



武汉大学中国产学研合作问题研究中心

2017 年度成果集

2017 年 12 月

目 录

众创空间篇

- 1、创客导向型平台组织的生态网络要素及能力生成研究
.....李燕萍，陈 武，陈建安
- 2、中国众创空间研究现状与展望.....李燕萍，陈 武
- 3、众创空间对创业孵化器功能影响研究.....乔 辉，吴绍棠
- 4、基于扎根理论的众创空间发展质量评价结构维度与指标体系开发研究
.....李燕萍，陈 武
- 5、众创平台管理者创业服务能力结构及其生成逻辑
.....李燕萍，秦书凝，陈 武

创新管理篇

- 1、驱动创新发展的动力模式演变.....陈 武，李燕萍
- 2、中国产学研合作发展现状及对策研究.....黄明东，李炜巍，黄 俊

人才开发篇

- 1、群体老板制：武汉民营科技企业的一个创举.....李 健，谭 磊
- 2、技术进步对老年再就业产生了“补偿”还是“侵蚀”效应？
.....龚 红，罗 岩，彭 姗
- 3、知识型老年员工人力资本异质性对其再职业选择影响研究
.....龚 红，张小玲、彭 姗

- 4、工作场所中“男女搭配”能否带来干活不累.....陈建安，武雪滕
- 5、创业导师制：前沿探析与未来展望.....陈建安，陈明艳

教学创新篇

- 1、 工商管理类大学生创新创业精神与能力培养现状及问题研究
.....焦 丽，温兴琦，王佩华
- 2、“一带一路”背景下案例教学法在留学生教学中的应用及启示——以
《Management》教学为例.....周 伟

创客导向型平台组织的生态网络要素及能力生成研究^{*}

李燕萍^{1,2}, 陈武¹, 陈建安^{1,2}

(1. 武汉大学经济与管理学院 湖北 武汉 430072;

2. 武汉大学中国产学研合作问题研究中心 湖北 武汉 430072)

内容提要:本文通过对 32 家众创空间负责人的访谈资料,采用扎根理论分析提炼了创客导向型平台组织的生态网络要素构成,依据资源依赖理论和社会网络理论逻辑推理了平台组织生态网络能力的生成过程。研究表明:平台组织的生态网络要素由身份建构、文化亲近、资源承诺、价值主张和服务嵌入共同构成;从生态网络要素到平台组织对创客的资源承诺形成,需要经历认知嵌入、情感嵌入和行为互动三个阶段,并且不同阶段对创客发挥影响力的要素有所不同。其中,身份建构和文化亲近在认知嵌入阶段对创客的认知信任产生影响,价值主张和服务嵌入在情感嵌入阶段对创客的情感信任产生影响,资源承诺在行为互动阶段对创客的结构洞、机遇开发和机遇发现产生影响。最后,提出平台组织构建生态网络的策略建议。

关键词:平台组织;众创空间;生态网络要素;创客导向;能力生成

中图分类号:C936 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2017)06—0101—15

一、问题提出

以众创空间为代表的平台组织是指为促进双边或多边开展交流互动,以提升参与者创新能力并满足其异质性需求为目标,而在互联网背景下构建的一种能够对资源进行快速聚散与迭代的生态网络。经济新常态背景下,为创客或企业^①提供低成本、便利化、全要素、开放式服务的创客导向型众创空间^②成为推动大众创业万众创新的重要载体,在短期内获得了跨越式的发展。据不完全统计,至 2016 年年末,中国各类众创空间已经超过 4200 家,其中获得中国科学技术部授牌的国家级众创空间为 1337 家(李燕萍等,2016)。虽然众创空间的培育取得了瞩目成绩,但其实践过程也暴露出令人担忧的发展“瓶颈”:众创空间或人员参与度很低,或“有店无客”,保持长期活跃参与的人数都不太高(许素菲,2015)。例如,厦门市 75 家众创空间的入住率未过半的占比超过 70%(汤小芳,2015);众创空间的人气不高,社会对创客人才的认知度低于 25%;不少

收稿日期:2017-02-26

^{*} 基金项目:国家社会科学基金重大项目“驱动中国创新发展的创客与众创空间培育战略研究”(15ZDC014);国家自然科学基金项目“产学研联盟中企业联盟管理能力的形成及对创新的影响机理研究”(71402125)。

作者简介:李燕萍(1965-),女,湖南常宁人,常务副院长,教授,博士生导师,中国产学研合作问题研究中心主任,研究方向为人力资源管理、创新管理,E-mail: ypli@whu.edu.cn;陈武(1988-),男,江西高安人,博士研究生,研究方向为人力资源管理、创新管理,E-mail: cw1988@whu.edu.cn;陈建安(1974-),男,湖南宁乡人,副教授,研究方向为人力资源管理、创新管理。通讯作者:陈武。

^① 国办发(2016)7 号文中提出众创空间的服务对象主要有科技人员、中小微企业、海归人才、外国人才和科技型创新创业者;国科发火(2015)297 号文中提出众创空间的服务对象主要有创业团队、初创企业、大学生和不同类型创业人群。上述政策内容表明,众创空间的服务对象主要是创客和企业。

^② 创客导向型众创空间(平台组织)是相对于企业导向型众创空间而言的,企业导向型的众创空间一般由企业发起成立,主要服务于与企业产业链相关的创客,服务于企业的发展是其主要目标,例如,海尔构建的海创汇众创空间主要围绕海尔产业链孵化创新创业项目。创客导向型众创空间的主要服务对象是创客本身,与特定的产业链无关,包容性更强。

创客都是有活动才到众创空间,呈现一种零散的状态,集聚效应有限(冯凯等 2016)。特别是深圳“地库”众创空间于 2016 年 2 月宣布倒闭,全国首家“互联网+金融”众创空间克拉咖啡于 2016 年 8 月宣布停止营业,引起众创空间业界的哗然。面对生存压力或发展机遇,众创空间实践家纷纷提出需要围绕自身特色打造“生态圈”,如微软黑科空间提出构建链接企业、政府、社会、高校的一体化生态圈,涵盖了媒体圈、资本圈、智库圈、创业者圈和科技圈。同时,根据本文对众创空间调研资料分析发现,众创空间普遍存在发展的困境(如图 1 所示),可以归结为众创空间的专业化服务能力水平低;众创空间创始人普遍认为众创空间将会经历“探索—成长—巅峰—洗牌”的过程,只有那些具有独特定位、优秀团队和优质服务的众创空间能够取得长足和规模化的发展,最终形成业界“龙头”和品牌^①,归根结底是优质的众创空间在“洗牌”过程中不断拓展和升级(如兼并、收购、联合)自身的社会网络结构,即形成了独具特色的、能够促进众创空间循环发展的生态网络要素结构。以众创空间为代表的平台组织生态网络要素,即指能够吸引参与者广泛参与并满足其异质性需求、引导创新资源要素在平台集聚并使之形成相互联结的社会网络的要素。

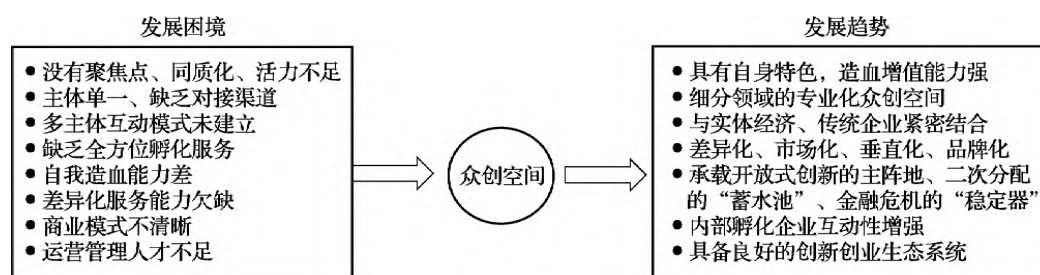


图 1 众创空间发展困境与趋势

资料来源: 本文绘制

那么,构成众创空间平台组织实现可持续发展的生态网络要素是什么?从已有文献研究发现,国内外关于平台组织构建的学理探究尚鲜见。组织行为理论中关于组织与员工参与度关系的研究主要聚焦在员工的工作参与度/卷入与组织环境、组织绩效、员工职业成长机会、工作价值观等(Haynie 等 2016; Owens 等, 2016; Rich 等 2010; 郭钟泽等 2016; 任华亮等 2014)之间的相互作用关系。组织对参与者的吸引力强度与兴趣价值、社会价值、经济价值、发展价值、应用价值、功能性利益、情感利益和更高层次的利益等维度相关(Berthon 等 2005; Mosley 2007),也涉及薪资、晋升机会、任务多样性等功能性要素和创新、诚挚、声望、坚强、能力等象征性要素(Lievens & Highhouse 2003; 刘善仕等 2012; 翁清雄、吴松 2015)。组织还可以通过身份管理、构建员工品牌资产等方式吸引参与者(Aslam 等 2016; Bravo 等 2016; Kashive & Khanna 2017)。但是,众创空间平台组织与创客并非是企业组织与员工间的契约关系,这意味着组织行为学中的相关理论不能完全适用或阐释平台组织是如何获取和维持创客资源,如何影响平台组织的生存和发展过程。这主要是源于以下原因:一是众创空间平台组织在生态网络建构过程中需要依赖于政府、投资机构、高校、企业、创客联盟等外部组织资源,平台组织在获取上述资源的过程中,其本质就是在不断地开拓网络中的结构洞,网络结构的逐步改变也就形成了平台组织的竞争优势,同时,平台组织可以通过其构建的生态网络来掌控网络资源,即网络锁定效应(Pfeffer & Salancik, 1978),进而在增强社会资本的同时降低对外部资源的依赖,平台生存和发展能力也更强。二是当创客因能力、成本、环境等因素而无法获取满足其异质性需求的关键信息或资源时,创客需求与资源之间的结构洞会自发形成,结构洞能够将非冗余资源分开(Burt 2009),所以,拥有非冗余资源的平台组织则可以在结构洞内填充弱联结,以满足创客的异质性需求,这样的平台组织对创

^①上述观点是本文依据众创空间访谈资料归纳整理而成。国家科技部在国科发火[2015]297号文中明确提出“各地根据本地产业特点和自身优势,构建专业化、差异化、多元化的众创空间,努力形成特色和品牌。”

客的吸引力更强,平台组织的发展“瓶颈”也能迎刃而解。三是由耗散理论可知,众创空间演进的构建阶段存在人工设计和自生两种途径,形成生态系统所需的耗散结构要素条件(张玉利、白峰,2017),但这些要素结构又如何呢?因此,本文选择创客导向型众创空间为研究切入点,运用扎根理论方法,从资源依赖理论(Pfeffer & Salancik,1978)和社会网络理论(Wellman & Berkowitz,1988)的双重视角出发,分析探究创客导向型平台组织生态网络要素的结构,以及这些要素对平台生存和发展的作用机制。

二、研究方法与研究设计

1. 研究方法

扎根理论作为一种重要的质性研究工具,挑战了缺乏充足经验性资料的宏大理论和只有变量分析的经验研究,因此,也特别适合于缺乏理论解释或现有理论解释力不足的研究。如前所述,目前与平台组织生态网络要素相关的理论研究基础匮乏,故本文采用扎根理论方法来阐述众创空间生态网络要素的构成,以及生态网络要素与众创空间生存和发展间的理论机制。

2. 研究设计

(1) 抽样方法。本文采用理论抽样的方法,理论抽样是一种建立在概念基础上的资料收集方法,用来揭示相关概念和它们的属性与维度,当研究新的或空白领域时,理论抽样为探索发现提供了空间,能够让研究更好地利用偶然事件(Strauss & Corbin,1998)。本文的理论抽样过程如下:首先,选取三家典型众创空间(光谷创业咖啡、洪泰创新空间、蜂巢咖啡)展开半结构化访谈,获取部分关于众创空间发展过程的研究资料;其次,在分析第一次资料的基础上,进一步扩大研究样本至26家,使本文涉及的类属达到“饱和”点;第三,扩大理论样本抽样区域,进一步检验类属的理论饱和度。

(2) 数据收集。根据本研究目标,受访对象主要来源于众创空间的创始人或负责人,受访者必须具备众创空间运营管理经验,熟悉众创空间的资源整合与配置、项目筛选、创客服务等管理流程,了解创客参与众创空间活动的行为和动机。理论饱和要求分析中的某个点,所有的类属在所属属性、维度和变化形式上都得到充分发展,其原则是样本数的确定应该以新抽取的样本不再提供新信息时为标准(Strauss & Corbin,1998)。一般而言,理论饱和度与样本数呈正相关关系,根据Fassinger(2005)等的研究成果,样本数以20~30个为宜。本文最终选取32家众创空间样本,共访谈34人次,访谈样本基本信息如表1所示。样本涵盖国家级众创空间14家,占比43.75%。从职位结构看,创始人7人,占比20.59%;总经理14人,占比41.18%;副总经理3人,占比8.82%;总经理助理2人,占比5.88%;项目经理6人,占比17.64%;主任2人,占比5.88%。

表1 样本基本信息

编号	众创空间名称	成立时间	有效原始语句(条)	核心服务	是否国家级众创空间	职位	访谈人数	地点	访谈方式	用途
A1	洪泰创新空间	2015	17	场地办公、资源对接	是	项目经理	1	北京	XC	建模
A2	蜂巢咖啡	2014	15	教育培训、项目孵化	是	创始人	1	东莞	XC WL	建模
A3	光谷创大众众创空间	2015	11	项目投资与孵化	否	总经理	1	武汉	ZT	建模
A4	光电工研院众创空间	2012	18	技术研发、高端产业孵化、企业研发服务、中试熟化对接	否	总经理	1	武汉	ZT	建模
A5	光谷创客空间	2013	13	创客孵化	是	创始人	1	武汉	ZT HY	建模
A6	创赢咖啡	2014	12	项目投资、培训辅导	是	总经理	1	武汉	ZT	建模

编号	众创空间名称	成立时间	有效原始语句(条)	核心服务	是否国家级众创空间	职位	访谈人数	地点	访谈方式	用途
A7	光谷东科创星	2013	19	场地办公、培训辅导、项目投资	是	总经理	1	武汉	ZT	建模
A8	光谷微创新实验室	2015	14	开源硬件、培训辅导	是	创始人	1	武汉	ZT	建模
A9	启明星空创客空间	2008	20	创客孵化、教育培训	是	总经理	1	武汉	ZT	建模
A10	光谷青桐园创业咖啡	2013	15	创业辅导、项目孵化、科技金融	是	执行总经理	1	武汉	ZT	建模
A11	去创吧	2013	13	项目帮扶、创客帮扶、连接资源	是	创始人	1	武汉	ZT	建模
A12	烽火创新谷众创空间	2015	20	资源对接、教育辅导	否	总经理	1	武汉	ZT	建模
A13	梦想家孵化器	2014	16	资源对接、技术支持	是	总经理	1	武汉	ZT	建模
A14	天使翼	2014	13	深度辅导、种子投资、自主孵化	否	总经理、项目部总监	2	武汉	ZT	建模
A15	武汉光谷创业咖啡	2013	23	活动路演、项目孵化	是	项目经理、总经理助理	3	武汉	XC ZT HY	建模
A16	高投众创·梦想集装箱	2015	17	资源对接、项目孵化、培训辅导	否	总经理	1	武汉	ZT	建模
A17	创库咖啡	2012	16	创业投资、项目孵化	是	总经理	1	武汉	ZT	建模
A18	创客坊	2012	12	物理交流平台、非营利性创客社区	是	创始人	1	成都	WL	检验
A19	创意产业园	2013	8	项目孵化、投融资对接	否	副总经理	1	武汉	WL HY	建模
A20	车库咖啡	2016	11	办公空间、交流平台	是	副总经理	1	海口	XC	检验
A21	创梦空间	2015	15	场地办公、技术发展与交流的平台	否	主任	1	海口	XC	建模
A22	四川大学科技园众创空间	2015	16	教育培训、项目孵化、成果转化	否	主任	1	四川	XC	建模
A23	克拉咖啡	2015	14	互联网金融、众筹融资	否	—	—	深圳	OL	检验
A24	地库咖啡	2015	8	创业投资、办公租赁	否	—	—	深圳	OL	建模
A25	造明公社	2015	8	场地办公、项目孵化	否	创始人	1	中山	XC	建模
A26	中山创客·创客空间	2015	9	互联网、教育、文化饮食传媒	否	商务主管	1	中山	XC	检验
A27	微软黑创客空间	2016	10	开放式实验室平台	否	运营总监	1	深圳	XC HY	建模
A28	优创空间	2014	8	面向优秀青年的创新创业综合服务平台	否	董事长	1	深圳	XC ZT	建模
A29	飞扬新材料科技创新平台	2016	6	场地办公、项目孵化与投资	否	总经理	1	深圳	XC ZT	建模
A30	中山英诺创新空间	2016	6	天使投资	否	运营经理、运营主管	2	中山	XC	检验
A31	众创聚焰中心	2015	4	项目孵化、成果转化	否	总经理	1	中山	XC	建模
A32	中科创客学院	2014	11	创客培育与扶持	否	院长助理	1	深圳	XC	检验

注: 访谈方式“XC”表示现场访谈“ZT”表示座谈会访谈“WL”表示网络访谈“HY”表示会议观摩“OL”表示网络资料
资料来源: 本文整理

3. 研究实施

本文采用一对一的深度访谈、召开调研座谈会实施访谈、会议观摩和整理网络资料等方式获取数据资料。一对一的深度访谈采取了两种途径:一是研究人员深入众创空间现场与被访谈对象按照访谈提纲实施半结构化访谈,研究人员通过整理访谈录音形成资料;二是通过微信、QQ 实时互动工具开展半结构化访谈,研究人员通过整理聊天记录和邮件内容形成资料。召开调研座谈会实施访谈的步骤如下:研究人员事先将访谈提纲以邮件的方式发送给众创空间负责人;然后通过武汉、深圳、中山等地高新区召集众创空间主要负责人参加调研座谈会,访谈数据由众创空间提供的企业内部书面材料和座谈会现场发言录音组成;最后,研究人员负责整理访谈录音和书面材料。会议观摩主要有:参加全国大型创客汇(2016 年首届东湖创客汇)、创新创业联盟筹备会(武汉创业服务联盟成立)、产业园区内部会议(东湖高新区众创空间建设路径研究会、中山市科协的创客与众创空间论坛)以及众创空间内部会议(深圳微软黑科空间内部讨论会等),通过上述会议了解众创空间生态网络的动态建设过程,并查阅了与会代表提供的众创空间内部资料。通过整理网络资料获取信息的方式主要是针对有一定影响力^①的众创空间,此类众创空间受到的社会关注较多,其相关的新闻报道和网络评论也较多,自然获取的信息资料也较为完整,如深圳地库咖啡倒闭事件引起了社会各界的广泛关注。

访谈内容主要围绕与众创空间生态网络要素,以及与众创空间的生存和发展过程息息相关的问题。主要包括“您众创空间的核心竞争力主要体现在哪些方面?”“您认为众创空间能够吸引创新者、创业者、创客广泛参与的重要要素有哪些?”“有调查显示七成众创空间入住率不足 50%,您认为主要原因是什么?”“您的众创空间是如何帮助创客实现创意的呢?如何帮助有前景的创意产品的发明人创业呢?”“众创空间在不同省(市)发展过程(跨区域发展)中遇到的障碍有哪些?”“您如何评价当前众创空间的发展情况、众创空间之间的竞争情况,您认为我国众创空间发展所面临的重大问题有哪些?发展趋势如何?”“您认为众创空间所需的专业运营管理者或团队最重要的能力是什么?”。每人/次访谈时间均在 60 分钟以上。研究素材收集历时 11 个月,转录文字共计约 8.7 万字。对文本资料进行整合、质证,确保所有资料能真实地反映众创空间生态网络要素及其与众创空间生存和发展的关系。同时,从新浪财经、亚洲财经、搜狐新闻、华夏时报等网络媒体查找并整理关于克拉咖啡和地库咖啡的媒体文章,如《克拉咖啡停业:众筹模式梦碎》(百度百家, 2016)、《孵化器寒潮来袭“地库”倒闭之后,抱团取暖还是剩者为王?》(新浪财经 2016)等。由此完成原始数据资料的整理工作。其次,通过开放式编码、主轴式编码和选择式编码对随机抽取的 26 家众创空间文本资料进行编码分析,剩余六家用于检验理论饱和度。本文严格遵循扎根理论范畴归纳和模型构建步骤,概念化和范畴化文本资料,同时,结合专家意见,删减和修订存在争议的概念和范畴,以避免编码结果受到编码者主观意见的影响,以此保证研究的信度和效度。

三、平台组织生态网络要素的建构

1. 开放式编码

开放式编码就是重新整理分析原始资料,对原始语句进行逐句检查、分解,赋予资料中的事件或行动相应的标签,这些编码都是对原始语句的高度凝练和概括,来自原始资料,更贴近原始资料,能够避免编码者的主观影响,便于理解当时的情景是怎样的、当事人做了什么。通过对文本资料的整理,一共得到 418 条能够反映众创空间生态网络要素影响其生存和发展、创客参与度的原始语句和对应的初始概念。经过多次分解、剖析和提炼数量繁多且相互交叉初始概念,最终,从资料中抽象出 15 个范畴。开放式编码得到的范畴和初始概念,如表 2 所示。

^①具有一定影响力众创空间筛选原则主要有:国家科技部授牌的众创空间;某种类型众创空间中的典型代表;众创空间的某些热点事件引起了社会的广泛关注。如本文选取的克拉咖啡是全国首家“互联网+金融”模式的众创空间,由红岭资本、团贷网、E 速贷、融金所和克拉博等共同发起成立。深圳“地库”咖啡倒闭这一事件成为国内孵化器行业首例倒闭的著名案例。

表 2 开放式编码范畴化

编号	范畴	原始资料语句(初始概念)
1	基础资源	A2“我们的众创空间已经成为一个品牌了,很多创客已经认可了我们的品牌”(品牌影响力) A3“我们众创空间的创始人是全球移动 Java 六个起草人之一,全球第一批人工智能和机器人技术专家,在计算机领域具有非常重要的影响力”(创始人社会影响力) A5“我们众创空间的很多资源都来源于创始人自己的各种社会关系资源,比如小米手机创始人雷军、光谷软件董事长李儒雄等”(创始人社会资本) A22“背靠大学,我们有着源源不断的资源,这个我觉得是我们最好的优势,是我们大学科技园的优势”(依托单位资源)
2	社会资本	A5“光电工研院众创空间是由武汉市人民政府和华中科技大学共同发起合作组建”(政府机构与大学) A8“我们引进了刘敏、王胜利、徐击水等知名投资人”(知名投资人) A9“启明星空创客空间拥有 6 名国家火炬创业导师,聘请淘米科技汪海兵、PPTV 聚力传媒姚欣、乐行天下周伟、卷皮网黄承松、夏里峰、番茄假期余汉勇、米折网柯尊尧等知名企业家担任大学创业导师”(知名创业导师) A15 ² “光谷创业咖啡与 Intel 合作,达成创客合作伙伴,通过技术支持、资源对接、产品推广等方式共同构建中国的创客生态圈”(知名投资机构)
3	服务定位	A9“专注于创新创业教育和人才培养的众创空间”(教育与人才培养;“明确的定位有助于群体的集聚和协同”(加强协同作用) A10“光谷青桐园创业咖啡以创业辅导为基础,项目孵化为核心,科技金融为支撑,定位于为创业者提供股权整体策划、股权融资服务”(股权策划与融资) A13“定位缺乏准确性、未抓住创业者痛点为众多众创空间入住率低的主要原因”(精准满足需求) A14“天使翼定位是项目方与投资人之间的翻译器,力求填补创业者与创投机构之间信息不对称的天然鸿沟”(消除信息不对称) A15“目的在于不断完善 Intel 在线平台快速、批量化支持创客和初创企业,帮其完成原型和产品”(服务初创企业)
4	资源精准配置	A1“我们会先帮创客梳理创业项目,然后我们对投资人更加了解,可以更加精准地对接投资人,对创业项目的帮助最大”(精准匹配投资人或机构) A7“众创空间所能提供的孵化服务是否与其创新创业的需求匹配”(精准匹配需求) A11“我们认为众创空间能够吸引创客广泛参与是因为创客享受其线上线下服务的便捷性与及时性”(资源连接的及时性) A12“我们会定期通过‘导师门诊’的形式深度服务创业项目,发现创业项目在成长过程中存在的问题并提出专业的建议和意见”(精准解决问题) A15 ¹ “我们会根据创业团队提出的需求,帮助他们寻找到最合适的创业合伙人”(精准匹配合作伙伴)
5	资源多元化	A3“众创空间意味着连接,能够连接创业路上的物、人、财”(资源配置的广泛性) A5“众创空间能够为创客提供领导资源、社群资源、场地资源、工具资源和其他资源”(垂直资源多元化) A10“光谷青桐园创业咖啡组建了一支由财务专家、股权咨询专家、天使投资人、科技服务专家、知识产权专家、互联网开发技术专家、成功企业家等组成的强大创业导师队伍”(导师资源多元化) A12“重要的是为创客提供的服务,众创空间自身在服务质量上还需精细化,包括财务、运营、市场对接、技术对接等”(服务资源多元化)
6	资源差异化	A7“东科创星已经形成了具备武汉特色的创业 CEO 特训课程”(特色培训) A10“光谷青桐园创业咖啡创始人拥有丰富的银行及股权投资资源”(创始人独特社会资本) A11“我们认为众创空间能够吸引创客的广泛参与,使众创空间的服务在其领域内具有专业性和引领性”(服务领域专业化) A17“我们是光谷创客空间联盟的成员,同时也是武汉发明协会会员,通过联盟和协会组织的创客汇活动帮助创客实现创意”(特殊行业资源)
7	运营团队专业水平	A5“众创空间的核心竞争能力主要来源于团队专业能力”(团队专业能力) A9“很多优秀的孵化器依然人气爆棚,我们认为,他们有特色,很专注的团队去坚持,如 3W 专注于服务 TMT 行业的创业者;柴火空间专注于创客服务;36 氪专注于新媒体”(团队专注力和持久力) A17“我认为众创空间能够吸引创客广泛参与的重要元素是你的服务体系以及通过服务体系能带给创客在产品、技术、运营、管理、融资等方面的资源及专业服务”(专业服务能力)

编号	范畴	原始资料语句(初始概念)
8	硬件生态	A5“众创空间的专业环境、硬件环境、生活环境影响众创空间吸收创客”(整体硬件生态) A29“由科技爱好者和志愿者共建的非营利性创客社区,帮助创客搭建物理交流平台”(物理交流平台) A21“第一是场地,另一个是服务。主要是降低这些初创企业的一些成本,例如场地租金、水电、网络等,然后就是为其提供一些在创业过程中的服务”(空间硬件生态)
9	软件生态	A6“孵化器打造‘创赢汇’这一品牌概念,举办多批次活动提升孵化服务氛围”(服务氛围) A10“众创空间能否吸引创客广泛参与,主要考验的是众创空间能够为创客提供真正的创业氛围”(创业氛围) A27“黑科空间是联结企业、政府、社会和高校、一体化的生态圈的服务平台”(一体化生态圈)
10	建构理念	A9“启明星创客空间以‘跨界、创造、分享’为理念和模式,提倡学科交叉与融合发展,提供一切必要工具和耗材促进大家动手制作来实践自己的想法,鼓励分享和互助”(跨界、创造、分享) A11“我们认为众创空间能够吸引创客的广泛参与,是众创空间为创客营造了开放、共享、合作的氛围”(开放、共享、合作) A25“我们的价值观是专业,我们不做 5 公里宽的事情,我们只做 5 公里深的事情(专业) ”
11	文化培育	A2“众创空间没有形成良好的创新创业氛围是无法聚集和吸引创客的”(创新创业氛围培育) A9“用身边的榜样、同龄人的经历、学长的成功经验来激励大学生创客和创业者,激发他们的创业热情,践行我们‘分享互助’的理念”(分享互助文化培育) A11“去创吧在自身为创新创业者提供服务的同时,通过系列主题活动为创新创业者营造了众智众筹众帮的氛围,助力了大量创新创业者间的抱团取暖”(众创文化培育)
12	创客培育	A7“东科创客孵化器通过‘选、育、投、荐’,帮助早期创业者快速成长,逾两千名创业者在东科创客平台受益”(早期创业者培育) A8“光谷微创新实验室针对有创新创业需求的大学生创业群体,聚焦数字制造方向,提供从创意激发到产品原型制作、评估全要素服务服务体系”(大学生创业者培育) A9“人才培养平台,以学科交叉激发创新思维,以各类项目推动创新实践,以优秀团队网聚创新人才”(创新人才培育) A28“我们也在尝试突破一些传统的,引进一些新的教育体制,对于高端的技术人才的培养,一半在咱们的企业里来培养,一半是在咱们的教育体制里来培养”(高端人才培育)
13	行业培育	A3“光谷创大众众创空间专注于黑科技、消费升级、产业升级、大数据、智能硬件和泛娱乐等领域”(高科技产业培育) A4“光电众创空间聚焦健康光电子、能源光电子、信息光电子、工业光电子等产业领域,面向海内外高层次科研人员、专业技术人才、高级管理人才等创业者,坚持‘围绕产业链部署创新链’一条主线”(高端新兴产业培育) A12“我们借助烽火科技这个大的平台和品牌效益,为入驻团队提供市场资源,形成良好的产业生态链,使得入驻团队健康发展”(产业生态链培育) A15“光谷创业咖啡与英特尔合作,达成创客合作伙伴,共建中国的创客生态圈,助力中国创客热潮”(创客生态圈培育)
14	服务方式	A14“创业者最需要的不是物理空间和资本,而是专业的创辅服务”(专业创辅服务) A15 ² “创客提出创意,众创空间提供多种技术支持,共同完成创意,形成研发团队,将想法变成产品,为创客建立独特的商业模式”(多元化的全程服务) A16“较多众创空间是纯粹‘二房东’,且房租价格偏离行业市场,导致对创客吸引力不足”(单一化服务) A17“随着众创空间的大量出现,优秀的创业者会选择能够给予专业服务、对接资源的众创空间”(垂直专业化服务)
15	服务理念	A1“很多众创空间提供的服务都相差不大,关键是能不能帮助创客精准对接资源”(服务精准性;“众创空间是一个高度聚合资源的行业,如果只是前期为创客提供基础服务,后期资源跟不上,创客也会离开”(服务持久性) A8“提供针对性、差异化的服务,能够切合创业者的核心需求”(服务专业化与差异化) A13“定位缺乏准确性,为抓住创业者痛点,服务项目较为形式化”(服务痛点) A19“创意产业园以‘筑巢、孵业、融城’为服务宗旨,进行种子到成材的全过程孵化”(全程跟踪服务)

注: A**ⁿ 表示编号为 A** 众创空间的第 n 位受访者的原话,句末括号中词语是对该原始语句编码得到的初始概念。为避免重复,来源于不同众创空间但初始概念相同的原始语句,随机抽取其中一条列举在表格中

资料来源: 本文整理

2. 主轴式编码

主轴式编码是在开放式编码的基础上更好地发展主范畴,运用聚类分析建立开放式编码中不同范畴间的关联。本文发现,表2中的范畴之间存在一定的逻辑推理关系,因此,本文共归纳出五个主范畴,各个主范畴及对应的开放式编码范畴,如表3所示。

表3 主轴式编码

编号	主范畴	对应范畴	关系内涵
1	身份构建	基础资源 社会资本	在竞争激烈和不确定性的环境中,通过身份构建来赢得声望和地位是众创空间获取竞争优势的最直接、最容易被创客感知的核心竞争能力。声望和地位最容易形成口口相传的社会口碑,吸引创客资源集聚。因此,往往由社会知名人士、依托具有丰富资源的单位等优质基础资源发起的众创空间较容易受到创客的追捧和新闻媒体的广泛关注,众创空间在发展的过程中也会不断地与具有社会影响力的人士、知名企业、著名投资机构和政府机构等建立社会关系来扩大众创空间的身份信号效应,期望以良好的声望来增强众创空间对创客的吸引力
2	文化亲近	硬件生态 软件生态 建构理念	舒适的办公环境是创客展开创意活动的基本条件,但创客也是一群有着共同价值观的群体,他们更愿意在文化亲近程度更高的众创空间中开展创意活动。也就是说,众创空间的价值理念和营造的创新创业氛围决定着众创空间所聚集的创客群体类别,创客与众创空间的价值理念越相似,且空间氛围与内心向往的越一致,此时创客会有更高的认同感,其参与度也相对较高
3	资源承诺	资源精准配置 资源多元化 资源差异化	良好的资源结构是众创空间提升创客参与度的重要法宝,能否获取最佳匹配的创新创业资源是创客进行创意活动的最大障碍,也关系到创客对成功的预期。诸多众创空间提供的资源承诺低,与创客的异质性需求相距甚远,导致创客流失。因此,众创空间既要善于建构广泛的资源网络,提高市场承诺,也要重点提升资源的稀缺性,并精准匹配创客的异质性需求,强化关系承诺,这样,众创空间在社会网络结构占据的位置竞争优势更强,其吸引力和生存能力也更强
4	价值主张	文化培育 创客培育 行业培育	众创空间培育文化、创客、行业的过程其实是培育创客资源和往垂直专业化方向发展的过程,最终形成众创空间独特的价值链网络。若众创空间将其价值链嵌入到参与者创意转化过程中,能够提升参与者的创新创业能力和成功率,价值嵌入强的众创空间,对基于其价值链网络创业的参与者吸引力更强,在其深耕行业中的领导力也更强
5	服务嵌入	服务方式 服务理念 服务定位 运营团队 专业水平	众创空间构建初期,为吸引创客的广泛参与,往往提供工商、法务、人力资源、培训、工具、场地等全方位的服务,导致众创空间服务定位不明确,对运营团队的能力和结构要求较高。随着众创空间数量的剧增,缺乏明确定位和专业管理团队的众创空间面临创客入住率低的生存困境,此时,走差异化路线,聚焦专业领域和直面创客痛点的众创空间对创客的吸引力更强,即在管理众创空间资源的过程中,将参与者异质性需求嵌入其社会网络中,同时将其提供的专业化、多元化、单一化、垂直专业化的服务和秉持的精准性、持久性、差异化、聚焦痛点、全程跟踪等服务理念深入嵌入到参与者创意转化过程中,参与者将深刻感知到众创空间服务嵌入对其创意转化的重要性

资料来源: 本文整理

(1) 基础资源(品牌影响力、创始人社会影响力、创始人社会资本、依托单位资源)、社会资本(政府机构与大学、知名投资人、知名创业导师、知名投资机构)形成了众创空间生态网络要素中的身份建构要素。身份建构是一系列自我定义和对自我建构不断修正的过程(项蕴华,2009),身份建构决定了众创空间在社会网络中的声望、地位和远见。在不确定性环境中,其信号属性能够成为潜在参与者的判断标准(Gulati,1998)。

(2) 硬件生态(整体硬件生态、物理交流空间、空间硬件生态)、软件生态(服务氛围、创业氛围、一体化生态圈)、建构理念(跨界、创造、分享;开放、共享、合作、专业)形成了众创空间生态网络要素中的文化亲近要素。文化近亲是指众创空间文化与参与者价值观之间的心理距离。

(3) 文化培育(创新创业氛围培育、分享互助文化培育、众创文化培育)、创客培育(早期创业者培育、大学生创业者培育、创新人才培育、高端人才培育)、行业培育(高科技产业培育、高端新兴产业培育、产业生态

链培育、创客生态圈培育)形成了众创空间价值主张要素。价值主张是指众创空间将其主导的价值链条嵌入到人才培养、研发、设计、生产、制造等参与者创意转化过程中的各个环节。

(4) 服务定位(消除信息不对称、教育与人才培养、加强协同作用、股权策划与融资、精准满足需求、服务初创企业)、运营团队专业水平(团队的专注力和持久力、专业服务能力)、服务方式(专业创辅服务、多元化的全程服务、单一化服务、垂直专业化服务)、服务理念(精准服务、服务持久性、专业化与差异化服务、服务痛点、全程跟踪服务)形成了众创空间的服务嵌入因素。服务嵌入是指众创空间将服务嵌入到参与者创意转化过程中的各个环节。

(5) 资源精准配置(精准匹配需求、精准匹配投资人或机构、精准解决问题)、资源多元化(资源配置的广泛性、垂直资源多元化)、资源差异化(创始人独特社会资本、独特行业资源、服务领域专业化)形成了众创空间生态网络要素中的资源承诺要素。资源承诺是组织向创意注入资源的意愿(张玉利、陈立新 2005),本文中的资源承诺是指众创空间为参与者提供的市场承诺和关系承诺。资源承诺水平决定了组织在网络中的位置和关系嵌入强度(Meyer & Thaijongrak 2013)。

3. 选择式编码

选择式编码是经开放式编码、主轴式编码及其相关分析之后的第三个重要的扎根理论分析阶段,主要是在前两个阶段的基础之上,对原始资料、概念、范畴尤其是范畴关系进行不断分析和比较,探讨核心范畴和其他范畴之间的联系,将其进一步抽象化。经过系统地分析、梳理原始资料、初始概念和范畴间的关系,本文的核心问题可以范畴化为平台组织生态网络要素结构及其能力生成机制模型,如图 2 所示。

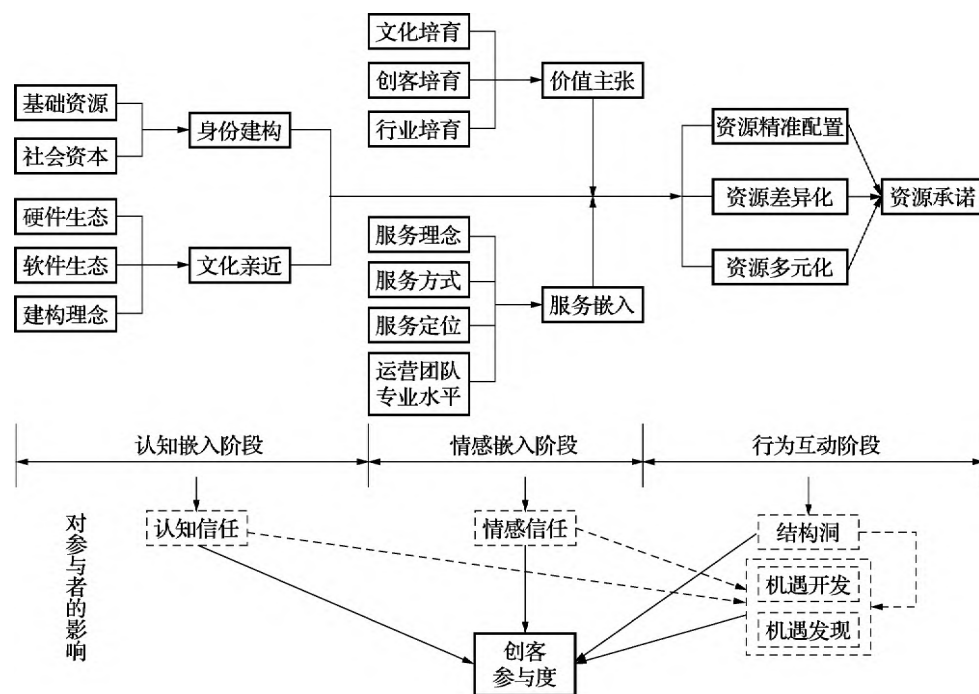


图 2 创客导向型平台组织生态网络要素结构及其能力生成路径模型
注: 新发现关系由实框和实线表示, 已证明存在的关系由虚框和虚线表示
资料来源: 本文绘制

4. 模型阐释

众创空间同时面临着公益性和生存的双重压力,当前最迫切的困难就是如何解决生存困境,而生存的关键又在于能否有较高的创客入住率。据艾媒咨询(2016)的研究报告,中国众创空间存在经营不善、缺好团队、无盈利模式、同质化严重、依赖政府补贴和入住率低的发展困境,而2015年之后众创空间的扩张速度却超过了以往历史的总和,处于“野蛮生长”的阶段。中国创业咖啡联盟(2016)发布的《2016 众创空间发展

概况:活下来,赚到钱!》报告提出,众创空间的扩张经营需要具备清晰可行的运营模式、复合优秀的管理团队、雄厚的资金实力、良好的政府关系、丰富的行业资源和品牌影响力等六个前提条件。两份报告指出了众创空间的生存和发展需要缔造良好的身份形象,需要擅长经营管理众创空间的专业化团队,需要整合垂直的、多元化和差异化的创新资源,需要具备清晰的、明确的战略定位,具有明显将创客作为众创空间构建导向的倾向。所以,本文构建的理论模型是典型的以创客的“认知—态度—行为”为导向的理论架构,能够较好地揭示创客导向型平台组织生态网络要素的结构及其能力生成机制。为此,本文从认知嵌入、情感嵌入和行为互动三个阶段进行模型阐释。

(1) 认知嵌入阶段。本阶段重要的构建因素是身份建构和文化亲近。从身份建构和文化亲近要素看,那些运营良好的众创空间在建构初期几乎是基于创始人的社会影响力(光谷创业咖啡)或依托企业的社会影响力(洪泰创新空间),创立与其深耕行业密切相关的众创空间,其社会声望和地位较高。声望和地位意味着能够获取更多资源,也是高质量资源的信号(Benjamin & Podolny, 1999; Vanacker & Forbes, 2016),创客更加青睐此类平台组织。对众创空间而言,创客类似“消费者”,众创空间要为创客提供各项优质的服务。创客选择众创空间是一种完全自我决定行为,因此,众创空间的身份和文化是创客做出选择偏好的重要参考标准。信息在记忆中的存储和提取受到外部刺激与之相关或相似性的影响(Osgood & Tannenbaum, 1955),即当创客感知到的众创空间文化与自身价值观“匹配”程度越高时,创客对众创空间更容易产生共鸣和认同感,即和众创空间有较高的文化亲近。身份彰显了相对其他组织,自己在行业中的位置,塑造了组织未来行为和绩效的期望,创客能够嵌入到具有较高信任度和知识共享的社会网络中,最终会增强创客作为合作伙伴的吸引力和改善外部观众(如投资人、风投基金)的好感度(Ashby & Maddox, 2005; Milanov & Shepherd, 2013)。当创客对平台组织具有较高的认知信任时,认知信任是基于对他人的能力和可靠性的信念(Ren 等, 2016),创客的参与度也会相对较高。正如某众创空间经理说到“我们众创空间的创始人愿意而且是不求回报地想为我们的社会贡献自己的一份力量,他们愿意去帮助那些有着创业梦想的人,因为他们对创业之路的艰辛体会更深。”众创空间文化还受到创始人或依托企业文化的影响,较容易形成由价值趋同引发社会共鸣,这一过程对形成身份和文化影响力有积极意义(Kujala 等, 2016; 张磊, 2015)。

(2) 情感嵌入阶段。本阶段重要的构建因素是价值主张和服务嵌入。从价值主张和服务嵌入要素来看,诸多运营效益较好的众创空间能够准确定位自身角色,寻求多元化收益,避免缺少差异化。也就是说,众创空间要避免受到同质化的桎梏,需要构建专业化运营管理团队,通过团队推动众创空间将创客的异质性需求嵌入到独特、稀缺资源的管理过程中,以此彰显平台组织的价值主张和服务嵌入的深度。同时,克拉咖啡、地库咖啡等众创空间倒闭的案例充分说明,只具备单一生态要素优势的众创空间并不能很好地解决众创空间生存和发展的难题。由社会网络理论可知,单一生态要素优势的众创空间难以拥有社会网络中最有可能给其带来竞争优势的结构洞的能力,进而限制其建立创客与其需求资源间的弱联结的能力,即价值主张不明确与服务嵌入深度不足导致众创空间对创客的吸引力不足。如《新浪财经》指出,“虽然‘地库’倒闭表面的问题是入驻团队不足,但是其背后实际的问题是它作为场地型孵化器,并不能够给创业者提供更多的服务,而所谓这些服务比如融资、营销、导师、人脉等高端资源,才是创业者们真正关注的重点所在”(新浪财经, 2016)。由此推知,众创空间需要在基础资源的基础上,将其所依赖的政府、大学、科研机构、企业等社会组织纳入其构建的生态网络中,并将众创空间服务和网络价值链嵌入到创客的阶段性异质需求中。正如某众创空间经理指出“从目前情况来看,我们认为众创空间提供的资源都大致相同,关键在于你能不能为创客创意转换过程提供全程化资源和服务,在他们创业的每个阶段提供不同的服务。”价值主张和服务嵌入会显著影响创客对众创空间的情感信任,情感信任是基于情感纽带和分享积极情感的一种信任(Webber, 2008; Wu 等, 2016)。

(3) 行为互动阶段。本阶段重要的构建因素是资源承诺。从资源承诺要素来看,运营良好的众创空间(如洪泰创新空间、启明星创客空间等)都构建了比较完整的生态网络。由资源依赖理论可知,此类众创空间能够与其所依赖的环境中的组织构建良好的社会网络关系,如政府机构、大学、知名合作企业、知名创

业导师等,这些稀缺的、价值独特的社会关系不仅提供了众创空间维持生存的动力,而且构建了众创空间与社会关系之间的强联结,占据了结构洞中最有利的位置,即将网络价值嵌入到了创客所寻求的异质资源中,影响了创客的结构洞,进而能够在创客的创意转化过程中提供较高程度的资源承诺。创客会寻求认同的一致性和稳定性(郭晓凌 2015),资源承诺中的关键性资源能够显著改变创客的结构洞,为创客的创新创业机遇开发和机遇发现提供更多的机会并降低不确定性,此时众创空间对创客的吸引力更强,故其参与度也随之提升,企业选择是否进入众创空间也与众创空间的声誉和提供整合系统资源的能力有关(Fasaei 等 2016; Kude 等 2012; van Angeren 等 2016)。由此可知,资源承诺既可以提升众创空间的竞争优势,也可以增强众创空间对创客的吸引力,特别是对高质量创客的影响。

综上所述,创客导向型平台组织(众创空间)生态网络要素结构涵盖了身份建构、文化亲近、资源承诺、价值主张和服务嵌入共五个要素,并遵循创客的“认知—态度—行为”为导向的逻辑框架,即身份建构和文化亲近在价值主张、服务嵌入的调节作用下对资源承诺实施影响。对应到参与者(创客)层面的影响过程如下:身份建构和文化亲近能够影响创客的认知信任,价值主张和服务嵌入则会影响创客的情感信任,资源承诺则对创客的结构洞、机遇开发和机遇发现施加影响,最终会影响创客参与度,个体层面的作用机制呈现了平台组织生态网络能力的生成路径。

本文构建的理论模型从两个方面拓展了前期研究:第一,归纳提炼了影响创客导向型平台组织生存能力和可持续发展能力的五种生态网络要素。以前研究从组织层面探究了组织资源吸收能力、资源整合能力与组织声望、组织合作间的相互作用机制(Kude 等 2012; Vanacker & Forbes 2016; van Angeren 等 2016),但都是基于传统组织情境下的研究。而在互联网、分享经济背景下,为了克服传统组织不能快速响应用户声音的缺陷,平台组织应运而生,此种情境下,本文探究了平台组织生态网络的结构及其能力生成路径,描绘了助力组织集聚和迭代资源的前因和边界条件,弥补了传统正三角和倒三角组织研究在生态网络研究方面的不足。第二,发现了创客导向型平台组织影响创客参与度的新机制。据前文可知,传统组织影响个体参与度的因素非常多,也有研究从个体视角探究了员工信任的形成过程与组织的关系(Ashby & Maddox 2005; Milanov & Shepherd 2013; Wu 等 2016; Webber 2008)。然而,互联网时代的平台组织与创客的关系既非传统的劳资关系,也不是纯粹的市场关系,此种情境下,本文发现,创客导向型平台组织生态网络要素透过信任、机遇开发等中介条件影响创客参与度时,存在阶段性差异,即在认知嵌入阶段、情感嵌入阶段和行为互动阶段,影响创客信任、机遇开发等中介条件的生态网络要素有所不同。本文从动态视角和新型情境两个层面拓展了前期研究。

5. 理论饱和度检验

饱和是没有新的资料出现,理论饱和是分析中的某个点,这时所有的类属在所属属性、维度和变化形式上都得到充分发展(Strauss & Corbin, 1998)。本文对预留的六家众创空间文本资料的内容加以编码和分析,以此检验理论饱和度。

以成都创客坊为例进行理论饱和度检验。“成都创客坊成立于 2012 年 1 月,是西南第一家创客空间,2015 年被国家科技部火炬中心评定为国家级首批众创空间和成都市首批市级众创空间,中国创客空间联盟于 2015 年由全国近 60 家创客空间共同发起成立,成都创客坊作为五个核心创始单位之一,以联盟的形式很好地整合全国创客空间的资源和力量”(基础资源)。“Intel、mostfun、思岚科技、中国移动物联网、KENRO-BOT、WRT nod、openjumper 等都是创客坊的合作单位,创业导师团队由 2 名天使投资机构代表+2 名创客空间创始人代表+3 名技术专家+1 名资深管理运营专家+1 名市场营销及企业公关专家+1 名国家级省市政策辅导专家构成”(社会资本—资源多元化—资源差异化)。“成都创客坊是一个开放、免费的线下物理平台,由志愿者和科技爱好者共建的非营利性创客社区,服务于西南地区的创客,帮助创客搭建物理交流平台,实现创新创业转化、创业孵化和提升区域创新意识,培养具‘工匠’精神的创客小伙伴”(服务定位—文化培育—创客培育—行业培育)。“创客坊帮助创客实现创意的方式主要是免费给符合要求的智能硬件团队提供场地,机器设备设施—3D 打印机、激光切割机、CNC、激光雕刻机、各种精加工设备,每周创客空间开展

的创新日活动,签约合作中介机构服务—代理财税、记账、法律咨询、专利申请等知识产权类、政策指南和申报等,并提供生产链—小批量试产、众筹一点名时间、kickstarter、京东众筹、风险投资对接等增值服务”(硬件生态—软件生态)。“成都创客坊众创空间吸引创新创客参与的原因是创新创业的门栏降低,包容性更强;创客空间的氛围更加的开源、开放、自由,更加符合年轻一代人创新创业喜欢的风格;创客(DIY一类,不包含创业者)不再是小众群体,创客身份是对一个DIY爱好者的认可,动手实践的能力是人们之前一直所缺乏的”(服务方式—服务理念—建构理念)。“创客空间本身是基于兴趣和DIY爱好的线下社区,因此管理者要喜欢分享,也应有较强的学习能力;具备社区运营思维,能够通过线上线下的活动比赛把DIY和科技爱好者聚集起来,也善于把活动和比赛中好的作品和团队往商业成果转化方面引导,在项目早期介入创业帮扶和陪伴成长;能够利用空间的现有资源为入驻团队匹配最优合作方案,良好的沟通能力,深层了解入驻团队的困难点和瓶颈区域,切实帮助入驻团队”(运营团队专业水平—资源精准配置)。

按照以上方法,逐一完成其余五家众创空间的饱和度检验,没有形成新的概念、范畴和新关系,说明本文的理论模型是饱和的,可以停止采样。

四、结论与讨论

本文运用扎根理论方法,基于32家众创空间的质性调查数据,真实地展示了众创空间平台组织在大众创业、万众创新背景下的生态网络要素结构及能力生成路径,创客导向型平台组织生态网络要素结构包括身份建构、文化亲近、资源承诺、价值主张和服务嵌入。平台组织构建的生态网络要素决定平台组织在社会网络中的结构和身份,也决定平台与外部资源间的相互依赖关系,进而影响创客对平台组织的认知、情感和参与度。本文研究结论与发现对推动平台组织发展具有以下理论和实践参考意义:

第一,平台组织可以遵循认知嵌入、情感嵌入和行为互动分阶段培育生态网络要素,进而主动构建自身生态网络。据前文论述可知,目前平台组织发展增速过快,社会对创客尚未形成普遍的价值认知,创客资源相对稀缺,导致平台组织间的竞争非常激烈,出现了所谓的倒闭、无人参与等“寒冬”现象。平台组织可以按照认知嵌入、情感嵌入和行为互动三阶段路径生成五种生态网络要素。具体来说,网络建构初期,平台组织可以通过基础资源自生或者通过人工设计方式树立品牌和地位,营造亲和创客需求的文化,将平台组织生态网络的身份和文化要素嵌入社会认知中。网络建构中期,通过价值主张和服务嵌入完成自身社会归类,而初始分类非常重要,源于人们通常不愿意更新他们的初始分类(Macrae & Bodenhausen 2000),这一过程对于构建平台组织与参与者间的情感纽带,锁定稀缺创客资源至关重要。网络建构后期,平台组织面对多主体协同治理,需要在初期和中期要素推动下,不断增益资源承诺要素,既可以继续提升平台组织在社会网络中的位置和关系嵌入深度,甚至推动平台从边缘走向核心,也可以降低参与者感知到的不确定性风险,进而提升平台组织的吸引力和竞争力。

第二,平台组织可以通过将创客需求嵌入生态网络的方式对其信任、结构洞和机遇开发等施加影响,进而激发创客参与度。参与度的强弱与组织环境、个体成长机会、个体品牌资产增益等(Haynie等 2016; Owens等 2016; Kashive & Khanna 2017; 郭钟泽等 2016)的可获得性密切相关。创客“获得感”是创客透过平台组织所获取的种种实实在在的“得到”,来源于平台组织提供的基础资源以及由基础资源衍生和延伸形成的社会网络资源,能够切实精准解决创意、创新、创业活动中的各类障碍。结合本文研究结论,本文认为,平台组织可以在不同阶段对创客施加影响以提高其参与度。在认知嵌入阶段,平台组织可以在创始人的社会影响力、政府机构等基础资源和社会资本优势条件下进行身份构建,并配合软硬件文化的亲和力影响创客的认知信任。在情感嵌入阶段,平台组织可在认知信任的基础上,将平台组织的价值主张和服务嵌入到创客的异质性需求中,组织在做出资源承诺决策的同时,也是在其构建的网络中共创和分享知识(Solberg & Durrieu 2006),积极服务和分享知识的组织情境是平台组织与创客构建共同情感纽带的最佳契机,进而增强创客对平台组织的情感信任。在行为互动阶段,平台组织为创客提供市场承诺和关系承诺,异质性资源的“嫁接”改变了创客的结构洞,降低外部环境对其创新创业活动带来的不确定性,并能够提升创客机遇开

发与机遇发现的机会和能力,创客参与度也将得到激发和提升。

第三 积极推动平台组织发展与强化创客队伍培育“两手抓”。平台组织发展困境与政府硬件指标化政策和忽视创客队伍培育不无关联,如青岛市政府提出“到 2016 年,青岛市超过 100 家众创空间,培养 1000 名创业导师,服务和集聚 5 万名创客,形成 10 个具有示范性的众创空间集聚区和‘苗圃—孵化—加速’科技创业孵化链条。”无论是社会,还是创客,认知的改变仅通过扩大物理空间“一条腿走路”方式是难以完成的,需要辅助教育的手段来完成。为此,需要政府通过“创客城市”之类的战略政策,推动创客培育嵌入现有教育体系,应用创客的理念与方式去改造教育,以此扩大创客产生的“源头活水”。平台组织在注重创新创业项目质量的同时,也应该强化创客人才的培育,可以将“动手操作、实践体验”等创客文化理念融入各项活动中,通过文化感染和影响更多人加入创客行列,形成“一带一路”的人才培育体系。

本文的研究局限主要有:第一,研究样本局限,虽然本文采取通过理论抽样、多区域抽样和分时段抽样的方式来增强样本的代表性,降低研究结论的偏差,但相对中国发展迅猛的平台组织,本文研究样本仍然略显单薄。未来需要通过大样本数据进一步验证本文研究结论的可靠性。第二,根据林祥等(2016)的研究,众创空间平台组织具有“自己玩”型与“集体玩”型等八种类型,每种类别平台组织的生态网络要素结构可能会存在差异,但本文并未结合平台组织类型对生态网络要素加以甄别描述和对比。未来需要探究不同类型平台组织的生态网络要素结构及其网络效应。

参考文献:

- [1] Ashby F G, Maddox W T. Human Category Learning[J]. Annu. Rev. Psychol. 2005 (56): 149 - 178.
- [2] Aslam S, Mason C, Zakria A, Farid M. Gender Perceptions: Employer Branding Through Attractiveness, Job Characteristics and Organizational Attributes[J]. American Journal of Trade and Policy 2016 2 (3): 161 - 166.
- [3] Benjamin B A, Podolny J M. Status, Quality, and Social Order in the California Wine Industry[J]. Administrative Science Quarterly, 1999 44 (3): 563 - 589.
- [4] Berthon P, Ewing M, Li L H. Captivating Company: Dimensions of Attractiveness in Employer Branding[J]. International Journal of Advertising the Review of Marketing Communications 2005 24 (2): 151 - 172.
- [5] Bravo R, Matute J, Pina J M. Corporate Identity Management in the Banking Sector: Effects on Employees' Identification, Identity Attractiveness, and Job Satisfaction[J]. Service Business 2016 10 (4): 687 - 714.
- [6] Burt R S. Structural holes: The Social Structure of Competition[M]. Harvard University Press 2009.
- [7] Fasaai H, Tempelaar M P, Jansen J J. Firm Reputation and Investment Decisions: The Contingency Role of Analysts' Recommendations[J]. Academy of Management Proceedings 2016 (1): 10487.
- [8] Fassinger R E. Paradigms, Praxis, Problems, and Promise: Grounded Theory in Counseling Psychology Research[J]. Journal of Counseling Psychology 2005 52 (2): 156 - 166.
- [9] Gulati R. Alliances and Networks[J]. Strategic Management Journal, 1998 19 (4): 293 - 317.
- [10] Haynie J J, Mossholder K W, Harris S G. Justice and Job Engagement: The Role of Senior Management Trust[J]. Journal of Organizational Behavior 2016 37 (6): 889 - 910.
- [11] Kashive N, Khanna V T. Building Employee Brand Equity to Influence Organization Attractiveness and Firm Performance[J]. International Journal of Business and Management 2017 12 (2): 207 - 219.
- [12] Kude T, Dibbern J, Heinzl A. Why Do Complementors Participate? An Analysis of Partnership Networks in the Enterprise Software Industry[J]. IEEE Transactions on Engineering Management 2012 59 (2): 250 - 265.
- [13] Kujala J, Lehtimäki H, Pučetaitė R. Trust and Distrust constructing Unity and Fragmentation of Organisational Culture[J]. Journal of Business Ethics 2016 139 (4): 701 - 716.
- [14] Lievens F, Highhouse S. The Relation of Instrumental and Symbolic Attributes to a Company's Attractiveness as an Employer[J]. Personnel Psychology 2003 56 (1): 75 - 102.
- [15] Macrae C N, Bodenhausen G V. Social Cognition: Thinking Categorically about Others[J]. Annual Review of Psychology, 2000 51 (1): 93 - 120.
- [16] Meyer K E, Thaijongrak O. The Dynamics of Emerging Economy MNEs: How the Internationalization Process Model can Guide Future Research[J]. Asia Pacific Journal of Management 2013 30 (4): 1125 - 1153.
- [17] Milanov H, Shepherd D A. The Importance of the First Relationship: The Ongoing Influence of Initial Network on Future Sta-

- tus[J]. Strategic Management Journal 2013 34 (6): 727 – 750.
- [18] Mosley R W. Customer Experience ,Organisational Culture and the Employer Brand [J]. Journal of Brand Management , 2007 15 (2): 123 – 134.
- [19] Osgood C E ,Tannenbaum P H. The Principle of Congruity in the Prediction of Attitude Change. [J]. Psychological Review , 1955 62 (1): 42 – 55.
- [20] Owens B P ,Baker W E ,Sumpter D M ,Cameron K S. Relational Energy at Work: Implications for Job Engagement and Job Performance [J]. Journal of Applied Psychology 2016 101 (1): 35 – 49.
- [21] Pfeffer J ,Salancik G R. The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective [M]. New York: Harper & Row ,1978.
- [22] Ren S ,Shu R ,Bao Y ,Chen X. Linking Network Ties to Entrepreneurial Opportunity Discovery and Exploitation: the Role of Affective and Cognitive Trust [J]. International Entrepreneurship and Management Journal 2016 12 (2): 465 – 485.
- [23] Rich B L ,Lepine J A ,Crawford E R. Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance [J]. Academy of Management Journal 2010 53 (3): 617 – 635.
- [24] Solberg C A ,Durrieu F. Access to Networks and Commitment to Internationalisation as Precursors to Marketing Strategies in International Markets [J]. Management International Review 2006 46 (1): 57 – 83.
- [25] Strauss A ,Corbin J. Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory [M]. Sage Publications ,Inc ,1998.
- [26] van Angeren J ,Alves C ,Jansen S. Can we Ask You to Collaborate? Analyzing App Developer Relationships in Commercial Platform Ecosystems [J]. Journal of Systems and Software 2016 (113): 430 – 445.
- [27] Vanacker T ,Forbes D P. Disentangling the Multiple Effects of Affiliate Reputation on Resource Attraction in New Firms [J]. Organization Science 2016 27 (6): 1525 – 1547.
- [28] Webber S S. Development of Cognitive and Affective Trust in Teams: A Longitudinal Study [J]. Small Group Research , 2008 39 (6): 746 – 769.
- [29] Wellman B ,Berkowitz S D. Social Structures: A Network Approach [M]. CUP Archive ,1988.
- [30] Wu X ,Wu X ,Wang W. How do Cognitive and Affective Trust Impact Process? outcome interaction? [J]. Social Behavior & Personality 2016 44 (8): 1395 – 1407.
- [31] 艾媒咨询. 2016 年中国孵化器发展现状专题研究报告 [R]. 香港 2016.
- [32] 百度百家. 克拉咖啡停业 众筹模式梦碎 [EB/OL]. [2016 – 12 – 25]. <http://zhang1314lei.baijia.baidu.com/article/609655>.
- [33] 冯凯 江建业 李博古 张巍 周阳 董明荣. 众创空间发展的“结”与“解” [N]. 宁波日报 2016 – 03 – 17.
- [34] 郭晓凌. 中西合璧还是不伦不类? ——消费者对文化杂合产品的差异化态度 [J]. 北京: 北大商业评论 2015 (8).
- [35] 郭钟泽 谢宝国 程延园. 如何提升知识型员工的工作投入? ——基于资源保存理论与社会交换理论的双重视角 [J]. 北京: 经济管理 2016 (2).
- [36] 李燕萍 陈武 李正海. 驱动中国创新发展的创客与众创空间培育: 理论与实践 [J]. 武汉: 科技进步与对策 2016 , (20).
- [37] 林祥 高山 刘晓玲. 创客空间的基本类型、商业模式与理论价值 [J]. 北京: 科学学研究 2016 (6).
- [38] 刘善仕 彭娟 段丽娜. 人力资源实践、组织吸引力与工作绩效的关系研究 [J]. 天津: 科学学与科学技术管理 2012 , (6).
- [39] 任华亮 杨东涛 李群. 工作价值观和工作投入的关系——基于工作监督的调节效应 [J]. 北京: 经济管理 2014 , (6).
- [40] 汤小芳. 厦门市众创空间发展调查分析 [J]. 厦门特区党校学报 2015 (6).
- [41] 翁清雄 吴松. 组织吸引力的影响因素元分析: 基于过去 25 年研究的回顾 [J]. 合肥: 预测 2015 (1).
- [42] 项蕴华. 身份建构研究综述 [J]. 北京: 社会科学研究 2009 (5).
- [43] 新浪财经. 孵化器寒潮来袭 “地库”倒闭之后 ,抱团取暖还是剩者为王? [EB/OL]. [2016 – 12 – 25]. <http://finance.sina.com.cn/roll/2016-03-29/doc-ifxqssxu8474266.shtml>.
- [44] 许素菲. 长三角“众创空间”调研报告发布 [N]. 上海: 浦东时报 2015 – 07 – 08.
- [45] 张磊. 数字广告: 从搜索时代到社交时代 [J]. 北京: 北大商业评论 2015 (8).
- [46] 张玉利 白峰. 基于耗散理论的众创空间演进与优化研究 [J]. 天津: 科学学与科学技术管理 2017 (1).
- [47] 张玉利 陈立新. 破坏性创新战略与资源承诺 [J]. 北京: 经济管理 2005 (23).
- [48] 中国创业咖啡联盟. 2016 众创空间发展概况: 活下来 赚到钱 [R]. 深圳 2016.

Research on the Ecological Network Elements and Capacity Generation of Maker-oriented Platform Organization

LI Yan-ping^{1 2}, CHEN Wu¹, CHEN Jian-an^{1 2}

(1. School of Economics and Management, Wuhan University, Wuhan, Hubei, 430072, China;

2. Research Center for China Industry-University-Research Institute Collaboration,
Wuhan University, Wuhan, Hubei, 430072, China)

Abstract: Crowd innovation space(CIS) is not only an effective catalyst for the optimization of ecological environment, the stimulation of the creativity of the whole society and the transformation of scientific research achievement, but also supports the innovation-driven development strategy. After Mr. Li Keqiang, the premier of China on Jan 4 2015 visited Chaihuo that has become the most famous maker space in China, then 2015 to become the China's first year for the CIS development. By the end of 2016, the number of Chinese CIS has exceeded 4000. The growth of CIS has been staggering. However, its practice is also exposed to the worrying development of the "bottle-neck": the CIS may not have a "guest" or makers' participation is very low, long-term active participation is relatively not high. The root cause can be attributed to the low level of professional service capability.

To solve those development dilemmas, many crowd innovation spaces tend to establish suitable ecological networks for their sustainable development. They believe that the ecological network may help the CIS to intensify the connection among resources and reduce the dependence on the external resources. CIS may show obvious service and value orientation when affected by ecological network, and two types of orientation determine the weak-ties between the makers' requirements and network resources. Then those decide the position of CIS in the social network and attraction to makers, and the strong or weak survival ability of CIS. The platform organization represented by CIS, which is a kind of ecological network that is constructed based on Internet background and can rapidly aggregate and iterate the resources to bolster bilateral or multilateral interaction, reinforce the creativity of the participants and satisfy their heterogeneous demands. Therefore, this paper wants to reveal what kind of ecological network elements may help the platform organization to achieve sustainable development.

This paper investigates 34 managers from 32 crowd innovation spaces and employs the Grounded Theory to analyze these original interview data. We refine the ecological network elements of maker-oriented platform organization and reasoning the generation process of platform organization ecological network capacity based on resource dependence theory and social network theory. The results show that: The ecological network elements of platform organization are composed of status construction, culture closeness, resource commitment, value proposition and service embeddedness. From the ecological network elements of platform organization to they make a resource commitment to makers needs to experience the three stages that are cognitive embeddedness, affective embeddedness and behavior interaction. Moreover, the elements that effects on makers at different stages are distinction. Status construction and culture closeness play a much greater role in makers' cognitive trust at cognitive embeddedness stage. The affective trust of makers can be influenced by value proposition and service embeddedness at affective embeddedness stage. At behavior interaction stage, resources commitment will react on structural holes, opportunity discovery and opportunity exploitation. This paper provides some suggestions for ecological network construction and discusses the limitations of this study and future research direction.

Key Words: platform organization; crowd innovation space; ecological network elements; maker-oriented; capacity generation

(责任编辑: 舟 山)

中国众创空间研究现状与展望

李燕萍^{1,2}, 陈武¹

(1. 武汉大学经济与管理学院, 湖北 武汉 430072; 2. 武汉大学中国产学研合作问题研究中心, 湖北 武汉 430072)

摘要: 本文通过梳理众创空间相关文献, 总结并分析了众创空间的演化过程; 系统阐述了众创空间的内涵、特点、功能和机制; 探讨了中国众创空间创新生态系统实践, 并建构了生态系统模型; 在全面评述已有研究的基础上提出了众创空间的未来研究框架, 为实践者从众创空间的功能结构、主体参与机制、运行机制等方面提供指导, 也为研究者把握众创空间研究方向或趋势提供理论借鉴。

关键词: 众创空间; 创新生态系统; 构建模式; 现状与展望

中图分类号: F224 **文献标识码:** A

DOI:10.13580/j.cnki.fstc.2017.05.002

The Research Actuality and Future Prospect of Crowd Innovation Space

Li Yanping^{1,2}, Chen Wu¹

(1. School of Economics and Management, Wuhan University, Wuhan 430072, China; 2. Research Center for China Industry-University-Research Institute Collaboration, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: This paper makes a systematic review of current crowd innovation space research. At first, it summarizes and analyzes the evolution process of crowd innovation space. And then it systematically describes the meaning, characteristics, functions and mechanism of crowd innovation space. In the last, it discusses the practice and construction of crowd innovation space ecosystem. It comprehensively reviews the current research and points out future directions. It hopes to provide guidance from function structure, main body participation mechanism and operation mechanism for practitioners, and to provide theory reference for researchers to focus on the research direction or trend.

Key words: Crowd innovation space; Innovation ecosystem; Building model; Research actuality and future prospect

1 引言

伴随着“双创”的蓬勃发展, 支撑“双创”发展的载体——众创空间, 也备受瞩目。从“创客”2015年年初首次被写入政府工作报告, 到国

家明确将“大众创业、万众创新”作为创新发展新动力, “众创空间”已成为中国经济新常态热词, 并引起国内外学者的广泛关注。

国外创客空间的实践时间虽然较长, 但相关研究却明显不足。相反, 国内相关研究较多, 却

基金项目: 国家社科基金重大项目“驱动中国创新发展的创客与众创空间培育战略研究”(15ZDC014), 国家自然科学基金项目“产学研联盟中企业联盟管理能力的形成及对创新的影响机理研究”(71402125), 中央高校基本科研业务费专项资金资助、武汉大学自主科研项目(人文社会科学)(2016002)。

收稿日期: 2016-07-21

作者简介: 李燕萍(1965-), 女, 湖南常宁人, 武汉大学经济与管理学院副院长、教授、博士生导师, 武汉大学中国产学研合作问题研究中心主任; 研究方向: 创新人才培养与产学研合作。

因众创空间是“双创”研究领域中的新构念,相关研究呈现出碎片化、重现象描述、轻理论等特点。具体来说,有研究从创业^[1]和生态系统^[3]等视角对其概念和内涵展开阐释,尚需结合经济新常态和第三次工业革命的特点加以诠释;有研究认为众创空间的特点主要体现在创新2.0^[4]、创业和互联网时代^[2]等方面,但未将众创空间建构主体的角色、动机与作用包含其中,而建构主体又是众创空间发挥作用的关键;也有研究着重突出了众创空间在企业战略管理^[1]、高校教育^[5]、大学科技园^[6]和推动经济发展^[7]等方面的作用机制与功能,却鲜有研究涉及其内在运行机制和外在拓展功能,而内在运行机制又关系到各个子模块间的契合关系,影响众创空间的效率和进化能力,外在拓展功能则关系到众创空间的创新能力和竞争力;还有研究从创客教育^[8]、实践^[3]和创新2.0^[4]等角度建构并描述了众创空间创新生态系统的结构,但分别从国家、区域、产业方面探讨不同类型众创空间的结构与功能差异的研究尚处空白,且众创空间创新生态系统驱动创新发展的路径也尚未探明。鉴于众创空间既是“双创”领域的前瞻性课题,又是推动“双创”实践正在兴起的民主化创新平台,更是驱动创新发展的重要动力。因此,本文围绕“演变规律-功能组合-构建类型-驱动路径-创新发展”这条主线,在回顾和整合国内外相关研究成果的基础上,探析众创空间研究现状,并提出众创空间的未来研究框架,尝试为中国众创空间理论研究和建设实践提供理论指导。

2 众创空间的演化过程

2.1 创客向创客空间演变

欧美广泛普及的DIY文化是创客诞生的文化基因,Dale Dougherty最早提出创客的概念,把通过创造与分享将想法变为现实的人称为“创客”^[9]。创客的创造力和影响力伴随着创客群体的壮大而不断增强,创新创业活动也日渐增多,进而演变为在全球范围颇具声势的“创客运动”^[10]。从20世纪50年代到80年代,硅谷创新文化基于车库文化、反主流文化和黑客文化而日渐兴起,并成为创客运动的文化基因,持续影响着今天的创客,重塑着制造业与硬件领域的新型创新模

式^[11]。创客运动的兴起,逐渐形成了创客运动的载体——创客空间,美国麻省理工学院Fab Lab(微观装配实验室)的建立,标志着创客空间的兴起。旧金山创客空间Noisebridge的创始人Mitch Altman提出,“创客空间是人们可以通过黑客行为来探索他们热爱的东西,并且能得到社区成员支持的实体空间”,一个典型的创客空间通常配备有包括3D打印、激光切割、数控机床等新型的生产设备以及各种生产工具,并且广泛采用Arduino单片机等开源硬件^[11]。

2.2 传统孵化器向创客空间演化

1987年中国第一家孵化器东湖创业服务中心成立,开启了中国孵化器发展的新纪元,发展至今历经四个阶段^[12],分别是:①学习模仿阶段(1987—1994年),主要是借鉴国外孵化器的发展经验来推动科技体制改革以促进科技成果产业化,政策工具主要涉及科技人员、高校院所和高技术产业等创新主体,孵化器形式主要有高新区、大学科技园、科技企业集团等。②自我发展阶段(1995—2004年),基于产权制度改革、国企改革、科学发展观等宏观政策背景,中国开始突出强调构建技术创新体系,出现了海外科技创业园、留学人员创业园、企业家孵化器等类型的孵化器。③自主创新阶段(2005—2012年),随着经济全球化进程加速,中国提出加强自主创新能力,建设创新型国家,积极推进城镇化建设,推动现代服务业、战略性新兴产业、创意产业的发展,鼓励农民工返乡创业。由此逐步产生了村官创业园、可持续发展示范区等新型孵化器,尤其是2010年上海新车间的出现,标志着以创客空间为代表的各类民营孵化器开始崭露头角。④创新驱动发展战略阶段^[13](2012年以后),创新成为适应经济新常态、推动产业结构转型升级的第一动力,并迎来了互联网创业大潮,众创空间成为顺应这一时代的产物。从孵化器的发展演化脉络看,在创客空间出现之前,中国孵化器是由政府政策驱动发展的产物,随着分享经济理念的发展,西方创客运动的传播,由民营主导的孵化器逐步发展,于2015年“创客”“众创空间”写入中国政府工作报告后,孵化器呈现出国有与民营并举且快速发展的新局面,英国智库NESTA也认为中国创客空间的兴起和发展在2015年李克强总理考察深圳

柴火创客空间,强调国家发展创客运动的重要性之后达到了巅峰时期^[14]。

2.3 创客空间向众创空间演化

众创空间与创客空间之共性与差异并存,从

创新到创业的角度看,众创空间=创客空间+创业孵化^[4]。创客空间、传统孵化器和众创空间的差异如表1所示。

表1 创客空间、传统孵化器、众创空间异同比较

比较视角	创客空间	传统孵化器	众创空间
外延视角	未强化创业孵化功能,即不着重强调商业化	不具备大众化的特点,缺乏全方位的创业服务体系	门槛更低、更便利的创客成长和创业服务平台;融创业培训、投融资对接、工商注册、法律财务、媒体资讯等于一体的、全方位创业服务生态体系
功能视角	出于兴趣与爱好,而努力把头脑中的想法转变为现实,能否实现商业价值,不一定是创客的目的	传统孵化器主要采取一对一询价机制,为创业企业直接提供服务 ^[15]	众创空间在线下平台的基础上搭建线上平台,创业者可自由匹配服务,而相关服务可能并非完全由众创空间直接提供,入住企业之间会形成跨边网络效应而实现共生依赖 ^[15]
环境视角	产品自制造和个人自生产	/	具有资源、技术与知识的选择性、开放性和共享性
精神视角	多元、分享和跨界	/	具有浓厚的协作性
战略定位	战略目标是帮助创客将创意转化为现实	战略目标是推动技术转移,定位于服务创新落地,服务于企业硬件建设	战略目标是推动创新供给侧改革,定位于服务创新源头,关注创新环境、创新人才、创新能力、创新要素聚集,构建创业生态系统

资料来源:根据王节祥等(2016)、王佑镁和叶爱敏(2015)和14家众创空间访谈资料整理。

由表1可知,创客空间的本质在于创客依靠兴趣驱动进行DIY,却不太关注商业价值的实现^[4]。企业孵化器是对创业企业家在创业活动中所需要的各种人才和资源进行调剂的援助项目^[16]。而众创空间有别于创客空间的最大特点在于通过创新创意的自造与分享,最终直接指向创业孵化,科技部也着重强调众创空间是在各类新型孵化器的基础上,打造的一个开放式的创业生态系统,现有的孵化器、创客空间是目前众创空间主要的两

种业态^[17],由此表明众创空间本质上也是一种新型孵化器,是其他类别孵化器的综合形态。

众创空间的发展与互联网和产业的紧密融合相关,新型孵化器的出现进一步加剧了创客空间的演变。“创客空间+新型孵化器”模式便演变为众创空间,众创空间既强调为创业者提供工作空间,也强调为创业者提供一种全要素、低成本、专业化的创业服务能力,是新型创业服务平台的统称。综上,本文提出如图1所示的众创空间演化进程。

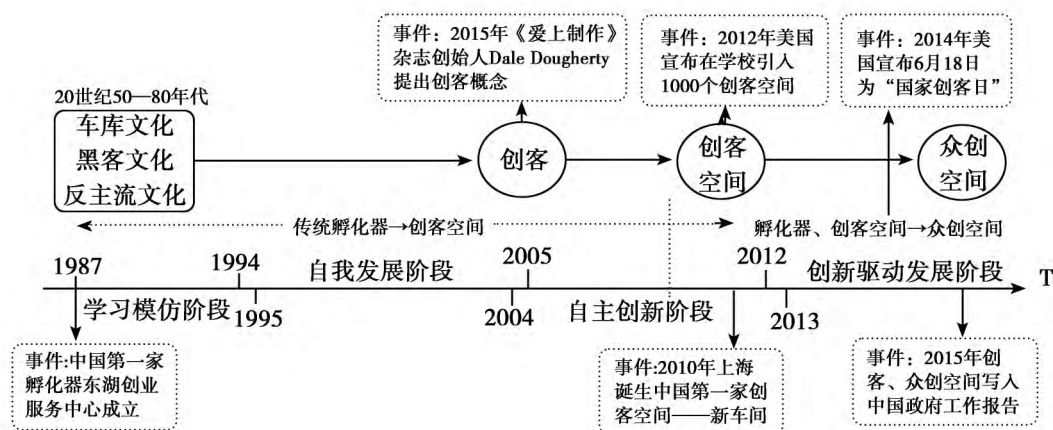


图1 众创空间的演化进程

3 众创空间的内涵、特点、功能和服务模式

3.1 众创空间内涵与特点

众创空间的内涵因考察视角的不同而有所差异,国务院(2015)将众创空间界定为顺应网络时代创新创业特点和需求,通过市场化机制、专业化服务和资本化途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式的新型创业服务平台;科技部(2015)则认为众创空间是顺应新一轮科技革命和产业变革新趋势、有效满足网络时代大众创新创业需求的新型创业服务平台^[18];刘志迎等从移动互联角度,认为众创空间是创新者基于由企业搭建的或者自发形成的互联网平台实施创新活动并且通过互联网进行创新成果的展示或出售,需求者通过互联网搜寻和获取创新成果并加以利用的一种新型创新模式^[2];英国智库 NESTA(2016)则把众创空间定义为提供一个免费或付费的开放空间以及一定的设施,任何人可以到这里来进行创造^[14]。对众创空间研究视角的不同也使其呈现出不同的特点。创新 2.0 背景下的众创空间具有 DIY 导向、资源可及、开放共享和属性多样特点^[4];生态系统则着重突出众创空间的“众”“新”、无边界等特性^[3];移动互联视角强调参与式与创新民主化^[2];创新创业角度强调开放式创新、市场驱动/需求导向的特点^[19]。

3.2 众创空间功能

众创空间的主要功能是通过创新与创业相结合、线上与线下相结合、孵化与投资相结合,以专业化服务推动创业者应用新技术、开发新产品、开拓新市场、培育新业态^[18]。现有研究表明,在经济社会发展层面:众创空间能够促进创业资源集聚并实现大众创业^[3],引发创业大潮^[7],形成经济发展的新动力;在高校层面:众创空间能够推动大学科技园向企业治理模式转型^[6],促进大学生全面发展并提高创业成功率^[5];在企业层面:能够促成企业形成竞争优势和降低创新成本^[1],并在更加广泛的层面上实现协同创新^[4]。众创空间的功能体现出创新生态系统理论所倡导的协同整合,实现跨界互补的要求^[20]。

3.3 众创空间服务模式

众创空间的“新”主要体现在创业快捷便利、

成本低,服务种类更健全,创新更加开放,以改变世界为目标等方面^[7]。“创客空间+新型孵化器”的众创模式,使中国众创空间呈现出活动聚合型、培训辅导型、媒体驱动型、投资驱动型、地产思维型、产业链服务型、综合创业生态体系型七种模式^[21]。但分析发现七种众创空间模式的创新元素都聚焦于创新创业服务,缺乏产业融合、技术复合、孵化器、技术供给等创新元素,而创新生态系统应涉及市场中的不同物品、软件工程、经济要素、信息系统和工业组织等^[22],多功能系统的有机结合才能形成功能齐备的创新生态系统。此外与创新发展路径密切相关的商业模式、生产组织方式、创新资源集聚和创新氛围构建等方面的服务模式尚未形成。

4 众创空间创新生态系统的模型构建

4.1 基于创客教育视角的众创空间创新生态系统

此类众创空间创新生态系统衍生于创新、创业生态系统,且高校和用户是该类生态系统的最主要构建者,由合作社群、创意实践、开放资源和协作空间四个维度构成^[8]。

合作社群涵盖学习共同体、跨学科团队和创意社群三类要素。学习共同体是由学习者及助学者共同构成的团体;创客实践强调以多学科技能来解决复杂的创新问题;以用户为主体,汇聚来自于设计界、工程界等各类社会群体和普通用户,通过群体间的创意碰撞、知识分享等跨界协作展开多学科交叉创新。创意实践包含非正式学习、创客英雄之旅、正式课程教学和开放式创新活动四个要素。非正式学习是正式课程之外的自发性、自组织和更灵活的学习活动;在创客旅程中,体验学习是迭代开发的主要特点;正式课程基于创客空间和创业实验室的模式,联合校内外的技术与商业资源,与国内外专家以及创业孵化器协同合作;基于开放式创新模式应对挑战是创客的特色,以内在兴趣驱动来进行创作。开放资源包括开源硬件与软件、项目库与媒体和设计工具三类要素,以分享知识为核心,通过公共协作能够达成更快的创新,创客可以根据自己的兴趣、能力和可用的设备筛选项目,为创客提供“协作工具、设计工具、测量工具、分析工具”四类。协作空间涵盖共创空间、共同工作空间和生活实验室三类要素。以启发性的物理或虚拟空间为支持,为用户、设计师和其他人员提供非正式情况下

平等相遇的机会,从事共同创造、探索、实验和评估,即与用户和生产者共同设计、探索新兴的趋势、行为和市场机会,并进行概念、产品和服务的评估。

4.2 基于实践视角的众创空间创新生态系统

自中国提出大力发展众创空间以来,政府、企业、高校、科研院所、国家高新开发区等主体协同构建了诸多功能更完善、系统更复杂、创新创业能力更强的众创空间创新生态系统。典型的众创空间生态系统主要有:海尔众创意,目标是吸引全球热爱生活热爱创意的设计师、创客、用户共同创造出互联网时代引领用户需求的产品和服务;华强云+产业运营系统,目标是构建融合“创意、融资、研发、制造、销售、服务”六位一体的产业加速体系,并首创“未来+”个性化产业服务,全面整合政府、专业机构、华强集团等五大产业资源,为企业提供全发展周期的一键加速系统;腾讯众创空间硬件创业生态,以“孵化平台+创业投资+产业资源”的运营模式,重点孵化和培育互联网+、物联网、智能科技等领域的智能硬件创业企业,共同打造硬件创业生态,为硬件创业者打造“创客空间”;梦想小镇,以产城融合的理念、“互联网+”的思维、“店小二”式的服务,帮助无资金、无土地、无办公楼、无地位但有激情、有能力、有想法、能无中生有的“四无四有”创业者,实现创业创新梦想。

学术界则聚焦实践案例的理论建构,如陈凤等以杭州梦想小镇为例,构建了包含众创精神、创客生态圈、资源生态圈、基础平台与众创政策四个空间结构的众创空间创业生态系统。并分别代表众创空间创新创业生态系统的文化

特质与内在动力、活力源泉、资源基础和支撑体系^[3]。

4.3 基于创新 2.0 视角的众创空间创新生态系统

基于创新 2.0 模式,刘志迎等构建了“社区—研发—市场”模式的众创概念模型^[2],王佑镁等则以“创客→众创空间↔市场”模式构建众创空间生态系统^[4]。两种模式的众创空间创新生态系统在本质上具有内在一致性,用户既是创新者,也是需求者,创客、研究者、学习者、用户、企业等参与者透过众创空间相互交织,实现知识的获取和分享,创意产品的展示和出售,由此形成一个循环的众创空间生态系统。此类众创空间生态系统遵循如下运行机制:创客通过知识社区/众创空间获取和分享知识;创客为了寻求解决方案或降低创新风险,通过互联网平台/众创空间发布创新需求,并通过特定的利益机制鼓励大众参与创新活动;创客完成研发活动后可以通过线上/线下市场展示并择机出售自己的创新成果,而需求者则在线进行海量创新成果地筛选和吸收并加以利用^[2]。

综合教育、实践和创新 2.0 三种视角,本文构建如图 2 所示的众创空间创新生态系统,该系统涵盖了已有创客教育、创意实践和创新 2.0 模式生态系统的功能要素,同时使三种类型的生态系统之间形成协同互补网络结构,即开展创客教育的过程中可以更加紧密的连接实践,在实践的过程中进行创新创业;反之,在实践、创新、创业的过程中也可以开展创客教育。图 2 所示的众创空间创新生态系统同时具备创客人才培育和创意、创新、创业实践的功能。

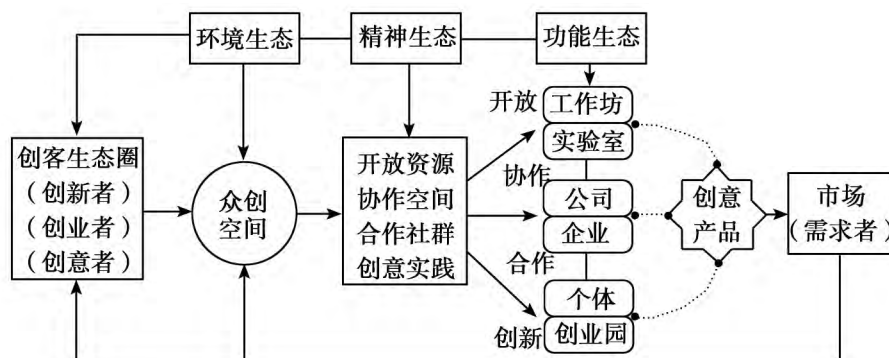


图2 众创空间创新生态系统

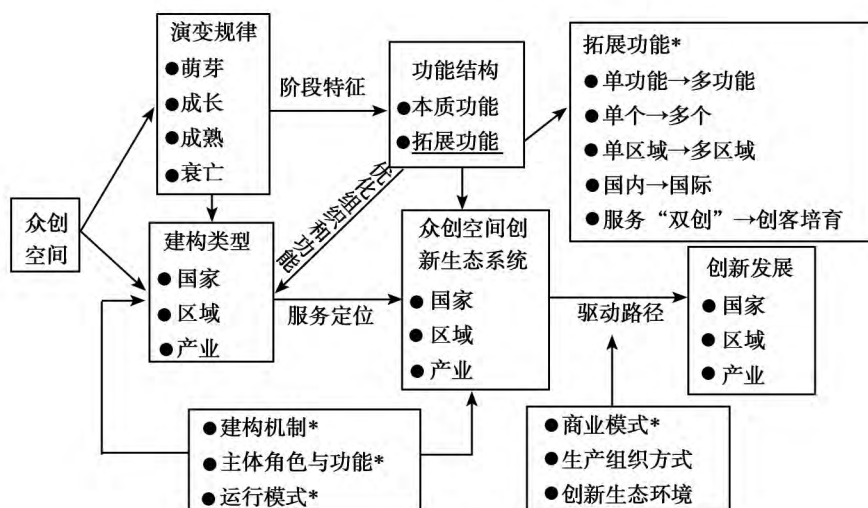
5 评析与研究展望

自2015年以来,众创空间取得了飞速发展,至2016年初中国各类众创空间已经超过2300家^[13]。在学理探究方面,国内学者在众创空间的内涵界定、分类、功能、生态系统等方面已展开较多很有意义的探索。但本文认为未来的研究至少可以从众创空间演化逻辑、功能结构、建构机制、创新生态系统和驱动创新发展的路径机制等方面加以理论深化。基于此,本文提出如图3所示的未来研究框架。

5.1 众创空间的演化逻辑研究

(1) 基于案例的演化逻辑模型建构。自2010

年中国第一家众创空间——上海新车间诞生以来,历经5年的发展,中国北京、上海、深圳、武汉、南京等地出现了各式各样的众创空间,截至2016年1月,仅国家级众创空间数量就有498家^[13]。然而,因视角单一、方法单一、区域单一等原因,鲜有研究能够深入地揭示众创空间的演化规律。如萌芽阶段的众创空间应采取何种生存发展逻辑?其功能网络结构的侧重点如何?建构方式、运行机制如何?未来需要通过多案例研究众创空间从“萌芽→成长→成熟→衰亡”的演变过程模型和理论,对指导众创空间在不同发展阶段选取最佳生存策略等方面具有十分重要的意义。



注: * 表示未来需要重点破解的难点。

图3 众创空间未来研究框架

(2) 基于案例的中层理论建构。中国已有较多众创空间生态系统建设实践,政、产、学、研、用、国家高新区和自主创新示范区等众多主体已参与众创空间的构建,共同促进众创空间的发展。也开始有关于某个主体参与众创空间建构过程的案例研究,如王节祥等基于单个企业案例研究了阿里百川众创空间平台发展策略与演进逻辑^[15]。上述研究在产业实践和理论拓展方面均有一定的贡献,但对理论建构的贡献略显不足。未来需要采取多案例、多区域、多方法、多角度、多阶段的方式深入研究政产学研用在众创空间建构中的角色和作用,例如,政府在众创空间建构中所扮演的协调者角色和发挥引导、协调、监管作用;

企业在众创空间建构中所扮演的主导者角色和发挥支撑载体作用等,以此构建众创空间演化发展的中层理论,有助于拓展创新管理理论、平台理论等理论的研究视角。

5.2 众创空间建构过程中的影响因素及成因研究

中国众创空间建构过程中的政出多门现象依然存在,如科技部门聚焦众创空间的创新能力,教育部门则关注众创空间推动大学生创业的能力,由此导致产学研用等合作主体目标不一致。支柱型产业和大型企业的低效参与也是众创空间平台孵化能力提高过程中遇到的发展“瓶颈”,导致众创空间呈现出规模小、分布不均衡(东强西弱)、生存能力弱(过度依赖政府补贴)等问题^[13]。而

技术创新的复杂性与单一组织资源与能力的有限性,需要众创空间开展多元化合作,同时需要具备垂直资源的整合能力和专业化的运营管理能力。因此,未来需要基于创新生态系统、资源依赖、社会网络、生命周期等理论着眼于研究影响众创空间内部跨边网络和外部社会网络结构形成的要素;影响众创空间垂直整合群体资源和专业化管理团队建构的因素;影响众创空间跨区域发展和众创空间之间开展协同合作的因素。上述研究一方面可以使众创空间要素研究更加规范化和理论化,另一方面也能够更好地为众创空间产业实践提供理论指导。

5.3 众创空间的功能结构与运行机制研究

(1) 众创空间功能结构研究。当前由于单一案例、单一视角、单一区域内的研究导致众创空间的功能研究呈现出碎片化、区域化、普适性低等特点,主要集中于探讨众创空间在促进经济社会发展的宏观功能作用且欠缺学理探究,如推动经济发展、提升大学生创业能力等^[5,19],却忽视了众创空间创新能力和竞争力提升的路径研究。而众创空间在产业实践过程中更加关心如何集聚创客资源?如何更好地为创客提供服务?如何形成良好的创新生态?因此,未来需要基于共享经济、平台理论和开放式创新理论等从多角度、多区域探究众创空间如何从单一区域合作拓展到多区域合作?如何从单一功能拓展到多元功能?如何从国内合作拓展到跨国合作?如何从主要服务创新创业拓展到创客培育?探究上述问题将有助于众创空间构建协同创新网络,促进众创空间的功能结构多元化和网络化,使其竞争力和创新能力获得双重提升。

(2) 众创空间运行机制研究。据 iiMedia Research 发布的《2016 年中国孵化器发展现状专题研究报告》显示,诸多众创空间因团队经营能力、

经验不足;无特色、品牌作支撑;纯复制类型导致竞争力不足;缺乏依托大企业、高校丰富资源和经验的优势而面临生存和发展困境。现有文献极少从理论层面深入阐释众创空间的运行机制问题。未来需要重点研究众创空间的管理机制、合作机制、服务机制、创客培育机制、资源整合机制、入住项目筛选机制等,以更有效地解决众创空间生存发展“瓶颈”。

5.4 众创空间创新生态系统与驱动中国创新发展的路径研究

(1) 创新生态系统构建研究。实现创新发展需要推动跨领域跨行业协同创新,加快政产学研用深度融合,着眼创新资源和要素的有效汇聚,推动各创新主体打破壁垒开展深度合作,充分释放人才、资本、信息、技术等创新要素的活力。研究显示制约众创空间发展最为突出的三大“瓶颈”分别是:众创空间或“有店无客”,或人员参与度很低,长期保持活跃参与人数相对都不太高^[23]。因此,构建一个具备创新资源有效集聚和优化配置的众创空间创新生态系统,此生态系统可以在创客与其需求的信息或资源的结构空洞之内填充弱联结,将有助于众创空间更好地服务创客开展创新创业活动。

(2) 驱动创新发展路径研究。经济新常态背景下,众创空间已成为驱动中国创新发展战略的重要支撑,也是推动创新供给侧改革和提升原始创新能力的重要载体。当前关于众创空间在产业、区域和国家层面驱动实体经济发展的路径机制尚未清晰,如众创空间创新生态系统的商业模式如何影响创业企业与市场对接效率。因此,未来需要重点探究众创空间是如何聚集和提升创新发展所需的智力资本、人力资本、创客资本、创意资本等,对于深化和发展上述资本理论也具有极为重要的作用。

参考文献:

- [1] 吕力,李倩,方竹青,乔辉. 众创、众创空间与创业过程[J]. 科技创业月刊, 2015(10): 14-15.
- [2] 刘志迎,陈青祥,徐毅. 众创的概念模型及其理论解析[J]. 科学与科学技术管理, 2015(02): 52-61.
- [3] 陈凤,项丽瑶,俞荣建. 众创空间创业生态系统:特征、结构、机制与策略——以杭州梦想小镇为例[J]. 商业经济与管理, 2015(11): 35-43.
- [4] 王佑镁,叶爱敏. 从创客空间到众创空间:基于创新 2.0 的功能模型与服务路径[J]. 电化教育研究, 2015(11): 5-12.

(下转第 56 页)

- (07): 87-92.
- [2] 王晓娟. 知识网络与集群企业创新绩效——浙江黄岩模具产业集群的实证研究[J]. 科学学研究, 2008(04): 874-879.
- [3] 杨皎平, 侯楠, 王乐. 集群内知识溢出、知识势能与集群创新绩效[J]. 管理工程学报, 2016(03): 27-35.
- [4] 李宇, 王俊倩. 产业集群技术溢出的正向利用机制与创新绩效——兼论如何减小技术模仿等负效应[J]. 经济管理, 2015(03): 23-32.
- [5] 艾之涵, 吴宏哲. 基于知识视角探讨集群外部知识网络对技术创新的影响——以法国通信安全软件竞争力集群为例[J]. 科研管理, 2016(01): 172-179.
- [6] GRANOVETTER M. Economic, Action and social structure: The problem of embeddedness[J]. American sociology, 2002, 91(3): 481-510.
- [7] ZAHHER A, BELL G G. Benefiting from network position: firm capabilities, structural holes and performance[J]. Strategic management, 2005(26): 809-825.
- [8] 刘雪峰. 网络嵌入性与知识获取及企业创新能力关系研究[J]. 经济管理, 2015(03): 150-159.
- [9] 陈伟. 区域装备制造业产学研合作创新网络的实证研究——基于网络结构和网络聚类的视角[J]. 中国软科学, 2012(02): 96-107.
- [10] 钱锡红, 徐万里, 杨永福. 企业网络位置、间接联系与创新绩效[J]. 中国工业经济, 2010(02): 78-88.
- [11] HUGGINS R, JOHNSTON A. Knowledge flow and inter-firm networks: the influence of network resources, spatial proximity and firm size[J]. Entrepreneurship & regional development, 2010(22): 457-483.
- [12] FREEMAN LC. A set of measures of centrality based on betweenness[J]. Sociometry, 1977, 40(1): 35-41.
- [13] BURT R S. Structure Holes: the social of Competition, Cambridge, Massachusetts, and London, England [M]. Harvard University Press, 1995.

(责任编辑 刘传忠)

(上接第18页)

- [5] 李瑞军, 吴松. “众创空间”视域下大学生创业教育的思考[J]. 思想教育研究, 2015(07): 82-85.
- [6] 费坚, 赵海涛. 众创空间视域下大学科技园创新发展的市场驱动力[J]. 闽江学刊, 2015(05): 99-102.
- [7] 刘佳薇, 徐光宜, 郑淑洁. 众创空间塑造创新创业新生态[J]. 中国经济报告, 2015(09): 75-77.
- [8] 付志勇. 面向创客教育的众创空间与生态建构[J]. 现代教育技术, 2015(05): 18-25.
- [9] DOUGHERTY D. We are makers[EB/OL]. http://www.ted.com/talks/dale_dougherty_we_are_Makers.html, 2011.
- [10] 胡贝贝, 王胜光, 任静静. 互联网时代创业活动的新特点——基于创客创业活动的探索性研究[J]. 科学学研究, 2015(10): 1520-1527.
- [11] 徐思彦, 李正风. 公众参与创新的社会网络: 创客运动与创客空间[J]. 科学学研究, 2014(12): 1789-1796.
- [12] 王路昊, 王程韡. 孵化器的概念及其角色演变——基于《人民日报》数据库的扎根理论分析[J]. 科学学研究, 2014(04): 493-500.
- [13] 李燕萍, 陈武, 李正海. 驱动中国创新发展的创客与众创空间培育: 理论与实践——2016年首届“创新发展·创客·众创空间”论坛评述[J]. 科技进步与对策, 2016(20).
- [14] SAUNDERS T, KINGSLEY J. Made in China: makerspaces and the search for mass innovation[R]. 2016.
- [15] 王节祥, 田丰, 盛亚. 众创空间平台定位及其发展策略演进逻辑研究——以阿里百川为例[J]. 科技进步与对策, 2016(11): 1-6.
- [16] MIAN S A. Assessing value-added contributions of university technology business incubators to tenant firms[J]. Research policy, 1996, 25(3): 325-335.
- [17] 王子威. 众创空间的核心价值在于提供辅助创业服务[N]. 中国经济导报, 2015-06-11(B07).
- [18] 科技部. 科技部关于印发《发展众创空间工作指引》的通知[Z]. 2015.
- [19] 顾瑛. 众创空间发展与国家高新区创新生态体系建构[J]. 改革与战略, 2015(04): 66-69.
- [20] 曾国屏, 苟尤钊, 刘磊. 从“创新系统”到“创新生态系统”[J]. 科学学研究, 2013(01): 4-12.
- [21] 投中研究院. 众创空间在中国发展现状、七大模式、三大案例[EB/OL]. <http://chanye.focus.cn/news/2015-05-14/6222221.html>.
- [22] KATZ M L, SHAPIRO C. Systems competition and network effects[J]. The journal of economic perspectives, 1994: 93-115.
- [23] 许素菲. 长三角“众创空间”调研报告发布[N]. 浦东时报, 2015-07-08(03).

(责任编辑 刘传忠)

众创空间对创业孵化器功能影响研究 *

乔 辉^{1,2} 吴绍棠²

(1 武汉工程大学管理学院 湖北 武汉 430205 2 武汉大学中国产学研合作问题研究中心 湖北 武汉 430072)

摘 要:众创空间是指以创新 2.0 时代大众创新、开放创新、万众创业的趋势为背景,以互联网为依托,通过发展创新创业的专业化服务机构的市场化手段来促进万众创新创业。本文通过实证研究,重点分析了众创空间的运行机制对已有创业孵化器在功能方面的影响,并对新型孵化器的管理和政策扶持提供了建议和参考。

关键词:众创;众创空间;孵化器;发展现状;内容分析

中图分类号:F279.2 **文献标识码:**A **doi:**10.3969/j.issn.1665-2272.2017.01.010

创业孵化器是一个拥有特定目的的物理空间或者服务平台,它的作用是能够给一个处于初创时期的企业提供成长所需的运营、融资、市场、政策等方面的各种相关资源,帮助企业降低其创建成本,提升运作效率,从而简化创建过程,并促进新创企业能快速加入到市场化的经营当中。

“众创空间”作为一个平台,能起到实现万众创新、大众创业的功能。具体而言,就是指在建设创客空间、创新工场等系列新型孵化器模式的基础上,通过专业化、集成化、市场化及网络化的相关手段,开创创新与创业相配合、线上与线下相融合、孵化与投资相结合的局面,尽量帮助那些小微创新企业成长,帮助个人创业,及时提供全方位、低成本、便利化的开放式综合服务(吕力等,2015)。

在已出现的众创空间形态下,现有的创业孵化器在功能与服务方面会有哪些变化?本文将对此进行实证研究。

1 众创空间在我国的发展现状

北京充分利用当地的国家自

主创新示范区、国家高新区、企业孵化器、产学研联盟等有利条件,成为我国众创空间发展最快的城市之一。2015 年 3 月,北京市科委对首批“北京市众创空间”中的 11 家创业服务机构进行了授牌,并授予中关村创业大街“北京市众创空间集聚区”的称号。目前“北京市众创空间”的数量达到 25 家。2015 年

5 月,北京众创空间联盟成立,首届成员大会同期召开,与会成员来自近 60 家创业服务机构,汇集了众多在行业内具有代表性、影响力、先进理念的人物,将进一步促进

推动北京地区创新创业模式以及新颖、理念超前的众创空间的发展。除北京以外,上海、深圳、杭州、南京、武汉、苏州、成都等创新创业氛围较为活跃的城市,也都出现了一大批形式各异、各具特色的众创空间。从服务内容和孵化类别来看,目前我国现存的众创空间主要存在模式见表 1 所示。

表 1 众创空间模式

模式	孵化类别	服务内容	典型代表
活动聚合型	科技类	项目发布、展示、路演	北京创客空间、上海新车间、深圳柴火空间、杭州洋葱胶囊等。
培训辅导型	大学生	旨在利用大学的教育资源和校友资源,以理论结合实际的培训体系为依托,是大学创新创业实践平台。	清华 x-lab、北大创业孵化营、亚杰会等。
媒体驱动型	综合性	利用媒体优势为企业提供线上线下的整合服务,具体包括广告、宣传、公关、投资等各种资源在内的综合性创业服务。	36 氪、创业家等。
融资驱动型	综合性	针对初创企业最急需解决的资金问题,以资本为核心和纽带,聚集天使投资人、投资机构,依托其平台吸引汇集优质的创业项目,为创业企业提供融资服务,从而提升创业成功率。	车库咖啡、创新工场、天使汇等。
地产思维型	地产性	由地产商开发的联合办公空间,类似 WeWork 模式。	SOHO 3Q、优客工场(UrWork)等。
产业链服务型	综合	产业链服务为主,包括产品打磨、产业链上下游机构的合作交流、成立基金进行合投等。	创客总部
综合创业生态体系型	融资	提供的服务内容主要包括培训辅导、融资服务、人力资源、企业运营指导、政策申请、法律顾问等相关政策乃至住宿等等。	创业公社

* 基金项目:国家自然科学基金“产学研联盟中企业联盟管理能力的形成及对创新的影响机理”(项目编号:71402125)

——摘自《商业经济研究》2016 年第 5 期

2 研究过程

2.1 研究方法和思路

本文将采用内容分析法验证众创空间对创业孵化器运行的影响程度。内容分析法提倡对所选择的样本内容进行客观的、全面的定量分析和研究。内容分析法的核心是把用文字语言表示的信息替代为能用数据来展现的相关信息,并且要求将得到的结果用统计数据来描述。本文首先根据研究要求和研究对象的特点,选择相应的数据样本,然后对所选样本进行编码和可靠性测试工作,接下来,再根据要解决的问题来设定分析单元,最后经由统计分析,得到比较客观的结论。

2.2 数据来源及样本选择

孵化器的种类有很多种,自1987年国内第一家科技企业孵化器—武汉东湖新技术创业中心诞生至今,武汉已有各类科技企业孵化器53家。如果按照孵化领域分类,可以分为互联网、智能硬件、TMT;按照孵化器的对外表现形式分类,可以是咖啡馆、众创空间、孵化基地;按参与方式的不同,可分为直接投资、牵线搭桥。这些孵化器一般都会从资金、办公场所、资源对接、公司管理、法律服务等方面来为被孵企业提供帮助。但每个孵化器的宗旨和自身资源的不同也让它们各有特点。本文筛选了武汉东湖新技术创业中心、光谷创业咖啡、去创吧、创库咖啡、启明星众创空间等十家武汉本土有代表性的创业孵化器作为研究样本和数据统计来源。

2.3 编码

编码内容是否系统、客观、全面将直接影响到内容分析法使用的成败。为了获得研究结果的客观性和有效性,在正式进行研究之前,先进行预研究。每一位研究成员按照预先设定好的分类框架,从研究对象的发展历史、发展现状、

具备的基本功能、孵化类型、入驻条件、服务项目等方面独立地对样本内容进行预研究,从众创空间、创业孵化器的相关网络信息、数据库资料文献、政府部门、创投中介的介绍中提炼出现频率比较高的词组和短语,第一次汇总结果显示,一致程度达到86%。在Nunnally的观点看来,信度程度在0.7以上时,说明前期的预研究是值得信赖的。在这次研究过程中,对于所选样本,采取的编码原则要求符合以下标准:第一,就编码类型而言,尽量要求穷尽,所有的有关条目都必须在一个编码系统内部得到体现;第二,就编码分类而言,尽量要求类别之间是互相排斥的,一个编码只能对应一个分类;第三,就各编码之间的关系而言,要求相互独立,若干个编码单元的设定要求独立,不能互相影响。

2.4 分析过程

经过层层筛选,本文确定了10

家武汉典型创业孵化器。按孵化类别,可分为科技类、文创类、互联网类和TMT类等,见表2。

对应前文描述的众创空间常见的发展模式来看,结合服务内容和孵化类别,涉及到众创空间的关键词有培训、创业辅导、融资、路演、项目展示、政策申请、配套服务、市场、运营,和众创空间提供的服务相互吻合,可以得出结论:在众创空间发展形态的影响下,传统的创业孵化器目前已呈现出第三代创新型孵化器的景象(见表3)。

本文勾勒出一个框架,分析众创空间与创业孵化器之间的关系。众创空间的概念外延与孵化器略有重叠,但应比后者范围更大,此外,它还应包括比如创业咖啡和创客空间等一系列新型孵化器形式。首先,和传统意义上的孵化器相比,众创空间的入驻门槛更低,并且能够更加方便地提供配套服务给创业者,并帮助其成长壮大。其

表2 武汉典型创业孵化器一览表

名称	孵化类别	入驻条件	服务
武汉东湖新技术创业中心	科技型	产权明晰,前景好,符合产业规则,从事高新技术产品的中小科技企业	场地、培训、行政、免费代办工商注册、小额担保贷款、市场服务,其他补助资金
湖北青年企业孵化器	大学生为主	符合国家产业政策和环境保护政策,有完整的研发或生产、经营规划,具有市场化、产业化前景且发展潜力较大	场地、培训、行政、免费代办工商注册、小额担保贷款、市场服务,其他补助资金
光谷创意产业孵化器	文创类	创始人无不良经历,团队完整,知识产权,财务良好,未来发展较大	动漫产业链资源整合、场地、培训、人才、法律、信托资金和小额贷款、市场推广、技术对接和动漫企业认证。其他补助资金
光谷创业咖啡	科技类	主要负责人毕业五年以内,项目明确,创新商业模式	场地、培训、中介、融资
华中科技大学启明星众创空间	科技类	团队完整,项目明确,财务良好,未来发展潜力	资金,管理,市场,配套资源
武汉梦想家移动互联网孵化器	互联网游戏	创新互联网企业,团队完整,项目明确	场地,技术,市场,运营,3-40万元不等的云计算资源和服务支持
光谷创库咖啡	TMT、移动互联	创新企业,团队完整,项目明确	场地、培训、融资、市场、法律等
光谷青桐汇	大学生	大学生创业企业,团队完整,项目明确	资金、场地补贴、培训等
武汉光谷创客空间	科技类	创客	场地、配套服务
武汉去创吧	TMT、移动互联网	团队完整,项目明确	培训、市场

表3 孵化器各阶段的特点

	孵化器 1.0	孵化器 2.0	孵化器 3.0
入驻门槛	低	低	极高
资产配置	重	均衡	轻
服务质量	低	均衡	高
人员素质	低	低	高
孵化费用	低	低	低或免费
盈利模式	房租	房租+服务费	服务费+股权投资
服务特点	出租工位	创业服务	股权投资
收支状况	微盈利	收支平衡或净支出	前期净支出, 后期盈利

次,众创空间不但能够给有志从事创新创业的人士提供一个理想的工作空间、社交空间和资源共享空间,而且还能为他们提供最急需的创业培训、团队融合、政策申请、工商注册、法律财务、投融资对接、商业模式构建等全方位服务。众创空间与创业孵化器的关系如图1所示。

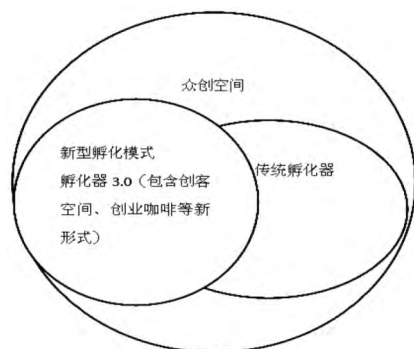


图1 众创空间与创业孵化器的关系

3 研究结论

第一,孵化器要有新发展,必须重在机制创新。众创空间的主要特征在于弱载体化,即空间属性逐渐弱化,而服务能力,能够为创业企业提供的资源、信息、机会等“软

实力”成为创业企业更为关注的重点。高新区内以公共资金建设的孵化器已经有很大的规模,而“软实力”不强,因此这些孵化器要在新形势下进行体制改革,以增强“软实力”来满足众创空间的发展要求。

重点应该放在充分发挥现有国家自主创新示范区的功效和作用,利用科研院校、大学科技园和各级开发区、高新区已有的资源条件,而不是一味地加强建设。

第二,推进新型孵化器的建设,重点在于服务模式创新、服务导向创新,扮演好自身的角色,加强开放共享和政策集成。以政策集成为例,现在已经出台的很多创新创业方面的举措、规章制度和相关政策,都是有针对性的,但是被大众认识、了解、接受的程度有限,因此要改变服务方式,加大宣传力度,进行充分沟通。

第三,创业孵化器的运营机制和功能将向更加高级和全面的阶段发展。我国创业孵化服务大体可划分为两个阶段:第一个阶段,是落实科技部火炬计划及相应的高新区政策而实施的、以政府投入为代表的创业孵化器建设阶段,期间,发展了一大批诸如专业孵化器、创业创新服务中心、大学科技园和留学生创业园等孵化载体;第二个阶段,是最近五年以来涌现出

的一大批以社会投资为主的新型创业孵化器,具体形式有创业咖啡、创新工场、创客空间和天使投资等,这批新型孵化器从某种程度上都是最具新经济时代特征的众创空间的代表。

第四,众创空间既拓展了创业服务的宽度,又延伸了创业服务的深度。从宽度来说,众创空间的建立主要是面向大众的新型的创新创业服务平台,建设好众创空间,对于激发广大人民群众的创新及创业活力,通过扩大创业的普及从而带动扩大就业具有划时代的重要意义。从深度来说,众创空间尤其是其中的创业苗圃,提高了创业服务的深度和高度,创业苗圃的主要功能是为有想法的人提供进行创业计划的孕育,继而创办企业的环境,其重点是要培育改变世界的创业者,这些创业者将成为我国新经济的“发动机”和实现大国崛起的主要力量。

参考文献

- 吕力,方竹青,乔辉.“众创”与企业管理实践及理论创新[J].科技创业月刊,2015(7)
- 乔辉,刘林青.国家产业创新视角下产业技术研究院角色研究[J].科技进步与对策,2014(11)
- 克里斯·安德森.创客:新工业革命[M].北京:中信出版社,2012
- 罗明新.技术创新研究进程与展望:管理学视角[J].商业经济研究,2015(30)

(上接第20页)

26.6%。晋级国家大赛的项目21个,企业为19个,团队2个。说明团队项目的质量亟待提升。

4.3 奖项设置有待完善

报名数增加了,而相应奖项还是原来的数量,引起部分单位的关注,特别是高(职、技)校希望增加奖项数量,激发广大学生的创业热情。

5 工作计划与措施

继续举办第四届盐城市科技创业大赛,进一步优化大赛方案。完善县级赛区,实现县(市、区)科技创业大赛全覆盖。举办路演、创业辅导、创投对接等活动,丰富创业大赛内容。继续承办第五届江苏科技创业大赛行业总决赛。加强与财政等部门沟通协调,妥善解决好

比赛经费,使大赛办得更顺利。

参考文献

- 李家华.创业基础[M].北京:北京师范大学出版社,2013
- 张玉利.创业管理[M].北京:机械工业出版社,2015
- 张明等.众创之路[M].南京:江苏人民出版社,2016

(责任编辑 梁工)

基于扎根理论的众创空间发展质量评价结构 维度与指标体系开发研究

李燕萍, 陈 武

(1. 武汉大学 经济与管理学院; 2. 武汉大学 中国产学研合作问题研究中心, 湖北 武汉 430072)

摘 要:通过分析 14 省市众创空间绩效评价政策文本和 22 家众创空间负责人的访谈资料,运用扎根理论方法,提炼众创空间发展质量评价结构维度及其作用模型,从“社会认知—社会情感—社会评价”3 个方面阐释了理论模型;构建一套包含 6 个一级指标,19 个二级指标和 54 个三级指标的众创空间发展质量评价指标体系,从管理建设、能力培育、品牌塑造 3 个层面科学评价众创空间发展质量。最后,从质量评价指标体系开发指导原则、构建方向及差异化配置不同类型众创空间指标体系维度权重等方面,提出开发和实践众创空间发展质量评价的策略建议。

关键词:扎根理论;众创空间;发展质量;结构维度;评价指标

DOI:10.6049/kjbydc.201708X141

中图分类号:F272.2

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2017)24-0137-09

Research on the Structural Dimension and Indicator System of Development Quality Evaluation of Crowd Innovation Space Based on the Grounded Theory

Li Yanping, Chen Wu

(1. School of Economics and Management, Wuhan University; 2. Research Center for China Industry
University-Research Institute Collaboration, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: This paper employs the Grounded Theory to refine the structural dimensions and its interaction model of Crowd Innovation Space (CIS), using the data that includes 23 managers from 22 CIS and performance appraisal policy texts from 14 provinces. From the angels of social cognition, social emotions and social evaluation, this paper elucidates the theoretical model. And based on the grounded theory research conclusion, we construct a development quality evaluation indicator system that contains 6 first-grade indicators, 19 second-grade indicators and 54 third-grade indicators. We want to scientifically evaluate the development quality of CIS from three scopes of management construction, ability cultivation and brand building. Eventually, this paper provides quite a few suggestions to develop and practice the development quality evaluation index system of CIS in three major areas: guiding principles, construction direction and differential configuration weights.

Key Words: Grounded Theory; Crowd Innovation Space; Development Quality; Structural Dimension; Evaluation Indicator System

0 引言

众创空间是顺应网络时代创新创业特点和需求,通过市场化机制、专业化服务、资本化途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式新型创业服务平台,是推动大众创业、万众创新,驱动中国创新发展战略的重要支撑。2015 年以来,在双创政策推动下,中国众创空间呈快速发展态势。据不完全统计,截至 2015 年 10 月,除

西藏、黑龙江外,中国内地已有 29 个省、市、自治区出台专门支持众创空间和各类孵化器的政策或推动大众创业的实施意见^[1]。据科技部发布的 2015 年度全国科普统计数据显示,全国共有众创空间 4 471 家,其中 1 337 家获得国家科学技术部授牌^[2]。各地政府从财政补贴、场地、税收、奖励等方面大力扶持众创空间发展,如深圳、青岛对新建众创空间给予最高 500 万元补贴^[3],湖北每年投入 2 000 万元,用于奖励和补贴科技

收稿日期:2017-10-19

基金项目:国家社会科学基金重大项目(15ZDC014);国家自然科学基金项目(71402125)

作者简介:李燕萍(1965—),女,湖南常宁人,博士,武汉大学经济与管理学院副院长、教授、博士生导师,武汉大学中国产学研合作问题研究中心主任,研究方向为组织与人力资源管理、创新管理;陈武(1988—),男,江西高安人,武汉大学经济与管理学院博士研究生,研究方向为组织与人力资源管理、创新管理。本文通讯作者:陈武。

孵化器^[4]。

那么,在政府大量资源投入下,快速发展的众创空间预期效果如何?构建科学客观的众创空间发展质量评价维度及指标体系具有重要意义。通过分析政策文本,对众创空间发展质量进行有效评价,有利于加强众创空间动态管理,为政府财政支持、奖励和惩罚提供决策依据,还可以有效防止众创空间的“虚假繁荣”,也是实施社会监督的有效手段。李艳萍等^[2,5]呼吁未来需对众创空间发展质量进行科学、客观评价,但现有文献中关于众创空间发展质量评价的研究较少,且多数集中在对孵化器结果绩效展开评价^[6,7]。众创空间构建的初衷是为了加快培育创新创业源头,推动中国创新发展动力转换,全面激发人类创造力^[8]。同时,2017年9月科技部火炬中心正式发布《众创空间服务规范(试行)》和《众创空间(联合办公)服务标准》,从众创空间服务对象、服务内容、队伍建设、运营管理、标准化等7个方面引导其朝规范化、专业化方向发展。但仅从结果绩效角度评价众创空间发展情况不够客观、科学和全面,还需从过程和结果两个方面对众创空间发展质量进行评价。然而,目前对众创空间发展质量实施评价的结构维度尚不清晰,相关评价指标体系也亟待开发。因此,本文运用政策文本和访谈资料,采用扎根理论方法,探究上述问题,完成研究初衷。

1 概念界定与文献回顾

1.1 众创空间发展质量内涵

绩效是对目标实现程度的一种度量。对于相对绩效,本文采用发展质量这一概念。德鲁克认为“质量就是满足需要”,质量是一个变化、动态、发展的概念,会随着时间的、地点、使用对象、社会发展、技术进步而不断更新和丰富^[9]。众创空间以满足创客、创新创业者需求为服务目标,且是一个动态过程,而非纯粹追求初创企业成功率等结果指标。虽然,当前研究中尚未有众创空间发展质量的确切内涵,但部分众创空间由传统孵化器演变而来,因此其本质上也是一种新型孵化器,是其它类别孵化器的综合形态^[5]。同时,众创空间又是一种外部型平台组织,是指为促进双边或多边开展交流互动,以提升参与者创新能力并满足其异质性需求为目标,在互联网背景下构建的一种能够对资源进行快速聚散与迭代的生态网络^[10]。此外,相较于传统孵化器,众创空间更加偏向于公益型孵化器^[10]。

已有研究认为,孵化器的主要任务是为新创企业提供管理、咨询、网络等支持性服务^[11]。孵化器孵化网络绩效是指网络成员在孵化器影响下相互依赖、相互补充、共享资源,通过一系列协同互动交互作用,实现在孵企业孵育与网络成员互动关系质量提升,并将孵化网络绩效进一步划分为网络孵化绩效与网络关系绩效两个维度^[12]。然而,由于政策制定者大都比较关注

孵化器如何影响地方经济发展,导致孵化器管理者更加关注短期绩效目标^[13],而产业集聚、创新生态环境培育在短期内并不能够实现^[14]。目前,众创空间战略目标是推动创新供给侧改革,定位于服务创新源头,关注创新人才、创新环境和创新能力^[5]。可见,众创空间具有推动科技进步和社会发展,提高经济效益和改善创新创业生态环境的功能,符合中国科技创新政策基本价值取向^[15],且为长期发展导向。因此,关于众创空间发展质量内涵,一方面可以借鉴孵化器绩效内涵,根据众创空间功能定位加以深化;另一方面,可结合分享/互联网经济时代背景,拓宽众创空间发展质量内涵。基于此,本文将众创空间发展质量界定为在互联网背景下,以众创空间平台为核心形成的推动创新创业资源实现无缝对接的生态网络,目的是为实现创客、创新创业者培育和初创企业可持续发展。

1.2 孵化器评价指标

对孵化器孵化绩效评价指标的相关研究已相当丰富,但总体上看,尚未形成统一的孵化效果评价指标体系。定量研究主要从构建计量模型和运用数理统计方法评价孵化器绩效;定性研究则主要采用深度案例访谈总结归纳孵化器绩效^[16]。学者多从入孵期、成功率、入孵企业雇员增长率、创造就业机会数、孵化场地面积、成功孵化企业数^[17,18]等方面评价孵化器绩效,也有学者从智力资本角度关注科技企业孵化器发展绩效^[19],亦有学者采用平衡积分卡思想设计孵化器评价指标^[13]。同时,孵化器网络绩效、孵化器内初创型科技企业绩效(如年收入变化、销售收入增长等财务指标)、入孵企业获得外部信任、树立正面形象、服务定制策略等也成为近年来学者关注的焦点^[6,7,12,20-22]。

然而,现有研究都是基于传统孵化器情境展开的,而众创空间是在分享/互联网经济背景下成长起来的新型孵化器,相较于传统孵化器,众创空间更加注重为创客、创新创业者或初创企业提供服务,服务对象更加大众化。同时,传统孵化器基本由科技型企业创建,主要目标是推进科技成果转移转化,而众创空间建构主体更加多元化,包含国有民营企业、高校、科研机构、个体等,故其影响深度和广度已经远远超出传统孵化器范畴。因此,本文认为,需要结合新时代背景,重新审视和构建众创空间发展质量评价结构维度及其指标体系。

2 研究方法与研究设计

2.1 研究方法

扎根理论作为一种重要的质性研究工具,非常适用于缺乏理论解释或现有理论解释力不足的研究^[23]。现有研究中涉及众创空间绩效评价的文献较少,而当前关于众创空间发展质量评价的政府政策文本和众创空间实践资料却十分丰富。因此,运用扎根理论方法

探究众创空间发展质量评价结构维度最为合适。

2.2 样本选取

本文基于政策文本和访谈资料分析,在选取研究样本时主要遵循以下原则:①全面性原则。在搜寻政策文本时尽可能多地覆盖样本,涉及我国内地 31 个省、市、自治区。因政策文本数量较小,故采用全面性选择原则;②代表性原则。由于众创空间数量已经超过 4 000 多家,因此一方面选择那些具有代表性的省份为研究对象,即其政策往往具有一定引领性,如重点探究北京、深圳、武汉、江苏等创新创业活跃地区,另一方面选择有代表性和典型性的众创空间为研究对象;③可借鉴性原则。可借鉴性是指所选择样本能够为其它地区、众创空间提供参考。所以,既要选择那些社会影响力较高的国家/市级众创空间,也应包含一些典型地区

民营众创空间。

2.3 数据收集

(1)政策文本资料。刘志阳(2016)根据众创空间分布数量,将我国省区市划分为 4 个能级。本文参照这一划分收集各地区的政策文本资料:第一能级众创空间分布数量在 200 家以上,包括北京、上海、浙江、重庆、广东、山东等省市;第二能级众创空间分布数量在 100~200 家之间,包括江苏、辽宁、河北、福建等省;第三能级分布数量在 50~100 家之间,包括天津、陕西、湖北、湖南、云南、吉林、内蒙古等省(市)自治区;第四能级分布数量在 50 家以下,包括安徽、江西、青海、贵州、宁夏等省和自治区^[24]。最终收集 23 份省(市)、自治区政策文本文件(见表 1)。

表 1 中国内地 23 各省(市)、自治区众创空间绩效评价政策与指标统计

序号	指标体系		政策文件名称	地区	区域能级	发布时间
	一级指标 (数)	二级指标 (数)				
1	—	—	—	北京		—
2	4	14	《上海市众创空间发展实施细则》、《2015 年度普陀区众创空间服务绩效评估指南(试行)》	上海		2016-04-08
3	6	13	《关于组织开展 2015 年度众创空间绩效评价工作的通知》,穗科创字〔2016〕90 号	广州	一	2016-04-30
4	4	23	《关于开展重庆市市级众创空间 2016 年度绩效评价的通知》	重庆		2016-08-30
5	7	9	《浙江省众创空间管理与评价试行办法》,浙科发高〔2015〕193 号	浙江		2015-12-25
6	3	—	关于印发《济宁市科技企业孵化器(众创空间)认定标准和绩效考评办法》的通知,济科字〔2016〕17 号	山东		2016-05-04
7	4	10	《南京市科技创业创新载体绩效评价办法(试行)》,宁政发〔2016〕80 号	江苏		2016-04-18
8	7	9	关于印发《石家庄高新区众创空间绩效考评办法(试行)》的通知	河北		2016-03-30
9	—	—	—	辽宁	二	—
10	—	—	—	福建		—
11	3	8	《关于开展 2016 年度武汉东湖新技术开发区科技企业孵化器(大学科技园)、众创空间绩效评估的通知》	武汉		2016-10-08
12	6	18	关于印发《天津市众创空间(区县部分)绩效考评指标体系(试行)》的通知,津科创〔2016〕44 号	天津		2016-04-22
13	—	—	—	吉林	三	—
14	3	—	云南省科技厅关于印发《云南省众创空间认定管理办法(试行)》的通知,云科办发〔2015〕4 号	云南		2015-07-06
15	9	14	《湖南省促进众创空间发展与管理暂行办法(试行)》	湖南		2016-06-01
16	—	—	—	内蒙古		—
17	3	—	《甘肃省众创空间管理办法(试行)》,甘科计〔2015〕4 号	甘肃		2015-07-30
18	—	—	《西安市众创空间认定管理办法(试行)》,市科发〔2015〕48 号	陕西		2015-08-05
19	—	—	关于印发《徽省众创空间备案实施细则》的通知	安徽		2016-03-21
20	—	—	《江西省众创空间认定管理办法(试行)》	江西		2016-04-21
21	4	—	《贵州省众创空间遴选和管理办法(试行)》	贵州	四	2015-06-04
22	—	—	《青海省众创空间认定管理办法(试行)》	青海		2017-04-05
23	4	—	关于印发《宁夏回族自治区众创空间认定管理暂行办法》的通知,宁科工字〔2016〕4 号	宁夏		2016-09-08

注:“—”表示未明确给出具体测评指标体系(统计时间截至 2017 年 5 月 1 日)

由表 1 可知,内地共有 18 省(市)发布了众创空间绩效评价办法,占 23 个省(市)的 77.3%。其中,9 个(占 50%)省(市)明确出台了包含 1、2 级的众创空间绩效评价指标体系;5 个(占 29.4%)省(市)模糊提出了 1 级众创空间绩效评价指标,指标权重和评价细则缺失;

5 个(占 27.8%)省(市)出台了众创空间绩效评价政策,但未提供具体评价指标。因此,本文最终采用广州、上海、重庆、浙江、山东、江苏、河北、武汉等 14 省(市)众创空间绩效评价政策文本作为资料来源,有效样本占比为 60.9%。

(2)访谈数据。本文使用开放式问卷调查法获取众创空间发展质量评价访谈数据,研究团队分别于2016年8月、9月、12月在北京、武汉、深圳、中山、成都、海南等地众创空间实施访谈调研。受访众创空间类型包括投资驱动型、培训辅导型、活动聚合型、地产品思维型和综合创业生态体系型。一般而言,样本数量越大,则理论饱和度越高。依据 Fassinger 等^[25]的研究成果,以20~30个样本数为宜。本文采用理论抽样法,首先,抽取5家典型众创空间进行访谈,获取部分众创空间发展质量评价资料。其次,在第一次访谈数据的基础上,扩大样本研究范围直至研究类属达到饱和点。最后,进一步扩大样本抽样范围,再次验证类属饱和度。本文最终访谈36位来自35家众创空间的主要负责人,每次访谈均由3位以上研究人员参与,一人负责主提问,其余人员补充提问。访谈时,研究人员通过书面方式对要点进行记录,在征得访谈对象同意后同时进行录音。针对本研究涉及的访谈问题为“众创空间目前发展很快,您认为应该从哪些方面评价众创空间运营绩效(如获得A/B轮融资创业项目数量、创客数量、收入、入住项目、成功孵化的企业数量、创业服务能力、服务创业者数量、初创企业存活率等)”,共记录文档资料约1万字。访谈样本涵盖国家级众创空间14家,占35家众创空间的40%。从36位受谈者职位结构看,创始人7人,占比19.44%;总经理14人,占比38.89%;副总经理5人,占比13.89%;总经理助理2

人,占比5.56%;项目经理6人,占比16.67%;主任2人,占比5.56%。其中,有22家众创空间提出绩效评价指标,有效样本占比62.86%,13家众创空间提出评价指标设计建议,但未提供具体绩效评价指标。

综上所述,本文原始资料由政策文本和访谈资料构成,从中随机抽取12省政策文本和15家众创空间访谈资料进行编码分析,剩余2省和7家众创空间用于检验理论饱和度。本文遵循严格的扎根理论步骤,对文本资料进行编码和范畴化,并归纳建构理论模型,结合专家意见,对存在争议的概念和范畴进行修订和删减,以此提高研究信度和效度。

3 众创空间发展质量评价结构维度

3.1 开放式编码

为更好地分析政策文本和访谈资料内容,本文首先进行开放式编码,并按照“省份—政策资料编号—指标”和“众创空间编号—指标”编号。例如,编码“JS-4-7”表示江苏省众创空间绩效评价政策文本,政策资料编号为4中的第7个评价指标;“C₁₅₋₃”表示编号为C₁₅的众创空间中第3个绩效评价指标。通过对政策文本和访谈资料进行整理,共得到143条政策文本编码和87条访谈资料编码众创空间发展质量评价初始语句。通过多次对标签进行整理分析,本文共得到19个范畴(见表2)。

表2 开放式编码形成概念与范畴

编号	范畴	概念
1	创新创业者集聚度	ZJ-2-1 成功吸引入驻创新创业团队及上年度增量; TJ-7-1 吸引入驻的创客、创业团队数量; GZ-1-4 线上创客集聚情况; GZ-1-5 线下创客集聚情况; GS-10-2 入驻备案的团队数; C ₁₂₋₂ 创客质量; C ₁₆₋₁ 入驻项目数量
2	企业集聚度	C ₂₂₋₃ 企业数量; CQ-3-18 入驻科技型企业数; TJ-7-2 在众创空间注册成立的初创企业数量及与上一考核期相比的增量; C ₁₄₋₁₆ 新引进孵化企业数; ZJ-2-1 入驻企业数量及上年度增量
3	创业教育培训	GZ-1-10 创业教育培训; NX-13-1 开展培训辅导次数和培训人次; TJ-7-13 众创空间聘任的创业导师开展创业辅导服务的次数; C ₁₆₋₂ 开展专业创业集训营活动
4	创业交流活动	TJ-7-14 众创空间推荐参加创新创业大赛的项目数量和举办各类创新创业赛事的数量; HN-9-13 开展各类公益讲堂、创业论坛、创业训练营、投资路演、宣传推介及举办各类创新创业赛事等活动的案例和次数; JS-4-10 创业创新活动开展情况; WH-6-4 创业活动交流; CQ-3-13 组织开展项目路演、创新创业培训、商务政务等基本服务
5	技术创新服务	HB-5-4 利用网上技术市场等平台为创业者推介科技成果、撮合成果对接并成功转移转化的案例及次数; GZ-1-6 公共技术服务; GZ-1-7 其它科技服务; CQ-3-14 提供投融资、人才保障、知识产权、成果交易、市场渠道、供应链等专业服务情况; HN-9-8 为创业者提供或与高校、科研院所及第三方科技服务机构等合作提供检验检测、研发设计、小试中试等专业技术服务案例及次数; TJ-7-5 利用互联网手段建立线上创业服务平台, 为创业者提供各类创业服务
6	创业融资服务	ZJ-2-5 为创业企业进行创业融资的企业数、融资情况及上年度增量; GZ-1-8 提供投融资服务情况; GZ-1-9 创客获得投融资情况及成功孵化案例情况; JS-4-2 天使投资(种子)基金(资金)规模; WH-6-3 投融资服务能力; HN-9-10 建立投资基金或与天使投资人、创业投资机构建立合作关系, 以股权投资等方式成功为创业企业进行创业融资的案例和数量; C ₁₅₋₄ 企业融资率
7	企业孵化绩效	C ₂₁₋₁ 成功孵化的企业数量; C ₂₁₋₃ 初创企业存活率; C ₁₄₋₁₇ 优质企业培育情况(融资); SH-14-8 项目成立企业数; CQ-3-19 毕业科技型企业数; CQ-3-17 入驻企业产值; CQ-3-24 入驻企业利税; SH-14-10 新增获得知识产权企业数; C ₇₋₅ 成功孵化企业的质量; HN-9-7 成功从众创空间进入市场进行商业化运营的企业数量; C ₉₋₃ 服务企业(团队)数量
8	项目培育绩效	C ₁₄₋₂ 获得B轮融资创业项目数量; C ₁₁₋₁ 获得A轮融资创业项目数量; CQ-3-20 投融资项目个数及总额; C ₁₆₋₅ 天使轮; C ₁₃₋₂ 项目获得专业投资机构投资

续表 2 开放式编码形成概念与范畴

编号	范畴	概念
9	创新创业者培育绩效	CQ-3-22 创客团队注册成为企业数;C ₂₋₂ 服务创业者数量;NX-13-4 毕业团队注册企业数及其开展的业务情况;WH-6-6 服务创客数量;ZJ-2-8 推荐入驻孵化器、加速器、高新园区等的案例和数量及上年度增量
10	社会效应	CQ-3-21 带动就业人数;TJ-7-3 众创空间内初创企业实现就业人员数量
11	运营与管理制度环境	C ₉₋₂ 创业投资制度;SH-14-3 管理制度和运营模式;C ₁₋₄ 入孵企业毕业后对于空间的反馈帮扶机制;C ₁₉₋₃ 提供服务体系完善程度;CQ-3-11 入驻或签约合作的中介服务机构;JS-4-7 人员、场地、管理等运营投入;WH-6-7 利用互联网开展线上服务(含网站、微信、微博、APP 等);HN-9-2 财政补助资金管理情况;TJ-7-15 建设完善服务对象评估筛选、总量控制、毕业与退出机制,基本信息档案管理、信息报告和开放披露等运营管理制度和各项制度执行情况
12	创业导师队伍建设	ZJ-2-6 创业导师人数、创业辅导活动次数及上年增量情况;GZ-1-13 创业导师辅导服务情况;CQ-3-9 导师队伍规模和结构;HN-9-12 专(兼)职天使投资人、成功企业家、资深管理者、技术专家、市场营销专家等创业导师数量和辅导活动次数
13	空间硬/软件环境	GZ-1-1 创业工位数;GZ-1-2 创业配套硬设施;CQ-3-3 线下服务载体建设情况;WH-6-2 固定资产投入(含宽带、开源软硬件、装配工具、仪器设备、场地装修等);C ₁₄₋₁₀ 空间环境;WH-6-1 可自主支配的创业服务场地;GZ-1-3 创业配套软服务;CQ-3-4 线上服务平台建设情况
14	运营团队建设	C ₆₋₂ 运营团队专业化程度;C ₁₅₋₅ 资源对接能力;CQ-3-8 运营机构专职工作人员规模、结构及学历、能力;WH-6-5 运营管理团队;C ₄₋₂ 过程呈现
15	服务能力建设	C ₅₋₁ 创业服务能力;C ₁₂₋₆ 服务创业者职业能力;SH-14-11 每平米经济贡献度;C ₁₄₋₁₂ 基金设立;SH-14-5 开展公共服务;C ₁₋₆ 服务产品化能力;C ₄₋₁ 专业服务能力建设;TJ-7-6 签约并服务于创业者的各类创业服务机构(科研院所、大专院校、科技服务机构、专业代理机构、投融资机构等)的数量;YN-8-1 创业承载能力;YN-8-2 支撑服务能力
16	可持续发展能力	SD-12-2 可持续发展状况;YN-8-3 社会协作能力;C ₁₋₂ 可持续性创新氛围营造;C ₁₋₅ 空间可持续运营能力;SD-12-1 综合能力;SD-12-3 整体水平;C ₁₋₁ 众创空间承载内容;C ₇₋₃ 生存能力
17	财务绩效	C ₅₋₂ 收入;C ₁₂₋₈ 税收;C ₄₋₃ 印证成果;TJ-7-17 众创空间收入构成中服务及投资收入占总收入的比值;SH-14-2 上年度财务状况;CQ-3-6 争取各级财政资金情况
18	特色优势	JS-4-8 特色化、专业化服务质量;SH-14-13 各项荣誉称号;SH-14-14 当年孵化活动服务支持;HN-9-3 龙头企业围绕主营业务方向建设的众创空间;HN-9-4 科研院所、高校围绕优势专业领域建设的众创空间;HN-9-5 依托国家自主创新示范区等建设的各具特色的双创基地;C ₇₋₁ 服务差异;C ₇₋₂ 服务深度;CQ-3-1 运营机构性质(国有/国有参投/国有控股/民营/其它);CQ-3-2 众创空间类型(专业类/综合类);JS-4-1 备案级别(国家、省、市级);C ₁₆₋₃ 服务创新度及参与感
19	特色、成功的创业服务	HN-9-14 众创空间充分挖掘地方和自身资源,创新性地为创业者提供有效服务的案例;TJ-7-19 众创空间服务专员制度执行情况;TJ-7-20 服务模式在区域范围内的辐射效应及对当地创新创业文化氛围的营造能力;C ₁₃₋₃ 项目获得全国性商业创业大赛大奖;NX-13-3 获奖团队和企业数;C ₁₅₋₁ 投资案例;C ₁₅₋₂ 退出案例;TJ-7-9 众创空间及入驻创客、创业团队和初创企业获得各级政府部门支持的项目和荣誉数量;HN-9-11 与科技企业孵化器、加速器、高新园区合作为创业企业提供创业链条服务的案例和数量

3.2 主轴式编码

主轴式编码是指在开放式编码的基础上更好地发展主范畴,通过聚类分析在不同范畴之间建立关联。本文研究发现,表 2 范畴之间存在一定逻辑推理关系,于是归纳出 6 个主范畴,各主范畴及对应的开放式编码范畴见表 3。

在表 3 中,各主范畴含义如下:社会影响力是指众创空间对创业者和企业的吸引程度;创新创业服务内容是指众创空间为创业者和企业提供的基础性和关键性服务内容;创新创业服务成效是指众创空间服务和培育创业者和初创企业取得的综合效果;创新创业服务能力是指众创空间为创业者和初创企业提供创业辅导、技术支撑、资源搭建等方面的能力;创新创业服务环境是指众创空间为保障创业者和初创企业正常运转,在管理制度、空间硬件和软件方面营造的服务环境;特色服务与品牌建设是指众创空间围绕自身特色

和优势,着力塑造的凸显自身能力的独特创新创业服务。

3.3 选择式编码

选择式编码是在前两个阶段的基础上,探讨核心范畴与其它范畴之间的联系,并将其进一步抽象化。通过对原始资料、初始概念和范畴系统进行分析、梳理,本研究核心问题可范畴化为众创空间发展质量评价结构维度及其作用模型(见图 1)。

3.3.1 模型阐释

众创空间是在互联网/分享经济背景下驱动创新发展战略的新平台^[26],主要是为创客、创新创业者提供低成本、便利化、全要素、开放式创新创业服务。本文从“社会认知—社会情感—社会评价”3 个方面对图 1 理论模型进行阐释,这是一个典型的“认知—态度—行为”理论框架。

表 3 主轴式编码

编号	主范畴	对应范畴	关系内涵
1	社会影响力	创新创业者集聚 企业集聚	在激烈竞争和高度不确定环境中,众创空间社会影响力在一定程度上成为其核心竞争力之一,体现在创新创业者和企业集聚程度等方面。因此,通过社会影响力指标,能够间接体现众创空间在特定区域、特定行业中的表现 创新创业服务内容能够直接体现众创空间真实的服务过程,培训、交流、技术、融资等服务内容既是我国建设众创空间的初衷,孵化、培育创新的源头,也是创业者和初创企业亟需的资源。因此,将众创空间创新创业服务内容作为其发展质量指标能够客观反映众创空间创新创业服务水平 企业、项目、创新创业者培育绩效是众创空间发展质量的直接体现,是众创空间在创新创业服务结果方面的关键量化指标。但众创空间作为培育创新源头的载体,服务成效只能作为众创空间发展质量评价参考指标之一 优质众创空间与强大的创业服务能力密不可分,创业导师队伍、服务能力、运营团队、特色都是凸显众创空间创新创业服务能力的重要要素,关系着创业者能否及时、准确地获取所需资源,也是创业者认可和接受众创空间的核心标准。 创新创业服务能力指标是众创空间专业化、差异化程度的最直接表现 良好的创新创业环境是创业者开展创业活动的基本条件之一,完善的空间硬件、软件、运营与管理制度环境,既能体现空间管理规范程度,又能呈现空间价值理念和服务文化。因此,众创空间环境指标能够反映空间管理水平和服务理念 众创空间可持续发展能力、财务能力和社会效应是空间品牌建设的重要内容,对于形成空间社会口碑具有十分重要的作用。同时,特色、成功的创业服务也是众创空间向外展示自身实力的重要方面,凸显了社会对众创空间的认可。因此,特色服务与品牌建设指标也是众创空间发展质量参考指标
2	创新创业服务内容	创业教育培训 创业交流活动 技术创新服务 创业融资服务 企业孵化绩效	
3	创新创业服务成效	项目培育绩效 创新创业者培育绩效 创业导师队伍建设	
4	创新创业服务能力	服务能力建设 运营团队建设 特色优势	
5	创新创业服务环境	运营与管理制度环境 空间硬/软件环境	
6	特色服务与品牌建设	可持续发展能力 财务绩效 社会效应 特色的成功创业服务	

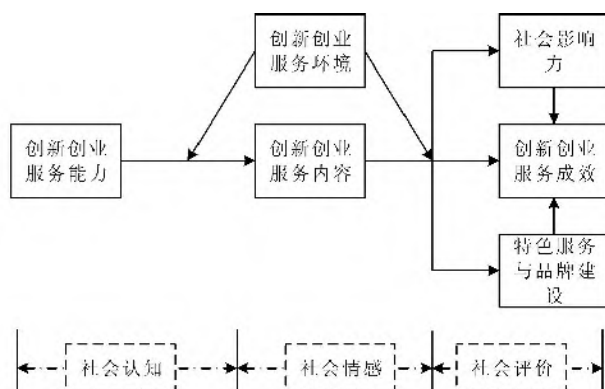


图 1 众创空间发展质量评价结构维度及其作用模型

(1) 社会认知阶段。创新创业服务能力是影响众创空间兑现资源承诺的最直接因素,资源承诺为创业者创业机会开发提供了更多机遇并能降低不确定性^[10],是众创空间竞争力的直接体现,也是高质量资源信号^[27],更是创业者信赖众创空间的重要依据,关系着创业者能否精准、及时地获取所需资源。众创空间提供的创业服务内容由创新创业服务能力决定,正如某众创空间经理提到:“每个团队都有自己擅长的领域和方向,我们偏向于智能硬件和生物医药领域,依据整个团队背景,我们最早将其定位于投资机构与企业之间的翻译器,因为创始人并不清楚投资机构想什么,需要什么,但是我们清楚,我们跟这些早期企业对接,告诉他们在这个领域适合做什么,这是比较重要的。”这表明,众创空间创业服务能力由其运营团队、导师队伍、基础资源实力等构成,进而决定众创空间在创业交流、培训、融资、技术支撑等方面的创业服务,最终,影响创

业者对创业资源的获取及对众创空间的信任,直观反映在众创空间社会影响力、创业服务成效和品牌建设等方面。

(2) 社会情感阶段。社会情感是众创空间与创业者在互动过程中形成的一种积极情感,这种情感建立在众创空间为创业者提供良好的空间环境和异质性资源的基础上。空间硬/软件环境是创业者开展创业活动的基本条件,社交环境是创业者在众创空间中共创和分享知识的生态网络^[28],制度环境则为创业者项目管理、融资、服务提供制度保障,共同影响众创空间与创业者之间的情感,体现了众创空间的文化亲近性和价值主张^[10]。创业辅导、交流、路演、融资等创业服务能够提升创业者“获得感”,也是社会评价众创空间影响力、服务成效和品牌价值的直接来源。正如某众创空间负责人所言:“我们做的最成功的一件事就是入驻空间的创业者非常信任我们,当他们遇到困难时,最先想到的就是第一时间联系我们,这与我们提供的良好的空间管理环境和服务密不可分。”众创空间服务环境能够提高创业服务能力对创业服务内容的影响。例如,线上服务平台拓宽了空间网络资源对接渠道,能够弥补线下服务能力不足,创业项目评估、筛选、退出机制能够保障运营管理者将更多精力和优质资源对接给具有潜在价值的创业项目及团队,进而避免资源分散导致的核心能力弱化风险。

(3) 社会评价阶段。社会评价是指创业者根据众创空间披露的财务状况、创业者服务成效、初创企业服务成效等信息作出价值判断,直接影响创业者对众创空间的感知和信任^[10]。例如,某位创业者选择微软黑

科众创空间的原因是:“他们可以享受微软提供的云计算、大数据、物联网等技术服务,能够帮助团队完善关键技术,接轨国际市场。”这说明,创业者选择偏好众创空间显性绩效的影响,高绩效意味着众创空间能够提供更多高质量、精准性资源^[29],彰显了自己在行业中的优势地位,创业者通过价值判断能够推断众创空间创业服务能力和内容。众创空间也可通过完善创业投资制度、服务体系等增强创业服务内容对社会的影响力、提高创业服务成效和品牌建设。

综上所述,众创空间发展质量评价结构包含6个维度,并遵循创业者“认知—态度—行为”逻辑框架,即创新创业服务能力通过创新创业服务内容对社会影响力、创新创业服务成效实施影响,且创新创业服务环境调节5个维度之间的作用关系。

3.3.2 理论饱和度检验

理论饱和度是指所有类属在属性、维度和变化形式等方面都获得了充分发展^[23]。为检验理论饱和度,本文对剩余省份政策文本和众创空间访谈资料内容进行编码分析,举例如下:

(1)HB-5-6 创业导师人数、创业辅导活动次数及上年增量情况(创业导师队伍建设)。

(2)GZ-11-1 开展的培训辅导次数和培训人次(创业教育培训)。

(3)HB-5-8 推荐入驻孵化器、加速器、高新园区等案例和数量及上年度增量(创新创业者培育)。

(4)C₁₉₋₂ 成功孵化的数量(企业孵化绩效)。

(5)C20-2B 轮融资的项目(项目培育绩效)。

本文对剩余2省和7家众创空间文本资料进行开放式编码分析发现,并未出现新初始概念和范畴,同时未产生新关系。因此,本文构建理论模型是饱和的。

4 众创空间发展质量评价指标体系构建

综上所述,本文认为,众创空间发展质量评价要着重突出培育创新创业源头,以及对创业者和初创企业培育过程的评价导向,凸显动态性特征。结合扎根理论分析结果,本文从社会影响力、创新创业服务内容、创新创业服务能力、创新创业服务成效、创新创业服务环境、特色服务与品牌建设6个方面构建众创空间发展质量评价指标体系,从管理、能力、品牌3个方面对众创空间发展质量进行评价(见表4)。其中,创新创业服务能力、创新创业服务成效主要用于评价众创空间能力培育状况,重点反映导师队伍、运营团队结构、专业化程度、盈利能力、创业者培育成效等综合效果,包含7个二级指标共17个三级指标;从创新创业服务内容、创新创业服务环境对众创空间管理建设情况进行评价,全面了解空间建设、制度完整性、创业培训等服务内容频率和效果等,包含6个二级指标共20个三级指标;品牌塑造主要从社会影响力、特色服务与品牌建

设方面进行评价,重点评估空间品牌价值、社会效益、可持续发展能力、特色等,包含6个二级指标共16个三级指标。

5 结论与讨论

本文运用扎根理论方法,基于中国内地14省市众创空间发展质量评价政策文本和22家众创空间质性调查数据,归纳、提炼众创空间发展质量评价结构维度,从“社会认知—社会情感—社会评价”动态逻辑角度阐释各结构维度之间的关系,体现了评价指标体系的动态性特征,呼应了本文提出的发展质量概念,并构建了一套包含6个一级指标、19个二级指标和54个三级指标的众创空间发展质量评价指标体系,从动态视角丰富了现有研究成果。本文研究结论对于推动众创空间发展质量评价指标体系建设和实践具有重要参考意义。

(1)创客、创新创业源头培育和初创企业孵化应作为评价指标体系重点评价内容。自2015年我国实施“大众创业、万众创新”、“互联网+”行动战略以来,作为支撑载体之一的众创空间呈“井喷”发展态势,我国着力推动众创空间发展的初衷是提升自主创新能力、培育和扩大创新源头,极大程度上激发了全民创造力。因此,在开发设计众创空间发展质量评价指标体系时,应以创客、创新创业源头培育和孵化初创企业为评价内容,并应重点评价众创空间提供创新创业的服务过程,而相对弱化绩效产出指标。

(2)管理建设、能力培育和品牌塑造应成为评价指标体系建构方向。当前,众创空间面临经营不善、同质化严重、无盈利模式和入驻率低等发展困境^[30],构建生态网络成为解决这些困境的关键路径之一,构成这一生态网络的要素主要包含身份建构、文化亲近、资源承诺、价值主张和服务嵌入^[10]。由此,众创空间需要通过完善管理制度、强化创业服务能力等方式完成品牌塑造,进而推动众创空间实现专业化、差异化发展,强化行业竞争力和提高创业者参与度。因此,在构建众创空间发展质量评价指标体系时,应将管理建设、能力培育和品牌塑造作为评价其发展质量的落脚点。

(3)差异化配置不同类型众创空间质量评价指标体系维度权重。本文未对众创空间发展质量指标体系维度权重展开深入讨论。因众创空间类型较多,其可划分为投资培训型、共享办公型、融资服务型、专业服务型、媒体平台型、创客孵化型等类型^[31]。因此,本文采用德尔菲法和层次分析法(AHP),在确定每个维度权重过程中较难取得较高的一致性检验结果,主要受专家来源的影响,不同类别众创空间会影响专家评价偏好。但通过实地调研发现,众创空间类别差异显著影响众创空间发展质量评价结果的客观性、公正性、科学性和有效性。因此,本文认为,可以基于同一发展质

量评价指标体系,采用差异化维度权重,分类评价众创空间发展质量。例如,投资培训型的主要目标是充分利用丰富的人脉资源,辅助提升创业者综合能力,评价此类型众创空间时应更偏向于创新创业服务内容、创业教育培训、创业导师队伍建设。创客孵化型的主要

目标是为创客提供互联网开源硬件、开放实验室、加工车间、产品设计辅导和创意交流空间,创新创业服务能力、创新创业服务环境、创新创业服务是此类众创空间的重点评价内容。

表 4 众创空间发展质量评价指标体系框架

一级指标	二级指标	三级指标	一级指标	二级指标	三级指标
社会影响力	创新创业者集聚度	入驻创客、创业团队数量	运营与管理制度环境		创业投资制度完善度
		入驻创客、创业团队质量			评估筛选、毕业与退出机制、反馈帮扶机制、信息披露完善度
		入驻创客、创业团队年度增长量			服务体系完善度
		入驻(科技型)企业数量			
创新创业服务内容	企业集聚度	入驻企业年度增长量	创新创业服务环境	空间硬/软件环境	创业工位数
		空间内注册成立的初创企业数量			可自主支配的创业服务场地面积
	创业教育培训	开展创业培训辅导次数			固定资产投入
		创业培训辅导人数			线上服务平台完善度
		专业创业集训营活动次数		可持续发展能力	可持续创业氛围营造程度
		组织举办各类创新创业赛事数量			社会协作程度
	创业交流活动	推荐参加创新创业大赛项目数量	社会效应		空间内初创企业实现就业人员数量
		组织创新创业交流活动次数			
		投资路演、论坛、公益讲座等次数			收入与税收
		提供公共技术服务次数			
创新创业服务成效	技术创新服务	利用平台推介、撮合、转化成果次数	特色服务与品牌建设	财务绩效	获得的财政资金
		对接高校、科研院所及第三方科技服务机构为创业者提供技术服务次数			服务与投资收入占总收入的比重
		创业融资企业数及年度增长量			项目获得全国性创业大赛大奖数
		与投资基金、天使投资人、创投机构建立合作关系数			
	创业融资服务	天使投资(种子)基金规模		特色、成功的创业服务	获奖创业团队与企业数
		成功孵化的企业数			获得各级政府部门支持的项目与荣誉数
	企业孵化绩效	初创企业存活率	创新创业服务能力	创业导师队伍建设	运用地方与自身特色资源创新性的服务创业者和企业的数量
		成功孵化的优质企业数量			创业导师队伍规模和结构
		新增获得知识产权企业数量			创业导师创辅活动次数及增长量
		入驻企业产值与利税			每平米经济贡献度
项目培育绩效		获得 A/B 轮融资的创业项目数量	运营团队建设	服务能力建设	签约各类创业服务机构数量
					运营团队人员规模、结构、学历
					备案级别(国家、省市)
				特色优势	专业化程度(依托龙头骨干企业、国家自主创新示范区、高校科研院所程度)
					各项荣誉称号

续表4 众创空间发展质量评价指标体系框架

一级指标	二级指标	三级指标	一级指标	二级指标	三级指标
	创新创业者培育绩效	创业者/创客注册成立企业数量 专业投资机构投资创业项目数量 推荐入驻加速器、高新园区等的创业者/创客数量 服务创业者/创客数量	—	—	—

本文研究局限性主要表现在以下几个方面:①受研究样本局限,在政策文本资料方面基本实现了全覆盖,而在访谈样本选择方面略显不足;②并未结合众创空间类型确定众创空间发展质量评价指标体系各维度权重,未来将重点对此展开分类研究。

参考文献:

- [1] 刘东,陆海晴.众创空间:遍地扶持下的“过剩”隐忧[N].21世纪经济报道,2015-10-01.
- [2] 李燕萍,陈武,李正海.驱动中国创新发展的创客与众创空间培育:理论与实践[J].科技进步与对策,2016(20):154-160.
- [3] 钱卓.新建“众创空间”最高补助500万元[N].青岛日报,2015-12-29.
- [4] 解鸿震.“众创空间”将享补贴[N].楚天金报,2015-05-09.
- [5] 李燕萍,陈武.中国众创空间研究现状与展望[J].中国科技论坛,2017(5):12-18.
- [6] 张力,周勇涛,戚汝庆.基于在孵企业面板数据的孵化器绩效分析[J].软科学,2016(11):5-9.
- [7] 范金,赵彤.孵化器内初创型科技企业绩效综合评价[J].南京社会科学,2014(7):27-34.
- [8] 国务院.国办发〔2015〕9号:国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见[Z].北京:国务院办公厅,2015.
- [9] 符运能.管理学理论与应用[M].北京:中国纺织出版社,2015:325-326.
- [10] 李燕萍,陈武,陈建安.创客导向型平台组织的生态网络要素及能力生成研究[J].经济管理,2017(6):101-115.
- [11] CARAYANNIS E G, ZEDTOWITZ M V. Architecting global (global-local), real-virtual incubator networks (GRVNs) as catalysts and accelerators of entrepreneurship in transitioning and developing economies: lessons learned and best practices from current development and business incubation[J]. Technovation, 2005, 25(2): 95-110.
- [12] 胡海青,李浩.孵化器领导力与孵化网络绩效实证研究[J].管理评论,2016(3):164-172.
- [13] MESSEGHEM K, BAKKALI C, SAMMUT S, et al. Measuring nonprofit incubator performance: toward an adapted balanced scorecard approach[J]. Journal of Small Business Management, Forthcoming, 2017.
- [14] ROBERT H, GAUTAM V, WALSH S T, et al. The role of economic cluster perspectives in regional economic development[J]. World Technopolis Review, 2014, 3(1): 17-29.
- [15] 王再进,徐治立,田德录.中国科技创新政策价值取向与评估框架[J].中国科技论坛,2017(3):27-32.
- [16] 张力.企业孵化器研究前沿与突破方向探析[J].外国经济与管理,2010(6):17-22.
- [17] SCHWARTZ M. A control group study of incubators' impact to promote firm survival[J]. The Journal of Technology Transfer, 2013, 38(3): 302-331.
- [18] BARBERO J L, CASILLAS J C, RAMOS A, et al. Revisiting incubation performance: how incubator typology affects results [J]. Technological Forecasting & Social Change, 2012, 79(5): 888-902.
- [19] 牛玉颖,肖建华.智力资本视角下的科技企业孵化器绩效评价研究[J].科技进步与对策,2013(3):117-122.
- [20] LÖFSTEN H, LINDELÖF P. R&D networks and product innovation patterns—academic and non-academic new technology-based firms on Science Parks[J]. Technovation, 2005, 25(9): 1025-1037.
- [21] MIAN S, LAMINE W, FAYOLLE A. Technology business incubation: An overview of the state of knowledge[J]. Technovation, 2016(50): 1-12.
- [22] VANDERSTRAETEN J. Incubator strategy and the Brazilian institutional context: Influences on incubator performance [C]//. Academy of management Proceedings, 2014(1): 14122.
- [23] STRAUSS A, CORBIN J. Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory [M]. Sage Publications, Inc, 1998.
- [24] 刘志阳.优化创新创业生态环境[N].光明日报,2016-12-07.
- [25] FASSINGER R E. Paradigms, praxis, problems, and promise: grounded theory in counseling psychology research[J]. Journal of Counseling Psychology, 2005, 52(2): 156-166.
- [26] 陈武,李燕萍.驱动创新发展的动力模式演变[J].科技管理研究,2017(14):1-5.
- [27] VANACKER T, FORBES D P. Disentangling the multiple effects of affiliate reputation on resource attraction in new firms[J]. Organization Science, 2016, 27(6): 1525-1547.
- [28] SOLBERG C A, DURRIEU F. Access to networks and commitment to internationalisation as precursors to marketing strategies in international markets[J]. Management International Review, 2006, 46(1): 57-83.
- [29] BENJAMIN B A, PODOLNY J M. Status, quality, and social order in the California wine industry[J]. Administrative Science Quarterly, 1999, 44(3): 563-589.
- [30] 艾媒咨询.2016年中国孵化器发展现状专题研究报告[R].香港:艾媒咨询集团,2016.
- [31] 前瞻产业研究院.2017-2022年中国众创空间发展模式与投资战略规划研究报告[R].深圳,2017.

(责任编辑:王敬敏)

DOI: 10.13317/j.cnki.jdskxb.2017.078

[人力资源管理研究] 特约主持人 陈建安

众创平台管理者创业服务能力结构及其生成逻辑

——基于创业需求—资源分析视角

李燕萍^{1,2}, 秦书凝¹, 陈武^{1,2}

(1. 武汉大学 经济与管理学院; 2. 武汉大学 中国产学研合作问题研究中心, 湖北 武汉 430072)

摘要:众创空间平台组织管理者创业服务能力结构包含文化塑造、生态互动、思维革新、经验迁移和资源嵌入五个维度。遵循“创客入驻—创业孵化”阶段性行为逻辑,基于创业需求—资源分析框架,管理者创业服务能力随创业需求—资源要素的变化而变化,文化塑造、生态互动能力主要在入驻阶段满足创客集聚、品牌辐射等创业需求—资源要素;思维革新、经验迁移和资源嵌入能力主要在孵化阶段满足创新服务、创业培训、创业融资等创业需求—资源要素。文化塑造、生态互动则在思维革新、经验迁移的调节作用下对资源嵌入实施影响。研究众创平台管理者创业服务能力对政府决策、组织管理实践和众创空间管理者职业开发具有参考价值。

关键词:众创空间;平台组织;管理者;创业服务能力;创业需求—资源

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-6604(2017)06-0062-11

一、问题的提出

“管理传统企业,我们是主导者角色,客户会来迎合我们的需求,而在互联网时代下管理平台组织,我们是服务者角色,我们需要去主动挖掘和满足客户(指通过平台连接的多方)的需求”,某众创空间平台组织(简称“众创平台”)负责人说道。可见,在互联网背景下,传统企业组织的管理者要管好平台组织,具有较大的挑战性,那么,何种管理者职业能力更加匹配平台组织情境?对于众创空间平台组织,管理者职业能力主要表现为创业服务能力,管理者的创业服务能力直接决定了众创空间平台组织的创业服务能力。针对这一问题,本文将重点探究何种管理者创业服务能力更加契合众创空间平台组织的生存与发展需要,创业服务能力又是如何生成。

近年来,以海尔为代表的企业内部平台组织和以众创空间为代表的外部平台组织已经成为推动中国大众创业、万众创新的重要载体^[1],也是实现创新与赶超、储备创新空间的关键举措之一。平台组织是一种能在新兴的商业机会和挑战中构建灵活的资源、惯例和结构组合的组织形态^[2],能够实现价值链创新、协作关系创新和资源配置创新^[3]。同时,众创空间平台组织是一种为促进双边或多边开展交流互动,以提升参与者创新能力并满足其异质性需求为目标,在互联网背景下构建的一种能够对资源进行快速聚散与迭代的生态网络^[4]。

然而,众创空间平台组织深陷同质化、缺乏对接渠道和互动模式、服务能力和自我造血能力差、商业模式不清晰、运营管理人才不足等生存与发展的困境^[5],一方面源于众创空间增长速度过快,近3年的发展,中国众创空间已超过4200家^[6];

收稿日期: 2017-10-11

基金项目: 国家社会科学基金重大项目(15ZDC014); 广西壮族自治区中青年教师基础能力提升项目(2017KY1010); 中央高校基本科研业务费专项资金资助(2016002)

作者简介: 李燕萍,教授、博士生导师,中国产学研合作问题研究中心主任,从事人力资源管理研究; 秦书凝,硕士研究生,从事人力资源管理研究; 陈武,博士研究生,从事人力资源管理研究。

主持人简介: 陈建安,武汉大学管理学院副教授,硕士研究生导师,管理学博士,中国产学研合作问题研究中心副主任,从事人力资源管理研究和创业管理研究。

另一方面缺乏良好的管理团队也是制约众创空间发展的关键“瓶颈”^[7]。这充分说明传统企业组织管理者的职业能力在推动平台组织发展方面遇到了挑战。纵观已有文献,国内外学者针对管理者职业能力议题开展了一系列研究,职业能力作为能力的一种特定形式,是指个体将其知识、技能、态度等进行迁移、整合而成的胜任职业任务的能力^[8]。从个体层面看,职业能力能促进个体在工作或角色中的成功表现^[9]¹⁹⁷,具备特定的职业能力成为高绩效个体的特征^[10]¹⁻⁹。从组织层面看,个体成员的职业能力是组织能力的基础^[11]⁶³。如Bo-yatzis评估了12个组织41个管理岗位2000名管理者,发现管理者职业能力包含目标与行为管理、领导力、人力资源、指导下属、关注他人、专业知识六个维度^[12]¹⁹¹⁻²⁰⁴。Quinn等人的实证研究界定了管理者24种能力,并将其归纳为8种管理角色:生产者、指导者、监督者、协调者、导师、辅助者、捐客、革新者^[13]³¹²⁻³²⁹。Winterton等人指出未来成功的管理者的职业能力包含关键能力和重要能力两个层面,关键能力包括拥有技术专家的知识、超越局部边界的眼光和执行能力、学习和创新、管理变化、灵活性等;重要能力包括促进技能、跨国交流、自力更生、从经验中学习等能力^[14]¹⁶。王重鸣和陈民科调查了5个城市51家企业的220名中高层管理者,检验了管理者能力包含管理素质和管理技能两个维度^[15]。李爽等通过访谈高级职业经理人得出管理者应具备认知基质、组织协调、领导力、个性倾向和自我调节五大能力^[16]。上述研究均是基于传统企业组织情境下展开的,而在互联网背景下诞生的众创空间平台组织,更加强调管理者的热情、分享、开放、包容等特质,这些特质从侧面反映了众创空间平台组织需要

管理者具备互联网思维下的创业服务能力。因此,本文采用扎根理论方法,以创业需求—资源为分析框架,探讨众创空间平台组织管理者创业服务能力的结构及其形成机理。

二、研究设计

(一) 研究方法

扎根理论旨在从经验资料中概括、提炼出对现象的新理解和新认识,适合缺乏理论解释或现有理论解释力不足的研究领域。目前与平台组织管理者职业能力相关的理论研究比较匮乏,因此,本研究通过理论抽样,运用扎根理论方法对众创空间平台组织管理者的创业服务能力结构及其形成机理进行探索性研究。

(二) 样本选取

质性研究的抽样必须要保证样本资料能反映研究对象的深度和广度^[17]¹²¹⁻¹⁵⁴,根据理论抽样方法,本研究选取具有代表性的受访对象和相关资料,确保样本的信息丰富性和理论贡献度。本研究以众创空间管理者为研究对象,研究样本涵盖我国北京、天津、上海、江苏、浙江、广东、海南、湖北、四川9个省、市的46家众创空间的46位管理者,详见表1。从区域分布看,东部地区的众创空间28家,占比60.87%;中部地区的众创空间16家,占比34.78%;西部地区的众创空间2家,占比4.35%,这与我国众创空间地域发展态势基本一致^[6]。其中,国家级众创空间37家,占比80.43%;其他众创空间9家,占比19.57%。从管理者职位结构看,创始人与总经理各17位,均占比36.96%;副总经理5位,占比10.87%;执行董事4位,占比8.70%;项目经理1位,占比2.17%;主任2位,占比4.35%。

表 1 众创空间管理者基本情况

编号	众创空间名称	访谈人数	职位	资料来源	地区	是否国家级众创空间	有效原始语句(条)	用途
A1	创客坊	1	创始人	网络访谈	四川	是	8	建模
A2	四川大学科技园	1	主任	现场访谈	四川	否	3	建模
A3	光谷创大众众创空间	1	总经理	座谈会访谈	湖北	否	2	检验
A4	光电工研院众创空间	1	总经理	座谈会访谈	湖北	否	3	建模
A5	光谷创客空间	1	创始人	座谈会访谈、会议观摩	湖北	是	2	检验
A6	创赢咖啡	1	总经理	座谈会访谈	湖北	是	2	建模
A7	光谷东科创星	1	总经理	座谈会访谈	湖北	是	3	建模
A8	光谷微创新实验室	1	创始人	座谈会访谈	湖北	是	2	检验

续表

编号	众创空间名称	访谈 人数	职位	资料来源	地区	是否 国家级 众创空间	有效 原始语句 (条)	用途
A9	启明星空创客空间	1	总经理	座谈会访谈	湖北	是	3	建模
A10	光谷青桐园创业咖啡	1	执行总经理	座谈会访谈	湖北	是	4	检验
A11	去创吧	1	创始人	座谈会访谈	湖北	是	5	建模
A12	烽火创新谷众创空间	1	总经理	座谈会访谈	湖北	否	5	建模
A13	梦想家孵化器	1	总经理	座谈会访谈	湖北	是	6	建模
A14	天使翼	1	总经理	座谈会访谈	湖北	否	2	建模
A15	武汉光谷创业咖啡	1	项目经理	现场访谈、座谈会访谈、会议观摩	湖北	是	3	建模
A16	高投众创·梦想集装箱	1	总经理	座谈会访谈	湖北	否	2	建模
A17	创库咖啡	1	总经理	座谈会访谈	湖北	是	2	建模
A18	5.5 创意产业园	1	副总经理	网络访谈、会议观摩	湖北	否	2	建模
A19	车库咖啡	1	副总经理	现场访谈	海南	否	3	检验
A20	海口国家大学科技园	1	主任	现场访谈	海南	否	3	建模
A21	科技寺	1	创始人	搜狐焦点	北京	是	6	建模
A22	京西创业公社	1	董事长	首钢日报	北京	是	10	建模
A23	虫洞创业之家	1	创始人	中国科技网	北京	是	4	建模
A24	小马创业村	1	创始人	搜狐公众平台	上海	是	10	建模
A25	UCloud 创业加 U 站	1	CEO	搜狐公众平台	上海	是	8	建模
A26	一点咖啡	1	创始人	优酷网	上海	是	11	建模
A27	极地国际创新中心	1	创始人	《留学》	北京	是	9	检验
A28	蜂巢咖啡	1	创始人	莞商网	广东	是	3	建模
A29	广东创业工场	1	负责人	闹客邦公众号	广东	是	5	建模
A30	大家艺术区众创空间	1	执行董事	东莞阳光网	广东	是	2	建模
A31	大公坊创客基地	1	CEO	深圳人才工作网	广东	是	4	建模
A32	洪泰创新空间	1	创始人	搜狐公众平台	北京	是	7	检验
A33	启点咖啡	1	创始人	苏州新闻网	江苏	是	4	建模
A34	36 氩孵化器	1	创始人	新闻观止公众号	江苏	是	7	建模
A35	蒲公英孵化器	1	总经理	中国青年网	江苏	是	2	建模
A36	创业蜂房	1	创始人	浙江日报	浙江	是	4	建模
A37	福云创咖	1	执行董事	杭州每日商报	浙江	是	7	建模
A38	创投圈	1	CEO	《财经界》	北京	是	6	检验
A39	唐山电商众创空间	1	负责人	物流唐山	天津	是	3	检验
A40	华创俱乐部	1	会长	CH 众创联盟公众号	上海	是	4	建模
A41	蚂蚁创客空间	1	创始人	新华网	上海	是	4	建模
A42	鸣新坊	1	执行董事	鸣新坊豆瓣主页	上海	是	2	检验
A43	苏河汇	1	创始人	苏河汇官网	上海	是	5	检验
A44	IC 咖啡	1	总经理	浦东时报、上海市人社网	上海	是	3	建模
A45	腾讯众创空间(上海)	1	总经理	新华网	上海	是	4	建模
A46	星创工场	1	副总经理	无锡科技网	江苏	是	4	建模

（三）资料收集与处理

本研究的资料收集包括两个部分。第一部分通过三种途径实现：一是在众创空间现场根据访谈提纲对管理人员进行一对一的深度访谈；二是通过微信、QQ、邮件等网络通信方式从众创空间管理者处获取一手资料；三是在武汉高新区管委

会召开的众创空间调研座谈会上获取管理者的发言录音或书面材料。前两种途径的访谈问题是“您认为众创空间专业管理者所需的最重要的能力是什么”，并根据捕捉到的信息进一步追问、补充。第二部分通过网站、微信公众号等互联网渠道搜索众创空间管理者的访谈材料中围绕职业能

力的部分。在资料收集完成后,我们将收集到的录音、视频转化为文字稿,并按照职业能力的定义与特征进行筛选,剔除与职业能力无关的样本,最终得到 46 份样本资料,约 3.3 万字。

本研究随机抽取 35 位管理者文本资料进行编码分析,其余 11 位用于理论饱和度检验。在进行编码时,本研究将新得到的概念、范畴与已形成的概念、范畴不断进行比较分析,保证在编码时及时发现问题,并返回原始资料对其进行修正;同时,保留编码记录,对样本资料的编码过程和结果进行记录;最后,对存在争议的概念、范畴,结合专家提出的建议和意见进行修正,使编码结果更为

准确。

三、众创空间管理者创业服务能力结构模型构建

(一) 开放式编码

开放式编码是将原始资料揉碎分析并重新整合以形成概念和范畴。我们将原始资料逐字逐句分析,并尽量在不改变原始资料意思的基础上界定初始概念,得到 203 条原始语句及其对应的概念。经过筛选、过滤层次较低、重复性较强的概念,我们最终得到 19 个范畴。开放式编码得到的范畴、概念及有代表性的原始语句,如表 2 所示。

表 2 开放式编码及其示例

范畴化	原始语句(概念化)
职业兴趣	A1-1“创客空间本身是基于兴趣和 DIY 爱好的线下社区,因此兴趣是第一位的”(兴趣)
	A37-6“开创咖是一个爱好,有他的价值和意义”(爱好)
	A2-1“要把自己真正融入众创空间的工作中去”(工作投入)
创客精神	A9-3“创新不可一蹴而就,无论是管理者还是团队成员,都应该有扎根行业 3~5 年及以上的决心”(扎根心态)
	A21-4“但我们要保持初心,如果用急功近利的心态去做,坚持不下来”(保持初心)
	A24-8“在不断筛选投资项目的过程中,也在实现着自己的创业梦,人生苦短,如果不做点自己认可的事情会充满遗憾”(创业梦)
组织氛围培育	A34-2“我把这件事当作社会价值来做,做出了社会价值,就不愁没有商业价值”(追求社会价值)
	A22-5“虽然当时总加班,但我们很快乐,因为我们有共同的事业心和创业信仰”(共享价值观)
	A33-4“营造能轻松互动的创业氛围,给创业者提供一个创意激荡、自由分享的‘窝’”(营造创业氛围)
战略性思维	A1-5“善于把活动和比赛中好的作品和团队,往商业成果转化方面引导”(市场嗅觉)
	A9-1“众创空间飞速发展,如何研判未来趋势,并结合自身优势,明确自身定位和未来发展的方向至关重要”(趋势判断)
	A13-4“敏锐的投资驱动能力”(投资嗅觉)
创新性思维	A25-2“跟随形势看方向”(政治嗅觉)
	A34-1“我们之所以能做出来,是因为我们一开始就定位在新媒体”(定位准确)
	A11-1“我的理解是对新思维的认可,随着今天滴滴收购 Uber 这样划时代的事件发生,会有更多的人认同众包、理解众包,更多传统企业的人开始接受众包,我们想做的事情就容易实现了,这在当时还是非常超前的思维”(认可新思维)
批判性思维	A22-1“用互联网思维做创业‘孵化器’”(互联网思维)
	A34-5“这个绝对是属于创新、创意,对吧,别的不说,至少是上海第一家,把金融服务和创业结合起来”(勇于创新)
	A1-8“深层了解入驻团队的困难点和瓶颈区域,切实帮助入驻团队”(分析性思维)
生态构建	A17-2“能运用投行的思维帮助孵化项目融资”(跨领域思维)
	A34-4“很多东西都在往目标原点慢慢挪,但如果你没看到原点,你就会认为这是对现在我们生活体系的颠覆和破坏,好比我带你走一条路,路的尽头是城市,你不愿意离开你的小木屋,你习惯了生活在小木屋里。你处在还没有反应过来的那几秒里。这几秒里的博弈会非常激烈”(开放性思维)
	A30-1“乃至于说跟整个的文化创意产业园上下游有关系,能为里面的文创企业营造一个更好发展的生态环境”(营造良好生态环境)
	A37-3“创业咖啡馆其实可以扮演很多角色,一家创咖基于这个产业链可以开七家公司,在找到战略伙伴后,福云创咖就能把这些角色交给专业的合作伙伴”(构建产业服务链)

续表

范畴化	原始语句(概念化)
社会互动	A1-4“具备社区运营思维,能够通过线上线下的活动比赛把DIY和科技爱好者聚集起来”(社区运营能力)
	A13-3“需要具有丰富的媒体驱动能力”(媒体驱动能力)
	A37-5“盈利真的不是我们最关心的,有了影响力,好比挖了池塘养了很多鱼,盈利模式自然而然就产生了”(扩大平台影响力)
资源汲取能力	A4-2“在全球范围内整合专业人才,建立‘众扶’式工程化团队”(人才资源)
	A12-2“在行业具有丰富的资源积累,能够在供应链、市场、营销、研发等领域的资源上帮助到创新企业”(行业资源)
	A26-5“一个是靠人脉,并把人脉整合起来”(社会关系)
	A34-3“后来我们发现很多创业者有融资的需求,于是我们就通过个人的关系,给他们引荐一些投资人”(网络结构)
资源匹配能力	A12-6“能够在供应链、市场、营销、研发等领域的资源上帮助到创新企业”(特定资源服务)
	A16-2“众创空间的本质在于服务,有效的整合能够帮助初创团队开拓市场、对接资源,因此能否为初创团队整合对接更多资源,是运营团队核心能力之一”(资源整合对接)
学习能力	A9-2“技术的飞速发展,信息的高速流动,行业的瞬息万变,对创新和创业提出了更高的要求,要更好地服务于创新和创业者,团队自身的学习能力必不可少”(团队学习)
	A24-7“要做好一个‘伯乐’,需要通过时间不断积累经验”(经验积累)
高管经验	A12-3“应具有较为丰富的企业管理经验,能够理解不同发展阶段企业面临的主要问题和需要的帮助”(企业系统管理经验)
	A12-5“众创空间自身作为一个企业,其管理者也需要具有企业发展规划、财务管理、人力资源管理等方面的能力和经验”(企业职能管理经验)
创业经验	A7-3“对创业过程本身有比较全面的认识”(全面认识创业)
	A23-1“创始人吴吕在传统行业中有数次创业的经历,传统行业出身的他了解传统行业转型升级中的痛点”(了解创业痛点)
行业经验	A6-1“专业上能与企业对接,了解企业的项目”(了解行业)
	A7-1“要具备行业信息的收集及分析能力”(行业分析)
创客集聚	A26-11“我们有很多创意,开了咖啡馆,很多机会、概念都出来了,人脉、人气就聚集、聚拢过来了”(人气聚集)
	A29-5“如果创业者理解认同创业工场的孵化价值,会继续留下来”(创客留存)
品牌辐射	A1-3“在服务上,我们在国内应该还是比较扎实的,品质和服务慢慢吸引了不少创业者”(品质服务吸引)
	A36-3“创业蜂房打造的双生态众创空间,基于未来预期的各类创业服务资源快速集聚,很快就形成了独特优势,从而吸引越来越多的优秀项目与团队”(资源优势吸引)
创新服务	A4-3“为客户提供快速、专业的对接服务,提供从技术到产品的全过程解决方案”(全方位方案咨询)
	A33-5“启点咖啡首创的专业创新评分系统软件,已经配套的中外著名经济专家和企业导师,能够正确地评估企业发展阶段和产业创新价值,帮助企业找到运营发展的正确方向”(首创性孵化服务)
创业培训	A22-8“通过导师启发创业团队进行的‘头脑风暴’,便于创业者重新审视自己的创新想法,准确定位最合适的发展方向”(导师指导)
	A36-2“先引进云咖啡为互动空间进行创业交流,后又引进国际创业学院打造以创业培训为核心服务的国际创业学院”(专业培训)
创业融资	A22-9“帮助企业找到‘靠谱’的投资人,满足企业从天使期开始一步步的融资需求,让创业企业可以顺利进入创业‘快车道’”(对接投资人)
	A24-11“在创业村里孵化的企业,将会获得由种子基金投资入孵项目的10~50万元种子轮及100~300万元天使轮,帮助入孵项目迅速对接A轮及B轮融资”(融资支持)

注：表中字母、数字表示第几个样本资料中的第几条有效原始语句，如 A1-1 是 A1 受访者的第 1 条有效原始语句。

(二) 主轴编码

主轴编码是在开放式编码的基础上,运用聚类分析将分散的范畴聚合起来,建立范畴之间的联系,形成概括力更强的范畴,从而将创业服务能

力的维度具体化。本研究根据初始范畴间的内在逻辑和联系,形成6个主范畴,即文化塑造、生态互动、思维革新、经验迁移、资源嵌入、创业需求—资源,详见表3。

表3 主轴编码及其主范畴

编号	主范畴	对应范畴	关系内涵
1	文化塑造	职业兴趣 创客精神 组织氛围培育	管理者将众创空间作为自身的职业兴趣和创业梦想,以其开放、包容、分享的理念和坚持,扎根的心态,忘我、专注地投入到众创空间运营和创业项目中,勇于探索和挑战,专注于实现组织的社会价值,通过自身的梦想、理念、行为感染众创空间成员,塑造良好的、极具吸引力的众创空间文化和氛围,这种与创业群体共享的价值观能增强创业群体对众创空间的认同感和信任感。
2	生态互动	生态构建 社会互动	互联网背景下组织的生存发展与其所在生态系统休戚相关,因此,管理者在经营众创空间时要主动参与其上下游产业链、创客、环境与公众的协同演进,实现价值共创与共享。管理者不仅要构建创客与创业资源主体间纵横交错的创业网络,掌握其动态演变路径,占据生态系统中的优势位置,提升众创空间变革、整合、优化资源的能力,增强众创空间竞争力;还要对社会公众、群体采取行动,与利益相关的个体和群体形成良性互动,树立良好的组织形象,扩大组织影响力。
3	思维革新	战略性思维 创新性思维 批判性思维	互联网时代环境的复杂性和不确定性要求管理者具备敏锐的政治嗅觉、市场嗅觉、投资嗅觉,能快速、准确判断未来的发展趋势与前景,明确众创空间战略定位和发展方向。同时,管理者思维活动要有创新意识,敢于打破思维框架,将其他领域的思维应用到众创空间中来,准确鉴定众创空间和创业项目中的问题,并提出创造性的解决思路 and 方案,切实帮助创业团队和项目成长。
4	经验迁移	创业经验 行业经验 高管经验 学习能力	管理者具备一定的创业经历,全面了解创业过程及其痛点,不仅能精准预判、切实解决创业团队和项目中的难题,而且管理者更能共情创业团队的心理状态,缓解创业团队的焦虑和压力。管理者需具有一定的行业经验,了解行业现状、发展趋势,更好地为创业团队把关、掌舵。管理者还需具备高层管理经验,一方面运营管理众创空间,一方面为创业项目的发展规划、财务管理、团队搭建、活动策划等提供指导和建议。管理者还要善于抓住学习机会,不断提高自身的专业知识和能力,并将现有的知识、经验迁移到众创空间管理和创业服务中。
5	资源嵌入	资源汲取能力 资源匹配能力	分享经济背景下,众创空间能够对资源进行快速聚散与迭代,为创客对接资源是众创空间管理者提供的重要服务之一。管理者通过社会关系、网络结构将社会资源如人才资源、行业资源、资金资源等聚集于众创空间平台,并充分利用这些关系网络为创业团队匹配最佳资源。也就是说,管理者所拥有的社会关系、网络结构、社会资源的数量、质量及其与创业项目的匹配程度将影响创业项目的成长和最终孵化。
6	创业需求—资源	创客集聚 品牌辐射 创新服务 创业培训 创业融资	众创空间立足创业需求为创客提供全方位的资源服务,包括为创客提供具备硬件设施、软件文化的空间,打造吸引创客的品质服务、优势资源,同时扩大众创空间影响力,利用咨询、技术等方式为创客提供各类创业服务,通过专家讲座、导师辅导等活动为创业者提供指导和启发,利用种子基金或对接投资人、投资机构等帮助创客进行创业融资,从而满足创客在创业过程中物质和精神方面的资源需求。

1. 职业兴趣(兴趣、爱好)、创客精神(工作投入、扎根心态、保持初心、创业梦、追求社会价值)、组织氛围培育(共享价值观、营造创业氛围)形成了众创空间管理者创业服务能力结构中的文化塑造能力。组织创始人是组织文化核心思想的来

源,文化塑造能力是管理者不断输入与组织成员相符合的行为、信念和价值观来创造、传递文化的能力^[18]。

2. 生态构建(营造良好生态环境、构建产业服务链)、社会互动(社区运营能力、媒体驱动能

力、扩大平台影响力)形成了众创空间管理者创业服务能力结构中的生态互动能力。生态互动能力是管理者领导众创空间在与产业链、创客、环境、公众互动中处于优势位置的能力。

3. 战略性思维(市场嗅觉、趋势判断、投资嗅觉、政治嗅觉、定位准确)、创新性思维(认可新思维、互联网思维、勇于创新)、批判性思维(分析性思维、跨领域思维、开放性思维)形成了众创空间管理者创业服务能力结构中的思维革新能力。思维革新能力是创造性地发现、解决众创空间和创意孵化中各类问题的能力。

4. 创业经验(全面认识创业、了解创业痛点)、行业经验(了解行业、行业分析)、高管经验(企业系统管理经验、企业职能管理经验)、学习能力(团队学习、经验积累)形成了众创空间管理者创业服务能力结构中的经验迁移能力。经验迁移能力是管理者将创业、行业、高管方面的知识、经验运用到众创空间自我管理和创意孵化过程中的能力。

5. 资源汲取能力(人才资源、行业资源、社会关系、网络结构)、资源匹配能力(特定资源服务、

资源整合对接)形成了众创空间管理者创业服务能力结构中的资源嵌入能力。资源嵌入能力是管理者将链接到众创空间的资源嵌入到创意孵化过程中的能力。

6. 创客集聚(人气聚集、创客留存)、品牌辐射(品质服务吸引、资源优势吸引)、创新服务(全方位方案咨询、首创性孵化服务)、创业培训(导师指导、专业培训)、创业融资(对接投资人、融资支持)形成了创业需求—资源要素。创业需求—资源要素既是创客在创意孵化过程中的需求,也是众创空间为创客对接创业资源需求的过程。

(三) 选择式编码

选择式编码是扎根理论分析继开放式编码、主轴编码之后的第三个重要阶段。在对范畴及其关系进一步了解的基础上,这一阶段主要是在更为系统、抽象的层次上继续比较和分析原始资料、概念、范畴及其关系,最终形成概念化模型。通过分析和梳理原始资料、概念、范畴及其关系内涵,本研究的核心问题可范畴化为基于创业需求—资源的众创空间管理者创业服务能力结构及其形成机理,如图1所示。

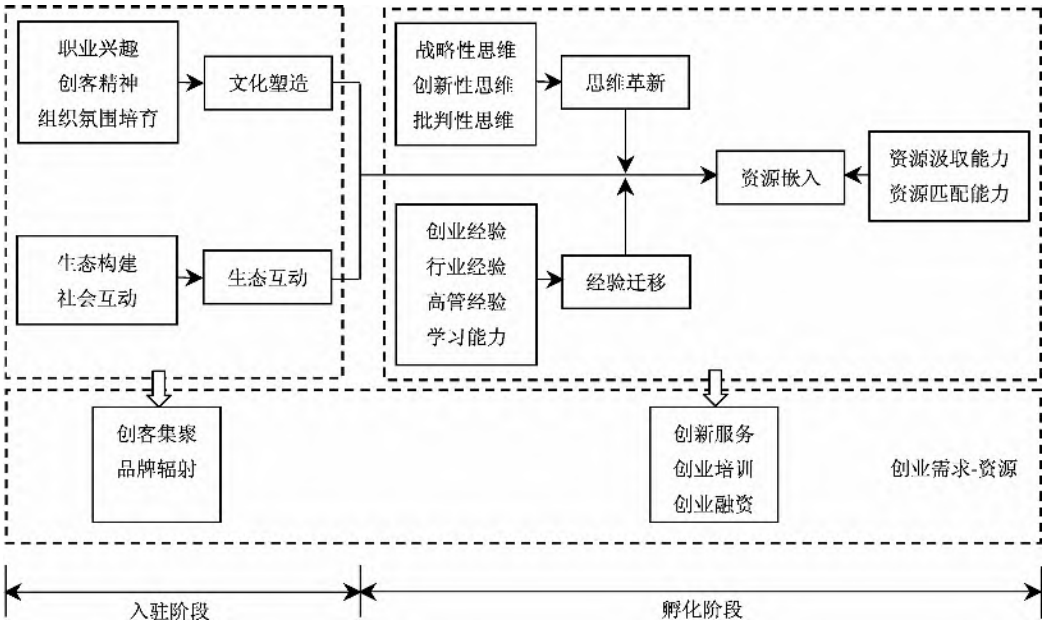


图1 众创空间管理者创业服务能力结构及其形成机理

(四) 模型阐释

如何避免众创空间成“空”间,其关键在于众创空间能否挖掘和满足创客需求,实现较高的创客入驻率和初创企业成功孵化率。创客需求的满足则取决于擅长经营管理众创空间的运营管理人

才。本研究基于创业需求—资源分析框架,从创客入驻和创业孵化两个阶段出发,揭示了众创空间管理者如何发挥其创业服务能力实现组织生存与发展。

1. 入驻阶段。本阶段创业资源—需求要素

主要为创客集聚、品牌辐射,相应的,管理者需要发挥文化塑造、生态互动等创业服务能力,并对资源嵌入职业能力产生影响。从文化塑造方面看,绝大多数管理者将众创空间视为职业兴趣且极具创客精神,众创空间氛围和文化是他们本身具有的价值观和行为习惯有意识或潜意识的投射与反映,可以说,众创空间管理者直接塑造众创空间文化的走向和内容。创客在选择入驻众创空间时,偏好那些与自己有着“相似”价值取向的众创空间。众创空间的文化与创客的价值观匹配度越高,创客对众创空间的认同感和信任感越强,其参与度则越高,越有可能获得高质量的创业资源与服务。从生态互动方面看,管理者辅助众创空间同上下游合作企业、创客、科研机构、投资机构、政府部门、媒体、社会公众、其他创客空间等生态系统成员形成良性互动,便于众创空间在生态系统中占据优势位置,扩大其影响力和品牌辐射范围。对创客来说,品牌和地位一方面意味着能获取更多的高质量资源,一方面表明众创空间的综合实力和整体信誉在激烈的市场竞争中获得了消费者的认可和信赖。这也是创客选择众创空间的评判因素之一,创客偏好选择具有良好的品牌和地位的众创空间。

2. 孵化阶段。本阶段创业资源—需求要素主要是创新服务、创业培训、创业融资,它们的实现取决于管理者的思维革新、经验迁移、资源嵌入等创业服务能力。本阶段从两个方面来阐释模型。

第一,思维革新、经验迁移强化文化塑造、生态互动对资源嵌入的影响。创客所处的行业、创业阶段不同,其对创业服务和资源的需求不同,即创客需求呈现多元化、差异化的特点。思维革新、经验迁移强化了资源嵌入的特色化、针对性和实用性,满足创客多元化、差异化的需求,最终实现创业孵化。从思维革新方面看,思维革新反映的是管理者认知层面一种复杂的心智过程,它可以通过创新机会识别、创新机会开发两个维度实现,这不仅体现在众创空间自身的定位上,还体现在为创客提供的创新服务、创业培训和创业融资中。管理者一方面基于众创空间战略定位和服务领域,着力打造特色服务和特色资源;一方面准确分析创业项目和创客需求,提出创造性的资源对接

思路或服务方案,帮助创客成长和创业项目孵化。从经验迁移方面看,管理者全面了解创业过程及其难点、行业现状和发展趋势以及高层管理目标,并将这些经验迁移到具体的创新服务、创业培训和创业融资中,使之彰显管理者和众创空间的特色,更符合创客的实际需求。根据迁移理论,情境之间的相似性能触发迁移机制,当面对新情境中的问题,人们通常会在以往经历中寻找与新情境及其目标最为相似的情境,然后运用已有的经验来警示可能出现的问题,为解决方案提供建议,并在推理过程中分析解决方案^[19]。管理者在创业、行业、管理方面的经验越丰富,对创客和创业项目的洞见则越深刻,提供的服务和资源越能满足创业孵化的需求。

第二,资源嵌入是孵化阶段重要的创业服务能力维度。根据社会资本理论,弱关系和结构洞往往是独特信息和资源的来源^[20]。管理者将创客嵌入众创空间构建的社会资源网络中,通过改善创客弱关系或结构洞数量为创客匹配创业资源。这些创业资源具体体现在创新服务如全方位方案咨询,创业培训如创业导师,创业融资如投资人或投资机构,以此实现创客成长和创业项目孵化。

综上,众创空间管理者创业服务能力结构涵盖文化塑造、生态互动、思维革新、经验迁移、资源嵌入五个维度,五大创业服务能力之间互相作用,具体表现为文化塑造与生态互动在思维革新与经验迁移的调节作用下对资源嵌入产生影响。依据创业需求—资源分析框架,管理者遵循“创客入驻—创业孵化”阶段性的行为逻辑,在不同阶段满足不同的创业需求—资源要素,在入驻阶段,文化塑造、生态互动主要影响创客集聚、品牌辐射等创业需求—资源要素;在孵化阶段,思维革新、经验迁移、资源嵌入主要影响创新服务、创业培训、创业融资等创业需求—资源要素。

(五) 理论饱和度检验

当收集的资料不再发展出新的范畴和理论时,理论趋于饱和,则停止采样、编码。本研究将随机抽取的11份样本材料同样进行编码分析,并未发展出新的概念范畴和新的关系,这表明模型中的概念范畴足够丰富,本模型在理论上达到饱和。由于资料太多,本文列举几条作为佐证:

1. 组建了创始人俱乐部,加强创始人之间的横向联系;开办种子基金和投资人下午茶,以轻松愉快的方式让投资人和创业者顺利对接(A27-4“生态构建-资源匹配能力”)。

2. 唯一难的是希望自己看得更远一些,还是觉得自己看得不够远。最好的方法是用脚来衡量自己的创业,一脚一脚往前走,慢慢会发现豁然开朗,雾散了,前路清晰了(A32-1“战略性思维-创客精神”)。

3. 在做创投圈平台的时候,我自己也是创业者,更加理解创业者需要什么(A38-3“创业经验”)。

4. 做创业投资是一件非常难的事,我们要在短时间内快速学习,这样才跟得上创业者的节奏。我们和创业者一起,如果我们都不懂这个行业,不懂公司治理,怎么能给出实实在在的建议呢(A43-1“学习能力-行业经验-高管经验”)。

5. 很多企业的成功概率太低,他们有一个很好的想法,很好的商业模式,却很难落地,他们缺乏的是很多成功企业家的经验和资金,这两块是非常重要的,而我们空间恰恰能够利用手上的资源满足创业者们的需求(A42-1“创业培训-创业融资”)。

四、结论及管理启示

本研究丰富了众创空间平台组织方面的研究,主要体现在以下四个方面:一是采用扎根理论研究方法,通过不同渠道收集众创空间管理者数据资料,真实展现了管理者在众创空间平台组织新情境中的工作行为与工作特征;二是基于创业需求—资源视角,提炼了众创空间平台组织管理者创业服务能力结构,众创空间管理者通过文化塑造、生态构建、思维革新、经验迁移、资源嵌入五大创业服务能力满足创客集聚、品牌辐射、创业培训、创新服务、创业融资等创业需求—资源要素;三是遵循“创客入驻—创业孵化”两阶段行为逻辑,管理者创业服务能力在不同阶段对创客集聚、品牌辐射、创新服务、创业培训、创业融资等创业需求—资源要素的影响有所侧重;四是探索了众创空间平台组织管理者创业服务能力之间的关系,即文化塑造、生态互动在思维革新、经验迁移的调节作用下对资源嵌入实施影响,对于众创空间平台组织及管理实践具有重要的参考价值。

国内外学者围绕传统企业组织管理者职业能力开展了一系列卓有成效的研究,这些研究结论在某些地域或情境中具有普适性,如革新者、学习和创新、开拓创新能力、从经验中学习等职业能力仍然契合不确定性情境下的组织管理。这些职业能力具备较强的迁移性和跨职业的特征,在管理者更换从业组织类型后,在新的组织类型中仍能发挥作用。然而,从横向看,已有的单个的职业能力模型很难囊括各个行业管理层的所有职位;从纵向看,在传统企业情境中确定的职业能力在平台组织情境中可能不合适,随着新的管理趋势和新技术的发展,职业能力也随之更新迭代^[21]。也就是说,传统企业管理者职业能力无法契合平台组织生存和发展的需要,主要体现在:

1. 平台组织社会网络更为复杂和多元。互联网背景下,平台组织置身于更加开放联结、复杂动荡的环境中,传统企业组织“单边”“单向”的发展模式不再合时宜,组织的生存发展与其所在的生态系统休戚相关,平台组织的运行机理表现为通过信息网络和社会网络联结构建生态系统^[22]。因此,传统企业组织管理者的协调者、协调监控能力等侧重于组织内部协调的职业能力与平台组织新情境不相匹配,众创空间平台组织管理者应发挥生态互动能力,领导众创空间在通过网络联结的生态系统中处于优势地位,从而更好地满足创客集聚、品牌辐射等创业需求。

2. 平台组织的劳资关系由传统企业组织的雇佣关系向松散型人力资源转变,主要表现为伙伴关系、社区关系、市场关系等^[23]。不仅如此,区别于传统企业组织成员,创客群体作为众创空间的服务对象呈现多元化特点,其主体由大学生、海外留学归来者、科技人才、高管人才等构成^[24],这类人群普遍年轻、充满创造力和想象力,他们普遍偏好在开放、包容、分享的组织文化氛围中工作,这种文化氛围成为影响众创空间创客集聚、品牌辐射的重要因素之一。传统企业组织管理者的捐客、权力取向等职业能力不适用于平台组织,发挥文化塑造能力创造、传递与组织成员相符的文化氛围成为众创空间管理者必备职业能力之一。

3. 组织核心功能逐渐从实现组织产值目标让渡为资源整合与共享。众创空间平台组织在资源整合与共享过程中,将链接到众创空间的资源

嵌入到创意孵化过程中,以满足创新服务、创业培训、创业融资等创业需求。显然,生产者、拥有技术专家的知识等助力传统企业组织实现生产目标的职业能力在平台组织中逐渐弱化,资源嵌入能力成为众创空间平台管理者区别于传统企业管理者的独特职业能力之一。

本文研究结论对众创空间平台组织运营管理具有如下指导意义:

1. 就政府层面而言,本研究为探索众创空间管理人才队伍培育管理机制提供了理论依据。要打破创新创业人才瓶颈,需要政府加快制订众创空间管理人才队伍培育的实施意见和政策文件,加大对众创空间管理人才队伍培育的资源投入,组织推动众创空间管理人才培育的专题会议或论坛,引导、协调社会各界参与建设众创空间管理人才培育服务平台,重点开发众创空间管理人才文化塑造、生态互动、思维革新、经验迁移、资源嵌入等创业服务能力,造就大批高素质的“双创”人才引领众创空间发展。

2. 就组织层面而言,本研究为企业管理人员的招聘配置、培育开发与绩效管理提供了参考性的评估工具。管理人才的职业能力是个人与组织绩效的重要影响因素之一,因此,平台企业在招聘配置、考核晋升管理人才时,可以本文构建的众创空间平台组织管理者创业服务能力结构为参考性评价指标,提高甄选结果的有效性,同时评估管理人才创业服务能力的优势与不足,“量身”定制培训开发计划,提高管理者个人绩效与组织绩效。尤其是处于平台化过程中的企业,要针对管理人才的创业服务能力“短板”设计培训开发项目,以适应企业平台化转型、取得竞争优势的需要。

3. 就个体层面而言,本研究为互联网背景下的管理者提供了新的职业能力发展方向。众创空间平台组织管理者创业服务能力结构为正在转型或正在管理平台组织的个体指明了职业能力发展的方向,为自身职业发展设计并参与有针对性的学习或开发项目,以此来提升个体及所在平台组织的竞争力。同时,这一能力结构模型反映了互联网时代背景下新形式组织对管理者职业能力的要求,个体在进行职业生涯规划时,应有意识地、与时俱进地培育自身适应于新型组织的职业能力。

当然,本研究仍然存在一定的局限性:一是作为一项探索性研究,尽管在研究过程中严格遵循扎根理论研究方法的规则与程序,但仍然避免不了研究者的主观性;二是由于样本数量、质量的限制,理论模型有待进一步检验和完善。

参考文献:

- [1] 陈武,李燕萍. 驱动创新发展的动力模式演变[J]. 科技管理研究,2017(14):1-5.
- [2] CIBORRA C U. The platform organization: recombining strategies, structures, and surprises[J]. Organization science,1996,7(2):103-118.
- [3] 纪婷琪,张颖,孙中元. 打造孵化小微创客的平台型组织[J]. 中国人力资源开发,2015(10):11-18.
- [4] 李燕萍,陈武,陈建安. 创客导向型平台组织的生态网络要素及能力生成研究[J]. 经济管理,2017(6):101-115.
- [5] 李燕萍,陈武. 中国众创空间研究现状与展望[J]. 中国科技论坛,2017(5):12-18.
- [6] 李燕萍,陈武,李正海. 驱动中国创新发展的创客与众创空间培育:理论与实践[J]. 科技进步与对策,2016(20):154-160.
- [7] 艾媒咨询. 2016年中国孵化器发展现状专题研究报告[R]. 香港:艾媒咨询集团,2016.
- [8] BAARTMAN L K J, DE BRUIJN E. Integrating knowledge, skills and attitudes: conceptualising learning processes towards vocational competence[J]. Educational research review, 2011, 6(2):125-134.
- [9] NYGREN D J, UKERITIS M D. The future of religious orders in the United States[M]. Westport, CT: Praeger, 1993.
- [10] SPENCER L, SPENCER S. Competence at work[M]. New York: John Wiley, 1993.
- [11] STINCHCOMBE A L. Information and organizations[M]. Berkeley, CA: University of California Press, 1990.
- [12] BOYATZIS R E. The competent manager: a model for effective performance[M]. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 1982.
- [13] QUINN R E, FAERMAN S R, Thompson M P, et al. Becoming a master manager: a competency framework[M]. New York: Wiley, 2014.
- [14] WINTERTON J, et al. Future skills needs of

- managers, Research Report RR182[R]. Sheffield: Department for Education and Employment, 2000.
- [15] 王重鸣,陈民科. 管理胜任力特征分析:结构方程模型检验[J]. 心理科学,2002(5):513—516.
- [16] 李爽,陈国鹏,李超平,等. 高级职业经理人胜任特质评定探索[J]. 心理科学,2006(1):146—147.
- [17] 卡麦兹 K. 建构扎根理论:质性研究实践指南[M]. 边国英,译. 重庆:重庆大学出版社,2009.
- [18] O'REALLY C A. Corporations, culture, and commitment: motivation and social control in organization[J]. California management review, 1989, 31(4):9—25.
- [19] LEAKE D B. Case-based reasoning: experiences, lessons and future directions[C]//CBR in context: the present and future. menlo park. CA: MIT press, 1996:3—30.
- [20] SEIBERT S E, KRAIMER M L, LIDEN R C. A social capital theory of career success[J]. Academy of management journal, 2001, 44(2): 219—237.
- [21] KOENIGSFELD J P, KIM S H, CHA J M, et al. Developing a competency model for private club managers[J]. International journal of hospitality management, 2012, 31(3): 633—641.
- [22] 罗珉,李亮宇. 互联网时代的商业模式创新:价值创造视角[J]. 中国工业经济,2015(1):95—107.
- [23] 李思,张鹏程,张娟. 中国人力资源管理的新机遇与新路径[J]. 管理学报,2017(4):505—510.
- [24] 陈凤,项丽瑶,俞荣建. 众创空间创业生态系统:特征,结构,机制与策略——以杭州梦想小镇为例[J]. 商业经济与管理,2015(11):35—43.

(责任编辑 潘亚莉)

The Structure of Managers' Incubation Service Capability in Crowd Innovation Space and its Formation Logic: From the Perspective of Entrepreneurial Demand-Resource

Li Yanping^{1,2}, Qin Shuning¹, Chen Wu^{1,2}

(1. School of Economics and Management, Wuhan University, Wuhan 430072; China;

2. Research Center for China Industry-University-Research Institute Collaboration, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: The research finds that the structure of managers' incubation service capability in CIS includes five things: culture shaping, ecology interaction, thinking innovation, experience transfer and resource embedding. In line with the behavioral logic "maker-entry stage to business-incubation stage", and based on the entrepreneurial demand-resource framework, managers' incubation service capability in CIS varies with the change of entrepreneurial need-resource elements. At the maker-entry stage, culture shaping and ecology interaction mainly meet the entrepreneurial demand-resource elements of makers' assembly and brand spread; at the business-incubation stage, thinking innovation, experience transfer and resource embedding mainly meet the entrepreneurial demand-resource elements of innovation services, entrepreneurship training and business financing. Moreover, thinking innovation and experience transfer strengthen the effect of culture shaping and ecology interaction on resource embedding. The present study is of valuable reference to government decision-making, organizational management practices and career development.

Key words: Crowd Innovation Space; platform organization; managers; structure of incubation service capability; entrepreneurial demand-resource

doi:10.3969/j.issn.1000-7695.2017.14.001

驱动创新发展的动力模式演变

陈武¹, 李燕萍^{1, 2}(1. 武汉大学经济与管理学院;
2. 武汉大学中国产学研合作问题研究中心, 湖北武汉 430072)

摘要: 创客、创意资本、创客资本、众创空间等基于知识、技术、制度、人力资本等传统动力模式演变成互联网经济时代驱动创新发展的新动力模式。首先, 将创新发展动力界定为适应互联网时代的创新创业需求, 以激发人的创造力为核心, 并能够培育新动力形成和推动传统动力改造升级的各类要素; 其次, 在比较新动力与传统动力模式差异的基础上, 提出驱动创新发展动力系统的逻辑框架; 最后, 从包容性社会创新氛围营造、舆论宣传、创客产业链培育和嵌入式创客教育4个方面, 提出培育创新发展新动力的策略。

关键词: 创新发展; 内涵界定; 动力模式; 培育策略

中图分类号: F270; G301

文献标志码: A

文章编号: 1000-7695 (2017) 14-0001-05

Evolution of the Dynamic Model for Innovation Development

Chen Wu¹, Li Yanping^{1, 2}(1. School of Economics and Management; 2. Research Center for China Industry-university-research Institute
Collaboration, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: Maker, creative capital, maker capital and crowd innovation space, which are based on traditional powers like knowledge, technology, institution and human capital, have become the new models of driving innovation development in the Internet economy age. First, this paper defines the innovation development powers as all the elements which to adapt to the innovation and entrepreneurship's demand in the Internet age, with man's creativity as the core to cultivate new forces and promoting traditional power upgrade. Then, based on the difference between innovation development powers and traditional motive forces, it comes up the logical framework among the impetus of innovation development. At last, we put forward four strategies from building inclusive innovation atmosphere, maker industrial chain and embedded maker education to foster the forces of innovation development.

Key words: innovation development; concept definition; dynamic model; cultivation strategy

创新发展是实现经济社会发展的动力源, 从投资型、资源性要素推动逐渐转向由科技管理创新和人力资本提升的协同驱动, 进而促进科技与经济的深度融合, 为经济发展注入新动力的发展方式^[1]。创新发展已成为时代主题, 也是中国必需和必然要走上发展道路。没有创新发展, 我们就难以摆脱过多依靠要素投入推动经济增长的路径依赖, 难以实现经济持续健康发展, 难以成为经济强国、创新大国。中国经济发展进入新常态后, 其基本特点是速度变化、结构优化和动力转换, 其中动力转换最为关键, 决定着速度变化和结构优化的进程和质量, 这实质上体现了对创新发展的倚靠。

围绕如何驱动创新发展的问题, 众多学者提出通过创新培育经济发展的新动力来实现^[2-4]。然而关于创新发展动力的内涵、边界尚未有完整的界定; 推动创新发展的新动力与传统动力模式究竟存在何种差异与联系也尚未明确; 关于创新发展动力模式的构成也是众说纷纭。为此, 本研究的首要目的是界定创新发展动力的内涵, 有助于在把握创新发展时代背景的前提下, 界定动力模式的边界条件; 其次, 比较创新发展新动力与传统动力模式的差异, 并揭示推动创新发展的新动力与传统动力系统相互转化的逻辑框架, 以此阐释传统动力如何转型升级转变成推动创新发展的新动力模式; 最后, 基于大众创业、

收稿日期: 2016-10-05, 修回日期: 2016-12-19

基金项目: 国家社会科学基金重大项目“驱动中国创新发展的创客与众创空间培育战略研究”(15ZDC014)

万众创新的时代背景，从文化氛围、创客产业链培育和嵌入式创客教育等层面，提出加快培育创新发展新动力模式的对策。

1 创新发展动力的内涵

聚焦创新是引领发展的第一动力。学界把思想理论创新、文化创新和新知识创造视为思想层面的创新动力^[5-6]；把制度创新、创新生态环境和双向嵌入性协同机制视为制度层面的创新动力^[3, 5, 7]；把科技创新视为技术层面的创新动力^[3, 5]；把创意产业、创新创业、生产组织方式创新和商业模式创新视为产业层面的创新动力^[3, 8-9]。如表1所示，4个层面创新动力的总目标是通过技术进步，资本和劳动力的高效集约使用，部门内、区域内资源配置效率的改进和扩大消费需求4种方式推动经济发展。

表1 创新动力来源

层面	创新动力来源	代表性文献
思想层面	思想理论创新、文化创新；新知识创造	任理轩 ^[5] ；刘刚 ^[6]
制度层面	创新生态环境；双向嵌入性协同机制；制度创新	李伟 ^[3] ；邱国栋等 ^[7] ；任理轩 ^[5] ；刘刚 ^[6]
技术层面	科技创新	任理轩 ^[5] ；李伟 ^[3]
产业层面	生产组织方式创新、商业模式创新；创意产业、创新创业	李伟 ^[3] ；马瑞秋 ^[8] ；王海蕴 ^[9]

然而在互联网/知识经济和大众创业、万众创新时代，推动创新发展的动力模式发生了重要转变。Florida^[10]⁴指出，在知识经济时代，一国的经济不再主要是由其自然资源、工厂生产能力、军事力量，或者科学和技术构成，人们的思想、知识、技能以及创造力成为驱动经济发展的重要力量，创意和才能是当今经济环境中创造财富的关键。这也印证了近年来创客运动、“互联网+”行动计划和大众创业、万众创新以及众创空间在我国遍地开花的现象，其共同点都是突出强调激发人的创造力^[11]。据此，当前驱动创新发展的动力模式的核心应聚焦于人的知识和创意，而制度、技术和产业层面的动力模式需要通过思想层面的创新实现再次迸发新活力。

综上分析，创新发展的新动力模式可以继续释放我国“改革红利”，促进科技与经济更好地融合，促进产业转型升级。本文将创新发展动力的内涵界定如下：适应互联网时代的创新创业需求，以激发人的创造力为核心，并能够培育新动力，形成和推动传统动力改造升级的各类要素。该定义突出以人为本的核心发展理念，以充分调动和激发人的创新创业活力要素为边界，强调“立地”，推动传统动力与时俱进，满足国家创新战略需求。

2 驱动创新发展的动力模式演变

2.1 传统动力主要模式

经济发展与增长是一个古老而时髦的论题，学者们围绕驱动经济发展的动力展开了持续的探索和争论，形成了以知识、制度、人力资本等为代表的驱动经济增长的传统动力模式。

(1) 知识。亚当·斯密^[12]⁷在《国富论》中强调了专业化知识和技术对经济增长的贡献，首次把工人技能的增强视为经济进步和经济福利增长的基本源泉，把知识视为经济增长的“发动机”。

(2) 创新。迈克尔·波特^[13]最早提出驱动经济发展的动力是创新。熊彼特^[14]¹⁶⁻²¹则把创新视为建立一种“新的生产函数”的过程，认为创造新产品、采取新工艺、开辟新市场、发现新用途和创建新组织都是构建“新组合”的创新方式。

(3) 技术进步。索洛^[15]的新古典增长理论模型中强调技术进步是经济增长的基本动力。基于索洛模型，丹尼森^[16]进一步发现知识进展和应用对经济增长的作用十分明显。互联网时代，技术进步成为互联网金融产生的原动力^[17]，如支付宝、微信支付等。

(4) 制度。Acemoglu^[18]沿着制度经济学的研究思路，从理论和经验上论证了文化习俗、宗教信仰、政治制度等非经济要素对经济发展的重要性，形成了一组“内生制度”的经济发展模型，把驱动创新发展的要素从技术创新扩展到制度创新，制度成为驱动经济发展的保障要素，协同其他要素共同推动经济发展。

(5) 人力资本。舒尔茨^[19]将资本分为人力资本和物质资本2种形式；随后罗默和卢卡斯也分别证明了人力资本才能使得经济增长的结论，新经济增长理论逐步形成，并认为人力资本是一国经济增长的动力和源泉，人力资本水平的提升可以显著促进技术进步、增强吸收以及创造新技术的能力，从而促进生产率提升，保证经济可持续增长。

2.2 新动力主要模式

第三次工业革命是一种建立在互联网和新材料、新能源相结合基础上的工业革命，它以“数字化制造”为核心——网络信息革命和材料技术革命的结合，即智能软件、新材料、智能机器人、新制造方法及基于网络的商业服务将形成合力，产生足以改变经济社会进程的巨大力量，将使全球技术要素和市场要素配置方式发生革命性的变化^[20]，也将显著地改变创新驱动战略的动力源、要素构成及组合方式。第三次工业革命催生了当今时代以创客、创意资本为代表的驱动创新发展的新动力模式。

(1) 创客。3D 打印机和激光切割等小型化、轻型化、精细化的工业生产设备配合“互联网+”行动，让每个生产个体既可独立也可结合成小型团体，取代大型流水线式的工厂，进入“小车间”“小作坊”和“个体户”的时代。创客成为这一时代的“代言人”“闯入”社会，他们运用智能化的生产设备将自己的各种创意转变为真实产品^[21]¹⁵⁻¹⁹，以满足客户的个性化需求。当每个人都成为及时的生产者时，我们将进入生产大爆发式的“创客”时代，这意味着创客将成为互联网时代推动创新的重要生力军。

(2) 创意资本。20 世纪 90 年代以来，以 Florida^[22] 为代表的学者提出了创意资本理论。该理论认为创意资本是凝结了知识和创意形成的人力资本的最高形态，也是社会最稀缺的资源。创意正逐步演变成为一种产业，该产业基于智力与创造力生产和提供产品及服务，是后工业时代推动经济发展、驱使经济发展动力由传统制造业向智能制造业转变的主要力量^[23]。

(3) 创客资本。创客资本是凝聚在创客单元的创造新技术、新产品、新业态、新需求等的创造力及其表现出来的创意分享能力。创客资本既包含创意成分，能够促进和带动关注、思考和实践创新，创造新产品和新需求，又包含乐于分享成分，能够带动更多的群体认识、关心和参与创新创业，形成“我为人人”“人人为我”“互帮互助”“用户参与”的开放式创新创业生态系统，促进大众创业、万众创新在全社会蔚然成风，并成为创新发展的新动力。

(4) 众创空间。个体在掌握了数字化制造技术后，通过互联网平台进行信息的交流和创意的买卖，造就了一个独立的“创客空间”，成为未来社会的基本生产单元^[21]¹⁵⁻¹⁹。在我国，众创空间是指顺应

网络时代创新创业特点和需求，通过市场化机制、专业化服务和资本化途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式的“新型创业服务平台”。众创空间具备大大缩短冗杂的创新链条，巧妙解决创新过程中的融资难题，知识的深度共享将释放更为强劲的经济增长动力等优势^[24]，更加符合互联网时代的创新创业诉求。

上述 4 类要素能够构成互联网时代推动创新发展新动力模式的缘由如下：创客能够焕发万众创新的活力和坚持以人为本的发展理念^[25]；创意资本由创意阶层凝聚形成，能够形成引领区域经济发展的“旗帜”；创客资本能够充分调动和激发人的创造力，形成互惠共享的创新氛围；众创空间所具备的创意性源头、定制化创新、柔性化生产和网络化服务其特征，使其与当下的创新变革、消费变革、产业变革和社会变革等时代内涵高度契合^[25]。4 类要素把科技创新作为创新发展的核心环节，把人才和培育创新环境作为创新发展的主要抓手，把创新体系作为创新发展的有利保障^[1]，故而成为驱动创新发展的新动力模式。

2.3 新动力与传统动力模式的比较

根据西方经济学界尤其是发展经济学的研究成果，知识、技术、人力资本、制度都被视为推动经济增长的主要内生动力，也成为推动经济发展的决定性力量。以经济增长为核心和实现可持续发展是传统动力的发展理念，如表 2 所示，虽然主张经济发展应当充分审慎自然资源的承载能力，但仍旧是人类中心主义的发展观，强调修正人类控制自然的模式，对传统驱动创新发展观只是一种被动的、修正式的调整^[26]。

表 2 新动力与传统动力模式的比较

动力类型	时代背景	动力构成	发展理念	差异	代表性文献
传统动力	第一、二次工业革命	知识、创新、技术、制度、人力资本	经济增长核心观、可持续发展观	强调通过教育、培训等投资手段提升个体的知识、技能、创造力，进而提升生产率（突出外在力量的引导和强化）	Smith ^[12] ⁷ ；Schumpeter ^[14] ¹⁶⁻²¹ ；Solow ^[15] ；Schultz ^[19]
新动力	第三次工业革命	创客、创意资本、创客资本、众创空间	开放、协作、共享、绿色、包容	强调将科技与经济实现深度融合；厚植创新文化，引导全民参与创新；倡导开放、共享、包容的创新过程，形成多元主体协同创新（注重创新环境的改善）	Florida ^[10] ⁴ ， ^[22] ；Anderson ^[21] ¹⁵⁻¹⁹

由知识、技术、人力资本等延伸形成的创新理论、技术进步理论、人力资本理论、新增长理论，主要围绕产业竞争力、产品竞争力、竞争性环境以及相应的知识生产与扩散展开，强调外在力量（教育、培训等）的引导、强化和提升个体的知识、技能、创造力，促进竞争力和生产率的提高，但随着创新民主化的到来，更具包容性，强调经济系统、社会系统与自然系统的共生性和发展目标多元化的

绿色发展理念^[26]，强调“人人参与，人人受益”，关注均等创新机会、社会健康及可持续发展的包容性创新理念逐步深入人心，让大众认识到创新的主体不再是科学家、工程师等少数精英的“专利”，也不再是企业组织内部的封闭式创新，而是开放式的万众创新^[27]。互联网时代虽然离不开制度、技术、人力资本等传统动力，但正如习近平总书记^[28]指出的那样：“我国低成本资源和要素投入形成的驱

动力明显减弱，需要依靠科技创新为经济发展注入新动力。”而创新发展重在倡导开放、协同、共享、包容的创新过程，形成多元主体协同创新，通过厚植创新文化，引导全民参与创新，最终实现科技与经济深度融合，推动经济发展。

2.4 新动力与传统动力驱动创新发展的逻辑框架

新形势下，长期以来主要依靠资源、资本、劳动力等要素投入支撑经济增长和规模扩张的方式已不可持续，我国发展正面临着动力转换、方式转变、

结构调整的繁重任务，现在，我国需要依靠更多更好的科技创新为经济发展注入新动力，实现经济社会协调发展，建设天蓝、地绿、水清的美丽中国和保障国家安全^[28]。可见，作互联网经济条件下，要继续发挥资源、资本、人力资本等传统动力的作用，更需要培育适应“互联网+”时代的创新发展新动力来转化、提升传统动力促进经济增长的方式和结构。基于此，本文提出的驱动创新发展动力系统作用逻辑框架如图1所示。

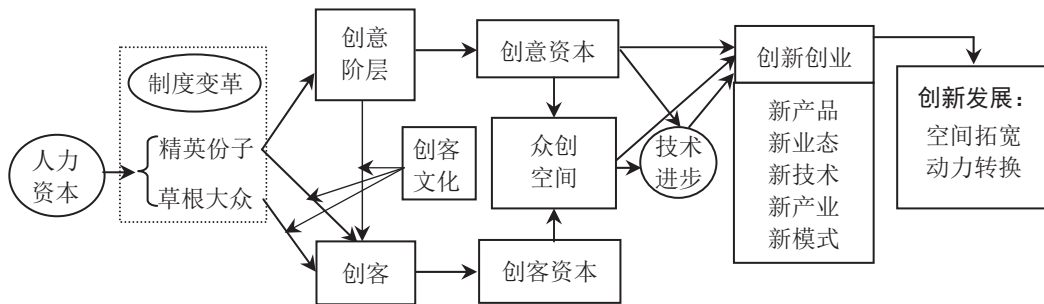


图1 驱动创新发展的动力逻辑框架

图1所示的动力系统作用逻辑框架同时包含创新发展新动力和传统动力模式，其内在逻辑机理如下：

第一，制度变革（如营造包容度和宽容度更高的社会环境）促进传统人力资本中的精英成份，在特定区域内集聚形成创意阶层，进而增强区域创意资本存量、质量和区域创造力；部分创意阶层和精英人力资本在创客文化（自己动手做，DIY；共享；开放）的渲染和引导下，向精英创客转变，进而提升创客资本质量和创客的科技创新水平。人力资本、制度等传统动力在创客文化和制度变迁的影响下，演变成为精英创客、创意/创客资本等适应互联网时代需求的创新发展新动力，即实现了传统动力的转换和创新空间的拓宽。

第二，创客资本和创意资本受创新文化和创客文化的影响，在众创空间孵化器中融合碰撞，协同开展科技创新活动，进而增强技术进步对经济增长的贡献率，最终推动创新发展。

第三，技术进步不再局限于由少数精英、企业闭环研发过程推动，而是由大学、产业、政府、公民社会、自然环境共同构成的精英与草根并肩的螺旋体式的新型创新生态系统协同推动技术进步，为此，技术进步的发展演变为由精英人力资本、创客、众创空间等在更加广泛的社会参与中协同驱动。

综上分析，创客、创意资本、创客资本、众创空间是助推“双创”发展的核心力量，是互联网经济时代驱动创新发展的新动力模式。4类新动力模式具有5个方面的特点：一是突出强调以人为本的

核心理念；二是更加注重包容性，强调大众参与的广泛性、机会的均等性和创新的开放性；三是强调创新创意资源的共享性；四是强调以个性化的小众需求为导向；五是强调通过厚植创新/创客文化，全面激发人的创新创业意识和主观能动性，在全社会形成敢于创新、勤于创新、共享创新的生动局面。

3 加快培育创新发展新动力模式的思考

创新发展是我国“十三五”规划的五大发展理念之首，创新发展的动力转换和创新空间拓宽成为影响创新驱动发展战略的关键。李克强总理多次强调推动大众创业、万众创新，加强实施“互联网+”行动计划，让创客脱颖而出登上历史的舞台，通过加快培育新动力实现创新供给侧改革^[11]。为此，针对如何培育创客、创意/创客资本、众创空间等创新发展新动力，本文提出以下建议。

3.1 营造包容性的社会创新氛围，扩大创意阶层

创意产业的发展离不开创意阶层，创意阶层是所有需要有创意的职业的从业者。创意阶层既包括科学家、大学教授、作家、诗人、艺术家、科研人员等高创造力核心群体，以及高科技、金融、法律等知识密集型行业人员^[10]⁴。创意阶层的地理分布与地区经济发展密切相关。Florida^[22]用“3T”理论（技术、人才和宽容度）解释这一现象后，发现一个国家或地区越开放包容，就越能吸引和调动人才。因此，需要在全社会营造宽容度更高的包容性创新创业社会氛围，一方面能够推动创意阶层群体演变成为精

英创客群体,实现科技精英与民间草根并肩的局面,同时扩大创意阶层和创客群体;另一方面能够促进创意阶层群体将创意资本与全民共享演变成创客资本,从质的层面提升创客资本,进而促进创新创业,驱动创新发展。

3.2 强化舆论宣传,吹起“创客风”

大众创业、万众创新本质上是草根活动,草根创客人才代表民间力量,也是市场需求的风向标,同时创客的创意产品商业化意愿与社会对创客群体的认知度和尊重感高度相关,因此,加强对民间典型创客的舆论宣传,扩大创客文化在民间的知名度,让更多的草根深刻理解创客内涵和精神实质,推动大众创业、万众创新浪潮,吹起“创客风”。

3.3 以产业理念引领创客产业链的持续发展

创客产业链包括众创空间、硬件平台等在内的整个产业链条,能够为培育和发展创客人才创造更好的生态人文条件,创客群体的创新意愿也会随着商业环境和创业链条的改善而提高。但是,创客产业的发展,既要避免“大兴土木”搞建设,又要满足和引领创新创业热潮的需要。随着创客运动由精英走向大众,不同层次、不同群体创客的需求是存在差异的,从而需要促进专业平台和综合平台(众创空间或硬件平台)的并行发展。对于创意驱动型创业领域来说,一是以“大孵化器”理念,有效利用高校、科研院所和孵化器等服务机构的现有资源和基础条件,创建“创业咖啡”“众创空间”“开放工坊”等新型创客服务机构;二是以“孵化器互补”理念,加快众创空间的硬件建设,整合各种创新创业服务资源,例如鼓励新型孵化器与各类产业联盟、协同创新中心、产业技术研究院对接合作。对于技术驱动型创业领域来说,以“专业人办专业事”理念,鼓励瞄准高精尖领域某一细分产业发展建立更多的特色专业孵化器,构建政府、产业和企业协同发展的人才培育体系^[29]。

3.4 在现有教育体系中嵌入创客教育

创客的特质与创业意愿会受到创新创业教育课程体系结构和社会学习环境的影响,进而发生重要转变并在一定范围内产生连带效应,因此,创客教育既包括“创客的教育”,旨在培养创客人才,也包括“创客式教育”,旨在应用创客的理念与方式去改造教育。需要在大中小学开设创客教育课程,倡导将“动手操作、实践体验”理念融入教学过程,这样才能够从源头上扩大创客群体,提升创客资本存量和质量。

参考文献:

- [1] 杜涛.以创新发展提升中国经济竞争力[J].中国高新技术企业,2014(4):164-166
- [2] 石平.创新是引领发展的第一动力[J].求是,2015(9):55-56
- [3] 李伟.新常态下,以创新加快培育经济增长新动力[N].中国经济时报,2015-01-12(001)
- [4] 冯之浚,刘燕华,方新,等.创新是发展的根本动力[J].科研管理,2015(11):1-10
- [5] 任理轩.坚持创新发展[N].人民日报,2015-12-18(007)
- [6] 刘刚.中国经济发展的新动力[J].华东经济管理,2014(7):1-7
- [7] 邱国栋,田杨,王涛.创新发展新动力:双向嵌入性协同创新研究[J].社会科学辑刊,2015(1):36-44
- [8] 马瑞秋.创意产业是引领哈尔滨创新型城市发展的新动力[J].商业经济,2006(7):10-12
- [9] 王海蕴.发展新动力:创新创业[J].财经界,2015(4):73-77
- [10] FLORIDA R. The flight of the creative class [M]. New York: Harper Business, 2005
- [11] 李燕萍,陈武,李正海.驱动中国创新发展的创客与众创空间培育:理论与实践[J].科技进步与对策,2016(20):154-160
- [12] 亚当·斯密.国富论[M].郭大力,王亚南,译.上海:上海三联书店,2009
- [13] PORTER M E. The competitive advantage of nations [J]. Harvard Business Review, 1990, 68(2): 73-93
- [14] 熊彼特.经济发展理论[M].何畏,易家详,译.北京:商务印书馆,1990
- [15] SOLOW R M. Technical change and the aggregate production function [J]. The Review of Economics and Statistics, 1957, 39(3): 312-320
- [16] DENISON E F. Accounting for United States growth 1929-1969 [M]. Washington: Brookings Institution, 1974: 136-138
- [17] 赵燕,张成虎,王雪萍.中国互联网金融创新发展动力机制研究[J].科技管理研究,2015(12):1-7
- [18] ACEMOGLU D. Introduction to modern economic growth [J]. Journal of Economic Theory, 2007, 147(2): 89-94
- [19] SCHULTZ T W. Investment in human capital [J]. The American Economic Review, 1961, 51(1): 1-17
- [20] 周及真.第三次工业革命与创新转型[J].江南论坛,2015(7):4-6
- [21] ANDERSON C. Makers: the new industrial revolution [M]. New York: Crown Business, 2012
- [22] FLORIDA R. Cities and the creative class [J]. City & Community, 2003, 2(1): 3-19
- [23] FLEW T. Creative industries: a new pathway [J]. InterMEDIA, 2014, 42(1): 11-13
- [24] 康继军,孙彩虹.创新驱动经济增长:创客模式与传统创新模式比较研究[J].科技进步与对策,2016(2):1-5
- [25] 郑文范,崔明浩.创客模式与战略变革契合及实现路径研究[J].科技进步与对策,2015(17):27-30
- [26] 胡鞍钢,周绍杰.绿色发展:功能界定、机制分析与发展战略[J].中国人口·资源与环境,2014(1):14-20
- [27] 李晓园,陈武.我国县域经济包容性增长评价及启示[J].江西社会科学,2014(9):44-50
- [28] 习近平.为建设世界科技强国而奋斗[N].人民日报,2016-06-01(002)
- [29] 陈武,李晓园,赖利燕.政产企视角下的科技人才协同创新支持体系实证研究[J].科技管理研究,2015(5):26-34

作者简介:陈武(1988—),男,江西高安人,博士研究生,主要研究方向为创新人才培养与产学研合作。李燕萍(1965—),通信作者,女,湖南常宁人,副院长,教授,博士研究生导师,主要研究方向为创新人才培养与产学研合作。

中国产学研合作发展现状及对策研究

黄明东^{1,2,3}, 李炜巍⁴, 黄 俊⁵

(1. 武汉大学 教育法学研究中心; 2. 武汉大学 中国产学研合作问题研究中心; 3. 武汉大学 本科生院;
4. 武汉大学 教育科学研究院, 湖北 武汉 430072; 5. 中国人民解放军空军预警学院 科研部, 湖北 武汉 430012)

摘 要:产学研合作是国家创新体系的重要组成部分,对于促进科技成果转化,推动产业转型升级意义重大。通过对世界主要发达国家产学研合作政策的梳理,总结中国产学研合作发展现状及主要问题,提出将“产学研合作”政策提升为国策、设立国家产学研协作创新委员会、制定国家《产学研合作促进法》,提高中国产学研合作国际化水平等对策建议。

关键词:产学研合作;科技政策;发展现状;对策

DOI:10.6049/kjbydc.2017060714

中图分类号:F204

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2017)19-0022-06

Research on the Present Situation and Countermeasures of the Industry-University-Research Cooperation in China

Huang Mingdong^{1,2,3}, Li Weiwei⁴, Huang Jun⁵

(1. Center of Educational Law, Wuhan University; 2. Research Center for China Industry-University-Research
Institution Collaboration, Wuhan University; 3. Undergraduate School, Wuhan University;

4. Institute, Educational Science, Wuhan University, Wuhan 430072, China;

5. Department of Science Research, Air Force Early Warning Academy of the PLA, Wuhan 430072, China)

Abstract: The industry-university-research cooperation is an important part of the national innovation system, which is of great significance. This paper analyzes the present situation of the industry-university-research cooperation policy in developed countries in the west, and summarizes the problems existing in the industry-university-research cooperation policy. Put forward the policy of industry-university-research cooperation to rise to the national policy, set up the state commission of industry-university-research cooperation innovation, promulgate the law on the promotion of Chinese industry-university-research cooperation and so on.

Key Words: Industry-University-Research Cooperation; Science and Technology Policy; Present Situation; Countermeasures

0 引言

产学研合作是国家创新体系的重要组成部分,对于促进科技成果转化,推动产业转型升级意义重大。党和国家历来对产学研合作高度重视,早在上世纪80年代就提出促进研究机构、设计机构、高等学校、企业之间的协作和联合,以解决科技经济“两张皮”问题。20世纪90年代,随着我国改革开放和社会主义市场经济建设的不断深入,产学研合作政策进一步发展为鼓励技工贸一体化经营,或与企业进行合作开发、经营^[1]。进入新世纪后,世界经济发展与科技创新呈现出新特征,面对产学研合作的新特征与新趋势,党的十八大报告提出着力构建以企业为主体、市场为导向、产学研相

结合的技术创新体系。2015年5月,国家出台《中国制造2025》,确立了通过构建制造业创新体系促进政产学研用相结合的新模式。2016年7月,《“十三五”国家科技创新规划》明确提出“坚持以市场为导向、企业为主体、政策为引导,推进政产学研用紧密结合”的方针,将我国产学研合作推进到一个新高度,我国产学研合作已由产业界、学术界、科研院所的三位一体发展成为凸显政府部门和用户创新主体作用的五位一体协同创新链。

1 文献梳理

1992年,国家经济贸易委员会、教育部、中国科学院联合开启“产学研联合工程”,标志着产学研合作在

收稿日期:2017-09-01

基金项目:国家社会科学基金全国教育科学“十二五”规划项目(BIA130071)

作者简介:黄明东(1964—),男,安徽舒城人,武汉大学教育法学研究中心主任,武汉大学中国产学研合作问题研究中心教授,武汉大学本科生院副院长、教授、博士生导师,研究方向为教育法学、教育政策、产学研合作促进;李炜巍(1981—),男,湖北天门人,武汉大学教育科学研究院博士研究生,研究方向为高等教育管理、教育政策、产学研合作促进;黄俊(1982—)男,安徽舒城人,中国人民解放军空军预警学院科研部讲师,研究方向为软件工程运用。

我国正式推行。2015 年,国务院提出通过改革体制机制加快创新驱动发展,高校要坚持全面创新,进一步强调构建更加高效的科研体系,以及建立企业、高校、科研院所技术转移机制。20 多年来,我国产学研合作发展吸引了诸多专家学者的关注,并取得了丰富的研究成果。

胡冬雪与陈强^[2]认为,在一国经济发展、跨越、追赶中,仅仅靠自由竞争的市场经济和自发的产学研合作是不够的,需要政府政策干预和制度支持,才能保证企业和国家长期战略的实施。周海银^[3]认为,国家在政策上要引领实施政产学研用的合作培养创新人才政策,创立高校与科研院所、行业、企业联合培养人才的新机制。黄志刚与钟春玲^[4]提出,地方院校要实现一流本科教育目标,必须在积极挖掘内部潜力的同时,注重向外部借力发展,与地方政府、产业部门和科研院所合作,针对产业科技与科研实践提供科技攻关和技术改造服务,改变相对封闭的人才培养模式,使政产学研联动协同,充分利用社会资源为人才培养提供更好的平台。王新风^[5]认为,规范产学研合作教育中学校与企业的关系,对高校和企事业单位在合作教育中的权利义务关系进行详细规定,促进双方知识、人力、技术等资源互换,确保合作机制建立受法律保护 and 调节。

西方发达国家在这方面的立法工作起步较早,积累了不少成功经验。毛涛等^[6]在《美国重振制造业及其对〈中国制造 2025〉实施的启示》中指出,目前中国科研成果转化率明显偏低,仅为 10% 左右,严重低于发达国家 40% 的平均水平,更低于美国 80% 的水平。这在一定程度上反映出中国产学研脱节。在推进产学研结合方面,《中国制造 2025》作出了有益尝试,今后将围绕重点行业转型升级与新一代信息技术等领域创新发展的重大共性需求,建立一批制造业创新中心,重点开展行业基础和共性关键技术研发、成果产业化、人才培养等相关工作。到 2020 年,重点建立 15 家制造业创新中心,力争到 2025 年建立 40 家制造业创新中心。在制造业创新中心建立的同时,需要制定和完善相关制度,确立科学的遴选和评价机制,并通过强有力的财政支持,使创新中心发挥引领产业技术创新和发展的作用。

中国产学研合作发展相关研究具有丰富的内涵,符合我国实际,有效促进了我国在科学技术、经济、文化教育乃至政治文明更加快速的进步。但由于相关立法工作滞后,法律法规与政策不到位或两者发生冲突,使得整个齿链在实际运行过程中还未能发挥其应有效果,一定程度上对我国生产力发展产生了阻碍。

2 中国产学研合作发展现状

2.1 中国产学研合作政策体系渐趋完善

(1) 政策文件数量充足。截至 2016 年底,通过检索

产学研相关关键词,对中国政府网、科技部、教育部、工业和信息化部等各部委网站以及北京大学法律信息网进行全文同篇检索,国家层面(包括中共中央、国务院、全国人大、国务院所属部委)关于产学研协同创新的各种政策文件信息大约在 1 575 条左右。政策形式有 25 种,其中包括法律、法规、意见、规划、通知、方案、纲要等。

(2) 政策制定主体丰富。从政策制定主体看,有国家最高权力机构制定的法律(包括宪法、基本法和部门法),有地方权力机构制定的地方法规(自治条例),有我国政府和其它国家政府或国际组织之间签订的国际法(国际条约、公约、协议、备忘录等),有国务院制定的行政规章、国务院所属各部委制定的部门规章和地方政府制定的地方行政规章,还有产学研合作促进主体内部的规章制度等。此外,还有中央制定的一系列政策(包括重要领导人的讲话、报告、决议、纪要、决定、通知)以及党中央、国务院联合制定的政策。从政策颁布主体看,科技部(17.29%)、教育部(15.06%)、国家发改委(12.12%)、国务院(12.05%)、农业部(10.74%)、工业和信息化部(9.82%)、财政部(8.19%)、国务院办公厅(7.20%)及商务部(3.67%)是政策制定的主力军,为产学研协同创新推进提供政策保障。中国产学研合作政策制定主体分布如图 1 所示。

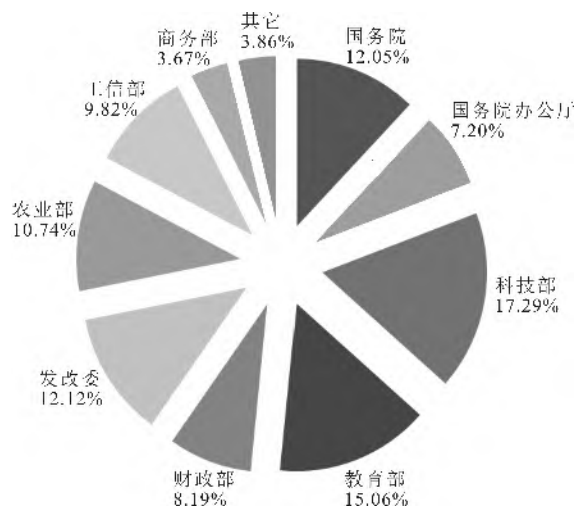


图 1 中国产学研合作政策制定主体分布

数据来源:根据中国政府网,科技部、教育部、工业和信息化部等各部委网站及北京大学法律信息网整理

2.2 中国产学研合作经费投入稳步增长

随着创新驱动发展战略深入实施,我国产学研合作飞速发展,政府、企事业单位对高校经费支持节节攀升。从经费上看,全国高校获得政府科技经费由 2012 年的 602.45 亿元增长至 2016 年的 856.21 亿元。高校获得企事业单位委托经费由 2012 年的 367.38 亿元增长至 2016 年的 413.74 亿元。2016 年,全国高校获得科技经费总额为 1 356.12 亿元,其中,来自政府和企事业单位委托分别占 63.14% 和 30.51%。

2.3 中国产学研技术成果输出快速增长

近年来,我国创新能力迅速提升,我国技术市场快速发展,技术合同交易额逐年上升,从2011年的4 763.6亿元增长到2015年的9 835.79亿元。高等院校、科研机构和企业是推动技术市场交易、促进国家经济社会发展及服务国家创新驱动发展战略中发挥着极为重要的作用。从我国产学研技术输出合同成交额看,2011—2015年,全国高等院校技术输出合同成交额由248.6亿元增长至314亿元,科研机构技术输出合同成交额由260.4亿元增长至560亿元,企业技术输出合同成交额由4 119.3亿元增长至8 476.92亿元。中国产学研技术输出合同成交额如图2所示。

2.4 中国产学研合作创新成果大量涌现

近年来,我国产学研合作创新成果快速涌现,以中国产学研合作促进会设立的中国产学研合作创新与促进奖为例,可说明我国产学研合作成果发展现状。截至2016年,中国产学研合作创新与促进奖共评选出各类奖项2 492项。其中,产学研合作创新奖868项、产学研合作促进奖793项、产学研合作创新成果奖733项及产学研合作突出贡献奖70项。其中,产学研合作创新

奖由2009年的98项增加至2016年的164项,产学研合作创新成果奖由2009年的70项增加至2016年的161项。2015年,中国产学研合作创新与促进奖一等奖为27项,二等奖42项。2016年该奖项的一、二等奖数量分别增加至49项、51项,共有来自全国内地19个省、市、自治区的144家高校、科研院所和企业分享了一等奖的殊荣。中国产学研合作创新与促进奖获奖数量如表1所示。

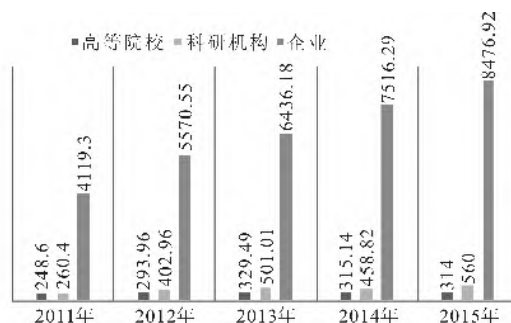


图2 2011—2015年中国产学研技术输出合同成交额（单位：亿元）

数据来源：根据2012—2016年国家科技部《全国技术市场统计年度报告》整理

表1 2009—2016年中国产学研合作创新与促进奖获奖数量

奖项类别	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
产学研合作创新奖(项)	98	98	91	100	99	95	123	164
产学研合作促进奖(项)	98	97	91	98	98	97	115	99
产学研合作创新成果奖(项)	0	70	77	97	100	105	123	161
产学研合作突出贡献奖(项)	0	10	10	10	10	10	10	10
军民融合奖(项)	0	0	0	0	0	0	0	28
合计(项)	196	275	269	305	307	307	371	462

数据来源：根据中国产学研合作促进会中国产学研合作创新与促进奖资料整理

3 中国产学研合作发展的主要问题

(1)未出台规范产学研合作的综合性法律,难以形成政策合力。尽管产学研合作得到了各级政府的高度重视,但是相关立法工作滞后,仅仅局限于对“政产学研用”链条的某个环节或某个主体的权利与义务规范,没有将该链条涉及的所有主体及主体间的权利和义务关系进行整合性规范。因此,制定一部将产学研整合起来的综合性法律——《中华人民共和国产学研合作促进法》尤为重要。

在法律法规和政策建设方面,各级党政机关出于各自利益和权力范围,制订了大量政策文本。这些文本数量较多,但文本所能规范的主体范围有限,难以协调不同主体之间的责权关系,导致政出多门,政策效力较低,浪费了大量政策资源。此外,就目前文献和相关统计结果看,我国地方政府在产学研合作方面的参与度存在较大差异。沿海和中部经济较为活跃的地区,地方政府在产学研合作方面十分积极,在相应的政策和法规建设方面成果较为突出,不仅相关政策数量多,而且政策涉及范围大,政策效果比较明显。但有些地方政府在产学研合作方面出台政策较少,组织开展的

相关活动也不多。

(2)产学研合作经费投入结构不合理,科技成果转化率仍有待提升。近年来,中国高校科技经费增长迅速。2016年,全国1 466所高校共获得各类科技经费1 356.12亿元,其中,政府经费占63.14%,企事业单位委托经费占30.51%。由图3可知,2012—2016年政府经费增长了253.76亿元,而企事业单位委托经费增长缓慢,仅增长了46.36亿元,造成企事业单位和政府科技经费增长冷热不均的现象。

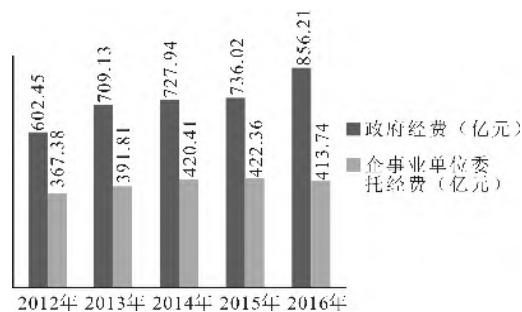


图3 2012—2016年中国高校科技经费来源

数据来源：根据2012—2016年国家教育部《高等学校科技统计资料汇编》整理

技术市场是加速科技创新、优化科技资源配置,以

及促进科技与经济相结合的重要渠道。同时,技术市场能够深刻反映产学研合作发展现状。从全国技术市场统计数据看,企业输出与吸纳技术合同成交额增长迅速,企业既是技术市场最大的输出方,也是最大的吸纳方。2015 年,企业输出技术 196 517 项,成交额 8 476.92 亿元,占全国 86.18%;吸纳技术 209 342 项,成交额 7 463.91 亿元,占全国 75.89%^[7]。从高等院校与科研机构技术输出合同成交额占企业吸纳技术合同成交额的比例看,2011—2013 年占比持续上升,2013 年达到最高,约为 14.84%,但 2014 年开始出现下滑,约为 11.71%,2015 年则继续微幅下降。在企业吸纳技术合同成交额快速攀升的同时,高校与科研机构技术输出合同成交额出现下滑,说明高校与科研机构科技成果产学研合作仍存在提升空间。中国高等院校与科研机构技术输出合同成交额占企业吸纳技术合同成交额的比例如图 4 所示。

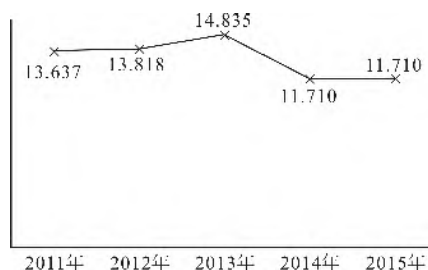


图 4 2011—2015 年中国高校与科研机构技术输出合同成交额占企业吸纳技术合同成交额的比例

数据来源:根据 2012—2016 年国家科技部《全国技术市场统计年度报告》整理

(3) 产学研合作区域发展不均衡,产学研合作整体效果不佳。从 2016 年中国产学研合作创新成果奖中 144 项一等奖的获奖单位分布地域看,来自北京、江苏、广东、浙江、上海的机构数量占 66.67%,而来自湖北、河南、安徽、湖南等中部地区的机构数量只占 12.5%,来自西部地区的机构数量则更少。这反映出我国当前在构建以企业为主体,产学研相结合的创新体系建设中,区域发展不协调。

大学科技园以高校的科研、智力资源及社会资源为依托,是为高校科技创新、成果转化、高新技术企业培育、人才培养、产学研结合提供平台与服务的重要载体。因此,大学科技园在孵企业的经济指标也可以反映我国产学研合作的部分现状。从 2004—2015 年国家大学科技园在孵企业总收入数据看,除了在 2009 年、2014 年达到 498.9 亿元和 361.2 亿元的两次峰值外,其余年份基本在 247 亿元的均值上下波动,2011 年则出现 170.5 亿元的最低值。2016 年 9 月,科技部、教育部下发了《国家大学科技园通过 2015 年度享受税收优惠政策审核的通知》,共有 69 家国家大学科技园符合享受 2015 年度国家税收优惠政策的条件,46 家国家大学科技园则没有通过税收优惠审核。这也反映出产学研合作中,政、产、学、研各方协调力度不足,产学研合

作机制有待完善。国家大学科技园在孵企业总收入如图 5 所示。

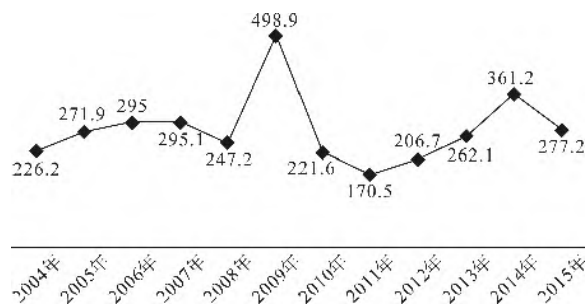


图 5 2004—2015 年国家大学科技园在孵企业总收入(单位:亿元)
数据来源:根据科技部火炬高技术产业开发中心《2016 中国火炬统计年鉴》整理

4 国外产学研合作实践与经验

西方发达国家在产学研合作方面起步较早,上世纪 70—80 年代,欧美国家在促进产学研合作方面进入立法高峰,相继制订了一系列与产学研合作相关的法案,为产学研合作提供了有效的法律保障。

4.1 重视产学研相关法规制定,政府推动产学研各主体开展合作

欧美国家在产学研方面颁布了一系列保护知识产权和鼓励产学研合作的政策,形成了一套有效的产学研合作创新机制。1980 年,美国国会通过了《拜杜法案》,该法案对推进政产学研合作、促进科技成果转化运用、调动研发人员积极性与创造性、保持美国在全球竞争中的技术优势,以及促进经济繁荣方面具有革命性意义^[8]。德国政府通过制定相关政策保护知识产权,激发科研机构和科研人员的研发积极性,鼓励科研人员在产业界、公共研究机构与大学之间流动,以利于产学研合作创新。德国科研组织、高校、企业之间关系密切,如弗朗霍夫联合会、马克斯·普朗克联合会、莱布尼兹联合会及亥姆霍兹联合会等科研机构与高校、企业建立了企业出资、高校与科研机构参与研究的产学研合作模式^[9]。

(1) 制定风险投资政策,鼓励社会对高科技产业投资。为了给产学研合作创新提供资金支持,美国政府制订了一系列风险投资政策促进产学研合作。20 世纪 80 年代,美国政府为鼓励私人风险投资,采取风险投资所得的 60% 免于征税,其余 40% 减半征收的措施^[10]。2003 年,美国国会通过相关法案,把长期资本利得税率从 20% 下降到 15%^[11]。这些税收优惠措施的实施,使得美国风险投资在 20 世纪 80—90 年代大幅增长,大大缩短了美国科技成果转化周期。

(2) 制定税收减免政策,促使企业参加产学研合作。美国在税收减免或削减方面规定,企业委托大学或科研机构进行基础研究,所支付研究费用的 65% 可以从所得税中抵扣,并对新产品的中间试验产品也给

予免税优惠政策。1981 年,美国国会通过《经济复兴税法》,规定企业向大学和非盈利性研究机构捐赠的科研新仪器、设备等可视为慈善捐赠支出,在计税时予以扣除。1982 年,美国国会通过《小企业创新发展法案》,在该法案的基础上,美国小企业管理局(SBA)推出了美国小企业创新研究计划(SBIR),该计划对于促进产学研合作,激励小企业科技创新,稳固美国优势领域领先地位功不可没^[12]。

(3)制定企业研发鼓励政策。美国在《小企业技术创新发展法》中规定,联邦政府部门 R&D 经费若超过 1 亿美元,则可以将超额部分按法定比例资助小企业技术创新研究。该法律还制作了特殊条款用以保护中小企业在合作研究中的技术发明权,并要求政府鼓励中小企业联合建立技术开发公司等^[13]。美国政府通过对企业研究过程中的设备投资给予相应的税收优惠和减免,并采用部分直接财政补贴等措施促进科技创新,这些措施成为航空航天、IT 技术等高新技术领域迅速发展的催化剂^[14]。

政府通过设立专项计划和项目支持产学研合作。上世纪 70 年代,英国政府为了推动产学研合作,先后实施教研公司计划、链接计划、院校与企业界合作伙伴计划(2003 年后合并为知识转移合作伙伴计划)、法拉第合作伙伴倡议等促进产学研合作,加速科技成果转化^[15]。2005 年 7 月,法国政府推出竞争点计划。“竞争点”是指在一定地理范围内,企业、培训中心及研究机构以合作伙伴的方式组合起来,以本地区优势产业为先导发挥优势互补的协同作用,共同开发以创新为特点的项目。法国竞争点计划是一个典型的区域性产学研合作创新计划。此外,类似计划还有美国先进技术计划、德国创新网络计划、瑞典能力中心计划、丹麦从科技到企业行动计划等。

4.2 政府出资成立产学研合作服务与研究专门机构

发达国家尤其重视技术创新中介服务与研究机构建设,并在功能上使其日趋完善,成为产学研合作的有效平台。20 世纪 70 年代,在国家科学基金会的资助下,美国相继成立了大学—工业合作研究中心、工程研究中心和科学技术中心。这 3 类中心兼具研究与教育功能,体现了美国政府对产学研合作的重视^[16]。1992 年,美国国会通过了《小企业技术转移法案》,并在此基础上推出了小企业技术转移资助计划(STTR)。其目的之一就是加强小企业与研究机构之间的合作,促进小企业和研究机构的科技成果转化。2012 年,美国“小企业技术转移资助计划”获得 2.14 亿美元的财政支持,资助了 637 个项目^[17]。德国相当重视产学研合作,在政府的倡导下,建立了多个校企合作研究中心,如 E.ON 能源研究中心(由亚琛工业大学和 E.ON 公司共同建立)和新材料模拟研究中心(由波鸿鲁尔大学的研究所和蒂森克虏伯公司建立),这些校企研究中心的建立

有效促进了科技成果转化。德国通过“高校协定 2020”鼓励和资助高校科研项目发展,其协定第二阶段(2011—2015 年)规定,凡是由德意志研究联合会发起的科研项目,联邦政府支付 20% 的科研费用^[18]。

1972 年,英国建立了首个科技园赫利奥特瓦特大学科学园。1975 年,英国创建了剑桥大学科技园。以剑桥大学科技园为代表的英国科技园在促进产学研合作和国家经济发展中发挥了重要作用,已成为英国科技创新的重要支撑点^[19]。日本政府通过建立科技城项目,加速大学和科研机构研究成果转化,产生了巨大经济效益。

5 中国产学研合作发展对策建议

(1)中央政府要将“产学研合作”政策提升为国策。从产学研合作政策设计角度看,虽然国家制定了一系列政策和法律法规,但这些文本仍然局限于某些具体主体,而未能将“产学研合作”作为一个整体考虑。我国产学研合作始终未能上升到国家战略层面,这显然不符合产学研合作发展的需要,也不符合生产力发展需要。因此,要真正推进产学研合作,就必须将产学研合作政策提升至国家战略性、全局性政策层面,从国策角度设计政策体系。

(2)设立国家产学研协作创新委员会,统筹推进产学研合作。党的十八大报告明确提出,着力构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系。从国家层面看,产学研协作需要多部门共同努力和联合攻关,这就需要创新管理机制体制,在国家层面设立一个管理和协调机构——国家产学研协作创新委员会。1992 年,国家经贸委、国家教委和中科院正式发起成立和组织实施产学研联合开发工程,并在国家层面设立了国家产学研工程办公室。2006 年,科技部、财政部、教育部、国务院国资委、全国总工会、国家开发银行共同成立了推进产学研结合工作协调指导小组,并按照《国家中长期科学和技术发展规划纲要》配套政策要求,加强统筹协调,共同开创产学研结合工作的新局面。笔者认为,可以在这些机构的基础上成立国家产学研协作创新委员会,统筹推进产学研合作。

(3)制定《国家产学研合作促进法》,健全产学研合作利益保障机制。产学研合作链条上每一个主体都有两个方面的责任和义务:一方面要提高对产学研合作重要性的认识,另一方面要更加准确地界定各利益主体间的权责关系。强调前者的目的在于认识产学研合作在国家经济建设、科技进步、创新能力提高及综合国力跃升中的作用,从而激发推动产学研合作的热情。强调后者的目的在于厘清各个主体间的权利和义务关系,制定更为合理和科学的政策与法律法规,激发各个主体在产学研合作进程中的活力,避免政策与法律法规冲突以及各个利益主体间的冲突,为产学研合作创

造良好的政策和社会环境。

产学研合作所涉及到的政策与法律法规数量较多,既有纵向政策也有横向政策。因此,国家最高行政机关和权力机关应该凭借自身行政和立法权力,敦促所属部门和科研机构在政策方面加强合作,避免出现上下级政策及部门政策之间的冲突。各职能部门内部和各主体部门内部要厘清内部政策和法规,避免出现内部利益冲突。

(4)深化科研机构体制机制改革。尽管我国科研机构体制机制已经进行了改革,但迄今仍有一些体制机制上的问题没有完全解决。未来需要加快改革步伐,构建适应中国特色自主创新体系的现代科研机构制度,使各科研机构(包括高等学校设置的科研机构)能够更加自主地将研究内容与经济社会需求紧密结合,使科研成果更快地转化为现实生产力。

(5)由国家主导相关国际法的制定,提高中国产学研合作国际化水平。随着我国国际地位的提高,中国政府应该积极主导在产学研合作方面的立法工作,逐步以中国标准创新国际准则,从而体现我国在产学研合作方面的意志。

(6)制定政策和法律法规,促进人才流动。国家应制定政策保障研发人员在产、学、研各界充分流动,放宽大学教师到企业兼职的限制。在一定条件下,大学教师可以将研究成果直接带到产业化过程中,并到企业兼职。同时,允许企业研发人员走进高校,而高校可以在课程设置、学时分配等方面优化设计,并将企业、科研机构的研发人员纳入到培养方案中。淡化协同创新中心申报过程中的行政化色彩,营造良好的政策环境。

参考文献:

- [1] 万钢. 中国科技改革开放 30 年[M]. 北京: 科学出版社, 2008.
- [2] 胡冬雪, 陈强. 促进我国产学研合作的法律对策研究[J]. 中国软科学, 2013(2): 154-173.
- [3] 周海银. 高等教育如何适应“中国制造 2025”[J]. 山东师范大学学报, 2015(4): 119-123.
- [4] 黄志刚, 钟春玲. 构建政产学研协同育人模式推进地方院校一流本科教育[J]. 教育与考试, 2016(2): 74-79.
- [5] 王新凤. 我国高校产学研合作教育的政策期待[J]. 中国高等教育, 2011(3): 55-57.
- [6] 毛涛, 高俊淇, 白旻. 美国重振制造业及其对《中国制造 2025》实施的启示[J]. 全球化, 2017(5): 66-77.
- [7] 科技部创新发展司, 中国技术市场管理促进中心. 2016 年全国技术市场统计年度报告[J]. 北京, 2016.
- [8] 张惠东. 国外产学研合作创新分析及对我国的启示[J]. 经济研究导刊, 2015(21): 188-190.
- [9] 徐平, 宋炜烨. 中德产学研模式的比较研究[J]. 课程教育研究, 2015(26): 74-75.
- [10] 唐志. 产学研合作创新的公共政策研究[D]. 天津: 天津大学, 2010.
- [11] 潘玉香. 美国创业风险投资税收政策演变及其启示[J]. 中国科技论坛, 2012(7): 143-146.
- [12] 付剑峰. 美国 SBA 小企业技术创新服务模式及其对我国的启示[N]. 科技日报, 2014-04-20.
- [13] U. S. Government. Small business innovation development act of 1982, US public law 97-219[S]. Washington, DC: Government Printing Office, 1982.
- [14] 李朝阳. 美国政府推进产学研合作创新的政策考察及启示[J]. 中国科技信息, 2009(12): 241-242.
- [15] 张红. 英国官产学研合作模式及其借鉴作用初探[J]. 情报工程, 2015(1): 49-56.
- [16] 董海华, 洪霄. 发达国家产学研合作经验评析及对常州的启示[J]. 科技管理研究, 2010(13): 71.
- [17] 陈涛. 美国联邦政府支持小企业技术创新的举措——小企业技术创新研究计划和技术转移计划[J]. 全球科技经济瞭望, 2015, 30(1): 1-5.
- [18] 杨晶. 德国产学研合作模式研究[J]. 商业经济研究, 2012(16): 121-123.
- [19] 张明. 英国科技园的发展模式及对江苏省启示[J]. 无线互联科技, 2012(10): 191-193.

(责任编辑: 张悦)

群体老板制：武汉民营科技企业的一个创举

——盛隆电气群体老板制调查

◎ 武汉大学原党委书记、教授、博士生导师 李 健
武汉大学经管学院在读博士生 谭 磊



盛隆电气集团简称盛隆电气，是1993年入驻武汉国家高新区的一家民营科技企业。经过20多年的努力，它已从一个名不见经传的小厂，成长为当今中国电力电气行业最具活力的领军企业之一。虽然近几年经济下行压力变大，但盛隆电气营业收入的年增长率，仍一直保持在30%以上。为什么在经济增长放缓的大环境下，这家企业仍能够保持如此强劲的发展势头，大把大把地拿订单？在“盛隆现象”的背后，到底隐藏着什么样的奥秘？盛隆电气的董事长谢元德说，“主要是因为我們有一个独特的群体老板制，这个体制极大调动了企业员工的积极性。”

群体老板制的主要做法是：鼓励人人创业当老板，积极营造创业环境，帮助有本事、想干事的员工创业，努力使他们在盛隆电气这个大平台

上，通过自己的奋斗，逐步成长为老板和领军人才，共同参与企业治理，共同分享发展成果。这个制度的设计者、盛隆电气创始人谢元德认为，“盛隆不但要成为一个制造优质产品的企业，还应该成为一个培养优秀企业家的平台和支持大众创业的生态系统。”在群体老板体制下，在盛隆电气，当创业者淘到第一桶金，在个人账户上有属于自己的100万元后，就可以申请注册三级创业公司，任经理，当“小老板”，经理能招兵买马，在财务上享有自主权。经理个人账户达到300万元后，可以申请成立二级创业公司，任总经理，当“中老板”。总经理个人账户达1000万元后，可以申请成立一级创业公司，任总裁，当“大老板”。

在盛隆电气集团，群体老板制受到员工的普遍欢迎与认可，并且引

发了创业潮。正如谢元德所说，“由于这个制度既发挥了公有经济和民有经济的长处，又摈弃了二者的短处，所以它能够在最大程度上实现公平和效率的统一，空前激发员工的积极性和创造力。”到去年年底，他们通过这种模式已经孵化出老板400多名。这400多名老板，如同400多台发动机，为盛隆电气这列火车的飞奔，提供了强大而持久的驱动力。

群体老板制顺应了以创新为驱动的新民营经济的发展，体现了武汉民营科技企业家的智慧与担当。在盛隆电气群体老板制的背后，我们可以看到农民家庭联产承包制的影子。曾经在农村当过人民公社社员的谢元德深知，改革开放以来，中国农村之所以出现天翻地覆的变化，关键是它确立了一种新的分配制度，明确了“交足国家的，留够集体的，剩下都是自

己的”。与家庭联产承包制相似，盛隆电气的小老板、中老板、大老板们，每年也只要按照协议，向上一级部门交足应该上缴的服务费，留够创业团队用于持续发展的准备金，剩下的钱就都归自己。因此，在这里，几乎每个人都有使不完的劲。

群体老板制鼓励一部分人通过诚实劳动先富起来，倡导先富带后富，最终实现共同富裕，这与我们党在社会主义初级阶段的政策主张高度契合。在盛隆电气，我们经常可以看到这样的情景，在“立人已立，达人已达”的企业文化熏陶下，一些创业者在自己成为老板后，又积极帮助他人通过创业成为新的老板。以集团副董事长、第一批个人账户过千万元的老板谢清伦为例，她在经过“三级跳”成为一级创业公司的总裁后，又热情出手，帮助部下李洪英等创业，使他们也陆续成为新的大老板。同样地，李洪英在成为个人账户过千万元的大老板后，也继承谢清伦的传统，积极提携后人，现在，李洪英带出来的新老板，也已经超过了20人。经过一茬又一茬的接力，盛隆电气老板的队伍像滚雪球一样，越滚越大，生生不息。

群体老板制使盛隆电气的员工从“打工者”变成了“创业者”，打破了阶层固化，使每一个人通过努力，都有可能实现自己的创业梦。营销人员的薪酬，在绝大多数企业，是采取“工资+提成”的方式。营销人员虽然按照这种薪酬方式挣的钱可能也不少，但是，他们普遍缺乏一种做主人的感受，总觉的自己还是个“打工者”。而在盛隆电气，群体老板制使这些营销人员，从“打工者”变成了“创业者”，使他们找到了做主

人的感觉。在这里，你只要有本事，能拿到足够多的订单，就能注册自己的创业公司，成为说话算数的老板。

群体老板制为一些来自社会底层的普通人，开辟了上升通道，使他们得以有机会从“草根”变成“老板”。这种情况在盛隆电气不胜枚举。例如，农村青年李涛，19岁那年从襄阳老河口来盛隆应聘时，穷得叮当响，连住旅馆的钱都付不起。后来，是群体老板制改变了这个小伙子的人生轨迹。他进厂后由于学习努力，工作勤奋，肯干也能干，现在已经成为盛隆电气广州公司负责海外营销的一个总经理，不仅在城里买了车、购了房，而且有了自己引以为豪的事业。再如，来自湖北枣阳农村的女青年谢清伦，也是在群体老板制下凤凰涅槃，从“草根”变成“老板”的一个典型样本。现在她不仅领衔一个年营业收入接近8亿元的大公司，而且是盛隆电气集团的副董事长、党委副书记。

群体老板制不但增强了盛隆电气员工的凝聚力，促进了企业的快速成长，而且提高了企业对优秀人才的吸引力，产生了巨大的磁石效应。最近几年，有不少知识分子和大学生竞相到这里建功立业。国家千人计划专

家祁涛博士2011年从新加坡回国后，在武汉一所著名大学任教，两年前，当他得知这里有一个群体老板制后，便毅然决定前来加盟。原来在一家外企任职的工程师韩文，前年在媒体上看到关于群体老板制的报道后，立即辞去在世界500强企业的工作，投奔盛隆，现在，他已是盛隆智慧能源研究院的院长。为了促进大众创业、万众创新，扩大群体老板的后备军，作为群体老板制的延伸，盛隆电气去年还成立了盛隆创业学院和盛隆众创空间，启动了面向武汉招收3000名大学生创业的“先行领军计划”。

群体老板制通过变革生产关系，解放了生产力，促进了企业的高速发展。现在，盛隆电气旗下已经有22个子公司和工厂，2个研究院，7000多名员工，业务遍布国内所有省市和海外50多个国家及地区。他们凭借自己的实力和信誉，不仅成功参与了京沪高铁、南水北调、首都机场等多个国家重大工程项目，拿到很多订单，而且积极进军“一带一路”沿线国家，现已成为苏丹新港、斯里兰卡汉班托塔机场等海外重大合作项目的设备供应商。

STG



技术进步对老年再就业产生了 “补偿”还是“侵蚀”效应?

龚红^{1,2}, 罗岩¹, 彭珊¹

(1. 武汉大学 经济与管理学院 湖北 武汉 430072;

2. 武汉大学 中国产学研合作问题研究中心 湖北 武汉 430072)

摘要: 利用我国进入人口老龄化社会后近十年来 19 个行业的面板数据, 分析了技术进步对老年再就业的影响。总的分析发现, 技术进步对老年再就业产生了显著的“补偿效应”, 有效地促进了老年再就业。但进一步的细分发现, 劳动节约型技术进步对老年再就业产生了显著的“补偿效应”, 而资本节约型技术进步则产生了显著的“侵蚀效应”。在此基础上结合具体的行业进行了分析, 服务业的技术进步对老年再就业具有显著的“补偿效应”, 而制造业的技术进步则产生了显著的“侵蚀效应”。此外, 还分析了技术进步对不同受教育水平、性别老年劳动者的影响, 最后提出了相应的政策建议。

关键词: 技术进步; 老年再就业; 补偿效应; 侵蚀效应

中图分类号: F241 文献标识码: A 文章编号: 1002-9753(2017)11-0077-09

“Compensation” or “Erosion” Effect?

The Effects of Technical Progress on the Re-employment of Older Workers in China

GONG Hong^{1,2}, LUO Yan¹, PENG Shan¹

(1. Economics and Management School of Wuhan University, Wuhan 430072, China;

2. Research Center for China Industry-University-Research Institute

Collaboration of Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: Using the panel data of 19 industries in the past ten years since China entered the era of aging, we examine the impact of technical progress on the reemployment of older workers. The results show that the aggregate technical progress leads to an increase in the reemployment of older workers. Further researches find that labor-saving technical progress leads to strongly positive reactions of the reemployment of older workers while capital saving technical progress is negatively related to the reemployment of older workers. Furthermore, we test the different impacts between different industries. Our empirical analysis confirms that technical progress in service industry has significant compensation effect on the reemployment of older workers while the influences in the manufacturing and construction industry are just contrary. Moreover, education levels and gender are taken into consideration too. Finally, the paper proposed some policy suggestions according to the results of empirical analysis.

Key words: technical progress; re-employment of older workers; compensation effect; erosion effect

收稿日期: 2017-09-16 修回日期: 2017-10-28

基金项目: 国家社会科学基金资助项目(14BRK003); 湖北省技术创新专项重点项目(2016ADC019); 湖北省高校省级教学研究项目(2016006); 中央高校基本科研业务费专项资金、武汉大学自主科研项目(人文社会科学)(2016022)。

作者简介: 龚红(1977-), 男, 湖北仙桃人, 武汉大学经济与管理学院教授、博士生导师, 研究方向: 技术进步与老年再就业。

一、引言

改革开放以来,人口红利一直是推动我国经济持续快速增长的重要因素之一。然而,近年来人口的快速老龄化已对我国经济与社会发展构成了严峻挑战。截至 2016 年底,中国 60 岁以上的老年人口已达 2.3 亿,占总人口的 16.7%。据预测,2020 年我国 60 岁以上老年人将占总人口的 19.3%,2050 年将达到 38.6%。随着人均预期寿命和人力资本周期的“双延长”^[1],促进老年再就业、实现“老有所为”已成为我国老年群体的迫切希望。

长期以来,技术进步被认为是影响就业的关键因素之一。而相对于中青年员工,老年员工由于受年龄、健康状况等因素的影响,可能更容易受到技术变革的冲击。进入 21 世纪以来,技术变革更是以前所未有的深度和广度推进,这将会对我国老年再就业产生巨大冲击。而技术进步对老年再就业究竟会产生什么样的影响?将是我国各级政府、企事业单位制定老年再就业相关政策和措施时需要考虑的关键依据。

二、文献综述

国内外学者关于技术进步与老年再就业关系的探讨为后续研究奠定了重要基础。但从目前来看,仍存在着较大的争议,其研究结论主要包括以下两个方面:

(一) 技术进步对老年再就业产生了“补偿效应”

技术进步能开发出新产品,开辟新的生产服务领域和新的产业,从而创造出新的就业岗位,这种影响被认为是技术进步对就业的“补偿效应”^[2]。此外,技术进步还能够降低工作强度、缩短工作时间,从而有利于老年员工实现再就业^[3]。与中青年员工相比,老年员工尽管在体力上没有优势,但却拥有丰富的经验以及熟练的技能,因此技术进步为老年员工带来了更多适宜的岗位^[4]。对此,Paul 等人^[5]的研究也证实,那些长期工作于高技能行业的老年员工,由于学习能力较强并且已经适应了不断变化的工作环境,技术变革并不会迫使他们提前退休,而延迟退休反而能够激励

他们去学习掌握新的技术,不断优化自身的人力资本。因此,应该为老年劳动者提供更为灵活的工作方式、时间以及更为舒适和安全的工作环境,充分利用老年人力资本^[6]。

我国学者的研究发现,技术进步能够催生一些新的产业,促进就业的增长。只要技术选择能够使资本劳动比保持稳定或稳中有升,不过分地向资本替代劳动的路径偏移,技术进步就能够有效地发挥其就业促进作用^[7]。而政府通过鼓励科技创新、促进教育培训事业的发展,可以有效地促进就业的增长^[8]。在我国,老年人的技能和经验等人力资本,不仅可以扩大人力资源的供给,延长“人口红利”,而且可以缓解我国人才资源的结构性短缺^[9]。因此在 21 世纪,年老的人将是老龄社会的创造者,老年劳动者的生产率和绩效将对提高未来的社会竞争力起到越来越重要的作用^[10]。

(二) 技术进步对老年再就业产生了“侵蚀效应”

“侵蚀效应”强调技术革新对老年人力资本的侵蚀,老年员工学习新技能的速度相对较慢,未来从新技能中获得的预期收益小,因此在技术变革来临时他们往往选择提前退休^[11];同时新设备的引进也使得部分传统岗位减少甚至消失,长期就职于传统岗位及行业的老年员工更容易受到冲击^[12]。此外,由于技术与劳动之间的替代效应,企业也会因为技术进步而减少劳动力使用。随着年龄的增长,老年人的身体素质逐渐下降,雇主会因此降低对他们价值评估。而技术变革带来的年龄歧视问题也会对老年员工的薪酬以及就业前景产生不利影响^[13]。对此,Koning 等^[14]在研究中指出,应对雇用老年员工的企业给予补贴,为老年人创造更多的工作机会,避免因年龄歧视问题导致老年员工失业。而 Fulmer^[15]则认为,当技术变革的程度较小时,技术变革对老年员工就业的“侵蚀效应”会占主导地位,而当技术变革程度较大时,技术变革对老年员工就业的“补偿效应”会占主导地位,对老年员工的再培训成本与技术进步则呈显著的倒 U 型关系。

姚先国等的研究发现,技术的不断更新使企

业对劳动力的技能水平以及受教育程度有了更高的要求,从而使得低技能劳动者的就业形势更为严峻^[16]。姚战琪等利用中国31个省市的截面数据研究发现,如果劳动者的质量和人力资本的分配不能及时适应技术进步以及产业升级的需要,企业就有可能减少对劳动力的需求^[17]。朱轶等通过引入交互效应模型,探讨了技术进步、产业结构变动对我国整体就业的影响,认为第三产业的技术进步会制约其对就业的贡献,产业结构的剧烈变动会引发结构性失业^[18]。王君斌也认为,由于价格粘性以及工资刚性的存在,技术进步引起的工资水平提高带来的替代效应较大,收入效应相对较小,从而导致就业在短期内下降^[19]。

国内外关于技术进步对老年再就业影响的研究存在着较大争议。究其原因,一方面可能是因为国别、行业、时间等环境的差异,导致了研究结论存在差异;另一方面,可能是因为不同类型的技术进步对老年再就业的影响存在着差异。因此,本文在总体分析的基础上,进一步将技术进步细分为劳动节约型和资本节约型,更加深入地分析不同类型的技术进步对老年再就业的影响。

三、实证研究设计

(一) 样本选取与数据来源

我国目前的退休政策规定,男性退休年龄为60岁,女性退休年龄为女工人50岁、女干部55岁。由于我国的统计年鉴并未对女工人和女干部进行明确区分,因此本文统一选取55岁以上的女性再就业人员为研究对象。为了分析技术进步对不同年龄段老年再就业的影响,本文最终选取的退休再就业人员年龄段为:女性55-59岁、60-64岁、65岁及以上,男性60-64岁、65岁及以上。

本文的数据来源于2004-2016年《中国统计年鉴》、《中国人口与就业统计年鉴》以及《中国劳动统计年鉴》,样本涵盖制造业、信息传输及计算机服务和软件业、金融业等19个行业门类。

(二) 变量定义

老年再就业率(*EMPL*)。计算方法为城镇老

年再就业人数除以城镇老年总人数(分年度)。变量包括老年再就业率、老年男性再就业率和老年女性再就业率三类。

劳动生产率(*LP*)。本文采用劳动生产率度量劳动节约型技术进步,计算方法为分行业的增加值①除以分行业的从业人数,单位是万元/人/年。

资本生产率(*CP*)。本文采用资本生产率度量资本节约型技术进步,计算方法为分行业的增加值除以分行业的资本存量。由于缺乏资本存量的官方统计数据,本文运用永续盘存法,以全社会固定资产投资总额进行推算。计算公式为: $K_{i,t} = K_{i,t-1}(1 - \delta_{i,t}) + I_{i,t}$, $K_{i,t}$ 表示*i*行业*t*年的资本存量, $I_{i,t}$ 表示当年新增投资, $\delta_{i,t}$ 表示资本折旧率。

全要素增长率(*TFP*)。本文采用索洛余值法计算的全要素增长率度量总体的技术进步水平。计算公式如下: $GA = GY - \alpha GL - \beta GK$,其中 α 为平均资本产出份额, β 为平均劳动力产出份额, GY 表示产出增长率, GL 表示劳动力增长率, GK 表示资本增长率。

本文选取行业平均工资水平(万元)、固定资产投资额(万亿)、平均受教育水平(年)作为控制变量。为了消除通货膨胀的影响,平均工资水平、固定资产投资以2005年为基期对以后各年都进行了平减处理。对于行业平均受教育水平,本文结合年鉴中“按行业、性别划分的城镇就业人员受教育程度构成”,根据各学历水平的受教育年限(未上过学=0;小学=6;初中=9;高中及中专=12;大专=15;本科=16;研究生以上=19)对平均受教育水平进行了计算。表1描述了所选样本的相关特征。

(三) 模型设计

本文使用面板数据回归分析法进行实证检验,Hausman检验结果表明模型(1)、(2)、(3)支持固定效应模型,模型(4)、(5)支持随机效应模型。使用广义最小二乘法(EGLS)对模型的异方差进行了修正,模型拟合结果为修正异方差之后的结果。统计模型如下:

① 本文使用的分行业增加值、行业平均工资及固定资产投资等指标均以2005的不变价格平减后得到。

表 1 主要变量的描述性统计

变量	符号	观测值	平均数	最大值	最小值	中值	标准差	VIF①
被解释变量								
老年再就业率	EMPL	171	6.324	28.7	1.1	5.3	4.495	1.55
解释变量								
全要素增长率	TFP	171	-0.062	0.408	-14.99	0.029	1.154	1.02
劳动生产率	LP	171	31.82	150.71	3.883	23.999	26.965	1.64
资本生产率	CP	171	1.222	12.763	0.017	0.561	2.289	1.19
控制变量								
平均受教育水平(年)	EDUC	171	11.538	14.49	7.29	11.64	1.814	2.11
平均工资水平(万元)	WAGE	171	3.147	7.773	0.821	2.91	1.313	1.80
固定资产投资(万亿)	CAPL	171	1.254	14.943	0.012	0.386	2.43	1.09

$$EMPL_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 TFP_{it} + \alpha_2 EDUC_{it} + \alpha_3 WAGE_{it} + \alpha_4 CAPL_{it} + \varepsilon_{it}$$
 (1)

其中 i 表示行业 t 表示年份。EMPL_{it} 分别表示 Low_{it}、Mid_{it}、High_{it}，即 i 行业 t 年 55-59 岁、60-64 岁、65 岁及以上年龄段的老年再就业率。TFP_{it} 表示 i 行业 t 年的全要素增长率，其余为控制变量，包括 i 行业 t 年的平均受教育水平(EDUC_{it})、行业平均工资水平(WAGE_{it})以及行业固定资产投资(CAPL_{it})。

四、实证结果分析

(一) 技术进步对老年再就业的影响

表 2 分析了总的技术进步对我国老年再就业的影响。结果显示，总的技术进步对低龄及中龄

老年再就业具有显著的“补偿效应”。全要素生产率每提高 1%，55-59、60-64 岁的老年再就业率就会分别提高 0.043% 和 0.016%。这可能是因为一方面，技术进步开辟了新的生产服务领域以及新的产业，创造出了新的就业岗位。另一方面，技术进步带来的一些新的自动化设备使得原本复杂的工作简单化、易操作，为老年人再就业提供了更多适宜的岗位。

此外，表 2 的结果还显示，行业实际工资水平以及固定资产投资与老年再就业显著正相关。这可能是因为投资的增长会为企业带来更高的产能，而产能的提高又会带来相应配套劳动力需求的增加，从而对老年再就业也产生了积极影响。

表 2 技术进步对老年再就业的影响：总的分析

变量	55-59		60-64		65+	
全要素增长率(TFP)	0.058 (1.03)	0.043 *** (4.63)	0.026 (0.78)	0.016 ** (2.46)	-0.002 (-0.07)	-0.004 (-1.08)
受教育水平(EDUC)		-0.068 (-0.60)		-0.011 (-0.15)		-0.073 (-1.20)
平均工资水平(WAGE)		0.328 *** (5.60)		0.148 *** (3.32)		0.056 (1.66)
固定资产投资(CAPL)		0.102 * (1.86)		0.089 ** (2.16)		0.038 ** (2.23)
C	2.11 *** (34.63)	1.731 (1.26)	1.248 *** (34.92)	0.795 (0.92)	0.821 *** (28.28)	1.440 * (1.89)
N	171	171	171	171	171	171
R ²	0.007	0.228	0.004	0.22	0.000	0.054
F	1.06	89.98	0.60	14.43	0.00	5.12

注：***、**、* 分别代表在 1%、5%、10% 的水平下显著。

① VIF 值小于 10 表明本文所选取的变量之间不存在多重共线性。

(二) 劳动节约型与资本节约型技术进步对老年再就业行为的影响

尽管总的分析发现,技术进步对老年再就业行为产生了“补偿效应”,但是为什么国内外较多的研究对此结论不一?我们认为,不同类型的技术进步对就业行为的影响是不一样的。因此,我们进一步将技术进步细分为劳动节约型技术进步和资本节约型技术进步,更加细致地分析不同类

型的技术进步对老年再就业的影响。建立模型如下:

$$EMPL_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 LP_{it} + \alpha_2 EDUC_{it} + \alpha_3 WAGE_{it} + \alpha_4 CAPL_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$EMPL_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CP_{it} + \alpha_2 EDUC_{it} + \alpha_3 WAGE_{it} + \alpha_4 CAPL_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

其中 LP_{it} 表示 i 行业 t 年的劳动生产率, CP_{it} 表示 i 行业 t 年的资本生产率,其余变量同模型(1)。

表3 不同类型技术进步对老年再就业的影响

变量	劳动节约型技术进步			资本节约型技术进步		
	55 - 59	60 - 64	65 +	55 - 59	60 - 64	65 +
劳动生产率(LP)	0.038 *** (6.17)	0.025 *** (9.06)	0.024 ** (2.27)			
资本生产率(CP)				-0.320* (-1.97)	-0.179* (-1.79)	-0.092 (-1.67)
受教育水平($EDUC$)	-0.163* (-1.85)	-0.075 (-1.21)	-0.138 ** (-2.79)	-0.077 (-0.79)	-0.017 (-0.29)	-0.078 (-1.41)
平均工资水平($WAGE$)	0.157* (1.98)	0.035 (0.55)	-0.054 (-0.97)	0.364 *** (7.99)	0.168 *** (3.86)	0.066* (1.91)
固定资产投资($CAPL$)	0.092 (1.74)	0.082* (2.07)	0.031* (2.02)	0.085* (1.74)	0.079* (1.85)	0.033* (1.93)
C	2.17 ** (2.32)	1.106* (1.78)	1.771 *** (3.62)	2.132* (1.80)	1.033 (1.40)	1.581 ** (2.32)
N	171	171	171	171	171	171
R^2	0.424	0.474	0.417	0.282	0.271	0.075
F	15.18	5.76	4.98	37.93	7.79	6.43

注: ***、**、* 分别代表在 1%、5%、10% 的水平下显著。

表3的分析结果显示,劳动节约型技术进步对老年再就业具有显著的补偿效应,能够有效促进老年再就业。劳动生产率每提高 1%, 55 - 59、60 - 64、65 + 三个年龄段的老年再就业率就会分别提高 0.038%、0.025%、0.024%,这可能是因为劳动节约型技术进步能够提高劳动生产率,降低企业的生产成本,扩大企业的生产规模,进而增加企业对劳动力的需求。对此 Avner 等人认为,如果一种要素相对充足,那么偏向该要素的技术将更有价值,因此企业更愿意研发偏向该要素的技术^[20]。我国作为人口大国,劳动力资源极为丰富,开发劳动节约型技术符合我国的要素禀赋结构,对于实现“保增长、促就业”的目标具有重要意义。

但是,资本节约型技术进步对老年再就业具有显著的“侵蚀效应”,降低了老年的再就业率。资本生产率每提高 1%, 55 - 59、60 - 64、65 + 三个

年龄段的老年再就业率就会分别降低 0.32%、0.179%、0.092%,这可能是因为资本节约型技术进步提高了企业的自动化水平,淘汰了一些低端岗位,在一定程度上取代了人力,从而减少了对劳动力的需求。

20 世纪 80 年代,由于劳动力资源丰富,物质资本匮乏,我国将食品、纺织等轻工业作为主导产业,大力发展劳动密集型产业,此时,技术进步对我国的就业总量具有正向影响,经济产值与就业总量呈现“双增”势头。而进入 90 年代之后,随着工业化进程的推进,重工业被置于优先发展的战略地位。此时我国走的是一条资本偏向型的技术路径,资本替代劳动的特征显著。技术进步在促进经济增长的同时,减少了对就业的吸纳,因此较高的经济增长率并没有相应地带来较高的产业劳动力需求。

(三) 技术进步对老年再就业影响: 基于服务业和制造业的比较分析

前面的研究发现,劳动节约型技术进步具有显著的补偿效应,资本节约型技术进步具有显著的侵蚀效应,为了进一步分析两类技术进步的具体影响,本文结合了相关的行业来进行分析。

在我国,零售、餐饮以及生活服务等劳动密集

型服务业具有相当大的就业吸纳能力。服务业吸纳劳动力的数量迅速增长,并于 2011 年超过第一、第二产业成为我国吸纳劳动力最多的行业,已逐渐成为我国吸纳劳动力就业的主要渠道。因此,本文进一步基于服务业和制造业进行比较分析,并以制造业、建筑业等其他行业作为参考(见表 4)。

表 4 技术进步对老年再就业的影响: 基于服务业和制造业的比较分析

变量	服务业			制造、建筑等其他行业		
	55-59	60-64	65+	55-59	60-64	65+
全要素增长率(<i>TFP</i>)	0.063 *** (5.46)	0.022 *** (6.50)	-0.0002 (-0.12)	-1.757 * (-1.95)	-1.054 ** (-2.55)	-0.704 (-1.42)
劳动生产率(<i>LP</i>)	0.033 *** (3.04)	0.008 ** (2.55)	0.002 (1.02)	0.045 *** (6.26)	0.039 *** (11.79)	0.042 *** (10.64)
资本生产率(<i>CP</i>)	-0.302 ** (-2.60)	-0.150 * (-1.92)	-0.055 (-1.73)	0.963 (1.19)	0.372 (1.00)	0.594 (1.33)
受教育水平(<i>EDUC</i>)	-0.234 ** (-2.73)	-0.078 (-1.39)	-0.130 *** (-4.05)	0.424 (1.30)	-0.035 (-0.23)	-0.222 (-1.24)
平均工资水平(<i>WAGE</i>)	0.113 (1.34)	0.130 *** (10.62)	0.049 *** (11.09)	0.229 (1.41)	0.097 (1.30)	0.057 (0.64)
固定资产投资(<i>CAPL</i>)	0.173 ** (2.60)	0.099 ** (2.58)	0.024 (0.98)	0.017 (0.33)	-0.002 (-0.08)	-0.004 (-0.13)
<i>C</i>	3.321 *** (3.23)	1.435 * (2.14)	2.066 *** (5.53)	-4.581 (-1.31)	0.233 (0.15)	1.349 (0.70)
<i>N</i>	126	126	126	45	45	45
<i>R</i> ²	0.407	0.440	0.223	0.723	0.874	0.820
<i>F</i>	1114.16	66.23	24.96	14.82	39.17	25.78

注: **、*、* 分别代表在 1%、5%、10% 的水平下显著。

表 4 的结果表明,对服务业来说,技术进步对 55-59、60-64 岁老年再就业具有显著的“补偿效应”,全要素增长率每提高 1%,低龄及中龄的老年再就业率就会分别提高 0.063%、0.022%;而对于制造、建筑等其他行业来说,技术进步与老年再就业则呈现显著的负相关关系,产生了显著的“侵蚀效应”。

这支持了表 3 的分析结果,即劳动节约型技术进步对老年再就业产生了显著的补偿效应,而资本节约型技术进步则产生了显著的“侵蚀效应”。服务业是劳动相对密集的行业,企业成本的构成主要是人工成本。为节约生产成本,企业会努力提高劳动效率,因此其技术进步的类型更偏向于劳动节约型。制造业是资本相对密集的行业,企业需要投入大量的资本购买机器、设备等固定资

产,其生产成本的构成中,资本所占比重较高。为节约生产成本,企业会追求自动化、规模化,努力提高资本生产率,其技术进步的类型偏向资本节约型。

当前,随着制造业在全球范围内产能过剩,服务业已成为吸纳就业增长的主要渠道。因此,在我国,要实现“保增长,促就业”的目标,必须大力发展服务业,充分挖掘服务业吸纳就业的潜力。

(四) 技术进步对不同受教育水平老年再就业的影响

对于不同受教育水平、性别的老年劳动者,技术进步对其就业的影响可能存在着差异,因此本文进一步根据性别、受教育水平对老年再就业群体进行分组,分析技术进步对不同特征的老年群体再就业的影响。

随着行业技术水平的提高,企业对于不同技能水平的劳动力的需求也会发生变化。老年人的受教育水平在一定程度决定了其获取再就业机会的概率和能力。此外,个体的受教育水平会影响

其自身的职业选择。因此,本文以受教育年限是否大于12年(高中学历)为标准,将19个行业分成两组,对比分析技术进步对不同受教育水平的老年再就业的影响(见表5)。

表5 技术进步对不同受教育水平的老年再就业的影响

变量	平均受教育水平 > 12 年			平均受教育水平 ≤ 12 年		
	55 - 59	60 - 64	65 +	55 - 59	60 - 64	65 +
全要素增长率(<i>TFP</i>)	0.238 (0.46)	0.289 (1.18)	0.289 (1.20)	0.072 *** (6.13)	0.032 *** (4.19)	0.003 (0.44)
劳动生产率(<i>LP</i>)	-0.024 *** (-3.40)	-0.007 * (-1.66)	-0.004 (-0.87)	0.043 *** (5.17)	0.028 *** (2.79)	0.030 *** (2.62)
资本生产率(<i>CP</i>)	-0.041 (-1.16)	-0.025 (-0.96)	-0.013 (-0.51)	-0.530 *** (-2.79)	-0.243 ** (-2.53)	0.020 (0.16)
受教育水平(<i>EDUC</i>)	0.059 (0.47)	-0.200 *** (-2.64)	-0.017 (-0.23)	-0.403 (-0.95)	-0.364 ** (-2.07)	-0.437 *** (-2.70)
平均工资水平(<i>WAGE</i>)	0.245 *** (4.65)	0.112 *** (4.14)	0.025 (0.93)	0.096 (0.69)	0.094 (1.34)	-0.002 (-0.05)
固定资产投资(<i>CAPL</i>)	0.335 *** (5.22)	0.132 *** (4.02)	0.018 (0.56)	0.067 (1.40)	0.075 (1.25)	0.050 (1.41)
<i>C</i>	-0.017 (-0.01)	3.085 *** (3.15)	0.668 (0.69)	5.157 (1.25)	3.998 ** (2.35)	4.409 *** (2.87)
<i>N</i>	77	77	77	94	94	94
<i>R</i> ²	0.4443	0.4314	0.0253	0.5105	0.5905	0.5665
<i>W</i>	53.03	45.50	2.68	1424.72	181.65	23.08

注:***、**、* 分别代表在1%、5%、10%的水平下显著。

表5的结果显示,技术进步对受教育水平较低的老年人的再就业具有显著的“补偿效应”,但对受教育水平较高的老年人的影响并不显著。这可能是因为我国企业更多地是采取外延式的扩张模式(资本和劳动的投入)谋求发展,企业的技术进步并没有带来高技能工人比例的显著提高,反而大幅增加了对低技能劳动力的需求^[8]。此外,结果还显示,资本节约型技术进步带来的侵蚀效应对平均受教育水平较低的老年人影响更大。我们推测这可能是因为受教育水平较高的老年人更容易适应技术进步带来的变革,从而更容易实现再就业。而受教育水平较低的老年人更难适应技术进步带来的变化,难以获得再就业机会。

(五) 技术进步对不同性别老年再就业的影响

在按照受教育水平对老年再就业群体进行分组分析之后,本文又分性别分析技术进步对老年群体再就业的影响。建立模型如下:

$$mEMPL_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 TFP_{it} + \alpha_2 LP_{it} + \alpha_3 CP_{it} + \alpha_4 EDUC_{it} + \alpha_5 WAGE_{it} + \alpha_6 CAPL_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

$$wEMPL_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 TFP_{it} + \alpha_2 LP_{it} + \alpha_3 CP_{it} + \alpha_4 EDUC_{it} + \alpha_5 WAGE_{it} + \alpha_6 CAPL_{it} + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

$mEMPL_{it}$ 分别表示 $mMid_{it}$ 、 $mHigh_{it}$, 即 i 行业 t 年 60 - 64、65 + 两个年龄段男性老年再就业率, $wEMPL_{it}$ 分别表示 $wLow_{it}$ 、 $wMid_{it}$ 、 $wHigh_{it}$, 即 i 行业 t 年 55 - 59、60 - 64、65 + 三个年龄段女性老年再就业率, $mEDUC_{it}$ 表示 i 行业 t 年男性职工的平均受教育水平, $wEDUC_{it}$ 表示 i 行业 t 年女性职工的平均受教育水平, 其余变量同上。

表6分析了技术进步对不同性别的老年再就业的影响。结果显示,劳动节约型技术进步对老年男性及女性再就业都产生了显著的“补偿效应”,但对老年女性的影响程度更大。这可能是因为劳动节约型技术进步多发生于劳动相对密集的轻工业以及服务业等行业,这些行业对女性劳动者的需求相对较大,因此劳动节约型技术进步会更多的促进老年女性再就业。

表 6 技术进步对不同性别老年再就业的影响

变量	男性		女性		
	60 - 64	65 +	55 - 59	60 - 64	65 +
全要素增长率(<i>TFP</i>)	0.012 [*] (1.76)	0.0005 (0.11)	0.059 ^{***} (10.24)	0.037 ^{***} (7.59)	0.014 ^{***} (5.03)
劳动生产率(<i>LP</i>)	0.022 ^{***} (3.03)	0.020 [*] (1.79)	0.039 ^{***} (6.05)	0.030 ^{***} (2.65)	0.026 ^{**} (2.15)
资本生产率(<i>CP</i>)	-0.167 ^{***} (-2.96)	-0.071 (-1.51)	-0.275 ^{***} (-3.29)	-0.146 ^{***} (-2.92)	-0.069 ^{**} (-2.08)
受教育水平(<i>EDUC</i>)	-0.133 (-1.46)	-0.244 ^{***} (-4.35)	-0.220 ^{**} (-2.04)	-0.055 (-0.93)	-0.068 (-1.29)
平均工资水平(<i>WAGE</i>)	0.068 (1.63)	-0.023 (-0.43)	0.174 ^{***} (3.14)	0.001 (0.02)	-0.075 (-1.52)
固定资产投资(<i>CAPL</i>)	0.073 (1.63)	0.030 (1.37)	0.068 [*] (1.68)	0.065 [*] (1.76)	0.017 (1.36)
<i>C</i>	2.332 ^{**} (2.29)	3.399 ^{***} (5.04)	3.112 ^{**} (2.35)	0.594 (1.01)	0.742 (1.36)
<i>N</i>	171	171	171	171	171
<i>R</i> ²	0.4116	0.2975	0.4853	0.535	0.457
<i>W</i>	58.01	29.31	1010.92	436.42	89.44

注: ***、**、* 分别代表在 1%、5%、10% 的水平下显著。

五、结论与对策建议

(一) 结论

本文利用中国近十年来 19 个行业的面板数据,在将技术进步细分为劳动节约型与资本节约型两种类型的基础之上,从技术进步类型的角度探讨技术进步与老年再就业的关系。结果显示,我国总的技术进步对老年再就业具有显著的积极影响;劳动节约型技术进步对老年再就业具有显著的“补偿效应”,而资本节约型技术进步对老年再就业具有显著的“侵蚀效应”;就产业层面来看,对服务业来说,技术进步对老年再就业具有显著的“补偿效应”,但对于制造、建筑等行业来说,技术进步与老年再就业则呈现显著的负相关关系。此外,就个体层面来看,技术进步对受教育水平较低的老年人的再就业具有显著的“补偿效应”,但对受教育水平较高的老年人的影响并不显著;劳动节约型技术进步对老年男性及女性再就业都产生了显著的“补偿效应”,但对老年女性的影响程度更大。

(二) 对策建议

在人口快速老龄化与技术变革日益加剧的环境下,为使我国老年人能够更积极地实践自我养老,实现“老有所为”,应结合我国劳动力资源丰富

的要素禀赋结构,积极推进劳动节约型技术的发展,适度发展劳动密集型产业,为我国老年再就业提供更多的机会和空间。老年人实现了再就业,创造了收入,不再是政府和家人的负担,甚至还能为我国 GDP 的增长贡献一份力量。

而对于个体来说,技术进步对不同受教育水平以及不同性别的老年工作者的影响程度都不同。尽管在短期内劳动节约型技术进步不会大量淘汰低技能的劳动者,但长期来看,随着产业升级的不断推进以及企业生产的集约化,高技能劳动力将会有更为广阔的就业和发展空间。因此,国家应积极鼓励企业对老年人口的在职培训,这对于延缓老年人口的人力资本贬值、增强老年人口的就业意愿及就业能力、增加老年人口未来再就业的自主性和灵活性都具有重要意义。

参考文献:

- [1] 桂世勋,李建民,杜鹏等.新时期的老龄问题我们应该如何面对[J].人口研究,2011(4):29-43.
- [2] MOSCARINI G,POSTELVINAY F. The relative power of employment-to-employment reallocation and unemployment exits in predicting wage growth[J]. American Economic Review, 2017, 107(5): 364-368.
- [3] DE LA CROIX D,OLIVIER P,HENRI R. Aging and pensions in general equilibrium: labor market imperfection

- matter[J]. Journal of Economic Dynamics and Control 2013 , 37(1) : 104-124.
- [4] GORDO LR , SKIRBEKK V. Skill demand and the comparative advantage of age: Jobs tasks and earnings from the 1980s to the 2000s in Germany [J]. Labour Economics 2013 , 22: 61-69.
- [5] PAUL B , DAVID A. Spatial equilibrium with unemployment and wage bargaining: Theory and estimation [J]. Journal of Urban Economics , 2015 79: 2-49.
- [6]郭凯明 颜 色. 延迟退休年龄、代际收入转移与劳动力供给增长 [J]. 经济研究 2016(6) : 128-142.
- [7]叶仁荪 王光栋 王 雷. 技术进步的就业效应与技术进步路线的选择——基于 1990 ~ 2005 年中国省际面板数据的分析 [J]. 数量经济与技术经济研究 , 2008(3) : 137-147.
- [8]翟振武. 建设人口均衡型社会 [J]. 求是 2013(23) : 57-59.
- [9]蔡 昉. 人口转变、人口红利与刘易斯转折点 [J]. 经济研究 2010(4) : 4-12.
- [10]彭希哲 胡 湛. 公共政策视角下的中国人口老龄化 [J]. 中国社会科学 2011(3) : 121-138.
- [11]JUNG S , LEE JD , HWANG WS. Growth versus equity: A CGE analysis for effects of factor-biased technical progress on economic growth and employment [J]. Economic Modelling , 2017 60: 424-438.
- [12]LELAND NE , ELLIOTT SJ. Special Issue on productive aging: Evidence and opportunities for occupational therapy practitioners [J]. American Journal of Occupational Therapy , 2012 , 66(3) : 263-265.
- [13]MESSE PJ , ROULAND B. Stricter employment protection and firms' incentives to sponsor training: The case of French older workers [J]. Labour Economics , 2014 , 31(12) : 14-26.
- [14] KONING P , RATERINK M. Re-employment rates of older unemployed workers: Decomposing the effect of birth cohorts and policy changes [J]. Economist , 2013 , 161 (3) : 331-348.
- [15]FULMER IS , PLOYHART RE. Our most important asset: A multidisciplinary review of human capital valuation for research and practice [J]. Journal of Management , 2014 , 40 (1) : 161-192.
- [16]姚先国 周 礼 来 君. 技术进步、技能需求与就业结构——基于制造业微观数据的技能偏态假说检验 [J]. 中国人口科学 2005(5) : 47-53.
- [17]姚战琪 夏杰长. 资本深化、技术进步对中国就业效应的经验分析 [J]. 世界经济 2005(1) : 58-80.
- [18]朱 轶 熊思敏. 技术进步、产业结构变动对我国就业效应的经验研究 [J]. 数量经济技术经济研究 , 2009 (5) : 107-119.
- [19]王君斌 王文甫. 非完全竞争市场、技术冲击和中国劳动就业——动态新凯恩斯主义视角 [J]. 管理世界 2010 (1) : 23-35
- [20] AHITUV A , ZEIRA J. Technical progress and early retirement [J]. The Economic Journal , 2011 , 121 (3) : 171-193.
- [21]辜胜阻 吴华君 曹冬梅. 构建科学合理养老服务体系的战略思考与建议 [J]. 人口研究 2017(1) : 4-14.
- [22]杨立雄. 北京市老龄产业发展研究 [J]. 中国软科学 , 2017(3) : 74-83.

(本文责编: 辛 城)

知识型老年员工人力资本异质性 对其再职业选择影响研究

——来自研究型大学的经验证据

龚红^{1,2}, 张小玲¹, 彭珊¹

(1. 武汉大学 经济与管理学院; 2. 武汉大学 中国产学研合作问题研究中心; 湖北 武汉 430072)

摘要:以研究型大学的知识型老年员工为对象,运用多元logit回归模型分析了知识型老年员工人力资本异质性对其退休后再职业选择的影响。研究发现:随着专业技术水平的提升,老年员工更容易获得外单位的青睐,因而他们倾向于选择就职新单位而非继续供职原单位;受教育水平的提高有助于他们从事稳定的工作而非选择创业。在学科背景上,拥有理工科背景的知识型老年员工倾向于选择创业,而拥有社会科学背景的知识型老年员工更愿意供职原单位。此外,知识型老年男性倾向于选择创业,而女性更倾向于选择供职原单位。年龄的增长为知识型老年员工带来了经验、技术的积累,有助于其选择创业和就职新单位。最后,根据实证分析结果,提出了相应对策建议。

关键词:知识型老年员工;人力资本;异质性;再职业选择

DOI:10.6049/kjbydc.2016090455

中图分类号:C969;G

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2017)13-0153-08

Effects of Heterogeneity of Human Capital of Elder Knowledge Workers on Their Re-occupation Choices

——Evidence Based Research Universities

Gong Hong^{1,2}, Zhang Xiaoling¹, Peng Shan¹

(1. Economics and Management School, Wuhan University; 2. Research Center for China Industry-University-Research Institute Collaboration, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: This paper focuses on elder knowledge workers from the research university, and uses the multiple logit model to analyze the effects of heterogeneity of human capital of elder knowledge workers on their re-occupation choices, findings are as follows: it is easier for the elder knowledge workers who have higher level of professional technique to get the favor of the other employers, so they tend to choose the new employer rather than the former employer; higher education makes them more possible to occupy in stable wage jobs instead of choosing entrepreneurship. On academic background, elder knowledge workers who have science and engineering backgrounds are more likely to choose entrepreneurship while those have social backgrounds are willing to stay where they are. Moreover, older men are prone of entrepreneurship whereas women prefer the former employer. In addition, accumulation of experience and skill is good for elder knowledge workers' entrepreneurship and finding new employer. Finally, the paper proposes some policy suggestions according to the results of empirical analysis.

Key Words: Elder Knowledge Workers; Human Capital; Heterogeneity; Re-occupation Choices

0 引言

当前,技术进步、产业升级已成为我国经济发展走

出困境亟待解决的关键问题,而知识型人才是推动技术创新的源泉。随着人均预期寿命和人力资本周期的“双延长”^[1],知识型老年人力资本的再开发变得日益迫

收稿日期:2016-11-03

基金项目:国家社会科学基金项目(14BRK003);湖北省技术创新专项重点项目(2016ADC019);中央高校基本科研业务费专项资金、武汉大学自主科研项目(人文社会科学)(2016022)

作者简介:龚红(1977—),男,湖北仙桃人,博士,武汉大学经济与管理学院教授、博士生导师,研究方向为老年人力资源开发;张小玲(1990—),女,湖北襄阳人,武汉大学经济与管理学院硕士研究生,研究方向为老年人力资源开发;彭珊(1994—),女,湖北武汉人,武汉大学经济与管理学院硕士研究生,研究方向为老年人力资源开发。

湖北省科学技术协会 协办

切。但是,相对于其它类型的知识型员工,老年知识型员工的人力资本再开发、再就业等政策相对缺乏。尽管我国正在探索实施延迟退休年龄政策,但知识型老年员工的人力资本再开发是一个包括但不仅限于退休年龄的完整体系。本文将在分析知识型老年员工人力资本异质性对其退休后再职业选择影响的基础上,提出有效开发知识型老年员工人力资本、促进其再职业选择的对策建议。

1 文献回顾

1.1 老年人力资本

田雪原(2001)认为,人力资本是社会可持续发展的基本驱动力,而陈磊等^[2]通过聚类分析发现,我国低龄老年人力资本具有健康状况良好、受教育程度高、预期寿命长等突出特征。在我国,不仅有老龄人口的不断上升,还有人均预期寿命和人力资本周期的“双延长”^[1]。对此,蔡昉^[3]和杨燕绥等^[4]指出,老年人的经验、技能等人力资本不仅可以扩大人力资源供给,延长“人口红利”,还可以缓解我国人才资源的结构性短缺^[5]。因此,在 21 世纪,年老的人将是老龄社会的创造者,未来的社会竞争力将越来越取决于老年劳动者的生产率和绩效^[6]。

Behaghel 等^[7]研究发现,老年员工积累的隐性知识、技能是企业竞争优势的重要来源。但 Rogers 等^[8]认为,随着年龄的增长,老年人的体力和认知能力下降,且慢性疾病随之增加,影响了雇主对老年员工价值的判断。对此,Fulmer 和 Ployhart^[9]提出,应为老年员工提供安全和舒适的工作环境,支持其享受非全日制工作和职业暂休。此外,他们还指出,可以采用受教育水平、专业及技能水平、年龄等指标来测度个体人力资本。Wallison 和 Boudreau 在研究中也曾运用类似的测度指标。

1.2 知识型老年员工

张兰霞等^[10]认为,知识型员工具有较高学历和专业技术水平,注重学习和创新,自主性较强。廖飞等^[11]进一步研究发现,知识型员工在工作中更加关注业务成就的激励。由于知识型员工受教育年限较长,其进入劳动力市场的时间相对较晚^[12]。但蒋秉章等^[13]认为,知识型老年员工的智力衰退并不与老龄化同步,甚至在某些程度上滞后于老龄化,因而年龄并不会成为知识型老年员工再就业的阻碍因素。李祥妹等^[14]基于人岗匹配视角研究发现,虽然知识型老年员工在体力和精力上较年轻人有所下降,但在经验、技能上具有很大优势。周文斌(2011)研究发现,相较于普通员工,知识型员工能够以较强学习能力快速适应各种岗位和外界环境,因而更容易延长和丰富自身职业生涯。

Rózewski 等^[15]研究发现,知识型员工具有较强学

习能力、较大工作自主权。Wilczyńska 等^[16]进一步研究发现,知识型员工在工作中更加重视精神激励。Robert 等^[17]通过对企业中知识型老年员工和年轻员工进行对比分析发现,一方面,相对于年轻员工,知识型老年员工拥有丰富的经验、更高忠诚度和强烈的责任感;另一方面,其灵活性相对较弱,适应新技术的速度较慢等。尽管如此,Pejrova 等^[18]通过实证研究指出,知识型老年员工的再职业并不因其灵活性和适应性而受到阻碍。Kail^[19]则认为,正因为知识型员工主要从事脑力劳动且重视精神激励,他们更倾向于选择延迟退休以实现自我价值。Aleksandra 等^[20]进一步指出,知识型老年员工更加关注个体独立性而非职业晋升,因而他们更愿意选择灵活的就业形式。

1.3 老年员工再职业行为

贾国年(1994)指出,我国老年员工的再职业主要集中在 70 岁以下的中、低龄阶段。殷俊等^[21]调查发现,有 1/3 的城市退休老年人出于自我实现、经济约束等原因仍然有再职业意愿。我国老年员工再职业呈现出乡镇就业率高于城市、男性就业率高于女性的特点(姜向群,2009)。对于老年员工再职业的岗位选择,李祥妹等^[14]研究发现,工程师型岗位、教授型岗位、技工型岗位、互联网型岗位等是我国老年员工再职业的主要岗位选择。而楚蓉蓉^[22]则指出,对于高校离退休人员而言,他们的再职业主要定位于教学、科研等领域,继续留任原单位、向其它院校转移以及创业是其再职业实现的 3 种形式。张川川等^[23]则通过对 OECD 国家数据进行分析发现,老年人再职业不仅不会挤出青年人就业,还会在某种程度上促进青年人就业。总之,我国老年员工再职业是社会的发展趋势,是其生理和心理的必然需求,“老有所为”有利于老年人再职业由生存型向发展型转变,实现“老有所用”^[21]。

Lassus 等^[24]认为,工作经历、专业特长、资格证书和自我价值实现等是影响老年员工再职业的重要因素。除此之外,Robert 等^[17]认为,丰富的经验、正确的判断力、强烈的工作伦理观是知识型老年员工再职业赖以实现的重要保证。Soohee 等^[25]研究发现,与女性相比,老年男性在耐力、体力和灵活性等方面具有优势,因而离退休老年女性更愿意从事兼职工作,而男性倾向于选择全职工作。Rabl^[26]明确指出,即使老年员工提前退休,也并没有为年轻人创造工作机会。因而, Lee^[27]认为,在超老龄化的社会背景下,应采取措施保护老年员工不因年龄受到歧视,支持他们参与有价值的工作,同时改善劳动力市场条件,提高老年员工再职业的灵活性和安全性。

1.4 简要评述

以上研究为后续研究奠定了重要基础,但仍存在

以下不足:①强调了老年人力资本的重要性,但对知识型老年员工人力资本异质性的研究相对缺乏;②分别关注了老年人力资本特征和老年人再职业行为,但对二者相互影响的研究尚不多见。

2 研究设计

2.1 样本选取与变量定义

高校的中低龄退休老年教师一般具有较高学历、较高专业技术水平和丰富的工作经验,属于典型的知识型老年员工。因此,本文根据高校公布的人事任职信息,收集、整理了华中地区部分高校 300 位已达到法定退休年龄(男性 60 岁,女性 55 岁)且具有再职业行为的教师,以其为研究对象,对人力资本与再职业选择的关系进行研究。

本文被解释变量为知识型老年员工的再职业选择,包括供职原单位、创业以及就职新单位 3 个分类变量。

本文解释变量为知识型老年员工人力资本异质特征,在借鉴国、内外研究的基础上,选取专业技术水平(Tec)、受教育水平(Edu)、工作年限(Yea)、年龄(Age)和性别(Gen)5 个指标作为知识型老年员工人力资本的测度指标,并选取学科类别(Sub)作为研究变量。此外,本文在探讨知识型老年员工人力资本各维度对其再职业选择的影响时,考虑在模型中加入工作年限和年龄的交互项($Yea \times Age$)以及工作年限和专业技术水平的交互项($Yea \times Tec$)作为调节变量。

2.2 数据描述性分析

表 1 的统计结果显示,知识型老年员工在退休之后更倾向于选择供职原单位,就职原单位人数占 69%,而选择就职新单位的仅占 18%。究其原因,一方面可能在于,知识型老年员工对现有组织更加满意、“念旧情节”较重,因而流动率较低;另一方面可能在于,年龄、健康等因素的影响使知识型老年员工获得的外部机遇相对较少,因而其选择新单位的意愿较低。此外,还有 12%的知识型老年员工选择了创业,这可能是由于他们在工作积累了丰富专业技术知识和创业资源,从而有条件选择创业。

在专业技术水平方面,研究对象绝大多数达到了

教授和副教授级别,这说明在研究型大学中,知识型老年员工专业技术水平较高,在工作中更容易发挥自己的专业价值,因而更倾向于选择再职业。在学科类别方面,以工学(32.33%)、理学(19.67%)和医学(15.00%)为主,其它学科包括文学、哲学、历史学等社会学科。在受教育水平方面,大部分知识型老年员工都获得了硕士或博士学位,表明他们具有较高受教育水平。

此外,男性知识型老年员工的再就业率(80%)远高于女性(20%),可能因为女性通常要承担家务劳动、教养孙辈、照顾配偶等责任,其达到法定退休年龄后,往往更倾向于选择回归家庭而非再职业。

2.3 模型设计

在建立模型之前,首先对自变量进行相关系数矩阵分析和 VIF 检验,以检验自变量之间是否存在多重共线性。表 2 结果显示,各变量之间的相关系数除年龄和工作年限外均低于 0.7,且 VIF 值均低于 10,说明自变量之间不存在多重共线性。

表 1 知识型老年员工再职业选择及人力资本特征描述性分析

变量及编码	符号	样本量	占比(%)	标准差	均值
再职业选择					
供职原单位=1	EmpC1	208	69.33	0.026 7	1.430 0
就职新单位=2	EmpC2	55	18.33	0.022 4	
创业=3	EmpC3	37	12.33	0.019 0	
性别					
男=0	Gen0	240	80.00	0.023 1	0.200 0
女=1	Gen1	60	20.00	0.023 1	
年龄	Age	300	100.00	0.479 2	68.063 3
受教育水平					
本科=1	Edu1	141	47.00	0.028 9	1.893 3
硕士研究生=2	Edu2	50	16.67	0.021 6	
博士研究生=3	Edu3	109	36.33	0.027 8	
工作年限	Yea	300	100.00	0.620 3	41.743 3
专业技术水平					
副教授=1	Tec1	20	6.67	0.014 4	1.933 3
教授=2	Tec2	280	93.33	0.014 4	
学科类别					
工学=1	Sub1	97	32.33	0.027 1	2.486 7
医学=2	Sub2	59	19.67	0.023 0	
理学=3	Sub3	45	15.00	0.020 7	
其它学科=4	Sub4	99	33.00	0.027 2	

表 2 自变量多重共线性检验

自变量	符号	Age	Gen	Edu	Yea	Tec	Sub	VIF	1/VIF
年龄	Age	1.000						3.96	0.253
性别	Gen	-0.397	1.000					1.28	0.782
受教育水平	Edu	-0.430	0.096	1.000				1.67	0.599
工作年限	Yea	0.828	-0.211	-0.563	1.000			4.00	0.250
专业技术水平	Tec	0.225	-0.167	0.219	0.118	1.000		1.22	0.823
学科类别	Sub	-0.127	0.172	0.002	-0.075	-0.035	1.000	1.04	0.964

本文研究的是分类变量之间的关系,因而通过交叉表分析和卡方检验对变量显著性进行检验。结果表

明,本文所选取自变量显著性均在 90%以上,说明变量可取并能够得到较好的拟合效果。因此,在建立模型

时应该将上述变量纳入模型中。

本文被解释变量为三分类变量,因而采用多项 logit 模型对数据进行处理和分析,对于有 $j=1,2,\dots,J$ 类的非次序反应变量,多项 logit 模型可通过如下形式描述:

$$\ln \left[\frac{p(y=j/x)}{p(y=J/x)} \right] = \alpha_j + \sum_{k=1}^K \beta_{jk} x_k$$

其中, J 为变量类别,最后一个类别(即第 J 个类别)被作为参照类。

为了探讨知识型老年员工人力资本异质性对其供职原单位再职业选择的影响,以是否供职原单位为被解释变量(供职原单位=1,非供职原单位=2),并以非供职原单位为参照组,建立模型(1):

$$\ln[F_j/(1-F_j)] = \alpha + \beta_1 \text{Age} + \beta_2 \text{Gen} + \beta_3 \text{Edu} + \beta_4 \text{Yea} + \beta_5 \text{Tec} + \beta_6 \text{Sub} + \beta_7 X_i + \varepsilon \quad (1)$$

其中, F_j 为选择供职原单位的发生概率,且 $F_j = p_j + \varepsilon_j$, $E(F_j) = p_j$, 当样本数量较大时, F_j 无限接近 p_j 。Age、Gen、Edu、Yea、Tec、Sub 分别表示年龄、性别、受教育水平、工作年限、专业技术水平和学科类别; X_i 为调节变量工作年限和年龄的交互项($\text{Yea} \times \text{Age}$)以及工作年限和专业技术水平的交互项($\text{Yea} \times \text{Tec}$)。

本文计算过程全部利用 STATA12.0 完成。

表 3 数据交叉分析

变量	符号	再职业选择(EmpC)	
		卡方值	显著性水平
年龄	Age	111.909	0.001
性别	Gen	12.922	0.002
受教育水平	Edu	13.250	0.010
工作年限	Yea	128.254	0.022
专业技术水平	Tec	5.343	0.069
学科类别	Sub	27.441	0.000

3 实证分析

3.1 供职原单位再职业选择影响分析

对模型(1)进行分析发现,高技术水平的老年员工特别容易获得外单位青睐,而且由于退休后再职业选择的自由性,其获得的外部机会较多,因而知识型老年员工选择供职原单位的可能性随着其专业技术水平的提高而降低。受教育水平对知识型老年员工供职原单位的再职业选择具有正向影响,但并不显著。这说明雇主更看重的是老年员工的经验和技能,而非学历。此外,由于女性倾向于选择稳定的工作状态,女性老年员工选择供职原单位的概率高于男性。随着年龄的增长,知识型老年员工选择原单位的可能性逐渐降低;但较长的工作年限增加了他们对原单位的组织忠诚度,因而具有显著正向影响。当学科类别偏向社会学科时,专业优势相对不突出,因而他们更倾向于选择供职原单位。

交互项 $\text{Yea} \times \text{Age}$ 和 $\text{Yea} \times \text{Tec}$ 对模型具有显著正

向调节作用,说明它们的联合效应能够有效促进老年员工继续供职原单位。然而,加入调节变量后,工作年限对知识型老年员工供职原单位的选择由显著正向影响变为显著负向影响。这并非由工作年限的单独效应引起,而是在年龄和专业技术水平的调节下,达到一定工作年限的老年员工更愿意选择安逸的退休生活,不愿意选择再职业。

此外,本文关注到,很多低龄退休人员在选择继续供职原单位的同时,也会到其它单位兼职。为探讨供职原单位的知识型老年员工人力资本异质特点对其是否在其它单位兼职有无影响,以有无兼职(有兼职=1,无兼职=2)为被解释变量,并以无兼职为参照组,建立模型(2):

$$\ln[M_j/(1-M_j)] = \alpha + \beta_1 \text{Age} + \beta_2 \text{Gen} + \beta_3 \text{Edu} + \beta_4 \text{Yea} + \beta_5 \text{Tec} + \beta_6 \text{Sub} + \beta_7 X_i + \varepsilon \quad (2)$$

其中, M_j 为供职原单位有无兼职发生的概率,其它符号定义同模型(1)。

模型(2)的分析结果表明,随着年龄的增长和专业技术水平的提高,知识型老年员工身兼多职的概率会显著提高,这可能是因为随着年龄的增长,知识型老年员工的经验和专业知识得到了双重提高,更容易获得外单位的“青睐”。同时,专业技术水平越高,行业对其认可度越高,知识型老年员工的外部机遇感知也越高^[28]。但是,由于受到家庭因素的影响(照顾家庭、教养孙辈等),知识型老年女性身兼多职的可能性远低于男性。受教育水平和学科类别对老年员工选择新单位有正向影响,但并不显著。

此外,模型的交互项 $\text{Yea} \times \text{Age}$ 对知识型老年员工身兼多职的影响显著为负,而年龄的影响显著为正,反映了工作年限对知识型老年员工参与兼职行为的减弱效应。这是因为,随着在原单位工作时间的延长,其对原单位更加忠诚,且由于体力和精力等原因,他们不太可能选择参与兼职。

3.2 创业和就职新单位再职业选择影响分析

除了供职原单位,很多知识型老年员工还选择了就职新单位和创业。知识型老年员工创业对于推动“大众创业、万众创新”具有重要意义,因而本文将进一步以创业和就职新单位的知识型老年员工为对象,分析其人力资本异质性对创业和就职新单位的影响。以再职业选择(供原单位=1,创业=2,就职新单位=3)为被解释变量,并以供职原单位为参照组,建立模型(3):

$$\ln[P_j/(1-P_j)] = \alpha + \beta_1 \text{Age} + \beta_2 \text{Gen} + \beta_3 \text{Edu} + \beta_4 \text{Yea} + \beta_5 \text{Tec} + \beta_6 \text{Sub} + \beta_7 X_i + \varepsilon \quad (3)$$

其中, P_j 为某类再职业选择发生的概率,其它符号定义同模型(1)。

模型(3)的分析结果显示,学科类别对其创业行为的影响最为显著。其中,工学、医学、理学和其它学科

对创业概率的影响分别是 65.2%、42.48%、27.69%、18.05%。理工科的研究者更容易在实验中获得技术性强、实用价值较高的发明专利,加之现行政策对产学研成果转化的保护和支持,增强了核心创业网络节点的影响力,因而有理工科背景的知识型老年员工具有更高创业资本。近年来,在“大众创业、万众创新”的时

代背景下,一批拥有理工科背景的知识型老年员工利用便捷的创业资源成为精英创业者。他们或许并不直接创造或领导企业,但却可以为企业带来新型业务活动^[29]。以武汉大学为例,近年来,大量拥有理工科背景的中低龄知识型老年员工投身创业,创办了很多有影响力的企业(见表 6)。

表 4 对供职原单位再职业选择的影响分析

变量	模型(1):供职原单位(非供职原单位为参照组)				模型(2):供职原单位且有兼职(无兼职为参照组)			
	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)
Age	-0.075*** (-2.88)	0.928	-0.223*** (-2.86)	0.800	0.082** (2.53)	1.086	0.265*** (2.69)	1.304
Gen	0.793** (2.26)	2.211	0.609* (1.69)	1.839	-0.663** (-1.98)	0.515	-0.446 (-1.26)	0.640
Edu	0.237 (1.46)	1.267	0.230 (1.39)	1.258	0.145 (0.85)	1.156	0.203 (1.17)	1.225
Yea	0.035* (1.67)	1.035	-1.011** (-2.07)	0.364	-0.034 (-1.42)	0.967	-0.064 (-0.21)	0.938
Tec	-1.105* (-1.81)	0.331	-18.096* (-1.82)	0.000	1.874*** (2.85)	6.516	-2.970 (-0.61)	0.051
Sub	0.254*** (2.90)	1.290	0.259*** (2.91)	1.295	0.166 (1.53)	1.180	0.158 (1.44)	1.171
Yea×Age			0.003* (1.93)	1.003			-0.003** (-2.08)	0.997
Yea×Tec			0.429* (1.77)	1.536			0.135 (0.97)	1.145
_cons	4.818*** (-3.06)	123.693	48.628** (2.39)	1.31e21	8.362*** (4.27)	0.000	-11.110 (-0.95)	0.000
-2LL	-244.31		-239.24		-174.21		-171.56	
N		300				208		

注:括号内的数值为 Z 值,***、**、* 分别表示变量在 99%、95%和 90%的水平上显著

表 5 对创业和就职新单位再职业选择的影响分析

变量	模型(3):再职业选择(供职原单位为参照组)							
	创业				就职新单位			
	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)
Age	0.338* (3.64)	1.402	0.263*** (2.58)	1.301	0.098*** (3.22)	1.103	0.309*** (3.46)	1.362
Gen	-1.653*** (-3.44)	0.191	-1.314*** (-2.69)	0.269	-0.252 (-0.60)	0.777	-0.075 (-0.17)	0.928
Edu	-0.313* (-1.67)	0.731	-0.322* (-1.72)	0.725	-0.235 (-1.19)	0.790	-0.182 (-0.91)	0.834
Yea	-0.056** (-2.38)	0.946	1.242** (2.40)	3.463	-0.016 (-0.63)	0.985	0.421 (0.02)	1.523
Tec	0.656 (1.16)	1.927	19.672* (4.13)	3.50e8	14.761 (0.02)	2.600	15.960*** (5.16)	8.54e6
Sub	-0.428*** (-4.07)	0.652	-0.445*** (-4.13)	0.641	-0.124 (-1.17)	0.883	-0.120 (-1.12)	0.887
Yea×Age			0.005** (2.44)	0.995			0.004*** (2.45)	0.996
Yea×Tec			0.475* (1.87)	0.622			0.076 (0.01)	0.927
_cons	1.619 (0.93)	5.052	-53.277** (-2.47)	0.000	-35.554 (-0.03)	3.62e-	-52.456 (-1.23)	0.000
-2LL	-388.15		-379.03		-388.15		-379.03	
N		300				300		

注:括号内的数值为 Z 值,***、**、* 分别表示变量在 99%、95%和 90%的水平上显著

此外,随着受教育水平的提高,人们更容易找到相对稳定的工作,因而选择创业的可能性更小。年龄对

知识型老年员工的创业行为产生了显著正向影响,这可能是因为年龄的增长为知识型老年工带来了经验、技术等创业资源的积累,从而给其创业提供了有利的条件。女性选择创业的可能性远低于男性,这可能是因为男性善于冒险和创新,而女性倾向于选择安逸。

调节变量具有显著调节效应,使工作年限对创业选择的影响方向发生了变化,说明年龄和工作年限的增长有助于知识型老年员工积累创业资源,积淀专业知识,因而更有利于其选择创业。该结果与上文研究结论一致。

表 6 知识型老年员工创业行为:以武汉大学为例

姓名	年龄	受教育水平	工作年限	专业技术水平	专业背景	专利技术	创业公司名称	创立时间
李德仁	77	博士	31	教授	摄影测量与遥感	吉奥之星(GeoStar)	武汉吉奥信息工程技术有限公司	1999
李晓明	61	博士	32	教授	电力信息与控制	过渡过程动态无功补偿装置	武汉国想电力科技股份有限公司	2006
刘经南	73	硕士	49	教授	卫星大地测量	GPS 连续定位技术	苏州晶为微电子有限公司	2010
朱英国	77	本科	53	教授	生物遗传学	珞优 8 号	武汉武大天源生物科技股份有限公司	2001
贺贵明	70	硕士	47	教授	通信工程	远程高清晰电子控制系统	武汉武大英康集成媒体有限公司	2000

相对于供职原单位,年龄对老年员工选择新单位再职业具有显著正向影响。随着年龄的增长,老年员工由于工作的历练和经验的积累,以及外界对其能力给予的更多肯定,更容易被“双聘”。而受教育水平、工作年限、学科类别等特征对其就职新单位的影响并不显著。另外,由于交互项 $Yea \times Age$ 和 $Yea \times Tec$ 的作用,专业技术水平对知识型老年员工就职新单位产生了促进作用。这可能是因为,在工作年限和年龄一定的情况下,专业技术水平相对较高的员工因为自身能力以及雇用单位的择优录用,更容易就职新单位。

3.3 再职业选择影响趋势分析

为进一步分析各变量对知识型老年员工再职业选择的影响,本文采用绘制核密度估计图的方法,分析在某一人力资本维度上,知识型老年员工某类再职业选择的概率变化趋势。93.33%的知识型老年员工最后的专业技术水平均达到了教授级别,极少数为副教授级别,两者异质性较低,对其再职业选择的影响不显著,因而本节分析中舍弃了该解释变量。

图 1 表明,知识型老年男性出于自我实现的需求,更愿意选择创业或就职新单位;而女性出于对稳定因素的考虑,更倾向于选择继续供职原单位。图 2 显示,知识型老年员工在各个受教育阶段,供职原单位和创业的再职业选择意向大致相同,而他们选择新单位的意愿却在整体上随受教育水平的提高而降低。

图 3 显示,知识型老年员工在不同年龄阶段的再职业选择倾向存在很大差异:在 56~60 岁,他们会将供职原单位作为再职业的首要选择,根据我国当前退休年龄政策(男性退休年龄均为 60 岁;女干部 55 岁,女工人 50 岁),这一阶段退休的女性居多,而女性更多选择了供职原单位。在 60~70 岁,由于社会关系网络的拓展以及创业网络的延伸,他们更倾向于选择创业以实现自我价值。图 4 显示,3 类再职业选择的概率密度曲线延伸方向基本一致,均为先上升后下降。这可能是因为随着工作年限的增加,知识型老年员工的工作经验更加丰富、社交网络更加广泛,从而其人力资本价值不断提升(Lin,1999)。但工作年限的增加也带来了

健康、养老、社会歧视等一系列问题,降低了他们再职业选择的主动性。

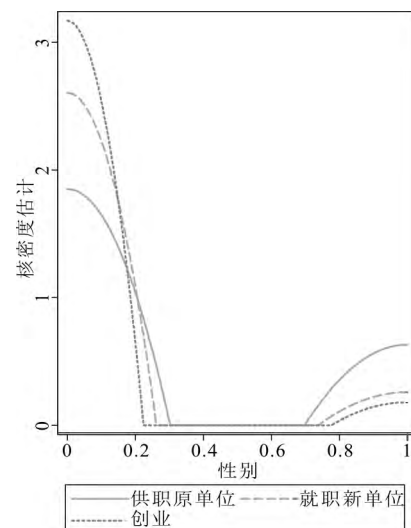


图 1 性别对再职业选择的影响

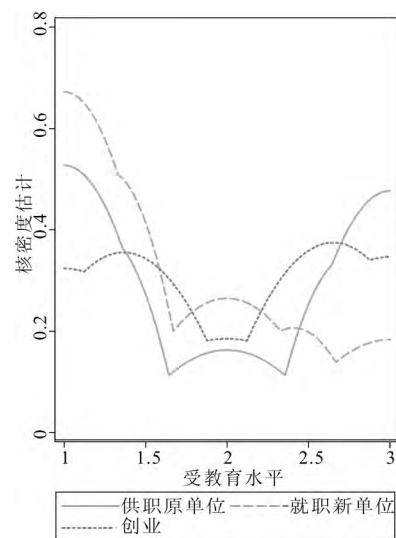


图 2 受教育水平对再职业选择的影响

图 5 显示,由于学科内部特性和学科间差异给知识型老年员工带来了不同的工作胜任能力,有工学背景的知识型老年员工倾向于利用其专有技术、发明专

利等, 选择创业; 有社会科学背景的老年员工则更愿意选择继续供职原单位, 以发挥其经验优势; 而理学和医学的专业针对性较强, 有此学科背景的老年员工就职新单位的可能性较小。

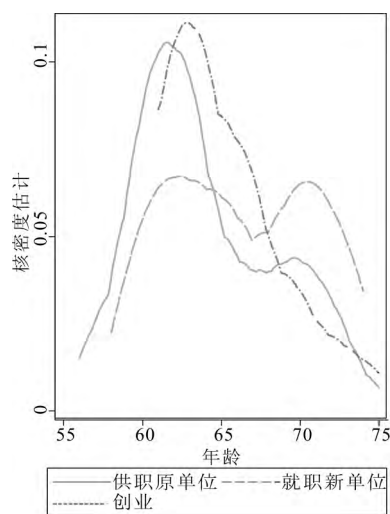


图3 年龄对再职业选择的影响

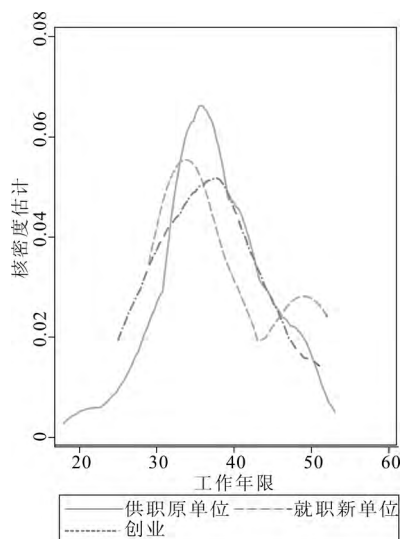


图4 工作年限对再职业选择的影响

4 结论与政策建议

4.1 研究结论

本文以研究型大学的知识型老年员工为对象, 运用多元 logit 回归模型, 分析了知识型老年员工人力资本异质性对其退休后再职业选择的影响。结果发现: 随着专业技术水平的提升, 老年员工更容易获得外单位青睐, 因而他们倾向于选择就职新单位而非继续供职原单位; 受教育水平的提高有助于其从事稳定的工作而非选择创业。在学科背景上, 拥有理工科背景的知识型老年员工倾向于选择创业, 而拥有社会科学背景的知识型老年员工更愿意供职原单位。此外, 知识型老年男性倾向于选择创业, 而女性更倾向于选择供

职原单位。在年龄维度上, 处于 56~60 岁之间的知识型老年员工更倾向于继续留任原单位, 而随着年龄增长为知识型老年工带来的经验、技术积累, 他们更倾向于选择创业和就职新单位。最后, 根据实证分析结果, 提出对策建议。

4.2 政策建议

目前, 我国老年人才智力资源浪费较多, 开发知识型老年人力资源是对其人力资本存量的再次利用和重新配置, 有利于在知识经济时代, 充分利用知识型人才的革新力和创造力, 同时有利于延长老年“人口红利”, 扩大人力资本供给。知识型老年员工拥有丰富的经验和深厚的智力资本, 为更好地开发知识型老年员工的人力资本, 本文提出以下建议:

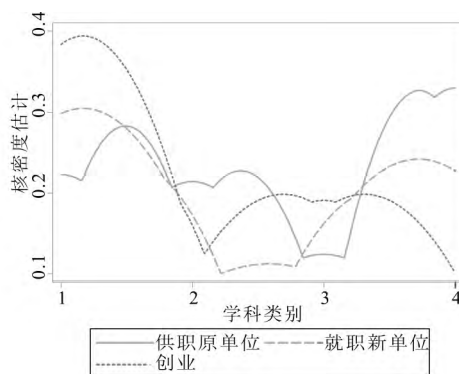


图5 学科类别对再职业选择的影响

(1) 建立完善的再职业选择渠道。有 1/3 的城市退休老年人出于自我实现和经济约束等原因具有再职业意愿^[21], 应为其建立合理的返聘、双聘制度, 开展人才交流等, 促进知识型老年员工根据自己的职业经验、专业特长以及再职业选择意愿, 灵活地选择继续留任原单位、就职新单位或者创业, 降低 3 类再职业选择转换的成本, 增强知识型老年员工再职业选择的主动性, 积极引导知识型老年员工进行合适的再职业选择, 在知识型老年员工实现人生价值的同时, 为社会创造价值。

(2) 鼓励知识型老年员工创新创业。社会应为知识型老年员工的创业行为提供支持性环境, 充分开发知识型老年员工的创业潜力和潜能。加强产学研合作的宣传和推广, 积极鼓励、支持、引导知识型老年员工将其拥有的专利技术成果向社会生产力转化, 为有创业意愿的知识型老年员工提供优惠政策以及相应知识培训, 促进其在实现自养的同时带动经济发展。

(3) 丰富知识型老年员工再职业选择。知识型老年员工的再职业选择岗位主要为教授型、工程师型、技工型、互联网型等岗位。社会应消除年龄歧视, 提供充分的知识型岗位需求信息, 根据知识型老年员工的经验和专业技术水平优势, 为其提供多样化的再职业岗位, 如非全日制工作、耗费体力劳动较少的咨询、督导等岗位, 丰富其职业选择, 延长其职业生涯。

参考文献:

- [1] 李建民, 杜鹏, 桂世勋, 等. 新时期的老龄问题我们应该如何面对[J]. 人口研究, 2011(4): 30-44.
- [2] 陈磊, 周丽萍, 班茂盛, 等. 基于聚类分析的中国低龄老年人力资源水平区域差异研究[J]. 人口学刊, 2015, 4(37): 55-64.
- [3] 蔡昉. 人口转变、人口红利与刘易斯转折点[J]. 经济研究, 2010(4): 4-13.
- [4] 杨燕绥. 老龄人口、公共服务和绿色就业[J]. 中国就业, 2011(3): 13-14.
- [5] 彭希哲, 胡湛. 公共政策视角下的中国人口老龄化[J]. 中国社会科学, 2011(3): 121-141.
- [6] 杨团. 从“负担”到“财富”[J]. 人力资源, 2013(3): 28-30.
- [7] BEHAGHEL L, CRÉPON B, SÉDILLOT B. The perverse effects of partial employment protection reform: the case of french older workers[J]. Journal of Public Economics, 2008, 92(3): 696-721.
- [8] ROGERS W A, FISK A D. Toward a psychological science of advanced technology design for older adults. [J]. Journals of Gerontology, 2010, 65(6): 645-653.
- [9] FULMER I S, PLOYHART R E. Our most important asset: a multidisciplinary/multilevel review of human capital valuation for research and practice[J]. Journal of Management, 2014, 40(1): 161-192.
- [10] 张兰霞, 闵琳琳, 吴小康, 等. 基于心理契约的知识型员工忠诚度的影响因素[J]. 管理评论, 2008(4): 39-44.
- [11] 廖飞, 施丽芳, 茅宁, 等. 竞争优势感知、个人声誉激励与知识工作者的内生动机: 以知识的隐性程度为调节变量[J]. 南开管理评论, 2010, 13(1): 134-145.
- [12] 郑子林. 知识型员工心理契约违背的影响及预防措施探析[J]. 管理世界, 2014(4): 1-4.
- [13] 蒋秉章, 赵增绶. 开拓知识型退休人才资源在社会发展中的巨大潜力——对老年知识分子群体“人生价值”再实现的若干思考[C]. 上海市退休职工管理研究会, 优秀论文集, 2011.
- [14] 李祥妹, 王慧. 人岗匹配视角下的老年员工人力资源开发策略研究[J]. 中国人力资源开发, 2016(8): 13-17.
- [15] RÓŻEWSKI P, JANKOWSKI J, BRÓDKA P, et al. Knowledge workers' collaborative learning behavior modeling in an organizational social network[J]. Computers in Human Behavior, 2015(51): 1248-1260.
- [16] WILCZYŃSKA A, BATORSKI D, SELLENS J T. Employment flexibility and job security as determinants of job satisfaction: the case of polish knowledge workers[J]. Social Indicators Research, 2016, 126(2): 633-656.
- [17] ROBERT L L, PHILLIP A F. Age-related differences in the motivation of knowledge workers [J]. Engineering Management Journal, 2006, 18(3): 20-28.
- [18] PEJROVA I, KLIMEK P. The knowledge management of older workers: younger workers' perspectives[C]. Proceedings of the European Conference on Intellectual Capital, 2014.
- [19] KAIL B L, WARNER D F. Leaving retirement: age-graded relative risks of transitioning back to work or dying[J]. Population Research and Policy Review, 2013, 32(2): 159-182.
- [20] MALGORZATA L, ALEKSANDER L. Cluster analysis of knowledge workers assessment of occupational threats and attitudes to character of work[J]. Eksploatacja i Inżynieria - Maintenance and Reliability, 2015, 17(1): 80-90.
- [21] 殷俊, 杨政怡. 老年群体劳动参与及影响因素分析——基于湖北省的抽样调查数据[J]. 武汉大学学报: 哲学社会科学版, 2015 (6): 5-12.
- [22] 楚蓉蓉. 高校离退休人员人力资源开发研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2014.
- [23] 张川川, 赵耀辉. 老年人就业和年轻人就业的关系: 来自中国的经验证据[J]. 世界经济, 2014 (5): 74-90.
- [24] LASSUS L A P, LOPEZ S, ROSCIGNO V J. Aging workers and the experience of job loss[J]. Research in Social Stratification and Mobility, 2015(41): 81-91.
- [25] SOOHEE P, DEOKJU K. Study of the physical condition of middle-aged workers by gender[J]. Journal of Physical Therapy Science, 2015(27): 841-843.
- [26] RABL T, JAYASINGHE M M, GERHART B, et al. How much does country matter? a meta-analysis of the Hpwp systems-business performance relationship[J]. Academy of Management Proceedings, 2011(1): 1-6.
- [27] LEE Y. Flexicure employment of older people in super-aged societies[J]. Transylvanian Review of Administrative Sciences, 2015, 44(11): 144-160.
- [28] HOFÄIDHLLAOUI M, CHHINZER N. The relationship between satisfaction and turnover intentions for knowledge workers[J]. Engineering Management Journal, 2014, 26(2): 3-9.
- [29] KHADIR-POGGI Y, KEATING M. Intellectual capital, knowledge management, knowledge economies and innovation: the case of small asset management firms in Ireland [J]. International Journal of Knowledge and Learning, 2015, 2(10): 147-163.

(责任编辑: 云昭洁)

工作场所中“男女搭配”能否带来“干活不累”

——基于资源保存理论的视角*

● 陈建安^{1,2} 武雪朦³

(1, 3 武汉大学经济与管理学院人力资源研究中心 武汉 430072;

2 武汉大学中国产学研合作问题研究中心 武汉 430072)

【摘要】工作场所中“男女搭配”已经超越抽象的性别平等观,成为任务团队试图赢得竞争力的结构性安排之一。本文按照“男女搭配”的内涵界定、触发资源、资源转化成心理体验的思路开展逻辑推导:(1)“男女搭配”既包括生理性别的多元化又涉及社会性别背后隐含的认知差异和价值观差异。(2)依据资源保存理论,“男女搭配”仅是个体心理资源或群体内生资源扩张或损耗的触发源,其中异性相吸作为“利之刃”能够扩充个体的心理资源,异类相斥作为“伤之刃”既能扩充又能损耗群体的内生资源。(3)引入任务特征和个体特质,逻辑推理发现:对于低强度或简单任务,最好采用“图式化女人(关系导向型女人)和跨性别图式化男人(关系导向型男人)”的“男女搭配”,能够带来“干活不累”;对于高强度或复杂任务,最好采用“图式化男人(任务导向型男人)和跨性别图式化女人(任务导向型女人)”搭配,带来“干活不累,干活高效”,或者“跨性别图式化男人(关系导向型男人)和图式化女人(关系导向型女人)”搭配次之,能够带来“干活不累”。这些结论解答了“男女的性别搭配有何规律,哪种性别搭配更具优势”的问题。

【关键词】男女搭配 性别多元化 干活不累 任务特征

[中图分类号]C936 [文献标识码]A

1. 引言

现实生活中,有些团队的成员构成全是男人,有些团队的成员构成则都是女人,甚至有些团队的成员构成是男女混搭。“男女混搭”的现象在工作场所中经常被调侃为“男女

* 基金项目:国家社会科学基金教育学一般课题“中国大学生创业成功标准及其与创业行为的关联机制研究”(BIA150092)。

通讯作者:陈建安, E-mail: chenjianan@whu.edu.cn。

搭配，干活不累”。实际上，工作场所中的“男女搭配”与成员构成性别多元化是紧密相关的。管理学领域对性别多元化的认识经历了从社会政策层面向人力资源管理领域战略层面的转变。20世纪90年代及之前的性别多元化研究主要关注职场领域的性别歧视和偏见。自从2000年以来性别多元化研究则主要依据相似-吸引理论、社会认同理论和歧视理论推断性别多元化对群体认同、工作满意度、关系和谐等带来的消极影响；2010年之后的相关研究则采用地位等级理论、性别再现理论、刻板印象或社会角色理论来诠释性别多元化对小组创新绩效、个体工作满意度(含任务体验和社交体验)或团队承诺带来的负面效应。当然，少量学者利用信息加工理论、异性-吸引理论诠释了性别多元化对工作满意度、决策冒险程度、绩效(公司、团队或个人)、关系冲突和任务冲突降低带来的积极效应，甚至从结构洞理论和资源配置理论视角来诠释高管团队性别多元化对公司伦理责任、财务绩效、创新能力并非带来纯积极或纯消极效应。这些研究中仅部分成果涉及工作满意度、群体认同(或承诺)、关系和谐(或冲突)等与心理体验相关的构念，并且存在结论不一致。结论不一致的主要原因在于：性别多元化对心理体验的积极效应仅从资源的收益视角来诠释，消极效应则侧重从资源的损耗视角来诠释，这两种“非此即彼”视角的诠释都存在一定的片面性，也说明上述理论对于解释性别多元化存在缺陷。迄今为止，西方学术界并没有从管理学视角形成一个解释工作场所中性别多元化如何影响员工心理体验的完整、清晰的作用机制。国内学者对于性别多元化的研究则大多聚焦于女性赋权、消除歧视的社会学视角，或者分析高管团队(例如董事会)对组织绩效的影响。即使杨振兵(2016)提出男性职工为获取女性好感而产生异性效应，并基于行业层面与省际层面数据对比验证了工作场所从业人员“男女搭配”对团队绩效的异性效应，但是并没有涉及微观层面的相关机理揭示。因此，非常有必要系统揭示“男女搭配”对于干活累或不累的作用机理。

资源保存理论描述资源在个人和社会环境之间的交互过程，包括资源积累(或扩张)和资源损耗(或丧失)，为性别多元化领域的研究开拓了一个新思路。具体来说，从资源视角存在性别多元化带来成员心理体验的两条生成机制：其一是异性相吸→资源积累和资源扩张→积极心理体验强化，其二是异类相斥→资源损耗和资源丧失→积极心理体验弱化。鉴于此，本文依据资源保存理论对资源得失的整合视角，按照内涵界定、触发资源、资源转化成心理体验的思路，揭示工作场所中“男女搭配”作为情景刺激对个体心理资源和群体内生资源的触发机制；鉴于群体内生资源会影响“在群体中的个体”的心理资源，引入团队任务特性和个性特质，诠释不同类型“男女搭配”影响“在群体中的个体”的心理体验的作用机制。通过对“男女搭配”触发机制和资源转化机制的理论分析，本研究结论便于企业能够从机理透视分析中更好地理解“男女搭配”对员工心理体验的影响机制，进而使“男女搭配”在团队组建上发挥更好的效果。

2. “男女搭配”是否等于“生理性别多元化”

“男女搭配”在英文中存在类似的说法，即性别多元化(gender diversity)、混合性别团队(mixed sex group)、性别构成(gender composition)或性别配对(mixed-sex dyads)、性别差异(gender dissimilarity)等。虽然众多研究的构念在叫法上存在差异，但是这些构念均与工

作场所中性别构成的异质性相关。

2.1 性别从生理属性到社会属性的内涵

每一个人既是自然人又是社会人。从自然人视角来说,人的性别是天生具备的外显生理属性(sex),包括“男人”(man)或“女人”(woman)两大类,即性别两元论。男女在生理结构上的差异导致二者在爆发力、体力、耐力上是不同的。性别两元论强调男女之间的生理结构差异,却忽视了二者的相似性,从而无法全面诠释性别背后的复杂性。

从社会建构视角来说,社会性别(gender)具有复杂的深刻内涵,特指男性(male)和女性(female)之间一系列不同的角色特点,即符合社会期望的品质特征、思维观念和行为模式的集合体。相关研究表明女性和男性在性格、沟通风格、教育背景和职业经历与专业性方面都是不同的(Feingold, 1994)。社会性别的差异和分化并不是与生俱来的,而是男性和女性在人类历史上进行角色扮演的结果,女性逐渐被建构为屈从于男性的群体。尤其是在中国,特定的社会认知图式(刻板印象)普遍将男女的生理性别差异等同于社会性别差异,以性别角色来强调女人和男人之间的区别。在社会对性别角色的刻板印象中,男性被期望更多是任务导向,表现逻辑的、独立的、攻击性的和竞争性的(男子汉气概)(Myaskovsky et al., 2005);女性被期望更多是人际关系导向,是直觉的、依赖的、善于表达情感的(女人气质)(Wegge et al., 2008)。依据 Bem(1981)的性别图式理论(对性别的认知结构),刻板印象既嵌入在他人的期望之中,也嵌入在个体的性别角色认同之中并形成个人的倾向(Eagly, 2009)。因此,所有人自从出生以来均以性别图式作为标准来实现社会化,其中女人以女性化为社会化目标,男人向着男性化的方向发展。鉴于在社会化过程中不同生理性别的人的性别图式化程度(对传统性别角色的认同)存在差异,根据生理性别和社会性别图式化程度可以将人划分为四类:图式化女人(只具有女性特质的女人,即关系导向型女人)、图式化男人(只具有男性特质的男人,即任务导向型男人)、跨性别图式化女人(只具有男性特质的女人,即任务导向型女人)和跨性别图式化男人(只具有女性特质的男人,即关系导向型男人)。

2.2 “男女搭配”背后蕴含的多层次内涵

从多元化的表层内涵和性别的自然属性来分析,“男女搭配”就是生物学意义上的男人和女人构成的工作群体。表层的性别与工作相关性低而易识别性高,可渗透性低,都是与生俱来且不易改变的特征,因此“男女搭配”中的成员很难从一个生理性别自然转移至另一个生理性别。“男女搭配”可以采用工作群体中女性成员占群体总数的比例(Boulouta, 2013),工作群体中男女的比例或利用 Blau 异质性指数来衡量(Ali et al., 2014)。其中,Blau 异质性指数 $H=0$ 代表完全的同质性(所有的群体成员都为男人,0/100 性别比例), $H=0.5$ 代表完全的异质性(群体成员中一半为女人,另一半为男人,代表生理性别多元化最大化,50/50 性别比例)。

从多元化的深层内涵和性别的社会属性来分析,“男女搭配”是社会学意义上的男性和女性角色构成的工作群体,即角色性别多元化。基于此视角,工作场所中“男女搭配”有着更加宽泛的内涵,强调性别背后隐含的个性特质、思维方式和行为模式差异,即认知

差异(体现为成员处理信息和经验的方式、风格不一致)和价值观差异(体现为成员理解群体目标、任务的不一致)。并且,这些差异是难以识别和观察的,类别之间的可渗透性较高。例如,女汉子,即具有男性图式特征(如独立、果敢)的女人(Hilgenkamp & Livingston, 2002; Ahlqvist et al., 2013)。Mulac 等(1987)也证实:在完成问题解决任务的情境中,“男女搭配”中女人趋向展示男性的思维和行为模式,男人则保持不变。

综合来说,“男女搭配”并非简单的男人与女人组合,既包含性别多元化的直观表象(生理性别多元化),又涉及其深层刻画(角色性别多元化)。生理性别多元化和角色性别多元化既有联系,也有本质的区别,如生理性别多元化容易被团体成员感觉到其存在,角色性别多元化则需要经过团体成员的内在加工才被知觉到其存在。“男女搭配”既是群体范畴的构念,更是个体嵌入群体的结构性安排,可能触发群体资源或群体中个体的心理资源。根据“男女搭配”多层内涵的复杂性,生理性别背后所隐含的异性和角色性别背后所隐含的异类是“男女搭配”中成员形象的不同侧影,非常有必要从异性-相吸、异类-相斥两个范式入手,解释“男女搭配”如何触发群体资源或群体中个体的心理资源。

3. “男女搭配”诱发“群体”和“在群体中的个体”内生资源的扩充还是损耗

本文将“累”侧重解读为类似于工作倦怠(心理资源的透支),意味着个体的情感衰竭、去人格化和低成就感等消极心理体验(Lee & Ashforth, 1996)。与此相对应,“不累”意味着积极的心理体验,即心情愉快(如希望、乐观、满意)。积极的心理体验与个体所拥有的心理资源的积累或扩张相关,消极的心理体验与个体所拥有的心理资源的损耗或丧失相关。依据资源保存理论,“男女搭配”中的成员会努力获取和保护他们重视的物质资源、条件资源、个性特征资源或能量资源(Hobfoll, 1998)。这些工作资源根据来源能够被划分为内生资源和外部资源,其中个体的心理资源(例如自我效能、社交欲望等)属于内部资源中的能量资源。团队所拥有的资源也能够被划分为内生资源(由群体内部所产生的资源)和外生资源(由群体外部所提供的资源)。“男女搭配”本身并非团队的工作资源,而是为团队内生资源或个体心理资源的扩充和损耗提供情境触发源,如图1所示。

3.1 异性-相吸范式下的个体心理资源扩充

从异性-相吸范式视角来说,男人和女人在“男女搭配”中均比在独立工作、“男男搭配”或“女女搭配”团队中工作更受激励,主要原因在于“男女搭配”能够带来增长自我意识或驱动自我展示的动力(Kerr & Sullaway, 1983)。具体来说,“男女搭配”作为情景刺激,被感觉到生理性别多元化之后,能够唤醒个体的自我效能和社交欲望,为满足“自我表现需求”(希望将自己的特定身份呈现给他人)和“社交需求”(希望通过与他人的交流,获得享受、愉悦和刺激的体验)提供了机会,进而可能促进团队中个体的心理资源扩充。

(1)“男女搭配”唤醒自我效能。根据自我效能理论和唤醒理论,环境中的各种刺激会唤起人的生理状态,生理状态进一步唤醒自我效能感。尤其是在独特的面子文化影响下,他人在场能够显著增强中国人的驱力或动机,体现自我表现需求的功利主义特征。以此类推,“男女搭配”中的异性吸引力自然产生促进成员互动的一种特殊驱动力——渴望得到

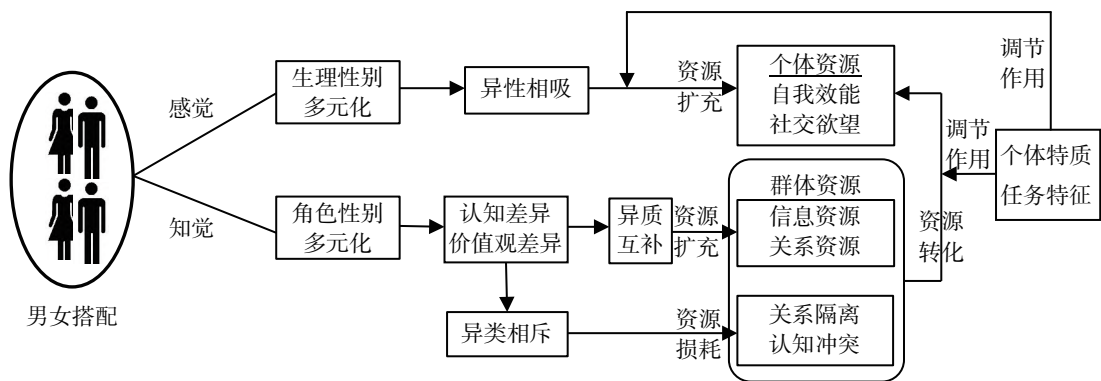


图1 任务团队中“男女搭配”的资源触发机制

异性的认可与青睐，自然就唤醒了自我效能。例如，男人为了获得异性的好感（“求偶行为”）而承担更多的工作任务（Siemens, 2015）。尤其是“男女搭配”中双方均是有魅力的或者各自的搭档伙伴是有魅力的，男人和女人均会在互动活动中表露更多（Stiles, 1996）。例如，Cheng 等（2015）通过实验研究证实：“男女”合作与“男男”或“女女”合作对脑活动的影响存在本质上的不同，只有在男女合作时，两人的大脑活动信号才表现出显著的一致性。印象管理带来的自我表现需求得到满足，则良好的感觉自然冲淡工作带来的劳累，即人们常说的“累并快乐着”，尤其乐在其中。

（2）“男女搭配”激发社交欲望。由于“异性相吸”对社交欲望的强刺激效应，男人和女人在一个性别平衡的群体中工作时，可能从接触活动之中体验到无法用语言描述的感情追求，这满足了个体的社交需求，其工作满意度相应会更高。甚至随着团队中女人比例的增加，团队成员认为团队氛围是更加令人愉快的，没有任何冲突的（Gianluca et al., 2013）。Magnus（2010）基于瑞典的 1890 个工作场所中 721123 名员工的数据调查也证明，员工离职倾向依赖于工作场所中异性员工的比率，即随着工作场所中异性员工比率增加，离职倾向下降。尤其是“男女搭配”比“男男搭配”或者“女女搭配”更容易形成超越普通职场友谊的“工作配偶”同事关系，即红颜知己或蓝颜知己。“工作配偶”关系是在工作场所中男女同事之间形成的亲密合作关系，并且这种关系不会朝柏拉图式的相恋方向发展（McBride & Bergen, 2015）。“男女搭配”带来的异性相吸效应对群体中男女成员心理体验的影响没有任何差异，但是女人比男人有更低的社交交换和更高的任务交换（Graves & Elsass, 2005），即关系导向型的女人更愿意为和“配偶”一起工作而放弃获取高收入的机会，任务导向型男人的行为并不受异性伙伴的熟悉度影响（Luise, 2015）。根据工作配偶关系理论（McBride & Bergen, 2015），形成工作配偶关系的男女双方在工作和非工作问题上相互提供支持，包括亲密的情感联结、高水平的开诚布公和支持、相互信任、诚实、忠诚和尊重，扮演真实配偶在工作场所中不能扮演的角色。

总之，从异性-相吸范式视角来看，“男女搭配”作为刺激情景，背后蕴含的生理性别多元化被个体感觉之后，由于异性相吸而增强个体的自我效能和社交欲望，实现个体心理

资源的扩充,为积极心理体验提供正能量,即增强“干活不累”的愉悦感。

3.2 异类-相斥范式下的群体内生资源扩充和损耗并存

相似-吸引理论存在三个重要的假设前提:(1)人们往往喜欢那些与自己相似的人;(2)人与人之间存在的差异使人们在互动之中产生不舒服的感觉,从而人们更善待与己相似的人;(3)浅层次人口特征的相似意味着深层次个体特质的相似性。“男女搭配”中,性别是非常容易被识别的人口特征,从而成员会以性别来对自己自动归类,团队成员自然而然地被划分为男人群体和女人群体。根据假设1和假设2所体现的异类相斥原则,“男女搭配”中男人群体和女人群体之间的差异可能导致这两个群体之间的关系隔离和认知冲突。根据假设3所体现的异质互补原则,男人群体和女人群体之间的认知差异和价值观差异能够促进“男女搭配”群体信息资源和关系资源的扩展,但是也可能增强“异质相斥”带来的消极影响。因此,在异类-相斥范式下,“男女搭配”对群体内生资源的影响是非常复杂的。

(1)“男女搭配”丰富信息资源。由于人被性别图式化后导致的社会性别角色不同,男女之间存在认知差异和价值观差异。“男女搭配”可以为任务团队带来更全面的信息及差异化的观点,形成更加具有创造性的想法和更高质量的决策(Joshi & Roh, 2009)。并且,图式化的女人在决策中更倾向于合作,愿意承诺和参与,可以为任务团队营造一种良好的氛围,促进个体之间信息资源的整合。因此,“男女搭配”可以为任务团队提供充足的信息(或观点)资源,实现群体的内生资源扩充。当然,信息(或观点)资源的增多虽然并不能直接带来个体的积极心理体验,但是可能影响个体的心理资源,并对决策型任务完成产生影响。

(2)“男女搭配”导致关系隔离。由于性别图式化的个体倾向于依据性别属性来认知和组织信息(相似的人口特征等同于深层的角色特征),根据相似-吸引范式,“男男搭配”或者“女女搭配”这种生理性别背后的角色相似有助于互动的双方提高彼此的吸引力。因此,从此视角来说,群体的生理性别构成越趋同,工作满意度越高(Peccei & Lee, 2005)。与此相对应,依据异类-相斥原理,生理性别差异使得“男女搭配”极易产生内部“分裂”。生理性别是一个容易被观察的属性特征,为社会分类提供强有力的基础。性别多元化群体的成员会根据生理性别属性而产生内部分化(“物以类聚,人以群分”),形成“女人次群体”和“男人次群体”。遵循社会认同理论,子群体内的成员出于自尊的需要,通常以积极的眼光看待圈内人,却对非我群类的圈外人给予消极的评价。进而,根据群体竞争理论,“男女搭配”工作场所中男女各自分属不同的生理性别群体,在争夺稀缺资源时由于对立的群体利益相互会存在敌意。因此,“男女搭配”团队中男人或女人各自形成的内外群体常常由于利益冲突而互相隔离,人际关系冲突(团队成员间的人际关系不和谐,比如紧张、憎恶和厌烦)必然带来大群体内部资源消耗的问题。由此推断,“男女搭配”团队中成员构成性别多元化对成员个体的工作满意度、团队承诺带来消极的影响(Peccei & Lee, 2005)。

(3)“男女搭配”驱动认知冲突和关系资源并涌。从角色匹配视角来说,“男女搭配”存在相似性匹配和互补性匹配,即“同质相谐,异质互补”。一方面,“男女搭配”作为性

别不一致群体，导致男女次群体的认知冲突。根据社会角色理论，性别图式化的女人很少是任务导向的，性别图式化的男人则更多是任务导向的。同一生理性别背后深藏的思维和价值观一致对群体中配对成员的合作目标和关系质量产生积极影响(Chen et al. , 2008)，成员的工作满意度也更高(Kim et al. , 2011)。例如，Berge等(2016)证实，与男性群体或混合群体相比，女性团队更善于合作解决问题，也更愿意冒险。性别不相似性背后的认知差异和价值观差异则更是增强群体内部的认知冲突(成员对任务目标以及有关达成目标途径的认识不一致)。尤其是中国儒家思想中“男尊女卑”对中国人行为及意识的影响已潜移默化乃至根深蒂固，认知、思维和地位的“男女有别”在人们的内心深处被广为接受。因此，女人在男人地位较强的工作背景下，会经历更多的社会隔离和性别歧视，由此形成较低的心理幸福感(Miner-Rubino et al. , 2009)。另一方面，“男女搭配”在性别角色特质的优势互补中释放正能量，带来更多的关系资源。根据性别角色理论，男女在人格与角色行为上存在显著差异，男性化特质强调任务导向，女性化特质突出关系导向。与同性伙伴互动的人期望伙伴追求与自己相同的工作目标，然而与异性伙伴互动的人则期望伙伴拥有与自己不同的工作目标(Rink & Ellemers, 2006)。男女特质的优势互补能够促进人际吸引。因此，从社会角色匹配视角来说，“男女搭配”既由于认知冲突能促进这些资源的消耗，又由于性别特质互补能促进群体内关系资源和心理资源的扩充。

总之，从异类-相斥范式来说，依据自我分类理论、群体竞争理论和角色匹配理论，男女搭配中的性别角色差异不但能够带来群体认知资源和关系资源的扩充，而且易导致男女群体之间的关系隔离和认知冲突，即群体内生资源的扩充与消耗并涌。由此推断，“男女搭配”背后蕴含的性别深层多元化犹如一把双刃剑，对群体资源池(群体所有的各种特性资源或能量资源的集合)(Hobfoll, 2011)既能带来负能量，也能带来正能量。鉴于群体和个体是不可分割的整体，群体资源池的变化会影响群体中个体的心理资源，进而对个体的心理体验(累或不累)可能产生显著影响。因此，综合“异性-相吸”和“异类-相斥”两个范式，将“男女搭配”对个体心理资源和群体内生资源的扩充或消耗纳入整体框架，系统考察其对成员个体心理体验的影响，才能全面理解“男女搭配”对干活累或不累的作用机理。并且，既然“男女搭配”对资源有正负两方面的影响，那么，什么条件下正面影响占主导，什么条件下负面影响占主导，这可能受到团队任务特征和“男女搭配”中成员个体特质的影响。

4. 资源转化中任务特征和个体特质如何调节“干活不累”效应

虽然“男女搭配”作为刺激情境为个体的心理体验提供触发源，但是“男女搭配”对个体带来累或不累的效应是非常复杂的。一方面，心理体验的性质和程度受到个体的需要或特质影响。根据美国心理学家阿诺德的情绪“评定-兴奋”论，“男女搭配”仅是作为刺激情景，通过对群体内生资源的扩充和损耗为触发个体的心理体验提供可能。不同的个体由于对“男女搭配”刺激情景的评估和关注偏好存在差异，会产生差异性的心理体验。其中，评估结果对个体有利则诱发积极的心理体验(“不累”)，有害则引起消极心理体验(“累”)。另一方面，任务特征在群体内生资源转化为个体心理资源的过程中发挥着重要

的角色。“男女搭配”通常只是组织为了达到管理目标而实施的团队成员结构性安排的手段之一，最终落脚点还是为了实现团队任务。团队任务会驱使男女成员的合作，并使其产生对团队的承诺。成员对团队的承诺能够在性别多元化对认知冲突和关系隔离的影响中发挥调控作用(Hobman & Bordia, 2006)。因此，导入任务特征和个体特质作为调节因素，分析从“男女搭配”到个体心理体验(累或不累)及从群体内生资源到个体心理体验的转化。

4.1 低强度或简单任务下“男女搭配”对个体心理体验的影响

根据 Kahneman(1973)的注意资源有限论，注意是人拥有的能够用来执行任务的心理资源，这种资源对每个人来说总量是有限的，并且任务刺激或加工越复杂，则占用的注意资源也越多。低强度或简单任务一般是执行性的日常惯例任务，不需要太多的观点和信息及较高的成员相互依赖性。根据 Shiffrin 和 Schneider(1977)的认知双加工理论解释框架，低强度或简单任务的执行无需注意资源或只需很少注意资源。因此，对于承担低强度或简单任务的“男女搭配”，个体在任务完成过程中仅需消耗少量的注意资源，从而可以将更多的注意资源分配到成员之间的社交活动。虽然“男女搭配”通过认知冲突和关系隔离可能诱发群体内生资源的损耗，但是低强度或简单任务对团队成员之间的协作要求并不高。由此推断，成员之间的相互依赖性低可以避免或减少冲突(群体内生资源的损耗)对个体心理资源带来的负面影响。

低强度或简单任务由于缺少挑战性可能会对个体成员带来枯燥感，进而诱发心理资源的消耗。但是，“男女搭配”由于存在异性之间的生理属性感觉瞬间带来的吸引力，可能对个体的心理体验产生短暂的影响，能够弥补因任务的低强度或简单常规特性带来的心理困扰。当然，“男女搭配”为组合的个体带来怎样的心理体验，视此刺激对其需要的满足情况(人的关注度)而定。在低强度或简单任务的团队情景中，“男女搭配”能够满足关系导向型个体(图式化女人和跨性别图式化男人)的心理需要，带来“干活不累”的心理体验；但是，并不能满足任务导向型个体(图式化男人或跨性别图式化女人)的心理需要。Monnier(1998)也证实：面对低强度或简单任务带来的心理困扰，团队中女人可能采用亲社会行为来应对；男人则可能采用反社会行为来响应。因此，对于承担低强度或简单任务的团队来说，“男女搭配”仅对图式化女人或跨性别图式化男人带来“干活不累”的心理体验。

当然，“男女搭配”仅是为图式化女人或跨性别图式化男人的积极心理体验(“不累”)提供刺激的驱动力，带来的驱动程度却与个体的生理唤醒水平相关。由于人与人之间的生理唤醒水平可能存在差异，低强度或简单任务中“男女搭配”对不同的图式化女人或跨性别图式化男人的积极心理体验强度也可能是存在差异的。生理唤醒水平与个体的心理资源(如乐观、自信、充满希望、自我效能)有着密切联系。依据资源保存理论的资源投资原则和资源丧失首要性原则(Hobfoll, 1989)，拥有更多心理资源的个体会投入资源，并更容易获取资源来增加自己的资源存量；拥有心理资源较少的个体会减少资源投入，并尽量保存剩余资源。从而，拥有较多心理资源的个体的生理唤醒水平高，反之生理唤醒水平则相对较低。依此类推，“男女搭配”尤其对于生理唤醒水平高的图式化女人或跨性别图式化男人来说带来的“干活不累”效果更佳。

4.2 高强度或复杂任务下“男女搭配”对个体心理体验的影响

高强度或复杂任务对“男女搭配”的资源转化存在两个方面的影响：首先，高强度或复杂任务需要大量的注意力资源，弱化个体对“异性相吸”效应的关注。根据 Shiffrin 和 Schneider(1977) 的双加工理论，高强度或复杂任务属于受意识控制加工范畴，需要个体投入大量的注意力资源。人的注意力资源是有限的，所以在承担高强度或复杂任务的“男女搭配”中，个体在面临多信息(复杂任务需要来自多方面的信息或观点)或高强度任务时必须分配其有限的注意力资源。对任务投入更多的关注势必意味着在搭配成员之间的社交活动上关注的下降甚至忽视，从而“男女搭配”基于性别表层多元化带来对个体积极心理体验的影响在减弱。甚至，高强度或复杂任务促使群体成员无暇关注异性相吸带来的自我效能和社交欲望，从而感觉的性别表层多元化对个体的心理体验没有影响(Guillaume et al., 2014)；其次，高强度或复杂性任务意味着需要成员之间相互依赖，减弱“男女”认知冲突和关系隔离对个体心理资源的损耗。性别深层多元化既能带来关系资源，又依然导致认知冲突和关系隔离，其中认知冲突和关系隔离对关系整合有消极影响(Guillaume et al., 2014)。关系整合会驱使个体以积极的态度和情感去对待自己身边的人，认知冲突和关系隔离则会驱使个体以消极的方式对待团队中的成员。这种认知冲突和关系隔离带来的消极影响可以通过合作群体规范、工作场所特征和人力资源管理政策的调节而相应减少，但是并不能完全被消除(Seong & Hong, 2013)。根据资源保存理论的资源保护首要性和资源获取次要性(Hobfoll, 1989)，团队成员非常关注认知冲突和关系隔离对自己所拥有资源可能带来的损耗。但是，在高相互依赖的团队中，任务的重要性能够在认知冲突和关系隔离之间发挥缓冲作用，即当团队在完成重要任务事项时，个体之间的认知冲突和关系隔离没有任何关系(Sonja, 2012)。在高相互依赖的团队中，人不但希望独特性需要得到满足，而且存在归属感的满足(Shore et al., 2011)，归属感需求能够促进男女之间的心理联结感增强。尤其中国人是以关系为中心的，关注相互依赖的关系和人际交往的和谐，从而群体成员比西方的工作团队成员更注重发展群体内的人际交往联系(Zhang & Hou, 2012)。

当然，个体特质不同对“男女搭配”带来群体资源的关注点有所不同。任务导向型个体(如图式化男人和跨性别图式化女人)非常看重工作目标的达成，对认知资源和认知冲突比较关注；关系导向型个体(如跨性别图式化男人和图式化女人)非常看重关系和谐，对关系资源和关系隔离比较关注。综合高强度或复杂任务特征和个体特质，由此推断：

(1)对于承担高强度或复杂任务的团队，“男女搭配”对图式化男人或跨性别图式化女人带来“干活不累”，并使任务高效率地完成。一方面，“男女搭配”中图式化男人或跨性别图式化女人将注意力集中工作任务上，会充分利用“异类互补”带来的信息资源扩充，提高工作要求与工作资源的匹配度，更好地完成高强度或复杂任务，进而积累个体心理资源(如工作压力的减少，成就感的增强)。另一方面，图式化男人或跨性别图式化女人认为，成为团队成员意味着承诺，承诺由团队意识激发，并包含对团队整体的职责和义务(Hamilton, 2011)，从而高相互依赖性弱化了认知冲突和关系隔离带来的个体心理资源损耗。

(2)对于承担高强度或复杂任务的团队，“男女搭配”对图式化女人或跨性别图式化男

人带来“干活不累”心理体验，但不会产生任务完成的高效率。一方面，跨性别图式化男人或图式化女人的团队意识由个体之间的关怀关系激发，包含对团队成员彼此之间的承诺，并非来自职责的承诺(Hamilton, 2011)。因此，在工作任务完成过程中，关系导向的跨性别图式化男人或图式化女人将注意力资源集中在关系建立上。虽然“异类相斥”导致的关系隔离或多或少会对跨性别图式化男人或图式化女人的心理体验产生负面影响，但是从长远视角来看，承担高强度或复杂任务的“男女搭配”由于高相互依赖带来的关系整合大于关系隔离，因此带来“干活不累”的心理体验。另一方面，关系导向的个体由于不注重绩效，难以利用“男女搭配”带来的信息资源，最终导致在完成高强度或复杂任务时可能出现工作效果差，效率低下。

5. 管理启示与研究展望

本研究为“男女搭配，干活不累”的复杂现象提供了独特的解释，得到的管理启示如下：(1)“男女搭配”并非简单的男人和女人组合，关键在于被成员个体感觉或知觉到性别多元化氛围。其中，感觉的生理性别多元化程度对承担低强度或简单任务的搭配成员的心理体验影响比较大，知觉的角色性别多元化程度则对承担高强度或复杂任务的搭配成员的心理体验影响比较大。从而，“男女搭配”作为团队结构性安排，不仅需要平衡男女生理性别的组合比例，更应考虑社会性别角色的搭配比例。(2)根据任务特征对不同特质的男女进行搭配组合，并不需要企业支付显性成本，却能发挥事半功倍的积极效果。其中，对于低强度或简单任务，最好采用“图式化女人和跨性别图式化男人”的“男女搭配”，能够带来“干活不累”的心理体验，促进员工队伍稳定；对于高强度或复杂任务，最好采用“图式化男人或跨性别图式化女人”搭配，能够带来“干活不累和干活高效”双重效果，或者“跨性别图式化男人或图式化女人”搭配次之，至少能够带来“干活不累”的心理体验，达成意想不到的员工队伍稳定效果。

本研究基于工作资源-需求模型，采用逻辑推理的思路厘清“男女搭配”的资源触发机制和资源转化机制，然而仅停留在思辨层面。今后，急需从以下方面展开研究，为本研究结论提供更有力的证据，增强说服力。(1)揭示异性相吸和异类相斥两种内在矛盾机制的作用机理。“男女搭配”被感觉形成异性相吸，或被知觉形成异类相斥，其中异性相吸作为“利之刃”和异类相斥作为“伤之刃”就像是铜钱的两面，在“男女搭配”中是孪生兄弟。但是，异性相吸不受利益驱使，异类相斥却受利益左右，属于人的本性。今后，应揭示这两种内在矛盾机制对个体心理体验的不同影响机制；(2)挖掘调节资源转化成个体心理体验的其他情境因素。“男女搭配”触发的资源能否转化成个体的心理体验，除受到任务特征和个体特质的影响之外，还受到众多其他情境因素的影响。例如，分辨集体主义文化和个人主义文化背景下“男女搭配”对个体“干活不累或累”心理体验的影响机制。西方国家具有浓厚的个人主义色彩，强调“自我”的意识，尤其体现在个人的独立和竞争；中国则具有集体主义的价值取向，强调“我们”的意识，尤其体现在人际关系和谐。由此推断，在集体主义文化背景下，“男女搭配”触发的资源可能带来“干活不累”的心理体验；在个人主义文化背景下，“男女搭配”触发的资源可能带来“干活挺累”的心理体验。这些需要

开展跨文化的比较研究, 检验是否存在基于文化情景的权变性; (3)揭示从“男女搭配”到“干活不累或累”再到团队绩效(或个体绩效)的因果作用链。“干活不累”并非企业采取“男女搭配”结构性安排的唯一目的, 最终旨在能否取得高绩效。“干活不累”和高绩效是“男女搭配”的孪生目标, 二者之间虽然并不矛盾, 但是“干活不累”并不必然带来高绩效。今后, 需要挖掘在什么条件下“男女搭配”能够同时促进“干活不累”和团队绩效, 什么条件下虽然不能带来“干活不累”但是能够促进个体绩效, 揭示从“男女搭配”到“团队绩效”和从“男女搭配”到“干活不累”再到“个体绩效”的多层因果关系作用链。

◎ 参考文献

- [1] 杨振兵. 男女搭配, 干活不累: 异性效应有利于提升生产效率吗[J]. 上海财经大学学报, 2016, 18(6).
- [2] Ahlqvist, S., et al. The potential benefits and risks of identifying as a tomboy: A social identity perspective[J]. *Self and Identity*, 2013, 12(5).
- [3] Ali, M., et al. Board age and gender diversity: A test of competing linear and curvilinear predictions[J]. *Journal of Business Ethics*, 2014, 125(3).
- [4] Bem, S. L. Gender schema theory: A cognitive account of sex typing[J]. *Psychological Review*, 1981, 88(4).
- [5] Berge, L. I. O., et al. Gender composition and group dynamics: Evidence from a laboratory experiment with microfinance clients[J]. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2016, 131(A).
- [6] Boulouta, I. Hidden connections: The link between board gender diversity and corporate social performance[J]. *Journal of Business Ethics*, 2013, 113(2).
- [7] Chen, Y. N., et al. Similarity in gender and self-esteem for supportive peer relationships: The mediating role of cooperative goals[J]. *Journal of Applied Social Psychology*, 2008, 38(5).
- [8] Cheng, X. J., et al. Synchronous brain activity during cooperative exchange depends on gender of partner: A fNIRS-based hyperscanning study[J]. *Human Brain Mapping*, 2015, 36(6).
- [9] Eagly, A. H. The his and hers of prosocial behavior: An examination of the social psychology of gender[J]. *American Psychologist*, 2009, 64(8).
- [10] Feingold, A. Gender differences in personality: A meta analysis[J]. *Psychological bulletin*, 1994, 116(3).
- [11] Gianluca, L. C., et al. Sex composition and group climate: A group actor-partner interdependence analysis[J]. *Group Dynamics-theory Research and Practice*, 2013, 17(4).
- [12] Graves, L. M., Elsass, P. M. Sex and sex dissimilarity effects in ongoing teams: Some surprising findings[J]. *Human Relations*, 2005, 58(2).
- [13] Guillaume, Y. R. F., et al. Surface- and deep-level dissimilarity effects on social

- integration and individual effectiveness related outcomes in work groups: A meta-analytic integration[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 2012, 85(1).
- [14] Hamilton, J. L. Caring/Sharing: Gender and horizontal co-ordination in the workplace[J]. *Gender, Work & Organization*, 2011, 18(S1).
- [15] Hilgenkamp, K. D., Livingston, M. M. Tomboys, Masculine characteristics and self-ratings of confidence in career success[J]. *Psychological Reports*, 2002, 90(3).
- [16] Hobfoll, S. E. Conservation of resource: A new attempt at conceptualizing stress [J]. *American Psychologist*, 1989, 44(3).
- [17] Hobfoll, S. E. Stress, culture and community: The psychology and philosophy of stress [M]. New York: Plenum Press, 1998.
- [18] Hobfoll, S. E. Conservation of resource caravans and engaged settings [J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 2011, 84(1).
- [19] Hobman, E. V., Bordia, P. The role of team identification in the dissimilarity-conflict relationship[J]. *Group Processes & Intergroup Relations*, 2006, 9(4).
- [20] Joshi, A., Roh, H. The role of context in work team diversity research: A meta-analytic review[J]. *Academy of Management Journal*, 2009, 52(3).
- [21] Kahneman, D. *Attention and effort*[M]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1973.
- [22] Kerr, N. L., Sullaway, M. E. Group sex composition and member task motivation[J]. *Sex Roles*, 1983, 9(3).
- [23] Kim, M. S., et al. . Effects of gender similarity on relationships between person-group value fit and work attitudes[J]. *Asian Journal of Social Psychology*, 2011, 14(1).
- [24] Lee, R. T., Ashforth, B. E. A meta-analytic examination of the correlates of the three dimensions of job burnout[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1996, 81(2).
- [25] Luise, G. The power of love: A subtle driving force for unegalitarian labor division? [J]. *Review of Economics of the Household*, 2015, 13(1).
- [26] Magnus, B. The gender composition of workplaces and mens and womens turnover [J]. *European Sociological Review*, 2010, 26(2).
- [27] McBride, M. C., Bergen, K. M. Work spouses: Defining and understanding a “new” relationship[J]. *Communication Studies*, 2015, 66(5).
- [28] Miner-Rubino, K., et al. . More than numbers: Individual and contextual factors in how gender diversity affects women’s well-being[J]. *Psychology of Women Quarterly*, 2009, 33(4).
- [29] Monnier, J., et al. . How antisocial and prosocial coping influence the support process among men and women in the US postal service[J]. *Sex Roles*, 1998, 39(1/2).
- [30] Mulac, A., et al. Male/female gaze in same-sex and mixed-sex dyads gender-linked differences and mutual influence[J]. *Human Communication Research*, 1987, 13(3).
- [31] Myaskovsky, L. et al. . Effects of gender diversity on performance and interpersonal behavior in small work groups[J]. *Sex Roles*, 2005, 52(9/10).

- [32]Peccei, R., Lee, H. J. The impact of gender similarity on employee satisfaction at work: A review and re-evaluation[J]. *Journal of Management Studies*, 2005, 42(8).
- [33]Rink, F., Ellemers, N. What can you expect? The influence of gender diversity in dyads on work goal expectancies and subsequent work commitment [J]. *Group Processes & Intergroup Relations*, 2006, 9(4).
- [34]Schneider, W., Shiffrin, R. M. Controlled and automatic human information processing: Detection, search and attention[J]. *Psychological Review*, 1977, 84(2).
- [35]Seong, J. Y., Hong, D. S. Gender diversity: How can we facilitate its positive effects on teams? [J]. *Social Behavior and Personality*, 2013, 41(3).
- [36]Shore, L. M., et al. Inclusion and diversity in work groups: A review and model for future research[J]. *Journal of Management*, 2011, 37(4).
- [37]Siemens, F. V. Team production, gender diversity, and male courtship behavior [R]. CESifo Working Paper Series No. 5259, 2015.
- [38]Sonja, R. The influence of conflict issue importance on the co-occurrence of task and relationship conflict in teams[J]. *Applied Psychology-An International Review*, 2012, 61(3).
- [39]Stiles, W. B. Attractiveness and disclosure in initial encounters of mixed-sex dyads[J]. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1996, 13(2).
- [40]Wegge, J., et al. Age and gender diversity as determinants of performance and health in a public organization: The role of task complexity and group size [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2008, 93(6).
- [41]Zhang, Y., Hou, L. W. The romance of working together: Benefits of gender diversity on group performance in China[J]. *Human Relations*, 2012, 65(11).

Can “Mixed-sex Dyad” in Workplace Stimulate Individual’s Tireless Working Experience? Based on the Conservation of Resources Theory

Chen Jianan^{1,2} Wu Xuemeng³

(1, 3 Research Center for Human Resource Management of Economics & Management School
of Wuhan University, Wuhan, 430072; 2 Research Center for China University-industry Institute
Collaboration of Wuhan University, Wuhan, 430072)

Abstract: The “mixed-sex dyad” in the workplace goes beyond the concept of gender equality and is one of the structural design by which a task team is trying to gain more competitiveness. According to the thinking of definition, mechanism to trigger resources and transformation mechanism from resources to psychological experience in “mixed-sex dyad” team, a logical deduction is carried out as follow: “mixed-sex dyad” deals with sex dissimilarities and cognition or value differences. Based on Conservation of Resource Theory, MSD is only a trigger to cultivate or consume personal psychological resources and group endogenous resources. Thereinto,

individual's psychological resources can be expanded by the opposites attracting, as the beneficial blade of a double-edged sword, and group's endogenous resources can be expanded and depleted by the heterogeneous repellent, as the harmful blade of a double-edged sword. Some findings by introducing task characteristics and personality traits are as follows: For those low-intensity or simple task teams, "schematized women and transgender schematized men" MSD can bring to tireless working experience; For those high-intensity or complex task team, "schematized men and transgender schematized women" MSD can bring to the dual effect of tireless experience and high efficiency in work, and "schematized women and transgender schematized men" MSD facilitating tirelessness in work. These conclusions give some answer of the following questions: What rules there are for "mixed-sex dyad" and which types of "mixed-sex dyad" are better to achieve high performance or reduce job burnout.

Key words: Mixed-sex dyad; Gender diversity; Tireless working experience; Task characteristics

专业主编：杜旌

创业导师制：前沿探析与未来展望

陈建安^{1,2}, 陈明艳¹

(1. 武汉大学 经济与管理学院, 湖北 武汉 430072;

2. 武汉大学 中国产学研合作问题研究中心, 湖北 武汉 430072)

摘要: 从2007年中国火炬创业导师行动发起到2017年中国火炬创业导师联盟成立的十年期间, 创业导师队伍不断扩大, 并在中国“两创”服务中发挥了重要作用。近年来, 创业导师制正成为西方学界关注的重要前沿课题之一。但是, 此类主题在国内以新闻报道居多, 尚未引起学界的足够重视。基于国内外研究成果, 本文辨析了创业导师制与企业导师制的区别, 从创业者和创业导师两个主体视角分别梳理了创业导师制的功效, 从创业者特征、导师特征、指导关系特征和支持结构四个方面归纳总结了创业导师制实施的影响因素。最后, 总结了现有研究成果带来的管理启示, 并就现有研究的不足提出若干未来研究主题。

关键词: 创业导师; 创业者; 指导关系; 指导功效

DOI:

中图分类号: F270

文献标识码: A

文章编号:

Review and Prospects on Entrepreneurial Mentoring Program

Chen Jianan^{1, 2} Chen Mingyan¹

(1. School of Economics & Management, Wuhan University, Wuhan 430072, China;

2. Research Center for China University-industry institute collaboration, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: During the ten years from launching entrepreneurial-mentor action in 2007 to establishing entrepreneurial-mentor alliance of China's torch plan in 2017, the group of entrepreneurial mentors continues to expand and plays an important role in China's innovation and entrepreneurship services. Recently, the entrepreneurial-mentoring program has been becoming one of the most important frontiers for western academia in the field of entrepreneurship. However, most studies are news reports in China, and haven't been attracted enough attention from Chinese academia. Based on the existing research, this paper analyzed the differences between entrepreneurial-mentoring program and enterprise mentoring system, discussed the efficacy of entrepreneurial-mentoring program from entrepreneur and entrepreneurial mentor respectively, and summarized the influencing factors of the implementation of entrepreneurial-mentoring program from entrepreneur's characteristics, mentor's characteristics, characteristics of mentoring relationship and supporting structure. Finally, it brought out some implications and indicated some directions in future based on the limitations of the existing research.

Key words: Entrepreneurial Mentor; Entrepreneur; Mentoring Relationship; Mentoring Efficacy

0 引言

创业者的成长对所企业的发展是至关重要的。但是, 创业者就像新生儿, 免疫力差, 在成长过程中不可避免面临众多风险, 甚至经历很多磨难而夭折。从而, 政府、高校、公共机构、企业不断推出创业支持计划去帮助创业者。尤其是进入“互联网+”时代, 海尔集团、万科集团、韩都衣舍公司、盛隆电气

收稿日期:

基金项目: 国家社会科学基金(教育学)一般课题(BIA150092)

作者简介: 陈建安(1974—), 男, 湖南宁乡人, 博士, 武汉大学经济与管理学院副教授, 武汉大学中国产学研合作问题研究中心研究员, 研究方向为创新创业管理与人力资源管理; 陈明艳(1991—), 女, 湖北恩施人, 武汉大学经济与管理学院硕士研究生, 研究方向为人力资源管理。

集团、阿里巴巴集团、腾讯集团等众多企业均将自身打造成全要素众创孵化平台，为创业者提供一体化服务。社会对创业者的支持方式存在多种多样，如减税、资金补贴、提供创业空间、资源支持、创业指导、创业教育等。其中，为创业者配备创业导师是提高创业成功率的公认做法之一，^{[1][2]}备受政府、高校和众创空间的推崇。例如，美国实施的退休经理人服务项目，通过 12000 多名志愿者导师网络支持了 800 多万名创业者。^[2]尤其是从 2007 年中国火炬创业导师行动的发起到 2017 年中国火炬创业导师联盟的成立，创业导师规模不断扩大，并在“大众创新，万众创业”浪潮之中发挥着非常重要的作用。

创业导师制正成为创业领域中的重要议题之一，^[3]备受西方学者的关注。笔者在 WOS 核心合集（含 SCIE、SSCI、A&HCI、CPCI 数据库）、Elsevier ScienceDirect、JSTOR、EBSCO eBook、ProQuest 学位论文全文数据库、Springer 电子期刊及电子图书、Taylor & Francis 期刊数据库、Wiley 电子期刊、Sage 电子期刊、Emerald 期刊和丛书、ResearchGate 数据库中以“Entrepreneurial mentor”、“Entrepreneurial mentoring”或“Entrepreneur+Mentor”为关键词，在中国知网中以“创业导师”或“创业指导”为关键词，并对探测性检索的文献进行摘要阅读，并排除非学术论文和在不同数据库中重复出现的文献，共得到 51 篇相关文献。尽管国外对创业导师制研究已经取得一定数量的初步成果，但是相关研究尚处初期，缺乏对指导过程的系统性认识，研究的碎片化制约这些成果指导价值的发挥。国内有关创业导师制的理论研究或实证研究则为数较少，新闻报道居多。因此，本文通过对国内外研究文献展开梳理，归纳总结创业背景下导师制的内涵、功效及其影响因素，基于已有研究成果提炼出一些管理启示，并分析现有研究不足和展望未来研究方向，为实务界人士管理创业导师拓宽思路，并为创业导师制的后续研究提供参考。

1 创业导师制与企业导师制的区分

指导活动是在一个人希望提高自身技能，而选择由其他人帮助下的一种开发方式，在运动、教育、心理咨询等领域得到广泛的应用。虽然指导活动是带来长期重要价值的咨询方法之一，但是指导作为人力资源开发的有效工具之一，在目的和方法上不同于咨询。其中，指导活动中的导师是某个相关技术领域的专家，但不同于典型的咨询顾问。咨询活动强调“授之以鱼”，即咨询顾问就特定问题提供现成的解决方案，并不在意接受咨询对象的学习效果。指导关系中导师则“授之以渔”，至多提供问题的间接答案，更多注重创造学习能力，让学徒自己寻找问题解决的答案。指导关系并不单单寻求向被指导者提供特殊技能去满足特定的需求，而是帮助被指导者实现全面成长。因此，指导关系是一种长期的合作关系，在合作过程中导师与被指导者有时间进行实验探索和反思，从而允许被指导者进行深度学习。此外，在咨询活动中，咨询顾问与企业家之间存在经济利益关系，但是指导活动中导师和被指导者之间并没有清晰的成果目标或者经济回报。指导活动并非业务关系，大多数是创业导师基于自愿的兼职行为。因此，导师和被指导者双方嵌入指导关系之中的动机更多是基于情感（如同理心、信任、尊重）的志愿服务，而不是对于经济回报的认知，甚至将胜任导师视为一种社会责任，把指导视为公益活动。^[4]

创业者不同于非创业者，创业情境不同于成熟企业情境。从而，创业导师制不同于企业导师制，有其独特之处，具体体现在指导关系、指导目的、导师功能和导师胜任力四个方面。

（1）指导关系不同。企业导师是企业内拥有高水平知识和经验的专业人员，和被指导者隶属于同一组织，二者之间的关系是同事关系，有些甚至是上下级关系；创业导师则是那些向创业者提供建议从而帮助其避免错误并使其成长为企业家的具有经验丰富的企业家^{[3][5]}。虽然初次创业者没有多元化的经验和大量的资源，但是创业者管理自己所创的公司，处于所创企业的最高职位。并且，创业导师和创业者分别隶属于不同的组织。因此，来自企业外部的创业导师与初次创业者之间没有层级地位差异，^[7]更没有附属关系。

（2）指导目的不同。企业导师帮助新员工职业晋升，开发关键人力资源，提升工作绩效；创业导师对开始创业或所创企业尚处在早期成长阶段的创业者提供个性化支持^{[1][2]}，通过促进学习获得或提升在一个或者多个相关管理领域的技能，^[6-9]寻求引导被指导者怎样成为一个创业者，例如如何决策、变革管理、识别新机会、构建社交网络等。^{[4][8]}因此，创业指导成功的评价标准包括创业者行为、态度和知识的变化程度，目标达成水平，对指导关系的满意程度，^[9]及独立应对创业风险的能力。^[11]

（3）导师功能不同。虽然企业导师和创业导师都为被指导者提供心理支持、职业支持和角色榜样，^{[5][12]}但是三种功能的具体本质内容是不同的。如表 1 所示，对于创业导师制来说，心理支持功能包括反

馈、恢复信心、激励和知己；职业支持功能包括融入、信息支持、积极面对和引导。^[5]并且，创业导师为创业者提供的是一种直接或间接的支持。^{[1][2]}具体来说，创业导师在指导过程中以授教为目的，向与自己有相似问题的初始创业者分享专业经验，帮助创业者开发技能，培养创业者的经营管理特质。^[6-8]

(4) 导师胜任力不同。企业导师更多是富有管理经验的、具有较高的专业知识和技能的资深管理者或技术专家，强调专才并非通才。创业导师则可以划分为专业导师（专才）和全能导师（通才）。其中，专业导师在某一专业领域内有较深的造诣，但是拥有的创业知识和创业经验欠缺，包括律师、会计师、风险投资家、高校教师。例如，光谷青桐园创业咖啡（2013 年成立）组建了由财务专家、股权咨询专家、天使投资人、科技服务专家、知识产权专家和互联网开发技术专家等组成的创业导师团队。相对于专业导师而言的，全能导师的创业知识和经验比较丰富，但是并不侧重于具体的某一专业领域，如企业家或企业高管、成功创业者、有创业经验的天使投资人。例如，武汉天使翼创业服务有限公司（2014 年成立）对创业导师的要求是同时具备专业投资人经历和创业经历。全能导师和专业导师服务范围不同，其中全能导师如同全科医生，主要解决的是创业者常见问题、多发问题，专业导师则主要指导创业者解决某一专业领域疑难重症的问题。

表 1 创业导师功能的具体体现^[2]

反馈	给创业者在他是谁和商业项目上的反馈，提供个人进度报表，识别优势和劣势，在某种程度上就像一面镜子
恢复信心	消除创业者在困难时期的疑虑，使创业者释放压力和看透问题
激励	帮助创业者建立自信，给创业者持之以恒的激励
知己	随着时间的推移，创业者信任导师，导师是创业者的朋友，指导关系转化成朋友关系
融入	向创业者展示创业未来需要的商业联系，有利创业者融入商界
信息支持	向创业者提供信息，传递个人知识，如业务管理、法律意识及对企业有用的信息等
积极面对	创业者的信仰、态度、习惯可能阻碍其实现目标和制造问题，从而导师质疑创业者的想法有助于创业者开展反思，积极面对创业过程中出现的问题
引导	帮助创业者提高问题理解力，拓宽问题解决思路，甚至在需要之时，给出解决问题的建议。
行为榜样	发挥角色榜样的示范作用，促进创业者潜移默化学习特定情境的经验教训，甚至是创业者灵感的源泉

2 创业导师制的功效

创业导师制形成的关系是一种配对关系，至少涉及创业导师和创业者两个主体。根据社会交换理论，指导关系在本质上也是创业导师和创业者之间的交换关系，只有在互惠的条件下才能维持，并取得实质的成效。因此，对于创业导师制带来什么功效的相关研究主要从创业导师和创业者均作为受益对象来分析各自获得的效益。^[13]

2.1 创业导师制为创业者带来的功效

2.1.1 创业学习视角的效益

创业指导是创业者学习的一种特殊方式。^[14] Choueke 和 Armstrong^[15]甚至强调，创业导师的经验占到创业者学习来源的 95%。具体来说，创业者与有经验的导师在指导过程中开展交谈，能够增加创业者的学习效果，^{[10][16-18]}尤其对很少或没有创业经验的人非常有效。^{[10][19]}St-Jean 和 Audet^[10]通过调查发现，创业导师制能够带来 53 种学习结果，归纳为三大类：认知学习、技能学习、情感学习，其中认知学习占 62%，情感学习占 35.9%；技能学习只占学习效果的很少部分，甚至被认为融括在认知学习效果之中。这些效果间接地影响创业者满意度及追求创业生涯的态度，^[2]缩减创业者的创业储备能力和所创企业成长对创业者提出的能力需求之间的不匹配。

(1) 认知学习效果。创业指导能够促进创业者改变认知，认知的改变进而影响其未来的行动。认知

学习效果包括提升管理知识和技能、机会识别能力，具体如下：①创业导师能够以个性化支持提供“经验式辅导”，充分帮助创业者开发业务管理技能^{[3][6]}，培养创业者的管理品质^{[1][6]}。导师向创业者提供信息，传递个人知识，如业务管理、法律意识、对企业有用的信息等^[2]；向创业者提供研发知识和财务会计方面的技能，或者如何恰当地接近本地或者国际客户。^{[6][11][20-22]}尤为重要，创业者在互动过程中能够获得导师的隐性知识，特别是商业经验，弥补自身经验的缺乏。②创业导师能够“言传身教”，帮助初次创业者在创业之初提高机会识别能力。^[23]创业者之间的创业认知图式是存在差异的，初次创业者和经验丰富的企业家的机会识别模式也是不同的。创业导师拥有比创业者更综合和完备的认知结构，^{[24][25]}更容易识别机会以及识别更高层次的机会。在形成指导匹配关系之后，创业导师与创业者经常讨论分享认知结构，从不同角度分析信息，从而潜移默化地提升了创业者自我识别机会的能力。甚至，创业导师让创业者自己控制学习方法以及培养自我学习习惯，使得创业者养成目标导向的学习方式。St-Jean 和 Tremblay^[26]以 360 名得到创业导师指导的初次创业者为样本，研究发现：学习目标导向对机会识别能力有积极影响。

(2) 情感学习效果。情感学习效果包括：提高自信和自我效能感，确认自我形象，降低孤独感，最终影响创业的适应力。^[10]这些学习效果具体如下：①创业导师能够扮演榜样示范角色，增强被指导者的自我效能，从而坚定创业的信心。在高强度工作的创业背景下，初次创业者比有经验创业者有更高的意愿放弃创业。一般来说，熟练度（掌握的经验）、角色榜样和替代性经验、社会说服以及自我心理状态的评定能够影响个人的自我效能感。具体到创业领域来说，创业导师被创业者认为是自己的角色榜样，角色榜样影响创业者的创业自我效能的发展。^[27]St-Jean 和 Mathieu^[2]基于对曾受导师指导的 360 名初次创业者的实证研究证实，创业导师确实能够对初次创业者的创业自我效能产生直接影响。自我效能的增强会使创业者认为自己具备成功的潜能，进而影响创业意愿或开始投身创业活动。尤其是对那些父母不是企业家的学生来说，创业导师能够提升他们选择创业的可能性。^[28]②创业导师能够帮助创业者克服孤独感。当创办和运营新企业时，创业者面对产生高压力的环境，例如快速变革、不可预见环境、工作超负荷、为他人承担责任。由于创业导师与创业者之间没有等级差异，创业者愿意找创业导师倾诉，创业导师也会聆听创业者的经历以及分享自我经验，从而降低创业者处在所创企业顶层的孤独感^{[3][10]}。③创业导师在提高创业者个人意识、培养自我形象的发展以及充当在对创业者提供直接反馈中的“反射镜”作用上能够扮演重要角色。创业导师促进被指导者发现优势，关注优势进而有利于被指导者开展自我反馈、评估，个人和专业开发，提高初次创业者的自知之明以及在某些情况下的自我改造和验证创业者的身份。Stavropoulou 和 Protopapa^[29]在一项针对导师对女性被指导者支持的研究中，也证实：对女性创业者开展基于优势的指导可能是更有效的动态开发过程。

2.1.2 创业资源视角的效益

根据工作需求—资源理论，创业是一种需要资源支持的活动，从而创业者拥有或能够整合的资源，对于所创企业成长是至关重要的。与被指导的创业者相比，创业导师在创业资源（如人才、资本、市场）方面具有优势，能够为创业者打开门路。具体如下：

(1) 创业导师发挥智囊团的作用，指导创业者自己去寻找合适的资金、客户和人才资源，自由对接。如果初次创业者没有得到经验丰富导师的支持，商业经验和知识结构不充分使得创业者难以发现所创企业的潜在或已存的陷阱。但是，如果将初次创业者纳入创业指导制之中，创业导师则发挥专业知识和丰富经验为被指导的创业者传道解惑，提供的建议和思考为潜在创业者创造创业的可行性、提供信息及情感支持，^[30]能够帮助创业者避免高昂代价甚至致命的错误。^[31]

(2) 创业导师发挥孵化作用，提供人脉资源、资金解决方案，陪伴创业者成长。创业导师能够帮助创业者建立信息网络，识别商机；^{[19][25]}利用自己的人脉关系为创业者建立新的网络联系，对接各类资源、提供投融资服务，甚至改变新创企业（如扩大规模或提高利润）。^{[6][30]}

2.2 创业导师制为创业导师带来的效益

创业导师可能基于不同的动机（即动力和内在激发点）投身创业指导事业。目前，对指导动机的相关研究主要从社会交换理论或社会认同理论来阐释。归纳起来，成为导师的动机层出不穷，大致包括：自我导向的动机（即基于个人的原因）、学徒导向动机（即学徒驱动）、关系导向动机（即导师和被指导

者之间关系的驱动)、组织导向动机(即组织驱动)及其他非导向动机(即指导作为无意识信息加工的结果)。^[32]其中,自我导向的动机包括外部奖励(导师把指导作为工作的一部分,或者受到外部奖励,例如补贴)、心理内投(实现自我价值)、认同(赢得利益的工具,例如强化自己的能力,降低工作负荷)、同化(相信指导行为是非常重要的,这种行为符合自己的价值观、信仰、需要和身份)、内在动机(内在价值观,例如享受提供指导的感觉)。^[32]在对创业导师的管理实践之中,政府、高校、众创空间(或孵化器)等也采取了形式多样的措施来强化创业指导动机。例如,许多省市纷纷出台的《创业导师暂行(或实施)管理办法》注重创业导师精神奖励以及明确规定补贴金额,通过购买服务的方式,引导对创业者进行帮扶指导。例如,深圳对创业导师的补贴是“享有每半天不超过 600 元,每天不高于 1000 元”;珠海的奖补标准是“每成功指导一个创业项目,奖补创业导师 5000 元”;江门市根据资历、参与的创业指导次数、创业实践等活动的成效将创业导师分为初级、中级和高级,分别给予差异化的激励措施。

目前,中国的创业导师主要来源于企业家、管理咨询专家或天使投资人,高校或科研院所具有丰富经验的学者,政府部门相关业务负责人,法律、会计、人力资源等领域专才等。当然,大部分创业导师是兼职的(如深圳前海梦工厂聘用的创业导师),并且自己运营着大企业或是所雇组织的骨干,工作繁忙,精力有限。创业导师的双重身份决定其对创业者的指导并非尽心尽力,通常在决定是否担当或继续担当创业导师处于“摇摆”状态。但是,创业不是百米赛跑,而是马拉松。因此,创业指导关系也应是长期的互动过程。长期持续的创业指导关系依赖于有形或无形的回报来维系。基于社会交换理论中的“互惠”原则,收效颇丰的并非仅仅是接受指导的创业者,创业导师也能够从创业导师制中获得多重收益。^[33]具体来说,创业者往往都是能人,拥有一定的应对能力和问题处理能力,因此创业导师与被指导者之间看作是一种相互的社会交流,而不仅仅是指导和被指导的关系。部分专职创业导师甚至本身就是天使投资人,在创业指导中寻觅到合适的投资机会,与创业团队协商合伙方式以推进项目落地,或以智力入股,与创业者共同创业。例如,在美国硅谷,大多数创业导师是天使投资人,与被指导的创业者之间存在利益纽带。并且,创业指导也是知识分享与创造过程。创业导师在对创业者的指导服务中,也能从创业者的前瞻性行为之中激发灵感,并对自身企业和服务方向调整。例如,某些创业者(例如海归人才、博士)不但技术和项目都较为高端,而且思维比较活跃,有梦想有激情,从而创业导师能够从与这些创业者的互动活动中受到某些启发,拓宽新的商业模式。

3 创业导师制实施的影响因素

学者从不同视角提炼创业导师制实施的影响因素,结论是众说纷纭。归纳起来,创业导师制的实施由创业者特征、导师特征、指导关系特征和支持结构决定,如图 1 所示。

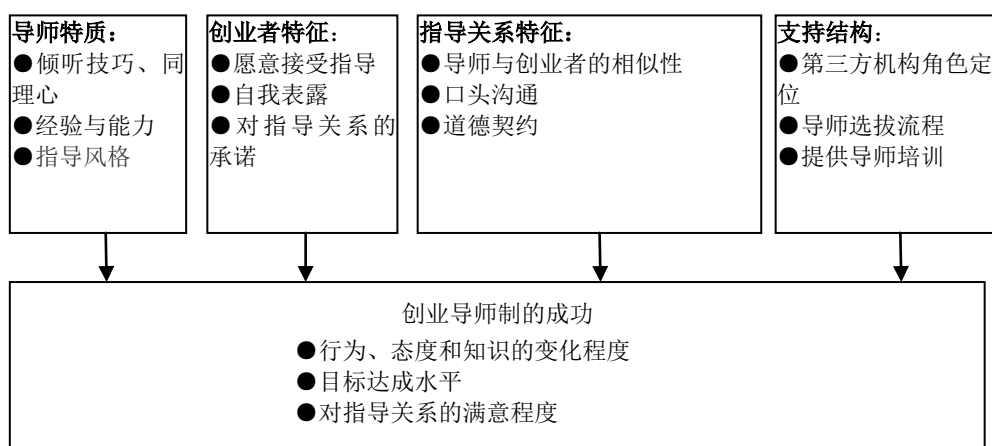


图 1 创业导师制实施的影响因素

3.1 创业者特征

(1) 创业者接受指导的意愿。即使创业导师具备所有理想导师的个人特征,但是指导关系若要成功,还依赖创业者必须愿意接受指导。创业者接受创业指导是指导关系形成的第一步,也是关键的环节。如果创业者对外界建议有着负面的认知,那么他们不喜欢寻求帮助而倾向于排斥外部的咨询者。^[9]部分创业者在负面认知的刻板效应影响下坚信导师的建议不切实际,不是根据他们的情景量体裁衣,以及导师

不够熟悉小企业的运作。甚至，部分创业者倾向于完全独立，害怕导师认为他们无能，而拒绝外界的建议。这些因素无疑会导致创业者排斥甚至拒绝创业导师。并且，被指导者的回避和焦虑对导师继续提供指导的意愿也会产生影响。^[34]

(2) 创业者的自我表露。创业指导是创业导师和创业者之间的互动过程，从而创业者的自我表露能够促进二者之间的互动。一方面，自我表露能够促进创业者和创业导师之间的交流。根据社会渗透理论，自我表露是关系深度发展的指示器，能够促进关系发展。创业者能够向导师诉说他的经历、信念、担忧以及失败，才能加深对彼此的了解和信任。随着创业者自我表露的广度和深度增加，创业导师和创业者之间的亲近和亲密度才能增加，从而推动指导关系的发展。Gema和Pejvak^[35]以西班牙的54名在孵企业为样本，也证实：拥有良好研究背景、专业经验和家庭背景的年轻创业者更能得到孵化器专家的支持和建议，主要原因在于这些创业者能够更加开放地向孵化器专家（即创业导师）表达自己的想法。另一方面，自我表露可以促进创业者调试心理。Audet和Couteret^[10]探索性研究了指导年轻创业者的有效性以及影响指导成功的因素，结果显示：创业者对变革的开放心态是创业指导成功的关键因素。面对种种挑战，创业者在创业过程中需要不断进行心理调试。创业者将自己的想法、感受和经历与创业导师分享，有利于其保持积极、坚韧、坦然的心态。积极坦然的创业者更愿意接受创业导师的指导活动，从而促进创业导师制的顺利推进。

(3) 创业者对指导关系的承诺。创业者通常对自我的行为方式是自信的，即使在创业初期接受建议，仅是为数不多的创业者认同导师扮演关键角色。Allen等^[36]指出，被指导者形成认同时会受到自己的感受方式和对导师的感知方式的影响，认同帮助他们确认在与导师相处时的态度，并对导师的实践与信念是否合适做出有效判断。创业者作为被指导者，若对创业导师有非常强的认同和承诺，则在指导过程中总是积极的和行为导向的。创业者感知到指导活动确实能够为自己带来帮助，则进一步增强对创业导师的认可，最终促进创业导师制的成功实施。

3.2 导师特质

虽然创业导师在指导过程中可能都会提供心理支持、职业支持、角色榜样三方面的功能，但是创业导师的个体特征会影响指导效能。因此，在评估成功指导关系时，仅仅考虑学员特质是不全面的，必须考虑导师的特质。

(1) 经验与能力。并非人人都可以成为创业导师，胜任的创业导师需要特殊的个人能力、关系能力和专业能力。刘凤等^[37]基于实证研究发现：导师的创业指导能力、导师的尽责性积极影响创业者对导师指导行为的内在价值的认同。创业导师需要根据创业者的类型、个性特征、决策风格和创业者当前所处阶段，判断创业者需要指导支持的类型和技能。有经验的导师比第一次指导的导师能够提供更多的职业支持，帮助创业者避免昂贵甚至致命的错误，帮助创业者识别商机。当然，并非所有的经验都能提高创业指导效果。导师是否有创业者所在行业的经历对创业者在指导关系是否获利无关，导师的指导经验和创业经验却影响指导质量。^[7]但是，Eesley和Wang^[38]采用前测/后测的纵向实验研究对比企业家和有相关经验的非企业家对创业指导的影响，却发现：企业家导师对地区的创业率有显著的积极影响，但是导师的创业经验对指导关系质量并没有影响，而且也没有影响创业者的学习效果。一般来说，创业者希望指导关系能够对他所创的公司带来预见的结果。^[6]也就是说，导师建议实用性越强，创业者在评估指导关系时对创业导师指导行为更为认同。

(2) 指导风格。导师的指导风格不仅对指导关系有非常大的影响，而且影响被指导者的学习效果。不同学者基于研究目的的需要，将指导风格划分为不同的类型。其中，Gravells^[20]建议导师针对不同的对象采用不同的干预风格，依据指向性与导师嵌入两个重要因素区分指导风格。Koopman^[39]采用议程（agenda）和任务（roles）两个维度将指导风格分类，其中议程分为指令式（directive way）和非指令式（non-directive way），任务包括关注业务问题或需要技能，还是个人发展或成长。根据议程和任务两个维度组合成2×2矩阵，形成解决问题、明确解决方案、洞察力和个人关注（授权）四种指导风格。St-Jean和Audet^[30]将指导风格划分为高启发高参与、高启发低参与、低启发高参与和低启发低参与四种类型，通过对比不同指导风格的指导效果，结果表明：高启发高参与的指导风格能够产生最好的效果，并且高启发高参与的指导风格能使导师对被指导者有决定性影响，并能促进被指导者的职业发展。学习效果依

赖导师采用的指导风格，但是指导风格并不依赖学习效果。认知学习主要通过口头交流、解释、提问，或者导师与创业者一起工作而出现。情感学习通过口头交流出现，但是导师的榜样示范区别于感情学习和认知学习，在学习过程中直接鼓励被指导者更为重要。与被指导者来自相同商业领域的导师专注于口头交流，与被指导者有不同背景的导师则经常采用综合的指导风格，包括解释、口头交流、鼓励、共同工作、提问和榜样示范。^[30]

(3) 同理心和倾听技巧。创业者在心目中拥有理想的导师形象不尽相同，对导师的选择也存在很大差异的标准。Bailey等^[40]通过大量半结构化访谈，勾勒出被指导者心目中理想导师的形象概貌是善于引导、人际和蔼与道德诚信。St-Jean和Audet^[41]以142个参加加拿大魁北克创业基金会的初次创业者为对象，结论表明：学员认为导师能够真正理解他的经历是至关重要的。如果导师要被接受，导师需要适应创业者的特定情境、文化、交流方式、学习风格等，熟悉小企业的背景，同时要像一个创业者去思考和行动。除具有相似的文化背景之外，创业者更偏爱与所创企业的价值理念相一致的导师。因此，创业导师不能把自己当成局外人，需要融入创业者的世界，包括导师和学员相同的语言和共享特征，成为一个内部的知心人，从而产生有效的创业指导关系。

3.3 指导关系特征

(1) 创业者和创业导师的相似性。根据相似一吸引理论，创业导师和创业者在价值观、人格或兴趣上有感知相似性时，指导关系有更好的结果。^[42]Eby 和 Allen^[43]指出：导师和被指导者之间的高相似比低相似有更高质量的指导关系。虽然 Allen 和 Eby^[44]的研究表明：男性导师给学员提供更多的职业支持，女性导师向学员提供更多的心理支持，然而 Fielden 和 Hunt^[45]基于 30 位已经创业和 30 位潜在创业的女性的调查，强调与同一性别导师的指导关系能够保质保量提供所需要的支持。共同爱好在相似性方面更是相当重要的，能够帮助导师发挥指导的心理支持功效和职业支持功效，被指导者能够更好地得到导师的心理支持和职业支持。

(2) 创业者和创业导师的沟通频率和质量。有意义和频繁的互动是高质量指导关系的重要特征之一。Waters等^[46]基于77对导师与学员的认知对比，结果显示：导师认为自己提供的心理支持要高于学员感知到的心理支持水平。创业导师与创业者在指导过程中的积极互动，能够增加创业者的获得感，进而影响创业者对创业导师指导行为的内在认同。^[37]并且，导师和被指导者双方之间合理沟通能够提升创业者的学习效果。鉴于导师在指导关系中拥有最大的权力，创业者期待导师发起更多的直接交流，尝试启动、维护和修复指导关系。^[47]Lefebvre和Redien-Collot^[48]对巴黎地区主要商业学校孵化器的3年参与者调查，目的是确认个人的交流策略对初次创业者态度和行为的影响，将沟通策略划分为4类：说服、承诺、批评、激怒，结果显示：沟通策略能够影响创业者的行为（认同、遵从、拒绝）和创业者的业务推出、募资。除沟通之外，会见频率影响学员接受导师支持的洞察力，关系到创业者对接受到支持价值的感知，因此会见的频率也是重要的。

(3) 创业导师与创业者的道德契约。创业导师为创业者提供指导，属于社会责任的范畴，并非创业导师的义务。从而，相互认同影响指导关系的质量，尤其是导师承诺对关系质量产生显著的影响。创业导师与被指导的创业者之间签订的非正式指导协议，实质上是一种道德契约，即创业导师和创业者在交往中基于彼此之间道德期望而产生的内隐协议。道德契约是创业导师和创业者在指导关系发展中的行为约束准则，从而被指导者和导师必须遵守在指导关系成立之前建立的道德契约，包括对指导关系设定目标、方法、作用、行动计划和时间等指南规则。^[41]

3.4 支持结构

正式创业指导是第三方（公司、高校、机构）配对创业导师和初始创业者之间的过程。经验丰富的创业导师、初次创业者（被指导者）和实施创业指导计划的第三方组织之间存在三角关系。第三方机构组织创业导师向初次创业者提供指导支持，能否起到预期的作用还取决于实施过程中各种结构性特征的影响。首先，导师和被创业者之间关系的效果根据关系正式或自发建立而不同。正式指导中第三方管理导师和被指导者的匹配过程，而不是让导师和被指导者自己开启指导关系，因此第三方机构有责任指导创业者选择“正确的”导师。^[9]第三方机构不但常常启发和监督导师—被指导者之间的匹配，而且在帮助初次创业者克服请求帮助的心理障碍上起到关键作用。其次，选择正确的导师对有效指导至关重要。

接受支持的创业者几乎没有时间寻求外界帮助，很少创业者有选择正确导师的知识，^[49]因此在导师和被指导者匹配过程中需要基于创业者真正需求进行初步诊断。最后，对创业导师的培训也是第三方机构影响创业导师制成功实施的关键要素。Sarri^[50]以52名导师（经验丰富的创业者）和52名女性被指导者（处于早期阶段的创业者）为样本研究导师对培训干预如何反应，他们学到了什么，他们是否能够将所学内容转移到指导关系中，结果显示：导师积极响应培训，习得了知识，改善了技能，并且能够将所习得的知识技能迁移到指导关系之中。创业导师得到的培训越多，关系的拓展能力就越大，能够创造一种赞同（信任）的环境和开发一种恰当的风格（使对方领悟），使得被指导者在创业实践中学习变得更加自主，从而更容易得到创业者的认同。

4 管理启示、研究不足与未来展望

4.1 管理启示

（1）制定创业导师标准，指导地方政府、高校、众创空间等建立创业导师团。创业导师队伍犹如雨后春笋般不断壮大，但是导师鱼目混珠，尤其是在网络上创业者或创业导师对导师的负面吐槽开始涌现。并且，创业导师提供的职业支持容易被观察、易于评价，心理支持和角色榜样需要经历互动而潜移默化发挥影响，难以被观察和评价，所以创业导师往往重视给予创业者职业支持，忽视心理支持和角色榜样。为促进创业导师队伍的有序发展，构建创业导师的评价标准，用以指导创业导师的招募和评价实践。创业导师的标准包括入库标准和服务标准，其中入库标准检验能否成为一个创业导师的门槛标准；服务标准则是创业导师服务指南性的指导标准。创业导师标准的提出能够促进地方政府、高校和众创空间对于创业导师的自身发展以及其指导服务过程进行监管，引导创业导师在给予创业者职业支持（包括资源、知识技能）外，也应该重视创业者面对的心理压力，充分发挥创业者的心理支持和角色榜样功能，引导创业者形成积极的创业心态。

（2）实施多维立体的导师网络制，打造导师与学员、学员与学员之间交流分享平台。创业导师的经验 and 能力、指导风格、同理心和倾听技巧对创业导师制的成功实施是重要的，但是每个创业导师并非都具备这些特质。因此，创新创业导师制的运作模式，利用互联网平台，建设创业导师数据库，构建多维立体的创业导师网络，开展“多对一”或“多对多”的指导方式，实现创业导师之间经验的共享，能力、风格的互补，及被指导的创业者之间加强交流，充分激发创业导师制的积极效果。

（3）引导创业者培育接受变革的开放态度，以开放心态接受创业导师的指导。创业导师制的实施要想取得成效，需要创业导师和接受指导的创业者双方共同配合。其中，创业者接受指导的意愿、自我表露和对指导关系的承诺都会影响创业导师制的实施效果。情绪智能高的创业者，容易与创业导师形成正式或非正式的指导关系，能够从指导关系中获得快速的成长。因此，如果创业者希望获得指导，最好自己要积极、主动与创业导师沟通。具体来说，创业者作为被指导者，需要敞开自己的心扉，主动与导师沟通创业或自我发展方面的困惑，才能让创业导师明确创业者的需求，进而提供针对性的指导和建议。

（4）强化第三方机构对创业导师的培育工程，提高创业导师的指导能力。创业导师的指导风格能够对创业导师制的实施成效产生影响，并且指导关系特征和支持结构均影响创业导师制的成功实施，其中支持结构中第三方机构对创业导师的选聘、指导过程管理和培训是非常重要的，尤其对创业导师的培训成为第三方机构影响指导计划成功实施的关键要素。创业导师不仅对创业者服务的提供者，也是第三方机构提供服务的接受者。因此，建议负责创业导师制的第三方机构（政府部门、孵化器或高校等）增强对创业导师的培训，强化创业导师的企业家精神、社会责任感、指导能力等，并站在创业者的角度来思考问题。

4.2 研究不足与未来展望

虽然创业导师制的已有研究在角色功效和实施影响因素方面已经得到一些有价值的结论，初步回答了创业导师制“是什么”、“为什么”和“如何开展”的问题，但是该主题的相关研究尚处于探索阶段。总体来说，当前研究存在以下不足之处：（1）现有研究主要从初次创业者（作为被动受益者）视角来分析创业导师制的积极功效，对创业导师获得的好处和创业导师制可能带来的负面效果关注不够；（2）创业环境的复杂性对创业导师制的研究设计提出更高的要求，现有研究主要采用横切面数据分析创业导师

制的功效及其实施的影响因素，难以动态揭示前因对创业导师制实施的作用机理；（3）鉴于指导关系的形成与发展是一个极为复杂的动态演变过程，包括启动阶段、培养阶段、终止阶段以及重新定义阶段，^{[10][51]}现有研究并没有完整和全面地揭示创业指导关系的产生、发展和演变过程及规律；（4）由于东西方存在集体主义和个人主义的文化差异，西方学者得到的研究结论是否适合中国情景有待检验，并且国内相关理论研究起步晚，相对欠缺，从而创业导师制的本土化研究有待推进和丰富。

针对当前研究的不足，提出未来需要加以深化的主题如下：（1）关注创业导师制的双面影响。与企业导师制在实践中的积极和消极影响共存类似，创业导师制可能同样存在一些不可忽视的缺陷，例如“近墨者黑，近朱者赤”效应，创业者对创业导师的依赖^[10]或创业导师对创业者的资源掠夺。因此，需要引进实验法，揭示创业导师是在什么情景下是天使，在什么情景下则是魔鬼；（2）关注创业导师制的动态追踪研究。未来可以采用纵向追踪的研究设计，从时间序列视角考察创业者的发展诉求、心理变化、技能变化和创业导师的心理变化等，这对于理解创业指导关系的形成和作用轨迹有更加精确的把握，从而增强前因预测创业导师制成效的因果作用链的说服力；（3）关注指导关系中创业者主动学习力。现有研究夸大创业导师在指导关系中的作用，创业者却总是被低估和忽视。其实，创业导师和创业者各有所长，二者之间的指导关系是“导学相长”的互动过程。从而，创业者的学习力（即创业者的一种能力与主动行为表现）是创业导师制实施的重要因素。因此，未来需要从创业者视角来研究指导关系中学习力的概念、维度及前因后果；（4）关注创业导师制的本土化研究。已有研究主要根植西方个人主义文化背景，然而中国文化强调集体主义和高权力距离。从而，本土创业指导关系的形成和影响机制可能存在情景的特殊性。并且，本土理论研究却远远滞后于实践。因此，开展跨文化比较研究，挖掘本土情景下创业指导关系的形成和效应是值得考虑的命题。

参考文献：

- [1] COPE J. Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005, 29(4): 373-397.
- [2] ST-JEAN É, MATHIEU C. Developing attitudes toward an entrepreneurial career through mentoring: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy[J]. *Journal of Career Development*, 2015, 42(4): 325-338.
- [3] SULLIVAN R. Entrepreneurial learning and mentoring[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2000, 6(3): 160-175.
- [4] ST-JEAN E. Mentoring as professional development for novice entrepreneurs: maximizing the learning[J]. *International Journal of Training & Development*, 2012, 16(3):200-216.
- [5] ST-JEAN E. Mentor functions for novice entrepreneurs[J]. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 2011, 17(1): 65-84.
- [6] BISK L. Formal entrepreneurial mentoring: The efficacy of third party managed programs[J]. *Career Development International*, 2002(7): 262-270.
- [7] DEAKINS D, GRAHAM L, SULLIVAN R et al. New venture support: an analysis of mentoring support for new and early stage entrepreneurs[J]. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 1998, 5(2): 151-161.
- [8] RAFFO C, LOVATT A, BANKS M, et al. Teaching and learning entrepreneurship for micro and small businesses in the cultural industries sector[J]. *Education+ Training*, 2000, 42(6): 356-365.
- [9] AUDET J, COUTERET P. Coaching the entrepreneur: features and success factors[J]. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2012, 19(3): 515-531.
- [10] ST-JEAN E, AUDET J. The role of mentoring in the learning development of the novice entrepreneur[J]. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2012, 8(1): 119-140.
- [11] CULL J. Mentoring young entrepreneurs: What leads to success?[J]. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 2006, 4(2): 8-18.
- [12] WATERS L, MCCABE M, KIELLERUP D, et al. A brief scale to measure the role of mentoring in small

business start-up[R]. Parkville, Australia: The University of Melbourne, 2000.

- [13] 刘凤, 熊小飞, 陈光. 国外创业导师研究:回顾、述评与展望[J]. 科学学与科学技术管理, 2016, 37(8):47-57.
- [14] KUTZHANOVA N, LYONS T S, LICHTENSTEIN G A. Skill-based development of entrepreneurs and the role of personal and peer group coaching in enterprise development[J]. *Economic Development Quarterly*, 2009, 23(3): 193-210.
- [15] CHOUKE R, ARMSTRONG R. The learning organization in small and medium-sized enterprises: A destination or a journey?[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 1998, 4(2): 129-140.
- [16] ALLEN T D & EBY L T. Relationship effectiveness for mentors: Factors associated with learning and quality[J]. *Journal of Management*, 2003, 29(4): 469-486.
- [17] BARRETT R. Small business learning through mentoring: evaluating a project[J]. *Education+Training*, 2006, 48(8/9): 614-626.
- [18] FLOREN H. Collaborative approaches to management learning in small firms[J]. *Journal of Workplace Learning*, 2003, 15(5): 203-216.
- [19] OZGEN E, BARON R A. Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums[J]. *Journal of business venturing*, 2007, 22(2): 174-192.
- [20] GRAVELLS J. Mentoring start-up entrepreneurs in the East Midlands–Troubleshooters and trusted friends[J]. *The International Journal of Mentoring and Coaching*, 2006, 4(2): 3-23.
- [21] KENT T, DENNIS C, TANTON S. An evaluation of mentoring for SME retailers[J]. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 2003, 31(8): 440-448.
- [22] MCGREGOR J, TWEED D. Profiling a new generation of female small business owners in New Zealand: networking, mentoring and growth[J]. *Gender, Work & Organization*, 2002, 9(4): 420-438.
- [23] ST-JEAN E, TREMBLAY M, JANSSEN F, et al. May business mentors act as opportunity brokers and enablers among university students?[J]. *International Entrepreneurship & Management Journal*, 2017, 13(1): 97-111.
- [24] BARON R A. Effectual versus predictive logics in entrepreneurial decision making: Differences between experts and novices: Does experience in starting new ventures change the way entrepreneurs think? Perhaps, but for now, “caution” is essential[J]. *Journal of Business Venturing*, 2009, 24(4): 310-315
- [25] UCBASARAN D, WESTHEAD P, WRIGHT M. The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs[J]. *Journal of business venturing*, 2009, 24(2): 99-115.
- [26] ST-JEAN E, TREMBLAY M. Opportunity recognition for novice entrepreneurs: The benefits of learning with a mentor[J]. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 2011, 17(2): 37-65.
- [27] HENDERSON R, ROBERTSON M. Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career[J]. *Education+Training*, 1999, 41(5): 236-245.
- [28] EESLEY C, WANG Y. Social influence in career choice: Evidence from a randomized field experiment on entrepreneurial mentorship[J]. *Research Policy*, 2017, 46(3):636-650.
- [29] STAVROPOULOU O, PROTOPAPA S. A strengths-based approach to mentoring women entrepreneurs: how to free the strengths within them[J]. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2013, 2(1): 1-10.
- [30] NANDRAM S S. Entrepreneurs’ need for mentoring and their individual differences[C]//*ICSB 48th World Conference*, North Ireland, 2003: 15-18.
- [31] ST-JEAN E, AUDET J. The effect of mentor intervention style in novice entrepreneur mentoring relationships[J]. *Mentoring & tutoring: partnership in learning*, 2013, 21(1): 96-119.
- [32] JANSSEN S, VUUREN M V, JONG M D T D. Motives to mentor: Self-focused, protege-focused, relationship-focused, organization-focused and unfocused motives[J]. *Journal of Vocational Behavior*, 2014,

85(3): 266-275.

- [33] GHOSH R, REIO J T G. Career benefits associated with mentoring for mentors: A meta-analysis[J]. *Journal of Vocational Behavior*, 2013, 83(1): 106-116.
- [34] WANG S, NOE R A, WANG Z M, et al. What affects willingness to mentor in the future? An investigation of attachment styles and mentoring experiences[J]. *Journal of Vocational Behavior*, 2009, 74(3): 245-256.
- [35] GEMA A M, PEJVAK O. How useful are incubators for new entrepreneurs?[J]. *Journal of Business Research*, 2016, 69(6): 2125- 2129
- [36] ALLEN T D, DAY R, LENTZ E. Interpersonal comfort in mentoring relationships[J]. *Journal of Career Development*, 2005, 31(3): 155-169.
- [37] 刘凤, 宋小婷, 魏毅斐. 创业导师指导行为认同形成机理[J]. *科学学研究*, 2015(8): 1225-1231.
- [38] EESLEY C, WANG Y. Social influence in career choice: Evidence from a randomized field experiment on entrepreneurial mentorship[J]. *Research Policy*, 2017, 46(3): 636-650
- [39] KOOPMAN R G M. Coaching and mentoring entrepreneurs: More definitions won't work[J]. *Journal of Private Equity*, 2006, 9(3):35-41.
- [40] BAILEY S F. Who is your ideal mentor? An exploratory study of mentor prototypes[J]. *Career Development International*, 2016, 21(2): 160-175.
- [41] ST-JEAN E, AUDET J. Factors leading to satisfaction in a mentoring scheme for novice entrepreneurs[J]. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 2009, 7(1): 148-161.
- [42] HALLAM H E, ST-JEAN E. Nurturing entrepreneurial learning through mentoring [J]. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2016, 21(2):1-18.
- [43] EBY L T, ALLEN T D. Further investigation of proteges' negative mentoring experiences - Patterns and outcomes[J]. *Group & Organization Management*, 2002, 27(4): 456-479.
- [44] ALLEN T D & EBY L T. Factors related to mentor reports of mentoring functions provided: Gender and relational characteristics[J]. *Sex Roles*, 2004, 50(1-2): 129-139.
- [45] FIELDEN S L, HUNT C M. Online coaching: An alternative source of social support for female entrepreneurs during venture creation[J]. *International Small Business Journal*, 2011, 29(4): 345-359.
- [46] WATERS L, MCCABE M, KIELLERUP D, et al. The role of formal mentoring on business success and self-esteem in participants of a new business start-up program[J]. *Journal of business and psychology*, 2002, 17(1): 107-121.
- [47] KALBFLEISCH P J. Communicating in mentoring relationships: A theory for enactment[J]. *Communication Theory*, 2006, 12(1):63-69.
- [48] LEFEBVRE M, REDIEN-COLLOT R. How to do things with words: The discursive dimension of experiential learning in entrepreneurial mentoring dyads[J]. *Journal of Small Business Management*, 2013, 51(3): 370-393.
- [49] ALSTRUP L. Coaching continuous improvement in small enterprises[J]. *Integrated Manufacturing Systems*, 2000, 11(3): 165-170.
- [50] SARRI K K. Mentoring female entrepreneurs: a mentors' training intervention evaluation[J]. *Journal of European Industrial Training*, 2011, 35(7): 721-741.
- [51] MEMON J, ROZAN M Z A, ISMAIL K, et al. Mentoring an entrepreneur: Guide for a mentor[J]. *Sage Open*, 2015, 5(1):1-10.

工商管理类大学生创新创业精神与能力培养研究^{*}

焦 丽¹ 温兴琦^{1,2} 王佩华¹

(1. 武汉大学 经济与管理学院; 2. 武汉大学 中国产学研合作问题研究中心, 湖北 武汉 430072)

摘 要:“大众创业、万众创新”对工商管理类大学生创新创业精神与能力的培养提出了新的要求。阐释了“双创”战略的内涵及其对大学生创新创业精神与能力的要求, 分析了我国工商管理类大学生创新精神与能力培养现状及存在的问题, 提出了提升工商管理类大学生创新创业精神与能力的对策建议。

关键词:“双创”战略; 工商管理类大学生; 创新精神; 创新能力

中图分类号: G642 文献标识码: A doi:10.3969/j.issn.1672-2272.2017.19.001

0 引言

随着科技进步和经济社会发展的加速, 大学生创新创业精神与能力的培养正变得日益重要。无论是从专业理论知识的学习与创造, 还是从创新创业及就业的实践来看, 大学生创新创业精神与能力都已成为大学生综合素质中必不可少的要素。在对首届中国“互联网+”大学生创新创业大赛总决赛所作的批示中, 李克强总理指出: 大学生是实施创新驱动发展战略和推进大众创业、万众创新的生力军, 既要认真学习、掌握更多知识, 也要投身创新创业、提高实践能力。

工商管理类大学生所学的知识领域与创新创业关联最为紧密, 是创新创业实践中最为活跃的群体。因此, 了解工商管理类大学生创新创业能力与精神培养现状, 更好地发挥其在创新创业实践中的作用, 提升社会创新创业整体绩效, 显得尤为重要。从高等教育发展来看, 明确创新创业实践对工商管理类大学生创新创业精神与能力的要求, 探寻与之相适应的大学生创新创业精神与能力培养路径和模式, 是工商管理类人才培养改革的必由之路。

1 “双创”战略对工商管理类大学生创新创业精神与能力的要求

1.1 “双创”战略的提出背景与内涵

“大众创业、万众创新”是李克强总理在 2014 年 9 月的夏季达沃斯论坛上提出的。他指出, 要在 960 万

km² 土地上掀起“大众创业”“草根创业”的新浪潮, 形成“万众创新”“人人创新”的新势态。

“双创”战略的提出具有深刻而复杂的时代情境性: 首先, 在全球金融危机阴霾仍未散去, 全球经济增长的新引擎尚未确立, 各国和地区正在通过制定各种经济振兴和科技创新计划, 构建经济增长新动力的背景下, 我国则已经进入经济发展“新常态”, 去产能、调结构、转方式, 推进供给侧结构性改革已刻不容缓, 创新成为解决所有问题的突破口和关键点, 通过“双创”调动一切创新要素和创新主体的积极性, 优化创新资源配置, 提升创新绩效, 显得至关重要; 其次, 随着发达国家纷纷推出新一轮科技、产业发展振兴的战略规划, 全球新一轮科技竞争已日趋白热化, 我国与发达国家的科技水平仍然存在较大差距, 特别是在基础研究和原始创新能力上, 依然是一个“模仿者”和“追随者”, 要缩小与发达国家之间的差距, 必须真正从科技发展的源头做起, 充分调动并优化配置一切创新资源和要素; 再次, 我国高等教育改革转型也进入攻坚阶段, “双一流”建设目标明确要求本世纪中叶“基本建成高等教育强国”, 我国高等教育转型提质的一个重要方向是在提升科学研究水平的基础上, 加快科技成果转化, 同时着力培养拔尖创新人才; 最后, 在经济“新常态”背景下, 我国就业形势虽然总体维持稳定, 但也呈现一些新变化、新动向和新特点, 在国内推进供给侧结构性改革、化解过剩产能的政策导向下, 经济下行压力增大, 部分企业用工不足, 就业形势复杂, 任务非常艰巨, 大力推

^{*} 基金项目: 武汉大学 2016 年教学改革研究项目“‘双创’导向的工商管理类大学生创新创业精神与能力培养模式探索”; 湖北省教育科学规划 2017 年度重点课题“建设国家创新中心视角下武汉科教优势转化模式与路径研究”(2017GA001)

作者简介: 焦丽(1979-), 女, 武汉大学经济与管理学院本科教学管理办公室主任; 温兴琦(1978-), 男, 湖北松滋人, 武汉大学经济与管理学院讲师, 英国兰卡斯特大学管理学院访问学者, 管理学博士, 研究方向: 企业环境、创新环境与创新政策; 王佩华(1997-), 女, 武汉大学经济与管理学院工商管理专业学生。

收稿日期: 2017-07-08

进大众创业、万众创新,以创业带动就业,坚持新的发展理念、保持经济适度增长、坚定推进产业升级转型、积极化解结构性就业矛盾和动能转换中的失业风险,有助于缓解就业困境,实现经济与就业增长的协调发展。

“双创”战略的内涵应该从以下几个方面进行阐释。

“双创”是国家重大发展战略。“双创”的提出是基于我国经济发展进入“新常态”所面临的形势和需求,其目标是致力于发掘经济发展的新动能。在新的发展阶段,传统的发展方式已经不能适应发展需求,必须切实转向创新驱动,调整经济结构,提高经济发展质量。“双创”就是通过将创新成果与创业活动紧密融合,构建系统化、多层次的国家创新体系和国家创业体系。同时,“双创”也是基于我国人力资源丰富、国内市场巨大、工业体系完备等特有优势和巨大潜力,致力于激发全社会的创新潜能和创业活力,并探索劳动致富、共同富裕、社会公平的新路径。因此,“双创”体现了我国全面深化改革的发展需求,是现阶段及未来相当长一段时期的重大发展战略。

“双创”要求全面配套改革。“双创”战略的实施,不仅需要创新创业政策与策略的制定与施行,更需要相关配套改革与之相适应。首先是创新创业环境全面优化,主要表现为政府通过实施简政放权、放管结合、优化服务、减少税费等改革,消除创新创业障碍,降低创业门槛。其次是创新创业文化价值体系的培育,主要是塑造鼓励创新创业、宽容失败、崇尚创造的价值观念和文化氛围。再次是创新创业实践渠道的拓展,要更好适应“互联网+”的技术发展趋势,充分发挥众创、众扶、众创、众筹等创新方式的功能,为“双创”创造广阔的空间和路径。

“双创”应遵循科学规律。“双创”并非一哄而上的大跃进,而应该遵循科学规律,适应经济社会发展环境特征和要求。大众与万众本质上强调人民的创造力,但也注重因人而异,因时而异,因地制宜。“双创”应尊重创新与创业的基本内在规律,注重基础研究,强化应用研究,推进产学研紧密合作,以市场为导向,同时,必须突出企业的主体地位,构建完善的创新创业生态体系,不断完善创新创业政策体系。

总之,“双创”是符合经济社会发展规律的国家重大发展战略,具有强烈的时代特性和具体内涵,其包含了极其丰富的改革创新内容,是回应和解决我国现阶段经济社会发展所面临问题的科学战略选择。

1.2 “双创”对工商管理类大学生创新精神与能力的新要求

通过上述对“双创”战略提出背景与内涵的剖析,结合我国创新创业实践,我们认为,“双创”战略对工商管理类大学生创新创业精神与能力提出了新的要求,

主要包括以下几个方面。

1.2.1 勇于创新、敢于创业

大学生是现代科学知识的学习者、传播者和生产者,同时也是创新创业的生力军。在当前科技发展日益迅猛、创新浪潮汹涌澎湃的时代背景下,大学生势必改变传统的“一心只读圣贤书”的姿态,从根本上转变学习方式和态度,把握知识创新与演化趋势,敢于挑战权威,打破传统,提出新观点,创造新知识。在创新和传播新理论、新知识的同时,也要踊跃投身创新创业实践,增强实践能力,敢于将所学知识与实践进行对接,接受实践的检验,通过创业在实践中进一步延伸和拓展。尤其是与市场结合最为密切的工商管理类大学生,更应主动走向市场,创办和运营企业,方能提升自我。

1.2.2 崇尚成功、宽容失败

在投身创新创业时代潮流时,大学生通过确立宏伟的奋斗目标,追寻崇拜的偶像,形成崇尚成功的志向和决心。然而,受传统“成王败寇”观念的影响,人们往往倾向于关注和认可成功,却忽略和嘲笑失败。相关调研数据显示,科研创新成功率仅有10%左右,创业成功率则仅为20%左右,这表明,创新创业中,失败乃是常态。创新创业者因为要独自面对和探索未知世界的众多不确定性,因而是最孤独、最需要理解的,最好理解就是对他们遭遇失败的宽容。硅谷几十年来源源不断地缔造着这个时代最耀眼的企业和创业明星,很重要的一点就是对失败的谅解甚至尊重。“大众创业、万众创新”的本质内涵与浓厚氛围,要求现代工商管理类大学生必须具备崇尚成功的理想与宽容失败的气度。

1.2.3 强化专业、突出应用

专业知识的学习是工商管理类大学生在大学期间的主要任务和根本职责,它关乎未来职业生涯的发展方向与质量。无论是从劳动分工理论,还是从大学生自身的兴趣与特长来看,选择某一个或几个专业领域,进行专业学习和探索,是大学生学习发展的最佳途径。尽管有一些学者和实践者提出宽口径、复合型人才培养模式,并在实践中实施,但实践证明,大学生学习应该突出专业性,在所学专业领域深入探索,成为“专家”,才能在未来的创新创业实践中有所成就。中国人民大学发布的《2016中国大学生创业报告》基于大量调查数据,提出大学生创业者应尽量基于所学专业知识,这样成功率更高。同时,大学生在进行扎实的专业学习,打牢专业理论功底的基础上,应高度重视理论与实践的结合,突出专业理论知识在实践中的应用与转化,这样一方面体现了专业理论学习的实际意义,更能通过应用转化检验和丰富专业理论知识。

1.2.4 发掘机会、善建网络

创新创业活动,是一个创新创业者通过构建网络获取所需创新创业资源和要素,并通过这一网络提升

创新创业能力和绩效的过程。因此,除了积累和优化自身的资源之外,识别外部环境、发掘环境中的各种机会,显得格外重要。中国人民大学发布的《2016 中国大学生创业报告》表明,我国大学生创业主要是“机会型创业”,而非因生存压力所迫。在发掘和把握创新创业机会的基础上,大学生还应学会搭建创新创业网络,整合各种创新创业资源,组建团队,形成强大的创新创业合力。工商管理类大学生所学的专业知识主要是企业运营、财务投资、战略营销等领域,在创新创业过程中,必须学习和借鉴其他专业领域的知识(特别是相关技术),并组建复合型的创新创业网络。

综上,传统的大学教育重点强调学生在有限教学大纲和培养方案范围内的专业理论知识学习,且学生培养的目标主要是高级专门人才和应用人才,以学术理论研究和实践应用工作为导向,基本忽略了创新和创业的价值取向。与发达国家大学创新创业人才培养理念与模式相比,存在较为突出的差距(见表1)。因此,在传统教育培养模式下,工商管理类大学生缺乏足够的创新创业精神意识和能力结构,“双创”战略的提出和实施,要求这种教育培养模式进行彻底转型,从观念意识和能力要素方面,全面提升工商管理类大学生的创新创业精神与能力。

表1 主要发达国家大学创新创业人才培养比较

项目	哈佛大学	斯坦福大学	东京大学	柏林工业大学
教育理念	独立思考为第一教育原则;自由教育与实用教育相结合	培养富有知识和创造力的领导者	学术自由、追求真理、创造知识、维持并发展世界上最高水平教育和研究;培养既有国际视野和创业精神,又有高度专业知识和理解力、洞察力、想象力和实践能力的领导人才	学校培养目标是让学生根据未来职业需要,使之能胜任今后工作并独立解决在工作中遇到的问题
课程设置	通识课程、专业课程、选修课程;覆盖面广,领域多	公共基础课程、通识课程、主修方向课程;表达能力;知识面广	本科前期阶段设置基础课程、综合课程和主题课程三大类;本科后期阶段设置必修课和选修课两类课程	专业课程与实践紧密结合
培养模式	导师制;多元化人才培养模式	理论课程与实践课程相结合;创业型人才培养模式	灵活的课堂教学模式;讲义、演习、研究讨论课	以科研训练为主,突出实践和创造能力

2 我国工商管理类大学生创新创业精神与能力培养现状及问题

随着我国经济的飞速发展和市场化的持续推进,社会对工商管理类人才的需求日益旺盛。我国工商管理类人才的培养在不断探索和改革中,获得了长足的进步和丰硕的成果。在当前高等教育激烈竞争和提质

转型的全新阶段,“双创”战略的提出与实施,对工商管理类大学生的培养提出了更高的要求,尤其体现在创新创业精神与能力方面。

2.1 工商管理类大学生范畴界定

工商管理类与工商管理是两个不同的概念范畴。一般而言,工商管理类是一个综合性的学科集合概念,而工商管理是一个学科专业。根据最新的国务院学位办《授予博士、硕士学位和培养研究生的学科、专业目录》,工商管理(代码1202)是管理学学科门类下面的一级学科,其下设会计学(120201)、企业管理(120202,含:财务管理、市场营销、人力资源管理)、旅游管理(120203)、技术经济及管理(120204)三个二级学科(见表2)。因此,一般认为的工商管理类大学生即为以上四个二级学科专业领域内的大学生,这也是本文所探讨的主要对象。

表2 工商管理学科专业目录

学科门类 代码及名称	一级学科 代码及名称	二级学科代码及名称
		120201 会计学
12 管理学	1202 工商管理	120202 企业管理(含:财务管理、市场营销、人力资源管理)
		120203 旅游管理
		120204 技术经济及管理

资料来源:中国学位与研究生教育信息网, <http://www.cdgdc.edu.cn/xwyyjsjyxx/sy/glmdd/264462.shtml>。

2.2 工商管理类大学生创新创业精神与能力培养现状及存在的主要问题

我国工商管理学科是伴随我国经济体制改革的进程,在借鉴和引进西方相关学科设置和教育模式的基础上发展建立起来的。特别是改革开放以来,我国工商管理学科发展取得了丰硕的成果,与西方的差距日益缩小。与此同时,工商管理类人才培养的水平也不断提升,培养模式逐步趋于科学化和合理化。然而,受制于我国经济体制和教育体制改革的渐进性,工商管理学科专业建设和工商管理类人才培养存在着多方面的问题,如专业课程设置落后、理论与实践脱节、学科和人才评价标准不科学等。

为了适应市场和社会的需要,提升人才培养质量,我国教育主管部门和各高校都不断探索,出台各种政策措施,致力于工商管理类大学生教育培养模式改革创新,其中对于创新创业精神与能力的塑造和培育尤为突出。一方面,在教育部的主导下,工商管理类学科专业设置不断优化,课程体系日趋合理,增加了有关创新创业教育的课程内容;另一方面,各高校纷纷开设创新创业专业课程,设立创新创业方面的专业,特别是近几年以来,一些重点院校率先成立创业学院,并逐渐被其他院校效仿;再次,全国从高校到企业、社会的各类

创业大赛、创业论坛、创业咖啡等活动层出不穷,极大地推动了工商管理类大学生创新创业精神与能力的积累与提升。在各方面努力下,我国工商管理类大学生的培养质量显著提高,创新创业精神与能力逐步强化,成为我国创新创业实践的支撑力量。

在“双创”战略提出与实施的背景下,我国工商管理类大学生在创新创业能力培养方面依然呈现一些方面的问题,有些问题显得较为突出,亟需引起重视并予以解决。

2.2.1 课程设置与教学方法不利于创新创业精神与能力塑造

不容否认的是,我国工商管理类学科专业的课程设置一直在不断改进和优化之中,以体现学科发展内在规律和趋势,并适应市场和实践的新需求。当前,我国工商管理类人才培养的课程体系中的主干课程设置是基本合理的,但也存在明显不合理的课程内容,在各具体高校体现更为突出。如某重点高校的工商管理类课程体系中仍然有“企业与市场制度”课程,而这已经与我国市场经济体制基本建立的现实不相称。相反,体现和适应现代创新创业潮流的大数据挖掘、“互联网+”等则尚未在工商管理类人才培养中完全体现和采用。同时,教学方法方面,依然存在照本宣科、重理论轻实践、启发式教学缺乏等问题,这在很大程度上阻碍了工商管理类大学生创新创业精神与能力的培养。

2.2.2 战略定位和就业去向限制了创新创业意愿与激情

许多高校在工商管理类学科专业建设中,将学科建设的目标定位于“国际一流”“国内一流”,而人才培养的目标也大都定为“XX 高级管理人才”,对于毕业生的就业去向也大肆渲染为“国有企事业单位、世界 500 强企业、政府部门等”,甚至一些地方院校的工商管理类专业也纷纷效仿。战略定位的模糊和偏差,导致教育培养模式、理念和方法的错位,致使大学生学习态度和行为异化,丧失创新创业的意愿与激情,从而限制了创新创业精神与能力的培养。

2.2.3 培养方案和管理制度严重束缚创新创业实践活动

受制于我国高等教育整体的管理体制,工商管理类大学生培养在培养方案和各项管理制度方面存在许多藩篱和矛盾,束缚了学生创新创业精神能力的塑造,也束缚了创新创业实践的开展。即便是在“双创”战略已经付诸实施的情况下,我国高等教育管理中的学籍管理、学位授予资格、评优升学遴选等方面,都存在诸多问题,如弹性学制下休学创业的学生是否具有评优和保送研究生资格、创新创业成果如何转换为学习学分等,尚未得到明确的答案。可以说,培养方案的桎梏和管理制度体系的矛盾冲突,严重束缚了工商管理类大学生创新创业精神与能力的培养,这是一个最为核

心和深层的因素。

我国工商管理类学科专业建设正在不断完善,对大学生创新创业精神与能力的培养也日益重视,但由于各种因素的影响,与“双创”提出的要求相比,仍有相当的距离。

3 “双创”战略下工商管理类大学生创新精神与能力提升对策

根据我国工商管理高等教育的发展传统与现行发展模式,结合现阶段“双创”战略的时代背景和发展状态,参考发达国家大学生创新创业教育的实践经验,本文认为,“双创”战略下提升工商管理类大学生创新创业精神与能力,应从以下几个方面采取措施。

3.1 进一步明确高校战略定位,建设创新创业型大学

20 世纪后期开始,一些美国研究型大学通过吸引外部资金与自己的知识技术创新成果相结合,加速科技成果转化,为产业和社会发展服务,使大学从次要的社会支撑机构转变为经济与社会发展的动力站。这种勇于冒险、富于创新的研究型大学被称为“创业型大学”(Entrepreneurial University)。伴随着科技经济的深度融合发展,创新活动日益受市场机制主导,大学成为创新的重要主体,生产创新科技成果并进行商业化,成为现代大学的重要使命。当前,应加快推进高校发展战略转型,进一步明确高校战略定位,瞄准学术高水平的同时,加快创新创业型大学建设,使其不仅具有强烈的创新创业精神和丰富的创新研究成果,更具有雄厚的科研实力、团队合作精神和应对外界环境变化和资源获取的能力,以及突出有效的知识转移转化运行机制。通过加强与政府、企业的紧密合作,更直接地参与研究成果商业化活动,推动经济与社会持续发展。

3.2 完善“双创”基础设施,培育创新创业文化

“双创”战略的实施,需要各项硬件和软件设施的支撑。硬件方面,创新创业资金、人才、各类实验室、科技成果转化基地、风险投资、办公用房等必不可少;软件方面,创新创业制度和政策、创新创业文化、社会创新创业氛围等至关重要。工商管理类大学生创新创业精神与能力的培养,既需要创新创业硬件作为支撑和载体,也需要强化创新创业文化的塑造与传播。应加快大学生创新创业实践中心基地建设,设立创新创业基金,构建各类“众创空间”,组建产学研创新创业联盟,举办多种形式的大学生创新创业大赛,同时倡导各种有利于创新创业的思想风气和价值观念,鼓励创新创业实践开展,培育和强化崇尚成功、宽容失败的文化氛围。

3.3 加快更新课程体系,融入适应创新创业需求的专业知识

创新创业实践的发展,产生了丰富的理论知识和

学科体系,也需要不断更新和融入新的理论知识。现阶段,创新创业实践的迅速发展和分化组合,诞生了诸如大数据、平台战略、“互联网+”、共享经济等一系列新潮又实用的理论,对创新创业实践具有极强的指导作用。因此,工商管理类人才的培养模式也需因应这一现实,加快对传统课程体系的更新速度,及时反映和融入适应创新创业需求的相关课程和知识体系。只有得到自身知识体系的更新,工商管理类大学生才能真正形成创新创业精神与能力,为从事创新创业实践奠定基础。

3.4 协调教育管理制度体系,营造促进创新创业的良好环境

良好的制度设计是一切创新创业活动获得良好绩效的根本保证。现阶段,滞后的教学管理体制和政策体系在很大程度上制约了大学生创新创业实践的开展,如过于严格的学籍管理体制、缺乏弹性的学分学制管理模式、单一的学业评价机制等,都从客观上增加了工商管理类大学生创新创业的难度和风险,阻碍了其创新创业活动开展。从宏观到微观层面来看,大学生创新创业生态体系尚未形成,各种制度和体制之间存在冲突,政策目标不一致客观存在,不利于大学生创新创业精神与能力的培养和提升。因此,如何统一与平衡各层次教育教学管理制度和政策体系,构建开放、和谐、高效的创新创业环境系统,是当前“双创”背景下工

商管理类大学生创新创业精神与能力培养的当务之急。

“双创”战略对于我国高等教育提出了全新的要求,尤其是体现在对大学生创新创业精神和能力的培养与提升方面。我国高等教育受到传统体制和观念的影响,导致工商管理类大学生创新创业精神与能力缺失,不符合“双创”战略的要求。无论是“双创”的战略号召,还是高等教育转型提质的潮流,都要求高等教育人才培养模式迅速彻底更新,在这样的时代潮流下,工商管理类大学生创新创业精神与能力的培养显得尤为迫切。

参考文献

- 1 翟博文,陈辉林.基于资源聚合的建设创新创业型大学双创空间路径探索[J].高等农业教育,2016(2).
- 2 张杨,张立彬,马志远.哈佛大学拔尖人才培养模式探讨[J].学位与研究生教育,2012(4).
- 3 国务院学位委员会:学科、专业目录,http://www.cdgc.edu.cn/xwyyjsjyxx/sy/glmd/264462.shtml.
- 4 许爱琼.工商管理类大学生创新思维能力培养探析[J].赤峰学院学报:自然科学版,2015(6).
- 5 王方华.“双创”新态势与商学院教育[J].上海管理科学,2015(6).

(责任编辑 吴 汉)

Study on Situation and Problems of Entrepreneurship Spirit and Ability Cultivation of College Students Majoring in Business Management

JIAO Li WEN Xing-qi WANG Pei-hua

(1. School of Economics and Management;

2. Research Center for China Industry-University-Research Institute Collaboration, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: The “Mass Entrepreneurship and Innovation” strategy has put forward new requirements for the entrepreneurship spirit and ability cultivation of college students majoring in business management. The authors demonstrate the connotation of “Mass Entrepreneurship and Innovation” strategy and its implications for college students entrepreneurship spirit and ability cultivation, analyze the situation and problems of entrepreneurship education and propose related suggestions to promote the entrepreneurship spirit and ability of college students majoring in business management.

Key words: “mass entrepreneurship and innovation” strategy; college students majoring in business management; spirit of innovation; innovation ability

“一带一路”背景下案例教学法在留学生教学中的应用及启示 ——以《Management》教学为例

周 伟^{1,2}

(1. 武汉大学 经济与管理学院; 2. 武汉大学 中国产学研合作问题研究中心, 湖北 武汉 430072)

摘 要:随着“一带一路”战略的实施,我国高等教育非常重视吸引“一带一路”沿线国家留学生来华留学。2016年,来自“一带一路”沿线国留学生的增幅超过了各国平均增速;中国政府奖学金也向“一带一路”国家的留学生倾斜。在这样的大背景下,通过分析“一带一路”沿线国学生来华留学的现状,以《Management》教学为例探讨“一带一路”沿线国留学生来华学习中存在的主要问题,以及研究案例教学法在《Management》教学中的优势和实施状况,最终得到了“一带一路”背景下案例教学法在留学生《Management》教学实践中的启示。

关键词:一带一路;案例教学法;留学生

中图分类号:G643 **文献标识码:**A **doi:**10.3969/j.issn.1672-2272.2017.20.013

1 “一带一路”沿线国学生在华留学的现状

随着我国“一带一路”战略的实施,国际留学生教育越来越受到国家和高校的重视。吸引沿线国家学生来华留学成为我国与“一带一路”国家实现“民心相通”的重要战略之一。通过教育合作与交流,促进沿线国家人民的相互了解、相互理解、相互信任、相互尊重,增进彼此间的友谊。

2016年,“一带一路”沿线64国在华留学生共207 746人,同比增幅达13.6%,高于来华留学生的平均增速。中国政府提供的奖学金向周边国家和“一带一路”沿线国家倾斜,这项举措成为国家战略人才和人才储备的重要渠道。2016年,奖学金人数前10位的国家依次为:巴基斯坦、蒙古、俄罗斯、越南、泰国、美国、老挝、韩国、哈萨克斯坦和尼泊尔,“一带一路”沿线国家奖学金生占比61%。其中,2016—2017年有超过2 000名巴基斯坦留学生获得中国留学奖学金,并在华进行经济学、管理学、新闻学、农业科技、土木工程等领域深造。

“一带一路”东接亚太经济圈,西进欧洲经济圈,沿途连通中亚、东南亚、南亚、西亚和东非国家。在这个打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、命运共同体和责任共同体中,教育特别是高等教育承担着独特的使命。近年来,我国各大高校开始重视“一带一路”沿线国的留学生教育。就“一带一路”沿线国留学生在《Management》教学中存在的问题进行分析,探

讨案例教学法在其中的应用和启示。

2 “一带一路”沿线国留学生在《Management》学习中的主要问题

2015年以来,为配合国家“一带一路”的发展战略,我国各大高校加大了对“一带一路”沿线国家留学生的培养。从2015年秋季开始,笔者承担了留学生工商管理类国际班《Management》课程,已经教授了两届留学生,深切地感受到了留学生对《Management》知识和中国文化的渴求,也体会到了中外不同文化的差异对留学生理解、掌握相关知识的困难。

2.1 缺乏反映中国管理实践的英文教材

留学生所用的西方学者编写的全英文教材缺乏与中国管理相关、反映时代变化的最新案例。目前,国内能买到的《Management》教材品种有限。所采用的教材为清华大学出版社出版的美国学者Stephen P. Robbins等编著的全英文教材,其中缺乏与中国管理相关、反映时代变化的最新案例。因此,有必要针对《Management》不同章节,编写与中国企业、中国文化相关的全英文案例,让留学生在课前阅读相关案例,并开展课堂讨论。通过课前预习、课上讨论、课后复习等多种方式相结合,提高留学生的学习效率。

2.2 文化差异导致的理解困难

留学生因文化差异造成了一些理解困难。由于“一带一路”沿线国家与中国存在较大的历史文化差异,使得来自这些国家的留学生在理解中国文化、中国

企业管理等方面存在一些困难。例如:曾经在留学生班级上讲到中国的12生肖时,留学生们纷纷询问我他们的生肖。其中,一个留学生告诉我他生于1995年,我就告诉他属猪。当时,班上有少数留学生开始发笑。然后,这个学生很郑重地问我:“老师,我能不能不属猪?”我只好给他解释了中国12生肖的由来和原因。

2.3 留学生因带有地方口音的英语而导致的语言交流限制问题

2016年笔者所教授班级的留学生大多来自哈萨克斯坦、阿富汗、喀麦隆、津巴布韦、巴基斯坦、摩洛哥、泰国、韩国、南非等国家,英语语音相对不规范,带有浓厚的地方口音。这在一定程度上造成了留学生之间、师生之间的部分交流障碍。此类问题不同程度地存在于留学生课堂教学中。希望基于案例教学法,设计结合理论知识且反映中国管理实践的最新案例,让留学生熟知中国文化,避免因文化差异造成的理解困难;通过课前案例阅读、资料查询,形成课堂上师生共知的语境,减少留学生之间、师生之间因为地方口音问题造成的语言交流障碍。

3 案例教学法在“一带一路”留学生《Management》教学中的优势

“一带一路”国家主要集中在亚欧大陆,包括亚洲、中东欧、非洲等部分国家。这些国家与我国在政治、经济、社会、文化等方面存在较大的差异。来自这些国家的留学生首先面临的是适应中国的生活方式,熟悉中国的传统文化,了解中国的教育体制。然后,在此基础上学习相应的专业知识。案例教学法是以案例为基础的教学法,教师通过教学中扮演设计者和激励者的角色,鼓励学生积极参与讨论。案例教学法能使留学生在讨论管理学理论知识和实践活动的过程中,对中国文化产生潜移默化的了解。

3.1 有助于留学生对《Management》教学内容的理解和记忆

在授课过程中引入案例教学法可以很大程度上帮助留学生理解和记忆相关知识点。因为案例分析的过程是一个思辨的过程,会把相关理论知识串联起来,对已有知识点进行加工,并找到各个知识点之间的内在联系。因此,在案例准备、讨论和总结的过程中,就理清了知识点之间的联系,对所讲授的教学内容留下深刻印象。同时,通过引入一些“一带一路”留学生感兴趣的中国企业管理案例,让留学生在在学习过程中不仅掌握理论知识,也增强了对中华优秀传统文化的理解。这有助于未来搭建中国与“一带一路”国家交流的桥梁。

3.2 提高留学生分析问题和解决问题的能力

在《Management》的案例教学中,根据相关企业的经历设计编写英文案例,特别是有关中国企业在“一

带一路”国家投资的案例或者是“一带一路”国家企业在中国投资的案例。重点在于培养留学生的分析问题、解决问题的能力。让留学生了解中国与“一带一路”国家在企业经营环境、政府投资政策、法律环境等方面的差异,以便学生处理企业管理中存在的问题。通过理论联系实际,让留学生将学习到的理论知识用于分析实际问题,作出决策并提出建议。这样有助于留学生在以后的工作、生活中提高分析和解决问题的能力。

3.3 有助于提高留学生的人际交往能力

来自不同国家和地区的留学生,由于文化传统、语言习俗等方面的差异,很多留学生比较局限于来自同一国家学生之间的交流。除了参加一些学生社团活动,留学生之间的交流比较缺乏。传统的由教师讲授的方法难以促进留学生之间的交流互动。相反,案例教学法的引入需要他们分工合作、互相讨论,这为留学生之间的交流学习提供了机会,同时也有助于加强留学生的人际交往能力和语言表达能力。而且,在课堂讨论的过程中,教师需要对各小组的讨论、发言进行提问和点评,这不仅能培养良好的师生互动关系,而且能促进学生对《Management》课程的学习兴趣。

4 案例教学法在“一带一路”留学生《Management》教学中的实施

针对来自“一带一路”国家的留学生教育,需要充分考虑这些留学生的成长背景、知识基础和兴趣关注点。因此,在课程实施过程中,需要兼顾《Management》课程的特点,并在课程案例设计与编写、案例教学法实施过程中需考虑“一带一路”留学生的特征。

4.1 《Management》课程特点

《Management》课程是一门综合性强的专业必修课,具有很强的实践性,而且是学习其它专业课程的基础。本课程以管理职能为主线,重点介绍了计划、组织、领导、控制4大管理职能在组织中的运用和创新。《Management》课程的主要内容包括:管理历史、管理决策、计划的基础、组织设计、理解个人行为、激励理论、领导理论、管理控制等。

4.2 课程案例设计与编写

课程案例的选择和编写,一方面要反映中国企业的管理实践,需将《Management》理论和实践完美结合;另一方面也要兼顾“一带一路”国家的文化、社会风俗、国情等,了解来自“一带一路”国家留学生的基本情况和兴趣点。

对管理决策、计划的基础、组织设计、理解个人行为、激励理论、领导理论等重要章节编写应融入关注有关中国企业、反映中国社会文化习俗、展现现代中国风貌的全英文案例。让学生在案例分析和讨论的过程中,既掌握了《Management》中的理论知识,又了解了

中国的实际国情,使学生对中国的了解更加深入。

以第5章组织设计为例。该部分需讲解几种常见的组织结构设计。同时,需要阐述影响一个组织选择不同结构的因素,如发展战略、发展阶段、企业规模、行业特色、技术特点等。单纯地讲解这些理论知识显得枯燥乏味,结合其它国家企业组织设计的案例又与中国文化相去甚远,难以激起留学生的学习兴趣。因此,针对这一章节,我们可以编写“中国企业美”的英文案例。2015年以来,为响应国家“一带一路”倡议,美的集团加紧了在沿线国家的投资布局。美的集团在埃及、越南、巴西、印度等世界各地布局了8个生产基地。美的在印度已经有一个很大的生产基地,2017年又准备在孟买建立一个新生产基地。早在2007年,美的就在越南建立了两个生产基地。2017年,受东南亚市场内需扩大、“一带一路”战略推动,美的在东南亚市场的销售量连续三年保持50%的增长率。接下来,公司正考虑将越南生产基地与泰国的东芝工厂在东南亚进行合并重组;同时,印度的新基地也在前期建设中,预计2018年将投入运营。可以从美的成立初期,到单一产品、多元化战略、国际化等过程中所采用的不同组织结构,深入分析组织结构怎样随企业战略变化的过程,有利于理论与实践相结合,帮助留学生更好地理解本章知识。

因此,在案例选择和编写过程中,既要考虑到“一带一路”国家留学生的关注兴趣点,又要增强他们对于中国企业管理实践的了解,从而提高了他们用理论知识分析实践问题的能力。

4.3 案例教学法实施过程

让留学生在学完一章的理论知识后,分小组进行案例分析和讨论,并在下一次课堂上进行成果展示。教师应适当地引导学生讨论,并进行课程总结。

4.3.1 课前准备

在课前,可以了解留学生的背景,如:他们来自哪些国家?有哪些中国企业在这些国家投资?他们以后想从事哪些行业?他们对哪些企业感兴趣?这些信息有助于选择编写留学生感兴趣的英文案例。在案例编写的过程中,有意识地与本章的理论知识结合起来,提出一些与教学目的紧密相关的讨论问题;搜集一些与案例相关的视频、文献、数据等资料,使案例展现方式更加丰富多彩。在课前,将班上留学生进行分组,以小组的形式让留学生在课前对案例进行预习、讨论,并进行小组发言和PPT展示。

4.3.2 课上讨论

在课上,让留学生以小组为单位,对案例中所涉及的问题进行讨论,并发表各小组的观点和见解。观点不同的小组之间可以进行短时间的辩论,最后得出结论。教师在课堂讨论中应起到引导作用,鼓励留学生

克服语言障碍、踊跃发言,并对各个小组的发言进行点评,最大限度地激发留学生的学习激情。

4.3.3 课后总结

在课后,各小组对本组的发言、讨论进行总结,分析本组在案例分析中做得比较好的部分、有待提高的环节和比较欠缺的方面等,有助于在下次案例教学中改进提高。同时,让留学生讨论中国企业的管理实践对他们本国企业的启示,以及在他们国家投资的中国企业是否也遇到类似的问题,该如何解决等。

5 “一带一路”背景下案例教学法在留学生《Management》教学中的启示

5.1 探索留学生教学改革的新途径

现在国内缺乏针对留学生的、有中国特色的全英文教材,完全照搬西方学者的教材,有点脱离中国经济、文化、社会发展的实际,难以将留学生培养成高度知华友华的国际人才。采用案例教学法,补充围绕中国实际的全英文案例,对于推动留学生教育革新和教学方式转变具有重要意义。这也有助于留学生对《Management》知识的掌握更加全面,克服文化差异造成的理解困难。

5.2 对接“一带一路”战略,以案例教学法触类旁通,以教育合作交流实现民心相通

“一带一路”建设是沿线各国开放合作的宏大经济愿景,需各国努力实现更加紧密的经济联系、更加深入的政治互信、更加广泛深入的人文交流,形成各国人民相知相交、和平友好。以案例教学法讲述一个个鲜活的中国企业在“一带一路”国家投资的故事,分析在不同投资环境中存在的问题,探讨解决问题的途径。这不仅学习《Management》理论知识,也拉近了留学生与中国企业、中国文化的距离。案例教学法可以达到触类旁通的效果,有助于通过国际教育合作交流实现民心相通。

5.3 为实施“一带一路”战略的企业提供优秀的本土人才

“一带一路”贯穿亚欧非大陆,一头是活跃的东亚经济圈,一头是发达的欧洲经济圈,中间广大腹地国家经济发展潜力巨大。对来自“一带一路”国家的留学生传授企业管理的理论知识,对多个中国企业的案例进行分析,可以培养出了解中国企业的知华友华的人才。这些留学生毕业归国后,可以成为中国企业在当地投资所需的合适人才。因为这些留学生既了解东道国的经营环境、社会风俗、文化传统,又拥有在中国的留学经历而对中国的管理模式有一定的了解,是中国企业在当地实施本土化战略不可多得的优秀人才。

参考文献

- 1 张馨琢.案例教学法在来华留学生临床医学汉语教学中的应用

- 用初探[J]. 教育教学论坛, 2016(6).
- 2 叶丽平, 姚素艳, 文普帅, 等. 案例教学法在留学生病理生理学教学中的应用[J]. 辽宁医学院学报(社会科学版), 2011(8).
- 3 高铁磊, 李海霞, 陈鹤. 案例教学法在留学生法医病理学教学中的应用[J]. 基础医学教育, 2016(10).
- 4 张烁. 共建“一带一路”, 教育做些啥[N]. 人民日报, 2016-09-01(018).
- (实习编辑 李雅君, 责任编辑 陈晓峰)

The Application and Enlightenment of Case Teaching Method in Foreign Students Education under the Background of “The Belt and Road” ——Take “Management” teaching as an example

ZHOU Wei^{1,2}

(1. Economics and management school; 2. Research Center for China Industry-University-Research Institute Collaboration, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: With the implementation of “The Belt and Road” strategy, Chinese higher education attaches great importance to attract foreign students who come from the countries of “The Belt and Road”. In 2016, the growth rate of students from the countries of “The Belt and Road” has exceeded the average growth rate of other countries. Chinese Government Scholarship is inclined to the students of “The Belt and Road” countries. In this context, this paper firstly analyzes the present situation of foreign students studying in China who come from the countries of “The Belt and Road”. Then, take “Management” teaching as an example, we discuss the main problems when the students of “The Belt and Road” study in China; and analyze the advantages and the implementation status of case teaching method using in “Management” teaching. Finally, it put forward the enlightenment on using case teaching method in management for the students from “The Belt and Road”.

Key words: the belt and road; case teaching method; foreign students