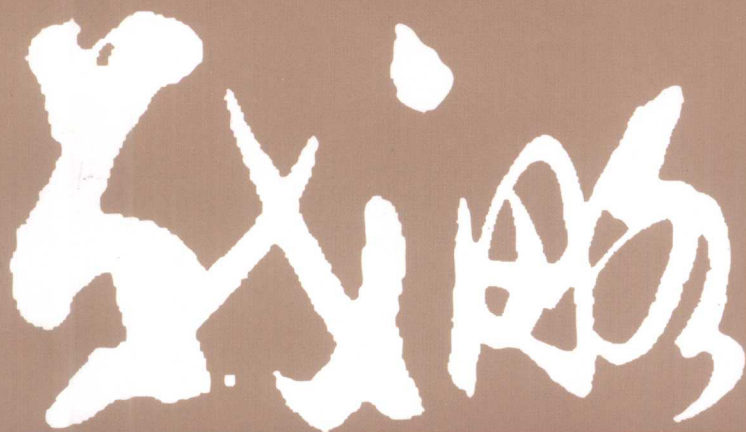




管理

Journal of Strategic Management

网络脱生：创业过程的社会学分析

边燕杰

圈子理论——以社会网的视角分析中国人的组织行为 罗家德 王竞

战略管理学科研究的新话题与新视角 田志龙 王浩 蒋倩 田博文

我国铁矿石国际贸易定价权问题研究 苏良 唐方方

ISBN 978-7-5096-0534-9



9 787509 605349 >

1

2010

图书在版编目 (CIP) 数据

战略管理. 2010 年第 1 期/徐二明主编. —北京: 经济管理出版社, 2010.3

ISBN 978-7-5096-0534-9

I. ①战… II. ①徐… III. ①企业管理 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 052044 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 徐水县宏远印刷有限公司

经销: 新华书店

责任编辑: 申桂萍

技术编辑: 杨国强

责任校对: 超凡

880mm×1230mm/16

8 印张

215 千字

2010 年 3 月第 1 版

2010 年 3 月第 1 次印刷

定价: 20.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-0534-9

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

◆ 编者的话 ◆

这一期的社会网研究专栏是“中国社会学会社会网暨社会资本研究专业委员会”接受“战略管理”徐二明总编邀请而特别制作的。杨松负专栏主编之责，罗家德、杨松、宋华与冯云霞四位理事会成员承担了编辑的任务，从学会第五次“社会网暨关系管理研究研讨会”的四十多篇与管理有关的论文中，特别挑出相关论文，经审稿修改后集结成此专栏。另外，我们还邀请了在国内外社会网研究中颇有声誉的边燕杰教授提供他的论文，并作为本期的特别介绍人物。

社会网研究早在20年前即由社会学界传入管理学界。营销领域称之为关系管理（Relationship Management），因为一对一顾客关系管理在各行各业都发展成为重要的服务，比如金融业的贵宾理财，以及很多企业为客户的总体解决方案（Total Solution）。在战略领域，社会网研究则经常以社会资本（Social Capital）的名称出现，研究战略联盟网络、外包网络、董事会连结、知识连结以及地理区域内产业网等议题。

尽管各式各样的名词不尽统一，但这类管理学研究却有两个共同点：第一，其目的都在于将某种关系管理好——如顾客关系、员工关系、劳资关系、外包商关系、战略结盟关系以及公共关系等，以利于企业长期生存与发展。第二，它们都有共同的研究理论基础，就是最近产生自社会学的社会网络理论（Social Network Theory），其研究重点，一是关系，如强、弱连带、信任关系及各类工具交换关系等；二是结构，如个体中心网、整体网、结构洞、小世界网络及自组织等。

社会网研究的出现对社会科学与管理学都产生了既深又广的影响。在理论上，它改变了研究重点，从个体行动或集体现象转而注意个体间的关系。这种关系则成为最重要的分析单位。另外，社会网的结构分析在个体行动与集体行动之间架起了一座桥梁，调和了“方法论个人主义”中低度社会化与集体决定论中过度社会化间的矛盾，可以同时分析个人能动性与时力对个人的制约。在方法上，社会网动态学（Network Dynamics）与复杂网（Complex Network）研究往往使用的是电脑仿真的系统模型，而不是推论因果的结构方程组模型。这些理论与方法上的转变可能代表了一次研究典范的转移。

最近，社会网动态学的研究结合，都直指自组织（Self-organization）问题，这无疑为管理学的本土化提供支持。中国管理的本质正在于对自组织的治理。自组织正面的发展往往可以形成非正式规范，自我管理，自我形成秩序，且拥有最强的动机，发挥极高的效率，完成集体目标；但负面的发展则是自我议定出潜规则，与整个社会秩序相对抗。

自组织不但是理解中国管理现象的关键，其实也呼应着过去本土社会学的研究。自古中国社会“皇权不下乡”，正是因为了解了中国人的自组织特性而尊重这个本质发展出来的治理机制。费孝通写“皇权（自上而下的层级权力）与绅权（自下而上自组织出来的权力）”，更是讨论这个治理机制的良好理论。自我组织、自我管理也正是今年诺贝尔经济学奖得主们的主要研究方向。威廉姆森指出在组织中网络是层级与市场间的一种治理模式，奥斯特罗姆则指出在公共行政里自组织是政府（一种层级权力）与市场之外的另一种治理模式的选择，而关系研究与社会网结构分析正是了解自组织现象的主要理论依据。

什么样的关系与互动，在什么样的社会网结构中，会逐渐演化出自我规范的秩序与自我管理的组织？中国人差序格局关系网与现有关系理论有何不同？中国人在关系中的互动法则是什么？我们如何形成自我规范的非正式规则？这些正是研究管理学本土化的核心概念，也是挑战本土管理学者的重大议题。

这个专栏上的论文分别以社会网的关系研究与结构分析探讨了创业、创新与领导的议题，用的都是本国的资料。边燕杰教授还发展了“市场—网络互动关系”模型以分析本土的创业现象。这是运用社会网理论于管理学本土化研究的一些范例。其实，社会网的相关研究早已散见在国内的管理期刊中，希望这个小小的专栏能有抛砖引玉之功，让更多的社会网研究集结成辑，有系统地探索更多的本土管理现象。

《战略管理》学术委员会

○总顾问

陈佳贵 中国社会科学院

○顾问

席酉民 西交利物浦大学

黄速建 中国社会科学院

○主任

徐二明 中国人民大学

○副主任

陈传明 南京大学

沈志渔 经济管理出版社

李 垣 西安交通大学

仝允桓 清华大学

○学术委员（按姓氏拼音排序）

蔡 莉 吉林大学

陈晓红 中南大学

陈忠卫 安徽财贸大学

高 闯 辽宁大学

郭晓川 内蒙古大学

恢光平 南京理工大学

贾建民 香港中文大学

兰海林 华南理工大学

刘力钢 辽宁大学

李维安 南开大学

李新春 中山大学

吕 源 香港中文大学

戚聿东 首都经济贸易大学

项保华 复旦大学

徐 飞 上海交通大学

张承耀 中国社会科学院

张宗益 重庆大学

周小虎 南京理工大学

《战略管理》编委会

○主 编

徐二明 中国人民大学

○副主编（按姓氏拼音排序）

林丹明 汕头大学

吕 源 香港中文大学

杨世伟 经济管理出版社

周小虎 南京理工大学

○编委会成员（按姓氏拼音排序）

范黎波 对外经贸大学国际商学院

贾良定 南京大学商学院

揭筱纹 四川大学管理学院

井润田 成都电子科大管理学院

李 东 东南大学经济管理学院

李东红 清华大学经济管理学院

申桂萍 经济管理出版社

宋 华 中国人民大学商学院

唐方方 香港中文大学

田志龙 华中科技大学

王 钦 中国社会科学院工业经济研究所

曾馥然 广东外语外贸大学国际工商管理学院

张映红 首都经济贸易大学管理学院

赵顺龙 南京工业大学经济管理学院

周长辉 北京大学光华管理学院

战略管理

Journal of Strategic Management

第2卷 第1期 2010年3月

Vol. 2 Issue 1 Mar., 2010

目 录

社会网

- 网络脱生：创业过程的社会学分析 边燕杰 (1)
- 圈子理论——以社会网的视角分析中国人的组织行为 罗家德 王 竞 (12)
- 集群内企业社会资本对其创新绩效的影响 符正平 周文亮 (25)
- 变革型领导行为对领导社会网络中心性与领导效能关系的影响研究 王振源 (37)
- 高校科研团队网络结构特征对科研创新绩效的影响研究 张 田 袁庆宏 (51)
- 集群环境下中小企业网络对融资质量的作用机制研究 宋 华 王 岚 (64)

战略研究

- 战略管理学科研究的新话题与新视角 田志龙 王 浩 蒋 倩 田博文 (72)
- 我国铁矿石国际贸易定价权问题研究 苏 良 唐方方 (82)
- 企业可持续发展研究的战略视野 徐二明 奚艳燕 (92)
- 公司治理机制对高管薪酬影响的研究 李 琳 (101)
- 专利竞赛理论发展脉络探析与本土化研究的启示 高 宇 高山行 (109)

Contents

Social Networks

- Born out of Networks: A Sociological Analysis of the Emergence of the Firm BIAN Yanjie (1)
- Chinese Circle Theory: A Network Approach to Study Chinese Organizational Behavior
..... LUO Jar-Der, WANG Jing (12)
- The Influence of Cluster Firm's Social Capital on Its Innovation Performance
..... FU Zhengping, ZHOU Wenliang (25)
- The Impact of Transformational Leadership on the Relationship between Leader's Network Centrality and
Leadership Effectiveness WANG Zhenyuan (37)
- A Case Study on the Impact of Universities and Colleges' S&T Teams Network Structure on the
Performance of S&T Innovation ZHANG Tian, YUAN Qinghong (51)
- The Impact of SMEs' Network on Bank Financing Quality in Clusters
..... SONG Hua, WANG Lan (64)

Research Notes

- Trends of Research Topics and Perspectives in Strategic Management Area
..... TIAN Zhilong, WANG Hao, JIANG Qian, TIAN Bowen (72)
- The Study of China's Pricing Right Problem in the International Trading of Iron Ore
..... SU Liang, TANG Fangfang (82)
- Strategic Vision of Corporate Sustainable Development XU Er-ming, XI Yanyan (92)
- Corporate Governance and Executive Compensation LI Lin (101)
- Theoretical Exploration of Patent Race Theory and Inspiration of Endogenous Research
..... GAO Yu, GAO Shanxing (109)

【社会网】

网络脱生：创业过程的社会学分析^①

· 边燕杰

(西安交通大学人文社会科学学院, 西安 710049)

【摘要】 社会网络在创业过程中扮演了什么角色? 本文利用定性和定量资料对这个问题给出一个尝试性的回答。基于创业的故事, 我提出了“网络—市场”互动的理想型模型, 用以解释企业的网络脱生过程。定量资料是830个企业的问卷调查, 通过调查得到的数据检验和评价这一模型的解释力。

【关键词】 社会网络; 企业家; 中国企业研究

一、引言

当前, 经工商部门正式注册的中小企业约有360万家, 另有个体工商户2790万家, 占全国企业总数的99.6%。它们绝大多数是在改革开放的大潮中产生的家庭企业和私营企业。同时, 根据2005年的统计, 这些中小型企业大约占中国当年GDP的58.9%, 提供了约75%的城镇就业机会。^② 同时, 每年有成千上万的新企业不断产生。在激烈的市场竞争中, 相当数量的企业的存活期较短, 但很多企业生存下来并快速成长。

这些企业是怎样产生的? 社会网络在创业过程中扮演了什么角色? 在本文中, 我利用定性和定量资料对这个问题给出一个尝试性的回答。定性资料是对香港及广东省珠三角地区的一些企业家的深度访谈。这些访谈给出了一幅生动的企业诞生图景: 企业家们充分利用他们的社会网络, 了解信息, 发现机会, 获取资源, 创办企业, 以满足市场需求, 实现成功的梦想。基于这些创业故事, 我提出了“网络—市场”互动的理想型模型, 用以解释企业的网络脱生过程。定量资料是830个企业的问卷调查, 通过调查得到的数据检验和评价这一模型的解释力。^③

【作者简介】 边燕杰, 博士, 美国明尼苏达大学社会学系教授, 西安交通大学人文社会科学学院院长、实证社会研究所所长。E-mail: bianxooi@umn.edu; yjbian@mail.xjtu.edu.cn.

① 原文为英文, 张磊翻译并审核、确证了调查分析的结果, 在此致谢。发表时, 作者做了删节。

② 由于统计年鉴中没有对于中小企业数量的统计口径, 所以, 此处的数据来源为各专业报章中的相关报道。在近两年的报道中, 对于中小企业的数量一直存在两种不同的口径: 经工商部门正式注册的中小企业和个体工商户以及全部的中小企业和个体工商户数量。在本文中, 我们的企业调查范围是正式注册企业, 因此采用正式注册数量统一口径的数据。此处的数字主要来源为:《市场报》(2006年5月17日)、《第一财经日报》(2006年8月21日)、《中华工商时报》(2005年12月6日)、《金融时报》(2005年10月26日及2005年10月1日)、《中小企业报》(2005年9月27日)、《中国工业报》(2005年9月26日)、《经济日报》(2005年3月14日)。

③ 感谢丘海雄教授在调查中的合作与支持。

二、两个创业故事

宋先生的故事：

“被机会撞了一下腰”之前，宋先生从来没想过能拥有属于自己的企业。宋先生小时候生活在广州，喜欢和邻里玩耍，经常与朋友下棋，并小有名气。他的一位年长的棋友“老曹”曾经是他的邻居，并且是一家国有企业的后勤主管。在1995年，还有一年就要从中山大学本科毕业的宋先生，开始为毕业后的出路想办法。对弈中，老曹向他建议，创立一家私营企业。“你何不通过卖我们厂的垃圾来赚些钱？”“垃圾？”“是呀，就是我们厂里堆积如山的用过的棉手套。我们厂从来也没有人想过用它们卖钱或是重新使用它们，因为厂里有规定，本厂员工无权以营利为目的处置本厂资产。不过，这些东西应该可以卖个好价钱。”“不过，就算我想赚这个钱，你们厂让吗？”“我负责后勤工作，这事儿我说了算！”就这样，宋先生利用与一位后勤主管棋友的社会关系开始了他的第一次商业活动。

这项生意并没有持续太长时间。一方面，一家工厂中的垃圾并不足以长期地满足市场的需求。宋先生虽然尝试与其他工厂联系，但由于市场竞争加剧，利润空间越来越狭窄，最终他不得不放弃了这项生意。另一方面，“垃圾生意”在宋先生看来也确实不是“他的志向”。他还是很希望运用自己所学的专业知识来开创一种完全不同的商业发展道路。尽管如此，“垃圾生意”还是为宋先生提供了足以开办一家市场调查公司的资本。现在，他的调查公司是全国10大调查公司之一。

冯先生的故事：

冯先生本来是南方的一名普通的农民，自己学习做木匠活儿。自1982年来，他一直梦想成为一个制售家具的个体户。因为当时广东省得到中央政府的批准，允许个体或私营企业经营，而家具制造是这些被放开的行业中的一个。在那段时间里，木质家具，特别是红木家具在市场上有非常好的销路，市场的需求很大，而从事家具制售的公司甚至可以得到100%的边际利润。如此强的卖方市场促使冯先生建立自己的家具企业，并成为一名企业主。虽然冯先生从邻里和亲朋那里了解了许多家具市场的信息，但他的问题是筹集创业资金。

在1982年的时候，凑齐5000元人民币的创业资本，对于年收入500元、存款仅有250元的冯先生来说是非常大的难题。当然，时至2003年，冯先生的家具企业已经拥有员工500多人，税后年利润470万元，这点资金是小钱，可在当时，5000元的创业资本确实是个大数目。他想尽办法才从亲友那里借到了2000元。剩下的3000元，则是依靠当地的村干部“三哥”，与他合伙经营这家企业而得到的。“三哥”通过自己的权力和关系，从当地的信用社得到了这笔贷款。同时，“三哥”还帮助冯先生为这家合伙人企业搞定了注册手续及其他必要的文件。

故事的启示：

这些故事背后有一个共同点：市场中的商机是通过企业主个人的社会网络来传递的。当然，为这些商机而投资创业需要勇于面对风险的企业家气质。虽然冒险精神和成为老板的欲望是重要的因素，但是以上的故事还表明，知晓这些机会是同等重要的，并受两个因素的制约：①企业家是否置身于一个对某些产品或服务有着强烈市场需求的环境之中，从而为企业家提供了赚钱和发展的前提；②企业家是否身处一个可以有效传递市场供求信息并为创业提供相应资源的社会网络之中，这是把握商机的结构条件。市场需求和网络结构两个因素怎样影响创业过程？以下我从理论上探讨这个问题，并建立分析模型。

三、创业过程中的市场和网络

企业因需求而生。对于新古典主义经济学而言,这是一个常识性的结论(Becker, 1976)。根据这一流派的观点,在完全市场中,供需相当即为均衡。当需求得不到有效满足时,失衡就出现了。这种失衡蕴藏着经济发展的机遇,并为新企业的建立提供必要的空间(McKenzie and Tullock, 1989)。如果这种需求是即时性的,新企业的存在就可能是短期的;如果这种需求是强烈且持续的,新建企业则有可能长期存活并不断成长(当然,我们假设新企业的产品或服务的质量和价格是符合市场需要的)。简而言之,企业的建立和成长可以用市场需求理论来解释,新企业的出现正是为了要有效满足特定的市场需要。解决供不应求,建立新企业并不是唯一的解决办法。在所有经济体中,一个常见方法就是提高现有的企业的经济效率(Becker, 1976)。然而,对于20世纪80年代的中国而言,这条道路行不通:在公有制一统天下时,没有实际意义上的竞争,企业效率普遍低下,国有部门中的产权安排不能有效地激励生产者,而国有体制之外的商机则对他们更有吸引力。事实上,20世纪80年代中国改革的关键就在于“放鸟出笼”政策,为国有体制之外的新型经济组织和经济行为的出现提供条件(Nuaghton, 1995)。在这样的宏观架构和商业氛围之中,像前面访谈到的企业家,他们在遇到特定的机会时,就会考虑自己的从商之旅。

这些故事同时印证了Granovetter(1985)提出的“结构嵌入型”的重要性:机会根植于既有的社会关系网络之中,这些关系网络使企业可以有效地获取和使用组织信息,与其他经济实体与决策人建立与信任,以利交易。需要注意的是,这样的经验事实并不只适用于中国。事实上,在西方社会,类似的实例是大量的:社会网络的角色体现在英国纺织业的扩张、美国玻璃企业的成长(White, 2002),芝加哥信贷的发放(Uzzi, 1997)等。在中国经济转型背景下,社会网络在传递经济情报的过程中,起着非常重要的作用,这主要是因为信息的规格化程度低,不适于市场传递,即Boisot和Child(1996)所谓:信息的非格式化问题。此外,社会网络的作用还在于保护企业免受地方政府的威胁(Peng, 2004),在法制不健全的情况下为商业合同的履行和运作提供保证(Zhou等人, 2003),获取多种稀缺资源以提升企业的生产能力(Bian, 2002)。那么,在创业时,社会网络的特殊作用是什么呢?

企业家访谈结果表明,建立新企业的三个步骤中,都需要社会网络:①了解商机:这种“了解”可以是无意之中做到的事,正如宋先生的例子:在无意间,他通过自己的棋友得到有用的信息;当然这种“了解”也可以是有意识地进行的:如冯先生的例子,他主动从经商的邻里和亲朋那里了解有关的商机。②筹集创业资金:就像在香港和其他市场经济中一样,珠三角的企业家们也是在启动资金不足的情况下开始自己的经营的。由于中国资本市场不发达,当自己的私人存款不足以支持创业的时候,很少有企业家可以方便地从国家或是地方银行得到他们所需要的资本。大多数人是通过向家人、亲戚、朋友和通过其他社会活动结识的人借钱来开始经营的。这种融资方法,或是通过非正式的民间借贷,或是通过合伙经营(如冯先生的例子)来实现。③得到订单:提供订单的人往往就是提供商机信息的人(如宋先生例子中的“老曹”),或是创业合伙人(如冯先生例子中的“三哥”)。总而言之,了解商机,筹集资金,得到订单,是与企业家的社会网络紧密相关的创业过程中的三个环节。

表1展示了新企业的建立是如何在网络和市场的互动关系中进行的。首先,网络视角有两个维度:一是经济体深深植根于既有网络之中,二是企业在自身发展中仍需营造新网络。另外,市

场视角也有两个维度：一是市场需求是持续性的，二是这种需求是即时性的。因而，市场—网络互动交叉，就得到了四种创业的理想型企业。

表 1 市场—网络互动关系

人际网络	市场需求	
	持续的需求	即时的需求
网络嵌入	I 新企业嵌入在社会网络之中，在这一网络中，市场对特定产品或服务的需求较强且持续。因此，商机和企业会长久维持并不断成长 在企业初建时期，投资和订单均来自于网络关系，这种网络关系将扮演一种长期的角色，促进企业的成长	II 新企业嵌入在社会网络之中，在这一网络中，市场对特定产品或服务的需求是即时的，不持续的。因此，企业往往生存期较短，或是很快改变其产品或服务 在企业初建时期，投资和订单均来自于网络关系，这种网络还将在企业转产过程中扮演特定的角色
网络营造	III 新企业因较强且持续的市场需求而产生，但是它的长期生存和成长则取决于营造网络关系，以获取新的商机和资源 在企业初建时期，投资和商业订单并不一定从社会网络中获得，但是企业未来的发展将主要地取决于对网络关系和资源的营造	IV 新企业因即时的、非持续的市场需求而产生。因此，企业生存期一般较短，或很快转产，提供其他产品或服务 在企业初建时期，投资和商业订单不一定从网络关系中获得，但须营造关系资源，使企业可以生存、转产和发展

第 I 类企业脱生于网络，市场对于特定产品或服务的需求是较强且持续的，企业通过社会网络关系得到创业投资和第一份订单，并且，这种关系在企业日后的发展中起着长期的作用。第 II 类企业也脱生于网络，但它们所面对的是一种即时的、非持续的市场需求，因此，维持现有的社会网络关系是非常重要的，因为这种网络关系对企业日后的转产和持续生存提供了可资利用的条件。与第 I 类企业相似，第 III 类企业同样面对较强且持续的市场需求，但在企业初建时期，并不需要使用基于社会网络的信息与资源，因为对这一类企业而言，通过市场化的正式渠道可以获得与创业相关的信息与资源。然而，面对激烈的市场竞争，为了生存和发展，这类企业很可能被迫去营造自己的社会网络，以获得更多的社会资源。最后，第 IV 类企业与第 II 类相似，是因即时的、非持续的市场需求而出现的。因此，它们所提供的产品、服务，甚至是它们自身也注定是短命的，因而面对的是如何尽快转产。虽然在企业初建阶段，创业投资和订单不一定是通过网络获得的，但是为了生存下去，它们需要不断营造社会网络，开发社会资源。对这类企业而言，社会网络在转产过程中也将扮演重要的角色。

四、珠三角地区企业问卷调查

个案研究使我们等到上述“网络—市场”互动关系的理论认识，但并不适于检验相关的研究假设：假设检验必须通过个案之间的比较才能得到，而相关个案必须有代表性，才能将研究结论推广到总体。为了进行假设检验，在中山大学社会学系的协助下，我在 2003 年对珠三角地区的中山、佛山和江门完成了 830 个企业的问卷调查。自 20 世纪 80 年代以来，这些城市经历了由农业镇到工业化城市的经济转型。这期间，中国南方出现了大量的新兴企业，为深入研究企业的建立提供了数据采集地。从抽样的角度看，在广州等老城市选取新建企业的样本是比较困难的，而在珠三角地区新发展起来的工业城市中，随机抽样相对比较容易。同时，中山、佛山和江门各市的企业聚集于某一两种行业，便于对行业这一因素进行统计控制。具体而言，这三个城市的企业主

要集中在家具、服装加工、纺织、陶瓷、建材以及小规模制造业这几个行业中。有幸的是，我的合作单位中山大学已经对这三个城市进行了长期的调查研究，它对于这些城市的行业结构、社会环境已经有了深入的了解，这对于有效地、有针对性地设计和实现本次调查是非常有意义的。

这次调查在 2003 年秋冬两季进行，参与调查的调查员均为受过训练的当地人。由于在厂区进行调查的难度较大，我们特意选择那些曾与被调查企业的企业主有过联系的调查员。我们的研究涵盖了当地特定行业中的所有企业。总体的回答率是 70%。初步的分析显示，被调查企业的规模分布与该地区的总体情况是相一致的。一开始，我们的调查目标是企业的总经理，但后来发现对于规模超过 500 人的大企业，事实上是由专门科室的经理来填写问卷的。

出乎意料的是，让被调查人相信我们的调查是单纯的学术研究，而与税收、国家监控等活动完全无关，成了一项非常困难的任务。由于这一问题，被调查人对于涉及企业业绩的问题（利润、收入等）往往拒答或是提供不准确的答案。由于固定资产和利税额是按年连续记录，有账可查，我们可以从官方数据中得到相应问题的答案。我们也发现，在控制行业因素之后，企业的业绩与用电量之间是高度相关的。后者能可靠地被用来替代前者或是作为工具变量。最后，我们发现，被调查人还是乐于回答有关社会网络的问题的。

表 2 描述了 830 个企业创业时的基本情况。整个样本中，12.5%的企业是家具制造业，15.9%服装加工业，24.3%纺织企业，14.2%主营陶瓷制品，21.9%是小型机械制造，同时有 11.1%的企业做建材生意。其中，绝大多数企业是私营企业（占 82.3%），其余的是国有企业（占 0.5%）、集体企业（占 2.9%）、外资企业（占 7.0%）以及股份公司（占 7.4%）。平均员工人数为 230 人多一点，但是方差很大。雇员 50 人以下的小企业占 44.2%，雇员 51~500 人的中型企业占 46.6%，而 500 人以上的大型企业约占 9%。这些企业 2002 年平均固定资产为 1800 万元，上交利税 146 万元，共交纳电费约 220 万元。每消耗 100 元的电能，产生 67 元利税。就企业管理结构和员工流动而言，45.3%的企业有董事会，8.3%的企业（大多为国有企业、集体企业和股份公司）有党组织，同时，这些企业也经历着非常高的年度员工流入（24.2%）和流出（17.6%）。很多企业雇用“农民工”从事熟练或非熟练工的工作，它们的员工流动率很高。

表 2 广东省中山、佛山和江门样本描述

在调查时的情况		在初建时的情况	
行业 (%)	比例 (%)	初建时间	比例 (%)
家具	12.5	1990 年或以前	21.1
服装	15.9	1991~1993 年	13.3
纺织	24.3	1994~1997 年	22.7
陶瓷	14.2	1998~1999 年	18.1
制造业	21.9	2000~2001 年	14.7
建材	11.1	2002~2003 年	10.1
经济部门 (%)	比例 (%)	组织形式	比例 (%)
私营	82.3	家族企业	51.3
国有	0.5	合伙人企业	28.2
集体	2.9	私人企业	6.6
外资	7.0	股份制或外资企业	7.6
股份公司	7.4	其他	6.3

续表

在调查时的情况		在初建时的情况	
员工数量 (%)	比例 (%)	创业投资 (万元)	比例 (%)
<=10 人	7.7	<1	1.45
11~50 人	36.5	1~10	28.14
51~100 人	20.6	11~50	33.95
101~500 人	26.0	51~100	10.83
>500 人	8.9	>100	25.63
平均员工数	230.1	资金来源	比例 (%)
经济指标 (单位: 10000RMB)	比例 (%)	网络	61.8
固定资产	1829.9	家庭或个人	28.9
利税总额	146.0	其他组织	9.3
用电量	222.6	融资渠道	比例 (%)
结构和变迁	比例 (%)	家庭关系	66.1
有董事会的企业	45.3	亲属关系	36.1
有党组织的企业	8.3	朋友关系	23.0
新增员工 (n = 749)	24.2	其他社会关系	22.2
员工流出 (n = 748)	17.6	不使用社会关系	2.9
		拒答或缺失	7.2
		首个订单的属性	比例 (%)
		企业主与客户以往有关系	73.5
		书面合同	48.7
		订单一直持续至今	52.5

这些企业都是中国经济改革的产物。大约 21.1%的企业在 20 世纪 80 年代建立, 54.1%的建立 在 90 年代, 24.8%的则是在 2000 年及以后才出现的。由于在 1993 年之后, 特别是在 1998 年产权 改革之后, 私营经济才得到合法地位, 因此改革初期出现的企业注册的不一定是私企, 与 2003 年 的经济类型是不同的。初建时, 51%的企业是“个体户”, 28.3%的是合伙经营, 6.6%的是私人企 业, 7.6%的是股份公司或是外资企业。另有 6.3%的被调查人没有给出答案或是选择“其他”。到 2003 年, 这些回答“其他”的企业中有些是国有, 有些是集体还有一些是股份公司。可以假定, 初建时的经济类型是“其他”类别的企业很可能是在实际操作中为私营性质的“乡镇企业”。

被调查企业需要的创业资本相差很大, 创业资本在 1 万元及以下的占全部样本的 1.45%, 1 万 元到 10 万元的占 28.14%, 11 万元到 50 万元的占 33.95%, 51 万元到 100 万元的占 10.83%, 以及 超过 100 万元的占 25.63%。其中绝大多数企业的创业资本集中在 10 万元左右, 就是用今天的标 准来看, 不论是什么类型的企业, 这也是一笔数目极大的资本。因而可以想见, 筹集如此巨款需 要极为艰苦的努力。在三种主要的资金来源中, 通过各种人际关系而筹集的资金, 我们称之为 “网络模式”, 大约占 61.8%。另外, 28.9%的企业当初是通过企业主个人和直系亲属的投资来创业 的。最后, 有 9.3%的企业其资金来源于各种正式组织, 如外资企业、国有单位、非营利机构或 国家银行。

这些资金是如何获得的呢? 在“融资渠道”这一问题上, 66.1%的企业的创业利用了家庭关 系, 36.1%依靠其他亲戚, 23.0%找了朋友帮忙融资, 另有 22.2%还发动了其他社会关系。总的来 说, 90%的企业依靠企业主所嵌入的社会网络来融资。只有极少数企业 (不到 3%) 认为它们当初

并没有通过任何社会关系渠道筹集创业资金。分析表明, 做这样回答的企业主要是外资企业和国有企业。最后, 大约 7.2% 的企业由于被调查人不是企业的创始人, 对当初的情况知之甚少, 所以在这道题目上没有给出答案。进一步的分析表明, 做上述回答的企业主要是家庭或是合伙人企业。如果我们假定, 个体户必须投入创始人的个人资金, 而合伙经营则需要所有参与者都出资; 因此可以进一步假定, 前者的资金来源主要是家庭和个人, 而后者则是社会网络。这些讨论在后文中将被用来检验社会网络在筹集创业资金中的作用。

最后一部分的描述是针对第一份订单的。对于第一份订单的性质, 设计有 3 道问题: 合同的形式、与该客户是否有过往关系、与该客户的业务往来自第一份订单之后是否持续。表 2 中的结果表明, 有一半企业的首份商业订单是书面合同, 另一半则使用口头合同。前者可以是简单的一份传真, 明确指出订单的内容、价格以及预期的交货时间。根据公司法, 这些传真记录也是有法律效力的。与此相反, 口头合同不会受到任何的法律保护, 因此需要参与方之间有一定的信任度, 而订单额度越大, 该信任度则越高。大约 3/4 的企业主在订立口头合同之前便与该客户存在着既有的社会关系, 说明人际关系是信任的保障。一些指标显示, 商机不仅仅是即时的市场需求: 52.5% 的被调查企业表示它们与第一个客户的业务关系会持续下去, 有的会维持一年或更长。

五、社会网络与创业资本

表 3 列出了企业筹集创业资本时社会网络作用的分析结果。在表 3 的 A 部分, 我们将资金来源和融资渠道进行交互分类。不难理解, 当资金是从网络 (61.8%) 或家庭/个人 (28.9%) 而来时, 其融资渠道几乎都是社会关系。当资金来源于其他组织时 (9.3%), 社会网络也是很重要的融资渠道 (占 7.2%), 只有少数没有使用关系 (2.1%)。

表 3 投资来源和融资渠道 (N = 830)

A. 百分比交互分析				
投资来源	是否通过社会关系融资		Total	
	是	否		
网络	61.8	0.0	61.8	
家庭或个人	28.1	0.8	28.9	
正式组织	7.2	2.1	9.3	
Total	97.1	2.9	100.0	
B. 投资来源的多分类 Logistic 回归分析				
参 数	网络/正式组织		家庭或个人/正式组织	
	B1	Exp (B1)	B2	Exp (B2)
企业类别				
个体户	2.302***	9.997	2.250***	9.490
合伙经营	1.016**	2.763	0.939*	2.558
其他（国有或集体）	0.580	1.786	1.097	2.994
外资或股份公司（参照组）				
创业投资大于 100 万 RMB	-0.652**	0.521	-0.690***	0.502
建立时间				
1994~1998 年	1.097**	2.996	1.197**	3.309
1999~2001 年	1.355**	3.877	1.672***	5.321
2002~2003 年	2.254***	9.530	2.305***	10.027

续表

参 数	网络/正式组织		家庭或个人/正式组织	
	B1	Exp (B1)	B2	Exp (B2)
1993 年或以前 (参照组)				
行业				
家具	1.537	4.650	1.196	3.307
服装加工	1.206	3.341	1.006	2.735
纺织	1.563**	4.776	0.884	2.420
陶瓷	0.793*	2.210	-0.207	0.813
其他 (参照组)				
截距	1.875***		1.428***	
模型评价				
Model χ^2	154.644			
df	22			
R ²	0.226			

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

对于那些利用正规途径筹集资金的企业,其中的 3/4 (或总样本中的 7.2%) 与国家银行或是其他正式机构之间有社会关系。总之,利用社会关系是占支配地位 (97.1%) 的筹资方法。

为了进一步研究企业对融资渠道的选择,我们用多分类 Logistic 模型讨论影响这种选择的主要因素。表 3 中的 B 部分给出了这一模型的结果。这一模型比较了创业过程中企业主如何从 A 部分列出的三种主要渠道中进行选择。我们可以简单地把 B 部分中的 Exp (B1) 和 Exp (B2) 理解为企业主在不同渠道间的选择偏好:这一数值可以取全体非负实数,而且如果 Exp (B1) 比 1 大,则说明相比“正式组织”而言,企业主更加倾向于选择“网络”这种融资方式,数值越大,这种偏好就越强烈;而如果这一值比 1 小,则说明企业主更倾向于选择“正式组织”这一途径,数值越小,就说明这种偏好越强烈。同样的道理,对于 Exp (B2),大于 1 表明偏好于“家庭/个人”渠道,小于 1 表明偏好于“正式组织”。

具体地说,属于“个体户”或是“合伙经营”的企业,相较“外资企业”,显著地以更大的可能性去选择使用“网络”或是“家庭/个人”作为主要的融资渠道,而不是选择使用“正式组织”。虽然本研究中,“国有/集体企业”也较倾向于使用这两种基于社会网络的融资渠道,但这种倾向与外资企业相比并不构成明显的区别。换句话说,国有、集体企业和外资企业主要是依靠在正式渠道中的自身优势获得投资,而其他所有制的企业则主要地依靠企业主个人的社会网络和其中的资源。

另外,在同样的统计控制的前提下,我们还发现,社会网络的融资能力也是有限的:对于初始投资 100 万元或以上的情况,企业主更多地会去选择“正式组织”作为其主要的资金来源,相较而言,选择“网络”或“家庭/个人”的可能性只有选择这种正式渠道的可能性的一半。这也就是说,在欠缺如此大规模的投资的时候,人们更倾向于向正式渠道寻求帮助,这与我们的常识是相符合的。

最后,保持其他因素不变,我们还发现较新出现的企业相比于 20 世纪 90 年代初出现的企业更多地依靠基于企业主社会网络的融资渠道。对于这一现象,我们可以解释为:由于改革开放在珠三角地区的深入,企业主的社会网络或是家庭/个人已经积累了数额可观的资本,因而可以通过这一途径找到创业所需的足够的资本。但需要注意的是,这一结果并不足以表明相对于基于社会网络的途径,正规渠道的影响力已经减弱。

六、社会网络与第一份订单

社会网络的另一个重要的作用就是确保企业可以得到第一份订单。第一份订单对于任何一个新兴企业的出现和发展都是不可或缺的。这里的关键问题是，第一份订单从何而来。访谈表明，企业主不仅从商界伙伴或朋友那里了解商机，也从他们那里得到订单。表4的A部分对第一个订单的形式以及与该客户的联系是否维系至今进行了描述性的总结：在提供有效回答的751家企业中，我们可看到即有的社会关系非常重要，不论企业与其客户之间签订的是书面的还是口头的合同；在使用口头合同的企业中，接近40%的企业与其第一个客户有既有的社会关系，而在使用书面合同的企业中，大约1/3的企业与其客户有这样的关系。社会关系对口头合同的关联度高于社会关系与书面合同的关联度，但这个关联度的差别远远小于我们的预期。此外，在766家企业中，近七成的企业与其客户的商业联系是持续的（73.1%），而在这其中，绝大多数的商业联系建立在与该客户既有的社会关系的基础之上。可以说，与客户是否有既有的社会关系对于企业能否持续得到订单是紧密联系的，对于企业的生存与发展也是极为重要的。

表4 首个商业订单属性的统计分析

A. 百分比交互分析	N=751		N=766	
以往与该客户有关系	合同形式		商业联系是否持续至今	
	书面	口头	是	否
是	32.5	38.6	53.9	17.8
否	16.2	12.7	19.2	9.1
Total	48.7	51.3	73.1	26.9
B. 合同形式和持续性的 Logistic 回归分析				
参 数	书面=1/口头=0		持续=1/中断=0	
	B1	Exp (B1)	B2	Exp (B2)
网络				
企业建立者与该客户以往有关系	-0.398*	0.672	0.361*	1.434
企业类别				
家庭企业	-1.607***	0.201	0.879**	2.409
合伙人或个人	-0.801*	0.449	0.059	1.061
其他（国有或集体）	-0.762	0.467	-0.274	0.760
外资或股份公司（参照组）				
创业投资大于100万RMB	0.301***	1.351	-0.006	0.994
建立时间				
1994~1998年	-0.231	0.794	0.059	1.061
1999~2001年	0.463	1.589	0.363	1.438
2002~2003年	0.691*	1.995	0.934***	2.544
1993年或以前（参照组）				
截距	-0.026	0.974	-2.190	0.112
模型评价				
Model χ^2	219.024		35.101	
df	8		8	
R ²	0.351		0.071	

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。

我们使用 Logistic 回归模型来进一步探求社会关系作用的持续性。在表 4 的 B 部分与表 3 的 B 部分使用同样的解释逻辑: Exp (B1) 和 Exp (B2) 分别表示企业主对书面形式的合同以及对与特定的客户维系商业联系的选择偏好, 如果 Exp (B1) 大于 1 表示企业主倾向于选择与客户订立书面合同, 而 Exp (B2) 大于 1 表示倾向于与该客户维持现有的商业联系; Exp (B1) 小于 1 说明偏好于口头合同, Exp (B2) 小于 1 表示倾向于终止与当前客户的联系。

具体地说: ①在企业类型等因素保持不变的前提下, 如果在企业建立之时就与其第一个客户有既有的社会关系, 它们更倾向于使用口头合同来规定第一份订单。同时, 相较于同客户没有既有社会关系的企业, 企业主会更加倾向于把这种相互合作的关系维持下去。不论是合作关系的维持还是选择使用口头合同, 都体现出企业与第一个客户之间较高级别的信任关系。这也就是说, 既有的社会关系对于信任关系的建立与维系是非常重要的。②除了既有的社会关系这个影响因素外, 这一模型分析还揭示出另外几个有趣的现象: 在保持其他条件不变的前提下, 家庭企业和合伙经营的企业较外资企业更加倾向于使用口头合同来处理它们的第一份订单; 特别是, 家庭企业也更加显著地偏向于维持与其第一个客户间的商业合作关系。另外, 我们还发现企业初建时的投资规模与合同的形式之间也是有显著关联的: 若企业的初始投资大于 100 万元, 则会显著地偏向于使用较为正式的书面合同来开始它的经营。最后, 在其他条件不变的情况下, 相比于 20 世纪 90 年代初期成立的企业, 在 21 世纪成立的企业更加偏好于订立书面合同, 这可以说明珠三角地区的商业运作逐步正规化, 使用书面合同已经逐渐成为一种商业规范, 即使是新兴的企业也越来越多地遵从这一规则。同时, 这些新成立的 (特别是 2002 年以后) 企业相比 20 世纪 90 年代初的企业也更加乐于与其第一个客户维持长期的商业合作关系。

总之, 这一部分的分析表明, 企业主的社会关系网络对于企业以相对低廉的谈判成本, 以及在相对较高的互信氛围之中获得第一份订单并争取与该客户日后稳定的商业往来是非常重要的。

七、结论和启示

企业主的社会网络对创业过程至关重要。这是珠三角企业创建过程研究的总体结论。建立私人企业与商机相关的情报、创业资金、首份订单, 这三者缺一不可。而这三个资源都深深地嵌入于创业者的个人社会网络之中。深度访谈表明, 社会网络中充满了商业信息, 而关系人也是寻求合作伙伴, 筹集资金, 拿到订单的前提条件。对于 830 家企业的问卷调查进一步表明, 在创业之初的融资渠道主要依靠社会网络, 不仅是因为这些投资存在于家庭和社会关系之中, 更重要的是因为获取这些资金完全是通过社会关系而运作成功的。只有极少数的企业 (约 3%) 在其初建时期没有通过任何的既有的社会关系来筹集资金。最后, 本研究还揭示出企业主与客户之间既有的社会关系与订单获得之间有密切的关系: 既有的社会关系为企业与客户间良好的信任关系提供了重要基础, 从而使企业可以绕过复杂的书面合同的订立过程, 节约交易成本; 而这种信任关系的长期维系也可以确保持续得到订单, 有助于降低企业经营的风险。

同时, 以下几个方面还有待新的研究继续探讨: ①本研究主要的目的是检验“市场—网络”理论, 焦点是创业资金以及第一份订单的获得与企业主既有的社会网络的关系。然而, 由于数据的限制本研究没有讨论“网络的经营”这一维度: 我们需要使用纵贯数据来刻画企业生命过程及其外部环境变化的完整轨迹。②由于研究的兴趣所在, 本研究对于企业主的个人属性没有加以考虑。然而企业创始人的年龄、教育程度、以往的从商经历, 以及 (或) 其过往的管理经验都很有可能对其创业过程中对社会网络和资源的营造和使用方式产生重大的影响。我们期待新的研究对上述因素

进行深入探讨,这将非常有助于我们进一步搞清企业生命历程与社会网络及市场需求之间的关系。

最后,熊彼得主义的企业家理论指出:企业家是喜欢风险的开拓者。然而,现有的研究表明,企业家首先应当是一个社会网络的“掘金人”。在当前经济转型的背景中,不仅在部分经济信息仍然不统一、不透明(Boisot和Child,1996),而且资本和产品市场也对新兴企业不甚有利。因此,企业主除了要有冒险精神外,还要具备在社会网络中掌控商机,把握资源的存在性、有价值性以及可传递性的能力。当前,把握信息、机会和资源并把它们变为现实中的商业实体和商业运作的能力已经成为新企业主成长为企业家的一条必经之路。

[参考文献]

- [1] Becker, Gary. The Economic Approach to Human Behavior. in *The Economic Approach to Human Behavior*, University of Chicago Press, 1976: 3-14.
- [2] Yanjie, Bian. Social Capital of the Firm and Its Impact on Performance: A Social Network Analysis. in *The Management of Enterprises in the People's Republic of China*, edited by Anne S. Tsui and Chung-Ming Lau. New York: Kluwer Academic Publishers, 2002: 275-298.
- [3] Boisot, Max, and John Child. From Fiefs to Clans and Network Capitalism: Explaining China's Emerging Economic Order. *Administrative Science Quarterly*, 1996 (41): 600-628.
- [4] Brown, Jonathan, and Mary B. Bose (editors). *Entrepreneurship, Networks, and Modern Business*. Manchester and New York: Manchester University Press, 1993.
- [5] Granovetter, Mark. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 1985 (91): 481-510.
- [6] McKenzie, Richard and Gordon Tullock. Economic Thinking. Chapter 1 in *The Best of the New World of Economics*, IRWIN, 1989.
- [7] Naughton, Barry. *Growing out of the Plan: Chinese Economic Reform, 1978-1993*. New York: Oxford University Press, 1995.
- [8] Uzzi, Brian. Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 1997 (42): 35-67.
- [9] White, Harrison. Markets and Firms. Chapter 6 in *The New Economic Sociology*, edited by Guillen, Randall Collins, Paula England, and Marshall Meyer. Russell Sage Foundation, 2002.
- [10] Zhou, Xueguang, Wei Zhao, Qiang Li and He Cai. Embeddedness and Contractual Relationships in China's Transitional Economy. *American Sociological Review*, 2003 (68): 75-102.

Born out of Networks: A Sociological Analysis of the Emergence of the Firm

BIAN Yanjie

(School of Humanities & Social Sciences, Xi'an Jiaotong University, Xi'an, 710049, China)

Abstract: What roles do social networks play in the start-up of a business? In this paper, I try to answer these two questions with the assistance of two kinds of data. Based on the self-reported stories, I then formulate a typology of market and network images of the emergence of the firm in contemporary China. The second source of data is based on a survey of 830 firms in the Pearl River Delta region. The latter provides the basis for testing hypotheses about the specific roles of social networks in a business' starting up process.

Key Words: Social Networks; Entrepreneur; Enterprise Research in China