

# 异地创业、家庭支持与经营效率\*

——基于农民创业的经验研究

杨 昊 贺小刚 杨 婵

(上海财经大学商学院,上海 200433)

**内容提要:**不同地理区域的资源禀赋、信息、营商环境等因素存在显著差异,因此创业者可能会选择远离居住地从事跨区域的创业活动。异地创业活动如何影响企业的经营效率,是一个仍未得以解决的研究问题。以往研究多从社会资源、社会嵌入等角度探讨异地创业者的优劣势,本文则基于知识基础观、文化价值观等思路提出了一个新的研究模型。基于上海财经大学2016年“中国千村调查”的2662个有效样本的数据,本文主要得到以下研究结论:(1)相比本地创业者,外来的异地创业者所开创的创业活动往往取得更好的经营绩效;(2)在不同创业地的比较中,沿海地区的异地创业活动经营绩效更突出;(3)随着创业者居住地和创业活动所在地之间地理距离的增大,创业者的经营效率呈现出先升后降的倒U型趋势;(4)异地创业的经营效率受到了创业者居住地和创业活动所在地之间的文化价值观距离的影响,该距离越大则创业效率越高;(5)家庭支持在异地创业活动中有正向调节作用,即随着家庭支持的强化,异地创业的经营效率会更加提升,并且地理距离所产生的正向促进作用也越强。本文的研究为跨区域创业活动的演进提供了理论与经验支持,为今后进一步探讨创业经营效率的影响因素和知识异质性的作用机制具有显著的理论意义,对于创业活动的地点选择、家庭支持资源利用也有着一定的实践意义。

**关键词:**异地创业 地理距离 文化价值观距离 家庭支持经营效率

**中图分类号:**F272.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1002—5766(2019)02—0036—19

## 一、问题提出

改革开放以来,不同地区的经济基础、制度基础以及改革目标各不相同,各地的开放程度和适用的经济政策也各不相同,这种政策和要素分布上的不均衡带来就业活动机遇上的不均衡(买忆媛和甘志龙,2008)<sup>[1]</sup>,引发了前所未有的劳动力流动现象。时至今日,我国的人口流动规模已经相当庞大,人口流动甚至成为很多地区最主要的人口波动因素。据统计,2016年全国流动人口总数达2.45亿人,占当年全国总人口17%以上(中国流动人口发展报告,2017)<sup>[2]</sup>。人口迁移至企业经营活动密度高的地区不再仅仅是寻求就业机会,到合适的地区进行异地创业活动也逐渐成为一

收稿日期:2018-05-29

\* 基金项目:国家自然科学基金面上项目“家族连带、决策行为选择与私营企业成长机制研究”(71672105);国家自然科学基金面上项目“家族期望、投资决策与私营企业成长机制研究”(71372037);上海财经大学2017年研究生创新基金资助项目:期望差距与创业行为关系研究——来自中国经验的证据(CXJJ-2017-344)。

作者简介:杨昊,男,博士研究生,研究领域是企业战略与组织,电子邮箱:henry\_y@foxmail.com;贺小刚,男,教授,博士生导师,研究领域是企业战略与组织,电子邮箱:hxg@mail.shufe.edu.cn;杨婵,女,博士研究生,研究领域是企业战略与组织,电子邮箱:yangchanmoon@sohu.com。通讯作者:贺小刚。

种常见的改变生活、改变命运的方式,这些地区往往有着优越的资源或是政策条件,然而奇怪的是,当地的资源和政策对于本地创业者同样适用,外来创业者的经营效率却更加突出(叶文平等,2018<sup>[3]</sup>;周欢怀和朱沛,2014<sup>[4]</sup>)。异地创业者们作为外来者为何反而能够取得更好的成果?异地创业作为一种创业方式是否具有其优越性?其作用机制与条件又如何?本文认为,这一研究问题对于理解创业行为,提升创业效率有着重要意义,且现有的研究思路和结果尚有讨论空间。

现有研究指出,相比本地居民,外来者更倾向于从事创业活动(叶文平等,2018)<sup>[3]</sup>,经济学和社会学两个角度有不同的解释(Rath 和 Kloosterman,2000)<sup>[5]</sup>,社会学角度的阻断流动理论和混合潜入理论认为,包括创业活动在内的各类移民群体活动,是一种社会融入的方法(Rath 和 Kloosterman,2000)<sup>[5]</sup>,这种观点强调到达异地后出于社会性目的而进行创业活动;而经济学的飞地理论则重点分析外来者的创业活动的经济学优劣势(Wilson 和 Portes,1980)<sup>[6]</sup>认为,是工作机会不足引发创业活动。以上两种为代表的异地创业活动主流的研究多来自于移民创业,但这些观点并不完全适用中国这一特殊情境。首先,中国的创业活动已经越来越普遍,缺乏就业机会因而被动选择创业的可能性较低,创业参与者的个人能力及学历的提升、工作经历的丰富化都能印证这种趋势;其次,异地创业的国际研究往往以国别间的流动为研究对象(Johanson 和 Vahlne,2009)<sup>[7]</sup>,而我国常见的国内异地创业情境下,创业者通常不会面临语言和身份认同上的差异与冲突(Rath 和 Kloosterman,2000)<sup>[5]</sup>,因此,可能有不同的创业动机与结果。

本文认为,相同的创业环境下,家乡或常住地的经历或知识是外来创业者与本地创业者创业绩效区别的来源。知识基础观指出,独有的知识带来经营优势(Grant,1996)<sup>[8]</sup>,异地创业者拥有着家乡或常住地的特殊经历和知识,这种不同的知识在创业地能够作为一种新事物获得竞争优势(Baum 等,2001)<sup>[9]</sup>,同时,异地创业者在创业地可以进行机会搜寻、外部知识资源获取达成组织学习(陈文婷和李新春,2010)<sup>[10]</sup>,更容易形成知识组合、机会识别和价值创造(Henderson 和 Clark,1990)<sup>[11]</sup>。知识的异质性程度会随着创业地和居住地之间距离的扩大而增大,从而加强外来创业者的优势,但这种优势存在上限,最终会趋于平稳而不再增长,这时,异地创业者开始面临越发严峻的社会资本缺失问题,与家乡沟通成本变高、距离感变强等问题也会显现,创业者个人可能出现情感上的“水土不服”而显现出劣势。其他因素如家庭的支持(李新春等,2015)<sup>[12]</sup>、个人的经历等也都有可能影响异地优势的发挥。

为验证以上思路,本文使用上海财经大学 2016 年“千村调查”中创业者问卷数据进行分析,得到了以下结论:第一,异地创业相比非异地创业表现出更好的经营效率,赴沿海地区进行的异地创业活动尤其突出;第二,创业经营效率随着创业地与创业者居住地之间的地理距离的增加先升后降,呈正向倒 U 型关系,两地之间的文化距离则与创业经营效率有着正向关系;第三,来自家庭的情感支持和资源支持会对异地创业与创业经营效率的正向关系起到强化作用,即随着家庭支持强化,异地创业的经营效率会更加优于非异地创业,创业地与居住地之间距离与创业经营效率的正向关系会更强。

## 二、文献综述与理论假设

### 1. 异地创业:形成与效率

创业活动受多方面因素影响,如创业环境、创业机会、创业者的个人能力等,不同地理区域的创业环境,如资源、信息、人才、技术条件、制度等往往存在显著的差异,这些因素都影响着创业活动的开展(Hackman,2003)<sup>[13]</sup>,因此,创业者可能主动选择离开自己长期生活、学习与工作之地转向其他地理区域进行创业活动。在我国的深圳、浦东新区等地区,经济特区政策下优越的创业环境,吸引了大量的外来投资和创业活动。再如美国硅谷、北京中关村,则因为高科技产业和技术资源的聚

集效应,吸引了越来越多的创业者。本文将居民离开自己长期居住、生活与学习的居住地,转向其他地理区域开展创业活动以创造财富的行为界定为异地创业。

作为一种常见的异地创业活动形式,移民创业有着相对丰富的研究基础,由于其创业跨地区的特性,被认为是情境因素研究的有效观察对象,相关研究多关注商业、社会、空间和制度等因素的作用(Bates,1997)<sup>[14]</sup>,社会学和经济学均有讨论。社会学角度聚焦于文化、宗教、社会网络等,有研究指出,不同移民群体的价值观、宗教、财富观念等因素的差异导致了移民创业活动的差异;还有的认为,由于社会关系的匮乏,集体主义的民族能够更好地形成支持团体,从而在创业上具有优势(Bonacich和Modell,1980)<sup>[15]</sup>;冒险精神、自我实现、创造、勤劳等特质也被研究者发现与异地创业行为有关(Schumpeter,1934)<sup>[16]</sup>。经济学角度的飞地理论则认为,当移民群体达到规模时,其特殊的群体性需求催生了移民创业者为服务,即认为移民创业是在移民后在少数群体的封闭经济环境下的产物,市场机会和劳动力是创业的重要因素(Schoenecher和Cooper,2015)<sup>[17]</sup>。

比较异地创业与本地创业时,研究者们多认为异地创业活动是无奈之举(Kolvreid,2007)<sup>[18]</sup>,异地创业者面临着许许多多的劣势(Johanson和Vahlne,2009)<sup>[7]</sup>,天然难以获得成功。首先,异地创业意味着重新开始,而新创企业的退出在全球范围内都是比较普遍的现象(迈克尔·伯格,1996)<sup>[19]</sup>;其次,外来者缺少了熟识的亲友和关系,将面临社会网络的缺失问题,因而在资源、信息的获取(Anderson和Jack,2005)<sup>[20]</sup>上处于劣势,限制了创业活动的效率(Oviatt和McDougall,2005<sup>[21]</sup>;姜磊,2010<sup>[22]</sup>);第三,异地创业还可能会面临风俗习惯乃至价值观上的差异,与本地人的交流或是在本地的活动可能面临抵触和排斥,更难获得认同(Ndofor,2011)<sup>[23]</sup>,甚至受到歧视(Shahamak和Macro,2009)<sup>[24]</sup>,创业活动成本高昂。还有研究从创业者个人特征出发,认为异地创业者的创业活动往往只是难以就业情况下的谋生选择(Kolvreid,2007)<sup>[18]</sup>,自身可能并不具备优秀的创业者特质。

本文则认为,异地创业可以部分借鉴移民创业的研究观点和结论,但是,在我国以国内流动为主的异地创业活动情境下,应当有所取舍,如飞地理论忽视外来群体与本地群体交流的观点有失偏颇;社会学观点下对于社会资源缺失的影响有着重要参考意义,但移民创业活动中突出的语言障碍、文化冲突等问题则不再具备讨论的条件。

当今中国的背景下,异地创业的劣势结论或许并不成立。首先,创业活动开展在居住地还是异地由创业者主观决定,被迫发生创业的可能性较小,创业者对社会关系的缺失往往有所准备或弥补手段,如在访谈中,很多异地创业的受访者都指出,之所以选择该地进行创业,是因为有熟人关系,或是认为当地市场、政策、资源获取上有优势等。因此,本文认为,在可控的范围内,社会网络缺失或是新创风险等不利因素的影响,可能会因异地创业者的主动行为而降低,实际外来劣势的影响低于理论水平。其次,不同于飞地理论的封闭群体的观点,本文认为,由于商业活动的社交属性,异地创业者必然会与本地人群密切而广泛的沟通,知识基础观指出,知识是企业最具有战略重要性的资源,基于知识的资源通常来说难以模仿,同时具有社会复杂性,所以,企业中异质的知识和能力是持续竞争优势和超额企业经营效率的主要决定因素(Grant,1996)<sup>[8]</sup>。不同地区的知识与信息存在差别,创业者凭借其异质的知识,更可能突破当地的认知限制,在空白领域打开新的市场,以新的产品带来商业的成功(Baum等,2001)<sup>[9]</sup>。对本地竞争者而言,外来知识的掌握人群规模较小,或是该种知识与长期的生活经验积淀相关,难以模仿且具有社会复杂性,异地创业者能够持续的体现出经营优势。但对于来到异地的创业者们,本地的知识则是存量丰富且相对易于获取的,异地创业者充分嵌入当地的社会生活,重建社会关系的同时也在获取知识,通过学习本地易得的知识进一步丰富自身知识,从而增强竞争力,甚至以其相对开阔的思路更好地发现创业机会(杨俊,2003)<sup>[25]</sup>,或是整合知识,进行突破本地思维禁锢的创新活动,从而取得成功(Henderson和Clark,1990)<sup>[11]</sup>。因

此,本文提出如下假设:

H<sub>1</sub>:相比本地创业,异地创业能够获得更好的经营效率。

另一不容忽视的地区性因素是,中国沿海地区由于经济改革历史较早、经济开放程度与市场化程度较高,创业环境相对更优于内地,异地创业者取得成功的条件更为充分。根据樊纲等(2011)<sup>[26]</sup>的研究,沿海地区的上海、浙江、江苏、广东等地在市场化程度方面处于全国前列。沿海地区交通便利、区域开放性高、人口流动频繁、新信息的获取更为便捷,对于创业活动具有积极的促进作用。千村调查的结果显示,从内地往沿海地区流动比例远高于反方向,也确实体现出沿海地区对于创业者的卓越吸引力。因此,本文认为,相比本地创业者及在内地地区活动的异地创业者,在沿海地区活动的创业者会受益于这种市场化和开放的环境,更加充分发挥自身外来的优势。因此,本文提出如下假设:

H<sub>2</sub>:相比本地创业和其他异地创业者,沿海地区的异地创业者的经营效率更高。

## 2. 地理距离与创业效率

我国幅员辽阔,各地区由于自身的地理、人文环境不同,形成各自区别性的文化和知识(杨宜音,1998)<sup>[27]</sup>,并不完全沟通,创业者居住地和创业活动地之间地理距离越大,两地间交流频率越低,异地创业者的外来知识与创业地本地知识重叠少,知识异质化程度也就更高,异地创业者的经营效率也就会更加突出。但处于同一个国家范围内,这种差异不会无穷扩大,其积极作用也就不会无限扩大,而随着地理距离过大,社会资本弱化的劣势会显现,从而对创业者的经营效率产生不利影响(姜磊,2010)<sup>[22]</sup>,远离故乡和亲人所带来的情感缺失也会随着距离更为突出,使得创业者心理韧性降低,更难面对创业中的困难。

因此,本文认为,地理距离与创业经营效率的关系整体正向,但是,考虑到距离过大带来的难以替代的其他缺失,创业经营效率会最终向下,呈倒U型趋势。因此,本文提出如下假设:

H<sub>3</sub>:地理距离整体上体现出与创业经营效率的正关系,但随着地理距离的扩大,地理距离与创业经营效率转为负向,整体呈正向倒U型关系。

## 3. 文化价值观距离与创业效率

地区的气候、地理因素等对于当地人民生活目标、经济水平和技术的传播有重要影响,从而在一个地区产生特有的相近的文化特征(Gupta等,2011)<sup>[28]</sup>。关于文化距离和文化指数的研究很丰富,多关注的是不同国家之间文化价值的区别,如霍夫斯泰德的心理维度(Hofstede,1984)<sup>[29]</sup>,全球领导力与组织行为有效力研究(GLOBE)等。不同国家的文化的差异乃至冲突会对企业的经营活动效果产生影响,这一观点在跨国公司的研究中已经得到了较为广泛的认同,不同的文化习惯下跨文化的沟通可能带来机遇,也可能带来沟通成本的上升和效率的下降(Gomez-Mejia和Palich,1999)<sup>[30]</sup>。近年来,很多学者开始质疑国家层面的文化归类研究,将一国的文化特征笼统地归于同一类,存在着忽视国家内文化差异的问题(Tung,2008)<sup>[31]</sup>,而其中对中国的研究也不够严谨和科学(Wu等,2006)<sup>[32]</sup>。

本文认为,国家之内存在文化差异,我国更是如此(赵向阳等,2015)<sup>[33]</sup>,文化特征本身体现了地区性知识的差异,其背后蕴藏的、认知习惯上的差别也会带来不同的知识学习路径与结果,因而可以认为两地的文化特征差异越大,两地的知识差异也就越大,最终赋予异地创业以优势。但不容忽视的是,这种区别过大,也会成为创业者与当地其他人或群体接触和沟通的阻力,甚至引发群体的排斥心态(Ndofor,2011<sup>[23]</sup>;戴亦一等,2016<sup>[34]</sup>)。因此本文认为,异地创业经营效率也会随着文化距离的扩大先升后降。因此,本文提出如下假设:

H<sub>4</sub>:文化价值观距离整体上体现出与创业经营效率的正关系,但随着文化价值观距离的扩大,与创业经营效率转为负向关系,整体呈正向倒U型关系。

#### 4. 家族支持的调节作用

创业者与家人之间的关系嵌入最深,是很多创业者面对困难时首先考虑获取帮助的来源。本文认为,家庭对创业者提供的支持主要包括两方面,即情感支持和资源支持(Arregle 等,2015)<sup>[35]</sup>。

不同的支持类型可以通过各自不同的方式影响创业企业的经营效率。情感支持偏向于正面情绪强化、家庭工作关系调节和提供创业建议等支持,能够减弱独处外乡的孤独感,增强创业者的动力、自信和认可度,从而使其可以更好地应对创业过程中的压力与负面情绪(Brondolo 和 Ben,2002)<sup>[36]</sup>,血缘、亲缘关系以及多年的共同相处经历,使得家人是创业者最愿意表达情感的对象(Tagiuri 和 Davis,1996)<sup>[37]</sup>,家庭内部的交流也更加方便和高效(Hoffman 等,2006)<sup>[38]</sup>。因此,来自家庭的情感支持相比其他途径能更好地优化创业者的心理状态。资源支持则包括家庭成员对创业者个体进行资源提供、资源获取渠道的建立,也包括信息获取、提供建议等支持,可以应对异地创业者面临的社会关联和社会资本不足的问题,家庭作为体现责任和信任的小单位,当移民寻求创业启动资本时,家庭是他们的首选(Chand 和 Ghorbani,2011)<sup>[39]</sup>,同时,由于家庭更加深入和透明化的共享思路,来自家庭的建议支持和创业机会识别帮助更加有效(Jenning 和 McDougald,2007)<sup>[40]</sup>。考虑到家庭支持对于异地创业者的各种积极作用,因此,本文提出如下假设:

H<sub>5a</sub>:家庭情感支持对于异地创业和创业经营效率的关系呈正向调节作用,即家庭情感支持越强,异地创业及赴沿海地区异地创业经营效率越好,地理距离和文化价值观距离与创业经营效率的正向关系越强。

H<sub>5b</sub>:家庭资源支持对于异地创业和创业经营效率的关系呈正向调节作用,即家庭资源支持越强,异地创业及赴沿海地区异地创业经营效率越好,地理距离和文化价值观距离与创业经营效率的正向关系越强。

### 三、数据与变量

#### 1. 数据来源

本文使用的数据来源于上海财经大学于2016年进行的“千村调查——中国农村创业现状调查”中创业者问卷部分结果。调查采用随机抽样定点调查和学生返乡调研相结合的方法对各个乡镇进行调研,参与学生人数2200人。在调查开展前和过程中,学校通过面试、教师培训以及问卷设计者带队三项措施对调研人员进行了严格的选拔与培训指导。为了保证调研数据的质量,问卷设计者综合考虑各个层面的因素以确保所得数据能够反映客观现实,本研究涉及的自变量(外出情况)和因变量(创业企业绩效)之间有较多其他不相关问题,降低二者的关联性,进而消除同源偏差。

此次“千村调查”在全国30多个省、直辖市、自治区、特别行政区随机抽样出共计1500个村寨,获得了不同调查对象各类数据库,本文所使用的数据库为农民创业者数据库。对于农民创业者这一概念,本文采用了广义的定义,即从无到有地开展生产经营活动的农村居民都是本文的研究对象,这主要是考虑到在中国乡村的大多数地区,农民创业组织的规模都相对比较小、经营形式较为初级。此次调研总共向农民创业者发放问卷数为4600份,采取了调研员全程陪同填写的方法,但由于受访者透露意愿等原因导致个别问题未能填写完毕。整体而言,符合本研究要求的样本约为2662个,占总问卷数的58%。

表1列示了本研究的数据情况。中国农村创业多集中于贸易服务相关与制造业,创业者多为男性,平均年龄为44.85岁,处于中年水平,平均受教育年限为10.51年,约为高中水平学历,大多数在创业前无企业管理经验。

表 1 样本分布描述性统计

属性		频次(百分比)	属性		频次(百分比)
样本区域	东南地区	883(33.17%)	行业分布	高新技术与信息	7(0.26%)
	中部地区	534(20.06%)		贸易与服务	1369(51.43%)
	西南地区	428(16.08%)		制造业与其他	1286(48.31%)
	西北地区	379(14.24%)	学历分布	小学以下	54(2.03%)
	环渤海地区	289(10.86%)		小学	305(11.46%)
	东北地区	149(5.60%)		初中	1051(39.48%)
个体特征	男性	2108(79.19%)		高中及中专	790(29.68%)
	女性	554(20.81%)		大专	212(7.96%)
	平均受教育年限(年)	10.51		本科	244(9.17%)
	平均年龄(岁)	44.85	硕士及以上	7(0.26%)	
	有企业管理经验	357(13.41%)			
	无企业管理经验	2305(86.59%)			

资料来源:根据上海财经大学 2016 年“千村调查”数据整理

本文对异地创业的样本情况(395 个样本)进行了描述统计,结果如表 2 所示。异地创业者整体平均年龄更小,为 41.53 岁,平均受教育年限更高,为 11.08 年,有企业管理经验的个体比例也上升到了 19.49%。在流动距离上,异地创业呈现两极化的特征,以县内和跨省迁移为主,流动方向上则以内地或沿海内部流动为主。

表 2 异地创业现状分析

属性		频次(百分比)	属性		频次(百分比)
跨地区级别	跨省	116(29.37%)	个人特征	男性	276(69.87%)
	(省内)跨市	39(9.87%)		女性	119(30.13%)
	(市内)跨县	47(11.90%)		平均年龄(岁)	41.53
	县内	193(48.86%)		平均受教育年限(年)	11.08
流动方向	内地地区内流动	172(43.54%)		有企业管理经验	77(19.49%)
	沿海地区内流动	140(35.44%)		无企业管理经验	318(80.51%)
	内地到沿海	48(12.15%)		中共党员	80(20.25%)
	其他	35(8.86%)		非中共党员	315(79.75%)

资料来源:根据上海财经大学 2016 年“千村调查”数据整理

## 2. 变量测量

(1)被解释变量。本文的被解释变量为创业者经营效率(*Profit*)。利润是企业成长的重要推动力,同时,可以良好预测企业的未来在企业资产和规模上的成长潜力,体现归属于创业活动的最终成果情况,本文采用净利润额(万元)作为衡量。该数据来自千村问卷问题“过去一年纯利润”,统计检验时对数据在 5% 水平上进行了缩尾处理。为了验证结果的稳健性,本文还采用了销售额(*Lsale*)作为替换变量,在 5% 水平缩尾处理后取对数。

(2)解释变量。本文包括了四个解释变量:是否异地创业(*Migrant*)、是否赴沿海地区异地创业(*Coastland*)、创业地与居住地地理距离(*Geo\_dis*)、创业省份与出生省份文化价值观距离(*Value\_dis*)。本文所关心的异地创业是指,创业者离开了常住地(出生后居住时间达到 18 年以上),到其他区域进行创业的行为,发生则赋值为 1,否则为 0。根据受访地点判断创业活动所在地是否在沿海地区,是则赋值为 1,否则赋值为 0,沿用一般标准,本文将我国除香港、澳门、台湾地区以外具有海岸线的省或直辖市定义为沿海地区,具体包括天津市、河北省、辽宁省、山东省、江苏省、上海市、浙江省、福建省、广东省、广西壮族自治区和海南省。

本文还考虑到了异地创业的地理距离与文化价值观差异的影响作用。地理距离衡量的是创业者的常住地与创业地的交通距离,本研究采用地图软件统一查询两地之间的驾车公里数的方法,更加贴合实际的地理距离衡量,该数据在 5% 水平上缩尾处理。主流的文化指数主要分价值观和习俗两个角度,其中文化价值观指数反映的是工作相关的认知,与创业活动更加贴合,在经营活动预测上更具科学性(赵向阳等,2014)<sup>[48]</sup>,因此,本文优先选择这一维度的衡量方式,文化价值观距离来源于赵向阳等(2015)<sup>[38]</sup>的数据,该数据对中国各省份的文化价值观做了多维度赋值,本文计算了在各个维度上创业者居住地省份与创业活动所在省份的数值之差,并对其取绝对值后加总。

为了确保结果的稳健程度,本文另外选取了两个指标替代地理距离和文化价值观距离:驾车时间(*Drive*)与文化距离(*Culture\_dis*)。驾车时间指创业者从创业地回到家乡驾车所需时间,通过地图软件查询两地之间驾车路线时间获得这一数据,其显示的驾车时间往往考虑了路况等因素,从另一种维度上衡量从创业地到家的“距离”。文化距离则将文化习俗的距离纳入考虑范围,将其与原来的文化价值观距离相加,作为更加“广义”的衡量方式。

(3) 调节变量。本文的研究模型中将家庭支持作为重要的调节因素。参考 Arregle 等(2015)<sup>[35]</sup>的观点,本文将家庭支持分为情感支持(*Emo*)和资源支持(*Res*),数据均来自于问卷中的自评量表。情感支持变量包括题项“因为创业导致我的生活方式需要随之改变时,家人能够理解并接受我的这种改变”、“当我遇到创业中的挫折而情绪发生变化时,家人能容忍并安慰我”、“配偶会从精神上支持我的事业、经常给予我鼓励”、“家人能与我一起谈论创业有关的话题”等;资源支持变量包括题项“家人有较多时间参与我的创业”、“配偶会从行动上支持我的事业”、“父母很支持我创业、并给予我资金支持”。验证性因子分析显示,各题项因子载荷均处于 0.5 以上,且  $p < 0.001$ ,信度均在 0.6 以上,整体结果良好。

(4) 控制变量。本文的控制变量包括创业企业特征和创业者家庭及个人特征两个方面。其中创业企业特征包括:是否农业(*Agr*),即将创业者的生产经营活动从事农、林、牧、渔等第一产业及其相关简单初步加工的情况界定为 1,其他的行业则界定为 0;企业寿命(*Firmage*),存续时间可能会对企业的绩效表现有所影响,故本文以创立年份开始核算公司的成立时间;企业人数(*Emp*),本文采用企业雇用的员工数衡量企业规模,从而控制规模对于利润额的影响,该数据在 5% 水平上缩尾处理。创业者家庭及个人特征包括:家庭成员人数(*Fammember*),即受访者家庭成员的人数,家庭人数多往往意味着更大的生存压力,会对创业者的活动产生影响;家庭党员人数(*Party*),即受访者家庭中是否存在党员,该变量用于衡量家庭的政治关联水平。创业者年龄(*Age*),即受访者接受访谈时的实际年龄。本文还考虑了其他对于创业绩效可能有影响的经历与能力因素,包括是否有参军经历(*Army*),是否有外出务工经历(*Outforjobs*),以及是否有某项手艺或技能(*Skill*),有则赋值为 1,否则为 0。

#### 四、检验结果与讨论

为检验异地创业和地理距离对于创业者创业经营效率的作用,以及家庭情感支持和资源支持的调节作用,本文设定了以下检验模型:

$$Profit_i = \beta_0 + \beta_1 Migrant_i + \beta_2 C_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

$$Profit_i = \beta_0 + \beta_1 Coastland_i + \beta_2 C_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

$$Profit_i = \beta_0 + \beta_1 Distance_i + \beta_2 Distance_i^2 + \beta_3 C_i + \varepsilon_i \quad (3)$$

$$Profit_i = \beta_0 + \beta_1 Migrant_i + \beta_2 Support_i + \beta_3 Migrant_i \times Support_i + \beta_4 C_i + \varepsilon_i \quad (4)$$

$$Profit_i = \beta_0 + \beta_1 Coastland_i + \beta_2 Support_i + \beta_a Coastland_i \times Support_i + \beta_4 C_i + \varepsilon_i \quad (5)$$

$$Profit_i = \beta_0 + \beta_1 Distance_i + \beta_2 Distance_i^2 + \beta_3 Support_i + \beta_4 Distance_i \times Support_i + \beta_5 C_i + \varepsilon_i \quad (6)$$

其中, $Profit_i$  被解释变量,即净利润额,衡量创业者经营效率; $\beta_0$  为截距项; $C$  为控制变量; $\varepsilon$  为

残差项。(1)式与(2)式分别检验异地创业及赴沿海地区异地创业对经营效率的影响,其中, $Migrant_i$ 表示是否为异地创业, $Coastland_i$ 表示是否为赴沿海地区异地创业。(3)式检验创业地与居住地地理距离对经营效率的倒U型关系,其中, $Distance_i$ 和 $Distance_i^2$ 分别代表距离的一次项和二次项,包括地理距离和文化价值观距离两项指标。(4)式~(6)式分别检验三种主效应下家庭支持的调节作用, $Support_i$ 为调节变量,包括情感支持和资源支持两个指标, $Migrant_i \times Support_i$ 为是否异地创业虚拟变量与调节变量的交互项, $Coastland_i \times Support_i$ 为是否赴沿海地区异地创业虚拟变量与调节变量的交互项, $Distance_i \times Support_i$ 为距离与调节变量的交互项。(6)式中,参考Ganzach(1997)<sup>[42]</sup>的观点,对涉及二次项的主效应进行一次项调节作用检验时,加上解释变量的二次项 $Distance_i^2$ ,以避免一些统计学误差问题(misleading interaction)。

在进行回归分析之前,本文对模型进行了多重共线性检验,虽然部分解释变量之间存在较为显著的相关性,但模型的方差膨胀因子(VIF)在2.55以下,证明模型不存在严重的多重共线性问题。同时,本文对连续性变量上下各5%的极端值进行Winsorize缩尾处理,以消除异常值对分析结果造成的偏差。另外,为了消除残差的异方差和自相关,本文所有回归均采用稳健的标准差。

### 1. 基本模型检验

表3列示了(1)式、(2)式、(3)式的模型,被解释变量均为净利润额(Profit),其中,模型1是控制变量模型;模型2对应(1)式,检验假设H<sub>1</sub>的内容,即异地创业与创业经营效率的关系;模型3对应(2)式,检验假设H<sub>2</sub>,模型4~模型7对应(3)式,模型4和模型5检验假设H<sub>3</sub>的内容,即地理距离与创业经营效率的关系,模型6与模型7检验假设H<sub>4</sub>的内容,即文化价值观距离的作用。

表3 基本模型检验

变量	控制变量模型	假设 H <sub>1</sub>	假设 H <sub>2</sub>	假设 H <sub>3</sub>		假设 H <sub>4</sub>	
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7
Agr	-3.017*** (0.919)	-2.842*** (0.923)	-2.897*** (0.924)	-2.837*** (0.926)	-2.857*** (0.923)	-2.920*** (0.920)	-2.907*** (0.921)
Firmage	0.159*** (0.059)	0.159*** (0.059)	0.156*** (0.059)	0.161*** (0.059)	0.163*** (0.059)	0.157*** (0.060)	0.158*** (0.060)
Emp	1.154*** (0.048)	1.150*** (0.048)	1.150*** (0.0480)	1.152*** (0.048)	1.152*** (0.048)	1.153*** (0.048)	1.153*** (0.048)
Fammember	-0.198 (0.218)	-0.158 (0.218)	-0.200 (0.218)	-0.183 (0.218)	-0.171 (0.218)	-0.182 (0.218)	-0.183 (0.218)
Party	0.417 (1.014)	0.412 (1.010)	0.368 (1.010)	0.463 (1.013)	0.419 (1.012)	0.457 (1.014)	0.463 (1.014)
Age	-0.084* (0.044)	-0.064 (0.044)	-0.075* (0.044)	-0.075* (0.045)	-0.068 (0.044)	-0.078* (0.045)	-0.078* (0.045)
Army	4.752** (2.061)	4.573** (2.050)	4.749** (2.050)	4.658** (2.047)	4.659** (2.050)	4.705** (2.052)	4.681** (2.051)
Outforjobs	-2.268*** (0.859)	-2.455*** (0.861)	-2.371*** (0.863)	-2.450*** (0.860)	-2.489*** (0.861)	-2.402*** (0.862)	-2.401*** (0.862)
Skill	1.441* (0.868)	1.359 (0.865)	1.421 (0.866)	1.381 (0.868)	1.373 (0.867)	1.401 (0.869)	1.388 (0.870)
Migrant		4.461*** (1.306)					
Coastland			4.234** (1.987)				
Geo_dis				0.035** (0.014)	0.179** (0.081)		



续表 3

变量	控制变量模型		假设 H <sub>1</sub>	假设 H <sub>2</sub>	假设 H <sub>3</sub>		假设 H <sub>4</sub>	
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	
<i>Geo_dis_squ</i>					-0.0011* (0.0006)			
<i>Value_dis</i>						3.530* (1.916)	6.996* (3.928)	
<i>Value_dis_squ</i>							-2.399 (1.972)	
<i>_cons</i>	10.522*** (2.080)	8.884*** (2.091)	9.920*** (2.084)	9.723*** (2.090)	9.241*** (2.072)	10.098*** (2.101)	10.072*** (2.102)	
调整 R <sup>2</sup>	0.380	0.383	0.382	0.382	0.382	0.381	0.381	
<i>F</i>	77.032	71.142	69.780	70.958	64.481	70.098	63.866	
<i>N</i>	2662	2662	2662	2662	2662	2662	2662	

注:\*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ ; 括号内为标准差  
资料来源: 本文整理

表 3 的模型 2 中, 异地创业 (*Migrant*) 体现出更好的经营效率 ( $\beta = 4.461, p < 0.01$ ), 验证了假设 H<sub>1</sub>; 模型 3 中, 赴沿海异地创业 (*Coastland*) 也有着更好的经营效率 ( $\beta = 4.234, p < 0.05$ ), 假设 H<sub>2</sub> 得到验证; 模型 4 和模型 5 中, 地理距离 (*Geo\_dis*) 与创业经营效率有显著正向关系 ( $\beta = 0.035, p < 0.05$ ), 其二次项 (*Geo\_dis\_squ*) 与创业经营效率有显著负向关系 ( $\beta = -0.0011, p < 0.1$ ), 地理距离与创业经营效率之间存在整体正向的倒 U 型关系, 验证了假设 H<sub>3</sub>。

在模型 6 和模型 7 中, 文化价值观距离一次项 (*Value\_dis*) 显著为正 ( $\beta = 3.530, p < 0.1$ ), 其二次项 (*Value\_dis\_squ*) 为负但是不显著 ( $\beta = -2.399, p > 0.1$ ), 文化价值观距离与创业经营效率关系呈现正关系, 假设 H<sub>4</sub> 未得到验证。

地理距离和文化价值观距离与创业经营效率关系分别如图 1、图 2 所示。

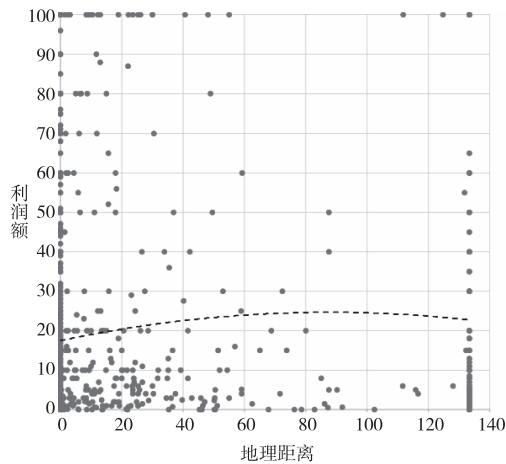


图 1 地理距离与创业经营效率之间的倒 U 型关系

资料来源: 本文绘制

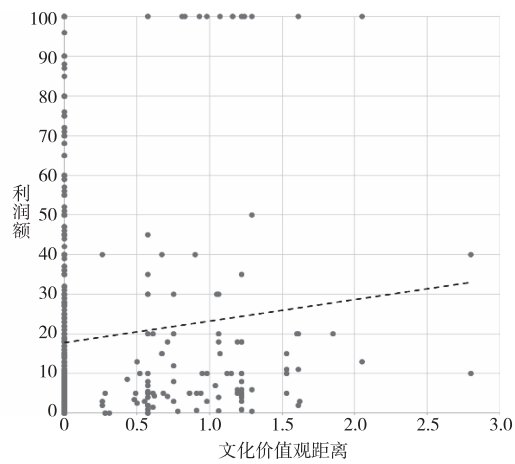


图 2 文化价值观距离与创业经营效率之间的正向关系

资料来源: 本文绘制

表 4 列示了 (4) 式 ~ (6) 式的模型, 被解释变量均为净利润额 (*Profit*), 其中, 模型 1 ~ 模型 4 检验假设 H<sub>3a</sub>, 分别检验了家庭情感支持对异地创业、赴沿海地区异地创业、地理距离、文化价值观距离与因变量关系的调节作用; 模型 5 ~ 模型 8 检验假设 H<sub>3b</sub> 的内容, 验证家庭资源支持的调节作用。

表 4 调节效应检验

变量	假设 H <sub>5a</sub>				假设 H <sub>5b</sub>			
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8
<i>Emo</i>	1.488 *** (0.507)	1.643 *** (0.488)	1.879 *** (0.475)	1.962 *** (0.476)				
<i>Res</i>					0.608 (0.479)	0.823 * (0.465)	1.006 ** (0.448)	1.027 ** (0.451)
<i>Migrant</i>	4.484 *** (1.289)				4.606 *** (1.306)			
<i>Coastland</i>		4.312 ** (1.948)				4.545 ** (2.007)		
<i>Geo_dis</i>			0.168 ** (0.081)				0.183 ** (0.081)	
<i>Geo_dis_squ</i>			-0.001 (0.001)				-0.0011 * (0.0006)	
<i>Value_dis</i>				7.143 * (4.026)				6.643 (4.056)
<i>Value_dis_squ</i>				-1.990 (2.193)				-1.731 (2.219)
<i>Emo</i> × <i>Migrant</i>	2.917 ** (1.357)							
<i>Emo</i> × <i>Coastland</i>		4.133 ** (1.887)						
<i>Emo</i> × <i>Geo_dis</i>			0.027 ** (0.014)					
<i>Emo</i> × <i>Value_dis</i>				1.586 (1.949)				
<i>Res</i> × <i>Migrant</i>					2.841 ** (1.335)			
<i>Res</i> × <i>Coastland</i>						3.267 * (1.852)		
<i>Res</i> × <i>Geo_dis</i>							0.033 ** (0.014)	
<i>Res</i> × <i>Value_dis</i>								2.799 (1.991)
_cons	1.827 (3.082)	2.246 (3.033)	0.424 (3.002)	0.894 (3.030)	6.168 ** (3.015)	6.278 ** (2.980)	4.727 (2.926)	5.510 * (2.953)
调整 R <sup>2</sup>	0.388	0.386	0.387	0.384	0.386	0.383	0.385	0.382
F	61.534	60.523	57.010	56.452	59.950	58.778	55.712	55.235
N	2662	2662	2662	2662	2662	2662	2662	2662

注: \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ ; 括号内为标准差  
资料来源: 本文整理

表 4 的模型 1 中, 异地创业与家庭情感支持交互项 ( $Emo \times Migrant$ ) 显著为正 ( $\beta = 2.917$ ,  $p < 0.05$ ), 家庭情感支持对异地创业和经营效率的关系体现出正向调节作用, 说明相同条件下, 家庭情感支持越强, 异地创业下的经营效率越优于非异地创业, 验证了假设 H<sub>5a</sub>; 模型 2 中, 赴沿海地区异地创业与家庭情感支持交互项 ( $Emo \times Coastland$ ) 显著为正 ( $\beta = 4.133$ ,  $p < 0.05$ ), 家庭情感支持对赴沿海地区异地创业和经营效率的关系同样存在正向调节作用, 验证了假设 H<sub>5a</sub>; 模型 3 和模型 4 中, 地理距离一次项与家庭情感支持交互项 ( $Emo \times Geo\_dis$ ) 显著为正 ( $\beta = 0.027$ ,  $p <$

0.05),文化价值观距离一次项与家庭情感支持交互项( $Emo \times Value\_dis$ )为正但不显著( $\beta = 1.586, p > 0.1$ ),整体而言,假设  $H_{5a}$  得到部分验证。

更换调节变量为资源支持后,表 5 的模型 5、模型 6 和模型 7 均验证了假设  $H_{5b}$ ,异地创业与家庭资源支持交互项( $Res \times Migrant$ )显著为正( $\beta = 2.841, p < 0.05$ ),赴沿海地区异地创业与家庭资源支持交互项( $Res \times Coastland$ )同样显著为正( $\beta = 3.267, p < 0.1$ ),地理距离一次项与家庭资源支持交互项( $Res \times Geo\_dis$ )也显著为正( $\beta = 0.033, p < 0.05$ ),而模型 8 中,文化价值观距离一次项与家庭资源支持交互项( $Res \times Value\_dis$ )为正但不显著( $\beta = 2.799, p > 0.1$ ),假设  $H_{5b}$  未得到验证。整体而言,假设  $H_{5b}$  同样得到部分验证。

根据模型 2 和模型 5 的结果,可以做出家庭支持对地理距离和创业经营效率之间关系如图 3、图 4 所示。

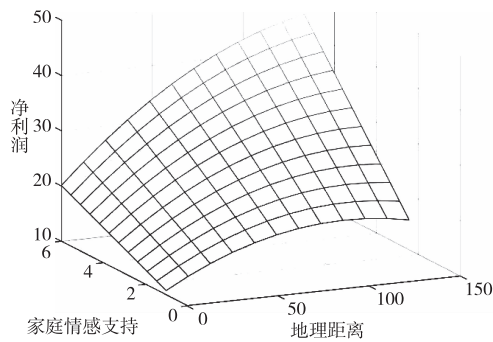


图 3 家庭情感支持对地理距离和创业经营效率之间关系的正向调节作用(模型 3)

资料来源:本文绘制

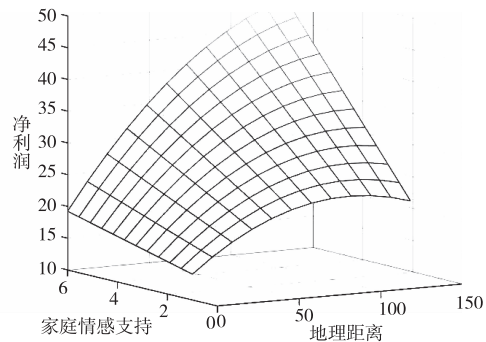


图 4 家庭资源支持对地理距离和创业经营效率之间关系的正向调节作用(模型 7)

资料来源:本文绘制

## 2. 其他稳健性检验

(1) 替换自变量。由于路况的区别,相同的驾车距离并不一定对应相同的时间,有的地区的地形更为复杂,公路行驶环境较差使得驾车时间更长,创业者与家乡之间的联系会更加弱化,两地之间交流更少,差异也更大。出于稳健性的考虑,更换地理距离变量为驾车时间变量( $Drive$ ),再次检验假设  $H_3$ 、假设  $H_{5a}$  和假设  $H_{5b}$ 。检验结果如表 5 所示。

表 5 驾车时间与创业经营效率关系及家庭支持的调节作用

变量	假设 $H_3$		假设 $H_{5a}$	假设 $H_{5b}$
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
控制变量	√	√	√	√
$Drive$	0.035*** (0.013)	0.158** (0.067)	0.14** (0.066)	0.156** (0.067)
$Drive\_sqr$		-0.0009* (0.0005)	-0.0008 (0.0005)	-0.0009* (0.0005)
$Emo$			1.869*** (0.4748)	
$Emo \times Drive$			0.025** (0.0123)	
$Res$				0.985** (0.448)
$Res \times Drive$				0.032** (0.013)

续表 5

变量	假设 H <sub>3</sub>		假设 H <sub>5a</sub>	假设 H <sub>5b</sub>
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
<i>_cons</i>	9.609 *** (2.091)	9.064 *** (2.069)	0.299 (2.999)	4.657 (2.925)
调整 R <sup>2</sup>	0.382	0.383	0.387	0.385
<i>F</i>	71.070	64.585	57.103	55.885
<i>N</i>	2662	2662	2662	2662

注: \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ ; 括号内为标准差

资料来源: 本文整理

模型 1 和模型 2 中, 驾车时间一次项 (*Drive*) 系数显著为正, 二次项 (*Drive\_squ*) 系数显著为负, 验证了假设 H<sub>3</sub>。模型 3 和模型 4 分别验证了家庭情感支持和家庭资源支持对于驾车时间和创业经营效率之间正关系的正向调节作用, 交互项系数均显著为正, 假设 H<sub>5a</sub> 和假设 H<sub>5b</sub> 保持稳健。

根据赵向阳等(2015)<sup>[33]</sup>的观点, 衡量两地文化距离的指标还有文化习俗指标, 为了同时考虑这一维度差距的影响, 这里使用文化价值观距离和文化习俗距离之和作为总的文化距离 (*Culture\_dis*), 替代原本单一的文化价值观距离变量, 重新对假设 H<sub>4</sub>、假设 H<sub>5a</sub> 和假设 H<sub>5b</sub> 进行验证。检验结果如表 6 所示。

表 6 文化距离与创业经营效率的关系及家庭支持的调节作用

变量	假设 H <sub>4</sub>		假设 H <sub>5a</sub>	假设 H <sub>5b</sub>
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
控制变量	√	√	√	√
<i>Culture_dis</i>	1.598 * (0.875)	2.513 (3.080)	2.754 (3.114)	2.423 (3.087)
<i>Culture_dis_squ</i>		-0.334 (1.039)	-0.298 (1.066)	-0.239 (1.055)
<i>Emo</i>			1.945 *** (0.477)	
<i>Emo × Culture_dis</i>			0.957 (0.843)	
<i>Res</i>				1.018 ** (0.450)
<i>Res × Culture_dis</i>				1.395 (0.889)
<i>_cons</i>	10.097 *** (2.103)	10.103 *** (2.103)	1.012 (3.034)	5.601 * (2.954)
调整 R <sup>2</sup>	0.381	0.381	0.384	0.381
<i>F</i>	69.999	63.653	56.442	55.2206
<i>N</i>	2662	2662	2662	2662

注: \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ ; 括号内为标准差

资料来源: 本文整理

由表 6 的模型 1 和模型 2 可知,文化距离一次项 (*Culture\_dis*) 显著为正,二次项 (*Culture\_dis\_squ*) 为负但不显著,假设  $H_4$  未得到验证,但是,呈现出与前文中文化价值观距离模型一致正向关系。模型 3 和模型 4 中,文化距离与家庭情感支持交互项 ( $Emo \times Culture\_dis$ ) 系数、文化距离与家庭资源支持交互项 ( $Res \times Culture\_dis$ ) 系数均为正但不显著,假设  $H_{5a}$  与假设  $H_{5b}$  未得到验证。

(2) 替换因变量。同样,为了验证结果的稳健性,本文还采用了销售额 (*Lsale*) 替换净利润作为因变量进行检验,销售额在 5% 水平缩尾后取对数。表 7 中列式了假设  $H_1 \sim$  假设  $H_4$  的验证情况,模型 1 ~ 模型 7 因变量均为销售额的对数。

根据模型 2 ~ 模型 5 的结果,假设  $H_1$ 、假设  $H_2$  和假设  $H_3$  结果保持稳健,依旧得到验证。模型 6 和模型 7 中,文化价值观距离一次项显著为正,二次项为负但不显著,假设  $H_4$  未得到验证,但与主检验模型结果一致。

表 7 异地创业、地理距离、文化价值观距离与创业销售额的关系

变量	Control	假设 $H_1$	假设 $H_2$	假设 $H_3$		假设 $H_4$	
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7
控制变量	√	√	√	√	√	√	√
<i>Migrant</i>		0.411 *** (0.090)					
<i>Coastland</i>			0.519 *** (0.119)				
<i>Geo_dis</i>				0.003 *** (0.001)	0.016 *** (0.005)		
<i>Geo_dis_squ</i>					-0.0001 ** (0.0000)		
<i>Value_dis</i>						0.292 ** (0.132)	0.526 * (0.313)
<i>Value_dis_squ</i>							-0.161 (0.167)
<i>_cons</i>	2.875 *** (0.170)	2.718 *** (0.172)	2.797 *** (0.170)	2.800 *** (0.172)	2.757 *** (0.172)	2.837 *** (0.171)	2.836 *** (0.171)
调整 $R^2$	0.378	0.383	0.382	0.380	0.381	0.379	0.379
<i>F</i>	137.419	128.032	127.665	125.720	114.333	124.757	113.389
<i>N</i>	2481	2481	2481	2481	2481	2481	2481

注: \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ ; 括号内为标准差

资料来源: 本文整理

本文也检验了新因变量下家庭支持的调节作用,结果显示主效应变量系数保持稳健显著,且调节变量系数均显著为正,体现对于因变量的正向作用,交互项未在 90% 水平显著,但符号与主检验结果一致,说明交互作用在因变量换为销售额后有所减弱,主要表现为各自对因变量的积极作用。

## 2. 内生性问题: 工具变量下的 2SLS 回归

为了并避免内生性问题,本文采用选取“每天用于工作的上网时间” (*Online*) 作为异地创业的

工具变量,对主效应进行检验。根据“中国千村调查”数据的特点,创业者多从事农业等第一产业或是生产制造业,很少涉及互联网行业,因此,上网工作仅仅是一种可选的工作方式,与因变量无明显关系。但是,上网处理工作的程度,能够体现创业者对于新事物的接受能力,其能够联络的范围也更远,更加愿意冒险,也更加可能选择异地创业或是去更远的地方活动,可以作为异地创业和异地距离的工具变量。

“每天用于工作的上网时间”变量分五档选项:从不用上网处理工作、小于 1 小时、1~3 小时、3~5 小时、5 小时以上,分别编码为 1~5。采用 2SLS 的回归方法,检验结果如表 8 所示。模型 1 和模型 4 是 2SLS 回归的第一步,自变量为工具变量每天上网时间,因变量分别为内生变量异地创业 (*Migrant*) 和地理距离 (*Geo\_dis*),分别采用 Probit 和 OLS 模型进行拟合。模型 2~模型 3 和模型 5~模型 8 是 2SLS 的第二步,以第一步拟合结果的预测值 (*Online\_Migrant* 与 *Online\_Geo\_dis*) 代替内生变量进入回归,因变量包括利润额 (*Profit*) 和销售额的对数 (*Lsale*)。

模型 1 和模型 4 中,上网时间变量系数均显著为正,说明每天用于工作的上网时间越长,创业者越倾向于选择异地创业,外出距离越远,工具变量效果良好。模型 2 和模型 3 中,内生变量预测值的系数均显著为正,假设  $H_1$  得到验证。模型 5~模型 8 中,内生变量预测值系数均显著为正,当因变量为销售额时,内生变量预测值二次项系数显著为负,假设  $H_3$  得到部分验证。

表 8 2SLS 工具变量方法下异地创业与创业企业经营效率关系

变量	Step1	Step2		Step1	Step2			
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8
控制变量	√	√	√	√	√	√	√	√
<i>Online</i>	0.073 ** (0.027)			1.363 ** (0.596)				
<i>Online_Migrant</i>		98.607 *** (20.278)	5.662 *** (1.539)					
<i>Online_Geo_dis</i>					2.166 *** (0.311)	2.367 *** (0.408)	0.177 *** (0.021)	0.228 *** (0.030)
<i>Online_Geo_dis_squ</i>						-0.009 (0.013)		-0.002 ** (0.001)
<i>_cons</i>	-0.354 * (0.197)	-6.029 *** (1.436)	0.738 (0.604)	17.271 *** (3.929)	-38.420 *** (7.017)	-39.813 *** (7.244)	-1.398 *** (0.530)	-1.759 *** (0.551)
调整 $R^2$		0.387	0.381	0.024	0.393	0.393	0.394	0.395
<i>F</i>		73.139	126.342	6.667	79.799	73.289	137.433	126.036
<i>N</i>	2662	2662	2481	2662	2662	2662	2481	2481

注:\*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ ;括号内为标准差  
资料来源:本文整理

### 五、进一步讨论:创业者经历的影响

影响创业经营效率高低的因素众多,前文的主要模型中,“是否有参军经历”“是否外出打工”和“是否有某项手艺或技能”三个变量对个人经历的影响进行了控制。为了进一步探讨本研究中

创业经营效率的影响因素及作用机制,了解创业者的个人相关经历和技能对于其创业活动的意义,本文还依据三种经历或能力的不同进行样本划分并检验,为研究模型提供补充支持。分样本情况下各检验模型关键变量的系数如表9所示。

表9 分样本情况下各检验模型关键变量系数

	无外出务工经历	有外出务工经历	无参军经历	有参军经历	无技能或手艺	有技能或手艺
控制变量	√	√	√	√	√	√
Migrant	4.760*** (1.557)	3.318* (1.789)	4.231*** (1.201)	9.795* (5.436)	4.320*** (1.459)	4.752** (1.967)
Coastland	5.229** (2.186)	2.163 (2.403)	3.592** (1.649)	16.642** (7.921)	3.646* (2.012)	5.118* (2.730)
Geo_dis	0.038** (0.019)	0.028 (0.019)	0.028** (0.014)	0.138** (0.060)	0.054*** (0.017)	0.011 (0.022)
Geo_dise_squ	-0.0015* (0.0008)	-0.0006 (0.0008)	-0.0012** (0.0006)	-0.0007 (0.003)	-0.0012* (0.0007)	-0.001 (0.001)
Value_dis	6.491** (3.134)	1.203 (2.397)	2.681 (1.935)	19.021** (9.310)	6.321** (2.453)	0.0001 (3.028)
Value_dis_squ	-3.112 (6.864)	-0.658 (3.410)	-1.527 (2.986)	-19.787 (23.611)	-4.890 (3.190)	-19.787 (23.611)
N	1672	990	2508	154	1674	988

注:\*\*\* $p < 0.01$ ,\*\* $p < 0.05$ ,\* $p < 0.1$ ,括号内为标准差

资料来源:本文整理

### 1. 有无外出务工经历的影响

劳动者会因为工作变动或寻求新的工作机会离开家乡,这种经历会丰富其阅历,在工作中获得商业有关知识与经验。对于本地创业者而言,这是学习外地知识的机会,即便在家乡具有了差异化的知识;而对于异地创业者,外出经历则可能弱化其“家乡气息”,使其与外地知识或思维方式的区别淡化,因此可以认为,有外出务工经历的情况下,本地创业与异地创业者的区别将不再突出,异地创业的优势减弱,而没有外出务工经历情况下则能够保持异地优势。

表9中列式了有无外出务工经历两种情况分样本的检验结果。无外出务工经历子样本中,与前文全样本检验结果一致,体现了异地创业者特别是赴沿海异地创业者在经营效率上的优势,地理距离的倒U型关系及文化价值观距离的正向关系也得到验证。而在有外出务工经历的子样本下,异地创业虚拟变量保持显著,而其他模型中相关变量则不再显著,异地创业的优势弱化。

### 2. 有无参军经历的影响

参军经历也是一种离开常住地,丰富阅历和开阔视野的行为,但是,参军并非参与商业活动,更多是个人能力上的提升与社会资本的积累,对于外界商业知识的获取并不多。因此,参军经历不会如外出务工经历一样弱化异地创业者与非创业者的区别,即无论有无参军经历,异地创业的优势都将得以保持。

表9列示了有无参军经历两种情况下分样本检验的结果。两种情况下,异地创业、赴沿海异地创业、地理距离一次项系数均显著为正,无参军经历样本中地理距离二次项系数显著为负,有参军经历样本中文化距离一次项系数显著为正,整体结论基本与全样本结果一致,有无参军经历并未影响异地创业优势的作用。

### 3. 有无手艺或技能的影响

本文的研究中同样考虑了创业者自身的技术能力,衡量方式选取的是手艺或技能的有无。若创业者有特定的技能、手艺,就往往能够获取一定程度的“核心竞争力”,对于创业活动的成功有着帮助作用,而对于更加众多的没有一技之长的创业者而言,其跨区域带到创业地的特质能够发生“替代”作用,体现为更加显著的优势,留在本地的创业者则相对更难成功。

表9列示了有无技能或手艺分样本下各假设的验证情况,无技能或手艺子样本下,结论与全样本检验一致,异地创业的优势被验证;有技能或手艺的子样本下,异地创业仍具备优势但显著水平下降,地理距离与文化价值观距离的作用则不再显著。

分样本检验的结果显示,异地创业虚拟变量整体稳定稳健显著,但在有外出务工经历样本、和有某项技能或手艺的样本下,正文各假设部分未能成立,这一结果也与文章观点相一致,验证了异地创业下异质性知识产带来经营优势的逻辑。

## 六、结论与建议

我国正处于经济转型期的背景下,创业活动以及其相关研究有着重要的意义,日益壮大和产生广泛影响的异地创业者群体更是不可忽视。以往研究指出,异地创业者往往会面临社会结构缺失、资金获取困难、文化价值观差异等各种不利因素的干扰,外出异地创业困难重重,但是在实践中,创业者选择走出家乡外出创业却呈现出更好的经营效率。

本文以上海财经大学2016年“中国千村调查”的数据为基础,探讨异地创业活动与创业经营效率的关系。检验结果证明,异地创业下,知识异质性将带来竞争优势,而地理距离越大则知识异质性越强,异地创业者的经营效率就会越好,但是随着地理距离的扩大,社会资本缺失的负面作用则会限制起创业活动,整体呈现为先升后降的倒U型关系,本文也探讨了文化价值观距离对异地创业经营效率的作用,随着文化价值观距离增加,两地文化知识异质性扩大带来经营效率的提升,由于国家群体身份的一致认同,各地区文化的差异属于统一下的部分差异化,没有体现出类似跨国文化交流中的沟通障碍,从而保持了整体的正关系。另外,家庭的支持有着重要意义,在外出的距离不断增大,社会资本缺失越加严重的时候,家庭的支持体现出更好的支持作用,有助于异地优势的发挥。

### 1. 理论贡献

(1)理论方面,本文从知识基础观和知识异质性的角度出发,通过研究地理距离和文化距离,即知识异质性程度,验证了其对于企业经营效率的积极作用,并提出可以把异地创业者看作外来知识的载体,以异地创业为知识交流的活动形式,作为知识异质性的研究思路。(2)实践方面,本文提供如下现实启发:首先,创业者进行异地创业活动是有意义的,创业地与常住地之间知识文化的异质性对创业绩效的提升有显著的积极效应(Grant,1996)<sup>[8]</sup>;其次,来自外地的创业者在沿海地区创业往往取得好的成就,因此政府也可以参考改进本地创业环境,吸引创业活动,激发经济活力;第三,远离创业可能存在资源匮乏和情感缺失的劣势,家庭资源是度过困境的良好选择。

### 2. 建议

(1)鼓励采取异地创业,这不但有助于创业个体提升创业绩效,也有助于各地的沟通和知识的交流,创业者个人视野应当高远,不限于本地活动,政府可以通过政策鼓励、培训等方式鼓励和帮助



创业者迈出第一步。(2)鼓励赴沿海地区创业,特别是能力较弱的创业者如本研究中的农民创业者,沿海地区创业环境更好,有望提升成功率,各地政府也应当主动学习沿海地区的开放包容性和营商环境优势,帮助外来创业者克服困难,从而吸引创业,激发经济活力。(3)创业者个人在异地创业中要合理权衡自身能力与创业目标地的情况,从而选择最佳的创业地点和创业项目。(4)异地创业需要家庭支持,创业者应当加强与家人的沟通交流,家人也应当与创业者多多理解、沟通,提供支持,政府则可以通过提升交通便捷性、家庭居住生活环境质量等方式帮助创业者更加便捷和高效的获取家庭支持。

### 3. 未来研究方向

(1)本文采用的是“中国千村调查”的数据,受访对象往往是农民或是在农村进行创业活动的创业者,特点是创业活动规模较小,异地创业距离较近,由于数据的原因,计算出的最佳外出距离等具体数据结论可能具有局限性。(2)本文借用地理距离、驾车时间(两地沟通难度)、文化距离等变量衡量知识的异质性,但并不能完全代表知识的异质性,不过以异地创业者为关注对象,加以优化知识异质性的衡量方式,进一步揭示其对于创业活动乃至企业经营的作用,是行之有效的思路。(3)本文没有考虑到创业者出生地的具体信息和情况,比如市场经济的发展水平等,但这些因素的存在也可能会异地创业者的决策行为及其效率产生影响,这还有待于今后进一步开展理论与实证研究。

### 参考文献

- [1]买忆媛,甘智龙.我国典型地区创业环境对创业机会与创业能力实现的影响——基于GEM数据的实证研究[J].武汉:管理学报,2008,(2):274-278.
- [2]国家人口和计划生育委员会流动人口服务管理司.中国流动人口发展报告[M].北京:中国人口出版社,2010.
- [3]叶文平,李新春,朱沅.地区差距、社会嵌入与异地创业——“过江龙”企业家现象研究[J].北京:管理世界,2018,(1):139-156.
- [4]周欢怀,朱沛.为何非精英群体能在海外成功创业?——基于对佛罗伦萨温商的实证研究[J].北京:管理世界,2014,(2):68-76.
- [5]Rath, J., and R. Kloosterman. Outsiders' Business: A Critical Review of Research on Immigrant Entrepreneurship[J]. International Migration Review, 2000, 34, (3): 657-681.
- [6]Wilson, K. L., and A. Portes. Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami[J]. American Journal of Sociology, 1980, 86, (2): 295-319.
- [7]Johanson, J., and J. E. Vahlne. The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership[J]. Journal of International Business Studies, 2009, 40, (9): 1411-1431.
- [8]Grant, R. M. Prospering in Dynamically-competitive Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration[J]. Organization Science, 1996, 7, (4): 375-387.
- [9]Baum, J. R., E. A. Locke, and K. G. Smith. A Multidimensional Model of Venture Growth[J]. Academy of Management Journal, 2001, 44, (2): 292-303.
- [10]陈文婷,李新春.中国企业创业学习:维度与检验[J].北京:经济管理,2010,(8):71-80.
- [11]Henderson, R. M., and K. B. Clark. Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms[J]. Administrative Science Quarterly, 1990, 35, (1): 9-30.
- [12]李新春,叶文平,唐嘉宏,区玉辉.创始爱心资金获取:情感信任还是能力信任[J].哈尔滨:管理科学,2015,(2):40-48.
- [13]Hackman, J. R. Learning More by Crossing Levels: Evidence from Airplanes, Hospitals, and Orchestras[J]. Journal of Organizational Behavior, 2003, 24, (8): 905-922.
- [14]Bates, T. Financing Small Business Creation: The Case of Chinese and Korean Immigrant Entrepreneurs[J]. Journal of Business Venturing, 1997, 12, (2): 109-124.
- [15]Bonacich, E., and J. Modell. The Economic Basis of Ethnic Solidarity in the Japanese American Community[M]. Berkeley: University of California Press, 1980.

- [16] Schumpeter, J. A. The Theory of Economic Development-An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle [M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
- [17] Schoenecker, T. S., and A. C. Cooper. The Role of Firm Resources and Organizational Attributes in Determining Entry Timing: A Cross-Industry Study [J]. Strategic Management Journal, 2015, 19, (12): 1127 - 1143.
- [18] Kolvareid, L. Cultural Background, Human Capital and Self-employment Rates among Immigrants in Norway [J]. Entrepreneurship & Regional Development, 2007, 19, (4): 359 - 376.
- [19] 迈克尔·格伯, 格伯, Gerber, 洪允息. 企业家迷信 [M]. 北京: 新华出版社, 1996.
- [20] Anderson, A. R., S. L. Jack, and S. D. Dodd. The Role of Family Members In Entrepreneurial Networks: Beyond the Boundaries of the Family Firm [J]. Family Business Review, 2005, 18, (2): 135 - 154.
- [21] Oviatt, B. M., and P. P. McDougall. Toward a Theory of International New Ventures [J]. Journal of International Business Studies, 1994, 25, (1): 45 - 64.
- [22] 姜磊. 都市里的移民创业者: 城际移民迁移创业过程中的社会资本研究 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2010.
- [23] Ndofo, H. A. Immigrant Entrepreneurs, the Ethnic Enclave Strategy, and Venture Performance [J]. Journal of Management, 2011, 37, (3): 790 - 818.
- [24] Shahamak, R., and G. Marco. Norm Divergence Opportunity Structure and Utilization of Self-Employed Immigrants' Qualifications [J]. Journal of Social Sciences, 2009, 5, (3): 163 - 176.
- [25] 杨俊. 企业家创业机会的感知过程 [J]. 北京: 经济管理, 2006, (21): 39 - 42.
- [26] 樊纲, 王小鲁, 朱恒鹏. 中国市场化指数. 各省区市场化相对进程 2011 年度报告 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2011.
- [27] 杨宜音. 社会心理领域的价值观研究述要 [J]. 北京: 中国社会科学, 1998, (2): 82 - 93.
- [28] Gupta, V., and P. J. Hanges, P. Dorfman. Cultural Clusters: Methodology and Findings [J]. Journal of World Business, 2011, 37, (1): 11 - 15.
- [29] Hofstede, G. H. Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values [M]. Sage Publications, 1984.
- [30] Gómez-Mejía, L. R., and L. E. Palich. Cultural Diversity and the Performance of Multinational Firms [J]. Journal of International Business Studies, 1997, 28, (2): 309 - 335.
- [31] Tung, R. L. The Cross-Cultural Research Imperative: The Need to Balance Cross-National and Intra-National Diversity [J]. Journal of International Business Studies, 2008, 39, (1): 41 - 46.
- [32] Wu, R. X., Y. F. Zheng, Y. B. Wu, Z. F. Zhao, and S. B. Zhang. Reworking of Juvenile Crust: Element and Isotope Evidence from Neoproterozoic Granodiorite in South China [J]. Precambrian Research, 2006, 146, (3): 179 - 212.
- [33] 赵向阳, 李海, 孙川. 中国区域文化地图: “大一统”抑或“多元化”? [J]. 北京: 管理世界, 2015, (2): 101 - 119.
- [34] 戴亦一, 肖金利, 潘越. “乡音”能否降低公司代理成本? ——基于方言视角的研究 [J]. 北京: 经济研究, 2016, (12): 149 - 162, 188.
- [35] Arregle, J. L., B. Batjargal, M. A. Hitt, J. W. Webb, T. Miller, and A. S. Tsui. Family Ties in Entrepreneurs' Social Networks and New Venture Growth [J]. Entrepreneurship Theory & Practice, 2015, 39, (2): 313 - 344.
- [36] Brondolo, E., and D. Ben. Sources of Social Support and Burnout, Job Satisfaction, and Productivity [J]. Journal of Occupational Health Psychology, 2002, 7, (1): 84 - 93.
- [37] Tagiuri, R., and J. Davis. Bivalent Attributes of the Family Firm [J]. Family Business Review, 1996, 9, (2): 199 - 208.
- [38] Hoffman, J., M. Hoelscher, and R. Sorenson. Achieving Sustained Competitive Advantage: A Family Capital Theory [J]. Family Business Review, 2006, 19, (2): 135 - 145.
- [39] Chand, M., and M. Ghorbani. National Culture, Networks and Ethnic Entrepreneurship: A Comparison of the Indian and Chinese Immigrants in the US [J]. International Business Review, 2011, 20, (6): 593 - 606.
- [40] Jennings, J. E., and M. S. McDougall. Work-family Interface Experiences And Coping Strategies: Implications For Entrepreneurship Research And Practice [J]. Academy of Management Review, 2007, 32, (3): 747 - 760.
- [41] 赵向阳, 李海, 余佳. 基于“一分为三”思想的文化价值观、文化习俗与早期创业活动关系探索 [J]. 武汉: 管理学报, 2014, (11): 1569 - 1580.
- [42] Ganzach, Y. Misleading Interaction And Curvilinear Terms [J]. Psychological Methods, 1997, 2, (3): 235 - 247.

## Immigrant Entrepreneurial Activities, Family Supports, and The Efficiency of Management: Empirical Analysis Based on CTVS Data

YANG Hao, HE Xiao-gang, YANG Chan

(College of Business of Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai, 200433, China)

**Abstract:** Different districts have varied qualities of resources, opportunities, and policies, entrepreneurs may choose districts that far way from home to conduct their entrepreneurial activities. How do the choices of where to start entrepreneurial activities affect their efficiency of management? This is an unsolved question. Previous researchers have discussed a lot about immigrant entrepreneurs' activities, two main standpoints are given from the views of economics and sociology. Sociological point of view argues that immigrant entrepreneurs may face the lack of social capital, so it is much harder for them to achieve a good outcome compared to their local competitors. From the point of economic view, entrepreneurial activities are exchanges inside the group of immigrants, the number of jobs and the supply of labors are critical elements that determine whether immigrants choose to start up business. Although hold different reasons, both standpoints indicate that immigrant entrepreneurial activities may have inferior outcome compared with local entrepreneurs.

However, when take a look at the prosperity of entrepreneurship in China, people moved out their hometown to start up new business can achieve great success, even better than local entrepreneurs. Conclusions above seem invalid. To explain this phenomenon, a new research model is given by this article according to Knowledge Based View and the theory of cultural values. We propose that immigrant entrepreneurs can perform better than local entrepreneurs because their knowledge is different with local, which is embedded deeply in their long-time living in hometown and can hardly be imitated by local competitors. On the other hand, because these immigrants start to live and work in the new area, local knowledge is easily accessible to them, combination of two kinds of knowledge is also possible so that they can obtain inimitable and durable advantage of competition.

To testify this opinion, we conducted the empirical study using data of 2662 samples from the Chinese Thousand Village Survey (CTVS) in 2016, following conclusions are given: (1) Immigrant entrepreneurs tend to behave better than local competitors; (2) Comparing to other entrepreneurs, those who leave hometown and start their business in coastal areas behave better; (3) As the geographical distance between immigrant entrepreneurs' hometown and the focal places they conduct their entrepreneurial activities increase, the efficiency of their management tend to increase at first and decrease later, which is an inverted U shape; (4) The difference between cultural values of immigrant entrepreneurs' hometowns and focal places have positive relationship with the entrepreneurs' efficiency of management; (5) Supports from family have positive moderating effect in these relationships.

Also, the robustness of the study is verified by using different dependent variables and independent variables to replace the former variables. The time spent on driving from hometown to the work place is used to replace the distance between these two places, custom is added into the consideration to measure the of the difference of cultural value, these attempts brought the same results as the conclusions given earlier. The problem of endogeneity is tackled by using the time spent on Internet as an instrumental variable. We also conducted our tests in several different subsamples to check the effect of certain variables like ever or never join the army or go out for jobs, and if or not equip with a skill, some interesting findings are revealed through these attempts.

This paper contributed to the theoretic and empirical study about the process of cross-district entrepreneurial activities, can be helpful to further study about the factors that influence the efficiency of management and the effect of heterogeneity of knowledge. In practice areas, this paper can also shed light on the practice of choosing the location to conduct entrepreneur activities and the using of supports from family. According to the conclusion of this article, regulators can also encourage the flow of entrepreneurs, improve the attraction to entrepreneurs, so that stimulate the growth of economics in certain areas.

**Key Words:** immigrant entrepreneurial activities; geographical distance; distance of cultural values; family supports; efficiency

**JEL Classification:** M13, R23, M12

**DOI:** 10.19616/j.cnki.bmj.2019.02.003

(责任编辑:文 川)