

人民日报学术文库

中德合资企业中 第三种文化的动态生成

王婀娜◎著

人民日报出版社

人民日报学术文库

中德合资企业中 第三种文化的动态生成

王婀娜◎著

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中德合资企业中第三种文化的动态生成 / 王婀娜著.

—北京: 人民日报出版社, 2018. 1

ISBN 978 - 7 - 5115 - 5276 - 1

I. ①中… II. ①王… III. ①中外合资经营—合资企业—企业文化—研究—中国、德国 IV. ①F279.244.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 010198 号

书 名: 中德合资企业中第三种文化的动态生成

著 者: 王婀娜

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 周海燕

封面设计: 中联学林

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369509 65369846 95363528 65369512

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369518

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市华东印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 270 千字

印 张: 16

印 次: 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5115 - 5276 - 1

定 价: 68.00 元

作者简介

王婀娜 博士，现任大连外国语大学德语系副主任、副教授。主要研究方向为跨文化交流、德国教学法。2012年以来，主持及参与国家、省、校级各类项目10余项，出版学术专著1部，公开发表论文9篇，核心论文6篇，被人大书报资料中心全文转载1篇，获得辽宁省自然科学学术成果奖1项，大连市自然科学学术成果奖1项。曾在教育部职业教育研究所担任赴德代表团翻译，具有丰富的口译（同传）和笔译经验。

中国文联出版社

编著者：陈永发 大连外国语大学大连俄罗斯东欧中亚学院 教授 硕士生导师

本书为大连外国语大学2018年比较文化研究基地研究成果

书名：陈永发著《俄罗斯文学与中国文学关系研究》

编辑者：陈永发 大连外国语大学俄罗斯东欧中亚学院 教授 硕士生导师

出版者：中国文联出版社（北京）

目 录

CONTENTS

第一章 导 言 1

1.1 选题意义与课题归属 1

1.2 研究目标和研究问题 6

1.3 相关课题的研究现状 6

1.4 研究结构 11

第二章 概念解释和理论基础 13

2.1 文 化 13

2.1.1 文化概念 14

2.1.2 文化与管理的关系 27

2.2 企业文化 36

2.2.1 企业文化概念 36

2.2.2 跨文化情境下的企业文化 52

2.3 跨文化互动理论 56

2.3.1 跨文化性 56

2.3.2 整体性理论 60

2.3.3 吉登斯的结构化理论 62

2.4 小 结 67

第三章 研究过程 69

3.1 研究方法的选择 69

3.1.1 质的研究——方法论 70

- 3.1.2 扎根理论——研究原则 74
- 3.1.3 个案研究——操作过程 79
- 3.2 研究的进行 86
 - 3.2.1 数据收集的方法 87
 - 3.2.2 研究对象的选择 88
 - 3.2.3 质性访谈提纲的确定 89
 - 3.2.4 数据收集的策略 93
- 3.3 数据的整理与分析 96
 - 3.3.1 数据整理与分析的难处 96
 - 3.3.2 编码的过程 97
- 3.4 本章小结 99

第四章 跨文化企业文化的自我渐生过程(结果呈现一) 100

- 4.1 员工交流 101
 - 4.1.1 德方对交流的看法 101
 - 4.1.2 中方对德方交流方式的评价 103
 - 4.1.3 中方对交流的看法 107
 - 4.1.4 德方对中方交流方式的评价 109
 - 4.1.5 德方的反思与调整 114
 - 4.1.6 中方的反思与调整 116
 - 4.1.7 小结 118
- 4.2 工作态度 120
 - 4.2.1 德方对工作态度的解析 121
 - 4.2.2 中方对德方工作态度的评价 123
 - 4.2.3 中方对工作态度的解析 129
 - 4.2.4 德方对中方工作态度的评价 130
 - 4.2.5 德方的反思与调整 136
 - 4.2.6 中方的反思与调整 138
 - 4.2.7 小结 141
- 4.3 员工关系 144
 - 4.3.1 德方对员工关系的解析 144

4.3.2	中方对德方处理员工关系的评价	146
4.3.3	中方对员工关系的解析	148
4.3.4	德方对中方处理员工关系的评价	150
4.3.5	德方的反思与调整	153
4.3.6	中方的反思与调整	155
4.3.7	小结	156
4.4	领导风格	158
4.4.1	德方对领导风格的看法	159
4.4.2	中方对德方领导风格的评价	160
4.4.3	中方对领导风格的解析	167
4.4.4	德方对中方领导风格的评价	168
4.4.5	德方的反思与调整	172
4.4.6	中方的反思与调整	174
4.4.7	小结	176
4.5	跨文化企业内部互动过程的阶段	178
4.5.1	抗拒	178
4.5.2	交织	179
4.5.3	适应	181
4.5.4	融合	183
4.5.5	小结	183
第五章	跨文化企业文化自我渐生过程的影响因素(结果呈现二)	185
5.1	员工和组织因素作为内在影响因素	185
5.1.1	员工	186
5.1.2	组织	193
5.1.3	小结	202
5.2	社会文化等外部影响因素	203
5.2.1	生活环境	203
5.2.2	政策	206
5.2.3	两国的法律法规	207
5.2.4	教育体制	208

5.2.5	整体经济环境	209
5.2.6	各自的母公司	210
5.2.7	国家文化的影响	211
5.2.8	小结	212
第六章 研究结果讨论		214
6.1	跨文化企业文化的自我渐生过程	214
6.1.1	跨文化企业内部互动过程中潜在的聚合和冲突因素	215
6.1.2	跨文化企业内部互动过程的阶段性	223
6.2	跨文化企业文化自我渐生过程的影响因素	224
6.3	跨文化企业文化的动态发展模型	226
第七章 结束语		229
7.1	创新之处	229
7.2	不足之处以及前景展望	230
参考文献		232
附录:访谈提纲		244

第一章

导 言

1.1 选题意义与课题归属

科技化兼并的浪潮引发了经济全球化过程。自 1975 年起,德国就成为我国在欧洲最大的贸易伙伴,中德之间经济交流日益密切。2014 年中国首度成为在德项目投资数量最多的国家,项目数达到创纪录的 190 个。^① 据中国官方最新数据显示:德国是我在欧洲最大和全球第六大贸易伙伴。^② 德国联邦统计局数据显示:2016 年前 11 个月,中国首次跻身德国第一大贸易伙伴国,是其第五大贸易出口目的国,并继续保持德国第一大进口来源地位。^③ 德国企业在华投资呈现出主要集中在制造业和具有科技优势的大企业特点。另据联合国贸易和发展会议 (UNCTAD) 公布的数据:从 1970 年到 2012 年间,外国直接投资额 (FDI) 从 1970 年的 133 亿美元发展到 2012 年的 1.35 万亿美元,其中历史的最高值为 2007 年 2 万亿美元。^④ 中国也积极地参与到了这个过程中,截至 2011 年底,我国对外直接投资累计超过 3800 亿美元,境外企业数量达 1.8 万家,分布在全球 178 个国家(地区),形成海外资产近 1.6 万亿美元。^⑤ 由于全球化、数字化和日益发达的交通,有效进地行跨文化交流的能力对于想在竞争激励的国际市场上取得成功的企业来

① 中国新闻网,2015。

② 中华人民共和国商务部,2017。

③ 中华人民共和国商务部,2017。

④ 联合国贸易和发展会议,2014。

⑤ 中华人民共和国商务部,2012。

说,变得越发重要了。^① 这将对跨文化情境下企业的合作和交流的不同形式产生影响。这也意味着,企业面对国内、国际所出现新的情况必须要做出调整。因而,跨文化情境下企业文化的研究具有特殊的意义。

中国商务部于2012年印发了《中国境外企业文化建设若干意见》,旨在积极引导境外企业加强文化建设,提高竞争力和影响力,加速与当地社会融合,占据舆论和道德高地,树立在国际上的良好形象,从而为中国企业在境外长期发展奠定良好基础。《意见》特别强调,“将企业经营管理与当地社会发展结合起来,持续优化和丰富企业价值内涵。努力适应所在国(地区)当地社会环境,尊重当地宗教和风俗习惯,积极开展中外文化交流,相互借鉴、增进理解,与当地人民和谐相处。探索适应国际化经营需要的跨文化、信仰、生活习俗的管理理念,积极推进经营思维、管理模式、雇佣人才、处理方式的‘本土化’,注重增进当地员工对中资企业的了解和理解,最大限度地降低跨国经营中的价值观冲突。”^②

企业文化的意义是毫无疑问的,其意义似乎受不可测量的假象影响。这里指的是某些精神上的现象,某些存在却不可见的现象。^③ 对于企业来说,企业的改变是以对企业常规、企业日常生活世界中“深层次的”规则知识的重视为前提的,同样,企业文化的改变也意味着要做好长期忍受不稳定性的准备。1998年德国戴姆勒-奔驰汽车集团与美国第三大汽车制造商克莱斯勒兼并之初,戴姆勒-奔驰集团进行了一次战略性分析以确保项目的有效规划和实施。这次分析回顾了过去100个兼并案,注意到其中大约70%都未能达到兼并最初的目的,并且将成功的关键总结为战略上的匹配程度和兼并后的融合过程。^④ 即使如此,三年后“一桩天堂中的联姻”便被称为“戴姆勒-奔驰集团选择了一个购买克莱斯勒公司的最糟糕的时机”^⑤。克服全球化危机最好的方法莫过于加深相互之间的了解。国际化企业文化不应只是由“意向书”所组成的,而是要确确实实地转化为一个可见的、可以感受到的价值体系。这就是我们所说的“global fitness(全球适应)”^⑥。为此,我们需要超出所有的界限,提高自己对异文化和交流中不同的思维方式和行

① Schilcher, Poth, Sauer, Stiefel, & Will-Zocholl, 2011。

② 中华人民共和国商务部, 2012。

③ Bromann, 1992. S. 13.

④ 霍尔顿, 2006, 第7页。

⑤ Economist 2001. Shremp's last stand. 3 March.

⑥ Brandt, 2008, 第11页。

动方式的敏感性,以及对他人的政治、社会 and 世界观结构予以理解。

我们面临着一个值得思考的问题:

跨文化企业在面对文化差异的情况下是如何在跨文化互动交流中来实现其自身的发展的?为了回答这个具有统领性的研究问题,需要对跨文化情境下企业文化的发展做以广泛的理论分析,既要考虑到文化差异的复杂性,又要进行贴近实际的实证性研究。

语言作为社会交流的媒介而成为特定文化思想的关键,因此也就形成并保持了语言、文化与民族三者间一种相互依存、相互补充、共同发展的微妙关系。

关世杰认为:“Communication 含义比较复杂,在我国有传播、交流、沟通、传达、交际、通信、交通等多种译法。Communication 常被翻译成传播,这与大众传播学的兴起有关,是信息从点到面的传播中的问题,具有单向的特点;在用于个人之间或双方交换意见时,Communication 带有双向的特点,因而常被译为交流。”^①对于三种英文表达方法——intercultural Communication, Cross-cultural Communication, Trans-cultural Communication, 国内学术界根据研究者语境的变化翻译成中文的名词有“跨文化传播”“跨文化交流”和“跨文化交际”。关世杰认为,从事跨文化交流学研究的学者们基本上有三个共识:“跨文化交流学是传播学的一个扩展;跨文化交流学其特点在于它注重不同文化的个人、群体之间阻碍彼此交流的文化因素;关于人类传播学的主要理论可以为跨文化交流学的研究和实践提供有益的指导和借鉴”^②。并且他将交流分为三个层次:“人际交流、组织交流和大众传播”^③,即交流包括交际和传播。而“跨文化交际主要研究以不同文化为背景的人面对面的交流、非文学实用性书面言语交流以及打手势等非言语交际形式。”^④结合本书的研究对象为跨文化情境下的企业文化,笔者文中所用的概念选用“跨文化交流”,用于强调具有双向特点的组织交流和人际交流。由于所引用的文献中有的使用“跨文化交际”,故此本书将跨文化交际等同于跨文化交流,不再对两者进行区分,但明显区别于传播领域中的“跨文化传播”一词。

本书的核心研究议题是“跨文化情境下企业文化的动态生成”,即“中德合资企业中的个人和组织在经济活动中面临差异时,其跨文化互动过程如何以及哪些

① 关世杰,1995,第25页。

② 关世杰,1995,第14页。

③ 关世杰,1995,第26-27页。

④ 林大津/谢朝,2004,第15页。

因素会对其互动过程产生影响”为研究内容,以期对跨文化情境下企业文化的生成做以描述和解释。这一研究课题具有跨学科研究特征,具体说来属于如下几种理论研究的结合:

第一,跨文化经济交流理论研究。跨文化经济交流这个概念最初是在20世纪80年代中期以后由北欧的语言学家提出的。该专业涉及文化学、沟通学和经济学,关注的是对国际经济活动中的交流行为过程的分析 and 研究。因此该专业最显著的特点就是跨专业学科,涉及经济学和国际贸易,特别是市场营销、人力资源和企业组织。该学科的前身主要是三种科学历史传统流派:^①1)外贸学,该学科最初出现在由英美国家所发展起来的文化比较管理研究以及80年代由德国新建立起来的国际管理专业中。2)经济语言学,该学科是在30年代到70年代所出现的比较语言研究和90年代以来跨文化文本语言实用学之下发展起来的。3)文化和社会科学行动理论,该学科自70年代在美国发展为跨文化交流学。

第二,跨文化互动理论。“面对差异的调整”这个核心问题,20世纪60至70年代期间,跨文化交际学者们推出了一系列的理论。20世纪80年代至今,全球化迅猛发展,文化间的交往愈益深化,由此产生的矛盾与问题也变得更错综复杂。本书将研究视角集中在适应过程的互动研究上。互动性研究的出发点不是在主流研究中占据多年核心地位的文化比较视角之下的本质性文化概念。文化在互动性研究流派下被视为渐生的、受情境所影响的。这样的理论假设只能通过推导式的研究方法而得出。研究的问题主要集中在双方文化的互动过程,对组织生活所带来的、被人们所感知的影响,以及互动过程中的跨文化性形成、文化形成的特征性过程。结构理论(Giddens,1997b)和跨文化适应互动(Chen,2014)理论,作为一种出建构主义的尝试,可以为这样的相互适应过程给出解释。

第三,跨文化管理。跨文化企业中的适应策略问题,首先是国际人力资源管理,以及国际化管理、跨文化管理研究的内容。作为外派人员成功要素之一的外派人员的适应问题是外派人员研究的一个研究领域,该研究有时被归入国际人员管理研究中。该研究流派大多关注的是外派人员的生活情况。占据核心地位的却是围绕向国外转移人力和财力的意义、外派的组织、外派的准备以及外派成功的关键要素等这些主题的企业政策的视角。除了企业经济学的分析方式,处于核心地位的主要是心理学的研究,却忽略了团队的视角。

^① Bolten,1997,第470页。

综上所述,本书以其跨学科性为研究特征,将基础理论研究归根于上述三个方面:跨文化经济交流理论研究、跨文化互动理论以及跨文化管理。

70、80年代国际化的趋势下,人们越发关注于将外国子公司与母公司的理念相融合。^①而到了90年代期间,跨文化企业文化的研究由于世界范围内兼并行为的增加越发显得重要。^②其关注的问题如下:两个或几个并购伙伴如何融合为一个新企业整体,如何利用所希望的聚合因素。就跨文化情境下企业文化的发展来说,存在着共识性、冲突性和综合性的视角。^③迄今为止没有一个可信的,可以推广应用的“同质性和异质性同时存在”的理论模型。本书正是力求给出一个关于跨文化情境下企业文化研究的更为全面的研究视角。

本书选择将中德合资企业作为“第三种文化的动态生成过程”的研究对象,是因为:

第一:中德两国的经贸往来日益密切。自2003年以来,德国成为中国在欧洲最大的投资伙伴,直至今2012年12月,有5000多家德国企业在中国落户,共有员工20万余人(商务部,2013)^④。自2008到2011年间德国和中国之间的贸易额倍增:德国向中国出口的商品价值从2008年340亿欧元上升到2011年650亿欧元;出口份额分别为3.5%和6.1%。德国从中国进口的商品价值从610亿欧元上升到800亿欧元,进口份额分别为7.6%和8.8%。中德之间的经济往来日益加深,然而恰恰是越发强烈的经济国际化带来了越发令人深思的管理认知,“其他国家的人们所想、所评、所为与我们是不同的”^⑤

第二:中德合资企业对于展现中德经济交流中的特殊性具有较强的代表性。合资企业(Joint Venture)是一种联合拥有的独立经济组织,由两家或者多家提供不同资源的企业共同投入资金、技术、人力等资本而成立,分别享有一定的支配权,共同分享利润,负担支出和风险。^⑥合资企业双方共同制定企业决策,通过对各方资源的利用来创造协同作用,目的是获得国际市场上的竞争优势。中德合资企业是以中德各持部分股权的形式来共同经营管理企业运营的,因而合资企业也

① 参见 Rathje, 2004, 第 77 页。

② 参见 Rathje, 2004, 第 77 页。

③ Rathje, 2004, 第 77 - 82 页。

④ 中国商务部, 2012。

⑤ Apfelthaler, 1999, 第 7 页。

⑥ (Verfasser und Zeit unbekannt), <http://zh.wikipedia.org>。

应当是中德文化碰撞最为经常和突出的地方。跨文化既造就了合资企业的“跨文化优势”;同时跨文化也酿成了合资企业的“跨文化困惑”。

研究中德合资企业的企业文化生成过程对于中国企业的国际化进程具有重要的现实意义。

1.2 研究目标和研究问题

本研究为企业文化研究和跨文化经济交流研究提供了新的研究视角,通过对经济交流中的互动过程来描述并分析跨文化情境下企业文化生成过程,即将跨文化互动交流过程视为企业文化。

本书的研究目的是:描述并分析在跨文化经济交流中,中德合资企业中双方员工和企业层面在面对差异时,在相互的交流过程中,最终生成了什么样的新的第三种企业文化,并对其生成过程给出解释分析。

为实现上述研究目标,需要探讨的问题如下:

- 在中德合资企业中,双方在经济活动中的哪些方面表现出了差异?
- 面对差异,企业中的个人层面和组织层面持续地采取了哪些调适策略?
- 哪些因素会对跨文化互动过程产生影响?
- 在这样不断的相互调适中,逐渐生成了怎样的企业文化?

1.3 相关课题的研究现状

本书的研究新意之处在于通过跨文化交流(过程)来描述企业文化的动态生成(过程)。这种研究思路在目前的国内外企业文化研究中还不多见。就题目所表达出来的内容来看,本书的研究主要是围绕“中德合资企业”、“跨文化互动理论”以及“第三种企业文化”这三大主题进行的。因而与本书相关的研究成果主要包括以下三大方面:第一,中德经济交流;第二,跨文化互动理论研究;第三,跨文化情境下的企业文化研究、中德合资企业的企业文化。关于文化、企业文化、跨文化互动理论的概念理解及本书在这些问题上的主要理论和分析,在本书第二章会有较为详尽的阐述。在本节中,笔者重点介绍与中德经济交流、跨文化互动理论

研究和跨文化情境下企业文化相关的成果。

第一,中德经济交流

Klare 在《德国驻华企业的交流管理》(Kommunikationsmanagement deutscher Unternehmen in China)一书中,采用质性专家访谈法,对德国驻华企业的国际公关行为进行研究。从结构与行动两个视角,分别从中国的历史背景,权力的分配,以儒家、爱国主义等为指导的行动规则,交流规则和媒体工作对德国驻华企业如何实现本土化进行了实证性研究。

Pan Yaling 在《跨文化能力是过程。基于实证研究为中国的德语教育所提出的模型和理念》(Interkultureller Kompetenz als Prozess. Modell und Konzept für das Germanistikstudium in China aufgrund einer empirischen Untersuchung)一书中,解决了当前德国企业对员工的跨文化能力的要求是什么的问题。结论皆来源于“跨文化能力专家”,并且专家所从事的领域也较为广泛,专家所在的企业有德国在华独资企业、在德国本土的母公司、德国企业驻华办事处和中德合资企业。访谈内容详实而贴近实际。书中基于实证性调研,提出了跨文化能力培养的三范畴模型,即“从民族中心主义到民族相对主义,从表面知识到深层知识,从对自己和异文化的理解到跨文化行动能力”。

Huiping Guan 的《跨文化管理:以中德合资企业为例》(Interkulturelles Management; am Beispiel des deutsch-chinesischen Joint Ventures)一书属于基础理论研究,即从文化与管理的角度来研究跨文化管理的业务领域。作者描述了中德合资企业的问题并就中国的工作行为进行文化分析。从儒释道的角度分析中国企业所处的文化环境。作者从文化间的交流、员工领导、激励管理、做出决策和计划目标五个角度来分析文化对中国企业的影响。最后结合 Hofstede 的五要素模型给出发展具有“文化意识”的企业文化模型。

Peill-Schoeller (1994)的《跨文化管理:中国与德语国家的合资公司中的聚合因素》一书堪称中德合资企业管理中的经典之作。该书从人力资源管理、激励机制管理、交流管理、企业目标和规划管理、决策管理、组织管理以及控制管理七个方面对中国与德语国家的合资公司中的问题领域进行探讨。运用跨文化的相关理论以及中国文化、哲学的相关解释,最后对上述的七大问题领域给出建议。本书至今已有 20 余年,但是其研究结果为后人不断继承和发扬,比如 Nagels (1996),Schuchardt (1994),Tang&Reisch (1995),Chung (1995),Trommsdorff/Schuchardt/Lesche (1995),Rotlauf (1999) 等人都对中德合资企业有所研究。但很明

显,上述研究距今均已经近 20 年了,急需新的数据来完善或更新已有的研究成果。

此外,近几年还有国内学者以实证访谈为研究方法对中德之间跨文化经济交流领域做了的主题式深入研究,其主题词分别为“内聚力与跨文化协同”以及“上下级信任互动”。

于景涛的《内聚力发展与跨文化协同——中德跨文化团队研究》(Kohäsion und Synergie/chinesisch-Deutsche interkulturelle Teamprozesse)一书,采用基础理论与实证研究相结合。先是在文献综述的基础上,提出 9 个假设性影响因素:合作、交际风格、归属感、交互性、领导风格、权力、尊重、信任和价值,并对这些概念之间的关联性和相互作用的可能途径提出 12 个假设。接下来对中德跨文化团队员工进行了质性访谈与分析,以此验证上述的 12 个假设。其研究结果对中德之间的跨文化适应研究具有较强的实际指导意义。

张晓玲在《跨文化上下级信任互动研究——以德国外派管理人员与中国员工的信任互动为例》一文中,从文化对比和跨文化互动两个层面,围绕建立在信任主体之间的三大形象互动(自我形象、他者形象以及间接形象)所呈现出来的七个层面:即工作能力、工作态度、工作方式、性格、人品、帮助与被帮助以及文化,对中德上下级之间的信任互动进行研究。在国内的跨文化经济交流研究领域,首次实现了跨文化交流主体之间三大形象的互动研究。

第二,跨文化互动理论研究

就目前的而研究现状来看,学者们根据固定性和可变性、渐生性对文化有着不同的看法。即在国际跨文化管理领域,关于文化有两种范式:静态和动态,即文化比较研究和文化互动研究。迄今为止,前者仍是主流。静态的范式中以 Hofstede 的文化对比模型为代表,其研究结果激发了后续的研究,特别是 Thomas (2011)、Maznevski、DiStefano、Gomez、Noorderhaven、Wu (2002)、Schwartz (1994)、Ingleharts (2000) 和 GLOBE 团队 (House, Javidan, & Dorfman, 2001) 所提出的文化模型。而文化动态观念的提出要追溯到 Smircich (1983),他提出文化是通过协商和对符号、含义共享过程产生和再产生的。这种文化的观点强调了操纵文化改变力量的局限,因为这不是完全掌握在经理人手中的事物。Brannen 和 Salk (2000) 提出假说,当来自不同文化的人们在一个组织内工作时一个新的“经过协商的文化”渐生出来了。此外,一些动态范式的支持者们主张对不同文化体系相遇时所碰撞出来的“文化摩擦”进行研究 (Bolten, 20011; Thomas, 2011; Dreher 和