

场景驱动创新对专精特新企业国际化发展的影响机制： 前摄性市场能力的中介效应

邬爱其¹，操友根²

(1. 浙江大学 管理学院，杭州 310058; 2. 安徽大学 商学院，合肥 230601)

摘要：国际化发展是专精特新企业突破本国市场成长制约的重要战略，但其在推进国际化过程中常面临着既有核心技术与主导产品较难适配国际市场新需求的现实挑战。场景驱动创新强调企业面向场景需求开展针对性技术创新活动，为专精特新企业国际化发展提供了理论指导。结合企业动态能力、国际化和场景驱动创新理论，本文分析了场景驱动创新对专精特新企业国际化发展的影响机制及其边界条件。研究发现：场景驱动创新是促进专精特新企业国际化发展的重要力量，且其主要通过增强企业的前摄性市场能力来发挥作用。同时，场景驱动创新对专精特新企业国际化发展的促进作用受到企业特征与外部环境的调节：当企业面临较大的脱钩断链冲击时，场景驱动创新的正向效应更强；在企业研发效率较高时，场景驱动创新的积极影响则相对减弱。本文研究丰富了专精特新企业成长影响因素理论，为专精特新企业国际化发展提供了有益的管理启示。

关键词：专精特新企业；国际化；场景驱动创新；前摄性市场能力

[中图分类号]F125；F270 [文献标识码]A [文章编号]1002-4034(2026)04-0001-19

引言

面对全球科技竞争与技术迭代日益加剧，专精特新企业作为中国创新体系中的关键主体，正承担着突破关键核心技术、完善产业链和开拓国际市场的重要使命

[收稿日期]2026-01-21

[基金项目]国家自然科学基金重点项目“‘专精特新’企业成长机制与培育模式研究”(72332005)，安徽省自然科学基金青年项目“东道国技术打压对‘小巨人’企业全球生态位跃迁的影响机理研究”(2508085QG273)，安徽省社会科学创新发展研究课题“安徽省高增长科技企业发现与培育机制研究”(2024CXQ023)，安徽省哲学社会科学规划项目“高能级创新联合体赋能专精特新企业成长的模式、过程及效应研究”(AHSKQ2024D040)

[作者简介]邬爱其(1975—)，男，浙江海宁人，浙江大学管理学院教授、博士生导师，博士，研究方向：企业成长战略、产业集群创新管理；(通讯作者)操友根(1992—)，男，安徽怀宁人，安徽大学商学院讲师，博士，研究方向：知识产权与创新管理

(Zhang, 2024; 刘志彪和徐天舒, 2022)。然而, 相较于跨国企业或大型龙头企业, 由于长期深耕细分领域, 专精特新企业在国际化进程中普遍面临着技术与产品难以与海外市场多样化需求相适配、商业模式创新不足以及对前沿趋势把握不够敏锐等现实挑战(彭泗清等, 2023; 邬爱其和史煜筠, 2024)。如何在高度不确定性和迅速变化的全球市场环境中实现有效突破, 成为专精特新企业国际化发展的核心议题。

场景驱动创新为理解和解决这一难题提供了新的分析视角。不同于传统的技术推动型或市场拉动型创新, 场景驱动创新是以场景为载体、以战略为引领, 驱动新技术新产品与环境要素有机协同与多元化应用、迭代和创新跃迁的过程(尹西明等, 2022)。其强调通过对真实应用场景、潜在需求和未来趋势的深入洞察, 引导企业开展针对性技术研发与迭代, 从而提升产品和服务的市场契合度与跨地域适应性。从动态能力视角看, 场景驱动创新本质上是一种依托真实与潜在使用情境, 持续强化企业环境感知、机会识别与资源重构能力的过程, 从而推动企业在复杂多变的外部环境中实现动态适应与能力跃迁。对于专精特新企业而言, 场景驱动创新不仅能够缩短从概念到市场的转化周期, 更有助于提升其对国际市场前沿需求的感知、预判与响应能力, 为其国际化发展提供更加稳固的基础。科技部等六部门印发的《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》明确提出, 要大力支持专精特新“小巨人”等企业积极开展场景创新, 通过场景创新实现业务成长。

在此基础上, 专精特新企业要实现国际化突破, 关键在于其能否在动态能力演化过程中持续提升对市场变化的前瞻性把握能力。其中, 前摄性市场能力作为企业环境感知与机会识别能力的重要体现, 发挥着关键作用。该能力是指企业能够识别和预测未来需求, 不仅包括消费者的潜在需求, 还涵盖整个市场的制度、技术和趋势, 并通过产品和服务创新提供领先性解决方案(Barrales-Molina 等, 2014; Narver 等, 2004)。而场景驱动创新通过将技术开发嵌入具体应用情境, 推动企业在实践中不断修正对市场需求与发展趋势的认知, 从而培育并强化前摄性市场能力, 帮助专精特新企业在国际化过程中形成差异化优势。与此同时, 企业研发效率与脱钩断链冲击是影响上述过程的重要情境因素。一方面, 研发效率直接决定技术从概念到市场的转化速度与成本(白俊红等, 2009), 影响专精特新企业将海外场景洞察转化为可商业化技术方案的敏捷适应与迭代能力。当研发效率较低时, 企业技术落地与快速响应能力受限, 更加依赖场景驱动创新以弥补能力不足, 进而强化其对国际化发展的促进作用。另一方面, 全球脱钩断链风险对专精特新企业构成现实冲击, 导致其原有国际市场网络受阻、客户流失风险上升(冯永春等, 2024; 盛朝迅, 2021)。在此背景下, 企业既需要迅速识别并满足新兴国际市场的差异化需求, 又需深化对既有客户的理解与价值创造能力, 从而使场景驱动创新在企业国际化过程中的作用更加凸显。

从现有文献看, 专精特新企业研究已受到学者的广泛关注并取得较快进展, 包括成长的前因、过程及结果(曾宪聚等, 2024), 但总体上仍主要聚焦于企业本土

发展,对其国际化问题关注不足。少数涉及国际化的研究亦多停留于理论探讨(张晓辉和赵爱民,2023;赵甜,2024)或定性分析(彭泗清等,2023),缺乏系统的实证检验。基于上述不足,本文从动态能力视角出发,构建“场景驱动创新—前摄性市场能力—专精特新企业国际化发展”的研究框架,引入研发效率与脱钩断链冲击作为调节变量,以浙江省专精特新企业为样本,旨在回答以下问题:场景驱动创新对专精特新企业国际化发展有何影响?前摄性市场能力在其中发挥何种作用?研发效率与脱钩断链冲击如何调节上述关系?本文旨在从理论上深化专精特新企业国际化与场景驱动创新的交叉研究,并在实践上为专精特新企业提升国际竞争力、优化国际化路径提供参考。

一、理论分析和研究假说

专精特新企业是指具有“专业化”“精细化”“特色化”“新颖化”特征的中小企业,该概念最早于2011年由工业和信息化部提出。直到2021年,随着全球科技脱钩断链风险加剧,学术界才开始对专精特新企业展开系统性研究,重点围绕其成长驱动因素、演化机制、成长过程及其影响效应展开深入探讨(曾宪聚等,2024)。

在当前高水平对外开放和国际科技竞争格局日益复杂的背景下,加快推动专精特新企业国际化,并支持其成长为全球隐形“冠军”,对于攻克关键核心技术难题、提升全球产业链与价值链地位,以及重构国际经济秩序具有重大意义(Zhang, 2024;刘志彪和徐天舒,2022)。然而,既有研究仍以关注专精特新企业本地化成长为主,鲜有从国际化视角系统探讨专精特新企业“走出去”的驱动因素及其作用机制。仅有少数研究基于理论或定性分析强调专精特新企业国际化的重要性(张晓辉和赵爱民,2023;赵甜,2024),并在此基础上初步提出其可能的国际化模式与发展路径(彭泗清等,2023)。由于专精特新企业在国际化过程中面临着新的市场需求,其既有的核心技术和主导产品需要开展针对性创新才能符合国际市场需求,而这对国际化知识和经验普遍不足的专精特新企业而言绝非易事,许多企业因此难以有效实现国际化发展(邬爱其和史煜筠,2024;许晖等,2023)。

动态能力理论认为,在高度不确定和快速变化的国际市场环境中,企业国际化发展的关键不只取决于既有资源禀赋,而在于其能否持续感知市场变化并将其转化为战略行动的能力(Teece等,2007)。在这一视角下,企业能否实现跨市场适应与国际化扩展,取决于其是否具备对未来市场需求进行前瞻性识别与主动布局的能力。前摄性市场能力正是这种关键能力的集中体现,反映企业对潜在需求变化的预测能力以及对市场机会的主动性把握能力,被视为企业应对环境不确定性、实现国际化扩展的重要能力基础(Barrales-Molina等,2014;Narver等,2004)。进一步地,这种能力的形成依赖于企业对市场需求的认知方式。场景驱动创新通过嵌入具体使用情境与用户需求,使企业从“技术导向”转向“需求导向”,强化其对市场变化的深度理解(尹西明等,2022),并将这种情境化认知内化为组织层面的知识积累与行动惯例,从而为前摄性市场能力的形成提供关键认知基础,并最终影响其国际化发展。因此,本文基于动态能力理论,以场景驱动创新为切入点,探讨其对专精特新企业国际化发展的

作用机制，重点考察前摄性市场能力在其中的中介作用，并分析企业研发效率与脱钩断链冲击对两者关系的调节效应(见图1)。

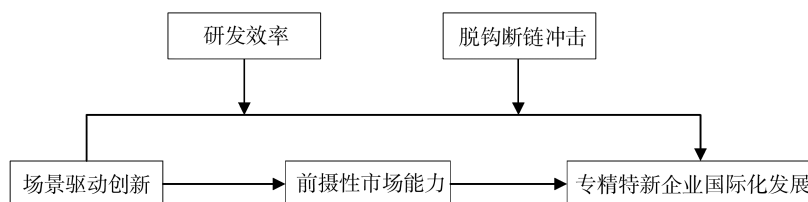


图1 研究框架

(一) 场景驱动创新与专精特新企业国际化发展

专精特新企业深耕产业链细分领域，形成较强的专业技术能力，但本国细分市场容量有限，企业亟须国际化发展以突破成长瓶颈(许晖等，2023)。然而，其在国际化过程中不仅面临规模与资源劣势(Aldrich 和 Auster, 1986)、市场份额与品牌声誉有限(Freeman 等，2012)，以及国际市场经验不足等普遍性挑战(张化尧等，2020)，更因过度聚焦细分市场而易陷入核心技术与主导产品难以适配国际市场新需求的关键困境(邬爱其和史煜筠，2024；许晖等，2023)。特别是，传统的产品和技术驱动模式偏向于供给端思维(Lynn 等，1996)，如突破性创新旨在攻克纯技术问题以打造独特先进的产品(邵云飞等，2017)，从而忽视国际市场的多元场景与隐性需求，导致企业在跨境拓展时难以实现本地化调适与差异化竞争。

与之相对，有学者从需求端或情境端出发，将“场景”概念引入价值创造领域(Zott 等，2011)，并认为场景创新是企业在数字技术驱动下基于顾客的生活和消费细节构造出与顾客相契合的消费场景以实现价值创造的过程(江积海和王若瑾，2020)。近年来，学者们围绕场景创新与商业模式创新(王福等，2025)、技术创新(程鹏等，2022)、科技成果转化(尹西明等，2024a)、数字化(尹西明等，2024b；邹波等，2021)、企业绩效(付丙海等，2024)以及新质生产力(方晓霞和李晓华，2024)等领域展开了探索。在此基础上，尹西明等(2022)提出“场景驱动创新”概念，强调其既是将现有技术应用于特定场景、实现增值与优化的过程，也是基于未来趋势与远景需求突破既有技术瓶颈，开发新技术、新产品、新渠道与新商业模式，乃至开辟新市场和新领域的动态过程。实践中，随着数智技术及其相关的新兴产业的快速发展，国家高度重视引导和支持企业开展场景驱动创新，如2022年科技部等六部门印发的《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》；2024年政府工作报告将“场景”列入政府工作报告，明确要求“实施产业创新工程，完善产业生态，拓展应用场景”，将“场景”作为培育新兴产业和未来产业的重要路径；2024年年底召开的中央经济工作会议指出“开展新技术新产品新场景大规模应用示范行动”，重点强调通过新场景促进科技创新引领新质生产力发展。综合以上研究成果和实践探索，本文将场景驱动创新界定为：企业以真实或潜在应用场景为导向，通过数字化、智能化等创新手段，将技术与产品嵌入新场

景并实现协同整合,从而探索新需求、新体验与新商业模式的系统性创新过程。其核心内涵可从四个方面理解:①新需求/新体验/新商业模式探索(创新目标),②技术新场景应用与产品新场景应用(创新对象),③数字化赋能场景创新(创新手段),④协同整合(创新机制)。

场景驱动创新为专精特新企业国际化发展提供了多维路径支撑。首先,在新需求/新体验/新商业模式探索方面,专精特新企业可通过前置性识别不同国家和地区尚未显性化的市场需求,将其转化为可操作的技术与商业模型(尹西明等,2022),从而规避激烈的同质化产品竞争并有效降低国际市场进入壁垒。其次,在技术新场景应用与产品新场景应用方面,专精特新企业可借鉴扩展适应理论,先在初始行业场景深耕并形成稳固的内核技术基础,再利用该内核技术的潜在多用性将其功能延展或迁移至新的行业场景,实现技术在不同领域的重构与再利用(邬爱其等,2024a)。这一过程不仅有助于专精特新企业将“单一市场—单一技术”的路径演化为“多市场—多用途技术”的模式,还可以通过技术在国际市场新场景下的多元化应用与市场反馈,逐步形成“技术—市场”双向互动的国际化发展路径。再次,在数字化赋能场景创新方面,专精特新企业可利用数据流动、算法驱动与平台聚合等数字技术打破物理边界与信息壁垒,显著提高其海外市场信息获取、需求预测和资源配置的速度与精度,为跨境资源整合和快速迭代提供基础(王欣等,2023)。最后,在协同整合方面,专精特新企业通过对国际市场新场景任务的拆解,实现技术、产品与服务的模块化、定制化和标准化,并借助链条协同创新和深度协作融入当地生态系统,逐步增强在东道国市场的嵌入程度与网络权力(Ayadi等,2024),为企业国际化发展奠定稳固的资源与网络基础。基于以上分析,本文提出:

假说1 场景驱动创新能够显著促进专精特新企业的国际化发展。

(二)前摄性市场能力的中介作用

前摄性市场能力(proactive market orientation capability)源于战略导向研究,尤其与市场导向和动态能力理论紧密相关。Brege和Kindström(2020)指出,战略导向可分为顾客导向、竞争导向和创新导向三类,企业在制定战略时必须在关注现有顾客与市场 and 开拓新顾客与市场之间进行权衡。Narver等(2004)据此将市场导向划分为反应性市场导向和前摄性市场导向。与被动响应客户需求不同,前摄性市场导向的核心特征在于企业能够识别和预测未来需求,不仅包括消费者的潜在需求,还涵盖整个市场的制度、技术和趋势,并通过产品和服务创新提供领先性解决方案。Barrales-Molina等(2014)在动态能力框架下强调,前摄性市场导向符合高阶动态能力的要求,因而可视为一种动态营销能力。Cantaleano等(2018)进一步明确提出前摄性市场能力并验证其在创业导向与服务创新之间的中介作用,表明这种能力不仅是一种战略取向,也是一种可持续性能力。

在以技术快速迭代与全球激烈竞争为特征的环境中,场景驱动创新构成专精特新企业形成并提升前摄性市场能力的重要前因。具体而言,场景驱动创新以“场景”为核心,主张需求识别前置。一方面,针对现有场景,企业可凭借技术或产品

的扩展适应来满足不同国家和地区的多样化需求(邬爱其等, 2024b); 另一方面, 针对未来场景, 企业可通过“场景构建—问题识别—(场景)任务设计—技术创造与成果转化应用”的闭环路径, 借助数字化手段在海外市场尚未形成规模前就捕捉到新趋势并纳入创新设计(尹西明等, 2022), 从而显著提升技术适配性和市场响应力。在此过程中, 场景驱动创新引导专精特新企业将创新焦点从“技术能做什么”转向“用户需要什么”, 要求其具备极强的同理心(共情)与深度洞察力、敏捷迭代(快速试错)和用户价值导向等能力, 进而逐步培育和增强主动感知、分析和满足未被意识到、未被满足的需求的能力, 即前摄性市场能力。

当专精特新企业具有较强的前摄性市场能力时, 意味着其能够更加积极主动地管理市场和顾客需求, 从而在不确定的国际环境中获取持续竞争优势(Day, 2011; Narver 等, 2004)。Murray 等(2011)研究表明, 市场能力在企业国际化过程中至关重要。无论是静态还是动态市场能力, 都能有效提升企业的国际化表现。它不仅有助于企业在国际化中获得合法性(Rivero-Gutierrez 等, 2024), 还能显著提升国际化绩效(Kowalik 等, 2023; Tan 和 Sousa, 2015; Zahoor 和 Lew, 2023)。特别是 Bodlaj 和 Čater(2022)研究表明, 前摄性与反应性市场导向对定价策略和产品开发能力产生差异化影响, 而这两项能力又与差异化竞争优势正相关, 从而提升出口企业绩效。可见, 场景驱动创新有助于培育和增强专精特新企业的前摄性市场能力, 后者则进一步促进其国际化发展。基于以上分析, 本文提出:

假说2 场景驱动创新通过增强专精特新企业前摄性市场能力, 进而促进其国际化发展。

(三) 企业研发效率与脱钩断链冲击的调节作用

场景驱动创新既涉及企业对内部技术等资源的调动利用, 又涉及对外部市场等环境的洞察分析, 其对专精特新企业国际化发展的影响程度会受到企业内外部相关条件的调节。因此, 本文重点关注企业内部的研发效率和外部受到的脱钩断链冲击两大重要情境的影响。

企业研发效率决定技术从构想到市场适用性产品的转化速率与成本(白俊红等, 2009), 直接影响企业国际竞争优势的构建(郑小碧, 2019)。研发效率高的专精特新企业能够凭借其强大的内部技术转化与迭代能力, 持续快速开发出具有国际竞争力的创新产品, 从而显著提升其国际市场进入效率与竞争地位。同时, 高效的研发体系使企业更敏捷地响应并捕捉海外市场的多样化需求, 为企业国际化深度与广度的协同拓展奠定坚实基础(Love 和 Roper, 2015)。然而, 对于研发效率相对较低的专精特新企业而言, 其内部技术转化能力与创新产出往往难以匹配国际市场的复杂需求, 显著制约了技术创新的国际化效果。在此情境下, 场景驱动创新发挥着弥补研发效率短板、强化国际化绩效的战略支撑作用。它通过将创新活动前置并深度嵌入到海外具体应用场景, 以外部真实且迫切的客户需求为直接牵引, 推动技术进行快速、精准的适应性迭代(尹西明等, 2022)。这种模式可以有效规避内部研发路径长、试错成本高等劣势, 将有限创新资源集中于解决最关键的痛点, 从而高效弥补专

精特新企业因研发效率低下而导致的技术创新有效性不足与市场响应迟缓等问题。基于以上分析,本文提出:

假说3 企业研发效率负向调节场景驱动创新对专精特新企业国际化发展的促进作用,即专精特新企业研发效率越低,场景驱动创新对其国际化发展的促进作用越强。

在中国与美国博弈加剧背景下,脱钩断链趋势在相当长时期内仍将持续,并对企业国际化产生深远影响(吴先明和王茂琼,2025)。当专精特新企业遭受强烈的脱钩断链冲击时,原有国际市场链条、技术合作路径与客户关系网络可能出现断裂或被迫重构(冯永春等,2024;盛朝迅,2021),传统依赖既有渠道的国际化模式面临严峻挑战。此时,专精特新企业亟须快速识别和响应碎片化市场中的新需求,以便重新嵌入全球价值链和维系核心竞争优势。场景驱动创新通过深度嵌入甚至引领具体海外应用场景,为专精特新企业提供应对这一挑战的有效路径。一方面,它使专精特新企业能够敏锐捕捉新市场、新客户的差异化需求,并通过针对性、敏捷性的创新活动快速开发适配产品以有效替代流失的订单与合作,从而扩大国际化广度。另一方面,为了在冲击中维持并深化与关键客户的合作关系,专精特新企业必须更加深入地洞察客户痛点,通过提供更具附加值、更契合场景需求的解决方案,巩固客户忠诚度,从而提升国际化深度。基于以上分析,本文提出:

假说4 脱钩断链冲击正向调节场景驱动创新对专精特新企业国际化发展的促进作用,即专精特新企业面临的脱钩断链冲击越大,场景驱动创新对其国际化发展的促进作用越强。

二、研究设计

(一)样本选择与数据来源

专精特新企业长期深耕产业链细分领域并积累较强的技术能力,但由于国内细分市场空间有限,面临成长“天花板”,容易陷入“专业化”陷阱(许晖等,2023)。因此,国际化发展成为专精特新企业突破发展瓶颈的重要战略(邬爱其和史煜筠,2024;张晓辉和赵爱民,2023)。然而,国际化不仅要求专精特新企业具备将既有产品与技术移植到海外市场的能力,更要求其根据国际市场新需求进行场景驱动创新,否则难以精准匹配海外客户需求。这表明本文研究的专精特新企业需要体现出场景驱动创新和国际化发展等方面的代表性。基于此,本文选取浙江省专精特新企业作为实证对象,主要理由有三:一是浙江省在国内较早构建和实施专精特新企业梯次培育体系,目前浙江省专精特新企业数量位居全国前列。二是浙江省专精特新企业注重创新发展和市场拓展,强调将技术创新和市场创新融合发展,在场景驱动创新方面有诸多实践探索和经验积累。三是浙江省是外向型经济较为发达的省份,专精特新企业积极开拓国际市场,涌现出一大批在国际市场中具有较强竞争能力的典型企业。

本文样本企业来自 2025 年浙江省工商业联合会民营企业数据库^①，共包含 2 131 家企业，涵盖企业概况、公司治理、创新创业、数字化和国际化等信息。该数据库主要用于咨政和企业服务，信息质量较高。为了避免单一来源数据可能带来的同源偏差问题，本文根据企业名单匹配企业存续时间、产权、行业、专利等二手数据，构建多源数据集以支持实证分析。最终，筛选出具有国际市场业务且关键变量完整的 346 家有效样本企业。从样本特征看：①企业平均存续时间为 18 年，其中，成立至今不超过 8 年的企业数量占 13.8%，9~20 年的企业占 44.4%，其余为超过 20 年的企业；②企业国际化发展程度存在差异，其中，58.2%的企业出口收入占总营收的比重在 10% 以内，13.6%的企业在 10%~20%，17%的企业为 20%~50%，11.2%的企业在 50% 以上；③大部分企业为制造企业，占比 95.4%，集中在通用设备、化学材料、电气机械、金属制品、纺织服装等领域；④企业分布覆盖全省所有地级市，以宁波、杭州、温州为主。整体而言，样本在产业分布、区域覆盖及国际化程度等方面具有较强代表性，能够较好地反映专精特新企业场景驱动创新与国际化发展的典型特征。

(二) 变量测量

(1) 国际化发展。参考陈立敏(2014)、刘霞等(2021)的做法，本文采用企业出口收入占总营业收入的比重(2024 年)来测量企业的国际化发展程度。这一比重越大意味着该企业的国际化发展程度越高。在稳健性检验中，本文采用企业出口收入取对数值(2024 年)来测度国际化发展变量。

(2) 场景驱动创新。场景驱动创新是以“场景”为载体，以“战略”为引领，驱动新技术新产品和环境要素有机协同与多元化应用、迭代和创新跃迁的过程，从而综合反映创新目标、创新对象、创新手段、创新机制等内涵。借鉴江积海和王若瑾(2020)、尹西明等(2022)的做法，本文采用李克特七点量表^②来测量企业的场景驱动创新水平(1=很不同意，3=一般，7=非常同意)，具体由企业评价其在如下五个方面的实际表现：①企业注重数字化场景创新，②企业追求技术新场景的应用，③企业追求产品新场景的应用，④企业不断尝试新需求、新体验、新商业模式的创新，⑤企业对各类创新要素协同整合的重视程度。其中，新需求、新体验、新商业模式的创新刻画的是创新目标，技术新场景的应用和产品新场景的应用反映的是创新对象，数字化场景创新表征的是创新手段，各类创新要素的协同整合测度的是创新机制。将上述五个维度得分进行合成可以得到场景驱动创新变量(Cronbach's Alpha=0.969)，数值越大表示该企业的场景驱动创新程度越高。

(3) 前摄性市场能力。前摄性市场能力反映企业主动洞察、分析和满足未被意识到和满足的新需求方面的能力，属于一种主动型而不是反应型的市场导向能力。参考 Cantaleano 等(2018)、Narver 等(2004)的做法，本文采用李克特七点量表来测度前摄性市场能力(1=非常不同意，3=一般，7=非常同意)，具体由企业来评价

①该数据库由浙江省工商业联合会提供给本文用于学术研究分析，暂不对外公开。

②李克特量表(Likert Scale)最普遍的测量方式是列出某一特定问题或状况，让回答者从主观或者客观角度去表示出其偏好程度。该量表已成为调查研究中使用最广泛的测量工具。

其在如下五个方面的国际市场能力表现情况：①企业极力挖掘顾客自己尚未意识到的需求，②企业寻找客户难以表达出来的未来商业机会，③企业分析能够符合客户未来需求的行业趋势，④企业帮助客户意识到未来导向的产品需求，⑤企业尽力推动自身业务领域的未来发展趋势。然后，将五个维度得分合成前摄性市场能力变量 (Cronbach's Alpha = 0.953)，数值越大表示该企业的前摄性市场能力越强。

(4)研发效率。研发效率反映企业研发投入与产出的关系。借鉴白俊红等(2009)、官建成和何颖(2005)的做法，本文采用有效发明专利数与研发经费投入的比重(2024年)来测度研发效率，该数值越大，表示企业每单位经费投入所带来的创新产出越多。

(5)脱钩断链冲击。在复杂多变的国际政治、经济环境下，企业受到技术、市场、供应链、人才等多方面的脱钩断链影响。因此，参考李晓壮(2024)、寇宗来和孙瑞(2023)、盛朝迅(2021)等相关研究以及企业实地调研情况，本文采用李克特七点量表来测度脱钩断链冲击(1=冲击很小，3=一般，7=冲击很大)，具体由企业来评价其在如下五方面受到美西方国家和企业脱钩断链行为的冲击情况：①对市场销售的影响，②对技术创新的影响，③对原材料、零部件等采购供应链的影响，④对人才吸引和流动的影响，⑤对海外投融资的影响。然后，将五个维度得分合成脱钩断链冲击变量(Cronbach's Alpha = 0.923)，得到的变量数值越大，表示该企业受到的脱钩断链冲击越大。

(6)控制变量。专精特新企业国际化发展受到诸多内外部因素的影响，所以，参考杜运周等(2008)、邬爱其等(2024b)的做法，本文对可能影响专精特新企业国际化的主要因素加以控制，具体包括：企业存续时间(企业成立至2024年的年数)、企业规模(2024年企业员工人数取对数值)、研发强度(2024年企业研发经费支出占营业收入比重)、资产负债率(2024年企业总负债与总资产的比重)、是否存在境外资本(企业存在境外资本投资=1，企业不存在境外资本投资=0)、是否存在国有资本(企业存在国有资本投资=1，企业不存在国有资本投资=0)和是否属于制造业(企业属于制造行业=1，企业不属于制造行业=0)。

三、研究结果分析

(一)描述性统计与相关性分析

本文描述性统计与相关性分析的结果如表1所示。首先，专精特新企业平均有16.7%的营业收入来自出口活动，显示其整体具有一定程度的国际化特征；企业在场景驱动创新方面得分较高(均值4.808，最大值7)，同时前摄性市场能力也处于较高水平(均值4.850，最大值7)，反映出专精特新企业普遍重视场景驱动创新并具备较强的市场前瞻性。其次，企业国际化与场景驱动创新之间呈显著正相关关系，初步表明场景驱动创新有助于专精特新企业国际化发展。最后，变量间相关系数整体较低，且后续回归分析中方差膨胀因子(VIF)均小于2，说明本文研究不存在严重的多重共线性问题。

表 1 描述性统计与相关性分析结果

项目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. 国际化发展	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
2. 场景驱动创新	0.126 **	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
3. 前摄性市场能力	0.257 ***	0.581 ***	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—
4. 研发效率	0.095 *	0.082	0.052	1	—	—	—	—	—	—	—	—
5. 脱钩断链冲击	0.116 **	-0.006	0.042	0.028	1	—	—	—	—	—	—	—
6. 企业年龄	0.112 **	-0.026	-0.013	0.067	-0.044	1	—	—	—	—	—	—
7. 企业规模	0.234 ***	0.127 **	0.128 **	-0.012	0.084	0.233 ***	1	—	—	—	—	—
8. 研发强度	0.045	0.132 **	0.130 **	0.047	-0.044	-0.024	0.011	1	—	—	—	—
9. 资产负债率	-0.103 *	-0.011	-0.064	-0.144 ***	0.096 *	-0.164 ***	-0.041	-0.165 ***	1	—	—	—
10. 境外资本	0.149 ***	0.098 *	0.094 *	0.016	-0.059	-0.029	0.106 **	0.171 ***	-0.090 *	1	—	—
11. 国有资本	0.056	0.147 ***	0.092 *	0.027	-0.049	0.012	0.145 ***	0.137 **	-0.163 ***	0.389 ***	1	—
12. 制造业	0.099 *	-0.094 *	-0.041	-0.007	0.047	0.026	0.169 ***	-0.249 ***	0.014	-0.146 ***	-0.132 **	1
均值	0.167	4.808	4.850	0.007	2.876	18.100	2.665	0.047	0.517	0.074	0.084	0.954
标准差	0.233	1.502	1.533	0.009	1.486	7.771	0.357	0.047	0.218	0.264	0.277	0.210

注：*** 表示 $p<0.01$ ，** 表示 $p<0.05$ ，* 表示 $p<0.1$ 。下表同。

(二) 假说检验

表 2 展示了各项假说的回归分析结果。

第一，假说 1 预期场景驱动创新有助于专精特新企业提升国际化发展程度。模型 1 仅包含控制变量，模型 2 在模型 1 基础上引入场景驱动创新变量。结果显示，场景驱动创新对专精特新企业国际化发展具有显著正向影响($\beta=0.016$, $p<0.05$)，表明场景驱动创新能够通过强化应用导向与需求牵引，促进企业更有效地嵌入国际市场，从而提升其国际化发展水平，假说 1 得到支持。

第二，假说 2 预期前摄性市场能力在场景驱动创新与专精特新企业国际化关系之间起中介作用。模型 3 显示，场景驱动创新对前摄性市场能力的影响显著为正($\beta=0.581$, $p<0.01$)；模型 4 结果表明，前摄性市场能力对专精特新企业国际化也具有显著正向影响($\beta=0.035$, $p<0.01$)。当模型 5 同时纳入场景驱动创新和前摄性市场能力两个变量时，场景驱动创新不再显著，而前摄性市场能力仍保持显著正向影响($\beta=0.038$, $p<0.05$)。这一结果表明，场景驱动创新主要通过提升企业对市场机会的前瞻识别与响应能力，间接推动其国际化进程，呈现出典型的完全中介效应，即场景驱动创新通过增强专精特新企业前摄性市场能力进而促进其国际化发展，假说 2 得到支持。

第三，假说 3 预期研发效率负向调节场景驱动创新对专精特新企业国际化发展的促进作用。模型 7 结果显示，场景驱动创新与研发效率交互项对专精特新企业国际化发展的影响显著为负($\beta=-2.523$, $p<0.05$)。这意味着，在企业研发效率较低时，场景驱动创新能够在一定程度上弥补内部研发不足，通过外部需求牵引实现创

新转化，从而对国际化发展产生更强的促进作用；在研发效率较高的情形下，该边际促进效应相对减弱。因此，假说 3 得到支持。

表 2 回归分析结果

项目	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8	模型 9	模型 10
场景驱动创新	—	0.016 ** (0.008)	0.581 *** (0.046)	—	-0.006 (0.10)	—	0.012 (0.008)	—	0.017 ** (0.008)	0.013 (0.008)
前摄性市场能力	—	—	—	0.035 *** (0.008)	0.038 *** (0.010)	—	—	—	—	—
研发效率	—	—	—	—	—	2.081 (1.340)	2.081 (1.339)	—	—	1.923 (1.319)
场景驱动创新×研发效率	—	—	—	—	—	—	-2.523 ** (1.284)	—	—	-2.246 * (1.273)
脱钩断链冲击	—	—	—	—	—	—	—	0.018 ** (0.008)	0.019 ** (0.008)	0.018 ** (0.008)
场景驱动创新×脱钩断链冲击	—	—	—	—	—	—	—	—	0.011 ** (0.005)	0.010 ** (0.005)
企业存续时间	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	-0.003 (0.009)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)
企业规模	0.124 *** (0.036)	0.115 *** (0.036)	0.237 (0.203)	0.105 *** (0.035)	0.106 *** (0.036)	0.126 *** (0.036)	0.121 *** (0.036)	0.117 *** (0.036)	0.104 *** (0.036)	0.110 *** (0.036)
研发强度	0.170 (0.271)	0.119 (0.272)	1.568 (1.519)	0.052 (0.266)	0.059 (0.266)	0.159 (0.271)	0.166 (0.271)	0.192 (0.268)	0.173 (0.267)	0.212 (0.267)
资产负债率	-0.080 (0.058)	-0.082 (0.058)	-0.363 (0.323)	-0.070 (0.056)	-0.068 (0.057)	-0.068 (0.058)	-0.081 (0.058)	-0.076 (0.058)	-0.080 (0.057)	-0.078 (0.058)
境外资本	0.127 ** (0.051)	0.125 ** (0.050)	0.180 (0.282)	0.119 ** (0.049)	0.118 ** (0.049)	0.127 ** (0.051)	0.121 ** (0.050)	0.133 *** (0.050)	0.136 *** (0.050)	0.131 *** (0.049)
国有资本	-0.029 (0.048)	-0.038 (0.048)	-0.130 (0.271)	-0.035 (0.047)	-0.033 (0.047)	-0.029 (0.048)	-0.045 (0.048)	-0.023 (0.048)	-0.032 (0.048)	-0.038 (0.048)
制造行业	0.102 * (0.061)	0.111 * (0.061)	0.125 (0.343)	0.109 * (0.060)	0.107 * (0.060)	0.102 * (0.061)	0.099 (0.061)	0.100 (0.061)	0.113 * (0.060)	0.101 * (0.060)
常数项	-0.265 ** (0.109)	-0.326 *** (0.113)	1.470 ** (0.632)	-0.391 *** (0.110)	-0.381 *** (0.112)	-0.286 ** (0.110)	-0.303 *** (0.113)	-0.301 *** (0.109)	-0.302 *** (0.111)	-0.283 ** (0.112)
R ²	0.088	0.099	0.348	0.139	0.140	0.095	0.114	0.101	0.123	0.136
调整 R ²	0.069	0.077	0.333	0.118	0.116	0.073	0.088	0.079	0.097	0.104
F	4.659 ***	4.603 ***	22.427 ***	6.763 ***	6.037 ***	4.395 ***	4.306 ***	4.682 ***	4.664 ***	4.323 ***
VIF	1.084 -1.232	1.059 -1.243	1.059 -1.243	1.044 -1.233	1.089 -1.556	1.025 -1.232	1.040 -1.250	1.026 -1.233	1.021 -1.244	1.029 -1.251

注：表中回归系数 β 为未经标准化处理的原始回归系数，括号内为标准误。除模型 3 的因变量为前摄性市场能力外，其他模型的因变量均为国际化发展。下同。

第四，假说 4 预期脱钩断链冲击正向调节场景驱动创新对专精特新企业国际化发展的促进作用。模型 9 结果显示，场景驱动创新与脱钩断链冲击交互项显著正向影响专精特新企业国际化($\beta=0.011$, $p<0.05$)，表明在外部不确定性和制度性冲击加剧的背景下，场景驱动创新能够作为一种适应性战略工具，帮助企业通过重构应用场景与市场连接方式来对冲外部风险，从而强化其国际化发展能力。因此，假说 4 得到支持。模型 10 在同时引入研发效率和脱钩断链冲击两个调节变量后，结果显示两种调节效应依然稳健存在，进一步验证了模型结论的可靠性。

此外,从控制变量结果来看,企业规模与境外资本对企业国际化发展具有显著正向影响,而企业存续时间、资产负债率等变量的影响则相对不显著。综上,实证结果表明,场景驱动创新通过前摄性市场能力的中介作用,并在研发效率与外部冲击的情境调节下,系统性影响专精特新企业国际化发展的路径选择与实现效果。

(三)稳健性检验

本文从三个方面开展稳健性检验:

第一,更换变量测量方法。企业国际化发展水平存在多种测量方式,不同测量方法可能影响回归结果的稳健性。参考陈立敏(2014)、刘霞等(2021)的做法,在稳健性检验中将国际化测量指标由原来的企业国际收入占总营业收入的比重更换为企业出口收入的对数值。重新进行回归分析后发现,新的研究结果与之前的研究结果保持高度一致,表明本文实证结论具有较高的稳健性(见表3)。

表3 更换变量测量的稳健性检验结果

项目	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7
场景驱动创新	0.112 * (0.059)	0.581 *** (0.046)	—	-0.091 (0.069)	0.085 (0.060)	0.121 ** (0.059)	0.095 (0.061)
前摄性市场能力	—	—	0.300 *** (0.055)	0.351 *** (0.067)	—	—	—
研发效率	—	—	—	—	-4.586 (9.541)	—	-4.693 (9.540)
场景驱动创新× 研发效率	—	—	—	—	-22.237 ** (9.149)	—	-20.240 ** (9.212)
脱钩断链冲击	—	—	—	—	—	0.003 (0.059)	0.002 (0.059)
场景驱动创新× 脱钩断链冲击	—	—	—	—	—	0.080 ** (0.037)	0.070 * (0.037)
企业存续时间	0.027 ** (0.012)	-0.003 (0.009)	0.029 ** (0.011)	0.028 ** (0.011)	0.028 ** (0.012)	0.026 ** (0.012)	0.026 ** (0.012)
企业规模	1.631 *** (0.259)	0.237 (0.203)	1.524 *** (0.249)	1.548 *** (0.249)	1.655 *** (0.257)	1.599 *** (0.260)	1.626 *** (0.259)
研发强度	1.414 (1.936)	1.568 (1.519)	0.750 (1.867)	0.864 (1.867)	1.911 (1.933)	1.648 (1.933)	2.078 (1.933)
资产负债率	-1.085 *** (0.412)	-0.363 (0.323)	-0.986 ** (0.397)	-0.958 *** (0.397)	-1.208 *** (0.414)	-1.068 ** (0.413)	-1.180 *** (0.416)
境外资本	0.235 (0.359)	0.180 (0.282)	0.175 (0.347)	0.172 (0.346)	0.196 (0.357)	0.272 (0.359)	0.232 (0.358)
国有资本	-0.032 (0.346)	-0.130 (0.271)	-0.028 (0.332)	0.013 (0.333)	-0.096 (0.344)	-0.027 (0.345)	-0.084 (0.344)
制造行业	1.957 *** (0.437)	0.125 (0.343)	1.953 *** (0.420)	1.913 *** (0.420)	1.858 *** (0.436)	1.985 *** (0.436)	1.891 *** (0.436)
常数项	-3.836 *** (0.806)	1.470 ** (0.632)	-4.507 *** (0.774)	-4.351 ** (0.782)	-3.607 *** (0.806)	-3.815 *** (0.807)	-3.610 *** (0.808)
R ²	0.249	0.348	0.302	0.306	0.263	0.258	0.269
调整 R ²	0.231	0.333	0.285	0.287	0.241	0.235	0.243
F	13.905 ***	22.427 ***	18.164 ***	16.378 ***	11.906 ***	11.565 ***	10.173 ***
VIF	1.059 -1.243	1.059 -1.243	1.044 -1.233	1.089 -1.556	1.040 -1.250	1.021 -1.244	1.029 -1.251

第二,增加控制变量。遗漏重要的控制变量可能会影响研究结果的稳健性,因此本文在原有模型基础上增加了企业境外研发费用与上年盈利水平两个控制变量。其一,境外研发投入能够增强专精特新企业的国际化创新发展能力(李梅和余天骄,2016);其二,专精特新企业以往的经营盈利状况可能影响到其开展国际化活动的动机与能力(王展硕和谢伟,2017)。在稳健性检验中,境外研发费用采用企业2024年境外研发投入额来衡量,上年盈利水平则以企业2023年的利润率来表示。将上述控制变量纳入模型后重新回归分析发现,境外研发费用和上年盈利水平均显著影响专精特新企业国际化发展,假说检验结果与之前研究结果保持一致,表明本文结论具有较好的稳健性(见表4)。

表4 增加控制变量的稳健性检验结果

项目	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6	模型7
场景驱动创新	0.015 [*] (0.008)	0.582 ^{***} (0.046)	—	-0.005 (0.010)	0.010 (0.008)	0.016 [*] (0.008)	0.011 (0.008)
前摄性市场能力	—	—	0.032 ^{***} (0.008)	0.035 ^{***} (0.010)	—	—	—
研发效率	—	—	—	—	2.297 [*] (1.318)	—	2.166 [*] (1.302)
场景驱动创新× 研发效率	—	—	—	—	-2.506 ^{**} (1.266)	—	-2.250 [*] (1.260)
脱钩断链冲击	—	—	—	—	—	0.014 [*] (0.008)	0.013 (0.008)
场景驱动创新× 脱钩断链冲击	—	—	—	—	—	0.011 ^{**} (0.005)	0.010 [*] (0.005)
企业存续时间	0.002 (0.002)	-0.002 (0.009)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.001 (0.002)
企业规模	0.109 ^{***} (0.036)	0.184 (0.203)	0.101 ^{***} (0.035)	0.102 ^{***} (0.035)	0.115 ^{***} (0.036)	0.100 ^{***} (0.036)	0.107 ^{***} (0.036)
研发强度	0.044 (0.272)	0.912 (1.538)	0.002 (0.266)	0.012 (0.267)	0.094 (0.272)	0.097 (0.269)	0.138 (0.269)
资产负债率	-0.066 (0.058)	-0.391 (0.326)	-0.054 (0.056)	-0.052 (0.057)	-0.063 (0.058)	-0.064 (0.057)	-0.059 (0.058)
境外资本	0.128 ^{**} (0.050)	0.166 (0.280)	0.122 ^{**} (0.049)	0.122 ^{**} (0.049)	0.124 ^{**} (0.049)	0.137 ^{***} (0.049)	0.132 ^{***} (0.049)
国有资本	-0.038 (0.048)	-0.146 (0.270)	-0.035 (0.047)	-0.033 (0.047)	-0.045 (0.048)	-0.033 (0.047)	-0.039 (0.047)
境外研发费用	0.150 ^{***} (0.043)	0.557 ^{**} (0.241)	0.131 ^{***} (0.042)	0.130 ^{***} (0.042)	0.151 ^{***} (0.042)	0.137 ^{***} (0.043)	0.139 ^{***} (0.043)
上年盈利水平	0.138 ^{**} (0.055)	0.066 (0.309)	0.134 ^{**} (0.054)	0.136 ^{**} (0.054)	0.145 ^{***} (0.054)	0.122 ^{**} (0.054)	0.130 ^{**} (0.054)
制造行业	0.096 (0.062)	0.190 (0.348)	0.093 (0.060)	0.090 (0.061)	0.082 (0.062)	0.100 (0.061)	0.087 (0.061)
常数项	-0.310 ^{***} (0.111)	1.546 ^{**} (0.629)	-0.372 ^{***} (0.109)	-0.364 ^{***} (0.110)	-0.288 ^{**} (0.111)	-0.293 ^{***} (0.110)	-0.275 ^{**} (0.0110)
R ²	0.133	0.360	0.166	0.167	0.150	0.151	0.165
调整 R ²	0.107	0.341	0.141	0.140	0.119	0.120	0.129
F	5.135 ^{***}	18.798 ^{***}	6.668 ^{***}	6.075 ^{***}	4.874 ^{***}	4.902 ^{***}	4.640 ^{***}
VIF	1.066 -1.453	1.066 -1.453	1.058 -1.448	1.103 -1.575	1.042 -1.458	1.025 -1.481	1.042 -1.487

第三,调整样本企业。专精特新企业分布在不同行业,行业差异可能对研究结果产生影响。此外,另一个考虑因素是国家重点培育和发展壮大制造业专精特新企业。因此,本文在稳健性检验中仅选取制造业专精特新企业样本重新进行回归分析。表5结果显示,新的假说检验结果与之前结果保持一致,进一步表明本文研究结果具有较高的稳健性。

表5 制造业样本的稳健性检验结果

项目	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7
场景驱动创新	0.015 * (0.008)	0.574 *** (0.048)	—	-0.007 (0.010)	0.009 (0.009)	0.016 * (0.008)	0.010 (0.009)
前摄性市场能力	—	—	0.035 *** (0.008)	0.039 *** (0.010)	—	—	—
研发效率	—	—	—	—	1.584 (1.355)	—	1.420 (1.322)
场景驱动创新× 研发效率	—	—	—	—	-3.837 *** (1.346)	—	-3.587 *** (1.333)
脱钩断链冲击	—	—	—	—	—	0.020 ** (0.008)	0.019 ** (0.008)
场景驱动创新× 脱钩断链冲击	—	—	—	—	—	0.012 ** (0.005)	0.010 ** (0.005)
企业存续时间	0.002 (0.002)	-0.005 (0.009)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)
企业规模	0.107 *** (0.037)	0.229 (0.208)	0.096 *** (0.036)	0.098 *** (0.036)	0.112 *** (0.037)	0.095 ** (0.037)	0.100 *** (0.036)
研发强度	0.247 (0.331)	1.582 (1.852)	0.172 (0.323)	0.186 (0.324)	0.354 (0.329)	0.305 (0.325)	0.399 (0.324)
资产负债率	-0.062 (0.059)	-0.404 (0.333)	-0.048 (0.058)	-0.046 (0.058)	-0.064 (0.059)	-0.057 (0.059)	-0.059 (0.059)
境外资本	0.159 *** (0.055)	0.087 (0.309)	0.155 *** (0.054)	0.155 *** (0.054)	0.154 *** (0.055)	0.168 *** (0.054)	0.163 *** (0.054)
国有资本	-0.042 (0.053)	-0.071 (0.298)	-0.042 (0.052)	-0.040 (0.052)	-0.051 (0.053)	-0.035 (0.052)	-0.043 (0.052)
常数项	-0.209 * (0.107)	1.697 *** (0.596)	-0.284 *** (0.105)	-0.275 ** (0.105)	-0.189 * (0.106)	-0.184 * (0.105)	-0.167 (0.104)
R ²	0.089	0.337	0.131	0.133	0.115	0.117	0.139
调整 R ²	0.069	0.322	0.112	0.111	0.090	0.092	0.109
F	4.488 ***	23.268 ***	6.928 ***	6.114 ***	4.592 ***	4.676 ***	4.638 ***
VIF	1.037 -1.292	1.037 -1.292	1.036 -1.286	1.040 -1.521	1.029 -1.296	1.019 -1.294	1.028 -1.297

四、结论与启示

(一) 主要研究结论

本文基于浙江省专精特新企业数据,探究场景驱动创新对其国际化发展的影响机制及其边界条件。研究结果表明,场景驱动创新是促进专精特新企业实现国际化发展的关键动力,且前摄性市场能力在其中发挥完全中介作用,即场景驱动创新主要通过提升企业的前摄性市场能力来实现对国际化发展的促进效应;场景驱动创新对专精特新企业国际化发展的促进效应受到企业特征和外部环境的调节影响:当企业面临较大的脱钩断链冲击时,这一促进效应显著增强,凸显出场景驱动创新在应对不确定性和外部冲击中对企业跨国布局的重要支撑作用;当企业研发效率较高时,场景驱动创新对国际化发展的促进效应反而有所减弱,说明高研发效率企业可能更依赖既有技术积累和标准化流程来开拓国际市场,因而对基于场景的差异化创新依赖程度相对较低。

(二) 理论贡献与实践启示

本文的理论贡献主要体现在以下两方面:

第一,基于动态能力理论,本文深化了对专精特新企业国际化实现机制的理解。既有文献多聚焦于专精特新企业的本地化成长,即便少数研究涉及其国际化发展,也主要在理论分析层面展开(张晓辉和赵爱民,2023;赵甜,2024),整体上仍以资源禀赋或政策赋能为主要解释逻辑,难以回应“为何资源相似的企业在国际化绩效上存在显著差异”这一理论问题。本文引入动态能力理论,指出专精特新企业国际化发展的关键在于能否持续感知市场机会并将其转化为战略行动的能力。基于此,本文构建了“场景驱动创新—前摄性市场能力—国际化发展”的分析框架,实证发现前摄性市场能力在其中发挥关键中介作用,从而明确了企业由“需求感知”到“能力形成”再到“国际化扩展”的作用机制。区别于仅从理论层面分析国际化路径(彭泗清等,2023),本文从机制层面提供了可检验的实证证据,将专精特新企业国际化研究由以结果为导向的解释,推进为以能力形成为核心的过程性解释,并拓展了动态能力理论在中小企业国际化情境中的解释边界。

第二,现有研究对场景驱动创新的影响效应及其作用机制仍存在“黑箱”,本文通过识别前摄性市场能力的中介路径,实现了由概念性讨论向机制性分析的拓展。既有研究多集中于场景驱动创新的概念界定(尹西明等,2022)及其赋能效应的案例分析(方晓霞和李晓华,2024;付丙海等,2024),这一局限导致场景驱动创新的理论解释力仅限于回答“是什么”和“有何效果”等问题,而对“如何发挥作用”这一核心机制问题仍缺乏深入探讨。本文在既有研究基础上,不再将场景驱动创新仅视为一种创新范式,而是将其界定为企业重塑市场认知的重要路径,并揭示了其通过前摄性市场能力影响国际化发展的内在机制,同时检验了研发效率与脱钩断链冲击的调节效应。与仅关注概念内涵不同(尹西明等2022;2024a),本文从机

制层面深化了对“场景驱动创新如何创造价值”这一核心问题的理解，为后续相关研究开展实证检验提供了有益参考。

本文研究结果对政策制定者、企业管理者及行业组织均具有重要启示意义。其一，对于政府和产业主管部门而言，需进一步完善专精特新企业的国际化支持体系，重点引导专精特新企业围绕海外市场需求开展场景驱动创新，如鼓励企业在境外建立用户体验实验室、海外技术孵化器和跨国联合研发项目，帮助企业提高产品与技术对不同国家和地区市场的适配度。其二，对于专精特新企业管理者而言，可结合自身能力禀赋与行业环境，主动培育前摄性市场能力，增强对海外客户需求的积极感知与响应速度，并在研发效率与场景驱动创新之间寻求动态平衡，既保持技术迭代的高效性，又增强基于场景的差异化创新能力。同时，要注重提升技术与市场攻防能力，降低国际技术限制带来的不利影响，以求在多变的全球市场环境中实现稳健和可持续的跨境发展。其三，对于行业协会和中介服务机构，需积极搭建信息共享与协同平台，提供精准的海外市场信息、知识产权保护、跨境合规及技术标准咨询等服务，推动形成资源整合、标准共建与合作“抱团”的外部生态，赋能专精特新企业高质量出海。

(三) 研究不足与未来展望

本文研究还存在着有待进一步完善之处，未来研究可以从以下三方面进行完善和拓展。其一，本文基于浙江省专精特新企业数据开展分析，而不同地区的营商环境和政策支持等存在显著差异，后续研究可在全国范围内采集更大样本，以检验本文研究结论的稳健性与普适性。其二，鉴于脱钩断链冲击将在长期内持续存在，且专精特新企业多为中小企业，可能在国际化过程中呈现动态性与阶段性，未来研究可结合事件系统理论，采用纵向案例研究或跟踪调查的方法，深入揭示企业如何在外部冲击下调整国际化策略。其三，未来研究还可以进一步考察场景驱动创新对专精特新企业国际化深度和广度的具体作用，探索可能的差异性影响机制。此外，本文研究仅考察企业研发效率和脱钩断链冲击在场景驱动创新与专精特新国际化发展之间的调节作用，未来可以进一步分析企业的组织学习能力、国际化经验、风险偏好、母国与东道国的制度距离等更多内外部因素的情境影响，以更系统深入地理解场景驱动创新促进专精特新企业国际化发展的边界条件。

[参考文献]

- [1] 白俊红, 江可申, 李婧. 应用随机前沿模型评测中国区域研发创新效率[J]. 管理世界, 2009, 25(10): 51-61.
- [2] 陈立敏. 国际化战略与企业绩效关系的争议——国际研究评述[J]. 南开管理评论, 2014, 17(5): 112-125+160.
- [3] 程鹏, 梁艳, 柳卸林, 等. 突破性产品创新群的实现机制——基于应用场景视角[J]. 科学学与科学技术管理, 2022, 43(12): 76-93.
- [5] 杜运周, 任兵, 陈忠卫, 等. 主动性、合法化与中小企业成长——一个中介模型及其启示[J]. 管理世界, 2008, 24(12): 126-138+148.

- [5]方晓霞,李晓华.颠覆性创新、场景驱动与新质生产力发展[J].改革,2024,37(4):31-40.
- [6]冯永春,曹鑫锐,苏萌萌,等.海外制裁下中国芯片企业创新网络重构研究[J].科研管理,2024,45(12):89-99.
- [7]付丙海,张庆明,孙秀梅.场景驱动创新、组织复原力与制造业企业创新绩效——跨界二元学习的调节作用[J].管理学报,2024,37(4):96-109.
- [8]官建成,何颖.基于DEA方法的区域创新系统的评价[J].科学学研究,2005,23(2):265-272.
- [9]江积海,王若瑾.新零售业态商业模式中的价值倍增动因及创造机理——永辉超级物种的案例研究[J].管理评论,2020,32(8):325-336.
- [10]寇宗来,孙瑞.技术断供与自主创新激励:纵向结构的视角[J].经济研究,2023,58(2):57-73.
- [11]李梅,余天骄.海外研发投资与母公司创新绩效——基于企业资源和国际化经验的调节作用[J].世界经济研究,2016,32(8):101-113+134+137.
- [12]李晓壮.“实体清单”制裁对在京科技企业影响研究——基于实地调查研究的启示[J].北京联合大学学报(人文社会科学版),2024,22(2):14-22.
- [13]刘霞,王谊,祝继高.“一带一路”倡议与企业海外经营收入——影响效果及作用机制研究[J].经济管理,2021,43(3):80-97.
- [14]刘志彪,徐天舒.培育“专精特新”中小企业:补链强链的专项行动[J].福建论坛(人文社会科学版),2022,(1):23-32.
- [15]彭泗清,高原,王锐.中国专精特新制造企业国际化路径探究:基于安索夫矩阵的多案例研究[J].华东师范大学学报(哲学社会科学版),2023,55(5):154-169+174.
- [16]邵云飞,詹坤,吴言波.突破性技术创新:理论综述与研究展望[J].技术经济,2017,36(4):30-37.
- [17]盛朝迅.新发展格局下推动产业链供应链安全稳定发展的思路与策略[J].改革,2021,34(2):1-13.
- [18]王福,刘俊华,长青,等.场景链如何赋能新零售商业模式生态化创新——海尔智家案例研究[J].南开管理评论,2025,28(11):88-99.
- [19]王欣,黄速建,付雨蒙.企业数字化对国际化的影响机制研究——一个整合框架[J].经济与管理研究,2023,44(8):109-125.
- [20]王展硕,谢伟.中国企业研发国际化研究的综述与展望[J].研究与发展管理,2017,29(6):121-132.
- [21]邬爱其,李平,吴波.“专精特新”企业成长的Y型模式[J].清华管理评论,2024a,13(Z1):32-41.
- [22]邬爱其,史煜筠.浙江民营企业发展新质生产力的路径探索[J].浙江经济,2024,41(7):10-13.
- [23]邬爱其,吴铁珂,戴维奇.专精特新战略导向赋能中小企业成长的机制研究[J].中国人民大学学报,2024b,38(5):85-99.
- [24]吴先明,王茂琼.贸易摩擦如何影响企业的国际化程度[J].外国经济与管理,2025,47(5):17-34.
- [25]许晖,李阳,刘田田,等.“专精特新”企业如何突破专业化“锁定”困境——创新搜寻视角下的多案例研究[J].外国经济与管理,2023,45(10):3-19.
- [26]尹西明,钱雅婷,武沛琦,等.场景驱动科技成果转化:理论逻辑与过程机理[J].科学学研究,2024a,42(11):2286-2294+2317.
- [27]尹西明,苏雅欣,陈劲,等.场景驱动的创新:内涵特征,理论逻辑与实践进路[J].科技进步与对策,2022,39(15):1-10.
- [28]尹西明,武沛琦,钱雅婷,等.场景驱动型数智技术创新赋能新质生产力:理论逻辑与实践进路[J].中国软科学,2024b,39(10):18-31.
- [29]张化尧,高美兰,许佳荧.跨国联盟中的组织学习与合法性获取:中小企业国际化的案例研究[J].科研管理,2020,41(10):21-29.
- [30]张晓辉,赵爱民.加快专精特新中小企业国际化发展[J].宏观经济管理,2023,39(5):39-45+52.
- [31]赵甜.数智赋能专精特新企业国际化经营:进程、机制与对策[J].当代经济管理,2024,46(9):29-37.

- [32] 郑小碧. 跨国创业导向、技术创新能力与天生全球化企业国际化绩效[J]. 科研管理, 2019, 40(10): 230-239.
- [33] 邹波, 杨晓龙, 董彩婷. 基于大数据合作资产的数字经济场景化创新[J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2021, 20(4): 34-43.
- [34] 曾宪聚, 曾凯, 任慧, 等. 专精特新企业成长研究: 综述与展望[J]. 外国经济与管理, 2024, 46(1): 62-76.
- [35] ALDRICH H, AUSTER E R. Even Dwarfs Started Small: Liabilities of Age and Size and Their Strategic Implications[J]. Research in Organizational Behavior, 1986, 8(1): 165-198.
- [36] AYADI R, GIOVANNETTI G, MARVASI E, et al. Trade Networks and the Productivity of MENA Firms in Global Value Chains[J]. Structural Change and Economic Dynamics, 2024, 69: 10-23.
- [37] BARRALES-MOLINA V, MARTÍNEZ-LÓPEZ F J, GÁZQUEZ-ABAD J C. Dynamic Marketing Capabilities: Toward an Integrative Framework[J]. International Journal of Management Reviews, 2014, 16(4): 397-416.
- [38] BODLAJ M, ČATER B. Responsive and Proactive Market Orientation in Relation to SMEs' Export Venture Performance: The Mediating Role of Marketing Capabilities [J]. Journal of Business Research, 2022, 138: 256-265.
- [39] BREGE H, KINDSTRÖM D. Exploring Proactive Market Strategies[J]. Industrial Marketing Management, 2020, 84: 75-88.
- [40] CANTALEANO K R, RODRIGUES G P, MARTINS T S. The Mediating Effect of Proactive Market Orientation Capability in Entrepreneurial Orientation and Service Innovation [J]. RAM. Revista de Administração Mackenzie, 2018, 19(1): eRAMR180038.
- [41] DAY G S. Closing the Marketing Capabilities Gap[J]. Journal of Marketing, 2011, 75(4): 183-195.
- [42] FREEMAN S, HUTCHINGS K, CHETTY S. Born-globals and Culturally Proximate Markets [J]. Management International Review, 2012, 52(3): 425-460.
- [43] KOWALIK I, DANIK L, FRANCONI B. Specialized Marketing Capabilities and Foreign Expansion of the International New Ventures[J]. Journal of Small Business Management, 2023, 61(2): 226-264.
- [44] LOVE J H, ROPER S. SME Innovation, Exporting and Growth: A Review of Existing Evidence[J]. International Small Business Journal, 2015, 33(1): 28-48.
- [45] LYNN L H, REDDY N M, ARAM J D. Linking Technology and Institutions: The Innovation Community Framework[J]. Research Policy, 1996, 25(1): 91-106.
- [46] MURRAY J Y, GAO G Y, KOTABE M. Market Orientation and Performance of Export Ventures: The Process through Marketing Capabilities and Competitive Advantages [J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 2011, 39(2): 252-269.
- [47] NARVER J C, SLATER S F, MACLACHLAN D L. Responsive and Proactive Market Orientation and New-product Success[J]. Journal of Product Innovation Management, 2004, 21(5): 334-347.
- [48] RIVERO-GUTIERREZ L, CABANELAS P, DÍEZ-MARTÍN F, et al. How can Companies Boost Legitimacy in International Markets? A Dynamic Marketing Capabilities Approach[J]. International Marketing Review, 2024, 41(1): 273-301.
- [49] TAN Q, SOUSA C M P. Leveraging Marketing Capabilities into Competitive Advantage and Export Performance[J]. International Marketing Review, 2015, 32(1): 78-102.
- [50] TEECE D J. Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance[J]. Strategic Management Journal, 2007, 28(13): 1319-1350.
- [51] ZAHOOR N, LEW Y K. Enhancing International Marketing Capability and Export Performance of Emerging Market SMEs in Crises: Strategic Flexibility and Digital Technologies[J]. International Marketing Review, 2023, 40(5): 1158-1187.

- [52] ZHANG Y. Can the “Little Giant” Label Enhance Firms’ Supply Chain Positions [J]. *Economics Letters*, 2024: 112064.
- [53] ZOTT C, AMIT R, MASSA L. The Business Model: Recent Developments and Future Research [J]. *Journal of Management*, 2011, 37(4): 1019–1042.

The Influence Mechanism of Context-driven Innovation on the International Development of Specialized, Refined, Distinctive and Innovative Enterprises: The Mediating Effect of Proactive Market Capability

WU Aiqi¹, CAO Yougen²

(1. School of Management, Zhejiang University, Hangzhou, Zhejiang, 310058;

2. School of Business, Anhui University, Hefei, Anhui, 230601)

Abstract: Internationalization is an important strategy for SRDI (Specialized, Refined, Distinctive, and Innovative) enterprises to break through the “growth ceiling” of the domestic market. However, in advancing internationalization they often face the practical challenge that their existing core technologies and leading products are difficult to adapt to new demands in international markets. Context-driven innovation emphasizes targeted technological innovation activities oriented toward specific application scenarios, thus providing theoretical guidance for the internationalization of SRDI enterprises. Drawing on theories of firm dynamic capability, internationalization and context-driven innovation, this study investigated the mechanisms and boundary conditions through which context-driven innovation affected the internationalization of SRDI enterprises. The findings show that context-driven innovation is a key driver of SRDI enterprises’ internationalization, operating mainly through the enhancement of their proactive market capability. Meanwhile, its positive impact on SRDI enterprises’ internationalization is moderated by corporate characteristic and external environment: the positive effect of context-driven innovation on internationalization is stronger when SRDI enterprises face greater decoupling and supply-chain disruption shocks, but weaker when they exhibit higher R&D efficiency. This study advances and enriches the theoretical understanding of the factors influencing SRDI enterprise growth and provides valuable managerial implications for promoting their internationalization.

Keywords: SRDI Enterprises; Internationalization; Context-driven Innovation; Proactive Market Capability

(责任编辑 刘建昌)