

# 家、亲密关系与创业\*

## ——基于 T 家庭创业史的社会学分析

梁 波 艾莉桦

**提要:**本研究从“家”的视角出发,以 T 家庭的创业史为例,考察了家、亲密关系与创业的互动关系。研究发现,虽然社会日益个体化和理性化,但是一些领域的中小型创业仍然与“家”紧密相连,常常依赖于亲密关系。以“家”为场域的亲密关系通过“家计”促成合作共识、“家爱”提供情感支持、“家识”帮助应对风险三个机制影响创业;而利益与亲情的张力又会使得创业者对亲密关系形成新的认知并进而影响创业的再选择。可以认为,创业并非完全“离开家”和极力摆脱亲密关系的过程,而是与家、亲密关系纠缠在一起并保持适度平衡的过程。

**关键词:**家 亲密关系 创业 商业关系

### 一、研究问题的提出

创业是现代市场经济的重要内容,也是社会科学研究的重要议题。人们通常认为创业受到创业资源、制度环境、个人特质以及市场机遇的重要影响。从既有研究来看,学术界就创业大致形成了个体禀赋、制度与社会文化环境、社会关系网络三种解释视角。其中,个体禀赋视角强调个人所拥有的资源、技术、人力资本乃至人格特质等对创业的影响。熊彼特(Joseph Alois Schumpeter)指出,以冒险精神、强烈个人意志和理性算计能力等为特质的企业家精神对创业创新具有重要意义(熊彼特,2011)。同时,创业者的受教育水平(吴长征,2019)、金融知识(尹志超等,2015)、认知能力(贺建风、陈茜儒,2019)、社会出

---

\* 本文系国家社会科学基金一般项目“基于中国经验的产业社会学研究”(20BSH108)的阶段性成果。感谢匿名审稿专家的宝贵意见,感谢各位师友给予的帮助。文责自负。

身(朱斌、吕鹏,2020)等也会对创业绩效、创业动机与决策等产生重要影响。与个体禀赋视角相对应,制度与社会文化环境视角更强调创业受到结构性因素的影响(Thornton et al.,2011;陈光金,2011)。这些结构性因素往往通过秩序建构、合法性赋予、观念塑造与资源配置等机制对创业产生影响。比如,有研究认为在差异化的制度环境下,拥有政治网络的创业者会采取具有不同合法性的行为以获得创业资源(吴一平、王健,2015)。也有研究认为,制度、市场和文化作为三大结构性因素会影响创业战略、创业资源、创业机会等(蔡莉、单标安,2013)。索顿(Patricia H. Thornton)等人的研究认为,创业是在不同的制度秩序背景下展开的活动,制度代表了一套规则,它形塑了个人和群体间的经济、社会与政治互动并对经济活动产生影响;制度秩序通常体现为相互竞争和冲突的规范、价值观、合法性,会对创业产生支持或阻碍的影响(Thornton et al.,2011)。

然而,正如格兰诺维特(Mark Granovetter)批评主流经济学低度社会化、结构社会学过度社会化(Granovetter,1985)那样,以上两个视角的创业研究也具有类似的局限。为此,作为一种更具综合性的视角,社会关系网络视角在创业研究中具有重要影响。大量研究都把关系网络、嵌入性、社会资本等视为影响创业的关键因素(杨震宁等,2013)。恰当的社会位置或社会网络会为企业家提供重要的创业机会和创业知识(斯梅尔瑟、斯威德伯格,2009);社会网络会影响创业资源的获得,并通过情感支持、治理机制等作用于创业过程;企业家之间值得信任的社会联系是形成创业想法、决定是否创业的重要前提(Thornton et al.,2011)。国内的一些社会学研究者也考察过社会关系网络对创业的作用并得出了相似的结论。比如,符平(2003)认为,社会资本会通过提供信息、技术和资金帮助,意外事件的支持与保护,以及情感和精神支持等为个体创业提供支援;刘培峰(2003)认为,社会关系网络能够通过要素和资源的吸纳、扩散、转化机制支持企业主发展;边燕杰(2006)认为,建立私人企业所需要的商业情报、创业资金和订单等深嵌于创业者的社会网络;王文彬、赵延东(2012)指出,创业者的创业资金、创业收入与经营绩效都会受到社会网络的影响;郭年顺(2022)认为,民营创业者会利用社会网络嵌入不同的工业部门,并通过发现市场机会、利用技术资源和建构组织能力等实现创业。

客观而言,社会关系网络视角的创业研究开始触及创业过程中各种社会联系的意义。然而,社会关系网络视角的创业研究倾向于借助量化模型,检验关系

网络对创业的影响,其实质是将社会关系网络、社会资本进行要素化和形式化的处理。因此,与个体禀赋、制度与社会文化环境视角类似,这一视角的研究也忽略了创业中更为深层的“亲密关系”的维度及其实质意义。当然,学术界并非没有关注过与亲密关系相联系的创业现象,一些关于“家族企业”“家族创业”的经济学或管理学研究甚至构成了创业研究的一个专门领域。根据贺小刚等(2024)的观点,家族创业的研究可以追溯到20世纪80年代,其研究内容包括家族创业的形成、家族创业治理、家族创业绩效、家族企业传承等。1984年,塞尔兹尼克(Philip Selznick)最先提出“家族创业”这一概念,并将家族创业视为一种独特的企业结构形式(齐齐等,2017)。总体上看,“家族创业”或“家族企业”的研究倾向于从企业制度的定位出发,把“家族”作为这类企业或创业的特殊符号或背景,并认为家族企业或创业会受到“家族性”的关键影响(潘安成,2011;格兰诺维特、斯威德伯格,2014)。相关研究也主要从社会关系网络的视角出发,考察和检验家族关系网络对企业或创业的作用。比如,家族连带能够降低创业企业的交易成本,从而为企业带来竞争优势(朱沆等,2012);家族企业网络是创业知识的重要来源(陈慧慧,2016);家族成员的社会资本能够在创业、经营过程中发挥积极作用(李新春等,2020);家族涉入会对民营企业的经营绩效产生影响(李路路、朱斌,2014);社会网络会提升家庭创业的可能性(柴时军,2017),等等。可以发现,大多数关于家族企业或家族创业的研究尽管触及亲密关系,但从研究方法和研究旨趣来看不过是创业研究的一个子领域,其价值和局限亦如既有的创业研究。我们需要更深入地理解和思考的是亲密关系与创业行为之间的实质关系,而非形式上的相关性。

自柏拉图、韦伯以来的经典西方社会理论以及现代市场、理性组织的发展和政策实践之中,似乎隐含着这样一个“共识”:西方社会现代化、理性化、个体化的发展进程是一个不断“离开家”的过程(韦伯,1995;贝拉等,2011;肖瑛,2017,2020a,2021)，“家”越来越失去了在公共生活中的位置(李荣山,2020)。各种类型的亲密关系、特殊主义都会构成对现代经济发展的重要障碍(韦伯,1995),亲密关系和经济交易的广泛混合是一种危险的反常现象(泽利泽,2009)。比如有研究者把裙带资本主义(crony capitalism)作为导致经济不平等甚至经济危机的原因(庄礼伟,2001);也有研究认为,市场化改革应建立排除亲密关系影响的现代企业制度,“去家族化”会明显地提升企业组织的治理与绩效(袁奋强等,2023),家族企业必然实现理性化的转型(何圣东,2002)。以上这些论述固然有一定合理性,但是在个体化和理性化日益凸显的今天,我们依然能够观察到家及

亲密关系实质性地影响创业行为及组织治理的诸多例子。

中国社会是一个重情义的社会(翟学伟,2016),也是一个把“家”视为本体归属的社会(周飞舟,2021)。这与我们对西方社会的印象形成了鲜明对比:西方社会倾向于将家庭和企业视为两个独立的系统(方旭东,2016),企业的经济管理追求理性,排斥或者试图摆脱来自亲密关系、家的思维方式和行为逻辑的消极影响。在中国社会中,人们的经济活动则或多或少都离不开家和亲密关系的影响。尤其是对于一些中小型创业而言,创业者往往需要获得家里人无私的支持。家不仅是个人生活的空间,更是家人间互动和情感交融的场所。人们受到家庭文化对其思维和行为的影响,倾向于将家的思维和逻辑应用于其他组织(杨国枢,2005)。简言之,与西方倾向于分离家庭与经济生活不同,中国人倾向于将家庭价值观融入经济活动中。

受到上述理论思想与生活观察的启发,我们意识到在现代化的中国社会,理解包括创业行为在内的经济现象仍然不能忽略或回避亲密关系的重要影响,反而应该回到“家”之中,重新审视“家”及其亲密关系对经济活动的重要意义。因此,本研究提出如下研究问题:在中国的社会文化情境中,创业者的创业行为(尤其是中小型创业)的关系基础是什么?“家”及亲密关系如何影响创业?创业过程是否会反过来建构人们对家及亲密关系的认知,并最终塑造创业者进一步的创业选择?

## 二、分析框架与研究方法

### (一)分析框架

本研究尝试从“家”的理论视角出发,基于一个家庭创业史的田野调查,考察中小型创业中家及亲密关系与创业的互动关系。为此,我们主要从两个领域的既有研究中汲取理论资源。

第一个理论资源主要是社会学理论中关于“亲密关系”的相关论述。这些论述为我们构建亲密关系与创业的关联提供了理论合法性基础。亲密关系是西方社会学理论关注的经典议题。吉登斯(Anthony Giddens)在《亲密关系的变革:现代社会中的性、爱和爱欲》中提出“纯粹的关系”的概念。他认为,亲密关系因为双方的需求和满足而得以存在,并不依赖于任何外部结构来维护,它建立在彼此自我展现以及对各自独有品格的相互赞赏的基础上(吉登斯,2001)。米勒

(Rowland S. Miller)在《亲密关系》中强调亲密关系中的人们相互依赖,即他们的行为和情感受到彼此的影响,他们对关系的满意度和对彼此的承诺取决于关系中的互动和交换(米勒,2015)。这些理论家虽然讨论了亲密关系的议题,但并没有关注到亲密关系对经济行为的影响。真正触及这一问题的主要是经济社会学家泽利泽(Viviana A. Zelizer)关于亲密关系与经济生活联系的讨论。在人们的一般观念中甚至马克思等经典理论家那里,亲密关系代表感性的情感,创业代表追求理性的思维,二者碰撞可能产生角色、价值和利益的冲突(姚泽麟,2021)。然而,泽利泽批评了关于亲密关系与经济生活之间关系的对立学说。她认为,“分离领域”的教条假设了两个独特的社会生活领域,一个以理性与效率为导向,一个以情感与团结为导向,每个领域各自独立,在一定程度上和谐地分离运行;而“敌对世界”理论则担忧这两个领域间的交叉接触会相互侵蚀和损害(泽利泽,2009)。在此基础上,泽利泽提出“相互联系的生活”这一概念,试图恢复亲密关系与经济活动的联系性和融合性,并赋予两者共存的道德合理性。她认为,经济活动与亲密关系并非相互敌对或孤立,而是相互依存和影响(泽利泽,2009)。人们常常把经济活动和亲密关系混合在一起,一方面,强大的亲密关系会控制和影响人们组织经济生活的方式;另一方面,人们会利用经济活动来创造、维持重要的亲密关系(泽利泽,2009)。个体会根据与他人的关系规范选择适宜的经济媒介和交易方式展开经济行为(泽利泽,2021)。

第二个理论资源主要是国内关于“家”的社会学研究。这一理论资源构成了本研究的理论接口,为我们考察亲密关系与创业之间的关系提供了总体性的视域。由此,“亲密关系”不再是一个平面化的静态变量,其对创业的影响具有了可“描绘”的场域抑或前提。“家”在中国人社会生活中具有基础性的地位(费孝通,2008)。作为亲密关系实践场域的“家”与亲密关系互为依存,互相扭合,对包括创业在内的经济现象产生影响。正如韦伯所言,“(家庭)它往往对经济关系产生强烈的影响”(韦伯,1997:424)。近年来,关于“家”的社会学研究逐渐形成一股学术潮流。有观点认为,国内家庭研究出现了方法论和研究旨趣上的多维转向(吴小英,2022)。研究者开始更多关注家庭的道德文化意涵及其精神面向对于中国人的意义,并试图“把家带回来”(肖瑛,2020a:172)。比如,周飞舟(2021)从“伦”的维度出发讨论了中国人关于“家”的观念,揭示了中国社会结构的基本单元和中国人基本的行动伦理。周飞舟、余朋翰(2022)关于“分家”的研究指出,中国社会“家中有家”,既分又合、既“异居”又“同财”的关系,体现了“亲亲”和“尊尊”的原则。一些研究考察了中国人关于“家”的实践及其隐含逻

辑,比如,林嵩云(2006)关于跨国移民在空间流动中“做家”(home making)的研究,陈颀、敖雅萱(2023)关于进城流动摊贩家计空间安排的研究,何奇峰、周芯宇(2024)关于农民家庭分而不散、在外部冲击下重新达成家庭关系平衡的研究,以及林叶(2020)关于货币化征迁中家庭边界调整、再分家及家庭政治的研究,等等。颇具启发意义的是,肖瑛把“家”作为方法,提出了社会理论建构的一种新的方法论。他认为,“家”构成了中国传统的制度和伦理底色以及文化—心理结构基础,只有从“家”出发才能理解中国的社会与民情及其变迁,研究者不仅要当家作为实体,更要将其作为方法(肖瑛,2020a)。为此,他将“家”作为理解文明差异、政治秩序、治理术、社会治理等重大问题的方法论基础(肖瑛,2017,2020b,2022;肖瑛等,2023)。

受上述理论思想及研究观点的启发,本研究得以建构起相应的分析框架(见图1)和基本分析逻辑。首先,以“家”为场域的亲密关系通过达成合作共识、提供情感支持、共同规避和应对风险等机制对早期创业实践产生积极影响。其次,伴随创业的演进,创业者对“家”及亲密关系的认知会被重塑。最后,创业者对“家”及亲密关系的新认知会反过来影响创业者的创业再选择。

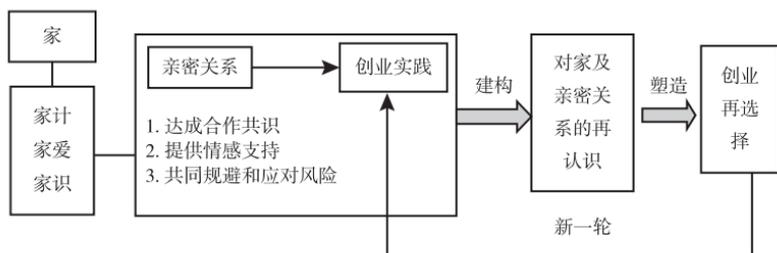


图1 家、亲密关系与创业之间的关系

具体而言,一方面,在中国社会,“家”是人们社会行为的基础动力(费孝通,2008)。以“家”为场域的亲密关系构成了家庭成员创业得以发生乃至成功的深层动力来源。结合田野观察,我们发现,“家”及亲密关系能够对家庭成员创业产生积极影响,主要表现为达成合作共识、提供情感支持、共同规避和应对风险三个方面。这三个机制也得到了相关研究的印证和支撑。比如有研究认为,亲缘关系会通过家族资源、家族信任和家族压力影响家族成员共同创业的选择、家族创业治理和决策(陈元等,2023);家庭凝聚力能够对创业绩效产生正面影响(Eddleston et al.,2012);家族关系网络能够对创业起到风险规避、资金积累、技术传授等作用(朱满德等,2023);创业者强调奉献和关爱的利他行为,有利于形

成家族创业的集体智慧,进而有利于识别和把握创业机会、改进资源能力与变革创业组织形态(潘安成,2011);家庭关系在创业的初期阶段能够为创业者提供物质资本、技术经验和情感支持(王文彬、赵延东,2012)。

另一方面,创业是一个演化的过程,因而“家”及亲密关系并非单向度地对创业产生影响。在创业过程中,创业者对“家”及亲密关系的认识有可能悄然改变,并进而形塑创业者的创业再选择。创业过程可能会强化亲密关系,裴谕新(2020)关于女性创业的研究发现,创业成功会强化并巩固夫妻间的亲密关系。不过,建立在亲密关系基础上的创业企业内部也有可能存在冲突,表现为关系紧张、彼此怨恨、互有敌意,甚至形成派系斗争,其结果可能是家族企业的分崩离析(王明琳、周生春,2009)。在此情境下,作为对亲密关系认知变化的结果,以继续合作或散伙为内容的创业再选择就无法避免(帅满,2016)。

## (二)研究方法

本研究的经验材料来自对T家庭<sup>①</sup>创业史的田野调查。T家庭是一个来自湖省的大家庭,自1990年就开始创业,至今已有30余年。如果以T家庭母亲带头创业为起点,T家庭的创业先后经历了三个阶段:1990年的创业起步于药材行业;1993年,创业成员转向毛线行业;2001年至今,创业成员又在塑胶行业找到立足之地。今天,T家庭的成员各自在广省塑市的塑胶市场经营一家小型塑胶贸易公司。值得注意的是,在三个阶段的创业中,T家庭成员都不同程度地参与了家庭合伙创业。毛线行业和塑胶行业是T家庭成员创业的主要领域,也是亲密关系与经济理性、商业关系碰撞交织最典型的领域。

在得到T家庭成员的同意后,本研究的第二作者于2023年底以邓先生夫妇的创业故事为主线,对T家庭上下两辈人的创业史进行了整体调查,并对参与创业的成员(母亲、大儿子、小儿子、小女儿、女婿邓先生)进行了深度访谈。在后续的资料整理中,我们厘清了T家庭成员与创业相关的基本信息(见表1)。本研究之所以选择以T家庭的创业为案例,除田野方便性的原因外,还因为T家庭的创业具有一定的典型性。T家庭原籍地湖省阳市的老乡普遍在外地创业,并且都以亲缘、血缘关系为纽带互帮互助、打拼经营。T家庭在创业过程中所发生的故事在其他家庭中也不鲜见。因此,T家庭的创业故事能够为我们理解中小型创业提供有价值的信息。

<sup>①</sup> 依据学术惯例,文中涉及的地区、人物等信息均已进行匿名处理。

表 1 创业事件、人物与参与情况介绍

| 创业事件                 | 参与人物、创业过程与内容   | 决策与分利   |
|----------------------|--|---|
| 药材生意<br>(1990—2001年) | 1990年母亲退休后,经由侄女介绍,在湖北省药镇合伙做药材生意。<br>1993年,经由亲戚介绍,母亲与小儿子一起前往云省开始毛线生意创业,并将药材生意转交给大儿子。<br>1998—2001年,小女儿和丈夫邓先生接手之前大哥(大儿子)在湖北省的药材生意。   | 决策:<br>1990年,母亲一个人负责药材生意的全部决策。<br>1993年,药材生意交由大儿子打理,决策权在大儿子手上。<br>1998—2001年,小女儿夫妇打理药材生意,决策权放在了小女儿夫妇手上。<br>分利:<br>药材生意每个阶段的打理人是相关的分利人。  |
| 毛线生意<br>(1993—2002年) | 1993年,母亲与小儿子前往云省开启毛线生意。<br>1995年,父亲与大儿子一同前往云省加入家庭毛线生意,大儿子将药材生意交予其亲戚打理。<br>1996年,大儿子退出毛线生意,离开云省。随后,小女儿来云省帮家里经营毛线批发生意。<br>1997年,由于父亲突发中风,母亲与小女儿陪同父亲回湖北省养病。<br>1997—2002年,云省的毛线生意一直由小儿子经营。  | 决策:<br>1993—1995年,小儿子负责毛线生意决策。<br>1996年,两兄弟各自负责自己的毛线批发档口生意。<br>1996—2002年,小女儿帮忙打杂,父母协助小儿子进销货;小儿子负责毛线生意决策。<br>分利:<br>1993—1995年,两兄弟平分利润。<br>1996年,各自经营的毛线档口利润归各自所有。<br>1996—2002年,小女儿拿每个月固定的薪水。毛线利润三分之一归父母,其余利润归小儿子所有。 |
| 塑胶生意<br>(2001年至今)    | 2000年,父亲不幸去世。<br>2001年,母亲考虑到小女儿一家生活困难,和小女儿一家前往广省塑市开始塑胶生意,开办了一家塑胶贸易公司。但也在同年,母亲退出小女儿一家的塑胶生意。<br>2002年,小儿子退出毛线生意,前往广省塑市和小女儿夫妇合伙做塑胶生意。期间,小女儿夫妇和小儿子夫妇在广省海市合开了一家塑胶制品工厂。<br>2014年,小女儿夫妇和小儿子夫妇散伙,结束了合伙生意。<br>2014年至今,小女儿夫妇和小儿子夫妇各自在塑市的塑胶市场经营自己的塑胶贸易公司。 | 决策:<br>合伙期间,小女儿夫妇负责塑胶工厂;小儿子夫妇负责塑胶贸易公司。<br>分利:<br>合伙期间,小女儿夫妇与小儿子夫妇平分塑胶工厂与塑胶贸易公司的利润。  |

### 三、“家”及亲密关系对 T 家庭创业实践的影响

T 家庭创办的主要是小微企业。这类创业企业的运营与家庭目标、家庭关系紧密相连(张环宙,2018)。家庭成员构成了创业者最基本的社会网络,他们

能够为创业者提供诸如建议性资源、资产性资源和情感支持资源(Renzulli & Aldrich, 2005)等方面的支持。在对T家庭创业史的田野调查中,我们发现家人间的亲密关系能够对创业(早期)起到积极影响。

### (一)回应“家计”之需:达成合作共识

“家计”是中国人“家”的基础维度(胡静凝, 2024),构成了家庭创业合作共识的来源。家既为成员提供生计保障,同时也隐含着个体对于家庭生计和福祉的责任和义务。家人间的亲密关系及创业始终都会很朴素地与回应“家计”之需纠葛在一起。创业者在创业初期并不单纯地是为了追求个体的经济目标,而更多的是出于提升家庭生活质量或支持家庭的需要,他们希望通过创业帮助家庭摆脱困境。正是在这样的情况下,家庭成员间很容易达成合作创业共识。

在“家计”作为家人共同目标的前提下,亲密关系有助于家庭成员达成合作共识并做出创业决策。T家庭成员最初也主要是出于帮扶家庭的心愿而开启创业,家人间的信任和支持使得合作的共识比较容易达成。合作共识贯穿了T家庭的整个创业历程。T家庭的母亲这样回忆:“家里孩子多,(当时)最小的孩子还在上学,我还想修家里的老屋,实在是没钱。我侄女在药镇做药材生意,听说很赚钱。然后我和家里人一合计,就立马前往药镇和侄女一起做药材生意。那段时间很辛苦,没办法,家里孩子需要用钱”(访谈资料,231207MQ)。

后来,T家庭的母亲又听说云省毛线生意既赚钱又轻松。因此,她向家人表达了想去云省做毛线生意的想法,也同样很快得到家人的一致认可。1993年,母亲就和小儿子一起前往云省开启毛线生意的创业。可见,只要能够改善“家计”,家庭成员没有过多的犹豫就达成创业转换的共识。T家庭的母亲告诉我们:“在药镇卖药材虽然积累了一点钱,但身体吃不消。正好有亲戚介绍云省的毛线生意好做,所以我想去那边试试看。我把我的想法和家里人一说,大家都支持我”(访谈资料,231207MQ)。小儿子也谈到:“那时,我觉得在厂子里呆着没有前途。听我妈回来和我们讲这事,我马上就和她一拍即合,一起前往云省的毛线市场做毛线生意”(访谈资料,231209XG)。在当地亲戚的帮助下,他们租下一个摊位,开始经营毛线生意。这次创业的启动资金来自家庭积蓄,总额约为9万元。T家庭在云省的创业最初发展势头较好。小儿子自豪地说:“那时做毛线生意一个月至少有5000元的收入,在那个年代,这个收入已经相当可观了”(访谈资料,231209XG)。1995年至1996年,父亲和大儿子、小女儿也陆续参与到毛线生意中来。其中,大儿子投入了几百元作为他的创业份额。小女儿则只是单

纯来帮忙,每月领取固定工资。

创业经营中的分工、决策同样建立在有利于家庭生意的共识之上。小儿子比其大哥早一年做毛线生意,所以对当时的毛线生意模式很熟悉。当时毛线市场流传一句行话,“卖得好不如进得好”。由于小儿子掌握了很多进货的渠道,于是T家庭毛线生意的决策主要由小儿子拍板。虽然家庭成员也会聚在一起商量,但最终决策权还是给了小儿子,毕竟他能够让生意做的更好。对于这种决策机制的形成,小女儿在访谈中强调:“我们家里人做生意就是奉行谁懂,谁拍板”(访谈资料,250113NE)。这反映出T家庭在创业经营中形成的务实风格。

中国式创业有时是出于“大家”帮“小家”的考虑,让“小家”摆脱家计困境是家人毫不犹豫的共识。在毛线生意后期,由于与小儿子发生分歧和矛盾,大儿子退出了毛线生意,返回家乡。也是在这一时期(1997年),母亲和小女儿带患病的父亲回乡休养,由小儿子独自管理毛线生意。不幸的是,父亲的健康状况未有改善并在三年后去世。受到丈夫去世的影响并考虑到自己的年龄和健康状况,母亲原本没有再次创业的打算,但因为忧虑刚成家的小女儿家庭经济困难,于是她决定重新创业以帮扶小女儿的家庭。2001年,母亲得知塑市的塑胶市场生意好做,便与小女儿一家商议。经过共同讨论达成共识,他们决定用大家的积蓄在塑市开启塑胶生意。当回忆起这段创业经历时,小女儿感叹到:“说到生意,我特别感谢我妈。那个时候,家里面临很多事,我结婚生子,经济压力大。我妈妈过来找我们商量一起去塑市做塑胶生意。我当时那种情况,没有什么选择的余地,我和我老公就拿着我们所有的积蓄,也向亲戚借了几万元,总共20万元来塑市做塑胶生意。这个塑胶生意虽然辛苦,但好歹也算做起来了”(访谈资料,231211NE)。

通过以上分析我们可以发现,在T家庭创业初期,“家计”成了决定创业的重要理由。建立在“家计”考虑之上的创业很容易在家庭成员间达成共识并形成合力。

## (二)感知“家爱”之托:提供情感支持

作为“爱的共同体”,家是中国人自然情感的聚集之地(肖瑛,2020a)。“家爱”是中国人“家”的重要情感维度,是家庭中亲密关系的最生动显现(王苏,2008),也构成了创业者韧性和应对创业心理压力之能量的重要来源。创业是一项高风险的活动,创业者的每一个创业决策都会耗费大量的精力和心力(Hayton & Cholakova,2012)。有研究发现,在逆境水平较低的情况下,创业者的高积极

情绪会促使其继续坚持;反之,由逆境诱发的消极情绪会削弱创业者的坚持倾向(龚亮华、杨杰,2022),创业者可以通过家庭情感支持来处理不良情绪(Tagiuri & Davis,1996),家庭情感支持对创业具有积极影响。例如,有研究指出,家庭情感支持不仅能够为创业者提供心理资本,也有助于缓解创业与家庭之间的矛盾和冲突,促使创业活动顺利进行(董静、赵策,2019)。

决定创业需要“家爱”的情感支持。以“家爱”为表征的亲密关系不仅为创业者提供了情感安慰,也成为了他们在创业道路上不可或缺的精神力量。T家庭的母亲这样回忆当初决定做毛线生意时的犹豫和压力:“亲戚介绍我去云省做毛线生意,我有过犹豫。那边离我们这太远了,人生地不熟,心里多少还是有些担忧。对于要出多少钱,心里也没底。家里情况不好,我怕到时候去那边钱没赚到,自己的本钱又没了,那该怎么办”(访谈资料,231207MQ)。好在家庭成员的积极回应打消了母亲的顾虑,使得母亲顺利前往云省开启毛线生意的创业。对此,大儿子这样描述:“我妈和我们商量想去那边做毛线生意。我爸听说这事就马上说要我妈放心过去干,他这边有退休金,孩子们也都长大了,不要担心,放手去干。在一家人的鼓励下,我妈就决定出发前往云省去做毛线生意”(访谈资料,231209DG)。

创业经营中克服困难同样需要家人的情感援助。虽然亲戚说毛线生意好做,但T家庭在云省的毛线生意还是遇到了很多的困难。只不过暂时的困难并没有阻挡住他们的创业进程。家人间的相互鼓励和扶持,最终让T家庭在毛线市场上站稳了脚跟。小儿子表示:“做毛线生意我们做得也不容易,市场上大家经常会恶意压价,有时候我们的毛线卖不出去,搞得我们赔了不少钱。那段时间大家都很沮丧,压力很大。面对这种情况,我妈经常对我们说,不要紧,这一单赚不到,下一单可能会赚到。那个时候,大家每天晚上都在商量对策,相互打气。过了一段时间后,我们终于找到了一个法子来对付同行的压价”(访谈资料,231209XG)。

“家爱”是提升创业勇气的重要情感手段。T家庭的创业转换也离不开“家爱”的支持。由于生意上的冲突和家庭变故,T家庭在云省的毛线生意做了一段时间后就被迫停止了。之后,T家庭踏上了前往塑市的行程,再次转型做塑胶生意。回忆起从毛线生意转到塑胶生意的创业经历,T家小女儿的叙述充分显示了家人鼓励的重要性:“其实去塑市之前,我们心里都是七上八下,不知道去那边是否可行,能不能赚到钱。因为我们的本钱少,去那边做生意完全是放手一搏。我妈对我说,只有走出去才可能有希望,别人能干,我们也能干,说不定我们

还能做得挺好。我妈的这番话确实说得挺对,也鼓励了我出去干”(访谈资料,231211NE)。小儿子的经历及感受也与其妹妹类似:“因为当时纺织厂多,毛线的价格被打下来了,我们这种手工毛线就没有了生存空间,所以我当时就不太想干了。我听我妹说他们塑胶生意做得还挺好的,于是我就想着要不去做塑胶生意。当时我妹和我妈都鼓励我说:‘这边生意好做,你又有做生意的经验,再加上我们又可以帮助你熟悉这边的业务,所以你过来干,没有什么问题’。然后我就去我妹那边考察了几个月,发现确实可做,我就关掉我在云省的毛线店铺,去广省塑市和我妹一起做塑胶生意”(访谈资料,231213XG)。

### (三) 激活“家识”之用:共同规避和应对风险

家也是一种共享知识和集体智慧的生产场域,因而“家识”主要指家庭成员间共享的信息和知识。“家识”构成了中国人“家”的重要功能性维度。弗雷格斯坦(Neil Fligstein)认为,企业的第一性的问题不是效率,而是存在(弗雷格斯坦,2008)。因此,对创业者而言,要使得创业能够成功维持,识别和规避创业风险至关重要。

“家识”能够为创业者规避和应对风险发挥不可替代的作用。中小型创业的运营模式赋予了它们独特的抵御创业风险的优势。家庭成员共享生活环境和价值观,会无保留地分享商业信息和信息渠道,这使得大量市场或非市场信息汇集于家庭,帮助创业者识别和权衡风险。当家庭企业在市场上遭遇挑战时,家庭成员如果团结一致,共同商讨应对策略,家庭企业就有可能实现生存和发展。T家庭在塑胶行业创业时,并没有得到来自家庭外部的任何业务指导,只能完全依赖家庭自身的努力推进创业活动。其中,家庭成员间的信息共享以及协商能有效地帮助他们规避风险和应对挑战。回想起塑胶创业的经历,邓先生感慨:“塑胶生意是真正意义上的从头开始。那段日子可以用经历了‘生活的酸甜苦辣,尝尽了世间的人情冷暖’这句话来形容。我最开始什么都不懂,要卖什么产品、要怎么去找客户,完全不知道如何下手。好在家里人在塑胶市场上有一些熟人,我们就通过熟人来认识一些客户。我们塑胶批发行业这一块,经常发生工厂跑路的情况,我们就怕财货两空的事。所以那时候,我和我老婆以及小舅子送货回来后,每晚大家都会来讨论客户情况,集思广益”(访谈资料,231212NX)。后来在海市的塑胶厂创业中,“家识”对于成功规避创业风险同样发挥了至关重要的作用。邓先生表示:“做(塑胶)工厂比单纯做塑胶批发生意更复杂,在做工厂期间,我们面临的风险非常大,怕产品质量不合格,怕产品卖不出去,更怕资金链断裂。那时我们采取的方法和之前差不

多,家里人聚在一起开会,共享自己所得的信息,然后一起分析。虽然经营工厂很艰难,但是好歹也挺过来了”(访谈资料,231212NX)。

“家识”也是应对创业过程中突发事件的重要依靠。在时间紧迫和风险巨大的情况下,“家识”能够弥补个体行动者有限理性和解决问题能力不足的缺陷。T家庭的成员在受访中经常提及帮家里亲人追回三十万元货款的事情,并认为这是他们团结一致对抗突发危机的标志性事件。小女儿在谈及此事时仍心有余悸:“我们是塑胶批发商,我们的客户是下游塑胶工厂。大多数商户和下游客户进行账款结算是月结、半年结。时间越长,利润越大,但是风险也越大。我的侄女卖货给塑胶工厂后,工厂要隔一段时间再支付货款。到了应付款时间,这家工厂没有付款。我侄女过去收货款时,发现那家工厂跑路了。我们得知后,立马动用身边的关系,大家都聚在一起商量办法。虽然过程很曲折,但是我们最终找到了那个厂家,追回了货款”(访谈资料,231213NE)。

上述分析表明,亲密关系借助“家识”发展出家庭成员共同面对创业危机的关键策略。基于此,T家庭才能在塑胶产业开辟生存之道并成功立足。

## 四、创业者对“家”及亲密关系的再认识

随着创业进程的推进,创业者对亲密关系的认知也会悄然发生变化。创业者一般拥有双重身份:他们既是家庭的一员,也是商业合伙人。参与创业使得他们之间的关系不再是纯粹的亲人关系,而是兼具亲情与生意合作的关系。此时的“家”也变成了融合家庭情感和商业利益的复合体。然而,从这一刻起,基于商业规则的利益逻辑有可能凸显并挑战家人间亲密关系的逻辑。创业者常常会陷入家庭情感和商业利益的冲突之中,亲密关系呈现一种“欲说还休”的复杂状态。T家庭成员在合伙创业的过程中也遭遇了家庭情感和商业利益相互交织冲突的困境。这种困境使得创业者对家及亲密关系有了新的认识,打破了原来对彼此的角色期望。

### (一) 亲情淡薄与不厚道的“精明兄弟”

兄弟姊妹的关系构成了中国人家庭关系的横轴,理想的兄弟姊妹关系常常是互爱互敬、相互关心。创业进程中随着利益的渗入,创业者对同为合伙人的兄弟姊妹间关系的认知会发生微妙的变化。各种不同立场的关系评价交织在一起,使得原本亲密的兄弟姊妹关系变得不再是期待中的样子。在云省的毛线生

意中,T家大儿子与小儿子就由于利益分红一事而散伙。在兄弟两人的“澄清”中,我们发现当事人所援引的理由不尽相同,呈现亲情和利益的张力。自觉受损的一方主要强调对方“重利薄情”,并声称这种对兄弟的新认知受到了创业过程的影响。比如,大儿子谈到了他对弟弟及合伙生意的一些不满:“这么说吧,我和我弟合伙做毛线生意,感觉很不痛快。毛线生意的整个流程他都把控着,我好像被他排除在外。我是想好好做毛线生意,但是我弟他这人太看重钱了,对于亲情什么的,我觉得他很淡薄。这也是我和他做生意后才认识到的,所以我和他根本合作不下去”(访谈资料,231210DG)。然而,有意思的是,作为另一方当事人的小儿子则轻描淡写地回避兄弟间的矛盾,将产生问题的原因进行了适当的转移:“我和我大哥合作毛线生意的时候,我老婆和他的老婆有矛盾。那个时候,我们家在毛线市场上有两个铺位,所以我爸妈就说让我们分开来做,各做各的”(访谈资料,250114XG)。

事实上,“利”的纠纷更可能是兄弟间矛盾的主因或实质。T家庭的母亲也认为控制权和分利问题是导致两个儿子创业关系破裂的主因:“他们对分红有意见,就闹矛盾了。我也劝了,要他们齐心做生意,他们不听,闹着要分伙。我大儿子希望和我小儿子一样管毛线生意,但是我小儿子说他做不好。因为有次让他进货,他进错货了,赔了一笔钱,所以我小儿子不想让他大哥接手毛线生意,而且还不愿按当时约定的对半分的比例来分红。大儿子又觉得自己是有能力做生意的,就是他弟弟不让他做。两人矛盾越闹越深。我和他爸就提议干脆两兄弟分开来做,一人一个档口”(访谈资料,231211MQ)。参与毛线生意但不参与分红的小女儿也认为“利益”是两个哥哥产生矛盾的根源:“我哥他俩分伙就是分红的事搞得不愉快。我二哥对我大哥很提防。他把客户资源全部掌握在自己的手中,我大哥基本上和毛线生意的核心业务是隔开的。至于分红,我二哥觉得我大哥没有给毛线生意创造价值,不认可当初说的对半分红。我大哥就觉得二哥做人不厚道,做得太绝情了,不讲究兄弟感情”(访谈资料,231210NE)。

对家人亲密关系的重新认识并没有随着创业的转换而停止。2002年,由于毛线生意不景气,小儿子夫妇也来到广省塑市并与小女儿夫妇合办了一家塑胶贸易公司。后来,他们又在广省海市开设了一家塑胶制品厂。塑胶制品厂成立后,经大家协商,邓先生前往海市全权管理塑胶制品厂的全部业务。其余的家庭成员主要负责塑市的塑胶贸易公司的业务,如小女儿负责塑胶贸易公司的记账,小儿子主管塑胶贸易公司的销售和采购,小儿子的妻子负责塑胶贸易公司的出纳工作。最初,小女儿夫妇与小儿子夫妇还有母亲居住在塑市,约定从塑胶贸易

公司的日常利润中提取生活费,海市塑胶制品厂的利润则平均分配,不提取作为家用。但随着时间的推移,小儿子的妻子不再愿意从贸易公司的利润中提取部分利润作为大家庭的生活费,由此兄妹之间也渐渐产生了一些情感和关系上的罅隙。小女儿谈及此事时表达了对二哥夫妇俩看法的变化——从宽容到失望。“我嫂子管理塑胶贸易公司的钱,所以我和我妈拿生活费都是从我嫂子那里拿。开始她还比较和气,但是没过多久,她就极不情愿地拿生活费给我们,有时还克扣生活费。虽然对这事我很不开心,但是转念一想,我也可以理解她。或许她也是想着把钱用在公司的运营和发展上。公司运营得好,我们赚得也多”(访谈资料,231214NE)。“可是,她让我失望了。当我检查贸易公司的账时,我发现有些钱不在公司的账上。我们平分贸易公司的利润时,这些钱也没有出现在平分的款项中”(访谈资料,231214NE)。小女儿认为肯定是哥嫂做了手脚:“我二嫂是出纳,负责公司钱进钱出的情况,我二哥是负责塑胶原料的销售与采购,所以我就猜想肯定是他们两口子背着我们在私底下牟利。这笔钱就是他们牟利的证据”(访谈资料,231214NE)。尽管如此,在这件事情上,兄妹间还是保持了表面上的容忍。

当一方的私利行为伤害了另一方对亲密关系的想象,并突破了作为“亲人”的底线时,创业者对亲密关系的认知就会愈加负面。随后发生的一件事情让小女儿夫妇难以接受,也最终成为了他们和小儿子夫妇合伙关系破裂的导火索。事情的起因是,邓先生主要负责管理海市的塑胶制品厂,而塑胶贸易公司主要由小儿子夫妇经营。小儿子夫妇私底下接到了一笔大额订单,并使用公司的资金进行采购和销售,但他们并未将此订单的详情告知作为合伙人小女儿夫妇。通过这笔交易,小儿子夫妇私下赚取了数百万利润。小女儿夫妇还是从其他生意合伙人的口中才得知此事。因为此事,邓先生对小儿子夫妇做了这样的负面评价:“他们两口子是典型的‘有难要同担,有福不能同享’的人。这样的人在我的心中不是我原来认为的可以相互帮助的家人合伙人”(访谈资料,231215NX)。对于邓先生而言,正是因为家人关系,小儿子夫妇的行为更不能让他接受:“我当时心里很难受,真是没想到我小舅子他们是这样的人。这事我是真的不能忍受,都是一家人,他们怎么就可以这样做?他们这样做真的很不厚道”(访谈资料,231215NX)。

## (二)“一碗水端不平”的“偏心”老人

老人与子代之间的关系是中国人家庭关系的纵轴,传统伦理中期待的老人与子代关系是“父(母)慈子孝”。老人如何处理与不同子女之间的关系,也会深刻地影响创业者对亲密关系的理解。在T家庭的创业历程中,母亲扮演了一个

看似矛盾的角色。一方面,作为领头人,她带动子辈相继踏上创业之路。另一方面,她在创业过程中对于不同子女表现出的“偏心”和不公正让利益受损的子女对她的形象有了较为负面的看法。在塑胶行业的两次创业中,最让小女儿夫妇难以释怀的是母亲明显的偏心行为。在小女儿夫妇创业之初,最先是由他们夫妻俩开办塑胶贸易公司,后续小儿子夫妇的加入使得塑胶贸易公司成为两(小)家共有的公司。双方分别在这个贸易公司投入了一定数额的资金。在合作经营塑胶贸易公司一段时间之后,小儿子夫妇想在塑市购置房产,但是他们手中的钱不够。于是,母亲出于心疼小儿子的心理与小女儿夫妇协商,让小儿子从塑胶贸易公司的账户中抽取一部分钱款购置房产。对于此事,女婿邓先生表示:“当时我岳母和我说这事时,我心里有些不舒服,因为这是我们共有的资金,而且这笔钱主要是用来支持贸易公司的发展的。我其实心里不太接受这个提议,但碍于她是长辈,而且在我们经济困难的时候借钱帮助我们渡过难关,所以也不太好拒绝这事”(访谈资料,231216NX)。

在母亲的介入下,小儿子成功地从塑胶贸易公司抽取了一定数额的资金用来购置房产。然而,不久之后,小女儿夫妇也欲购置房产,也想效仿二哥的做法,却立马遭到了母亲与二哥的拒绝。小女儿伤心地表示:“没有想到,我妈拒绝了我。理由是这些钱是发展公司业务用的,不能随便抽出。当时,我哥也附和我妈的说法”(访谈资料,231216NE)。同样的事情,同样是子女,母亲却有不同的态度。这让小女儿有些不满:“我当时很不服气,心里很难受。我们夫妻的钱基本上都投入到贸易公司中去了,我当时手头并没有多少钱。我妈太偏心了”(访谈资料,231216NE)。

在这场买房风波之中,小女儿夫妇体会到了母亲的偏心。他们虽然心有不满,但考虑到母亲历来重男轻女的风格,小女儿夫妇选择了默默忍受。T家庭的家庭成员秉持着“一家人和气生财”的理念,继续携手在塑市奋斗。随后发生的事情使得小女儿夫妇对母亲的看法发生了重大改变,打破了小女儿夫妇心中对母亲应该扮演公正角色的角色期待。T家庭最初在塑市进行创业时,首先是开办塑胶贸易公司。随着生意逐渐兴旺,他们在海市成立了一家塑胶加工厂。然而,与塑市的贸易公司相比,海市的加工厂效益并不理想,有时甚至面临亏损。负责管理加工厂的邓先生面临着重重挑战:“当时说办厂,以为很容易,没想到做起来这么难。想着大家往里面投入了几百万,还是咬牙坚持了下去。我其实觉得这不算什么,困难肯定是有,过了这个坎,前途就明亮了”(访谈资料,231212NX)。这样的日子没过多久,T家庭的母亲却来找邓先生夫妇,提议他们专门负责塑胶制品厂,而小儿子夫妇专门负责塑胶贸易公司。母亲的言外之意

就是希望小女儿与小儿子分伙,各自独立经营。对于母亲的提议,小女儿很失望,认为母亲“一碗水没端平”：“那个时候,我们办厂办得艰难,我妈看在眼里,也没有说什么。她当着我们的面提这种对我们非常不公平的分伙建议时,我真的很失望。我以前认为,她在生活的事情上更关照我二哥,我也能忍受。我想着她在生意上应该会对我俩公正一点。经过这事之后,我知道,她就是爱自己的小儿子到骨子里了。只要和我小哥有关的事情,什么公平、公正在她眼里根本不存在”(访谈资料,231214NE)。邓先生也表达了相同的感受：“这个塑胶贸易公司是我们夫妻俩首先开办的,现在让我们退出,我不知道我岳母是什么意思。看着厂里的效益不好,不想让她儿子承担办厂的风险,就可以这样牺牲我们的利益?这合理吗?这公平吗?她这样是非不分,如此不公平地对待我们,真的是我没有想到的,我很难释怀”(访谈资料,231216NX)。

## 五、“散伙不分家”:创业再选择与亲密关系的继续

创业者对亲密关系认知的改变会影响其创业的再选择,更有意思的是,创业再选择又会以恰如其分的方式巧妙地实现家和亲密关系的继续。T家庭的创业始终围绕着亲密关系展开。创业者既从亲密关系中获益,又困惑于亲密关系。亲密关系在助力家人创业的同时,也经历了来自创业者认知上的悄然变化。一旦基于商业关系的利益对基于亲密关系的亲情造成严重挑战且难以调和时,创业散伙就成了无奈但又必然的选择。

### (一)散伙的理由:商业关系对亲密关系的挑战

在创业过程中,亲密关系与商业关系的平衡对于家庭式创业的合伙人来说始终是一个难题。有的家庭成员偏向商业利益,有的偏向家庭亲情。当利益受损方经历了“不合情理”的对待后,就会对获益方家庭成员产生不满,并重新评估对获益方的家庭角色期望。这个期望主要是指,无论何时作为家人或亲人的合作伙伴都要互帮互助、要公平公正。这种期待本质上反映了一个朴素观念,即与亲人合作应当能够避免背信弃义的风险。然而,现实与期待的落差往往会带来更深的失望与伤害。如果合伙人对彼此的角色期望与现实行为落差在可接受的范围内,家庭式创业合伙关系就能勉力维持;反之,合伙关系可能就会破裂。同样,子辈家庭成员对父母的角色期望也会影响其后续的创业行为。当家庭合

伙人就经济利益分配发生争议时,如果合伙人面临父母“一碗水端不平”的不公正对待,那么他对父母作为公正角色的想象和期待就会动摇,从而也会影响其进一步的创业行为。T家庭合伙关系(毛线合伙生意与塑胶合伙生意)的两次破裂都源于利益受损方被“不合情理”地对待,导致利益受损方对亲人合伙人角色期望的幻灭,最终导致了散伙。

## (二)家、亲密关系的维持及其与创业经营的适度粘连

家对于中国人而言具有本体性的意义(周飞舟,2021)。因此,家及亲密关系在现实中常常表现出一定的弹性和韧性,或隐或显地存在于个体的行为选择背后。尽管T家庭的创业遭遇了利益和情感的冲突并最终在形式上选择分开,但作为家庭成员的创业者还是为亲密关系保留了一定的空间,努力维持着家、亲密关系与“业”的适度平衡。一方面,作为家人的创业者试图努力去挽回亲情和创业合作。面对二哥夫妇的算计和母亲的不公平对待,作为利益受损方的T家小女儿夫妇一度表现出“忍让”和“妥协”,这实质上就是一种试图恢复和维持家及亲密关系的行为。比如,对于与二哥分开经营一事,尽管小女儿的丈夫邓先生的立场相对更为坚定,他主张与小舅子一家彻底终止合伙关系,但是考虑到涉及妻子的亲兄长,邓先生最终还是不得不在态度上有所缓和。经过双方的协商,这段既涉及亲情又关乎利益的合伙关系最终以和平分手的方式画上了句号。另一方面,虽然家庭的创业经营在形式上实现了“散伙”,但后续的创业经营并没有彻底地割断与家、亲密关系的粘连。在后续的塑胶经营中,邓先生夫妇与二哥夫妇依然保持着一定的商业往来与互助。他们会相互交流商业信息、拆借资金、提供仓储服务,以及进行塑胶技术的交流等。他们也会相互参加对方的家庭聚会活动。这表明,尽管在之前的合伙创业中经历了矛盾和纠纷,导致合伙关系破裂,但他们在商业上与生活上并没有完全断绝往来。换句话说,T家庭并没有切断家人间的亲密关系,而是做到了创业散伙但不分家。

可见,面对亲密关系与商业关系冲突导致的创业散伙,T家庭的当事人最终做出了于“家”比较好的选择。当被问及为什么会创业散伙但不分家时,邓先生夫妇的回答依然饱含对家和亲密关系的珍惜。邓先生表示:“我是吃了他们夫妻的亏,不想和他们在生意上有往来,但是我的老婆依然要我维持和小舅子一家基于亲情的业务往来。他是我老婆的哥哥,我老婆不可能因为我们之间不愉快的合作和她哥哥断绝关系。该往来的还是会往来,只是以两个公司的名义进行一些日常的商务往来,或者说是生意上大家会照料一下对方”(访谈资料,

250115NX)。小女儿强调：“因为我们是一家人。很多东西在当时不能释怀，现在我也逐渐放下了。毕竟我们是一个妈生的，相互之间看着对方出现困难，不去帮忙，心里过不去”（访谈资料，231216NE）。令人意外却也不意外的是，T家小儿子也表达了类似的看法：“因为她是我的妹妹，我不可能因为分伙了就不和她往来。我们之间的商业互助可以帮助我们抵御一些塑胶市场上的风险。对于别人，我不太信得过，但她是我的妹妹，我觉得她是不会‘坑’我的。我们相互帮助，这对大家都好”（访谈资料，231216XG）。

## 六、结论与讨论

本研究以T家庭的创业史为例，以“家”为视角，考察了亲密关系对创业的影响及其互动关系。研究发现，家及亲密关系会对（早期）创业有积极影响，其影响主要通过三个机制来实现：“家计”促成合作共识、“家爱”提供情感支持、“家识”帮助共同规避和应对风险。积极效应的实现条件在于，在这一时期，亲密关系的逻辑是影响创业的主导逻辑，商业关系依附于亲密关系。亲密关系并不总是发挥积极影响，其作用的发挥有赖于亲密关系与商业关系的兼容性。随着创业进程的推进，基于商业规则的利益逻辑有可能突破或挑战亲密关系的逻辑，进而使得创业者对亲密关系的认知发生改变并进一步影响创业者的创业选择。在面对两种关系的冲突时，由于利益分配的不合理以及亲人的不公平对待，创业者对亲密关系的想象悄然改变，并最终影响创业者的创业再选择。如果创业者对家人的角色期望与现实的差距在可接受范围内，那么他们会维持创业合作关系，反之创业者会选择分道扬镳。当然，分开创业并没有割断家人间的亲密关系。出于亲情和商业互助的考虑，家、亲密关系与创业经营间依然保持了适度的联系和平衡。

相对既有研究而言，本研究在两个方面做出了一定的推进。其一，本研究建构起家、亲密关系与创业行为之间的实质联系，为理解和分析中国式中小型创业提供了新的视角和分析策略。“家”视角的引入使得我们能够立体地呈现“家”及亲密关系与创业间的互动关系，呈现与既有创业研究不同的研究旨趣和研究路径，超越了传统研究过度平面化、形式化地考察包括社会关系在内的诸多结构性变量对创业影响的局限。由此，以创业为切入点，我们发现了亲密关系与经济行为的实质关系状态。其二，本研究为经典社会学理论进入经验提供了一个研究示例。近年来，以“家”为中心和方法的社会学理论建构为中国社会学超越中

西之别、推进理论创新指明了一个可能的方向。其中,思考“理论如何进入经验和历史”,如何“从普遍理论到具体个案”构成了创新的重要路径(肖瑛,2021)。在此意义上,本研究或可为更深入地理解“家”的社会学理论意涵,以及经济行为与亲密关系联系性的经典理论提供一个有价值的经验示例。尽管现实中并非所有的创业都会和亲密关系相关,但是,从“家”和亲密关系的社会学理论关怀来看,本研究仍然有其作为经典理论的经验投射的价值。由此,我们或可认为,与西方经典理论中关于“离家出走”的观点不同,即便是在现代化、个体化和理性化张扬的时代,一些领域的中小型创业也不是一个极力摆脱亲密关系、完全“离开家”的过程,相反它或多或少会受到“家”及亲密关系的实质性影响。至此,置身于“家”及亲密关系中的我们意识到,无论何时,“家”都是一个复合体,它和亲密关系互为依存,构成了我们行动的目的、手段和环境。家和亲密关系是我们理解中国人经济行为不可忽略的重要因素。

#### 参考文献:

- 贝拉,罗伯特·N.等,2011,《心灵的习性:美国人生活中的个人主义和公共责任》,周穗明、翁寒松、翟宏彪译,北京:中国社会科学出版社。
- 边燕杰,2006,《网络脱生:创业过程的社会学分析》,张磊译,《社会学研究》第6期。
- 蔡莉、单标安,2013,《中国情境下的创业研究:回顾与展望》,《管理世界》第12期。
- 柴时军,2017,《社会网络与家庭创业决策——来自中国家庭追踪调查的经验证据》,《云南财经大学学报》第6期。
- 陈光金,2011,《中国私营企业主的形成机制、地位认同和政治参与》,《黑龙江社会科学》第1期。
- 陈慧慧,2016,《家族企业网络、非正式学习与创业活力》,《中央财经大学学报》第8期。
- 陈顾、敖雅萱,2023,《空间秩序转变与“家”的扎根与脱根——一项流动摊贩进城案例的社会学研究》,《社会学研究》第5期。
- 陈元、贺小刚、李鑫、李婧文,2023,《亲缘关系视角下家族创业研究:现状与展望》,《财会月刊》第6期。
- 董静、赵策,2019,《家庭支持对农民创业动机的影响研究——兼论人缘关系的替代作用》,《中国人口科学》第1期。
- 方旭东,2016,《家庭与社会——一项西方社会思想史的探索》,《学术界》第11期。
- 费孝通,2008,《生育制度》,北京:商务印书馆。
- 弗雷格斯坦,尼尔,2008,《市场的结构——21世纪资本主义社会的经济社会学》,甄志宏译,上海:上海人民出版社。
- 符平,2003,《社会资本和个体经营者的创业与发展》,《社会》第2期。
- 格兰诺维特,马克、理查德·斯威德伯格,2014,《经济生活中的社会学》,翟铁鹏、姜志辉译,上海:上海人民出版社。
- 龚亮华、杨杰,2022,《基于情绪视角的创业逆境对创业坚持的作用机制研究:一个有调节的中介模型》,

《心理研究》第6期。

郭年顺,2022,《打开民营企业创业“黑箱”:工业体系和嵌入式创业者》,《社会学研究》第4期。

何奇峰、周芯宇,2024,《何以成家:分而不散的农民家庭》,《社会》第1期。

何圣东,2002,《国外家族企业制度变迁的比较及启示》,《经济纵横》第8期。

贺建风、陈茜儒,2019,《认知能力、社会网络与创业选择》,《世界经济文汇》第4期。

贺小刚、陈元、李婧文、李鑫,2024,《家族创业研究:现状、理论演进与展望》,《南开管理评论》第1期。

胡静凝,2024,《流变的“家计”:县域农民“家庭城镇化”的日常呈现》,《中国农村观察》第6期。

吉登斯、安东尼,2001,《亲密关系的变革:现代社会中的性、爱和爱欲》,陈永国、汪明安等译,北京:社会科学文献出版社。

李路路、朱斌,2014,《家族涉入、企业规模与民营企业的绩效》,《社会学研究》第2期。

李荣山,2020,《共同体之爱的政治:近世德国的家国关联》,《社会学研究》第5期。

李新春、贺小刚、邹立凯,2020,《家族企业研究:理论进展与未来展望》,《管理世界》第11期。

林蔼云,2006,《漂泊的家:晋江——香港移民研究》,《社会学研究》第2期。

林叶,2020,《折“穿”的家庭:住居史、再分家与边界之争——货币化征迁的伦理政治化》,《社会》第6期。

刘培峰,2003,《亲缘关系、地缘关系与乡镇私营企业主的生成》,《社会》第8期。

米勒,罗兰,2015,《亲密关系》第6版,王伟平译,北京:人民邮电出版社。

潘安成,2011,《家族性、社会认知与家族创业行为》,《南开管理评论》第3期。

裴论新,2020,《“反向依赖性”:女性创业与亲密关系实践的个案研究》,《华东理工大学学报(社会科学版)》第3期。

齐齐、赵树宽、胡玮璇,2017,《家族创业研究现状述评和未来研究展望》,《外国经济与管理》第10期。

帅满,2016,《信任溃败与圈子解散:田园茶叶公司的集体离职事件研究》,《社会》第5期。

斯梅尔瑟、斯威德伯格,2009,《经济社会学手册》第2版,罗教讲、张永宏等译,北京:华夏出版社。

王明琳、周生春,2009,《家族企业内部冲突及其管理问题探讨》,《外国经济与管理》第2期。

王苏,2008,《爱:家庭伦理的核心原则》,《学术交流》第3期。

王文彬、赵延东,2012,《自雇过程的社会网络分析》,《社会》第3期。

韦伯,马克斯,1995,《儒教与道教》,王容芬译,北京:商务印书馆。

——,1997,《经济与社会》上卷,林荣远译,北京:商务印书馆。

吴长征,2019,《创业者受教育水平影响新创企业成长吗?——地区市场化水平的调节效应》,《中山大学学报(社会科学版)》第1期。

吴小英,2022,《重返传统:家庭研究的方法论转向》,《理论月刊》第8期。

吴一平、王健,2015,《制度环境、政治网络与创业:来自转型国家的证据》,《经济研究》第8期。

肖瑛,2017,《家国之间:柏拉图与亚里士多德的家邦关系论述及其启示》,《中国社会科学》第10期。

——,2020a,《“家”作为方法:中国社会理论的一种尝试》,《中国社会科学》第11期。

——,2020b,《从“家”出发:重释韦伯的文明比较研究》,应星编《清华社会科学》第1辑,北京:商务印书馆。

——,2021,《理论如何进入经验和历史》,《新视野》第2期。

——,2022,《迷失与重建:“家”在福柯治理术论述中的性质及变迁》,《中央民族大学学报(哲学社会科学版)》第5期。

- 肖瑛、郭琦、符佳佳、王东晖,2023,《家与社会治理:价值、方法、对象和主体》,《学术月刊》第7期。
- 熊彼特,约瑟夫,2011,《经济发展理论:对于利润、资本、信贷、利息和经济周期的考察》,何畏、易家祥等译,北京:商务印书馆。
- 杨国枢,2005,《中国人的社会取向:社会互动的观点》,杨宜音编《中国社会心理学评论》第1辑,北京:社会科学文献出版社。
- 杨震宁、李东红、范黎波,2013,《身陷“盘丝洞”:社会网络关系嵌入过度影响了创业过程吗?》,《管理世界》第12期。
- 姚泽麟,2021,《经济社会学中的文化解释路径》,《社会科学》第8期。
- 尹志超、宋全云、吴雨、彭嫦燕,2015,《金融知识、创业决策和创业动机》,《管理世界》第1期。
- 袁奋强、王志华、张涛,2023,《家族企业“去家族化”、信息透明度与价值创造》,《南方金融》第10期。
- 泽利泽,2009,《亲密关系的购买》,姚伟、刘永强译,上海:上海人民出版社。
- 泽利泽、维维安娜,2021,《金钱的社会意义》,姚泽麟等译,上海:华东师范大学出版社。
- 翟学伟,2016,《伦:中国人之思想与社会的共同基础》,《社会》第5期。
- 张环宙,2018,《亲缘关系嵌入视角下乡村旅游微型企业的生成与成长实证研究》,浙江大学管理学院博士学位论文。
- 周飞舟,2021,《一本与一体:中国社会理论的基础》,《社会》第4期。
- 周飞舟、余朋翰,2022,《家中有家:“分家”的理论探源》,《中央民族大学学报(哲学社会科学版)》第5期。
- 朱斌、吕鹏,2020,《中国民营企业成长路径与机制》,《中国社会科学》第4期。
- 朱沅、张威、何轩、林蔚然,2012,《家族、市场化与创业企业关系网络的交易成本》,《南开管理评论》第5期。
- 朱满德、赵琴、程国强,2023,《关系网络、企业家精神与新农人创业》,《农业经济问题》第11期。
- 庄礼伟,2001,《亚洲的病痛——剖析“裙带资本主义”》,《南风窗》第6期。
- Eddleston, Kimberly A., Franz W. Kellermanns & Thomas M. Zellweger 2012, “Exploring the Entrepreneurial Behavior of Family Firms: Does the Stewardship Perspective Explain Differences?” *Entrepreneurship Theory and Practice* 36(2).
- Granovetter, Mark 1985, “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness.” *American Journal of Sociology* 91(3).
- Hayton, James C. & Magdalena Cholakova 2012, “The Role of Affect in the Creation and Intentional Pursuit of Entrepreneurial Ideas.” *Entrepreneurship Theory and Practice* 36(1).
- Renzulli, Linda A. & Howard Aldrich 2005, “Who Can You Turn to? Tie Activation Within Core Business Discussion Networks.” *Social Forces* 84(1).
- Tagiuri, Renato & John Davis 1996, “Bivalent Attributes of the Family Firm.” *Family Business Review* 9(2).
- Thornton, Patricia H., Domingo Ribeiro-Soriano & David Urbano 2011, “Socio-Cultural Factors and Entrepreneurial Activity: An Overview.” *International Small Business Journal* 29(2).

作者单位:江西财经大学社会与人文学院  
责任编辑:赵梦瑶