

中国人自我行动的逻辑在市场实践中的内在矛盾

——以华人移民企业家为例

张金阳

(南京大学, 江苏 南京 210046)

摘要: 中国人自我行动的逻辑能否顺利解释中国人的市场实践? 答案或许是否定的。以经验资料分析为基础, 通过对中国人市场实践行动的检验, 旨在说明中国人自我行动的逻辑在市场实践的进程发生了断裂。这种社会建构存在着主体性和结构性的内在矛盾, 必须进行修正, 在其加入情境因素后才有可能成为解释中国人市场实践的一般范式。

关键词: 自我行动; 市场实践; 华人移民企业家; 关系

中图分类号: C 970. 2

文献标志码: A

文章编号: 1008-7192(2013)04-0032-08

The Intrinsic Contradiction of the Logic of Chinese People's Self-Action in the Process of Marketing Practice

——A case study of Chinese immigrant entrepreneurs

ZHANG Jin-yang

(Nanjing University, Nanjing 210046, China)

Abstract: The answer to whether the logic of Chinese people's self-action can interpret their successful marketing practice is negative. On the basis of the empiric data review, the paper analyzes the marketing practice of Chinese people to illustrate the fragmentation of the logic of Chinese people's self-action in the process of marketing practice. Between the subjectivity and the institutional structure in such social construction exists an intrinsic contradiction to be revised. A paradigm with situational factors may find its way to explain generally the marketing practice of Chinese people.

Key words: *self-action; marketing practice; Chinese immigrant entrepreneurs; GUANXI*

市场是经济社会学一直以来较少涉及的范畴,但这并不意味着市场是社会学的盲点或者应该是社会学的盲点。恰恰相反,市场作为经济场域中的一部分,其本身具有一种社会结构,而嵌入其中的行动者又具有社会行动的模式(无论是

进入、交易、竞争或合作)。无论是凡勃伦、熊彼特这样的经济学家(亦是社会理论家),还是格兰诺维特这样的经济社会学家,都对于市场给予了足够多的重视。但遗憾的是,这些试图以社会学视野观照市场的学者们依然没有走远,熊彼特在

收稿日期:2013-04-26

作者简介:张金阳(1989-),男,江苏淮安人,南京大学社会学院硕士研究生,研究方向为中国人心理和行为。

研究企业家和企业家精神时,没有逃出需求—供给理论,而格兰诺维特的社会建构观也显得过于“结构主义”^{[1]150}。也就是说,虽然他们已经动摇了主流经济学界对于市场的认知,开始关注其作为社会结构的层面,同时去观察市场中的行动者,但他们没有建立起一种经济学与社会学相呼应的学术框架,因此似乎缺乏理论上的圆融而显得零碎。

在认识中国人的市场实践时,汪和建试图建立一种基于中国人自我行动的逻辑的行动路线或者说是行动偏好来理解中国人的市场实践。在他已有的研究中,他正是使用一种“社会—行动”的新范式来代替了流行的“国家—制度”范式,以解释中国人的市场进入的动机和行为^{[1]176}。汪和建试图以此为基础提出一种崭新的市场实践的路线,至少是将中国人的自我行动的逻辑作为中国人市场实践的社会构建的理论基础。

笔者旨在通过对华人移民企业家相关资料的阅读和整理,力图说明中国人自我行动的逻辑在解释市场实践时具有内在的矛盾,无法作为一种系统的实践性的理论基础。本文的假设正在于伴随着中国人(以华人移民企业家为例)进入市场,实现各种市场实践行动时,自我行动的逻辑具有自我解体的可能,并不像解释市场进入行动时那么有效。

一、自我行动的逻辑:作为一种通向市场实践的社会理论建构

在论及经济学与社会学的异同时,经济学着重的是个体主义的理性假设,以此推演出个人行动的逻辑,而社会学则倾向于使用一种结构主义的视角,寻找个体受到束缚的原因。正如经济学家杜森伯里所说:“经济学研究的是人如何去选择,而社会学则研究的是人如何无法做选择。”^{[2]5}新经济社会学则着重做出这样一种努力:它将行动者的层面增加了结构性的因素,这以格兰诺维特的“嵌入”观点作为代表。简言之,就是以经济学来观照社会学,结构性的因素不再成为一种束缚,而是在行动主体的实践中扮演积极的角色。

这种行动与结构的互动有可能是积极的、双向的,而非消极的、单向的。但正如前文所述的一样,格兰诺维特的新经济社会学无论是方法论上还是认识论上都过于“结构主义”、社会化了。在此基础上,汪和建提出了在立足本土情境下,以经济和社会相互嵌入作为理论基础,“迈向新综合”的经济社会学新的发展方向。其中,中国人自我行动的逻辑是他重要的理论成果之一。中国人自我行动的逻辑,指的是中国人所特有的以“自我”为中心,且以“关系”为运作空间及手段的行动方式^{[1]129}。他在华尔德的新传统主义的影响下,提出中国人自我行动的逻辑是中国单位组织的真实的社会建构,同时又可能成为解释中国其他经验问题的一般行动理论^{[1]145-146}。

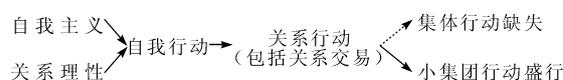


图1 自我行动的逻辑:从自我行动到小集团行动

图1描述了从自我行动到关系行动再到集体行动的逻辑过程,自我行动可能会演变成小集团行动但无法形成以个人为基础的集体行动。汪和建认为,自我行动的逻辑首先具有两个构成因素:自我主义和关系理性。自我主义以对自身利益的本能追求作为自我行动的内在驱动力。关系理性则是自我对待关系中的他人所持有的一套价值理念和操作原则^{[1]150-151}。自我主义的理论缘起是费孝通的“差序格局”,他存在于互动之中,有能力构建关系网络,“是一个积极的、有反思能力的自我”^{[4]97}。自我不同于西方经济学中的个体人性假设,他有着相对复杂的约束机制,在达到自身经济与社会目的时,又要受到关系网络的道德义务束缚。值得注意的是,在这里,关系理性是既具有价值理性也具有工具理性的,也就是一种混合型的理性,关系不仅仅是一个道德门槛,又是一种道德工具。中国文化系统本身存在一些使关系和人情“中性化”的机制,例如俗语中的“亲兄弟,明算账”;“路还路,数还数”等^{[4]111},这使得关系工具化之后,儒家传统中的中国人完全成了搭建关系网络的“设计师”^{[4]97}。简言之,自我主义为自我行动提供

了方向,而关系理性则划定了范围。可以说,中国人的自我行动的逻辑最大特征在于既避免了结构主义缺失的问题,又将个人的策略性行动置于社会实践理论的解释中心,同时情境也被或多或少的融入其中。

市场实践被汪和建定义为“与市场建构及其运作有关的所有的策略行动”^[3]。汪和建将其置于市场社会学的中心,这种市场实践即是行动主体进入、参与和退出市场的策略行动,它天然地将结构与行动结合起来,避免了方法论上可能过分个人主义或结构主义的错误。而体现在中国人的市场实践中,则是从自主经营到网络生产,

再到派系竞争的实践进程。

那么自我行动的逻辑能否作为一种解释市场实践的社会理论呢?汪和建认为是可能的。他在检视市场的社会结构理论、市场的新制度主义理论和经济制度的社会建构理论这三个当代市场社会学中的主要理论后发现,这些市场理论或方法论上有内在矛盾,或概念的张力有限,对市场的社会结构理论的修正或转向都是有限度的^[4]。因此,他力主这样一种观点:实现从社会结构向社会行动的理论转向,将结构分析和行动分析有效融合起来,以中国人的自我行动的逻辑来解释中国人的市场实践的路线逻辑。

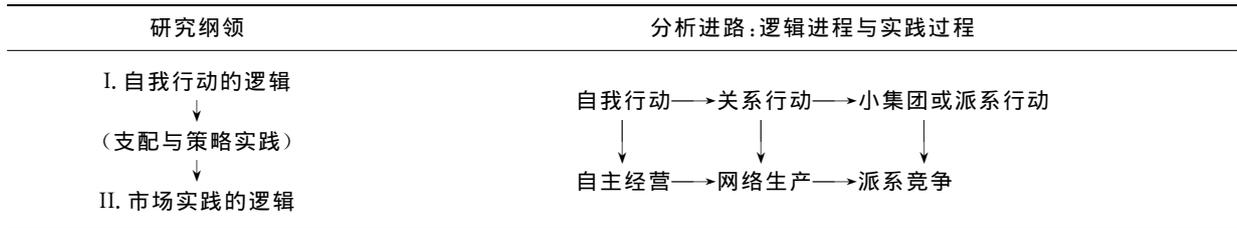


图 2 从自我行动的逻辑到市场实践的逻辑

如图 2 所示,汪和建认为,自我行动的逻辑作为市场实践的逻辑的一般解释范式,既解决了格兰诺维特的方法论上过分结构化的问题,又弥补了布尔迪厄在行动解释图式上语焉不详的缺陷。他将自我主义和关系理性这两大要素作为从自我行动到关系行动,再到派系行动这一逻辑进程的基本力量,构建出一种作为有约束的策略行动过程的社会实践理论^[3]。而这一理论的解释力正是基于中国社会转型期内尚不成熟的经济市场的背景下,由于中国的市场经济还未能有完善的法制环境和契约制度,在强大的稳定的文化力量的前提条件下,中国人使用这种权宜性的行动策略在市场中达到个人与市场这个社会结构的协调。

应该说,不论自我行动的逻辑这一理论框架是否稳固,这种理论转向的尝试是值得肯定的。经济学方法论本质上是个体主义的,社会学方法论本质上是结构主义的,但经济社会学本身就要求在二者之间寻求最佳,这种自韦伯开始的传统是该受到重视的。但显然,这并不能表明理论本身的正确,笔者试图用以下的章节来解构自我行

动的逻辑的进程,并试图证明其内在的矛盾。

二、华人移民企业家:证明或证伪?

作为中国人的自我行动的逻辑的重要例证,黄绍伦的《移民企业家——香港的上海工业家》曾被汪和建多次使用,尤其是作为中国人自我行动的逻辑在市场进入行为中的例证。黄绍伦运用了田野调查的方法取得了香港的上海工业家的一手资料,并使用统计学进行量化分析,在此基础上进行了理性讨论。在该书的结论中,中国人自主经营的偏好、关系的中性化机制都得到了充分的印证和说明。那么这是否意味着华人移民企业家在市场实践中采用的便是一种从自我行动到关系行动,再到派系行动的行动逻辑(即自主经营—网络生产—派系竞争的市场实践的逻辑)?该进程在市场实践中是否会出现突然终止的情况?如果进程断裂,是否至少说明中国人的自我行动的逻辑在解释市场实践时出现了失灵?而笔者将华人移民企业家作为研究对象正在于笔者希望用与汪和建相同的行动主体来进

行论证,形成一种理论对话。同时,笔者认为,华人移民企业家在进行市场实践中所进入的是一种完善的制度性的经济市场,其在市场中的行动表现更加能够凸显出中国人的自我行动逻辑是如何对其市场实践产生作用。

移民企业家首先根植于移民群体,而对于移民群体的研究始自托马斯和兹纳涅茨基对移民美国的波兰农民的研究。他们认为,移民美国的波兰人不仅接受了美国的主流价值观,同样保有了自己的文化、价值观和风俗习惯^{[5]117}。波兰农民以种族为社会纽带,重新形成一个松散的共同体。值得关注的是,托马斯和兹纳涅茨基提出,当移民进入主流社会中时,“人们都是将一种结合紧密的、以家庭为基础的传统抛到身后,而去努力适应一个更为个体主义的、更具竞争性的世界”^{[5]124},而他们重建共同体的心理机制在于,“在同美国机构建立联系时,移民个体有一种受屈辱感,要自愿或不自愿地顺从,而在同他自己的波兰机构打交道时,不但其自我意识受到尊重,而且还可以期望并比较容易地得到对个人的承认”^{[5]128}。

秦晖也敏锐的发现了移民群体对旧共同体文化的依恋和保留旧有文化乃至社会组织的可能性。他认为,移民社区的“集体主义”是个超民族的普遍现象。甚至在海外华人社区,包括生活在个人本位的西方社会中的华人社区对传统文化、包括宗族纽带的重视程度往往超过中国本土。秦晖同样看到了移民群体运用自身行动逻辑建立规模经济的可能性,他认为,当“移民集体主义”在自然经济(习俗—命令经济)社会的环境挑战下以开拓市场、建立新兴经济关系作为应战时,它在实质上便具有了“集体资本主义”的特性,北美清教徒移民就是如此^{[6]279-280}。

周敏(Zhou Min)是美国研究华人移民及其所聚集区的主要学者之一。她的研究从一个崭新的角度为人们描绘了纽约唐人街的发展史、现状和未来。尽管唐人街从前确实曾经作为避难所,但是,后来它已经演变成具有很大弹性和强大生命力的一种大型民族经济。这里是中国移民及其后代已经建立了大量独立的小企业的地

方,这些企业已经把中国移民变成美国移民史上最发达富裕的群体之一。这不是由这些华人移民企业家深思熟虑或精心策划建造出来的,而是他们对美国社会残酷现实的一种适应性反应^[7]。

华人移民企业家根植于华人移民群体当中,有学者在研究移民新加坡的华人企业家之后认为,家族主义和华人社会网络对华人移民企业家的经济活动产生了巨大的作用。同时指出,“与传统的华人企业家对个人性的网络的严重依赖有所不同,当今商业网络的持续发展必须建立在技术优势和互补性基础之上”,而华人社团这种制度化、公益性团体也在其中提供了网络支持^[8]。同样有研究指出,移民社群构成了一个“无中心”、多层次和任性的,通常与种族紧密联系的虚构网络,它使人们得以根据其当前的社会与政治状况来加入和离开一个特定的移民社群^[9]。移民社群可以说是一种潜在的结构,而不是一种永久存在和面向种族的,提供给移民和旅居者的国内或国际通道。只有当特定的社会、政治或经济事件专门针对或揪住特定种族(例如华人)不放时,移民社群才有可能在当地起作用。“关系网”更是关于资本主义惯例的一种口头上的种族化,而不是实际上的种族化。戈梅斯(Gomez)和肖(Hsiao)写道,各个华人企业家未必都在“关系”惯例的基础上互相进行商业交易,而是与任何能够使其盈利人经商,无论他是同族人还是种族间的商业“外人”,从而与他们“所在国”内部或外部的相关非华人商业界联系了起来。他们怀疑华人企业家是否主要依赖于那种基于共同身份的商业网络来奠定企业基础^[10]。

上述综述无疑简化了大量类似的讨论,但对华人移民企业家商业行为的社会建构基本可以做到如下归纳:一种观点认为,移民群体给予移民企业家巨大的网络支持,而移民企业家也乐于去承担社会网络的义务;另一种观点则认为,移民群体是一种“想象的共同体”,移民企业家在其中的关系行动值得质疑。

如果说,中国人的自我行动的逻辑在市场实践中形成了从自主经营到网络生产,再到派系竞争的行动路线。那么我的假设则是,在市场进入

得到某种程度上的验证后,在自我主义和关系理性这两大情境因素影响下,华人移民企业家恰恰无法完成关系行动和小集体行动,这条市场实践的进程发生了断裂。

首先,华人移民企业家所构建出的社会网络正是网络生产的基础,在这种“关系网”中,他们实现了信息的共享、减少了信息传输的成本。正如黄绍伦所说的一样,“使得纺织家们找到潜在的消费者”^{[11]62}。“关系网”构成的因素大多集中在教育背景和地域认同上,但从黄绍伦的研究中同样可以发现,这种“关系网”更类似于一种随时可能解体的网络,而不是一种中国传统意义上的长久的非制度性的“关系”。黄绍伦发现53%的香港华人移民企业家更认同竞争在市场繁荣中的作用。有一位企业家这样解释为什么不可能达成合作。

我们这些工厂主都是好朋友,但我们同时又是竞争者。我们讨论技术问题、比较机器设备,并且建议他人试用新设备。但每人都想做自己的老板,……我们不是职业经理,如果是的话,我们可以讨论,而且即使观点不同也可达成协议。但作为老板,如果我是创立者,那么我的观点就是最终观点。

这种自主经营的偏好显然使得“关系网”的建立并不稳固。一方面,他们利用这样的网络减少信息传播成本,但另一方面又坚决抵制联合(甚至是变相的联合)的产生。正如前文中有研究指出,“关系网”更是关于资本主义惯例的一种口头上的种族化,而不是实际上的种族化。这种种族连接纽带的灵活性^{[11]101},一定程度上却削弱了任何形式的派系联合的可能性。

其次,我们可以通过一些访谈资料来发现他们结成“关系网”的社会心理机制。在张继焦和张运华对移民马来西亚的华人企业家访谈中可以发现,华人移民企业家选择结成“关系网”是由于华人间的信用度比较高。访谈对象赖益盛(国际运通地图社有限公司董事长兼总裁)认为,“华人的生意讲究一个‘信’字”^{[12]11};温乃达(马来西亚机械及车辆零件商会联合总会会长)说,“生意人是很现实的”,“华人之间的信用关系都比较

好”^{[12]100}。但就像赖益盛补充的一样,“华人经营模式的这‘信’字有好有坏,好处是协助很多华人不需要贷款就可以创业,可以把经济搞活;负面的影响也很明显,会逐渐形成‘经济泡沫’”^{[12]12}。“杀熟”现象的出现使得他们也面临着信任的风险,商人以经济驱动力作为行动目的,一旦经济利益出现危机,那么他宁愿放弃道德义务来补偿经济损失。这并不是对于天然“关系网”的抛弃,相反,这是移民企业家适应了现代商业文化的结果。正如王国民(雪隆机械及车辆零件商会署理主席)所言,“关系就是怎么样跟别人打好交道”,“尤其是那些大公司、大客户,你没有人事关系他们根本都不接(理)你,我跟那些大公司只有一点交情也不行,如果只跟公司老板有交情都没有用,还要跟采购员有交情;跟采购员有交情也不够,还要跟收货的人、跟财务人员有交情,通通都要搞点关系”^{[12]77}。这里的“关系”虽然依然不是社会资本的概念,但它已经有了职业化、制度化的可能,他们愿意去同任何有助于他们在经济上获益的人建立关系,这甚至体现在他们对待语言和教育的看法上,“因为他们在语言上没有条件进入大企业,起码要经过大学教育、有一定的语言能力才能进入外资或马来人经营的大企业”,“受英文教育的人较容易进入受华文教育的人的圈子,而受华文教育的人较难进入受英文教育的人的圈子里”^{[12]8}。可见,华人移民企业家与一般移民群体毕竟不同,他们虽依然身处天然关系网,但已经不再希望受到其束缚,而是寻求更灵活的联合方式以利于自身发展。

最后,华人移民企业家实际上更倾向于将“关系”转化为社会资本,这同样说明了他们“关系网”的松散,甚至是对“关系网”的不信任。翟学伟曾对关系与社会资本进行了区分,他认为,关系是一种自然性的生活网络,而社会资本是一种构建性的目标网络。社会资本帮助人们实现制度性的互动,进行结构性与制度性的资源控制与交换;而关系则是一种长久性的互动,更多的是一种权力式的资源控制与交换^{[13]106}。更重要的是,关系是一种个体网,含有自我主义的色彩;而社会资本更多的是一种无中心的整体网^{[13]90}。

关系显然是非正式的,是无法上升到组织和制度层面的,而社会资本则是平等的、正式的,这就像我们平时从不把找关系、托关系放在大雅之堂,而使用社会资本却可以登堂入室一样。关系向社会资本的转化如今在中国并不鲜见,我们可以发现在中国大陆本土,许多类似浙江商会这样的商业团体成立,其作用更多的是在于发挥公益力量,对当地政府产生政策影响。同样,在马来西亚的华人企业家也在施行同样的市场策略行动,至少他们在努力将关系正式化,罗烈贤(柔佛华人建筑商公会署理会长)说,“在商会里,我不推销自己的生意,但是因为大家比较熟悉,所以会有一些生意上的来往。到目前为止,我有差不多九百个顾客”^{[12]103},他们的商会不仅仅有华人,也有马来人或者印度人。孙彦哲(松柏教育集团 CEO)同样表示参加公会与公司经营无关,“主要是学习和交朋友”,“这是一种社会公益活动”^{[12]144}。显然,华人移民企业家也在努力使得关系向社会资本进行制度性的转化,以克服“关系网”可能带来的道德束缚。从“关系网”结成和解体的社会心理机制来看,移民企业家作为移民群体中较为特殊的一部分,在移民群体中不是为获得回应和安全感,而是将其视为时有时无、可有可无的工具性社会网络,他们更情愿挣脱这种以身份、种族作为纽带的共同体的束缚。

那么在华人移民企业家群体中,“关系”到底体现在哪里?黄绍伦发现了家族主义在企业内部组织几乎无所不在的身影,在企业内部华人移民企业家宁愿工人辞职也坚决杜绝集体行动的出现^{[11]123}。“关系”在华人移民企业家中最广泛的应用就是在企业内部的组织管理中。吴世才(高雅国际美容集团总裁)的大儿子在企业中主管行政工作,小儿子负责财务管理和市场管理(他们都具有留学的经历和相关专业背景,而且具有创业或专业从业经历),甚至女婿的姐姐也

进入参与生产管理,不过她也有专业背景^{[12]40-41}。洪鼎镇(新山咖啡酒餐商公会前任会长)自己的咖啡店起初也实行着家庭化的经营^{[12]112}。而黄锦发(万辉(马)有限公司执行董事)的妻子过去更是自己的雇员,现在弟弟和儿子都在自己的企业中帮忙。同样,自主经营的偏好的理论基础在于自我主义,但同样“关系”在情感上的断裂(非形式上的消失)也有可能在其中起到作用,例如刘一其(马来西亚塑胶厂商公会柔佛分会前任会长)自己创业的原因就在于,“觉得堂兄堂嫂和我关心不够,萌生了自己创业的念头”^{[12]116}。这些研究实例无疑十分符合华尔德的“新传统主义”和中国人自我行动的逻辑。

三、中国人的自我行动的逻辑在市场实践中的修正

正如在前文中所分析的个案,中国人的自我行动的逻辑在单位组织内部尤其是企业内部组织中得到了印证,单位组织是中国人的自我行动的逻辑发生的理想环境,在市场进入方面汪和建也做出了充分的解释。但在市场实践的另外两个环节上,中国人的自我行动的逻辑出现了断裂。华人移民企业家恐惧以种族结成的“关系网”,将关系完全工具化的同时,他们希望寻求一种松散的共同体的社会网络,这种社会网络既能够降低其道德门槛,又能够逐利,一旦经济利益达成,便可全身而退。简而言之,这种社会网络是一种原子化的网络,在行动路线到达网络生产(关系行动)时,便极有可能产生断裂,不会出现小团体以维持竞争状态,更有可能形成原子化的个体竞争。笔者将其修正为图 3,正如图中所示,我认为,市场实践中的关系行动(网络生产)可能发生,但小集团或派系行动(派系竞争)绝不可能发生。

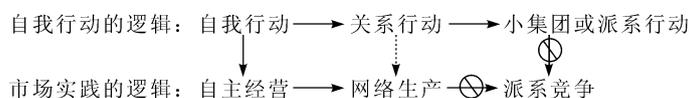


图 3 中国人自我行动的逻辑在市场实践中的修正

那么这种市场实践行动进程的断裂背后的动因是什么呢?或者说中国人自我行动的逻辑在市场实践中的内在矛盾是什么?笔者认为可以从主体和结构两个部分来观察。

从主体性因素来看,中国人自我行动的逻辑在市场实践时缺乏了对“经济人”假设这一经济学基本假设的重视。经济社会学家研究的是社会经济行动,驱动它的虽然不仅仅是经济利益,还有传统和情感,而且总是与其他行动者紧密相连^{[14]11},但值得注意的是,如若忽略了经济利益这一最根本的内在行动驱动力,那么社会经济行为将失去经济行为的本质属性。中国人自我行动的逻辑中的自我主义和关系理性规定了主体的行动指向、行动指向的范围。尤其是自我主义,规定的实际上是一种结构式的自我概念,而不是内在驱动力的指向。帕森斯曾提出一种单位行动模式:行动者在价值取向的驱动下去实现他追求的目标,在此,行动者选择什么手段来达到目的,则取决于社会条件和规范的限制^{[15]391}。这种价值取向恰恰表明了行动偏好最根本的动因,忽视它无疑是对人自由意志的忽视。在市场经济结构中,最重要的价值取向永远是经济利益最大化,只有在此基础上,才可以讨论该行动可能遇到的结构性影响因素。正是由于对经济利益驱动力的忽视和对社会结构因素的过度重视,社会网络解体的可能性被忽视了,归根结底,这依然是结构主义过剩、人本主义不足的结果。

从结构性因素来看,首先,中国人的自我行动的逻辑在市场实践中忽视了社会网络中不同行动者所处的不同位置。正如前文论述中所展示的一样,移民农民寻求的是共同体的庇佑,更愿意在一定程度上重建旧有共同体;移民企业家则更愿意减少共同体的联系,不愿意这样的社会网络束缚自己,承担不必要的道德义务。实际上,笔者曾经做过一个在南京发展的淮安企业家的访谈,该企业家曾经明确表示自己不太愿意和家乡人联系,一怕他们借钱,二怕惹上是非都没办法用合理途径解决,他更愿意和有诚信的人合作,没有压力,更加轻松。实际上,这正是因为移民企业家在社会网络中所处的位置与其他群体

不同,社会网络之于他们的意义也就不同,他们可能需要社会网络在生产、交易时的帮助,但更多的则是采取一种逃离社会网络的态度。

其次,中国人自我行动的逻辑在市场实践对“关系”的认识不够。正如阿罗曾经证明的一样,当选择可能性多余两种时,没有一种方法可以讲个人的自由选择合成一致的社会选择。这也就在某种程度上证明了并非一切个人的自由选择 and 随心所欲价值取向均可以成为社会选择和整个社会普遍的价值取向^{[15]395}。社会规范拥有强大的力量,左右着人的价值选择,而社会结构更是一个巨大的场域,所有社会行动都容纳其中。有学者认为中国人的社会行动包含四个重要因素:权威、伦理、利益、血缘^{[13]149}。事实上,这四种因素(包括利益在内)都是结构性的,它们嵌入到社会结构之中,影响着社会行动和关系的运作。关系运作的效用范围十分广大与复杂,它伴生着社会结构和社会行动的种种问题,不是轻易可以生成一般性的理论。例如在利益追逐时,血缘、地缘等社会纽带以及社会伦理规范也同时起作用,在中国人的行动逻辑中往往会造成计策行为的发达,而不同情境下,这种计策如何施行应是截然不同的。关系运作的复杂也就进一步从结构性的角度说明了为什么华人移民企业家进入新的社会情境当中,“关系网”一旦有可能不再严格的起到效用时,行动主体会极力避免它的再生。

四、结 论

本文研究的主要核心在于中国人的自我行动的逻辑在市场实践中的表现及其内在矛盾。笔者力图证明的是,自我行动的逻辑可能是影响中国人市场实践的重要力量,但其存在自我解构的内在矛盾,使得其在市场实践的进程中发生断裂。从这种程度上来说,中国人的自我行动的逻辑不能够为中国人的市场实践提供一种新的范式或者说是一种理论基础,如若试图使其成为中国人市场实践的解释范式,必须进行修正,加入情境的因素,尤其是对市场情境的考量。

参 考 文 献

- [1]汪和建. 经济社会学:迈向新综合[M]. 北京:高等教育出版社,2006:150.
- [2]罗家德. 社会网分析讲义[M]. 北京:社会科学文献出版社,2005:5.
- [3]汪和建. 通向市场的社会实践理论:一种再转向[J]. 社会,2009,29(5):64-87.
- [4]金耀基. 金耀基自选集[M]. 上海:上海教育出版社,2002:97.
- [5]托马斯,兹纳涅茨基. 身处欧美的波兰农民[M]. 南京:译林出版社,2000:117.
- [6]秦晖,金雁. 田园诗与狂想曲:关中模式与前近代社会的再认识[M]. 北京:语文出版社,2010:279-280.
- [7]周敏,林闽钢. 族裔资本与美国华人移民社区的转型[J]. 社会学研究,2004(3):36-46.
- [8]刘宏. 跨国场域下的企业家精神、国家与社会网络:中国新移民的个案分析[J]. 华侨华人历史研究,2007(4):1-10.
- [9]雅各布森. 脱离华人移民社群:北苏拉威西万鸦老的华人企业家[J]. 南洋资料译丛,2007,165(1):49-67.
- [10]Gomez E T, Hsiao H H. Chinese Business in Southeast Asia: Contesting Cultural Explanations, Researching Entrepreneurship[M]. Richmond: Curzon Press,2000.
- [11]黄绍伦. 移民企业家——香港的上海工业家[M]. 上海:上海古籍出版社,2003:62.
- [12]张继焦,张运华. 亚洲的城市移民——50位东南亚华人领袖、华商和经理人访谈录[M]. 北京:知识产权出版社,2009:11.
- [13]翟学伟. 中国人的关系原理——时空秩序、生活欲念及其流变[M]. 北京:北京大学出版社,2011:106.
- [14]斯梅尔瑟,斯威德伯格. 经济社会学手册[M]. 北京:华夏出版社,2009:11.
- [15]金观涛、刘青峰. 兴盛与危机:论中国社会超稳定结构[M]. 北京:法律出版社,2011:391.

~~~~~  
(上接第31页)

## 参 考 文 献

- [1]郭富青. 公司权利与权力二元配置论[M]. 北京:法律出版社,2010:3.
- [2]钟瑞庆. 论公司控制权概念的法律基础[J]. 社会科学,2010(6):94-100.
- [3]甘培忠. 公司控制权的正当行使[M]. 北京:法律出版社,2006.
- [4]胡志强. 公司控制权的法律透视[J]. 安徽大学学报,2009(1):91-96.
- [5]胡伟. 公司控制权概念的法理探讨[J]. 南都学坛,2011(1):105-108.
- [6]愈雷. 论公司控制权及性质[J]. 黑龙江省政法管理干部学院学报,2009(2):131-133.
- [7](美)法律研究院. 公司治理原则——分析与建议:上卷[M]. 刘建波,陈炜恒,朱征夫,等译. 北京:法律出版社,2005:13.
- [8]许梅英,韩克勇. 论控股股东公司控制权的约束[J]. 江汉论坛,2005(9):30-32.
- [9](法)孟德斯鸠. 论法的精神:上册[M]. 张雁深,译. 北京:商务印书馆,1995:154.
- [10]段威. 公司治理模式论[M]. 北京:法律出版社,2007:66.