

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.20191209.001

组织间网络视角下地位研究的发展脉络 与未来研究展望

韩 炜, 姚博闻

(西南政法大学 商学院, 重庆 401120)

摘 要: 所谓地位是指不同受众对个体或组织在社会系统中所处位置的社会评价。地位的背后是政治、经济和社会制度所赋予的权力差异, 这在社会网络中得以体现并发挥作用, 使得社会网络与地位密不可分。聚焦地位与网络的交叉研究, 本文系统地梳理了相关文献, 从网络伙伴选择、网络关系构建、网络结构属性以及网络运营管理四个方面构建了用以进行地位研究解析的文献分析框架, 搭建了网络研究与地位概念间的整合研究框架, 并从低地位研究、地位成因研究、动态地位研究、地位维护研究四个维度提出关于地位的未来研究方向, 以及新情境下地位研究的新问题。本文综合呈现了地位研究的现有成果, 对于把握网络视角下地位研究的进展, 为网络与地位的交叉研究提供有前景的方向引导具有重要的理论意义。

关键词: 地位; 组织间网络; 数字经济; 制度背景

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2020)05-0139-14

一、引 言

地位是社会学者几个世纪以来长期关注的研究问题, 然而直到近几十年, 组织研究者才将地位研究引入管理学领域, 用于解释组织内或组织间的相关管理现象与问题。从社会学的角度来看, 地位意指个体或组织根据其在社会科层体系中所占据的属类传递出的信号(Sauder等, 2012)。从这个意义上来说, 拥有高地位的个体或组织在社会中往往享有荣耀的、尊贵的位置, 并伴随着一系列地位优势。例如, 高地位个体常被视为优秀的行动者(Lynn等, 2009), 而高地位组织则被认为会创造出优异的产品(Podolny, 1993)。

相较社会学将对地位整体认知与权力相关联(Bonacich, 1987), 且社会学将地位概念应用于广泛的社会情境中(Magee和Galinsky, 2008), 组织与管理研究者关注范围更小、更为聚焦的研究情境, 如竞争环境、市场、组织或团队等, 而且倾向于寻求有利地位在管理学范畴内所产生

收稿日期: 2019-11-26

基金项目: 国家自然科学基金重点项目(71732004), 国家自然科学基金项目(71972159), 国家社会科学基金项目(17BGL045)

作者简介: 韩 炜(1979—), 女, 西南政法大学商学院教授, 博士生导师(通讯作者, han_wei1123@126.com); 姚博闻(1994—), 男, 西南政法大学商学院硕士研究生。

的积极结果(Malter, 2014),而不是全盘接受地位概念或全面地解释地位对组织的影响。但由于社会学对地位的概念界定非常宽泛,而且在具体的实证研究中对地位的定义常存在较大的争议,因此尚未形成广泛一致的关于地位的学术定义。加之社会学常将地位与阶层(class)、等级(rank)、秩序(order)、声誉(reputation)等概念相混淆,更不容易让我们理清地位的概念体系与脉络。特别是,在地位概念的主客观认知上,直到现在仍未形成一致结论,即地位究竟是一种主观的社会评价,还是客观的结构现实?地位概念的主客观释义差异,使得我们将其引入管理学研究时难以区分其在管理现象中的作用,也难以识别激发有利地位的驱动因素以及可干预的管理要素。有鉴于此,本文将深入讨论在管理学研究中,特别是组织间网络研究中的地位内涵,理清地位的管理学定义与属性,为地位在管理研究特别是网络研究中的应用奠定基础。

组织间网络是进行地位研究的重要情境,而地位也为组织间网络研究提供了关键视角。首先,组织间网络的独特结构赋予地位以存在性,也催生了网络中不同组织的地位差别。当网络中的某个组织居于联结两个非相关组织的结构洞节点时,其具有相对于后者的优势地位;当某组织所构建的网络具有较低的结构等位,即其所联结的主体没有相同的网络结构,相对于具有结构等位式网络的组织因重复关系人而带来结构冗余,前者具有更强的优势地位。从这个角度来看,网络结构是解释地位成因的重要因素,这源于组织在网络中的节点位置与关系联结。其次,地位可能是网络结构的背后机制,但这里的地位是指社会层面的地位。个体或组织在社会中的身份、视野、位阶资源甚至政治权力,可能会影响其所构建的网络的结构。特别是当地位与权力结合在一起,地位成为个体或组织相对于外在社会结构的位置与权力表征,抑或企业内部网络的位置和权力模式,都会对网络的运行产生不可忽视的影响。有鉴于此,地位与网络的紧密关系使得围绕这两个概念的研究形成相互交叉、相融的趋势,引发我们对网络视角下地位研究的关注。

综上,本文将从地位的概念界定,特别是组织网络研究中地位的概念内涵进行梳理与分析,深刻揭示网络研究中可援引、可借鉴的地位概念的学术属性。进而就网络研究领域中的地位研究进行整理与综述,并基于地位研究的未来发展方向提出在网络研究中开展地位研究的理论思路。本文的理论贡献在于:第一,立足网络理论所关注的“构成—结构—治理”的核心问题,本文从网络伙伴选择、网络关系构建、网络结构属性与网络运营管理四个方面构建了组织间网络视角下地位研究的文献分析框架,有助于理清援引地位理论开展网络研究的发展脉络。第二,本文构建了网络视角下地位研究中关键概念间的逻辑关系,并利用这一概念框架提出围绕网络视角的地位研究的未来研究方向,有助于丰富网络研究与地位研究的内涵。第三,本文研究发现地位可被用于解释网络的内在机制,网络特征变量也可用于解释网络中的地位特征,这一结论有助于从地位的理论视角构建对网络运行的解读,同时从网络的视角丰富地位的前端研究,为二者的交叉研究提供有前景的方向引导。

二、地位的含义与学术属性

从地位的概念起源来看,地位被广泛用于社会学和社会心理学研究。早在20世纪初就有学者提出地位的概念,例如韦伯(Weber, 1994)首次在其研究中提及,地位是人类社会不平等的的一个基础维度,其与财产和权力相伴随。在社会学与社会心理学领域,地位被认为是指向社会不平等的重要过程,它塑造了社会中的群体结构,也直接或间接地为个体创造了机会(Jasso, 2001)。围绕地位含义的讨论,主要集中在客观论与主观论的纷争。早期的社会学研究支持客观论观点,认为社会地位是社会科层体系中位置与排序的反应(Washington和Zajac, 2005)。后来有学者指出地位是对社会客观排序的主观判断,只有通过地位的社会判断,社会价值的科层性

才能转变为实际的社会秩序,从而开启了学术界对地位主观论的认知与讨论。

直到20世纪90年代,地位概念才被引入组织与管理领域,波多尼可谓是早期代表学者之一。自波多尼的《基于地位的市场竞争》一书出版后,越来越多的学者开始关注地位在组织与管理研究领域的应用、延伸与拓展。在波多尼关于地位的定义中,没有关于客观社会秩序的字眼,代之以“质量的信号”。该定义更多地源自于经济学而非社会学,其指向消费者在做出购买决策时所需依据的质量信号,这种信号就是生产者或其产品在市场中地位的反应。尽管这一观点在随后非常流行,但也有学者认为这一定义没有体现出社会层级、秩序、等级等含义,因而忽视了地位概念的社会学根基。更进一步的批评在于,如果过分重视感知质量而忽视了地位概念的其他维度,会使得地位混同于声誉等相关概念。

在组织与管理领域也开始出现围绕客观论与主观论的讨论,甚至是“质量信号”与“社会秩序”间的讨论后,越来越多的学者就地位的含义提出自己的观点,如表1所示。但大多数学者认可地位并非简单的质量信号,应当将质量信号与社会秩序、排序、等级等社会维度相融合,即将社会学与经济学观点整合起来审视地位的学术定义。在Pearce(2011)题为《组织与管理领域中的地位研究》一书中,作者指出地位根植于社会学,应当为个体所感知(主观论),同时也应当能够通过社会结构予以衡量(客观论)。

表1 围绕地位概念界定的相关观点

判定标准	观点	研究层次	作者
主观判断	地位是一种可以累加的社会评价,不但反映了组织被感知的质量,还会吸引具有相似地位的社会主体	市场层次	Zhelyazkov和Gulati(2016)
	地位是社会观众基于自身价值观对组织做出的评价,会对组织未来收益产生影响	组织层次	Paolella和Durand(2016)
	地位反映了社会公众如何看待被评价主体的个人特质和背景特征,会对其未来资源获取和发展产生重要影响	个体层次	Williams和Shepherd(2016); Miller和Le Breton-Miller(2017)
客观判断	地位是社会系统中被评价方一致认可的顺序或排名	组织层次	Rindova等(2005)
	地位与权力有关,体现了社会秩序中的特权或歧视差异	组织层次	Washington和Zajac(2005)
综合主观判断和客观判断	地位反映了组织在阶层秩序中的位置,是组织不可见质量的信号。组织地位的变化会对组织的其他社会评价(如,声誉)产生影响	跨层次	Ertug等(2016)
	地位同时反映了组织被感知的质量和在社会结构中的位置,是组织重要的无形资产和移动资源	跨层次	Piazza和Castellucci(2014)
	地位反映了组织被感知的质量。组织在宏观层次中的地位会对其微观层次中的地位产生影响	跨层次	Skvoretz和Fararo(1996)

综上,已有研究从主观与客观两个角度围绕地位的概念界定形成了长久的纷争,而本文认为摒弃任何一个视角都存在对地位认知的偏颇。因此,本文主张从主客观相结合的角度认识地位的概念范畴,将地位定义为归属于不同类别的受众对个体或组织在社会系统中所处位置的社会评价。这一定义体现出两方面特征。一是地位彰显出其所嵌入的社会情境。这里的社会系统既包含一个社会的整体阶层体系,也包含组织科层结构或组织间网络结构,意味着地位可指向个体或组织在不同社会情境中的位置。二是地位折射出多受众的社会评价特征。对地位的评价并非来自于某一类受众,而是来自于不同类型受众的综合评价,如投资人、供应商、客户对组织会形成不同评价,反应出组织在不同范围内的差异化地位。从地位概念的第一个特征出发,本文聚焦于组织间网络这一社会系统,探讨网络情境下的地位研究进展;同时,本文也在文献

评析过程中关注了第二个特征,即多类别归属、多受众评价特征,以期形成对地位概念的全面理解。

三、地位与组织间网络研究

本文将从网络伙伴选择、网络关系构建、网络结构属性以及网络运营管理四个方面梳理并解读网络视角下的地位研究,其理论依据在于以下三个方面。第一,从网络的构成特征来看,节点与联结是网络的基本构成,因而网络的形成涉及伙伴选择(节点)与关系构建(联结)。组织地位是关于组织的质量信号,信号所蕴含的质量信息是组织选择网络合作伙伴所依据的标准,也影响着组织间网络关系的建立与维系。第二,从网络结构属性来看,结构是包含节点与联结的整体特征,如结构洞、内聚式网络、结构等位等,这种特征塑造着组织在网络中的地位。第三,从网络的动态管理来看,网络运营涉及网络结构内不同组织间的资源流动、技术共享等,这就与不同组织间的地位差别紧密相关。跨组织间的地位差别影响着组织间的资源流动与技术共享,驱动着网络组织的动态演化。综上,沿循“网络构成—网络结构—网络治理”的分析逻辑,本文利用伙伴选择、关系构建、结构属性与运营管理四个方面解析组织间网络与地位的关系,构建了网络视角下地位研究的文献分析框架(如图1所示)。

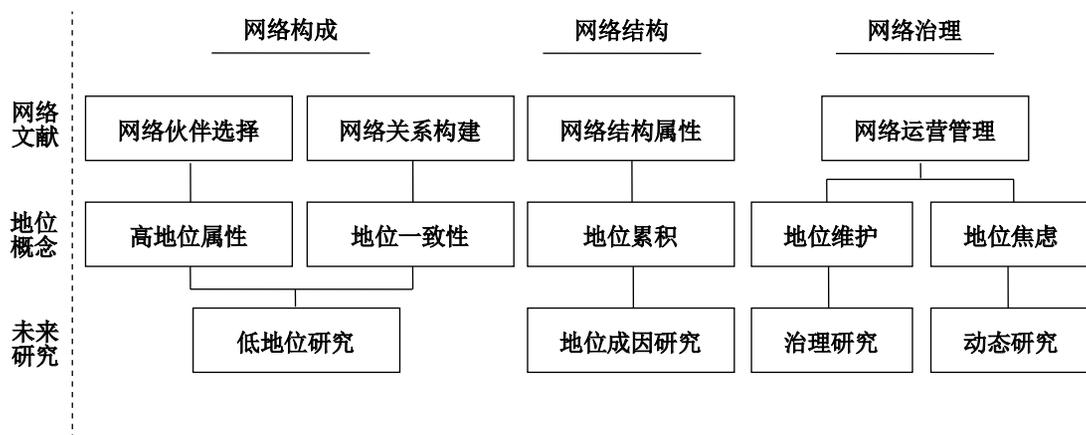


图1 本文的文献分析框架

(一)地位与网络伙伴选择

以Podolny(1993)为代表从经济学视角理解地位含义的学者,主要从市场不确定性角度切入探究市场参与者进行伙伴选择时的影响因素。他们主张市场不确定性是企业依据地位所传递的质量信号,进行合作伙伴搜寻、评判、筛选的重要诱因。(Podolny, 1993)以投资银行为研究情境,研究发现就高地位投资银行而言,高地位可转变为伙伴搜寻与筛选中的低成本优势,因为高地位投资银行凭借其地位所蕴含的高质量信号吸引合作或交易伙伴的主动关系建立。他进一步指出,由于市场的不确定性,企业基于地位信号制定排他性的筛选原则来进行伙伴选择。也就是说,市场不确定性所带来的信息模糊与不对称,使得企业无法准确评价合作伙伴,因而必须依靠地位进行伙伴选择判断。从上述研究来看,市场不确定性所带来的信息不对称与模糊性,会引发高交易成本,而组织用以筛选、评判合作伙伴的信息非常有限,在这一情境下,地位蕴含着关于市场中组织的质量信号,因而是组织进行伙伴选择所依据的关键因素。同时这些研究也指向“地位优势论”,即高地位作为一种优势赋予组织吸引合作伙伴的资本。

自Benjamin和Podolny(1999)的研究采用后视视角,针对企业已经建立网络联结的伙伴,探讨伙伴地位属性的影响效应,即检验那些选择了高地位合作伙伴的企业是否创造了较高的

绩效,从而验证企业进行伙伴选择的标准和原则。该研究发现,企业的网络联结伙伴的地位会对企业从市场中获得的收益产生积极影响,即网络伙伴的地位越高,企业越能够凭借伙伴地位所创造的优势而获益。出于获益性动机的考量,企业将会把与高地位伙伴建立网络联结作为伙伴筛选的标准。更进一步,该研究还发现了一个有趣的结论,如果企业在以往没有建立与高地位伙伴的联结,那么新建高地位伙伴联结所获得的收益会比具有前述经历的企业更低。这意味着,选择高地位伙伴作为网络成员具有“累积效应”,同时企业可以借助不断与高地位伙伴的网络联结提升其在整体网络结构中的地位等级。

综上,在网络伙伴选择的相关研究中,地位作为一种质量信号是企业进行伙伴选择决策所依据的标准和关键因素。基于高地位优势论的观点,企业倾向于筛选高地位伙伴作为关系建立的前提。这一观点以高地位会为组织带来地位优势为隐含假设,但也引发后续研究对“高地位是一种优势还是一种负担?”的质疑与讨论。高地位必定会为个体或组织带来优势吗?对于这一问题,已有研究成果呈现出非常不一致的研究结论。部分研究认为,高地位是一种优势,这源于其所蕴含的社会资本和所产生的良好声誉;而另一些研究主张高地位是一种负担,源于利益相关者更多的关注和负面事件所引发的利益相关者期望破灭。不一致的研究结论赋予高地位优势论以一定的研究空间。同时,上述讨论大多聚焦于组织的社会地位,对于网络情境下节点组织地位属性的讨论欠深入。网络中的高地位是否也会成为组织的负担?以中心度衡量的高地位会增加组织的网络治理成本,以嵌入衡量的高地位则由于过度嵌入而降低组织的网络弹性,这些高地位所带来的负效应值得深入探究。

(二)地位与网络关系构建

从总体上来看,这一研究脉络主张企业应当与筛选出来的高地位伙伴建立网络关系。例如,研究指出企业倾向于与具有高地位的商业银行建立合作关系用于投资银行业务。在Jensen和Roy(2008)的研究中将地位与市场进入相结合,指出企业倾向于与高地位的行业在位企业建立合作关系,而不是与高地位的行业新进入者合作。若需要与新进入者合作,企业也更倾向于与低地位的新进入者合作。这是一个非常有趣的结论,当与市场进入结合起来考虑时,意味着企业并不会一味地将高地位属性作为网络关系建立的准则。

不管是一般性组织间网络的建立,还是联盟网络的形成,地位之于网络构建的作用通常在于高地位所释放的地位优势。由此延伸开来,遵循地位一致性观点,与高地位伙伴建立网络关系往往是高地位企业的必然选择。Chung等(2000)同样利用美国投资银行业的数据,研究发现投资银行间联盟网络关系的建立会受到地位一致性的积极影响。该研究所带给我们的启示在于,地位不仅是网络中企业合作伙伴的特质表征,它更是企业可以投入战略联盟或其他合作关系的无形资产。这一结论也在Bhattacharya和Dugar(2014)的研究中得到了验证,两位作者在研究中同样发现了地位会影响网络关系构建的证据,并进一步指出同等地位的主体间更易于建立合作关系,而当主体间的地位差别增加时合作关系建立的可能性也随之降低。可见,大量关于地位影响网络关系构建的研究论证了地位一致性对网络关系的影响。

然而,如果整合地位一致性观点与高地位优势论观点,高地位企业会与同样具有高地位的伙伴建立网络关系,那么低地位企业将毫无机会可言,他们将不能够通过与高地位企业间建立关系而改变自身的地位。这就形成一个悖论,低地位企业想要与具有高地位优势的企业建立网络关系以改善其地位,但高地位企业在地位一致性的驱动下只会选择高地位企业建立联系与开展合作。这进一步引发一个问题:具有较低地位的新创企业如何与高地位伙伴建立网络关系从而谋求成长?在创业研究中,最新的一份研究尝试回答这一问题(Baron等,2018)。由于具有低地位特征,“不被看好”的创业者们(underdog entrepreneurs)在获取资源时时常遭遇障碍。创

业研究学者援引地位观点指出,这需要处于不同地位的主体间通过互动实现地位理解或地位转移(Gray和Kish-Gephart,2013)。在这种互动中,低地位主体会寻求扭转其在高地位主体眼中的刻板印象和负面态度。低地位主体可采用的互动手段包括不强调社会身份而突出自身值得赞扬的优势,或者尝试转向其他具有有利地位的社会身份,抑或与控制资源分配的关键人建立关联,如通过打点行为建立政治关联(Baron等,2018)。由此可以看出,低地位个体虽具有与高地位个体建立网络关系联结的动机,但必须采取相应的战略手段才能够促进网络关系形成。这也意味着地位差别并不因地位一致性诱因或者低地位者的高地位联结动机而自然被填平,而是需要战略行动的驱动。

综上,在网络关系建立的相关研究中,主流观点认为地位一致性影响着网络关系的形成,已有研究也援引这一观点对高地位主体的伙伴选择与被选择进行分析。网络中连接不同主体的关系联结是基于地位一致性而建立的,也就是说当一条联结的双方主体具有相同地位时,联结更容易建立。但相关文献多基于对高地位主体的观察与研究,而对于低地位主体关注不足。事实上,低地位主体才是“金字塔”底端的大多数构成。这引发我们对如何丰富针对低地位主体研究的思考,他们采取何种手段能够与高地位主体建立网络关系,同时高地位主体如何突破地位一致性假设接受这样的网络关系,都是非常值得研究的问题。

(三)地位与网络结构属性

已有关于地位与网络结构属性的关系研究,对结构洞给予了较多的关注,指出结构洞的形成是一个地位逐步累积的过程。Burt(1992,1997,1998)关于结构洞的一系列文章凸显了结构洞位置的地位优势:信息优势和控制优势。这虽然与社会科层体系中的层级地位与秩序不同,但掌控结构洞体现了行动者在这一经纪人位置对信息的垄断与控制。Burt的结构洞研究在成熟且普遍被认可的网络与地位概念之间搭建了学术桥梁,为后续延续地位与网络结构属性的关系研究奠定了基础。

在Burt的研究基础上,Shipilov和Li(2008)利用1992—2001年英国的并购交易数据,深入探究了企业网络中的结构洞与企业绩效的关系。两位学者在研究中指出,企业出于两种绩效目标而搜寻关于新事业机会以及伙伴合作的信息:地位累积与市场绩效。他们发现,结构洞使得企业能够在开放性的网络中接入新事业机会信息,但同时也会限制对于合作伙伴信息的获取;他们还进一步发现,企业能够通过结构洞的网络结构提高企业的地位累积效应,但同时抑制市场绩效的获得。尽管如此,我们对于地位与网络结构属性的关系仍知之甚少。

综上,网络结构是组织间网络研究的重要议题,但将网络结构与地位相联系的研究还较为少见。网络的结构特征催生网络中节点组织的地位属性,利用不同的结构特征,节点组织将能够塑造高地位优势,并逐步形成地位累积效应。例如,通过创造丰富的结构洞,构建具有多附属组织的内聚网络,与非重复关系人建立网络联结从而打造非结构等位的网络,都有助于提升采取上述网络行动的组织的地位优势,使其在塑造这一结构的过程中形成地位累积。因此,网络结构属性与地位的交叉研究引发我们对地位优势获得与地位累积形成的动态过程的思考。

(四)地位与网络运营管理

网络的运营与管理是一个范围非常广阔的问题。这里并不是说地位与网络运营管理方方面面息息相关,而是从已有关于地位与组织间网络的研究来看,地位被用于解释网络运营中的资源流动、技术共享等议题。

从资源的角度来看,地位属性会塑造跨组织间的资源流动。D'Aveni(1996)在其关于美国商学院的研究中指出,商学院所处的地位层级会对其获取资源的能力产生积极影响。同时,考

考虑到地位作为主观评价的多受众特征,由于不同的受众对商学院持有不同的需求与意见,使得商学院的地位层级特征存在多样性且多种层级并存,因此各个商学院倾向于将自己归于不同的类别(如常青藤、N8联盟等)从而争取不同受众的资源支持。这一研究将地位与类别战略(category strategy)相连接,主张地位是构成类别化的源泉之一。从技术角度来看,地位属性还会塑造跨组织间的技术共享。围绕这一主张,已有研究主要围绕经由技术专利形成的网络展开研究,从技术的角度分析了地位因素如何对专利网络的构建以及网络内的技术共享产生影响。例如,拥有高地位的大公司所发明的专利更容易被引用,从而形成专利网络。更进一步,研究还将地位与类别化相联系,指出若大公司发明的专利从属于核心的、流行的专利类别,其更容易被引用。无论是资源流动还是技术共享,这都是组织用以维护其地位甚至提升地位的手段,通过推动与高地位组织间的资源传递,共享来自高地位组织的技术,有助于组织借助资源与技术维护其在网络中的地位。

当网络的运营管理出现问题时,网络关系可能走向解体。但网络关系解体的原因很多元,地位是影响因素之一,而地位焦虑恰好体现了这一影响。所谓地位焦虑是一种由于地位影响而对自身价值遭到侵害的恐惧与担忧,这种焦虑往往出现于企业的其他利益相关者或合作伙伴质疑某个伙伴质量的情形(Jensen, 2006; Jensen和Roy, 2008)。地位焦虑会促使企业的现有伙伴出于确保自身地位的考虑,而要求企业与已沾染污名的高地位伙伴解除网络联结关系(Jensen, 2006)。Zhelyazkov和Gulati(2016)则从另一个角度论证了地位焦虑所带来的影响,尽管他们并没有使用地位焦虑这一表述。通过对风险投资行业的研究,两位学者发现从风险投资联盟中退出会影响社会公众对企业作为可信赖伙伴的地位认知,而且与现有的共同投资者解除合作关系则进一步影响到其所构建网络中的其他网络联结。该研究从表面上来看探讨了某些网络关系解除对未来其他网络关系的影响,但其事实上深入地位焦虑的前端,从其他网络关系解除的角度分析了其可能诱发的地位焦虑,而这种来自于网络其他参与者的焦虑提升了他们与企业解除网络关系的动机。该研究还进一步论证了地位维护存在成本的观点,对维护现有地位的成本投入塑造了网络的动态性,影响着网络的社会结构以及网络内的资源与信息流动。

四、网络视角下地位研究的未来方向

在前述文献分析框架中,从组织间网络研究文献中析出地位研究的相关概念,基于此未来的地位研究可从低地位研究、地位成因研究、地位动态研究和地位维护研究四个方面展开,且相关研究与网络研究紧密相关,形成如图2所示的概念框架图以呈现概念间的关系。

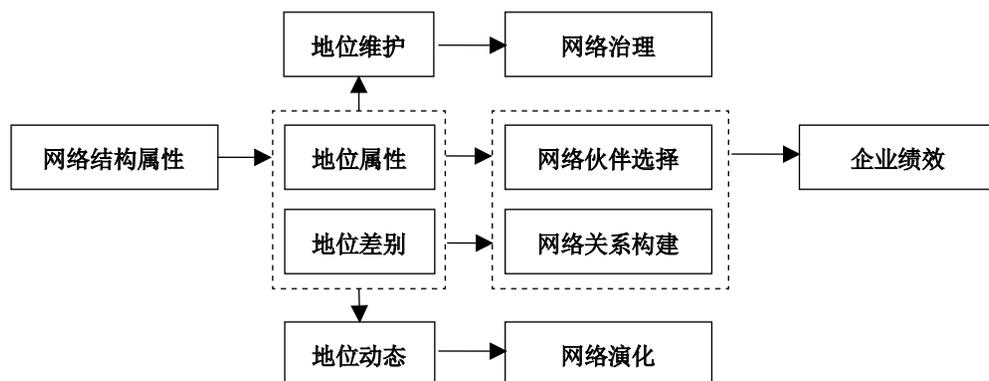


图2 未来研究方向的概念框架图

(一)基于地位属性的低地位研究

未来研究可聚焦于低地位主体,深入揭示低地位属性并将其作为高地位优势的有益补充,基于此更进一步解释网络伙伴选择与网络关系构建。已有关于地位的研究较多地关注于具有高地位的个体和组织,事实上,低地位主体的需求与行为同样值得研究,因为低地位主体可能成为高地位主体的行为参照,或成为高地位主体的交易对象或交换关系参与者。然而,从大量的实证研究来看,将低地位主体作为直接样本的研究还非常少见,我们对于不具有高地位属性的主体能够从其地位属性中获得的收益以及面临的风险还知之甚少。换句话说,对于这些不被关注、不被看好、未曾享有任何高水平社会评价的主体,其行为诱因与结果是什么尚缺乏深入研究。

在大量以高地位主体为研究对象的研究中,少数研究开始关注地位排序中的中低端群体。Prato等(2019)的最新研究围绕中等地位主体展开,在“中等地位遵从”观点基础上提出该观点的理论边界,即这些主体先天所归属群体的地位属性。只有那些先天归属于高地位群体如性别、种族、国家的低地位主体,其遵从意愿更强。围绕低地位主体的研究让我们重新审视是否高地位主体才是最适宜的网络合作伙伴。尽管已有研究已经普遍认可高地位的诸多优势,但由于高地位本身的维护成本,与高地位伙伴建立网络合作关系会产生较高的治理成本。为了维护自身的地位优势,高地位主体往往要采取措施保持受众对其建立的高绩效预期,因而对网络合作伙伴提出更高的要求;同时其来自于高地位的自满情绪则会使其更多地掌控合作关系,提升话语权。这都为寻求与高地位主体建立网络合作关系的主体带来了网络治理的难度。相较之下,中低地位主体尽管不具备强有力的地位优势,但却在治理关系维系上不需要投入如高地位伙伴那样多的成本。此外,从地位一致性观点来看,中低地位主体可能是具有同等地位的企业寻求网络关系建立的适宜对象,这也在少数创业研究中得到证实(Phillips等,2013)。可见,关注中低地位主体,从低端地位层次审视网络伙伴的选择以及网络关系的构建,是未来研究可考虑的方向。

融合高地位与低地位的研究将形成对地位属性的细致解读,这会影响到网络伙伴选择与网络关系的构建,具体表现为低地位属性影响组织的主动伙伴选择与关系建立,高地位属性影响组织作为伙伴被其他组织选择与建立关系联结。低地位组织具有更强的选择高地位组织作为合作伙伴从而间接地获取地位优势的意愿,而高地位组织又缺乏与低地位组织建立网络关系的动机,因此在缺失地位一致性的两类群体间如何建立网络关系,是非常有趣且有研究前景的问题。事实上,存在地位差别的组织间建立网络关系具有现实性,成功的创业企业往往通过撬动与高地位企业的关系打造创业网络,突破合法性局限以利于创业企业成长。然而,已有研究对于存在地位差别的创业网络如何形成,其形成机理为何,缺乏深入的研究,这为后续研究提供了广阔的研究空间。

(二)基于网络结构的地位成因研究

近年来学术界越来越关注个体或组织的地位来自于哪里,地位秩序是如何被创造出来的?这关乎地位的成因,属于地位的前端研究。尽管围绕这一问题的研究并不丰富,但从仅有的文献来看,已有研究主要围绕寻求与授予的两类观点展开。一个核心的假设前提在于:地位形成具有时间效应,即随着时间的推移,地位才逐步形成而非一蹴而就。从寻求观来看,地位形成是行为驱动的,且这种行为表现为与社会规范或制度预期相符。因此地位寻求观主张,地位是行动者依靠行为实施而创造的(Bowers和Prato,2018)。与此相对应,地位授予观认为,地位会因某些个体或组织的独特能力而被授予(Reschke等,2018)。尽管在这一问题上研究结论并不一致,但也引发学者们思考,是否存在寻求地位的行为工具。

从地位的前端诱因来看,已有研究并没有就网络因素给予较多的考虑,而网络结构可能是地位属性形成的重要影响因素。从社会学角度来看,个体或组织都嵌入于不同的网络之中。个体同时嵌入于个人的亲缘关系网络、工作关系网络等,而组织嵌入于供应网络、客户网络、研发合作网络等,他们在网络中所处的地位存在差异,且同一主体在不同网络中的地位也存在差异。这种差异一方面来自于网络的结构属性,如网络的规模、中心度、网络强度以及结构洞特征等。关于结构洞的研究启示我们,当主体拥有较大规模的结构洞时,其在网络中的地位更加凸显。另一方面,差异还来自于个体或组织治理网络的能力以及所采取的网络行动。例如,企业建立与政府的政治关联,或与高地位主体建立直接联系,会提升自身在网络甚至市场中的地位,吸引其他高地位主体接入其网络;企业通过构建具有内在交互关联性的联结组合,能够强化对网络的控制力,维系和巩固其在网络中的地位。这些研究思路引发我们从网络结构的静态视角和行动层面的动态视角探讨地位形成的作用机理,丰富关于地位形成的前端研究,也为将地位形成与维护作为可管理过程,揭示如何获得与保持地位优势提供管理建议。

(三)指向网络演化的地位动态研究

许多研究将地位视为静态的构念,即高地位行动者将永远保持高地位优势,因为遵循马太效应,这一地位能够帮助其获取更丰富、更高质量的资源,强化社会公众对其高质量的认知,从而巩固其地位。例如,Podolny(2005)指出美国金融市场的地位排序相对稳固,这使得这一市场具有较高的稳定性。然而,从安然事件到雷曼兄弟事件,不难看出地位排序并不总是稳定的,在面对未预期的、突发变革时,地位排序也会发生变化,赋予了地位以动态特征。这里就涉及一个“地位丧失”的问题,高地位行动者往往面对着地位丧失的挑战与风险,当地位丧失真实发生时,他们还将面临着如何从地位丧失中恢复过来而再次崛起的问题。例如,Pettit等(2010)研究指出,地位丧失给个体带来的痛苦远比地位获得所带来的成就更大。而Bowers和Prato(2018)关于地位动态性的研究发现,地位的丧失可能来自于市场上“类别”的减少,如细分市场减少,使得现有类别间的竞争加剧,地位获取甚至保持的难度都加大。因此,从总体上来看,地位丧失带来的负面影响使焦点企业在获取资源和寻求合作时面临困难,也影响到产业中与焦点企业有关联的其他利益相关者。

从前述的地位形成,到这里的地位丧失再到地位恢复,折射出地位的动态本质,这与网络演化息息相关。然而,我们尚难以理清究竟是地位的动态性驱动网络演化过程,还是网络演化引发地位的动态调整,抑或二者呈现共演化关系。未来研究应当对网络演化过程与地位动态过程的交互特征给予较多的关注。高地位主体从地位维护到地位焦虑,从地位丧失再到地位恢复的过程可能会推动网络的演化,表现为高地位主体通过建立大规模、高质量、多样化的网络撬动合作伙伴的资源投入用以维护其高地位水平,引发网络结构的变化;当网络中的合作伙伴产生地位焦虑时,高地位主体需要将某些网络关系终止从而确保其地位等级,驱动网络关系的演变;而当地位丧失发生后,高地位主体的网络中心度发生偏移,需要建立新网络关系重建其在网络中的中心地位。可见,网络中主体地位变化会推动网络结构的演变。而从网络结构角度来看,主体间关系建立与解体所驱动的网络自然演化也会影响到网络中主体的地位变化,这种地位更多是指在网络中以中心度衡量的地位属性。因此,究竟是地位变化推动网络演化,还是网络演化引发地位变化,抑或二者呈现共演化特征,非常值得未来研究去深入探索。

(四)指向网络治理的地位维护研究

为了缓解地位焦虑,避免地位丧失,企业需要对其进行地位维护。已有研究主要围绕两类观点展开讨论,一是个体或组织需要投入成本以维持地位(Bothner等,2012),二是地位层级具有“自维护”特征(Blader和Chen,2011)。支持地位投入观点的研究赞同地位动态性,认为个体

或组织的地位可改变;而支持地位自维护观点的研究则主张地位的静态保持性,认为地位层级一旦形成就很难改变。事实上,关于地位是否能够改变的研究结论与其研究情境有关。在相对宏观的情境下,如社会层面,被社会公众普遍认可的地位科层体系不易因地位投入而改变,因为接受社会层级是人们对于社会安全与社会秩序的基本需求。而在相对微观的情境下,如组织间关系、组织内团队层面,组织或个体能够通过行动的实施获得或改变其所处的地位。例如,在Lanzolla和Frankort(2016)关于B2B的双边市场研究中,两位作者发现卖家可信的质量信号传递至线上,会使得卖家获得线上可信的地位。研究还发现,组织的领导者能够通过制作并传播积极的、正面的但却无关的形象信息掩盖负面形象信息,从而改变其处于负面地位的局面。

地位维护需要成本投入,未来可从维护成本的角度对组织如何开展地位维护、维护效果如何进行研究。从维护成本的来源来看,其一方面来自于高地位拉高了受众的绩效预期,一旦社会公众或观察者开始质疑高地位主体,地位丧失可能很快发生。另一方面,地位维护成本还可能来自于高地位主体的自满,这种自满使得高地位主体在提升期望绩效的行动上分心。从维护成本的影响效应来看,过高的地位维护成本会消弭高地位优势所带来的绩效表现,只有在控制维护成本的前提下进行地位维护,才能释放高地位优势所带来的价值。无论是维护成本的构成与来源,还是地位维护的结果影响,立足对维护成本的观察与解读,我们可以深入剖析地位维护的影响因素以及可采取的行动,为网络治理机制的建立提供分析思路。

五、新情境下网络新特征驱动地位研究的未来展望

(一)数字经济背景下网络新形态中的地位研究

在数字经济背景下,尽管互联网带来了海量信息与大数据,信息可获性提高且获取难度降低,但对于如何解释信息背后的含义、哪些信息是重要的,不同组织的看法不同。源自于数字环境中的信息不能被简单理解为一组可识别的信号,“那些模棱两可的信息可能使得企业对市场主体如竞争对手的行为做出误判”。在这一情境下,地位就是一个可用于进行信息解读的适宜工具。特别是在模糊的环境中,信息解读比信息获取更为重要。立足这一观点,少数研究围绕互联网背景下企业利用地位因素构建网络的行为进行研究。例如,Hubbard等(2018)针对互联网企业在完成IPO后构建战略联盟的现象展开研究,揭示了地位因素对互联网新上市企业战略联盟形成的影响。该研究引发我们思考,在互联网背景下,市场主体难以对新上市的互联网企业做出正确的信息解读,原因在于其企业特征不可靠、声誉信息不可获,而此时能否与其他高地位伙伴建立联盟的地位特征可作为解读互联网企业模糊信息的适宜工具。

数字经济驱动着网络形态发生变化,由一般性的企业间关系网络演变为商业生态系统。近五年来围绕商业生态系统的研究不断涌现并逐步升温,而其中“位置”这一核心要素引起地位研究者的广泛关注。例如,长期从事商业生态系统研究的代表学者达特茅斯大学的Ron Adner(2017)和宾夕法尼亚大学的Rahul Kapoor(2017)指出商业生态系统是围绕核心价值主张而匹配多边参与者从而形成互补特征的结构安排,参与者之间的联结是出于匹配价值主张的需要,而这取决于匹配对象在整体商业生态系统价值蓝图中的地位。遗憾的是,其他大多数研究仍止步于对商业生态系统构念的解读,或强调参与者地位的重要性,缺乏对地位影响商业生态系统运行的规律识别。在商业生态系统中的地位会影响到生态系统的价值创造以及参与者的价值获取,高地位的参与者预示着其在价值共创中的重要作用,需要做出更多的价值共创投入,也能够在价值获取中获得更多的份额。基于生态系统中参与者生态位的地位属性剖析生态系统的价值共创逻辑,是非常有前景的研究方向。

(二) 转型制度背景下关系网络中的地位研究

地位的产生有赖于制度背景,这被传统的地位理论所忽视。针对不同制度背景下对地位的讨论,已有研究主要聚焦于与资源配置、权力分配相结合的地位格局。以Lin、边燕杰等为代表的学者利用“金字塔”结构分析了资源在中国社会经济系统中的阶层化分布,即位居金字塔顶端的个体或组织具有较高的社会地位,同时掌握较多的资源,而位居金字塔底端的个体或组织则因其较低的社会地位而掌握较少的资源。将这一观点引入网络领域,已有研究对资源所蕴含的与地位有关的质量属性而非数量属性给予了较多的关注。例如,张玉利等(2008)、杨俊等(2009)对社会网络所蕴含的关系资源,即社会网络中的个体所拥有的社会资源地位或资源价值进行了深入分析,揭示出具有地位属性的关系资源之于创业企业绩效的影响。马磊(2019)利用差序格局概念分析了不同企业在市场上的地位分布,指出中国的企业在市场上也呈现出一种差序格局,国有企业表现出更高的市场地位,更易于吸引网络合作伙伴与网络关系的建立。可见,制度环境会对组织的市场地位及其网络构建产生重要影响。

有鉴于此,应将地位置于制度背景下进行深入探讨,以期揭示制度环境塑造地位的形成机理。在西方以成熟的市场经济为依托的制度背景下,企业市场地位的形成符合社会学家韦伯、波多尼等的地位理论。但在中国由计划经济向市场经济转型的制度背景下,体制内外格局并存的二元经济结构塑造了中国情境下的地位层级,市场地位的形成机制不尽相同,这进一步导致差异化的市场秩序形态。基于此,在中国转型制度背景下,未来地位研究应着重考虑制度环境对地位形成的影响,一方面将制度背景与网络情境相结合,探讨制度与网络的交互影响地位形成机制的联合作用;另一方面在中国独特的二元体制格局中,将地位要素与其他战略要素相融合,如审视资源的地位含量而非资源的价值属性或数量特征,考察地位的权力属性而非简单的高低等级对企业构建网络的影响。

(三) 个体驱动的组织间网络中的地位研究

组织间网络是以组织为纽带的网络结构,然而组织是由人(个体)所组成的,因此以个体为纽带形成的组织间网络是近年来网络研究的新情境。新近关于员工流动引发的组织间关系研究,将员工流动作为一种非组织战略意图的跨边界行动使得组织间存在潜在关联。这可能不是通常意义上的网络构建,但仍属于跨组织边界的关系研究。当地位概念被引入员工流动引发的组织间关系研究时,地位被用于解释群体属性或环境特征,而不是前述组织间网络研究中将地位用于对特定组织的解读。“地位群体”被相关研究较多地提及,并指出不同地位的群体具有松散的边界,有赖于市场上利益相关者的质量评价(Shipilov等,2017)。例如,将地位群体作为一个研究情境,指出当员工流动至高地位的竞争对手时,其创新绩效会受到负面影响。该研究发现个体或组织可在不同的地位群体间移动,使得地位群体具有战略群组的核心特征。

由员工流动引发的组织间关系研究拓展开来,未来研究可围绕个体网络与组织网络相融合的视角展开,这意味着要将地位研究置于“双网融合”的研究情境。一方面,同时嵌入于个体网络和组织网络引发组织地位的多受众评价特征,即其他个体或利益相关者组织会对组织执行不同的社会评价。因此未来研究需要首先对组织所嵌入的网络进行类别化研究。类别化为探究地位的多受众评价特征提供了分析工具,只有对组织进行类别化归属,才能审视其在不同网络类别中的地位评级。另一方面,地位研究可由个体组织的地位属性向群体组织的地位属性延伸。与战略管理理论中的战略群组概念相似,针对地位群体的研究可援引战略管理理论,识别产业中具有不同地位特征的群体,进而探究个体或组织如何克服群体间的“移动壁垒”实现跨群体移动,这可能涉及对地位群体移动战略的讨论。

六、结论和启示

社会学长期关注的地位研究近年来在组织与管理领域得到了快速的发展,特别是组织间网络研究越来越多地将地位与网络研究相联系,从地位的视角解释网络研究中的诸多问题。本文在对关于地位的相关研究进行系统梳理的基础上,在以下三个方面形成研究结论。第一,地位可被用于解释网络的内在机制,从地位的理论视角构建对网络运行的解读。地位的背后是政治、经济和社会制度所反映出的结构差异及其所赋予的权力差异,这在社会网络中得以体现并发挥作用。因此,组织的地位属性有助于解释组织间网络在伙伴选择、关系建立、网络结构、网络治理等问题上的内在机制。第二,网络特征变量也可用于解释网络中的地位特征,丰富地位的前端研究。组织不仅具有政治经济制度与环境所赋予的社会地位属性,其在所嵌入的网络中也蕴含着网络地位属性,这取决于网络的结构及其在网络中的位置。从这个意义上说,探究网络结构有助于解析组织在网络中的地位属性,丰富目前仍较少触及的地位成因研究。第三,新情境下的地位研究被赋予新的内涵,数字经济、转型制度、多类型网络交叉融合使得组织间网络呈现新形态与新现象,催生地位研究领域的新问题,值得后续研究深入探索。

在组织间网络与地位研究的交叉领域,有着较为广阔的研究空间以及有前景的方向,值得未来研究去探索与挖掘。首先,在网络研究中关注中低地位主体,从低端地位层次审视网络关系的构建,是未来研究可考虑的研究方向。低地位企业想要与具有高地位优势的企业建立网络关系以改善其地位,但高地位企业在地位一致性的驱动下只会选择高地位企业建立联系与开展合作,这增加了低地位企业构建蕴含高地位伙伴的网络的难度。未来研究可针对低地位企业如何吸引高地位企业与之建立网络关系展开研究,例如在创业领域,探究“不被看好”的创业者如何吸引高地位伙伴构建创业网络,撬动具有较高地位含量的网络资源,有助于丰富我们对创业网络构成内容及其地位资源特征的科学认识。

其次,网络研究还可立足网络结构属性探讨网络情境下参与主体地位的形成机理,探索网络参与主体能够通过采取什么样的网络行动来诱发其自身地位以及利益相关者地位的变化,丰富地位形成的前端研究。特别是在数字经济背景下,在以商业生态系统为新形态的网络中,生态系统参与者的地位属性一方面取决于参与者所从事的商业活动与生态系统价值主张的匹配程度,另一方面取决于参与者在生态系统价值共创中的贡献程度。立足这一情境,未来研究可在融合商业生态系统的网络结构及其依据价值主张统合参与者行动的匹配特征基础上,剖析商业生态系统中不同类型参与者,如发起者企业、互补者企业、在位企业等地位的形成诱因,挖掘发起者企业如何利用价值主张设计匹配互补者从而提高其中心地位优势,探究互补者企业如何在参与价值共创时增强价值获取能力以积累地位优势,探讨在位企业如何在与新生态发起者的竞争互动中实现地位维护或走向地位丧失。

最后,地位的可改变特征一方面引发我们对地位转移、地位丧失、地位恢复等有趣但尚缺乏研究的现象与问题进行深入思考,这引导着网络研究对网络节点组织地位与网络结构的共演化过程给予关注。另一方面,地位的可改变性也赋予通过网络治理改善地位属性以潜在的可能,驱动着网络治理研究聚焦地位维护甚至地位优势获取所驱动的网络治理策略与过程。未来研究可整合地位动态研究与网络治理研究,关注企业如何在控制治理成本的情况下对地位进行管理与维护,从而持续性地获得高地位优势所带来的价值;关注低地位企业利用何种网络治理机制能够促进高地位伙伴的地位优势转移,以及高地位企业如何保持地位优势而避免陷入地位丧失的境地。

主要参考文献

- [1]Adner R. Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy[J]. *Journal of Management*, 2017, 43(1): 39-58.
- [2]Baron R A, Tang J T, Tang Z, et al. Bribes as entrepreneurial actions: Why underdog entrepreneurs feel compelled to use them[J]. *Journal of Business Venturing*, 2018, 33(6): 679-690.
- [3]Bhattacharya H, Dugar S. Partnership formation: The role of social status[J]. *Management Science*, 2014, 60(5): 1130-1147.
- [4]Blader S L, Chen Y R. What influences how higher-status people respond to lower-status others? Effects of procedural fairness, outcome favorability, and concerns about status[J]. *Organization Science*, 2011, 22(4): 1040-1060.
- [5]Bothner M S, Kim Y K, Smith E B. How does status affect performance? Status as an asset vs. status as a liability in the PGA and NASCAR[J]. *Organization Science*, 2012, 23(2): 416-433.
- [6]Bowers A, Prato M. The structural origins of unearned status: How arbitrary changes in categories affect status position and market impact[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2018, 63(3): 668-699.
- [7]Ertug G, Yoveg T, Lee Y, et al. The art of representation: How reputation affects success with different audiences in the contemporary art field[J]. *Academy of Management Journal*, 2016, 59(1): 113-134.
- [8]Gray B, Kish-Gephart J J. Encountering social class differences at work: How “class work” perpetuates inequality[J]. *Academy of Management Review*, 2013, 38(4): 670-699.
- [9]Hubbard T D, Pollock T G, Pfarrer M D, et al. Safe bets or hot hands? How status and celebrity influence strategic alliance formations by newly public firms[J]. *Academy of Management Journal*, 2018, 61(5): 1976-1999.
- [10]Lanzolla G, Frankort H T W. The online shadow of offline signals: Which sellers get contacted in online B2B marketplaces?[J]. *Academy of Management Journal*, 2016, 59(1): 207-231.
- [11]Lynn F B, Podolny J M, Tao L. A Sociological (De) construction of the relationship between status and quality[J]. *American Journal of Sociology*, 2009, 115(3): 755-804.
- [12]Magee J C, Galinsky A D. Social hierarchy: The self - reinforcing nature of power and status[J]. *Academy of Management Annals*, 2008, 2(1): 351-398.
- [13]Malter D. On the causality and cause of returns to organizational status: Evidence from the grands crus classés of the médoc[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2014, 59(2): 271-300.
- [14]Miller D, Breton-Miller I L. Underdog entrepreneurs: A model of challenge-based entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2017, 41(1): 7-17.
- [15]Paoletta L, Durand R. Category spanning, evaluation, and performance: Revised theory and test on the corporate law market[J]. *Academy of Management Journal*, 2016, 59(1): 330-351.
- [16]Pearce J. Status in management and organizations[J]. *Management Decision*, 2011, 49(6): 1024-1028.
- [17]Pettit N C, Yong K, Spataro S E. Holding your place: Reactions to the prospect of status gains and losses[J]. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2010, 46(2): 396-401.
- [18]Phillips N, Tracey P, Karra N. Building entrepreneurial tie portfolios through strategic homophily: The role of narrative identity work in venture creation and early growth[J]. *Journal of Business Venturing*, 2013, 28(1): 134-150.
- [19]Piazza A, Castellucci F. Status in organization and management theory[J]. *Journal of Management*, 2014, 40(1): 287-315.
- [20]Prato M, Kypraios E, Ertug G, et al. Middle-status conformity revisited: The interplay between achieved and ascribed status[J]. *Academy of Management Journal*, 2019, 62(4): 1003-1027.
- [21]Reschke B P, Azoulay P, Stuart T E. Status spillovers: The effect of status-conferring prizes on the allocation of attention[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2018, 63(4): 819-847.
- [22]Sauder M, Lynn F, Podolny J M. Status: Insights from organizational sociology[J]. *Annual Review of Sociology*, 2012, 38(1): 267-283.
- [23]Shipilov A, Godart F C, Clement J. Which boundaries? How mobility networks across countries and status groups affect the creative performance of organizations[J]. *Strategic Management Journal*, 2017, 38(6): 1232-1252.
- [24]Williams T A, Shepherd D A. Victim entrepreneurs doing well by doing good: Venture creation and well-being in the aftermath of a resource shock[J]. *Journal of Business Venturing*, 2016, 31(4): 365-387.

[25]Zhelyazkov P I, Gulati R. After the break-up: The relational and reputational consequences of withdrawals from venture capital syndicates[J]. *Academy of Management Journal*, 2016, 59(1): 277-301.

The Research Trend and Future Research on Status from the Perspective of Inter-organizational Network

Han Wei, Yao Bowen

(*Business School, Southwest University of Political Science and Law, Chongqing 401120, China*)

Summary: As a form of social evaluation, status defined as social standing or professional position has become popularized in the literature, especially in the field of sociology. Management scholars have paid more attention to the attributes of organizational status and provided empirical evidence to provide a more complete view of their influence. Based on this, we review the research trend on status published in top journals and highlight the current issues being tackled by this stream of enquiry. Focusing on the cross-over studies of network and status, this paper builds a literature analysis framework from the perspectives of partner selection, tie formation, network structure and network operation. By dividing the literature into these four parts, it is helpful to analyze the studies on status in the field of network. Based on this, the conceptual framework of network and status has been initiated. It consists of future research from the perspectives of dynamic, low-status, antecedents and status maintenance. Using this conceptual framework, we try to form causal relationships between status constructs and network issues. We provide some synthesis to highlight unsolved problems and research trends that have become prominent and require attention from management scholars. First, the vast majority of firms or individuals who do not have a high status should be paid more attention to. Future research should take low-status organizations as the research object such as underdog entrepreneurs and focus on how they form network relationships with high-status partners. Second, little is known about where status comes from, and how it is created. Future research should focus on the antecedents of status formation from the perspective of network, and whether there is instrumentality in seeking out high status. Third, since status ordering is not stable but can be subject to unexpected and sudden change, it is prospective to study how high-status actors perform after a status loss or a decline in status. It also links to the research of network governance that contributes to status maintenance. This study comprehensively presents the current research of status, which is of great theoretical contribution for clearly grasping the progress of status research from the perspective of network. The framework that is initiated in this paper contributes to future literature review and the cross-over study of network and status. The suggestions on future research provide guidance for status research in the field of network.

Key words: status; inter-organizational network; digital economy; institutional background

(责任编辑:王雅丽)