

文化交流与企业海外并购

——基于“一带一路”孔子学院的经验研究

李 青, 韩永辉, 韦东明

摘 要: 孔子学院作为中华文化对外交流的重要形式, 对中国企业“走出去”的作用越发突出。文章基于 2006~2016 年“一带一路”沿线国别数据, 从孔子学院视角考察文化交流对中国企业跨国并购的影响效应。研究发现: (1) 孔子学院对中国企业在沿线国家的并购意愿和并购结果具有显著的促进作用; (2) 与“一带”沿线相比, “一路”沿线的孔子学院具有更强的促进效应; (3) “一带一路”倡议的提出加强了孔子学院对海外并购的促进效应; (4) 孔子学院通过加强友好访问, 推进文化交流活动, 提高各国对中国好感度等中介作用机制, 对中国企业海外并购产生积极影响; (5) 孔子学院倡议“构建人类命运共同体”等中华文化和理念精髓, 对中国企业海外并购将起到持续的文化促进作用。

关键词: 一带一路; 海外并购; 孔子学院; 文化交流效应

中图分类号: F125.4 文献标识码: A 文章编号: 1002-0594 (2020) 08-0081-16

DOI:10.13687/j.cnki.gjjmts.2020.08.006

一、引言

在“走出去”战略指导下, 中国企业海外并购发展迅速。然而, 双边文化差异已然成为中国企业对外并购过程中不可避免的问题。在微观上, 文化差异会导致并购双方产生信任障碍, 难以形成共同的企业价值观, 导致潜在的文化矛盾不断加深, 从而增加企业海外经营的管理成本; 在宏观上, 文化差距会削弱东道国对母国文化的心理认同感, 导致双边经贸交往的划分与对立, 从而对双边经贸关系产生消极影响 (李友田, 2013)。基于此, 研究文化交流对海外并购的影响路径和作用机理, 对于更好理解中国企业海外并购现状, 促进中国企业“走出去”具有现实意义和参考价值。

收稿日期: 2020-02-11

基金项目: 教育部创新团队发展计划滚动支持项目 (IRT_17R26); 国家自然科学基金项目 (71873041, 71603060, 71573058); 广东省软科学研究计划项目 (2019A101002100); 全国统计科学研究项目 (2019LY88)

作者简介: 李青 (1970-), 湖南长沙人, 广东外语外贸大学广东国际战略研究院秘书长、教授、博导, 研究方向为国际战略研究、跨国公司经营; 韩永辉 (1986-), 广东三水人, 广东外语外贸大学广东国际战略研究院副教授、博导, 中国社会科学院世界经济与政治研究所博士后, 珠江学者、云山学者, 研究方向为世界经济、产业经济; 韦东明 (1993-), 广东广州人, 暨南大学产业经济研究院博士研究生, 研究方向为一带一路。

中国历来重视中华文化对外交流, 孔子学院作为中国文化“走出去”的重要发展形式, 在双边经贸合作中发挥着重要的文化效应。2013年“一带一路”倡议的提出为中国企业“走出去”带来历史性机遇, 有利于提升中国对外经贸合作水平(韩永辉和罗晓斐, 2017)。随着“一带一路”倡议深化, 孔子学院作为推动中国与沿线国家“民心相通”的重要环节, 在中国企业“走出去”过程中扮演着越来越重要的角色。那么, 以孔子学院为载体的文化交流对中国企业海外并购存在如何的理论机理? 孔子学院对中国企业在沿线国家的并购意愿和并购结果是否具有积极作用? 在政策方面中国应如何通过双边文化交流推动中国企业对外并购? 要回答这些问题, 需要立足前沿计量分析模型, 进行科学严谨的实证分析。因此, 本文采用2006~2016年中国海外并购数据, 深入分析孔子学院对中国在“一带一路”沿线国家并购中的作用效应。

二、文献综述

作为国家和企业共同价值观念的集合, 文化可通过非正式制度约束降低交易成本, 已然成为对外并购的重要影响因素(Hermalin和Wallace, 2001; Stahl和Vogit, 2008)。现有关于文化因素和海外并购的文献, 大多从国家宏观和企业微观层面展开研究。在国家宏观层面上, 学术界关于双边文化距离对并购的影响关系莫衷一是。一方面, 部分研究发现双边国家文化距离越大, 母国企业获得东道国居民的心理认可度越低, 并购业务开展过程中存在较大文化冲突的可能性越大, 从而导致海外并购失败率越高(Datta和Puia, 1995; 孙淑伟等, 2017); 另一方面, 部分学者认为国家文化距离对海外并购具有互补促进效应, 较大的文化距离有利于推动母国和东道国双方企业发挥文化学习和融合作用, 加快企业并购进程(Zollo和Singh, 2004; Steigner和Sutton, 2011)。另外, 一些研究认为文化因素和海外并购存在一定的非线性关系和门槛效应(Mohammad和Glaister, 2011)。在企业微观层面上, 学术界较为一致地认为双方企业组织文化的认同有利于抑制企业并购过程中所产生的文化冲突, 对海外并购工作具有促进作用(王艳和阚铄, 2014; 高振明等, 2016)。此外, 双方文化管理方式的异同也对并购业务开展具有重要影响(Kavanagh和Ashkanasy, 2006; 程聪等, 2017)。然而, 少有文献从孔子学院的文化交流视角, 分析微观企业的海外并购动机行为。

自“一带一路”倡议提出以来, 关于中国对“一带一路”沿线国家投资并购的研究迅速增加。然而, 现有文献大多从对外直接投资的区位选择、经贸便利化程度、产能投资治理机制和投资价值等角度进行定性分析(周五七, 2017; 吴福象和段巍, 2017; 韩永辉等, 2019), 而忽略了文化交流在中国与“一带一路”沿线国家经贸合作中的重要作用。纵观现有文献, 个别学者从文化角度分析中国与“一带一路”沿线国家的投资行为(王国刚, 2015)。但是, 鲜有文献从孔子学院角度, 探索孔子学院这类文化交流平台对企业海外并购行为的作用机理和影响作用。

通过梳理文献,可以发现以往研究为分析文化交流因素对海外并购的影响提供了有益的探索,然而仍然存在三点不足,也是本文拟开展的边际贡献:(1) 研究视角上,以往文献主要聚焦于文化距离对海外并购的影响,而忽视了孔子学院等文化交流平台的重要地位。实际上,随着中国企业“走出去”步伐加快,孔子学院等文化交流平台在双边经贸合作中占据着越发重要的地位。本文基于孔子学院角度研究文化交流对海外并购的作用,具有现实参考意义。(2) 研究内容上,目前少有文献考察孔子学院等文化交流平台与中国企业海外并购的关联性。当前,随着中国对外投资规模扩大,海外并购已然成为了中国企业“走出去”的重要投资形式。本文契合“一带一路”背景,选择中国企业海外并购作为被解释变量,实证考察孔子学院对中国企业海外并购的影响作用,具有理论与创新性应用价值。(3) 研究方法上,本文基于严谨的数理模型,实证探究孔子学院对中国企业在“一带一路”沿线国家并购中的作用机制,并从友好访问、文化交流活动和国家好感度的视角进行机制分析,具有较强实践指导意义。

三、理论机制

孔子学院作为中国文化“走出去”的重要平台,通过以下四个渠道推动中国企业海外并购(图1):

(一) 消除信息不对称

孔子学院通过发挥智力支持功能和推动领导人访问,强化双方企业交流合作(Lien 和 Chang, 2012)。首先,孔子学院可以通过提供智库服务和推动课题研究合作,强化孔子学院的智力支持功能,为中国和“一带一路”沿线国家企业的经贸交流互动提供政策咨询服务和投资信息便利(周汶霏和宁继鸣, 2017)。其次,中国政企领导人较多出席孔子学院的文化交流活动,而“一带一路”沿线国家的商界人士对孔子学院活动的参与性也不断增强,从而为中国和“一带一路”沿线国家的经贸合作提供了交流平台。最后,孔子学院通过搭建双边对话平台,提高双边投资互动、文化交流、教育合作的长期合作水平,提升了“一带一路”沿线国家对中国企业的认可度(姜慧和张志醒, 2017)。

(二) 降低交易成本

一般而言,语言和文化差异在国际经贸合作中占有不可或缺的重要地位(Helpman 等, 2018),跨国企业对语言和文化相近的东道国更具有偏好性。自第一所孔子学院建立以来,孔子学院通过为“一带一路”沿线国家提供汉语教学、职业技能培训和人才培养,提升了“一带一路”沿线国家人民对中华文化的熟悉度和认同感,缓解中国和“一带一路”沿线国家之间的文化差异和语言距离所带来的消极影响(许陈生和王永红, 2016),降低双方企业交易成本,促进并购业务开展。

(三) 提高文化认同感

孔子学院作为中华文化“走出去”的文化交流载体,通过加强在“一带一路”

沿线国家的汉语教学、文化传播和文化演出活动,提升“一带一路”沿线国家人民对中华文化的熟悉度和认知度。最终让更多的“一带一路”沿线国家人们通过孔子学院的传播载体了解中国相关的文化理念,特别是有助于人们深化“一带一路”倡议中共建人类命运共同体的理念(张虹倩和胡范铸,2017)。与此同时,孔子学院通过文化交流活动推动中国与“一带一路”沿线国家文化交流,促进世界文化大融合发展,进而对企业海外并购营造有利的并购环境。

(四) 降低投资风险

孔子学院通过建立企业经验交流平台,促进双方企业问题解决,从而降低双方企业文化整合风险。此外,孔子学院也有利于促进母国与东道国经济合作,推动双边关系水平提升,从而改善东道国投资制度环境,可以进一步保障中国企业在“一带一路”沿线国家的并购利益(刘希等,2017)。另外,孔子学院通过推动企业对投资政策、营商环境和东道国企业文化的理解,有利于减低政治风险带来的投资成本损失,降低中国企业并购业务的前期调研搜索成本,从而促进企业海外并购。

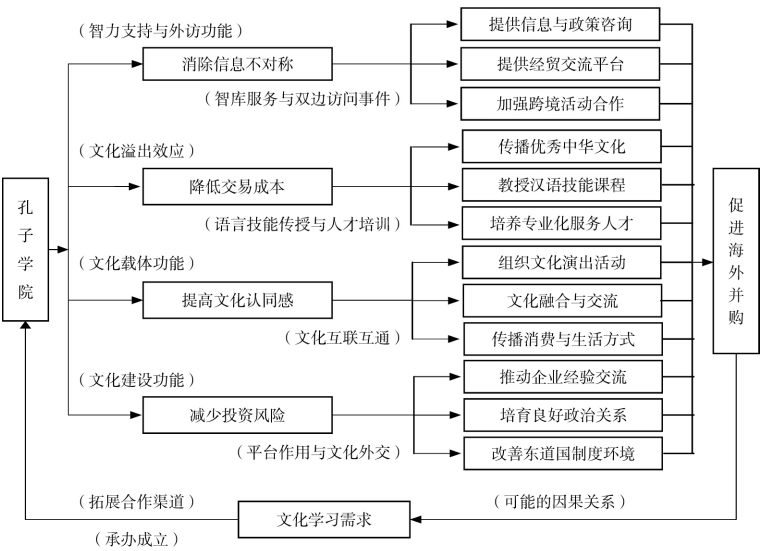


图1: 孔子学院对海外并购的影响机制

四、研究设计

(一) 模型构建

为深入分析文化交流对中国企业海外并购的影响效应,本文参考 Buckley 和 Liu (2007)、Cheung 和 Qian (2009) 的经验做法,构建跨国并购面板数据引力模型的基准形式:

$$merc_{it} = \alpha + \beta_1 conf_{it} + \beta_2 X_{it} + \eta_i + \mu_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, $merc_{it}$ 表示为中国在 t 年对国家 i 的海外并购案例数; $conf_{it}$ 表示为在 t 年国家 i 的孔子学院数量; X_{it} 代表控制变量,包括制度质量、双边汇率、通货膨胀率、

劳动力人口、人均 GDP、经济距离、地理距离、华人文化圈虚拟变量、接壤虚拟变量、发达国家虚拟变量。上述变量将基于数据特征进行对数化处理。

(二) 样本选择与变量测量

本文采取 2006~2016 年签订“一带一路”合作协议的 66 个“一带一路”沿线国家作为研究对象^①。

1. 被解释变量。本文采用中国企业海外并购意愿案例数量 (merc) 作为被解释变量, 同样本文也关注孔子学院对中国企业海外并购成功案例数量 (mers) 的影响。中国企业海外并购的意愿数量和成功数量的数据来源于万德数据库 (WIND)。参照 Woodridge (2010) 的经验做法, 对本文的意愿并购数进行加 1 再对数化处理, 以降低数据偏度。

本文基于以下筛选方法, 对中国企业海外并购的样本进行处理 (洪联英等, 2015; 刘青等, 2017): (1) 中国企业总部样本须位于中国大陆 (剔除港澳台地区); (2) 根据《上市公司行业分类指引》中关于行业分类标准, 对中国海外并购企业样本中的金融企业进行剔除处理; (3) 剔除以避税天堂为目的地的样本; (4) 剔除数据缺省样本。

2. 解释变量。孔子学院 (conf) 为本文核心解释变量, 是文化交流的代理变量, 数据来源于《孔子学院年度发展报告》。截止 2018 年 12 月, 中国已在 54 个“一带一路”沿线国家建立了 153 所孔子学院和 149 个中小学孔子课堂, 对中国文化“走出去”起到了重要的桥梁作用。

3. 控制变量。(1) 制度环境 (poli)。东道国的制度环境是影响跨国企业投资并购的重要因素 (Naudé 和 Krugell, 2007)。本文参照黄新飞等 (2013) 做法, 采用《全球治理指标》六大指标的平均值以衡量东道国的制度环境。(2) 双边汇率 (exch)。一般而言, 货币汇率对企业并购成本具有显著的影响 (Benassy 等, 2001), 因此本文对双边汇率进行控制数据来源于 CEPII 数据库。(3) 通货膨胀率 (cpi)。岳咬兴和范涛 (2014) 研究认为东道国温和型通货膨胀率对跨国企业海外并购具有重要的促进效应, 因此本文添加通货膨胀率变量进行控制, 数据来源于世界银行数据库。(4) 劳动人口 (pop)。劳动人口是衡量一国经济发展潜力的重要因素。数据来源于世界银行数据库。(5) 人均 GDP (pgdp)。人均 GDP 表征为一国经济发展水平。数据来源于世界银行。(6) 经济距离 (decn)。双边经济发展水平越接近, 对市场寻求型的海外并购具有较大的促进效应。因此, 本文以中国与东道国人均 GDP 差值作为经济距离指标 (刘晓凤等, 2017)。(7) 地理距离 (dis)。一般而言, 母国与东道国的地理距离会提升交易成本, 从而阻碍双边经贸合作 (贾镜渝等, 2015)。数据来源于 CEPII 数据库。(8) 华人文化圈虚拟变量 (pci)。若处于华人文化圈赋值为 1, 否则为 0。(9) 接壤虚拟变量 (neigh)。若双边接壤赋值为 1, 否则为 0。(10) 发达国家虚拟变量 (dev)。发达国家的分类标准来源于《2010 年人文发展报告》, 若东道国处于发达水平赋值为 1, 否则为 0。

五、实证结果及分析

(一) 基准回归

本文基于谢红军和蒋殿春 (2017) 的做法, 采用 POOL-OLS 模型、固定效应模型和随机效应模型考察文化交流对中国企业海外并购的影响效应。

表 1 为本文基准回归, 实证结果显示, 孔子学院的系数 (conf) 均为正, 且均在 1% 水平上显著。这意味着孔子学院的建立对 “一带一路” 沿线国家并购具有显著正向作用, 也即是文化交流对企业海外并购具有促进效应。具体而言, 模型 3 控制了大洲、年份和个体等固定效应后, 孔子学院系数 (conf) 为 0.060, 说明了每增加 1 所孔子学院, 海外并购提升 6.0%。

表 1: 基准回归实证分析

	POOL - OLS			固定效应	随机效应
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>conf</i>	0.057 *** (0.008)	0.058 *** (0.009)	0.060 *** (0.012)	0.060 *** (0.012)	0.065 *** (0.011)
<i>poli</i>	0.111 ** (0.053)	0.104 * (0.062)	0.035 (0.104)	0.035 (0.104)	0.030 (0.104)
<i>exch</i>	0.002 (0.010)	0.008 (0.011)	0.068 *** (0.024)	0.068 *** (0.024)	0.058 *** (0.022)
<i>cpi</i>	-0.009 (0.012)	0.001 (0.013)	-0.001 (0.014)	-0.001 (0.014)	-0.007 (0.013)
<i>pop</i>	0.044 ** (0.020)	0.039 ** (0.020)	0.080 (0.168)	0.080 (0.168)	0.164 (0.147)
<i>pgdp</i>	0.015 (0.031)	0.024 (0.036)	0.093 (0.065)	0.093 (0.065)	0.119 ** (0.059)
<i>decn</i>	-0.002 (0.016)	-0.007 (0.016)	-0.014 (0.018)	-0.014 (0.018)	-0.013 (0.018)
<i>dis</i>	-0.068 (0.065)	0.080 (0.101)	-0.160 (1.652)	- -	-0.794 (1.531)
<i>Constant</i>	-0.143 (0.662)	-13.514 (8.660)	-13.227 (19.946)	-14.801 (11.456)	3.556 (11.312)
<i>neigh</i>	是	是	是	- -	是
<i>pci</i>	是	是	是	- -	是
<i>dev</i>	是	是	是	- -	是
<i>Continent Dummy</i>	否	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	否	否	是	是	是
<i>Year Dummy</i>	否	是	是	是	否
R^2	0.313	0.366	0.592	0.171	- -
N	726	726	726	726	726

注: 括号内为聚类稳健标准误, **、*、* 分别代表在 1%、5%、10% 显著性水平上显著, 下同。

从控制变量而言, 制度质量 (poli)、劳动人口 (pop) 和人均 GDP (pgdp) 的系数在部分模型显著为正, 说明制度水平、劳动人口和经济水平也是中国企业海外并购的重要动因。双边汇率 (exch) 的系数基本显著为正, 意味着双边汇率是影响中国企业海外并购的重要因素, 这与以往文献具有一致性 (孙文莉 等, 2016)。经济距离 (decn) 和地理距离 (dis) 的系数均不显著, 说明了双边经济发展水平差异和地理距离不是影响海外并购的显著因素, 验证了以往文献的“距离死亡”假说 (Lin 等, 2012)。

(二) 跨国成功并购的实证分析

本文同样关注孔子学院对企业成功并购的影响, 因此进一步将海外并购成功案例数作为被解释变量进行实证研究。

表 2 为“一带一路”国家沿线孔子学院建立对海外成功并购事件的影响。可看出, 孔子学院的系数 (conf) 均显著为正。以模型 3 为例, 孔子学院 (conf) 系数为 0.111, 意味增加 1 所孔子学院, 海外并购成功案例数提升 11.1%。这说明了, 以孔子学院为代表的文化交流载体对海外并购成功案例具有显著正向作用。可以预期, 随着孔子学院布局海外, 中华文化与各国文化互动更为广泛, “构建人类命运共同体”等中华文化和理念精髓将逐步影响全世界, 从而增强双边经贸合作水平, 推动中国企业“走出去”。

表 2: 成功并购的实证分析

	POOL - OLS			固定效应	随机效应
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>conf</i>	0.086 *** (0.015)	0.095 *** (0.017)	0.111 *** (0.024)	0.111 *** (0.024)	0.106 *** (0.022)
<i>Control Variables</i>	否	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	否	否	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	否	是	是	是	否
<i>Year Dummy</i>	否	是	是	是	是
R^2	0.228	0.257	0.495	0.136	--
N	726	726	726	726	726

注: 括号内为聚类稳健标准误, ***, **, * 分别代表在 1%、5%、10% 显著性水平上显著, 下同。

(三) 稳健性检验

1. 内生性检验

为检验本文基本结论的潜在内生性, 采用 IV 两阶段模型和 IV-GMM 模型, 以期缓解内生性问题。本文参考金刚和沈坤荣 (2019) 的经验做法, 选择中国与东道国的地理距离 (dis) 作为孔子学院的工具变量。在相关性上, “一带一路”倡议一定程度上是历史的延续, 而地理距离是决定历史上丝绸之路文化交流的重要因素, 因而也会影响当下以孔子学院为载体的文化交流的区位选择; 在排他性上, 由于交通和信息基础设施的不断发展, 地理距离不会给海外并购的带来额外的投资成本, 因而本文工具变量的选择具有合理性。

表 3：IV 两阶段模型实证结果

	conf	merc			mers		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>dis</i>	-2.443 *** (0.222)						
<i>conf</i>		0.066 *** (0.012)	0.034 *** (0.008)	0.032 *** (0.010)	0.139 *** (0.024)	0.095 *** (0.020)	0.077 *** (0.016)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	否	是	是	否	是	是
<i>Country Dummy</i>	是	否	是	否	否	是	否
<i>Year Dummy</i>	是	否	否	是	否	否	是
AR(1)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
AR(2)		0.651	0.587	0.664	0.384	0.311	0.433
First Step F Statistics	62.77	-	-	-	-	-	-
R^2	0.321	0.321	0.363	0.351	0.189	0.250	0.263
N	726	726	726	726	726	726	726

表 4：GMM 模型实证结果

	merc			mers		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>conf</i>	0.066 *** (0.018)	0.047 *** (0.015)	0.047 *** (0.015)	0.139 *** (0.039)	0.138 *** (0.038)	0.087 *** (0.033)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	否	是	是	否	是	是
<i>Country Dummy</i>	否	是	否	否	是	否
<i>Year Dummy</i>	否	否	是	否	否	是
R^2	0.321	0.349	0.352	0.189	0.253	0.192
N	726	726	726	726	726	726
Sargan Statistic	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

表 3 为 IV 两阶段模型实证结果。模型 1 为第一阶段的回归结果，地理距离 (dis) 显著为负，说明地理距离对孔子学院存在负相关关系。第一阶段的 F 值为 62.77，大于临界值 10，说明了工具变量不存在弱工具问题。实证结果显示，孔子学院的系数 (conf) 均显著为正，且与本文基准回归具有相似性，验证了基本结论的稳健性。

表 4 为 IV-GMM 模型实证结果，Sargan 值检验显示回归模型较为理想。孔子学院的系数 (conf) 均显著为正，再次验证本文基本结论的稳健性。

2. “一带”与“一路”区域检验

考虑到“一带”和“一路”沿线国家具有显著的地理、文化异质性,本文采用“一带”和“一路”分样本进行回归检验。实证结果如表5所示,可以发现“一路”沿线样本的孔子学院系数(conf)均高于“一带”沿线样本,说明了相较于“一带”沿线,文化交流对海外并购的促进效应在“一路”沿线表现更为强烈。这可能的原因在于,“一路”沿线大多位于华人文化圈中,有利于孔子学院通过更为充分和广泛的文化交流活动,为双边经贸合作提供并购便利支持,发挥文化交流对海外并购的促进作用。另外,孔子学院植根于“一路”沿线已久,相较于“一带”沿线具有更为强烈的积极效应。

表5 “一带”与“一路”的实证结果

	merc		mers	
	一带	一路	一带	一路
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>conf</i>	0.048 *** (0.014)	0.070 *** (0.022)	0.043 * (0.025)	0.174 *** (0.045)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	是	是	是	是
<i>Year Dummy</i>	是	是	是	是
R^2	0.386	0.647	0.300	0.557
N	286	440	286	440

3. “一带一路”倡议效应检验

考虑到自2013年“一带一路”倡议提出以来,中国对外文化交流活动更为频繁。因此,本文以“一带一路”倡议的提出时间为节点,采用2006~2012年子样本和2013~2016年子样本进一步检验“一带一路”倡议提出前和提出后,孔子学院对中国企业海外并购以及并购成功事件的影响效应。实证结果显示(表6),“一带一路”倡议提出前后的孔子学院系数(conf)均显著为正,验证了结论的稳健性。具体而言,在2006~2012年子样本中,模型2和模型4的孔子学院回归系数(conf)分别为0.084和0.048,意味着每增加1单位孔子学院,则促进并购意愿数量和成功案例数量分别提升8.4%和4.8%;在2013~2016年子样本中,模型6和模型8的孔子学院回归系数(conf)分别为0.204和0.167,意味着每增加1单位孔子学院,则促进并购意愿数量和成功案例数量分别提升20.4%和16.7%。这说明了,以孔子学院为载体的文化交流对海外并购的积极效应随着“一带一路”倡议的提出有所增强。

4. 文化交流贸易形式影响

考虑到双边文化贸易发展作为“一带一路”文化交流中的重要内容,有利于加强中国与“一带一路”沿线国家的文化交流(方英和马芮,2018),从而产生对海

表 6 “一带一路”倡议作用的实证结果

	2006 ~ 2012				2013 ~ 2016			
	merc		mers		merc		mers	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>conf</i>	0.091 *** (0.027)	0.084 *** (0.028)	0.053 *** (0.014)	0.048 *** (0.014)	0.206 *** (0.071)	0.204 *** (0.073)	0.172 *** (0.042)	0.167 *** (0.046)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	是	是	是	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	是	是	是	是	是	是	是	是
<i>Year Dummy</i>	否	是	否	是	否	是	否	是
R^2	0.462	0.463	0.567	0.570	0.665	0.665	0.756	0.757
N	462	462	462	462	264	264	264	264

表 7: 文化产品出口贸易的效应影响

	merc			mers		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>excul</i>	0.062 *** (0.013)	0.047 *** (0.015)	0.043 ** (0.024)	0.047 *** (0.017)	0.040 ** (0.019)	0.038 ** (0.020)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	是	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	是	否	是	是	否	是
<i>Year Dummy</i>	否	是	是	否	是	是
R^2	0.409	0.436	0.571	0.381	0.395	0.476
N	726	726	726	726	726	726

外并购的积极效应。因此,本文以中国对“一带一路”沿线国家的文化产品出口贸易额 (*excul*) 作为核心解释变量,以检验文化交流对海外并购的影响效应。本文参考曲如晓等(2015)的经验做法,根据联合国教科文组织发布的《2004-2013 年文化产品与服务的国际流动》报告中的文化产品分类标准,采用联合国贸易统计数据库的核心文化产品贸易数据进行检验。

实证结果如表 7 所示,文化贸易额 (*excul*) 的回归系数均显著为正,说明了文化出口贸易对海外并购具有显著的促进效应,即以文化贸易为衡量的文化交流方式同样对海外并购具有正向影响,验证了结论的稳健性。

5. 二值回归检验

在本文基准回归中,意愿并购数量 (*merc*) 是基于原数据加 1 进行对数化处理,容易造成实证回归有偏。本文采用 Probit 模型和 Logit 模型等二值回归进行检验。表 8 结果显示,孔子学院系数 (*conf*) 均显著为正,证明孔子学院均对中国企业跨国并购活动呈显著正向影响,表明了本文结论稳健性。

6. 逆向因果关系检验

现实中,可能存在中国与沿线国家投资并购频繁进而促进孔子学院建立的情况。因此,本文基于韩永辉等(2017)的方法解决逆向因果问题。实证结果如表9所示,模型1和模型2以核心解释变量滞后期(L. conf)作为解释变量,发现孔子学院滞后期的系数(L. conf)显著为正。而模型3和模型4是在基准回归基础上增加了被解释变量的滞后期(L. merc、L. mers),发现孔子学院系数(conf)依旧显著为正,意味着孔子学院对海外并购的影响不存在逆向因果关系,验证了本文结论的稳健性。

表8: 二值回归检验

	Probit		Logit	
	merc	mers	merc	mers
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>conf</i>	0.176 *** (0.030)	0.160 *** (0.032)	0.316 *** (0.058)	0.281 *** (0.060)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	否	否	否	否
<i>Year Dummy</i>	是	是	是	是
R^2	0.371	0.392	0.374	0.396
N	726	726	726	726

表9: 逆向因果检验

	merc	mers	merc	mers
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>L. conf</i>	0.034 *** (0.010)	0.027* (0.016)		
<i>L. merc</i>			0.362 *** (0.043)	
<i>L. mers</i>				0.271 *** (0.042)
<i>conf</i>			0.040 *** (0.013)	0.053 *** (0.020)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	是	是	是	是
<i>Year Dummy</i>	是	是	是	是
R^2	0.334	0.311	0.450	0.298
N	659	659	659	659

(四) 影响机制分析

在分析孔子学院对中国企业海外并购的促进效应后,本文进一步剖析其影响效应的作用机制。基于本文的理论机制,孔子学院的文化交流通过两个国家间的民间

非正式互访、举办研讨会及经促会、文化交流、提高中国好感度和正面形象等方式,以促进两国经贸合作发展。因此,本文从中国人民对外友好协会、皮尤研究中心(Pew Research Center)等网站收集整理中国与“一带一路”沿线国家的友好访问数据、文化交流活动数据和国家好感度数据,通过中介效应检验孔子学院的作用机制。

表 10 为孔子学院效应的友好访问中介渠道检验。具体的孔子学院效应的中介渠道分析如下:若模型 1 中的孔子学院(conf)促进了友好访问,且在模型 2 和模型 4 中,中介变量友好访问变量具有显著正向作用,模型 3 和模型 5 则分别基于模型 2 和模型 4 引入中介变量友好访问。如果模型 3 和模型 5 中孔子学院(conf)的回归系数有所降低,那么孔子学院的部分促进效应则通过友好访问的中介渠道所产生。实证结果显示,模型 3 和模型 5 引入中介变量友好访问后,孔子学院的回归系数(conf)分别从 0.060 和 0.111 下降为 0.049 和 0.093,说明了孔子学院的部分促进效应通过友好访问渠道的中介作用所产生。

表 10: 友好访问中介渠道检验

	友好访问			merc	mers
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>conf</i>	0.134 *** (0.014)	0.060 *** (0.012)	0.049 *** (0.012)	0.111 *** (0.024)	0.093 *** (0.025)
友好访问			0.035 ** (0.015)		0.020 ** (0.011)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	是	是	是	是	是
<i>Year Dummy</i>	是	是	是	是	是
R^2	0.719	0.660	0.661	0.585	0.589
N	726	726	726	726	726

表 11: 文化交流活动中中介渠道检验

	文化交流活动			merc	mers
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>conf</i>	0.104 *** (0.010)	0.060 *** (0.012)	0.052 *** (0.012)	0.111 *** (0.024)	0.106 *** (0.025)
文化交流活动			0.063 *** (0.024)		0.050 * (0.029)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	是	是	是	是	是
<i>Year Dummy</i>	是	是	是	是	是
R^2	0.461	0.424	0.424	0.345	0.347
N	726	726	726	726	726

表 12：国家好感度中介渠道检验

	国家好感度			merc	mers
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>conf</i>	0.013 *** (0.002)	0.052 *** (0.015)	0.044 *** (0.013)	0.027 *** (0.009)	0.023 *** (0.007)
国家好感度			0.012 ** (0.006)		0.007 * (0.004)
<i>Control Variables</i>	是	是	是	是	是
<i>Continent Dummy</i>	是	是	是	是	是
<i>Country Dummy</i>	是	是	是	是	是
<i>Year Dummy</i>	是	是	是	是	是
R^2	0.422	0.519	0.357	0.422	0.362
N	132	132	132	132	132

孔子学院往往伴随双边密集的文化交流活动，这有助于加深双边企业认知，降低沟通成本，增强双边文化认同感，从而对海外并购具有积极的经济影响。表 11 是孔子学院效应的文化交流活动中介渠道检验，实证结果也证明了孔子学院效应存在文化交流活动的中介机制。

孔子学院也有利于增进“一带一路”沿线国家人民对中国的国家好感度，进而促进中国企业海外并购。由于数据可得性，皮尤研究中心（Pew Research Center）仅覆盖了 12 个“一带一路”沿线国家，因而国家好感度作用机制验证只是一个子样本的研究结果。表 12 的实证结果也证明了孔子学院效应存在国家好感度的中介机制。

六、研究结论

随着“一带一路”倡议深入推进，孔子学院逐渐成为了中国与“一带一路”沿线国家文化融合与交流的重要桥头堡，在双边经贸合作中发挥着重要的文化效应，加快推动中国企业布局海外市场。本文基于 2006~2016 年“一带一路”沿线国别数据，从孔子学院视角考察文化交流对中国企业跨国并购的影响效应。研究发现：（1）孔子学院对中国企业在沿线国家的意愿并购和成功并购具有显著的促进作用；（2）与“一带”沿线相比，“一路”沿线的孔子学院具有更强的促进效应；（3）“一带一路”倡议的提出加强了孔子学院对海外并购的促进效应；（4）孔子学院通过加强友好访问，推进文化交流活动，提高各国对中国好感度等中介作用机制，对中国企业海外并购产生积极影响；（5）孔子学院倡议“构建人类命运共同体”等中华文化和理念精髓，对中国企业海外并购将起到持续的文化促进作用。孔子学院有

利于推动中国与“一带一路”沿线国家的跨文化交流,还显著促进了中国企业在沿线国家的海外并购。本文的研究对于阐释如何更好地推动中国企业“走出去”,促进“一带一路”跨国并购合作,加快提升双边国际经济合作水平,具有重要的理论与经验参考价值。

(通讯作者 韩永辉电子邮箱: hanyonghui2006@foxmail.com)

注释:

① 资料来源《“一带一路”国际合作高峰论坛成果清单》,中华人民共和国外交部,http://www.fmprc.gov.cn/web/zyxw/t1461873.shtml。

参考文献:

- 程聪,谢洪明,池仁勇. 2017. 中国企业跨国并购的组织合法性聚焦: 内部、外部,还是内部+外部? [J]. 管理世界 (4): 158-173.
- 方英,马芮. 2018. 中国与“一带一路”沿线国家文化贸易潜力及影响因素: 基于随机前沿引力模型的实证研究[J]. 世界经济研究 (1): 112-121+136.
- 高振明,庄新田,黄玮强. 2016. 社会网络视角下的并购企业文化整合研究[J]. 管理评论 28(9): 218-227.
- 韩永辉,黄亮雄,王贤彬. 2007. 产业政策推动地方产业结构升级了吗? ——基于发展型地方政府的理论解释与实证检验[J]. 经济研究 52(8): 33-48.
- 韩永辉,罗晓斐. 2017. 中国与中亚区域贸易合作治理研究——兼论“一带一路”倡议下共建自贸区的可行性[J]. 国际经贸探索 33(2): 72-84.
- 韩永辉,韦东明,谭锐. 2019. “一带一路”沿线国家投资价值评估研究——基于GPCA模型的测算分析[J]. 国际经贸探索 35(12): 41-56.
- 洪联英,陈思,韩峰. 2015. 海外并购、组织控制与投资方式选择——基于中国的经验证据[J]. 管理世界 (10): 40-53.
- 黄新飞,舒元,徐裕敏. 2013. 制度距离与跨国收入差距[J]. 经济研究 48(9): 4-16.
- 贾镜渝,李文,郭斌. 2015. 经验是如何影响中国企业跨国并购成败的——基于地理距离与政府角色的视角[J]. 国际贸易问题 (10): 87-97.
- 姜慧,张志醒. 2018. 孔子学院对“一带一路”沿线国家贸易便利化影响的实证分析[J]. 经济经纬 35(6): 66-72.
- 金刚,沈坤荣. 2019. 中国企业对“一带一路”沿线国家的交通投资效应: 发展效应还是债务陷阱[J]. 中国工业经济 (9): 79-97.
- 李友田,李润国,翟玉胜. 2013. 中国能源型企业海外投资的非经济风险问题研究[J]. 管理世界 (5): 1-11.
- 刘青,陶攀,洪俊杰. 2017. 中国海外并购的动因研究——基于广延边际与集约边际的视角[J]. 经济研究 52(1): 28-43.
- 刘希,王永红,吴宋. 2017. 政治互动、文化交流与中国 OFDI 区位选择——来自国事访问和孔子学院的证据[J]. 中国经济问题 (4): 98-107.
- 刘晓凤,葛岳静,赵亚博. 2017. 国家距离与中国企业在“一带一路”投资区位选择[J]. 经济地理 37(11): 99-108.
- 曲如晓,杨修,刘杨. 2015. 文化差异、贸易成本与中国文化产品出口[J]. 世界经济 38(9): 130-143.
- 孙淑伟,何贤杰,赵瑞光,牛建军. 2017. 中国企业海外并购溢价研究[J]. 南开管理评论 20(3): 77-89.
- 孙文莉,谢丹,李莉文. 2016. 宏观风险对中国企业海外并购成功率的影响研究[J]. 经济动态 (11): 79-89.

- 王国刚. 2015. “一带一路”: 基于中华传统文化的国际经济理念创新[J]. 国际金融研究(7): 3-10.
- 王艳, 阚铎. 2014. 企业文化与并购绩效[J]. 管理世界(11): 146-157.
- 吴福象, 段巍. 2017. 国际产能合作与重塑中国经济地理[J]. 中国社会科学(2): 44-64 + 206.
- 谢红军, 蒋殿春. 2017. 竞争优势、资产价格与中国海外并购[J]. 金融研究(1): 83-98.
- 许陈生, 王永红. 2016. 孔子学院对中国对外直接投资的影响研究[J]. 国际商务(对外经济贸易大学学报)(2): 58-68.
- 岳蛟兴, 范涛. 2014. 制度环境与中国对亚洲直接投资区位分布[J]. 财贸经济(6): 69-78.
- 张虹倩, 胡范铸. 2017. 全球治理视域下的汉语国际教育及孔子学院建设: 问题、因由与对策[J]. 社会科学(10): 26-35.
- 周汶霏, 宁继鸣. 2017. 社会网络分析视角下的创新项目扩散研究——以孔子学院为例[J]. 中国软科学(5): 56-65.
- 周五七. 2015. “一带一路”沿线直接投资分布与挑战应对[J]. 改革(8): 39-47.
- Benassy-Quere A, Fontagne L, Lahreche-Revil A. 2001. Exchange-Rate Strategies in the Competition for Attracting Foreign Direct Investment[J]. Journal of the Japanese & International Economies, 15(2): 178-198.
- Buckley P J, Liu X. 2007. The Determinants of Chinese Outward Foreign Direct Investment[J]. Journal of International Business Studies, 38(4): 499-518.
- Cheung Y W, Qian X. 2009. Empirics of China's Outward Direct Investment[J]. Pacific Economic Review, 14(3): 312-341.
- Datta D K, Puia G. 1995. Cross-Border Acquisitions: An Examination of the Influence of Relatedness and Cultural Fit on Shareholder Value Creation in U. S. Acquiring Firms[J]. Mir Management International Review, 35(4): 337-359.
- Helpman E, Melitz M, Rubinstein Y. 2008. Estimating Trade Flows: Trading Partners and Trading Volumes[J]. Social Science Electronic Publishing, 123(2): 441-487.
- Hermalin B E, Wallace N E. 2001. Firm Performance and Executive Compensation in the Savings and Loan Industry[J]. Journal of Financial Economics, 61(1): 139-170.
- Kavanagh M H, Ashkanasy N M. 2006. The Impact of Leadership and Change Management Strategy on Organizational Culture and Individual Acceptance of Change during a Merger[M]// British Journal of Management. S81-S103.
- Lien D, Chang H O, Selmier W T. 2012. Confucius Institute Effects on China's Trade and FDI: Isn't it Delightful When Folks Afar Study Hanyu? [J]. International Review of Economics & Finance, 21(1): 147-155.
- Lin F, Sim N C S. 2012. Death of Distance and the Distance Puzzle[J]. Economics Letters, 116(2): 225-228.
- Mohammad M F, Glaister K W. 2011. The Double-Edged Effect of Cultural Distance on Cross-Border Acquisition Performance[J]. European J of International Management, 5(4): 327-345.
- Stahl G K, Voigt A. 2008. Do Cultural Differences Matter in Mergers and Acquisitions? A Tentative Model and Examination[J]. Organization Science, 19(1): 160-176.
- Steigner T, Sutton N K. 2011. How Does National Culture Impact Internalization Benefits in Cross-Border Mergers and Acquisition? [J]. Financial Review, 46(1): 103-125.
- W. A. Naudé, W. F. Krugell. 2007. Investigating Geography and Institutions as Determinants of Foreign Direct Investment in Africa Using Panel Data[J]. Applied Economics, 39(10): 1223-1233.
- Woodridge J M. 2010. Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data[J]. Mit Press Books, 1(2): 206-209.
- Zollo M, Singh H. 2004. Deliberate Learning in Corporate Acquisitions: Post-Acquisition Strategies and Integration Capability in U. S. Bank Mergers[J]. Strategic Management Journal, 25(13): 1233-1256.

Cultural Exchanges and Corporate Overseas Mergers and Acquisitions: Empirical Research on Confucius Institutes Along the Belt and Road

LI Qing, HAN Yong-hui, WEI Dong-ming

Abstract: As an important form of foreign exchange of Chinese culture, Confucius Institutes play a more and more significant role in “going out” of China’s enterprises. Based on the panel data of the countries along the Belt and Road (B&R) from 2006 to 2016, this paper investigates the influence of cultural exchanges on the cross-border mergers and acquisitions (M&A) of China’s enterprises. The research reveals that: (1) the establishment of Confucius Institutes has a significant promotion effect on the willingness of China’s enterprises to merge as well as the successful merger in the countries along B&R; (2) the promotion effect of Confucius Institutes in the countries along the Road is greater than that in the countries along the Belt; (3) the proposal of B&R initiative enhances the promotion effect of Confucius Institutes on overseas M&A; (4) through the intermediary mechanisms including strengthening friendly visits, promoting cultural exchange activities and improving the favorability of other countries to China, Confucius Institutes exert a positive influence on overseas M&A of China’s enterprises; (5) the essence of Chinese culture and philosophy such as “building a community of shared future for mankind” proposed by Confucius Institutes will play a sustainable cultural promotion role in overseas M&A of China’s enterprises.

Key words: the Belt and Road (B&R); overseas mergers and acquisitions (M&A); Confucius Institute; cultural exchange effect

(责任编辑 王园林 责任校对 晴 天)