



社会科学与管理

CHINESE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE AND MANAGEMENT

第2卷第2期 2018年7-12月

Volume 2 No.2 July - December 2018



ISSN 2586-8535 (Online)

泰国正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

列入泰国期刊引文索引 (TCI 2)
Indexed in the Thai-Journal Citation Index (TCI 2)

社会科学与管理
第 2 卷第 2 期 2018 年 7 - 12 月

Chinese Journal of Social Science and Management
Volume 2 No. 2 July-December 2018

正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

PANYAPIWAT

INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 2 No. 2

July-December 2018

Copyright:

Panyapiwat Institute of Management

85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi, Thailand 11120

Tel: 0-2855-0730

<http://cjssm.pim.ac.th>

E-mail: cjssm@pim.ac.th

Published by:

Chulalongkorn University Printing House

Bangkok, Thailand

Tel: 0-2218-3549-50, 0-2218-3563

<http://www.cuprint.chula.ac.th>

E-mail: cuprint@hotmail.com

Copyright © 2017, Panyapiwat Institute of Management



社会科学与管理

Chinese Journal of Social Science and Management

第 2 卷第 2 期 2018 年 7-12 月 ISSN 2586-8535 (Online)

《社会科学与管理》是一本综合性学术期刊，每年出版二期，由泰国正大管理学院主办。2017 年 6 月开始发行第一期，所有期刊刊登在本刊官网 <https://cjssm.pim.ac.th>。

宗旨

《社会科学与管理》期刊（中文版）旨在推动社会科学与管理的研究与发展，为研究者和学者提供优良的中文学术交流及研究成果发表平台，协助发表准确、精炼的学术文章和具有原创性、前沿性的研究文章，将这些研究成果在全球范围内传播。

投稿范围

领域范围：社会科学，人文科学，经济学，管理学，工商管理，金融，组织管理，营销，信息系统等研究领域

文章类型：包括研究文章（Research Article）、学术文章（Academic Article）、书评（Book Review）及评论文章（Review Article）

收稿要求

1. 所投文章必须通过至少两位双盲同行评审（Double-blind Peer Review）；
2. 所投文章必须是未曾发表的、未进入其他刊物评审流程的；
3. 被正大管理学院《社会科学与管理》期刊收录的文章、言论、图表等仅代表作者的观点，与正大管理学院无关；
4. 正大管理学院《社会科学与管理》期刊编辑部保留征稿流程的最终解释权。

发表周期

半年刊：

第一期，每年 1 月 - 6 月

第二期，每年 7 月 - 12 月



社会科学与管理

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 2 No. 2 July-December 2018 ISSN 2586-8535 (Online)

The Chinese Journal of Social Science and Management is a multidisciplinary and biannual academic publication which is owned by Panyapiwat Institute of Management. It is an online journal and published at <https://cjssm.pim.ac.th/>. The first volume was issued in June 2017.

Objective

The objectives of the Chinese Journal of Social Science and Management are to promote research study and development in the area of social science and management, and to provide a platform for researchers and academics to exchange their views and publish the results of their studies in Chinese. It was designed specifically to help produce clear and concise academic manuscripts, publish original and leading-edge academic research, and disseminate these research results to the global community.

Scope

The journal publishes articles in the fields of Social Science, Humanities, Economics, Management, Business Administration, Finance, Organization and Management, Marketing, Management Information System, etc.

Submission of manuscripts in the form of research articles, academic articles, book reviews and review articles are all welcome.

Journal Policy

1. All manuscripts would undergo two double-blind peer reviews before acceptance.
2. All submissions must be original and not previously published or simultaneously submitted to other publications.
3. Manuscripts, text, illustrations, and tables published in the journal are only the perspectives of the corresponding authors and not necessarily the views of Panyapiwat Institute of Management.
4. Manuscripts may be submitted to the editor at any time, but publication will depend entirely on when the accepted final draft has been received by the journal's editorial board.

Frequency

Twice a year:

The First issue-January-June

The Second issue-July-December

社会科学与管理

第 2 卷第 2 期 2018 年 7-12 月 ISSN 2586-8535 (Online)

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 2 No.2 July-December 2018 ISSN 2586-8535 (Online)

顾问 / Advisory Board

Assoc. Prof. Dr. Somrote Komolavanij	Panyapiwat Institute of Management
Mr. Natee Taweesrifuengfung	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Pisanu Rienmahasarn	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Erming Xu	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Haijun Lu	Panyapiwat Institute of Management

主编 / Editor-in-chief

Dr. Pak Thaldumrong	Panyapiwat Institute of Management
---------------------	------------------------------------

副主编 / Associate Editors

Asst. Prof. Dr. Ao Chen	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Hongyan Shang	Panyapiwat Institute of Management

编委会 / Editorial Board

外部编委 / External Experts

Prof. Dr. Qianli Dong	Chang'an University
Prof. Dr. Xuping Wang	Dalian University of Technology
Assoc. Prof. Dr. An Chen	Chinese Academy of Sciences
Assoc. Prof. Dr. Burin Srisomthawin	University of the Thai Chamber of Commerce
Assoc. Prof. Dr. Fei Yan	Xi'an Polytechnic University
Assoc. Prof. Dr. Pornpan Juntaronanont	Huachiew Chalermprakiet University
Assoc. Prof. Dr. Ran Zhang	Peking University
Assoc. Prof. Dr. Xiaohong Tao	Beijing Language and Culture University
Asst. Prof. Dr. Juree Suchonvanich	University of the Thai Chamber of Commerce
Asst. Prof. Dr. Thitinan Chankoson	Srinakharinwirot University
Asst. Prof. Korsak Thamcharonkij	Chulalongkorn University

Dr. Kelvin C. K. Lam

Dhurakij Pundit University

Dr. Suwannarat Meesomboonpoonsuk

Thammasat University

内部编委 / Internal Experts

Dr. Dehua Xi

Panyapiwat Institute of Management

Dr. Guihua Lu

Panyapiwat Institute of Management

Dr. Nalintip Vipawatanakul

Panyapiwat Institute of Management

Dr. Xu Ren

Panyapiwat Institute of Management

Dr. Yishu Liu

Panyapiwat Institute of Management

Dr. Zhixia Gan

Panyapiwat Institute of Management

期刊秘书 / Journal Secretaries

Ms. Nantapa Sa-nguandilokrat

Panyapiwat Institute of Management

Ms. Chen Cai

Panyapiwat Institute of Management



评审专家名单
社会科学与管理

第 2 卷第 2 期 2018 年 7-12 月

Peer Reviewers

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 2 No. 2 July-December 2018



Asst. Prof. Dr. Juree Suchonvanich	University of the Thai Chamber of Commerce
Asst. Prof. Dr. Wei Meng	Dhurakij Pundit University
Asst. Prof. Korsak Thamcharonkij	Chulalongkorn University
Dr. Chao Qiu	Guizhou Medical University
Dr. Ching-Chou Chen	Dhurakij Pundit University
Dr. Eknarin Jiracheewong	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Jiangyan Zhao	Huachiew Chalermprakiet University
Dr. Kelvin C. K. Lam	Dhurakij Pundit University
Dr. Limin Shao	Chulalongkorn University
Dr. Nalintip Vipawatanakul	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Puriwan Waranusast	Naresuan University
Dr. Suwannarat Meesomboonpoonsuk	Thammasat University
Dr. Renliang Li	National Institute of Development Administration
Dr. Zhongwu Li	Huachiew Chalermprakiet University

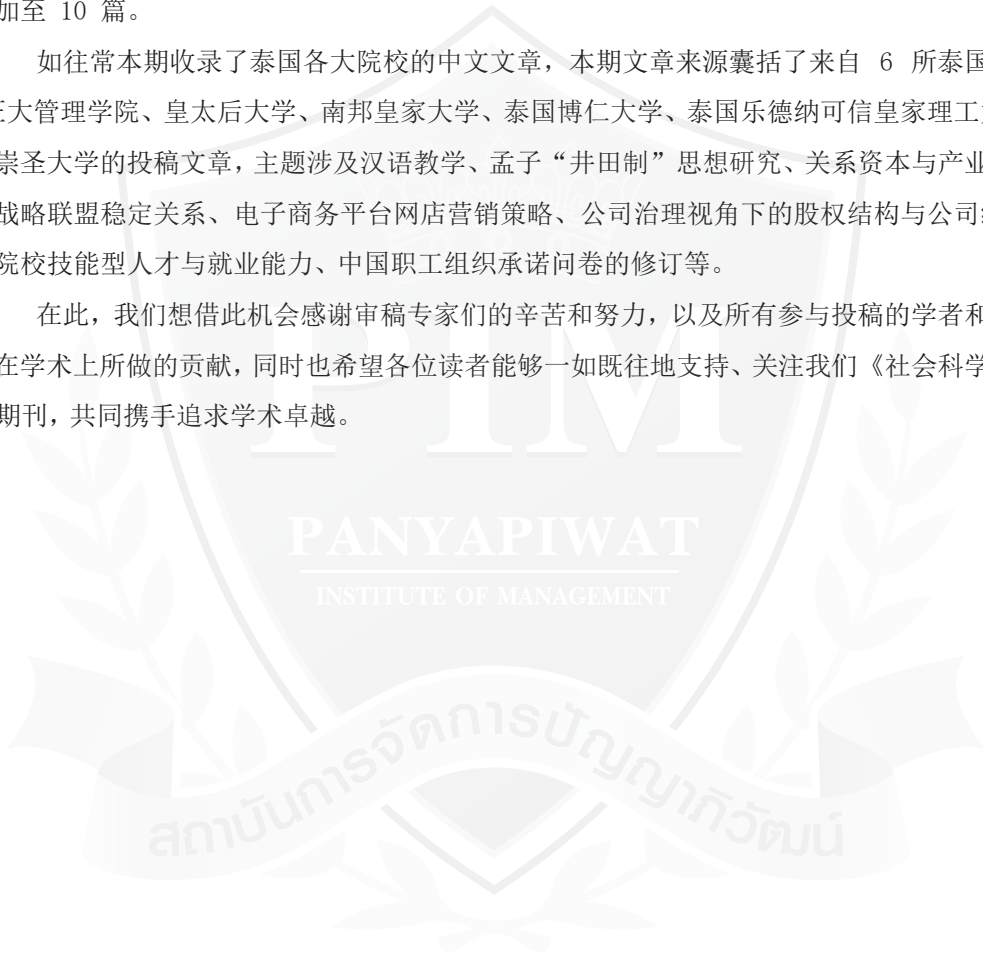
刊首语

本期是《社会科学与管理》于 2018 年 5 月 25 日被收录在泰国期刊索引第二组期刊（简称 TCI 2）之后的第一期。被收录在 TCI 2 后，投稿数量呈增长趋势，期刊得到了更多业界专家、学者的信任和支持，收录到了相关专业领域的最新研究成果，并得到了资深审稿专家的点评和认可。为了使这些新的学术成果能够及时地被业界所了解，本期文章发表量也由原来的 6 篇增加至 10 篇。

如往常本期收录了泰国各大院校的中文文章，本期文章来源囊括了来自 6 所泰国大院校：正大管理学院、皇太后大学、南邦皇家大学、泰国博仁大学、泰国乐德纳可信皇家理工大学、华侨崇圣大学的投稿文章，主题涉及汉语教学、孟子“井田制”思想研究、关系资本与产业技术创新战略联盟稳定关系、电子商务平台网店营销策略、公司治理视角下的股权结构与公司绩效、高职院校技能型人才与就业能力、中国职工组织承诺问卷的修订等。

在此，我们想借此机会感谢审稿专家们的辛苦和努力，以及所有参与投稿的学者和研究人员在学术上所做的贡献，同时也希望各位读者能够一如既往地支持、关注我们《社会科学与管理》期刊，共同携手追求学术卓越。

主编



Foreword

Since the Chinese Journal of Social Science and Management became listed in the THAI-JOURNAL CITATION INDEX 2 (hereinafter referred to as TCI2) on May 25, 2018, the journal has received continuing support from peer reviewers who have remained dedicated to providing constructive comments and recommendations to our contributors. Researchers and academics have been very supportive in contributing their latest research to be published in our journal. Specifically, since the listing there has been a steady increase in the submission of manuscripts. In the first issue after being listed in TCI2, the number of articles increased from 6 to 10 articles as discussed in the previous issue.

In line with our tradition, we have accepted articles from institutions throughout Thailand that include: Panyapiwat Institute of Management, Mae Fah Luang University, Lampang Rajabhat University, Dhurakij Pundit University, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, and Huachiew Chalermprakiet University. The articles cover diversified topics such as Chinese teaching and learning; Mencius's thought of "Square Fields System"; the effect of relational capital on the stability of industrial technology innovation; marketing strategy implementation of an online handbag store; ownership structure and corporate performance of enterprise; influence of skilled talents in higher vocational colleges under university-enterprise cooperation; and improvement of a Chinese staff organizational commitment questionnaire.

Again, we would like to take this opportunity to express our sincere gratitude to peer reviewers for their hard-work and dedication, researchers and academics for their contribution, and readers for their readership. We hope to continue receiving your support in our endeavor for academic excellence.

Editor-in-chief

目录

及物性离合词“担心”的句法功能之历时考察及其教材处理方式	1
林才均	
基于认知转喻视角下的汉、泰语量词“张”和“แผ่น [pʰe:n 21]”对比剖析	14
陈妹新	
高职院校技能型人才在校企合作下对就业能力的影响：基于心理资本的中介作用	24
贺毅	
基于民生的孟子“井田制”思想研究	38
孟巍	
中国职工组织承诺问卷的修订	55
陈振宇	
基于治理行为中介效应视角下中国创业板上市公司股权结构与公司绩效的关系研究	69
伍韬，鲁桂华	
试论泰国高校汉语词汇教学情况与反思	80
林文贤	
关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性的影响研究——基于公平感知视角	92
郭丽仙，段云龙	
泰国零售业汉语服务研究——以 Terminal 21 购物中心为例	107
刘捷	
电子商务平台箱包行业企业网店营销策略实施情况对比研究——以四家企业店铺为例	124
夏梦，何荣良	

CONTENTS

A HISTORICAL EXAMINATION ON SYNTACTIC FUNCTION OF TRANSITIVE SEPARABLE WORDS “DANXIN” AND ITS PRESENTATION IN TEACHING MATERIAL	1
<i>Caijun Lin</i>	
A CONTRASTIVE ANALYSIS OF CHINESE AND THAI QUANTIFIERS “张” AND “แผ่น [pʰɛ:n21]” IN THE PERSPECTIVE OF COGNITIVE METONYMY BASED ON COGNITIVE METONYMY	14
<i>Bunsikan Tangpakorn</i>	
THE INFLUENCE OF SKILLED TALENTS IN HIGHER VOCATIONAL COLLEGES UNDER THE COOPERATION BETWEEN UNIVERSITIES AND ENTERPRISES ON EMPLOYMENT ABILITY: BASED ON THE INTERMEDIARY ROLE OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL	24
<i>Yi He</i>	
RESEARCH ON MENCIUS’S “SQUARE FIELDS SYSTEM” THOUGHT BASED ON PEOPLE’S LIVELIHOOD	38
<i>Wei Meng</i>	
REVISION OF CHINESE STAFF ORGANIZATIONAL COMMITMENT QUESTIONNAIRE	55
<i>Zhenyu Chen</i>	
RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN OWNERSHIP STRUCTURE AND CORPORATE PERFORMANCE OF CHINESE GROWTH ENTERPRISE MARKET LISTED COMPANIES BASED ON THE MEDIATING EFFECT OF GOVERNANCE BEHAVIOR	69
<i>Tao Wu, Guihua Lu</i>	
DISCUSSION ON THE SITUATION AND REFLECTION OF CHINESE VOCABULARY TEACHING IN THAI UNIVERSITIES	80
<i>Pimporn Wattanakamolkul</i>	

STUDY OF THE EFFECT OF RELATIONAL CAPITAL ON THE STABILITY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY INNOVATION STRATEGIC ALLIANCE: THE PERSPECTIVE OF FAIRNESS PERCEPTION	92
---	----

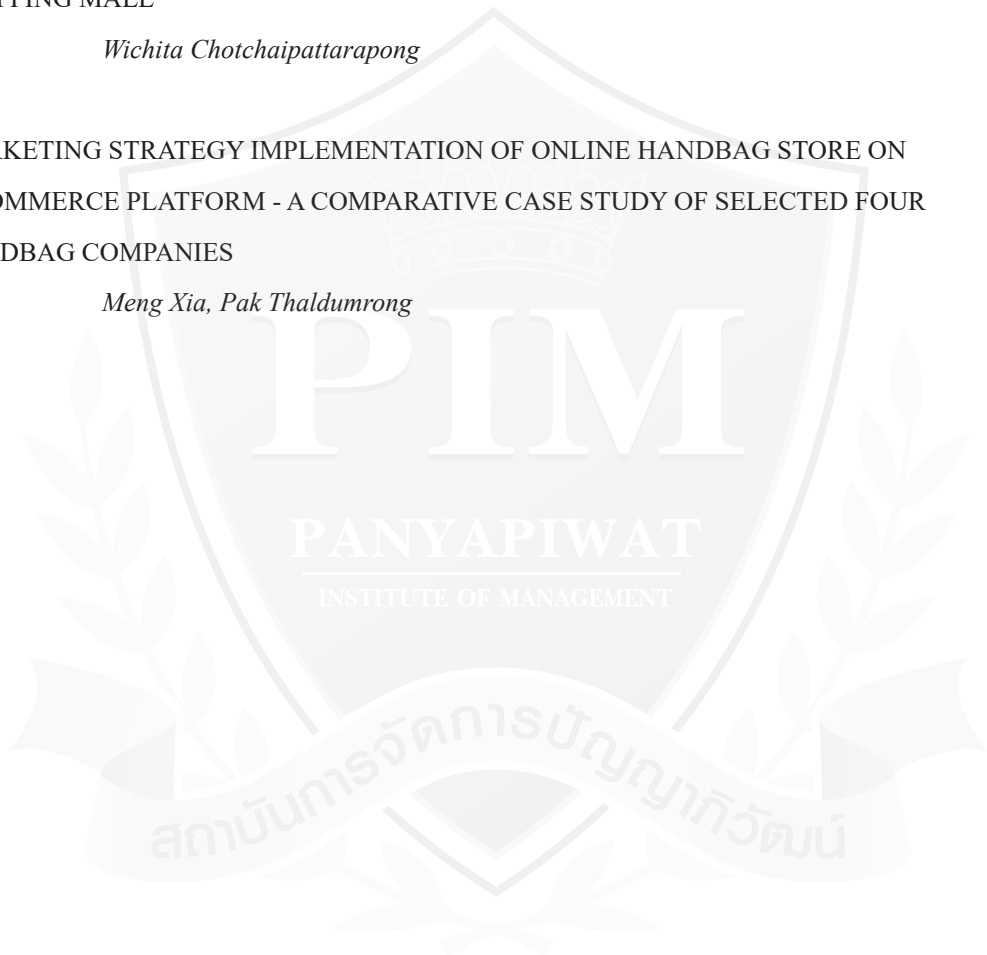
Lixian Guo, Yunlong Duan

THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE SERVICE: A CASE STUDY OF TERMINAL 21 SHOPPING MALL	107
---	-----

Wichita Chotchaipattarapong

MARKETING STRATEGY IMPLEMENTATION OF ONLINE HANDBAG STORE ON E-COMMERCE PLATFORM - A COMPARATIVE CASE STUDY OF SELECTED FOUR HANDBAG COMPANIES	124
--	-----

Meng Xia, Pak Thaldumrong



及物性离合词 “担心” 的句法功能之历时考察及其教材处理方式

A HISTORICAL EXAMINATION ON SYNTACTIC FUNCTION OF TRANSITIVE SEPARABLE WORDS “DANXIN” AND ITS PRESENTATION IN TEACHING MATERIAL

林才均
Caijun Lin

皇太后大学汉学院
School of Sinology, Mae Fah Luang University

摘要

基于北京大学 CCL 语料库,我们对及物性汉语离合词“担心”的句法功能进行了历时考察。考察结果发现,“担心”一词从明代至现代,一直都可以带宾语且出现频率较高,并且其句法功能不断扩展。同时,我们考察了目前较流行的二十套对外汉语初级精读课教材后发现,现有对外汉语教材对“担心”的处理方式,不但差异较大,且存在明显的不足之处。最后我们从对外汉语教学的立场出发,就在对外汉语教材中如何处理汉语离合词这一特殊词类,提出了相应的处理建议。

关键词: 及物性离合词 “担心” 句法功能 历时考察 教材处理方式

Abstract

Based on ancient Chinese and modern Chinese corpus of Peking University, we made a historical examination on syntactic functions of transitive separable words “danxin”. The study found that the separable words “danxin” can take objects and frequency of use is higher from Ming dynasty to modern times, and its syntactic function expand continuously. Furthermore, after investigated twenty sets of Teaching Chinese as a Foreign Language (TCFL) textbook at elementary and intermediate level, we found the presentation of separable words “danxin” in each textbook is different and its shortcomings are obvious. In view of the teaching Chinese as a foreign language, we put forward the corresponding suggestions on how to deal with the separable words in TCFL textbooks.

Keywords: Transitive separable words “danxin”, Syntactic function, Historical examination, Presentation in teaching material

引言

在现代汉语中，一直存在着一种特殊的语言单位。说它特殊是因为它能“离”能“合”，既象词，又象词组。如：[1] 她去跳舞。[2] 她去跳了一个小时舞。汉语言学界习惯把这种意义上具有词汇的整体性、单一性，但结构上可离可合的语素组合叫做离合词（Lu, 1957）。自上世纪40年代陈望道先生发现“离合词”这一独特现象以来，前人们对于“离合词”的命名、性质、界定标准、类型与离析形式、离析原因等做了大量研究。虽然学者们在离合词的名称、定义、界定标准、离合词数量等方面仍见仁见智（Wang, 2011），但是在某些方面也达成了一致意见。少数离合词后能带宾语的问题就是其中之一。Lu（1957）指出，一般的动宾式动词不能再带宾语，但也有例外。如：可以说“我很关心他”。这样的词还有：担心、满意、告别、提议、留神、列席、效劳、进口、包圆儿、起草。其中除“满意”外都是离合词。Li & Thompson（1981）认为，有些动宾复合词确实可以接直接宾语。如：关心、怀疑、注意、出版、提议、得罪。其中“注意”、“关心”和“提议”是离合词。同时，不少学者也提及到少部分离合词后可以“直接带宾语，把动作的对象表达出来”（Zhao, 1984: 14），“在带上宾语之后，一律不能再扩展，而必须以其原式出现”（Wang, 1988; Yang, 1995; Zhao & Zhang, 1996; Zhou, 2001; Ding, 2002; Fan, 2007）。如：

（1）列席这次会议/进口成套设备/提议他去/不放心他的身体/留意合适的人/留心这件事/当心小孩别着凉/起草讲演稿/留神扒手/担心你的前途等。（Zhao, 1984: 14）

（2）列席会议/出席大会/进口设备/出口商品/起草文件/担心出事/插队农村/提议小张去/不放心他走等。（Wang, 1988: 147）

(3) 他一直很注意这个问题。/我最不放心这件事。/他担心你明天来不了。/他正在起草一个文件。/别光顾看热闹，当心小偷！(Zhao & Zhang, 1996: 45)

(4) 列席这次会议/进口成套设备。(Zhou, 2001: 42)

(5) 安心教育工作/担心他的前途/操心女儿的婚事。(Ding, 2002: 150)

(6) 作为领导，我们必须出席这次会议。/他根本就不在意这件事。/这家公司今年下半年准备进口一批彩电。/妈妈不放心我一个人出远门。(Fan, 2007: 23)

从以上例子中，我们可以发现，离合词后带宾语的语言现象确实存在。然而，离合词后带宾语这一语言现象的发展轨迹是怎样的？现有流行的对外汉语教材又是怎样处理这类离合词的呢？这些问题值得我们去探析与思考。由于学者们在提及离合词后带宾语时，多数出现“担心”的用例，加之“担心”为 HSK 词汇大纲中的乙级词汇且在日常生活中使用频率也较高（见《现代汉语频率词典》），故我们以“担心”为例，通过北京大学 CCL (Center for Chinese Linguistics PKU) 语料库（包括古代汉语和现代汉语语料库）来考察能带宾语的离合词“担心”之用的历时演变，以达到探析离合词后带宾语之发展进程这一问题之目的，同时基于对外汉语教学的立场与需要，我们将在考察对外汉语教材对离合词“担心”之处理方式的基础上，提出对离合词之教材处理方式之建议。

“担心”的基式用法之历时考察

“担心”的基式用法最早见于明代。我们共获得 32 例有效语料，发现“担心”此时几乎都充当谓语，极少任宾语和主语。另外，任定语、带定语、带补语用法尚未出现，带状语开始出现，但极少出现。“担心”在此时充当谓语时，多数都带有宾语，约占全部语料的 31.3%，所带宾语以小句宾语（Li, 1997）为主。如：

(1) 三宝老爷一跃而起，说道：“今日却也到了南京，这五七年间好[担心]也”。（《三宝太监西洋记》四）

(2) 采采后来因为多情思念而染上疾病，她[担心]商生不知道自己的眷恋之情，就在吴绫帕上题写了一首绝句，让侍女（《剪灯新话》）

(3) 但是终年忙忙碌碌，常常有衣食不足的忧虑，暖冬我仍有寒冷的[担心]，丰年我仍被饥饿所困扰；出门没有知亲好友可以投靠，居家又没有（《剪灯新话》）

(4) 倘若中途停止而拖延进攻时间，那么，吴国皇帝孙皓因[担心]被伐而想出对策来，或如迁都武昌，增修江南城防设施，疏散城镇居（《百战奇略》）

(5) 我军从京师洛阳出发以来，我所[担心]的不是敌人向我军进攻，而是[担心]敌人不战而逃。（《百战奇略》）

到了清代,“担心”之基式用法还是绝大多数充当谓语,此时出现了任定语和带补语的用法,分别约占 5% 和 1.7%。在 60 例有效语料中,其中带宾语的语料约只占了 6.7%,比明代时的出现频率低了很多,这时主要以“替……担心。”和“不用/不必+担心”之否定形式出现。如:

(6) 家中老小平安。地方安静,到处办团练,武艺很好,土匪可以不必[担心]。(《曾国藩家书》)

(7) 胜佛口里祝颂他们的成功,心里着实替他们[担心]!(《孽海花》下)

(8) 卜大武道:“兄长,你不必[担心]王守仁不来,只愁这山上人少,非他的对手。”(《七剑十三侠》下)

(9) 大哥这两天没见,敢是在庄子上么? 可[担心] 的很呢!俺妈就哭了,说:“可不是呢!”(《老残游记》)

(10) 一条性命稳稳要送在妖物手中,这倒是我很[担心]的事情。此时我也正想去你洞府中,大家磋商一个办法,不道你倒巧(《八仙得道》上)

民国时期,“担心”之基式用法仍然以充当谓语为主,此时还可以任主语、宾语和定语,但后三者仍极少出现。据统计,192 例有效语料中,带宾语的句子约占 29.2%,较清代又出现了回升趋势。此时所带宾语仍以小句为主,兼有带动词、代词和名词宾语。另外,此时出现了带定语的用法,约占 0.5%;带补语出现频率依然极低。如:

(11) 父母对她说:“守节是会很苦的,我们[担心]你守不了一辈子,不要给人留下?”(《古今情海》)

(12) 冯大母亲[担心]出事,便要向官府揭发。(《古今情海》)

(13) 韩滉回答说:“我听她的哭声,疾而不哀,好像勉强而[担心]的样子”。(《古今情海》)

(14) 当她见身边的宫女娟凤召到皇上宫去时,还真有点[担心]起来。(《武宗逸史》)

(15) 倘然不犯我们的地界,我们也各守疆土,不去侵犯别人。但是他们的[担心] 并不是多余的,还是那个建州都督觉昌安,他有五个儿子(《清代宫廷艳史》)

(16) 焦二爷看出李国良的[担心]来了,就说:“兄弟,买卖是咱俩的,我就多咋走,等你打好了保条”(《雍正剑侠图》中)

在现代汉语中,“担心”之基式用法在此时仍然以作谓语为主,但出现了作状语的用法,并且也任主语、宾语和定语。我们检索到 14917 例语料,排除重复语料和无关语料共 48 条。我们发现作谓语的语料共 12909 例,约占 84.8%;作状语的语料 309 例,约占 2%;带宾语的语料约有 829 例,约占 5.4%;带定语的有 187 例,约占 1.2%;带补语的 111 例,约占 0.7%,以“担心起……(来)”为主;带状语的 572 例,约占 3.8%。如:

(17) 傅红雪道:“你用不着[担心]我,有时我走路都可以睡觉的!”(《天涯·明月·刀》)

(18) 她说,一些欧洲品牌产品在香港比内地便宜一半左右,且不用[担心]买到冒牌货,所以,除了自用还会送人。(《新华社 2004 年新闻稿》001)

(19) 第二天, 我们[担心]得不得了。没有时间了, 他们不肯签字, 而且不肯签的原因很荒谬。(《我的世界我的梦》)

(20) 听众们更无需[担心]对演出内容了解不够, 因为, 每一个入场者都会得到免费派发的节目(《新华社 2004 年新闻稿》002)

(21) 他们的[担心]是有道理的, 应付艾滋病所需要的经济费用令人吃惊。(《1994 年报刊精选》09)

(22) 在采访就要结束的时候, 记者[担心]地问傅玉彬, “你谈的问题, 见报后会不会给你带来麻烦?” (《1994 年报刊精选》12)

(23) 胡默说: “这些重要的细节被忽略了, 但它们往往成为外籍人士最[担心]的事情。(《新华社 2004 年新闻稿》004)

现将“担心”的基式用法之历时演变情况用表1概括如下:

表1“担心”的基式用法之分布与历时演变情况

基式用法	比率	明	清	民国	现代
任谓语	84.50%	18	52	130	12909
		56.3%	86.7%	67.7%	84.8%
带宾语	5.80%	10	4	56	829
		31.3%	6.7%	29.2%	5.4%
带状语	3.69%	1	0	0	572
		3.1%	0%	0%	3.8%
任状语	1.99%	0	0	0	309
		0%	0%	0%	2%
带定语	1.21%	0	0	1	187
		0%	0%	0.5%	1.2%
任宾语	0.83%	2	0	1	125
		6.3%	0%	0.5%	0.8%
任定语	0.77%	0	3	2	114
		0%	5%	1%	0.7%
带补语	0.73%	0	1	1	111
		0%	1.7%	0.5%	0.7%
任主语	0.48%	1	0	1	73
		3.1%	0%	0.5%	0.5%

“担心” 的离析式用法之历时考察

我们通过检索北大语料库发现,“担心” 出现离析形式的用法最早出现在清代,共获得 3 例有效语料。包括的离析形式有插入助词“着”和定语“什么”。且以插入助词“着”为主。如:

(1) 如今何不趁早儿告诉老当家的,将他抛弃在荒郊野外,岂不省了[担]着[心],就是家私也省了三一三十一了。(《七侠五义》上)

(2) 邓车心内说:“人家没瞧见我,你替我[担]什么[心]?”(《小五义》上)

(3) 王禄一想很了,当时把十六用钱满搁在三上押孤钉,心里[担]着[心],见宝盖一揭,是么,红的冲么,白的冲三。(《济公全传》三)

到了民国时期,“担心” 出现了新的离析形式,即插入补语。与插入助词“着”和定语“什么”共存。但仍然以插入助词“着”为主。如:

(4) 徐源、邵甫本来动手就[担]着[心]呐,一看于恒来了,爷儿仨往外冲,何豹传令兵丁往上围。(《雍正剑侠图》上)

(5) 三人都进屋喝茶哩,石老侠还一直[担]着[心]。(《雍正剑侠图》下)

(6) 胡八胖子道:“就是这么说说罢了,我们又替你[担]什么[心]着什么急呢?”(《留东外史续集》)

(7) 刘松山侧头一想道:“我此时越想越怕,连这个钱行的事情,我也[担]起[心]来了呢。”(《大清三杰》下)

到了现代,“担心” 的离析形式变得异常丰富。91 例语料中共出现了 6 种离析形式。其中主要以插入补语为主,约占 40.7%;插入助词“着”约占 27.5%;插入定语约占 22.5%。在插入补语的语料中,又以“担起心来”为主,约占 64.9%;在插入助词“着”的语料中,以“担着心”为主,约占 80%;在插入定语的语料中,以“担这个心”为主,约占 30%。此时出现了插入助词“了”、“过”、“的”新的离析形式,但极少使用。从始至今未出现重叠和“心”提前的离析形式。

(8) 过一段时间的观察,松柏除脱去一身“黄袍”外,并无异样,白为它[担]了[心]。(《心里有棵无花果》)

(9) 很久以来,老人确实为他的产业[担]过[心],经历了多少不眠的夜晚,痛苦的矛盾的纠缠。(《风云初记》)

(10) 实际上,她为儿子[担]的这份[心],却越来越重了。(《迎春花》)

现将“担心” 的离析式用法之历时演变情况整理如下表:

表2 “担心” 的离析式用法之分布与历时演变情况

离析式用法	比率	清	民国	现代
插入补语	38.8%	0	1	37
		0%	25%	40.7%
插入“着”	29.6%	2	2	25
		66.7%	50%	27.5%
插入定语	22.5%	1	1	20
		33.3%	25%	21.9%
插入“了”	5.1%	0	0	5
		0%	0%	5.5%
插入“过”	3.1%	0	0	3
		0%	0%	3.3%
插入“的”	1%	0	0	1
		0%	0%	1.1%

综合上述分析,结合表1 和表2 我们可以发现,“担心”主要以“合”的基式用法出现,常常任谓语。同时也任主语、宾语、定语,但极少出现。到了现代,出现了任状语的用法,Guo (2002) 也提及到了这一点,Yang (1995) 的《现代汉语离合词用法词典》中未提到这些用法。同时,我们也发现,虽然“担心”是离合词,但是“担心”从明代至现代,一直都可以带宾语,并且以带小句宾语为主,“担心”带宾语出现频率较高。到了现代,“担心”带宾语的现象更是呈现上升趋势。关于“担心”带宾语,在现代常用汉语词典中亦能见到。同时,我们也要注意,“担心”无论是“离”还是“合”,其用法都在变化扩展之中。(请下图1 和图2。)

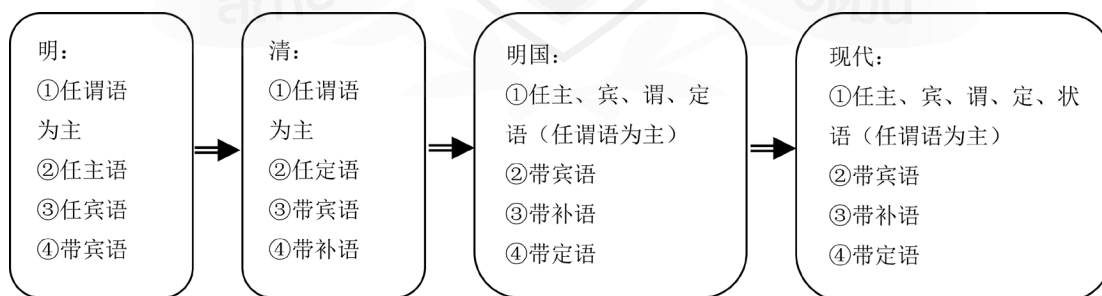


图1 “担心” 的基式用法演变情况图

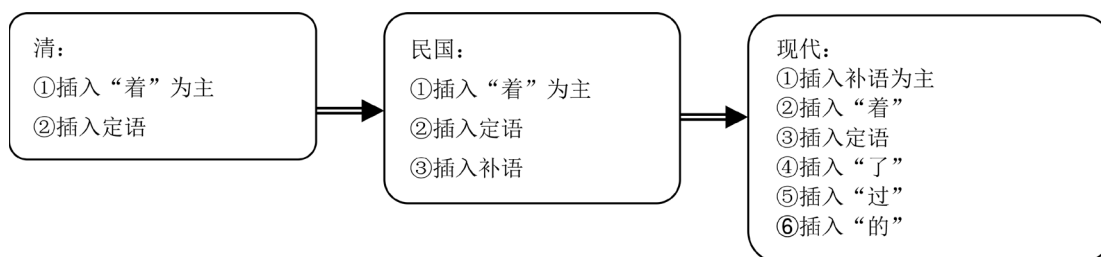


图2 “担心”的离析式用法演变情况图

对外汉语教材对“担心”处理方式之不足与建议

教材是教与学之间的纽带，是一切教学活动的中心（Wang, 1991）。那么，中国当前流行之对外汉语教材又是怎样处理“担心”这一离合词的呢？为此，我们考察了《标准中文》（Gu, 2000）、《新汉语教程：情景、功能、结构》（Li, Dai & Guo, 2000）、《新编汉语教程》（Huang, 2002）、《汉语教程》（Yang, 2009）、《新实用汉语课本》（Liu, 2007）、《汉语》（Peng, 2007）、《新概念汉语》（Liu & Zhang, 2005）、《汉语初级教程》（Deng, 2003）、《当代中文》（Wu, 2003）、《路：外国人汉语会话》（Zhao, 2002）、《桥梁》（Chen, 2002）、《跟我学汉语》（Chen & Zhu, 2004）、《博雅汉语》（Li, 2005）、《长城汉语》（Ma, 2005）、《速成汉语初级教程》（The College of Intensive Chinese Training at Beijing Language and Culture University, 2005）、《捷径-中级速成汉语课文》（Zhu, 2003）、《汉语会话 301 句》（Kang & Lai, 2005）、《说汉语》（Wu, 2002）、《基础实用商务汉语》（Guan, 2005）等共二十套当前国内外较为流行的对外汉语教材。其中前十一套教材均为综合性精读课教材，然后依次是速成培训类和口语会话类教材各两套，最后是专业性基础汉语教材一套。我们认为，虽然这二十套教材具有一定的多样性，但在对外汉语的课堂教学体系中，词汇教学无论在综合性精读课或基础性教材中还是口语会话类教材中均占据非常重要的地位且从《现代汉语频率词典》（Beijing Language College Language Instruction Institute, 1986）来看“担心”之使用频率较高，故各类对外汉语教材如何处理“担心”这一及物性离合词都值得探讨。

表3 二十套当前流行的对外汉语教材对“担心”的处理情况统计表

内容	词性及拼音			英文翻译	
生词	担心	动词	37.5%	dānxīn	worry; to worry; to feel anxious
		不标词性	62.5%	dānxīn	to worry; be worried; worry about;
				dānxīn	feel anxious; to be worried about; to be anxious about; to take something to heart; to worry oneself about
课文及练习	出现形式	比率	用法	用例数量	比率
	基式	100%	作谓语	15	93.8%
			带宾语	8	50%
			作状语	1	6.3%
			否定句	9	56.3%
	离析式	0%	未出现	0	0%

考察结果发现,这些教材在生词部分对“担心”的处理方式大致可以分成两种,即标词性与不标词性。另外,它们对拼音及英文翻译的处理方式也不尽相同。在课文及练习部分,我们从上述二十套教材中共检索到了 16 条含有“担心”的用例。经分析发现,该部分之“担心”都以“合”的形式即基式用法出现。其中,“担心”作谓语的例句共有 15 条,约占 93.8%,作谓语同时又带宾语的例句有 8 条,占 50%,作状语的例句只有 1 条,仅约占 6.3%,”担心”用于否定句的例句有 9 条,约占 56.3%。可见,在上述教材之课文与练习部分,“担心”以作谓语和带宾语为主,且多出现在否定句中。未出现“担心”的离析式用例,也未出现“担心”做主、宾、定语的用法。

据进一步考察,在生词部分,对“担心”的处理方式中,不标词性的占多数,约为 62.5%,而标词性的只占 37.5%。而不标词性的教材,在生词表中又多采取拼音分写的形式,与处理动宾短语一样。至于英文翻译,更是不尽相同,且存在一些不足。标词性的教材都将“担心”标示成动词,我们认为这容易忽视“担心”搭配受限的属性。也容易忽略掉其离散性,因此易被视为一般的复合词,而造成习得上的偏误。但采取不标词性拼音分写的形式,是一种典型的回避策略。Lv (1999: 69) 指出:“对外汉语教材中对离合词采取回避策略。做法之一,不作为语法项目处理,教材中不做任何处理和说明;做法之二,在生词表中不说明词性但以拼音分写的方式与一般词相区别。这种回避策略,容易导致教师与学生的不够注意与重视。为什么会出现这一情况呢?我们觉得主要还是因为语法学界对离合词性质没有一个比较统一的认识造成的。因此对外汉语教学界对离合词的处理就没有统一的标准。

在对外汉语教学中,我们如何处理这一问题呢?我们认为为了便于对外汉语教学,首先我们应该绕开理论分歧,给离合词一个明确的概念:离合词(Separable Words)是由一个动词性成分(语素)加上一个名词性成分(语素)组成的充当动词性语法功能的必须能“离”能“合”的双音节合成词(Lin, 2011),并指出其特点。这样,在教材编写时即可直接以“离合词”来标明。实际上,Deng(2009)早提出了教离合词应从概念切入,而非从结构切入的观点,并将离合词纳入其汉语词类系统。其次,对于离合词的离合形式的不同用法应举例,尽可能涉及到所有用法,且根据先易后难原则、规律或出现频率由高到低分课分项列出。至于拼音是否分写,我们觉得不应该分写,离合词是词,其拼音就应该连写,这才符合《汉语拼音正词法基本规则》(Basic rules for Hanyu Pinyin Orthography),即以词为拼写单位,拼音连写。并且这样做也能与多数教材中处理动宾短语的方式相区别。如针对泰国学生时,我们对离合词可采取如下的处理方式:

结婚 jiéhūn vi-sep แต่งงาน 结婚了/结了婚/结过婚/结过两次婚/去年结的婚/跟她结婚

担心 dānxīn vt-sep เป็นห่วง 担心她/担心极了(死了)/担什么心/为(替)……担心
[说明:“sep -”表示“separable words”,即离合词;“vi”表示不及物;“vt”表示及物;搭配用例顺序是根据 Wang(2011)统计各离合词之插入成分之出现频率高低顺序列出。]

这种处理方式即是要明确告诉教师与学生,“结婚、担心”等是一个离合词,并且明确地标出了它的及物性,学生就能很清楚地知道,“结婚”不可以带宾语,但是“担心”可以。然后我们配上了学习者的母语翻译,便于学生明白词汇的意义,但教授时教师要提醒学生切忌“对等”。最后我们按照语料库统计结果,根据出现频率的高低依次列出该离合词的用法搭配,具有较强的代表性与科学性。学生根据这些搭配就能掌握该离合词的常见用法,亦能培养学生的“分离”意识。当然,这样做足以引起师生的注意而加以重视。另外,英文注释在离、合时应有所区别,以免误导学生。同时,应将其作为语法点来专门讲解,将其放在“词语用法”部分,当然也应根据先易后难原则或习得规律分课列出。最后,应在“课后练习”中予以相应的语法项目的练习。

结语

本文以及物性离合词“担心”为例,通过北京大学 CCL 语料库对其句法功能进行了历时考察。我们发现,“担心”的用法,无论是“离”还是“合”都处在变化扩展之中,但主要还是以“合”的形式出现,且常作谓语,也可作主、谓、定、宾、状语。另外,虽然“担心”是离合词,但是“担心”带宾语的现象从明代到现代都存在。也就是说,离合词后带宾语这一语言事实自古就确实存在。具体哪些离合词可以带宾语还有待我们基于语料事实作进一步考察。对于现有对外汉语教材对能带宾语的离合词“担心”乃至整个“离合词”处理方式的不足,我们应加以重视,应从概念上解决“离合词”问题,这样才能给予教材编写与教学正确的指导方向。

References

- Beijing Language College Language Instruction Institute. (1986). *Modern Chinese Frequency Dictionary*. Beijing: Beijing Language College Press. [in Chinese]
- Chen, B. & Zhu, Z. P. (2004). *Learn Chinese with Me*. Beijing: People's Education Press. [in Chinese]
- Chen, Z. (2002). *Bridge: A Practical Intermediate Chinese Course*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Deng, S. X. (2009). *A Pedagogical Grammar of Chinese*. Taipei: Crane Publishing. [in Chinese]
- Deng, Y. (2003). *The Primary Textbooks of Spoken Chinese as a Foreign Language*. Beijing: Peking University Press. [in Chinese]
- Ding, Y. (2002). A Pragmatic Analysis of Verb-Object Separable Words. *Linguistic Studies, Special Issue*, 148-151. [in Chinese]
- Fan, Y. N. (2007). Can a Verb-Object Split Table Word Take an Object? *Language Teaching and Linguistic Studies*, 5, 22-25. [in Chinese]
- Gu, Z. B. (2000). *Standard Chinese*. Beijing: People's Education Press. [in Chinese]
- Guan, D. X. (2005). *A Practical Business Chinese Reader*. Beijing: Peking University Press. [in Chinese]
- Guo, R. (2002). *A Study of the Word Class System in Modern Chinese*. Beijing: The Commercial Press. [in Chinese]
- Huang, Z. C. (2002). *A New Chinese Course Book*. Beijing: China International Book Trading Corporation. [in Chinese]
- Kang, Y. H. & Lai, S. P. (2005). *Conversational Chinese 301*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Li, C. N. & Thomson, S. A. (1981). *Chinese Grammar*. (H. Shuan-fan, Trans.). Taipei: Crane Publishing. [in Chinese]
- Li, X. Q. (2005). *Boya Chinese*. Beijing: Peking University Press. [in Chinese]
- Li, X. Q. & Dai, G. Y. & Guo, Z. H. (2000). *A new perspective: Context, Function and Structure in Teaching Chinese*. Beijing: Peking University Press. [in Chinese]
- Li, Y. M. (1997). *The Dictionary of Contemporary Chinese Usage*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Lin, C. J. (2011). *Separable Words in Modern Chinese and Their Acquisition and Pedagogy Relating to Thai Learners*. Master's Thesis, Mae Fah Luang University. [in Chinese]
- Liu, D. Y. & Zhang, Y. (2005). *New Concept Chinese*. Beijing: Peking University Press. [in Chinese]

- Liu, X. (2007). *New Practical Chinese Reader Textbook*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Lu, Z. W. (1957). *Chinese morphology*. Hong kong: Zhonghua Book. [in Chinese]
- Lv, W. H. (1999). The Meaning of the Classification of Phrase Words in Teaching Chinese as a Foreign Language. *Language Teaching and Linguistic Studies*, 3, 130-135. [in Chinese]
- Ma, J. F. (2005). *Great Wall Chinese*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Peng, J. (2007). *Chinese Textbook*. Guangzhou: Jinan University Press. [in Chinese]
- The College of Intensive Chinese Training at Beijing Language and Culture University. (2005). *Sucheng Hanyu Chuji Jiaocheng*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Wang, H. F. (2011). *The Study on Separable Words' Separated Form Function of Mandarin Chinese*. Beijing: Peking University Press. [in Chinese]
- Wang, X. Z. (1988). The Analysis of Verb-Object Separable Words. *Chinese Teaching in the World*, 3, 147-149. [in Chinese]
- Wang, W. (1991). The Analysis of Literary Works Selection of Intermediate Teaching Material. *Selected Papers for the Fourth Teaching of Chinese as a Foreign Language*. Beijing: Peking University Press. [in Chinese]
- Wu, S. P. (2002). *Speak Chinese*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Wu, Z. W. (2003). *Contemporary Chinese*. Beijing: Sinolingua Press. [in Chinese]
- Yang, J. Z. (2009). *Hanyu Jiaocheng*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Yang, Q. H. (1995). *The Dictionary of Modern Chinese Separable Words*. Beijing: Beijing Normal University Press. [in Chinese]
- Zhao, J. M. (1984). The Discussion of the Expanded “V+N”. *Language Teaching and Linguistic Studies*, 2, 4-22. [in Chinese]
- Zhao, J. M. (2002). *Road: Chinese Conversation for Foreigners*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Zhao, S. H. & Zhang, B. L. (1996). The Determination and Characteristics of Chinese Separable Words. *Language Teaching and Linguistic Studies*, 1, 40-51. [in Chinese]
- Zhou, S. Z. (2001). Is Chinese Separable Words a Word? *Journal of College of Chinese Language and Culture of Jinan University*, 4, 41-46. [in Chinese]
- Zhu, Z. Y. (2003). *Shortcut: Intermediate Chinese Crash Course*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]



Name and Surname: Caijun Lin

Highest Education: M.A. in TCSL, Mae Fah Luang University

University or Agency: Mae Fah Luang University

Field of Expertise: Chinese Acquisition and Teaching, Sociolinguistics

Address: 333 Moo 1, Thasud, Mueang, Chiang Rai 57100



基于认知转喻视角下的汉、泰语量词 “张” 和 “แผ่น [pʰɛ:n²¹]” 对比剖析

A CONTRASTIVE ANALYSIS OF CHINESE AND THAI QUANTIFIERS “张”
AND “แผ่น [pʰɛ:n²¹]” IN THE PERSPECTIVE OF COGNITIVE METONYMY
BASED ON COGNITIVE METONYMY

陈妹新

Bunsikan Tangpakorn

南邦皇家大学人文与社会学院

Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University

摘要

转喻是人们认识事物的一种基本认知方式，正是基人类语言的认知能力，使相关的实体发生联系，从而在适当的语境中一个实体可以代替另一个实体。本文就汉、泰语量词“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”进行对比分析，主要讨论转喻概念的认知形式对于量词“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”和名词选择搭配的重大影响，从中获得二者间转喻的异同及其背后成因。希望能够在对外汉语教学中提出了一个新思路、新视角和新方法。

关键词：认知转喻 汉泰量词 名词选择搭配

Abstract

Metonymy is a basic cognitive way of recognizing things, and based on the cognitive ability of human language, we can make things relevant, so that a thing can be replaced by another using on metonymy in the appropriate context. In this paper, the quantifier term “Zhang” in Chinese and “แผ่น [pʰɛ:n²¹]” in Thai were analyzed. The study mainly discuss the significant impact of the concept of metonymy cognitive form for quantifiers “Zhang” and “แผ่น [pʰɛ:n²¹]” to choose collocation noun, and obtain the similarities and differences between them and the reasons behind them.

Keywords: Cognitive Transfer, Han Thai Quantifiers, Noun Choice Collocation

引言

传统的语言流派将转喻定位为借用一事物名称去代替另一种相关联的事物名称的修辞手段。随着认知语言学的发展,人们普遍意识到转喻的认知本质。它不单是一种修辞工具,也是一种认知机制。认知语言认为转喻的本质与隐喻一样是人类基本的认知手段,转喻是概念、思维层面上的问题,对于人类推理起着重要的作用。(Li, 2008: 145; Shu, 2013: 410-424) 进一步说明隐喻和转喻在结构、功能和运用机制上有着本质的差别。

首先,从结构上看,隐喻由三部分组成,分别本体、喻体和喻底;转喻则由替换事物、被替换事物组成。其次,二者功能不同。隐喻的主要功能在于以 A 说 B,即通过相对熟悉的事物来理解另外的事物,而转喻的功能在于指称以 A 代 B,即通过某一事物的显著部分或特征,或有特殊关系的邻近事物来理解整个事物。再次,二者运用机制有差异。隐喻和转喻的区别主要在于它们利用的是事物之间不同的关系。在隐喻中,具有两个概念领域,其中一个通过另一个领域获得理解。

与此不同的是,转喻只涉及一个概念系统,两个事物之间的映射或联系在同一领域里。认知隐喻学家 Lakoff & Johnson (1980) 宣称,几乎所有的转喻都是概念转喻,即不仅是特殊的修辞手段,还是普遍的语言现象,更是人们基本的思维和行为方式。尤其使用凸显、易感知、易记忆、易辨认的部分代替整体或其他部分,或用具有完型感知的整体代替部分的认知过程 (Sun, 2013: 273)。

总而言之,我们对事物进行的整体代部分或部分代整体的转喻性推演能力是人类思维想象的重要特征之一。本文试图借鉴认知转喻理论,在前人研究的基础上,以汉、泰语量词“张”和“แผ่น [pʰɛ:n²¹]”为载体,进一步分析两者的范畴扩展的认知理据,同时探讨它们之间转喻的异同及其背后成因。

一、汉、泰语量词“张”和“แผ่น [pʰɛ:n²¹]”范畴拓展的认知转喻范式

在长期的语言实践过程中,人们遵循客观事物间的内在联系,不断派生出转义项来,在表达、计量这些相关的事物时,仅仅借甲类事物的量词,兼而计量或表达乙类事物或丙类事物。人们这种认识事物规律的心理联想活动,使得量词在原义基础上派生出若干义项,其表量意义也由词义单一而转为多义项。这正是量词发生转义项的根本原因(He, 2001: 148)。就此,笔者拟在前人研究的基础上,从过程角度探讨汉、泰语量词“张”和“แผ่น [pʰɛ:n²¹]”范畴扩展的认知转喻解析,以下分别从起点、延伸、终点等三个方面进行分析。

(一) 起点分析——“张”和“แผ่น [pʰɛ:n²¹]”范畴的原型性成员

根据 Lakoff (1987) 的观点,原型效应只是表面现象,转喻在原型效应中起着重要作用,是原型效应产生的主要源泉,并且有助于理解抽象范畴。也就是说,借助转喻认知机制,对次范畴或范畴成员的理解可以有助于对整体范畴的理解(Zhou & Tang, 2012: 50)。基于这一观点,说明了转喻对原型成员的解释力。就此,下面我们以转喻概念为基础,探讨汉、泰语量词“张”和“แผ่น [pʰɛ:n²¹]”中的一些原型效果。

就汉语量词“张”而言,“张”对名词的基本选择,是在接受“张”的本义泛化的基础上,引申到泛指“张开而造成空间确有平面性”的语义特征。需要说明的是,“张”的本义为“把弦绷在弓上”,也就是“拉弓弦,开弓”。这里显然带有拉开或张开的动作性,其弓的空间部分就会造成一个平面性,这一空间部分是以邻近关系为基础派生出“张”的基本概念,从而形成量词“张”范畴之内原型成员的转喻概念机制。例如:

- (1) a. 现在几乎是我一张口她就冲我发火来。
b. 他们一张嘴不是黑牙便是黄牙。
- (2) a. 她在向我撒开一张网,我这样估猜她立刻又觉得不很善良。
b. 他展开一张网,是一张奇特的网,因为他费了很多脑筋才织成。
- (3) a. 他在灯下铺开一张纸,洛殿在上边画着据点里交通和巡逻路线。
b. 他慎重地打开一张纸看评论。

例子中名词所示之物,均处于空间部分邻近性关系,即张开时造成一个平面性。“邻近性”一词本身是对空间概念化的结果,换言之,根据空间邻近性关系发展到概念间的邻近性关系。Panther & Thornburg (2003) 认为,转喻的邻近性关系应该理解为视情况而定的关系,因为转喻关系往往需要结合语用因素来确定。基于这一观点可以理解为,例(1)的“张口、张嘴”和“张开”处于空间部分邻近性关系,因而,在人们日常的语言中,可以用“张开口、张开嘴”代替“一张口、一张嘴”;再如例(2)的“撒开一张网、展开一张网”激起的概念和“张开一张网”激起的概念相邻,因为它们同处于同一概念图式中。同样,例(3)的“铺开一张纸、打开一张纸”

激起的概念和“张开一张纸”的概念也是相邻,因为二者间同处于同一概念域中。由此,可以表明认知转喻在量词“张”范畴原型效应中起着重要作用,从而形成量词“张”范畴的原型成员。

与此相比,泰语量词“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”的词源和用法,前人未尚作过细节探讨。因此,本文需要考察亲属语言的壮侗语一些相关资料结合于现有的泰语文献,进行探讨量词“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”的词源效应。在前人研究壮侗语的基础上,本文可以得知在“壮傣语”和“侗语”的亲属语言中,分别使用“pʰɛn²”和“pa:ŋ⁶”原都是名词,后来虚化为量词时用于表示成片的事物,各自最初用于计量“纸片”之物(Jiang, 2009: 389)。正如泰语文献中所指出,“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”最早出现在素可泰王朝时期,当时主要用于称量成片的“石碑、矿体”之物。基于前人的研究及其现有的文献,也可以为我们确定泰语“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”由名词虚化为量词之后,它的最基本成员是“成片矿体和纸质类”之物,其两者间具有完形感知的整体是平面,这反映出它们同处于同一概念图式中,从而形成量词“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴的原型成员效应。例如:

- a. แผ่นเหล็ก 1 แผ่น [pʰɛ:n²¹le:k²¹nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一块铁片);
 สังกะสี 1 แผ่น [saŋ¹⁴ka²¹si:¹⁴nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一张白铁);
 อะลูมิเนียม 1 แผ่น [ʔa²¹lu:³³mi³³nia:m³³nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一张铝板);
 ทองคำเปลว 1 แผ่น [thɔ:ŋ³³kham³³ple:w³³thua:²¹nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一片金箔)
- b. บัตร 1 แผ่น [bat²¹nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一张卡片);
 นามบัตร 1 แผ่น [na:m³³bat²¹pʰe:t⁴⁵nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一张名片);
 คูปอง 1 แผ่น [khu:³³pɔ:ŋ³³nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一张券);
 จดหมายเวียน 1 แผ่น [tɕot²¹ma:j¹⁴wia:n³³nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一份函件)

显而易见,例子所示的事物都具有平面性特征,说明它们激起的概念和“矿物类、纸质类”激起的概念存在着相邻,因为它们同处于同一概念图式中。这正是“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴中是最基本、最直观的成员,居于“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴的原型成员。

(二) 延伸分析——“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴的近距离延伸

对范畴的延伸性来说,近距离延伸是以范畴原型成员为起点,向边缘地带扩展的,其扩展的幅度较小。也就是说,所谓近距离延伸是从原型成员开始,一步一步地向前扩展到表面上相近的相关事物,这些事物仍然较多地带有范畴原型成员的属性特征。然而,范畴的扩展和语义特征的脱落密切相关。语义特征脱落越多,范畴扩展距离就越远,范畴成员就越不典型(Zong, 2010: 260)。具体说来,量词“张”范畴的原型成员均具有“张开时造成空间平面性”这一语义特征。如果这一语义特征,通过人们联想引申到另一个概念域,“张”范畴就向着偏离原型的方向延伸了。但这一延伸的幅度并不是很大,其范畴成员仍然较多地保留了范畴原型成员的性质,从而形成量词“张”范畴的近距离延伸。例如:

- (4) a. 我躺下来, 以一张报纸当枕头。
 b. 那里贴着一张布告, 布告上说: 今天中午 12:00 要停水, 请大家做好准备。
 c. 我有一张照片是我同全家人去深圳时在海边沙滩上照的。
- (5) a. 他跑完步脚受伤了, 就给他贴上一张膏药。
 b. 这张席子家里已经没用了, 你带回宿舍用吧。
 c. 这张老唱片, 值得我永久珍藏。
- (6) a. 我发现一张桌子上铺满了名人的照片。
 b. 晚上, 两人睡在一张床上, 谈论起国家的大事。

例(4)所示的事物, 具有距离范畴原型的扩展幅度小, 由于“一张报纸、一张布告、一张照片”和“一张纸”均处于邻近性关系。在日常生活中, “报纸、布告、照片”都属于纸类之物, 因此可以用“纸”来代替, 并且可以用“张”来计量。例(5)所示的事物, 均是接受量词“张”形成选择关系, 成为一个由量词“张”组织起来的范畴。实际上, 这些事物已经属于偏离了范畴原型成员, 其距离的扩展幅度较小。在人类日常的行为中, “膏药、席子、唱片”主要利用它们平面的功能部件。这是人们运用熟知的或容易感知的部分表征这些事物的整体的认知转喻之理据。同样的理由, 例(6)所示的“桌子、床”, 从实际形状上看, 虽然它们都属于三维立体的事物, 但是它们以平面为功能性特征。在日常使用中, 人们主要运用“桌子、床”的“表面”功能, 这表明人们依靠所共知的体悟部分来代替事物的整体, 正是量词“张”范畴的近距离扩展到相关领域的认知转喻机制。

就泰语量词“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”而言, 范畴的近距离扩展仍然局限于像“矿物类、纸类”那样的表示整个物体具有平面的邻近性关系。例如:

- a. กระจก 1 แผ่น [kra:21tɕok²¹nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一块玻璃);
 ไม้อัด 1 แผ่น [maj⁴⁵ʔat²¹phrik⁴⁵nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一个合板);
 กระเบื้อง 1 แผ่น [kra:21bwa:ŋ⁴¹nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一块瓷砖);
 กระโปรงรถ 1 แผ่น [kra:21pro:ŋ²¹rot⁴⁵nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一个车前盖)
- b. ข้าวตัง 1 แผ่น [kha:w⁴¹taŋ³³nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一个米片);
 ข้าวเกรียบกุ้ง 1 แผ่น [kha:w⁴¹kria:p²¹kuŋ⁴¹nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一个虾片);
 ฟองเต้าหู้ 1 แผ่น [fo:ŋ³³taw⁴¹hu:41nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一个豆腐皮);
 มันฝรั่ง 1 แผ่น [man³³fa:45raŋ²¹nuŋ²¹pʰɛ:n²¹] (一个薯片)

例子所示的事物和“矿物类、纸类”的内部性质存在着很大的差异, 但是它们的个体都具有平面的空间邻近性关系。在日常使用中, 人们也意识到“玻璃、合板、瓷砖、车前盖”的个体功能的平面性, 这种平面性的特征是易感知、易记忆。这样看来, 这些事物激起的概念和“矿物类、纸类”激起的概念之间具有互通性, 因为它们同处于同一功能域。同样的理据, 在“米片、

虾片、豆腐皮、薯片”这样的食品中，人们日常生活中司空见惯的一系列物体可以通过利用这些物体中最凸显部分的平面特征来描述和计量物体。由此可知，这些食品激起的概念和“矿物类、纸类”激起的概念相邻，因为它们同处于同一概念域。这表明量词“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴的近距离扩展到邻近性的认知转喻机制。

(三) 终点分析 —— “张” 和 “แผ่น[pʰɛ:n²¹]” 范畴的远距离延伸

一般情况下，量词对名词的选择总是从某一类事物扩展到相近的相关事物。在范畴的远距离扩展中，范畴成员的语义特征与原型成员之间的相似程度往往不明显。具体说来，汉、泰语量词“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴的远距离成员表示抽象的事物，通过人类概念化的能力才能找出抽象事物与已知的事物间的相联系。

首先，讨论汉语量词“张”范畴的远距离扩展。

量词“张”继续扩展到人类的主体自身，主要是“脸”，例如：

(7) 每一张笑脸上都布满了深深皱纹的老人。

(8) 他一张脸上的表情，使人感到惊奇。

根据 Lakoff (1987) 的观点，转喻是指在同一理想认知模式中表述和理解“部分与整体”关系的认知现象 (Zhou & Tang, 2012: 29)。基于这一观点，本文可认为部分与整体间具有关系。在理想认知模式中，部分与整体的转喻生成关系划分为两类，一方面是整体理想认知模式及其组成部分的阶层关系，即整体代部分或者部分代整体；另一方面是理想认知模式内部的各个组成部分间的内部关系，即部分代部分 (Sun, 2013: 285)。在此，例子所示的“笑脸、脸上的表情”均表示抽象概念，不过都可以反映出转喻关系的内部各个组成部分间。在“一张笑脸、一张脸上的表情”中都表示一种动作的结果，从中以嘴巴为主要的的作用，这种现象体现出“笑脸、脸上的表情”和“张嘴的动作”之间都存在转喻关系，因此可以用“一张嘴”代替“一张笑脸、一张脸上的表情”，因而“脸”也可以使用“张”计量，这正是量词“张”范畴的远距扩展到同一理想认知模式的转喻认知机制。

再讨论泰语量词“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴的远距离扩展。

量词“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”继续扩展到组成建筑物的单元，主要是“กระจกหุ้มข้าง[kra:²¹teok²¹hu:⁴¹tʰa:ŋ⁴⁵]”（后视镜），例如：

(9) เขาเปลี่ยนกระจกหุ้มข้างแผ่นใหม่ 1 แผ่น

[khaw¹⁴pian²¹kra:²¹teok²¹hu:⁴¹tʰa:ŋ⁴⁵pʰɛ:n²¹mai²¹nun²¹pʰɛ:n²¹]

（我换了一个新的后视镜。）

(10) ฉันสั่งซื้อกระจกหุ้มข้าง 2 แผ่นจากร้านนี้

[tʰan¹⁴san²¹sur:⁴⁵kra:²¹teok²¹hu:⁴¹tʰa:ŋ⁴⁵so:²⁴pʰɛ:n²¹tea:k²¹ra:n⁴⁵ni:⁴⁵]

（我从这家店订购两个后视镜。）

如前所述,整体理想认知模式及其组成部分的关系,是通过一个部分去认识整体,或通过整体认识部分。就此,“后视镜”均属于组成物体的部件,它们可以反映出转喻关系的构成理想认知模式。具体说来,例子所示的“后视镜”,在日常体验中人们通常以“镜片”为主要物体与“后视镜的镜框”相配使用。在人类的意象中,“后视镜的镜框”激起的概念和“镜片”激起的概念存在邻近性关系,因此我们可以运用具有完型感知的整体,即“镜片”去识别或表征“后视镜”的构成事物的部件。这样看来,“后视镜”接受“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”称量的转喻邻近性关系,这正是量词“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴的远距扩展的转喻认知机制。

总的来看,从形成过程的角度探讨汉、泰语平面状量词中“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴扩展的认知转喻,表明量词“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”所选择的名词搭配,往往取决于人们日常生活中而司空见惯的认知习惯,都是人们通常使用为人所共知的事物方面来代替事物整体或者事物的其他方面的结果。但由于中泰方诸多文化因素的分歧,汉、泰语量词“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”扩展的转喻机制体现出各具特色的范式。汉、泰民族受传统习惯、心理状态、价值观念等维度的影响,不同民族在转喻生成关系和理解上存在文化差异,同一认知域内的一个范畴表达式的理解也各有不同。以下我们来讨论跨语言“张、แผ่น[pʰɛ:n²¹]”转喻范式的共性和特异性,并对其背后的认知性和文化维度予以解析。

二、跨语言“张、แผ่น[pʰɛ:n²¹]”转喻异同的理据阐释

承前所示,汉、泰语量词“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”范畴扩展的转喻机制相当广泛,两种语言都存在着共享的及特有的转喻概念。在此,不难看出转喻不仅仅是个语言机制,实质上是规约我们认知结构的一种基本思维和行为方式。在规约情形中,转喻机制载体与目标的选取首先是由认知原则和交际原则推动和制约的。正如 Langacker (1991) 曾指出,转喻机制使得两个相互抵触的因素得以高效的融合,一方面是话语的精确性要求将受话者的注意直接指向意图目标,另一方面是人类的本能促使我们思考和讨论那些最具认知凸显性的语项(Sun, 2013)。由此可见,汉、泰语量词“张”和“แผ่น[pʰɛ:n²¹]”的每一个范畴之中认知性和交际性原则决定了转喻概念的倾向性。

一方面,正是由于汉泰两个民族语言对“张、แผ่น[pʰɛ:n²¹]”的相同体验与认知,使话语者能用相同的体验基础去理解事物间的空间关系概念,产生邻近性的转喻概念。各种空间邻近性的形成与人类的感知、概念系统密切相关,我们对空间邻近性的感知很大程度上基于相邻的、可替换的对象间邻近性进行联想。鉴于此,在汉泰语“张、แผ่น[pʰɛ:n²¹]”中,“纸”是两者范畴的原型成员,一步一步地向前扩展,通过人们已知而熟练的经验,都衍生出了一系列其他相关的事物,如“报纸、布告、照片、卡片、名片”等。人们对这些事物激起的概念和“纸”激起的概念存在着相邻,从而均接受量词“张、แผ่น[pʰɛ:n²¹]”形成选择关系,成为一个由量词“张、แผ่น

[pʰe:n²¹]”组织起来的范畴。就此可知,虽然不同民族使用的语言不同,但由于人类基于空间邻近性关系,具备相同的感知、认知能力,因此在面对相同的物质世界时能获得相关的概念结构,这就使转喻的认知方面存在着明显的跨语言共性。

另一方面,转喻是认知主体通过思维和意象,发现或创造两个事物之间的相通关联而产生的,而思维和意象的认知主体是具体文化语境之下的社会人,因此转喻认知不可避免地会打上文化的烙印。基于汉、泰语量词“张、แผ่น[pʰe:n²¹]”存在个性的差异,下面将对两种语言如何准确地认知和表达各自文化独特性进行阐述。同样的客观世界反映到不同的语言中会形成不尽相同的世界图景,不同语言常常会用自己独有的方式来反映周围世界。思维方式深深埋藏在人类的认知结构和价值观念之中,人们从未想到过会有其他人与自己思考问题的方式不同,也很难理解与自己不同的思维方式。然而,要进行有效的跨语言交际,就必须懂得思维方式是会不同的,也有必要去了解别人不同的思维方式。由此,跨语言“张、แผ่น[pʰe:n²¹]”转喻的特异性也彰显了中泰文化背后的思维方式中的差异成因。

中国文化习惯于观物取象,用相应的具体形象进行类比(Bi, 2013: 272)。由量词“张”范畴的扩展来看,“张”并不严格按照范畴来对名词进行逻辑归类,更侧重于按照名词本身的形状、动作性、性能等外在属性来划分。如“张”计量铺开之义的事物时,其称量对象具有布帛类、纸质类、皮质类等,这些都属于不同性质的范畴名词,但是它们显示同样的动作性,即“铺开”,就形成“张”的称量对象之一。同时还可以称量武器类、工具类等事物,这是由于它们与“弓弦”在性能上的类似。在此,说明了中国人具有强力的具象思维方式。与此相对,泰国人的思维习惯于观物综合,注意掌握事物的本来面目和全体,不是注重分类而是将各个部分综合成统一整体,因而泰语“แผ่น[pʰe:n²¹]”由名词虚化为量词之后,它基本语义是由“成片矿体、纸质类”的完形感知的个体平面特征虚化而来。在中国传统思维背景下,汉语“桌子、床”可以接受量词“张”来称量,由于中国传统思维多以主客体为整体观做为出发点,它具有突出的具象性和体悟性。由此可知,中国文化直观体悟的具象思维在语言中一个突出的表现是重了悟不重形合。就此,我们可以理解了在汉语中量词“张”用于称量“桌子、床”的原因。与此相反,泰方的文化思维则着眼于理性分析和逻辑推理在语言中的一个突出的表现则是重形合,所以在泰语中“โต๊ะ[to⁴⁵] (桌子)、เตียง[tia:n³³] (床)”使用量词“ตัว[tua:³³] (只) 或者 อัน[ʔan³³] (个)”来计量,这是因为泰国人注重事物的个体利益服从整体利益,即着眼于“桌脚、床脚”来把握“桌子、床”。此外,中国古代哲学曾指出,万物都是对立物的变幻,相互对立而又相互渗透,互存互补,相辅相成,循环不已(Bi, 2013: 281)。在中国文化的统一辩证思维中所体现出的彼此一体、亦此亦彼和彼此相互转化的特点。由此可见,量词“张”所选择抽象之物的搭配也是与这种辩证的哲学思维同步。由于“一张笑脸”就是因张嘴的动作,就形成笑脸;“一张脸上的表情”也就是因张嘴的动作,脸就表现出各种表情等。中国文化的这种思维方式与泰方语言的逻辑分析思维不

同。由于泰国人的思维强调非此即彼的排中律，所以在泰语中抽象物名词只能使用量词“อัน [ʔan³³]（个）”来修饰，而且只有少数抽象名词可以计量，如：“ความรู้ [kha:m³³ru:⁴⁵]（知识）、ความเชื่อ [kha:m³³tchur:⁴¹]（信仰）、เหตุผล [he:²¹phon¹⁴]（原因）、มาตรฐาน [ma:d⁴¹tha:n¹⁴]（标准）等。”使用量词“อัน [ʔan³³]（个）”来计量（Fan, 2009: 45）。

三、结语

从中泰文化思维方式角度看，中泰之间对事物的认识和了解的不同具体分别在于：泰文化注重整体把握而不是个别分析；中国文化重视直观体悟而不是理性分析。这说明中泰间必然是注重整体综合与个体分析之别。本文通过借助认知转喻理论对汉、泰语量词“张、แผ่น [pʰe:n²¹]”范畴的扩展延伸解析，深刻揭示了量词“张、แผ่น [pʰe:n²¹]”的理据性本质，充分印证了量词“张、แผ่น [pʰe:n²¹]”范畴成员的概念转喻性，全面阐释了量词“张、แผ่น [pʰe:n²¹]”概念的转喻投射在汉泰两种语言中异同及其背后动因。量词“张、แผ่น [pʰe:n²¹]”转喻都是利用熟知的事物或现象去阐述说明不为人所熟知的事物或现象，或者利用相关联的具体事物来描绘刻画抽象的事物。跨语言共性来自人类共享客观世界的空间相邻的基本体验；而特异性则源于各民族所处的不尽相同的文化思维方式。总之，汉泰语中的量词“张、แผ่น [pʰe:n²¹]”转喻投射有助于厘清汉泰语言在思维和语言层面上的异同，以及在跨语言交际和第二语言学习中都占有极为重要的地位。

References

- Bi, J. W. (2013). *Cross-cultural Communication and Second Language Teaching*. Beijing: University of Beijing Language and Culture Press. [in Chinese]
- Fan, X. Y. (2009). *A Comparative Study on Classifiers of Chinese and Thai*. Ph.D. Thesis, University of Beijing Language and Culture, China. [in Chinese]
- He, J. (2001). *Modern Chinese Quantifiers*. Beijing: National Publishing House. [in Chinese]
- Jiang, Y. (2009). *Comparative Study of Chinese and Tibetan Language Name Classifiers*. Beijing: National Publishing House. [in Chinese]
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago / London: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live by*. Chicago / London: University of Chicago Press.
- Langacker, R. W. (1991). *Foundations of Cognitive Grammar. Volume 2: Descriptive Application*. Stanford / California: University of Stanford Press.
- Li, F. Y. (2008). *An Introduction to Cognitive Linguistics*. Beijing: University of Peking Press. [in Chinese]

- Panther, K. & Thornburg, L. (Eds.). (2003). *Metonymy and Pragmatic Inferencing*. Netherlands: John Benjamins Publishing Company.
- Shu, D. F. (2013). *Research Methods of Cognitive Linguistics*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press. [in Chinese]
- Sun, Y. (2013). *Multidimensional cross-domain research on cognitive metaphor*. Beijing: University of Peking Press. [in Chinese]
- Zhou, F. J. & Tang, D. J. (2012). *Referential Metonymy: Cognitive Approaches to Lexical Semantics*. Xiamen: University of Xiamen Press. [in Chinese]
- Zong, S. Y. (2010). *Cognitive research on collective quantifiers*. Beijing: World Book Publishing Company. [in Chinese]



Name and Surname: Bunsikan Tangpakorn

Highest Education: Doctorate Degree in the Specialty of Language and Culture Communication in College of International Education at Shandong University

University or Agency: Lampang Rajabhat University

Field of Expertise: Teaching Chinese as a Foreign Language

Address: 119 Lampang-Mae Ta Rd., Ban Hua Gnork, Chompoo, Mueang, Lampang 52100

高职院校技能型人才在校企合作下对就业能力的影响： 基于心理资本的中介作用

THE INFLUENCE OF SKILLED TALENTS IN HIGHER VOCATIONAL
COLLEGES UNDER THE COOPERATION BETWEEN UNIVERSITIES
AND ENTERPRISES ON EMPLOYMENT ABILITY: BASED ON
THE INTERMEDIARY ROLE OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL

贺毅

Yi He

正大管理学院中国研究生院

Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

摘要

作为高职院校培养技能型人才的一种重要方式的校企合作教育被高度重视。校企合作行为如何影响技能型人才的就业能力提升？影响路径如何？这些问题还缺乏定量研究的支撑。本研究选取广西省五所国家示范性或骨干高职院校的 306 名参与校企合作的高职生作为研究对象，主要采用多元回归分析和结构方程的方法探索校企合作行为对高职生就业能力的影响作用机理，深入探索个人的心理资本在校企合作行为与就业能力提升中介效应影响。研究结果为学校和企业校企合作提升高职生心理资本、就业能力提供了路径选择和新的思路。

关键词：校企合作 心理资本 技能人才 就业能力

Abstract

College-enterprise cooperative education is highly valued as an important way to cultivate skilled talents in higher vocational colleges. How to enhance the employment capacity of skilled personnel? What are the influencing factors? These problems are still lack of quantitative research. Three hundred and six vocational students participating in the college enterprise cooperative education, from five national demonstration or backbone higher vocational colleges in Guangxi province, was selected as the research subject in this study. The study focused on the influence of the individual psychological capital in college-enterprise cooperation and employment ability in intermediary effect, and mainly adopted mechanism that enhances multiple regression analysis and structural equation to explore college-enterprise cooperation higher vocational students employability. The research results provide new path choices and ideas for colleges and enterprises to enhance the psychological capital and employability of vocational students.

Keywords: Cooperation between college and enterprises, Psychological capital, Skilled talents, Employment ability

引言

高等职业教育不仅是高等教育的重要组成部分，更是职业教育的核心组成部分。根据教育部发布的最新数据显示：随着中国高等职业教育呈跨越式增长，截止至 2017 年，中国独立设置的高职院校达 1388 所，占全国高等学校总数的 48%，在校生数 1048 万。在中国高职教育蓬勃发展的同时，我们也应看到由于受到经济增速减缓、高职生就业能力不强等因素的影响，高职生的就业形势持续低迷。

校企合作是高职院校的重要发展方向，其体现了经济社会与职业教育之间的联系、体现了行业企业与高职院校之间的联系、体现了教育部门与产业部门之间的联系，是中国高职院校改革创新的关键途径。Dalitz (2012) 认为职业技术教育离不开企业的参与和支持，工厂中那些训练有素的工人在帮助建立职业技术教育和培训系统方面发挥了重要作用。Brown, Smith & Kuit (2013) 认为企业与教育培训进修有效结合有利于帮助员工提升其所需的业务运营技能。总之，校企合作教育提供与企业实践锻炼的平台，参与校企合作的高职生通过两位学校实习指导老师和企业师傅的实践指导，亲身感受企业文化与创新氛围，能激发学习热情与创新力，从而以更积极的态度从事实践锻炼和学习，最终提升就业能力。

学生的心理资本日渐成为企业招聘选拔人才的重要考核指标。心理资本是导致个体积极行为的重要因素，应归为资本的范畴。心理资本是促进个体成长和自我提升的重要心理资源，

也是影响高职生就业能力的核心要素之一。Cao & Li (2011) 通过编制具有中国本土特色的心理资本测量量表和就业能力测量量表发现, 大学生的心理资本与就业能力之间存在较为稳定且持久的关系。Li & Cao (2011) 以 2500 名不同院校的学生作为调查样本, 使用心理资本测量量表和就业能力测量量表探索心理资本与就业能力之间的关系。调查结果显示, 大学生心理资本与就业能力之间存在显著相关关系, 心理资本能较好地预测大学生的就业能力。

本研究综合采用理论分析与实证检验, 深入探索高职院校校企合作行为、高职生心理资本、高职生就业能力三者之间的影响机理, 并验证不同维度的心理资本在校企合作对学生就业能力影响中的中介效应检验, 探讨影响高职院校校企合作行为对大学生就业能力提升的途径和建议。

理论分析和研究假设

1. 理论分析

本研究主要基于协同理论、情境学习理论和积极心理学理论来进行理论建构, 探讨校企合作、大学生心理资本和就业能力三者之间的影响机理, 具体分析如下:

协同理论是指将系统中的各个子系统进行协调、协作和竞争, 使得整个系统形成新的稳定、有序结构, 可以达到 $1+1>2$ 的效果。学校与企业本属于两个差异非常大的系统, 但他们在培养技能型人才方面具有诸多共同点, 学校注重学生技能型知识的理论培养, 企业能为技能型人才提供丰富的实践设备与场所。从协同理论优势互补协同运作的视角出发, 整合学校与企业的资源, 充分利用学校培养专业知识、企业培养操作技能的各自优势, 采用校企合作的方式联合培养人才, 培养出专业知识过硬, 动手操作能力强的技能型人才。

情境学习理论认为参与基于社会情境的实践是个人知识结构的主要来源, 实践共同体是学习的关键要素。在实践共同体中, 随着参与程度的不断加深, 学习者会沿着旁观者、参与者到成熟者的轨迹不断前进, 由新手逐渐转变为专家。因此, 从建构主义学习理论视角出发, 校企合作必须时时以学生为主体, 在校企合作的实习锻炼中, 充分发挥学生的主观积极性与创造性, 学校里的教师与企业里的指导老师应主要充当组织者与指导者角色, 让学生在学习与情境交互的实践中主动掌握知识、建构知识, 提升专业技能, 进而最终提升个人就业能力为最终目标。

积极心理学理论提倡用积极的心态解决个体面临的问题, 强调人性中积极的一面对激发个体自身的潜能具有非常重要的作用。不管是在学校还是企业中, 心理资本都越来越成为影响学生素质和各方面能力提升的关键因素。特别是其中的个性、态度、品格等逐渐成为用人单位衡量技能型人才的重要指标。心理资本对个人的学习与能力提升的作用日益凸显。因此, 基于积极心理学理论视角, 认为心理资本是影响大学生各方面素质与能力的一个重要因素, 旨在提升大学生就业能力的校企合作行为中, 其发挥的中介作用也将日渐显著。

2. 研究假设

校企合作与就业能力的关系假设

Lou & Liang (2012)、Tao (2013) 认为校企合作教育显著提升大学生就业能力。从学校角度看, 学校需根据企业和市场的需要不断调整课程设置, 有针对性地培养学生的专业知识、专业技能、实践能力和创新能力, 引导学生树立符合时代需要的就业观。同时整合合作关系的企业资源, 建立各类教育实习基地, 在企业实习这个平台上开展顶岗实践、模拟工作等合作人才培养模式, 在实践中培训和提升学生的就业能力。从企业角度看, 充分调动自身的优势资源, 利用企业管理、生产运作和企业文化建设等方面的优势吸引学生来企业实习, 对其进行有针对性的培训, 提高他们的就业能力, 最终把他们留在企业。从大学生角度看, 校企合作拓宽其学习与实践的平台, 在学校与企业两个不同类型的平台展开学习与实践, 深入生产经营的第一线, 全面参与企业的生产经营, 在实践中不断提升自己的动手操作能力, 并验证自己所学的理论专业知识。校企合作行为不仅能锻炼学生的基本能力, 也能显著提升其环境适应能力、人际交往能力和就业能力等多方面的能力。

基于上述文献综述, 本研究提出以下假设: H1: 学校校企合作行为与学生就业能力显著正相关。H2: 企业校企合作行为与学生就业能力显著正相关。

校企合作与心理资本的关系假设

研究认为学生参与校企合作的各项实践环节、工作情境和所处的组织氛围对其心理资本有显著影响。Li & Chen (2011) 通过实证分析的方法分析大学生在就业时面临的焦虑、依赖、从众等心理问题, 通过校企合作教育来解决面临的众多心理问题显著增加实习机会, 提升其自我效能感, 促使其以积极乐观的心态去面对就业的诸多问题。Li (2015) 研究认为校企合作教育注重理论与实践的结合, 将枯燥难懂的专业知识通过实习操作转变为学生易懂易接受的知识 and 能力, 提升了自我信心, 使学生对未来的工作充满自信。Jiang (2015) 认为通过校企合作的工作情境实践锻炼, 逐步建立较好的人际交往关系和社会支持关系, 工作中可以获得更多的情感支持和实际帮助, 表现出来勇于面对困难的韧性和乐观, 努力自己目标。

基于上述文献综述, 本研究提出以下假设: H3: 学校校企合作行为与心理资本显著正相关。H4: 企业校企合作行为与心理资本显著正相关

大学生心理资本与就业能力的关系假设

Li & Wu (2012) 通过实证研究分析大学生的心理资本与就业能力存在相关性, 在教学中培养和提升学生的心理资本, 显著增强学生的就业竞争力。Cao & Li (2011) 通过实证研究分析大学生心理资本与就业能力之间的关系, 在心理资本的各维度中, 自我效能维度对大学生就业能力的影响最显著。Sun (2014)、Han (2016) 通过实证研究分析发现对心理资本的自我效能、希望、

乐观和韧性四个维度进行有效干预均显著影响了大学生的就业能力。且各维度对就业能力都存在正向预测作用。

基于上述文献综述,本研究提出以下假设:H5:大学生心理资本与就业能力显著正相关。

心理资本的中介作用假设

Luthans & Youssef (2004)提出的心理资本测量量表影响较大,其基于心理资本的四个核心构成要素(自我效能感、希望、乐观和韧性)。普遍认为心理资本对个人的态度、行为和绩效存在显著的正向影响,还在组织支持氛围与工作绩效和工作提升的关系发挥中介影响作用。Zhen & Peng (2012)通过理论与实证研究发现企业的组织文化支持氛围对实习学生感受到工作环境中支持创造和创新力度的程度影响,显著提升其自我效能感,进而影响其工作绩效和创新力。Jiang (2015)、Wang (2016)研究认为学生在真实的工作环境与职场氛围中体验工作,一方面可以形成较强的组织纪律观念、团队精神与乐观向上的态度。另一方面能促使学生全面感受企业文化和了解企业运作流程,树立较强的职业意识,这种了解与感受能显著增强学生的就业自信心,进而学生综合素质和各方面能力的提升都具有显著影响作用。

基于上述文献综述,本研究提出以下假设:H6:心理资本在校企合作与就业能力之间起中介作用。H6a:自我效能在校企合作与就业能力之间起中介作用;H6b:韧性在校企合作与就业能力的之间起中介作用;H6c:希望在校企合作与就业能力的之间起中介作用;H6d:乐观在校企合作与就业能力的之间起中介作用。

研究方法

1. 数据收集

本文选取广西省的5所国家示范或骨干高职院校作为调查问卷发放地,分别为南宁职业技术学院、广西职业技术学院、广西机电职业技术学院、柳州职业技术学院和柳州铁道职业技术学院,每所学院随机抽取参加过校企合作教育的学生填写问卷,主体为大二、大三学生。最终共计发放320份问卷,共回收有效问卷306份,回收率为:95.62%。在调查样本中,男性为211人,占68.9%;年龄分布:19-20岁,占84.5%。

2. 变量的测量

自变量—校企合作

本研究主要依据世界合作教育研究会的观点界定校企合作的定义,认为校企合作教育是一种把课堂教学和实践教学有机结合在一起以培养适合社会需要的高素质创新人才的教育模式,在校企合作过程中,学校和企业两种不同的教育资源与环境实现有机互动。参照Huang (2007)

对校企合作行为的划分方法,把校企合作行为划分为学校校企合作行为和企业校企合作行为两个维度。在具体测量量表的设计上,主要借鉴 Xu (2011) 开发的测量学校校企合作行为和企业校企合作行为的量表,其中用学校人才培养理论合作投入和实践合作投入两个维度来测量学校校企合作行为,企业投入辅导管理和人才培养教学参与两个维度来测量企业校企合作行为。两个维度量表的 Cronbach's α 系数与 KMO 值均大于 0.8,信度和结构效度均较好。

中介变量—心理资本

主要基于 Luthans & Youssef (2004)、Li (2015) 的观点,认为大学生心理资本是学生在生活、学习与实践中缓慢形成的一种积极的心理状态,具有一定时期的稳定性,同时也能够被测量、培训和开发,能通过一定的干预措施来开发和提升,其对学生个人成长、专业知识和就业能力的提升具有显著影响作用。在具体的测量量表的设计上,主要借鉴 Zhang & Zhang (2010) 所编写适用于大学生群体的积极心理资本量表,包含自我效能、乐观、希望和坚韧四个维度,共计 18 个问题。四个维度量表的 Cronbach's α 系数与 KMO 值均大于 0.9,信度和结构效度均非常好。

因变量—就业能力

主要基于 Asonitou (2015)、Zheng (2002)、Zhu & Shi (2014) 的观点,认为就业能力是通过学校理论的知识学习和企业实践培养的能力,具备使其能够获得职业、保持职业和取得职业成功的各种知识、技能和态度等的综合能力。在测量量表的设计上,综合以往大学生就业能力内涵研究成果和高职生的特色,编制针对高职生就业能力的结构型问卷,从众多备选能力中选取得分最高的三项能力,即专业能力、求职能力和创新能力,亦把就业能力划分为这三个维度。三个维度量表的 Cronbach's α 系数与 KMO 值均大于 0.9,信度和结构效度均非常好。

研究分析

变量之间的多元回归分析

为进一步明确校企合作行为、心理资本和就业能力三个核心变量之间的因果关系,通过 SPSS 19.0 采用多元线性回归的统计分析方法探讨三个变量之间的具体关系及其影响程度,以检验提出的研究假设。

1. 校企合作与就业能力的多元回归分析

分别以校企合作的两个维度学校校企合作行为和企业校企合作行为为自变量,就业能力的专业能力、求职能力和创新能力其三个维度为因变量进行分层回归分析。结果如表1 所示。

表1 校企合作对就业能力的多元回归分析表

变量	专业能力		求职能力		创新能力	
	β	P	β	P	β	P
性别 ^a	-0.148**	0.03	-0.091***	0.00	-0.018	0.79
年龄	0.405	0.62	0.420	0.65	0.326**	0.04
家庭所在地 ^b	-0.021	0.64	0.029	0.65	-0.063	0.31
独生子女 ^c	0.054	0.38	0.158**	0.02	0.033	0.62
政治面貌 ^d	-0.007	0.39	-0.004	0.89	0.011	0.90
专业类别 ^e	0.035	0.51	0.062	0.29	0.044	0.43
成绩排名	0.066**	0.01	0.060**	0.04	0.003	0.83
学校校企合作行为	0.224***	0.00	0.072	0.12	0.087	0.15
企业校企合作行为	0.246***	0.00	0.322***	0.00	0.304***	0.00
常数	3.76**	0.03	3.68**	0.01	21.13**	0.04
F 值	8.78***	0.00	7.31***	0.00	9.27***	0.00
调整后的 R^2	0.28		0.24		0.29	
样本量	306		306		306	

注：(1) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$ (2) a: 参照类别为男性, b: 参照类别为城镇, c: 参照类别为是独生子女, d: 参照类别为是中共党员, e: 参照类别为文科类。(3) β 为标准化系数。

在控制了人口统计学变量（性别、年龄、家庭所在地、独生子女状况、政治面貌、专业类别、成绩排名）的作用后，校企合作的两个维度——学校校企合作行为和企业校企合作行为的标准回归系数为正数，表明其均正向影响了高职生的就业能力。综合考虑各模型调整后的 R^2 值与 P 值，发现均表现为整体显著，具有较强的解释力。具体而言，企业校企合作显著正向影响了高职生就业能力，学校校企合作显著影响了专业能力，对求职能力和创新能力不存在显著影响作用。综合分析，假设 H1：学校校企合作行为与学生就业能力显著正相关未得到部分验证；H2：企业校企合作行为与学生就业能力显著正相关得到验证。

2. 校企合作与心理资本的多元回归分析

分别以校企合作的两个维度学校校企合作行为和企业校企合作行为为自变量，心理资本的四个维度自我效能、韧性、希望和乐观为自变量为因变量进行多元回归分析。结果如表2 所示。

表2 校企合作对心理资本的多元回归分析表

变量	自我效能		韧性		希望		乐观	
	β	P	β	P	β	P	β	P
性别 ^a	-0.102**	0.05	-0.110*	0.09	-0.025*	0.07	-0.052**	0.05
年龄	-0.354	0.65	-0.432	0.21	-0.477	0.13	0.364	0.78
家庭所在地 ^b	-0.051	0.45	-0.029	0.71	-0.146**	0.01	-0.136**	0.03
独生子女 ^c	0.063	0.39	0.101	0.22	0.019	0.03	0.152*	0.06
政治面貌 ^d	0.064	0.54	0.003	0.98	-0.090	0.80	-0.036	0.75
专业类别 ^e	0.003	0.96	0.017	0.80	-0.003	0.41	-0.076	0.26
成绩排名	0.093***	0.00	0.023	0.51	0.042	0.95	0.029**	0.04
学校校企合作行为	0.221**	0.00	0.110	0.13	0.073	0.61	0.366***	0.00
企业校企合作行为	0.297**	0.00	0.402***	0.00	0.419***	0.00	0.196**	0.04
常数	6.65*	0.08	18.70	0.17	19.85**	0.01	7.76**	0.02
F 值	9.48***	0.00	7.06***	0.00	8.88***	0.00	8.91***	0.00
调整后的 R^2	0.30		0.23		0.28		0.28	
样本量	306		306				306	

注：(1) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$ (2) a: 参照类别为男性, b: 参照类别为城镇, c: 参照类别为是独生子女, d: 参照类别为是中共党员, e: 参照类别为文科类。(3) β 为标准化系数

在控制了人口统计学变量（性别、年龄、家庭所在地、独生子女状况、政治面貌、专业类别、成绩排名）的作用后，校企合作的两个维度——学校校企合作行为和企业校企合作行为的标准回归系数为正数，表明其均正向影响了高职生的心理资本。综合考虑各模型调整后的 R^2 值与 P 值，发现均表现为整体显著，具有较强的解释力。具体而言，企业校企合作对心理资本的四个维度均存在显著影响作用，学校校企合作仅对心理资本的自我效能和乐观两个维度存在显著影响作用。综合分析，假设：H3：学校校企合作行为与心理资本显著正相关得到部分验证。H4：企业校企合作行为与心理资本显著正相关得到验证。

3. 心理资本与就业能力的多元回归分析

分别以心理资本的四个维度自我效能、韧性、希望和乐观为自变量，就业能力的专业能力、求职能力和创新能力其三个维度为因变量进行多元回归分析。结果如表3 所示。

表3 心理资本对就业能力的多元回归分析表

变量	专业能力		求职能力		创新能力	
	β	P	β	P	β	P
性别 ^a	-0.102*	0.09	-0.263**	0.02	-0.151***	0.03
年龄	0.111	0.25	0.339	0.43	0.272***	0.00
家庭所在地 ^b	0.010	0.85	0.082	0.16	-0.027	0.63
独生子女 ^c	0.012	0.84	0.117*	0.06	0.001	0.99
政治面貌 ^d	-0.045	0.58	-0.061	0.49	0.028	0.75
专业类别 ^e	0.019	0.69	0.057	0.28	-0.064	0.23
成绩排名	0.039**	0.02	0.032*	0.05	-0.037	0.17
自我效能	0.181***	0.00	0.251***	0.00	0.255***	0.00
韧性	0.114**	0.04	0.113**	0.04	0.189*	0.05
希望	0.133**	0.02	0.142**	0.03	0.247***	0.00
乐观	0.165***	0.00	0.209***	0.00	0.140*	0.07
常数	10.21**	0.02	7.62**	0.04	30.77**	0.00
F 值	13.82***	0.00	13.04***	0.00	14.89***	0.00
调整后的 R^2	0.39		0.37		0.41	
样本量	306		306		306	

注：(1) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$ (2) a:参照类别为男性, b:参照类别为城镇, c:参照类别为是独生子女, d:参照类别为是中共党员, e:参照类别为文科类。(3) β 为标准化系数。

在控制了人口统计学变量（性别、年龄、家庭所在地、独生子女状况、政治面貌、专业类别、成绩排名）的作用后，心理资本的四个维度——自我效能、韧性、希望、乐观的标准回归系数为正数，表明其均正向影响了高职生的就业能力。综合考虑各模型调整后的 R^2 值与 P 值，发现均表现为整体显著，具有较强的解释力。具体而言，四个维度均显著影响了高职生的就业能力。综合分析，假设：H5：大学生心理资本与就业能力显著正相关得到验证。

4. 中介效应分析

本研究构建了就业能力的结构方程模型（SEM），使用 AMOS22.0 进行心理资本的中介效应分析。分别构建心理资本四个维度：自我效能、韧性、希望和乐观模型对校企合作与就业能力的中介效应分析。在理论文献、经验法则和软件提供的修正指标基础上，本研究对模型进行了多次的修正与调整。从预设模型看，自我效能、韧性、希望和乐观的 NC 值分别为：1.24、1.49、

1.09 和 1.17, P 值为 0.11、0.29、0.31 和 0.21, 预设模型适合较好。从模型拟合指标看, GFI、AGFI、NFI、CFI、IFI 值非常大, 均大于 0.9, RMR 和 RMSEA 值很小, 小于 0.05。综合分析各指标值看, 建构的自我效能、韧性、希望和乐观中介效应模型是一个相当成功的模型。

当校企合作行为加入心理资本的自我效能、韧性、希望和乐观感四个因子的中介变量后, 如表 4 所示, 校企合作对就业能力的间接效应为 0.402、0.470、0.391 和 0.484, 都大于校企合作对就业能力的直接效应为 0.278、0.404、0.286 和 0.442, 通过数据分析对比可知, 校企合作对就业能力的直接效应低于间接效应, 表明校企合作更多是通过自我效能、韧性、希望和乐观感对就业能力产生影响。

表4 心理本各维度模型的间接效应分析表

	Indirect effects			Standardized indirect effects		
	校企合作	自我效能	就业能力	校企合作	自我效能	就业能力
自我效能	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
就业能力	0.402	0.000	0.000	0.391	0.000	0.000
	校企合作	韧性	就业能力	校企合作	韧性	就业能力
韧性	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
就业能力	0.470	0.000	0.000	0.463	0.000	0.000
	校企合作	希望	就业能力	校企合作	希望	就业能力
希望	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
就业能力	0.391	0.000	0.000	0.385	0.000	0.000
	校企合作	乐观	就业能力	校企合作	乐观	就业能力
乐观	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
就业能力	0.484	0.000	0.000	0.460	0.000	0.000

综合分析, 假设H6: 心理资本在校企合作与就业能力之间起中介作用。H6a: 自我效能在校企合作与就业能力之间起中介作用; H6b: 韧性在校企合作与就业能力的之间起中介作用; H6c: 希望在校企合作与就业能力的之间起中介作用; H6d: 乐观在校企合作与就业能力的之间起中介作用都得到完全验证。

研究结果与讨论

本研究通过多元回归分析和结构方程模型分析,本文提出的研究假设部分大部分得到验证,少部分得到部分验证。其中,H1(学校校企合作行为与学生就业能力显著正相关)和H3(学校校企合作行为与心理资本显著正相关)得到部分验证,其他研究假设均得验证。多元回归分析和结构方程模型分析结果显示:校企合作行为、心理资本对大学生就业能力的提升影响非常显著;心理资本四个维度作为中介效应作用亦影响显著,表明高职生就业能力提升更多是通过心理资本中介作用产生。基于研究结果,本文认为可从以下方面提升高职生的心理资本和就业能力。

1. 提升高职生就业能力的路径选择

不管是学校校企合作行为,还是企业校企合作行为,都能显著提升大学生的就业能力,因此,有必要从学校和企业两方面着手提升高职生的就业能力。具体而言:一是学校转变教育理念,学生培养直接面对企业需求。需要高职院校从理论与市场实际需求结合入手,综合考虑企业的岗位需求、技能要求等因素,在学校的专业设置、课程开设等方面参照企业的实际需求,加强与企业合作开发集生产性与实用性于一身的核心课程和实训教材。二是建立双赢的校企合作机制,加强“准员工”实践和企业实习力度,将企业的企业文化、工作流程、治理机制、人才培养和发展方式等引入到学校课堂教学当中,让学生充分了解企业的环境,认识自身的竞争优势。要求学生在实践锻炼中独立承担生产任务,统筹规划,自主决策、策划、管理、调节、控制与反馈,不断通过模拟和实践来提高自身的就业能力,为毕业后能成功就业奠定基础。

2. 提升高职生心理资本的路径选择

心理资本的自我效能感、韧性、希望和乐观因子对就业能力具有预测作用,大学生本人应该深刻的认识到心理资本对提升就业能力的重要作用,不断积累自身的积极心理资本。具体而言:一是体验式教学,提高自我效能感。学校积极开展丰富多彩的社会实践,引导学生运用所学知识解决实际问题的能力,在实践中提升自我效能感。二是培养积极乐观的心态。面对日益严峻的就业形式,学校非常有必要开设相应的课程或讲座,开展“实践乐观归因”培训。引导学生积极面对失败,引导学生对未来充满期待,学校应将职业生涯规划纳入教育课程,引导学生制定科学合理的职业生涯规划,使学生对自己未来的职业生涯充满乐观期待。三是强化实践力度,提升就业希望。学校应加大专业实习力度,强化学生的理论与实践结合能力。可以与企业联合开展模拟面试的讲座与培训,提升学生的面试技能,增加求职成功率。四是强化韧性。面对当前很多高校出现的学生实习期无故退出、试用期申请择业,导致无法顺利就业的现象,原因源于大学的自控力和抗挫折力越来越差,大学的情感极易受到周边环境变化的影响。基于此,学校应把大学生心理健康教育纳入日常教学中,定期举办心理健康教育的讲座,指导学生掌握释放压力的技能。通过开展不同主题的团队合作以及户外拓展训练帮助学生克服心理障碍,培育坚韧的品格。

研究的展望与不足

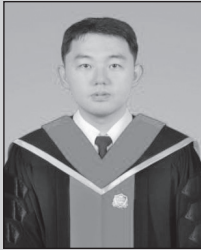
本研究基于实证数据支撑,从校企合作行为的角度出发,根据心理资本理论,就业能力理论,分析校企合作行为、心理资本和就业能力三者之间的影响关系,验证高职生心理资本在校企合作行为对就业能力提升影响中的中介效应,探索基于心理资本的校企合作行为对高职生就业能力提升途径和影响机理,对高职院校技能型人才就业能力的培养提供对策建议。研究具有重要的理论意义和现实意义。

但本研究仍然存在一定的局限。首先,数据来源由同一被试填写,难免会产生同源方差。今后研究应从企业、学校和学生三方面进行收集。其次,本研究采用的是横截面的研究方法,研究结论没有经过时间的检验。在同一时点上同时测量校企合作行为、大学生心理资本和就业能力测量结果较难判断三者之间是否存在因果关系。最后,研究样本的选择仅限于广西省境内的高职院校,数据分析结果是否具有全国普适性还有待进一步验证,是否存在校企合作影响大学生心理资本和就业能力之间的调节变量,建议未来研究扩大到其它地区。

References

- Asonitou, S. (2015). Employability skills in higher education and the case of Greece. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 283-290.
- Brown, A., Smith, P. & Kuit, J. (2013). The use of a social enterprise construct for widening participation, learning and training for employment: a qualitative study. *Widening Participation & Lifelong Learning*, 14(3), 202-215.
- Cao, X. T. & Li, H. (2011). Quantitative research on psychological capital of contemporary university students. *Border Economy & Culture*, (1), 42-44. [in Chinese]
- Dalitz, R. (2012). Vocational education and training: the of innovation policy. *Prometheus*, 30(4), 411-426.
- Han, J. (2016). The Influence of Psychological Capital on Employment Ability of Students. *Journal of Educational Development*, (11), 44-47. [in Chinese]
- Huang, J. R. (2007). Interpretation of the Cooperation Between Universities and Enterprises. *Training in China*, (1), 22-24. [in Chinese]
- Jiang, L. H. (2015). Study on the Strategy of the Exploitation of Psychological Capital of Vocational College Student. *Journal of Changzhou Vocational College of Information Technology*, (4), 93-96. [in Chinese]
- Li, D. & Chen, S. S. (2011). Health Education on the Employment Psychology of Female College Students under the Visual Field of Psychological Capital. *Journal of Shaoguan University*, (5), 186-189. [in Chinese]

- Li, H. & Cao, X. T. (2011). Research on the Relationship between Psychological Capital and Employability of College Students. *China Higher Education Research*, (3), 54-56. [in Chinese]
- Li, P. & Wu, G. M. (2012). Psychological capital cultivation: The question of college students employability improvement. *Fujian Forum*, (12), 215-216. [in Chinese]
- Li, R. (2015). A Preliminary Discussion on the Development of Higher Vocational Students' Psychological Capital. *Journal of Tianjin Vocational Institutes*, (5), 31-33. [in Chinese]
- Lou, L. S. & Liang, Y. (2012). Study on Employment Competitiveness Enhancement Strategy of Higher Vocational Education Graduates under the Mode of the Cooperation between Universities and Enterprises. *Shenzhou*, (10), 36-41. [in Chinese]
- Luthans, F. & Youssef, C. M. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Sun, J. N. (2014). Study on the Psychological Capital Intervention on the Mechanism of Action of Entrepreneurial Ability of College Students. *Communication of Vocational Education*, (7), 70-77. [in Chinese]
- Tao, R. (2013). A Preliminary Discussion on the Role of the Cooperation between Universities and Enterprises in the Promotion of Employment Ability of Students. *Consume Guide*, (9), 78-79. [in Chinese]
- Wang, X. L. (2016). Cultivation of Higher Vocational College Students' Employment Ability Based on College-Enterprise Cooperation. *Journal of Changzhou Vocational College of Information Technology*, (3), 79-81. [in Chinese]
- Xu, X. Y. (2011). *Research on the influence of school-enterprise cooperative education on the creativity of skilled talents*. Doctor's Thesis, Wuhan University, China. [in Chinese]
- Zhang, K. & Zhang, S. (2010). Positive Psychological Capital: Measurement and its Relationship with Mental Health. *Psychological and Behavioral Research*, (1), 58-64. [in Chinese]
- Zhen, M. R. & Peng, J. S. (2012). Effect of Organizational Innovation Climate on Employees' Innovative Behavior: Based on Individual Goal Orientation and Psychological Capital. *Science & Technology and Economy*, (1), 86-90. [in Chinese]
- Zheng, X. M. (2002). "Employability" Theory. *Journal of China Youth Political Institute*, (3), 91-92. [in Chinese]
- Zhu, J. & Shi, W. Y. (2014). Research on Measures to Improve the Employability of Vocational Students. *Modern Business Education*, (18), 66. [in Chinese]



Name and Surname: Yi He

Highest Education: Ph.D. Candidate, Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Human resource management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



基于民生的孟子“井田制”思想研究

RESEARCH ON MENCIUS'S "SQUARE FIELDS SYSTEM" THOUGHT BASED ON PEOPLE'S LIVELIHOOD

孟巍

Wei Meng

泰国博仁大学中国东盟国际学院

China-ASEAN International College, Dhurakij Pundit University

摘要

文化是一个民族区别与其他民族的重要标志,一个民族的传统文化被弱化或被抛弃,则会直接导致民族稳定的共同心理素质被弱化,最终加速民族的消亡。全面复兴中国传统文化是建立文化自信和实现文化繁荣的重要途径,是实现中华民族伟大复兴的必要条件。孟子思想是中华民族的共同财富,对中国历史有深远的影响,如何正确解读和应用孟子思想对传统文化复兴具有重要意义。研究中采用了定性研究、文献分析、逻辑推理、概念分析和历史唯物主义、唯物辩证法等研究方法,对被学术界标注“复古”标签的孟子“井田制”思想进行重新阐释,揭示了孟子的“井田制”思想的本质是基于保民、安邦、通过“八夫共井”模式对生产要素进行整合,进而恢复和促进生产力发展的土地国有制思想。该思想对解决中国现代面临因“城镇化”等原因造成的土地抛荒问题和宅基地闲置问题具有一定参考作用。中国政府在农村土地改革中采用的坚持集体所有权,落实农户承包权,放活土地经营权的“三权分置”改革,是孟子“保民”和整合生产要素、恢复生产的“民生”思想在实践中得到应用的具体表现形式。

关键词: 孟子 井田制 保民 全面复兴传统文化

Abstract

Culture is an important symbol for a nation to be distinguished from other nations. If a nation's traditional culture is weakened or abandoned, the common psychological quality of national stability will be weakened and the national extinction will be accelerated. The comprehensive revival of Chinese traditional culture is an important way to build up cultural confidence and achieve cultural prosperity and is a necessary condition for the great rejuvenation of the Chinese nation. Mencius thought is the common wealth of the Chinese nation and has a profound influence on Chinese history. How to correctly interpret and apply Mencius' thought is of great significance to the revival of traditional culture. In this study, the author adopted the qualitative research, literature analysis and logical reasoning, concept analysis, the methods of dialectical materialism and historical materialism to mark the "retro" label by academia of Mencius "Well square system" to explain again, reveals the essence of Mencius "Well square" thought is based on the protection of the people's livelihood, stable state, through the "Ba Fu Gong Jing" mode of integrating factors of production, and to restore and promote the development of productivity of land state ownership. This idea can be used as a reference to solve the land shortage problem and the idling problem of homestead in modern China. The "Three-right separation" reform adopted by the Chinese government in rural land reform, which adheres to collective ownership, implements farmers' contracting rights, and liberates land management rights, is the specific manifestation of Mencius' "protection of people's livelihood", integration of production factors and restoration of production ideas in practice.

Keywords: Mencius, Well Square system, Protection of the people, Comprehensive revival of traditional culture

引言

一. 研究背景

中国传统文化复兴的主要目标是,丰富具有中国特色、风格、气派的文化产品,增强我们的民族文化自信,提升中华文化的国际影响力。儒家文化在中国传统文化中居于重要位置,儒家思想对中华文化影响深远,正确解读和应用儒家思想对全面复兴中国传统文化具有重要的意义。孟子是儒家的重要代表之一,对孟子思想进行科学阐释对传统文化复兴具有重要的支持作用。学者们对中国古代儒家学派代表,有“亚圣”之称的孟子的思想的研究范围大都处于对“四书”之一《孟子》这本书所包含的民本、仁政、王道、性善论、人生哲学等内容的释义或浅层研究范畴,至于对孟子思想的现代施政应用涉及较少。从现有研究成果来看,数量虽然比较多但大部分

局限在对孟子文章的翻译、解析、注释或者就孟子思想进行浅析、探析、宗论、略论方面的探讨上,亦或是对孟子一些显而易见的思想如“仁政”、“王道”思想的研究上。研究结论总体上在肯定孟子思想进步性的同时,往往要对其思想与封建统治阶级相适应的“保民而王”、“井田制”等思想进行批判,认为孟子的思想,存在严重的阶级和时代的局限性具有“复古”主义特点。当下学术界对孟子思想的研究始终没有跳出前人已经设定的固有思维框架,没有在根本上实现对孟子思想研究的突破。在对孟子思想研究过程中采用的文献分析、文献翻译、文献释义、比较研究(如:孟子王道政治与柏拉图道德城邦比较)等研究方法来看没有实质性的创新。我们要实现振兴传统文化的综合目标就必须站在历史的高度要深入阐发文化精髓、加强中华文化研究阐释工作,着力构建有中国特色的思想体系。这需要我们尝试应用唯物辩证法、辩证唯物主义认识论等基本原理破除人们对孟子思想的固有成见,并应用这些哲学方法积极揭示孟子思想的真谛,推进孟子思想的时代化和大众化,进而对全面复兴传统文化战略形成有效支撑。

二. 研究目的和意义

文化是构成民族这个人类共同体的要素之一,是一个民族区别与其他民族的重要标志之一。“民族将经历形成、发展、融合、消亡四个阶段”(Xia & Chen, 2009: 1583),民族发展的四个阶段之间并没有清晰的界限“是一个动态的和漫长的历史过程”(Xia & Chen, 2009: 1583)。如果一个民族的传统文化被弱化或被抛弃,则会直接导致民族稳定的共同心理素质被弱化,最终加速民族的消亡。龚自珍在其历史研究著作《古史钩沉论》中说:“欲要亡其国,必先灭其史,欲灭其族,必先灭其文化”,这要求在中华民族伟大复兴事业中,一定要强化具有民族性的传统文化的全面复兴,对孟子思想进行创造性解析。中华传统文化博大精深,但是也或多或少的存在一些局限性。当然这些局限性有的内容确实属于糟粕或者局限性的范畴,但有的内容所谓“局限性”则是研究人员由于研究方法本身存在缺陷,加之先入为主、人云亦云的思维方式导致的认识领域的局限性。

作者选择以基于民生的孟子“井田制”思想作为切入点,探索前人研究中认定的孟子思想的“局限性”问题,针对研究人员因研究方法或固化思维导致的对孟子思想认识的“局限性”方面进行辨析。寻求在前人已经形成错误共识、有固化结论、有缺陷表述等方面进行有效突破。作者应用历史唯物主义的研究方法对其进行深度剖析,进行颠覆式的创造性阐释,通过深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念结合时代要求继承创新,让这些被误解的孟子思想重新焕发生机,展现出永久魅力和现代气象。

三. 研究的主要问题

问题一: 孟子的“井田制”思想的本质是什么,该思想的先进性体现在哪里?

问题二: 我们应用历史唯物主义的研究方法对孟子的“井田制”思想进行辨析,能够得

出怎样的结论？孟子基于民生的土地国有思想即“井田制”思想在中国新时期农村土地改革政策中是否有所体现？

文献综述

一．孟子基于民生的“法先王”文献评述

认为孟子思想有复古、保守、甚至反动特征的学者观点最具代表性的论点是：Jin（1983：423）认为“孔丘梦想的只是周公，而孟轲则‘言必称尧舜’，在复古方面比孔丘走的还远”而对以上观点持有反对意见能够使用历史唯物主义观点对孟子思想进行解析并具有说服力学者 Zou（1986：51-54）认为“‘保守’、‘倒退’、‘复古’，这是一些关于孟子的文章著述中常见到的扣在孟子头上的大帽子，其根据有两条：一是孟子主张恢复井田制，二是孟子主张‘法先王’”在他看来“井田制”也属于“法先王”的范畴，因此归根揭底对孟子思想的错误认识，应从学者对“法先王”的错误理解上予以辨析和驳斥。他认为孟子的“法先王”并不是复古，而是强调效法先王的“忧民”之心；效法先王的“尊贤使能，俊杰在位”效法先王“诛其君而吊其民，若时雨降，民大悦”的战争谋略。作者赞同以上观点，并在论文中将以上观点发展为具有时代感的“初心”和“使命”的观点。

Duan（1986：38）认为孟子的“‘法先王’就是“效法和实行这些‘先王’的历史经验，以平治当时的天下。”他认为孟子的“法先王”并不是完全照搬先王的一切经验、方法和制度，而是取其精华去其糟粕进行运用，认为孟子的“法先王”是一种主动辨析的过程。并引用孟子的“尽信书，则不如无书。吾于《武成》，取二三策而已矣。仁人无敌于天下，以至仁伐至不仁，而何其血之流杵也？”来证明自己的论点。本文作者认为孟子强调的“仁心”和“仁政”问题的关系其实是“初心”和“使命”的关系。作者认为将历史唯物主义的研究方法在应用于传统文化全面复兴时，要有依据的进行学术创新，这个创新本质上是用新的认识论对古代典籍的思想进行正确解读。例如，在“仁心”和“仁政”关系上孟子所谈的“法先王”问题不仅不是复古主义的标志，还是孟子遵循先王中圣贤者的遗志，寻找治理天下方法，不忘初心的一种表现方式。孟子“法先王”法的是先王（尧舜）的初心，孟子提到的“仁政”是执政的模式，同样也是使命所在，“仁政”的使命在孟子看来就是使人民安居乐业，老有所依、老有所养，建立一个以温饱为基础的美好社会。基于此作者认为“先王有不忍人之心，斯有不忍之政矣。以不忍人之心，行不忍人之政，治天下可运之掌上”的问题实际涉及的就是“初心”和“使命”的关系问题。

二．孟子基于民生的“井田制”文献评述

作者认为孟子提到的“井田制”、“什一”而税被以 Jin（1983）为代表的学者误解并冠以“由于生产力的发展，旧的井田制度已经彻底遭到破坏，人们正在群起‘尽地力’、‘为开阡陌封疆’，

而孟轲反要恢复井田制，显然是落后、反动的想法”（Jin, 1983: 423）。作者看来以上认识问题的方法是形而上学认识论范畴，没有将孟子思想与战国时期具体情况相结合，机械的割裂了历史人物与历史环境的关系。孟子正式看到了春秋战国时期诸侯征战造成社会民不聊生的现状，看到了社会动荡、土地兼并、生产力遭到破坏等严重社会危机，提出了为缓解社会危机和阶级矛盾，对土地进行适时的依照“井田制”模式进行重新分配的经济策略。

孟子认为国家与人民之间涉及一个基本的税收问题，税收与“井田制”密切相关。这个问题可以参考前朝“先王”的做法，“夏后氏五十而贡，殷人七十而助，周人百亩而彻，其实皆什一也”。Yang（1962）在《孟子译注》一书中肯定的认为“五十、七十、百亩——这只是孟子假托古史以阐述自己的理想，古史自然不如此。”Guo（1982）也认为“大约殷人七十亩而取七，周人百亩而取十，会是事实，而变为八家共井田式的井田，则只是孟子的乌托邦的理想。”作者认为孟子提到的“井田制”只是一种理想的税收方式和调节“公田”、“私田”耕作矛盾的一种方法，孟子要恢复的不是奴隶制时代由奴隶去耕种的“井田”，而是创新出一种方法或制度用来保障生产、保障民生。作者的依据是孟子提到了“耕者，助而不税，则天下之农皆悦，而愿耕于其野矣”的解决“公田”和“私田”矛盾的处理方法，即对于种田的人，只要他们助耕公田，不征收私田的赋税。来实现天下的农夫都会高兴，愿意在那样的田野里耕种的目标。这样可以很好的解决“公田”被闲置资源浪费的问题，是具有进步意义的。不能因此就认为孟子提到“什一”而税的问题就是再推行复古主义，在恢复“井田制”，阻碍了生产力的发展。要注意的是这里的“什一”《辞海》认为是“十分之一”（Xia & Chen, 2009: 2050）。孟子的“什一”而税不同于“什一税”，后者指的是“欧洲基督教会向信徒征收的一种宗教捐税。”（Xia & Chen, 2009: 2050）。

为了论证以上问题作者需要对中国历史上中的“井田制”进行必要的辨析。首先应该明确的是“井田制”是否存在学术界本身有较大的争议，关于井田记载的史料本就不多本人在研究中进行了大量的考证。《辞海》对于井田制的解释是“相传殷周的一种土地制度，因土地划做井字形，故名。”认为“井田制”“始见于《孟子·滕文公上》”（Xia & Chen, 2009: 1156）也就是说“井田制”最早是《孟子》中记载的。并且认为“其具体分配、耕作及缴纳办法，自汉至清，意见分歧，迄无定论。”对于“井田制”最早起源问题学术界有不同的认识。Quan（2008: 21）认为：“夏代曾实行过井田制。”证据是《左传·哀公元年》载少康逃奔有虞，“有田一成，有众一旅”，反映了夏代井田制的存在。而事实上这句话只是一个客观描述，只是陈述了“有田一成”这里的“田”不能理所当然的认为就是“井田”也没有其他任何其他的依据证明这个“田”就是实施“井田制”的“田”，此处认为夏朝实施了“井田制”完全是一种臆测。他还认为：最早见于《谷梁传·宣公十五年》：“古者三百步为里，名曰井田。”（Quan, 2008: 21）。作者认为这是一种误解，《谷梁传》又称为《春秋谷梁传》虽然是解说《春秋》的三部著作之一，但是其成书的时间却是西汉。将此书记载的“井田”作为最早起源是一种错误。所以《辞海》的观点即

“井田制”始见于《孟子》的观点是可靠的。这就更能够说明孟子其实根本不是在复古即恢复“井田制”，而是在创新中明确提出了具有孟子思想的“井田制”。对中国公众认识影响颇深的百度百科和维基百科据此文献有关表述，形成“井田制”词条将这种错误认知在公众中广泛传播，逐渐形成了群体认知性错误。

孟子对于自己拟定田亩丈量划分制度的目的论述的非常明确“夫仁政，必自经界始。经界不正，井地不钧，谷禄不平，是故暴君污吏必慢其经界。经界既正，分田制禄可坐而定也。”在孟子看来行仁政，一定要从划分、确定田界开始，也就是田亩丈量和分配制度是仁政的基础。孟子实际上谈到的是今天我们所说的经济基础和上层建筑的关系，即经济基础决定上层建筑。“井田制”属于经济基础，“制禄”和“仁政”属于上层建筑。孟子所提到的“井田”实际上是丈量田亩对土地进行再划分，要通过丈量来保障田亩面积大小统一，进而保障作为俸禄标准的田租是公平的。孟子谈到“井田制”的基础是主张对土地重新分配，是一种有效的“保民”措施。Zou (1986) 也认为孟子“他关心的不是滕国官吏的俸禄，而是希望老百姓有一个起码的生活条件。孟子要求当代的列国君主，能‘保民而王’他的提出井田这种‘帝王之制’也无非是要当时的执政者们效法先王这种‘保民’之制罢了。”

本文作者认为孟子主张推行的“井田制”版本是一种创新，是一种借古代所谓“井田制”名义而推行的土地税制改革的思想。孟子版本的“井田制”描述如下：“请野九一而助，国中什一使自赋。卿以下必有圭田，圭田五十亩，余夫二十五亩。死徙无出乡，乡田同井，出入相友，守望相助，疾病相扶持，则百姓亲睦。方里而井，井九百亩，其中为公田。八家皆私百亩，同养公田；公事毕，然后敢治私事，所以别野人也。此其大略也；若夫润泽之，则在君与子矣。”，也就是说孟子推荐滕国采用商朝赋税曾经用过的“助法”，在《孟子·滕文公下》中有明确观点“龙子曰：‘治地莫善于助，莫善于贡。’孟子认为如果采用“助法”请考虑在农村实行九分抽一的助法，在都市自行交纳十分抽一的赋税。卿以下（的官吏）一定要有可供祭祀费用的五十亩田，对家中未成年的男子，另给二十五亩。（百姓）丧葬迁居都不离乡。乡里土地在同一井田的各家，出入相互结伴，守卫防盗相互帮助，有病相互照顾，那么百姓之间就亲近和睦。一里见方的土地定为一方井田，每一井田九百亩地，中间一块是公田。八家都有一百亩私田，（首先）共同耕作公田；公田农事完毕，才敢忙私田上的农活，这就是使君子和农夫有所区别的办法。孟子版本的井田制不仅仅是土地赋税制度更是保民措施和以乡村为单位的互助的治安联防系统，从设计层面上有利于维护社会的稳定。同时也对卿以下官吏的给出了解决祭祀置办费用也就是政府行政支出的来源方式，这样能够有效处理“祭祀”等公共事务活动。

三. 孟子的民生政治思想文献评述

孟子认为贤明的国君要施行“仁政”，在“仁政”策略下制定产业政策，要达到的“保民”的基本目标：“必是仰足以事父母，俯足以畜妻子；乐岁终身饱，凶年免于死亡。然后驱而之善，故民之从之也轻。”，也就是说孟子把人民有能力赡养父母、抚养妻子儿女，好年景能够丰衣足食，坏年景也不至于饿死。作为督促百姓向善的必要的物质条件。孟子认为“今也制民之产，仰不足以事父母，俯不足以畜妻子；乐岁终身苦，凶年不免于死亡。此惟救死而恐不赡，奚暇礼仪哉？”在他看来现在各国诸侯国国君制定的政策不足以赡养父母、不足以抚养妻子儿女，好年景都艰难困苦，坏年景难以保命的情况下，让百姓来修习礼仪那是根本办不到的事情。孟子的“井田制”就是在这种背景进一步发展出鼓励百姓置业的民生策略。

孟子鼓励百姓置业，强化和提升百姓道德观念的有关民生理论包括，“有恒产者有恒心，无恒产者无恒心。”孟子思想将“恒产”作为保民的基础，他认为“无恒产而有恒心者，惟士为能。若民，则无恒产，因无恒心。苟无恒心，放辟邪侈无不为已。及陷于罪，然后从而刑之是罔民也。焉有仁人在位罔民而可为也？”，即没有固定的产业收入却有固定的道德观念，只有读书人才能做到，至于一般老百姓，如果没有固定的产业收入，也就没有固定的道德观念。一旦没有固定的道德观念，那就会胡作非为，什么事都做得出来。等到他们犯了罪，然后才去加以处罚，这等于是陷害他们。哪里有仁慈的人在位执政却去陷害百姓的呢？因而孟子提出了“王欲行之则盍反其本矣？五亩之宅，树之以桑，五十者可以衣帛矣。鸡豚狗彘之畜，无失其时，七十者可以食肉矣。百亩之田，勿夺其时，八口之家可以无饥矣。谨庠畜之教，申之以孝悌之义，颁白者不负戴于道路矣。老者衣锦食肉，黎民不饥不寒，然而不王者，未之有也。”，要求仁政能够解决人民的基本生活需要和老人相对舒适生活的需要，来做到天下归心。

研究方法与设计

一. 研究对象

本文的研究对象从大的方面来说包括：基于民生的孟子“井田制”思想即土地国有制思想中的本质、核心观点及其与保障民生恢复生产等措施；学术界认为的孟子民生思想中的局限性和先进性及其在现代社会的表现形式和在施政政策方面的表现形式。

二. 研究手段和方法

本文研究侧重于对有关学者对于基于民生孟子“井田制”观点辨析，旨在深度理解孟子思想所涉及的当时的社会现象，注重的是孟子思想对中华文明影响的经验总结，进而为中国传统文化全面复兴寻找到可靠的、先进的、富有影响力核心要素。根据设定的研究目，作者应用了定性研究、文献研究、逻辑推理、概念分析、哲学方法等研究方法。

1. 定性研究方法：作者在研究中从社会现象入手，发现社会中存在一些对孟子思想曲解甚至是恶意歪曲的问题，这对我们全面复兴中国传统文化的事业是不利的。为了全面分析孟子的基于民生的“井田制”思想，作者采用了定性研究的方法。该方法能够有效分析孟子思想产生的社会和历史环境；能够深入探析孟子思想对中国文化和历史的深远影响；能够客观评价孟子思想对解决当时社会主要矛盾的作用；能够发现孟子思想在不同历史时期的变化发展规律。例如，明朝朱元璋推广删除孟子的民主思想论断的《孟子节文》，就侧面反应了孟子思想具有广泛社会基础和深远的影响。在定性研究中作者结合了哲学研究方法，主要是唯物辩证法和矛盾分析法，迅速捕捉到研究对象的主要矛盾和矛盾的主要方面，即对研究对象的性质做出准确分析。再如，作者通过定性分析，能够很快的把握了孟子思想诞生的历史背景，揭示出孟子提出“井田制”的根本原因是为了解决战国时期因为连年征战造成民不聊生、土地荒芜，社会生产力受到了极大破坏的问题。进而看到孟子的“八夫共井”模式虽然没有改变西周以来的土地国有制性质，但该设计能够有效整合生产要素之间的关系，解决民生问题。

2. 文献研究法和逻辑推理法：作者对与孟子思想局限性有关的文献资料进行广泛的筛选、鉴别和整理，做到去粗取精、去伪存真，优选出具有代表性的文献。进而对这些文献作者在形成自己观点即立论过程中采用的论据进行逐一核实，核实过程中坚持追溯到论据的源头，确认其有效性和科学性。防止文献作者为了得到有利于自己观点的论据，在立论中断章取义“因需引用”造成论据失真的情况发生。通过这种大规模的排查保证了文献研究的精确性和可靠性。此外作者在中还采用了文献考证和推理的方法，对大家容易忽视问题的前因后果进行逐一核实，通过整体分析将孟子的具体观点产生的历史环境和社会环境进行还原，得出正确认识。例如，对《谷梁传》记载的“井田”是不是历史上最早的“井田”词汇的出处问题。再如，对孟子提出“八夫共井”的“井田制”时期“公田”和“私田”的赋税制度来考证当时“私田”的所有制性质等等。

3. 概念分析法：是确定概念内涵和外延，或者广义和狭义的研究方法。作者在研究时对概念的内涵和外延进行精确定位。对任何涉及研究范畴的概念进行普遍检索，力图发现其内在的逻辑关系。例如，作者先通过对“井田制”、“民生”、“均田制”、“屯田制”等概念内涵的研究把握住了它们的特有属性。再对与概念强相关文献进行拓展研究，力图全面、系统的把握狭义、广义概念；和概念的内涵、外延所对应的要素。例如，“民生”即“人民的生计”（Xia & Chen, 2009: 1581），这是狭义的民生概念。而民生概念的内涵指“在物质和文化生产发展的基础上，确立公平的制度，着眼于大多数，照顾少数，让富裕的人生活的健康，让大多数人生活的幸福，让部分困难的人也生活的安定”（Li, 2008: 22-25），民生的外延涵盖内容非常广泛包括：“以人为本，以人的全面发展为目标，以大力发展社会生产和创造更加丰富的社会物质财富和精神财富为基础。以政治民主和正义权利为保障，以全面发展、和谐发展的社会为载体，实现经济、政治

和文化三大文明的协调发展与实现全社会全体人民的共享。”(Li, 2008: 22-25) 作者通过对“民生”概念的系统分析得到“民生”一词的准确界定范围,从民生内涵和外延来看,当前“民生”概念是在中国特色社会主义背景下形成的现代概念,这能够为阐释孟子民生思想奠定理论基础。

4. 哲学的研究方法:作者运用了历史唯物主义、辩证唯物主义的哲学方法。在对孟子思想评价的过程中作者始终坚持唯物史观的基本原则。例如,在评价孟子这个历史杰出人物时,坚持了历史主义原则“即看他们在多大程度上推进了历史发展进程,这可以通过他们的业绩、思想理论的贡献来实现”(Li, 2014: 132-133),同时还坚持了阶级分析原则“在对历史人物进行阶级分析重要的是看他们代表哪个阶级的利益和要求”(Li, 2014: 132-133)。如果离开了阶级背景分析,就不可能正确理解历史人物的作用和性质。作者采用历史唯物主义史观中的历史人物评价法对孟子进行了准确评价,对孟子思想的先进性做了有效分析。

三. 研究程序

1. 研究外部综合环境,确定学术主题的风向标。预评价研究目的和意义是否能够积极作用于外部环境。2. 建立基于研究主题和研究对象的充分的、有效的学术证据。文献收集和系统整理,去粗取精,形成来源明确,观点明确的学术证据。3. 对学术证据进行系统的梳理,建立系统的逻辑性极强的证据链。4. 围绕证据链建立作者自己的观点进行优化,并初步评价作者观点的逻辑的合理性和证据充分性。5. 依据现有的证据初步评价研究问题是否具备突破可能,研究目的和意义是否可以实现。6. 证据链筛选出最优的唯物辩证法、历史唯物主义的研究方法,并且应用这些方法对有关问题进行系统的分析。7. 围绕研究问题对研究对象进行系统的研究,得出研究结果。对研究中发现的重要问题进行系统的分析和讨论。与研究问题紧密对照得出研究结论,并与研究目的和意义进行反复的对照,做到研究成果与研究设定内容高度吻合。8. 对以上各方面进行综合评价,对存在问题的地方进行修改和优化。

研究结果

一. 孟子的土地国有制即“井田制”思想本质辨析

“井田制”始见于《孟子·滕文公上》这个历史事实,说明在公元前 329 年左右的战国时期孟子首先提出了“井田制”,那么从逻辑上讲首先提出“井田制”的孟子就不可能是在恢复周朝以来的“井田制”,那么认为孟子使用“井田制”进行复古的认识,在逻辑上是错误的;认为孟子思想属于“复古”思想的学者不仅缺乏事实依据,而且带有主观曲解色彩。《谷梁传》记载了春秋时期的历史,也确实有关于“井田”的少量内容,亦同时记录了宣公十五年即公元前 594 年“出税亩”事件,但是其成书时间则是在西汉,也就意味着《谷梁传》中谈到的“井田”

问题不会是历史上最早的。即使孟子提出了恢复西周土地国有化为特征的土地分配制度,也不能就认为孟子的思想是复古思想。人类历史上土地所有制问题一直是历朝历代改革的重点,从“井田制”到“土地私有制”,再到“均田制”、“屯田制”、“天朝田亩制度”以及近代国内革命战争时期的“土地国有化”和新中国建立以来推行的“土地社会主义公有制”即“土地全民所有制”和“土地集体所有制”,还有中国正在实施的促进农村土地流转的“三权分置制度”等等无不证明“土地国有制”在中国历史和现代都有过长期存在,甚至长期处于主导地位。孟子从民生角度提出的“井田制”其实就是“土地国有制”模式下的土地所有权、收益权和赋税制度改革为特征的一种创新的尝试。孟子的“井田制”是在解决当时的难题即“公田”和“私田”如何协调发展及如何缴纳赋税的问题。“初税亩”事情发生在公元前 594 年,孟子生于公元前 372 年,他当然知道战国时期正在发生因赋税征收政策变化而导致的土地私有化问题。但孟子早已意识到土地私有化会导致土地兼合法化问题,民不聊生的危机还会继续加剧。因而孟子提出了自己设计的“井田制”即“八夫共井”模式,孟子理论中的“公田”和“私田”所有权其实都是国有的,孟子没有提出土地可以自由买卖,孟子主张的是土地分配制度,“方里而井,井九百亩,其中为公田。八家皆私百亩,同养公田”也可以推断孟子对基于土地私有化而导致的土地兼并的后果是有预见的。孟子的“井田制”中“私田”是配置给人民的,“公田”和“私田”在所有制上并没有不同,只是在用途上进行了明确的区分。“公田”是用来“制禄”即保障政府经费来源的。“私田”是保障人民群众自身和家庭基本生活来源的。孟子同时亦提出了对现有土地重新丈量 and 划分的问题即“夫仁政,必自经界始。经界不正,井地不钧,谷禄不平,是故暴君污吏必慢其经界。经界既正,分田制禄可坐而定也。”。这种在“土地国有制”基础上对土地进行重新划分和重新分配,同时促进生产要素有效配置,能够促进生产力的发展,同时保障民生。

孟子谈到的税制改革问题,在中国历史上即使在“土地私有制”占主导的时期,改革也是持续进行的,孟子提出的“八夫共井”模式虽然属于“劳役地租”模式,但是不能简单的认为“劳役地租”就一定落后于“货币地租”,这就好比在现代国际贸易中不能认为货币贸易优于“以货易货”贸易一样,要看“劳役地租”是否能够帮助于当时的社会稳定和生产力的恢复。税制评价只存在政策是否能够促进生产力和生产关系相适应的问题,不存在脱离社会经济发展环境而孤立评价孰优孰劣的问题。战国时期秦国“商鞅变法”的成功绝对不是单独一个“土地私有化”的成果,“商鞅变法”开始于公元前 356 年,而“初税亩”发生在公元前 594 年,二者相差 238 年,率先实施“土地私有化”(按照一般学者的观点)的鲁国,并没有因为“土地私有化改革”而成为强国。也不能认为“初税亩”是“以法律的形式承认了土地私有制的合法性”(Zhang, 2008),理由是“彻”法和“助”法在商周都存在过,以“彻”法赋税的方式就是不论“公田”和“私田”均一同纳税。“彻”法为“收货时不伦公私都‘计亩而分’,即将总产量依公私田亩数量的比例予以分配‘民得其九,公得其一’”(Zhang, 2008)从以上证据来看鲁国的“初税亩”

的征收方式并不是首创，作者认为“初税亩”的增量税收来源于对土地重新丈量后发现实际田亩与国家注册登记的田亩之间的差额部分，这是一个因调整统计制度后的增量收益，而不是税收方法的改进。不能因为国家重新丈量了土地根据核定亩数收税而认为就承认的土地私有制。“公田”和“私田”从一开始就同属于国有的性质，只是因为其功用不同而被称为“公田”或“私田”，这个“私”只是功用差异，而不是所有制问题。

作者认为只有当法律明确许可土地买卖时才是真正的承认了土地私有制的合法性，这个法律最早源于秦国的“商鞅变法”而不是鲁国的“初税亩”。不能认为“土地私有制”就优于“土地国有制”，“商鞅变法”的成功并不是“土地私有制”本身的成功，而是政治改革、军事改革、土地改革的综合成果，这一改革成功的核心是促进了生产力和生产关系的协调，进而有助于秦国生产力水平进一步提高。作者认为“私有化”不一定直接带来国家的繁荣。当代的俄罗斯联邦一样自从前苏联解体后进行了快速的“私有化”，但是并没有因为“私有化”而使俄罗斯走上强胜，也没有因为“私有化”而使俄罗斯超越前苏联的世界影响力。从这个角度看孟子的“井田制”本质上是在肯定“土地国有制”基础上进行的改革并不是“复古主义”也不是思想的倒退，而是因时、因地制宜而提出的一种改革策略。

二. 孟子的土地国有制即“井田制”思想的先进性辨析

以上提到了孟子的“井田制”本质上是一种“国有土地所有制”。孟子的“井田制”思想的先进性在哪里？这就涉及对孟子这历史人物的评价问题。评价孟子思想的局限性或者先进性一定要同时应用历史主义和阶级分析的原则，如若不然就不可能正确认识孟子的思想，包括孟子的“井田制”思想。作者首先对孟子进行阶级分析，也就是看孟子代表了哪个阶级的利益和要求。历史上孟子虽然传为鲁桓公之后，但是传到孟子时家道中衰，孟子三岁丧父，孟母非常艰辛将其养大，管教严格于是有了“孟母三迁”、“断杼教子”的故事。孟子的著作中充满大量的民本思想，如：“民为贵，社稷次之，君为轻。”；“君之视臣如手足，则臣视君如腹心；君之视臣如犬马，则臣视君如国人；君之视臣如土芥，则臣视君如寇仇。”甚至还有用暴力革命方式推翻昏君的思想。以上这些内容可以看到孟子本人的阶级性，准确的说是阶级导向。

孟子很多文章看似在谈“制禄”问题，实际上重点在谈“保民”；看似是“法先王”实施“井田制”，其实是希望通过对土地重新划分，在稳定土地国制的同时保障人民基本生存权力，达到理想中的小康水平。所以孟子的“井田制”并不是如后人所讲是支持时代倒退的保守思想。孟子“井田制”思想中的“井田”实际上是建立在土地国有基础上的“公田”和“私田”一体化的系统。孟子思想中的“私田”性质依然是国有土地，只是分配给私人使用，且是“八夫共井”的集体使用权模式。农民并不拥有私田的所有权，所以私田是不允许买卖的。孟子的“井田制度”是否促进了当时生产力的发展？作者认为孟子的制度对恢复社会生产起到了积极作用。中国历

史在奴隶社会土崩瓦解后确实建立了以土地私有为基础的封建制度，即便在封建社会国有土地也是存在的，“屯田”制实质上就是开荒种地或将无主地统一整合后由国家运营。换句话说讲孟子的“井田制”维护的不是奴隶制本身，而是主张在土地国有制的基础上，对土地重新丈量 and 划分，进而对生产要素的内在关系进行协调，促进生产力恢复和发展的正在探索中的方案。孟子谈到的“井田制”本质上是土地国有制度下的分配和使用模式和赋税模式。“废除井田制，准许土地买卖；创立按丁男征赋办法”（Xia & Chen, 2009: 1971）明确的政策是在商鞅变法时期提出的。商鞅变法中废除“井田”的目的不是从保民角度考虑的，而是从“废除贵族世袭特权，制定按照军工大小授予爵位的制度”，商鞅建立的“二十等爵”制度影响深远“秦汉两代沿用”（Xia & Chen, 2009: 0544）废除爵位世袭制角度考虑的，打破的爵位世袭，给新兴的阶层和普通的士兵以通过军工得到爵位的方式。商鞅按照丁男征赋税的方式，也就是“人丁税”的模式相对“初税亩”的模式来说更具优势。而从整个人类社会发展来看国有土地或公有土地形式一直长期存在，例如，在唐朝屯田“是国家（政府）直接行驶土地所有权的一种方式”（Gong, 2013）。再到当代社会土地国有或者公有模式也很普遍，中国属于土地全民所有（国有）和土地集体所有制共存的土地公有制模式。根据美国国际信息局的资料“除了私有土地外美国还有 259 万平方公里（6.4 亿英亩）的“公共土地”（Public land），占国土面积的 28%。”这些土地的性质为公有，即土地所有权属于全体国民，但是归联邦政府管理，联邦政府只是管理者而非所有者。据此孟子提出的“井田制”模式并不能称为一种复古主义或者保守主义，“井田制”代表的是土地国有性质，这中国土地国有制度不是奴隶社会专有的土地制度。孟子在战国时期就能够认识到国有土地制度对保护民生具有非常重要的作用，同时提出要对土地重新丈量 and 划分本身也有积极作用。这些作用经过数千年的检验，在现在世界各国不同程度存在的土地公有（国有）制模式，这说明孟子的“井田制”思想是具有先进性的。作者认为孟子的“井田制”的核心是保障土地所有权的国有性质，至于是否为“八夫共井”如何具体如何根据实际情况进行变化和操作的孟子说“若夫润泽之，则在君与子矣。”也就是说至于如何改进完善，那就在于你的国君和你的努力了。也就是说孟子并没有说“井田制”一定要按照他介绍的执行，而是具有相当的灵活性，执政者可以根据具体情况因地制宜进行具体的设计。这也反应了孟子的发展的思想，突破了一成不变的思想藩篱。

三. 孟子基于民生的“井田制”思想的现代意义

中国改革开放后，尤其是从 20 世纪 90 年代中期推进城镇化的进程中“城市偏向的土地征用制度造成我国农村 2000 余万农民失去土地”（Gao & Luo, 2009: 36-39），这个由于征地过程中价格较低，土地征用和销售的征地“剪刀差”使农民至少蒙受了“2 万亿的损失”（Gao & Luo, 2009: 36-39）。而于此同时相伴相生的问题是农村人口不可逆地向城镇流动，大量青壮年人口离开农村、脱离土地，脱离农业生产转移到城镇就业后“耕地弃耕问题越来越严重”

(Zhang, Zhou & Yang, 2018: 15-19), 以湖南汉寿县为例“仅抛荒的耕地面积, 1999 年全县达 37000 亩, 2000 年达 54000 亩, 2001 年上半年达 22000 亩, 分别占当年全县耕地面积的 4.7%、6.9% 和 2.8%.....绝大部分属于常年弃耕抛荒, 目前抛荒的耕地已是杂草丛生, 几近荒废。”在战国时期孟子提出的“死徙无出乡, 乡田同井, 出入相友, 守望相助, 疾病相扶持, 则百姓亲睦。”政策实际上也是要设法解决劳动人口迁徙流失造成土地荒芜的问题, 同时也可以看到孟子是不主张征调耕种土地的人去参加战争的, 战争会导致人口减少进而影响到农业发展。

人口迁徙到城镇务工, 造成土地抛荒、弃耕等现象, 实质问题都集中在一个焦点上, 就是改革开放之初曾经起到积极作用的“家庭联产承包为主的责任制和统分结合的双层经营体制”不能再适应新的变化, 需要变法, 需要深化改革。这与孟子所在的战国时期连年征战土地荒芜的情况, 在表现形式上有些类似。中国是社会主义国家, 任何改革不能动摇土地的公有制的性质这是一个基本前提, 这注定中国对于农村土地改革不能采用私有化的形式来进行, 一旦实施土地私有化就会对中国未来社会稳定、人民生活造成严重的冲击, 从根本上动摇社会主义制度, 因此中国在改革中必须要坚持土地公有制的性质不动摇。这与孟子在改革中坚持土地国有制并提出孟子“八夫共井”的“井田制”的背景是相似的。家庭联产承包责任制本质是: 按照承包土地的数量, 农民向国家和集体缴纳一定的税赋和提留后, 剩下的全部归自己所有。通俗的讲就是“交足国家的, 留够集体的, 剩下的都是自己的”。但是家庭联产承包责任制不是没有问题, 土地的平均分配造成了耕地的分割和分散, 随着生产力的进一步提高、大量农民向第二、三产业转移, 进入城镇务工的他们不愿意放弃土地权力, 但是又没有人经营土地, 就造成了大量粗耕、弃耕现象。同时在随着城镇化进程的加速地价上涨, 加速农民对维护土地权力的要求, “在土地收益问题上出现了集体与集体、集体与农民之间日益尖锐的矛盾, 成为社会不安定因素。”(Gao & Luo, 2009: 36-39) 2013年12月24 日中央农村工作会议首次提出农村土地“三权分置”的改革方向; 2014 年党中央国务院印发《关于全面深化农村改革加快推进农业现代化的若干意见》, 首次在国家政策层面明确提出“三权分置”。2015年11 月, 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《深化农村改革综合性实施方案》指出: “三权分置”是深化农村土地制度改革的基本方向, “坚持集体所有权, 落实农户承包权, 放活土地经营权”。2018年1 月 15 日, 国土资源部部长姜大明在全国国土资源工作会议上说, 中央农村工作会议提出, 要完善农民闲置宅基地和闲置农房政策, 探索宅基地所有权、资格权、使用权“三权分置”, 落实宅基地集体所有权, 保障宅基地农户资格权, 适度放活宅基地使用权。中国农村土地的“三权分置”的改革就是在保民, 即保障农民利益的基础上, 坚持土地公有制原则能够在有效解决土地抛荒问题和宅基地限制问题并且能够照顾到各方利益, 促进农业用地可持续开发和宅基地盘活的一种有效改革模式。如果从历史角度来看中国的改革其实就是变法, 而且是力度相当大的变法。

讨论

作者通过研究发现学术界对孟子的“井田制”思想的认识的有严重缺陷的,这种认识缺陷主要表现在,认为孟子“井田制”是复古思想,是保障奴隶主阶层利益的不能顺应时代发展的思想。事实上历史上有据可考的“井田制”这个词最早都是孟子提出的,那么认为孟子想恢复“井田制”推行复古主义的观点就属于某些学者的主观臆测了。再使用联系方法通过检索文献我们可以看到孟子提出维护土地国有体制保民、安邦的思想是具有先进性的,自战国以来到西汉早期土地国有制依然占主导地位“西汉初期的公田在全国土地总面积中所占比例高达 94%。”(Lin, 1990),在封建社会社会土地国有形式也普遍存在,至今资本主义的美国也有全民所有制土地,今天的中国土地也是公有制模式。所以不能认为孟子坚持自己的土地国有制思想就是复古主义。孟子的“井田制”的目的是保民和安邦,是整合生产要素,提高恢复社会生产力的重要方式。作者在研究中发现对于孟子思想的研究文献 1980 年以后研究成果偏少,重要的成果也相对偏少,能够应用历史唯物主义、唯物辩证法、辩证唯物主义及其认识论研究的更是寥寥无几。在研究中很多文献不求甚解,断章取义的现象比较严重。孟子土地国有思想即“井田制”思想有重要意义,也就是孟子根据战国时期混乱的社会现状,给出了解决社会矛盾的可行的指导原则,给出恢复生产的途径,提出遏制土地兼并、以保民、安民、安邦等策略。这些策略在汉朝早期是经过历史实践的,同时对中国历史的“屯田制”戍边保民政策都有影响。时至今日中国政府在制定新时期农村土地改革政策时提出的“三权分置”原则,依然是讲保民即保障农民的利益作为一项重要目标的。在研究中作者遇到史料不足的制约,例如在考察“井田制”时,有可信文献可考的是孟子提出的,而夏商时期土地政策、赋税政策往往因为缺乏可信史料较难考证,即便如此依然不会影响作者结论的准确性,如果今后有新的考古发现,就可以就“井田制”有关内容做进一步讨论。作者的研究结论与研究问题保持强对应关系,研究的问题都得到比较圆满的解决,这项研究对进一步探索如何全面复兴中国传统文化和马克思主义哲学在中国传统文化全面复兴中广泛应用具有积极意义。在实践中该研究成果改变了我们学术界长期以来对孟子思想具有复古主义性质的认知,揭示了孟子思想是符合唯物辩证法联系、发展、全面看问题,并具有鲜明前瞻性和实践性的思想。

研究结论

本文揭示了孟子的“井田制”思想的本质是基于保民、安邦、通过“八夫共井”模式对生产要素进行整合,进而恢复和促进生产力发展的土地国有制思想。通过系统的文献考证作者证明了“井田制”是孟子首先提出的,认为孟子提出恢复“井田制”是复古主义是错误的。作者通过分析创新性的提出了孟子思想中的“公田”是用来“制禄”即保障统治阶层基本开销的来

源的,也就是“公田”保障国家机器的运行费用,而“私田”是保障人民群众自身和家庭基本生活来源,“公田”与“私田”并不是土地所有制差异造成称呼的不同,名称只代表功能上的差异,即“公田”和“私田”产权本质上都是国有土地。孟子的“井田制”思想具有先进性,这种先进性主要体现在孟子维护的是土地国有制,并且主张对国有土地重新划分,并将土地使用授予人民即“八夫共井”、“置民之产”的集体土地使用权。孟子也对提出了“出入相友,守望相助,疾病相扶持,则百姓亲睦”的和谐乡村的基本模式。同时孟子土地国有思想影响深远,不仅仅是西汉初期占主导地位的土地国有制和后来历史上的唐朝的“屯田”制,甚至在不同的人类社会形式中都存在土地国有或者土地公有形式。研究表明孟子坚持土地国有制和对生产要素进行整合是为了解决战国时期因社会战乱不断而造成土地抛荒和人民流离失所的双重问题,基于唯物主义史观分析结论是孟子思想具有先进性的,同时这种有别于孟子思想属于保守和复古思想观点的结论本身具有颠覆性。而孟子所谈的“法先王”问题不是复古主义的标志,而是孟子遵循先王中圣贤者的遗志,寻找治理天下方法,不忘初心的一种表现方式,体现了“初心”和“使命”的关系。孟子基于保民而提出的“八夫共井”的“井田制”思想对解决中国现代面临因“城镇化”等问题造成的土地抛荒问题和宅基地闲置问题具有一定的参考作用。中国政府在进行农村土地改革中采用的“三权分置”的原则其实就是在“保民”即保障农民基本权力,保障农村土地集体所有制的前提下进行的能够照顾到多方利益,并且能够有效整合生产要素充分解决农业生产和农村土地闲置之间的矛盾。这也是孟子“民生”思想得到传承的具体表现形式。

References

- Chen, Z. K. (2017, November 7). 19 Key words: keep the original intention in mind and keep the mission in mind. *Overseas edition of People's Daily*, p. 1. [in Chinese]
- Duan, P. X. (1986). An outline of Mencius's rule of law by the king of sages. *Journal of southwest institute of nationalities (social sciences edition)*, (1), 38-42. [in Chinese]
- Gong, X. Z. (2013). On the legal restrictions on private land ownership in the Tang dynasty. *Journal of Xinjiang Normal University (Philosophical and social science edition)*, (34), 58-62. [in Chinese]
- Guo, M. R. (1982). *Ten critical articles of History volume two of the complete works of guo moruo*. Beijing: People's publishing house. [in Chinese]
- Gao, X. & Luo, M. (2009). Review and prospect of China's rural economic reform in the past 30 years. *The economic aspect*, (2), 36-39. [in Chinese]
- Han, S. (2001). Causes and countermeasures of the damage to the abandoned land in rural areas. *Rural cooperative economic management*, (11), 36-38. [in Chinese]

- Jin, J. F. (1983). *History of Chinese slavery*. Shanghai: Shanghai people's publishing house. [in Chinese]
- Li, C. (2014). *What is the historical materialism*. Beijing: China Industry and Commerce Joint Publishing house. [in Chinese]
- Li, Y. (2008). Confirmation about the connotation and extension of the concept. *Journal of Shandong University of Science and Technology (Social Sciences edition)*, 10(2), 22-25. [in Chinese]
- Lin, G. (1990). *History of China's feudal land system*. Beijing: China social sciences press. [in Chinese]
- Meng, K. (2014). *Mencius Gongsun Chou1*. Beijing: Yanshan Publishing House. [in Chinese]
- Meng, K. (2014). *Mencius-JinXin2*. Beijing: Yanshan Publishing House. [in Chinese]
- Meng, K. (2014). *Mencius-Liang hui Wang2*. Beijing: Yanshan Publishing House. [in Chinese]
- Meng, K. (2014). *Mencius-LouLi2*. Beijing: Yanshan Publishing House. [in Chinese]
- Meng, K. (2014). *Mencius-Tengwen Gong1*. Beijing: Yanshan Publishing House. [in Chinese]
- P. R.C Government. (2017). *Opinions on the implementation of China's excellent traditional culture inheritance and development project*. Retrieved September 13, 2018, from http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm [in Chinese]
- Quan. R. (2008). Is the square fields system nominally public for the state? *History Learning*, (4), 21. [in Chinese]
- U. S. Department of State, Share America. (2018). *Talk about public lands in the United States*. Retrieved September 13, 2018, from <https://share.america.gov/zh-hans/americas-public-lands/>
- Xia, Z. N. & Chen, Z. L. (2009). *Ci Hai* (6th ed.). Shanghai: Shanghai Dictionary Publishing. [in Chinese]
- Yang B. J. (1962). *Mencius translated and annotated*. Beijing: Zhonghua Book Company. [in Chinese]
- Zhang, H., Zhou, X. & Yang, F. (2018). Research on the power and implementation path of land circulation under the background of three-right separation. *Water power*, 44(7), 15-19. [in Chinese]
- Zhang, Y. (2008). An analysis of the changes of China's traditional social taxation system. *Legal System and Society*, (5), 4-6. [in Chinese]
- Zou, J. M. (1986). Referring to the legal system of the king is not the political thought of the ancient Meng Ke. *Journal of China youth institute of politics*, (4), 51-54. [in Chinese]



Name and Surname: Wei Meng

Highest Education: Doctor of Business Administration,
Saint Leo University, U.S.A.

University or Agency: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Administration Philosophy

Address: 110/1-4 Prachachuen Rd., Laksi, Bangkok 10210



中国职工组织承诺问卷的修订

REVISION OF CHINESE STAFF ORGANIZATIONAL COMMITMENT QUESTIONNAIRE

陈振宇
Zhenyu Chen

正大管理学院中国研究生院
Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

摘要

探析中国文化情境下职工组织承诺的结构,并修订中国职工组织承诺问卷(COCQ)。基于凌文铨中国职工组织承诺结构理论和对25名职工的沙盘游戏质性访谈的分析结果,我们设计了中国职工组织承诺问卷(COCQ)草案,其中包括58项关于中国职工组织承诺十要素结构的项目。使用探索性因子分析(482名被试)来改变草案COCQ(58项),验证性因素分析(367名被试)以验证COCQ(34项)。探索性因素分析揭示了中国文化情境下组织承诺的10个因素结构。验证性因素分析支持COCQ的34项10因子结构。此外,COCQ在内部一致性较高,COCQ的拟合度也处于可接受的水平,问卷具有良好的判别效度,问卷维度的总体有效性较高。COCQ更新了凌文铨中国职工组织承诺结构理论中的承诺来源和类型,制定了10维量表;COCQ是一种具有良好信度和效度的测量工具。

关键词: 中国文化情境 中国职工组织承诺结构理论 中国职工组织承诺问卷 探索性因素分析 验证性因素分析

Abstract

The purpose of this research was to explore the structure of staff's organizational commitment in the context of Chinese culture and to revise Chinese Organizational Commitment Questionnaire (COCQ). Based on the Chinese staff organizational commitment structure theory of Ling Wenquan and analysis of 25 employee interviews by sandplay we designed the draft of COCQ which is consisted of 58 items on the 10-factor structure of Chinese staff organization commitment. We used exploratory factor analysis (482 participants) to change the COCQ (58 items) and confirmatory factor analysis (367 participants) to verify the COCQ (34 items). Exploratory factor analysis revealed and confirmed the 10 factor structure of organizational commitment in the context of Chinese culture. Confirmatory factor analysis supported a 34-item, 10-factor structure of the COCQ. In addition, the COCQ were internally consistent. The fitting degree of the COCQ is at an acceptable level, the questionnaire has a good discriminant validity, and the aggregate validity of the dimensions of the questionnaire is relatively high. The COCQ updated the sources and types of commitments in the Chinese staff organizational commitment structure theory of Ling Wenquan to develop a 10-dimensional scale; the COCQ was a measurement tool with good reliability and validity.

Keywords: Chinese Cultural Situation, The Chinese staff organizational commitment structure theory, Chinese Organizational Commitment Questionnaire, Exploratory factor analysis, Confirmatory factor analysis

引言

中国学者凌文铨等考虑到中国社会情境与西方社会情境的差异性可能对职工组织承诺的影响,遂以当时(2000年)的中国职工作为样本开展研究,通过对中国职工组织承诺的结构进行分析,构建了五因素模型学说(Ling, Zhang & Fang, 2000; Zhang, Fang & Ling, 2001)。后来,谭晟等人(Tan, Ling & Fang, 2002)的后续研究又证实了上述组织承诺五因素模型。与Meyer和Allen所构建的三维型组织承诺类别学说不同,凌氏等构建的五因素模型学说将组织承诺分为规范承诺、感情承诺、经济承诺、理想承诺和机会承诺等五类结构,增加了经济承诺、理想承诺和机会承诺三种结构,删减了持续承诺结构。凌氏等认为,中国职工组织承诺的结构的变化,应该是中国的文化情境与西方的差异所致。通过对近段时间以来对各种组织承诺的微观结构组成研究结果的荟萃分析也发现,各种研究所确定的组织承诺的多样性基础和承诺目标之间固然存在趋同,但也存在区别(Cooper & Viswesvaran, 2005; Meyer et al., 2002)。这些结构的区别性

提醒研究者们,不能简单将这些组成结构归分在某一种组织承诺中,应承认有多种类型承诺的存在,这也是未来组织承诺研究的发展趋势。

凌文铨在编制中国职工组织承诺问卷时正处于中国改革开放的转折时期,职工在组织中不再处于公有制中的主人翁地位,而变成了市场经济制度中的受雇佣者;职工与组织的关系发生了变化,职工有了择业的自由,在对组织的依赖性逐渐减弱的同时,却面临着工作不稳定带来的挫折感及就业难的困境。然而当今时代已与凌氏等人研究所处的文化情境发生了很大变化。一方面,中国企业和职工趋于成熟,对于来源于西方经济模式下的聘用制已基本接受,而且随着包括医保和社保在内的社会福利保证制度的完善,中国职工对于自身与组织的关系的态度已经发生了变化,既往改革开放转折时期中的不安全感及失落感已基本消失;另一方面,中国职工的物质生活质量普遍得到了提高,开始有了关注和满足精神需求的需要。以上两方面的因素都可能影响着中国职工对于其所处组织的态度及相互关系。

因此,有必要研究在当前中国文化情境下职工组织承诺的结构组成,以及文化情境对组织承诺产生影响的机制,重新修订基于新的中国文化情境的组织承诺问卷。

组织承诺结构研究综述

二十世纪六十年代早期,组织管理研究的文献中开始提及组织承诺。当时由于受行为主义思想的影响,组织承诺主要被视为一种行为来进行研究(Cynthia, 2012)。到了二十世纪七十年代,研究者开始对组织承诺及其构成维度产生了更多的关注,同时开始将组织承诺视作一种态度来进行研究(Allen & Meyer, 1990; Angle & Perry, 1981; Buchanan, 1974; Jaros et al., 1993; Mowday, Porter & Steers, 1982; O'Reilly & Chatman, 1986),但是仍未澄清承诺概念的内涵和外延。组织承诺概念的产生和逐渐趋同得益于组织承诺类型模型学说的产生,而组织承诺类型模型学说却显示了组织承诺结构组成可能存在多样性基础的现实。Mowday, Porter & Steers (1982)第一次提出了组织承诺的类别学说,该学说认为组织承诺有三种类别,包括凝聚承诺、持续承诺和控制承诺,而认为每个职工都会同时具有以上三种类别的组织承诺。Meyer & Allen (1991)在 Mowday 等人的基础上调整了自己既往提出的二维型组织承诺学说(Meyer & Allen, 1984),并最后构建了包括情感承诺、持续承诺和规范承诺在内的三维型组织承诺类别学说,认为任何职工的组织承诺均是此三类承诺结构的不同程度组合(Meyer & Allen, 1991)。尽管 Meyer 和 Allen 的三维型组织承诺类别学说并非组织承诺理论的唯一学说,但却至今仍是整个组织承诺研究体系中影响最广泛的学说(Klein, Becker & Meyer, 2009)。确实,组织承诺的三维型组织承诺类别被认为是组织承诺研究中的主导模型(Bentein et al., 2005; Cohen, 2003; Greenberg & Baron, 2003),但是一些累积性研究却发现该模型与实证结果并不完全一致(Allen

& Meyer, 1996; Mc Gee & Ford, 1987; Meyer et al., 2002)。为了使得三维模型与现实情况匹配,研究者们已提出需要对既往的量表进行修订(Meyer, Allen & Smith, 1993; Powell & Meyer, 2004)。但是,也有学者认为这些研究结果并不是研究经验的不一致性或者错误研究操作导致的,而是来自于更深层次的根本问题(Ko, Price & Mueller, 1997; Vandenberg & Self, 1993)。因此,近年来有研究者(Omar, Woody & Robert, 2008)建议采取还原主义的立场对组织承诺的定义进行恢复,即组织承诺的定义仍然应是职工对组织的态度,并提出未来的研究可以通过对组织的承诺态度的认知、情绪和行为构成成分的关注来提高现有测评措施的判别效度。

总的来说,组织承诺概念的产生源于社会交换理论,而社会交换理论的心理学基础是行为主义学说;另外,组织承诺就其实质来说,就是管理学领域中的一个心理学概念。因此,从心理学其他学派的思想去阐释和探究组织承诺的概念、结构及其影响因素是可行的。精神分析是心理学中历史渊源最深厚的学派,在探索深层心理因素及结构方面具有独特的作用,这是行为主义所不能企及的。由此,采用精神分析的理论、方法和工具去探析组织承诺的内涵、结构及深层心理因素既具有可行性,又具有重要性。

沙盘游戏与质性研究结合的范式

既往对组织承诺结构的研究方法通常采用的都是问卷调查法,但是在对组织承诺的结构进行测量时,被试通常会由于对题项的理解偏差、撒谎等原因而导致问卷调查结果的信度下降。更难以避免的系统误差在于,问卷调查法无法测量被试受到其潜意识因素影响的深层心理状态,包括动机、需要等,这些均会受到被试的心理防御机制所控制而使得被试意识层面的回答失真。由此导致的问题是,在某些特定文化情境下继续采用问卷调查法,组织承诺的结构无法得到真实的测量和评估。因此,探索采用一种可以测量被试深层心理因素的工具来测量特定文化情境下的组织承诺结构成为了必然。

基于沙盘游戏的质性访谈法能够解决上述问题。沙盘游戏在心理评估和分析时则主要侧重于基于分析心理学理论的积极想象技术及投射技术的运用(Cai & Liu, 2010)。如在深度对话时辅导师(研究者)会不断的采取现实对话(通过回忆与现实中的的人和事联系起来)与意象对话(被试面对沙盘情景故事的整体或局部,某个或某些沙具等自然产生的意象,并根据意象内容与沙盘作品进行对话)交互穿插的方式以促进被试者的人格结构的动力变化,即自我中的意识、个体潜意识,集体潜意识之间的相互沟通。正是这样的一个过程,被试者人格深层的信息逐渐呈现在其意识层面,为其意识所扑捉和觉察。大多数研究都是基于投射技术和评估的角度来探索沙盘游戏的诊断功能(Wang & Huang, 2007; Zhang, 2005)。

在研究方法及范式上,沙盘游戏能让深层心理因素通过沙具构成的故事情境呈现在意识层面,并通过访谈获得对深层心理因素的挖掘和阐释;而质性研究对于复杂的心理或社会问题具有建构性的探索作用,特别适用于去发掘复杂现象后面隐藏的脉络和可能性规律。

研究方法

1. 项目生成

制定中国员工组织承诺问卷(COCQ)草案的项目有四个步骤,描述如下。

1.1 访谈和文献研究

根据质性研究理论抽样的原则,我们从中国广西抽取 25 名职工作为被试,按照访谈提纲通过沙盘游戏技术围绕愿意和不愿意留在某个组织的原因进行访谈并编码,达至理论饱和,最终获得包括人格成长、维护家庭、工作稳定、人际关系等在内的 16 个组织承诺核心因素结构(表1)。再参考凌文轻的中国职工组织承诺五因素结构模型,将意义类同的因素归纳分类后,最终构建了 10 个维度结构,增加了安全承诺、乡土承诺、成长承诺、人际承诺和面子承诺等因素结构。

表1 访谈整理结果

维度	核心因素
经济承诺	经济收入
机会承诺	自我发展
规范承诺	职业认同 职业意义
理想承诺	自我价值 人生理想 兴趣爱好 空闲时间
安全承诺	维护家庭 工作稳定
乡土承诺	维护家庭
成长承诺	人格成长
人际承诺	人际关系 领导支持 组织氛围
面子承诺	感恩

资料来源:本研究整理

具体来说,维护家庭所涵盖的意义既有安全的诉求也有对于传统家庭观念的守护,故将其分别归于安全承诺和乡土承诺两个维度中。工作稳定主要是安全稳定的诉求,故仅归于安全承

诺维度中。人格成长是职工对于自我人格成长的诉求,故归于成长承诺维度。人际关系归于人际承诺维度。根据对感恩的内涵分析,将其归于人际承诺和面子承诺两个维度中。因此,最终形成感情承诺、经济承诺、规范承诺、机会承诺、理想承诺、安全承诺、乡土承诺、成长承诺、人际承诺和面子承诺等 10 个维度结构(表2),以构成预测问卷的维度结构。

表2 预测问卷维度结构

维度	含义
经济承诺	报酬、福利等经济条件较好
机会承诺	晋升易、进修机会多
规范承诺	职工对组织的责任感
感情承诺	职工与组织之间建立情感连接,产生对组织的归属感
理想承诺	实现自己目标、发挥自己专长
安全承诺	能给自己的身体健康或保持亲密关系带来保障
乡土承诺	组织离原生家庭或次生家庭近
成长承诺	能获得自我人格的成长
人际承诺	能获得良好的人际资源
面子承诺	给自己及亲朋好友带来面子

资料来源:本研究整理

1.2 预测问卷草稿

根据问卷草案的编订原则,组织承诺问卷草案的每个维度拟定 6~7 个题项即可,共 60~75 项即可。初始创建的中国职工组织承诺预测问卷草稿共包含了感情承诺、机会承诺、规范承诺、经济承诺、理想承诺、安全承诺、乡土承诺、成长承诺、人际承诺和面子承诺等 10 个潜在维度。根据前述标准,初步拟定每个维度有 7 个项目,则总项目为 70 个。

1.3 内容效度检验

由 3 位组织行为研究领域的教授和 3 位企事业单位的职工构成的独立评委组来根据以下三个原则来评估、讨论和修改潜在项目:(1)项目是否与组织承诺的内容一致;(2)项目是否适合,是否符合定义和理论维度;(3)项目的措辞是否准确。根据以上标准,在评委审查后,第一批项目减少到 58 项,最终拟定包含 58 个项目(C_1-C_{58})且项目按随机顺序排列的一个预测问卷。

1.4 构建预测问卷

采用李克特式五点量表评分方法, 5 个答案类别, 从 1 (非常不同意) 到 5 (非常同意)。使用了以下说明: “在这里, 每个人根据以下标准表明您的答案: 1=非常不同意, 2=不同意, 3=有时不同意, 有时同意, 4=同意, 5=非常同意。没有“正确”或“错误”的答案, 一定要为每个陈述选择一个唯一性答案。

2. 探索性因素分析

采用随机抽样手段, 将广西壮族自治区的南宁、柳州和桂林 3 个市区的企事业单位职工作为调研对象, 每个城市分别选取 2 个事业单位和企业单位, 最后在所选取的单位中随机抽取年龄在 20~60 岁的职工作为研究对象。最后回收有效问卷 482 份。测试时间为 2017 年 12 月底。被试者构成见表3。

表3 482 名被试构成

变量	项目	人数	百分数
性别	男	205	42.5%
	女	277	57.5%
年龄阶段	<30	270	56.0%
	31-40	175	36.3%
	41-50	34	7.1%
	51-60	3	0.6%
民族	汉族	344	71.4%
	少数民族	138	28.6%
婚姻	未婚	214	44.4%
	已婚	251	52.1%
	离异	17	3.5%
教育水平	初中以下	7	1.5%
	高中/中专/技校	36	7.5%
	大专	146	30.3%
	本科	239	49.6%
	硕士以上	54	11.2%
宗教信仰	无	426	88.4%
	有	56	11.6%

资料来源: 本研究整理

本问卷调查结果使用 SPSS22.0 for window 统计软件包进行处理。

对预测问卷进行项目分析,即采用相关性检验与同质性检验对组织承诺预测问卷的题项进行筛选。为了保证预测问卷的建构效度,需要对预测问卷进行探索性因素分析。

在进行探索性因素分析中,为了筛选合适的题项形成正式问卷,保证结构模型与题项的正确性,并进一步简化因子结构,需要确立以下标准:(1)删除所有因子负荷值小于 0.40 的题项,删除交叉负荷值超大于 0.35 的题项。(2)每个因子至少包含 2 个题目,包含 2 个题目以下的因子将删除整个因子所包含的题目。(3)题项与因子含义不一致,难以和其他题项表述的含义合并为一个概念的。(4)以特征值 ≥ 1 为因子抽取的原则,确定抽取因子的有效数目。

3. 验证性因素分析

为了进一步检验 34 项组织承诺问卷的结构效度,采用验证性因素分析对问卷进行结构效度检验。为此,本文继续从广西区内南宁、柳州和桂林 3 个市区的企事业单位职工作为调研对象,最终回收有效问卷 367 份。测试时间为 2018 年 2 月底。被试者构成见表4。

表4 367 名被试构成

变量	项目	人数	百分数
性别	男	175	47.6%
	女	192	52.4%
年龄阶段	≤ 30	130	35.4%
	31-40	161	43.9%
	41-50	64	17.4%
	51-60	12	0.3%
	61-70	4	1.0%
民族	汉族	273	74.4%
	少数民族	94	25.6%
婚姻	未婚	169	46.0%
	已婚	188	51.2%
	离异	10	2.7%
	丧偶	0	0.0%
教育水平	初中以下	4	1.1%
	高中/中专/技校	27	7.4%
	大专	112	30.5%
	本科	183	49.9%
	硕士以上	41	11.2%
宗教信仰	无	342	93.2%
	有	25	6.8%

资料来源:本研究整理

接着进一步使用 Amos21.0 软件对 367 名职工被试者的问卷结果进行 34 项组织承诺问卷结构模型的拟合性检验。

结果

1. 项目分析结果

经相关性检测, C_{57} 、 C_{58} 题项与组织承诺总分的相关系数均 < 0.4 , 且同质性检验结果显示预测问卷的内部一致性 α 系数为 0.927, 删除 C_{57} 、 C_{58} 、 C_5 题项 (见表5 和表6, 保留 56 个题项)。

表5 相关性分析

		C_{57}	C_{58}
组织承诺总分	Pearson 相关	.030	.031
	显著性 (双尾)	.507	.496
	N	482	482

资料来源: 本研究整理

表6 信度统计资料

Cronbach 的 α	项目个数
.927	56

资料来源: 本研究整理

2. 探索性因素分析结果

经检验, KMO 值为 0.911, Bartlett 球形度检验近似卡方值为 12007.145, $\text{sig} < 0.01$ (见表7, 说明问卷极适合进行因素分析; 56 个题项的 MSA 值位于 0.794~0.958 之间, 均 > 0.50 , 说明 56 个题项也很适合进行因素分析)。

表7 KM0 与 Bartlett 检定

Kaiser-Meyer-Olkin 测量取样适当性		.911
Bartlett 的球形检定	大约 卡方	12007.145
	df	1485
	显著性	0.000

资料来源：本研究整理

采用主成分一直交旋转一最大变异法进行因素分析，共抽取出 12 个因素，能够解释总体变异的 61.473%，高于 60%。因此，本文适合采用主成分一正交旋转一最大变异法。多次因素分析后共抽取出 10 个因子，能够解释总体变异的 60.082%，每个题项的因素负荷在 0.50~0.78 之间，支持 10 个因子的因素结构是最佳的。该 10 个因子涵盖了共 34 个题项，对抽取出的因子分别命名为：感情承诺、规范承诺、理想承诺、经济承诺、机会承诺、安全承诺、乡土承诺、成长承诺、人际承诺、面子承诺，与根据前述研究所建构的组织承诺结构一致。通过探索性因素分析获得了 34 个题项的新量表，其 α 系数为 0.885（见表8），验证该量表具有比较良好的稳定性。

表8 34 项预测问卷信度统计资料

Cronbach 的 α	项目个数
.885	34

资料来源：本研究整理

3. 验证性因素分析结果

采用 34 项组织承诺问卷进行调查，并对调查数据采用 Amos21.0 的拟合性检验，结果显示： $\chi^2/df = 2.810$ ，小于 3；RMSEA = 0.072，小于 0.08；NFI = 0.916，IFI = 0.924，均大于 0.90；CFI = 0.917，大于 0.90。这些指标均说明，本问卷结构模型的拟合度是在可接受水平（见表9）。

表9 34 项组织承诺问卷结构模型的拟合指标

具体分类	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	NFI	IFI	TLI	CFI
拟合结果	1635.651	582	2.810	0.072	0.916	0.924	0.921	0.917

资料来源：本研究整理

讨论

1. 中国文化情境下组织承诺结构的变迁

通过对拟定的组织承诺预测问卷调查结果进行因素分析发现, 10 个因子构成的问卷比较稳定, 因子结构和命名也与理论构想一致。由此, 最终确定中国情境下职工组织承诺的因子结构, 并对每个因子分别命名为: 机会承诺、感情承诺、规范承诺、理想承诺、经济承诺、安全承诺, 乡土承诺, 成长承诺, 人际承诺和面子承诺。

随着中国社会的巨大变革, 从凌文轻等人构建中国职工组织承诺五因素结构模型理论至今已经过去近二十年, 中国社会也发生了巨变。中国职工心理及与组织关系也发生改变, 回归传统文化及提高自我精神需求、进一步向西方文化学习的思潮在并流勇进的同时也在相互竞争和冲突, 这些都深刻的影响着当今时代背景下中国职工的从业心态及与组织之间的关系。而事实上, 对于中国职工来说, 组织承诺的结构和内涵已经发生了变化。本文构建的中国职工组织承诺结构发现, 组织承诺除了规范承诺、理想承诺、经济承诺、感情承诺和机会承诺的构成外, 新增加了安全承诺, 乡土承诺, 成长承诺, 人际承诺和面子承诺等 5 个构成维度。其中, 安全承诺是指职工待在组织的原因是因为组织不会带来生理损害或亲密关系损害; 乡土承诺是指职工待在组织的原因是因为考虑原生家庭或次生家庭近; 成长承诺是指职工为了从组织中获得自我人格的成长和发展的资源及条件而待在组织中; 人际承诺是指职工顾及自己的组织人际关系而待在组织; 面子承诺是指职工由于自己面子及亲朋好友面子而待在组织。

2. 研究的局限性

由于客观条件限制, 抽样范围过窄, 仅限于中国广西地区, 定量研究的结果和结论是否能推广至中国地区, 值得商酌。所以, 应扩展抽样范围, 增加抽样样本量, 以及增进分层因素的进一步细化考虑。

结论

本研究为 COCQ 的信度和效度提供了初步证据。因此, 本问卷可能作为研究中国文化影响范围内的各类组织职工组织承诺是比较适合的工具。但是作为一种通用问卷, 若在中国文化情境下更广泛地应用 COCQ 之前, 尚需要进一步测试信度。

References

- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252-276.
- Angle, H. L. & Perry, J. L. (1981). An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 27, 1-14.
- Bentein, K., Vandenberg, R. J., Vandenberghe, C. & Stinglhamber, F. (2005). The role of change in the relationship between commitment and turnover: A latent growth modeling approach. *Journal of Applied Psychology*, 90, 468-482.
- Buchanan, B. (1974). Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19, 533-546.
- Cai, C. H. & Liu, Z. J. (2010). Jung actively imagined technology and sandplay therapy. *Education Guide*, 11(9), 58. [in Chinese]
- Cohen, A. (2003). *Multiple commitments in the workplace: An integrative approach*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Cooper-Hakim, A. & Viswesvaran, C. (2005). The Construct of Work Commitment: Testing an Integrative Framework. *Psychological Bulletin*, 131, 241-259.
- Cynthia, W. H. (2012). *Personality, Organizational Commitment, And Job Search Behavior: A Field Study* (Unpublished doctoral dissertation). University of Tennessee, Knoxville.
- Greenberg, J. & Baron, A. B. (2003). *Behavior in organizations* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Jaros, S. J., Jermier, J. M., Koehler, J. W. & Singigh, T. (1993). Effects of continuance, affective, and moral commitment on the withdrawal process: An evaluation of eight structural equation models. *Academy of Management Journal*, 36, 951-995.
- Klein, H. J., Becker, T. E. & Meyer, J. P. (2009). *Commitment in organizations: accumulated wisdom and new directions*. New York: Routledge/ Psychology Press.
- Ko, J. W., Price, J. L. & Mueller, C. W. (1997). Assessment of Meyer and Allen's three-component model of organizational commitment in South Korea. *Journal of Applied Psychology*, 82, 961-973.
- Ling, W. Q., Zhang, Z. C. & Fang, Y. L. (2000). Research on the structural model of Chinese employee organization commitment. *Journal of Management Science*, 3(2), 80. [in Chinese]

- Mc Gee, G. & Ford, R. C. (1987). Two (or more?) dimensions of organizational commitment: Reexamination of the Affective and Continuous Commitment Scales. *Journal of Applied Psychology*, 72, 638-641.
- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1984). Testing the side bet theory of organizational commitment: some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69, 372-378.
- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of the three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L. & Topolnysky, L. (2002). Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: A Meta-analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.
- Mowday, R., Porter L. & Steers, R. (1982). *Employee-organization link ages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. New York: Academic Press.
- Omar, N., Woody, V. & Robert, A. (2008). Beyond the Three-Component Model of Organizational Commitment. *Journal of Applied Psychology*, 93(1), 70-83.
- O'Reilly, C. A. & Chatman, J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization of prosocial behavior. *Journal of Applied Psychology*, 71, 492-499.
- Powell, D. M. & Meyer, J. P. (2004). Side-bet theory and the three-component model of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 157-177.
- Tan, W., Ling, W. Q. & Fang, Y. L. (2002). Verification of the five-factor structural model of Chinese workers' organization commitment. *Journal of Guangzhou University (Natural Science Edition)*, 1(6), 96. [in Chinese]
- Vandenberg, R. J. & Self, R. M. (1993). Assessing newcomers' changing commitments to the organization during the first 6 months of work. *Journal of Applied Psychology*, 78, 557-568.
- Wang, P. & Huang, G. (2007). Research progress in the application of sandbox games in clinical psychology. *Chinese Journal of Health Psychology*, 15(9), 862-864. [in Chinese]
- Zhang, R. S. (2005). *Sandplay therapy*. Beijing: People Education Press. [in Chinese]
- Zhang, Z. C., Fang, Y. L. & Ling, W. Q. (2001). Structural model test of Chinese employee organization commitment. *Psychological Science*, 2, 148-150. [in Chinese]



Name and Surname: Zhenyu Chen

Highest Education: Ph.D. Candidate, Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



基于治理行为中介效应视角下中国创业板上市公司股权结构 与公司绩效的关系研究

RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN OWNERSHIP STRUCTURE AND CORPORATE PERFORMANCE OF CHINESE GROWTH ENTERPRISE MARKET LISTED COMPANIES BASED ON THE MEDIATING EFFECT OF GOVERNANCE BEHAVIOR

伍韬¹, 鲁桂华²

Tao Wu¹, Guihua Lu²

^{1,2}正大管理学院中国研究生院

^{1,2}Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

摘要

为研究在中国创业板上市公司的特殊情境下,股权结构与公司绩效的关系,解释以往文献股权结构与公司绩效之间关系相互矛盾的研究结果,本文有别于传统从结构到绩效的研究路径,借鉴产业经济学的结构行为绩效的研究范式(SCP 范式),采用纵贯法分析了 2010 年至 2015 年中国创业板上市公司面板数据。研究发现,基于 SCP 范式,股权结构到公司绩效的关系并非简单而直接的,是通过治理行为在二者之间进行传导,治理行为在治理结构与治理绩效之间起到了部分的中介作用。研究为打开结构到绩效的“黑箱”作出了一点探索性研究,丰富了公司治理理论的应用。

关键词: 股权结构 治理行为 公司绩效 中介效应

Abstract

In order to study the relationship between ownership structure and company performance under the special circumstances of Chinese GEM listed companies, and to explain the contradictory research results between the past literature ownership structure and company performance, this paper is different from the traditional research path from structure to performance. Drawing on the research paradigm of structural behavioral performance of industrial economics (SCP paradigm), the paper analyzes the panel data of Chinese GEM listed companies from 2010 to 2015 by using the longitudinal method. The study found that based on the SCP paradigm, the relationship between ownership structure and company performance is not simple and direct. It is transmitted between the two through governance behavior. Governance behavior plays a partial intermediary role between governance structure and governance performance. Research has made a little exploratory research to open the structure to the “black box” of performance enriching the application of corporate governance theory.

Keywords: Equity structure, Governance behavior, Corporate performance, Mediating effect

引言

中国创业板市场自从推出以来,就受到了方方面面的关注,由于其具有与大型成熟上市公司不同的特征,在研究其治理结构、行为与绩效方面,均要考虑其特殊性。但是,目前在学术界,对治理绩效的理论上存在一定的局限性。不管对创新企业或是大型成熟上市公司的研究,学者们基本都认同公司治理结构是影响公司治理绩效的重要因素,对公司治理绩效的产生机理的主流研究大多都是验证治理结构对治理绩效的影响,即“投入产出”型路径(Huse et al., 2011),而未能深入探讨治理结构通过何种的机制、方法等,具体怎样影响治理绩效,即对治理结构影响治理绩效的作用机理进行的研究还不够深入。Dalziel, Gentry & Bowerman (2011)指出,基于这一研究范式,治理结构对治理绩效的作用,未能得到实证研究的充分支持,甚至出现了相互矛盾的结论。除了样本不同和研究方法的差异之外,其根本原因之一可能是治理结构并不直接作用于治理绩效,而是通过治理行为进而最终影响治理绩效(Garg, 2013)。

本文认为,这可能是因为学者们忽视了绩效的形成机理可能不是结构直接作用于绩效,或者二者之间的关系不能用简单的线性关系描述,可能需要引入一种新的研究路径解释该现象。因此,有别于传统的结构到绩效研究路径,本文将借鉴产业经济领域市场结构(Structure)影响市场行为(Conduct)进而影响市场绩效(Performance)的分析框架,简称为SCP研究范式,引入行为作为中介变量,在中国创业板上市公司的特殊情境下,解释股权结构与公司绩效的关系,研究为打开结构到绩效的“黑箱”作出了一点探索性研究,丰富了公司治理理论的应用。

文献综述

1. 股权结构与公司绩效

根据 Yongxiang & Zuhui (1999) 的观点, 股权结构又被称为所有人结构 (equity ownership structure), 有别于所有制结构 (ownership structure), 是股东所持公司股份比例。最早研究公司股权结构与公司绩效关系的学者, 始于 Berle & Means (1932)。作为代理理论的鼻祖, 他们提出, 股权集中程度与公司业绩成正相关关系, 即股权越集中, 公司业绩越容易达到最优。但对这一观点保持质疑的学者也不在少数。Demsetz (1983) 指出, 作为股东权益最大化的内生约束, 股权结构与公司绩效不相关, Demsetz & Lehn (1985) 随后进行了实证研究。样本来自于 1980 年美国 511 家公司年度报表, 用会计利润与各种股权集中度指标进行回归分析, 未发现显著相关关系。Holderness & Sheehan (1988) 通过对股权相对集中与分散的两类公司业绩进行比对, 发现其托宾 Q 值与会计利润无显著差别, 因而指出股权结构与企业绩效之间无相关关系。但这一类只选取股权机构极端值进行比对的实证研究, 在样本的选择上明显是存在缺陷的。鉴于此, Pedersen & Thomsen (1999) 选取欧洲地区 435 家成熟上市企业, 通过实证检验, 指出公司股权集中度与 ROE (Return On Equity, 一般译作净资产收益率, 也被称为股权收益率、股本收益率) 呈倒 U 型关系。

通过对以上的文献进行梳理, 本文发现在公司治理的研究早期, 对股权结构与企业绩效的关系研究主要存在相关与不相关两大流派的争论, 随着研究方法的规范和理论的成熟, 支持股权结构与公司绩效相关的学派渐占上风。而这一学派的学者对股权结构与公司治理效率之间的研究逻辑主要来自于代理理论: 股权的分散导致了两权分离 (企业内部所有权与控制权分离), 从而产生代理问题, 进而导致公司治理效率的下降。因此, 提高公司治理效率的必要手段就是提高股权集中度或是增加内部人持股比例。可以看出, 早期学者们比较侧重理论研究, 随着研究的深入, 学者们的关注点更多集中在实证研究方面。

2. 股权结构通过治理行为对公司绩效的影响

SCP 研究范式来自于哈佛学派 (Harvard School) 创立的产业组织分析理论。作为正统的产业组织理论, 哈佛学派以新古典学派的价格理论为基础, 以从结构到行为再到绩效的路径对产业进行分析, 构架了系统化的市场结构 (Structure) 影响市场行为 (Conduct) 进而影响市场绩效 (Performance) 的分析框架, 简称 SCP 分析框架。现代产业经济理论的 SCP 范式认为: 产业结构决定了产业内的竞争状态, 并决定了企业的行为及其战略, 从而最终决定企业的绩效 (Dongshui, 2015)。

随着研究的逐渐深入, 学者们不再认为结构与绩效之间的关系可能不是如此简单而直接的。因此, 本文借鉴其研究范式, 认为股权结构与公司绩效之间的因果链可能也不是简单而直接的,

而是通过“行为”进行中介。本文所讨论的“行为”(Behavior)一词,在管理学、经济学等领域得到了广泛的关注,甚至在心理学、法律等学科也有众多的学者研究。在管理学和经济学的范畴下,行为包含行为的主体、行为的具体举措、行为的目的三个基本要素。因此,对公司治理行为的研究侧重点应注意:研究行为不是研究其行为的结果,而是研究其过程和方式(Yongzhen, Lin & Weizhu, 2013)。根据以上学者们的观点,本文将治理行为的概念界定如下:公司治理行为的主体是董事会,治理行为的目的是实现公司的治理目标,即企业价值的提升,具体的举措是通过董事会职能的履行,其是治理的过程与方式,反应的是公司治理运作层面的特性,而不是治理的结果。治理行为特征与治理主体的治理职能有关,是上市公司治理主体在履行治理职能中的具化表现。

通过文献梳理,本文发现,已有的研究也有部分学者遵循了类似“结构影响行为进而影响绩效”的研究路径。如以 Zahra & Pearce (1989) 为代表的学者认为,董事会的结构特征与公司的绩效之间,应该存在中间变量,及认同了 SCP 研究范式的研究框架,认为结构与绩效之间的关系不是简单而直接的,其影响路径应是结构影响行为进而影响绩效,并构建了以董事会特征为解释变量、董事会行为为中介变量,公司绩效为被解释变量的研究经验模型。Judge & Zeithaml (1992) 基于此研究框架,对董事会进行了行为事件访谈法的质性研究,通过获取的访谈提纲,提炼出董事会结构特征、战略产生程度及 ROA 作为变量分析治理结构与治理行为之间的关系。Forbes & Milliken (1999) 认为,董事会特征与公司绩效之间存在董事会履行职能行为的中间变量。Finegold, Benson & Hecht (2007) 认为董事会结构与规模等能够对董事会的行为产生一定的影响,且董事会行为对公司的财务绩效会产生进一步的影响。

中国也有一部分学者遵循该研究范式。如 Yongzhen, Lin & Weizhu (2013) 对结构、行为与绩效的关系研究是基于比较的视角,比较这三者之间的异同和联系。他认为,绩效的影响是依赖于公司结构主体通过行使其各自职能而进行的活动。Xiaobo & Xiaohui (2012) 在创新型企业的情景下,以价值的创造和保护为治理目标的治理行为,证明了该类治理行为对公司的成长绩效具有促进作用,并验证了治理行为的中介效应。通过创新型企业的面板数据,证明了 SCP 的“结构通过行为进而影响绩效”研究范式在公司治理中的运用是能被接受的。Lin (2014) 建立了董事会特征影响董事会行为进而影响董事会绩效的经验模型,验证了董事会行为在特征与绩效之间的非线性中介效应。

基于以上学者的研究成果和观点,本文认为,股权结构不是直接影响公司绩效,而是通过影响治理行为,进一步影响公司绩效,治理行为在二者之间存在中介效应。

研究设计

1. 研究样本

2010 年在中国创业板上市的 146 家公司，其 201-2015 年的面板数据，数据来自深交所、国泰安及万德数据库。

2. 研究方法

2.1 文献资料法

通过中国知网 (CNKI)、谷歌学术 (Google Scholar)、斯普林格 (Springer) 等数据库查阅公司治理相关文献资料，为研究奠定理论基础。

2.2 描述性统计

运用描述性统计分析中国创业板上市公司研究变量的相关数据进行整理、统计、分析、总结并得出结论。

2.3 回归分析

通过回归分析，预测股权结构（解释变量）与公司绩效（被解释变量）二者之间的关系，并根据 Zhonglin et al. (2004) 定义的中介效应模型，分布检验治理行为的中介效应。

2.4 中介效应检验

根据 Zhonglin et al. (2004) 的研究结果，中介效应检验流程如下：

首先对方程 (1) 进行检验，如果 c 不显著，则说明 X 对 Y 没有影响，则停止中介效应检验；如果 c 显著，则继续检验方程 (2)，若 a 显著，则继续验证方程 (3)。如果 b 也显著，则说明存在中介效应，继续检验 c' ， c' 若不显著，则说明是完全中介效应， X 对 Y 的作用完全是通过 M 来实现的，若 c' 显著，则是不完全的中介效应；如果 a 或者 b 不显著，则需要用 Sobel 检验来判断是中介效应是否显著。

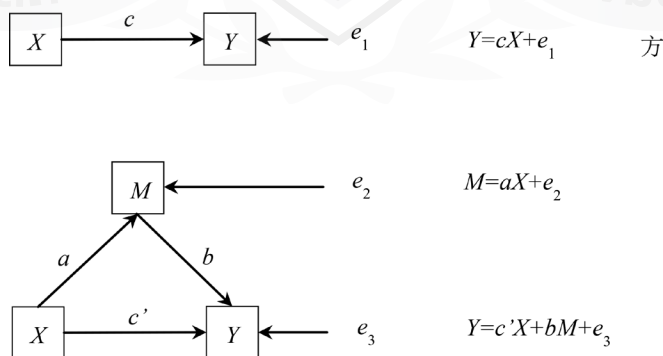


图1 中介效应的作用机理及检验模型

3. 研究假设

以往对于股权集中度与经营绩效的流派主要分为两派：一派是以 Berle & Means (1932) 为代表的显著相关派，另一派是以 Demsetz (1983) 为代表的无关派。鉴于后者样本的选取相对较为极端，可能存在度量上的误差，因此，本研究支持股权集中度与经营绩效显著相关。在流派内部，又划分为线性关系和非线性关系两大研究逻辑。以 Chongen et al. (2005) 代表的学者认为，股权集中度与经营绩效呈倒 U 型关系，但其研究的数据存在度量上的误差（2000 年中国处于证券市场“牛市”，股价偏高，且中国上市公司非流通股股价被高估，因此对其进行折价换算，但作者未说明因何原因将股价折算为 70 - 80% 的理论依据和实证证据），研究的样本也是中国上市公司而非创业板公司，因此为本研究可借鉴的参考性不大。

以 Xiaowei & Fengbo (2014) 的研究结果表明，股权集中度与经营绩效呈现先降低、接着递增、最后又降低的抛物线关系。诚然，将管理层持股比例作为股权结构的一个维度考量无可厚非，但研究未对这种股权激励行为与股权性质的区别做出明确界定，可能混淆了治理结构与治理行为，且在实证检验中，没有考虑变量的内生性关系和滞后效应，因此，得出的研究结果可能有一定误差。鉴于此，本文参考 Mei & Dandan (2014) 的研究结论，认为中国创业板上市公司作为处于企业生命周期早期的中小企业，其股权的集中有利于企业绩效的提升，由此，根据文献梳理和中介效应的检验步骤，依次提出假设：

H1：股权结构与公司绩效存在线性正相关关系

H2：治理行为在股权结构与公司绩效之间起中介作用

4. 变量选取

Mei & Dandan (2014) 认为，在以中国创业板上市公司为研究样本时，由于股权结构一般主要使用股权集中度与股权性质解释，而中国创板公司股权集中度较高，且股权性质相对单一，因此主要选择股权集中度来衡量股权结构。

董事会会议次数是衡量治理行为强度的一个重要组成部分。Kim, Burns & Prescott (2009) 认为，在高度参与治理的董事会中，董事会对管理层确立的公司战略方向和战略投资进行综合评价。相反，Judge & Zeithaml (1992) 认为，较少参与的董事会往往成为管理层战略提案的“橡皮图章”，董事被动的接受管理层给予的评价，监督职能也就无从谈起了。Garg (2013) 指出，董事会职能的履行是以多种方式进行，不仅仅局限于董事会，而与 CEO 的互动也有正式的董事会会议，以及诸如电子邮件、电话、亲自拜访等非正式方式进行。但为了减低数据收集的难度，本文仍旧采用了董事会会议次数作为治理行为强度的代理变量。

作为反映企业绩效的变量托宾 Q 值，经常被学者们用于描述企业价值，但基于国内不够成熟的股票市场、创业板上市公司股票自身特点（波动性大和换手率高），根据 Liping, Yu &

Gongmeng (2006) 的研究结果, 高度波动及换手率使得托宾 Q 值难以反映企业的绩效, 本文使用 ROE 作为企业经营绩效的代理变量。

研究结果与结论

1. 相关变量的描述性统计

表1 股权集中度的描述性统计

Year	N	Mean	Std Dev	Median	Min	Max
2010	146	71.016	8.2335	73.54	43.37	90.68
2011	146	67.913	9.1343	69.19	44.44	91.4
2012	146	64.9925	9.7313	66.095	40.08	89.82
2013	146	59.9337	11.2472	61.275	28.34	88.73

从表1 可知, 样本的前十大股东持股比例均值呈逐渐下降趋势, 说明中国创业板上市公司对股权的稀释力度逐步加大, 股权的差异化也逐渐扩大。2010至2013 年股权集中度最大值与最小值的差距也非常明显, 且四年的平均值均低于中位数, 说明部分公司最低值过低, 拉低了平均值。说明各个企业在股权分配的安排上的差异化比较明显。

表2 董事会会议次数的描述性统计

Year	N	Mean	Std Dev	Median	Min	Max
2011	146	9.4178	3.1001	9	4	21
2012	146	8.9795	2.8271	9	4	22
2013	146	9.3151	3.4636	9	4	24
2014	146	9.9726	3.7764	9	4	33

由表2 可知, 董事会会议次数总体变化呈上升趋势, 说明董事会在履行监督行为的勤勉程度逐步加强。最小值均为 4, 说明企业一年至少召开 4 此董事会, 在合法合规性上做的也比较完善。

表3 治理绩效的描述性统计

Year	N	Mean	Std Dev	Median	Min	Max
2012	146	0.0607	0.0853	0.0602	-0.5234	0.3542
2013	146	0.0651	0.0778	0.0634	-0.3055	0.2602
2014	146	0.0661	0.1234	0.0607	-1.0355	0.3487
2015	146	0.0645	0.1147	0.0625	-0.8613	0.5769

由表3 可知, 尽管经营绩效变化较平稳, 波动不大, 但最大值与最小值的差异较大, 说明中国创业板上市公司面临的不可测因素较多, 企业自身的风险大, 生存不易。

2. 中介效应检验

根据股权结构→治理行为→治理绩效的关系, 依据中介效应检验步骤, 建立相应的计量模型:

$$ROE_{i,t+2} = cCR_{i,t} + e_1$$

$$BM_{i,t+1} = aCR_{i,t} + e_2$$

$$ROE_{i,t+2} = c'CR_{i,t} + bBM_{i,t+1} + e_3$$

其中, ROE 净资产收益率, 作为治理绩效的代理变量, CR 股权集中度, 作为股权结构的代理变量, BM 董事会会议次数, 作为治理行为的代理变量。依据中介效应检验步骤进行相应实证检验:

表4 治理行为的中介效应检验

Value	c	a	b	c'
Estimated	0.0010	-0.0226	0.0021	0.0011
Std.Error	0.0004	0.0131	0.0013	0.0004
tvalue	2.5685	-1.7215	1.6608	2.6841
P(> t)	0.0105**	0.0857*	0.0973*	0.0075***
Mediationvalue		0.0021		

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

系数 c 在 $p<0.05$ 的置信区间内显著, 且系数为正, 说明股权结构与经营绩效显著正相关。H1 得到支持。系数 a 在 $p<0.1$ 的置信区间内显著, 且系数为负, 说明股权结构与监督行为显著负相关, 系数 b 在 $p<0.1$ 的置信区间内显著, 且系数为正, 系数 c' 在 $p<0.01$ 的置信区间

内显著, 且系数为正, 说明监督行为在股权结构与经营绩效之间起到了中介效应, 中介系数为 0.0021, H2 得到支持。

综上所述, 本文通过代理理论的视角分析认为, 董事会作为企业内部治理的主体, 实现治理目标是通过履行其相应职能而达成的。从中介效应的检验结果来看, 股权结构对公司绩效的影响显著。尽管作为研究样本的企业, 面临不同发展阶段和不同的治理环境, 但公司治理的基本职能依然是监督职能与激励职能, 区别仅在于这两类职能的发挥程度有所不同。公司需要实施相应的治理行为, 维持公司的正常运转。因此, 本文认为中国创业板上市公司的治理行为主要表现在监督和激励职能的行使。因此, 在股权结构与公司绩效关系的研究中, 不能忽视治理行为的中介作用, 如还是沿着传统“结构到绩效”的路径, 可能会产生不稳健甚至错误的研究结论。

讨论

尽管创业板上市公司数量持续增长, 但由于近年来外部市场因素, 股权集中度呈下降趋势, 从作为代理变量董事会会议次数缺逐年增加, 可以看出治理行为逐年增强, 研究也证明了治理结构起部分中介作用, 结构不直接作用于绩效, 而是通过影响行为, 进而对绩效产生影响, 验证了假说。但从中介效应的检验结果来看, c' 在 0.01 的区间内显著, 而 a, b 的显著性不高, 说明中介效应并不是很强, 且委托人与代理人的交流有正式和非正式交流、电话、e-mail 等方式(文献), 除了通过董事会对管理层进行监督之外, 可能还存在利用薪酬的差距对管理层进行激励的行为, 且需要讨论薪酬差距的激励行为究竟是否对绩效产生的影响是正向的。因此, 在以后的研究中, 可能需要引入不同性质的中介变量, 并从更能体现创业板上市公司特点的结构与绩效的更多纬度进行讨论, 进一步解释从结构影响行为进而影响绩效的作用机理。

References

- Berle, A. A. & Means, G. C. (1932). *The modern corporation and private property*. New York: The Macmillan Company.
- Chongen, B., Qiao, L., Zhou, L., Min, S. & Junxi, Z. (2005). An empirical study on chinese listed firms' corporate governance. *Economic Research Journal*, 2, 81-91. [in Chinese]
- Dalziel, T., Gentry, R. J. & Bowerman, M. (2011). An integrated agency-resource dependence view of the influence of directors' human and relational capital on firms' R&D spending. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1217-1242.
- Demsetz, H. (1983). The structure of ownership and the theory of the firm. *The Journal of Law and Economics*, 26(2), 375-390.

- Demsetz, H. & Lehn, K. (1985). The structure of corporate ownership: Causes and consequences. *Journal of political economy*, 93(6), 1155-1177.
- Dongshui, S. (2015). *Industrial economics*. Beijing: Higher education press. [in Chinese]
- Finegold, D., Benson, G. S. & Hecht, D. (2007). Corporate boards and company performance: Review of research in light of recent reforms. *Corporate Governance: an international review*, 15(5), 865-878.
- Forbes, D. P. & Milliken, F. J. (1999). Cognition and corporate governance: Understanding boards of directors as strategic decision-making groups. *Academy of management review*, 24(3), 489-505.
- Garg, S. (2013). Venture boards: distinctive monitoring and implications for firm performance. *Academy of Management Review*, 1(38), 90-108.
- Holderness, C. G. & Sheehan, D. P. (1988). The role of majority shareholders in publicly held corporations: An exploratory analysis. *Journal of financial economics*, 20, 317-346.
- Huse, M., Hoskisson, R., Zattoni, A. & Viganò, R. (2011). New perspectives on board research: changing the research agenda. *Journal of Management & Governance*, 15(1), 5-28.
- Judge, W. Q. Jr. & Zeithaml, C. P. (1992). Institutional and strategic choice perspectives on board involvement in the strategic decision process. *Academy of management Journal*, 35(4), 766-794.
- Kim, B., Burns, M. L. & Prescott, J. E. (2009). The strategic role of the board: the impact of board structure on top management team strategic action capability. *Corporate Governance An International Review*, 17(6), 728-743.
- Lin, Z. (2014). *A study on the determinants of board governance performance of GEM listed companies*. Doctor, ShanDong University, Jinan. [in Chinese]
- Liping, X., Yu, X. & Gongmeng, C. (2006). Ownership concentration, outside blockholders, and operating performance: Evidence from china's listed companies. *Economic Research Journal*, 1, 90-100. [in Chinese]
- Mei, F. & Dandan, S. (2014). Study on the influence of listing corporation factors of earnings quality GEM: Based on the perspective of corporate governance structure. *Soft Science*, 8, 137-140. [in Chinese]
- Pedersen, T. & Thomsen, S. (1999). Business systems and corporate governance. *International Studies of Management & Organization*, 29(2), 43-59.
- Xiaobo, Z. & Xiaohui, W. (2012). Governance activities of venture capital and performance of new venture enterprise: A mediating model and discussion. *R&D Management*, 2, 67-78. [in Chinese]

- Xiaowei, W. & Fengbo, C. (2014). Ownership structure and enterprises' value of growth enterprise market listed companies. *Journal of Management Science*, 6, 40-52. [in Chinese]
- Yongxiang, S. & Zuhui, H. (1999). Equity structure and performance of listed companies. *Economic research journal*, 12, 23-30. [in Chinese]
- Yongzhen, X., Lin, Z. & Weizhu, W. (2013). Governance behavior and governance performance: the concept, conduction mechanism and appraisal. *Journal of Shandong University (Philosophy and Social Sciences)*, 6, 80-94. [in Chinese]
- Zahra, S. A. & Pearce, J. A. (1989). Boards of directors and corporate financial performance: A review and integrative model. *Journal of management*, 15(2), 291-334.
- Zhonglin, W., Lei, Z., Jietai, H. & Hongyun, L. (2004). Testing and application of the mediating effects. *Acta Psychologica Sinica*, 5, 614-620. [in Chinese]



Name and Surname: Tao Wu

Highest Education: Ph.D. Candidate, Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Economic Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Guihua Lu

Highest Education: Ph.D. in Management, Tsinghua University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Economic Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120

试论泰国高校汉语词汇教学情况与反思

DISCUSSION ON THE SITUATION AND REFLECTION OF CHINESE VOCABULARY TEACHING IN THAI UNIVERSITIES

林文贤

Pimporn Wattanakamolkul

泰国乐德纳可信皇家理工大学文科学院汉语专业

Faculty of Liberal Arts, Chinese Department

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

摘要

本文主要探讨泰国高校词汇教学情况的四个问题,从实际调查和分析结果发现:一、教师对词汇教学的重视度较高;二、教师对词汇教学的认识,尤其是教师对学生词汇量掌握情况的控制缺失、教师针对学生词汇量的教学计划制定不明确、确定词汇部分的重点教学较为薄弱;三、泰国高校汉语教师目前采用的词汇教学的方法现状;四、教师词汇教学存在的问题有以下几个方面:教师的专业知识淡薄、教学上词汇选择的问题、教师教学方法上的误解导致学生记不住生词,并常出现使用偏误的现象。所有这些问题影响的是泰国汉语词汇教学的根本,本文在揭示实际情况的基础上,为进一步地改善泰国汉语词汇教学提供一定的参考应用价值。

关键词: 汉语词汇教学 教学方法 汉语教师 词汇量

Abstract

The purpose of research aimed to study the problems of teaching Chinese vocabulary in Thai universities. The results showed that 1. The teachers pay more attention to teaching Chinese vocabulary; 2. Teachers lack the teaching method in Chinese vocabulary especially in the lesson plan; 3. Existing Chinese Vocabulary teaching methods of Chinese teachers in Thai universities are revealed; 4. Problems in learning and teaching Chinese vocabulary are as follows: the lecturers lack knowledge in choosing the vocabulary and teaching method. Moreover, word are misused. The results of the research will be used to develop the teaching method in the future.

Keywords: Teaching of Chinese Vocabulary, Teaching Method, Chinese Teacher, Vocabulary size

引言

“词语”是语言表达意义的主要工具，而意义在语言的产生和理解方面，在语言的存储和检索中都起着极其重要的作用。词汇教学虽然是一个细微的教学环节，但它是语言教学中必不可少的环节。

这几年来国外学者也开始侧重对词汇水平的研究，从不同的角度对不同的对象进行分析与调查。很多学者认为，掌握的词汇量越多，语言表达能力也会随之提高。而对于泰国学生，词汇学习还处于起步阶段，缺乏反复的练习和重复，对词汇的记忆还未到达巩固阶段，就容易忘掉，而出现这个现象的原因与汉语教学方法密切相关。泰国学生从小就被培养成“死记硬背”的习惯，而未很好地考虑采用语素、偏旁或类推技巧，缺乏交际能力的培养，普遍出现学了就不会运用的现象。

因此，本文通过问卷调查获得了第一手资料，调查内容主要包括探讨泰国高校汉语教师对词汇教学的重要性的认知情况，教师对汉语词汇教学方法问题的看法，以及教师对词汇教学的掌握与认识，以及他们采用什么样的词汇教学方法进行教学，遇到了什么瓶颈或障碍。与此同时，还调查了学生对高校汉语教师的词汇教学的反应。希望本文能够揭示实际的词汇教学状况，并且不断地改善教学问题与方法，为泰国汉语词汇教学的持续发展提供一些参考作用。

文献综述

从收集到的文献中我们可以看到，目前对对外汉语词汇教学的研究成果丰硕，主要集中在对外汉语词汇教学理论依据的探讨、针对泰国学生词汇习得与教学的研究以及中国国内和其他

国家学者具有国别性的研究等。但是，我们发现在泰国词汇教学领域的研究却停滞于从教学实践中发现词汇偏误，进而简单提出教学策略等。对泰国词汇教学过程中教学方法的深度问题并没有引起足够的关注与重视。

（一）中国汉语词汇教学的相关问题研究

在词汇教学多样化的问题中，许多学者纷纷从不同的视角提出改进汉语词汇教学的方法。Hu (1997) 指出要改进词汇教学首先要改变教师和学生的观念，即词语之间存在着简单的对应关系。认为引导学生逐步加深对常用词语的理解和运用才更有效。Jiang (1998) 从心理学角度探讨词汇习得和教学，认为词汇教学不仅教生词的词义，但是要结合于语境。Zhao (2004, 2005) 认为对外汉语词汇教学中的词汇教学反映了以下几个问题：(1) 教师对词汇的确定量不明；(2) 词汇的选择问题；(3) 教材中词语先后出现的问题；(4) 不太注意词汇复现率的问题；(5) 教师缺乏对词汇教学的掌握；(6) 词汇教学研究成果极少。后来，Liu & Ren (2006) 总结了近年来国内对外汉语词汇教学的研究情况，指出相关研究主要集中在以下几个方面，“第一，针对不同课型、不同教学阶段和不同国别的对外汉语词汇研究；第二，探讨语言学理论在词汇教学中的运用以及对词汇教学的影响；第三，关于对外汉语词汇教学内容和教学方法的综合研究”。这些研究中存在很多有价值的理论和方法，值得在教学中尝试和应用。Lu & Li (2007) 指出对外汉语词汇教学的瓶颈体现在教材中词汇量编排不均、词语选择失当、词语释义不适和词语练习设计单调等四个方面，他们还提出改善教学的突破口应是融入汉字字形教学、强化语素义教学、重视运用“语境词汇”教学以及使用多媒体教学进行改进。Wu (2007) 对词汇教学提出应该把词汇学习的过程当作一种认知过程。Zhang (2012) 从认知心理的视角考察对外汉语词汇课堂教学的历史和现状，同时在此基础上为找到更具体的教学课堂，及改进教学效果的原则和方法，进而进行了教学实验。

（二）针对泰国汉语词汇教学的研究

目前，中国赴泰传播汉语的汉语教师数量日益增多，泰国学生赴华留学的数量也日趋增长，研究成果也逐渐增加。近几年，泰国汉语词汇教学也逐渐引起了研究者的关注，但是研究成果还不够丰硕。

从词汇实践教学分析，研究者们从泰国汉语词汇教学实践出发进行了相关探讨。Hu (2007) 借鉴汉语第二语言词汇教学已有的研究成果，结合讲授初级汉语的实践经验和体会，同时收集、整理泰国学生汉语词语偏误的语料，分析了泰国学生学习汉语词汇的偏误以及产生偏误的原因，提出泰国学生初级汉语词汇教学的特点、方法和技巧。Wang (2011) 通过情景教学法促进教学气氛，以华侨崇圣大学为实例，在文中提出词汇是交际最基本的元素，而交际也需在特定的情境中完成。此外，有学者在硕士学位论文中以字本位的教学流派作为研究重点，如 Zhang (2011)、Cao (2012)。张若竹先生的研究发现大多数泰国学生认为汉字的字形与泰语完全不同而难以识记，所以指出要提高汉语学习的效率应遵循字本位的规律和特点 Cao (2012)。将字本位理论应用于教学实践中，

使用汉语教程教材里的词汇进行教学设计,并运用于课堂教学中,最后通过课堂的评价发现其设计适合于中高级阶段的学生。与此同时,Cheng (2012) 以听力课程作为研究对象,以话题式进行词汇教学,其研究方法为问卷和实验相结合。

Chen (2016) 对泰国春武里府的初级汉语词汇教学进行研究,研究发现教育环境因素、汉语词汇系统、师资匮乏、教材使用、学生学习兴趣不高等几个问题制约了词汇教学。Zhou & Xu (2017) 的研究结果表明泰国本土汉语教师最受欢迎的词汇教学方法是图片释义、泰语释义、中文例句释义和媒介语释义等,而语素释义、部首释义等方法极少被采用。

总体而言,到目前为止,国内外的词汇习得与教学的研究成果并不少,但大多数针对泰国汉语词汇教学方面的研究还停留在偏误及教学对策的研究上。而语言学习、语言正负迁移和教学的深度问题极少被研究者关注,而且没有对泰国学生词汇习得的整个过程,以及亟待解决的问题的研究。本研究认为要提高泰国汉语词汇教学的效率,首先要了解汉语词汇教学问题的根源,再进一步探索与完善泰国的汉语教学研究体系。单一的教学方法固然难以解决这些问题,我们可以运用多样化的教学方法,使其相辅相成。我们要在前人研究的基础上,积极努力地完成这项研究,弥补关于泰国学生汉语词汇教学研究领域的空白。

研究方法

本研究主要采用以下几种研究方法:

(一) 文献法:通过查阅相关泰国汉语教学、词汇教学、教育学、词汇教学方法以及第二语言习得理论等文献资料作为本研究的主要依据,并与实际情况,通过各方面的理论探讨问题及提出改善的方向。

(二) 问卷调查法:本研究的调查问卷是参考国内外的相关文献,结合泰国汉语词汇教学的问题及现状,并依据研究目的与内容设制的一份泰国高校汉语教师对汉语词汇教学的认识与反应,以及大学生学习情况的调查问卷。

(三) 访谈法:实地调查并收集研究范围对象的答案,为了深入地了解泰国高校汉语教师对词汇的教学的现状,而针对泰国汉语教师对词汇教学的方法问题,以及学生对泰国汉语词汇教学的认识、态度和学习方法问题进行的访谈,最后总结并提出建议。

(四) 统计分析法:通过对各种相关资料的整理,并采用 SPSS 统计所调查的数据。

(五) 定性与定量混合法:以现实的词汇教学情况作为主要数据来源,按照某种数理方式进行加工整理,从而进行可量化数据的分析。通过质的研究,即访谈、文献等资料,对教师采用的各种教学方法进行评价并做出系统地判断,描述和揭示以上现象的相互作用和发展趋势。

研究结果

本研究从泰国和中国的相关研究成果掌握了泰国汉语词汇教学的现状,同时对泰国高校的汉语教师和学生进行调查分析,了解到泰国高校汉语教师对词汇教学的重视度,教师对词汇教学的认识,泰国高校汉语教师采用词汇教学方法的情况,以及教师在词汇教学中存在的问题。最后,依此,对这些问题进行反思,且提出更有效的教学方法。

一、泰国汉语词汇教学的现状

通过调查数据和前人研究成果,如 Peng (2012) 认为泰国高校汉语教师主要是采取综合运用多种方法进行词汇教学,其中有翻译法、搭配法和辨析法,最少用的是对比法和构词法。大部分的问题在于教师不了解学生的学习需求,而且主要利用翻译法进行词汇教学,导致学生的学习成绩不够理想。同时,学生认为汉语教师对词汇教学最佳的方法是采取对比方法,但实际上教师采取该方法较少。依此发现,目前泰国汉语词汇教学现状是汉语专业课中没有特定的词汇课,一般词汇教学穿插在综合课上。通过调查得知许多授课教师反映课堂上的词汇教学效果并不是很理想,学生不知道如何记住生词,不会辨别同义词、近义词、多义词之间的细微差别,包括词的概念意义和附加色彩,尤其是一些难以理解的词语。有时候也会出现只记住了词汇的读音,但是不会写,不能很好地掌握词的用法等诸多问题。

此外,大学的词汇教学方法主要以领读、翻译、举例子、造句为主,由于上课时间比较紧张,因此不太强调词汇教学。而且汉语的词汇量庞大,教师不可能将每个生词的用法都教授地面面俱到,因此只能教授一些读音、常用意义和基本用法。教师在教学时会提供课外词汇,扩大学生的词汇量,容易造成重数量轻质量的问题。

二、教师对词汇教学的重视度

外语教学的任何要素教学,应要先了解授课教师在教学的过程中对要素教学的背景了解情况和对该教学的“重视程度”。词汇教学重视度的高低直接影响汉语教学中的“教”与“学”之间的关系,其反映了泰国学生整体的汉语学习,甚至运用能力的效率。经过在泰国调查的汉语教师对词汇教学重视度的看法,共有 33 位高校汉语教师做了问卷,他们分别来自泰国不同大学的中国和泰国汉语教师,详细情况如下:

泰国汉语教师对词汇教学的重视度

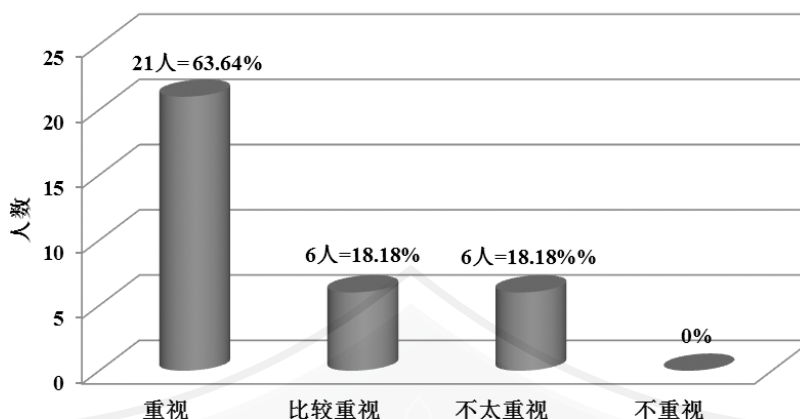


图1 泰国汉语教师对词汇教学的重视度情况

从图1 的数据显示, 泰国高校汉语教师认为词汇教学的重要性和定位较高。通过问卷调查我们可以发现, 重视词汇教学的教师高达 21 人, 占为 63.64%, 其次对词汇教学比较重视, 认为对词汇教学不太重视的教师各为 6 人, 各占 18.18%。

从上述的统计分析, 认为虽说教师对此教学的重视性非常高, 但我们要反思如何更新教学观念, 进而完善教学内容和改进教学方法, 有时实际情况与我们的设想是完全脱节的, 这时就会反映出教师教学态度与方法上的欠缺。泰国汉语专业开设的汉语课程, “词汇课”是少见的课程之一, 每个大学所开设的汉语专业都会设“语法课”的课程, 显然词汇尚未在课程之中居于重要的地位, 而且泰国学生运用汉语交流时往往会担心的是语法规则出现错误, 而不是不认识的词语, 注意到他们对其词汇掌握并没有语法重视。

三、教师对词汇教学的认识

通过问卷调查提问, 教师认为所授课的科目是否须要掌握生词, 并且应该强调掌握哪些方面的词汇。调查发现有教师指出所授课的科目必须让学生掌握所有生词, 并且大多数教师认为学生的词汇量少, 导致教学效果不好应该强调扩大词汇量, 结合各类日常生活中使用的基础词汇, 尤其是一些用来组织句子表达语法意义的虚词要好好掌握。实词可以不断扩充, 尽早掌握虚词的用法也非常重要, 我们可以通过教师对词汇教学的理解详细的探讨如下。

(一) 教师对学生词汇量的控制缺失

对外汉语教学界倡导教师在课堂上扮演着组织者、倡导者, 但实际上泰国高校的汉语教师进行教学时通常单凭个人的教学理念安排, 而缺乏理论指导教学, 依赖于感性, 没有结合理性的教学, 教师对词汇选择的意识欠缺。除此之外, 许多教师过于依赖教材, 不敢脱离教材里的词

汇表,实际上认为我们进行教学不能让教材带着走,教师要灵活多样地引导学生。Liu (2013:27) 提出关于词汇量的控制,教师应遵循学生的教学目的和接受能力,结合教材里的内容和教学目标,融合思考,再对词语进行选择,划分语言的重点、难易点,分清主次。教师在课堂前的准备不仅要考查教材里的内容,而是要想方设法全面测试学生学前与学后的词汇量。

教师的主导教学是不可或缺的。教师应采用循序渐进的教学帮助学生体会词汇的用法,尽可能多地提供与日常生活贴近的词语,再到复杂的词语。

(二) 教师对学生的词汇量制定的探析

通过针对教师的问卷调查,教师对学生词汇量的制定情况,发现大部分的教师希望学生掌握日常生活中使用的词汇,但是学生应具备多少词汇量才合适,这个问题一直以来都是从事汉语教学工作的老师难以突破和解决的难题。本节所调查的高校汉语教师关于学生应学得词汇类型和词汇量的要求,详细地内容探讨如下:

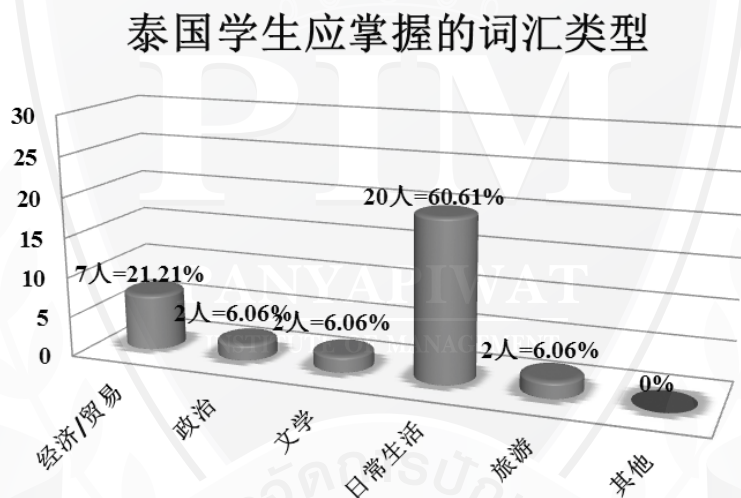


图2 教师对学生掌握词汇类型的要求

根据图2 结果显示,教师们认为泰国学生必须掌握日常生活的词语达到 60.61%,其次认为应掌握经济/贸易相关的词语占 21.21%,除此之外教师认为应掌握其它相关政治、文学、旅游的词语各占 6.06%。从上述的数据得知,教师们认为日常生活方面的词语尤为为主要,这表明泰国高校汉语词汇教学强调培养学生的交际能力,次要考虑补充商务经济贸易的专业词语,及其他领域如政治、文学和旅游的专业词汇。

另外,通过调查与访谈汉语教师对学生的词汇量要求,我们得知有部分教师对学生的词汇量要求过低,初级仅要求 300-500 词,中级学习者仅要求 500-1500 词,到了高级阶段才要求 1500 个词以上,表明教师对学生的词汇量水平有所低估。有部分学生能够掌握在工作岗位上

使用的专业用语或基本的交际词语大约 2000-3000 词,但是也有部分教师对学生的要求不少于 5000-8000 词。

(三) 确定词汇部分的教学重点

许多学者也纷纷指出汉语词语的近义词、同义词、多义词、成语、虚词等特殊词语的教学都是外国学生的学习的难点,泰国学生也不例外。Li & Yang (2004: 21-29) 指出虚词是词汇语法的教学重点,开展汉语教学应讲究层次,这是一种重要的教学方法。

影响词语学习难度的因素具有诸多方面,包括词语自身的问题(发音、意义和用法)、教学方面的问题(教学过程和教学材料),还有学习者方面的因素(学习语言背景和学习策略)Fang (2008: 34),重点词语的确立不仅是教师教学单方面的制定,汉语本身的高难度也导致学生不佳的学习效果,要学习难以理解的词语,应确定学习目标。

四、泰国高校汉语教师采用词汇教学方法的情况

对全国汉语教师的词汇教学方法进行了统计,对泰国汉语教师的 31 项词汇教学方法进行了调查,发放了 36 份问卷,收回有效问卷 33 份。发现泰国高校汉语教师使用的词汇教学方法率最高是“建议学生尽量在会话中使用那些刚学过的词。”高达 4.55 分;另外,可见泰国汉语教师对“实用和交际”方面较为重视,从“我建议学生尽量在会话和写作中使用那些刚学过的词”平均为 4.36 分和“建议学生尽量在写作中使用那些刚学过的词”平均为 4.30 分的答案中可反映出教师们对“学以致用”比较强调,与此同时对语音阅读也比较注重,在提问的“教师向学生强调一定要掌握单词的正确读音”中平均为 4.27 分、“为了扩大词汇量,建议学生尽量广泛阅读”平均为 4.18 分,“教单词时,我先领读”平均为 4.15 分。

教师们认为“诵读、背单词”等教学法使用得比较一般,“建议学生用反复诵读的方法来记单词”为 3.45 分;“为了记更多的单词,建议学生背一些常用的语素”为 3.42 分;“记单词时,建议学生连同这个单词所处的上下文一起记”为 3.33 分;“建议学生用反复默读的方法来记单词”为 3.27 分;“建议学生将单词表带在身边直到记住了上面的单词”为 3.21 分;“建议学生不时地翻看自制的单词表直到记住了上面的单词”为 3.09 分;“为了扩大词汇量,建议学生背词汇书(例如《HSK 词汇大全》)上的单词”为 3.03 分;“建议学生只用中文和泰文给自制的单词表注释”各为 2.91 分和 2.79 分。最后,大多数教师们不建议学生为了扩大词汇量,让学生背词典上的单词。可见表上仅有 2.39 分同意采用这个方法进行词汇教学。

总之,泰国高校汉语教师对词汇教学方法,大多数是鼓励学生多在会话中使用那些刚学过的词,其次强调掌握读音和阅读课外的词汇以增加词汇量,且他们认为“诵读、背常用用法、背上下文”也是一般教师比较通用的教学方法,但教师们不提倡学生背诵词典中的词语。

五、对教师词汇教学所面临的问题的看法

很多教师对教学方法有误区,没有真正建立以学生为中心的教学理念,甚至忽视了学生的主体地位。由此,通过对其所收集到的资料进行归纳与分析如下几个问题。

(一) 教师的专业知识淡薄

许多汉语本土教师,虽然是汉语国际教育专业毕业的,但他们对汉语词汇知识和词汇内在系统不够了解。例如:在近义词、同义词,多义词等类似的词,类似的词属于特殊词语,同时也是词语教学的难点。有些词在学生母语中没有完全对应的词,对其汉语教师本身也对类似的词语不是很清晰、很难解释,而混淆使用,进行教学时无法一清二楚地给学生讲解。有些教师采用回避使用的方法进行教学,就是因自己不会而不用,这不仅是泰国词汇教学的重大瓶颈,也是老师在教学中应慎重考虑的一个难点。

另外,汉语词汇量庞大,教师的词汇量不足,而且词汇知识具有词汇形式之分,即口语和书面语。笔者认为泰国汉语本土教师所面临的困惑是口语优于书面语,缺乏书面语的写作词语的训练,这个现象长期以来尚未受到重视,也未能创建解决的方案,这许多问题,几乎都是缺乏专业技能和专业知识引导学生,提高词汇学习效率和巩固词汇的记忆的原因。

(二) 词汇量选择的问题

由于大学教学大纲的要求和课程安排中没有专门提到词汇知识方面的要求,也没有开设相应辅助词汇教学的课程,词汇教学大多都是在汉字教学的基础之上进行的,所以词汇教学受约束在一个课堂教学环节。Zhao (2004, 2005) 曾指出对外汉语词汇教学中的词汇教学被重视的不够,我们必须加强词汇教学,而且反映了体现到的其中几个问题之一是“教师对词汇的确定量不明”和“词汇的选择问题”。许多汉语教师都会遇到同样极为困惑的问题,在教学实践中也遇到教学的选词问题,课程大纲设置的不明确,对词汇和语法教学的要求甚少,教材里面编写的词汇有点过时,而且非常零散。本土教师不够了解现代的使用词语情况,使用不得体,没有理解真正的语境,进而随意给学生讲解,最后造成学生运用时产生失误。

(三) 教师对教学方法产生了误解

根据对汉语教师的考察,发现教师们认为用直译的教学方法可以加深学生对词语的理解,可以降低理解难度的门槛。但是汉语的生词不是每个都能直接翻译成泰语的,比如“享受”所以很难让学生明白这个意义,笔者认为教师的教学方法是否得当对学生的词汇理解极其重要。

还有部分教师无论教什么样的词语都会使用同样的词汇教学方法。例如:生词表中出现了“帮忙”教师则采用目的语解释为“帮助”的意思,这样学生误解为“帮忙”与“帮助”是同等词语,但实际上这两个词的用法并不一致。如若教师未考虑学生的学习反馈,缺乏教学反思,这样下去词汇教学新的理念和设想很难在现行课程设置下实施。

（四）学生记不住生词，并常出现使用偏误的现象

在学习方法上，教师没有给学生有利地指导，大多数学生采用最传统死记硬背法，导致缺乏学习动机与积极性。另外，学生缺乏学习语言的环境，缺乏对汉语本身的特点与系统的培养，教师们需要提高学生对语言的感知能力才能克服词汇的各个层次上的难点。

研究讨论与对泰国高校汉语词汇教学的几点建议

在国际汉语词汇教学方面，词汇教学的方法是灵活多样的，没有固定的教学方法。本文根据上述对词汇教学所存在的问题，并从语言学理论、第二语言教学理论以及心理学等相关理论，提出泰国高校汉语词汇教学的几个建议。

首先，从语言学的角度分析汉语和泰语词语的语义、构词方式、词性及用法等方面。对比后可将其作为教学中的重点，尤其是对词语对应及不对应的现象进行深入分析。另外，从认知心理学角度看，词汇学习是学习者对词汇加工的心理过程，在语义不同层面上经过不断地思考完成识别，进而得到自动激活和巩固的通达使用。人脑中所存储的心理词库，当遇到字形相同时，最初会激活最熟悉最基本的词，进而语义启动，然后通过语义网络模式，分层次，积累词汇。所以可谓“记忆”是词汇习得中最重要的认知能力，熟悉度越高表明记忆越牢固。因此，教师应加强学生了解对构词意识的作用，包括 1. 采用构词法来辨析词语，2. 注重培养学生搭配词语能力。

从第二语言教学方面来看，在语素教学与整词教学过程中渗入构词法的教学，能够较快的帮助学生培养辨析及提高他们的词义辨别能力。教师应运用“精讲多练”的教学策略，结合语境进行不同语用、感情色彩和风格意义方面的搭配联系。另外，应加强词素意识的教学，大多数的汉语教师在对外汉语教学中，历来比较重视“词本位”的教学，而忽视了“语素本位”、“字本位”的教学。教学中教师应根据学生的汉语水平阶段而加强词素意识，这样有利于学生见词时，可以按照词素与词素的组合猜测词义，了解词语的基本结构，甚至能举一反三新的词语。

其次，从教学原则、教学计划、教学大纲、教学目标、教学内容、教学方法以及教学对象着手，改善教学方法。我们应提倡少用母语翻译法直接讲词义，而应倡导教师给学生提供情景结合词语运用。教师要设计出有利于泰国学生学习汉语的环境，为激发学生的学习兴趣，让汉语在学生的心目中变成“易学”的概念。

结语

本文通过对泰国高校词汇教学情况的四个问题进行调查和分析，发现泰国汉语词汇教学仍存在诸多问题有待改进。因此，我们需要了解教师和学生对词汇的掌握，才能对症下药找出遗

漏和不足之处。虽然词汇教学只是汉语教学中的一小部分,但词汇作为汉语教学较为重要的一部分,对外汉语教学的整体会带来教学效果不佳的现象。我们要提高汉语词汇教学的位置,应从教师使用词汇教学方法的现状着手,排除传统或古老的不佳方法,提倡实用性、科学性较强的方法来进行教学。同时,也需要调查与了解学生水平,及对学习的要求和目标,了解他们的情况以便更有针对性地进行词汇教学。

References

- Cao, C. (2012). *The Vocabulary Teaching Design under the Guidance of "Zi-based" Used in Teaching Chinese in Thailand*. Master's thesis, Shandong University. [in chinese]
- Chen, H. X. (2016). *A Study on Elementary Chinese Vocabulary Teaching in Thailand—Based on Research of Thailand Nonthaburi Province*. Master's thesis, Soochow university. [in chinese]
- Cheng, X. (2012). *An Experimental study on Topic-type Vocabulary Teaching in Primary Chinese listening course in Thailand*. Master's thesis, Shandong University. [in chinese]
- Fang, X. J. (2008). *Teaching and Learning Vocabulary for TCSL*. Beijing: Beijing Normal University Publication House. [in chinese]
- Hu, H. L. (2007). *Vocabulary Teaching in Basic Chinese Curriculum in Thailand*. Master's thesis, Xiamen University. [in chinese]
- Hu, M. Y. (1997). Some problems of vocabulary teaching in teaching Chinese as a foreign language. *Applied Linguistics*, (1), 14-19. [in chinese]
- Jiang, X. (1998). The study of Vocabulary acquisition and its significance in Teaching. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (3), 65-73. [in chinese]
- Li, R. L & Yang, J. C. (2004). Vocabulary Teaching Should Be the Focus of Teaching Chinese as a Second Language. *Journal of College of Chinese Language and Culture of Jinan University*, (4), 21-19. [in chinese]
- Liu, Z. W. & Ren, M. (2006). A Summary of Vocabulary-teaching Research in TCFL in the Past Five Years. *Journal of Yunnan Normal University (Teaching and Research on Chinese as a foreign language)*, (2), 64-68. [in chinese]
- Liu, Z. (2013). *International Chinese Vocabulary and Vocabulary Teaching*. Beijing: Higher Education Press. [in chinese]
- Lu, H. & Li, Y. (2007). Bottleneck and Breakthrough in Vocabulary Teaching of Chinese as a Foreign language. *Forum on Contemporary Education*, (9), 96-98. [in chinese]

- Peng, Y. (2012). *The Error Analysis of Chinese Vocabulary in Middle and Advanced Thai Students*. Master's thesis, Shandong University. [in chinese]
- Wang, Y. (2011). *The Application of Situation Teaching Method to Chinese class of University in Thai University: A case study of Huachiew Chalermprakiet University*. Master's thesis, Shandong University. [in chinese]
- Wu, B. (2007). The Lexical Approach and English Teaching in China. *Journal of University of Electronic Science And Technology of China(Social Sciences Edition)*, (1), 109-112.
- Zhang, H. (2007). The debate on the standard of Chinese vocabulary teaching is also discussed. *Applied Linguistics*, (S1), 3-6. [in chinese]
- Zhang, R. Z. (2011). *The design of intermediate Chinese vocabulary teaching based on the character-based theory in Thailand*. Master's thesis, Shandong University. [in chinese]
- Zhang, X. S. (2012). *A Study on the classroom teaching of Chinese as a foreign language vocabulary from the perspective of cognitive psychology*. Doctoral dissertation, Central China Normal University. [in chinese]
- Zhao, J. M. (2004). *Introduction to teaching Chinese as a foreign language*. Beijing: The Commercial Press. [in chinese]
- Zhao, J. M. (2005). Let our mother tongue go to the world. *Applied Linguistics*, (3), 28-30. [in chinese]
- Zhou, L. & Xu, W. X. (2017). Research on the teaching strategies of Chinese second language vocabulary in the native environment of Thailand. *Overseas Chinese Education*, (11), 1470-1476. [in chinese]
- The Institute of Asian Studies, Chinese Studies Center. (2008). *Chinese Language teaching and learning for Higher Education in Thailand*. Bangkok: SriboonComputer& Printing.



Name and Surname: Pimporn Wattanakamolkul

Highest Education: Doctor of Arts in International Chinese Language Education, Minzu University of China, P.R. China

University or Agency: Rajamangala University of Technology Rattanakosin Bophit Phimuk Chakkrawat Campus

Field of Expertise: Chinese Language, Chinese Teaching

Address: 264 Chakkrawat Rd., Sampanthawong, Bangkok 10100

关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性的影响研究 ——基于公平感知视角

STUDY OF THE EFFECT OF RELATIONAL CAPITAL ON THE STABILITY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY INNOVATION STRATEGIC ALLIANCE: THE PERSPECTIVE OF FAIRNESS PERCEPTION

郭丽仙¹, 段云龙²
Lixian Guo¹, Yunlong Duan²

^{1,2}正大管理学院中国研究生院

^{1,2}Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

摘要

近年来,产业技术创新战略联盟在中国得到了迅速发展,但普遍存在稳定性不高、运行效率低下等问题。如何提高产业技术创新战略联盟稳定性是当前亟需解决的问题。本文基于中国创新驱动发展战略背景,通过问卷调查和统计分析,探究关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性的影响,以及公平感知在此关系中的调节作用。结果表明,关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性有积极促进作用;公平感知在关系资本与产业技术创新战略联盟稳定性的关系中发挥调节作用。研究结果不仅有助于拓展联盟稳定性研究领域,而且为提升产业技术创新战略联盟稳定性管理水平提供了借鉴。

关键词: 关系资本 公平感知 产业技术创新 联盟稳定性

Abstract

In recent years, the industrial technology innovation strategic alliance has developed rapidly in China, but there are generally problems such as low stability and low operating efficiency. How to improve the stability of industrial technology innovation strategic alliance is an urgent problem to be solved. Based on the background of innovation-driven development strategy in China, this paper explores the influence of relational capital on the stability of industrial technology innovation strategic alliance and the adjustment effect of fairness perception in this relationship through questionnaires and statistical analysis. Results are as follows: Relational capital has a positive effect on the stability of industrial technology innovation strategic alliance. Fairness perception plays a regulatory role in the relationship between relational capital and the stability of industrial technology innovation strategic alliance. The research results can not only help to expand the field of alliance stability research, but also provide a reference for improving the stability management level of industrial technology innovation strategic alliance.

Keywords: Relational capital, Fairness perception, Industrial technology innovation, Alliance stability

引言

日益激烈的全球化竞争和多样化客户需求使得企业仅仅依靠自身有限资源已难以实现重大技术创新,必须在一定范围内通过“合作”寻求优势互补的合作伙伴。中共十九大报告提出要加快实施创新驱动发展战略,建立以企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的技术创新体系,推进产业技术创新战略联盟建设,突破关键核心技术,确保在 2020 年建成创新型国家。实现这一目标,核心在于培育自主创新主体,基本载体就是培育并推动产业技术创新战略联盟稳定发展。实践证明,产业技术创新战略联盟作为产学研协同创新的新型组织形态,能够很好地优化资源配置、提升创新能力,在推动实现国家创新驱动发展战略目标中发挥着重要作用。

自 2007 年中国首批成立四个产业技术创新战略联盟以来,随着国家政策引导及资源投入的不断增加,联盟数量不断增长。但联盟稳定性差、运行效率不高等问题也日益突出。如何提高产业技术创新战略联盟的稳定性管理水平成为业界和学术界亟需解决的问题。从已有研究中可以看到,学者们普遍认可信任、承诺等关系资本是影响联盟稳定性的重要因素 (Chen & Sheng, 2009; Jiang, 2012; Cai, 2012; Li, 2015; Yang & Bai, 2018), 公平感知对于维系合作关系具有重要作用 (Luo, 2007; Liu, 2011; Wang, Shao & Chen, 2018)。产业技术创新战略联盟成员来自于不同利益主体,有不同的价值观和评价标准,能否在感知公平的合作环境中,建立彼此之间良好的信任和依赖关系,对于合作稳定尤为重要。基于此,本文在前人研究的基础上,将关系资本和公平感知运用于产业技术创新战略联盟稳定性研究中,对三者进行整合分析,通过问卷调查和统计分析,探究关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性的影响,以及公平感知在此关系中的

调节作用。实证研究发现,关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性具有积极促进作用;公平感知在关系资本与产业技术创新战略联盟稳定性关系中发挥正向调节作用,是否感知公平的氛围因素是产业技术创新战略联盟充分利用关系资源促进合作稳定的重要条件。在此基础上本文提出促进产业技术创新战略联盟稳定运行的对策和建议,为产业技术创新战略联盟管理者和参与者,提升联盟稳定性管理水平提供理论依据和实践指导。

文献综述

1. 产业技术创新战略联盟稳定性研究

产业技术创新战略联盟稳定性研究源于战略联盟稳定性分析,当前研究主要集中于以下几个方面:(1)联盟稳定性的定义内涵。通常将战略联盟、技术创新战略联盟归为一般战略联盟,其主体主要由企业构成,旨在解决企业技术研发与攻关问题。强调联盟稳定性,即拥有共同战略目标的联盟企业,在风险共担、资源共享并分享收益的基础上,能够维持非计划性波动的一种合作状态(Freitas, Marques & Silva, 2013; Cao, Li & Xu, 2015)。(2)联盟稳定性影响因素。包括伙伴选择、信任、承诺、文化差异、知识转移、利益分配、技术距离等对联盟稳定性的影响(Das & Teng, 2003; Yang, 2009; Jiang & Hao, 2012; Cui & Cui, 2016; Xiao, 2017),也包括内生因素与外生因素(Mei, 2006),灵活性因素与刚性因素(Chen & Wen, 2008),机制因素与非机制因素(Yang, Fan & Zeng, 2016)等。(3)联盟稳定性定量分析。主要从博弈分析及共生模式应用对联盟稳定性展开研究(Song & Huang, 2013; Zeng et al., 2015)。产业技术创新战略联盟是一种特殊的战略联盟,由企业、高校、科研院所、政府等不同利益主体构成,主要解决产业之间的技术瓶颈问题。本文在文献分析基础上,结合研究需要将产业技术创新战略联盟稳定性界定为:联盟系统内部在遭受外界扰动而偏离原来的平衡状态,同时扰动消失后联盟系统仍能恢复到原来平衡状态的可能性。

2. 关系资本研究

关系资本源于社会资本,是社会资本的重要维度(Xue & Lei, 2010)。关于关系资本的研究主要集中于:(1)关系资本的概念内涵。将建立在个人和组织层面上的信任、承诺、友好等独特的关系资源视为关系资本(Inkpen & Tsang, 2005),也将关系资本视为企业能力或资本形态(Lin, 1999; Han, 2017)。(2)关系资本的维度划分。学者们普遍认可从狭义角度将信任和承诺作为关系资本的两大核心要素(Cullen, Johnson & Sakano, 2000; Tang & Zhou, 2014),也有学者从广义角度拓展了关系资本的其他维度,如沟通(Sambasivan et al., 2011),尊重(Kale, Singh & Perlmutter, 2000; Lin & Zhou, 2004),专用性投资(Wu & Cavusgil, 2006; Bao & Peng, 2015),联结强度(Han, 2017)等;或者从企业层面,将关系资本划分为纵向关系资本、横向关系资本和社会关系资本三个方面(Bian & Qiu, 2000)。(3)关系资本的作用。主要从合作绩效、开放创新(Fadol & Sandhu, 2013; Nguyen & Srinivasan, 2014; Zhang, Kang & Zhao, 2015)等不同侧重

点进行探讨。信任和承诺是产业技术创新战略联盟合作得以维系的最基本要素,本文遵循学者们普遍认可的观点,从信任和承诺两个维度来考量关系资本,并从狭义角度将关系资本界定为:来自不同利益主体的联盟成员基于信任和承诺而形成的紧密合作关系。是联盟成员独有的关系资源和关系质量的体现。

3. 公平感知研究

随着公平理论的发展,学者们对公平的关注逐渐从个人拓展到组织合作中,关于公平的研究主要集中于以下几个方面:(1)公平理论的演变发展。最初集中于分配公平,以 Adams (1965) 为代表,随后逐渐发展出程序公平 (Thibaut, Walker & Hillsdale, 1975), 互动公平 (Bies & Moag, 1986), 人际公平和信息公平 (Greenberg, 1990) 等多个元素。(2)公平感知的影响因素。包括个人情绪 (Wanberg, Bunce & Gavin, 1999) 等个体因素以及组织结构 (Schminke et al., 2002) 等组织因素。(3)公平感知的结果变量。包括公平感知对关系质量 (Kumar, Scheer & Steenkamp, 1995), 行为效果 (Long & Liu, 2004; Luo, 2007), 员工承诺 (Peng & Li, 2010), 合作绩效与稳定 (Luo, 2006, 2007; Li, Yang & Shi, 2009; Liu, 2013) 等影响。本文基于已有文献和研究需要,将公平感知界定为联盟成员对合作关系是否体现公平性的一种主观感受程度,强调其作为一种氛围因素的影响作用。

综上所述,学者们基于不同的理论视角,对联盟稳定性、关系资本、公平感知进行了相应研究,为本研究奠定了理论基础。本文在综合前人研究成果的基础上,将关系资本、公平感知与产业技术创新战略联盟稳定性置于同一理论框架下研究其影响关系,从公平感知视角揭示产业技术创新战略联盟运用关系资源维持合作稳定的重要条件,为中国产业技术创新战略联盟的稳定运行提供理论支撑和实践指导。

研究假设与模型

1. 关系资本与产业技术创新战略联盟稳定性

社会资本理论认为,具备工具效应的社会资本是一种生产性成本,能在合作网络中建立信任机制,降低交易费用,消除不确定性风险。已有研究表明,信任是形成战略性伙伴关系的核心,信任意味着合作成员相信对方不会为了自身利益而损害合作方利益,可以帮助联盟成员增强合作信心,提高满意度,是促进合作稳定的基础 (Gulati, 1995; Gill, 2003)。此外, Su & Ji (2008) 基于柯达与乐凯之间跨国联盟的解体分析了信任对联盟稳定性的影响。Nguyen & Srinivasan (2014) 提出成员信任度与联盟稳定性有正向影响关系。Yang & Bai (2018) 在跨国技术战略联盟信任、冲突与联盟稳定性关系研究中,肯定了信任对联盟稳定性的影响。基于此,提出如下假设:

H1: 信任对产业技术创新战略联盟稳定性有显著正向影响

联盟合作中,承诺的作用不容忽视。承诺意味着对联盟及合作伙伴的忠诚,表明企业为了维持与其他关联者的长期稳定关系,而作出努力的意愿或采取的行为,体现了联盟成员合作的

水平和质量,是联盟稳定的重要影响因素。Mummalaneni (1990) 认为承诺表明联盟成员不愿意终止当前合作,期望合作能够继续维持下去,联盟成员承诺的缺失将成为联盟不稳定性的的重要因素。Yang et al. (2008) 基于社会交换与目标依赖理论验证了承诺对供应链联盟稳定性及联盟绩效的积极影响。Cai (2012) 以我国轿车工业中竞争性战略联盟为实证研究对象,分析和校验了联盟承诺对战略联盟稳定性的作用路径和影响效应。研究表明,承诺关系越强,越有利于联盟稳定。基于此,提出如下假设:

H2: 承诺对产业技术创新战略联盟稳定性有显著正向影响

2. 公平感知的调节作用

公平理论认为公平关系是人们社会交往关系中最使人满意的关系。众多学者认为基于公平标准的联盟评价结果,对联盟合作伙伴关系质量及后续行为效果产生直接影响。随着公平感知程度的增强,联盟成员会认为自己的努力得到了公平的回报,合作满意度会增强,彼此信任度和继续合作的信心也会增强,合作关系更趋于稳定。(Kumar, Scheer & Steenkamp, 1995) 研究指出,供应链企业成员的公平感知对关系质量有正向影响。Luo (2006) 依据社会交易理论指出,合作成员之间的公平感知是构建交易伙伴关系的基础,对于维持长期合作行为具有重要影响。Peng & Li (2010) 以中国家电企业为例,探讨并验证了公平感知与关系承诺的正相关关系。Liu (2011) 基于中国 190 家医院样本数,以公平感知为调节变量,实证研究了合作双元性与组织间合作绩效的关系。Liu & Wang (2014) 基于中国汽车行业实证研究了研发合作中公平感知对关系价值与合作成效的影响。Wang et al. (2018) 研究并验证了公平感知调节下联盟社会资本对企业联盟绩效的影响。基于此,提出如下假设:

H3: 公平感知正向调节信任对产业技术创新战略联盟稳定性的影响

H4: 公平感知正向调节承诺对产业技术创新战略联盟稳定性的影响

基于以上分析,本文构建了关系资本、公平感知与产业技术创新战略联盟稳定性之间的概念模型,如图1 所示。

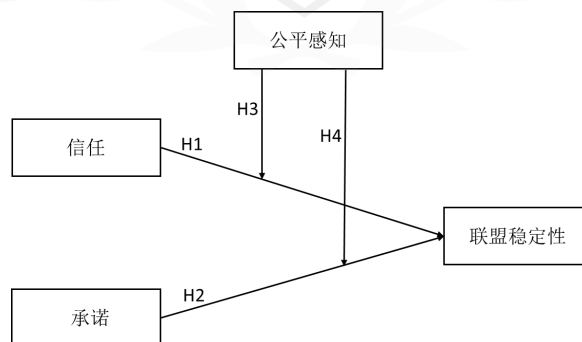


图1 研究框架模型

研究方法与结果

1. 数据收集

本文主要以云南省产业技术创新战略联盟为研究对象，通过发放问卷的方式获取调研数据。具体渠道为：一是通过学校与省科技部门合作的有利平台，向所辖联盟成员单位发放电子问卷。二是对于校友所在单位为联盟成员的通过校友渠道发放电子问卷。三是向在昆高校 EMBA、MBA 和 MPA 培训学员开展调研，邀请符合要求的学员填写。为避免填写重复，问卷中注明已填写过该问卷的无须再填写。共发放问卷 220 份，收回问卷 189 份，对回收的问卷剔除填写不完整、答案显示明显规律性、选择“不确定”选项超过一半以上的不合格问卷，经过整理最后获得有效问卷 165 份。样本特征描述如表1 所示。

表1 样本特征描述

基本信息	分类指标	数值	比例 (%)	基本信息	分类指标	数值	比例 (%)
性别	男	96	58	单位性质	企业	92	55.8
	女	69	42		高校	22	13.3
工龄	5 年以下	22	13.3		科研院所	17	10.3
	5 至 10 年	76	46.1		政府及其他	34	20.6
	11-15 年	55	33.3		——	——	——
	15 年以上	12	7.3		——	——	——
学历	研究生以上	25	15.2	单位规模	50 人以下	29	17.6
	本科	107	64.8		50-100 人	37	22.4
	大专	20	12.1		100-500 人	64	38.8
	中专及以下	13	7.9		500 人以上	35	21.2
职位	高层管理者	42	25.5	所属行业	现代服务业	19	11.5
	中层管理者	84	50.9		新兴产业	68	41.2
	基层人员	24	14.5		现代农业	53	32.1
	其他	15	9.1		民生科技	25	15.2

2. 变量测量

本文中各变量指标均采用已有成熟量表,为使被调查者充分理解题意,问卷量表征求了学科领域专家和联盟企业管理者意见,并在小样本预测试的基础上,对题项内容进行修改确定最终问卷。测量指标采取 Likert5 级量表打分法进行测度,数字 1—5 依次代表从“完全不同意”到“完全同意”的五个过渡。

(1) 自变量——关系资本(信任和承诺)。主要借鉴 Kale, Singh & Perlmutter (2000), Bao & Peng (2015) 的研究量表用 4 个指标测量信任,包括:我们信赖合作伙伴的技术专业程度,我们信赖合作伙伴所提供信息的准确性,我们信赖合作伙伴不会泄露我们的机密,我们信赖合作伙伴不会因对方疏漏占便宜;用 4 个指标度量承诺,包括:我们承诺与合作伙伴的合作遵守互惠互利原则,我们与合作伙伴致力于保持长久合作关系,我们与合作伙伴在合作中认真履行承诺和义务,我们与合作伙伴愿意为对方实现目标付出额外努力。

(2) 因变量——产业技术创新战略联盟稳定性。主要借鉴 Cai (2012), Jun (2013) 研究成果,用 6 个指标测量联盟稳定性。包括:我们与联盟伙伴的合作很愉快,我们对合作成员之间目标达成一致很满意,我们通过联盟合作提高了竞争力,我们通过联盟合作获得了有用的外部知识,我们通过联盟合作 RD 创新能力得到很大提高,我们希望联盟合作继续维持下去。

(3) 调节变量——公平感知。主要借鉴 (Kumar, Scheer & Steenkamp, 1995), Peng & Li (2010) 研究成果用 4 个指标测量公平感知,包括:我们所得与合作中应承担的角色和责任相比是公平的,我们所得与联盟合作中做出的贡献相比是公平的,联盟合作伙伴不会采取歧视政策对待其他合作伙伴,联盟合作伙伴有时会根据我们的意见调整政策。

(4) 控制变量——为建立稳定的假设关系,主要从组织层面将单位性质、单位规模和所属行业作为控制变量。其中单位性质分为 4 个类别,1=企业,2=高校,3=科研院所,4=政府及其他;单位规模主要根据员工人数进行分类,1=50 人以下,2=50-100 人,3=100-500 人,4=500 人以上;所属行业主要依据省科技厅的分类标准分为 4 类,1=现代服务业,2=新兴产业,3=现代农业,4=民生科技。

3. 信度与效度检验

本文采用 SPSS.22.0 和 AMOS.22.0 对量表进行信度和效度检验。信任、承诺、公平感知和产业技术创新战略联盟稳定性的内部一致性 α 值分别为 0.817、0.838、0.868 和 0.844,组合信度 CR 值分别为 0.820、0.842、0.870 和 0.870,均高于 0.7,表明各量表具有较好的信度。根据验证性因子分析,信任和承诺各测量题项的标准载荷均大于 0.5 (如图2 所示,其中 XR 表示信任, CN 表示承诺),AVE 值分别为 0.533 和 0.576,大于 0.5,关系资本的 χ^2/df 、GFI、CFI、TLI、RMR、AGFI、NFI、RMSEA 分别为 2.256、0.910、0.952、0.933、0.022、0.898、0.932、0.068,

符合拟合标准, 可以通过效度检验。公平感知各测量题项的标准载荷大于 0.5 (如图2 所示, 其中 GP 表示公平感知), AVE 值为 0.625, 大于 0.5, χ^2/df 、GFI、CFI、TLI、RMR、AGFI、NFI、RMSEA 分别为 2.937、0.982、0.987、0.981、0.024、0.946、0.984、0.075, 符合拟合标准, 可以通过效度检验。产业技术创新战略联盟稳定性各测量题项的标准载荷大于 0.5 (如图2 所示, 其中 WD 表示联盟稳定性), AVE 值为 0.531, 大于 0.5, χ^2/df 、GFI、CFI、TLI、RMR、AGFI、NFI、RMSEA 分别为 2.511、0.978、0.988、0.961、0.019、0.953、0.983、0.073, 符合拟合标准, 可以通过效度检验。

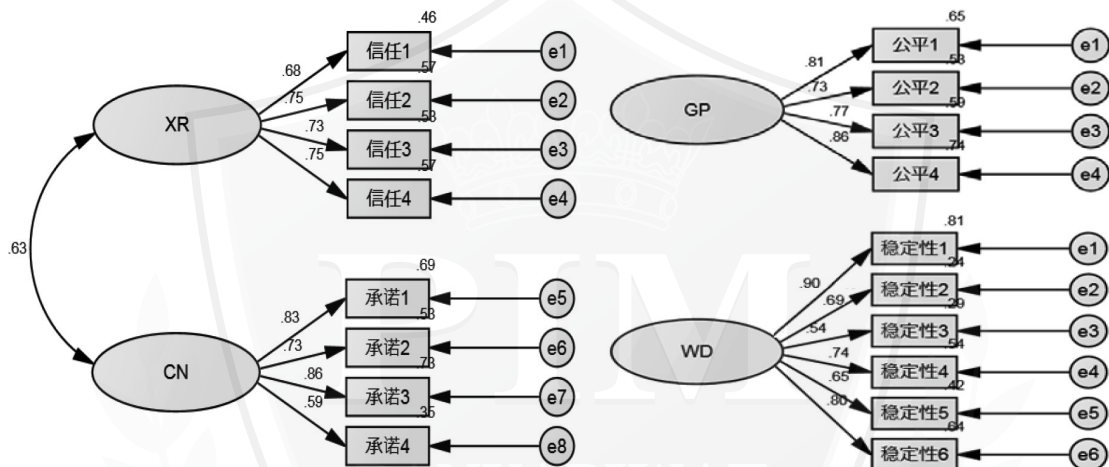


图2 各变量的验证性因子分析模型

4. 假设检验结果

为检验研究假设, 本文利用 SPSS.22.0 进行回归分析 (如表2 所示)。模型1 为只投入控制变量的情形, 数据显示各控制变量对产业技术创新战略联盟稳定性影响不显著。模型2 在模型1 的基础上加入了解释变量信任、承诺和公平感知, 在不考虑交互作用的情况下, 检验各个解释变量对产业技术创新战略联盟稳定性的影响。模型3 在模型2 的基础上增加了信任与公平感知、承诺与公平感知的交互项, 用于检验交互作用对产业技术创新战略联盟稳定性的影响。

从表2 模型 2 中可以看出, 信任、承诺对产业技术创新战略联盟稳定性影响的回归系数分别为 0.481 和 0.511, 均在 $p < 0.01$ 的水平上显著, H1 和 H2 得到支持。从模型3 中可以看出, 调节交互项“信任 $\times$ 公平感知”和“承诺 $\times$ 公平感知”对产业技术创新战略联盟稳定性影响的回归系数分别为 0.117 和 0.112, 均在 $p < 0.01$ 的水平上显著。此外, 与模型2 相比, 模型3 的 R^2 值有显著意义的提高, 表明公平感知与信任和承诺的交互作用对产业技术创新战略联盟稳定性有重要解释作用, 公平感知在信任和承诺与产业技术创新战略联盟稳定性关系中起正向调节

作用；从图3 的公平感知调节效应趋势图也可以看到，在高公平感知的情况下，信任和承诺对产业技术创新战略联盟稳定性的影响较大，H3 和 H4 得到支持。

表2 回归分析结果

变量	因变量：产业技术创新战略联盟稳定性		
	Model 1	Model 2	Model 3
控制变量	——	——	——
单位性质	0.426	0.114	0.050
单位规模	0.133	0.006	0.054
所属行业	0.211	0.091	0.057
解释变量	——	——	——
信任	——	0.481**	0.388**
承诺	——	0.511**	0.391**
公平感知	——	0.424**	0.384**
交互项	——	——	——
信任×公平感知	——	——	0.117**
承诺×公平感知	——	——	0.112**
R ²	0.006	0.349	0.362
调整 R ²	0.002	0.336	0.353
F 统计值	0.725*	29.548**	23.142**

Note: **表示 $p < 0.01$, *表示 $p < 0.05$

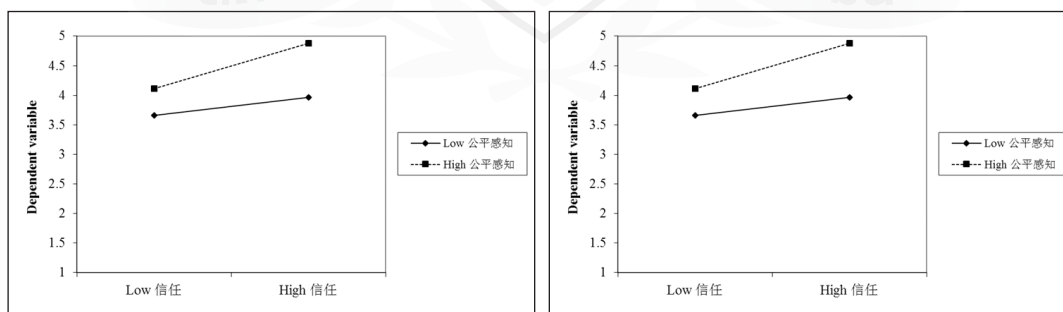


图3 公平感知的调节效应趋势图

讨论与总结

本文结合理论回顾与实证分析,基于公平感知视角分析了关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性的影响关系,得出如下结论:

(1) 关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性具有显著正向影响。已有研究表明,信任和承诺是促进联盟合作稳定的基础,对于股权式联盟、供应链联盟、企业联盟以及跨国技术联盟等战略联盟稳定性均具有积极影响(Gulati, 1995; Gill, 2003; Yang et al., 2008; Chen & Sheng, 2009; Cai, 2012; Hemmert, Bstieler & Okamuro, 2014; Li, 2015; Zeng et al., 2015; Yang & Bai, 2018)。本文研究结果表明,基于信任和承诺的关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性具有显著影响,验证了学者们关于信任、承诺影响联盟稳定性的观点,进一步说明信任和承诺是关系资本的重要因素,在产业技术创新战略联盟这一特殊联盟中,关系资本发挥着重要作用,联盟成员彼此相互信任,互惠互利,更有助于增强合作意愿,促进合作稳定。

(2) 公平感知在关系资本与产业技术创新战略联盟稳定性关系中发挥正向调节作用。已有研究表明,公平感知影响关系质量,进而影响合作成果(Kumar, Scheer & Steenkamp, 1995; Peng & Li, 2010)。(Cai, Shi & Li, 2012; Zhang, Kang & Zhao, 2015) 分别基于中国医院联盟和科技创业联盟,实证研究了公平感知对联盟稳定与联盟绩效的影响。本文研究结果表明,在信任和承诺对产业技术创新战略联盟稳定性的影响关系中,公平感知发挥正向调节作用,即公平感知度越高或越感知公平,信任和承诺对产业技术创新战略联盟稳定性的影响越大,反之亦然。该结论不仅支持了前人关于公平感知影响关系质量与合作成效的结论,而且从公平感知视角揭示了关系资本影响联盟稳定性的重要条件,验证了公平感知在产业技术创新战略联盟稳定运行中发挥的重要作用。

总体而言,本文基于信任和承诺,研究了关系资本对产业技术创新战略联盟稳定性的影响关系,从公平感知视角揭示了联盟成员利用关系资源促进联盟合作稳定的重要条件,研究结果有助于拓展和补充关系资本、公平感知及联盟稳定性研究领域与理论体系;为联盟管理者和参与者推动产业技术创新战略联盟建设,提升联盟稳定性管理水平提供了启示和参考。作为联盟管理者和参与者,在管理实践中一方面要注重建立和维护良好的关系资本,通过互动交往,提升关系质量,巩固合作基础;另一方面要建立健全公平合理的利益分配机制或决策机制,为联盟成员提供公平的合作环境,推进联盟合作取得预期成效。

本研究也存在一定局限性:一是样本选取局限于云南省,区域单一,难以代表所有区域情况;二是采用横截面数据,缺乏动态跟踪;三是对关系资本与公平感知的因果关系未做更深入分析。在未来的研究中,一要在能力范围之内尽可能扩大地域范围,选取中国不同地区和省份的产业技术创新战略联盟为研究对象,增加样本容量;二要对样本开展纵向动态跟踪,提升研究普适性;三要对关系资本与公平感知的因果关系做深入探讨分析,进一步提升研究价值。

References

- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, 267-299.
- Bao, F. N. & Peng, Z. Y. (2015). Research on the impact of relational capital on knowledge transfer from the perspective of network capability. *Nan kai Business Review*, (3), 95-101. [in Chinese]
- Bian, Y. J. & Qiu, H. X. (2000). Corporate social capital and its effectiveness. *Chinese Social Science*, 2, 87-99. [in Chinese]
- Bies, R. J. & Moag, J. S. (1986). Interactional justice: communication criteria for fairness. *Greenwich, CT: JAI Press*, 43-55.
- Cai, H. W., Shi, H. B. & Li, Y. (2012). The impact of procedural fairness and distributional fairness on alliance commitment: Empirical research based on Chinese hospital alliance. *Management Review*, 24(3), 157-163. [in Chinese]
- Cai, J. R. (2012). Alliance partner characteristics, credible commitment and stability of strategic alliances. *Science and Science and Technology Management*, 33(7), 133-142. [in Chinese]
- Cao, X., Li, X. D. & Xu, H. J. (2015). Analysis of the composition and condition of the stability factor of technical alliance. *Journal of Chongqing University (Social Science Edition)*, 21(4), 73-79. [in Chinese]
- Chen, F. Q. & Wen, L. L. (2008). Research on the stability of enterprise alliance based on structural flexibility and rigidity. *Zhejiang University Newspaper (Humanities and Social Sciences Edition)*, 38(6), 163-172. [in Chinese]
- Chen, Y. & Sheng, B. B. (2009). Empirical study on the stability of supply chain alliance relationship. *Management world*, 11, 178-179. [in Chinese]
- Cui, W. J. & Cui, W. Y. (2016). Game analysis on stability evolution of Beijing-Tianjin-Hebei integrated industry dynamic alliance. *Statistics and Decision*, (12), 53-55. [in Chinese]
- Cullen, J. B., Johnson, J. L. & Sakano, T. (2000). Success through commitment and trust: the soft side of strategic alliance management. *Journal of World Business*, 35(3), 223-240.
- Das, T. K. & Teng, B. (2003). Partner analysis and alliance performance. *Scandinavian Journal of Management*, 19(3), 279-308.
- Fadol, Y. Y. & Sandhu, M. A. (2013). The role of trust on the performance of strategic alliances in a cross-cultural context: A study of the UAE. *Benchmarking an International Journal*, 20(1), 106-128.
- Freitas, I. M. B., Marques, R. A. & Silva, E. M. D. P. E. (2013). University–industry collaboration and innovation in emergent and mature industries in new industrialized countries. *Research Policy*, 42(2), 443-453.

- Gill, J. B. R. (2003). Managing Instability in Cross-Cultural Alliance. *Long Range Planning*, 36(6), 543-563.
- Greenberg, J. (1990). Employee theft as a reaction to underpayment inequity: The hidden cost of pay cuts. *Journal of Applied Psychology*, 75, 561-568.
- Gulati, R. (1995). Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances. *Academy of Management Journal*, 38(1), 85-112.
- Han, L. H. (2017). *Research on the influence of strategic alliance relational capital on knowledge transfer performance*. Ph.D. Thesis, Liaoning University. [in Chinese]
- Hemmert, M., Bstieler, L. & Okamuro, H. (2014). Bridging the cultural divide: Trust formation in university–industry research collaborations in the US, Japan, and South Korea. *Technovation*, 34(10), 605-616.
- Inkpen, A. C. & Tsang, E. W. K. (2005). Social capital, network, and knowledge transfer. *Academy of Management Review*, 30(1), 146-165.
- Jiang, X. (2012). Research on the relationship between alliance trust and partner opportunism - evidence from the alliance between hospitals in China. *Management Review*, 24(8), 51-57. [in Chinese]
- Jiang, Z. S. & Hao, Y. H. (2012). Game analysis on the stability of technology innovation alliance from the perspective of knowledge transfer. *Scientific Research Management*, 33(7), 88-97. [in Chinese]
- Jun, Mi. (2013). A study on the stability of contract-based knowledge alliance. *Journal of Applied Sciences*, 13(2), 5057-5063.
- Kale, P., Singh, H. & Perlmutter, H. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. *Strategic Management Journal*, 21(3), 217- 237.
- Kumar, N., Scheer, L. K. & Steenkamp, J. E. (1995). The effects of supplier fairness on vulnerable Resellers. *Journal of Marketing Research*, 32(1), 54-65.
- Lin, L. & Zhou, P. F. (2004). Knowledge learning, conflict management and relationship capital in knowledge alliance. *Science and Science and Technology Management*, (4), 107-110. [in Chinese]
- Lin, N. (1999). Building a network theory of social capital. *Connections*, 22(1), 28-51.
- Li, R. G. (2015). *Research on the Stability of Industrial Technology Innovation Strategic Alliance*. Ph.D. Thesis, Kunming University of Science and Technology. [in Chinese]
- Li, Y., Yang, Z. P. & Shi, H. B. (2009). Research on the mechanism of procedural equity and distribution equity affecting alliance performance. *Journal of Management*, 6(6), 759-765. [in Chinese]
- Liu, G. & Wang, L. (2014). Research on the value of fairness perception, relationship quality and R&D cooperation relationship. *Scientific Research Management*, 35(8), 25-33. [in Chinese]

- Liu, H. (2011). *A study on the relationship between cooperative duality and inter-organizational cooperation performance: Using fairness as a moderator*. Ph.D. Thesis, Xi'an Jiao Tong University. [in Chinese]
- Liu, X. (2013). The influence of distribution equity and trust on the performance of strategic alliances under uncertain environment. *Industrial Engineering and Management*, 18(4), 64-70. [in Chinese]
- Long, L. R. & Liu, Y. (2004). A review of research on organizational injustice and its effects. *Progress in Psychological Science*, 12(4), 584-593. [in Chinese]
- Luo, J. (2007). *Research on the fairness of knowledge employee performance evaluation and its influence on work attitude*. Ph.D. Thesis, Huazhong University of Science and Technology. [in Chinese]
- Luo, Y. (2006). Opportunism in inter-firm exchanges in emerging markets. *Management and Organization Review*, 2(1), 121-147.
- Luo, Y. (2007). The independent and interactive roles of procedural, distributive, and interactional justice in strategic alliances. *Academy of Management Journal*, 50(3), 644-664.
- Mei, H. (2006). *Research on the stability of enterprise strategic alliance*. Ph.D. Thesis, Northwest A&F University. [in Chinese]
- Mummаланeni, V. (1990). Determinations of source loyalty in buyer-seller relationships. *Journal of Supply Chain Management*, 26(4), 21.
- Nguyen, L. & Srinivasan, V. (2014). A Stagewise Model of Trust Development in Strategic Alliances. *Academy of Management Proceedings*, 1.
- Peng, L. Q. & Li, Q. Q. (2010). An empirical study on the impact of dealer fairness perception on relationship commitment: A case study of home appliance industry in China. *Journal of Guangdong University of Business*, 4, 31. [in Chinese]
- Sambasivan, M., Siew-Phaik, L., Mohamed, Z. A. & Leong, Y. C. (2011). Impact of interdependence between supply chain partners on strategic alliance outcomes. *Management Decision*, 54(4), 548-569.
- Schminke, M., Wells, D., Peyrefitte, J. & Sebor, T. C. (2002). Leadership and ethics in work groups: A longitudinal assessment. *Group Organization Management*, 27(2), 272-293.
- Song, B. & Huang, J. (2013). Stability analysis of strategic alliances from the perspective of asymmetric cooperation-based on the eagle pigeon game model. *Soft Science*, 27(2), 28-31. [in Chinese]
- Su, X. H. & Ji, X. M. (2008). Research on the factors affecting the stability of strategic alliances based on the deep case analysis of Kodak and Lekai alliance. *East China Economic Management*, 22(4), 141-144. [in Chinese]

- Tang, L. Y. & Zhou, J. L. (2014). Research on the relationship between social capital, absorptive capacity and innovation incubation performance. *Scientific Research Management*, 35(7), 51-59. [in Chinese]
- Thibaut, J., Walker, L. & Hillsdale, N. J. (1975). Procedural justice: A psychological analysis. *Lawrence Erlbaum Associates*, vii, 150.
- Wanberg, C., Bunce, L. & Gavin, M. (1999). Perceived fairness of layoffs among individuals who have been laid off: A longitudinal study. *Personnel Psychology*, 52(1), 59-84.
- Wang, S. M., Shao, Y. F. & Chen, Y. (2018). The influence of alliance social capital on the performance of enterprise alliance under the adjustment of fairness perception. *Technical Economy*, 37(8), 52-60. [in Chinese]
- Wu, F. & Cavusgil, S. T. (2006). Organizational learning, commitment and joint value creation inter-firm relationship. *Journal of Business research*, 59(1), 81-89.
- Xiao, X. (2017). *The impact of technical alliance stability on the technological innovation capability of communication enterprises*. Master's Thesis, Northeast Petroleum University. [in Chinese]
- Xue, W. & Lei, J. S. (2010). An empirical study on the relationship between relationship capital, organizational learning and R&D alliance performance. *Chinese industrial Economy*, (4), 89-96. [in Chinese]
- Yang, G. (2009). Research on the business friendship of senior staff and the stability of strategic alliance. *Science and Science and Technology Management*, 30(2), 197-199. [in Chinese]
- Yang, J., Wang, J. J., Wong, C. W. Y. & Lai, K. H. (2008). Relational stability and alliance performance in supply chain. *Omega*, 36, 600-608.
- Yang, Z. N. & Bai, C. Y. (2018). Trust, conflict and alliance stability of transnational technology strategic alliances. *Scientific Research Management*, 39(7), 35-42. [in Chinese]
- Yang, Z. N., Fan, L. B. & Zeng, L. H. (2016). Transnational technology strategic alliance cooperation, motivation and alliance stability: Cross-case study. *Economic Management*, 38(7), 48-59. [in Chinese]
- Zeng, D. M., Wang, Y. P., Wen, J. Y. & Yu, X. Y. (2015). Research on the Stability of High-tech Enterprise Innovation Alliance. *Research and Development Management*, 27(1), 44-50. [in Chinese]
- Zhang, H., Kang, F. & Zhao, L. M. (2015). The relationship between alliance network relationship, fairness perception and alliance performance: Empirical research based on science and technology entrepreneurship alliance in China. *Management Review*, 27(3), 153-162. [in Chinese]



Name and Surname: Lixian Guo

Highest Education: Ph.D. Candidate, Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Innovation Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Yunlong Duan

Highest Education: Postdoctoral of General Management, Nanjing University, China

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Innovation Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120

PANYAPIWAT

INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

泰国零售业汉语服务研究—以 Terminal 21 购物中心为例

THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE SERVICE: A CASE STUDY OF TERMINAL 21 SHOPPING MALL

刘捷

Wichita Chotchaipattarapong

华侨崇圣大学中国语言文化学院

Faculty of Chinese Language and Culture, Huachiew Chalermprakiet University

摘要

本论文研究泰国零售业汉语服务以 Terminal 21 购物中心为例。深入研究泰国的旅游服务情况,中国游客与 Terminal 21 购物中心的汉语服务问题。研究购物中心的汉语服务问题,研究商业汉语在售货员工作中使用的问题。在购物中心中国游客的汉语服务需求,对汉语服务的建议与解决的方法,为未来提供更好的改进,提出解决方案。

论文通过资料分析和问卷调查法,掌握 Terminal 21 购物中心汉语服务的现状,分析 Terminal 21 购物中心对中国游客应用汉语存在的问题。根据调查和分析,Terminal 21 购物中心的商业活动中,汉语应用存在以下问题:一、80% 的销售人员不会使用汉语跟中国游客沟通;20% 的售货员会使用汉语沟通,但是不是很流利。原因就是他们没有深入地学习中文。二、在 Terminal 21 购物中心的中文指示牌数量很少。三、没有中文语音提示。四、社交媒体如网站、脸书、Instagram 等没有中文版,所以中国游客不了解关于百货商场的活动或者优惠。针对这些问题,购物中心通过对销货人员汉语培训,帮助销货人员掌握基本的汉语知识,让销货人员能够使用汉语与中国游客简单沟通。提出改进汉语服务的建议与措施。

关键词: 中国游客 汉语服务 Terminal 21 购物中心

Abstract

The purposes of this research are to investigate the use of Chinese in the shopping mall at Terminal 21, understand the problems in communication between Chinese tourists and employees, Study the needs of Chinese language for Chinese tourist service in shopping mall. And therefore to provide suggestions and solution for future improvement.

The results of the questionnaire survey are as follows: 1. Eighty percent of salesperson cannot communicate in Chinese with Chinese tourists, while twenty percent of salesperson can communicate in Chinese with Chinese tourists, but not fluent. The reason is that they did not learn Chinese. 2. There are little Chinese signages in the shopping mall. 3. Chinese voice reminders 4. In social media such as Facebook or Instagram, the site also has not Chinese information. So, Chinese tourists cannot receive that information about mall activities and promotion.

The solve the problems there should be Chinese training for the salesperson to provide salesperson with basic Chinese knowledge, so salespeople can communicate with tourist in Chinese.

Keywords: Chinese Tourists, Service with Chinese, Terminal 21 Shopping mall

绪论

选题的背景、研究目的和意义

旅游业是泰国经济的重要影响因素之一，泰国的很多收入是来自于旅游业。旅游业还带动了其他的商业，比如酒店、餐厅、百货商场等等。有很多国家的游客喜欢来泰国旅游。

中国是世界上人口最多的国家，他们的购买能力有利于泰国的旅游行业的发展。泰国是一个旅游国家，泰国不仅有特色的景点和自然资源，还有特殊的文化传统；泰国的每个区域都有自己的文化传统。这就让泰国成为一个有吸引力的旅游国家。对中国游客看说，曼谷也是旅游城市之一，曼谷的风景很好，有很多百货商场，所以很多中国人就来曼谷购买各种各样的产品。除了百货商场，曼谷也有很多历史古迹；比如玉佛寺、卧佛寺等等。中国游客对泰国的产品有很强大的购买能力，因为泰国有各种各样的产品，产品又好又便宜。对外国人来说，他们要购买东西，或泰国特色的产品的时候，百货商场是他们的选择之一，原因就是找产品很容易，去的方法也很简单，所以他们往往在百货商场购买这些产品。

由于有大量的中国游客来泰国旅游。语言是主要的问题语言。语言是交流的方式，能帮助两方能互相明白。如果售货员不能跟中国游客沟通，问题就出现了。中国游客对泰国的经济贡献是重要因素之一，所以售货员应该能用他们的语言跟他们沟通。很多中国游客来泰国的时候就

在曼谷的百货商场购买, Terminal 21 购物中也是一家有名的百货商场, 有很多中国游客来购买。随着售货员的汉语能力与百货商场的其他方面的汉语服务还不是很好, 就能影响到百货商场的服务, 可能就是一个中国游客减少的原因。在这样的情况下, 汉语就是很重要。人们都知道, 沟通的重要方式就是语言, 所以使用汉语跟中国游客沟通就是重要的因素。

本论文选题的意义在与通过对泰国 Terminal 21 购物中心汉语服务情况调查, 深入了解和分析泰国 Terminal 21 购物中心汉语服务的情况。分析 Terminal 21 购物中心对中国游客的情况, 并基于此发现汉语服务中需要解决的问题和存在的问题, 提出汉语服务建议和措施。

文献综述

林凤 (Feng, 2015) 的研究是泰国医疗旅游业中的汉语服务, 以了解和掌握泰国私立医院在医疗旅游服务方面对汉语人才的需要情况, 说明这一行业中相关人员的汉语水平和汉语服务情况, 现在汉语服务上还存在着人才短缺和汉语水平不高, 医疗专业词汇不足等问题。医疗有翻译专家为提供汉语服务的主要渠道。

Baoyu (2015) 本文对泰国的旅游业的发展历程和独特性进行了研究, 分析了在众多困难面前, 泰国旅游业依然能够保持理性的稳定发展, 各种主客观因素的影响因素。立足于现有实际情况, 研究影响泰国旅游业发展的各方面因素, 使用 SWOT 分析法, 从宏观上探讨泰国现有旅游业发展的优劣势, 找出在未来可以继续改进的方面。通过前人的经验和研究后的设想, 给出帮助泰国旅游业形象进一步改善, 并继续扩展泰国旅游的发展方向, 提高泰国旅游业的总体水平。

王壁珠 (Wang, 2015) 分析泰国旅游业商务汉语的思路, 分析为 6 个方面的泰国旅游业的中文应用满意调查: 1. 泰国宾馆; 2. 泰国餐馆业; 3. 泰国机场; 4. 泰国商店购物; 5. 泰国旅游景点; 6. 泰国旅游市场。为了了解和提高泰国旅游业服务人员质量。通过研究结果, 发现目前泰国的旅游业对中国游客的中文应用提供还存在一些问题, 而这些问题就是在于泰国旅游管理部门的管理人员, 对商务汉语的应用还不够, 还未能很好地使用商务汉语来促进泰国的旅游业发展。

张玉华 (Zhang, 2015) 分析在普吉府四星级酒店工作人员的使用汉语交流的情况, 发现大部分工作人员的汉语还不能满足中国客户的服务要求, 研究的成果就是酒店的工作人员最需要学习交际汉语课程、旅游、酒店服务用语的汉语课程, 许多酒店因此而举办了各种汉语训练课程。

陈如欣 (Chen, 2015) 研究具体在探讨泰国亚洲航空公司电子商务, 使用汉语服务的现状及存在的问题, 交际运用时出现的问题, 深深影响跨文化营销成败, 主要因素体现在能否掌握汉语言文化背景的差异, 对目前存在的问题和改进实施采取适宜的营销策略。

研究范围

本论文的研究范围就是在 Terminal 21 购物中心。

研究的目的

本论文研究的目的是通过分析对 Terminal 21 购物中心的销售员汉语应用：

- (1) 说明泰国旅游产业发展概况。
- (2) 研究对 Terminal 21 购物中心的汉语服务，设施，指示牌，地图指示牌，网站。
- (3) 研究对 Terminal 21 购物中心销售员汉语应用的能力，销售员的汉语水平，中国游客和销售员的问题。
- (4) 指出中国游客和销售员中遇到的的问题，提出改进的建议和解决的方法。

研究主要内容

研究主要内容是在 Terminal 21 购物中心的背景研究，在中国游客与 Terminal 21 购物中心的服务人员，分析 Terminal 21 购物中心的售货人员的 汉语水平，对中国游客的汉语应用和售货员的汉语应用、中国游客和售货员之间的沟通应用、中国游客和售货员之间沟通的问题、询问对于销售员汉语沟通的满意度和遇到的问题。也分析中国游客对汉语沟通发现的问题。

研究的方法

- (1) 收集数据对中国游客做问卷调查总共 100 个人。
- (2) 对 Terminal 21 购物中心的售货人员访谈，及发问卷调查总共 25 个人。
- (3) 调查 Terminal 21 购物中心的指示牌。

表1 来泰国游客对 Terminal 21 购物中心汉语服务满意度调查

1.你认识泰国购物中心，哪个地方？			
☐ Terminal 21	☐ Siam Paragon	☐ Platinum Fashion mall	
☐ Central World	☐ Central Embassy	☐ Asiatique The Riverfront	
2.你购物的主要渠道：			
☐ 大型商场	☐ 小型商场	☐ 赶集市场	☐ 沿街摊贩
3.你在购物过程中是否需要汉语服务：			
☐ 很需要	☐ 需要	☐ 不太需要	☐ 不需要
4.你在购物过程中是否会偏向使用汉语服务的商家：			
☐ 会	☐ 不会		
5.你认为 Terminal 21 购物中心汉语服务人员的语言情况：			
☐ 流利	☐ 不流利	☐ 差	☐ 很差
6.你认为 Terminal 21 购物中心的汉语服务情况：			
☐ 周到全面	☐ 基本满足需求		
7.你对 Terminal 21 购物中心的汉语服务的评价：			
☐ 很满意	☐ 满意	☐ 一般	☐ 不满意
8.如果你认为满意，主要在哪些地方：			
☐ 咨询服务台	☐ 购物柜台	☐ 商店广播服务	
☐ 商店购物指标牌服务	☐ 商场流动工作人员的服务		
9.如果你认为不满意，主要在哪些地方：			
☐ 咨询服务台	☐ 购物柜台	☐ 商店广播服务	
☐ 商店购物指标牌服务	☐ 商场流动工作人员的服务		
10.你认为在汉语服务方面还需要哪些改进：			
☐ 咨询服务台	☐ 购物柜台	☐ 商店广播服务	
☐ 商店购物指标牌服务	☐ 商场流动工作人员的服务		
11.改进汉语服务的主要方面：			
☐ 发音标准上	☐ 语言通顺上	☐ 服务态度上	
☐ 扩大汉语服务方面上	☐ 商场购物指标牌上		
12.你对 Terminal 21 购物中心的售货员语言水平的评价：			
中文： ☐ 流利，可以交流	☐ 不流利，交流困难	☐ 差，不能交流	
英语： ☐ 流利，可以交流	☐ 不流利，交流困难	☐ 差，不能交流	
13.对客商店汉语服务提供的情况最满意的是：			
☐ 前台咨询人员	☐ 购物广播	☐ 导购人员	☐ 商店购物图的中文说明

表2 问卷调查 Terminal 21 购物中心售货员汉语服务使用情况调查

1. 你的性别? (เพศ) : ☐ 男 ชาย ☐ 女 หญิง					
2. 你的年龄? (อายุ) : ☐ 19 岁以下 ต่ำกว่า 19 ปี ☐ 20-29 岁 20-29 ปี ☐ 30-39 岁 30-39 ปี ☐ 40-49 岁 40-49 ปี ☐ 50 岁以上 50 ปีขึ้นไป					
3. 你的教育程度 (ระดับการศึกษา) : ☐ 小学 ประถมศึกษา ☐ 中学 มัธยมศึกษา ☐ 专科 ปวส. ☐ 大学 มหาวิทยาลัย					
4. 您的工作经验 (ประสบการณ์การทำงาน) : ☐ 2 年以下 น้อยกว่า 2 ปี ☐ 3-5 年 3-5 ปี ☐ 6-8 年 6-8 ปี ☐ 9 年以上 มากกว่า 9 ปี					
5. 您使用何种语言沟通中国游客 (ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า) : ☐ 汉语 ภาษาจีน ☐ 英语 ภาษาอังกฤษ ☐ 其他 อื่นๆ โปรดระบุ _____					
6. 汉语学习了多长时间? (คุณเรียนภาษาจีนมานานแค่ไหน) : ☐ 1 年以下 ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 1-2 年 1-2 ปี ☐ 3-4 年 3-4 ปี ☐ 没学过 ไม่เคยเรียน					
7. 您的汉语水平考试 (คุณเคยสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน) : ☐ HSK 1 ☐ HSK 2 ☐ HSK 3 ☐ HSK 4 ☐ HSK 5 ☐ HSK 6 ☐ 没有参考过 ไม่เคยสอบ					
8. 售货员使用汉语水平的情况 (ความสามารถในการใช้ภาษาจีน)					
汉语水平 ทักษะการใช้ภาษาจีน	很高 ดีมาก	高 ดี	一般 ปานกลาง	低 น้อย	很低 น้อยมาก
听 ฟัง					
说 พูด					
读 อ่าน					
写 เขียน					

研究的创新性

通过对与本选题有关的论文和研究资料的查询,虽然对购物中心方面研究有很多人研究过,但还没有专门对 Terminal 21 购物中心汉语服务研究。本论文的研究是在这些研究的基本上,进一步分析和研究中国游客对销售员遇到的 语言交流方法。论文的主要创新性体现在:

- (1) 分析销售员的汉语水平。
- (2) 分析 Terminal 21 购物中心对中国游客和销售员语言应用。
- (3) 分析和研究 Terminal 21 购物中心销售员问题。

本论文的创新性主要体现在 Terminal 21 购物中心对销售员汉语应用研究,包括分析泰国旅游产业的发展情况,应对中国游客的因素,中国游客的满意度。Terminal 21 购物中心对销售员汉语应用的分析,销售员语言学习所发现的问题,最后解决方式。

1. 泰国旅游产业发展概况

泰国旅游业起步于 20 世纪 60 年代,经过 70 年代的发展,到 80 年代进入黄金时期,1982 年旅游创汇能力首次超过大米跃居第一。1992 年泰国旅游受“五月事件”的冲击有所下降,但很快恢复发展。多年来,泰国的旅游业一直保持着创汇第一的地位 1997 金融危机之后泰国对外出口下滑的情况下,泰国的旅游业也能一枝独秀成为稳定经济的重要行业。赴泰旅游人数从 1960 年的 8 万人上升到 2000 年的 912 万人,2001 年这一数字突破 1000 万大关,达 1013 万,而 2002 年游客人数更高达 1080 万人。旅游外汇收入从 1960 年的 0.078 亿美元上升到 1996 年的 85.5 亿美元,2000 年为 72.94 亿美元(受亚洲金融危机后 泰铢贬值的影响)。目前泰国旅游业的产值大体保持在约占国民生产总值 10% 的水平上。旅游业发展不仅推动了泰国服务业总体水平的提高,每年为国家创造价值约 4000 多亿泰铢(1 美元约合 33 泰铢)的外汇收入,在国民生产总值中所占比重不低于 6% 至 7%;旅游业的发展还大大促进了各项社会和文化事业的发展,解决了大批社会闲散劳动力,泰国旅游业为国家创造了许多就业岗位,目前从事与旅游业直接相关职业的人员达到 200 多万人。为泰国社会的安定做出了积极贡献,目前泰国旅游业已成为对泰国经济贡献最大的产业,成为世界十大旅游市场之一。

2017 年赴泰旅游的外国游客总数超过 3500 万人次的新记录,相当于泰国人口总和的一半多,较 2016 年同期增长 8.77%,于此同时,2017 年泰国旅游业创收超过 1.82 万亿泰铢(约合 3660 亿元人民币),较 2016 年同期增长 11.66%。目前在数量和创收金额上对泰国旅游业贡献最大的依旧是中国游客,中国游客量超过 980 万人次,占比最高。据统计显示,2017 年赴泰中国游客数量较 2016 年同期增长 11.97%,为泰国带来超过 5200 亿泰铢(约合 1047 亿元人民币)的收入,同比增长 15.78%。泰国开泰银行研究中心预测,2018 年泰国游客数量及其所创收入都将持续增长,预计今年全年外国游客量突破 3700 万人次,将为泰国旅游业创收约 2 万

亿泰铢（约合 4028 亿元人民币）。2018 年的旅游业趋势将被国际趋势所驱动，将信息和通信技术与酒店业务联系起来。泰国官方对特色旅游如泰式体验游、体育旅游及美食旅游的推广，将成为推动今年泰国旅游业增长的主要因素。



图1 2015 年 10 个国家赴泰国旅游的游客排名

泰国移民局及旅游局显示，2015 年的 10 个国家赴泰国旅游的游客排名如图1 所示。中国游客是排第一，7, 934, 791 人或者 26.55%。第二是马来西亚 3, 423, 397 人（11.46%），第三是日本 1, 381, 690 人（4.62%）。韩国人 1, 372, 995 人（4.59%），老挝 1, 233, 138 人（4.13%），印度 1, 069, 149 人（3.58%），英国 946, 919 人（3.17%），新加坡 937, 311 人（3.14%），俄罗斯 884, 085 人（2.96%），美国 867, 520 人（2.90%）。

中国国际旅行社（COTRI - 中国出境旅游研究所）最近的研究机构已经发布了关于中国游客的行为报告。该报告显示，中国游客的行为是花自己的钱去旅游购物。有渠道显示每年以购物方式旅游的中国游客达 100 万人次，直接影响旅游业此行的目的，为了泰国的旅游业长期发展，应该提前准备好应对的方法。

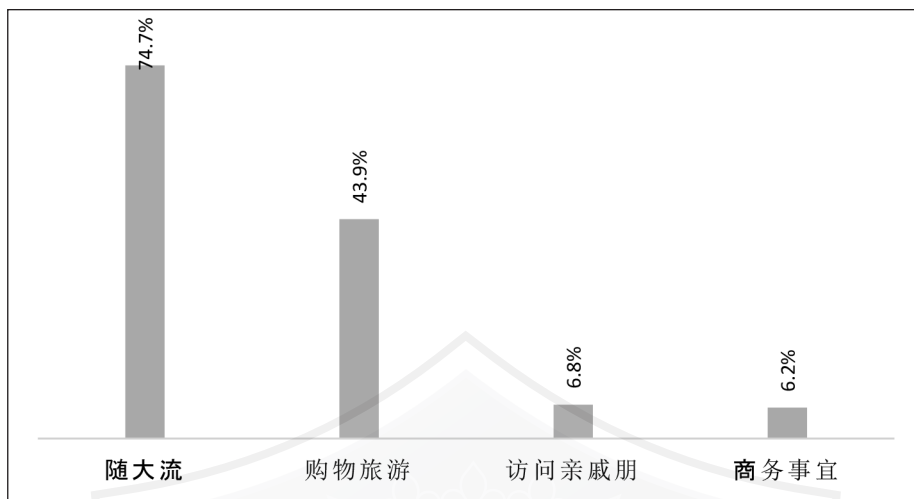


图2 中国人的旅行的目的

从图2 中国人的旅行的目的, 该报告显示。中国人的旅行的目的是随大流, 大概占总人数的 74.7%, 而剩下 43.9%, 是以购物为目的的旅行, 6.8% 访问亲戚朋友, 6.2% 有商务事宜。旅游时间超过 8 天的约占 18%, 6-8 天占 43.6%, 3-5 天的占 37%, 1-2 天占 1%。

2. 旅游收入增长迅速

泰国旅游局 2017 年旅游收入总目标为 2.77 万亿泰铢, 同比增 10%。其中外国人入境游收入同比增长 10% 至 1.81 万亿泰铢, 而中国仍是泰国最重要的游客来源国。泰国旅游局局长育塔萨指出了 2017 年泰国旅游收入 2.77 万亿泰铢的总目标。该目标将比 2016 年全年 2.52 万亿泰铢总旅游收入高出 10%。其中来自外国人入境游收入约为 1.81 万亿泰铢, 较 2016 年外国人入境游 1.65 万亿泰铢收入高出 10%。国内游收入预计为 9530 亿泰铢。

外国游客来源市场方面, 预计 2017 年泰国入境游市场客源国依次分别是 1. 中国大陆, 2. 马来西亚, 3. 俄罗斯, 4. 英国, 5. 澳大利亚。他说, 目前预计的 2017 年入境泰国的外国游客将达到 3439 万人, 同比增 5.51%。2016 年有 3260 万外国人入境泰国。国内游方面预计也将小幅增长。2016 年泰国国内游人数约为 1.45 亿人次, 而 2017 年预计为 1.54 亿人次。

今年来自中国方面的游客数量增长将出现放缓。2016 年来自中国方面的游泰人数约为 870 万人, 而 2017 年人数将在 900 万左右。中国游客泰国游支出方面预计每个行程的支出费用将在每人 5 万泰铢, 较 2016 年高出 7%。也就是说, 2017 年中国游客将为泰国旅游带来 5000 亿泰铢的收入。2016 年中国游客为泰国旅游带来了 4450 亿泰铢收入。

3. Terminal 21 购物中心提供的汉语服务

购物中心是对中国游客感兴趣的地方之一，由于中国游客有能力买产品与中国游客喜欢泰国的产品，比如：曼谷包，薄荷香筒鼻通，小老板海藻等等。中国游客的数量占全部外国游客的 15-20% 节日期间中国游客数量将增加至 30-35%。

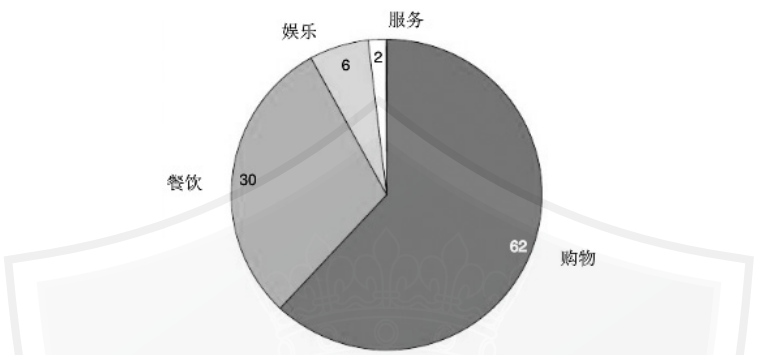


图3 Terminal 21 购物中心业态配比中购物类业态

从图3 Terminal 21 购物中心业态配比中：购物类业态面积占到 62%，餐饮类业态占到 30%，娱乐类业态占到 6% 和服务类业态占到 2%。

4. 中国游客对 Terminal 21 购物中心汉语服务满意度调查分析。

表3 中国游客对 Terminal 21 购物中心汉语服务满意度调查分析。

1. 你认识泰国购物中心，哪个地方？	百分之
Terminal 21	40%
Siam Paragon	20%
Platinum fashion Mall	10%
Central World	20%
Central Embassy	5%
Asiatique The Riverfront	5%
总合	100%
2. 你购物的主要渠道：	百分之
大型商场	47%
小型商场	33%
赶集市场	10%
沿街摊贩	10%
总合	100%

表3 中国游客对 Terminal 21 购物中心汉语服务满意度调查分析。

3. 你在购物过程中是否需要汉语服务：	百分之
很需要	15%
需要	63%
不太需要	15%
不需要	7%
总合	100%
4. 你在购物过程中是否会偏向使用汉语服务的商家：	百分之
会	42%
不会	58%
总合	100%
5. 你认为 Terminal 21 购物中心所汉语服务人员的语言情况：	百分之
流利	-
不流利	74%
差	16%
很差	10%
总合	100%
6. 你认为 Terminal 21 购物中心的汉语服务情况：	百分之
周到全面	23%
基本满足需求	77%
总合	100%
7. 你对 Terminal 21 购物中心的汉语服务的评价：	百分之
很满意	-
满意	15%
一般	75%
不满意	10%
总合	100%
8. 如果你认为满意，主要在哪些地方：	百分之
咨询服务台	16%
购物柜台	31%
商店广播服务	22%
商店购物指标牌服务	31%
商场流动工作人员的服务	-
总合	100%

表3 中国游客对 Terminal 21 购物中心汉语服务满意度调查分析。

9. 如果你认为不满意, 主要在哪些地方:	百分之
咨询服务台	26%
购物柜台	26%
商店广播服务	16%
商店购物指标牌服务	16%
商场流动工作人员的服务	16%
总合	100%
10. 你认为在汉语服务方面还需要哪些改进:	百分之
咨询服务台	38%
购物柜台	21%
商店广播服务	17%
商店购物指标牌服务	8%
商场流动工作人员的服务	16%
总合	100%
11. 改进汉语服务的主要方面是:	百分之
发音标准上	5%
语言通顺上	58%
服务态度上	6%
扩大汉语服务方面上	19%
商场购物指标牌上	12%
总合	100%
12. 你对 Terminal 21 购物中心的售货员语言水平的评价:	百分之
中文: 流利, 可以交流	10%
不流利, 交流困难	64%
差, 不能交流	26%
总合	100%
英语: 流利, 可以交流	68%
不流利, 交流困难	26%
差, 不能交流	6%
总合	100%
13. 游客对商店汉语服务提供的情况最满意的是:	百分之
前台咨询人员	15%
购物广播	47%
导购人员	21%
商店购物图的中文说明	17%
总合	100%

5. Terminal 21 购物中心售货员调查分析

(1) 销货员汉语水平的情况。

Terminal 21 购物中心有许多服务的类型，比如：银行，餐厅，服装店，超市等等。从到 LG 层、G 层、M 层、1 层、2 层、3 层、4 层、5 层和 6 层。有些商店的售货员能说汉语直接跟中国游客沟通，有售货员不能说汉语跟中国游客沟通，主要问题就是售货员不能沟通汉语对中国游客。如果售货员遇到中国游客店里买东西，大部分售货员说简单的汉语，比如：你好！欢迎光临，你要什么？一些简单容易的问答的句子。

研究者使用问卷调查来寻找答案，将选择了 25 位销售员作为这次研究的样本，为了了解销售员遇到的问题，问卷调查的结果就是售货员 5 个人占 20% 能说汉语跟中国游客沟通，但是汉语说得不流利。售货员向中国游客学习说汉语，他们常常跟中国游客沟通，这样常常听，常常说，虽然他们说汉语不是很流利，但是他们就能用汉语沟通了。但是 Watsons 店有 1 个汉语翻译服务中国游客买东西时候。还有售货员 20 个人占 80% 不能说汉语对中国游客沟通，因为他没学过汉语，没说汉语，没有有关中国的知识。售货员还不太懂汉语，所以就不敢跟中国游客沟通，售货员不能跟中国游客说汉语，他说英语跟中国游客沟通。也是售货员解决的方法。

(2) 售货员使用汉语能力的情况。

表4 售货员使用汉语能力的情况

汉语能力	很高	高	一般	低	很低
听	0 人	5 人	3 人	0 人	17
	0%	20%	12%	0%	68%
说	0 人	5 人	3 人	0 人	17 人
	0%	20%	12%	0%	68%
读	0 人	0 人	0 人	0 人	25 人
	0%	0%	0%	0%	100%
写	0 人	0 人	0 人	0 人	25 人
	0%	0%	0%	0%	100%

从表4，来看 Terminal 21 购物中心售货员汉语使用情况 25 人，发现了 20% 与 12% 的针对“听”方面的使用汉语“高”与“一般”，但是听的方式很低是 68% 的售货员。针对“说”方面的使用汉语有 20% 认为“高”，12% 认为“一般”，而有 68% 的认为“很低”。针对“读”方面的使用汉语 认为“很低”100%。针对“写”方面的使用汉语，大多数认为“很低”100%。购物中心售货员表示沟通是最重要，所以“听”与“说”方面的使用汉语是最常用到。

6. Terminal 21 购物中心汉语服务存在的问题

(1) 服务人员的汉语不熟练

Terminal 21 购物中心有很多商店, 这些商店需要用语言对外国游客包括 中国游客沟通。这样看来, 语言就是重要的因素。Terminal 21 购物中心的 G 层与 M 层的女销售人员就能说汉语的, 但是大部分的商店销货人员就不能用汉语沟通, 只能说一点英语, 所以不能跟中国游客沟通。从问卷调查来看, 对售后员的汉语应用的评估, 可以表示 64% 的售后员的汉语能力不是很高, 他们说汉语不流利, 交流就很困难, 因为这些商店销售人员没有学过汉语, 不知道怎么说汉语, 没考过汉语水平考试 (HSK)。

只有 10% 的销售员说汉语比较流利, 数量很少。有 26% 的销售员说汉语比较差, 不能跟中国游客交流 26%, 很多商店的销货人员不能说汉语, 原因就是商店与百货商场的招聘人员有问题。

(2) 购物中心缺少汉语指示牌

Terminal 21 购物中心有很多服务指示牌, 包括各层名字的指示牌, 卫生间的位置, 电梯的位置。但是汉语的服务指示牌不是很多, 大部分的服务指示牌都是英文, 只有在卫生间里面有汉语服务指示牌为了提醒中国游客。从问卷调查表示, 有 16% 的游客不太满意关于商店购物指标牌服务的方面, 因为商店购物指标牌服务的方面没有提供汉语。

(3) 购物中心很少提供及时的中文广播

Terminal 21 购物中心提供汉语服务的汉语广告很少。在问询处就能有汉语公布或者其他汉语服务, 比如说, 百货商场营业时间, 找人, 活动或者重要的节日。就是提醒中国游客关于使用方面与照顾自己的东西。这样看来, 汉语服务对中国游客是比较少, 就让很多中国游客不能深入明白购物中心。在商店中, 有些中国游客对商店广播服务的方面不满意占 16% 因为没有汉语的, 中国游客不能明白商业的优惠, 信息等等。有的中国游客不会英语, 但是商店广播服务只有泰语与英语, 所以中国游客遇到这些问题, 有的时候就不需要买产品了。

(4) 网络的信息

由于现在是网络的社会, 每个人都用手机一直保持信息。网站是中国游客可以找到商场信息的一个方法。如果商场的网站提供汉语就对中国游客找信息更容易, 现在百货商场的网站没有提供汉语, 希望以后百货商场的网站应该提供汉语服务。

7. Terminal 21 购物中心提供服务的对策

(1) Terminal 21 购物中心售货人员对中文服务建议的看法

Terminal 21 购物中心应该给予售货人员基本的汉语培训,因为商店还有不懂汉语的售货人员。虽然会中文的售货人员也有不少,但他们还是需要了解更多基本汉语会话及如何给予中国游客服务、其他知识、对中国人的礼貌、怎样用语比较合适,如何解决在商店说汉语的售货人员很少,所以售货员也需要学习汉语的。这样看来,Terminal 21 购物中心应该有汉语培训给售货员,如果售货人员会汉语沟通,购买数量也能增加。

(2) Terminal 21 购物中心增加中文指示牌,地图指示牌,网站

在购物中心有很多指示牌,但是大部分都是英文的,汉语的指示牌真的很少。在这样的情况下,希望购物中心有更多汉语的指示牌比如商场内不同地点,这样能让中国游客明白更容易了解。这些服务指示牌应该放在商场的很多地点。给中国客户更好的服务。虽然地图的指示牌有汉语,但是也需要加上商场内不同地点的信息。比如说特色的餐馆,衣服商店,纪念品店等等。因为现在的护照购物指南还不是很清楚。百货商场的地图应该提供汉语,中国游客会自己找地方,更容易明白。

虽然网站也提供一些汉语服务,但不是全部的网站都提供汉语,所以网站应该给中国游客提供更多的汉语服务。

(3) 增加汉语广播,让顾客随时了解商场的促销活动

在百货商场汉语的公共关系也是很重要。为了让中国客户明白百货商场的活动,其他的活动,百货商场应该增加汉语广告。由于有很多中国游客来 Terminal 21 购物中心所以应该增加汉语广播,为了帮助他们能受到更多的信息。

(4) 中文菜单

有些餐厅的菜单有很多语言,比如泰语,英语,汉语等等,为了让外国游客容易得点菜,但是餐厅有中文的菜单不多。在这样的情况下,餐厅应该做汉语与英语的菜单为了满足游客的服务。有些餐厅 菜单很多语言比如:泰语,英语,汉语。这样就对游客很好,他们能用自己的语言来点菜。有汉语菜单的餐厅是很少,所以餐厅应该提供中文菜单为了让中国游客更容易点菜。美食广场也有很多中国游客,所以美食广场也应该提供汉语的菜单。

(5) 招聘有汉语能力的售货员

在商场工作是一个重要的工作,为了照顾游客或者给游客服务,百货商场应该改变招聘人员的方法,这比较重要,应聘的人员应该有汉语能力,为了避免不能跟中国游客沟通,还是应该指定汉语水平要求。

(6) 询问处

在 Terminal 21 购物中心的询问处只有 2 个,就是在 G 层与 M 层,游客的想法可能是还比较少,为了满足游客的需求,Terminal 21 购物中心的询问处应该是每层都有。

结语

本论文通过研究 Terminal 21 购物中心的语言沟通问题,尤其是汉语服务方面,分析汉语沟通对贸易的影响。本论文研究成果是通过分析 Terminal 21 购物中心售货员中的语言应用、分析售货员的汉语水平,说明 Terminal 21 购物中心的销售情况,了解中国游客的满意度,了解销售人员与客户沟通发现的语言问题,提出相对的解决方式。

从问卷调查来看,在 Terminal 21 购物中心的商业活动中,汉语应用存在以下问题:

1. 80% 的销售人员不会使用汉语跟中国游客沟通 20% 的售货员会使用汉语沟通,但是不很流利。原因就是他们没有深入地学习中文。
2. 在 Terminal 21 购物中心的中文指示牌数量很少。
3. 没有中文语音提示。
4. 社交媒体如网站、脸书、Instagram 等没有中文版,所以中国游客不了解关于百货商场的活动或者优惠信息。

根据以上调查和分析,我们对 Terminal 21 购物中心提出以下建议与改进方法:

1. Terminal 21 购物中心应给销售人员提供汉语培训,或者增加中文的活动等。另外,为了让售货员有更多的学习汉语的机会,Terminal 21 购物中心可举行汉语交流活动,即中国游客跟销售人员的互动活动。
2. 为了让中国游客更熟悉商场,Terminal 21 购物中心可增加汉语指示牌的数量和种类,比如卫生间指示牌、地图指示牌、产品介绍、菜单等等。
3. 广播 Terminal 21 购物中心可增加汉语广播提示音,使前来购物的中国游客得到更好的导购及购物体验。
4. Terminal 21 购物中心的网站没有中文说明,所以中国游客不了解关于百货商场的活动或者优惠,对此,购物中心可在官网上增加中文说明、增加更多中文资料,以便中国游客通过官网更详细的了解购物中心的各种活动。使 Terminal 21 购物中心的服务质量更好,发展更快。

References

- Weina, Z. (2016). *Causes and positive and negative impacts of tourism development in Thailand*. Retrieved May 1, 2016, from <http://www.caexpo.com/> [In Chinese]
- Phuket Real Estate. (2017). *The number of tourists to Thailand in 2017 is another record!*. Retrieved February 1, 2017, from http://www.ithaihome.com/Home/article_id_226.html
- Ministry of Tourism and Sports. (2015). *December 2015 Review of the situation of tourists*. Retrieved January 31, 2016, from https://www.m-society.go.th/article_attach/16037/19110.pdf
- Cheng, S. (2018). *China's Outbound Tourism Development Annual Report 2018 was released in Beijing*. June 27, 2018. From <http://cn.chinadaily.com.cn/> [In Chinese]
- Business Office of the Consulate-General in Chiang Mai. (2017). Thailand has determined that the total tourism revenue target for 2017 is 2.77 trillion baht. Retrieved January 6, 2017, from <http://www.mofcom.gov.cn/> [In Chinese]
- Feng, L. (2015). *Analysis of the application of Chinese language service in medical tourism in Thailand – taking the medical services of private hospitals in Thailand as an example*. Master's thesis, Huachiew Chalermprakiet University. [In Chinese]
- Baoyu, N. (2015). *SWOT analysis of tourism development in Thailand*. Master's thesis, Guangxi Normal University. [In Chinese]
- Wang, B. (2015). *Research on Business Chinese in Developing Thai Tourism*. Master's thesis, Huachiew Chalermprakiet University. [In Chinese]
- Zhang, Y. (2015). *Analysis of the Chinese Proficiency of the Staff of Four Star Hotels in Phuket*. Master's thesis, Huachiew Chalermprakiet University. [In Chinese]
- Chen, R. (2015). *Research on Chinese Application of Thai AirAsia E-commerce*. Master's thesis, Huachiew Chalermprakiet University. [In Chinese]



Name and Surname: Wichita Chotchaipattarapong

Highest Education: Master of Arts (Chinese for business communication)

University or Agency: Huachiew Chalermprakiet University

Field of Expertise: Chinese Language

Address: 32 Moo 7, Nongpaklong, Mueang, Nakhonpathom 73000

电子商务平台箱包行业企业网店营销策略实施情况 对比研究——以四家企业店铺为例

MARKETING STRATEGY IMPLEMENTATION OF ONLINE HANDBAG STORE ON E-COMMERCE PLATFORM – A COMPARATIVE CASE STUDY OF SELECTED FOUR HANDBAG COMPANIES

夏梦¹, 何荣良²

Meng Xia¹, Pak Thaldumrong²

^{1,2}正大管理学院中国研究生院

^{1,2}Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

摘要

随着中国电子商务的发展, 箱包在网络平台进行销售, 大幅度减少商品流通的中间环节, 这在很大程度上降低了企业的日常运营成本。面对日益成熟的网络平台与众多的竞争对手, 研究从网店的营销策略出发, 找出 A 网店在发展过程中与另外三家网店相比在各个方面的表现如何以及存在什么问题, 并提出解决改进措施。基于文献, 提出 5 个网店营销策略实施评估纬度: 1) 网站设计、2) 网店商品质量、3) 网络安全和支付方式、4) 物流配送、5) 消费者投诉和售后服务。并将这 5 个体系分到各个指标, 然后对阿里巴巴平台上的 4 家网店 (X、Y、Z、A) 进行评分。透过这 5 个体系的评分对各网店的表现作对比, 分析结果得出: 网店商品质量评估指标, X 店为排名第一, 而支付方法和物流配送指标的评估中, X、Y、Z、A 四家网店的评分相同。A 网店必须提升产品的分类, 精致化功能细节广告和图文, 提高视觉感应。

关键词: 箱包行业 网店经营 营销策略

Abstract

After years of development, the business activities of China's handbag industry are now being conducted through online. This platform does not only reduce the time required for circulation of commodities, but also the operation cost. With more sophisticate of the online platforms and increasing number of competitors, the study aimed to find out how a shop is performing as opposed to other three handbag shops and what the problems are that A Shop is facing strategically, and provide some practical solutions. Based on the literature, to evaluate online handbag shop, the study proposed five evaluation aspects comprising of 1) website design, 2) product quality, 3) network security and payment method, 4) logistics and distribution, 5) consumer complaint and after-sale service. They were implemented by four online handbag shops (i.e. X, Y, Z, A) that operating on Alibaba platform. The results reveal that, X shop obtains the highest ranking on product quality while X, Y, Z, and A Shop score equally on payment methods, logistics and distribution. A Shop must increase its product variety, detail the product function and photo image, improve the visual quality.

Keywords: Handbag Industry, Online Strategy, Marketing Strategy

前言

随着文化、社会经济的飞跃发展,人们日益注重把握时尚和品味,张扬个性魅力,近几年箱包行业主流选择电子商务技术,已开拓出一条新的营销渠道,在激烈的竞争中,营销至关重要,而销售渠道致胜又是不变的营销真理,去年箱包行业外销总额已达到 1,644.3 亿(第一财经商业数据中心,2016),对于这么一个庞大的箱包行业,电子商务伴随互联网技术发展,依靠网络进行商务交易,通过网络的虚拟交易平台,咨询洽谈、网上订购、网上支付、完成商品信息发布等。中国的箱包行业正处在模式和经济转型期,而众多的消费人群也决定了箱包业大国的定位,行业的经济形势严峻。目前,中国的制造销售行业正处于关键的转型期,经济全球化在给中国制造业带来巨大发展机遇的同时,也为中国国内本土产业的发展提出了一系列的挑战。

2009-2014 年,箱包行业市场规模由 835.99 亿元增至 1,464.69 亿元,年均复合增长率达到 11.87%。同期,行业资产规模也不断扩大,由 426.87 亿元增至 702.97 亿元,年均复合增长率为 10.49%;行业利润总额由 36.81 亿元增至 71.67 亿元,年均复合增长率为 14.25%。整体来看,中国箱包行业资产规模及市场规模均持续扩大,盈利能力亦稳步增强,行业保持了较快的健康发展。

广州市狮岭皮具 A 店（简称 A 网店）是广州梦之花皮具厂旗下开设的一个对外承接订单批发的联络的窗口，坐落于广州花都狮岭合成南路壹号商城内，商店成立于 2010 年，商店面积 80 平方米，注册资金 50 万元，产品精选上等的防水布料，销售种类包括：背包、斜跨女装包，旅行包，化妆包，钱包等产品。产品销售风靡东南亚和中国国内市场，主要以批发接单为主，传统营销模式通过客户上门看样下单，电话下单来销售产品，目前拥有接单员 5 名，送货员 3 名，店长 1 名，2011 年销售业绩 700 万，2012 年销售业绩 1,000 万，2013 年销售业绩 1,300 万，2014 年销售业绩 1,100 万，2015 年销售业绩 900 万，目前全球代理商在 60 家左右，主要来自东南亚地区和中国各大城市。广州狮岭 A 网店（www.mingkuanthai.com）是一个集样品展示与销售的线上销售平台，其中包括销售、售后服务团队，产品主要销往东南亚以及世界各地，网站成立 2 年。网店主推两个系列的包型：1. Brosport，以防水进口布为主料，产品缝制精细、内部有多隔层，可选择手提、挎、背等方式，适合所有年龄段人群。2. Kaying，女士背包，图案丰富多彩，款式流行时尚，做工精致设计独特。

研究目的

此研究主要分析、研究现阶段企业透过电子商务的转型，并将电子商务的发展模式作为重点研究对象，因此，认清箱包企业网络运营模式的发展方向就显得至关重要。研究的目的要找出 A 网店在 5 个营销策略实施评估维度（网站设计、网店商品质量、网络安全和支付方式、物流配送、消费者投诉和售后服务）与其它三家（X、Y、Z）的竞争者对比表现如何？基于现况各个维度的表现，应该做哪些改善。

文献综述

互联网时代的崛起，以其强悍的信息储存、信息通讯、信息处理等功能，它的触角伸向了世界的各个角落，随着互联网的普及，极大的冲击了传统的经营模式。网络营销就是基于国际互联网这一平台，为了实现商品或者服务销售，利用各种信息技术手段来向消费者展示商品、服务信息的一种新模式。是传统营销在网络经济下延伸的必然产品，它也不可能取代传统营销，平等，灵活，风险可控性高，有据可测，投资回报高（Cheng & Zheng, 2009）。

在企业的整体营销战略中，网络营销是最为重要的部分，企业预期经营目标的实现有赖于网络营销，所谓网络营销，指的是借助于互联网技术来进行销售的活动总和。网络营销可通过信息传递工具与客户进行沟通，移动平台、移动互联网平台通过在线活动创造、宣传、传递客户价值并且对客户进行管理，为企业和客户创造相关的利益，网络营销包括网络调研、网络消费者行为、市场细分和目标市场战略、差异化战略和市场定位战略、网络产品与服务、网络产品价格、网络

渠道、网络促销、客户关系管理、网络营销平台、消费者隐私、网络信息安全等 (Chen, 2009)。

关于网络营销的评估, 过去的不同研究者是从不同的角度评估, 例如从网页构建、网店商品、支付方式、物流配送和售后服务 5 个营销策略实施评估维度 (Hoffman, Novak & Peralta, 1999; Chen, 2014; Ma, 2014; Bennett & Rundle-Thiele, 2002)。

网页的设计和构建方面, 网络购物的优势主要体现在通过多媒体的方式向消费者展示商品的相关信息比传统购物更为生动 (Hoffman, Novak & Peralta, 1999)。另外搜索引擎可进行优化, 例如优化站内搜索引擎, 一方面可以帮助客户快速地定位自己要找的信息, 确定购买意向; 另一方面网站管理者可以深度分析来访者的搜索行为, 进一步了解顾客的购买习惯、偏好等, 以制定出更为有效的网络营销策略 (Chen, 2014)。

网店商品方面, 店家要注重商品描述详细性, 相符合程度, 提供给客户真实的商品信息, 才能提高客户对网上购物的信任度。描述中详细阐明货物的形状、大小、重量、颜色、型号、新旧程度。不能虚假宣传, 进行夸张的商品描述, 提高产品质量, 保证产品品质, 这是做好网络营销最基本的要求 (Ma, 2014)。

关于支付方式的评估, 在左右消费者进行网购的因素中, 交易信息是否安全对消费者网购影响很大, 很多时候即使价格稍低, 但如果感觉安全风险大, 消费者也不会网购。此外对网络是否熟悉、对网购产品是否熟悉都会影响网购决策 (Bennett & Rundle-Thiele, 2002)。

物流配送方面, 服装网络营销具体策略涉及到构建安全的交易平台, 加强品牌建设、完善物流服务以及售后服务等内容 (Zhou, 2014)。售后服务, 沟通问题纠纷包括沟通态度和沟通有效性纠纷。网络沟通与消除误解之间有直接联系: 买卖双方有沟通的交易比没有沟通的交易成功率更高、纠纷更少。从评分反馈来看, 缺乏沟通是产生拍卖纠纷的一个因素。各个店铺的客服人员数量、在线时间、素质等参差不齐, 往往导致买家抱怨客服态度差或者买卖双方不能有效沟通, 特别是交易量大的店铺, 在客服人员少的情况下, 容易发生这类纠纷, 后因为来不及解释使得买家给出负面评价。卖家可以通过改进客服水平来减少这类纠纷的发生, 从而提高好评率 (Ma, 2014)。

研究方法

1. 文献研究法

本论文通过对知网、百度学术等网络资源的收集整理, 以及对相关法律法规、书籍、科研报告、期刊文章等相关资料的查阅, 对当前互联网转型普遍存在的问题有了基本程度的了解, 并通过文献的查阅结合自身研究提出了本论文的研究背景、研究目的、提出了解决方法和可行性建议。

2. 对比分析法

用五点量表对同行业者四家网店的各个维度和指标进行评分,之后对比各个维度/指标存在的差异。

2.1 研究对象

此研究在 2017年6-7 月份间,选取阿里巴巴网站(1688.com)上与 A 网店销售同质产品,针对客户群体相同,并在阿里巴巴网站上月销售量靠前的 3 家店铺,分别是: X 网店,高碑店市八通市场杰飞箱包销售部(<https://shop1418143471009.1688.com>); Y 网店,兴业箱包源头厂家(<https://xingyebag.1688.com>); Z 网店,保定卓酷商贸有限公司(<https://shop1438396605985.1688.com/>)。旨在“从网站设计”、“商品质量”、“支付方式”、“物流配送”、“消费者投诉和售后服务”5 个营销策略实施评估维度与 A 网店进行对比。

2.2 对比评估指标

旨在选取在网站上销售的同质网店进行对比分析,得出 A 网店现阶段的表现。研究者自主经营箱包行业 20 余年,对于该产业链有全面的认知,并且经验丰富,鉴于此研究者作为本研究的主要评估人,对在网上 4 家产品相似的网店进行对比评估。

根据查阅文献之后,得出评估网店营销体系的表格,如表1 所示。

表1 评估网店营销体系

网店营销 评估维度	网站设计	产品分类清晰	(Chen, 2014; Liu, 2010; Xu, 2013; Liu & Luo, 2009; Hoffman, Novak & Peralta, 1999)
		功能齐全	
		详情全面	
		细节到位	
		网站流畅	
		广告新颖有吸引力	
		图文精致	
		分层清楚	

续表1 评估网店营销体系

网店营销 评估维度	网店商品质量	新品展示	(Ma, 2014; Liu, 2010; Chang, 2012)
		产品价格	
		产品面料	
		商品质量	
		产品色彩	
	支付方式	支付宝	(Bennett & Rundle-Thiele, 2002; Zhou, 2015; Zhou, 2013)
		花呗支付	
		信用卡	
		储蓄卡	
		7-11 便利店	
	物流配送	中通快递	(Zhou, 2014)
		申通快递	
		韵达快递	
	消费者投诉和售后服务	7 天可退货	(Yan, 2010; Liu, 2010; Ma, 2014)
		优惠券兑换	
		积分优惠	
		有无投诉	
		有无差评	

2.3 对比评估指标

本研究的评估方法主要采用对比评分的方法,以 5 分为满分,依次为:5 分最好,4 分好,3 分一般,2 分差,1 分最差,进而得出最后的对比结果见表2。

表2 对比结果

网店营销形式	指标		描述
网站设计	指标 1	产品分类清晰	产品排列有条不紊, 根据产品的种类、颜色、等分类, 不凌乱, 一目了然
	指标 2	功能齐全	支持浏览、细节、评价、售后、物流、支付等一条龙与卖家联系的渠道
	指标 3	详情全面	对于店铺的介绍
	指标 4	细节到位	比如有支付流程、送货时间等关于细节的提示
	指标 5	网站流畅	对于网站做定期的维护
	指标 6	广告新颖有吸引力	让人耳目一新的广告, 有设计感
	指标 7	图文精致	图片和文字的介绍简洁明了
	指标 8	分层清楚	关于产品的介绍(布料、颜色、库存等等)
网店商品质量	指标 1	新品展示	是否较之以前的产品有创新, 有竞争力
	指标 2	产品价格	价格是否公道(根据笔者经验)
	指标 3	产品面料	面料是否和价格同一(根据笔者经验)
	指标 4	商品质量	整体(加配件等等)质量(根据笔者经验)
	指标 5	产品色彩	色彩搭配(根据笔者经验)
支付方式	指标 1	支付宝	支付平台对于消费者是否便捷、安全、快速
	指标 2	花呗支付	
	指标 3	信用卡	
	指标 4	储蓄卡	
	指标 5	7-11 便利店	
物流配送	指标 1	圆通快递	是否包邮? 包邮地区包含哪些? 物流是否及时、高效、安全
	指标 2	中通快递	
	指标 3	申通快递	
	指标 4	韵达快递	
消费者投诉和售后服务	指标 1	7 天可退货	是否可以退货, 标准是什么?
	指标 2	优惠券兑换	优惠促销活动的开展是否真实、有效
	指标 3	积分优惠	
	指标 4	有无投诉	对于投诉的处理速度、态度和反应
	指标 5	有无差评	对于差评的处理速度、态度和反应

3. 网店经营状况

3.1 网站设计

X 网店产品功能分类齐全，详细的介绍了 2017 年的新款系列，分类内容非常详细。详情描述细节到位，从材质到包包的类型和配送的小挂件展示清晰，将美丽元素注射到包包的每一款中，产品的每个部位拍摄非常细致，从肩带，五金，里布，针线每个部位都详细呈现了产品的耐用性，图文大小比例科学，广告高大上，以甜美的色彩打造时尚的风格，X 店网店设计的各项项目都很合理。

Y 网店产品功能详情介绍全面分类清晰，产品的详情描述详细。细节制作方面考虑到客户的使用需求，尺寸设计合理，五金和面料介绍详细，产品广告宣传图片效果一般，因此影响整个网页的质量。

Z 网店的的产品功能详情和 Y 网店基本相似，在产品的描述中细节合理，产品质量以及用的材料方面大体相似，广告能图文并茂详细解释产品的每个细节，但因拍摄的质量以及图片处理的过程中清晰度和相片饱和度不够，影响产品视觉效果。

A 网店本店目前和 X.Y.Z 三间网店相比下产品功能和描述还不够清楚，广告细节缺少详细说明，如面料、五金、里布缺少产品细节图，在详细信息处未有尺寸规格和材质细节图，这样无法让客户清楚的认识产品的结构，图片拍摄画质不够清晰，色彩搭配不够得当，多种问题需要进行修正。

故此，网站设计指标的评分为：X 网店 37 分；Y 网店 34 分；Z 网店 26 分；A 网店 23 分。

3.2 网店商品质量

X 网店，研究者选出了产品的类似款型和相同的面料来做出对比，X 网店产品的面料为防水尼龙材料制作，材料特征为不起皱和防水耐高温功能。X 网店在拍摄面料与款式视觉效果非常好，展示的五金和面料时尚大气呈现靓丽光彩，产品质量实物拍摄 100%，且说明偏差数正负 3%提醒客户以收到实物为准，价格适中。

Y 网店的的产品相对同行业中的图片和细节做的面面到位，首先每款包的 360 度的无死角拍摄，面料不起皱的展示和防水的实验（用镜头记录在包包上倒水的防水实验），品牌 LOGO 的宣传，无论质感和工艺都象征着高品质的保证，在价格的竞争中 Y 网店的到位为高品质低价位的定位，适合中高端客户群，因此 Y 网店的销售在同行同产品同系列中销售第一。

Z 网店从网页中分析拍摄很专业，尺寸功能描述详细专业，各款的颜色展示排列整齐让客户一目了然，选择过程中更能快速简易锁住喜欢的颜色，同时也详细介绍和拍摄了产品质量与用料的防水耐用做工精致细节部分，产品的轻便耐刮和颜色的齐全也是 Z 网店的一个重要留住客户的重要因素，价格在同行业同等款的对比中偏高。

A 网店在目前的网店商品质量评分中面料、五金、商品质量方面没有完整、详细介绍完整, 图片颜色不够清晰, 和同行业的价格对比中定价偏高, 在同系列中应预算出合理的成本与利润, 推出适合有竞争力的价格, 产品的视觉感官很重要, 照片的不清晰也会造成销售下降的一个因素。

故此, 网站设计指标的评分为: X 网店 20 分; Y 网店 22 分; Z 网店 19 分; A 网店 13 分。

3.3 支付方式

X 网店的支付方式有: 支付宝、网上银行卡。Y 网店的支付方式有: 支付宝、网上银行、信用卡等方式、分期付款, 其流程快捷方便。Z 网店的支付方式有: 支付宝、网上银行, 其流程快捷方便。A 网店因其自身因素, 在线支付方式还没正式开始运营。

故此, 支付方式指标的评分为: X 网店 20 分; Y 网店 20 分; Z 网店 20 分; A 网店 0 分。

3.4 物流配送

研究者通过电话和网店 X.Y.Z 三家网店的客服询问后, 发现用的货运公司为相同的 5 家货运公司, 分别是: 圆通、申通、中通、韵达、顺丰和 EMS 等, 因为货运公司相同, 所以给出 X.Y.Z 三家网店的物流配送评分也一致。A 网店因其网店的限制性, 所以物流配送业务暂未全面展开。

故此, 物流配送指标的评分为: X 网店 20 分; Y 网店 20 分; Z 网店 20 分; A 网店 0 分。

3.5 消费者投诉和售后服务

X 网店消费者投诉和售后服务: 好评如潮、7 天退货、优惠券, 评估为 20 分。Y 网店消费者投诉和售后服务: 五星级评价、7 天退货、有积分, 评估为 20。Z 网店消费者投诉和售后服务: 无投诉, 7 天退货、有积分, 客户对商品的满意度不错, 因此评估为 20 分。A 网店目前还没有正式营业, 网店正在筹备中, 暂时还没有消费者评分。

总结: X、Y、Z, 3 家网店在销售售后服务周到、退货换货方便、客服解决客户问题及时、深受客户信任和一片好评声、无客户投诉和差评, 在相同的优势中 3 家网店的评分相同。

4. 网店网络营销存在的问题

从以上的各项评估和对比结果可分析得出 A 网店营销策略实施评估维度的现状及问题如下。

网站的功能性一般, 详情需要增加细节内容, 内容方面还缺少详细的描述, 广告太陈旧缺少吸引力, 图文制作不够精致, 描述产品内容不到位, 图案的层次不够分明。

4.1 商品款式更新慢

产品款式老旧, 近期没有新品上架, 面料花色图案色彩鲜艳, 图案层次分明, 但缺少对面料的介绍, 商品的价格在同行业中定价过高, 产品的面料应拍摄细节大图, 细微部分应该展示出来, 如: 针线的间隔距离、折合位的平整度。

4.2 支付方式复杂

目前有四种支付方式, 信用卡、7-11 便利店、银行和支付宝。

4.3 物流配送

通过运输公司申通、圆通、中通和各邮局送达客户手中。消费者投诉和售后服务: 目前 A 网店还没有客服接听客户投诉电话, 客户的一些问题还得不到合理的解决。

总结与讨论

根据分析评估和对比后得出结果, X、Y、Z、A 四家网店的网络设计, 网店商品质量评估得出的结果为 X 店为排名第一, 而支付方法和物流配送四家网店的评分相同, 因此从评分的角度所反应出来的问题是, 网页的设计和网店商品质量在网络营销中非常重要, A 网店想要在网络方面提高销售, 留住客户和具有一定的回头率就必须先从产品的分类, 功能细节广告和图文的精致, 视觉感应做起。而网店商品的质量又决定了客户的购买决心, 增加小贴士的跟踪服务和售后服务来增加满足客户需求, 定期对客户做回访也是必不可少。

网络购物作为一种新型的消费模式, 日益受到人们的关注。要想在电子商务平台的热潮中获取更多的利益, 对于企业而言, 有必要认真分析网络营销的特征, 采取相应的对策, 制定有效合理的营销策略。

1. 重新规划网站结构, 在功能性方面应考虑到网站的定位和设计框架, 整理资料制作出合理的整体风格和创意设计, 以鲜明的色彩搭配选定一种色彩, 然后调整饱和度来呈现色彩的统一, 有层次感, 文字的巧妙描述关键词进行分析然后组合。着重从 UI 视觉方面入手, 打造旗舰店视觉形象, 这包括: 站点额头的巨幅形象、企业介绍及核心竞争力、产品的分类(突出功能方面的区别)。同时, 请专业摄影师高清拍摄商品, 多维度展现产品的特点, 做好图文并茂的产品介绍, 并且注重单一商品的细节介绍。

2. 产品策略是网络营销策略不可或缺的组成要素。消费者对于产品的属性、功能等信息比较明确, 需求比较明晰, 网络只是其消费的实际渠道而已。目标消费者对产品的考察以产品属性信息为主, 关注的是产品的质量、特性和功能, 且在具体购买时才进行相应的信息搜索。

3. 中国的银行体系正在完善发展当中, 相应的法律法规也不健全。在电子商务飞速发展, 以及中国网络消费者购买力极强的今天, 对方便、快捷的支付方式的需求急剧扩大。所以, 应当

加强对网络基础建设的进程,提高网络信息的速度,降低网络支付的信息不对称,从而降低网络支付的风险。

4. 物流配送在电子商务企业开展与运作中的地位越来越突出,物流配送是企业与客户联系的桥梁。因此,电商企业除了自身建立有效的客户服务和互动机制外,还应使得代表自己的远程配送商面对最终消费者的面孔更友善、更有效率,这样才能真正、有效地提高目标消费者的忠诚度。

5. 售后服务是销售后最重要的一个环节,售后服务已经成为销售商留在市场份额的要件。因此,耐心聆听对方重复的问题,从中听出客户的真正用意引导客户出对策,来提升客户的满意度,当客户满意后会持续购买自己满意的产品,为企业口碑宣传进行传播,对提高产品的市场占有率和品牌的宣传力起到很大作用,另外,售后服务工具系统分析的满意度功能也能很好的记录每个客户完成购买后的评分和评价,通过系统的分析来更好的掌握客户满意度的走势,便于企业更好的完善服务质量。

References

- Bennett, R. & Rundle-Thiele, S. (2002). A comparison of attitudinal loyalty measurement approaches. *Journal of Brand Management*, 9(3), 193-209.
- Chang, X. H. (2012). The application of Monte Carlo simulation technology in investment risk decision-making. *China Management Informationization*, (11), 56-90. [in Chinese]
- Chen, C. F. (2009). Analysis of China's SME Network Marketing. *Manager*, (11), 347. [in Chinese]
- Chen, S. Q. (2014). Customer segmentation and marketing strategy in the network marketing environment. *Modern Business*, (9), 38. [in Chinese]
- Cheng, L. & Zheng, Y. (2009). *Category Management Practice*. Beijing: Publishing House of Electronics Industry. [in Chinese]
- Hoffman, D. L., Novak, T. P. & Peralta, M. A. (1999). Building consumer trust in online. *Communications of the ACM*, 42(4), 80-85.
- Liu, T. & Luo, X. (2009). Analysis of the impact of online advertising on consumer buying behavior. *News Dissemination*, (10), 12-14. [in Chinese]
- Liu, Y. (2010). *Internet marketing and planning*. Beijing: Tsinghua University Press. [in Chinese]
- Ma, X. Q. (2014). Research on the logistics mode of "self-operated + outsourcing" for SMEs. *Enterprise economy*, (3), 114-117. [in Chinese]
- Pei, X. D. (2010). Research on College Students' Online Shopping Marketing Strategy. *Journal of Xi'an Shiyu University (Social Science Edition)*, (3), 13-23. [in Chinese]

- Xu, J. (2013). *Research on key influencing factors of network purchase decision based on structural equations*. Master Thesis, Donghua University. [in Chinese]
- Zhou, W. J. (2015). *The influence of website factors on the trust of online group purchase consumers*. Master Thesis, Zhejiang Institute of Technology. [in Chinese]
- Zhou, X. (2013). Analysis of the Factors Affecting Consumer Behavior in Online Shopping—Taking the Consumer Survey in Wuhan as an Example. *Journal of Hubei University of Economics (Humanities and Social Sciences Edition)*, (7), 31-39. [in Chinese]
- Zhou, Z. P. (2014). Innovative research on clothing network marketing strategy. *Journal of Tongling Vocational and Technical College*, (3), 94-96. [in Chinese]



Name and Surname: Meng Xia

Highest Education: Master of Business Administration,
Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred,
Nonthaburi 11120



Name and Surname: Pak Thaldumrong

Highest Education: DBA. (Marketing), Curtin University, Australia

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Marketing, Business Management, Real Estate

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred,
Nonthaburi 11120



文章格式说明

MANUSCRIPT FORMAT

- 文章长度为 15-18 页，单面 A4 纸打印，页边距（上、下、左、右）均 1 寸（2.54 厘米）

Articles 15-18 pages in length, single-sided A4 paper, margins (top, bottom, left, right) are 1 inch (2.54 cm)

- 全部内容设置为单栏，首行缩进 1 厘米（0.39 寸）

All content are set to single column, first line indent 1 cm (0.39 inch)

- 字体为中文宋体 (SimSun)，英文 Times New Roman 具体如下：

Chinese font is SimSun, English font is Times New Roman, as follows:

- 行间距 1.5

Line spacing 1.5

内容 Content	中文字号 Chinese Font Size	英文字号 English Font Size	标注 Labeling
文章标题 Title (中-英文)	16 (CT)	13 (CT)	加粗 bold
作者姓名 Author name (中-英文)	11 (CT)	11 (CT)	加粗 bold
所属职位 Author post (中-英文)	11 (CT)	11 (CT)	正常 regular
作者的电子邮箱 (脚注) E-mail (footnote) (英文)	-	9 (LJ)	正常 regular
摘要标题 Abstract title (中-英文)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	加粗 bold
摘要内容 Abstract content (中-英文)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	正常 regular
关键词 Keywords (中-英文)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	加粗 bold
内容标题 Title content (中文)	11 (LJ)	-	加粗 bold
内容 Content (中文)	11 (LRJ)	-	正常 regular
表格内容 Table content (中文)	9 (LRJ)	-	正常 regular
图案内容 Figure content (中文)	9 (LRJ)	-	正常 regular
参考文献 References (英文)	-	11 (LRJ)	正常 regular

CT = Centre Text (居中), LJ = Left Justified (左对齐), LRJ = Left & Right Justified (左右对齐)

文章组成部分 Composition of the article

1) 文章标题 (中文)

Article title (both Chinese and English)

2) 脚注写上 (所有) 作者姓名, 并注明职称 (如有)、职位、工作单位及电子邮箱 (中文或英文由文章内容而定)

Write (all) the author's name, and indicate the academic title (if any), position, work units and E-mail in footnote (Chinese or English depending on the content of the article)

3) 摘要; 不超过 250 字, 关键词 3-5 个词 (中、英文)

Abstract; less than 250 words, 3-5 key words (in English)

4) 内容 Content

4.1) 学术文章, 包括引言、内容及结论

Academic articles, should have introduction, content and conclusion

4.2) 研究型文章, 包括引言、文献综述、研究方法、研究结果、讨论与总结

Research articles, should have introduction, literature review, research methods, results, discussion and summary

5) 参考文献 (英文) Reference (in English)

6) 如有图片、表格等资料, 必须在文章内用数字排序, 正确说明资料来源, 不得盗用他人版权。图表为对比鲜明的彩色或黑白色。投稿时须把图表原件单独递交。

Pictures, tables, etc., must be used in numerical order in the article, provided the source correctly, cannot use other people's copyright. Chart should be colored contrastingly or in black and white. The original chart must submit separately.

参考文献 Reference

1. 内容引用。用名字-年份的方式说明出处, 即在所引用内容的前面或后面。如注明作者、出版年份及文件页码。

Cited in the main text. Indicate the reference by name-year before or behind the cited content.
如: (Newman & Cullen, 2007: 18-19)

2. 文章后引用。把所有引用的文章写在文章后, 根据作者姓名排序, 具体请参考APA格式。

Cited after the article. Put all bibliographical references after articles, and order according to the author's name, please refer APA format. Such as:

期刊及杂志 **journal or magazine**

作者. (出版年份). 标题. 期刊名. 卷 (期). 首页-尾页.

沈灵. (2012). 教育選擇與控制理念的另類思考. *教育資料與研究*, (4). 14-15.

Acton, G. J., Irvin, B. L. & Hopkins, B. A. (1991). Theory-testing research: building the science. *Advance in Nursing Science*, 14(1), 52-61.

书籍 **book**

作者. (出版年份). 书名. 出版地: 出版社.

林立 (2014). *教育行政学*. 湖南: 教育出版社.

Chakravarthy, B., Zaheer, A. & Zaheer, S. (1999). *Knowledge Sharing in Organizations: A Field Study*. Minneapolis: Strategic Management Resource Center, University of Minnesota.

会议专刊或专题研讨会论文 **Conference Proceedings or seminar**

作者. (出版年). 文章名称. 文件名及会议名称. 举行年月日及地点. 出版地: 出版社

张三. (2014). 教育实习专业理论模式的探讨. *教师社会化的过程*. 2014年1月3日. 浙江: 教育出版社

Biswas, M. (2008). Confirmatory Factor Analysis of Iso Ahola's Motivational Theory an Applicaiton of Structural Equation Modeling. *Conference on Tourism in India—Challenges Ahead* (pp. 177-188). Kozhikode: Indian Institute of Management Kozhikode.

报纸文章 **newspaper**

作者. (出版年月日). 文章名称. 报纸名称. 版别.

陈扬盛. (2014年4月20日). 基本学力测验考虑加考国三下课程. *台湾日报*. 第6版.

Di Rado, A. (1995, March 15). Trekking through college: Classes explore modern society using the world of Star Trek. *Los Angeles Time*, p. A3.

论文 **dissertation**

作者. (年份). 论文标题. 学位名称. 所在学校名.

张三. (2014). 大数据研究. 博士论文. 浙江大学.

Darling, C. W. (1976). *Giver of Due Regard: The Poetry of Richard Wilbur*. Ph.D. Thesis, University of Conecticut, USA.

网络资料 internet

作者. (网络发表年份). 标题. 搜索时间, 摘自 <http://www.xxxxxx.com>.

李四. (2013). 小学教育政策与教育内容研究. 2013年12月9日, 摘自 <http://www.xxxxx.com>.

Treeson, L. (2009). *Exploring a KM Process for Retaining Critical Capabilities*. Retrieved February 11, 2009, from <http://kmedge.org/2009/03/knowledge-management-process-retaining-critical-capabilities.html>

投稿须知 Notice

有意者可通过以下途径投稿 Paper submission can be conducted by channels below

登陆网页 <https://cjssm.pim.ac.th>, 点击线上投稿

Login <https://cjssm.pim.ac.th> and the click Online Submission

更多了解,请浏览期刊的网站 <https://cjssm.pim.ac.th>

For more information, please visit our website <https://cjssm.pim.ac.th>



泰国正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad,
Pakkred, Nonthaburi, 11120 Thailand

Tel: 0-2855-0730

<http://cjssm.pim.ac.th>

E-mail: cjssm@pim.ac.th