

中国情景与中国管理研究： 转型特征与文化认知特征的整合观点

李 垣 田龙伟

(上海交通大学经济与管理学院)

摘要：如何看待中国情景是中国管理研究的一个核心问题。中国情景应该主要包括2个维度：转型维度与文化认知维度。通过整合2个维度分析中国情景和管理实践，可以为后续中国管理研究和实践提供理论基础。

关键词：中国情景；转型；中国文化

中图法分类号：C93 **文献标志码：**A **文章编号：**1672-884X(2013)02-0168-03

Chinese Context and Chinese Management Research: Integrative Perspective of Transition Dimension and Culture Dimension

LI Yuan TIAN Longwei

(Shanghai Jiao Tong University, Shanghai, China)

Abstract: One of the essential issues in Chinese management research is how to view Chinese context. Based upon the review of literature on Chinese context and analysis of Chinese management in practice, this paper proposes two dimensions as transition dimension and culture dimension. Moreover, this paper infers an integrated approach, through which two dimensions of Chinese context are interacted to analyze Chinese management phenomena. By doing so, this study hopes it can set a theoretical base for future studies on Chinese management.

Key words: Chinese context; transition; Chinese culture

1 研究背景

随着中国经济长期快速的发展，中国企业的竞争力也在不断提高，这引起国际管理学界对中国管理研究越来越多的关注。比如，美国管理学会会刊在2011年设专辑探讨新兴国家（特别是中国）独特的管理概念和理论，以期能从中得到新的管理理论启示和创新灵感^[1]。同时，中国管理学研究最受国际学者关注的核心问题莫过于中国情景^[2,3]。TSUI^[4]指出，管理学研究要更多地把具体经济实体，比如中国的现实情景考虑在理论构建过程当中，只有这样构建的管理学理论才能更深刻地揭示和准确地预测现实。

管理理论源于管理实践。中国持续的改革开放加快了经济与社会的转型，极大地促进了中国企业管理实践的进步。从历史和国际比较的角度看，我们的转型之路前无古人，举世无

双。党的十八大报告指出，中国所走的道路决定了中华民族的命运。中国道路的特殊性在于，一方面，中国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段的基本国情没有变，中国是世界最大发展中国家的国际地位没有变。在任何情况下都要牢牢把握社会主义初级阶段这个最大国情，推进任何方面的改革发展都要牢牢立足社会主义初级阶段这个最大实际。这个“最大实际”的特点是底子薄，经济落后。另一方面，中国又是一个有着千年历史的大国，社会生活的各个方面都留有历史的、文化的、认知的痕迹。文化认知不仅是一个民族的血脉，是人民的精神家园，而且极大地影响着人们的价值观和选择。

就中国企业管理的研究现状而言，许多文献比较强调转型中国的一些特点，比如资源问题、能力问题、经济制度问题等^[5~7]。尽管我们企业的一些经验出自解决现实问题的需要，但

对许多问题的认识是受中国特殊的思维方式和社会文化认知影响的。中国独特的文化认知在很大程度上影响着我们能否在中国特色的道路上走得更好、更远。因此,客观、系统地描述中国特殊的情景需要将现实的转型特征和历史的认知特征有机地结合。

2 反映中国情景的 2 个维度——转型维度与文化认知维度

深入分析中国管理实践与中国管理理论的关系,需要从中国企业管理现实出发,找出转型过程的特点;同时,也需要从中国历史演进中发现长期影响着中国社会价值观、企业战略思维和企业管理方式的因素及特点。由此,笔者认为中国情景可以分为 2 个维度:转型维度和文化认知维度。

2.1 转型维度

对我国现实情景的认识需要从管理实践中的主要现象入手。当今中国处在转型的关键时期,这个时期伴随着深度的国际化和深化改革,包括经济改革、政治改革和社会改革的必然,因此,各种矛盾交织:①从市场经济发展现状而言,一方面,我国经济仍然可以长期保持较快增长,并由此产生大量市场机会;另一方面,经济体系不健全、市场监管效果亟待加强。例如,在发展电子和移动商务方面,制度基础依然薄弱,产业配套不完善,市场信用体系不健全,但这些并没有影响各地政府、各类企业发展该产业的热情。新的企业、新的商业模式不断出现。虽然网络管理比较薄弱,配套物流产业严重滞后,网上消费信用不高,但是我国的电子和移动商务却发展迅速,仅 2012 年 11 月 11 日当天,支付宝总销售额就过百亿元。②从企业与政府的关系而言,一方面,越来越多的企业关注市场变化和竞争,但也依然关注政府政策和动向。政府在推动产业发展、影响企业战略选择方面依然有较强的影响力。例如,由政府组织企业、研究院校和社会机构参与的“高铁”建设创立了新型的整合创新组织模式。另一方面,由于政府影响很大,许多企业自主组织重大创新的积极性受到一定程度的影响。③从企业自身的发展而言,相对国际同类知名企业,中国企业一方面创新资源不足,面对的环境不确定性较高;同时,中国企业又热衷于外延投资和扩大市场份额,通过价格竞争获得发展,由此造成企业产能过剩但国内市场难以有效启动;企业目前面临许多转型时期的两难选择,企业生产经营成本

不断上升,创新能力不强,新产业的技术储备不足。另一方面创新投入不足,企业面临的环境和社会压力不断增大,企业竞争过度而忽视社会责任,等等。

上述管理实践的种种现象突出地体现了我国转型时期的特点:第一,国家大,发展快,市场机会多,但同时企业资源,特别是技术资源积累相对较弱。WRIGHT 等^[8]指出,虽然发展中国家近年增长速度较快,但是其面临的一个主要问题就是市场资源缺乏。第二,市场体系不完善,同时政府对市场的影响较强。XIN 等^[9]的研究结果也表明,由于中国市场经济制度的不完善,而同时政府又拥有影响企业发展的权力和资源,企业管理者不得不通过与政府建立关系来维系自己的发展。

2.2 文化认知维度

中国情景的转型期维度会随着这一特殊时期的过去,或者改革的结束,而降低其影响,甚至消失。进一步,相似的转型期维度情景也可能发生在其他处于转型期的国家和地区,即转型期维度的情景不具有,或者不能完全体现中国情景的特点。然而,与转型维度不同,中国情景的文化认知维度是由于中国特殊的历史、文化、认知造成的,与中国处于哪个时期没有特别显著的关系,也不会随着中国转型期结束(如改革的完成、制度的完善、资源问题的解决)而有明显的变化,更不会在短时间内消失。基于此,笔者认为,中国情景的文化认知维度是中国情景维度的主要特殊点。一方面,国家经历的历史各有不同,形成的文化、认知也不尽相同;另一方面,文化、认知的改变需要一个漫长的历史过程,正如党的十八大报告中指出的文化是一个民族的血脉,是一种传承,难以被更改。基于 CHEN^[10]和 PENG 等^[11]研究文化比较学的成果和中国古代经典著作(如《易经》、《论语》、《孟子》、《道德经》、《南华经》),笔者认为中国情景历史维度应该有以下 3 个具体表现:①综合思维,或者阴阳思维。中国的文化、哲学、世界观深刻根源于《易经》,繁荣于孔、孟、老、庄,而其核心的思维方式就是阴阳思维,比如《道德经》第二章“故有无相生,难易相成,长短相较,高下相倾,音声相和,前后相随”,以及孔子的“福祸相依”的思想。同时,十八大报告也体现了这种阴阳思维方式的传承,比如对“市场”和“政府”2 个对立统一的因素“必须更加尊重市场规律,更好发挥政府作用”。②官本位。由于中国有着千年的封建历史,而封建社会的政府对社会生

活的各方面都有着深远的影响,这导致中国人在认知上集体继承了这一传统,相信并依赖政府。比如,孔子提倡的五伦之首就是君臣关系。③关系导向。TSUI 等^[12]指出,中国文化受儒教影响较为深远,而儒教就是期望通过提倡和谐的五伦关系来建立中国社会。通过历史的千年积淀,关系导向内化成为中国人的一种认知,一种文化,一种处事哲学。甚至有学者直接提出中国既不是集体导向,也不是个人导向,而是关系导向。

3 基于转型维度与文化认知维度的分析框架

虽然本文分别分析了中国情景 2 个基本维度,转型维度和文化认知维度,并对各自的属性和特点分别做了探讨,但并不意味着这 2 个因素是相互独立或者没有联系。正相反,本文认为正是这 2 个维度的交互作用才使得中国情景是如此情况,同时,也只有将 2 个维度有机地整合在一起来看中国情景,才能更准确地解释中国企业的管理实践。表 1 反映了 2 个维度结合可能揭示的中国管理问题。

表 1 中国情景的转型维度和文化认识维度的交互

文化认识维度	转型维度	
	发展快,且资源不足	市场体系不完善,且政府影响较强
综合的思维和阴阳思维	从困难中发现机会(中国电子商务现状)	平衡,协同社会和企业的利益(天人合一、中庸、知行合一、以人为本等)
官本位	政治合法性与政府相互作用(“山寨”转正)	政府组织与企业参与创新
关系导向	加强多样关系(商业、社会等关系) 完善关系的功能结构(关系作为文化行为和关系作为正式制度的替代)	加强政府关系

当转型期的资源匮乏与文化认知的阴阳思维整合起来时,阴中有阳,阳中有阴,阴阳转换,以及“福祸相依”的思维方式,可以促进中国管理者开拓思维,在“祸”中去发现,甚至能动地去创造“福”,也可以在“危险”中发现“机遇”。同时,当资源匮乏的企业在政府的扶持下及时抓住市场机遇、创新发展,则可以发现新的商业模式,抢先获得优势。正如十八大报告中指出的“必须更加尊重市场规律,更好发挥政府作用”。一方面,政府在资源分配方面起着决定性作用,这就要求政府按市场规律将资源分配到更能有效利用的地方;另一方面,政府在帮助企业获得合法性方面也应该起到重要的指导作用。最后,当资源匮乏与关系导向有机结合起来时,企

业可以通过人际关系建立更多样化的企业网络,以期能更柔性地解决自己面临的资源紧缺问题;同时,CHEN 等^[13]指出,“关系”本身就可以作为一种社会资源,在一定程度上也弥补了企业资源紧缺的局面。

当市场体系不完善,同时政府对市场的影响较强与文化认知的阴阳思维整合起来时,可以通过平衡、协同企业的短期经济利益和社会的长期利益来达到共同且健康的发展。当企业以损坏社会长期利益为代价,比如污染环境,销售、制造劣质产品等,去获取自己的短期经济利益时,不但有使自己面临被制度惩罚的危险,更重要的是有可能会使企业丧失社会声誉。同时,在不完善的市场体系中,较强的政府影响与民众对政府的信任结合起来时,一方面,可能会促使政府继续在完善经济制度方面发挥应有的作用,“加快完善社会主义市场经济体制”;另一方面,在一些重大创新方面,政府可以邀请企业参与,尤其是有活力的、创新型的企业,这样可以更有效地提高企业创新能力,加快经济的有效转型。最后,当较强影响的政府与社会的关系导向在不完善的市场体系下结合起来时,企业应该想方设法加强与政府的合作,保持与政府的沟通,从而使得企业能更有效地发展。比如,LUO 等^[14]通过 Meta 方法分析得出结论。

关系的功​​能不只是作为企业资源和正式制度的替代,同时,其功能还会发生改变。当制度完善后,企业可能不会更多的去寻求政府关系,而是去通过正式制度完成交易,而由于文化认知难以短期内改变,关系在企业和企业之间仍将发挥重要作用。

4 结语

本文提出了从整合转型维度和文化认知维度来认识中国情景与中国管理研究的观点。党的十八大报告对中国未来发展道路进行了系统的论述,反映了国家对中国转型实践的认识和选择。同时,国内外学者也更多地关注中国转型特征与中国企业发展的关系。需要指出的是,中国情景不仅包括现实的转型因素,而且还包括历史的文化认知和传统思维。本文通过分析这 2 个维度之间的交互影响,构建了相应的分析框架,以期能为中国管理学研究中的重要问题,即中国情景问题,提供一个思考的框架,并为后续中国管理学研究和实践提供一个理论基础。

(下转第 205 页)

California Psychological Inventory: MMPI, Observer Q-sort, and Big-five Correlates [J]. *Journal of Personality Assessment*, 1997, 69(7): 408~424

[21] ADERSON C A, DEUSER W E, DENEVE K M. Hot Temperatures, Hostile Affect, Hostile Cognition, and Arousal: Tests of a General Model of Affective Aggression [J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1995, 21(6): 434~448

[22] TWENGE J M, CAMPBELL W K. 'Isn't It Fun to Get the Respect that We're Going to Deserve' Narcissism, Social Rejection, and Aggression [J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2003, 29(7): 261~272

[23] CAMPBELL W K, REEDER G D, SEDIKIDES C, et al. Narcissism and Comparative Self-enhancement Strategies [J]. *Journal of Research in Personality*, 2000, 34(1): 329~347

[24] THOMAS K W, PONDY L R. Toward an 'Intent' Model of Conflict Management among Principal Parties [J]. *Human Relations*, 1977, 30(3): 1 089~1 102

[25] ARYEE S, CHEN Z X, SUN L Y, et al. Antecedents and Outcomes of Abusive Supervision: Test of a

Trickle-down Model [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2007, 92(1): 191~201

[26] WATSON D, CLARK L, TELLEEGEN A. Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scale [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1988, 54: 1 063~1 070

[27] BARON R M, KENNY D A. The Moderator-mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1986, 51(6): 1 173~1 182

[28] COHEN J, COHEN P, WEST S G, et al. *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences* [M]. Mahwah, NJ: Erlbaum, 2003
(编辑 郭恺)

通讯作者: 吴维库(1961~), 男, 黑龙江鸡西人。清华大学(北京市 100084)经济管理学院教授、博士研究生导师, 博士。研究方向为组织领导、战略管理、情绪管理等。E-mail: wuwk@em.tsinghua.edu.cn

(上接第 170 页)

参 考 文 献

[1] BARKEMA H, CHEN X P, GEORGE G, et al. West Meets East: New Concepts and Theories [J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54(3): 642~644

[2] 李垣, 杨知评, 王龙伟. 从中国管理实践的情境中发展理论——基于整合的观点[J]. *管理学报*, 2008, 5(4): 469~510

[3] 庞长伟, 李垣. 制度转型环境下的中国企业家精神研究[J]. *管理学报*, 2011, 8(10): 1 438~1 443

[4] TSUI A S. From Homogenization to Pluralism: International Management Research in the Academy and Beyond [J]. *Academy of Management Journal*, 2007, 50(6): 1 353~1 364

[5] LI Y, PENG M W. Developing Theory from Strategic Management Research in China [J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2008, 25(3): 563~572

[6] LUO Y. Industrial Dynamics and Managerial Networking in an Emerging Market: The Case of China [J]. *Strategic Management Journal*, 2003, 24(13): 1 315~1 327

[7] ZHANG Y, LI H. Innovation Search of New Ventures in a Technology Cluster: The Role of Ties with Service Intermediaries [J]. *Strategic Management Journal*, 2010, 31(1): 88~109

[8] WRIGHT M, FILATOTCHEV I, HOSKISSON R E, et al. *Strategy Research in Emerging Economies;*

Challenging the Conventional Wisdom [J]. *Journal of Management Studies*, 2005, 42(1): 1~33

[9] XIN K R, PEARCE J L. Guanxi: Connections as Substitutes for Formal Institutional Support [J]. *Academy of Management Journal*, 1996, 39(6): 1 641~1 658

[10] CHEN M J. Transcending Paradox: The Chinese "Middle Way" Perspective [J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2002, 19(2/3): 179~199

[11] PENG K, NISBETT R E. Culture, Dialectics, and Reasoning about Contradiction [J]. *American Psychologist*, 1999, 54(9): 741~754

[12] TSUI A S, FARH J L. Where Guanxi Matters: Relational Demography in the Chinese Context [J]. *Work and Occupations*, 1997, 24(1): 56~79

[13] CHEN C C, CHEN X P. Negative Externalities of Close Guanxi within Organization [J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2009, 26(1): 37~53

[14] LUO Y, HUANG Y, WANG S L. Guanxi and Organizational Performance: A Meta-analysis [J]. *Management and Organization Review*, 2012, 8(1): 139~172

(编辑 予衡)

通讯作者: 李垣(1961~), 男, 云南曲靖人。上海交通大学(上海市 200240)安泰经济与管理学院执行院长, 教授、博士研究生导师, 博士。研究方向为中国情景下的战略、网络创新等。E-mail: lliyuan@sju.edu.cn