

企业家社会资本对文化企业 财政支持可获性的影响 ——基于江苏省文化企业调研数据的实证研究

杨向阳^{1,2}, 胡迪¹, 童馨乐³, 黄莉芳⁴

(1. 南京财经大学 国际经贸学院, 江苏 南京 210023; 2. 南京大学 经济学院,
江苏 南京 210093; 3. 南京财经大学 金融学院, 江苏 南京 210023;
4. 南京财经大学 经济学院, 江苏 南京 210023)

摘要: 财政支持是影响文化企业发展的重要政策因素。文章首先将企业家社会资本分为企业家政治关系资本和企业家商业关系资本, 在此基础上使用 178 家江苏地区文化企业实地调研数据, 构建计量经济模型实证检验了企业家社会资本对文化企业财政支持可获性的影响。研究发现: 企业家政治关系资本对文化企业财政支持可获性具有正向影响, 但在统计上不显著; 企业家商业关系资本对文化企业财政支持可获性具有显著正向影响, 且企业家商业关系资本的作用明显大于企业家政治关系资本, 这表明地方政府在决定是否对文化企业给予财政支持时, 明显淡化了以往侧重于通过行政权力主导补贴资金的传统做法, 而更多地遵循了通过市场机制来配置公共财政资源的原则。

关键词: 企业家社会资本; 文化企业; 财政支持可获性; *Probit* 模型

中图分类号: F062.9 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-9952(2016)03-0028-13

DOI: 10.16538/j.cnki.jfe.2016.03.003

一、引言

近年来, 随着我国对文化产业重视程度的不断提高, 中央政府和地方政府已经先后在财政、税收、金融和用地等方面制定了多项扶持政策, 扶持力度也在不断加大, 这极大地推动了文化产业的发展。据国家统计局公布的数据资料显示, 2011 年我国文化及相关产业法人单位实现增加值 13 479 亿元, 比 2010 年增长 21.96%, 保持着快速发展态势; 增加值占 GDP 比重达 2.85%, 比 2010 年提高 0.1 个百分点, 基本实现稳步提高。从江苏的情况来看, 该省从 2007 年开始设立文化产业引导资金, “十一五”期间由省财政每年安排引导资金 1 亿元, 并从 2010 年起增加到每年 2 亿元, 以确保实现文化产业增长速度高于地区生产总值和服务业的目标。江苏省文化厅的统计数据显示, 截至 2012 年 12 月底, 江苏先后组织实施了 738

收稿日期: 2015-07-22

基金项目: 国家自然科学基金项目(71103080, 71303104, 71471170, 71540024); 中国博士后科学基金项目(2015M571717); 江苏省社会科学基金重点项目(15WTA009); 江苏省高校哲学社会科学研究重大项目(2015ZDAXM009)

作者简介: 杨向阳(1978—), 男, 河南信阳人, 南京财经大学国际经贸学院副教授, 南京大学经济学院博士后;

胡迪(1992—), 女, 江苏徐州人, 南京财经大学国际经贸学院硕士生;

童馨乐(1983—)(通讯作者), 女, 江苏南京人, 南京财经大学金融学院讲师;

黄莉芳(1979—), 女, 湖南岳阳人, 南京财经大学经济学院讲师。

个文化产业引导资金项目,累计实际投入专项资金 9.5 亿元,年均增长率为 13.28%。在这种背景下,江苏文化产业保持了快速的发展态势,最近 5 年文化产业增加值的增长速度均超过 30%,取得了比较明显的成效。据中国人民大学文化产业研究院发布的 2012 中国省市文化产业发展指数显示,江苏在综合指数、生产力指数和影响力指数上的排名分别是第六位、第七位和第六位。根据江苏省财政厅公布的数据资料,2013 年江苏省财政预算共安排省级文化产业发展专项资金 2.6 亿元,比上年增加了 0.6 亿元,增幅达到 30%,这一安排旨在进一步优化文化产业结构和提升文化产业质量。

目前我国文化企业大多以中小规模为主,实力相对较弱,财务管理不够规范,且大多表现出有形抵押品匮乏、资金回报周期长、未来收益和市场价格不确定性大以及商业模式不成熟等特征,而原本应具有优势的知识产权以及版权和品牌等无形资产又缺乏有效的科学评估支撑体系,难以承担抵押和信用担保功能,导致文化企业融资十分困难。Kleer(2010)指出,企业获得政府补贴表明了研发项目的投资价值,有助于增强潜在投资者为企业提供资金支持的信心。事实上,政府在对文化企业进行财政补贴之前,通常会按照一定的流程和规则来遴选拟资助项目,其信息收集和分析相对比较充分,并接受社会公众监督,由此实现根据行业需求和企业能力进行公共财政资源分配的基本原则,且政府政策倾向和扶持力度也在很大程度上决定了今后一段时期的行业发展空间。因此,政府为文化企业提供财政支持,不仅有助于缓解企业的融资约束,而且可以将其视为一种积极信号,从而有利于金融市场更加直接有效地获取有关文化企业风险评价的关键信息,以及尽可能准确地判断拟投资项目的潜在市场价值,并由此提高其对文化企业的融资意愿。

但与文化企业的实际需求相比,政府财政资源投入始终是十分有限的,只能在短期内快速推动文化企业发展,在长期则必须更多地依赖市场机制。为此,需要思考和解决的关键问题是,探索政府财政资源投入的科学决策机制和监督运行机制,从而在政府行政分配资源和市场机制主导之间寻求最佳平衡,这不仅影响财政资源的配置效率和使用效果,也是影响文化企业对财政资源的使用定位,特别是在获得财政支持后,能否进一步获得金融机构信贷支持和其他方式的融资,以有效缓解资金短缺问题,并逐渐培育和形成文化企业自生能力,进而形成文化产业市场竞争优势的重要因素。

基于以上分析,本文将从微观视角出发,以江苏地区文化企业实地调研数据为例,尝试对上述问题进行初步探索。许多文献以发达国家为例讨论了企业家社会资本的作用,近年来,研究者开始关注市场机制尚不完善的转型国家,但对文化企业的研究还非常少。与此相对应,企业家社会资本的作用也有待进一步观察。与制造企业不同,服务企业竞争力和经营绩效更加依赖于企业家塑造社会关系的能力(Karcics 等,2010),这意味着以文化企业为例探讨企业家社会资本的作用具有更积极的学术意义和实践价值。不过,在分析时仍有两个因素需要考虑:一是企业家社会资本是一个综合性概念,不同类型社会资本的影响可能会存在差异,且这种差异会随着外部环境的变化而变化;二是随着我国市场化改革的不断深入,在政府公共财政资源配置的过程中,市场机制的作用总体上有不断增强的趋势,而行政权力正在受到越来越多的约束,这可能会在某种程度上影响企业家社会资本作用的发挥。

与已有相关文献相比,本文试图在以下两个方面进行拓展和深化:一方面,基于我国经济转型的背景,将企业家社会资本划分为企业家政治关系资本和企业家商业关系资本,在此基础上,从逻辑上阐述企业家社会资本对文化企业财政支持可获性的影响,并比较不同类型企业家社会资本影响可能存在的差异,有助于进一步丰富社会资本理论研究的应用领域;另

一方面,以经济比较发达的江苏地区为例,借助文化企业实地调研数据进行相应的实证检验,由此可为充分发挥企业家社会资本的作用和科学探讨具有可操作性的政策设计提供经验依据,并可为其他地区特别是经济相对落后地区提供借鉴。

二、文献述评

财政支持是许多国家加快企业发展的重要政策之一。以中小企业为例,为改变其资源劣势和在市场竞争中的弱势地位,政府提供财政支持十分必要,努力建立政府财政与市场机制相协调的支撑体系,同时重视并充分发挥服务性中介机构的调节作用,以弥补转型时期制度和市场政策的不足(龙静等,2012),对激发企业创新积极性尤为关键。研究发现,财政补贴对物联网上市公司研发投入、产出贡献和融资能力均具有正向影响,但同时也存在着一定的低效率现象,政策倾斜性目标尚未完全实现(何家凤,2010)。

近年来,加快文化产业发展和拓宽文化企业融资渠道,推动文化产业成为国民经济支柱产业,增强文化产业国际竞争力,特别是如何紧密围绕我国文化产业发展现实,解决当前面临的文化企业创新能力不足等是摆在我们面前的重大现实问题,在如何解决上述问题方面,财政支持被寄予了厚望,成为我国学术界关注的热点议题。吕志胜(2012)发现,文化事业费和就业人员数量对文化产业增加值均具有显著影响,但各类文化事业费对文化产业增加值的影响存在很大差异,今后应确保公共财政投入稳定增长,优化财政投入结构,充分发挥公共财政的引导和示范作用。从微观层次来看,融资难已成为目前制约我国文化企业发展的重要问题。卜凡婕等(2010)认为,上市融资应该成为成熟文化企业进行融资的主要方式,且境内资本市场应为我国文化企业上市融资的首选,但这对很多中小企业并不适用。为改变这种状况,科技型企业融资模式可为文化企业提供参考,如尝试以地方政府支持为平台,探索适合文化企业的知识产权质押融资模式,通过国有担保公司担保、银行贷款和风险共担的市场机制,可以实现财政科技投入与金融资本的有效对接,进而降低科技型初创企业贷款门槛(赵玮等,2015)。

社会资本作为一种非市场力量,自概念提出以来一直受到国内外研究者的密切关注,广泛应用于家庭和企业等领域的研究(Coleman,1988;童馨乐等,2015;杨向阳等,2015)。根据Durlauf等(2004)对社会资本经济学研究文献的综述,一般认为,社会资本是个人通过社会关系获取稀缺资源并因此获益的能力。在衡量社会资本时,Nahapiet等(1998)提出的研究方法应用尤为广泛,他们将社会资本划分为结构维度(反映人与人之间、组织与组织之间的非个体之间的关系结构,如网络)、关系维度(反映人们之间拥有的特殊关系,如交往、合作和信任等)和认知维度(反映人们之间的共同愿景)。边燕杰等(2000)在将社会资本分解为纵向关系资本、横向关系资本和社会关系资本的基础上发现,一个企业社会资本量的大小受经济结构和企业家能动性两大要素的影响,社会资本对企业经营能力和经济效益有直接的提升作用。陈劲等(2001)进一步强调了社会关系资本在社会资本中的主导作用,并将其界定为与政治组织、当地政府部门、金融组织及各种中介组织的联系。

社会资本对中国企业家经营企业具有重要价值,其对于企业成长具有显著的正向影响(张鹏等,2015),其中与同行的关系最为重要,但在经济落后地区企业家更加重视与政府官员的关系。如果将经济和层级结构资源嵌入到企业家社会关系的网络中,将有助于分析企业家从社会关系网络中获取所偏好资源的方式和所产生的经济效应。对创新型企业而言,企业家社会资本会影响企业自主创新能力的提升(姜卫韬,2012),但不同类型社会关系的调

节作用存在明显的差异。不过,在某些情况下,社会资本也存在着一定的负面效应,如维系连带强度的投入过大(李永强等,2012)。在具有知识密集型特征的文化产业中,创意和创新是驱动企业发展的重要因素,企业具备较高的社会资本水平,有助于文化企业更好地识别和把握市场机会,有效降低经营风险,特别是经营环境存在较大不确定性的情况下(Lindblom等,2010)。体现企业家社会资本的组织凝聚力和信任有利于获得公共财政资源支持,但在艺术行业,个人和社区层次社会资本对财政支持的影响并不明显(Milyo等,2004)。在那些竞争比较激烈的市场上,企业家形成关系网络并从中受益的能力对文化企业的生存和发展非常关键(Holmen等,2007)。

综合上述分析,现有国内外文献围绕企业家社会资本与文化企业财政支持这一主题,分别从不同方面进行了一系列探索性的理论研究和实证分析,并取得了较为丰富的研究成果,这为进一步深入研究提供了良好基础和有益参考。但已有文献仍然存在着一定的不足,集中体现在以下几个方面:首先,就企业层次的分析而言,研究对象大多以工业企业为主,对服务企业的分析相对较少,仅有少部分文献讨论了文化企业的财政支持问题,考虑到文化企业在我国今后经济发展中将承担更为重要的角色,因此有必要给予更多的关注;其次,研究方法总体上比较偏重定性分析,定量分析明显不足,因而限制了分析结论的实践针对性和决策参考价值,需要进一步加强分析方法和数据资料的有机结合;最后,在我国经济转型时期,市场机制还处于不断完善的过程中,企业家社会资本将如何影响文化企业财政支持可获性,进而影响文化企业融资和经营绩效,还缺乏有价值的研究。为此,本文将从以下两个层次考察企业家社会资本:一是企业家政治关系资本,即企业家由于政治因素与政府部门建立起来的各种关系;二是企业家商业关系资本,即企业家由于与经济主体商业活动往来所积累和形成的各种关系。在此基础上,文章使用江苏地区文化企业实地调研数据,构建计量经济模型实证检验企业家社会资本对文化企业财政支持可获性的影响。不过,本文在分析中并未采用具体案例做更进一步的分析,这主要受限于调查问卷所获取的信息缺少具有针对性的深入访谈,后续研究中我们将采用填写问卷和深入访谈相结合的方式,以期获得更为全面和详细的信息,从而弥补这种不足。^①

三、研究假设

研究表明,对处于经济转型期的国家和地区而言,由于市场体系的不健全和政府部门对经济的较多干预,企业家社会资本是企业获取外部资源和形成市场竞争优势的有效手段,这对于新创企业的生存和成长中的企业尤为关键(郭研等,2015)。从我国的现实情况来看,长期以来,文化产业市场化进程相对比较滞后,文化企业发展较为迟缓,存在企业数量偏少、规模偏小和竞争力偏弱等突出问题,总体发展水平较低。但近年来,随着中央和地方政府部门重视程度的普遍提高,文化企业发展的政策环境正在不断改善,特别是政府部门提供的财政支持对缓解文化企业资金短缺和推动文化企业融资创新起到了积极作用。不过,有限的政府财政支持规模决定了文化企业需要面对资源分配过程中的激烈竞争。在这种背景下,本文要探讨的核心问题是:企业家社会资本是否显著影响文化企业财政支持的可获性?进一步地,企业家商业关系资本和企业家政治关系资本对文化企业财政支持可获性的影响是否

^①匿名审稿人建议采用案例补充说明企业家社会资本分类的优势并阐释其影响机制,这是克服本文样本偏小的有效解决思路,作者深受启发并在此表示感谢。

存在显著差异?为了回答上述问题,下文将先从理论上考察企业家社会资本影响文化企业财政支持可获性的内在逻辑,并以此为基础提出相应的研究假设。

一方面,企业家商业关系资本越高意味着文化企业与商业伙伴的交流越充分,这有助于缓解信息不对称,限制机会主义行为和降低交易成本,促进知识转移(Li等,2010),改善文化企业经营管理过程中的交易关系。从与上下游企业的关系来看,较多的企业家商业关系资本有助于文化企业更加有针对性地开展市场需求分析,加快新产品和新服务的开发速度,形成并扩大文化企业产品和服务与竞争性文化企业的差异化,从而赢得市场竞争优势(Wu,2011)。从与竞争对手的关系来看,以企业家商业关系资本为基础的文化企业间的沟通,可以增强信任和促进合作,这有助于文化企业从竞争对手那里获得必要的知识和信息,促进文化企业整合来自内部和外部的优势资源,进一步完善产品和服务设计;同时,在合作过程中缓解紧张的单纯竞争关系,在长期有望形成合作与竞争的良性互动,实现共同利益的提高,并推动行业共同问题的解决(Uzzi,1997),进而提升行业整体发展水平。政府扶持文化企业发展的重要目标之一是,通过必要的财政资金和政策引导,期望起到良好的示范效果,探索有效推动整个行业快速发展的路径,这决定了具有较高企业家商业关系资本的文化企业能成为更合适的载体。据此,我们提出研究假设 H1:企业家商业关系资本能够提高文化企业财政支持可获性。

另一方面,企业家政治关系资本有助于文化企业获得政府控制的土地使用优惠和补贴资金等资源的占有机会(张龙鹏等,2015),迅速形成竞争优势;同时,企业家与政府部门和官员之间的密切关系,也有利于文化企业获得政府部门主导的重要政策调整和产业发展规划等排他性信息,由此提高应对外部环境并及时做出反应的能力(何山等,2014;孙静晓等,2014)。从可能的外部效应来看,获得政府支持对文化企业来说往往具有积极的象征意义,这可以向外界传递一种信号,表明该文化企业的经营状况是良好的,即使出现一些问题也会有政府来协助解决。事实上,一般情况下,由于真实财务状况是很多企业的商业机密,外界很难有效获取或者需要支付较高的信息成本,此时政府的支持对那些需要较多外部融资的文化企业尤为重要(Wu,2011)。综合上述分析,文化企业有充分的动力来发挥企业家政治关系资本的积极作用,以为企业发展争取包括财政资金在内的各种支持。据此,我们提出研究假设 H2:企业家政治关系资本能够提高文化企业财政支持可获性。

然而,企业家政治关系资本需要相应的维持成本,且面临较为明显的不确定性,这在一定程度上会降低其正向影响程度。政府部门和文化企业属于不同性质的行为主体,前者以社会收益为目标,并在短期容易表现为以政治晋升激励(Sheng等,2011)为代表的目标偏离,在某些情况下也会发生政府部门工作人员的寻租行为,甚至以牺牲文化企业经济利益为代价,比如为追求政绩和晋升机会,强制实施低经济回报的投资项目(Wu,2011)。相比之下,后者以经济回报为目标,这与企业家商业关系资本有根本差异,因而更容易导致矛盾和冲突。此外,政府官员工作岗位和部门变动会弱化企业家政治关系资本的影响,企业家难以与之建立长期和稳定的关系。由于长期信任和共同规范是文化企业竞争优势的重要来源(Dyer等,1998),当企业家使用政治关系资本来获得竞争优势时,势必需要承受相应的损失。总体而言,企业家政治关系资本给文化企业带来的收益趋于下降,导致其对文化企业财政支持可获性的影响将低于企业家商业关系资本。关于这一点,Sheng等(2011)指出,尽管企业家政治关系资本和商业关系资本都有助于企业获取外部资源和促进信息交流,但它们对企业所产生的影响并不完全相同。据此,我们提出研究假设 H3:企业家政治关系资本与企业家商业关系资本对文化企业财政支持可获性的影响存在明显差异。

四、计量模型和数据说明

(一)模型设计

1. 变量定义

根据本文的分析目标,被解释变量为文化企业财政支持可获性,如果文化企业获得政府文化产业引导资金,则记为1;如果没有获得则记为0。解释变量的定义情况如下:

(1)企业家社会资本。本文对企业家社会资本内涵的界定和衡量,将主要遵循 Sheng (2011)的分析思路,立足个人角度来考察社会资本,重点考察企业家所拥有的正式关系和非正式关系,这些关系对企业家动员和获取外部资源,以及赢得具有排他性的市场准入和商业机会有着重要意义。具体而言,本文的企业家社会资本包括企业家政治关系资本和企业家商业关系资本。

企业家政治关系资本通过以下三个变量测度:企业家政治面貌变量表示企业家现为中共党员或其他民主党派人士,在同行中属于优秀企业家的代表,与政府部门具有一定的联系和政治组织优势;政府部门工作经历变量表示企业家以往曾经与政府部门有直接关系,且这种关系可能在企业家后来的商业活动中得以维持和拓展,有益于企业家更为便利地接触和获取政府资源;企业家政治身份变量表示企业家现在是人大代表或政协委员,具有直接参政议政的机会,有利于为行业发展争取政策支持,也有利于为所在企业赢得更多的项目资助机会,这在政府干预和市场驱动的转型经济中表现得尤为明显(陈爽英等,2010)。

企业家商业关系资本通过以下三个变量测度:文化产业协会会员变量表示企业家已加入相关文化产业协会,因而与文化产业联系广泛,相应的社会资本量较大(陈爽英等,2010);企业管理经历变量表示企业家曾经担任过其他企业负责人,通常在经营和管理文化企业方面更具有优势,表现出较强的企业家能力;文化产业从业时间变量表示企业家在该领域的商业活动经历和关系积累,从业时间越长,所建立的关系也越多,越有助于文化企业发展。

(2)控制变量。除了企业家社会资本外,其他因素也可能影响文化企业财政支持可获性,概括而言可划分为三类:一是企业家个体特征变量,主要用企业家性别和文化程度来体现;二是文化企业特征变量,主要用企业成立时间、企业所有制结构和企业销售收入来表示;三是其他控制变量,主要包括地区虚拟变量和金融机构信贷支持变量。

综合上述定义,表1详细列出了各个变量的设置和取值说明。

表1 变量定义及取值说明

变量	变量名称	取值说明
<i>Pfav</i>	财政支持可获性	1表示企业获得政府财政支持,0表示没有
<i>Pide</i>	企业家政治面貌	1表示企业家是中共党员或其他民主党派人士,0表示没有加入任何党派
<i>Pezp</i>	政府部门工作经历	1表示企业家有政府部门工作经历,0表示没有
<i>Pmem</i>	企业家政治身份	1表示企业家是人大代表或政协委员,0表示不是
<i>Mcas</i>	文化产业协会会员	1表示企业家加入文化产业相关协会,0表示没有
<i>Bezp</i>	企业管理经历	1表示企业家曾经担任过其他企业负责人,0表示没有
<i>Ctci</i>	文化产业从业时间	1表示企业家从事文化产业工作时间为1—2年,2表示3—5年,3表示6—10年,4表示10年以上
<i>Gend</i>	企业家性别	1表示企业家为男性,0表示女性
<i>Eedu</i>	企业家文化程度	1表示企业家文化程度为高中及以下,2表示大中专,3表示大学,4表示研究生

续表1 变量定义及取值说明

变量	变量名称	取值说明
Year	企业成立时间	1表示企业成立时间为1-2年,2表示3-5年,3表示6-10年,4表示10年以上
Owens	企业所有制结构	1表示国有企业或国有控股企业,0表示非国有企业
Sale	企业销售收入	以百万元为单位的企业上年销售收入的对数值
Rdum	地区虚拟变量	1表示江苏苏南地区(南京、镇江、常州、无锡和苏州),0表示江苏其他地区
Cred	金融机构信贷支持	1表示企业近两年获得过金融机构信贷支持,0表示没有

2. 模型设计

根据本文的分析目标和表1中的变量定义可知,被解释变量文化企业财政支持可获性的取值为二元离散变量,为准确估计企业家社会资本对文化企业财政支持可获性的可能影响,此处选择 *Probit* 模型进行估计,其基本形式如下:

$$Prob(y=1) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n + \epsilon \quad (1)$$

其中, y 为被解释变量, $x_i (i=1,2,\dots,n)$ 为解释变量(具体见表1), β_0 为常数项, $\beta_i (i=1,2,\dots,n)$ 表示待估系数, ϵ 为误差项。采用极大似然估计法估计式(1)。

(二)数据说明

本文实证分析所使用的数据来自江苏文化企业实地调查,文化企业基本范围主要涉及文化艺术服务、影视动漫、网络文化、出版发行和版权服务等行业;调查问卷包括文化企业基本情况、企业负责人个人信息和社会资本情况、文化企业获得财政支持情况、文化企业融资情况以及文化企业对政府财政支持政策的需求和评价五个方面。本次企业实地调查依托单位为江苏省文化厅,调查过程执行和控制由《财政支持江苏文化企业融资模式创新研究》课题组负责,于2012年11-12月对江苏地区文化创意产业园区企业和非园区文化企业进行了抽样调查,调查范围覆盖了江苏省的10个地级市,因此样本具有较好的代表性。在文化企业调查问卷发放方面,课题组总共发放问卷200份,回收有效问卷178份,有效回收率为89%,其中江苏苏南地区(南京、镇江、常州、无锡和苏州)119份,其他地区59份。从获得财政支持(包括江苏省财政和各地市财政)的情况来看,2011年共有106家文化企业获得了财政支持,占有效样本的比例为59.55%。

五、实证检验结果

(一)相关性检验结果

在进行模型估计之前,首先使用江苏地区文化企业调研数据,对所有变量之间的相关性进行 *Pearson* 检验。^① 一方面,从解释变量与被解释变量的相关性来看,企业家社会资本变量中,企业家政治身份、企业管理经历变量与文化企业财政支持可获性在5%的显著性水平上相关,而其他反应企业家社会资本的变量与文化企业财政支持可获性的相关关系则不显著;控制变量中,企业家文化程度、企业成立时间、地区虚拟变量和金融机构信贷支持变量等与文化企业财政支持可获性具有显著的相关关系,其他控制变量与文化企业财政支持可获性的相关关系不显著。另一方面,从各个解释变量之间的相关性来看,所有解释变量之间的 *Pearson* 相关系数均在0.40以下,最大的两个 *Pearson* 相关系数分别为0.391(企业管理经历与政府部门工作经历)和0.382(政府部门工作经历与企业家政治面貌),由此我们做出如

^①为节省篇幅,此处没有列出具体结果,如有需要可以联系作者索取。

下基本判断:各个解释变量之间基本不存在共线性问题,即使存在,这种共线性也非常微弱,因而不会对模型估计产生明显影响,即模型估计结果具有较高的可靠性。

(二)模型估计结果

在综合上述分析的基础上,使用江苏地区文化企业实地调研数据,分两种情况进行回归分析:一是仅考虑企业家社会资本的影响(模型 a),二是同时考虑企业家社会资本与控制变量的影响(模型 b)。为考察模型估计结果的可靠性和稳健性,我们分别使用 OLS 估计(基准结果)和 Probit 估计(稳健性检验结果),同时对 Probit 估计下模型 a_2 和模型 b_2 的偏效应和弹性进行了估计,为简便起见,这里只报告模型 b_2 的相应结果(详见表 2 和表 3)。

表 2 模型估计的基准结果与稳健性检验结果

	基准结果:OLS 估计				稳健性检验:Probit 估计			
	模型 a_1		模型 b_1		模型 a_2		模型 b_2	
	系数	P 值	系数	P 值	系数	P 值	系数	P 值
<i>Pide</i>	-0.001	0.988	-0.035	0.639	-0.009	0.966	-0.167	0.522
<i>Pexp</i>	0.033	0.713	0.037	0.643	0.100	0.673	0.180	0.521
<i>Pmem</i>	0.050	0.520	0.059	0.398	0.133	0.519	0.218	0.364
<i>Mcas</i>	0.166**	0.045	0.129*	0.075	0.441**	0.042	0.463*	0.061
<i>Bexp</i>	0.165**	0.045	0.168**	0.024	0.441**	0.043	0.655**	0.012
<i>Ctci</i>	-0.039	0.292	-0.053	0.113	-0.108	0.278	-0.192	0.102
<i>Gend</i>			0.077	0.389			0.232	0.421
<i>Eedu</i>			0.070*	0.093			0.241*	0.095
<i>Year</i>			0.047	0.117			0.180*	0.080
<i>Owms</i>			0.006	0.936			0.081	0.751
<i>Sale</i>			-0.011	0.495			-0.037	0.532
<i>Rdum</i>			0.461***	0.000			1.405***	0.000
<i>Cred</i>			0.174**	0.019			0.652***	0.013
<i>Cons</i>	0.483***	0.000	-0.146	0.507	-0.041	0.906	-2.229***	0.005
模型卡方检验					9.88	0.130	65.11***	0.000
准 R^2	0.0214		0.2691		0.0411		0.2710	
对数似然值					-115.17		-87.56	

表 3 Probit 估计的偏效应和弹性估计结果

	模型 b_2 偏效应估计		模型 b_2 弹性估计	
	偏效应系数	P 值	弹性系数	P 值
<i>Pide</i>	-0.063	0.518	-0.063	0.522
<i>Pexp</i>	0.068	0.517	0.046	0.521
<i>Pmem</i>	0.082	0.359	0.053	0.365
<i>Mcas</i>	0.177*	0.060	0.172*	0.064
<i>Bexp</i>	0.248***	0.010	0.228**	0.013
<i>Ctci</i>	-0.073	0.101	-0.342	0.103
<i>Gend</i>	0.090	0.426	0.118	0.419
<i>Eedu</i>	0.092*	0.095	0.437*	0.098
<i>Year</i>	0.069*	0.080	0.296*	0.082
<i>Owms</i>	0.031	0.749	0.013	0.751
<i>Sale</i>	-0.014	0.532	-0.173	0.533
<i>Rdum</i>	0.517***	0.000	0.576***	0.000
<i>Cred</i>	0.243***	0.010	0.193**	0.015

注:此处计算的是样本均值处的偏效应和弹性。

根据表2可以发现:第一,总体而言,无论是解释变量的符号还是显著性,基于OLS估计的基准结果与基于Probit估计的稳健性检验结果具有很好的一致性,表明模型估计结果比较可靠。第二,模型 a_2 与模型 b_2 相比,在考虑控制变量的影响后,反映企业家政治关系资本的变量在统计上仍然不显著,而文化产业协会成员变量的显著性水平有所下降,企业管理经历变量的显著性水平有所上升,文化产业从业时间变量从不显著变为显著;此外,与模型 a_2 相比,模型 b_2 的企业家政治关系资本变量估计系数之和提高了0.007,企业家商业关系资本变量估计系数之和提高了0.152,总体上具有很好的一致性,这充分表明估计结果比较稳定。

1. 企业家社会资本变量

(1)企业家政治关系资本。企业家政治面貌变量对文化企业财政支持可获性的影响为负,但是没有通过显著性检验,这表明企业家政治面貌并不必然对文化企业财政支持可获性产生明显影响。同时需要指出的是,考虑到估计结果中统计量 P 值较大,也不能简单地理解为企业家为中共党员或其他民主党派人士时,就一定会对文化企业财政支持可获性产生负面作用,而是可能会在某种程度上影响文化企业获得财政支持的概率。原因可能在于,企业家政治面貌主要是一种身份象征,是获得政府进一步提拔和其他荣誉的必要条件,这在国有企业和大型民营企业中尤为突出。实际上,根据江苏文化企业的调研数据,61.8%的企业家政治面貌为中共党员或其他民主党派人士。

政府部门工作经历变量对文化企业财政支持可获性的影响为正,但未能通过显著性检验,这说明企业家拥有在政府部门的工作经历能够在一定程度上影响文化企业财政支持可获性,但估计结果中统计量 P 值较大,也意味着这种影响比较微弱。形成上述影响的原因可能在于,与市场化改革早期的情形相比,在现阶段,从政府部门离职到企业担任管理者或者自己创办和经营企业,更多地表现为一种个人理性选择行为的结果,可能因为难以在政府部门实现预期目标,而转向企业经营。

企业家政治身份变量对文化企业财政支持可获性具有正向影响但不显著,这表明企业家拥有人大代表或政协委员身份时,可在一定程度上增强文化企业财政支持可获性。产生这一结果的可能原因是,企业家拥有政治身份不仅体现特定文化企业在地方政府中的经济影响力,而且能够更为直接地反映企业家与地方政府相关部门的密切关系,并与政府部门建立起了有效的非正式和正式沟通渠道,在了解地方政府政策动态、财政支持方向和重点领域、申报要求及程序等方面处于比较有利的地位,从而有利于帮助文化企业更多地获得政府财政支持。

综合上述分析并结合表3可以发现,Probit模型偏效应估计结果和弹性估计结果都表明,反映企业家政治关系资本的企业家政治面貌、政府部门工作经历和企业家政治身份这三个变量系数之和始终为正,且明显大于0。据此,我们可以得出以下基本结论:企业家政治关系资本有利于提高文化企业财政支持可获性,但这种影响在统计上不显著,从而只部分支持了研究假设 $H2$,这说明政府在为文化企业提供财政支持时,并没有显著受到企业家政治关系资本的影响。以上研究结果与已有文献的研究结论相近,但并不完全相同,例如谢家智等(2014)认为,政治关联可以帮助企业获得政府的直接补贴,企业家希望与政府官员建立起某种特殊关系,并积极成为各级人大代表和政协委员。简言之,本文对江苏文化企业的实证结果表明,公共财政资源分配更多地体现了非行政导向,这有助于进一步提高资源配置效率和使用效果。

(2)企业家商业关系资本。文化产业协会成员变量对文化企业财政支持可获性的影响显著为正,这说明当企业家加入文化产业相关协会时,能够明显地提高文化企业财政支持可获性。经济发达国家和工业领域的实践表明,产业协会可为企业发展提供重要支撑,并建立协会法规体系,从制度上明确协会的法律地位。近年来,全国半数以上的省份和许多城市先后成立了文化产业协会,江苏的南京、常州和无锡等城市也不例外。尽管还存在诸多不足之处,但文化产业协会作为连接政府与市场的中介组织,能够突破不同部门间的隶属关系和不同所有制企业之间的限制,进而推动地区内文化产业不同行政隶属、不同行业 and 不同所有制主体的相互合作,优化文化产业市场结构,健全沟通协作机制,促进资源信息共享和营造良好发展环境。

企业管理经历变量对文化企业财政支持可获性的影响显著为正,由此可以看出,具有担任其他企业负责人经历能够显著提高文化企业财政支持可获性。之所以产生这种影响,主要是因为我国文化产业尚处于起步阶段,除少部分由政府主导组建的大型企业集团外,总体上文化企业规模明显偏小,经营管理能力较弱,市场竞争力不强。为满足日益多样化和不断升级的市场需求,赢得有利的市场地位,企业家对文化企业的作用至关重要,尤其是考虑到文化企业很难直接复制工业企业的经营模式,对柔性管理要求更高,当企业家具有担任其他企业负责人的经历时,往往更有利于探索出适合文化企业的经营管理模式。

文化产业从业时间变量对文化企业财政支持可获性具有负向影响但不显著,这说明政府在决定是否给予文化企业财政支持时,并不看重企业家在文化产业中的从业时间,从业时间长反而不利于获得资助。形成这一结果的原因可能在于:一方面,改革以来我国计划经济体制趋于弱化,正在建立健全市场经济体制,文化企业所面临的经营环境也随之不断发生变化,照搬或复制以前经营管理经验的做法很容易导致文化企业经营管理的失败;另一方面,从理论上来看,尽管“干中学”是一种重要机制,但并不完全适合文化企业,政府也主要是在近期才格外重视文化产业发展,文化企业更多的是要立足于今后的产业和市场发展趋势,打破传统思维局限,谋求企业经营之路,探索可行的管理模式。

根据以上分析并结合表3可以看出,Probit模型偏效应估计结果和弹性估计结果均显示,反映企业家商业关系资本的文化产业协会成员、企业管理经历和文化产业从业时间这三个变量系数之和均为正,且显著大于0。综上所述,可以做出如下基本判断:企业家商业关系资本能够显著提高文化企业财政支持可获性,从而支持了研究假设H1,这说明政府在遴选文化企业财政支持项目时,非常看重企业家是否加入文化产业协会和是否具有担任其他企业负责人的经历,关键原因在于这两个因素对财政支持项目的成败和资金使用效率具有较大的影响,同时也表明政府对文化企业的财政支持更加突出和强调市场化原则,符合当前政府所倡导简政放权和发挥市场机制在资源配置中起决定性作用的改革思路。

通过以上分析,进一步比较企业家商业关系资本和企业家政治关系资本的边际影响后发现:企业家商业关系资本对文化企业财政支持可获性的影响要显著大于企业家政治资本,从而支持了研究假设H3,这表明地方政府在决定是否对文化企业给予财政支持时,更多地遵循了通过市场机制来配置公共财政资源的原则,而明显淡化了长期以来通过行政权力主导政府补贴资金的传统做法,这将有助于在最大程度上实现政府和文化企业的共赢,提高财政支持的针对性和有效性,进而加快文化企业发展。

2. 控制变量

首先,企业家个体特征变量中,企业家性别变量对文化企业财政支持可获性的正向影响

在统计上不显著,企业家文化程度变量对文化企业财政支持可获性的影响显著为正;其次,企业成立时间变量对文化企业财政支持可获性的影响显著为正,企业所有制结构变量对文化企业财政支持可获性的正向影响在统计上不显著,企业销售收入变量对文化企业财政支持可获性的负向影响不显著;最后,地区虚拟变量对文化企业财政支持可获性的影响显著为正,金融机构信贷支持变量对文化企业财政支持可获性的影响显著为正。

六、结论和启示

本文在借鉴已有文献研究成果的基础上,将企业家社会资本分为企业家政治关系资本和企业家商业关系资本两个层次,并使用178家江苏地区文化企业实地调研数据,构建计量经济模型实证检验了企业家社会资本对文化企业财政支持可获性的影响。研究发现:第一,企业家政治关系资本有利于提高文化企业财政支持可获性,但这种影响在统计上不显著,这表明政府在为文化企业提供财政支持时,并没有显著地受到企业家政治关系资本的影响,公共财政资源分配更多地体现了非行政导向。第二,企业家商业关系资本能够显著提高文化企业财政支持可获性,这意味着政府在遴选文化企业财政支持项目时,非常看重企业家是否加入文化产业协会和是否具有担任其他企业负责人的经历,关键原因在于这两个因素对财政支持项目的成败和资金使用效率具有较大的影响。第三,企业家商业关系资本对文化企业财政支持可获性的影响要显著大于企业家政治关系资本,这表明地方政府在决定是否对文化企业给予财政支持时,明显淡化了以往侧重通过行政权力主导政府补贴资金的传统做法,更多地遵循了通过市场机制来配置公共财政资源的原则。第四,除了企业家社会资本外,企业家文化程度、企业成立时间、地区虚拟变量和金融机构信贷支持对文化企业财政支持可获性均具有显著影响,而企业家性别、企业所有制结构和企业上期销售收入的影响在统计上不显著。

大量研究成果证实了社会资本对企业有着重要影响。根据本文的实证分析结果,可以得到以下政策启示:首先,企业家应通过文化产业行业协会等中介组织和各种可能的商业活动往来,加强与其他文化企业和上下游企业的联系,促进彼此之间的信息交流,增强相互信任,逐步建立长期稳定的有效沟通机制,努力提升企业家商业关系资本,以此降低文化企业经营过程中的市场交易成本,并为文化企业获取必要的各种外部资源和发展机会提供基础。其次,在积累和培育企业家社会资本的过程中,应从结构上进一步加以区分和调整,逐步弱化企业家政治关系资本,这既是优化文化企业特别是企业家自身资源配置效率和使用效果的有效途径,也是文化企业适应政府公共财政资源投入过程日益公开化和透明化的必然选择。最后,地方政府应重视和加快市场化改革,不断推进政府调控和市场调节的有机结合,为文化企业发展营造良好氛围。尽管本文并没有在严格意义上考察地区市场化进程对文化企业财政支持可获性的影响,但是企业家政治关系资本的影响显著小于企业家商业关系资本可为此提供间接支持。

主要参考文献:

- [1]边燕杰,丘海雄.企业的社会资本及其功效[J].中国社会科学,2000,(2):87-99.
- [2]卜凡婕,夏爽.中国文化企业上市融资分析及模式比较[J].管理世界,2010,(11):180-181.
- [3]陈劲,李飞宇.社会资本:对技术创新的社会学诠释[J].科学学研究,2001,(3):102-107.
- [4]陈爽英,井润田,龙小宁,等.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,

- 2010,(1):88-97.
- [5]郭研,郭迪,姜坤.政府资助、项目筛选和企业的创新产出——来自科技型中小企业创新基金的证据[J].产业经济研究,2015,(2):33-46.
- [6]何家凤.我国物联网产业财政补贴政策效用研究——基于上市公司的经验数据[J].中央财经大学学报,2012,(9):12-16.
- [7]何山,李后建.地方官员异地更替对企业 R&D 投资具有“挤出”效应吗? [J].产业经济研究,2014,(4):30-40.
- [8]姜卫韬.中小企业自主创新能力提升策略研究——基于企业家社会资本的视角[J].中国工业经济,2012,(6):107-119.
- [9]李永强,杨建华,白璇,等.企业家社会资本的负面效应研究:基于关系嵌入的视角[J].中国软科学,2012,(10):104-116.
- [10]龙静,黄勋敬,余志杨.政府支持行为对中小企业创新绩效的影响——服务性中介机构的作用[J].科学学,2012,(5):782-792.
- [11]吕志胜.公共财政投入与文化产业增长:影响与对策建议[J].财政研究,2012,(10):36-39.
- [12]孙静晓,踪家峰.官员更替影响企业行为和绩效了吗? ——基于上市公司投资行为和市场绩效的实证检验[J].产业经济研究,2014,(5):92-103.
- [13]童馨乐,李扬,杨向阳.基于交易成本视角的农户借贷渠道偏好研究——以全国六省农户调查数据为例[J].南京农业大学学报(社会科学版),2015,(6):78-87.
- [14]谢家智,刘思亚,李后建.政治关联、融资约束与企业研发投入[J].财经研究,2014,(8):81-93.
- [15]杨向阳,童馨乐.财政支持、企业家社会资本与文化企业融资——基于信号传递分析视角[J].金融研究,2015,(1):117-133.
- [16]张龙鹏,蒋为.政企关系是否影响了中国制造业企业的产能利用率? [J].产业经济研究,2015,(6):82-90.
- [17]张鹏,邓然,张立琨.企业家社会资本与创业绩效关系研究[J].科研管理,2015,(8):120-128.
- [18]赵玮,温军.风险投资介入是否可以提高战略性新兴产业的绩效? [J].产业经济研究,2015,(2):79-89.
- [19]Chen X Y, Wu J. Do different guanxi types affect capability building differently? A contingency view[J]. Industrial Marketing Management, 2011, 40(4): 581-592.
- [20]Coleman J S. Social capital in the creation of human capital[J]. American Journal of Sociology, 1988, 94: S95-S120.
- [21]Durlauf S N, Marcel F. Social capital[R]. NBER Working Paper No.10485, 2004.
- [22]Holmén M, Magnusson M, McKelvey M. What are innovative opportunities? [J]. Industry and Innovation, 2007, 14(1): 27-45.
- [23]Karcics E, Szakács F. Personality factors of entrepreneurial competitiveness[J]. Society and Economy, 2010, 32(2): 277-295.
- [24]Kleer R. Government R&D subsidies as a signal for private investors[J]. Research Policy, 2010, 39(10): 1361-1374.
- [25]Li J J, Poppo L, Zhou K Z. Relational mechanisms, formal contracts, and local knowledge acquisition by international subsidiaries[J]. Strategic Management Journal, 2010, 31(4): 349-370.
- [26]Lindblom A, Tikkanen H. Knowledge creation and business format franchising[J]. Management Decision, 2010, 48(2): 179-188.
- [27]Milyo J, Oh H J. Social capital and support for public funding of the arts[A]. Prepared for presentation the cultural policy workshop[C]. Chicago: University of Chicago, 2004.
- [28]Nahapiet J, Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage[J]. Academy of Management Review, 1998, 23(2): 242-266.

- [29] Sheng S B, Zhou K Z, Li J J. The effects of business and political ties on firm performance: Evidence from China[J]. *Journal of Marketing*, 2011, 75(1): 1-15.
- [30] Uzzi B. Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42(1): 35-67.
- [31] Wu J. Asymmetric roles of business ties and political ties in product innovation[J]. *Journal of Business Research*, 2011, 64(11): 1151-1156.

Impacts of Social Capital of Entrepreneurs on Financial Support Availability of Cultural Firms: Empirical Study Based on Cultural Firm Survey in Jiangsu Province

Yang Xiangyang^{1,2}, Hu Di¹, Tong Xinle³, Huang Lifang⁴

(1. School of International Economics & Trade, Nanjing University of Finance & Economics, Nanjing 210023, China; 2. School of Economics, Nanjing University, Nanjing 210093, China; 3. School of Finance, Nanjing University of Finance & Economics, Nanjing 210023, China; 4. School of Economics, Nanjing University of Finance & Economics, Nanjing 210023, China)

Abstract: Financial support is an important policy factor affecting the development of cultural enterprises. First of all, this paper decomposes social capital of entrepreneurs into political relationship capital and business relationship capital and then establishes an econometric model to analyze the impact of social capital of entrepreneurs on financial support availability of cultural firms based on the survey of 178 cultural firms in Jiangsu province. According to the results, political relationship capital of entrepreneurs has a positive impact on financial support availability of cultural firms, which is not statistically significant; business relationship capital of entrepreneurs has a significantly positive impact on financial support availability of cultural firms, and the impact of business relationship capital of entrepreneurs is obviously larger than the one of political relationship capital of entrepreneurs, showing that when local governments consider whether to give financial support to culture firms or not, they obviously weaken the traditional way of allocating subsidy funds mainly by using administrative power and basically abide by the principle of allocating public financial resources through market mechanism.

Key words: social capital of entrepreneurs; cultural firm; financial support availability; Probit model

(责任编辑 石头)