

“创新”抑或“关系”？ 儒家文化视角下社会资本与企业战略研究

张增田¹, 姚振玖¹, 马骏²

(1. 中国科学技术大学管理学院, 合肥 230026; 2. 江南大学商学院, 江苏 无锡 214122)

摘要: 在经济社会转型期复杂的外部环境下, 中国民营企业如何在激烈的市场竞争中调整战略、获取竞争优势并谋求长期发展? 基于儒家文化视角考察了社会资本对民营企业战略导向的影响。以中国私营企业为研究样本, 发现社会资本降低了企业的资源约束, 但也“绑架”企业持续进行关系投入, 促进了民营企业的创新战略和关系战略。儒家文化则规制了这种作用, 在一定程度上增强了企业的创新战略并削弱了关系战略。进一步研究发现, 竞争激烈的环境更容易激发企业的战略变革, 但外来文化冲击导致的文化冲突削弱了儒家文化的影响。机制检验发现, 社会资本通过缓解融资约束, 从而支持了民营企业的战略投入。以上结果经过工具变量回归及一系列稳健性检验后依然成立。上述发现拓展了非正式制度下企业行为的研究, 为解释中国情境下民营企业的战略行为提供了经验证据。

关键词: 企业战略; 社会资本; 民营企业; 儒家文化

中图分类号: F270 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002—980X(2022)9—0060—12

一、引言

改革开放后, 中国民营经济快速发展, 成为国民经济不可或缺的组成部分, 并创造了举世瞩目的中国经济奇迹。制度经济学理论指出, 规范的正式制度是经济社会发展的重要因素。但是长期以来, 中国民营企业并没有得到良好的正式制度保障, 传统的“法律-金融-增长”关系(law-finance-growth nexus)模型无法有效解释中国经济飞速增长的原因。因此如何解释中国经济的发展奇迹, 成为学术界近年来关注的焦点问题。

企业的战略选择决定着企业能否在激烈的市场竞争中得以生存与发展。在非正式制度主导的环境下, 企业着重寻求关系资源, 以获取自身利益最大化。而在市场规制主导的环境中, 企业则转而采取创新战略, 以获得可持续的竞争能力。企业竞争理论认为, 企业总是在市场化战略和非市场化战略中做出权衡(Iriyama et al, 2016)。以社会关系为基础的竞争遵循政治逻辑, 被归为非市场化战略; 而依靠创新进行竞争的企业战略则属于市场化战略(汪涛和王婧, 2019)。近年来, 一些学者关注到这两种战略存在着平行并用及交互关系。原因在于转型期复杂交错的制度环境使得难以将企业的战略配置过程明确区分。已有研究发现, 处在竞争压力下的企业会同时配置这两种战略, 表现为既增加创新投入又提高寻租支出(徐晨和孙元欣, 2019), 或是在一定条件下存在着相互促进的关系(周小宇等, 2016)。这些研究大都基于制度理论, 揭示了正式制度环境影响企业战略的因素及机制, 但少见聚焦于非正式制度环境的全面考察。

战略资源学派认为, 企业所拥有的独特能力和资源是其战略配置的基础。而社会资本作为企业的一项重要资源, 其获取和积累体现了企业的独特能力。在转型期的中国, 这种资源对民营企业的生存与发展尤为重要。Allen et al(2005)认为, 中国企业体现出强大的韧性和生命力的原因在于构建起了社会资本, 从而对冲了转型期高度不确定的政策风险、规避了正式制度的缺失。一个更重要的问题是, 作为一种具有诸多重要作用的企业资源, 社会资本是否能帮助企业调整战略? 连燕玲等(2019)指出, 社会资本对企业的战略导向具

收稿日期: 2022-05-09

基金项目: 国家自然科学基金青年项目“中国家族企业治理转型的机制与效果研究”(72102088); 中央社会主义学院统一战线高端智库课题“新时代我国新型政商关系研究——基于非公有制经济基层党组织建设的权力形态演化视角”(ZK20210151); 中国科学技术大学新文科基金项目“创新创业背景下商业伦理教育研究”(XWK2019031)

作者简介: 张增田, 博士, 中国科学技术大学管理学院副教授, 研究方向: 战略管理、商业伦理; 姚振玖, 中国科学技术大学管理学院硕士研究生, 研究方向: 战略管理、创新管理; (通讯作者)马骏, 博士, 江南大学商学院副教授, 研究方向: 公司治理、战略管理。

有重要意义,是企业进行战略选择和变革的基础资源。但是,社会资本通过何种机制、如何影响中国企业的战略选择等问题,尚没有得到充分讨论。

此外,过去的文献较多关注正式制度环境的调节作用,较少论及非正式制度环境的影响(张佳佳和杨蓉,2021;姚佩怡,2022)。实际上,在中国经济的转型过程中,伴随着市场机制的引入和发展,正式制度逐步完善的过程与根深蒂固的、以儒家文化为代表的传统文化交织成复杂的外部环境,深刻影响着企业的决策(古志辉等,2020)。处在这种复杂场域中的民营企业在“创新”与“关系”中如何进行战略选择,在正式制度保障缺位的情况下创造出中国经济的发展奇迹?社会资本又是通过何种机制、如何影响了中国民营企业的经营战略?

针对以上问题,本文以中国私营企业调查数据为研究样本,立足于转型期中国经济社会的复杂制度环境,从儒家文化视角分析了社会资本对民营企业战略的影响,拓展了非正式制度中企业行为的研究。并且已有文献大多着重考察上市公司的战略选择问题,本文则以中小民营企业作为研究对象,构建企业战略决策的解释框架,拓展了社会资本影响企业战略的研究视角,迎合了当前中国民营企业研究的新要求(李新春等,2020)。从实践角度看,本文的研究同样有助于认识转型经济中社会资本对民营企业的影响,丰富了中国特色的公司治理理论,为营造“亲清”政商关系,促进民营经济长期健康发展提供了理论参考。

二、文献回顾与研究假设

(一)企业战略导向：“创新”抑或“关系”？

企业战略选择是战略管理的核心问题之一,决定了企业的经营目标、行动计划和发展方向。企业战略是形成企业特征的先决条件,企业的市场行为是关于企业战略和企业特征的函数,并受到企业所处外部环境的调节。在管理学的研究中,学者们从不同视角出发对企业战略做出了划分(陈东,2015;何建洪等,2020),如针对企业的组织和人力资源特征划分为进攻型、防御型和分析型等(Miles和Snow,2003)。企业竞争理论指出,企业更为普遍的战略是在市场化战略和非市场化战略中做出权衡(Iriyama et al,2016)。以社会关系为基础的竞争遵循政治逻辑,被归为非市场化战略;而依靠创新进行竞争的企业战略则属于市场化战略。特别是随着市场化改革的推进,在中国逐渐形成了行政指令与市场竞争并存的二元资源分配机制,民营企业将有限的组织资源在以上两种战略中进行分配。因此这种战略划分方法可以更好的描述处在转型经济中的民营企业行为。

尽管大多数学者都把企业的长期竞争力与以创新战略为代表的市场化战略相关联,但是在转型经济体中,以关系战略为代表的非市场化战略对企业的生存发展同样至关重要(朱丽娜等,2021)。新制度理论强调,企业战略选择受到外部制度环境的制约,不同制度环境下的企业应当选择不同的发展战略,特别是在转型经济中,企业的战略选择受到经济政策和产业环境的影响(连燕玲等,2019)。对于民营企业,其对非经济利益的追求可能导致企业战略的保守倾向,但也可能促使企业尝试高风险的创新战略(梁强等,2021)。本文认为,虽然已有研究加深了学界对企业战略选择的理解,但是缺少扎根于转型经济中民营企业的分析,并且已有研究没有对以上问题得出一致的结论。特别是在中国特有的文化背景下,根深蒂固的传统文化与不完善的市场机制互相交织形成了复杂的外部环境(梁强等,2021),中国情境下的民营企业战略问题仍是等待被打开的“黑箱”。

基于组织内部资源有限的假设,部分学者认为企业难以兼顾不同的竞争战略,而是在不同的战略中选择性分配有限的组织资源(王业静等,2022)。中国情境下的企业更倾向寻求由关系战略带来的经济租金,而非通过创新获得长期竞争力,关系战略与创新战略之间互为替代(党力等,2015)。但是更多学者支持了两种战略可以并行不悖的观点,认为两者存在兼容、调和的可能。创新战略忽视了转型经济背景下关系的重要性,而关系战略对长期导向和市场效率的重视不足(丁忠明等,2019)。两种战略的融合运用会为企业带来差异化的资源利用效果,并且互为替代的观点也并不符合企业的管理实践(汪涛和王婧,2019)。周小宇等(2016)基于制度和资源基础观的视角,发现中国民营企业的创新战略和关系战略在互动中相互促进,企业的政治策略对研发创新也会产生积极的影响,为两种战略并行不悖、相互促进的观点提供了经验证据。因此,本文认为社会资本可能会同时促进或抑制企业的创新战略和关系战略,而非进行选择 and 替代。

(二) 社会资本与企业创新战略

企业通过创新活动将大量现期资源用于投资形成无形资产,从而支撑企业的长远发展(Bhattacharya et al, 2017)。在创新驱动发展战略的宏观背景下,实行创新导向战略无疑是中国企业获取并维持长期竞争优势的最佳选择。但是研发创新活动天然具有高风险、高成本、产出周期长的特征,限制了企业实施创新战略的积极性。除了创新活动本身的风险特性,外部环境同样影响了企业实施创新战略的能力。实物期权理论认为,对于不可逆性的投资,相应的投资机会可以看作企业持有的期权,不确定的外部环境提高了期权价值,从而抑制企业投资(李凤羽和杨墨竹, 2015)。陈德球等(2016)的研究支持了这一假说,发现市委书记更替导致的环境风险增加了企业面临的融资约束,并降低了创新投入和创新效率。

Allen et al(2005)认为,中国民营企业通过构建社会资本以应对转型期高度不确定的环境风险,促进了改革开放后中国经济的腾飞。已有研究从不同角度论述了社会资本促进企业创新的微观机制(许福志和徐蔼婷, 2019;刘菲等, 2019),而这些机制均可以归纳为社会资本对企业创新活动的外部环境和自身所需资源两方面的影响。社会资本降低了创业企业面临的外部不确定性风险,从而发挥熊彼特效应,促进企业创新(徐晨和孙元欣, 2019)。从创新活动所需资源的视角,社会资本通过关系网络帮助企业识别创新机会、提供稀缺资源(陈爽英等, 2010;于蔚等, 2012)、增加人力资本积累(许福志和徐蔼婷, 2019),为企业的创新战略提供了充足的资源基础,确立长期导向的“恒心”(何轩等, 2014;朱沆等, 2016)。虽然一些研究指出,社会资本可以凭借关系网络帮助企业发现风险更低的投资机会,从而抑制企业的创新倾向(陈爽英等, 2010),企业也可能被“锁定”在社会资本的庇护之下,从而削弱长期导向战略(Sun et al, 2010)。但本文认为,中国情境下的民营企业面临高度不确定的环境风险和激烈的市场竞争,迫切需要稳定的市场环境和充足的创新基础要素。社会资本对创新活动主要体现为促进而非抑制,否则无法解释在众多转型经济体中为何只有中国创造出了举世瞩目的经济成就。

基于此,本文提出假设1:

高水平的社会资本促进了民营企业的创新战略(H1)。

(三) 社会资本与企业关系战略

在中国经济的转型过程中,随着市场机制的逐步引入,形成了市场竞争与行政指令并存的资源分配机制。长期以来的经济实践也证明,政府机构掌握着大量稀缺资源的处置权,这促使企业构建政治关系网络以获取成长机会(丁忠明等, 2019;王俊豪, 2021)。不同于国有企业的“政治血统”,民营企业天然地缺乏体制内联系。因此更有动机构建连接体制与市场的关系网络,以规避正式制度的缺失、获取平等的竞争机会(Kung和Ma, 2018)。朱丽娜等(2021)的研究支持了这一观点,发现中国民营家族企业由于缺乏体制内身份,在激烈的市场竞争中处于信息劣势。因此更倾向于投资关系战略。

张建君和张志学(2005)通过大量实地走访调研,分析了中国民营企业家的政治战略行为,发现转型经济中的民营企业面临较高的经营风险,并且掌握干预权力的地方政府可能伸出“掠夺之手”对企业进行显性或隐性的盘剥。因此以人际网络为基础的关系战略相比于市场战略更有利于民营企业的生存发展。民营企业一方面需要通过构建关系网络来克服制度约束并获取合法性;另一方面也可能觊觎权力创造的经济租金,所以有强烈的动机将有限的资源投向关系战略(李新春等, 2016)。作为回馈,关系战略帮助民营企业获取了稀缺资源和市场机会(田莉等, 2015)、缓解了融资约束、得到了更多的政府补贴(申宇等, 2015),并改善了组织绩效(李召敏和赵曙明, 2016)。

此外,一些研究指出,民营企业必须耗费大量的资源才能维持已有的社会资本(杨其静, 2011)。从这个角度看,对关系战略的投资很大程度上是维护社会资本所必需的运营成本,否则就会造成社会资本水平的下降和关系网络的消散。由于战略惯性的存在,已经建立了社会资本的民营企业有强烈的动机继续维持这种关系,从而造成企业长期、高昂的关系投资(申宇等, 2015)。

基于此,本文提出假设2:

高水平的社会资本促进了民营企业的关系战略(H2)。

(四) 儒家文化:促进还是抑制

文化是国家与民族的灵魂,中国作为文明古国,在漫长的历史发展中形成了纷繁灿烂的传统文化。传统

文化以其持久的信念和价值观,深刻的影响和固化了人们的认知、决策和行为(Alesina 和 Giuliano, 2015),并作为非正式制度的重要组成部分,对市场经济主体的决策产生了重要影响(陈刚和邱丹琪, 2021)。对中国社会来说,儒家文化是传统文化的“根”和“源”,构成了最底层的价值观体系和道德伦理规范。自汉武帝“罢黜百家,独尊儒术”以来的两千多年里,儒家文化长期作为“正统”文化受到推崇,并内化成为中华民族“日用而不知”的纲常伦理。尽管近代以来中国历经了巨大的历史变迁,但以儒家文化为代表的传统文化已经深深嵌入了中国社会的内核。已有研究大多基于制度理论考察企业的经营环境,却常常忽略了文化等隐性价值规范对企业战略的影响(李万利等, 2021)。因此,应当将儒家文化纳入到对企业战略的分析当中。

对于文化与创新的关系,高阶梯队理论和烙印理论认为,企业主的认知和偏好受到文化环境的影响,并体现在企业决策中。儒家文化“安而不忘危,存而不忘亡,治而不忘乱。”(《易经·系辞》)的忧患意识和“苟日新,日日新,又日新”(《礼记·大学》)的创新思想激发了企业主积极进取的开拓精神,加强了企业主投身于创新活动的意愿(徐细雄和李万利, 2019)。特别是民营企业常常面临着更为激烈的市场竞争压力。因此更容易接受儒家文化的“安不忘危”思想,在激烈的市场竞争中开拓进取,锐意创新(李万利等, 2021)。此外,儒家文化“重教”的思想也有利于促进企业的人力资本投资,从而为创新提供了丰厚的人才土壤。历代王朝都会兴办官学、重视科举,将儒家经典作为科举考试的选拔标准,同时也鼓励民间兴建书院进行“儒学教化”。Chen et al(2020)论证了儒家科举制对当代人力资本产出的持久影响,为创新活动提供了最核心的基础要素。大部分文献也支持了儒家文化对企业创新的积极作用(徐细雄和李万利, 2019;王文凯, 2021;张璇和束世宇, 2022)。因此,本文认为儒家文化会通过影响企业主的忧患意识和人力资本机制对企业创新活动产生积极影响。

基于此,本文提出假设3:

儒家文化加强了社会资本对创新战略的正向影响(H3)。

“夫君子之行,静以修身,俭以养德”(诸葛亮《诫子书》)。“俭”作为儒家文化的重要价值观念之一,塑造了中国人“克勤克俭”的生活习惯,并潜移默化地改变企业主的观念,从而影响企业的经营活动(潘越等, 2020)。民营企业的关系战略很大程度上体现在为讲究“排场”“面子”而做出的超额公关招待支出,受到儒家思想熏陶的企业主则会倾向践行“俭”的价值观,减少对关系战略的投入。此外,儒家文化主张“见利思义”的义利观,对财富强调“以其道得之”。孔子认为“不义而富且贵,于我如浮云”(《论语·述而》),荀子则将义利嵌入了荣辱观,认为“先义而后利者荣,先利而后义者辱”(《荀子·荣辱篇》)。儒家的这种义利观使得处在儒家文化场域中的民营企业自发约束寻租等“不义”行为,削弱了企业的关系战略。已有文献也发现儒家文化通过上述机制减少了公司违规行为(李文佳和朱玉杰, 2021)、降低了避税程度(程博等, 2020)和高管的在职消费(潘越等, 2020),支持了以上论述。

基于此,本文提出假设4:

儒家文化削弱了社会资本对关系战略的正向影响(H4)。

三、研究设计

(一)数据来源与样本选择

本文选用第6至12次共七轮全国私营企业调查(CPES)数据进行实证检验。该调查由中共中央统战部、全国工商联等机构联合组成的课题组主持进行,每两年对全国私营企业进行分层抽样调查,样本涵盖了全国31个省、自治区、直辖市(因数据缺失,不包含港澳台地区)。由于第12次调查中缺少关于企业研发投入金额的题项,为了保证不同年份调查数据的可比性,本文在主检验中采用第6至11次的调查数据,第12次调查的数据作为稳健性检验。为了保证研究样本的合理有效,本文剔除了主要变量缺失及不符合客观事实的样本。同时为了克服异常值的影响,对所有连续变量进行了1%水平上的缩尾处理。得到含有12393个有效样本的混合截面数据。

(二)变量设计

1. 被解释变量

企业战略,分为创新战略(RD)和关系战略(Entertain)。使用企业的研发费用支出和公关招待费支出衡

量,并取自然对数。在稳健性检验中参考周小宇等(2016)的做法,构造企业当年是否有相关资金投入的虚拟变量进行替代检验。

2. 解释变量

社会资本(SC)。对于如何测度企业组织的社会资本,Sorenson和Rogan(2014)的研究指出,当领袖的个人行为能够代表所在组织的程度越高,则来源于其个人的社会资本就越可能转化为组织的社会资本。本文研究的“草根”民营企业相比于国有企业和成熟的大型企业,企业主的社会行为很大程度上代表了所在企业的意志。在管理实践中,“草根”民营企业的大多数社会关系也都来源于企业主个人。因此,本文以民营企业主的个人社会资本来描述企业社会资本。

本文从跨社会边界关系数量和个体特征多样性的视角,构建了包括政治关系、政党关系、社会关系三个维度的综合社会资本指标。其中,政治关系包括:①政治身份。若企业主在为现任人大代表或政协委员则赋值为1,否则赋值为0。②体制内经历。若企业主创业前曾任机关单位科级以上,或国有企业(含集体企业)中层以上管理干部则赋值为1,否则赋值为0。政党关系包括:③中共党组织身份。若企业主为中共党员则赋值为1,否则赋值为0。④民主党派身份。若企业主为民主党派党员则赋值为1,否则赋值为0。社会关系包括:⑤商业关系。若企业主为工商联会员则赋值为1,否则赋值为0。⑥社会领导经历。若企业主创业前曾任其他私营企业或外资企业(含港澳台资企业)中高层领导则赋值为1,否则赋值为0。将以上6个虚拟变量相加,构建民营企业综合社会资本(SC)。

3. 调节变量

儒家文化(Confu)。关于如何描述儒家文化的强度,学术界目前尚没有明确定论。一些学者认为书院教育是古代传播儒家思想的主要途径(徐细雄和李万利,2021)。因此应当使用儒家书院的数量作为儒家文化强度的代理变量。但也有学者认为书院不能很好刻画儒学的文化内涵,进士数量则更好地代表了地区儒学之风的兴盛程度(潘越等,2020)。因此本文选取以上两种衡量方式进行同步检验以提高实证结果的可靠性。具体的,采用企业所在省份的儒家书院数量(Confu_College)和明清两代进士数量(Confu_Jinshi)刻画企业所处环境的儒家文化强度。儒家书院的数据来自《中国书院辞典》,其中收录了唐代至清代全国范围内有史可考的七千余所书院。明清两代进士数量来自《明清进士题名碑录索引》(1979年版),记录了共51624名进士的籍贯等信息,具有较高的权威性。需要指出的是,虽然科举制度起于隋唐,兴于宋,但在明清时期才趋于成熟和完善,并且明清两代进士的信息数据质量更优。因此本文选用以上两种指标对儒家文化强度进行刻画。

4. 控制变量

本文从企业特征(Firm)和企业主特征(Owner)两个层面选取控制变量。企业特征(Firm)层面的控制变量参考于蔚等(2012),将企业年龄(Coage)、企业类型(Type)、企业规模(Size)等可能影响企业战略的因素都纳入估计方程,并参考陈东(2015)的做法,控制了改制(Res)和决策权(DMP)。

基于高阶梯队理论,Wowak et al(2016)发现首席执行官(CEO)的个人特征显著影响了企业战略,在外部控制水平更低的民营企业,这种影响作用尤其明显。因此本文在企业主特征(Owner)层面选择控制了企业主的性别(Gender)、年龄(Age)和文化程度(Culture)。此外,田莉等(2015)发现,具有较高自我评价的创业者表现出更低的打点意愿,从而影响企业的关系战略。因此本文将企业主的经济地位感知(PSE)一并纳入控制。具体的变量定义见表1。

表1 变量定义

变量类型	变量名称	变量符号	定义	
自变量	社会资本	SC	关系维度	衡量方式
			政治关系	政治身份:企业主是否为现任人大代表或政协委员(是=1,否=0) 体制内经历:企业主在创业前是否任机关单位的科级(含)以上或国有企业、集体企业中层管理人员以上级别干部(是=1,否=0)
			政党关系	中共党组织身份:企业主是否为中共党员(是=1,否=0) 民主党派身份:企业主是否为民主党派党员(是=1,否=0)
			社会关系	商业关系:企业主是否参加了各级工商联(是=1,否=0) 社会领导经历:企业主在创业前是否任外资企业、港澳台企业或其他私营企业中高层领导(是=1,否=0)

续表1

变量类型	变量名称	变量符号	定义	
因变量	创新战略	<i>RD</i>	企业在统计年份的研发投入,取对数	
	关系战略	<i>Entertain</i>	企业在统计年份的公关、招待费,取对数	
调节变量	儒家文化	<i>Confu_Jinshi</i>	企业所在省份在明清两代的累计进士人数(万人)	
		<i>Confu_College</i>	企业所在省份现存儒家书院数量,取对数	
控制变量	企业特征 (<i>Firm</i>)	企业年龄	<i>Coage</i>	统计年份-企业注册年份
		企业类型	<i>Type</i>	企业的注册类型(有限责任公司或股份有限公司为1,否则为0)
		企业规模	<i>Size</i>	企业雇用的员工数量,取对数
		改制	<i>Res</i>	企业是否由国有或集体企业改制而来(是=1,否=0)
	企业主特征 (<i>Owner</i>)	决策权	<i>DMP</i>	企业主人是否具有企业重大决策的决定权(是=1,否=0)
		性别	<i>Gender</i>	企业主性别(男性=1,女性=0)
		年龄	<i>Age</i>	统计年份-企业主出生年份
		文化程度	<i>Culture</i>	企业主是否有大学本科及以上学历水平(是=1,否=0)
	经济地位感知	<i>PSE</i>	参考何轩等(2014)的做法对原始数据进行翻转,11-企业主自我经济地位评价打分	

(三) 研究模型

为了验证本文的研究假设,构建如下研究模型。首先,构建模型(1)、模型(2)分别验证假设H1和假设H2。

$$RD_{ijpt} = \beta_0 + \beta_1 SC_{ijpt} + \gamma_1 Firm + \gamma_2 Owner + \eta_j + \lambda_p + \mu_t + \varepsilon_{ijpt} \quad (1)$$

$$Entertain_{ijpt} = \beta_0 + \beta_1 SC_{ijpt} + \gamma_1 Firm + \gamma_2 Owner + \eta_j + \lambda_p + \mu_t + \varepsilon_{ijpt} \quad (2)$$

构建模型(3)、模型(4)分别验证假设H3、假设H4。

$$RD_{ijpt} = \beta_0 + \beta_1 SC_{ijpt} + \beta_2 SC_{ijpt} \times Confu_j + \beta_3 Confu_j + \gamma_1 Firm + \gamma_2 Owner + \eta_j + \lambda_p + \mu_t + \varepsilon_{ijpt} \quad (3)$$

$$Entertain_{ijpt} = \beta_0 + \beta_1 SC_{ijpt} + \beta_2 SC_{ijpt} \times Confu_j + \beta_3 Confu_j + \gamma_1 Firm + \gamma_2 Owner + \eta_j + \lambda_p + \mu_t + \varepsilon_{ijpt} \quad (4)$$

其中:下标*i*、*j*、*p*、*t*分别为企业、省份、行业、调查年度;*RD_{ijpt}*和*Entertain_{ijpt}*分别为企业的创新战略和关系战略;*SC_{ijpt}*为民营企业的综合社会资本;*Confu_j*为企业所在省份的儒家文化强度,分别用进士数量*Confu_Jinshi_j*和书院数量*Confu_College_j*衡量;*Firm*和*Owner*分别为企业特征层面和企业主特征层面的控制变量。王业静等(2022)认为,企业所处的行业也影响了企业的战略选择。因此本文在控制了企业所在省份的地区固定效应*η_j*和时间固定效应*μ_t*的基础上,进一步加入行业固定效应*λ_p*以控制非时变的混杂因素。*ε_{ijpt}*为随机误差项。

(四) 描述性统计

表2报告了主要变量的描述性统计结果。企业社会资本的均值为2.248。在企业特征层面,企业年龄的均值为7.697,样本企业普遍年轻,原因可能在于中国经济体制改革起步较晚。改制变量(*Res*)的均值为0.143,即本文选取样本中有14.3%的民营企业是由国企改制而来。在企业主特征层面,性别的均值为0.862,即86.2%的样本企业主为男性。平均年龄为44.560岁,文化程度的均值为0.245,即仅有不足四分之一的企业主曾经接受过高等教育。为了避免多重共线性的影响,本文对各回归模型进行了方差膨胀因子检验。单一变量的方差膨胀系数最大为1.82,远低于临界值10,证明模型不存在严重的多重共线性。

表2 变量的描述性统计

变量	样本数	平均值	标准差	最小值	最大值
<i>SC</i>	12393	2.248	1.388	0.000	5.000
<i>RD</i>	12393	5.337	6.419	0.000	16.811
<i>Entertain</i>	12393	9.849	3.708	0.000	14.657
<i>Confu_Jinshi</i>	12393	0.238	0.200	0.000	0.639
<i>Confu_College</i>	12393	5.023	1.397	0.000	6.898
<i>Coage</i>	12393	7.697	5.001	0.000	21.000
<i>Type</i>	12393	0.779	0.415	0.000	1.000
<i>Size</i>	12393	3.853	1.557	0.693	7.601
<i>Res</i>	12393	0.143	0.350	0.000	1.000
<i>DMP</i>	12393	0.416	0.493	0.000	1.000
<i>Gender</i>	12393	0.862	0.345	0.000	1.000
<i>Age</i>	12393	44.560	8.195	27.000	64.000
<i>Culture</i>	12393	0.245	0.430	0.000	1.000
<i>PSE</i>	12393	5.855	1.775	1.000	10.000

四、实证分析

(一) 主回归结果

表3报告了模型的主回归结果。列(1)、列(2)分别检验了假设H1和假设H2,列(3)~列(6)则检验了儒家文化的调节作用。列(1)、列(2)中企业社会资本(*SC*)对创新战略(*RD*)和关系战略(*Entertain*)的回归系数分别为0.454和0.198,均在1%的水平上正向显著。证明高水平的社会资本同时促进了民营企业的创新战略

和关系战略,两者可并行不悖,支持了假设 H1 和假设 H2。

表 3 的列(3)和列(4)检验了假设 H3、假设 H4,结果表明,社会资本与儒家文化强度的交互项 $SC \times Confu_Jinshi$ 和 $SC \times Confu_College$ 与创新战略的回归系数分别为 0.539、0.072,同样体现了显著的正相关关系 ($p < 0.01$)。证明地区儒家文化强度加强了企业社会资本对创新战略的正向影响,假设 H3 得到验证。列(5)和列(6)检验了假设 H4,列(5)的交互项系数为 -0.230,在 5% 的水平上负向显著,而列(6)的系数为 -0.013。以上结果部分支持了假设 H4,即儒家文化强度削弱了社会资本对关系战略的正向影响。

综上,可以得出结论,即民营企业高水平的社会资本同时促进了创新战略和关系战略;儒家文化则通过人力资本机制和影响企业主的忧患意识,加强了企业社会资本对创新战略的正向影响;儒家文化同样潜移默化地通过加强企业主“俭”的观念和儒家义利观,约束了民营企业的机会主义行为,削弱了社会资本对关系战略的正向影响。

表 3 社会资本与民营企业战略:主回归结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>RD</i>	<i>Entertain</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>Entertain</i>	<i>Entertain</i>
<i>SC</i>	0.454*** (0.042)	0.198*** (0.026)	0.329*** (0.059)	0.094 (0.133)	0.252*** (0.036)	0.263*** (0.082)
$SC \times Confu_Jinshi$			0.539*** (0.177)		-0.230** (0.109)	
$SC \times Confu_College$				0.072*** (0.025)		-0.013 (0.016)
<i>Confu_Jinshi</i>			4.219 (4.475)		2.027 (2.769)	
<i>Confu_College</i>				0.200 (0.310)		0.132 (0.192)
<i>Coage</i>	0.069*** (0.011)	0.029*** (0.007)	0.069*** (0.011)	0.069*** (0.011)	0.029*** (0.007)	0.029*** (0.007)
<i>Type</i>	0.370*** (0.124)	0.305*** (0.077)	0.359*** (0.124)	0.355*** (0.124)	0.310*** (0.077)	0.307*** (0.077)
<i>Size</i>	0.870*** (0.042)	0.587*** (0.026)	0.871*** (0.042)	0.871*** (0.042)	0.586*** (0.026)	0.587*** (0.026)
<i>Res</i>	-0.141 (0.150)	-0.291*** (0.093)	-0.156 (0.150)	-0.141 (0.150)	-0.285*** (0.093)	-0.291*** (0.093)
<i>DMP</i>	-0.807*** (0.106)	-0.338*** (0.066)	-0.807*** (0.106)	-0.810*** (0.106)	-0.338*** (0.066)	-0.338*** (0.066)
<i>Gender</i>	0.306** (0.143)	0.262*** (0.089)	0.301** (0.143)	0.311** (0.143)	0.264*** (0.089)	0.261*** (0.089)
<i>Age</i>	-0.022*** (0.007)	-0.018*** (0.004)	-0.022*** (0.007)	-0.022*** (0.007)	-0.018*** (0.004)	-0.018*** (0.004)
<i>Culture</i>	0.252** (0.121)	0.081 (0.075)	0.262** (0.121)	0.261** (0.121)	0.077 (0.075)	0.080 (0.075)
<i>PSE</i>	0.194*** (0.030)	0.150*** (0.018)	0.196*** (0.030)	0.195*** (0.030)	0.150*** (0.018)	0.150*** (0.018)
<i>Province</i>	Yes					
<i>Year</i>	Yes					
<i>Industry</i>	Yes					
<i>Constant</i>	3.721*** (0.482)	7.795*** (0.298)	3.432*** (0.597)	3.343*** (1.066)	7.489*** (0.369)	7.287*** (0.660)
<i>N</i>	12393	12393	12393	12393	12393	12393
<i>R</i> ²	0.307	0.205	0.307	0.307	0.205	0.205

注:***表示 p 值小于 0.01; **表示 p 值小于 0.05; *表示 p 值小于 0.1; 括号内为标准误。

(二) 内生性处理

从识别角度看,民营企业的社会资本可能存在一定的内生性问题。大型企业往往具有更高的社会资本水平,并且相比于小型企业拥有更高的资源丰裕程度,从而导致系统性偏误。参考林志帆和龙小宁(2021)的做法,本文构造了同省同年龄段企业主的平均社会资本水平作为工具变量。同省内同年龄段的企业主具有相似的经营方式,而个体企业的战略选择并不会被同省内省同年龄段企业主的平均社会资本水平影响,满足工具变量的相关性和外生性要求。本文通过基于 Heckman 两阶段法的 IV-Heckit 模型来缓解上述内生性问题。

表 4 报告了 IV-Heckit 模型的回归结果。在第一阶段估计中,本文通过 Probit 估计获取逆米尔斯比率 (inverse mills ratio, IMR_i), 在第二阶段回归中进一步控制 IMR_i , 从而缓解选择偏误的影响。可以看出,各模型回归系数的显著性和方向与前文基本一致,并且逆米尔斯比率 (IMR_i) 在所有模型中均在 1% 的水平上显著,证明原回归模型存在较大的内生性问题,且修正有效。此时 IV-Heckit 模型的估计系数满足一致性,进一步证明了实证结果的稳健性。

本文对上述模型进行了弱工具变量检验, Cragg-Donald Wald F 统计量的值均远大于临界值 10, 弱工具变量检验拒绝了原假设, 表明本文选择的工具变量合理, 结论稳健。

表4 内生性处理:IV-Heckit模型

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>RD</i>	<i>Entertain</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>Entertain</i>	<i>Entertain</i>
<i>SC</i>	0.566*** (0.043)	0.152*** (0.026)	0.535*** (0.061)	0.462*** (0.134)	0.181*** (0.037)	0.138* (0.082)
<i>SC</i> × <i>Confu_Jinshi</i>			1.617*** (0.195)		-0.186* (0.109)	
<i>SC</i> × <i>Confu_College</i>				0.164*** (0.026)		-0.008 (0.016)
<i>Confu_Jinshi</i>			9.490** (4.464)		2.355 (2.751)	
<i>Confu_College</i>				0.596* (0.309)		0.150 (0.190)
<i>IMR_i</i>	Yes					
控制变量	Yes					
固定效应	Yes					
<i>N</i>	12393	12393	12393	12393	12393	12393
<i>R</i> ²	0.316	0.216	0.316	0.318	0.216	0.216

注:***表示 p 值小于0.01;**表示 p 值小于0.05;*表示 p 值小于0.1;括号内为标准误。

(三)稳健性检验

为了进一步检验实证结果的可靠性,本文从以下几个方面进行了稳健性检验;①将第12次私营企业调查的有关数据纳入分析样本。由于此次调查中缺少关于企业研发投入金额的题项,为保证不同年份调查数据的可比,本文参考周小宇等(2016),将当年有研发投入或公关招待费的企业赋值为1,即为企业在当年实行了创新战略或关系战略,否则赋值为0,并采用Probit模型进行检验;②剔除了属于金融、采矿、公共管理及其他社会组织的行业样本;③为了排除社会资本与企业战略之间潜在的反向因果关系,本文参考李新春等(2016)的做法,采用企业主创业前的社会资本指标(体制内经历和社会领导经历)进行替代变量检验;④由于创新战略(*RD*)和关系战略(*Entertain*)均为以0为最小值的左截断数据,本文参考林志帆和龙小宁(2021)的做法,使用Tobit模型进行替代检验。以上检验的结果均与前文基本一致,进一步验证了实证结论。由于篇幅所限,不再报告稳健性检验的详细信息,结果留存备案。

五、进一步分析

(一)行业竞争环境的影响

前文论述了儒家文化视角下的社会资本如何影响民营企业的战略选择,其中社会资本发挥作用的一个重要机制就是为民营企业提供了稀缺资源。处在激烈竞争环境中的企业面临着更大的市场压力,对稀缺资源的边际需求更高。那么竞争环境的激烈程度是否影响了社会资本与企业战略间的关系?参考李文佳和朱玉杰(2021)的做法,本文以沪深A股上市公司^①为样本,计算各行业的赫芬达尔-赫希曼指数(HHI)来代表企业所在行业的竞争环境,指数越小则代表竞争环境越激烈,并根据HHI指数的中位数,将研究样本逐年划分为“高行业竞争环境”和“低行业竞争环境”进行检验。

表5报告了行业竞争环境的分组检验结果,列(1)~列(4)为处在高行业竞争环境的样本,列(5)~列(8)则是处在低行业竞争环境的样本。可以看出,交互项与企业战略的回归系数在高行业竞争环境中保持着与前文基本一致的结果,而在低行业竞争环境中则不再显著,列(8)中交互项回归系数的方向甚至与主回归相反。以上结果说明,激烈的竞争环境更容易激发企业组织的战略变革,儒家文化视角下的社会资本作用于企业战略的机制更多体现在竞争激烈的市场环境中,支持了前文的理论观点。

表5 进一步分析:行业竞争环境的影响

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	高行业竞争环境				低行业竞争环境			
	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>Entertain</i>	<i>Entertain</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>Entertain</i>	<i>Entertain</i>
<i>SC</i> × <i>Confu_Jinshi</i>	0.732*** (0.247)		-0.279* (0.146)		0.272 (0.256)		-0.160 (0.167)	
<i>SC</i> × <i>Confu_College</i>		0.108*** (0.038)		-0.056** (0.022)		0.039 (0.034)		0.029 (0.023)
控制变量/自变量/ 调节变量	Yes							
固定效应	Yes							
<i>N</i>	6608	6608	6608	6608	5785	5785	5785	5785
<i>R</i> ²	0.324	0.324	0.232	0.232	0.275	0.275	0.180	0.181

注:***表示 p 值小于0.01;**表示 p 值小于0.05;*表示 p 值小于0.1;括号内为标准误。

(二)外来文化冲击的影响

自西方地理大发现以来,随着新航路的开辟和全球市场的逐渐形成,以儒家文化为代表的中国传统文化

① 以单个上市公司的营业收入计算其所占行业市场份额,数据来源:CSMAR。

就不断受到西方外来文化的冲击。文化冲突理论认为,不同的文化发生碰撞时,可能就会导致竞争乃至对抗。因此本文提出猜想:外来文化冲击会削弱儒家文化的影响。大部分现有研究也支持了这一观点(潘越等,2020;李万利等,2021;王文凯,2021)。

西方宗教作为西方文化的重要组成部分和传播载体,自利玛窦等欧洲传教士带来的“西学东渐”始,深刻地影响了古老的中国社会。基督教的传入冲击了中国本土的儒家文化,并对中国经济发展产生了重要影响(Bai和Kung,2015)。因此本文选取基督教的传播强度来衡量外来文化冲击的影响。不同于王文凯(2021)将地区基督新教和天主教教堂数量合并计算的做法,本文单独识别了天主教在中国的传播,以企业所在省份现存天主教堂数量来代表外来文化冲击的强度。因为天主教自明末开始就进入中国,并获得了包括官僚士大夫在内相当多的信众^②,在19世纪中叶基督新教大规模传播之前已经有了稳定的根基,对中国传统文化的影响更为持久深远,并且基督新教自20世纪初便兴起了“本色化运动”,主张消除新教的西方文化色彩,将教义与中国传统文化相结合(孙尚扬,2017)。因此相比于天主教,基督新教对中国传统文化的冲击相对较弱。为了更好的识别处理效应,本文以天主教的传播强度来刻画外来文化的冲击,数据来源于中国研究数据服务平台(CNRDS)文化研究数据库。

表6报告了检验结果,列(1)~列(4)为高外来文化冲击地区的样本,列(5)~列(8)则是低外来文化冲击地区的样本。可以看出,在高外来文化冲击地区,交互项回归系数的显著性大多消失^③,而在低外来文化冲击地区,系数的显著性则与主回归结果基本一致。证明外来文化冲击削弱了儒家文化的作用,支持了文化冲突理论的观点。

(三) 机制检验

前文的实证结果证明了民营企业社会资本对企业战略的影响,发现高水平的社会资本同时促进了企业的创新战略和关系战略。社会资本影响企业战略的一个重要途径就是通过资源效应和信息效应缓解企业的融资约束,为企业提供更多信贷资源(于蔚等,2012)。当企业存在融资困难,得不到足够的资金支持,就会放弃最佳的战略决策,阻碍企业的战略变革。特别是中国民营企业常常面临来自银行的“所有制歧视”,社会资本则可以帮助民营企业缓解信息不对称、获得更高的信贷配给(陈爽英等,2010),从而支持了企业的战略选择。

本文以银行贷款总额的倒数来衡量民营企业受到的融资约束。表7报告了机制检验的回归结果。社会资本对融资约束的回归系数为-0.041,在1%的水平上负向显著。融资约束也显著抑制了企业的两类战略投入。以上结果证明在转型经济的背景下,社会资本通过缓解了民营企业的融资约束,从而为组织的战略变革提供了基础资源,支持了包括创新战略与关系战略在内的战略投入。

表6 进一步分析:外来文化的冲击

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	高外来文化冲击				低外来文化冲击			
	RD	RD	Entertain	Entertain	RD	RD	Entertain	Entertain
<i>SC × Confu_Jinshi</i>	0.461** (0.232)		-0.148 (0.147)		0.581** (0.293)		-0.447** (0.176)	
<i>SC × Confu_College</i>		0.044 (0.033)		0.020 (0.021)		0.115** (0.045)		-0.086*** (0.027)
控制变量/自变量/调节变量	Yes							
固定效应	Yes							
<i>N</i>	7055	7055	7055	7055	5338	5338	5338	5338
<i>R</i> ²	0.303	0.302	0.203	0.203	0.311	0.311	0.215	0.215

注:***表示*p*值小于0.01;**表示*p*值小于0.05;*表示*p*值小于0.1;括号内为标准误。

表7 机制检验:融资约束

变量	(1)	(2)	(3)
	融资约束	RD	Entertain
<i>SC</i>	-0.041*** (0.003)		
融资约束		-1.085*** (0.115)	-0.711*** (0.071)
控制变量	Yes		
固定效应	Yes		
<i>N</i>	12393	12393	12393
<i>R</i> ²	0.190	0.305	0.208

注:***表示*p*值小于0.01;**表示*p*值小于0.05;*表示*p*值小于0.1;括号内为标准误。

六、结论与启示

在中国经济社会的转型时期,民营企业的生存发展面临着多重压力,缺乏制度保护、政策资源和顺畅的

② “自玛窦入中国后,其徒来益众……士大夫暨里巷小民,间为所诱。”(《明史·意大利传》)。

③ 以进士数量衡量的儒家文化更多通过人力资本机制促进企业创新,外来文化冲击无法吸收这种机制的作用效应,因此表6列(1)中的系数仍显著为正。

融资渠道成为阻碍民营企业长期健康发展的紧约束。在此背景下,民营企业通过构建社会资本以获取稀缺资源、缓解信息不对称,为战略变革提供了重要的基础资源。特别的,在中国情境中,以儒家文化为代表的传统文化深深嵌入了社会的内核,深刻影响了包括企业主在内各方的价值观和行为准则。在根深蒂固的中华传统文化与转型期不完善的市场环境交织的复杂外部环境下,社会资本对中国民营企业的战略选择造成了何种影响?社会资本又是通过何种机制影响了企业的战略选择?

本文的实证研究发现:社会资本减少了企业面临的环境不确定性,为企业提供了更丰裕的资源,但社会资本在一定程度上也“绑架”了企业,使其不得不大量进行关系投资以维系已有的关系网络。因此社会资本同时促进了民营企业的创新战略和关系战略。此外,儒家文化通过影响企业主的忧患意识和人力资本机制对企业创新活动产生积极影响,并使处在文化场域中的民营企业奉行“俭”的价值观和儒家义利观,从而约束了寻租等“不义”行为,削弱了企业的关系战略。进一步分析发现,处在竞争激烈环境中的企业面临着更大的生存压力,更容易激发企业的战略变革,外来文化冲击则削弱了儒家文化的影响。机制检验的结果证明,社会资本缓解了民营企业的融资约束,使其获取了更多的信贷资源,从而支持了企业包括创新战略与关系战略在内的战略投入。以上结果经过工具变量回归控制内生性及一系列稳健性检验后依然成立。

本文的这些发现揭示,在转型经济的背景下,社会资本帮助民营企业获取了稀缺资源,从而支持了企业的创新战略,但社会资本同样形成了沉重的成本,迫使企业将大量资源投入到维护关系的活动中。儒家文化作为渗透在环境中的非正式制度,引导了民营企业的社会责任意识,将更多资源投入到创新活动中,提升了社会整体的福利水平。可以引出如下启示。

第一,应当继续坚持全面深化改革,不断完善社会主义市场经济体制。社会资本帮助转型期的民营企业获取了稀缺资源,但以非正式机制发展的模式长期来看仍难以持续。因此需要继续推进政府职能改革,坚持让市场在资源配置中起决定性作用,营造“亲清”的新型政商关系。通过完善的产权制度和要素市场化配置,不断加强正式制度保障,规范企业经营行为。

第二,应当进一步加大对中小微民营企业的支持力度。2018年第四次经济普查数据显示,全国共有中小微私营企业1526.5万家,为全国提供了逾70%的企业工作岗位,创造了60%以上的企业收入,成为吸纳就业、促进经济增长的主要力量。但民营企业普遍的生存环境依然恶劣,融资渠道不畅,在激烈的市场竞争中生存难以为继。因此需要继续加大对中小微民营企业的信贷支持力度,增加支小再贷款额度,缓解民营企业的融资约束,从而激发市场主体的经济活力。

第三,应当重视并弘扬中华优秀传统文化,坚定文化自信,形成以文化促发展的有效机制。中华优秀传统文化具有跨越时空的当代价值,对如今的经济社会仍发挥着重要影响。因此,应当对传统文化进行科学分析,结合时代精神,继承和发扬其中积极向善的部分。与时俱进、推陈出新,赋予传统文化新的时代涵义。

参考文献

- [1] 陈德球,金雅玲,董志勇,2016.政策不确定性、政治关联与企业创新效率[J].南开管理评论,19(4):27-35.
- [2] 陈东,2015.私营企业出资人背景、投机性投资与企业绩效[J].管理世界,32(8):97-119,187-188.
- [3] 陈刚,邱丹琪,2021.儒家文化与企业家精神——一项流行病学研究[J].财经研究,47(3):95-109.
- [4] 陈爽英,井润田,龙小宁,等,2010.民营企业社会关系资本对研发投资决策影响的实证研究[J].管理世界,27(1):88-97.
- [5] 程博,宣扬,郝玉贵,2020.儒家文化、税收征管强度与企业避税行为[J].现代财经(天津财经大学学报),40(10):50-64.
- [6] 党力,杨瑞龙,杨继东,2015.反腐败与企业创新:基于政治关联的解释[J].中国工业经济,(7):146-160.
- [7] 丁忠明,李诗争,张小雪,2019.转型期企业成长战略选择:市场导向抑或关系导向——基于复杂网络演化博弈的视角[J].财贸研究,30(11):72-82.
- [8] 古志辉,张永杰,孟庆斌,2020.儒家如何影响股利政策?[J].系统工程理论与实践,40(9):2236-2251.
- [9] 何建洪,陈仕,李林,2020.战略导向、创新能力禀赋与国际化研发强度——基于我国上市公司数据的分析[J].技术经济,39(7):43-53.
- [10] 何轩,宋丽红,朱沆,等,2014.家族为何意欲放手?——制度环境感知、政治地位与中国家族企业家的传承意愿[J].管理世界,31(2):90-101,110,188.
- [11] 李凤羽,杨墨竹,2015.经济政策不确定性会抑制企业投资吗?——基于中国经济政策不确定指数的实证研究[J].金融研究,(4):115-129.
- [12] 李万利,徐细雄,陈西婵,2021.儒家文化与企业现金持有——中国企业“高持现”的文化内因及经济后果[J].经济

- 动态, (1): 68-84.
- [13] 李文佳, 朱玉杰, 2021. 儒家文化对公司违规行为的影响研究[J]. 经济管理, 43(9): 137-153.
- [14] 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[J]. 管理世界, 36(11): 207-229.
- [15] 李新春, 叶文平, 朱沆, 2016. 牢笼的束缚与抗争: 地区关系文化与创业企业的关系战略[J]. 管理世界, 33(10): 88-102, 188.
- [16] 李召敏, 赵曙明, 2016. 关系导向型战略领导、人力资源柔性及组织绩效——基于转型经济下民营企业的实证研究[J]. 外国经济与管理, 38(4): 73-89.
- [17] 连燕玲, 叶文平, 刘依琳, 2019. 行业竞争期望与组织战略背离——基于中国制造业上市公司的经验分析[J]. 管理世界, 35(8): 155-172, 191-192.
- [18] 梁强, 王博, 宋丽红, 等, 2021. 家族治理与企业战略导向: 基于制度逻辑理论的实证研究[J]. 南方经济, (1): 120-134.
- [19] 林志帆, 龙小宁, 2021. 社会资本能否支撑中国民营企业高质量发展?[J]. 管理世界, 37(10): 56-73.
- [20] 刘菲, 王永贵, 陶秋燕, 2019. 商业关联和创新关联对创新绩效的影响——基于社会资本理论的实证分析[J]. 技术经济, 38(7): 1-9, 90.
- [21] 潘越, 汤旭东, 宁博, 2020. 俭以养德: 儒家文化与高管在职消费[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), (1): 107-120.
- [22] 申宇, 傅立立, 赵静梅, 2015. 市委书记更替对企业寻租影响的实证研究[J]. 中国工业经济, (9): 37-52.
- [23] 孙尚扬, 2017. 简论基督教文化在中国的传播与发展[J]. 中央社会主义学院学报, (4): 104-112.
- [24] 田莉, 张玉利, 唐贵瑶, 等, 2015. 遵从压力或理性驱动? 新企业政治行为探析[J]. 管理科学学报, 18(3): 16-30.
- [25] 汪涛, 王婧, 2019. 所有制视角下科技服务组织的市场与非市场战略整合——基于扎根理论的实证研究[J]. 技术经济, 38(8): 64-70, 98.
- [26] 王俊豪, 2021. 中国特色政府监管理论体系: 需求分析、构建导向与整体框架[J]. 管理世界, 37(2): 148-164, 184, 11.
- [27] 王文凯, 2021. 儒家文化与企业创新[J]. 产业经济评论, (5): 61-78.
- [28] 王业静, 刘勇, 单鹏, 2022. 创业导向对企业战略重心的影响研究[J]. 科学学研究, 40(7): 1263-1273.
- [29] 徐晨, 孙元欣, 2019. 竞争压力下企业选择创新还是寻租? ——基于知识产权保护视角的解释[J]. 经济评论, (6): 31-47.
- [30] 徐细雄, 李万利, 2019. 儒家传统与企业创新: 文化的力量[J]. 金融研究, (9): 112-130.
- [31] 许福志, 徐蔼婷, 2019. 中国创新两阶段效率及影响因素——基于社会资本理论视角[J]. 经济学家, (4): 71-79.
- [32] 杨其静, 2011. 企业成长: 政治关联还是能力建设?[J]. 经济研究, 46(10): 54-66, 94.
- [33] 姚佩怡, 2022. 政府补助对中小企业创新的影响路径研究[J]. 技术经济, 41(2): 26-37.
- [34] 于蔚, 汪淼军, 金祥荣, 2012. 政治关联和融资约束: 信息效应与资源效应[J]. 经济研究, 47(9): 125-139.
- [35] 张佳佳, 杨蓉, 2021. 社会责任行为、制度环境与企业国际竞争力[J]. 技术经济, 40(10): 149-161.
- [36] 张建君, 张志学, 2005. 中国民营企业家的政治战略[J]. 管理世界, 22(7): 94-105.
- [37] 张璇, 束世宇, 2022[2022-08-12]. 儒家文化、外来文化冲击与企业创新[J/OL]. 北京: 科研管理. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.1567.g3.20220210.1241.004.html>.
- [38] 周小宇, 符国群, 王锐, 2016. 关系导向战略与创新导向战略是相互替代还是互为补充——来自中国私营企业的证据[J]. 南开管理评论, 19(4): 13-26.
- [39] 朱沆, KUSHINS E, 周影辉, 2016. 社会情感财富抑制了中国家族企业的创新投入吗?[J]. 管理世界, 33(3): 99-114.
- [40] 朱丽娜, 贺小刚, 高皓, 2021. 政策不确定性与企业的非市场战略——基于中国家族上市公司的实证分析[J]. 管理评论, 33(10): 273-288.
- [41] ALESINA A, GIULIANO P, 2015. Culture and institutions[J]. Journal of Economic Literature, 53(4): 898-944.
- [42] ALLEN F, QIAN J, QIAN M, 2005. Law, finance, and economic growth in China[J]. Journal of Financial Economics, 77(1): 57-116.
- [43] BAI Y, KUNG J K, 2015. Diffusing knowledge while spreading god's message: Protestantism and economic prosperity in China, 1840—1920[J]. Journal of the European Economic Association, 13(4): 669-698.
- [44] BHATTACHARYA U, HSU P H, TIAN X, et al, 2017. What affects innovation more: Policy or policy uncertainty?[J]. Journal of Financial and Quantitative Analysis, 52(5): 1869-1901.
- [45] CHEN T, KUNG J K, MA C, 2020. Long live Keju! The persistent effects of China's civil examination system[J]. The Economic Journal, 130(631): 2030-2064.
- [46] IRIYAMA A, KISHORE R, TALUKDAR D, 2016. Playing dirty or building capability? Corruption and HR training as competitive actions to threats from informal and foreign firm rivals[J]. Strategic Management Journal, 37(10): 2152-2173.
- [47] KUNG J K, MA C, 2018. Friends with benefits: How political connections help to sustain private enterprise growth in China[J]. Economica, 85(337): 41-74.

- [48] MILES R E, SNOW C C, 2003. Organizational strategy, structure and process[M]. Stanford: Stanford University Press.
- [49] SORENSON O, ROGAN M, 2014. (When) Do organizations have social capital? [J]. Annual Review of Sociology, 40: 261-280.
- [50] SUN P, WRIGHT M, MELLAHI K, 2010. Is entrepreneur-politician alliance sustainable during transition? The case of management buyouts in China[J]. Management and Organization Review, 6(1): 101-121.
- [51] WOWAK A J, MANNOR M J, ARRFELT M, et al, 2016. Earthquake or glacier? How CEO charisma manifests in firm strategy over time[J]. Strategic Management Journal, 37(3): 586-603.

Innovation or Relationship? Research on Social Capital and Corporate Strategy from the Perspective of Confucian Culture

Zhang Zengtian¹, Yao Zhenjiu¹, Ma Jun²

(1. School of Management, University of Science and Technology of China, Hefei 230026, China;

2. School of Business, Jiangnan University, Wuxi 214122, Jiangsu, China)

Abstract: Under the complex external environment during the economic and social transition period, how can Chinese private enterprises adjust their strategies, gain competitive advantages and seek long-term development in the face of fierce market competition? Based on the perspective of Confucian culture, the influence of social capital on the strategic orientation of private enterprises was examined. Taking Chinese private enterprises as a research sample, it was found that social capital reduces the resource constraints of enterprises, but also “kidnaps” enterprises to continue to invest in relationship, which promotes private enterprises’ innovation strategy and relationship strategy. Confucian cultural rules regulate this effect, to a certain extent, strengthen the innovation strategy of enterprises and weaken the relationship strategy. Further research finds that a highly competitive environment is more likely to stimulate strategic changes in enterprises, but cultural conflicts caused by foreign culture shock weaken the influence of Confucian culture. The mechanism test found that social capital supported the strategic investment of private enterprises by easing financing constraints. The above results still hold after instrumental variable regression and a series of robustness tests. The above findings extend research on firm behavior in informal institutions and provide empirical evidence for explaining the strategic behavior of private firms in the Chinese context.

Keywords: corporate strategy; social capital; private enterprise; Confucian culture