

大额奖金是否对接包方真的有吸引力？

创新竞赛中奖金规模对接包群体规模影响的实证研究

苏州大学商学院 刘忠志

自国务院印发《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》以来，以推动社会大众参与企业创新为宗旨的众包平台获得了快速发展。2021年我国众包行业市场交易额达4540亿元，同比增长13.2%，参与众包的社会大众规模接近5000万。随着众包行业的快速发展，越来越多的企业通过众包平台（如猪八戒网等）发起创新竞赛，借助社会大众的知识技能来解决企业创新过程中的疑难问题，同时也为社会大众提供灵活就业机会。为创新竞赛设定奖金是激励大众参与企业创新，扩大接包群体规模的重要举措。因此，如何为创新竞赛设定有效的奖金额度已成为政府、企业、众包平台及学者共同关注的问题。

尽管有学者深入研究了奖金总额对接包群体规模的影响，但未形成定论，这既不利于指导“双创”支撑平台建设和开展众包管理实践，也不利于推动众包学术领域的发展，亟待进一步实证研究。基于此，文章在系统梳理国内外创新竞赛及相关领域文献的基础上，在理论视角上导入了社会心理学领域的期望价值理论，通过该理论中的期望机制和价值机制的联合作用，提出创新竞赛中奖金总额与接包群体之间非线性关系的研究假说，并深入探究了竞赛情境下，奖金总额对社会大众参与企业创新的激励效果、作用机制和情境影响因素。

文章运用众包平台二手数据，采用诸如控制方程等非常规计量方法控制奖金规模的内生性对回归分析的影响，在严谨的非线性关系检验基础上，文章发现：（1）在创新竞赛中，任务奖金通过期望机制和价值机制的联合作用影响接包方的参与行为；（2）小额或大额的奖金都不利于接包方参与企业创新竞赛，中等适度的奖励能够最大化接包群体的规模；（3）创新竞赛的奖金个数和任务难度强化奖金总额与接包群体规模之间的非线性关系。

本研究对推动众包领域的研究和指导管理者完善创新支撑平台以及加强接包群体管理，都有重要的理论和现实意义。文章以创新竞赛为背景，丰富了创新竞赛中奖金总额对大众参与创新竞赛的作用机理；通过对众包竞赛情境因素的考量，文章进一步完善创新竞赛情境下奖金对接包方参与行为的影响，为深入开展创新竞赛研究提供了新思路，推动开放式创新领域学术研究奠定理论基础。文章深入研究了奖金对大众参与创新的激励效果、作用机制和情境影响因素，有助于深化认识竞争环境下奖金对企业员工及社会大众创新参与行为的影响，为企业开展和组织各类型创意竞赛、竞争情境下的薪酬激励设计，提供了实践指导；对加强企业创新支撑平台的建设有借鉴价值，对推动竞赛理论在企业经营管理中的运用（如创意竞赛、中高层岗位竞聘上岗、程序开发众包等）有较强的指导作用。

attractive to solvers? The impact of award size on crowd size in innovation contests. *Journal of Operations Management*, 67(4), 420-449.