

社会资本
与
企业家创新行为

陈兆坤

社会科学出版社

社会资本
与
企业家创新行为

陈兆坤

图书在版编目(CIP)数据

社会资本与企业家创新行为 / 陈兆坤著. —北京: 中国社会科学出版社, 2014. 8

ISBN 978-7-5161-4654-5

I. ①社… II. ①陈… III. ①社会资本—关系—企业—创新—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 186058 号

出版人 赵剑英

责任编辑 关桐

责任校对 高婷

责任印制 王炳图

出版 中国社会科学出版社
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)

网 址 <http://www.cassp.cn>
中文域名: 中国社科网 010-64070619

发行部 010-84083685

门市部 010-84029450

经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司

装 订 廊坊市广阳区广增装订厂

版 次 2014 年 8 月第 1 版

印 次 2014 年 8 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 8.625

插 页 2

字 数 226 千字

定 价 28.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换
电话:010-64009791

版权所有 侵权必究

前 言

20 世纪 90 年代以来，面对全球化、信息化和市场化不断提升的竞争环境，迫切要求企业提高其经营决策的正确性、果断性和敏捷性。而企业家作为推动产业升级、技术创新和制度变迁最重要的行为主体，其行为直接影响着一个国家或地区的经济增长和发展。只有透过社会资源、结构、技术、制度因素的表象，才能深入分析企业家这一经济行为主体的动机、文化价值观及其行为特征，从而科学、准确地理解经济发展的趋向。改革开放 30 多年来，中国企业快速成长，中国企业家的创新行为引人注目。中国人均国民收入由 1978 年的 190 美元上升到 2012 年的 6500 美元，成功实现了从低收入国家向中等收入国家转变，贫困人口减少了 4 亿多人，人们的社会生活、文化生活、卫生生活也得到了较大的改善。

在经济学理论研究中，企业家居于十分重要的地位。熊彼特在《经济发展理论》一书中，首次把企业家才能作为经济增长和发展的原动力。他认为正是企业家的“创造性毁灭”推动着经济发展水平波浪式上升。企业家不断通过创新行为提高了整个经济的效率，因此在现代经济增长中，增长的源泉主要不是来自投入的增加，而是技术创新导致的效率提高。美国 20 世纪 50 年代的经济数据分析表明，投入的增加只能解释产出变化的 12.5%，而其余的部分则归因于技术进步。

索洛等经济学家没有对技术进步给出内生的解释，而是把它

看作一种外生的因素。20世纪80年代后，罗默（P. M. Romer）等新增长理论学者认为技术进步是个人和企业有意识地投入时间和金钱的结果，社会制度只有对从事技术研究的个人和企业给予激励，技术进步的各种投入才能发生。因此社会必须承担产权保护和合同执行功能的制度建设。

在中国经济转型时期，社会资本运作进入社会规范系统，成为企业家获取和利用各种外部资源的关键因素。而社会资本作为企业家创新行为的重要的抑制性特征，必然会通过对嵌入社会网络中信息、知识、资金、人力等资源的获取和利用而影响企业创新活动和区域环境的互动机制。企业家创新行为是一个由创新主体、创新要素和创新环境共同构成的复杂系统。从新增长理论角度来看，企业家创新行为内生于社会系统之中，社会制度因素、人文因素以及信任程度等对于创新效率的影响重大，特别是受特定区域文化影响而形成的由正式、非正式社会制度联结而成的个人或群体间相互交往、彼此信任的关系网络，对企业家创新行为和效率产生主要的影响。

本书主要基于社会资本的视角分析企业家社会资本与企业家创新行为之间的相互关系，以及经济转型进程中这种相互关系的变化。与现有的相关研究相比，本书考虑了有关企业家社会资本研究中所蕴含的重要职能——创新行为决策，以及企业家创新行为动因研究中没有重视的企业家所嵌入的社会网络，并且基于中国经济转型情境的特殊性考察了社会资本对企业家创新行为选择影响的变迁。

一国的社会资本是企业及企业家创新环境的一种表征，是衡量一国创新环境优劣的一种软性指标。从宏观层面来看，创新环境、社会信任关系、社会文化环境、社会制度结构等构成社会资本的主要内容，社会资本对企业家创新行为的宏观影响主要表现为重视制度和非制度创建，构建有利于创新的人文环境，激励创

新行为的发生，为企业家创新行为培育一个良好的氛围，通过不断增加社会信任、丰富文化资本以及完善社会制度结构，对企业家创新行为产生重大影响。

全球金融危机发生后，中国企业感受到了前所未有的转型压力，但是一些企业的利润不是用来投入资本设备和改进技术，而是用于奢侈品消费或者用于投向利润率更高的领域，比如房地产、煤炭资源等，从而直接导致制造业投入不足、产业升级缓慢等问题。“2009年浙江百强民营企业排行榜”中，除娃哈哈、吉利等近30家没有涉足房地产开发外，其余70余家企业均参加房地产开发。“2011年广东纳税百强企业排行榜”中，上榜房地产企业有14家，2011年全国房企百强榜中，浙江占15家。

目前中国已经成为世界第二大出口国，但是中国出口的快速增长主要是外商投资企业带动的，高技术产品国际竞争力的提升完全是由外商投资企业贡献的，而本土企业则未升反降；民族产业国际竞争力仅为国家产业竞争力的15%，本土企业不仅没有在技术阶梯上快速上升，反而在高技术领域呈现出比较劣势。

美国次贷危机引发的全球经济衰退，引发人们对于后金融危机时代经济发展模式与道路的争论。中国经济发展必须转型到依靠社会创新和技术进步的现代经济增长道路上来。社会应该激励企业家的创新行为，把企业家才能进一步释放到生产性活动上来，“从既有的经济体制转向企业家型的经济体制”（吴敬琏语），加快建立起正式的法制体制和市场体制；着力消除影响和限制企业家创新才能发挥的制度和法律障碍。政府制度创新本身是一种企业家精神的具体表现。政府制度创新，作为一种制度供给，通过改变企业家的创新行为收益和创新成本，对企业家创业、创新行为产生激励，进而影响企业家创新行为，决定企业发展的经营绩效。

企业家精神的兴起、企业家创新行为的培育是中国实现世界

经济“强国梦”的根本动力。改革开放以来，中国企业家用自己的行动和实践改变了许许多多原有的文化价值观。越来越重视合作网络，注重人文关怀，善于吸收、融合先进文化等是中国企业家社会资本的具体体现。实现中国经济强国梦，离不开“文化强国”的支撑。在大力促进技术创新和产业创新，加快转变经济发展方式的同时，需要不断社会创新、文化创新，营造驱动中国企业家创新行为的制度、知识、经济、政治、社会和文化环境。

目 录

前言	(1)
第一章 导论	(1)
第一节 问题的提出与研究意义	(1)
第二节 研究对象与主要问题	(3)
第三节 基本概念和相关理论	(5)
一 社会资本	(5)
二 企业家	(6)
三 企业家创新	(8)
第四节 逻辑结构与研究内容	(12)
第二章 社会资本视角的企业家创新行为	(19)
第一节 技术范式创新的企业家创新	(19)
一 企业家创新过程理论的起源	(21)
二 技术推动的创新过程理论	(22)
三 核心能力推动的创新过程理论	(24)
四 动态能力推动的创新过程理论	(25)
五 企业家能力推动的创新过程理论	(26)
第二节 社会资本视角的企业家创新行为	(26)
一 制度视角的企业创新行为	(27)
二 系统视角的企业家创新行为	(29)
三 社会资本视角的企业家创新行为	(34)
第三节 社会资本与企业家创新行为研究综述	(36)

一	国外相关领域的研究综述	(37)
二	国内相关理论的研究现状	(38)
第三章	企业家创新行为中的社会资本	(45)
第一节	社会资本理论：多视角的探索	(45)
一	科尔曼：从社会结构资源阐释社会资本	(46)
二	博特：从“结构洞”理论阐释社会资本	(47)
三	林南：从嵌于社会结构资源阐释社会 资本	(49)
四	福山：从社会文化视角阐释社会资本	(50)
第二节	企业家创新行为体系的社会资本	(53)
一	社会资本理论研究的企业家特征	(53)
二	企业家创新过程中的社会资本	(55)
第三节	企业家创新过程社会资本的分析层次	(57)
一	宏观层面的社会资本	(57)
二	微观层面的社会资本	(59)
三	产业层次的社会资本	(61)
第四章	社会资本对企业家创新行为影响的宏观机制 ..	(68)
第一节	社会资本与企业家创新环境	(68)
一	企业家创新环境的概念及其构成	(69)
二	企业家创新环境中的社会资本	(70)
三	企业创新环境中的社会文化	(72)
第二节	社会信任的企业家创新绩效	(74)
一	社会资本视角中的信任	(74)
二	社会资本中信任关系的形成	(75)
三	社会信任的企业家创新功能	(79)
第三节	社会文化对企业家创新行为的影响	(81)
一	企业家创新文化的内涵及其构成	(81)
二	文化对企业家创新的推动作用	(83)

三	社会文化推动区域创新和创业的作用	(86)
第四节	国家创新体系与企业自主创新	(88)
一	国家创新体系中的企业自主创新	(88)
二	企业自主创新的重要作用	(89)
三	科技公共服务与企业自主创新	(90)
第五章	企业家社会资本对企业家创新行为的影响	(97)
第一节	企业家社会资本的内涵及其功能	(98)
一	企业家社会资本的理论研究综述	(98)
二	企业家社会资本的特性和作用	(100)
三	企业家社会资本的来源与积累	(103)
第二节	企业家社会资本与企业技术创新	(105)
一	企业家创新与企业技术创新	(105)
二	企业家技术创新与创新思维	(108)
三	企业家创新行为与创新思维	(111)
第三节	企业家社会资本与区域创新	(124)
一	企业家社会资本与获取区域金融资源	(124)
二	企业家的社会资本与获取区域制度性资源	(128)
三	企业家社会资本与获取区域技术资源	(131)
第四节	企业家社会资本与企业创新文化	(133)
一	3M 公司开放型的创新文化	(133)
二	微软的激情创新文化	(135)
三	联邦快递以人为本的创新文化	(136)
四	松下企业与员工融为一体的创新文化	(137)
第六章	社会资本推动企业家创新的国际案例	(144)
第一节	社会资本对美国企业家创新的影响	(144)
一	人文环境与企业家创新行为	(145)
二	企业家创新与硅谷的商业模式	(147)
三	企业家创新与组织创新气氛	(150)

第二节	社会资本对德国企业家创新的影响	(151)
一	完善的市场机制与企业家创新	(152)
二	百年传承的稳健创新与企业家创新	(154)
三	创新教育的文化传承与企业家创新	(156)
第三节	社会资本对亚洲国家企业家创新的影响	(157)
一	日本社会资本与企业家创新	(157)
二	印度的“亚洲硅谷”与企业家创新	(160)
三	韩国的“汉江奇迹”与企业家创新	(162)
第七章	社会资本与中国企业家创新行为	(174)
第一节	转型时期中国企业家创新行为	(176)
一	企业家制度创新能力分析	(176)
二	企业家组织创新行为分析	(177)
三	企业家领导力创新行为分析	(179)
第二节	地方政府的企业家创新行为	(182)
一	地方政府制度创新行为分析	(182)
二	地方政府区域创新行为分析	(184)
三	地方政府招商引资行为分析	(186)
第三节	创新驱动发展与企业家创新行为	(188)
一	创新驱动发展的内涵和意义	(188)
二	以企业家为主的创新驱动发展路径	(189)
三	以企业为主的创新驱动的系统推进	(191)
第四节	华商企业家创新行为	(194)
一	社会资本与华商企业家	(195)
二	华商的企业家人格	(196)
三	华商的企业家经营理念	(197)
第八章	社会资本与广东企业家创新行为	(208)
第一节	文化资本与企业家创新行为	(209)
一	岭南文化与广东企业家	(209)

二	共享式社会网络与企业家精神	(210)
三	社会信任机制与企业家创新	(212)
第二节	企业自主创新与企业家创新	(214)
一	广东企业自主创新存在的问题	(214)
二	制约企业自主创新的深层次问题	(217)
三	以自主创新驱动产业转型升级的探索	(221)
四	提高广东企业自主创新能力的对策	(223)
第三节	社会资本培育与企业家创新精神	(225)
一	创新型教育与培育企业家精神	(225)
二	社会制度的功能与激励企业家创新	(226)
三	区域竞争力与提升企业家创新能力	(227)
参考文献	(235)
后记	(263)

第一章 导论

第一节 问题的提出与研究意义

20 世纪 80 年代后期，技术创新受到经济学家更多的关注。罗默（Paul M. Romer）以及卢卡斯将技术和知识内生化的成果使得经济增长问题再次引起经济学家们的热议并取得了明显成果，但正如研究者认为的那样，“人类创新活动的强度以及方向受制于影响人类激励及能力的法律、制度、风俗及管制所起的作用”（阿吉翁，2002）。内生增长理论的局限是缺乏对制度和交易成本的关注，把产权、知识产权、开放等制度看作与创新的利润无关。宇泽弘文（Hirofumi Uzawa，1965）、罗默、杨格（Yong，1995）承认人力资本对经济增长的作用，认为它是亚洲一些新兴国家快速发展的主要原因。鲍莫尔（Boumol，1990）把企业家活动分为生产性的和非生产性的，由于在历史上大多时期企业家都是从事非生产性活动，而非生产性创新未必能导致经济增长，只有在资本主义制度下，企业家才会更多地从事生产性活动而推动经济增长。熊彼特、纳尔森（Richard Nelson，2001）认为正是资本主义制度刺激了追求利润的天才、刺激了那些具有创造性的大脑。古伊索（Guiso，2003）等通过全球信任度调查认为不同的文化决定了人们的信任度不同，从而导致了贸易和经济增长的不同绩效。巴罗（Barro）等也证明，有些宗教信仰对经济增长有一定的积极作用。

熊彼特在对经济增长源泉的研究中，非常有见地提出企业家精神和企业家“创新者”角色理论。熊彼特认为以往研究忽视了引领创新的主体——企业家，企业家的作用在于通过创造性毁灭来创新，他们通过对利润的追求从而推动技术进步，因此构成经济增长的推动力。他认为企业家才是企业发展最重要的驱动力。创新就是建立一种新的生产函数，把一种从未有过的生产要素和生产条件的新组合引入生产系统。鲍莫尔（1993、2006）认为企业家作为发起者和革新者的角色，对一国经济发展有决定性的作用。传统理论完全忽视企业家的作用，而企业家才是创新和技术进步活动的主体。应该看到，在对经济增长源泉的探索中，有些疑问的解答还不尽如人意，如制度创新和市场开拓是如何实现的？为何在发展中国家技术创新很缺乏？从主流经济理论研究来看，较少提及作为创新主体的企业家。但从中国发展实践来看，企业家在财富创造、改善资源配置和推动社会变革中具有十分重要的作用，是中国经济实现可持续增长的关键因素，也是导致区域经济增长和科技创新能力差异的重要解释变量。

社会资本理论是近年来经济社会研究中新兴起的理论，其产生建立在社会网络研究的基础上，其特征是一个社会内部的信任、规范与网络，它们通过推动协调的行动来提高社会效率，发挥政府、企业活动中的纽带作用。企业家作为创新活动的发起者和实施者，在整个企业创新活动中举足轻重。创新活动，并不是在“真空”中进行，其必然要与企业家所处的外部环境发生各种交换和互动，是一个企业家在其所处环境中发现机会、筹措资源、开发机会并使企业成长壮大的过程。因此，聚焦于企业家的微观创新行为，研究企业家与环境发生的各种互动，无论对理论界探讨创新行为“黑箱”，还是为企业家提供创新行为的理论支持，都具有重要的现实意义。从宏观上看，分析企业家创新行为的社会网络和人文环境与创新活动之间的相互作用机制，弥补对

企业家创新行为与制度创新、文化创新研究的不足，在全球价值链背景下，为提升我国产业国际竞争力和企业家创新能力提供一个新视角。本书的目的在于让有关部门能够充分认识到社会资本对技术创新、企业家创新行为和经济增长的重要作用，在政策制定和社会发展中，更多地致力于社会资本的培育和建设，用全社会的创新推动企业家的创新行为。

第二节 研究对象与主要问题

本书所涉及的理论基础——企业家创新行为和社会资本理论均具有多个研究层次和视角。本书研究侧重关于如何提高企业家创新行为效率的社会支撑系统的发展，具体说是促进企业家创新行为的社会文化环境发育的社会对策。企业家创新行为只有以社会为基础才得以可能，如果没有共同的文化、制度结构、创新者的关系网络，使企业家创新活动具体化，研究者无法对任何经济活动进行评价。企业家创新行为内生于社会系统之中，社会制度因素、人文环境以及信任程度对于创新行为的效率影响深远。

20世纪90年代以来，企业家创新行为研究的领域开始突破单一维度研究的限制（企业家心理、性格、个性等特质因素），研究视角延伸到更多研究对象上来。在对创新性的度量上，普遍行为创新性无论是对企业家精神，还是对企业家创新能力评价而言都是核心内容，考察企业家的创新活动是度量创新性进而分析企业家精神的重要依据。

伦普金（Lumpkin, 1996）、赫特（Hector, 2004）等认为创新是创造一种新的经济行为或组织方式，是一个提出脱离现有技术和实践的基本想法，以及生产一个新产品的过程、服务和技术进步。艾克斯（Acs Z, 1990）等认为考察企业家创新行为的困难在于如何确定出创新的投入和产出，以往研究中直接用科技投

人数额作为创新活动的衡量标准有其不合理的方面。艾克斯和其研究团队采用 1000 人所取得发明的数量作为衡量企业创新活动的指标。菲利普 (Philippe, 1993) 借鉴熊彼特的创新理论来分析企业家创新行为的效应：一是当前创新对未来创新的正溢出效应；二是创新对已有创新的破坏作用。对此他直接使用发明专利的数量来衡量每个时期的创新数。发明毕竟不完全等同于创新，用发明专利数量来衡量企业的创新行为显然有局限性，但在对企业家创新行为的量化分析上有其创新性。

本书研究的重点在于剖析全球化、信息化背景下企业家创新行为与社会资本的共生互动，探寻“社会发展”与“企业家创新行为”之间的内在逻辑关系，研究社会资本与企业家创新行为、经济增长和社会发展之间的相互作用机制，推动以企业家为主体、以社会资本培育为抓手、以社会网络优化和创新性效率为提升方向，设计一套基于社会资本管理的科技创新与企业家创新行为的政策组合，为提升我国产业的国际竞争力提供一个新的视角。

从社会资本角度来研究企业家创新行为，可从宏观、中观和微观三个层次来进行研究。宏观层次考察的是企业家创新行为如何嵌入到政治、经济、法制、文化和规范体系之中，关注的是社会人文环境因素对企业家行为的影响；中观层次则研究企业家特定的社会关系网络的结构，关注社会群体关系网络结构特性对企业家资源配置及创新行为的影响；微观层次则研究企业之间、企业家之间二元互动连带关系对企业家创新行为结果的影响，它们关系到信任、责任、道德等在个体调配资源过程中起到的作用。具体到本书而言，研究方向更关注宏观层次的社会资本，即宏观社会环境对企业家社会资本网络结构形态的影响，当前中国转型特殊时期所产生的企业家社会资本与企业家创新行为的特定构成。本书同时也关注微观与中观层次的企业家创新行为，如企业家创新行为的关系网络，其构成因素包括哪些、如何构建以及社

会资本对企业家创新行为绩效产出的影响等。

第三节 基本概念和相关理论

“社会资本”、“企业家”、“创新行为”是本书的关键概念，为了便于考察社会资本与企业家创新行为的关系，需要对基本概念及相关理论进行界定和简要介绍。

一 社会资本

“社会资本”最初是由经济学的“资本”演变而来。20世纪60年代，经济学家把“人力资本”的概念引入经济学分析框架中来。但其关注点是较笼统的“人”，而不是处于社会关系中的人，其局限性是忽视“人”在运用资源时的主体存在状态——社会关系。到了70年代，“社会资本”概念的提出，则将经常忽视的社会关系和社会结构纳入到资本分析的范畴中来。20世纪80年代后，社会资本已经成为社会学科中比较流行的研究领域之一，被世界学者作为一个重要工具用来解释经济增长和社会发展的问題。由于社会理论研究的跨学科性质，到目前，理论界尚未形成统一的认识。纵观国内外学者关于社会资本的研究，由于研究的重心不同，思考角度不同，围绕社会资本的概念主要包括以下几点特征：

首先，社会资本是一种资源，是行动者个体所拥有的外部社会关系，并能为行动者带来一定的效用，实现价值的增长。如Bourdieu（1985）认为社会资本是一种行动者可以从特定社会结构取得的资源，并且可以用所取得的资源实现自己的利益，通过在社会关系网络或其他社会结构中的成员身份“获得其他社会行动者的资源流程”。

其次，社会资本存在于由行动者全体所组成的关系网络结构