

中国企业 非市场行为研究

ZHONGGUO QIYE
FEISHICHANG XINGWEI YANJIU

高海涛◎著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

■ 本书的出版得益于北京印刷学院院选重点项目（项目号：E-a-2012-01）、北京市优秀人才项目（项目号：10000200105）和北京市教委面上项目资金（项目号：18000110015）的资助。

中国企业 非市场行为研究

ZHONGGUO QIYE
FEISHICHANG XINGWEI YANJIU

高海涛◎著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目(CIP)数据

中国企业非市场行为研究/高海涛著.

--北京:中央编译出版社,2012.10

ISBN 978-7-5117-1426-8

I. ①中...

II. ①高...

III. ①企业行为-研究-中国

IV. ①F279.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第136437号

中国企业非市场行为研究

出 版 人 刘明清

责任编辑 王丽芳

编辑信箱 shymeme@sohu.com

责任印制 尹 珺

出版发行 中央编译出版社

地 址 北京西城区车公庄大街乙5号鸿儒大厦B座(100044)

电 话 (010)52612345(总编室) (010)52612349(编辑室)
(010)66161011(团购部) (010)52612332(网络销售)
(010)66130345(发行部) (010)66509618(读者服务部)

网 址 www.cctphome.com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京瑞哲印刷

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 245千字

印 张 17

版 次 2012年10月第1版第1次印刷

定 价 58.00元

本社常年法律顾问:北京市吴栾赵阎律师事务所律师 闫军 梁勤

凡有印装质量问题,本社负责调换,电话:(010)66509618

前 言

在影响企业经营运作的环境中，政府政策、法规、社会公共事项等非市场因素，对工商企业的经营活动都具有显著的影响。在市场经济较发达的国家，影响企业经营运作的公共政策与法规的出台一直是社会各种利益团体权力斗争和利益平衡的结果。随着中国改革的逐步深化，中国现阶段的社会利益格局发生了重大变化，原来整体性、单一性的利益结构正逐渐向多元化的利益格局转化。各个利益集团之间的博弈已经明显地对政府政策和法规产生了影响。由于企业或产业集团具有庞大的财力和强大的社会影响力，因此，相对于其他利益集团，企业或产业集团在政府政策和立法的制定与实施过程中处于一种强势地位。企业与非市场因素相关联的行为被称为非市场行为。由于缺乏必要的规范和制度约束，中国企业影响政府政策和立法的不规范的非市场行为滋生了大量的腐败。这里所说的腐败，不仅仅是指企业的“寻租”行为导致的行政和司法腐败，更严重的是影响立法的“设租”行为导致了大量的立法腐败。这种“寻租”与“设租”行为相结合，会出现权力——金钱——更大权力——更多金钱的恶性循环，对中国的经济体制改革会产生极其严重的后果。因此，本书把中国企业非市场行为作为主要的研究内容。

我们首先探讨了“非市场”概念的起源和内涵，总结出关于“非市场”的五种观点。在此基础上，我们分析了中国企业所面临的非市场环境，包括政治环境、政策环境、舆论环境和法律环境等。随后，我们分析了中国企业应对非市场环境的行为和策略，并通过对海尔、宝洁（中国）和新希望三个案例的对比研究，详细探讨了中国不同性质企业非市场行为

的差异。研究发现，中国企业有大量的非市场行为，不同性质企业的非市场行为存在一定的差异。

针对中国企业大量存在的政治活动，我们提出了一个企业政治战略形成的分析框架。中国企业非市场战略的形成最初受政治环境、宏观经济环境和行业环境的影响，但这些外部的因素并不能决定企业是否参与政治，它们对企业政治决策的影响是通过高管人员的政治倾向、企业的结构、资源、政治经历以及规模等影响企业参与政治的意愿和能力来实现的。

基于资源依赖理论，我们提出了关于中国企业非市场活动的 13 个假设，然后通过对 175 位企业高层问卷调查的数据验证了这些假设。实证研究的结果表明，企业讨价还价的权力资源和企业的非市场活动（缓冲和桥梁）之间是一种正相关的关系，而高层管理导向在两者之间起着一种中介作用。另外，我们的研究还发现，政府对企业过多的管制和干预促使了企业非市场缓冲活动的增加，而非政府组织的增多和社会价值观的变化促使了企业对社会顺应。

为了形成对自己有利的竞争环境，中国企业普遍通过各种策略来影响政府政策的制定与实施。由于规范的和不规范的行为交织在一起，中国企业影响政府决策和资源配置的行为在舆论上是受到否定的，一直处于一种遮遮掩掩的状态。由于游说是大多数政治策略的主要特征，因此我们从政治游说的角度来考察中国企业影响政府决策和资源配置行为的伦理规范。在文献研究的基础上，我们建立了一个企业政治游说的分析框架，然后通过与企业高层的深度访谈，分析了中国企业政治游说常用的方式以及政治游说中的潜规则。针对企业政治游说中的伦理问题，我们探讨了企业政治游说的伦理规范，提出了规范企业政治游说伦理问题的可行步骤。我们的研究有助于人们正确认识企业的游说活动，抛弃对企业游说活动的偏见，接受合法的企业政治游说，减少不合法的企业政治游说。

在中国企业众多的游说方式中，有两种特殊的方式在新世纪之初呈现出愈演愈烈的趋势：一方面，大量的政府官员下海经商；另一方面，越来越多的民营企业通过各种途径参政议政。我们通过统计数据说明了官员下海和商人参政的现状，分析了这两种现象本质和所隐含的伦理问题。针

对这些问题和现有规范的缺陷，我们提出了一个分析企业政治行为伦理的框架，从动机、手段和目的三个方面来考察它们对政治体制“可竞争性”的影响。在此基础上，我们分析了官员下海和商人参政的伦理规范，为中国大量存在但却缺乏规范的官员下海和商人参政现象界定了一个合理的范围，并对官员下海和商人参政现象的治理提出了相应的政策建议。

基于实证研究的结果，我们分析了中国企业不规范的非市场行为的治理问题。由于企业的非市场桥梁活动是一种规范的活动，而非市场缓冲活动是规范的和不规范的交织在一起。所以，我们首先对企业的非市场缓冲活动进行了分类，然后探讨了中国企业大量的非市场缓冲活动产生的原因，以及不规范的非市场缓冲活动给社会所带来的负面效应。最后，我们分析了对中国企业非市场行为的治理措施。

| 目 录 |

前 言	1
第一章 绪 论	1
第一节 研究的背景和意义	1
第二节 研究的思路和方法	7
第三节 结构安排和研究特色	12
第二章 相关文献综述和本书的理论基础	18
第一节 对企业非市场行为和策略的研究	18
第二节 对企业非市场行为影响因素的研究	31
第三节 对企业非市场行为伦理的研究	39
第四节 研究现状的综合述评	44
第五节 本书的理论基础	48
第三章 中国企业的非市场行为和策略	57
第一节 什么是非市场?	57
第二节 企业的非市场环境	69
第三节 中国企业应对非市场环境的行为和策略	84
第四节 对海尔、宝洁和新希望的案例研究	89

第四章 中国企业非市场战略形成机制研究	103
第一节 环境对于企业参与政治的影响	104
第二节 中国企业非市场战略形成的模型	105
第三节 企业非市场战略的形成	114
第四节 结论	116
第五章 中国企业非市场行为影响因素的实证研究	118
第一节 企业的非市场战略和行为	118
第二节 理论模型和研究假设	120
第三节 研究方法和数据收集	127
第四节 结果分析和因变量之间关系的补充分析	141
第五节 讨论和结论	146
第六章 中国企业政治游说的伦理规范研究	150
第一节 企业的政治游说：一个分析框架	152
第二节 研究方法和资料来源	155
第三节 结果分析	156
第四节 企业政治游说的伦理分析	163
第五节 中国企业政治游说的伦理规范	169
第六节 跨国公司游说中国企业所得税立法案例	173
第七章 官员下海和商人参政的伦理问题研究	177
第一节 官员下海和商人参政的调查与分析	178
第二节 力帆集团董事长尹明善当选重庆市政协副主席案例	188
第三节 一个分析中国企业政治行为伦理的框架	190
第四节 官员下海和商人参政的伦理分析	195
第五节 结论和建议	201

第八章 中国企业非市场行为的治理	204
第一节 中国企业非市场缓冲活动的分类	204
第二节 中国企业大量的缓冲活动的产生原因	209
第三节 中国企业不规范的非市场活动的消极作用	213
第四节 中国企业非市场行为的治理	214
第九章 研究结论及展望	223
第一节 研究结论	223
第二节 研究的局限性	224
第三节 进一步的研究方向	225
参考文献	227
附录 1 企业的非市场行为访谈提纲	248
附录 2 中国企业非市场行为的影响因素调查问卷	254
后 记	261

第一章 绪 论

第一节 研究的背景和意义

一、问题的提出

企业的经营环境可以分为市场环境和非市场环境^①，企业不仅要关注顾客、竞争对手等组成的市场环境，通过提供社会需要的产品和服务获取利益，而且同时也要关注政府、社会公众、新闻媒体等组成的非市场环境。毫无疑问，利润对于企业的生存是必须的，但追求利润并不是企业唯一的责任，企业要长期生存还必须被社会认为是合法的^②，即企业的手段和目的必须和社会的习俗、价值观以及社会期望保持一致^③。因此，企业的成功不仅依赖于产品、服务、分销渠道、供应链等市场因素，也依赖于

① Baron, D. P. "Integrated Strategy: Market and Non-market Components" *California Management Review*, No. 37, 1995, pp. 47 - 65.

② Ackerman, R. W. *The Social Challenge to Business*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1975.

③ Dowling, J. & Pfeffer, J. "Organizational legitimacy: Social Values and Organizational Behavior", *Pacific Sociological Review*, No. 18, 1975, pp. 122 - 136.

企业与政府、新闻媒体、社会公众等各种利益相关的关系^{①②}。

基于资源的企业理论认为，一些企业之所以长期具有好的绩效是因为这些企业具有有价值的、稀缺的、不可模仿的、不可替代的资源^③。在过去的几十年里，基于资源的企业理论已经成为战略管理的一个重要范式。在过去，人们对资源的理解侧重于企业在市场上所积累的有形和无形资源。奥伯曼（Oberman）引入了“制度资源”的概念，用来表述一些战略上很重要的社会资源，比如政府的制度、官员、政策、信仰体系等，企业可以通过开拓这些资源来获得竞争优势。事实上，中国企业大量的活动都和非市场因素有关。在田志龙教授主持的一项自然科学基金研究中，对38家知名企业（国有、民营、外资）网站有关企业活动的栏目中2001—2003年报道的约15000篇文献的统计分析表明，约40%是与非市场因素打交道的，这些活动包括制定行业道德准则、参与修改行业规范、向政府部门系统地反映企业关于政策的意见和建议、利用专家研讨和媒体讨论国有企业改制以及民营企业生存环境和社会地位、谋求打破行业垄断限制、获得政府政策支持等。一些企业家也坦承，他们30%—50%的时间用于处理与政府及利益相关者有关的事项^{④⑤⑥⑦}。张维迎教授认为，和西方发达国家相比，我国企业的影响政府决策过程的政治行为（非市场行为）远多于西

① Meznar, M. B. and Nigh, D, “Managing Corporate Legitimacy: Public Affairs Activities, Strategies and Effectiveness”, *Business and Society*, Vol. 32, No. 1, 1993, pp. 30-43.

② Baron, D. P. “Integrated Strategy: Market and Non-market Components” *California Management Review*, No. 37, 1995, pp. 47-65.

③ Barney, Jay. “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, *Journal of Management*. Bloomington, Vol. 17, No. 1, 1991, pp. 99-121.

④ 张维迎：《企业寻求政府支持的收益、成本分析》，载《新西部》，2001年第8期，第55—56页。

⑤ 中国企业家调查系统：《中国企业经营队伍制度建设的现状与发展》，载《管理世界》，2000年第4期：第92—102页。

⑥ 吴宝仁，刘永行：《华西对话》，载《中国企业家》，1999年第8期：第22—23页。

⑦ 李新春：《企业家过程与国有企业的准企业家模型》，载《经济研究》，2000年第6期，第51—57页。

方。《中国企业家》杂志社 2004 年对中国企业家生活的调查发现,“时至今日,仍然有相当数量的企业家(当然不是所有),要拿出大量时间用于应付各种企业发展的‘环境问题’”。由于非市场行为是一种非生产性行为,中国企业把大量的精力投入到非市场领域,必然导致社会资源从生产性领域向非生产性领域的转移,从而影响企业经营的效率,造成资源配置的扭曲。

在市场经济较发达的国家,影响企业经营运作的公共政策与法规的出台一直是社会各种利益团体(企业是主要的参与者)权力斗争和利益平衡的结果^{①②③}。由于企业具有庞大的财力和强大的社会影响力,因此,在与其他利益集团的博弈中处于一种强势地位。在西方,商业的权力,尤其是大公司的权力,很久以来就被看做是民主的威胁。因此,西方国家普遍通过立法对企业参与政治的过程进行规范。随着中国民主化、法制化和多元化进程的不断推进,上述影响企业运作的政策法规的制定将不再是政府决策者独享的权力(事实上已经不是)^④。从操作层面上看,政府决策者制定政策和法规的过程是一个与社会各方面利益团体(包括工商企业)互动的沟通过程^⑤。在中国,企业作为越来越强大的社会利益集团,对政府政策的制定和实施过程产生着越来越大的影响。在很多情况下,企业通常会主动地影响政府的决策过程,从而形成对自己有利的竞争环境^⑥。而且中国人大代表和政协委员中有相当大一部分来源于企业,作为企业的代言人,

① Epstein, E. *The Corporation in American Politics*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1969.

② Shaffer B, “Firm-level Responses to Government Regulation: Theoretical and Research Approaches”, *Journal of Management*, Vol. 21, 1995, pp. 495 - 514.

③ Mahon, J. F. and McGowan, R. A, “Modeling Industry Political Dynamics”, *Business & Society*, No. 37, 1998, pp. 390 - 413.

④ 张维迎:《企业寻求政府支持的收益、成本分析》,载《新西部》,2001年第8期,第55—56页。

⑤ 万建华:《利益相关者管理》,深圳:海天出版社1998年版。

⑥ 张维迎:《企业寻求政府支持的收益、成本分析》,载《新西部》,2001年第8期,第55—56页。

他们具有影响政府决策与立法过程的便利^①。从他们往年所提的议案来看，企业界人大代表大多集中在财经层面，要么与代表所在的企业相关，要么与代表所在企业所处行业相关，要么与所在企业的环境相关^②。

然而由于缺乏必要的规范和制度约束，中国企业的非市场行为处于一种放任自流的状态，规范的和不规范的交织在一起。企业这种不规范的非市场行为（比如向政府官员行贿）滋生了大量的腐败。这里所说的腐败，不仅仅是指企业的“寻租”行为导致的行政和司法腐败，更严重的是“立法腐败”，这是一种部门和行业利益集团主导的、比“寻租”更安全、更隐蔽、利润更大、危害性也更大的“设租”行为。由于中国相当一部分的法律草案是由政府部门和行业利益集团起草的，所以很多带有浓厚的部门利益或行业利益，立法主体受部分利益群体影响而非综合考虑各相关利益群体的诉求，以及立法主体单纯追求自身利益最大化的现象，在立法过程中广泛存在^③。中国政法大学法学院院长马怀德教授认为，部门利益和行业利益渗透到中国立法的各个环节，已经成为中国立法不能承受之重^④。“立法腐败”已经成为中国社会新的“潜问题”^{⑤⑥⑦}。企业的这种“寻租”与“设租”行为相结合起来，会出现权力——金钱——更大权力——更多金钱的恶性循环，对中国的经济体制改革会产生极其严重的后果。中国著名经济学家吴敬琏警告，中国的市场经济要“防止陷入权贵资本主义（Crony Capitalism）的泥坑”。

① 张维迎：《企业寻求政府支持的收益、成本分析》，载《新西部》，2001年第8期，第55—56页。

② 高勇强、田志龙：《关于企业家参政和人大系统改革的思考》，载《经济前沿》，2004年第1期。

③ 高昱：《警惕立法设租》，载《商务周刊》，2005年第5期。

④ 陈杰人、部门利益：《中国立法不能承受之重》，载《法人》，2005年第3期。

⑤ 刘武俊：《对立法腐败说“不”》，载《人大研究》，2001年第6期。

⑥ 宋君华：《立法能否不再是利益集团寻租的结果》，载《沈阳今报》，2005年3月22日。

⑦ 高昱：《警惕立法设租》，载《商务周刊》，2005年第5期。

正是由于规范的和不规范的成分交织在一起，中国企业非市场行为（主要是政治行为）在理论上是受到否定的^①，而且在学术研究上是一个被忽视的领域。结果，企业的非市场行为虽然大量存在，但由于得不到承认和规范管理，也没有系统的理论指导，而一直处于一种遮遮掩掩的状况。

因此，本书研究的核心内容是中国企业的非市场行为及其规范和治理问题。具体而言，本书着重研究以下三个问题：分析中国企业应对非市场环境的非市场行为和策略，并对中国企业大量存在的非市场行为的影响因素进行研究；进行对中国企业的非市场行为的伦理进行分析，指出中国企业有哪些不规范的非市场行为，这些不规范的非市场行为产生了哪些伦理问题；中国企业不规范的非市场行为的治理，具体要分析影响中国企业从事非市场行为的因素，然后据此提出治理中国企业不规范的非市场行为的对策。

二、研究的目的是与意义

本书试图对中国企业的非市场行为进行研究，分析中国企业应对非市场环境的行为和策略，研究中国企业大量非市场行为的影响因素，为中国企业放任自流的非市场行为界定一个合理的范围，对不规范的非市场行为提出了相应的治理措施，这有助于人们正确认识企业的非市场行为，促使人们接受合法的企业非市场行为，减少非法的企业非市场行为，这对于提高中国企业的战略管理水平以及驾驭外部环境的能力，对于规范中国的市场经济秩序，对于促进中国的民主政治建设都具有重要的意义。

首先，从企业管理的角度来看，对企业非市场行为的探讨有助于企业正确处理与政府的关系。中国市场与西方市场最大的不同是，我们的市场是由政府主导的，所以中国企业家的行为是面向政府的，而不是面向市场的。在中国办企业不可能远离政治，做得越大越成功的企业家越必须懂政

^① 张维迎：《企业寻求政府支持的收益、成本分析》，载《新西部》，2001年第8期，第55—56页。

治。但是如果离政治太近也容易出问题，玩火者自焚。柳传志巧妙推动联想集团改制并经受住了来自方方面面的轮番审查，艾欣入主国有控股企业——四川金路，最后在高压下退出等例子，从正反两个方面都说明这个道理。中国经济体制转型期的这种特点使企业面临着如何处理与政府关系的困惑，很多企业发展中出现的问题都与没有处理好与政府的关系有关。“企业家离政治多远才安全？”成为企业界和学术界关注的话题。对企业非市场行为伦理的研究有助于提高中国企业战略管理的水平以及驾驭外部环境的能力。

其次，从民主政治建设的角度来看，对中国企业非市场行为伦理的研究有助于政府认识到政治上的分权是市场经济发展的必然要求，必须在制度上做出适当的调整。随着非公有制经济的壮大，如何解决非公有制阶层的政治利益诉求是一个亟需考虑的问题。由于缺乏必要的规范和制度约束，中国企业影响政府决策和资源配置的行为规范的和不规范的交织在一起，处于一种放任自流的状态，因而在理论上是被否定的。通过分析中国企业非市场行为的伦理规范，可以使政府分辨企业的哪些政治行为是合适的和合法的，哪些是不合适和不合法的，从而在制度方面给予规范和引导，防止企业不规范的非市场行为破坏民主政治建设。由于企业的政治行为针对的是政府部门和官员，因此对企业政治行为的探讨同样也有助于政府认清自身存在的问题，从而为规范政府自身的行为提供建议。

最后，从规范市场经济秩序的角度来看，对企业非市场行为伦理问题及其治理措施的探讨，有助于我们对企业不规范的非市场行为进行治理，创造一个公平竞争的市场经济环境。市场经济是竞争经济，公开、公平、公正、有序的竞争是市场经济秩序的核心。企业不规范的非市场行为破坏了市场竞争的公平性，会诱导企业争相把资源投向非生产性“寻租”活动，造成资源配置的扭曲。因此，对企业非市场行为的规范和治理的研究无疑对规范市场经济秩序具有重要的意义。

第二节 研究的思路和方法

一、相关概念的界定

为了便于后边的论述，我们首先对本书所使用的主要概念界定如下：

（一）非市场环境（Non-market Environment）

“非市场”的概念是赫希曼（Hirschman）1958年最先提出来的，他认为所有组织都会衰落，需要用非市场力量即政治机制对它们进行矫正。自从赫希曼提出“非市场”的概念以后，非市场已经被越来越普遍地用来形容环境、制度、组织和交换，并且在全球范围扩展开来，成为一个被广为接受的新概念。

巴朗（Baron）把“非市场”的概念应用到企业战略层面，他把企业的经营环境分为市场环境和非市场环境。市场环境是指由宏观经济因素、竞争对手、顾客、供应商等因素组成的企业外部环境，一般是自愿且涉及财产的经济处置和交换。非市场环境则由公众、股东、政府、媒体和公共机构等关系所决定，非市场环境包括社会的、政治的以及法律的安排等因素^①。其特点是多数裁定原则、适当的程序、广泛的解放和公开化。在市场中，企业的业绩是用产生的利润或增加的价值来衡量的，然而，在非市场环境中对企业业绩的评价使用更宽广的维度，包括伦理准则和责任等概念。

（二）企业的非市场行为（Corporate Non-market Action）

所谓非市场行为是指企业与非市场因素相关联的行为。具体地讲，非市场行为是指企业对利益相关者以及法律的、社会的和政治的参与者的行

^① Baron, D. P. “Integrated Strategy, Trade Policy, and Global Competition”, *California Management Review*, No. 39, 1997, pp. 145 – 69.

为，这些参与者包括法院、管制者、贸易机构（trade authorities）和政府各个层次的立法者、大众媒体、环境保护主义者、教育家、公共事务专家等等。这些行为的目的是为企业创造有利的竞争环境，从而改善企业的经营绩效。最早把“非市场”的概念应用到企业层面的战略是巴朗，但是在此之前关于企业是如何在公共政策执行过程中追求竞争优势的领域已经有了很多的研究^{①②}。企业政治行为（CPA）、公共事项（PA）、企业的社会政策（CSP）等都属于企业的非市场行为。由于在企业的非市场环境中，政府是最重要的利益相关者，因此，在企业的非市场行为中，企业政治行为是其主要的组成部分。

（三）社会契约（Social Contract）

“社会契约”的观念在西方源远流长，传统的社会契约论是作为国家起源的一种理论解释出现的。而现代的社会契约论试图表明，个人和集体的权利与自由建立在相互有利的协定之上。人们普遍认为，企业和社会公众之间也存在一种隐含的和明确的社会契约，而不仅仅是和它的股东之间。企业和社会之间的社会契约不仅仅体现在法律或规章中，而且也体现在明确表达的社会认可或隐含的习俗、先例中。法律和规章不是直接由社会施加给商业的，而是由政府作为企业和社会之间的中介机构制定的。戴维斯（Davis）认为，通过社会契约，“社会委托给企业大量的社会资源以实现它的目标，企业被期望作为明智的托管人为社会管理这些资源。”

我们把社会契约界定为企业和社会之间的一组清楚的和隐含的契约，这组契约既明确地体现在法律中，也隐含地体现在社会习俗和规范中。通过社会契约，社会赋予企业一种职权，可以将资源有效地转化成社会所需的产品和服务。作为对实施这种转化的回报，社会给予企业采取必要与合理行动的权利，并允许获得投资回报。

① Gale, J., & Buchholz, R., “The Political Pursuit of Competitive Advantage: What Business Can Gain from Government”, in A. Marcus, A. Kaufman, & D. Beam (Eds.), *Business strategy and public policy*, New York: Quorum, 1987, 231–252.

② Shaffer B., “Firm-level Responses to Government Regulation: Theoretical and Research Approaches”, *Journal of Management*, Vol. 21, 1995, pp. 495–514.