

买办文化对于中国家庭创业行为的影响分析

——CFPS三期面板数据的实证分析

丁盈嘉

上海工程技术大学, 上海

收稿日期: 2022年11月12日; 录用日期: 2022年12月6日; 发布日期: 2022年12月14日

摘 要

文化基因是影响创业行为的关键要素之一。买办阶层融合海派文化形成了根植于上海的买办文化, 深刻影响了中国家庭的职业选择与创业行为。本文基于烙印理论, 运用2014年、2016年、2018年三期的中国家庭追踪调查(CFPS)面板数据, 从买办文化视角出发重点考察海派文化下买办特质对于中国家庭创业行为的影响, 并深入探讨其机制原理。通过Logit回归模型和线性回归模型的实证分析, 得出以下结论: 买办文化对于家庭的创业行为存在抑制效应; 对于创业收入而言, 买办文化对于不同金融产品投资行为的家庭具有显著的差别效应。调节机制检验发现: 在金融产品投资的影响下, 受买办文化影响较深的地区, 其家庭创业的抑制行为得到弱化。

关键词

买办文化, 家庭创业, 投资行为, CFPS

An Analysis of the Influence of Comprador Culture on Family Entrepreneurship in China

—Empirical Analysis of CFPS Phase III Panel Data

Yingjia Ding

Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Nov. 12th, 2022; accepted: Dec. 6th, 2022; published: Dec. 14th, 2022

Abstract

Traditional culture gene is one of the key factors affecting entrepreneurial behavior. The com-

prador class merged with HaiPai culture and formed the comprador culture rooted in Shanghai, which had a profound impact on the career choice and entrepreneurial behavior of Chinese families. Based on the imprinting role and using the panel data of the China Family Panel Studies (CFPS) in 2014, 2016 and 2018, this paper focuses on the influence of comprador traits in HaiPai culture on Chinese family entrepreneurship from the perspective of comprador culture, and further explores its mechanism and principle. Through the empirical analysis of Logit regression model and linear regression model, the following conclusions are drawn: comprador culture has inhibitory effect on family entrepreneurial behavior; In terms of entrepreneurial income, comprador culture has a significant difference effect on families with different financial product investment behaviors. The moderating mechanism test found that under the influence of financial product investment, the inhibition behavior of family entrepreneurship was weakened in the areas where the comprador culture was deeply influenced.

Keywords

Comprador Culture, Family Entrepreneurship, Investment Behavior, CFPS

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“十四五”规划的开局之年，我国需要坚定不移地贯彻新发展理念、构建新发展格局，走出一条符合本国国情的高质量发展之路。创业型企业在国民经济中的地位不言而喻，鼓励中国家庭敢于创新、勇于创业也是当前的一大任务之一。家庭创业行为不仅能帮助解决新冠肺炎疫情以及世界经济格局改变带来的巨大冲击，也可以让更多具备创新思维的年轻人涌现出来，同时进一步解决就业难题。

文化的烙印深深地印刻在每一个人的血液中，因此文化基因被认为是创业决策的重要组成部分之一。个体和组织在运行和发展过程中会经历许多不同的人 and 物，是我们成长环境中的一部分[1]。这些因素持续性影响我们的意识，经历了生成、变形和显现三个阶段，最终改变个体和组织的行为表现[2]。而许倬云眼中的文化作为一个地区根深蒂固的东西，是在不断交流和融合后基于自然环境发展出来的一种认同和归属的条件[3]。因此，在限定地域成长的家庭会受到区域文化影响，对意识形态产生深深的烙印。

现有研究基于 CFPS 数据对于创业行为的研究主要聚焦在宏观层面以及微观层面。宏观层面包括政治、经济、社会、技术四大方面。刘银指出，相较于农村家庭，互联网使用显著提高了城镇家庭的创业行为，但对农村家庭的创业收入产生明显效益[4]。陶云清认为数字金融在广度和深度上显著促进地区创业，并且具有从小到大的门槛效应[5]。钱龙认为人口老龄化这一社会问题显著降低了居民创业行为以及创业绩效[6]。张猷星比较了电视和互联网两种信息渠道，指出电视渠道显著降低个体创业行为，反之互联网渠道则提高了居民创业意愿[7]。在微观层面则大都指向与个体差异、家庭状况等方面。周广肃指出人际信任促进家庭社会网络，进而提升创业机率[8]。周洋认为字词识记能力和数学能力通过社会资本效应和信息效应正向影响创业决策和绩效[9]。张龙耀研究了住房投资对于家庭创业的促进效应。以上研究开拓了人们对于家庭创业行为影响因素的分析，然而极少数学者关注区域文化特征对于我国家庭创业决策的作用[10]。此外，大多数采用 CFPS 数据的学者，多选取横截面数据，并未进行面板数据分析。

对于买办的文献研究，主要分为个体探究和整体探究。就个体研究而言，张世红以徐润为例阐述了其买办经历对于促进创业精神形成的影响[11]。邓同莉梳理了唐廷枢的生平事迹以及他任职买办时期的管

理思想与方法[12]。整体研究主要涵盖了经济层面、政治层面以及文化层面。聂好春从近代商业、近代交通运输业、近代金融业入手，重点探讨了 1840~1927 年买办对于近代中国的经济发展影响[13]。杨丽霞从买办的财产与收益以及近代人们的言行举止评估买办的地位，研究其地位低下的原因[14]。熊月之探讨了买办这一特定身份在经历西方文化的冲击时为中国文化自为做出的巨大贡献，包括物质、制度、精神三方面[15]。陈国威从买办的主观视角出发，关注买办阶层的卑微心理，进一步了解中国近代化进程[16]。上述文献为买办文化的历史重要性提供了证据，不过需要指出的是，这些研究的时效性较弱，仅把买办文化与近代中国的发展联系在一起，并未深入探讨买办文化对于现代社会生活的影响。其次，已有文献大多从理论角度出发，并未进行实证研究，缺少数据支持。

因此，本文旨在采用 2014 年、2016 年、2018 年三期调研数据，从烙印理论视角探讨买办文化对于家庭创业行为的影响以及调节机制。帮助政府改变营商环境和为创业人员提供“地利、人和”的条件出谋划策、提供理论基础和实践意义。

2. 理论分析与研究假设

2.1. 买办文化的烙印理论

Marquis 和 Tilcsik 指出烙印理论解释了个体或组织在成长敏感期的特定经历会受到周边环境和文化的影响，并在时间流逝和环境变化的情况下这些持续性的影响会为其打上深深的“烙印”，进一步影响行为决策的选择方式[17]。在创业研究中对于烙印理论的运用，主要涉及组织和个人两个层面。烙印对于组织至关重要，DeTienne 探究了公司的初始决策[18]，Boeker 探究了公司成立时的环境条件[19]。张卫国在个人层面探讨了高管 IT 背景对其企业创新的正向影响[20]。朱沆研究了个人从军经历对慈善捐赠的正向作用，从军经历可以培养个人奉献精神，促使社会责任的承担，部队的价值观强化了烙印的形成，最终影响了个人的行为意愿[21]。

Mathias 指出敏感期是一个学习过程的阶段，并最终形成发展轨迹，产生持久影响[22]。童年时期是思维模式和价值观的初始固定期，也是烙印形成的敏感期。与东方文化的集体主义一致，童年记忆不仅受到家庭背景的影响，更容易被文化习俗和社会规范所改变。费尔巴哈说：“人就是他所吃的东西”。耳濡目染的文化深刻影响着一个人的行为，金江从文化整合论角度说明了个体在流动过程中产生的文化差异对于创业的积极影响[23]。程博指出信任文化在供应商分布决策中的催化剂作用[24]。张作祥明确了宗教信仰对于农民创业绩效的正向作用[25]。

买办阶层基于近代上海的地理条件和社会状况应运而生，从而形成了相应的文化概念。买办文化深刻影响了近代社会，在经济活动、生活方式、行业发展等方面贡献颇多。而买办文化的烙印也是深深印刻在生活上海的个体，从而塑造他们的认识模式，影响创业决策。

2.2. 买办文化对于家庭创业的影响

“买办”在上海的历史可以追溯至 1842 年《南京条约》的缔结，自上海开埠和租界区域确定后，许多老牌洋行相继进驻上海，各商行以契约的方式合法雇佣买办[26]。与此同时，买办也被赋予一定的权力，例如佣金的抽取、关系网络的运营等。汪熙认为买办的职能逐渐朝着专业化的方向演变，随着通商口岸的陆续开辟，买办文化逐渐形成。买办作为对外贸易的中间人，是翻译，是总管，是掮客，更是顾问和信用保证人[27]。由此，可以看出买办的性质实际是一位高级经理人。杨宇辰则把买办定义为近代中国最富有的阶级，经过对各行各业买办收入的动态分析，可以看出买办收入构成复杂，但稳定和普遍的高收入也是其中的特征之一[28]。郝延平指出通过合法及非法的手段，买办积累了可

观的资产[29]。富裕的生活条件、安逸的生活状况导致他们并不想要通过冒险的方式进行创业，谋取大额钱财。

买办作为近代上海社会中比较特殊的一个群体，不仅对经济活动产生影响，在生活方式、时尚习俗甚至文化思想等多个领域均有涉及。买办们在上海建立同乡同业组织确定自己的定位和势力[30]。在买办高额收入的诱惑下，以沈昆山为例的许多贵胄都开始担任买办一职[31]。除此之外，不少文人和学生抛弃对原有传统职业的恪守，转而学习英语，想要谋求买办职位。买办文化深入人心，致使生活在近代上海的民众都渴望到洋行谋得一职。

买办文化的烙印影响着一代又一代的人们。买办家族的盛行体现了买办文化的传承与延续。著名的祖孙三代买办席正甫、席立功、席鹿笙；父子买办尤葛民、尤菊荪，许春荣、许杏泉等，他们均在同一洋行担任买办。刨去泛家族文化不谈，更多的则是体现了文化的深深烙印。而买办文化也影响着现代社会。买办的显著特征即融合中西方思想、语言表达能力强、具备独特的商业素养。程思婧指出具有留学背景的高管显著影响创业企业国际化程度[32]。刘凤朝则比较了海外背景高管和本土背景高管，指出了企业创新绩效受高管团队海外背景的正向影响[33]。以上均可体现出西方文化开放的思维和开阔的视角对于创业行为决策的重要影响。

由此，可以提出以下假设：

H1：买办文化对家庭创业决策有显著的负向影响。

尽管大多数买办都是“小掮客”，但以虞洽卿、祝大椿为例的大买办均乐于承担风险、接受新思想，因此他们愿意成为企业家，进入新的工商行业开展创业活动。鉴于买办职业的特殊性，投机行为是买办获取财富和薪酬的途径之一。官吏的“勒索”让买办们肯定了贪污行为的合理性。郝延平认为，由于买办在资金上的徇私舞弊，致使他们更倾向于即期牟利，不愿意承担长期投资的风险[29]。此外，由于当时“官督商办”的社会制度和社会背景，买办们不能经营私人企业，同时缺少国家利益的激励，更加促使买办们注重短期利益，减少了创业收入。

因此，提出以下假设：

H2：买办文化对家庭创业收入有显著的负向影响。

2.3. 买办文化对于中国家庭创业的调节效应

潘军祥的研究表明，买办是一群极具投资意识的群体，他们的财富不仅用于日常奢靡的生活，极大一部分也作为资本投资到各个产业中[31]。同时，他们的投资范围十分广泛，规模也很巨大。外商企业、近代民族企业均有涉及，包括房地产行业、工业行业以及娱乐行业。祝寿慈分析了1872~1913年开办的新式企业，买办身份的投资者占比24.8%，对于投资表现出了极大的热情与远见。易继苍认为买办接受西方文化的熏陶，是我国近代史上最早改变投资理念的群体[34]。通过改变传统的投资模式，买办群体提高了整个社会对于投资理念的重视程度。

蒋伟分析了风险投资对于新企业创生的促进作用，主要基于提供资金支持和刺激地区创新这两点[35]。张开迪分析了外商直接投资对于大众创业的两个相反的影响效应，主要集中在投资资产、产品市场的选择[36]。尹苗苗等选取经典案例，分析了民营风险投资对于新企业创业能力的内在影响机制[37]。

从买办文化影响中国家庭创业行为的作用机制来看，买办文化在投资的影响下带动了人们的冒险精神，增强了投资理财的意识。在投资效应的调节下，买办文化促进了家庭以自我投资的方式谋求财富。同时，作为精明、有效率的管理者与革新者，上述因素会激发家庭做出创业决策。

因此，进一步提出以下假设：

H3：在投资行为的调节机制下，受买办文化影响的家庭容易做出创业决策。

3. 数据样本和模型的设定

3.1. 数据来源

本文所有相关数据均源于中国家庭追踪调查(China Family Panel Studies, CFPS),该研究通过调查问卷的形式,从个体、家庭和社区三个层面深入了解中国家庭的微观数据,体现了近年来在社会、经济、人口、教育的健康的变化。本研究选取了2014年、2016年、2018年的面板数据,涵盖中国国内(除中国台湾、香港、澳门外)30个省/市/自治区。

本文旨在关注买办文化对于一个家庭创业行为的影响,上述数据均源于CFPS中的家庭问卷和成人问卷。参考刘银的研究,将家庭问卷中财务回答人作为假定户主,通过该编号与成人问卷中的编号相匹配,获取户主个人特征信息[38]。剔除户籍地址不清晰和变量缺失值后,共计13,944个样本。

3.2. 变量选取

1) 被解释变量 Entrepreneur: 被受访家庭的创业行为

家庭问卷中涉及问题:“是否有人从事个体私营?”,参考李翠妮等的做法,本文构造受访者的创业变量[39],当有家庭成员从事个体经营时,认为该受访家庭有创业行为,赋值为1,反之为0。借鉴琚琼的做法,本文构造创业绩效指标 profit,以家庭创业盈利状况作为替代值[40]。具体做法如下:根据问卷中的问题:“扣除成本,过去12个月您家所有的个体经营/私营企业税后净利润多少钱?”,以被调查者的实际回答值作为取值。

2) 解释变量 Dist: 受访家庭与买办文化发源地的距离大小

参考古志辉的做法,采用距离模型将受访家庭户籍所在地与上海的直线距离作为代理变量,间接度量买办文化的影响[41]。距离变量与买办文化成反比,即距离越小,家庭受买办文化影响越大。主要步骤如下:首先,确定户籍所在地的省/直辖市/自治区的经纬度坐标;其次,在stata16.0中运用geogist命令计算出两地直线距离。

3) 调节变量 Invest: 受访家庭的金融产品投资

参照刘渝琳等对于金融投资的定义,将其广义地定性为股票、债券、基金等金融衍生品[42]。变量选取根据CFPS中的问题“您家现在是否持有金融产品,如股票、基金、国债、信托产品、外汇产品等?”。若回答“是”,则Invest = 1;反之,Invest = 0。

4) 控制变量

本文选取的控制变量主要包括户主个体特征变量以及家庭特征变量。参考周洋[43]、钱龙[44]的做法,户主个体特征变量涵盖了:年龄、是否从军、是否党员(是 = 1)、婚姻状况、受教育年限。家庭特征变量包括:家庭成员人数、城乡分类(城市 = 1)、接受补助金额、是否拥有汽车(是 = 1)、社会捐赠金额、家庭房产数、金融资产投资、银行借款、民间借贷(是 = 1)。上述控制变量旨在有效排除其他因素对于研究结果的干扰,多数自变量通过对其进行量化来构建哑变量。

3.3. 实证模型

为验证假设H1,本文建立了模型(1),由于是否创业为二分类变量,故采用面板Logit回归方法检验买办文化对于家庭创业行为的影响。

$$\text{Entrepreneur}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Dist}_{i,t} + \alpha_2 X_{i,t} + \alpha_3 \delta_i + \mu_{i,t} \quad (1)$$

模型(1)中的核心解释变量 $\text{Dist}_{i,t}$ 代表第 t 年家庭居民 i 受买办文化影响的程度;被解释变量

$Entrepreneur_{i,t}$ 代表第 t 年家庭居民 i 是否拥有创业行为； $X_{i,t}$ 指户主个体和家长层面的控制变量； δ_i 为年份虚拟变量； $\mu_{i,t}$ 为误差项； α_0 、 α_1 、 α_2 、 α_3 为待估参数。

其次，为了检验买办文化对于家庭创业绩效的影响作用，本文构建了模型(4)。由于家庭创业收入为连续性变量，故采用面板线性模型进行分析。

$$Profit_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Dist_{i,t} + \alpha_2 X_{i,t} + \alpha_3 \delta_i + \mu_{i,t} \quad (4)$$

其中，被解释变量 $Profit_{i,t}$ 代表第 t 年家庭居民 i 的创业收入；其余变量解释与模型(1)一致。

此外，本文构建了模型(7)用以检验投资风险在买办文化对家庭创业行为中的调节效应：

$$Entrepreneur_{i,t} = b Invest_{i,t} + (a + c Invest_{i,t}) Dist_{i,t} + e \quad (7)$$

4. 实证结果与分析

4.1. 描述性统计

本文对所有变量进行了描述性统计分析，结果如表 1。从因变量的均值和标准差来看，家庭创业行为的均值为 0.10，方差为 0.30，表示总体样本中有 10% 的家庭进行了创业，该数值与多数研究接近[44]。自变量的均值和标准差分别为 5827.55 和 45947.23，说明家庭户籍所在与上海平均直线距离为 5827.55，受买办文化程度较低。反观控制变量，每个家庭平均拥有 4 位家庭成员；城乡分布的比例大致为 3:7；银行贷款与民间贷款的平均值相比较显示家庭更愿意向亲友或其他民间借贷方式进行贷款；户主平均年龄为 48.28 岁，86% 为已婚状态。

Table 1. Descriptive statistics

表 1. 描述性统计

variable	mean	sd	min	p50	max
entrepreneur	0.10	0.30	0.00	0.00	1.00
profit	0.58	4.59	0.00	0.00	550.00
dist	1099.80	513.81	0.00	1190.09	3267.66
fml_count	3.68	1.90	1.00	3.00	21.00
ur	0.32	0.47	0.00	0.00	1.00
subsidy	0.44	0.50	0.00	0.00	1.00
car	0.24	0.43	0.00	0.00	1.00
donation	93.14	702.47	0.00	0.00	50000.00
house	1.21	0.50	1.00	1.00	8.00
invest	0.05	0.22	0.00	0.00	1.00
loanbank	0.08	0.27	0.00	0.00	1.00
loanf	0.13	0.34	0.00	0.00	1.00
military	0.03	0.17	0.00	0.00	1.00
party	0.11	0.31	0.00	0.00	1.00
age	48.28	15.19	8.00	48.00	96.00
marriage	0.86	0.35	0.00	1.00	1.00
eduy	7.58	4.83	0.00	9.00	25.00

4.2. 回归分析

1) 买办文化对家庭创业行为的影响

面板 Logit 回归包括混合效应模型、随机效应模型和固定效应模型，为判断使用固定效应模型还是随机效应模型，本文采取豪斯曼 Hausman 检验，即检验模型中统一参数估计量的显著性差异。检验结果显示，Hausman 检验对应的 p 值小于 0.05，故采用固定效应模型。

表 2 列明了买办文化与家庭创业行为的回归分析结果。模型(1)~(3)均为 2014 年、2016 年、2018 年的面板数据模型，其中模型(1)只加入了核心解释变量，即距离变量；模型(2)加入了户主个人特征；模型(3)是在模型(2)的基础上控制了家庭层面的特征以及年份虚拟变量。回归结果显示：距离变量回归系数为正，即距离越远，受买办文化影响更小，则更容易激起家庭的创业意愿，并且在 5% 的显著性水平上通过检验，假设 H_1 成立。在模型(2)和模型(5)中加入其他解释变量后，买办文化分别在 5% 和 10% 的显著性水平上通过了检验，这都验证了 H_1 。此外，控制变量的影响基本符合预期。就户主个体特征而言，男性户主家庭更偏好创业，与 Humbert A. L. 等的观点一致[45]，主要原因涉及到男性的性格特色、大都具备冒险精神。处于在婚状态的户主也更愿意做出创业的决策，即家庭的生活压力迫使其想要获得更高的收入。柳建坤等对于教育在创业上的正向作用也在本文获得了证明[46]。从家庭特征角度来看，家庭人口数量越大越容易激发创业的热情，原因在于家族关系网络的运营。家庭人口数越多，获得资源、抵抗风险的可能性越高。城市居民家庭相对农村居民家庭而言，更愿意进行家庭创业，与冯大威的研究结论一致[47]。银行信贷和民间融资时提高创业发生行为的组成因素，论证了创业和融资方式的密切联系。购买房产、金融资产投资这两个行为也有利于创业行为的发生。

2) 买办文化对家庭创业绩效的影响

由于家庭创业绩效为连续性变量，故采用面板线性回归。同样，先对该回归方式进行豪斯曼 Hausman 检验。检验结果显示：P 值远小于 0.05，在 1% 的显著水平上拒绝了随机效应模型，故选取固定效应模型。

后续检验过程仿照模型(1)~(3)。将距离变量和家庭创业绩效进行单独回归时，距离变量对创业绩效具有显著的正向影响，即距离越大，家庭受买办文化影响越小，则其创业利润越高。加入户主个体控制变量后，假设 H_2 仍成立。婚姻状况对家庭创业利润具有显著的消极影响，与刘银检验结果一致[38]。此外，城镇家庭相比农村家庭创业利润更高，有房产、车辆等固定资产的家庭也是创业的中“佼佼者”，创业利润更高。拥有银行借贷的家庭对创业利润具有显著的正向影响，原因在于正规渠道的借款利率合理，能够有效消除创业家庭的流动资金压力，有助于企业增强盈利能力。

Table 2. The influence of comprador culture on family entrepreneurship

表 2. 买办文化对家庭创业的影响

	买办文化对家庭是否创业的影响			买办文化对家庭创业绩效的影响		
	模型(1)	模型(2)	模型(3)	模型(4)	模型(5)	模型(6)
dist	0.001** (0.0004)	0.001** (0.0004)	0.001* (0.0004)	0.001*** (0.0003)	0.001*** (0.0003)	0.001*** (0.0003)
military		-12.961 (369.359)	-14.123 (500.222)		0.046 (1.4654)	-0.231 (1.4527)
party		0.063 (0.2164)	0.009 (0.2244)		-0.022 (0.1847)	-0.074 (0.1832)

Continued

age	0.028** (0.0112)	0.004 (0.012)	0.009 (0.0085)	-0.015* (0.0087)
marriage	0.13 (0.1431)	0.014 (0.1475)	-0.248** (0.1047)	-0.277*** (0.1051)
eduy	0.049*** (0.0121)	0.038*** (0.0124)	0.047*** (0.0098)	0.036*** (0.0098)
fml_count		0.133*** (0.03)		0.019 (0.0250)
ur		0.131 (0.1324)		0.249** (0.1157)
subsidy		0.167** (0.0854)		-0.065 (0.0665)
car		0.621*** (0.1002)		0.684*** (0.0922)
donation		0.0001** (0.00007)		0.001*** (0.0000)
house		0.283* (0.0653)		0.355*** (0.0592)
invest		0.095 (0.1817)		0.188 (0.1593)
loanbank		0.324*** (0.114)		0.202* (0.1071)
loanf		0.436*** (0.0967)		0.082 (0.0812)
N	4959		41,829	

注：***，**，*分别表示在 1%，5%，10%的水平上显著，括号里面的数字为标准误，下同。

3) 家庭创业绩效的异质性分析

为深入研究家庭创业绩效的差异，本文采取分样本回归的方式，按照性别、是否参与金融产品投资进行区分与进一步探讨。结果如表 3 所示：买办文化对男性当权的家庭创业绩效抑制效果较为明显，其显著性大于女性当家的家庭。可能的原因在于：女性较男性而言更善于收集外部的敏锐信息，因此对于文化的包容度更高，易受多元文化的影响，而文化差异则作为“催化剂”促进家庭创业的利润。买办文化对于不投资金融产品的家庭而言，创业绩效的抑制效果更为显著。投资金融产品的家庭对于理财的概念更深刻、更易获取资金，在融资途径、行为上占有优势，对于家庭创业的绩效具有促进作用。

4.3. 金融产品投资的调节作用

本文参考温忠麟的方法构建交互项[48]，检验金融产品投资对买办文化和家庭创业行为的调节效应。检验步骤如下，首先对交互项的子变量(dist, invest)进行中心化处理；然后将交互项以及控制变量放入回

归方程中。控制变量包括：年龄、家庭成员、城乡、政府补贴、房产数量等。回归结果如表 4 显示：距离变量和金融产品投资行为的交互项显著为负，即金融产品投资行为削弱了距离变量对于家庭创业行为的影响，即调节变量削弱了买办文化与家庭创业行为之间的影响关系。但由于调节变量 Invest 系数不显著，故仅存在交互效应，调节效应不完全成立，即假设 H₂ 部分成立。

Table 3. The influence of comprador culture on family entrepreneurial performance: sub-sample regression

表 3. 买办文化对家庭创业绩效的影响：分样本回归

	I	II	III	IV
	Male	Female	Invest	No Invest
dist	19.013*** (4.4347)	0.078 (3.6129)	-7.383 (27.5669)	15.643*** (3.0209)
控制变量	控制	控制	控制	控制

Table 4. Moderating effect of investment in financial products

表 4. 金融产品投资的调节效应

金融产品投资的调节效应	
dist	0.0013*** (0.0003)
invest	-0.0273 (0.1762)
dist*invest	-0.0009*** (0.0003)
控制变量	控制

为进一步确认金融投资产品的调节作用，且自变量 Dist 为连续变量，调节变量 Invest 为类别变量，故本文采取温忠麟的方法[48]，针对连续 - 类别变量采取分层检验的方式，运用 SPSS 25 实现检验。检验结果如下：回归系数分别-0.18*** (Invest = 0)和 0.76*** (Invest = 1)，故调节效应显著。可以这么说，金融产品投资对家庭创业决策与买办文化的影响关系具有部分的负向调节关系。以怡和洋行买办何东为例，他以股份形式投资了怡和轮船公司、谏当保险行的香港火烛保险公司三家外商企业；郑观应成为了粤汉铁路的最大股东之一。因此，可以看出当买办们具备一定经济实力，成为近代中国最富裕的人群时，他们积累财富的欲望增加，渴望通过投资行为来获取更高的收益，甚至开始从事创业活动。因此，金融产品的投资行为会促进家庭做出创业决策，而买办文化对其的影响作用会相应下降。

5. 结论与启示

传统买办文化深入人心，在 19~20 世纪的社会、制度、企业变革中都留下了许多痕迹。而文化的烙印同样作用在当前时代家庭的就业抉择中。在此背景下，本文基于 CFPS2014、CFPS2016、CFPS2018 的大数据样本，使用面板 Logit 回归和面板线性回归，分析了买办文化对现今中国家庭创业行为的影响。得到了如下结论：买办文化对于家庭创业决策具有显著的抑制作用；对家庭创业的绩效也有明显的负向作用。就其作用机制而言，在金融产品投资和买办文化的交互效应下，买办文化对于家庭创业的抑制作用得到了缓解。

买办文化蕴含江南文化基因, 见证了上海开埠前后的历史脉络, 为当前江南家庭创业决策提供了历史依据, 也为高级经理人的特征与精神提供了参照物。从宏观角度而言, 文化是没有边界而又相互流动的, 不断充实各个地区的资源并进行交换, 从而形成一个从中心向四周放射的大网。从微观层面来看, 文化孕育着不同的理念和价值观, 致使不同人对待创业行为的看法存在差异。因此, 从文化基因视角探讨家庭行为是一个独特的切入点。成百上千年的文化造就了一个特定地域人民独特的生活习惯与生活态度, 这种精神是薪火相传的, 这种文化是一脉相承的。

综上, 以上结论分析具有重要的启示: 其一, 文化基因在家庭创业行为中的重要影响应当被高度重视。政府可以通过制定政策充分缓解文化差异对于创业决策的影响, 从不同角度入手创造良好的营商环境。其二, 在买办文化对于创业行为的抑制效果背后, 买办时期高级经理人的特质应该被重视。他们精明、有效率、有才干, 这些特质是否在今天企业高管或高级经理人的身上同样具备, 高级经理人的战略决策又是否会受文化的影响, 这些问题都值得深思。

参考文献

- [1] Pieper, T.M., et al. (2015) The Persistence of Multifamily Firms: Founder Imprinting, Simple Rules, and Monitoring Processes. *Entrepreneurship Theory and Practice*, **39**, 1313-1337. <https://doi.org/10.1111/etap.12179>
- [2] 岑杰, 陈雪津, 盛亚, 翁桑妮. 混合社会组织多重身份的生成机理研究——基于社会烙印动态性视角[J]. 管理案例研究与评论, 2018, 11(2): 130-147.
- [3] 许倬云. 说中国[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2015: 15-16.
- [4] 刘银, 徐丽娜, 唐玺年, 王蕾, 阿丽娅·依不拉音, 张入文. 互联网使用对中国城乡家庭创业的影响分析——来自三期面板 CFPS 数据的实证[J]. 湖南农业大学学报(社会科学版), 2021, 22(1): 87-96.
- [5] 陶云清, 曹雨阳, 张金林, 邹凯. 数字金融对创业的影响——来自地区和中国家庭追踪调查(CFPS)的证据[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2021, 51(1): 129-144.
- [6] 钱龙, 冷智花, 付畅俭. 人口老龄化对居民家庭创业行为的影响——来自 CFPS 的经验证据[J]. 改革, 2021(6): 83-96.
- [7] 张猷星, 谭颖. 信息渠道与个体创业决策——基于 CFPS 的实证研究[J]. 金融与经济, 2020(11): 36-43.
- [8] 周广肃, 谢绚丽, 李力行. 信任对家庭创业决策的影响及机制探讨[J]. 管理世界, 2015(12): 121-129+171.
- [9] 周洋, 刘雪瑾. 认知能力与家庭创业——基于中国家庭追踪调查(CFPS)数据的实证分析[J]. 经济学动态, 2017(2): 66-75.
- [10] 张龙耀, 葛雷, 刘正源. 住房投资与家庭创业: 促进还是挤出?——基于 CFPS 面板数据的实证分析[J]. 金融发展研究, 2020(5): 16-25.
- [11] 张世红. 论徐润买办期间创业精神和民族意识的形成[J]. 广西民族学院学报(哲学社会科学版), 2004(2): 135-138.
- [12] 邓同莉. 从买办起家的中国第一位近代企业家——唐廷枢[J]. 江苏工业学院学报(社会科学版), 2010, 11(1): 62-65.
- [13] 聂好春. 买办与近代中国经济发展研究(1840-1927年) [D]: [博士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2007.
- [14] 杨丽霞. 试论近代买办的社会地位[J]. 铜仁学院学报, 2007(2): 10-13.
- [15] 熊月之. 略论近代买办与中国文化自为[J]. 史林, 2013(2): 98-104+189.
- [16] 陈国威. 近代中国买办的卑微心理分析[J]. 史学月刊, 2007(12): 52-56+117.
- [17] Marquis, C. and Tilcsik, A. (2013) Imprinting: Toward a Multilevel Theory. *The Academy of Management Annals*, **7**, 195-245. <https://doi.org/10.5465/19416520.2013.766076>
- [18] De Tienne, D.R. (2008) Entrepreneurial Exit as a Critical Component of the Entrepreneurial Process: Theoretical Development. *Journal of Business Venturing*, **25**, 203-215. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.05.004>
- [19] Boeker, W. (1989) Strategic Change: The Effects of Founding and History. *The Academy of Management Journal*, **32**, 489-515. <https://doi.org/10.2307/256432>
- [20] 张卫国, 杨波, 于连超, 毕茜. 高管 IT 背景与企业创新: 来自烙印理论的解释[J]. 财会月刊, 2021(2): 106-115.

- [21] 朱沅, 叶文平, 刘嘉琦. 从军经历与企业家个人慈善捐赠——烙印理论视角的实证研究[J]. 南开管理评论, 2020, 23(6): 179-189.
- [22] Mathias, B.D., Williams, D.W. and Smith, A.R. (2015) Entrepreneurial Inception: The Role of Imprinting in Entrepreneurial Action. *Journal of Business Venturing*, 30, 11-28. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.07.004>
- [23] 金江, 李邕. 文化差异会影响创业吗?——基于中国劳动力动态调查数据的实证研究[J]. 研究与发展管理, 2020, 32(1): 146-156.
- [24] 程博, 邱保印, 殷俊明. 信任文化影响供应商分布决策吗?[J]. 外国经济与管理, 2021(7): 54-67.
- [25] 张作祥. 宗教信仰与农民创业绩效研究——基于云南省创业农民的实证研究[J]. 当代经济, 2019(6): 110-115.
- [26] 马学强, 张秀莉. 二十世纪前期买办及其社会生活状况研究[J]. 社会科学, 2007(12): 119-131.
- [27] 汪熙. 关于买办和买办制度[J]. 近代史研究, 1980(2): 171-216.
- [28] 杨宇辰, 杨艳春. 20世纪前期买办阶层职业收入分析——以行业为视角[J]. 北方论丛, 2009(5): 133-137.
- [29] 郝延平, 李荣昌. 十九世纪的中国买办: 东西间桥梁[M]. 上海: 社会科学院出版社, 1988: 180-190.
- [30] 马学强, 张秀莉. 出入于中西之间: 近代上海买办社会生活[M]. 上海: 辞书出版社, 2009: 6-10.
- [31] 潘军祥, 顾伯荣. 买办史话[M]. 北京: 科学文献出版社, 2011(10): 73-79.
- [32] 程思婧. 风险投资、高管团队对创业企业国际化的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 镇江: 江苏大学, 2020.
- [33] 刘凤朝, 默佳鑫, 马荣康. 高管团队海外背景对企业创新绩效的影响研究[J]. 管理评论, 2017, 29(7): 135-147.
- [34] 易继苍, 史荣华. 买办商人、华商附股与近代中国国人投资理念的嬗变[J]. 贵州大学学报(社会科学版), 2007(3): 83-88.
- [35] 蒋伟, 顾汶杰. 风险投资对创业企业作用的实证研究[J]. 商业经济与管理, 2015(11): 54-67.
- [36] 张开迪, 吴群锋, 高建, 李纪珍. 外商直接投资对大众创业的影响[J]. 中国工业经济, 2018(12): 79-96.
- [37] 尹苗苗, 孙亚, 费宇鹏. 民营风险投资对新企业创业能力的影响机制[J]. 管理学报, 2020, 17(4): 544-550.
- [38] 刘银, 徐丽娜, 唐玺年, 王蕾, 阿丽娅·依不拉音. 非农就业、社会网络与农村家庭正规借贷——来自 CFPS 数据的实证[J]. 金融理论与实践, 2021(3): 98-107.
- [39] 李翠妮, 温瑶, 葛晶, 赵景峰. 市场潜能促进了高学历人才创业吗?——基于 2016 年 CFPS 调查数据的实证分析[J]. 中国经济问题, 2020(5): 71-83.
- [40] 琚琼. 家庭财富对创业决策的影响——基于 2018 年 CFPS 数据的研究[J]. 财经问题研究, 2020(3): 66-74.
- [41] 古志辉. 全球化情境中的儒家伦理与代理成本[J]. 管理世界, 2015(3): 113-123.
- [42] 刘渝琳, 许新哲. 网络交易会否影响家庭金融投资决策吗?[J]. 国际金融研究, 2021(2): 23-32.
- [43] 周洋, 华语音. 互联网与农村家庭创业——基于 CFPS 数据的实证分析[J]. 农业技术经济, 2017(5): 111-119. <https://doi.org/10.13246/j.cnki.jae.2017.05.011>
- [44] 钱龙, 高强, 方师乐. 家庭自有农机如何影响土地流转?——基于 CFPS 的实证分析[J]. 中国农业大学学报, 2021, 26(6): 219-230.
- [45] Humbert, A.L. and Gnder, D.E. (2010) Entrepreneurship and Motivational Factors in an Irish Context. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2, 173-196. <https://doi.org/10.1108/17566261011051026>
- [46] 柳建坤, 何晓斌, 张云亮. 农户创业何以成功?——基于人力资本与社会资本双重视角的实证研究[J]. 社会学评论, 2020, 8(3): 105-117.
- [47] 冯大威, 刘帷韬, 高琦. 家庭财富与城镇居民创业行为研究[J]. 消费经济, 2020, 36(2): 49-59.
- [48] 温忠麟, 侯杰泰, 张雷. 调节效应与中介效应的比较和应用[J]. 心理学报, 2005(2): 268-274.