

国际市场上中国企业的 地位危机及其化解*

——以鞋企抗辩欧盟“反倾销”为个案

符 平 段新星

提要:本文建构了一个分析国际市场上外来企业地位危机及其化解机制的理论框架,以中国鞋企抗辩欧盟“反倾销”为个案,探讨了中国鞋企在欧盟市场发生地位危机的缘由及化解危机的条件和机制。市场的规范性同构机制与规制机构的治理行动使中国鞋企陷入了地位危机。在经济转型过程中滋生的认知堕距使大多数鞋企选择了消极应对策略。奥康较早革新了生产和组织管理模式,在抗辩过程中充分利用行动者—网络向更高层的市场规制机构积极述行自身经济实践的制度合法性,最终重塑了规制机构的判定。在跨文化交易环境中的中国企业克服对新的市场体制和市场文化的认知堕距,实现企业经营的规范化和国际化,是建立和稳固市场地位的前提条件。

关键词:国际市场 市场地位 市场治理 认知堕距 行动者—网络

一、引 言

本世纪以来,进入国际市场的中国企业越来越多。由于国际市场对生产、销售、竞争、定价等诸多问题都有一套大体完善的制度设置和治理结构,因此国际市场上绝大多数市场冲突和斗争都将在一个具有权威和程序公义的框架里得到解决。尽管如此,市场内部的冲突并不会因此消停,现实情况是各国企业在国际市场上为争夺更高市场地位和更大市场份额而产生的竞争变得日益剧烈。尽管迄今社会学者未曾

* 本文为第一作者主持的国家社科基金一般项目(批准号:12BSH047)、全国优秀博士学位论文作者专项资金资助项目(批准号:201306)和霍英东教育基金会高校青年教师基金基础性研究课题(批准号:141089)的阶段性成果。作者感谢斯维德伯格(Richard Swedberg)在理论思路上的提点及汪和建、唐有财、李凝紫等师友的评论,同时感谢匿名审稿专家的中肯意见。

给予国际市场应有的重视和充分研究,但近 40 年来通过强调嵌入性和社会结构的重要性,基于更贴近现实经济世界的理论和方法,也有学者对诸多市场现象提供了独特的解读和解释(Aspers, 2011; 符平, 2013a: 18-44, 2013b)。本文关注的问题是国际市场上的中国企业由于反倾销而遭受的地位危机因何发生,及这些企业在多重劣势下化解危机的条件和机制。这项研究在近年来国外针对中国的反倾销愈加频繁、中国沦为全球反倾销措施最大受害国的背景下尤具意义。

中国现已成为世界第一大出口国,而欧盟则是中国当前最大的贸易伙伴。不过随着贸易量的增加,中国也成为欧盟发起反倾销次数最多的国家。据统计,自 1979-2003 年底,欧共体对中国的进口产品提起约 100 个反倾销调查,中国产品在超过 60% 的案件中最终被征收了反倾销税,反倾销涉案金额累计超过 30 亿欧元。对中国产品征收的反倾销税率从 10% 到 130% 不等,这导致许多中国产品不得不退出多年经营的欧共体市场(蒋小红, 2004: 126-130)。2005 年,中国的制鞋业亦遭遇了反倾销危机。鞋类产品是我国对欧盟出口的主要商品之一。尽管新世纪以来欧盟国家的进口总额增长趋缓,但中国鞋类产品出口欧盟的额度一直在持续增长。不过低价的中国鞋产品也成为了欧盟发起反倾销的重点关照对象。2005 年 7 月,欧盟正式宣布对中国生产的皮鞋、运动鞋、劳保鞋实施反倾销立案调查。次年 10 月,欧盟理事会投票通过对原产于中国的皮鞋征收为期两年 16.5% 的反倾销税。这一税率与中国鞋企的出口利润相当,等于逼迫涉案中国鞋企退出欧盟市场。

本文建构了一个理论框架用来分析外来企业在国际市场上的地位危机及化解问题,通过梳理和分析客观且具有权威性的相关材料,勾勒出了 2005 年至 2012 年间中国鞋企抗辩欧盟反倾销的重要过程与事实节点,将其作为个案事件探究中国企业在国际市场上因反倾销而遭遇地位危机的缘由及其化解途径。该个案的独特性在于,它发生在一个跨越国界、各种关系错综复杂的国际市场上,而国际层面上市场的协调模式及其决定机制同地方性或区域性市场有着很大差异;参与其中的行动者也甚众,除中欧企业外还包括政府和非政府组织、超国家组织等多元行动主体。本个案的典型性在于,近年来中国企业在海外遭遇反倾销的事件不断增多,但选择抗辩的企业却十分罕见。而在本个案中,既有选择回避的“沉默的大多数”,也有进行过抗争却因失败而选择退出的少数企业,还有选择抗争到底并最终获得胜诉的奥康。我们以该

事件为个案,将中国鞋企抗辩反倾销视为其化解市场地位危机的行动,试图同时从理论和经验层面探讨本文提出的问题。

二、行动者—网络、制度与市场地位危机及其化解

(一)理论基础:经济社会学的述行学派与新制度主义

述行学派(performativity school)里“述行”的原初含义是指经济理论与现实经济(市场)之间的相互作用,市场的述行性体现在经济理论将经济实践框架化和格式化,并藉由经济和技术制度对市场起到结构性形构的作用。后来研究中的述行分析在很大程度上是通过“行动者—网络”这一开放性的分析工具而实现的,述行的主体和对象乃至研究领域也得以拓展。行动者—网络通过将经济知识、经济工具和技术等对象当作“非人”的行动者纳入建构市场的网络范畴,为旧问题的分析提供了新视角。述行学派研究的主要问题是市场如何被多个不同主体及其活动所创设、管理和维系。理论和经验研究试图阐明的核心思想是,市场的格局和地位次序是经济行动者、学者和技术专家以及经济学理论和工具所形成的复杂网络形塑的结果,即行动者和实物(或者说人类与非人类)共同建构着被认为是“客观事实”的经济实在(Callon et al., 2007; Mackenzie et al., 2007; Callon, 2007; Morgan, 2008)。这方面研究的一个理论预设是:经济理论或既有的某种市场模型是特定市场应该如何运作的脚本或蓝图,现实市场则由行动者因循特定脚本而得以创造。这一分析视角对研究市场结构如何形成的问题凸显出独到的解释力。不过,对于基础性的制度框架和运行机制业已形成并运转起来(或者说关于经济构架的述行活动大体完成)的市场而言,已创建的市场制度和规则如何再次被行动者利用以更好地实现其利益的问题,还较少受到研究者的关注。

在组织社会学新制度主义积累的知识基础上(Powell & DiMaggio, 1991; DiMaggio, 1991; Scott, 2001),有经济社会学者开始提出“新制度经济社会学”而言,将新制度主义组织理论拓展到市场的结构化及其动力分析,把修正后的理论框架应用到市场经济的经验研究上(Nee & Swedberg, 2005; Beckert, 2010; Vidal & Peck, 2012; Nee & Opper, 2012)。制度环境与市场结果之间有着怎样的中间环节,是新制度主义

关注的重点。比如就企业如何创造、奠定和维持其市场中的优势地位而言,新制度主义视角下的一些研究揭示,企业会努力通过控制观、政治联盟或各种形式的政商合作模式(Fligstein, 1996; 张建君, 2005; 弗雷格斯坦, 2008; 郑志鹏, 2008)、基于制度环境调整企业战略和企业治理模式(杨典, 2011, 2013)等方式来实现。虽然经济社会学新制度主义同样强调制度的规范意义,认同制度通过合法性机制和同构机制塑造市场的观点,但更关注现实经济世界中的互动和“行动中的制度”(institutions in action),注重行动者的私利动机及受私利驱动的行动路线对制度的挑战。由此,行动者如何利用自身资源与制度规则进行博弈便是一个重要问题。而在“如何利用”的环节,文化和认知因素的意义便凸显出来了。

新制度主义学派的理论及其经验研究暗含的理论预设是,稳定的制度框架是处于不同位置上的企业不同程度地获利、维系自身地位的前提条件。但当有颇具竞争力的外来企业或新企业进入该市场,打破了竞争的均衡状态并试图构造新的市场结构时,制度框架作为解决争议和冲突的权威将立刻处于市场竞争的漩涡中心。原先被本土企业或老企业所仰仗的制度有可能不再是本土企业或老企业获利的基础,反而可能成为其失利的根源。这种情形下的制度与市场行动者关系还未曾受到社会学的关注。

国际市场上的外来企业是在跨文化的制度和社会背景下生产经营,因此面临如何理解和运用跨文化的市场制度规则的问题。具体而言,即企业的行为策略受制于如何理解新市场文化的认知结构特征,认知因素通过作用于企业的行为选择进而间接影响其市场地位。经济社会学的新制度主义凸显了规则与行动、认知与策略关系的重要性,因此有助于我们分析市场地位获得及地位危机如何克服。相对于新制度主义,述行学派更侧重于从知识社会学的路径来分析市场结构的形成。当然,两学派共享更多的一致观点:一是都将制度视为既是规范性、约束性力量同时又是被行动者建构的对象;二是强调文化和认知因素对市场建构的作用;^①三是都重视行动者及其互动过程对市场结果的影响。简单来讲,两学派对市场结构与秩序形成的理论分析思路中都强调了制度力量、认知结构和社会关系因素及其关联模式对市场的建构

① 值得注意的是,述行学派更强调被行动者所掌握的理论和技术起到了类似结构性因素的决定作用,市场行动者基于脚本“指南”建构市场,因此实际上抹煞了行动者在认知上的能动性和自主性。而新制度主义理论视野中的行动者在认知上更具灵活性,在行为上更具策略性。

作用。上述共同的思想主张构成了我们将两个学派熔铸一块来解释国际市场上外来企业的地位危机化解的基础。

(二) 外来企业的地位斗争与地位危机: 一个理论分析框架^①

基于长时段历史和理想类型的角度(Swedberg, 1998: 45 - 46)来看, 当今世界大多数实体的国际市场由地方市场演变发展而来。地方市场在“全球化”之前原本存在较为稳定的次序结构。外来企业进入后, 原先的市场结构不是被填充而是被挑战继而被重构。因此国际市场上以本土企业群与外来企业群的分野为基础的认同分化是导致市场结构重组和转型的一种重要机制。彼此竞争的企业先天地藉由本土与外来的区隔而存在认同上的差异, 且这种差异会被激烈的利益冲突所强化。本土企业在市场利益和地位受威胁的情况下自然倾向于获得一致的身份认同, 且以外来企业为观察和行为指向的靶子。

欧盟鞋业市场在其从地方市场演变为国际市场即在外来企业大举进入之前, 不同次序地位上的本土企业有着相对应的市场份额和市场机会。在这一时期, 欧盟鞋业市场虽然由若干国家的鞋类市场构成, 但总体而言可视为一个规模很大的地方市场(数量较小且影响力有限的外来企业几乎可忽略), 即欧洲国家自称的“内部统一的大市场”。该“统一的大市场”虽然自规划之日起就以开放的姿态面对世界市场, 但欧盟为了“共同体利益”对成员国的优势产业依旧实行了多种贸易保护措施。不过随着经济全球化的发展特别是世贸组织成员国的增多, 欧盟市场的国际化程度在2000年以后明显提高, 而外来企业实际上是将一个新的市场结构叠加到了原初的市场结构上。市场结构的叠加效应对所有本土企业都是巨大的挑战, 因为新市场结构中处于对等位置的外来企业加剧了竞争。在新的市场结构中, 竞争性的企业从一开始便呈现出基于国家、地缘或族群的分化, 本土与外来企业之间的界限十分明显。处于不同结构位置上的企业由于有着不对等的竞争实力、不同的消费者瞄准对象, 通常并不会形成直接的竞争和冲突关系, 最激烈的市场竞争发生在同一位置上的不同企业之间, 特别是处于同一位置上的本土与外来企业之间。这也是为什么意大利生产高档鞋的企业并

^① 国际市场上的外来企业事实上包括中国企业作为外来企业进入国外市场和国外企业作为外来企业进入中国市场两种不同情形。本文仅针对前一情形。

没有受到中低档鞋生产企业的较大冲击的原因。

我们将外来企业遭遇反倾销视为其在国际市场上的地位危机事件。由于反倾销会导致受制裁的外来企业的产品销量在该市场上减少——同时受保护的本土企业的产品销量会自然上升,甚至有的企业会被迫退出市场,所以这是遭反倾销制裁的企业在该市场上蒙受地位危机的表现。在消费者规模基本保持不变的情况下,大量中国鞋企进入欧盟市场后对本土企业形成了威胁,竞争实力强的前者占据竞争实力弱的后者的市场地位是必然结果。生产和销售大量“物美价廉”产品的中国企业进入欧盟鞋业市场后,整体上会使生产相同或类似产品的欧洲企业地位下移甚至被迫退出市场。在这种背景下,抵制外来企业成为了本土企业的共同目标。

对抗性企业群体的市场斗争从一开始就不只是纯粹的价格竞争。非市场策略常被企业普遍采用以创造或保持自身的竞争优势、破坏对手的优势。市场规制机构通过反倾销管制形式做出干预以调和企业间的竞争,遏制其认为破坏了市场秩序的某些竞争形式以维护市场稳定。当本土企业成功促使市场规制机构做出反倾销制裁时,涉及的外来企业便同样会遭遇地位危机。本土与外来企业之间这种双向的地位威胁关系很容易成为引发反倾销事件的导火索。故遭反倾销制裁的外来企业的危机表面上来源于市场规制机构基于特定贸易规则而进行的市场治理,实际上根源于企业间的竞争。

我们从经济社会学述行学派和新制度主义的分析思路中汲取理论灵感,构造了图 1 所示的分析框架,将微观的企业认知和行为选择、中层的行动者—网络与宏观的制度环境连接起来,从这三个层面的相互构成性关系中分析反倾销背景下外来企业(中国企业)与本土企业之间地位斗争的发生逻辑以及企业化解地位危机的社会机制。我们从述行学派里借用“述行”的概念来指涉人类行动者(包括组织)对制度、规则 and 技术的认知把握及其应用行为。同时结合新制度主义的思想将“述行”视为市场通过经济制度、规则和技术对企业的经济实践进行规范性同构的一种情形。比如,国际市场的经济实践标准既是规定经济行为如何开展的市场规则,同时也是一套市场治理的“技术”,通过规范性同构机制对市场行为起到约束作用。尽管经济实践标准和“自由市场”理论在经典的述行理论那里都可视为影响反倾销过程及其结果的“非人”的行动者,但述行理论意义上的所有“非人”的行动者最终都

是以“人”的行动者或组织为载体进入到市场构造过程中,只有被实践才会变得真实和具备行动者色彩,故缺乏后者不具备任何解释价值。因此我们将两者与人类行动者或组织的关系放到后者的行动中加以分析,将行动者—网络界定为行动者在争取和维护自身利益中与组织、制度乃至知识和技术之间凝结的社会性关系(social relations)的网络。

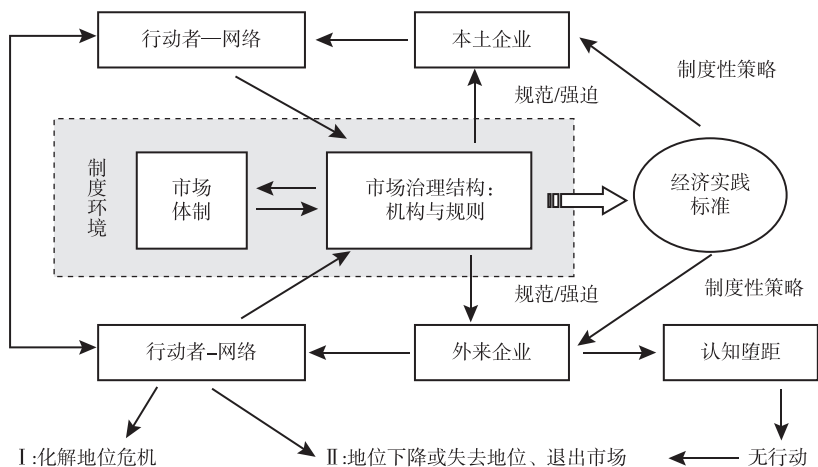


图1 国际市场中的地位斗争与外来企业的地位危机分析框架

制度环境包括市场体制和市场治理结构两大部分。市场体制可区分为自由的市场经济与协调的市场经济两种理想类型。两者在制度功能、企业间关系、劳资关系、政府政策等诸多方面存在差异,而根本性的区别在于前者以竞争性的制度安排为轴心(如美国和英国),市场中协调企业行为的制度以臂距关系和高度竞争为标识;后者则更加注重非市场关系的重要性(如德国和日本),更多地依赖于非市场制度所支持的策略性互动(Hall & Soskice, 2001)。不同的市场体制对应于不同的宏观经济、政治和社会制度,并界定了市场治理结构的关键特征。欧盟鞋业市场的体制是一种自由的市场经济。当然,由于欧盟成员国内部的经济制度存在差别,其与欧盟的国际市场之间仍存在一定张力。^①

① 具体而言,欧盟多数成员国的市场经济是一种协调的资本主义市场经济体制,企业在这种体制下更倾向于通过集体的组织和社会关系来解决市场冲突、满足自身的协调需求。

国际市场的治理结构包括治理组织要素(如市场规制机构)和治理规则要素(如贸易与竞争规则、反倾销程序与规则等)。企业利益和市场地位的保障以是否具有制度合法性为前提,即生产、定价和竞争等市场行为必需合乎市场治理结构的框架。制度合法性是企业市场中获得合法权益和发展机会的保障,相对而言企业规模大小、比较优势和发展能力的重要性都在其次。市场规制机构拥有评估企业的经济实践是否具有制度合法性的权力。企业的生产行为、竞争策略和资源获取机会直接受市场治理规则提供的经济实践标准的约束。这些具体评估规则和实践标准体系构成了一套治理市场参与者的中程制度,且嵌入于宏观的市场体制之中,同时也总是依赖于市场行动者如何解读和利用。因此,本土与外来企业竞争的范畴不仅仅只有原材料和消费者,也包括对市场治理规则的影响力。

市场治理结构通过制度规则确定企业经济实践的合法形式,并基于规范、强迫、监督和执行等机制对所有企业起到约束作用,促使企业的组织形态和经济行为呈现出同构性特征。特别地,市场治理结构通过一套明文规定的经济实践标准来对市场进行规范性同构:规定企业生产、销售和交易等经济行为的规则和禁律,偏离标准之外的经济实践则会受到惩治。因此,经济实践标准通过创设企业认知和行为的边界而在市场中起到居中调节的作用。在反倾销事件中,经济实践标准很容易被本土企业认识到可作为斗争“武器”的潜在价值。这套标准连同其他贸易政策被本土企业利用当作阻止外来企业进入、攻击其竞争优势和市场地位的制度资源。这种基于制度政策来获得斗争优势的做法是本土企业主要采取的制度性策略,表现为“企业通过实践标准或成员规则改变其在产业中的竞争本质的企图。如果凑效的话,企业在某种程度上有可能制定制度性策略以改善其竞争性位置、支持其竞争性策略”(Lawrence, 1999)。不过,由于反倾销并非为了阻止市场竞争而是为了管制竞争,其目的是为市场的公平竞争提供稳定环境,所以经济实践标准同样可被符合标准的外来企业利用起来应对其市场危机。比如裁定是否征收反倾销税有一整套规则和程序,这会给外来企业提供反败为胜的机会。

我们将企业的行动者—网络与国际市场治理结构的互动过程作为分析和解释的关键环节。对于本土企业来说,欧盟委员会等机构虽然理论上是持中立立场的规制机构,但实际上被其动员和利用起来了,因

此可以说属于其行动者—网络,此外还包括其所在国政府、商业协会等。在反倾销事件中,外来与本土企业之间的地位斗争超越了不同企业群体之间的范畴,事实上是发生在规模更大、参与主体更多的两个行动者—网络之间。更重要的是,这种丰富的行动者—网络既表明企业间的地位竞争并不局限于价格手段和生产方式的变革,在特定情景下还需动员庞大的政治与社会资源进行较量。行动者—网络使市场的嵌入性机制呈现得更加具体:本土企业需要借助自身的行动者—网络来影响规制机构的市场治理,继而利用市场制度攻击外来企业经济实践的合法性;外来企业惟有借助行动者—网络述行自己的生产行为和组织管理符合国际市场要求,才能获得成员资格和市场机会;市场规制机构对外来企业的制度合法性的认定过程,又嵌入于市场的政治结构和宏观体制。而在最初阶段,能否克服“认知堕距”(cognitive lag)是决定外来企业在遭遇地位危机后是否会采取进一步行动的关键。

认知堕距的基本含义是指,在急速的社会转型期,由于人们的认知范畴落后于新事实、已不适应新情景,他们所含混模糊地理解的(事实逻辑)与他们事实上能够以有意义的方式来构思的(事实逻辑)之间存在差异。也就是说,恰当的思考模式的形成滞后于新环境中那些直接和非结构化的体验(Haber, 1965)。这个概念旨在说明个体的体验、认知与变迁后的社会框架之间存在偏差。人们生活的经验基础和物质环境都发生了变化,但认知体系如果没有相应地完全跟上这些变化,便会产生认知堕距。这也是在转型社会里造成人们紧张迷惑、失去安全感的重要原因。

认知堕距同样发生在企业家群体身上,并会在以下两种背景下以不同形式较为普遍地产生:一是由于经济体制和制度环境发生重大改变、产业或生产技术发生革命性的升级换代,大部分企业家可能无法通过原有的知识库存和传统方式来把握市场里业已创设的新事实。我们将这种背景下的认知堕距称为“转型中的堕距”(后文简称转型堕距);二是当企业家从一个市场场域进入到另一个市场场域或者从其从事多年的产业转到另一个不大熟悉的产业时,因其对新市场缺乏系统深入的理解和认识,一旦发生重大危机事件,便很难产生恰当合理的行为反应。我们称为“切换中的堕距”(简称切换堕距)。可见中国鞋企遭遇的首先是切换堕距,而面临规制机构调查时,此前是否已克服转型堕距也至为关键。遭遇认知堕距的企业将面临两种结果,一是受限于转型

堕距而在市场治理行动中毫无抵抗力,其后在切换堕距的作用下更不会采取进一步行动,于是其市场地位面临下降甚至不得不退出市场;其二是突破切换堕距并通过行动者—网络的资源动员来克服地位危机。即便如此,企业通过行动者—网络与市场治理结构的互动亦有失败的可能。因为企业能否成功克服危机依赖两个基本条件,一是企业的经济实践本身是否具有制度合法性;二是规制机构的市场治理是否因循市场的制度脚本,而这在很大程度上取决于规制机构的独立性程度。

三、“反倾销”背后的竞争模式与市场政治

(一)中国鞋企的竞争模式及其对欧洲鞋企的影响

改革开放和经济全球化使中国制鞋业在制造业转移浪潮中占得先机。从1980年代中期开始,中国通过经济特区的优惠政策特别是廉价劳动力吸引台商、港商投资设厂,1990年代广东数个城市密布合资和外资鞋厂。港台投资商借助其贸易关系网络,在企业开创伊始即着力发展出口贸易。另一个产鞋基地温州则以民营企业居多。而温州的民营企业是在政府提供较为宽松的市场经济环境下迅速生长的(张建君,2005),因此市场的急速发展导致新生企业泥沙俱下。2001年的调查显示,温州地区鞋革企业近5000家,从业人员35万人,年产值过亿元的不足30家,绝大部分是规模较小的中小企业,生产线多为1至2条,且生产的大多数是中、低档鞋,甚至还有手工作坊的存在(陈国平,2001)。所以生产同类产品的企业遭遇越来越大的竞争压力是不争的事实。

随着中国日益转向买方市场,消费量每增长一倍,生产量就会增长数倍。因此上世纪90年代以来中小鞋企的发展空间日渐逼仄。为了维持生存和发展,这些鞋企采取了“低价多销”的出口策略,以扭转其在国内市场上处于劣势地位和被动竞争的局面。以2001年我国鞋类出口为例,出口企业共5043家,而出口金额在10万美元以下的有2249家(胡志鹏、杨燕,2004),几近一半。当然还有其他原因导致中小企业发展战略的转向。比如中国鞋厂在内地批发往往不能及时收款,小规模鞋厂也因资金周转需要转向了国际市场(胡志鹏、杨燕,2004)。总之,中小鞋企比大企业有更足的动力打入国际市场。不过这些鞋企从国内市场中挣脱出来,进入国际市场后面临的竞争更为激烈,因为不仅

要与国外同行竞争,而且国内同行竞争对手仍然存在。由于这些企业并不注重产品研发,产品上模仿成风,因此低价竞销盛行。

而这些鞋企通过进口商进入欧盟市场后其劣势地位并未改变,与欧盟进口商事实上形成了一种弗雷格斯坦所称的“被宰制者—宰制者”的市场关系,后者通常迫使相互竞争的出口鞋企不断降低订单报价。同时,部分进口商为获取更多利润而进行“灰色清关”。虽然这一潜规则对出口鞋企意味着很大的经济风险,但因为这些鞋企缺乏足够的谈判资本,面对进口商“灰色清关”带来的货物易被政府查抄、汇款安全等多方面的风险也只能无奈接受。在欧盟发起反倾销制裁前夕,欧洲的中国鞋进口数量突增,这一现象本质上也是进口商维护自身利益的结果。2005年欧盟实施“进口许可监控措施”后,因为许可证有效期为6个月,大量进口商选择申请多达半年的进口量,导致中国对欧盟的鞋类出口量迅速增加。这为欧盟的反倾销埋下了伏笔,后来这段时间进口量的激增被欧委会认定为中国鞋类存在倾销的重要证据。出口鞋企与进口商的市场关系也对商品价格产生了影响。在国内市场上,商品要经过大小多个批发商才能到零售,而国际市场上则多是直接批发,节约了贸易成本从而降低了价格。总之,中国鞋以低价大量涌入欧洲市场,而这直接导致欧洲本土企业尤其是中低档鞋生产企业面临较为严重的危机。

比较而言,欧洲鞋企在生产成本和规模上处于相对劣势。据揭示,中国生产一双皮鞋的平均成本是4欧元,而葡萄牙高达18欧元(周富春等,2006)。在生产规模方面,欧洲的制鞋企业同样处于劣势。以产鞋大国意大利为例,制鞋企业多为40到50人的小企业,而这类企业一个月的产量仅为普通中国鞋企一天的产量。这促使“意大利鞋匠将一切的不景气归罪于中国鞋,认为中国鞋导致了意大利本土制鞋业的崩溃,令近8000名鞋业工人丢掉饭碗”(唐学飞、张文君,2006)。欧洲鞋企由于成本过高、生产规模较小,显然受中国鞋企的冲击很大。比如在2005年,欧洲皮鞋生产大国西班牙倒闭的制鞋企业就超过200家,造成的失业人数超过了40万(李俊、苗正卿,2012)。可以说,生产同类产品的欧洲鞋企在与中国鞋企的价格竞争中注定是不战而败的。

(二)市场的政治与反倾销调查的启动

中国鞋企甫一进入欧洲市场,便对欧洲本土企业形成了威胁。这

一威胁藉由中国加入世贸组织、鞋类产品从 2005 年开始不受贸易保护而显著加剧。本土企业为维护其共同利益而联合起来抵制中国鞋企,试图借助规制机构来限制市场进入、提高准入门槛,将“开放的”市场部分地封闭起来,以保护其市场份额。在市场竞争中,企业的结构性位置本身是其竞争优势的一种来源,因为“位置中蕴含能影响市场的制度、网络结构和认知框架的资源”(Beckert,2010)。欧盟鞋企充分利用了其“本土”地位的潜在竞争资本。他们通过行动者—网络的力量向各自政府、市场规制机构陈述中国鞋企的“倾销”行为不仅违反了市场贸易规则,而且对当地经济和社会造成了损害,敦促后者采取行动遏制中国鞋企,以至于后来规制机构未经公正、严格的审查便认定中国鞋企的经济实践(主要体现在生产过程中)不符合国际市场的制度规则。本土鞋企通过行动者—网络所动员的资源分为两个层次。

首先是依靠商业协会进行游说。2005 年 6 月,欧洲多国鞋业企业协会(或商会)的总裁或主席组成欧洲鞋业联盟代表团,请求欧盟委员会正视中国鞋类进口的最新数据,并向后者呈递了关于停止中国鞋企倾销行为的行动计划。欧洲鞋业联盟不仅说明了本土企业面临的严重危机,同时向欧盟委员会提出了明确要求。联盟主席表示:“该情况需要委员会立刻采取行动。我们不仅需要采取有效的举措,而且要刻不容缓。每天都意味着一家工厂的倒闭,随之而来的是失业。欧洲工厂不能再控制这种局面,我们的欧洲雇主今天向欧洲委员会交出他们的工厂钥匙以示他们的绝望”(中国轻工工艺品进出口商会编,2005)。可见欧盟鞋企内部的身份认同感在外部刺激下大大增强,其集体抵制行动也引起了市场规制机构的重视。依欧盟反倾销的立案规定,申诉者须得到足够生产商的支持。当时全欧洲有超过 450 家鞋类制造商向欧洲委员会交出了工厂钥匙,以此强调进口增长对其产生的严重负面影响。

其次,充分利用所在国政府与市场的政治结构特征来影响规制机构的市场治理。欧洲鞋企工人失业率上升促使政府更积极回应鞋企诉求。而鞋企工人大量失业、劳资关系冲突频发的局面在很大程度上源于欧盟经济一体化与成员国的市场体制之间的张力,即自由的市场经济体制与协调的市场经济体制之间不一致的制度成分。此外,全球制鞋企业在 1993 年便已知晓从 2005 年起世贸组织将鞋类产品纳入一体化进程,中国鞋类产品也因此将不受欧盟国家的贸易保护限制。北欧

与德国已在国家干预下通过产业转移为此做好了准备,而南欧国家的鞋企则因过度依赖贸易保护政策而行动迟缓。故进口配额制取消后,北欧国家并未受到特别大的冲击,南欧国家则受到了中国低价产品的严重威胁。这些国家的政府不得不回应鞋企带来的压力。而鞋企诉求最终能被落实为反倾销制裁措施,有利于本土企业的政治结构及其议事程序和规则起到了十分重要的作用。在欧盟的各项决策中,部长理事会作为立法机构具有绝对权威,其成员“都是各自成员国委派的部长级代表,在部长理事会中代表本国的利益”(沈骥如,1994:259),所以理事会的审议决策过程充满了斗争、交易和妥协。同时,部长理事会还通过各种方式加强了对欧盟委员会的控制(平德编,1998:28),这使欧委会难免受成员国意图的影响。这种政治结构为本土鞋企实现其意图提供了保障。

欧盟委员会接受欧洲鞋业联盟的申诉后随即立案,并很快宣布对中国鞋企生产的皮面及合成皮面鞋产品进行反倾销调查。依欧盟规定,调查期间涉案鞋企可申请“市场经济待遇”,并有可能通过应诉获得“个别倾销税率”从而降低反倾销税。但这需要企业符合一定条件,其中最重要的是企业在生产过程中不能受政府力量的干预(蒋小红,2004:113-120)。然而在调查中,欧盟委员会发现中国鞋企在生产中存在“隐性政府补贴现象”,并由此认为政府补贴使中国皮鞋能以很低价格出口到欧盟。欧盟委员会证明政府介入皮鞋行业的主要证据包括国家向生产商提供非商业性贷款或资金、不正确的财产评估、对土地使用进行非商业等级评估、政府通过减税或免税帮助公司改善财务状况以及公司的成本失真等(中国轻工工艺品进出口商会编,2006)。调查获得的例证便成为欧委会启动反倾销的铁证。

中国鞋企虽然依靠低价竞销占据了欧盟市场,但其偏离国际市场标准的经营行为使其难以在欧盟市场上站稳脚跟,因此鞋企自身蛰伏着随时可能发生的危机。同时,中国鞋企在生产过程和危机处理中普遍存在着认知堕距,对国际市场的制度、文化及深层次运作机制缺乏深入了解,从而在应对欧盟的市场治理行动时毫无招架之力。另一方面,本土鞋企虽然通过其市场中的政治优势先胜一局,但由于其影响了规制机构对国际市场制度的应用过程,造成欧盟委员会的调查留下不少漏洞,而这反过来为那些合乎欧盟市场经济实践标准的中国鞋企提供了反击机会。

四、认知堕距、行动者—网络与中国鞋企的抗争

(一)中国鞋企的反应:认知堕距如何影响鞋企行为

尽管放弃诉讼的企业各有理由和借口,但认知堕距的存在是共同的重要原因。从立案调查到欧盟做出初裁前,大多数企业由于存在切换堕距而意识不到及时对欧盟的规制行动做出反应的必要性。非常低的应诉率反过来给欧盟鞋企动员规制机构、运用制度性策略重塑欧盟鞋业市场提供了机会。具体说来,切换堕距主要从两方面对企业行为产生了影响。首先它使中国鞋企认识不到应诉后市场规则赋予的权利。尽管不应诉企业得到的“统一税率”往往要大大高于应诉企业的税率,多数企业仍然在终裁之前的两次应诉抗辩中选择了放弃。在2006年初裁(即欧盟决定不承认中国鞋企的市场经济地位)做出以后,中国鞋企随即开始了“无损害诉讼”。这次抗辩由中国的“欧盟鞋业反倾销应对联盟”组织,但组织力量十分单薄,仅有六个左右企业代表参加。虽然前往欧盟进行抗辩的企业代表受到限制,但大多数企业因对抗辩结果持悲观态度而采取观望立场、抗辩不积极却是不争的事实。此外让实力更强的企业去应诉而自己搭便车也是一种普遍心理。

其次,切换堕距使中国鞋企未能充分利用其潜在的行动者—网络资源。尽管竞争对手已先发制人,但中国鞋企能否认识到自己可资利用的组织与制度资源的重要性,是影响其采取反击行为及运用何种行动策略的认知条件。不存在切换堕距的企业会积极寻求自己可依托的资源来帮助自己述行其经济实践的制度合法性。欧洲鞋企便认识到政府、市场规制机构及贸易制度于其对付中国鞋企的重要性,因此通过行动者—网络利用这些资源条件将其意愿诉诸了现实。而切换堕距导致中国鞋企漠视或忽略了组织和制度资源对维护自身权益的重要性。首先是政府的作用遭到漠视。从立案到终裁的整个过程中,即使政府部门行动起来并采取了有益举措,大量鞋企也并不积极配合。比如,商务部曾多次组织鞋类反倾销应对协调会,但参会的涉案企业甚少(详见乔栋,2005)。切换堕距还导致企业在反倾销调查阶段普遍把应诉责任推脱给出口代理商,认识不到其自身作为才是应对反倾销危机的关键。在具体调查阶段,中国鞋企甚至对填写欧委会的调查问卷都一筹莫展。

转型堕距对企业行为产生的影响来得更为隐秘,但于企业应对危机起到更根本的作用。中国企业是在传统计划经济向协调的市场经济体制转型的背景下发展起来的,转型堕距的产生难以避免——也因此中国企业形成符合国际市场标准的生产和运作模式仍需较长的过渡期。而较早克服转型堕距的少数企业则能对生产制度不断改革,适应国际市场的经济实践标准,在应对欧盟的反倾销调查时也就更具底气。面对欧盟的反倾销调查,多数企业由于过度依赖那些与国际市场制度格格不入的生产组织方式而缺乏抵抗力。这尤其体现在中国鞋企申请“市场经济地位”的时候。在这个环节,符合国际通用准则的财务规范最为关键(具体参见司庆原,2006)。但所需材料不仅繁多且跨期很长,中国鞋企一旦在日常生产经营中没做这方面的充分准备,便很难获得“市场经济地位”资格。因此财务规范要求也使多数企业对应诉望而却步。

转型堕距造成了出口企业对国际市场规则的忽视和逃避,中小鞋企尤其如此。由于这些鞋企对欧盟市场的治理规则认识不全面,因此不是述行自己的经济实践以争取重新获得市场经济地位的资格,反而试图以变通或迂回的方法逃避规则,比如通过转口澳门继续向欧盟市场输送低价鞋。而澳门出口欧洲的皮鞋数量自欧盟征收反倾销税以来明显增加的现象也引起了欧盟的注意,欧委会于2007年9月发表立案公告,决定对自澳门进口的鞋类产品实施反规避调查。可见中国鞋企采取的变通策略并非理性选择。

总之,认知堕距以不同形式影响了中国鞋企的反应及行为策略。其中,切换堕距使他们在应对市场地位危机时态度消极,无法认识到积极行动的重要性,未能充分利用组织和制度资源来维护自身权益。而转型堕距则使中国鞋企未能及时规范自身的生产行为和组织管理模式,导致其在面对反倾销调查时缺少抵抗力,而对市场规制采取的逃避和迂回策略则使其陷入了更加被动的境地。

(二)中国鞋企抗争中的行动者—网络及其行为策略

国际市场在长时段的发展过程中日渐成熟,已将自由市场理念转化为详细的制度要求和治理规则。中国鞋企渡过这次市场地位危机的根本途径只能是向更高一级的规制机构(欧盟法院、世贸组织)述行自身经济实践的制度合法性,才能将低一级的规制机构因受市场政治影

响而实施的不合理治理措施及其结果推翻。少数鞋企的企业家在抗辩中逐渐克服了切换堕距。以奥康为首的五家企业开始寻求司法途径,向更高层的规制机构提起诉讼,同时积极利用行动者—网络来维权。在初审败诉、其余四家鞋企退出后,行动者—网络在奥康坚持抗辩直至最后胜诉的过程中更是发挥了重要作用。因此与其说是奥康独立抗辩,不如说是一个行动者—网络在为中国企业的合法权益抗争。

(1) 中国政府与世贸组织。政府支持可大致分三个阶段:“声援支招”、“游说欧盟”和“法律行动”。声援支招阶段大致对应于欧盟反倾销立案后中国鞋企的应诉阶段。商务部组织了部分鞋企就如何应对反倾销举行座谈和专场辅导,也支持“抗辩团”出席欧盟举行的“欧盟对华鞋产品反倾销听证会”进行“无损害抗辩”,阐释欧盟鞋业衰退是因为劳动力密集型产业转移的世界趋势所致(赵江,2013:20)。2007年,在欧盟就贸易政策面向全球征询意见之际,为了将意见及时反馈给欧盟,商务部专门召开了座谈会,并提醒鞋类企业关注反倾销动态(赵江,2013:82)。“游说欧盟”阶段对应于2009年欧盟对华皮鞋反倾销复审进入最后终裁阶段之际。商务部率团出访了欧盟总部比利时及奥地利和希腊,并与欧委会、成员国政府官员、相关律师事务所和行业组织等进行会谈,因为该三国基本不存在制鞋产业,商务部希望通过借助欧盟成员国的力量向欧盟委员会施加压力(赵江,2013:113)。由于上述做法主要是试图通过政治途径向欧盟施加影响,因而收效并不大。

中国政府迈出的关键性一步是2010年4月上诉世贸组织,希望通过这一渠道解决这场国际贸易争端。世贸组织于次月正式设立专家组,调查欧盟反倾销基本条例的有关规定及欧盟对华采取的反倾销措施是否违反国际贸易规则。最终在2012年2月,世贸组织争端解决机构采纳了专家小组的报告。小组报告称,他们于2011年10月发现欧盟基本的反倾销条款与其在世贸组织规则下应履行的责任不相符。世贸组织因此对中国鞋企赢得诉讼提供了制度性机会。实际上,世贸组织的影响更早便有体现。2006年7月初即临时反倾销税征收期间,欧盟讨论了一个“用配额制代替征收反倾销税”的提案,但最终因多数国家认为该提案有贸易保护主义倾向、违背世贸组织规则而被否决了。可以说,中国政府上诉世贸组织并推动后者的干预,对奥康基于制度规则争取胜诉提供了重要保障。

(2) 律师团队与欧盟高等法院。在诉讼案中,律师的诉讼经验和

心理素质极为关键。一位经验丰富的资深律师亦对“无损害诉讼”前景表示不乐观,认为成功的几率非常小(叶静,2006)。而奥康等五家企业聘请的律师蒲凌尘自上世纪90年代初即开始承接反倾销诉讼业务,不仅诉讼经验丰富,且对欧洲制鞋产业十分熟悉。律师对制度规则突破口的拿捏更为重要。蒲凌尘后来在接受电视台采访时谈及:“首先企业要认真对待法律问题,应对国际贸易争端要‘多条腿’走路,通过多种方式、多渠道地应对……不要急于用中国人的惯性思维去看待西方的司法体系”。

初级法院的判决展现了欧盟反倾销条例在应用中的弹性。例如,初审法院认为“虽然对于新的计算方法的更改,欧盟给予中国鞋企的评论时间不够明文规定的10天,但这并不妨碍中国鞋企对此发表意见……对倾销损害的认定,参照最近时间段的进口数量是符合规定的”(General Court,2010)。也就是说损害确实存在,至于考察时间段倒在其次。初审败诉以后,奥康吸取初审败诉时的经验,对仍可能被驳回的诉讼点进行了删减。接受申诉的高等法院较之初审法院具有更高的独立性。而且高等法院依靠判例法的传统,援引了宝舒曼鞋业的历史案例,认为初审法院混淆了个别反倾销税率与获得“市场经济地位”后所应获的单独税率,对于“市场经济地位”申请的审核并不受个别反倾销税率的影响,欧委会有义务对所有的申请进行审核。所以高等法院判定奥康的第一条诉讼成立(参见 Court of Justice,2012)。从最终判决过程来看,欧盟高等法院参照历史判例的做法增加了中国鞋企可用制度资源的细致程度。欧盟高等法院参照的制度与历史判例相互融合,比初等法院的判决体现出了更小的随意性。

(三) 破除认知堕距:现代企业家精神的意义

破除认知堕距是企业采取抗争行为的前提。不少企业家有这样一种误识:欧洲进口商才是欧盟市场的现场竞争者。所以他们将自身置于间接竞争者的位置,缺乏学习国际市场的制度和文化的动力,潜意识里认为了解规则与否并不影响企业盈利,也有的认为欧盟法院存在维护欧盟本土企业利益的明确偏向。这种立场和态度滋生了其普遍的惰性。受认知堕距影响的中国鞋企还因其生产方式灵活、组织管理模式成本相对较低、市场拓展能力强而创造了某种独特的“效率”。这进一步凝固了其认知堕距,阻碍了企业生产经营与现代市场规范的“接

轨”。可以说,便利的出口与独特“效率”的并行不悖使得多数中国企业家难以克服认知堕距。然而破除认知堕距对于参与国际市场竞争的企业而言具有无可非议的必要性。现代企业家精神对破除认知堕距有着特别的意义。在经济社会学界,熊彼特对企业家精神的创新能力、成功意愿和克服对变迁的抵触心理等方面的强调已被广为接受(Schumpeter, 2000; Swedberg, 2000)。我们主要从企业家克服转型堕距的意识与市场危机处理能力两方面来分析现代企业家精神的影响。

企业家精神对企业的影响主要体现在奥康两次关键性的发展转型上,这两次转型使企业的生产经营和组织管理模式逐步规范化、国际化,从而具备了国际场所认可的“市场经济地位”资格。其一是1990年代进行的家族制改革,奠定了规范化管理的基础。为了实现经营管理的现代化,奥康从全国各地招聘了百余名专业技术人才充实管理层,并让企业领导者的亲友全部退出,这使奥康的管理、设计、生产和营销得到全面改善(赵江,2013:126)。其二是本世纪初实施国际化的企业和品牌发展战略,提升了企业生产管理的规范化和国际化水平。2003年,奥康与意大利的国际知名企业 GEOX 进行了生产合作,在借助 GEOX 销售网进入国际市场的同时,为 GEOX 品牌进行生产(赵江,2013:204)。品牌生产与贴牌生产并驾齐驱的经营方式促进了奥康在生产、定价、财务、销售、组织管理等方面的规范化与国际化,形成了基本符合国际市场要求的相对完善的制度安排。这是企业在反倾销制裁中克服危机的最重要资本。而多数鞋企应诉不积极、能动性不高的深层次原因则在于,其面对欧盟的反倾销时既无法及时弥补自身在经营和组织管理中的缺陷,也由于认知堕距的影响而无法客观理性地认识和评估反倾销事件。

抗辩反倾销需要企业具备迅速的市场应变能力,忽略短期的高额成本而着眼于更长远的利益考量来处理危机。正是发展自主品牌并打开国际市场的战略使奥康主动承担起了应诉责任,较少考虑诉讼成本。相反多数企业都因高额诉讼费用而却步,包括福建受欧盟反倾销影响最大、被商务部评为“最具市场竞争力品牌”的大型鞋企富贵鸟集团。事实上,尽管有相当部分鞋企因转型堕距而在生产和组织管理方面不符合国际市场的要求,但与奥康一样具备诉讼实力的企业并非少数。温州的康奈、东艺和吉尔达三家鞋企于2005年被遴选为商务部重点培育和发展的出口品牌(陈又新主编,2006:189),东艺鞋业等6家

企业属于国家质检总局出口工业产品一类生产企业(陈又新主编,2008:132)。而康奈和东艺都属于涉案企业。在奥康与意大利鞋企进行合作时,东艺鞋业成为了美国最大鞋类销售公司佩雷斯在中国的核心工厂,康奈集团则在美国和意大利等国都开设有专卖市场(陈又新主编,2006:137)。可以说这些涉案鞋企以及参加了初次诉讼的其余四家鞋企在生产和组织管理制度的水平上并不输于奥康。而对于奥康来说,“在打官司之前,其出口在温州市连前20名都排不上,在欧洲市场上份额不大”(赵江,2013:28)。应诉反倾销成为奥康检验自身国际化水平的重要契机。由于独立诉讼成功后企业所获得的税率具有排他性,所以应诉企业一旦成功即能在激烈的市场竞争中获得更大竞争优势,关键在于企业家能否抓住这一良机。在遭遇反倾销后,不少涉案鞋企选择转向其他海外市场(如北美和东盟)或专注于开拓内贸市场。尽管开拓海外市场并不一定要选择欧洲市场,但现代企业家精神恰恰也体现在企业家陷入市场困境时的选择是迎接和抗争而非逃避。

五、规制机构的市场治理

(一) 市场治理中的规制机构与制度关系

在破除认知堕距的前提条件下,欧盟鞋业市场上本土与外来企业对抗均遵循着“行动者—网络—治理组织—制度(经济实践标准与评估规则)”的路径。在这一过程中,规制机构如何与制度规则互动会直接影响双方的胜负结果。欧盟在启动调查程序后,虽然最终调查显示中国鞋企存在与国际市场的规则和标准不符的生产经营行为,但按照反倾销法规,欧盟应对提出“市场经济地位”申请的鞋企进行逐个审查,而不管其是否属于被抽样企业。而且还应对符合“市场经济地位”的鞋企按照其国内销售价格计算其产品的正常价值以确定反倾销税的额度。然而抽样调查后的审定结果是除一家外资鞋厂以外,^①其余样本鞋厂的市场经济地位均不被认可。同时,样本之外的鞋企对“市场

^① 获得市场经济地位的是广东金履鞋业,“其出口到欧盟的150万双鞋,走的全部是高端路线,即高质量的产品、一定的品牌和知名度及高价格。而此次反倾销的主要目标就是低档鞋”(周富春,2006)。

经济地位”的申请则未被理睬。通过这一做法,欧盟对样本中鞋企的平均反倾销幅度进行了计算,并将其作为非样本企业的倾销幅度,最终除金履鞋业外的所有企业被统一征收 16.5% 的反倾销税。

欧委会这种做法被中国鞋企认为是违背了反倾销规则(参见 General Court,2010;Court of Justice,2012)。而欧委会的其他做法则存在争议。比如在损害认定的问题上,中国鞋企指出,“欧盟委员会错误评估了中国鞋产品对欧共体产业造成的损害……由于 2005 年第一季度是配额制取消的开端,中国鞋企第一次面对开放市场,所以那一时段进口的增长已被人为扭曲。因此欧委会对损害进行认定时,应该考虑更长的时段”(General Court,2010)。

在反倾销调查、裁决及其后中国鞋企的诉讼过程中,欧盟委员会亦巧妙地利用了其他合法规则来实现其目的。这样的做法虽然看起来并不合理,但却有明文依据。首先是在反倾销的认定方式上。反倾销的认定需要比较产品的正常价值与出口价格,而认定正常价值的方法有四种(王钰,2008:114)。由于中国在 1998 年以前被列为非市场经济国家,所以在确定产品的正常价值时,往往会选择替代国。1998 年 4 月,反倾销修正案将中国从非市场经济国家的名单中排除出去,但规定中国企业需符合五项条件方可获得“市场经济地位”。依反倾销条例规定,获得市场经济地位待遇的企业,其产品的正常价值可按其国内市场销售价格核算。在反倾销调查中,由于样本中的大多数鞋企没有获得市场经济地位,所以需要选择替代国。市场规制机构出于维护欧盟本土企业利益的考量,选择了巴西作为此次反倾销调查中国的替代国。但巴西作为替代国却不尽合理,因为巴西与中国在经济发展水平和鞋类产业发展水平上并不具备可比性,故选择巴西作为替代国可以说是规制机构保护欧盟鞋企的重要表现之一。

其次,在反倾销的终裁中亦有虽然合法但却明显不合理的制度。在欧洲共同体成立之初,部长理事会各成员国曾因政治斗争而达成一项谅解:“某一成员国对一项于己并无重大利害关系但又不愿予以支持的事务,它可以在表决中弃权,不阻止其他国家赞同的决议通过”(余开祥等,1989:40)。这一谅解在反倾销条例中反映为“弃权票算作赞成票”的规定,因此弃权票可以被那些希望某项决议通过的大国借助其他利益的交换来换取。而那些与决议的利害关系不大的国家也乐于接受这种交换而投弃权票。这一规则被欧盟充分利用起来。比如,

“原本反对延长中国皮鞋征税期的德国投了弃权票,原因是为达到另一政治意图而对此案做出承诺”(赵江,2013:119)。这一表决制度最终使本土鞋企的诉求变成了现实。2006年欧盟部长理事会进行投票,结果是12票反对,4票弃权,9票赞成。而欧盟委员会将弃权票算作赞成票,所以最后以13票赞成对12票反对通过了对中国鞋企的反倾销建议。此外在诉讼阶段,欧盟理事会规定在反倾销措施终裁裁定公布后,企业寻求司法程序复议,向法院提起申诉,不可以以联盟的方式,只能以单个企业为主体对欧盟理事会提起诉讼。这使中国鞋企的反倾销应对联盟分崩离析,抗争力量更加薄弱。

因此基本事实是,欧盟委员会在认定中国鞋企的反倾销行为时由于受欧洲多种力量左右,采取了许多与制度规则并不相符或者是相对模糊的做法。虽然市场的制度规则相对公平,但“行动中的制度”却是倾向于维护本土企业的利益。市场规制机构在反倾销的过程中为使中国鞋企倾销“罪名”成立,充分利用了国际市场的各种规则,甚至不惜违背已成共识的规则,采取了一些模棱两可的做法。而中国鞋企要想胜诉,则只能瞄准那些不符合正式规则的做法并诉诸更高一级的市场规制机构进行抗争。

(二) 嵌入“自由市场”理论的治理结构与行动:一种理论解释

如何理解奥康抗辩欧盟反倾销在欧盟高等法院获得胜诉这一结果?我们试图从本文视角来解读其背后的理论逻辑。“自由市场”理论通过具体的反倾销条例在欧盟鞋业市场上得到了体现,但欧委会由于受本土政治和经济力量的影响且出于维护共同体产业利益的考虑,利用了反倾销条例的模糊规定,在规则实施上违背了诸多细节,同时借助合法但不合理的规则,最终裁决对中国鞋企征收反倾销税。初审法院的裁决认同了欧委会的做法。相对于初审法院,高等法院的组织特点是具备更强的独立性,成员国力量介入的可能性被降低。而且,由于高等法院参照以往判例对案件进行裁决,这种判例的积累使其组织行为的模糊性和随意性降低,也避免了其治理“去制度化”的可能性。进一步说,高等法院所依照的规则更全面且与“自由市场”理念更加相符,因此降低了刻意维护本土企业利益的可能性。所以虽然多数中国鞋企由于其生产经营不符合欧盟的经济实践标准而缺乏抗辩的底气,但符合标准的企业通过向更高层的规制机构述行自身经济实践能获得

胜诉机会。

国际市场上的制度、市场治理与市场政治是密切联系在一起的。尽管自由市场并不会成为一种真实的经验现象,但这种理论一旦成为国际上的一种意识形态和组织信仰,其对交易和竞争的规范性要求便有力地左右着市场规制和经济实践。无论是出于自觉还是无意识、主动还是被动,也无论具体的执行环节是否有利于自身利益,规制机构和市场参与者都在不断建构着理想中的“自由市场”。从理论上来说,任何去制度化、阻碍市场开放的行为和事件都会被规制机构视为不利于长远利益而被遏制。比如,世贸组织潜在的哲学是开放的市场、透明和非歧视的贸易政策有益于所有国家的国民福利(Hoekman & Kostecki, 2010:1),该组织自成立以来便一直致力于为国际市场消除贸易壁垒、抵制不透明和歧视的贸易政策并极力破除特定国家的贸易保护主义。

国际市场的经济实践标准反映了自由市场理论的基本设想和制度主张,这种对应关系缩小了市场理论与现实市场的沟壑。当企业利用经济实践标准作为市场竞争的工具、规制机构使用其作为市场治理的脚本时,现实市场藉由规范性同构机制得以不断再生产,沟壑被进一步缩小,现实市场也由此会更接近理论所描绘的理想市场。如果说某种经济学理论和观念主导了国际市场的创建,那么这种理论和观念在其完成创建之后仍在不断地自我实现其所构造的理想市场。在这个过程中,政治力量和市场规制机构对标准经济实践的制度设计和市场监督,市场参与者对规则的遵守和利用,无不在推动这一结果的发生。在这个意义上我们可以说自由市场理论作为述行理论意义上的行动者具有自我实现的能力,也对特定市场运作的过程、机制及结果具有极强的建构能力。

由于市场制度规则的执行或者说市场的规范性同构机制不可避免地会受到非市场因素的影响,故在国际市场上“行动中的制度”在维护本土企业利益的过程中便会与文本的制度出现偏差。这种偏差之所以会出现,在于“自由市场”作为学术建构的理想类型,事实上无法被操作化为完美细致的制度规则。这为规制机构的市场治理提供了一定的自主空间,也为市场上的各方利益群体提供了博弈的可能。而自由市场的治理危机在于,其治理理念和制度规则有时可能无法保障本国或本土企业的利益(因为外来企业同样能够利用制度来实现自身权

利)——更不用说制度还可被有目的的行动者利用起来破坏市场秩序,而企业寻求政府和市场规制机构的庇荫恰恰是对自由市场体制的颠覆。这正是以自由市场为基础的资本主义经济的重要危机之一。

六、结论与讨论

中国企业进入国际市场后,其经济实践便受到国际市场治理结构尤其是其内含的规范性同构机制的严格约束,通俗地说是需要按照国际的游戏规则来进行生产经营。欧盟市场上的中国鞋企正是由于其市场行为存在背离国际市场经济实践标准的嫌疑,给本土企业“群起而攻之”提供了机会,在反倾销事件中遭遇了普遍性的市场地位危机。认知堕距导致绝大多数企业的生产经营不尽符合国际市场的经济实践标准,也使其对国际市场的治理机制存在理解和把握上的偏差,“预见”到即便应诉也会败诉,或基于成本—收益的考量认为诉讼并不经济,又或心存“搭便车”心理,从而采取了消极应对策略。我们试图说明,奥康独自坚持抗辩并得以胜诉的结果并非偶然。奥康以现代企业家精神较早克服了认知堕距的阻碍,革新了企业经营理念并创建了规范化和国际化的生产与组织管理模式。通过行动者—网络的资源动员向更高层的市场规制机构积极述行自身的经济实践即辩护其符合市场的制度化标准,企业得以最终重塑欧盟规制机构的认知和判定。

认知堕距形塑了企业的选择和行为策略。认知堕距源于企业家对跨文化交易中不同的市场制度与市场文化的理解和把握滞后于企业进入新市场的时段,而其地方市场与国际市场不对接的制度与文化使认知堕距变得更加严重且难以破除。中国企业家首先面临的是克服转型堕距,改革企业生产方式和组织管理模式以适应国际市场的要求。企业家在多大程度上克服了认知堕距,决定了企业抗辩反倾销的资本多寡和信心大小。而在应对反倾销调查的过程中,企业家特别需要克服的是切换堕距,即熟知国际市场的治理结构、规则程序及市场文化特点。在中国经历了市场体制改革并逐步融入国际市场的过程中,中国企业家只有积极塑造自身的现代企业家精神,锤炼克服认知堕距的能力,才有望从容应对企业在国际市场上由反倾销产生的地位危机。

尽管传统社会学的基础性理论预设之一是制度结构形塑行动者的

选择与行为策略,但经济社会学对制度规则究竟如何影响市场和企业行为却缺乏更细致的理论分析。我们认为,国际市场上的市场治理灵活地嵌入于抽象的自由市场体制之中,后者蕴含的理念、文化和制度主张在解决重大市场纠纷时发挥重要的指引性作用,影响着市场的解决方案——尽管现实市场的运作并非完全遵从理论的逻辑。在市场的现实建构中,由于自由市场理念并不能完全地被述行为清楚详尽的制度规则,已有制度规则在述行过程中也凸显出不完全性。比如欧盟市场既有认定市场经济地位的明确标准,也有相对模糊的反倾销调查程序和规则。这使规制机构的市场治理较易受非市场因素影响,而使企业运用制度性策略成为可能。在本文中,中欧双方鞋企都根据自身利益需要利用制度合法性机制和“行动中的制度”为自己创造优势。两大企业群体间的冲突最终也转变为中国鞋企及其行动者——网络与欧盟市场的治理结构围绕“行动中的制度”的斡旋。

当今国际市场发展的一个重要趋势是去地方化,体现为“主要跨国企业的利益日益与其各自的国内市场分离开来,而国际资本的跨国生产策略则支持了企业盈利能力与国内经济条件的这种分离”(Hart-Landsberg, 2013: 23)。因此对于跨文化交易环境中的中国企业来说,企业家尽快克服其对国际市场的市场体制和市场文化的认知堕距,实现企业经营模式的规范化和国际化,是建立、稳固乃至提升其在国际市场的地位的前提条件。

参考文献:

- 陈国平, 2001,《奋斗未有穷期,同仁仍需努力》,《中外鞋业》第7期。
- 陈又新主编, 2006,《温州年鉴 2006》,北京:中华书局。
- , 2008,《温州年鉴 2007》,北京:中华书局。
- 弗雷格斯坦, 2008,《市场的结构》,甄志宏译,上海:上海人民出版社。
- 符平, 2013a,《市场的社会逻辑》,上海:上海三联书店。
- , 2013b,《市场社会学的逻辑起点与研究路径》,《浙江社会科学》第8期。
- 胡志鹏、杨燕, 2004,《我国鞋业出口形势透视》,《中国皮革》第12期。
- 蒋小红, 2004,《欧共体反倾销法与中欧贸易》,北京:社会科学文献出版社。
- 李俊、苗正卿, 2012,《奥康密码》,《中国经济和信息化》第23期。
- 平德编, 1998,《联盟的大厦:欧洲共同体》,潘琪译,沈阳:辽宁教育出版社。
- 乔栋, 2005,《中国鞋,出口欧盟再遭重创》,《经济导刊》第8期。
- 沈骥如, 1994,《欧洲共同体与世界》,北京:人民出版社。
- 司庆原, 2006,《鞋企如何争取规避反倾销“地位”》,《西部皮革》第3期。

- 唐学飞、张文君,2006,《中国鞋有毒?》,《中国皮革》第8期。
- 王钰,2008,《国际贸易壁垒的经济分析与对策研究》,北京:中国财政经济出版社。
- 杨典,2011,《国家、资本市场与多元化战略在中国的兴衰》,《社会学研究》第6期。
- ,2013,《公司治理与企业绩效——基于中国经验的社会学分析》,《中国社会科学》第1期。
- 叶静,2006,《130家鞋企联盟应诉反倾销 出口创牌成行业共识》,《中国经济周刊》第13期。
- 余开祥、洪文达、伍贻康主编,1989,《欧洲共同体:体制、对策、趋势》,上海:复旦大学出版社。
- 周富春,2006,《谜团披露——16.5%的反倾销税是如何出台的》,《中国皮革》第24期。
- 周富春、姜楠、曹慧,2006,《中国鞋在国际市场上的爱与恨——全球重要鞋业市场分析及其攻略》,《中国皮革》第4期。
- 张建君,2005,《政府权力、精英关系和乡镇企业改制——比较苏南和温州的不同实践》,《社会学研究》第5期。
- 赵江,2013,《中国鞋王胜诉欧盟》,广州:羊城晚报出版社。
- 郑志鹏,2008,《市场政治:出口导向制鞋产业的历史形构与转变》,《台湾社会学》第15期。
- 中国轻工工艺品进出口商会编,2005,《全球鞋业通讯》(www.cccla.org.cn)。
- ,2006,《全球鞋业通讯》(www.cccla.org.cn)。
- Aspers, P. 2011, *Markets*. Cambridge: Polity Press.
- Beckert, J. 2010, "How Do Fields Change? The Interrelations of Institutions, Networks, and Cognition in the Dynamics of Markets." *Organization Studies* 31.
- Callon, M. 2007, "What Does It Mean to Say that Economics Is Performative?" In D. MacKenzie, F. Muniesa & L. Siu (eds.), *Do Economists Make Markets?: On the Performativity of Economics*. Princeton: Princeton University Press.
- Callon, M., Y. Millo & F. Muniesa 2007, *Market Devices*. Oxford: Blackwell.
- Court of Justice, 2012, Case C-247/10 P.
- DiMaggio, P. J. 1991, "Constructing an Organizational Field as a Professional Project: U. S. Art Museums, 1920-1940." In W. W. Powell & P. J. DiMaggio (eds.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: Chicago University Press.
- Fligstein, N. 1996, "Market as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions." *American Sociological Review* 61.
- General Court, 2010, Joined Cases T-407/06 and T 408/06.
- Haber, A. 1965. "Cognitive Lag." *Social Research* 32.
- Hall, Peter A. & D. Soskice 2001, "An Introduction to Varieties of Capitalism." In Peter A. Hall & D. Soskice (eds.), *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Hart-Landsberg, M. 2013, *Capitalist Globalization: Consequences, Resistance, and Alternatives*. New York: Monthly Review Press.
- Hoekman, B. & M. Kostecki 2010, *The Political Economy of the World Trading System: The WTO and Beyond (Third Edition)*. Oxford: Oxford University Press.
- Lawrence, T. B. 1999, "Institutional Strategy." *Journal of Management* 25.

- Mackenzie, D., F. Muniesa & L. Siu (eds.) 2007, *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*. Princeton: Princeton University Press.
- Morgan, G. 2008, "Market Formation and Governance in International Financial Markets: The Case of OTC Derivatives." *Human Relations* 61.
- Nee, V. & R. Swedberg 2005, "Economic Sociology and New Institutional Economics." In C. Menard & M. M. Shirley (eds.), *Handbook of New Institutional Economics*. Herdberg: Springer.
- Nee, V. & S. Opper 2012, *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge: Harvard University Press.
- Powell, W. W. & P. J. DiMaggio 1991, *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Schumpeter, J. A. 2000, "Entrepreneurship as Innovation." In R. Swedberg (ed.), *Entrepreneurship*. Oxford: Oxford University Press.
- Scott, R. W. 2001, *Institutions and Organizations* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Swedberg, R. 1998, *Max Weber and the Idea of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press.
- 2000, "The Social Science View of Entrepreneurship." In R. Swedberg (ed.), *Entrepreneurship*. Oxford: Oxford University Press.
- Vidal, M. & J. Peck 2012, "Sociological Institutionalism and the Socially Constructed Economy." In T. Barnes, J. Peck & E. Sheppard (eds.), *The Wiley-Blackwell Companion to Economic Geography*. Oxford: Wiley-Blackwell.

作者单位: 华中师范大学社会学院、
社会发展与社会政策研究中心(符平)
南京大学社会学院(段新星)
责任编辑: 杨 典