

创业和创新研究回顾与前瞻：中美对比和合作

□ Xun (Brian) Wu (吴迅)

摘要：本文是对《动态环境中的创业活动：中美对比》[“Entrepreneurship in Dynamic Environments: A Comparison between the U. S. and China” (Wu et al., 2020)] 的评论。借此机会，笔者结合自己的研究经历和受该文启发的思考，在商业模式创新、市场体量和创新发展、创新制度环境、产业升级和企业间关系以及研究方法等方面谈一点阅读心得，仅供参考指正。

关键词：商业模式创新；市场体量；创新制度环境；产业升级；企业间关系；研究方法

受邀评论《动态环境中的创业活动：中美对比》[“Entrepreneurship in Dynamic Environments: A Comparison between the U. S. and China” (Wu et al., 2020)]，笔者感到非常荣幸。通过文献回顾，该文对比了中美创业研究，聚焦于创业者如何应对瞬息万变的外部环境。在美国方面，作者重点关注技术环境，分析了个人认知、团队构成和组织合作三个层次。在中国方面，作者重点关注制度环境，研究了制度障碍、制度中介和制度冲突三个角度。基于这些分析，作者建议中美创业者应该互相学习、扬长避短，特别是，中美创业学者应该进行更多的跨国研究合作。这些深刻洞察为读者提供了很多启发。

该文作者的创新管理理论、研究方法、创新教育等多个方面做出了世界级的原创性的卓越贡献。同时，作者的工作背景提供了独有的视角——作者来自于斯坦福大学，这所大学的校训是 Die luft der Freiheit weht (德语)，可译为“自由之风永远吹拂”^①；作者属于工程和管理科学系，一直引领工程和管理学科的跨学科融合；作者工作于创业圣地——硅谷，对创业实践有深入研究。这些丰富的多样性是创业实践和研究的基础，作者提出的中美创业学者合作研究的建议也是进一步促进多样性的最佳

^① <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8F%B2%E4%B8%B9%E4%BD%9B%E5%A4%A7%E5%AD%B8>.

方式之一,值得读者深刻思考。

由于时间和篇幅所限,下面笔者主要结合自己的研究经历和受该文启发的思考,谈一点阅读心得,特别是在该文尚未覆盖的领域,探讨一些未来研究方向。这些思考都是基于社会人民福祉,专注学术逻辑分析,讨论一些可能需要解决的两难问题,而不做政治和价值判断。另外,笔者的教育研究背景偏数学、经济和战略,与作者的方法和视角略有不同。一家之言,仅供参考指正。

(1) 对平台战略和相关商业模式创新的思考。作者在讨论未来研究机会时提到了这个重要领域。中美在商业模式创新方面各有所长,而中国有时甚至更先进,笔者非常同意两国的创业者在这方面有很多互补机会。但我们同时也要注意,模式创新有时候来自于现有制度的不完善,不完善的制度环境反而有可能促成更多模式创新。这样的模式创新解决了市场的摩擦(Chu & Wu, 2020),创造价值;但同时是否也会造成滥用制度漏洞?这可能会是一把“双刃剑”。同时,如果过多的资本和人才被吸引到模式创新,固然可以带来短期资本回报,但从社会而言,如何避免空心化,如何促进新模式和制造、农业、医疗和教育等实体领域融合创新,变得尤其重要。对于这些未来研究方向,未来的研究者可以从作者跨学科跨文化的研究中得到启发。

(2) 对中国市场体量和创新发展的思考。作为世界上最大的经济体之一,中国在供给和需求两方面都有巨大潜力,供给推动和需求拉动都是强有力的创新引擎,这些正面的作用我们都很熟知。但经济学原理也告诉我们一些两

难问题(这些两难的机理和现象在美国等许多国家也是一样的):非常大的市场需求使通过渐进式创新和模仿赚快钱更加容易,反而降低了企业做原创性和突破性创新的动力(Wu et al., 2014);同时,由于劣币驱逐良币的原理,精细化的高质量产品反而抵抗不了低成本和低质量的产品的冲击(Chu & Wu, 2020; Wang et al., forthcoming);另外,巨大的市场也容易引发过度进入和过度竞争,特别是在有资本催熟和创业者过度自信的时候(Wu & Knott, 2006)。在这些情况下,经典的熊彼特创造性破坏的正面效果反而可能会被扭曲。该文作者提到的制度环境改进可以帮助我们更全面地思考如何解决这些两难问题。笔者下面也会进一步讨论。

(3) 对创新制度环境的思考。不同社会有不同情况,抽象的教科书式市场经济可能不完全适用于中国的创新发展。就算在美国,市场失灵和财富分配等因素也让大家反思市场经济。中国在制度方面不断进步,降低了很多制度门槛(Chang & Wu, 2014; Eesley, 2016),促进了创业创新。但制度门槛也可以一分为二来看。在中国社会经济从量到质的转化过程中,有些门槛反而应该提高,比如对知识产权的保护不但要达到国际水平,还要领先世界水平,比现有国际最高水平严厉30%甚至更多,并通过文化教育和强有力的法律和行政手段来推进实现。这个改进虽然会有短期成本,但会带来无穷的长远好处。比如可以丰富宏观调节工具,不单纯依赖财政或货币政策等来降低过度竞争,提高质量,加强创新动力,为社会经济进一步发展带来新的引擎。

(4) 对产业升级和企业间关系的思考。作

为世界制造业的中心，中国在过去几十年里通过代工和出口，积累了资金和技术，通过从出口和代工中学习（learning by exporting and learning by supplying），为创业者进一步攀升产业链做好了准备，这样的国际化也是一个全新的创新研究方向（Wan & Wu, 2017）。但是如果只从中国单方面分析，会造成偏差，这时需要从合作方角度进行全方位的博弈分析。换位思考的话，国际企业从中国代工，降低成本，但同时也培养了长期潜在的竞争者。这就产生了一种独特的企业间关系——现在的代工者或供应者有可能攀升产业链变成长期的竞争者。这种独特的竞争-合作关系在错综的国际关系、信息不对称和认知偏差（Davis et al., 2009; Du et al., 2019）等情境下更为复杂，也就更值得研究。如该文作者指出，研究组织间和跨文化的交流、理解尤其重要。

（5）对研究方法的思考。该文的两位作者 Dr. Eisenhardt 和 Dr. Eesley 为国际创业学术和教育做出了杰出的贡献，她（他）们也一直培养了无数来自全世界的杰出学生，包括 Ms. Wu 这样来自中国的优秀学者。特别需要指出的是，她（他）们的贡献不单是其案例方法本身，而是她（他）们勇于挑战已有的范式，结合多种方法，不断拓展前沿领域的精神。在向她们（他们）学习的过程中，我们可以进一步结合历史纪录、数学建模、计量分析和田野实验等多种研究方法，组成跨学科和跨文化的研究合作团队，研究更多有趣有意义的创业现象。

总之，通过对该文进行仔细阅读，笔者进行了以上方面的思考，这是优秀和深刻作品给我们带来的学术乐趣，在此笔者也向广大读者——20——

和同事强烈推荐。

接受编辑：Haiyang Li

收稿日期：2020 年 5 月 8 日

接受日期：2020 年 5 月 9 日

作者简介：

吴迅是密歇根大学罗斯商学院战略系副教授（终身教授）。他在宾夕法尼亚大学沃顿商学院获得博士学位，2007 年加入罗斯商学院，现任中国中心主管教授。研究领域包括：①企业增长和转型中的挑战；②技术变革如何塑造行业格局。他的文章已经或即将在《管理科学》《组织科学》《战略管理期刊》等顶尖期刊上发表。他目前担任战略研究领域主要学术期刊《战略管理期刊》的副主编。

参考文献

- [1] Chu, L., & Wu, B. *Designing online platforms for offline services: A market-frictions based perspective*. University of Michigan at Ann Arbor Working Paper.
- [2] Chang, S., & Wu, B. 2014. Institutional barriers and industry dynamics. *Strategic Management Journal*, 35: 1103–1123.
- [3] Davis, J. P., Eisenhardt, K. M., & Bingham, C. B. 2009. Optimal structure, market dynamism, and the strategy of simple rules. *Administrative Science Quarterly*, 54: 413–452.
- [4] Du, X., Li, M., & Wu, B. 2018. Incumbent repositioning with decision biases. *Strategic Management Journal*. Forthcoming.
- [5] Hannah, D. P., & Eisenhardt, K. M. 2018. How firms navigate cooperation and competition in nascent ecosystems.

tems, *Strategic Management Journal*, 39: 3163–3192.

[6] Wan, Z., & Wu, B. 2017. When suppliers climb the value chain: A theory of value distribution in vertical relationships. *Management Science*, 63: 477–496.

[7] Wang, L., Wu, B., Pechmann, C., & Wang,

Y. The performance effects of creative imitation on original products: Evidence from lab and field experiments. *Strategic Management Journal*. Forthcoming.

[8] Wu, B., & Knott, A. M. 2006. Entrepreneurial risk and market entry. *Management Science*, 52: 1315–1330.