

基于家文化视角的中日家族企业比较^{*}

◎ 万俊毅 欧晓明

[摘要] 从本质上看,家文化是人类社会一定的政治、经济关系在家族观念形态上的反映。同属于东亚文化圈的中日两国的家文化有着很大的区别,正是这种区别导致中日两国的家族企业在管理和发展上表现出许多不同的特征。深入探讨中日两国家文化和家族企业的相异性,可以为更好地发展中国的家族企业提供有益启示。

[关键词] 中国 日本 家文化 家族企业

[中图分类号] F271 [文献标识码] A [文章编号] 1000-7326(2005)06-0042-06

一、引言

家庭是人类社会生活最基本的细胞。尽管千百年来,社会、经济、文化环境不断发生巨大变化,但家庭却依然保留了对全部制度的最大影响,在包括现代市场经济在内的一切社会里,家庭对一半或一半以上的经济活动承担着责任(Becker, 1981)。作为家族企业双系统之一的家庭,对家族企业的经营活动承担的责任更大。通过对家庭的分析,不仅可以很好地洞见家族企业的许多方面,而且可以指导人们未来对家族企业的制度安排。^①

文化是人类为满足各种需要和适应环境而创造出来的产物,可以作为规范人类社会生活的调整器,具有普遍性、持续性、累积性和变异性特征。文化所表明的人类的肤色或任何其他生理特征所表明的更有意义,也比地域或政治疆界更能反应一个社会与众不同的特征,因而文化是一个社会区别于其它社会的标志(白子易和谢儒贤, 2003)。家文化是一个国家或民族传统文化的重要组成部分,对人的作用、影响和约束最直接,也最具体。家文化主要包括调整家族成员之间相互关系的伦理道德规范、家族成员的行为规范以及家族成员对自身、社会与家族关系的认识。家文化之所以重要,是因为它已经泛化到社会经济生活的方方面面,任何家族以外的社群、机构,包括企业或国家都可以被认为是“家”的扩大(杨国枢, 1995; 张华志, 2003)。因此,从本质上说,家文化是人类社会一定的政治、经济关系在家族观念形态上的反映。

尽管中国和日本都属于典型的“低文本文化”社会(Hall, 1976),人们主要依靠非正式制度来规范人们的行为,信息交流较多依靠事前人们在共同的文化背景下形成的共识,交易较多采用的是家族型交易方式,但是中日两国的家文化和家族制度却有着很大的差别(李卓, 1996; 唐震, 2003; 黄云明和朱琳, 2004),如中国形成的是以“孝”为核心的家族伦理,而日本形成的则是以“忠”为核心

^{*} 本文获国家自然科学基金项目(项目号:70173045)、华南农业大学校长基金和华南农业大学农业经济管理国家重点学科课题资助。

作者简介 万俊毅,华南农业大学经济管理学院讲师、博士;欧晓明,华南农业大学工商管理系主任、教授、博士生导师(广东 广州,510642)。

^① 这里套用的是贝克尔的话:通过对家庭的分析,不仅可以窥见人类历史的许多方面,而且可以指导人们未来的行为(Becker, 1981)。

的家族伦理（夏建中，1996）等。中日不同的家文化和家族制度对中日企业发展的影响不一样，如日本家族企业具有紧密性和纵向开放性，而中国家族企业则具有松散性和封闭性（唐震，2003），这也正是中国的家族企业容易患上侏儒症和短命症，而日本的家族企业却有可能逃过此两劫的缘由（黄云明和朱琳，2004）。中日不同的家文化和家族制度还造成两国社会的价值判断和行为取向形成差别，并对两国社会经济转型产生不同的深刻影响（江秀平，1996）。

二、中日家文化的相异性比较

中国社会是一个关系本位的社会（费孝通，1945；杨国枢，1989），关系构建的核心是血缘家族关系。中国人在后天生活中，仍能通过认干亲、拜把子、套近乎、做人情等多种方式（乔健，1982；杨宜音，1999），将先天注定的血缘关系进一步泛化、扩展和延伸到与没有血缘联系的其他人的交往关系之中，即在家族以外的团体或组织中仍会依据家族的长幼有序等逻辑进行运作，形成如费孝通（1945）所说的“差序格局”社会。

日本的家文化起源于中国的儒家家族主义。儒家家族主义导致日本企业普遍使用模拟血缘家族式的经营模式，对日本社会的影响深远。初始条件、正式制度和岛国危机意识等因素使日本形成与中国迥然有异的家文化，进而致使日本形成如中根千枝（1975）所说的“纵向社会”结构。

中日家族制度和家文化的不同之处很多，本文从影响家族企业管理和发展的角度选取家文化的以下几个方面进行比较（见表1）。

表1 中、日家文化部分项目的比较

项目类别	中 国	日 本
父系观念：	强	弱
家长权力	终身制	阶段制
养子条件	要求具有父系血缘	不限于父系血缘
赘婿要求	一般不改姓、不上族谱、不继承家产	改姓，经常是家产的唯一继承人
家族观念：	生物学意义上的传宗接代	维持和传承家名与家业的经济共同体
家族组成	仅限于有血缘关系的家庭成员	还包括没有血缘关系的管家、雇工等
家族伦理	以“孝”为核心	以“忠”为核心
亲属范围	除直系亲属外，还包含旁系亲属	主要限于直系，一般不涉及旁系
家业管理：	血统主义，集权方式	家督主义，能力至上
经营决策	由家长负责	主要由家督负责
家产继承	诸子分户析产制度——所有儿子均分家庭财产，传子不传贤	长子继承家庭财产制度，可废长子，可传贤不传子

资料来源：本文整理。

1. 父系观念。从氏族的角度看，中日两国形成的都是“父子型”的社会结构。但中国是东亚社会中父系制最为发达的国家，而日本则是近似父系制，或者说日本不存在严格意义上的父系制。中日两国父系观念的强弱差别主要表现在：（1）家长权力不同。中国的家长权力为终身制，注重的是生物学意义上的父亲概念，只要子女的父亲活着，他就拥有家长权威；而日本的家长权力为阶段制，对家长才能和品德的注重要超过生物学上的意义，家长在上了年纪或者因病而难于料理家业的情况下，就要把家长权力交付给继承人。一旦让出家长权，父亲的地位就降至与家庭中的其他成员一样，要服从新的家长的管理与领导。（2）养子条件不同。中国的父母在没有亲生子女（少数家庭为没有亲生儿子）的情况下，就会收养他人做养子，并且一般要求养子具有父系血缘；而日本的父母在亲生儿子和赘婿不成器的情况下，就会考虑收养他人做养子，且对养子没有父系血缘限制。没有父系血缘限制，使日本家庭中的养子备选范围广，并且可以在德才方面相应提高要求，因而日本家庭中的养子能够人才辈出，享誉日本的政界、财界、军界和艺界，如政治家木户孝允、岩仓具视、社会活动家大杉郁夫、实业家古河市兵卫等，其中最为突出的是著名的战后首相吉田茂荣。吉田茂荣从小就给大实业家吉田健三当养子，11岁就成为户主，并继承吉田家遗产，如果他一直是作为士族出身的生父竹内第的第五子的话，恐怕难以出人头地（李卓，1996）。（3）赘婿要求不同。中国的父母在只有女儿没有儿子的情

况下，就会考虑招赘入赘，但中国的赘婿一般不改姓、不上族谱、不继承家产，赘婿生下的子女随其母亲姓；日本的父母在儿子不成器时，就会考虑招赘入赘，并要求赘婿改姓，成为赘养子，有能力的赘婿经常是家产的唯一继承人。如松下电器公司的创始人松下幸之助在 1961 年将公司交给了他的赘养子松下正治（原姓本田），丰田家族第一代业主丰田左吉将丰田公司交给了他的赘养子丰田利三郎（原姓儿玉），丰田利三郎成为丰田公司的第一任社长。

2. 家族观念。中国的家族主要是作为祖先崇拜的一个血缘集团，不以农业生产为主要目的。中国人的亲属范围广，除直系亲属外，还包含旁系亲属，坊间有“三亲四戚、七姑八姨”之说。中国人对家族的延续非常注重纯生物学上的传宗接代，对于“姓”最关心的是自然意义上的香火断续或人丁兴旺，以“孝”为家族伦理的核心，“孝”与“房”的观念极其浓厚，“不孝有三，无后为大”，把绝房绝嗣看作是人生的极度失败。

日本的家族是以农业生产为主要目的的非血缘的地缘集团，注重的是作为生活共同体和经营体的家的长盛久兴，传承家名与家业是家族的主要任务。日本人的亲属范围较窄，一般限于直系亲属，而不涉及旁系亲属。日本人的家族成员不仅包括有血缘关系的人，也包括没有血缘关系的仆人、管家、佃户和雇工。非血缘关系的家族成员往往比不住在一起的亲戚关系更加密切，他们可以与家族成员一起祭祀祖先，而且死后也可以葬入家族墓地。日本的家族伦理以“忠”为核心，不强调“房”，对于“姓”最关心的是家名的延续与传播。如著名的丰田汽车公司今天虽然已经不再由丰田家族控制，但是丰田的家名依然名扬世界。

3. 家业管理。由注重血缘纽带的同族结合成的中国乡村社会是典型的宗法社会，各族都设有族长并订有族规，族中事务的运作决策交由族长负责。中国的族长人选限于同族中德高望重的男性，存在一定的遴选机制，但因中国对养子有血缘要求而赘婿又不能加入同族，致使优选机制发挥有限。中国的族少有族产，财富多分散藏于组成族的各个家庭之中。在家庭中，通常由父亲作出生产经营决策，并统筹安排家庭成员一年四季的消费支出，家业管理属集权式管理方式。中国的家长由生物学上的父亲担纲，没有优选机制，家长之间的经营能力可能悬殊较大。在财产继承方面，中国实行的是诸子分户析产制度——所有儿子均分家庭财产，长子不具有特别身份。中国人只要有儿子，即使其儿子能力低下甚至是傻子，仍会将家业传给儿子。

日本的家业由家长 and 家督经营负责。在家长有经营能力的情况下，家业由家长打理；否则，家业就交由家督管理，而家督不一定与家族有血缘关系。日本家庭实行长子继承家产制度，而不是诸子均分。长子虽然在家庭中拥有特殊的身份与地位，但日本家庭中的长子地位并不是完全照搬生物学上的秩序。当生物学秩序的长子的经营能力有限或有其他缺陷时，日本家庭就会黜免其长子地位而改立其他儿子为家中长子，或者另立有能力的养子（或赘养子）为家中长子。经营能力成为日本遴选家中长子的关键指标。由于日本社会对养子和赘养子没有血缘条件限制，长子的优选机制能够得到充分发挥，为家业的持续繁荣提供了制度保障。

三、中日家族企业管理和发展的相异性比较

家文化是国家或民族文化的一个子集，国家或民族之间文化差异比在家文化方面的差异更大。在中日各自特有的家文化和制度的影响下，中日两国家族企业在管理和发展方面表现出许多相异特征。

1. 企业规模。中日两国不同的家产继承制度很容易造成两国家族企业的规模出现分野。假定：其他条件不变，企业甲和企业乙分别是中日两个家庭拥有的家族企业，两家庭都有 X ($X \geq 2$) 位儿子，两企业的年营业收入增长幅度一样，25 年为一代。那么，经过 25 年的发展，企业甲和企业乙的规模一样大。第 25 年时，两企业都面临着家产继承和企业传承问题。由于日本实行的是长子继承制度，企业乙由一个人继承，规模不受影响；而中国实行的是诸子均分制度，企业甲不得被拆分为 X 份，拆分后的每个企业规模只有企业乙的 X 分之一。不难看出， X 越大，两国企业规模差距也越大，不过这

还是经过一代时间的情形，经过多代的情形可以类推。无疑，经过的代数越多，两国家族企业规模差距也将越大。以福布斯 2004 年世界 500 家最大公司中的中日企业规模为例，中国内地入选 500 大的公司只有 14 家，且全部为国有企业，而日本入选的公司则有 83 家，且大多数有家族背景；日本规模最大的公司为有家族背景的丰田汽车，营业收入为 1531.11 亿美元（世界排行第 8），而中国最大的有家族背景的公司为香港的和记黄埔，营业收入为 134.735 亿美元（世界排名 407 位），前者营业收入是后者的 11.36 倍（Forbes, 2004）。

2. 企业管理方式。中国家族企业领导者在企业中不仅扮演领导人角色，而且扮演类似父亲般角色，有意或无意地都会成为家长式权威。家族企业内形成类似家庭伦理中的长幼与辈分秩序，并建立私人感情以维系这种企业内特殊的伦理关系。具有血缘或拟血缘关系忠诚度高以及有能力为组织做出贡献的部属，往往被领导者视为自己人（内团体）；反之，没有特殊连带关系、忠诚度低或是能力低下的员工，则容易被领导者视为外人（外团体）。在家族企业内按照血亲（自家人和自己人）- 宗亲（亲戚朋友）- 乡亲（同乡和熟人）- 生人的顺序，形成一个关系由亲到疏、由近及远的信任关系网；与此对应，相应地把各种人安排到企业的高层（核心层）- 中层（第二层）- 低层（最外层）- 底层（边缘地带）等不同层级上，信任等级越高，在企业中的权力和地位也越高。有人把中国的这种差序式管理称为“人治”——人事决定不是依赖客观的工作标准，而是根据老板和下属的关系，即使他们不是亲戚也是如此（福山，2001）。

日本家族的成员既包括有血缘关系的人，又包括经营共同体内没有血缘关系的人，家族对待两者没有明显的不同。因此，在作为经营共同体的日本家族企业内，家族成员与非家族成员的待遇也是基本无异。日本家族企业普遍使用的是模拟血缘家族的管理方式，终生雇佣、年功序列、商议制、职业培训与企业内福利等便是这种管理模式的充分体现。在日本，公司常常被称作会社，会社就是大家赖以生存的社团之意。家族企业看起来更像一个大家庭，有着非常和谐的人际关系。在日本的家族企业内，经理常常能喊出员工的名字，员工结婚、过生日、生孩子，经理都要去祝贺并赠送礼品，这使得日本的家族企业极富家庭味道。

3. 员工认同感。终身雇佣是日本家族企业劳资双方之间存在的一种不成文的隐性契约，是资方对劳方终身承担的义务。雇主不到万不得已的地步绝不轻易解雇员工，如松下电器公司在面对日本经济大萧条时，家族老板松下幸之助宁愿将当时的生产量减少一半也不解雇任何一名员工。与终身雇佣相配套的分配制度是年功序列制度，企业成员的地位和工资待遇是随着年功的积累而逐步提高的。由于终身雇佣导致劳动力市场缺乏，日本企业经常辅以企业办福利的形式换取员工的忠诚心和集团意识，促进企业与员工的长期合作。^①为密切员工之间的关系和加强员工对企业的归属感，企业还经常开展各种聚会活动，如欢送会、忘年会、升级会、晋级会、赏樱花会、赏红叶会等。这些制度安排使日本家族企业中的员工都视企业为自己的“家”而极少跳槽。为了使自己工作的“家”长久成长和业绩优良，提升“家”和自己在社会上的地位，员工心甘情愿地为企业加班加点，以至日本的工人在世界上享有“工作狂”的美誉。

在中国的家族企业中，虽然每个成员在企业系统内都以正式的组织中的身份与角色存在，表面上看企业内的人际交往、工作分派、资源分配以及权责归属等涉及人、事、物的活动，都遵循正式身份与组织规则运行；但实际上，企业领导人内心对成员所定位的关系与身份，才是家族企业用人与利益分配决策的真正主导因素。当家族企业出现经营风险时，为减轻企业的压力，往往是从人际关系网的最外围开始由外向内地逐步牺牲各层级员工的利益，如裁员、减薪等活动就常常遵循由疏到亲、由远

^① 日本企业为员工举办的福利多种多样，如盖员工集体宿舍，修建运动场所，建立文化娱乐室，在山麓、海滨设立员工疗养所等，这些设施既向员工开放，也让员工家属受惠；企业还以特别低廉的价格向员工供应本企业的产品等。

及近的信任网秩序。在家族企业中，内团体被企业认可的程度高，外团体被企业认可的程度低，但即使是内团体成员，领导人仍会依据血缘关系和拟血缘关系差别对待。尽管中国家族企业各层级成员面对的风险不一样，但每一层级的成员都可感觉到未来职业生涯的不确定性，趋利避害的本能使家族企业内容易形成各种非正式群体，出现垂直的向上依附与水平的集党结派现象。一旦发现外界有更好的机会，家族企业中的员工极易出现跳槽行为，且都是一帮一派地离开原来的企业。

4. 管理社会化。早在财阀时代，日本家族企业的第一代创业者可能与家督一起管理企业，到第二代的家族企业主一般就退到幕后，做一个所有者式的被动股东，企业的实际控制权就交给领薪的家督。据说18世纪时大阪的一些商人中间甚至互签协议，不将企业的控制权转移给子女。到20世纪30年代，家族企业不再将高层管理位置留给家族成员的做法在日本已经蔚然成风。第二次世界大战后，随着美国在日本实行解散财阀等改革措施，日本绝大多数企业都由专业人士管理，如丰田公司、三井公司等都聘请业界富有盛名的职业经理人掌管企业管理事项，并且真正能够做到职业经理人有职有权，且企业中的大多数中、下层管理职位也由外聘的专业人士担任。家族企业管理的社会化也带来了决策的民主化。日本家族企业在做决策时，一般会先将决策意向作为商议文件下发到各级管理人员及基层员工手中，广泛征求员工的意见，力争把决策中可能有的争议解决在最终决策之前。让员工积极参与到公司事务的决策中，不仅增强了企业内的凝聚力，保证了“家”的亲合力，还使员工发现自己的价值和责任，激发其工作的主动性和创造性。

受传统家文化的熏陶和浸染，中国家族企业主往往不相信外人，很难吸收优秀的非家族成员进入管理层。所有权和经营权大都集中在家族成员的手中，导致企业内形成一个由家族成员为核心的狭隘团体。家族企业在各种约束条件下只好用家族化管理替代制度化管理，用人只能是“唯亲是举”，而做不到“唯才是举”，企业决策中的家族企业主“一言堂”现象不可避免且十分严重。中国家族企业管理社会化进程艰难的原因是多方面的，并不仅仅在于中国社会的特殊信任发达而普遍信任缺乏，中间层管理人员缺乏可以说是其中的一个重要纽带。中国几千年的科举制度揭示，只有天才般的人才能通过科举考试，而一旦通过科举考试，就能得到类似贵族的身份与地位，可以衣锦还乡。“万般皆下品，唯有读书高”是因为在官本位的社会中能够“士而优则仕”，中国的文化精英大多不愿从事具体繁琐的管理工作。这导致中国长期以来中间层管理人员的不足，即便是现在，中国的发展也因此而受困扰；但在日本却是另外一番景象，人们接受教育的目的并不仅仅是为了“士而优则仕”，通过学习而试图成为教员、县政府官员和普通管理者的人们却大有所在（司马辽太郎，1994）。

5. 家族企业传承。中国文化中的血缘情结在家族企业的传承上表现得尤为突出。即使时代发展到今天，“子承父业”模式仍然是中国家族企业的主流传承模式（陈凌和应丽芬，2003），如格兰仕集团的梁庆德——梁昭贤，万向集团的鲁冠球——鲁伟鼎，方太集团的茅理翔——茅忠群，红豆集团的周耀庭——周海江，华西集团的吴仁保——吴协东，横店集团的徐文荣——徐永安，兰州黄河的杨纪强——杨世江，美的集团的何享健——何剑锋等，不胜枚举。在台湾最大家族企业中99%的总裁也都是让自己的亲生儿子作接任者。只要亲生儿子有足够的 ability 经营好企业，亲生儿子继任，原本无可厚非。但问题就在于并不是家族企业中的每一位少帅都能胜任经营管理者的岗位，何况对某一特定的家族企业来说，即使一代或几代的少帅富有经营才能，也不能保证代代少帅都能够引领好企业。父传子业的情结和诸子均分财产制度，极易导致中国家族出现“世无三代富”的现象。中国历史上为求血脉承继而使家业衰微破败的情况不在少数，如1982年美国《福布斯》杂志400名超级富豪排行榜中名列第五的美籍华裔王安，其创立的王安电脑公司曾一度与IBM分庭抗礼，因其恪守“传子不传贤”的观念而导致公司经营每况愈下，最终不得不于1992年宣布破产。

虽然日本是由长子继承家庭财产，但是日本的长子并不完全由先天血缘秩序决定，而是从诸子（包括养子和婿养子）中择优选出，且日本对养子（婿养子）没有父系血缘限制，这使优选机制在日

本家族企业的传承过程中能够很好地发挥作用。日本家族将家业传给养子（婿养子）而不是亲生儿子的比例高达 25 - 34%（福山，2001），著名的松下电器、丰田公司等都曾经这样做过。长子继承制度内含的优选机制和家族企业管理的社会化使日本的家族企业能够冲破狭隘的家族牢笼，家族企业名义上是创业者家族的，但其实质已经社会化，社会化的家族企业自然有可能延续上百年。

家文化对中日两国家族企业的影响还有很多不同。例如：诸子均分财产和关系主义取向导致中国人不太注重对他人能力的评价，而是看重一个人做人的技巧，其实质是与竞争机制相悖的。“枪打出头鸟”、“出头的椽子先烂”等格言都是中国人深谙中庸之道的表现，中国人创新精神不足可能与此不无关系。在日本，长子继承制度隐含着竞争机制，家族企业考察一个人多是从能力出发而不是关系取向，这使日本家族企业中的创新氛围浓厚，是以日本的家族企业在自己的经营领域中大多数都有自己的绝活（郭跃进，2003），现代技术和科学管理在日本的家族企业中得到了广泛的应用。

四、结束语

同属于东亚文化圈的中日两国的家文化在父系观念、家族观念和家业管理等方面有着诸多不同，导致中日两国的家族企业在企业规模、企业管理方式、员工认同感、管理社会化、家族企业传承、企业创新精神等方面表现出许多不同的特征。比较中日两国家文化及其基础上的家族企业管理和发展的不同，可以为更好地发展中国家族企业提供有益启示：一是中国的家族企业在发展过程中要像其日本同行一样能够打破狭隘的家族观，扩展普遍信任，努力做到非家族成员与家族成员的待遇基本一致；二是在企业的用人和分配领域要革除关系取向的陋习，突出能力因素，积极引入竞争机制，营造企业的创新氛围；三是努力推进家族企业的管理社会化进程，处理好家族企业传承、家族企业主和职业经理人的关系等重大问题；四是在保留中国传统家文化积极成分的同时，努力做好改革与创新中国传统家文化的工作。惟其如此，中国的家族企业才有可能真正突破资源瓶颈约束，实现企业的长盛久兴。

【参考文献】

- [1] 白子易，谢儒贤. 文化：薪火相传. 中国台湾朝阳大学环管系环境社会学讲义，2003.
- [2] 储小平. 家族企业研究：一个具有现代意义的话题 [J]. 中国社会科学，2000，(5).
- [3] 陈凌. 信息特征、交易成本和家族式组织 [J]. 经济研究，1998，(7).
- [4] 费孝通. 乡土中国 [M]. 生活·读书·新知三联书店，1985.
- [5] 福山. 信任——社会美德与创造繁荣经济 [M]. 海口：海南出版社，2001.
- [6] 盖尔西克. 家族企业繁衍——家族企业生命周期 [M]. 北京：经济日报出版社，1998.
- [7] 郭跃进. 论日本家族企业的三大特点与我国家族企业发展 [J]. 经济管理，2003，(17).
- [8] 黄云明，朱琳. 试论传统家族文化对中日企业发展的不同影响 [J]. 河北大学学报，2004，(2).
- [9] 江秀平. 中国和日本传统家族制度的比较 [J]. 理论学习月刊，1996，(10).
- [10] 雷丁. 海外华人企业家的管理思想——文化背景与风格 [M]. 上海：上海三联书店，1993.
- [11] 李卓. 略论日本传统家族制度的特征 [J]. 外国问题研究，1996，(4).
- [12] 孙世春. 论日本从战前家族企业形态到战后法人企业形态的转变 [J]. 日本研究，1995，(3).
- [13] 唐震. 家族文化视角中的美、日、中三国家族企业比较 [J]. 软科学，2003，(4).
- [14] 夏建中. “孝”的文化与“忠”的文化——中日传统家族伦理之比较 [J]. 中国人民大学学报，1996，(2).
- [15] 杨国枢. 家族化历程、泛家族主义、及组织管理 [A]. 郑伯坝. 台湾与大陆的企业文化及人力资源管理研讨会论文集 [C]. 台北信义文化基金会，1995.
- [16] 张强. 自家人、自己人和外人——中国家族企业的用人模式 [J]. 社会学研究，2003，(1).
- [17] 郑伯坝. 差序格局与华人组织行为 [J]. 本土心理学研究，1995，(3).
- [18] 郑也夫，彭泗清. 中国社会中的信任 [M]. 北京：中国城市出版社，2003.

责任编辑：黄振荣