

数字平台能力实证研究现状评析与未来展望

孙 青, 马鸿佳, 王春蕾

(吉林大学 商学与管理学院, 吉林 长春 130012)

摘 要: 数字经济时代, 数字平台是推动我国经济高质量发展的重要引擎, 数字平台能力作为企业构建或利用数字平台获取竞争优势的能力, 成为实践界和理论界的焦点。尽管目前围绕数字平台能力已经开展了大量研究, 但相关研究较为零散, 尚未形成体系。鉴于实证研究文献能够提供最新的研究成果, 且能够有效地反映某一领域的发展趋势, 因此基于对数字平台能力相关的实证研究文献的系统梳理, 本文首先梳理了数字平台能力实证研究的理论基础; 其次梳理了实证研究方法; 最后梳理了数字平台能力的内涵、前因、结果和边界条件四个方面的具体研究内容, 在此基础上构建了数字平台能力整合研究框架。进一步地, 结合现有研究的不足, 提出未来研究值得关注的四个方向: 多元理论; 多元研究方法; 理论与研究方法融合; 不同层面前因、结果及边界条件。本文能够系统呈现数字平台能力的研究现状, 并为拟开展数字平台能力相关研究的学者提供思路和启示。

关键词: 数字平台能力; 研究框架; 文献综述; 未来展望

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2025)10-0098-18

一、引 言

数字平台已经成为推动我国经济社会发展的重要力量。《2023中国数字经济前沿: 平台与高质量充分就业》研究报告指出, 2021年数字平台为中国净创造就业约2.4亿元, 为当年约27%的中国适龄劳动人口提供就业机会。我国政府高度重视平台经济, 大力支持平台企业发展。2023年7月李强总理主持召开平台企业座谈会时强调, “平台经济大有可为……要赋能实体经济发展, 通过优化发展消费互联网平台进一步激发内需潜力, 通过大力发展工业互联网平台有效带动中小企业联动创新”。与此同时, 学术界对数字平台的关注度也不断提升 (Gawer, 2021; Kretschmer等, 2022)。尤其是, 数字平台能力作为企业构建或利用数字平台以有效协调内外部资源实现更大竞争优势的能力, 逐渐成为热点概念 (Cenamor等, 2019; Benitez等, 2022; 孟韬和姚晨, 2023)。

收稿日期: 2025-03-07

基金项目: 教育部人文社会科学规划基金项目(24YJA630063); 国家自然科学基金资助项目(71972084)

作者简介: 孙 青(1989—), 女, 吉林大学商学与管理学院讲师;

马鸿佳(1979—), 男, 吉林大学商学与管理学院教授, 博士生导师(通信作者, mahongjia@jlu.edu.cn);

王春蕾(1999—), 男, 吉林大学商学与管理学院博士研究生。

尽管学者们已经认识到数字平台能力对企业生存和发展的重要性,并开展了一系列卓有成效的研究(马鸿佳和王春蕾,2025),但现有研究仍存在三个方面不足。第一,从理论基础来看,一方面,数字平台能力相关研究使用的理论基础繁杂,而现有研究对此缺乏梳理;另一方面,现有研究大多数使用动态能力理论、资源基础观等产生于非数字经济背景下的经典管理理论作为理论基础(Cenamor等,2019;Hautala-Kankaanpää,2022),鲜有研究基于数据网络效应、数字可供性理论等产生于数字经济背景下的新兴理论开展研究,致使无法充分捕获数字平台这一数字技术的新特性。第二,从研究方法来看,现有研究以问卷调查法和案例研究法为主,元分析方法、QCA方法、混合方法等应用不足。第三,从具体研究内容来看,数字平台能力的概念和划分方式繁杂,对数字平台能力前因、结果和边界条件的研究十分零散,简而言之,缺乏囊括数字平台能力内涵、前因、结果和边界条件的系统性整合研究框架。基于此,本文拟围绕数字平台能力开展系统综述、提出未来研究值得关注的方向。

实证研究类型的文献包括定性研究、定量研究以及定性与定量相结合的研究,能够提供最新的研究成果,并且能够有效地反映研究领域的发展趋势(马鸿佳等,2016),因此本文系统梳理了数字平台能力实证研究。首先梳理数字平台能力实证研究的理论基础,其次梳理数字平台能力实证研究的研究方法,再次从数字平台能力的内涵、前因、结果和边界条件四个方面梳理具体研究内容并构建数字平台能力整合研究框架。最后,基于现有研究存在的不足提出未来研究展望,以期后续学者提供研究思路和启发,推进该领域的发展。本文主要贡献如下:第一,系统梳理了数字平台能力研究所使用的理论基础,回应了数字平台能力研究理论基础薄弱的批评。早期的数字平台能力研究多为现象驱动型研究(Karimi和Walter,2015),后续研究则使用了大量经典管理理论作为其理论基础,本文不仅明确了现有研究所使用的高频理论,还指出了在未来有应用潜力的新兴理论。第二,通过提出适合研究数字平台能力相关议题的新方法,为未来研究提供了更为丰富的“工具箱”。现有研究以问卷调查法和案例研究法为主,适合采用元分析方法、QCA方法、混合方法等方法解决的议题在很大程度上被忽视了,本文清晰地展现了上述研究方法在解决数字平台能力议题上的潜力。第三,通过构建数字平台能力整合研究框架,清晰地呈现了数字平台能力内涵、前因、结果和边界条件的研究现状,在此基础上,指出了个体、组织、生态系统、环境以及跨层面的未来研究方向,能够为学者开展数字平台能力研究提供启发和思路。

二、研究设计

本研究分别在国内外重要期刊上搜集数字平台能力相关的文献,英文类文献的来源为“Web of Science”的核心合集SSCI(Social Science Citation Index);中文类文献的来源为“中国知网”的CSSCI(china social science citation index)。英文类文献以主题词“platform”分别与“capabilit*”“abilit*”“capacit*”进行组合检索;中文类文献以主题词“平台”与“能力”组合进行检索。检索时间截止2025年3月3日。初步收集8483条英文文献记录,7431条中文文献记录。在此基础上剔除非经济、管理领域的文献,英文文献保留Business、Business finance、Economics、Management、Operations research management science类别,中文文献保留“经济与管理科学”类别,剩余2129篇英文文献和2664篇中文文献。剔除非FMS管理科学高质量期刊上发表的文献以确保样本文献的质量,并通过阅读标题、摘要剔除不相关文献,剩余508篇英文文献和120篇中文文献。下载上一步保留文献的全文逐一精读,剩余与数字平台能力密切相关的77篇实证文献(48篇英文、29篇中文)。按照发表时间倒序对上述文献进行编号,如表1所示。

表 1 数字平台能力相关文献筛选所包含的文献

编号	年份	学者	文献来源	编号	年份	学者	文献来源
1	Forthcoming	Ao等	ERJ	40	2023	Liu等	JSTP
2	Forthcoming	Bhatti等	TA&SM	41	2023	Tse等	EJM
3	Forthcoming	Ma等	EJIM	42	2023	Wan等	I&M
4	Forthcoming	Troise等	TA&SM	43	2023	Wang等	JBR
5	Forthcoming	Zhao和Zha	BPMJ	44	2023	戴维奇和 贺锦江	《经济管理》
6	Forthcoming	李玥等	《南开管理评论》	45	2023	黄昊等	《科研管理》
7	Forthcoming	柳学信等	《经济管理》	46	2023	孟韬和姚晨	《科学学与科学技术 管理》
8	Forthcoming	马鸿佳等	《管理学报》	47	2023	皮圣雷和王婧	《管理评论》
9	Forthcoming	苏敬勤和 张雅洁	《科学学研究》	48	2023	王永贵等	《管理世界》
10	Forthcoming	唐方成等	《系统工程理论与 实践》	49	2023	吴言波等	《研究与发展管理》
11	2025	Benitez等	EJIS	50	2023	谢鹏等	《经济与管理研究》
12	2025	Li等	JBR	51	2023	杨蕙馨等	《经济管理》
13	2025	Liu等	P&M	52	2023	周麟等	管理世界
14	2025	Tang等	IRE&F	53	2022	Ahmed等	TF&SC
15	2025	杨佳铭等	《南开管理评论》	54	2022	Benitez等	I&M
16	2024	Aghazadeh 等	JEIM	55	2022	Hautala- Kankaanpää	BPMJ
17	2024	Bhatti等	JKM	56	2022	Jun等	EJIM
18	2024	Köten	WE	57	2022	Motamarri等	JBR
19	2024	Le等	MD	58	2022	Wang等	JBR
20	2024	Li等	JKM	59	2022	Wu等	JBR
21	2024	Sarwar等	APJM	60	2022	Xie等	IJIM
22	2024	Wang等	TF&SC	61	2022	冯军政等	《科学学研究》
23	2024	Wang等	IR	62	2021	Bahar等	IMM
24	2024	Zhou	IEEE TEM	63	2021	Ben和 Hikkerova	SBE
25	2024	李雪灵等	《管理学报》	64	2021	Cherbib等	JBR
26	2024	刘龙均等	《科学学与科学 技术管理》	65	2021	Schreieck等	JIT
27	2024	罗均梅等	《科研管理》	66	2021	陈威如和 王节祥	《管理世界》
28	2024	马鸿佳等	《南开管理评论》	67	2021	钱雨等	《研究与发展管理》
29	2024	孟炯等	《南开管理评论》	68	2021	王节祥等	《外国经济与管理》
30	2024	唐方成等	《南开管理评论》	69	2021	邢小强等	《管理世界》
31	2024	王节祥等	《管理世界》	70	2020	范黎波和林琪	《经济管理》
32	2024	张振刚等	《科研管理》	71	2019	Cenamor等	JBR
33	2023	Ballerini等	EJIM	72	2018	Li等	ISJ
34	2023	Li等	I&M	73	2018	Ravichandran	JSIS
35	2023	Li等	JETM	74	2017	Wang等	IM&DS
36	2023	Liu等	EJIM	75	2016	Sedera等	I&M
37	2023	Liu等	JBIM	76	2015	Karimi和 Walter	JMIS
38	2023	Liu等	JEIM	77	2015	Zhu等	I&M
39	2023	Liu等	JSM				

表1中的期刊名称是根据相关文献(截止到2025年3月3日)整理的。英文期刊名称对照:*Entrepreneurship Research Journal*(ERJ)、*Technology Analysis & Strategic Management*(TA&SM)、*European Journal of Innovation Management*(EJIM)、*Business Process Management Journal*(BPMJ)、*European Journal of Information Systems*(EJIS)、*Journal of Business Research*(JBR)、*Psychology & Marketing*(P&M)、*International Review of Economics & Finance*(IRE&F)、*Journal of Enterprise Information Management*(JEIM)、*Journal of Knowledge Management*(JKM)、*World Economy*(WE)、*Management Decision*(MD)、*Asia Pacific Journal of Management*(APJM)、*Technological Forecasting and Social Change*(TF&SC)、*Internet Research*(IR)、*IEEE Transactions on Engineering Management*(IEEE TEM)、*Information & Management*(I&M)、*Journal of Engineering and Technology Management*(JETM)、*Journal of Business & Industrial Marketing*(JBIM)、*Journal of Services Marketing*(JSM)、*Journal of Service Theory and Practice*(JSTP)、*European Journal of Marketing*(EJM)、*International Journal of Information Management*(IJIM)、*Industrial Marketing Management*(IMM)、*Small Business Economics*(SBE)、*Journal of Information Technology*(JIT)、*Information Systems Journal*(ISJ)、*Journal of Strategic Information Systems*(JSIS)、*Industrial Management & Data Systems*(IM&DS)、*Journal of Management Information Systems*(JMIS)。

三、数字平台能力实证研究回顾

(一)数字平台能力实证研究的理论基础

表2总结了77篇样本文献所使用的理论。使用频次超过5次的理论包括能力相关理论、资源相关理论、组织学习理论以及平台生态系统(platform-based ecosystem)理论,使用频次不低于2次但不超过5次的理论包括创业理论和网络理论,使用频次为1次的理论包括技术可供性理论、数字可供性理论、生成性理论、模块化理论、交易成本理论、组织结构理论、战略能力匹配理论、边界组织理论、协同治理理论、赋能理论、授权理论、企业再定位理论、国际贸易理论和颠覆式创新理论。由于很难从时间上对不同理论的应用进行精确的界定,本文仅对使用频繁的理论进行分析(马鸿佳等,2016)。接下来一一阐述使用频次超过五次的理论。

表 2 样本文献使用的理论基础

能力理论	动态能力理论	1,2,9,10,12,13,16,19,21,25,30,39,40,43,45,50,53,57,60,62,67,69,71,72,73,74,76
	其他能力理论	11,37,46,47,51,54,56,65
资源理论	资源基础观	2,16,36,37,38,41,49,55,62,77
	资源编排理论	7,14,15,22,24,28,34,47,61
	其他资源理论	70,75
组织学习理论		5,17,20,39,48,58,59,63,64
平台生态系统理论		3,10,27,35,65,66,68
创业理论		4,26,44,68
网络理论		42,49,52
其他理论		6,8,11,18,23,29,30,31,32,33,45,47,57

注:表中数字与表1中编号相对应。

1.能力理论。使用频次最高的理论是能力理论(35篇),大部分文献使用了动态能力理论(27篇)。动态能力是企业快速变化的环境中整合、构建和重新配置内外部竞争力以获取竞争优势的能力(Teece等,1997)。在数字经济时代,企业需要动态能力来感知不断变化的市场需

求,探索市场中的技术进步,抓住变化的趋势、需求或技术所创造的机会,并调整资源以契合企业战略(Teece,2018)。在此背景下,一些学者基于动态能力理论研究数字经济时代催生的数字平台能力,相关研究可以划分为三类。第一类研究认为数字平台能力是一种动态能力,能够为企业带来资源和机遇,帮助企业发现新的商业机会并创造新的商业价值(Wang等,2023)。第二类研究认为数字平台能力是一种技术能力,对企业绩效的直接影响有限,但可以通过提升战略敏捷性(Liu等,2023c)、网络能力(Cenamor等,2019)以及协作创新能力(Wang等,2017)等动态能力来间接提升企业绩效。第三类研究将构建数字平台能力作为企业在数字经济时代生存的一种手段,而动态能力有助于企业构建和提升数字平台能力(Karimi和Walter,2015)。

2.资源理论。较多文献使用了资源理论(21篇),其中大部分文献使用资源基础观(10篇)和资源编排理论(9篇)。资源基础观强调企业拥有或完全控制的具备VRIN(有价值、稀缺、不可模仿和不可替代)特性的资源是企业竞争优势的来源(Barney,1991)。在数字经济时代,数字平台成为企业的一种重要资源,一些学者基于资源基础观研究企业利用数字平台的能力,相关研究可以划分为两类。一类研究认为数字平台能力可以看作具备VRIN特性的资源,能够为企业带来竞争优势(Tse等,2023)。另一类研究认为数字平台能力有助于企业利用数字平台获取战略信息等具备VRIN特性的资源,从而有助于企业获取竞争优势(Liu等,2023a)。作为资源基础观的延伸,资源编排理论认为,仅仅拥有资源并不能为企业创造价值、带来竞争优势,还需要有效和高效地管理和使用资源(Sirmon等,2011)。数字经济背景下,管理和使用数字资源和能力成为企业获取竞争优势的关键,一些学者基于资源编排理论研究如何有效发挥数字平台能力的作用,相关研究可以划分为两类。一类研究将数字平台能力看作一种资源编排能力,认为数字平台能力有助于企业管理和使用内外部资源(柳学信等,2024)。另一类研究将数字平台能力作为编排的对象,认为企业需要编排传统资源、能力以及数字资源、能力(包括数字平台能力)来利用数字机会。

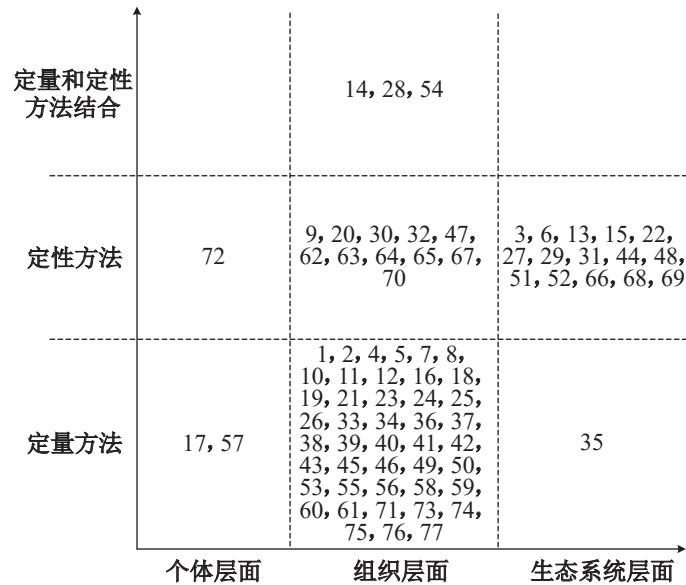
3.组织学习理论。部分文献使用组织学习理论(9篇)。本文所评析的文献使用的组织学习理论包含知识基础观以及更传统的组织学习理论(马鸿佳等,2016)。知识基础观认为,组织创造、储存和使用的知识是组织最重要的资源,知识管理决定组织成败(Grant,1996)。数字平台能力能够增强企业内外部联系,有助于企业进行知识管理。一些学者基于知识基础观研究数字平台能力如何发挥作用,例如,Wang等(2022)发现,数字平台能力通过影响知识分享来影响服务创新。知识分享往往伴随着组织内外部学习,一些学者基于组织学习理论开展研究,例如,Liu等(2023b)发现,数字平台能力能够通过促进战略学习来提升组织韧性。

4.平台生态系统理论。部分文献使用平台生态系统理论(7篇)。数字平台将数字平台企业、互补者和用户等主体联系起来,上述主体围绕数字平台形成生态系统。一些学者基于平台生态系统理论研究数字平台能力,相关研究可以划分为两类。一类研究基于数字平台企业视角,主要关注数字平台企业如何通过协调生态系统中的其他主体来提升自身能力(罗均梅等,2024)、数字平台企业如何利用数字平台能力在生态系统中创造和获取价值(Schreieck等,2021)。另一类研究基于互补者视角,主要关注互补者如何通过依附数字平台企业获得赋能,同时又尽可能地不丧失自主权(陈威如和王节祥,2021;Ma等,2024)。

(二)数字平台能力实证研究方法

本文分析了77篇样本文献所使用的研究方法,如图1(纵轴表示研究方法,横轴表示研究层面)所示。从研究方法来看,大多数文献使用定量方法(47篇),其次是使用定性方法(27篇),鲜有文献使用定性和定量相结合的方法(3篇)。在使用定量方法的文献中,大多数通过问卷调查

的方式收集数据(44篇),鲜有采用档案数据(2篇)或同时采用问卷数据和档案数据(1篇)。在使用定性方法的文献中,大多数文献采用单案例研究方法(20篇),部分采用多案例研究方法(7篇)。在使用定量和定性相结合方法的文献中,有文献使用了混合方法(案例与结构方程模型),有文献使用了fsQCA方法。



注:图中数字与表1中编号相对应。

图1 样本文献所使用的方法

从研究层面来看,个体层面的文献中,采用定量方法(2篇)和定性方法(1篇)的文献均很少。组织层面的文献中,大多数使用定量方法(44篇);较多文献使用定性方法(11篇),单案例研究和多案例研究数量相当;还有文献使用多案例和大样本定量相结合的方法以及fsQCA方法。生态系统层面的文献中,多数采用案例研究(15篇),定量研究十分匮乏(1篇)。结合研究方法和分析层面来看,大多数研究使用定量方法解决组织层面的问题,较多研究使用定性方法解决生态系统层面或组织层面的问题。

(三)数字平台能力实证研究内容回顾

1.数字平台能力的内涵

(1)数字平台能力的定义。数字平台能力的概念由Zhu等学者于2015年提出,最初被定义为企业的数字平台支持合作企业间流程耦合、数据整合和员工参与电子商务流程的技术能力。随着研究的深入,学者们发现数字平台正在改变企业建立竞争优势的方式。在此基础上,Cenamor等(2019)认为数字平台能力是企业的数字平台支持与其合作伙伴的信息交换、电子互联和在线协作的技术能力,使企业能够整合关键的共享知识,利用内部资源,同时重新配置内部和外部资源,以更好地响应快速变化的市场需求。Ahmed等(2022)认为数字平台能力是企业使用最新、先进的数字工具和技术整合战略知识源以更好应对动态环境的能力,是一种动态能力。综合现有研究,本文认为数字平台能力是企业构建或利用数字平台整合并重新配置内外部资源以应对动态环境,并提升企业在生产、交付等环节效率的能力。

(2)数字平台能力的维度。现有研究主要从研究视角、能力层级以及主体类型三个方面对数字平台能力进行维度化。

第一,根据视角划分的数字平台能力研究。数字平台能力的研究视角主要包括技术视角和服务对象视角,由于研究侧重点存在差异,学者们对数字平台能力的维度划分产生了分歧。基于技术视角,Cenamor等(2019)将数字平台能力划分为平台整合能力和平台重构能力,该划分方式侧重考察数字平台的功能。整合能力是企业通过数字平台与合作伙伴进行信息交换的能力,重构能力是企业通过应用程序和流程中的模块化设计和标准化接口重新配置平台资源的能力(Jun等,2022)。同样基于技术视角,Sedera等(2016)将数字平台能力划分为“数字平台满足当前业务需求的能力”和“数字平台基础设施的质量满足未来扩展的能力”,该划分方式侧重考察数字平台的灵活性。基于服务对象视角,Karimi和Walter(2015)则将数字平台能力划分为面向消费者的数字平台能力(digital platform capability on consumers)和面向企业的数字平台能力(digital platform capability on businesses),该划分方式侧重考察企业连接消费者和合作企业的程度。面向消费者的数字平台能力是指企业的数字平台支持消费者学习和分享信息、经验、知识等的的能力,面向企业的数字平台能力是指企业的数字平台与企业客户开展业务活动并支持他们接触消费者的能力(Wang等,2022)。

第二,根据能力层级划分的数字平台能力研究。现有研究尚未对数字平台能力所属能力层级达成一致。部分学者认为数字平台能力是一种技术能力(低阶能力),是企业利用数字平台提高协作与运营效率的能力,更多地在运营层面发挥作用(Zhu等,2015;Wang等,2017)。更多的学者则认为数字平台能力是一种动态能力,有助于企业快速调整以适应环境变化,进而获取竞争优势,更多地在战略层面发挥作用(Ravichandran,2018)。

第三,根据主体类型划分的数字平台能力研究。根据主体类型,可以将数字平台能力划分为数字平台构建能力和数字平台利用能力。部分研究聚焦数字平台企业,关注企业构建平台以实现组织目标的能力,即数字平台构建能力(Ahmed等,2022);部分研究聚焦数字平台上的互补企业,关注企业利用外部平台实现组织目标的能力,即数字平台利用能力(陈威如和王节祥,2021)。

2. 数字平台能力的前因

(1)个体层面。管理者的数字领导力、创造性自我效能感以及创业警觉性特质是数字平台能力的重要前因。构建和利用数字平台充满挑战 and 不确定性,同时蕴藏着创业机会,具备某些特质的管理者有助于企业构建和利用数字平台、提升数字平台能力。首先,数字平台涉及大量社会要素、技术要素间的相互连接和依赖,并随着时间的推移而发展,这意味着管理者需要具备数字、市场、战略等多方面的领导技能(Benitez等,2022)。管理者的数字领导力有助于企业结合IT基础设施、业务流程和数据,最终构建起数字平台能力(Aghazadeh等,2024)。其次,应用数字平台是企业应对新冠疫情等外部环境变化的一种手段,具有较高自我效能感的管理者更可能探索创造性的解决方案,借助数字平台提升战略敏捷性来应对外部环境中存在的挑战(Liu等,2023c)。最后,数字平台改变了人们的生产生活方式,带来了大量的创业机会。创业警觉性更高的创业者对数字平台持更加开放的态度,更容易抓住数字平台带来的创业机会(Troise等,2023)。

(2)组织层面。数字平台能力在组织层面的前因可以归纳成战略导向、行为和能力三个方面。首先,组织的战略导向会影响数字平台能力。构建数字平台是落实数字化战略的一条路径,因此数字化战略有助于提升数字平台能力(Bhatti等,2024)。积极的信息技术投资导向能够为企业带来先发优势,通过战略性地投资数字平台等数字技术,企业能够率先建立数字平台能力,为企业带来新的增长点(Ravichandran,2018)。其次,组织的行为会影响数字平台能力。通过信息系统规划,企业能够确定业务的优先级,使信息系统目标与业务优先级保持一致,这有

助于开发数字平台并提升数字平台能力(Ravichandran, 2018)。最后,组织能力也会影响数字平台能力。通过改变、调整或扩展现有的资源、流程和价值,企业能够在创新项目管理能力方面创造一阶动态能力,即产生创新项目管理能力。创新项目管理能力对构建数字平台能力至关重要,有助于企业应对数字颠覆(Karimi和Walter, 2015)。

(3)生态系统层面。数字平台将数字平台企业、互补者和用户等主体联系起来,上述主体围绕数字平台形成生态系统,身处其中的企业会受到生态系统的影响。从生态系统层面来看,生态协调机制和用户诉求会影响企业的数字平台能力。生态系统多主体间的协作机制能够通过促进多主体间的知识耦合来提升数字平台企业的数字平台创新能力,具体来说,分布式协作通过促进松散型知识耦合来提升数字平台企业的协同型数字创新能力,集成式协作通过促进紧密型知识耦合来提升数字平台企业的独特型数字创新能力(罗均梅等, 2024)。用户作为生态系统中的重要参与者,其诉求会影响数字平台企业能力的构建和发展。邢小强等(2021)基于字节跳动扶贫的案例发现,生态系统中的各类用户(地方政府用户、企业用户、农民用户)具有宣传农产品的诉求,这种诉求是数字平台企业提升履行社会责任能力(涉及平台嵌入、平台拓展与平台优化三个环节)的前因之一。

(4)环境层面。重大突发事件与技术进步是影响企业数字平台能力的外部环境因素。比如,在新冠疫情的冲击下,企业不得不加快数字化进程(陈泽文和许秀梅, 2023)。一方面,数字平台作为线上销售渠道的优势被新冠疫情放大,企业或个体更加依赖通过数字平台直播的形式进行产品销售(邢小强等, 2021)。另一方面,由于线下互动严重受限,企业不得不借助数字平台等数字技术来实现员工、合作伙伴等主体间的互动。通过共享的通信与协作平台,例如视频会议、企业社交媒体和文件共享工具等,企业能够以数字方式实时连接,无形中提升了企业借助数字平台协作、整合资源的能力(Tønnessen等, 2021)。数字平台作为技术进步的产物,引发了企业变革。为适应差异化的生产场景和主导逻辑,海尔等制造业企业纷纷开始重构自身能力,而数字平台能力是其中一种重要能力。

综上所述,现有研究从个体、组织、生态系统和环境层面对数字平台能力的前因进行了有益探索,但仍存在以下几点不足。第一,在个体层面,相关研究分别关注影响数字平台能力的某一管理者特质,缺乏对管理者不同特质的对比分析,无法回答是否存在起决定性作用的特质,何种特质对数字平台能力的影响更大,不同特质间是互补还是替代关系;一些管理者特质较为抽象,在实践中往往难以衡量,致使对企业实践的指导价值大打折扣;现有研究对影响管理者特质、行为发挥作用的情境缺乏关注。第二,在组织层面,研究并不全面,现有研究并未关注到企业组织形态、组织文化等因素对数字平台能力的影响。第三,在生态系统层面,不同参与者的动机和目标并非总是一致的,从理论上来说这将会削弱企业的数字平台能力,然而现有研究对削弱企业数字平台能力的因素缺乏关注,更未揭示相应的应对策略。第四,在环境层面,政府政策会影响数字平台的发展,但鲜有研究关注政府政策对企业数字平台能力的影响。第五,从跨层面的角度来看,数字平台能力同时受到多个层面因素的影响,而现有研究大多数聚焦单一层面因素对数字平台能力的影响。

3. 数字平台能力的结果

(1)组织层面。数字平台能力在组织层面的结果可以总结为企业绩效、企业创新、创业和其他四个方面。

对企业绩效的影响。第一,影响企业整体运营方面的绩效(运营绩效、品牌声誉)。数字平台能力有助于企业更好地控制生产和物流,管理数据,并支持企业间流程的集成,进而提升企业整体运营绩效(Hautala-Kankaanpää, 2022)。然而,数字平台能力对品牌声誉具有“双刃剑”效

应,一方面数字平台技术能力能够提升品牌声誉,另一方面数字平台社交能力会降低品牌声誉(Tse等,2023)。第二,影响企业关键职能方面的绩效(创新绩效、新产品开发绩效)。在创新方面,数字平台能力有助于企业整合内外部资源,为创新提供资源保障(Benitez等,2022)。数字平台能力还可以通过提升组织即兴能力(孟韬和姚晨,2023)、组织准备度(Jun等,2022)等来间接提升创新绩效。也有学者发现数字平台本身不能提升企业创新绩效,企业的数字平台需要与内部系统协调才能导致创新(Sedera等,2016)。在新产品开发方面,数字平台能力有助于企业与用户共同创造知识、提升新产品开发能力(Benitez等,2025),尤其是开发非核心产品(Karimi和Walter,2015)。第三,提升企业财务与成长方面的绩效(竞争绩效、市场绩效、出口绩效、企业成长)。企业利用数字平台提供的技术功能、标准模板、管理功能和数字服务构建平台利用能力,能够为企业带来竞争优势,提升竞争绩效(Wang等,2017)、市场绩效(Troise等,2023)以及出口绩效(Jean和Kim,2020)。数字平台能力通过促进新颖型商业模式创新,有助于新创企业成长(吴言波等,2023)。

对企业创新的影响。第一,促进技术创新。从外部看,数字平台能力可以帮助企业与供应商、消费者和政府等网络成员建立信任关系,深化企业与外部利益相关者之间的合作,提高关系的嵌入水平,降低获取外部资源的成本进而促进企业的技术创新;从内部看,数字平台的使用使得组织结构得到优化,资源得到更高效的利用,管理者和员工的数字技能得到提升,有助于开发和应用新技术(Liu等,2023a)。第二,促进服务创新。数字平台能力可以通过促进知识分享正向影响服务创新(Wang等,2022)。第三,促进商业模式创新。数字平台能力可以通过四种方式促进商业模式创新:首先,数字平台使企业能够应用大数据等新技术,并与现有设备建立新连接,这有助于企业重新设计其价值创造活动,促进商业模式创新;其次,数字平台有助于员工获取新知识、建立新的人机交互能力,在学习过程中促进商业模式创新;再次,数字平台使企业能够轻松地与新伙伴合作,从而为企业开展商业模式创新提供了机会;最后,数字平台可以通过新的运营流程促进企业商业模式创新(Xie等,2022)。第四,影响数字化创新。柳学信等(2024)发现数字平台能力与服务业企业数字化创新具有“倒U形”关系。第五,促进颠覆式创新。平台数据化能力通过资源重构促进制造业中小企业颠覆式创新(黄昊等,2023)。

对创业的影响。数字平台能力能够促进内部创业。通过内部的社交媒体平台和协作平台,员工可以分享信息、知识、想法和经验,共享的信息可以被有效地存储和检索,可以提高企业内部员工创业的质量和效率;智能决策支持系统可以帮助员工减少进行内部创业活动时投入的时间和成本(Rabl等,2023)。与此同时,数字平台拥有的海量数据和分析能力可以为员工提供信息,有助于降低创业不确定性、规避市场风险(Wan和Liu,2021)。数字平台能力还有助于中小制造企业利用数字机会。

其他影响。数字平台能力还可以对组织韧性、组织敏捷性以及企业数字化转型产生影响。数字平台能力能够提升合作伙伴间学习的深度和广度,增进合作伙伴间的信任,进而提升组织在高压环境下的韧性(Liu等,2023b)。数字平台能力有助于企业更好地管理人力资本、组织资本和关系资本,使组织能够迅速执行其战略决策和计划,从而使组织更加敏捷(Ahmed等,2022)。数字平台能力还有助于资源有限、能力不足的中小企业实现数字化转型(马鸿佳等,2025)。

(2)生态系统层面。数字平台能力能够产生生态系统层面的影响,如促进知识流动、共享价值创造和生态构建。首先,促进知识流动。Ma等(2024)通过识产权运营平台的双案例研究发现,数字平台能力表现为数字平台对参与者的连接赋能和场景赋能,有助于生态系统内的知识流动。其次,促进共享价值创造。数字平台企业履行社会责任的能力既带来了短期和长期的社

会价值,也为自身带来了商业价值,实现了生态系统各方参与者共赢(邢小强等,2021)。再次,促进生态构建。陈威如和王节祥(2021)通过洛可可集团依托钉钉平台构建生态、实现数字化转型的案例研究发现,在数字化转型的最后一个阶段,参与企业与数字平台企业共同推进能力等要素的可视化和重组,最终帮助参与企业构建起自己的生态系统。

综上所述,现有研究从组织和生态系统层面对数字平台能力的结果进行了有益探索,但仍存在以下不足。第一,现有研究大多数基于资源基础观等经典理论考察数字平台能力影响企业绩效或创新的机制,鲜有研究基于数字经济时代涌现出的“新”理论视角挖掘作用机制。另外,现有研究尚未就数字平台能力对企业创新的影响达成一致。第二,现有研究对数字平台能力在生态系统层面影响的探讨比较匮乏。

4. 数字平台能力的边界条件

(1)组织层面。组织层面的边界条件涵盖导向、资源和能力三个方面。导向包括二元导向,资源包括企业系统、数据驱动的文化和组织合法性,能力包括关系治理、大数据分析管理能力、创新能力以及组织情绪能力。

二元导向的调节作用。二元导向会影响数字平台能力与企业绩效的关系(Cenamor等,2019)。具体而言,更具利用导向的企业更多地依靠数字平台提升效率,例如借助数字平台整合各种社会关系,这可能提升绩效(尤其是短期绩效),但不足以应对快速变化的环境;更具探索导向的企业则更多地依靠数字平台开展创新,例如借助数字平台建立更多非正式关系,获取更多样化和异质性的知识,识别机会、适应不断变化的环境进而提升长期绩效。

企业系统、数据驱动文化和组织合法性的调节作用。第一,企业系统。企业在进行数字化转型时,自身系统对于促进数字平台和大数据数据库的构建具有基础性作用,而减少企业自身系统当中的技术限制则能够帮助企业更高效地利用数字平台为现有业务流程的创新赋能,当企业系统和数字平台协同发挥作用时,数字平台才能够真正促进企业创新(Sedera等,2016)。第二,数据驱动文化。企业从数字平台整合的数据中获得的实际价值取决于企业数据驱动文化。数据驱动文化反映了企业对数字技术的接受度,在更具数据驱动文化的组织中,数字平台等技术更容易被应用到企业业务和流程中,数字平台能力对企业绩效的促进作用则更强;相反,企业如果不具备数据驱动文化,则很难从数字平台等技术中获益(Hautala-Kankaanpää,2022)。第三,组织合法性。组织合法性不仅正向调节数字平台能力与新类型商业模式创新的正向关系,还正向调节新类型商业模式创新在数字平台能力与新创企业成长中的中介作用(吴言波等,2023)。

大数据分析管理能力、创新能力和组织情绪能力的调节作用。第一,大数据分析管理能力。大数据分析管理能力会影响数字平台能力与知识分享间的关系。一方面,企业利用数字平台获取的消费者数据大多数属于非结构化数据,具有更强大大数据分析管理能力的企业能够更好地解决数据和知识过载的问题,更好地吸收知识;另一方面,如果拥有高水平大数据分析管理能力的企业滥用其相对于企业客户的分析和技术优势,可能会导致企业进行知识隐藏,从而不利于知识分享(Wang等,2022)。第二,创新能力。创新能力会影响数字平台能力与组织敏捷性的关系。企业利用数字平台整合内外部资源,资源配置更加灵活,而具有更高创新能力的企业更有可能灵活配置资源以应对不断变化的市场需求,提升组织敏捷性(Ravichandran,2018)。第三,组织情绪能力。组织情绪能力积极调节数字平台能力通过组织即兴能力对组织创新绩效的提升作用(孟韬和姚晨,2023)。

(2)生态系统层面。生态系统治理机制包括正式治理和非正式治理。正式治理是指焦点企业采用书面契约的方式管理企业间合作,非关系治理是指焦点企业采用信任、承诺和协调的方

式管理企业间合作。现有研究表明,治理机制会影响数字平台能力与协作创新能力的关系。数字平台能力对协作创新能力的赋能效应受到非关系治理的正向调节,而受到正式治理的负向调节(Wang等,2017)。

(3)环境层面。环境层面的边界条件包括环境动态性、市场环境和法律环境。第一,环境动态性。数字平台能力等新型战略能力对企业的影响通常取决于外部环境。现有研究表明,在环境高度动态的情况下,即使企业拥有高水平的数字平台能力,也无法充分利用智力资本,从而削弱了数字平台能力对企业绩效的提升作用(Ahmed等,2022)。第二,市场环境。市场环境对数字平台能力与品牌声誉的关系具有调节作用,在市场动荡、品牌模仿程度较高的情况下,数字平台技术能力更有利于企业建立品牌声誉,而在同等情况下,数字平台社交能力则导致品牌声誉下降(Tse等,2023)。第三,法律环境。法律环境对数字平台能力与战略学习的关系具有调节作用,当法律效力低下、法律不完备时,数字平台能力对战略学习的促进作用被削弱(Liu等,2023b)。

综上所述,现有研究从组织、生态系统和环境层面对边界条件进行了有益探索,但仍存在一些不足。第一,在组织层面,现有研究主要从导向、资源和能力三个角度考察边界条件,对企业年龄、企业规模等企业特征的关注不足,导致研究细粒度不够。第二,在生态系统层面和环境层面,相关研究较少,因此探索生态系统层面和环境层面的边界条件是未来研究的重点。第三,不同层面的边界条件往往同时发挥作用,然而,现有研究大多数只关注单一层面的边界条件。

5.数字平台能力整合研究框架

在梳理数字平台能力的内涵、前因、结果和边界条件的基础上,构建了数字平台能力整合研究框架,如图2所示。

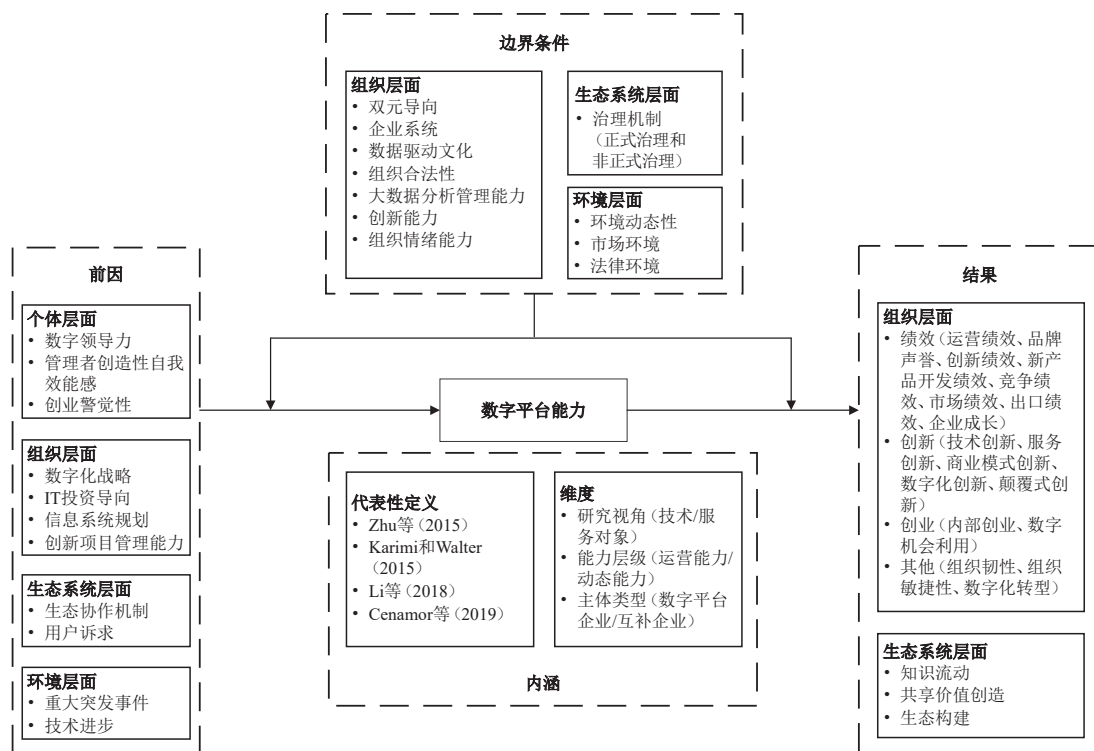


图2 数字平台能力整合研究框架

四、研究结论与未来展望

数字平台能力作为企业构建或利用数字平台获取竞争优势的能力,吸引了越来越多学者的关注。本文对77篇数字平台能力实证文献进行了系统梳理,具体研究结论如下:(1)从理论基础来看,大多数文献使用经典理论作为数字平台能力研究的理论基础,包括能力相关理论、资源相关理论、组织学习理论、平台生态系统理论、创业理论和网络理论等,但对发端于数字经济时代的新兴理论(数据网络效应理论、数字可供性理论等)缺乏关注。(2)从研究方法来看,大多数文献使用定量方法,其次是使用定性方法,鲜有文献使用定性和定量相结合的方法;从分析层面来看,大多数文献聚焦组织层面,其次是生态系统层面,鲜有文献关注个体层面;结合研究方法和分析层面来看,大多数研究使用定量方法解决组织层面的问题,较多研究使用定性方法解决生态系统层面或组织层面的问题;整体来说,现有研究方法比较单一,较少采用元分析方法、QCA方法、仿真模拟等其他方法以及混合方法。(3)从具体研究内容来看,现有研究关注到了数字平台能力的内涵(包括定义和维度),个体、组织、生态系统和环境层面因素对数字平台能力的影响,数字平台能力在组织和生态系统层面的结果,组织、生态系统和环境层面变量的调节作用,研究结论比较零散,为弥补上述研究缺口,本文构建了数字平台能力整合研究框架,如图2所示。尽管学者们已经开展了大量研究,但仍不够全面和深入。本文根据现有研究存在的不足指出未来值得研究的四大方向,如图3所示。

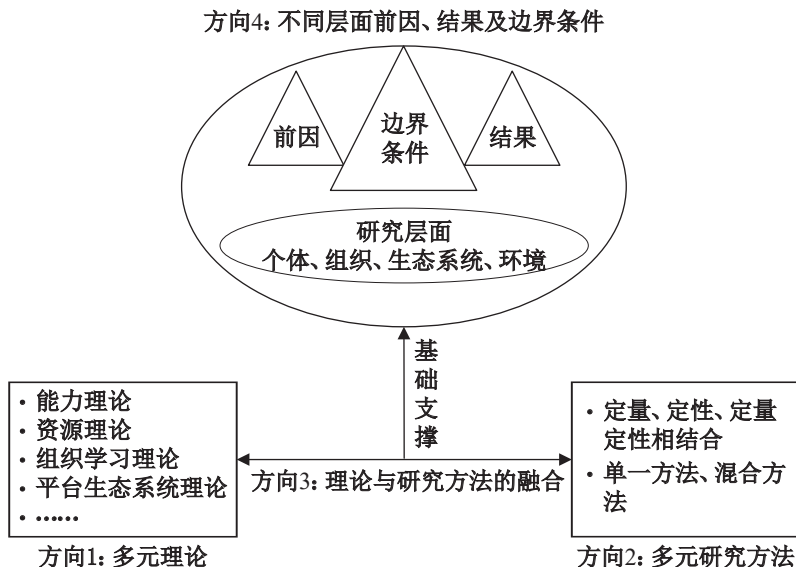


图3 数字平台能力的未来研究方向

(一)多元理论的未来研究方向

学者们大多数沿用几十年前提出的经典管理理论开展数字平台能力研究,致使无法充分结合数字平台的特性来解释新现象和新问题。基于此,呼吁未来研究基于数字经济时代的“新”理论(如数据网络效应理论、数字可供性理论、人数交互理论)开展数字平台能力研究。

1.基于数据网络效应理论,拓展生态系统层面的研究。数据网络效应理论认为,随着数字平台从用户和互补者数据中的学习的增加,用户和互补者感知价值提升,进而吸引更多的用户和互补者,产生更多数据,上述反馈循环会激活数据网络效应,提升数字平台生态系统的竞争优势(马鸿佳等,2024)。数据网络效应理论充分考虑了平台生态系统多主体互动和价值共创的

特性,适合研究生态系统层面的问题。未来可以探讨数字平台企业的数字平台能力如何赋能生态系统中的参与者,如何通过促进生态系统中多主体价值共创来激活数据网络效应。数字平台企业作为生态系统的领导者,其数字平台能力会影响整个生态系统的竞争力(Helfat和Raubitschek, 2018),但影响机制并不明确。数据网络效应为单一企业的能力与生态系统的竞争优势搭建了桥梁,未来可以基于数据网络效应理论探究数字平台企业数字平台能力影响数字平台生态系统竞争优势的机制。

2.基于数字可供性理论,结合数字平台的特性开展深入研究。数字平台作为一种数字技术,具有可供性。数字可供性理论关注数字技术为行动者(企业和个人)提供的行动潜力,认为数字技术与行动者的相互作用影响行动者目标(尤其是数字创新)的实现(Nambisan等,2017)。未来可以基于数字可供性理论探究数字平台能力对企业数字创新和数字化转型的影响。尤其是,中小制造企业在数字化转型中往往面临更大的资源约束,数字平台的可供性能否帮助中小制造企业克服资源困境,能否帮助中小制造企业实现产品、流程乃至商业模式创新,最终助力中小制造企业实现数字化转型目标?数字可供性理论不仅适合研究组织层面的问题,还适用于个体层面的研究。管理者对数字技术的认知和偏好会影响企业的数字平台能力及后续目标的实现,未来可以进一步探讨具备何种特质的管理者更容易实现数字平台的可供性。

3.基于人数交互理论,探究数据资源提升数字平台能力的机制。人数交互理论认为,在特定的组织情境下,人与数据交互能够实现特定的组织目标(Victorelli等,2020)。一方面,数据资源是数字平台企业重要的战略资源,也是构建数字平台能力的基础;另一方面,数字平台能力的构建离不开人的作用。未来可以基于人数交互理论探讨人力资源与数据资源如何相互作用提升企业的数字平台能力。在此基础上,对人力资源和数据资源进行分类,并探究哪种类型的人力资源与哪种类型的数据资源更有互补性,以及哪些因素起调节作用。

除了基于西方理论开展数字平台能力研究,未来需要重视基于中国情境开发本土化理论。从实践来看,近年来我国涌现出一些全球领先的数字平台企业(如字节跳动、阿里巴巴等),仅仅套用西方理论可能无法解释该现象,甚至会误导管理者。学者们一定要避免“迷信”西方理论,抓住我国众多数字平台企业领先于全球的机遇,积极开发和使用本土化理论。

(二)多元研究方法的未来研究方向

在研究方法选择上,现有研究仍以问卷调查法、案例研究法为主,较少采用元分析方法、QCA方法、仿真模拟等其他方法以及混合方法。基于此,本文提出四点建议。

1.鉴于目前已经积累了较多的有关数字平台能力的实证文献,未来可以采用元分析方法整合现有研究,通过揭示隐含调节因素降低不同研究间的异质性,为实践提供更加明确、可靠的指导。数字平台能力作为一种数字化能力,与其他类型的数字化能力相比具有独特性,而现有元分析文献只是笼统地研究了数字化能力与企业绩效的关系(马鸿佳和王春蕾,2025),未来可以采用元分析方法探究数字平台能力与企业绩效的关系,以提供更细粒度的理解。数字平台能力与创新的关系存在分歧(Sedera等,2016;Xie等,2022),未来可以采用元分析方法整合相关研究以调和该分歧。

2.基于组态视角,采用QCA方法,揭示影响数字平台能力形成以及与数字平台能力共同发挥作用的不同组态。第一,数字平台能力不同层面的前因并非孤立地发挥作用,未来可以采用QCA方法,检验不同层面前因对企业数字平台能力的影响,发现导致高水平数字平台能力的多种组态,并识别每种组态的核心条件和边缘条件。类似地,数字平台能力只是企业绩效、创新、创业等结果的前因之一,数字平台能力并非孤立地发挥作用,未来研究可以采用QCA方法探索数字平台能力与其他条件的组合对企业绩效、创新、创业等结果的影响。第二,未来可以采

用多阶段QCA方法探究导致高水平数字平台能力的多种组态是否都能导致高绩效,以此来对比不同组态的优劣。第三,未来可以采用动态QCA方法,探究在企业生命周期的不同阶段,导致高水平数字平台能力的组态的动态变化。

3.采用仿真模拟方法,探究数字平台能力对数字平台生态系统数据网络效应的影响。从理论上来说,数字平台能力有助于数字平台企业加强与用户、互补者的联系,获取用户和互补者数据,有助于数字平台生态系统激活数据网络效应。然而,目前缺乏数据网络效应的度量方法,激活数据网络效应的数据阈值也不明确,因而难以开展定量研究,案例研究提供的启发也比较有限。相比之下,未来研究可以采用仿真模拟方法,探索不同类型数字平台激活数据网络效应的数据阈值,以及数字平台能力对数字平台生态系统数据网络效应的影响。

4.用混合方法开展数字平台能力研究,提升研究的稳健性和深度。与单一方法研究相比,混合方法研究能通过三角验证提升研究结论的稳健性,还能利用方法间的互补产生新见解(Wellman等,2023)。第一,层级回归法与案例研究法的混合方法研究。未来可以在运用层级回归法检验数字平台能力与企业创新关系的基础上,运用案例研究法深入揭示影响过程,以加深对上述问题的理解,为实务界提供更细粒度的启发。未来可以通过案例研究发现更多的影响数字平台能力的前因,进而通过大样本定量研究进行检验,得出更具普适性的结论。第二,层级回归法与QCA方法的混合方法研究。未来研究可以在通过层级回归法识别数字平台能力前因的基础上,利用QCA方法揭示导致高水平数字平台能力的复杂路径。第三,元分析与结构方程模型的混合方法研究,即元分析结构方程模型(MASEM)。鉴于目前已经积累了大量有关数字平台能力的实证文献,未来可以采用MASEM方法整合现有研究,对比数字平台能力影响企业绩效不同机制的相对重要性。需要注意的是,使用混合方法需要有充分的理由,切忌开展以“使用混合方法”为目的的研究(Wellman等,2023)。

(三)理论与研究方法融合的未来研究方向

现有研究大多数采用西方情境下开发的理论,鲜有研究基于东方管理思想开展研究或基于中国情境开发本土化管理理论。值得欣喜的是,部分学者基于我国数字平台的管理实践开展案例研究,并取得了一定的成果(陈威如和王节祥,2021;邢小强等,2021)。为推动中国本土化管理理论的开发和推广,本文从融合理论和研究方法的角度提出三点建议。第一,扎根中国数字平台管理实践,通过拼多多、抖音、滴滴出行、美团、小红书等头部数字平台企业的案例研究,开发本土化的数字平台理论(包括数字平台能力相关的研究)。第二,运用多个国家的数字平台相关数据,通过大样本定量研究,检验本土化数字平台理论的普适性,进而向世界讲好中国故事,为世界贡献中国智慧。第三,在积累了大量定量研究的基础上,运用元分析方法以及元分析结构方程模型方法,对比基于本土化理论与基于西方理论开展研究的差异。

(四)不同层面前因、结果及边界条件的未来研究方向

1.个体层面的未来研究方向

第一,现有研究已经识别出管理者特质方面的多个前因,未来可以进一步探索在数字领导力、管理者创造性自我效能感、创业警觉性等管理者特质中,是否存在起决定性作用的特质,何种特质对数字平台能力的影响更大,不同特质间是互补还是替代关系。除了关注有助于提升企业数字平台能力的管理者特质,未来可以探索哪些管理者特质会削弱企业数字平台能力。第二,一些管理者特质较为抽象,在实践中往往难以衡量,致使对企业实践的指导价值大打折扣。未来可以从管理者甚至普通员工的视角出发,探讨个体行为(即如何做)对数字平台能力的影响。除了关注管理者特质和行为,未来可以探究管理者的数字知识、经验与技能对数字平台能

力的影响。第三,现有研究对影响管理者特质、行为发挥作用的情境缺乏关注,未来可以探讨组织氛围等因素的调节作用。

2.组织层面的未来研究方向

第一,对数字平台能力在组织层面因素的影响并不全面,诸如企业组织形态、组织文化等因素对数字平台能力的影响值得进一步探讨。具体而言,企业的组织形态(包括结构、流程、协调、激励等)会影响企业能力的构建,不同组织形态对资源和信息整合和利用方式不同,未来可以探讨组织结构对数字平台能力形成的影响。组织文化(如创新创业文化)与数字平台能力之间的关系尚未得到充分研究,未来可以开展进一步研究。第二,在揭示数字平台能力影响企业绩效或创新的“黑箱”时,不应局限于资源基础观、动态能力理论、组织学习理论等产生于非数字经济时代的经典理论视角,未来研究应该更多地基于数据网络效应理论、数字可供性理论、人数交互理论等产生于数字经济时代的“新”理论视角挖掘作用机制。第三,现有研究尚未就数字平台能力对企业创新的影响达成一致,未来可以利用元分析方法调和该矛盾。

3.生态系统层面的未来研究方向

平台生态系统相关议题是近年来数字平台研究的前沿和热点,也是数字平台能力未来研究的重点。第一,生态系统内主体间的互动(合作与竞争)影响数字平台能力的形成与演化,未来可以研究数字平台企业如何平衡生态系统内主体间的合作与竞争,以提升自身的数字平台能力。第二,作为生态系统的领导者,数字平台企业需要同时应对生态系统内竞争和生态系统间竞争,未来可以通过案例研究揭示数字平台能力如何影响数字平台企业在生态系统内的竞争优势,以及数字平台能力如何影响数字平台生态系统的竞争优势;在此基础上,揭示哪类数字平台能力更利于提升数字平台企业在生态系统内的竞争优势,哪类数字平台能力更利于提升数字平台生态系统的竞争优势,以及两类数字平台能力是否存在冲突。第三,数字平台企业可能面临互补者“另起炉灶”构建竞争性平台的风险。未来可以基于数字平台企业视角,探讨如何控制互补者,避免互补者“摆脱”数字平台、影响自身获取价值,甚至成为自己的竞争对手。

4.环境层面的未来研究方向

第一,政府政策会影响数字平台的发展,实际上,很多数字平台企业享受了大量的税收优惠和数字补贴,未来可以探究政府政策对企业数字平台能力的影响。我国地域辽阔、人口众多,很多人深受儒家文化影响,未来可以探究我国独特的地理和人文特点对数字平台企业提升数字平台能力的影响。在此基础上,可以对比不同国家的数字平台企业在提升数字平台能力的路径上的差异。第二,行业竞争和制度环境会影响数字平台能力发挥作用,未来可以探索行业竞争强度、制度环境等因素的调节作用。

5.跨层面的未来研究方向

第一,数字平台能力同时受到多个层面(个体、组织、生态系统、环境)因素的影响,未来可以借助QCA方法探索能够导致高水平数字平台能力的不同层面前因的组态。第二,数字平台能力能够在企业和生态系统层面产生影响,尤其是,数字平台能力既影响数字平台企业的竞争优势,又影响数字平台生态系统的竞争优势,而二者并不总是一致的。未来可以探讨当数字平台企业和数字平台生态系统存在利益冲突时,数字平台企业应该如何利用其数字平台能力实现有效平衡。第三,现有研究对数字平台能力“阴暗面”的关注不足。马鸿佳和王春蕾(2025)通过元分析发现,数字化能力并不总是有益的,具体而言,对于中型企业而言,数字化能力对企业绩效无显著影响。作为一种数字化能力,数字平台能力是否总是有益的值得进一步探讨,未来可以采用元分析方法探索多个层面的边界条件。

主要参考文献

- [1]陈威如,王节祥.依附式升级:平台生态系统中参与者的数字化转型战略[J].管理世界,2021,37(10):195-213.
- [2]陈泽文,许秀梅.疫情危机的环境动态性背景下大数据能力如何提升中小企业绩效——商业模式创新的中介作用[J].管理评论,2023,35(1):134-145.
- [3]黄昊,宋伟,王国红,等.制造业中小企业平台数据化能力对颠覆式创新的影响研究[J].科研管理,2023,44(11):32-40.
- [4]柳学信,程园,孙忠娟.服务业平台企业的网络能力、数字平台能力如何促进数字化创新?——资源编排视角[J/OL].经济管理,1-23. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.1047.F.20240108.1306.016.html>, 2024-01-09.
- [5]罗均梅,徐翠丰,姜忠辉.企业数字创新能力的动态演化和驱动机制研究[J].科研管理,2024,45(8):11-21.
- [6]马鸿佳,王春蕾.数字化能力总是有益的吗?数字化能力与企业绩效关系的元分析[J].南开管理评论,2025,28(6):4-15.
- [7]马鸿佳,宋春华,刘艳艳.非比较国际创业实证研究现状评析和未来展望[J].外国经济与管理,2016,38(2):16-32.
- [8]马鸿佳,王春蕾,陈欣.数字平台能力对中小制造企业数字化转型绩效的影响研究[J/OL].管理学报,1-9. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/42.1725.C.20250227.1046.002.html>, 2025-02-27.
- [9]马鸿佳,王春蕾,李卅立,等.数据驱动如何提升数字平台生态系统竞争优势?——基于数据网络效应视角[J].管理世界,2024,40(12):170-184.
- [10]孟韬,姚晨.环境突变背景下数字平台能力如何影响组织创新绩效?——基于组织即兴能力的中介作用[J].科学学与科学技术管理,2023,44(5):95-114.
- [11]吴言波,韩炜,邵云飞.数字平台能力、新类型商业模式创新与新创企业成长[J].研究与发展管理,2023,35(6):71-84.
- [12]邢小强,汤新慧,王珏,等.数字平台履责与共享价值创造——基于字节跳动扶贫的案例研究[J].管理世界,2021,37(12):152-175.
- [13]Aghazadeh H, Zandi F, Mahdiraji H A, et al. Digital transformation and SME internationalisation: Unravelling the moderated-mediation role of digital capabilities, digital resilience and digital maturity[J]. Journal of Enterprise Information Management, 2024, 37(5): 1499-1526.
- [14]Ahmed A, Bhatti S H, Gölgeci I, et al. Digital platform capability and organizational agility of emerging market manufacturing SMEs: The mediating role of intellectual capital and the moderating role of environmental dynamism[J]. Technological Forecasting and Social Change, 2022, 177: 121513.
- [15]Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage[J]. Journal of Management, 1991, 17(1): 99-120.
- [16]Benitez J, Arenas A, Castillo A, et al. Impact of digital leadership capability on innovation performance: The role of platform digitization capability[J]. Information & Management, 2022, 59(2): 103590.
- [17]Benitez J, Braojos J, Pavlou P, et al. Impact of social media technologies on new product development performance: Theory and empirical evidence[J]. European Journal of Information Systems, 2025, 34(1): 46-71.
- [18]Bhatti S H, Sumbal M S, Ahmed A, et al. Digital strategy for firm performance-mediating role of digital platform capabilities and digital culture in manufacturing SMEs[J/OL]. Technology Analysis & Strategic Management, 2024. <https://doi.org/10.1080/09537325.2024.2339379>.
- [19]Cenamor J, Parida V, Wincent J. How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity[J]. Journal of Business Research, 2019, 100: 196-206.
- [20]Gawer A. Digital platforms' boundaries: The interplay of firm scope, platform sides, and digital interfaces[J]. Long Range Planning, 2021, 54(5): 102045.
- [21]Grant R M. Toward a knowledge-based theory of the firm[J]. Strategic Management Journal, 1996, 17(S2): 109-122.
- [22]Hautala-Kankaanpää T. The impact of digitalization on firm performance: Examining the role of digital culture and the effect of supply chain capability[J]. Business Process Management Journal, 2022, 28(8): 90-109.
- [23]Helfat C E, Raubitschek R S. Dynamic and integrative capabilities for profiting from innovation in digital platform-based ecosystems[J]. Research Policy, 2018, 47(8): 1391-1399.
- [24]Jean R J, Kim D. Internet and SMEs' internationalization: The role of platform and website[J]. Journal of International Management, 2020, 26(1): 100690.

- [25]Jun W, Nasir M H, Yousaf Z, et al. Innovation performance in digital economy: Does digital platform capability, improvisation capability and organizational readiness really matter?[J]. *European Journal of Innovation Management*, 2022, 25(5): 1309-1327.
- [26]Karimi J, Walter Z. The role of dynamic capabilities in responding to digital disruption: A factor-based study of the newspaper industry[J]. *Journal of Management Information Systems*, 2015, 32(1): 39-81.
- [27]Kretschmer T, Leiponen A, Schilling M, et al. Platform ecosystems as meta-organizations: Implications for platform strategies[J]. *Strategic Management Journal*, 2022, 43(3): 405-424.
- [28]Liu L J, Long J, Liu R H, et al. Examining how and when digital platform capabilities drive technological innovation: A strategic information perspective[J]. *Journal of Enterprise Information Management*, 2023a, 36(2): 553-582.
- [29]Liu R H, Long J, Liu L J. Seeking the resilience of service firms: A strategic learning process based on digital platform capability[J]. *Journal of Services Marketing*, 2023b, 37(3): 371-391.
- [30]Liu Y L, Chung H F L, Zhang Z P, et al. When and how digital platforms empower professional services firms: An agility perspective[J]. *Journal of Service Theory and Practice*, 2023c, 33(2): 149-168.
- [31]Ma L, Zhang B, Liang K T, et al. Digital enabled innovation ecosystems: A dual case study of knowledge flows in intellectual property platforms[J/OL]. *European Journal of Innovation Management*, 2024. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2023-0610>.
- [32]Nambisan S, Lyytinen K, Majchrzak A, et al. Digital innovation management: reinventing innovation management research in a digital world[J]. *MIS Quarterly*, 2017, 41(1): 223-238.
- [33]Rabl T, Petzsche V, Baum M, et al. Can support by digital technologies stimulate intrapreneurial behaviour? The moderating role of management support for innovation and intrapreneurial self-efficacy[J]. *Information Systems Journal*, 2023, 33(3): 567-597.
- [34]Ravichandran T. Exploring the relationships between IT competence, innovation capacity and organizational agility[J]. *The Journal of Strategic Information Systems*, 2018, 27(1): 22-42.
- [35]Schrieck M, Wiesche M, Krcmar H. Capabilities for value co-creation and value capture in emergent platform ecosystems: A longitudinal case study of SAP's cloud platform[J]. *Journal of Information Technology*, 2021, 36(4): 365-390.
- [36]Sedera D, Lokuge S, Grover V, et al. Innovating with enterprise systems and digital platforms: A contingent resource-based theory view[J]. *Information & Management*, 2016, 53(3): 366-379.
- [37]Sirmon D G, Hitt M A, Ireland R D, et al. Resource orchestration to create competitive advantage[J]. *Journal of Management*, 2011, 37(5): 1390-1412.
- [38]Teece D J, Pisano G, Shuen A. Dynamic capabilities and strategic management[J]. *Strategic Management Journal*, 1997, 18(7): 509-533.
- [39]Teece D J. Profiting from innovation in the digital economy: Enabling technologies, standards, and licensing models in the wireless world[J]. *Research Policy*, 2018, 47(8): 1367-1387.
- [40]Tønnessen Ø, Dhir A, Flåten B T. Digital knowledge sharing and creative performance: Work from home during the Covid-19 pandemic[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, 170: 120866.
- [41]Troise C, Jones P, Candelo E, et al. The role of entrepreneurial alertness, digital platform capability, organisational agility and business model innovation on young innovative companies' performance[J/OL]. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2023. <https://doi.org/10.1080/09537325.2023.2209223>.
- [42]Tse S Y, Wang D T, Cheung M L, et al. Do digital platforms promote or hinder corporate brand prestige?[J]. *European Journal of Marketing*, 2023, 57(4): 987-1013.
- [43]Vicarelli E Z, Dos Reis J C, Hornung H, et al. Understanding human-data interaction: Literature review and recommendations for design[J]. *International Journal of Human-Computer Studies*, 2020, 134: 13-32.
- [44]Wang F, Zhao J, Chi M M, et al. Collaborative innovation capability in it-enabled inter-firm collaboration[J]. *Industrial Management & Data Systems*, 2017, 117(10): 2364-2380.
- [45]Wang N, Wan J H, Ma Z Z, et al. How digital platform capabilities improve sustainable innovation performance of firms: The

- mediating role of open innovation[J]. *Journal of Business Research*, 2023, 167: 114080.
- [46]Wang Y G, Tian Q H, Li X, et al. Different roles, different strokes: How to leverage two types of digital platform capabilities to fuel service innovation[J]. *Journal of Business Research*, 2022, 144: 1121-1128.
- [47]Wellman N, Tröster C, Grimes M, et al. Publishing multimethod research in AMJ: A review and best-practice recommendations[J]. *Academy of Management Journal*, 2023, 66(4): 1007-1015.
- [48]Xie X M, Han Y H, Anderson A, et al. Digital platforms and SMEs' business model innovation: Exploring the mediating mechanisms of capability reconfiguration[J]. *International Journal of Information Management*, 2022, 65: 102513.
- [49]Zhu Z, Zhao J, Tang X L, et al. Leveraging e-business process for business value: A layered structure perspective[J]. *Information & Management*, 2015, 52(6): 679-691.

A Review of Empirical Literature of Digital Platform Capability and Prospects

Sun Qing, Ma Hongjia, Wang Chunlei

(School of Business and Management, Jilin University, Changchun 130012, China)

Abstract: In the era of the digital economy, digital platforms are an important engine to promote the high-quality development of China's economy. As a firm capability to build or use digital platforms to gain competitive advantages, digital platform capability has become the focus of practice and theory. Although a large number of researches have been conducted about digital platform capability, related researches are relatively scattered and have not yet formed a systematic framework. In view of the fact that empirical literature can provide the latest research results and effectively reflect the development trend of a certain field, this paper systematically reviews the empirical literature on digital platform capability. Firstly, the theoretical foundations of the empirical research on digital platform capability are reviewed. Secondly, the empirical research methods are reviewed. Thirdly, the specific research content is reviewed from the four aspects of connotations, antecedents, outcomes, and boundary conditions of digital platform capability, and on this basis, an integrating research framework of digital platform capability is constructed. Based on the shortcomings of existing researches, four directions worth paying attention to in future research are proposed: multiple theories; multiple research methods; integration of theory and research methods; antecedents, consequences, and boundary conditions at different levels. This paper systematically presents the research status of digital platform capability and provides ideas and inspiration for scholars who intend to conduct researches about digital platform capability.

Key words: digital platform capability; research framework; literature review; prospects

(责任编辑:王雅丽)