

国企—民企战略联盟与国有企业竞争地位跃升

马新啸^{1,2}, 汤泰劼³, 王心蕊⁴

(1. 中国海洋大学 管理学院, 山东 青岛 266100; 2. 中国海洋大学 中国企业营运资金管理研究中心, 山东 青岛 266100; 3. 南京大学 商学院, 江苏 南京 210093; 4. 陕西师范大学 生命科学学院, 陕西 西安 710119)

摘要: 做强做优做大国有资本与国有企业是实现中国式现代化的重要保障, 各类资本取长补短、相互促进、共同发展的混合所有制经济构成国有企业提升核心竞争力的关键契机。文章探讨了国有企业与民营资本实施战略联盟对国有企业市场竞争地位的影响。研究发现, 国有企业与民营资本实施战略联盟能够获取企业家默示知识, 提升运营管理效率, 改善品牌声誉, 从而实现自身的市场竞争地位跃升。这种积极作用在中央和垄断国有企业中以及 2015 年党中央全面深化国企改革后更加明显, 并在民营伙伴实力雄厚、聚焦共同投资经营、联盟内部沟通便利以及各方权利义务明确的情况下更加突出。文章研究表明, 国有企业与民营资本实施产权融合之外的战略联盟能够切实提升核心竞争力。这不仅支持了党和国家以中国式现代化理念深化国资国企改革所进行的积极探索, 而且对国有企业改革与国企—民企战略联盟的学术研究做出了重要拓展。

关键词: 国有企业; 战略联盟; 国企—民企战略联盟; 市场竞争地位

中图分类号: F271 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-9952(2024)03-0078-15

DOI: 10.16538/j.cnki.jfe.20240219.101

一、引言

在中美贸易摩擦加剧和经济结构转型升级的新时代背景下, 如何更好地提升国有企业核心竞争力, 促使其做强做优做大, 成为政府部门、社会实践以及学术研究领域共同关注的话题。理论上, 企业的核心竞争力指的是其感知、进入以及持续占据各种市场的关键能力, 通常表现为以营业收入为核心的市场竞争地位(刘行和吕长江, 2018)。企业核心竞争力不仅难以被竞争对手轻易模仿和获取, 而且能够保障企业在动态变化的外部环境中长期生存发展, 其构成一国经济高质量发展的微观基础。实践中, 我国国有企业取得一些改革发展成果, 但仍受到核心竞争力较弱和产品市场地位较低的桎梏。以被媒体称为“*A*股亏损王”的中国铝业为例, 原董事长熊维平曾坦诚指出“中铝公司遭受的挫折从根本上说不是外部环境造成的, 而是自身体制机制问题在危机中的集中爆发”, 特别是“机构多、人员多、包袱重”导致“产品成本高、劳动生产率低、市场竞争力弱”, “体制机制、产业结构、产品结构不能适应市场竞争要求”。^①此外, 在 2023 年

收稿日期: 2023-08-12

基金项目: 国家自然科学基金青年项目(72302224); “泰山学者”工程专项经费资助项目(tsqn202306100); 国家资助博士后研究人员计划(GZB20230299); 中国博士后科学基金面上资助项目(2023M733331)

作者简介: 马新啸(1993—), 男, 山东济宁人, 中国海洋大学管理学院、中国企业营运资金管理研究中心副教授;
汤泰劼(1993—)(通讯作者), 男, 江苏苏州人, 南京大学商学院博士后;
王心蕊(1999—), 女, 山东垦利人, 陕西师范大学生命科学学院硕士研究生。

^①《中国经济周刊》2014 年 11 月 18 日报道《国企“亏损王”病因: 基层工资太低都不愿好好干》, 详见 https://news.china.com/domesticgd/10000159/20141118/18973922_all.html。

全国两会上，哈电集团董事长曹志安指出“虽然我国拥有最完整的工业体系，但是‘大而不强’‘全而不优’的问题仍然突出，产业基础依然薄弱，装备制造业产业链还存在‘卡脖子’短板”；国药控股董事长于清明则表示“目前我国高端医疗器械国产化率仍然较低，产业链发展不平衡不充分，关键技术、核心零部件进口依赖度较高”。^①因此，如何有效提升国有企业的核心竞争力和市场竞争地位，已成为国家治理层面极其重要的话题。

国内外学者围绕市场竞争地位的影响因素展开研究，主要发现资本结构(Campello, 2003)、现金持有(张会丽和吴有红, 2012)、避税程度(刘行和吕长江, 2018)等内部财务与治理特征以及产业政策(陆正飞和韩非池, 2013)、行政处罚(辛清泉等, 2019)等外部制度因素会影响企业的市场竞争地位。而现有文献忽视了战略联盟这种企业获取互补资源和培育竞争优势的关键形式，亦未对中国特色情境下国有企业与民营资本实施战略联盟的普遍现象给予足够关注。事实上，战略联盟已然成为国内外企业经营和发展中广泛实施的组织形式，其指的是互不控制的独立企业之间实施的资源共享和业务共同开展的战略合作活动(Dussauge 和 Garrette, 1999; 黄勃等, 2022)。作为中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础，国有企业通过与民营资本组建战略联盟，能够获取自身缺乏的企业家思维等互补性资源，并在项目运作过程中提高运营管理效率，从而实现做强做优做大和提升核心竞争力的改革初衷。张会丽和吴有红(2012)指出，薄弱的治理机制会削弱国有企业现金资源对市场竞争地位的积极影响；戴璐(2013)的案例研究表明，国有企业与外资组建战略联盟有助于转变管理层战略思维，改进运营流程，提升社会声誉，从而增强竞争优势。因此，对国有企业实施的以民营资本为伙伴的战略联盟(下文简称“国企—民企战略联盟”)如何影响其市场竞争地位，是学术研究和社会实践领域的重要问题。

2015年，中共中央、国务院印发的《关于深化国有企业改革的指导意见》指出，“鼓励国有企业通过投资入股、联合投资、重组等多种方式，与非国有企业进行股权融合、战略合作、资源整合”。2022年，习近平总书记在党的二十大报告中强调，“深化国资国企改革”，“推动国有资本和国有企业做强做优做大，提升企业核心竞争力”。由此，深化国资国企改革更加要求各地国有企业全面理解和总结推广混合所有制经济的优秀实践形式，不能桎梏于民营资本参股国有企业和派驻董事等治理维度的混合所有制，而要在国有企业与优质民营资本组建战略联盟上做深做实，从而实现各类资本取长补短、相互促进、共同发展，切实提升国有企业的核心竞争力。

本文以2008—2021年国有上市公司为对象，探讨了国企—民企战略联盟对国有企业市场竞争地位的影响。研究发现，国有企业与民营资本实施战略联盟能够获取企业家默示知识，提升运营管理效率，改善品牌声誉，从而实现自身的市场竞争地位跃升。这种积极作用在中央和垄断国有企业中以及2015年党中央全面深化国企改革后更加明显，并在民营伙伴实力雄厚、聚焦共同投资经营、联盟内部沟通便利以及各方权利义务明确的情况下更加突出。本文的研究贡献体现在以下三个方面：

第一，本文研究了国企—民企战略联盟对国有企业市场竞争地位的影响，对混合所有制经济微观形式及成效的文献做出了拓展。现有文献对国企混改的探讨聚焦于产权融合，即国有企业引入民营战略投资者来实现治理机制优化和高质量发展(黎文飞等, 2020; 马新啸和汤泰劼, 2022)，学者尤其关注非国有股东派出董事的影响(刘运国等, 2016; 马新啸等, 2020)。而根据资源基础理论和政府社会资本理论，目标各异的产权资本融合仅是混合所有制的实现方式之一，各种所有制资本的特殊资源整合与协调生产才是实现混合所有制改革成效的关键(王竹泉，

^① 第一财经 2023年3月10日报道《代表委员热议国企改革：如何提高国企核心竞争力》，详见 <https://www.yicai.com/news/101698120.html>。

2020)。因此,本文从国企—民企战略联盟的角度审视国有企业的经济活动,研究其对国有企业市场竞争地位的影响,这在混合所有制经济微观形式及成效的文献中具有较大的增量贡献。

第二,本文研究了国企—民企战略联盟对国有企业市场竞争地位的作用机理,对企业市场竞争地位影响因素的文献做出了拓展。现有文献主要围绕产业政策、行政处罚等外部制度因素(陆正飞和韩非池,2013)以及资本结构、现金持有等内部财务与治理特征(Campello,2003;张会丽和吴有红,2012)如何影响企业的市场竞争地位展开研究。本文则关注国企—民企战略联盟这种企业获取互补资源和培育竞争优势的组织形式,分析其如何提升国有企业的市场竞争地位,这在国企—民企战略联盟经济后果和企业市场竞争地位影响因素的文献中具有增量贡献。

第三,本文为新时代全面深化国资国企改革提供了理论指导和政策参考。国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础,是党执政兴国的重要支柱和依靠力量,必须做强做优做大,而这关键在于提升核心竞争力。新时代全面深化改革有效提升了国有企业的竞争优势,但国有企业的核心竞争力偏弱仍是不争事实,其根源在于行政体制下开拓精神等企业家默示知识的匮乏(王芳和田鹏颖,2022)。本文研究发现,国企—民企战略联盟能够提升国有企业的市场竞争地位,增强核心竞争力,实现螺旋上升式发展,这对于新时代全面深化国企改革具有指导意义。

二、理论分析与研究假设

(一) 国企—民企战略联盟的理论基础

一般地,混合所有制经济指的是国有资本、集体资本、非公有资本等交叉持股、相互融合的经济形态,国有企业混合所有制是其重要实现形式。国有企业混合所有制不仅可以体现在治理维度上,如引入具有战略股东身份的民营资本参股国有企业,以及派出代表自身利益的董事、监事等参与国企治理(马新啸和汤泰劫,2022),还能在经营层面实现,如国企—民企战略联盟活动。理论上,国企—民企战略联盟有助于国有企业与民营企业在保持各自独立的情况下共享资源,共同开展各类业务,从而在追求联盟目标的过程中获取各自利益,这符合经营层面混合所有制的基本理念(Dussauge和Garrette,1999;黄勃等,2022)。实践中,国企—民企战略联盟已成为国有企业与民营企业实现战略业务合作的重要形式和普遍现象。以上市国企易华录为例,该国企不仅与华为、京东等民企组建以产品共同研发为核心的战略联盟,还与广东德联、数据堂等民企组建以产品共同经营为核心的战略联盟,由此实现各自经营业务的协调合作,最终促进共同发展(马新啸,2022)。

进一步地,国企—民企战略联盟具有坚实的理论基础,主要是习近平新时代中国特色社会主义思想,以及资源观下的中国特色企业理论。一方面,习近平新时代中国特色社会主义思想实现了马克思主义中国化时代化的新飞跃,不仅肯定国有企业混合所有制是对生产资料公有制的实现形式而非本身的革新与优化,而且明确强调国有企业混合所有制的目的在于国资做强做优做大和非公有制资本健康发展的有机统一(马新啸等,2021)。对于混合所有制的实现路径,国有企业可以通过交叉持股、联合投资、重组等多种方式与非国有企业进行股权融合、战略合作和资源整合,并未局限于国企治理结构层面。由此,国企—民企战略联盟符合习近平新时代中国特色社会主义思想关于国企改革的指导理念。另一方面,资源观下的中国特色企业理论指出,企业是资源配置的社会建构,企业与不同生产要素的拥有者持续进行经济往来和业务融合构成资源观下混合所有制的本质要义,即混合所有制构成各类企业的共同特征(王竹泉,2020)。具体而言,追求经济利益的民营投资者与国有股东之间的监督制衡仅是混合所有制的实

现路径之一,而国有企业与民营资本实施以战略联盟为组织形式的异质性资源整合与协调生产,同样是实现混合所有制成效的关键路径(王竹泉,2020)。由此,国企—民企战略联盟亦得到资源观下中国特色企业理论的有力支撑。

现有文献主要采用模型推导和案例分析方法,研究了国企—民企战略联盟的积极影响。例如,龙飞等(2007)发现,组建以技术学习和内化研发为核心的国企—民企战略联盟能够有效提升国企竞争力。戴璐(2013)的案例研究表明,国企—民企战略联盟实现了管理层战略思维的转变,改善了产品工艺和质量控制流程,获得了资本市场和社会公众对品牌的高度认可,最终有效提升了国企核心竞争力。黄勃等(2022)则发现行政干预下的国有企业战略联盟活动难以显著提升其全要素生产率,但未从联盟伙伴产权性质的视角进行更加深入的思考。

(二) 国企—民企战略联盟与国有企业的市场竞争地位

国有企业通过与民营资本组建和实施战略联盟,能够获取企业家默示知识,提升运营效率,改善品牌声誉,从而实现自身的市场竞争地位跃升。

第一,国有企业能够在国企—民企战略联盟的运作过程中高效获取互补性的企业家默示知识,更好地培育竞争优势,从而提升市场竞争地位(李军波和何冬丽,2014)。企业是资源配置的社会建构,一家企业难以拥有维持核心竞争力所需的各类资源(王竹泉,2020)。与民营企业相比,国有企业资金充裕,得到政府更多支持(马亚明和张立乐,2022)。但由于发展历程和体制机制的差异,国有企业的开拓精神、战略视野、市场思维等企业家默示知识与民营企业不同(王芳和田鹏颖,2022)。而国企—民企战略联盟则成为国有企业学习并获取上述互补性资源和培育竞争优势的关键手段。一方面,国有企业可以在国企—民企战略联盟契约中预先设定详细的权利义务条款来保障对自身投入资源的有效控制,避免国企—民企战略联盟运作失当可能导致的存量资源流失问题。另一方面,国企—民企战略联盟能为国有企业提供开展组织学习的重要平台(蒋兴华和张明,2012)。在国企—民企战略联盟的运作过程中,国有企业不仅能学习到伙伴民企的管理制度、组织架构等显性知识,还能以“干中学”的方式有效获取民营资本的企业家默示知识,并结合自身实践创造出全新知识,这对国有企业培育竞争优势至关重要(Grant和Baden-Fuller,2004)。此外,国有企业获取的互补性资源还能对自身独立开展的其他活动产生正向溢出效应。

第二,国有企业通过国企—民企战略联盟能够更好地发挥自身比较优势,并在具体项目运作过程中与民营资本相互监督,从而提升运营效率 and 市场竞争地位。实践中,企业开展业务活动时并非仅有市场化和内部化两种选择。组建企业战略联盟,将部分经济活动内部化、将其他经济活动市场化,能够发挥各方禀赋优势,降低行政协调成本和交易成本,从而获取竞争优势。一方面,在实施国企—民企战略联盟的过程中,国有企业可以通过调查研究等方式厘清自身与民营伙伴各自的禀赋及缺陷(Dussauge和Garrette,1999),从而在共同开展业务活动时精准分工。这既能充分发挥各自比较优势,又能较好避免各方短板所造成的绩效损失(魏中龙和金益,2008),从而更好地提升自身运营效率和核心竞争力。另一方面,战略合作项目能否顺利实施并达到预期目标是民营企业的利益着眼点,民营企业既有动机也有能力对国有企业在战略合作项目中的行为进行监督。例如,为了防止国有企业在共同开展业务活动时态度消极、质量不高以及经常延期等(Das和Teng,2000),民营伙伴会主动基于联盟契约加强对国有企业的监督(高泉和徐飞,2010),这有助于在实现自身利益的同时提升国有企业的管理效率。值得注意的是,民营企业难以基于有限时间、有限内容的战略合作协议,对国有企业其他方面、与战略合作项目无关的经济活动产生监督作用。

第三, 国有企业与民营资本组建战略联盟能够向外界传递自身善于与民营资本合作的积极信号, 更好地吸引公众、媒体的关注和机构投资者的参与, 由此产生的品牌声誉优化效应有助于国有企业扩大市场份额和提升市场竞争地位。在“所有者缺位”“内部人控制”等缺陷的影响下, 国有企业存在信息质量较低、信息披露不及时、财务重述频发等现象(于鹏, 2007)。这导致产品影响力较弱、品牌声誉不高, 不利于竞争优势培育和市场地位提升。国有企业实施国企—民企战略联盟则能有效化解上述弊端。具体而言, 国企—民企战略联盟的组建与实施是国有企业与民营资本在平等互惠的基础上依法依规达成的契约合意关系, 并非国有企业或政府部门使用行政干预的方式强制民营资本加入(马新啸, 2022)。这有助于更好地吸引其他民营企业开展合作, 改善国有企业品牌声誉, 从而提升市场竞争地位。此外, 国企—民企战略联盟的信号作用还能更好地吸引公众、媒体的关注和机构投资者的参与(黄艺翔和姚铮, 2018), 这亦有助于国有企业开辟市场和提升竞争优势。

三、研究设计

(一) 模型设定与变量定义

借鉴刘行和吕长江(2018)以及黄勃等(2022)的做法, 本文构建如下模型来检验国企—民企战略联盟对国有企业市场竞争地位的影响:

$$MARPOSITION_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 SANONS OE_{i,t} + \beta_2 CONTROLS_{i,t} + \sum FIRM_i + \sum YEAR_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

被解释变量 $MARPOSITION$ 表示国有企业的市场竞争地位。与产品定价、行业退出等衡量方式相比, 企业销售规模的变动情况能够综合反映战略规划、产品研发和运营管理成效等因素对其市场竞争地位的影响(Campello, 2003)。这种测量方式不仅在我国上市企业信息披露的制度规范下具有可行性, 而且能够较好反映企业从事实体经济活动的现实竞争能力, 已被学术研究广泛采用(李科和徐龙炳, 2009; 刘行和吕长江, 2018)。基于此, 本文以样本国企当年的营业收入增长率减去所在行业当年均值来衡量其市场竞争地位。

解释变量 $SANONS OE$ 表示国有企业实施国企—民企战略联盟的意愿和程度。国企—民企战略联盟指的是国有企业与民营资本在保持各自独立的基础上实施的资源共享和业务共同开展的战略合作组织(Dussauge 和 Garrette, 1999; 黄勃等, 2022), 已成为国有企业发展过程中普遍存在的现象(马新啸, 2022)。本文衡量了国有企业实施国企—民企战略联盟的意愿和程度。如果国有企业当年存在国企—民企战略联盟, 则实施意愿变量 $SAD_NONS OE$ 取值为 1, 否则为 0。实施程度变量 $SAN_NONS OE$ 采用国有企业当年存在的国企—民企战略联盟数量加 1 后取自然对数来表示。值得注意的是, 对于明确披露持续时间(包括终止时间)的国企—民企战略联盟, 本文认定其在持续时间内正常运营; 而对于没有明确披露持续时间的国企—民企战略联盟, 本文参照黄勃等(2022)的做法按照 3 年进行认定。

参照刘行和吕长江(2018)以及黄勃等(2022)的做法, 本文控制了一系列公司财务与治理特征, 这些因素可能对国有企业的市场竞争地位产生影响。此外, 本文还控制了公司和年度固定效应, 并采用公司层面聚类的稳健标准误。为了避免异常值的干扰, 本文对连续变量进行了上下 1% 的缩尾处理。本文变量定义见表 1。

(二) 数据来源与样本选择

本文选取 2008—2021 年沪深两市国有上市公司为研究对象。国有上市公司实施国企—民企战略联盟的信息需要依法依规及时披露, 且其财务与治理数据便于获取, 使得本文可以更可靠地刻画和研究国企—民企战略联盟活动。

表 1 变量定义

变量类型	变量符号	变量定义
被解释变量	<i>MARPOSITION</i>	市场竞争地位,以国有企业当年的营业收入增长率减去所在行业当年均值来衡量
解释变量	<i>SAD_NONSOE</i>	国企—民企战略联盟的实施意愿,如果国有企业当年与民营资本实施战略联盟则取值为1,否则为0
	<i>SAN_NONSOE</i>	国企—民企战略联盟的实施程度,国有企业当年与民营资本实施的战略联盟数量加1后取自然对数
控制变量	<i>SIZE</i>	公司规模,以当年总资产的自然对数来衡量
	<i>LEV</i>	资产负债率,以当年总负债除以总资产来衡量
	<i>ROA</i>	盈利能力,以当年总资产收益率来衡量
	<i>GROWTH</i>	成长性,以当年营业收入增长率来衡量
	<i>PPE</i>	资本密集度,以当年固定资产除以总资产来衡量
	<i>CONCENTRATE</i>	股权集中度,以前五大股东持股比例平方和来衡量
	<i>SHDNONSOE</i>	股权层面混改程度,以前十大非国有股东持股比例之和来衡量
	<i>AGE</i>	上市年限,以上市年数加1后取自然对数来衡量
	<i>BOARDSIZE</i>	董事会规模,以董事会总人数的自然对数来衡量
	<i>INDEP</i>	董事会独立性,以独立董事占董事总数比例来衡量

2007年上市公司信息披露管理办法实施后,各类上市公司才更加规范地披露战略联盟组建信息(马新啸,2022),因而本文以2008—2021年作为样本期间。本文使用的国企—民企战略联盟数据通过手工收集整理得到,初始数据的收集过程耗时约7个月。首先,本文从Wind数据库中下载得到1999年至今中国上市公司披露的可能涉及战略联盟实施的公告,公告标题中通常含有“战略联盟”“战略联合”“战略合作”“战略投资”“企业联盟”“企业联合”等关键词,据此检索得到约6700份公告;其次,阅读公告内容,整理相关信息,包括上市公司实施战略联盟的开始时间、伙伴名称、项目内容、持续时间、投入金额、细节条款(如知识产权分割协议)等,并根据伙伴名称在天眼查中匹配其注册资本、产权性质等信息;最后,仅保留国有上市公司实施的、合作伙伴属于民营资本的国企—民企战略联盟的信息,由此获得国企—民企战略联盟的初始数据。此外,公司财务与治理数据主要来自CSMAR数据库。本文剔除了金融行业、财务数据异常以及主要变量数据缺失的样本,最终得到11953个国有上市公司—年度观测值。

四、实证结果分析

(一)描述性统计

表2结果显示,样本期内国有上市企业市场竞争地位变量*MARPOSITION*的均值和中位数分别为-0.510和-0.195,这表明国有企业的市场竞争地位仍不高。样本国企的国企—民企战略联盟实施意愿变量*SAD_NONSOE*及实施程度变量*SAN_NONSOE*的均值分别为0.160和0.152,且标准差分别为均值的2.3倍和2.5倍,这表明不同国企开展的国企—民企战略联盟活动存在一定差别。

表 2 主要变量描述性统计

变量	观测值	均值	标准差	最小值	中位数	最大值
<i>MARPOSITION</i>	11953	-0.510	1.841	-14.747	-0.195	2.395
<i>SAD_NONSOE</i>	11953	0.160	0.367	0.000	0.000	1.000
<i>SAN_NONSOE</i>	11953	0.152	0.378	0.000	0.000	1.792

(二)基本回归结果

表3中列(1)和列(3)未加入控制变量,*SAD_NONSOE*和*SAN_NONSOE*的回归系数至少在5%的水平上显著为正。列(2)和列(4)控制了样本国企的财务与治理特征,*SAD_NONSOE*和

SAN_NONSOE 的回归系数仍至少在 5% 的水平上显著为正。经测算, SAD_NONSOE 提升 1 个标准差, 样本国企的市场竞争地位上升约 13%; SAN_NONSOE 提升 1 个标准差, 样本国企的市场竞争地位上升约 22%。这表明本文的回归结果具有较强的经济显著性。

表 3 基本回归结果

	MARPOSITION			
	(1)	(2)	(3)	(4)
SAD_NONSOE	0.163** (2.35)	0.179** (2.54)		
SAN_NONSOE			0.276*** (3.39)	0.292*** (3.52)
控制变量	未控制	控制	未控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制	控制
观测值	11953	11953	11953	11953
$adj. R^2$	0.217	0.219	0.218	0.220

注:***、**和*分别表示在1%、5%和10%的水平上显著, 括号内为z值或t值。下表同。

(三) 稳健性检验

1. 缓解测量误差。本文参照 Peress(2010)的做法, 测算样本国企的勒纳指数, 以其减去行业均值来衡量市场竞争地位($FLEARNER$); 同时, 参照魏志华和朱彩云(2019)的做法, 以样本国企的营业收入占行业营业收入总额比例的变化率来衡量市场竞争地位($FREVRATIO$)。本文将这两个变量作为被解释变量对模型(1)进行回归, 结果见表 4。在缓解被解释变量的测量误差后, 结果保持稳健。

表 4 缓解被解释变量测量误差

	FLEARNER		FREVRATIO	
	(1)	(2)	(3)	(4)
SAD_NONSOE	0.190** (2.31)		0.049*** (2.91)	
SAN_NONSOE		0.319*** (2.79)		0.061*** (2.73)
控制变量	控制	控制	控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制	控制
观测值	11953	11953	11953	11953
$adj. R^2$	0.177	0.179	0.056	0.057

本文参照黄勃等(2022)的做法, 分别以样本国企当年实施的国企—民企战略联盟投入金额总和的自然对数(SAM_NONSOE)、投入金额均值的自然对数($SAMAVE_NONSOE$)以及投入金额总和与营业收入之比($SAMSALE_NONSOE$)作为解释变量进行回归, 结果见表 5。在缓解解释变量的测量误差后, 其回归系数仍显著为正, 结果保持稳健。

2. 缓解样本选择偏误。本文根据样本国企当年是否实施国企—民企战略联盟, 以全部控制变量为依据变量, 采用卡尺为 0.05 的近邻匹配方法进行 1:1 不放回的倾向得分匹配。匹配后各变量在处理组和控制组之间基本均衡, 匹配效果较好。本文采用匹配后的样本重新进行回归, 结果见表 6, SAD_NONSOE 和 SAN_NONSOE 仍显著为正。在缓解样本选择偏误后, 结果保持稳健。

表 5 缓解解释变量测量误差

	MARPOSITION		
	(1)	(2)	(3)
<i>SAM_NONSOE</i>	0.015** (2.45)		
<i>SAMAVE_NONSOE</i>		0.016** (2.47)	
<i>SAMSALE_NONSOE</i>			0.730*** (3.26)
控制变量	控制	控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制
观测值	11953	11953	11953
<i>adj. R</i> ²	0.219	0.219	0.221

3. 缓解反向因果偏误。本文以样本国企所在地区是否经历 2008 年和 2013 年的省级高级人民法院院长异地交流任职作为工具变量, 记为 *PROPERTYCOURT*。省级高级人民法院院长的异地工作交流有助于遏制司法腐败, 提升司法独立性(曹春方等, 2017)。这有助于加强对国企—民企战略联盟的产权司法保护, 国有企业得以与民营资本更好地组建和实施国企—民企战略联盟。同时, 市场竞争地位是国有企业从战略决策到执行的综合反映, 与司法独立性的相关性较弱。因此, 这个工具变量较好地满足相关性和外生性要求。表 7 第一阶段回归中 *PROPERTYCOURT* 的系数显著为正, 第二阶段回归中 *SAD_NONSOE* 和 *SAN_NONSOE* 的系数仍显著为正, 而且回归通过了弱工具变量检验。在缓解反向因果导致的内生性问题后, 本文结果依然保持稳健。

表 6 缓解样本选择偏误

	MARPOSITION	
	(1)	(2)
<i>SAD_NONSOE</i>	0.341** (2.40)	
<i>SAN_NONSOE</i>		0.500*** (3.08)
控制变量	控制	控制
公司和年度	控制	控制
观测值	3666	3666
<i>adj. R</i> ²	0.150	0.154

表 7 缓解反向因果偏误

	<i>SAD_NONSOE</i>	<i>MARPOSITION</i>	<i>SAN_NONSOE</i>	<i>MARPOSITION</i>
	第一阶段回归	第二阶段回归	第一阶段回归	第二阶段回归
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>PROPERTYCOURT</i>	0.053*** (5.35)		0.063*** (6.28)	
<i>SAD_NONSOE</i>		2.778*** (2.81)		
<i>SAN_NONSOE</i>				2.313*** (2.93)
控制变量	控制	控制	控制	控制
行业和年度	控制	控制	控制	控制
观测值	11953	11953	11953	11953
<i>R</i> ²	0.114	0.012	0.127	0.092
最小特征值	28.609		39.499	

五、进一步研究

(一)作用机制分析

1. 获取企业家默示知识。国有企业实施国企—民企战略联盟能够以“干中学”的方式从民营伙伴那里学习并获取互补性的企业家默示知识。根据高层梯队理论,企业高管并非完全理性的个体,只能运用自身掌握的信息和知识进行决策,因此高管的知识结构和认知水平对企业行为具有重要影响。由于企业高管的知识结构和认知水平难以具体量化,现有研究通常采用年龄、性别、教育背景、职业经历、成长历程等人口统计学特征进行测度(何瑛等,2019)。本文以国企高管团队异质性来刻画其默示知识水平,从高管团队的年龄、性别、教育背景、职业发展、海外经历、金融专长六个方面来测度综合异质性,根据年度—行业中位数设置企业家默示知识的虚拟变量 $LKNOW$,企业家默示知识较少时取值为 1,将其与国企—民企战略联盟的交乘项作为解释变量进行作用机制检验。理论上,如果国企—民企战略联盟能够通过帮助国企获得企业家默示知识来提升其市场竞争地位,那么在企业家默示知识较少的国有企业中,国企—民企战略联盟的作用空间更大,积极影响更加明显。表 8 中列(1)和列(2)结果显示, $SAD_NONSOE \times LKNOW$ 和 $SAN_NONSOE \times LKNOW$ 的系数至少在 5% 的水平上显著为正,这与上述预期一致。因此,国企—民企战略联盟提升国企市场竞争地位的企业家默示知识传递机制得到支持。

表 8 作用机制分析

	MARPOSITION					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
$SAD_NONSOE \times LKNOW$	0.210** (1.97)					
$SAN_NONSOE \times LKNOW$		0.331*** (2.72)				
$SAD_NONSOE \times LIC$			0.201** (2.19)			
$SAN_NONSOE \times LIC$				0.252*** (2.68)		
$SAD_NONSOE \times LREP$					0.229** (2.07)	
$SAN_NONSOE \times LREP$						0.300** (2.41)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制	控制	控制	控制
观测值	11953	11953	11953	11953	11953	11953
adj. R^2	0.219	0.221	0.219	0.221	0.220	0.221

2. 提升运营管理效率。国有企业实施国企—民企战略联盟能够与民营伙伴在充分发挥各自比较优势和相互监督的基础上开展合作,由此可以避免自身经营管理短板所造成的效率损失,通过提升运营管理效率来提升市场竞争地位。根据公司治理理论,内部控制质量越高的企业通常运营管理效率越高(刘运国等,2016)。本文参考刘运国等(2016)的做法,使用迪博内部控制指数来衡量内部控制质量,根据年度—行业中位数设置衡量运营管理效率的虚拟变量 LIC ,运营管理效率较低时取值为 1,将其与国企—民企战略联盟的交乘项作为解释变量进行作用机制检验。理论上,如果国企—民企战略联盟能够通过提升国企运营管理效率来提升其市场竞争地位,

那么在运营管理效率较低的国有企业中, 国企—民企战略联盟的作用空间更大, 积极影响应更加明显。表 8 中列(3)和列(4)结果显示, $SAD_NONSOE \times LIC$ 和 $SAN_NONSOE \times LIC$ 的系数至少在 5% 的水平上显著为正, 这与上述预期一致。因此, 国企—民企战略联盟提升国企市场竞争地位的运营管理效率优化机制得到支持。

3. 改善品牌声誉。国有企业实施国企—民企战略联盟可能反映民营资本与其合作发展的强烈意愿, 这有助于提升自身的品牌声誉和社会影响力, 吸引公众、媒体的关注和机构投资者的关注, 从而扩大市场份额, 提升市场竞争地位。根据公司治理理论, 企业声誉需要从各利益相关者维度来综合考虑。本文参照管考磊和张蕊(2019)的做法, 通过构建声誉评价体系来测度企业品牌声誉。本文综合考虑各利益相关者对企业声誉的评价, 秉承可操作性、层次性、有效性和相对完备性的原则, 选择消费者与社会、债权人、股东、企业自身四大维度共 12 个企业声誉评价指标,^①采用因子分析方法计算出企业声誉得分。本文根据年度—行业中位数设置企业声誉的虚拟变量 $LREP$, 企业声誉较低时取值为 1, 将其与国企—民企战略联盟的交乘项作为解释变量进行作用机制检验。理论上, 如果国企—民企战略联盟能够通过改善国企品牌声誉来提升其市场竞争地位, 那么在品牌声誉较差的国有企业中, 国企—民企战略联盟的作用空间更大, 积极影响应更加明显。表 8 中列(5)和列(6)结果显示, $SAD_NONSOE \times LREP$ 和 $SAN_NONSOE \times LREP$ 的系数均在 5% 的水平上显著为正, 这与上述预期一致。因此, 国企—民企战略联盟提升国企市场竞争地位的品牌声誉改善机制得到支持。

(二) 异质性分析

1. 民营伙伴特征。国有企业与实力雄厚的民营资本组建战略联盟能够更好地获取战略思维等企业家默示知识, 从而提升自身市场竞争地位。基于此, 本文参照黄勃等(2022)的做法, 根据国企—民企战略联盟中是否包含国内 500 强民营企业设置虚拟变量 $BIG500$, 将其与国企—民企战略联盟的交乘项作为解释变量进行检验。表 9 中列(1)和列(2)结果显示, $SAD_NONSOE \times BIG500$ 和 $SAN_NONSOE \times BIG500$ 的系数均在 5% 的水平上显著为正, 这表明国有企业在实施战略联盟时选择实力雄厚的民营资本能够更好地提升市场竞争地位。

表 9 民营伙伴特征和战略联盟目标的影响

	MARPOSITION			
	(1)	(2)	(3)	(4)
$SAD_NONSOE \times BIG500$	1.197** (2.07)			
$SAN_NONSOE \times BIG500$		1.504** (2.23)		
$SAD_NONSOE \times BUSINV$			0.224*** (2.98)	
$SAN_NONSOE \times BUSINV$				0.164** (2.15)
控制变量	控制	控制	控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制	控制
观测值	11 953	11 953	11 953	11 953
adj. R^2	0.220	0.222	0.220	0.220

^① 消费者和社会角度的指标是企业资产、营业收入、净利润和市场价值的行业排名, 债权人角度的指标是资产负债率、流动比率和长期负债占比, 股东角度的指标是每股收益、每股股利以及是否国际“四大”会计师事务所审计, 企业角度的指标是可持续增长率和独立董事比例。

2. 战略联盟目标。国企—民企战略联盟目标在实践中主要分为共同投资、共同经营和共同研发三类。由于新产品研发需要较长时间才能进行商业生产并被市场接受,以共同投资或共同经营为主要目标的国企—民企战略联盟能够对国企市场竞争地位产生更加迅速且明显的积极影响。基于此,本文根据国企—民企战略联盟是否存在以共同投资或共同经营为主要目标的情况,设置虚拟变量 $BUSINV$, 将其与国企—民企战略联盟的交乘项作为解释变量进行检验。表 9 中列(3)和列(4)结果显示, $SAD_NONSOE \times BUSINV$ 和 $SAN_NONSOE \times BUSINV$ 的系数至少在 5% 的水平上显著为正, 这表明国有企业实施以共同投资或共同经营为主要目标的国企—民企战略联盟能够更好地提升市场竞争地位。

3. 战略联盟运作特征。国企—民企战略联盟的运作特征主要体现在国有企业与民营资本的交流便利性和权利义务关系两个方面。理论上, 国企—民企战略联盟的契约安排构成其正常持续运作、实现预定目标的关键保障机制, 而在业务活动内容以外, 权利义务条款和沟通交流条款成为最重要的契约内容(薛卫等, 2010)。只有在沟通交流便利和权利义务关系明晰的情况下, 国企—民企战略联盟才能更好地实现目标。基于此, 本文根据国企—民企战略联盟契约中是否存在协调机构及负责人设置、诉讼约定、仲裁条款等内容, 设置联盟内部沟通便利的虚拟变量 GJL ; 同时, 根据国企—民企战略联盟契约中是否存在一般性权利义务安排、保密义务、知识产权分割约定、排他性约定、违约责任等内容, 设置各方权利义务关系的虚拟变量 GMB , 权利义务关系比较明晰时取值为 1。本文将这两个变量与国企—民企战略联盟的交乘项作为解释变量进行检验。表 10 结果显示, $SAD_NONSOE \times GJL$ 、 $SAN_NONSOE \times GJL$ 、 $SAD_NONSOE \times GMB$ 和 $SAN_NONSOE \times GMB$ 的系数均在 5% 的水平上显著为正, 这表明国有企业与民营伙伴加强沟通交流并预先明晰各方权利义务能够更好地提升自身市场地位。

表 10 战略联盟运作特征的影响

	MARPOSITION			
	(1)	(2)	(3)	(4)
$SAD_NONSOE \times GJL$	0.258** (2.03)			
$SAN_NONSOE \times GJL$		0.425** (2.51)		
$SAD_NONSOE \times GMB$			0.258** (2.12)	
$SAN_NONSOE \times GMB$				0.324** (2.01)
控制变量	控制	控制	控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制	控制
观测值	11953	11953	11953	11953
adj. R ²	0.220	0.221	0.220	0.221

4. 国有企业特征。国企—民企战略联盟是国有企业与民营资本通过契约合意构建的组织, 国有企业对民营资本的吸引力至关重要, 拥有更多资源的国有企业能够吸引更加优质的民营资本来组建战略联盟并实现共同发展。实践中, 与地方和竞争行业国有企业相比, 中央和垄断行业国有企业通常掌握较多的资源, 占据业内龙头地位(马新啸等, 2021), 对优质民营资本具有较强的吸引力。本文认为, 国企—民企战略联盟对市场竞争地位的积极影响在中央和垄断行业国有企业中更加明显。本文根据行政层级, 将国有企业划分为地方国有企业和中央国有企业。

表 11 列(1)和列(3)中 *SAD_NONSOE* 和 *SAN_NONSOE* 的系数均不显著, 列(2)和列(4)中 *SAD_NONSOE* 和 *SAN_NONSOE* 的系数均在 1% 的水平上显著为正, 而且组间系数差异显著。

表 11 国有企业行政层级的影响

	MARPOSITION			
	地方国有企业	中央国有企业	地方国有企业	中央国有企业
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>SAD_NONSOE</i>	0.085 (0.94)	0.353*** (3.16)		
<i>SAN_NONSOE</i>			0.166 (1.59)	0.520*** (3.63)
控制变量	控制	控制	控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制	控制
观测值	7965	3988	7965	3988
<i>adj. R</i> ²	0.234	0.166	0.234	0.170
组间系数差异	0.081*		0.049**	

此外, 本文将石油和天然气开采业, 烟草制品业, 石油加工、炼焦及核燃料加工业, 电力、燃气及水的生产和供应业, 铁路、水上及航空运输业, 邮政业, 电信、广播电视和卫星传输服务业归为垄断行业, 其他为竞争行业, 据此将国有企业划分为竞争国有企业和垄断国有企业。表 12 列(1)和列(3)中 *SAD_NONSOE* 和 *SAN_NONSOE* 的系数均不显著, 列(2)和列(4)中 *SAD_NONSOE* 和 *SAN_NONSOE* 的系数均在 5% 的水平上显著为正, 而且组间系数差异显著。可见, 中央和垄断国有企业通过国企—民企战略联盟能够更好地提升自身市场竞争地位, 这与治理维度的“混改”具有互补效果(马新啸等, 2021)。

表 12 行业垄断程度的影响

	MARPOSITION			
	竞争行业国有企业	垄断行业国有企业	竞争行业国有企业	垄断行业国有企业
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>SAD_NONSOE</i>	0.018 (0.23)	0.241** (2.08)		
<i>SAN_NONSOE</i>			0.002 (0.02)	0.369** (2.27)
控制变量	控制	控制	控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制	控制
观测值	10024	1929	10024	1929
<i>adj. R</i> ²	0.250	0.188	0.250	0.195
组间系数差异	0.077*		0.016**	

5. 深化国企改革。2015 年, 中共中央、国务院下发《关于深化国有企业改革的指导意见》, 明确提出“推进国有企业混合所有制改革”, “鼓励国有企业通过投资入股、联合投资、重组等多种方式, 与非国有企业进行股权融合、战略合作、资源整合”。在国家深化国企改革后, 国有企业得以更好地在制度合法性基础上与民营资本开展战略合作, 通过国企—民企战略联盟来提升市场竞争地位。基于此, 本文以 2015 年为界将国有企业划分为深化国企改革前后两组。表 13 列(1)和列(3)中 *SAD_NONSOE* 和 *SAN_NONSOE* 的系数均不显著, 列(2)和列(4)中 *SAD_NONSOE*

和 *SAN_NONSOE* 的系数均在 1% 的水平上显著为正, 而且组间系数差异显著。可见, 在国家深化国企改革后, 国有企业可以更好地通过国企—民企战略联盟来提升市场竞争地位。

表 13 深化国企改革的影响

	MARPOSITION			
	深化国企改革前	深化国企改革后	深化国企改革前	深化国企改革后
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>SAD_NONSOE</i>	-0.016 (-0.09)	0.500*** (4.76)		
<i>SAN_NONSOE</i>			-0.089 (-0.43)	0.795*** (4.76)
控制变量	控制	控制	控制	控制
公司和年度	控制	控制	控制	控制
观测值	6083	5870	6083	5870
adj. R ²	0.325	0.142	0.325	0.156
组间系数差异	0.068*		0.008***	

六、结论与启示

本文探讨了国企—民企战略联盟对国有企业市场竞争地位的影响。研究发现, 国有企业与民营资本实施战略联盟能够获取企业家默示知识, 提升运营管理效率, 改善品牌声誉, 从而实现自身的市场竞争地位跃升。这种积极作用在中央和垄断国有企业中以及 2015 年党中央全面深化国企改革后更加明显, 并在民营伙伴实力雄厚、聚焦共同投资经营、联盟内部沟通便利以及各方权利义务明确的情况下更加突出。

本文的研究具有以下启示: 第一, 在产权维度混合所有制广泛铺开的新时代背景下, 国资监管部门应更加重视国企—民企战略联盟的实践意义, 鼓励、支持、推广国企—民企战略联盟的实践模式, 从而更好地做强做优做大国有企业。本文研究表明, 国有企业与民营资本实施战略联盟活动能够获取企业家默示知识, 提升运营管理效率, 改善品牌声誉, 从而实现自身的市场竞争地位跃升。因此, 各地区各层级的国资监管部门在全面深化国企改革的过程中应更加重视总结、推广国企—民企战略联盟的实践经验。第二, 国有企业自身应更加重视与民营资本组建战略联盟, 更好地提升核心竞争力。本文研究表明, 国有企业借助国企—民企战略联盟提升市场竞争地位受到内外部诸多因素影响, 自身资源充足、政策大力支持以及战略联盟结构合理才能产生积极效果。因此, 国有企业应切实重视寻找优势条件, 克服内外弊端, 从而真正发挥国企—民企战略联盟的积极作用。

参考文献:

- [1]曹春方, 陈露兰, 张婷婷. “法律的名义”: 司法独立性提升与公司违规[J]. 金融研究, 2017, (5): 191-206.
- [2]戴璐. 国有企业与外资合作的联盟特征、学习演进与变革过程[J]. 管理学报, 2013, (8): 1116-1127.
- [3]高杲, 徐飞. 战略联盟的不完全性分析[J]. 南开管理评论, 2010, (6): 50-58.
- [4]管考磊, 张蕊. 企业声誉与盈余管理: 有效契约观还是寻租观[J]. 会计研究, 2019, (1): 59-64.
- [5]何瑛, 于文蕾, 戴逸驰, 等. 高管职业经历与企业创新[J]. 管理世界, 2019, (11): 174-192.
- [6]黄勃, 李海彤, 江萍, 等. 战略联盟、要素流动与企业全要素生产率提升[J]. 管理世界, 2022, (10): 195-212.

- [7]黄艺翔,姚铮. 研发联盟对高新技术企业债务期限结构的影响——来自创业板上市公司的经验证据[J]. 研究与发
展管理, 2018, (3): 1-11.
- [8]蒋兴华, 张明. 产学研战略联盟合作动机多理论视角研究及实证探讨[J]. 科技管理研究, 2012, (13): 10-14.
- [9]李军波, 何冬丽. 企业家行为对企业默示知识转化的影响研究[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2014, (1):
15-19.
- [10]李科, 徐龙炳. 资本结构、行业竞争与外部治理环境[J]. 经济研究, 2009, (6): 116-128.
- [11]黎文飞, 马新啸, 蔡贵龙. 混合所有制改革、公司治理与国有企业分红[J]. 会计与经济研究, 2020, (4): 59-78.
- [12]刘行, 吕长江. 企业避税的战略效应——基于避税对企业产品市场绩效的影响研究[J]. 金融研究, 2018, (7):
158-173.
- [13]刘运国, 郑巧, 蔡贵龙. 非国有股东提高了国有企业的内部控制质量吗?——来自国有上市公司的经验证据[J].
会计研究, 2016, (11): 61-68.
- [14]龙飞, 程永生, 戴昌钧. 利用外资提升国有企业竞争力的创新之路: 学习型战略联盟构建[J]. 科技管理研究, 2007,
(9): 13-15.
- [15]陆正飞, 韩非池. 宏观经济政策如何影响公司现金持有的经济效应?——基于产品市场和资本市场两重角度的
研究[J]. 管理世界, 2013, (6): 43-60.
- [16]马新啸. 中国企业组建战略联盟的影响因素及后果研究[D]. 广州: 中山大学, 2022.
- [17]马新啸, 汤泰劼. 要素市场化配置与国有企业混合所有制改革——基于商品市场一体化的视角[J]. 经济评论,
2022, (6): 85-99.
- [18]马新啸, 汤泰劼, 郑国坚. 国有企业混合所有制改革与人力资本结构调整——基于高层次人才配置的视角[J].
财贸经济, 2020, (12): 101-116.
- [19]马新啸, 汤泰劼, 郑国坚. 非国有股东治理与国有企业的税收规避和纳税贡献——基于混合所有制改革的视角[J].
管理世界, 2021, (6): 128-141.
- [20]马亚明, 张立乐. 地方政府债务扩张对国有企业投资效率的影响——基于国有企业过度负债的中介效应[J]. 会计
与经济研究, 2022, (1): 27-45.
- [21]王芳, 田鹏颖. 新时代企业家精神推动国有企业高质量发展论析[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2022, (4):
118-123.
- [22]王竹泉. 政府社会资本理论构建[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2020.
- [23]魏志华, 朱彩云. 超额商誉是否成为企业经营负担——基于产品市场竞争能力视角的解释[J]. 中国工业经济,
2019, (11): 174-192.
- [24]魏中龙, 金益. 论企业间的非竞争性战略联盟[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2008, (3): 38-43.
- [25]辛清泉, 周静, 胡方. 上市公司虚假陈述的产品市场后果[J]. 会计研究, 2019, (3): 25-31.
- [26]薛卫, 雷家骥, 易难. 关系资本、组织学习与研发联盟绩效关系的实证研究[J]. 中国工业经济, 2010, (4): 89-99.
- [27]于鹏. 股权结构与财务重述: 来自上市公司的证据[J]. 经济研究, 2007, (9): 134-144.
- [28]张会丽, 吴有红. 超额现金持有水平与产品市场竞争优势——来自中国上市公司的经验证据[J]. 金融研究, 2012,
(2): 183-195.
- [29]Campello M. Capital structure and product markets interactions: Evidence from business cycles[J]. *Journal of Financial
Economics*, 2003, 68(3): 353-378.
- [30]Das T K, Teng B S. A resource-based theory of strategic alliances[J]. *Journal of Management*, 2000, 26(1): 31-61.
- [31]Dussauge P, Garrette B. Cooperative strategy: Competing successfully through strategic alliances[M]. Chichester, MA:
Wiley, 1999.

- [32] Grant R M, Baden-Fuller C. A knowledge accessing theory of strategic alliances[J]. *Journal of Management Studies*, 2004, 41(1): 61–84.
- [33] Peress J. Product market competition, insider trading, and stock market efficiency[J]. *The Journal of Finance*, 2010, 65(1): 1–43.

The Strategic Alliance between SOEs and Private Enterprises and the Rise of SOEs' Competitive Position

Ma Xinxiao^{1,2}, Tang Taijie³, Wang Xinrui⁴

(1. Management College, Ocean University of China, Qingdao 266100, China; 2. China Business Working Capital Management Research Center, Ocean University of China, Qingdao 266100, China; 3. Business School, Nanjing University, Nanjing 210093, China; 4. College of Life Sciences, Shanxi Normal University, Xi'an 710119, China)

Summary: Against the backdrop of intensified trade frictions between China and the United States and transformation and upgrading of the economic structure, how to better enhance the core competitiveness of state-owned enterprises (SOEs) and promote them to become stronger, better, and bigger has become a topic of common concern in the fields of social practice and academic research. Although SOEs have achieved certain results in reform and development, they are still constrained by weak core competitiveness and low product market position. However, existing research has not paid enough attention to the common phenomenon of strategic alliance between SOEs and private capital in the context of Chinese characteristics, and has ignored its important role in the market competitive position of SOEs.

On this basis, this paper takes state-owned listed companies from 2008 to 2021 as the object to explore the impact of strategic alliance between SOEs and private enterprises on the market competitive position of SOEs. The results show that SOEs can gain tacit knowledge from entrepreneurs, and improve operational efficiency and brand reputation, thereby achieving a leap in their market competitive position. If the implementation willingness and degree of strategic alliance between SOEs and private enterprises increase by one standard deviation, the market competitive position of SOEs will increase by 13% and 22%. Further analysis shows that the aforementioned effects are more pronounced in central and monopolistic SOEs, and after the comprehensive deepening of the SOE reform by the Party Central Committee in 2015. And it is more prominent in situations where private partners have strong capabilities, the focus is on joint investment and operation, the communication within the alliance is convenient, and the rights and obligations of all parties are clear.

This paper has the following contributions and policy implications: In theory, it comprehensively considers the implementation willingness and degree of strategic alliance between SOEs and private enterprises, and studies its impact on the market competitive position of SOEs, thus making an important expansion of the literature on the micro-forms and consequences of mixed-ownership economies. In practice, it has guiding value for SOEs to better rely on the strategic alliance with private enterprises to enhance their core competitiveness, and also provides policy reference for regulatory authorities to better encourage, support, and promote the effective practice model of “SOEs and private capital” strategic alliance.

Key words: SOEs; strategic alliance; strategic alliance between SOEs and private enterprises; market competitive position

(责任编辑 康健)