

A LIBRARY OF
DOCTORAL
DISSERTATIONS
IN SOCIAL SCIENCES IN CHINA

中国
社会科学
博士论文
文库

中国女性职业生涯发展研究

吴贵明 著

ISBN 7-5004-4646-2



9 787500 446460 >

ISBN 7-5004-4646-2/C · 220

定价：27.00元

D669.2/32

A LIBRARY OF
DOCTORAL
DISSERTATIONS
IN SOCIAL SCIENCES IN CHINA



中国女性职业生涯发展研究

首都师范大学图书馆



21677125

吴贵明 著
导师 廖泉文
审稿 李茂生

中国社会科学出版社

PDG

图书在版编目 (CIP) 数据

中国女性职业生涯发展研究/吴贵明著. - 北京: 中国社会科学出版社, 2004.8

(中国社会科学博士论文文库)

ISBN 7-5004-4646-2

I. 中… II. 吴… III. 女性-职业选择-研究
IV. C913.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 079743 号

责任编辑 易小放
特约编辑 洪 岩
责任校对 徐 侠
版式设计 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010-84029453

传 真 010-84017153

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 丰华装订厂

版 次 2004 年 8 月第 1 版

印 次 2004 年 8 月第 1 次印刷

开 本 880×1230 毫米 1/32

印 张 12

插 页 2

字 数 296 千字

定 价 27.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

PDG



作者简介

吴贵明 女, 1965年6月出生。1985年获福建师范大学理学学士学位; 1998年获厦门大学工商管理硕士(MBA)学位; 2003年获厦门大学管理学博士学位; 1998年赴美国道林学院进修经济管理课程。现为福建商业高等专科学校副校长, 管理学副教授, 福建省妇女理论研究会理事, 福建省情商研究会理事。主要从事人力资源管理与开发方面的教学与研究。近年来, 在《商业研究》等刊物发表学术论文二十余篇; 参与编写了《中介人员队伍开发与管理》; 主持和参加了科研课题十余项; 2002年主笔“福建省中介人员开发与管理”课题, 该课题获中组部2002年课题二等奖。

内 容 提 要

职业生涯发展状况是人一生成功、幸福、快乐的重要标志之一,是人力资本获取与运用的最根本的途径。女性的职业生涯发展与男性或现有管理学中职业生涯发展研究的一般概述相比,有许多独特之处。本研究梳理了职业生涯发展理论,探寻了女性职业生涯发展特点,尝试运用多学科的理论和分析方法认识中国女性职业发展中存在的问题,剖析影响因素,提出对策,为中国女性人力资本最大限度地获得与发挥提供理论支持和政策建议。

研究包括八章:第一章,提出问题,阐明研究的宗旨、意义和方法;第二章,梳理职业生涯发展理论;第三章,探寻中国女性职业生涯发展的特点;第四、五、六章,分别对中国女性职业生涯发展过程中出现的突出问题——职业性别隔离、角色冲突与困惑及当前女性职业生涯发展热点问题进行分析,尝试从经济学、社会学和社会心理学等角度进行解释;第七章,分析了中国女性(作为群体或个体)职业生涯发展影响要素;第八章,从制度层面、社会层面、组织层面和个体层面提出促进中国女性职业生涯发展的对策。

《中国社会科学博士论文文库》

编辑委员会

主 任：李铁映

副 主 任：汝 信 江蓝生 陈佳贵

委 员：（按姓氏笔画为序）

王洛林 王家福 王缉思

冯广裕 任继愈 江蓝生

汝 信 刘庆柱 刘树成

李茂生 李铁映 杨 义

何秉孟 邹东涛 余永定

沈家煊 张树相 陈佳贵

陈祖武 武 寅 郝时远

信春鹰 黄宝生 黄浩涛

总 编 辑：李茂生

学术秘书：冯广裕

新
知
學
PDG

总 序

在胡绳同志倡导和主持下，中国社会科学院组成编委会，从全国每年毕业并通过答辩的社会科学博士论文中遴选优秀者纳入《中国社会科学博士论文文库》，由中国社会科学出版社正式出版，这项工作已持续了12年。这12年所出版的论文，代表了这一时期中国社会科学各学科博士学位论文水平，较好地实现了本文库编辑出版的初衷。

编辑出版博士文库，既是培养社会科学各学科学术带头人的有效举措，又是一种重要的文化积累，很有意义。在到中国社会科学院之前，我就曾饶有兴趣地看过文库中的部分论文，到社科院以后，也一直关注和支持文库的出版。新旧世纪之交，原编委会主任胡绳同志仙逝，社科院希望我主持文库编委会的工作，我同意了。社会科学博士都是青年社会科学研究人员，青年是国家的未来，青年社科学者是我们社会科学的未来，我们有责任支持他们更快地成长。

每一个时代总有属于它们自己的问题，“问题就是时代的声音”（马克思语）。坚持理论联系实际，注意研究带全局性的战略问题，是我们党的优良传统。我希望包括博士在内的青年社会科学工作者继承和发扬这一优良传统，密切关

注、深入研究 21 世纪初中国面临的重大时代问题。离开了时代性，脱离了社会潮流，社会科学研究的价值就要受到影响。我是鼓励青年人成名成家的，这是党的需要，国家的需要，人民的需要。但问题在于，什么是名呢？名，就是他的价值得到了社会的承认。如果没有得到社会、人民的承认，他的价值又表现在哪里呢？所以说，价值就在于对社会重大问题的回答和解决。一旦回答了时代性的重大问题，就必然会对社会产生巨大而深刻的影响，你也因此而实现了你的价值。在这方面年轻的博士有很大的优势：精力旺盛，思想敏捷，勤于学习，勇于创新。但青年学者要多向老一辈学者学习，博士尤其要很好地向导师学习，在导师的指导下，发挥自己的优势，研究重大问题，就有可能出好的成果，实现自己的价值。过去 12 年入选文库的论文，也说明了这一点。

什么是当前时代的重大问题呢？纵观当今世界，无外乎两种社会制度，一种是资本主义制度，一种是社会主义制度。所有的世界观问题、政治问题、理论问题都离不开对这两大制度的基本看法。对于社会主义，马克思主义者和资本主义世界的学者都有很多的研究和论述；对于资本主义，马克思主义者和资本主义世界的学者也有过很多研究和论述。面对这些众说纷纭的思潮和学说，我们应该如何认识？从基本倾向看，资本主义国家的学者、政治家论证的是资本主义的合理性和长期存在的“必然性”；中国的马克思主义者，中国的社会科学工作者，当然要向世界、向社会讲清楚，中国坚持走自己的路一定能实现现代化，中华民族一定能通过社会主义来实现全面的振兴。中国的问题只能由中国人用自己的理

论来解决，让外国人来解决中国的问题，是行不通的。也许有的同志会说，马克思主义也是外来的。但是，要知道，马克思主义只是在中国化了以后才解决中国的问题的。如果没有马克思主义的普遍原理与中国革命和建设的实际相结合而形成的毛泽东思想、邓小平理论，马克思主义同样不能解决中国的问题。教条主义是不行的，东教条不行，西教条也不行，什么教条都不行。把学问、理论当教条，本身就是反科学的。

在 21 世纪，人类所面对的最重大的问题仍然是两大制度问题：这两大制度的前途、命运如何？资本主义会如何变化？社会主义怎么发展？中国特色的社会主义怎么发展？中国学者无论是研究资本主义，还是研究社会主义，最终总是要落脚到解决中国的现实与未来问题。我看中国的未来就是如何保持长期的稳定和发展。只要能长期稳定，就能长期发展；只要能长期发展，中国的社会主义现代化就能实现。

什么是 21 世纪的重大理论问题？我看还是马克思主义的发展问题。我们的理论是为中国的发展服务的，决不是相反。解决中国问题的关键，取决于我们能否更好地坚持和发展马克思主义，特别是发展马克思主义。不能发展马克思主义也就不能坚持马克思主义。一切不发展的、僵化的东西都是坚持不住的，也不可能坚持住。坚持马克思主义，就是要随着实践，随着社会、经济各方面的发展，不断地发展马克思主义。马克思主义没有穷尽真理，也没有包揽一切答案。它所提供给我们的，更多的是认识世界、改造世界的世界观、方法论、价值观，是立场，是方法。我们必须学会运用科学的

世界观来认识社会的发展，在实践中不断地丰富和发展马克思主义，只有发展马克思主义才能真正坚持马克思主义。我们年轻的社会科学博士们要以坚持和发展马克思主义为己任，在这方面多出精品力作。我们将优先出版这种成果。

李鐵性

2001年8月8日于北戴河



序

——我所认识的吴贵明博士及绣花理论

职业生涯、职业规划、职业管理是近十年逐步在中国发展起来的人力资源管理研究领域的一个主要分支，随着社会的进步、经济的发展，职业生涯规划及其相关的理论研究成为一个热点课题。但迄今为止，系统的研究仍然很少，而女性职业生涯发展的研究就更少之又少了。吴贵明博士的《中国女性职业生涯发展研究》是一部系统、完整的专题研究，其中许多论述具有独创性，如中国女性职业生涯发展的轨迹和特点、职业性别隔离以及对这种隔离的剖析等。本书文笔犀利，既对女性职业发展过程中遇到的困难表示同情，又对女性职业发展的角色冲突和难以突破冲突表示“恨铁不成钢”的遗憾。本书的社会价值在于呼唤所有致力于个人职业生涯发展的女性，勇敢地冲破玻璃顶篷和玻璃墙壁，去创造更加有价值的劳动和劳动成果，自觉承担社会责任和家庭责任，提升个体的素质，开辟个体的发展空间，达到自我实现和个体价值最大化。

我认识吴贵明博士是在1996年，从那以来，我们的师生缘分和朋友缘分就成了我们共同珍藏的情谊。我的专著《招聘与录用》（人民出版社2002年版）和《人力资源管理》（高等教育出版社2003年版），她都是第一个读者，同时又是第一稿的第一个校对者，她的细致、耐心、友爱和奉献精神令我感动不已；

她的温婉、体贴入微、关心他人在师弟师妹中是有口皆碑的，在妻子、母亲、媳妇、女儿、老师、学生、朋友等多种角色中均能得到大家的认可、尊重和表扬。因此，由她来完成一部较为系统的中国女性职业生涯发展研究专著无疑是十分适当的。当然，我之所以敢于如此表扬我的女博士生，也缘于一个很重要的原因，因为我也是女性，在中国，男性教师要表扬他的女学生是必须慎重的，因为中国的文化规范了许多角色的语言方式。

为了表示我对本书出版的祝贺，也表示对我所关心和爱护的吴贵明博士的心意，下面我把我的“绣花理论”作为本书的序奉献给读者。

一 绣花理论概述

“绣花理论”是指当一个人的职业生涯开始或者是职业生涯处于低谷时，他都必须努力借助他人的“资源”并主动义务或只取比市场低的价格去为提供资源的人工作，在这个工作过程中，完成技能、关系、资金（或其他资源）的积累，求得个人人力资本质的飞跃，以获取职业发展的成功。

绣花理论的由来。作者小时候认识一位邻居老大娘，这位大娘过得比周围的人都富有，她向作者讲述了自己获得相对富有生活的经历。当年她作为一个小媳妇，除了做家务外没有任何谋生的本领，她想学一门手艺，以作养老之资。但由于性别歧视和家境贫寒，她求艺无门。后来她想到了学绣花。家贫买不起针线和布料，同时也无师可拜，但她凭借勇气、决心和小时候一点儿针线活的底子，主动要求为邻居出嫁的姑娘绣花。当地的风俗是女孩出嫁必须要有几件绣花物件，如门帘、床帘、枕套等作为陪嫁，许多姑娘或忙或不通此行，要花钱请人代工。这位大娘决心义务为她们绣花，她们则为其提供了所有绣花必备的“资源”。十年的义务劳动，她不仅练出了极好的绣花技艺，而且打出了名

声（无形资产），积累了许多花式图样。第二个十年，她结束了义务劳动，开始了有偿服务，但价格略低于市场价。第三个十年，她以高于市场的价格仍然赢得众多的顾客。

这个绣花的故事，给了我许多启示，为了纪念这段故事，这个理论就以“绣花理论”来命名。

绣花理论的要素：义务为他人做嫁衣裳；打别人的工，学自己的艺；品牌效应。

二 为他人做嫁衣裳

1. 学艺要先学会吃亏，获得资源要付出更多的劳动

无论你想做什么事，都要拥有一定的资源，邻居大娘要学绣花，必须要有针线和布料；要想读书，必须要有书本和纸笔。当你刚进入职业阶段，或者处于职业低谷时，遇到的第一个困难就是手中没有资源。

如何去获取资源，这是许多缺少资源的人感到非常困惑的事，绣花理论提出的是用义务劳动去换取资源，或用低廉的报酬去做更多的事，这种获取资源的方式就是先吃亏。

做更多的事，不要报酬或要很少的报酬，很多人做不到，他们认为这不公平，不合理，结果他就学不成艺。

2. 学艺要肯下苦功

当你完全没有资源和技能时，你也许会用义务劳动或很低酬劳去获取资源，当你用义务劳动换取的资源学会了某项技能时，你还愿意接受这种不公平吗？你能否吃得起这个亏？

其实，一个精湛的技艺是很不容易学到的，因此，学艺一定要狠下苦功，既要假以时日，又要肯用汗水。十年植树，百年育人，一个人要成才，苦功夫是一定要下的，一般的会一门技能与成为这门技术（知识）的专家，仍有百步之遥，因此学艺要狠下苦功。

3. 做他人的嫁衣裳，学自己的绣花艺

为他人绣花，资源是他人的，成品是他人的，你的工钱没有，是不是你就很吃亏了呢？其实不然，学艺就是你的收获，学到很精的艺，更是你的大收获。我们很多的大学生、研究生，一踏出校门，对社会、对实践知之甚少，但一点亏都不肯吃，不愿“偷学艺”，也不愿为“学艺”而多吃苦，少报酬。绣花理论告诉我们，做他人的嫁衣裳，学到的艺都是自己的，而且学到的艺并不会随成品而“陪嫁”出去，相反，它一定成为你个人的人力资本而被强化在你自身的体内。

三 完成职业能力的三大积累

1. 人力资本的积累

十年磨一剑，积累是一个很艰苦的过程。职业能力首要是个人的身上的人力资本，这里包括技术、知识、经验、健康和能力。人力资本的积累既包括学校所受的教育、在职培训，又包括自己努力去获取的各种技能和经验。

2. 品牌的积累

绣花大娘义务为他人绣了十年的花，远近皆闻名，花越绣越好，知道的人越来越多。这种品牌的积累既需要时间，又需要公众的认可，这种认可积累到一定程度，逐步就成长为品牌。品牌是有层次之别的，是一个地区的品牌，还是一个省的品牌，或者是国内一流的品牌？品牌差异的关键点是人力资本转化为产品和服务后，这些产品和服务被认可的程度。

3. 资源的积累

绣花大娘用十年的时间积累了品牌和人际关系，同时又积累了一个十分重要的资源：花色图案。她把每一位请她绣花者的图案临摹下来，日复一日，年复一年，她的案头上就积累了厚厚一叠的绣花图案。这种资源让她在后十年及再后的十年拥有了超过

一般人的资源。

一个人力资源专业毕业的研究生，如果愿意用业余时间为多家企业作义务策划和项目设计，那么十年后，他将会是一名优秀的顾问师，因为他积累了各种企业人力资源规划和项目设计的经验，也积累了每种设计留下的资料，这种资源的积累超过了别的积累。

对于一个现代青年，其资源的积累当然应赋予许多新的概念，其中最重要的是资金的积累，人际关系的积累等。

四 收获品牌效应

1. 现代品牌效应

马太效应告诉我们，贫者愈贫，富者愈富。马太效应给了我们一个最基本的认识，当你到达一个点之后就不是等差级数地增长，而是等比级数甚至成指数地增长了，反之亦然。鲁迅先生也曾经用非常形象的比喻来描述相互的社会学理论，文以人传，人以文传，时间一长，也就分不清楚文好还是人贵了。随着社会的发展，通讯的发达，名牌效应已经远远超过当年的马太效应所描述的哲理了。名牌效应使有些成功人士一夜之间就被全世界所认识，所传扬了。因此，为了获取自己的知名品牌，一定要舍得付出劳动，付出汗水，付出损失，一定要认真地打几年义务工，认真地做几年他人的嫁衣裳，这样才有可能获取自己的品牌。

2. 收获的品牌效应必须学会珍惜

品牌效应可能会给你带来财富、荣誉，带来人们的尊敬和崇拜，由于现代各种通讯工具的发达，也许你收获的远比过去说的“富、贵、雅”要多得多。举手之间，也许你会觉得自己变了一个人，拥有鲜花、头衔、洋楼、名牌小车和名牌服装，此时的你一定要谨慎。

第一，要谦虚。有人会“人生得意马蹄轻”，得意时的感觉

是“两岸猿声啼不住，轻舟已过万重山”，但越是得意，越要注意谦虚，要以礼待人。每个人在人格上是平等的，机遇的得失只有一步之差，但收获的成功与失败却有千里之遥。要记住那一步，人们之间的距离永远只有一步，两个极端之间的距离最短，海纳百川，处低易蓄，谦虚会使自己永远具备平常心。

第二，要学会珍惜。要珍惜所有帮助过你的人，珍惜你已得到的一切：你的家人，你的朋友，你的老师，你的学生，你的孩子，所有你目前已获得的，都是你必须珍惜的，珍惜每一个人的帮助，珍惜每一个人的付出，用加倍的努力和成绩回报他们。

时下年轻人流行一句话：“我要为自己活。”这句话是对谁说的呢？我常听到的回答是对最疼他的人，最爱他的人，最关心他的人说的，因为最爱他，最关心他，因此就会有“忠言逆耳”。要学会珍惜，珍惜每一个帮助你的人，珍惜你已拥有的一切。和前面曾经说过的一样，此时不妨把一把斋，让自己学会珍惜每一份已获得的食物、礼品和一切。

第三，要有爱心。只有爱别人才被人爱，品牌的效应很大，也许会让你有“一飞冲天”之感，但这时你一定要学会爱别人，尤其当你收获你的品牌效应时，你已具备能力，可以更多地去帮助他人，回报在你辛苦努力时帮助你、关心你的人。爱是要用心去回报的。

3. 收获品牌效应时要尊重他人的品牌

有品牌的人受人尊敬，但切忌“惟我独尊”。一个人的品牌有各种各样，从政、从商、从学都可以做出品牌，即使同样是从学，也有许多不同的专业，不同的研究方向，一定要学会尊重他人的品牌，学会尊重他人的成果，庆贺他人的成功，文人不能相轻，而应互重，互相尊重对方，如此，你会发现你获得了更大的品牌。

吴贵明博士的专著就要付梓了，以她诚恳的心、勤劳的手、