

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.20230525.102

元宇宙用户创业者的身份生成过程研究

尹苗苗¹, 李纪莹¹, 吴胜艳², 刘春山¹

(1. 吉林大学 商学与管理学院, 吉林 长春 130012; 2. 贵州医科大学 医药卫生管理学院, 贵州 贵阳 550025)

摘要: 本文基于身份建构视角, 采用多案例研究方法, 旨在探析元宇宙用户创业者阶段身份生成的影响因素和作用机制, 厘清元宇宙用户创业者的身份生成过程。研究发现, 元宇宙的虚实相融性和元宇宙用户创业者(普通用户身份)的想象力协同促进了元宇宙领先用户身份的生成; 元宇宙的技术集成性和元宇宙用户创业者(领先用户身份)的持续学习力协同促进了元宇宙用户创新者身份的生成; 元宇宙的经济持续性和元宇宙用户创业者(用户创新者身份)的创业激情协同促进了元宇宙用户创业者身份的生成。本文不仅有助于发展用户创业理论, 也能够为用户借助元宇宙开展创业活动提供实践启示。

关键词: 元宇宙; 用户创新; 用户创业; 身份建构

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2023)07-0053-18

一、引言

在数字经济背景下用户创业现象不断涌现, 成为有效释放社会创新创业动能、推进经济高质量发展的独特创业模式(蔡莉等, 2021; Srivastava等, 2021; 周劲波和宋站阳, 2020; Shah等, 2012)。与此同时, 元宇宙作为数字经济的新赛道, 集交互技术、人工智能技术、网络及运算技术等各种数字技术于一体(吴松强等, 2023), 正在重塑甚至颠覆社会经济活动的基本逻辑(张辉等, 2022; Barrera和Shah, 2023)。更为重要的是, 元宇宙对用户个体创新能动性的强烈刺激, 增强了用户成为创业主体的可行性(Weking等, 2023)。例如, 元宇宙第一股Roblox为全球用户打造了可以发挥创新潜力的平台, 用户可以通过自由创作获取收益(杨望等, 2023)。由此可知, 元宇宙不仅有助于降低创业门槛, 更为用户开展创新和创业活动带来机遇和动力(陆亮亮等, 2023)。然而, 目前学界对元宇宙的研究仍处于起步阶段(郭海等, 2023), 对元宇宙用户创业问

收稿日期: 2022-11-16

基金项目: 国家自然科学基金面上项目(71972085); 国家自然科学基金重大项目(72091310, 72091315); 吉林省教育厅项目(JJKH20221110SK)

作者简介: 尹苗苗(1984—), 女, 吉林大学商学与管理学院教授, 博士生导师;

李纪莹(1997—), 女, 吉林大学商学与管理学院博士研究生;

吴胜艳(1989—), 女, 贵州医科大学医药卫生管理学院副教授, 硕士生导师(通讯作者, wushengyan@gmc.edu.cn);

刘春山(1968—), 女, 吉林大学商学与管理学院教授。

题的探究还停留在实践表层,缺乏对机理性问题的探讨(Jung和Pawlowski,2015;Chandra和Leenders,2012)。因此,有必要深入挖掘元宇宙用户创业者的身份生成过程以揭示元宇宙用户创业的过程机理。

尽管学界已经意识到元宇宙有助于激发更大范围的用户创新创业动能(杨望等,2023;Weking等,2023;Cheng等,2022;Jung和Pawlowski,2015),但至今元宇宙与用户创业仍是两个相对独立的研究领域。虽然有研究者从数字用户创业的角度探索了人工智能在用户创业中的重要作用(Li等,2022),但元宇宙并非数字技术的简单加总,而是有其自身的独特性(周鑫等,2022;Dwivedi等,2022),其虚实相生的环境给用户创业带来了更多的挑战与机遇(陆亮亮等,2023)。因此,有必要将元宇宙与用户创业两个领域进行有机融合,深入探索元宇宙用户创业的过程机理。以往研究认为,身份作为创业者自我概念的一部分,是解析其创业活动的重要切入点(尹苗苗等,2023;Clarke和Holt,2017)。然而现有研究尚未揭示元宇宙用户创业者的身份生成过程,导致我们对元宇宙用户创业过程的内在机理缺乏深入理解。

用户在创业者身份生成之前会经历普通用户、领先用户、用户创新者等不同身份(尹苗苗和李纪莹,2023;Oo等,2019;Brem等,2019)。根据身份建构理论,用户创业者的身份建构是创业主体与其所处情境不断互动的过程(Hoang和Gimeno,2010)。由此推断,元宇宙用户创业本质上是用户在元宇宙特征和个体特质协同驱动下进行身份建构和修正的动态过程(陆亮亮等,2023;尹苗苗等,2023)。因此,身份建构理论为本文探索元宇宙用户创业者的身份生成过程提供了重要理论支撑。

针对上述研究缺口,本文基于身份建构理论,采用多案例研究方法提炼共性特征,深入揭示元宇宙用户创业者的身份生成过程。本文不仅有助于拓展和深化用户创业理论,还可为鼓励用户把握元宇宙发展机遇、开展创新创业活动提供理论指导和实践启示。

二、文献回顾

(一)用户创业者的身份相关研究

用户创业者是指“因当前产品或服务无法满足自身需求,而主动进行创新并将其商业化”的一类创业者(Shah和Tripsas,2007,2016)。现有研究发现用户在生成创业者身份之前会经历领先用户、用户创新者等不同身份(Oo等,2019)。领先用户身份意味着其领先于市场趋势并具有较高的预期收益(尹苗苗和李纪莹,2023;Schweisfurth和Dharmawan,2019),用户创新者身份表明其创造出有商业化潜力的创新产品(Oo等,2019),用户创业者身份则是通过开发创新产品取得非经济收益并将该创新产品商业化而实现的(尹苗苗等,2023;Shah等,2012)。

当前研究对领先用户、用户创新者与用户创业者之间的关系进行了初步探讨。就领先用户与用户创新者间的关系而言,现有研究认为用户创新者是从领先用户发展而来的(尹苗苗等,2023)。这类用户往往具备较高的持续学习力,因而能够不断优化和升级产品原型(Cuomo等,2017;Chandra和Leenders,2012)。就用户创新者与用户创业者间的关系而言,用户创新是用户创业的关键前提和起点,用户创业则是用户创新的商业化延续(Del Bosco等,2022;尹苗苗等,2022;Schiavone等,2021;王飞绒等,2019)。然而并非所有的用户创新者都会成为用户创业者,只有那些对创业始终保持高昂激情的用户才会选择将创新产品商业化,从而实现用户创新者向用户创业者的演化(Hung,2022;周劲波和宋站阳,2020)。

从上述研究可知,用户创业者的身份具有多重性和关联性(尹苗苗等,2023),以身份为切入点研究元宇宙用户创业活动有助于更深刻地揭示元宇宙用户创业过程的内在机理。因此,本研究基于用户创业者身份的演化规律,将用户创业过程划分为三个阶段:领先用户身份生成阶

段、用户创新者身份生成阶段和用户创业者身份生成阶段。

(二)元宇宙与用户创业

自2021年Facebook首席执行官马克·扎克伯格表示希望在未来五年内将Facebook转变为一家元宇宙公司后,元宇宙引起了学界和业界的热烈追捧(Cheng等,2022)。尽管元宇宙的概念尚未统一,不同学者对元宇宙的定义也各有侧重(Barrera和Shah,2023;Cheng等,2022;Yemenici,2022;张辉等,2022),但其基本含义渐为明朗,可大致概括为:元宇宙是在融合应用物联网、区块链、人工智能等计算机技术的基础上打造的一种深度沉浸、高度自由并与现实世界密切相关的虚拟世界,社会信息、价值将在现实世界与虚拟世界之间互相流动、映射、赋能(周鑫等,2022)。

虽然我们一致认同元宇宙为用户开展创业活动提供了契机(Barrera和Shah,2023),然而至今学者们尚未将元宇宙与用户创业两个研究领域进行有机融合(Jung和Pawlowski,2015;Chandra和Leenders,2012)。先前研究发现诸如大数据分析、人工智能等具体数字技术能够深深嵌入创新和创业过程(Zahra等,2023;郭海和杨主恩,2021;刘志阳和王泽民,2020;蔡莉等,2019;Rippa和Secundo,2018;Nambisan,2017),改变用户创业环境(Li等,2022)。由此推之,元宇宙作为由多种技术集成逐步共同建设成的虚拟世界,其提供的创业环境是更为多元化和动态化的。此种情境下,用户不仅能够充分发挥创新能动性,其创业过程也将变得更加多孔和灵活(Yemenici,2022)。因此有必要对元宇宙用户创业过程进行重新审视,以高维视角探究元宇宙用户创业者的身份生成过程。

(三)元宇宙用户创业的影响因素

从已有的研究文献来看,元宇宙用户创业的影响因素主要包括元宇宙特征和用户个体特质两个方面。

1. 元宇宙特征

现有研究主要从元宇宙的虚实相融性、技术集成性和经济持续性三大特征入手分析元宇宙对用户创业的影响。首先,虚实相融性提高了元宇宙用户创业的可行性。一方面,基于扩展现实技术和数字孪生技术,元宇宙能够将现实世界复刻到虚拟世界中(蒲清平和向往,2023)。但元宇宙并不完全平行于现实世界,其能够摆脱现实世界的诸如物理规律、生理特质、资源种类等限制,并为用户提供满足其能力、自由、想象力等需求的内容,从而延伸用户个体的创造能力并提升其价值内涵(Dwived等,2022;王文玉,2023)。另一方面,元宇宙允许用户创建数字化身,用户能够利用虚拟形象与其他用户进行社交互动,从而共创价值和体验(Gursoy等,2022)。此时用户之间的交流信息会载荷更丰富的内涵,这有助于用户看到潜在的市场需求进而迸发灵感(陆亮亮等,2023;Passey等,2006),进而影响元宇宙用户创新创业活动的开展。

其次,技术集成性是元宇宙用户创业得以顺利开展的保障基石。在复杂技术的支持下,元宇宙允许所有用户根据自身的需要创设与分享开展集体活动所必须使用的场景与资源,以确保实时性的交流与互动(蒲清平和向往,2023)。这为用户提供了一种开放、灵活、具有收敛性和通用性的创新环境,由此所迸发出的价值创造潜力是空前的(陈永伟和程华,2022)。

最后,经济持续性是支撑元宇宙用户创业的重要基础(陆亮亮等,2023;Murphy和Oliver,2021)。具体来说,在元宇宙经济循环中流转、配置的商品是虚拟商品(杨望等,2023),资源可以无限再生(Weking等,2023),这导致元宇宙不受现实中一般经济规律的限制(袁园和杨永忠,2022)。商品价格不只由供求双方决定(陈永伟和程华,2022),也由创业者决定,这为用户实现新的价值创造提供了机会(陆亮亮等,2023;Zhou等,2018;Davis等,2009)。此外,元宇宙还能实现虚拟货币与现实货币的互通,虚拟资产可以有条件地转化为现实财富(郭海等,2023),进而

提高用户创业的积极性。

2. 用户个体特质

现有研究主要从用户的想象力、持续学习力和创业激情三方面分析用户个体特质对其开展创业活动的影响。首先,用户的想象力是其在元宇宙情境下开展创业活动的重要动力。由于用户创业是一种“偶然性”的创业活动,用户创业者往往缺乏创业经验(Shah和Tripsas,2007,2016)。而想象力作为一种认知技能,有助于用户产生新颖的想法并进一步创造新机会(陆亮亮等,2023;McMullen和Kier,2017),因此可以弥补特定经验的不足。根据现有研究,用户想象力包括创造性想象力和社交性想象力。前者有助于用户产生创造性想法(McMullen和Dimov,2013),后者有助于用户换位思考问题,从而有效预测未来市场需求(McMullen,2015)。

其次,用户的持续学习力是元宇宙用户创业得以顺利开展的必要条件。作为一种主观的、环境导向的动态能力,持续学习力使得用户能够借助多主体互动重构原先的知识架构。具体而言,持续学习力较强的用户能够主动接触多样化、异质性信息,并通过持续性学习提升自己的相关知识与技能,进而通过迭代式创新设计出超越现有产品或服务的新优势,从而保障创业活动的顺利开展(陆亮亮等,2023)。

最后,用户的创业激情是助推元宇宙用户创业持续开展的关键因素。根据现有研究,用户创业活动只有在用户兼具较高的创新能力和强烈的创业激情的情况下才能开展(Hung,2022;周劲波和宋站阳,2020)。具体而言,创业激情作为用户积极情绪的重要构成部分,能够驱动其在遇到困难时继续追求目标(Biraglia和Kadile,2016),因此是用户创业成功的重要影响因素。根据现有研究,创业激情包括发明激情和创建激情(Cardon等,2009)。发明激情是创业者积极探索新机会并为重要的需求和问题提供新解决方案的意愿与热情,创建激情是指创业者对于成立企业的意愿以及成为一名创业者的成就需求(秦兰等,2021;周柳保等,2021)。

综上所述,现有文献为我们提供了有益的研究基础与借鉴,但尚未深入揭示元宇宙用户创业者的身份生成过程。根据身份建构理论,元宇宙用户创业者的身份建构不单是由用户个体完成的(尹苗苗等,2023),而是与元宇宙情境互动的结果。然而,现有研究往往分别关注元宇宙特征或用户个体对创业活动的单方面影响(Weking等,2023;Schiavone等,2021;Shah和Tripsas,2007),而对于二者如何协同影响用户创业者身份的生成过程缺乏系统性揭示。因此,本研究将基于身份建构理论,采用多案例研究方法,深入探究元宇宙特征和用户个体特质如何协同影响元宇宙用户创业者的身份生成。

三、研究方法

(一)方法选择

本文采用探索性多案例研究方法来揭示元宇宙用户创业者的身份生成过程。选择该方法的原因如下:其一,案例研究作为理解现象背后机理及原因的方法,有助于深入挖掘元宇宙用户创业者的身份生成过程。其二,探索性多案例研究特别适合回答尚不成熟领域中“如何”的相关议题(Yin,2009)。具体到本研究,“元宇宙用户创业者身份如何生成”这一具体过程尚未得到深入、系统的揭示。因此,探索性多案例研究有助于我们归纳总结元宇宙用户创业者阶段身份生成的影响因素和作用机制,进而明晰元宇宙用户创业者的身份生成过程。其三,相比于单案例研究,多案例研究更有利于对元宇宙用户创业者身份生成过程中的同类事件及其因果逻辑进行观察,并通过剖析多位元宇宙用户创业者身份生成过程的共性与差异,形成稳健的因果关系证据链,增强理论的抽象程度,从而提升研究的信效度,为本文的理论模型建构提供更坚实的基础(Yin,2009)。

(二)案例选择

为了更好地契合研究问题,达到理论构建的目的,本研究选择了4位来自Roblox的元宇宙用户创业者Bereza、Coeptus、Balfanz和Hicks,分析其创业过程,筛选标准主要包括以下三点:第一,案例的典型性。鉴于本研究致力于深入揭示元宇宙用户创业者的身份生成过程,首先,选取的案例必须是典型的用户创业者。用户创业者的典型性体现在以下两方面,一方面,用户创业者是相关产品或服务的“资深使用者”或爱好者,是受自身需求驱动而开展创新创业活动的。另一方面,用户创业者的创新产品开发早于创业意向的形成,具体而言,其通常是为了解决自身需求或是出于兴趣爱好而开发创新产品,在此基础上偶然发现创业机会,决定创业。Bereza、Coeptus、Balfanz和Hicks均是出于乐趣或解决自身需求而自主开发游戏,此后意识到其开发出来的游戏具有商业化潜力,进而创业。其次,用户创业者必须是在元宇宙情境下开展创业活动的。具体到本研究,Bereza、Coeptus、Balfanz和Hicks均是基于Roblox平台开展创业活动的。Roblox是目前比较经典的元宇宙虚拟世界(Weking等,2023;袁园和杨永忠,2022),在Roblox中每个用户都能通过创建虚拟形象来完成身份的切换,Roblox具有比一般游戏更强的社交属性,让朋友这个现实概念可以更好地进入元宇宙世界,Roblox还支持VR设备以增强用户的沉浸感,平台上获得的Robux货币可以与真实货币转换……这些要素均与元宇宙的核心概念相吻合。第二,案例多样性和对比性。为了进一步洞悉元宇宙用户创业者身份生成过程的差异性,案例选择既考虑了多案例分析的复制逻辑,也考虑了案例间的差异性,包括元宇宙用户创业者的初始身份差异、选择开发创新产品(游戏)的动机差异、开发创新产品(游戏)类型的差异等。第三,案例资料的可得性和完整性。本研究所选取的研究对象Bereza、Coeptus、Balfanz和Hicks均是Roblox的顶级创作者,其公开信息较多,能通过多渠道获取他们的早期创业资料,使我们能尽可能多且准确地回溯获取元宇宙用户创业活动相关信息,进而有效构建分析框架。案例研究对象基本情况如表1所示。

表1 案例研究对象情况简介

姓名	初始身份	开发创新产品的动机	开发的创新产品(类型)
Bereza	高中生	出于玩游戏的乐趣和热情	Gun Factory Tycoon(模拟经营类)
Coeptus	大学生	来自朋友的邀请	Welcome to Bloxburg(模拟经营类)
Balfanz	高中生	对编程感兴趣	Jailbreak(动作冒险类)
Hicks	高中生	自主开发游戏的乐趣	Robloxian High School(角色扮演类)

资料来源:作者整理。

(三)数据收集

Roblox吸引了业界和学界的广泛关注,其高层管理者的公开讲话和采访内容较为丰富且较易获取;而Bereza、Coeptus、Balfanz和Hicks作为Roblox的头部创作者,其开发的创新产品(游戏)受众甚广,因此其相关报道资料较为详实,可以覆盖研究所需。本研究采取多种资料收集方法以保证资料多源性,如表2所示,案例材料来源具体如下:(1)4位元宇宙用户创业者的自述资料。团队成员通过多种渠道检索搜寻了有关Bereza、Coeptus、Balfanz和Hicks讲述自身创业历程相关的真实访谈记录及在社交媒体上的分享等资料。(2)4位元宇宙用户创业者的其他相关信息。团队成员通过微信公众号推文、贴吧、知乎、微博等渠道获取有关Bereza、Coeptus、Balfanz和Hicks创业历程的相关信息,如创新产品(游戏)报道、游戏开发过程等补充性资料。(3)Roblox高层管理者的公开讲话和受访视频等。团队成员多渠道检索和搜寻了有关Roblox的首席商务官Craig Donato、首席技术官Daniel Sturman、创始人David Baszucki等发表的公开讲话和受访视频等,如David Baszucki接受的美国消费者新闻与商业频道(CNBC)的采访报道。

随后,团队成员对搜集到的数据资料进行转译,并统一成文字版资料。(4)游戏玩家针对游戏或游戏开发者(创业者)发表的言论。具体而言,游戏玩家也即游戏的“使用者”,其针对游戏发表的一些想法能够直接反映出游戏具备的一些特点。因此,收集游戏玩家针对游戏或游戏开发者(创业者)发表的言论是十分必要的。团队成员通过多种网站、社交软件等多样化渠道捕捉了游戏玩家的相关言论。(5)Roblox上市披露信息。团队成员获取了Roblox 2021年招股说明书、季报、年报和各种公告等。(6)Roblox相关文献资料。团队成员在“中国知网”等权威网站上检索并下载了与Roblox相关的研究文献作为参考。(7)Roblox的其他相关信息。团队成员通过百度百科、微信公众号推文、贴吧、知乎、微博等多种渠道获取有关Roblox的相关信息作为补充性资料。多种信息渠道来源有利于质性数据的相互验证,确保案例资料的真实性和可靠性,提高案例研究的信度和效度(Yin,2003),为编码分析奠定基础。

表2 数据编码来源与分类

数据来源	数据分类	编码符号			
		Bereza	Balfanz	Coeptus	Hicks
二手数据	创业者自述资料	Be1	Ba1	C1	H1
	创业者其他相关信息	Be2	Ba2	C2	H2
	Roblox高层管理者的公开讲话和受访视频	Be3	Ba3	C3	H3
	相关游戏玩家的言论	Be4	Ba4	C4	H4
	Roblox上市披露信息	Be5	Ba5	C5	H5
	Roblox相关文献资料	Be6	Ba6	C6	H6
	Roblox其他相关信息	Be7	Ba7	C7	H7

(四)数据编码与分析

本研究遵循Eisenhardt(1989)和Yin(2010)等所描述的案例研究程序,归纳并形成理论框架。在对数据进行分析之前,会先向小组成员详细介绍研究主题、研究目标以及大致研究框架,使研究人员能对此次研究任务有整体、清晰的把握,进而能更有侧重点、更准确地对搜集来的资料进行分析。为了保证编码结果的准确性,将研究人员分为两组进行“背对背编码”,同时使用了在多个编码者之间和多层编码过程之间进行持续比较的策略,用于区分每个编码。在编码过程中,两组研究人员会在“案例资料—研究问题—文献资料”之间进行反复迭代,并采用模式对比的分析技术,对4位创业者的身份生成过程进行类比分析,以对编码结果进行全面、有效解释。为了提高编码的准确性和统一性,当对编码存在争议时,会寻求第三方人员参与,由博士生导师在听取多方意见的基础上,最终确定编码结果。

本研究遵循三级编码程序(Strauss等,1998)对所获取的质性数据进行编码。具体而言,研究人员遵循“案例内分析→案例间分析”的思路,分别对收集上来的原始数据编码,这一过程涌现出大量编码,研究人员在删减了部分与研究主题不相关的编码之后,通过跨案例比较这些编码的异同,将编码合并至合理数量范围,并将其命名为一阶构念(如图1所示)。例如,根据Gun Factory Tycoon的开发者Bereza的陈述:“我创造了一直想玩的游戏”,本研究得到“满足自身需求”这个一阶构念。以此类推,得出诸如“满足他人需求”“降低创新成本”“摆脱资源限制”等若干一阶构念。接着,本研究把一阶构念分组归为理论范畴。例如,根据已有研究,“满足自身需求”和“满足他人需求”表明产品能够有效满足现有市场需求,因此本研究把关于“满足他人需求”、“满足自身需求”等的陈述归为“产品原型有用性”的理论范畴。最后,研究成员围绕核心研究问题将理论范畴归纳为聚合维度。例如,“产品原型有用性”和“产品原型新颖性”代表该用户是领先于市场趋势并获得较高创新收益的,这与用户创业研究中的“领先用户”概念十分契合,

故将其编码为“领先用户身份”。相关编码归纳工作均按照此程序开展,最终生成了九个聚合维度。综上,通过对案例材料严谨的编码归纳,初步展现出元宇宙用户创业者的身份生成过程,进一步基于“复制逻辑”进行跨案例比较分析,在案例、理论和文献中反复穿梭,从而形成更加可靠的理论构念和因果关系,其搭接逻辑和典型例证将在后续章节详细阐述。

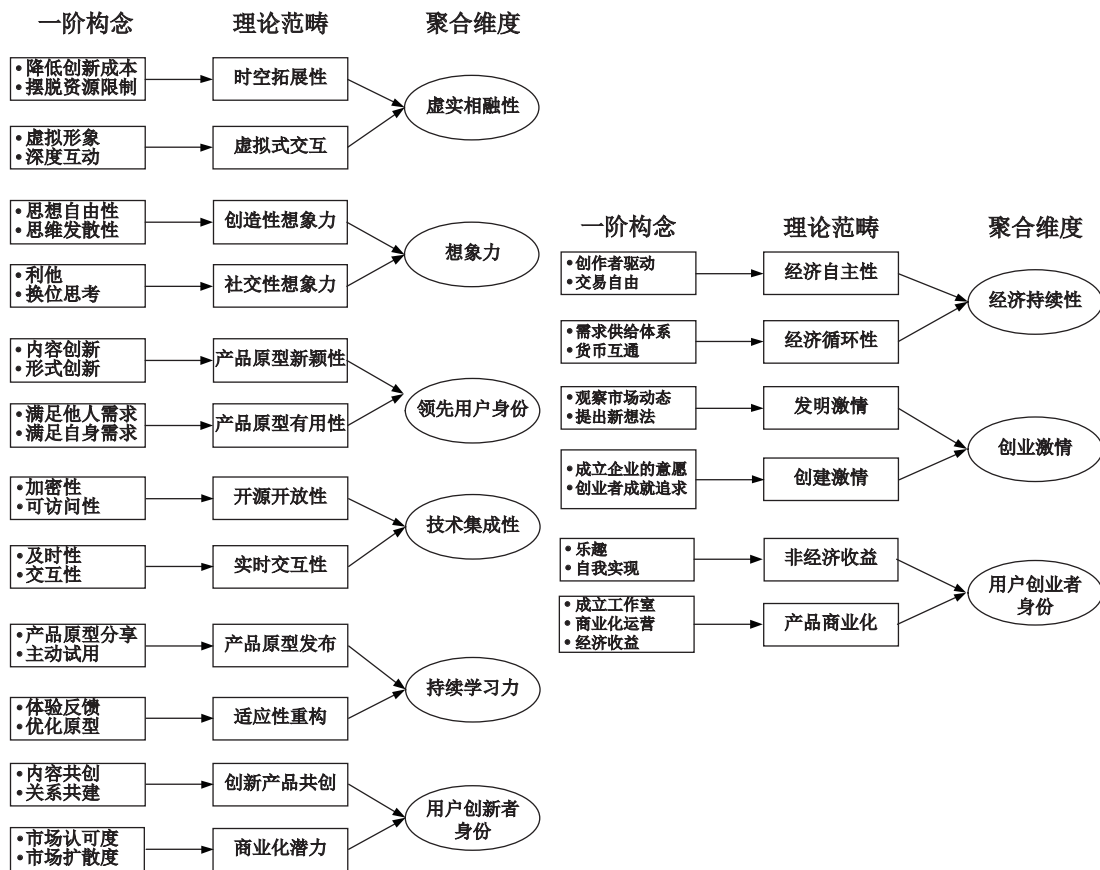


图1 数据结构图

四、案例分析与发现

元宇宙用户创业者的身份生成伴生于其创业过程,因此本研究基于文献回顾与元宇宙用户创业者的实践资料,从身份建构视角出发,将元宇宙用户创业过程划分为元宇宙领先用户身份生成、元宇宙用户创新者身份生成和元宇宙用户创业者身份生成三个阶段。通过探析元宇宙用户创业者阶段身份生成的影响因素和作用机制,本研究拟深入揭示元宇宙用户创业者的身份生成过程。

(一)元宇宙领先用户的身份生成

在元宇宙领先用户身份生成阶段,元宇宙用户创业者的身份最先是以普通用户呈现的,因此使用“元宇宙用户创业者(普通用户身份)”来表征当前身份属性。在这一阶段,元宇宙的虚实融合性通过与元宇宙用户创业者(普通用户身份)的想象力交互作用,共同促进元宇宙领先用户身份的生成,具体内容如表3所示。

基于已有文献(陆亮亮等,2023;郭海等,2023)以及对案例资料的系统挖掘,本研究认为元宇宙的虚实相融性主要体现在时空拓展性和虚拟式交互两方面。首先,元宇宙具有的时空拓展

表3 元宇宙领先用户身份生成阶段案例证据举例

聚合维度	理论范畴	一阶概念	部分案例证据
虚实相融性	时空拓展性	降低创新成本	我只需要创作游戏,别的都不需要我来考虑(Be1)。我特别喜欢在Roblox开发游戏的一个原因就是它提供的开发工具极大降低了游戏开发门槛,我不需要额外付出什么(C1)。能够在Roblox上自己创作内容,对于Balfanz的吸引力很大,他觉得内容创作也不是那么困难(Ba2)。服务器的成本由Roblox来承担,开发者基本上不需要承担任何成本(Be3、C3、Ba3、H3)。低门槛引擎有助于吸引更多有想法的玩家变为游戏开发者(Be7、C7、Ba7、H7)
		摆脱资源限制	Roblox让我终于有机会实现我的设计想法(H1)。在Roblox上,我能创作一切我想创作的东西(Ba1)。Bereza在Roblox中拥有自己的数字身份,可在这个世界里尽情互动,并创造任何他想要的东西(Be2)。我们就是要将Roblox打造成游戏开发者的理想平台,创作者们不需要顾虑传统游戏的各种限制(Be3、C3、Ba3、H3)。用户几乎可以将生活中的任何想法在Roblox中变为现实(Be7、C7、Ba7、H7)
	虚拟式交互	虚拟形象	我们都会在平台上创建虚拟形象(Ba1)。确实有很多玩家每天都在改变自己的虚拟形象,甚至有的人还会给自己的虚拟形象搭配衣服(Be1)。Roblox上的体验是3D和身临其境的……所有用户都有头像形式的独特身份,允许他们以任何他们想成为的人或任何人来表达自己的(Ba5、C5、H5、Be5)Roblox具备了元宇宙虚拟的模式,即具备一个虚拟的身份,在虚拟的世界中它存在一个形象,从而做到虚拟和现实相交(Ba6、C6、H6、Be6)
		深度互动	我觉得我在Roblox上更容易发现玩家的需求(C1)。在现实生活中无论如什么都找不到头绪的事情在Roblox上仿佛迎刃而解了(H1)。玩家能够在其中聊天,与现实或虚拟的朋友进行互动(Be7、C7、Ba7、H7)
	想象力	创造性想象力	思想自由性
思维发散性			可能是因为Roblox的环境很自由,给了我充分的思考空间,有时我能想到好几个好主意(Be1)。我经常会展想,这样做行不行,虽然很多时候证明这样做是错误的(H1)
社交性想象力		利他	我时常会思考,怎样才能让玩家感觉“这个游戏真让我感到愉快”(H1)。让更多玩家体验到游戏的乐趣,这是Bereza的目标之一(Be3)
领先用户身份	产品原型新颖性	内容创新	Jailbreak真的好有趣,我之前从没玩过这种类型的游戏(Ba4)。Robloxian High School还是挺有意思的,是我玩过的几个不错的游戏之一(H4)。Welcome to Bloxburg呈现出的有趣的游戏内容吸引了众多玩家(C4)
		形式创新	虽然很多玩家在现实生活中玩过“警察”与“强盗”的角色扮演游戏,但是还没有在虚拟世界里体验过,Jailbreak带来了游戏的新形式(Be4)
	产品原型有用性	满足他人需求	不能说这个游戏(Gun Factory Tycoon)只是为我和朋友们打造的,我真的希望其他人看到它并且喜欢它(Be1)。在我创作Jailbreak的时候,我惊讶地发现很多人在找这种类型的游戏(Ba1)。看到有许多玩家和我有同样的心态,喜欢同样的游戏,我感到震惊(C1)
		满足自身需求	我创造了我一直想玩的游戏(Be1)。我经常搜索这种类型的游戏,但是我总是找不到(C1)

性给用户创业者(普通用户身份)带来了无限的遐想空间,放大了其创造性想象力的作用,为其开发新颖的产品原型提供了更多机会。正如Roblox的首席商务官Craig Donato所说:“Roblox提供给创作者的体验是开放性的、实验性的……我们对创作者不做任何规则限制……我们希望

能够充分发挥他们想象力的作用”。具体而言,在现实世界中,创新是昂贵的,用户可能受制于试验成本以及资源的不可得性无法具现其创意(Brem等,2019)。而元宇宙通过在虚拟世界中数字原生出适配的虚拟资源(陆亮亮等,2023),使得元宇宙用户创业者(普通用户身份)能够将任何东西都能转换成虚拟模型,实现“可想即可尝试”等抽象思维表象化的过程(刘革平,2021)。这不仅降低了其创新成本,为用户创新提供了更大的容错空间,还为其发挥想象力提供了更高的自由度,因而有助于其开发出更具新颖性的产品原型。Roblox允许用户在尽可能不受限制的情况下实现更大的创造力和自我表达,作为“创意发源地”,Roblox里面的每一个作品、每一种玩法,都来源于用户自由且发散的思维,并通过Roblox Studio(编辑器)创作出来。“……Roblox承担了用户开发游戏的一切成本,他们不需要再额外付出什么”,Roblox的创始人David Baszucki这样说道。据Jailbreak的开发者Balfanz自述,现实生活中的一切在他看来是枯燥而乏味的,因为一些限制,他根本无法实现他的新点子,这让他感到很挫败。而在Roblox中,虽然他没有接受过任何正式的培训,却能利用Roblox Studio来创建他想创建的任何东西。Jailbreak正是源自他的奇思妙想,通过将“警察”与“强盗”的角色扮演游戏创新性地带入到虚拟世界,Jailbreak让玩家享受到了一种全新的游戏形式。

其次,元宇宙的虚拟式交互使得市场需求能够以情景化与碎片化形式呈现,元宇宙用户创业者(普通用户身份)社交性想象力的潜力得以释放,有助于其开发出实用的产品原型。具体而言,元宇宙允许所有用户创建数字分身,这种虚拟形象摆脱了肉身形象的单一呈现和刻板印象(白龙和骆正林,2022),为用户打造了实现“亲密式社交”的虚拟世界,他们可以在其中尽情表达真实诉求、想法或感觉(Davis等,2009)。David Baszucki曾表示:“Roblox的目标是竭尽全力地营造多元化、包容和尊重的氛围……在Roblox上,用户可以成为任何他们想成为的人——从创建一个独特的虚拟形象开始……用户可以在这个世界里尽情互动,虚拟形象为他们的自我表达提供了无限的机会”。在这种情境中,个性化、分散化的产品需求在无形中被释放出来(左鹏飞,2022),使得元宇宙用户创业者(普通用户身份)能够换位思考,进而促进其对市场需求产生新认知和新理解。因此,元宇宙用户创业者(普通用户身份)被束缚的想象力将得以解放,有助于其以市场需求为导向开发相应的产品原型。例如Gun Factory Tycoon的开发者Bereza对市面上现有的游戏不满,但是他对于如何开发一款好玩的游戏却又没有清晰的概念,因此他经常利用虚拟形象与Roblox上的用户进行交流并主动观察其他用户的需求。Bereza表示:“我觉得在Roblox中,大家似乎更愿意表达自己的喜好”。随后他发现模拟武器经营类的游戏在市场上基本找不到,许多玩家包括他自己都需要这种风格的游戏,这坚定了他将这一创意落地的决心。

综上,在元宇宙的虚实相融性和元宇宙用户创业者(普通用户身份)的想象力的协同驱动下,元宇宙用户创业者(普通用户身份)能够开发出兼具新颖性和有用性的产品原型。根据现有研究,领先于创新趋势和创新期望收益是领先用户的两个重要维度(Von Hippel,2005)。因此,本研究认为当元宇宙用户创业者(普通用户身份)开发出了兼具新颖性和有用性的产品原型时,其便实现了从普通用户身份向领先用户身份的演进。

(二)元宇宙用户创新者的身份生成

在元宇宙用户创新者身份生成阶段,元宇宙用户创业者已经由普通用户转化为了元宇宙领先用户,因此本阶段使用“元宇宙用户创业者(领先用户身份)”来表征元宇宙用户创业者当前的身份状态。在这一阶段,元宇宙的技术集成性与元宇宙用户创业者(领先用户身份)的持续学习力交互作用,共同促进元宇宙用户创新者的身份生成,具体内容如表4所示。

表4 元宇宙用户创新者身份生成阶段案例证据举例

聚合维度	理论范畴	一阶构念	部分案例证据
技术集成性	开源开放性	加密性	我认为Roblox是一个值得信赖的平台(H1)。我非常乐意在Roblox上面发布我的作品,我还将发布更多的作品(Ba1)。Roblox提供了素材选择和创作自由的更大余地,且创作者对游戏作品有一定的所有权(Be7、C7、Ba7、H7)
		可访问性	Roblox能够让全世界的玩家都聚集到这个平台上(Ba3、C3、H3、Be3)玩家可以在Roblox玩他想玩的任何游戏(Ba3、C3、H3、Be3)
	实时交互性	及时性	玩家给我的反馈建议我能很快就看到(C1)。多亏了Roblox,我能及时看到玩家告诉我他们希望游戏增进什么样的功能,这些反馈总能带给我灵感(Ba1)
		交互性	Roblox的优点在于我可以在这个平台上和玩家自由交流(C1)。Hicks时常会与游戏玩家互动,收集他们的奇思妙想(H2)。玩家经常会交流自己的游戏体验,甚至会主动联系我,告诉我他们觉得哪里不够好,当然也有玩家没有提出任何建议,只是在鼓励我(Be1)
持续学习力	产品原型发布	产品原型分享	我很喜欢邀请别人来试玩我的游戏(H1)。我有时会让我的朋友邀请他们的朋友来玩我的游戏(Be1)。我想让更多玩家看到我的游戏(Ba1)
		主动试用	朋友们都十分乐意接受我的邀请,来体验我的游戏(H1)。在Welcome to Bloxburg发布的一个月后,已经有很多玩家开始体验这款游戏(C2)。这个游戏火得让我惊讶,虽然我没做任何宣传,但是有许多人已经发现并体验了它(Ba1)。我应该算是 Gun Factory Tycoon最老的一批玩家了,我是无意中发现它的,然后我就不可自拔了(Be4)
	适应性重构	体验反馈	玩家在玩游戏的过程中能够发现游戏中的瑕疵(H1)。经常会有一些“乐于助人”的玩家发表他们的意见和想法,这真的很有用!(Be1)。我当然会提出我的想法,即使不被采用也没什么要紧的(Be3)
		优化原型	我邀请了我的朋友帮助我一起完善游戏,这个过程让我的编程能力更上一层楼,比平时课堂里教的更有效(H1)。根据玩家的建议,我在游戏里增加了永久更新这一新功能(C1)。定期查看玩家反馈以使游戏变得更有趣,是Balfanz正在做的事情(Ba2)。玩家在Roblox平台上进行游戏体验,对认可的内容进行付费或分享,这一反馈传导至游戏开发者端,使其对所开发的内容进行调整与持续创作(Be7、C7、Ba7、H7)
用户创新者身份	内容共创	内容共创	许多游戏玩家都在Roblox上互相交流,甚至有时候我也会参与他们的交流,以更好地了解他们的诉求(H1)。玩家们经常分享有关游戏的见解和想法(C1)。我还举行过抽奖活动来奖励玩家提出的好点子(Be1)。Jailbreak的成功不能只归功于我(Ba1)
		产品共创	Roblox平台是自由的、开放的、值得信赖的,我和玩家彼此信任,享受交流、互助的过程(C1)。我和一些“元老级”玩家结下了深厚的友谊,他们的关系共建鼓励给予了我很大支持(Be1)。Roblox不只是游戏创作平台,它还是社交互动社区,我相信所有人在这上面都可以找到志同道合的朋友(Ba2、C2、H2、Be2)
	商业化潜力	市场认可度	我从未想过可以发展到这么大的用户群,我和平常一样做自己的事情,第二天醒来再登录Roblox的时候,它已经非常受欢迎了(Be1)。它(Jailbreak)突然就火了(Ba1)。许多玩家说,Robloxian High School是他们玩过最棒的游戏了(H4)
		市场扩散度	游戏之所以走红完全是靠玩家的互相推介,我仅仅只是把游戏发布到Roblox而已,但人们总能发现你的游戏,他们会成为你的推广者,吸引其他人尝试你的游戏(C1)。第一天Welcome to Bloxburg只有20名玩家,第二天增加到了50人,随后慢慢增加到100、200,越来越多。几周之后,玩家数超过了几千人,最终人们开始在社交媒体传播这款游戏(C2)。Jailbreak在Roblox上线的第一天有60000人同时玩,第二天下午有90000人同时玩(Ba2)

基于现有研究(陆亮亮等,2023;郭海等,2023;蒲清平和向往,2023)以及对案例资料的深入探析,本研究认为元宇宙的技术集成性主要体现在开源开放性和实时交互性两方面。首先,元宇宙的开源开放性能够有效平衡知识产权保护和信息共享的关系(Biraglia和Kadile,2016),为元宇宙用户创业者(领先用户身份)发布产品原型提供了坚实保障,进而有助于其评估产品的商业化潜力。“……Roblox当然是安全的,我们鼓励所有用户分享自己创建的作品……我们甚至还鼓励大家向开源社区共享自己的组件、代码和素材等”,Roblox的首席技术官Daniel Sturman这样说道。具体而言,一方面,元宇宙以将创作所有权归还用户为核心要义,因此元宇宙用户创业者(领先用户身份)能够自由在平台上发布产品原型而无须担心其知识产权泄露的风险(袁园和杨永忠,2022)。例如,David Baszucki曾表示:“Roblox只是创造元宇宙的用户的‘牧羊人’,我们不控制任何内容,给予创作者绝对的自主权”。Robloxian High School的开发者Hicks认为正是这样的加密性使得他愿意在Roblox上面发布作品,“……我认为Roblox是一个值得信赖的平台……我还将发布更多作品”。另一方面,交互技术能够将更多用户集合于元宇宙世界中(喻国明和耿晓梦,2021),因此元宇宙用户创业者(领先用户身份)发布的产品原型具有更强的可访问性,大大提升了主动试用、体验产品原型的用户数量。正如Welcome to Bloxburg的开发者Coeptus所说:“虽然平台上有数百万个游戏,但人们总能发现你的游戏,他们会成为你的推广者,吸引其他人尝试你的游戏”。在这一过程中,元宇宙用户创业者(领先用户身份)能够通过观察产品原型的市场扩散程度以及其他用户提供的意见支持来判断该产品是否具有商业化潜力(尹苗苗等,2023;Del Bosco等,2020)。例如,Coeptus在将Welcome to Bloxburg发布到了Roblox平台上后并未对其做过多关注,第一天只有20名玩家,第二天增加到了50人,随后慢慢增加到100人、200人,越来越多。几周之后,玩家数超过了几千人。最终玩家们开始在社交媒体主动宣传这款游戏并表示自己的喜爱,这让Coeptus意识到他的游戏是成功的。

其次,元宇宙的实时交互性有助于更好地实现开放式协作和网络连接(Calton等,2013),这放大了元宇宙用户创业者(领先用户身份)持续学习力的作用,有助于实现产品共创。正如Daniel Sturman所说:“……Roblox打造了一个开放性的社区,所有人都能够在其中畅所欲言……游戏开发者能够从中获得灵感来源,从而进一步激发他们的创作热情,孕育出新的创意”。具体来说,节点之间的分布式共识极大地保障了创新资源信息的及时共享、真实可靠、实时可查、充分披露(Dwivedi等,2022),元宇宙用户创业者(领先用户身份)能够更容易地从其他用户那里获得关于产品设计和功能的意见和反馈。例如,Bereza表示:“我会定期与游戏玩家进行交流互动并及时查看玩家反馈……通过这样做,我甚至和一些活跃的玩家建立了不错的关系”。通过将零散的资源整合成强有力的创新力量,元宇宙塑造了一种新形式的集体智慧,促使元宇宙用户创业者(领先用户身份)能够结合不同的想法对知识进行重组,从而以更高的速度和更明确的方向与其他用户共同对其产品原型进行迭代创新。Hicks很喜欢邀请别人来试玩他的游戏,请他们帮助发现游戏中的瑕疵,甚至还邀请其他朋友来帮助他共同开发Robloxian High School。协同工作、基于用户反馈开展游戏优化与迭代……这便是Hicks的日常生活。

综上,在元宇宙的技术集成性和元宇宙用户创业者(领先用户身份)的持续学习力的协同驱动下,元宇宙用户创业者(领先用户身份)与其他用户共同将产品原型升级成了具有商业化潜力的创新产品。根据现有研究,用户创业者(领先用户身份)与其他用户协同开发的过程是创新产品形成的重要条件(尹苗苗等,2023),而创新产品的商业化潜力被视为用户创新成果质量的重要保证(Oo等,2019),二者均是用户创新者身份的体现。因此,本研究认为当元宇宙用户创业者(领先用户身份)与其他用户共同将产品原型升级成了具有商业化潜力的创新产品时,其便实现了从领先用户身份向用户创新者身份的演进。

(三)元宇宙用户创业者的身份生成

在元宇宙用户创业者身份生成阶段,元宇宙用户创业者的初始身份为用户创新者,因此本阶段使用“元宇宙用户创业者(用户创新者身份)”来表征其身份状态。在这一阶段,元宇宙的经济持续性与元宇宙用户创业者(用户创新者身份)的创业激情交互作用,共同促进元宇宙用户创业者的身份生成,具体内容如表5所示。

表5 元宇宙用户创业者身份形成阶段案例证据举例

聚合维度	理论范畴	一阶构念	案例证据	
经济 自主性		创作者 驱动	Roblox拥有由创作者驱动的生产系统,因此能自生发展(Ba3、C3、H3、Be3)。我们确实要感谢像Bereza、Coeptus这样的创作者,没有他们就没有Roblox的今天(Ba3、C3、H3、Be3)。Roblox可被看作为一项特殊的用户经济,推动了相当稳健的财务状况(Ba6、C6、H6、Be6)。Roblox是一个由用户构建和创建的平台(Be7、C7、Ba7、H7)	
		交易自由	游戏创作者如何设定游戏价格我们并不关注,这是他们自己的事情(Ba3、C3、H3、Be3)。	
经济 持续性		需求供给 体系	虽然玩家可以免费体验Robloxian High School的一些内容,但是如果他们想要得到更多的乐趣,也可以选择付费购买附加功能(H1)。我的目标是让所有人在不付费的情况下体验大多数内容,同时让希望购买特殊物品的玩家有付费的选择(Be1)	
		经济 循环性	虚拟现实 货币互通	Roblox中许多小游戏的装备、道具等物品都需要使用虚拟货币 Robux 进行购买。玩家们支付给平台的 Robux 会存进游戏开发者的虚拟账户中,累计一定的量后,他可以“提现”换成真实世界的货币 (Ba2、C2、H2、Be2)。Roblox在一种名为Robux的货币基础上拥有充满活力的经济……游戏开发者通过构建用户想要购买的引人入胜的体验和引人注目的物品来赚取Robux……Roblox使游戏开发者能够将Robux转换回现实世界的货币(Ba5、C5、H5、Be5)
发明 激情		观察市场 动态	当我对游戏做了一些改动后,我会特别注意玩家的反应(Be1)。我平时也会去看看其他创作者开发出的游戏(Ba1)。我会留意Roblox上的游戏动态,看什么类型的游戏更受欢迎(C1)	
		提出新 想法	我经常尝试新想法,尽管很多想法在经过我的尝试后发现不太合理(H1)	
创业 激情		成立企业 的意愿	Roblox为我开启了一个奇妙的世界,我希望能创建属于自己的游戏王国(Ba1)。Coeptus将自己的这份爱好变成了工作(C5)。我的目标是扩大规模,这样我们就有多个游戏和多个团队来保持多样化,这样如果一个游戏的受欢迎程度下降,其他游戏也不会受到影响(H1)	
		创业者成 就追求	Roblox改变了我的人生轨迹,现在我很享受那种做自己事业的成就感,我想一直这么做下去(Be1)。从 Jailbreak大获成功后,我开始对创业感兴趣,经常看成功企业家传记,想成为那样的人(Ba1)	
非经济 收益		乐趣	我非常开心也很感激,有这么多玩家体验并喜欢这款游戏,我感到非常幸运(C1)。我真的很享受游戏开发过程中的乐趣(Ba1)	
		自我实现	Gun Factory Tycoon的成功让我坚信自己在游戏设计领域是有天赋的(Be1)。我从没想过我会影响这么多人,这让我觉得我是一个闪闪发光的人(H1)	
用户创 业者身 份		成立 工作室	在Robloxian High School月盈利突破10万美元时,Hicks决定成立自己的游戏工作室,现在他已经是7名员工的老板了(H5)。我打算筹备自己的游戏工作室(B1)。现在Coeptus和一位专职的创意总监以及六位自由职业人一起合作运营游戏(C5)	
		产品 商业化	产品迭代 创新	虽然Robloxian High School已经很受欢迎了,但我们仍在为它不断添加新功能(H1)。Balfanzi还在游戏(Jailbreak)中添加了飞机,这是用户们一直强烈要求的(Ba5)
		经济收益	现在Hicks的年收入已经超过了100万美元(H5)。我毫不担心经济方面的问题(Be5)。我的收入也越来越高了(C1)。我实现了财务自由(Ba5)	

基于已有研究(郭海等,2023;杨望等,2023)以及对案例资料的深入探索,本研究认为,元宇宙的经济持续性体现在经济自主性和经济循环性两个方面。首先,元宇宙的经济自主性能够充分调动元宇宙用户创业者(用户创新者身份)的创新能动性,因此其发明激情得以更大程度地发挥(袁园和杨永忠,2022),进而有助于其获得乐趣和自我实现等非经济收益。具体而言,元宇宙经济生产体系实际上是由创作者驱动的体系(杨望等,2023),其建立和运行不受外界干扰(郭海等,2023)。例如,Roblox可以被视为一个UGC(User Generated Content)平台,其早期用户其实就是创作者。因此,Roblox本质上是由创作者驱动的用户经济,里面的一切都由创作者自主创建或开发。元宇宙用户创业者(用户创新者身份)既不会受到主线任务的约束,也不会被强迫进行某项交易(杨东和高一乘,2022),拥有较高的自主权。此时其更愿意充分调动自身能动性积极进行创新探索,从而在产品创作中实现自我价值。David Baszucki表示:“在Roblox上创造内容的权力掌握在每个普通人的手中,我们绝不干涉用户的创作自由。”据Bereza自述,Gun Factory Tycoon里的一切基本上都由他拍板决定。在开发游戏的时候,他感受到了创作的乐趣,尤其是,Gun Factory Tycoon的成功让他相信自己最大的天分是在游戏设计领域,所以他会在这条道路上坚持下去。“Roblox只是我生活的一部分”,Bereza这样说,“但它为我带来的改变时常让我感到非常振奋”。

其次,通过提供长期稳定的收益,元宇宙用户创业者(用户创新者身份)可以在经济循环性的鼓舞下保持创建激情,商业化其创新产品。正如David Baszucki所表示的那样:“Roblox中的创作者不用无偿地靠爱发电,除了凭兴趣和热情来创作游戏,还能真实地从游戏中获得收入……游戏能进排行榜前100的,现在大部分都已经职业化,至少半职业化了”。具体来说,元宇宙世界中同样存在着需求与供给,因此创新产品具有商业价值(杨望等,2023)。在Roblox上,许多小游戏的装备、道具等物品都需要使用虚拟货币Robux购买。Robux可以通过游戏中的奖励获得,也可以通过现金兑换。产品被购买后,元宇宙用户创业者(用户创新者身份)会获得虚拟资产,这种资产可以与现实货币的互通,因此虚拟资产可以有条件地转化为现实财富(郭海等,2023)。玩家们支付给平台的Robux会存进游戏创作者的虚拟账户中,累积一定量之后,创作者们可以“提现”换成真实世界的货币,当前1个Robux约等于0.0125美元。在经济收益的激励下,拥有创建激情的元宇宙用户创业者(用户创新者身份)创立新企业的动力将更强烈,其将以更高的热情投入创业活动中(如持续迭代创新产品)(朱秀梅等,2019;Cardon等,2009),这进一步推动了创新产品商业化的进程(Weking等,2023)。例如,基于Roblox“虚拟现实货币互通”的规则,Hicks在Robloxian High School中设置了很多需要使用虚拟货币购买的道具,丰厚的收入更激励其成为一名创业者的决心。当月盈利突破10万美元时,Hicks决定成立自己的游戏工作室。Hicks表示:“我想专注于游戏研发……我想要发布更多作品”。此外,Hicks会定期更新游戏内容,力图让这个游戏存活得更加长久。

综上,在元宇宙的经济持续性和元宇宙用户创业者(用户创新者身份)的创业激情的协同驱动下,元宇宙用户创业者(用户创新者身份)能够获取非经济收益并将其创新产品商业化,而这两者正是元宇宙用户创业者身份形成的体现。因此,本研究认为当元宇宙用户创业者(用户创新者身份)能够获取收益并开始对产品进行商业化运营时,其便实现了从用户创新者身份向用户创业者身份的演进。

五、结论与展望

(一)研究结论

本文通过对4位典型的元宇宙用户创业者进行案例分析,旨在回答“元宇宙用户创业者的身份生成过程”这一核心问题,试图通过探析元宇宙用户创业者阶段身份生成的影响因素和作

用机制来寻找答案。通过反复推敲三阶维度间的关系,构建出元宇宙用户创业者身份生成模型(如图2所示)。

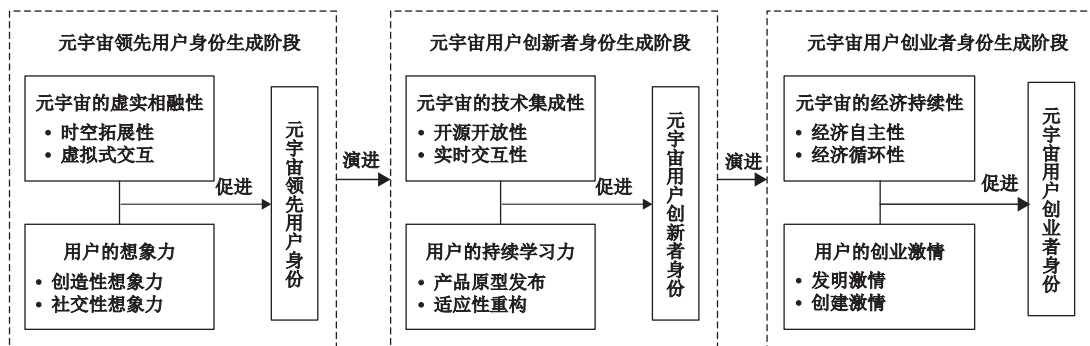


图2 元宇宙用户创业者身份生成模型

第一,元宇宙的虚实相融性和元宇宙用户创业者(普通用户身份)的想象力协同促进了元宇宙领先用户身份的生成。先前研究认为拥有较多先验知识的用户更有可能成为领先用户(Schweisfurth和Dharmawan,2018),而元宇宙的存在将挑战这一传统认知。因为元宇宙创业颠覆了资源不可再生性等假设(方光照和田鹏,2022),更强调用户想象力的能动价值(陆亮亮等,2023)。这甚至可以弥补先验知识的不足。一方面,元宇宙情境下的生产资源由数据组成,具有可再生性,可以无限供给(方光照和田鹏,2022)。这提升了普通用户的创新空间,用户可以模拟在现实世界中无法实现的创意(刘革平等,2021),任何天马行空的创意都能落地,为其开发新颖的产品原型提供了无限可能。另一方面,用户创业是基于“利基市场”的创业(Shah和Tripsas,2007,2016),元宇宙则进一步强化了这一特征,使得元宇宙用户创业者(普通用户身份)能够对市场需求进行更高层次、更精准化、更个性化的满足(Davis等,2009)。虚拟式交互能够充分发挥社交性想象力的作用,元宇宙用户创业者(普通用户身份)能够通过换位思考预测未来市场需求,从而开发出更实用的产品原型。当元宇宙用户创业者(普通用户身份)开发出了兼具新颖性和有用性的产品原型时,其便正式生成了元宇宙领先用户身份。

第二,元宇宙的技术集成性和元宇宙用户创业者(领先用户身份)的持续学习力协同促进了元宇宙用户创新者身份的生成。具体而言,通过构建安全、保密的虚拟世界,元宇宙有效保障了用户创业者(领先用户身份)的知识产权(袁园和杨永忠,2022),使其更愿意通过发布产品原型与其他用户进行市场交互,以便评估产品的商业化潜力。此外,由于允许信息自由产生、实时共享和扩散传播,元宇宙为用户创新创造了独特的环境(周鑫等,2022),帮助用户发挥持续学习力。通过不断地学习来自其他用户的多样化信息,元宇宙用户创业者(领先用户身份)对潜在市场需求有了更加清晰和深入的了解,使其能够以更加开阔、更加客观的视角构建解决方案。在这种情境下,元宇宙用户创业者(领先用户身份)才更可能在与其它用户的持续互动中实现产品共创,最终演化为元宇宙用户创新者(Fisher,2019;Shah等,2012)。

第三,元宇宙的经济持续性和元宇宙用户创业者(用户创新者身份)的创业激情协同促进了元宇宙用户创业者身份的生成。一方面,元宇宙的经济自主性能够最大化用户创业者(用户创新者身份)的创造力,帮助其获得成就感等非经济利益。这一发现是对以往研究的补充。以往研究多关注元宇宙创业所创造的经济价值(吴松强等,2023),而忽略了其所带来的精神财富。元宇宙用户创业者(用户创新者身份)通过不断实现身份演进,能够从其他用户处获得精神激励并产生情感共鸣,这是元宇宙创业与传统创业活动的重要区别(陆亮亮等,2023)。另一方面,

元宇宙世界中存在需求与供给(郭海等,2023),这意味着元宇宙用户创业者(用户创新者身份)依据创意才能、天赋和劳动而创造的数字产品天然带有资产属性,这些资产不但可以在元宇宙世界中自由流转,还能够实现与现实货币的兑换(袁园和杨永忠,2022)。在这种情境下,元宇宙用户创业者(用户创新者身份)将更愿意实现创新的价值并以更高的热情投入到后续创业活动中,从而实现身份演进成为元宇宙用户创业者。

(二)理论贡献

本文的贡献主要体现在以下方面:第一,虽然元宇宙研究方兴未艾,但现有研究仍然没有将元宇宙用户创业作为创业学的独立研究领域进行探讨(陆亮亮等,2023)。同时先前研究呼吁关注数字化时代的用户导向相关话题(Nambisan等,2019;Vial,2019)。本研究不仅回应了这一号召,还在此基础上进行了拓展,将元宇宙与用户创业两个相对独立的研究领域联系在一起,探析元宇宙用户创业者的身份生成过程。这不仅拓展了用户创业已有的研究领域,发展了用户创业理论,还推进了元宇宙创业的相关研究,为现有研究提出的“元宇宙具有用户主导性”的观点(郭海等,2023)提供了支持。

第二,本文以整体性和系统性视角揭示了元宇宙用户创业者身份生成过程。一方面,本研究识别了用户创业者阶段身份的影响因素,这不仅回应了以往学者丰富元宇宙创业前因的号召(陆亮亮等,2023),还深化了创业者身份形成机制的相关理论研究。另一方面,以往研究往往单独关注元宇宙特征和个体特质对用户创业的影响,而忽略了二者如何协同作用于用户创业过程。本文深入揭示了元宇宙特征与用户个体特质对元宇宙用户创业者身份生成的协同影响作用,实现了元宇宙用户创业微观层面特质与宏观情境特征的有机整合,构建了综合立体的元宇宙用户创业者身份生成过程模型,为后续开展特定情境下创业者身份建构研究提供了重要洞见与启发。

第三,通过从身份建构视角揭示元宇宙用户创业过程,本文不仅丰富了用户创业的相关理论研究,还扩大了身份建构理论在创业领域的解释和应用范围。尽管现有研究认为身份建构理论和元宇宙创业有着很高的适配度(陆亮亮等,2023),但少有研究将二者整合起来加以探讨。因此,本研究基于身份建构理论,剖析了元宇宙用户创业者的身份生成过程,为理解元宇宙用户创业提供了新的视角,对于身份建构理论和元宇宙创业的整合运用具有启示意义。

(三)实践启示

用户创业不仅有助于推动“大众创业、万众创新”局面的形成,还能有效释放社会创新创业动能,是普通民众参与经济高质量建设,构建经济发展新格局的重要手段。据此,本文为鼓励广大用户借助元宇宙积极开展创新创业实践提供了以下启示:

在用户层面,广大用户应首先在思想上树立“奋斗幸福观”(尹苗苗等,2023),意识到自己是创新创业活动的重要参与者,为“人人都是创新者”局面的形成贡献力量。其次,广大用户一方面应积极发挥想象力,以充分释放和发挥自身创造潜能;另一方面,用户应提高持续学习力,不断扩充自身知识库,为借助元宇宙开展创新创业活动奠定坚实基础。

在政府层面,政府应高度重视元宇宙在刺激创业活动方面表现出的巨大潜力。首先,政府应不断完善元宇宙产业方面的政策体系,如支持创建扩展虚拟世界(元宇宙)生态系统的计划、推出数字内容产业培育支援计划等,以助推我国经济高质量发展。其次,政府还应以严格的制度规范约束元宇宙的发展。具体而言,元宇宙中用户之间的持续交互可能会在一定程度上造成非法和虚假信息蔓延、隐私泄露以及伦理问题的产生,这就需要政府对这些问题进行有效治理。一方面要在法律层面制定完善的监管问责体制,一旦发现不法信息资源在元宇宙世界中流

转,就及时对生产者、传播者进行问责;另一方面,需要加强教育引导,如在元宇宙世界中进行道德宣传,提升信息用户道德素质,从源头上减少问题的发生。此外,元宇宙用户的隐私问题同样值得高度关注,政府应督促企业从技术层面建立一套完整的隐私保护机制,从而免除元宇宙用户的后顾之忧。

(四)研究局限与未来展望

数字技术的飞速发展预示着元宇宙时代的来临,元宇宙正改变着用户创新与创业的方式,也让学者们重新思考传统创业理论与模型是否适用于元宇宙时代下的创业活动。这些新的变化也呼吁更多的理论探索和规律性解释的出现。元宇宙如何影响创业活动的研究尚在不断摸索中,未来有如下问题值得研究:

第一,元宇宙对用户创业的动态影响值得未来开展深入研究。根据过程理论,从静态视角研究元宇宙对用户创业活动的影响不能全面揭示元宇宙用户创业活动的本质(Arpaci等,2022),因此有必要从动态视角进行研究。比如,用户创业者的想象力和持续学习力可能会随着时间的变化而变化,这两者都是影响用户创新创业活动的关键因素。用户创业能力的构建也是一个漫长的过程,因此从动态视角研究元宇宙如何影响用户创业者创业能力的升级同样是未来值得关注的话题。此外,元宇宙使得用户之间的交互方式发生了极大改变(Barrera和Shah,2023),但元宇宙如何影响用户创业者网络关系的动态构建过程尚未得到深入揭示。因此,未来研究还应探析元宇宙内的用户创业者的社交网络随时间演化的路径。

第二,元宇宙对用户创业机会迭代的影响值得未来深入探究。现有学者认为,在数字技术的影响下,机会迭代的发生尤为频繁(郭润萍等,2022;刘志阳等,2019),而机会迭代对于企业的可持续发展至关重要。那么,元宇宙将如何驱动用户创业机会迭代?又将如何影响用户创业机会迭代过程?在元宇宙世界中,用户创业机会持续迭代的内在机制是怎样实现的?用户创业机会迭代结果又将以何种形式呈现?这些问题都需要在未来的研究中加以探讨。

第三,元宇宙用户创业问题仍需进一步探析。本文揭示了元宇宙用户创业者的身份生成过程,对元宇宙用户创业这一新兴领域进行了初步探索。然而,用户创业作为创业领域的一个重要分支,是一个涉及多主体、多要素共同作用的过程,并且具有行业差异性,还存在许多研究空白。如传统用户创业研究认为,当行业的特点是规模小、边缘化、利基市场且需求多样化时(Shah和Tripsas,2007),用户创新者更有可能开展创业活动。那么,在元宇宙情境下,这一传统认知是否需要修正?元宇宙中的用户创业行业的多样性是否因此得以拓展?此外,本文仅在游戏场景下探讨了元宇宙用户创业者的身份生成过程。然而,元宇宙对用户创业的驱动作用可能存在不同的场景和边界条件,在不同应用场景下元宇宙用户创业过程将存在哪些区别和联系?这是未来值得探讨的研究问题。本文只是元宇宙用户创业研究的开端,通过回答上述问题对元宇宙用户创业过程加以进一步检验是未来研究的重要工作。

主要参考文献

- [1]白龙,骆正林.沉浸式网络、数字分身与映射空间:元宇宙的媒介哲学解读[J].阅江学刊,2022,14(2):68-77.
- [2]蔡莉,张玉利,蔡义茹,等.创新驱动创业:新时期创新创业研究的核心学术构念[J].南开管理评论,2021,24(4):217-224.
- [3]郭海,杨主恩.从数字技术到数字创业:内涵、特征与内在联系[J].外国经济与管理,2021,43(9):3-23.
- [4]郭海,杨主恩,丁杰斌.元宇宙商业模式:内涵、分类与研究框架[J].外国经济与管理,2023,45(3):23-45.
- [5]刘志阳,王泽民.人工智能赋能创业:理论框架比较[J].外国经济与管理,2020,42(12):3-16.
- [6]陆亮亮,刘志阳,刘建一,等.元宇宙创业:一种虚实相生的创业新范式[J].外国经济与管理,2023,45(3):3-22.
- [7]蒲清平,向往.元宇宙及其对人类社会的影响与变革[J].重庆大学学报(社会科学版),2023,29(2):111-123.

- [8]王文玉. 元宇宙的主要特征、社会风险与治理方案[J/OL]. 科学学研究, 2023: 1-14. <https://doi.org/10.16192/j.cnki.1003-2053.20221102.002>, 2022-11-03.
- [9]吴松强, 张佳惠, 蔡婷婷. 元宇宙价值创造: 理论逻辑与运行机制[J]. 外国经济与管理, 2023, 45(3): 86-100.
- [10]杨望, 徐慧琳, 魏志恒. 元宇宙创作者经济——一个理论分析框架[J/OL]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2023: 1-11. <https://doi.org/10.14100/j.cnki.65-1039/g4.20230210.001>, 2023-02-13.
- [11]尹苗苗, 冯心莹, 刘鑫怡. 用户创业者的身份演化过程——基于身份建构视角的多案例研究[J/OL]. 南开管理评论, 2023: 1-24. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/12.1288.f.20230216.1219.008.html>, 2023-02-20.
- [12]尹苗苗, 李纪莹. 反客为主: 领先用户如何成为创业者?[J/OL]. 外国经济与管理, 2023: 1-17. <https://doi.org/10.16538/j.cnki.fem.20230111.401>, 2023-04-13.
- [13]袁园, 杨永忠. 走向元宇宙: 一种新型数字经济的机理与逻辑[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2022, 39(1): 84-94.
- [14]周鑫, 王海英, 柯平, 等. 国内外元宇宙研究综述[J]. 现代情报, 2022, 42(12): 147-159.
- [15]Barrera K G, Shah D. Marketing in the Metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda[J]. *Journal of Business Research*, 2023, 155: 113420.
- [16]Biraglia A, Kadile V. The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers[J]. *Journal of Small Business Management*, 2016, 55(1): 170-188.
- [17]Brem A, Bilgram V, Marchuk A. How crowdfunding platforms change the nature of user innovation—from problem solving to entrepreneurship[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2019, 144: 348-360.
- [18]Cardon M S, Wincent J, Singh J, et al. The nature and experience of entrepreneurial passion[J]. *Academy of Management Review*, 2009, 34(3): 511-532.
- [19]Chandra Y, Leenders M A A M. User innovation and entrepreneurship in the virtual world: A study of second life residents[J]. *Technovation*, 2012, 32(7-8): 464-476.
- [20]Cheng X S, Zhang S, Fu S, et al. Exploring the metaverse in the digital economy: An overview and research framework[J]. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 2022, 1(1-2): 206-224.
- [21]Clarke J, Holt R. Imagery of ad-venture: Understanding entrepreneurial identity through metaphor and drawing[J]. *Journal of Business Venturing*, 2017, 32(5): 476-497.
- [22]Del Bosco B, Chierici R, Mazzucchelli A. User entrepreneurship in the video game industry: The role of communities[J]. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2020, 27(4): 681-701.
- [23]Dwivedi Y K, Hughes L, Baabdullah A M, et al. Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy[J]. *International Journal of Information Management*, 2022, 66: 102542.
- [24]Hoang H, Gimeno J. Becoming a founder: How founder role identity affects entrepreneurial transitions and persistence in founding[J]. *Journal of Business Venturing*, 2010, 25(1): 41-53.
- [25]Jung Y, Pawlowski S. The meaning of virtual entrepreneurship in social virtual worlds[J]. *Telematics and Informatics*, 2015, 32(1): 193-203.
- [26]Li X L, Zhang X Y, Liu Y, et al. The impact of artificial intelligence on users' entrepreneurial activities[J]. *Systems Research and Behavioral Science*, 2022, 39(3): 597-608.
- [27]McMullen J S, Kier A S. You don't have to be an entrepreneur to be entrepreneurial: The unique role of imaginativeness in new venture ideation[J]. *Business Horizons*, 2017, 60(4): 455-462.
- [28]Oo P P, Allison T H, Sahaym A, et al. User entrepreneurs' multiple identities and crowdfunding performance: Effects through product innovativeness, perceived passion, and need similarity[J]. *Journal of Business Venturing*, 2019, 34(5): 105895.
- [29]Schweisfurth T G, Dharmawan M P. Does lead usersness foster idea implementation and diffusion? A study of internal shopfloor users[J]. *Research Policy*, 2019, 48(1): 289-297.
- [30]Srivastava S, Panda S, Williams W A. User-entrepreneurship and innovation: Does customer involvement and learning orientation matter?[J]. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 2022, 37(6): 1182-1196.
- [31]Weking J, Desouza K C, Fiel E, et al. Metaverse-enabled entrepreneurship[J]. *Journal of Business Venturing Insights*, 2023, 19: e00375.
- [32]Yemenici A D. Entrepreneurship in the world of metaverse: Virtual or real?[J]. *Journal of Metaverse*, 2022, 2(2): 71-82.

A Research on the Identity Formation Process of Metaverse User Entrepreneurs

Yin Miaomiao¹, Li Jiying¹, Wu Shengyan², Liu Chunshan¹

(1. School of Business and Management, Jilin University, Changchun 130012, China; 2. School of Medicine and Health Management, Guizhou Medical University, Guiyang 550025, China)

Summary: Metaverse user entrepreneurship is a unique entrepreneurial model that effectively releases the momentum of social innovation and entrepreneurship and promotes high-quality economic development. However, at present, the development of the Metaverse is still in its infancy, and the research on Metaverse user entrepreneurship is still in practice, lacking a discussion on its internal mechanism. Therefore, this paper aims to deeply explore the identity formation process of Metaverse user entrepreneurs to reveal the process mechanism of Metaverse user entrepreneurship based on the identity construction theory.

Through the case analysis of four typical Metaverse user entrepreneurs from Roblox, this paper aims to answer the core question of “the identity formation process of Metaverse user entrepreneurs”, and tries to find the answer by exploring the influencing factors and mechanisms of identity formation in different stages of Metaverse user entrepreneurship. Finally, this paper constructs a model of identity formation among Metaverse user entrepreneurs.

The findings of this paper are as follows: First, the fusion of virtual and real elements in the Metaverse and the synergy of imagination among Metaverse user entrepreneurs (ordinary user identity) contribute to the formation of their advanced user identity in the Metaverse. Second, the technology integration of imagination and the continuous learning power of Metaverse user entrepreneurs (leading user identity) jointly promote the formation of Metaverse user innovator identity. Third, the economic sustainability of the Metaverse and the entrepreneurial passion of Metaverse user entrepreneurs (user innovator identity) jointly promote the formation of the Metaverse user entrepreneur identity.

The contributions of this paper are as follows: First, it bridges the relatively independent research fields of the Metaverse and user entrepreneurship, and explores the identity formation process of Metaverse user entrepreneurs, which expands the existing research field of user entrepreneurship and promotes the related research of Metaverse entrepreneurship. Second, it reveals the identity formation process of Metaverse user entrepreneurs from a holistic and systematic perspective, which provides important insights and inspiration for the subsequent research on entrepreneur identity construction in specific contexts. Third, by revealing the entrepreneurial process of Metaverse users from the perspective of identity construction, it not only enriches the theoretical research on user entrepreneurship, but also expands the interpretation and application of identity construction theory in the field of entrepreneurship.

Key words: Metaverse; user innovation; user entrepreneurship; identity construction

(责任编辑: 宋澄宇)