

企业间信任与合作

李风华 赵学礼 张敬 康凯/著



科学出版社

企业间信任与合作

李风华 赵学礼 张 敬 康 凯/著

河北省社会科学基金，企业网络中信任对合作绩效的影响研究（批准号：HB09BLJ003）

天津市哲学社会科学规划课题，天津市小微企业发展对策研究——基于企业生态视角（批准号：TJYY12-101）

科学出版社

北 京

内 容 简 介

工业 4.0 的到来以及我国“一带一路”倡议的提出,使得企业竞争趋于白热化,企业竞争不再是单一的竞争关系,而是更多地走向了竞合,竞争—合作—竞争必然成为企业间关系的主题。本书在系统阐述企业间信任、企业间合作基本理论的基础上,分析信任与合作的关系,并用实证的方法进一步分析信任与合作绩效的关系,构建企业间信任对合作的三次模型、企业间信任对合作绩效影响的模型。

本书可作为管理科学与工程专业、企业管理专业硕士研究生、博士研究生的参考用书,也可以为同领域研究人员提供参考和借鉴。

图书在版编目(CIP)数据

企业间信任与合作/李风华等著. —北京:科学出版社, 2018.1

ISBN 978-7-03-056242-5

I. ①企… II. ①李… III. ①企业管理-经济合作-研究-中国
IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 006289 号

责任编辑:徐 倩/责任校对:贾娜娜
责任印制:吴兆东/封面设计:无极书装

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京康华虎彩印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2018 年 1 月第 一 版 开本:720×1000 1/16

2018 年 1 月第一次印刷 印张:16 1/4

字数:322 000

定价:110.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

前 言

市场经济的本质是各种从事专业化活动的组织与个人之间，组织与组织之间根据各自需求实现交换，企业的性质要求其必然与相关企业发生交往与联系。近年来，随着经济的全球化、需求的个性化、竞争的白热化趋势日益明显，加之我国“一带一路”倡议的提出，工业 4.0 时代的到来，大数据、云计算的出现，越来越多的企业感受到自身资源的有限性，以至于很难处理这一变化迅速且很难预测的复杂环境问题。企业要通过自身投资获得所有资源或实现较高的目标，将会付出高昂的物质成本与时间成本，同时还会冒失去灵活性和管理能力不足的巨大风险。因此，通过开展更大范围、更高峰、更深层次的合作，打造开放、包容、均衡、普惠的合作框架，借助于企业外部的力量来实现企业的战略目标，降低自身的风险，成为企业的必然选择。

在影响合作的诸多因素中，信任起到了至关重要的作用，它能够通过影响参与者的心理过程，提高参与者感受到的预期收益，从而提高参与合作的意愿水平，促进参与者之间更广泛、更深入地沟通，降低合作中的障碍和交易成本。同时，信任作为一种治理机制，可以消除交换中的机会主义，促进合作关系。企业间合作的研究认为，在企业间合作过程中，需要通过契约和信任来控制企业间的合作风险，协调差异，解决双方在思想、信仰和知识等方面的冲突，因此，信任的介入可以增强企业间合作。

从 20 世纪 50 年代开始，信任问题就引起心理学、社会学、经济学等领域学者的兴趣，成为这些学科理论研究的中心问题。信任是一种社会现象，它的存在使人们在组织内工作得更容易，使得企业间的合作成为可能。特别是在现今这个不确定性和复杂性日益增多的世界，横向层级组织更多地参与管理模式，信任被认为是比科层权威或直接监督更有效地控制企业活动的适应机制。

在以往的企业间合作研究中，研究对象大多聚集于供应链企业、合资企业、战略联盟等模式，而对于普通企业间的合作关系缺乏系统性研究；关于信任的研究，多集中于人际信任、组织间信任，而对于企业间的信任研究较少。同时，以往的研究多以西方文化为背景，而以中国文化为背景开展研究的较少，中国是一个重视关系、人情的社会，基于此建立的信任也多表现为关系信任、情感信任，而这种差异对企业相互合作质量所产生的影响也大有不同。

针对中国企业信任度低、合作效率低下的现状，本书以中国企业作为研究对象，运用实证研究方法，试图解决这一问题，给企业提供建立信任合作关系的指导，从而提高企业间的信任度，最终提高企业间的合作绩效。

本书共分为五篇（共九章），分别为绪论篇、理论篇、实证篇、案例篇、结论篇。绪论篇共两章，主要提出本书的研究背景及逻辑思路与安排；理论篇共三章，分别对企业间信任、企业间合作、企业间信任与合作基本分析进行理论阐述，试图从理论上论述信任与合作的关系；实证篇共一章，论证企业间信任与合作绩效的关系；案例篇选取两个典型案例，用事实验证信任与合作的关系；结论篇共一章，对本书进行总结。

本书最大的特点是对企业间信任与合作进行系统的研究，从理论到实证，均进行深入的探讨，并将其放在不同的案例中进行检验。

本书在写作过程中，参考了很多理论观点，引用了大量的实例，在这里对这些资料的作者表示感谢。研究生张林晓、苏萌做了大量的工作，对她们的努力表示感谢。在出版过程中得到了科学出版社的大力帮助和支持，一并表示衷心的感谢。由于时间有限，撰写任务艰巨，书中难免有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

李风华

2017年8月

目 录

第一篇 绪 论 篇

第一章 问题背景及现状分析	4
第一节 研究背景	4
第二节 研究问题	8
第二章 逻辑思路与安排	9
第一节 研究目的	9
第二节 研究思路	9
第三节 结构安排	11

第二篇 理 论 篇

第三章 企业间信任	19
第一节 企业间信任的研究方法	19
第二节 企业间信任的基本问题	21
第三节 企业间信任构建的三层次模型	38
第四节 企业间信任的产生、消解和修复	40
第五节 企业间信任的成本	55
本章小结	65
第四章 企业间合作	66
第一节 企业间合作的界定	67
第二节 企业间合作的相关研究	69
第三节 企业间合作二维模型	75
第四节 企业间合作的决策过程	86
第五节 企业间合作优势——五力合作模型	89
第六节 合作绩效	107
本章小结	113
第五章 企业间信任与合作基本分析	115
第一节 企业间合作中信任的来源	115
第二节 企业间合作中信任的作用	126

第三节 企业间信任与合作的博弈分析	134
第四节 企业间信任与合作稳定性保持-声誉机制	140
本章小结	144

第三篇 实 证 篇

第六章 企业间信任与合作绩效	149
第一节 概念界定、理论构建及调研设计	149
第二节 数据分析	156
本章小结	202

第四篇 案 例 篇

第七章 雀巢公司与印度当地企业合作关系的建立	207
第一节 背景资料	207
第二节 案例分析	208
第八章 柯达与乐凯合作的深度分析	210
第一节 背景资料	210
第二节 案例分析	211
本篇小结	213

第五篇 结 论 篇

第九章 全书总结与展望	217
第一节 主要结论	217
第二节 主要贡献	223
第三节 不足之处	224
第四节 进一步研究的建议	224
参考文献	225
附录 A	240
附录 B	245
附录 C	249
附录 D	253

第一篇 绪 论 篇

本篇主要阐述本书的研究背景，基于什么样的环境让作者对信任、合作产生兴趣？并提出研究的主要问题，信任是什么？合作是什么？它们之间的关系是什么？它们之间的作用机理是什么？信任是如何影响合作的？信任对于合作的效果的衡量，即合作绩效会产生什么样的影响？

本篇共包括两章：第一章，问题背景及现状分析；第二章，逻辑思路与安排。

案例导入 丰田汽车生产网络中的信任构建

丰田汽车公司（简称丰田），作为在全球排名长期领先的汽车生产商，除了独步全球的精益生产方式，其基于信任的企业间合作战略也功不可没。

丰田的生产网络采用了与通用汽车、福特汽车完全相反的管理战略。丰田不是努力地压榨供应商的利润空间，而是与所有合作伙伴协作，寻找成本削减机会，在整个生产流程中实施削减举措。它同时让供应商至少在一定时间内能够保留部分剩下的利润，通过这种方式，供应商的激励目标和丰田保持一致，所有供应链上的企业都有机会从协作中获利。由于交易行为能够保证供应商的持续性收益，丰田的供应商在与丰田的合作过程中就会保持更高的动力和积极性，目标的一致性促使交易双方的关系更加融洽，沟通也更加顺畅。

为了保证合作的高效性，丰田花费了大量的时间对潜在供应商进行评估，考虑了除价格外的很多其他因素，目标是建立长期的相互信任的协作关系。评估后，丰田和关键部件的关键供应商建立长期的供货协议（至少持续该型号汽车的整个周期，大约为4年）。但这并不意味着供应商就可以高枕无忧，恰恰相反，丰田从很多维度持续地评估每个供应商的绩效，包括质量、可靠性、创意的提出、和其他供应商的协作等。丰田的生产专家和生产商合作，寻找达到目标的方法。一旦达到后，就开始盈利共享；供应商保留半数盈利，同时设立新的成本水平作为下一阶段的成本削减目标。如果绩效无法达到，丰田会在合同期末把更多的采购额分配给竞争供应商。最终，实现奖优罚劣的目标。

丰田生产网络形成过程中的信任构建措施如下：通过成员企业的正确评估与合理选择来提供信任建立的前提，以互补性资源共享、公平、公正、互惠的合作氛围的营造与广泛积极的沟通来建立信任，在成员互相适应中逐步建立和巩固信任，通过内部信任评审体系来维护信任。丰田生产网络中企业间信任的构建首先通过评估成员企业的能力开始，属于信任形成的理性范畴，进而增进企业间沟通和资源共享，营造良好的合作氛围，最后依据内部信任体系来规范企业在生产网络中的行为，保障行为正确、不出现偏差。信任关系的存在促使丰田与其供应商的经营目标能够趋于一致，开诚布公的交流方式和合作模式帮助供应链上的各个环节都能顺畅，加快了整个链条的市场反应灵活度。

第一章 问题背景及现状分析

竞争可以是建设性的，也可以是破坏性的。但即使当竞争是建设性的时候，也没有像合作那样有利。

——阿弗里德·马歇尔

第一节 研究背景

信任是人类生活中经久不衰的话题，也是一种重要、复杂的社会心理学现象，从周成王桐叶封弟，到季布一诺千金，再到当今很多大学的无人售货点；从周幽王烽火戏诸侯，到岳飞袁崇焕之死，再到毒奶粉事件，摔倒的老人无人敢扶的现象，信任与失信作为一个硬币的正反面，不断地提醒着人们人与人之间、人与组织之间以及组织与组织之间微妙的关系。

市场经济的本质是各种从事专业化活动的组织与个人之间根据各自需求实现交换，企业的性质要求其必然与相关企业发生交往和联系。近年来，随着经济的全球化、需求的个性化、竞争的白热化趋势日益明显，越来越多的企业通过企业间合作，借助于企业外部的力量来实现企业的战略目标，降低自身的风险。

实现企业间的合作是个复杂的过程，达成合作受多种因素的影响，而信任就成为合作的一个前提条件。

一、工业 4.0 背景下的国际国内环境对企业的信任与合作提出了要求

企业产生、发展于错综复杂的环境之中，并与之共同演化。大到当今世界的政治、经济等宏观要素，小到竞争对手、技术变革等微观要素，都对企业的业绩水平乃至生死存亡产生或多或少的影

响。信息时代的来临，是 21 世纪的企业面临的最大机遇与挑战。新的信息技术使整个世界高度互联。这些变化与人类历史上曾经发生的变革完全不同，国家之间的竞争不再仅限于区域市场，还包括了对未来技术的掌控能力以及如何使之盈利的能力。工业 4.0 和企业海量数据的分析能力并不是新技术所带来的所有变化，其中还包括交易成本急剧下滑、行业竞争格局剧变等。

未来成功的企业必须知道如何整合技术资源,使其成为提高全球竞争力的工具。企业不能再“单打独斗”,必须明白自己是高度互联的全球信息系统的一部分。工业 4.0 不仅意味着技术的转变、生产过程的转变,也意味着整个管理和组织结构的调整。企业必须放弃孤岛式的想法,为变革做好准备,要在产品设计以及生产规划方面都做好准备。现代环境对企业间合作的要求超过了以往任何一个时期,技术的快速演进、颠覆性创新的不断涌现、消费者参与度的增强、信息的快速传播等,都需要企业与其供应商、政府、社会组织、媒体,甚至竞争对手进行更加广泛、深入、有效的合作。

更为重要的是,要在机器的世界里仍能保持领先地位,人类应牢记那些传世已久的经典哲思。无论是孔子时代流传下来的深刻东方道理,还是欧洲启蒙时期的西方哲学思想都强调:榜样作用、人性之本、信守诺言、手足情谊、学无止境、无私奉献、尊重和聆听他人。在即将到来的新一轮技术大潮中,人类必须不断赋予这些价值观新的理解、新的含义。这不是时代的退步,也不是要成为旧时代的守望者,而是用古人的智慧武装自己,应对新事物迅速发展所带来的混乱与无序。这是历史与未来的承接,如果没有这种传承,人类将失去前进的方向和发展的标杆。这是重拾人类智慧最核心的思想价值,以便投身于未知的与崭新的未来,这是将“文化”作为核心旗帜,让这一指南针带领人类航行于未知的宇宙。

在中国传统文化中,“信”是个人立身之本,是国家的财富。古人云“自古皆有死,民无信不立”“信,国之宝也,民之所庇也”,然而,在中国市场经济飞速发展的今天,企业间的“信”却面临着严峻的考验。在经济利益的诱惑下,企业已经越来越难以做到“重信轻利”,由此导致的企业间信任缺失使得企业之间冲突频繁,交易成本居高不下。因此,深入地探讨企业之间的信任问题,对降低交易成本、促进企业合作关系的发展具有重要的现实意义。

综上所述,当今世界企业的发展离不开竞争,更离不开合作,表现形式大多是竞合,以实现双赢甚至多赢,合作的前提除了企业治理所做出的制度安排,更多的是双方的信任。正确把握和建立企业间信任与合作关系,是企业健康发展的保证。它不仅可以使企业赢得良好声誉,而且还是保障企业长远利益的根本所在。

二、国内外学者不断提升的理论使得信任与合作有了理论基础和支撑

在理论界,企业间的信任问题早就得到了国内外众多学者的关注。早在 1900 年,Simmel 就通过货币信任分析认为,信任是社会中最重要综合力量之一,20 世纪 50 年代后,信任慢慢成为西方社会科学的一个中心问题。此后不断有学

者加入进来,西方学者对信任问题的研究有四种不同的取向:第一种将信任理解为对情境的反应,是由情境刺激决定的个体心理和行为;第二种将信任理解为个人人格特质的表现,是一种经过社会学习而形成的相对稳定的人格特点;第三种将信任理解为人际关系的产物,是由人际关系中的理性计算与情感关联决定的人际态度;第四种将信任理解为社会制度和文化规范的产物,是建立在法理(法律制度)或伦理(社会文化规范)基础上的一种社会现象。显然这些取向的研究范式主要是心理学与社会学。

信任是人类的一种情感,也是人类行为的一种形式,它在社会生活中的重要性从古代开始就受到中外思想家的重视。郑也夫(2003)曾从中西方最重要的两大典籍——《论语》和《圣经》中探寻信任的源头,他发现,在《论语》中“信”共出现 38 次,而在《圣经》中,trust 和 confidence 出现的次数也多达几十次。他认为从中西方这两大典籍中都可以看到古代对信任的高度重视。近年来,学术界尤其重视对信任的研究,在理论探讨和实证研究方面都取得了丰硕成果。信任之所以能够成为一个学术和理论界的研究热点,是由两方面的因素决定的:一是社会主义市场经济体制健全的过程对企业交往关系中的信任提出了要求;二是构建社会主义和谐社会的目标对社会各个构成要素之间的关系提出了信任的要求。

尽管经济学、社会学、心理学、管理学等学科对信任的理解不尽相同(Deutsch, 1958; Hosmer, 1995; Luhmann, 1979; Luhmann, 1988; Rousseau et al., 1998),但对于信任重要性的认识却是一致的。例如,信任可以促进合作(Gambetta, 1988);信任可以改变组织形式,改善组织网络关系(Miles and Creed, 1995; Miles and Snow, 1992);信任可以减少交易费用和组织间冲突(Dyer and Chu, 2003; Heide and John, 1988; Nooteboom, 1993; Nooteboom et al., 1997)等;同时信任可以提高企业网络整体的反应速度,尤其是面对突发事件和危机时的应变能力。

总结已有的研究成果,学者大多从以下两方面对信任进行研究。一方面,信任研究的重心由人际信任向组织信任转移,研究范围包括人际信任、社会信任、系统信任、组织内部信任(企业内部)、组织间信任研究(企业间),其中较为成熟的是人际信任、社会信任研究。直到 20 世纪 90 年代,由于管理模式的变革、组织行式的变迁,人们的研究重点才开始转向组织信任,特别是企业间的信任,尽管如此,以企业间信任为主题的文献在总量中所占的比例依然不大。另一方面,在信任的内容上,人们较多地分析了信任的成因及信任对企业行为的影响。研究发现,企业的声誉、规模、经营能力等个体特征,企业间的交往时间、沟通状况、依赖程度、信息分享程度、双方目标或价值观的一致性等双边因素均会影响到企业之间的初始信任的构建及信任关系的保持;在信任的结果上,已有的研究成果表明,企业间的信任会促进双方的信任交换,促进承诺和满意,促进企业间的团

结和灵活性等关系行为,并在减少风险、减少交易成本、抑制机会主义行为等方面产生显著作用。

企业间合作关系的研究越来越引起学者的关注, *Strategic Management Journal*、*Organization Science*、*Academy of Management Journal* 均推出过专刊集中探讨企业合作的问题((SMJ) *Special Issue: Strategic Networks* (2000); (OS) *Special Issue: Managing Partnerships and Strategic Alliances* (1998); (AMJ) *Special Forum of Cooperation* (1995)),充分说明这一问题的重要性。尽管合作一直以来被认为是企业成功的关键因素,但其作用在将来会越来越重要,特别是对于一些日益涌现的结构形式,如自我管理团队、水平组织、网络组织、虚拟组织与国际合资企业,它们的成功很大程度上依赖于有效的合作(Smith et al., 1995)。从合作的可行性角度,有很多实验证据表明,相对于单纯的个人效用的最大化,人类通常更乐于合作(Canegallo et al., 2008)。

尽管学者对信任和合作的研究非常充分,但通过对现有文献的梳理,发现至少在以下几个领域还存在进一步研究的空间。

第一,多边的、网络的研究可能性。已有研究大多局限于供应链中,然而企业合作不仅仅在于供应链,合作的对象、合作的方式、合作的范围都有多样性,只限于供应链的研究具有较大的局限性。所有企业均内嵌于社会网络中,研究表明,社会网络会对信任产生较大的影响,因为基于网络的信任研究不应当被忽略。当前学者的研究只偏重于一对一的双边信任,很少有人关注两个以上的企业网络对信任产生的影响。

第二,动态的、整体的研究可能性。已有研究大多单一地研究信任的产生、影响因素等,很少将信任作为一个动态系统进行研究,割裂了信任的整体性,信任的产生、消解、修复、再信任是一个周而复始的过程,对整个过程的循环研究是本书关注的一个重点。

第三,本土文化背景的研究可能性。已有研究分析过信任对合作的影响,但信任与合作都是多维的概念,而且大多是在西方背景下开展的研究,中国文化背景下对于信任与合作的研究较少,这就提供了基于本土文化研究的可能。

综合以上分析,研究现状一方面为研究信任与合作奠定了较厚的基础,另一方面为进一步研究留下了较大的空间,这激发了作者的研究热情。

针对这种现状,如何建立企业间的信任?信任消解后如何修复?如何构建企业间信任分类体系?如何才能使企业间合作更加有效果?信任是如何影响企业合作绩效的?本书立足中国的企业以中国传统文化为背景,探讨解决这些问题的办法,并试图找出信任影响合作的规律,希望可以在理论上为信任、合作的研究做出贡献,在本书研究过程中,为了更好地度量合作,引入合作绩效这一变量,用来作为合作效果的外在表现。

第二节 研究问题

本书主要研究企业间信任与合作问题,通过对企业间信任、合作、合作绩效文献的梳理,建立企业间信任对合作的三层次模型,构建信任对合作绩效影响的分析框架,并进行实证检验,试图回答以下三方面问题。

(1) where——企业间信任是从哪里来的?在中国文化背景下,探索企业间信任的影响因素,建立企业间信任分析框架。

(2) what——信任是什么?合作是什么?合作绩效是什么?信任与合作的关系是什么?信任对合作绩效的影响是什么?企业间信任对合作绩效的影响路径是什么?在中国文化背景下探索信任维度划分,探讨不同类型的信任对企业合作绩效的影响规律。

(3) why——为什么要信任?为什么要合作?对企业间信任的影响因素、信任及合作绩效三者关系进行研究。通过拟合三者关系模型,探究人际因素、组织因素和关系因素作用于企业间信任进而影响合作绩效的规律。

第二章 逻辑思路与安排

第一节 研究目的

通过国内外企业间信任、合作、信任与合作关系、合作绩效理论研究,探求企业间信任的动态发展过程,力求寻找信任的产生、保持、违背、修复规律,探求企业合作中信任的作用及信任对于合作效果的外在表现——合作绩效的影响。同时通过以国内企业为样本进行的实证研究,探索企业间的信任从哪里来,信任的维度划分及相互关系怎么样,企业间的信任是如何影响合作绩效的。

本书以中国本土文化为情境,以中国企业为研究对象,以信任与合作为研究内容,对相关命题进行分析与思考。研究工作具有一定的理论意义与实践价值。

信任作为企业间合作的重要影响因素,直接影响企业间合作的质量和效率,进而影响企业间合作绩效。分析合作企业间的信任关系能够帮助企业更好地了解合作方的需求,了解获取信任和判别可信度的积极意义,并有针对性地制定恰当的市场战略。本书将探索企业间信任的主要影响因素、企业间合作绩效的影响因素以及信任对于企业间合作绩效影响的一般规律,拓宽信任的研究领域,进一步推进企业间信任的研究,丰富这一领域的研究成果。

将企业间信任和企业合作绩效相关联,不再是抽象意义上的信任效果分析,而是直接将企业间信任研究深化到看得见、感觉得到的层次。对企业间信任的研究有助于开阔企业的思路,打造以信任为基础的指导框架,增强企业间信任和合作水平,实现企业间资源的优化配置。在与对方建立伙伴关系时,不再仅仅靠契约、合同,而是通过建立更深层次的信任,使双方的关系更稳定、更持久。

第二节 研究思路

一、研究方法

本书采用规范研究与实证研究相结合的方法。规范研究为本书引出问题、认识问题和理解问题奠定了基础,实证研究则为进一步分析问题、解决问题提供了依据。

1. 文献研究法

本书对企业间信任与合作的文献进行比较详尽的、系统的搜集、梳理及研究,

汲取前人研究的优点并借鉴他们的研究方法与成果，发现他们研究的不足或缺憾，在此基础上，提出自己的研究思路，构建本书企业间合作机制、合作模式、信任与合作的研究框架。

2. 规范与实证相结合的研究方法

本书对于企业间合作理论、合作的内涵、合作的方式、信任的分类等内容采用规范研究方法；最后对影响企业间合作与信任的结构方程模型进行实证检验，在对个人因素、企业因素、制度环境作为中介变量的信任对合作效果产生影响的路径分析中，获得了前面所做假设的检验结果。

二、技术路线

本书在研究中注重把握前沿理论、收集第一手的调查资料，采用科学的研究方法，技术路线如图 2.1 所示。

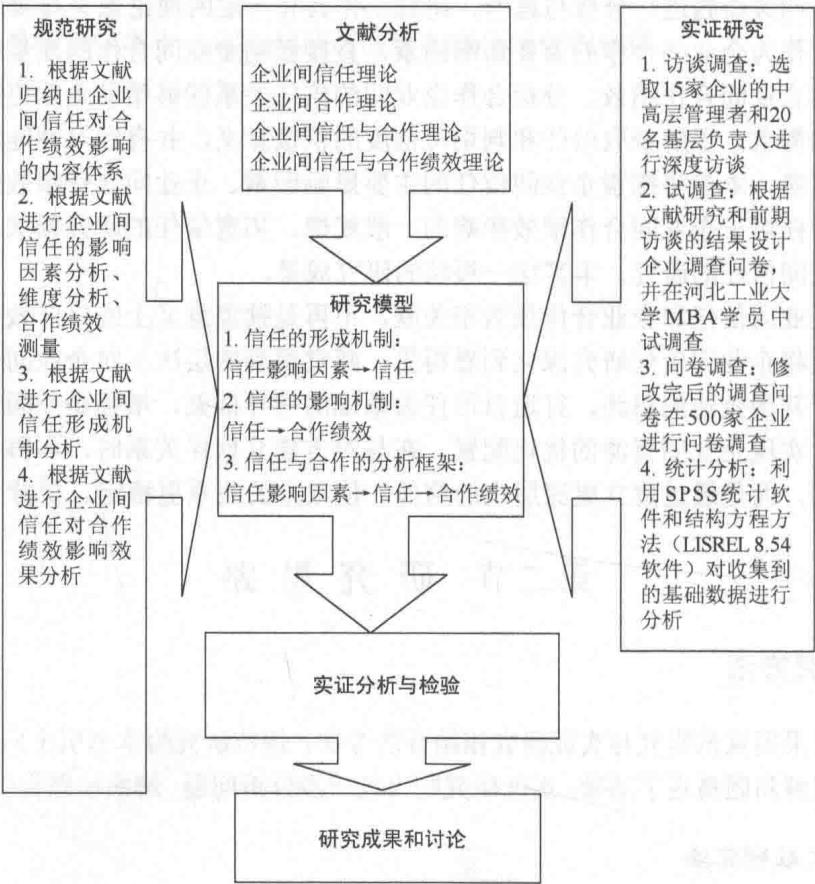


图 2.1 技术路线图