

关键创新人才与企业家品德关系对企业二元创新行为的影响

● 王颖 孙笑明 汤小莉 周勇

内容摘要 关键创新人才和企业家是企业依靠创新发展并获得竞争优势的关键力量。现有文献分别从各自角度展开了丰富的研究，但忽略了两者的关系对企业创新行为的影响。本文基于扎根理论，以两者的品德关系为切入点，基于20家电子信息企业的专利数据以及公开报道的两者品德特征数据探讨了其对企业创新行为的影响。研究发现：企业家的品德在企业创新行为中具有更重要的地位；当两者的品德特征一致时，大胆创新、敢于挑战是探索性创新行为作为主导行为的关键因素；当两者的品德特征互补时，企业家表现为对关键创新人才极为尊重，这时如果关键创新人才具有开拓创新精神，企业的探索性创新行为也会占有主导地位；但当企业家兼具‘技术狂人’的品德特征时，探索性创新行为常常难以持久，除非具备该特征的企业家能够不断开拓创新空间。

关键词 关键创新人才 企业家 品德 创新行为 扎根理论

王颖（通讯作者），西安思源学院商学院，副院长、西北大学经济管理学院博士研究生。电子邮箱：yangyibo369@163.com。

孙笑明，西安建筑科技大学管理学院，副教授、管理学博士。

汤小莉，西安工业大学经济管理学院，讲师、管理学博士。

周勇，西安建筑科技大学管理学院，教授、管理学博士。

本文受国家自然科学基金青年基金项目“结构洞及其动态变化对创新绩效的作用机理”（71402132）、中国博士后科学基金第55批面上项目“网络结构及其变化对关键研发者特征和创造力的影响研究”（2014M550506）、中国博士后科学基金第八批特别资助项目“组织间创新网络的动态性及创新绩效：关键研发者的视角”（2015T81042）、国家软科学研究项目“产业转移视角下关中-天水经济区装备制造业产业集群协同成长路径研究”（2013GXSD152）资助。

一、引言

企业创新包括改进型创新和探索性创新（Levinthal & March, 1993）。相应的，企业中的创新行为就存在着改进型创新行为和探索性创新行为。从人的角度来解读，这两种创新行为与企业内部的两个重要人物密切相关，即关键创新人才和企业家。

关键创新人才是企业关键技术成果的主要完成人、重大研发项目的负责人或者对企业主导产品、核心技术进行重大创新、改进的主要技术人员，是企业最重要的智力资本（Liu, 2014）。这个群体通常占据企业内部研发合作网络的中心位置，有着较高的创造力，并在专业领域的有着深厚的知识积累，影响企业创新技术的选择。因此，其创造力的发挥程度决定了企业的动态创新能力和竞争力（Liu, 2014; Nekar & Paruchuri, 2005; Grigoriou & Rothaerme, 2014; Ernst & Vitt, 2000）。

企业家是冒险事业的经营者或组织者。虽然企业家并不一定直接参与创新活动，但因为

企业家精神的本质是创造，所以其价值实现需要依托关键创新人才能力的发挥。而由于企业家作为“伯乐”决定着对关键创新人才的识别和支持力度，因而最终也对企业创新行为产生影响。现实中，人们所观察到的企业创新行为的不同就可能源于两者的相互作用。这个作用不是简单的技术知识层面可以解释和概括的，因此，本文尝试从两者的品德入手对该问题展开分析。在以往研究中，品德的作用恰恰为人们所忽视。

研究关键创新人才和企业家品德关系对企业二元创新行为的影响具有重要意义。要清晰其意义，首要在于理解两者的基本特征：关键创新人才具有丰富的专业技术知识，而企业家往往在此方面不具备同等的优势；企业家会掌握更多的企业内外部资源，具有过人的发展眼光和高超的战略决策能力，这却是关键创新人才所不及的。正是由于关键创新人才与企业家之间的信息与分工不对称性，处理好两者关系对企业发展至关重要：首先，由于关键创新人才能力的发挥对企业意义重大，成为企业的技

术顶梁柱后可能会‘功高震主’，所以其离职会极大破坏原有的创新组织结构和知识结构，如果其转而为企业效力或自立门户，将严重削弱企业的竞争优势；其次，由于关键创新人才的重要性，所以企业的倚重会造成信任成本不断攀升；同样，因为关键创新人才对技术的过于痴迷和专注会使其忽略其他方面的细节，所以有许多独特的个性可能让人难以容忍，这对企业家是一个考验。此时，企业家的品德如何决定了他在人才上的多方面投入，影响到关键创新人才对其忠诚程度以及才能的发挥程度。企业家和关键创新人才如果没有较好的品德，或者两者的品德之间有着严重的冲突，那么就很可能出现‘英雄无用武之地’或‘飞鸟尽，良弓藏’的人才打压局面，导致企业的创新行为不可持续，创新能力遭到致命打击。因此两者之间必须在品德上找到一种平衡。只有这种平衡形成，才会使企业有一个稳定的创新行为。任何一方的品德缺陷都是企业未来发展的短板，使得企业创新行为的不可持续。那么两者之间的品德关系对企业创新行为产生怎样的影响呢？

鉴于此，本文基于20家电子信息企业的关键创新人才（群体）和企业家组合，利用扎根理论提炼出了其品德特征，并详细分析了两者品德特征的关系对企业创新行为的影响。本文关注的是已有事实和客观数据，并从中分析、总结和探讨对企业创新起着决定性作用的关键创新人才以及作为企业最高决策者的企业家品德的组织层面作用，选择的研究对象与以往品德测评的对象、方式及目的均有显著不同，因而拓展了品德在企业创新行为中的应用。从这两者相互作用关系入手，可以更准确的分析和解释企业的创新行为，这对企业创新过程中如何把握两者的互动、提高企业创新绩效也具有重要意义。

二、关键创新人才、企业家及品德的研究回顾

（一）关键创新人才

相对于普通研发者，关键创新人才的创造力代表了企业整体创新产出水平，因此，其对企业二元创新行为有着更重要的影响。而以往学者对关键创新人才创造力的影响因素主要从以下几个方面展开：从工作环境变动角度，Ernst和Vitt（2000）及Paruchuri等（2006）研究了组织层面的网络化行为（如兼并、收购等）对关键创新人才的工作环境和个体社会资本造成损害，以及由损害导致的创造力下降；考虑职位变迁，Cross和Thomas（2008）给出了关键创新人才升职为管理者后可能遇到的六方面问

题对其创造力的影响；从网络结构特征角度，Oldroyd和Morris（2012）探讨了企业中的关键创新人才社会资本累积程度时对其创造力的作用；从流动性角度，Groysberg和Lee（2009）则分析了雇佣的关键创新人才在新入职公司的创造力变化及其影响因素。国内学者赵瑞美和徐玲（2013）研究了企业核心技术创新人才的雇佣柔性与其创新绩效之间的关系；孙笑明等（2014）研究了当前和以往合作网络对关键创新人才创造力的影响。

同时，也有学者直接考察关键创新人才对企业层面创新的作用。例如，Grigoriou和Rothaermel（2014）研究了关联性（relational）关键创新人才（兼有联结者和整合者的网络角色）与企业创新产出之间的关系；Kehoe和Tzabbarl（2014）、Tzabbar（2009）论证了关键创新人才对其他研发者成长的限制作用以及对行业中技术重新定位的阻碍作用。此外，Paruchuri（2006）以及Hess和Rothaermel（2011）还探讨了关键创新人才对企业外部创新网络中创新活动的影响。

总之，尽管以往研究关键创新人才对组织创新作用的考察主要聚焦在间接和直接两个层面，但没有涉及企业中更有影响力的企业家，没有研究关键创新人才与企业家之间的品德关系对企业创新行为的影响。

（二）企业家与组织创新行为

企业家是具备判断力、忍耐力等特殊素质以及监督管理才能的人才（Say，1803），是创新者以及风险承担者（Knight，1921），是专门协调稀缺资源的人（Casson，1982），其职责就是通过整合创新要素、创造市场和承担风险而获得差额收益（Kaul，2013）。可见，企业家的概念包括了企业家精神、企业家素质及企业家能力等诸多方面，是企业家品格、知识、心理、经验和能力等素质的综合体现。尽管以往文献中没有直接涉及企业家品德，但企业家品德应是这些重要素质的集合（萧鸣政，2013）。因此，企业家品德对企业创新必然产生显著影响。在相关文献中，讨论这种影响最多的就是企业家精神。企业家精神是企业家品德的最重要特征之一，是后天培养的、在风险存在之下不断创新和勇于承担风险的社会创新精神[21]，是促进企业创新的有效源泉。以往文献中，围绕影响企业家精神的因素，包括内部因素（如风险偏好）和外部因素（社会资本等）（鲁传一、李子奈，2000；Singh et al.，2011；G·M·Say，2015），企业家精神的生命周期（Keilbach & Sanders，2009），企业家精神与区域经济的发展

(Nystroem, 2013; Nijkamp, 2014; Fritsch, 2013) 以及与创新政策的关系 (Branscomb, 2013; O' Gorman, 2014) 等均有丰富的分析。然而, 这些研究很少注重企业家精神的组织层面探讨。企业家精神的核心是创新精神 (刘昌年、梅强, 2006), 在组织层面上, 企业家精神能够带领组织成员追求共同愿景、从事创新活动并为企业创造新的蓝图 (Parker et al., 2014)。例如, Ahlin 等 (2014) 研究了企业家精神对中小企业创新产出的影响。

此外, 企业家社会责任也是企业家品德的关注点之一。国内外均从多个角度给予了分析。如企业家社会责任与品牌形象的关系 (王新刚、黄静, 2014)、企业家社会责任和企业家精神的关系等 (沙彦飞, 2012)。然而, 这些研究没有将企业家的社会责任和企业创新行为连接起来。因此, 尽管现有研究对企业家精神和社会责任等重要品德特征均有探讨, 但少用研究对企业家品德做出详细分类 (如对人才的尊重)。作为企业家创新意图的主要执行者, 关键创新人才与企业家品德契合对企业创新行为必定存在着重要影响, 但相关分析也极度缺失。

(三) 品德测评的内容及方法研究

品德是用来定义人类行为的规范性准则, 包含了对行为好坏的裁定标准 (沙彦飞, 2012)。例如, 可用一个人是否公正、公平来判断其是否品德高尚。品德测评就是一种建立在对品德特征信息测与量基础上的分析与评判活动。国内现有关于品德测评的研究对象主要集中在党政干部、学生、教师等人群, 且多为理论研究, 实证研究较少。国际上研究对象选择则较为广泛, 采用的方法也较为多样。例如, 从扫描人大脑相关区域对待公平公正事件的反应来观察人的品德特征 (Yoder & Decety, 2014)。基于问卷对青少年网络上的伤害行为的研究 (Talwar et al., 2014)、基于电车问题的思想实验和讨论以及从语言学角度开展的基于表达冲突的品德评判 (Davis, 2014)。

关于品德测评的内容和指标体系, 国内相关研究更具系统性。而由于研究的角度差异, 国际上热衷于探讨影响品德测评的因素 (Newman et al., 2010; Ditto et al., 2012; Schafer, 2014), 对于其指标反而较为淡化。由于历史和文化的因素, 我国对品德评判也更独特而全面。例如, 早在八十年代, 就有学者提出了领导干部品德测量的十方面内容, 即甘当人民公仆、诚实、表里一致、实事求是、接受批评、大公无私、守信用、严于律己、廉洁奉公、以身作则。而肖鸣政 (2005) 提出了党政领导干部品德标准的内容结构,

包括群众意识、公道正派、勤政廉洁、自信果断、坚韧不拔、勇敢机智、国家事业心与政治使命感。之后, 多位学者的努力将这些指标分类概括, 形成了品德测评的政治品德、职业品德、思想品德和个体品德四个重要维度。

关于品德测评的方法, 肖鸣政 (2005) 提出测评者通过测与量的活动, 获得所要搜集的品德特征信息, 然后对它们进行综合分析 with 评判解释。测包括测评者的耳闻、目睹、体察、访问和调查等, 既可以是自测, 也可以是他测, 还可以是观测; 量是指与一定品德测评标准的比较与衡量; 分析是指对测与量所获得的品德特征信息的综合分析; 判断是指对综合分析的结果予以确认与解释。而判断有两种基本形式: 一是定性判断, 二是定量判断。然而, 在评测的过程中, 应格外注意的是要将品德评价内容进行分类设置, 并结合不同层次、不同行业进行阐释 (葛民, 2013; Knobe, 2010), 这对研究的易操作性和结论的普适性均有较大的帮助。

总之, 通过对相关文献的梳理后发现, 没有对关键创新人才和企业家的品德测评展开研究。然而, 以往文献中的测评方法和指标可以给企业关键创新人才以及与企业家人品德的刻画提供借鉴。例如, 企业家本质上就是关键创新人才的领导, 企业家的品德与以往文献中出现的党政干部的品德在测评上具有本质相似性。因此, 可以通过对企业家和关键创新人才行为表现的报道和文字记录信息调查、观测的方法对其品德特征进行提取、分析。

(四) 问题提出

基于上述文献回顾, 本文提出以下问题:

企业家和关键创新人才的品德关系是否会影响企业的二元创新行为? 亦即, 当两者品德特征表现为相似或互补时, 企业的探索性创新和改进型创新行为哪一个占有主导地位呢?

三、品德特征及企业创新行为数据的收集、处理与描述

本文选取了我国电子信息行业的 20 家高新技术企业作为研究对象 (见表 1)。相对于我国其他行业, 这个行业起步早, 竞争较为激烈, 企业技术创新能力强, 转型和技术追赶特征明显, 因此企业关键创新人才和企业家的作用尤其引人注目; 且这样的企业通过申请专利来保护其知识产权的意识较强, 这对本文基于专利来分析企业的创新行为大有裨益; 另外, 所选行业中的 20 家企业均为上市

公司，且国有企业和民营企业各占一定比例，这种选择可以从更全面的角度对不同所有制类型的企业进行考察。

对于企业关键创新人才的确定，西方学者主要给出了关键创新人才不同的确定方法（Ernst & Vitt, 2000; Pilkington et al., 2009; Moehrle et al., 2005; Grigoriou & Rothaermel, 2014）。然而，由于我国专利引用信息残缺、不规范以及语义提取的难度较高等限制，本文通过在中国知识产权局（SIPO）检索样本企业的专利（1985 年到 2014 年），并根据企业创新者专利数量对其进行排名，取每家企业前 20 位依次在百度中进行检索，查找相关创新人才是否主持过企业重大项目或创造发明尖端技术，并以此确定其是否为关键创新人才。国内研究认为，基于专利数量排名来初步确定企业关键创新人才可行、有效（O’ Gorman, 2014）。

企业关键创新人才以及相应企业家的品德信息主要依靠百度搜索引擎从行业期刊以及来源可信的新闻报道中进行采集。在利用出版物作为二手资料进行研究时，应该对其质量严格把关。为了保证研究素材的可靠性，本文使用交叉验证的方法，即首先针对每个人物，穷尽所有的搜索结果网页，然后对该人物的相关信息进行搜集整理，再对不同出版物的相关报道进行比对，并选择其中质量较高的刊物或报道来最终提炼两者的品德信息词汇。Eisenhardt

（1989）和殷等（2004）认为，思考性的刊物可以作为研究素材，尤其是类似于本文这样的探索性研究。由于企业在 2005 年之前的专利个数较少，变化趋势不明显，所以企业创新行为的描述主要依靠每个企业 2005 年到 2014 年 10 年间发明专利和实用新型专利的比例变化。发明型和实用新型专利的区别在于，前者的创新程度更高，一般用来代表企业探索性创新的水平，后者则代表企业改进型创新的水平。所有的专利数据均来源于中国知识产权局（SIPO）。图 1 展示了 4 家具有代表性特征的企业自 2005 年 -2010 年的创新行为特征。

四、案例分析及讨论

本文采用扎根理论对关键创新人才和企业家的品德关系进行多案例分析，研究其对企业创新行为的影响。根据萧鸣政（2013）的划分方法，将企业家和关键创新人才的品德分别从社会公德、职业道德和个人品德三个维度进行考察。首先，采用 stata 和 python 软件从网上抓取所有关于企业家特征及关键创新人才特征的文本资料，并记录和汇总。然后，参照彭新敏等（2011）的数据编码方法，采用多盲方式，由本文的 3 位作者对收集到的素材进行多级编码。在编码过程中，以主要构念及其测度方式为依据，用表格形式进

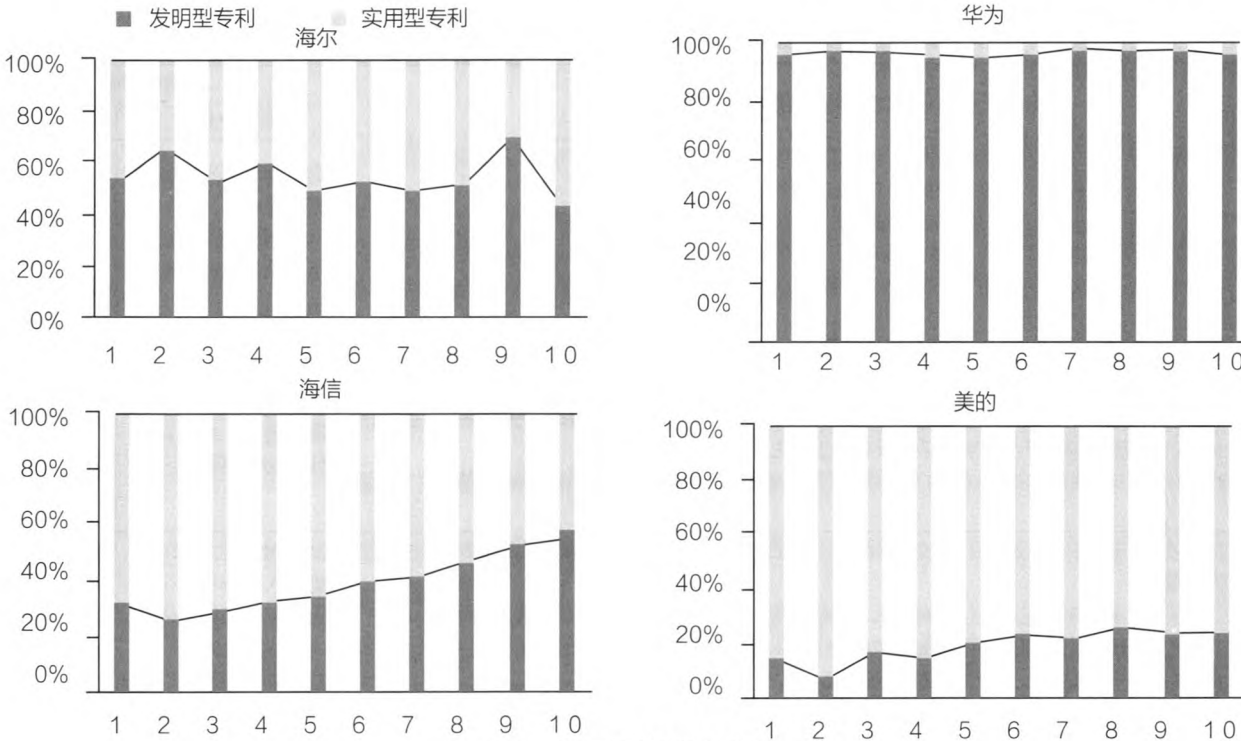


图 1 企业二元创新行为特征

行总结，进而完成整个编码过程。在编码完成后，3 位编码者分别记录自己的编码情况，比较彼此的编码结果并进行评分者间的信度检验（ $\alpha=0.807$ ，通过了信度检验）。评分者间的信度检验主要采用混淆矩阵（Marques & McCall，2005）。限于篇幅，本文只列示根据扎根理论对海尔公司的编码和归纳过程。具体分析结果如下（见表 2-3）：

根据扎根理论研究方法的三重编码分析，围绕核心范畴、主副范畴以及所有范畴和概念构建相应关系模型，如图 2 所示。同时，为保证研究的信度，有必要对模型进行

表 1 样本企业名录及其基本信息

企业名称	所有制	所在地	企业名称	所有制	所在地
华为	民营	深圳	中芯	民营	上海
中兴	国有	深圳	京东方	民营	北京
海信	国有	青岛	长虹	国有	绵阳
海尔	集体	青岛	格力	国有	珠海
TCL	国有	惠州	九阳	民营	杭州
浪潮	国有	济南	志高	民营	佛山
联想	民营	北京	华旗	民营	北京
中星微	民营	北京	万和	民营	佛山
汉王科技	民营	北京	澳柯玛	国有	青岛
美的	民营	佛山	大族	民营	深圳

理论饱和度检验。依据以上方法，本文逐一对其余 19 个样本企业进行检验，检验过程中没有发现频繁出现的新概念类属，类属之间也没有产生新关系，因此，理论达到了饱和。比如，华为等样本企业的企业家品德和关键创新人才的品德的核心范畴解析如表 4。

如图 2，其中 x 轴表示关键创新人才的品德特征，y 轴表示企业家的品德特征，z 轴表示企业创新行为：值越大企业越倾向于探索式创新。总结起来，可以发现：企业家的品德在企业创新行为中具有更重要的地位；当关键创新人才和企业家的品德一致时，大胆创新、敢于挑战（开拓性特征）是探索性创新行为的作为主导行为的关键因素；两者具有互补性时，若企业家对人才极为尊重，同时关键创新人才又具有开拓创新精神时企业探索性创新行为也会占有主导地位；但当企业家同时也是‘技术狂人’或技术专家时，企业探索性创新行为常常具有难以持久的特征，除非具备该品德特征的企业家能够不断开拓创新空间。

如何来理解上述研究结论呢？从资源运用的主次地位上看，企业家拥有最终裁定权。因此，影响企业二元创新行为的关键性因素是企业家的品德，尤其是企业家品德中社会公德和职业道德。按照 Brouwer 等（2003）的观点，企业家是创新者，擅长对稀缺资源的协调利用做出明智决断的人。因此，企业家是企业创新中的‘帅’，而关键创

表 2 海尔的关键创新人才和企业家的品德关系的开放式登录（一级编码）

关键创新人才和企业家品德的记录资料（缩略）	开放式译码	
	概念化提炼	范畴化分析
企业家 —— 张瑞敏：张瑞敏的管理思维再次突破传统管理的桎梏，提出并在海尔实践互联网时代的商业模式——人单合一双赢模式，让员工在为 用户创造价值的过程中实现自身价值。a1 通过搭建机会公平、结果公平的机制平台，推进员工自主经营，让每个人成为自己的 CEO。a2 西方管理界和实践领域对海尔和张瑞敏的创新给予了较高评价，认为海尔推进的创新模式是超前的。a3 2012 年 12 月，张瑞敏应邀赴西班牙 IESE 商学院等地演讲人单合一双赢模式，言辞激烈，收到热烈反响。a4 2010 年 10 月张瑞敏带领团队专程前往美国，先去考察学习了哈默教授推崇的美国“全食超市”的新型组织结构和激励体系，随后在旧金山与哈默教授畅谈。a5 在 80 年代创业的时候，在管理比较粗放的情况下，海尔就搞了一个自主管理班组。尽管 80 年代的生产条件非常差，但我们觉得，无论如何也应该发挥员工的主动性。a6 1992 年，第一次作为党代表参加中国共产党第十四次全国代表大会；开始建设中国家电业第一个工业园。a7	富有战略眼光，言辞富有鼓动性。a3、a4 认为管理的关键在于用人价值实现。a1、a2 敢于管理创新和制度变革，敢做敢为。a1 善于且乐于不断学习，提高自己。a5、a6 民族使命感强。a7	A1 职业道德（a1、a2、a3、a4、a5、a6） A2 社会公德（a7）
关键创新人才 —— 王友宁：王友宁说，从交互到研发、到制造、到服务全流程的创新，才能够做到模式创新，才能实现转型。b1 过去员工是企业付薪，有岗位有职位就有薪水，现在是用户付薪，有用户资源和好评才有利润。b2 让企业、员工甚至全球各种资源都零距离对接用户个性化需求，海尔只提供一个对接平台。b3 未来的目标是‘小微’成为一个个独立的创新体。b4 作为海尔空气产业的“平台主”，王友宁的工作就是一方面吸引用户，同时又吸引资源。b5 一位熟悉海尔和张瑞敏的人说“张给海尔制定了很宏伟的蓝图，但现在的许多高管不符合发展的要求。”b6	富有组织能力。b5 重视人才 b4 强调创新和用户导向 b1、b2、b3 对外来人才及内部变革不满，缺乏大局观。b5 b6	B1 个人品德（b1、b2、b3、b4、b5） B2 职业道德（b6）

表 3 海尔的关键创新人才和企业家的品德关系的二级编码及三级编码（关联式登录）

各微观领域	范畴化分析	核心范畴
A1 职业道德（a1、a2、a3、a4、a5、a6） A2 社会公德（a7）	企业家锐意进取的品德（职业道德）和民族使命感（社会公德）使其对产品的国际竞争力要求高。关键创新人才的个人品德和职业道德都强调创新，这种一致性决定了企业探索性创新行为的主导地位，但不断变革也使关键创新人才很难与他品德高度对应，故创新总量不断波动。	关键创新人才和企业家的品德一致时，大胆创新、敢于挑战（开拓性特征）是探索性创新行为的作为主导行为的关键因素。
B1 个人品德（b1、b2、b3、b4、b5） B2 职业道德（b6）		

表 4 其他样本企业关键创新人才和企业家的品德关系的验证

企业	核心范畴验证
华为	企业家尊重人才、激励人才的职业道德；关键创新人才有直率和创造激情等职业道德。两者个人品德特征相似，企业创新总量大，且探索性创新行为占绝对优势
中兴	企业家社会公德、职业道德及个人品德都有儒家锐意进取的特征；关键创新人才的职业道德和个人品德方面与其也具有一定程度的相似性和一致性，但缺乏挑战性特征因此，企业保持探索性创新为主的特征，但关键创新人才难以跟得上企业家锐意进取的创新步伐，导致探索性创新行为逐渐弱化
海信	两者职业道德特征具有互补性特征。关键创新人才的职业品德特别强调对创新的突破，因此，企业主要为探索性创新行为
TCL	两者的职业道德互补性更大，且都对企业创新具有巨大推动作用，此外，企业家的个人品德也更具有给个人魅力。因此，企业以探索性创新行为为主
浪潮	两者的职业道德有共性也有差异，均对大胆创新有利。虽然企业家是‘技术狂人’，但其社会公德特征极大扩展了企业创新空间。因此，企业探索性创新行为不断增强
联想	企业家有重用人才等职业道德，而关键创新人才在职业道德方面具有显著的开拓创新力，个人品德表现为高度可信任性。因此，企业表现为较强的探索性创新行为
中星微	两者职业道德特征有共性，也有差异（关键创新人才社会公德特征更明显）。企业家对关键创新人才的重视都可以促使企业大胆创新。因此，企业表现为探索性创新行为
汉王	企业家的品德尤其是技术狂热职业道德特征使其本身的创新行为更具探索性。而关键创新人才的品德与其有一致性，企业探索性创新行为显著增强，但由于企业家的技术狂热、作风凌厉等职业道德特征限制了关键创新人才的能力发挥，企业创新总量呈现下降趋势
美的	两者品德特征高度一致。关键创新人才敢于挑战职业道德缺失及‘易满足’的个人品德特征决定了企业以改进型创新行为为主导，尽管企业家有重视人才的职业道德
中芯	企业家的个人品德表明其能够很好的处理与关键创新人才的合作关系，两者社会公德和职业道德特征高度一致，且均有挑战特质。因此，企业以探索性创新行为为主
京东方	企业家的社会公德和职业道德决定了其对研发的大胆投入，关键创新人才在职业品德方面与其互补，个人品德方面也有相似性。因此，企业探索性创新行为不断增强
长虹	两者职业道德特征上既有共性又有互补性。企业家社会公德和职业道德特征都表明企业家可以为关键创新人才创造一个广阔的创新空间。关键创新人才职业道德中敢于攻坚克难的特征决定了其创造力充分发挥的必然性。企业的探索性创新行为基本处于主导地位
格力	两者职业道德特征中均有专注的一面。虽然企业家有自主创新意识强、重视人才等职业道德特征，但关键创新人才缺乏挑战特征，企业主导创新行为为改进型创新
九阳	关键创新人才品德特征匮乏，说明后者的重要性较低。因此，尽管企业家职业道德中有重用人才等特征，但由于其个人能力的局限，企业改进型创新行为占主导地位
志高	两者的品德具有互补性，但企业家和关键创新人才的职业道德中均无锐意进取、敢于挑战的特征。企业的主导创新行为为改进型创新
华旗	两者品德（社会公德和职业道德）高度一致，均体现了对于高质量创新的追求，企业中探索性创新行为占主要地位
万和	企业家的品德特征（职业道德）有锐意进取敢于挑战的一面，但关键创新人才缺乏相关特征。企业表现出改进型的创新行为，而且创新总量偏低
澳柯玛	企业家品德体现正负两方面报道，而关键创新人才品德也表现出组织忠诚度差的特征，企业创新成果总量较小，改进型创新行为较为明显
大族	企业家和关键创新人才的社会公德和职业道德高度一致，然而，关键创新人才的能力发挥可能受到技术专家型企业家的抑制。因此，企业表现出改进型性创新行为

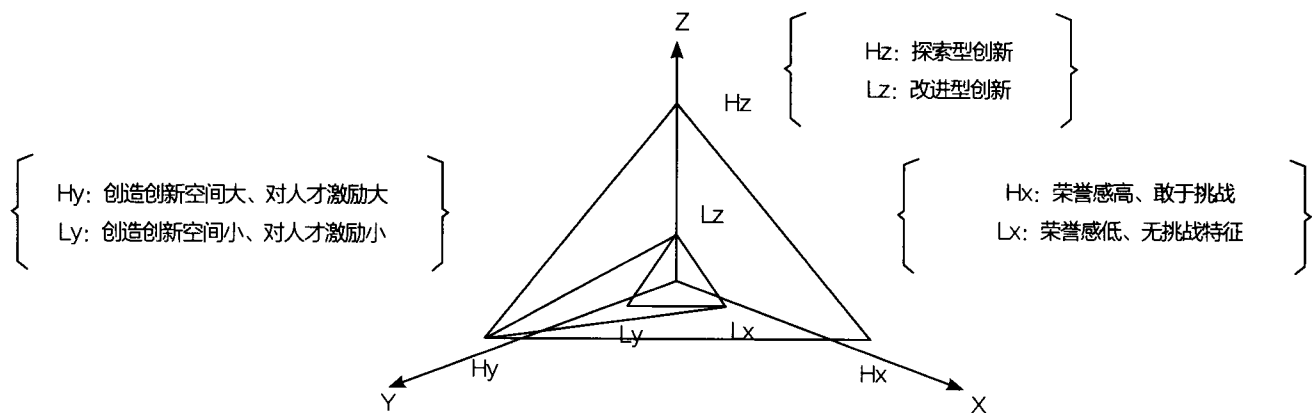


图2 关键创新人才和企业家品德与企业二元创新关系

新人才是以契约关系执行其意图的‘将’。企业家的格局有多大，战略有多宏伟，那么关键创新人才创新空间就有多大，就会发挥多大的能力。从这一点看，社会公德虽然有浪漫主义色彩，但这是一个企业家追求卓越、推动高层次创新的重要力量。因此，我们看到社会公德优秀的企业家往往具备高标准技术目标的追求欲望，这也是其创新的重要动机和激励因素。换言之，在本文的制造业背景下，社会公德突出的企业家必然会推动高质量创新的发展。

企业家在将创新任务交给关键创新人才时，必须给予其充分的激励。因此，此时企业家的职业道德中的人才相关部分尤为重要。因为除了物质报酬之外，企业家要在组织内部进行权力再分配（张维迎，1995），而这是非常重要的激励过程。正如吴晓波（2007）所说，中国企业家有“重进攻”的特征以及“东方式”的“改造社会”的强大动机，从本文的企业家职业道德特征中可以清晰看到。这本身不是坏事，但需要关键创新人才的大量聚集和能力发挥。由于企业家要分配的权力是对创新资源和目标的运用权力，这种权力分配下放程度体现了企业家对关键创新人才的信任，是一种企业内部的合作‘民主’，也是一种精神上的激励和愿景上的激励，必然极大满足关键创新人才的自我价值实现的需求，其所获得创造和权力所带来的双重成就感会很大程度上决定了企业家创新意图被执行的高效率。因此，我们看到当企业家的职业道德对关键创新人才起到正向作用时，关键创新人才的职业道德就会更加充分的表露，进而推动企业探索性的重大创新频繁出现。

五、结论与启示

本文基于20家电子信息企业的关键创新人才和企业家组合，提炼出了其品德三维特征，并详细分析了两者品德特

征的关系对企业二元创新行为的影响。结果发现，企业家品德，尤其是品德中的社会公德和职业道德，是企业二元创新行为的决定性因素。而且，当企业家以及关键创新人才的品德均为开拓性特征（大胆创新、敢于挑战）时，企业的创新行为主要表现为探索性创新；当两者的品德均为保守性特征（循序渐进）时，企业的创新行为主要表现为改进行创新；当企业的品德表现为开拓性而后者表现为保守性或者不突出时，企业的创新行为主要表现为改进行创新；或者探索型创新和改进行创新两种类型竞争、平衡动态的特点。

本文的分析是首次尝试从定性研究和文本分析的角度，对品德特征与企业创新行为之间关系梳理。研究所得关键创新人才和企业家品德与企业二元创新关系模型对企业家应具备的品德特征、关键创新人才的选拔以及使用等提供了重要启示，对引导企业家进行自我品德分析和更好地规划企业未来创新发展之路具有一定的实践意义和价值：

首先，企业家要不断提高自己的社会公德。这不仅可以避免自己唯利润最大化的短视行为，进而获得长期的竞争力，而且由此带来的广阔的创新空间会为企业创新人才创造自我价值实现的用武之地，也是对人才尊重，人尽其用的重要途径。人才招聘入企，如果只是从属于对领导的日常支持，或者储备，则是人才的最大浪费。

其次，我国正处于一个经济高速发展时期，企业所处环境的基本特征就是动态性。由此所产生的不确定性导致企业不断面临各种挑战，所以企业家和关键创新人才的关系及作用就显得格外突出。其中，对人才的尊重、重用和宽容是企业家品德中必备且应该不断自我强化的部分。企业家的职业道德靠得住，职业道德好的人才就会汇聚，企业的创新才会不断跃升。因为运作资金以及创造新颖的运营模式是企业家的天赋才能，但做一个有着优秀品德的企业家的关键是具备过人的心智能力，即处理各种关系的聪

明：如何用人、用对人（贾良定等，2004）。在本文背景下，就是如何使关键创新人才的创造力得到最大程度的发挥。这也牵涉到人才的使用制度问题。在中国的环境中，企业家的制度能力也非常重要（项国鹏等，2009）。通过企业内部的人才制度变革，企业家可以突破企业创新过程中关键创新人才的创造力约束，促进企业成长。

第三，当企业家兼具企业关键创新人才的双重角色时，一定要为关键创新人才的创造足够大的创新空间和足够的报酬激励，避免权力难以分配情况下的家长式创新管理行为。换言之，企业家在一线工作虽然可以短期内凝聚更多的士气，坚定突破技术难关的信心和决心，但从长久来看会损害企业关键创新人才的积极性，进而不再愿意承担风险，而宁愿作为企业家的附庸。这对企业是非常危险的。从历史教训来看，凡事认为自己可以独立完成事业的领导者都将承受人才背离的苦果。在经历挫折和考验时，也会因为一次失败而一蹶不振。

最后，企业在追求不同的创新目标时，对关键创新人才的品德特征也要多维度把握。因为关键创新人才是创新的最终执行者和成功与否的决定性因素，如果其品德特征难以达到创新的需求，则无论企业家品德如何优秀，无论企业家可以为其提供多大的创新空间，企业的高水平的创新都难以为继。

本研究也存在一些局限性。首先，由于研究企业人才和企业家品德的文献较少，对其品德测评指标还较为粗糙，因此，有待于未来进一步详细刻画和测量两者的品德维度，这样就可以从两者品德差异程度上更细致地研究其对企业二元创新的影响，而不仅限于两者品德一致性和互补性的简单探讨；其次，由于本研究是基于客观数据展开的，因此缺乏现场调研及访谈信息，这可能影响到一些判断的准确性。未来研究可以在这一方面进行尝试，以期与本文的研究结果相互补充和验证。第三，本研究的分析是针对企业家和关键创新人才的品德展开的，然而两者品德关系对企业二元创新行为的影响可能还受到许多其他因素的作用。例如，企业所处的发展阶段、企业内部知识存量和企业内部研发者合作网络结构特征等等。因此，未来研究可以尝试考虑更多不同层面的因素，进而利用实证分析模型展开较为细致、多角度的分析。

备注

财政部、国家发展改革委、科技部、劳动保障部关于企业实行自主创新激励分

配制度的若干意见

http://www.gov.cn/jtzl/kjfgzh/content_883674.htm

注：图中 1-10 代表 2005-2014 年。

备注：记录资料主要依靠百度搜索引擎从行业期刊以及来源可信的新闻报道中进行采集。

参考文献

1. 葛民：《干部考德要注重科学化“评德”》，载《领导科学》，2013年第19期，第50页。
2. 贾良定、唐翌、李宗卉、乐军民、朱宏俊：《愿景型领导：中国企业家的实证研究及其启示》，载《管理世界》，2004年第2期，第84-96页。
3. 鲁传一、李子奈：《企业家精神与经济增长理论》，载《清华大学学报（哲学社会科学版）》，2000年第3期，第42-49页。
4. 刘昌年、梅强：《自主创新与企业家、企业家精神的培育机制研究》，载《预测》，2006年第5期，第12-15页。
5. 彭新敏、吴晓波、吴东：《基于二次创新动态过程的企业网络与组织学习平衡模式演化——海天1971~2010年纵向案例研究》，载《管理世界》，2011年第4期，第138-149+166+188页。
6. 孙笑明、崔文田、崔芳、董劲威：《当前合作网络对关键创新人才创造力的影响》，载《管理工程学报》，2014年第1期，第48-55页。
7. 沙彦飞：《基于企业生命周期的企业家社会责任及精神耦合研究》，载《管理学报》，2012年第7期，第1078-1083页。
8. 王新刚、黄静：《企业家社会责任行为偏离对品牌形象的影响》，载《软科学》，2014年第5期，第66-69页。
9. 吴晓波：《对中国企业家的四个发现》，载《中外管理》，2007年第9期，第24页。
10. 萧鸣政：《关于领导干部品德测评的问题研究》，载《北京大学学报（哲学社会科学版）》，2013年第6期，第24-33页。
11. 肖鸣政：《党政领导人才评价标准问题研究》，载《北京大学学报（哲学社会科学版）》，2005年第3期，第111-118页。
12. 项国鹏、李武杰、肖建忠：《转型经济中的企业家制度能力：中国企业家的实证研究及其启示》，载《管理世界》，2009年第11期，第103-129，187-188页。
13. 赵瑞美、徐玲：《科技人才雇佣柔性与技术看创新绩效关系实证研究》，载《科技进步与对策》，2013年第2期，第1-6页。
14. 张维迎：《企业的企业家契约理论》，上海人民出版社，1995年版。
15. R. K. 殷（编著），周海涛（译）：《案例研究：设计与方法》，重庆大学出版社，2004年版。
16. Ahlin B, Drnovšek M, His rich R D. Entrepreneurs creativity and firm innovation: The moderating role of entrepreneurial self-efficacy. Small Business Economics, 2014, 43(1): 101-117.
17. Brouwer M T. Weber, Schumpeter and knight on entrepreneurship and economic development. Change, Transformation and development. Physica-Verlag HD, 2003: 145-167.
18. Branscomb L M. Creating competitiveness: Entrepreneurship and innovation policies for growth. Science and Public Policy, 2013, 40(6): 828-829.
19. Crossr, Thomas R J. How top talent uses networks and where rising stars get trapped. Organizational Dynamics, 2008, 37(2): 165-180.
20. Casson M. The entrepreneur: An economic theory. Rowman, Littlefield, 1982.
21. Drucker P F. Innovative and entrepreneurship, Practice and principles. New York: Harper, Row. Retrieved April, 1985, 7: 2013.
22. Davis C P. Voicing conflict: Moral evaluation and responsibility in a sri lankan

muslim family's conversations. *Language & Communication*, 2014, 39: 1-13.

23. Ditto P H, Liu B, Wojcik S P. Is anything sacred anymore?. *Psychological Inquiry*, 2012, 23(2): 155-161.

24. Ernst H, Vitt J. The influence of corporate acquisitions on the behavior of key inventors. *R&D Management*, 2000, 30(2): 105-119.

25. Eisenhardt K M, Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 1989,14(4): 532~55

26. Fritsch M. Entrepreneurship, Innovation and regional development. An Introduction. *Papers in Regional Science*, 2013, 92(3): 683-684.

27. Grigoriou K, Rothaermel F T. Structural micro foundations of innovation: The role of relational rtars. *Journal of Management*, 2014, 40(2): 586-615.

28. Groysberg B, Lee L. Hiring stars and their colleagues: Exploration and exploitation in professional service firms. *Organization Science*, 2009, 20(4): 740-758.

29. Gumusay A A. Entrepreneurship from an islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, 2015, 130(1):1-10.

30. Hess A M, Rothaermel F T. When are assets complementary? Star scientists, strategic alliances, and innovation in the pharmaceutical industry. *Strategic Management Journal*, 2011, 32(8): 895-909.

31. Knight F H. Risk, Uncertainty and profit. New York: Hart, Schaffner and Marx, 1921.

32. Kaul A. Entrepreneurial action, Unique assets and appropriation risk: Firms as a means of appropriating profit from capability creation. *Organization Science*, 2013, 24(6): 1765-1781.

33. Keilbach M, Sanders M. The contribution of entrepreneurship to economic growth, Sustaining entrepreneurship and economic growth. Springer New York, 2009: 7-25.

34. Knobe J. Action trees and moral judgment. *Topics in Cognitive Science*, 2010, 2(3): 555-578.

35. Langley A, Kakabadse N, Swailes S. Longitudinal textual analysis: An innovative method for analyzing how realised strategies evolve. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 2007, 2(2): 104~125.

36. Levinthal D A, March J G. The myopia of learning . *Strategic Management Journal*, 1993, 14(S2): 95-112.

37. Liu K. Human capital, Social collaboration and patent renewal with in U.S. pharmaceutical firms. *Journal of Management*, 2014, 40(2): 616-636.

38. Moehrle MG, Walter L, Geritz A. Patent-based inventor profiles as a basis for human resource decisions in research and development. *R&D Management*, 2005, 35(5): 513-524.

39. Marques J F, McCall C. The application of interrater reliability as a solidification instrument in a phenomenological study. *The Qualitative Report*, 2005, 10(3): 439-462.

40. Nijkamp P. Entrepreneurship, Innovation and regional development: An introduction. *Economic Geography*, 2014, 90(1): 117-118.

41. Newman G E, Lockhart K L, Keil F C. End-of-life biases in moral evaluations of others. *Cognition*, 2010, 115(2): 343-349

42. Nekar A, Paruchuri S. Evolution of R&D capabilities: The role of knowledge network with in a firm. *Management Science*, 2005, 51(5): 771-785.

43. Nystroem K. Entrepreneurship and innovation in second tier regions. *Papers in Regional Science*, 2013, 92(1): 239-241.

44. Oldroyd J B, Morris S S. Catching falling stars: A human resource response to social capital' s detrimental effect of information overload on star employees. *Academy of Management Review*, 2012, 37(3): 396-418.

45. O' Gorman C. Creating competitiveness: Entrepreneurship and innovation policies for growth. *International Small Business Journal*, 2014, 32(7): 854-855.

46. Paruchuri, Nerkar S A, Hambrick D C. Acquisition integration and productivity losses in the technical core: Disruption of inventors in acquired

companies. *Organization Science*, 2006, 17(5): 545-562.

47. Paruchuri S, Nerkar A, Hambrick D C. Acquisition integration and productivity losses in the technical core: Disruption of inventors in acquired companies. *Organization Science*, 2006, 17(5): 545-562.

48. Parker Harris S, Caldwell K, Reno M. Entrepreneurship by any other name: Self-sufficiency versus innovation. *Journal of Social Work in Disability & Rehabilitation*, 2014, 13(4): 317-349.

49. Pilkington A, Lee L L, Chan C K, Ramakrishna S. Defining key inventors: A comparison of fuel cell and nanotechnology industries. *Technological Forecasting and Social Change*, 2009, 76(1-SI): 118-127.

50. Say J. 1803. Treatise on political economy: On the production. Distribution and consumption of wealth .

51. Singh Sandhu M, Kishore Jain K, Umi Kalthom Bte Ahmad I. Knowledge sharing among public sector employees: Evidence from malaysia. *International Journal of Public Sector Management*, 2011, 24(3): 206-226.

52. Schafer M H. Schema via structure? Personal network density and the moral evaluation of infidelity. *Sociological Forum*. 2014, 29(1): 120-136

53. Tzabbar D, Kehoe R. Can opportunity emerge from disarray? An examination of exploration and exploitation following star scientist turnover. *Journal of Management*, 2014, 40(2): 449-482.

54. Tzabbar D. When does scientist recruitment affect technological repositioning?. *Academy of Management Journal*, 2009, 52(5): 873-896.

55. Talwar V, Gomez-Garibello C, Shariff S. Adolescents' moral evaluations and ratings of cyberbullying: The effect of veracity and intentionality behind the event. *Computers in Human Behavior*, 2014, 36: 122-128.

56. Yoder K J, Decety J. Spatiotemporal neural dynamics of moral judgment: A high-density ERP study. *Neuropsychologia*, 2014, 60: 39-45.

The Influence of The Moral Relationship between Key Inventors and Entrepreneurs on Dual Innovation Behaviors

Wang Ying¹, Sun Xiaoming², Tang Xiaoli³ and Zhou Yong²

(1.School of Business, Xi' an Siyuan College; 2.School of Management, Xi'an University of Architecture and Technology; 3.School of Management, Xi'an Technological University)

Abstract: Key inventors and entrepreneurs are crucial for the enterprise to engage in the innovation and gain competitive advantage. Existing literature are abundant from different perspectives, which ignored the influence of the relationship between key inventors and entrepreneurs on enterprise innovation. From the perspective of the moral relationship between key inventors and entrepreneurs, this paper discussed how the above relationship impact enterprise innovation behaviors, using patent data and publicly reports of 20 enterprises. The results show that entrepreneur's moral character has more important status in enterprise innovation behavior. When the moral features of key inventors and entrepreneurs are consistent, the character of bold innovation and daring to challenge are the key factor for exploratory innovation behavior as the dominant behavior, and when the moral traits are complementary, exploratory innovation behavior of enterprises will be dominant only if the entrepreneurs have great respect for key inventors and key inventors have strong innovation spirit. However, when entrepreneurs are "technophiles", exploratory innovation behavior will be non-sustainable unless these entrepreneurs can promote innovation space continuously.

Key Words: Key Inventors; Entrepreneurs; Morality; Innovation Behavior

■ 责编 / 罗文豪 E-mail:chrd_luo@163.com Tel:010-88383907