



中经管理文库·管理学精品系列

On Culture Integration in Cross-Border
Mergers & Acquisitions of Chinese Enterprises:
Theoretical Model and Empirical Research

中国企业跨国并购文化整合 解决方案探究

唐炎钊 张丽明 陈志斌 / 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



中经管理文库·管理学精品系列

On Culture Integration in Cross-Border
Mergers & Acquisitions of Chinese Enterprises:
Theoretical Model and Empirical Research

中国企业跨国并购文化整合 解决方案探究

唐炎钊 张丽明 陈志斌 / 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业跨国并购文化整合解决方案探究/唐炎钊, 张丽明, 陈志斌著.

北京: 中国经济出版社, 2012. 7

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1419 - 1

I. ①中… II. ①唐…②张…③陈… III. ①跨国兼并—企业文化—研究—中国 IV. ①F279. 247

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 015498 号

责任编辑 金 珠
责任审读 霍宏涛
责任印制 张江虹
封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社
印刷者 北京市昌平区新兴胶印厂
经销者 各地新华书店
开 本 710mm × 1000mm 1/16
印 张 22.5
字 数 332 千字
版 次 2012 年 7 月第 1 版
印 次 2012 年 7 月第 1 次
书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1419 - 1/F · 9217
定 价 68.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037
本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

致 谢

本书研究课题得到以下项目基金的资助，特此致谢！

1. 国家自然科学基金面上项目（70872094）
2. 福建省新世纪优秀人才支持计划

前言

跨国并购已成为企业走向国际化的主要方式之一。近年来,随着经济的全球化以及中国经济的高速发展,中国企业的跨国并购活动日益增多。

美国《商业周刊》撰文认为,未来10年中国企业将进行大规模的跨国并购,从而将改变世界企业竞争的整体格局。跨国并购为中国企业迅速获得自身最为缺乏的产品研发技术、具有影响力的国际名牌以及国际市场营销经验提供了一条“捷径”,然而这却是一条“布满荆棘的捷径”。

大量研究发现,并购能否成功并不在于并购交易本身,而在于并购后的整合(Bruce Wasserstein,1991;Haspaslaph & Jemison,1991;A. T. Kearney,1999等),而学者们的进一步研究则表明:在并购整合中,文化整合既是关键难点,也是决定并购成功与否的关键因素(Mercer Management Consulting,1995,1997;Coopers & Lybrand,1999;Habeck,2003等)。

相对于西方发达国家企业的跨国并购而言,中国企业的跨国并购则面临着更多的困难和特殊性:一是中国企业大多实力有限,公司规模不够大,并购发达国家的企业大多是实力弱又处于亏损状态,且许多中国企业还带有国有企业的性质,容易受到政治等因素的干扰等;二是中西民族文化的巨大差异加大了中国企业跨国并购文化的整合难度;三是中国商业文化的关系取向、泛家族式的网络取向等不利于中国企业在“熟人世界”走向“陌生人世界”的过程中的文化整合;四是由于社会经济环境、历史沿革以及企业文化建设滞后等多种原因,导致中国企业文化发展不成熟且处于弱势地位,海外被并购企业对中国企业文化的认可度和包容度低;

五是中国企业管理方式和运作模式的非国际化,导致在市场经济发达的西方国家难以行得通;六是中国企业面对的非理性的国内市场、金融市场不发达、不完善,缺乏足够的国际化经营管理人才,文化整合经验与能力明显不足,加上并购整合的急功近利,导致中国企业并购后失败的概率更高;等等。

中国企业跨国并购中的文化整合无疑将面临着更大的挑战。因此,无论是在理论上还是在实践上,都迫切需要一套适合我国企业跨国并购文化整合的理论与方法。本书正是为了满足这一需要而进行的初步尝试与探索,它是国家自然科学基金面上项目(项目编号:70872094)、福建省新世纪优秀人才支持计划项目的主要成果的总结。

本书在充分吸收国内外跨国并购文化整合的有用经验和最新研究成果的基础上,试图以中国企业跨国并购过程中面临的特殊性 & 文化的多样性问题为背景,以跨文化管理理论、企业文化分层理论、跨文化商业行为理论、并购文化整合理论、文化的契约观和资源观等相关理论为基础,对中国企业跨国并购文化整合问题进行全面研究。

在理论上,本书将商业文化引入到跨国并购文化整合的研究中,将跨国并购文化差异及整合的分析从二维扩展到三维,提出一个基于民族文化、商业文化、企业文化以及文化本身的多层次性基础上的跨文化整合概念框架模型,以及在该概念框架模型的指导下,形成民族文化整合的“求同存异”动态过程模型、商业文化整合的“学习适应与自我保持”模型、企业文化整合的“动态轮轴”模型以及企业文化整合模式选择的动态模型、关键影响因素的结构模型,全面系统地探讨在文化的整合过程中,在不同文化领域应采取的基本整合态度、整合模式、整合内容以及影响中国企业跨国并购文化整合的关键因素。一旦取得突破,不仅为研究跨国并购文化整合提供了新方向与新机会,而且有可能形成新的跨国并购文化整合理论的分析框架,这将进一步丰富跨国并购文化整合理论的内容。

在实践上,中国本土企业在积极“走出去”实施跨国并购,用实际行

动探索着中国企业国际化道路时,必须要进行文化整合。那么,相关管理者考虑的三个关键问题就是:在不同的文化领域(民族文化、商业文化、企业文化)应采取怎样的整合态度?不同的文化领域各自的整合重点是什么?采用何种文化整合模式来实现整合目标?这样,本书提出的理论框架模型就可以为其决策提供理论依据与参考,进而提高其决策质量,促进中国企业跨国并购成功的概率。

本书共分九章。第一章为绪论,在对中国企业跨国并购的历史与现状进行概述的基础上,阐述了项目研究的意义、目标与主要内容,以及完成项目的研究方案,为本项目的研究提供铺垫。

第二章为中国企业跨国并购中的文化三层次分析框架。在对文化的相关概念、管理的文化领域、文化的分层理论等进行系统梳理的基础上,以文化差异—文化协同和冲突—文化管理和文化整合为脉络,对这些成果进行系统的梳理,形成了中国企业跨国并购中的文化三层次分析框架,为后面全面、系统的分析打下了理论基础。

第三章为中国企业跨国并购中的民族文化维度分析。在对民族文化的概念、民族文化差异等相关理论进行综述的基础上,通过中西方民族文化的对比分析,从文化的三层次(核心层、中间层和表层)出发,总结出了中国企业跨国并购文化整合中民族文化层面的分析维度,提出了民族文化整合的“求同存异”动态过程模型。

第四章为中国企业跨国并购民族文化整合的多案例分析。通过多案例对中国企业跨国并购民族文化整合的“求同存异”动态过程模型进行分析与评价。

第五章为中国企业跨国并购中的商业文化整合分析。在对商业文化的概念、商业文化分析维度等相关理论进行综述的基础上,通过中西商业文化的对比分析,从文化的三层次出发总结了中国企业跨国文化整合中商业文化层面的分析维度,并提出了商业文化整合的适应学习与自我保持模型。

第六章为中国企业跨国并购中的企业文化维度分析。在对企业文化的概念、国内外企业文化的研究综述的基础上,开发出了企业文化的分析维度及整合的理论模型。

第七章为中国企业跨国并购企业文化整合的动态轮轴旋转模型。提出了以并购双方价值观体系整合为轴心,以行为模式整合为着眼点,以感知诊断、尊重学习、融合变革和内化巩固为保障措施的三层次动态轮轴旋转模型,并通过跨案例研究对模型进行初步检验。

第八章为中国企业跨国并购企业文化整合模式选择的动态分析。构建了一个以并购双方愿意吸纳对方文化的程度为 X、Y 轴,以并购文化整合阶段为 Z 轴的企业文化整合模式的多阶段动态选择模型,并通过多案例研究对模型进行了分析与评价。

第九章为中国企业跨国并购文化整合的关键影响因素分析。基于二手资料法、内容分析法和专家讨论法,系统地开发了影响中国企业跨国并购的文化因素的测量量表,并运用统计分析方法进行了验证。

第十章为研究结论与建议。

本书的研究是团队成员集体的结晶。在研究的过程中硕士生唐蓉、张丽明、柳娟、陈志斌、蔡勇杰、王业峰等在项目的完成中做了大量的工作,并形成了多篇学位论文;本项目的完成还得到了国内外专家的大力支持与帮助,在此表示衷心的感谢。在本书写作过程中,参考和引用了大量国内外学者的研究成果,吸收了一些有益的见解,在此谨向他们表示深深的敬意和感谢。由于时间、能力等因素的限制,一些观点、结论和方法难免有值得商榷处,恳请有关专家、学者和广大读者不吝赐教。

唐炎钊

2011 年 12 月于厦门大学

目 录

CONTENTS

第一章 | 绪 论

1.1	项目提出的研究背景	001
1.1.1	中国企业跨国并购的历史与现状	001
1.1.2	中国企业跨国并购文化整合实践的困惑	004
1.1.3	中国企业跨国并购文化整合的理论反思	005
1.1.4	中国企业跨国并购的动机	008
1.1.5	中国企业跨国并购的特殊性	009
1.2	项目研究意义	012
1.2.1	实践意义	012
1.2.2	理论意义	012
1.3	概念界定	013
1.3.1	跨国并购	013
1.3.2	文化冲突	014
1.3.3	文化整合	014

1.4 项目研究目标与主要内容	016
1.5 项目研究方案	018
1.5.1 研究思路	018
1.5.2 研究方案	018
1.5.3 拟采取的技术路线	020
1.6 项目的特色与创新之处	024
参考文献	025

第二章 中国企业跨国并购中的文化三层次分析框架

2.1 文化的概念	027
2.1.1 “文化”的起源	027
2.1.2 文化的定义	028
2.2 文化层次与文化领域的关系	030
2.2.1 文化分层理论研究	030
2.2.2 文化领域分析	034
2.2.3 文化层次与文化领域的关系分析	035
2.3 跨国并购中的文化冲突与文化协同分析	038
2.3.1 文化的资源观	038
2.3.2 文化冲突	039
2.3.3 文化协同分析	041
2.4 跨国并购中的文化整合概念框架模型	042
2.4.1 文化的契约观	042
2.4.2 不同层次和领域的文化差异及其整合	043
2.5 结论	050
参考文献	051

第三章 | 中国企业跨国并购中的民族文化维度分析

3.1	民族文化的界定	054
3.2	民族文化差异研究的文献回顾	056
3.2.1	民族文化的分维模型研究	056
3.2.2	民族文化的分群/分类研究	064
3.2.3	民族文化的研究方法综述	067
3.3	民族文化的三层次分析维度框架	068
3.3.1	中西民族文化核心层比较分析	069
3.3.2	中西民族文化中间层的比较分析	076
3.3.3	中西民族文化表层的比较分析	079
3.4	结论	083
	参考文献	084

第四章 | 中国企业跨国并购民族文化整合的多案例分析

4.1	民族文化整合的“求同存异”动态过程模型	089
4.1.1	认识民族文化差异	090
4.1.2	宽容和尊重差异	091
4.1.3	调和差异	092
4.1.4	民族文化的求同存异	094
4.2	研究设计	095
4.2.1	选择多案例研究的原因	095
4.2.2	案例的选择	095
4.2.3	数据资料的获取	096

4.3 案例分析	097
4.3.1 万向集团收购美国上市公司“UAI”的案例分析	097
4.3.2 中国石化收购瑞士 Addax 石油公司的案例分析	101
4.3.3 TCL 并购法国汤姆逊的案例分析	105
4.4 结论	109
参考文献	110

第五章 | 中国企业跨国并购中的商业文化整合分析

5.1 商业文化的界定	116
5.2 商业文化研究的文献回顾	119
5.3 商业文化的三层次分析维度框架	121
5.3.1 中西商业文化的基本假设的比较	122
5.3.2 中西商业文化价值观体系的比较	124
5.3.3 中西商业文化的行为和物化行为的比较	129
5.4 商业文化整合的适应学习与自我保持模型	142
5.4.1 商业文化的适应与学习	142
5.4.2 自我保持	146
5.4.3 保持平衡	149
5.5 结论	154
参考文献	155

第六章 | 中国企业跨国并购中的企业文化维度分析

6.1 企业文化研究的文献回顾	160
6.1.1 企业文化的界定	160
6.1.2 企业文化的差异研究	163

6.1.3 企业文化分层理论	167
6.2 企业文化整合研究的文献回顾	171
6.2.1 企业文化整合的内容	171
6.2.2 企业文化整合模式及影响因素	173
6.2.3 企业文化整合的过程	183
6.3 企业文化分析维度框架	186
6.3.1 企业文化中间层维度分析	187
6.3.2 企业文化表层维度分析	190
6.4 结论	191
参考文献	191

第七章 | 中国企业跨国并购企业文化整合的动态轮轴旋转模型

7.1 构建研究分析框架	197
7.1.1 动态轮轴旋转模型的层次结构及关系	197
7.1.2 动态轮轴旋转模型的内容阐释	198
7.1.3 动态轮轴旋转模型的运动机理	204
7.2 研究设计	206
7.2.1 研究方法和研究命题	206
7.2.2 案例的选择	207
7.2.3 数据资料的获取与分析	210
7.2.4 研究信度与效度的简要说明	211
7.3 跨案例分析	212
7.3.1 案例概况	212
7.3.2 跨案例分析	217
7.4 结论	229
参考文献	229

第八章 | 中国企业跨国并购企业文化整合模式选择的动态分析

8.1 构建研究分析框架	236
8.1.1 被并购企业愿意吸纳对方文化程度的影响因素	237
8.1.2 并购企业愿意吸纳对方文化程度的影响因素	237
8.1.3 企业文化整合模式的选择类型	238
8.1.4 不同企业文化整合模式选择的比较	241
8.1.5 企业文化整合模式的动态渐进选择过程	243
8.2 研究设计	246
8.2.1 多案例研究方法	246
8.2.2 研究信度与效度的简要说明	247
8.2.3 案例的选择	248
8.2.4 数据资料的获取	249
8.3 案例分析	250
8.3.1 联想并购 IBM PC 业务的案例分析	250
8.3.2 明基并购西门子手机业务的案例分析	256
8.3.3 吉利并购沃尔沃的案例分析	262
8.4 结论和启示	269
参考文献	270

第九章 | 中国企业跨国并购文化整合的关键影响因素分析

9.1 理论模型与研究假设	276
9.1.1 理论模型构建	276
9.1.2 研究假设的提出	277

9.2 问卷编制及探索性分析	283
9.2.1 影响因素问卷的编制	283
9.2.2 预研究	287
9.3 定量实证分析	304
9.3.1 数据收集	304
9.3.2 数据基本情况	304
9.3.3 影响因素的验证性因子分析	307
9.3.4 文化整合影响因素结构方程模型分析	310
9.4 结论	315
参考文献	316

第十章 | 研究结论与建议

10.1 研究结果的讨论	320
10.2 政策建议	325
10.3 研究的局限与展望	326
10.3.1 研究局限	326
10.3.2 研究展望	326
附录一:中国企业跨国并购文化整合关键因素的专家评价表	327
附录二:中国企业跨国并购过程中文化整合影响因素问卷(预试)	332
附录三:中国企业跨国并购过程中文化整合影响因素问卷(正式)	337

1.1 项目提出的研究背景

1.1.1 中国企业跨国并购的历史与现状

一般来说,并购是企业获得自身发展所需资源、增强实力、实现规模经济的重要途径,而跨国并购还可使企业绕过贸易壁垒和技术壁垒,将市场扩大到全球。

在 19 世纪末至 20 世纪 90 年代初的 100 多年时间里,全球范围内已经发生了四次大的并购浪潮:19 世纪末至 20 世纪初的以横向整合为标志的第一次浪潮,20 世纪 20 年代的纵向整合浪潮,20 世纪 60 年代的混合多元化并购浪潮,以及 20 世纪 80 年代的杠杆收购浪潮。这四次并购浪潮规模一次比一次巨大,但是主要集中在某一国内部。自 20 世纪 90 年代,全球开始了第五次并购浪潮,这次并购潮席卷全球,更多的是跨国界的企业之间的兼并重组,即跨国并购,跨国公司成为了并购的主体。此次并购潮规模之大,涉及行业之广,影响程度之深,是前几次并购浪潮所不能比拟的。

中国企业的并购活动起步较晚,从 1984 年第一起跨国并购开始至

今,不到 30 年的时间,却经历了发达国家需要 100 多年完成的并购历程,其发展速度远快于西方发达国家。1985 年,首都钢铁公司投入 340 万美元在美国购买了麦斯塔工程设计公司 70% 的权益;1988 年,中国化工进出口总公司成为跨国经营试点企业,陆续进行了一系列对外并购活动,如并购美国海岸太平洋炼油公司 50% 的股份以及美国的磷矿和磷肥厂等;1992 年,首钢收购了美国加州钢厂和秘鲁铁矿等海外企业;1993 年,中信澳大利亚公司全资收购了在澳洲经营肉类产品的麦多肉类联合企业;1996 年,中信西林公司与两家新西兰公司联手收购了拥有新西兰 12.5% 林地的新西兰林业公司,中信西林公司控制 37.5% 的股份。

在这一时期我国企业的跨国并购数量少、规模小,并购目标地区主要集中在美国、加拿大、印度,所涉及的行业主要为航空、矿产资源等带有垄断色彩的行业。

自 1997 年开始,尤其是 2001 年我国加入 WTO 后,我国企业的跨国并购浪潮开始兴起,出现了一些较有影响的跨国并购事件。如 2001 年 8 月,浙江万向集团斥资 280 万美元一举收购了美国 NASDAQ 上市公司 UAI,成为国内第一家通过并购进军美国的民营企业。2002 年 1 月,中国海洋石油有限公司以 5.85 亿美元收购了西班牙瑞普索公司在印尼的五大油田的部分权益。同年 7 月,中海油又收购了英国石油(BP)持有的印尼 Tangguh 气田的股权,收购金额达到 78 亿美元。2003 年 2 月,京东方收购韩国现代显示技术株式会社(HYDIS)的 TFT-LCD(薄膜晶体管液晶显示器件)业务,收购金额为 3.8 亿美元。同年 3 月,中海油、中石化均以 6.15 亿美元收购英国天然气在哈萨克斯坦里海北部项目 1/12 的权益。2004 年 10 月,上汽集团收购韩国双龙汽车,金额约为 5 亿美元。同年 12 月,联想集团则以 17.5 亿美元的高价购下了 IBM 旗下的 PC 业务。2005 年 7 月,南京汽车股份有限公司成功地收购了英国“百年老厂”罗孚汽车公司及其发动机生产分部,收购金额 8 700 万美元。同年 10 月,中石油的全资子公司中油国际,以 41.8 亿美元的价格收购了哈萨克斯坦石