

企业政治策略研究述评与未来展望

何晓斌¹, 车笑竹²

(1. 清华大学 社会科学学院, 北京 100084; 2. 复旦大学 管理学院, 上海 200433)

摘要:最近十几年来,企业政治策略作为企业非市场战略的一部分,越来越受到学者的关注。回顾十几年来国内外企业政治策略方面的文献,我们可以发现,对于企业政治策略的内容、分类以及影响因素的研究已经有了比较丰富的成果,但是对企业政治策略的形成过程、机制,以及企业政治策略如何影响企业绩效等问题缺乏研究。单一视角的理论推演已不足以说明企业政治策略与企业绩效、制度环境构建之间的关系。要解决企业政治策略与企业价值关系之间的争论,需要引入共同演化的视角,来全面和系统地理解企业政治策略与企业自身及其利益相关者乃至宏观环境间的互动作用。在此基础上,未来的企业政治策略研究框架可以采用过程视角研究新创企业政治策略的形成过程和机制,将企业市场战略和政治战略统一到同一框架中分析二者对企业的整合影响,从共同演化视角出发,构建新创企业政治策略与制度环境的相互作用模型。

关键词:企业政治;政治策略;政治关联;共同演化;企业绩效;制度环境

中图分类号:F272.9 **文章标识码:**A **文章编号:**1006-6152(2018)01-0032-09

DOI: 10.16388/j.cnki.cn42-1843/c.2018.01.004

一、引言

政治策略是企业利用政治关系和政府的力量为自己获取利益的活动和过程。企业通过采用不同的政治策略与政府建立联系,期望在经营中获得政府政策上的支持,如融资便利、税收优惠等,在政府制定相关政策时及时获取政策变动的信息,降低外部制度环境的不确定性,从而形成对自己有利的制度环境,获得竞争优势。以往对企业政治策略的内容、分类和影响因素的研究已经有了丰富的研究成果,然而关于企业政治策略对企业价值和绩效的影响却存在着不同的意见,并且鲜有人关注企业政治策略形成的过程和机制。本文通过对以往研究的回顾和梳理,指出企业政治策略与环境、制度构建之间的关系,并提出采用共同演化视角厘清政治策略对企业的影响模式,探究企业积极的政治行为对制度环境塑造所产生的作用。

二、企业政治策略研究发展脉络

(一)企业政治策略的内容及分类

在西方对企业政治策略研究之初,大批学者基

于不同视角对企业政治策略的类型进行了划分。Hillman 和 Hitt^[1]将企业政治策略分为关系型和交易型两种。关系型政治策略重视长期稳定关系的建立,是一种更加积极主动的政治策略。与关系型策略相比,交易型策略不关注与政府建立关系所带来的企业社会资本的增加,只关注短期内的利益交换。根据企业参与层次的不同,可将关系型策略和交易型策略进一步细分为单独行动和集体行动。Yoffie^[2]在早期研究中将企业家分为单独行动的“领导者”和与他人一致行动的“跟随者”。Hillman 和 Hitt^[1]也曾基于集体行为理论将企业政治策略分为集体行动和单独行动两种类型。在集体行为理论的基础上,Hillman 和 Hitt^[1]还根据交换理论进一步将企业的具体政治策略细分为信息策略、财务刺激策略和选民培养策略。其中,前两类策略直接指向政策制定者,通过向他们提供信息和财务支持来影响决策过程。而选民培养策略则是一种间接的政治策略。企业并不直接同官员打交道,而是先获得选民的支持,然后将自己的政治诉求通过选民传递给决策者。Shirodkar 和 Mohr^[3]进一步说明了不同资

收稿日期:2017-08-20

本刊网址·在线期刊:<http://jks.jhun.edu.cn/jhxs>

基金项目:国家自然科学基金项目“基于共同演化视角的新创企业政治策略和生存风险研究”(71472050)

作者简介:何晓斌,男,浙江新昌人,清华大学社会科学学院副教授;车笑竹,女,辽宁丹东人,复旦大学管理学院博士生。

源、背景下企业的政治策略选择。他们提出,依赖当地无形资产的企业更有可能使用基于信息的政治策略,依赖当地有形资产的企业则更倾向于通过直接的财务支持获得政府支持。而同时依赖当地的无形资产和有形资源进行企业发展时,企业更有可能使用选民培养战略。国内学者也对中国情境下的政治策略做了分类。与西方政治策略研究相比,中国企业的政治策略带有明显的中国特点,企业策略的制定、实施与中国政府主导型的政治环境紧密结合。田志龙等^[4]概括了中国企业常用的七种政治战略:直接参与、代言人、信息咨询、调动社会力量、制度创新、经营活动政治关联以及财务刺激。张建军和张志学^[5]通过实地调研,把中国民营企业的政治策略分为先发制人的战略和被动反应的策略。先发制人战略主要是企业通过政府或者政治关系为自己获取利益,其中包括合作、缓冲、政治参与、与官员社交和送礼等具体战术。而被动反应战略常常是企业碰到麻烦时为了解决问题而采用的消极无奈的政治策略,这种策略并不会形成企业长期的社会资本,反而会带来短期内的损耗。这两种策略类型与关系型和交易型两种企业政治策略有相对应的特征。但由于制度环境不同,即使是相同类型的政治策略,在我国情境下也有着不同的内涵。积极型的美国企业通常采用游说,为竞选者提供资金支持和选民信息等方式与官员达成联盟,议员通过企业获得选区民众的政治意见,为再次当选创造条件,企业则通过游说议员创造有利的政策环境,以降低企业的政策风险,减少企业的债务成本^[6]。而对国内企业来说,采用先发制人策略的企业常常通过与政府官员共同经营企业,聘请现任或退休的政府负责人作为顾问,企业家参与政治等方式促进双方持续的互动。其中,企业家的政治参与(如参加政协、人大、民主党派等)是我国企业特有的一种政治策略。这种政治参与行为背后的动机一方面是为企业争取利益,同时也反映了企业家自身的政治追求。国内一些研究会将企业家的政治身份等同于企业的政治参与,这虽然忽视了企业的其他政治策略内容,但也一定程度上反映了企业家的政治参与在我国情境下是企业政治策略中至关重要的一部分。除了与政府建立个人层次的联系外,当地政府通过国有企业对民营企业持股则代表了一种组织层次的政治联系^[7],这种政治联系能够抵消政治上的重大

负面事件对企业的消极影响。在现实情况中,企业往往会同时运用多种类型的政治策略来给执政者施加压力,创造有利于自己的政策环境。其中,游说和竞选捐款分别是信息策略和财务刺激策略中最常被使用的两种手段。如Schüler等^[8]研究了在企业执行其政治策略之初,如何通过不同战术(即游说和竞选捐款两种方式)相结合来达到结识政府官员的目的。

(二)企业政治策略的影响因素

随着企业政治策略研究的发展,学者们开始关注哪些因素影响了企业对自身政治策略的选择和执行。国外对政治策略选择影响因素的研究已经十分充分^[9-10]。这些因素可概括为两类,分别是组织外的环境因素和组织因素。环境因素包含行业因素和制度因素两个层次。行业因素一方面指行业结构(企业集中度和数量),另一方面指企业面临的国外同行的竞争程度。对于国际竞争程度较高的行业来说,政府设置的针对国外企业和产品的进入壁垒对国内企业的生存和发展起到了至关重要的作用^[11]。同一行业中的企业对于其政策需求的一致性越高,搭便车的风险也就越小,政府越容易响应其要求。在集中度高的行业中,企业可能会形成政治上的联盟,这种合作的倾向对企业政治投入有激励作用^[8]。不过,Grier等^[12]的实证研究表明,行业集中度和企业政治策略间不是单纯的正向关系,随着行业集中度的不断提高,企业政治活动强度先增加后减少。制度因素则包括政治问题特征(问题显著度和问题竞争性)^[13-14],政治环境(政治制度特征、决策方式、社会多元化方式等)^[15-17]。在政府管制强的国家,企业获取政治机会的成本和限制都很高,企业更有动机去试图改变外在的制度要素。从资源基础观出发,学者总结了影响企业政治决策的组织因素有企业规模^[18]、闲散资源^[19]、企业所有权^[16]、企业对政府的依赖性^[19]等。Oliver和Holzinger^[20]则从企业动态能力视角来解释企业在政治策略的选择和实施有效性上的差异。企业规模不仅代表了企业拥有的资源、政治影响力和行业地位,同时也代表了其受到政治决策影响所造成的损失或收益的大小。企业经营收入越依赖于政府采购和合同,企业对政府的依赖程度就越强,企业越有动力制定积极的政治策略来维持双方的关系^[21-22]。而关于企业的闲散资源对政治策略的影响学者们则并没有达成一致^[23]。一方面,更多的组

织资源不仅使得企业能够负担游说和竞选赞助所需要的资金,还能提高自身对于政府官员的吸引力,因此能够促进企业的政治策略行为^[24]。另一方面,当企业冗余匮乏时,可能会寻找市场以外的替代方式(如政治活动)来获得转机,增加冗余。McKeown^[25]指出,闲散资源和企业政治策略之间呈U型的关系,即在闲散资源很少或者很多的情况下,企业愿意加大对政治策略的投资,而适中的资源不会构成企业政治行为的主要动机。

国内对政治策略影响因素的研究,特别是实证研究还很少,基本停留在资源基础观视角上。比如田志龙等^[4]、卫武^[26]、田志龙和邓新明^[27]、李明和王小坤^[28]等总结的影响政治策略选择的因素包括有形资源、无形资源和组织资源、企业规模、多元化水平、行业管制程度、相对市场份额、企业间合作程度、行业内企业数,还有经营性质、所属行业、高层意识和行业结构^[29]。近年来,随着社会转型的加快和转型经济的发展,我国学者越来越重视制度环境对企业政治策略选择的影响。李岚^[30]将行业协会、企业经营环境等因素纳入制度环境视角中,通过对比浙、豫两地企业政治环境和企业政治行为的异同,提出企业政治行为与正式的制度环境和非正式的社会制度密切相关。冯天丽、井润田^[31]对制度环境与企业家的政治联系意愿进行了分析,提出企业家的政治联系意愿与其受到的政策影响呈正相关,而与商品市场发展程度呈负相关。另一方面,由于绝大多数中国的企业并不会单独划分出处理政府事务的部门,因此我国企业的政治策略更多受限于企业高管自身的能力、资源和决策。张建君和张志学^[5]认为影响民营企业政治战略选择的因素主要是企业或者企业家所具有的能力和资源要素、地方文化、企业规模还有企业家个性特征。邬爱其和金宝敏^[32]对浙江民营企业的调查研究发现,民营企业积极参政议政的动机在于提高个人社会地位和更好地发展企业,而不是出于履行社会责任和规避企业制度风险。因此,在考虑管理者对企业政治策略选择的影响时,不仅要考察管理者的政治立场、政治资源、意识和与政府打交道的能力在我国情境下也是重要的影响因素。影响企业政治策略的各类因素概括(如表1)。

表1 影响企业政治策略的各类因素

制度因素	行业因素	组织因素
政治环境	行业集中度	企业规模
政客的意识形态	国际化竞争程度	多元化水平
政治问题特征	经济机会	闲散资源
政治竞争程度	国内市场需求	企业所有权
地方文化	所属行业、行业结构、	企业对政府的依赖性
环境不确定性等	行业协会等	企业家政治意识、能力和资源等

(三)企业政治策略的有效性

企业政治策略作为企业为寻求政府优惠政策,支持及保护而制定的战略决策,其根本目的是为了降低制度环境的不确定性,获得竞争优势。因此,有关企业政治策略选择的结果变量的研究绝大多数集中于对企业财务绩效影响的讨论。西方战略领域的主流观点认为,企业的政治行为可以提高企业绩效。通过行之有效的政治策略,企业可以从与政府构建的良好关系中直接获得经济收益,比如获得经营许可,承包政府项目,通过政府法规阻止竞争者的进入等。长远来看,企业有可能借助参政议政逐渐塑造出有利于自己的公共政策环境,从而获得更好的发展。Baron^[33]认为,企业的非市场策略(政治策略)被用于非市场环境中,并且通过改善企业的整体表现来增加企业价值。企业的政治策略是企业以最大化经济利润为目标而计划并实行的一系列战略行动。资源依赖理论则认为企业与政府的关系作为重要的政治资源,对企业价值有提升作用。中国学界的一些研究也发现了企业政治策略对企业绩效的积极作用。对我国民营上市公司的实证研究发现,高管的地方政府背景能增加企业价值,这种影响在政府干预强的地区更显著^[34]。除此之外,民营企业实施积极的政治关联策略还有助于改善其多元化战略的实施环境,降低多元化经营的市场风险,提高多元化经营业绩^[35-37]。企业高管具有政治关联的企业会更加积极地参与慈善活动^[38]。企业政治策略的另一个目的是减少面临的外部环境不确定性。因此在许多实证研究中,企业所在地区的制度环境都是重要的调节变量。政治关联有助于民营企业获得较多的银行贷款和更长的贷款期限,这种优势在金融系统发展不完善,法治不健全和政府侵害产权越严重的地区更明显^[39]。政治关联能够提高企业的市场价值,在法治环境不完善

的情况下,这种作用更加明显^[40]。Sheng等^[41]的研究发现政治关系在政府对企业支持程度较弱和技术变革较慢的情况下对企业绩效的促进作用更加显著。

另一方面,也有实证研究发现企业的政治联系可能给企业带来负面影响。部分西方学者从行为理论出发,提出管理者受限于自身的认知能力,获取和处理信息的能力以及存在的偏见,使得他们在策略选择上会出现偏差。由于政治策略相对于市场策略存在更大的信息不对称性和制度限制,企业政治上的投入和回报之间的关系缓慢且模糊,这都为管理者正确制定政治策略带来了相当大的难度^[42]。Aggarwal等^[43]通过对超过1800家企业的捐赠数据分析表明,企业对政治行动委员会和其他组织的捐赠会降低企业的市场价值。Coates^[44]的研究发现企业游说活动与财务表现有负向关系。Siegel^[45]对韩国的研究发现,与当权者的反对政治力量结成的政治联结会给企业带来负面的战略联盟绩效。

近年来,中国学者开始引入不同情境,分析各种状况下政治策略与企业绩效之间的关系,也发现在企业政治策略选择对企业创新、业绩提升、市值等方面的负面影响。Wu^[46]通过对企业产品创新过程的分析发现,与商业联系对产品创新以一贯之的促进结果不同,政治联系一方面为企业带来创新所需的资源,增强企业的合法性,但同时这种收益也可能随着政府对企业创新过程的干涉而减少。这种干涉会降低管理者有效完善内部流程的意愿,导致内部交流模式的僵化。当企业依赖于从政府中得到有利待遇时,这种依赖性降低了管理者改善创新效率的动机,并将这种无效率归因于政治干涉。管理者甚至会放弃决策中的自主权,而包容政府的寻租行为。这不仅为企业带来经济上的损失,还降低了道德上的底线。张敏等^[47]的研究发现政治关联虽然有助于获得长期贷款,但是获得贷款后这些企业容易进行过度投资,而且贷款给企业市值产生了负面影响。在国有控股的上市公司中,具有政治关联的企业员工配置效率较低^[48]。具有政治关联的企业会更少地披露有关企业环境影响的信息,受到环境政策管制的影响更小^[49-50]。我国情境下的企业政治策略的实证研究面临的局限在于定量衡量企业政治活动强度存在巨大困难。由于美国企业的竞选资助金额、游说和是否设立了华盛顿办公

室等变量信息都比较透明,因此在定量分析中对于企业的政治活动可以有更加准确的量化衡量。而由于我国企业政治行为的隐蔽性和间接性,许多研究只能从企业的董事会成员的官员身份入手,而无法全面地估计企业总体的政治投入。对上市公司高管是否具有政治身份和企业创新数据的考察发现,企业的政治关联对创新绩效有负向影响^[51]。另有研究表明,“官员型”高管会增加企业的非生产性支出,给企业绩效带来损害^[52]。

三、企业政治策略研究未来展望

(一)共同演化视角与企业政治策略研究

上述对于企业政治策略和企业价值关系长久的争论是由企业与环境间关系的复杂性决定的。企业通过实行其政治策略与政府建立起的联系不仅为企业带来了政治资源,同时也为企业带来了制度上的风险。尽管学者们通过各种不同的视角来试图探究企业政治策略的影响,但这些探究都存在着层次和视角单一的问题。比如资源依赖理论强调企业对外在资源的依赖性,在政企关系这一领域内认为企业对政府的依赖是企业制定政治策略的原因,但该理论忽视了政府和官员也可能需要依靠企业来获得政治资源和必需的产品及服务^[53],即忽视了企业政治行为对政府的反作用。资源基础观则将企业的政治行为看作政治资本积累的过程。然而,由于企业政治策略的特性使得管理者很难评估其确切的成本和收益,其反馈的隐晦性使得管理者对企业的政治行为可能抱有不切实际的期望,这种不确定性随着政治策略本身结果的不确定性进一步得到增强。Hersch^[54]等检验了政治投入(包括竞选和游说支出)与企业隐性资本的关系,并没有发现二者具有显著的相关性。这可能意味着企业的政治策略更多的是对短期事件的回应,而非为了建立长期的政治资本。这个发现与现实状况不谋而合,事实上,越来越多的投资者开始对所拥有企业的政治行为持谨慎态度,作为回应,许多企业也开始尝试公开其政治投入的信息,来减少股东对此的疑虑。种群生态学理论着重阐释环境对企业生存的选择性,认为无法适应外在环境或者过度依赖外在资源的企业将会被淘汰。而在企业政治策略研究中,制度作为组织生态利基(Niche)的一个方面,会对组织的结构和过程的适应性调整起到促进作用^[55]。

而多数战略管理理论则认为管理者具有主动适应环境的能力并能根据战略意图去改变外在环境的不利因素从而创造有利于企业的生存环境。

由以上讨论我们可以看出,资源依赖理论、制度理论、种群生态学、资源基础观、委托代理理论等各种理论从不同的角度对企业政治策略及其影响进行了解释,而理论推演和实证研究结果都产生了很多矛盾。要解决这一争论,我们需要引入一种互动和演化的视角,来全面和系统地理解企业政治策略与企业自身及其利益相关者乃至宏观环境间的互动作用。Lewin、Volberda 和 Lewin^[56]提出的共同演化理论整合了资源依赖理论、种群生态学理论、制度理论、演化经济学、战略选择理论等多个理论的研究成果,认为这些理论虽然都很大程度上解释了组织绩效的差异,但却比较片面。共同演化理论认为,企业战略选择或者绩效的差异,往往是外在环境选择,制度影响和管理者战略选择相互作用,共同演化的结果。从这一理论入手研究企业的政治策略,我们就不必把目光局限于企业的资源获取和政府的“掠夺之手”二者中的一个,可以从动态的视角考察企业和政府间的互动行为及其对企业业绩的影响。

以企业的政治行为和企业的社会责任之间的关系为例。Scherer 和 Palazzo^[58]在 2011 年提出了企业政治社会责任的概念。他们指出,在全球化的大环境下,私营企业与政府在功能上的严格的分界线已经不复存在,许多跨国企业已经开始承担起法律要求以外的社会责任和政治责任,在其全球范围内的企业治理中一定程度上填补了制度的空白。例如,许多跨国企业在政府力量薄弱,法制不健全的国家中承担起了公众健康、教育、社会保障以及人权保障等方面的义务^[59];解决诸如艾滋病、无家可归、文盲等社会问题^[60];在维护社会稳定方面发挥了作用^[61]。这些现象代表了企业社会责任范围的扩大,意味着在现代社会中,企业已经不仅仅扮演着经济活动者的角色,同时扮演着政治活动者的角色。企业社会责任实践也已经不只发生在社会领域,更越来越多地体现在政治领域。对宜家的案例研究表明,即使企业管理者和员工认为“中立且与政治无关”的企业社会责任实践,在某种社会情境下,也可能被公众看做是一种政治立场上的表态^[62],从而影响企业形象和社会责任实践带来的社会效应。笔者认为,如果企业没能将企业政治行为与社

会责任实践达成一致,一方面呼吁倡导解决社会问题,另一方面又游说政府来获得以损害社会利益为代价的商业利益,那么会使公众对企业留下不可信任的印象,加重政治行为给企业声誉带来的负面影响,而企业在社会责任实践中的付出也得不到公众的承认。相反,企业社会责任与政治策略如果能形成一致,前者为企业带来的良好形象能够提升企业在政府眼中的价值,降低政治行为的成本,为企业带来宝贵的机遇。由此可见,企业政治策略与社会责任作为企业非市场策略中最重要的两个部分,在全球化的环境下越来越呈现出相互交融的趋势,并在互动中演化发展。

除此之外,共同演化理论强调组织和环境的相互作用,这个特点使得今后在企业政治策略对政治制度的改变和塑造方面的研究成为可能。Schüler^[8]指出,企业与政府建立联系最基本的诉求是在不断变化的政治环境中获得信息优势,即可以对政策变动有更准确的预估。这种联系还可以进一步使得企业降低所面临的政治环境的不确定性,从而提高企业的生存概率。而企业政治策略最根本的诉求是获得对政府在政策法规制定过程中施加的影响力,塑造出对自身发展有利的政策环境。以往的研究集中于政治策略的前两种诉求,讨论政治关系对企业本身的影响,而忽视了可能对政府政策制定造成的影响。这种忽略是由两个原因引起的:首先,之前对国内企业政治策略的研究集中于研究成熟行业中的企业的政治策略和企业绩效的关系,这些企业面临的制度环境也是相对成熟的,即使采用积极的政治策略也只能与政府建立更紧密的联系,想通过这种联系来很大程度上影响政策制定的机会和可能都是比较小的。另一方面,成熟行业中的企业数目众多、竞争激烈。作为政策制度的需求者,他们之间的竞争会影响到政府作为供给者的决策^[63]。有研究显示,当企业间对政策要求的冲突激烈时,政策制定者更倾向于依赖个人的偏好和政治立场来制定政策^[64]。而 Bonardi^[65]的研究显示,当政府只需要应付少数企业时,这些企业的政治诉求才可能被制定者纳入决策的制定中。因此,新创企业在影响政府政策制定方面相对于成熟行业的企业具有天然的优势。不仅如此,通过对小企业和中型企业政治活动的互动过程的研究发现,中型企业的政治活动频率低于小型企业(尽管前者的成功率和政治影响率更高),而小型企业不仅政治策略

更加积极主动,并且更倾向于采用集体政治活动。也就是说,新创企业不仅具有规模小,数目较少的优势,同时由于他们更加团结,在表达其政治诉求时会有更高的一致性和更少的冲突,这都提高了政策制定者采纳其建议的可能性。其次,大量对上市公司二手数据的采用使得研究被迫局限于静态关系,无法从动态角度对政治策略形成过程和机制进行深入分析。与成熟企业不同,新创企业,尤其是在高科技领域的新创企业面临着更强的不确定性制度环境。Murmman^[66]指出,尽管该领域的环境复杂多变,对组织的适应性提出了更高要求,但也为组织提供了塑造外部关键环境的机会。同时,由于新创企业处于发展初期,还没有形成成熟的政治策略,这为我们探究企业政治策略的形成机制提供了可能。因此,与成熟企业相比,新创企业的政治策略选择更关系着企业的生死存亡。同时,我国的政企关系正从非正式化、间接化向规范化、制度化的方向发展。地方政府,特别是高新开发区的政府部门的目标已经从管理企业转变为帮助企业实现快速发展和有效创新上。不仅新创企业自身还没有形成成熟的政治策略,他们所处的政策环境的可塑性也是远远高于成熟行业的。政府在制定相关的政策时,不再仅仅是政策的供给者,也是政策建议的需求者,所管辖地区的新创企业的发展情况直接关系到政府的政绩。

(二)共同演化视角下的企业政治策略研究框架构建

基于以上研究,我们对未来的企业政治策略研究提出以下展望:

1.采用过程视角研究新创企业政治策略的形成过程和机制

与成熟企业不同,新创企业资源相对缺乏,合法性地位不高,企业管理经验和技能都比较欠缺,往往只专注于产品和市场的研发。那么成熟企业的政治策略是否都适用于新创企业是个值得研究的问题。对于中国的新创企业来讲,从早期的创业机会的识别,创业团队的组建到资源的整合,以及企业生存发展都受到政治环境和政策变化的更大影响和制约。因此,与成熟企业相比,新创企业的政治策略选择更关系着企业的生死存亡。

2.将企业市场战略和政治战略统一到同一框架中分析二者对企业的整合影响

企业战略包括市场战略和非市场战略,而政治

战略作为企业非市场战略重要的组成部分,必然会与市场战略互动,从而共同影响企业绩效。政治策略同样需要资金投入,当企业面临更好的市场投资选择时,可能会降低政治上的投资。因此有学者认为,企业的政治行为强度与企业面临的市场机遇呈负相关,二者存在替代关系。另一种观点则认为政治策略是企业市场战略的补充。而在实际情况中,二者的关系会更加复杂,企业在一个领域采取的行动会不可避免地影响另一领域的最佳策略。通过对美国电力行业并购案的实证研究发现,为了充分获得并购过程中产生的经济租金,降低因政府干预而产生的额外成本,企业会在并购批准前增加他们的政治投入^[67]。Bonardi^[68]从博弈论角度出发,讨论前垄断企业在本国采取防御型的政治策略却在外国市场发展进攻型政治策略的原因。他指出,想要理解一家企业的经济策略,必须考察它的政治策略。考虑到这一领域的理论构建和实证研究都很匮乏,对二者关系的进一步研究将为企业整体战略的制定带来新的启示。

3.从共同演化视角出发,构建新创企业政治策略与制度环境的相互作用模型

除了对之前的实证研究广泛探讨过制度环境对企业政治策略的影响以外,共同演化视角也需要研究企业层面过程对产业环境和制度环境的影响和机制,研究有关新创企业(比如高新科技园区的科技企业,战略性新兴产业的企业)的政府政策的制定和决定过程如何受到这些企业政治活动和决策的影响。不确定环境下,新创企业家相对于大企业的管理者往往会做出比较简单和迅速的决定,决策过程常常基于不全面的信息和推导,而这有利于他们在不确定环境中抓住机会而生存下来^[69]。当新创企业家感知的风险较高时,他们会采取更加冒险的决策行为^[70],积极的寻求资源并拓展外部市场寻求生存,塑造有利的生存环境。同时,在质疑企业政治行为对企业绩效的促进作用的学者中,有人提出因为企业常常在政策制定环节的后期才能参与进来,因此很难主动地表达出自己的诉求,而只能是被动的维护自己的立场,因此很难真正达到改变政策环境的目的。结合看来,一方面新创企业所处的领域的政策制定过程往往处于探索中的初期阶段,因此为企业及时参与提供了机会;另一方面在如此强的不确定性环境中,企业家也倾向于采取更加激进的策略来努力改变外界环境。因此将焦

点集中于新创企业做出的政治努力也许能够发现企业政治行为对外部政策环境产生的反作用。

目前,学界对企业政治策略的研究仍主要集中于成熟企业政治策略的内容、分类和影响因素方面,而少有提及企业,特别是新创企业政治策略的形成过程和形成机制。此外,学者对企业政治策略和企业绩效、制度环境构建之间关系的看法仍存在很大的分歧,这种分歧伴随着全球化的发展及企业环境的日益复杂化而不断扩大。大量研究表明,单一视角的理论推演已很难解释现实的企业与外在环境动态发展的过程。企业政治策略的选择、企业的绩效和行业环境、社会制度之间的互动日益紧密,企业政治策略的发展越来越与环境、制度呈共同演化的趋势。因此,在未来的企业政治策略研究中,我们应以过程的、动态的视角分析企业政治策略,从共同演化视角出发,构建新创企业政治策略与制度环境的相互作用模型。

参考文献

- [1] Hillman A J, Hitt M A. Corporate Political Strategy Formulation: A Model of Approach, Participation, and Strategy Decisions[J]. *Academy of Management Review*, 1999, 24(4).
- [2] Yoffie D. Corporate Strategies for Political Action: A Rational Model[M]. *Business Strategy and Public Policy*, 1987: 43-60.
- [3] Shirodkar V, Mohr A T. Resource Tangibility and Foreign Firms' Corporate Political Strategies in Emerging Economies: Evidence from India[J]. *Management International Review*, 2015, 55(6).
- [4] 田志龙,高勇强,卫武.中国企业政治策略与行为研究[J]. *管理世界*, 2003(12).
- [5] 张建君,张志学.中国民营企业家的政治战略[J]. *管理世界*, 2005(7).
- [6] Bradley D, Pantzalis C, Yuan X. Policy Risk, Corporate Political Strategies, and the Cost of Debt[J]. *Journal of Corporate Finance*, 2016, 40.
- [7] Sun P, Mellahi K, Wright M, et al. Political Tie Heterogeneity and the Impact of Adverse Shocks on Firm Value[J]. *Journal of Management Studies*, 2015, 52(8).
- [8] Schuler D A, Rehbein K, Cramer R D. Pursuing Strategic Advantage through Political Means: A Multivariate Approach[J]. *Academy of Management Journal*, 2002, 45(4).
- [9] Lux S, Crook T R, Woehr D J. Mixing Business with Politics: A Meta-analysis of the Antecedents and Outcomes of Corporate Political Activity[J]. *Journal of Management*, 2011, 37(1).
- [10] 贺远琼,田志龙.组织因素与环境因素对企业政治战略的影响:一个研究综述[J]. *当代经济管理*, 2007, 29(3).
- [11] Schuler D A. Corporate Political Strategy and Foreign Competition: The Case of the Steel Industry[J]. *Academy of Management Journal*, 1996, 39(3).
- [12] Grier K B, Munger M C, Roberts B E. The Industrial Organization of Corporate Political Participation[J]. *Southern Economic Journal*, 1991, 57(3).
- [13] Cook R G, Barry D. Shaping the External Environment A Study of Small Firms' Attempts to Influence Public Policy[J]. *Business & Society*, 1995, 34(3).
- [14] Vogel D. The Study of Business & Politics[J]. *California Management Review*, 1996, 38(3).
- [15] Blumentritt T P. Foreign Subsidiaries' Government Affairs Activities The Influence of Managers and Resources[J]. *Business & Society*, 2003, 42(2): 202-233.
- [16] Hansen W L, Mitchell N J. Globalization or National Capitalism: Large firms, National Strategies, and Political Activities[J]. *Business and Politics*, 2001, 3(1).
- [17] Hillman A, Keim G. International Variation in the Business-government Interface: Institutional and Organizational Considerations[J]. *Academy of Management Review*, 1995, 20(1).
- [18] Schuler D A, Rehbein K. The Filtering Role of the Firm in Corporate Political Involvement[J]. *Business & Society*, 1997, 36(2).
- [19] Schuler D A. Corporate Political Action: Rethinking the Economic and Organizational influences[J]. *Business and Politics*, 1999, 1(1).
- [20] Oliver C, Holzinger I. The Effectiveness of Strategic Regulatory Management: A Dynamic Capabilities Framework[J]. *Academy of Management Review*, 2008, 33(2).
- [21] Hart D M. Why Do Some Firms Give? Why Do Some Firms Give a Lot?: High-tech PACs, 1977-1996[J]. *Journal of Politics*, 2001, 63(4).
- [22] Hillman A J, Keim G D, Schuler D. Corporate Political Activity: A Review and Research Agenda[J]. *Journal of Management*, 2004, 30(6).
- [23] Mezner M B, Nigh D. Buffer or Bridge? Environmental and Organizational Determinants of Public Affairs Activities in American Firms[J]. *Academy of Management Journal*, 1995, 38(4).
- [24] Lenway S A., Rehbein K. Leaders, Followers, and Free Riders: An Empirical Test of Variation in Corporate Political Involvement[J]. *Academy of Management Journal*, 1991, 34

- (4).
- [25] McKeown T J. The Epidemiology of Corporate PAC Formation, 1975-84 [J]. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1994, 24(2).
- [26] 卫武. 中国环境下企业政治资源、政治策略和政治绩效及其关系研究[J]. *管理世界*, 2006(2).
- [27] 田志龙, 邓新明. 企业政治策略形成影响因素——中国经验[J]. *南开管理评论*, 2007, 10(1).
- [28] 李明, 王小坤. 企业政治策略研究述评[J]. *长沙理工大学学报(社会科学版)*, 2010, 25(1).
- [29] 田志龙, 孔旭升, 温凉. 东湖高新区企业政治策略与行为研究[J]. *当代经济*, 2006(10X).
- [30] 李岚. 豫浙民营企业政治行为的比较研究——一个制度环境的视角[J]. *经济经纬*, 2017(3).
- [31] 冯天丽, 井润田. 制度环境与私营企业家政治联系意愿的实证研究[J]. *管理世界*, 2009(8).
- [32] 邹爱其, 金宝敏. 个人地位、企业发展、社会责任与制度风险: 中国民营企业政治参与动机的研究. *中国工业经济*, 2008(7).
- [33] Baron D P. Integrated Strategy: Market and Nonmarket Components [J]. *California Management Review*, 1995, 37(2).
- [34] 吴文峰, 吴冲锋, 刘晓薇. 中国民营上市公司高管的政府背景与公司价值[J]. *经济研究*, 2008(7).
- [35] 邓新明. 我国民营企业政治关联、多元化战略与公司绩效[J]. *南开管理评论*, 2011(4).
- [36] 胡旭阳, 史晋川. 民营企业的政治资源与民营企业多元化投资——以中国民营企业500强为例[J]. *中国工业经济*, 2008(4).
- [37] 张敏, 黄继承. 政治关联、多元化与企业风险——来自我国证券市场的经验证据[J]. *管理世界*, 2009(7).
- [38] 贾明, 张喆. 高管的政治关联影响公司慈善行为吗[J]. *管理世界*, 2010(4): 99-113.
- [39] 余明桂, 潘红波. 政治关系、制度环境与民营企业银行贷款[J]. *管理世界*, 2008(8).
- [40] 雷光勇, 李书锋, 王秀娟. 政治关联、审计师选择与公司价值[J]. *管理世界*, 2009(7).
- [41] Sheng S, Zhou K, Li J. The Effects of Business and Political Ties on Firm Performance: Evidence from China [J]. *Journal of Marketing*, 2011, 75(1).
- [42] Hart D M. Political Representation in Concentrated Industries: Revisiting the “Olsonian” hypothesis [J]. *Business and Politics*, 2004(5).
- [43] Aggarwal R K, Felix M, Wang T F. Corporate Political Donations: Investment or Agency? [J]. *Business and Politics*, 2012, 14(1).
- [44] Coates I J C. Corporate Governance and Corporate Political Activity: What Effect Will Citizens United Have on Shareholder Wealth? [J]. *Ssrn Electronic Journal*, 2010, 684.
- [45] Siegel J. Contingent Political Capital and International Alliances: Evidence from South Korea [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2007, 52(4).
- [46] Wu J. Asymmetric Roles of Business Ties and Political Ties in Product Innovation [J]. *Journal of Business Research*, 2011, 64(11).
- [47] 张敏, 张胜, 王成方, 等. 政治关联与信贷资源配置效率——来自我国民营上市公司的经验证据[J]. *管理世界*, 2010(11).
- [48] 刘慧龙, 张敏, 王亚平, 等. 政治关联、薪酬激励与员工配置效率[J]. *经济研究* 2010(9).
- [49] 姚圣. 政治关联、环境信息披露与环境业绩——基于中国上市公司的经验证据[J]. *财贸研究*, 2011(4).
- [50] 姚圣. 政治缓冲与环境规制效应[J]. *财经论丛*, 2012(1).
- [51] 袁建国, 后青松, 程晨. 企业政治资源的诅咒效应——基于政治关联与企业技术创新的考察[J]. *管理世界*, 2015(1).
- [52] 逯东, 林高, 黄莉, 等. “官员型”高管、公司业绩和非生产性支出——基于国有上市公司的经验证据[J]. *金融研究*, 2012(6).
- [53] Oliver C. Strategic Responses to Institutional Processes [J]. *Academy of Management Review*, 1991, 16(1).
- [54] Hersch P, Netter J M, Pope C. Do Campaign Contributions and Lobbying Expenditures by Firms Create “Political” Capital? [J]. *Atlantic Economic Journal*, 2008, 36(4).
- [55] Koza M P. Regulation and Organization: Environmental niche Structure and Administrative Organization [J]. *Research in the Sociology of Organizations* 1988(6).
- [56] Lewin A Y, Long C P, Carroll T N. The Coevolution of New Organizational Forms [J]. *Organization Science*, 1999, 10(5).
- [57] Volberda H W, Lewin A Y. Co-evolutionary Dynamics Within and Between Firms: From Evolution to Co-evolution [J]. *Journal of Management Studies*, 2003, 40(8).
- [58] Scherer A G, Palazzo G. The New Political Role of Business in a Globalized World: A Review of a New Perspective on CSR and its Implications for the Firm, Governance and Democracy [J]. *Journal of Management Studies*, 2011, 48(4).
- [59] Matten D, Crane A. Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization [J]. *The Academy of Management Review*, 2005, 30(1).
- [60] Margolis J D, Walsh J P. Misery Loves Companies Rethinking Social Initiatives by Business [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2003, 48(2).

- [61] Fort T L, Schipani C A. The Role of Business in Fostering Peaceful Societies: Gender, Voice, and Correlations with Peace [M]. Cambridge University Press, 2004.
- [62] Morsing M, A. Roepstorff. CSR as Corporate Political Activity: Observations on IKEA's CSR Identity - Image Dynamics [J]. Journal of Business Ethics, 2015, 128(2).
- [63] Smith M. American Business and Political Power [M]. Chicago: University of Chicago Press, 2000.
- [64] Kollman K. Outside Lobbying [M]. 1998. Princeton: Princeton University Press, 1998.
- [65] Bonardi J P, Holburn G L F, Bergh R G V. Nonmarket strategy performance: Evidence from US electric utilities [M]. Meeting of the Academy of Management, 2006: 1209-1228.
- [66] Murmann J P. The Coevolution of Industries and Important Features of Their Environments [J]. Organization Science, 2013, 24(1).
- [67] Holburn G L F, Bergh R G V. Making Friends in Hostile Environments: Political Strategy in Regulated Industries [J]. Academy of Management Review, 2008, 33(2).
- [68] Bonardi J P. Global and Political Strategies in Deregulated Industries: The Asymmetric Behaviors of Former Monopolies [J]. Strategic Management Journal, 2004, 25(2).
- [69] Busenitz L W, Barney J B. Differences Between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision-making [J]. Journal of Business Venturing, 1997, 12(1).
- [70] Forlani D, Mullins J W. Perceived Risks and Choices in Entrepreneurs' New Venture Decisions [J]. Journal of Business Venturing, 2000, 15(4).

责任编辑:郑晓艳
(Email: zxyfly@126.com)

A Review and the Prospect of Enterprise Political Strategy's Research Work

HE Xiaobin¹, CHE Xiaozhu²

(1. School of Social Sciences, Tsinghua University, Beijing 100084; 2. School of Management, Fudan University, Shanghai, 200433)

Abstract: Enterprise political strategy, as part of enterprises' non-market strategies, has drawn increasing attention from researchers and scholars for more than ten years. This article reviews the research literature on enterprise political strategy from home and abroad in this period. It is found that the components, categories, and factors of enterprise political strategy have been extensively studied while the process and mechanism of the strategy formation and how the strategy affects enterprises' performance have been little researched. This article believes that a single perspective is not sufficient to explain the relationship between enterprise political strategy and enterprises' performance and the setup of their institutional environment. To resolve the argument about the relationship between the strategy and the value of enterprises, we need to introduce a co-evolutionary perspective to comprehensively and systematically understand the interaction between enterprise political strategy and the enterprises, their stakeholders, and the macro-environment. Finally, this article proposes a framework of future corporate political strategy research: to use a procedural perspective to study the formation and mechanism of enterprise (especially new ventures) strategy; to analyze enterprise market strategy and political strategy in the same framework; and to use the co-evolutionary perspective to construct an interactive model for new ventures' political strategy and institutional environment.

Key words: enterprise politics; political strategy; political connection; co-evolution; enterprise performance; institutional environment