

数字化赋能女性创业的激发机制

——基于多案例的探索性研究

高秀娟¹, 王红²

(1. 中华女子学院 管理学院, 北京 100101; 2. 中国物流股份有限公司 党群工作部, 北京 100071)

[摘要] 数字化赋能女性创业的激发机制是一个尚未得到充分探索的研究议题。基于赋能理论, 通过选取12名创业女性的创业发展案例进行深入探讨和挖掘, 深度剖析数字化赋能女性创业从“0”到“1”的跨越过程。研究发现: 数字化赋能机制在创业孕育阶段、创业触发阶段和创业持续阶段有所差异; 创业孕育阶段主要包括知识溢出与吸收赋能、低门槛进入赋能和信息交互与传播赋能等作用机制, 创业触发阶段主要包括产品决策赋能、市场重塑赋能和数字化创新产品赋能等作用机制, 创业持续阶段主要包括资源-成本赋能、协同赋能、线上平台赋能、业务流程再造赋能和特质赋能等作用机制。研究结论对揭示数字经济下女性创业的激发机制具有重要的理论价值, 也为促进女性创业活跃度提供了实践指导。

[关键词] 数字化赋能; 数字经济; 赋能理论; 女性创业; 激发机制; 案例研究; 女性创业活跃度

[中图分类号] F270 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 2096-3114(2025)01-0054-12

一、引言

我国女性创业从规模到数量都经历了快速发展。2022年阿里巴巴集团发布的《数字经济与中国妇女就业创业研究报告》显示, 淘宝平台上的女性创业者数量与男性基本持平, 而在速卖通(AliExpress)平台上, 女性创业比例赶超男性^①。女性创业活动成为经济发展的助推器, 也为女性参与收入分配、实现共同富裕提供了一种选择方案^[1]。在数字经济情境下, 女性创业活动日趋活跃, 不断涌现出诸如网络直播等新业态和新创业模式, 为女性创业增添了新动能。数字技术的发展为处于发展风口的企业提供了改变“游戏规则”的机会, 有助于企业的业务改进、效率提升、资源分配优化以及价值创造方式重塑。然而, 相较于男性创业者, 女性承担着更多的家庭责任, 女性创业也面临着特有的获得投资更难等各种问题, 这使得女性创业整体占比较低。而且女性创业的持续性和脆弱性问题普遍而突出, 若应对不当, 很可能导致创业中断、团队解散甚至组织消亡的状况^[2]。

如何才能激发女性在数字经济中的创业活动并保持持续性? 为了回答这个问题, 学者们就数字经济下促使女性创业的机制进行了探索性研究。一些学者探讨了数字化有助于女性创业的原因, 例如, Mukolwe 和 Korir 认为, 数字创业可以在任何地方、任何时间进行, 为女性从事创业活动提供了特定的灵活性且不会危及工作-家庭平衡^[3]。Wang Jiaqing 等提到, 互联网的使用是一个重要的驱动力, 不仅是信息搜索的重要载体, 拓宽了各种资源的获取渠道, 而且还提高了互联网使用者的在线学习能力, 提高了人力资本积累, 实现对创业的正面影响^[4]。Audrestsh 等指出企业家精神在数字经济中得到广泛的推动, 且互联网通过提供丰富的信息帮助潜在的企业家寻找创业机会^[5]。但上述研究缺乏对创业分阶段情境下的考察, 这为本文提供了一定的研究空间。

[收稿日期] 2024-08-18

[基金项目] 北京市哲学社会科学决策咨询项目(22JCC090)

[作者简介] 高秀娟(1977—), 女, 河北定州人, 中华女子学院管理学院教授, 硕士生导师, 主要研究方向为数字经济与女性创业就业, 邮箱:imgxj@163.com; 王红(1981—), 女, 黑龙江哈尔滨人, 中国物流股份有限公司党群工作部经济师, 主要研究方向为社会服务体系。

①引用自搜狐网, http://www.sohu.com/a/530036653_121124366。

本文对 12 名女性创业者进行半结构化访谈,结合公开获取的官方资料,通过探索性研究试图揭示以下问题。(1)数字经济下女性创业的意图如何萌生,即研究创业潜在期的创业意图激发机制。(2)数字经济下女性创业是如何被促进的,即研究女性创业的激发过程和机制。(3)数字经济下女性创业如何能够保持持续性,即研究女性创业过程的稳定性和连续性。为此,本文将女性创业过程分为创业孕育期、创业触发期、创业持续期三个阶段,分析数字化赋能对女性创业的激发机制。对于上述问题的回答将有助于拓展女性创业研究领域,深化数字经济对女性创业作用机理的理解,也可以为女性在数字经济中的创业实践提供参考。

二、文献综述与理论分析

(一) 关于女性创业的研究

女性创业兼具“创业”与“性别化”的特征。由于迄今为止女性创业者从特质心理、社会资源、文化友好等各方面仍与男性创业者存在差异,这使得从 20 世纪 70 年代兴起的规范性女性创业研究至今方兴未艾。与男性创业者相比,女性创业者具有以下较为典型的特点:一是商业关系网络相对单一。创业中的商业网络资源和机缘都非常重要,但传统经济中多数女性缺乏以往积累的基本商业网络圈,她们形成和利用网络的水平相对更低,而缺乏与专业网络接触的机会,就更难培养相应的商业网络,这形成了低水平重复的循环。二是身份冲突更剧烈。女性承担更多家庭责任期待,在高强度的创业活动下容易产生与个体自我情况感知差异,由此引发身份冲突。如果不能继续开展身份分离、身份塑造和身份认证等工作^[6],创业者身份就会泯灭。三是资源约束更多。无论是包括金融资本在内的硬性资源,还是社会网络在内的软性资源,女性都面临着约束性更多的普遍性问题。

数字经济情境下,女性创业面临哪些新特征?首先可以明确的是,数字经济下创业活动是基于数字技术加持的,追求高增长、快速从竞争对手中脱颖而出是关键^[7],否则数字技术的快速迭代会关闭机会窗口。由此要求创业者敏锐和快速反应,这在一定程度上契合了女性创业者的敏感特质和对事物的洞察力能力。其次,数字技术提供了更为包容性的手段和途径,降低进入市场的障碍,允许更多不同的人参与市场交流,因而利于“创业民主化”。同时,互联网改变了性别权利制度,学者将其概念化为“安全空间”,为创业女性提供足够的舒适度以促进其创业成功^[8]。上述文献和视角描绘了数字经济下女性创业所面临的新环境,大部分学者对数字经济给予女性的赋能持正向态度,认为创业女性在数字经济环境下获得了新机遇。

(二) 关于赋能理论的研究

赋能(empowerment) 早先属于心理学研究范畴,传统赋能理论包含激发活力和赋予能力双重内涵,是指赋能主体赋予被赋能者某种权力或能力,使其具有更大的控制权或自我效能^[9]。

数字化赋能是指数字技术创新产品和社会服务,在整个产品运作过程中提供创新价值,通过信息连接能力、智能能力、技术分析能力实现在线互联互通、灵活分配信息资源等功能^[10]。Makinen 将数字和信息技术作为赋能主体,认为通过数字和信息技术赋予权力和增强参与感,个人可以借助数字和信息技术实现对生活的控制、提高在信息社会的影响力以及获得更多技能^[11]。

对于数字化赋能创业的分阶段研究,少数学者探索了单一阶段的赋能机制,例如可以归类为创业孕育阶段数字化赋能机制的研究包括,姜扬实证检验了数字经济促进创业概率的机制,发现改善营商环境和缓解信贷约束是赋能的重要途径^[12];蒋淑吉等梳理了数字技术对创业机会识别阶段的作用机制,包括提升创业意愿等路径^[13]。可以归类为创业触发阶段数字赋能机制的研究包括,肖威等发现数字经济通过推动居民信息获取机会均等、掌握更加丰富的金融知识等路径,促进了创业行为^[14]。可以归类为创业持续阶段数字化赋能的研究包括,谷海洁等分析了数字技术的使用通过调节女性创业者特质,以增加对创业机会开发阶段的绩效^[15]。上述探索形成了有价值的研究参考,但总体来看,存在分阶段研究的细致性不足、分阶段连续机制的挖掘不足等问题。

事实上,女性从最初萌生创业想法,到将之付诸实践,中间经历的环节并非可以一蹴而就,任何一个环节出现问题,都可能导致整个创业活动的失败。近年来的研究表明^[16],数字化赋能下一些传统难题有了新的解决路径,不过,现有研究很少将这种新赋能路径,从创业女性的创意萌发期、初试创业期和创业持续期分阶段置于创业周期中展开分析。“如何成为一名创业者”是经典问题,该问题涉及从“0”到“1”的创业激发过程,多种理论试图打开该过程的“黑箱”,发现创业者为何付诸创业实践。本研究拟通过探索性多案例的研究方法,从数字化赋能视角深入挖掘数字经济下女性创业的创业孕育、触发、持续三阶段发展过程中的创业激发机制。

三、研究设计

(一) 研究方法

本文采用多案例研究方法,通过对北京、上海、杭州、深圳四地的12名女性创业者进行深度访谈,形成多案例分析的素材。选取多案例分析方法的原因在于:创业的激发和持续因素具有复杂性特征,数字技术加持下女性为何被激发创业的机制更是在创业孕育期、触发期和持续期三个阶段呈现出显著不同,多案例研究有助于从过程视角厘清多阶段复杂机制,并提供对过程和机制的深入挖掘和丰富描述。

(二) 案例选择

本文选取了来自北京市、上海市、杭州市和深圳市的12名在数字经济领域创业的女性创业者作为研究对象,筛选标准主要有三个方面:第一,案例的典型性。首先,所选案例来自数字经济发展较快且创业活跃四个典型城市。其次,所选案例的女性创始人必须是在数字经济领域开展创业活动。第二,案例的行业多样性。本文选择的案例企业包含了制造业、服务业、体育、教育、金融等多个行业。第三,案例资料的可得性和充分性。女性创业者多数有自己的公众号、网站或是APP,公开信息较多,使得我们可以尽可能多地采集辅助资料和补充资料。案例的基本情况如表1所示。

表1 案例女性创始人的基本情况简介

案例代码	创始人姓名	成立时间	所属地区	所属行业	目前企业规模	访谈时长	访谈字数	创业历程
C ₁	张LF(Z)	2020年	上海	知识产权	20人	48分钟	1.2万字	创建知识产权公司(2020年)
C ₂	豆J(D)	2017年	杭州	食品快消	50人	41分钟	1.2万字	读书时期组建租赁公司(2013年)→涉足跨境旅游(2015年)→创办屋里咖啡(2017年)
C ₃	花J(H)	2011年	杭州	天使投资	80人	50分钟	1.6万字	初创“储备”和“下蛋网”(2005年)→创办华旦天使投资(2011年)
C ₄	方Q(F)	2014年	杭州	服装定制	600人	1小时7分钟	1.1万字	初创公司任CEO(2006年)→创办衣邦人(2014年)
C ₅	李YQ(L)	2012年	上海	科技服务	50人	52分钟	1.3万字	初创上海圆人(2017年)→重创上海圆人(2021年)
C ₆	陈XB(C)	2019年	深圳	体育运动	9人	40分钟	1.1万字	初创行业加工制造业(1995年)→创办南疆科技(2019年)
C ₇	姜XY(J)	2018年	上海	农业领域	3人	45分钟	1.2万字	创办新媒体工作室(2016年)→“遇农”乡村助农项目(2018年)
C ₈	卞LQ(B)	2019年	上海	教育咨询	10人	1小时8分钟	1.7万字	早期创业(2014年)→涉足教育咨询领域(2019年)
C ₉	许K(X)	2016年	上海	医疗服务	15人	48分钟	1.5万字	早期借壳运作(2011年)→创办信息科技公司(2016年)
C ₁₀	黄JJ(HJJ)	2014年	杭州	线上教育	10人	37分钟	1.0万字	创建奔美信息科技有限公司至今(2014年)
C ₁₁	马XL(M)	2015年	北京	金融安全	100人	40分钟	0.8万字	下岗女工自主创业(1999年)→创办北京金融安全产业园(2015)→规划建设金融安全小镇(未来三到五年)
C ₁₂	赵M(ZM)	2012年	北京	智能设备	50人	1小时	1.5万字	创建无人机制造公司(2012年)

(三) 数据收集

本文在数据收集过程中,遵循“三角验证”原则,尽可能从多个途径及来源收集数据,形成互为补充和互为印证的素材,以提高案例研究的信度和效度。资料收集途经主要包括以下三个渠道:第一,半结构化访谈。形成本文的主要数据来源,共计15.2万字。第二,企业发布的公开信息、网站、APP、微信公众号信息,以及相关演讲和公开发表的谈话。第三,第三方发布的相关资料。总体来看,研究团队从多渠道收集到案例资料,形成26.8万字的文本(见表2)。

表2 数据来源表

数据来源	数据分类	标记
一手数据	深度访谈	AA
二手数据	企业发布的信息和资料	BB
	第三方发布的相关资料	CC

(四) 数据处理

开放性编码是以理论探索的开放性为原则,逐词、逐句对原始资料进行编码,开放性编码由两位研究人员采用“背靠背”方式独立完成,编码人员在案例资料→研究问题→文献资料之间反复迭代,形成初始编码,并通过跨案例比较编码的异同,将编码合并到合理数量范围,直到概念与范畴饱和为止。通过开放式编码,本文最终得到32个初始概念,其中,创业孕育阶段包括7个初始范畴,创业触发阶段包括11个初始范畴,创业持续阶段包括14个初始范畴。

主轴编码是通过一定的逻辑范式将开放式编码中的初始范畴进一步联系起来,建立各范畴之间的潜在联系。将初始范畴进行归类、比较、聚合,建立范畴之间的有机联系,最终得到11个主范畴,其中,创业孕育阶段包括3个主范畴,创业触发阶段包括3个主范畴,创业持续阶段包括5个主范畴。

选择性编码是对主范畴进一步归类、聚合和提炼,得到代表性概念的核心范畴,通过故事线的方式分析核心范畴之间的关系并建立扎根理论模型。该过程是文献与文本资料不断对话的过程,直到无新的联系析出为止,最终形成理论框架。

四、研究发现

数字经济激发女性创业的过程可以划分为创业孕育、创业触发、创业持续三个阶段。根据三阶段划分的时间轴线,观察创业者从产品概念、产品投入到产品数字化过程的数字经济赋能过程。

(一) 创业孕育阶段:激活

创业孕育阶段主要是指创业前的准备期,包括从创业意识的萌发到创业产品的形成的全过程。在该阶段中,创业者从纷繁复杂的各类信息和机遇混沌中,“灵感突现”地构建出创业产品的雏形,从而具有了创业意识。本文概括了知识溢出拉动创业、知识溢出产生更多模仿创业、知识溢出提供更多创业思路、降低创业门槛、信息传播赋能、信息交互赋能、获取信息差等初始范畴,并最终概括出知识溢出与吸收赋能、低门槛进入赋能、信息交互与传播赋能等核心主范畴(见表3)。其中,知识溢出与吸收赋能是指数字技术推动行业创新发展中产生各种知识外溢效应,而创业者通过吸收外溢引发创业意识。低门槛进入赋能是指数字技术降低创业门槛进入难度,提供了更多创业机会和创业赛道。信息交互与传播赋能是指数字技术便利信息交互、信息传播和模仿,有助于获得信息差而由此女性创业者被赋能。由于数字技术减少了交易和协调成本,中小企业更容易与不同的企业建立联系,从而提高了信息交流的效率^[17]。而且,信息传播不再是单链形式,而是多链路散发式,使得女性创业者能够更快捕获市场信息。总体来说,互联网的特性,特别是低门槛的进入和丰富的信息,意味着网络环境为那些过去被排除在实体创业之外的群体提供了巨大的潜力。

1. 知识溢出与吸收赋能创业激活

知识溢出与吸收赋能激发女性创业的路径主要有三条:一是在产品价值链上的创业活动,会受到价值链上下游企业的影响和知识外溢,吸收价值链信息的过程能够培育或改变创业者的认知,使其萌生产品创意并形成产品雏形。二是数字经济创造出更多信息并产生快速的知识外溢,几乎零时差地产生模仿机会,潜在的女性创业者将会受到激发从而产生创意并付诸实践。三是通过其他创业者在小程序或者APP上的产品和服务分享,产生思维赋能,萌生更多的创业思路。在上述三条路径下,女性创业者被多渠道的知识外溢和吸收所赋能与激励,会产生初步的创业认知和创意萌发,并形成初步的创业愿景和创新产品,完成从创意萌生到产品形成的关键行动。

2. 低门槛进入赋能创业激活

互联网有助于降低信息成本以及偏远地区企业主体进入市场的门槛,数字经济下女性创业的进入门槛显著降低。在案例中,访谈者认为“电商极大拉低了开店的门槛……包括电商、直播,拉低了门槛,不管是否可能与创业沾边,都走上了创业的路上……农村阿姨卖东西……真的是数字

经济很好的生产力工具”“数字经济(使创业)门槛更低了,对女性有帮助,有时候有个网络有台手机,就可以创业了,门槛比较低……有这个想法,愿意去学习,就较为容易”。在数字经济赋能下,原先的小微企业进入壁垒降低了,因而创业女性可以在更大范围内拓展市场、改善客户与供应商的关系,以及提供更多客户服务^[18]。这不仅促使了从创意萌生到产品形成的关键行动,而且有助于加速该进程。

表3 创业孕育阶段的核心概念编码

主范畴	初始范畴	初步概念化	原始资料标签化记录	案例来源
知识溢出与吸收赋能	知识溢出拉动创业	产生溢出拉动价值链上创业	“带动其他企业,上下价值链……还有咖啡机的整体行业优化和行业标准建立……开放对行业的竞争……大家一起去促进这个事情”(D)	AA
	知识溢出产生更多模仿创业	知识溢出零时差产生模仿机会	“现在几乎没有时间差,新东西出来第二天能被抄的部分都被抄走了,知识外溢非常快……圈子里面彼此互相看着……给数字经济创造更多信息,有人就会受到激发,还会主动找你……合作机会”(H);“开发的云裁剪平台,(产生的溢出)让很多欠缺定制经验的工厂能够来定制”(CC)	AA, CC
低门槛进入赋能	知识溢出提供更多创业思路	知识分享提供更开放和自由灵活的思路	“思维赋能,也一定是有的……我身边的女性朋友创业者,做服装方面的,可以分享对于时装和美学的专用知识,去做小程序或APP,转化一些产品和服务,给到了很多女性更开放更自由灵活的一些思路”(Z)	AA
	降低创业门槛	数字化降低了开店的门槛	“电商极大拉低了开店的门槛……包括电商、直播,拉低了门槛,不管是否可能与创业沾边,就走在创业的路上……农村阿姨卖东西……真的是数字经济很好的生产力工具”;“数字经济门槛更低了,对女性有帮助,有时候有个网络有台手机,就可以创业了,门槛比较低……有这个想法,愿意去学习,就较为容易”(H,C);“数字金融降低中小企业资金使用门槛”(CC);“互联网就是提高效率,降低成本”(BB)	AA, BB, CC
信息交互与传播赋能	信息传播赋能	信息推送产生模仿机会	“把信息主动送达用户,推送本身就是一个效力工具,尽量引导直接的客户,善用这个工具”(H);“通过APP等将信息送达潜在消费者”(CC)	AA, CC
	信息交互赋能	圈层内信息交互学习	“蛮愿意形成圈层的学习组织,要密集交换信息,彼此学习竞争合作”(H)	AA
	获取信息差	数字化赋能掌握信息差	“男性获取信息能力上敏锐……现在基于信息化数字化环境,通过互联网获取可能被男性掌握的信息差,更从容应对市场转变,做好事情”(J)	AA

3. 信息交互与传播赋能创业激活

信息传播赋能、信息交互赋能和获取信息差这三种方式,有助于激发女性创业活动。互联网作用于社会的方式是连通一切,信息优势群体能够以更快的速度运用新渠道获取信息,从而放大信息接触机会的作用^[19]。访谈者在案例中提到,“把信息主动送达用户,推送本身就是一个效力工具”,当信息传播中带有更先进的创业理念和信息时,接受信息的创业者就会敏感察觉并吸收进而模仿创业,从而激发从创意萌生和产品形成的关键行动。信息交互赋能是指信息主体间的信息交换对创业活动的赋能,其伴随着信息流动和信息传递的过程^[20],具体体现为“圈层内的学习组织密集交换信息,彼此学习并竞争合作的行为”。创业企业灵活、快速地获取信息是企业建立、生存和发展的关键,企业获取的有价值信息越多,企业的机会集就越大,而信息在创业网络中借助各创业者的相互关系变得易于流动,这种信息交互促成创业者对利益的共同看法和长期互惠观,从而赋能企业独特的经济机会^[21]。获取信息差主要是指数字化赋能女性创业者掌握信息差,减少信息的“质量差”“时间差”和“占有差”^[22],赋能创业女性掌握以往不曾掌握的信息。通过信息交互与传播赋能,创业女性接触到更多创业信息,有利于萌生产品创意并付诸实践。

综合分析,创业孕育阶段核心概念与创业激发之间的逻辑关系为:由于数字经济的颠覆性和连通性特征,首先女性创业的门槛有所降低,这不仅促使更多女性想要投身创业行动,而且拓展了女性创业的边界;其次,借助数字技术,信息和知识的传递更加便利和迅捷,大量的知识溢出赋能创业孕育期的女性去抓取机会,而信息交互与传播也让圈层内外的创业者输出更多信息价值。在上述机制下,改变了女性

对创业“难”的认知,激发其产生创业愿景并初步形成产品思路,从而完成从创意萌生到产品形成的跨越(见图1)。

(二) 创业触发阶段: 行动

创业触发阶段主要包括初创和产品试错的全过程,在该阶段中,创意产品付诸实践,并在市场中进行初期试错与修正,形成产品的初始形态。

本文概括出数字化提供决策依据、数据赋能解决方案、个人 IP 打造故事化产品等初始范畴,并归纳出产品决策赋能、市场重塑赋能、数字化创新产品赋能等核心主范畴(见表4)。

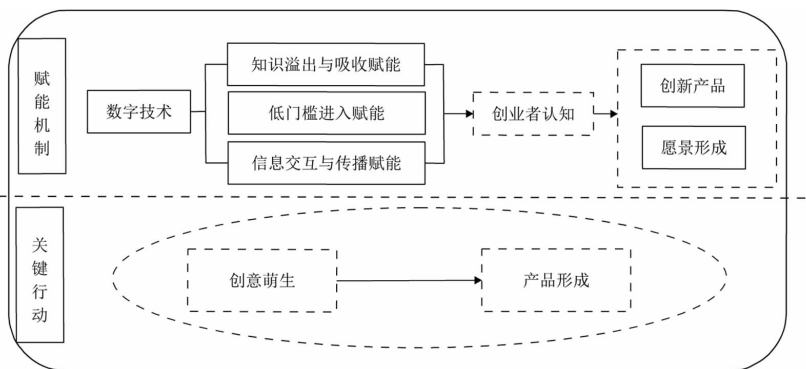


图1 创业孕育期的核心概念与关键行动逻辑关系

表4 创业触发阶段的核心概念编码

主范畴	初始范畴	初步概念化	原始资料标签化记录	案例来源
产品决策赋能	数字化提供决策依据	大数据确定产品投放决策	“比如商品信息在线化、客户位置信息同步化,包括背后供应链体系变化,大数据知道哪些地方哪些东西卖得好,才能有的放矢,决定究竟投放多少”(F);“大数据改善征信质量和金融资金的投放方向”(CC);“通过大数据系统,实现核心订单流程的数字化”(BB)	AA,CC,BB
	数据赋能解决方案	数字技术提供节点数据以获取解决方案	“基于AI技术,管理层通过工具实时看到或管控营销各环节,每一步通过节点数据分析,从源头找解决方案”(Z);“实时数据及时调整创意和投放计划,使整个决策过程变得非常快”(CC)	AA,CC
市场重塑赋能	客户精准化	理解市场需求并精细化定位	“女性创业者在理解女性市场需求方面具有独特优势,以其为主导的数字化创业,还能够借助数字化手段,进行精细化定位,更好地满足了同性别消费者的需求,创造新的价值”;“数据分析、客户画像分析,用户注册以后,大概什么年龄段,是妈妈还是孩子,集中在什么地区,随时根据数据营销”(M,HJJ);“数字普惠金融提高服务的个性化和精准度”(CC)	AA,CC
	客户体验优化	提升客户体验	“这两年,更深入运用人工智能技术,改善用户体验”;“更多体验提升用户体验感,因为体验感线下大部分高于线上,如果可以做到线上线下结合,每一步又符合用户需求,那么数字化后的产品就优于传统”(F,B)	AA,BB
	市场重塑产品品质	普惠性市场倒逼创业质量提升	“整体行业净化、项目质量提高,倒逼不断完善项目和业务,贴近市场和需求,对普惠的消费者来讲,看得到和拿得到的产品服务,质量越来越高、品种越来越多”(L,J,B)	AA
数字化创新产品赋能	个人IP打造故事化产品	个人IP打造讲故事形式带货	“前两年做传统新媒体,增加了信息传播的广度,公众号在信息传播深度上做得很好。长篇图文形式讲乡村故事,个人IP打造的方式带动产品销售,是很好的方式”(J);“利用自媒体深挖产品品牌故事,打造产品文创包装,并线上推荐、销售”(CC)	AA,CC
	数据能力	数据化过程形成数据能力	“非常好的数据化能力……数据化过程,做了很多投入研发……因为我们有数据能力,办公室咖啡只有我们……”(D);“利用数字化技术实现消费者送达,可以形成强大的数据能力”(CC)	AA,CC
	数字技术优势	数字技术具有独特优势	“数字化创业具有更强的性别中立性,女性在掌握数字化技术方面具有独特优势,甚至一定程度上强于男性”(M)	AA
	数字化创新	激发创新和新模式新理念	“数字化创业可以激发更多创新,通过新技术、新模式和新理念来服务于客户”(M);“工业4.0和互联网技术产生新商业逻辑和新运营模式”(BB)	AA,BB
	传统产品创新	数字化创新传统产品	“原来教育行业来讲,本来线下教学,有场地限制,数字化在线软件APP开发后,第一年超过2万用户使用过我们的产品”(F,X,HJJ);“互联网改造了传统的服装定制模式,形成C2M产品模式”(CC)	AA,CC
	创新新产品	数字技术产生新产品形式	“共享智慧体育器件……作为引流载体,设备做了一个小程序管理,用户参与健身运动后,抓取一个数,形成一个产业生态……”(L,C);“通过对生产链的数字化改造,软件推版效率达到毫秒级,产生新服装定制模式”(CC)	AA,CC

1. 产品决策赋能创业行动

产品决策赋能通过数字化提供决策依据以及数据赋能解决方案两种方式实现对女性创业的激发。

案例显示,“比如商品信息在线化、客户位置信息同步化,包括了背后供应链体系变化,大数据知道哪些地方哪些东西卖得好,才能有的放矢,决定究竟投放多少”,通过大数据数字技术所形成的数据池,帮助创业女性获得更多的决策数据和依据,为产品的科学决策以及科学定位提供了可能。从该意义上来看,数字技术不仅仅是促进创业的工具,数字化也在从根本上改变了女性创业过程和结果的边界。产品赋能机制形成初创产品,并通过市场容错过程实现对产品的试错和修正,最终形成成熟化的产品。

2. 市场重塑赋能创业行动

市场重塑主要包括客户重塑和产品品质重塑两方面,其中,客户重塑主要是指一方面更精准地理解市场化需求,从而实现产品-客户精准化匹配,由此实现客户广度和深度的重塑;另一方面是指数字技术改变用户体验,实现用户体验的优化,从而以对客户体验感重塑实现客户重塑。产品品质重塑是指通过普惠性市场倒逼产品质量提升,即利用线上媒体等方式将产品信息传递到长尾消费者端的过程也是倒逼产品品质提升的过程。创业企业通过市场重塑提供更为个性化的客户体验,并根据客户需求持续调整优化产品,保持与客户的高度关联,成为“生力企业”(Living Business)并提供“生力产品”(Living Product)^[23]。

3. 数字化创新产品赋能创业行动

数字化对产品的创新体现在多个维度,包括用个人 IP 打造故事化产品、产品的数据能力和数字技术优势、传统产品创新和创新新产品等。根据案例,个人 IP 打造故事化产品主要表现为“前两年做传统新媒体,增加了信息传播的广度,公众号在信息传播深度上做得很好……长篇图文形式讲乡村故事,个人 IP 打造的方式带动产品销售,是很好的方式”。事实上,网络直播平台和短视频平台上催生了很多“网红”“主播”“意见领袖”等内容创作者,创立个人 IP 品牌成为最直接的商业路径,其中又以女性居多,她们通过个人形象塑造品牌和讲故事的方式开展商业运作,获得经济效益。产品的数据能力和数字技术优势主要反映了产品的数字技术加持情境,案例中的豆 J 所运营的屋里咖啡就是十分典型的例子,通过咖啡机物联网,将消费信息大数据实时传回公司大屏并进行诊断,为产品的调试、修正和市场容错等关键行动提供了数据支持。产品创新包括数字化改造传统产品和数字技术创新新产品两种形式。数字技术的快速发展拓展了产品创新的资源基础和能力基础,大数据构成企业研发创新的关键资源,帮助企业快速调整创新策略,这是数字化创新产品对创业的激发机制以及引起关键行动的逻辑思路。

综上所述,创业触发阶段核心概念与创业激发之间的逻辑关系为:创业女性通过产品决策赋能来决定产品形式和产品运营等环节,通过创新产品赋能设计出优于传统的新产品和新模式,通过市场重塑为客户提供更好的体验和选择。在此过程中,数字化提供了更为宽容的市场容错,通过数字技术赋能,使产品能够更精准完成迭代和试错,“边际成本更低……更多试错的机会,如果有利润的话,试错成本就可以覆盖”(黄 JJ)。由上述机制和逻辑可知,数字技术采用三重赋能激发女性创业,并通过培育产品能力、在市场中试错和修正等关键环节,最终完成该阶段的创业激发过程,产品定位环节也从试错行动走向投入行动(见图2)。

(三) 创业持续阶段:再造

创业持续阶段主要是指从产品成型到初期维稳持续的阶段,产品在该阶段开始投放市场并逐渐建立起自己的用户群。在该阶段出现的初始范畴主要有投入资源减少、降本增效等。概括出的主范畴主要有资源-成本赋能、协同赋能等(见表5)。

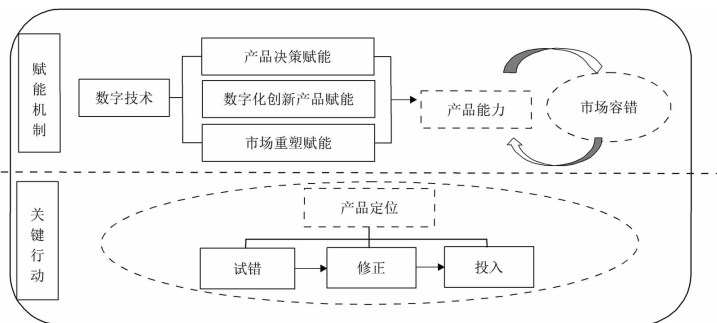


图2 创业触发期的核心概念与关键行动逻辑关系

由上述机制和逻辑可知,数字技术采用三重赋能激发女性创业,并通过培育产品能力、在市场中试错和修正等关键环节,最终完成该阶段的创业激发过程,产品定位环节也从试错行动走向投入行动(见图2)。

表 5 创业持续阶段的核心概念编码

主范畴	初始范畴	初步概念化	原始资料标签化记录	案例来源
资源-成本赋能	投入资源减少	降低门槛和更少资金资源	“利用数字化手段降低门槛,数字化创业相对而言需要更少的启动资金和资源”(M,D);“数字金融帮助中小企业提高资金流动性,降低对传统金融产品的依赖,提高融资能力”(CC)	AA,CC
	降本增效	更少的成本投入	“节省成本,机器联网,有路径规划,一个人运维 3000 台,降低成本……”;“各类新兴技术软件在便捷人们生活、工作的同时,也降低了人们的创业成本,激发了大众的创业兴趣”(D,H,L,Z,ZM)	AA,BB,CC
	数字金融资源	数字金融产品提供创业便利	“数字经济本身发展的便利给到中小微企业,方便给到电商卖家一笔小的贷款,钱去滚动起来”(H)	AA,CC
	降低成本缩短周期	数字化降低价格缩短周期	“原来特别昂贵的服装高级定制,核心品类是西服,价格降了一半,周期也缩小了很多,从十几天到 7 天”(F)	AA
协同赋能	男性圈子融入	女性创业者融入男性群体	“让女性创业者更好地融入传统上以男性为主的创始人及高层管理者群体,从而获得更多的社会认可和支持”	AA
	同行业内协同	互联网促进同业链接	“互联网最大的特点就是链接,利用互联网的加持,同行者也会有很多,数字经济发展中,要么是摆渡人,要么是共渡大潮的伙伴”(L)	AA
	圈层内形成协同	圈层的学习组织	“其实数字经济内部,蛮愿意形成圈层的学习组织,要密集交换信息,彼此学习竞争合作。过程中推动团队个人形成自己的圈子”(H)	AA
线上平台赋能	工作家庭平衡	远程办公助力工作家庭平衡	“许多数字化创业项目甚至可以在家中或通过网络远程实现,有助于女性更好地兼顾工作与家庭”(M)	AA
	线上平台赋能	线上平台提供资源链接和赋能	“通过互联网平台,突破原有限制,给个人企业带来更大的机会,突破原有瓶颈,带来快速增长”(J,Z);“数字网络平台扩展信贷范围和数量”(CC)	AA,CC
	平台工具赋能	平台提供工具赋能	“钉钉上好多小程序,价格也很便宜,都是轻量化程序,也都是机会”(X);“供应商与企业合作,要登录企业的供应商开放平台,使用相应的功能”(CC)	AA,CC
业务流程再造赋能	业务流程再造赋能	业务流程和供应链再造	“提高企业各个方面的透明度,员工和管理层可以通过技术模式创新、趋势评估和数据驱动机会的资本化,来改进其最佳做法”(Z,M);“数字技术重新组合资源和业务流程,企业作为连接器,连接消费者和加工厂”(CC)	AA,CC
特质赋能	数字化促进女性优势发挥	内容直播发挥女性优势	“主播都是偏向内容的,就容易发挥女性优势,比如共情能力、细腻、擅长语言表达,创作方面更能抓住用户心理,就涌现出很多杰出女性主播”(F)	AA
	女性特质优势	数字化发挥女性特质	“有利于发挥女性独有的优秀特质,女性可能具有更强的共情能力和对客户需求的敏锐洞察,这可以帮助她们更好地捕捉市场需求”(M)	
	女性沟通优势	女性沟通优势助力开店和卖货	“开店和卖货变成取决于能不能与人沟通,女性有很大的优势,男性卖家不易于了解顾客,女性能更好地理解顾客”;“发挥女性优势,如沟通表达能力、同理心、理解力,分享方面更有优势”(H,Z)	AA

1. 资源-成本赋能创业再造

该机制主要从创业资源效率提升与创业成本减少两个维度发挥作用。其中,创业资源效率提升体现为诸如数字金融资源的投入提供了更多的创业资源、数字化创业减少了资金投入。案例中的创业女性多次提到“利用数字化手段降低门槛,数字化创业相对而言需要更少的启动资金和资源”“数字经济本身发展的便利给到中小微企业,方便给到电商卖家一笔小的贷款,钱去滚动起来”。事实上,数字金融依托互联网和大数据技术为贷款企业降低信用评估成本提供了可能,也就有助于小微企业获得融资,对新建企业具有显著的促进作用,而数字普惠金融的发展深度以及覆盖广度显著促进女性创业活动,缓解创业女性的流动性约束,促进机会驱动型创业,实现了“精准普惠”^[7]。在节约资源的同时,数字经济还推动了中小微企业实现降本增效。以数字技术为驱动力,优化要素配置,提高要素效率,实现实体经

济降本增效和创新发展^[24]。

2. 协同赋能创业再造

协同赋能主要是指通过数字技术实现创业女性与同业和圈层内、家庭关系的协同,通过上述协同赋能为女性创业提供激发动力。创业女性与同业和圈层内的协同体现在三个方面:一是女性的男性圈子融入,打破了以往女性难于融入男性圈子的状况,“让女性创业者更好地融入传统上以男性为主的创始人及高层管理者群体,从而获得更多的社会认可和支持”,“拓展人脉网络,并构建更广泛的战略伙伴关系”。二是与同业链接形成伙伴关系,“互联网最大的特点就是链接,利用互联网的加持,同行也会有很多,数字经济发展中,要么是摆渡人,要么是共渡大潮的伙伴”。三是圈层融入协同,“其实数字经济内部,蛮愿意形成圈层的学习组织,密集交换信息,彼此学习竞争合作。过程中,推动团队个人形成自己的圈子”。通过同业协同赋能,创业女性更好地融入业务圈层,实现共同学习和发展,有助于创业女性从同业中汲取创业养分而激发创业活动。创业女性与家庭关系的协同赋能是指通过远程办公助力工作家庭平衡,“许多数字化创业项目甚至可以在家中或通过网络远程实现,有助于女性更好地兼顾工作与家庭”,这改变了女性顾家的传统定位,实现激发女性创业的动力。

3. 线上平台赋能创业再造

线上平台提供创业赋能包括线上平台提供资源链接以及平台工具(软件)提供赋能两方面。线上平台包括商务平台和服务平台两类,“通过互联网平台,突破原有限制,给个人企业带来更大的机会,突破原有瓶颈,带来快速增长”。诸如阿里巴巴、抖音等数字平台为创业企业提供了各类数字化赋能,例如“抖音也是创造了更多机会……抖音女性更擅长,涉及颜色、带货、情感,更适合女性去做”。例如上海的海运女创平台是一家创业服务平台,“这样的平台,其实面向的是外地女性在沪创业……线上媒体平台,其实中间可以做一些资源整合和链接,帮助去赋能……平台上可以链接其他女性组织,比如也是做乡村振兴的,缺内容能力的话就可以互补”。平台工具赋能则是通过平台上提供的各类企业运营软件来为企业持续发展提供赋能。例如,“钉钉上好多个小程序,价格也很便宜,都是轻量化程序,也都是机会”。数字平台所提供的虚拟社群场所提供了产品沟通、信息沟通、社交互动、分享互动和交易互动^[25],促进了交易的完成,通过平台“开源”导流和积累消费数据深度分析的客户“挖潜”,形成对创业企业运营的高效资源编排和资源拼凑,实现对持续创业的激发^[26]。

4. 业务流程再造赋能创业再造

业务流程再造赋能是指数字技术重塑了业务链和供应链,实现更高效的微观主体送达。业务流程再造赋能集中表现为,“提高供应链的可视性,改进供应商管理,更好地理解产品的微观经济性,让其从原材料交付到客户手里”,“集成更高效的流程和更快的问题识别,节约成本,例如,基于产品的公司要了解原材料的数量需求和时间线,可以通过以战略性的数据方式订购原材料,大大节省成本”。

5. 特质赋能创业再造

特质赋能是指创业女性的特质更容易在数字经济中发挥优势,数字化为其提供了特质赋能的机会。案例中的被访谈女性创业者普遍提到女性的共情能力和对客户需求的敏锐洞察、情感优势(例如同理心更强)、沟通能力等特质,这些特质都让创业女性在数字经济中彰显女性优势。例如:“女性在某些领域更具有创造力和多样化思维,这可以帮助她们创新性地解决问题”;“女性情感优势是加持和扩大的,女性同理心更强,洞察市场能力比男性有优势……更容易从服务的细节和市场发展的规律当中,寻求发展的支撑点”;“主播都是偏向内容的,就容易发挥女性优势,比如共情能力、细腻、擅长语言表达,创作方面更能抓住用户心理,就涌现出很多杰出创业女性”。

综上所述,创业持续阶段核心概念与创业激发之间的逻辑关系为,通过上述五种赋能机制,数字技术赋能组织能力,推动企业数字化发展,为女性持续的创业激发提供了可能性。在此过程中,创业企业

开始逐渐实现产品数字化发展,同时,业务流程和环节也逐渐实现管理数字化、技术数字化和服务数字化,从而逐步为全流程数字化实现的关键行动打下基础(见图3)。

五、结论性评述

本文在已有研究的基础上,基于数字化赋能视角,运用扎根理论编码技术,通过案例研究发现,创业女性在创业孕育阶段、创业触发阶段和创业持续阶段,数字化赋能创业激发机制有所差异,因而在每个阶段,创业激发带动的创业关键行动也各有侧重,形成动态的创业激发机制(见图4)。

首先,创业孕育阶段,激发女性创业的赋能机制主要有知识溢出与吸收赋能、低门槛进入赋能、信息交互与传播赋能三条路径,在该阶段,创业女性处于创意萌发期,还未形成成熟的产品创意,也未曾付诸创业实践,所需研究的是,通过何种数字化赋能机制可以有效激发创业关键行为,实现从创意到创业的关键行动跨越。通过案例研究发现:知识溢出与吸收赋能有助于创业女性获取有关创业的深度知识,引发创业想法;低门槛进入赋能为创业女性解决了部分“创业难”的问题,推动女性迈出创业一步;信息交互与传播赋能让创业女性增加信息交流和获取便利,获得信息差。在三条路径逐层推进的情境下,创业女性改变对创业的认知,从萌发创意到产品构想初步形成,完成了关键创业行动的跨越。

其次,创业触发阶段,创业女性的产品构想诉诸市场,需要完成产品试错、修正和资源投入关键行动。该阶段中,激发女性创业的赋能机制主要有产品决策赋能、市场重塑赋能和数字化创新产品赋能三条路径。产品决策赋能为创业女性提供大数据关键节点,以辅助科学决策,创业女性可以借助数字工具诊断供应链体系变化,实时看到和管控各供应链环节,为产品的修正提供决策依据。市场重塑赋能有助于客户精准化和体验优化,并通过重塑产品品质实现对市场的贴近。数字化创新产品赋能则通过数字技术改造传统产品或创新新产品形式,形成对产品的重新塑造,实现对产品的深度拓展。通过上述三个赋能环节,创业女性将形成更具竞争力的产品能力,并在数字经济的低成本试错环境中反复修正产品形

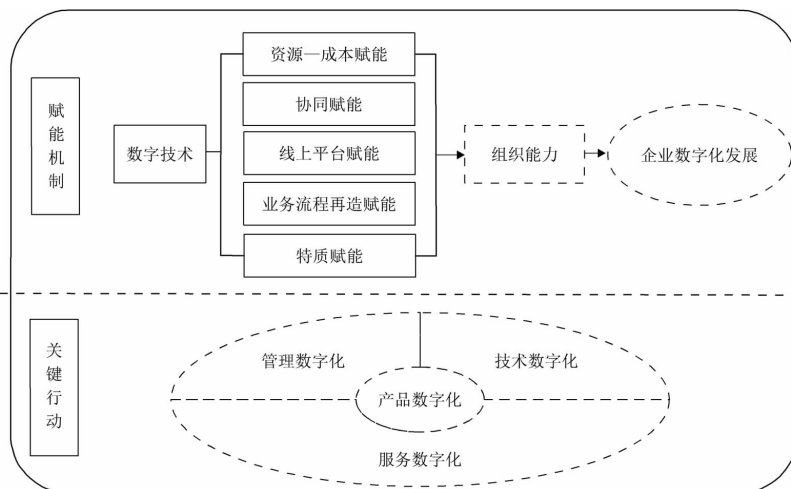


图3 创业持续期的核心概念与关键行动逻辑关系

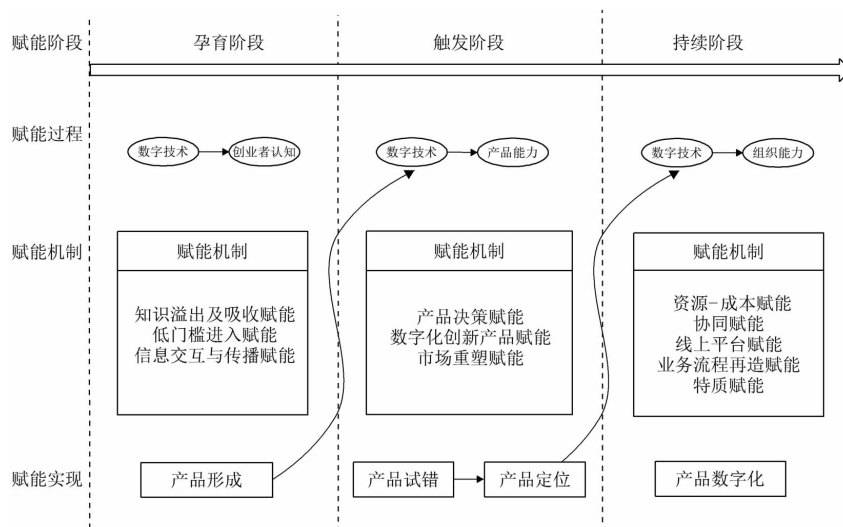


图4 数字化赋能女性创业的激发机制框架图

态和内容,最终精准定位产品并投入资源推广,实现从产品到市场的跨越。

最后,创业持续阶段,创业女性将成熟产品推广到市场中,并实现产品全过程数字化的关键行动。资源-成本赋能提供了低资源消耗和降本增效的可能性,创业女性可以获得更多资源(例如数字金融资源),提高了组织竞争力。协同赋能有助于创业女性融入同行圈子,并维持更好的工作-家庭平衡。线上平台赋能提供了与平台协同和使用平台工具软件运维企业的机会,大大拓展了创业企业的接触面和软技术实力。业务流程再造赋能有助于以更透明的供应链诊断来实现对业务流程的精准把控。特质赋能则是女性特质和优势的发挥潜力。通过五条路径的共同作用,女性创业企业的组织能力得以提升,并逐步推进产品数字化的进程,最终实现管理、技术和服务数字化全链条进程。

根据上述分析,本文形成以下三方面的管理启示:(1)潜在或初创企业的女性应明确数字化所带来的各种赋能路径和选择。创业女性可以抓住不同阶段特定空间和时间下的数字化赋能机会,助力自身在创业孕育期激活创业、创业触发期付诸实践、创业持续期重塑产品。(2)数字化赋能为创业女性提供了新的契机和应用场景,需要女性创业者不断挖掘市场需求和技术价值来迈出从“0”到“1”以及持续性发展的每一步,该过程需要创业女性去寻找和灵活运用多种数字化赋能机制,充分调动数字化资源,以获得持续发展的能力。(3)在每个阶段,需要根据数字化赋能路径为女性创业者提供便利。第一,女性创业孕育阶段,为其提供更多的信息和知识溢出路径,例如通过建设创业互助平台为女性提供信息交流和传播的场所等形式,让创业女性获取更多信息而获得“可靠感”和“安全感”,有助于其迈上创业第一步。第二,女性创业触发阶段,为实现创业产品能力的提升,激发女性试错、修正并投入资源拓展市场,可以通过提供大数据分析工具、供应链诊断工具、客户诊断工具等多种数字化工具(软件),帮助女性更好地决策,提供更优化的产品,在市场上形成产品竞争力。第三,女性创业持续阶段,为实现产品的全链条数字化发展,可以通过降本增效、提供与圈内同业协同的机会、线上平台提供高质量线上运维工具、数字化业务流程再造等多种形式,实现企业的组织能力提升,从而逐步拓展到管理数字化、技术数字化和服务数字化。

参考文献:

- [1]高秀娟.数字化赋能底层女性包容性创业的机理与作用——基于数字平台的多案例分析[J].中华女子学院学报,2023(1):115-121.
- [2]袁彦鹏,鞠芳辉,刘艳彬.社会团队韧性从何而来?——基于单案例的探索性研究[J].研究与发展管理,2022(4):97-111.
- [3]Mukolwe E, Korir J. Social media and entrepreneurship tools, benefits, and challenges: A case study of women online entrepreneurs on Kilimani Mums Marketplace on Facebook[J]. Humanities Social,2016, 6(8):248-256.
- [4]Wang Jiaqing, Zhou Deshui, Martinez T J. How internet use spurs entrepreneurial activities? Evidence from China[J]. Mathematical Problems in Engineering,2022(8):1-10.
- [5]Audretsch D B, Heger D T. Veith. Infrastructure and entrepreneurship[J]. Small Business Economics,2015, 44(2):219-230.
- [6]张敬伟,李琪琪,靳秀娟.中国农村女性创业者的身份构建过程研究[J].管理学报,2022(5):656-665.
- [7]Manuel M, Molina-Lopez, Manuel R, et. al. Never too late to learn: How education helps female entrepreneurs at overcoming barriers in the digital economy[J]. Sustainability,2021,13(19):11037.
- [8]McAdam M, Crowley C, Harrison R T. Digital girl: Cyberfeminism and the emancipatory potential of digital entrepreneurship in emerging economies[J]. Small Business Economics, 2020,55(2):349-362.
- [9]林楠,席酉民,刘鹏.产业互联网平台的动态赋能机制研究——以欧冶云商为例[J].外国经济与管理,2022(9):135-152.
- [10]杨守德,于堃.数字化赋能农业全产业链融合的机制与高质量发展路径研究[J].商业经济,2023(5):5-6.
- [11]Makinen M. Digital empowerment as a process for enhancing citizens' participation[J]. E-Learning,2006,3(3):381-395.
- [12]姜扬.数字经济如何促进创业发展——基于宏观和微观的双重视角[J].经济管理,2024(4):66-79.
- [13]蒋淑吉,黄心玲.数字技术对大学生创业机会识别的作用研究综述[J].科技创业月刊,2024(9):120-125.
- [14]肖威,张宇菲,刘学亮.数字经济对创业决策的影响及其治理对策[J].社会治理,2023(5):64-76.

- [15] 谷海洁,徐幸子. 数字技术使用对女性创业机会开发的影响——基于高盛女性创业数据的实证分析[J]. 当代经理人,2024(2):16-36.
- [16] 强国会,滕飞. 数字普惠金融与女性创业[J]. 统计与信息论坛,2022(4):120-128.
- [17] Alarcon-del-Amo M C, Rialp A, Rialp J. Social media adoption by experts: The export-dependence moderating role[J]. Spanish Journal of Marketing-ESIC,2016,20(2):81-92.
- [18] 杨其静,唐跃桓,李秋芸. 互联网赋能小微企业:绩效与机制——来自中国小微企业调查(CMES)的证据[J]. 经济学(季刊),2022(22):1783-1804.
- [19] 詹承豫,徐明婧. 风险沟通中数字赋能的不对称放大效应——基于“两微一抖”平台的疫情信息传播图谱分析[J]. 北京航空航天大学学报(社会科学版),2023(1):71-80.
- [20] 赵戈,汪祖柱. 基于元分析的社交媒体用户信息交互意愿及行为影响因素研究[J]. 情报探索,2023(1):38-45.
- [21] 周冬梅,鲁若愚. 创业网络中信息交互行为的协作博弈分析[J]. 技术经济,2014(7):47-54.
- [22] 王磊. 重视决策中的“信息差”[J]. 统计与信息,2001(11):21-21.
- [23] 埃森哲. 数字孪生:打造生力产品,重塑客户体验[J]. 软件和集成电路,2019(10):74-80.
- [24] 黄斌,茹怡,邓晓瑜. 数字经济和实体经济融合发展的作用机制和实现路径[J]. 数字经济,2021(4):42-45.
- [25] 缪沁男,魏江. 数字化功能、平台策略与市场绩效的关系研究[J]. 科学学研究,2022(7):1234-1243.
- [26] 黄绍升,闫春. 平台数字赋能对创业绩效的影响研究——创业者心理资本与创业政策导向的作用[J]. 现代管理科学,2022(5):90-97.

[责任编辑:高 婷]

The Promotion Mechanism for Digital Empowerment of Women's Entrepreneurship: Exploratory Research Based on Multiple Cases

GAO Xiujuan¹, WANG Hong²

(1. School of Management, China Women's University, Beijing 100101, China;

2. China Logistics Co. LTD, Beijing 200071, China)

Abstract: The promotion mechanism for digital empowerment of women's entrepreneurship is a research topic that has not yet been fully explored. Based on the empowerment theory, we conducted an in-depth exploration by selecting 12 entrepreneurial women's development cases, and deeply analyze how digitalization empowers women's entrepreneurship to leap from "0" to "1". Research found that there are differences in digital empowerment mechanisms during the incubation stage, initial stage, and ongoing stage of entrepreneurship; The incubation stage of entrepreneurship mainly includes such mechanisms as knowledge spillover and absorption empowerment, low threshold entry empowerment, and information exchange and dissemination empowerment. The initial stage of entrepreneurship mainly includes such mechanisms as product decision-making empowerment, market reshaping empowerment, and digital innovation product empowerment. The ongoing stage of entrepreneurship mainly includes such mechanisms as resource cost empowerment, collaborative empowerment, online platform empowerment, business process reengineering empowerment, and trait empowerment. The research conclusion has important theoretical value in revealing the mechanism of women's entrepreneurship promotion in the digital economy, and also provides practical guidance for promoting women's entrepreneurial activity.

Key Words: digital empowerment; digital economy; empowerment theory; women's entrepreneurship; promotion mechanism; case study; women's entrepreneurial activity