以“合”为贵？合作文化与企业创新 *

潘健平　潘　越　马奕涵

金融领域的研究正在进行着一场文化上的革新（Zingales, 2015）。微观企业是研究文化如何影响个体的绝佳实验对象。这不仅是因为微观企业有能力重塑自身的文化取向，使文化的内涵特征随时间变化，而且微观企业数量庞大，能够为研究提供充足的样本。这意味着对于企业文化的研究将成为金融研究领域文化革新的主线。企业文化作为一种重要的战略资产，是企业为员工所塑造的价值观和行为准则，其作用是促使员工形成对企业有利的行为模式。而在长期的实践过程中，企业在各种场合反复强调所推崇的企业文化，使得所有员工对企业文化都“内化于心，外化于行”，最终企业所推崇的价值观将潜移默化地影响员工的思维模式和行为决策，并最终影响公司价值（Graham et al., 2016）。

在众多不同的企业文化特征中，合作文化是与企业创新相关性较高的一种价值取向。这主要是因为在强调合作的企业中，企业更愿意与外部的科研机构进行合作研发，有助于企业整合外部的优势资源，提升研发实力。同时在企业内部，强调合作不仅有助于在员工之间建立信息分享机制，促进信息的共享，而且能够提高企业内部研发人员之间的凝聚

* 原文刊载于《金融研究》2019 年第 1 期。
作者简介：潘健平，经济学博士，讲师，东南大学经济管理学院；潘越，管理学博士，教授，厦门大学经济学院；马奕涵，硕士研究生，厦门大学经济学院。

力和团队合作的紧密度，对企业创新产生积极的影响。但是，这种提倡合作的价值观所造成的负面效应也是显而易见的。首先，合作双方都存在“搭便车”的动机。更严重的是，在合作的过程中，双方的信息共享可能会导致技术泄露。其次，合作文化所反映的集体主义倾向强调团队协作，而这会抑制个人特殊才能的发挥。最后，在强调合作的企业中，员工的流动性较差，这可能导致员工失去职业危机感，在工作中出现懈怠。以上因素都可能对企业创新产生负面影响。根据本文的统计，有近 1/3 的上市公司在网站的企业文化模块中强调合作是企业文化重要的组成部分。那么，企业文化推崇合作究竟会对企业创新产生促进作用还是抑制作用？

为回答上述问题，本文首先搜集 2006—2015 年沪深 A 股非金融行业上市公司官网中企业文化部分的所有内容以及年报的董事会报告两份文本，建立与“合作”词义相关的近义词库，通过文本分析的方法，构建两个度量企业合作文化的指标，其中一个指标是根据公司官网中所介绍的愿景、使命、核心价值观中是否出现“合作”及其近义词来定义的，另一个指标是通过文本分析的方法，统计上市公司年报的董事会报告部分中“合作”及其近义词出现的次数占报告总词数的比例来定义的。在此基础上，以这两个指标作为企业合作文化的代理指标，度量上市公司的合作文化，并考察其对创新活动的影响。研究发现，企业文化越强调合作，企业的创新产出越多，创新效率越高。这一结论在采用增加控制变量、利用水稻播种面积作为工具变量以及以董事长的非正常离职事件为冲击进行 PSM-DID 等多种方法后仍然稳健。渠道检验的结果显示，合作文化是通过提高企业内部员工的凝聚力和促进企业的“产学研”合作这两种渠道来促进企业创新的。

本文的贡献主要体现在以下两个方面。第一，拓展了微观企业文化领域的研究。文化与金融是目前学术研究的前沿领域，但囿于企业文化还缺乏通用、普适的度量指标，现有对单个企业文化的研究仍然十分匮

乏。本文基于文本分析的技术方法，提取上市公司的合作文化，为后续研究提供了一种大样本提取企业文化的技术方法；进一步揭示了企业合作文化对创新活动的影响机理，有助于提升企业对于文化资本的重视程度，还可为国家制定建设社会主义文化强国的方针战略提供实证支持。第二，丰富了企业创新领域的研究。由于企业创新对企业发展和国家经济增长都具有重要意义，因此，学术界一直十分关注企业创新领域的研究，也取得了相当丰富的成果。无论是国家或者地区层面的因素，如知识产权保护力度（史宇鹏和顾全林，2013）和金融发展水平（Hsu et al., 2014），还是企业微观层面的因素，如公司治理（O'Connor and Rafferty, 2012）及诉讼风险（潘越等，2016），都被证明会对企业创新产生影响，但是鲜有文献关注到企业文化如何影响创新这个问题。本文从企业的文化这一视角切入，揭示了企业的合作文化如何影响企业的创新活动，不仅弥补了企业文化与创新的研究缺憾，且为企业建设和发展与创新活动相符的企业文化提供了借鉴参考。