

文章编号:1004-8308(2022)02-0117-17

DOI:10.13581/j.cnki.rdm.20210844



新创企业合法性研究动向与路径演变

葛建华¹, 汪振涛¹, 雷 玮²

(1.中国人民大学 商学院, 北京 100872; 2.华东理工大学 商学院, 上海 200237)

摘 要: 随着制度理论的研究转向与创业实践的蓬勃发展,新创企业合法性研究在纵深发展的同时也呈现出新的发展动向。基于合法性框架,本文围绕合法性概念、合法性影响、合法性评判、合法性标准与合法性变化五大核心议题梳理了新创企业合法性研究的发展线索。在此基础上,根据时空权变性(静态—动态)与评判差异化(同质—异质)两个维度构建分类框架,分析和归纳新创企业合法性研究的不同思路与取向,指出该领域整体上由“静态同质”转向“动态异质”的发展路径。本文指出未来研究可以进一步探索合法性门槛的多重性与动态性、合法性标准的异质性与动态性、媒体呈现作为合法性评判依据与获取工具等议题,同时对跨制度情境的比较分析与中国情境下新创企业合法性研究提出建议与展望。

关键词: 创业;新创企业;合法性;合法性管理;合法性评判

中图分类号: F270

文献标识码: A

作为重要的经济增长引擎,新创企业的生存与发展一直备受关注。相比于成熟企业,新创企业往往具有更高的死亡率。据此,STINCHCOMBE^[1]提出新生劣势(liability of newness)的概念,指出内部协调能力不足与外部合法性缺失是新创企业高死亡率的主要成因。SINGH等^[2]的实证研究发现,外部合法性缺失才是导致新创企业高死亡率的主因。基于新创企业普遍缺乏合法性的共识,后续研究聚焦于新创企业如何战略性地获取合法性,以跨越合法性门槛,保障和促进企业的存续与成长^[3-5]。学者们从制度、文化创业、种群生态、印象管理与社会运动等不同理论视角,揭示了新创企业获取合法性的机制、策略与手段^[6-7]。

然而,随着制度理论的流变以及对创业实践与日俱增的关注,针对新创企业合法性的研究也呈现出新的研究动向和多样的分析取向。一方面,关于制度与组织合法性的理论发展影响了新创企业合法性的研究。制度学者们注意到早期的合法性主张无法解释组织实践差异以及制度变迁等现象,从而开始关注行动者自身的能动性、与多重制度逻辑的并存^[8-9]。这一转变打破了组织被动承受制度压力的既有认识,主张组织作为能动主体积极地采取战略行动来获取与管理合法性;同时,制度环境也不再被视为“铁板一块”,而是包含潜在冲突的多重制度逻辑及相应合法性要求的复杂制度系统^[10]。另一方面,近年来我国创业活动蓬勃发展,《2020年政府工作报告》指出2019年市场主体总量超过1亿户,日均新设企业超过1万户,然而创业活动的成功率并不尽如人意。数据显示,我国初创企业能存活5年以上的不足7%,10年以上的不足1%^[11]。这一现实困境有待新创企业合法性研究提供实践启示与指导。

在上述理论与实践背景下,本文旨在系统梳理和分析新创企业合法性领域的研究转向。①借鉴制度与组织研究中合法性的一般分析框架,围绕合法性概念、合法性影响、合法性评判、合法性标准与合法性变化五大议题,刻画新创企业合法性研究的发展脉络。②从时空权变性(即是否动态、权变地认识和管理合法性)和评判差异化(即是否强调合法性评判群体所持标准的异质性)两个维度,区分静态同质、动态同

收稿日期:2021-06-18;修改日期:2021-11-19。

基金项目:国家自然科学基金项目“创业团队社会资本整合问题研究:基于网络与制度双重嵌入的视角”(72172151);中央高校基本科研业务费专项资金项目“基于制度逻辑视角的企业创新研究”(JKN01212201)。

第一作者:葛建华(1986—),男,博士,副教授,研究方向为组织理论、制度理论、社会网络与经济社会学,shishui404@163.com。

通信作者:雷 玮(1992—),女,博士,讲师,研究方向为战略管理与组织理论,wlei@ecust.edu.cn。

质、静态异质与动态异质4类研究取向和分析路径,指出新创企业合法性研究由静态同质向动态异质的转变。③基于现有研究在合法性门槛的多重性与动态性、合法性标准的异质性与动态性、媒体呈现作为合法性评判依据与合法性获取工具等方面存在的研究不足,指出未来研究方向。④结合中国创业实践,探讨了在中国情境下开展新创企业合法性研究的意义和机遇,并展望了可以进一步探索的研究议题。

1 合法性框架与核心议题

组织与管理研究中的“合法性”源于对正式科层结构的讨论^[12]。基于 MEYER 和 ROWAN^[13]以及 DIMAGGIO 和 POWELL^[14]等人的奠基性工作,以“合法性”主张为核心的制度理论成为 20 世纪 80 年代以来最具影响力的社会科学理论之一。SUCHMAN^[8]将合法性界定为“在一个社会性建构的规范、价值、信念和定义体系中,某个实体的行为被认为是可取的、合适的或恰当的一般性感知和假定”。该定义强调了合法性概念的 3 点主张:①合法性源于社会性建构的观念制度,即合法性获取依赖于评价者持有的集体观念,而非个体观念;②合法性是一种感知与假定,代表了评价者对于组织行为的反应,是一种“主观建构而客观存在”的判断;③合法性判断基于特定价值体系认为主体行为是可取、合适或恰当的,强调合法性获取遵循适当性逻辑(logic of appropriateness),而非后果逻辑(logic of consequence)^[15]。借鉴 DEEPHOUSE 等^[16]提出的合法性框架,本文将新创企业合法性研究划分为 5 个核心议题(见图 1),下面简述各个议题的关注焦点以及新创企业合法性研究围绕各个议题的发展线索。

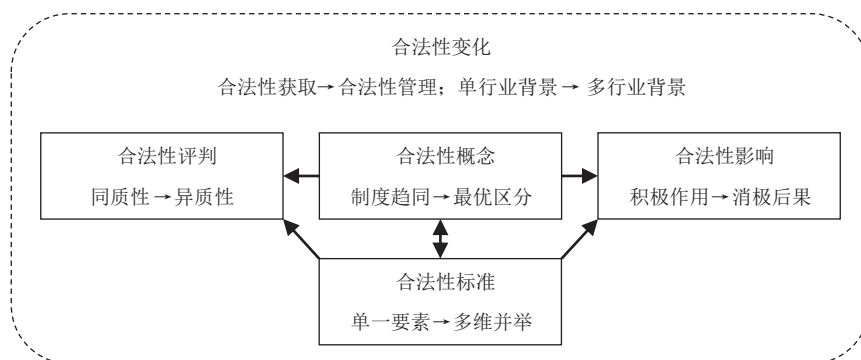


图1 合法性框架与新创企业合法性研究议题

Fig. 1 Legitimacy framework and research issues of the new venture legitimacy

合法性影响指合法性获取对新创企业产生的影响。学者们最初关注合法性获取对新创企业的积极作用,包括促进资源获取、降低失败率与加速企业成长等。而近期研究开始关注到合法性获取给新创企业带来的潜在消极后果,包括多重合法性冲突、阻碍后续合法性获取等。

合法性评判指内外部利益相关者对新创企业的合法性评价。早期研究大多默认利益相关者的评判标准是类似的,或只关注某类特定的相对同质的评判者群体。随着研究的纵深推进,学者们逐渐注意到不同利益相关者合法性评判标准的群体间差异,开始强调合法性评判的异质性。

合法性标准指评判新创企业合法性的不同维度的标准依据,主要包括规制合法性、规范合法性、认知合法性等。总体来看,新创企业合法性的研究重心从单一合法性标准(认知合法性为主)逐渐转移到多维合法性标准,开始采用更加综合、多元的视角研究新创企业合法性。

合法性变化强调新创企业合法性获取、维持、挑战、修复与变迁等动态过程。在组织层面,前期研究重点关注新创企业获取合法性的具体策略和手段,如文化创意、制度遵从与印象管理等;后期研究则更全面地考察新创企业的合法性管理过程,包括合法性的维护、挑战、修复与变迁等。在行业层面,早期研究多聚焦于新兴行业的合法性获取,以及单一行业背景下行业层面合法性对新创企业合法性获取的影响;而近期研究则将重心转移到多行业背景以及不同行业发展阶段对新创企业合法性获取的影响。

2 新创企业合法性的研究动向

围绕上述合法性框架中的5个核心议题,本节具体呈现并讨论新创企业合法性文献的新动向(见表1、图2)。在文献选择上,本文主要关注管理与创业领域期刊,并按照以下步骤检索与筛选文献。①在英文文献的选择上,将“new venture”“entrepreneurship”“entrepreneurial”等创业或新创企业相关关键词与“legitimacy”“legitimation”等合法性相关关键词作为检索依据,利用Google Scholar与Web of Science检索发表在*Administrative Science Quarterly*、*Organization Science*、*Academy of Management Review*、*Academy of Management Journal*、*Strategic Management Journal*、*Journal of Management Studies*等国际高水平管理学期刊与*Journal of Business Venturing*、*Entrepreneurship Theory and Practice*、*Strategic Entrepreneurship Journal*等主要创业期刊的相关文献。②在中文文献的选择上,根据“创业”“新创企业”与“合法性”等关键词检索发表在中文核心期刊的相关文献。③在初步搜集到的近百篇文献的基础上,按照新创企业合法性的研究内容标准,删除部分相关性不大的文献,并利用已有文献的参考文献对文献库进行补充,最终获得82篇与本文研究目的紧密相关的文献。

表1 新创企业合法性研究议题与动向

Tab. 1 Issues and trends of the new venture legitimacy research

议题	早期研究重点	近期研究趋势
合法性概念	制度趋同 组织对制度要求的实践遵从	最优区分 兼容差异性:战略平衡、合法化差异性、最优区分
合法性影响	积极作用 资源获取与企业成长、后续合法性获取、创业者个体利益获取	消极后果 多重合法性冲突、后续合法性获取障碍
合法性评判	同质性 利益相关者的相似评判标准	异质性 评判者偏好、多重制度逻辑带来的差异化评价标准
合法性标准	单一维度 认知合法性为主	多维并举 多维合法性:规制、规范与认知
合法性变化(组织)	合法性获取 合法性获取的手段与机制	合法性管理 关注管理过程:维持、挑战、修复、变迁
合法性变化(行业)	单行业背景 新兴行业合法性获取、行业竞争对企业合法性获取的影响	多行业背景 不同行业背景、行业发展阶段对合法性获取的影响

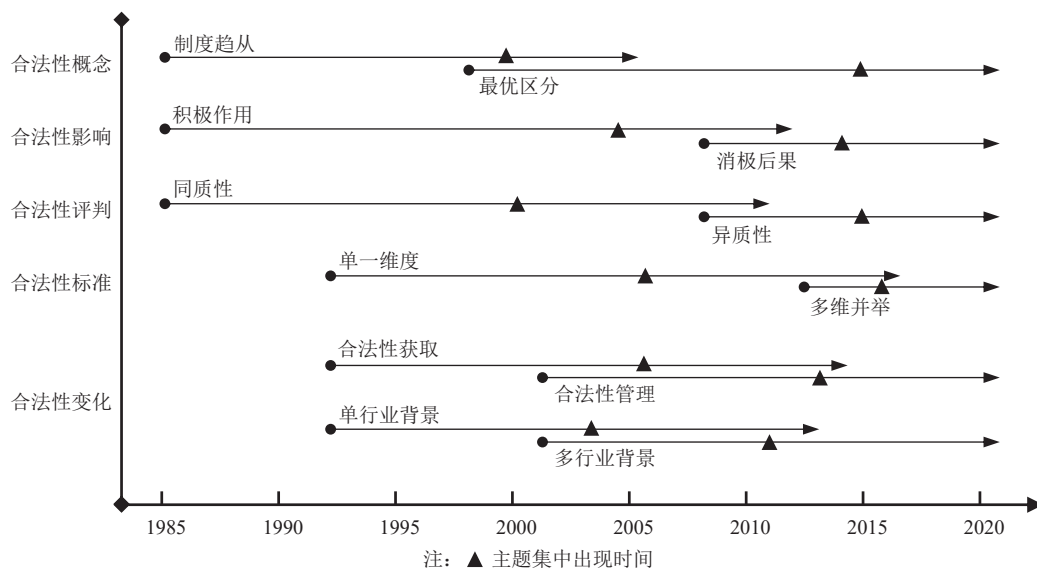


图2 新创企业合法性研究主题演变趋势

Fig. 2 Evolution of the new venture legitimacy research issues

2.1 合法性的概念:由制度趋同到最优区分

制度与战略视角对企业生存与发展提出既关联又不同的矛盾要求^[17],这同样映射在新创企业合法性研究上。差异化能够规避资源竞争,而合法性可以扫除资源获取障碍。综合两者,DEEPHOUSE^[17]提出“战略平衡”(strategic balance)观,强调相比于高战略相似性导致的竞争劣势与低战略相似性导致的合法性风险,适度的战略相似性有利于企业同时规避激烈的资源竞争与合法性危机,从而提升企业绩效。早期研究更多强调制度合法性所要求的“趋同性”,但新近研究愈加重视竞争态势下的“差异化”要求。

FISHER^[18]指出新创企业合法化过程复杂性的一个主要来源正是趋同性与差异化要求之间的矛盾。例如,GUO等^[19]发现合法性获取和差异化追求对于新创企业绩效的影响是相互冲突而非互补的。一些现有研究提出新创企业可以在不同制度资源条件下分别追求趋同性与差异化的不同目标^[20],但多数研究都认为新创企业同时面临趋同性与差异化的矛盾要求,并且提出战略平衡、合法化差异性以及最优区分等一系列理论观点来整合趋同性与差异化视角。目前,聚焦于中国情境的相关研究大多仍聚焦于讨论制度趋同^[21-22],较少集中探讨差异化与合法性之间的张力。打破趋同性与差异化的对立假设,NAVIS和GLYNN^[23]主张新创企业可以从行业成员身份获取合法性,同时通过与行业成员保持不同来兼容差异化,从而在不牺牲合法性的前提下获取差异化优势。如在成熟行业中,新创企业的合法性源于与定义行业类别的基本逻辑和实践保持一致,而差异性源于与行业类别内部主导商业概念的区别。两位学者强调,同时采纳合法性要素与差异化要素并不能确保“合法化差异性”(legitimate distinctiveness)实现,新创企业还需要借助身份叙述与身份故事整合两大要素,进而形成耦合的企业身份,并引导投资者的意义建构与主观判断。

近来,ZHAO等^[24]指出战略平衡观建立在将单一、静态的组织特征作为合法性与差异化评价标准的基础上,而利益相关者的多样性、组织的不同生命周期和行业的不同演进阶段要求对新创企业进行多维、动态的合法性与差异化评判。此外,不同领域讨论合法性与差异化时所采纳的不同概念和术语也造成该研究议题的混乱与模糊性,阻碍了相关知识的积累与理论的发展。在回顾与对话有关文献的基础上,他们提出通过整合性与补偿性两大机制来协调趋同性与差异化的矛盾要求。整合性机制强调利用单个组织特征满足合法性或差异化要求,而多个组织特征的组合可以满足另一方面的要求,从而灵活地化解矛盾;补偿性机制则主张单一组织特征的差异性可能导致合法性缺失,而这一损失可以通过其他组织特征的合法性来弥补,进而在组织层面上实现“最优区分”(optimal distinctiveness)。

2.2 合法性的影响:由积极作用到消极后果

相比于成熟企业,新创企业面临着严峻的新生劣势挑战,合法性获取能够给新创企业带来诸多积极影响,帮助克服新生劣势,这主要表现在以下3个方面。

第一,资源获取与企业成长。由于缺乏历史表现记录,新创企业往往优先采取合法化活动来促进资源获取,进而保证企业的存续与成长^[25-26]。ZIMMERMAN和ZEITZ^[5]将合法性视作一种源自制度环境的资源,指出拥有合法性资源有助于获取人力资源、财务资源与智力资源等其他重要资源。通过帮助企业克服资源约束,进而有助于新创企业的业绩提升和规模成长^[27-32]。已有研究揭示了不同情境下新创企业合法性对资源获取的积极影响。如在商业宣传的背景下,POLLACK等^[33]发现凭借对创业活动的充分理解,创业者可以利用叙述手段帮助投资者快速熟悉创业项目,以此获取认知合法性,从而削弱历史业绩缺失带来的不利影响,并提高资金获取概率。CALIC和MOSAKOWSKI^[34]分析了众筹平台的科技类与影视类创业项目,发现体现为第三方赞同的合法性会释放出项目可行的重要信号,打消了投资者疑虑,提高了众筹成功率。周劲波等^[35]追踪了多家中国的国际新创企业,发现在国际化过程的初期,新创企业的高合法性有利于国际资源的整合与获取,可加速后期的国际化模式演进。

第二,后续合法性获取。合法性获取并非一蹴而就,组织在不同的发展阶段会遇到多重合法性门槛,而前一阶段的合法性获取并不保证后一阶段的合法性获取^[18,36]。针对此问题,FISHER等^[36]指出身份转变能够为新创企业实现前后阶段过渡提供合法性缓冲,即前一阶段积累的合法性资源可以为后一阶段合法性的获取提供缓冲,助力后续合法性的获取。合法性门槛还具有动态属性,行业内先前创业活动被赋予的合法性等因素可以改变合法性门槛,进而对后续创业活动的合法性产生积极影响。例如,

SOUBLIÈRE 和 GEHMAN^[37]发现行业内远超合法性期待的创业成功与略低于合法性期待的创业失败会降低后续类似创业活动的合法性门槛,使其更容易获取合法性。

第三,企业家个体利益获取。新创企业合法性的积极影响不仅体现在组织与行业层面,在个体层面上,新创企业合法性也有利于企业家获取个体利益。例如,BOLZANI等^[38]研究了加纳移民所经营的跨国社会企业的合法化活动,提出社会企业家可以借助组织层面的合法性来合法化新的社会身份,从而提高社会经济地位。

虽然合法性的积极影响仍是当前研究重点,但学者们也逐渐关注到合法性的潜在消极后果。ÜBERBACHER^[6]在回顾相关文献时指出,早期研究主要建立在合法性获取会给新创企业带来积极影响的前提假设之上,建议未来研究探索合法性获取可能带来的消极后果。例如,模仿行业典范的合法性获取过程会造成差异化优势的丧失;为获取合法性对组织目标、结构与程序开展实质性管理变革,也会带来高昂的成本。已有研究揭示了合法性可能产生两方面的消极影响。①多重合法性冲突。合法性可以由不同的评判者赋予,而评判者之间可能存在偏好与利益的冲突与竞争,从而导致新创企业在获取多重合法性时产生内部冲突。例如,ZHAO 和 LOUNSBURY^[39]在研究制度逻辑对社会创业者财务资源获取的影响时指出,在多宗教信仰的国家,社会创业者与企业客户可能有不同的宗教信仰,对合法性赋予持有不同的偏好与要求,从而造成内外部合法性的不兼容,引发信任危机,并导致沟通成本上升与交易流产。②后续合法性获取阻碍。在合法性门槛多重性与动态性并存的前提下,组织自身从先前积累的合法性与行业内先前创业活动被赋予的合法性都可能产生消极影响。在组织层面,新创企业在前一阶段积累的高合法性容易使企业产生组织惰性,包括关系嵌入与认知嵌入,进而阻碍下一阶段合法性的获取^[36]。在行业层面,先前行业内略高于合法性期待的创业成功与远低于合法性期待的创业失败会提高后续类似创业活动的合法性门槛,加大其合法性获取难度^[37]。

2.3 合法性的评判:由同质性到异质性

早期新创企业合法性研究默认合法性评判的同质性,即合法性评判者持有类似的评判标准。这些研究笼统地将合法性评判者称为利益相关者,而忽视其内部的评判标准差异^[36]。例如,NAGY等^[40]在研究创业者所展示的教育背景、社会地位、行业经验的相关凭证如何影响新创企业合法性时,招募了数百名投资与金融专业人士对新创企业合法性作出评判。这一研究设计并未考虑合法性评判者的异质性,难以揭示研究结论的适用边界。类似地,大多数中国情境下的相关研究也尚未关注不同利益相关者可能对于合法性持有的不同评判标准^[21,41]。针对此类研究不足,后期研究越来越强调合法性评判者之间的评判标准差异,主要体现在以下3个方面。

第一,评判者偏好差异。一般认为,多重组织身份带来的模糊性会造成组织吸引力下降,而PONTIKES^[42]提出,不同类型的市场参与者对组织身份模糊性持有不同偏好。作为市场建构者的投资者更加偏好组织身份模糊性,他们希望借助企业的灵活组织身份来改变市场结构;而作为市场消费者的顾客则厌恶身份模糊性,他们更希望通过清晰的企业身份定位来进行快速评价。

第二,评判依据差异。合法性获取手段适用的群体边界体现了合法性评判者的评判依据差异,符合某一群体评判依据的手段未必对另一群体奏效。例如,KARLSSON 和 HONIG^[43]通过研究创业者对于商业计划书撰写活动的态度转变过程,指出商业计划书往往被政府部门或者大学视为合法性判断的重要参考,而投资者并不将其作为参考标准。此外,一些研究聚焦于特定的利益相关者群体,如天使投资人^[44]或众筹对象^[34],讨论新创企业如何获取特定评判者的认可。

第三,主导制度逻辑差异。不同的评判偏好或依据背后是制度逻辑的差异。FISHER等^[45]主张不同的制度逻辑形塑了不同类型投资者的合法性评判标准,科技型企业的潜在投资者可以进一步划分为由社区逻辑主导的众筹支持者、由国家逻辑主导的政府基金管理者、由市场逻辑主导的天使投资人、由专业逻辑主导的风险投资者和由企业逻辑主导的机构投资者。在社会层面上,KIBLER等^[46]主张当自由主义逻辑(liberal logic)或社会主义逻辑(socialist logic)独立主导政府的市场干预与社会福利供给时,社会创业被赋予更强的合法性;而当相互冲突的两大制度逻辑并存且分别主导政府的市场干预或社会福利供给

时,社会创业的合法性则被削弱。

2.4 合法性的标准:从单一合法性到多维合法性

合法性标准指的是评判者用来衡量组织合法性的显性或隐性标准。基于SCOTT^[47]的理论工作,制度与组织研究一般区分规制、规范与认知合法性3类合法性标准。规制合法性突出基于法律制裁和资源依赖的合法性标准;规范合法性强调社会规范与道德支配的合法性标准;认知合法性关注文化支持与共享知识基础上的合法性标准。

由于利益相关者对新创企业不熟悉以及新创企业自身的不稳定性,认知合法性的缺失是新创企业获取资源的主要障碍^[28,33,48]。因此,认知合法性获取成为早期新创企业合法性研究的重点。ALDRICH和FIOL^[3]指出认知合法性获取可以通过知识传播实现,并提出在组织、行业内、行业间与制度层面上知识传播的不同机制。依循这一主张,后续研究进一步拓展了知识传播的内容与手段。在知识传播的内容方面,SHEPHERD和ZACHARAKIS^[49]利用实验方法研究认知合法性获取的影响因素,从顾客角度出发,提出认知合法性评判不仅与产品知识有关,也和组织与管理团队的影响力有关。因此,顾客对于新创企业产品、组织与管理团队的了解能够显著提高新创企业的认知合法性。相关研究提出模仿、故事讲述、修辞手段、符号管理等一系列认知合法性获取机制,旨在揭示新创企业如何使用具体的知识传播手段来克服认知合法性障碍^[28,48,50]。

随着研究情境的拓展,不少研究开始关注认知合法性之外的其他合法性标准。针对规制合法性,有研究发现通过法律认可获得行业规制合法性可以打消关键利益相关者对于创业活动可行性的质疑,从而为行业内的新创企业解决资源获取问题,提高它们从商业计划到实际运营的成功过渡概率^[51]。针对规范合法性,BANGARA等^[52]发现,在印度新创企业采取激进国际化战略的情境下,对制度环境中的规范合法性进行考察能够更好地解释印度创业者主动成立国际子公司、建立外部联结与创建海外直接投资组合等激进战略活动,进而获取规范合法性、克服外来者劣势的过程。近期,有研究也尝试同时考虑多种合法性标准,探讨规制、规范与认知合法性获取对新创企业绩效产生的积极影响^[29,32]。例如,WANG等^[29]在指出创业导向无法独立地创造价值的基础上,提出规制、规范与认知合法性均有利于新创企业获取必要的资源与能力以探索新的市场机会,更好发挥创业导向的作用并提高新创企业绩效。

2.5 合法性的变化(组织层面):由合法性获取到合法性管理

在组织层面,合法性变化指合法性获取、维持、挑战、回应与变迁等动态过程。自ALDRICH和FIOL^[3]讨论新兴行业中的新创企业如何战略性获取合法性之后,关于新创企业合法性获取的研究大量涌现,成为该领域的研究重心。直至近年,有学者指出现有研究过于重视合法性获取,而忽略了合法性获取之后的管理问题^[6],新创企业的合法性管理由此获得关注。

2.5.1 合法性获取 新创企业合法性获取的相关研究基于单一合法性门槛的基本假设,主张新创企业通过战略性行动提高合法性水平以跨越合法性门槛,即获得合法性。相关研究主要从文化创业视角、制度视角与印象管理视角出发,阐述新创企业获取合法性的机制。

1)文化创业视角。文化创业视角强调创业者动用文化工具从而战略性获取合法性,主要机制包括以下两个方面。①故事讲述。当创业活动的可靠性无法被外部环境所检验时,故事讲述作为一种文化工具可以通过发展信任、创建身份以及设定期待等多种方式帮助新创企业获取合法性。聚焦于信任机制,ALDRICH和FIOL^[3]指出故事讲述的有效性依赖于要素之间的紧密耦合与矛盾化解,逻辑连贯的故事有利于提升评判者对新创企业的信任,加速合法性的获取。结合身份理论,LOUNSBURY和GLYNN^[4]主张创业故事可以整合组织层面的资源资本与行业层面的制度资本,从而建构能为新创企业提供合法性的身份。此外,故事叙述还可以通过描绘未来和联结更广泛的故事背景来提高创业活动的可理解性与可靠性,从而形塑合法性评判者的期待,并建立新创企业的合法性^[48]。②修辞与论证。与故事讲述不同,修辞与论证策略利用说服性语言帮助新创企业获取合法性^[53]。RUEBOTTOM^[54]通过研究社会创业寻求合法性的案例揭示修辞战略的微观结构,指出社会创业者可以利用特定的元叙述将组织投射为主角,而将社会变化带来的挑战投射为对手,并利用相应的修辞手段强调主角元叙述的积极方面与对手元叙述的消极方面,通过杂糅主角与对手的对立评价实施合法性获取的修辞战略。与修辞手段类似,类比、分类、泛化、

因果、符号与权威等论证手段也依循各自的推理逻辑向合法性评判者论证新创企业的合法性^[50]。

2)制度视角。制度视角突出新创企业通过服从或选择制度环境获取合法性,具体机制如下。①模仿。制度学家早已提出在不确定情况下,模仿是组织获取合法性的主要机制之一,这一合法性机制同样适用于新创企业^[14,28,55]。例如,KHAIRE^[28]发现模仿行业中成熟企业的结构被视作服从制度要求,能够帮助新创企业降低自身的不确定性,促进认知合法性的获取。同时,模仿行业中成熟企业的仪式性活动被视作采纳外部价值标准,有利于提升新创企业在评判者眼中的合法性水平。②联结。联结机制强调新创企业通过建立联结获得成熟企业的认可,凭借成熟企业的合法性,说服评判者赋予其合法性^[52,56]。建立联结的对象除了成熟企业之外,也可以是高权威的个体。例如,YU等^[57]指出中国文化具有高权力距离的特点,在此背景下,农民企业家倾向通过与政界、商界或其他领域中的权威人士建立联结并获得其肯定,进而获取认知合法性。此外,也有部分研究结合网络理论,指出新创企业的强网络关系与高中心度也可以通过建立信任、创建包容性商业模式与信号传递等机制促进合法性获取^[58-60]。③领导背景与组织特质。不少研究从个体、团队与组织层面发现特定的领导背景、团队特点与组织特质能够满足合法性评判标准,从而帮助新创企业获得合法性^[61-62]。在个体层面,研究发现首席营销官的教育背景、营销经验与行业经验可以作为企业营销能力的积极信号,赋予新创企业以合法性,帮助其克服资金不足的限制^[56-63]。在团队层面上,异质性团队能够发挥信息多样性与认知视角广阔的优势,同时受制于沟通障碍与情感冲突等劣势,在有利影响与不利影响先后发挥主导作用的情况下,团队异质性与认知合法性获取呈倒U形关系^[21]。在组织层面上,建立合法实体被视作服从法律权威与提高企业家对新创企业承诺的行为,帮助新创企业在没有历史表现作为合法性评价参考的情况下,提高合法性获取概率^[25]。④选择。作为能动的行动者,新创企业除了服从制度环境的要求之外,也可以通过选择特定的制度环境获取合法性^[5]。例如,SOUTARIS等^[64]通过讨论进入新行业的企业部门如何处理来自新行业与母公司的不同制度压力,指出企业部门优先考虑的合法性评判者与高管团队的专业化水平共同决定了部门的同构取向,进而推动部门采纳特定组织结构来服从某一制度环境的要求。进一步地,新创企业不仅可以选择特定的制度环境,还可以选择特定的制度要素。有研究指出跨国经营的社会企业家基于对不同国家的文化理解,保持对宏观制度的敏感性,在不同发展阶段引入不同的宏观制度要素作为其目标和活动的依据,从规范方面使企业合法化^[38]。

3)印象管理视角。印象管理视角强调新创企业通过策略性地管理合法性评价者可接收的企业信息来建构积极的企业形象。具体管理策略包括如下3点。①符号运用。符号运用指的是新创企业利用符号性工具来合法化自身的存在与活动,常见的符号性工具包括商业计划书^[25]、行业认证证书^[51]以及布景、道具、穿着、表达等视觉符号性工具^[65]。借助多种多样的符号性工具,创业者可以向外部利益相关者传达承诺、愿景、能力等积极信号以获取合法性。不仅拥有符号性工具对合法性获取有积极影响,符号性工具的使用方式也会影响其合法化作用^[66]。展示多样的符号性工具和重复使用单一符号性工具可以增强符号性工具的合法化效果,更有利于新创企业跃过合法性门槛^[40]。②语言策略。印象管理策略并不局限于视觉性工具的使用,也包括语言策略的选择与运用。例如,FISHER等^[45]基于不同制度逻辑主导的合法性评价者具有不同合法性评价的观点,提出利用“强调框架”(emphasis frames),即迅速、战略性地调整呈现内容中的强调元素,实施与关键合法性评价者的制度逻辑相匹配的合法化战略,帮助新创企业管理来自不同评价者的合法性评判。③信号释放。创业者也可以选择性地释放相关信号来调节合法性评判者可以接收的信息,提升新创企业在合法性评判者眼中的价值。例如,PLUMMER等^[67]借鉴意义建构视角,讨论多样信号如何共同影响新创企业外部资金的初次获取,提出与可靠第三方的联结可以作为有利信号释放新创企业潜力信息,巩固新创企业的合法性。

2.5.2 合法性管理 新创企业合法性管理研究基于合法性门槛是多重而非单一的假设。FISHER等^[36]指出新创企业在成长过程中会遭遇多重合法性门槛,在前一阶段获得合法性并不意味着下一阶段可以自动获得合法性,反而可能因为难以适应新的制度环境而面临合法性丧失的风险,所以新创企业需要进行合法性管理。合法性管理包括合法性维持、挑战、修复与变迁,以下依次讨论其具体机制。

1)合法性维持。合法性维持强调创业者对于合法性评判的持续关注,即关注评价者是否认可组织对标

准的持续服从。其具体机制包括如下3点。①身份转变。身份转变是保证新创企业在各个发展阶段维持合法性的有效手段。为了实现前后阶段的成功过渡,新创企业可以通过身份转变来获取下一阶段中关键评判者的认可,以越过该阶段的合法性门槛^[36]。②修辞策略。修辞策略强调通过意义建构来巩固企业形象,进而帮助新创企业维持合法性。CORNELISSEN和CLARKE^[68]主张当新创企业的最初企业形象具备合法性时,创业者可以通过类比或比喻来巩固当前形象,维持合法性。③脚本管理。脚本通过与外部制度环境相联结,提供相应的文化解释,并通过制度化过程成为新创企业形塑内部合法性与身份的行动指南。有研究指出互联网行业的高速变动迫使新创企业在不同阶段采取不同的脚本,以在各个阶段建立合法性^[69]。

2)合法性挑战。合法性挑战指组织在前期获得的合法性由于内外部条件变化而遭受挑战。具体机制如下。①制度多元化。在身份转变的过渡期,为了满足前后阶段评判者的不同合法性要求,新创企业会增加不同身份要素,从而导致企业身份定位模糊,面临合法性丧失风险^[36]。②预期实现失败。在利用故事讲述获取合法性之后,新创企业由于无法实现故事所描述的期待,或作为故事基础的环境合法性遭遇冲击,而面临合法性危机^[48]。

3)合法性修复。合法性修复关注组织对难以预见的合法性危机的回应。新创企业往往根据特定类型的合法性危机选择相应手段来修复合法性,具体包括如下3点。①故事修改。当利用故事讲述获得的合法性遭遇挑战时,新创企业可以通过重新设定预期或重新建构联结的手段修改原有故事,重建新创企业的可理解性与可靠性,从而修复合法性^[48]。②经验专一性。在广泛工作经验对合法性造成损害,进而负面影响创业概率的前提下,行业领域经验的专一性可以修复工作职能广泛性所带来的合法性破坏^[70]。③多重身份平衡。女性创业者兼具创业者的社会身份与女性的家庭身份。随着女性意识的觉醒,创业者身份的合法性会受到冲击,而多重身份平衡允许女性创业者在社会角色与家庭角色之间进行动态调整,寻求平衡并重塑创业者身份的合法性^[71]。

4)合法性变迁。合法性变迁强调制度创业者战略性创造新制度的过程^[72-73],不同战略手段在不同制度背景下发挥作用。①产品创新。在新兴行业中,作为先驱者的新创企业为新产品或者新服务建立合法性基础的同时,也会创建新的脚本、规则、规范与价值观,从而对现有社会结构产生冲击,并最终改变社会结构^[5]。②资源拼凑。在不利的制度环境下,创业者可以参与拼凑活动对手头资源进行重新配置,进而将零碎的资源要素重新组合成规范的合法实体。在此过程中,拼凑活动也成为推动制度变化的合法性机制^[74]。③类比战略。类比战略可以在制度化不同阶段扮演不同角色。例如,ETZION和FERRARO^[75]通过分析非营利性组织使用类比战略来制度化可持续性报告实践的过程,指出在制度化早期,制度创业者使用类比战略强调新制度与现有制度之间的相似性,通过展示对现有制度的服从来赋予新制度合法性;在制度化后期,类比战略被用来突出新制度与现有制度之间的价值观分歧,为新制度奠定价值基础。

2.6 合法性的变化(行业层面):由单一行业背景到多行业背景

在行业层面,合法性变化指行业整体的合法性变化过程以及行业背景对新创企业合法性获取与管理的影响,相关研究的重心从关注单一行业背景转移到关注多样行业背景。然而,中国情境下的研究在整体上仍缺乏关注行业背景对于新创企业合法性获取与管理的影响^[76]。

单一行业背景下的新创企业合法性研究主要关注新兴行业作为整体如何获取合法性,以及行业合法性如何对新创企业合法性获取产生影响。①新兴行业合法性获取。对新兴行业合法性获取的研究主要基于制度视角与文化创意视角。从制度视角出发,遵循认知合法性与社会政治合法性的分类框架,ALDRICH和FIOL^[3]提出鼓励创业者围绕主导产品与服务设计进行融合的新兴行业能够更快地获得认知合法性。同时,动员创业者采取集体行动的新兴行业能够更快地获得社会政治合法性。后续研究在这一脉络下继续发展,有研究发现,竞赛形式的行业宣传有利于主打汽车产品的可靠性传播,提高汽车行业的认知合法性;新兴行业的法律认可、积极媒体报道与成功企业数量均能推动行业标准、模板与惯例的制定,促进行业内部企业与外部委托者之间的互动,增强行业的社会政治合法性^[51,77]。此外,文化创意视角也为行业合法性的获取机制提供了解释。例如,WRY等^[78]提出集体身份故事讲述有助于新兴行业合法化,特别是集体身份故事明确了创业群体的主导目标与核心实践。行业成员扩充导致集体身份中行动者与

实践的多元性增加,从而削弱行业合法性,成长型故事可以发挥协调功能来消除这一潜在缺陷。②行业合法性对企业合法性获取的影响。特定的行业合法性水平为新创企业获取合法性设定了特定的条件。HOMBURG等^[63]研究发现在低合法性水平的行业,风险投资家会更加依赖企业质量信号,提升首席营销官的教育背景与经验等合法性获取手段的重要性。

与单一行业背景关注特定的行业类型或特定的行业发展阶段不同,多样行业背景关注不同行业类型与不同行业发展阶段对新创企业合法性获取的影响。①不同行业类型对新创企业合法性获取的影响。依据发展水平高低,行业可以划分为新兴行业与成熟行业。ALDRICH和FIOL^[3]指出新兴行业由于模范企业缺位和外部联结缺失,导致新创企业面临更大的认知合法性与社会政治合法性障碍。新兴行业与成熟行业中新创企业的合法性来源不同:成熟行业中新创企业的合法性源于与行业的基本逻辑与实践保持一致,而新兴行业中新创企业的合法性源于与典型创业角色和活动的逻辑与实践保持一致^[23]。YOUNGER和FISHER^[79]聚焦先驱企业获得早期认可后其他新创企业对其模仿又与之竞争的行业发展阶段,主张新创企业可以通过模仿、实验、分离的三步走战略建构合法化差异性的组织形象。②不同行业发展阶段对企业合法性获取的影响。行业发展对新创企业合法性的获取手段与获取目的都具有影响。在获取手段方面,SINE等^[51]发现随着行业成熟度提高,行业认证证书对于新创企业合法性获取的重要性也随之下降。在获取目的方面,NAVIS和GLYNN^[80]通过研究美国卫星广播行业最初16年的变迁过程,发现新兴行业的合法化促使行业参与者的注意力从行业整体转移到行业内企业的差异,促使新创企业的获取目的从新兴行业的合法性获取转移到新创企业的合法化差异性获取。

3 新创企业合法性的研究取向与发展路径

通过梳理新创企业合法性文献的研究框架,本文发现大部分文献跨越了单个合法性议题的边界,在具体研究情境中整合和链接不同合法性议题。从研究思路与取向出发,建立时空权变性(静态—动态)与评判差异化(同质—异质)两个维度,前者指研究是否关注新创企业及其所处环境的历史发展与情境转换动态,后者指研究是否关注合法性评判者的不同评判标准。上文梳理的五大议题均与这两个维度所建构的场景相关,因此通过这两个维度可以整体把握新创企业合法性研究现状。

就时空权变性而言,新创企业追求的最优区分会随着企业自身成长与所处行业的发展而变化;新创企业在前一阶段积累的合法性可能成为下一阶段合法性获取的优势或障碍;不同的企业发展阶段会遇见持有不同评判标准的合法性评判者;同一评判者所持有的合法性标准在企业不同发展阶段有所差异;新创企业不仅要获取合法性,也要应对合法性挑战,主动修复合法性以及理解合法性变迁;新创企业要在不同行业背景与发展阶段下采取不同策略以获取与管理合法性。

就评判差异化而言,新创企业所追求的合法性内涵会随合法性评判标准而异;新创企业获取合法性的手段在不同类型的评判者眼中会有不同解释,带来不同的后果;合法性评判者可以根据制度逻辑、评判偏好等依据划分成不同类别;不同知识背景与工作经验的评判者持有不同的合法性标准;新创企业获取与管理合法性的策略随合法性评判标准而异;新创企业所处行业的成熟度变化会导致合法性评判标准的改变。

依据上述两个维度,新创企业合法性研究可以分为静态同质、动态同质、静态异质与动态异质四大研究类别。基于各个议题下的文献发展脉络,可以看出新创企业合法性研究的研究思路与取向整体上由静态同质逐渐转向动态异质,主要经由两条路径:第一条路径先由静态同质过渡到动态同质,再由动态同质过渡到动态异质;第二条路径是先由静态同质过渡到静态异质,再由静态异质过渡到动态异质(见图3)。下面以具体研究为例展示上述两条渐进式转变路径。

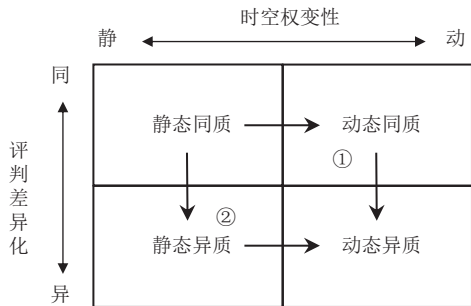


图3 新创企业合法性的研究思路与取向

Fig. 3 Research approaches and orientations of new venture legitimacy

早期研究大多属于静态同质类别,在默认合法性评判者同质化的前提下,讨论静态环境背景下新创企业如何采取战略行动获取合法性^[6]。作为这一类别的典型研究,ZIMMERMAN和ZEITZ^[5]并没有对合法性评判标准进行区分,主张持有同质合法性评判标准的合法性评判者可以被服从、选择、操纵与控制等战略行动说服,继而赋予新创企业合法性。此外,在预设新创企业平稳发展与外部环境保持静止的前提下,本文提出新创企业越过静态的单一合法性门槛之后,就不再遭受合法性缺失所带来的负面影响。

遵循第一条发展路径,部分研究开始打破先前研究默认的静态假设,关注新创企业自身与所处环境的发展动态对合法性获取与管理的影响。例如,GARUD等^[48]提出通过故事讲述来设定期待可以帮助新创企业获取合法性,并指明新创企业在后一阶段可能由于无法实现所描述的期待或者遭遇环境合法性的冲击而面临合法性危机。这一研究打破了单一合法性门槛假设所预设的自动获取或保持后续合法性的观点。尽管没有关注合法性评判者的异质性,但是这一研究通过引入新创企业的发展与外部环境的变动等要素,对新创企业合法性情境的动态性进行了更深刻的理解与分析。

遵循第二条发展路径,有研究开始打破合法性评判标准的同质性假设,关注异质的新创企业合法性评判标准对合法性获取与管理的影响。例如,FISHER等^[45]借助制度逻辑理论,主张不同制度逻辑形塑了不同类型投资者的合法性判断标准,将科技型企业的潜在投资者进一步划分为由社区逻辑主导的众筹支持者、由国家逻辑主导的政府基金管理者、由市场逻辑主导的天使投资人、由专业逻辑主导的风险投资者与由企业逻辑主导的机构投资者。他们进而针对不同制度逻辑所主导的不同投资者设计了相应的合法性获取手段,揭示了合法性获取手段的权变属性。尽管没有强调新创企业获取与管理合法性的动态情境属性,但是这一研究通过引入多重制度逻辑,拓展了新创企业合法性研究的评判标准异质性维度。

总体上,近期研究逐渐开始打破新创企业及其所处环境的静态假设与合法性评判标准的同质性假设,同时关注新创企业合法性研究情境中的动态性与异质性。例如,TRACEY等^[81]分析一家借鉴美国模式的意大利企业孵化器的发展过程,指出随着企业孵化器的逐渐成熟,本地资源限制促使新创企业采取国际化战略以扩大市场规模,进而导致新创企业不仅需要应对本地层面的合法性压力,也要面对行业层面的合法性压力。为了获取两种层面的合法性,新创企业需要同时开展本地和行业的实践活动以及意义建构工作,以满足不同层面合法性评判者的不同标准。这一研究通过案例分析的研究方法揭示了新创企业获取与管理合法性过程中动态性与异质性共存的真实情境,展现了新创企业合法性研究情境的复杂性。

4 对现有研究的讨论:不足与拓展

新创企业合法性领域的现有研究呈现以下主要特点。①新创企业合法性的研究取向由静态同质通过动态同质与静态异质两条路径渐进过渡到动态异质。其中,早期研究大部分集中于静态同质类别,越来越多的新近研究打破静态假设或同质假设,跨越到动态同质与静态异质的类别中,但目前只有少数研究结合动态假设与异质假设,采纳动态异质的研究取向。中国情境下的相关研究也显露出类似的转变趋势,但是转变速度整体上滞后。②从时空权变性的维度看,合法性概念、合法性影响与合法性变化议题已经逐步考虑研究情境的动态性,而合法性评判与合法性标准议题却依旧停留在静态假设阶段。③从评判差异化的维度看,合法性概念、合法性影响、合法性评判与合法性变化议题已经开始重视合法性评判的异质性,而合法性标准议题却没有对合法性评判的异质性加以考虑。④大多新创企业合法性研究局限在单一制度情境下,没有充分探讨多重制度环境下新创企业获取与管理合法性的策略与手段,为比较制度分析提供了广阔的研究空间。此外,就中国情境而言,经济的高速发展给予新创企业充分的市场机会,然而中国特殊的制度文化环境对新创企业合法性的影响还有待进行系统性考察。

根据上文提出的研究取向转变,新创企业合法性研究还存在以下不足。①大多研究都将合法性评判议题基于静态假设之上,认为新创企业的合法性评判标准并不随时间而变。然而,合法性评判标准会受到历史因素与环境因素的影响,根据新创企业自身的行动结果或所处行业的演变而发生改变。②有关合法性标准议题的研究没有充分考虑到合法性标准的动态属性与异质属性,默认合法性评判者持有类似的

合法性标准,且不会发生变化,但是不同的合法性评判者往往偏好不同类型的标准,如政府偏好规制合法性、行业协会偏好规范合法性、顾客偏好认知合法性等。此外,评判者的合法性标准偏好也有可能随着企业自身发展或所处行业成熟而改变。③新创企业获取与管理合法性的手段被大部分研究视作“放诸四海皆准”,缺乏清晰的受众边界。值得注意的是,不同评判者对合法性获取与管理手段持有不同的态度与看法,强调获取与管理手段的不同方面。例如,顾客倾向于将媒体宣传当作合法性评判的依据,而投资者则希望创业者发挥媒体宣传的合法性获取作用。基于上述研究不足,本文尝试针对以下研究方向提出未来研究议题。

4.1 合法性门槛的多重性与动态性

合法性门槛概念的发展有助于将动态维度引入合法性评判议题。学者们已经注意到合法性门槛不仅是多重的,而且会因其他因素影响而动态改变。例如,SOUBLIÈRE和GEHMAN^[37]发现行业内先前创业活动的成功或失败存在溢出效应,对后续类似创业活动的合法性获取产生影响。其中,远超合法性预期的创业成功与略低于合法性期待的创业失败会降低后续类似创业活动的合法性门槛,而略高于合法性期待的创业成功与远低于合法性期待的创业失败则会提高后续类似创业活动的合法性门槛。借助合法性门槛概念,合法性评判议题的有关研究可以建立新的研究假设:合法性门槛的变化反映出合法性评判标准的降低或提高,新合法性门槛的建立意味着合法性评判标准的重塑^[37,81]。在此基础上,学者们可以进一步探讨哪些因素会影响合法性门槛的动态变化,具体而言体现为合法性评判标准的降低或提高;新创企业如何运用文化工具影响公众认知,进而创建新的合法性门槛、重塑合法性评判标准等。

此外,合法性门槛兼具多重性与动态性双重属性,对新创企业合法性研究转向异质动态类别具有推动作用^[18]。如新创企业一般会进行多轮融资,不同融资阶段由不同类型的投资者主导,单轮融资阶段会面对投资者、媒体、政府、顾客等多样的合法性评判者。在这一情境下,合法性门槛既在多轮融资阶段具有多重性,也在单轮融资阶段具有多重性,要求新创企业在特定融资阶段同时满足不同合法性评判者的特定期待^[36,45]。基于此,未来研究可以探索合法性评判者之间的互动如何影响合法性门槛?内外部冲击性事件在不同合法性评判者眼中有着不同意义与内涵,这些事件是否引起多重合法性门槛变动的程度与方向不同?在单轮融资阶段,新创企业如何同时管理与跨越多重合法性门槛?前一阶段合法性获取如何影响后一阶段多重合法性门槛的跨越过程?

4.2 合法性标准的异质性与动态性

新创企业获取合法性的过程中往往面对持有不同标准偏好的合法性评判者,并且他们的偏好会随着组织发展与所处行业的演变而发生转变。如何将异质性与动态性整合进合法性标准议题成为未来研究的突破口。FISHER^[18]提出构型观(configurational approaches)来整合最优区分、合法性评判者多样性、行业类别与合法性门槛四大复杂性要素,以揭示获取与管理合法性的复杂过程。未来研究可以将合法性评价标准视作合法性获取与管理过程的一个新维度,与其他复杂性要素进行融合,进而深化对合法性标准议题的异质性与动态性理解。例如,未来研究可以同时考虑合法性评判者多样性与合法性标准多样性,探索面对持有不同合法性标准的合法性评判者,新创企业获取与管理合法性的特定战略;也可以结合行业类别与合法性标准,探索行业演变如何导致合法性评判者的合法性标准偏好发生变化。

新创企业引进国外成熟商业模式并试图获取合法性的活动为理解合法性标准的异质性与动态性提供了难得的研究情境^[81]。在此情境下,可以探讨创业者如何使持有特定认知合法性标准的顾客与供应商理解陌生的商业模式与产品,如何说服制定规制合法性标准的政府从而获得政策与资源支持,如何与提供规范合法性标准的国际行业协会互动以获得认可。此外,外卖平台过度控制骑手的负面报道引起公众的广泛关注^[82],行业丑闻的揭露如何推动顾客从重视认知合法性标准转移至强调规制合法性标准等问题都是未来可能的研究议题。

4.3 媒体呈现作为合法性评判依据与获取工具

不同的合法性评判者对获取与管理合法性的手段持有不同态度与期待,并以媒体呈现形式表达,同时媒体呈现也影响着公众意见与偏好,探索媒体呈现在何种条件下发挥制约或能动作用有利于展现合法

性变化议题在评判差异性维度上的异质特点^[83]。现有研究已经指出媒体作为合法性评判依据与合法性获取工具的双重作用^[16]。例如,葛建华和冯云霞^[84]发现媒体作为合法性的重要来源与指示器。一方面,媒体呈现作为认知合法性期待的传播工具,逐渐成为形塑合法性评判的主导力量;另一方面,媒体呈现可以被战略性地用来塑造合意的企业家形象,从而促进新创企业合法性获取。立足于媒体呈现的双重作用,未来研究可以探索媒体呈现如何形塑特定人群的公共认知,促使其形成特定的合法性评判标准,进而厘清合法性获取与管理手段的受众边界;也可以探索媒体呈现如何通过强调新创企业的不同侧面满足不同合法性评判者的要求,以获取并维持合法性。

近年来,移动互联网的出现极大降低了媒体信息的获取成本,扩展了媒介辐射的受众范围,增加了媒体传播的途径^[16]。在此背景下,不同群体是否更加倾向于从不同的媒体来源获取信息;合法性评判者之间的评判标准差异是否因此被放大;从特定途径接收媒体信息的群体是否偏好某一类的合法性获取与管理手段;当新创企业的媒体呈现与公众的主流价值观产生分歧而发生合法性危机时,如何利用媒体工具应对合法性危机并修复合法性等问题都值得进一步研究。

5 跨制度情境的比较分析与中国新创企业合法性研究展望

现有关于新创企业合法性的研究大多局限于单一制度情境,一些研究尽管超越了单一的制度情境,却未进行对比分析^[38,64]。因此,对新创企业合法性开展跨制度情境的比较分析存在较大的研究空间。值得探索的相关议题包括如下4点。①新创企业如何运用不同策略来获取不同制度情境下的合法性;②某一制度情境下的合法化特征或行动如何成为另一制度情境下的差异化来源;③某一制度情境下积累的合法性对另一制度情境的合法性获取产生怎样的影响;④不同制度情境中的主要合法性评判标准是否存在矛盾以及新创企业如何应对等。引入跨制度情境的比较分析不仅能深化对于新创企业获取和管理合法性机制的理解,还可能对制度理论的进一步发展产生贡献。

在中国制度情境下进一步深入探讨新创企业合法性相关议题兼具理论与现实意义。蔡莉和单建安^[85]指出,相比于外国情境,中国情境下新创企业的社会认可度较低,缺乏广为人知的响亮品牌,由此合法性水平相对较低。如何从合法性角度提升新创企业生存与发展是亟待解决的重要现实问题。而与主流文献中的西方情境相比,中国情境本身的特点也为新创企业合法性研究提供了新的研究议题和方向。一方面,在中国转型经济的背景下,政府在经济活动中发挥重要的引领作用,政治关联等非市场因素对新创企业发展具有重要影响^[55];另一方面,共存于中国社会的国家逻辑、市场逻辑、地区逻辑、家族逻辑等多重制度逻辑及其交互关系增加了企业经营环境的复杂性与异质性。基于本文梳理的新创企业合法性研究动向与路径演变,以下结合中国独特的制度情境和创业实践,对如何在中国情境下开展新创企业合法性研究进行展望。

首先,考虑到该领域从制度趋同到最优区分的关注转变,中国新创企业涌现的新实践有利于驱动相关研究议题和理论的发展,如进入成熟领域的新创企业如何兼顾合法性与差异化问题。以电商行业为例,在几近形成寡头化的格局下,拼多多聚焦三、四线城市与乡镇等细分市场,凭借成团拼单、低价补贴等差异化商业模式,成功进入电商市场并快速成长为行业巨头。拼多多以及类似中国企业在进入成熟市场时获取“差异化合法性”的历程,有助于深入探讨合法性与差异化之间的关系以及最优区分的实现路径。

其次,就合法性影响而言,中国转型经济背景为研究合法性的消极后果提供了潜在研究条件。李新春等^[55]指出由于政府仍然掌握着干预经济的政治权力,主导着众多关键资源的分配,与政府官员建立私人联系成为新创企业获取合法性的重要手段。然而,通过建构与维护政治关联来获取合法性也可能给新创企业带来巨大成本和风险。例如,戴亦一等^[86]指出建立政治关联的经济付出并不随着合法性获取而中止,政府在经济体系中掌握的政治权力约束了新创企业的选择,使其不得不在资金紧缩时通过合法渠道持续“献金”。此外,政治关联的积极影响并非是稳定的,如官员换届与调动都会带来政治不确定性,因而新创企业的合法性努力未必就能获得预期回报。

再次,针对合法性评判议题,中国情境下国家、市场、家族等共存的多重制度逻辑形塑了合法性评判

者不同的评判标准与依据,有助于研究合法性评判的异质性及其影响。以新创企业融资为例,我国的投资者群体可以划分为由国家逻辑主导的国有企业、由家族逻辑主导的家族投资者、由市场逻辑主导的天使投资人、PE/VC以及机构投资者等。不同投资者或许持有相异的合法性评判依据,如国有企业投资者强调新创企业对宏观经济发展与高端技术进步的推动作用;家族投资者重视新创企业对于社会情感财富的创造与积累;天使投资者、PE/VC以及机构投资者则看重对新创企业的投资回报率。类似制度复杂性在中国不同实践领域普遍存在,为研究合法性异质性相关议题提供了得天独厚的研究机会。

同时,从合法性标准来看,海外商业模式如何在国内获得合法性是一个值得探讨的问题。以中国网约车的发展为例,滴滴、快的公司最初尝试引进Uber网约车模式时,并没有获得官方认可,网约车平台被定性为非法运营。同时,网约车业务也遭到出租行业协会的投诉,并在用户推广过程中受挫。创业者通过与政府部门、行业协会以及客户等利益相关方积极互动,最终获得官方认可,确立了网约车模式的规制合法性;与各地的出租车平台达成战略合作,建立了规范合法性;并且随着网约车成为人们出行选择中“理所当然”的选项,它的认知合法性也逐步提升。新创企业引入海外新商业模式后如何与利益相关者互动以获取合法性的过程值得深入研究。

此外,针对合法性变化议题,随着中国移动互联网的蓬勃发展,网络舆论成为引发合法性危机的潜在导火索。面对获取和维持合法性的新挑战,新创企业也在积极探索修复合法性的新方式,并在与利益相关者的互动中推动制度变迁。以外卖行业为例,2020年一篇网络文章^①揭示了外卖员在算法系统的控制下逐渐“异化”,暴露在高危工作环境中却没有正式合同保障的困境。该文章引发巨大的网络舆论,各大外卖平台被贴上“黑心平台”“无视劳动者权益”等负面标签,遭遇重大合法性危机。对此,外卖平台即时响应,试图通过延长配送时间等举措修复合法性,并推动了政府部门出台维护外卖送餐员权益的政策,从而引起外卖行业的制度变革。

最后,创业活动中组织与行业合法性的相互影响仍有较大研究空间。一方面,中国经济转型发展过程中,许多行业的新兴、成熟和衰退都显著受到制度的影响,而行业合法性的变化进一步影响新创企业合法性获取与管理。以我国教培行业的发展为例,教培行业曾处于快车道阶段,新创企业纷纷模仿头部企业的运营模式以获取合法性;而“双减”政策出台后,教培行业的合法性遭受严重挑战,新创企业纷纷遵照新规调整业务以重塑合法性。另一方面,“双创”浪潮中,不少新创企业选择全新的商业模式,建立新行业。例如,OFO与摩拜单车作为共享单车行业的先行者,成功建立、推广全新商业模式,并在资本市场顺利融资,建立起自身的组织合法性。与此同时,其他共享单车企业纷纷成立并顺利融资。庞大的共享单车投放量也引起了监管部门的注意,相关部门发布正式的行业指导意见,标志着这一新兴行业被政府部门所认可。在类似新兴行业的涌现过程中,先驱企业在行业合法性建立中扮演了怎样的角色?组织合法性通过何种机制扩展成行业合法性?先驱企业的退场是否会影响行业合法性?对这些现象和问题进行研究有助于深入理解组织与行业两个层面合法性的共演和变迁过程。

参 考 文 献

- [1] STINCHCOMBE A L. Organizations and social structure[M]//MARCH J G. Handbook of organizations. Chicago: Rand-McNally, 1965: 143 - 193.
- [2] SINGH J V, TUCKER D J, HOUSE R J. Organizational legitimacy and the liability of newness [J]. Administrative Science Quarterly, 1986, 31(2): 171 - 193.
- [3] ALDRICH H E, FIOLE C M. Fools rush in? The institutional context of industry creation [J]. Academy of Management Review, 1994, 19(4): 645 - 670.
- [4] LOUNSBURY M, GLYNN M A. Cultural Entrepreneurship: stories, legitimacy, and the acquisition of resources[J]. Strategic Management Journal, 2001, 22(6/7): 545 - 564.

①资料来源:<https://mp.weixin.qq.com/s/Mes1RqIOdp48CMw4pXTwXw>。

- [5] ZIMMERMAN M A, ZEITZ G J. Beyond survival: achieving new venture growth by building legitimacy [J]. *Academy of Management Review*, 2002, 27(3): 414 - 431.
- [6] ÜBERBACHER F. Legitimation of new ventures: a review and research programme [J]. *Journal of Management Studies*, 2014, 51(4): 667 - 698.
- [7] 曾楚宏, 朱仁宏, 李孔岳. 新创企业成长的组织合法性获取机制[J]. *财经科学*, 2009(8): 64 - 72.
- [8] SUCHMAN M C. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches [J]. *Academy of Management Review*, 1995, 20(3): 571 - 610.
- [9] THORNTON P H, OCASIO W. Institutional logics and the historical contingency of power in organizations: executive succession in the higher education publishing industry, 1958—1990 [J]. *American Journal of Sociology*, 1999, 105(3): 801 - 843.
- [10] FRIEDLAND R, ALFORD R R. Bringing society back in: symbols, practices, and institutional contradictions [M]// POWELL W W, DIMAGGIO P J. *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press, 1991: 232 - 263.
- [11] 任兴磊, 李献平, 杲传勇. 分析与展望: 中国中小微企业生存发展报告(2017—2018) [M]. 北京: 中国经济出版社, 2018.
- [12] WEBER M. *From max weber: essays in sociology* [M]. New York: Oxford University Press, 1946.
- [13] MEYER J W, ROWAN B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony [J]. *American Journal of Sociology*, 1977, 83(2): 340 - 363.
- [14] DIMAGGIO P J, POWELL W W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields [J]. *American Sociological Review*, 1983, 48(2): 147 - 160.
- [15] MARCH J G, OLSEN J P. The logic of appropriateness [M]// MORAN M, REIN M, GOODIN R E. *The Oxford handbook of public policy*, Oxford, UK: Oxford University Press, 2006: 689 - 708.
- [16] DEEPCHOUSE D L, BUNDY J, TOST L P, et al. Organizational legitimacy: six key questions [M]// OLIVER G C T, MEYER L R. *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, London: SAGE Publications, 2017: 28 - 54.
- [17] DEEPCHOUSE D L. To be different, or to be the same? It's a question (and theory) of strategic balance [J]. *Strategic Management Journal*, 1999, 20(2): 147 - 166.
- [18] FISHER G. The complexities of new venture legitimacy [J]. *Organization Theory*, 2020, 1(2): 1 - 25.
- [19] GUO H, TANG J, SU Z. To be different, or to be the same? The interactive effect of organizational regulatory legitimacy and entrepreneurial orientation on new venture performance [J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2014, 31(3): 665 - 685.
- [20] KING B G, CLEMENS E S, FRY M. Identity realization and organizational forms: differentiation and consolidation of identities among arizona's charter schools [J]. *Organization Science*, 2010, 22(3): 554 - 572.
- [21] 赵文红, 薛朝阳. 创业团队异质性、认知合法性与资源获取关系研究 [J]. *管理学报*, 2017, 14(4): 537 - 544.
- [22] 杜运周, 任兵, 陈忠卫, 等. 先动性、合法化与中小企业成长——一个中介模型及其启示 [J]. *管理世界*, 2008(12): 126 - 138.
- [23] NAVIS C, GLYNN M A. Legitimate distinctiveness and the entrepreneurial identity: influence on investor judgments of new venture plausibility [J]. *Academy of Management Review*, 2011, 36(3): 479 - 499.
- [24] ZHAO E Y, FISHER G, LOUNSBURY M, et al. Optimal distinctiveness: broadening the interface between institutional theory and strategic management [J]. *Strategic Management Journal*, 2017, 38(1): 93 - 113.
- [25] DELMAR F, SHANE S. Legitimizing first: organizing activities and the survival of new ventures [J]. *Journal of Business Venturing*, 2004, 19(3): 385 - 410.
- [26] 周冬梅, 陈雪琳, 杨俊, 等. 创业研究回顾与展望 [J]. *管理世界*, 2020, 36(1): 206 - 225.
- [27] GUO H, XU E, JACOBS M. Managerial political ties and firm performance during institutional transitions: an analysis of mediating mechanisms [J]. *Journal of Business Research*, 2014, 67(2): 116 - 127.
- [28] KHAIRE M. Young and no money? Never mind: the material impact of social resources on new venture growth [J]. *Organization Science*, 2009, 21(1): 168 - 185.
- [29] WANG T, THORNHILL S, CASTRO J O D. Entrepreneurial orientation, legitimation, and new venture perfor-

- mance [J]. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2017, 11(4): 373 – 392.
- [30] 李加鹏, 吴蕊, 杨德林. 制度与创业研究的融合: 历史回顾及未来方向探讨[J]. *管理世界*, 2020, 36(5): 204 – 219.
- [31] 杜运周, 张玉利, 任兵. 展现还是隐藏竞争优势: 新企业竞争者导向与绩效U型关系及组织合法性的中介作用[J]. *管理世界*, 2012(7): 96 – 107.
- [32] 俞园园, 梅强. 组织合法性中介作用下的产业集群关系嵌入对新创企业绩效的影响[J]. *管理学报*, 2016, 13(5): 697 – 706.
- [33] POLLACK J M, RUTHERFORD M W, NAGY B G. Preparedness and cognitive legitimacy as antecedents of new venture funding in televised business pitches [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36(5): 915 – 939.
- [34] CALIC G, MOSAKOWSKI E. Kicking off social entrepreneurship: how a sustainability orientation influences crowdfunding success [J]. *Journal of Marketing Studies*, 2016, 53(5): 738 – 767.
- [35] 周劲波, 黄胜, 叶广宇. 组织学习、合法性与国际新创企业进入后速度[J]. *科学学与科学技术管理*, 2014, 35(11): 129 – 141.
- [36] FISHER G, KOTHA S, LAHIRI A. Changing with the times: an integrated view of identity, legitimacy, and new venture life cycles [J]. *Academy of Management Review*, 2015, 41(3): 383 – 409.
- [37] SOUBLIÈRE J-F, GEHMAN J. The legitimacy threshold revisited: how prior successes and failures spill over to other endeavors on kickstarter [J]. *Academy of Management Journal*, 2019, 63(2): 472 – 502.
- [38] BOLZANI D, MARABELLO S, HONIG B. Exploring the multi-level processes of legitimacy in transnational social enterprises [J/OL]. *Journal of Business Venturing*, 2020, 35(3): 105941 (2020-05-18). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.06.002>.
- [39] ZHAO E Y, LOUNSBURY M. An institutional logics approach to social entrepreneurship: market logic, religious diversity, and resource acquisition by microfinance organizations [J]. *Journal of Business Venturing*, 2016, 31(6): 643 – 662.
- [40] NAGY B G, POLLACK J M, RUTHERFORD M W, et al. The influence of entrepreneurs' credentials and impression management behaviors on perceptions of new venture legitimacy [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36(5): 941 – 965.
- [41] 王玲玲, 赵文红, 魏泽龙. 创业制度环境、网络关系强度对新企业组织合法性的影响研究[J]. *管理学报*, 2017, 14(9): 1324 – 1331.
- [42] PONTIKES E G. Two sides of the same coin: how ambiguous classification affects multiple audiences' evaluations [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2012, 57(1): 81 – 118.
- [43] KARLSSON T, HONIG B. Judging a business by its cover: an institutional perspective on new ventures and the business plan [J]. *Journal of Business Venturing*, 2009, 24(1): 27 – 45.
- [44] BECKER-BLEASER J R, SOHL J E. New venture legitimacy: the conditions for angel investors [J]. *Small Business Economics*, 2015, 45(4): 735 – 749.
- [45] FISHER G, KURATKO D F, BLOODGOOD J M, et al. Legitimate to whom? The challenge of audience diversity and new venture legitimacy [J]. *Journal of Business Venturing*, 2017, 32(1): 52 – 71.
- [46] KIBLER E, SALMIVAARA V, STENHOLM P, et al. The evaluative legitimacy of social entrepreneurship in capitalist welfare systems [J]. *Journal of World Business*, 2018, 53(6): 944 – 957.
- [47] SCOTT R W. *Institutions and organizations* [M]. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- [48] GARUD R, SCHILDT H A, LANT T K. Entrepreneurial storytelling, future expectations, and the paradox of legitimacy [J]. *Organization Science*, 2014, 25(5): 1479 – 1492.
- [49] SHEPHERD D A, ZACHARAKIS A. A new venture's cognitive legitimacy: an assessment by customers [J]. *Journal of Small Business Management*, 2003, 41(2): 148 – 167.
- [50] VAN WERVEN R, BOUWMEESTER O, CORNELISSEN J P. The power of arguments: how entrepreneurs convince stakeholders of the legitimate distinctiveness of their ventures [J]. *Journal of Business Venturing*, 2015, 30(4): 616 – 631.
- [51] SINE W D, DAVID R J, MITSUHASHI H. From plan to plant: effects of certification on operational start-up in

- the emergent independent power sector [J]. *Organization Science*, 2007, 18(4): 578 – 594.
- [52] BANGARA A, FREEMAN S, SCHRODER W. Legitimacy and accelerated internationalization: an Indian perspective [J]. *Journal of World Business*, 2012, 47(4): 623 – 634.
- [53] 陈昀, 陈鑫. 基于认知视角的社会创业企业合法化机制及获取策略[J]. *管理学报*, 2018, 15(9): 1304 – 1310.
- [54] RUEBOTTOM T. The microstructures of rhetorical strategy in social entrepreneurship: building legitimacy through heroes and villains [J]. *Journal of Business Venturing*, 2013, 28(1): 98 – 116.
- [55] 李新春, 叶文平, 朱沆. 牢笼的束缚与抗争: 地区关系文化与创业企业的关系战略[J]. *管理世界*, 2016(10): 88 – 102.
- [56] RAO R S, CHANDY R K, PRABHU J C. The fruits of legitimacy: why some new ventures gain more from innovation than others [J]. *Journal of Marketing*, 2008, 72(4): 58 – 75.
- [57] YU J, ZHOU J X, WANG Y, et al. Rural entrepreneurship in an emerging economy: reading institutional perspectives from entrepreneur stories [J]. *Journal of Small Business Management*, 2013, 51(2): 183 – 195.
- [58] 彭伟, 顾汉杰, 符正平. 联盟网络、组织合法性与新创企业成长关系研究[J]. *管理学报*, 2013, 10(12): 1760 – 1769.
- [59] 田宇, 杨艳玲. 贫困地区新创企业创业者关系网络对其组织合法性的影响机制研究[J]. *管理学报*, 2017, 14(2): 176 – 184.
- [60] 杨栩, 廖姗, 张平. 生态创新、利益相关者关系嵌入性与新创企业合法性关系研究[J]. *管理评论*, 2020, 32(9): 107 – 117.
- [61] TORNIKOSKI E T, NEWBERT S L. Exploring the determinants of organizational emergence: a legitimacy perspective [J]. *Journal of Business Venturing*, 2007, 22(2): 311 – 335.
- [62] 杜运周, 李毛毛. 魅力型领导对新企业绩效的影响: 组织合法性的中介作用[J]. *科学学与科学技术管理*, 2012, 33(12): 87 – 96.
- [63] HOMBURG C, HAHN A, BORNEMANN T, et al. The role of chief marketing officers for venture capital funding: endowing new ventures with marketing legitimacy [J]. *Journal of Marketing Research*, 2014, 51(5): 625 – 644.
- [64] SOUITARIS V, ZERBINATI S, LIU G. Which iron cage? Endo-and exoisomorphism in corporate venture capital programs [J]. *Academy of Management Journal*, 2012, 55(2): 477 – 505.
- [65] CLARKE J. Revitalizing entrepreneurship: how visual symbols are used in entrepreneurial performances [J]. *Journal of Management Studies*, 2011, 48(6): 1365 – 1391.
- [66] ZOTT C, HUY Q N. How entrepreneurs use symbolic management to acquire resources [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2007, 52(1): 70 – 105.
- [67] PLUMMER L A, ALLISON T H, CONNELLY B L. Better together? Signaling interactions in new venture pursuit of initial external capital [J]. *Academy of Management Journal*, 2015, 59(5): 1585 – 1604.
- [68] CORNELISSEN J P, CLARKE J S. Imagining and rationalizing opportunities: inductive reasoning and the creation and justification of new ventures [J]. *Academy of Management Review*, 2010, 35(4): 539 – 557.
- [69] DRORI I, HONIG B, SHEAFFER Z. The life cycle of an internet firm: scripts, legitimacy, and identity [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, 33(3): 715 – 738.
- [70] KACPERCZYK A, YOUNKIN P. The paradox of breadth: the tension between experience and legitimacy in the transition to entrepreneurship [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2017, 62(4): 731 – 764.
- [71] 李纪珍, 周江华, 谷海洁. 女性创业者合法性的构建与重塑过程研究[J]. *管理世界*, 2019, 35(6): 142 – 160.
- [72] LEE C-K, HUNG S-C. Institutional entrepreneurship in the informal economy: China's shan-zhai mobile phones [J]. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2014, 8(1): 16 – 36.
- [73] 尹珏林, 任兵. 组织场域的衰落、重现与制度创业: 基于中国直销行业的案例研究[J]. *管理世界*, 2009(S1): 13 – 26.
- [74] DESA G. Resource mobilization in international social entrepreneurship: bricolage as a mechanism of institutional transformation [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36(4): 727 – 751.

- [75] ETZION D, FERRARO F. The role of analogy in the institutionalization of sustainability reporting [J]. *Organization Science*, 2010, 21(5): 1092 – 1107.
- [76] 何霞, 苏晓华. 环境动态性下新创企业战略联盟与组织合法性研究——基于组织学习视角[J]. *科研管理*, 2016, 37(2): 90 – 97.
- [77] RAO H. Institutional activism in the early American automobile industry [J]. *Journal of Business Venturing*, 2004, 19(3): 359 – 384.
- [78] WRY T, LOUNSBURY M, GLYNN M A. Legitimizing nascent collective identities: coordinating cultural entrepreneurship [J]. *Organization Science*, 2011, 22(2): 449 – 463.
- [79] YOUNGER S, FISHER G. The exemplar enigma: new venture image formation in an emergent organizational category [J/OL]. *Journal of Business Venturing*, 2020, 35(1): 105897 (2019-11-05). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.09.002>.
- [80] NAVIS C, GLYNN M A. How new market categories emerge: temporal dynamics of legitimacy, identity, and entrepreneurship in satellite radio, 1990—2005 [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2010, 55(3): 439 – 471.
- [81] TRACEY P, DALPIAZ E, PHILLIPS N. Fish out of water: translation, legitimation, and new venture creation [J]. *Academy of Management Journal*, 2018, 61(5): 1627 – 1666.
- [82] 肖红军, 张力. 社会责任生态系统: 美团外卖履责范式的创新[J]. *清华管理评论*, 2020(12): 101 – 110.
- [83] CASTELLÓ I, ETTER M, NIELSEN F Å. Strategies of legitimacy through social media: the networked strategy [J]. *Journal of Management Studies*, 2016, 53(3): 402 – 432.
- [84] 葛建华, 冯云霞. 企业家公众形象、媒体呈现与认知合法性——基于中国民营企业的探索性实证分析[J]. *经济管理*, 2011, 33(3): 101 – 107.
- [85] 蔡莉, 单标安. 中国情境下的创业研究: 回顾与展望[J]. *管理世界*, 2013(12): 160 – 169.
- [86] 戴亦一, 潘越, 冯舒. 中国企业的慈善捐赠是一种“政治献金”吗? ——来自市委书记更替的证据[J]. *经济研究*, 2014, 49(2): 74 – 86.

New Venture Legitimacy: Research Progress and the Evolution of Approaches

GE Jian-hua¹, WANG Zhen-tao¹, LEI Wei²

(1. Business School, Renmin University of China, Beijing 100872, China;

2. School of Business, East China University of Science and Technology, Shanghai 200237, China)

Abstract: With the development of institutional theory and entrepreneurial practice, new agendas emerge in the field of new venture legitimacy. Based on the framework of legitimacy, it reviewed relevant literature around five core issues including the concept of legitimacy, the influence of legitimacy, legitimacy judgment, legitimacy criterion, and legitimacy change. It constructed a classification framework based on two dimensions of historical contingency (static-dynamic) and judgment differentiation (homogeneous-heterogeneous), and then analyzed different approaches and orientations of existing research, and points out that the development of research on the legitimacy of new ventures follows the trajectory from “static-homogeneous” to “dynamic-heterogeneous”. By revealing limitations of existing research, it suggests that future studies could further explore the multiplicity and dynamics of legitimacy thresholds, the heterogeneity and dynamics of legitimacy criteria, and media presentation as criterion for legitimacy judgment as well as tool for legitimacy acquisition. It also provides suggestions on comparative institutional analysis and studying the new venture legitimacy in China.

Keywords: entrepreneurship; new venture; legitimacy; legitimacy management; legitimacy judgement