



中国企业进入新兴场域的“赶下车”式合法化策略 及其构建机制研究

苏敬勤¹ 张雁鸣¹ 林菁菁²

(1. 大连理工大学 经济管理学院, 大连 116024; 2. 东北财经大学 工商管理学院, 大连 116025)

摘要:通过关注发展创新业务的企业如何应对政府规制的问题,对阿里巴巴的支付宝业务、神州集团的专车业务和微贷网的车贷业务在各自场域内的发展过程进行案例分析,旨在探讨企业进入新兴场域中获取规制合法性的策略及其构建机制。结果发现如下:(1) 识别了企业进入新兴场域的“赶下车”式合法化策略,包括搜寻、自检、立规、驱赶等步序;(2) 随着“赶下车”策略关键步序的展开,企业在合法化过程中经历从“不确定合法”到“合法或不合法”等状态的动态演变;(3) 政府与企业在新兴场域规制形成过程中存在双重性博弈和交替性博弈2种互动关系。

关键词:规制合法性;新兴场域;赶下车;博弈关系

中图分类号:F273.1 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-0241(2019)05-0070-17

0 引言

企业创新与政府规制的关系是创新管理与制度领域经常讨论的议题(朱旭峰等, 2015; Dorobantu et al, 2017)。一方面,创新有助于企业发现新的发展机会,同时也是探索社会经济演进新方向的重要方式,现有政府规制中存在各类鼓励创新的内容,如“大众创业、万众创新”的提出;另一方面,企业创新结果的复杂性与不确定性也可能产生不好的社会影响,如e租宝、校园贷、黑外卖等,因此,企业创新活动必须在相应政府规制的约束下进行(张峰等, 2016)。然而,一些业务形态或商业模式的创新可能超出现有政府规制的内容边界,导致出现“监管空白”状态,如网约车、第三方支付、共享单车等的发展过程。具有较好盈利前景的创新业务或模式往往吸引其他企业效仿,加

上与之存在业务关联的供应商、销售商、中介组织、顾客等,共同形成一个新的组织场域,即新兴场域(Wooten et al, 2016)。“监管空白”是新兴场域中政府规制的典型特征,影响场域主体与相应政府机构的行为:政府机构需要在评估企业创新影响的基础上制定新的规制体系;企业行为需要综合考虑利用规制空白阶段的先动性与获得后期政府规制的合法性。中国转型情境下,政府对市场经济的规制呈现新特点,如制度体系的不完善产生制度缝隙(Droege et al, 2007),转型背景下政府主动变革制度(韦诸霞, 2016),政府鼓励创新下的包容态度等,这给企业的创新过程及应对政府规制带来新的挑战。因此,中国情境下,企业进入新兴场域如何获取政府规制认可(即规制合法性)成为理论界和业界共同关注的焦点问题。

收稿日期:2018-10-23

基金项目:国家自然科学基金重点项目(71632004);国家自然科学基金面上项目(71872026);教育部人文社会科学重点研究基地项目(15JJD630004)

第一作者简介:苏敬勤(1961—),男,湖北武汉人,大连理工大学经济管理学院教授,研究方向:创新与创业管理。

通信作者:张雁鸣,zymsz@163.com

对于企业创新活动的规制合法性问题,已有研究从多个角度分析企业的合法化策略,如 Oliver (1991)提出的顺从、妥协、规避、拒绝、操纵等策略应对制度压力(Oliver, 1991); Zimmerman 和 Zeitz (2002)提出顺从、选择、操纵、创造等策略(Zimmerman et al, 2002),等等,这些研究初步解释了企业面对制度压力的应对策略。但是,建立在西方发达国家政府与企业长期互相博弈、互相适应而形成的制度体系基础上的研究,并不适用于新兴国家快速发展的市场经济与快速变革的制度体系情境下的企业合法性问题。例如,西方企业经常运用使用“游说”策略影响政府决策(Ehrlich et al, 2016),这在中国显然不具备可行性,或者已被异化为政治关联、腐败等问题(申宇等, 2015)。同时,新兴场域的规制本身就会经历从无到有的形成过程,其中政府的规制逻辑和企业创新行为的规制化虽然已有一定研究(苏郁峰等, 2015; 张峰等, 2016),但加入中国情境因素后2个主体的行为特点和互动关系以及对场域规制形成的影响等,仍然是现有研究无法完全解释的问题。因此,本文基于中国情境视角,分析企业通过创新业务进入新兴场域的合法化问题,不仅对合法性、政企关系等研究具有重要的理论价值,而且对企业创新业务应对规制限制,对深化改革阶段的政府规制等实践活动也具有指导意义。

综上所述,本文主要聚焦以下问题:中国情境下,企业创新发展与政府规制的关系是怎样的?新兴场域的规制形成过程中政府与企业分别扮演什么角色?企业进入新兴场域如何获得规制合法性?为解答这些问题,本文以阿里巴巴集团推出支付宝、神州集团推出神州专车、微贷网推出车贷P2P业务3个典型事件为样本进行探索性多案例研究,通过分析案例企业新业务的发展过程,识别企业的合法化策略并构建基于中国情境的合法化机制,试图打开从企业创新到获取规制合法性的过程黑箱。

1 文献综述

1.1 政企关系

西方资本主义发展过程中一直存在自由主义和政府干预2种逻辑,其中,自由资本主义强调资本力量和自由竞争,否定国家对经济的干预;随着西方世界发展到国家垄断资本主义阶段,以及资本主义世界经济危机的频繁发生,资本主义国家开始干预市场经济(张旭, 2014)。20世纪70年代,规制经济学从产业组织理论和微观经济学研究体系中脱离出来,专注研究政府规制在克服市场失灵,实现社会利益最大化等方面的优势,迄今已实现了公共利益规制理论、利益集团规制理论、激励性规制理论等变迁(张红凤, 2005)。政府规制理论之下,企业争取自由发展的努力一直存在,并逐渐演化为“游说理论”,成为利益集团影响政府政策走向的重要方式(Ehrlich et al, 2016)。因此,发达国家当前的政企关系是建立在长期互相博弈的基础上,并存在相应的制度体系保障。

新兴市场国家的制度体系与市场经济都处于发展过程中,相应的政企关系也处在变化中,因此发达国家的政企关系理论并不适用于新兴市场国家。具体来说,中国当前处于计划经济到市场经济的转型阶段,政府一方面主动变革以减少对市场的干预,如放管服改革,另一方面重视发展市场经济,如确立了“市场在资源配置中的决定性作用”(简新华等, 2016)。在这种情境下,政企关系发展出新的特点,典型如以大量产业政策代替计划经济模式,而企业则切入产业政策支持、扶持的领域获得发展机会(韩乾等, 2014)。反之,企业对政府影响方面却并未建立系统的制度,可能存在一些通过重大社会影响引起政府关注,通过重要领导关切影响政策,通过听证制度影响立法内容或行政指令等方式,甚至发展为政治关联、行贿腐败等问题,但整体上企业仍处于弱势地位,缺乏普适性的途径和方式表达企业诉求(周泽将等, 2018; 朱丽娜等, 2018;

陈德球等, 2018)。本研究关注的企业进入新兴场域的规制合法性问题, 探讨新兴场域规制形成过程中的政企关系, 希望对相关研究进行有益探讨。

1.2 新兴场域

组织场域是由供应商、生产商、用户、管理机构以及其他提供相似服务或产品的组织组成的可作为整体考虑的制度区域(Dimaggio et al, 1983)。组织场域概念的提出是为了解决更大的社会系统下具有相互关联的组织之间的关系问题, 因此组织场域研究的焦点是场域内主体之间的互动关系(Smets et al, 2012)。根据组织场域的发展成熟度和稳定性, 可以分为新兴场域和成熟场域(Purdy et al, 2009)。在新兴场域中, 不存在广受认可的规则, 场域内的组织拥有较大的自主性, 这也导致组织间产生基于各自利益诉求的冲突关系。然而, 新兴场域内主体间的冲突也是规制构建的必备进程, 基于不同利益诉求的主体行为相互适应, 被接受的行为规范逐渐制度化为场域规制(Qureshi et al, 2016)。政府作为一类场域主体, 同样参与到场域规制形成过程中, 然而, 由于其特殊身份, 政府规制一般凌驾于其他行为规范之上。同时, 新兴场域是低制度化的环境, 非结构化或结构化不良的情境给组织提供了影响场域规制的机会。因此, 企业、政府、情境等因素在新兴场域规制形成中的作用机制是制度理论研究一直探究的问题。

1.3 合法性

合法性是新制度主义理论的核心概念, 用以描述组织是否满足外部制度体系的期望(Tornikoski et al, 2007)。长期以来, 合法性根据研究需要被赋予不同的内涵, 提出了内部与外部、规制、道德、规范、认知、文化等角度的合法性, 简单来说, 不同的外部制度系统给组织带来不同的合法性压力(Suchman, 1995; Scott, 2008; Drori et al, 2013)。合法性最初被认为是与效率天然对立的, 效率机制下企业协调各类要素以实现最大

盈利目标, 但合法性机制却要求企业必须停止或改变一些行为, 导致效率损失(张玉利等, 2007)。后续研究逐渐打破了这一偏见, 尤其是新制度主义理论研究构建合法性框架分析组织行为, 如同样制度环境下, 合法性有助于企业效率的实现(Suchman, 1995)。合法性表现为政府许可、社会认可、顾客接受等, 是企业继续发展或获得外部资源的前提(刘玉焕等, 2014)。实际上, 在战略管理领域, 合法性已经被认为是企业应该争取的重要资源(Kibler et al, 2014)。企业在发展过程中会与外部主体产生频繁的互动, 而企业的创新性、先动性会引起合法性问题, 因此合法化策略成为研究重点(杜运周等, 2008)。面对外部制度压力, 企业会采取适应、顺从、妥协等被动型策略, 或影响、控制、创造等主动型策略(Suchman, 1995; Zimmerman et al, 2002)。

本文关注企业推出创新业务时面临的政府规制问题, 基于以上分析, 正式的法律、法规给企业带来规制合法性压力。一般来说, 基于国家权力的政府规制一旦颁布, 便具有强制遵守效应, 企业只能被动服从(张峰等, 2016)。因此, 创新出现到规制颁布成为企业发挥能动作用的关键阶段。在这一角度上看, 发达国家企业擅长使用“游说”决策者的方式影响规制内容, 体制差异下中国并没有建立企业直接影响立法者(即中央政府)的制度, 研究认为中国企业更愿意通过政治关联甚至非法的行贿方式影响政策执行, 即存在针对前段的政策制定还是末端政策执行或监管的差别(邓新明, 2011; Ehrlich et al, 2016)。而且, 中国作为后发国家, 对企业创新具有更好的包容性, 政府变革规制的主观意愿更强烈, 这些成为影响政府对企业规制的情境化因素(谷盟等, 2015)。因此, 已有研究并不能完全解释中国情境下, 企业进入新兴场域的规制合法性问题。

基于以上分析, 对于企业进入新兴场域的规制

合法性问题,现有研究大多以发达国家完善制度系统或预想中的理想制度体系为背景展开研究,提出的合法化策略并不适用于中国情境下的企业问题,而中国转型体制、制度柔性、政企关系、企业认知等客观因素及其影响下的场域主体行为都会改变这一过程,因此,面对新兴场域的规制特点,中国企业可能会采取何种合法化策略,以及背后的具体机制等都是需要具体研究的问题。

2 研究设计

2.1 研究方法

本文采用多案例研究方法,对3家进入新兴场域发展创新业务的中国企业进行分析。研究方法选择原因如下:(1)研究旨在解决新兴场域中的企业“如何”获得规制合法性的问题,属于回答“如何”问题的范畴。同时,研究需要分析案例企业的合法化过程和相应新兴场域中规制的形成过程资料,总结这些企业采取的合法化策略,并提炼实现机理,属于已有研究没有深入解答的问题,因此适宜采用案例研究方法(Eisenhardt et al, 2007; Yin, 2013);(2)与单案例相比,多案例研究通过运用“复制”和“扩展”逻辑,“发现共存于多个案例之间的模式”,“发现更为完善、精确、普适意义的理论”(Eisenhardt, 1991; 黄浩等, 2019)。(3)本研究关注企业在新兴场域中的规制合法性问题,可以从近年来大量出现的各类新经济模式中选择多个案例样本;同时,中国独特情境赋予这些新模式以独特性,需要从多案例分析中总结共同范式,发

掘其对合法性理论的贡献。

2.2 研究样本

本文根据理论抽样原则,选择阿里巴巴集团推出的支付宝业务、神州集团推出的神州专车业务和微贷网推出的车贷P2P业务为研究样本。样本契合本文的研究主题:(1)案例企业的新业务都属于新兴场域,支付宝属于第三方支付场域,神州专车属于网约车场域,车贷属于P2P场域;(2)3个新业务在发展中都经历了场域规制从无到有的出现过程;(3)3个新业务最终都获得了场域新规制的认可,如表1所示。

2.3 数据收集

本研究遵循案例研究流程,数据收集过程如下。

(1)根据研究主题与文献分析的结果,设计案例研究草案。

(2)数据来源包括企业访谈和公开的二手数据。其中,访谈对象包括在阿里巴巴、神州集团、微贷网等企业工作的毕业生,以及3家企业中在团队学校进行MBA学习的学员;二手数据包括网络、图书杂志、文献研究、企业年度报告、会议记录、节目访谈、行业发展报告等方式。值得一提的是,3家企业都属于知名度较高的企业,支付宝、网约车、P2P都是社会关注较高的话题,大量的数据来源足以支撑本文研究主题。

(3)数据验证。为保证数据的真实性,对同一数据,比对不同方式获取的样本,满足三角验证原则(Yin, 2013)。

表1 样本企业新业务发展情况

企业	新业务	合法性障碍	合法化结果
阿里巴巴	第三方支付 (支付宝)	政府对第三方支付企业的相关规定,典型如2010年《非金融机构支付服务管理办法》,对业务范围,备付金管理等进行规制	2011年,支付宝成为首批获得支付牌照的企业,成为合法的非金融机构支付企业
神州	网约车 (神州专车)	政府对网约车的相关规定,典型如2016年“网约车新政”,对车辆、司机、业务范畴等方面进行规制	2016年7月,交通运输部发布《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》,认可了网约车的合法地位,而神州专车迅速在各个城市获得网约车运营资质
微贷网	车贷P2P平台	2016年,《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》颁布,被称为P2P行业“监管元年”	2016年8月29日,微贷网获得ICP许可证,成为《暂行办法》出台后第一家获得此证的P2P平台企业

(4) 在文章写作过程中,针对缺失的资料,进行补充调研与数据重新收集,以保证研究结论得到详实数据的支撑。

3 案例描述

3.1 支付宝发展与第三方支付场域的形成

为解决淘宝网的网上交易问题,阿里巴巴集团于2003年推出支付宝服务。依靠淘宝网庞大的业务流量,支付宝发展迅速,2004年从阿里巴巴分拆成为独立公司,开始为更多的合作者提供支付服务,比如公共事业缴费服务,信用卡快捷支付服务,与其他在线B2C企业合作成为其支付方式等。2011年,支付宝成为首批获得支付牌照的企业,成为合法的非金融机构支付企业。

第三方支付平台是在买卖双方交易过程中通过独立的第三方账户暂时保存货款以保证交易顺利进行的机构。互联网交易爆发刺激第三方支付进入快速发展时期,吸引大量企业进入。然而,作为创新支付模式,第三方支付平台逐渐显露问题,如货款积累产生的大量备付金如何处理问题。涉及到金融安全问题,相关政府机构开始通过规章制度进行规制。比如,2010年,中国人民银行制定颁布《非金融机构支付服务管理办法》,加强对从事支付业务的非金融机构的管理,后来相继出现了《支付机构反洗钱和反恐怖融资管理办法》、《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》、《互联网金融风险专项整治工作实施方案》等大量规定。

在规制政策不断出台的过程中,支付宝为获得合法性也在不断调整自身的行为。从时间对比来看,支付宝的出现早于相关监管措施的出台,当时企业行为并没有合法性边界参照。支付宝自诞生以来一直处于行业领先地位,其运营模式成为场域内其他企业借鉴的对象,政府监管政策的出台会参考行业内大部分企业的实际情况。因此,作为行业领先者的支付宝既是政府监管的重点,也会对相关规制政策造成影响。阿里巴巴推出支付

宝是为了解决其C2C电子交易平台淘宝网的网上支付问题,因此支付宝早期的运营目标是生存,而影响支付宝生存的是监管部门对这个新生事物的态度。支付宝在互联网金融行业发展早期进入,当时相关部门并没有明确的规制政策,但是在“生存”压力下,阿里巴巴对支付宝的运营并非完全“自由发挥”,怎样使支付宝的运营行为既能符合未来的监管政策,又能最大化地扩展规制边界成为贯穿支付宝发展过程的核心逻辑。

3.2 神州专车的B2C模式与网约车新政

神州专车所进入的网约车市场也是新兴场域,网约车是互联网思维与传统出行模式结合的创新形式,源起是由Uber公司引领的出行行业共享经济模式,经过Uber、滴滴、快滴、神州、易到、首汽等多个企业的推动,形成了中国的网约车场域。网约车的迅速发展挤占了传统出租车行业的利润空间,两者形成激烈的竞争关系。出租车是城市公共交通系统的重要组成部分,但一般实行市场化运营,这种定位使出租车行业拥有市场竞争主体和社会功能承担者双重身份。面对两者的激烈竞争关系,政府监管部门既要维护传统出租车的利润空间以保证其发挥保持城市交通的功能,同时也不能直接行政干预去强制限制网约车的发展,因为后者在改善城市交通、方便居民出行、促进交通行业改革,以及作为新兴经济模式有助于经济转型等方面具有积极意义。早期阶段,政府一直未对网约车合法化问题进行明确规定,网约车行走在合法与非法的边缘。

作为一个新兴行业,网约车不仅会冲击传统出租车行业的发展,自身也存在一些问题(乘客安全、司机审核、不正当竞争、标准混乱等)影响其合法性地位的获取。基于政府的视角,网约车平台公司的经营行为是合法的,而且其在提供交通服务,促进就业,促进新兴经济发展等方面有助于政府职能的实现。但网约车也存在各种问题,政府

各部门没有统一的定位,交通管理部门基于“运营牌照”制度禁止私家车载客,而工商部门网认定约车平台并无违法行为;网约车市场管理难度大,出现了大量违法事件,对社会治安造成影响。在此情况下,出现了网约车可以接单但不能上路的尴尬局面,对网约车进行规制势在必行。2015年1月,神州推出B2C模式的“神州专车”进入网约车市场。与网约车主流的C2C模式不同,神州专车基于其租车业务的大量自有车辆,招聘培训专门司机提供网约车服务。B2C模式规避了C2C模式中的管理、牌照、安全等问题,受到资本市场的认可,获得迅速发展。2016年7月,交通运输部发布《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》(简称“网约车新政”,下同),认可了网约车的合法地位。获得合法性后,滴滴、Uber等C2C模式运营商进入快速发展阶段。但是随后各地在详细规定中对网约车运营车辆轴距、排量和司机户籍、档案等都进行了明确要求,实际上限制了C2C模式平台的发展。神州专车则通过其特有的B2C模式和车辆、司机结构,很好地契合了网约车新政的规定,“网约车新政”对神州的影响主要是“提高了司机成本”,相对于经常出问题的C2C模式,神州拥有更好的发展前景,如表2所示。

3.3 微贷网的车贷业务与P2P行业的发展

微贷网于2011年成立于杭州,主要从事以汽车抵押借贷为主的P2P业务。P2P(person-to-person),即个人对个人,点对点网络借贷,是借助互联网技术的民间借贷,公认最早的P2P是孟加拉经济学家尤努斯创办的格莱珉银行,以“小微借贷”的形式向无法获得银行借款的企业和个人放款。P2P虽然脱胎于民间借贷,但借助互联网的应用场

景进行了创新,在融资、借贷、收回等各环节都发生了巨大变化。中国快速发展的经济和庞大的人口基数催生了对资金借贷的巨大需求,而主流的贷款机构(主要是银行)对借贷人资质、抵押物等有严格要求,并不能满足这部分需求,P2P进入中国后获得快速发展。几乎同一时期,政府开始重视“普惠金融”的发展,如2013年将发展普惠金融列入十三五计划,杭州G20峰会“普惠金融”成为重要议题等。P2P作为银行等传统金融体系的补充,是典型的普惠金融形式,因此,中国P2P早期的发展得到了政府的包容与支持,如《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》提出对P2P行业“属于民间借贷范畴”,“受合同法、民法通则等法律法规以及最高人民法院相关司法解释规范”。

然而,P2P行业虽然适用“民间借贷”相关规制,但作为一种创新的模式,其业务的扩展必然会超出原有法律范畴。政策支持、高营收前景、低进入门槛等利好因素吸引大量资本进入P2P行业,中国P2P行业发展以民营平台为主,而银行、上市公司、国有企业、风投公司等凭借各自优势成立各种互联网金融平台。随着从业者增加,P2P的问题开始出现,如非法融资(e租宝,大大集团),平台破产跑路(礼德财富),非法催收(暴力、裸贷),高额利率,套路贷等。这些非法活动造成严重的社会影响,导致政府对P2P行业的规制开始收紧。2016年,由银监会、工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室制定的《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》(简称“暂行办法”)发布,明确提出了不得“为自身或变相为自身融资”、不得“向出借人提供担保或承诺保本保息”等13条监管红线,以及借款上限规定等内容,并对不符合要求

表2 网约车新政对C2C模式B2C模式的影响

网约车新政		C2C	B2C
运营资质	具备线上线下服务能力的企业	获得艰难	容易获得
车辆	8年使用年限;北京、上海对排量、轴距要求	大部分私家车受影响	满足
驾驶员	限定驾龄、犯罪记录	部分私家车受影响	抬高司机成本

的企业提出了12个月的整改期。“暂行办法”对P2P企业带来了冲击,大量不合规且无法完成整改的P2P企业出局,据统计“暂行办法”出台前后半年时间内,总共600多家P2P企业关停、倒闭^①。同时,其他金融机构发布了类似限制举措,如中国农业银行发布《关于立即停止与违规违约支付机构合作的通知》,保监会印发了《关于加强互联网平台保证保险业务管理的通知》等。

微贷网经历了P2P行业由野蛮生长到监管收紧的阶段,微贷网成立之初为小微企业和个人提供融资服务,但当时的信用贷款模式有巨大的坏账风险,后来转向汽车抵押贷款模式。车贷模式降低了坏账率,微贷网进入快速发展阶段。2016年开始的系列政府规章制度给P2P行业带来巨大影响,微贷网成为部分幸存并能继续发展的企业之一。

4 案例分析

4.1 企业在新兴场域中的合法化策略识别

在新兴场域中,企业业务发展早于正式场域规制的出现,企业追求规制合法性的目的是降低未来场域规制对企业发展的限制。上文介绍了3家企业的发展及其相应场域内规制出现的相关资料,实际上构成了企业的合法化过程。为了便于理解,本文将这种合法化过程与常见的坐车过程进行类比:将新兴场域比作一辆先上车再检查的车辆。乘客可以随意上车,但是司机会对乘客进行评估检查(如行为、行李等),不合规者会被赶下车。本研究根据这种“赶下车”包含的步骤将企业合法化过程分为搜寻、自检、立规、驱赶4个关键步骤,如表3所示。

搜寻,企业在此阶段推出新业务,如同乘车人根据自己乘车需求(座位、行李、路线等)选择对应的车辆。企业推出的创新业务,或是满足自身发

展需求,如支付宝对淘宝网上交易的支撑作用;或是开展新的商业模式,如神州从租车行业进入网约车业务;或是被新形成的商业模式所吸引,如微贷网以P2P为主营业务进行创业,这些动机推动企业进入新兴场域,也成为企业后续各种合法化行为的主要动力。

自检,强调企业进行自我约束,自我规制。根据惯例,上车后会受到检查约束,乘车人提前自我检查,避免被发现违规。企业作为营利组织,主要行为都围绕着利润最大化,但在“政府必定会对新出现的企业行为进行规制”这种认知下,企业必须重视本行业未来可能出现的规制,并通过提前自我规制以增加获得新规制认可的可能性。比如,第三方支付业务涉及金融安全,支付宝必须提前预防可能造成危害的行为;神州进入网约车时尚未出现规制,但C2C模式的安全事故、行业标准、公共资源占用等问题已经引起社会争议,神州专车采取B2C模式提前规避了这些问题;P2P行业中,资金池、资金挪用、“庞氏骗局”、暴力催收等问题都必然会引起政府监管,“合规”是期望长期发展的P2P企业一直关注的问题。

立规,是政府在评估新兴场域中各类主体造成的社会影响后,结合经济发展、社会稳定、公共福利等目标,制定规章制度以约束企业行为的过程。政府评估企业行为,结果包含允许与禁止2类。其中,允许是认可企业行为并赋予合法性,如《非金融机构支付服务管理办法》的内容大部分参考了支付宝等企业已经表现出来的行为,“支付机构应当遵守反洗钱的有关规定”(“办法”第六条)对应支付宝提前做出的反洗钱措施;“网约车新政”对司机、车辆的规定明显更倾向于B2C模式的专车。政府接受企业行为也呼应了前文企业的自我规制。而禁止类内容则是对企业部分行为的否

^①数据来源于北京大学互联网金融研究中心特约高级研究员、中国工商银行原行长杨凯生在“P2P网贷合规经营与发展转型闭门研讨会”的演讲,全文见《杨凯生:网贷监管暂行办法—五大亮点、三大成效和四点未了任务》http://www.sohu.com/a/122966084_330810。

定,如《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》为网贷平台列出了禁止行为的“13条红线”。因此,立规阶段是规制主体实施市场规制职能的过程,是企业合法化过程的重要节点。

驱赶,监管机构“立规”后,完成整改并符合规制的企业获得合法性,否则会受到惩罚,甚至禁止进入。经过前期自我约束的企业更容易对不合规部分做出整改,如神州专车CEO陆正耀认为“网约车新政(对神州)影响很小”,并成为首家获得《网络预约出租汽车经营许可证》的网约车平台,处于相同场域内的滴滴虽然后期也获得了运营牌照,但由于司机审查,外地车牌等问题,业务受到很多影响;支付宝的二维码支付、信用卡快捷支付都曾受到支付新规限制;P2P规制出台后,微贷网将“风险备付金服务”转为“第三方代偿”,根据规定与厦门银行签订资金存管协议。

综上所述,3个案例企业的合法化过程体现为一种“赶下车”式路径。随着策略步序的实施,企业合法性状态会经历“不确定合法”到“合法或不合法”的阶段转变(见表3)。第一阶段,规制尚未出现,企业表面上具有完全的“行为自由”,但管理者对场域发展具有一定的预测与判断,符合未来的场域规制才能实现企业真正的发展。“搜寻”和“自检”的意义在于提高企业行为获取未来规制认可的可能性。第二阶段,政府等规制机构掌握主动权,通过对场域内已有企业的行为进行观察评估,结合政府管理目标制定场域规制。“立规”和“驱赶”2个步骤将企业行为纳入规制范围之内,从另一个角度看,这也是赋予企业合法性的过程。

4.2 基于“赶下车”策略的企业合法性阶段演化分析

前文分析将企业在新兴场域中的合法化过程归纳为“赶下车”式的策略,包括搜寻、自检、立规、驱赶4个关键步序,随着这4个步序的展开,企业合法性状态出现“不确定合法”到“合法或不合法”的动态演变,本部分主要分析这种演变背后的

机制。

4.2.1 不确定合法阶段

从企业推出创新业务到相关规制主体制定场域规制的过程中,存在企业可以在没有规制限制下“自由”发展的阶段。然而,案例资料显示3家企业在此阶段并非完全“自由”地发展业务,也同时进行了自我规制。而政府虽然没有明确的行为表现,但其存在本身就可能对企业行为带来影响,两者行为特征如下。

(1) 企业悖论性认知的形成。① 利用先动性优势。3家企业的创新业务,较好地考虑了满足市场需求,成为企业的先动优势:一方面,规制空白带来适度的自由发展空间,企业能自主安排业务;另一方面,早期进入行业,能够快速占领市场。作为最早进入第三方支付行业的企业,支付宝已经推出了快捷支付、手机支付、二维码支付等多种支付形式,进入网上交易、线下支付、缴费、余额宝、理财、保险、充值、挂号等多个使用场景,2017年第一季度中国移动支付交易市场中,支付宝市场份额达到54%。② 对发展前景的判断。在充分利用先动优势的同时,企业还会基于以下考虑进行自我规制:一方面,过度任意发展肯定导致更大的损失。虽然新兴场域早期没有规制,但无节制发展新业务容易触及行业外的其他规制或带来较大社会危害,最终都会引起政府关注,并施加严厉的惩罚措施。比如,P2P业务本是互联网金融体系的重要创新,但由于各种乱象(非法集资、高利贷、洗钱、跑路等)而受到监管机构的重压,大量企业被关停。网约车市场中,C2C模式早期对私家车车况、司机审查等缺乏有效管理措施,以及过量推广招致的出租车企业的反对等问题,导致网约车新政中对C2C模式进行了较大限制;另一方面,考虑到未来获取规制合法性,企业也会进行自我约束。政府制定场域规制会参考企业已有行为,企业在创新业务中考虑社会发展、公众利益等目标,

表3 “赶下车”步序特征及对应企业实践

步序	企业实践	状态
搜寻	<p>阿里巴巴： 淘宝网的网上交易需要解决信用问题，但当时的银行、金融系统并没有这样的服务，通过支付宝的“担保交易”模式，为买卖双方提供保障 发现支付宝的额外功能，“支付宝或许可以是个独立的产品，成为所有电子商务网站的一个非常基础的服务” 神州： 网约车风口效应爆发，呈现巨大盈利空间 C2C模式存在潜在问题，如酒驾、毒驾、犯罪前科的司机，难以保证的车辆质量等 神州租车业务拥有大量自有车辆，成为B2C模式的天然优势 微贷网： 小微企业、个人融资困难催生P2P的巨大需求空间 社会信用体系缺失，信用贷款模式存在极大坏账率，“一些级别达到处级的公务员也会不还钱”，“半年时间他个人垫资达到600万元” 反复调研与考察，转向汽车抵押借贷业务</p>	不确定合法
自检	<p>阿里巴巴： 支付宝从阿里巴巴拆分，独立运营，是考虑到阿里巴巴的外资背景会影响支付宝介入中国市场的金融业务 制定反洗钱措施，例如曾经屏蔽存在风险的P2P模式接口 响应政策导向，“在此之前支付宝已经在很多方面符合该办法的要求。” 提供公共事业缴费服务，水电煤缴费，信用卡还款，学费行政缴费等服务 神州： 采取B2C模式，使用自有车辆 以安全为核心，招聘专职司机，加强背景审查与培训，“拿了100份司机简历，到公安部系统去查，8%有案底” 稳定神州司机队伍，平均薪资定在比当地出租车司机高30%到50%左右 神州专车定位于出租车的高端补充，降低对当前出租车系统的冲击 微贷网： 成立投资人监督委员会，为国内首家有投资人监督机构的平台 投监会是独立第三方机构，随机抽查核实线下营业部标的真假、借款资料、抵押登记手续、转账打款情况 “投监会成立以来每月都会有成员去门店查标。目前为止，还没有查到一个假标。” 设立企业督导部，检查线下营业部分标的情况 推出本金保障计划，微贷网出资1500万元作为起始资金，提取每笔借款3‰存入“风险准备金账户”，保障出借人权益</p>	
立规	<p>阿里巴巴： 支付宝内部设立“合规部”，合规部参与了央行制定《非金融机构支付服务管理办法》的讨论 支付宝提前将沉淀资金的利息单独存在一个账户里，符合新规关于“顾客备付金不属于支付机构”的规定 神州： “网约车新政”大部分内容，如专门司机，车型车况，司机管理等内容对应神州专车的B2C模式，而C2C模式很多方面不符合 微贷网： 《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》提出的网贷平台规定不能吸收存款，不能设立资金池，以小额为主，信息披露等规定，微贷网都满足这些内容</p>	合法或不合法
驱赶	<p>阿里巴巴： 根据《管理办法》关于外资投资支付机构的规定，支付宝将所有权转至浙江阿里巴巴电子商务有限公司 支付宝成为首批获得《支付业务许可证》的第三方支付平台 神州： 神州回应“网约车新政”：对神州没有影响 部分司机户籍不符，需要整改 2017年1月，神州成为首家获得网约车牌照的平台，随后也是首家获得北上广深4个一线城市牌照的平台 微贷网： 根据《暂行办法》规定出借人资金实行银行存管，微贷网与厦门银行签订直连模式的存管协议 《暂行办法》颁布3日后，微贷网成为首家获批ICP证的平台</p>	

更容易被政府接受,增加未来获得合法性的机率。比如神州专车B2C模式在司机和车况审查,与出租车的差别化等方面的情况,实际上被后来的“网约车新政”采纳。因此,此阶段企业存在充分利用先动优势与“被迫”进行自我规制的悖论认知,这种认知模式主导了企业此阶段的行为。

(2) 企业自我规制行为的可行性。企业创新发展业务可能会产生有利与不利两类社会影响,掌握更多信息的企业通过自我规制降低不利影响,以获得未来规制的认可。这种自我规制主要包括:① 依据相近行业的已有规制进行判断。一些新兴场域中的企业行为并非完全创新,比如第三方支付模式类似于传统金融系统,因此支付宝在发展过程中对于沉淀资金、洗钱、信息安全等方面制定企业规章进行管理;微贷网业务属性上属于民间信贷的一种;网约车同样属于出行领域。参考这些相似行业的既有规制,企业可以更好地判断创新行为是否会得到政府认可。② 依据企业对行业未来发展走向的判断。随着企业新业务的影响逐渐显现,政府可能会释放非规制的指导性意见,新兴行业未来走向逐渐明确,基于这种判断企业会进行自我约束。如网约车经过一段时间的发展,私家车进入、司机身份带来的安全隐患等问题引起关注,相关交通部门对这些问题也发表意见,神州专车选择B2C模式进入网约车行业,提前规避了这些问题。③ 依据政府关注的目标判断。政府干预市场经济,考虑经济发展、社会稳定、公共福利等目标,影响这些目标的企业显然会受到限制。如P2P爆发时期,部分平台实际上是利用高利率吸引投资者的“庞氏骗局”模式,资金兑付问题爆发对投资者的损害必然造成严重社会影响,

势必引起政府制定严格规制。

(3) 利用相对有利的外部情境因素。通过案例分析发现,本文涉及的互联网金融、网约车、P2P 3个行业在中国比其他国家获得了更好的发展^②。从案例样本发展过程看,中国特殊的情境因素促进了新兴场域的发展。① 在中国转型背景下的制度变迁、“大众创业、万众创新”的政策导向等制度情境影响下,监管机构对企业创新行为采取包容的态度。基于“法无禁止即可为”思想,企业能够享受更长时间、更大空间内的“自由”发展,第三方支付、网约车、P2P都是在早期规制缺位阶段获得快速发展;② 减少既得利益集团阻碍。研究证明,如果发生利益冲突,既得利益集团会成为创新的重要阻力,通过抵制变革、形成惯性、游说监管机构等方式阻碍甚至扼杀创新(王海兵等,2016)。案例资料显示,3家企业在进入场域初期却并未受到相关利益集团的拦阻,主要原因包括:一方面,企业通过差异化竞争和利益绑定形式避开与既得利益者的直接冲突。如支付宝最开始应用于网上交易,微贷网关注银行难以顾及的小额信贷市场,两者都避开了传统的银行等金融机构的核心业务,在规模壮大之后,数额巨大的备付金存入成为一般银行难以拒绝的利益;滴滴、Uber等C2C模式的网约车受到各地出租车公司的抵制之后,神州专车通过专注于中高端客户的差异化战略避开了与出租车公司的直接冲突。另一方面,既得利益集团也受到政府包容态度的影响。本文案例样本涉及的银行和出租车都是受到政府影响甚至直接控制的行业,政府对市场创新业务的宽容态度直接影响这些行业既得利益者的行为。

基于以上分析,此阶段企业悖论性认知、可行

^② 支付宝已成为全球最大的第三方支付公司,与同行业的微信支付、百度钱包等共同构建了中国第三方支付产业的发展;神州专车通过独特的B2C模式在网约车产业中快速发展,成为第一家获得网约车牌照的企业,而中国也是世界上最早提出网约车合法化的国家;P2P方面,中国起步较晚但发展迅速,据国际证监会组织2014年的调查报告《Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast》,2014年借贷市场中国成交量为2528亿元,英国为153亿元,美国超过366亿元。

性行为范式,以及独特的中国情境因素,构成了企业与政府之间带有双重性特征的博弈关系(见图1):第一层,规制缺位给企业创造“自由”发展的空间,政府基于鼓励创新与评估企业创新影响的考虑选择包容企业;第二层,中国情境下的政府规制传统给企业带来潜在的规制压力,企业考虑获得未来规制认可而进行“自律”行为。这种双重性博弈关系可以解释“搜寻”、“自检”步序下企业的“不确定合法”状态。

4.2.2 合法或不合法阶段

随着大量企业进入新兴场域,企业创新行为造成的有利或不利的社会影响被放大,引致政府开始干预场域发展。政府通过制定规章制度约束场域主体,规制出现是新兴场域发展的重要标志(Wooten et al, 2016)。对比新颁布的场域规制,企业行为被分成合法与不合法2类,企业必须调整不合法部分,避免被“赶下车”。

(1) 获取合法性的动机。① 新规制时效性强。新兴场域中的规制是政府结合当前场域发展状况制定的,相对于成熟场域中滞后的规制,具有更强的时效性(Maguire et al, 2004)。对于前期进行自我规制的企业,这种规制时效性契合企业实际,有效规范场域主体行为。如网约车场域中,北京、上海等地出台政策都对平台、车型、司机进行界定,提出了车辆排量、轴距、本地号牌、司机本地户籍等具体要求,网约车公司借此避免疯狂补贴、无序竞争等乱象,行业规范化有利于企业发展;

② 新规制会得到政府的强力推行。前文已经分析规制出现之前,不同企业推出大量创新实践,造成不同的社会影响。政府制定场域规制的目的在于调整这种乱象,引导场域向正确方向发展,新规制会得到强力推行,违反规制的企业行为会受到相应惩罚。如网贷《暂行办法》划定了P2P的多条红线,当年200多家P2P企业退出行业;③ 合法化对企业的意义。战略管理研究中,合法性被视为一种资源,而且是企业获取其他资源的前提(Kibler et al, 2014)。规制出现是新兴场域由混乱走向秩序的标志,无规制阶段企业虽然能“自由”发展,但没有合法性带来的不确定性会影响企业战略规划以及与其他主体的合作。获取新规制认可帮助企业明确发展方向,降低模式、战略的不确定性,同时更好地与其他主体合作互动(Kibler et al, 2014)。比如神州专车获得网约车牌照后,在政府认可、业务扩展、吸引投资者等方面取得了更好的发展前景。

(2) 企业获取合法性的可行性。① 新规制的形成会受到企业的影响。对于新兴场域中的企业创新行为,政府会进行整体的观察比较,评价这些行为造成的社会影响,并与政府管理职能、社会生产、公共利益等目标比较,形成正式规章制度。因此,前期进行自我规制的企业,其行为模式更可能会被政府接受并规制化。如支付宝作为最早出现、规模最大的第三方支付机构,其推出的备付金管理、扫码支付、快捷支付、资金安全保障等方面

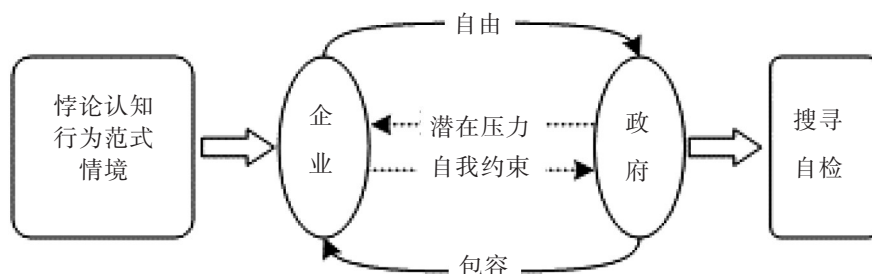


图1 双重性博弈关系

的业务形式,不仅被其他第三方支付机构效仿,也成为中央银行制定相关规制(如《非金融机构支付服务管理办法》)的内容条款;网约车新政是在B2C、C2C等模式表现的行为基础上,综合考虑城市交通、出租车业、公众出行需求、社会安全等等要素,形成了新政的一系列内容。②企业根据新规制进行自身调整。政府制定规制是在整合场域内所有企业创新行为的基础上形成的,必定包含单个企业超出或达不到的内容,这些都是企业需要调整的部分。当然,这些新内容也会成为政府评估企业活动是否合法的标准。结合上文分析获取合法性对企业的吸引力,即使这种调整给企业带来战略调整、成本增加等问题,企业也会进行调整。同时,前期进行自我规制的企业,已经提前进行了调整或战略准备,更容易符合规制要求,比如神州专车的B2C模式在车型、司机等方面更容易符合网约车新政,因此比滴滴更早获得网约车牌照。

上文分析了“立规”和“驱赶”步序中政府与企业的认知与行为范式,实际上是政府与企业对于如何确立规制内容的博弈,整体上呈现出交替性特征(见图2):企业部分明显无负面影响的行为被政府接受,并规制化;政府在评估企业创新影响的基础上确立规制;企业依据规制整改不合规部分;合规企业获得合法性,无法适应规制的企业被“赶下车”。交替性博弈关系是政府与企业关于新兴场

域规制走向的互动,最终规制的确立对双方产生有利影响,是一种正和博弈过程(柴正猛等,2003)。

合法性来源主体对某个企业合法性状态的认知需要借助一定的评价标准(Deephouse et al, 2017),新兴场域中场域规制的建立实际上也是政府确定对场域主体评价标准的过程,而企业的合法化策略需要嵌入这一过程。根据案例样本资料,本研究识别了包含搜寻、自检、立规、驱赶4个关键步序的“赶下车”式策略。随着步序的展开,企业的合法性状态遵循“不确定合法”到“合法或不合法”的阶段演变。每个阶段企业与政府的认知和行为模式形成特定的关系类型,文中称之为双重性博弈和交替性博弈,整体上构成了政府与企业之间关于场域规制最终内容的博弈过程。对于企业,虽然不能完全按照最初创新模式展开企业活动,但最大程度上实现了企业部分行为的规制化,且可以在规制出现后快速获得规制认可;对于政府,结合发展经济、增加社会福利等目标制定场域规制,实现了对场域主体的行为规范。如图3所示,企业从推出创新活动开始,为了获得规制合法性,适当收缩活动范围;政府最初“被迫”回应企业,后来逐渐明晰规制内容。因此,本研究通过对企业在新兴场域中合法化过程的策略识别、阶段划分到关系构建3个角度展开分析,发现规制合法化是规制主体(政府)与客体(企业)共同塑造场域规制的过程。

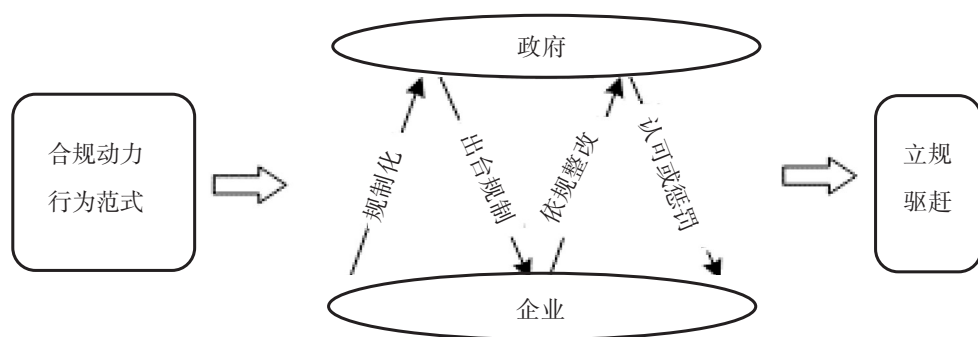


图2 交替性博弈关系

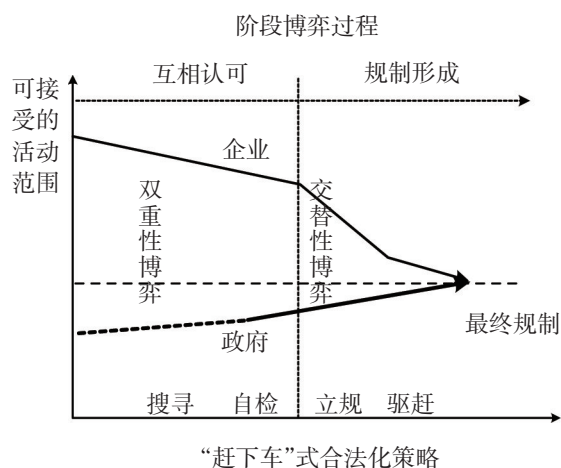


图3 企业进入新兴场域的合法化过程

5 结论与展望

5.1 研究结论

本研究基于“新兴场域中企业的创新活动如何获取规制合法性”这一核心问题展开,以阿里巴巴的支付宝业务、神州集团的专车业务和微贷网的车贷业务的发展过程为研究样本,围绕企业由创新到符合规制要求和政府从无到有确定场域规制等2类主体行为特征及互动过程展开分析,主要得出以下结论。

(1) 企业通过“赶下车”式合法化策略获得新兴场域未来新规制的认可。本文基于对案例企业在新兴场域中发展过程的分析,提炼出包含搜寻、自检、立规、驱赶等企业和规制主体行为的“赶下车”式合法化策略。其中,搜寻是企业基于自身优势、需求等寻找新的发展机会的活动,导致企业进入新兴场域;自检强调企业基于业务发展预测的自我规制,提高部分内容被接受甚至规制化的可能性,减少可能的违规因素;立规是政府基于发展经济、提高社会福利等目标,评估企业行为造成的社会影响,制定场域规制。规制内容主要参考企业正向行为,显示了企业对制度创新的影响;驱赶是政府对不符合新规制的企业或行为进行惩罚的过程,同时也是赋予合规企业合法性的过程。“赶下车”是从发展的角度整合了已有研究中的合法

化策略理论,显示了新兴场域中政府与企业共同塑造场域规制的过程。

(2) 新兴场域中企业合法化过程经历不确定合法到合法或不合法等状态的动态演变。合法性状态是对企业行为与场域规制对比情况的描述,本文发现企业在合法化策略实施过程中会发生合法性状态演变。“不确定合法”描述了企业推出创新业务,而政府不会立即允许或禁止的状态,企业获得了充分探索业务边界与展示创新影响的空间;“合法或不合法”描述新规制形成过程中,企业通过影响规制内容和改变自身以满足规制要求。特定主体的合法性状态是合法性来源主体依据评价标准得出的认知(Deephhouse et al, 2017),允许“不确定合法”状态存在突破了已有研究惯常采用的合法性“二分法”(Deephhouse et al, 2008),描述了新兴场域形成初期的“监管空白”现象,有助于更好理解此阶段各主体的行为范式;“合法或不合法”状态表面上是政府规制强制性对企业的约束,实际上则是通过确立规制明确了“未被赶下车”企业的合法性。这种状态演变为认知企业与政府在新兴场域内的行为和互动模式提供了分析框架。

(3) 政企之间的不同博弈关系推动企业合法化阶段不断演进。本研究分析政府与企业在规制形成过程中的行为,发现双方互动过程体现为前期的双重性博弈和后期的交替性博弈。双重性博弈指政府与企业关于创新和未来规制两方面的博弈,博弈结果是双方互相认可对方的部分内容;交替性博弈指企业与政府关于最终规制内容的博弈,通过交替影响与妥协促成规制形成。政府与企业位于规制合法性的两端:来源与回应(Drori et al, 2013)。新兴场域规制形成过程中,地位不对等的两者却因目标的纠缠而产生阶段性博弈关系,实际上打破了已有合法性假设中的主被动关系:企业期望最大化创新主动性带来的扩

大活动范围、参与标准制定等效用,也需要获得未来场域规制认可,减少规制形成带来的冲击;政府期望发挥企业创新对经济发展的引领作用,也需要执行管理职能,减少创新活动对社会稳定、公共福利的不利影响。

5.2 理论贡献

(1) 拓展了合法化理论的内容体系和适应性。合法性理论主要探讨主体与外部期望的关系,主体可以采取被动遵从到主动改变的多种应对策略。本研究关注的新兴场域在早期形成阶段没有明确的政府规制,后期出现的规制是企业与政府共同作用的结果。Zimmerman 和 Zeitz(2002)在 Suchman(1995)研究基础上提出了“创造”策略,认为企业通过“创造”规范、规则,形成适合自身发展的外部环境。本文通过案例分析识别的“赶下车”式策略是对“创造”策略的扩展,新兴场域中企业的合法化行为不仅包括利用先动性创造行为规则,还包括在未来规制“赶下车”威胁下的自我规制,以及在此基础上与规制主体的互动过程。这一结论扩展了企业合法化策略的内容体系,以及其在新情境下的适应性。

(2) 贡献于中国情境下的政府规制研究。政府规制体系对企业行为具有强制性约束,现有关于政府规制与企业创新关系的研究侧重探讨政府如何进行政策体系设计以引导、推动或限制企业创新行为(张杰等,2015)。然而,新兴场域中,企业创新行为导向以及后续影响有时是难以预计的,过度严密的监管或仓促制定新政策反而不利于企业创新行为的发展,导致社会经济错失发展机会。如发达国家拥有完善的创新支持系统,但共享经济(如 Uber)这种新兴商业模式却会受到过度严密的政策系统的限制。本研究发现,新兴国家不完善的制度体系创造了一定的包容空间,使企业在不确定合法状态下获得相对充分的发展机会,并有时间观察和纠正造成社会危害的创新行

为,增加未来获得合法身份的可能性。规制主体同样能充分评估企业创新行为,制定满足各方利益的场域规制。企业依据新形成规制的被动调整则最终确定企业合法或不合法(难以调整)的状态定位,呈现出“动态合法化”的过程。不确定合法到合法或不合法状态的动态演变可以更充分发挥企业的创新效用以及政策的规范作用,这样的研究结论对政府规制研究提供了中国情境化的研究视角。

(3) 细化了企业合法化过程中的政企关系研究。如何获得政策支持是企业创新过程中非常关注的问题,而政府同样需要在鼓励企业创新以推动经济发展的同时,对企业部分行为进行约束以降低不良社会影响,因此,这类涉及创新的关系是政企关系研究的重要部分。现有对新兴市场国家政府规制和企业创新的研究,往往简单地将政府与企业的关系界定为制定规制和服从整改,忽视了双方为实现整体利益最大化而进行的妥协互动(戚聿东等,2018)。本研究基于企业合法化过程细化了政企之间关于规制形成的博弈关系,分析了前期规制不确定和后期规制出现2个阶段下的双方行为特征,贡献于政企关系理论研究。

5.3 实践启示

本研究的实践启示包括:企业角度,企业推出创新业务时要正确认识与政府规制的关系,在无规制阶段要做好自我规制,争取自身行为被政府接受而规制化;在政府规制出台后,要及时调整以满足新规制要求。政府角度,企业创新是推动经济发展的主要力量,在企业创新早期,政府应该给予更多的包容性,给这些创新活动留出足够的发展空间;全面科学的评估企业创新行为,并及时制定规制给予合法性身份。

5.4 局限与展望

本研究虽然得出了一些有价值的结论,对相关研究和实践有启示和指导意义,但仍存在一些不足:第一,案例研究虽然在深度方面能探索样本行

为的背后机理,但存在研究广度缺陷,需要运用大数据实证研究验证相关结论;第二,本文选择3个不同行业中的案例进行多案例研究,研究过程中更多地关注从多个案例资料中提炼共同模式,对只出现在单个样本中的内容减少报道,这样虽然能够提高研究发现的普适性,但也有可能错过了

个案蕴含的独特规律。未来研究可以对个案资料进行深入探讨,发掘异质化的理论;第三,本文仅关注企业新业务的规制合法性问题,而对合法性的其他维度,如规范、认知,是否对规制合法化产生影响没有展开分析,未来的研究可以从这一角度扩展相关研究。

参考文献

- 柴正猛,张岩贵. 2003. 跨国公司与东道国政府之间的多阶段正和博弈分析[J]. 南开经济研究,(5):44-48.
- 陈德球,陈运森. 2018. 政策不确定性与上市公司盈余管理[J]. 经济研究,53(6):97-111.
- 邓新明. 2011. 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,(4):4-15+68.
- 杜运周,任兵,陈忠卫,等. 2008. 先动性、合法化与中小企业成长:一个中介模型及其启示[J]. 管理世界,(12):126-138+148.
- 谷盟,魏泽龙. 2015. 中国转型背景下创新包容性、二元创新与市场绩效的关系研究[J]. 研究与发展管理,(6):107-115.
- 韩乾,洪永森. 2014. 国家产业政策、资产价格与投资者行为[J]. 经济研究,49(12):143-158.
- 黄浩,荆林波. 2019. 共享经济的结构、模式与产业影响:基于扎根理论的多案例分析[J]. 管理案例研究与评论,(1):108-123.
- 简新华,余江. 2016. 市场经济只能建立在私有制基础上吗?兼评公有制与市场经济不相容论[J]. 经济研究 51(12):4-17.
- 刘玉焕,井润田,卢芳妹. 2014. 混合社会组织合法性的获取:基于壹基金的案例研究[J]. 中国软科学,(6):67-80.
- 戚聿东,李颖. 2018. 新经济与规制改革[J]. 中国工业经济,(3):5-23.
- 苏郁锋,吴能全,周翔. 2015. 企业协同演化视角的组织场域制度化研究:以互联网金融为例[J]. 南开管理评论,(5):122-135.
- 申宇,傅立立,赵静梅. 2015. 市委书记更替对企业寻租影响的实证研究[J]. 中国工业经济,(9):37-52.
- 王海兵,杨蕙馨. 2016. 创新驱动与现代产业发展体系:基于我国省际面板数据的实证分析[J]. 经济学(季刊),(4):1351-1386.
- 韦诸霞. 2016. 嵌入型治理:全面深化改革时期行业协会的制度供给探析[J]. 中国行政管理,(6):52-57.
- 周泽将,马静,刘中燕. 2018. 独立董事政治关联会增加企业风险承担水平吗?[J] 财经研究,(8):141-153.
- 张峰,王睿. 2016. 政府管制与二元创新[J]. 科学学研究,(6):938-950.
- 张峰,黄玖立,王睿. 2016. 政府管制、非正规部门与企业创新:来自制造业的实证依据[J]. 管理世界,(2):95-111+169.
- 张红凤. 2005. 规制经济学的变迁[J]. 经济学动态,(8):72-77.
- 张杰,陈志远,杨连星,等. 2015. 中国创新补贴政策的绩效评估:理论与证据[J]. 经济研究,(10):4-17+33.
- 张旭. 2014. 政府和市场的关系:一个经济学说史的考察[J]. 理论学刊,(11):54-62+127-128.
- 张玉利,杜国臣. 2007. 创业的合法性悖论[J]. 中国软科学,(10):47-58.
- 朱丽娜,何轩,邵任薇,等. 2018. 官员更替会影响企业的财政补贴吗?基于中国家族企业的经验性研究[J]. 财经研究,(10):138-152.
- 朱旭峰,张友浪. 2015. 创新与扩散:新型行政审批制度在中国城市的兴起[J]. 管理世界,(10):91-105+116.
- Deephouse D L, Bundy J, Tost L P, et al. 2017. Organizational legitimacy: Six key questions // The Sage Handbook of Organizational Institutionalism[M]. London: Sage Publications.
- Deephouse D L, Suchman M C. 2008. Legitimacy in organizational institutionalism // The Sage Handbook of Organizational Institutionalism[M]. Oxford: Sage Publications.
- Dimaggio P J, Powell W W. 1983. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields[J]. American Sociological Review,48(2):147-160.

- Dorobantu S, Kaul A, Zelner B. 2017. Nonmarket strategy research through the lens of new institutional economics: An integrative review and future direction[J]. *Strategic Management Journal*,38(1):114-140.
- Droege S, Johnson N B. 2007. Broken rules and constrained confusion: Toward a theory of MESO-Institutions[J]. *Management and Organization Review*,3(1):81-104.
- Drori I, Honig B. 2013. A process model of internal and external legitimacy[J]. *Organization Studies*,34(3):345-376.
- Ehrlich S D, Jones E. 2016. Whom do European corporations lobby? The domestic institutional determinants of interest group activity in the European Union[J]. *Business and Politics*,18(4):467-488.
- Eisenhardt K M. 1991. Better stories and better constructs: The case for rigor and comparative logic[J]. *Academy of Management Review*,16(3):620-627.
- Eisenhardt K, Graebner M E. 2007. Theory building from cases: Opportunities and challenges[J]. *Academy of Management Journal*,50(1):25-32.
- Kibler E, Kautonen T, Fink M. 2014. Regional social legitimacy of entrepreneurship: Implications for entrepreneurial intention and start-up behaviour[J]. *Regional Studies*,48(6):995-1015.
- Maguire S, Hardy C, Lawrence T B. 2004. Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada[J]. *Academy of Management Journal*,47(5):657-679.
- Oliver C. 1991. Strategic responses to institutional processes[J]. *Academy of Management Review*,16(1):145-179.
- Purdy J M, Gray B. 2009. Conflicting logics, mechanisms of diffusion, and multilevel dynamics in emerging institutional fields[J]. *Academy of Management Journal*,52(2):355-380.
- Qureshi I, Kistruck G M, Bhatt B. 2016. The enabling and constraining effects of social ties in the process of institutional entrepreneurship[J]. *Organization Studies*,37(3):425-447.
- Scott W R. 2008. *Institutions and Organizations: Ideas and Interests*[M]. Los Angeles: Sage.
- Smets M, Morris T, Greenwood R. 2012. From practice to field: A multilevel model of practice-driven institutional change[J]. *Academy of Management Journal*,55(4):877-904.
- Suchman M C. 1995. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches[J]. *Researchgate*,20(3):571-610.
- Tornikoski E T, Newbert S L. 2007. Exploring the determinants of organizational emergence: A legitimacy perspective[J]. *Journal of Business Venturing*,22(2):311-335.
- Wooten M, Hoffman A J. 2016. *Organizational Fields: Past, Present and Future*[R]. Rochester: Social Science Research Network.
- Yin R K. 2013. *Case Study Research: Design and Methods*[M]. Oxford: Sage Publications.
- Zimmerman M A, Zeitz G J. 2002. Beyond survival: Achieving new venture growth by building legitimacy[J]. *Academy of Management Review*,27(3):414-431.

A Study on the 'Expel out from the Car' Legalization Strategy and Construction Mechanism When Chinese Enterprises Entering Emerging Fields

SU Jingqin¹, ZHANG Yanming¹, LIN Jingjing²

(1. School of Economics and Management, Dalian University of Technology, Dalian 116024, China;

2. School of Business Administration, Dongbei University of Finance and Economics, Dalian 116025, China)

Abstract: This paper focused on the problem that how companies those develop innovative businesses respond to government regulations. The paper conducted case study on the development process of Alibaba's Alipay business, Shenzhou Group's private car business and Weidai company's car loan business in their respective fields. The purpose is to explore the strategy of obtaining regulatory legality and its construction mechanism. The research findings are as follows: (1) Identify the 'Expel out from the Car' legalization strategy for enterprises to enter the emerging field, which include steps of search, self-test, legislation, and drive-out; (2) With the process of strategy steps, enterprises undergo a dynamic evolution from 'uncertain legal' to 'legal or illegal' in the process of legalization; (3) Dual game and alternating game exist between government and enterprises in the formation of new field regulation.

Key words: regulatory legitimacy; emerging field; 'Expel out from the Car' strategy; game relationship