

顺势而为：企业家认知成长与企业发展研究*

尹剑峰, 叶广宇, 黄 胜

(华南理工大学工商管理学院, 广东 广州 510640)

内容提要:企业顺势发展的内在过程是什么? 本文采用文献研究与案例研究相结合的方法, 具体研究了企业家认知成长的内在机理, 并揭示了企业家认知成长与企业顺势发展间的内在关系。研究表明:(1)企业的创立与发展是一个在企业家认知的影响下, 进行机会识别、身份认定及能力构建并不断循环发展的过程;(2)持续的新机会识别、组织身份重构以及新能力构建的循环发展有助于企业家认知的不断成长;(3)企业家认知在企业家学习及实践的共同作用下不断成长;(4)企业家认知是影响企业顺势发展的关键因素;(5)企业家认知的持续成长, 通过新机会识别、组织身份重构及新能力构建的循环过程来驱动企业顺势发展。

关键词:企业家认知; 企业家学习; 机会识别; 身份认定; 能力构建;

中图分类号:F272.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2017)02—0035—17

在相同的经济环境下, 不同企业由于发展方式不同, 导致企业间不论在发展速度、规模还是业绩上都存在重大差异性。不少企业基于路径依赖性一直沿着原有的路径与模式向前发展, 从而陷入自己设置的“成功”或“熟悉”的陷阱; 而有一些企业(如腾讯、阿里巴巴等)却能顺应经济发展的大方向及时进行路径转换, 把握住新趋势顺势发展, 从而不断迎来新的、广阔的发展空间。针对企业顺势发展问题, 长江和记实业有限公司主席李嘉诚曾有一番论述:“当大家没看到的时候, 我看到了; 当大家看到了的时候, 我已经在做了; 当大家都在做的时候, 我就开始走。”这类顺势发展的企业有一个共同的特征, 即率先发现了某个未来发展的大趋势并率先进行布局, 顺应着某个新趋势而实现快速发展。换句话说, 顺势发展的企业具有很强的机会识别能力, 能够率先识别到其他企业没能识别到的新机会, 并快速完成组织身份的转换、构建相应的能力去抓取新的发展机会, 从而在一个新的领域中顺应一个新的趋势快速发展。

通过文献阅读发现: 企业间的机会识别由于受企业家认知及组织身份认定的影响而表现出较大差异性: 一方面企业家不同的知识、经历、理念和思维方式等所形成的不同认知风格(杨林、俞安平, 2016), 会影响企业对未来机会的发觉和把握(Augier M等, 2009); 另一方面组织身份的认定具有路径依赖性, 让企业根据自己的“身份”行事(Pratt M G等, 2000), 在一定程度上限定了企业的未来发展方向, 从而影响了企业对本行业外其他新机会的识别能力。此外, 当企业识别到新的发展机会时, 能否有效地开发和利用机会在很大程度上受到了“企业家认知”和“能力构建”因素的影响, 即企业如何构建相应的运作能力以涉足新的领域抓取和利用新的机会。为此, 本文试图通过研究企业的机会识别、组织身份认定、能力构建等因素与企业家认知间的关系来揭示企业家认知成长的内在机理, 进而揭示企业家认知成长驱动企业顺势发展的内在过程。

收稿日期: 2016-08-22

* 基金项目: 广东省社科规划项目“制度环境、制度能力对创业企业国际化战略绩效的动态影响”(GD14CGL12); 广东省高等学校高层次人才项目“母国环境约束下的民营企业国际化战略”(N914022a)。

作者简介: 尹剑峰(1980-), 男, 江西永新人, 讲师, 博士研究生, 研究领域是企业国际化战略, E-mail: 1429150992@qq.com; 叶广宇(1968-), 男, 河南西平人, 教授, 博士生导师, 管理学博士, 研究领域是企业战略管理, E-mail: bmggye@scut.edu.cn; 黄胜(1983-), 男, 广东梅州兴宁人, 讲师, 管理学博士, 研究领域是新创企业国际化和国际创业, E-mail: 154761962@qq.com。通讯作者: 尹剑峰。

一、文献回顾与研究框架

1. 机会识别、组织身份认定与能力构建

机会识别是对开发有利可图新业务可能性的感知(Kraekhardt D,1995),是企业家利用其卓越的信息处理能力,主动搜寻机会信息并进行认知加工后将潜在机会信息识别出来的过程(Kelly G Shaver等,1991)。机会识别主要由知觉能力和警觉性两个维度构成(Ozgen E,2003)。机会识别的来源主要有三种方式,即主动搜索(企业家借助自己独特的知识与技能而获取新机会)、被动搜索(因业绩差而被动地去搜寻新机会)和偶然发现(意外地获取新机会)。关于机会识别的本源问题,学术界目前存在两种经典观点:(1)发现的观点,该观点认为机会本身就是一种客观存在,它独立于人的意识之外,企业家都能够借助搜索、加工信息来发现机会(Shane S, Venkatarman S,2000)。但由于发现机会的企业家之间存在着显著差异性(Shane S,2000),以致只有一部分企业家能发现机会,即认为企业家的个人特征是影响机会识别的一个关键因素(林嵩、姜彦福等,2005),能否识别机会取决于企业家的个性差异,如警觉性、社会资本等等。企业家掌握的特定知识尤其是特定信息让他能识别出其他企业家不能感知的机会(Shane S, Venkatarman S,2000)。(2)创造的观点,该观点从认知的角度来解释机会的识别过程,其思想主要源于创生理论。创生视角认为:机会识别是企业家依照过去行动中对环境的理解来对现有环境信息进行认知加工而产生的,即它是企业家随着行动的回顾释意而产生的(Cartner W B等,2004)。机会的创造过程其实是企业家进行复杂认知加工创造的过程,而“发现”仅仅是机会创造过程的一个结果。Kirzner(1997)整合了这两种观点并认为机会识别介于两种方式之间:一是企业家纯偶然地获得新信息而意外地发现了机会;二是企业家在特定时间内通过有目的、警觉地搜寻外界信息,并通过认知加工识别到新的发展机会。从这两种观点的整合视角来看,机会发现和机会创造都有一个共同点:在机会识别过程中,企业家都需要对外界信息进行加工,都与企业家认知有关;在客观事实与企业家认知之间的持续交互过程中,企业家通过以往知识和后继行为创造出机会(Dutta D K等,2005)。

企业家间的机会识别存在很大的差异性,这主要受到了组织身份认定这一因素的影响。组织身份认定是企业组织多数成员关于组织属性的共识体系(Cornelissen J P,2002;Luo Y等,1991;Albert S等,1985)。组织身份是一种人为构建的产物,管理者(尤其是企业家)能赋予组织自己的信念和价值观,能最好地代表组织的“原型”(Hogg M A等,2000)。在企业里由于组织身份共识在形成过程中具有路径依赖性,因而组织身份一旦认定后,在一定时期内具有较强的持续性和稳定性,会因为组织成员行为的路径依赖性及其认知的固化而不易改变。组织身份会影响企业的组织行为(Livengood S等,2010),并为企业对外经营行为与反应提供参照物(刘云,2014)。也就是说企业必须依据“身份”行事(即做份内的事),所以许多企业一旦认定了组织身份后,往往会沿着认定的方向在所处领域中不断识别机会。然而从长期来看组织身份很难一成不变(Hogg M A等,2000),因为随着企业内外环境的变化,原有的组织身份与环境的不适应性会日益凸显出来,以往成功地为企业提供价值判断和行为指导的组织身份反而成了企业适应环境新要求的束缚;为此,企业必须对组织身份进行更新或变更(即重构组织身份),以指导企业识别和抓取新的机会实现进一步地发展;因此,组织身份应该具有动态性特征。企业可以通过“增补”的方式进行组织身份重构,即在现有身份之外增加新的身份维度或成分,使之成为企业新的组织身份,从而让组织身份具有多重性特征(杜晓君等,2015)。在企业生命过程中,组织身份正是通过不断发展、演变、重构,以增强适应性,通过突破原有组织身份的束缚,识别和抓取新的机会而实现持续、快速发展。然而,当企业突破原有组织身份的束缚、识别到其他领域新的发展机会时,企业能否抓住和利用机会跨入新的领域进一步地发展,这在很大程度上受到了企业“能力构建”因素的影响,因为不同的经营领域所要求的企业运作能力是不一样的,这也成了企业跨入其他领域发展的一大壁垒。能力构建是企业能力理论中的一个重要概念(王涛、任荣,2011),它是企业通过整合内外资源以构建某种新能力的组织活动(Gupta A K等,2006;Lavie D等,2006),其目的在于成功抓取新机会和获得大量新的资源(Luo Y,2002)。本研究发现机会识别、组织身份认定与能力构建三因素间存在以下

内在关系,如图1所示:

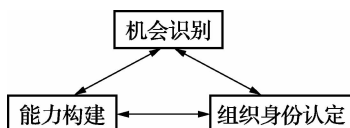


图1 机会识别、组织身份认定与能力构建关系图

资料来源:本文绘制

2. 企业家认知

企业家认知是指企业家在长期实践中随着知识、经验的累积而逐渐凝结成的一种结构化知识框架及信念体系。企业家认知是企业家通过其意识活动来认识和加工外部知识并作出相应行为反应的过程,它能指引企业家把握企业的未来发展方向(Adner R等,2003)。现实中由于企业家在教育背景、工作经历、思维方式、性格特征以及对企业生存发展理念等方面存在差异性,从而形成了企业家们各自相对独特的认知风格,并影响他们的经营行为。企业家认知主要由配置认知、意愿认知和能力认知三个结构维度构成(杨林、俞安平,2016),并在一定程度上影响着企业的机会识别、组织身份认定与能力构建,即:(1)配置认知,它是关于企业家在经营发展中所需的接触、资源与关系等的知识结构,涉及企业家如何通过特殊配置来支持其在特定领域的技能和业绩。配置认知会对企业家机会识别能力产生一定的影响,企业家间由于知识结构、企业家社会资本等的不同,从而形成不同的认知模式并产生不同的影响效应,进而影响企业家对外界环境信息的搜索和感知,以及对潜在机会信息的识别与利用(Augier M等,2009)。客观机会只有经过企业家认知加工后才能被识别及利用(汪良军、杨蕙馨,2004)。在带有企业家主观判断色彩的认知加工过程中(Gregoire D A等,2010),企业家由于其认知因素的异质性,从而在机会识别方面存在很大的差异性,不同企业家常常关注不同的机会,即使面对同一个机会他们对其评价也往往各不相同(林嵩、姜彦福等,2005)。(2)意愿认知,它是企业家承诺进行企业创立与发展,并愿意接受有关企业相关观点的知识结构。意愿认知会影响企业家的信念与价值观进而影响企业组织身份的认定。(3)能力认知,它是关于企业家实现企业创立与发展所必须的技能、知识、资源等的知识结构。企业家认知是推动企业“能力构建”的关键因素(Gregoire D A等,2010),企业家会通过其认知向来推动企业能力构建活动(王涛、张雁、李妹,2012),它会影响企业能力开发及寻找解决方案的行为(Tripsas M,2000)。Helfat & Peteraf(2003)也指出,企业家通过认知活动可以将个体能力转化为企业能力,进而使企业作为一个工作单元很快地运转起来。

通过以上梳理,本研究发现企业家认知与机会识别、组织身份认定、能力构建间存在以下内在关系,如图2所示:

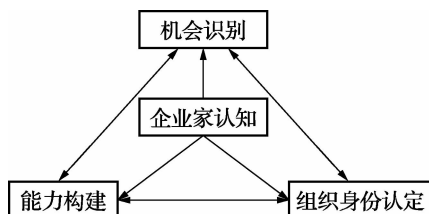


图2 企业家认知与机会识别、组织身份认定及能力构建关系

资料来源:本文绘制

3. 本文研究框架的构建

本文研究的是企业家认知与企业顺势发展间的内在关系,所谓顺势发展是指企业率先发现了某个未来

发展的大趋势并率先进行布局,顺应着某个新趋势而实现快速发展的过程。而企业能否率先识别到新机会并进行组织身份重构和新能力构建,在很大程度上受到了企业家认知的影响。为此,本文以企业家认知作为自变量,以顺势发展作为因变量,以机会识别、组织身份认定和能力构建作为中间变量,初步构建了如图3所示的研究框架:

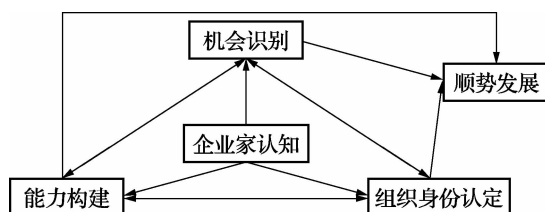


图3 本文研究框架

资料来源:本文绘制

二、研究设计

1. 研究问题与研究方法

本文主要研究三个问题:(1)企业家认知、机会识别、组织身份认定与能力构建四个因素间的内在关系是什么?通过研究这些因素间的内在关系来构建解释企业创立与发展的理论模型;(2)企业家认知成长的内在过程是什么?即研究机会识别、组织身份认定、能力构建与企业家认知的关系来揭示企业家认知持续成长的内在机理;(3)企业顺势发展的过程和内在机理是什么?即研究企业家如何通过企业家认知的成长来发掘新的发展趋势,并通过识别新的发展机会、及时重构组织身份并构建相应的能力来抓取新机会,以顺应某个新趋势而实现快速发展。为了能对这些问题进行较为深入的研究,进而揭示企业顺势发展的内在过程,比较有效的方法是进行案例研究,即寻找在顺势发展方面做得比较成功的企业,通过深入调研、访谈来探究企业顺势发展的内在机理。

2. 案例选择

本文选择案例公司依据的标准主要包括:(1)公司具有经营自主权,能自主决策、自主经营;(2)公司领导能力出众;(3)公司具有很强的机会识别能力,能够顺应一些新的趋势而实现快速发展。为此,经过大量的观察和筛选,本文选择了深圳正威国际集团公司(以下简称正威公司)作为案例公司。正威公司成立于1993年,创业初期只是一家小型线材加工企业,主要生产经营一些电源线、插头等零配件;2003年起正威公司通过几次战略转型,迅速发展成为横跨线缆制造业、铜业和高科技行业等多个经营领域的世界500强企业,2015年产值超过3000亿元。

3. 案例资料的收集

本研究组建了一个案例研究团队并组织多次案例研究方法专题研讨会,以确保5名团队成员在研究过程中均能熟练掌握及运用案例研究方法。然后再组织大家搜集和阅读大量的相关文献,梳理清楚前人的研究成果,在此基础上经过团队成员的共同研讨制定出了一个较为完整的研究框架和一份半结构化的访谈提纲。与此同时,为了确保案例研究的信度和效度,本研究采用了直接观察、深入访谈、内部文件、内部期刊、报表、公司网站、宣传公告,以及新闻媒体报道等多种证据来源的三角验证法;而在深入访谈时,本研究采用驻厂的方式用6周时间较大范围地访谈了公司高层(董事局主席、副主席、总裁助理、总监等)、中层(职能部门经理、主管等)和基层员工(职能部门专员及车间工人),较大范围地收集到相关案例资料并形成“三角验证”,有效地限制了同源偏差。在访谈过程中,本研究针对每位高层的访谈时间控制在30~60分钟之间,除了咨询一些企业经营状况、未来发展战略之类的问题之外,更主要的是围绕本研究最为关心的问题,即“公司是如何发现新机会的?”“公司如何重构组织身份?”“如何构建新业务的运作能力?”“高管如何评价企业

最高负责人?”等等;由于访谈中对方不允许录音(公司保密工作做得比较严格),于是本研究安排了两位成员专门做笔录,访谈完一位高管后,在整合两份笔录的基础上,再结合大家的记忆将一些遗漏的重要观点或话语补充起来。而针对中层管理人员的访谈,时间控制在30分钟左右,主要访谈一下公司的发展历史、故事、公司内部运作、效益情况、对老板的看法以及收集一些具体资料等。而针对基层员工的访谈,时间控制在10分钟左右,主要了解一下他们的工作内容,公司福利待遇情况,以及对公司及老板的评价等。

4. 案例资料的梳理及编码

通过对深圳正威公司的深入调研及访谈,本研究收集到了正威公司发展过程中的丰富的资料,经过初步编码后得到112个条目,再对各条目进行提炼、整合,并将一些无效条目剔除后,将总的条目进一步精简成了97个。因为本研究在访谈过程中重点了解的是正威公司如何识别机会、如何认定或重构组织身份、如何构建能力以顺应新趋势进行快速发展,以及在此过程中企业家认知如何起作用等方面的问题;因此,本研究选用的研究变量主要为:机会识别、组织身份认定、能力构建、企业家认知和顺势发展;但在访谈过程中,本研究又发现“企业家学习”这一因素对企业家认知及企业发展有较大影响,因此本研究又增加了“企业家学习”这一个变量;在此基础上对这个6个研究变量进行了第一层次的编码,标示机会识别(A)、组织身份认定(B)、能力构建(C)、企业家学习(D)、企业家认知(E)和顺势发展(F)。与此同时,本研究在访谈过程中发现机会识别、组织身份认定与能力构建又分了几个阶段变化,即公司每经历一次转型突破都会引起一番新变化;为了更为清晰地理清每个阶段的变化过程,本研究根据机会识别、组织身份认定和能力构建3个因素的不同变化阶段进一步地细分和编码,标示线缆行业机会识别(G)、铜行业机会识别(H)、高科技行业机会识别(I)、线缆行业身份认定(J)、铜行业身份认定(K)、高科技行业身份认定(L)、线缆行业能力构建(M)、铜行业能力构建(N)、高科技行业能力构建(O)。在此基础上,按照资料所支持的论点,本研究又将各条目归类到了各变量下面并按照一定的顺序进行编码。深圳正威公司资料编码及条目情况如表1所示:

表1 正威公司资料编码表

| 一级编码 | 二级编码 | 条目内容及编码 |
|-----------|----------------|--|
| A 机会识别 | G 线缆业机会识别 | AG1:上世纪90年代初,在欧美制造业加速往中国转移的大趋势下,我国沿海制造业蓬勃发展,也正是投资加工业的黄金时期 |
| | | AG2:公司负责人(王文银)创业前在深圳一家线缆厂担任仓管、业务经理、总助等职务,对线缆制品如电源线、插头等的生产、经营比较熟悉 |
| | | AG3:电源线、插头等线缆制品工艺简单、投资成本低,且主要依托一些大型电器公司进行零配件的代理加工,订单充足且利润较为丰厚 |
| | H 铜行业机会识别 | AH1:2003非典事件爆发,工厂大面积、长时间停工给沿海制造业造成巨大的恐慌和危机;且有有色金属行业也跌至历史低谷,正是投资介入的最佳时期,因为有色金属具有保值功能,且投资、升值空间巨大 |
| | | AH2:公司负责人的家乡(安徽铜陵市)拥有丰富的铜矿资源,且当地市政府正在对外招商引资进行铜矿的开发 |
| | I 高科技行业机会识别 | AI1:自2008年金融危机爆发以来,传统制造业开始步入低迷状态,在德国工业4.0、中国工业2025等战略计划的引导下,高科技行业成了未来发展的热点行业 |
| | | AI2:在国家号召发展高科技产业的同时,许多地方政府开始大规模兴建高新技术产业园,并提供诸多优惠政策招商引资,以刺激当地经济发展 |
| | | AI3:2013年混合所有制的推出给私企发展提供了重大政策机遇 |
| | | AI4:正威公司紧抓这一重大政策机遇,通过与国企合作开始跨入高新材料、智能手机等高新技术产业 |

| 一级编码 | 二级编码 | 条目内容及编码 |
|--|----------------|--|
| B 组织身份认定 | J 线缆业身份认定 | BJ1:1993—2005 期间公司一直致力于投资发展电源线、插头等线缆业务 |
| | | BJ2:在 1995 年和 1996 年两年时间里,公司又先后创立了携威电线制品厂和科威有限公司 |
| | | BJ3:1997 年公司在香港地区进行 OEM、ODM 生产,1998 年又在大陆进行 OEM 生产 |
| | | BJ4:2000 年公司生产规模翻了两翻 |
| | | BJ5:2001 年创立了第三家子公司——诚威电线厂 |
| | | BJ6:2002 年携威电线制品厂经过专家评审,顺利通过了 ISO9001:2000 质量管理体系认证 |
| | | BJ7:2003 年在整合各线缆制品厂的基础上,组建了深圳正威科技公司(深圳正威国际集团线缆事业部,占地面积超过 100 亩),成为了线缆行业的领先企业之一 |
| | | BJ8:自 2012 年以来,借助于金融危机引发的加工业倒闭潮,深圳正威科技公司兼并收购了多家倒闭线缆厂,生产规模又在快步增长 |
| | | BJ9:2015 年深圳正威科技公司(正威公司线缆事业部)的产值高达 3.5 亿元 |
| | K 铜行业身份认定 | BK1:2005 年王文银(公司创始人)决定跨入铜业以进行产业链的整合,并投资 30 亿巨资在铜陵市创建了全威铜业公司 |
| | | BK2:公司负责人说:“公司必须继续往上游走,投资和掌控不可再生的铜矿资源,以形成铜矿开采、加工、制造倒三角的经营格局。” |
| | | BK3:巫冠逸(董事局副局长)说:“我们投资铜矿的目标就是要构建完整的产业链,从最先的石头原料开采到最后的成品插头全经营完,以留住中间很多的剩余价值。” |
| | | BK4:公司负责人王文银认为:“打造全威铜业,最重要的就是要把它做到极致。” |
| | | BK5:2011 年 10 月全威(铜陵)开始实施铜深加工产业园二期项目,进一步拓展铜产业版图 |
| | | BK6:2013 年 6 月,乘着国家一带一路战略的东风,全威铜业开始在兰州投建产业园,以打通公司在中亚地区投资铜矿的通道 |
| | | BK7:目前全威铜业已发展成为安徽省颇有影响力的民企之一,成了正威公司的“主心骨” |
| | | BK8:2014 年 10 月 28 日,正威公司与南方稀贵金属交易所针对搭建“铜交易中心”合作问题,正式签署了战略合作协议 |
| | | BK9:巫冠逸说:“公司在全球铜业中的市场份额必须提高到两位数,以掌控行业话语权!” |
| | | BK10:目前正威公司铜材业务的年产值已超过千亿元,成功打造了正威的“铜业帝国” |
| | L 高科技行业身份认定 | BL1:近年来正威公司开始重点转向经营半导体、高新材料等产品 |
| | | BL2:正威公司以“产业报国”为己任,以“努力做民族半导体产业脊梁”为使命 |
| | | BL3:2012 年 5 月,正威公司在安徽池州打造一个以芯片设计、晶圆制造、封装测试为核心的“中华芯都”(投资 1000 亿元) |
| | | BL4:2013 年 6 月正威公司在四川广安打造宏威高新电子信息材料产业园(投资 200 亿元) |
| | | BL5:2013 年 8 月正威公司打造正威(兰州)电子信息产业园(投资 200 亿元) |
| | | BL6:2013 年 9 月,正威公司在湖北黄石打造正威(黄石)电子信息产业园(投资 200 亿元) |
| | | BL7:2014 年 6 月 28 日,为打造移动终端完整产业链,正威公司投资建设了金通威科技公司 |
| | | BL8:2015 年 3 月 28 日,正威公司投资 250 亿元在河南郑州建设正威科技城智能终端(手机)产业园 |
| BL9:2015 年 4 月 10 日,正威公司投资 80 亿元在河南洛阳建设正威(洛阳)有色科技城 | | |

| 一级 编码 | 二级 编码 | 条目内容及编码 |
|---------------|--|---|
| C 能力 构建 | M 线 缆 行 业 能 力 构 建 | CM1:1993 年公司创始人(王文银)在深圳光明区租赁了一套厂房,正式注册成立了一家线缆生产企业(深圳正威线缆有限公司) |
| | | CM2:公司以分期付款方式购买了一百台生产机器 |
| | | CM3:公司聘用了十数名工人进行生产加工,聘用了几名业务员,在整合原有客户资源(创始人在上家公司任职时,积累了一批客户资源)的同时,积极开拓市场 |
| | | CM4:王文银借助在上家公司工作时积累的供应商资源构建了原材料供应链 |
| | | CM5:1994 年公司采用贸易和 OEM 的方式打开市场并构建经营格局 |
| | N 铜 行 业 能 力 构 建 | CN1:2005 年公司通过竞标的方式从安徽铜陵市获得了某铜材冶炼项目经营权 |
| | | CN2:2005 年公司成功组建了全威(铜陵)铜业公司(投资 30 亿) |
| | | CN3:为了把铜业做好,王文银按“最好”的标准严格要求一切(包括最好的人才、设备、技术和原料等等) |
| | | CN4:为了聘用一位专业人士来代理经营好铜业,王文银从世界著名的台一铜业公司将一位铜业资深人士巫冠逸请过来,代替他全面负责铜材业务 |
| | | CN5:为了把铜业项目做到极致,王文银带领团队走访了发达国家或地区上百家在国际市场上享有声誉的铜线杆制造厂,参观了百余条先进生产线 |
| | | CN6:全威铜业特别注重研发,例如为了提升铜的质感,公司研究了一种独特技术,让公司生产出的铜不但光亮,而且还具有非常强的抗氧化能力 |
| | | CN7:2007 年成功打造了安徽铜陵铜制造产业园 |
| | | CN8:2008 年全威铜业从哈兹列特铸线公司引进了全球最大的铸铜机 |
| | | CN9:全威铜业在国内率先采购了国际领先的德国西马克制铜设备,确保在铜行业的领先制造技术水平 |
| | | CN10:董事局副局长巫冠逸说:“公司投资最先进的设备,目的是要把质量做到最好,以便让更多的客户对我们产生依赖。” |
| | O 高 科 技 行 业 能 力 构 建 | CO1:董事局主席王文银及其高管团队的一项重要工作就是针对一些重大高科技投资项目,与省市政府建立良好的合作关系 |
| | | CO2:2014 年 9 月 10 - 13 日,王文银带领公司高管前往江西考察项目,受到江西省委领导的接见 |
| | | CO3:2014 年 10 月 11 日,王文银受到贵州省委领导的接见,并谈了正威公司在贵州的投资项目 |
| | | CO4:2014 年 10 月 12 日,王文银受到云南省委领导的接见,并谈了正威公司在云南的投资项目 |
| | | CO5:王文银办公室挂着 50 多幅与国内外知名企业家及政府高层领导的合影,这些合影往往都是一些重大投资项目实施的见证 |
| | | CO6:2014 年 5 月 28 日,汪长根(正威公司董事局副局长)一行得到河南省领导的接见,双方就正威科技城项目(总投资达 700 亿元)进行了详细的会谈。 |
| | | CO7:为了将半导体项目有效运作起来,公司项目筹备组前往集成电路产业发达国家或地区(主要包括欧美、日本、韩国、中国台湾等),与国际大型半导体企业洽谈技术合作、联合开发、收购等事宜 |
| | | CO8:2013 年,正威公司成功收购了三星集团 8 英寸晶圆制造厂的设备,开始在半导体产业链上布局谋篇 |
| | | CO9:王文银说:“我们收购的公司有两种:一种是规模较大却陷入衰退的,主要是利用其产能;另一种是成立时间短的高科技公司,主要是看重它的技术。” |
| | | CO10:王文银的一项重要工作,就是花重金去寻找能代替他胜任某项工作的一流高管人才,在正威公司有不少拥有百万甚至千万年薪的人才 |
| | | CO11:在全球各地洽谈技术合作的过程中,正威公司也在大量网罗各类技术人才和管理人才;目前已网罗到了一百多名高端技术人才,包括多名国家“千人计划”中的顶级人才 |

| 一级编码 | 二级编码 | 条目内容及编码 |
|------|-------|---|
| D | 企业家学习 | D1:王文银办公室摆放最多的就是满柜的书籍,且天文地理、人间百态、商业哲学无所不包 |
| | | D2:王文银除了喜欢阅读报纸、杂志外,还喜欢广阅书籍,并在那些精读书的内页中记录他的读书感悟 |
| | | D3:王文银有一个看书习惯:看到富有启发性的好句子时,他会如获至宝地抄在本子上记熟 |
| | | D4:王文银说:“健康在早上,成功在晚上。”王文银有一个良好的读书习惯:每晚坚持读两个小时的书并做读书笔记,从中获益很多 |
| | | D5:王文银说:“人其实不是慢慢老去的,而是在他思想停止增长的那一刻起就已经衰老了”。 |
| | | D6:关于读书,王文银有许多经典的话:“一日不读书,没人看得出;一月不读书,说话会爆粗;一年不读书,智商输给猪!”“一个人不能只追求几个小时或几十天的回报,而应该追求几十年的回报,只有这样的人才能成为一名真正的企业家”! |
| E | 企业家认知 | E1:王文银回忆当年深圳发展时说:“我当时大学刚毕业,但求职时我拿的却是高中文凭,去应聘一些基层岗位,因为我觉得要干出一番事业必须从基层做起”! |
| | | E2:刘昭林(采购中心负责人)回忆说:“王文银很有激情,头脑灵活,爱研究和总结,他记忆力非常强,当年在做仓管期间,他能背出电源线、插头等上千种物料的编码!”“他怎么看都不像打工的,因为他迫切想了解如何运营一家工厂,果然在提拔成总经理助理后不到两年,他就‘单飞’了”! |
| | | E3:王文银说:“我之所以能做成别人干不成的事,是因为我能想到别人想不到的问题,能看见别人看不见的地方”。 |
| | | E4:王文银说:“当危机到来时,有百分之七十的人能把握危机,有百分之十的人能把握危机的变化,却只有万分之一的人能把握住危机变化的拐点!”王文银就是其中的一个 |
| | | E5:1997年亚洲金融危机爆发,许多加工型企业陷入恐慌之中以致纷纷停产甚至倒闭,而王文银却认为这是一次市场洗牌的良机,于是他到处收购倒闭的线缆企业或生产设备,大规模扩张电源线、插头的生产规模,而后很快赶上经济复苏,正威公司便步入快速发展的顺境 |
| | | E6:在早期,正威公司的主要业务是为大型电器公司生产电源线、插头等零配件产品,其市场和价格完全由大公司掌控,王文银感觉到公司要取得突破性发展就必须沿着产业链进行扩张,于是他开始酝酿着向产业链上游(铜冶炼)扩张 |
| | | E7:2003年的“非典事件”给广东制造业带来了一场重大的冲击,许多工厂长时间停工甚至倒闭以防范风险,王文银反而大幅加大了投资 |
| | | E8:在非典期间,经济遭受到了巨大的波动,资源价格也跌至低谷,这时王文银却试图收购铜矿。当时反对的人非常多,并遭到一名投资股东的强烈反对。王文银在会上强势地说了一句:“如果世界毁灭了,要那些钱又有何用呢?还不如把它们变成矿”! |
| | | E9:唐毅辉(王文银助理)说:“全威(铜陵)铜业项目是当年王文银下的最大的一笔赌注,总投资高达30亿元,投资这个项目的目的就是连通线缆制造与铜矿开采的两端”。 |
| | | E10:关于2008年金融危机,王文银回忆说:“其实之前我一直预感它会爆发,那年这场危机果真到来了,大量企业倒闭或半死不活的,而我们却借机大规模地抄底人才和资源”。 |
| | | E11:王文银喜欢钻研经济发展的规律,他说:“全球经济几乎每隔十年左右就会激烈地震荡一次,中国政府每隔五年左右就会出台一轮严厉的宏观调控政策,企业只有紧跟经济发展的趋势和格局才能大发展”。 |
| | | E12:王文银坚信:当前正快速进入五个革命(即工业革命、能源革命、科技革命、信息革命和生活方式革命)叠加的互联网时代,顺应这一浪潮定能做成一番大业 |
| | | E13:王文银说:“一个企业家要在商场、官场、洋场、道场上做到非常精通才能真正成功”。 |

| 一级编码 | 二级编码 | 条目内容及编码 |
|------|-------|---|
| E | 企业家认知 | E14:王文银用“五个识”来概括人生的成长过程,他说:“大家都知识,那是‘常识’,只有少数人知道的才是真理;人唯有坚持学习与积累才能产生‘学识’,再通过不断的实践以及丰富的阅历才能转化为‘见识’;人有了‘见识’才敢想敢干,于是又有了‘胆识’;当你身上附有了这四个‘识’之后,自然就会为众人所‘赏识’”。 |
| | | E15:王文银曾赞誉人力资源总监说:“你们人力资源部虽然不会赚钱,但你们会为公司找来会赚钱的人”! |
| | | E16:王文银说:“要让专业的人来做专业的事,我们公司里有大量专业能力非常强的人才,而我就是充当导演、魔术师和教练的角色。”“公司的每个人在其专业领域都比我更厉害。”“一个公司只有广聚能力超越老板的人才,它才会变成一个巨人公司”。 |
| | | E17:王文银讲了几个布施:把勤奋布施出去就能换来财富,把财富布施出去就能换来人才,把爱心布施出去就能换来事业,把智慧布施出去就能换来成就 |
| | | E18:易本和(正威公司线缆事业部总裁)在评价王文银时说:“他有三大优点:一是善于把握趋势和抓住商机,二是很善于用人,三是做什么事都很用心”。 |
| | | E19:唐毅辉(王文银助理)评价王文银说:“举一知一的是人手;举一反三的是人才;而王文银却能举一反三”! |
| | | E20:王文银为公司制定了“五个十年”的远景规划,在前二十年已将公司打造成“制造的正威”、“资源的正威”的基础上,再用三个十年将公司打造成“科技的正威”、“金融的正威”和“思想的正威”。王文银说:“只要沿着创造‘思想’之路前行,公司不只为成为500强公司,还将成为能活500年的长寿公司”! |
| F | 顺势发展 | F1:在过去20多年的持续发展过程中,正威公司经历了数次重大危机或机遇,并在每次危机或机遇中都将公司顺势打造成一个全新的正威 |
| | | F2:1997年亚洲金融危机的爆发,王文银借机大规模扩大线缆产能,而后很快在经济复苏所带来的销售旺期中获利颇丰,并从创业初期的租赁厂房,转变成建立了自己的产业园,从而成就了“制造的正威” |
| | | F3:2003年“非典”事件的爆发,正威公司借机转投铜业,大规模收购国内外铜矿资源,并建立了多个铜冶炼产业园,从而成就了“资源的正威” |
| | | F4:2008年金融危机的爆发,正威公司借机抄底了许多资源和人才,并在十八届三中全会提出的混和所有制政策机遇下,正威公司又借机与地方政府、国企合作开始进军半导体和高新材料等高科技行业,并兴建了多个大型高科技产业园,从而成就了“科技的正威” |
| | | F5:正威公司的下步目标依次就是:打造“金融的正威”和“思想的正威” |
| | | F6:在王文银描绘的正威公司发展蓝图里,其终极目标就是要结合物联网、云计算和大数据,将城市产业、商业、金融等多个元素融合为一体,打造正威的未来智慧城 |
| | | F7:通过持续自我突破与发展,正威公司经历了从供应链、客户链、产业链、价值链、生态链一直到无边界链的产业链条持续突变过程 |
| | | F8:正威公司平均每年以30%左右的速度在高速发展,在《财富》世界500强排名中,近几年的名次依次为387位(2013年)、295位(2014年)、190位(2016年),名次每年都在快步提升 |

资料来源:企业调研

三、案例发现与理论模型

1. 企业家认知与企业创立发展过程

在长期实践过程中,每位企业家具有不同的工作经历、思维方式以及对企业生存发展的理念,由此形成各自相对独特的认知风格(杨林、俞安平,2016),进而形成不同的认知模式或状态,并产生不同的影响效应,如对外界信息的搜索与感知以及对潜在机会的识别与把握(Augier M等,2009)。由于企业家收集和处

息的方式(如认知图式、认知机制、认知结构等方面)存在较大差别,导致不同的企业家会发现不同的机会(张爱丽,2009)。奥地利学派强调企业家的认知属性是影响机会识别的关键因素,认为企业家能通过已有知识或优于他人的警觉性来更敏感地发现机会(Tang J等,2012);而客观机会只有经过企业家认知主观化与创造性的活动后,才能被识别并开发利用(Gregoire D A等,2010)。企业的创立过程往往是创始人基于企业家认知,即依靠自己的知识、经验、思维模式、创业警觉性等来搜寻、加工处理信息以识别和开发利用机会的过程。当识别到某个机会时,企业家是否愿意开发和利用该机会而投资于某行业中进行创业发展,这在很大程度上受到了“身份认定”因素的影响;只有经过“身份认定”后,企业家才会坚定投资于某个行业领域并坚定企业的未来发展方向,才会进一步进行“能力构建”,以构建出相应的运作能力抓取机会而涉入某行业进行创业发展。“能力构建”是企业利用探索和挖掘来创造出一种新能力的组织活动(王涛、张雁、李妹,2012),作为一种创造性活动,如何有效构建这一新能力在很大程度上受到了企业家认知因素的影响。概括起来,企业的创立乃至发展过程,是创始人基于企业家认知的影响下通过识别某个发展机会并进行组织身份认定后,再构建相应的运作能力(即“能力构建”)以抓取机会而步入某行业中进行创业发展的过程;与此同时,当企业认定了某个“组织身份”后,会促使企业依照自己的“身份”行事,不断识别身份领域内的市场机会,并通过持续增强企业的能力(即能力构建)以成功抓取机会。而随着企业能力构建的不断增强又会反过来让企业进一步坚定自己的“组织身份”,从而让企业坚定在某一领域内持续发展。深圳正威公司的创立发展过程也应证了这一内在过程:上世纪90年代初,正值欧美制造业加速往中国转移的重大机遇下,不甘于替人打工的王文银想“单飞”创办自己的加工企业,于是在企业家认知的影响下,他借助自己的工作经验识别到了一个创业机会,即投资工艺简单、利润比较丰厚的线缆行业(如表1中的AG1~AG3),在认定这一“身份”之后,又在企业家认知的影响下进行了线缆行业的能力构建(如表1中的CM1~CM5),从而抓住机会成功建立了一家线缆加工企业,然后再不断抓取线缆行业的市场机会并持续增强企业运作能力,从而逐步发展成为线缆行业的领头企业之一(如表1中的BJ1~BJ9)。基于以上推导,本研究构建了如图4所示的企业创立发展理论模型:

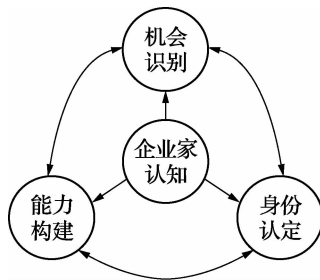


图4 企业创立发展的理论模型

资料来源:本文绘制

因此,本研究提出了以下命题:

命题1:企业的创立与发展是在企业家认知的影响下,进行机会识别、身份认定及能力构建并不断循环发展的过程。

2. 企业家认知的成长过程

通常而言,在长期实践中企业家认知风格往往都会历经一个从模糊到明确的固化过程(杨林,2010),而在这一过程中,企业家由于过去积累的知识及形成的经验图式具有路径依赖性,从而制约了企业家对新机会信息的搜寻并限定了企业的发展方向,以致让企业家认知产生“固化”,进而让企业家陷入“成功”或“熟悉”的陷阱之中(杨林、俞安平,2016)。因此,许多企业家往往在企业家认知固化后,会坚定在原有领域中通过不断识别和利用原有行业市场机会来持续做大做强。但不同企业家之间由于生活经历、教育背景、工作经验、思维方式、性格特征等的不同而形成了不同的企业家认知模式,当企业内外环境发生变化时,不同企业家对变化信息的反应是不一样的,许多企业家会因为固有的认知模式而产生认知滞后现象,而有一些企

企业家却因为具有创新型认知风格和高度警觉性会对企业内外环境的变化做出快速、积极的回应。Ronald & Lowell(2007)认为企业家认知最突出的特质在于其思维的敏锐性、逻辑性与创新性。企业家认知风格的不同会导致信息搜索、加工方式的差异进而导致不同的企业家行为(Gallen T,2006)。学者们认为:具备创新型认知风格的企业家总能自发地关注到那些常被他人所忽略的环境信息(Goldsmith R E等,1991)。Ardichvili等(2003)研究发现,高警觉性的企业家在识别新机会方面的成功概率比其他企业家要大得多。Ucbasaran等(2003)认为,企业家对机会的警觉性会对企业家认知产生直接影响。Gregoire等(2010)认为,机会产生于变化。具有高警觉性的企业家会突破固有认知模式的束缚,持续关注外在环境的变化以试图识别新的发展机会,并在与外界信息进行持续互动、加工过程中让企业家认知得以不断成长。与此同时,在企业家根据内外环境的变化持续进行新机会搜寻与识别过程中,当企业家发现更好的发展机会时,往往会诱使企业进行组织身份的变更并构建新的能力而涉足新的领域中进行快速发展,从而让企业逐步构建出越来越匹配于企业未来发展的组织身份,将企业不断推向更高的发展平台,进而不断提高企业家的视野、境界以及企业家的认知水平。概括起来说:由于企业家认知模式的不同,一些具有创新型认知风格和高度警觉性等特质的企业家会根据企业内外环境的变化,突破固有认知模式的束缚,不断识别新的发展机会,并在不断调整、构建新的组织身份及构建新能力的循环过程中让企业家认知不断成长。正威公司的发展过程也印证了这一点,上世纪90年代初正值欧美制造业加速往中国转移之际,不甘心为人打工的王文银想自己创业,但鉴于当时认知有限,他只能依据自己的工作经验识别到一个线缆行业的创业机会,于是在进行身份认定并构建了相应的能力后投身到了线缆行业中进行创业发展。但王文银是一位具有高度警觉性和很强机会识别能力的企业家,他在经营过程中一直关注外界环境的变化,并善于从机遇甚至危机中发掘商机,例如上世纪90年代公司创业发展之初,正威公司主要为一些大型电器制造商生产电源线、插头等零配件,由于市场及价格完全被大公司(大型原材料供应商及电器生产商)控制,受到上下游大型厂商的严重挤压而导致公司利润微薄、毫无话语权。于是王文银开始认识到:公司要想取得突破性发展就必须进行产业链上下游整合以获得主导权。于是2003年随着非典事件的爆发,资源价格跌至低谷,王文银成功地把握住危机的拐点并开始转向收购铜矿,于是通过重构组织身份并构建铜行业运作能力又抓住机遇跨入铜行业中,并将其发展为正威公司的“主心骨”,成功打造了一个年产值近千亿元的“铜业帝国”,而随着正威公司组织身份的逐步调整、完善,以及正威公司实力的不断增强,其创始人的境界和战略眼光越来越高,其企业家认知也在不断成长。因此,本研究提出了以下命题:

命题2:持续的新机会识别、组织身份重构以及新能力构建的循环发展有助于企业家认知的不断成长。

此外,本研究在访谈中还发现企业家学习能正向促进企业家认知的持续成长。企业家学习指的是企业家从事知识的获取、认知加工、吸收及运用等活动过程。企业家学习有助于企业家持续积累、更新必要的知识(Politis D,2005)。且企业家学习在企业家进行信息筛选进而转化成知识与能力的过程中起到了关键性作用,并成为持续提升企业家认知水平的主要途径之一(魏江、沈璞、樊培仁,2005)。而企业家认知水平提升后能深入辨析环境变化潜藏的机会信息,从而能识别其他人识别不了的机会(Wesley M C等,1990)。王文银就是一位善于通过学习(如表1中的D1~D6)来促使其思想及认知持续成长的企业家,他还深刻地阐述了认知成长的内在过程:广为人知的知识是‘常识’,少数人知道的才是‘真理’;人唯有坚持学习与积累才能产生‘学识’,再通过不断的实践以及丰富的阅历才能转化为‘见识’,只有具有很高的‘见识’才能看到大多数人看不到的机会。而所谓丰富的阅历其实就是企业家持续实践的过程,也就是机会识别、组织身份认定与能力构建的不断循环过程。为此,本研究提出了以下命题:

命题3:企业家认知在企业家学习及实践的共同作用下不断成长。

基于以上推导,本研究构建了如图5所示的用于解释企业家认知成长过程的理论模型。

3. 企业家认知成长与企业顺势发展过程

顺势发展是指企业率先发现了某个未来发展的大趋势并率先进行布局,顺应着某个新趋势而实现快速发展的过程。而企业能否发现一个潜在的未来发展大趋势并能及时重构组织身份,以及构建新能力进行成功布局,这主要取决于企业家的认知能力。许多企业家会因过去的知识和经验图式而产生路径依赖,让企

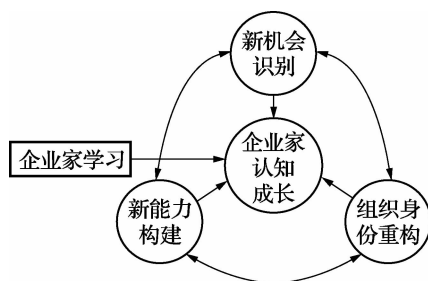


图5 企业家认知成长过程的理论模型

资料来源:本文整理

企业家认知走向固化,从而限制企业家对新机会的识别并限定企业的未来发展方向。而少数企业家却能通过持续的企业家学习与实践而让企业家认知不断成长,从而掌握住“只有少数人知道的知识”(如表1中的E14)。一些企业家之所以比其他企业家更可能发现潜在的机会,是因为他们拥有别人所缺乏的信息(Shane S,2000)。学者们比较一致地认为:企业家认知和持续的企业家学习有助于他获取独特的机会信息并识别到其他人难以感知的机会。企业家认知的成长对于企业识别和把握新的发展趋势并顺利完成战略转型具有重要的指导作用。正威公司的顺势发展过程也印证了这一点(如表1中的F1~F8),在历经二十多年的发展中,正威公司经历了多次危机和机遇,也正是得益于持续成长的企业家认知,让王文银成功地识别和把握住机遇在不同阶段实现顺势发展,并成就了全新的正威。正如王文银所说:当危机到来时,有百分之七十的人能把握危机,有百分之十的人能把握危机的变化,却只有万分之一的人能把握住危机变化的拐点!他就是一个善于把握危机变化拐点的人,而这主要得益于他自己独特的企业家认知:只看常人看不见的地方,只想常人想不到的问题,只干常人干不了的事(如表1中的E3)。王文银为公司制定了“五个十年”的远景规划用以打造五个全新的正威(如表1中的E20),正威公司的发展也正是按照蓝图而展开:

(1)打造“制造的正威”。1997年亚洲金融危机爆发,许多制造商因对未来经济形势感到悲观而纷纷退出制造业;而王文银却认为亚洲金融危机是人为制造的结果,中国制造业还有很大的发展空间,且亚洲金融危机的爆发恰好给了制造业一次洗牌的机会。于是王文银借机大规模地收购线缆制造设备和网罗线缆业人才,大规模地扩大线缆产能,而后很快在经济复苏所带来的销售旺期中获利颇丰,并从创业初期的租赁厂房,转变成建立了自己的产业园,从而成就了“制造的正威”,并成为了线缆行业中的领军型企业之一(如表1中的BJ1~BJ9)。

(2)打造“资源的正威”。1993—2003年,正威公司一直在线缆行业进行扩张发展,主要为企业生产电源线、插头等零配件。由于电源线、插头等线缆制品只是一种中间产品,导致正威公司一直夹在上下游大企业间的夹缝中发展,市场和价格完全由大企业所掌控,导致正威公司发展严重受限,为此,王文银认识到必须进行产业链整合才能夺取行业的主导权,于是他想往上游(铜业)扩张。2003年非典事件爆发,很多人认为投资风险很大,而王文银却把它看成机遇,因为资源价格走入低谷,于是他决定往上游整合,通过掌握大量的铜矿资源来打造完整产业链,从而让中间很多剩余价值都能留在公司内(如表1中的BK2~BK3)。正是这一企业家认知的改变,促使正威公司开始将目光投向了铜业,识别到安徽铜陵市拥有丰富的铜矿资源且当地市政府正在招商一个铜材冶炼项目这一机会后,便通过竞标的方式获得了这一铜矿项目的开采权,并投资30亿元成功组建了全威(铜陵)铜业公司,从世界著名的台一铜业公司将一位铜业资深人士(巫冠逸)请过来全面运营公司铜材业务,并从德国西马克等著名公司引进先进的制铜设备,构建起了铜业的运作能力,打造出了一个年产值近千亿元的“铜业帝国”,成就了“资源的正威”(如表1中的BK1~BK10)。

(3)打造“科技的正威”。在世界制造业持续低迷以及“互联网+”战略、智能转型等多重趋势下,我国传统制造业正面临着重要的历史窗口。王文银坚信:当前正快速进入五个革命(即工业革命、信息革命、科技革命、能源革命和生活方式革命)叠加的互联网时代,顺应这一浪潮定能做成一番大业。于是正威公司又

紧抓“混合所有制”这一重大政策机遇,通过与地方政府、国企合作开始跨入高新材料、半导体、智能手机等高新技术行业,在相关产业链上拓展空间,在安徽池州、四川广安、湖北黄石、河南郑州、洛阳等多市投资建设了多个大型高新技术产业园,从而成就了“科技的正威”(如表1中的BL1~BL9)。

正威公司的下一步目标依次就是:成就“金融的正威”和“智慧的正威”。在王文银的宏伟蓝图里,正威公司的终极目标就是要结合物联网、云计算及大数据将城市产业、商业、金融等多个元素融合为一体,打造正威的未来智慧城。通过以上梳理分析,本研究用图6来表示正威公司顺势发展的内在过程:

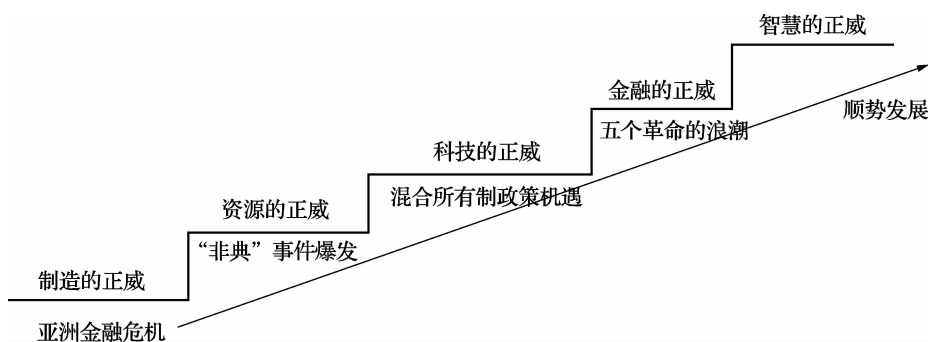


图6 正威公司顺势发展过程
资料来源:本文绘制

通过以上分析,本研究提出了以下命题:

命题4:企业家认知是影响企业顺势发展的关键因素。

命题5:企业家认知的持续成长,通过新机会识别、组织身份重构与新能力构建的循环过程来驱动企业顺势发展。

4. 理论模型

通过以上分析,本研究发现:(1)企业家不同的认知模式会影响企业的机会识别,即在企业创立过程中,企业是基于企业家认知来识别机会和进行初始组织身份的认定,并在企业家认知的指导下构建相应能力以便抓取机会进行创业发展。与此同时,在机会识别、身份认定与能力构建的不断循环发展过程中,企业家认知风格往往会历经一个由模糊到明确的固化过程(杨林,2010),且企业家由于过去积累的知识及形成的经验图式具有路径依赖性,从而让企业家认知走向“固化”。(2)一些企业家由于具有高度警觉性和创新型认知风格,会不断关注企业内外环境的变化,在与外界信息进行持续互动、加工过程中识别新的机会,并在重构组织身份及构建新能力过程中让企业家认知不断成长。与此同时,在持续学习过程中企业家通过将知识筛选、认知加工后转化成企业家的知识与能力,并通过丰富的企业家实践进行持续积累,从而促进企业家认知不断成长。(3)企业家认知的持续成长有利于企业家在重大危机或机遇中识别和把握新的发展趋势,并通过新机会识别、组织身份重构与新能力构建的循环过程来推动企业顺势发展。基于以上分析,本研究构建了企业家认知成长与企业顺势发展的理论模式,如图7所示:

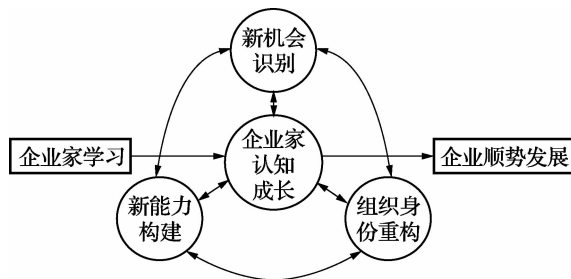


图7 企业家认知成长与企业顺势发展的“车轮”模型
资料来源:本文绘制

四、讨论与结论

1. 讨论

(1) 本研究发现,企业的创立与发展是一个基于企业家认知进行机会识别和组织身份认定,并在企业家认知的指导下进行能力构建以抓取机会进行循环发展的过程。而在机会识别、身份认定与能力构建的不断循环发展过程中,许多企业家的认知风格会逐步由模糊到明确(杨林,2010),从而让企业家认知走向“固化”,于是在企业家过去积累的知识及形成的经验图式所产生的路径依赖性的影响下,许多企业家会陷入以往形成的“成功”或“熟悉”的陷阱中,从而限制企业家对新机会信息的搜寻并限定企业的发展方向,这也是许多企业长期局限在一个固定领域中进行发展的关键原因之一。

(2) 本研究认为,企业家认知其实是可以持续成长的,一些具有创新型认知风格和高警觉性的企业家能够突破固有认知模式的束缚,能敏锐地关注企业内外环境的变化,并在与外界信息进行持续互动、加工过程中不断识别到新机会,并诱使企业家对组织身份进行重构,然后在企业家认知的指导下构建新能力从而抓取新机会跨入一个新领域进行循环发展,于是随着新领域的不断涉入和企业家实践经验的不断累积又促使企业家认知持续成长。与此同时,企业家还会通过学习与积累产生‘学识’,再通过不断的实践及丰富的阅历转化为‘见识’,从而促进企业家认知持续成长。概而言之,企业家认知是在持续积累的企业家学习和实践的共同作用下得以不断成长的。

(3) 本研究表明,企业家认知是影响企业顺势发展的关键因素。随着企业家认知的不断成长以及认知能力的不断增强,企业家的视野会越来越宽,其境界也会越来越高,这有利于企业家把握住未来发展方向,并在面临一些重大危机或机遇时能够把握危机的拐点或潜在机会的起点,从而率先发现了某个未来发展的大趋势并率先进行布局,顺应着某个新趋势而实现快速发展。所以说,企业顺势发展的过程其实是基于企业家认知的持续成长,通过识别新的发展机会、重构组织身份并构建新能力以抓取新机会而跨入一个新领域中,顺应一个新趋势而实现快速发展的过程。

2. 理论贡献

(1) 本文通过企业家认知、机会识别、身份认定和能力构建四个因素间内在关系的理论推导及案例研究,构建了企业创立及持续发展的理论模型(如图4所示),较好地解释了创业者基于自己独特的企业家认知风格进行机会识别和初始组织身份认定,并在企业家认知的指导下构建相应能力,从而抓取机会在某一领域中进行创业发展的过程,以及通过机会识别、组织身份认定与能力构建间的相互作用和不断循环而在某一领域中持续发展的过程。该模型也进一步解释了机会识别、组织身份认定和能力构建间的不断循环让企业家认知逐步走向明确、坚定和固化的内在过程,从而较好地解释了许多企业家由于认知的固化所形成的路径依赖性,以致陷入以往形成的“成功”或“熟悉”的陷阱的原因(杨林、俞安平,2016)。

(2) 本文通过研究新机会识别、组织身份重构、新能力构建与企业家认知成长间的内在关系解释了企业家认知成长的内在过程,即具有创新型认知风格的企业家在高警觉性的驱使下通过与外界环境信息的持续互动、认知加工而识别新机会、重构组织身份、构建新能力进而跨入新领域进行循环发展,并通过新领域循环发展的实践过程来促进企业家认知的持续成长。此外,本研究在访谈中还发现企业家学习能正向促进企业家认知的持续成长;并进一步研究出了较为完整的企业家认知成长过程,即企业家认知在企业家学习和实践持续积累的共同促进作用下得以持续成长,从而构建出了揭示企业家认知成长内在过程的理论模型(如图5所示)。通过这一模型,本研究较好地解释了为什么一些企业家能够不断识别和把握住其他企业家识别不到的新机会和新趋势的原因。

(3) 本文通过研究企业家认知成长对企业顺势发展的作用关系解释了企业顺势发展的内在过程,即随着企业家认知的持续成长,企业家的认知能力将会得到大幅提升,从而有利于企业家准确把握未来发展方向,并在重大危机或机遇中把握住危机的拐点或机遇的起点,率先抓住新的重大发展机遇,通过组织身份重构和新能力构建而率先进行布局,从而顺应某一新的发展趋势而顺势发展。为此,在解释企业顺势发展内在机理的基础上,本文又构建了企业顺势发展的理论模型(如图7所示)。目前针对企业顺势发展的研究比

较稀少,且大多数学者只是套用“顺势发展”的理念而没有深入研究企业顺势发展的内在过程,因此本文构建的企业顺势发展理论模型初步解释了企业顺势发展的内在机理,有利于学者们进一步地展开深层次研究。

3. 管理启示

企业家认知是制约企业能否顺势发展的关键因素,许多企业在认定组织身份后会局限在某领域中进行持续发展,让企业家认知逐步走向固化,以致陷入以往形成的“成功”或“熟悉”的陷阱,从而限制企业家对新机会信息的搜寻并限定企业的发展方向。而少数企业家能通过持续学习与外界环境信息进行持续互动和认知加工,而让企业家认知持续成长,从而让企业家的认知能力不断增强,能率先识别到其他企业家难以发现的新机会,并重构组织身份和构建新能力以把握某个新的趋势而快速发展。由此可见,企业家认知的持续成长有利于逐步明晰企业的战略发展方向,企业的顺势发展过程在一定程度上也折射出了企业家认知的成长过程。正威公司的发展也应证了这一点,创始人王文银已为公司公司绘就了一个“五个十年”远景规划的蓝图:用“五个十年”将公司依次打造成“制造的正威”、“资源的正威”、“科技的正威”、“金融的正威”和“思想的正威”。深圳正威公司也正是遵循这一规划,通过把握机遇和趋势从创业之初的线缆制造业逐步跨入到铜业,再跨入到高科技行业……从而形成一个螺旋上升的顺势发展过程。因此,作为企业家一定要突破企业家认知固有模式的束缚,通过持续的企业家学习及企业家实践而让企业家认知螺旋式成长,通过不断提升企业家认知能力并与外界环境信息持续互动来识别新的发展机会、重构组织身份和构建新能力以把握住新趋势而让企业快速发展。

4. 局限性和未来研究方向

本文通过研究企业家学习,以及机会识别、身份认定、能力构建与企业家认知间的关系揭示了企业家认知成长的内在过程;并进一步揭示了企业家认知成长通过新机会识别、组织身份重构及新能力构建的循环发展来推动企业顺势发展的内在过程,从而大致构建出了解释企业顺势发展内在过程的理论模型。但由于条件有限,本文采用的是单案例研究,案例公司相对有些偏少。为此,未来的研究可以采用多案例研究,尤其是采用大样本调查的方式来进一步验证本文提出的全部命题,以便得出具有更高稳健性和可信度的研究结论。

参考文献:

- [1] Augier M, Teece D J. Dynamic Capabilities and The Role of Managers in Business Strategy and Economic Performance[J]. *Organization Science*, 2009, 20, (2): 410 - 421.
- [2] Adner R, Helfat C E. Corporate Effect and Dynamic Managerial Capabilities[J]. *Strategic Management Journal*, 2003, 24, (10): 1011 - 1025.
- [3] Ardichvili, Alexander, Cardozo, Richard, Ray, Sourav. A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development [J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18, (3): 105 - 123.
- [4] Albert S, Whetten D A. Organization Identity[J]. *Research in Organizational Behavior*, 1985, (7): 253 - 295.
- [5] Cartner W B, Hills G E. The Language of Opportunity[M]. Cheltenham, UK and Northampton: Edward Elgar, 2004.
- [6] Cornelissen J P. On the“Organizational Identity”Metaphor[J]. *British Journal of Management*, 2002, 13, (3): 259 - 268.
- [7] Dutta D K, Crossan M M. The Nature of Entrepreneurial Opportunities: Understanding the Process Using the 41 Organizational Learning Framework[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005, 29, (4): 425 - 449.
- [8] Dutton J E, Dukerich J M. Keeping an Eye on the Mirror: Image and Identity in Adaptation[J]. *Academy of Management Journal*, 1991, 34, (3): 517 - 554.
- [9] Gregoire D A, Barr P S, Shepherd D A. Cognitive Processes of Opportunity Recognition: The Role of Structural Alignment[J]. *Organization Science*, 2010, 21, (2): 413 - 431.
- [10] Gupta A K, Smith K G, Shalley C E. The Interplay Between Exploration and Exploitation[J]. *Academy of Management Journal*, 2006, 49, (4): 693 - 706.
- [11] Gallen T. Managers And Strategic Decisions: Does The Cognitive Style Matter[J]. *Journal of Management Development*, 2006, 25, (2): 118 - 133.
- [12] Goldsmith R E, Kerr J. Entrepreneurship and Adaption-innovation Theory[J]. *Technovation*, 1991, 11, (6): 373 - 382.

- [13] Helfat C E, Peteraf M A. The Dynamic Resource-Based View: Capability Life Cycles[J]. Strategic Management Journal, 2003, 24, (10): 997 - 1010.
- [14] Hogg M A, Terry D J. The Dynamic, Diverse, and Variable Faces of Organizational Identity[J]. Academy of Management Review, 2000, 25, (1): 150 - 152.
- [15] Kirzner Israel M. Entrepreneurial Discovery and The Competitive Market Process: An Austrian Approach[J]. Journal of Economic Literature, 1997, 35, (1): 60 - 85.
- [16] Kraekhardt D. Entrepreneurial Opportunities in An Entrepreneurial Firm: A Structural Approach[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 1995, 12, (3): 49 - 67.
- [17] Kelly G Shaver, Linda R Scott. Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation[J]. Entrepreneurship: Theory&Practice, 1991, 16, (2): 23 - 45.
- [18] Livengood S, Reger R K. That's Our Turf! Identity Domains and Competitive Dynamics[J]. Academy of Management Review, 2010, 35, (1): 48 - 66.
- [19] Lavie D, Rosenkopf L. Balance Exploration and Exploitation in Alliance Formation[J]. Academy of Management Journal, 2006, 49, (4): 797 - 818.
- [20] Luo Y. Capability Exploitation and Building in A Foreign Market Implications for Multinational Enterprises[J]. Organization Science, 2002, 13, (1): 48 - 63.
- [21] Ozgen E. Entrepreneurial Opportunity Recognition: Information Flow, Social and Cognitive Perspectives[D]. Doctoral Dissertation of Rensselaer Polytechnic Institute. Troy, N. K, 2003.
- [22] Politis D. The Process of Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2005, (7): 399 - 424.
- [23] Pratt M G, Foreman P O. Classifying Managerial Responses to Multiple Organizational Identities[J]. Academy of Management Review, 2000, 25, (1): 18 - 42.
- [24] Shane S, Venkatarman S. The Promise of Entrepreneurship as A Field of Research[J]. Academy of Management Review, 2000, 25, (1): 217 - 216.
- [25] Shane S. Prior Knowledge and The Discovery of Entrepreneurial Opportunities[J]. Organization Science, 2000, 11, (4): 448 - 469.
- [26] Tang J, Kacmar K M, Busenitz L. Entrepreneurial Alertness in The Pursuit of New Opportunities[J]. Journal of Business Venturing, 2012, 27, (1): 77 - 94.
- [27] Tripsas M, Gavetti G. Capabilities, Cognition, and Inertia: Evidence from Digital Imaging[J]. Strategic Management Journal, 2000, 21, (10): 1147 - 1161.
- [28] Ucbasaran D, Westhead P, Wrigit A M, Binks M. Does Entrepreneurial Experience Influence Opportunity Identification? [J]. Journal of Private Equity, 2003, 7, (1): 7 - 14.
- [29] Wesley M Cohen, Daniel A Levinthal. Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation[J]. Administrative Science Quarterly, 1990, 35, (1): 128 - 152.
- [30] 杜晓君, 杨勃, 齐朝顺, 肖晨浩. 外来者劣势的克服机制: 组织身份变革——基于联想和中远的探索性案例研究[J]. 北京: 中国工业经济, 2015, (12).
- [31] 刘云. 组织身份导向研究进展探析[J]. 上海: 外国经济与管理, 2014, (10).
- [32] 林嵩, 姜彦福, 张玮. 创业机会识别: 概念、过程、影响因素和分析架构[J]. 天津: 科学学与科学技术管理, 2005, (6).
- [33] 王涛, 张雁, 李妹. 管理认知对企业能力构建的影响[J]. 北京: 经济管理, 2012, (3).
- [34] 王涛, 任荣. 国外企业能力构建研究述评[J]. 西安: 情报杂志, 2011, (2).
- [35] 魏江, 沈璞, 樊培仁. 基于企业家网络的企业家学习过程模式剖析[J]. 杭州: 浙江大学学报(人文社会科学版), 2005, (2).
- [36] 汪良军, 杨蕙馨. 创业机会与企业家认知[J]. 北京: 经济管理, 2004, (15).
- [37] 杨林, 俞安平. 企业家认知对企业战略变革前瞻性的影响: 知识创造过程的中介效应[J]. 天津: 南开管理评论, 2016, (19).
- [38] 杨林. 企业家认知、组织知识结构与企业战略变革关系的作用机制分析[J]. 天津: 科学学与科学技术管理, 2010, (12).
- [39] 张爱丽. 试析个人因素与机会因素的匹配对创业机会识别的作用[J]. 上海: 外国经济与管理, 2009, (10).

Going with the Flow: Research on Entrepreneur Cognition Growth and Enterprise Development for Conforming to the Trend

YIN Jian-feng, YE Guang-yu, HUANG Sheng

(Business Administration School of South China University of Technology, Guangzhou, Guangdong, 510640, China)

Abstract: In the same economic environment, Due to the different development mode, there are significant differences of development speed, scale and performance between the different enterprises. Many enterprises have been developing along the original path and mode because of the path-dependent, So that they fall into the trap of "Success" or "familiar". But there are some enterprises such as tencent, alibaba and so on, which can convert the path to comply with the direction of economic development in a timely manner, and grasp the new trend so as to realize rapid development.

What is the inherent process of enterprise development for conforming to the Trend? By adopting the combination way of literature research and case study, This paper studies the intrinsic relationship between entrepreneur learning, opportunity identification, identity identification, ability construction and the growth of entrepreneur cognition, and the inherent process of entrepreneur cognition growth drives enterprise to develop for conforming to the trend, from the perspective of entrepreneur cognition. And it defines the connotation of enterprise development for conforming to the trend, It means that the enterprise first find some future development trends and first do arrangement, so as to realize rapid development for conforming to a new trend.

Through case studies, the research shows that: (1) The creation and development of enterprises is a cycle development process of opportunity identification, identity identification and capacity construction under the influence of entrepreneur cognition. The different cognitive patterns of entrepreneurs can affect the opportunity identification of the enterprises. In the process of enterprise creation, enterprise is based on the entrepreneur cognition to identify opportunities and identify the initial organizational identity, and construct corresponding capacity to grab the opportunities so as to start a business. Meanwhile, in the cycle development process of opportunity identification, identity identification and capacity construction, the entrepreneur cognitive style often undergoes a consolidation process that from fuzzy to explicit. Due to entrepreneur knowledge and experience amassing in the past has path-dependence, So that the entrepreneur cognition will be gradually solidified. And the entrepreneur will fall into the trap of "Success" or "familiar", thus it will restrict entrepreneur to search for new opportunities and restrict the development direction of enterprise. Which also is one of the key reasons for many enterprises to develop in a fixed field.

(2) Some entrepreneurs with high alertness and creative cognitive style, will continue to focus on enterprise internal and external environment changes, and identify new development opportunities in the process of constantly interacting and processing with the outside world information, and promote entrepreneur cognition to grow up in the process of reconstructing organizational identity and constructing new capacity. Meanwhile, in the process of continuous learning, by means of knowledge screening and cognitive processing, the entrepreneurs transform the knowledge into entrepreneur knowledge and capability, and do continuous accumulation through the rich entrepreneur practice, so as to promote entrepreneur cognition to grow up continually. In general, entrepreneur cognition is growing up under the common action of the accumulation of entrepreneur learning and practice.

(3) Entrepreneur cognition is the key factor to influence the development of enterprise for conforming to the trend. With the growing of entrepreneur cognition, entrepreneur's vision will be more and more wide, and the state will be more and more high. The continuous growth of the entrepreneur cognition is advantageous for entrepreneurs to recognize and grasp the new development trend in a major crisis or opportunity, then through a recycling process of the new opportunity identification, organizational identity reconstruction and the new capacity construction to drive the development of enterprise for conforming to the trend. So, the process of enterprise development for conforming to the trend is just a process that based on the continued growth of entrepreneur cognition, by identifying new development opportunities, reconstructing the organization identity and constructing new capacity to grab new opportunities and enter a new field to follow a new trend and realize rapid development.

Key Words: entrepreneur cognition; entrepreneur learning; opportunity identification; identity identification; capacity construction

(责任编辑:文 川)