

区域创业文化的形成机理研究

——以江西省为例

宁亮¹, 彭媛^{1,2}, 肖新锋¹

(1. 江西财经大学工商管理学院, 江西南昌, 330013;

2. 江西农业大学计算机与信息学院, 江西南昌, 330013)

[摘要] 文章在梳理区域创业文化相关概念的基础上, 建立二维模型, 从影响因素、构成要素再到形成机理, 对区域创业文化的形成机理进行分析。在分析中, 将江西省创业文化的形成过程作为案例, 揭示了我国区域创业文化形成的一般规律, 同时还为区域创业文化的形成提出几点建议。

[关键词] 区域; 创业文化; 江西; 形成机理

[中图分类号] C931.2 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2020)03-0104-09

一、问题的提出

越来越多的研究表明, 创业文化作为创业环境的组成部分, 对于创业活动发挥着重要作用。Isenberg 指出, 当创业者或创业企业处于一个易于获得资金、人才、政府提供相应的政策支持、当地具有鼓励创新和容忍失败的文化氛围、具备一定的基础设施或其他支持要素的环境中时, 创业是最容易成功的^[1]。

据《全球创业观察(GEM)2015/2016 年度全球报告》显示, 中国的全员创业活动指数(TEA) 2014 年为 15.53%(美国为 13.81%、英国为 10.66%), 是一个创业活跃的国家^[2]。在创业环境方面与美国相比, 中国在基础设施和政府政策支持上优于美国, 但在文化氛围与社会规范方面美国优于中国, 由此可见, 我国在改善创业文化氛围和健全创业社会规范方面还需加大支持力度, 比如为创业者提供金融支持、推进创新创业教育、营造提高创业服务质量和体现创业精神的商业环境等等。文化的形成不能一蹴而就, “硬件”方面的投入则很容易看见效果, 而诸如创业文化方面的“软件”建设则需要长期

的投入。

中国历史悠久、地域广阔, 各区域之间的文化各有不同, 本文以江西省为例, 通过建立二维模型, 探求我国区域创业文化形成的机理。

二、相关研究的综述

(一) 创业生态系统

Dunn、Cohen 以及 Isenberg 等学者从不同的视角研究了创业生态系统。Dunn 关注如何构建基于大学的创业生态系统, 提出了创业生态系统的基本轮廓, 但并没有进行明确的界定^[3]; Cohen 提出创业生态系统是特定区域内相互作用的主体形成的群落, 通过支持和促进新企业的创建和成长来实现可持续发展, 创造社会和经济价值^[4]; 而 Isenberg 则从政府角度提出了百森创业生态系统项目, 通过形成具有区域特色的创业生态系统来改善创业环境, 从而提高当地的创业水平^[5]。通过对世界各地的创业案例的分析研究表明, 构建创业生态系统是影响促进区域创业活跃程度的重要因素。同时, 国内外学者对创业生态的构成进行了系统研究, 见表 1。

[收稿日期] 2019-10-29; **[修回日期]** 2020-03-09

[基金项目] 2015 江西省高校人文社科课题“创业文化的形成机理及重构研究——以江西省为例”(GL1519)

[作者简介] 宁亮, 江西上饶人, 博士, 江西财经大学副教授, 主要研究方向: 创业管理、人力资源管理; 彭媛, 广西南宁人, 江西财经大学博士研究生, 江西农业大学计算机与信息学院讲师, 主要研究方向: 技术经济管理; 肖新锋, 江西赣州人, 江西财经大学硕士研究生, 主要研究方向: 人力资源管理、创业管理, 联系邮箱: xiaoxinfenghaoshuai@icloud.com

表1 关于创业生态构成的研究文献^[6]

| 研究视角 | 作者(年份) | 构成 | |
|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| | | 创业参与主体 | 创业环境要素 |
| 将创业生态系统作为创业的外部创业环境 | Cohen(2006) | 政府、科技园、大学、社会网络、投资机构、支持服务机构(咨询公司等)、提供技术和人才等支撑的大型企业 | 政策优惠、人才库、资金支持、专业性服务(咨询服务等)、基础设施、文化(社会规范等)和自然环境(地理位置等) |
| | Isenberg(2010—2011) | 政府、客户、社会网络、投资机构、教育机构、专业机构和公共机构 | 政策、市场、资金、人力资本、文化和支持环境 |
| | Suresh & Ramraj(2012) | 投资机构、政府、中介机构、社会网络等 | 道德、金融、技术、市场、社会、网络、政策和环境支持系统 |
| 创业生态系统是包含创业企业和外部创业环境在内的整体系统 | Vogel(2013) | 创业企业政府、相关机构和企业等 | 创业特定的环境要素: 创业教育、投资、文化、网络和支持体系 一般环境要素: 基础设施、制度、市场和地理位置 |
| | Mason & Brown(2014) | 创业企业资源提供者(如投资机构、科研机构等)、联结创业企业和环境的中介机构(企业家俱乐部、专业协会等) | 生态系统内的创业支持因素(培育和支持创业主体的公共政策、文化等) |
| | 蔡莉等(2016) | 直接参与主体: 创业企业(新创企业和进行内创业的成熟企业); 间接参与主体: 技术和人才等支撑的大型企业、政府、大学及科研机构、投资机构(银行和风险投资机构等)、中介机构(会计和律师事务等) | 自然环境(地理位置和景观等)、文化(集体精神和社会规范等)、市场(客户和社会网络等)、制度(政策法规等)、其他支持要素(基础设施和专业服务等) |

学者们对于创业生态系统有不同的界定, 本文采用国内学者林嵩的定义: “创业生态系统是由相互依存、相互影响、共同发展的初创企业及其赖以生存和发展的创业生态环境所构成的动态平衡系统”^[7]。从以上定义可以得出, 创业生态系统本质特征表现在两个方面: 其一, 文化因素也是创业生态系统组成的不可或缺的因素; 其二, 创业生态系统不能独立于其所生存的区域环境, 不同区域的创业生态系统在资源基础、文化和制度要素等方面可能存在差异, 因此要构建适合本区域内的创业生态系统就应该因地制宜, 充分考虑当地的地理位置和区域文化的特殊性。因此把区域创业文化置于创业生态系统的框架之内进行研究更有针对性。

(二) 文化

对于文化, 不同的学者从不同的研究视角对其进行的界定, 没有统一的标准。据统计, 海内外学者对文化的定义有 200 多种。其中, 具有代表性的是克罗伯和克拉克洪的定义, “文化是各式各样的显式或隐式行为模式的总和, 通过对符号(具有特定含义的单词、手势、图片等, 只有具有特定文化背景的人才能识别)的运用, 构成人类群体的显著成就, 包括语言、音乐、社交习惯、文字和艺术等等。

文化的基本核心包括传统观念, 特别是价值观。尽管文化是人类在长期历史发展过程中的产物, 但它也可被视为阻碍人类进一步发展的因素。”^[8]

不同的文化之间是千差万别的(这种差别同样存在于一个国家的不同区域里, 在中国尤其明显), 但不同区域的文化之间又具有共同的属性, 它们之间是普遍性和特殊性的统一, 共性和个性的统一, 是真、善、美的统一。文化是在长期的历史演化过程中形成的, 可以潜移默化的改变人们的思维和行为习惯。

(三) 创业文化

创业文化的概念是著名经济学家约瑟夫·熊彼特(1934)提出来的, 表 2 列举了一些有代表性的定义。

在已有的研究中, 创业文化主要放在创业环境的研究范围内^[18], 对于个体创业活动而言, 创业文化是外生的和静态的。GEM 提出的创业环境条件包含多个纬度(当地市场的开放度、创业文化和社会规范、金融财政支持等), 文化是创业环境的一部分^[19]; 吴凌菲, 吴泗宗则是基于创业过程模型, 对文化在创业过程的各个环节的作用机制进行了研究^[20]。

表2 创业文化的代表性定义汇总

| 研究视角 | 研究者 | 内容 |
|------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 个人层面 | 约瑟夫·熊彼特(1934) | 创业文化是个人价值观、管理技能、经验和行为的组合 ^[9] |
| | 曹威麟, 张丛林, 袁军富 (2002) | 在创业活动的过程中, 人们普遍表现出来的思想意识、价值观念、基本态度、行为方式及其相应创立成果的总和 ^[10] |
| | 汤伶俐, 肖鼎光(2013) | 创业文化是指人们在创业经济活动中的文化实践, 包括在思想观念、认知方法、价值取向、行为方式、制度模式等方面的转变或提升 ^[11] |
| 企业层面 | McGrath 和 Macmillan(2002) | 一个有效的创业文化总是存在着多重期望, 并且推动公司对资源进行战略性管理 ^[12] |
| | 李庆华(2008) | 创业文化是企业家创业精神渗入到企业的理念层面(价值观、共同意识、道德)、企业导向层面(企业规范, 公司策略)、个人行为层面(个人行为习惯)之后形成的一种创业型企业文化, 或者说是企业创业文化 ^[13] |
| 社会层面 | Hilary Rollin 和 Rosemary Richardson(2002) | 创业文化是鼓励或者阻止人们进行创业的条件、特征和社会环境的总和 ^[14] |
| | 宋玉兰(2013) | 创业文化是指与创业有关的社会意识形态、文化氛围, 其中包括人们在追求财富、创造价值、促进生产力发展的过程中所形成的思想观念、价值体系和心理意识, 主导着人们的思维方式和行为方式 ^[14] |
| 综合 | 邓建生(2000) | 创业文化特指敢于开创新事业的思想意识以及相应的价值观念和鼓励创业的社会心理的总和 ^[15] |
| | 肖陆军(2014) | 创业文化是创业活动在国家环境鼓励、社会认知态度、创业者个人特质等方面的化成品, 是人类特有的精神现象, 是一个国家或民族在社会历史发展中, 通过创业实践所化成的直接精神财富及物质载体所承载的精神财富的总和 ^[16] |
| | 仲伟仁, 王亚平, 王丽平 (2012) | 创业文化是指在创业过程中, 创业者普遍表现出来的思想意识、价值观念、基本态度、行为方式以及支持企业创新与创业活动的社会意识总和 ^[17] |

资料来源: 根据相关资料自行整理

创业文化的研究主要集中在以下几个方面, 测量维度的设计、创业文化对创业活动的影响、创业文化对(区域)经济的影响等。

(四) 区域文化与区域创业文化

区域文化^①是基于文化在空间范畴的分类, 它是指由于地理环境和自然条件的不同, 形成和发展起来的, 具有明显的地理特征的文化。区域文化也可以根据文化所在地理位置的不同来进行划分, 一般可以将我国文化地域划分成东南农业文化区和西北畜牧文化区, 在这个基础上, 把两大区做进一步的细分。例如, 江西被划分在东部农业文化区的“鄱阳文化副区”。

相关研究发现, 文化和信仰对一个国家不同地域的初创企业的数量有影响。比如 Davidsson P 验证了瑞典国内存在六个不同文化价值区域的创业情况。学界针对我国区域创业文化的研究也很多, 如孔伟在通过分析比较东北三省与浙江省之间的创业文化差异和经济现象后, 得出造成两地经济差异的根本原因是因为两地创业文化的不同^[21]; 张天舒从区域经济学的角度分析了创业文化和区域经济之间的关联性, 认为创业文化程度

越高的地区, 区域经济发展程度也越高, 反之亦然^[22]。

综上所述, 本文对区域创业文化概念的界定如下: 区域创业文化是指一个特定区域内的特定的创业文化体系。是该特定区域内的人们在长期从事社会活动过程中形成的具有当地特色的, 与创业有关的思维方式、价值观念、道德标准、行为准则等要素的总称。

三、分析框架

本文对区域创业文化的形成机理进行分析。所谓“机理”研究是指在分析区域创业文化的形成过程中, 是什么因素对此产生了影响, 并剖析区域创业文化的构成要素, 进而阐述诸要素在一定环境下相互联系、相互作用, 最终形成区域创业文化的运行机制。

在前文的综述中可以发现, 区域创业文化作为区域创业环境的一个组成部分, 会直接对区域民众的创业动机产生积极的影响, 进而对创业活动发挥促进作用。基于此, 本文将这些因素整合在区域创业生态系统的框架中。如此形成了本文的分析框架, 见图 1。

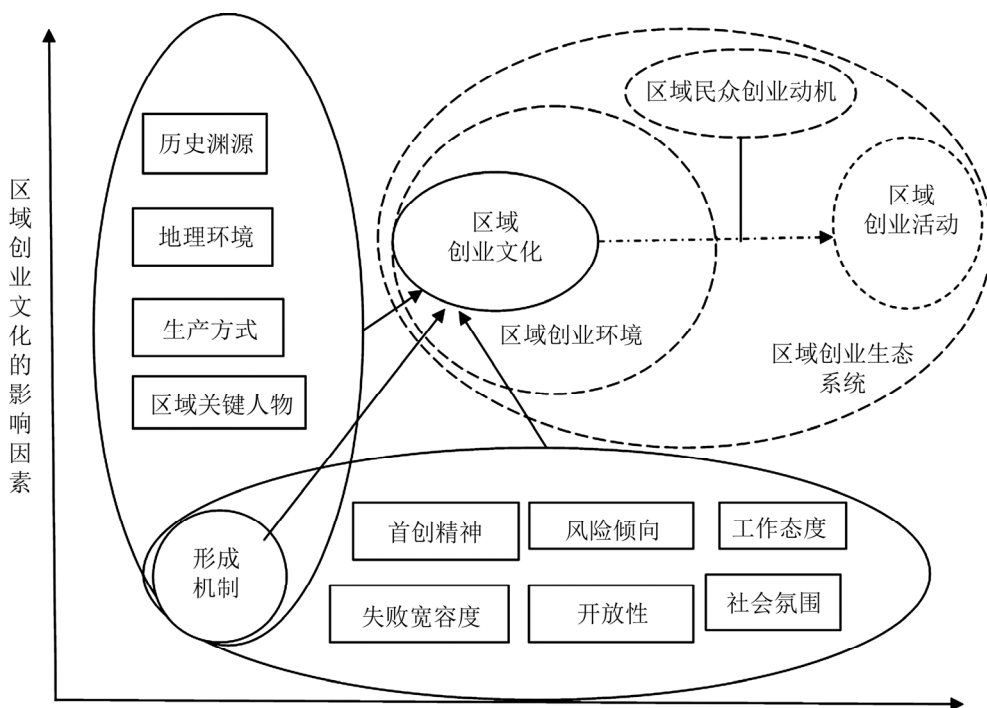


图1 区域创业文化的构成要素

在图1的二维模型中, 影响因素被置于纵轴, 因其与时间的演替有关, 构成要素被置于横轴, 表示在某个时间节点, 区域创业文化由哪些要素组成。两者在原点处相交, 意味着诸多要素互相作用, 在若干机制的作用下最终形成区域创业文化。

为了更好地进行分析, 本文选择了江西省作为研究案例。江西商人简称赣商, 是中国古代十大商帮之一, 在历史上被称为“江右商帮”(据明末清初散文家魏禧所著的《日录杂说》上记载“江东称江左, 江西称江右。盖自江北视之, 江东在左, 江西在右。”遂得此名)。江右商帮在明朝前期独领风骚, 在明朝中后期及清朝前期与晋商、徽商成三足鼎立之势。从19世纪五六十年代至20世纪二三十年代, 赣商在活跃了500年之后, 最终走向衰落。赣商有起有落, 目前正值重构之际, 因此更加具有研究价值^[23]。

四、区域创业文化形成的机理：以江西为例

(一) 江西创业文化简介

1. 赣文化

“赣文化”是江西省创业文化的背景, 赣文化以越文化作为其发展的主线。与此同时, 依托江西独具特色的地理环境背景, 赣文化还吸收了中原文化、楚文化、吴文化等多种优秀文化的精髓, 这些

文化经过交融、改进、创新, 慢慢升华形成了的一种具有江西特色的区域文化形态。赣文化是富有浓郁地方特色的文化体系, 其最终定型大概在魏晋至隋唐时期。

2. 赣商与赣商文化

江西商人简称赣商。在古代, 赣商又被称为“江右商帮”, 因其从商人数之多、从业范围之广、渗透力之强而被世人所熟知, 其盛于明清时期, 对当时的社会经济发展做出了巨大贡献。不仅在湖南和两广地区有“无江西商人不成市”的誉称, 而且在云贵川离江西较远一带也有“非江右商贾侨居之, 则不成其地”的说法。首先是因为江西商人最重要的特征就是因贫而商, 借贷起家, 这直接造成赣商大多数以小商小贾为主, 他们大多选择贩卖本地的土特产这种从商前期投入较小的商品起家, 这也是赣商资金分散明显、资本积累较慢的一个重要原因; 其次, 赣商以个体经营作为最主要的经营方式, 以家庭中心。虽然随着江右商帮的发展壮大, “主伙”经营的方式也随之发展, 但归根结底“主伙”关系的实质就是亲友关系; 最后, 赣商文化注重“贾德”, 遵循“贾道”, 赣商之所以发展壮大, 与其在商业活动中建立的商誉有很大的关系。

3. 江西传统创业文化

江西的区域文化的特点偏于滞缓和保守, 一个很重要的原因就是它遵循传统儒家思想并奉其为主流, 在地理特征、历史渊源等因素的影响下, 江

西传统创业文化具有“兼容与封闭、开拓与保守、崇文与务、崇德与重利并存”的特点。为了便于理解, 表3将江西的创业文化与周边的苏浙沪进行了对比。

表3 江西传统创业文化与长三角区域文化模式(区域经济模式)的比较^①

| 区域 | 江苏 | 浙江 | 上海 | 江西 | |
|--------|------|---------------------|---------------|-------------|---------------------------|
| 区域文化模式 | 文化背景 | 吴文化、淮扬文化 | 越文化、浙东文化 | 海派文化 | 赣文化 |
| | 文化观念 | 勤劳、稳重、温和 | 冒险、奋进、吃苦 | 稳重、含蓄、细腻 | 勤劳、稳重、保守 |
| | 文化特质 | 人文沉淀、政府主导意识强 | 灵活经营、市场意识强 | 国际化、对外开放意识强 | 吃苦耐劳、抱团发展 |
| | 文化特性 | 崇工崇商、崇文崇教、兼容和谐、开放创新 | | | 兼容与封闭、开拓与保守、崇文与务实、崇德与重利并存 |
| 区域经济模式 | 典型模式 | 苏南模式 | 温州模式 | 浦东模式 | 进贤模式 |
| | 经济载体 | 乡镇企业及其改制企业、外资企业 | 民营企业 | 大型国有企业、外资企业 | 个体经济 |
| | 产业部门 | 机电、纺织等制造业 | 以大市场为依托的小商品行为 | 国民经济支柱行为 | 医疗器械、文具、门窗等小制造业 |
| | 政府作用 | 招商引资的巨大作用 | 政府管制较松 | 高效、强势的政府 | 政府扶持 |
| | 投入机制 | 集体、外资 | 民营资本 | 国家投资、外资 | 民间资本 |

(二) 区域创业文化形成的影响因素

区域创业文化的形成一般来说会受地理环境、历史渊源、代表人物、生产方式等因素的影响, 江西传统创业文化特征的形成也不例外。

1. 地理因素

江西创业文化的形成以江西本身的地貌、气候、交通等地理因素为基础。在地理位置上处于长江中下游以南, 属亚热带季风性气候, 民间颇有耕读之风, 多以崇文, 崇德为传家之训。由此形成江西商人勤劳、稳重但相对封闭的性格。

江西自古素有“物华天宝”之美誉。区域内物产丰富, 不仅盛产夏布、木材、药材、纸张、茶叶等, 景德镇的瓷器更是名誉天下。昔时的江右商帮大多数都是以出售当地土特产起家, 有些成功者能以这些本地土特产做到“以小买卖而致大开张”, 大部分江右商帮的在主业化经营方面的成就不是很突出, 具有“挟小本, 收微货”的特点。尽管赣商走州过府, 随收随卖, 操业甚广, 但他们的视野不开阔, 事业无法拓宽, 经营偏于保守。

2. 历史因素

移民对地域文化的形成和有很大影响, 江西亦是如此。历史上的永嘉之乱、安史之乱、靖康之乱致使的三次南迁对赣文化融合影响最大。明末清初

时期, 一大批从福建、广东地区的人们返迁回来, 他们带来的闽文化、客家文化等又进一步和江西本地文化融合, 这种历史渊源导致江西的创业文化富有兼容并包和开拓进取的特性。

3. 代表人物

在文化领域, 江西自古人才济济, 举不胜举。譬如解缙(吉水县人)、王安石(抚州人)、汤显祖(抚州人)、文天祥(吉安人)、黄庭坚(修水人)等。可是江右商帮未能产生具有强大资本实力和影响力的商业代表人物。究其原因主要是当时商业活动的主体是离开故土的流民, 他们中的大多数都是抱着“小富即安”的心理, 没有成为大商人的雄心。大多数商人通过借钱致富, 要获得的商业利润还需先偿还借款本金, 再进行投资, 且大多数商业利润都用于社会投资, 几乎没有扩大再生产的机会, 这使赣商很难做大做强。因此, 江右商帮在商业竞争中经常失去优势。缺乏商业领袖使得江西创业文化的辨识度较差, 在民间的传播扩散范围不够, 无法与徽商、晋商的创业文化抗衡。

4. 生产方式

任何地域文化的形成都与该区域获得生存所需物质生产方式相关。农耕地区通过种植庄稼和养殖牲畜来解决, 易形成吃苦耐劳、“小富即安”的

文化形态;游牧民族通过狩猎和放牧来解决,易形成竞争性强、集体意识强的文化特征;而既无耕地又无牧场地区的民族往往通过商业贸易的方式来解决,其地域文化易形成契约精神强的特点。

江西属于典型的农耕经济,重农轻商的传统导致创业文化难以传播,难以形成全民创业的气候,许多江西商人在其他地区的经营活动更加活跃,如抚州进贤(今属南昌)大盐商李宜民^⑤,其主要经营之地是在广西桂林一带。这种情况不利于江西本地民间资本的积累,从而影响了江西当地的资本投向和创业活动的活跃度。

(三) 区域创业文化的构成要素

辨析区域创业文化的构成要素首先要界定其内涵。而测量维度则又是对构成要素的定量分析,二者是存在区别的。国内辜胜阻、李俊杰比较早对创业文化构成要素进行研究,并被广泛引用。他们认为创业文化包括两个方面,一是与创业活动有关的价值体系;二是创业所依赖的环境系统。但多数学者将创业文化置于创业环境系统内,而不是其他。本文也认为区域创业文化的构成应包括民众个体和社会与创业有关的思想观念、精神状态和价值理念,具体地说由以下要素构成。

1. 创新(首创)精神

这是创业者最重要的素质,也是创业文化的核心要素。在创新精神中,敢于“开天辟地”的首创精神尤其重要。

2. 风险观念

敢担风险是创业精神的另一个核心内容,企业家才能中的核心能力就是对风险的认识与管控。中国传统的农耕文明以及长期封建统治的负面影响,导致民众的思想大多安于现状,怯于改变,遑论冒险。所以中国历史上的一些创业者大多是起于贫困之身,发达后又不思进取,墨守成规。

3. 失败宽容度

创业绝非易事,每一个成功的企业都是经过大风大浪,创业失败是一个大概率事件。因此,创业失败应是创业活动的常态,“失败是成功之母”是创业者应有的心态,“成王败寇”的思想显然不利于创业活动。

4. 开放性

创业活动从某种意义上来说就是相关要素的重新组合,因此开放性是创业文化中不可或缺的一个部分,如对异质文化的兼容并包,拥有广阔的视

野,管理中的团队合作意识,生产中对新生产要素的接纳,组织结构中的利益分享设计等等。

5. 工作态度

创业是一个艰苦的过程,“筚路蓝缕”这个成语形象地反映了这一点。因此,需要创业者有愈挫愈勇的毅力,有百折不回的意志,有不畏艰险的气魄。中国人历来具有良好的工作态度,几乎在中国所有的区域创业文化中,勤奋、耐劳的品质均不缺席。

6. 社会氛围^⑥

创业活动中的一些外部因素往往不能小觑,创业不能独立于社会环境之中。这里的社会氛围主要是指影响创业的社会规范与社会意识,在古代重农抑商的社会氛围中,商业活动很难得到持续发展。改革开放以来,自主创业意识在全社会一步步增强。“大众创业,万众创新”就是一种营造良好创业氛围的号召,提高大众社会对创业活动的认可与支持。

从以上创业文化六要素的构成来看,我国大部分区域的传统创业文化仍存在若干缺陷,各区域重构创业文化的任务普遍存在。

(四) 区域创业文化的形成

1. 区域创业文化的自然演化机制

区域创业文化的形成往往遵循“选择—模仿—传播”的路径。

(1) 区域创业文化的选择机制。文化的形成往往从个体的经验开始,然后被众人学习和模仿,经过各种考验,最终被证明是一种值得信赖的成功经验,于是成为一个群体共同的习惯,并逐步演化成信仰或者文化。因此,区域创业文化的形成过程实际上就是选择的过程,这个过程可能会十分漫长。区域创业文化的选择可以包括自然选择和自觉选择两种机制。

自然选择机制其实也是自然淘汰机制,它通过淘汰大量不合理的习惯,或者落后的既有文化,最终让合理的惯习得以保留,并最终形成合理的文化。

相比自然选择的漫长和低效,自觉选择更加符合创业文化合理演化的需要。随着各族群、区域之间交流的频繁,人们开始对比同一件事不同的做事方式的效果,进而比较不同行为习惯的优劣,最终好的习惯被确定并固化下来。比如,西方高绩效的理念和做事方法近年来被中国许多企业采纳。除了

这种基于交流产生的自觉选择外，人们还发现有些经验是共通的，基于这些传承下来的，或者对其他领域的经验的借鉴，选择的试错范围和时间被大大缩减。又比如，许多企业家都把东方传统中修身立德的经验放到企业文化中去。

(2) 区域创业文化的模仿机制。在一个组织中，各成员的行为养成是组织成员之间在日常生活、工作过程中互相学习、模仿的结果，其中，组织领导者的行为对于组织群体行为的形成起到关键性的作用，是员工行为的指示器，他良好的品行往往能够给企业员工带来正向激励的效果。企业文化理论因此十分重视领导者的模范作用。

在区域创业文化的形成中，这种模仿机制也在发挥作用。有趣的是，在中国的创业文化形成过程中，模仿(多数时候甚至是膜拜)的对象往往是跨界的，比如晋商模仿(膜拜)关羽，徽商拿朱熹的伦理思想作为自己区域文化的框架，赣商则膜拜许逊，这些模仿对象都是当地的历史名人，他们的某种人格特征被放大，被模仿，直至成为该区域创业文化的标志。比如关羽的“义”、朱熹的“理”、许逊的“功德”等。当地的商业领袖也往往体现出这种特性，如徽商程十万、祝确(朱熹的外祖父)、胡沅源，晋商乔致庸、常万达，赣商李宜民等人。

(3) 区域创业文化的传播机制。文化是一个范围内多数人都认同并且践行的价值观，因此，区域创业文化的形成一定绕不开传播机制。在这种机制中，区域中的个体会受到目的性很强的宣传和舆论影响，通过认同、接受一些既定的观点理念，做出符合社会群体要求的选择，使得文化最终在区域内被群体确认。

文化的传播可以通过许多手段来实现，在中国古代，可以通过官方的宣讲系统，人才选拔制度(科举考试和推荐制)。除了这些正式的方式外，流传广泛的文学作品、和尚的布道、勾栏肆坊的评书演义，奶奶讲的故事，旅人间的口口相传等也是非常重要的传播途径。在传播媒介发达的现代社会，如何恰如其分地利用各种途径进行区域创业文化的传播仍是一个有趣的话题。

2. 区域创业文化的自觉培育路径

自然形成的区域创业文化往往存在一些不足，这就需要主动构建起区域创业文化的培育机制。

(1) 培育积极的价值体系。在自然形成的区域创业文化中，往往会有一些不利于创业活动的因

素，比如江西商人的封闭与保守，以及商业活动中常见的重利忘义。在重构中，首先就应该树立新的、积极的价值体系。江西省就提出了“务实求新、开明开放、至精至诚、善谋实干”创业文化，这为区域内创业活动提供了明确的目标，为创业者充当路标的作用。显然，这就是前述选择机制里的自觉选择。

(2) 树立标杆人物。“标杆人物”即企业领导者，企业领导者应具有以下几个特质：第一，在其从事的领域具备的核心优势和竞争力，具有绝对的话语权；第二，具备创新变革的能力，创新影响力大，能够引领和带动行业发展；第三，有独具一格的人格魅力和良好的社会形象。企业领导者往往能够一呼百应，成为其他企业的模仿对象，他们对创业文化构建的作用十分明显。

(3) 建立训练机制。在文化的形成中，还有一种强制性的训练机制也被有意识地采用。比如，军队中的新兵训练就是典型的军营文化强制训练机制，在新兵营中，通过强制性地训练，新兵可以在很短的时间里熟悉并遵守军营文化。有些企业在上班前要求大家做文化操、呼喊口号等也是类似的做法。中国很多地方通过“创业大学”等方式来培训创业者，从某种意义上来说，这就是区域创业文化形成的训练机制，另外，高校提供的创业教育也是十分重要的训练手段。

五、结语

(一) 区域创业文化的重构需主动自觉

图2显示了区域创业文化的形成机制，在图中，从“自然演化”到“自觉培育”，其基本路径似乎是相似的：新的价值体系也是一种选择，标杆人物会被模仿，统一认识实质上是为了传播。但是应该认识到二者的区别：“自然演化”若干机制是被动的，“自觉培育”则是主动的。

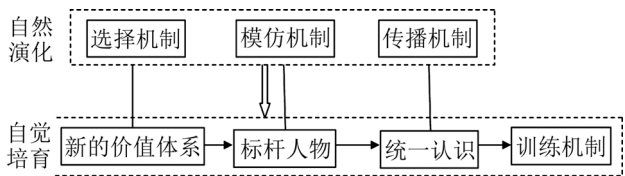


图2 从自然演化到自觉培育的区域创业文化形成机制

更为重要的是，在“自觉培育”过程中训练机制不可或缺，这个环节也是“自然演化”所缺乏

的, 训练机制实质上就是区域创业文化重构的管控机制, 是新的价值体系能最终树立的保证。因此, 在区域创业文化的重构中, 应更多地关注训练机制的设计和落实。

(二) 区域创业文化应体现区域特色

由于影响因素的差异, 各区域的创业文化在演化过程中呈现出不同的特点, 由于“强文化”的存在, 各区域创业文化也有了优劣之分, 在实践中也出现了“向某某看齐, 向某某学习”的口号, 这本无可厚非, 因为各区域的创业文化的内涵具有一些共性, 但是没有必要全盘照搬相对发达区域的做法, 毕竟每个区域创业文化的个性和特色才是其生命力所在。

注释:

- ① 在其他的学科, 如哲学、社会学、人类学、历史学等中, 一般采用地域文化的提法, 但一般来看, “区域文化”和“地域文化”的内涵基本一致(路柳, 2004)。本文采用区域文化一词, 并且不再区分二者的区别。
- ② 根据陈柳, 于明超, 刘志彪, 长三角的区域文化融合与经济一体化(2009), 中国软科学, (11), 53-63 等资料整理。
- ③ 李宜民(1704—1798), 字丹臣, 号厚斋, 清代著名盐商。在广西从事食盐生意长达数十年, 白手起家, 一步一步发展成家财万贯的官商, 享有“临川李氏”盛名。
- ④ GEM 将文化与社会规范并列作为创业环境的一部分。本文认为, 社会规范所反映的范围略窄, 社会氛围一词可以更大范围将社会给予创业的影响涵盖进去, 并将其作为创业文化的一部分。

参考文献:

- [1] ISENBERG D J. The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship[J]. Presentation at the Institute of International and European Affairs, 2011, 13(2): 67-70.
- [2] 邢超, 石玲. 《2015—2016 年全球竞争力报告》与中国表现[J]. 全球科技经济瞭望, 2016, 31(2): 6-13.
XING Chao, SHI Ling. Global competitiveness report 2015 — 2016 and China's performance[J]. Global Technology Economic Outlook, 2016, 31(2): 6-13.
- [3] DUNN K. The entrepreneurship ecosystem[J]. MIT

- Technology Review, 2005(9): 34-37.
- [4] COHEN B. Sustainable valley entrepreneurial ecosystems[J]. Business Strategy and the Environment, 2006, 15(1): 1-14.
- [5] ISENBERG D J. How to start an entrepreneurial revolution[J]. Harvard Business Review, 2010, 88(6): 40-50.
- [6] 蔡莉, 彭秀青, SATISH N, 等. 创业生态系统研究回顾与展望[J]. 吉林大学社会科学学报, 2016, 56(1): 5-16, 187.
CAI Li, PENG Xiuqing, SATISH N, et al. Review and prospect of the research on entrepreneurial ecosystem[J]. Journal of Social Science of Jilin University, 2016, 56(1): 5-16, 187.
- [7] 林嵩. 创业生态系统: 概念发展与运行机制[J]. 中央财经大学学报, 2011(4): 58-62.
LIN Song. Entrepreneurship ecosystem: Concept development and operating mechanism[J]. Journal of Central University of Finance and Economics, 2011(4): 58-62.
- [8] 李进兵. 基于文化视角的游客满意度分析[J]. 西南科技大学学报(哲学社会科学版), 2007(4): 31-33, 53.
LI Jinbing. Tourist satisfaction analysis based on cultural perspective[J]. Journal of Southwest University of Science and Technology (Philosophy and Social Sciences Edition), 2007(4): 31-33, 53.
- [9] 吴磊, 顾桥. 创业力的诠释与研究维度[J]. 经济管理, 2006(17): 33-37.
WU Lei, GU Qiao. Annotation and research dimension of entrepreneurship[J]. Economic Management, 2006(17): 33-37.
- [10] 曹威麟, 张丛林, 袁国富. 论中国创业文化的振兴与繁荣[J]. 江淮论坛, 2002(5): 40-44.
CAO Weilin, ZHANG Conglin, YUAN Guofu. On the revitalization and prosperity of Chinese entrepreneurial culture[J]. Jianghuai Forum, 2002(5): 40-44.
- [11] 汤伶俐, 肖鼎光. 经济学视角下创业文化构成体系研究[J]. 商业时代, 2013(6): 141-143.
TANG Lingli, XIAO Dingguang. A study on the system of entrepreneurship culture from the perspective of economics[J]. Business Times, 2013(6): 141-143.
- [12] MCGRATH, MCMILLAN, SCHEINBER G. Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural difference between entrepreneur sandnon-entrepreneurs[J]. Journal of Business Venturing, 1992(7): 115-135.

- [13] 李庆华. 企业创业文化特征、测评及培育[J]. 商业时代, 2008(29): 104-105.
LI Qinghua. Enterprise entrepreneurship cultural characteristics, evaluation and cultivation[J]. Business Times, 2008(29): 104-105.
- [14] 宋玉兰. 我国创业文化理论体系的构建刍议[J]. 白城师范学院学报, 2013, 27(1): 30-33.
SONG Yulan. On the construction of the theoretical system of entrepreneurial culture in China[J]. Journal of Baicheng Normal University, 2013, 27(1): 30-33.
- [15] 邓建生. 创业文化与中国大学的时代使命[J]. 高等教育研究, 2000(6): 22-26.
DENG Jiansheng. Entrepreneurship culture and the era mission of Chinese universities[J]. Higher Education Research, 2000(6): 22-26.
- [16] 肖陆军. 创业文化及其建设论析[J]. 理论学刊, 2014(10): 123-127.
XIAO Lujun. An analysis of entrepreneurship culture and its construction[J]. Theoretical Journal, 2014(10): 123-127.
- [17] 仲伟仁, 王亚平, 王丽平. 创业文化对创业者创业动机影响的实证研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2012, 33(9): 160-170.
ZHONG Weiling, WANG Yaping, WANG Liping. An empirical study on the impact of entrepreneurial culture on entrepreneurial motivation[J]. Science and Science and Technology Management, 2012, 33(9): 160-170.
- [18] 王倩, 蔡莉. 创业机会开发过程及影响因素研究[J]. 学习与探索, 2011(3): 191-193.
WANG Qian, CAI Li. Research on the development process and influencing factors of entrepreneurial opportunities[J]. Learning and Exploration, 2011(3): 191-193.
- [19] 姜彦福, 高建, 程源, 等. 全球创业观察2002中国报告[M]. 北京: 清华大学出版社, 2003: 23-39.
JIANG Yanfu, GAO Jian, CHENG Yuan, et al. Global entrepreneurship watch China report 2002[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2003: 23-39.
- [20] 吴凌菲, 吴泗宗. 文化环境与创业过程的关系[J]. 经济管理, 2007(13): 76-80.
WU Lingfei, WU Sizong. The relationship between cultural environment and entrepreneurial process[J]. Economic Management, 2007(13): 76-80.
- [21] DAVIDSSON P. Culture, structure and regional levels of entrepreneurship[J]. Entrepreneurship and Regional Development, 1995, 7(1): 41-62.
- [22] 张天舒. 创业文化与区域经济发展相关性分析[J]. 中国证券期货, 2010(1): 77-78.
ZHANG Tianshu. Correlation analysis of entrepreneurial culture and regional economic development[J]. China Securities Futures, 2010(1): 77-78.
- [23] 涂云球. 地域文化与赣商成长环境研究[D]. 南昌: 南昌大学, 2010(4): 10-12.
TU Yunqiu. A study on regional culture and the growth environment of Jiangxi merchants[D]. Nanchang: Nanchang University, 2010(4): 10-12.

On the formation mechanism of regional entrepreneurship culture

NING Liang¹, PENG Yuan^{1,2}, XIAO Xinfeng¹

(1. School of Business Administration, Jiangxi University of Finance and Economics, Nanchang 330013, China;

2. School of Computer and Information, Jiangxi Agricultural University, Nanchang 330013, China)

Abstract: In this paper, based on the analysis of the related concepts of regional entrepreneurship culture, a two-dimensional model is established and the formation mechanism of regional entrepreneurial culture is analyzed from the influencing factors, the constituent elements and the formation mechanism. In this analysis, this paper takes the process of Jiangxi's entrepreneurial culture as a case, and reveals the general law of the formation of regional entrepreneurial culture in China, which would have constructive value to other scholars who study regional entrepreneurial culture as well.

Key Words: region; entrepreneurial culture; Jiangxi; formation mechanism

[编辑: 游玉佩]