



产业经济学



文库

主编 胡军

Series of Doctoral Dissertations in Industrial Economics

The Influence of Entrepreneur's Social
Relation on Innovation and Performance
— Examples Taken From Manufacturing Firms in the Pearl river Delta Area

企业家社会关系对 创新和绩效的影响

——以珠三角制造业企业为例

曾驭然 / 著



经济科学出版社



产业经济学博士文库

企业家社会关系对 创新和绩效的影响

——以珠三角制造业企业为例

*The Influence of Entrepreneur's Social
Relation on Innovation and Performance*

——Examples Taken From Manufacturing Firms in the
Pearl River Delta Area

曾驭然 著

经济科学出版社

责任编辑：张和群 夏 红

责任校对：王肖楠 徐领柱

版式设计：代小卫

技术编辑：董永亭

企业家社会关系对创新和绩效的影响

——以珠三角制造业企业为例

曾取然 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

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

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

天宇星印刷厂印刷

华丰装订厂装订

880 × 1230 32 开 8.5 印张 230000 字

2006 年 5 月第一版 2006 年 5 月第一次印刷

ISBN 7 - 5058 - 5500 - X/F · 4759 定价：18.00 元

（图书出现印装问题，本社负责调换）

（版权所有 翻印必究）

《产业经济学博士文库》

编 委 会

丛书主编

胡 军

丛书编委（以姓氏笔画为序）

朱卫平 刘汉民 张耀辉 张炳申 隋广军

《产业经济学博士文库》

总 序

暨南大学是国家“211工程”重点建设高校之一，其经济管理类学科历史悠久，早在1918年就创办了商科。产业经济学学科源于1963年由我国著名工业经济学家黄德鸿教授领衔建立的工业经济专业，产业经济学博士点是1986年由国务院批准的华南地区第一个应用经济学博士点。该学科所依托的经济与管理学科具有学科齐全、力量雄厚的特点，有应用经济学、工商管理两个一级学科博士学位授权点，同时这两个一级学科都建有博士后流动站。产业经济学学科1996年被评为广东省重点学科。1996年暨南大学进入了国家“211工程”的行列后，又把产业经济学作为学校的七个重点项目之一，并获原国家计委批准立项。2002年上半年，产业经济学学科被批准为国家重点建设学科。目前暨南大学产业经济学学科是华南惟一和全国仅有的几个产业经济学国家级重点学科之一。

多年来，本学科按照暨南大学“面向海外、面向港澳”的办学方针，本着服务于港澳地区、华侨华人社会，以及促进区域经济发展的精神不断探索，在新古典方法的基础上，逐步应用经济学实验方法和演化经济学方法，围绕企业组织、产业结构与产业组织、政府产业规制三个层次开展研究，形成了企业理论与企业制度、中小企业与企业集群、创新与产业组织演变、产业融合与产业国际竞争力、政府行为与产业规制等五个具有鲜明特色的研究方向。

本学科注重理论建设及理论与实际相结合，积极为经济发展服务；科研与教学紧密结合，加大科研投入力度，不断提高学术水平；加强国际国内的学术交流与合作，营造学术网络，取得了明显

的效果。“十五”期间，本学科成员在权威刊物发表论文百余篇，承担国家级和省部级科研项目二十余项和多项重大横向合作课题，获得省部级优秀成果和科技进步奖十余项。

1987年以来，本学科先后招收博士研究生150人（其中毕业学生77人），硕士研究生185人（其中毕业学生121人），为国家培养了大批高级人才，他们在高校、科研机构、政府部门和企业发挥着重要作用。在本学科点的毕业生中，多人成为各级党政领导、著名企业家、港澳地区知名人士和专家学者，包括广东省委常委、常务副省长钟阳胜博士，全国人大常委、澳门特区基本法咨询委员会副秘书长杨允中博士，香港沙宣证券公司高级分析师、国务院经济发展研究中心特邀研究员黎鸿基博士，广东省佛山市高明区区委书记邓伟根博士等。

本学科的毕业生不仅在实践中发挥所学，为经济发展作出贡献，而且在理论研究上也颇有建树，其中钟阳胜博士的《追赶型经济增长理论》、《追赶经济增长中的产业建设》综合运用经济学理论和史学知识，突破了经济增长理论以发达国家为对象的传统，明确提出了发展中国家和地区的经济增长问题，全面系统地阐述了发展中国家和地区的经济增长理论，强调人作为主体在经济增长中的中心地位和作用，被认为是该领域重要的创新和突破。其《追赶型经济增长理论》被评为全国十佳经济读物，并在第47届法兰克福国际图书博览会参展。该书再版四次，发行量达4.8万册。王聪教授的博士学位论文《我国证券市场交易成本制度研究——关于中国证券市场的SCP分析框架》获全国百篇优秀博士论文称号，实现了暨南大学在该奖项上的零的突破。此外，邓伟根博士的《东亚模式中的政府主导作用分析》、夏海钧博士的《中国高新技术产业开发区发展研究》、王旭东博士的《中国实施可持续发展战略的产业选择》、蓝海林博士的《经济转型中我国国有企业集团行为的研究》、王颖捷博士的《我国自然垄断产业组织优化研究》、易琮博士的《行业制度变迁的诱因与绩效——对中国注册会计师行业的

实证考察》、钟庆才博士的《人力资本产权与实现机制分析》、朱卫平博士的《企业家本位论——中小企业所有权制度安排研究》、陈思博士的《台湾经济的结构分析——从产业结构角度切入》、苏启林博士的《上市公司家族控制与公司治理：基于契约理论的研究》等博士学位论文，都在各自的研究领域做出了具有一定突破性的探索。

经过几代人的努力，本学科现已成为我校“211工程”重点项目建设的龙头学科，我国南方地区最具影响力和全国综合实力较强的产业经济学科点之一。本学科将以经济全球化、知识化、一体化背景下的产业结构与产业组织理论的研究作为学科建设的方向，跟踪产业经济理论的国际前沿，紧密联系我国产业发展与结构变动的实际，在工业化进程中的产业结构演进规律和区域经济一体化等理论研究上力争取得突破，使本学科成为我国产业经济学科学研究、人才培养、社会服务和学术交流的重要基地。

2006年正值暨南大学百年校庆和产业经济学科获得博士学位授予权二十周年，我们将近五年已通过答辩且未公开出版的产业经济学专业博士学位论文中的优秀论文，经作者重新修改后编辑成《产业经济学博士文库》，作为献礼。

胡 军

2006年1月于暨南园

内容摘要

本书考察了中国广东珠江三角洲制造业企业的商业网络，及其对创新和产业发展过程的影响。通过对企业家、企业主或经理人有有关信任以及个人在制造活动中利用商业关系的方式的深度访谈，考察珠江三角洲制造商的网络关系及其社会取向。在数据分析阶段，根据被访者的社会取向，制造商被分成三个群体——少数主义、中间主义和多数主义，并且计算社会变量与创新以及绩效水平之间的相关性。

本书的研究得出了一些值得关注的结果。第一，当网络的结构稠密和空间延展性好，并且参与网络的企业家（代理人）不但愿意在本地社区中建立紧密的联系，而且将社会关系扩展或延伸到其他社区或地区，网络促进创新的功能就可以得到最好的发挥。第二，个人的社会取向和信任能力是对其所在企业的创新，特别是独立创新，是产生直接贡献的一个重要因素。第三，学者们可以通过将企业的经济活动嵌入到经营者所处的特定的社会环境当中，以此更好地理解创新和产业发展过程。

本书通过在一个制度的框架中解构网络形成、维系和调整背后的机制，在更普遍的意义提高我们对驱动企业家在社会关系中相互作用过程的认识。这个制度的框架揭示了企业间关系背后存在竞争、重叠的逻辑关系和原因。这种研究方法不但说明了反映社会资本现状的行为方式，而且描述了导致其形成的过程，对社会资本的研究做出了有益的补充。

着眼于中国本土制造商的成功以及本地化生产能力的提高，政策制定者们必须培育更宽泛意义上的信任。此外，还需进一步加强法律体系（特别是执法部门）以及地方政府部门的改革，并且鼓励政府与企业之间的对话与沟通。一旦信任的层次以及社会的可靠性得到了提高，将鼓励企业家承担风险的行为（如创新）。这种创新动机和创新精神可能将中国的工业发展过程嵌入到更健康和内生化的制度环境当中。

Abstract

The dissertation examines business networks among manufacturing firms in Pearl River Delta, Guangdong, China. It assesses their influences on innovation and the process of industrial development. Network relations and the social orientations of manufacturers in the area were explored by using in-depth interviews with either enterprise owners or business managers. They focused on issues of trust and the means through which these individuals use business relations in their production activities. In the data analysis phase, manufacturers were divided into three groups-minimalists, pragmatists and maximalists, based on a businessperson's social orientations and correlations between social variables and the levels of innovation and performance that were computed.

The analysis leads to a number of noteworthy findings. First, networks best facilitate innovation when they are structurally dense and spatially extended and, when those participants such as entrepreneurs (agents) are willing to create strong bonds in their local communities and to extend social connections to other communities and regions. Second, individual's social orientation and ability to trust is an important factor that contributes directly to innovations (especially dependent innovations) of the firm. Third, scholar can better understand the process of innovation and industrial development by embedding the economic activities of firms in the social contexts available to the individuals managing them.

The study more generally improves our understanding of the process driving business people to interact socially. An institutional framework is applied to deconstruct the dynamics behind the network construction, maintenance, and modification. The institutional framework demonstrates that there are competing and overlapping “logics” behind or reasons for inter-firm relations. This approach also contributes to our understanding of social capital by identifying both the patterns of behavior reflecting its presence and the process leading to its creation.

If the purpose is to improve the local businessmen’s successes and the localized manufacturing capabilities, policymakers have to foster a trust, in a broader sense. Moreover, it has to strengthen the reform of legal system, especially the execution system, and local municipal governments and to encourage communications between governments and companies. Once the trust level and the society’s reliability are improved, it is probably true that entrepreneurs would be more willing to take some risk-taking actions, for example, innovations. Such innovation initiatives and spirit may result in embedding China’s industrial development in healthier and endogenously created institutions.

目 录

0	导言	/ 1
0.1	问题的提出	/ 1
0.2	理论背景与研究介绍	/ 5
0.3	有关工业化与经济观点评述	/ 7
0.3.1	国外有关工业化与经济观点评述	/ 7
0.3.2	国内工业化进程回顾	/ 17
0.4	研究目的	/ 26
0.5	本研究结构	/ 29
第1章	文献回顾	/ 32
1.1	创新、绩效与企业家精神	/ 32
1.2	企业家精神的社会维度	/ 37
1.3	网络对企业家精神和创新的作用	/ 38
1.4	网络的结构要素及制度厚度	/ 40
1.5	网络的代理特征	/ 41
1.6	信任在网络、企业家精神以及经济发展中的作用	/ 42
1.7	网络、企业家和社会资本	/ 46
1.8	作为嵌入制度的商业网络：一个制度框架	/ 49

第2章 研究方法 / 53

- 2.1 调研工作的准备阶段 / 53
- 2.2 行业及企业样本的选择 / 55
- 2.3 深度访谈过程 / 59
- 2.4 假设、数据处理及编码 / 63
- 2.5 变量赋值 / 67
- 2.6 假设检验 / 69
- 2.7 对实地调研和数据分析的补充说明 / 71

第3章 珠江三角洲的环境及研究样本 / 72

- 3.1 珠江三角洲经济、文化、地理环境 / 72
- 3.2 珠江三角洲经济发展研究回顾 / 74
- 3.3 珠江三角洲制造业现状及问题 / 77
- 3.4 赋值结果以及样本的社会分类简介 / 78
- 3.5 对样本的描述性统计 / 80
 - 3.5.1 行业构成和企业类型 / 84
 - 3.5.2 被访者个人信息 / 85
 - 3.5.3 社会因素 / 87
 - 3.5.4 企业规模和存在时间 / 89
 - 3.5.5 创业资金来源 / 90
- 3.6 描述性特征和社会类型 / 91
 - 3.6.1 少数主义 / 91
 - 3.6.2 中间主义 / 93
 - 3.6.3 多数主义 / 94
- 3.7 小结 / 95

第4章 珠江三角洲商业关系的结构与逻辑 / 97

- 4.1 珠江三角洲商业关系的社会结构 / 98
- 4.2 珠江三角洲商业关系的多重逻辑和

	主要商业关系	/ 105
4.2.1	多重逻辑和珠江三角洲的主要商业关系	/ 105
4.2.2	信用关系	/ 107
4.2.3	声誉关系	/ 112
4.2.4	信息关系	/ 115
4.3	多重逻辑和企业间关系: 对假设 H1 的讨论	/ 120
4.4	将关系逻辑与社会分类相联系	/ 123
4.5	小结	/ 124
第 5 章	网络结构及信任机制对珠江三角洲民营制造业 企业绩效和创新的影响	/ 126
5.1	网络结构因素对企业创新和绩效的影响 ——假设 H2 ~ H5	/ 129
5.1.1	网络密度值和变量之间的相关性	/ 129
5.1.2	对假设 H2 和假设 H3 的讨论	/ 131
5.1.3	外部联系值与变量之间的相关性	/ 132
5.1.4	对假设 H4 和假设 H5 的讨论	/ 134
5.2	信任机制对企业创新和绩效的影响 ——假设 H6 ~ H7	/ 135
5.2.1	微观信任、绩效和创新 ——对假设 H6.1 和假设 H7.1 的检验	/ 136
5.2.2	中观信任、绩效和创新 ——对假设 H6.2 和假设 H7.2 的检验	/ 137
5.2.3	宏观信任、绩效以及创新 ——对假设 H6.3 和假设 H7.3 的检验	/ 139
5.3	对假设检验结果的小结	/ 141
第 6 章	对结果的解释	/ 145
6.1	珠江三角洲的商业网络和制度框架	/ 146

6.2	结构和代理因素对创新的网络和社会能力的贡献	/ 148
6.2.1	创新型商业关系中的结构要素	/ 149
6.2.2	创新型商业关系中的代理要素	/ 150
6.3	内向型和外向型：社会分类的启示	/ 152
6.4	信任对创新的重要性	/ 155
6.4.1	微观信任与创新——人际关系对创新的作用	/ 155
6.4.2	中观信任与创新——模仿与创新	/ 156
6.4.3	宏观信任与创新——外部联系的作用	/ 157
6.5	通过社会关系研究创新和企业精神的局限性	/ 158
6.6	小结	/ 158

第7章 结论及未来研究方向 / 161

7.1	用嵌入框架探讨工业化过程的适用性	/ 163
7.2	对社会资本研究的意义	/ 165
7.3	对现实问题的思考	/ 167
7.3.1	研究对珠江三角洲以及中国工业化的含义	/ 167
7.3.2	对广东自主技术创新投资中的“协调谬误”的思考	/ 170
7.4	未来研究方向	/ 183
7.5	结束语	/ 185
	相关论文链接	/ 186
	附件一 “企业家社会关系与企业创新和绩效” 深访问卷	/ 209
	附件二 数据编码详情以及编码层级	/ 219
	参考文献	/ 230
	后记	/ 251



导 言

0.1

问题的提出

新中国成立特别是改革开放以来，中国制造业取得了长足的发展。据不完全统计，截至 2002 年底，中国制造业总量居全球第四位，共有 172 个制造产品的产量居世界第一，这 172 个产品涵盖 28 个制造大类。20 世纪 90 年代以来，制造业已成为中国最大的出口门类，创造了中国一半的财政收入和接近 3/4 的外汇收入，吸收了将近一半的城市就业人口，其增加值占中国 GDP 的比重基本维持在 40% 左右^①。2001 年 5 月，日本通产省发表的白皮书首次提出“中国已成为‘世界的工厂’”，海外媒体一时间热炒不断。法国经济类报纸《回声报》副主编埃里克·伊兹拉莱维奇在 2005 年 2 月出版的著作《当中国改变世界的时候》中的主题句是“中国已经醒来，世界正在颤抖”，并且认为，“世界用 1/4 世纪的时间改变了

^① 参见《制造业仍是中国未来经济增长的主要源泉》，新华网 www.xinhuanet.com，2002 年 9 月 3 日。

中国，现在中国正在改变世界，不论汽油还是就业，甚至明天天气怎么样，世界都将面临中国的冲击”^①。统计资料显示，不止在欧洲，中美贸易额自两国建交以来增长了40多倍，特别是近十年来，中国较低的劳动力成本、产品基础加工质量的提高以及多种产品供应链的不断完善等优势已使中国产品进入到美国多种不同的销售网络中。^②

然而，就在“中国制造”行销全球的同时，我们不得不直面一些并不令人愉快的现象：

现象一：低价的怪圈

2004年12月6日出版的美国《商业周刊》发表了《中国价格》的封面文章。文章指出，目前，“中国价格”是美国产业界闻之色变的词。无论是家具制造商还是网络公司，全都面对一大难题：要么降价30%，要么失去客户。文章提到，总体而言中国工厂的报价比起美国同业的价格低30%~50%，某些中国产品的价格甚至比美国制造厂所获得的原料价格还低。

这种低价出口的产品，一方面造成对进口国企业的压力，使中国出口产品屡遭外国反倾销制裁，尤其是受到那些国内有大量进口替代品产业的国家的抵制（如2004年9月16日发生在西班牙埃尔切市“焚鞋事件”）；另一方面，也引起行业内的以价格战为主体的恶性竞争。这种趋势长期发展下去，可能让发达国家对“中国制造”产生不良印象^③。

现象二：中国劳工不体面的就业机会和中国付出的环境代价对出口产品的双重补贴

2004年5月，国内媒体关于“民工荒”的报道开始大量出现。《羊城晚报》、《新京报》、《南方周末》、《经济观察报》、《人民日报》（华东版）等都做了不同程度的报道。《南方周末》2004年7月15日时政A3版的《中国遭遇20年来首次“民工荒”》一文更

①②③ 参见《中国制造业的发展》，载《中国经济时报》2005年3月9日。