

# 网络脱生：创业过程的社会学分析<sup>\*</sup>

边燕杰

**提要：**本文探讨了企业从社会网络的脱生过程。对珠三角企业家的访谈表明，创建企业需要的商业情报、创业资金、首份订单三项资源均来自创业者的社会网络。作者提出市场—网络互动关系的理论模型以解释上述过程，并用 830 家企业的调查数据对该模型的研究假设作了实证检验。

**关键词：**企业组织 社会网络 转型经济

改革开放的大潮中产生了成千上万个中小企业。2005 年，经工商部门注册的中小企业约 360 万家，创造的产值占当年 GDP 的近 60%，提供了 75% 的城镇就业机会（《市场报》，2006；《中小企业报》，2005）。这些企业是怎样产生的？社会网络在创业过程中扮演着怎样的角色？本文利用定性和定量资料对这一问题做尝试性回答。定性资料来自广东珠三角地区的企业家访谈：他们利用人际社会网络了解信息、发现机会、获取资源、创办企业，以满足市场需求，实现成功梦想。基于这些创业故事，我提出“网络—市场”互动关系的理论模型，用以解释企业从社会网络脱生的过程。定量资料是珠三角地区 830 个企业的问卷调查，通过这些数据检验和评价理论模型的解释力。

## 一、创业故事

### 宋先生的故事：

在“被机会撞了一下腰”之前，宋先生从来没想过经营属于自己的企业。他生在广州，经常与邻里、朋友下棋，且小有名气。他

---

<sup>\*</sup> 原文为英文，张磊翻译并审核、确证调查分析结果，在此致谢。发表时，作者做了增删。感谢丘海雄教授在调查中的合作与支持。

的年长棋友“老曹”是一家国有企业的后勤主管。1995年,再有一年就要从中山大学本科毕业的宋先生开始考虑毕业后的出路问题。对弈中,老曹向他建议干个体:“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旧手套。从来没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工厂资产。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,利用与一位后勤主管的棋友关系,宋先生开始了他的经商生涯。

“垃圾生意”并没有持续太长时间。一方面,一家工厂的垃圾是有限的生意资源。虽然宋先生尝试联系其他工厂,但由于市场竞争加剧,利润空间渐次狭窄,他放弃了这项生意。另一方面,“垃圾生意”也不是宋先生的志向所在。他还是想发挥所学专长,开创完全不同的发展道路。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,他的调查公司早已上了全国排行榜。

### 冯先生的故事:

冯先生原是普通农民,手巧,会做木器活儿,1982年成为制售家具的个体户。当广东允许发展个体和私营经济时,家具制造成为开放行业之一。期间,冯先生从经商的邻里和亲朋那里得知,木质家具,特别是红木家具销路好,市场需求大,制售厂家可以得到100%的边际利润。如此强大的卖方市场使冯先生立即行动。但他的问题是如何筹集5000元的创业资本。

在1982年,冯先生全家年收入500元,存款250元,5000元对他“确实是个大数目”。他想尽办法从亲友那里借到了2000元。剩下的3000元则是依靠当地村干部“三哥”答应与他合伙经营才解决的。“三哥”利用手中的权力和个人关系,从当地信用社贷到了这笔款。同时,“三哥”还帮助冯先生为合伙企业“搞定了”注册手续及其他证件,并争取到了首份定单。时至2003年访问时,冯先生的家具厂已拥有员工500多人,税后年利润470万元。

这些故事背后蕴含着一个共同的道理: 市场中的商机是通过企业主的个人网络来传递的。熊彼得主义认为, 把握这些商机投资创业, 需要勇于战胜风险的企业家精神。然而, 本文所关心的是, 以上故事表明, 知晓商机是创业的基本前提, 此外还会受两个因素的制约: (1) 企业家是否置身于对某些产品或服务有着强烈需求的场域之中, 这是开办企业的市场前提。(2) 企业家是否置身于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。任何企业家在创业之初都会面临市场需求和网络结构这两个要素, 这两个要素的互动如何决定创业的过程? 让我们从理论角度来加以探讨。

## 二、创业过程中的市场和网络

企业因需求而生, 这是新古典主义经济学的常识(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。需求得不到有效满足则出现失衡。失衡的实质是尚未满足的需求, 蕴藏着经济发展的机遇, 也为新企业的建立提供了空间(McKenzie & Tullock, 1989)。如果这种需求是即时性的, 新企业可能是短命的; 如果这种需求是强烈且持续的, 新企业就能长期存活并不断成长(当然, 前提是新产品或服务是符合市场要求的)。简言之, 新企业的出现是为了有效满足特定的市场需求。

建立新企业并不是解决供不应求的惟一出路。在所有经济体中, 一个常见方法就是提高现有企业的经济效率(Becker, 1976)。然而, 对于20世纪80年代的中国, 这条路行不通: 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, 国有部门的产权安排不能激励生产者, 而体制外的商机对他们更有吸引力。事实上, 80年代改革的关键就是“放鸟出笼”, 为非国有经济组织的出现提供政策空间(Nuaghton, 1995)。在这样的宏观架构和氛围中, 像访谈过的企业家宋先生、冯先生, 一遇时机, 便努力走上了从商之旅。

这些故事同时印证了格兰诺维特(Granovetter, 1985)提出的“结构嵌入性”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有效地获取和使用信息, 与其他经济体、决策人建立信任, 以利交易。需要注意的是, 这样的经验事实并不只来自中国。事实上, 西

方社会类似的实例有许多: 社会网络的作用体现在英国纺织业的扩张 (Brown & Bose, 1993)、美国玻璃企业的成长 (White, 2002)、芝加哥银行信贷的发放 (Uzzi, 1997) 等方面。在中国经济转型的背景下, 社会网络在传递经济情报的过程中起着超乎寻常的作用, 这是因为信息的规格化程度低, 不适于市场传递, 即波依佐和切尔德 (Boisot & Child, 1996) 所说的“信息非格式化” (Information Uncodification) 问题。此外, 社会网络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非正式保证 (Zhou et al., 2003), 帮助企业获取资源以提升生产能力 (Bian, 2002)。那么, 在创业时, 社会网络的特殊作用是什么呢?

对企业家的访谈结果表明, 建立新企业的三个步骤都需要社会网络运作其间。第一个步骤, 了解商机。这种了解可以是无意之中的事, 如宋先生的例子, 在无意间, 他通过棋友得到垃圾生意的信息; 当然这种了解也可以有意为之, 如冯先生的例子, 他主动向经商的邻里和亲朋打听有关木制家具的行情。第二个步骤, 筹集资金。与任何市场经济一样, 珠三角的企业家们也是在启动资金不足的情况下创办企业的。由于资本市场不发达, 当私人存款不足以支持创业时, 很少有人能从国家或地方银行筹资。如冯先生一样, 大多数人通过民间借贷, 或向亲朋举债, 或通过合伙经营来融资。第三个步骤, 得到订单。提供订单的人往往就是提供商机的关系人, 如宋先生的棋友“老曹”; 或是创业合伙人, 如冯先生例子中的村干部“三哥”。总而言之, 了解商机、筹集资金、得到订单, 创业过程的每个环节都嵌入于企业家的社会网络之中。

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的。首先, 网络视角有两个维度: 一是企业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。其次, 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 4 种创业的理想型。

第 I 类企业脱生于网络。市场对于特定产品或服务的需求较强且持续, 企业通过社会网络关系得到创业资金和第一份订单, 并且, 这种关系在企业日后的发展中长期起作用。

第 II 类企业也脱生于网络, 但它所面对的是一种即时的、非持续的市场需求。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转产和持续生存提供了可资利用的条件。

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	<p>I</p> <p>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。</p> <p>在企业初建时期,投资和订单均来自于网络关系,这种网络关系扮演着一长期角色,促进企业的成长。</p>	<p>II</p> <p>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,企业生存期较短或很快改变其产品或服务。</p> <p>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继续起作用。</p>
网络营造	<p>III</p> <p>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。</p> <p>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取决于对网络关系和资源的营造。</p>	<p>IV</p> <p>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。</p> <p>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,但需营造关系资源,使企业可以生存、转产和发展。</p>

与第 I 类企业相似,第 II 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基于社会网络来获得信息与资源,因为这类企业通过市场化的正式渠道就足以解决问题。然而,面对激烈的市场竞争,为了生存和发展,这类企业需营造自己的社会网络,以获得更多的社会资源。

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,甚至它们自身,也注定是短命的,面对的是如何尽快转产。虽然在企业初建阶段,投资和订单不一定通过网络获得,但为了生存下去,这类企业需要不断营造社会网络,开发社会资源,因为社会网络在转产过程中将扮演重要的角色。

### 三、珠三角地区的企业问卷调查

个案研究使我们得到上述“网络—市场”互动关系的理论认识,但这一认识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,我们于2003年秋、冬在珠三角地区的中山、佛山和江门三市完成了830个企业的问卷调查。

自20世纪80年代以来,上述三个城市经历了从农业镇到工业化城市的产业转型,出现了大量的新兴企业,成为本研究理想的数据采集地。从抽样角度看,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,抽样相对容易。同时,中山、佛山和江门各市的企业聚集于某些特定行业,便于控制。具体而言,这三个城市的企业集中在家具、服装、纺织、陶瓷、建材、小型制造等行业。有幸的是,中山大学已对这三个城市进行了长期的调查研究,对其行业结构、社会环境有了一定的了解,从而有助于我们研究设计和问卷调查的实施。

调查员均为受过训练的当地人。我们特意选择的调查员与调查企业的企业主大多有个人关系,从而降低了进厂调查的难度和成本。研究涵盖了当地所选行业的所有企业作为总体,回答率约70%。被调查人原定为企业的创始人或总经理,但后来发现,这个要求在超过500人的大企业中不现实,因而改由专门科室的经理来填写问卷。

出乎意料的是,让被调查人相信调查是单纯的学术研究,与税收、国家监控等活动无关成了一项非常困难的任务。由于这一原因,被调查人对于涉及企业业绩的利润、收入等问题或拒答,或误报。固定资产、利税额有帐可查,可得到官方数据。分析发现,行业内部,企业的业绩与其用电量高度相关;因此,用电量可作为业绩的替代指标。值得欣慰的是,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个企业调查年和创业年的基本情况。其中12.5%是家具制造业,15.9%是服装加工业,24.3%是纺织业,14.2%主营陶瓷制品,21.9%为小型机械制造业,另有11.1%的企业做建材生意。这些企业绝大多数是私营企业(82.3%),其余为国有企业(0.5%)、集体企业(2.9%)、外资企业(7.0%)、股份公司(7.4%)。平均有员工230人强,但是方差很大。雇员10人以内的特小企业占7.7%,11—50人的小企业占36.5%,51—500人的中型企业占46.6%,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1850万元,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

表 2 广东省中山、佛山和江门市的样本描述

调查年情况		初建年情况	
行业	(%)	初建时间	(%)
家具	12.5	1990年及以前	21.1
服装	15.9	1991—1999年	54.1
纺织	24.3	2000年及以后	24.8
陶瓷	14.2		
制造业	21.9	组织形式	(%)
建材	11.1	家族企业	51.3
		合伙人企业	28.2
经济部门	(%)	私人企业	6.6
私营	82.3	股份制或外资企业	7.6
国有	0.5	其他	6.3
集体	2.9		
外资	7.0	创业投资(万元)	(%)
股份公司	7.4	< 1	1.5
		1—10	28.1
员工数量	(%)	11—50	34.0
≤10人	7.7	51—100	10.8
11—50人	36.5	> 100	25.6
51—500人	46.6		
> 500人	8.9	资金来源	(%)
		网络关系	61.8
平均员工数	230.1	家庭/个人	28.9
		正式组织	9.3
经济指标	(单位: 万元)		
固定资产	1829.9	融资渠道	(%)
利税总额	146.0	家庭关系	66.1
用电量	222.6	亲属关系	36.1
		朋友关系	23.0
组织结构	(%)	其他社会关系	22.2
有董事会	45.3	未用社会关系	2.9
有党组织	8.3	未答	7.2
新增员工 (n= 749)	24.2		
员工流出 (n= 748)	17.6	首个订单的属性	(%)
		企业主与客户有私人关系	73.5
		书面合同	48.7
		持续客户关系	52.5

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, 但只有8.3%的企业有党组织, 且都是国有、集体企业或股份公司; 企业的年度员工流入率(24.2%)和流出率(17.6%)较高, 多由于企业雇佣大量“农民工”的缘故。

所调查的企业都是经济改革的产物。21.1%的企业建立于20世纪80年代, 54.1%建于90年代, 24.8%是2000年以后建立的。由于私营经济在1993年之后, 特别是1998年产权改革之后才真正取得合法地位, 因此, 在改革初期注册的企业不一定能反映真实情况, 与调查年的经济类型是有差别的。初建时, 51%的企业是“个体户”, 28.3%合伙经营, 6.6%是私企, 7.6%是股份公司或外资企业, 6.3%选择“其他”类型。2003年, 这些回答“其他”的企业中, 有些是集体, 还有一些是股份公司。可以假定, 这些属于“其他”经济类型的企业很可能是实际操作中为私营性质的“乡镇企业”。

被调查企业所需创业资本相差很大。创业资本在1万元以下的占全部样本的1.5%, 1—10万元的占28.1%, 11—50万元的占34.0%, 51—100万元的占10.8%, 超过100万元的占25.6%。绝大多数企业的创业资本集中在10万元左右, 即使用现在的标准, 对于中小企业, 这也是一笔数目颇大的资本。从冯先生的故事可以想见, 筹集此款需要很大的努力。

一笔投资的获得可以从“资金来源”和“融资渠道”两方面把握: 前者指的是“谁的钱”? 后者说的是“怎么弄到的”? 在三种主要的资金来源中, 最多的是来自各种人际关系的资金, 占61.8%, 我们称之为“网络关系”; 28.9%的企业当初通过企业主个人和家庭投资创业; 9.3%的企业其资金来源于各种正式组织, 如外资企业、国有单位或国家银行。

这些资金是“怎么弄到的”呢? 关于“融资渠道”这一问题, 66.1%的企业依靠家庭关系融资, 36.1%依靠亲戚, 23.0%找了朋友, 另有22.2%还发动了其他社会关系。大多数创业者使用了多种渠道, 而其中的90%是依靠企业主的各种社会关系网络来融资的。只有极少数企业(不到3%)当初没有使用任何社会关系筹集创业资金, 它们都是外资企业和国有企业。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, 所以对这道题目没有给出答案。

表2最后一部分描述的是第一份订单的性质, 设有3题: 合同的形式、与客户是否有过往关系、与该客户的业务往来自第一份订单完成之



后是否持续。结果表明,有一半企业的首份商业订单是书面合同,另一半则使用口头协议。书面合同可以是传真,表明订单的内容、价格、交货时间等。根据公司法,这些传真记录是有法律效力的。与此相反,口头协议不受法律保护,因此需要参与方之间有一定的信任度。订单额度越大,信任度则越高。大约  $3/4$  的企业主在订立口头协议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。最后的数据显示,初创企业的商机往往不是应即时的市场需求而产生的:52.5%的企业表示,在首份合同完成以后,它们与第一个客户的业务关系持续一年或更长。

表2数据已经说明,社会关系网络在创业过程中有不可否认的作用,但是这种作用的有效程度尚未得知。例如,在集资和合同问题上,不同企业规模、不同的行业、不同的经济性质对网络的嵌入程度是否不同?网络嵌入程度是否随经济改革的深入而发生变化?探讨这些问题我们需要借助多元统计分析手段。下面分别分析社会网络在创业资本和首次合同过程中的作用。

#### 四、社会网络与创业资本

表3列出了分析结果。在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,当资金来自于网络(61.8%)或家庭/个人(28.9%)时,其融资渠道也依靠社会关系。当资金来源于正式组织时(9.3%),社会网络也是很重要的融资渠道(占7.2%),只有少数企业没有使用关系(2.1%)。总之,社会网络关系是占支配地位(97.1%)的筹资方法。这说明融资渠道的高度网络嵌入(97.1%嵌入对2.9%不嵌入)。但结果也表明,只要企业能从正式组织获得投资,就降低了对社会网络的嵌入程度(7.2%嵌入对2.1%不嵌入)。为此,我们可将三种投资来源作为企业初创时与关系嵌入相关的策略选择,看哪些因素影响企业投资来源的选择。表3的B部分报告了相应的多类别回归模型(Multinomial Logistic Regression)的分析结果。

B部分中的  $\text{Exp}(B1)$  和  $\text{Exp}(B2)$  分别是  $B1$  和  $B2$  系数的反对数,可理解为企业主投资来源的选择偏好:如果  $\text{Exp}(B1)$  比1大,则说明企业主倾向于选择“网络”而不选择“正式组织”作为投资来源,数值越大,这

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		样本数
	是	否	
网络	61.8	.0	61.8
家庭或个人	28.1	.8	28.9
正式组织	7.2	2.1	9.3
样本数	97.1	2.9	100.0

B 投资来源的多类别回归分析 (Multinomial Logistic Regression)

参 数	网络 vs 正式组织		家庭/个人 vs 正式组织	
	B1	Exp(B1)	B2	Exp(B2)
创业时的企业类别				
个体户	2.302***	9.997	2.250***	9.490
合伙经营	1.016**	2.763	.939*	2.558
国有或集体	.580	1.786	1.097	2.994
外资或股份公司(参照组)				
创业投资大于 100 万元	-.652**	.521	-.690***	.502
创业年				
2002—2003	2.254***	9.530	2.305***	10.027
1999—2001	1.355**	3.877	1.672***	5.321
1994—1998	1.097**	2.996	1.197**	3.309
1993 或以前(参照组)				
所在行业				
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	.884	2.420
陶瓷	.793*	2.210	-.207	.813
其他(参照组)				
截距	1.875***		1.428***	
Model $\chi^2$	154.644			
Df	22			
R <sup>2</sup>	.226			

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

种偏好越强烈;如果这一数值比 1 小,则说明企业主倾向于选择“正式组织”而不是“网络”,数值越小,说明这种偏好越强烈。同理,Exp(B2)大于 1,表明偏好于“家庭/个人”投资来源,小于 1 表明偏好于“正式组织”投资来源。下面来看各系数的估计值及含义。

个体户和合伙经营企业较外资企业更可能选择“网络”或“家庭/个

人”投资来源,系数值之大(9.997和9.490,2.463和2.468)说明倾向程度之强烈。“国有/集体企业”的系数也大于1,但统计不显著,说明选择“网络”或“家庭/个人”投资来源的倾向程度与外资企业在总体中没有区别。换句话说,国有企业、集体企业、外资企业主要是依靠正式组织获得投资,而个体和私企依靠企业主个人的社会网络获得投资。但是,社会网络的融资能力是有限的:如果初始投资达到100万,企业主更多选择“正式组织”作为主要的资金来源,选择非组织化的投资来源减少一半(Exp[B1]和Exp[B2]分别是0.521和0.502)。这也就是说,投资小于100万时,人们更倾向于选择非正式投资渠道。最后,越是新近成立的企业越依赖社会网络的融资渠道。由于改开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资本。但需要注意,这一结果并不足以表明相对于社会网络的途径,正规渠道的影响力已经减弱。百万以上的大宗投资多来自于正式组织。

## 五、社会网络与首份订单

社会网络的另一个重要作用就是确保得到第一份订单。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,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4A部分对第一份订单的形式以及与该客户的业务关系是否维系一年以上进行了描述性总结。在提供有效回答的751家企业中我们可看到,不论企业与其客户之间签订的是书面合同还是口头协议,既有的社会关系都非常重要;在使用口头协议的企业中,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。社会关系对口头协议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上。可以说,与客户是否有社会关系对于企业能否持续得到订单是紧密联系的,进而影响企业的生存与发展。

表 4 首份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		持续客户	
		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 合同形式和合同持续性的二元类别回归分析 (Logistic Regression)				
参 数	书面 vs 口头		持续 vs 中断	
	B1	Exp(B1)	B2	Exp(B2)
网络				
创建者与客户有既往关系	-.398 *	.672	.361 *	1.434
企业类别				
家庭企业	-1.607 ***	.201	.879 **	2.409
合伙人或个人	-.801 *	.449	.059	1.061
其他(国有或集体)	-.762	.467	-.274	.760
外资或股份公司(参组)				
创业投资大于 100 万元	.301 ***	1.351	-.006	.994
建立时间				
2002—2003	.691 *	1.995	.934 ***	2.544
1999—2001	.463	1.589	.363	1.438
1994—1998	-.231	.794	.059	1.061
1993 或以前				
截距	-.026	.974	-2.190	.112
Model $\chi^2$	219.024		35.101	
Df	8		8	
R <sup>2</sup>	.351		.071	

注: \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

我们使用二元类别回归模型(Logistic Regression)进一步探求社会关系的作用。表 4 的 B 部分与表 3 B 部分的解释逻辑是一样的, 只是这里的两对比较是相互独立的。先看网络的作用。在书面合同与口头

协议之间,企业建立之初,如果创办人与其客户已有社会关系,则该企业就倾向于使用口头协议来签订第一份订单。这一情况适用于各类企业、不同经营规模、所有行业(这些变量已在模型之中)。Exp(B1)为0.672,表明,如果没有前期关系而订立书面合同的概率为1,那么有前期关系而订立书面合同的概率仅为67.2%,概率降低了三成。横向继续读表4,Exp(B2)为1.434,说明,如果创建者与客户没有既往关系而能在首期合同完成之后继续保持业务的概率为1,那么,与客户的既有关系而能继续保持业务的概率就高出43.4%。这一情况也适用于各类企业、不同规模的企业以及所有行业。两项数据表明,不论是选择口头协议还是业务关系的维持,既有社会关系对于客户之间信任关系的建立与维系都是非常重要的。

除了既有社会关系这个影响因素外,模型结果还揭示出另外几个有趣的现象。在其他条件不变的前提下,个体户与合伙经营比外资企业更加倾向于口头协议;特别是个体户更加显著地偏向于维持与其第一个客户间的业务关系。另外,企业初建时的投资规模与合同形式有显著关联:若企业的初始投资大于100万元,则会显著地偏向于正式的书面合同。最后,相比于90年代初期建立的企业,新世纪成立的企业更加偏好于书面合同,这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,2002年以后成立的企业更加乐于维护与第一个客户的商业合作关系。

## 六、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。建立私人企业需要商业情报、创业资金、首份订单,三者缺一不可,而这三项经济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,而关系人往往也是寻求合作伙伴、筹集资金、拿到订单的前提条件。对830家企业的问卷调查进一步分析表明,在创业之初,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几乎毫无例外地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既有关系来筹集资金。

本研究还揭示出,企业主与客户之间既有的社会关系是初创企业获得订单的重要来源:既有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,有助于降低企业的经营风险。

本研究还有几个方面值得继续探讨。本研究主要的目的是检验“市场—网络”相互关系的理论,焦点是创业资金和首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,没有讨论“网络营造”这一维度:我们需要企业史数据来观察网络营造在企业发展中的作用。另外,企业主的个人属性在研究模型中未予考虑。事实上,企业创始人的年龄、教育程度、从商经历、过往的管理经验对其创业过程,以及创始人的社会网络的作用都可能产生重大影响。对上述要素的深入探讨,将有助于进一步弄清企业生命历程与社会网络及市场需求之间的关系。

熊彼得主义指出,企业家是敢冒风险的开拓者。然而本研究表明,企业家首先是一个社会网络的“掘金人”。在经济转型背景下,不仅经济信息不统一、不透明、不畅达(Boisot & Child, 1996),资本和产品市场也对新兴企业不甚有利。因此,除了要有冒险精神以及商旅冲动外,企业家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。把握信息、机会和资源并把它们变为现实中的商业运作能力,这是社会性的、基于人际网络的,是走向企业家阶层的必经之路。

#### 参考文献:

《市场报》,2006.5月17日。

《中小企业报》,2005.9月27日。

Becker Gary 1976. "The Economic Approach to Human Behavior." in *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago: University of Chicago Press.

Bian Yanjie 2002. "Social Capital of the Firm and Its Impact on Performance: A Social Network Analysis." (eds.) by Anne S. Tsui & Chung-Ming Lau, in *The Management of Enterprises in the People's Republic of China*. New York: Kluwer Academic Publishers.

Boisot, Max & John Child 1996 "From Fiefs to Clans and Network Capitalism: Explaining China's

- Emerging Economic Order.” *Administrative Science Quarterly* 41.
- Brown, Jonathan & Mary B. Bose (editors) 1993 *Entrepreneurship, Networks, and Modern Business*.  
Manchester and New York: Manchester University Press.
- Granovetter Mark 1985, “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness.”  
*American Journal of Sociology* 91.
- McKenzie Richard & Gordon Tullock 1989 “Economic Thinking.” Chapter 1 in *The Best of the New  
World of Economics*, IRWIN.
- Naughton, Barry 1995, *Growing Out of the Plan: Chinese Economic Reform, 1978—1993*. New York;  
Oxford University Press.
- Uzzi, Brian 1997, “Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of  
Embeddedness.” *Administrative Science Quarterly* 42.
- White, Harrison 2002 “Markets and Firms.” (eds.) by Guillen, Randall Collins, Paula England &  
Marshall Meyer, Chapter 6 in *The New Economic Sociology*, Russell Sage Foundation.
- Zhou, Xueguang Wei Zhao, Qiang Li & He Cai 2003 “Embeddedness and Contractual Relationships in  
China’s Transitional Economy.” *American Sociological Review* 68.
- Peng, Yusheng 2004, “Kinship Networks and Entrepreneurship in China’s Transitional Economy.”  
*American Journal of Sociology* 109 (5).

作者单位：美国明尼苏达大学、上海高校E—研究院(上海大学)  
责任编辑：张志敏

the harmony and prosperity of society indirectly.

Why Farmers in J City Refuse to Be Citizens: Security economics of suburban farmers ..... *Mao Dan & Wang Yanfeng* 45

**Abstract** Suburban farmers don't always welcome the project of "dismantling villages and setting up urban communities" carried out by local governments. The phenomenon is usually explained as the local governments' failure to satisfy the minimum economic requirements of suburban farmers. The author takes the revised theory of "safety goes first" put forward by J. Scott, picking out some suburban villages in J city, Zhejiang province, the case study shows that the reason of the resistance of suburban farmers is the sense of insecurity. In other words, in the process of urbanization prompted by the government, the original security conditions are easily damaged, but this problem has not been taken seriously, not to mention establish the substitutes for satisfying farmers' safety requirements. In their daily lives, farmers tend to have a sense of high risk and insecurity during the transformation, including the economic insecurity, social insecurity and political insecurity, etc.

Born out of Network: A sociological analysis of the startup .....  
..... *Bian Yanjie* 74

**Abstract:** This article is a sociological analysis of the emergence of firms. Interviews with entrepreneurs in the Pearl River Delta indicate that market information, startup capital, and business contracts for a brand new firm are all embedded in the entrepreneurs' social networks. The author proposes a market-network interaction model to theoretically explain how a firm is born out of social networks, and uses an 830-enterprise survey to test the hypotheses derived from the model.

The Change of Labor Market Structure and Returns on Human Capital ...  
..... *Liu Jingming* 89

**Abstract** Scholars seldom explain the mechanism and process of the increasing educational returns during the period of market transition. In this article, the author discusses the relationship of labor market segmentation and returns on human capital from the view of New Structuralism, and owes the various patterns of human capital returns to the change of structural properties of labor market. The power of the central state, the principle of economic performance and institutional path-dependency codetermine the various patterns of returns on human capital in each labor market sector. Data analysis shows that the various patterns of returns on human capital are not consistent with the direction of marketization. That is to say, returns on human capitals rather imply the