

知识-行为视角下地方特色产业绩效的影响路径 ——以茅台镇白酒业为例

张林¹

【摘要】基于传统 SCP 范式,本文解析了知识与产业行为的关系,提出修正的 KSCP 分析框架。并且,以茅台镇白酒业为例,对行为的知识维度和地方维度进行问卷测度,采用结构方程模型探索知识获取、竞争态势对特色产业绩效的作用路径,研究地方产业行为对特色产业绩效的中介效应。结果表明:知识获取、竞争态势与产业绩效之间存在显著的正向关系,地方行为中的个人行为、集体行为对产业发展绩效分别具有明显的中介效应,且集体行为的中介效应更为突出。其中,行业协会是企业组织成员知识来源的核心渠道,基于创新的竞争是有效提升产业竞争绩效的焦点。基于此,本文从组织行为角度,提出强化行业协会的建设、企业与政府协同提升人力资本水平、规范行业协同行为、维护市场公平竞争等建议。

【关键词】KSCP 范式 地方行为 结构方程 特色产业

【中图分类号】F124 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1006-5024(2019)07-0005-09

一、引言

党的十九大报告指出,中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。地方特色产业是区域为寻求自身发展的新思路而形成的一种适应现代市场需求结构的差异性、多样化的现代区域产业分工新形式。如何提升以自然资源、技术、人才等为优势基础的特色产业发展质量与绩效,是传统产业优化升级的关键问题。SCP(结构-行为-绩效)范式是分析产业发展绩效的经典范式,许多特色产业研究也不例外。例如:特色制造业绩效改善途径^[1,2](王琴海、刘海蓉,2011;张林,2012)、特色资源型产业组织优化^[3](杨艳林,2007)以及特色资源型产业的结构、行为与绩效三者之间的关系分析等^[4,5](BimeM. J, 2016; SaptoJetal, 2019)。SCP 分析框架牵涉到结构、行为和绩效三者之间复杂的因果关系,而以前研究主要聚焦于结构和绩效之间的关系,行为往往被作为一定结构条件下的被动选择,其核心作用并未被充分重视。虽然周荣、喻登科(2018)对知识网络的结构、行为、演化与绩效进行了系统综述^[6],但仍有必要从实证角度验证知识、行为与产业绩效关系及其影响因素并进行深入研究。本文以茅台镇白酒业为案例,在行为经济学基础上构建 KSCP 分析范式,采用结构方程模型,探索地方特色产业的知识获取、竞争结构、地方行为与产业绩效之间的复杂路径关系,以为地方特色产业的发展提供科学指导。

二、理论框架与研究假设

(一)理论框架

1. 行为经济学视角下的 SCP 范式

¹**基金项目:**国家自然科学基金项目“知识异质性与地方特色产业演化机理研究”(项目编号:41361028);广西哲学社会科学规划研究课题“广西制造业低端锁定评价及其解锁机制研究”(项目编号:17FJL007)

作者简介:张林,广西大学商学院教授,博士生导师,研究方向为区域创新理论与实践。(广西南宁 530004)

产业组织理论中以哈佛学派为代表的学者认为,市场结构决定市场行为,市场行为决定市场绩效,SCP 范式强调结构-行为-绩效之间的单向传导关系。但以斯蒂格勒、德姆塞茨和鲍莫尔为代表的芝加哥学派则认为:市场结构、市场行为与市场绩效三者之间还存在反向的动态关系,构建了 S-C-P-S-C 的动态循环分析逻辑,市场绩效处于该范式的核心地位,但对行为的解释依然不足。

演化经济学认为,企业是一个承载着不同知识与技能、具有主动性和适应性的有机体^[7](Nelson,1982)。在变化的环境中,经济主体往往采取学习、创新等行为改善绩效,知识累积与创新使得产业经济呈现出非均衡的动态演化过程^[8](Pelikan,2003)。行为经济学突破了古典经济学“理性人”及“自利”的假说,认为其既不是完全理性的,也不是完全自私自利的^[9,10],认为经济行为选择依赖于外部环境,人的行为在环境中具有高度选择性^[11](杨虎涛,2018),行为决策不仅受到个体动机、预期等认知心理的影响,而且受到他人的影响^[12,13](Camerer,2004;周业安,2018),即个体行为既构成集体行为也受到集体行为的影响。

SCP 分析范式、演化经济学和行为经济学思想为理解知识、行为与产业绩效增长、结构变迁与竞争过程的关系提供了强有力的系统性思想及思路,行为与绩效之间的关系成为行为经济学关注的核心。但是,经济行为与知识理性紧密相关,将知识纳入 SCP 有利于分析知识经济背景下的产业行为。

2. 产业行为与知识

(1) 产业行为有效性依赖于知识累积

基于主体性与主体间性,可以将产业行为区分为企业个体行为与企业集体行为。个体最优行为往往从竞争出发,通过价格策略、产品策略及渠道策略等行为,获得企业发展的绩效。企业之间存在合作行为,包括行业兼并、战略联盟组建,可以共同改变市场结构,共同获得利益。无论是企业个体行为还是集体行为,都依赖于知识累积。如果产业主体的信息和知识储备在数量和质量上拥有优势的话,就会处于知识分工链条的高端,易于掌握研发、设计等核心环节,并在定价、兼并等行为选择上更具有主动权,使其嵌入更高级的结构之中,具有较强的竞争力,这反过来又增强市场主体获取更多异质性知识的行为能力。

(2) 企业员工知识累积是绩效的重要基础

大量研究均有力地指出:企业异质性与创新活动之间存在密切联系^[14](弗朗哥·马雷尔巴,2011)。企业间异质性意味着企业吸收能力、技术能力等特殊性的存在,其中员工是企业知识创新的核心。马歇尔的知识池、罗默的知识外溢、卢卡斯的专用性人力资本等经典的内生增长理论已证实人力资本会促进经济增长。企业个人行为包括员工的学习行为、创新行为、工作态度等,员工行为是企业异质性塑造的微观力量,企业绩效最终由员工行为质量来决定。企业异质性是不同主体知识耦合的结果,个人行为对企业绩效和产业绩效均会产生显著影响(王弟海,2012)^[15]。

(3) 产业群体行为协同依赖于有效的共同知识基础

产业内企业通过竞争合作机制、学习机制、选择机制及动态博弈机制等实现产业协同演化^[16](陆立军,2011)。超越企业边界的企业间协作、资源共享、知识协同等企业集体行为,有利于强化产业的整体竞争优势,改善产业的结构地位,提升产业整体发展绩效。认知目标的同一性、认知对象的整体性和技术的相似性,是协同行为产生的基础。地方产业不仅是共同的认知对象、技术实践的领域,而且是围绕认知对象的知识资本累积,是企业集群竞争优势的重要来源,这些知识资本累积的群体行为围绕着产业技术-制度-政府-市场来展开^[17](吕可文等,2018)。技术的相似性使得企业之间的生产联系更紧密、分工更容易,地方产业集群整体的归属感、市场竞争压力的整体性等也为集体行为提供了外在动力,强烈的竞争压力会更容易促进集体行为的产生,制度则为行为提供了基本准则。

(二) 研究假设

前已所述, SCP 分析范式中行为居于产业结构-绩效中的核心地位, 由于知识获取也是影响行为与绩效的关键因素, 故本研究将知识 (knowledge) 纳入对 SCP 范式修正后形成的 KSCP 分析范式, 特提出本研究的假设与概念模型。

假设 1: 个体知识获取显著影响产业绩效

知识获取的主要途径包括利用信息化技术、参与行业培训等。企业通过完善信息基础设施建设, 快速获取行业信息, 把握技术动态, 实现信息共享, 促进个体自身的知识创新。行业协会为员工间的交流搭建平台, 参与行业培训有助于促进员工个人的技能水平, 促进了知识的扩散, 加强了企业间非贸易依赖关系, 尤其是集群企业的行业协会, 更对整个产业集群绩效的提升具有积极的促进作用。

假设 2: 竞争态势显著影响产业绩效

竞争态势为产业绩效的提升提供了外部动力。竞争越是激烈, 市场对新知识的需求就越大, 符合市场需求的创新, 有助于获得更大的市场份额, 提高经济绩效。

假设 3: 个人学习效果对竞争态势与产业绩效的关系具有显著中介作用。

经济主体具有能动性。知识获取渠道、竞争压力都需要通过主体能动性来体现。学习效果是个人的创造性、工作积极性、学习效率的集中体现, 创造性提高了异质性知识生产的速率, 工作积极性与工作效率提供了创新的意愿, 而工作经验的累积则表明缄默知识的丰富度。

假设 4: 企业集体行为对竞争态势与产业绩效的关系具有显著中介作用。

由于受到特定资源、历史、技术等制约, 地方特色产业集群具有鲜明的地域根植特性。企业集体行为的地方性主要表现为集群内人际关系网络、地方归属感、同行之间交流频率与效果等, 集体行为通过分享正向的知识外部性效应, 有助于增强集群竞争力。

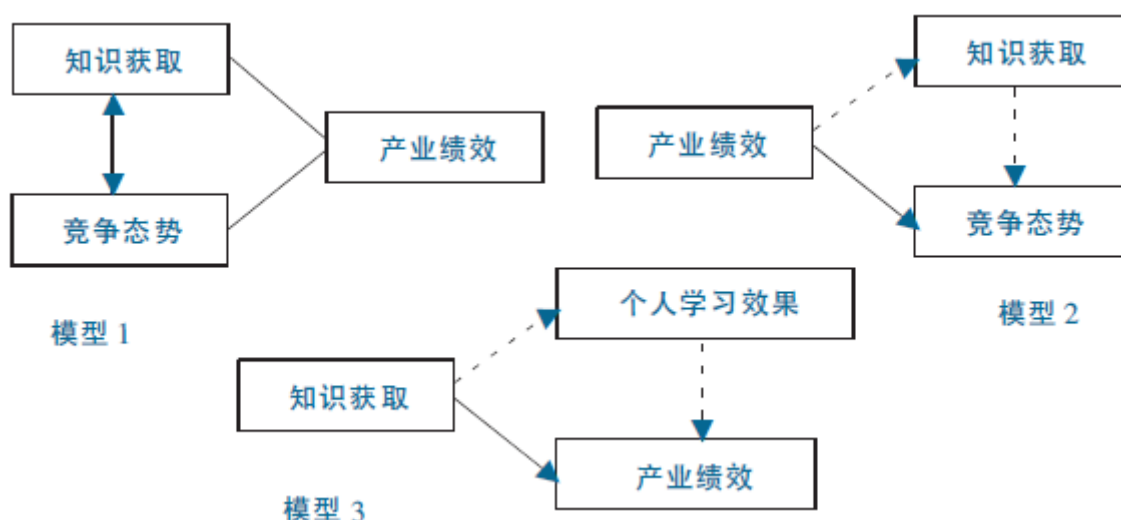


图 1 研究的概念模型

三、实证分析

(一) 案例选择

本研究选取贵州茅台镇酒业作为研究案例。茅台镇白酒业属于典型的地方特色产业,地方性知识丰富,拥有较长的历史。茅台镇白酒产业集群已经形成(中国人民银行遵义市中心支行调研组,2008),2015年仁怀白酒产量32.6万千升,成功创建全国知名品牌示范区,“仁怀酱香酒”品牌价值位列全国区域品牌榜首,凸显规模与品牌效应。国酒茅台是茅台镇白酒产业集群的领头羊,在发展绩效与创新上处于主导地位,但并没有出现国酒茅台大量兼并其他酿酒企业的情况,与其他规模较小的企业协同共生,属于较为典型的“熊彼特II型”组织方式。通过对茅台镇白酒业的访谈发现,茅台镇酿酒企业的经营行为存在差异性。例如,有些企业具有长远的战略眼光,能够紧跟互联网电子商务的发展步伐,但有些企业在营销战略的制定上显得保守。贴牌生产的行为较多,一方面显示出本地企业对自身品牌的信心,另一方面过度贴牌生产也会影响茅台酒产品的质量与品牌公信力,甚至存在一些企业恶意诋毁竞争对手的现象,这种不良的竞争行为不利于茅台镇白酒业集群竞争力的强化。总之,茅台镇白酒业产业绩效明显,以此分析知识获取、行业结构、竞争行为与其产业绩效的内在关系,是合适的典型案例。

(二) 方法

结构方程模型(Structural Equation Modeling, SEM)又被称为潜在变量模型(Latent Variable Models, LVM),它整合了因素分析与路径分析两种统计方法,同时在检验模型中包含的多个自变量与多个因变量之间的因果关系,能够分析加入中介变量后的直接效应、间接效应及总效应,它包括测量模型和结构模型两个部分:测量模型测度潜变量与指标变量之间的关系;结构模型测量潜变量间的因果关系。模型方程为:

$$X = \lambda_x \xi + \delta \quad (1)$$

$$Y = \lambda_y \eta + \varepsilon \quad (2)$$

$$\eta = \gamma \xi + \beta \eta + \zeta \quad (3)$$

上述方程中,式(1)表示外生潜变量的测量方程, X 表示外生潜变量的观测变量组成的向量, λ_x 为估计的参数, ξ 为外生潜变量, δ 为测量模型的残差矩阵;式(2)表示内生潜变量的测量方程。 Y 表示内生潜变量的观测变量组成的向量, λ_y 为估计的参数, η 为内生潜变量, ε 为测量模型的残差矩阵。式(3) γ 表示外生潜变量对内生潜变量影响的路径系数, β 表示内生潜变量之间相互影响系数, ζ 表示残差向量。

(三) 变量选择与数据

1. 变量选择

为了保证量表的信度和效度,课题组对研究区域(贵州省茅台镇)进行实地调研,走访酿酒企业,获取茅台酒业发展的基本感性认识。依据构建的概念模型,结合地方特色产业的具体特点,对量表进行设计和修正,形成最终的调查问卷。

(1) 产业绩效。产品质量升级是转变经济增长方式的重要方式^[18](王永进,2014),质量优质是衡量产业发展绩效的重要指标。在测度质量异质性方面,借鉴程虹(2016)对技术与产品质量之间关系的研究^[19],本文认为技术积累是产品生产的重要知识投入,是保障产品质量的关键环节。产品种类丰富程度既是反映企业生产满足市场个性化需求的能力,也是表征产品质量的重要指标。质量好的产品往往更容易被市场所接受,进入市场速度可以从侧面反映产品质量的差异^[20](张亚斌,2014)。用“技术传承”“产

品种类丰富程度”及“进入市场速度”作为测度产品质量的测量变量。

(2) 知识获取。知识获取途径的不同会影响知识获取的数量与质量。借鉴江旭(2015)对知识获取的量表测度^[21], 本文认为互联网、行业培训、非正式交流等均是获取知识的重要途径, 采用“信息化手段”“参与行业培训”及“参与行业协会”作为测度知识获取的指标变量。

(3) 竞争态势。竞争态势包括其自身的竞争激烈程度, 同时, 由于市场需求与技术的不断变革, 会导致创新的压力, 加强这种创新的紧迫感。参照郑兵云(2011)通过将竞争与创新进行整合来测度竞争态势的量表^[22], 本文使用“竞争激烈程度”及“创新紧迫感”作为测度竞争态势的指标变量。

(4) 集体行为。行业协同包括协同行为渠道构建、行业沟通、地方内部联合等。借鉴盛永祥(2016)对行业协同的测度量表^[23], 本文使用“同行交流的频率”“人际关系网络”“地方归属感”作为测度集体行为的指标变量。

(5) 个人学习效果。个人学习效果可以通过个人在工作中的态度、所积累的工作经验以及工作中的创新意识来进行观察。参照裴宇晶(2015)中对员工工作态度的测度量表^[24], 本文采用“工作积极性”“工作经验”“工作效率”及“工作创造性”作为测度个人行为的指标变量。

2. 数据收集

本研究采用现场发放问卷的形式进行, 问卷设计运用通行的 5 级李克特量表形式, 从非常不同意、比较不同意、不同意、比较同意与非常同意来代表从最低到最高的尺度。调查对象以贵州茅台镇酿酒企业为主, 包括贵州茅台酒股份有限公司、贵州茅台酒厂集团技术开发公司、贵州怀庄酒业集团有限公司。此外, 它还包括遵义相关政府机构。本研究的数据收集时间为 2016 年 11 月-2017 年 1 月, 共发放 200 份调查问卷, 回收 189 份问卷, 回收率为 94.5%。对回收的问卷进行分析筛选, 剔除两份无效问卷, 最终得到 187 分有效调查问卷。

(四) 结果分析

1. 信度和效度检验

对测量模型进行信度和效度检验, 以保证模型的内在质量。信度检验和效度检验(平均方差抽取, Average Variance Extracted, 简称 AVE)。三个模型各自潜变量的系数均大于标准值 0.5, 建构信度大于标准值 0.6, 表明测量指标具有较高的内部一致性, 量表具有较好的可靠性与稳定性。各个模型潜变量的区分效度 AVE 值均大于 0.5, 表明模型具有很好的内部质量。

2. 模型拟合效果检验

运用 AMOS22.0 软件, 构建三个模型的结构方程模型, 并进行运算, 依据模型输出结果中的修正指标并对预设模型进行修正, 得到最终模型(图 2)。卡方自由度比值(GMIN/DF)小于 5 模型是可以接受的^[25](吴明隆, 2010)。预设模型的卡方自由度之比均小于 4, 表示模型拟合较好。值一般不能超过 0.1, 三个模型的 RMSEA 值非常接近于 0.1。GIF、AGIF、NFI、RFI、IFI、TLI、CFI 指标除个别小于 0.9 之外, 其他均大于标准值 0.9。预设模型的 BIC 与 CAIC 的值均小于饱和模型与独立模型。拟合指标表明预设模型与实际观测数据适配度较好, 模型可以接受。

3. 总体模型的路径分析

(1) 知识获取对产业绩效具有显著的正向作用

模型 1 检验知识获取、竞争态势变量分别与产业绩效之间的路径关系, 知识获取对产业绩效的标准化回归系数为 0.22, 通过了显著性检验, 表明知识获取对产业绩效具有显著的正向作用, 知识获取的渠道越广, 知识就越丰富, 也越有利于产业绩效的提升。假设 1 得到验证。

由模型 1 可以发现, 在影响知识获取的诸多变量中, 参与行业协会对知识获取的作用最大, 介于政府与企业之间的社会中介组织, 是企业成员丰富知识储备最为重要的渠道。参与行业培训对企业组织成员知识获取的影响力仅次于参与行业协会, 但通过互联网等信息化手段的影响力相对最小。虽然互联网有助于收集到大量信息, 但人与人之间的互动, 更易于知识的传递和消化。

(2) 竞争态势对产业绩效具有显著的正向作用

竞争态势对产业绩效的标准化回归系数为 0.787, 通过了显著性检验, 表明竞争态势对产业绩效具有显著的正向作用, 假设 2 得到验证。市场竞争越激烈, 就越有利于产业绩效的改进, 这主要是因为企业主体为了求得生存, 激烈的竞争环境激发了创新的动力, 促进了企业产品质量的改进, 以便获取更有利的竞争地位。

在影响竞争态势的指标变量中, 竞争本身的激烈程度对竞争态势的解释力小于创新紧迫感。可见, 创新压力是企业面临的最为严峻的竞争。在影响产业绩效的指标变量中, 产品种类丰富度对产业绩效的解释力最大, 产品种类越丰富, 表明企业针对市场需求, 对产品知识不断进行创新与改进, 提升了产品的质量水平。技术传承对产业绩效的解释力也很大, 表明在特色产业演化过程中默性知识(如传统工艺、)代际传承的重要性。维持这些知识的代际传承(如“师徒制”), 是保证特色产业绩效的关键环节。进入市场速度对产业绩效的解释力最弱, 表明消费者对特色产业的产品不在乎速度, 而更加看重产品的技术含量及其种类的丰富度。

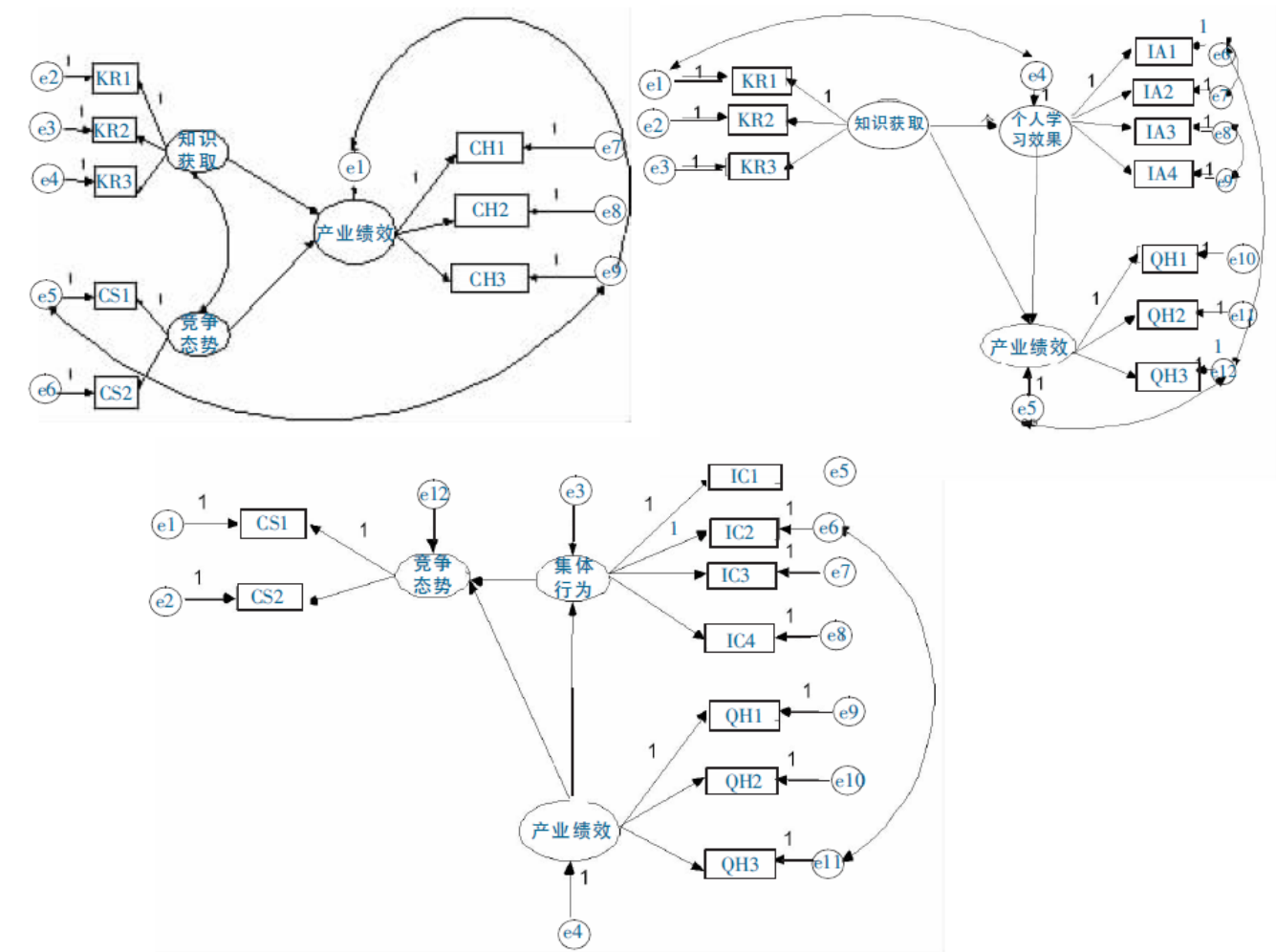


图 2 修正后的结构方程模型

(3) 集体行为通过竞争变量发挥中介效应

整体模型已经验证竞争态势对绩效具有显著的正向关系,但竞争态势是通过何种渠道影响产业绩效水平的,需要作更深入的分析。为此,将集体行为作为中介变量,对模型 2 进行直接效应和间接效应分析。结果显示,竞争态势对产业绩效的直接效应为 0.03,间接效应为 0.917,间接效应明显大于直接效应,表明中介变量集体行为的中介效应非常显著,是产业绩效水平提升的关键因素。行业协同有助于打开外部市场竞争环境与产品质量水平关系的暗箱。竞争促使企业间人员、技术交流更加频繁,进一步加强了彼此间的协作,促进知识共享与溢出效应的增强,为产业绩效的改进提供了协同动力。

同时,模型 2 中的竞争态势、产业绩效与各自指标的回归系数值与模型 1 不同,但其排序与模型 1 的结果相同。在影响行业协同的不同因素中,同行交流频率的影响最大,交流次数越多,就越有利于促进行业协同。

(4) 个人学习效果通过知识获取发挥中介效应

整体模型已证实知识获取与产业绩效之间存在显著的正向关系。但是,获取的知识要素需要通过个人行为才能转化为产品质量。为此,将个人学习效果作为知识获取与产业绩效之间的中介变量(模型 3),考察是否存在中介效应。表 5 的结果表明:知识获取对产业绩效的直接效应为 0.174,间接效应为 0.435。知识获取对产业绩效的间接效应明显大于直接效应,表明个人学习效果作

为中介变量的效应显著,是影响产业绩效的重要因素。同时,它也表明:企业在重视知识要素的同时,更应重视员工的个人行为。

同时,模型 3 中的知识获取、质量异质性与各自指标的回归系数值与模型 1 不同,但其排序与模型 1 的结果相同。深入分析不同因素对个人行为的影响,发现:工作经验对个人行为的解释力最强,表明特色产业的发展对成员工作经验的要求较高,以经验为代表的默性知识越丰富,外化能力就越强。工作积极性对个人行为的解释力几乎与工作的创造力相同,这两者往往相伴产生,表明:工作创造性与积极性是基本动力并相互支持。

四、结论与政策建议

(一) 结论

基于传统的 SCP 分析范式,提出修正后的 KSCP 分析范式,本研究发现地方产业行为,包括个人行为与集体行为,都深刻影响产业绩效,行为受到知识存量与质量的影响与制约。知识储备、竞争态势与产业绩效之间存在显著的正向关系,行业协会等社会民间组织是企业组织成员知识来源的核心渠道。竞争有利于产业绩效,其中创新的压力对竞争结构的解释力最强。个人行为、集体行为对产业发展绩效具有明显的中介效应,其中集体行为的中介效应更为突出。

(二) 政策建议

1. 加强特色产业行业协会建设并发挥其活力

行业协会是连接不同企业成员、政府与其他社会中介组织的桥梁,是产业发展规则和标准制定的平台。政府需要强化行业协会建设,为协会开展活动提供行政方便,通过行业协会这个平台营造尊重企业家、爱护企业的浓厚氛围,大力弘扬创业创新创优精神,培育企业家精神。

发挥行业协会的活力。通过协会指导企业规范经营、开展业务培训,举办展览展会,及时发布市场信息,协调企业与市场之间的关系,加强行业行为自律,保护行业品牌,可以优化知识投入要素,增强产业发展绩效,促进企业人际关系网络、知识交流网络的形成与发展,强化非贸易依赖。

2. 企业与政府协同互动提升产业人力资本水平

企业要构建组织内人力资本发展战略,完善员工培训与考核体系,加强激励机制的建设,薪酬向资深技术人员倾斜,落实传统的“师徒制”,实现精益求精提高企业绩效,并为传统技艺的沿袭与创新提供制度土壤。

政府要根据地方产业发展的战略目标,着力建设创新人才激励政策体系,弘扬劳模精神和工匠精神,引导企业对为工匠薪酬、奖励、职称、培训、荣誉等方面进行内部人事制度改革,工匠培养应作为工业企业绩效考核的指标之一。同时,政府层面也需要展开相应的人才评选。

政府要鼓励茅台学院、工程(技术)研究中心、博士后科研工作站等建设,建立工业人才库,构筑创新产业人才高地,为不同领域、不同类型的人才搭建有针对性、差异化的创新平台,架起专家为企业服务的桥梁,强化人才资源的地方根植特性。

3. 规范行业协同行为,维护公平竞争

依托企业信用信息公示系统,政府以创新和绩效为导向,引导产业资源整合,规范行业行为的制度设置,包括分工与协作机

制、信息共享机制、风险分担机制等,支持“以大带小”产业格局。

鼓励正常竞争行为。但是,鉴于酒类市场侵犯企业商标和制售假冒伪劣酒品违法行为长期存在的现象,需要提升酒类企业保护知识产权和树立自主品牌意识,坚决制止商标盗用、技术剽窃、低假伪劣等不良竞争行为,不定期组织开展酒类市场侵权假冒专项整治,集中组织开展随机抽查,对经抽查存在违法违规行、不履行公示义务、公示信息弄虚作假的市场主体进行警示,列入经营异常名录并向社会公示,切实维护公平竞争市场秩序。

参考文献:

- [1]王琴梅,刘海蓉.基于SCP范式和灰色关联的装备制造业分析——以陕西省为例[J].工业技术经济,2011,(2).
- [2]张林,张中秋.西部特色产业自我发展能力研究——以横县茉莉花产业发展为例[J].广西大学学报(哲学社会科学版),2012,(6).
- [3]杨艳琳.SCP视角的资源产业组织及其优化的理论分析[J].求是学刊,2007,(5).
- [4]Frank Scrimgeour. Alan McDermott. Caroline Saunders. New Zealand Agribusiness Success: An approach to exploring the role of strategy, structure and conduct on firm performance [R].New Zealand Agricultural and Resource Economics Society Conference 25-27 August 2006.
- [5]Sapto Jumono, Sugiyanto, Chajar Matari Fath. Determinants of Profitability in Banking Industry: A Case Study OF Indonesia[J].Asian Economic and Financial Review, 2019, Vol. 9, No. 1, 91-108.
- [6]周荣,喻登科.知识网络研究述评:结构、行为、演化与绩效[J].情报科学,2018,(4).
- [7]Richard R. Nelson and Sidney G. Winter. An Evolutionary Theory of Economic Change [M].Boston: Harvard University Press,1982.
- [8]Pelikan, Pavel. Bringing Institutions into Evolutionary Economics: Another View with Links to Changes in Physical and Social Technologies [J].Journal of Evolutionary Economics,2003,13 (3) : 237 -258.
- [9]Rabin Matthew , Psychology and Economics[J].Journal of Economics Literature, 1998, 36(1): 11-46.
- [10]Thaler R.H., Mental accounting matters [J].Journal of Behavioral Decision Making, 1999, 12(1): 183-206.
- [11]杨虎涛.“异象”的演化心理学解释[J].经济学动态,2018,(8).
- [12]David Laibson, A Cue-Theory of Consumption [J].Psychological Science, 2000, (5): 19-27.
- [13]周业安.重新理解组织行为:信息、理性和社会性[J].学术月刊,2018,(8).
- [14]弗朗哥·马雷尔巴,李宏生,等.创新与产业动态变化及演化:研究进展与挑战[J].经济社会体制比较(双月刊),2011,(2).

-
- [15]王弟海. 健康人力资本、经济增长和贫困陷阱[J]. 经济研究, 2012, (6).
- [16]陆立军. 基于演化动力学的专业市场与产业集群互动机理研究[J]. 经济学家, 2011, (2).
- [17]吕可文, 苗长虹, 王静, 等. 协同演化与集群成长[J]. 地理研究, 2018, (7).
- [18]王永进, 施炳展. 上游垄断与中国企业产品质量升级[J]. 经济研究, 2014, (4).
- [19]程虹, 胡德状, 罗连发. 企业技术创新投入对产品质量的影响[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 2016, (3).
- [20]张亚斌, 黎谧, 冯迪. 产品质量与制造业本地市场效应——基于需求结构视角的经验研究[J]. 当代财经, 2014, (9).
- [21]江旭. 基于社会网络视角的学习导向与企业外部知识获取研究[J]. 管理评论, 2015, (8).
- [22]郑兵云, 李邃. 竞争战略、创新选择与企业绩效[J]. 科研管理, 2011, (4).
- [23]盛永祥, 王旭娜, 吴洁. 企业研发组织沟通网络实证及优化策略研究[J]. 运筹与管理, 2016, (2).
- [24]裴宇晶, 赵曙明. 知识型员工职业召唤、职业承诺与工作态度关系研究[J]. 管理科学, 2015, (2).
- [25]吴明隆. 结构方程模型——AMOS 的操作与应用[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2010.