

新创企业微创新行为的关键环节认知

——话语分析方法的一项探索性研究

李文博

(浙江师范大学 经济与管理学院, 金华 321004)

摘要: 本文应用话语分析方法, 聚焦新创企业, 研究了微创新行为的关键环节认知问题。首先建构了微创新行为的4个关键环节, 分别是协作网络、审慎学习、知识过滤和创新治理; 在此基础上, 通过话语效度检验、话语属性建构、话语构件关联、话语情景适用等程序阐释了关键环节认知模型。研究丰富了现有创新理论, 对新创企业的微创新实践具有指导价值。

关键词: 关键环节认知; 微创新行为; 新创企业; 话语分析方法

中图分类号: C936 文献标识码: A

DOI: 10.13581/j.cnki.rdm.2015.03.009

中国蓬勃发展的企业创新实践催生了大量具备典型本土特质的创新“热词”, 如自主创新(independent innovation)、二次创新(secondary innovation)和山寨模式^[1]等, 这些植根中国情景的原生态创新概念丰富了现有的创新研究框架体系。2010年以来, 在IT界知名人物周鸿祎、李开复等的推动下, 微创新(micro-innovation)日益引起实业界关注。源自长三角的经验证据, 微创新正成为高成长性新创企业的必备基因, 在“生存还是死亡”的创业企业迥异命运背后, 微创新扮演着重要角色。以浙大科技园孵化企业为例, 索尼能源不做产业链, 做全国唯一的系统集成商, 走横向整合路线; 远辰科技推出的“大学生职业生涯规划系统”将模拟现实技术系统应用于职业培养; 梦溪网络推出“易货商业平台顶层设计和底层渐进式推进”系统, 类似的微创新行为不胜枚举。基于浙江义乌1600多家小商品企业的调查表明: 微创新对于促进新创企业的技术能力成长有重要意义。可以说, 正是微创新与中国新创企业特质的高度契合, 使得中国新创企业显示出强大的生命力。

微创新是植根中国创业土壤与创新情景、由中国企业家提炼并推广的创新概念, 灵感来自乔布斯的经典命题“微小的创新可以改变世界”。近几年来, 国内学术界对微创新也进行了积极探讨。赵付春在分析微创新特性的基础上, 研究了大中企业微创新(知识管理视角)和小微企业微创新(能力培育和提升视角)两个问题^[2]。周鸿祎提出了微创新概念的要点: ①从小处着眼, 贴近用户需求心理; ②快速出击, 不断试错^[3]。王丽娜和李彬彬从用户心理角度讨论了在人与产品“微创新”设计关系中用户体验的作用, 指出微创新设计包括产品流程设计和服务流程设计^[4]。但总体而言, 微创新的学术研究还相对滞后, 对微创新概念的精确内涵、微创新行为的关键环节等实质问题还缺乏清晰认知, 即薄弱的微创新研究还不足以支撑现实图景中微创新行为的多态化运作。

鉴于此, 本研究采用话语分析方法, 聚焦新创企业, 探索性阐释微创新行为的关键环节认知问题。相较结构方程建模等量化研究方法, 话语分析方法通过对逼真、厚实话语样本的技术性分析, 能够对研究论题的情景脉络有一个更深入的洞察。研究旨在透过研究者的理论触角(theoretical sensitivity), 从话语样本中发现和发展故事线, 将话语片段概念化、范畴化, 进而建构一个植根本土话语数据库的关键环节认知理论框架。为提高研究命题的稳定性和普适性, 研究全程严格遵循高质量话语分析的4条准则^[5-6]: 清晰的

收稿日期: 2013-09-09; 修改日期: 2014-04-02.

基金项目: 浙江省哲社规划重点课题“集群情景下小微企业创业行为的机理及路径研究: 浙江义乌的经验表达”(13NDJC005Z); 浙江省自然科学基金资助项目“集群情景下新企业的创业机理与早期成长模式研究: 浙江集群企业的经验证据”(LY13G020018); 教育部人文社科规划课题“高技术企业协作R&D网络的构建、测量与演化研究: 以长三角为例”(10YJC630314)。

作者简介: 李文博(1978—), 男, 博士, 教授, 研究方向为创业与知识管理。

问题边界、充裕的话语样本、严谨的操作程序、突出理论贡献和应用价值。

1 文献回顾

1.1 微创新的基本概念

西方学术文献中目前还没有微创新概念的严谨界定,但微创新的观点和实践在互联网等实务领域却备受推崇。在国内,360CEO周鸿祎通过2010年中国互联网大会最早扩散了微创新的概念,他认为创业公司应关注一种新的创新形式——微创新,产品可以不完美,但是只要能打动用户心里最甜的那个点,把一个问题解决好,有时候就能四两拨千斤,这种单点突破就叫微创新^[7]。在国内学术界,赵付春对微创新的定义颇具代表性,本文采用这一描述:基于主导创新平台或设计,以员工的自发创新为基础,以流程、产品和服务等局部改善为手段,强调相关方(用户或供方等)的参与和反馈而展开的一种渐进性创新方式^[2]。与微创新相近的概念是渐进性创新(incremental innovation),但微创新又为渐进性创新注入了3点新鲜的“应用”特质^[3,8]:①企业应避免技术人员导向,聚焦产品而非技术;②从小处、细处着眼,用户体验创新是未来级竞争力;③快速行动,微创新是新创企业生存的根本方法论。

1.2 微创新的结果表征变量

刻画微创新结果的表征变量有创新能力、核心竞争力、知识竞争力等。在现有文献中,技术能力得到了较多认可,这个概念最早出现在20世纪80年代中期,技术能力需要在企业持续的微创新行为中建构、活化和提升。区别于微创新概念的初始性,国内外学者对技术能力的概念进行了大量的研究。技术能力的研究大致存在职能、过程和本原3种视角。在本原意义上,技术能力是指企业为获取竞争优势,在持续的技术变革过程中,以技术学习为手段,有效利用外部技术知识,并与内部技术知识结合创造新知识,从而生产产品或服务的累积性知识、技能和经验^[9]。简言之,技术能力就是企业理解、利用、适应、变化和发展技术的能力^[10]。由技术到技术能力是一次形态的跃迁:技术是科技成果的固化形态,而技术能力则是融于企业的成果活化形态,二者之间需要学习、转化、融合等多个关键环节的过渡。在技术能力的构成要件上,学者们从不同的视角进行了多样化分类。例如,Dore认为技术能力是学习能力、创造能力和搜索能力的综合^[11];Stewart将技术能力分为创造技术能力、采用技术能力和修改技术能力3个维度^[12]。

1.3 微创新之于新创企业的适用性

新创企业,又称新企业、创业企业,一般是指处在发现商业机会、形成实体组织的阶段,也包括处于快速成长阶段的企业^[13]。一般认为创立8年以下的企业都属于新创企业^[14]。组织创建时的初始条件会对企业的创新行为产生重要影响。对新创企业而言,“新”和“小”是其创新行为的两大特质^[15]。所谓新,是指新创企业进行创新的实践经验不足,创新风险性较高,在创新情景、初始战略、资源禀赋、创业团队等创新维度方面是新的;所谓小,是指新创企业可运用的组织内资源和网络内资源是有限的,由此企业进行创新时的决策选择是困难的。为了克服“新”和“小”的企业特质,绝大多数新创企业进行局部的微创新行为。在计算机、新能源、生物医药、先进制造等高技术行业的实证研究,也证实了新创企业的微创新特性。综上可见,现有研究直接或间接地表明:微创新的“微”属性与新创企业的“新”、“小”特质具备高度的契合性、适用性。

1.4 关键环节认知

认知理论(cognition theory)是一种定性分析范式,较早产生于心理学领域,后在管理学、社会学的研究领域得到了广泛应用。关键环节认知属于解构主义的基本分析工具,以环节、属性、关联、情景等为基本元件,系统性描述某一核心论题的关键环节是什么,环节架构的基本属性如何,各种环节之间的关联关系怎么样,具体适用情景有哪些等基本问题^[16]。关键环节认知需要首先倾听当事人,收集话语样本,识别当事人嵌入的情景、过去的经验以及未来可能面临的情形,进而形成集合问题识别、概念形成和模型提炼等环节的解释方案。关键环节认知的内核是模型构建,现有研究主要覆盖原型、样例和解释3类认知模型^[17]。原型模型(prototype model)中的原型是非常广义的,既包括客观世界存在的实体(object),如企业、设备、网络,也包括抽象的概念,如流程、满意感、情景感知等。样例模型(example model)则通过相似性原则,将数据彼此建构起来,它通过在特定线索背景下,从记忆库中提取实例的机制进行泛化。解释模型

(explanation-based model)认为,人们之所以能对某一论题进行建构,是因为人们的知识、经验、偏好、选择等作用于概念之间的各种逻辑关联^[18]。

基于以上4部分的文献回顾,可以发现:现有文献中专门聚焦新创企业微创新行为的研究成果较为薄弱,对微创新行为关键环节认知的研究更为缺乏,已有研究仅呈现零散碎片。现有成果与微创新实践方面的缺口使被研究的价值凸显,由此,我们基于浙江集群情景下的新创企业微创新行为实践,识别关键环节,并扎根在真实话语样本中建构解释模型。

2 研究方法和话语样本

2.1 研究方法

话语是指构成一个客体的陈述体系,包括书写文字、口头语言,甚至表情和手势等^[19]。话语分析(discourse analysis)发轫于美国语言学者Harris在1952年的研究,随后被管理学、经济学等其他社会学科借鉴^[20],并日益引起关注。本研究选取话语分析方法进行,原因有:①对于理论框架尚不清晰、概念测量尚不精确的研究问题,较适宜采取质化研究方法,而话语分析作为一种新兴质化研究方法,从语言自身特征以及社会情景的视角为管理研究另辟蹊径;②话语是企业管理行为的逼真反映和现实影像,“对人来说,现实在语词的水平上成像”^[21],即作为社会文本的话语和企业管理行为具备密不可分的天然联系,基于话语分析技术提炼植根具体情景的原生态命题,可以清晰展现探索性研究成果;③基于话语分析方法的研究文献在国外顶级期刊上的发表数量日益增多,业已形成普遍认可的规范操作程序,可以有效保证探索性研究的分析品质。话语分析的研究路径可描述为:研究者将话语视为一个充满复杂性的社会符号系统,通过抽丝剥茧般的层次化分析还原或排列其背后所隐含或映射的复杂关系和内容^[22]。具体程序上采取话语构建分析(constructive analysis)路线进行^[23],包括语境(话语环境描述)、语篇(话语叙事展现)、语素(话语要素描述)、语型(话语模型提炼)、语度(话语效度检验)、语义(话语属性建构)、语系(话语构件关联)、语景(话语情景适用)等8个环节,关键技术工具主要涉及语词抽取、编码聚类等多种。

2.2 话语样本

显然,充裕的话语样本是保证话语分析质量的要件,本研究采用一手话语与二手话语相结合的方法收集素材。根据地理邻近与关系邻近原则,选取浙江新创企业为分析主体。在杭州、义乌、温州等区域,适宜的创业土壤催生了海量的新创企业,分布于软件、新能源、生物医药、先进制造等行业,生存和成长压力又促发了企业持续的微创新行为。因此,选择浙江义乌等新创企业为分析主体具备先进性和典型性,同时对其他区域的新创企业微创新实践也具备借鉴意义。

二手话语收集为网络视频、报纸访谈、企业演讲等,整理相关语句670条。一手话语收集为深度访谈记录,整理相关语句216条。2种途径合计收集语句886条,通过三角验证法(triangulating)检验话语的真值性(truth value),即话语与真实的企业管理行为拟合,是真陈述(normal statement)。企业地域分布为杭州6家、义乌6家、金华4家、绍兴4家,合计20家,行业分布为饰品、服装、软件、汽摩配零部件等。20家新创企业合计25个访谈对象,全部为企业的R&D部门负责人、(副)总经理等中高层管理者,每个访谈对象电话、网络或面对面访谈时间为30~120分钟。为检验研究的话语效度,预留5家新创企业的60条话语用作效度检验。

3 新创企业微创新行为的关键环节认知

3.1 语境:话语环境描述

30多年的发展历程,产业集群业已成为浙江经济的最大特色,在产业集群的网络效应下,海量的新创企业如雨后春笋般涌现。例如,杭州软件产业集群良好的创业环境促发了“插一根筷子,就能长成一片竹林”的天堂软件企业创业井喷现象。植根小商品产业集群和肥沃的创业土壤,义乌每天都诞生数量众多的饰品、箱包、五金等新创企业。这些新创企业囿于生存、转型、成长压力,每时每刻都在进行大量的微创新实践,譬如软件企业的应用界面创新、饰品企业的客户参与设计等。由此,扎根浙江义乌等新创企业的

微创新实践,对微创新的关键环节认知进行话语分析具备现实可能性。

3.2 语篇:话语叙事展现

话语样本共计 886 条语句,这些语句可以分为 4 类。①描述现实事态的事实语句 A. 示例:饰品这个行业竞争非常激烈,我们企业新成立不到 3 年; 语词抽取: 行业竞争、成立期限。②评价现实事态的价值语句 B. 示例: 新光饰品是公认的标杆企业,属于行业领先者; 语词抽取: 标杆企业。③采取某种行为的行动语句 C. 示例: 每年我们进行的产品局部改进都多达上千件,小的创新从不间断; 语词抽取: 局部改进。④采取行为后的后果语句 D. 示例: 通过持续的微创新,我们企业的技术能力提升很快; 语词抽取: 微创新、技术能力。对抽取的语词合并进一步提炼成初始概念,共计 96 个,根据语词次数统计其在 886 条语句中的出现频率,可以分为高频概念、中频概念和低频概念 3 类,划分标准为高频概念 ≥ 10 次,低频概念 ≤ 5 次,中频概念介于前两者之间,如表 1 所示。

表 1 初始概念出现频率
Tab. 1 The frequency of initial concepts

| 分类 | 初始概念/出现频次 |
|------|---|
| 高频概念 | 机会感知/15、创新定位/10、主体数量/10、研发支持/15、信任关系/16、学习渠道/12、模仿学习/21、创新战略/15、客户认知/13、知识获取/18、速度意识/17、交流平台/12、技术能力/13、人员培训/15、团队合作/16、关系质量/11、核心员工/16、利益冲突/14、解决方案/11、先动优势/12、创业网络/10、研发网络/16、利益互惠/13、学习流程/15 |
| 中频概念 | 网络规划/8、发起流程/6、行业集聚/6、节点参与/6、信息丰度/7、位置意识/6、节点异质/7、规模演化/6、关系认知/9、关键技能/9、学习规划/8、开放边界/6、扩散价值/6、吸收能力/8、运用策略/9、信息系统/7、软性文化/6、过滤流程/7、知识网络/8、行业比较/7、持续成长/7、知识溢出/6、标杆企业/7、应用方案/6、知识储备/8、隐性知识/7、知识主体/8、知识传承/6、治理规则/6、规范流程/7、技术特质/8、前沿技术/6、职能界面/6、主体界面/7、商业模式/8、运营模式/8、模式创新/9、知识价值/8、位置优势/8、要素联动/6、政策支持/6、政策设计/7、核心价值/7、行业平台/6、技术互补/9、知识氛围/8、编码知识/7、服务创新/7、学习系统/6、核心伙伴/8 |
| 低频概念 | 网络主体/5、网络居中/4、结构控制/4、关系稳定/4、共生系统/4、知识系统/3、侦测行为/4、结构匹配/3、扩散速度/3、创新适配/3、知识工具/4、文化基因/5、知识充裕/5、技术惯例/3、演化规则/3、知识提纯/4、知识界面/3、治理效果/3、协调规则/3、网络价值/4、技术图谱/3、组织柔性/5 |

对 886 条原始语句进行逐行主体词汇分析,抽象出 16 个范畴,各个概念的语词出现频率都超过 5 次,如机会感知 15 次、网络规划 8 次等,出现频率最多的是模仿学习概念,高达 21 次。表 2 提供了原始语句的叙事展现,为简单起见,每个范畴仅列出 2 条原始语句。话语叙事示例“创新需要提前量,敏锐的感觉很重要,有时候意识到,已经晚了,所以机会感知的时机要恰当。”主体语词是“敏锐的感觉”、“机会感知时机”,通过与其他语句相近、重叠的语词合并,上升为“机会感知”概念和“网络发起”范畴。2 位研究人员分别对初始概念进行范畴归类; 编码者一致性系数为: 网络发起 71.42%、网络位置 68.65%、网络规模 65.16%,其他范畴均在 0.6 以上,编码总一致率为 75.72%。

表 2 原始语句叙事展现
Tab. 2 Narrative examples of original discourse

| 范畴 | 概念 | 原始语句 |
|------|------|---|
| 网络发起 | 机会感知 | 创新需要提前量,敏锐的感觉很重要,有时候意识到,已经晚了,所以机会感知的时机要恰当 |
| 网络位置 | 发起流程 | 和什么样的供应商构成创新合作伙伴,需要进行技术能力互补性评估,我们有一个规范 |
| 网络位置 | 信息丰度 | 都希望所有有价值的信息流经本企业,这样企业创新决策有主动权,实际上是一种行业影响力 |
| 网络位置 | 位置意识 | 占据一个有利位置,机会相对多一些,这种位置不是空间距离,而是虚拟的,是一个长期过程 |
| 网络规模 | 节点参与 | 你搞创新,离不开合作伙伴的帮助,比如零配件的供应商,有时候可以给你提供很好的创新点子 |
| 网络规模 | 主体数量 | 有些知名企业的研发合作伙伴包括国外的达上百家,我们是初创企业,与这个数量还有很大差距 |
| 网络关系 | 研发支持 | 大家都捆在一块,组成一个行业利益共同体,研发困难的时候,离不开“雪中送炭”式的研发支持 |
| 网络关系 | 信任关系 | 创新网络之间的信任非常重要,它是一种区域软氛围,坐在一块,交流行业前沿技术是一种享受 |
| 嵌入学习 | 学习渠道 | 多学习国外的领先企业,多学习行业的标杆企业,眼界放宽,才能创新更快,否则只能山寨 |
| 嵌入学习 | 模仿学习 | 模仿也是一种创新,模仿的基础上做出适度改进,推出新产品,是小企业的主要创新形式 |
| 知识扩散 | 行业集聚 | 很多个中小企业聚集在一块,像硅谷,知识的扩散速度就快,创新就好一些,我们很有感受 |
| 知识扩散 | 开放边界 | 虚拟形式的出现,使企业之间的边界日益模糊,创新又有新形式,像苹果的开放创新值得学习 |

续 表

| 范畴 | 概念 | 原始语句 |
|------|------|--|
| 知识运用 | 创新战略 | 没有一个清晰的创新战略,企业很容易头脑发热,认为都是机会,什么都想搞,最后就没有优势 |
| | 运用策略 | 像我们搞的一些小创新,策略都是瞄准行业空白点,目前没有的,我们搞,客户就感到很新鲜 |
| 学习文化 | 要素联动 | 创新需要调动多个要素,像硬件的不用说了,更重要的是战略、管理、文化等软件的支持 |
| | 核心价值 | 我们创立之初,就提出了合作、创新、共赢的核心价值观,并在发展过程中一直坚持下来 |
| 过滤丰度 | 知识获取 | 要创新,需要首先获取各种知识,客户知识、技术知识、设备知识、人员知识、管理知识等 |
| | 过滤流程 | 以销售部门收集到的客户知识为例,有时候相互矛盾,虚假知识也有很多,需要根据流程过滤 |
| 过滤速度 | 速度意识 | 搞创新有时候就是竞争对手之间比快,谁快一步,谁就有主动权,慢了,这次机会就失去了 |
| | 交流平台 | 企业要自己有意地构建交流平台,让员工进行头脑风暴,让知识跑起来,才能发挥最大价值 |
| 过滤纯度 | 知识提纯 | 获得的知识很多对企业而言都是无价值的,信息量不是太少,而是海量,有一个去粗取精的过程 |
| | 应用方案 | 有时候创新提出的应用方案会不止一条,如何取舍,就非常关键,我感觉运气也占一定比例 |
| | 人员培训 | 每周都开展定期培训,尤其我们软件行业,技术发展日新月异,你不培训,员工的知识就会老化 |
| 过滤交互 | 关系质量 | 技术伙伴之间的知识转移,需要高质量的关系保证,彼此之间缺乏信任,不可能进行知识交互 |
| | 行业平台 | 行业需要一个交互平台,像物联网行业,单个企业搞出来不太可能,行业平台可分散创新风险 |
| 知识治理 | 隐性知识 | 在读 MBA 期间,认识到隐性知识对于创新的重要性,但隐性知识如何学习,我们还在摸索 |
| | 知识氛围 | 企业和企业之间的差别,很多时候是无形的氛围之间的差别,好企业存在一种鼓励创新的氛围 |
| 界面治理 | 职能界面 | 创新绝对不是哪一个部门的责任,而是营销、生产、HR 等各个部门的通力协作,共同参与 |
| | 主体界面 | 企业内部不同主体之间、合作伙伴之间,如何做到知识的畅通无阻,需要企业好好设计制度 |
| 网络治理 | 协调规则 | 大家在一个行业内,面对同样的目标市场,需要行业有一个共同遵守的协调规则,解决利益争端 |
| | 利益冲突 | 竞争性行业内,利益冲突在所难免,关键是避免恶性循环,大家相互挤压,最后整个行业受损 |
| 价值治理 | 规范流程 | 真正认识到一项创新对企业的价值是否有贡献、贡献的多寡、持续时间,需要一个规范的流程 |
| | 运营模式 | 采取不同的商业运营模式,对你的创新会有不同影响,所以商业运营模式很显然也要创新 |

3.3 语素: 话语要素描述

分析话语叙事展现形成的 96 个初始概念,多呈现为 3 种关系: ① 同义关系,记为 $A = B$,如网络学习 = 嵌入学习、小的革新 = 局部改进等; ② 隶属关系,记为 $A \subset B$,如技术能力 \subset 创新能力、与大学合作 \subset 学习渠道等; ③ 因果关系,记为 $A \Rightarrow B$,如人员培训 \Rightarrow 技术力量提高、主体数量 \Rightarrow 知识扩散等. 基于上述初始概念的关系分析,将概念“聚拢”为 4 个主范畴. 4 个主范畴与 16 个初始范畴的对应关系为: 协作网络 = (网络发起、网络位置、网络规模、网络关系); 审慎学习 = (嵌入学习、知识扩散、知识运用、学习文化); 知识过滤 = (过滤丰度、过滤速度、过滤纯度、过滤交互); 创新治理 = (知识治理、界面治理、网络治理、价值治理),具体见表 3.

表 3 话语要素描述

Tab. 3 Description of discourse elements

| 话语结构 | 话语规则 | 话语证据 |
|----------------------------|---------------------|--|
| 协作网络 \rightarrow 新创企业微创新 | 网络发起、网络位置、网络规模、网络关系 | 企业之间的 R&D 合作,新创企业需要采取主动的姿态,你实力不行,再不主动寻求伙伴,自然创新就很困难(网络发起 \rightarrow 微创新) |
| | 协作网络是新创企业微创新的关键环节之一 | 我们的供应商已经超过 20 多家,通过信息收集,都让他们参与到创新中来,主体数量多了,点子就多,这是基础(网络规模 \rightarrow 微创新) |
| 审慎学习 \rightarrow 新创企业微创新 | 嵌入学习、知识扩散、知识运用、学习文化 | 新招聘进来的大学生技术功底很扎实,如何运用大学里的知识开发出市场接受的产品,还有一个知识运用的过程(知识运用 \rightarrow 微创新) |
| | 审慎学习是新创企业微创新的关键环节之二 | 我们构建学习型组织,让学习成为公司的优秀基因,推动企业的创新不断进行,推动企业的持续成长(学习文化 \rightarrow 微创新) |
| 知识过滤 \rightarrow 新创企业微创新 | 过滤丰度、过滤速度、过滤纯度、过滤交互 | 慢了肯定不行,现在是快鱼吃慢鱼,创新慢了,产品的主动权就没有了,你再追赶,基本不可能(过滤速度 \rightarrow 微创新) |
| | 知识过滤是新创企业微创新的关键环节之三 | 搞微创新,要和你的客户保持沟通,我们借助信息交互系统实现客户对产品开发的一些新创意收集(过滤交互 \rightarrow 微创新) |
| 创新治理 \rightarrow 新创企业微创新 | 知识治理、界面治理、网络治理、价值治理 | 企业内部的各个职能之间,如营销与创新、生产与创新等,有时候存在很大的部门分割,对创新是阻碍(界面治理 \rightarrow 微创新) |
| | 创新知识是新创企业微创新的关键环节之四 | 一个行业内大家都山寨,这个行业就没有人愿意创新,这个时候行业协会需要规范,引导行业的转型升级(网络治理 \rightarrow 微创新) |

3.4 语型: 话语模型提炼

基于话语叙事展现和话语要素描述,进行话语模型提炼,如图 1 所示。图 1 表征新创企业的微创新包括协作网络、审慎学习、知识过滤和创新治理 4 个关键环节,可进一步细分为网络发起、嵌入学习、过滤丰度、知识治理等 16 个子环节。

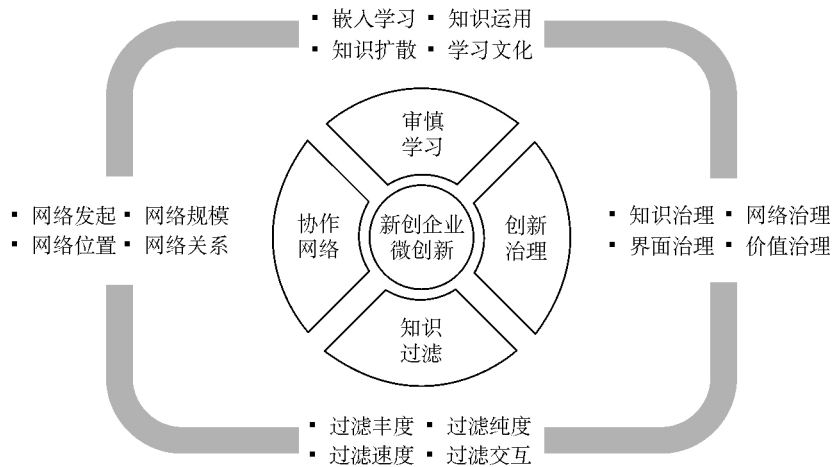


图 1 新创企业微创新行为的关键环节认知

Fig. 1 Key links cognition of new ventures' micro-innovation behavior

4 关键环节认知模型的进一步阐释

4.1 语度: 话语效度检验

话语效度检验是否通过需要满足两个标准: ①当根据新的话语证据,不产生新的认知环节,则可判定要素效度检验通过; ②当收集新的话语证据,环节之间的隶属关系并不发生改变,则可判定隶属效度检验通过。

对预留的 5 家新创企业的 60 条话语进行提炼,具体检验过程如表 4 所示,其中列出了部分话语证据,并给出了话语效度检验过程。

表 4 话语效度检验

Tab. 4 Discourse validation test

| 话语 | 检验 | 结论 |
|---|-----------------------------|------------|
| 我们是浙江大学的衍生企业,虽然成立不到 4 年,但是浙大的技术力量、已有技术成果、技术人才支持、浙大 985 品牌都给我们企业以巨大的支持 | 网络关系(大学衍生企业、技术 + 人才 + 品牌支持) | 没有产生新的认知环节 |
| 我们企业最初是做贴牌生产的,没有任何技术含量,叫你怎么做你就怎么做就行了,后来经过阵痛,企业转型升级了,但这个过程不是一蹴而就的 | 价值治理(最初贴牌生产,无技术含量,转型升级) | |
| 我们丝巾的图案,目前已经有基于信息系统的个性化订制业务,完全由客户自行设计,快乐 DIY,非常受 90 后欢迎 | 过滤交互(个性化订制、客户设计、快乐 DIY) | |
| 新光每年都研发出 10 000 多件新产品,行业龙头企业或者说标杆企业一直是我们公司学习的榜样,同时也给我们以巨大的生存动力 | 嵌入学习(行业龙头企业/标杆企业、学习榜样、动力) | |
| 和我们企业有合作关系的供应商、大学、分销商目前有几十家,且逐年增多,形成的一个生态网络,大家都受益,我们推出新产品的动力也足 | 网络规模→协作网络→微创新行为 | 没有产生新的隶属规则 |
| 大企业都在谈大数据,我们新创企业也要有大数据思维,运用大数据技术,学习如何把大数据变成有价值的信息,你才能不断地进行局部功能改进 | 知识运用→审慎学习→微创新行为 | |
| 这个行业模仿非常严重,你推出一个新的设计款式,第二天市场上就有了一样的产品,但我坚信苹果公司“一直被模仿,但从未被超越”的经营理念 | 价值治理→创新治理→微创新行为 | |
| 消费者在我们网络平台上每天留有大量的消费数据,包括他们的消费喜好,你需要很快地处理这些信息,变成有用的创新点子,加速推出新产品 | 过滤速度→知识过滤→微创新行为 | |

表 4 的第一部分说明,新的话语证据并没有产生新的认知环节,仍然是网络关系、价值治理、嵌入学习等 16 个子环节。例如,检验语句 15,“我们是浙江大学的衍生企业,虽然成立不到 4 年,但是浙大的技术力量、已有技术成果、技术人才支持、浙大 985 品牌都给我们企业以巨大的支持。”主体语词是大学衍生企业、技术 + 人才 + 品牌支持,可以上升为“网络关系”环节,并不是新的认知环节。检验过程表示为“认知环节(主体语词)”的形式,举例为“网络关系(大学衍生企业 + 技术 + 人才 + 品牌支持)”。表 4 的第二部分说明,新的话语证据并没有产生新的隶属关系。例如,检验语句 20,“和我们企业有合作关系的供应商、大学、分销商目前有几百家,且逐年增多,形成的一个生态网络,大家都受益,我们推出新产品的动力也足。”隶属关系是“几百家,逐年增多→生态网络→推出新产品”,表示为“网络规模→协作网络→微创新行为”,并不是新的隶属关系。

4.2 语义: 话语属性建构

微创新行为是本研究的核心范畴,对其展现的基本话语属性进行建构。4 类语句中,反映“微创新”基本意义的语词,共计 45 个,如产品差异化、客户定位、个性化订制、价值性、缓慢提升等。语词之间的关系有 2 种:一种是 1 值关系,即 A 语词与 B 语词之间具备关联关系,如“价值链高端”与“价值性”是 1 值关系,“循序渐进”与“渐进性”是 1 值关系等;一种是 0 值关系,即 A 语词与 B 语词之间不具备关联关系,是 0 值关系,如“产品差异化”与“技术能力反复”是 0 值关系。由此,形成意义属性语词的 45 × 45 关系矩阵,可以绘制属性聚类网络,形成 4 个凝聚子块:价值性、独特性、开放性和渐进性。析出条件为“more than 3, strong”,如图 2 所示。对图 2 所示的 4 个属性进一步阐释如下。①微创新行为价值性。关注点在于用户体验、单点突破、完美解决、消费者认可等,价值获取可类型化为垂直、水平和对角 3 种路径^[24]。例如,伊凌诺并购互补性技术资产,向价值链的上下游延伸属于垂直路径;华睿软件与标杆企业结成创新联盟属于水平路径;义乌康盛饰品构建区域微创新生态系统网络则属于对角路径。话语证据为,“企业的技术创新区别于原来在高校里的学术技术创新,技术非常前沿、超前,可能没有市场,这样的创新对企业的价值贡献就是 0,或者是负值。”“你的创新可能非常小,技术也不先进,就是一个应用领域的创新,但可能市场很大,也就是说,对企业的价值贡献就很大。”②微创新行为独特性。在创新实践中,通过“差异化”、“独特性”、“独一无二”、“个性化订制”、“一直被模仿,从未被超越”等语词体现。独特性微创新行为进一步外化为差异化的产品/服务。例如,电商大朴,国内唯一一家用 A 类环保标准做毛巾的企业,在很窄的品类里把产品做到极致,建立竞争壁垒,属于独特性微创新行为。典型话语证据为,“现在非常强调用户体验,你推出的小饰品,有高技术含量,其他小企业短时间内难以模仿,这就说明你的创新有了独特性。”“行业内很

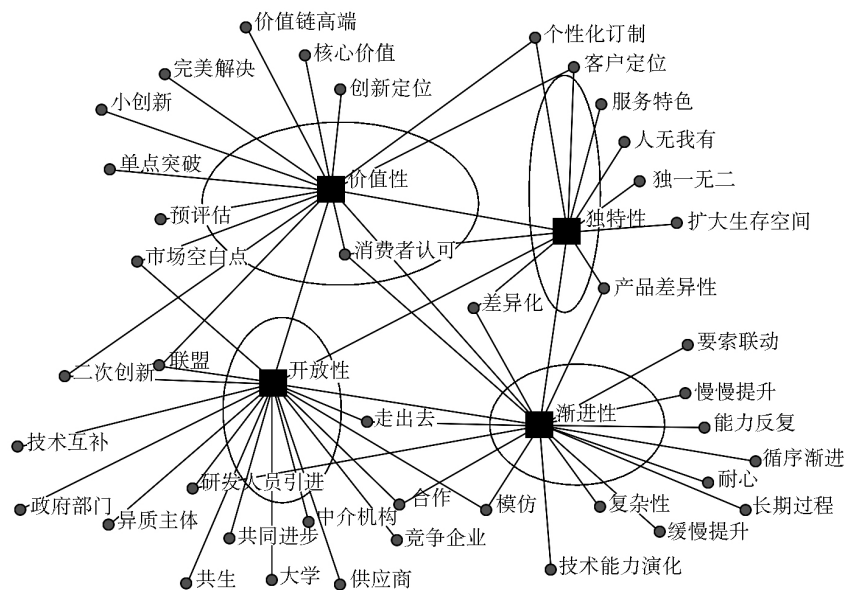


图 2 意义属性聚类网络

Fig. 2 Clustering networks of sense attribute

多企业存活不到 3 年,就死掉了,我们靠差异化、独特性,取得了暂时的竞争优势。”③微创新行为开放性。开放式创新具备激发异质性知识结点之间的合作、提高产品与用户的契合度、杠杆式扩大创新行为等优点^[25-26],新创企业与大学、客户、供应商、竞争者等外部知识结点保持信息、知识等技术要素的互动,这种创新网络自然扩大了企业的技术学习空间^[27]。例如,源流科技公司的工程流体力学实验仪器的微创新行为则是依托浙大技术力量支持。典型话语证据为,“创新不单单是企业自身的事情,让客户参与进来,让供应商参与进来,和竞争对手合作,吸收大学、科研院所的技术成果,这些创新方法都对于我们技术能力的提升有重要作用。”“我们推出的数字化系统服务,实体店的服务人员测量客户身体的基本数据,交给设计部的数字化系统,让客户从 1 000 多种组合中选出自己最喜欢的样式,可以做出针对客户自己最真实数据的裤子和上衣。”④微创新行为渐进性。表现为改变局部元件,而元件架构不变或用户体验的细微改变等多种形态,是一个迭代、寻优、持续的动态过程,关注点在于局部、改良和积累^[28],例如小米手机 R&D 的快速迭代机制就是成功的范例。典型话语证据为,“一个大的感悟就是技术能力的提升是一个很长的过程,需要有耐心,因为一个微创新活动的开展,并不都是导致企业技术能力的提升。”“有时候会有反复,由于一个新点子的实施,零配件的质量倒下降了,这种情况也会出现。”

4.3 语系:话语构件关联

根据访谈语句之间的逻辑关系,发现 16 个关键子环节之间并非孤立存在,而是存在明显的构件关联性。一些典型的因果关系有:网络位置→嵌入学习、网络关系→知识运用、过滤交互→知识治理等,这里括号内的数字为根据访谈语句统计的因果关系条目数。为清楚起见,以下通过 2 段话语证据阐述“网络位置→嵌入学习”和“网络关系→知识运用”两条关系路径。显然,这些构件关联可以进一步升华为企业微创新行为优化升级的间接路径。

话语证据 1(网络位置→嵌入学习):“电商企业是一个非常复杂的生态系统,每个企业都有一个生态位,作为一家新创企业,更应该占据一个好的生态位,这样才能快速成长。米折网专注于为消费者提供购物返利等省钱服务,已经与淘宝网、当当、1 号店等 600 多家网购商城建立了合作。米折网商业运营模式的更新与完善依赖于向淘宝等电商生态系统的开放性学习。”(话语来源于杭州互秀电商)

话语释义 1:米折网,杭州互秀电商旗下网站,创建于 2011 年,是一家专注于网络省钱的电商导购平台,上述话语证据体现了“网络位置→嵌入学习”的构件关联性“好的生态位、600 多家网购商城→生态系统开放性学习”。节点度、中介中心度等都是描述网络位置的重要指标,其理论机理如下:①拥有高节点度的新创企业意味着拥有更多的学习机会,增加了企业学习的可能性^[29];②处于中介中心位置的企业肯定是信息的汇聚点,学习资源自然丰富,特别是向行业标杆企业学习的渠道明显增多^[30];③占据结构洞位置的企业拥有非冗余的异质性联系,即可以接触更多不相连的学习伙伴^[31]。

话语证据 2(网络关系→知识运用):“基于视觉的图像搜索技术,被公认为是未来几年互联网最有前途的创新应用。淘淘搜是全球少有的能够同时支持用户大规模使用看图搜索和传图搜索的公司,基于和淘宝的战略合作关系,淘淘搜和淘宝合作推出新应用——图想。淘淘搜是一款以图搜图的商品搜索产品,对图像进行综合分析,为用户推荐相似甚至相同的商品的应用;图想以 360 度云图和关联图的展现方式,为搜索结果提供颜色、风格、款式三个维度的相同或相似商品搜索结果。”(话语来源于杭州淘淘搜)

话语释义 2:杭州淘淘搜科技公司成立于 2010 年,是一家技术创业型企业,上述话语证据体现了“网络关系→知识运用”的构件关联性“战略合作关系→淘淘搜”,其理论机理如下:①网络关系扩大了新创企业知识运用的有效空间,降低了创新风险^[32];②网络关系拓展了新创企业的学习渠道,易于获得知识等战略性资源,提升了知识运用的效率^[33];③由于隐性知识的不可编码性,强关系网络基于高情感型信任特征,利于隐性知识的交流和运用^[34]。

4.4 语景:话语情景适用

理论的生命力来自对特定情景的强大解释力,模型由实践材料生成后,需要通过解释情景现象进行检验和修正。模型的适用情景举例如下:浙江产业集群蓬勃发展的背景下,诞生了数量众多的新创企业,但这些新创企业的成长命运表现迥异:一部分新创企业实现了持续成长,成为行业的标杆企业,如新光饰

品、双童吸管等;而绝大部分新创企业则锁定在低端模仿环节,生存时间不超过3年。显然,这些迥异命运的背后,微创新行为扮演重要角色。换言之,微创新行为的关键环节认知模型对于上述话语情景提供了一条微观解释思路。根据关键环节认知模型,高成长性新创企业都比较关注协作网络、审慎学习、知识过滤和创新治理4个环节,以上4个环节的多样性组合塑造了微创新的不同质态,同时也成为新创企业持续成长的动力基因。以浙江布丁酒店为例,成立仅仅6年,却依靠持续的微创新行为,获得卓越的成长业绩,如荣获“最受年轻消费者喜爱的酒店”、“中国年度创新成长企业100强”等称号,表5提供了基于关键环节认知模型的一个解释思路,说明了持续、渐进的微创新行为是新创企业成长的动力支撑,而协作、学习、过滤和治理是4个主要的动力因子。

表5 布丁酒店的微创新行为

Tab. 5 Micro-innovation behavior of POD INN

| 话语证据 | 证据推理 | 关键环节 | 结果表现 |
|--|---------------------------------------|------|-------------------------|
| 双方合作打造无线客房领先体验,为布丁酒店连锁需要的无线网络品质提供了最高保障 | 网络:美国网件公司深度合作,提供“云无线管理”解决方案,适应终端数量 | 协作网络 | 持续微创新行为;年轻消费者最喜爱;企业卓越成长 |
| 提供一种时尚产品,酒店一直都有WIFI,在大堂里有苹果电脑,洁具是西班牙时尚品牌 | 定位:基于市场学习,定位于年轻时尚的经济型酒店,第一家新概念酒店 | 审慎学习 | |
| 充分利用空间,可以把浴室和卧室放在一起,没必要的空间全部省去,尽量考虑做减法 | 理念:模仿国外的Pod Life理念,狭小但精致,考虑本土文化、强调个性化 | 知识过滤 | |
| 酒店细分市场的潜力还很大,未来3年,我们计划在北京新增100家左右,直营模式 | 模式:直营商业模式,保证快速扩张过程中的服务质量、品牌形象、价值理念 | 创新治理 | |

败下阵来的新创企业大都没有关注微创新行为的某些特定环节,对义乌2013年多家倒闭新创企业的访谈验证了这一命题,其平均寿命仅为1.6年。理论机理阐释如下:①新创企业的创新资源毕竟有限,不能有效利用网络创新资源的企业微创新行为无法持续;②闭门造车,不注意审慎学习的新创企业难以快速响应竞争环境的动态变化,加剧新创企业生存脆弱性^[35];③大数据时代,不能进行有效知识过滤的新创企业^[36],微创新行为的风险势必加大,难以形成核心技术能力;④新创企业以模仿、山寨为创新模式,势必陷入伪创业窘境,被牢牢锁定于价值链低端环节。

5 结论与讨论

基于话语分析方法和浙江新创企业,聚焦微创新行为的关键环节认知,本文研究发现:①新创企业微创新行为的关键环节由审慎学习、创新治理、协作网络和知识过滤4个主环节构成,并包括网络发起、网络位置、嵌入学习、知识治理等16个子环节;②通过话语属性建构,给出了微创新行为的4个基本属性,即价值性、独特性、开放性和渐进性;③微创新行为的各个环节之间具备关联关系,以“网络位置→嵌入学习”和“网络关系→知识运用”为例进行了阐释;④运用关键环节认知模型,对于新创企业成长命运的迥异表现进行了阐释,说明了一种典型的话语适用情景。

本文的理论创新体现在如下3点:①植根浙江新创企业情景,识别并提炼了一个基于真实话语世界的“好问题”,即微创新行为的关键环节认知问题,在创业与创新的交叉领域提供了一个崭新切入点,丰富了已有理论框架;②对新创企业微创新的关键环节做了清晰梳理,得出了一些具备新创企业微创新特质的新颖变量,如审慎学习、过滤纯度、过滤交互等,未来可开发出相应量表应用于相关实证研究;③方法层面属于话语分析在创业和创新交叉领域的发现取向尝试,植根本土情景,采用话语分析方法研究微创新行为,完整展示了语境、语篇、语素、语型等分析流程。

本研究对于新创企业的微创新行为具有实践价值。新创企业应系统推进微创新行为,注意协作网络、审慎学习、知识过滤和创新治理的协同进行。以集群情景下新创企业为例,企业应注意与标杆企业、供应商、客户、大学等外部知识节点保持积极的网络互动关系(协作网络),有效地跨越组织界面(创新治理)实现创新项目的知识学习(知识过滤、审慎学习)。另外,由于微创新模式与新创企业资源、战略等创新实际的高度契合,本文的关键环节模型提供了新创企业技术能力提升的现实路线,即技术能力需要在企业

持续的微创新行为中建构、活化和提升,新创企业可以利用这一框架模型进行有针对性的建构。

本研究存在以下局限。①话语样本的类型方面:被访谈的新创企业都来自高成长性优质企业,未能覆盖失败的创业企业,研究命题难免带有幸存者偏差(survival bias)和后视偏差(hindsight bias)。②话语样本的区域性方面:样本源自浙江区域,浙江独特的集群创业模式使研究命题的提炼具备典型的浙江特质,是否适用于其他区域,有待话语样本的丰富及进一步的实证检验。③方法层面:话语分析作为一种新兴技术,目前还没有严格的操作程序,不同的学者基于分析视角和知识储备的差异会采取不同的分析工具,研究品质的提升有待于话语分析方法的进一步完备。

参 考 文 献

- [1] 银路,李天柱,程跃,等.“山寨”现象的一般规律及其政策建议[J].科学学研究,2010,28(3):321-327.
- [2] 赵付春.企业微创新和能力提升策略研究[J].科学学研究,2012,30(10):1579-1583.
- [3] 周鸿祎.欢迎来到微创新时代[J].中外管理,2010(11):51.
- [4] 王丽娜,李彬彬.基于用户体验的产品“微创新”设计评价研究[J].价值工程,2012(20):28-29.
- [5] Vaara E, Tienari J. A discursive perspective on legitimation strategies in multinational corporations [J]. *Academy of Management Review* 2008, 33(4):985-993.
- [6] Hardy C, Maguire S. Discourse, field-configuring events, and change in organizations and institutional fields [J]. *Academy of Management Journal* 2010, 53(6):1365-1392.
- [7] 谭绍鹏.微创新当道:不再唯技术论[EB/OL].(2011-07-01)[2013-08-01].<http://finance.sina.com.cn/leadership/mroll/20110701/141210080465.shtml>.
- [8] 杜欣.模仿新境界 山寨还是微创新[J].创新科技,2012(3):62.
- [9] 魏江.知识学习与企业技术能力增长[M].北京:科学出版社,2006:3-28.
- [10] Wong J K. Technology transfer in Thailand: Descriptive validation of a technology transfer model [J]. *International Journal of Technology Management*, 1995, 10(7/8):788-796.
- [11] Dore R. Technological self-reliance [M]// Fransman M, King K. *Technological capacity in the third world*. London: Macmillan, 1984.
- [12] Stewart F. Facilitating indigenous technical change in the third world [M]// Fransman M, King K. *Technological capacity in the third world*. London: Macmillan, 1984.
- [13] Elfring T, Hulsink W. Networks in entrepreneurship: The case of high-technology firms [J]. *Small Business Economics* 2003, 21(4):409-422.
- [14] Li H, Atuahene-Gima K. Product innovation strategy and the performance of new technology ventures in China [J]. *Academy of Management Journal* 2001, 44(6):1123-1134.
- [15] 李雪灵,韩自然,董保宝,等.获得式学习与新企业创业:基于学习导向视角的实证研究[J].管理世界,2013(4):94-106.
- [16] Anderson J R. *The architecture of cognition* [M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1983:5-35.
- [17] Medin D L, Smith E E. Concept and concept formation [J]. *Annual Review Psychology*, 1984, 35(2):113-138.
- [18] Komatsu L K. Recent views of conceptual structure [J]. *Psychological Bulletin*, 1992, 112(3):500-526.
- [19] Hardy C. Researching organizational discourse [J]. *International Studies of Management and Organization*, 2001, 31(3):25-47.
- [20] Harris Z S. Discourse analysis [J]. *Language*, 1952, 28(1):1-30.
- [21] 陈嘉映.语言哲学[M].北京:北京大学出版社,2003:10-36.
- [22] 吕源,彭长桂.话语分析:开拓管理研究新视野[J].管理世界,2012(10):157-171.
- [23] Khaire M, Wadhvani R. Changing landscapes: The construction of meaning and value in a new market category — Modern Indian art [J]. *Academy of Managing Journal* 2010, 53(6):1281-1304.
- [24] Holweg M, Pil F K. Evolving from value chain to value grid [J]. *MIT Sloan Management Review* 2006, 47(4):72-80.

- [25] Rosenbloom S , Adner R. Profits and the internet: Seven misconceptions [J]. MIT Sloan Management Review , 2001 ,42(4) : 44-53.
- [26] Mahoney J T , Pandian J R. The resource-based view within the conversation of strategic management [J]. Strategic Management Journal ,1992 ,13(5) : 363-380.
- [27] Macher J. Technological development and the boundaries of the firm: A knowledge-based examination in semiconductor manufacturing [J]. Management Science 2006 ,52(6) : 826-843.
- [28] Oerlemans L A G , Knobens J , Pretorius M W. Alliance portfolio diversity , radical and incremental innovation: The moderating role of technology management [J]. Technovation 2013 ,33(6/7) : 234-246.
- [29] Burton P , Wu Y , Prybutok V. Social network position and its relationship to performance of IT professionals [J]. Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline 2010 ,13(2) : 121-136.
- [30] Reinholt M , Pedersen T , Foss N J. Why a central network position isn't enough: The role of motivation and ability for knowledge sharing in employee networks [J]. Academy of Management Journal 2011 ,54(6) : 1277-1297.
- [31] Vasudeva G , Zaheer A , Hernandez E. The embeddedness of networks: Institutions , structural holes , and innovativeness in the fuel cell industry [J]. Organization Science 2013 ,24(3) : 645-663.
- [32] Boso N , Story V M , Cadogan J W. Entrepreneurial orientation , market orientation , network ties , and performance [J]. Journal of Business Venturing 2013 ,28(6) : 708-727.
- [33] Kreiser P M. Entrepreneurial orientation and organizational learning: The impact of network range and network closure [J]. Entrepreneurship Theory and Practice 2011 ,35(5) : 1025-1030.
- [34] Larraneta B , Zahra S A , Gonzalez J L G. Enriching strategic variety in new ventures through external knowledge [J]. Journal of Business Venturing 2012 ,27(4) : 401-413.
- [35] Berghman L , Matthyssens P , Vandembemt K. Value innovation , deliberate learning mechanisms and information from supply chain partners [J]. Industrial Marketing Management 2012 ,41(1) : 27-39.
- [36] Mayer-Schonberger V , Cukie K. Big data: A revolution that will transform how we live , work , and think [M]. New York: Houghton Mifflin Harcourt 2012: 10-25.

Key Links Cognition of New Ventures' Micro-innovation Behaviors

—— An Exploratory Research Using Discourse Analysis Approach

LI Wen-bo

(School of Economics and Management , Zhejiang Normal University , Jinhua 321004 , China)

Abstract: Using discourse analysis approach , it focused on new ventures and researched key links on micro-innovation. Firstly , it refined four critical links including coordinative network , deliberate learning , knowledge filter and innovation governance. Secondly , it interpreted key links cognition model based on validity test , attribute construction , links correlation and context application. The results enriches the innovation theory , and provides guidance for innovation practice of new ventures.

Keywords: key links cognition; micro-innovation behavior; new venture; discourse analysis approach