

分析探讨

华侨华人回流创业的环境感知 ——基于混合研究方法的调查与分析

郭惠玲 孙伊佳 宋钲顺

(华侨大学 工商管理学院, 福建 泉州 362000)

[关键词] 田野调查; 华侨华人; 回国创业; 环境感知; 人才引进

[摘要] 论文采用扎根理论和实证研究相结合的混合研究方法, 对 50 个回国创业者的田野调查以及 325 份有效问卷进行了分析, 调查了华侨华人回国创业时对中国本土的社会环境、商业环境和政策环境的感知水平及其适应和发展情况; 通过层次回归分析, 发现这三种环境感知对其在中国市场适应和发展都存在显著的正向影响, 且影响作用存在一些差异。基于上述调查研究结果, 论文提出了相应的对策和建议。

[中图分类号] F279.2; D634.2 [文献标识码] A [文章编号] 1002-5162 (2023) 01-0023-13

Environmental Perception of Returned Overseas Chinese Entrepreneurs: Based on Mixed Research Methods

GUO Hui-ling SUN Yi-jia SONG Zheng-shun

(School of Business Administration, Huaqiao University, Quanzhou 362000, China)

Key words: fieldwork; overseas Chinese; returnees; entrepreneurs; environmental perception; talent recruitment

Abstract: Based on a field investigation on 50 start-up founders and a questionnaire survey on 325 informants, this paper analyzes the rise and fall of entrepreneurship among returned Chinese migrants, with a specific focus on their understanding of China's social and business environments including policy changes. It discovers the extent to which returnees' knowledge may or may not have a positive impact on their businesses. The research provides both empirical and theoretical evidence to policy makers working on recruitment of returned overseas Chinese talents.

改革开放以来, 中国经济持续快速发展, 国内市场环境不断向好, 引燃了华侨华人回国创业的热情, 早期的“出国潮、留学热”逐渐向“归国潮、来华热”转变。特别是 21 世纪以来, 中国开始成为世界上最主要的“人才回流”和“人才环流”接纳国。以留学归国人员为例, 回国人员占出国总人数的比例在逐渐升高: 2001 年该比例为 14%,^[1] 2014~2018 年则保持在 78%~79% 之间, 2019 年更是高达 82.49%。^[2] 近年来, 国家的“一带一路”建设、海外人才引进政策、“侨梦苑”项目建设、

[收稿日期] 2022-07-19; [修回日期] 2023-02-05

[作者简介] 郭惠玲 (1977—), 女, 华侨大学工商管理学院副教授, 硕士生导师, 主要研究方向为华商管理、创新创业与市场营销; 孙伊佳 (1998—), 女, 华侨大学工商管理学院硕士研究生, 主要研究方向为华商管理和创新创业; 宋钲顺 (1995—), 男, 华侨大学工商管理学院硕士研究生, 主要研究方向为华商管理与创新创业。

[基金项目] 本文系 2021 年度国家社科基金一般项目 (批准号: 21BGL073) 之阶段性成果。

华侨华人创业发展洽谈会等战略与政策,为华侨华人的回流创造了良好条件,进一步推动了华侨华人回流创业的热潮。

移民回流研究越来越得到学界的重视。^[3]学者们在关注移民跨国和跨地区流动的同时,也更加关注特定时空背景下的人地互动及其动态复杂的嵌入过程。^[4]尽管如此,目前关于移民回流的研究,主要集中在外来移民对发达国家的影响方面,^[5]移民的创业活动在“主流”创业研究中似乎并不突出。关于华侨华人回流的研究,现阶段的研究大多数以定性研究为主,探究其对中国经济^[6]、文化^[7]、社会发展^[8]等领域的贡献,聚焦于华侨华人群体回流创业研究的成果依然有限。

创业活动的开展需要一定的环境支持,良好的创业环境能够调动创业者的热情和积极性,激发他们的创造活力。创业环境感知是创业个体对创业环境是否有利于创业活动的主观判断,^[9]以此形成对所需资源可获取程度的主观感受和创业机会的认知处理过程。华侨华人从住在国回到中国创业发展,最关注的问题便是新创业的环境适应性和发展可能性。已有研究发现,创业环境包括基于社会关系基础和文化习俗的社会环境,也包括基于经济和市场属性的商业环境,以及基于政治体制和法律法规的政策环境。^[10]创业者对于上述环境的感知差异,将直接导致不同的创业行为反应和结果。华侨华人回流创业,必然面临着住在国与祖籍国在社会文化、商业规则和政治法律制度等方面的客观差异所带来的挑战。

面对中国快速变化的市场环境,回流创业的华侨华人必须通过“再嵌入”中国本土的各种网络关系去提升自身对创业环境的机会感知以及资源的捕捉与利用。^[11]中国是一个典型的“关系型”社会,^[12]网络关系可以提供难以模仿的竞争优势。根据社会资本理论和混合嵌入理论,社会、商业和政治三个维度的网络关系在新创企业对新市场的适应与发展中起到关键的影响作用。^[13]目前,华侨华人的本土三维网络关系(社会、商业、政治)对其回流创业的市场适应与发展的内在影响作用仍然是个“黑箱”,亟待进一步探索和研究。本文综合采用田野调查和实证研究方法,调查回流创业的华侨华人对中国本土社会关系、商业关系、政府关系三个方面创业环境的感知水平,并在此基础上提出相应的对策建议。

一、资料收集与研究方法

华侨华人回流创业是国际移民回流与创业管理的交叉学科,鉴于研究对象的复杂性,本文采用定性与定量相结合的混合研究方法:第一阶段是基于田野调查法的定性研究,第二阶段是基于实证分析的定量研究,以期深入细致地探究华侨华人回流创业的环境感知及其适应与发展等情况。

(一) 田野调查与定性分析

本研究的田野调查时间集中于2021年9月到2022年6月间,调查方式主要为半结构式深入访谈和实地考察。为保证调研对象符合研究要求,并获得更多的样本和调查支持,我们特别请求了山东、浙江、福建等地的统战部和侨商联合会给予帮助。访谈和实地考察内容主要包含回流创业原因、从事行业、经营状况等基本情况,回流创业过程中对国内市场的适应和发展情况及其可能的影响因素,向政府所求助过的困难和挑战以及各级政府推出的针对性政策。在首次访谈后,调研团队对部分回流创业者进行了多次回访和持续跟踪调查,并对其在国内创办的企业进行实地考察,同时不定期参与企业的正式或非正式活动,实现参与式观察。此外,对部分调研企业的多部门负责人也进行深度访谈,获取大量有效信息。

通过深度访谈和实地考察的形式收集第一手资料,结合受访者的履历等二手数据,课题组对数据进行收集、分析、编码和比较。^[14]课题组共访谈50个调研对象,其中各地统战部门负责人6名、回流创业者44名(包括侨商会或海外同乡会会长5名)。每次访谈时间在60~120分钟,访谈结束后及时对访谈内容进行整理编辑,共得到约25万字的文字资料。本文根据扎根理论逐级编码的方法对理论抽样数据进行处理(见图1),并在已有的访谈资料上构建理论,进一步展开问卷调查。

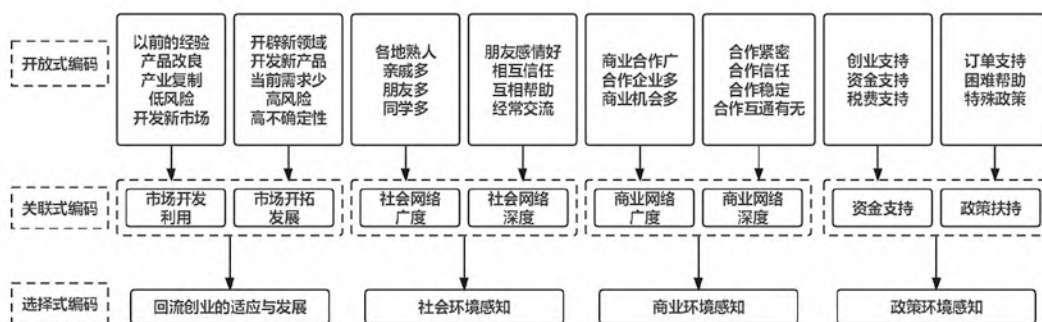


图1 基于扎根理论的逐级编码方法

（二）问卷调查与量化分析

课题组通过对相关领域的实证研究文献梳理，发现上述质性研究的结果与学术界已有实证研究中的相关变量具有一致性。因此，我们借鉴相关变量的成熟量表进一步设计调查问卷，对上述理论建构进一步进行定量研究和验证。问卷内容除了回流创业者的年龄、学历、回流创业时间、创业所在地区等基本情况外，主要包括受访者回流创业的市场适应与发展情况，在中国的社会环境感知、商业环境感知和政策环境感知等主体内容。问卷主体内容的测量采用李克特5分量表设计：1表示不同意，2表示比较不同意，3表示中立，4表示比较同意，5表示非常同意，请受访者衡量各问题描述和自身客观情况的符合程度进行作答。关于“社会环境感知和商业环境感知”的测量，主要借鉴解学梅和王宏伟的研究成果，^[15]从网络关系广度和深度两个维度综合测量受访者对其在中国本土的社会关系、商业关系的评价，分别包含7个问题；^①关于“政策环境感知”的测量则主要借鉴蔡莉等人的研究成果，^[16]让受访者从政府的政策支持、资金支持和其他创业帮助等方面进行综合评价，包含5个题项；关于回流创业的华侨华人对中国市场的适应和发展，主要借鉴韩晨等人的研究成果，^[17]从企业利用资源和探索市场等方面来测量市场适应和市场发展情况，分别包含3个题项。

在华侨大学海外校友会、多位侨领以及厦门、泉州、济南、青岛、温州和青田等地统战部和侨商联合会的帮助下，2022年7—9月，我们向500位符合要求的回流创业者发送了正式调查问卷的链接，并详细说明调查目的和答卷要求。最后385位回流创业者成功提交问卷，其中有效问卷325份。问卷样本的基本情况详见表1。

问卷回收后，课题组通过SPSS和AMOS统计分析软件对样本数据进行正态分布检验、量表的信效度检验、描述性统计分析和层次回归分析，了解华侨华人回流创业的适应与发展、各类环境感知的实际情况，进一步探究各类环境感知对其回流创业适应与发展的影响作用。

^① 根据现有成熟量表和田野调查结果，关于本土社会、商业网络关系的测量主要分为两个维度（广度、深度）进行测量，在后续的探索性因子分析中，社会环境感知和商业环境感知的测量题项也拟合成两个不同因子。

表 1 调查样本的基本情况（N=325）

样本特征	测量项目	频数	比例	样本特征	测量项目	频数	比例
企业规模	100 人及以下	147	45.2%	创业所在地区	广东省	96	29.5%
	101–300 人	79	24.3%		福建省	41	12.6%
	301–500 人	54	16.6%		上海市	23	7.1%
	501–1000 人	31	9.5%		浙江省	22	6.8%
	1001 人及以上	14	4.4%		江苏省	18	5.5%
					其他	125	38.5%
性别	男	221	68%	创业者受教育程度	高中及以下	11	3.4%
	女	104	32%		大专	33	10.2%
					本科	215	66.2%
行业类型	制造业	114	35.1%		硕士	56	17.2%
	服务贸易	100	30.8%		博士	10	3.0%
	科技	35	10.8%	创业者年龄	30 岁以下	58	17.8%
	金融 / 地产	21	6.5%		30 岁 –39 岁	170	52.3%
	文化体育和娱乐	32	9.8%		40 岁 –49 岁	65	20.0%
	其他	23	7.0%		50 岁及以上	32	9.9%

注：问卷抽样调查主要通过多场海外华商座谈会以及相关领导的介绍和转发获得，座谈会由厦门、泉州、济南、青岛、温州和青田等地的统战部侨务部门和侨商联合会独立或协作组织。

二、调查与结果分析

在定性和定量相结合的调查和分析基础上，课题组调查了华侨华人回国创业后的适应发展情况与环境感知水平。下面分三个方面分别进行介绍：一是华侨华人回国创业的适应发展情况；二是华侨华人对中国本土的社会环境、商业环境和政策环境的感知水平；三是三种环境感知对华侨华人回流创业适应和发展影响的共性与差别。

（一）华侨华人回流创业的适应与发展情况

华侨华人从住在国回到中国创业，最关键的问题便是新创企业对新市场环境的适应与发展。回流创业是一个复杂的动态发展过程，创业者不仅需要合理利用和配置自身资源和能力，也需要不断探索和整合外部机会与力量，方能帮助自身在新市场快速适应与发展。^[18]一方面，华侨华人需要充分利用已掌握的经验、信息、知识和技术等融入中国本土市场，适应本土市场的需求和规则，以确保实现盈利，即中国本土市场的适应能力。^[19]另一方面，他们还需要不断探索新的领域、信息、知识等来开拓更为广阔的商业版图，创造新产品、新领域等来满足新市场需求，即中国本土市场的发展能力。^[20]因此，本文通过调查回流创业者在中国市场的这两种能力水平，以反映他们的市场适应和发展现状。调查结果表明：图 2 中回流创业者在国内的市场发展情况的评价均值为 3.52，市场适应情况的评价均值为 4.05，评价值均大于中立值 3，这说明华侨华人回流创业的市场适应和发展情况整体都是较好的。通过均值方差分析检验发现，市场适应情况的评价值均显著大于市场发展情况的评价值，也就是说创业者对于已有资源的应用能力即市场适应水平，明显强于开拓新资源的能力即市场发展水平（详见图 2）。

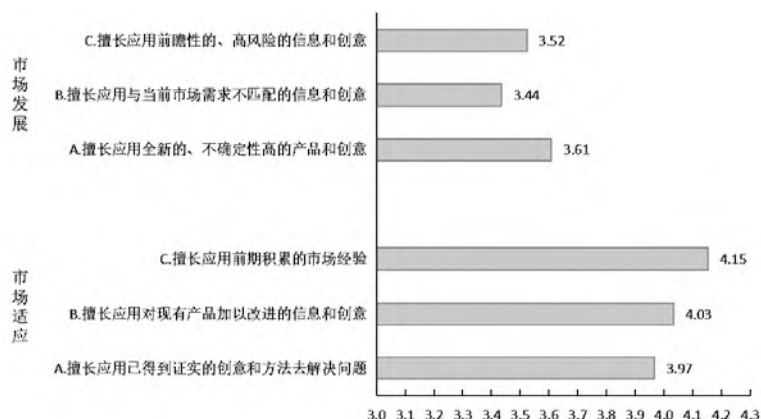


图2 华侨华人回流创业的本土市场适应和市场发展水平

通过访谈发现，大多数回流创业的华侨华人都会携带一定的资金、信息、技术、经验等创业资源，他们回流的创业活动都是基于已有资源开始的。他们积极利用企业已有的资源来提升市场适应性，进而保证本土的市场占有。随着营运活动的持续进行，企业逐步扩充商业版图，选择发展、应用全新的资源来帮助企业进一步拓展市场，进而稳固和提升市场地位。这一调研结果，与课题组在济南侨梦苑的实地考察发现相一致。在我们走访济南侨梦苑时，相关负责人介绍：

济南侨梦苑自2017年12月批复成立以来，先后促成德迈工业打印机小镇、中芯光电、美核电气等重大签约落地项目240多个，总投资435亿元，其中大部分项目都是华侨华人将海外先进的技术和经验引进中国，很多都是他们海外项目和技术在中国的复制创业。他们首先追求的是这些海外项目和技术被中国市场所接受，成功落地后再进一步针对中国新需求开拓新的市场领域。^[21]

（二）华侨华人回流创业的环境感知情况

创业环境感知是创业个体对创业环境是否有利于创业活动的主观判断，以此形成所需资源可获取程度的主观感受和创业机会的认知处理过程。^[22]基于上述田野调查和访谈记录的编码结果发现，回流创业过程中，华侨华人的资源获取、市场深入等在很大程度上是要依赖于所积累的各种网络关系。回流创业者为了新创企业在中国顺利落地，他们会通过混合嵌入中国本土社会关系、商业关系和政策环境等方式，提升自身对中国本土创业环境的感知水平，从而提升对中国本土创业机会的识别、开发和把握能力。因此，本文通过调查回流创业的华侨华人对中国本土的社会网络、商业网络和政策环境的主观接受和认知处理情况，来了解华侨华人回流创业的环境感知情况。

1. 社会环境感知

中国社会中运用“关系”来获取信息和资源，是一种不可忽视的非正式途径，身边的亲属关系是华侨华人回国了解中国本土创业环境的重要渠道。以2016年从澳洲回流创业的华人段先生为例。他早年因学业前往澳大利亚进行深造并进行第一次创业，主要从事房屋建筑行业，随后同步创建了家居品牌。后因对中国人工成本和市场环境看好，他在2016年决定回国进行二次创业，将澳洲的家居项目带回国内发展。在我们的访谈中，段先生回忆道：

刚决定回国时，对国内市场环境不熟悉，遇到很多困难，这边亲戚朋友在我们回国创业初期提供了很多帮助。当时回国创业选址时，福建这边的亲戚就主动帮忙，我们现在的

工厂其实就是一个本地亲戚的厂房免费提供给我们用的，解决了我们回国建厂的第一大难题。^[23]

大多华侨华人虽然长时间生活在异乡，但由于地缘、血缘和亲缘的关系，在国内仍然会保有一定的人脉关系。本文主要通过“社会关系的地域范围、数量、相互信任度、稳固性、沟通频率、信息资源有用性和帮忙解决问题”七个方面来衡量华侨华人对中国本土的社会环境感知水平。调查结果表明：华侨华人对中国本土社会环境虽整体感知水平较高（评价均值为 3.87），但在不同维度的感知水平呈现出一定差异（详见图 3）：首先，华侨华人对中国本土社会关系广度（地域分布和数量）的感知水平整体上显著弱于关系深度（信任度、稳固性等），广度的整体评价均值为 3.54，深度的整体评价均值为 4.11，方差检验表明这两个均值存在显著差异。由此可以看出，长时间的异乡生活使华侨华人与国内相关群体的互动更多是局限于宗族、亲友之间，社会关系的地域广度相对比较有限。其次，回流创业的华侨华人与中国本土的亲戚、朋友之间的信任度（评价均值为 4.18）、关系稳固性（评价均值为 4.12）、沟通频率（评价均值为 4.20）、帮忙解决问题（评价均值为 4.15）等方面的感知水平较高。地缘、血缘和亲缘观念一直是华侨华人彼此联系和合作的重要桥梁，文化认同感、亲情观念归属感使得彼此更加聚合，善结私情。^[24]但是，从调研结果也显示，社会网络中的信息资源有用性（评价均值为 3.93），通过均值方差检验^①发现显著低于另外四个方面，说明亲戚、朋友关系虽提供了大量资源信息，但缺乏专业性，对于创业活动的针对性偏弱。

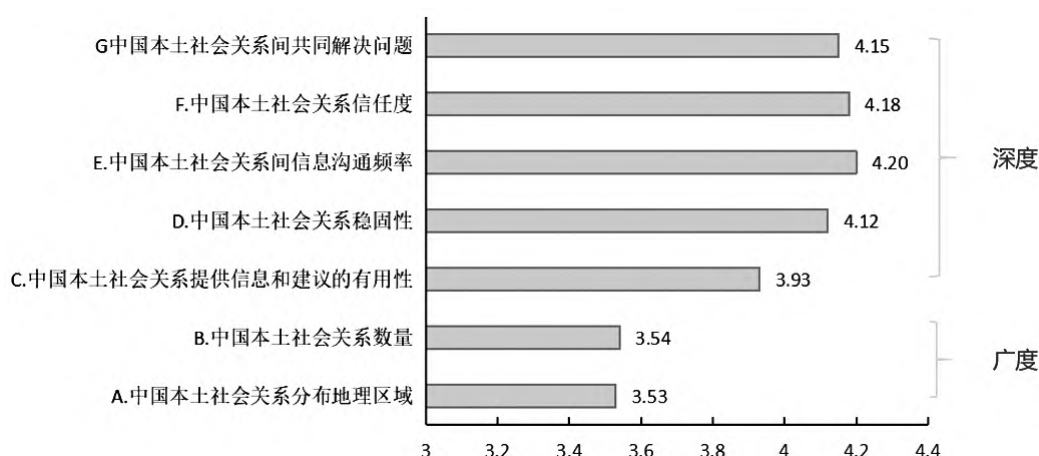


图3 华侨华人回流创业的本土社会环境感知

通过进一步分析发现：40岁以下（包含40岁）的华侨华人对于本土社会环境的感知（评价均值为 4.03）明显强于40岁以上的华侨华人（评价均值为 3.72）（见图4）。年轻的华侨华人出生在国内环境向好、中国经济和政治地位不断提升的背景之下，大多因深造发展前往海外。他们与国内联系变得便捷，不论是趋利抑或是趋情，他们都十分愿意深化与国内的联系，了解本土社会环境。然而，40岁以上的华侨华人出生于中国社会环境不太好的背景下，因形势所迫与国内几乎断了联系，在海外立足发展。长时间的本土关系“脱嵌”造成他们对国内的社会环境感知产生一定的脱节。

① 本文后续的“均值对比”都采用方差分析检验，篇幅所限，不再一一说明。

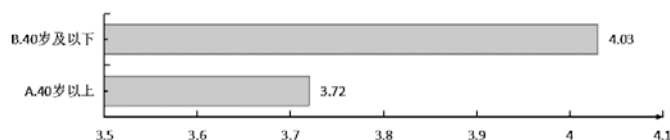


图4 不同年龄段群体的本土社会环境感知差异

上述调研结果在课题组对回国创业者的深度访谈中也有同样发现。以浙江温州籍的华侨余先生为例。他早年去意大利谋生，追随已在当地扎根二十几年的叔叔从事鞋业贸易，之后成立了自己的贸易公司，并将商业版图拓展到西班牙，随着业务规模的不断扩大，便萌生了回国创建自己的生产制造基地的想法。

当我把想回国创建生产基地的想法告诉叔叔的时候，他十分反对。他觉得离开中国太久了，对国内环境和人际关系都已经十分陌生，很难融入。但我认为贸易领域的利润空间已经被挤压得很有限，必须要往生产端延伸，才能找到新的利润点。我刚回国的時候，只认识家族的亲戚和初中的同学。虽然在我遇到困难时，亲戚和同学都会鼎力支持，但还是因为我圈子太小的原因，在国内工厂的审批、招工和资金筹措等方面都存在很大的阻碍。^[25]

2. 商业环境感知

华侨华人回流创业最主要的目的是创造新的财富增长点，而这需要嵌入本土的商业网络关系，建立获取市场信息、知识技能和经营资源的来源以及向市场提供服务、销售商品的渠道。基于商业往来关系所获得的信息、知识、技术资源以及所处的市场环境而产生的主观感受，创业者根据所得到的资源进行选择整合处理，最终影响其在中国本土的创业行为。

以下同样通过“商业关系的地域范围、数量、相互信任度、稳固性、沟通频率、信息资源有用性和帮忙解决问题”七个方面，来衡量他们对中国本土的商业环境感知水平。华侨华人对中国本土的商业环境感知，虽然整体感知强度较强（评价均值3.9），但仍存在差异化表现（见图5）：第一，华侨华人所感知到的商业关系广度（地域分布和数量）整体上显著弱于关系深度（信任度、稳固性等），广度的整体评价均值为3.58，深度的整体评价均值为4.11。在访谈中，大多回流创业者都表示，由于长期在异国他乡生活，他们的商业活动大多在海外，与国内企业进行合作具有一定的距离障碍，回国后所能感知到的商业关系数量具有一定的局限性。第二，华侨华人与本土的商业伙伴之间关系的稳固性（评价均值4.14）、沟通的频率（评价均值为4.22）、信息资源有用性（评价均值为4.14）和帮忙解决问题（评价均值为4.12）这四个方面的感知水平较高。商业伙伴之间为利益共同体，有趋于一致的经济目标将彼此黏合在一起，需要彼此的信息沟通和帮助共同促进利益增长。第三，在商业网络关系深度这一维度，相互信任度的感知水平（评价均值为3.94）显著弱于上述四个方面（评价均值均高于4）。关于这一现象，从事母婴用品生产和进出口贸易的泉州菲律宾华侨陈先生也表达了同样的看法：

回国创业这几年，我们与当地许多供应商和经销商也建立了较为稳定的合作关系，但毕竟商业关系的建立是基于利益基础的，彼此之间存在博弈和权衡，合作伙伴在互帮互助的同时，主要也是聚焦于自身的利润点，又要构建自身竞争优势，彼此间的信任度相对会比较有限。^[26]

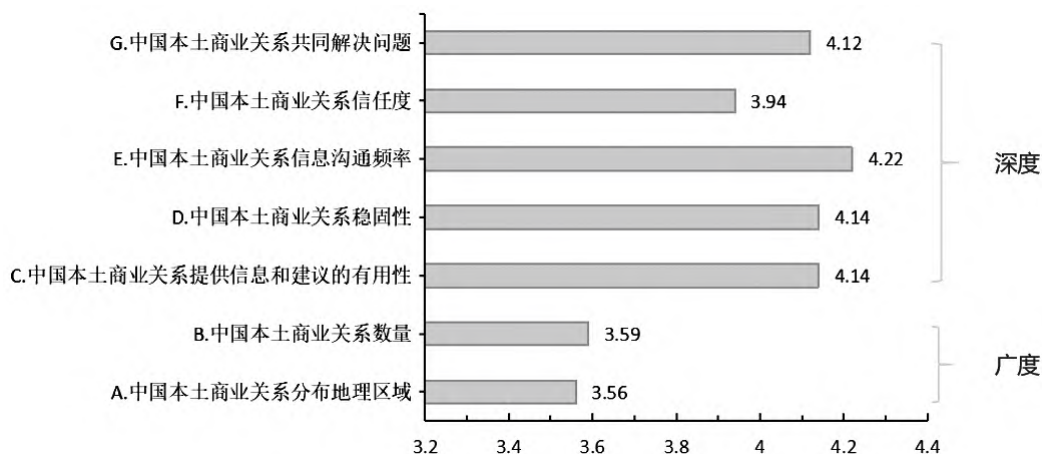


图5 华侨华人回流创业的本土商业环境感知差异

在双循环发展格局下，华侨华人回流创业者作为国内外产业链和创新链的重要衔接主体，回流创业的行业选择越来越受到国内的重视，对于国内市场产业变革和市场活跃度都有着重要的影响。不同行业的商业基础是不同的，不同行业对于市场上的要素获取的需求存在差异。^[27]通过将回流创业者的行业选择和商业环境感知进一步做分类分析，我们发现，不同行业的创业者对商业环境的感知需求和感知情况也存在一定差异（见图6）：其一，从事金融/地产行业（评价均值为4.21）、科技行业（评价均值为4.12）的回流创业者对本土商业环境的感知水平高。这两个行业的进入壁垒比较高，需要雄厚的资金支持和前端的技术保障，一般仅仅依靠回流创业者自身难以顺利开展创业活动，更加重视和需要本土商业关系之间的沟通和帮助，对商业环境的主观感知度较高。其二，从事制造业（评价均值为3.99），服务贸易行业（评价均值为3.98），文化、体育和娱乐行业（评价均值为3.85）以及其他行业的华侨华人对本土商业环境的感知水平较上述两个行业稍弱一些。从事这几个行业的回流创业者更多地是基于自身资源、优势或是从海外带回的经验等进行创业，可以依靠自身能力完成重要的创业活动。企业虽需要借助本土的商业合作伙伴来了解市场，但是网络关系的嵌入性没有金融、科技行业那么强。

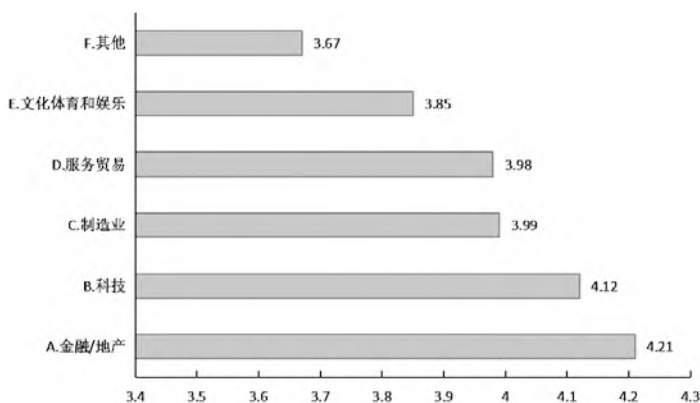


图6 不同行业类型的本土商业环境感知差异

3. 政策环境感知

2015年，国务院侨办推动实施“万侨创新”行动，积极搭建创业平台，提供创业政策和资金保障，为华侨华人的回流创造了良好条件。“一带一路”建设、“侨梦苑”项目建设等更是推动华侨华人

回流创业掀起了新浪潮，短期内规模和体量实现了量级跨越。然而，国家的政策制度并非是一成不变的，而是随着国内外形势的变化而不断调整。近年来，相关回流政策不再是原来的“全盘接收”，而是更加具有针对性，以帮助国内产业顺利转型。福建省晋江市是全国著名侨乡，海外有数百万的华侨华人，涉及 60 多个国家和地区。关于华侨华人回流创业的优惠政策情况，我们专门前往福建晋江统战部进行了访谈。相关负责人谈道：“现在的中国市场面对侨胞的优惠政策没有改革开放初期力度大，慢慢与民营企业持平。晋江现在用家乡情怀吸引人，倡导以人留人，政策方面更注重高层次技术人才引进。”^[28]

国家政策对于创业者的创业行为影响研究是一个重要的研究主题。^[29]国家除了通过鼓励华侨华人回流创业政策来赋予其创业活动合法性，还通过政策影响市场动向，创造创业机会来影响创业者的创业决策。^[30]回国创业者对国内政策的获知、理解、运用等一系列活动，对相关政策产生主观认识，影响其创业行为。^[31]政策实施的最终目的是为了华侨华人受到回流创业鼓舞，去解读、运用相关政策，回流创业者对政策的感知说明了对政策的解读和运用程度。因此，本文从“政府有特殊的鼓励政策、帮助创办新企业、资助新企业、提供订单、创业失败帮助重新开始”这五个方面来衡量华侨华人对本土的政策环境感知水平。调查结果表明，整体上，华侨华人感知到了政策带来的创业支持（评价均值为 3.63），但是政策为创业活动提供的支持也存在着差异（详见图 7）：一方面，特殊的鼓励创业政策（评价均值为 3.93）、资金支持帮助创建新企业的政策（评价均值为 3.76）以及其他帮助华侨华人回流创办企业的政策（评价均值为 3.71）具有较高的感知水平。另一方面，政府为新创企业提供订单（评价均值为 3.46）和帮助创业初期失败的企业重新开始（评价均值为 3.28）的相关政策的感知水平与上述三个方面相比显著较低。这在一定程度上说明，相较于帮助创建企业的政策，政府对于创立后的后续发展帮扶政策缺乏关注。许多接受访谈的回流创业者都表示，他们回来的时候确实得到了一定的资金和政策上的支持，企业得以顺利落地。但在参与本土市场竞争中，他们存在一定的水土不服，对国内的政策规则和机构的办事流程存在认知缺失，导致获取订单失败，甚至是创业失败。^[32]

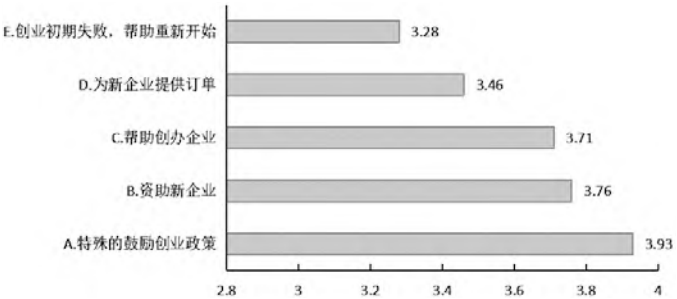


图 7 华侨华人回流创业的本土政策环境感知差异

随着我国供给侧改革和产业升级的不断推进，招商引资政策从改革开放初期的“全方位”引进逐步向“高新技术产业和高层次人才”引进倾斜转变。华侨华人面临同样的政策环境。因此，需要依据自身的解读能力去主动探索，才可能让政策支持效用最大化。而创业者的文化教育水平一定程度上影响着创业者的学习能力，对其政策解读能力产生影响（见图 8）。本文进一步分类分析发现，回流创业者的文化教育程度越高，其对本土政策环境感知水平越高（本土政策环境感知的评价均值从高中及以下的 3.65 上升至博士及以上的 4.34）。不同教育背景下的回流创业者，在知识的获取和应用能力方面存在差异，对政策的感知水平和效用发挥势必也会有所不同。^[33]一方面，文化教育程度高的创业者往往接受过更为系统的理论教育，他们的学习能力更强，对政策的文字解读能力具有积极的影响。另一方面，他们更加主动接受创业实践教育或者政府部门的政策解读宣讲等，不断丰富创业知识，弥补其创业技能的不足，更能加深对政策的应用理解。这一调查结果在我们课题组对山东省欧美同学会副会长、留德博士尹先生的访谈中有同样的发现：

我们公司专注于减震降噪技术的研究和应用，填补多项国内技术空白。我们只做国家需要的技术开发工程，完成各类振动控制工程一万余项，包括国家大剧院、港珠澳大桥、虎门大桥、青岛胶东国际机场等，多次获得国家级科技进步奖。^[34]

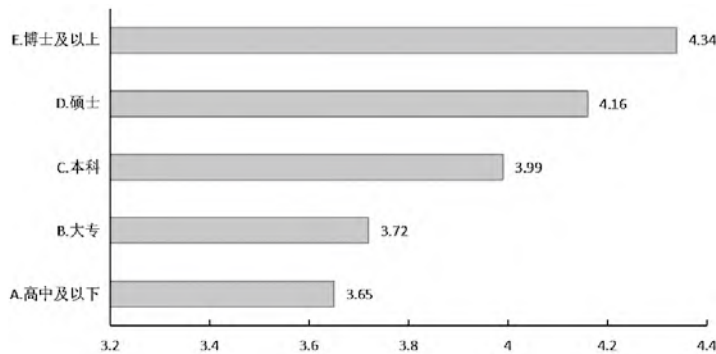


图 8 不同教育背景下本土政策环境感知差异

（三）环境感知对华侨华人回流创业适应与发展的影响

基于上述调查和分析结果，本节对问卷数据进行了层次回归分析，继续探讨三种环境感知对回流创业适应与发展的影响。首先，对问卷调查数据进行正态分布检验和量表的信效度检验，结果表明，325 个有效样本数据指标符合正态分布特征；所有变量的信度检验指标 Cronbach's α 均大于 0.8，符合信度检验标准；模型拟合度良好。其中在探索式因子分析中，社会、商业环境感知的测量题项分别拟合合成两个不同因子，分别是广度和深度（正如图 3 和图 5 所示）；政策环境感知五个题项拟合合成一个因子；在验证性因子分析中，七因子模型（5 个自变量和 2 个因变量）的拟合指标（ X^2/df 为 1.796，CFI 为 0.959，IFI 为 0.959，TLI 为 0.953，RMR 为 0.078，RMSEA 为 0.051）最高且均达到拟合标准，说明这七个构念具有较高的区分效度，整体研究模型与数据的拟合度良好。通过上述检验确保调查数据适合做层次回归分析后，本文采用 SPSS 26.0 进行层次回归，数据整理如表 2 所示。

表 2 层次回归分析结果

自变量 \ 因变量	华侨华人回流创业			
	市场适应		市场发展	
	模型 1	模型 2	模型 1	模型 2
行业	0.08		0.09	
受教育程度	0.05		0.10	
企业规模	0.07		0.06	
社会环境感知——广度		0.15**		0.37***
社会环境感知——深度		0.35***		0.22***
商业环境感知——广度		0.26***		0.48***
商业环境感知——深度		0.56***		0.28***
政策环境感知		0.32***		0.36***

注：n = 325；*** $p < 0.01$ ，** $p < 0.05$ ，* $p < 0.1$ 。

从表 2 的数据分析结果,可以得出以下结论和启示:

(1) 三种环境感知对华侨华人回流创业的适应与发展均存在正向影响作用^①

首先,华侨华人回流创业后,中国本土的社会关系不仅满足了华侨华人的情感归属,也成为他们回流创业的特殊社会资本,^[35] 这为华侨华人进入中国市场和进军新市场提供了重要帮助。基于地缘关系的社会关系成员之间存在民族文化的情感共鸣,大大满足了华侨华人对中国本土乡情的需要。相同的文化和语言背景消除了归国生活的文化不适感,促进对中国本土社会环境的认知和理解,帮助其扎根于国内,进而提升企业的市场适应性。回流创业者不仅可以从社会关系中获取高质量的可靠信息,还能借助原有的社会资本进行关系网络的有效扩张,为未来进入新市场领域奠定基础。

其次,相较于社会环境感知对回流创业的积极影响,商业环境感知的促进作用更加明显。商业环境感知的形成不仅仅是基于当前所处的市场环境,更会受到商业关系往来的影响,频繁的交流更有利于创业者对市场信息的获取。^[36] 通过与本土商业网络建立的合作关系,创业者及时获取本土市场的最新信息和顾客需求,了解本土商业环境,有针对性地改变自身创业行为,提高创业企业的市场适应性。通过多渠道获取市场信息,企业获得到更多异质性资源^[37] 或者更深层次的同质性资源,^[38] 这些都有利于企业对当前市场的挖掘和对新领域的开拓。

最后,在归国创业情境下,政府的力量不容小觑。国家政策的实施直接影响着市场动向,政府可以通过提供具体的支持资源,不断优化华侨华人的创业方向和营造积极的创业氛围以激发其创业激情,进而帮助企业更快落地。政策为回流创业者提供一定的资金支持或土地使用,使其降低新创企业初期适应新市场的创业成本,更快地发挥出企业自身的优势和能力。同时,政策有助于锚定市场方向,更具有前瞻性的市场信息帮助华侨华人尽早落户本土,适应本土市场。此外,华侨华人与政策的紧密交流可以提升其自身的信誉度,使得企业获得潜在投资者的信任,^[39] 促进企业后续的市场发展。

(2) 对于回流创业市场适应与发展,社会和商业环境感知的深度和广度两个维度呈现差异化影响作用

参照周椰保等人的系数差异检验方法,^[40] 发现模型 2 中的回归系数相互间存在显著差异。从表 2 中模型 2 的回归系数结果可以看出,就华侨华人回流创业的市场适应而言,“社会环境感知——广度”(回归系数 0.15)和“商业环境感知——广度”(回归系数 0.26)显著小于“社会环境感知——深度”(回归系数 0.35)和“商业环境感知——深度”(回归系数 0.56)。这说明社会和商业环境感知(深度)对回流创业市场适应的积极影响比广度更大。回流创业初期,面对新的市场环境,华侨华人最先就是要站稳脚跟,将优势发挥出来。本土网络关系越深则在一定程度上代表本土的人脉关系与回流创业者之间的联结越为牢固,这种强关系更愿意为其提供前期帮助。并且,深厚的感情基础更容易使得彼此之间不计成本地去提供创业支持,尽快帮助新创企业适应市场,发挥手中的优势资源。

相反,就华侨华人回流创业的市场发展而言,“社会环境感知——广度”(回归系数 0.37)和“商业环境感知——广度”(回归系数 0.48)显著大于“社会环境感知——深度”(回归系数 0.22)和“商业环境感知——深度”(回归系数 0.28)。这说明社会和商业环境感知(广度)对回流创业市场发展的积极影响比深度更大。企业回流创业的进一步发展可能是商业合作伙伴数量的增加,或是规模的扩大,或是新市场的开拓。此时,企业的发展需要建立更多的关系,本土网络关系的广度发挥出更为重要的“桥梁作用”,帮助华侨华人与更多商业合作伙伴进行联结,建立更为广泛的网络关系,发展新的市场。

① 表 2 中各个环境感知的回归系数均为正,说明各个环境感知对因变量都存在正向影响。

三、结语

本文采用定性和定量相结合的混合研究方法,对华侨华人回流创业的社会环境、商业环境和政策环境的感知情况进行调查,并了解其在中国市场的适应与发展情况。研究发现,回流创业的华侨华人善于借助本土的商业和社会网络关系获取创业信息与资源,迅速适应中国本土市场,但其关系网络的广度仍较为有限,地缘、血缘和亲缘的关系特征明显,导致其中国市场的发展与开拓速度较慢。尽管我国已经出台相应的政策和措施吸引华侨华人回流创业,但对创业后的持续性关注略显不足,回流创业者对国内的政治环境、政策规则和机构的办事流程等方面的感知水平也有待提升。本文通过调查,分析华侨华人回流后对本土社会、商业和政治环境的感知情况及其差异化影响作用,不仅丰富了移民回流的相关研究,对于移民回流后的“再适应”和“再发展”问题提供了新的研究视角,也为华侨华人回流中国的“再嵌入”实践和国家的政策引导提供一定的理论借鉴,有助于提升华侨华人回国创业体验和成功率,促使更多华侨华人投身中国梦,为国内国际经济双循环发挥更大的作用。

华侨华人群体回国创业不仅仅是自身精神和发展的追求,也在一定程度上弥补了中国经济高质量发展的短板,为中国经济发展提供了强劲助力。基于上述调查研究结果,本文建议,我国政府在继续深入开展“双招双引”工作的同时,加强全国经济一盘棋的发展观念,统筹规划侨乡经济与全国经济的协同发展;加强对地方政府的宏观引导,积极促进不同地区的大型华侨华人社团、不同省份的领先企业与回流创业的华侨华人之间的相互交流,为回流创业的华侨华人搭建更多跨区域的商业、社会和政治关联平台,帮助其挖掘出更多优质的创业机会,激发全国范围的资源流动效率和市场活力;充分听取回流创业者的发展诉求和意见建议,大力营造高效便捷的政务环境,建立“一站式、限时制”的服务平台,为回流创业者解决在企业创建、生产和经营等全过程面临的实际困难,提高相关政策的理解度和执行度。营商环境和政务体系的优化,不仅能有效提升华侨华人回国创业的体验和成功率,也有助于中国实力的海外传播。

[注释]

- [1] 李峰:《海归学者的跨国资本本土化及其效果评价研究》,《华侨华人历史研究》2018年第2期。
- [2] 陈瑞娟:《新发展阶段华侨华人高层次人才回流趋势研究》,《青年探索》2021年第4期。
- [3] Cassarino J P., “Theorising Return Migration: The Conceptual Approach to Return Migrants Revisited”, *International Journal on Multicultural Societies (IJMS)*, Vol.6, No.2, 2004, pp.253-279.
- [4] Ram M., Jones T., Villares-Varela M., “Migrant Entrepreneurship: Reflections on Research and Practice”, *International Small Business Journal*, Vol.35, No.1, 2017, pp.3-18.
- [5] Sequeira S, Nunn N, Qian N., “Immigrants and the Making of America”, *The Review of Economic Studies*, Vol.87, No.1, 2020, pp.382-419.
- [6] 臧金亮、张向前:《新时代华侨华人与中国经济发展动力变革战略研究》,《特区经济》2019年第9期。
- [7] 张梅:《华侨华人与文化“走出去”研究》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2016年第2期。
- [8] 刘俊涛:《从经济层面看华侨华人与中国软实力——以印度尼西亚为视角》,《科学经济社会》2012年第3期。
- [9] Levinthal D, March J G., “A Model of Adaptive Organizational Search”, *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol.2, No.4, 1981, pp.307-333.
- [10] 魏江、权予衡:《“创二代”创业动机、环境与创业幸福感的实证研究》,《管理学报》2014年第9期。
- [11] 刘鑫、蒋春燕:《政治和商业网络关系与企业探索式创新:一个整合模型》,《经济管理》2016年第8期。
- [12] Luo Y., “Industrial Dynamics and Managerial Networking in An Emerging Market: The Case of China”, *Strategic Management Journal*, Vol.24, No.13, 2003, pp.1315-1327.
- [13] Dyer J. H., Singh H., “The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive

- Advantage”, *Academy of Management Review*, Vol.23, No.4, 1998, pp.660-679.
- [14] 罗瑾琰、刘志文、钟竞:《高校海归人才归国适应影响因素及效应研究》,《科技进步与对策》2017年第34期。
- [15] 解学梅、王宏伟:《网络嵌入对企业创新绩效的影响机理:一个基于非研发创新的有调节中介模型》,《管理工程学报》2020年第6期。
- [16] 蔡莉、朱秀梅、刘预:《创业导向对新企业资源获取的影响研究》,《科学学研究》2011年第4期。
- [17] 韩晨、高山行:《二元市场学习、原始性创新能力与企业竞争力的关系研究》,《研究与发展管理》2018年第1期。
- [18] 王凤彬、陈建勋、杨阳:《探索式与利用式技术创新及其平衡的效应分析》,《管理世界》2012年第3期。
- [19] Fischer T., Gebauer H., Gregory M., Ren G., Fleisch E., “Exploitation or Exploration in Service Business Development? Insights from A Dynamic Capabilities Perspective”, *Journal of Service Management*, Vol.21, 2010, pp.591-624.
- [20] 张玉利、李乾文:《公司创业导向、二元能力与组织绩效》,《管理科学学报》2009年第1期。
- [21] 课题组成员于2022年7月对山东省济南侨梦苑的调研资料。
- [22] 马红玉、陈梦妍、夏显力:《社会资本、心理资本与新生代农民工创业绩效》,《科研管理》2020年第11期。
- [23] 课题组成员于2021年10月21日在福建省泉州市对澳大利亚华人段先生的访谈资料。
- [24] 庄国土:《论17—19世纪闽南海商主导海外华商网络的原因》,《东南学术》2001年第3期。
- [25] 课题组成员于2021年11月18日在温州对意大利华侨余先生的访谈资料。
- [26] 课题组成员于2022年5月18日在泉州对菲律宾华侨陈先生的访谈资料。
- [27] 董屹宇、郭泽光:《风险资本与企业技术创新——基于要素密集度行业差异性的研究》,《财贸研究》2021年第8期。
- [28] 课题组成员于2021年10月21日对福建泉州晋江市委统战部的访谈资料。
- [29] 许成磊、张超、郭凯、刘红琴:《政策支持、创业激情与技术创业成功:政策感知的调节作用》,《科技进步与对策》2022年第14期。
- [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》,《管理世界》2020年第5期。
- [31] 倪渊、张健:《科技人才激励政策感知、工作价值观与创新投入》,《科学学研究》2021年第4期。
- [32] 课题组成员在2021年10月到2022年9月期间在温州、青田、青岛和晋江的田野调查资料。
- [33] 陶卓、潘运军、李培园、杨静:《政策契合、资源整合与创业能力——高层次科技人才案例扎根研究》,《科技进步与对策》2018年第8期。
- [34] 课题组成员在“2022全球新生代华商云峰会”上对尹先生的访谈资料。
- [35] 普鹏飞:《归侨侨眷的跨国网络与中越跨境经济合作——以广西东兴为例》,《华侨华人历史研究》2021年第1期。
- [36] 黄钟仪、向玥颖、熊艾伦、苏伟琳:《双重网络、二元拼凑与受孵新创企业成长:基于众创空间入驻企业样本的实证研究》,《管理评论》2020年第5期。
- [37] Pisano G., “Profiting from Innovation and the Intellectual Property Revolution”, *Research Policy*, Vol.35, No.8, 2006, pp.1122-1130.
- [38] 戴维奇、林巧、魏江:《集群内外网络嵌入与公司创业——基于浙江省四个产业集群的实证研究》,《科学学研究》2011年第4期。
- [39] 许成磊、赵陈芳、段万春:《低聚度决策主体的信任元协同获取与位势演化》,《中国管理科学》2020年第5期。
- [40] 周郴保、赵文红、舒成利、黄姗姗:《同源异效?——发明激情和发展激情对商业模式创新的影响研究》,《外国经济与管理》2021年第12期。

[责任编辑:乔印伟]