

珞珈管理评论

LUOJIA MANAGEMENT REVIEW

武汉大学经济与管理学院主办
2013年卷 第2辑 (总第13辑)



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



珞珈管理评论

Luojia Management Review

2013 年卷 第 2 辑 (总第 13 辑)

武汉大学经济与管理学院主办



武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

珞珈管理评论. 2013 年卷. 第 2 辑(总第 13 辑)/武汉大学经济与管理学院主办.
—武汉:武汉大学出版社, 2013. 12
ISBN 978-7-307-12272-7

I. 珞… II. 武… III. 企业管理—文集 IV. F270-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 285424 号

责任编辑:柴 艺 责任校对:汪欣怡 版式设计:詹锦玲

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)
(电子邮件:chs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:军事经济学院印刷厂

开本:880×1230 1/16 印张:11.25 字数:324 千字

版次:2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-12272-7 定价:30.00 元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

《珞珈管理评论》

顾问及编委名单

顾 问 (按姓氏笔画为序)

王众托 李京文 谭崇台

编委会主任 陈继勇

编委会成员 (按姓氏笔画为序)

万后芬	马费成	王先甲	王永海
邓大松	毛蕴诗	李燕萍	李维安
李善同	李一军	李 垣	刘 星
伊志宏	汪寿阳	陈继勇	陈晓红
陈国青	吴世农	宋学锋	张 维
张金隆	郭道扬	赵曙明	徐绪松
徐 飞	符国群	黄海军	温铁军
蓝海林	谭力文		

主 编 陈继勇

常务副主编 王先甲

编 辑 路小静

目 录

一 创新创业管理（栏目主持人：夏清华）

知识溢出、大学创业及其公共政策	夏清华	(1)
企业家创新的认知行为模式	李 雯 张虎龄	(8)
台湾地区金控公司综效影响因素及实证研究	揭筱纹 李恒浩	(19)

二 人力资源管理与市场营销

师徒双方的敬业程度与工作绩效之间的动态关系	汪纯孝 陈为新 温碧燕 王书翠	(29)
“我是谁”与心理模拟对消费者延迟反转的交互作用研究	李 晓 黄 磊 张笑寒	(48)
榜样式领导研究现状综述	董 鹏 刘 源	(60)

三 企业管理

制造企业服务增强的模式及路径分析	彭本红 段一群	(68)
论民营企业在国家自主创新示范区中的定位与新发展模式	朱志伟 周茂荣	(76)
多维视角下的企业环境行为研究	李永波	(83)

四 物流与供应链管理

住宅物业服务质量评价	程鸿群 邱辉凌 邹 敏 汪程程	(94)
战略采购与供应链绩效的关系		
——基于供应链关系资本视角的实证研究	魏津瑜 吴晓玮	(104)

五 其他

基于区位商视角下的现代服务业主导产业选择分析		
——以吉林省为例	韩岳峰 申瑛琦 张 龙	(114)
战略性新兴产业项目价值评估与风险防范研究	张宗成 王 郅	(122)

中国外汇储备币种组合的 VaR 分析 李 锋 (133)

从寿险发展的基本面看我国寿险业发展 刘 畅 高 娜 刘 伟 (147)

电力建设工程中合谋行为的博弈分析及监督机制设计 刘 璨 赵 超 (157)

大数据对统计学的挑战和机遇 游士兵 张 佩 姚雪梅 (165)

CONTENTS

1

Innovation and Entrepreneurship Management(Column Host:Xia Qinghua)

Knowledge Spillovers, University Entrepreneurship and Public Policy	Xia Qinghua(1)
Cognitive and Behavioral Modes of Entrepreneurial Innovation	Li Wen Zhang Huling(8)
Financial Holding Companies in Taiwan Synergy Effect Factors and the Empirical Research	Jie Xiaowen Li Henghao(19)

2

Human Resource Management and Marketing Management

The Dynamic Relationship between Work Engagement and Job Performance of Mentor-Protégé Dyads	Wang Chunxiao Chen Weixin Wen Biyan Wang Shucui(29)
The Study on Interaction Effects Between “Who am I” and Mental Simulation on Consumers’ Deferral Reversals	Li Xiao Huang Lei Zhang Xiaohan(48)
A Review of Model Style Leadership Research Status	Dong Peng Liu Yuan(60)

3

Enterprise Management

Analysis on the Model and Trace of Service Enhancement for Manufacturing Enterprise	Peng Benhong Duan Yiqun(68)
The Position of Private Enterprise in National Independent Innovation Model District and It’s Influence on China’s Future Economic Development Model	Zhu Zhiwei Zhou Maorong(76)
A Review on Enterprise Environmental Behavior from Multidimensional Perspective	Li Yongbo(83)

Evaluation of Residential Property Service Quality

.....	Cheng Hongqun Qiu Huiling Zou Min Wang Chengcheng(94)
The Relationship between Strategic Purchasing and Supply Chain Performance	
—Based on the Empirical Study of Supply Chain Relationship Capital Perspective	
.....	Wei Jinyu Wu Xiaowei(104)

Analysis on Leading Industry Selection of Modern Service Based on Location Quotient Perspective

—Taking Jilin Province for Example	
.....	Han Yuefeng Shen Yingqi Zhang Long(114)

The Value Assessment and Investment Financing Risk Prevention of Strategic Emerging Industries

.....	Zhang Zongcheng Wang Yun(122)
-------	---------------------------------

A VaR Investigation of Currency Composition in China’s Foreign Exchange Reserves

.....	Li Feng(133)
-------	--------------

The Development of China’s Life Insurance Industry from the Perspective of its Fundamental Plane

.....	Liu Chang Gao Na Liu Wei(147)
-------	-----------------------------------

Game Analysis and Supervision Mechanism Design of Collusion Behavior in Electric Power

Construction Engineering	
.....	Liu Can Zhao Chao(157)

The Challenge and Opportunity of Statistics under the Age of Big Data

.....	You Shibing Zhang Pei Yao Xuemei(165)
-------	---

知识溢出、大学创业及其公共政策^{*}

● 夏清华

(武汉大学经济与管理学院 武汉 430072)

【摘要】本文引入知识溢出型创业理论,分析了学术创业的逻辑,并从理论和实践两个方面梳理了学者创业、大学衍生企业的相关内容。在结论部分作者隐含的政策建议是:为了提高创新效率,需要国家创新支持政策向创业支持政策转移,促进从创新到创业的传导机制的形成,尤其是针对知识溢出型创业。

【关键词】知识溢出 学术创业 大学创业 大学衍生企业

1. 问题的提出

自20世纪下半叶,知识的资本化与大学研究成果的产业化开始进入大学发展议程,即在传统的培养人才和科学研究职能之外,直接转化知识,创造经济价值成为大学的“第三使命”,这一新的使命催生世界各地的许多大学从象牙塔走向创业范式,即“创业型大学”(entrepreneurial university)。

然而,历史上,大学创业只是在少数一些地区取得成功,如美国波士顿的“12号公路”(Route 12)周围和加州的“硅谷”(Silicon Valley),英国剑桥郡和林肯郡的“硅泽”(Silicon Fen)^①,而在其他许多国家或地区并不成功,人们开始质疑大学创业是否解决地区经济发展问题的灵丹妙药。

自从市场导向的改革实施以来,中国大学的目标和使命趋向多元化,不断开发大学教师和学校资源,承担服务于经济发展的大学“第三使命”的压力,也往往使大学陷入“三”难困境(培养人才、学术创新、经济收入)。近年来,许多大学建立了自己的企业(如校办企业),但相对于其他科技创业型企业而言,大学衍生企业并没有产生明显的竞争优势,如校办企业的数量从2000年开始减少(2000年为5451个,2007年下降到4563个),财务绩效下降,大学知识资源优越性相对降低^②。

理论上,大学衍生企业的演进过程是从一个非商业化环境下的首创理念转变为一个竞争性的寻求租

^{*} 本文是国家自然科学基金(项目批准号:70972093)和教育部人文社科基金(项目批准号:09YJA630117)的阶段性成果。

^① Saxenian, A.. Regional networks and innovation in Silicon Valley and Route 12. In: Acs, Z. J.. *Regional innovation, knowledge and global change* [M]. London: Pinter, 2000: 123-138.

^② Eun, Jong-Hak, Lee, K., and Wu, G.. Explaining the “university-run enterprises” in China: A theoretical framework for university-industry relationship in developing countries and its application to China [J]. *Research Policy*, 2006, 35: 1329-1346.

金的成型企业^①，这种基于大学发明的新企业创建所带来的最重要、最复杂的战略问题是：由于大学缺乏商业资源，那么大学的创业能力从哪来？^② 作为大学创业机会的最初来源——“学者发明人”^③在大学衍生企业形成和成长过程中扮演怎样的角色？以上这些问题，现有文献中几乎找不到答案。

因此，研究发展中国家经济背景下的大学衍生企业的独特性，分析这类企业创业者的特性及其对企业绩效的影响，提出更有效地促进大学衍生企业成长的策略建议，是中国大学在制定大学发展战略，提高大学技术转移效率时必须考虑的一个新课题。

2. 知识溢出型创业与大学衍生企业的产生

大学衍生企业(University Spin-Off companies, University Spin-Out companies, USOs)的定义是为从商业上开发大学所产生的一些新知识、技术或研究结果而创建的新企业，或者说是基于大学发明而创建的新企业。

知识溢出型创业理论试图解释特定创业机会来源，该理论将创业机会的来源定位于“新知识或新创意”。这一理论的基本命题是，在一个组织环境下如大企业、大学实验室里创造的新知识、新创意，由于存在很高的不确定性，组织很难获得预期的各种产出的价值。现有组织由于固有的结构惰性，在不确定性条件下会作出维持现状而不是对新知识采取商业化行动的决策。因此，就存在知识过滤或溢出，其他人或组织(通常是大学之外的小企业)会通过建立新企业，将这些知识商业化或资本化。

按照知识溢出型创业理论的解释，创业机会具有两重性，一方面是知识投资的结果，另一方面是知识过滤的结果。知识过滤越大，不同经济行为人和原有组织的决策层对新知识价值评估的分离性就越大。创业机会不仅是通过对新知识投资产生的，而且由于原有组织在商业化这些知识方面存在差异。这就是，不仅在新知识投资方产生新机会，而且由于知识过滤，一些附属衍生知识构成了创业机会。

因为存在知识过滤，这就阻碍了某些知识的完全商业化，反过来产生了创业机会。这隐含着，创业机会在那些具有更多知识的环境下会更多。相反，在知识贫乏的环境下，创业机会会更少，这一研究结论通过实证研究呈现系统性。因此，知识溢出型创业的根本命题是：知识丰富的环境应该产生更多的创业活动，反映了更广泛的创业机会。相反，知识贫乏的环境应该产生更少的创业活动和更小范围的创业机会。

与知识溢出型创业理论相联系的一个分析维度就是由地理位置决定的空间环境。知识溢出的地理特征是：经济知识可能由从事 R&D 研究的大学向新的小企业溢出(它们在空间位置上接近)。

知识溢出型创业理论有助于回答以下问题：为什么没有或很少 R&D 的创新企业能获得知识投入？为什么新的小企业在大量的新兴产业如生物技术和计算机行业贡献了大量的创新行为？为什么新的小企业能获得知识溢出？为什么一些新的小企业通过获得别人的知识比那些规模大的竞争者更有竞争优势？

因此，知识溢出型创业理论断言，新知识的来源和组织实际为产生新知识所做的投资，与组织试图去商业化和专用化那些新知识的价值(如创造新企业)不是一回事。如果创业者使用新知识而并不为投资产生新知识的企业支付全部成本，如许可和代理费，那么启动一个新企业的创业行动就是一种知识溢出

① Vohora, A., Mike Wright, and Andy Lockett. Critical junctures in the development of university high-tech spinout companies [J]. *Research Policy*, 2004, 33: 147-175.

② Rothaermel, F. T., Agung, S. D., and Jiang, L. University entrepreneurship: A taxonomy of the literature [J]. *Industrial and Corporate Change*, 2007, 16(4): 691-791.

③ 学者发明人包括大学实验室的研究人员以及从事技术发明研究的大学教师、科学家等。为了便于分析，以下都简称“学者”。

机制。为了将原有组织产生的知识商业化而建立一个新企业的行动就可以看做知识溢出的传导机制^①。所以，创业是对原有组织创造的没有开发的(或没有完全商业化的)机会的内生反映。

但知识溢出型创业理论没有摆脱新的小企业创新创业的分析框架，也没有进一步分析知识溢出型创业企业的类型及其可能存在的差异，也就没有注意到大学自身创业的特殊性。即大学知识溢出的一部分是向产业(新的小企业)转移或大学内部从发明者向非发明者转移，另一部分是大学发明人自己将知识内部化，即学者创业或者大学创业。

那么，大学在什么情况下决定将自己创造的知识内部化，自己创办企业(本文称之为内部商业化，或者狭义的大学衍生企业)?

首先，当大学决定通过创办新企业内部化自己的发明成果时，通常是与其他几种技术转移方式如专利化或许可、合同(合作)研究等比较权衡的结果。考虑的因素有交易成本、知识产权保护水平、产学研合作与信任程度、产业吸收能力、大学技术相对于产业技术的先进性程度、大学对发明人的激励政策与专利权控制方式、社会中介机构的发达程度、研发资金来源等等^②。

其次，根据大学衍生企业的产权结构，可分为大学主导的衍生企业和个人主导的衍生企业两类。前者是由政府或大学合作开发或者至少是大学指定的非发明人代理开发创建的企业，后者是学者发明人(academic-inventor)开发创建的企业。无论哪种产权结构的大学衍生企业，学者在新企业的形成和发展中起到关键的作用。因为，一方面，两类企业的形成都来源于学者发明人的技术或专利；另一方面，USOs具有一般新创技术型企业(new technology-based firm)的特点，如创新性、高成长性和高风险。由于学者发明人对创新技术的特性和应用比一般人有更好的理解，所以，大学衍生企业对技术的路径依赖就转化为对原始发明人的依赖。换句话说，大学衍生企业的形成和发展存在对学者发明人技术上的依赖，至少，理论上是这样。

3. 衍生企业中的学者创业者及其创业决策

最初对学者创业者特质的分析主要是评价学者的个性特征对创业的影响。如 Roberts(1991)的研究发现 MIT 的技术创业家通常会表现出高度的独立性需求、中度的成就需求和低度的关系需求，在学者、大学新创企业、大企业之间存在着复杂的内在联系。Zucker 和 Torero 则证实大学衍生企业的产生是由于“明星科学家”(star scientists)的出现。Shane 提出了“学者生命周期模型”(academic life cycle model)，认为学者创业一般在职业发展后期，先前已投资了他们的人力资本开发，创业时他们拥有较高学术地位。

Fini(2008)等实证研究了学者创业的激励机制，结果显示，具有商业开发潜力的技术的可得性、获得大学基础设施支持和获得个人利益的可能性是学者创业最重要的激励因素。

Lacetera(2009)提出了一个学者创业者选择商业化研究时机的决策模型，分析了这些行为的收益与成本，比较了学者创业者和产业创业者的绩效差异。模型指出，在有些情况下，学者不愿意将其研究商业化，因为放弃研究的机会成本太高，这些研究能使他获得科学界的认可。而在另外一些情况下，学者可能比追求盈利的企业更快地将研究成果商业化，减少基础研究。因此，在进入时机和成本效率之间存在权衡，一个自我选择机制就提出来了。一般而言，学者只有当知识的潜在价值很好的时候才去商业化，这一结论与早前 Fini(2008)的研究结论不谋而合。

① Audretsch, D. B., Keilbacha, M. .The theory of knowledge spillover entrepreneurship [J]. *Journal of Management Studies*, 2007, 44: 7.

② Shane, S. . *Academic entrepreneurship: University spin-offs and wealth creation*[M]. Aldershot: Edward Elgar, 2004: 58.

4. 大学衍生企业绩效及其决定因素

学术界一般从个体、组织和环境三个层次分析大学衍生企业绩效的决定因素。

Stephen J. Franklin 等对比分析了学者企业家和外部代理企业家 (academic and surrogate entrepreneur) 在大学衍生企业发展中的互补作用^①。两种企业家各有优势: 学者企业家理解技术及其潜在的应用能力, 代理企业家具有商业化经验, 因此, 这二者并不是相互独立的。大学要想进行成功的基于新创公司的技术转移, 最好的方法莫过于学者和代理企业家的结合。

Martin Meyer 讨论了存在公共支持机制和激励结构环境下 (产业网络、孵化项目等) 的学者创业现象, 提出了“学者企业家 (创业者)”还是“企业家 (创业者) 学者”有趣的问题, 结果发现, 公共支持机制并不必然促进学者创业, 但会促进“企业家学者”行为模式的发展——那些在公共部门对建立快速成长企业并不感兴趣的科学家会寻求满足其研究兴趣的其他途径。相反, 一些糟糕的支持机制还会对科技型创业企业的成长产生负面的影响^②。

Welsh 等提出了“学术资本主义” (academic capitalism) 的概念^③。作者通过对美国 9 所大学的 84 个生物科学家的深度访谈, 发现科学家们都认为大学与产业研究关系 (UIRRS) 通常与复杂的大学知识产权 (IP) 政策是冲突的。例如, 大学科学家认为大学与产业研究关系对于增加科学家之间的联系是有价值的, 但问题是为产业工作会约束科学家之间的交流。科学家也认为大学知识产权政策会规避一些机会主义行为, 但同时也减少了对于产业或企业的吸引力。

Thursby 2009 年对 5811 个美国大学教员作为发明人的专利调查发现, 26% 的专利被独家转让给了企业, 而没有按照“拜杜法案”的要求, 将专利权交给大学。他们将这个现象归因于专利特征、大学政策以及发明者所属领域。那些大学主张转让给企业的专利相对于转让给衍生企业的专利 (学者发明人控制的新企业) 具有更为基础的作用。转让给予学者发明人相关的新建企业的专利收入很少能够高于学者发明人从大学专利转移中获得的收益^④。

目前对大学衍生企业的绩效研究主要集中在组织 (大学) 和环境层面, 这方面的文献相当多, 如在回答为什么一些大学比其他大学产生更多的衍生企业的问题时, 许多学者分别评价了大学的学术地位、大学技术转移办公室 (TTO 或 TLO) 的效率、大学的资源条件、大学的创业氛围与文化、对学术创业的奖励制度、大学的基础设施和明确的创业战略、大学的科技实力、专业布局特点、科研经费总量、大学的地理位置以及大学与政府的关系等对大学衍生企业绩效的影响。宏观层面的环境因素如美国的“拜杜法案”、联邦和州政府的直接支持机制、风险资本支持, 英国鼓励“出版非专利”的政策、产业对大学知识缺乏需求^⑤, 瑞典缺乏有竞争力的研究资金资助和人员、缺乏与产业界的交流, 对技术转移的商业化和大学衍生

① Franklin, S. J., Wright, M., and Lockett, A. Academic and surrogate entrepreneurs in university spin-out companies [J]. *Journal of Technology Transfer*. 2001, 26(1-2): 127-141.

② Meyer, Martin. Academic entrepreneurs or entrepreneurial academics? Research-based ventures and public support mechanisms [J]. *R&D Management*, 2003, 33(2): 107-115.

③ Welsh, Rick. Close enough but not too far: Assessing the effects of university-industry research relationships and the rise of academic capitalism [J]. *Research Policy*, 2008, 37: 1854-1864.

④ Thursby, J. G., and Fuller A. W. Thursby. MUS faculty patenting: Inside and outside the university [J]. *Research Policy*, 2009, 38: 14-25.

⑤ Carlsson, B. Universities, entrepreneurship and public policy: Lessons from abroad. In: S. Shane. *Economic development through entrepreneurship: Government, university and business linkages* [M]. Cheltenham; Edward Elgar, 2005: 198-217.

企业的创业鼓励不够等^①。

5. 关于中国大学衍生企业的研究

Kroll 和 Liefner 分析了中国大学衍生企业所面临的市场条件：国有企业(SOE)、私人企业、外商投资企业这三种最重要的企业类型对国内产生的知识没有产生强大的需求；大学与企业之间的合作关系依然很微弱^②。

同时，在中国，中央政府对校办企业的态度也在发生改变，有很多模糊的促进措施，如 1995 年鼓励大学和研究机构利用自身的科技能力建立高科技企业。然而，2001 年，国务院要求校办企业从大学分离出来。一些高校成立了资产管理或投资公司，成为大学企业的投资者或管理者。

杨德林等在对中国 111 所大学调查的基础上对研究型大学科技型企业的衍生模式进行了分类。随后，又对中国研究型大学衍生企业活动影响因素进行了分析，提出 5 种可能对中国研究型大学科技型衍生企业活动产生影响的因素。结果证明，大学企业衍生活动与大学的科技实力、专业布局特点、科研经费总量、大学的地理位置以及大学与政府的关系等之间存在一定相关性，而与科研经费构成之间的关系未能得到证实。

段存广、张俊生基于大学功能的演进，分析了大学衍生企业及其大学技术转移的三种模式：技术咨询、技术许可、衍生企业。

龚玉环、王大洲等借鉴 MIT 的经验，更深入地分析了大学如何平衡学术与商业行为。

夏清华对学者创业和大学衍生企业的绩效进行了最新最全面的系统研究，发现中国大学直接运营知识的能力较弱，表现为大学创建的衍生企业的绩效普遍不理想。大多数大学衍生企业还处于成长期，缺乏明确的战略导向和明显的竞争优势，过于依赖母体大学，嵌入市场与产业合作的程度不高。大学教师和研究人員参与创业的数量并不多，学者创业者大多在公司高管团队里担任重要角色，但并未充分发挥高层管理者应有的作用，尤其是对战略决策的影响，学者对企业发展的贡献主要体现在“技术创新”^{③④}。

总的来看，中国大学的创业导向或市场化趋势似乎不可逆转，然而，大学市场化的程度、模式与方向依然模糊，如何平衡学术行为与商业行为仍是大学今后考虑的战略与管理难点问题。

6. 总结：知识溢出型创业理论的政策含义

知识溢出型创业理论弥补了经济增长过程中一些经济现象之间断裂的联系，它证明了在知识上的大量投资并不能必然地、自动地产生预期的竞争力和增长。在新知识的投资和商业化之间存在一个过滤器，因此，一定的传导机制是必要的，而创业就起到了传导器的作用。只有通过创业，才能将知识和创意商

① Decter, M., Bennett, D., and Leseure, M.. University to business technology transfer—UK and USA comparison [J]. *Technovation*, 2007, 27: 145-155.

② Wang. In search of innovativeness: The case of Zhong'guancun. In: E. J. Malecki, and P. Oinas. *Technological learning and regional economic change* [M]. Aldershot: Ashgate, 1999: 205-230.

③ 李雯, 夏清华. 学者创业如何影响大学衍生企业的创业导向——基于湖北省“211 工程”大学衍生企业的实证研究 [J]. *科学学研究*, 2011, 29(4): 40.

④ 李雯, 夏清华. 学术型企业家对大学衍生企业绩效的影响机理——基于全国“211 工程”大学衍生企业的实证研究 [J]. *科学学研究*, 2012, 30(2): 32.

业化(或资本化)。这就是知识溢出型创业的本质,其政策含义是:知识不会自动地完全商业化,为了保证在知识上的投资产生竞争力和增长,应该通过鼓励创业便利知识溢出和商业化。这一观点可以通过“两个悖论”即两种政策工具的失败得到支持。其一是来源于传统政策工具的失败,与 Solow 模型相联系,它提出通过促进对物质资本的投资来促进增长和就业。其二是新经济政策工具的失败,与 Romer 模型一致,通过促进知识资本的投资创造增长和就业。“瑞典悖论”(Swedish Paradox)^①实证揭示出,虽然瑞典的 R&D 占 GDP 的比率在世界上是最高的,但瑞典表现出令人失望的大学研究商业化结果。而“欧洲悖论”(European Paradox)揭示出,尽管有世界一流的人力资本和研究能力,但欧洲经济增长和就业仍然维持在很低的水平^②。由“两个悖论”自然推导出:在缺乏物质资本和知识资本禀赋的欠发达地区和发展中国家,更应该寻求创业资本作为经济增长的发动机,即创业公共政策的必要性。

因此,后续的研究课题是:当中国大学创业成为一个制度化的内容时,大学与产业之间的关系就由合作导向变为竞争导向,那么大学如何处理与产业之间的竞争问题?大学学者和产业企业研究者之间如何互动?学术机构在不放弃原先使命的前提下,在从事商业化活动中会面对哪些挑战?如何应对这些挑战?

(作者电子邮箱: qhxia@whu.edu.cn)

◎ 参考文献

- [1] 段存广,张俊生.基于大学功能演进的大学衍生企业研究[J].科学学研究,2007,25(2).
- [2] 龚玉环,王大洲.在学术与商业之间——中美大学案例比较与启示[J].自然辩证法通讯,2007,29(3).
- [3] 杨德林,汪青云,孟祥清.中国研究型大学衍生企业活动影响因素分析[J].科学学研究,2007,25(3).
- [4] Acs, Z. J., and Armington, C. .*Entrepreneurship, geography, and American economic growth* [M]. New York: Cambridge University Press, 2006.
- [5] Etzkowitz, H. . *MIT and the rise of entrepreneurial science* [M]. London: Routledge, 2002.
- [6] Fini, M. I. . Proposta curricular do estado de São Paulo [J]. *Educação Física*, 2008, 10.
- [7] Lacetera, Nicola. Academic entrepreneurship, management, decision, economics [EB/OL]. [http: www. interscience. wiley. com](http://www.interscience.wiley.com). DOI: 10. 1002/mde. 1461.
- [8] Shane, S. . *Academic entrepreneurship: University spin-offs and wealth creation* [M]. Aldershot: Edward Elgar, 2004.
- [9] Torero, M. , Darby, M. R. , and Zucker, L. G. . The importance of intellectual human capital in the birth of the semiconductor industry [C]. Working Paper, UCLA Anderson School, Los Angeles, CA, 2001.

^① Carlsson, B. . Universities, entrepreneurship and public policy: Lessons from abroad. In : S. Shane . *Economic development through entrepreneurship: Government, university and business linkages* [M]. Cheltenham: Edward Elgar, 2005: 198-217.

^② Audretsch, D. B. , and Keilbacha, M. . The theory of knowledge spillover entrepreneurship [J]. *Journal of Management Studies* , 2007, 44: 7.

Knowledge Spillovers, University Entrepreneurship and Public Policy

Xia Qinghua

(Economics and Management School of Wuhan University, Wuhan, 430072)

Abstract: The article introduces the theory of knowledge-spillovers entrepreneurship, analyzes the justification of academic entrepreneurship, logically outlines relative theories and policies on academic entrepreneurship and university spin-out companies. In the conclusion the author presents the policy implication in which shift from innovation to entrepreneurship incentives will be in favor of transmission mechanism formation, especially aiming at knowledge spillovers entrepreneurship.

Key words: Knowledge spillovers; Academic entrepreneurship; University entrepreneurship; USOs

企业家创新的认知行为模式^{*}

● 李 雯¹ 张虎龄²

(1 中南民族大学管理学院 武汉 430074; 2 武汉大学经济与管理学院 武汉 430072)

【摘要】企业家的创新实践可以看做在资源匮乏前提下的机会驱动过程。本文遵循创业机会认知、开发的研究思路,深入探讨了企业家创新能力的来源,阐释企业家独特的适应性机会认知模式及其动态变化逻辑,然后进一步解释了企业家创造性的资源整合方式和机会开发行为,最后指出了现有研究存在的不足,并对企业家创新认知模式的未来研究方向进行了展望。

【关键词】企业家创新 创业机会 认知模式 机会开发模式

1. 引言

企业家创新研究一直是国际学术界主流研究范畴,吸引了大批经济学家和管理学家的注意。企业家创新的相关研究始于美籍奥地利经济学家熊彼特(Joseph A. Schumpeter),熊彼特(1912)认为,所谓创新,就是把生产要素和生产条件的新组合引入生产体系,即“建立一种新的生产函数”,通过“创造性毁灭”(creative destruction)的方式推动社会经济发展。

企业家的创新使命通常是通过其创业活动完成的。尽管许多情况下,企业家创业的驱动力是垄断利润或超额利润,但他们在追逐利润的过程中,必然涉及对新产品、新市场、新的生产方式、新组织的开拓以及新资源的控制调配过程,其结果也必然是实现“新组合”。这种对“新”的感知和利用就是企业家的主要功能。

从这个意义上看,企业家的创新实践可以看做在资源匮乏前提下的机会驱动过程。在此,机会就是指新的“方法—目的”(means-ends)途径,是开创新事业、获取利润的一种可能性。Shane(2005)认为机会是一种复杂的不断变化的情景或条件,在该情景中,技术、经济、政治、社会和人口条件的变化产生了创造新事物的潜力,即机会具有产生经济价值的潜力。企业家在这种不确定性条件下识别并利用潜在的机会,以全新的模式整合资源,进而创造新的价值。

因此,本文遵循创业机会认知、开发的逻辑,探讨企业家创新能力的来源以及企业家独特的机会认知模式,并解释企业家创造性的机会开发行为。研究结果将为理解企业家的创造开拓性、创业机会的生成性及二者的耦合过程做出一定贡献,同时也丰富了机会驱动型的创业理论。

^{*} 本文受国家自然科学基金项目(项目批准号:70972093)、教育部人文社科规划基金项目(项目批准号:09YJA630117)、武汉大学人文社科应用对策项目(项目批准号:201109)资助。

2. 企业家创新能力的来源

在英文中,企业家与创业者对应的是同一个单词——“entrepreneur”,指具有创新行为和创业行为的商业行为者。企业家作为创新的承担者(主体),对创新机会的感知和利用能力主要来源于三个方面:心理特质、先验知识与社会资本。

2.1 心理特质

企业家的独特心理特质,如成就感动机、风险偏好、创新倾向等一直被认为是企业家创新的重要内部因素。早在1775年,法国经济学家 Richard Cantillon 在经济学研究中就将承担风险的行为与企业家联系在一起。McClelland(1961)最早提出了对企业家个人特质的研究,他认为企业家通常具有高成就需要、风险偏好、责任感、创新精神。这些特质不仅促进个人创办新企业,也对创新的绩效产生影响。后来 Gartner、Sahlman 等学者也对企业家的行为做出了描述, Gartner(1990)将创业行为理解为价值创造、追求利润、成为企业所有者和管理者以及创建组织; Sahlman(1999)认为企业家的创业行为包括六个方面:战略导向、把握机遇、获取资源、控制资源、管理结构以及激励与补偿机制。Gideon D. Markman 和 Robert A. Baron(2003)在借鉴“个人—组织适合理论”的研究成果基础上,提出了独特的“个人—创业适合度”模型,指出企业家的个性特征与成为创业者的要求越匹配,创业成功的可能性越大。该模型通过对企业家各种明显差异特征的分析,指出自我感知能力、识别机会的能力、坚定不移的意志、开拓性与创新精神、丰富的人力和社会资本、出众的社会技能是影响企业家成功的关键因素^①。

2.2 先验知识

奥地利学派对企业家创新研究的假设前提是市场由拥有不同信息的个体组成,在此信息不对称的情况下,价格机制无法自行调整为均衡状态。但是企业家具有独特的创业敏感性(entrepreneurial alertness),可以发现不对称信息导致的价格差异,进而发现潜在的市场机会,获得创业利润,这样就推动了经济逐渐从非均衡走向均衡。

基于奥地利学派的信息不对称假设,企业家的认知和行为过程依赖于企业家拥有相关信息的多寡,而相关信息的获得,从个人认知发展来看,则依赖于企业家的先验知识(包括经由成长、教育及职业经历获得的知识)的获取。

在很多情况下,企业家的先验知识影响了他们能够识别的机会的类型。Eckhardt 和 Shane(2003)发现,三种先验知识对企业家发现市场机会的过程十分重要:市场的先验知识、市场服务方式的先验知识、顾客问题的先验知识^②。可以认为,企业家所积累的顾客问题知识、市场服务方式知识、市场知识造就了创业者的“知识走廊”,影响了他们所能发现的商业机会的本质。产业经验越丰富,企业家就越可能识别富有发展潜力和可行性的产品开发项目,随后会产生学习曲线效应,这就缩短了新企业的创业机会开发时间,大大增强了企业的创新效率。

事实上,关于创业和创新的大量文献已经表明,由于惯例和能力嵌入在企业家的先前工作经验中,

^① Gartner, W. B.. Psychology, entrepreneurship, and the “critical mess”. In: Baum, J. R., Frese, M., and Baron, R. A. (Eds). *The psychology of entrepreneurship* [M]. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2007: 25-34.

^② Eckhardt, J. T., and Shane, S. A.. Opportunities and entrepreneurship[J]. *Journal of Management*, 2003, 29, 3: 339-349.