

农民合作社带头人的“企业家精神”： 理论模型与案例检验*

王生斌¹ 王保山²

摘要：农民合作社的数量经过“井喷式”增长之后，并未同步实现规范化运行和高质量发展。2019年以来，合作社高质量发展的内在要求和助力乡村振兴的外在需求已被全社会反复强调，但学界基于企业家视角的理论分析仍较为欠缺。本文为弥补这种欠缺所作的研究分析是：首先，从奥派经济学“企业家的企业理论”的视角出发，对属于“中国经验”“中国特色”“中国气派”的乡土企业家精神进行理论适用分析，甄别出更具科学性、解释力的理论依据；其次，剖析农民合作社带头人企业家精神概念的内涵与外延，构建带头人企业家精神理论模型，并通过案例的实证检验获得理论与实践启示；最后，对带头人企业家精神的功能作用、内生动力与外部影响，及其推动合作社与乡村产业协同发展的作用机制进行结构分析与理论阐释。研究发现：带头人企业家精神是推动农民合作社高质量发展的重要依托、是提升乡村产业水平的动力源泉，也是有机衔接农民合作社高质量发展与乡村产业发展水平的关键纽带。研究认为：大力培养“企业家型带头人”是推进农民合作社与乡村产业协同发展、巩固拓展脱贫攻坚成果并与乡村振兴战略进行有效衔接，推动实现“人才兴—组织兴—产业兴—乡村兴”良性循环发展的重要途径。

关键词：农民专业合作社 带头人 企业家精神 合作社高质量发展 乡村产业振兴

中图分类号：F321 **文献标识码：**A

一、引言

2019年以来，中央多次对农民合作社^①提出规范发展、壮大产业、拓宽农民增收渠道等发展要求。

*基金项目：本文系河南省社会科学规划决策咨询项目《河南实施乡村振兴战略的主要制约因素及突破口研究》的阶段性研究成果（立项批准号：2020JC07）；河南省软科学项目《乡村振兴背景下农民合作社高质量发展与乡村产业水平动态耦合机制研究》（立项批准号：212400410294）的阶段性研究成果；河南省社科联调研课题《新形势下促进民营经济健康发展重大问题研究》（立项批准号：SKL-2020-2952）的阶段性研究成果。作者文责自负。

^①本文中，所提及的核心概念“农民合作社”，泛指《农民专业合作社法》所界定的农民专业合作经济组织，具体包括“农民专业合作社”“农民合作社”或简称为“合作社”等称谓。

2019年9月17日，习近平在河南信阳视察时，肯定了当地“公司+农户”模式在产业发展中的组织化、社会化和市场化作用，强调“要把农民组织起来，面向市场，推广‘公司+农户’模式，建立利益联动机制，让各方共同受益，既要输血更要造血，建立造血机制，增强致富内生动力”，鼓励当地“路子找到了，就要大胆去做”^①。2020年7月24日，习近平在吉林考察农民合作社时再次强调：“农民合作社是市场经济条件下发展适度规模经营、发展现代农业的有效组织形式”，鼓励各地因地制宜探索不同的专业合作社模式和高质量发展路径^②。不过，农民合作社经过几年“井喷式”数量增长之后，并未同步实现规范化运行和高质量发展，其主要原因是带头人的企业家精神缺失、合作社创新创造能力严重不济（曾艳等，2021）。该问题已引起农业农村部的高度重视，如《2021年乡村产业振兴工作要点》强调：“要弘扬企业家精神，大力培养农民合作社带头人，为农民合作社高质量发展提供支撑”。

城镇化、工业化进程的快速推进，在吸引大量农民非农就业的同时，也为乡村经济发展培养了各类人才。农民合作社带头人呈现出“小荷才露尖尖角”的向好趋势。进入新时代，不断涌现兼备企业家精神和乡村情怀的农民合作社带头人、农业企业家等新型农业经营主体，为县域农业的创新驱动、特色化发展提供了人力支撑。在农民合作社的形成与发展过程中，合作社带头人的企业家精神能大幅提升合作社的整体绩效水平（张怀英等，2019），其重要性愈发凸显。合作社带头人群体的资本、人力及技术等禀赋特质，对于寻求创业机会、充分发掘乡村经济中存在的市场失灵部分具有明显优势，这一优势可以保证乡村资源获得有效开发，使“带头人”成为乡村产业振兴的引领者和奠基人（王生斌，2020）。

但遗憾的是，国内理论界仅仅引用传统企业家精神含义的“创新力”“创造力”及承担“风险”等模糊概念，存在着明显缺陷——无法解释带头人推动合作社发展的动力机制（白德全、王梦媛，2019）。不了解合作社带头人“创造力”发生的源泉，就无法探索其企业家精神的培育路径与支持政策（姜长云，2019）。而要弄清楚这个问题，需结合农民合作社新阶段的发展趋势，去考察“带头人—合作社”的相互关系；探寻合作社与乡村产业耦合互动的深层机理；用理论阐释带头人企业家精神在“合作社—乡村产业”中的功能作用与动力机制。在此基础上，构建起属于“中国经验”“中国特色”和“中国气派”的合作社带头人企业家精神的理论解释框架。

本文拟从三个方面进行突破：①摒弃已有研究强调企业家精神的作用、意义等“宏大”叙事，聚焦合作社带头人企业家精神自塑的内生动力与他塑的影响因素，揭示带头人成长机理；②基于经济学、管理学、社会学的综合视角，深入剖析合作社企业家精神的企业本质、社会属性、市场地位与管理特征，抽象总结出带头人企业家精神的内涵与外延；③基于乡村振兴战略这一宏观政策背景，构建“人才兴—组织兴—产业兴—乡村兴”的循环逻辑，深挖激发农民合作社带头人企业家精神的动力和诱因。

^①参见《习近平在河南考察时强调 坚定信心埋头苦干奋勇争先 谱写新时代中原更加出彩的绚丽篇章》，http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2019-09/18/c_1125011847.htm。

^②参见《黑土地上生机无限——习近平总书记在吉林考察时的重要讲话激发乡村振兴新活力》，http://www.xinhuanet.com/2020-07/25/c_1126285591.htm。

本文余下部分安排如下：首先，引入奥派经济学“企业家的企业理论”的核心观点，并与其他流派理论进行比较分析，甄别出对农民合作社带头人企业家精神更具解释力的理论依据；其次，阐释“企业家型带头人”的本质特征，并对理论演绎的假设进行案例检验与实证分析；再者，厘清带头人企业家精神、合作社高质量发展与乡村产业水平之间的关系，初步构建起理论解释框架；最后，提出“企业家精神—人才振兴—组织振兴—产业振兴—乡村振兴”协调发展的良性循环逻辑，为推动乡村振兴战略的深入实施，提供理论支撑和决策参考。

二、农民合作社带头人企业家精神的理论适用分析

实践中，“企业家型”带头人匮乏已经严重掣肘合作社健康发展。而理论上，生搬硬套“传统企业家精神”理论，不接中国乡村地气，无法为农民合作社的中国经验、中国实践、中国气派与中国特色提供学理解释。要想跳出已有研究的固化思维模式与研究路径，必须探寻到对“乡土中国”特色的农民合作社与乡村产业发展兼具适用性的理论依据，以弥合理论与实践长期被分割开来的“裂痕”。本文将“企业家的企业理论”及相关企业家精神理论移植到农民合作社带头人领域，通过理论适用性比较分析，力图甄别出对农民合作社带头人企业家精神更具解释力的理论阐释。

（一）“企业家的企业理论”的核心思想

谈及“企业家”，首先联想到的是有雄厚的“资本”或有实力的“资本家”，该常识是由主流理论形成的。主流企业理论以成熟企业为背景，以投资者为逻辑起点和研究焦点，在本质上是基于资本家的企业所构建的理论（杨其静，2005）。比如，交易费用经济学的企业理论只有融入“投资者”因素才能更好地解释企业的产生和企业内部权威的来源，企业能力理论只有融入“资本家”因素才能更好地解释企业规模的动态变化（李庆峰，2011）。与传统思想不同，奥派经济学“企业家的企业理论”基于企业家的视角，提出企业的本质是企业家实现自身人力资本价值的工具，企业的边界是企业家基于价值最大化主动选择的结果（福斯、克莱因，2020）。换言之，企业产生的根本原因是企业家精神，而不是以“资本”为基础或以“资本家”本身为出发点（李石强，2011）。更突出的是，福斯、克莱因（2020）强调：所有人都具有企业家精神，都有潜力成为企业家。但是，“潜力”不等于“现实”，企业家的企业理论又提出了一个“出人意料”的核心观点：“企业是企业家将其判断转化为组织的结果”（福斯、克莱因，2020）。这一理论认为企业不是天然的产物，也不是只凭“资本家”“资本”建立起来的，更不是企业家一厢情愿、凭理想和信念而设立的。这一洞见，推开了一扇窥探企业家精神“黑箱”的亮窗，将企业家精神分解为一步一步可识别、可理解的判断过程、决策过程与行动过程。据此理解，企业是由“企业家”依据市场环境、社会环境和不确定性的未来，用自身的知识、智慧和勇气进行综合“判断”——机会判断、关系判断、价值判断、资源判断、产品判断、权威判断等而产生的。从这个意义上讲，企业家精神是可学习、可模仿、可塑造的（徐尚昆等，2020）。

更进一步，中国的乡村经济组织，无论是个体、集体或合作等哪种性质，未来都要走向市场，并与国内国际两个大市场接轨。特别是在新发展阶段中央提出“双循环”战略的背景下，更应强化乡村经济组织的市场主体地位及其生存能力。只有提升其市场竞争力——产业的特色化、不可复制性与产

品或服务的创新性、不可替代性，才能赢得广大的市场和客户。如前所述，“企业家的企业理论”指出：“市场经济条件下，所有人都具有企业家精神，都有潜力成为企业家。”这一核心思想与传统理论一味地强调“创新力”“创造力”“风险与不确定性”等不同。“企业家的企业理论”除了强调企业家精神是市场经济的基石、动力源泉外，更加侧重指明市场经济是由众多个体出于主观意愿、个人意念、个体动机、自发行动而形成的，更突出微观个体的“意愿”“先验”等属性特征。这为乡村经济组织走向市场化、社会化提供了理论解释的基本逻辑。具体而言，挨家挨户的小农户、个体农民都需要基于自己的境况和市场需求做出判断：①选择单干还是加入合作组织，利弊的平衡点在哪里；②能否充分利用现有资源并发挥自身优势；③加入合作组织后须付出哪些代价、享有什么权益；④能做什么和不能做什么等等，这些都需要每个社员做出个人判断并及时决策。即乡村经济组织的每一个成员都具有企业家精神。不能简单地如传统认知那般，认为农民文化水平浅就低估农民做出判断的能力，相反，更应肯定其市场主体地位。因此，激发并保护个体做出判断决策的能力、承担判断决策的责任、享受判断决策的效益，是提升农民市场地位的正义之举，也是乡村振兴战略往深层次推进的底层逻辑、底线思维。基于上述分析，先尝试将“企业家的企业理论”移植到农民合作社进行理论适用性分析，察看其是否符合理论应用的情境与条件。

（二）“企业家的企业理论”引入农民合作社的适用性

要将“企业家的企业理论”引入农民合作社进行企业家精神分析，必须阐明应用该理论解释事实的适用性与剖析机理的妥适性。带头人具有企业家精神是合作社成长的重要因素，对于乡村振兴具有重要意义，学界对此已形成共识（王德刚、孙平，2021）。但合作社和一般企业是有区别的（秦愚，2015），这种区别对于企业家精神的要求是否不同？如有不同，还须指明理论应用的条件、边界和移植的可行性。否则，仅讨论工商企业的企业家精神并无实际意义。换言之，将“企业家的企业理论”引入到合作社，要先肃清前沿理论从企业移植到合作社进行理论解释的障碍，方能针对合作社高质量发展这一因变量的决定性因素——带头人企业家精神（自变量）做出科学合理的阐释。具体可从三个方面展开。

1. 考虑合作社的企业属性。西方国家赋予合作社更多的企业属性，或者说合作社在某些国家就是企业，这可以从热点研究中的关键词“Firm”中得到印证（吴翔宇等，2020）。这里主要从两个方面进行解释：一是从外向内看，关于合作社的组织生成与发展能力问题，Ivan V（1948）从市场化主体——投资者所有的企业视角，提出合作社企业化的组织发展能力模型；关于组织管理模式问题，Phillips（1953）基于企业所有权、经营权与管理权分离的三维视角，提出合作社组织管理的绩效评价量化指标；关于合作社的治理机制与运行效率，Terreros and Gorritz（2011）基于“利益相关者理论”的交易结构与商业模式，认为下游垂直一体化水平更高的合作社更有效率。二是从内向外看，学界大多将合作社作为一个企业，借鉴企业市场运行机制来研究合作社的市场地位问题（Hendrikse and Veerman，2001）。如：Helmberger and Hoos（1962）按照市场化企业的营销理论对合作社的营销行为进行解释，提出企业化营销的建议；Sexton（1990）基于新古典范式提出农民合作社的市场地位与核心竞争力模型；Cook（1995）用标准产业组织理论对合作社运行绩效进行分析，认为合作社可以像一般工商企业

那样起到弥补市场失灵的作用。此外，国内学者也多是借鉴西方学者的视角与方法，采用工商企业治理结构与运行效率的分析框架（徐旭初，2012）来深入探索合作社的治理与效率问题（潘劲，2011）。

“企业属性”是农民合作社与生俱来的，农民合作社的健康发展离不开对“企业属性”的基本判断。尤其对于农民合作社这一资源极其匮乏、禀赋严重不足、企业家精神阙如的乡村经济组织而言，更应遵循以“企业管理模式”有效融合市场化元素的实用主义思想，作为思考和谋划其未来发展的基本出发点。

2.考虑合作社的社会属性。在肯定农民合作社具有“企业属性”时，不能忘却它的根基始终深扎于乡村大地这一事实。在经济相对落后的乡村，人们更愿意谈论合作社的“社会合作功能”与“扶贫公益理念”。农民合作社正是基于合作的思想才让采取家庭经营模式、分散作业的“小农户”，以合作组织的形式绑扎在同一个利益共同体上，通过集体优势背负起单个农户承担不了的市场风险、经营风险和竞争压力。“合作精神”是农民合作组织发生与发展的动力源泉。同时，合作精神与企业家精神并不矛盾，而是相互契合的。“企业家的企业理论”认为，企业家精神是一个“团队”“合作”的概念，它强调每一个人都是企业家，合作组织中的每一个人都具备企业家精神，即共同创新与团结的精神、共同担当与合作的精神、共同分享与利益公平的精神。所以，合作社的社会属性、合作精神与企业家精神在意涵上是贯通的，指向是一致的。

3.考虑企业与合作社的关系边界。现实中已有大量合作社办公司的实践，理论界认为这是合作社发展的新特点。在探讨合作社是否像企业一样属于市场主体、是否有投资功能、是否应该办公司等原则性问题时，科学辨析企业与合作社的关系十分关键。对此，孔祥智、黄斌（2021）指出，就性质而言，合作社是按照合作方式组织起来、以企业方式对外运营的一类市场主体，本质上就是一类企业，否则其很难在激烈的市场竞争中生存下来，更谈不上为成员谋求利益。合作社对外与一般企业惯常的做法一样：从事符合市场需求的投资行为，创办专业性的公司（杨远根，2020）。国外的合作社就是企业，这也是西方发达国家合作社具有较强竞争力的根本原因（任大鹏、肖荣荣，2020）。如此看来，合作社与企业的关系是模糊的、无边界的，没有原则性的不同，有的只是个性化的组织特征及管理水平上的差距与区别。

总之，无论从农民合作社的企业属性立场出发，还是从其合作属性角度考虑，抑或是从合作社理论与实践演进的最新动态观察，引入“企业家的企业理论”对合作社企业家精神进行分析，是符合理论与实际的。当然，还需要引入其他“企业家精神理论”进行比较，考察其是否符合农民合作社的基本属性、乡土情境和乡村经济社会现实。

（三）其他“企业家精神理论”引入农民合作社的适用性及其比较

1.西方的理论观点。“企业家精神”一直是西方主流经济学普遍关注的重要领域。熊彼特、德鲁克、坎蒂隆、奈特、科斯等著名学者都曾论及“企业家精神”的内涵，并涉及创新理论、风险偏好理论和新制度经济学理论等（雷淑珍等，2021）。熊彼特作为现代“企业家精神”理论的奠基者，其核心思想是：企业的最基本功能就是创新、创造性破坏，“破坏性增长”就是指不断推出新技术、创造新知识（杨志强等，2021）。熊彼特的创新理论开启了创新发展与经济增长的相关研究，其后的内生

增长理论和技术创新理论均是将创新作为经济发展的首要动力。管理学大师德鲁克在其《创新与企业家精神》一书中将“企业家精神”的内核表征为创新。在这一领域，坎蒂隆和奈特两位重要学者认为“企业家精神”与“风险”或“不确定性”是紧密联系的（宋红娟等，2021）。奈特指出“企业家精神”主要外显为风险偏好——勇于承担风险，没有敢冒风险和承担风险的魄力，就不可能成为企业家（刘鑫鑫、惠宁，2021）。由此可知，奈特将“企业家精神”作为新古典范式下应对均衡中不确定性的“恢复性”力量（刘志永等，2020）。但是，新制度经济学鼻祖科斯对奈特的企业家精神理论进行了批判，并从企业存在意义的角度重新理解“企业家精神”，认为企业家精神主要体现在市场竞争性而非风险不确定性上（毛寿龙，2015）。

2. 国内的理论观点。国内学界对“企业家精神”的呼唤主要来自市场派经济学家。如受奥地利学派影响较深的张维迎、许小年、朱海就等人。主流思想上以张维迎为主，张维迎认为存在两种企业家，即套利型企业家和创新型企业家，不管是模仿性创新（改良创新）还是颠覆性创新（破坏性创新），企业家的创新精神都体现在敢于打破现有的均衡而创造新的潜在均衡（张维迎、盛斌，2004）。进一步地，张维迎将“企业家精神”定义为冒险、创新、英雄主义和不满足的精神，受其影响，国内关于“企业家精神”的研究普遍认为“企业家精神”的核心是创新和冒险（步丹璐、兰宗，2020）。张维迎的思想观点是备受欢迎的，因为自改革开放起，第一代创业型企业基本上都是出于套利的目的，凭借超常的胆略、勇气和某种程度的创新性举措而成功的。这一代的企业家被誉为“强人”“能人”或“超人”。由此看，社会各界对“企业家精神”的认知基本固化为一个传奇式英雄的代名词，默认企业家不是一般人，普通人不可能具备企业家精神。

3. 理论比较。如上所述，无论是以熊彼特、奈特、科斯为主导的西方主流理论，还是以张维迎领衔的“中国企业家精神理论体系”，这些理论主要是强调创新精神、竞争性、风险偏好以及主动承担不确定性的意愿等。可见，其他相关理论要么给“企业家精神”冠以“创新能力”“风险偏好”“竞争意识”等好奇的字眼，要么贴上“个人魅力”“胜任特质”等标签。这会让人产生认知上的错觉，认为企业家是一群“超人”，企业家能力可望而不可及，甚至存留不解的困惑——企业家精神存在天然因素、不具备可塑性。相比而论，“企业家的企业理论”则独辟蹊径地走出了一条务实路线：企业家精神是“认知—判断—行动”的过程，每一个生活在市场经济中的个体，无时无刻不在进行各种各样的判断和决策，产生属于自己的行动过程和最终结果。这一洞见，可以规避传统认知领域将企业家神化的误区，强调企业家也是人，是市场经济中进行判断与决策的具体行动人，与一般人每时每刻进行生活选择、判断与决策是一个道理。说到底，企业家精神不是按人的出身或知识多少分为三六九等，处于底层社会的弱势群体的农民，在市场经济合作组织中，同样具备企业家精神的塑造潜力。如此看来，“企业家的企业理论”更贴近真实社会情况，更接地气。

三、“企业家的企业理论”的理论阐释：农民合作社带头人企业家精神的概念模型

合作社作为一个正式经济组织——一种特殊类型的企业，可以应用“企业家的企业理论”来分析其企业属性与经营本质、社会属性与合作精神。但是，在具有“乡土中国”特色的农民合作社中引入

该理论，是否就可以完整解释其带头人的企业家精神本质？为此，需要将“企业家的企业理论”做进一步的情境投放、实践应用与理论阐释：对概念导入的可解释性、理论迁移的可接受性以及制度与理论碰撞的可融合性和可衔接性，进行梳理分析，进而概括出“农民合作社带头人企业家精神”的内涵与外延。

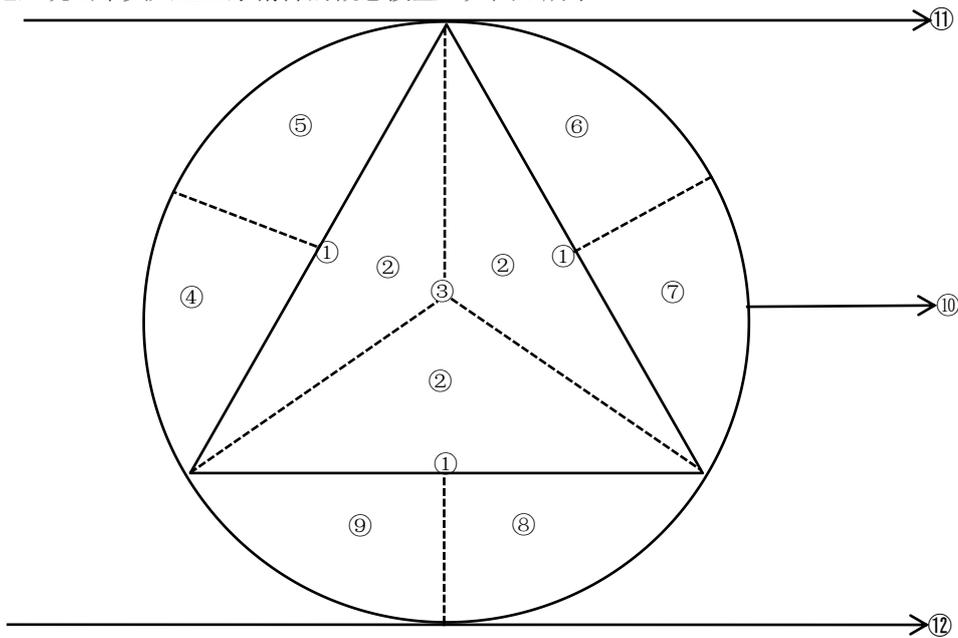
第一，厘定“合作社带头人”的概念。一般而言，“合作社带头人”就是合作社的主要负责人（也称“理事长”），在当地具有一定的经济社会影响力及政治号召力，是带领全体社员谋求合作、实现最大化效益的“乡村精英”。依据“企业家的企业理论”，合作社带头人理应属于合作社企业家，具有企业家精神，能够依据自身知识、内部条件和外部环境进行判断与决策、采取行动，转化为组织分工与合作行为，并对组织绩效负责。不仅如此，合作社的全体社员也具备这种企业家精神，“合作社企业家精神”是一个“团队—合作”的概念，人人都要对其做出的判断、行为、结果负责。只不过，带头人与组织成员的区别主要是因分工不同带来判断的类型、条件、环境、信息不同而已。

第二，农民合作社带头人企业家精神概念的内涵。基于“企业家的企业理论”，可以将“合作社带头人企业家精神”分解为一连串的“判断”“决策”与“责任”，因而可以从此着手对其进行结构化分析、动态化演绎和理论性诠释。首先，从判断依据与条件分析，带头人需要了解当地环境、文化、关系以及资源禀赋特征与政策支持范畴等因素，还应熟练地掌握一套思考问题、分析问题、评价与衡量问题的方式方法，由此构成了“合作社带头人企业家精神”的“基本盘”：认知基础、信息处理、分析与判断的能力。其次，从判断中形成决策的影响来看，任何一项决策都会涉及到人、组织、社会的关系及互动，“诚实守信”是处理利益相关者关系的必备基础，“公平正义”是促使决策落实的前置条件。尤其是，在“小农户”这类传统文化及小农经济思想根深蒂固的社会最底层人群中，推进一项又一项的决策行为时，主动化服务、公益性帮扶、合作化共享的观念必须植根于判断与决策的全过程，方能实现预期目标与理想效果。抽象概括出这些要素，就是“合作社带头人企业家精神”的“底线”：果敢、高效、诚信、公平、正义、服务。最后，除了“基本盘”和“底线”这两个方面之外，还需考虑带头人作为合作社“领袖”的精神要义，即“责任”的内涵，面对判断与决策所带来的任何结果，合作社带头人必须承担起这种责任。毫无疑问，这就需要具备主动担当、勇于负责、坚韧不拔的品格——胜任力特质与领导艺术。由此，构成了“合作社带头人企业家精神”的“内核”：责任、担当与领导艺术。根据上述关于合作社带头人企业家精神“基本盘”“底线”和“内核”的形象化刻画与描述，基本勾勒出合作社带头人企业家精神内涵的“基本图景”：三个领域形成三足鼎立之势，成为支撑起企业家精神的“实力三角”。如图1中的①②③所示。

第三，农民合作社带头人企业家精神概念的外延。尽管采用“企业家的企业理论”分析合作社带头人企业家精神时并未特别强调创新、风险和竞争等特征，但合作社毕竟是一个乡村经济组织，不是非营利机构，让它产生高效率、产出高收益是“企业”的本质属性与组织使命。从这个意义上讲，带头人作为合作组织经济绩效的主要负责人，其企业家精神概念的“外延”势必要拓展开来：①企业化运营管理能力，基于企业属性的合作社，应该从事什么经营领域（涉足哪些产业、营销哪种产品、销往何处）、具备哪些生产要素、还需要考虑从外部获取哪些要素、如何组织和融合生产资源、责任如

何划分、绩效与考核如何兑现等；②资本整合与知识溢出能力，基于乡村社会薄弱的社会资本、金融资本、固定资本等现实基础，带头人如何对各项资本进行知识判断、理性选择，应该如何进行招商、引进与整合；③产业发展规划能力，基于自然资源与地域环境的客观特征，“一二三产业”“乡村特色产业”与“现代化农业”怎么实现高效融合；④新形势与政策分析能力，基于新发展阶段的时代特征，巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴战略二者之间如何实现有效衔接；⑤理性思维能力，基于乡村振兴战略的“五项总要求”，怎么实现从人才振兴、组织振兴到产业振兴，再到全面振兴的良性发展逻辑；⑥综合管理能力，基于合作理念、公益思想与利益联盟的出发点和落脚点，如何构建起利益联结、共生共享的良序发展格局。上述六个方面所涉及及必不可少的判断与决策并非必需出其不意的“创新”或严格的风险防范意识，但统统是合作社带头人绕不开的工作环节，每一步都需要带头人承担起判断与决策的责任。从能力要素角度看，这“六种能力”的能力结构、能力特征与展示水平，构成了合作社带头人企业家精神“外延”的基本框架：环绕“实力三角”向外拓展，里外呼应，交互作用，形塑企业家精神“动力之圆”。如图1中的④⑤⑥⑦⑧⑨所示。

综合以上，通过对合作社带头人企业家精神内涵和外延的理解与诠释、揭示与归纳、描述与刻画，清晰地呈现出带头人企业家精神的概念模型（如图1所示）。



注：①企业家精神底线；②企业家精神基本盘；③企业家精神内核；④企业化运营管理能力；⑤资本整合与知识溢出能力；⑥产业发展规划能力；⑦新形势与政策分析能力；⑧理性思维能力；⑨综合管理能力；⑩农民合作社带头人企业家精神；⑪农民合作社高质量发展；⑫乡村产业发展水平。

图1 “农民合作社带头人企业家精神”概念模型

四、“企业家的企业理论”的案例检验：农民合作社带头人企业家精神的实践分析

为进一步验证“企业家的企业理论”对农民合作社的适用性，需对前文建立的“农民合作社带头人企业家精神概念模型”从实践层面进行考察。笔者从过往实地调研获取的田野素材中推介正反两个案例进行比较分析。同时，为了增强理论解释的说服力、可信度与普适性，本文特意选择政策制度环境、宏观中观条件、自然资源禀赋、传统人文特征等基本相似的两个案例，尽可能在“控制变量”的可控前提下，考察“自变量”（带头人企业家精神）对“因变量”（合作社高质量发展和乡村产业水平）的作用机制、路径及效果。

（一）案例简介

蓝天生态茶业公司是河南蓝天集团有限公司（以下简称“蓝天集团”）的二级公司，蓝天集团以该公司为载体在河南信阳光山投资发展县域农业支柱产业。蓝天集团的创始人李万枝是光山县 20 世纪 70 年代末大胆走出去创业的“乡村精英”，其创业发展史具有传奇色彩。蓝天集团经过 20 多年的艰苦创业，抢抓市场机遇、滚动式发展，至 21 世纪初资产规模已超过 50 亿元，企业员工达 2000 多人，实现利税 5000 多万元。李万枝为了实实在在地“回馈家乡”，并受当地政府诚邀，决定在光山县投资建设万亩生态茶园。项目总投资 2.5 亿元，使用农村荒地、退耕地超过 13000 亩，涉及农户 8000 多户，于 2001 年开工建设，于 2003 年基本建成投产。

蓝天集团投资茶叶产业时主要依托三个毗邻乡镇中的 20 多个村委会，以村委会作为产业发展的组织支撑。各村委会为促进项目落地还专门成立了村委与村民共享、共有、共管的“专业合作社”，村支书担任合作社理事长（经济组织与产业发展带头人）。建成投产后运行到第三年，集团比对经营数据时发现各合作社的发展水平参差不齐。发展好的合作社实现了一定利润，达到村委与村民共赢；经营差的合作社，则濒临倒闭、解散。针对这两种不同的实践效果，蓝天集团组织业内专家、当地政府部门和公司管理层进行研判、总结与分析，查找相关原因，发现村支书的能力——合作社带头人企业家精神——是合作社持续快速健康发展的决定性因素。本文将选取其中经营绩效较好的帅洼合作社和经营绩效较差的东楼合作社，作为典型案例进行对比分析，以验证这一结论并揭示其中奥秘。

（二）案例规范性分析

选取上述两个案例有三个方面的考量。一是案例与前述理论情境设置的一致性。合作社带头人均为村支书，虽然都未从事过企业经营，也不懂管理知识，但均称得上是当地的经济能人、政治强人；合作社的社员均来自于村民，蓝天生态茶业公司只担任合作社控股股东，不派出管理者、也不参与经营；在产业发展上，合作社除了完成蓝天集团主导的产业投资项目外，可以自行涉足其他配套产业、相关产品，不需要报备蓝天集团。从这些方面可以看出，合作社带头人的管理自由度、产业发展可伸缩性、创新能力发挥空间完全吻合“企业家的企业理论”的应用条件——合作社是带头人将其判断转化为合作经营成果的组织。二是个案的鲜明特征。案例地处中原丘陵地带、大别山革命老区腹地，该区域经济基础、开放思想与法治观念相对较为落后；传统文化、民风习俗较浓郁，且具有一定的地域风情特征、地区经济特点与社会地理单元属性；农民合作意识、集体经济思想比较强；农民企业家、乡村经济能人相对稀缺等。这些个性特征，正符合本文前述分析带头人企业家精神的乡土中国情境。三是案例的典型性与代表性。帅洼合作社和东楼合作社所在村符合中国广大乡村的共性特征：“人才

匮乏、产业空白、经济落后”，属于典型的落后乡村；当地农民遵守伦理道德、讲究信用信誉、保持务实纯朴本色——经济发展的不好不能完全归因于“普通人”；资源禀赋特征突出，产业待开发优势明显，可选择性机会比较多；市场化程度低，流通环节不畅通，产品品牌效应很差，信息渠道比较闭塞，不利于发展新产业、创造新产品，等等。总之，所选案例称得上是大江南北广大乡村中的一个经典的“角落”，满足前述理论的应用条件，具有较高的案例规范性。

选择上述案例具备分析合作社带头人企业家精神共性特征、普遍规律的基本条件，因此依据本文前述理论分析内容，提出验证假设：

H1：“企业家的企业理论”相比“传统企业家精神理论”具有比较优势；

H2：阐释“农民合作社带头人企业家精神”的本质特征，“企业家的企业理论”更具解释力；

H3：“带头人企业家精神”是农民合作社高质量发展的决定性因素；

H4：“带头人企业家精神”具有本土化特性，其推动合作社与乡村产业协同发展的作用路径是“人—组织—产业”的良性循环过程。

（三）案例比较分析

帅洼合作社负责人是一名初中文化水平的农民，任该村村支书多年，2003年时年纪在40岁左右。其在承接蓝天集团产业发展的委托任务之后，经常去蓝天集团参观学习，邀请蓝天集团的管理人员到该村进行实地调研，并在此过程中与李万枝建立了私人友谊，构建了属于其本人并加持到该村的社会资本。如蓝天集团往该村的项目投资累计超过2000万元，总投资额高出其他村近一半。该负责人在帅洼合作社的内部治理、企业管理、市场营销、产品创新等领域推行举措时，充分意识到该合作社是市场上的一分子，必须创建自己的立足资本，以应对市场竞争风险。所以，帅洼合作社及时嫁接蓝天集团的管理理念和管理模式，让蓝天集团关于发展茶产业的战略决策得以快速落地。在此基础上，该社负责人厘清合作社产权结构、治理机制与利益分配制度，为帅洼合作社的健康运行夯实产权基础与利益基础。至2006年项目投产运行三周年时，帅洼合作社的经济效益一直保持在蓝天集团管辖范围内20多家合作社的第一名。帅洼合作社运营成功的因素，离不开该社带头人在机会选择、及时判断与合理决策方面的突出表现，具体有3个方面：第一，其带领合作社紧紧依靠蓝天集团，积累与发展社会资本的创业理念（发展机会判断），从一开始都在发挥作用；第二，模仿蓝天集团的管理模式，规范化经营合作社的管理思维（企业化管理判断），避免了“有名无实”“产权模糊”“利益不清”等弊端的发生；第三，基于带领全体社员共有、共管、共享的合作与公益思想（组织化判断、合作化判断），对帅洼合作社发展产生了“有什么、缺什么、干什么、哪里找、如何用、依靠谁、为了谁”等一系列的适时判断与战略决策，使帅洼合作社比其他村合作社占有更多发展资源、拥有更灵活的管理方式、建有更大的发展平台、享有更好的市场口碑与销售渠道。

相较而言，东楼合作社负责人的年龄与帅洼合作社负责人相仿，个人基本条件较帅洼合作社负责人更好一些，出生于较富裕的家庭，高中文化水平，担任了十几年村支书。同为合作社带头人，东楼合作社带头人在治理理念、管理思路较帅洼合作社负责人逊色不少。从项目启动开始，东楼合作社负责人只当成政府摊派的一项政治任务来完成。尽管该负责人也尽心尽力，但未能获得李万枝及蓝天

集团各级管理者的信任，只取得了基本投资额 1000 万元，专款专用于茶业项目的基本建设。在合作社的内部治理结构与治理机制的建构方面，该社负责人的思维较保守、封闭，视蓝天集团为外来人，甚至并未当成投资商来看待。也没有主动去兼容蓝天集团的企业文化、经营理念和发展战略，更没有引进适应市场竞争的经营模式或管理流程。东楼合作社社员的股金缴纳不实、身份不明，利益实行平均分配制度，产品设计与营销也仅仅依赖于蓝天集团大包大揽这唯一渠道。以致于到项目投产三年期时，东楼合作社出现严重亏损，无法保障社员利益，蓝天集团和广大社员都极不满意，当地政府责令对该合作社进行了分拆重组处理。造成如此糟糕的局面，究其原因，主要有 3 个方面：第一，该社带头人没有市场化意识，视合作社为村委的一个经济实体（去市场化判断），采取行政化治理与粗放式管理思维（非企业化管理判断）；第二，该社带头人没有合作理念——未充分利用经济合作组织带领社员创收致富（去组织化判断），也不具备招商引资的观念，幻想纯粹依靠“无息投资”“行政性拨款”等扶持政策而生存下去（去合作化判断）；第三，该社带头人不是不愿意带领广大村民发家致富，而是“判断”自己不是真正的“企业家”，认为自己没有资本、没有发现机会的能力与创新发展的思维（去企业家精神判断）。该社带头人甚至还担心，他本人是否会因为承担了额外的发展任务而背负不可预见的风险、意外责任或不达预期招致种种骂名。所以，东楼合作社负责人的村支书身份和农民合作社带头人角色是脱节的，东楼合作社发展不起来亦理所当然。

（四）假设检验与理论解释

1. “企业家的企业理论”相比“传统企业家精神理论”具有比较优势。一方面，合作社制度对于企业家精神的引入是否存在障碍或不适应？通过案例检验发现，合作社制度对于维护与保障“合作”的宗旨是正确的，其核心目的是向内——保护弱势群体的利益，而不是向外——向市场要资源、要效益。正是基于合作化的手段实现“集体”利益最大化这一核心思想，企业家精神更显得弥足珍贵。毕竟合作社社员的商业化观念、竞争意识、合作精神、团队理念并不强，亟需培育与提升。另一方面，通过上述正反两个案例的比较分析，可以实证检验到采用“企业家的企业理论”能够给出两个截然不同结果的合理解释，而采用“传统企业家精神理论”只能将人们带入到“渴望乡村振兴”“翘首以盼强人出现”的纯臆想境地，而不能科学解释两个“基本相同”的合作社但发展轨迹和发展结果全然不同的本质原因。总之，对奥派前沿理论进行案例检验后发现，该理论应用于中国农民合作社具有明显的比较优势。

2. “企业家的企业理论”对于阐释“带头人企业家精神”更具解释力。一方面，对于“带头人”这一特殊群体的企业家精神进行理解与解释时，不能奢望带头人全面了解合作社发展面临的市场机会、行业状况、产品风险和各种不确定性等信息，更不能无端地寄希望于他们具备创造性能力、创新性精神去掌控和化解一切艰难险阻。因为，带头人大多没有接触过正规的市场化企业，也基本不懂经营与管理知识。若以“传统企业家精神理论”去分析，则会将研究带入“解释空泛”“理论空转”的怪圈。另一方面，合作社带头人作为乡村精英，被选举出来担任基层合作经济组织的负责人，说明他们的精神境界、知识面、组织力、团结力、执行力、领导力相比众人还是稍胜一筹的。因此，要想审视与观察合作社带头人带领合作社的行为动机、行动过程、综合表现，只能依据带头人在何种场景、何种环

境、何种条件下的具体判断进行合理性评价与可行性分析。例如，比较上述案例中合作社带头人的不同表现有：①为什么有的人能产生不一样的判断；②为什么有时做出这种判断，不是那种判断；③带头人的判断受市场检验的结果如何；④带头人是否会对不好的结果进行调整、改良，进而产生新一轮的判断与决策，等等。从判断的视角去观察带头人的行为过程、行动表现，就能识别出带头人不同动机、不同目标、不同结果的蛛丝马迹。相比之下，“企业家的企业理论”对于阐释“农民合作社带头人企业家精神”的本质特征，更具理论解释力。

3. “带头人企业家精神”是农民合作社高质量发展的决定性因素。在引入“企业家的企业理论”对合作社带头人企业家精神进行案例分析时，并不是因为“合作社”与“企业”存在天然的界线与障碍，从而导致理论解释的格格不入。相反，本文发现，只有把合作社当成企业——市场经济微观主体——需要企业管理和企业家精神，方能理解具备企业家精神的带头人能够带领合作社走出一片新天地，而企业家精神匮乏的带头人则将合作社带入“死水”“泥潭”。从这方面看，合作社就是企业，在“优胜劣汰，适者生存”的市场规则面前没有根本不同，都是面临充满竞争性、复杂性的外部市场，只是合作社在应对与消解外部竞争与市场风险上的作用机制不同、作用路径不同、作用力量大小不同而已。

4. “带头人企业家精神”推动合作社与乡村产业协同发展的作用路径是“人—组织—产业”的良性循环过程。针对“带头人企业家精神”是如何作用于合作社与乡村产业发展、如何促进二者互动耦合、进而如何通过“企业家精神—合作组织—乡村产业”协同作用机制带动乡村全面振兴等命题的疑虑，通过上述案例分析，破解了这一“谜团”。本文发现，从人到组织再到产业的良性循环发展逻辑是：带头人的企业家精神带动合作社实现企业化管理、市场化运作和社会化服务，促进合作社的经济效能与效益提升，进而推进乡村经济组织振兴，推动乡村产业振兴，实现乡村全面振兴。这一理论解释进路，是不可逆的。这里还要强调指出，“合作社带头人企业家精神”是更具乡村文化意蕴、传统观念底气和民风习俗内涵的一种精神。严格地讲，这种精神不能依赖于引进，不能寄希望于由空降和外派的人带入，而应依托乡村经济社会发展的具体实践并在其中不断地磨炼。从这个角度看，不能视合作社制度为企业家精神引入的阻力，而应该将合作社制度、合作社条件、合作社环境以及合作社发展所遇到的瓶颈与制约因素，当成培育与提升合作社带头人企业家精神的动力牵引与内生力量源泉。因此，科学移植奥派经济学前沿理论的核心观点——合作社是带头人将其判断内化为经济效率与效果的合作性组织，方能构建起符合中国特色、中国气派、中国实践的“企业家型合作社”与“企业家型带头人”的理论解释框架。

五、带头人企业家精神的功能作用、内生动力与外部影响

在对农民合作社带头人企业家精神的内涵与外延获得理解，并进行案例检验、实践分析后，需要进一步发掘其对推动合作社高质量发展和提升乡村产业水平的功能作用、内生动力与外在影响，以增进对“带头人企业家精神”的实践价值与时代意蕴、动力来源与作用机理的系统性认识。

（一）合作社带头人企业家精神的功能作用

农民合作社带头人是合作社的发起人、掌舵人、领军人物，负责合作社的日常管理和制定一般决

策，具体包括产业与产品的规划设计、内部治理结构与治理机制、外部影响与社会资本整合、利益相关者的关系维护与利益平衡等。围绕这一系列的日常管理活动，带头人需要基于自己的认知范畴、知识存量和思维方式进行判断，其判断的立场、观念、出发点、层次和质量好坏，将直接决定合作社的经营绩效与社会价值。由此，将“带头人企业家精神”可以简化地理解为判断、决策的能力。这种能力是破解合作社贷款遇困、投资乏力、主体差异、措施固化、社会信任不足、发展不畅、成员异质性、人力资源不足等重重困境的“金钥匙”。

在提升乡村产业发展水平方面，农民合作社是乡村产业发展的重要组织载体，组织振兴促进产业发展，由此带动农民共同致富、提升乡村自我发展能力。组织振兴需要综合经营能力提供支撑。这种综合能力在实践中外显为合作组织的核心竞争力。合作社高质量发展的内在要求和乡村产业振兴的外在需求都迫切需要这一核心竞争力，而此种核心竞争力必须由带头人去量身定制打造。因此，带头人的“判断决策能力”——企业家精神比较契合乡村情境与新时代背景，富于实践价值，显得弥足珍贵。

（二）合作社带头人企业家精神的内生动力

农民合作社带头人队伍在人才结构上偏重于传统农业，具备现代化农业生产、农产品流通、电商知识的带头人较少，具有创新及开拓意识的带头人则更少。这一现状的扭转，需要带头人以自发性、自主地追求变革的精神作牵引，激发自身的内生动力——基于乡村经济社会现实和时代发展趋势的判断能力，去发现机会、探索未知，形成自己学习新知识、掌握新知识、运用新知识的能力。在组织内部，带头人应基于组织特征与现实状况进行判断，形成有效的决策，不断推动农民合作社规范运行与高质量发展；在组织外部，带头人应将政府资源、社会资本、金融资本和市场信息资源聚合到合作社，通过经营与管理逐步提高组织生产能力、生产效率和经济效益。内外部因素的迭加，既是对带头人综合能力的反复考验，也是驱使其从外部获取资源的持续动力——不断进行资源判断、机会判断和关系判断，并快速地落实到组织分工、执行程序 and 具体措施上。

（三）合作社带头人企业家精神的外部影响

在传统认知范畴内，讨论“合作社带头人企业家精神”的外部影响时，总是先提出前置性、理想般的假设，主观赋予合作社带头人“创新能力”“风险偏好”或“竞争能力”所生发出的无所不能的本领，并天真地分析这些“本领”带来的经济影响、社会影响。而基于“企业家的企业理论”判断的视角，则具体阐释了合作社带头人催生判断的前因与实施判断的后果，包括带头人的判断能力、决策能力受到何种因素的影响，又是如何对合作社与乡村产业发展产生直接或间接的影响。这对厘清“带头人—合作社—乡村产业”之间的关联关系、作用路径、作用机制与作用效果等研究框架，从而正确理解与科学应对“带头人企业家精神”的外部影响因素，提供了较好的视角与路径。具体从三个方面进行分析：一是从“判断力”的外部影响因素考察。政策、环境等诸多待考量事项构成了带头人产生判断的前置条件、必要条件，也是其产生决策的重要外部因素。二是从带头人的自身条件、性格与特质等内在影响因素考察。带头人的先行经验、存量知识、学习能力、思维方式、思想观念、合作与奉献精神等，都会对合作社的规范管理与绩效提升产生直接影响。三是采取综合视角，从“合作社—乡村产业”协同发展对带头人产生的复合影响因素进行考察。一方面，产业发展需要组织载体、人财物

及土地等生产要素的投入，而投入的时机、数量、来源、渠道等都需要产业发展带头人进行判断与决策，这会激发带头人的资源意识、市场敏感性和政策分析能力不断增强；另一方面，在组织发展过程中，组织结构、经营模式、管理体制和运行机制的科学构建，须综合考虑合作社成员的利益、愿望、目标、合作方式及其异质性等要素，这有利于促进带头人管理能力、组织能力与协调能力的提升。

因此，假设将多元视角下的动态影响因素作为自变量的诱导变量，以带头人的判断力为自变量，以企业家精神的内涵为中介变量，以企业家精神的外延为调节变量，以合作社与乡村产业高质量发展为因变量，相关变量间的学理逻辑、相互影响与作用机理会清晰地呈现出来。基于此，可以勾勒出“影响与因素—人才与判断—内涵与外延—组织与产业”相关变量间关联关系、因果关系的“逻辑框架”与“总体画面”。企业家精神“动力之圆”滚动在“合作社高质量发展”与“乡村产业发展水平”之间，形成强力支撑，并推动二者相向而行。如图1中的⑩⑪⑫及图2所示。

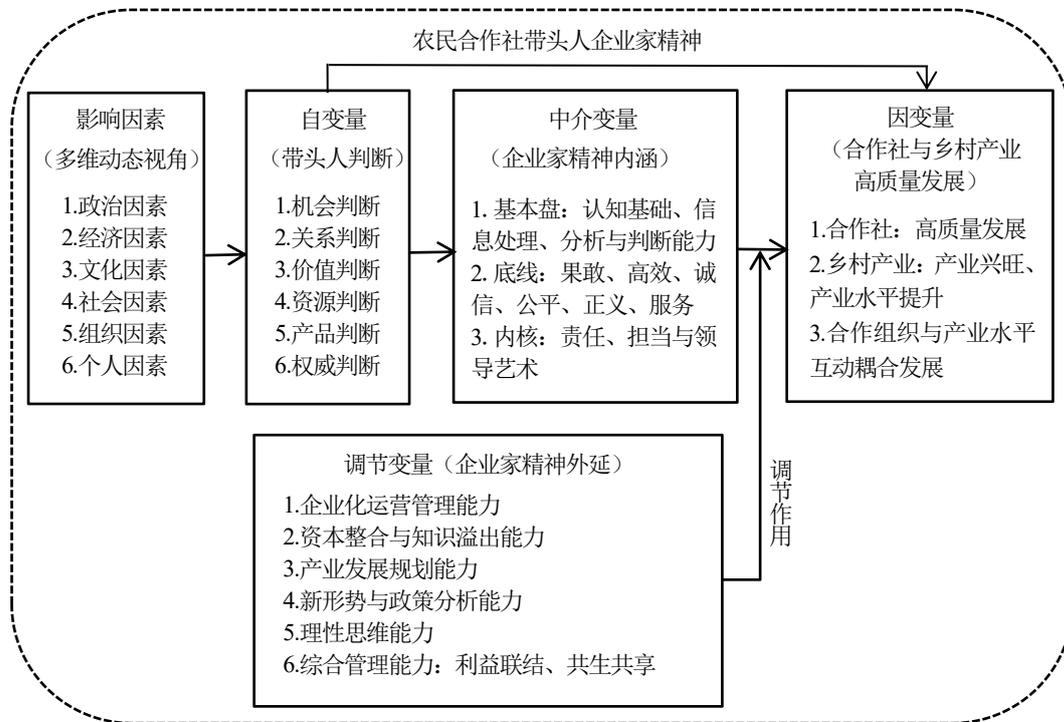


图2 “农民合作社带头人企业家精神”变量关系与作用机制

六、结论与讨论

概括起来，本文所获得的研究结论、理论贡献，提出的讨论、建议与展望等，有以下几个方面：

（一）结论与理论边际贡献

第一，主要研究结论。本文选择了对“农民合作社带头人企业家精神”更具理论解释力的前沿理论依据，并构建了逻辑自洽的理论解释框架。据此，在对农民合作社高质量发展的影响因素进行比较分析时，发现带头人企业家精神是合作社高质量发展的决定性因素、是合作社规范发展的重要依托，也是乡村产业发展水平的动力源泉。在对合作社与乡村产业的共同影响因素进行分析时，发现合作社

带头人企业家精神在其中起到了纽带作用，不仅具有将二者进行有机衔接的内生动力，还兼具将外部影响进行融合贯通的功能。这一纽带作用，凸显了带头人企业家精神在乡村经济社会发展中的特殊角色、实践价值与时代意蕴，颇具排他性、不可替代性。如图 1 中的⑩⑪⑫所示。

第二，甄别出具有解释力的前沿理论，创新应用并获得重要启示。从人才队伍选拔与培养、能力结构与相关模型、胜任力与胜任特质等人力资源角度，对农民合作社进行研究的较多（黄胜忠、张海洋，2014）。但是，基于“合作社带头人企业家精神”的研究少见。本文大胆创新应用“企业家的企业理论”，对合作社带头人企业家精神进行深入剖析，并与其他企业家精神的经典理论进行比较，从中获得理论启示，发现“企业家的企业理论”比较契合“三农”的特色和现实，其他相关企业家精神理论则难以解释乡村经济合作组织及其带头人的实践经验。这也间接地回答了从“传统企业家精神”角度研究农民合作社发展的成果为何如此稀少、难以创新的问题。除非硬性地套上“教条式”的话语，贴上一些本不属于农民企业家自身的标签，否则基于创新、风险、竞争的概念与理论去理解“乡土中国”的农民企业家，打不开那个紧扣的“黑匣子”。相反，从“企业家的企业理论”出发，则打开了理解和阐释属于中国特色、中国经验、中国气派的农民企业家精神的管窥之窗，可以完整地、清晰地解读“合作社带头人企业家精神”的内涵与外延。

第三，构建了逻辑自洽的“人—组织—产业”协同发展的理论解释框架。本文认为，合作社内、外部影响因素是多元的、动态的，据此，合作社带头人企业家精神的影响机制和形塑路径只有以“判断”的视角去观察与审视，才能发现企业家精神的动力之源。本文所构建的以“合作社带头人企业家精神”为核心的“人—组织—产业”协同发展的理论解释框架，明确指出了带头人企业家精神——以判断能力为核心，既是组织成长、产业发展的决定性因素，又是组织与产业有机衔接的关键纽带。这一理论解释框架，不仅廓清了人、组织、社会、产业发展的先后顺序，还厘清了各变量间的相互影响与关联关系，对于进一步理解“企业家精神—人才振兴—组织振兴—产业振兴—乡村振兴”协调发展的大逻辑，变得更为通透和简洁。所以，该理论解释框架具有逻辑自洽性、现实符合性和研究规范性，对创新乡村振兴实施路径具有理论启示作用。如图 1 中的⑩⑪⑫及图 2 所示。

第四，创造性地提出“企业家型带头人”的培育策略与形塑路径。针对实务界的质问“中国到底有没有真正的农民专业合作社？”学界多从新制度经济学、利益相关者理论、产权—合约理论、委托—代理理论、社会资本—嵌入理论、知识溢出—网络结构理论的角度去分析与解释（刘西川、徐建奎，2017）。本文则遵循“人作为行动主体是一切经济行为的决定性因素”（朱海就，2021）的社会规律，选择从“企业是企业家将其判断内化为组织的行为过程所产生的结果”这一核心观点出发，以理论诠释合作社带头人的判断过程、决策过程、行动过程及隐藏其中的运行机理。在对合作社带头人的企业家精神获得完整理解后，清晰地揭示了带头人企业家精神在“组织—产业”间的功能作用、内生动力和外部影响。这一理解进路和学理逻辑，回归至理论与实践相结合的务实路线。从中说明，“合作社带头人企业家精神”是可塑的。通过培训、观摩等策略路径提升带头人的知识水平、认知能力和思维方式，有针对性地培育“企业家型带头人”，并依托带头人生产出“高质量合作社”。因此，以“带头人企业家精神”作引领，能够让中国生发出真正的农民专业合作社。

（二）政策启示

要激发和弘扬企业家精神，往往需要一个有利于传递信任、实现剩余控制权与剩余索取权统一、降低交易费用的社会环境。除此之外，各级政府要着力构建面向未来的体制机制：一方面，激发农民合作社社员的企业家精神，促使乡村基层合作经济组织的发展回归“依靠社员、也是为了社员”这一根本宗旨；另一方面，将“企业家型带头人”从资本的束缚中解放出来，提升其带领广大社员开拓市场、增进经济效益的管理能力，培育乡村亟需的创新创业“领军人物”或“经济能人”。从某种程度上讲，农村经济发展最终要靠企业家——最具代表性的就是农民合作社带头人，企业家的成长就是农村经济的成长。这其中也涉及相关人才的培养，经济组织的建立和成长，产权制度的完善，更会指涉到政策制度层面的匹配与供给等新时代课题。

（三）研究展望

应当承认，本文的理论视角虽然比较前沿，但略显单一。要想系统地提升“合作社带头人企业家精神理论”知识体系的完整性、普适性和有效性，则寄希望于未来关于“带头人企业家精神”的学术探索，在本文基础上进一步补充必要的实证数据、数理统计与理论建模，以及对主要影响因素的因果关系进行深层次的验证分析。通过提升对“合作社带头人企业家精神”更有深度、宽度和更具普遍规律的理论认识，推进详尽的政策分析与设计，供决策层科学制定政策，促进“企业家型带头人”的培育与成长，以增益于乡村振兴战略的顺利实施。

参考文献

- 1.白德全、王梦媛，2019：《合作社促进乡村振兴的困境与出路分析》，《理论探讨》，第5期。
- 2.步丹璐、兰宗，2020：《政府和市场的互动与企业战略实现——中国道路自信在京东案例中的现实依据》，《财经研究》第8期。
3. [丹] 尼古莱·J.福斯、[美] 彼得·G.克莱因，2020：《企业家的企业理论》，朱海就译，北京：中国社会科学出版社。
- 4.姜长云，2019：《龙头企业的引领和中坚作用不可替代》，《农业经济与管理》第6期。
- 5.孔祥智、黄斌，2021：《农民合作社联合社运行机制研究》，《东岳论丛》第4期。
- 6.雷淑珍、高煜、刘振清，2021：《政府财政干预、异质性 FDI 与区域创新能力》，《科研管理》第 2 期。
- 7.李庆峰，2011：《金融市场不完全的理论分解与测度研究——基于中国封闭式基金折价的动态考察》，《财经研究》第 7 期。
- 8.李石强，2011：《为什么建立企业：一个文献评述》，《首都经济贸易大学学报》第5期。
- 9.刘西川、徐建奎，2017：《再论“中国到底有没有真正的农民合作社”——对《合作社的本质规定与现实检视》一文的评论》，《中国农村经济》第7期。
- 10.刘鑫鑫、惠宁，2021：《互联网对企业家精神的影响——基于“双创”视角的分析》，《经济经纬》第2期。
- 11.刘志永、冯子标、米雪，2020：《地方政府、企业家精神与地区经济高质量增长》，《西安交通大学学报（社会科学版）》第6期。

- 12.毛寿龙, 2015: 《科斯与治道变革》, 《江苏行政学院学报》第1期。
- 13.潘劲, 2011: 《中国农民专业合作社:数据背后的解读》, 《中国农村观察》第6期。
- 14.秦愚, 2015: 《农业合作社的资本问题——基于相关理论与实践的思考》, 《农业经济问题》第7期。
- 15.任大鹏、肖荣荣, 2020: 《农民专业合作社对外投资的法律问题》, 《中国农村观察》第5期。
- 16.宋红娟、蒋玉石、李伟, 2021: 《奈特不确定性下的动态价格情绪:基于事件相关电位的研究》, 《管理科学》第1期。
- 17.王德刚、孙平, 2021: 《农民股份制新型集体经济模式研究——基于乡村旅游典型案例的剖析》, 《山东大学学报(哲学社会科学版)》第1期。
- 18.王生斌, 2020: 《乡村精英参与与合作社治理法治化研究》, 《西南民族大学学报(人文社科版)》第8期。
- 19.吴翔宇、田刚、丁云龙, 2020: 《中外合作社研究的可视化分析》, 《世界农业》第2期。
- 20.徐旭初, 2012: 《农民专业合作社发展辨析:一个基于国内文献的讨论》, 《中国农村观察》第5期。
- 21.徐尚昆、郑辛迎、杨汝岱, 2020: 《国有企业工作经历、企业家才能与企业成长》, 《中国工业经济》第1期。
- 22.杨其静, 2005: 《企业家的企业理论》, 北京: 中国人民大学出版社。
- 23.杨远根, 2020: 《城乡基本公共服务均等化与乡村振兴研究》, 《东岳论丛》第3期。
- 24.杨志强、袁梦、张雨婷, 2021: 《企业研发创新与债券信用利差——基于信号传递理论的分析》, 《上海财经大学学报》第1期。
- 25.曾艳、周宝亮、郝柯锦、章凌帆, 2021: 《农民专业合作社盈利能力的影响因素及提升路径》, 《西北农林科技大学学报(社会科学版)》第3期。
- 26.张怀英、原丹奇、周忠丽, 2019: 《企业家精神、社员自身能力与合作社绩效》, 《贵州社会科学》第5期。
- 27.张维迎、盛斌, 2004: 《企业家——经济增长的国王》, 上海: 上海人民出版社。
- 28.朱海就, 2021: 《真正的市场: 行动与规则的视角》, 上海: 上海三联书店。
- 29.Cook, M. L., 1995, "The Future of U. S. Agricultural Cooperatives: A Neo-institutional Approach", *American Journal of Agricultural Economics*, 77(5):1153-1159.
30. Ivan V, E., 1948, *Economic Theory of Cooperation: Economic Structure of Cooperative Organizations*, Ann Arbor: Edward Brothers.
31. Helmlinger, P., and S. Hoos, 1962, "Cooperative Enterprise and Organization Theory", *Journal of Farm Economics*, 44(2):275-290.
32. Hendrikse, G. W. J., and C. P. Veerman, 2001, "Marketing Co-operatives: An Incomplete Contracting Perspective", *Journal of Agricultural Economics*, 52(1):53-64.
33. Phillips, R., 1953, "Economic Nature of the Cooperative Association", *Journal of Farm Economics*, 35(1):74-87.
34. Sexton, R.J., 1990, "Imperfect Competition in Agricultural Markets and the Role of Cooperatives: A Spatial Analysis", *American Journal of Agricultural Economics*, 72(3):709-720.
35. Terreros, I.S., and C.G. Górriz, 2011, "The Effect of Organizational Form and Vertical Integration on Efficiency: An Empirical Comparison Between Cooperatives and Investor-Owned Firms", *African Journal of Business Management*, 5(1):168-178.

(作者单位：¹信阳师范学院中国农村综合改革研究中心；

²中南财经政法大学法学院)

(责任编辑：高 鸣)

The Entrepreneurship of Leaders of Farmers' Cooperatives: Theoretical Models and Case Test

WANG Shengbin WANG Baoshan

Abstract: After the “blowout” growth of the number of farmers’ cooperatives, their standardized operation and high-quality development have not been realized simultaneously. Since 2019, the internal demand for the high-quality development of cooperatives and the external needs to promote the revitalization of rural industries have been repeatedly emphasized by the whole society, but the theoretical analysis from the perspective of entrepreneurs is still relatively lacking in the academic circle. In order to make up for this deficiency, this study makes an examination as follows. Firstly, from the perspective of “entrepreneur’s enterprise theory” of Austrian economics, the study conducts a theoretical application analysis on rural entrepreneurship belonging to “Chinese experience”, “Chinese characteristics” and “Chinese style”, so as to identify a more scientific and explanatory theoretical basis. Secondly, it analyzes the connotation and denotation of the concept of leader entrepreneurship of farmers’ cooperatives, constructs a theoretical model of leader entrepreneurship, and obtains theoretical and practical enlightenment through an empirical test of cases. Finally, it makes a structural analysis and theoretical interpretation of the functional roles, endogenous impetus and external influence of leader entrepreneurship, as well as the mechanism of promoting a coordinated development of cooperatives and rural industries. It finds that the entrepreneurial spirit of leaders is an important support to promote the high-quality development of farmers’ cooperatives, a driving force to enhance the development level of rural industry, and a key link to organically connect the high-quality development of farmers’ cooperatives with the development level of rural industry. The study concludes that vigorously training “entrepreneurial leaders” is an important way to promote the coordinated development of farmers’ cooperatives and rural industries, consolidate and expand the achievements in poverty alleviation, and effectively link with the rural revitalization strategy, and promote the positive virtuous development of “talent prosperity, organization prosperity, industry prosperity and rural prosperity”.

Keywords: Farmer Specialized Cooperative; Cooperative Leader; Entrepreneurship; High Quality Development of Cooperative; Rural Industrial Revitalization