

北京大学国际传播·跨文化交流参考教材

跨文化

多元文化管理圣经

全球200多所高校管理专业 / 传播专业教材

文化管理 教程

第5版

FIFTH EDITION

【美】菲利普·R. 哈里斯 / 罗伯特·T. 莫兰 著

新华出版社

LEADERSHIP STRATEGIES FOR A NEW WORLD OF BUSINESS
PHILIP R. HARRIS ROBERT T. MORAN

MANAGING
CULTURAL
DIFFERENCES



北京大学国际传播·跨文化交流参考教材

跨文化管理教程

【美】菲利普·R. 哈里斯 / 罗伯特·T. 莫兰 著

关世杰 主译

LEADERSHIP STRATEGIES FOR A NEW WORLD OF BUSINESS

MANAGING CULTURAL DIFFERENCES

PHILIP R.HARRIS ROBERT T.MORAN

新 华 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

跨文化管理教程(第五版)/(美)哈里斯等著;关世杰主译.北京:新华出版社,2002.1

ISBN 7-5011-5539-9

I. 跨... II. ①哈...②关... III. 企业文化-研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 093290 号

北京市版权局著作权合同登记章 图字 01-2001-2218 号

Managing Cultural Differences 5th Edition by Phillip R. Harris and Robert T. Moran

© 2000 by Reed Educational & Professional Publishing Ltd

Chinese(Simplified Characters) Trade Paperback Copyright

© 2002 by Xinhua Publishing House

Published by arrangement with Butterworth - Heinemann

ALL RIGHTS RESERVED

中文简体字专有出版权属于新华出版社

跨文化管理教程(第五版)

[美] 菲利普·R. 哈里斯 著
罗伯特·T. 莫 兰

关世杰 主译

*

新华出版社出版发行
(北京宣武门西大街 57 号 邮编:100803)

新华书店经销

新华出版社印刷厂印刷

*

787 × 1092 毫米 16 开本 27.25 印张 插页 2 张 370 千字

2002 年 1 月第一版 2002 年第一次印刷

ISBN 7-5011-5539-9/G·2020 定价:38.00 元

若有印装质量问题,请与印刷厂联系:(010)65895562 65897685

谨以本书献给

加入 WTO 的中国

中译本丛书总序

随着经济全球化进程的加速,各国企事业单位的跨国、跨文化的各类交往活动日益频繁,不同文化背景人员的跨国往来与日俱增,大量跨国公司的出现使得劳动力的文化背景多元化的趋势日益呈现在世人面前。

在我国,从中国足球队外籍教练和外籍球员的加盟,到清华大学聘请外籍系主任就可以看到这种趋势。我国加入 WTO 之后,这种趋势会迅猛发展。

在企事业单位间的跨文化交往中,在跨国公司内的经营中,工作人员如果缺乏跨国、跨文化交流和管理的知识和技巧,文化之间的差异常会产生误会和不必要的摩擦,影响工作效率,增大内耗。驾驭文化差异是各国企事业单位,特别是跨国公司走向经济全球化时面临的巨大挑战。跨文化交流的能力不仅对友好的人际关系相当重要,对专业人员、经理或技术人员成功来说也是如此。在经济全球化的发展趋势下,有效的跨文化关系对改进工作表现和提高生产力具有重要意义。在 21 世纪,各个涉外企事业单位为了生存和繁荣发展,个人和单位必须把文化的敏感性和技巧结合在各种关系中,并应用在战略和组织结构中。因而,企事业单位的各级领导和跨国公司的经理们,需要具备跨文化交往和跨文化管理的知识和驾驭文化差异的能力。掌握跨文化交往和管理这项工作和领导艺术,不但可以克服文化差异给交流和管理带来的障碍,而且可以把文化差异作为公司发展的一种宝贵“资源”。

为了满足这种社会需求,跨文化管理学应运而生。它是把跨文化交流学、工商管理学相结合的产物,20 世纪末在欧美等西方国家成为一个新兴的实用的学科。跨文化交流学在 80 年代末传入我国,应用到工商管理领域则刚刚起步,目前有关这方面的著作极少。我国加入了 WTO 之后,无论是工商管理专业的学生,还是企事业单位的管理人员、跨国公司的各级经理,对这方面的

知识会有迫切的需求。因而翻译出版这类书籍有助于促进我国跨文化交流、跨文化管理的教学与研究，有助于推动涉外公司从业人员的跨文化管理的培训

工作。

在众多的这类英文图书中，我们精选了两本，作为我在北京大学新闻与传播学院讲授的两门课程的参考教材，即跨文化交流和国际传播。一本是“经典”的教科书《跨文化管理教程》，由两位美国作者撰写。该书自1979年在美国首版以来，一直畅销不衰，至2000年已经出版了第五版，《纽约时报》称“它是提高跨文化技巧最畅销的一本独创性著作，被全世界200多所大学作为教科书。这本著作被誉为‘多元文化的圣经’”。我们选择的另一本是在全世界畅销的实用手册《文化的冲突与共融》。该书自1996年出版以来，已经售出了4万本。广受实业界从业人员的喜爱。很快在2000年就出版了第二版。它被翻译成德语、芬兰语和爱沙尼亚语等多种文字，我们选译的是英文版第二版。作者理查德·刘易斯是世界著名的跨文化管理咨询专家，被芬兰总统授予骑士称号。他为世界上著名的20多家跨国公司做过顾问。曾为日本皇后做过5年教师，有着丰富的实践经验，本书是他30多年知识和经验的结晶。这两本书基本上代表了美国和西欧在跨文化管理的教学和实用方面的最高水平。

文化往往是人们观察世界的一种有色眼镜，论述跨文化管理书籍的作者都深知这一点，从主观上想尽力避免文化偏见，但是往往难以避免。这两本书的最后一部分都有关于世界各国文化的介绍。中国古人云，“兼听则明”，对照两本书我们不仅可以看到不同的理论框架和风格，而且可以看到北欧作者和北美作者对世界各国文化特点的看法，从而使我们对世界各国文化特点有一个更真切、更全面的领会。

对跨文化管理和跨文化交流的探讨研究还在不断的深入，我们愿意在今后不断地把这方面的精品翻译介绍给读者，更希望国内专家学者在这一领域的专著问世，使地球村的村民们做个彼此能相互尊重、理解、合作的地球人。

关世杰
于北大 蓝旗营

序言

莫兰和哈里斯说：“我们写的东西实际上不仅不复杂，同时也在不断变化，我们提供的资料只是一个起点……”请不要被他们的说法所迷惑。以上的话言轻了。在第五版《跨文化管理教程》里，他们为人们理解管理全球性企事业工作的复杂性、挑战性和回报性等问题，提供了极为出色的起点。我最欣赏该书的是，它把实践性与实用的观点和方法相结合而提出的一套概念。读者无论是想进入国际商界的學生，或是试图跟上空前历史变化的从业人员，都会从本书中受益。

《跨文化管理教程》用材料说明，商人的敏感性必须展现在世界各地。有些人可能会说，商业的精髓只需要关心“底线”，本书则明智地指出，许多道路同时通向底线。当莫兰访问我们组织的时候，他引用了布莱斯·帕斯卡的话，总结了今天商人必备的思维：“在比利牛斯山这边是真理的东西，在山的那边就成了谬误。”商业界需要多种风格、对多样性的尊重、对文化的理解。这意味着，对那些在你看来是十分清楚而别人却可能持有非常不同的看法的事要抱有敏锐的兴趣。尽管这可能使刚刚走入国际舞台的新手感到不舒服，莫兰和哈里斯却及时指出，文化差异可以是一种“资源”，而不是一种障碍。我们的企业和公司正在学习从客户的观点来看世界。德国的客户可能与东京或墨西哥的客户有不同的看法。谁对呢？他们都对。

我个人对本书中的许多论述有亲身的经历。在书的第二章中说：“……一个组织或一个国家的活力和创造性取决于其传播的内容和特点……”这真是一语中的。有人告诉我，反反复复不厌其烦地(10次)传递信息是很重要的。而且这还仅仅是对北美的受众！设想一下在国际舞台上经商会面临的挑战吧。世

界范围内的传播是连续而积极的过程。这是一条没有开始也没有结束的讯息。它意味着,倾听世界各地人们的声音,以帮助我们达到商业目标;它意味着,大家携手共进,共同迈向公司的远景目标;它意味着,努力形成一个能应对来自世界各地竞争和变化的公司文化。《跨文化管理教程》在其中的一章里就论及了所有这些思想,值得每一位希望理解商业运作中“软件”方面艰苦工作的人士一读。

当然,当读到有关我们共同利益的方面,“……没有哪个产业比美国汽车产业动作更快,走得更远。”我心怀喜悦。莫兰和哈里森同时说,我们从日本人那里学习了一些管理技术。这是正确的,但我要增加一点,在世界各地经商的好处是我们从各地都学到了东西。今天一家国际性的商业公司必须不仅仅是物品和服务的生产者,它必须同时既是教师又是学生——献身于不断改进自己跨国管理艺术和科学的师傅和徒弟。我们称之为特尔斐自动化系统的全球性企业是一个包容性的而非排斥性的企业;它由客户、雇员、股票持有人、股东、合伙人、供应商和世界各地的社区组成。《跨文化管理教程》对这种状况的进一步说明是对这一领域的贡献。莫兰和哈里森认为,未来的组织将不仅仅是技术和机器——是它的人。人是有文化差异的。明智的、成功的管理应承认这些差异,妥善地驾驭这些差异,这将成为其核心能力的组成部分。《跨文化管理教程》不仅顺应潮流,而且对将来的发展进行了预言,是值得一读的好书。

德尔斐自动化系统委员会主席、执行总裁、董事长

J. T. 巴顿伯格 III

于美国密歇根州特洛伊世界总部

第五版前言

新千年伊始是出版《跨文化管理教程》第五版的适宜时间。本书第一版在20多年前出版时走在了市场前面。直到现在,市场才开始意识到尊重与人类行为和表现相关的文化的重要性。然而,当人类大家庭为两股相反的力量——在信息时代的全球化、多样化与日益增长的种族主义、民族仇恨进行斗争时,该书中的讯息仍然具有重大意义。

文化不只是一种处理问题的工具,还是创造知觉和学习的手段,它支撑着所有的人类行为,能解释我们的很多行为。我们所喜欢的一个比喻是,把文化比作一颗漂亮的钻石——把它拿到阳光下,转动它,展现它有多个平面。每当写作本书的新版时,我们都探测文化的深刻含义、发现更多的应用——从国家文化、到组织文化、到团队文化、到工作文化。这次我们为全球的市场找到了对文化的理解。

自从第一版《跨文化管理教程》出版至今的21年里,我们已有充分的证据证实了我们的论题:跨文化的适应能力不仅对友好的人际关系是个关键,而且对专业人员、经理或技术人员成功也是关键。许多发展趋势,如全球化和劳动力的多元化已经呈现出来,有效的跨文化关系对改进工作表现和提高生产效率具有重要意义。我们感谢10多万读者,感谢120多所大专院校的教授们,他们把本书作为教科书,已证明了书中信息的正确性。正是他们的需要和反馈鼓舞我们对本书进行重大修改。

在21世纪的开端,第五版《跨文化管理教程》考虑到了当前深刻的经济、社会、政治和技术的变化,正是这些变化孕育了世界范围内独特的后工业文化。《跨文化管理教程》反映了向新工作文化的转变趋势,特别以沟通技巧和知

识工人为重点进行论述,试图对全球市场的挑战作出回应。

熟悉前几版《跨文化管理教程》的读者会发现本版与前几版有许多不同。首先,本版的版面设计和内容对读者更友好。我们希望读者会喜欢海湾出版社富有才气的编辑在本版的字体、图表和其他版式方面的改进。其次,本版对内容和参考书进行了大量的更新。提醒读者注意的页旁主题句仍然保留,但改成了流线型的斜体。本版对全书的章节进行了压缩——总共只有15章,以前版本的有些章被合并了,但本版加了新的一章“全球商业中的女性”。正如组织正在创新和重新设计,本书亦是如此。然而,在书的内容上,我们仍然试图寻找理论和实践的平衡、新的研究发现和现有模式之间的平衡。

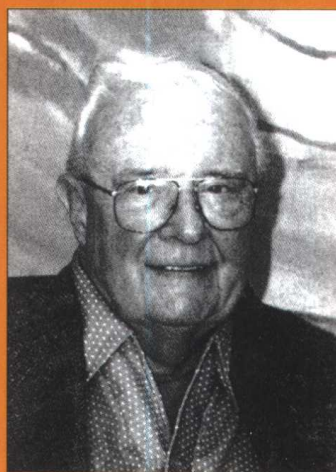
正如过去一样,我们用了两部分探讨文化对全球管理工作的影响和冲击。然而,在第一部分中的五章中,论述的焦点放在了全球化、交流、谈判、变革和文化协调的领导方面。在第二部分的四章中,着重探讨如何通过跨文化的有效性,特别是通过在工作调动和转换中的有效性来改进管理;如何利用正在出现的全球性市场的机遇,利用全球工作文化的多样性来改进管理。在第三部分,我们提供了进行跨文化经商和服务时应注意的细节。联合国承认世界上有226个国家,很明显在本书中我们不能一一介绍它们独特的文化。因而,我们从六个主要地区——北美、拉美、亚洲、欧洲、中东和非洲——选择了有代表性的国家,介绍了它们的文化特征。

虽然本书一直是为实际工作人员和学生共同编写的,但是我们认识到我们的读者是来自各大专院校的不同的系。因此,我们增强了本书的配套书《教师指南》,以方便学习。大专院校的教授和企事业人力资源发展部的专职人员会发现,《教师指南》不仅包括如何教授各章的信息,而且包括关于跨文化人力资源发展和培训的材料,包括可以复制的用于班组学习的工具,以及一个详细的书目。

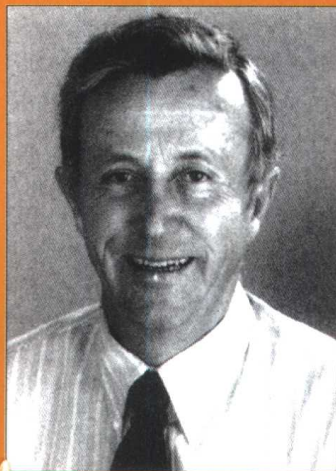
对这本母书的最有价值的补充读物是《跨文化管理教程丛书》,它们是由其他作者撰写的、扩充本书主题的一套书。例如,本书第一章的内容在《发展全球性组织》一书中得到了更充分的发挥;第三章的内容在《成功国际商业谈判的各个方面》一书中得到扩展;第十、十二和十四章中的内容在《2000年的文化管理》一书中得到详细的阐述。

我们欢迎你们继续对本书进行评论,以便《跨文化管理教程》和《跨文化管理教程丛书》能更好地满足你们的要求。

菲利普·R. 哈里斯 博士
于加利福尼亚州拉乔拉(La Jolla) 哈里斯国际有限公司
罗伯特·T. 莫兰 博士
于亚利桑那州格伦代尔美国国际管理研究生院



菲利普·R. 哈里斯博士 管理和空间心理学家，美国哈里斯国际有限公司总经理，并担任全球 200 多家跨国公司的国际管理顾问。编辑并创作 40 余部著作。现任《欧洲商业评论》的顾问委员会成员。



罗伯特·T. 莫兰博士 美国桑德伯德 / 美国国际管理研究生院教授。曾为美国电话电报公司、爱立信、通用汽车、英特尔、沃尔沃等多家著名跨国公司担任管理顾问，同时是《国际管理》杂志的专栏作家。编辑或撰写关于国际管理和国际文化的著述若干。

目 录

中译本丛书总序	1
序言	1
第五版前言	1
第一部分: 文化对全球化工商管理的影响	1
1. 全球化领导者和文化 3	
文化及特点 5	
分析理解文化的各种系统 10	
关键的文化术语 11	
对文化的理解和文化敏感 14	
跨文化的学习 15	
全球化的转变 16	
关于全球化领导的关键概念 18	
全球化组织 20	
小结 22	
参考书 24	
2. 全球化领导者和交流 26	
信息交流方面的文化差异 28	
全球化的信息交流 31	
信息交流中的文化因素 32	
信息交流的关键——语境和倾听 34	
归因 38	
信息交流过程中的各种变量 41	
国际交往中的身体语 43	

- 英语和外语指南 45
技术和跨文化交流 48
小结 50
参考书 51
3. **在谈判和联盟中的全球化领导** 53
跨文化谈判 54
美国人与谈判 56
国际商务谈判的框架 59
战略性的协作 64
工商管理的全球性研究 73
日式的管理和美式的管理 74
全球化工商管理的协同技巧 77
全球化工商管理中的挑战 78
投美国一票 79
小结 81
参考书 81
4. **文化变化中的领导** 83
变化 83
转变中的全球化工商管理文化 88
推进变革的战略 89
领导与变革 96
变革组织文化中的领导 99
跨国性的差异和组织文化 102
人与将来的组织文化 105
小结 108
参考书 109
5. **文化协作中的领导** 112
组织文化中的协同增效 114
全球性组织中的协作 116
转变的工作文化 119
协作式的团队与管理 122
在各个行业中协作 129
小结 131
参考书 132



第二部分:文化对全球工商企业的影响..... 135

6. 对变换岗位和外派人员的管理 137

应对过渡期挑战 138

文化冲击 140

外派部署体制中的要素 146

管理商务协议 156

小结 157

参考书 158

7. 处理全球工作文化的多样性 160

北美洲劳动力的多样性 160

迁徙中的人类 162

新型工作程序 165

多样性 167

权力下放 170

小结 175

参考书 175

8. 全球化工商业中的女性 180

当前全球女性管理者的地位 181

妨碍女性进步的全球性障碍 184

稳固而持久的全球文化偏见 189

平衡工作与家庭的关系 190

女性经理观点选登 191

公司为支持女性采取的措施 193

公司主动打破“玻璃天花板” 194

下一代 196

未来的景象 197

小结 199

参考书 200

9. 全球市场中的有效表现 202

心理契约 203

人力资源发展 204

全球性表现 205

全球环境中的贿赂与道德 207

文化变更 210

管理技术转移 212

高效的全球化领导 214



小结 215
参考书 216

第三部分：世界六大地区的文化特点..... 219

10. **与北美人做生意(美国和加拿大)** 220
 - 泛美洲人的管理观念 222
 - 北美的文化发展 226
 - 加拿大 233
 - 美国 237
 - 小结 250
 - 参考书 251
11. **与拉美人做生意(墨西哥、中美洲和南美洲)** 253
 - 墨西哥和中美洲的文化发展 254
 - 墨西哥 256
 - 中美诸国 264
 - 南美洲的文化发展 265
 - 拉丁美洲文化主题 266
 - 泛美合作面临的挑战 271
 - 小结 273
 - 参考书 273
12. **与亚洲人做生意(澳大利亚、中国、印度、印度尼西亚、日本、马来西亚、菲律宾、韩国、越南)** 274
 - 环太平洋的主要国家 275
 - 澳大利亚 276
 - 中国 281
 - 印度 287
 - 印度尼西亚 293
 - 日本 296
 - 马来西亚 305
 - 菲律宾 310
 - 韩国 315
 - 越南 320
 - 小结 324
 - 参考书 324



13. 与欧洲人做生意(英国、法国、德国、俄罗斯和东欧各国)	327
欧洲人的协作管理	329
欧洲印象	330
在欧洲做生意的技巧	331
英国	333
法国	343
德国	349
东欧与中欧	355
俄罗斯与独联体国家	359
小结	367
参考书	368
14. 与中东人做生意	370
中东概况	370
阿拉伯文化的特点	374
从埃及和沙特阿拉伯看中东文化	377
埃及	378
沙特阿拉伯	381
中东的商业习惯和礼仪	385
小结	391
参考书	391
15. 与非洲人做生意	395
洞悉非洲	396
非洲文化的主要方面	399
尼日利亚和南非的文化	403
尼日利亚	403
南非	411
非洲商务习惯、礼仪和商业前景	415
新兴的非洲市场	417
小结	419
参考书	419
译后记	422



第一部分

文化对全球化工商管理的影响

今天，全世界大约 20% 的产品——28 万亿美元的全世界所有国家国内生产总值(GDP)中，大约有 6 万亿——是在全球市场生产和消费的……

我们估计在 30 年内，世界的产品中至少有 80% 将为全球市场生产和销售。那时全世界的 GDP 将是 91 万亿美元。这样一来，全球市场的生产和消费额将达 73 万亿美元，在 30 年内增长了 12 倍。30 年似乎是一个很长的时间，但是，如果你考虑到进一步的经济一体化将会发生，如果我们的预言成为现实，与先前 13, 000 年经济史所取得的成绩相比，这 30 年的时间并不长。

L. Bryan, J. Fraser, J. Oppenheim, and
W. Rall, *Race for the world*, Boston,
MA: Harvard Business School Press, 1999