

(1) 全球金融危机。联合国贸易和发展会议 (UNCTAD) 于 2009 年和 2010 年发布的统计数据表明,2008 年全球金融危机期间全球 FDI 总量仅为 1.45 万亿美元,较之 2007 年的 1.83 万亿美元同比下降超过 20%。2009 年 4 月美联社发布的统计数据显示,自 2008 年 4 月金融危机爆发以来美国申请破产保护的企业和个人近 120 万人次,破产率几乎是 2006 年的两倍之多。随着全球金融危机的扩散和蔓延,实体经济深受影响。那些主要以海外市场作为增长引擎的跨国公司,其作为母国实体经济的中坚力量所受冲击不容小觑,在全球金融危机的强势影响下,众多跨国公司均出现资产缩水、资金周转困难、利润下滑甚至巨额亏损等现象。

H8: 全球金融危机对国际多元化与企业绩效关系具有负向影响作用。

(2) 母国环境。各个国家在资源禀赋、政治监管环境、国家制度、经济发展水平以及文化多元性等方面存在的显著差异性,使得企业在国际化过程中往往会率先进入文化、制度环境和经济发展程度与母国相似的国家或地区,以减少因不熟悉东道国市场环境所带来的协调和沟通问题。Ruigrok 和 Wagner (2003)^[26]通过观察 80 家瑞士企业在德国的国际化扩张验证了这种市场熟悉性原则。Geringer 等 (1989)^[27]发现美国和欧洲企业的国际多元化与绩效之间的关系显著不同。Elango 和 Sethi (2007)^[28]通过实证研究证实了母国环境对国际多元化与企业绩效关系的影响效应。

H9: 母国环境对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用。

(3) 行业情景。Capar 和 Kotabe (2003)^[29]通过对 81 家德国服务业企业的实证研究发现,由于服务的无形性,生产和消费过程的不可分割性,以及客户参与生产过程而引致的服务输出的异质性等特征,使得服务业国际多元化与企业绩效之间的关系相异于制造业。交易成本理论认为,制造业和服务业具有不同的国际化进入方式,制造业更倾向于全资或独资形式的进入方式以降低知识溢出风险,尽可能地获取规模经济与范围经济,而服务业倾向于合资进入,以减少国际化过程中外来者劣势、不熟悉劣势和新进入者劣势等带来的巨大交易成本和协调成本。

H10: 行业情景对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用,且制造业的影响效应强于服务业。

3. 测量与方法因素的潜在影响

(1) ABS 期刊排名。现有大量关于国际多元化与企业绩效关系的研究,其中不乏研究成果刊登于国际权威期刊,如 Strategic Management Journal、Journal of International Business Studies、Academy of Management Journal 等。期刊的影响因子不

同,对研究工作的要求更是千差万别。排名越高、越权威的期刊,越倾向于出版原创性的、更具代表性的、有更强显著效应的大样本面板数据研究成果,而忽视了非显著性结果的真实存在,进而引致相关实证研究缺乏稳健性。因此,本研究依据 ABS 2015 年对期刊从最低的 1 区到最高的 4 区排名,如 Strategic Management Journal、Journal of International Business Studies、Academy of Management Journal 以及 Tourism Management 等期刊属于 4 区(排名最高),而 Journal of World Business、Management International Review 和 Journal of Business Research 等期刊属于 3 区,以探究是否 ABS 期刊排名越高,对所刊登的国际多元化与企业绩效关系著作的实证研究结果要求越严苛。

H11: ABS 期刊排名对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用,且排名越高影响效应越强。

(2) 数据来源。数据来源作为异质性来源的渠道之一,可能会产生有偏的研究结果和矛盾的研究结论。目前相当一部分有关国际多元化与企业绩效关系的研究完全依赖于二手数据,使这些研究仅反映了国际多元化与企业会计绩效指标之间的关系,而产生了有偏误的结论。

H12: 数据来源对国际多元化与企业绩效关系具有影响效应,且二手数据的影响效应强于一手数据。

(3) 绩效测量。Yang 和 Driffeld (2012)^[30]认为多样化的绩效测量指标对国际多元化与企业绩效关系的影响非常显著。因此本研究将企业绩效的测量指标依其性质分为市场指标和会计指标,以探究其对国际多元化和企业绩效关系的影响。其中,市场指标包括托宾 q 值(Tobin's Q)、每股盈余(Earnings Per Share, EPS)、累计异常收益率(Cumulative Abnormal Return, CAR)和销售增长率(Sales Growth);会计指标包括销售利润率(Return on Sales, ROS)、总资产报酬率(Return on Assets, ROA)、净资产收益率(Return on Common Stockholder's Equity, ROE)。会计指标反映了企业过去和现在的绩效表现,但并不一定会考虑企业未来的发展潜力,且容易受到管理层的操控而颇受争议。

H13: 绩效测量对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用,且会计指标的影响作用强于市场指标。

(4) 国际化测量。Kirca 等(2012)^[31]认为对国际化不同维度的测量是造成国际多元化与企业绩效关系研究结论不一致的因素之一。国际化深度反映了跨国公司海外业务所占的比重,而国际化广度回答了企业国际化经营的范围问题。相较于高强度、高频率地投资于同一国家或地区,现有研究认为跨国公司通过广阔地构筑国际化生态网络不但降低了东道国制度与经济波动所带来的风险与不确定性,而且较有力地保障了不同区域间范围经济与规模经济的实现。再者,更大范围的海外运作促使企业更高效地利用地域优势获取核心战略资源,以克服国际化过程中的协调成本、沟通成本、信息加工处理成本和管理成本,进而享有更高的经济绩效。

H14: 国际化测量对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用,且国际化广度的影响作用强于国际化深度。

(5) 研究方法。研究方法也可能对国际多元化与企业绩效关系产生影响。现有部分研究使用 ANOVA 法或 T 检验法 (T-tests) 探究国际多元化与企业绩效的关系, 而忽略了这种非回归分析法因未考虑变量间相关性可能引致的结果偏误, 进而影响国际多元化与企业绩效的真实关系。

H15: 研究方法对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用, 且非回归法的影响作用强于回归法。

二、研究设计

(一) 方法

本研究将采用元分析方法对上述研究假设进行实证检验。Glass (1976)^[32]指出元分析法是一种通过对现有实证研究结果进行综合分析评价的定量研究方法, 已经被广泛应用到管理学研究领域, 如组织创新、企业兼并、员工流动率、特许经营以及交易成本等。元分析不仅可以得到研究变量之间更一般的关系, 而且可以通过控制研究对象的样本特征挖掘造成变量关系差异的潜在因素。同时, 元分析可以克服小样本研究的局限性、研究设计的情景与理论依托以及研究者的主观见解等可能造成的研究偏差问题, 使研究结论更具普遍性。因此, 本研究遵循 Hedges 和 Olkin (1985)^[33]的元分析方法来探究国际多元化与企业绩效之间的关系, 以及影响这种关系的潜在因素的作用力强弱, 以期得到更普适、更具代表性的研究结论。

(二) 研究样本与数据

1. 文献检索和编码

为了建立元分析数据库, 本研究使用 international diversification、geographic diversification、global diversification、international expansion、multinational diversification、globalization、multinationality 等关键词在 Elsevier Science、EBSCO、Springer Link、Web of Science、JSTOR、Scopus 等数据库进行文献检索, 检索时间跨度为 1996 年 1 月 1 日—2018 年 9 月 1 日, 共获得 336 个检索结果。对所检索到的文献进行初步筛选, 以检验文献主题和摘要与本研究的吻合性。本研究共获得了 142 篇备选文献。

在得到 142 篇备选文献后, 本研究对备选文献进行了编码处理, 主要包括对研究变量和效应值的编码: 研究标识码, 文献标题, 文献作者, 研究层变量, 自变量与因变量描述, 效应值。其中, 效应值以独立样本为单位, 且每个独立样本只编码一次。本研究采用不同编码者在不同时段对所有文献进行编码处理的方法, 并对不同编码者的编码结果进行对比, 发现只有个别编码数据有偏差, 这说明本研究的文献编码具有高度一致性。

2. 文献筛选与整理

本研究遵循以下五个原则来筛选研究样本: 必须是国际多元化与企业绩效关系的实证研究文献; 文献的自变量必须与国际多元化有关, 因变量必须与企业经济绩效有关; 文献刊登的期刊必须属于 2015 年 ABS 期刊排名的 3 区或 4 区; 文献中必须要有相关系数 r 、标准误 se 、回归系数 B 值和 t 值等可以计算出相关系数的数据; 剔除

表述不清、数据残缺或变量模糊的文献。按照以上的筛选原则与标准，最终获得 58 篇文献 105 个效应量符合本研究的元分析。Borenstein 等 (2009)^[34]指出，在大样本情况下（样本数 ≥ 30 ）进行元分析，结果将是准确可靠的，而如果独立样本数在 50 以上，其结果将更具代表性，因而本研究的样本数量满足元分析的基本要求。

三、测 量

（一）自变量与因变量测量

1. 自变量

本文依据 Contractor 等 (2003) 的研究，将国际多元化划分为国际化深度和国际化广度两个维度，其中国际化深度使用 Foreign Sales as a Percentage of Total Sales (FSTS)、Ratio of Foreign Assets to Total Assets (FATA)、Ratio of Foreign Employees to Total Employees (FETE)、OFDI Intensity 和 Ratio of Foreign Income to Total Income 等指标进行测量，而国际化广度则采用 the Number of Foreign Countries 和 the Number of Foreign Subsidiaries 指标测量。

2. 因变量

依据纳入元分析数据库的现有文献，将企业经济绩效的测量划分为市场指标和会计指标两个维度，其中，市场指标包括 Tobin's Q 和 Sales Growth，而 ROS、ROA、和 ROE 等属于会计指标。

（二）潜在调节变量测量

1. 企业内生因素

本研究依据 2001 年《美国小企业法》对中小企业的界定，将员工人数不超过 500 人的企业视为中小企业 (SMEs)，而将超过 500 人的企业视为大型企业。国际化进入模式分为产权 (equity) 进入和非产权 (no-equity) 进入 (Pan and Tse, 2000)。国际化经验为虚拟变量，当企业具有国际化经验时赋值为 1。依据 Grant 等 (1988) 的研究，Herfindahl-type quantitative index 高于 0.5 的企业具有高水平产品多样性，反之则具有低水平产品多样性。依据三阶段理论模型将企业国际化阶段划分为国际化初期 (the average FSTS ratio $\leq 10\%$)、中期 ($10\% < \text{the average FSTS ratio} < 35\%$) 和后期 (the average FSTS ratio $\geq 35\%$) (Kirca 等, 2012)。依据研发支出占销售收入的比重是否大于 5%，将研发强度划分为高与低两个维度 (Bausch and Krist, 2007)。

2. 企业外生因素

2008 年全球金融危机是一个虚拟变量，当研究样本来源于金融危机当年与后 1 年时取值为 1 (Yang and Driffeld, 2012)。母国环境包括美国、欧洲、中国和日本。依据纳入本研究原始数据的特征，将企业所属行业划分为制造业和服务业。

3. 测量与方法因素

依据 ABS (2015) 对期刊影响力和期刊质量的排名，将纳入本研究的原始文献划分为 4 区和 3 区。国际多元化的测量包括国际化深度与国际化广度。经济绩效的测量包括市场指标和会计指标。数据来源有一手数据和调研数据。研究方法包括

回归分析法与非回归分析法。

四、元分析

(一) 主效应检验

为了检验本研究所提出的研究假设，本研究采用 Hedges 和 Olkin (1985) 的元分析方法中的随机效应模型检验主效应，即国际多元化与企业绩效的关系。同时，使用亚组分析法检验调节效应。

表 1 报告了国际多元化与企业总绩效以及绩效不同测量指标（市场与会计）之间的关系。结果显示国际多元化与市场指标、会计指标以及总绩效均呈显著的正相关关系。其中，国际多元化与市场指标的关系强于总绩效和会计指标（ $\bar{r}_{\text{市场}} = 0.104$ ； $\bar{r}_{\text{总效应}} = 0.088$ ； $\bar{r}_{\text{会计}} = 0.078$ ）。国际多元化的不同测量维度与企业总绩效的关系亦呈显著的正相关关系，但国际化广度（ $\bar{r}_{\text{广总}} = 0.129$ ， $p_{\text{广总}} = 0.000$ ）与企业总绩效的相关性显著强于国际化深度（ $\bar{r}_{\text{深总}} = 0.062$ ， $P_{\text{深总}} = 0.000$ ）。国际多元化与企业绩效之间这种低等程度的正相关关系表明实施国际多元化战略有利于提高企业绩效。至此，研究假设 H1a 得到了支持，即国际多元化与企业绩效具有显著的正相关关系。但值得注意的是，国际化深度与 ROA、ROS 以及 Tobin's Q 之间的正相关关系并不显著。同时，国际化广度与 ROA 以及 Tobin's Q 之间的正相关关系亦不显著。

表 1 主效应元分析结果

变量		K	N	卡方值	τ^2	p 值	\bar{r}	95%CI		双尾检验	
自变量	因变量							Lower	Upper	Z 值	p 值
国际化	总绩效	105	1 264 724	5 701.69 *	0.0066	0.000	0.088 *	0.070	0.106	9.46	0.000
	会计指标	67	603 359	1 743.77 *	0.0047	0.000	0.078 *	0.058	0.097	7.69	0.000
	市场指标	38	661 365	789.77 *	0.0090	0.000	0.104 *	0.070	0.139	5.90	0.000
国际化深度	总绩效	59	1 089 829	3 787.98	0.0061	0.000	0.062 *	0.039	0.086	5.26	0.000
	会计指标	39	454 102	997.78 *	0.0071	0.000	0.060 *	0.030	0.090	3.92	0.000
	ROA	20	58 694	176.12 *	0.0064	0.000	0.028	-0.012	0.069	1.36	0.172
	ROS	11	387 339	157.91 *	0.0085	0.000	0.047	-0.015	0.109	1.48	0.139
	ROE	8	8 069	229.06 *	0.0333	0.000	0.151 *	0.022	0.281	2.29	0.022
	市场指标	20	635 727	147.98 *	0.0037	0.000	0.061 *	0.028	0.095	3.59	0.000
	Tobin's Q	8	621 223	48.36 *	0.0030	0.000	0.031	-0.007	0.069	1.58	0.114
	Sales growth	12	14 504	54.64 *	0.0073	0.000	0.130 *	0.058	0.202	3.54	0.000
国际化广度	总绩效	46	174 895	1 866.61 *	0.0125	0.000	0.129 *	0.092	0.165	6.97	0.000
	会计指标	28	149 257	727.77 *	0.0060	0.000	0.110 *	0.075	0.144	6.25	0.000
	ROA	13	144 744	485.39 *	0.0043	0.000	0.044 *	0.005	0.084	2.20	0.028
	ROS	4	488	54.40 *	0.1445	0.000	0.378	-0.006	0.761	1.93	0.053
	ROE	11	4 025	19.33 *	0.0027	0.036	0.148 *	0.102	0.193	6.35	0.000
	市场指标	18	25 638	432.41	0.0232	0.000	0.143 *	0.067	0.218	3.69	0.000
	Tobin's Q	3	9 093	0.01	0.0000	0.995	0.002	-0.018	0.023	0.22	0.827
Sales growth	15	16 545	68.51 *	0.0084	0.000	0.182 *	0.125	0.239	6.30	0.000	

注：K 为独立样本个数；N 为总样本量；卡方值表示异质性检测值； τ^2 表示效应值之间的方差；第一个 p 值为异质性检验的显著性； \bar{r} 是合并效应值；95%CI 是合并效应值所在的 95% 置信区间；第二个 p 值是合并效应值的显著性检验值；* p<0.05。

(二) 潜在影响因素元分析

表1显示纳入本元分析的研究样本之间具有显著的异质性 ($Q = 5701.69$, $P = 0.000 < 0.05$), 这可能是某些潜在影响因素作用的结果。与一般实证研究的影响因素来源不同, 元分析中的影响因素均是从现有实证研究文献中编码而来。Cano等(2004)^[35]认为潜在影响因素是在元分析中包含的、可以解释更多方差变异的任何变量, 是以理论基础和对效应量方差变异的解释程度为依据进行编码的。基于资源观视角, 本研究通过对纳入元分析的58篇实证研究文献进行细致整理后, 共总结出企业内生因素(表2)、外生因素以及测量与方法因素(表3)三个方面的14种可能影响国际多元化与企业绩效关系的潜在变量, 并通过对各影响因素亚组分析发现研究样本间的异质性有了一定的改善。

1. 企业内生因素亚组分析

企业规模。与企业规模相关的60个效应量中大企业47个, 中小企业13个。可以发现, 企业规模对国际多元化与企业绩效具有显著的正向影响作用 [$\bar{r} = 0.086$, 95% CI (0.059, 0.113); $Q_{between} = 110.48$, $p_{between} = 0.000 < 0.05$], 且中小企业的影响作用达到中等效应程度 ($\bar{r}_{中小} = 0.248$, 95% CI (0.113, 0.384)), 显著优于大企业 [$\bar{r}_{大} = 0.057$, 95% CI (0.030, 0.084)]。中小企业的组织结构简单且尚未标准化, 可以灵活部署国际化战略以获得新进入者学习优势, 而大企业庞大的组织结构和管理系统很难快速响应东道国环境的变化, 抑制了企业国际化速度, 进而影响了企业绩效。因此, 研究假设H2获得了部分支持, 即企业规模对国际多元化与绩效关系具有显著的正向影响作用, 且规模越大影响效应越弱。

国际化进入模式。105个总效应量中的53个考虑了国际化进入模式选择对国际多元化与企业绩效关系的影响作用, 其中, 产权进入模式30个而非产权进入模式23个。亚组分析发现, 国际化进入模式选择对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响效应 [$\bar{r} = 0.080$, 95% CI (0.055, 0.105); $Q_{between} = 3422.00$, $p_{between} = 0.000 < 0.05$], 且非产权进入模式的影响力最强 ($\bar{r}_{非产权} = 0.152$)。因此, 研究假设H3得到了支持, 即国际化进入模式对国际多元化与企业绩效关系具有有限的影响。

国际化经验。国际化经验对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响效应 [$\bar{r} = 0.063$, 95% CI (0.034, 0.092); $Q_{between} = 34.73$, $p_{between} = 0.000 < 0.05$]。这一发现与资源观理论对企业国际化阶段与国际化过程的解读相吻合。资源观认为国际化经验是企业特有的独一无二的资源, 具有丰富国际化经验的企业, 更有能力适应东道国市场环境以吸收和传递外部有价值的知识。而这些能力与知识会进一步深化企业的国际化扩张战略, 并使企业在战略实施过程中获益。

产品多样性。不难发现产品多样性战略会显著地正向影响国际多元化与企业绩效关系 [$\bar{r} = 0.093$, 95% CI (0.068, 0.119); $Q_{between} = 8.94$, $p_{between} = 0.003 < 0.05$], 且产品多样性水平越高影响作用越弱。产品多样性水平越高的企业, 越有可能产生更大的跨部门与跨地域的产品管理成本, 进而影响企业国际化活动相关利润的获

得。至此，研究假设 H5 获得了部分支持，即产品多样性水平会影响国际多元化与企业绩效的关系，且产品多样性水平越高影响作用越小。

国际化阶段。国际化阶段对国际多元化与企业绩效关系的影响效果较弱 [$\bar{r} = 0.037$, 95% CI (0.008, 0.066); $Q_{between} = 44.10$, $p_{between} = 0.000 < 0.05$]，其中后期呈显著的正向影响效应 [$\bar{r}_{后} = 0.107$, 95% CI (0.044, 0.171)]，而初期与中期的影响效应相当弱且不显著 [$\bar{r}_{初} = 0.024$, 95% CI (-0.026, 0.074); $\bar{r}_{中} = -0.006$, 95% CI (-0.024, 0.012)]。这种不显著的弱效应无法排除因纳入亚组分析效应量较小所引起的偏误。至此，研究假设 H6 得到了不完全支持，即企业所处国际化阶段对国际化与企业绩效关系有较弱的影响，且初期与中期的影响效应不显著。

研发强度。研发强度对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响作用 [$\bar{r} = 0.061$, 95% CI (0.037, 0.084); $Q_{between} = 7.16$, $p_{between} = 0.007 < 0.05$]，且在合理的阈值区间内研发强度越高影响效应越显著。这说明具有较高知识与技术水平以及创新能力的企业在国际化战略中能获取更大的经济绩效空间。

表 2 企业内生因素亚组分析结果

假设	K	N	\bar{r}	95%CI		双尾检验		Q_{with}	$Q_{between}$	$P_{between}$
				Lower	Upper	Z 值	p 值			
H2 企业规模	60	94 001	0.086 *	0.059	0.113	6.28	0.000	750.70	110.48	0.000
大型	47	91 035	0.057 *	0.030	0.084	4.18	0.000	565.64		
中小型	13	2 966	0.248 *	0.113	0.384	3.60	0.000	150.42		
H3 进入模式	53	1 088 101	0.080 *	0.055	0.105	6.27	0.000	3 785.24	3 422.00	0.000
产权	30	667 603	0.038 *	0.016	0.060	3.32	0.001	252.44		
非产权	23	420 498	0.152 *	0.089	0.214	4.73	0.000	1 534.50		
H4 国际化经验	43	790 237	0.063 *	0.034	0.092	4.21	0.000	2 317.47	34.73	0.000
是	40	171 946	0.056 *	0.032	0.080	4.61	0.000	615.63		
否	3	618 291	0.072 *	0.070	0.075	55.48	0.000	0.79		
H5 产品多样性	61	837 707	0.093 *	0.068	0.119	7.23	0.000	2 863.81	8.94	0.003
高	20	173 607	0.083 *	0.042	0.124	3.98	0.000	980.36		
低	41	664 100	0.091 *	0.066	0.116	7.12	0.000	381.07		
H6 国际化阶段	24	397 916	0.037 *	0.008	0.066	2.54	0.011	133.83	44.10	0.000
初期	8	381 006	0.024	-0.026	0.074	0.95	0.343	18.14		
中期	8	12 137	-0.006	-0.024	0.012	0.65	0.519	6.76		
后期	8	4 773	0.107 *	0.044	0.171	3.30	0.001	31.67		
H7 研发强度	54	1 214 360	0.061 *	0.037	0.084	5.10	0.000	4 399.25	7.16	0.007
高	48	1 212 102	0.056 *	0.032	0.080	4.52	0.000	4 348.82		
低	6	2 258	0.112	-0.016	0.240	1.71	0.087	34.48		

注：K 为独立样本个数；N 为总样本量； \bar{r} 是合并效应值；95%CI 是合并效应值所在的 95% 置信区间；Z 值和 p 值是合并效应值的双尾检验值； Q_{with} 是组内异质性； $Q_{between}$ 是组间异质性；* $p < 0.05$ 。

2. 企业外生因素亚组分析

全球金融危机。本研究的 105 个效应量，有 56 个来自全球金融危机当年与后 1 年，分析发现，金融危机对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响效应 [$\bar{r} = 0.074$, 95%CI (0.049, 0.098); $Q_{between} = 308.54$, $p_{between} = 0.000 < 0.05$]。因为

在金融危机期间,企业更倾向于寻求海外市场以降低对母国市场的依赖程度,提高在母国投资和运营的非系统性风险的感知能力,进而套取更高的投资收益。因此,2008全球金融危机对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响,研究假设H8获得了部分支持。

母国环境。78个有关母国环境的效应量中来自美国的有38个、欧洲16个、日本10个、中国14个。研究发现母国环境对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响作用 [$\bar{r} = 0.100$, 95%CI (0.078, 0.122); $Q_{between} = 1608.47$, $p_{between} = 0.000 < 0.05$]。其中,欧洲的正向影响效应 ($\bar{r}_{欧洲} = 0.127$) 最强,而日本则不显著 ($\bar{r}_{日本} = -0.016$, $p_{日本} = 0.213 > 0.05$)。由于不同国家的政治制度、政策、文化以及贸易法规存在差异,必然会引致不同来源国企业的国际化动机、战略布局与进入方式等不同。美国企业拥有更成熟的国内市场、丰富的国际化经验、先进的技术和专业知识,更易于在国际化过程中获得规模经济和范围经济。欧洲和中国企业在国际化初期则会选择与母国政治环境相似的国家或市场,以克服外来者劣势和新进入者劣势,降低企业运营风险,从而获取国际化净收益。纵观日本企业国际化,其往往会率先进入发达的美国或欧洲市场,进而面临异质性的东道国制度和文化的,而克服这种不熟悉的东道国环境消耗了国际化所带来的部分收益。至此研究假设H9得到了支持,即母国环境对国际多元化与企业绩效关系具有正向影响效应。

行业情景。满足行业情景分析的效应量共有49个,其中21个来自服务业、28个来自制造业。通过分析发现,行业情景对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响效应 [$\bar{r} = 0.090$, 95%CI (0.050, 0.130); $Q_{between} = 81.07$, $p_{between} = 0.000 < 0.05$]。其中,服务业的影响作用 ($\bar{r}_{服务} = 0.131$) 显著强于制造业 ($\bar{r}_{制造} = 0.060$)。相较于制造业,服务业在国际化扩张中更依赖于人力资本和关系资本等无形资产,使其绩效对国际化战略的反馈更敏感、更实时。因此,研究假设H10获得了部分支持,即行业情景对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响,且服务业的作用效应显著强于制造业。

3. 测量与方法因素亚组分析

ABS期刊排名。ABS期刊排名对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响效应,其中,4区期刊的影响效应强于3区期刊 ($\bar{r}_{4区} = 0.095$, $\bar{r}_{3区} = 0.083$)。研究假设H11得到了支持,即期刊排名对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响,且排名越高作用效果越强。

数据来源。数据来源对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响,且调研数据的影响效应 ($\bar{r}_{调研} = 0.200$) 显著优于二手数据 ($\bar{r}_{二手} = 0.053$)。研究假设H12得到了部分支持,即数据来源对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响,且调研数据的影响作用更明显。

绩效测量。绩效测量方法对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响,且市场指标的影响效应强于会计指标 ($\bar{r}_{市场} = 0.104$; $\bar{r}_{会计} = 0.078$)。研究假设H13获得了部分支持,即绩效测量方法对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影

响作用，且市场指标的影响作用显著强于会计指标。而这一结论与 Yang 和 Driffield (2012) 的研究结果截然不同。

国际化测量。不同国际化测量维度对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响效应，且国际化深度 ($\bar{r}_{深度} = 0.062$) 的影响作用显著弱于国际化广度 ($\bar{r}_{广度} = 0.129$)。这表明企业在国际化市场寻求、资源寻求 (包括核心知识与技术)、战略寻求和绩效寻求过程中，通过进入更多的异质性国家与市场促使自身实现规模经济与范围经济，进而促进了企业经济效益的显著提升。研究假设 H14 获得了支持。

研究方法。研究方法对国际多元化与企业绩效关系具有显著的正向影响，且非回归方法的影响力水平达到中等程度 ($\bar{r}_{非回归} = 0.222$)，明显强于回归方法 ($\bar{r}_{回归} = 0.069$)。至此，研究假设 H15 获得了支持，即研究方法对国际多元化与企业绩效关系具有影响作用。

表 3 企业外生因素、测量与方法因素亚组分析结果

假设	K	N	\bar{r}	95%CI		双尾检验		Q_{with}	$Q_{between}$	$p_{between}$
				Lower	Upper	Z 值	p 值			
H8 金融危机	56	612 974	0.074 *	0.049	0.098	5.86	0.000	2 610.29	308.54	0.000
H9 母国环境	78	1 232 127	0.100 *	0.078	0.122	8.92	0.000	5 539.07		
美国	38	63 294	0.121 *	0.081	0.162	5.86	0.000	646.76	1 608.47	0.000
欧洲	16	19 938	0.127 *	0.036	0.219	2.72	0.006	360.08		
日本	10	139 571	-0.016	-0.041	0.009	1.25	0.213	95.47		
中国	14	1 009 324	0.093 *	0.047	0.140	3.94	0.000	2 748.94		
H10 行业情景	49	448 298	0.090 *	0.050	0.130	4.41	0.000	2 252.77		
服务业	21	16 378	0.131 *	0.055	0.208	3.36	0.001	441.22	81.07	0.000
制造业	28	431 920	0.060 *	0.011	0.109	2.39	0.017	1 472.32		
H11ABS 期刊排名	105	1 264 724	0.088 *	0.070	0.106	9.46	0.000	5 701.69	9.04	0.003
3 区	68	1 199 587	0.083 *	0.060	0.106	7.06	0.000	5 388.93		
4 区	37	65 137	0.095 *	0.067	0.123	6.67	0.000	286.80		
H12 数据来源	105	1 264 724	0.088 *	0.070	0.106	9.46	0.000	5 701.69	237.13	0.000
调研数据	32	10 677	0.200 *	0.143	0.257	6.89	0.000	257.88		
二手数据	73	1 254 047	0.053 *	0.032	0.073	4.96	0.000	5 324.45		
H13 绩效测量	105	1 264 724	0.088 *	0.070	0.106	9.46	0.000	5 701.69	216.89	0.000
会计指标	67	603 359	0.078 *	0.058	0.097	7.69	0.000	1 743.77		
市场指标	38	661 365	0.104 *	0.070	0.139	5.90	0.000	789.77		
H14 国际化测量	105	1 264 724	0.088 *	0.070	0.106	9.46	0.000	5 701.69	689.57	0.000
深度	59	1 089 829	0.062 *	0.039	0.086	5.26	0.000	3 787.98		
广度	46	174 895	0.129 *	0.092	0.165	6.97	0.000	1 866.61		
H15 研究方法	105	1 264 724	0.088 *	0.070	0.106	9.46	0.000	5 701.69	6 701.68	0.000
回归	90	865 767	0.069 *	0.050	0.088	7.22	0.000	2 527.56		
非回归	15	398 957	0.222 *	0.106	0.339	3.74	0.000	1 971.03		

注：K 为独立样本个数；N 为总样本量； \bar{r} 是合并效应值；95%CI 是合并效应值所在的 95%置信区间；Z 值和 p 值是合并效应值的双尾检验值； Q_{with} 是组内异质性； $Q_{between}$ 是组间异质性；* $p < 0.05$ 。

(三) 发表偏倚分析

本研究使用 Egger 检验法检验发表偏倚，其判断是否存在发表偏倚的原理是检

验回归直线的截距项是否与0存在显著差异。若显著性检验 $p > |t|$ 的值大于0.05,表明回归直线的截距项与0无显著差异,即回归直线经过原点,没有发表偏倚。通过 Egger 检验法分析发现本元分析研究中,国际多元化与企业绩效关系的发表偏倚显著性检验水平远大于0.05,因此本研究不存在严重的发表偏倚问题,即本研究的研究结论具有可靠性。然而,值得注意的是,国际化的不同阶段、金融危机以及行业情景对国际多元化与企业绩效关系的调节效应存在显著的发表偏差问题。

表4 发表偏倚检验结果

假设	K	N	Coef.	Std. Err	95% CI		t	P> t
					Lower	Upper		
H1a, H1b, H11 to H15	105	1 264 724	1.3460	0.7896	-0.2200	2.9121	1.70	0.091
H2	60	94 001	1.2448	0.6755	-0.1074	2.5970	1.84	0.070
H3	53	1 088 101	1.1242	1.2756	-1.4367	3.6851	0.88	0.382
H4	43	790 237	-1.0309	1.2616	-3.5789	1.5169	-0.82	0.419
H5	61	837 707	0.1571	0.9872	-1.8183	2.1325	0.16	0.874
H6	24	397 916	1.8679	0.3721	1.0962	2.6397	5.02	0.000
H7	54	1 214 360	0.4233	1.3932	-2.3723	3.2189	0.30	0.762
H8	56	612 974	3.6114	0.9576	1.6915	5.5314	3.77	0.000
H9	78	1 232 127	1.3988	1.0452	-0.6830	3.4806	1.34	0.185
H10	49	448 298	3.3158	0.9776	1.3491	5.2825	3.39	0.001

五、研究结论与启示

(一) 研究结论

本研究通过对58篇刊登在管理学和经济学领域国际权威期刊文献的105个效应量的1 264 724个样本企业进行了元分析,发现国际多元化与企业绩效具有显著的线性正向相关关系。然而,这种低程度的正向相关关系却是高度情景依赖的。基于资源观视角,依据纳入本元分析文献数据的可用性与有效性,本研究系统检验了企业内部特有资源、外生因素、测量与方法因素等对企业国际多元化与绩效关系的影响作用。研究表明,国际多元化与企业绩效关系既受企业内部异质资源与能力的影响,又受外部环境的影响,而这种关系的具体呈现又受测量指标、研究方法和期刊质量的限制。

具有内部优质资源的企业更容易在国际化扩张中受益。拥有稀缺的、有价值的和独特资源的企业,在国际化运营中更倾向于全资进入海外市场以减少溢出效应并形成独占优势,亦更注重技术知识与经验知识的积累以及创新能力的构建以快速响应市场需求并享有规模经济与范围经济。同时,拥有跨地域、跨部门的复杂管理能力亦是企业国际化成功的关键因素。全球经济稳定性与母国环境异质性在一定程度上也会影响企业实施国际化战略的经济收益,其中欧洲国家的影响效应最强,因为欧洲国家的企业在国际化初期更青睐于进入文化、制度和经济等相似的欧洲其他国家以转移和共享跨界知识,积累丰富的国际化经验,进而创造更大的国际化收入。通过 Egger 检验发现本研究不存在严重的发表偏倚问题,更加证明了本研究结论的

可靠性。

(二) 启示与建议

现有用来解释企业国际化战略的经典国际化理论与范式均基于西方情景与假设,如产品生命周期理论、国际化过程理论、折衷理论(OLI)、资源观理论(RBV)和组织学习视角(OLP)等。国家间异质性的文化、制度环境、经济发展水平与商业模式,使依托于西方发达国家情景假设发展而来的传统国际化理论无法很好地解释新兴经济体后发跨国公司的国际化动机、海外兼并吸收和绩效等问题。譬如,Dunning的OLI理论中的所有权优势和特定地域优势是否对新兴经济体后发企业国际化具有相同的解释力度和逻辑。同时,当新兴经济体后发企业投资于发达国家时,基于发达国家企业投资于发达国家的国际化过程理论模型又该如何运行?因此,开发新理论以分析新兴经济体后发企业国际化扩张活动迫在眉睫。

已有实证研究多以母公司为业务单元,并采用母公司层面数据检验企业国际多元化与绩效的关系,而鲜以海外子公司为分析对象。学者们认为在企业国际化过程中,母公司能顺利将核心战略知识、技术诀窍和经验知识等编码知识与非编码知识传递给海外子公司,这符合经典国际化理论的视角与逻辑。然而,在现实商业活动中,由于知识的静默性,跨越国家或地域边界传递知识显得尤为困难。因此,研究海外子公司战略、海外子公司管理层决策、海外子公司特有优势的提升、海外子公司自治、东道国环境和海外子公司绩效之间的关系,将进一步加深对母公司国际化战略和绩效关系的理解,因母公司绩效是母公司在母国市场运营和海外子公司绩效的综合体现。

(四) 研究局限与展望

首先,本研究的元分析样本仅来源于ABS 3区和4区且具有相关系数和通过转化能获得相关系数的文献,极大地限制了本研究的有效样本量;其次,基于纳入本元分析实证文献数据的有效性,本研究尚未考虑企业年龄、东道国制度环境与经济发展水平、并购发生时间以及不同理论视角与逻辑等因素的影响效应,未来可在放松筛选条件下扩充样本容量继续研究;最后,基于研究样本的限制,本研究只考虑了企业绩效的市场指标和会计指标两个维度,未来可将创新绩效也纳入元分析进行对比研究。

[参考文献]

- [1] CONTRACTOR F J, KUNDU S K, HSU C C. A Three-Stage Theory of International Expansion: The Link between Multinationality and Performance in the Service Sector[J]. *Journal of International Business Studies*, 2003, 34(1):5-18.
- [2] HENNERT J F. The Theoretical Rationale for a Multinationality-Performance Relationship[J]. *Management International Review*, 2007(47):423-452.
- [3] HITT M A, HOSKISSON R E, KIM H. International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product-Diversified Firms[J]. *Academy of Management Journal*, 1997, 40(4):767-798.
- [4] HITT M A, UHLENBRUCK K, SHINIZU K. The Importance of Resources in the Internationalization of Professional Service Firms: The Good, the Bad, and the Ugly[J]. *Academy of Management Journal*, 2006, 49(6):1137-1157.
- [5] WERNERFELT B. A Resource-Based View of the Firm[J]. *Strategic Management Journal*, 1984, 5(2):

- 171-180.
- [6] GRANT R M, JAMMINE A P, THOMAS H. Diversity, Diversification, and Profitability among British Manufacturing Companies[J]. *Academy of Management Journal*, 1988, 31(4):771-801.
- [7] GOERZEN A, BEAMISH P W. Geographic Scope and Multinational Enterprise Performance[J]. *Strategic Management Journal*, 2003, 24(13):1289-1306.
- [8] BAUSCH A, KRIST M. The Effect of Context-Related Moderators on the Internationalization-Performance Relationship: Evidence from Meta-analysis[J]. *Management International Review*, 2007, 47(3):19-347.
- [9] PANGARKAR N. Internationalization and Performance of Small and Medium-Sized Enterprises[J]. *Journal of World Business*, 2008, 43(4):475-485.
- [10] ZHAO H, LUO Y, SUH T. Transaction Cost Determinants and Ownership-Based Entry Mode Choice: A Meta-Analytical Review[J]. *Journal of International Business Studies*, 2004, 35(6):524-544.
- [11] ELLIS P D. Market Orientation and Performance: A Meta-Analysis and Cross-National Comparisons[J]. *Journal of Management Studies*, 2006(43):1089-1107.
- [12] DHANARAJ C, NEAMISH P W. A Resource-Based Approach to the Study of Export Performance[J]. *Journal of Small Business Management*, 2003, 41(3):242-261.
- [13] BLOODGOOD J M, SAPIENZA H J, ALMEIDA J G. The Internationalization of New High-Potential U. S. Ventures: Antecedents and Outcomes[J]. *Entrepreneurship, Theory & Practice*, 1996, 20(4):61-76.
- [14] PAN Y, TSE D K. The Hierarchical Model of Market Entry Modes[J]. *Journal of International Business Studies*, 2000(31):535-554.
- [15] BROUHERS K D, NAKOS G. SME Entry Mode Choice and Performance: A Transaction Cost Perspective[J]. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 2004, 28(3):229-247.
- [16] SCHWENS C, EICHE J, KABST R. The Moderating Impact of Informal Institutional Distance and Formal Institutional Risk on SME Entry Mode Choice[J]. *Journal of Management Studies*, 2011, 48(2):330-351.
- [17] BROUHERS K D, HENNART J F. Boundaries of the Firm: Insights from International Entry Mode Research[J]. *Journal of Management*, 2007(33):395-425.
- [18] CHETTY S, ERIKSSON K, LINDBERGH J. The Effect of Specificity of Experience on a Firm's Perceived Importance of Institutional Knowledge in an Ongoing Business[J]. *Journal of International Business Studies*, 2006(37):699-712.
- [19] KIM W C, HWANG P, BURGERS W P. Global Diversification Strategy and Corporate Profit Performance[J]. *Strategic Management Journal*, 1989, 10(1):45-57.
- [20] WAN W P, HOSKISSON R E. Home Country Environments, Corporate Diversification Strategies, and Firm Performance[J]. *Academy of Management Journal*, 2003, 46(1):27-45.
- [21] WIERSEMA M F, BOWEN H P. Corporate Diversification: The Impact of Foreign Competition, Industry Globalization, and Product Diversification[J]. *Strategic Management Journal*, 2008, 29(2):115-132.
- [22] LU J W, BEAMISH P W. International Diversification and Firm Performance: The S-curve hypothesis[J]. *Academy of Management Journal*, 2004(47):598-609.
- [23] CASSIMAN B, VEUGELERS R. R&D Cooperation and Spillovers: Some Empirical Evidence from Belgium[J]. *American Economic Review*, 2002, 92(4):1169-1184.
- [24] MAJOCCHI A, ZUCHELLA A. Internationalization and Performance[J]. *International Small Business Journal*, 2003, 21(3):249-266.
- [25] HSU C C, BOGGS D J. Internationalization and Performance: Traditional Measures and Their Decomposition[J]. *Multinational Business Review*, 2003, 11(3):23-49.
- [26] RUIGROK W, WAGNER H. Internationalization and Performance: An Organizational Learning Perspective[J]. *Management International Review*, 2003, 43(1):63-83.
- [27] GERINGER J M, BEAMISH P W, DACOSTA R C. Diversification Strategy and Internationalization: Implications

- for MNE Performance[J]. *Strategic Management Journal*, 1989, 10(2):109-119.
- [28] ELANGO B, SETHI S P. An Exploration of the Relationship between Country of Origin (COE) and the Internationalization-Performance Paradigm[J]. *Management International Review*, 2007(47):369-392.
- [29] CAPAR N, KOTABE M. The Relationship between International Diversification and Performance in Service Firms [J]. *Journal of International Business Studies*, 2003, 34(4):345-355.
- [30] YANG Y, DRIFFIELD N. Multinationality-Performance Relationship [J]. *Management International Review*, 2012(52):23-47.
- [31] KIRCA A H, ROTH K, HULT G T, et al. The Role of Context in the Multinationality-Performance Relationship: A Meta-Analytic Review[J]. *Global Strategy Journal*, 2012(2):108-121.
- [32] GLASS D J. Primary, Secondary and Meta-analysis of Research[J]. *Education Researcher*, 1976, 5(10):3-8.
- [33] HEDGES L V, OLKIN I. *Statistical Methods for Meta-analysis*[M]. San Diego, CA: Academic Press, 1985.
- [34] BORENSTEIN M, HEDGES L V, HIGGINS J P T, et al. *Introduction to Meta-Analysis*[M]. American: John Wiley & Sons Ltd, 2009.
- [35] CANO C R, CARRILLAT F A, JARAMILLO F. A Meta-Analysis of the Relationship between Market Orientation and Business Performance: Evidence from Five Continents[J]. *International Journal of Research in Marketing*, 2004(21):179-200.

(责任编辑 王 瀛)

International Diversification and Firm Performance: Based on a Meta-analysis

DU Jian DING Sasa

Abstract: Based on the meta-analysis for 58 independent empirical studies distributed in 3-tier and 4-tier in the Association of Business Schools (ABS) Academic Journal Guide 2015, including 105 effect values and 1264724 total sample sizes, this study explored how and to what degree was firm performance related to international diversification, and whether the international diversification and firm performance relationship was moderated by potential influencing factors. This study finds that there is a significantly positive relationship between international diversification and firm performance, and such relationship is highly contextual-dependent. Based on the availability and reliability of data, from the resource-based view perspective, this study generalized three types of underlying influencing variables, including firm's internal heterogeneous resources, external environments, measurement and methodology factors. Results show that each influencing factor has a different impact on such nexus. This indicates that the relationship between international diversification and firm performance is affected by firms' heterogeneity, global economy stability, country's competition advantage, research methodology and measurement criterion.

Keywords: International Diversification; Firm Performance; Potential Influencing Factor; Meta-analysis