

企业的社会资本： 概念反思和测量途径

——兼评边燕杰、丘海雄的《企业的社会资本及其功效》

刘林平

在对社会资本的研究当中,企业的社会资本是一个非常重要的概念。在现代社会里,经济活动的主体主要是企业。对于企业从事经济活动的社会学研究,社会资本是一个很好的切入点。但是,对于什么是企业的社会资本,这一概念的内涵到底是什么,应该用什么样的指标去测量等等问题,还有待进一步的探讨。

一、概念内涵和测量指标的矛盾

在中文的话语体系中,边燕杰是最早对企业的社会资本问题进行研究的学者,许多观点发人深思。其中重要的一篇文章是边燕杰和丘海雄署名的《企业的社会资本及其功效》。在这篇文章中,他们提出了企业的社会资本的概念。认为“社会资本是行动主体与社会的联系以及通过这种联系涉取稀缺资源的能力……能够通过这些联系而涉取稀缺资源是企业的一种能力,这种能力就是企业的社会资本”。并进一步将企业的社会联系分为三类:纵向联系、横向联系和社会联系。所谓纵向联系是指“企业与上级领导机关、当地政府部门以及下属企业部门的联系”。所谓企业的横向联系“指的是企业与其他企业的联系”(边燕杰、丘海雄,2000)。所谓社会联系,尽管没有明说,实际上指的是企业除纵向、横向联系之外的其他社会联系。

而后,文章用了三个指标对此进行了测量:第一个指标是企业法人代表是否在上级领导机关任过职;第二个指标是企业的法人代表是否在跨行业的其他任何企业工作过及出任过管理、经营等领导职务;第三个指标是企业法人代表的社会交往和联系是否广泛。

不可否认，企业法人代表对企业的活动具有非常重要的作用，但毕竟不是企业活动的全部，尤其在所有权与经营权分离的企业，法人代表活动的局限性就更加明显。边燕杰和丘海雄也认为：“企业的法人代表是整个企业的核心，也是一个企业形成、发展和运用社会资本的关键人物。”“但企业的社会资本不限于企业的法人代表。企业的其他管理者和经营者，其中层经理和专业技术人员以及从事生产、销售的第一线工作人员，也都可能在形成、发展、运用企业社会资本的过程中发挥作用。”但如果按照上述三个指标对企业的有关人员进行测量，就会发现，这是一个非常困难的工作。如果要对一个大型的企业（一个数千人、数万人乃至数十万人的企业）进行这样的测量，几乎是不可能的。

以企业的法人代表的社会联系替代整个企业的社会联系有着相当大的局限性。其所得出的结果只是企业法人代表的社会资本，而不是企业的社会资本。

接下来的问题是：企业法人代表的社会联系或社会资本就一定能为企业所用吗？边燕杰和丘海雄的文章没有明确的论述，但显然他们对此是肯定的。

在一个产权明确、制度合理的企业中，企业法人代表的社会资本是可以并且会为企业所利用的。比如，在中国的私有企业中，法人代表就是产权所有者（或主要所有者），并且也大都直接经营企业，他的社会资本当然会为自己的企业所利用。但是国有企业或集体企业中的情况显然不一样。正因为如此，引发了学术界种种关于企业产权制度、代理人制度、治理结构等问题的讨论。如果国有企业的领导人（包括法人代表和管理经营者）都是全心全意为企业服务的，国有企业的改革也不会如此艰难。现实的情况是：企业法人代表的社会联系或社会资本有可能为企业所用也可能不为企业所用，或者部分为企业所用，或者企业的社会联系或社会资本为企业领导人所用，用来为个人谋私利。

第三个问题是：即使企业法人代表个人的社会联系可以为企业所用，但是，这种社会联系就是社会资本吗？换句话说，社会网络就是社会资本吗？答案没有这么简单。

边燕杰和丘海雄认为，“社会资本是行动主体与社会的联系以及通过这种联系涉取稀缺资源的能力”。在这里，如果说“社会资本是行动主体与社会的联系”，那么，就可以说，社会网络就是社会资本。但是，如果说社会资本是通过“社会联系涉取稀缺资源的能力”，那么，能力应

该不完全等同于社会网络。能力是从社会网络中来的,但是,有的网络是有用的,有的网络是没有用的。换句话说,只有有效使用的网络才具有涉取稀缺资源的能力。

把上面的问题总结一下,我认为:企业法人代表的社会联系并不等同于企业的社会联系,企业法人代表的社会联系或社会网络不一定为企业所用,只有有效使用的社会网络才是社会资本。而边燕杰和丘海雄用三个指标所进行的测量,实际上只是测量了企业法人代表的社会联系或社会网络,而不是企业的社会资本。这种测量是有意义的,因为它建立了企业法人代表的社会网络和企业产出的相关关系。但是,其局限性也是显而易见的。

二、社会资源和社会资本

资本是这样一种东西,它是要投入经济生产活动之中并且得到产出的。^①一般的人力物力并不是资本,比如,金钱并不是资本,但是用来投资的金钱就是资本。我们可以用金钱来进行消费,也可以用来投资,只有用来投资的金钱才是资本。同样,对于社会网络和社会资本的关系也可以作这样的理解,即社会网络并不是社会资本,投入到生产经营活动中的社会网络才是社会资本。

最早提出社会资本概念的是布迪厄(P. Bourdieu)。在他看来,资本是积累的劳动,这种劳动使得占有者以具体化的方式占有社会资源。资本是获取生产利润的潜在能力,也是进行自身再生产的潜在能力。在这样的意义上,“资本包含了一种坚持其自身存在的意向,它是一种被铭写在事物客观性之中的力量……资本……体现了社会世界的内在结构,即铭写在这个世界的现实中的一整套强制性因素,这些强制性因素以一种持久的方式控制了它所产生的作用,并决定了实践成功的可能性”(布尔迪厄,1997:190)。布迪厄把资本划分为三种基本的形态:经济资本、文化资本和社会资本。“社会资本是实际的或潜在的资源的集合体,那些资源是同对某种持久性的网络的占有密不可分的,这一网

^① 亚当·斯密(Adam Smith)把资本划分为流动资本和固定资本,马克思把资本看成是资本家用来剥削工人剩余价值的东西(参见 Marshall, 1998:52)。

络是大家共同熟悉的、得到公认的，而且是一种体制化关系的网络”（布尔迪厄，1997：202）。

布迪厄是从社会网络的角度来看社会资本的。“特定行动者占有的社会资本的数量，依赖于行动者可以有效加以运用的联系网络的规模的大小，依赖于和他有联系的每个人以自己的权力所占有的（经济的、文化的、象征的）资本数量的多少”（布尔迪厄，1997：202）。

但是在上面这一段话中，布迪厄并没有把社会网络和社会资本完全等同起来，网络并不等于社会资本，只有“可以有效加以运用的”网络才是社会资本。

科尔曼在对社会资本的论述中，把社会结构资源作为个人拥有的资本财产，即社会资本。“社会资本的定义由其功能而来，它不是某种单独的实体，而是具有各种形式的不同实体。其共同特征有两个：它们由构成社会结构的各个要素所组成；它们为结构内部的个人行动提供便利……社会资本是生产性的，是否拥有社会资本，决定了人们是否可能实现某些既定目标……社会资本存在于人际关系的结构之中，它既不依附于独立的个人，也不存在于物质生产的过程之中”（科尔曼，1999：354）。科尔曼特别强调社会资本的生产性。“物质资本和人力资本为生产活动提供了便利，社会资本具有同样作用”（科尔曼，1999：356）。

科尔曼对社会资本生产性的强调表明，他尽管认为“社会资本存在于人际关系的结构之中”，但是，只有投入使用的才是资本。

在对社会资本的研究中，林南作出了重要的贡献。他认为，社会资源是通过人们直接和间接的联系而获取的资源。对于这些资源的获取和使用是暂时的和借用的。而社会资本是人们动用了的社会资源。它主要是从社会网络中得到的（Lin, 1999）。在2001年发表的一篇文章中，林南说：“资本是在市场中具有预期回报价值的资源投资，而社会资本是嵌入于社会网络中，在有目的之行动中可以获得或调用的一种资源。”（林南，2001：3）

从上述三人的论述中，笔者得出的结论是：我们要从“效用性”和“生产性”来理解社会资本，进而来测量社会资本。其中关键的问题是：要区分社会资源和社会资本。资源是潜在的资本，资本是动用了的、用来投资的资源。社会网络是社会资源而不直接等同于社会资本；社会资本是动用了的、用来从事生产性的经济活动的社会网络或社会资源。

进一步推论,实际上,所谓资本,就是人们投入的成本或付出的代价。人们为了发展社会关系,要投入的东西无非是可以金钱来计价的物质的东西,可以用时间来计算的时间成本,以及难以计价的如对对方的顺从、尊重、高度评价和配合等等。人们用金钱、时间和尊重等来获得社会联系或社会关系,而社会网络就是这种社会关系的形式化的描述。只有在这样理解的基础上,我们才能讨论社会资本的测量问题。

三、网络测量和费用测量

对于社会资本测量的思路之一是网络测量。边燕杰和丘海雄的文章《企业的社会资本及其功效》以及格兰诺维特、波特、林南等的研究就是这样测量的典型例证(Granovetter, 1973; Burt, 1992; 林南, 2001; Bian, 1997; Bian & Ang, 1997)。^①

在此后的研究中,边燕杰发展了对于社会资本概念的理解以及测量方法。2004年,边燕杰在《城市居民社会资本的来源及作用:网络观点与调查发现》一文中进一步提出,社会资本“的存在形式是社会行动者之间的关系网络,本质是这种关系网络所蕴含的、在社会行动者之间可转移的资源。任何社会行动者都不能单方面拥有这种资源,必须通过关系网络发展、积累和运用这种资源”(边燕杰, 2004)。该文实际上已经把社会网络与社会资本的概念作了区分,社会资本蕴含于网络之中,但是不等于就是网络。如果没有曲解其中涵义的话,实际上,边燕杰把社会资本看成是“通过关系网络发展、积累和运用这种资源”的能力。这种理解与林南基本是一致的(Lin, 2001)。

但是,从测量的角度出发,怎样把从网络中得到资源的能力与网络本身区分开来,这是一件困难的事情。边燕杰也认为,“这些问题容易被理解,但在研究中极难操作”(边燕杰, 2004)。所以,他对中国城市居民社会资本的测量还是从网络来进行的,具体地说,是从网络规模、网

^① 网络测量的方法可以追溯到1969年威尔曼(Wellman)等人对于加拿大多伦多附近的East Yorker镇所做的调查,他们通过845个样本调查了个人日常生活的社会支持来源成员名单(熊瑞梅, 2001)。也有研究者认为,“社会网络分析发端于20世纪30年代,是在心理学、社会学、人类学以及数学领域中发展起来的”(刘军, 2004: 55)。很多人讲到社会资本的测量时,只是谈及网络测量(如张其仔, 1999; 张文宏, 2003)。

顶、网差和网络构成四个角度测量的。这样一方面，把人们的社会联系完全形式化，促进了对于微观社会结构明晰的、图示的和数量化的认识；另一方面，从生产的角度来看，它摸清楚了人们的社会资源。

然而，从网络的角度测量企业和社会组织的社会资本，遇到的问题是：首先，测量的主体不是个人，而是作为群体的企业或社会组织；个人的网络关系是清晰的、相对简单的，而群体的网络则是复杂的、纵横交错的。并且，群体的网络也并不是群体中个人网络的简单相加，群体越大，其网络则越复杂，其网络规模甚至可能是倍数的增长。其次，群体网络和群体中的个人网络具有相容、相异或不相容的问题。企业中的个人，即使是董事长或总经理一类的人，他的活动也可以分作为了企业的公务活动和为自己的私人活动。这两类活动在人们的日常生活中经常交错在一起。如前所述，在产权不明和没有一个合理的企业治理结构和委托—代理制度的情况下，公私之间的网络纠缠一起，很难分清。第三，如果按照科尔曼把社会组织作为法人行动者^①来理解，那么是否存在不依赖组织内个人的作为组织整体的法人社会网络和社会资本呢？^②如果这样的网络存在，那么与企业或社会组织中的个人又有什么关系呢？

不妨换一个角度来考虑。布迪厄认为，社会资本的生产是人们在社交活动中时间、精力和经济资本的投入过程(Bourdieu, 1986)。这一观点提醒我们，对于社会资本的测量可以从生产投入的角度来进行。

在经济活动中，企业的投入可以划分为三部分：一是物质资本的投入；二是人力资本的投入；三是社会资本的投入。^③物质资本的投入，人们是用金钱来衡量的；人力资本的投入，也是用金钱来衡量的；为什么社会资本的投入不可以用金钱来衡量呢？笔者认为，可以用花费在社会关系上的费用来衡量企业社会资本的投入。

从投入费用的角度来测量社会资本的主要好处在于：1. 把对社会

① 科尔曼说：“我们可以将很多公司视为行为人来进行行为系统的分析，而不用深入到公司内部的众多个人……视法人为一个拥有全部财产的行为人也很合理。”（转引自斯威德伯格，2003：69）

② 这一点，是本文作者与中山大学社会学系蔡禾教授讨论过程中，由蔡禾教授提出来的。

③ 经济学家基本上不承认社会资本的作用，或者把社会关系的作用视为经济活动的外生变量。比如，在传统马克思主义的理解中，人类的生产活动被划分为生产力和生产关系，并没有把社会关系的投入纳入生产力之中（马克思，1975/1867）。即使是在经济学中的交易成本学派看来，经济活动中的社会关系也被理解为组织和管理的問題（迪屈奇，1999）。

资本的计量与对物质资本和人力资本的计量统一起来,可以互相比较;

2. 如上所说,逐一理清企业广泛的社会联系是很困难的研究工作,上述测量方法可避免这一难题;3. 可以非常明确地推算企业社会资本的投入产出,建立相应的会计制度。

四、费用测量的一个案例

2004年5—10月,笔者对珠江三角洲的女性企业家进行了一次问卷调查。^①由于随机抽样的困难,本次调查采用方便抽样,共回收了有效问卷200份,其中私营企业家填写了84份,其余为职业经理人。

在问卷中,我对企业的社会资本用两个指标进行了测量:一是干股;二是公关费用。

在开办企业过程中,私营企业也可能采取股份制的形式,其中有些股东拿的是干股,即并不实际投入金钱和物质的东西,但还是占有一定的股份,并可以分红。据了解,现实经济生活中的干股有两种:一种是技术入股,实际上是人力资本投入;另外一种是关系入股,实际上就是社会资本投入。

问卷首先采用了一组四个问题来测量干股:(1)您的企业注册登记时共有几位股东?(2)他们当中有没有人拿干股?(3)干股占您的企业全部股份百分之多少?(4)拿干股的股东是因为有技术或者专利吗?

结果有57人回答了第1个问题:其中有13人说只有1位股东,有44人回答说有2位以上的股东,有1人说的她的企业有188位股东(这家企业是由国有企业改制而来的)。如果把只有1位股东和有188位股东的企业排除,那么,在这43家企业中,股东最少的是2位,最多的是28位,平均为4.79位股东;52人回答了股东中有没有人拿干股的问题:其中20人说有,32人说没有;18人回答了干股占她们企业全部股份的比例问题:最小值为2%,最大值为80%,平均值是19.03%;17人

^① 本次调查是我所主持的2003年度国家社会科学基金项目:《市场转型中的精英女性——珠江三角洲女私营企业家研究》(03BSH007)的主要研究内容之一,该研究还得到中山大学公共管理与社会发展哲学社会科学创新基地项目资助。在问卷设计过程中,得到香港科技大学社会科学部教授边燕杰博士的热情帮助,边燕杰教授对我的问卷初稿做了详细的审阅和修订,特此感谢!

回答了拿干股的股东是不是因为技术或者专利的问题：其中 11 人肯定是技术或专利的干股，6 人说不是。这样，84 家私有企业开办时，有 6 家的股东占有了非技术的干股，其中除 1 人的股份比例缺失外，有 3 家企业的干股是全部股份的 10%，1 家是 37.5%，还有 1 家高达 80%。

然后，问卷问到目前企业的股东中有没有人拿干股的问题，结果 53 人对这个问题作了明确回答：其中 21 人说有，32 人说没有。进一步，有 19 人回答了干股占企业股份的比例：最小值为 8%，最大值为 37.5%，平均值为 19.08%。其中有 13 人说她们企业股东中拿干股的人是因为有技术或专利，另外 6 人的回答则不是。在这 6 家有股东占有非技术干股的企业中，有 2 人没有回答所占比例，有 1 家占 11%，1 家占 13%，还有 2 家都占 20%。

这两组数据的结果非常接近，使我们认识到：对企业的干股进行测量是可能的，当然也不是太容易，从数据的缺失可以看出这一点。

如果说以非技术干股或关系干股的方式，可以测量出与企业建立了稳定社会关系者的收益，或者企业向相关人士购买社会关系的投入，那么，从企业公共关系费用的开支则可以看出企业在处理外在社会关系上的花费或投入。^①

问卷要求被调查者填写 2003 年度企业的支出情况，在所列举的 10 项开支中，有 99 人（其中包括有在企业担任高级职位的职业经理人）回答了企业的公关、招待费用情况：最小值为 0，最大值为 40%，中位值为 5%，众数为 10%，平均值为 6.65%。^② 此外，还有 62 人回答了企业开支中各种捐赠的情况：最小值为 0，最大值 13%，中位值为 1.4%，众数为 0，平均值为 2.36%。企业的公关、招待费用就是直接在社会关系上的花费，企业的捐赠也和处理公共关系有关，但是，前者更多的是企业

① 当然，任何测量都是有局限的。在企业公共关系费用中难以体现的是：1. 先赋性的关系。有一些企业的开办者，原来利用种种权力或资源给他人以帮助，现在他创办企业，别人给予回报，并不需要现在花费公关费用。另外是企业创办者利用父母一类人的关系获利，前人栽树，后人乘凉，也不需要现在花费太多的公关费用。2. 社会性冲销。有一些企业，特别是国有企业，以安排人员等方式给对方以回报，直接的公关费用花费不大。而从个人的角度来看，人们之间的社会交换是模糊的、非即时的、可替代的和情感性的，因而与经济交换不同，很难完全用金钱尺度来测量。3. 时间成本。企业的一些负责人或有关方面人士花费了大量的时间在公关上，这些时间很难计量，并且在企业中是以工资的形式支出的，表面上是人力资本支出。这些东西就构成了社会资本的不可测量的一面，或社会资本的不可测性。

② 由于直接询问费用金额多少有困难，故只要求回答所占比例。

与私人(或企业)建立和维持社会网络的费用,后者则更可能是在向社会公众塑造企业形象的花费。

那么,企业的社会资本投入是有效的吗?

本次调查用营业额(销售收入)^①的客观指标和企业家对本企业在本市同行业中地位评价^②的主观指标来测量企业的绩效。用公关招待费作为自变量,营业额和企业家评价作为因变量,来看它们之间的相关情况。

营业额被平均分为三个部分,最小、居中和最高;公关费用也分成三个部分:4.6%及以下,5%—8%,8%以上,以保证三组数量均衡。结果显示:在公关比例与营业之间的Gamma系数是-0.271,显著度是 $\text{sig} = 0.037$,表明两者是负相关,即公关费用越高,营业额越低,或者营业额越高,公关费用越低。

至于公关费用比例与企业家对自己企业的主观排名关系,在控制营业额前提下,两者在各组的Gamma系数是:营业额最低组, $G = -0.0842$,显著度为0.824;营业额居中组, $G = -0.661$,显著度为0.001;最高组, $G = -0.417$,显著度为0.237。由此可见,除了营业额最低的一组Gamma系数为正以外,在其他两组都是呈负相关;其中中间组公关费用比例越高,企业家在行业中的自我评价越低,或者相反,自我评价越高,公关费用越低。

这几个指标的测量也许存在偏颇之处,所得相关关系也许还可以做出别的解释,但是显然,企业所投入的建构社会关系网络的费用与企业绩效之间并不如人们所期待的那样有强烈的正相关关系,^③也即是说,社会资本对企业的作用未必是正向的、强烈的相关关系。

① 问卷中将营业额划分为9等:50万元以下;50—100万(含100万);100—300万;300—500万;500—1000万;1000—3000万;3000—15000万;15000万—3亿;3亿以上。

② 问卷中对企业家自我地位评价的答案是:处于本市前三位;属于中上水平;属于中等水平;低于平均水平。

③ 企业所投入的公关费用对企业绩效没有正相关关系,并不等于对企业没有功效。一个可能的解释是:这种公关费用的主要作用不在于直接获得利润,而是为了企业的正常运转。就像机器中所使用的润滑油一样,它的作用并不直接体现在机器的功效上,而是减少摩擦力。如果从交易费用的逻辑来看,社会资本在宏观视野里对经济运行的作用并不是积极的,即使从微观的角度来看,社会资本的投入增加了交易费用,对企业的绩效也未必有正面的影响。柯武刚(Wolfgang Kasper)和史漫飞(Manfred E. Streit)说:“生意人将会告诉你,他们的企业能常常保持竞争性,主要是靠专注于如何在企业内部以及与供应商和客户的交往中节约协调成本。”(柯武刚、史漫飞,2003:153)

五、结论和讨论

总结本文的结论有以下几点：

1. 社会网络不等于社会资本。两者的区别是资源与资本的区别：资源是潜在的资本，资本是动用了的、用来投资的资源。社会网络是社会资源而不直接就是社会资本；社会资本是动用了的、用来从事生产性的经济活动的社会网络或社会资源。

2. 对于社会资本的测量方法之一是网络测量，这种测量的意义是：一方面，把人们的社会联系完全形式化，促进了对于微观社会结构明晰的、图示的和数量化的认识；另一方面，从生产的角度来看，它摸清了人们的社会资源。但是，其缺陷也是显然易见的：一方面，在个人的层次上，网络测量相对容易；在群体或社会组织的层次上，网络测量相对困难。这种困难随着群体或社会组织规模的扩大而增大，随着企业或社会组织的复杂化而复杂化。而对大型企业或组织来说，网络测量几乎不可能。另一方面，这种测量容易混淆企业或组织的个人网络和企业网络的关系，而在中国许多企业产权不明和委托—代理制度不完善的情况下，这一缺陷更显突出。

3. 对于企业社会资本测量的另一种方法是费用测量。这里所指的费用就是企业用在建构关系网络的费用，具体表现为处理公共关系上的费用，它以相对固定的形式在股份制企业中表现为非技术性的干股；而在所有的企业中，它都表现为企业的公关、招待费用。这些具体的形式可能是干股、提成、红包和直接的招待费。费用测量的优点是：(1)把对社会资本的计量与对物质资本和人力资本的计量统一起来，都用金钱作为衡量的尺度，使得这三种资本的投入可以互相比较；(2)它通过直接的费用投入避免了网络测量对社会资源与社会资本的混淆；(3)可以非常明确地推算企业社会资本的投入产出，建立相应的会计制度。但是，费用测量也存在着一些基本的缺陷，这主要表现为对先赋性关系、社会性冲销和时间成本的忽略。

为了对社会资本概念做更深入的反思，本文还想在更广阔的范围里进一步讨论。

鲍威尔将社会经济组织形式分成市场、等级制和网络，网络是一种“既非市场又非等级制度”的独特形式，它以关系作为其沟通方式，它是

开放和互惠的,介于市场和等级制(即组织)之间(转引自斯格特,2002)。

人类以市场、组织和网络三种形式从事经济活动,而经济组织(企业)是在市场和网络中活动的。在布迪厄、科尔曼、林南等人的观念中,社会资本来自于关系网络,而不是市场或组织,尽管在市场、组织和网络之间并没有不可跨越的鸿沟。科斯、威廉姆森等人从交易费用的角度,认为市场和组织是可以互相替代和转换的(科斯,2004;威廉姆森,1996)。

基于这样的理解,笔者认为对社会资本不应作过于宽泛的解释,如把人们的组织、社区等等都归之于社会资本(普特南,2000)。因而,也并不存在与企业外部社会联系相对应的企业内部的社会资本。因为企业与外部社会建立的是网络关系,而企业与内部员工的关系则是组织关系。当然,在这里要注意区分的是社会资本的主体层次,即我们所说的是企业的社会资本还是企业中个人的社会资本。比如,在企业内部,作为一个整体组织的企业不存在社会资本的问题,但是,作为组织中的个人,企业的员工却会有种种私人网络关系及蕴含在这种网络关系中的社会资本。

社会资本是一种交易费用,它并不是来自于人们之间一般的社会关系——比如市场关系和组织关系,而是存在于社会网络中的,是个人、企业或社会组织建构其关系网络的交易费用。在笔者所看到的西方新制度经济学关于交易费用的论述中,强调的是市场中的交易费用和企业内部的交易费用,很少明确提及关系网络中的交易费用。^①而本文想对此给予清楚的界定。

因而,我想重复并对上述结论给予补充:所谓企业的社会资本,就是企业动用了的、用来从事生产经营活动的社会网络或社会资源。它本质上是企业为了其生产经营活动建构自己的关系网络的交易费用。进一步的解释是:社会资本蕴含在关系网络之中,表现为利用关系网络借用资源的能力,而这种关系网络的使用并不是没有成本的,它的成本就是经济活动的主体(个人或企业)建构关系网络的投入或费用,即网

^① 如E·菲吕伯顿和R·瑞切特说:“交易成本的典型例子是利用市场的费用(‘市场交易成本’)和在企业内部行使行政命令这种权利的费用(‘管理性交易成本’)……(还有)一组与某一政治实体的制度结构的运作和调整相关的费用(‘政治性交易成本’)……”(转引自贝纳姆夫妇2003:428)

络中的交易费用，它在企业中可能以非技术性干股（比较固定的社会关系的表征）和公关费用的形式显现。而社会资本的功效，应该直接体现在企业借用的资源量和间接体现在所借用的资源对企业经济绩效的影响上。

进一步的研究也许要探讨关系网络的有效使用，企业或个人的资源借用能力及这种能力的生产和再生产，探讨人们在什么样的制度条件下使用社会资本，以及社会资本对微观企业、宏观市场和社会的影响等等问题。

总而言之，这是一个值得深入研究的问题。边燕杰把西方社会学的相关理论和研究方法应用到对中国企业的研究之中，从社会网络的角度给了人们理解中国企业活动的新视角，他已经开了一个很好的头。国内的研究者应该在此基础上更进一步，因为我们毕竟长期生活在自己的国度里，有着理解、解释自己社会和文化的天然责任。当然，边燕杰的研究也在不断深入，人们盼望着他新的论著早日发表。本文幼稚的批评或许能给他新的研究提供某种参考，这也是本文写作的初衷。

参考文献：

- 奥利弗·威廉姆森，1996，《生产的纵向一体化：市场失灵 的考察》，陈梨译；《交易费用经济学：契约关系的规制》，李崇新译；均载陈郁编：《企业制度与市场组织——交易费用经济学文选》，上海：上海三联书店、上海人民出版社。
- 边燕杰，2004，《城市居民社会资本的来源及作用：网络观点与调查发现》，《中国社会科学》第3期。
- 边燕杰、丘海雄，2000，《企业的社会资本及其功效》，《中国社会科学》第2期。
- 布尔迪厄，1997，《文化资本与社会炼金术》，包亚明译，上海：上海人民出版社。
- 科尔曼，1999，《社会理论的基础》，邓方译，北京：社会科学文献出版社。
- 科斯，2004，《社会成本问题》，龚柏华、张乃根译；《企业的性质》，陈郁译；均载盛洪主编：《现代制度经济学》（上卷），北京：北京大学出版社。
- 柯武刚、史漫飞，2003，《制度经济学：社会秩序与公共政策》，韩潮华译，北京：商务印书馆。
- 林南，2001，《社会资本：争鸣的范式和实证的检验》，《香港社会学学报》第2期。
- 刘军，2004，《社会网络分析导论》，北京：社会科学文献出版社。
- 理查德·斯威德伯格，2003，《经济学与社会学》，安佳译，北京：商务印书馆。
- 理查德·斯格特，2002，《组织理论》，黄洋、李霞、申薇、席侃译，北京：华夏出版社。
- 罗伯特·普特南，2000《繁荣的社群——社会资本与公共生活》，杨蓉编译；《独自打保龄球：美国下降的社会资本》，苑洁编译；均载李惠斌、杨雪东主编：《社会资本与社会发展》，北京：社会科学文献出版社。
- 马克思，1975/1867，《资本论》（第一卷），北京：人民出版社。

- 迈克尔·迪屈奇, 1999《交易成本经济学——关于公司的新的经济意义》, 王铁生、葛立成译, 北京: 经济科学出版社。
- 熊瑞梅, 2001《性别、个人网络与社会资本》, 载边燕杰、涂肇庆、苏耀昌编:《华人社会的调查研究》, 香港: 牛津大学出版社。
- 亚历山德拉·贝纳姆、李·贝纳姆, 2003,《交换成本的测量》, 载克劳德·梅纳尔编:《制度、契约与组织——从新制度经济学角度的透视》, 刘刚、冯健、杨其静、胡琴等译, 北京: 经济科学出版社。
- 张其仔, 1999,《社会资本论——社会资本与经济增长》, 北京: 社会科学文献出版社。
- 张文宏, 2003,《社会资本: 理论争辩与经验研究》,《社会学研究》第4期。
- Bian, Yanjie 1997, "Bringing Strong Ties Back in: Indirect Ties, Network Bridges, and Job Searches in China" *American Sociological Review*, Vol. 62, No. 3 June.
- Bian, Yanjie & Soon Ang 1997, "Guanxi Networks and Job Mobility in China and Singapore." *Social Forces* 75.
- Bourdieu, Pierre 1986, "The Forms of Social Capital." in *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, (ed.) by Barry Wellman. Boulder, CO.: Westview.
- Burt, Ronald S. 1992, *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Granovetter, Mark 1973, "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology*, Vol. 78.
- Lin, Nan 1999, "Social Networks and Status Attainment." *Annual Review of Sociology*, Vol. 25.
- 2001, *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. New York: Cambridge University Press.
- Marshall, Gordon (ed.) 1998, *A Dictionary of Sociology*. Oxford: Oxford University Press.

作者单位: 中山大学社会学系
责任编辑: 谭 深