

隐性制度规则：地区关系文化异质性与指数构建

□ 叶文平 李新春 朱 沆 刘 良^①

摘 要：作为一种隐性的制度规则，人际关系互动对社会活动尤其是经济行为有着深层次的影响。改革开放以来，各地区差异化的改革和市场化发展水平是形成地区关系文化异质性的的重要因素。在过去微观层面的基础上，本文将关系行为的研究拓展到宏观地区层面，而考察作为地区制度规则的关系文化的意义及其测量，旨在构建一个指标性的地区关系指数，以反映出这一隐性制度的强度和作用机制，这对于拓展宏观层面的社会网络研究有着明显的理论和实证意义。本文采用企业家经营或维系关系的时间和投入关系活动的费用来反映企业的关系投入强度和遵从关系规则的程度，其隐含逻辑在于这两者既反映出企业家个体积极运用关系这一非市场化策略的行为特征，同时也体现出在该地区关系文化约束下企业的制度遵从行为。本文采用 2000~2010 年六次全国私营企业抽样调查数据，首次构建了全国 31 个省、市、自治区（不包括港澳台，下同）的关系指数，分析结果显示，各省区关系指数的强弱既受到市场化程度的影响，又与儒家文化的影响强弱有关。各省区各年度间的排位较为稳定，指数的变化趋势与市场化改革进程基本上保持一致，而关系指数水平与各地区的腐败水平以及商会活动强度之间存在显著的相关性，这表明本文建构的关系指数具有较好的稳健性。

关键词：地区关系指数；招待费用；招待时间；市场化水平

一、问题提出

请客送礼是中国人日常的人情往来，这种社会互动深深地嵌在经济活动之中，成为建立情感与商业信任以及获取资源、机会等的重要手段，在法律制度不完备的情况下，这一行动又会不同程度地与腐败和商业贿赂联系起来（黄玖立和李坤望，2013）。尽管人们普遍认识到人际关系在中国商业实践中的重要性（Park & Luo，2001），但我

^① 叶文平、李新春、朱沆（通信作者：mnszh@mail.sysu.edu.cn），中山大学管理学院、中国国家企业研究中心；刘良，中山大学管理学院。基金项目：国家自然科学基金重点项目：国际化背景下我国创业企业的社会网络与创业成长（71232009）；国家自然科学基金面上项目：控制权结构、家族创业与企业价值（71172167）；家族涉入、社会情感财富与家族企业的战略选择（71372155）。

们却只能给出一些经验性的判断，例如，你的关系网有多大，你的生意就能走多远，或者你的生意取决于你认识哪些人等。

自社会学家格拉诺维特开启社会网络研究范式以来，学术界对关系的密度、强度、中心度等给出了具体的量化测度，并分析了如结构洞、强关系、弱关系等重要的结构问题，给社会网络或社会资本微观研究带来了突破性进展（Granovetter, 1985）。但这一研究传统基本上是以个体为单位展开的，人际互动的群体相互之间的影响和联合作用基本上被忽视了。同时，这方面的文献也缺乏制度和文化等环境因素影响社会网络结构构建的分析，以致这一社会网络分析范式显得“去社会化”或“低度社会化”。要导入社会化的分析，就必须考虑将社会作为一个整体的价值规范、制度文化体系，同时将群体在特定规范下的互动和竞争行为作为制度域来分析。特定地域经济活动中的关系规则显然不仅是文化传统所塑造，更是转型过程中形成的制度建构（杨国枢和余安邦，1993；杨美惠，1994），它虽受转型制度环境的形塑，却又并非制度环境的简单镜像，需要从新的视角来透视。

新制度组织理论强调管制性、规范性和认知性制度的约束意义，是组织获取资源和合法性的重要基础（斯科特，2010）。对于转型经济这一意义更为明显，因为正式制度相对不完善或不能完全发挥作用，因此，非正式制度就成为重要的补充或替代（Park & Luo, 2001；Zhou, 2013；陆铭和李爽，2008）。中国的经济转型进程决定了正式制度和非正式制度同时在经济行为中起作用（Puffer et al., 2010）。这一特征虽然已被诸多文献所认识，但现有文献或是过多强调正式制度（樊纲、王小鲁和朱恒鹏，2011），或虽认识到非正式制度如关系文

化的影响，但仅将关系文化作为中国情境下一个同质性的要素来处理（Chen & Chen, 2004；Ahlstrom & Bruton, 2002）。本文主要强调了关系文化的地区性差异和演进特征，不同地区发展水平和文化传统导致亚文化或亚制度的差异，尤其是在沿海开放带与内地、西部之间的差异，其中既包括人际关系交往中因历史传统沿袭而形成的差异，也包括各地区正式制度的发育水平和制度执行效率形成的差异（Cull & Xu, 2005；Ma et al., 2013b）。由此，导致一个地区关系文化亚制度的存在，这也成为我们研究地区关系文化的制度背景。

实际上，这一研究在之前已有不同的探索，如樊纲等（2011）的地区市场化指数对各地区正式制度水平的测度，赵向阳等（2015）对中国文化地图的研究等，都从不同的方面对地区亚制度给出了分析。本文的重要拓展在于将这一研究转向非正式关系文化，提出地区人际关系既是一种潜在的制度规则（潜规则），也是一种约束公众行为的文化价值体系，就其对经济或商业行为的影响而言，它既能直接增加商业活动的成本（制度成本），也能充当润滑剂，为具体的商业活动突破正式制度约束，既可能产生积极（创业）价值，也可能产生负面（腐败）效应（Xin & Pearce, 1996；Carney, 2005）。但无论如何，在地区这一中观的亚制度层面上，人际关系给出了非正式制度文化与经济行为互动的极佳范例，这也是理解中国经济行为的一个微观与宏观结合的观察点。本文在这一认识基础上给出地区关系文化指数，旨在为这一非正式制度的经济分析给出可量化的指标体系，为进一步的研究拓展空间。

本文以 2000~2010 年六次全国私营企业抽样调查数据为基础，采用各省区私营企业投入关系运作的平均时间及其企业投入关系运作

的平均支出来构建关系指数,来反映不同地区企业关系活动的投入强度和关系规则的约束力。通过横向比较地区间的关系指数和纵向观察2000~2010年各省区关系指数的变化趋势,并检测地区关系指数与官员腐败、商业协会数量以及市场化进程的变化速度等指标之间的相关性,来检验关系指数的信度与效度,同时对本文的理论进行初步的检验。我们期望通过这种探索,一方面为从制度层面考察关系规则的影响构建理论与实证基础,另一方面也为预防关系规则的过度强化提供政策建议。

二、理论分析

(一) 文化传统与关系规则

吉登斯(1984)的结构化理论认为,制度场域中行动者的实践活动会制度化为场域的结构,并反过来对行动者产生约束作用,文化则为行动者的实践提供了现成可用的规则资源(Giddens, 1984)。广为接受的儒家文化观念为行动者的实践提供了现成的资源,儒家文化以家庭关系为基础构筑社会秩序,从家庭的伦理义务为核心拓延出一套特殊主义的人际交往规则。这种规则将交往对象区分为亲疏有别的不同群体,对家人采用基于伦理义务和亲情利他的需求法则,对熟人则采用情感性交换和工具性交换并行的人情法则,个人在交往活动中要符合伦理与人情,而伦理义务和人情义务优先于普遍性的公平规则(黄光国, 2004)。

一方面,以儒家文化为基础的关系规则为关系偏私提供了合理性,给借助关系打破规则创造了条件(黄光国, 2006);在儒家观念广泛传播并广为接受之后,特殊主义和偏私亲熟成为如今中国人较普遍的心理与行为方式(李美枝, 1993),对人情义务的履行也常常成为背弃

普遍性规则的合理借口。这给普遍性规则下的弱势方克服不利地位,向资源控制者请托资源留下了突破口。寻求资源一方往往通过日常交往活动与掌握资源一方建立关系,逐渐在交往过程中通过宴请、赠礼等仪式性和工具性行动建立对资源控制方的人情债权,借助社会普遍认可的回报规范来驱使对方接受请托,在资源分配中给予自己特殊关照来偿还人情债务(黄光国, 2006; 彭泗清, 1999)。礼物的赠予改变了请托方在交往中的劣势地位,使其能够驱动占据优势地位的资源控制人发挥影响力,改变自身在普遍性分配规则下的弱势地位(杨美惠, 1994, 2009)。

另一方面,特殊主义的关系规则导致了信任资源不足,需要借助关系发展来补充。Redding (1993)曾指出在特定群体外信任普遍缺失也是中国人不安全感的来源,因为人际信任缺乏增加了中国人感觉中他人行为的不确定性。韦伯等海外学者指出,儒家文化引导中国人将信任建立在血缘与家族纽带,导致交易一旦跨出家族的边界,就缺少了信任的支持,在缺少正式制度支持的情况下,给中国人在广阔范围内组织交易带来了很大困难(韦伯, 2007; 福山, 2001)。为适应商业活动的需要,中国商人尝试利用同乡、同学等关系基础,以日常性人际交往来拉近关系,增加相互间的情感与人情义务,培育跨越家族的信任资源,为家族之外的经济交易提供保障(金耀基, 1992; 蔡洪滨等, 2008)。

(二) 关系规则的地区差异

人们行为选择的大部分行为空间是由非正式制度来约束的,即使在最发达的经济中,正式规则也只是决定人们选择的总约束中的一小部分(尽管是非常重要的部分)(诺斯, 1994)。在经济转型进程中的中国,关系文化作为一种

非正式制度，其衍变过程中外部环境的复杂性决定了它在不同地区之间的差异（Knoke, 1999; Batjargal et al., 2013）。正如林毅夫（1998）所言，制度的选择与强化不仅受到市场交易需求的影响，同时还受到历史、地域、文化等各种条件的限制。关系文化区域差异的形成存在多方面的因素，主要有历史文化、市场化改革、人口多元化和区域政治结构特点。其中，历史文化和民族差异影响地区关系文化的延续性和普遍性，而市场化改革和区域政治结构则影响地区关系文化的合法性和重要性。

关系文化作为一种人们关于社会关系的含义、规范、合法性的价值认同和行为倾向（边燕杰，2010），是一种长期演化而来的非正式制度，在民间代代相传，处于该制度下的个体与生俱来就受其灌输、熏染和影响。“它不是一种理性的随机选择，而是一种习惯心理在特定环境刺激下所做出的行为复制”（张雄，1996）。历史文化对地区关系文化的影响主要表现在一个地区对儒家文化的接受程度上。传统的儒家文化思想作为关系文化的根源，对于关系文化研究中所提到的“伦理关系”（梁漱溟，2006）、差序格局（费孝通，2002）、人情面子（金耀基，1992）等都建立在儒家文化所强调的“人伦”基础之上。韦伯也认为，基于儒家人伦的社会关系结构支配着传统中国社会的社会结构与社会秩序（韦伯，2007）。虽然一直以来华夏文化的势能促进了儒家文化的稳定性和扩散（萧功秦，1986），但是在政权更迭中儒家文化在中国的普及和影响力存在区域差别。一方面，不同朝代的政权更迭导致了大规模的群体移民，加速了区域间的文化整合，儒家文化影响力随着距政权中心的距离的增加而逐渐衰弱。相应地在远离政权中心的区域，儒家文化对个体行为的约束随之减弱，则建立在儒家文化基础上

的关系文化也必然弱化。另一方面，封建制度强调的重农抑商政策，给商业活动带来合法性危机，因此在商业活动盛行的地区，商人们更重视运用关系文化来抵御商业活动所承受的风险和制度压力（蔡洪滨等，2008）。

民族差异对地区关系文化的影响主要表现在宗教信仰和民族历史冲突强化了对关系文化的依赖。中国作为一个多民族国家，少数民族虽然呈现群体性分布特点，但多民族聚集现象仍普遍存在。关于国家文化的研究学者发现，单一民族国家表现出较高的权力距离和紧密的文化（tight culture），而多民族国家则表现出较低的权力距离和宽松的文化（loose culture）（Triandis, 1994; Lenartowicz et al., 2003）。相对于紧密的文化（tight culture）氛围而言，宽松的文化（loose culture）氛围更有利于关系文化的存续和发展（Portes & Zhou, 1994）。在多民族聚集的地区，语言沟通障碍和宗教信仰冲突会严重阻碍一个区域的人际信任的发展（Guttman, 1968），建立在互惠交换基础上的关系文化在不同宗教信仰民族的分工协作和商品交易中扮演着“润滑剂”的角色。关系文化不仅可以缓解多民族聚居存在的冲突，同时也可以促进区域的经济发展和文化交流，由此在多民族混居的区域，关系文化被作为一种有效的非正式制度，在社会活动和商业交易中逐渐强化。

市场化改革在不同地区的非均衡性也加强了关系文化的地区差异。市场化改革对关系文化的影响主要表现在市场制度对关系文化工具效用的替代。20世纪70年代后期进行的分权化改革导致我国地区之间制度的差异化程度日益提高，制度效率存在显著差异（樊纲等，2011）。首先发端于东部沿海地区的中国市场化改革经过30多年的发展，逐渐形成了当前中国东部地

区市场化程度高,而西部地区市场化程度相对滞后的局面。虽然中国的法律体系在每个地方都是一样的,但实际上在不同的区域,地方政府对中央政府政策的执行以及地方差异化政策等均存在显著的差异 (Ma et al., 2013a),不同区域经营环境与合约执行的情况很不相同 (Cull & Xu, 2005)。例如,世界银行在《2020 年的中国》报告中指出,中国的法律体系运作情况还存在明显不足,其原因在于“不是缺少法律,而是执法不力”,在一些关键领域,“纸上的法规远不同于具体实施的法规”。在市场化程度低的地区,关系文化成为维护正常商业活动重要的非正式制度 (Park & Luo, 2001),而关系网络则成为企业获取资源 (Buderl & Huang, 2007)、提高交易信任 (Ginsburg, 2000) 和降低市场风险 (Stark, 1996; Xie & Hannum, 1996) 的重要机制。相应地,不同地区的市场化程度也决定了关系文化这种非正式制度在市场交易机制中的作用,市场化程度越高,关系文化的工具性价值应呈递减趋势。

区域政治结构对地区关系文化的影响主要表现在政治家非正式政治网络对地区关系文化的示范效用 (纪莺莺, 2012)。Parish (1973) 认为,相比于“派系模型” (faction model),科层制能够更合理地解释中国的政治情况。在 1966 年之前,政权的行政和军事科层制主要依赖常规运作,体系中鲜有不安状况,总体的科层制体系本身十分稳定。1966 年政治策略的改变,削弱了总体的科层制结构,结构的松散促使人们有必要依赖那些自己熟悉或者信任的个人。权力分配的非制度化,导致非正式的政治权力结构对官员晋升、资源分配、政策以及意识形态产生重要影响 (Shih et al., 2012; 刘明兴等, 2015)。同时,不同地区的这种非正式的政治权力结构也会对地区关系文化形成示范效

用 (刘明兴等, 2015; 周黎安, 2007)。当非正式的政治权力结构在某一区域的影响程度越大,关系文化在这一区域也必然越盛行,人们对关系文化的追求和重视程度也越高。

由此可以看出,在地区关系文化形成的过程中,历史文化影响了关系文化的延续性,民族差异凸显了关系文化的依赖性,而市场化程度则削弱了关系文化的工具效用,区域政治结构则增强了关系文化的合法性。在先天性的历史文化、民族差异以及后天的市场化程度和区域政治结构的共同作用下,关系文化在整体性趋同的基础上必然存在明显的地区性差异。

(三) 关系规则的制度化与自我强化

在一个地区的商业活动中,关系规则往往是逐渐渗入、制度化,乃至强化的。关系规则的制度化往往是一个隐蔽的过程。由于关系规则的引入往往颠覆其他模式的资源配置规则,在另一种制度规则主导的场域中公开运用关系规则不易取得合法性,很容易遭遇制裁,因此行动者在其他领域运用关系规则时往往采用不透明的操作方式,将对关系规则的工具性运用隐藏在日常的人际交往背后,实则以关系规则替代乃至颠覆了场域中的原有规则。这种不透明的行动规避了来自制度场域的制裁和压力,更有利于实现行动者的目标,也有利于实际宏观层面的制度变迁 (Briscoe & Murphy, 2012)。

虽然行动者对关系模式的运用是隐蔽和精心掩饰的,然而其行动却仍能为同一场域内的其他行动者观察,而其成功的信息也很容易通过关系网络传播开来,成为处于类似地位的其他行动者解决相似问题的成功范例,引导他们主动模仿,当这种规则为场域中多数行动者接受并采用,它就渐渐制度化,并反过来对该场域中的行动者产生约束作用 (Norris, 2002; Briscoe & Murphy, 2012)。场域中的行动者如

果不了解这种规则或不愿意合流，就容易受到其他参与方的排斥。当众人皆对资源控制方施以关系规则和礼物交换手段，资源控制者也会逐渐接受并将其视为具备“合法性”的隐性规则，不采用这种规则的个体和组织就会被资源控制者视为“不懂规矩”，在资源分配中遭遇歧视，乃至遭受盘剥。这种制度压力会使处于同一制度场域中的其他个体与组织被迫采取相似的关系实践，即趋向“制度同形”（DiMaggio & Powell, 1983; Meyer & Rowan, 1977）。

受到行动者社会比较和竞争实践的制度化关系规则又会被进一步强化。由于关系规则具有特殊主义性质，优先关系亲近者和有关系债权人，未进入礼物交换或是关系疏远的个体会被排除在外，原来接近资源控制人的行动者担忧自己成为局外人，会经常与其他行动者进行社会比较，观察其他行动者与资源控制人之间交往是否超越自己与后者之间的交往深度，以维持自己的优势地位（翟学伟，2007）。由于分配的优先权有限，且资源控制人对于行动者的礼物赠予早已司空见惯，只会关注超出平常的表示，行动者之间为竞争资源还会展开关系运作的锦标赛。这又往往是赢者通吃的竞争，在一次次的竞争中，竞争参与者的投入不断抬高，已经制度化的关系规则又被进一步强化。

三、地区关系指数构建

目前学术界对于地区关系文化这种复杂的非正式制度还缺乏适当的测度，现有的一些关键指标并非它的合理替代。虽然地区关系文化的形成与约束力受到地域正式制度的影响，但它同时也是文化传统等宏观非正式制度的次生物，与正式制度共同约束特定地域场域中个体行动者的行动，因此不能将它视为正式制度的

镜像，采用市场化程度等反映地区正式制度差异的指标来简单替代。地区的关系文化也不能等同于一些学者正在探索的地区性腐败指标。虽然关系文化与关系规则在某些情况下为腐败与寻租活动所利用，但它的广为接受也与私营企业寻求替代性产权保护、加强合同非正式治理、为正常经营活动添加“润滑剂”的现实需求相关。因此，地区关系文化的测度需要新的探索。

现有文献在这方面已有初步的探索。已有社会学文献尝试通过人情往来和礼仪消费来反映在不同地区关系文化对人们交往活动的影响力（刘林平，2001），如郭贞（1997）通过节庆送礼行为来探查中国台湾不同地区居民对关系的重视程度，而陈云松和边燕杰（2015）通过考察不同地区拜年习俗来衡量不同地区民众对人情往来的重视程度。由于这种方式主要刻画的是地区之间在文化传统方面的差异，不足以反映地区制度环境差异对嵌入在关系网络中的经济行为的影响，本次研究未简单加以借鉴。目前管理文献主要是采用企业家投入的关系活动时间和企业支付的关系活动费用来测试企业对关系活动的重视程度。其中一些学者采用公关招待费支出（朱沆等，2012）或超额管理费（黄玖立和李坤望，2013）来反映企业对于“搞关系”的重视程度，也有研究者认为企业家的招待时间更能够反映出企业对关系的重视程度（Verona, 1999; 何晓斌等，2013）。

根据企业家注意力理论（Ocasio, 1997），企业家最重要的职能是决策，而决策的关键是决策者如何有效地配置其有限的注意力（Simon, 1979）。由于与决策相关的信息纷繁复杂，而决策者却是有限理性的，因而对于企业而言信息并不是稀缺的资源，处理信息的能力才是最稀缺的资源，决策的成败往往取决于决策者如何

配置自己的注意力 (Kiesler & Sproull, 1982)。注意力配置是一个过程概念, 随着时间的推移, 管理者必须不断把自己的注意力配置给他们认为最为关键的问题, 而企业家将更多时间配置于关系活动意味着它对企业经营更显重要, 因此企业家用于关系运作的时间能够更好地反映企业的关系投入强度和对关系规则的遵从程度。此外, 由于每个个体可支配的时间是相等的, 采用时间来测量也具备较好的可比性。考虑到企业家可用时间的上限约束是刚性的, 在某些情况下, 企业家可能选择以物质交换来替代时间投入的方式, 本文采用企业的招待费用作为修正指标, 与企业家的关系时间投入共同反映企业对关系活动的投入强度。

鉴于一个地区的关系文化会引导企业的关系投入趋同, 一个地区企业的平均关系投入强度能够更好地体现当地最为普遍的实践和关系文化的制度要求, 本文采用一个地区所有样本企业平均关系投入强度来反映该地区关系文化的强弱。在此基础上, 本文运用全国私营企业调查数据, 遵循学术概念测量开发的一般原则, 构建了中国不同省区的关系指数。

(一) 样本选取

本文的数据主要来源于全国工商联和国家

工商总局牵头在 2000 年、2002 年、2004 年、2006 年、2008 年、2010 年进行的六次大规模的全国私营企业抽样调查。该项调查是在全国工商联和国家工商行政管理总局组织下进行的, 调研依托各省份工商联和工商行政管理部门, 在全国范围内按 0.55% 的比例, 对私营企业进行多阶段分层抽样。即按经济发展水平抽取县和县级市, 再按城乡与行业分布, 随机抽取被调查企业, 访问控制企业的企业主。参与调查的企业样本共有 19017 家, 调查范围涵盖了我国境内 31 个省、自治区和直辖市的各行业不同规模的私营企业, 具有较好的代表性。

选取私营企业作为观察主体是由于私营企业是转型制度环境中的弱势群体, 而关系更多时候成为了弱者的武器, 私营企业家对于能够借助关系规则渗透并扩展企业生存空间的机会更为敏感, 因此私营企业对关系运作的平均投入可以更为准确地反映关系规则的制度化程度与影响力。为了确保数据样本的合理性和有效性, 我们按照以下标准对数据进行了严格筛选: ①剔除了企业招待时间、招待费用两个关键变量缺失的样本。②剔除了所填信息明显不符合客观事实的样本。最终取得由 17012 家企业构成的有效样本, 所有样本信息如表 1 所示:

表 1 不同省份样本数量

省份	北京	天津	河北	山西	内蒙古	辽宁	吉林	黑龙江	上海	江苏	浙江
样本量	746	361	598	295	292	719	383	402	1261	2039	1146
省份	安徽	福建	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西	海南	重庆
样本量	408	297	342	1164	326	776	402	1197	265	263	550
省份	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃	青海	宁夏	新疆	合计	
样本量	618	401	260	109	504	305	204	167	212	17012	

资料来源: 作者利用 Stata 软件计算整理。

(二) 指标测算

本文构建地区关系指数的主要目的是呈现不同地区企业对关系活动的平均投入强度和关系规则的约束力。根据上文的阐述, 本文采用

企业家用于关系活动的时间和企业用于关系活动的公关招待费用开支来共同反映企业的关系活动投入强度, 并进一步将一个省区一批样本企业的关系活动投入强度合成为用来反映该地

区关系规则约束力的平均指标（Barro，2002），即关系指数。其中，招待时间主要是指企业家公关招待时间，主要包括联系生意、开会、公关招待等活动；招待费用则主要是指企业对外公关招待费用。关系指数的具体计算过程如下：

（1）首先，本文计算出 17012 个样本中 2000~2010 年 31 个省、市、自治区的企业平均招待时间 t_{1i} ， t_{2i} ， $\cdots$ ， t_{si} （ $i=1,\cdots,31$ ， $s=2000,\cdots,2010$ ）。

（2）依次计算出 2000~2010 年 31 个省、市、自治区企业平均招待费用 m_{1i} ， m_{2i} ， $\cdots$ ， m_{si}

（ $i=1,\cdots,31$ ）和全国企业平均招待费用 M_s （ $S=2000,\cdots,2010$ ）。

（3）考虑到不同地区消费水平差异，以当年全国平均工资 γ_s 和 31 个省、市、自治区平均工资水平 β_{is} （ $i=1,\cdots,31$ ）来消除不同地区消费水平差异。

（4）设定 i 地区 s 年的关系指数为 GX_{si} ，则：

$$GX_{si} = \left(1 + \frac{m_{si} \gamma_s}{M_s \beta_{is}} \right) \times t_{si}$$

根据上述计算方法测算出全国各省区 2000~2010 年各调查年份的关系指数和多年汇总的全样本关系指数，如表 2 所示。

表 2 各省、市、自治区关系指数评分

省份	2000 年	2002 年	2004 年	2006 年	2008 年	2010 年	全样本
北京	10.103	9.664	9.737	9.227	9.223	8.376	9.388
天津	7.597	7.371	6.671	5.950	5.125	4.224	6.156
河北	7.296	7.165	5.904	5.648	5.085	4.942	6.007
山西	13.328	13.753	14.279	12.222	11.170	10.632	12.564
内蒙古	6.512	6.200	4.292	3.970	3.522	3.225	4.620
辽宁	8.023	8.096	7.141	6.242	6.615	6.106	7.037
吉林	9.607	8.256	8.285	8.861	8.022	7.995	8.504
黑龙江	7.646	7.527	7.322	7.518	7.328	7.053	7.399
上海	6.674	6.378	4.415	4.286	4.385	4.034	5.029
江苏	7.982	7.238	6.868	7.958	6.094	5.877	7.003
浙江	7.308	6.949	6.160	7.070	5.630	5.723	6.473
安徽	13.076	11.175	13.050	11.297	10.744	10.355	11.616
福建	8.368	7.710	7.535	8.155	7.873	7.223	7.811
江西	8.360	7.112	6.735	6.197	6.222	6.003	6.771
山东	8.208	7.645	6.541	8.416	7.088	6.877	7.462
河南	10.595	9.695	10.710	9.025	8.368	8.266	9.443
湖北	12.481	8.412	11.589	9.666	9.353	9.102	10.100
湖南	11.675	10.217	11.400	11.004	10.440	10.245	10.830
广东	7.763	7.423	7.101	6.609	6.575	6.356	6.971
广西	7.317	7.276	6.595	8.581	5.100	6.117	6.831
海南	8.862	7.531	7.603	5.436	5.903	4.484	6.636
重庆	11.685	10.510	11.733	9.436	10.672	10.563	10.766
四川	15.884	12.550	12.341	10.981	9.849	10.353	11.993
贵州	9.550	8.302	7.489	8.658	6.439	6.263	7.784
云南	7.473	7.783	5.968	8.393	7.479	7.256	7.392
西藏	4.165	3.951	3.021	3.270	3.199	3.003	3.435
陕西	10.338	8.729	10.743	9.306	8.826	8.548	9.415
甘肃	5.750	6.171	5.382	4.773	3.788	3.747	4.935
青海	6.386	6.784	4.386	3.422	5.019	4.696	5.115

续表

省份	2000 年	2002 年	2004 年	2006 年	2008 年	2010 年	全样本
宁夏	6.079	5.795	3.912	4.052	4.176	3.747	4.627
新疆	6.209	5.676	4.211	3.459	3.273	3.026	4.309
西部	8.112	7.477	6.673	6.525	5.945	5.879	6.768
中部	10.846	9.518	10.421	9.474	8.956	8.706	9.654
东部	8.017	7.561	6.880	6.818	6.327	5.838	6.907

资料来源：作者利用 Stata 软件计算整理。

表 3 反映了 2000~2010 年不同地区关系指数的排序。虽然由于抽样调查中相同省份在不同年份的样本分布存在一定的差异，但是通过本文计算方法测算出的个别年份的不同地区关系指数评分与全样本的地区关系指数评分的对比发现：2000~2010 年不同省区关系指数排序具

有良好的稳定性。中间位置的省份虽然在不同年份存在一定的波动，但是波动幅度均在 0.001~0.155。由此可以发现，本文通过招待时间和招待费用两个维度构建的地区关系指数指标具有较好的可靠性。各地区关系指数地图如图 1 所示。

表 3 各省、市、自治区关系指数排序

	2000 年排序	2002 年排序	2004 年排序	2006 年排序	2008 年排序	2010 年排序	总样本排序
1	四川	山西	山西	山西	山西	山西	山西
2	山西	四川	安徽	安徽	安徽	重庆	四川
3	安徽	安徽	四川	四川	四川	安徽	安徽
4	湖北	重庆	重庆	湖南	重庆	四川	湖南
5	重庆	湖南	湖北	湖北	湖南	湖南	重庆
6	湖南	河南	湖南	重庆	湖北	湖北	湖北
7	河南	北京	陕西	陕西	北京	陕西	河南
8	陕西	陕西	河南	北京	陕西	北京	陕西
9	北京	湖北	北京	河南	河南	河南	北京
10	吉林	贵州	吉林	吉林	吉林	吉林	吉林
11	贵州	吉林	海南	贵州	福建	云南	福建
12	海南	辽宁	福建	广西	云南	福建	贵州
13	福建	云南	贵州	山东	黑龙江	黑龙江	山东
14	江西	福建	黑龙江	云南	山东	山东	黑龙江
15	山东	山东	辽宁	福建	辽宁	广东	云南
16	辽宁	海南	广东	江苏	广东	贵州	辽宁
17	江苏	黑龙江	江苏	黑龙江	贵州	广西	江苏
18	广东	广东	江西	浙江	江西	辽宁	广东
19	黑龙江	天津	天津	广东	江苏	江西	广西
20	天津	广西	广西	辽宁	海南	江苏	江西
21	云南	江苏	山东	江西	浙江	浙江	海南
22	广西	河北	浙江	天津	天津	河北	浙江
23	浙江	江西	云南	河北	广西	青海	天津
24	河北	浙江	河北	海南	河北	海南	河北
25	上海	青海	甘肃	甘肃	青海	天津	青海
26	内蒙古	上海	上海	上海	上海	上海	上海
27	青海	内蒙古	青海	宁夏	宁夏	甘肃	甘肃

续表

	2000 年排序	2002 年排序	2004 年排序	2006 年排序	2008 年排序	2010 年排序	总样本排序
28	新疆	甘肃	内蒙古	内蒙古	甘肃	宁夏	宁夏
29	宁夏	宁夏	新疆	新疆	内蒙古	内蒙古	内蒙古
30	甘肃	新疆	宁夏	青海	新疆	新疆	新疆
31	西藏	西藏	西藏	西藏	西藏	西藏	西藏

资料来源：作者利用 Stata 软件计算整理。

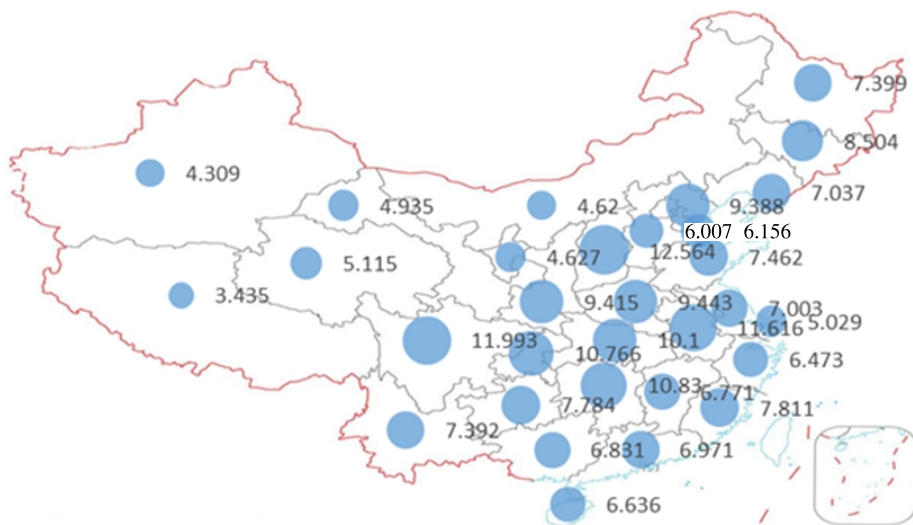


图 1 不同地区关系指数地图

资料来源：作者利用 Stata 软件绘出。

四、地区关系指数的解读与经验性检验

（一）关系指数的地区差异

比较表 2 中东部、中部和西部地区历次调查和全样本的关系指数评分,可以发现不同于市场化程度的地区差异,中部省区关系指数最高,东部地区与西部地区相差不大。这种意外的差异可能包含两个方面的原因:首先,反映了处于经济转型不同阶段的不同地区“体制洞”特征及其影响。再分配体制向市场体制转型过程中会形成再分配规则被背离,而市场规则又不能起作用的制度真空,即边燕杰等(2012)提出的“体制洞”,这给关系渗入并发挥作用提供了空间。“体制洞”的大小会影响民营企业经

营关系的实践,进而引导了关系规则约束力的差异。在这一时期,中部省区正处于经济转型的中间阶段,在这个阶段再分配体制控制的资源和对经济的干预还较多,但原有的资源配置规则已大为松动,掌握资源与权力的代理人获得了较多的自由裁量权,“体制洞”较大,同时私营经济已经活跃起来,企业间日趋激烈的竞争提高了资源的租金,加强了私营企业通过经营关系向再分配体制渗透的动力(唐跃军等,2014)。相比之下,东部省区市场化程度较高,市场已成为资源配置中的主导机制,转型过程中形成的“体制洞”被压缩,也缩小了运用关系渗透的空间,私营企业运用关系的动力被削弱,关系规则引导制度同形的约束作用也相应弱化。大多数西部省区还处于市场化改革的前期阶段,占主导地位 of 再分配模式才开始

松动,“体制洞”还处于形成过程中,加之私营经济发展程度不高,企业间竞争较弱,削弱了私营企业运用关系的动力。

其次,反映了儒家文化传统影响力的地区差异。儒家文化思想是关系规则的文化基础。儒家文化源起并兴盛于黄河和长江流域的汉文化圈,虽然在历史进程中随汉族人口迁移与民族融合过程中的汉文化传播,不断由核心向边陲地区渗透(萧功秦,1986),但儒家文化传统的影响力仍随着与汉文化中心距离增加而逐渐削弱,在远离汉文化中心的少数民族聚居地区,少数民族民众或有不同的宗教信仰,或遵循不同的文化礼俗,这些宗教戒律或文化礼俗往往与儒家文化的关系规则不一致乃至不相容,进一步削弱儒家关系规则的影响力(余英时,1987)。中部省区基本都处于早期汉文化的核心地带,受儒家文化传统影响较深,同时在历史演进中民族间的接触与融合较多,故排位靠前。表3中排位最低的几个西部省区——青海、内蒙古、宁夏、新疆和西藏均是少数民族聚居的省区,人们受汉文化关系规则的影响相对较小。另外,对外开放引入的竞争性文化观念也会削弱儒家文化传统的影响力,在较早开放的地区,人们更多地接受了现代社会的普遍性的规则,传统文化的影响被削弱。东部沿海省区对外开放历史较长,受外来文化观念影响较大,尤其是上海、天津是外资企业和人才集中的沿海开放城市,地域纵深有限,企业家们更易受到外来市场观念的影响,文化传统性较弱。

(二) 关系指数的时间变化趋势

表2汇报了2000~2010年各省区关系指数的评分。从表中可见,虽然各地区关系指数在这期间可能存在一定的波动,但从整体趋势上看,2000~2010年各省区关系指数评分均呈现逐年下降的趋势。这一趋势与同一时期各省区的

市场化程度指数不断提升的趋势相对应(樊纲等,2011),经检验两者确实显著负相关($p < 0.05$),这表明随着市场化程度的提升,关系规则的制度化会受到削弱,经济活动中关系规则的影响力随之减弱,企业对关系活动的投入总体趋于下降。这种情况表明市场制度的确立会压缩关系规则起作用的空间,这与市场化进程加深会削弱关系重要性的观点相一致,也符合关系与正式制度相互替代的理论预期。

当然,不少省区的关系指数变化一度有所波动,如东部沿海的上海、江苏、浙江,东北的吉林、黑龙江,以及中西部部分省区在2006年调查中都出现了关系指数上升的情况,本文推测这可能与2004年起政府加强对经济的宏观调控有关,这次宏观调控中采用了较多行政性手段,政府对经济活动的干预明显增强。在一些省区,关系指数的变化还与区域经济政策呈现出隐含关联,如2004年山西关系指数的回升恰恰正值该省启动煤改前后,吉林、黑龙江、辽宁2006年或2008年关系指数的回升正值中央政府推行振兴东北老工业基地的政策窗口期,而2008年江西关系指数的上升则恰好与该省出台新稀土资源开发政策的时间相吻合。这些政策或增加了政府配置经济资源的权力,或加强了政府对经济活动的干预,符合刺激私营企业运用关系规则的制度背景。此外,某些省区地方一把手更替带来的政策变化也通过关系指数的变化反映出来,如2008年重庆市的关系指数就较前一次调查明显提升,这也在一定程度上佐证了现有关于地方官员变动与企业政商关系投入的研究结论(戴亦一等,2014)。

(三) 不同地区关系指数的变化速度

从表4和图2中反映的2000~2010年全国整体及东、中、西部三个地区关系指数的变化趋势来看,2000~2010年三个地区关系指数下降

幅度最大的是西部地区，下降比例达到 27.52%，其次是东部地区，为 27.17%，最后是中部地区，为19.73%。一方面，这种情况反映了强关系文化抵抗变革的刚性。按照 Zucker（1977）的观点，关系文化的制度化程度越高，行动者对关系规则的遵从程度越高，对关系文化的维持也越好，对单个行动者变革规则的行动压制也会越强，个体偏离制度约束的行为受到约束又会导致宏观层面制度变迁变得缓慢。另一方面，在现有制度下场域中现有行动者利益的固化也会阻碍制度变迁的进程。由于快速的制度变迁会削弱社会资本的作用（Banalieva et al., 2015），如果一个地区原有的关系文化较强，场域中多遵从这一制度规则投入较多资源建立了关系资本的行动者能够从中获取较多收益，不

愿过快的制度变迁导致其已获得的关系资本失效，而会对削弱关系规则影响力的制度变迁持抵制态度，从而导致新制度的建立变得缓慢（姚晶晶等，2015）。相反地，在关系规则还未显著强化的西部地区，关系文化未形成强势地位，对市场化转型的阻碍较小，加之国家层面实施的东部发达地区省市对西部省区的对口支援项目增加了西部省区直接借鉴和运用东部地区转型经验的机会，从而加快了这些省区关系规则弱化的速度。东部地区则是由于市场制度趋于完善，引导了更多私营企业采取符合市场规则的行动，关系规则的影响力也加速弱化。上述几方面的考察显示关系指数的地区差异和演变趋势符合前文对关系规则制度化的理论分析，表明关系指数的测量具备内容效度。

表 4 不同地区关系指数与市场化水平变化趋势对比

地区关系指数					地区市场化水平				
年份	全国	东部地区	中部地区	西部地区	年份	全国	东部地区	中部地区	西部地区
2000	8.784	8.017	10.846	8.112	2000	4.278	5.616	3.985	3.248
2002	8.034	7.561	9.518	7.477	2002	5.018	6.972	4.443	3.611
2004	7.714	6.880	10.421	6.673	2004	6.098	8.026	5.660	4.623
2006	7.390	6.818	9.474	6.525	2006	7.093	9.103	6.680	5.526
2008	6.858	6.327	8.956	5.945	2008	7.184	9.149	7.081	5.451
2010	6.594	5.838	8.706	5.879	2009	7.335	9.491	7.240	5.423

资料来源：作者利用 Stata 软件计算整理。

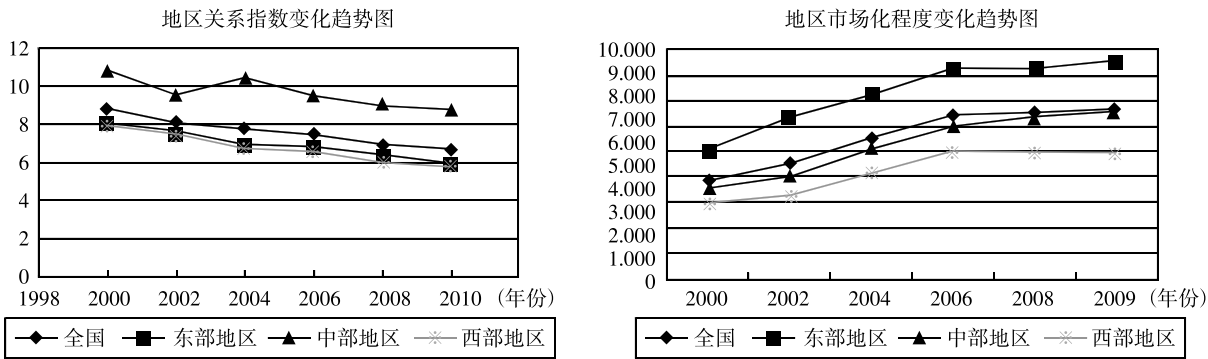


图 2 不同地区关系指数与市场化程度变化趋势对比

资料来源：作者利用软件绘出。

(四) 关系指数的预测有效性检验

以往研究发现制度变迁的速度越快，社会

资本对企业绩效的作用越弱（Banalieva et al., 2015），基于上述观点，我们认为在市场化速度

快的地区，私人关系的价值下降，关系实践的诱致性因素削弱，关系文化的强度也会较弱；反之，在市场化速度慢的地区，关系实践的诱致性因素较强，关系文化的强度则会较强。我们采用樊纲等发布的市场化程度指数来计算市场化速度，检验市场化速度与关系指数的相关性，结果显示地区关系指数与地区市场化程度变动速率存在负相关关系（ $\beta = -0.165$ ， $p < 0.1$ ，边际显著），即市场化速度越快，地区关系指数越弱，符合理论预期，为关系指数测量的收敛有效性提供了进一步的支持。

为了验证关系指数测量的预测效度，本文进一步检验了它与理论上存在因果关系的概念测量的联系。由于关系指数反映了不同地区关系文化的影响力，一个地区的关系指数高意味着关系规则在认知层面成为该地区企业家普遍接受的理念，在规范层面对行动者的约束力也显著增强（纪莺莺，2012）。当人们习惯于在商业活动中“礼尚往来”和“拉关系”，或是担心不合流就会遭受排斥与惩罚，私营企业在经营纵向和横向关系时的投入都会显著增加（黄玖立和李坤望，2013；Puffer et al., 2010）。在与政府的纵向关系中，私营企业家既会花更多时间跑关系，也会在吃喝招待上花费更多开支，甚至运用贿赂等非法手段来获取寻租收益，由此可以预期在关系文化盛行的地区发现和查处的官员腐败案件会更多。同时，在这些地区私营企业也会更普遍地运用关系规则建立和维护横向商业关系，因此有利于发展和维系横向商业关系的商业协会等组织会更多地建立起来。由此，本文认为在关系指数高的地区，腐败问题易发，各类商业协会的数量也会较多。

基于上述假设，本文通过分析地区关系指数与不同地区官员腐败案件数量和商业协会数目之间的相关性来检验关系指数的预测有效性，

结果表明地区关系指数与地区官员腐败程度存在显著的正相关关系（ $\beta = 0.402$ ， $p < 0.05$ ），即地区关系指数越高，官员腐败程度越高。地区关系指数与地区商业协会数量同样存在显著的正相关关系（ $\beta = 0.431$ ， $p < 0.05$ ），即地区关系指数越高，地区存在的商业协会数目也越多。上述检验表明，地区关系指数具备较好的预测效度，结果如表 5 所示。

表 5 地区关系指数、商业协会与腐败程度的回归分析

	地区商业协会数	官员腐败案件数
自变量	M1	M2
人口数	0.023*	0.141*
人均教育程度	-0.052*	0.106
人均 GDP	0.106	-0.317
人均消费水平	0.043	0.082
人口流动率	0.158	0.114*
外商投资企业进出口额度 (千万美元)	0.023**	0.255
地区关系文化	0.431**	0.402**

注：* 表示 $p < 0.1$ ，** 表示 $p < 0.05$ ，*** 表示 $p < 0.01$ 。

五、结论与启示

立足于现有文献，本次研究采用一个省区私营企业家的平均关系活动投入时间和私营企业的平均关系活动支出来构建地区关系指数，反映各省区私营企业关系运作活动的普遍水平，捕捉企业关系运作实践所形成的关系文化的制度约束力。本文运用 2000~2010 年六次全国私营企业抽样调查数据构建地区关系指数，研究发现全国各省区关系指数确实存在明显差异，而且历次调查形成的省区之间关系指数排序具有较好的稳定性，表明这种测量具备较好的信度；而地区关系指数与地区市场化程度、市场化速度、腐败指数、地区商业协会数等关联指标的相关性符合理论预期，也为该指数的效度

提供了支持。同时，区域之间的关系指数差异又呈现出中部高、东西低的特点，与儒家关系文化的区域影响力相符，反映出关系这种非正式制度区别于正式制度的一面。上述结果表明本文构建的关系指数较好地捕捉了关系文化这种隐性规则的区域差异。

本次研究的探索可以做出以下三个方面的贡献：首先，为考察关系文化的制度约束力提供了研究思路和数据基础。虽然学术界普遍认为关系文化是影响个人和企业行动的重要非正式制度，绝大多数研究都从单个个人或企业的层面切入展开，将企业家或企业高管拥有的关系视为企业的一种特异性资源，而将关系投入视为企业为适应正式制度环境、积累这种资源采取的主动战略行动，少有研究关注关系运作活动在场域中制度化所形成的共享文化规则对网络成员的引导与约束作用，即关系文化推动的“制度同形”。本文从新制度主义的视角出发，指出制度场域中企业的关系运作活动会通过竞争性模仿过程制度化为隐性规则，反过来作用于企业，建立了一个分析集体行动影响个体行为的思路，这给从制度层面切入研究关系文化的影响打开了通路。在此基础上，我们运用多次全国性私营企业抽样调查样本构建了一套有效且可靠的地区关系指数，为进一步开展这类研究提供了有力的数据支撑。虽然编制关系指数的数据取自私营企业样本，然而它所反映的地区商业场域的隐性制度规则同样会影响其他类型的企业，进而给从新角度解析更多企业现象创造了条件。例如，近年来外资企业对中国的营商环境抱怨增多，仅从正式制度不易理解这些企业的感受，但一些较强的关系文化却很容易解释外资企业为何感到“水土不服”。

观察关系文化的制度约束力和关系指数的变化亦具有显著的实践意义。本文不否定关系

运作活动对于特定制度环境下处于弱势的私营企业改变自身地位的积极意义，但也要看到关系实践制度化后强制性同形（被动遵从）的潜在消极影响。当场域中所有企业都过度卷入关系战略时，不投入资源搞关系的企业就会惴惴不安，开展了关系运作的企业还担心投入不足，形成关系活动投入强度的竞争，关系规则就会走向损耗企业资源、干扰企业市场战略的消极面。从宏观政策层面看，关系指数反映了一个地区营商软环境的一个重要方面，而测度关系指数并追踪其变化对于地方政府完善所辖区域的营商软环境、引导隐性商业规则和行业风气的良性发展具有重要的政策意义。从微观层面看，强关系文化会给缺乏资源的企业，如初创企业增加额外的负担，却有利于控制较多资源的企业强化其优势地位，因此强关系文化可能阻碍一个地区的创业活动，由此可以解释为何中国某些地区私营经济发展缓慢、民间创业不兴，从而明确推进这些地区创业活动和私营经济发展的政策着力点。

其次，本次研究为市场化削弱关系规则提供了直接的制度层面的经验证据。以往对于中国经济转型过程中关系规则的影响力变化长期存在不同观点的争论；以 Yeung（1989）为代表的观点认为市场化改革进程打破了再分配模式下严格的规则约束，引导了关系运作实践加强；而以 Guthrie（1998）为代表的观点则认为向市场模式的转型会降低关系运作的重要性。由于以往的研究仅限于横截面上不同地区之间的比较，缺少纵向且系统的观察，学术界对这种争论仍然莫衷一是。本文认为，一个地区的正式制度环境是行动者关系运作行为的重要诱因，而较多行动者的集体行动可能导致关系规则的制度化，因此一个地区企业关系文化的强度与转型进程中正式制度的演变密切相关。通过追

踪全国各省区关系指数在 2000~2010 年的变化,本文发现在这十年间各省区私营企业关系活动的平均投入强度呈现明显的下降趋势,而检验结果显示关系指数与市场化指数呈现显著的负相关,表明市场化程度的加深的确会引导地区关系文化的弱化。上述分析与经验证据不仅回应了学术界长期争论的话题,而且给出了重要的政策启示——市场化改革是引导地区关系文化合理演化的政策保证。借由对多个省区关系指数逆趋势变化的分析,本文发现多个省区关系指数在不同时期不降反升或多或少都与政府对经济活动干预的增加有关,这进一步暗示防范关系文化过度强化确应从简政放权入手,减少政府干预,让市场在资源配置中发挥更大作用。

最后,本次研究也呈现了强关系文化抵抗制度变迁的刚性。虽然正式制度对关系文化的形成具有诱导作用,但关系文化并非正式制度的简单镜像,在制度化为隐性规则后,关系文化会产生抵抗制度变迁的力量。这是由于当关系文化成为人们的共享观念后会抑制个体行动者背离规则期望的行动,个体行动者担心背离集体的规范和期待会失去其他成员的信任,甚至受到排斥或惩罚,即使最初引导关系文化形成的正式制度发生积极变化,受到关系文化的引导和约束,人们也不易放弃过去通行的做法。这意味着强关系文化可能成为个人和企业制度创业的阻力。在本次研究中我们也观察到与之类似的现象,关系指数较高的中部省区在 2000~2010 年,指数的下降幅度低于东部和西部省区,而且从过程来看,该地区的关系指数一度背离市场化指数的变化趋势,出现不降反升的情况,这种现象符合新制度主义的理论观点,即更强的隐性制度规则对制度变迁的抵抗力更强,也显示出关系文化与正式制度确实存在差别。这

一规律也能较好地解释当前社会制度变迁过程中出现的某些现象:在中央持续推动反腐工作以来,在一些关系文化较强的地区,不少企业礼物送不出去反而感到不安心,仍在想方设法寻求送礼搞关系的机会。因而,上述规律提示了两方面的政策含义:一方面,关系文化的变迁需要长期持续的工作,运动式的工作难以起到好的作用;另一方面,应坚定不移地加速推进市场化改革,避免形成过强的地区关系文化,防止其成为转变企业行为方式的阻力。

(接受编辑:马旭飞

收稿日期:2016 年 1 月 15 日)

参考文献

- [1] 边燕杰:《关系社会学及其学科地位》,《西安交通大学学报》(社会科学版),2010 年第 3 期。
- [2] 边燕杰、王文彬、张磊:《跨体制社会资本及其收入回报》,《中国社会科学》,2012 年第 2 期。
- [3] 蔡洪滨、周黎安、吴意云:《宗族制度、商人信仰与商帮治理:关于明清时期徽商与晋商的比较研究》,《管理世界》,2008 年第 8 期。
- [4] 陈云松、边燕杰:《饮食社交对政治信任的侵蚀及差异分析:关系资本的“副作用”》,《社会》,2015 年第 1 期。
- [5] 戴亦一、潘越、冯舒:《中国企业的慈善捐赠是一种“政治献金”吗?——来自市委书记更替的证据》,《经济研究》,2014 年第 2 期。
- [6] 樊纲、王小鲁、朱恒鹏:《中国市场化指数:各地区市场化相对进程 2011 报告》,经济科学出版社 2011 年版。
- [7] 费孝通:《乡土中国》,中华书局 2002 年版。
- [8] 福山:《信任——社会美德与创造繁荣经济》,海南出版社 2001 年版。
- [9] 郭贞:《地域差异与社会阶层对台湾地区民众消费行为倾向之影响》,两岸华人消费文化与广告教育研讨会,1997 年。

[10] 何晓斌、蒋君洁、杨治、蔡国良：《新创企业家应做“外交家”吗？——新创企业家的社交活动对企业绩效的影响》，《管理世界》，2013年第6期。

[11] 黄光国：《人情与面子：中国人的权力游戏》，中国人民大学出版社2004年版。

[12] 黄光国：《儒家关系主义：文化反思与典范重建》，北京大学出版社2006年版。

[13] 黄玖立、李坤望：《吃喝，腐败与企业订单》，《经济研究》，2013年第6期。

[14] 纪莺莺：《文化、制度与结构：中国社会关系研究》，《社会学研究》，2012年第2期。

[15] 金耀基：《中国社会与文化》，牛津大学出版社1992年版。

[16] 李美枝：《从有关公平判断的研究结果看中国人之人己关系的界限》，《本土心理学（台湾）》，1993年第1期。

[17] 梁漱溟：《东西文化及其哲学》，上海人民出版社2006年版。

[18] 林毅夫、李周：《中国经济转型时期的地区差距分析》，《经济研究》，1998年第6期。

[19] 刘林平：《外来人群体中的关系运用——以深圳“平江村”为个案》，《中国社会科学》，2001年第5期。

[20] 刘明兴、张冬、章奇：《区域经济发展差距的历史起源：以江浙两省为例》，《管理世界》，2015年第3期。

[21] 陆铭、李爽：《社会资本、非正式制度与经济发展》，《管理世界》，2008年第9期。

[22] 诺斯：《制度、制度变迁与经济绩效》，上海三联书店1994年版。

[23] 彭泗清：《信任的建立机制：关系运作与法制手段》，《社会学研究》，1992年第2期。

[24] 斯科特：《制度与组织》，中国人民大学出版社2010年版。

[25] 唐跃军、左晶晶、李汇东：《制度环境变迁对公司慈善行为的影响机制研究》，《经济研究》，2014年第2期。

[26] 韦伯：《新教伦理与资本主义精神》，群言出版社2007年版。

[27] 萧功秦：《儒家文化的困境：中国近代士大夫与西方挑战》，四川人民出版社1986年版。

[28] 杨国枢：《中国人的社会取向：社会互动的观点》，载杨国枢、余安邦：《中国人的心理与社会行为——理念及方法篇》，巨流图书公司1993年版。

[29] 杨联陞：《报——中国社会关系的一个基础》，《中国现代学术经典·洪业、杨联陞卷》，河北教育出版社1996年版。

[30] 杨美惠：《礼物、关系学与国家：中国人际关系与主体性建构》，赵旭东、孙珉译，张跃宏译校，江苏人民出版社1994年版。

[31] 杨震宁、李东红、范黎波：《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》，2013年第12期。

[32] 姚晶晶、鞠冬、张建君：《企业是否会近墨者黑：企业规模、政府重要性与企业政治行为》，《管理世界》，2015年第7期。

[33] 余英时：《中国近世宗教伦理与商人精神》，联经出版事业有限公司1987年版。

[34] 翟学伟：《报的运作方位》，《社会学研究》，2007年第1期。

[35] 张雄：《习俗与市场》，《中国社会科学》，1996年第5期。

[36] 赵向阳、李海、孙川：《中国区域文化地图：“大一统”抑或“多元化”？》，《管理世界》，2015年第2期。

[37] 周黎安：《中国地方官员的晋升锦标赛模式研究》，《经济研究》，2007年第7期。

[38] 周雪光、艾云：《多重逻辑下的制度变迁：一个分析框架》，《中国社会科学》，2010年第4期。

[39] 朱沅、张威、何轩、林蔚然：《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》，2012年第5期。

[40] Ahlstrom, D., & Bruton, G. D. 2002. An institutional perspective on the role Culture in shaping strategic actions by technology-focused entrepreneurial firms in China. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 26 (4), 53-70.

- [41] Bai, C. E., Lu, J., & Tao, Z. 2006. Property rights protection and access to bank loans. *Economics of Transition*, 14 (4), 611–628.
- [42] Barro, R. J. 2002. *Quantity and quality of economic Growth*. Banco Central De Chile.
- [43] Batjargal, B., Hitt, M. A., & Tsui, A. S. et al. 2013. Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth. *Academy of Management Journal*, 56 (4), 1024–1049.
- [44] Briscoe, F., & Murphy, C. 2012. Sleight of hand? practiceopacity, third-party responses, and the inter-organizational diffusion of controversial practices. *Administrative Science Quarterly*, 57 (4), 553–584.
- [45] Buderl, R., & Huang, G. T. 2007. *Guanxi (The art of relationships) : Microsoft, China, and bill gates' splan to win the road ahead*. Simon and Schuster.
- [46] Cai, H., Fang, H., & Xu, L. C. 2005. *Eat, drink, firms and government: An investigation of corruption from entertainment and travel costs of Chinese firms*. National Bureau of Economic Research.
- [47] Carney, M. 2005. Corporate governance and competitive advantage in family -controlled firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (3), 249–265.
- [48] Chen, X. P., & Chen, C. C. 2004. On the intricacies of the Chinese guanxi: A process model of guanxi-development. *Asia Pacific Journal of Management*, 21 (3), 305–324.
- [49] Cull, R., & Xu, L. C. 2005. Institutions, ownership, and finance: The determinants of profit reinvestment among Chinese firms. *Journal of Financial Economics*, 77 (1), 117–146.
- [50] Dimaggio, P. J. 1988. Interest and agency in institutional theory. *Institutional Patterns and Organizations: Culture and Environment*, 1, 3–22.
- [51] Giddens, A. 1984. *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Unis of California Press.
- [52] Granovetter, M. 1985. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91 (3), 481–510.
- [53] Guo, C., & Miller, J. K. 2010. Guanxi dynamics and entrepreneurial firm creation and development in China. *Management and Organization Review*, 6 (2), 267–291.
- [54] Guthrie, D. 1998. The declining significance of guanxi in China's economic transition. *The China Quarterly*, 154, 254–282.
- [55] Kiesler, S., & Sproull, L. 1982. Managerial response to changing environments: Perspectives on problem sensing from social cognition. *Administrative Science Quarterly*, 27 (4), 548–570.
- [56] Kiong, T. C., & Kee, Y. P. 1998. Guanxibases, xinyong and Chinese business networks. *British Journal of Sociology*, 49 (1), 75–96.
- [57] Knoke, D. 1999. *Organizational networks and corporate social capital*. Corporate Social Capital and Liability. Springer US.
- [58] Lenartowicz, T., Johnson, J. P., & White, C. T. 2003. The neglect of intra-country cultural variation in international management research. *Journal of Business Research*, 56 (12), 999–1008.
- [59] Li, H., & Zhang, Y. 2007. The role of managerspolitical networking and functional experience in new venture performance: Evidence from Chinas transition economy. *Strategic Management Journal*, 28 (8), 791–804.
- [60] Lovett, S., Simmons, L. C., & Kali, R. 1999. Guanxi versus the market: Ethics and efficiency. *Journal of International Business Studies*, 30 (2), 231–247.
- [61] Luo, Y., Huang, Y., & Wang, S. L. 2012. Guanxi and organizational performance: A meta-analysis. *Management and Organization Review*, 8 (1), 139–172.
- [62] Ma, X., Delios, A., & Lau, C. M. 2013. Beijing or Shanghai [quest] The strategic location choice of large MNEs' host-country headquarters in China. *Journal of International Business Studies*, 44 (9), 953–961.
- [63] Ma, X., Tong, T. W., & Fitza, M. 2013. How much does subnational region matter to foreign subsidiary

performance? Evidence from Fortune Global 500 Corporations' investment in China. *Journal of International Business Studies*, 44 (1), 66–87.

[64] Meyer, J. W., & Rowan, B. 1977. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83 (2), 340–363.

[65] Nee, V. 1992. Organizational dynamics of market transition: Hybrid forms, property rights, and mixed economy in China. *Administrative Science Quarterly*, 37 (1), 1–27.

[66] Ocasio, W. 1997. Towards an attention-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 18 (S1), 187–206.

[67] Parish, W. L. 1973. Factions in Chinese military politics. *The China Quarterly*, 56, 667–699.

[68] Park, S. H., & Luo, Y. 2001. Guanxi and organizational dynamics: Organizational networking in Chinese firms. *Strategic Management Journal*, 22 (5), 455–477.

[69] Peng, M. W., & Luo Y. 2000. Managerial ties and firm performance in a transition economy: The nature of a micro–macro link. *Academy of Management Journal*, 43 (3), 486–501.

[70] Portes, A., & Zhou, M. 1994. Should immigrants assimilate? *The Public Interest*, 116, 18–33.

[71] Puffer, S. M., McCarthy, D. J., & Boisot, M. 2010. Entrepreneurship in Russia and China: The impact of formal institutional voids. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (3), 441–467.

[72] Redding, S. G. 1993. *The spirit of Chinese capitalism*. Walter De Gruyter.

[73] Schroeder, R. G., Bates, K. A., & Junttila, M. A. 2002. A resource-based view of manufacturing strategy and the relationship to manufacturing performance. *Strategic Management Journal*, 23 (2), 105–117.

[74] Shih, V., Adolph, C., & Liu, M. 2012. Getting ahead in the communist party: Explaining the ad-

vancement of central committee members in China. *American Political Science Review*, 106 (1), 166–187.

[75] Simon, H. A. 1979. Rational decision making in business organizations. *The American Economic Review*, 69 (4), 493–513.

[76] Triandis, H. C. 1994. *Culture and social behavior*. McGraw-Hill Book Company.

[77] Verona, G. 1999. A resource-based view of product development. *Academy of Management Review*, 24 (1), 132–142.

[78] Wank, D. L. 1995. Private business, bureaucracy, and political alliance in a Chinese city. *The Australian Journal of Chinese Affairs*, 33, 55–71.

[79] Xie, Y., & Hannum, E. 1996. Regional variation in earnings inequality in reform-arabrrban China. *American Journal of Sociology*, 101 (4), 950–992.

[80] Xin, K. K., & Pearce, J. L. 1996. Guanxi: Connections as substitutes for formal institutional support. *Academy of Management Journal*, 39 (6), 1641–1658.

[81] Yang, M. M. H. 1989. The gift economy and state power in China. *Comparative Studies in Society and History*, 31 (1), 25–54.

[82] Yeung, Y. M., & Tung, R. L. 1996. Achieving business success in Confucian societies: The importance of Guanxi (connections). *Organizational Dynamics*, 25 (2), 54–65.

[83] Zheng, W., Singh, K., & Mitchell, W. 2015. Buffering and enabling: The impact of interlocking political ties on firm survival and sales growth. *Strategic Management Journal*, 7 (36), 1615–1636.

[84] Zhou, W. 2013. Political connections and entrepreneurial investment: Evidence from China's transition economy. *Journal of Business Venturing*, 28 (2), 299–315.

[85] Zucker, L. G. 1977. The role of institutionalization in cultural persistence. *American Sociological Review*, 42 (5), 726–743.

Informal Institution: The Guanxi Index Construction and Measurement

Wenping Ye¹ Xinchun Li¹ Hang Zhu¹ Liang Liu²

(1, 2. Sun Yat-sen Business School, Sun Yat-sen University; 1. Chinese Family Business Research Center)

Abstract: Guanxi, a long existed informal institution, influences social activities and especially economic behaviors deeply. Since the “open door policy”, the marketization progress and differentiated regional reforms both lead to the heterogeneity of Guanxi culture in different areas. Based on the micro-level Guanxi-related studies, we extend the Guanxi study to the regional level, and investigate the meaning and measurement of Guanxi culture as a regional institution. We aim to construct the regional Guanxi index, so that we could directly observe the mechanism and strength of informal institution. It provides clear theoretical and practical implications for the extension of macro-level social network studies. We use time and money expenses that are spent on maintaining relationships to measure the extent a firm invests into network building—a non-market strategy. In this way, we could reveal both the self-motivated Guanxi behaviors of entrepreneurs and the compliance Guanxi behavior under the power of latent rules. Based on the analysis of survey data from 2000–2010 which are composed of 31 provinces, we find out that marketization progress and the extent of Confucius culture both contribute to the popularization of Guanxi in certain region. The ranking of each region is relatively stable while the changing trend is consistent with market progress. Moreover, Guanxi extent correlates with local corruption frequencies. It demonstrates the reliability and validity of our measurement.

Key words: Guanxi indexes; entertainment expenses; entertainment time; marketization