

“乡音”能否降低公司代理成本？*

——基于方言视角的研究

戴亦一 肖金利 潘越

内容提要: 本文利用手工收集的高管出生地数据,结合《中国语言地图集:汉语方言卷》,首次识别出董事长和总经理家乡所属的方言种类,并基于方言所代表的地域文化背景和社会认同理论,剖析了董事长和总经理的方言一致性对双方互动关系的影响机理,以2008—2014年A股上市公司为研究样本实证检验了方言一致性对公司代理成本的影响。结果发现,董事长和总经理的方言一致性能够显著降低代理成本,而且一种方言的使用地域范围越窄,这种作用越显著。在采用DID方法和工具变量解决内生性问题以及在控制了非文化因素的影响之后,方言一致性能降低代理成本这一结论依然成立。进一步的研究还发现,方言认同功能只在民营企业中显著,在国有企业中作用不明显;在异乡经营的企业及在人口净流入的地区,方言一致性降低代理成本的作用更强。本文基于单一国家的纯净数据深入剖析了中国独特的“同乡抱团”文化现象背后的公司治理作用,是对“文化与金融”微观研究的丰富和补充,也为市场各方洞悉我国独特的文化传统对经济发展的规制作用提供了新的实证依据。

关键词: 文化 方言 公司治理 代理成本 社会认同

一、引言

“文化与金融”的交叉和融合是近年来金融经济学研究的一大新热点。Zingales在Journal of Financial Economics 2015年“文化与金融专辑”的序言中指出,目前金融经济学的研究中正在进行一场文化革新。自文化因素被引入金融领域以来,文化会影响经济主体的认知、互动和策略选择这一观点得到了大量文献的支持(DiMaggio, 1997; Portes, 2001)。然而,现实研究中的一个关键问题是如何准确地度量文化并发展出有效的方法来识别金融个体行为所受到的文化影响。一种主流的研究方式是进行文化的跨国比较研究,模糊地讨论国家文化环境对金融的影响。然而这种研究的不足之处在于,跨国研究不仅难以剔除制度差别的影响,而且只能进行宏观层面的文化识别。为弥补这一缺憾,近年来一些文献使用语言或方言作为文化的代理变量,这是基于社会学中著名的萨丕尔-沃尔夫假说的认知(Chen, 2013)。该假说认为语言反映思维、信念和态度,影响着认知和记忆方式(Whorf, 1956),语言类型蕴涵着特定的文化模式和思维方式(李锡江和刘永兵, 2014)。因此,用语言或方言表征文化能够细化到金融个体,从而很好地解决过往研究中无法对文化进行微观度量这一难题,使得从微观层面识别文化对个体决策的影响变得可行。

从现有“语言与金融”的文献来看,国外学术界已经积累了一些研究成果,但国内这方面的研究还较为匮乏,这种理论研究的落后与中国丰富的文化资源现实是不相称的,因为中国的传统文化

* 戴亦一、肖金利,厦门大学管理学院,电子信箱:yydai@xmu.edu.cn;潘越(通讯作者),厦门大学经济学院金融系,电子信箱:panyue@xmu.edu.cn。本文系国家自然科学基金项目(71572158, 71372071)资助的阶段性研究成果。作者感谢匿名审稿人的建设性意见。当然,文责自负。

底蕴深厚,相对于经济制度更为完善的西方国家,我国的文化因素替代正式制度对经济运行产生了尤其深远的影响(陈冬华等,2013)。因此,基于中国情境展开文化与金融的研究具有天然的优势。中国的文化不仅底蕴深厚而且种类极其繁多,由于地理、历史和政治原因,不同区域还形成了丰厚而复杂的地域文化,并往往以地方方言为载体,这为在一个统一的制度背景下研究“语言与金融”提供了理想的研究场景。

地域文化影响公司行为的一个重要表现是中国人在日常行为和商业活动中尤其重视同乡这种具有长久性和无选择性的天然人际关系,同乡之间相近的文化会增加彼此的社会认同感,增进沟通和协调。事实上,在金融和商业领域中,来自同方言地区的同乡之间极其团结的抱团行为是一种普遍现象,中国各地存在着大量同乡商会,他们通过“乡音”对彼此产生强烈的身份认同,形成各种极具凝聚力的“圈子”,进而形成了独特的内部金融资源、物质资源和人才资源交换市场。这种信任同乡的文化传统在公司内部的高层治理结构中也很常见,企业高管之间可能会组成一个由“老乡”形成的裙带关系网(陆瑶和胡江燕,2014)。董事长和总经理是高层治理的核心,同乡之间的方言相似性、文化相似性以及重视同乡的这一中华文化传统是否会影响董事长和总经理之间的信任与合作进而影响公司治理呢?具体而言,与董事长来自同方言地区的总经理是否会更为忠诚,共同的方言是否可能减少公司委托—代理关系中的信息不对称和目标不一致程度,最终降低股东与管理层之间的代理成本?

为解答以上问题,本文基于“乡音”聚合成的同乡文化背景,从方言的视角出发,手工收集2009—2014年A股上市公司的董事长与总经理的家乡数据,并利用《中国语言地图集:汉语方言卷》确定的3个层级方言片区,与之匹配相对应的方言种类,实证检验董事长和总经理之间的方言一致性对公司代理成本的影响,以最终证实方言是否真正具有公司治理效应。

与前人的研究相比,本文的贡献在于:首先,丰富和补充了“文化与金融”的相关研究。本文利用中国各地的地方方言度量出个体的文化特征,考察了地域文化在公司委托—代理关系中所起的作用,这突破了以往仅从宏观层面研究国家文化与金融的窠臼;而且,本文基于中国这一研究文化与金融的理想样本,使用单一国家的纯净数据深入剖析中国独特的“同乡抱团”文化现象背后的经济意义,为证实文化对金融的影响提供了来自文化底蕴深厚的转型经济国家的证据,是对现有文献的一个有益补充。其次,拓展了公司治理领域的研究。本文创新性的在公司治理研究中引入文化的影响因素,利用社会学中的社会认同理论,通过建立起“方言—地域文化—身份认同—内群体偏好—委托代理行为”的分析路径,剖析方言一致性对公司代理成本的影响机理,为学术界从更广阔的视野研究公司治理问题提供了新的思路。

文章后面的结构安排如下:第二部分进行文献回顾与述评,在此基础上进行理论分析并提出研究假设;第三部分介绍本文的样本选择、研究变量,并构建实证模型;第四部分讨论文章的描述性统计和主要实证结果,并做进一步的研究以及稳健性检验;最后部分是结论与启示。

二、理论构建和研究假设

公司治理问题一直以来都是公司金融与资本市场研究的重点领域,近年来分析公司治理问题中的文化影响已成为一个新的趋势。相关文献发现宗教传统、文化传统都会影响公司治理(陈冬华等,2013;De Backer et al.,2015),Benmelech & Frydman(2015)发现由拥有军队文化背景的CEO管理的公司违规行为更少,直接证实了高管个人文化背景会影响公司治理。同时,高管之间背景的相似性,比如共同的经历、家乡、教育背景甚至政治倾向也会影响双方的关系进而影响公司治理(Hwang & Kim,2009;Fracassi & Tate,2012;Lee et al.,2014)。

DiMaggio(1997)指出文化影响人际互动和交流,人际交往过程中存在“相似吸引”偏好,文化

相似性会影响人际沟通与合作。社会认同理论认为,文化相似性可以建立和维持个体间的社会认同。文化相同的个体会形成“内群体”,而文化不同的其他个体则被归类为“外群体”,个体倾向于将有利的资源分配给内群体成员并给予他们更积极的评价,即“内群体偏好”,而给外群体成员分配较少资源并给予消极评价,即“外群体歧视”(Tajfel et al., 1982)。因为语言是人际交往中最先体现的一种重要文化表征,因此社会认同很大程度上是通过语言建立和维持,讲相同方言的个体之间会形成交际网,成员之间关系亲密、认同程度高(Gumperz, 1982)。

方言的身份认同功能在中国体现得尤其明显。从中国的传统文化来看,“少小离家老大回,乡音无改鬓毛衰”、“乡音到耳知家近”这些古代诗歌所反映出来的、代表地域文化的“乡音”从古到今都是中国人身份认同的重要标识,中国人在人际交往中很容易根据说话者的口音等地域信息判断出彼此的家乡。与一般的社会群体相比,方言背后的地域不变性、文化相似性与浓厚的乡土情结相结合,使得讲相同方言的人通常会形成一个彼此情感依赖更强、约束力更强、凝聚力更强的同乡圈层(翟学伟, 2014)。

文化相似有利于沟通和协调,促进人际间的身份认同,这对公司治理有着积极意义。在公司的高层治理中,董事长和总经理是最核心的一组成员,他们之间文化背景的相似性可能会增进相互的沟通与信任进而影响公司治理。具体来说,总结现有社会学和金融学的相关文献,公司的董事长和总经理若来自同方言地区,将通过以下机制影响公司治理关系。

首先,共同的方言会促成董事长和总经理形成一致意见,缓解双方的矛盾和冲突。董事长和总经理语言或文化背景的差异可能会减少双方的深入讨论,如Piekkari et al. (2013)发现语言种类过多将造成董事会成员间讨论的减少,一些董事会被边缘化。但是如果CEO与董事会成员来自同一个地区,他们通常会更倾向于具有共同的文化、理念和处事方式,这种共性会拉近CEO与董事长之间的情感距离,降低管理层与董事会之间的沟通成本和协调成本(陆瑶和胡江燕, 2014)。

其次,来自同方言地区的董事长和总经理更可能作出利他考虑,这会抑制总经理谋取私利。来自同方言地区的个体之间更容易形成身份认同,形成情感信任机制,建立忠诚度,委托人与代理人之间这种信任且较亲密的关系会大大降低代理成本(刘晓霞等, 2013),而且形成了信任关系的同乡在实际工作中更容易作出利他考虑,利他行为也会带来代理成本的下降。董事长和总经理之间缘于方言认同的情感信任及相应的利他考虑同样也会使双方更容易结成利益共同体,形成长期稳定的关系,而更不容易产生矛盾,不容易发生总经理谋取私利的行为。

再次,来自同方言地区的董事长和总经理之间信息不对称的程度更低,减少了总经理欺瞒董事长的机会。中国人重视只“说三分话”、“留一手”,传递给群外成员的信息一般会有所保留且有可能失真,但文化相似性能减少信息摩擦并促进信息交换(Portes, 2001),而且来自同方言地区的董事长和总经理属于同一个同乡群体,群内成员间有信息和资源优势,降低相互隐瞒信息的可能(杨中芳和彭泗清, 1999),这无疑会减少委托—代理双方的信息不对称程度,减少效率损失。

最后,同乡圈层中的声誉机制会提高总经理对董事长的忠诚度。来自同方言地区的老乡是一种重要的非正式社会关系,这种非正式社会关系有利于相互之间形成非正式的监督制约机制。同乡圈层的声誉机制体现在两个方面。首先,个人的名声会在同乡圈层内快速传播;其次,坏名声的机会成本极高。“圈子”会相互传递信息和口碑,会产生惩罚和声誉效应,这其实是一种非正式的监督制约机制。而且同乡圈层成员之间通常会长期互动,这个圈层会给每个人提供关系及相应的资源,但是个体一旦有违约的坏名声,就要丧失整个关系网(潘越等, 2009),失去在群体中生存的机会,极高的机会成本使守信成为同乡内群体成员共同的理性选择。

综合来看,方言的文化认同功能有助于缓解来自同方言地区的董事长和总经理之间因信息不对称而产生的委托代理成本。基于以上分析,本研究提出如下假设:

假设 1: 相对于总经理与董事长所讲方言不一致的公司, 两者一致的公司其股东与管理层之间的代理成本更低。

中国的地域广袤, 加之几千年的历史积淀, 形成了种类繁多、层次多元的汉语言文化。在汉语方言体系中, 首先将不同的方言大类划分成方言区, 根据内部发音的差异和使用范围, 又划分出不同的方言片, 必要时方言片内部还要划分成不同的方言小片, 越细分的方言越是在小地域范围内使用。黄亚平和刘晓宁(2008)指出, 方言的使用范围越小、人群越少, 所表现的凝聚力和内群体偏好就更强烈。因此, 越在小范围内使用的方言、越特殊的方言和越相似的方言, 其身份认同功能越强, 也越能缩短人际心理距离, 提升人际信任, 降低代理成本的作用可能更强。据此, 本文提出下述假设:

假设 2: 方言范围区域越窄, 董事长和总经理的方言一致性对代理成本的降低作用越明显。

三、研究设计

1. 样本选择和数据来源

为研究董事长和总经理的方言一致性对公司代理成本的影响, 本文选取 2008—2014 年沪深两市 A 股上市公司作为样本, 并进行如下筛选: (1) 考虑到两职合一公司的董事长和总经理之间不存在权力制衡关系, 因此本文剔除了在样本区间内曾出现董事长与总理由同一人担任的公司样本; (2) 考虑到 ST 和* ST 类上市公司的财务数据存在一定的特殊性, 本文剔除了 ST 和* ST 类上市公司样本; (3) 考虑到金融类上市公司的财务报表编制原则与普通上市公司不同, 本文同时剔除了银行、保险、多元金融等金融机构上市公司; (4) 考虑到有境外投资者参与公司的治理模式可能会与境内公司存在差异, 因此本文剔除同时发行 B 股或 H 股的公司; (5) 考虑到当董事长和总经理存在亲缘关系时, 双方通常来自同一方言区, 但亲缘关系是一种比同乡更亲密的关系, 因此本文剔除董事长和总经理存在亲缘关系的公司。^①

为进行本文的研究, 首先需要确定董事长和总经理所讲的方言种类。确定个体的方言类别要经过两个步骤。第一步: 确定董事长或总经理的家乡所在地。但公司董事长和总经理家乡所在地并非强制披露的数据, 无法通过常见的金融数据库批量获取, 为此本文采取手动搜索的方式获取。具体而言有三种主要途径: 一是国泰安金融数据库上市公司高管的简历中部分有关于董事长和总经理出生地的介绍, 本文手工抽取该信息; 二是若高管简历中未批露出生地信息, 则使用“方言”、“家乡”、“出生地”、“籍贯”、“同乡”等作为关键词网络搜索高管的出生地, 如果出生地信息无法获取则用其籍贯信息代替; 三是如果无法通过网络搜索的方式获取, 本文则通过上市公司的证券事务代表进行电话调查。如果通过以上方式均无法获得相关信息, 则默认为董事长和总经理来自不同方言地区。^② 第二步: 根据所确定的董事长与总经理的出生地或籍贯地, 参考《中国语言地图集: 汉语方言卷》手工匹配其所讲的方言种类(下简称《地图集》)。《地图集》精确地统计了全国 283 个地级城市、2500 多个县范围内方言的使用情况, 并标记出了不同层级的方言, 包括方言区、方言片、方言小片各自的地域归属范围, 根据个体的家乡所在地可以确定其所属方言区、方言片和方言小片。^③ 经过以上步骤, 再剔除控制变量缺失的观测值, 本文获得样本区间内共 735 家上市公司 4232 个样本, 本研究基于该数据展开, 其他变量数据均来自于国泰安数据库。

① 上市公司高管之间的关联关系是强制披露的信息, 董事长和总经理是否具有亲缘关系根据公司各类公告获得。

② 由于高管出生地和籍贯不是强制披露的信息, 因此不可避免会产生一些缺失值, 本文将缺失值默认为该董事长和总经理所讲方言不一致。本文根据不同途径得到的数据数量结构为: 直接来源于数据库占比 13.4%, 网络搜索和电话咨询占比为 64.5%, 缺失比例为 22.1%。

③ 中国社科院 1986 年出版了第一版《地图集》, 并于 2012 年针对最新的方言使用情况重新修订出版了第二版《地图集》, 本文考虑到上市公司高管的年龄大多超过 40 岁, 其方言特征主要形成于 1986 年以前, 因此根据 1986 年版《地图集》匹配其方言特征。

2. 模型设计和变量说明

为验证本文的假设,本文构建如下模型:

$$AgC = \gamma_0 + \gamma_1 Dia_1/Dia_2/Dia_3 + \gamma_2 Controls + \gamma_3 Dummy + \varepsilon \quad (1)$$

上述模型中,因变量 AgC 是用经营费用率衡量的公司股东与管理层之间的代理成本,自变量 Dia_1、Dia_2、Dia_3 为三个虚拟变量,分别衡量董事长和总经理是否来自同一方言区、同一方言片和同一方言小片,Controls 是高管特征和公司特征控制变量,Dummy 表示行业和年份虚拟变量。本文在实证中对数据做了如下处理:(1) 对代理成本变量及控制变量中的连续变量 1% 以下 99% 以上分位数进行了缩尾处理;(2) 本文模型中各系数的标准差均聚类(cluster)到公司个体层面。

(1) 因变量

代理成本始终是公司治理领域重点关注的一个问题。Jensen & Meckling(1976)指出,股东与管理者之间的代理成本主要由三部分构成:委托人监督成本、代理人担保成本和剩余损失。目前公司治理文献中,经营费用率是用来衡量股东与管理者之间代理成本的常见变量。该指标反映了管理者由于过度在职消费所造成的浪费,且因为受代理人控制,可以直接评价管理层所花费的超过预算以外的消费及其他代理成本(罗进辉,2012)。公司经营费用率越高,说明股东和管理层之间的代理成本越大。本文也采用经营费用率作为代理变量研究方言一致性对企业代理成本的影响。

(2) 自变量

本文使用方言一致性虚拟变量衡量董事长与总经理是否来自同一方言区,并用该变量作为自变量展开研究。根据《地图集》的统计,汉语方言体系总体上可以分为四个层级,第一级为方言区,汉语方言分为晋语区、吴语区、徽语区、赣语区等十七个区。同一个方言区中的方言又可以作第二层次的区分,通常称作方言片或次方言,例如闽方言区的方言又可以分闽南方言片、闽东方言片、莆仙方言片、闽中方言片等。第三层次在“片”以下,根据同一片内方言差异的情况可分为若干小片。小片中的各个地点如果方言差异仍然存在,可以再区分为若干地点方言,一般叫做“点”。方言区分的四个层次就是:方言区—方言片—方言小片—方言点。

表 1 变量符号、定义及描述

	变量名称	变量符号	变量定义
因变量	代理成本	AgC	经营费用率,等于管理费用与销售费用之和与营业收入的比值
自变量	方言一致性	Dia_1	虚拟变量,董事长与总经理来自同方言区取 1,否则取 0
		Dia_2	虚拟变量,董事长与总经理来自同方言片取 1,否则取 0
		Dia_3	虚拟变量,董事长与总经理来自同方言小片取 1,否则取 0
控制变量	产权性质	SOE	虚拟变量,公司为国有企业取 1,民营企业取 0
	公司规模	Asset	公司总资产的自然对数值
	大股东持股比例	Top1	第一大股东持股比例
	资产负债率	Lev	总负债/总资产
	成长机会	Grow	营业收入年增长率
	管理层持股	MSha	管理层持股数/公司总股数
	董事会规模	BSize	公司董事会的总席位数
	独立董事比例	IndB	独立董事席位与董事会总席位的比值
	固定资产比例	Tangible	固定资产/总资产
	资产收益率	Roa	净利润/总资产
	行业虚拟变量	IndDummy	构建 12 个虚拟变量分别代表各个行业
	年份虚拟变量	YearDummy	构建 6 个年份虚拟变量

《地图集》精确地统计了全国 283 个地级城市、2500 多个县范围内 17 种方言、105 种次方言以及 148 个方言小片的使用情况,可以看出,不同层级方言的数量大大少于省、市和县的数量,这说明方言突破了行政区划的界限。本文分别以方言区、方言片、方言小片三个层级为标准,构建了方言一致性虚拟变量 Dia_1、Dia_2 和 Dia_3。如果公司的董事长和总经理来自同一方言区、同一方言片或同一方言小片,则赋值为 1,否则为 0。

(3) 控制变量

其他控制变量见表 1 的说明。

四、实证结果分析

1. 描述性统计

表 2 列示了方言一致性变量的描述性统计结果。从统计结果来看,董事长和总经理来自同一方言区的公司比例为 28%,说明有相当一部分公司的总经理与董事长来自同一方言区;董事长和总经理来自同一方言片公司的比例减少到 24%;两位高管来自同一方言小片的公司数量则更少,仅占 22%。这一现象符合现实情况,因为方言的分类越细,使用地域越小,使用人群越少,就越难挑选出方言相同的总经理人选。考虑到民营企业与国有企业总经理的聘任模式完全不同,表 2 继续给出了不同产权性质企业其方言一致性变量的描述结果。数据表明,在不同层级的方言统计口径中,民营企业中董事长与总经理来自同方言地区的比例均显著高于国有企业,这有可能是因为民营企业可以自主聘任总经理,而国有企业的董事长和总经理都由政府任命,存在平行任命问题,董事长和总经理的个人关系无法主动选择,因而上述比例更低。

表 2 描述性统计结果

变量	总样本		民营企业		国有企业	
	数量	占比(%)	数量	占比(%)	数量	占比(%)
Dia_1	1188	28.1	630	32.3	558	24.3
Dia_2	1022	24.2	566	29.1	456	19.9
Dia_3	954	22.5	535	27.5	419	18.3

表 3 报告了公司代理成本变量基于董事长和总经理方言是否一致的均值比较结果。在总样本中,数值上显示,无论是哪种口径的方言区属,董事长和总经理来自同一方言区的企业其代理成本都更低。考虑到国有企业和民营企业董事长和总经理之间的制衡关系存在差异,本文进一步做了分样本的均值检验。可以看出,在民营企业中,三个层级方言区的代理成本均值比较结果都在 1% 的水平下显著,说明董事长和总经理的方言一致性,确实降低了民营企业的代理成本。但在国有企业中,董事长和总经理来自相同方言地区的企业,其代理成本并没有更低,这与本文预期不符。这一结果说明接下来有必要针对不同产权性质的企业分别加以考察。

表 3 代理成本变量的均值比较结果

	总样本			民营企业			国有企业		
	方言区	方言片	方言小片	方言区	方言片	方言小片	方言区	方言片	方言小片
观测值	4232	4232	4232	1945	1945	1945	2287	2287	2287
方言相同	0.1343	0.1355	0.1332	0.1424	0.1404	0.1357	0.1253	0.1293	0.1300
方言不同	0.1490	0.1479	0.1483	0.1745	0.1739	0.1749	0.1296	0.1284	0.1283
P 值	0.0002	0.0042	0.0004	0.0000	0.0000	0.0000	0.3572	0.8523	0.7461

2. 基本回归结果

本部分的实证分析基于模型(1)展开。模型估计结果如表4列(1)至列(3)所示,其中,Dia_1接近显著,Dia_2和Dia_3分别在10%和5%的置信水平下显著。这说明如果公司的总经理与董事长来自同一个方言地区,其代理成本更低,即董事长和总经理的方言一致性对公司的代理成本有显著的负向影响,这印证了前文假设1的理论分析,意味着来自同一方言地区的董事长和总经理之间可能具有相似的文化特征和处事方式,总经理会注重自己在同乡圈层中的声誉,在工作中更有可能勤勉尽职,可能会主动约束其在职消费,降低公司的经营费用,因而代理成本更低。

表4 方言一致性与代理成本

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	全样本回归结果			控制缺失值的回归结果		
Dia_1	-0.0117 (-1.57)			-0.0147* (-1.77)		
Dia_2		-0.0151* (-1.86)			-0.0181** (-2.03)	
Dia_3			-0.0190** (-2.29)			-0.0224** (-2.46)
Miss				-0.0072 (-0.93)	-0.0076 (-1.00)	-0.0087 (-1.14)
SOE	-0.0043 (-0.55)	-0.0045 (-0.57)	-0.0047 (-0.60)	-0.0050 (-0.63)	-0.0053 (-0.65)	-0.0056 (-0.69)
Asset	-0.0129*** (-3.63)	-0.0131*** (-3.66)	-0.0132*** (-3.70)	-0.0131*** (-3.63)	-0.0133*** (-3.67)	-0.0135*** (-3.72)
Top1	-0.0011*** (-4.68)	-0.0011*** (-4.67)	-0.0011*** (-4.64)	-0.0011*** (-4.59)	-0.0011*** (-4.58)	-0.0011*** (-4.55)
Lev	-0.1072*** (-3.70)	-0.1071*** (-3.70)	-0.1062*** (-3.66)	-0.1061*** (-3.66)	-0.1061*** (-3.66)	-0.1049*** (-3.62)
Growth	-0.0248*** (-4.71)	-0.0248*** (-4.70)	-0.0249*** (-4.73)	-0.0249*** (-4.73)	-0.0248*** (-4.72)	-0.0249*** (-4.75)
MSha	0.0089 (0.31)	0.0099 (0.34)	0.0101 (0.35)	0.0079 (0.28)	0.0089 (0.31)	0.0089 (0.31)
BSize	-0.0036 (-1.38)	-0.0036 (-1.39)	-0.0035 (-1.34)	-0.0035 (-1.35)	-0.0035 (-1.36)	-0.0034 (-1.30)
IndB	0.0153** (2.44)	0.0152** (2.42)	0.0150** (2.40)	0.0151** (2.42)	0.0150** (2.40)	0.0148** (2.37)
Tangible	-0.0031 (-0.16)	-0.0027 (-0.13)	-0.0026 (-0.13)	-0.0028 (-0.14)	-0.0022 (-0.11)	-0.0021 (-0.10)
Roa	0.0931 (0.87)	0.0928 (0.87)	0.0932 (0.87)	0.0937 (0.88)	0.0931 (0.87)	0.0935 (0.88)
Year & Indus	控制	控制	控制	控制	控制	控制
Adj. R ²	0.300	0.301	0.303	0.301	0.302	0.303
N	4232	4232	4232	4232	4232	4232

注:***、**和*分别表示在10%、5%和1%显著性水平下显著;标准误差经过公司层面的cluster调整,下同。

前文提到本文在数据搜集过程中若发现董事长和总经理的出生地信息有一方缺失,则默认该董事长和总经理来自不同方言地区,这样会导致本文的自变量存在一定的测量误差。为了更妥善地解决测量误差问题,本文构建一个代表缺失值的虚拟变量 Miss 加入回归,以控制这些缺失值的影响。表 4 列(4)至列(6)为控制了缺失值的估计结果。可以看出,控制缺失值的影响后,Dia_1—Dia_3 系数估计值的绝对值都有所变大,而显著性有所增加,说明本文对缺失值的处理方式可能会低估方言的影响,使用更精确的度量所估计出来的影响可能更大。^①

表 4 中 Dia_1—Dia_3 分别考察了三个层级的方言一致性对代理成本的影响。研究发现,随着所考察的方言范围越窄,即从方言区到方言片再到方言小片,系数估计值的绝对值越来越大,而相应的显著性也越来越高,说明方言一致性变量对代理成本的影响不断加强,这一结果与本文假设 2 的预期相符。为了进一步验证假设 2,本文将董事长和总经理来自同一方言区的样本单独剥离出来,就这部分样本对 Dia_2 和 Dia_3 两个方言层级变量重新赋值。如果公司董事长和总经理来自同一方言片,Dia_2 取值为 1,否则为 0;如果来自同一方言小片,Dia_3 取值为 1,否则为 0。表 5 列(1)—列(2)的结果显示 Dia_2 和 Dia_3 的估计系数都显著为负,这说明相对于董事长和总经理之间方言区一致但方言片不一致的公司,两者方言片一致以及方言小片一致的公司代理成本更低。接下来,继续将样本范围缩小到董事长和总经理是来自同一方言片的公司,就这部分样本重新赋值 Dia_3 变量,如果董事长和总经理来自同一方言小片取 1,否则取 0。表 5 列(3)的结果显示 Dia_3 的系数显著为负,同样支持假设 2。总体来看,上述的实证结果表明,代表不同层级的方言一致性变量,降低代理成本的作用存在差别。由于方言小片使用的地域范围最小,来自同方言小片区域董事长和总经理的文化相似度、情感亲近度最高,最容易形成身份认同。将方言范围扩大到同一方言片时,个体对彼此的信任程度就会弱一些。当扩大到大方言区时,这种认同感更会进一步降低,最终体现在代理成本上有差别。

表 5 子样本回归结果^②

	(1)	(2)	(3)
Dia_2	-0.0164* (-1.78)		
Dia_3		-0.0278* (-1.82)	-0.0476*** (-3.77)
Control variables	control	control	control
Adj. R ²	0.261	0.268	0.265
N	1188	1188	1022

注:列(1)、列(2)的估计样本为 Dia_1 取值为 1 的子样本;列(3)的估计样本为 Dia_2 取值为 1 的子样本。

3. 内生性问题

(1) 双重差分模型(DID)检验

本文的研究可能存在内生性问题。虽然董事长和总经理所讲的方言是一个外生变量,但是董事长和总经理是否来自同方言地区却有可能是内生变量,因为公司代理成本的高低有可能会影响董事长对总经理的选择。考虑到公司董事长或总经理的更换会给双方的方言一致性变量带来冲击,本文参考姜付秀等(2016),利用 DID 模型来克服上述内生性问题。当一家公司发生董事长或

^① 董事长和总经理的家乡信息能否被找到是随机的,随机测度误差只会使解释变量的系数估计存在向零偏误,因此本文估计出的系数是方言一致性对代理成本影响的下限。

^② 囿于篇幅,本表及之后的表格中没有列示控制变量的估计结果。

者总经理的更替时,如果原来的董事长和总经理来自相同的方言区,更替后新任董事长和总经理之间的方言可能会变成不一致,也有可能继续保持方言一致;如果原来的董事长和总经理方言不一致,更替后新任的董事长和总经理可能会变成一致,也有可能继续保持方言不一致。据此,构建如下双重差分模型来检验董事长和总经理的方言一致性对公司代理成本的影响。

$$AgC = \gamma_0 + \gamma_1 Treat + \gamma_2 Treat \times Change + \gamma_3 Change + \gamma_4 Controls + \gamma_4 Dummy + \varepsilon \quad (2)$$

其中, $Treat$ 为虚拟变量,当样本为处理组时赋值为 1,否则为 0。本文选择董事长或总经理变更前 2 年作为研究窗口,在第一种情形下,将董事长或者总经理变化前后方言均不一致的样本设置为控制组,将董事长和总经理变更前双方方言不一致,变更后方言不一致变为方言一致的样本设置为处理组。在第二种情形下,将董事长或总经理变化前后方言均是一致的样本设置为控制组,将方言一致变为方言不一致的样本设置为处理组。 $Change$ 为虚拟变量,如果公司某年发生董事长或者总经理更替则将 $Change$ 赋值为 1,否则为 0。

表 6 列示了模型(2)的估计结果。其中,列(1)、列(3)、列(5)为上述第一种情形的估计结果,交乘项的系数均显著为负,说明如果原来的董事长和总经理方言不一致,由于董事长或者总经理发生更替而使双方方言变成一致,其公司的代理成本会有显著下降。列(2)、列(4)、列(6)为上述第二种情形的估计结果,交乘项的系数都显著为正,说明如果原来的董事长和总经理方言一致,由于董事长或者总经理发生变更而使双方方言变成不一致,其公司的代理成本会有显著提高。这样的回归结果再次证实了方言一致性会对公司的代理成本带来显著的负向影响。

表 6 DID 回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Dia_1		Dia_2		Dia_3	
Treat	0.0111 (0.59)	-0.0039 (-0.34)	0.0192 (1.02)	-0.0070 (-0.40)	0.0210 (1.08)	-0.0039 (-0.28)
Treat × Change	-0.0549** (-2.52)	0.0495* (1.95)	-0.0610*** (-2.68)	0.0722* (1.83)	-0.0630*** (-2.69)	0.0713** (2.15)
Change	-0.0085** (-2.10)	-0.0138* (-1.88)	-0.0074* (-1.86)	-0.0244** (-2.51)	-0.0071* (-1.80)	-0.0220** (-2.57)
Control variables	control	control	control	control	control	control
Adj. R ²	0.393	0.361	0.393	0.391	0.392	0.410
N	978	392	1020	348	1026	344

(2) 工具变量回归

为了进一步克服可能存在的内生性,本文同时采用董事长家乡所在地地形起伏度作为董事长和总经理之间方言一致性的工具变量。地形起伏度可能是一个合适工具变量的原因有:历史上方言的形成通常与地形有着紧密的联系,一般来说,地形越复杂,山脉与河流越多,这个区域历史上越有可能被分割成不同的相对封闭的小区域,人口也相应地被分割,从而使得该地区形成多种方言(刘毓芸等 2015)。封志明(2007)的研究也指出中国的地形起伏度与人口密度有较好的对数拟合关系,起伏度越高的地区,人口密度越小,这样,讲某种方言的平均人口可能越少,董事长与总经理来自同种方言地区的客观概率也就越低。因此,地形起伏度与方言一致性变量应该有显著的负相关关系,但是地形起伏度是该地区历史上形成的天然地理条件,是客观存在的,与公司的代理成本不直接相关,因此,地形起伏度是一个较为合适的工具变量。

表 7 工具变量回归结果

	(1) 第一阶段	(2) 第二阶段	(3) 第一阶段	(4) 第二阶段	(5) 缩略式
QFDu	-0.0466*** (-2.99)		-0.0517*** (-3.61)		0.0032* (1.79)
Dia_2		-0.0687 (-1.62)			
Dia_3				-0.0618* (-1.77)	
Control variables	control	control	control	control	control
Adj. R ²	0.187	0.274	0.178	0.288	0.299
F		18.44		13.01	
N	4193	4193	4193	4193	4193

注：本部分使用地级市的地形起伏度作为工具变量，由于方言区大多跨越了省份界限，因此该部分只进行了 Dia_2 和 Dia_3 两个变量的工具变量回归，由于部分城市的地形起伏度数据缺失，本表样本量减少 39 个，样本量为 4193 个。

本文采用封志明等(2007)提取的基于栅格尺度(10km × 10km)的中国地形起伏度，设置为变量 QFDu 加入模型进行两阶段最小二乘回归。从表 7 列(1)和列(3)第一阶段的回归结果可以看出，地形起伏度与两个方言一致性变量显著负相关，符合本文的预期。而在第二阶段回归中，主要变量的符号与先前的结论一致，Dia_2 的系数虽不显著但非常接近传统的显著性水平，Dia_3 的系数为负且通过了显著性检验，表明董事长和总经理之间的方言一致性确实降低了公司的代理成本。弱工具变量检验的 F 统计量均大于 10，符合经验规则，拒绝了存在弱工具变量的原假设。这样的结果表明，在解决内生性问题之后本文的结论依然成立，研究结论是稳健的。

4. 方言的“文化效应”还是“交流效应”起作用？

语言具有文化认同功能，同时也是人际沟通的媒介。Guiso et al. (2009) 研究欧盟国家之间文化差异对经济往来的影响时，讨论了“文化效应”与“交流效应”的区别。“文化效应”是因为文化差异产生的不信任和冲突所带来的影响，而“交流效应”主要是纯粹因为语言不通而阻碍交流。本文使用地方方言代表地域文化，需要回答到底是方言的“文化效应”还是“交流效应”在影响公司代理成本。在汉语方言中，不同地域的方言确实差异明显，尤其是南方地区的方言，经常十里不同音。但在本文的研究中，方言影响文化纯粹是因为其“交流效应”的可能性是较小的，理由是政府一直在大力推广普及普通话，即使双方的方言完全不同，也基本可以使用普通话进行交流。但是，普通话的推广只是畅通了人与人之间物理上的沟通渠道，而不同地域文化之间的同化则不可能这么快地完成(高翔和龙小宁 2016)，因此普通话的普及并不能消除人们浓重的乡土文化观念。中国人向来对于自己“来自哪里”有终生的情感牵挂，期望“少小离家老大回”，追求落叶归根，来自相同方言地区个体之间的相互交往恰好能满足中国人对家乡的强烈归属意愿，董事长和总经理这种同乡关系对于双方建立良好的工作关系与情感信任无疑是有积极作用的。

方言的形成与天然的地理阻隔有密切的联系。北方河流和山脉少，地势平坦，不同地方方言的差异较小，北方方言大多也称为“官话”，从东北到西北广大地区的人们都可以相互通话。而南方多山、多河流和湖海，地形起伏大、变化多，方言之间存在高度差异，不同的方言通常交流困难。如果主要是方言本身的“交流功能”在起作用，那么可以预期在方言一致性对代理成本的影响上，南方方言应该比北方方言更大。相反地，如果是方言的“文化效应”在起作用，则可以预期南方方言之间的一致性和北方方言之间的一致性对代理成本的影响不会存在显著的差别。

表 8 官话与非官话的影响

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Dia_1	-0.0204* (-1.75)			-0.0130 (-1.29)		
Dia_2		-0.0238** (-1.97)			-0.0141* (-1.78)	
Dia_3			-0.0290** (-2.36)			-0.0158* (-1.89)
Dia × Guanhua	0.0124 (0.96)	0.0120 (0.56)	0.0132 (0.66)			
Guanhua	0.0000 (0.00)	0.0010 (0.06)	0.0025 (0.17)			
Control variables	control	control	control	control	control	control
Adj. R ²	0.300	0.301	0.303	0.328	0.328	0.328
N	4232	4232	4232	2025	2025	2025

本文参考徐现祥等(2015)及高翔和龙小宁(2016)的研究,将样本按董事长和总经理所属方言区分类,分成官话区和非官话区,其中西南官话属南方方言,视为非官话区,引入虚拟变量 Guanhua,当董事长和总经理来自同方言区且该方言区是“官话”时,则将 Guanhua 赋值为 1,否则将 Guanhua 赋值为 0。本文加入官话虚拟变量与方言一致性变量交乘项重新估计模型(1),表 8 列(1)至列(3)是相关结果。与表 4 的回归结果相比,所有的系数依然显著为负,而三个方程中交乘项的估计系数均不显著,这说明方言的难懂程度并不影响方言一致性对代理成本的降低作用,方言一致性能降低代理成本不是因为“交流效应”影响而更有可能是“文化效应”的作用。最后,本文直接剔除了董事长和总经理均来自南方方言区的样本重新回归,表 8 列(4)至列(6)的估计结果说明,尽管剔除了南方方言样本,方言一致性变量的系数估计结果依然显著为负,说明在日常语言沟通相对容易的北方官话地区,董事长和总经理之间方言一致的“文化认同”作用依然存在并降低了代理成本,再次验证方言一致性降低代理成本是因为“文化效应”而非“交流效应”。

5. 进一步分析

(1) 产权性质的影响。在前面的描述性统计中,可以看到按产权性质细分样本后,董事长和总经理的方言一致性对代理成本的负向影响在国有企业和民营企业中表现是有差别的。为此,本文在这部分中分别就两类企业探讨方言的文化认同功能。本文认为,虽然总体上方言一致性会降低企业代理成本,但就不同企业而言可能还是存在差异。国有企业的董事长和总经理在许多情况下都是由政府任命,存在平行任命问题,双方通常并不是监督和被监督的关系;相对而言,民营企业的董事长通常是大股东,与公司管理层形成真正意义上的委托—代理关系,有极大的激励去监督总经理降低代理成本。因此,国有企业董事长和总经理的关系和职责与民营企业中的董事长和总经理有所不同,双方的方言一致性对代理成本的影响也会存在差别。据此,提出假设 3:在国有企业和民营企业中,董事长和总经理的方言一致性降低公司代理成本的作用存在差别。

为了检验假设 3,本文将样本按国有企业和民营企业进行分类并分别回归,表 9 为分样本估计结果。在民营企业中, Dia_1—Dia_3 的估计系数均显著为负,说明董事长和总经理的方言一致性降低了代理成本。与表 4 的总样本回归相比,民营企业中三个方言一致性变量的回归系数绝对值明显变大,显著性水平也有所上升,这说明相对于总样本,民营企业样本中方言一致性对代理成本的

负向影响更大。但在国有企业中,Dia_1—Dia_3的估计系数均没有通过显著性检验,说明国有企业中董事长和总经理是否来自同方言地区,对公司的代理成本没有显著影响。

表9 产权性质的影响

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	民营	国有	民营	国有	民营	国有
Dia_1	-0.0243** (-2.12)	0.0008 (0.08)				
Dia_2			-0.0273** (-2.28)	0.0009 (0.08)		
Dia_3					-0.0332*** (-2.78)	0.0009 (0.08)
Control variables	control	control	control	control	control	control
Adj. R ²	0.193	0.214	0.195	0.214	0.198	0.214
N	1945	2287	1945	2287	1945	2287

注:①列(1)、列(3)、列(5)为民营企业子样本,样本量为1945个;列(2)、列(4)、列(6)为国有企业样本,样本量为2287个;
②在民营企业中,核心自变量的估计系数与基本回归结果一致;国有企业中,核心自变量与基本回归结果不一致。

(2)企业经营地的影响。企业经营地的选择对于企业家来说是极其重要的决策。通常来说,企业家倾向于选择在自己家乡开设企业,这是因为在家乡开设企业可以拥有一个熟悉的经营环境,也更能适应当地的商业文化。而在异地开设企业相对困难,由于文化观念上存在差异,说话的口音也有可能不同,外地企业家较难与本地其他市场主体建立稳定的信任关系。因此,在异地经营的企业家可能尤其信任自己能知根知底的同乡总经理,两个身在异乡的人更能感受到同乡的重要,彼此间的情感亲近度必然更强,也会更加彼此信任和支持。而在本地经营的企业家周围本地的老乡较多,对于同乡的情感亲近度可能弱于同在异乡的同乡对彼此的情感亲近度。据此,本文提出假设4:相对于企业位于家乡的同乡董事长和总经理,在异乡企业中的同乡董事长和总经理双方的情感亲近度和信任水平会更高,两者的方言一致性越能降低代理成本。

为了检验假设4,本文将样本分成两类,一类是董事长家乡所在地与公司经营地相同,另一类是董事长家乡所在地与公司经营地不同,然后针对这两类样本分别回归。表10列(1)—列(2)报告了相关估计结果。列(1)是在本地经营的企业样本,样本量为1351个;列(2)是在异乡经营的企业样本,样本量为594个,可以看出,在本地经营的企业样本中,方言一致性变量虽然为负,却没有通过显著性检验,而在异地经营的样本中,Dia_2的估计系数显著为负,与前文的结论一致。这证实了假设4,说明相比都在家乡所在地的董事长和总经理,同在异乡的董事长和总经理之间更加信任,这样的企业代理成本更低。

(3)人口流动的影响。随着中国经济的发展,人口流动在中国社会变得越来越频繁。在人口净流入的城市,外来人口带来了外来方言和文化,方言环境和文化环境变得复杂。本文认为,这种文化环境的变化也可能影响公司的经营管理决策:在人口净流入的城市,由于文化环境更复杂,人际信任可能面临更大的不确定性,人际信任程度可能越低,人际信任更需要依靠天然的关系来加以稳固,来自同方言地区的董事长和总经理都会更为珍惜这种老乡关系,在工作中也会更为相互信任、相互支持。据此,本文提出假设5:在人口净流入地区,董事长和总经理之间的方言一致性更能降低代理成本。

本文利用我国第六次人口普查中省际人口流动数据,根据企业所在地的省份是人口净流入还是净流出省份将样本分成两类,并分别进行回归,以对上述分析加以检验。表10的列(3)—列(6)

的估计结果显示,在人口净流出的地区,方言一致性的作用并不明显,而在人口净流入的地区,方言一致性的作用则较为明显,这证实了本文的假设5,即在人口净流入的地区,董事长和总经理之间的方言一致性更能降低代理成本。

表 10 企业经营地及人口流动的影响

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	本地经营	异地经营	人口净流出	人口净流入	人口净流出	人口净流入
Dia_2	-0.0244 (-1.43)	-0.0679*** (-3.11)	0.0071 (0.37)	-0.0387*** (-2.63)		
Dia_3					0.0076 (0.38)	-0.0457*** (-3.18)
Control variables	control	control	control	control	control	control
Adj. R ²	0.206	0.250	0.196	0.236	0.196	0.242
N	1351	594	634	1311	634	1311

注:①由于董事长和总经理的方言一致性对国有企业代理成本的影响并不显著,本表的研究只针对民营企业样本。②列(1)样本为董事长所属方言片与公司经营地所在地的方言片相同且为民营企业的子样本、列(2)的样本为董事长所属方言片与公司经营地所在地的方言片不同且为民营企业的子样,大部分公司的地理位置信息只精确到市级,因此本部分实证也只考察 Dia_2;③列(3)、列(5)的样本为企业所在地是人口净流出省份的子样本,列(4)、列(6)的样本为企业所在地是人口净流入省份的子样本。

6. 稳健性检验

为了检验结论的稳健性,本文进行了如下稳健性检验①:(1)为了消除行业因素的影响,本文将经营费用率进行了行业调整,重复本文的实证过程,结论没有变化。(2)现有研究中,也有文献使用总资产周转率代表股东与管理层之间的代理成本,本文同时采用这一变量衡量委托—代理成本,重复前文的实证,结论同样没有发生改变。整体而言,本文的结论是稳健的。

五、结论与启示

本文使用汉语方言代表各地的地域文化,利用《中国语言地图集》匹配上市公司董事长和总经理家乡所在地的方言类别,从而度量出公司高管个人的地域文化背景,并引入社会学中的社会认同理论,结合中国的文化情境阐释了公司董事长和总经理之间通过共同地方方言建立的身份认同对代理成本的影响机制,使用A股上市公司的数据实证检验了文化认同对代理成本的影响。研究的主要结论是:(1)相比董事长和总经理不是来自同一方言区域的公司,两者来自同方言地区的公司其经营费用率更低,即董事长与总经理之间的方言一致性降低了公司的代理成本。而且方言的使用范围越小,方言内部的凝聚力越强,董事长和总经理之间的方言一致性对公司代理成本的降低作用也更为明显。(2)本文构建了DID模型,同时使用地形起伏度这一天然、客观的变量作为工具变量,用这两种方法解决了论文可能存在的内生性问题之后,方言一致性降低了公司代理成本这一结论依然成立,本文还验证了方言一致性降低代理成本不是由于“交流效应”所导致而是因为“文化效应”的影响。(3)本文还发现董事长和总经理之间的方言一致性对代理成本的影响因企业的产权性质而异;此外,相对于在本地经营的企业,在异乡经营的企业其董事长和总经理基于“乡音”产生的情感亲近度会得到强化,双方方言一致性对代理成本的降低作用也更强;人口大量流入会增加地区文化环境的复杂性和人际信任的不确定性程度,相对于人口净流出地区,在人口净流入的地区,公司董事长和总经理之间的方言双方一致性越能降低代理成本。

由以上研究结论,本文得到如下启示:首先,文化深刻地影响了经济和社会的发展,中国的圈层

① 囿于篇幅,留存备索。

文化传统和人际信任特点决定了文化认同对于降低不确定性、订立并信守契约等企业行为有着十分重要的意义,并在公司治理实践中产生积极影响。因此,要注重公司治理主体之间文化背景、思维观念上的契合,这有利于各主体对于公司的重大决策形成一致性意见,有利于降低沟通成本、减少公司治理过程中的效率损失。其次,与西方国家相比,我国经济制度建设相对落后而文化底蕴深厚,且对社会和经济规制作用巨大,要重新激活经济高速发展的活力,就要正视并充分利用我国独特的文化传统对经济的规制作用,考虑文化与制度的交互影响,制定一种能与文化传统形成有效合力并产生正反馈效应的中国特色的公司治理制度,提高中国企业的治理效率。

参考文献

- 陈冬华、胡晓莉、梁上坤、新夫 2013 《宗教传统与公司治理》,《经济研究》第9期。
- 封志明、唐焰、杨艳昭、张丹 2007 《中国地形起伏度及其与人口分布的相关性》,《地理学报》第10期。
- 高翔、龙小宁 2016 《省级行政区划造成的文化分割会影响区域经济吗》,《经济学(季刊)》第2期。
- 黄亚平、刘晓宁 2008 《语言的认同性与文化心理》,《中国海洋大学学报(社会科学版)》第6期。
- 姜付秀、石贝贝、马云飙 2016 《信息发布者的财务经历与企业融资约束》,《经济研究》第6期。
- 刘晓霞、饶育蕾 2013 《代理能力与代理成本:一个关系嵌入的视角》,《财经问题研究》第1期。
- 刘毓芸、徐现祥、肖泽凯 2015 《劳动力跨方言流动的倒U型模式》,《经济研究》第10期。
- 李锡江、刘永兵 2014 《语言类型学视野下语言、思维与文化关系新探》,《东北师大学报(哲学社会科学版)》第4期。
- 罗进辉 2012 《媒体报道的公司治理作用——双重代理成本视角》,《金融研究》第10期。
- 陆瑶、胡江燕 2014 《CEO与董事间的“老乡”关系对我国上市公司风险水平的影响》,《管理世界》第3期。
- 潘越、戴亦一、吴超鹏、刘建亮 2009 《社会资本、政治关系与公司投资决策》,《经济研究》第11期。
- 徐现祥、刘毓芸、肖泽凯 2015 《方言与经济增长》,《经济学报》第2期。
- 杨中芳、彭泗清 1999 《中国人人际信任的概念化:一个人际关系的观点》,《社会学研究》第2期。
- 翟学伟 2014 《信任的本质及其文化》,《社会》第1期。
- 中国社会科学院、澳大利亚人文科学院 1987 《中国语言地图集》,香港朗文出版(远东)有限公司。
- Benmelech, E. and Frydman, C., 2015, “Military CEOs”, *Journal of Financial Economics*, Vol. 117, 43—59.
- Chen, M. K., 2013, “The Effect of Language On Economic Behavior: Evidence From Savings Rates, Health Behaviors, and Retirement Assets”, *American Economic Review*, Vol. 103, 690—731.
- Debacker, J., Heim, B. T. and Tran, A., 2015, “Importing Corruption Culture From Overseas: Evidence From Corporate Tax Evasion in the United States”, *Journal of Financial Economics*, 117(1): 122—138.
- Dimaggio, P., 1997, “Culture and Cognition”, *Annual Review of Sociology*, 23: 263—287.
- Fracassi, C. and Tate, G., 2012, “External Networking and Internal Firm Governance”, *Journal of Finance*, Vol. 67, 153—194.
- Guiso, Luigi, Paola Sapienza and Luigi Zingales, 2009, “Cultural Biases in Economic Exchange?”, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 124, 1095—1131.
- Gumperz, E. M., 1982, *Language and Social Identity*, Cambridge University Press.
- Hwang, B. and Kim, S., 2009, “It Pays to Have Friends”, *Journal of Financial Economics*, Vol. 93, 138—158.
- Jensen, M. C. and Meckling, W. H., 1976, “Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure”, *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, 305—360.
- Lee, J., Lee, K. J. and Nagarajan, N. J., 2014, “Birds of a Feather: Value Implications of Political Alignment Between Top Management and Directors”, *Journal of Financial Economics*, Vol. 112, 232—250.
- Piekkari, R., Oxelheim, L., and Randøy, T., 2013, “The role of language in corporate governance: The case of board internationalization (No. 974)”, IFN Working Paper.
- Portes, R., Rey, H. and Oh, Y., 2001, “Information and Capital Flows: The Determinants of Transactions in Financial Assets”, *European Economic Review*, Vol. 45, 783—796.
- Tajfel, H., 1982, “Social-Psychology of Inter-Group Relations”, *Annual Review of Psychology*, Vol. 33, 1—39.
- Whorf, Benjamin Lee. 1956. *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*, MIT Press.
- Zingales, L., 2015, “The ‘Cultural Revolution’ in Finance”, *Journal of Financial Economics*, Vol. 117, 1—4.

(下转第186页)

在中国语境下,医生与患者之间的信任是针对特定对象信任的一个重要内容。如何提高居民对医生的信任程度?史宇鹏等利用中国家庭追踪调查数据,实证分析了居民的住院经历与其对医生信任水平之间的关系。研究发现,居民的住院经历显著提升了他们对医生的信任水平,同时这种关系并不会因为居民的教育程度、社会地位、居住地、性别等方面的不同而存在异质性。由于居民的住院经历实际上反映着医生和患者之间的沟通程度,因此,加强居民与医生之间的沟通,是减少医患纠纷、提升全社会对医生信任程度的重要途径。

六、总 结

综上所述,本次论坛的入选论文和与会学者基于创新创业视角,从“一带一路”、中国传统文化、区域、家庭和个体五个层面对文化与经济发展的关系进行了深入讨论。这些研究与讨论表明,文化影响着微观个体和家庭的行为、影响着企业的行为与绩效、影响着区域和国家的经济发展,也影响着“一带一路”战略的实施。对于这一领域的未来研究方向,《经济研究》常务副主编郑红亮教授指出,可以从案例研究出发,多关注文化与经济关系的典型案例。《经济研究》编辑部主任金成武在闭幕式上总结认为,文化影响经济,文化也受经济的影响,未来在文化与经济关系这一研究领域,还可以多分析经济对文化的影响,以进一步丰富现有的研究内容。

(责任编辑:谢 谦)(校对:张 涵)

(上接第 160 页)

Can “Local Accent” Reduce Agency Cost? ——A Study Based on the Perspective of Dialects

Dai Yiyi, Xiao Jinli, and Pan Yue

School of Management, School of Economics, Xiamen University

Abstract: This paper successfully identifies the dialects spoken by the chairman of the board and CEO respectively by combining the data of executives' birthplaces and “Atlas of Chinese Language”, and systematically analyzes the effect mechanism of the consistency of the dialect spoken by chairman of the board and CEO to the interactive relationship between them basing on the Sapir - Whorf hypothesis and social identity theory, and then empirically test the influence of such consistency to the agency cost using the data from China's A Share Listed Company from 2008 to 2014. The results show that if chairman and CEO come from the same dialect area, the firm will have lower agency cost, which becomes more significant when the types of dialect are classified finer. After controlling the influence of non-culture factor, the dialects still plays a role. Further study finds that dialect identification can reduce agency cost only in private enterprise and work more powerful in the firm whose chairman is away from his hometown and in the area with population inflow. This paper thoroughly analyzes the influence of Chinese culture on corporate governance based on the pure data from single country, which supplements the microscopic research in “culture and finance” and provides new evidences for market participants to insight into the influences of Chinese traditional culture on economic development.

Key Words: Culture; Dialect; Corporate governance; Agency cost; Social identity

JEL Classification: G34, G38, O17

(责任编辑:陈 辉)(校对:曹 帅)