

关系网络、信任机制与互嵌实践

——当代浙北农村经济-社会变迁的深描

陈云龙

(南京大学社会学院, 江苏南京 210023)

【摘要】中国农村的整体变迁具体体现为经济-社会关系及其内在信任机制的实质性转变。因此, 本文提出一个互嵌实践的分析框架, 结合长期实地研究获得的经验资料, 对 20 世纪 90 年代末以来浙北 H 市农村的“生产-交易”与“家族-熟人”双重关系网络及其信任机制的互构与变迁过程进行深描。研究发现: 浙北农村内部这种双重关系网络与信任机制既带有深刻的传统家族主义印记, 又产生激烈的现代社会关系裂变; 既呈现理性化、制度化与现代化的总体趋向, 又面临过度功利化、极端工具化与大量失范化的内在危机。最后, 通过对这些相互缠绕、变动不居的关系与信任的实践过程的整体分析, 也揭示出家族-熟人关系网络与农村经济现代化的路径与进程之间的复杂关联。

【关键词】关系网络; 互嵌; 信任; 家族主义; 产业集群; 农村现代化

【中图分类号】C91 **【文献标识码】**A

【文章编号】1673-9841(2017)01-0015-14

一、关系网络与农村社会变迁

(一)问题的提出

浙北又称杭嘉湖地区, 处于长江下游的太湖流域。它北接苏南, 南连浙东、浙南地区, 是整个长三角经济圈的核心区域之一。历史上, 该地区不但小农经济发展成熟, 商品化程度很高, 而且近现代的工业化与市场化起步也最早。20 世纪早期, 浙北农村经历了与地理上紧挨的“江村”开弦弓村)极为相似的发展困境, 以蚕丝业为代表的乡村工业既对农村家庭亲属关系影响甚大, 其本身亦受到西方现代丝织业的强烈冲击。1949 年以后, 该地和其他地区一样, 历经了 1950 年的土地改革、1956 年的社会主义改造以及后来的人民公社时期。不同的是, 浙北农村的工业化与市场化进程从未完全中断, 自由市场(黑市交易或地下市场)以及乡村工业(时称“社队企业”一直得以保留, 并且在人民公社中后期得到一定程度的发展。这也为改革开放后乡镇企业崛起与市场经济发展奠定了重要基础。

1984 年后人民公社彻底解体, 家庭联产承包责任制得以推广。社队企业经过改制, 组成大量乡镇企业, 在 90 年代初期繁荣一时。很多农民就此形成了“在家务农”和“进厂上班”两不误的生产生活方式。与总体上一一直延续集体化的苏南农村不同, 90 年代中期以后, 依托血缘、地缘、业缘以及友缘等亲熟关系网

络的民营企业在该地大规模兴起，乡镇企业迅速衰落，通过拍卖、转制等方式并入前者之中。迄今为止，以中小型民营企业与产业集群（比如义乌的小商品、永康的五金、慈溪的小家电等）为主的县域经济已经成为浙北乃至整个浙江的发展特色。如今，当地农民虽未彻底放弃传统的小农经济，但其生产与生活重心已经迅速转移到商品化、工业化与市场化上来。很多农民当起了企业家、老板、管理人员，也买了小车，在城里买了房，过上了富裕的生活。

其实，80年代中期费孝通先生在苏南、苏北、温州等地的小城镇调查中就已经率先勾画出“苏南模式”与“温州模式”两种发展模式的轮廓。这为后续研究奠定了重要的概念基础。浙北地区处于两者交界的特殊地带，不过总体上依然属于“小企业、大市场”的“浙江模式”（温州模式），只是相较于学界对于苏南、上海以及浙东（宁波、绍兴）、浙南（温州）等地的关注，除了曹锦清、张乐天等人（1988—1992）的田野调查外，对于改革开放后该地经济社会的发展变化鲜有深入研究。如今，距离他们当年的调查过去了二十多年，在这些年里，浙北农村又发生了何种变化，出现了哪些新趋势与新动向呢？笔者通过实地研究后认为，从农业生产为主转向大规模工业化，从集体（乡镇）企业与计划经济的普遍衰退转向民营企业与专业市场的巨大繁荣，是该地二十多年来经济重心转换与社会结构变迁的总体特征。

徐晓军提出，乡村社会关系结构成为乡村社会结构的缩影，隐藏于深层次的社会结构的变动必然是社会关系质变的结果。因此，具体从浙北农村的生产生活内部深入理解农村经济社会变迁的宏观主题，而不单停留在外部视角，将经济社会发展的成果简单转化为宏观数据与抽象理论，成为本文的努力方向。下文将紧紧围绕“浙北农民的日常生活与经济活动”这一核心主题，直接从“关系”（guanxi）视角切入，持续追踪该地农民的日常关系以及他们对民营企业与专业市场的经营管理活动，“深描”二者之间的复杂关系及其实践过程，以此呈现二十多年以来特别是新千年之后该地农民是如何迈出经济社会变迁的又一大步的。最后，笔者还将问题引向对家族—熟人关系网络与农村经济现代化之间的路径与进程关系的深入探讨。

（二）相关理论回顾

中西学界越来越趋于达成一项共识：中国乃至整个华人社会都是一个关系社会。中国社会的关系网络纷繁复杂，它是理解中国人的心理、行为与互动等微观现象以及中国的经济、政治、社会与文化等宏观议题的一把钥匙。因此，“关系网络”研究逐渐成为社会学及其他相关领域与交叉学科的一个时髦主题。各色成果层出不穷，更有学者呼唤建立一门“关系社会学”。其实自社会学引入之初，中国学者对中国社会的关系模式的理论探究就已经开启。梁漱溟先生在比较中西方文化后提出“个人本位”与“伦理本位”，林耀华先生通过对张、黄两家的家族制度研究总结出人际关系平衡理论。在社会学界，费孝通先生提出的“差序格局”与“团体格局”最具影响力，只因他的理论勾画较为粗略，所以为改革开放后的研究留下了大量争论余地。以下，笔者将与本文直接相关的海内外关系网络理论、方法与经验研究分别加以概略评述。

笔者将其分为三类：一是关系网络的“文化-情感论”这类研究一般缘起于中国传统的儒家文化、家族伦理与情感纽带，主要来自本土文化/社会心理学家。代表人物有许烺光、陈其南、乔健、杨宜音、金耀基、翟学伟等。这些研究大多涉及关系的理论模式与运作过程，其中也包含利益与工具维度的讨论，但是更

强调关系背后的文化传统与历史渊源，因此带有浓厚的文化论色彩。二是关系网络的“利益-工具论”。改革开放后的一批中国社会学与社会心理学家认为，“利益”已逐渐成为当代中国（农村）社会关系/结构研究的又一重要维度。代表人物有王思斌、折晓叶、杨善华与侯红蕊、王晓霞与乐国安、李培林、刘林平、周建国与童星、卜长莉、郑也夫、林聚任等。这种关系网络“利益-工具论”，或曰“差序格局的理性化”或曰“工具性差序格局”已成为费老“差序格局”概念的重要补充。“利益”成为解读当前中国乡村社会关系的关键词，也成为研究其结构变迁的理想切入点。当代中国农村的社会关系网络对传统社会文化格局的深刻背离及其在变迁中的个体化、理性化与现代化的鲜明转向逐渐成为中国学界的共识。三是关系网络的“情感-利益混合论”。事实上，很多中国学者并不满足于从以上两种论调之一（或强调传统或突出利益）来寻找自己的理论立足点。他们不仅将情、义与利结合，还将面子、权力、制度等重要因素纳入，寻求更加复杂全面也更具理论解释力的关系框架。代表人物有黄光国、孙立平、折晓叶、陈俊杰、刘林平、周建国、翟学伟、纪鸾鸾、沈毅等。

以上三类研究的一个关注核心是关系网络的转型问题。这与当代中国（农村）社会变迁的整体背景相一致。其中，对关系网络“利益”命题的讨论总是以“文化-情感论”为出发点和参照物，并且日益呈现出“传统为本体，西方为补充”的分析趋势。至今为止，仍然没有哪位学者能够提出其他崭新的替代性分析框架，只能在“差序格局”概念基础上修修补补。

对中国或华人社会关系网络的持续关注同样来自许多国外研究者与海外华人学者。首先，对关系网络背后的意识形态与政治组织或权力关系的探究一直是这些学者最感兴趣的方面，代表人物有傅高义、戴慕珍、高棣民、华尔德等。其次，对关系网络中情感的文化背景以及经济意义的分析则是另一个重要方面，代表人物有韦伯、葛伯纳、雷丁、波特夫妇、何梦笔、任柯安、福山、常向群等。再次，他们也很早洞察并强调中国或华人社会关系网络的现代化、工具化与个体化的总体变迁趋势，代表人物有雅阁布斯、华尔德、戴慕珍、高棣民、林南、阎云翔、杨美惠等。

这些学者的研究范围广泛，他们对意识形态、权力关系以及制度因素的思考联系紧密，在某些具体概念与问题分析上颇具创见。中国或华人社会关系网络的多重背景、复杂内涵及变迁进程（现代化转型）也一直是他们思考的核心维度。他们同样试图提出更具解释力的关系分析框架。但是，由于中西社会思想文化的巨大差异，这些研究者始终存在对权力关系与意识形态视角的过度偏好以及文化立场与理论解释上的隔阂问题，在经验研究方法上也难以克服作为“陌生人”（Stranger）的外来研究者的“客位”（tic）局限。

二、关系与信任：一个互嵌分析视角

（一）互嵌实践的分析框架

从已有文献来看，关系网络的研究虽已获得丰富成果，并就若干具体命题达成共识，但也存在众多分歧，尤其是视角、理论、概念内涵与研究方法层面。另外，与其认为以上诸种关系网络的理论观点是真实生活的“写照”不如说它们更具理念类型的分析意义。对照来看，在转型背景下，传统亲缘关系与现代社

会、经济关系的交织、混融更是一种现实的存在。因此，任何希求用单一维度解释中国农村经济-社会变迁的主张，难免会滑入关系的情感-文化论、工具-利益论以及权力-统治论等决定论/简化论窠臼，其解释力也会大打折扣。笔者认为，由于传统与现代、中国与西方、农村与城市等多重力量的现实交织，转型中的中国农村已经普遍分化和复杂化，形成了诸多不同性质的关系网络。农村经济社会的变迁则具体体现在这些关系网络的整体裂变与生成实践之中，而其中粘合在一起的制度信任与差序信任又是其内部结构与运行过程中的核心机制。为此，笔者力图跳出以往学者的这些研究思路，拟引入卡尔·波兰尼的“嵌入性” (embeddedness) 概念，提出一个互嵌实践的分析框架重新思考该问题。

波兰尼曾在其力作《大转型》中以“嵌入性”概念为逻辑起点，强调一种经济与社会领域之间的“互嵌”观点。他认为这既是宏观层面的嵌入，又是政治、文化、宗教等因素与经济因素之间的综合性互嵌。后来，格兰诺维特将重点转移到行动层面，认为波兰尼的“嵌入性”概念主要强调“经济行动乃是一个制度化的社会过程”。不过，他认为这个社会过程应被视为人际互动过程。因而，格氏基本放弃了波兰尼“互嵌”内涵中经济反嵌于社会，对社会影响的一面，也没有从宏观层面考虑嵌入性问题。他较为排斥制度、文化、道德等社会背景因素嵌入行动者的社会网络并对经济行动产生影响的观点，直接强调微观层面的社会关系网络在行动者的经济行动中的巨大影响。

笔者认为，这种宏观结构性嵌入与微观行动性嵌入的人为分割是一种理论虚设。经济与社会的关系既体现为不同性质的行动、互动或制度、文化之间的“水平嵌入” (horizontalembdedness)，又体现为行动与制度及其文化背景之间的“垂直嵌入” (verticalembdedness)。两者通过不同关系网络的互构实践交织在一起，最终反映了经济与社会整体运行与变化逻辑。因此，笔者从整体论、关联论与实践论的角度重新理解和定位“嵌入性”理论，提出一个能够容纳微观与宏观、结构与过程、策略与互动、功能与变迁等理论议题的经济与社会关系网络的互嵌实践分析框架 (见图 1)。在这种认识框架下，一个社会内部的经济与社会关系网络及其两种信任机制互嵌为一体。它们高度缠绕，相互作用，共同塑造着经济与社会变迁的总体进程。在经验研究层面上，笔者将借用此模型，并结合长期的实地研究资料，对近二十多年来浙北农村具体经济与社会关系网络实践中体现的文化伦理、组织制度和互动过程 (包括信任机制、行动策略、社会心理等方面) 进行详述，最终以此整体揭示该地经济社会变迁的内在逻辑。

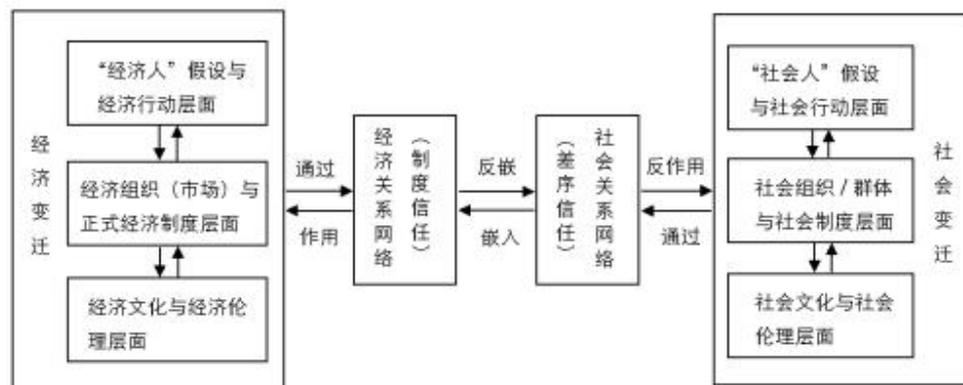


图 1 互嵌实践分析框架

（二）实地研究概述

其实对 20 世纪 90 年代以来浙北农村经济社会变迁的实地研究并不多见。笔者选择浙北 H 市农村为个案，持续考察当地经济社会关系网络的运行与变化的具体过程，一是为了在历史纵向上接续并深化张乐天、曹锦清等乃至更早的黄宗智、费孝通等学者的已有研究，因为这种长时段的追踪研究对认识变迁轨迹十分必要；二是为了在区域横向上丰富社会科学领域对江浙农村的研究。这也是对王春光、王晓毅与朱成堡、王汉生等、陈俊杰、周晓虹、项飙等学者的既有研究进行补充和交流，以便推进学界对改革开放以来的江浙农村经济社会变迁议题的深入讨论。

就实地概况来说，H 市地处上海、杭州之间，是浙北地区经济发展重镇，目前拥有太阳能热水器、皮革、经编、家纺等多项特色产业，近年来连续位列全国经济百强县前茅，成为该地区众多县市现代化进程的领航者。就此而言，H 市的农村是中国经济 4 土会转型与变迁最剧烈的农村地区之一。笔者调查发现，新世纪以来，太阳能产业在该地众多崛起的产业中尤为突出，因此决定以这个产业链为切入点进行实地研究。调查始于 2008 年，主要经过 2008 年暑假、2009、2010 年寒暑假和 2011 年寒假。另外，笔者又于 2012—2015 年每年春节期间对一些关键对象进行了持续回访。笔者通过多种身份求得一手资料。一种是以当地村民身份，通过非正式的亲属、朋友乃至朋友的朋友等方式深入访谈了数十位不同人物，并实地观察了一些太阳能及其相关产业链上的生产企业。另夕卜，在四川成都、江西九江与陕西西安等地的建材市场中，笔者也曾作为雇员或老乡的身份，直接参与和体验那些从浙北 H 市农村赶往这些地区做太阳能生意的农民的日常生活与销售过程。这也构成一种参与并且借助各种关系来研究关系网络的经验策略。

就整个产业来说，据不完全统计，目前 H 市大约有 650 家太阳能企业（主要分布在农村），绝大部分是个体工商户。从产品线看，水箱企业占半数以上。2008 年 H 市太阳能产业年产值估计在 55 亿元以上，占全国太阳能产业的近 15%，是中国太阳能产业在长江以南最大的生产基地。新近资料则表明，截止 2010 年末，H 市有各类太阳能热水器生产企业近 1000 家，其中大多是 2008 年金融危机之后出现的。其中 50% 以上的太阳能和相关产业链聚集在 H 市的 C 镇及周边村镇。因此，H 市成为浙北最庞大、最成熟的太阳能企业产业集群已是不可忽视的事实。

三、互嵌实践的经验艺术：经济-社会信任网络的个案叙述

由于经济与社会关系网络密不可分，笔者尝试以长期追踪的 CYG 个人及其企业为起点，将两者进一步展开为“生产-交易”（产销）关系网络与“家族-熟人”（亲熟）关系网络，在这两种相互嵌合的关系网络的脉络与实践寻求最佳的描述方案与阐释逻辑，即以产销关系网络的不同组成部分及其运行为主干，同时融入亲熟关系网络及其文化背景与个体行动，并将制度信任与差序信任的双重机制穿插其中。不过在此之前，我们有必要对 CYG 个人及其企业发展历程稍作简介。

CYG，男，现年 54 岁，农民，初中文化水平，原来在 C 镇一家集体/乡镇企业（水泥厂）担任车间主任一职，2000 年下岗。在岗 20 多年，他先后经历了企业的成立、发展、繁荣，改制为民营企业，直到最后破产并被迫离开。下岗后，他一方面有了 10 多万积蓄，另一方面也厌倦了长期为别人打工的生活，有些羨

慕那些当地新兴的民企老板。他认为很多人曾经和他一样，甚至能力还不如他，但是他们现在都渐渐做大了，成了民营企业家，他心里总有些不服。经过再三考察，2001年前后他决定与亲属合伙开办一个太阳能家庭工厂。起初厂子没有申请注册，也没商标和品牌，只能为其他大企业代做零部件，拿些加工费。经过三年努力，2004年CYG在本村公路边建了简易厂房，也申请下自己的商标，对支架、水箱等部件以及太阳能整机进行生产与装配。截止2008年底，企业销售收入突破500万元。2008年之后，CYG又开始新一轮投资扩建。2010年初，新厂房已建成投产。最高一年的销售额超过了1000万元。近两年来，随着国内太阳能市场日渐饱和，他的企业的效益也出现大幅下滑（调查日记2008-07-28;2011-01-30）。

（一）生产关系与信任网络的内部运筹

CYG的企业既是家族（庭）企业，又是合伙制，确切说是两者的混合。企业成立之初，在资金筹集方面，CYG投入15万，他的一个亲兄弟入股5万，另外两个小舅子共投入5万，组成了25万启动资金。CYG对企业拥有事实上的控制权，其他人既入股分红，也直接参与运营。一开始CYG就进行了分工：自己主要负责外部的原料采购、产品销售、市场开拓并总揽全局；其妻负责财务管理；其兄弟因早年搞过运输，会开汽车，负责原料和成品的运输；另有几名家族亲属成员则负责日常生产和机器的维修保养。起初几年，企业尚小，他们边学边做，为当地一些较大企业做支架（零部件）力口工。因为生产工序简单，又想节省成本，企业没有招外人，相互间也没有产生太多生产生活中的日常摩擦。他们依照订单要求，按期、保质、保量完成，利润比较微薄。CYG的妻子曾告诉笔者：

那时候很辛苦，也很困难。虽然平时每个人都有分工，但是忙的时候就管不了那么多了。不用我说，（包括CYG在内）家里所有人都会自觉加入到生产队伍中来。有时为了完成任务，所有人都要通宵加班。大家基本都有参股，又是亲戚，也觉得反正是为自己生产，为自己赚钱，都很有干劲，没有任何怨言。只是我到现在都觉得很对不起我们这几家的孩子，他们有时候放学回来都没有晚饭吃，周末还得帮着做点杂事。（访谈资料CYG妻子2009-07-10）

2004年以后，企业逐步走上正轨，生产规模扩大，所以在村公路边买地盖起了简易厂房（以前以CYG家的民房作为厂房）。企业内部事务也日渐增多，关系一下子复杂起来，日常协调与管理的难度也不断增加。日益扩大的资金出入让（初中文化水平的）CYG的妻子只能专心管理账目。即便如此，她有时还是会觉得有些应付不过来。起初负责生产的成员逐渐变成管理者。企业也招来几名外地（多来自云、贵、川三省）打工者进行日常生产；CYG的外部业务也同步增加。他通过熟人“挖来”在C镇另一家同行企业的前同事查某，要他负责管理机械设备。CYG的兄弟也成了运输协调人，忙于联系各种本地人开办的物流公司，根据CYG的产销信息及时进货发货。

但是，看似紧凑、合理和高效的劳动分工背后也隐藏着重重危机。这同样源于企业内部的经济与社会关系网络的交织、模糊与弹性。暗地里，每个成员都站在自己小家庭的利益角度来考虑整个企业的发展状况。这种盘算随着企业效益的连年增加而愈发强烈。从开办之初的齐心协力到后来的彼此猜疑，这张曾经充分体现成员间相互信任、凝聚团结与奋斗激情的亲属关系网上渐渐产生一根根向外拉扯的线头。笔者后来侧面了解到其中几位成员的想法：

CYG 的妻子一直向我倒苦水，说自己平时做账如何辛苦，为整个企业的每项开支精打细算，却落人口舌，说自己私吞。“他们（指其他亲属）这样做还有良心吗？还算不算一家人啊？”不过，她自己也一直怀疑管运输的 CYG 兄弟每次在运费上存在虚报；其中一个小舅子看到 CYG 的妻子穿着越来越时髦，还花好几百烫了头发，CYG 的儿子也被送进当地一所私立中学，就认为平时省吃俭用的 CYG 一家人哪能一下子变得这么大方。后来，CYG 妻子的解释是，既然是开厂做生意的，场面上还是要过得去，不能穿得太差，被人笑话，况且也会被人误认为自己小气，影响厂里生意。另外，她也对 C 镇上的公办教育比较失望，希望自己儿子可以接受更好教育，不要像她这一代那样：因为各种原因，想继续读书也没了机会，最后被耽误了……（访谈资料 CYG 妻子 2010-02-23；CYG 兄弟 2010-02-05）

他们虽各执一词，内心想法却颇为一致：现在企业效益这么好，自己干得这么辛苦，却不能得到（自己认为）应得的。至于血缘亲情、互助义务、人情面子，这些似乎都因金钱问题的集中争执而被搁置了。他们的想法背后隐藏了（小家庭间）相互对抗和自我辩护的双向逻辑：一方的逻辑是，我管不着这么多方面，所以吃了亏，你们平时肯定都在找机会偷偷摸摸地从厂里私自抽钱；面对指责，另一方的逻辑是，你有什么证据，你看见我拿了？不要凭空乱说。企业内部关系网络中的信任危机就此全面爆发。

不久，扯开的线条纷纷断开了，参股的亲戚们陆续“摊牌”经过几番争吵，他们先后离开，各自单干。他们走的时候各自带走一部分资金、技术设备和其他资源（比如老员工、老客户和供货商等）。2008 年，CYG 对企业进行彻底重组，招募以前的同事、朋友、当地乡邻以及外来民工，以帮助完成正常的生产任务与管理工作。据他回忆：那段时间令他最苦闷，亲属纷纷出走带来的不仅是资金周转和生产管理上的困难，而且让这几个原本感情融洽的小家庭之间也顿然形同陌路。他无奈地说：

不管怎么样，都是一家人，又在这个行业里摸爬滚打了这么多年，总是抬头不见低头见的。但是，自从分开之后，（即使迎面碰上）我们再没打过招呼。有时明知道对方企业有困难也不会相互接济。现在过年也不再串门了。我听人家说我兄弟在一些公开场合直接说他就从来没有过像我这样的哥哥。（访谈资料 CYG2012-01-27）

经过 CYG 一家的努力，企业不仅没有被打垮，还顺利渡过危险期，建起新的生产网络。企业重组后，CYG 没有再让其他亲属负责生产管理，更不让他们参股，事事都要亲自操办。他不止一次对笔者说：“我已经对这样的亲戚关系不再抱任何希望了。做生意自己人根本信不过。还不如我现在找的这些四川人（指外来民工）管用！”事实上笔者发现：一方面，CYG 彻底质疑家族亲属关系的可靠性，却雇佣了大量当地的熟人作为替代。他找了另一个朋友管理货运事务，继续留用前同事负责机修，又雇了几名本地乡邻投入日常生产；另一方面，他也陆续招了几名外地民工，其中两人在当地同行企业做过一段时间，其他的都是新手。他慢慢接受了他们，不过有时对其工作还是颇不放心。只要不外出跑市场，他每天都会对厂里的生产事务亲自把关。

CYG 很勤奋，也很能吃苦。当时整个行业一直处于上升时期，他也赚了不少钱。2009-2010 年他又将原来的厂房扩建，产能也达到办厂以来的顶点。2010 年春节期间，笔者参观了他的新厂房，里面设有正规的办公区（包括经理室、财务部、销售部等）、生产区、仓库、门卫和停车场等。很多办公室都配备了电脑

。他对笔者说：

一些大厂都有各种办公部门，他们还在人才市场上招来很多大学生，学历高又懂计算机，有些专门从事网上销售，据说很多厂里卖得不错。还有人接到了约旦、沙特和欧洲的外贸订单。我想着开年是不是也招几个……（访谈资料 CYG2010-02-19）

（二）交易关系与信任网络的外部推展

1. 原料与配件供应商

CYG 深知原料和配件对于生产的重要性，因此在建厂之初就挑起了这方面的大梁。在代加工时期，他并不了解行情，就采取这样的策略：先找到这一行业及其产业链上的老朋友、老同事，了解当地主要配件生产商（多数也是熟人）的产品，也间接获取一些原料供应商的信息；之后直接与他们联系，从而掌握配件行业的整体行情，也借此进一步获知 H 市之外的原料供应商的详细情况；最后他结合这些关系网中的信息和自己的市场调查，逐渐把握该领域的完整信息（比如原料产地、供应商、配件的规格与质量以及价格走势等等）。

企业刚成立时，CYG 对太阳能行业生疏，了解的信息既不太完整，又不够及时，相关价格消息总是滞后，导致他的生产成本总是比别人高，加工利润也就更少。后来，他直接和外地的几个原料供应商以及本地几家配件厂建立了稳定的供货关系，价格和质量也日趋符合市场行情。相互熟悉之后，他也能先进货，到年底再进行统一结算。2004 年之后，企业开始生产自己品牌的太阳能热水器。除了支架、水箱自产外，集热管以及相关零部件都从当地其他产业链上的企业购进，然后进行组装。2008 年以后，他早已对整个原料与配件供应市场了然于胸。他生产的支架也成为该地其他同行的重要配件来源。总体来说，一方面，H 市农村的太阳能产业链（当地产销网络）就这样被乡土社会的亲熟关系网络紧紧包裹起来了；另一方面，像 CYG 这样的企业家又试图挣脱之，直接从日益透明的市场信息中寻求更大的获利机会。

2. 产业集群中的其他同行

如今，浙北 H 市农村的太阳能产业集群中有大小不一的上千家企业。CYG 说他和其中一些同行企业家（主要是些前同事、朋友和其他熟人）时常往来，请他们去自己那里“玩玩”或者在饭店吃个饭，去 KTV 唱个歌，交流一下“感情”。在这些非正式场合，他们会谈及日常生产、技术设备以及产品样式等方面的细节问题（偶尔也会涉及产品创新），特别是交换外部原料购进、产品出售价格、质量执行标准以及各地市场行情等信息。但是，这种彼此的交流既细致深入又模糊适度。在笔者这样的外行看来，这是他们的行话，很多是只可意会、不可言传。处在这张关系网中的企业家，他们对外（H 市农村以外的同行）结成信任联盟，对内又相互设防。他们的经常性交流永远是“不经意”和半公开的，里面也有很多“不能说的秘密”。不过，该地一些不成文的销售惯例和市场定价等也是通过这张无形之网内部的各种交流达成的。

在多次参与这些企业家的谈话场合后笔者才深刻体会到这种谈话手段的含糊委婉。像 CYG 这样的企业

家有时虽然在讨论其他企业的情况，其实是在讲述自己的企业，同时隐约表达出与他人交换信息和生产合作的意愿。其他人也以类似方式进行，彼此早已形成默契，相互默会。在这些复杂盘错的关系实践中，他们正是凭借中国人特有的表达艺术，含蓄巧妙地处理好与其他同行的关系。通过不断往来，企业家们既获得了有利于自己企业发展的资源，也共同编织并谨慎维护着这张充满竞争与合作的经济本土关系网。这种关系网络或关系资本成为中国式社会资本，也成为一种资本的中枢，所有其他形式的资本借此实现整体桥接与流通转换。在当地农村，他们（无论作为企业主、管理者、销售商还是普通工人等）对产销行情乐此不疲的分析也日益构成农民间相互往来和日常生活的核心话题。走在H市的乡间，笔者总能感受到到处弥漫的“生意经”气息。总体来看，90年代以来，随着这种产销关系网络的大规模拓展，亲熟关系网络随之既大为巩固和扩展，又悄然发生着个体化、功利化和工具化的深刻转型。

3. 外部的产品销售商

如何搭建起一个稳定的外部产品销售网络也是企业发展的核心环节之一。CYG在这方面的策略主要有四种：一是直接在乡土社会的亲熟关系网络中寻求支持；二是依靠广播电视、纸质媒体和公路路牌的广告宣传；三是亲自到全国各地建材市场跑销售；四是少数本地和外地销售商主动上门进货。笔者大致把他的销售网络分为两类：一类是本地熟人（销售商），即依托乡土社会中的乡邻、朋友、同事、同学、战友、血缘亲属乃至家人等，在全国各大中城市的建材市场、商业地带建立销售网络；二是外地陌生人（销售商），即通过广告宣传、调查市场和外出推销等市场营销策略，到全国各地找当地代理商或他们主动前来提货。笔者对CYG以及其他一些企业的销售网络持续关注后发现，这些企业发展的不同阶段，两者比例大致会出现如下变化过程：依靠本地熟人销售为主—本地熟人与外地陌生人销售比例相近—外地陌生人销售略占优势。这与企业的发展历史及其产销网络不断稳定、扩大的方向一致。笔者对该过程进行了进一步思考：

从企业家角度看，一方面像CYG这样的企业家在对待熟人-陌生人这两类销售商的态度上，确实存在很多中外学者强调的特殊主义原则，按照既有关系亲疏和不同熟悉/信任程度采取完全不同的策略。例如，笔者观察到很多企业家的“铺货行为”这种情况一般出现在企业发展前期。那时企业刚成立，急需各种销售商开拓市场。于是，很多企业家主动选择H市外出经商的大量亲朋和本地熟人，依靠乡土社会内部长期积累和维系的差序信任关系以及人情面子逻辑，大胆将第一批货运到他们所在的销售地，且暂不收取货款，以示诚意（不过他们也以同样方式拖欠上游的熟人供应商）。他们常说的一句话是：没关系，卖掉了再给钱！很多企业家依靠这种办法起家。另一方面，这种内外有别的销售策略在企业发展过程中并非始终如一，而是在关系和信任的不断变化中灵活调整。CYG告诉笔者，他其实也因此吃过不少亏。他说：

很多本地（H市农村）出去的人并没有我料想的那么牢靠，有的一直拖欠货款，多的有4、5年了。他们的理由各种各样，要么说生意不好，要么说卖了但那边的钱也没拿到。但是大家都是一个地方的，我知道很多人生意做得很好，就是故意赖着不给。有的还拿着这些钱在城里买了房。还有些家伙更不上路（意思是不道德），到处借这样的手段骗机器（太阳能）。哎，你是不晓得这些欠账现在要起来有多难……除非是那些靠得住的，我是不会再铺货了。不过，我想如今这样的傻子也不多了。况且现在生意稳定了，我宁愿不要这样一个要我先铺货的新客户……至于外地客户，我一开始就不会铺货的。给多少钱发多少货。

外地人太不保险，货拉去了，一旦毁约，你让我到什么地方要钱？跟谁要去？你说那个 CGM(当地另一位企业家)，他就是给昆明那边一个人铺了 15 万的货，一直拖了 3 年都没给，去年千里迢迢去云南找人。好不容易找到了，那人说没钱。后来又打官司，结果最后还是只要回了 5 万。你说这种事多遭罪啊……不过话又说回来，有些外地客户人还挺好。我一个安徽客户前年专门赶过来给我拜年。今年他说刚买了房子，手头紧，年底就暂欠了 2 万货款没付清。我也答应了。（访谈资料 CYG2011-01-28）

从本地熟人（销售商）的角度看，他们与同属 H 市农村的亲熟关系网中的企业（家）之间存在着鲜为人知的复杂关系与信任链条。总体上，亲熟关系使得全国乃至世界各地的亲朋和老乡（销售商）和大量本地企业（家）连成一张更宽广的产销网，形成较为稳定的“地域-全国/球经济关系网络”及其内在的“市场差序信任格局”。当地熟人间的合作使 H 市的太阳能企业具备巨大的产业集群优势，在十几年间迅速（从生产到销售）占据全国 10% 以上的市场份额。在成都 W 市场，笔者也曾了解到一些在那里的老乡的情况：WJH 一家在帮他姐姐和姐夫开的太阳能企业销售，D 某是某企业家的侄子，S 某和厂里老板是以前集体企业里的老同事……对此，一个在 W 市场多年的搬运工不由地感叹：才两三年时间，眼看着这个卖家电的市场全被你们这些个卖太阳能的占领了！现在怎么哪儿的市场里都有你们浙江人啊？”（调查日记 2010-08-05）在其他走访中笔者进一步发现，来自 H 市的老乡扎堆的情况几乎在全国多数省会和地区城市的建材市场都存在（比如郑州、昆明、西安、成都、襄樊、九江等地都有十年以上的成熟市场）。不过，由于省一级的竞争过于激烈，这一地域群体近年来也转向地区、市镇以及农村市场。

但是，由于这些销售商和企业（家）之间的模糊约定与理性算计，也经常出现双方的关系恶化与信任危机。成都市场的老乡 CXP 就曾告诉笔者，她说自己只有初中文化程度，以前也不会用电脑，后来看老乡们都买了，她也买了一台，有空就让他们教些简单操作。她还申请了一个 QQ 号，既便于同那些在成都的老乡联络“感情”还可与其他省市市场里的老乡们及时互通信息。这样，大家就能时时更新全国各地的市场行情以及众多太阳能企业的质量、进货底价及其变动情况，有效防止厂方的蒙骗。另外，在 1 些比较随意的场合，笔者总能获得意外收获。1 次闲谈中，CXP 和 ZQM 正在交流经验，她好意提醒对方要注意提防 SH 厂。ZQM 说：

我早就知道 SH 厂了。这个厂子表面看起来很大，做的机子质量也还可以，就是进货价格有点高，现在行情这么差，我卖起来很吃力啊……不过卖得好也没用的。我听说上次河南有个我们那的老乡也卖这个牌子，一年卖了上千台，可以赚好几十万啊！但是 SH 厂里看他卖得好，就偷偷摸摸直接派人在当地又设了个销售点。你说这生意还能行吗？后来那个老乡要和厂里打官司，只是听说没签什么正式代理协议，所以也很难办。不过我觉得都是乡里乡亲的，也是为厂里销售，真没那个必要。后来私下调解，他只拿到 5 万元补偿费就不情愿地退出了。所以我们以后一定要留好后路啊！我现在还欠着厂里 5 万多元，这个老底不能动（不能彻底结清）。你也要早做准备啊！

CXP 回应说：

这样的事又不止 SH 厂一家。很多所谓的‘大厂’都这样干。我知道 JX 厂以前在西安那边也干过这档子事。还是同一个地方的，都在帮厂里卖，这些厂做成这样，还有什么信用可言？不过话又说回来，现在

做生意都是为了钱，他们还有什么事干不出来呢？”（访谈资料 CXP、ZQM2010-08-20）

四、经验总结与理论讨论

学科领域与研究视角的差别将中国农村经济 4 土会变迁与现代化的论题切割了。大体上，经济学、管理学与经济社会学更关心家族-熟人关系网络如何嵌入企业与市场的生产-销售关系网络之中，对后者产生了何种影响；农村社会学、社会心理学与文化人类学更关注工业化、市场化与现代化本身对传统农村的亲熟关系与乡土伦理的冲击与重构问题。不过，无论从哪种角度说，当代浙北农村的经济-社会变迁经验都具有理论上的前沿性与典型性。因此，在本文末尾，笔者将基于该地个案，着重围绕经济-社会关系网络进行一些理论探讨，并对相关研究作出响应。

（一）经济关系网络变迁与农村现代化的轨迹

改革开放以来，H 市农村的经济重心从农业转向工业，生产网络从社队企业到乡镇企业再到遍地开花的私营企业，销售网络则从本地专业市场推向全国综合市场，并且在 21 世纪大胆跨出国门。这种“浙江（农村）-中国-世界”的经济网络建构方式与发展路径，在时间维度上继续勾画了之前张乐天、曹锦清等在该地发现的乡村工业与自由市场的初步成长脉络，更深入地揭示出以亲熟关系网络为基础的私营企业与专业市场的发展困境与适应能力；又在空间维度上将王晓毅与朱成堡的苍南县研究、陈俊杰的浙东越村研究、应焕红的温州乐清研究等省内个案与王春光、王汉生等、周晓虹、项飏^④等省外的“浙江村”与“温州人”个案连接起来，提供一种整体思考的理论空间，凸显了亲熟关系网络对农村工业化、市场化与现代化进程的持续、复杂而又矛盾的影响。

从社会嵌入经济的角度看，作为“差序格局”基础的血缘关系和地缘关系，仍然是当代浙北农村主导性人际关系。一方面，为了共同经济利益，蕴含在传统文化与家族伦理的亲熟关系与差序信任中的巨大能量在民营企业内部超常显现，让正式关系或生产合作带上更多人情味，为企业的日常生产和组织管理提供持续动力。因此，关系网络的工具特征与效率优势均十分突出。无论是企业家、销售商还是交易链上的其他成员都充分占用这类社会/关系资本，共享内部资源、信任网络与关系契约。这些企业的产销网络始终以亲熟关系为依托与缓冲，不断延伸到国内外的陌生市场，大大降低了发展初期的经营风险，也为后期的常规化运营奠定了基础。

在关系取向的经济伦理背景下，农民借助这些自然生成且无形嵌合的经济-社会关系网，在各方合作中共担风险、互利互惠，形成了庞大的产业链条和集聚优势，最大限度求得集体生存发展空间。这是先有民间自下而上、化整为零的内生性发展动力，后有地方政府自上而下、从零到整的外部规范化整合的共同结果。政府将发展思路从扶植少数龙头企业转移到保障多个产业集群上，大大弱化了个别大型家族企业内部的分裂、转移、败落、破产等周期性历史危机以及产业单一对当地经济繁荣的影响程度。破产后的企业资源虽然散落到其他（新）企业上，多半依然在当地产业集群内部重组（比如 CYG 企业的分裂）。这是浙江农村的地域社会共同体与区域经济共同体之间最大限度的互赖与合作，有效保障了当地特色产业的活力与地域经济的稳定增长。

另一方面，诸如 CYG 这样的农民企业家也由于亲熟关系网络的严重工具化甚至破裂而备受利益损失与情感创伤的双重折磨。由于企业发展的需要，他们被迫启用半熟人与陌生人，并培养出对这些外人的信任。“利益+情感”的双重整合也使他们之间产生“拟似家族关系”，及时补充原有的关系网络，使企业免遭破产。但是，他们对外人的信任仍然有限。另外，家族关系中的内外有别、变动不居与生产管理制度要求的一视同仁、按章办事之间同样充满矛盾与张力。各种亲熟关系变动带来的周期性危机从未真正解除。市场与企业中的信任机制的制度化过程依然举步维艰。市场化背景下，由于农民私利性的大规模驱使，最初亲熟关系与差序信任中的弹性优势已经日益成为企业与市场的制度化与现代化的强大阻力，反过来加重了本地产业链的严重混乱与恶性竞争。

如今，传统文化与乡土伦理多半已经隐遁，转而成为农民各种功利主义与机会主义行为的潜在工具。在高度流动且缺乏制度信任的市场环境中，承袭乡土社会而来的差序信任屡屡失效，基于乡土伦理优势的“家族合伙”“铺货行为”也成了—些农民借以做“无本生意”的欺诈手段。这最终导致市场诚信危机和工具性失范。另外，若没有更大范围内的政策规范，这种亲熟关系网络圈定的产业集群同样会在利益的片面追逐中构成地方保护主义，纵容假冒伪劣商品遍布国内外，最终危及本地产业的整体发展命运。

总之，关系网络影响经济发展，大规模的关系网络而非制度规范的长效维持，依然直接决定了当地产业与市场的兴衰存亡。只是，亲熟关系网络虽然生机勃勃、优势尽显，其严重局限也一目了然，所以在市场经济领域建立一种切实有效的制度信任迫在眉睫。随着中国农村现代化进程的深入，处理好关系网络与企业市场抑或人情与制度之间的关系，实现从“情在理先”到“理在情先”的转换，重新达成情理交融的平衡状态，始终是一项关键的政策议题。

（二）社会关系网络转型与家族主义的命运

工业化与市场化的急速推进，大量人口的自由流动以及计划生育的彻底奏效，导致浙北农村的家庭人口进一步收缩，亲熟关系网络也面临深刻转型。20 世纪 90 年代以来，该地延续了家庭规模减小并迅速核心化的总趋势，又出现一种“并家婚姻”的新动向，以父系为核心的血缘关系更加弱化，姻亲、地缘、业缘、友缘、学缘等其他性质的关系则得到强化，亲熟关系网络明显从血缘与先赋特征向姻亲与交往特征倾斜。各种关系的性质变得更为复杂多元，范围大为扩展，其边界也极富伸缩性与开放性。这些变化多半也体现在早期浙江农村以及其他地区的亲熟关系网络中。

从经济反嵌于社会的角度讲，一方面，集群企业内部的产销网络既强化和扩展了当地的各种家庭亲属网络，也促进了关系本身，尤其是夫妻关系的亲密、平等与民主化。一些农村女性，比如 CYG 的妻子也因在这些经济网络中的重要角色而日趋独立。另外，频繁的经济互动也使类似常年在—外经商的 H 市农民那样的地缘群体大量产生，导致各种“浙江村”遍布各地大中城市，将本地的亲熟关系网络无限地伸向外部世界。这种关系网络也因共同的职业与市场目标而更加平等与牢固。不过，企业与市场规模的扩展也导致他们对陌生人普遍信任的尝试以及“次级关系初级化”的倾向。在本研究中，浙北 H 市农民既开始大量聘用外来民工与高学历人才，广交朋友、客户，又积极利用互联网进行销售并大胆外出闯市场。他们透过各种经济与社会策略，将“外人”最大限度地转化为“自己人”。本地人的外地化（外出经商）和外地人的本

地化（前来求职），一出一进，将地方亲熟关系成功地与外部陌生人群体对接起来。最终，这种关系网络的包容与转换能力，也使原有的农村亲熟关系网络大大超越了地域社会的空间限定。

另一方面，遭受工业化和市场化侵蚀的浙北农村也日渐去道德化，人情往来愈加形式化。各种亲熟关系大范围地挣脱了乡土社会的空间封闭与传统伦理的观念约束，在市场经济中自由流动。由于市场规范和企业管理的不完善，这种亲熟关系的流动既带来了生机与活力，也造成了失信与失范，货币纽带则从中置换了情感伦理的核心位置，使之深深打上“利益”的烙印。经济上的互利可以使亲属关系更加紧密，经济利益上的矛盾也可以使亲属家庭之间相互疏远。极端的工具主义与投机主义行为透过当地的产销网络，直接影响了各类家庭亲属与熟人关系的稳固性，既导致关系网络的混乱与冲突，也造成其内部的信任断裂与局部真空，大量“亲属关系非亲属化”或者“初级关系次级化”趋向也已彻底成为现实。上述家族企业内部和企业与销售商之间的种种利益纠纷也表明，产销网络中的经济实践正在大量瓦解当地农村的传统亲熟关系网络，冲击乡土社会的日常秩序。文化层面上，这亦是理性、平等、竞争和普遍取向的西方现代经济伦理与情理、差别、和谐和特殊取向的中国传统家族伦理之间的深层较量。

当代浙北农村的亲熟关系网络依然具备特殊主义的价值取向和差序格局的结构与运行特征，但是其内在的联系与保障基础早已极为多元化。以当地农村为基点，各种本地关系在国内外的市场经济中以弥散的方式跨越边界，到处播散渗透、转换嫁接，重塑并且联通了一个无限亦无形的“关系社会”。换句话说，本地的亲熟关系网络搭载着产销网络一起全球化了，浙江农民也与浙江商品一道奔向世界各地，实质地凸显了市场与社会、全球化和地方化之间的双向运动逻辑。可见，乡土社会的内在裂变与关系网的多元化与后致性转型，导致以血缘为核心的家族主义逻辑越来越难以涵盖并解释其对经济变迁，特别是对企业组织与自由市场发展的决定性影响，它要让位给更复杂的关系网络及其运行方式，而其本身的命运也要时时放入中国（农村）经济变迁与现代化的整体情境中深思。

参考文献：

- [1]费孝通. 江村农民生活及其变迁[M]. 兰州：敦煌文艺出版社，1997.
- [2]费孝通. 费孝通文集：第10卷[M]. 北京：群言出版社，1999.
- [3]徐晓军. 内核-外围：传统乡土社会关系结构的变动[J]. 社会学研究，2009(1)：64-95.
- [4]克利福德·格尔茨. 文化的解释[M]. 韩莉，译. 南京：译林出版社，1999.
- [5]何梦笔. 网络、文化与华人社会经济行为方式[M]. 太原：山西经济出版社，1996.
- [6]金耀基. 关系和网络的建构[G]//金耀基自选集. 上海：上海教育出版社，2002:93-116.

- [7] S·戈登·雷丁. 华人资本主义精神[M]. 谢婉莹, 译. 上海: 格致出版社, 2009.
- [8] 杨国枢. 中国人的社会取向[G]//杨国枢, 余安邦. 中国人的心理与行为——理念与方法篇(一九九二). 台北: 桂冠图书公司, 1992
- [9] 瞿学伟. 中国人的关系原理[M]. 北京: 北京大学出版社, 2011.
- [10] 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(3):1-6.
- [11] EMIRBAYER M. Manifesto for a Relational Sociology[J]. American Journal of Sociology, 1997, 103(2) : 281-317.
- [12] 梁漱溟. 中国文化要义[M]. 上海: 上海人民出版社, 2005.
- [13] 林耀华. 金翼[M]. 庄孔韶, 林宗成, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1989.
- [14] 费孝通. 费孝通文集: 第5卷[M]. 北京: 群言出版社, 1999.
- [15] IISU F L K. American and Chinese[M]. New York: Garden City, 1970.
- [16] 陈其南. 文化的轨迹[M]. 沈阳: 春风文艺出版社, 1987.
- [17] 乔健. 关系刍议[G]//杨国枢. 中国人的心理. 南京: 江苏教育出版社, 2006.
- [18] 杨宜音. 自己人: 信任建构过程的个案研究[]. 社会学研究, 1999(2) 38-52.
- [19] 杨宜音. 关系化还是类别化[]. 中国社会科学, 2008(4) 148-159.
- [20] 金耀基. 人际关系中人情之分析[G]//杨国枢. 中国人的心理. 南京: 江苏教育出版社, 2006.
- [21] 瞿学伟. 人情、面子与权力的再生产[M]. 北京: 北京大学出版社, 2005.
- [22] 王思斌. 经济体制改革对农村社会关系的影响[]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 1987(3):26-34.
- [23] 折晓叶. 村庄的再造[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1997.
- [24] 杨善华, 侯红蕊. 血缘、姻缘、亲情与利益[]. 宁夏社会科学, 1999(6) 51-58.

- [25] 王晓霞, 乐国安. 当代中国人际关系中的文化嬗变[]. 社会科学研究, 2001(2) 105-110.
- [26] 李培林. 巨变: 村落的终结[]. 中国社会科学, 2002(1) 168-179.
- [27] 刘林平. 关系、社会资本与社会转型[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2002.
- [28] 周建国, 童星. 社会转型与人际关系结构的变化[]. 江南大学学报(人文社会科学版), 2002(5): 49-52.
- [29] 卜长莉. “差序格局”的理论诠释及现代内涵[]. 社会学研究, 2003(1) 21-29.
- [30] 郑也夫. 信任论[M]. 北京: 北京广播电视出版社, 2006.
- [31] 林聚任. 社会网络分析[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2009.
- [32] 李沛良. 论中国式社会学研究的关联概念与命题[G]//北京大学社会学与人类学所. 东西社会研究. 北京: 北京大学出版社, 1993
- [33] 黄光国. 儒家思想与东亚现代化[M]. 台北: 巨流图书公司, 1988.
- [34] 黄光国, 胡先缙, 等. 面子: 中国人的权力游戏[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.
- [35] 孙立平. “关系”社会关系与社会结构[J]. 社会学研究, 1996(5) : 20-30.
- [36] 陈俊杰. 关系资源与农民的非农化[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1998.
- [37] 周建国. 紧缩圈层结构论[M]. 上海: 上海三联书店, 2005.
- [38] 纪莺莺. 文化、制度与结构: 中国社会关系研究[]. 社会学研究, 2012(2) 60-85.
- [39] 沈毅. 迈向“场域”脉络下的本土“关系理论探析”[]. 社会学研究, 2013(4): 203-228.
- [40] VOGEL E F. From Friendship to Comradeship[J]. China Quarterly, 1965, 21 (1) : 46-60.
- [41] OIJC. Communism and Clientelism: Rural Politics in China[J]. World Politics, 1985 , 37(2): 238-266.
- [42] GOLD T B. After Comradeship[J]. China Quarterly, 1985, 104: 657-675.

- [43] 安德鲁·华尔德. 共产党社会的新传统主义[M]. 龚小夏, 译. 香港: 牛津大学出版社, 1996.
- [44] 马克斯·韦伯. 中国的宗教: 宗教与世界[M]. 康乐, 简惠美, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004.
- [45] GALLIN B. Matrilateral and Affinal Relationships of a Taiwanese Village[J]. *American Anthropologist*, 1960, 62(4) : 632-642.
- [46] POTTER S I, POTTER J M. China's Peasants: The Anthropology of a Revolution[M]. Cambridge University Press, 1990.
- [47] KIPNIS AB .Producing Guanxi: Sentiment, Self and Subculture in a North China Village[M]. Durham and London: Duke University Press, 1997.
- [48] 弗兰西斯·福山. 信任: 社会道德与繁荣的创造[M]. 李宛蓉, 译. 呼和浩特: 远方出版社, 1998.
- [49] 常向群. 关系抑或“礼尚往来” [M]. 毛明华, 译. 沈阳: 辽宁人民出版社, 2009.
- [50] JACOBS BJ. A Preliminary Model of Particularistic Ties in Chinese Political Alliances: Ganqing and Guanxi in a Rural Taiwanese Township[J]. *China Quarterly*, 1979, 78: 237-273.
- [51] OIJC. State and Peasant in Contemporary China[M]. Berkeley, Calif.: University of California Press, 1989.
- [52] LIN N. Social Capital: A Theory of Social Structure and Action[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- [53] 阎云翔. 礼物的流动[M]. 李放春, 刘瑜, 等译. 上海: 上海人民出版社, 2000.
- [54] 阎云翔. 私人生活的变革[M]. 龚小夏, 译. 上海: 上海书店出版社, 2006.
- [55] 杨美惠. 礼物、关系学与国家[M]. 赵旭东, 等译. 南京: 江苏人民出版社, 2009.
- [56] 郭于华. 农村现代化过程中的传统亲缘关系[J]. *社会学研究*, 1994(6) : 49-58.
- [57] 卡尔·波兰尼. 大转型[M]. 冯钢, 刘阳, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2007.

- [58] GRANOVETTER M. Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness[J]. American Journal of Sociology, 1985, 91(3): 481-510.
- [59] POLANYI K, ARENSBERG C M, PEARSON H W. Trade and Markets in the Early Empires: Economies in History and Theory [M]. Chicago: Henry Regnery Company, 1957.
- [60] 马克·格兰诺维特. 镶嵌—社会网与经济行动[M]. 罗家德, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2007.
- [61] 张乐天. 告别理想——人民公社制度研究[M]. 上海: 上海人民出版社, 2005.
- [62] 曹锦清, 张乐天, 陈中亚. 当代浙北乡村的社会文化变迁[M]. 上海: 上海远东出版社, 2001.
- [63] 黄宗智. 长江三角洲小农家庭与乡村发展[M]. 北京: 中华书局, 1992.
- [64] 王春光. 社会流动和社会重构——京城“浙江村”研究[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 1995.
- [65] 王春光. 巴黎的温州人[M]. 南昌: 江西人民出版社, 2000.
- [66] 王晓毅, 朱成堡. 中国乡村的民营企业与家族经济[M]. 太原: 山西经济出版社, 1996.
- [67] 王汉生, 等. “浙江村”中国农民进入城市的一种独特方式[J]. 社会学研究, 1997(1)56-67.
- [68] 周晓虹. 传统与变迁——江浙农民的社会心理及其近代以来的嬗变[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1998.
- [69] 项飏. 跨越边界的社区[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2000.
- [70] 价值中国. 浙江 H 市区太阳能产业分析报告[EB/OL]. (2009-5-31) [2012-07-15].
<http://www.chinabgao.com/freereports/28840.html>
- [71] 张鹏. H 市太阳能产业深陷“质量门” [N]. 都市快报, 2011-02-15.
- [72] 应焕红. 家族企业制度创新[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2005.
- [73] 陈吉元, 胡必亮. 当代中国的村庄经济与村落文化[M]. 太原: 山西经济出版社, 1996: 第 5-6 章.
- [74] 彭玉生, 等. 中国乡村的宗族网络、工业化与制度选择[G]//黄宗智, 主编. 中国乡村研究: 第 1 辑. 北京: 商务印书馆, 2003.

- [75] 马丁·金·怀特. 中国的家族和经济发展: 阻力还是动力[G]//李新春, 张书军, 主编. 家族企业: 组织、行为与中国经济. 上海: 上海三联书店, 2005.
- [76] WONG S L. The Chinese Family Firm[J]. *British Journal of Sociology*, 1985, 36(1) : 58-72.
- [77] WHYTE M K. The Social Roots of China's Economic Development[J]. *China Quarterly*, 1995, 144: 999-1019.
- [78] CHONG C L, et al Kinship Networks and Rural Industrialization in Chinese Villages[J]. *China Review*, 1999: 197-212.
- [79] PENG Y. Kinship Networks and Entrepreneurs in China's Transitional Economy[J]. *American Journal of Sociology*, 2004, 109: 1045-1074.
- [80] 杨光飞. 家长式权威、关系契约和华人家族企业的组织成长[J]. *社会科学*, 2009(11) 41-47.
- [81] 迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 陈小悦, 译. 北京: 华夏出版社, 1997.
- [82] 塔尔科特·帕森斯. 社会行动的结构[M]. 张明德, 寺译. 南京: 译林出版社, 2003.
- [83] 阮荣平, 郑风田. 市场化进程中的宗族网络与乡村企业[J]. *经济学*, 2012, 12(1) :331-356.
- [84] 杨中芳, 彭泗清. 中国人人际信任的概念化[J]. *社会学研究*, 1999(2) 1-21.
- [85] 瞿学伟. 信任与风险社会[J]. *社会科学研究*, 2008(4) 123-128.
- [86] 周怡. 信任模式与市场经济秩序[J]. *社会科学*, 2013(6) 58-69.