

网络与集群：温州企业家群体形成的机制分析^{*}

□ 张一力 陈 翊 倪 婧

内容提要 同历史上地域性企业家集群(商帮)类似,温州呈现了一种独有的企业家集群的现象。本文首先给出了温州企业家集群的整体描述,然后例举了三种典型的温州企业家集群。通过企业家集群和社会网络研究的综述,以及对温州企业家集群形成的历程分析,提出了五个基于社会网络理论的基本假设,认为温州企业家集群出现的主要原因在于“瓯文化”,“瓯文化”是温州企业家精神和企业家“干中学”才能形成的渊源。

关键词 网络 集群 企业家 温州

作者张一力,温州大学商学院常务副院长,教授;陈翊,温州大学城市学院讲师;倪婧,温州大学商学院讲师,博士。(温州 325035)

一、历史上的企业家集群现象

虽然关于产业集群的研究已经汗牛充栋,但现有的产业集群研究和企业家研究并没有太多涉及企业家集群问题。一个地方出现大量的具有密切关系企业家群体的现象,就是企业家集群,如温州、苏州和东莞等地的企业家群体就是典型。从历史上的区域性企业家集群或者商帮研究来看,王世华(2005)认为明清时期的徽商与晋商群体兴衰轨迹极其相似,但经营机制各具特色,价值取向也迥然有别;吴慧(1994)则认为“徽晋两商以信、义、诚、仁经商,在商界赢得了佳誉,结果促进了商业的发展;而陈文龙(2004)认为,目前中国存在着可以以地域识别的45个地域性商人圈,其中五个最为有名,分别是山东商帮、苏南商帮、浙江商帮、闽南商帮和珠三角商帮;张仁寿(2006)认为浙商

是当代中国人数最多、分布最广、实力最强的一个投资者、经营者群体,是推动浙江经济发展和创造“浙江现象”的主力军。温州商人群体或者温州商帮则经常被业界和学界特别从浙江商人中单独列出,且排位靠前。这些所谓的商帮实际上就是地域性的企业家集群,他们的现状和发展历程各不相同。山东的企业家集群主要由青岛国有企业的经营者组成,以规模和品牌的影响力著名;苏南企业家集群依靠的是从乡镇企业的改制,企业家大多具有干部和国有企业的背景;福建企业家集群则以打拼取实利为主;珠三角企业家集群具有港澳背景,更类似于海外华商。浙商人数众多,地域不同,企业家集群特征不尽相同。浙东北地区更靠近苏南商帮,宁波偏向于海外华商,温州商人团体主要以内生为主,几乎完全依靠市场。所以温州的企业家集群最具有典型性,也最值得研究。

^{*} 本文受浙江省哲学社会科学重点研究基地“温州人经济研究中心”资助,同时也是浙江省社科规划课题“区域性企业家集群研究——基于温州商帮30年发展的实证分析”(N08LJ07)中期研究成果。

浙商作为浙商的主体甚至是中国新一代企业家的代表,更多的是被作为创业故事在报端被描述和报道,真正关于其形成机制的研究少见于学术杂志。其他地方的企业家集群研究更是少见。

二、温州企业家的集群现象

(一)企业家集群现象的总体描述

温州的产业集群已经成为全国的典型案例,无论是柳市的低压电器还是鹿城的鞋业与打火机等行业,其产业集群的现象十分明显。对于如何形成这样的产业集群,有许多不同的解释,但企业家集群是其中的一个重要原因。

所谓企业家集群就是在一定区域范围内,集中地出现了一大批从事同一或相关产业企业家的典型现象。从原有的一乡一品到现在的产业集群,企业家无疑从中发挥了重要的作用。现在,在产业集群集中的地方均伴有企业家集群现象。如以参加了各种协会和商会的企业家统计,温州鹿城区将近有3000多位与鞋业有关的企业家;乐清的柳市则集中了超过2000名的低压电器行业的企业家;龙湾的梅头镇,一个小小的地方也会集中上百个水龙头及相关产业的企业家。当然,企业家并不特指那些具有较高的产值和较大固定资产投资的企业主,而是那些能够从事具有风险的工商经营活动,同时又能自我决策的各类经济组织的负责人,包括私企业主、个体工商户和股份制企业的股东等。从这几类人员的形成历史可以发现,温州的企业家群是非常庞大的。

在1978—1988年的十年期间,温州的私有企业从无发展到350家,而个体户从1980年的1984家发展到1988年的146622家,增加了73倍,营业额达到了19亿多。一个值得注意的是,在个体户中,商业行业的个体户比工业的份额更大。从商业的营业额来看,占据了将近80%左右。工业产值在营业中所占的比例最高只有47%,而且仅仅只有一年,其余的基本维持在20%左右。可以说温州个体户多数集中在商业,从一个侧面说明了温州企业家精神的充裕。很多的工业企业都是前店后厂,将商业资本转化为产业资本,也合乎古典工业化的演变历程。^①

另外一个事实是工业企业的数量。1978年温州的工业企业个数已经有4085个,到了1988

年则达到了65405个,增加了15倍;而1988年的城市规模相当的苏州工业企业个数只有31046个,只有温州的一半。在温州的65405个工业企业中,国有工业企业有321个,其他还有一些名义上的集体企业,但实际上这些企业基本上是属于个人控制之下的,是一些所谓戴“红帽子”的企业。因此,1988年温州就有超出6.5万的企业负责人,如果我们大致认为一个企业有三个股东或合伙人那么就有将近20万,加上14万的工业个体户,以及经营商业企业人数,将近有50万各类企业家。1988年年末温州的总人口数为657万^②,即当时每十三个温州人中就有一个人拥有企业或者股份,而且这里还没有计算大量在外温州人的情况。用全民皆商形容温州,可能会有点过头,但也确实能反映其存在的实际情况。所以,在区域经济发展初期以及以后的发展过程中,温州一直表现出其企业家群体数量持续比较多独特现象。熊彼特(1934)也解释了为什么企业家的出现不是连续的。企业家不是在每一个适当的间隔内出现,而且是成群出现。这完全因为一个或者少数几个企业家的出现可以促进其他企业家出现,于是又可促使更多的企业家以不断增加的数目出现。

所以发展到了2010年底,温州获得38个国家级生产基地称号,每个国家级的生产基地就是一个产业集群,这些基地分别分布在温州的乡镇镇。这些产业的形成,根本的原因就是温州各地均有相对比较著名的温州企业家集群现象。

(二)温州三个典型的企业家集群

1. 永嘉桥头的品牌代理商

据温州永嘉桥头商会2007年统计,桥头人以广州、东莞为基地开设的品牌代理公司共有200多家,代理的国际知名品牌有100多个,主要集中在服装、皮鞋、皮具和化妆品等行业,如金利来、鳄鱼恤、老人头、卡丹路、啄木鸟、卡蒂乐鳄鱼等等。据估计。按照知名度和销售额统计,桥头代理的皮鞋品牌有67个,服装品牌46个,总共113个国际品牌,销售额超过了400亿元。而2007年,“中国纽扣之都”桥头的工业产值才达到50亿元。桥头人似乎正在放弃自己的拳头产品纽扣和拉链,从而向品牌代理转变。据桥头镇统计,围绕国际品牌及其相关行业即产业链上运转的桥头人

就有 5000 人之众,许多桥头企业家在广州或东莞征地建造总部基地。而在国内众多的二级、三级代理商中,也有不少是桥头人。昔日人流如织的桥头,平时并不十分热闹,只有春节和其他重要节日的时候,才会出现车水马龙、宾馆爆满的场面,这都是在外创业的桥头人回来过节的原因。^③

2. 永嘉花坦的超市商人集群

花坦乡 2 万 6 千人口,70%的人都在外地开超市,加上老人去照顾小孩,小孩在外地读书,呆在乡里的,只有区区几千人。花坦农民与附近乡镇如枫林、渠口、古庙等一带的亲戚联合经营的,从 1992 年开始,在全国开办的超市大大小小超过一万家。小的二三百平方米,大的近 2 万平方米。如果保守估计,平均一家以年销售额 300 万元计算,总计年销售额在 300 亿元以上。市场份额相对集中在江苏、浙江、上海、安徽一带,在这些区域的城乡接合部占有率在 85%左右,最近几年向东北、西南等地渗透,在这些地方城乡接合部目前市场占有率在 20%~30%之间,而且提升的速度正在加快。^④

3. 泰顺的建材和建材市场商人集群

泰顺县位于温州西南部,自古以来就有“九山半水半分地”之称。由于可利用的资源缺少和贫困,迫使上世纪八十年代末九十年代初,大批泰顺农民走出大山闯荡天下。经过十几年的发展,泰顺人在兴建和经营装饰建材市场、房地产开发、建材贸易等领域取得了非凡的成就。从业人员达 9 万人之多,占泰顺县总人口的四份之一。在全国各地投资兴建的建材市场,装饰城,商贸城等专业市场多达 100 多个。总投资 200 多亿人民币,年销售额在 150 亿元以上,为国家上税将近 20 亿。这个数字是泰顺当地年财政收入的十几倍。据统计泰顺人在上海的从业人员已达 2 万多人,成立了上海泰顺商会。泰顺经营户布遍江苏各个建材市场。在江苏建材行业中,已经占据了百分之四十以上的市场份额。^⑤

三、温州企业家集群形成的机制分析

(一)温州企业家集群的形成历程描述

温州企业家集群最具区域特色。据第六次全国人口普查数据,有 127.3 万左右温州商人在全国各地经商、创业,近 50 万温州商人分布在全世

界各地。本地商人、温州以外的全国各地商人,以及海外的温州商人,构成了温州企业家集群的三支主要力量。而三支企业家队伍的形成是由点及面,进而发展成为遍及全国乃至全世界的温州企业家群体网络。

最早的企业家,可能是一些在外的从事低端手工业的温州人。改革开放前固有的体制下的限制和没有足够的土地来支撑其庞大的人口群,尤其是农民没有办法都在温州本土生存和发展,其中一部分只能迁离温州。能够决定迁离温州的农民,其所具有的企业家人力资本其实就高于那些安于温州现状的人,已经决定了他们预期可以有更高的收益。而且一旦离开了温州,就会形成了一个温州企业家网络节点,并保持了与温州的联系。如永嘉桥头纽扣产业集群就是在外永嘉人发现外地国有纽扣企业的边角废料,并将之带回桥头而发展起来的。一旦确定某个产品具有较大的需求,而市场供给不足,这些早期外出的温州人还是会回到温州。因为这里有他们熟悉的人群、闲暇的资金和足够的劳动力等。所以,一旦一个新的产业启动以后,企业家精神或企业家人力资本便不断的生长蔓延,最后造成了企业家集群,大量相关的企业家集中聚集在相近的行业,产业集群开始形成。有了产业集群,大量的企业家又集聚,形成了良性的循环。

由于温州本土竞争激烈,企业的盈利水平越来越低,所以部分企业家就转到异地从事贸易和生产。这些走出去的企业家,开始逐步遍及全国各地,基本上是由近及远,从高收益城市到低收益城市,又生成温州企业家群体网络上新的节点。

这些走出去的企业家在异地所获得相对较高的商业收益,反过来又对在温州本土的农民、工人甚至干部产生冲击,继而又带动生成更多具有血缘、亲缘和乡缘等关系新的企业家来到所在的城市。当一个地方的温州企业家数量增加到一定数量,所从事行业的利润率越来越低的时候,企业家们又开始分化。一部分的企业家开始新的迁徙,到具有更高收益的城市,另外一部分的企业家开始转型到相关行业,直至到市场建设、房地产开发,甚至国际贸易、娱乐餐饮、资本经营等。

当一个城市的温州企业具有相当的经济实力,如形成了温州街、温州村的时候,他们对于当

地的经济的影响就越来越大,加上温州企业家天生具有的公关能力,使得他们可以享受各类政治待遇,如各级人大代表、政协委员等。出于抱团可以获取更多的政治和经济资源等共同利益的需求,各地温州商会陆续成立。从1987年的昆明首个异地温州商会成立以来,到2010年末,全国共有183个地级市的温州商会。一旦有了温州商会以后,就意味着这个城市的温州企业家之间开始有了密切的联系。企业家网络上的节点所带来的集聚效应就得到了放大,节点的作用更为突出。

大量外出的温籍企业家,同时也给温州本土企业家带来了巨大市场,加上本地产业集群的完善、成本的降低、交易的方便等等,也使得温州本地的企业得到了快速的发展。作为温州企业家群体网络的中心,温州就自然成为38个国家级生产基地、38个国家工商总局认定的驰名商标、30个中国名牌产品等的集聚地,也保持着与外面节点温州企业家的强联系。

在发展的过程中,由于与国外的联系逐渐增多,同时也由于国内竞争日趋激烈,加上国家对外的开放,使得到国外经商更加便利,早期的利润率也远高于温州和国内其他城市。所以,就开始出现海外的温州企业家集群。例如,在意大利人口只有十八万左右的普拉托市,就有超过2.5万的温州人从事与纺织相关的生产与贸易。

温州企业家集群的形成实际上就是中国经济发展的一个缩影,同时也是企业家人力资本不断生成的过程。其路线图实际上就是一个从点到面再到网络的过程。从温州某个地方开始,然后围绕温州这个中心点,不断地增加节点,这些节点又与温州有着很多的联系。从地理上看,这些节点会越来越远,甚至可以跨越边境,但从联系上看,还是与温州这个中心点有着千丝万缕的联系。当然,这种联系也是动态变化的,各个节点也可以逐渐形成自己的局部网络,例如一些大中城市的温州商会,就有联系周边众多温州商人的功能。

(二)温州企业家集群形成的网络生成模型

1. 企业家社会网络研究综述

研究表明企业家的社会网络与产业集群形成和演化有路径依赖现象。吴翰洋(2007)以嵊州领带集群为例,研究了产业集群与企业家的互动关系。认为在整个互动过程中企业家的成长和企业

家队伍的发展壮大都积极影响集群经济的发展。同时,集群的发展又为企业家人力资本和社会资本的积累提供了条件,促进了企业家的成长。产业集群和企业家两者之间是相互促进相互影响。而魏江(2005)研究了处于生命周期不同阶段的中小企业的企业家网络的不同特征。认为创立期的中小企业家网络以嵌入式节点为主,是节点之间联系稠密的强联系型和高度路径依赖的网络。成长期则以混合型节点为基础的、组织间关联得到加强的、倾向于有意识管理的计算型网络。王建(2006)指出经济学对产业集群现象解释的局限,通过构造环境、网络和行为三者之间的关系,在内生型产业集群环境下,利用社会网络的角度的“撒网”模型,得出两点结论:第一,强联系在企业家撒网过程中起主要作用;第二,个体行为的路径依赖现象影响了企业家撒网的过程和结果。从社会关系网络转型与家族企业成长的关系出发进行研究,刘洋(2008)认为家族企业的成长是与社会关系网络转型密切相关,家族企业治理、转型、传承等均需要考虑社会关系网络的变化。顾慧君(2007)从社会网络与集群之间的相互作用出发,分析了温州鞋业集群在集群形态从同质集群、分工集群向创新性集群变迁的过程中,社会网络随之而发生的由族群、企业家社会网络向非人格化社会网络变迁的这一集群与社会网络的协同演化过程。

Burt(1992)通过对企业家进行创新活动的网络结构相关分析,认为企业家具有相当数量的强联系;企业家处于网络的中心地位,并享有一定的内部声望;除了直接联系之外,企业家还通过与之直接联系的主体间接控制着一定数量的次级簇,这样的结构被称作蔓一簇结构;企业家可能处于两个非冗余性联系之间的关键性位置,即拥有结构空洞,从而享有信息优势和控制优势。Anderson(2003)认为,某人社会资本与社会网络资源的特性与范围也影响了一个企业家识别与跟踪机会的能力。刘冰等(2005)提出了撒网模型,即企业家的社会网络首先被控制在一个很小的局部区域,其网络撒开的过程中企业家的网络非常广泛但是很疏松;在撒网完毕,企业的网络资源在更广的范围内进行了定位。证明了单个企业家的社会网络演化具有路径依赖现象,即企业与企业家的

最初成长决定了企业家社会网络演化的路径与最终状态。

上述研究,从不同的角度反映了企业家网络与产业集群的形成之间的关系,但没有指出企业家集群的网络如何由点及面生成网络及各个节点的关系如何,也没有说明企业家网络形成的机制。而温州企业家集群可以作为一个企业家社会网络形成的典型加以研究。

2. 温州企业家集群的社会网络模型的基本构想

温州企业家集群是一个非常明显和典型的现象,可以借助社会网络分析方法进行初步的分析。根据社会网络分析基本的理论和方法,通过对温州企业家集群的长期观察,我们提出了以下5个基本假设。当然,未来需要理论和实证的进一步深化和检验。

假设1:个体企业家是温州企业家集群网络的一个节点,并拥有各自的局部网络;

假设2:个体企业家总是寻求较高级别的中心性,可以从点入度、中间性和特征向量等指标进行测量;

假设3:温州企业家集群网络具有高网络密度;

假设4:温州企业家集群网络具有高联接强度;

假设5:温州企业家集群网络一直在扩大。

我们的上述几个基本假设只是对温州企业家集群形成的社会网络关系的推断,但为什么只有温州会出现了这么多的企业家群体,社会网络的形成机制如何,温州区域内独特的“瓯文化”是一个重要原因。

四、“瓯文化”与温州企业家集群

林毅夫(1996)认为,“在一个社会有效的制度安排在另一个社会未必有效”。^⑥所以,文化作为一个制度元素对特色经济发展模式形成的影响也是不容置疑的。以苏南和温州为例,苏南地区一直受主流文化影响比较重,倾向于强制性社会控制,政策、法律、纪律是政府的主要管理手段,因此苏南人民的集体意识非常浓。余映丽(2002)就认为温州自古天高皇帝远,主流文化的影响较弱,常常表现出根深蒂固的地域传统,倾向于温和型观

念控制,习俗、道德、宗教在政府管理中起着很大作用,因此温州更多地利用传统技能和经验适应变化的新生活,人们对个人成就表现出极大的崇尚和重视,私营经济在温州地区突破体制的夹缝中繁荣起来,就不足为奇了。温州模式的文化渊源是“瓯文化”或“永嘉文化”(也叫浙东文化)。“瓯文化”开拓解放,豪迈大气,狂飙突进,重经世致用,强调个性、个体、能力等。温州模式的形成和发展实际上就是温州企业家集群的形成和发展,而温州企业家的形成与他们所处地域的“文化”背景有很强的关系。

熊彼特(1934)认为,成为企业家的三种动机。首先,存在有一种梦想和意志,要去找到一个私人王国,常常也是(虽然不一定是)一个王朝。其次,存在有征服的意志:战斗的冲动,证明自己比别人优越的冲动,求得成功不是为了成功的果实,而是为了成功本身。最后,存在有创造的欢乐,把事情办成的欢乐,或者只是施展一个人的能力和智谋的欢乐。实际上就是说,企业家的出现就是要有一种梦想成功的企业家精神,另外还需要实践的才能。而“瓯文化”正好成为这两个方面的渊源。

1. “瓯文化”——温州企业家集群的精神之源

随着“温州模式”在20世纪90年代影响的迅速扩大和有关“温州模式”研究的深化,许多学者开始进一步认识到,温州经济的崛起,除了经济学分析所揭示的种种因素之外,事实上还与温州人具有区域特征的人文精神有着很大的关联。

早在20世纪80年代中期,张仁寿(1990)等学者就已经论述了历史传统的影响在“温州模式”产生过程中的作用。他们指出,温州世代相传的工商业传统,使温州人具有经营工商业的独特优势。同时,温州还有提倡“功利”、“重商”的区域文化传统。深深地受“瓯越文化”熏陶的温州人,“重义轻利”、“崇本抑末”等因袭包袱较轻,形成了较强的讲究功利、经济进取、善于学习、敢于冒险、务实进取、敢于竞争的思想观念,注重发展工商业,具有吃苦耐劳、勤奋苦干的精神。这种文化传统,与发展商品经济所需要的观念和精神相吻合,成为推动温州农村商品经济蓬勃发展的重要的精神力量。

谢健(2000)也研究温州民营经济与“瓯文化”的关系。他认为,“瓯文化”的经济思想,具有鲜明

的经济自由主义理想性质,在中国传统社会原有政治经济的制度框架内是难以实现的。但其追求务实事功的精神,阐发的这种经济自由主义思想对于后世一些局部地区如温州本地发展商品经济、实行本末并举对于明清时期的浙东学术有一定的影响,对于它的发祥地温州更有广泛而深远的影响。

上述温州人特有的冒险、务实与创新意识就是企业家精神所在,史晋川(2002)将它们称为温州人精神,并认为这种精神是由于1876年温州被辟为商埠、西方商品经济意识与“瓯文化”中永嘉学派功利主义哲学观的冲撞与融合的结果。

温州人的企业家精神,从温州的无数个全国第一就可以看到。如第一个股份制企业、第一个私人承包民航的航线、第一条民营铁路、第一家实行利率浮动的信用社等等。温州人具有推崇个人开拓、尊崇个人奋斗获得成功、崇尚除弊革新的创业精神,因此,温州企业之间的竞争更加激烈而富于创新。勇于冒险、努力追求个人成功的企业家精神更容易在温州形成。而在一些地区,如内地和沿海的其他城市却因为缺乏这种文化而未能形成这样的企业家精神。事实上,正是因为存在这样蓬勃的企业家精神,所以会造就温州人在观念上领先于全国,出现家家户户争当企业家的热潮,也因此取得了区域性企业家集群的先发优势。

2. “瓯文化”造就“干中学”的企业家才能

“瓯文化”的理念在温州及浙南大地上已经根深叶茂。重物惟实、以利和义的哲学思想和经商理财、富人为本的经济思想,这些当年“事功”学说的核心,在今天已转化为一种以实利主义为特征的实践型文化。“永嘉文化”有本末并举的思想,一方面,对于温州历史进一步形成和强化重视工商的“永嘉”(瓯越)文化精神有着重要的意义。温州人自古能在人多地少情况下,因地制宜,发展多种多样的工商业,且勇于外出经营谋生,“能握微资以自营殖”,“人习机巧”,“民以力胜”形成了重工商、善工商、商品经济较发达的局面。另一方面,它又是当代温州经济社会发展的重要精神资源。在近二十年来温州经济发展的演进轨迹的制度创新的模式中就深深地打上了重视工商的传统印记,如家庭工业、前店后厂、沿街成市、专业市场、以商促工、以工兴市、股份合作制、集资创办社

会公益事业、发展小城镇等社会经济绩效和制度创新模式上的一系列巨大成就,无不是重视发展“百业并举”的商品生产、发挥各显其能、自由竞争的市场经济机制所带来的效应。

在这种文化的作用下,温州及浙南大地的人们世世代代,以从事工商业为“本”,以积累财富成为富人为荣。人们对于商业的热心远非其他地方所能够相提并论。民间普遍渴望“财富”,勇于创新,善于利用各种资源,耐于吃苦,希望以经济上的成功获得社会对个人的认可。所以,人们将许多时间和资金及各种资源投入企业家的活动中。温州人的商业精神和创新精神就是在“瓯文化”的熏陶下,一代接一代传承,文化的底蕴,深深地扎根于温州的草根阶层。全民皆商,在温州人的心中并没有什么不好和不光彩的。这种的企业家精神在南宋以后的温州及临近地区都是很显著地存在,加上温州的地理位置,成为中国东南的通商口岸,所以条件合适的情况下,温州区域中所蕴藏的企业家精神和独立创业的精神,就会得到迸发。而在商业条件被限制的战争年代或计划经济时代,这些精神只能隐藏于民间,等待时机的到来。所以,在1978年时,一旦政策环境得到宽松,人们从事工商业所得的利益受到了基本的保护,那么被压抑的企业家精神就得到了爆发,形成了对全国经济均有重要影响的温州经济的发展模式。

温州民间的传统中,对于将子女去学做学徒,学做生意是比较崇尚的,人们叫做“学生意”。而温州的一些企业家,如第一代的企业家——温州的“中国鞋王”之一的“吉尔达”的余阿寿,人称“皮鞋寿”就是从皮些学徒开始起步的;而另一家“中国鞋王”——“康奈”的老板郑秀康也是从学徒出生。温州鞋业界流传着一个佳话,几乎每个鞋厂的老板,自己都会手工做鞋,而且对于鞋的质量也是了如指掌。其他的行业,如打火机、剃须刀、服装也大抵如此。而学徒制度的存在,是企业家集群形成的一个重要途径。一方面,学徒通过学习师傅的生产技术,掌握了生产的工艺和流程;另一方面,更重要的是通过师傅对原料的采购、生产的安排、产品的销售、客户的联系等实践过程的学习中,可以学到创办企业和管理企业的一整套的方法。同时,通过几年的学徒生涯,对于产品的销售渠道也已经有一些掌握,为今后自己的独立创业

打下了基础。学徒生涯,实际上就是企业家人力资本投资和形成的时期,“干中学”所获得的知识就是他们所积累的企业家人力资本,通过这个过程也逐步形成了他们各自的企业家网络。他们的管理能力、协调组织能力和整合资源的能力等等的人力资本均在这个阶段中获得。这种来源于基层的源源不断的动力,构成了温州企业家人力资本的重要来源。相比之下,许多地方家长是羞于让子女学习经商的本领,喜欢送去读书或其他等。这些小孩宁可在家呆着、种地或以后等待政府的招工计划等等。所以,聚集了众多企业家人力资本的温州地区,无疑就为企业家集群的生成提供了根本的条件,企业家网络节点不断诞生,又不断延伸,从而形成了越来越大的温州企业家网络。

可以说,“瓯文化”对温州企业家集群的形成影响很大,主要是通过培育勇于创新、敢于创新和善于创新的企业家精神以及造就企业家才能而得以形成。这种精神并非只有个别的温州人才具有,而是成千上万的温州人。另外,“瓯文化”的也造就了企业家“干中学”的丰富的实践能力的。因此在文化的熏陶下,自然地形成了庞大温州企业家集群和网络的现象,并成为温州区别于其他地方的一个明显的特征。

五、结论

作为中国新时代企业家集群的典型,基于温州企业家 30 年的形成与发展的经验,可以为中国未来社会企业家群体的发展提供一些借鉴和启示。虽然,温州的企业家创造了昔日的温州模式的辉煌,也造就了目前遍及世界的温州企业家网络。但我们从其网络形成的过程来看,基本上受“瓯文化”的影响的个人驱动所形成的区域企业家集群。但是,这些集群中企业家的素质以及网络中节点间的相互联系,网络的开放性,与其他企业家网络的互动等,还远远达不到能够适应经济转型发展的需求。如 2001 年以后,温州本土的经济增长速度一直处于浙江省末尾,新兴产业也没有实质的发展,甚至在 2011 年出现了温州企业信贷危机,严重影响了温州企业家群体形象。实际上也从一个方面反映了温州企业家集群和网络并没有相应创新和发展。从温州发展来看,我们需要汲取中国古代商帮衰亡的教训,努力增加企业

家网络的密度,提升网络的强度,扩展网络的外向度,从整体上提高中国企业家个人和群体的素质,从而逐步打造出适应国际竞争、勇于创新、善于成功中国企业家集群的形象。

注释:

①史晋川:《温州模式研究》,浙江大学出版社 2002 年版,第 110 页。

②据《2003 年温州统计年鉴》,2002 年温州私营企业共有 28430 家,投资人数为 86078 人,大致一个企业平均有 3 个投资人,统计出版社 2003 年,第 386 页。

③纽扣之都:运作国际品牌年收 400 亿,见 <http://www.zjsr.com>。

④花坦农民开出中国“沃尔玛”:见 <http://www.yj-net.cn/system/2007/06/02/010085320.shtml>

⑤魏盛辉:《泰顺人闯天下拼市场》,《温州日报》2008 年 9 月 19 日。

⑥科斯:《财产权利与制度变迁》,上海三联书店 1996 年版,第 374 页。

参考文献:

1. Aldrich H, Zimmer C. Entrepreneurship through social networks. In Sexton D L, Smilor R W eds., The Art and Science of Entrepreneurship. Cambridge, MA: Ballinger, 1986, 2-23.
2. Anderson A R, Miller . Class matters human and social capital in the entrepreneurial process . Journal of Socio-Economics 2003, (32), 17-36.
3. Burt R. Structural Holes: the social structure of competition, Harvard University Press, 1992.
4. Gartner W B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. Academy of Management Review, 1988, 10(4), 696-706.
5. Granovetter M. The strength of weak ties , American Journal of Sociology, 1973, 78, 1360-1380.
6. Landry R, Amara N, Lamari M, Does social capital determine innovation? To what extent. Technological Forecasting & Social Change, 2002, 69, 681-701.
7. Murray B. Low, Eric Abrahamson, Movements, Bandwagon, And Clones: Industry Evolution And The Entrepreneurial Process . Journal of Business Venturing, 1997, 12, 435-457.
8. 陈文龙:《中国新商帮》,载《科技与产业》2004 年第 9 期。
9. 顾惠君:《产业集群与社会 (下转第 140 页)

(上接第 124 页)网络的协同演化——以温州产业集群为例》，载《经济问题探索》2007 年第 4 期。

10. 金指基：《熊彼特经济学》，林俊男编译，北京大学出版社 1996 年版。

11. 刘冰：《“撒网”模型与企业家社会网络演化》，载《学术月刊》2005 年第 1 期。

12. 刘洋：《社会关系网络转型与家族企业成长研究》(博士论文)，厦门大学 2008。史晋川：《温州模式研究》，浙江大学出版社 2002 年版。

13. 吴翰洋：《产业集群与企业家的互动发展：以嵊州领带集群为例》，载《中小企业科技》2007 第 7 期。

14. 吴慧：《商业文化历史考察之一——以明清晋徽两大商帮为例》，载《商业经济研究》1994 年第 6 期。

15. 魏江：《基于企业家网络的企业家学习过程模式

剖析》，载《浙江大学学报》2005 年第 3 期。

16. 王建：《内生型产业集群中的企业家社会网络和行为研究——理论假定和应用研究》，载《中国软科学》2006 年第 1 期。

17. 王世华：《双子座：徽商、晋商比较研究》，载《安徽师范大学学报》2005 第 11 期。

18. 谢健：《温州民营经济研究》，中华工商联合出版社 2000 年版。

19. 熊彼特：《经济发展理论》，何畏等译，商务印书馆 1990 年版。

20. 张仁寿：《浙商：成长背景、群体特征及其未来走向》，载《商业经济与管理》2006 年第 6 期。

责任编辑 刘 洋