

科技中介的企业文化解析

林巧燕

(台州广播电视大学, 浙江 台州 318000)

摘要:科技中介企业文化的核心是知识和人才,特征是流动与开放。科技中介企业文化的关键在于:在共有平台的基础上,处理好软的内核与硬的约束的关系,流动与驻留的关系,开放与自我的关系,以及全局与局部的关系。通过企业文化建设培育科技中介的核心竞争力。

关键词:科技中介;企业文化;核心竞争力

中图分类号:F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2016)02-0113-05

上世纪90年代,随着中国转向市场经济,出现了久违的企业,企业文化也就提上了企业日常经营活动的议事日程。科技中介作为一类特殊的企业,自然也有自身的企业文化。经过查找,稍感意外的是,一般只是在文中略加提及,一笔带过,竟然只有少数文章集中讨论科技中介的文化^[1],不过也没有直接涉及企业文化,所讨论的内容基本上可以套用到其他企业。本文试图探讨为科技中介所特有的企业文化。为简化讨论,本文不区分科技中介的归属是政府还是民营,以及赢利还是公益。

科技中介,这四个字本身已经清楚地规定了其基本属性:中介,区分于通常以生产制造为主的企业,以及以科技作为中介的主要内容,区分于譬如遍地开花的房地产中介。为缩小讨论的范围,先探索为科技中介所特有的知识和知识的层次,然后再于此基础上探讨科技中介的企业文化。

1 科技中介的知识层次

如所知,一般意义上的企业文化具有较为清晰的高低层次。科技企业的企业文化大致有以下层次:作为基础的物质层次,包括资产和产权、主要生产设备如厂房和流水线等;作为企业地基的物质层次由下而上规定了员工,特别是直接在物质设施上操作的基层员工的行为方式;在行为方式的基础之上是企业的制度文化,包括奖惩升迁,以及经费在各个领域的分配等,最高层次是企业战略上的价值取向。企业文化

的高层由上而下反过来对低层产生制约、选择和引导作用。这是企业文化上下层之间的运行方式。随着企业文化的运行,企业与社会之间发生功能的交换与耦合。企业向社会输出功能,提供产品、服务,以企业形象显示价值取向和正能量,社会向企业提供人财物、政策指导和需求信息。

科技中介的企业文化既具有一般意义企业文化的内涵,也显示出不同之处。一般的科技型企业需要原材料、厂房、流水线、实验室和质检等作为其运行的物质基础,科技中介的原材料就是信息和知识,任何交流讨论的场合就相当于生产的厂房和车间等等。在上述层次关系上,科技中介企业文化的层次主要不是在于由物质层面到精神层面,虽然并不是无须资金的支撑,但是主要都集中在知识和精神层面;主要不是在“空间”上同时呈现出来,而是体现在时间的流程上。

科技中介企业文化的知识和精神层面可以分别为以下层次。位于底层的是科技知识,必须具有专门的知识背景方可理解、交流和共享。科技中介开展技术开发推广、技术评估论证和新技术交易等服务,必须把握项目内涵的科技知识成熟的程度,潜在的风险和不确定性,商品化前景,以及与之相匹配的其他科技知识等。一方面科学技术高度分化,越分越细,另一方面又融合走向一体化,因而更需要综合科学和技术以及各门类的知识。稍高的层次是金融知识,涉及

收稿日期:2015-10-12

基金项目:台州市软科学研究计划项目(14RKX03);台州大学生科技创新项目(台教高[2014]162号);台州市哲学社会科学规划“首届社科优秀青年专项课题”(15GHQ12)。

作者简介:林巧燕(1974—),女,浙江温岭人,台州广播电视大学,科研处处长,副教授,浙江大学访问学者,研究方向:企业管理。

融资及信用担保和产权交易服务等,这里不仅需要金融知识,而且关系到对未来科技和市场的预期和各方的信用等,需要在一定程度上把握社会有关领域发展态势和规律,以及伦理道德等。政策咨询和管理及法律等专业服务涉及政治和法律领域相关的知识,至于创新培训和人才交流等服务,需要深入了解企业的运营情况和需求。随着知识由科技上升到人文社科,科技中介也就愈益深入到双边市场和相关市场主体的运营状况,了解其信用和价值观。

在上述知识和精神层面中,科技知识是非嵌入编码知识^[2],以清晰严谨的逻辑表述。“非嵌入”意为普遍适用,与特定的对象及其语境无关,与特定的主体无关。科技中介要做的就是将这样“非嵌入”的知识经过一系列运作嵌入于特定的企业、产品和服务,以及市场中,完成从非嵌入到嵌入的转化。在这一转化过程中需要了解,进而深入理解和把握科技知识将要嵌入的语境和主体,这就涉及大量原本嵌入于各个主体和部门中的编码知识,如中小企业的经营状况、当地政府的作为、金融机构的好恶、媒体的关注等,进而要与各色人等打交道,由此建立起信任和情感的联系。在这一过程中,波兰尼所提出的“意会知识”(tacit knowledge)越来越重要。由科技知识到人文社会科学知识,由严谨的非嵌入编码知识到嵌入的编码知识,再到说不清道不明,为个人和个人之间的私交所独有的心领神会的意会知识,构成为科技中介所特有的知识层次。一般企业文化的层次相对清晰分明,而科技中介企业文化在精神层面上的层次会有重叠、交错,甚至倒置。往往在接触大学和研究所的科研成果时,就需要预测转化的可能性与风险,预测政策的可行性,乃至未来市场的容量和接纳程度等。

科技中介企业文化的层次与其说呈现在空间上,不如说更是体现在时间的流程上。在通常所强调的知识由大学和研究所向中小企业传递的路径上,先需要了解科研成果的内容及其成熟程度,接着根据事先掌握的中小企业的状况判断是否有某家或数家企业接受科技成果的可能,做初步试探,如有意,则考虑金融机构的介入,等等,在双边之间反复穿针引线。大学和研究所也可以把课题的“最后一公里”经由科技中介外包或“众包”给中小微企业,大学和研究所、科技中介,以及中小微企业一起形成具有共同愿景的创新和利益共同体。

在中小微企业根据市场需求逆向引导大学和研究所的路径上,科技中介把中小微企业的要求加以梳理概括,集中起来后再与大学和研究所沟通;大学和

研究所根据社会需求再结合自己的强项,对现有的科技知识加以选择和组合。

无论是通常知识由大学和研究所流向中小企业,还是由后者向学研的传递,在科技知识与人文社会科学知识渐次接轨之时,科技中介与各方的接触也深入到嵌入的编码知识和意会知识。知识的嵌入乃至心有灵犀一点通,也就意味着拥有知识的各方之间的关系愈加紧密牢固。

由此可见,科技中介企业文化鲜明的进化特征:随着科技中介功能的逐步展开,提升双边及自身的水准,由科技知识到人文社会科学知识,由作为基础然而不认人的非嵌入编码知识,到注入诚信和情感的意会知识,并且拥有共同的愿景。

科技中介最重要的资产不是楼房和钱财,而是知识,尤其是嵌入的编码知识和意会知识,是这些知识彼此间的耦合与匹配,进而言之,是掌握这些知识的人和人际关系,是在这些人才之间恰当的制度安排。正是基于这样的制度安排,才有科技中介内部知识的学习、共享和创新,以及科技中介与社会之间的良性互动。

2 科技中介企业文化的五组关系

由上分析,可以提炼出科技中介企业文化的五组关系。

2.1 共有的平台与独有的科技中介

科技中介最重要的资源是信息和知识,包括双边市场的客户及其供求关系,以及政府、金融机构和媒体的政策等;所提供的最重要的服务也是信息和知识。作为资源的信息和知识中的大部分属于非嵌入编码知识,可以并且应该交流和共享。科技中介所做的是,在这些初始信息和知识的基础上判断、选择双边市场客户,进一步探明其供给和需求,对有价值的信息和知识进行加工处理转换,再提供给双边市场的客户。

在这一过程中,科技中介,实际上包括所有双边市场已有和潜在客户,在一开始都需要一个包括相关的市场及其主体的信息,甚至更大的信息汇聚、交流和共享的平台。这一平台既可以说是所有市场主体边界的延伸,同时又不为任何主体所私有。对于科技中介来说,这一平台尤为重要,在某种意义上就是科技中介赖以生存的“原材料”和“流水线”,是科技中介的“物质基础”。

厦门中开信息技术有限公司(科易网)提出^[3],建设涵盖科技资源、对接活动、技术交易、技术经纪、政策应用、数据挖掘等6个中心和全流程的创新平台。

浙江大学则提出台州市科技成果转化服务平台的建设方案书^[4]。平台覆盖了科技供需、科技企业、科技中介、科技专家和成果转化等5大资源库,以及信息供需发布、科技在线会展、专家在线约谈、科技信息咨询和科技成果转化等5大服务中心。方案对平台的系统架构、维护管理、界面友好和运行环境等都有刚性的要求。

平台贯彻了以下理念:

平台物质设施为相关主体共享,有助于节约资源;精神内涵则为各个主体独有,有助于提升各自的品牌、知名度和彼此间的耦合,从而推进产业结构升级。放在知识经济时代,就转化为非嵌入编码知识共享,嵌入编码知识和意会知识独有,后二者正是市场主体的生命。平台的IT设施及其维护管理,升级与兼容等主要由政府埋单,科技中介等各个市场主体花钱买服务;平台审核各参与方的资质,在运行过程中积累各方的诚信记录。正是在共有的平台之上,科技中介培育为自己所独有的企业文化,形成嵌入于科技中介的编码知识和意会知识。必须指出,平台并不是传统意义的“公共草地”,各方可以随意使用,只有权利没有责任;平台清晰界定各方的责权利。在平台为各方的运行和发展构建共同基础之时,反过来,包括科技中介在内的各方在推进和完成项目,在自身发展的过程中,通过为平台提供新的用户、数据和知识,拓展平台,凝聚平台,做强平台。

共有的平台与独有的科技中介,这一点说明政府的作为对于市场经济的重要性,尤其是对于科技中介及其企业文化的极端重要性。顺便指出,此处说的是平台的“共有”而不是“公共”,意为有条件开放;科技中介的“独有”而不是“私有”,意为其功能的开放和对平台的反哺。

平台具有层次。若是平台进一步按区域、科技、产业,以及市场细分,有关各方就会进一步凝聚起来,发展出在意愿、志向和供需关系上更加功能耦合的群体^[5],形成彼此共享的嵌入编码知识和意会知识,也就越来越接近一个相对独立的科技中介,其共有性下降,市场功能渐次凸显。平台的层次也说明科技中介作为企业,其本身性质的模糊。正是这种模糊,一方面政府往往会情不自禁越过模糊的边界干预市场运行;另一方面,科技中介具有某些公益的属性。

2.2 软的内核与硬的制度

与提供物质形态商品的企业不同,科技中介上上下下,浑身内外,可以说找不到一根“钢筋”,一块“砖瓦”。科技中介的内部就是员工及其知识,是血肉之

躯和难以定价的知识,乃至“默会”、“隐性”的意会知识。然而正因为此,软的内核既可以获得超额的附加值和“溢出效应”,也可能发生违规、贿赂等事件,因而更有必要辅之以硬的约束,那就是必要的制度规范。平台需要硬的制度,科技中介更是如此。不过,科技中介的制度规范不会是如炼钢厂那样朝九晚五的签到,而是某种“艺术化”的管理方式,传统文化和而不同以及现代的期权或许可以在科技中介的企业文化中发挥作用。

在对外关系上,无论是双边,还是政府、金融机构和媒体等,科技中介与之沟通的内容也都是从科技到人文,从编码到意会的形形色色的知识,其中隐含了或多或少的不确定性和风险,在这些知识的交流和传递的过程中也传递进而放大了不确定性和风险。为此,有必要在各方的“软接口”之上安排制度的刚性制约。除了一般意义上的契约外,风险投资和保险业或有必要以各种方式介入,既免除有关方因交流内容之软而承担过大风险,也可以在硬约束下有充分时间和空间的舞台,让软的知识一展身手。

无论是内还是外,刚性抑或柔性,根本的大环境无疑是完善的市场经济。包括科技中介在内,各方主体可以是国有、民营或多种所有制,经营方式可以是赢利或非赢利,需要有恰当的制度安排,让各方在相对公平和透明的环境下进行博弈与合作,政府也要充当称职的守望人。由于目前部分科技中介带有政府背景,由此必然引发这样的问题,政府是作为行动者之一还是守望者,抑或兼而有之?权力能否施加于其中?在亚当斯密看来,有限的制度安排和重复博弈会引导市场主体走上守信的道路。鉴于科技中介涉及从科技到人文社会科学的知识,涉及各类主体,以及项目之间的不可比性,各个主体可能会对同一事项有不同的解释,因而有必要聘用相关的法律顾问作为硬约束的组成部分。

2.3 流动与驻留,进化与台阶

知识川流不息进入和流出科技中介,没有人可以两次踏进同一条河流。科技中介的生命就在于流动。然而,若是只看到河水的流动,没有构建规范河水流动的河床(维特根斯坦),河水就可能跑冒滴漏、管涌、漫堤,甚至冲毁堤坝。在大数据和信息泛滥知识爆炸需要“学会遗忘”的时代,科技中介需要根据自己在市场上的定位构建自己的知识库,一方面细心选择与知识库一致而有助于自身发展壮大的知识,剔除无关和不利的知识,另一方面也需要随时准备吸收新的知识,以扩展知识库来适应科技、市场和社会的发展。

大数据的有关进展也值得随时关注。

对于科技中介来说,更重要的是构建案例库。一般的企业以一份份订单维系自己的生存与发展,科技中介以完成一个个沟通产和学研的案例,以调集和协调来自政府、金融机构和媒体等方面的各种资源来助推产和学研的结合,由此维系自身的生存与发展。在批量生产的情况下,企业的订单虽会有变化,但大同小异,在这一过程中积累经验,制定和修改相应的规章制度,使企业的运行更为有效。科技中介的案例却是变化多端,每一个项目都各具个性,涉及的主体不同、个体间的关系(主体间性)千变万化,所要交换的知识各有千秋,大学、研究所,以及中小微企业所处的语境迥异。然而正因为此,科技中介更需要从形形色色的案例中寻找、发掘共同点,在每一个参与并经手的员工处抽象、提炼出有价值的经验,使之成为科技中介的共同财富而得以在员工中交流共享,从而在接手下一个案例时不至从零开始。由于这样经概括和抽象的知识超越具体的个案和个人,因而在一定程度上具有非嵌入编码知识的属性,科技中介有必要看护好自己的案例库,明确对此拥有的知识产权,以免因员工流失等原因而发生侵权等事例。

在流动中有所驻留和积淀,这样科技中介方得以一步一个脚印,在项目所铸就的台阶上进化,做大做强。

2.4 开放与自我

虽说“开放”的头衔可以放到所有企业和所有机构身上,不过对于科技中介却尤为突出和重要,不仅面对“双边”市场,涉及政府、金融和媒体各个部门,而且要接触从实验室的科研人员到商场柜台前的营业员,或许还要与家庭主妇打交道。开放与流动一样,都是科技中介的生命。流动,需要驻留;开放,也需要保持自我。所谓科技中介的“自我”,主要指以下方面:

其一,特定的地域,主要涉及区域经济;在区域之外,一来增加成本,二来“强龙不压地头蛇”,难以与当地的科技中介竞争。其二,所接触且有密切联系的双边客户群;这样的客户群需要经过长期的交往和积累,非一日之功。其三,虚实相间,以实为主。虽然平台进而网络是科技中介的延伸,但科技中介的大量以及主要的工作需要深入到双边市场主体,深入到现场,以在特定的语境中感受各方的意图。其四,确切知道自己所熟悉的经营内容涉及哪一类科技、哪一个行业和哪一类产品;虽说行业和产品有“融合”的趋势,但壁垒依然存在,隔行如隔山。最后,所擅长的知

识流动的方向,是学研到产,由科技到市场,还是逆向,由市场来引导科研,抑或双向。股神巴菲特的忠告是,不懂的东西千万不要碰。

当然,所谓“自我”并非固守,可以拓展,可以迁移,但不应轻易跨界,随意进入陌生的领域。有所不为,方可有所为。说到底,“自我”,也就是对自身和发展路径的清晰定位。毕竟只有在这样的区间内,科技中介才可能熟练和妥善地应用其“知识分配力”^[6]。逾越这一范围,科技中介会力不从心,甚至发生知识的“误配”和“错配”;不仅达不到预期目的,而且影响自己宝贵的声誉。罗杰斯告诫说,一个成功的投资者一定要贴近他所熟悉的东西^[7]。

由此可见,科技中介的服务空间有限,需要大量面对面的沟通,需要在现场了解和全方位感受,因而未必“做大”,但务求“做强”。

2.5 全局最优和个体利益

在一个项目中,科技中介的最高目标指向不在于包括自身在内的某一个个体取得最优,而在于全局最优。拉图尔在他的“行动者网络”中解释了一项技术走向社会最终为社会所接纳的过程,各个相关的“行动者”带着自己的喜好、资源和对未来的期待加入进来。于是,社会关系决定了一项技术的成功与否。这就是拉图尔的本意,旨在说明技术的“社会建构”。本文不涉及这一点,不过“行动者网络”用在科技中介正合适。迄今,行动者网络的研究者囿于技术哲学相对“形而上”的领域,科技中介的研究者则关注较为具体的事务,双方并未结合起来。实际上,包括科技中介自身在内,双边市场的各个主体都是技术与市场和社会匹配过程中的利益相关者,或曰“行动者”。作为众多行动者之一,科技中介的特殊作用是在各个行动者的“已有”和意图之间实现“转译”,也就是界面之间的沟通。通过转译,找到在各个行动者之间,以及从“已有”到实现意图的途中的“必经点”(OPP: obligatory passage point)。每一行动者都拿着自己的牌,并且试图在未来的项目中确定自己的角色,处于较为有利的位置。正是在“必经点”上,各方也见到其他主体手上的牌,获悉并最终认同其他主体在未来项目中的角色。这样的“必经点”是一种特殊的“中间知识产品”。科技中介应用知识分配力,转译、整合各方的知识和利益诉求,达成“中间知识产品”,从而让各方在过程中一起走到“必经点”。在“必经点”的基础上,各方做好在项目整体中各自所承诺的事项。

作为科技中介,具有超越各方的视野,并把自身

(下转第129页)

The Ecosystem Security Assessment of Shanxi Province

LU Yuan-yuan, YANG Sai-ming

(Institution of Economics and Management, Taiyuan University of Science and Technology, Taiyuan 030024, China)

Abstract: Based on P-S-R (pressure state response) model, the security index system of ecological system in Shanxi province was constructed from the perspective of economy, people's livelihood, resources and environmental protection. At the same time, the catastrophe progression method and factor analysis method were combined to construct the model of the evaluation of the evaluation area. The results showed that: In 2004—2007, the degree of membership of the ecological system in Shanxi province is increasing, and the level in the 2008—2009 is rapidly declining, the security level of its ecological system has a significant change in 2009, which reflects the economic, livelihood, resources and environment of the four provinces has not been coordinated development.

Key words: Ecosystem security; catastrophe progression method; Shanxi province

(上接第 116 页)

的利益与全局最优捆绑在一起。科技中介不仅是行动者之一员,而且就是“网络”本身。每个主体都有自己的强项、偏好、利益和社会关系,都希望在项目实现自身的利益最大化。系统论的原理之一是,局部最优未必全局最优,为达到全局最优,个体之间必须做出妥协忍让,以及必须剔除不良行动者,以及识别、避免行动者的违规如贿赂等。作为网络的科技中介还需要综合考虑经济学、政治学、技术、应用科学研究和社会变革,考虑未来的消费者和消费环境。在考虑全局最优和个体利益之时,科技中介的定位是,既是行动者,更是把行动者联系、凝聚到一起的网络。

什么是科技中介的核心竞争力?在共有平台的基础上,嵌入于区域之中,有正确的自我定位,熟稔双边市场及二者之间转换的途径,在政府、金融和媒体具有广泛而又深入的人脉关系。以项目的全局最优作为自己的价值追求,有严格和透明的制度安排,善于自我学习。最后,或许也是最重要的是:诚信。诚信体现了科技中介在柔性的内外关系中坚守的刚性

一面。在当前普遍诚信缺失之时,诚信就是稀缺资源,会产生最大的溢出效应。这就是科技中介的核心竞争力。

参考文献

[1] 陈德权,刘亚非,娄成武.科技中介文化研究[J].中外科技信息,2002(6):9—10.
[2] 吕乃基.论非嵌入编码知识[J].自然辩证法研究,2006(1):104—107.
[3] 厦门中开信息技术有限公司(科易网).区域科技创新服务体系建设与运营方案[EB/OL].<http://www.1633.com>.
[4] 浙江大学.台州市科技成果转化服务平台的建设方案书[R].杭州,2013.
[5] 浙江高校产学研联盟台州中心.浙江高校产学研联盟台州中心工作情况汇报[R].台州,2012.
[6] 李正风.从“知识分配力”看科技中介机构的作用与走向[J].科学学研究,2003(4):405—409.
[7] 大师的风采——罗杰斯谈话录[EB/OL].(2008—04—29).
http://blog.sina.com.cn/s/blog_50400e7e0100aghe.html

Analysis of the Corporate Culture of Science and Technology Intermediary

LIN Qiao-yan

(Taizhou Radio and Television University, Taizhou Zhejiang 318000, China)

Abstract: The core of science and technology intermediary corporate culture is knowledge and talent, which is characterized by mobility and openness. The key of science and technology intermediary corporate culture lies in harmonizing the following relations based on a common platform: the relation between soft core and hard constraints; the relation between flow and residing; the relation between openness and self; the relation between whole and part. The core competitiveness of science and technology intermediary and be cultivated through the building of corporate culture.

Key words: science and technology intermediary; corporate culture; core competitiveness