



供应链企业信任的 演化分析与实证研究

Evolutionary Analysis and Empirical Research of
Trust among Supply Chain Members

石岷然 等著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press



供应链企业信任的 演化分析与实证研究

Evolutionary Analysis and Empirical Research of
Trust among Supply Chain Members

石岿然 马胡杰 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

供应链企业信任的演化分析与实证研究/石岚然, 马胡杰著.

—北京: 经济科学出版社, 2018. 5

国家社科基金后期资助项目

ISBN 978 - 7 - 5141 - 9199 - 8

I. ①供… II. ①石…②马 III. ①企业 - 供应链管理 - 经济合作 - 研究 - 中国 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 070889 号

责任编辑: 程辛宁

责任校对: 郑淑艳

责任印制: 邱 天

供应链企业信任的演化分析与实证研究

石岚然 马胡杰 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

固安华明印业有限公司印装

710 × 1000 16 开 18 印张 320000

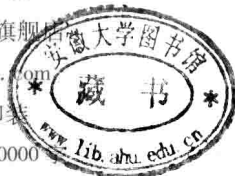
2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 9199 - 8 定价: 78. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))



前 言

人类社会本质上是在相互信任和合作的基础上建立起来的一个人与人之间的关系网，信任与合作作为社会资本的核心内容，二者有着深刻的内在联系。大量经验研究表明，信任作为减少社会复杂性的一种机制，不仅对经济增长具有重要的推动作用，而且能够显著提高政府效率。同样地，供应链企业间的信任犹如润滑剂，有助于降低交易成本、加强相互协作、提高运作效率，在实现供应链合作中发挥着关键作用。

当前，我国正处于经济转型时期，社会的整体信任度偏低，供应链企业在利益驱动下所产生的机会主义倾向和败德行为屡见不鲜，突出表现在产品质量低劣、信息封锁、合同违约、商业欺诈等方面。作为市场经济的重要主体，供应链企业的失信行为使得正常的交易规则被破坏、良善的社会道德和价值观被驱逐，给整个社会发展带来了不可估量的损失。

如何解释这种信任困境？供应链企业之间的信任是怎样动态演变的？影响供应链企业信任的关键因素是什么？在中国情境下，信任如何影响供应链企业的策略行为调整？企业怎样进行应对来建立和维护伙伴信任关系？这些问题对供应链管理提出了新的挑战。面对这一挑战，理论界的反应略显迟缓。管理科学领域对供应链企业信任问题主要集中在模型构建、经验分析、调查研究以及实验数据的分析归纳，这些研究扩展了我们对信任的认识。但是，有关供应链企业信任问题的研究仍缺乏理论上的分析框架，同时大量经验研究是以西方文化为背景的，迫切需要以本土文化、本土企业为样本的实证分析。

本书正是在这种现实与理论背景下深入探索供应链企业信任问题，旨在通过行为演化的视角，系统地探讨模型化方法在供应链企业信任研究中的应用，为分析供应链企业之间的互动关系提供一个理论框架。同时考虑到基于因果关系的传统及量化实证在分析供应链信任问题时的可行性和有效性，本书着眼于中国企业实践，从更广阔的视阈，将经验、案例、计量

和模拟等不同的研究方法结合起来,既体现理论体系的严整性,又尽可能还原信任在供应链管理中真实客观的作用。本书分为四部分,共十章,主要内容如下:

第一部分即第一章为绪论,阐述了选题的背景及意义,界定研究对象和主要概念,结合两个具体案例,分析从行为演化视角进行供应链企业信任研究的内在动因,提出本书的研究结构、主要内容和技术路线。

第二部分为上篇,主题为供应链企业信任的演化分析,共包括四章(第二~第五章)。

第二章通过建立供应链企业间的信任估值模型,研究供应商与制造商之间信任的维度、评估机制以及对合作的影响,在此基础上,构建供应商与制造商信任关系的演化博弈模型,分析信任演化的路径及预期收益、高信任的成本、公平、声誉、重视程度等因素对合作关系稳定性的影响。

第三章主要探寻制造商的质量投资决策对促进供应链企业信任的作用,从参与人的有限理性出发,构建制造商质量投资决策与零售商信任关系的演化博弈模型,研究不同的演化均衡结果。然后,建立包含双方质量努力水平的演化博弈模型,并考虑政府进行产品质量监管的情形,分析激励政策对于演化均衡的影响。

第四章将学习行为引入供应链企业信任问题的分析中,具体包含路径学习、模仿学习和信念学习等三种行为。首先,应用最优反应动态的学习规则,刻画供应链企业的行为特征并探讨了信任均衡与初始状态、信任基数的相关性;其次,考虑模仿学习行为,将噪声项引入复制动态方程中,得到一个非子博弈完美均衡,阐明如何促使供应链企业趋向于选择信任策略;最后,通过引入信念学习,研究 O2O 平台中消费者(买方)和企业(卖方)行为演化规律以及交易信任机制。

第五章在前面几章的基础上,将单一供应链拓展到双渠道供应链情形,通过引入互惠利他行为,构建直销渠道和零售渠道存在竞争时的演化博弈模型,分析渠道成员的学习能力、信任投资决策、风险补偿机制对于演化均衡的影响,并与传统双渠道供应链进行比较。结合苹果公司的案例和数值算例,阐明研究的理论价值与现实意义。

第三部分为下篇,主题为供应链企业信任的实证研究,共包括四章(第六~第九章)。

第六章探讨供应链合作中买方信任的前因,本章拟解决的关键问题为:我国供应链企业中存在何种信任?各种前因对不同类型信任的影响有何差异?不同信任对不同合作表现的影响程度如何?通过实证研究,阐明

声誉、专用资产投资、沟通质量认知、共同的价值观、人际信任以及制度环境对买方信任的显著影响,进而对供应商与买方企业的信任机制构建提出管理建议。

第七章研究依赖关系和专用资产投资对策略弹性的作用,本章以策略弹性为结果变量,基于本土企业的样本数据,分别从买方和供应商两个角度来探索依赖关系和专用性资产性投资对策略弹性所产生的影响,同时分析信任对策略弹性的直接影响效应,以及通过信息共享中介变量所产生的间接影响效应。

第八章分析不同维度买方信任对合约修改弹性的影响,将买方信任划分为合同信任、能力信任和善意信任,将合约修改弹性划分为修改弹性和退出弹性,基于偏最小二乘法的结构方程模型(PLS-SEM),对有关信任源起的西方理论在中国情境下的适用性进行实证检验,探索供应链不同维度的买方信任对不同维度合约修改弹性的影响,考察专用资产投资的调节效应。这对于深入理解中国情境下供应链的不同维度买方信任的源起以及信任与合约修改弹性间的复杂关系具有重要的启示作用。

第九章建立了供应链企业信任与合约修改弹性的一个多重中介效应模型。本章以组织信任为切入点,给出了信任的发展阶段模型,应用PLS-SEM方法考察了能力信任与合约修改弹性之间的关系并探索了合同信任与善意信任在此过程中的多重中介效应,全面比较了不同组织信任对合约修改弹性影响的传导路径,阐明了三种维度的组织信任之间的关联性和递进性,为处于不同发展阶段的供应链企业制定相应策略提供了理论依据。

第四部分即第十章,为结论与展望。在全书行文将结束的时候,对主要的工作进行回顾和总结,强调研究的意义、创新之处以及今后可以进行扩展的工作。

总体而言,本书站在一个不同于以往传统运作管理研究的新视角,改变了经济人自利的传统假定,从行为演化角度研究了供应链企业信任问题,研究对象既包括单一供应链,也包括双渠道供应链,既有传统供应链,也不乏新兴的O2O平台。通过构建演化博弈模型,系统地分析了供应商与制造商群体、制造商与零售商群体、新兴电子商务平台的卖方和买方之间的信任形成和演变过程,并以本土企业为样本,对供应链合作中买方信任的前因、信任对策略弹性的影响、不同维度的买方信任对合约修改弹性的作用、组织信任对合约修改弹性影响的传导路径等问题展开了实证研究,力图较完整地展现供应链企业行为的多样性和复杂性。本书在一定程度上揭示了供应链企业的行为互动过程和信任形成的内在机理,为不同

供应链结构下的企业决策提供了有价值的理论参考，并丰富了行为运作管理研究。

供应链企业信任问题的研究是一个相当宽泛的领域，限于时间、能力与水平，书中难免存在疏漏之处，敬请读者不吝指正。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 问题的提出	1
第二节 信任概念与供应链企业信任	3
第三节 供应链企业信任何以难为? —— “三鹿奶粉事件”的启示	8
第四节 供应链企业信任何以为之? —— 丰田公司的经验	11
第五节 理论基础与研究方法	13
第六节 研究内容与技术路线	18

上篇 供应链企业信任的演化分析

第二章 供应商与制造商的信任评估及其演化	27
第一节 相关文献	28
第二节 供应商对制造商信任的估值模型	30
第三节 制造商对供应商信任的估值模型	36
第四节 供应商与制造商信任的演化博弈	39
第五节 本章小结	47
第三章 基于产品质量的制造商与零售商信任演化分析	49
第一节 考虑质量投资的制造商 - 零售商演化博弈	51
第二节 演化均衡的进一步分析	57
第三节 考虑质量努力水平的制造商 - 零售商演化博弈	58
第四节 政府激励下的制造商 - 零售商演化动态	64
第五节 本章小结	66
第四章 考虑学习行为的供应链企业信任演化模型	68
第一节 供应商 - 制造商部分最优反应动态	71
第二节 供应商与制造商的博弈学习模型	76

第三节	O2O 环境下的信念学习与信任机制	81
第四节	本章小结	92
第五章	含利他偏好的双渠道供应链信任投入的演化博弈	94
第一节	竞争条件下的学习动态	96
第二节	考虑信任投入的演化博弈模型	100
第三节	高信任投入风险补偿的确定	105
第四节	以苹果中国公司 iPhone 销售为例	106
第五节	本章小结	113

下篇 供应链企业信任的实证研究

第六章	供应链合作中买方信任的前因分析	117
第一节	文献回顾与研究假设	118
第二节	研究设计	124
第三节	实证结果	134
第四节	本章小结	141
第七章	依赖关系和专用资产投资对策略弹性的作用	143
第一节	研究问题与假设	144
第二节	研究方法	149
第三节	实证研究	151
第四节	实证结果分析及策略建议	166
第五节	本章小结	171
第八章	不同维度买方信任对合约修改弹性的影响	172
第一节	文献回顾与理论假说	173
第二节	研究方法	181
第三节	研究结果	185
第四节	本章小结	195
第九章	供应链企业信任与合约修改弹性的一个 多重中介效应模型	197
第一节	文献回顾与理论假说	198
第二节	研究方法	203
第三节	研究结果	205
第四节	本章小结	212

第十章 结论与展望	214
第一节 主要工作及结论	215
第二节 对企业的管理启示	219
第三节 对政府的政策建议	223
第四节 研究的贡献与局限性	225
第五节 研究展望	227
附录1 演化博弈建模方法	229
附录2 调查问卷	237
参考文献	243
后记	276

第一章 绪 论

在人类社会的大棋盘上，每个个体都有其自身的行动规律。如果他们能相互一致，按同一方向作用，人类社会的博弈就会如行云流水，结局圆满。但如果两者相互抵牾，那博弈的结果将苦不堪言，社会在任何时候都会陷入高度的混乱之中。

——亚当·斯密（Adam Smith, 1759）

第一节 问题的提出

人与人之间的信任，是人类社会文明的基础。在中国传统文化中，提倡“信乃个人立身之本”。^①英国著名自然科学家、教育家赫胥黎曾说过：“诚信为道德之本”。^②自古以来诚信被视为个人道德修养水平的表征。同时，诚信也是市场经济制度的根基。自改革开放以来，中国的经济发展取得了举世瞩目的成就。但我们也要清醒地看到，在由计划经济体制向市场经济体制快速转变的转型时期，中国社会生活中各个领域中的信任问题不仅没有得到缓解，相反却有愈演愈烈之势。一方面，当前我国的信任危机表现为人际关系的恶化；另一方面，还表现为一些企业、部门和行业的失信行为比比皆是。如假冒伪劣、坑蒙拐骗和贪赃枉法，此类现象如毒瘤一样在我国迅速蔓延，或招摇于都城闹市，或隐没于山乡僻野，无处不在，无孔不入。对于中国来说，诚信缺失无疑加大了社会运转成本——严重影响了国家的政治、经济和文化建设，阻碍了社会文明的进步和发展。如何破解这种信任困境？是摆在国人面前一项长期而艰巨的任务。

① 东汉许慎说过：“诚，信也”（《说文解字》）。宋代程颐也认为：“诚则信矣，信则诚矣”（《河南程氏遗书》卷25）。可见，在古人看来，“诚”“信”二字意思相通。

② 原文出自《赫胥黎论文集》第三卷《科学与教育》第八篇《现实的和理想的大学》（1874）。

人类行为中,信任是一种社会系统复杂性的简化机制,在我国,信任关系呈现出“差序格局”,使得公众信任感极为脆弱。^① 尽管当前中国社会诚信状况很不乐观,但信任困境仍然可以通过一定努力来化解,所幸的是,中国社会信任制度体系建设正在有序进行。^②

关于信任问题的研究,一直是学术界关注的主题。自1900年始至今,信任研究经历了沉寂、复苏、繁荣几个阶段,研究范围从单一的社会学研究,拓展至心理学、经济学、组织行为学等多学科视野的研究,学术界在对人际信任的产生机制及其道德基础的理论探源方面,已经取得了丰硕的成果。

行为经济学的研究充分表明,企业和个体一样,在商务关系和渠道关系方面是受信任和利他等行为驱动的(Fehr and Schmidt, 1999; Camerer et al., 2003; Mariana et al., 2011; Jeffrey and Putman, 2013)。不同于人际信任,企业是通过一系列合约将一定的经济资源组合起来,为了自身的利益而生产经营的组织。企业既是市场的制造者,同时也担当消费者和供应商之间的“中介”。^③ 以消费者为中心、以满足其需求为目标的理念,应成为企业管理的核心内容,而追求企业之间的相互信任和深度合作是实现这一管理理念的根本途径。

20世纪90年代以来,随着信息技术的发展和经济全球化进程的加速,企业所处的竞争环境发生了根本性的变化。社会分工更加精细化和专业化,单一企业已经不能完成从原材料到消费者获得最终产品的全过程,需要各个环节的企业组成供应链来共同完成某项活动。传统的单个企业以产品质量、功能和分销渠道为竞争焦点的情形已经扩展为包括物流、资金流和信息流“三位一体”的供应链竞争。面对消费者需求以及经济环境不确定性的日益增加,企业只有寻求相互信任的合作伙伴并与之建立长期稳定的战略伙伴关系,才能提高供应链的整体协作水平,并最终在产品竞争中占据先机。

供应链信任犹如润滑剂,在实现供应链合作中发挥着关键作用,典型案例是:沃尔玛通过与宝洁公司共享销售信息,宝洁公司则寻求通过降价

① 费孝通(1947)认为中国社会的传统人际关系如同一个同心圆,以亲缘关系的远近依次向外扩展。这种信任关系形成的“差序格局”构成了中国社会其他组织结构和制度的基础。

② 中共十八大报告提出“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设”;2014年6月14日,国务院颁布了《社会信用体系建设规划纲要(2014-2020年)》。

③ [美]丹尼尔·斯普尔伯. 市场的微观结构——中间层组织与厂商理论[M]. 张军,译. 北京:中国人民大学出版社,2002:35.

等方法增加商品销售量,使双方的利润最大化。然而,现实中企业在利益驱动下所产生的机会主义行为倾向和败德行为也屡见不鲜,如反思我国“三鹿奶粉”等重大食品安全事故,正是因为企业过分地重视市场份额而压榨了供应商的合理利润空间,才使得加入“三聚氰胺”成为供应商利润的源泉。^①我国现阶段市场诚信环境缺失的负面影响和我国特有的经济体制转型的背景,使得供应链的交易环境不确定程度大大提高,竞争更加剧烈,严重阻碍了经济的发展。这样一个历史与现实、文化与经济的交融矛盾迫切要求我们深入研究如何激励、引导和规范供应企业的行为。

信任是面对不确定性时彼此间的一种承诺和相互依赖,这就要求成员必须放弃一些独立性,而一方的信任极有可能被另一方所利用。造成参与人决策的复杂性越来越突出,延伸性影响越来越大。那么,供应链企业的行为在信任关系发展中如何动态变化?影响供应链企业之间的信任关系的关键因素有哪些?^②这些因素如何动态地对供应链企业信任产生影响?在中国情境下,信任关系如何影响供应链企业的策略弹性?怎样建立、维护和发展供应链企业间的信任关系?这些问题对供应链管理提出了新的挑战。以这些问题为起点,本书将展开一系列的研究,力图从不同的场景探索供应链企业之间的行为互动及其演化规律,并寻找出导致信任产生的机制及其原因。

作为整个研究的基础,本章首先给出基本概念。进一步地,通过“三鹿奶粉事件”和“丰田公司经验”两个案例阐明供应链信任难以构建的原因与成功应用的经验。最后,明确供应链企业信任的研究范式,叙述本书的研究结构、主要内容和技術路线。

第二节 信任概念与供应链企业信任

一、信任的概念

何为信任?尽管国内外学术界已经广泛地讨论了信任的形成及其对社会经济的影响,但由于不同的学者考察这一问题的视角不尽相同,对于信任的含义和内在规定性,并没有形成统一的界定。

^① 关于“三鹿奶粉事件”这一案例的具体分析,将在本章第三节展开。

^② 本书在下文中,将“供应链企业之间的信任关系”统一简称为“供应链企业信任”。

对信任理论的研究最早可追溯到 19 世纪末 20 世纪初德国社会学家格奥尔格·齐美尔（Georg Simmel），他认为信任是“社会中最重要综合力量之一”。从 20 世纪 50 年代开始，信任问题引起了学术界的广泛关注，社会心理学家们采用实验和量表等实证研究方法，试图从人格、态度、动机、认知、人际关系等个人的心理实践着手，解释信任的发生机制。20 世纪 80 年代以来，伴随着新制度经济学、信息经济学以及行为经济学的发展，学者们开始重点关注信任问题的经济学意义。然而，经济学对信任的研究较为分散，往往是在论述某个具体问题运用到信任的概念，通常以信任作为自变量来研究信任对经济活动的影响，但缺乏对信任形成机制的研究。管理学领域中的信任研究也面临着同样的问题。^① 信任是经济交换的有效润滑剂，因此，对信任进行系统研究是极为必要的。从社会学的视野来看，信任是社会关系的一个重要维度，是与社会结构、文化规范紧密相关的社会现象，而心理学则主要关注发生在微观主体之间即人际间的信任，与组织之间的信任有所不同，但是其中的概念和方法值得借鉴。

表 1-1 将分别就心理学、社会学以及经济学等不同学科对信任的定义进行比较。

表 1-1 不同学科视野下的信任研究比较

学科领域	学术思路	核心观点	研究方法
心理学	研究个体在特定社会环境中产生的心理反应或形成的心理特质	信任是一种心理状态，应专注于人际信任的认知内容或行为表现	采用实验和量表等实证研究方法解释信任的发生机制
社会学	从社会整体出发来研究信任的本质和内涵及其产生和发展的规律	社会法律制度以及倡导信任的道德规范和价值观念已内化为人的自觉行动	采用经验分析和质性研究方法，结合田野调查探索人际信任和社会信任
经济学	在不对称信息背景下，分析如何有效地避免机会主义及规避风险	信任是理性计算的结果，应当找到恰当的激励方案来使合约得到有效履行	采用博弈论方法，探讨规避机会主义倾向的各种正式或非正式的机制

本书认为：信任是社会成员之间为实现一个共同的目标而进行合作的关键要素，可以有效降低社会经济关系中的不确定性和易变性。^②

① 许科和刘永芳（2007）指出，多视野的研究在繁荣理论的同时，也带来了一些争锋，如信任是理性的还是非理性这一问题，一直是经济学家和社会学家争论的焦点。

② 关于不同学科对信任的研究，本书不打算详细进行讨论，信任研究范式可参见胡宝荣（2013）。

与信任最为相近的概念有诚信、信用二词。三者之间既有一定联系，也存在明显的区别。诚信的词源含义是诚实与信守诺言。关于诚信，存在两种不同的看法，一种认为，诚信是为减少交往的复杂性而采取的非理性行为；另一种认为，诚信是建立在利益计算上的理性行为。信用有三层含义：第一，其伦理含义是指人们在交往合作中信守诺言；第二，信用的经济含义是指信用体现为一种以偿还贷款为条件的特殊的价值运动；第三，信用的法学含义，当市场的发展突破本地范围时，现代信用制度的出现是为了解决信用信息的不对称问题。

诚信、信任与信用的概念内涵依次扩大，如图 1-1 所示。一般来说，诚信的含义限于个体的道德或人格诉求，信任的内涵侧重于社会关系，信任的概念则主要针对组织群体或公共关系，而信用的概念则以经济内容为主，对应政府与企业等市场主体的行为。

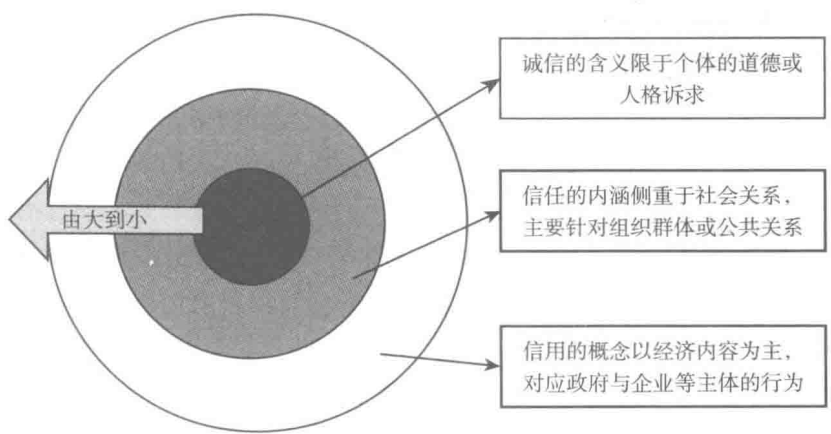


图 1-1 诚信、信任与信用的概念内涵关系

二、供应链企业信任

供应链企业间的信任问题本质上是组织间信任问题，相关研究主要体现在企业间联盟治理和合作伙伴关系以及组织信任等方面。^①

有关企业组织信任的研究中，安德森和纳拉斯（Anderson and Narus，1990）认为，信任是对另一个企业将采取对本企业有利的行为，且不做损害本企业利益的事情的一种预期。加尼森（Ganesan，1994）将信任定义

^① 鉴于信任研究方面的文献非常丰富，这里重点梳理与供应链企业信任具有紧密关联的文献。

为对交易伙伴有信心而依赖该交易伙伴的意愿。梅耶等 (Mayer et al., 1995) 指出, 信任是基于另一方将采取对施信方有益行为的预期, 一方所持有向对方暴露脆弱点的意愿, 取代了对另一方行为的管理和控制。乔和霍尔顿 (Chow and Holden, 1997) 等将信任定义为对某人或某物的可依赖性与忠诚的期望水平或确定性程度。萨科和赫尔珀 (Sako and Helper, 1998) 对信任的理解是, 信任是一方所持有的关于交易伙伴将采取双方都可以接受行为的预期, 包括任何一方都不会利用其他成员的脆弱性的预期。在他们看来, 这种预期减少了可能的行为, 因此降低了因为交易伙伴的行为所带来的不确定性。帕夫洛和吉芬 (Pavlou and Gefen, 2004) 进一步阐述了组织间信任定义: 组织成员集体评估组织的一种主观信念, 组织的人员将会根据他们确信的期望完成可能的交易, 他们有能力却放弃控制另一方。坎农等 (Cannon et al., 2010) 从社会心理学和营销学角度将信任定义为对于信任对象可感知的可信赖性以及仁慈。此外, 还有学者认为, 信任是由一个企业所持有的当对方面对机会主义行为选择时不会利用自己的脆弱性的预期 (Krishnan et al., 2006)。从上述有关信任的定义可以总结出信任具有以下特点: 施信的主体具有某种脆弱性, 信任是一种预期, 对方行为具有不确定性, 机会主义行为是信任存在的条件。

学术界对于信任的不同定义导致了不同的信任维度划分, 信任的维度经历了从单维度到多维度的演变。^① 以往的大多数研究采取单维度测量的方式, 近年来, 随着对信任问题更加深入的研究, 对信任维度的划分更趋向于多维度, 埃伯特 (Ebert, 2009) 对信任的维度的划分做出了详细的归纳。在信任的维度中, 认知信任/情感信任、仁慈/可靠性、能力/善意、可靠性/可预测性等几种二维划分方式比较具有代表性。三维划分方式也比较常见, 例如, 梅耶等 (Mayer et al., 1995) 将信任维度划分为能力/仁慈/忠诚信任; 戴尔和楚 (Dyer and Chu, 2000) 将信任维度划分为可靠性/公平/善意信任。上述各种信任维度在不同的研究中呈现出不同的组合, 此外, 还有其他的信任维度, 如同盟信任、制度信任等。通过细分信任维度, 信任测量的更高准确性得以实现。

目前学术界对于供应链信任的定义尚无一致的理解, 学者们根据研究需要, 从不同的角度对信任进行了界定。鉴于供应链企业信任定义的多样性, 本书对其加以整理, 如表 1-2 所示。

① 信任维度的划分对于实证研究极为重要, 本书的下篇采用的是实证分析方法。

表 1-2

有关供应链企业信任的定义

学者	定义
莫尔和斯皮克曼 (Mohr and Spekman, 1994)	两个独立的生产厂商彼此拥有共同的目标、追求共同的利益与相互高度依赖的一种规划的战略关系
奥拉肯等 (Aulakn et al., 1996)	两个生产厂商之间建立的一种长期关系, 这种关系是基于彼此信息共享、风险共担与利益共享的相互而稳定关系的长期承诺
兰伯特等 (Lambert et al., 1996)	买卖双方之间建立的相互信任、诚实、风险共担和利益共享的企业关系, 这种关系形成企业的竞争优势
盖斯肯等 (Geyskens et al., 1998)	供应链成员之间认为对方是善意的并且是可信的, 供应链信任已经成为内部组织关系的决定性影响因素
乔普拉和迈因德尔 (Chopra and Meindl, 2002)	供应链成员在每个阶段都对其他阶段的利益感兴趣, 不会擅自采取措施而不顾对其他阶段的影响
唐纳德等 (Donald et al., 2004)	以可靠性为基础的信任 and 以特征为基础的信任
李良 (2004)	是一个自我强化的期望集, 是成员彼此在不确定条件下能力和行为的稳定预期
杨静 (2006)	在基于风险和相互依赖的前提下, 合作双方相信另一方有能力并且有意愿去履行承诺, 同时任何一方都不会利用对方的弱点去获取私利
殷茗和赵嵩正 (2006)	在不完全监督的条件下, 供应链成员认为供应链中他方能够完成其期望交易的主观信心
刘浩华 (2009)	信任意味着按时交货、按时付款, 保持一贯的高质量, 严格遵守合同
谢卓君 (2012)	预期对方有我方需要的能力, 能履行自己的承诺 (可靠), 态度行为对我方也很友善

本书认为: 供应链企业间的信任是指在基于风险和相互依赖的前提下, 成员中一方相信另一方有能力并且有意愿去履行承诺。信任来自于契约的限制或利益的计算, 或由双方行为的可预测性而产生, 并与互惠、利他行为相关。^①

信任是供应链企业防范成员机会主义行为和对抗不确定性的重要手段。供应链企业间的信任并不是成员企业单纯而盲目的利他行为的体现, 善意或情感型信任只是其中一个方面。即使成员企业具有一定利己倾向, 经过利益的计算也有可能最终会选择互惠行为, 也会带来供应链企业间的

^① 这一定义贯穿于全书。