DOI: 10.13502/j.cnki.issn1000-7636.2022.09.007

城市品牌建设如何影响数字企业创业？

——基于文明城市评选视角的分析

李 言 毛丰付

内容提要：基于中国企业层面和城市层面数据，本文探讨城市品牌建设对数字企业创业的影响。在理论分析部分，本文从创新活动和风险投资视角切入，构建城市品牌建设对数字企业创业的影响机制；在实证分析部分，利用数字产业新企业进入率衡量数字企业创业，采用多期双重差分模型检验城市品牌建设对数字企业创业的影响效应。研究结果显示：城市品牌建设能够显著推动数字企业创业，且在副省级城市、中部地区城市、产业结构水平较高城市、经济规模较小城市和财政支出规模较小城市，城市品牌建设对数字企业创业的影响更大。数字产业异质性分析发现，城市品牌建设主要通过推动数字软件产业企业创业的途径推动数字企业创业。城市品牌建成对数字企业创业具有持续的推动作用。机制检验表明，城市品牌建设会通过激发创新活动和吸引风险投资两个渠道推动数字企业创业。本文研究结论从政府优化营商环境视角为推动数字企业创业提供新思路。

关键词：城市品牌建设 文明城市评选 数字企业创业 创新活动 风险投资 营商环境

中图分类号：F49 文献标识码：A 文章编号：1000-7636(2022)09-0109-18

一、问题提出

随着数字经济成为新经济增长极，推动数字经济发展成为推动经济高质量发展的重要路径。中国数字经济增加值占国内生产总值(GDP)比重也由2005年的14.2%增加到2019年的38.6%[1]。推动新兴产业发展，需要政府机制和市场机制的协调，各自发挥对新兴产业发展的引导和调节作用。随着政府治理能力的提升，以及市场化改革的深入推进，优化营商环境逐渐成为地方政府推动经济发展的重要抓手。2020年，中国营商环境全球排名继2019年提升至第46位后又跃升至第31位，较2018年提升了47位[2]。营商环境的优化为中国经济活力提供了保障，而城市品牌建设正是政府优化营商环境的重要举措。2017年底，原国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会发布《品牌评价城市》(GB/T 35779-2017)国家标

收稿日期：2022-02-28；修回日期：2022-07-06

基金项目：国家自然科学基金青年科学基金项目“人才型住房政策对城市劳动力配置效率的影响研究”(72004202)；浙江省自然科学基金探索项目“城市轨道交通对劳动力配置效率的影响研究”(LQ21G030004)

作者简介：李 言 浙江工商大学经济学院副教授，杭州，310018；

毛丰付 浙江工商大学经济学院教授、博士生导师。

作者感谢匿名审稿人的评审意见。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

准,其评价维度包括城市发展实力、城市综合口碑、城市知名度及城市品牌实现四大方面,具体指标涵盖丰富全面,这也对地方政府的城市建设提出了更新、更高的要求。本文从文明城市评选和数字企业创业角度切入,考察营商环境优化对数字经济发展的影响效应,为政府推动数字经济发展提供新思路。

本文重点关注数字企业创业,从数字经济内部入手,思考城市品牌建设对数字经济发展的影响。目前,中国城市品牌建设进入了快速发展时期,各种城市品牌陆续出台,比如低碳城市、智慧城市、文明城市、历史文化名城等。其中,文明城市是相关研究关注的重点,也是实施较早,覆盖面较广的一项城市品牌评选活动。根据《全国文明城市测评体系》(2011 年版),测评体系包括基本指标和特色指标。基本指标包含 9 个测评项目和 36 项测评指标,测评项目包括:廉洁高效的政务环境、民主公正的法治环境、公平诚信的市场环境、健康向上的人文环境、有利于青少年健康成长的社会文化环境、舒适便利的生活环境、安全稳定的社会环境、可持续发展的生态环境、扎实有效的创建活动。特色指标包含 4 项测评指标,即创建工作集中宣传、工作创新、荣誉称号和城市整体形象。从文明城市评选所包含的评测项目看,包含诸多与数字企业创业有关的测评指标,比如在健康向上的人文环境项目中包含基本实现有线电视数字化,在有利于青少年健康成长的社会文化环境项目中包含促进适合未成年人精神文化需求的优秀文化产品数字化、网络化传播,在舒适便利的生活环境项目中包含开展数字化城市管理模式建设工作。因此,从文明城市评选角度思考数字企业创业问题能够反映营商环境优化对数字企业创业的影响。

二、文献综述

国内外关于城市品牌的既有研究大都起源于凯勒(Keller,1998)提出的城市品牌化的概念,即“地理位置或某一空间区域也可以像产品和人一样,让人们知道、了解,并成为将某种形象或联想,与这个城市的存在自然而然地联系在一起的品牌”[3]。随着城市化的不断推进和全球城际竞争的日益激烈,城市品牌亦是争夺优质资源、推动城市可持续发展的重要战略工具[4]。在知识经济中,政策制定者为城市制定出明确的创造性竞争战略并不容易,然而,通过关注城市品牌的重要性,打造更具创新性的城市是有可能的[5]。德尔加多-加西亚等(Delgado-García et al.,2018)利用西班牙城市样本分析城市声誉对城市绩效的影响,后者主要以城市经济活动、失业率和净迁移率衡量,研究发现良好的城市声誉与经济活动呈正相关[6]。托里斯和戈迪尼奥(Torres & Godinho,2020)利用信息与通信技术(ICT)服务作为技术-知识密集型服务业的代理变量,验证了城市声誉和城市旅游的发展是吸引技术-知识密集型服务业集聚的重要因素[7]。关于城市品牌的经济效应,现有研究主要利用政策冲击分析方法。乔俊峰和黄智琛(2020)评估了入选文明城市对城市经济增长的影响,发现高级别城市入选文明城市会对城市经济增长产生显著的促进作用,低级别城市的入选则对城市经济增长产生显著的抑制作用[8]。朱金鹤等(2021)检验了文明城市建设对城市劳动力流入的影响效应及其影响机制,发现文明城市、低碳城市、智慧城市等一系列城市品牌具有信号效应,能够向流动劳动力传递信号继而吸引劳动力流入[9]。

数字企业创业问题属于数字产业化问题范畴。随着数字产业的快速发展,现有研究对影响数字产业化发展的因素进行了多方面考察,且学界重点关注的是数字产业的某个细分产业,而少有研究思考数字企业创业的影响因素。马俊(1997)指出印度计算机产业发展成功的原因主要在于劳动力资源优势和政府的大力扶持,后者包括加强通信设施建设、税收优惠、保护软件公司版权等[10]。张雅娴和苏竣(2001)分析了政府促进技术创新的政策工具,认为政府应加强软件产业发展的环境建设、基础设施建设、税收管理以及其他配套政策[11]。郭斌(2006)基于国家统计局公布的 2002 年度中国软件开发企业统计资料及杭州软件企业的

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

问卷调查数据进行实证检验，发现以企业从业人员衡量的企业规模对于产出率存在正向影响，而研发财务投入对于利润率和产出率都存在负向影响[12]。陈利君和陈雪松(2010) 基于波特的竞争优势理论对印度 IT 产业发展现状进行分析，发现生产要素、国内需求以及政府政策等多个方面共同造就了印度 IT 产业的强势地位[13]。何菊香等(2015) 从生产和使用的双重角度出发，通过涵盖整个互联网产业上中下游产业链的互联网产业分析新视角，发现经济发展水平、文化程度水平、经济对外开放水平、科技发展水平与互联网产业人力资源规模是影响中国互联网产业的产业增加值的主要因素[14]。

综上所述，目前相关研究从多个角度探讨了数字产业化发展的影响因素，但少有研究从营商环境优化的视角切入，也缺乏对数字企业创业活动的研究。作为数字经济发展基础的数字企业创业活动，需要更加适宜的营商环境，而城市品牌建设正是优化营商环境的重要举措。因此，探讨城市品牌对数字企业创业的影响有助于理解营商环境优化对数字经济发展的影响。

由于文明城市评选具有外生性，加之其尚未在全国铺开，且文明城市每三年评选一届，具有时点差异性，本文从文明城市视角切入，结合中国企业层面和城市层面相关数据，利用多期双重差分(DID) 模型和双向固定效应面板数据模型，实证分析城市品牌对数字企业创业的影响效应和影响机制。相较于现有研究，本文的边际贡献在于: 第一，从企业层面衡量城市数字企业创业，拓展了数字经济微观视角研究，为后续研究提供了数据处理新思路。第二，从城市品牌角度切入，思考数字企业创业。在数字经济快速发展的背景下，越来越多的研究开始关注政府行为对数字经济发展的影响，但尚无研究从城市品牌角度切入，考察其对数字企业创业的影响。作为地方政府优化营商环境的重要途径，探讨城市品牌建设对数字企业创业的影响为地方政府推动数字经济发展提供了新思路。第三，构建了城市品牌建设影响数字企业创业的作用机制。从创新活动渠道和风险投资渠道构建城市品牌影响数字企业创业的作用机制，为相关研究提供了新的机制分析视角，也为进一步推动数字企业创业提供具有组合式特点的政策建议。

本文接下来从创新活动渠道和风险投资渠道构建城市品牌影响数字企业创业发展的作用机制，然后利用计量模型对相关结论进行实证检验。

三、机制分析

企业创业活动离不开技术和资本的支持，尤其是对新兴产业企业而言，既需要前沿的技术，也需要充足的资本。基于此，本文从创新活动和风险投资两个渠道构建城市品牌建设对数字企业创业的影响机制。

作为技术密集型的新兴产业，数字产业发展与互联网、大数据、人工智能等信息处理前沿技术的快速发展密切相关[15-17]，且这些技术的发展也离不开其他成熟技术的支撑，所以数字企业创业需要更加多元的技术支撑体系。企业家创新活动一方面直接为数字企业创业提供前沿技术支撑，另一方面也为相关产业发展提供技术支撑，从而更好地为数字企业创业提供技术支撑。创新活动的激发离不开企业家精神，营商环境优化是激发企业家精神的有效路径[18-20]，而城市品牌建设是优化营商环境的重要手段。因此，城市品牌建设将会激发企业家的创新活动，进而推动数字企业创业。创新活动是将技术进行商业化的过程，需要多类参与主体共同协作完成，而营商环境优化将会提高上述过程的协调度，进而激发创新活动。现有研究发现，营商环境优化能够从消除寻租影响、提高政府效率等方面为创新活动提供动力，激发城市创新活力[21-22]。城市品牌建设为企业家创新活动提供了更好的营商环境，从多个环节降低企业运营成本，能够吸引更多掌

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

握先进技术资源的企业家流入,促进城市技术水平的进一步提升,也能够刺激本地企业家更多地进行创新活动。

假设 1:城市品牌建设将通过激发企业家创新活动促进数字企业创业。

风险投资是创业企业成长过程中主要的融资来源,尤其是中小企业[23],风险投资对创业企业发展的影响可以归纳为以下三个方面:首先,风险投资发挥自身固有的资本作用,缓解企业资金问题及融资约束,为初创企业提供资金支持[24];其次,风险投资参与企业内部监督管理,根据代理成本理论,风险投资的参与能够在一定程度上弥补初创企业缺乏公司管理经验和人才吸引的缺口[25-27];最后,风险投资具有认证作用,通过企业获得风险投资,认证企业具有发展创新的潜力[28]。数字企业创业者一般具有较高的专业技术水平,但可能缺乏企业管理经验,加之数字技术或数字产品的出现能否被市场接受也存在不确定性,所以,风险投资对数字企业创业具有重要的推动作用,也能够通过认证作用为数字企业创业筹集更多的资本。风险投资具有更高的前瞻性,其在进行投资的时候会将更多经济发展预期因素纳入决策范畴,而良好的营商环境能够很好地降低经济发展的不确定性,稳定风险投资者预期。因此,城市品牌建设将会提高地区对风险投资的吸引力,加之风险投资机构的分布具有显著集聚现象[29],因此,城市品牌对风险投资的吸引力将有助于形成良性循环发展过程,为数字企业创业提供更多的支持。

假设 2:城市品牌建设将通过吸引风险投资促进数字企业创业。

通过以上机制分析,城市品牌建设将通过激发创新活动和吸引风险投资两个渠道促进数字企业创业。本文首先利用多期 DID 模型分析城市品牌建设对数字企业创业的影响,再利用双向固定效应面板数据模型对创新活动和风险投资的机制效应进行检验。

四、研究设计

(一)模型设计

在分析城市品牌建设对数字企业创业影响时,本文采用多期 DID 模型分析的方式进行。多期 DID 模型设定主要参考贝克等(Beck et al.,2010)[30]的研究:

$$dig_entre_{i,t} = c + \beta did_{i,t} + \sum_{j=1}^{5} \alpha^j X_{i,t}^j + \gamma_i + \theta_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

式(1)中,被解释变量(*dig_entre*)为数字企业创业,借鉴莫怡青和李力行(2022)[31]关于创业的处理方式,利用数字产业新企业进入率衡量。解释变量是城市品牌虚拟变量(*did*),入选文明城市取 1,为实验组,否则取 0,为控制组。控制变量(X)主要从产业结构、政府财政支出规模、经济规模、市场供给能力和市场规模等角度对其他影响因素进行控制。模型估计过程中,采用面板数据的双向固定效应模型,即同时考虑城市固定效应 γ 和时间固定效应 θ。ε 是随机扰动项,假设服从正态分布。机制分析部分,本文主要采用双向固定效应面板数据模型,模型设定如下:

$$mech_{i,t} = c + \beta did_{i,t} + \sum_{j=1}^{5} \alpha^j X_{i,t}^j + \gamma_i + \theta_t + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

式(2)中,机制变量(*mech*)为创新活动(ln*innov*)和风险投资(ln*fengtou*),解释变量是城市品牌虚拟变量(*did*),控制变量的设定同模型(1)。

(二)数据处理

本文采用 2003—2016 年中国城市层面数据,剔除缺失值较多的数据,最终保留了 2003—2016 年中国

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

272 个城市的数据样本。

被解释变量数字企业创业(*dig_entre*)的数据处理参考毛丰付和张帆(2021)[32]的研究,对数字企业数量进行测算。根据浙江省出台的数字经济核心产业统计分类目录,数字经济核心产业包括计算机通信和其他电子设备制造业、电子信息机电制造业、专用电子设备制造业、电信广播电视和卫星传输服务业、互联网及其相关服务业、软件和信息技术服务业、文化数字内容及其服务业 7 大类 128 个小类行业。为得到与研究相关的数字经济企业数据,共进行了三个阶段的处理。处理过程如下:首先,根据浙江省数字经济核心产业统计分类目录整理出经营范围关键词,利用文本分析方法从工商注册企业中初步筛选出相关企业,根据企业名称和行业门类对初筛样本进行优化,共得到 441 万家企业,该阶段的数据主要来自企研数据科技(杭州)有限公司;其次,根据企业经纬度,使用百度地图应用程序接口(API)逆地理编码功能补充企业所在地信息,并利用企业名称、注册地址进行二次检验;最后,剔除数据异常和缺失样本,然后从中筛选出地级及以上城市的数字经济企业,共得到 439 万家企业,以此作为本文的研究样本。利用数字产业新增企业数量占数字产业企业总量的比重得到数字企业创业指标。为了进一步从产业异质性角度分析数字企业创业问题,本文将数字企业划分为数字硬件企业(计算机通信和其他电子设备制造业、电子信息机电制造业和专用电子设备制造业)和数字软件企业(电信广播电视和卫星传输服务业、互联网及其相关服务业、软件和信息技术服务业、文化数字内容及其服务业)。

解释变量城市品牌(*did*)是虚拟变量,实验组城市设定为 1,非实验组城市设定为 0。全国文明城市评选是一个动态的过程,包含文明城市和文明城区。在考察期内,文明城区都是直辖市的城区,由于直辖市都是局部入选,本文将实验组设定为文明城市,不考虑直辖市样本。在考察期内,2005 年首次评选中,张家港市、厦门市、青岛市等 9 市入选,2009 年的第二次评选新增成都市、南京市、南宁市等 9 市,2011 年第三次评选新增长沙市、广州市、福州市等 23 市,2015 年第四次评选新增了武汉市、南昌市、哈尔滨市等 28 市。所以本文主要采用多期 DID 模型展开研究,将评选进入全国文明城市之后的年份的虚拟变量设定为 1。

控制变量(*X*)具体包括产业结构(*stru*)、政府财政支出占比(*gov*)、国内生产总值(ln*gdp*)、规模以上工业企业数量(ln*gongqi*)和人口密度(ln*popm*)。其中,产业结构利用第三产业增加值比上国内生产总值衡量,用来控制产业结构的影响;政府财政支出占比利用一般预算财政支出比上国内生产总值衡量,用来控制政府干预的影响;国内生产总值用来控制经济规模;规模以上工业企业数量用来控制市场供给能力;人口密度用来控制市场规模。以上数据来自北京福卡斯特信息技术有限公司(EPS)经济统计数据库和中国城市统计年鉴。

机制变量(*mech*)是创新活动(ln*innov*)和风险投资(ln*fengtou*)。创新活动利用北京大学企业大数据研究中心公布的城市创新创业指数的创新部分指数衡量创新活动。风险投资参考孔令池和张智(2020)[33]的处理方式,用城市风险投资案例数的对数值衡量。由于存在风险投资案例为零的情况,本文在取对数之前将所有值进行加 1 处理。

根据表 1 可知,数字企业创业的均值大于 0.10,说明在考察期内,数字企业创业处于快速发展阶段,而最大值和最小值之间的差异较大,也表明在快速发展的同时存在较大的区域差异。从变异系数看,数字企业创业的变异系数要大于多数控制变量,进一步表明在考察期内,不同城市在数字企业创业方面存在较大的差异。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表 1 变量统计特征

变量类型	变量	观测数	均值	变异系数	最小值	最大值
被解释变量	*dig_entre*	3 808	0.143 0	0.628 1	0.010 6	0.712 0
解释变量	*did*	3 808	0.090 9	3.163 6	0.000 0	1.000 0
控制变量	*stru*	3 808	0.369 1	0.236 0	0.085 8	0.853 4
	gov	3 808	0.172 9	0.540 9	0.038 9	1.837 8
	ln*gdp*	3 808	6.513 7	0.157 6	3.292 8	9.884 0
	ln*gongqi*	3 800	6.464 3	0.174 6	2.944 4	9.841 2
	ln*popm*	3 808	5.779 2	0.149 7	1.547 6	7.886 7
中介变量	ln*innov*	3 752	3.812 0	0.163 3	1.450 7	4.605 2
	ln*fengtou*	3 084	0.733 8	0.902 7	0.000 0	5.463 8

为了更好地展示数字企业创业的发展趋势,本文对全国和三大地区①的测算结果进行统计分析。根据图 1,从全国层面的测算结果看,数字企业创业均值经历了先降后升的过程,转折点出现在 2012 年。从期初值和期末值的大小看,2003 年全国数字企业创业均值为 0.234,2016 年全国数字企业创业均值为 0.210,期末值要小于期初值。从分地区层面的测算结果看,总体来看,并没有哪个地区的数字企业创业均值始终是最大值或最小值,三大地区的数字企业创业均值都大致经历了先降后升的过程,且转折点都出现在 2012 年,但中部地区在 2007—2009 年、西部地区在 2003—2004 年均出现了一轮明显的上升过程。从期初值和期末值的大小看,2003 年东部、中部和西部地区数字企业创业均值分别为 0.213、0.253 和 0.239,2016 年三大地区数字企业创业均值分别为 0.206、0.212 和 0.213,三大地区的期末值也都小于期初值。之所以出现均值下降的情况,可能是因为数字企业规模在不断增加,从而使得数字企业总量增加,导致企业新增率下降。

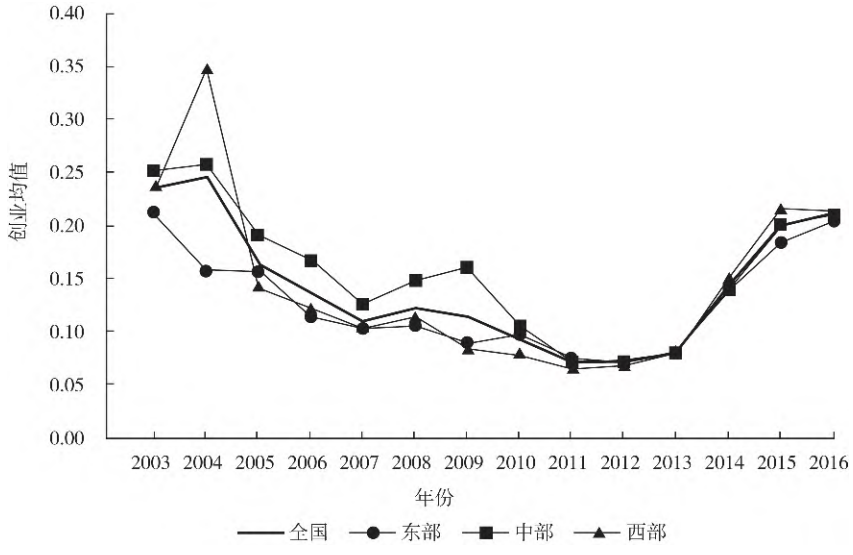


图 1 全国和分地区数字企业创业测算结果均值

① 三大地区的划分参考国家统计局关于三大地带的划分,从省级层面看,东部地区包含辽宁、北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南,中部地区包含山西、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北和湖南,西部地区包含内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

五、实证分析

(一) 模型检验

本文构造政策执行前后三年的虚拟变量与实验组虚拟变量交乘项,对多期 DID 模型的平行趋势进行检验。根据图 2,在政策实施前 3 期,所有系数均在 5% 水平上不显著异于 0,而在政策实施后 3 期,所有系数均在 5% 水平上显著异于 0。基本通过平行趋势检验,可以进行进一步分析。

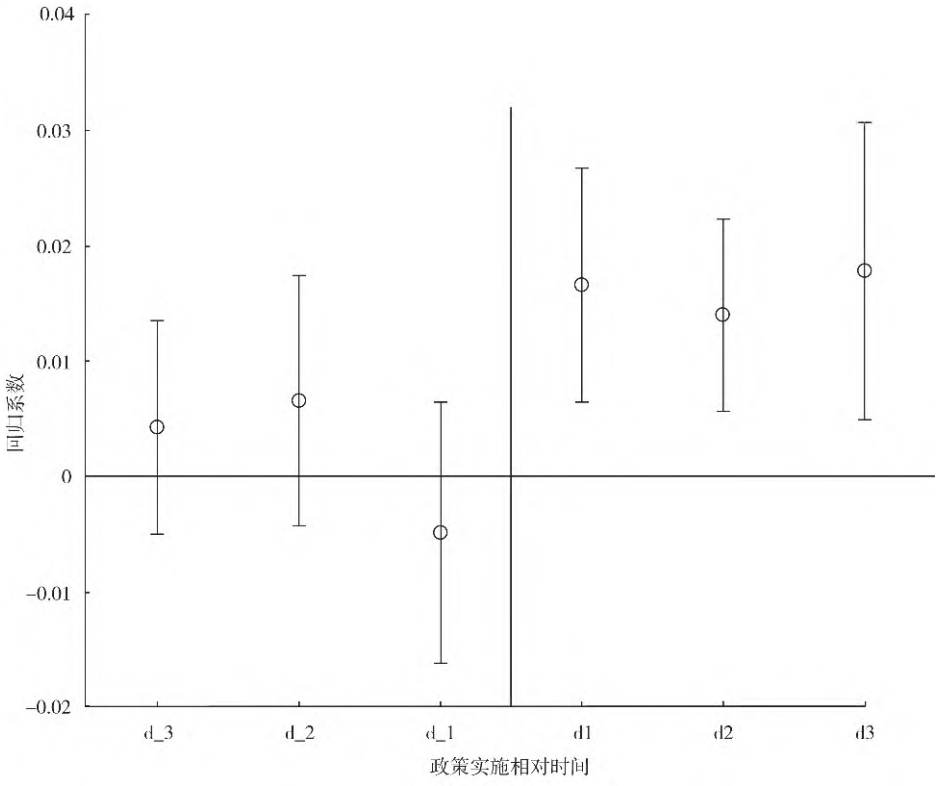


图 2　平行趋势检验结果

本文接下来从数字企业创业的视角切入,利用面板泊松模型对城市品牌评选的外生性进行检验,将城市品牌虚拟变量作为被解释变量,数字企业创业滞后项作为解释变量,控制变量的选择与前面的实证模型设定相同。从表 2 可以看出,数字企业创业对城市品牌虚拟变量的影响都不显著,进而表明数字企业创业并不会影响城市品牌的评选。

表 2　数字企业创业对城市品牌的回归结果

变量	(1)	(2)
dig_entre_{-1}	-1.176 1	-3.272 9
	(1.068 1)	(1.618 6)
控制变量	控制	控制
城市	控制	控制
年份	不控制	控制
样本量	845	845

注: 括号中数值的系数是对应的聚类标准误。后表同。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

(二)基准分析和异质性分析

在全国层面,从表 3 可以看出,城市品牌建设对数字企业创业具有显著的正向影响,即城市品牌建设有助于推动数字企业创业,且在加入控制变量后,上述影响依然保持显著。上述回归结果支持前文理论分析所得的结论。控制变量对数字企业创业的影响存在差异,产业结构升级、经济规模扩大和市场需求规模扩大都对数字企业创业产生正向影响,且前两者的影响是显著的,而政府财政支出规模扩大和制造业供给能力提高对数字企业创业产生负向影响,且后者的影响是显著的。结合影响的显著性分析,产业结构升级意味着对信息处理能力的需求增加,与之相似,经济规模扩大意味着市场信息更加复杂,进而为数字企业创业提供更为广阔的发展空间。制造业供给能力提高会加剧地区经济发展对投资驱动型经济增长模式的依赖,减弱对新兴产业的发展驱动作用,从这个角度看不利于数字企业创业。

表 3 城市品牌影响数字企业创业的回归结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
did	0.033 6***	0.031 4***	0.029 7***	0.028 5***	0.027 5***	0.027 3***
	(0.005 5)	(0.005 6)	(0.005 7)	(0.005 7)	(0.005 6)	(0.005 6)
stru		0.090 4**	0.084 9*	0.126 0***	0.111 7**	0.109 1**
		(0.044 2)	(0.044 2)	(0.045 7)	(0.045 8)	(0.045 8)
gov			−0.057 6**	−0.037 6	−0.033 9	−0.034 1
			(0.027 2)	(0.023 7)	(0.023 4)	(0.023 3)
ln*gdp*				0.076 5***	0.091 3***	0.091 6***
				(0.021 9)	(0.023 3)	(0.023 3)
ln*gongqi*					−0.012 4*	−0.012 6*
					(0.006 8)	(0.006 8)
ln*popm*						0.011 6
						(0.007 1)
常数项	0.234 3***	0.201 7***	0.210 5***	−0.242 5*	−0.248 8*	−0.315 3**
	(0.005 8)	(0.016 4)	(0.016 8)	(0.130 2)	(0.133 3)	(0.138 1)
城市	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**
年份	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**
样本量	3 808	3 808	3 808	3 808	3 800	3 800
R^2	0.450 0	0.451 2	0.452 1	0.455 0	0.455 1	0.455 3
F	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0

注:***、** 和* 分别表示系数在 1%、5% 和 10% 水平上显著;*F* 检验的原假设是采用混合回归方法,汇报的是检验对应的 *P* 值。后表同。

本文接下来分别从城市级别、三大地区、数字产业类型、产业结构水平、经济规模、财政支出规模、城市品牌建成前后等角度对城市品牌建设影响数字企业创业的异质性进行分析。从城市级别的角度看,根据表 4,城市品牌建设在副省级城市、省会城市且非副省级城市和其他城市都将显著推动数字企业创业,但在不同级别的城市,其影响幅度存在差异。具体而言,城市品牌建设在副省级城市对数字企业创业的影响幅度最大,在其他城市对数字企业创业的影响幅度最小。可能的原因在于副省级城市和省会城市具有更好的数字经济发展条件,所以城市品牌建设能够更好地推动数字企业创业。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表 4 分城市级别城市品牌影响数字企业创业的回归结果

变量	副省级城市	省会城市且非副省级城市	其他城市
did	0.046 4***	0.037 4***	0.019 1***
	(4.840 2)	(3.479 3)	(2.882 2)
控制变量	控制	控制	控制
常数项	-0.387 2**	-0.372 5**	-0.286 1**
	(-2.395 2)	(-2.313 8)	(-2.089 1)
城市	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制
样本量	3 072	3 002	3 506
R^2	0.437 2	0.436 2	0.449 5
F	0.000 0	0.000 0	0.000 0

分地区看,根据表 5,城市品牌建设在三大地区都显著推动数字企业创业,但在不同地区,其影响幅度存在较大差异。具体而言,城市品牌建设在中部地区对数字企业创业的影响幅度最大,而在东部地区对数字企业创业的影响幅度最小。上述结果表明,尽管中国三大地区经济发展程度有所不同,但城市品牌建设都将促进数字企业创业,尤其是在中部地区,由于对中部和西部地区的影响幅度更大,意味着城市品牌建设可以缩小中西部与东部地区之间在数字企业创业方面的差异。

城市品牌建设对数字企业创业的影响幅度在中西部地区大于东部地区,可能与该地区数字企业创业的比较优势相关,即数字企业在内陆地区也可以为其他地区的企业提供数据处理服务,故较少受到区位因素的影响。相较于东部地区,中西部地区其他生产要素的使用成本较低,城市品牌建设可以更好地放大这些地区对数字企业的吸引力。

根据表 5,从数字硬件产业企业创业层面看,城市品牌建设对数字硬件产业企业创业具有负向影响。从数字软件产业企业创业层面看,城市品牌建设对数字软件产业企业创业具有显著的正向影响。对比可知,城市品牌建设对数字软件产业企业创业的影响幅度明显大于对数字硬件产业企业创业的影响幅度。

表 5 分地区和分产业类型城市品牌影响数字企业创业的回归结果

变量	地区			产业类型	
	东部	中部	西部	数字硬件产业	数字软件产业
did	0.020 3***	0.033 0**	0.024 1**	-0.010 5	0.060 1***
	(0.006 8)	(0.013 4)	(0.010 8)	(0.007 0)	(0.013 9)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	-0.208 9	-0.092 2	-0.556 4	0.000 8	-0.735 3**
	(0.258 9)	(0.246 4)	(0.354 2)	(0.006 5)	(0.337 3)
城市	控制	控制	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制	控制	控制
样本量	1 412	1 385	1 003	3 798	3 800
R^2	0.481 0	0.426 1	0.667 4	0.075 1	0.428 9
F	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

城市品牌建设对数字企业创业的影响在不同的经济环境下可能产生不同的影响效应,因此,本文进一步从产业结构水平、经济规模和财政支出规模等角度出发,考察城市品牌建设对数字企业创业的影响。从产业结构水平角度看,本文根据产业结构水平均值将样本划分为产业结构水平较高和较低两种情形。根据表 6,无论是在产业结构水平较高的城市,还是在产业结构水平较低的城市,城市品牌建设对数字企业创业均具有显著的正向影响。从影响幅度看,在产业结构水平较高城市,城市品牌建设对数字企业创业的影响幅度更大一些。从经济规模角度看,本文根据经济规模均值将样本划分为经济规模较大和较小两种情形。根据表 6,无论是在经济规模较大的城市,还是在经济规模较小的城市,城市品牌建设对数字企业创业均具有显著的正向影响。从影响幅度看,在经济规模较小的城市,城市品牌建设对数字企业创业的影响幅度更大一些。从财政支出规模角度看,本文根据财政支出规模均值将样本划分为财政支出规模较小和较大两种情形。根据表 6,无论是在财政支出规模较大的城市,还是在财政支出规模较小的城市,城市品牌建设对数字企业创业均具有正向影响,在财政支出规模较小城市,影响显著。从影响幅度看,在财政支出规模较小城市,城市品牌建设对数字企业创业的影响幅度更大一些。上述结果表明,在不同的经济环境下,城市品牌建设都将推动数字企业创业,且在产业结构水平较高、经济规模较小和财政支出规模较小的城市,城市品牌建设对数字企业创业的推动作用更大一些。因此,为了更好推动数字企业创业,需要根据地方经济发展实际情况,因地制宜地制定发展方案。

表 6 区分产业结构水平、经济规模和财政支出规模城市品牌影响数字企业创业的回归结果

变量	产业结构水平		经济规模		财政支出规模	
	较低	较高	较小	较大	较小	较大
did	0.021 9***	0.029 0***	0.038 2**	0.014 4**	0.017 2***	0.036 3
	(0.008 1)	(0.006 9)	(0.018 3)	(0.005 6)	(0.006 3)	(0.023 6)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	-0.306 0	-0.354 7*	-0.414 1**	-0.273 7	-0.072 2	-0.851 9***
	(0.207 9)	(0.205 4)	(0.187 8)	(0.293 7)	(0.191 3)	(0.274 8)
城市	控制	控制	控制	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制	控制	控制	控制
样本量	2 104	1 696	1 960	1 840	2 324	1 476
R^2	0.461 9	0.442 4	0.394 8	0.669 8	0.424 1	0.466 8
F	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0

文明城市建设是一个动态的过程,所以在评选成功之前,地方政府会采取相应的措施,而在评选成功之后,地方政府为了确保品牌不被撤销,也会采取相应的措施。因此,有必要考察城市品牌建成前后的影响。根据表 7,在城市品牌建成前三期,地方政府为了建设城市品牌而采取的措施并没有显著推动数字企业创业,而在城市品牌建成之后,地方政府所采取的措施显著推动了数字企业创业,且影响幅度并未出现明显的缩小态势。由此可见,城市品牌建成后,地方政府所采取的措施对数字企业创业具有持续的推动作用。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表 7 城市品牌建成前后城市品牌影响数字企业创业的回归结果

变量	建成前			建成后		
	第三期	第二期	第一期	第一期	第二期	第三期
did	0.000 8	0.003 9	-0.008 7	0.014 8***	0.010 9***	0.015 3**
	(0.152 6)	(0.657 5)	(-1.496 1)	(2.816 7)	(2.662 1)	(2.155 5)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	-0.350 1**	-0.352 3**	-0.349 7**	-0.343 7**	-0.348 9**	-0.348 3**
	(-2.495 0)	(-2.504 8)	(-2.497 0)	(-2.449 9)	(-2.485 3)	(-2.484 2)
城市	控制	控制	控制	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制	控制	控制	控制
样本量	3 800	3 800	3 800	3 800	3 800	3 800
R^2	0.451 7	0.451 8	0.451 9	0.452 2	0.451 9	0.452 0
F	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0

以上分析结果表明,城市品牌建设有助于推动数字企业创业,验证了前文理论分析得到的结论。尽管依城市级别、三大地区、产业结构水平、经济规模、财政支出规模等层面的不同影响存在差异,但城市品牌建设对所有地区的数字企业创业均具有推动作用。在数字产业类型层面城市品牌建设对数字软件产业企业创业也具有显著的推动作用。在城市品牌建成后,城市品牌建设对数字企业创业具有持续的推动作用。

(三) 稳健性分析

本文主要通过三种方式对前文的分析结果进行稳健性检验: 其一是采用倾向得分匹配(PSM) 方法对样本进行进一步筛选; 其二是利用随机实验的方式进行安慰剂检验; 其三是更换解释变量,利用营商环境指数(*environ*) 作为城市品牌的代理变量,营商环境指数参考李言和张智(2021) [20] 的测算方法。

在 PSM 过程中,由于样本数量并不大,可以进行有放回匹配,且允许并列,匹配变量为前文模型设定的控制变量。表 8 汇报了匹配前后连续型控制变量的标准化偏差,所有变量的标准化偏差均有所缩小,表明匹配结果较好地平衡了数据。

表 8 匹配前后变量标准化偏差

变量	匹配情况	实验组	控制组	标准化偏差
stru	匹配前	0.43	0.36	82.10
	匹配后	0.43	0.44	-14.30
gov	匹配前	0.13	0.18	-58.40
	匹配后	0.14	0.14	-11.10
ln*gdp*	匹配前	7.89	6.38	176.00
	匹配后	7.84	7.93	-10.30
ln*gongqi*	匹配前	7.65	6.35	125.70
	匹配后	7.61	7.73	-12.10
ln*popm*	匹配前	6.19	5.74	53.10
	匹配后	6.17	6.32	-17.60

接下来本文利用 PSM-DID 模型对前文分析结果进行稳健性分析。根据表 9,进行 PSM 处理之后,样本量有所缩小,但城市品牌建设依然会推动数字企业创业,但显著性水平有所降低。控制变量的回归结果与前面分析的结果基本相同,证实了前文的分析结果具有一定的稳健性。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表 9 PSM-DID 模型稳健性分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
did	0.026 7***	0.026 2***	0.025 0***	0.023 7***	0.023 4***	0.023 3***
	(0.005 7)	(0.005 8)	(0.006 1)	(0.006 1)	(0.006 1)	(0.006 1)
stru		0.034 1	0.027 7	0.072 4	0.062 6	0.059 8
		(0.054 3)	(0.054 6)	(0.060 0)	(0.060 3)	(0.060 4)
gov			−0.066 1	−0.031 5	−0.011 9	−0.013 1
			(0.081 3)	(0.081 0)	(0.082 6)	(0.082 6)
ln*gdp*				0.066 2**	0.082 4***	0.082 7***
				(0.027 6)	(0.028 6)	(0.028 7)
ln*gongqi*					−0.012 3	−0.012 4
					(0.009 0)	(0.009 0)
ln*popm*						0.010 1
						(0.006 9)
常数项	0.218 3***	0.206 2***	0.215 4***	−0.203 0	−0.222 2	−0.281 4
	(0.006 7)	(0.020 3)	(0.023 4)	(0.177 2)	(0.180 9)	(0.184 1)
城市	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**
年份	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**
样本量	2 832	2 832	2 832	2 832	2 832	2 832
R^2	0.489 5	0.489 7	0.490 0	0.492 5	0.493 4	0.493 7
F	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0

安慰剂检验的设定参考周茂等(2018)[34]的研究:通过对城市品牌随机生成一个实验组名单,得到一个错误的差分项系数估计值,并重复上述过程 1 000 次,再将这 1 000 个估计值的分布进行观察。根据图 3,系数估计值的分布在 0 左右且近似于正态分布,说明其他非观测因素并不会产生明显影响。这些均表明,前文的分析结果具有稳健性。

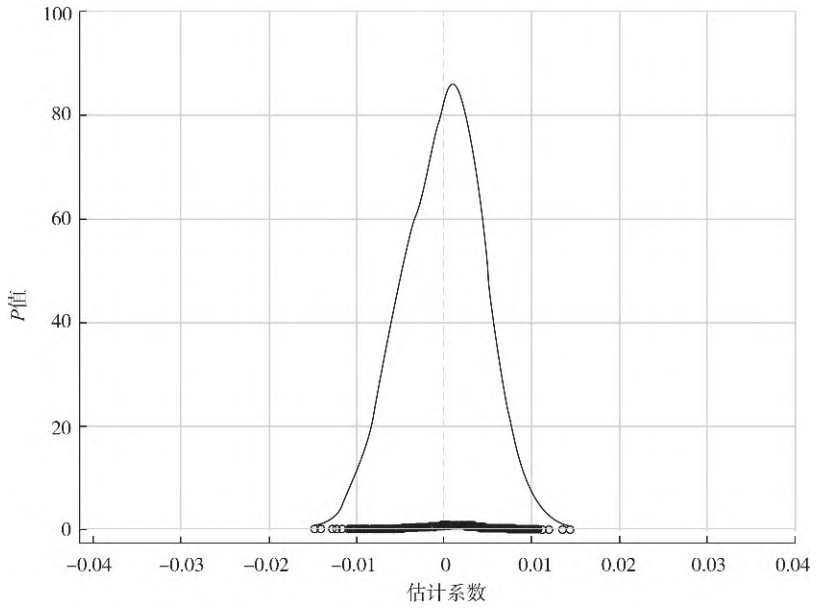


图 3 安慰剂检验结果

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

根据表 10,从全国层面看,营商环境指数对数字企业创业具有显著的正向影响,即优化营商环境有助于推动数字企业创业,且在加入控制变量后,上述影响依然保持显著,证实了前文的分析结果具有一定的稳健性。

表 10　营商环境指数影响数字企业创业的回归结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
environ	0.019 3***	0.019 3***	0.019 3***	0.019 1***	0.019 4***	0.019 2***
	(0.007 2)	(0.007 1)	(0.007 1)	(0.007 0)	(0.007 1)	(0.007 0)
stru		0.041 1	0.041 4	0.181 4**	0.199 2**	0.191 8**
		(0.076 9)	(0.077 2)	(0.089 5)	(0.088 0)	(0.088 3)
gov			−0.005 1	0.011 2	0.005 1	0.004 6
			(0.028 8)	(0.025 9)	(0.025 3)	(0.025 3)
ln*gdp*				0.184 8***	0.158 9***	0.157 5***
				(0.056 0)	(0.057 8)	(0.057 5)
ln*gongqi*					0.018 8	0.018 7
					(0.011 5)	(0.011 4)
ln*popm*						0.011 5
						(0.007 7)
常数项	0.128 6***	0.114 1***	0.114 8***	−1.125 6***	−1.088 6***	−1.144 3***
	(0.005 2)	(0.026 9)	(0.026 6)	(0.378 2)	(0.355 8)	(0.353 7)
城市	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**
年份	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**
样本量	2 304	2 304	2 304	2 304	2 303	2 303
R^2	0.515 1	0.515 3	0.515 3	0.530 0	0.531 8	0.532 4
F	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0

(四) 机制分析

本文首先通过核密度分析法对控制组和实验组的数字企业创业、创新活动和风险投资的差异进行分析,进而对创新活动和风险投资的机制效应进行初步检验。根据图 4,实验组的数字企业创业水平要高于控制组数字企业创业水平。

根据图 5,实验组的创新活动和风险投资都要比控制组更加活跃,进而表明激发创新活动和吸引风险投资有助于推动数字企业创业。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

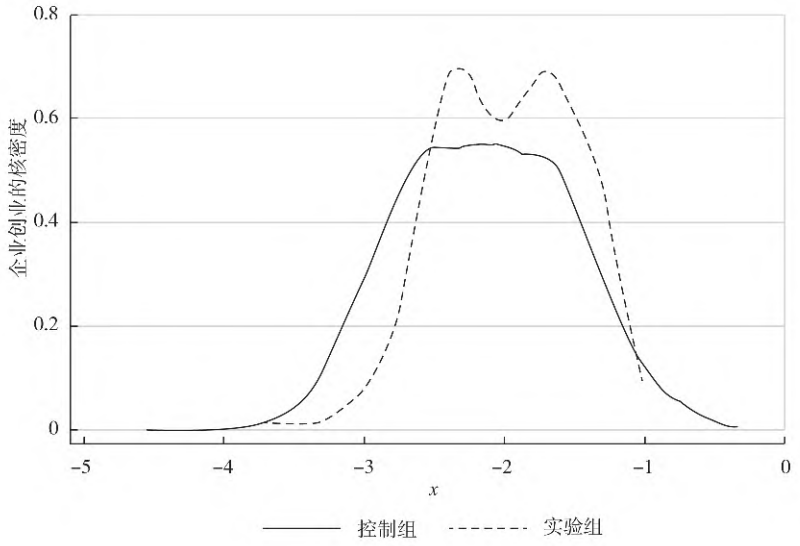


图 4 数字企业创业的核密度分布

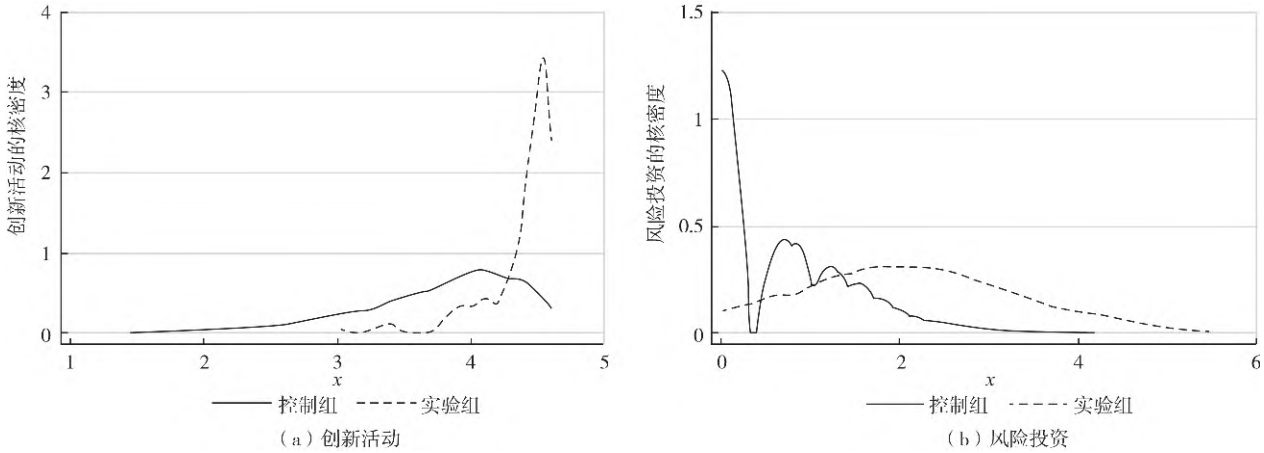


图 5 创新活动和风险投资的核密度分布

接下来本文利用双向固定效应面板数据模型对创新活动和风险投资的机制效应进行检验。从创新活动渠道的回归结果看,根据表 11,城市品牌建设对创新活动具有正向影响,随着控制变量的引入,城市品牌建设对创新活动的影响方向不变,且显著性有所提高。

表 11 城市品牌影响创新活动的回归结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
did	0.022 4	0.030 4	0.033 8	0.034 2	0.044 5**	0.044 1**
	(0.020 3)	(0.020 2)	(0.021 0)	(0.021 5)	(0.021 1)	(0.021 1)
stru		−0.323 9	−0.314 4	−0.328 1	−0.118 8	−0.125 1
		(0.237 1)	(0.236 0)	(0.264 6)	(0.262 7)	(0.262 2)

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表 11(续)

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
gov			0. 110 5	0. 103 5	0. 048 6	0. 048 0
			(0. 144 2)	(0. 137 9)	(0. 132 4)	(0. 132 5)
ln*gdp*				-0. 026 4	-0. 244 2	-0. 243 6
				(0. 149 5)	(0. 156 9)	(0. 156 9)
ln*gongqi*					0. 185 0***	0. 184 7***
					(0. 032 5)	(0. 032 5)
ln*popm*						0. 028 7
						(0. 023 1)
常数项	3. 819 5***	3. 935 8***	3. 919 5***	4. 074 7***	4. 151 9***	3. 988 6***
	(0. 016 9)	(0. 085 0)	(0. 086 0)	(0. 898 3)	(0. 881 3)	(0. 889 3)
城市	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**
年份	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**
样本量	3 752	3 752	3 752	3 752	3 744	3 744
R^2	0. 001 0	0. 003 6	0. 004 1	0. 004 2	0. 038 8	0. 039 1
F	0. 000 0	0. 000 0	0. 000 0	0. 000 0	0. 000 0	0. 000 0

从风险投资渠道的回归结果看，根据表 12，城市品牌建设对风险投资具有正向影响，随着控制变量的引入，城市品牌建设对风险投资的影响方向不变，且当所有控制变量加入后，影响在 1% 水平上是显著的。

表 12　城市品牌影响风险投资的回归结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
did	0. 548 2***	0. 535 8***	0. 521 3***	0. 519 6***	0. 518 4***	0. 518 1***
	(0. 070 3)	(0. 070 1)	(0. 069 6)	(0. 069 7)	(0. 070 0)	(0. 070 4)
stru		0. 651 8	0. 600 8	0. 714 1	0. 711 0	0. 704 6
		(0. 422 7)	(0. 422 4)	(0. 440 1)	(0. 437 1)	(0. 436 7)
gov			-0. 624 8	-0. 592 8	-0. 590 3	-0. 591 6
			(0. 392 1)	(0. 391 6)	(0. 390 2)	(0. 390 7)
ln*gdp*				0. 174 9	0. 179 2	0. 178 9
				(0. 271 5)	(0. 280 2)	(0. 280 4)
ln*gongqi*					-0. 006 8	-0. 007 2
					(0. 072 4)	(0. 072 5)
ln*popm*						0. 026 3
						(0. 080 2)
常数项	0. 141 7***	-0. 091 5	0. 005 5	-1. 059 4	-1. 043 8	-1. 186 0
	(0. 029 5)	(0. 160 1)	(0. 172 2)	(1. 652 3)	(1. 651 0)	(1. 688 7)
城市	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**	**控制**

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表 12(续)

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
年份	控制	控制	控制	控制	控制	控制
样本量	3 084	3 084	3 084	3 084	3 081	3 081
R^2	0.385 5	0.386 7	0.388 9	0.389 1	0.389 7	0.389 7
F	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0	0.000 0

以上机制分析结果表明,城市品牌建设会通过激发创新活动和吸引风险投资两个渠道推动数字企业创业。本文认为在进一步推进数字企业创业的过程中,可以将城市品牌建设与激发创新创业和吸引风险投资的相关政策进行组合实施,从而更加有效地推进数字企业创业。

六、结论与政策建议

加速数字企业创业是推动数字经济发展的主要手段,也是经济转向高质量发展的重要支撑。本文从全国文明城市视角切入,探讨了城市品牌建设对数字企业创业的影响。在理论分析部分,从创新活动和风险投资渠道切入,构建城市品牌影响数字企业创业的作用机制。在实证分析部分,基于城市层面和企业层面的相关数据,利用多期 DID 模型,实证分析了城市品牌建设对数字企业创业的影响,并利用双向固定效应面板数据模型对作用机制进行检验。得到的主要结论如下:第一,城市品牌建设有助于推动数字企业创业,但存在明显的异质性。从全国层面看,城市品牌建设对数字企业创业具有显著的推动作用,且随着控制变量的增加,该结论依然成立。从城市级别层面看,城市品牌建设对不同级别城市的数字企业创业都具有显著的推动作用,且在城市级别更高的城市,推动作用更加显著。从三大地区层面看,城市品牌建设对三大地区的数字企业创业都具有显著的推动作用,且在中部地区对数字企业创业的影响幅度最大,在东部地区的影响幅度最小。从数字产业企业类型层面看,城市品牌建设对数字硬件产业企业创业具有不显著的抑制作用,而对数字软件产业企业创业具有显著的推动作用。从外部经济环境看,在产业结构水平较高、经济规模较小和财政支出规模较小的地区,城市品牌建设对数字企业创业的推动作用更大一些。从城市品牌建成前后看,城市品牌建成对数字企业创业具有持续的推动作用。第二,机制分析结果表明,创新活动和风险投资是城市品牌建设推动数字企业创业的重要渠道。具体回归结果表明,城市品牌建设将会通过激发创新活动和吸引风险投资两个渠道促进数字企业创业。

根据以上结论,为了更好地实现城市品牌建设对数字企业创业的促进作用,本文认为在进一步推进改革的过程中应该注意以下两个方面:一方面,理性推进城市品牌建设。城市品牌建设对数字企业创业的影响存在地区差异,要因地制宜地建设城市品牌,尤其需要避免盲目建设、城市品牌空泛化。城市品牌建设的途径和方向多种多样,本文主要采用文明城市建设进行衡量,强调的是营商环境优化对数字企业创业的影响,但不同城市具有不同的城市特征,所以应该鼓励城市打造智慧城市、旅游城市、创新城市等充分发挥本地优势的城市品牌,优化营商环境。另一方面,发挥组合政策工具的经济效应。根据本文实证分析结果尤其是机制分析得到的结论,激发创新活动和吸引风险投资是推动数字企业创业的有效途径,由于企业家精神的培育是激发创新活动的重要方式,推动资本市场化改革则是吸引风险投资的重要途径,未来可以将城市品牌建设与激发企业家精神的政策和资本市场化配置改革相结合,实现更优的政策组合和更大的政策效果,更好地推动数字经济发展。

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

参考文献:

[1] 中国信息通信研究院. 中国数字经济发展白皮书 [J] . 北京: 中国信息通信研究院,2021.

[2] 鲁元珍. 优化营商环境,中国在行动 [N] . 光明日报,2019 - 11 - 14(11) .

[3] KELLER K L. Strategic brand management: building,measuring and managing brand equity [M] . Upper Saddle River,NJ: Prentice Hall,1998.

[4] ANTTIROIKO A V. City branding as a response to global intercity competition [J] . Growth and Change,2015,46(2) : 233 - 252.

[5] HOSPERS G J. Governance in innovative cities and the importance of branding [J] . Innovation,2008,10(2/3) : 224 - 234.

[6] DELGADO-GARCíA J,DE QUEVEDO-PUENTE E,BLANCO-MAZAGATOS V. The impact of city reputation on city performance [J] . Regional Studies,2018,52(8) : 1098 - 1110.

[7] TORRES P,GODINHO P. The influence of city reputation on T-KIBS concentration [J] . European Planning Studies,2020,28(10) : 1960 - 1978.

[8] 乔俊峰,黄智琛. 文明城市评选对城市经济增长的影响: 促进还是抑制? ——来自文明城市评选的准自然实验 [J] . 现代财经(天津财经大学学报) ,2020(11) : 98 - 113.

[9] 朱金鹤,王雅莉,侯林岐. 文明城市评比何以促进劳动力流入? ——来自地级市的准自然实验证据 [J] . 产业经济研究,2021(3) : 43 - 56.

[10] 马骏. 我国计算机产业发展的突破口选择 [J] . 中国软科学,1997(10) : 87 - 92.

[11] 张雅娴,苏竣. 技术创新政策工具及其在我国软件产业中的应用 [J] . 科研管理,2001(4) : 65 - 72.

[12] 郭斌. 规模、R&D 与绩效: 对我国软件产业的实证分析 [J] . 科研管理,2006(1) : 121 - 126.

[13] 陈利君,陈雪松. 印度 IT 产业发展现状及其原因——基于国家竞争优势理论的分析 [J] . 东南亚南亚研究,2010(4) : 51 - 55,91.

[14] 何菊香,赖世茜,廖小伟. 互联网产业发展影响因素的实证分析 [J] . 管理评论,2015(1) : 138 - 147.

[15] 李晓华. 数字经济新特征与数字经济新动能的形成机制 [J] . 改革,2019(11) : 40 - 51.

[16] 王开科,吴国兵,章贵军. 数字经济发展改善了生产效率吗 [J] . 经济学家,2020(10) : 24 - 34.

[17] 许宪春,张美慧. 中国数字经济规模测算研究——基于国际比较的视角 [J] . 中国工业经济,2020(5) : 23 - 41.

[18] 林涛,魏下海. 营商环境与外来移民的企业家精神 [J] . 宏观质量研究,2020(1) : 57 - 68.

[19] 张敏. 营商制度环境对企业家精神的影响研究——以中国地方行政审批改革为例 [J] . 中央财经大学学报,2021(6) : 90 - 103.

[20] 李言,张智. 营商环境、企业家精神与经济增长质量——来自中国城市的经验证据 [J] . 宏观质量研究,2021(4) : 48 - 63.

[21] 夏后学,谭清美,白俊红. 营商环境、企业寻租与市场创新——来自中国企业营商环境调查的经验证据 [J] . 经济研究,2019(4) : 84 - 98.

[22] 杜运周,刘秋辰,程建青. 什么样的营商环境生态产生城市高创业活跃度? ——基于制度组态的分析 [J] . 管理世界,2020(9) : 141 - 155.

[23] BERGER A N,UDELL G F. The economics of small business finance: the roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle [J] . Journal of Banking & Finance,1998,22(6/7/8) : 613 - 673.

[24] HALL B H,LERNER J. The financing of R&D and innovation [J] . Handbook of the Economics of Innovation,2010,1: 609 - 639.

[25] BARRY C B,MUSCARELLA C J,PEAVY J W,et al. The role of venture capital in the creation of public companies: evidence from the going-public process [J] . Journal of Financial Economics,1990,27(2) : 447 - 471.

[26] EHRLICH S B,DE NOBLE A F,MOORE T,et al. After the cash arrives: a comparative study of venture capital and private investor involvement in entrepreneurial firms [J] . Journal of Business Venturing,1994,9(1) : 67 - 82.

[27] HELLMANN T,PURI M. Venture capital and the professionalization of start-up firms: empirical evidence [J] . The Journal of Finance,2002,57(1) : 169 - 197.

[28] MEGGINSON W L,WEISS K A. Venture capitalist certification in initial public offerings [J] . The Journal of Finance,1991,46(3) : 879 - 903.

[29] CHEN H,GOMPERS P,KOVNER A,et al. Buy local? The geography of venture capital [J] . Journal of Urban Economics,2010,67(1) : 90 - 102.

[30] BECK T,LEVINE R,LEVKOV A. Big bad banks? The winners and losers from bank deregulation in the United States [J] . The Journal of Finance,2010,65(5) : 1637 - 1667.

[31] 莫怡青,李力行. 零工经济对创业的影响——以外卖平台的兴起为例 [J] . 管理世界,2022(2) : 31 - 45,3.

[32] 毛丰付,张帆. 中国地区数字经济的演变: 1994 ~ 2018 [J] . 数量经济技术经济研究,2021(7) : 3 - 25.

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

[33] 孔令池,张智. 基础设施升级能够促进企业家精神成长吗? ——来自高铁开通和智慧城市建设的证据[J]. 外国经济与管理,2020(10):139-152.

[34] 周茂,陆毅,杜艳,等. 开发区设立与地区制造业升级[J]. 中国工业经济,2018(3):62-79.

How does City Branding Affect Digital Enterprise Entrepreneurship?

—Analysis From the Perspective of Civilized Cities Selection

LI Yan, MAO Fengfu

(Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018)

Abstract: Based on Chinese enterprise-level and city-level data, this paper explores the impact of city branding on digital enterprise entrepreneurship. In the theoretical analysis, this paper constructs the influence mechanism of city branding on digital enterprise entrepreneurship from the perspective of innovation activities and venture capital. Then, in the empirical analysis, it measures digital enterprise entrepreneurship with the entry rate of new enterprises in the digital industry, and tests the impact of city branding on digital enterprise entrepreneurship with the multi-period differences-in-differences model. It is found that city branding can significantly promote digital enterprise entrepreneurship, particularly in sub-provincial cities, cities in the central region, cities with higher industrial structures, cities with smaller economies, and cities with smaller financial expenditures. Furthermore, the analysis of digital industry heterogeneity reveals that city branding mainly promotes digital enterprise entrepreneurship in the software industry rather than the digital hardware industry, and the establishment of city brands continues to play an important role in promoting digital enterprise entrepreneurship. The mechanism test shows that city branding can promote digital enterprise entrepreneurship by simulating innovation activities and attracting venture capital. The findings may provide new ideas for promoting digital enterprise entrepreneurship from the perspective of government optimization of the business environment.

Keywords: city branding; civilized cities selection; digital enterprise entrepreneurship; innovation activity; venture capital; business environment

责任编辑: 宛恬伊; 魏小奋

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net