

动荡时代下的国际创业

□ Shaker A. Zahra

摘要：由于快速的技术变迁、全球生态系统的出现和数字平台的扩散，全球市场正在经历重大变化。然而，反全球化和民族主义运动也引发了无序和混乱。因此，和其他国家的企业一样，中国大大小小的企业都在重新考虑其进军国际市场的尝试。本文基于过去三十多年来的研究成果，探讨了如何在中国情境下研究国际创业，并产出对公共政策和管理实践具有重要价值的研究成果。

关键词：国际创业；国际新创企业；天生全球化企业；国际竞争力；技术进化

中国企业在全球日益突出的地位令人惊叹，几乎在全球的每个主要行业和角落，中国公司都拓展了业务，建立了强大的竞争地位，并取得了成功。而且在过去十年中，它们在组织和技术上日益成熟，不断引进和应用新的商业模式——从模仿其他国家到越来越注重原始研究和创新。同样有趣的是，类似于成熟经济体的公司，来自中国的大型知名公司、中小型企业以及新创企业已经在全球市场中活跃起来（Arregle et al., 2017; Sui & Baum, 2014; Zahra, 2003, 2005a, 2009）。越来越多的中国企业广泛地参与到国际市场中来，体现了国际创业对中国企业持续发展和成长的重要性。

国际创业是指企业在国外市场中界定和开发机会的活动（Oviatt & McDougall, 1997; Oviatt & McDougall, 2005; Sapienza et al., 2006; Shrader et al., 2000）。它包括与机会识别、评估、改进和开发相关的行动（Chandra et al., 2009; Patel et al., 2016; Weerawardena et al., 2007; Yu et al., 2011）。这些行动需要战略分析的指导，而战略分析受到经济因素以及管理者的认知、动机和愿望的共同影响。这些行动还包括企业为扩大国际市场、建立市场地位、创造价值和从市场中学习而制定的流程和体系。显然，这其中包含各种复杂的问题，企业需要谨慎对待和处理这些问题，才能维持自身的国际增长并实现盈利。鉴于问题的复杂性，我们有必要回顾过去三十年蓬勃发展的国际创业研究，钻研其来龙去脉，从而为今后的研究提供有益的指导。已有部分学者对国际创业研究的发展历程和主要观点进行了较全面的述评（Chandra & Coviello,

2010; Coviello, 2015; Jones et al., 2011; Zahra & George, 2002b; Zander et al., 2015)。他们的述评旨在捕捉国际创业活动的范围及其随时间变化的性质。随着全球市场的变化,企业家必须找到获取可持续竞争优势的新途径。的确,现在的企业需要驾驭的市场,已经和 20 世纪 90 年代国际创业研究刚成形时的市场截然不同了。技术、经济和社会的变化深刻地改变了产业及其产品的定义,改造了产业结构以及创新、生产和分销的地点和方式。许多曾经主导国家和国际经济的产业已经过时,或是成为不断发展的生态系统的一部分。相反,几年前才出现的产业已经成为全球竞争的重要舞台。此外,全球化中形成了复杂的关系网和超越地理、经济 and 传统政治定义的网络,促进了国际创业的发展。然而,全球化的成功也引发了威胁国际制度和贸易的民族主义情绪。在这个动态的(时而不稳定的)全球市场中,国际创业研究者需要考虑种种问题,以加强理论、塑造公共政策并改善管理实践。

本文试图从过往的大量研究、包括笔者的文章中,提炼出国际创业研究的主要经验教训。本文运用了不同的研究设计和分析工具,对发达经济体和新兴经济体进行了调查。鉴于已有一些文献综述和元分析为查阅国际创业文献提供了有用的指引,笔者将更多地关注如何利用这些文献来指导中国未来的国际创业研究,使未来研究充分把握中国这一背景的独特性,因为中国正日益成为许多新兴经济体的典范。尽管创业、国际商务和国际创业领域的研究都包括不可忽视的文化要素,但借鉴相关文献有助于促进未来的理论发展和实证研究。

一、国际化是创业的重要情境

早期的国际创业研究突出了天生全球化企业的出现及其日益增长的作用,即自成立之初或之后不久就走向国际化的企业(Oviatt & McDougall, 1994; McDougall et al., 2003; Mudambi & Zahra, 2007)。早期研究认为这些敏捷的、行动迅速的新创企业能够在快速变化的全球市场中识别机遇,具有强大的生存能力。这些企业还通过开拓发展创新型技术和商业模式来创造新的产业,利用其创始人的技能、经验和人脉,找到那些被成熟的本地公司和跨国公司忽视了或是低估了的机遇。天生全球化企业一直精于改进已有的供应链,规避更大的、资源更丰富的竞争对手。

国际创业的研究者认识到,除了天生全球化企业以外,全球市场还容纳了其他不同类型的企业。因此,他们研究了早期的国际化以及像跨国企业、中小企业、家族企业和国有企业这样的成熟公司(Zahra, 2005b; Zahra, 2009)。这些公司专注于寻找和开发国际市场中的机遇。随着创业领域的扩大,国际创业研究开始更多地涉及与机会识别、评估和开发相关的过程。

国际创业研究最有趣的特征之一,就是它属于“国际商务”和“创业”这两个姐妹学科的交集,这两个学科的发展也提升了国际创业研究的丰富度和广度(Oviatt & McDougall, 1994)。国际商务研究是国际创业研究的支柱,该领域的研究有助于解释年轻企业和成熟企业的国际化动机差异,比如它们如何做出国际化的决策,如何评估国际化潜在的风险,如何决

定市场进入模式,如何进行国际化的运作并通过建立或深入各种关系网来获取市场和资源。此外,对于天生全球化的新企业,国际商务研究强调了创始人的国际经验(往往通过工作、学习、生活和访问积累)在帮助企业理解国外市场和对进入这些市场做出必要组织承诺方面的作用。这些不同的经验,在早期形成了这些企业知识库(knowledge base)的基础,决定了其构思新战略和产品的能力,使其能够学习和吸收市场知识,并开发新的应用、技术、产品和服务。国际商务研究的重要贡献,还在于它强调了与国际创业活动相关的管理挑战,指出许多企业家可能缺乏应对这类挑战的经验。国际商务学者也探讨了应对和克服外来者劣势的方法。当新企业进行国际扩张时,外来者劣势可能会削弱其生存能力。这是个特别严重的问题,因为这类企业多数都缺乏经验、资源和市场合法性。

国际商务研究的一个关键洞见,是认识到母国制度和国际制度对国际创业活动的塑造作用。制度是指在社会、产业或生态系统中定义游戏规则和规范的系统(North, 1990)。无论是正式制度(如官方法律、法院或政府机构规定的),还是非正式制度(如民族文化价值观),都能通过影响资源供给、保护产权(包括知识产权)、影响业务相关的风险水平,以及发展企业所需的经济和技术基础设施,来影响国际创业交易的类型和规模。因此,制度决定了企业开拓新业务和进行国际化的动机。

国际化为创新创业提供了重要的机遇。对新企业而言,如果想要区别于竞争者、延迟被模仿的时间,创新创业活动至关重要。创业研

究为我们理解那些成立之初或之后不久就走向国际化的公司是在何时、何地以及如何被创办出来的,提供了重要基础。创业研究还解释了成熟公司是如何推进国际创业活动,为实施国际创业计划创造适宜的环境,以及如何通过构建业务体系和子公司,融入当地环境并从中获取知识经验。因此,学者们在研究当中,考察了许多可能影响不同公司的国际创业活动的内外部因素(Bruneel et al., 2018; Bruneel et al., 2010; Carr et al., 2010; Hashai, 2011; Karra et al., 2008; Knight & Cavusgil, 2004; Laanti et al., 2007; Zahra & George, 2002a)。其中,内部因素包括公司的高层领导、文化、组织结构和制度、资源以及与全球网络的联系;外部因素包括环境条件,如动态性、异质性和敌对性(Zahra & George, 2002a)。另外,研究者还考察了制度的作用及其在这个动态而复杂的环境中的作用转变。

国际创业研究的一个基本观点就是国际化需要创业的推动,同时也为创业提供了许多机遇(Cavusgil & Knight, 2015; Chandra et al., 2009; Verbeke et al., 2014)。开展国际化不仅需要仔细分析市场、竞争者和不同类型的风险(如政治、国家和经营风险),还需要具备想象力和创造力,以发现机会并界定其规模和范围,规避资源的局限性,克服进入国外市场的困难,以及避免陷入外来者的常见误区。在构思进入新市场、与主要利益相关者建立关系,以及应对制度挑战的新方法时,创业思维也是必不可少的。最优的创业即指构思新的商业概念、商业模式和竞争方式,并建立保护公司差异化竞争优势所必需的独特性。创业也可以是通过设

计新的管理制度和设计，推动组织的演进。

综上所述，创业是国际化潜在优势的关键来源。然而，现有国际创业研究的一个不足就在于忽略了这一事实。这可能是因为创业活动是局外人难以观察到的，因而很难定义和衡量。创业活动的效果也是在事后才最为人所知，使得对这些活动作用的推导变得复杂。而且，随着时间推移，创业会在不同地点和活动中展开，这进一步加大了衡量创业活动其贡献的复杂程度。这就是为什么一些研究者把访谈作为收集数据的主要途径（Autio et al., 2011; Autio et al., 2000）。然而，这些挑战不应成为研究国际创业过程的阻碍。

以上所述清楚地表明，我们需要更好地记录企业进行国际创业时遵循的各种过程，因为这些过程可能是企业的主要优势来源，特别是如果其以创业方式进行的话。记录这些过程之所以重要，也是因为中国企业在国际化的范围、速度以及海外投资的步骤方面，可能与其他国家的组织不同。例如，资源的限制可能促使中国企业实践“节俭式创新”，从而形成更加简约的国际化模式。

对国际创业相关过程的思考为卓有成效的研究提供了另一条重要途径：研究其微观基础。这类研究的目的在于，理解个体层面行动者的认知、价值观、需求、优先事项和偏好如何影响组织层面与国际化相关的决策。对这一问题的理解，使我们能明确理解引起国际化乃至赋予其意义的创业活动的来源、类型和规模。反过来，这项研究能够记录创业和国际化之间的动态交互，凸显人类能动性（human agency）（创始人、企业家和管理者等决策者）以及所涉

过程起到的作用。对微观基础的研究还有助于解释与国际创业决策和过程相关的政治力量和权力动态（power dynamics）（Felin et al., 2012; Felin et al., 2015）。研究国际创业的微观基础，对于理解学习是如何实现，在何处、以何种方式获取，又是如何应用于寻求新机会中也很重要。这种学习何时能帮公司识别出新的机会？公司寻求的机会的数量和类型是否会有质的变化？创业公司在国际化进程中如何防止迷信式学习？在中国和其他地方，对这些问题的研究都还处于起步阶段；其研究结果很可能会修正我们关于国际化的假设和理论，以及这些假设和理论与创业、与在国际市场的生存和盈利能力之间的联系。

二、理解全球市场中的学习动态

企业的知识库推动其国际化并决定其创业能力。然而，在国际市场上学习的机会还有很多。事实上，企业进行国际创业的关键动机之一，就是获取新知识以升级知识库，从而能够开发出新的应用来推动进一步扩张。企业通过国际创业获取新知识，并将其运用到业务中（De Clercq et al., 2012; Zahra, 2005a），这一过程也提高了其吸收能力，即获取、加工、吸收新知识，以及开发其商业价值以实现盈利和增长的能力（Zahra & George, 2002b）。反过来，强大的吸收能力会促使企业去寻找更多的创新理念，这些理念能带动创业，促使公司投资更多的新产品和新市场。随着企业吸收能力的提高，其对创始人知识的依赖程度也会下降。然而，创始人的洞察力和创造力仍然在构思新创

业计划时起核心作用,这些创业计划得益于来自内部(如新聘的专业人员)和外部(如顾客、供应商和竞争者)的丰富知识流。创始人和外聘的专业人员在整合这些知识方面也发挥着关键作用。相应地,对这些知识的整合,有助于企业识别国外市场可开发的新机会、掌握成功利用这些机会的方法,从而开展新的创业活动。

研究还指出,与成熟企业相比,天生全球化企业可能具有一定的“新生学习优势”,即由于天生全球化企业的结构通常较简单,它们能够快速获取新知识,将其传播到业务层面,并转化为创造性的应用。在这些企业中,创始人通常控制着公司的运营,这又进一步地推动和加速了上述过程。这些创始人具备根据所获反馈去学习和调整其组织的动机(如确保企业的生存)。创始人知道,他们的公司还是个“半成品”(work in progress),需要进行不断的改进以获取合法性,提高成功的概率。

虽然“新生学习优势”这一主张很有吸引力,但仍有一系列重要问题,有待更多基于实证的研究来回答。例如,这些优势是否只限于特定行业?能维持多久?它们会在什么情况下消失?实现这些优势需要什么样的组织过程?还有一些证据表明,有的企业家缺乏认知灵活性,并且相当忠于他们的过往经验(Huber, 1991)。如果真是如此,那我们便需要考察创始人和创始团队的认知风格,以及他们如何促成或抑制组织学习,从而影响到潜在的新生学习优势。最后,如果“新生学习优势”的主张得到实证支持,那么它可以通过指明学习在哪发生以及如何以学习带动创业,来指引中国企业

未来的国际化之路。

要了解新生学习优势的强度和持续时间,就必须了解这些公司是如何学习的。大部分现有文献只研究成熟企业或是企业创始人/创始团队的学习,尽管有所助益,但并未揭示出促进学习的机制,尤其是促进天生全球化企业在与市场互动过程中学习的机制。Huber(1991)探讨了这些组织学习的主要障碍,并强调创始人遵循教条、缺乏学习意愿或能力是关键障碍。这些公司通常还得在资源和时间严重受限的情况下,同时执行各种不同的活动。任务的多样性可以促进组织学习,但是这些公司多数人手不足,可能并不会花时间来辨别所学的东西,思考其对公司的战略意义。可喜的是,有证据表明,一些天生全球化企业会采取措施进行学习,并将学习融入追求卓越绩效的过程当中(Zahra et al., 2000)。同样,在全球运营的大型成熟企业也在组织学习方面开发了高度专业化的职能(Iansiti, 1997)。

随着天生全球化企业和其他进行国际创业的公司的迅速扩张,我们还需研究在不同文化的市场中,它们如何进行学习,以及是否会采取不同的学习方式。文化是在国外市场要学习的核心知识,因为它是顾客、竞争对手、机构和其他公司行为的根基。文化也是规范市场互动制度规则的关键来源。这使社会学习成为国际化进程中的关键一环(Zahra et al., 2000; Zahra, 2006)。技术可能是竞争和顾客的焦点,但实际上,一家企业的成功取决于它如何理解当地文化、顾客和竞争者的认知和价值观,以及嵌入在文化物品中的显著符号。这种对文化的深入学习有助于企业学习技术和竞争动态。

研究远距离文化中塑造市场的力量可能是一个巨大的挑战。对于从事国际创业活动的企业而言，这些文化与其母国文化在价值观上有着本质的不同。笔者早期的一项研究探讨了法国、瑞典和美国跨国公司进入中国市场时的学习机制（Zahra, 2006）。类似地，研究者可以研究中国企业在非洲、中东和拉丁美洲市场学习的机制。这些不同的地域具有不同的文化价值观、制度和社会规范，它们会深刻地影响企业的进入模式和战略选择，以及其在这些市场上开展或构思的创业活动。

迄今为止，研究主要集中于知识的获取、共享和转移，以及这些活动在国际创业背景下如何促进组织学习。这些活动固然很重要；然而如前所述，价值创造是将国际化中获取的新知识与公司的知识库整合起来的结果。公司需要把这种整合的知识转化为商业应用（如产品）或战略用途（如创新商业模式或战略举措），从而获得市场优势。因此，未来国际创业研究领域值得深入探讨的问题，就是如何进行这种知识的整合，以及如何将这种整合的知识转化为应用。年轻企业似乎特别善于开发新颖的和对行业有颠覆作用的突破性创新。因此，研究这一转化过程，可以为我们了解突破性创新的主要动力提供一些线索。随着中国对突破性创新和原始性创新的重视程度不断提高，这类研究变得越来越重要。

三、学科交叉处的研究

国际创业诞生于国际商务与创业的交叉领域，为我们提供了一系列值得在中国和其他新

兴经济体背景下探索的议题。鉴于国际商务和创业研究日益分化，相信吸收公司创业、技术创业和战略创业领域的观点将有助于未来国际创业研究的发展。以下段落是对其中一些学科交叉点的概述。

公司创业的基本关注点在于如何通过创业和其他创业类活动实现战略更新。创业是指通过创新进入现有业务的新领域，或者是通过收购、兼并和其他手段进入不同的市场领域进行扩张。创新意味着开发新的产品、流程、组织体系、商业模式以及新的组织形式。这些创新能够为组织注入新的活力，提供新的竞争工具，并且构建和改进组织能力。内部创业作为公司创业的一部分，包括组织成员在整个公司的运营中为注入创新而采取的行动。内部创业一般是非正式的，时常成为正式创业和创新的基础。未来的国际创业研究可以利用其与公司创业的交集，去更好地理解国际活动如何重塑企业边界，以及创业如何激发企业的机会发现和创新，使企业能够建立和获取不同的能力，从而适应动态市场。这类研究将有助于解释在国际市场中寻求机会的不同类型的中国组织是如何出现的，也有助于解释某些企业如何在持续国际化的进程中，保持创业能力，以及这种能力如何推动其未来的国际化。

在中国背景下的国际创业研究还可以考察国际化如何在国有企业等不同类型的企业中推动创业。这些都是拥有相当资源和市场实力的重要企业，但也存在官僚化和对市场信号反应迟缓等遗留问题。未来国际创业研究也可以考察中国国内区域市场化水平的差异如何引起不同类型和水平的国际化活动，并对组织绩效和

国家竞争力产生重大影响。这些差异还可能影响不同地区的企业在国内和国际上的竞争，从而影响国民经济的增长和进步。

同样，有关技术创业的研究也可以丰富未来的国际创业研究，在中国的背景下尤其如此。技术创业研究关注的是企业如何通过商业化，发现机会、开展创新并从中获利；其中部分商业化是通过诸如销售和授权经营这样的市场交易实现的。企业家也可以利用在商业化方面的进展创建新公司，许多这样的公司在创立之初或之后不久就走向国际化。技术创业研究，连同上述的公司创业研究，提醒我们关注那些进行新技术开发和商业化的组织，研究其类型和设计。可关注的问题包括：它们如何思考，如何构建业务体系，如何在不同市场中实现商业化，如何建立有效的系统来维持学习和创业能力，延续创新和构想新市场、新行业的能力，以及它们如何将这些市场与新兴技术联系起来。

显然，国际创业与技术创业两个概念之间是有联系的，这为创新研究提供了丰富的路径，尤其是在中国企业持续攀升技术进化的阶梯、迈向原创开发和突破性创新的背景下。这方面的研究可以启发政策制定者制定鼓励突破性技术进步的相关政策，并帮助它们瞄准未来产业。该研究还可以指导管理者的决策，包括如何进行创新扩散，以及如何将企业竞争战略与国际活动联系起来，以获得先入者优势和技术领先优势。

国际创业研究也将受益于与社会创业相关的研究成果（Zahra et al., 2009）。社会创业活动的主要目的是应用商业模式和技巧，为社

会面临的复杂问题寻找创新和经济的解决方案。因此，社会企业关注的，通常是现有组织未能成功解决的问题。之所以未能解决，可能是由于拟议解决方案本身，或是执行方式出了问题，抑或是由于制度环境限制了解决方案的实施。

贫困、营养不良、某些严重的疾病、无家可归、自然环境问题、饮用水问题和恶劣的生活条件等，都属于各国社会企业关注的最严重的问题。由于这些都是世界性的难题，越来越多的社会企业正在跨越国际边界运作——要么复制其在原籍国的做法，要么在地方机构、政府和非政府组织的帮助下适应当地的新环境。这类合作有助于企业克服常见的新进者和外来者劣势，同时促进学习、加快市场准入并提升业务的可扩展性。

关注社会企业将有助于未来的国际创业研究，尤其是在该主题研究尚处起步阶段的中国。将对社会企业的关注整合到国际创业研究中有助于解释：这些企业为何以及何时国际化？它们如何选择自己的领域？如何确定业务范围？目前，我们对国际化的了解大多来自对传统的营利性商业组织的研究，这就引出了以下问题：通过研究全球社会企业，我们能获得什么新见解？它们的国际化道路是不同的吗？如果确实不同，那么差异在哪？社会企业如何扩大自己的经营规模？此外，这些企业如何形成自己的网络和/或加入现有网络？社会企业解决的问题在不同国家有不同的政治含义，这意味着需要研究它们如何处理与地方政治的关系并获得当地机构的准入权？社会企业抱有双重目标，即在盈利的同时解决重大的社会问题。这种双重

性可能会造成与当地组织和东道国的紧张关系，而我们需要更好地了解社会企业会如何应对它们在这方面可能面临的挑战。

当前，对中国和其他地区家族企业的研究正在蓬勃发展，说明人们日益认识到这些企业在当今全球经济中所发挥的重要作用。过去十年，研究者已经开始研究这些企业的国际化活动。研究表明，家族企业对风险的保守态度抑制了其国际化的范围和规模，其对财务资源和家族控制的担忧也限制了其国际化活动。这些态度还限制了家族企业开展促进国际扩张所必需的创业活动的的能力（Arregle et al., 2017; Cruz & Nordqvist, 2012; Zahra, 2003, 2005b）。

家族企业是中国经济的重要组成部分，未来国际创业研究可以通过吸收家族企业最新研究中的观点获益良多。国际创业研究可以探究家族企业独特的所有权和治理结构，以及其在国际化背景下如何承担风险。研究者也可以考察天生全球化的家族企业与其他后来国际化或根本不国际化的家族企业之间的潜在差异。另一个值得探索的领域是，中国的天生全球化家族企业与其他国家的同类企业有何差异，以及这些差异在全球市场范围、绩效和组织生存方面的重要性。国际创业研究者还需认识到家族企业的异质性，其在所有权、治理、目标、战略和历史上各不相同——这些不同可能对这类公司的国际化产生重要影响。

国际创业学者在探讨财富创造的社会和经济平衡这一棘手问题时，可以进一步借鉴家族企业研究。他们还可以借鉴前人关于社会嵌入对企业战略行动的塑造作用研究。由此，他们可以更多地了解到社会资本和其他无形资源在

国际创业决策中的重要性；在中国的大小企业进军国际市场时，这些都是可能决定它们命运的重要问题。

国际创业研究也将受益于吸收战略创业方面的观点，后者指的是“同时寻求机会和优势，并取得卓越的企业绩效”（Ireland et al., 2003）。因此，该领域的大量文献探究的一个基本问题就是“企业如何将创造新机会的创业行动与形成竞争优势的战略行动结合起来”（Agrawal et al., 2007）。这一问题显然适用于在国际上运营的年轻企业和成熟企业，因为它们需要以创造价值的方式创造和追求机会。如前所述，这里的价值可以是财务和/或社会价值。此外，为了理解创业和战略行动的组合是如何发展的，国际创业研究者需要在国际创业活动的情境中记录和分析这些行动的微观基础。反过来，这就要求研究者更加重视组织系统和流程在促成国际创业、促进价值创造方面的作用。到目前为止，这些行动过程在国际创业领域中还没有得到很好的研究。

四、情境化（contextualization）

情境化可以提升未来国际创业研究的严谨性、相关性和影响力。情境化研究意味着在进行研究时要考虑情境因素，尽管情境化研究可以沿着几个维度进行，但是其中三个维度是特别值得注意的：文化、制度和时间（Zahra, 2007）。虽然对这三项中的每一项都可作大量讨论，但以下只简要强调一下它们与国际创业的相关性。

情境化研究是必不可少的，因为国际商务

和创业都是承载着文化的活动。因此,在国际创业研究中,我们需要进一步承认国家和地区文化所起的作用。未来国际创业研究的情境化,还需要深入考量当今中国的各种制度,以及它们未来的变化态势和变化速度。研究者已经注意到,有些制度是需要改革甚至废除的。鉴于中国正进入新的经济和技术领域,并且希望在这些领域建立全球领导地位,新的制度也许是必需的。现有制度往往滞后于技术变革,有时会导致变革势头放缓。要解决这一问题,就需要创造并授权新的制度。矛盾的是,这些变革可能会在一段时间内增加国际创业的制度环境的复杂性。这种复杂性可能使企业在短期内陷入低效和瘫痪,从而错失良机,类似的风险在制度缺失的情况下也会出现。

国际创业学者还需要认识到国际制度的重要作用。国际公约和制度影响着思想、资本和人才的流动。因此,它们会深刻地影响企业寻求国际商务机会的类型、地点以及方式。或许是由于国际制度的多样性和复杂性,国际创业研究者经常忽略这些制度,转而去强调国内制度。然而,这种做法既限制了国际创业研究的解释力,也限制了其对政策和组织实践的适用性和影响力。因此,推进国际创业研究,需要深入考察国内制度与国际制度之间的动态交互,因为它们会影响企业的国际化选择。

情境化研究还要特别注意时间在国际创业中的作用,尤其是在中国的背景下。中国企业在能力和全球市场覆盖面上迅速增长。事实上,人们越来越难以将中国视为一个发展中的新兴经济体。诚然,中国企业有许多重要的发展和演变途径,但它们显然已经自信地绕开了“新

兴经济”的标签。为什么这对国际创业研究如此重要?答案很简单:因为这意味着我们需要用不同的、新的理论视角来反映这些变化。中国企业的转型意味着可以获得不同的、或许更好的市场机会;能够获得优质的资源;发展更好的组织能力;成为全球生态系统的一部分,可以在那里接触到不同的人才和知识来源等。因此,我们需要将时间作为研究中国和其他地区企业国际创业活动的一个重要维度。

时间可以作为历史力量、战略目标或组织绩效来研究。显然,如何看待这一因素,在很大程度上取决于我们提出什么问题,以及用什么数据来回答这些问题。但是,无论如何对其进行概念化或经验化处理,都应在理论构建和检验中认真考虑这一因素。这样做可以使我们了解从事国际创业的企业在活动方面的动态变化,以及它们的绩效如何受到该变化的影响;同时也能让我们考虑这些活动中可能存在的良性循环。例如,社会资本可以推动企业国际化,而国际化反过来又可能为企业积累更多的社会资本,从而推动新的国际活动浪潮,甚至加速企业的国际扩张。理解这些变化需要时间(和耐心),但这有助于我们了解组织的演进和适应过程。

情境化还意味着关注研究环境中独有的、稳定的特质,比如特定资源的充裕(或匮乏)。在这方面,研究表明,在中国和其他地方推动创业的一个最重要的群体是海归——在海外生活和工作了很长一段时间的人。尤其是中国“海归”,他们通常受过高等教育,拥有丰富的商业经验、技能、财力和人脉。这些“海归”能够进入重要的行业和社交网络,并从中获得

对创业有帮助的资本、专业技术和知识。许多“海归”都在中国找到了有利可图的商机，尤其是在中国日益强调创新和国际化的背景下。

“海归”还带来了第一手经验知识（如何做事），这往往是许多新兴市场所缺乏的，因此，这些“海归”可以作为新晋企业家的榜样，与他们密切合作，协助他们创建公司和走向国际化。当出现问题时，“海归”的经验也可能发挥出极其重要的价值。他们还可以向开始国际化的新企业敞开大门，借助对当地文化和制度的了解，帮助新企业进入他们已经熟悉的海外市场。

为了进一步将研究情境化，国际创业学者需要了解中国“海归”企业家做出的各种贡献，以及他们如何为新企业的创建和国际化做出贡献。例如，这些企业家的参与会加速国际化吗？会推动新商业模式的发展吗？这些海归如何将在国外学到的知识与他们对中国环境的理解结合起来以决定在哪里创业？此外，随着中国社会和商业环境的重大变化，海归如何更新自己的知识和人脉？在这些分析中考虑时间因素，可以揭示出海归的贡献和影响是如何随着他们与中国本土环境的接触而变化的。

情境化的另一个例子，与中国企业随时间演变的国际化模式有关，这些模式在所有权结构上存在差异（如国有企业、民营企业以及家族企业）。尽管存在上述差异，但基于影响这些企业决策的中国文化和制度力量，可能存在独特的国际化模式。记录这些模式，有助于研究国际市场上的中国企业从哪里获取优势，还可能有助于阐明关于这些企业的战略行为及演进的中国特色理论的基础，以及这些基础会如何

随中国企业在国际市场上的日益成功而变化。

五、生态系统和平台时代的国际创业

早期的国际创业研究者对传统和技术行业的企业进行了研究，这些企业的结构、规则、制度和参与者都是人们所熟知的。但在过去十年中，许多情况已经发生了变化，生态系统已成为企业展开竞争的真正舞台。其中一些生态系统是有机形成的，其形成过程反映了不断变化的行业边界和价值链（Adner, 2017; Zahra & Nambisan, 2011）；其他生态系统则在政府和其他机构行动的影响下形成。无论起源如何，这些生态系统在结构、组成和竞争动态方面都存在差异。其中一些生态系统拥有多个平台，不同规模的公司都可以利用这些平台实现国际化运营。尤其值得一提的是，这些平台为年轻的创业企业提供了资源、人脉和机会，从而减少了它们进入国外市场和后续扩张的交易成本和其他成本。此外，专业化使这些企业能够定位他们可瞄准的“缝隙市场”，并与大公司合作，从而进一步巩固市场地位。

如前所述，专业化对于平台和生态系统的持续存在很重要；它能同时促进竞争和合作（Adner, 2017; Zahra & Nambisan, 2011）。专业化能促进企业间的互补，鼓励新型企业的形成，从而成功地改变全球价值链的结构。事实上，在平台内发生的专业化，是新公司出现并迅速走向国际化的一个主要因素，因为这给新公司提供了大量的机会，使他们可以追求自己的专业化小生境（specialized niches）和/或其他

公司合作。因此,实现专业化是一个战略挑战。一方面,行业边界和价值链的定义是不断变化的,企业需要学习和更新其技能,修正它们做的事情以及做事的方式;而当其他公司倒闭时,企业会从战略小生境(strategic niches)中撤离,这些是新市场的现实情况。因此,专业化应该建立在企业战略愿景的基础上,即确定企业可以做什么,以及这将如何随时间变化。

另一方面,要想在当今的全球生态系统平台实现专业化,就需要企业之间存在互补性,而互补性又会导致企业间的战略依赖。企业依靠彼此生存和创造价值,这种依赖有其自身的动态性,尤其是当现有企业主导生态系统和平台时,在该情况下,现有企业可以制定规则以最大化自身的利益。显然,这为剥削创造了机会,特别是在较年轻的公司还不为人知、资源有限或缺乏经验的情况下。从事国际创业的企业必须学会管理这种相互依赖关系,培育独特的、不可替代的优势,以实现精明的专业化(smart specialization)。例如,能够实现精明专业化的年轻公司,往往通过控制技术并掌握其他平台成员所需的独特技能,在与现有企业的复杂关系中获得更强的议价能力。

六、战略创新架构

在数字时代,国际创业需要更多地关注战略创新——企业界定机会、考虑新市场、设计和实施商业模式的过程。在这些领域的创新,决定了企业的身份特性及其面对市场和竞争对手的态度。对于许多年轻创业公司来说,其中一些决策是自然而然形成的,但对于其他公司

而言,要找到连接这些创新元素的正确架构,则需要经历一个试验过程。当这些公司与其市场互动并学习时,它们可能要考虑调整最初的业务定义以及竞争方式。这些改变必须在组织“体内”(in vivo)进行并无缝完成,因此组织的速度至关重要。

过去国际创业不太关注与当今市场竞争相关的组织问题,这可能反映了这样一种假设,即这些国际新创企业在战略行动上灵活、聪明和敏捷的。即便上述假设正确,组织设计也是确保和维持这些能力的关键。这是最重要但在国际创业文献中了解甚少的能力之一。因此,如果没有有效的组织设计来解释和体现企业的特性和战略,中国企业创新的商业模式和领先的技术就无法产生价值。所以,中国和外国学者现在有一个绝佳的机会,就是研究针对不同类型的国际创业企业的有效组织设计。我们尤其需要更好地记录这些设计如何影响企业的学习并促进新知识的发展。此外,如果新公司在学习方面具备如前所述的独特优势,很可能是由于有效的组织设计促成了有效的信息处理。

研究组织设计是至关重要的,因为国际创业发生在全球生态系统中,即使是年轻公司也与许多其他公司紧密相连。这对企业的信息处理系统提出了很高的要求,并对它们的吸收能力提出了挑战。知识的不断流动和网络关系的不断变化,要求企业具备难以维持的柔性和流动性,挑战着企业的创新能力。在某些重要的方面,有效的组织设计可能是这些企业战略创新的主要动力。显然,这为进行国际扩张的中国企业,以及研究这些企业演变的国际创业者都提供了重要的机遇。

七、国际创业与崛起的民族主义

由于美国、欧洲等地日益高涨的民族主义运动，全球市场提供的大量机会正日益受到限制。这些反全球化运动，威胁到过去 30 年在消除自由贸易壁垒方面的进展，使全球商务活动重新受制于各国的公约和体制。可悲的是，随着民族主义运动的兴起、关税和其他贸易壁垒的建立，国际创业活动可能会受到影响。民族主义者的态度也可能唤起国内民众的民族意识，从而引发对国外产品的强烈抵制情绪。这些态度唤醒了不正当竞争的力量，使参与竞争的企业陷入困惑。不幸的是，这些力量在全球不同地区的势头与日俱增，短期来看，要对抗它们将是一项艰巨的任务。中国企业家及其公司需要与国内和国际机构合作，以克服这些障碍，与其他国家的企业和机构合作也很重要。建立新的商业和政治联盟也将成为在这种新的、动荡的商业环境中取得成功的必要条件。

本文结论

在过去的 20 年里，国际创业研究迅速发展，吸引了来自世界各地的学者。该领域大部分的研究都是基于这样一个命题：国际化是一个创造性的过程，应该有效地利用其创造价值。国际化还创造了有益于创业的知识，延续了企业的价值创造进程，同时刺激了企业的进一步扩张和增长。在本文中，笔者讨论了当前和新兴研究中的几个核心问题，并强调了它们在中国的全球地位日益突出的背景下对未来研究的

启示。在此过程中，笔者认识到创业、国际化和竞争力是文化基础问题。因此，笔者在本文中提出的一些问题的答案可能具有中国特色。虽然许多国家会效仿中国的模式，但最后有必要重申，在发展创新的商业模式和战略时，必须具有创造性和创业精神，以创造和成功利用全球市场的机会。这样，创业使国际化成为可能且有利可图。与此同时，国际化促进和延续了创业，为其发展指明重点并赋予力量。

接受编辑：Haiyang Li

收稿日期：2018 年 11 月 29 日

接受日期：2018 年 11 月 29 日

翻译：钟莹

审校：尹珏林

作者简介：Shaker A. Zahra (E-mail: Zahra004@umn.edu) 是明尼苏达大学卡尔森管理学院战略管理与创业系教授，Robert E. Buuck 杰出讲席教授，Gary S. Holmes 创业中心的学术主任，也是同济大学的杰出国际访问教授和高级商业研究所国际主任，曾在美国多所大学以及欧洲、亚洲和中东等地区任教。Shaker A. Zahra 的研究成果被广泛引用，他已在国际顶级学术期刊发表若干论文，并获得多项资助、奖励和荣誉，其中包括 5 个荣誉博士学位和全球创业研究奖。他曾在超过 25 家顶级学术期刊的评审委员会任职，担任过巴布森会议 (Babson Conference) 的学术主任、美国管理学会创业分支的主席以及全球多家企业的咨询顾问。此外，他还是美国管理学会及若干其他专业学会的理事。

参考文献

- [1] Adner, R. 2017. Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy. *Journal of Management*, 43: 39–58.
- [2] Agrawal, R., Audretsch, D., & Sarkar, M. B. 2007. The process of creative construction: Knowledge spillovers, entrepreneurship, and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1: 263–286.
- [3] Arregle, J-L., Duran, P., Hitt, M. A., & van Essen, M. 2017. Why is family firms' internationalization unique? A meta-analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41: 801–831.
- [4] Autio, E., George, G., & Alexy, O. 2011. International entrepreneurship and capability development—qualitative evidence and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35: 11–37.
- [5] Autio, E., Sapienza, H. J., & Almeida, J. G. 2000. Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of Management Journal*, 43: 909–924.
- [6] Bruneel, J., Clarysse, B., & Autio, E. 2018. The role of prior domestic experience and prior shared experience in young firm internationalization. *International Small Business Journal*, 36: 265–284.
- [7] Bruneel, J., Yli-Renko, H., & Clarysse, B. 2010. Learning from experience and learning from others: How congenital and interorganizational learning substitute for experiential learning in young firm internationalization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4: 164–182.
- [8] Carr, J. C., Haggard, K. S., Hmieleski, K. M., & Zahra, S. A. 2010. A study of the moderating effects of firm age at internationalization on firm survival and short-term growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4: 183–192.
- [9] Cavusgil, S. T., & Knight, G. 2015. The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, 46: 3–16.
- [10] Chandra, Y., & Coviello, N. 2010. Broadening the concept of international entrepreneurship: “Consumers as International Entrepreneurs”. *Journal of World Business*, 45: 228–236.
- [11] Chandra, Y., Styles, C., & Wilkinson, I. 2009. The recognition of first time international entrepreneurial opportunities: Evidence from firms in knowledge-based industries. *International Marketing Review*, 26: 30–61.
- [12] Coviello, N. 2015. Re-thinking research on born globals. *Journal of International Business Studies*, 46: 17–26.
- [13] Cruz, C., & Nordqvist, M. 2012. Entrepreneurial orientation in family firms: A generational perspective. *Small Business Economics*, 38: 33–49.
- [14] De Clercq, D., Sapienza, H. J., Yavuz, R. I., & Zhou, L. 2012. Learning and knowledge in early internationalization research: Past accomplishments and future directions. *Journal of Business Venturing*, 27: 143–165.
- [15] Felin, T., Foss, N. J., & Ployhart, R. E. 2015. The microfoundations movement in strategy and organization theory. *Academy of Management Annals*, 9: 575–632.
- [16] Felin, T., Foss, N. J., Heimeriks, K. H., & Madsen, T. L. 2012. Microfoundations of routines and capabilities: Individuals, processes, and structure. *Journal of Management Studies*, 49: 1351–1374.
- [17] Hashai, N. 2011. Sequencing the expansion of geographic scope and foreign operations by “born global” firms. *Journal of International Business Studies*, 42: 995–1015.
- [18] Huber G. P. 1991. Organizational learning: The contributing processes and the literatures. *Organization Science*

ence, 2: 88–115.

[19] Iansiti, M. 1997. *Technology Integration: Making Critical Choices in a Turbulent World*. Boston, MA: HBS Press.

[20] Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. 2003. A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions (February 13, 2009). *Journal of Management*, 29: 963–989.

[21] Jones, M. V., Coviello, N., & Tang, Y. K. 2011. International Entrepreneurship research (1989 – 2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26: 632–659.

[22] Karra, N., Phillips, N., & Tracey, P. 2008. Building the born global firm: Developing entrepreneurial capabilities for international new venture success. *Long Range Planning*, 41: 440–458.

[23] Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. 2004. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35: 124–141.

[24] Laanti, R., Gabrielsson, M., & Gabrielsson, P. 2007. The globalization strategies of business-to-business born global firms in the wireless technology industry. *Industrial Marketing Management*, 36: 1104–1117.

[25] McDougall, P. P., Oviatt, B. M., & Shrader, R. C. 2003. A comparison of international and domestic new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 1: 59–82.

[26] Mudambi, R., & Zahra, S. A. 2007. The survival of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 38: 333–352.

[27] North, D. C. 1990. *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press.

[28] Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. 1994. Toward a theory of international new ventures. *Journal of Inter-*

national Business Studies, 25: 45–64.

[29] Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. 1997. Challenges for internationalization process theory: The case of international new ventures. *Management International Review*, 37: 85–99.

[30] Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. 2005. Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29: 537–554.

[31] Patel, P. C., Criaco, G., & Naldi, L. 2016. Geographic diversification and the survival of born-globals. *Journal of Management*, 44: 2008–2036.

[32] Sapienza, H. J., Autio, E., George, G., & Zahra, S. A. 2006. A capabilities perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth. *Academy of Management Review*, 31: 914–933.

[33] Shrader, R. C., Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. 2000. How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: Lessons for the accelerated internationalization of the 21st century. *Academy of Management Journal*, 43: 1227–1247.

[34] Sui, S., & Baum, M. 2014. Internationalization strategy, firm resources and the survival of SMEs in the export market. *Journal of International Business Studies*, 45: 821–841.

[35] Verbeke, A., Zargazadeh, M. A., & Osiyevskyy, O. 2014. Internalization theory, entrepreneurship and international new ventures. *Multinational Business Review*, 22: 246–269.

[36] Weerawardena, J., Mort, G. S., Liesch, P. W., & Knight, G. 2007. Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of World Business*, 42: 294–306.

[37] Yu, J., Gilbert, B. A., & Oviatt, B. M. 2011.

Effects of alliances, time, and network cohesion on the initiation of foreign sales by new ventures. *Strategic Management Journal*, 32: 424–446.

[38] Zahra, S. A. 2003. International expansion of U. S. manufacturing family businesses: The effect of ownership and involvement. *Journal of Business Venturing*, 18: 495–512.

[39] Zahra, S. A. 2005a. A theory of international new ventures: A decade of research. *Journal of International Business Studies*, 36: 20–28.

[40] Zahra, S. A. 2005b. Entrepreneurial risk taking in family firms, *Family Business Review*, 18: 23–40.

[41] Zahra, S. A. 2007. Contextualizing theory building in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 22: 443–452.

[42] Zahra, S. A. 2009. Harvesting family firms' organizational social capital: A relational perspective. *Journal of Management Studies*, 47: 345–366.

[43] Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., & Shulman, J. 2009. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24: 519–532.

[44] Zahra, S. 2006. New Ventures' Learning in Distant Markets: The Case of China. In H. Li & M. Hitt, eds.

Growth Strategies of New Technology Ventures in China. Cheltenham, UK: Elger.

[45] Zahra, S., & George, G. 2002a. Absorptive capacity: A review, reconceptualization and extension. *Academy of Management Review*, 27: 185–203.

[46] Zahra, S., & George, G. 2002b. International Entrepreneurship: Research Contributions and Future Directions. Chapter in Hitt, M., Ireland, D., Camp, M., & Sexton, D., eds., *Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation*. New York: Blackwell, 255–258.

[47] Zahra, S. A., Ireland, R. D., & Hitt, M. A. 2000. International expansion by new venture firms: International diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. *Academy of Management Journal*, 43: 925–950.

[48] Zahra, S. A., & Nambisan, S. 2011. Entrepreneurship in global innovation ecosystems. *AMS Review*, 1: 4.

[49] Zander, I., McDougall–Covin, P., & Rose, E. L. 2015. Born globals and international business: Evolution of a field of research. *Journal of International Business Studies*, 46: 27–35.