



社会科学与管理

CHINESE JOURNAL OF
SOCIAL SCIENCE AND MANAGEMENT

第五卷 第二期 2021年 7-12月
Volume 5 No. 2 (July-December 2021)



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 5 卷第 2 期 2021 年 7-12 月

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 2 (July-December 2021)

正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 12

July-December 2021

Copyright:

Panyapiwat Institute of Management

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

Tel. +66 2855 1048

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index>

E-mail: cjssm@pim.ac.th

Copyright © 2017, Panyapiwat Institute of Management



社会科学与管理

Chinese Journal of Social Science and Management

第 5 卷第 2 期 2021 年 7-12 月 ISSN 2586-8535 (Online)

《社会科学与管理》是泰国正大管理学院主办的中文版学术期刊，创刊于 2017 年，于当年 6 月正式出版，2018 年已被列入 TCI2（泰国期刊引文索引第二组）。所有期刊皆可在本刊官网查阅 <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index>

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领域研究的发展，为学者和研究人员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、精良的学术文章和具有原创性、前沿性的研究文章，并在全球范围内推广这些研究成果。

投稿范围与语言

专业领域：工商管理、管理科学、文学艺术、教育等研究领域。

文章类型：研究型文章、学术型文章、评论文章。

语言：中文

录稿要求

1. 任何发表的稿件必须经过特定领域或相关领域至少两名同行评审专家的评审。《社会科学与管理》期刊采用双盲同行评审原则，即作者姓名和审稿人姓名互不公开。
2. 提交的文章必须从未在任何其他期刊上发表，不得在任何其他期刊出版前的审批流程中。此外，作者不得剽窃他人原创内容。
3. 在本期刊上发表的言论、表达式、插图和表格仅代表作者观点，与正大管理学院无关。
4. 《社会科学与管理》期刊编辑委员会保留发表任何文章的决定权。

出版周期

半年刊（两期/年）

第一期：1 月至 6 月

第二期：7 月至 12 月



社会科学与管理

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 2 (July-December 2021) ISSN 2586-8535 (Online)

The Chinese Journal of Social Science and Management (CJSSM) is a Chinese-language academic journal which is owned by Panyapiwat Institute of Management. It was published in 2017 and officially certified by the Thai Journal Citation Index Centre Index as being in the second tier of Journals in Humanities and Social Sciences (TCI2) in June of 2018. It is an online journal and published at <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index>

Objective

The objectives of the CJSSM 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. It was designed specifically to help produce clear and concise article, publish original and leading-edge academic research, and disseminate these research results to the global community.

Scope

1. Scope of contents comprises the fields of Business Administration, Management Science, Liberal Arts, Education and Other related fields.
2. Types of academic work comprise research article, academic article, and critical review of journal article.
3. Languages of academic work: Articles written in Chinese are accepted for publication.

Journal Policy

1. Any manuscripts to be accepted for publication must have been reviewed and approved by at least two peer reviewers in that particular field or related fields. The CJSSM has a double-blind peer review policy which means that neither the peer reviewer nor the author knows the identity of each other.
2. The submitted manuscript must have never been published in any other periodical, and must not be in the approving process for publication by any other periodicals. Also, the author must not plagiarize the work of other people.

3. The article, expression, illustrations, and tables that are published in the CJSSM are the sole responsibility of the author, and definitely not that of Panyapiwat Institute of Management.

4. The Editorial Board of Chinese Journal of Social Science and Management reserves the right for decision making on publishing any articles in the CJSSM.

Frequency of Publication

Biannual Publication (two issues / year)

The first issue: January - June

The second issue: July - December

社会科学与管理

第5卷第2期 2021年7-12月 ISSN 2586-8535 (Online)

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 2 (July-December 2021) ISSN 2586-8535 (Online)

顾问 / **Advisory Board**

Mr. Natee Taweessrifuengfung	Panyapiwat Institute of Management
Assoc. Prof. Dr. Somrote Komolavanij	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. Bei Lyu	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Hongyan Shang	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Renyuan Nong	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Yishu Liu	Panyapiwat Institute of Management

编委会 / **Editorial Board**

外部编委 / External Experts

Prof. Dr. Baoyun Yang	School of International Studies, Peking University, China
Prof. Dr. Tao Wang	School of Economic and Management, Wuhan University, China
Assoc. Prof. Dr. Chao Qiu	School of Public Health, Guangdong Pharmaceutical University, China
Assoc. Prof. Dr. Liu Hu	Office of President, Hubei Business College, China

Assoc. Prof. Dr. Pornpan Juntaronanont	Faculty of Liberal Arts, Krirk University, Thailand
Asst. Prof. Dr. Juree Suchonvanich	School of Humanities and Applied Arts, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand
Asst. Prof. Dr. Yan Ye	Graduate School of Human Sciences, Assumption University, Thailand
Asst. Prof. Korsak Thamcharonkij	Former Lecturer of Faculty of Arts, Chulalongkorn University, Thailand
Dr. Bei Song	School of Educational Science, Baise University, China
Dr. Ching-chou Chen	CHINA-ASEAN International College, Dhurakij Pundit University, Thailand
Dr. Jianmin Sun	School of Management, Nanjing University of Posts and Telecommunications, China
Dr. Jingyan Zhao	Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University, Thailand
Dr. Kelvin C. K. Lam	CHINA-ASEAN International College, Dhurakij Pundit University, Thailand
Dr. Limin Shao	Faculty of Education, Chulalongkorn University, Thailand
Dr. Xiaoxia Wei	International College, Mahidol University, Thailand

内部编委 / Internal Experts

Asst. Prof. Tansiny Lertsiriworapong	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

编委会秘书 / Editorial Secretary

Ms. Siriluk Rakchart	Panyapiwat Institute of Management
----------------------	------------------------------------

评审专家名单

社会科学与管理

第 5 卷第 2 期 2021 年 7-12 月

Peer Reviewers

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 2 (July-December 2021)

Prof. Dr. Baoyun Yang	Peking University, China
Prof. Dr. Jianyu Zhao	Harbin Engineering University, China
Assoc. Prof. Dr. Chao Qiu	Guangdong Pharmaceutical University, China
Assoc. Prof. Dr. Pornpan Juntaronanont	University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand
Assoc. Prof. Dr. Xi Xi	Harbin University of Commerce, China
Assoc. Prof. Dr. Zenghui Lu	Youjiang Medical College for Nationalities, China
Dr. Ching-chou Chen	Dhurakij Pundit University, Thailand
Dr. Dehua Xi	Panyapiwat Institute of Management, Thailand
Dr. Jianmin Sun	Nanjing University of Posts and Telecommunications, Thailand
Dr. Jingyan Zhao	Huachiew Chalermprakiet University, Thailand
Dr. Kelvin C. K. Lam	Dhurakij Pundit University, Thailand
Dr. Limin Shao	Chulalongkorn University, Thailand
Dr. Liou-Yuan Li	Naresuan University, Thailand
Dr. Pak Thaldumrong	Panyapiwat Institute of Management, Thailand
Dr. Qiuxue Luo	Baise University, China
Dr. Xiaoxia Wei	Mahidol University, Thailand
Dr. Yishu Liu	Panyapiwat Institute of Management, Thailand

刊首语

近二年来，新冠疫情在全球范围内爆发，虽然疫苗已经广泛被使用，但是，却不能完全控制新冠病毒的感染和传播。未来几年，我们可能必须学会与新冠病毒共存，这意味着在后疫情时代，许多人仍然需要采用居家办公的工作方式，我们《社会科学与管理》期刊 (CJSSM) 的工作团队也不例外。疫情阻挡了我们出行，却阻挡不了新一期 CJSSM 如期与大家见面。

在第十期的 CJSSM 中，征集了来自泰国的正大管理学院、华侨崇圣大学、格乐大学、乌隆他尼皇家大学和中国大陆的广西财经学院以及广西民族大学相思湖学院的学者和研究人员的十篇稿件，这些研究内容包括：安全型领导对员工安全绩效的影响机制探析、组织承诺对工作绩效的影响研究、区域旅游开发质量与开发绩效关系研究、共生价值观对联盟绩效影响研究、基于区块链技术的供应链商业模式创新研究、基于 Lotka-Volterra 模型的在线教育企业竞争策略研究、从中国汉语教师的视角看中国传统文化在泰国学校的传播、后现代文化语境下美国言情小说的继承与反叛、中国高校教师的志愿精神对教学质量的中介效应研究和关于汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中“对”字含义的研究。

本期刊的文章，除了可以在泰国期刊引文索引中心 (TCI) 和泰国正大管理学院官网的 CJSSM 平台上查找和下载以外，读者还可以在中国知网 (CNKI) 平台上访问我们期刊各位学者的研究成果。这对有兴趣阅读我们文章的读者，尤其是对中国读者来说，无疑是一个帮助。目前，随着 CJSSM 影响范围的逐渐扩大和知名度的不断提升，投稿数量日渐增多，为了减少投稿作者的等待时间，我们正在考虑增加每期出刊文章的数量。期望不久的将来，在获得编辑委员会的同意后，我们能正式向大家宣布这个结果，让我们共同期待这一天的到来！

主编

Editor's Note

In response to the recent COVID-19 outbreak, more vaccines have been produced and adopted widely around the world; however, they still cannot completely prevent the spreading and transmission of the virus. That is to say that people will need to learn how to co-exist with COVID-19 in the next few years. As such, the work from home policy will still be adopted by many companies, including CJSSM in the post-COVID era. Furthermore, COVID-19 has affected our way of life; such as, imposed a lot of travel restrictions, but this will certainly not deter the publishing of our journal.

For this issue, we are glad to include 10 articles from Thai educational institutions comprising Panyapiwat Institute of Management, Huachiew Chalermprakiet University, Krirk University, and Udon Thani Rajabhat University, as well as Chinese educational institutions consisting of the Guangxi University of Finance and Economics, and Guangxi University for Nationalities. The topics cover many areas; such as, the Influencing Mechanism of Safety Leadership on Employees' Safety Performance; the Influence of Organizational Commitment on Job Performance with Employee Engagement as a Mediator; the Relationship between Regional Tourism Development Quality and Development Performance; the Influence of Symbiotic Values on Alliance Performance; Business Model Innovation of the Supply Chain Based on Blockchain Technology; the Competitive Strategy of Online Education Enterprises Based on the Lotka-Volterra Model; the Dissemination of Traditional Chinese Culture in Thai Schools from Chinese Teachers' Perspective; Inheritance and Rebellion of American Romance Fiction in the Context of Postmodern Culture; the Mediator Effect of Chinese University Teachers' Volunteerism on Teaching Quality; the Analysis of the Meaning of the Chinese Word “对” (Dui) Appearing in the Chinese Proficiency Test (HSK, Level 1-6) Vocabulary List.

In addition to the Thai Citation Index (TCI) platform and Panyapiwat Institute of Management's (PIM) library website, CJSSM is also available on the CNKI platform where readers can search and download the articles. This is very helpful, especially for those readers who reside in China. With the increasing of channels, the journal has become more exposed and received more inquiries and submissions by various authors. Moreover, to minimize the authors' waiting time for publication, we are not considering to increase the number of articles in each issue and hope that we can implement this new policy soon once the proposal is approved by the Editorial Committee. We will certainly keep you all posted about all our new developments.

目录

研究型文章

安全型领导对员工安全绩效的影响机制探析——项基于中国山东建筑企业的研究 1

姜麒麟、刘松柏

区域旅游开发质量与开发绩效关系研究 15

刘倩、韩圣龙

共生价值观对联盟绩效影响研究 30

肖金花、韩圣龙

组织承诺对工作绩效的影响研究——基于员工敬业度的中介作用 45

刘建莉、陈鼻

基于 Lotka-Volterra 模型的在线教育企业竞争策略研究 61

江婧、华国伟

从中国汉语教师的视角看中国传统文化在泰国学校的传播 74

徐伟杰

基于区块链技术的供应链商业模式创新研究——以中国医药医疗产业为例 88

王旖旎、唐红祥

中国高校教师的志愿精神对教学质量的中介效应研究 100

蔡霏婷、吴文全

关于汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中“对”字含义的研究 111

谢德辉

学术型文章

后现代文化语境下美国言情小说的继承与反叛 126

莫凡、吴其艳

CONTENTS

Research Article

- THE INFLUENCING MECHANISM OF SAFETY LEADERSHIP ON EMPLOYEE'S SAFETY PERFORMANCE: A STUDY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES IN SHANDONG, CHINA 1

Qilin Jiang, Songbai Liu

- RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT QUALITY AND DEVELOPMENT PERFORMANCE 15

Qian Liu, Shenglong Han

- RESEARCH ON THE INFLUENCE OF SYMBIOTIC VALUES ON ALLIANCE PERFORMANCE 30

Jinhua Xiao, Shenglong Han

- THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT ON JOB PERFORMANCE WITH EMPLOYEE ENGAGEMENT AS A MEDIATOR 45

Jianli Liu, Ao Chen

- RESEARCH ON THE COMPETITIVE STRATEGY OF ONLINE EDUCATION ENTERPRISES BASED ON LOTKA-VOLTERRA MODEL 61

Jing Jiang, Guowei Hua

- THE DISSEMINATION OF TRADITIONAL CHINESE CULTURE IN THAI SCHOOLS FROM CHINESE TEACHERS' PERSPECTIVE 74

Weijie Xu

- BUSINESS MODEL INNOVATION OF SUPPLY CHAIN BASED ON BLOCKCHAIN TECHNOLOGY: TAKING THE PHARMACEUTICAL AND MEDICAL INDUSTRIES IN CHINA AS AN EXAMPLE 88

Yini Wang, Hongxiang Tang

- THE MEDIATOR EFFECT OF CHINESE UNIVERSITY TEACHERS' VOLUNTEERISM ON TEACHING QUALITY 100

Aiting Cai, Wen-Chuan Wu

- THE ANALYSIS OF THE MEANING OF CHINESE WORD 对 (DUÌ) APPEARED IN THE CHINESE PROFICIENCY TEST (HSK, LEVEL 1-6) VOCABULARY LIST 111

Apiwut Sunanyuenyong

Academic Article

- INHERITANCE AND REBELLION OF AMERICAN ROMANCE FICTION IN THE CONTEXT OF POSTMODERN CULTURE 126

Fan Mo, Qiyao Wu

安全型领导对员工安全绩效的影响机制探析 ——一项基于中国山东建筑企业的研究

THE INFLUENCING MECHANISM OF SAFETY LEADERSHIP ON EMPLOYEE'S SAFETY PERFORMANCE: A STUDY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES IN SHANDONG, CHINA

姜麒麟¹, 刘松柏²

Qilin Jiang¹, Songbai Liu²

^{1,2}泰国正大管理学院中国研究生院

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

Received: September 20, 2019 / Revised: April 16, 2020 / Accepted: April 20, 2020

摘要

本研究基于领导力社会认同模型,选择中国山东省 2 家大型建筑企业 250 人进行问卷调查,使用 SPSS 22.0 和 AMOS 21.0 软件对调查数据进行分析,建立一个包含中介和多个调节变量的跨层次模型,深入探讨了安全型领导对员工安全绩效的影响机制和边界条件。研究结果表明,安全型领导通过安全动机来影响安全绩效,安全动机在安全型领导和安全绩效中所起到中介作用;员工感知到的安全氛围和对领导的信任这两个调节变量与安全型领导和安全绩效中介之间存在显著的正向调节作用。研究结果为建筑企业改善安全管理提供了新的思路和方法。

关键词: 安全型领导 安全绩效 安全动机 安全氛围 对领导的信任

Abstract

Based on the social identity model of leadership, 250 people from two large construction enterprises in Shandong Province of China were selected to participate in the study. SPSS 22.0 and AMOS 21.0 software were used to analyze the survey data, and a cross-level model, including intermediaries and multiple regulatory variables, was established. The impact of safety leadership on employees' safety performance was discussed in depth, thus influencing the mechanism and boundary conditions. The results showed that safety leadership influenced safety performance through safety

motivation, which played a mediating role in safety leadership and safety performance; furthermore, there was a significant positive moderating effect between the perceived safety climate and trust in leadership, as well as the intermediaries of safety leadership and safety performance. Therefore, the research results provided new concepts and methods for construction enterprises to improve safety management.

Keywords: Safety Leadership, Safety Performance, Safety Motivation, Safety Climate, Trust in Leadership

引言

中国建筑安全生产形势严峻, 各类安全事故频发且保持持续增长态势, 主要原因在于: 第一、建筑行业规模巨大、增速快, 对安全管理带来了巨大挑战。第二、安全管理对象繁杂, 管理方式粗放、落后, 制约了安全管理水平和能力的提高。建筑行业存在着多级管理和交叉作业带来的利益主体复杂和多头管理问题, 安全管理难以落实 (Arquillos, Romero, & Gibb, 2012), 建筑业利润率微薄, 存在压缩安全投入提高利润的现象。第三, 安全生产主体安全生产和管理意识不足, 态度被动消极, 存在着安全型领导不足、安全氛围单薄、安全绩效不明确和安全动机缺乏的问题, 对安全生产管理带来了消极影响 (Li & Zhang, 2012)。

国内外大量实证研究表明, 领导力在安全生产中所发挥的重要作用 (Tam, Zeng, & Deng, 2004; Zohar, 2002), 并将安全型领导作为安全管理的有效提升手段。安全型领导的研究始于上世纪 90 年代, 侧重于对高级管理者个体层面的研究, 在很大程度上忽略了组织情境因素和个体要素的影响, 有待进一步探讨和挖掘其作用机制。由于在组织管理中, 领导是对员工工作心理和行为的最直接影响因素之一 (Huang & Bond, 2012), 且安全型领导是以实现组织安全目标为核心理念的领导风格。因此本文试图基于社会认同理论, 验证安全型领导对员工安全绩效的促进作用并探索其影响机制, 进一步探讨安全型领导对员工安全绩效的影响机制和边界条件。

文献综述

过往大量研究已经证实了领导力在安全管理上的重要作用, 如领导-成员交换 (LMX) (Hoffman & Mehra, 1999; Kath, Marks, & Ranney, 2010)、授权型领导 (Hechanova-Alampay & Beehr, 2001; Martínez-Córcoles, Schöbel, Gracia, Tomás, & Peiró, 2012)、变革型领导 (Conchie, 2013; Zohar, 2002) 和交易型领导 (Barling, Loughlin, & Kelloway, 2002) 等。随着领导力在安全领域的受重视程度日益增加, 安全领导力开始成为领导力研究领域的重要组成部分。

安全领导力能够激发员工更为努力地、有效地和负责地实现安全绩效 (O'Dea & Flin, 2001)。Wu, Chen, 和 Li (2008) 将安全领导力定义为“领导与员工之间的交互过程, 领导在交互过程中对员工施加影响以在组织和个人情景因素之下达成组织安全目标”; Cooper (2010) 将安

全领导力定义为“定义期望状态、组建团队以获得成功和参与自发的努力的驱动安全价值观的过程”。Lu 和 Yang (2010) 将变革型领导与交易型领导相结合,提出从领导安全动机、安全政策和安全关怀 3 个维度来测量集装箱码头作业场所中的安全型领导。安全动机指领导者建立鼓励员工安全行为的动机体系,包括奖励、赞赏员工安全行为、设立安全激励系统、报告潜在的事故和安全建议,并鼓励员工参与安全相关的决策;安全政策指领导者为员工制定明确的使命、责任和目标以设立员工行为规范,并设立纠正安全行为的安全系统;安全关怀指领导作为安全行为的榜样,强调安全设施的重要性、实行安全政策的重要性的提高,安全保障的提高,协调其他部门共同解决安全问题 (Lu & Yang, 2010)。Clark (2013) 将变革型领导和积极型交易型领导归纳为安全领导力的重要组成部分。O’dea 和 Flin (2001) 认为安全领导可以用四个维度来表征,即能见度、关系、员工参与和授权以及积极主动,强调通过四维度交互效应能够使得管理者在企业中创造安全工作环境。

中国的安全领导力的实证研究始于 2012 年。Zhou 和 Bi (2012) 基于重庆市建筑企业样本,验证了安全领导力、安全氛围和安全绩效之间的正相关关系。Xu (2015) 以北京建筑企业样本研究了安全领导力和安全绩效(安全行为)的关系,Qin (2014) 以中石油下属探勘企业为被试也探究了安全领导力、安全氛围和安全绩效的关系,Li, Liu, 和 Dong, (2019) 在煤炭行业的研究中引入领导特质因素(调节焦点倾向)进一步探讨了安全领导力、安全氛围和安全绩效之间的关系。

总体来看,中国国内安全领导力研究基本延续着安全领导力-安全氛围-安全绩效的研究思路,在不同的行业进行论证和调研,忽略了组织情境下个体因素,并没有进一步的突破和创新,理论局限性明显,对实践的指导作用也不足。综合现有研究成果,本文将安全领导力视为自变量,安全绩效(安全行为)作为结果变量,并在其中引入安全动机作为中介机制,对领导信任和安全氛围作为调节变量,综合安全管理的利益相关方领导和员工交互的视角,能够为国内安全管理贡献出一定的理论和实践支持。

理论与假设

理论基础: 领导社会认同模型

领导力社会认同模型 (Hogg, 2001) 发展于社会认同理论,提出领导力的社会认同来源为领导的原型代表性,原型代表性决定领导的有效性,领导的原型代表性越高,团队成员对领导的关系认同越高 (Sluss, Ployhart, Cobb, & Ashford, 2012)。领导原型代表性指的是团队领导自身属性与团队原型之间的匹配度 (van Knippenberg & van Knippenberg, 2005; van Knippenberg & Hogg, 2003)。原型,能够体现出某一团队成员与其他团队成员在行为、态度、

信仰等方面的各种差异,是一种个体对所在团队的认知表征 (Hogg, 2001)。个体越认同所属团队,就越能够将个体建立在团队原型特征之上,进而更加遵从团队原型特征 (Zhao & Li, 2016)。领导的原型特征越强,即与团队原型特征匹配度越高,团队成员越有可能将其视为团队的达标,并对其信任度越高 (Wang, Wang, Qiu, Lu, Hou, & Zhang, 2012; van Knippenberg & Hogg, 2003)。

此外,领导者能通过定义团队的目标和规范的方式,积极塑造、修正和重构群体/团队原型,从而提高自身原型代表性,增加团队成员对自身的认同,通过社会认同发挥对群体/团队成员的影响力。领导可以通过影响下属的社会认同,提高自身原型代表性,对下属产生影响达成领导和团队目标。领导是团队成员之一,领导者与下属基于共同的群体/团队身份而相互影响 (van Knippenberg & Hogg, 2003)。领导在团队中处于较高地位,团队成员对其行为拥有较高的认同感 (Herdman, Yang, & Arthur, 2014),需要借助团队和下属来实现领导和组织的目标 (Turner, 2005)。团队成员一旦认同领导和团队,就会对领导和团队目标有更高的承诺并表现出更高的绩效水平 (Martin, Epitropaki, Thomas, & Topaka, 2010)。

安全型领导与安全绩效

现有研究中,一般将安全绩效视为安全行为,安全绩效包括安全遵守和安全参与两个维度 (Neal, Griffin, & Hart, 2000; Lu & Yang, 2010; Clarke, 2013):安全遵守涉及员工遵守规则、规章和安全程序,一般认为安全遵守是员工的工作角色的组成部分;而安全参与指的是员工更为积极主动的自主参与安全工作,涉及一些员工正式角色外行为 (Griffin & Neal, 2006)。根据领导社会认同模型,安全型领导能够将安全政策、安全动机和安全关怀三个维度塑造为团队原型的组成部分,并提高领导原型代表性,促进团队成员更加认同和遵从团队原型。团队成员一旦认同安全型领导成为领导原型的组成部分,会对安全型领导所希望的安全目标做出承诺并表现出更高的安全绩效。综上所述,本文提出假设:

H1: 安全型领导对员工安全绩效有显著的正向影响。

安全型领导和安全动机

安全动机是指员工以安全的方式执行工作的意愿,表现出安全行为的动力 (Griffin & Neal, 2006)。领导社会认同模型认为,员工对领导原型认可度越高,个体对领导的关系认同程度越高,则会产生更强的达成高绩效的意愿,可见其自主动机会更强。安全型领导具有如下特征:通过奖励和表扬等激励方式刺激员工采取安全行为、鼓励员工参与安全管理;通过领导个性化关怀能够加强员工与领导之间的关系紧密度;安全政策旨在通过外部规范引导员工将外部政策和价值观内化为自主价值观和规范,从而提高员工在安全管理和生产中的自主性。由此,安全型领导通过回报和激励员工的成就、鼓励员工参与安全管理能够

有效的正向影响员工的安全动机, 员工趋向于内化所感知到的安全型领导所展现出的安全政策、安全关怀和安全动机, 提高员工的安全动机。因此, 提出假设:

H2: 安全型领导正向影响员工安全动机。

安全动机和安全绩效

Campbell, Sneller, 和 Khoury (1993) 把“知识、技能和动机”确定为绩效的决定因素。自主动机性越强的员工, 越认同工作价值的重要性, 工作与其自我整合的程度越高, 因而在工作中的表现会更好 (Rigby & Ryan, 2018)。安全领域的研究已经证明了自主安全动机能促进员工的安全绩效行为 (Jiang & Tetrick, 2016), 即非主动性的受控动机也与安全绩效有着低水平的正相关 (Conchie, 2013)。安全动机高的员工更能够体会到安全工作的意义, 从而采取更多的安全绩效 (Jiang, Zhang, & Li, 2019)。因此, 提出假设:

H3: 安全动机正向影响员工的安全行为。

安全动机的中介作用

基于安全型领导和安全绩效的分析可知, 安全型领导对员工的安全绩效可能会产生正向影响; 同时, 基于上述安全型领导与安全动机, 安全动机与安全绩效之间的分析, 安全动机在安全领导力和安全绩效之间可能存在中介作用。根据领导社会认同模型, 当团队成员对领导原型认同高, 且领导为安全型领导风格时, 员工通过内化或整合安全政策、安全动机和安全关怀后能够提高主动性安全动机, 并投入更多的生理、情绪和心理认知资源促使个体进行更多的安全行为, 获得更高的安全绩效。因此, 提出假设:

H4: 安全动机在安全领导和安全绩效之间起中介作用。

对领导信任的调节作用

领导和员工之间的信任关系, 是领导力发挥作用的重要基础 (Haslam, Reicher, & Platow, 2011)。Rousseau, Sitkin, Burt, 和 Camerer (1998) 将“对领导信任”定义为员工对领导对自己采取有关的行为或态度有着好的预期、并且不惮于为此承担风险的心理状态。基于领导力社会认同模型, 安全型领导能够通过安全政策、安全动机和安全关怀将实现组织安全作为团队原型重要组成部分, 并进一步提升自身的原型代表性; 当员工对领导信任程度越高时, 安全型领导对其安全动机会产生更强的激励作用和示范作用。因此, 提出假设:

H5: 员工对领导的信任在安全型领导和员工安全动机之间起正向调节作用。

安全氛围的调节作用

Zohar (2002) 将安全氛围明确为个体对安全政策、程序、操作等的看法。Zohar 和 Luria (2005) 进一步认为安全氛围就是个体安全行为所造成的影响。员工个体感知并认同组织内部的氛围环境, 会表现出更高的绩效水平, 该过程同样会影响员工个体的工作的积极性和主动性, 进而提高员工的安全动机 (Farh, Hackett, & Liang, 2007; Morrison, 2011)。

Leitão & Greiner (2017) 通过元分析验证了安全氛围能够提高安全动机, 并减少事故发生和伤亡产生的几率。基于领导力社会认同模型, 当安全氛围成为团队原型的重要组成部分时, 安全氛围通过个体基于对团队原型的社会认同发挥对群体/团队成员的影响力。当员工认同所在团队和领导时, 员工感知到的安全氛围, 会促使员工产生贡献团队和组织责任感, 会对员工的态度产生影响, 调节安全型领导对员工安全动机的影响。因此, 提出假设:

H6: 员工感知到的安全氛围在安全型领导和员工安全动机之间起正向调节作用。

1. 假设模型

通过上述研究发现, 针对自变量安全型领导、中介变量安全动机、调节变量安全氛围和对领导的信任与因变量安全绩效之间的关系, 构建了假设模型。

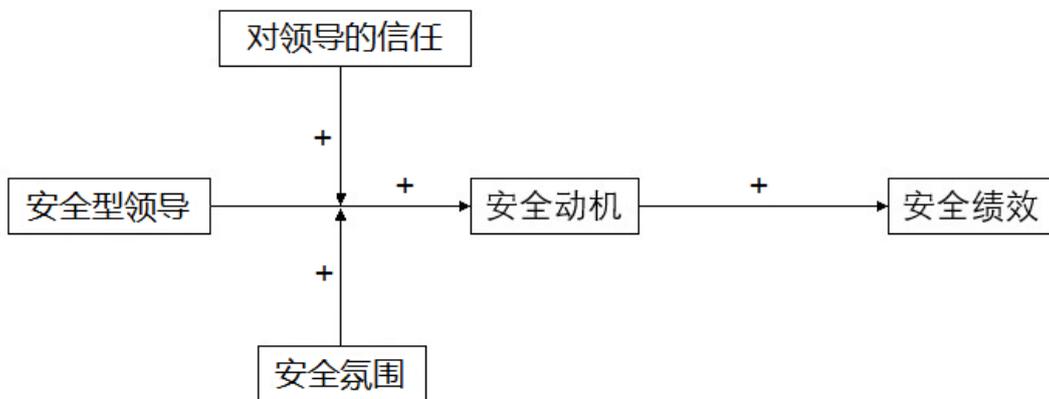


图 1 假设模型图

研究设计

研究对象和方法

本研究的数据来源于中国山东某建筑设计研究院和某建筑招投标服务企业。问卷调研得到企业支持和配合, 由两名博士生现场发放和回收纸质问卷的方式进行。采用领导和下属员工匹配分组的方式进行问卷调研, 数据收集分为两轮, 时间间隔为 4 周, 第一轮由员工评价团队领导的安全型领导、团队的安全氛围以及人口统计信息, 包括年龄、性别、受教育程度, 发放 250 份问卷, 回收有效问卷 240 份; 第二轮由员工评价对领导的信任、安全动机和安全绩效, 发放 240 份问卷, 回收有效问卷 234 份, 有效样本回收率为 93.60%。样本中男性占比大于女性, 为 62.50%; 年龄均值为 31.16 岁, 标准差 5.99, 年龄分段数值为: 25 岁以下, 25-29 岁, 30-39 岁, 40-49 岁, 50 岁以上, 所占比例分别为 9.50%, 36.40%, 45.90%, 6.50%, 1.70%; 受教育程度均值为 2.23, 标准差为 0.60, 受教育程度分段情况为: 高中及以下、大学专科或本科、硕士或博士研究生, 所占比例分别为 9.20%、58.30% 和 32.50%。

测量工具

本研究选取了 Lu & Yang (2010) 年编制的安全型领导量表, 共有 16 个题项来测量安全型领导的三个维度: 安全动机、安全政策和安全关怀, Cronbach's α 值为 0.98。安全绩效选取了 Neal & Griffin (2006) 开发的两维度 6 题项量表, Cronbach's α 为 0.83。安全动机选取了 Neal & Griffin (2006) 编制的单维度 3 题项量表, Cronbach's α 为 0.88。对领导的信任采用 McAllister (1995) 开发的 8 题项量表, Cronbach's α 为 0.95。安全氛围选用了 Neal & Griffin (2006) 编制的 3 题项量表, Cronbach's α 值为 0.94。量表均采用 Likert 6 点计分。本研究采用年龄、性别、受教育程度作为人口学变量。性别为“男”和“女”; 年龄为设计了“25 岁以下”、“25-29 岁”、“30-39 岁”、“40-49 岁”和“50 岁以上”。受教育程度分为“高中及以下”、“大学专科或本科”和“硕士或博士研究生”。

数据结果

变量效度检验

1. 包含安全氛围的变量效度检验

经过结构效度分析, 四因子模型的拟合指数 χ^2/df 小于 5, TLI 值略小于 0.9, NFI、GFI、IFI、CFI 值都在 0.9 以上, RMSEA 值小于 0.08, 各拟合指标基本均达到统计学标准, 说明量表具有较好的结构效度, 各变量之间有足够的区分性。

表 1 包含安全氛围的变量效度检验汇总表

模型	因子	χ^2/df	NFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA
模型 1 (四因子)	A, B, C, D	2.65	0.96	0.97	0.89	0.96	0.08
模型 2 (三因子)	A+B, C, D	9.29	0.85	0.86	0.78	0.86	0.19
模型 3 (二因子)	A+B+ C, D	7.00	0.71	0.72	0.58	0.72	0.26
模型 4 (单因子)	A+B+C+D	5.61	0.55	0.56	0.36	0.55	0.32
各指标标准值		<5	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	<0.08

注: A, B, C, D 分别代表安全领导力、安全氛围、安全动机、安全绩效; “+” 代表前后两个因子合并; N = 234。

2. 包含对领导的信任的变量效度检验

经过结构效度分析, 发现四因子模型的拟合指数 χ^2/df 小于 5、NFI、TLI、GFI、IFI、CFI 值都在 0.9 以上, RMSEA 值略大于 0.08, 各拟合指标基本均达到统计学标准, 说明量表具有较好的结构效度, 各变量之间有足够的区分性。

表 2 包含对领导的信任的变量效度检验汇总表

模型	因子	χ^2/df	NFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA
模型 1 (四因子)	A, B, C, D	3.60	0.91	0.93	0.91	0.93	0.10
模型 2 (三因子)	A+B, C, D	9.79	0.75	0.77	0.69	0.76	0.19
模型 3 (二因子)	A+B+ C, D	13.17	0.65	0.67	0.57	0.67	0.23
模型 4 (单因子)	A+B+C+D	16.81	0.55	0.57	0.44	0.56	0.26
各指标标准值		<5	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	<0.08

数据分析和假设检验

1. 变量相关分析

将本研究借助 SPSS 22.0 软件, 计算各变量和人口学变量之间的均值和标准差, 对变量间的相关性进行分析, 如表 4 所示, 安全领导力和安全动机、安全绩效之间显著正相关 ($r = 0.26$, $p < 0.01$; $r = 0.43$, $p < 0.01$), 安全氛围、对领导的信任与安全动机之间显著正相关 ($r = 0.28$, $p < 0.01$; $r = 0.28$, $p < 0.01$), 安全氛围、对领导的信任、安全动机与安全绩效之间显著正相关 ($r = 0.44$, $p < 0.01$; $r = 0.49$, $p < 0.01$; $r = 0.28$, $p < 0.01$)。

表 3 各主要变量的均值、标准差和变量间相关系数

变量	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 性别	1							
2. 年龄	-0.10	1						
3. 受教育程度	0.10	-0.01	1					
4. 安全领导力	-0.19**	0.04	-0.12	1				
5. 安全氛围	-0.15*	-0.02	-0.16*	0.74**	1			
6. 对领导的信任	-0.24**	-0.09	0.00	0.65**	0.43**	1		
7. 安全动机	-0.09	0.03	0.03	0.26**	0.28**	0.28**	1	
8. 安全绩效	-0.06	0.10	-0.12	0.43**	0.44**	0.49**	0.28**	1
平均值 (M)	31.16	0.38	2.23	4.99	5.08	4.94	5.10	4.60
标准差 (S.D.)	5.99	0.49	0.60	0.86	0.80	0	0.75	0.63

注: N = 234; **、*、*分别表示 $p < 0.001$, $p < 0.01$, $p < 0.05$ 。

2. 假设检验

表 4 安全领导力、安全动机与安全绩效之间关系检验

变量	安全绩效		
	M ₁	M ₂	M ₃
常量	4.94***	2.94***	2.29***
控制变量			
年龄	-0.01	0.01	0.01
性别	0.12	0.12	0.12
受教育程度	-0.11	-0.06	-0.07
自变量			
安全领导力		0.32***	0.29***
中介变量			
安全动机			0.16**
<i>F</i>	1.64	13.55***	13.11***
<i>R</i> ²	0.02	0.20***	0.23***
ΔR^2	0.02	0.18***	0.05***

注：N = 234；***表示 $p < 0.001$ ；**表示 $p < 0.01$ ；*表示 $p < 0.05$ 。

如表 4 所示，M₂ 检验安全领导力对安全绩效的影响，安全领导力对安全绩效存在显著影响 ($\beta = 0.32$, $P < 0.001$)，故假设 H1 安全领导力与安全绩效呈正相关关系成立。如表 5 中 M₄ 所示，安全领导力对安全动机存在显著影响 ($\beta = 0.21$, $P < 0.01$)，假设 H2 成立。

M₃ 检验安全动机的中介作用， $\beta = 0.16$, $P < 0.001$ 表明安全动机与安全绩效之间呈显著正相关关系。当将安全动机作为中介变量放入模型后，安全领导力对安全绩效的影响依然显著，但系数水平下降，表明安全动机部分中介了安全领导力与安全绩效的正相关关系。假设 H3 成立。

表 5 安全氛围、对领导的信任在安全领导力与安全动机之间的调节作用

变量	安全动机				
	M ₄	M ₅	M ₆	M ₇	M ₈
常量	4.09***	3.69	3.35	3.73***	2.93***
控制变量					
年龄	-0.01	-0.01	-0.01	-0.01	-0.01
性别	0.01	0.02	0.01	0.05	0.05

表 5 安全氛围、对领导的信任在安全领导力与安全动机之间的调节作用（继续）

变量	安全动机				
	M ₄	M ₅	M ₆	M ₇	M ₈
受教育程度 自变量	0.07	0.09	0.10	0.05	0.05
安全领导力 调节变量	0.21**	0.07	0.08	0.10	0.15†
安全氛围		0.21*	0.24*		
对领导的信任 交互项				0.17*	0.26**
Z 安全领导力*Z 安全氛围			0.09*		
Z 安全领导力*Z 对领导的信任					0.13**
<i>F</i>	3.62**	4.04**	4.10**	3.97**	5.41***
<i>R</i> ²	0.06**	0.08**	0.10**	0.08**	0.13***
ΔR^2	0.05**	0.02**	0.02**	0.02**	0.05***

注：N = 234；***表示 $p < 0.001$ ；**表示 $p < 0.01$ ；*表示 $p < 0.05$ 。

如表 5 所示，M₆ 检验安全氛围在安全领导力与安全动机之间的调节作用， $\beta = 0.09$ ， $P < 0.05$ 表明安全氛围在安全领导力与安全动机之间呈正向调节作用；M₈ 检验对领导的信任在安全领导力与安全动机之间的调节作用， $\beta = 0.13$ ， $P < 0.01$ 表明对领导的信任在安全领导力与安全动机之间呈正向调节作用。假设 H4 和 H5 成立。

结论和讨论

本研究的结果表明了安全型领导对安全绩效的正向影响机制。在现有文献和领导力社会认同模型的基础上，考察安全领导力与安全绩效之间的作用机制，将安全动机作为中介变量；此外，员工感知到的安全氛围和对领导的信任，均对安全型领导通过安全动机影响安全绩效的间接效应具有正向调节作用。本研究丰富中国组织情境因素对员工安全动机和安全绩效的探讨，通过建立包含中介和调节效应的跨层次模型，深入研究了上述变量之间的影响机制和边界条件。

本研究的管理启示：(1) 建筑行业企业应该紧密关注培育安全型领导的领导力，采取适当的干预手段，如组织施工现场安全巡视、安全知识宣讲等，激发员工的安全动机和安全行为，进而提升员工的安全绩效。(2) 企业应自省和调整人力资源管理模式和组织行为模式，完善安全生产规则制度和考评机制，实现安全型领导、员工安全动机和安全绩效之间的协同效应；(3) 在企业文化氛围的培育中，构建“以人为本”的安全管理理念，时刻把“安全第一”放在首位。注重企业安全氛围的形成，抑制侥幸心理和不安全行为的产生。

(4) 重视员工的个体心理感受在安全管理中的重要性, 定期开展工作座谈和培训, 提高员工对领导的关系认同, 提高员工对领导的信任。

本论文也存在一定的局限性: (1) 本文使用了西方学者所开发的量表, 虽然通过信度和效度检验, 但因研究对象不同, 可能在中国情境下存在差异。未来研究有必要根据中国特殊管理实践和情景, 完善和开发适合中国情境的量表; (2) 未来的研究中应该尽量避免本研究中的不足, 如考虑更多的组织或团队层面的变量; (3) 未来的研究也可以进行更多实践上的探讨, 建立全面可行理论体系为企业安全领导力的发展和安全管理实践提供指导。

References

- Arquillos, A. L., Romero, J. C. R., & Gibb, A. (2012). Analysis of Construction Accidents in Spain, 2003-2008. *Journal of Safety Research*, 43(5-6), 381-388.
- Barling, J., Loughlin, C., & Kelloway, E. K. (2002). Development and Test of a Model Linking Safety-specific Transformational Leadership and Occupational Safety. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 488.
- Campbell, R., Sneller, V. P., & Khoury, N. (1993). Probable Transmission of Multidrug-resistant Tuberculosis in a Correctional Facility a California. *MMWR*, 42, 48-51.
- Clarke, S. (2013). Safety Leadership: A Met-analytic Review of Transformational and Transactional Leadership Styles as Antecedents of Safety Behaviors. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86(1), 22-49.
- Conchie, S. M. (2013). Transformational Leadership, Intrinsic Motivation, and Trust: A Moderated-Mediated Model of Workplace Safety. *Journal of Occupational Health Psychology*, 18(2), 198.
- Cooper, D. (2010). Safety Leadership: Application in Construction Site. *Giornale Italiano Di Medicina Del Lavoro Ed Ergonomia*, 32(1 Suppl A), A18-23.
- Farh, J. L., Hackett, R. D., & Liang, J. (2007). Individual-level Cultural Values as Moderators of Perceived Organizational Support-employee Outcome Relationships in China: Comparing the Effects of Power Distance and Traditionality. *Academy of Management Journal*, 50(3), 715-729.
- Griffin, M. A., & Neal, A. (2000). Perceptions of Safety at Work: a Framework for Linking Safety Climate to Safety Performance, Knowledge, and Motivation. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(3), 347.
- Haslam, S. A., Reicher, S. D., & Platow, M. J. (2011). *The New Psychology of Leadership: Identity, Influence and Power*. London: Psychology Press.
- Hechanova-Alampay, R., & Beehr, T. A. (2001). Empowerment, Span of Control, and Safety Performance in Work Teams After Workforce Reduction. *Journal of Occupational Health Psychology*, 6(4), 275.

- Herdman, A. O., Yang, J., & Arthur, J. B. (2014). Does LMX Differentiation Affect Work Group Effectiveness? The Role of Leader-Leader exchange October 2014 *Academy of Management Annual Meeting Proceedings (1)*:13843-13843 DOI: 10.5465/AMBPP.2014.13843abstract
- Hoffman, J. M., & Mehra, S. (1999). Management Leadership and Productivity Improvement Programs. *International Journal of Applied Quality Management*, 2(2), 221-232.
- Hogg, M. A. (2001). A Social Identity Theory of Leadership. *Personality and Social Psychology Review*, 5(3), 184-200.
- Huang, X., & Bond, M. H. (2012). *Handbook of Chinese Organizational Behavior: Integrating Theory, Research and Practice*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Jiang, L., & Tetrick, L. E. (2016). Mapping the Nomological Network of Employee Self-determined Safety Motivation: A Preliminary Measure in China. *Accident Analysis & Prevention*, 94, 1-7.
- Jiang, L., Zhang, Y. R., & Li Feng. (2019). A Multilevel Model of Autonomous Safety Motivation and Safety Performance. *Advances in Psychological Science*, 27(7), 1141-1152. [in Chinese]
- Kath, L. M., Marks, K. M., & Ranney, J. (2010). Safety Climate Dimensions, Leader-member Exchange, and Organizational Support as Predictors of Upward Safety Communication in a Sample of Rail Industry Workers. *Safety Science*, 48(5), 643-650.
- Leitão, S., & Greiner, B. A. (2017). Psychosocial, Health Promotion and Safety Culture Management –are Health and Safety Practitioners Involved? *Safety Science*, 91, 84-92.
- Li, H., & Zhang, J. X. (2012). Diagnosis of Relations between Accident Prevention Cognition and Capacity Characteristics of Construction Safety Subject. *China Safety Science Journal*, 22(8), 157-163. [in Chinese]
- Lu, C. S., & Yang, C. S. (2010). Safety Leadership and Safety Behavior in Container Terminal Operations. *Safety Science*, 48(2), 123-134. [in Chinese]
- Martin, R., Epitropaki, O., Thomas, G., & Topakas, A. (2010). A Review of Leader-Member Exchange Research: Future Prospects and Directions. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 25(1), 35-89.
- Martínez-Córcoles, M., Schöbel, M., Gracia, F. J., Tomás, I., & Peiró, J. M. (2012). Linking Empowering Leadership to Safety Participation in Nuclear Power Plants: A Structural Equation Model. *Journal of Safety Research*, 43(3), 215-221.
- McAllister, D. J. (1995). Affect and Cognition Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59.
- Morrison, E. W. (2011). Employee Voice Behavior: Integration and Directions for Future Research. *Academy of Management Annals*, 5(1), 373-412.
- Neal, A., & Griffin, M. A. (2006). A Study of the Lagged Relationships among Safety Climate, Safety Motivation, Safety Behavior, and Accidents at the Individual and Group Levels. *Journal of Applied Psychology*, 91(4), 946.

- Neal, A., Griffin, M. A., & Hart, P. M. (2000). The Impact of Organizational Climate on Safety Climate and Individual Behavior. *Safety Science*, 34(1-3), 99-109.
- Qin, Z. (2014). *Research on the Relationship between Supervisor's Safety Leadership and Employee's Safety Behaviors in the Enterprise*. Master Dissertation, China University of Geosciences. [in Chinese]
- O'Dea, A., & Flin, R. (2001). Site Managers and Safety Leadership in the Offshore Oil and Gas Industry. *Safety Science*, 37(1), 39-57.
- Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2018). Self-determination Theory in Human Resource Development: New Directions and Practical Considerations. *Advances in Developing Human Resources*, 20(2), 133 - 147.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so Different After All: A Cross-Discipline View of Trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
- Sluss, D. M., Ployhart, R. E., Cobb, M. G., & Ashforth, B. E. (2012). Generalizing Newcomers' Relational and Organizational Identifications: Processes and Prototypicality. *Academy of Management Journal*, 55(4), 949-975.
- Tam, C. M., Zeng, S. X., & Deng, Z. M. (2004). Identifying Elements of Poor Construction Safety Management in China. *Safety Science*, 42(7), 569-586.
- Turner, J. C. (2005). Explaining the Nature of Power: A Three-process Theory. *European Journal of Social Psychology*, 35(1), 1-22.
- van Knippenberg, D., & Hogg, M. A. (2003). A Social Identity Model of Leadership in Organizations. In R. M. Kramer, & B. M. Staw (Eds.), *Research in Organizational Behavior* (pp.243-295). Greenwich: JAI Press.
- van Knippenberg, B., & van Knippenberg, D. (2005). Leader Self-sacrifice and Leadership Effectiveness: The Moderating Role of Leader Prototypicality. *Journal of Applied Psychology*, 90, 25-37.
- Wang, H., Wang, D. D., Qiu, Y. Y., Lu, L., Hou, L. W., & Zhang, B. J. (2012). Leader Group Prototypically and Leadership Effectiveness: Based on the Perspective of Social Identity Theory. *China Management Magazine*, (4),173-174. [in Chinese]
- Wu, T. C., Chen, C. H., & Li, C. C. (2008). A Correlation Among Safety Leadership, Safety Climate and Safety Performance. *Journal of Loss Prevention in the Process Industries*, 21(3), 307-318. [in Chinese]
- Xu, Y. J. Y. (2015). *A Study on Safety Leadership and Safety Behaviors*. Doctoral Dissertation, China University of Geosciences. [in Chinese]
- Zhao, Q., & Li, F. (2016). Team Leadership and Team Effectiveness: A Multi-level Study Based on Social Identity Theory. *Advances in Psychological Science*, 24(11), 1677-1689. [in Chinese]
- Zohar, D. (2002). The Effects of Leadership Dimensions, Safety Climate, and Assigned Priorities on Minor Injuries in Work Groups. *Journal of Organizational Behavior*, 23(1), 75-92.

- Zohar, D., & Luria, G. (2005). A Multilevel Model of Safety Climate: Cross-level Relationships Between Organization and Group-level Climates. *Journal of Applied Psychology*, 90(4), 616.
- Zhou, X. B., & Bi, M. (2012). Canonical Correlation Analysis of Safety Leadership, Security Atmosphere, and Security Behavior Based on Chongqing Construction Enterprise. *Chongqing Architecture*, (7), 52-54. [in Chinese]



Name and Surname: Qilin Jiang

Highest Education: Doctoral Candidate

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration



Name and Surname: Songbai Liu

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration, International Enterprise Management

区域旅游开发质量与开发绩效关系研究

RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT QUALITY AND DEVELOPMENT PERFORMANCE

刘倩¹, 韩圣龙²

Qian Liu¹, Shenglong Han²

^{1,2} 泰国正大管理学院中国研究生院

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

Received: September 24, 2019 / Revised: March 18, 2020 / Accepted: March 30, 2020

摘要

当前,旅游业被誉为“黄金产业”,成为全球最受关注的产业,区域旅游发展得到新契机,发展前景越来越好。建立一个影响顾客参与因素及顾客参与和情绪,对顾客满意度的影响的框架。为区域旅游经营者辨认与提升顾客参与意愿,改进服务,提升服务质量,提高顾客满意度和服务质量变得非常有必要。

区域旅游若需要良好的运作离不开稳定的客户流,而吸引顾客最基本的就是顾客的满意度。本文准备在构建区域旅游顾客满意度的理论框架模型基础上,用实证研究的方法,对贵州省区域旅游满意度进行相关研究。用定性和定量分析相结合的研究方法,并以具体的文献,资料分析,访谈,问卷,统计分析方法,构建区域旅游顾客满意度的理论框架模型,提出影响顾客参与因素的框架。这种研究对于区域旅游的经营有着较强的应用价值,并且在理论上也有较好的探索意义。本文对区域旅游顾客满意度进行分析之后提供若干建议和措施。

顾客满意度在旅游开发质量与旅游开发绩效间起着中介作用,影响极大。区域自然经济社会文化,区域重要活动,区域服务质量,顾客参与程度,顾客消费情绪,对区域客户满意度有重要影响。区域开发绩效与游乐的质量对顾客满意度起着调节作用,旅游开发质量和开发绩效关系是一个复杂、动态的系统。本文探究了旅游开发质量与开发绩效关系的影响机制。帮市场管理者健全完善制度,规范市场秩序,规避相关风险,优化自身推动中国文旅行业的发展。

关键词: 区域旅游 开发绩效 顾客参与

Abstract

At present, tourism has become a major economic industry in the world and is known as the “golden industry”. The development of regional tourism has also resulted in new opportunities, and development prospects are constantly improving. Thus, it would be necessary to establish a framework that would influence the customer engagement factors and customer engagement and sentiment to have an impact on customer satisfaction. This would be necessary for regional tourism operators to identify and enhance customer participation, improve services, service quality, as well as customer satisfaction.

As a consequence, if regional tourism needs good operation, this would be inseparable from a stable customer flow, as the most basic aspect to attract tourists is customer satisfaction. Based on the theoretical framework model of regional tourism customer satisfaction, this study prepared the relevant research on regional tourism satisfaction in Guizhou Province of China by means of empirical research. Using a combination of qualitative and quantitative analysis methods together with the specific literature, data analysis, interviews, questionnaires, and statistical analysis methods, the theoretical framework model of regional tourism customer satisfaction was constructed, and a framework for influencing the customer participation factors was proposed. This research would have a strong application value for the operation of regional tourism, and also have good exploration significance in theory. This paper also provided some recommendations and measures after analyzing regional tourism customer satisfaction.

Customer satisfaction plays a mediating role in the quality of tourism development and tourism development performance, thus resulting in a great impact. Regional natural economic and social culture, regional important activities, regional service quality, customer participation, and customer spending sentiment would also have an important impact on regional customer satisfaction. The performance of regional development and the quality of amusement would play a role in regulating customer satisfaction. The relationship between tourism development quality and development performance is also a complex and dynamic system. Hence, this paper explored the impact mechanism of the relationship between tourism development quality and development performance. This would help market managers improve their systems, standardize market orders, circumvent the relevant risks, and optimize their own development of the Chinese travel industry.

Keywords: Regional Tourism, Development Performance, Customer Participation

引言

当前，旅游业被誉为“黄金产业”成为全球最受关注的产业，对经济推动作用越来越明显，区域旅游业发展业得到新契机。区域旅游是一种以区域作为相对独立的单位来接待旅游者、组织安排旅游活动的经营服务方式，是特定空间内进行存在的旅游策划活动及其关系的

总和。在旅游资源分布相对一致的空间内,以中心城市为依托,依据自然地域、历史联系和一定的经济、社会条件,根据旅游者的需求,经过人工的开发和建设,形成有特色的旅游空间,即各种类型的旅游区以吸引旅游者在一定区域内旅游。

建立一个影响客户参与因数及客户参与和情绪对顾客满意度的影响的框架,为区域旅游经营者辨认与提升顾客参与意愿,提升服务质量,提高顾客满意度变得非常有必要。为此,本文准备在建立理论的基础上,用实证研究的方法,以贵州省区域旅游对顾客满意度进行一些相关研究。

文献综述

权力/知识概念的界定

在西方的认识论体系下,与知识管理实践相关的权力概念被三种观点所提及:一种是权力被解释为拥有和构建话语的作用,并认为知识从属于权力,知识成为一种制约的权力。第二种观点是有关意识形态和文化传统如何使人们遵守现有的秩序,而无需在处理明显的冲突时动用明确的权力(Lukes, 1975)。第三种权力观来自 Foucault 和 Nazzaro (1972) 他把权力看作是一种生产力,而不是一种限制。在这里知识与权力不只是一种控制(Ezzamel & Willmott, 1998)“不可能在没有知识的情况下行使权力”(Foucault, 1977)。Hassan, Chachi, 和 Latiff (2008) 明确提出知识权力(Knowledge Power)的概念,并认为权力来源于对各种知识的控制和支配地位。也就是说权力是一种由知识形成的话语,在控制、管理之前必须先知道。即知识就是权力,权力就是知识。

知识基础观对权力/知识的理解

知识基础观主要是从组织知识共享、传递、吸收、利用的动态融合过程的角度来研究和解释企业生存和发展的基本理论问题(Yang, Jang, Yang, Wang, He, Li, Quach, Zhao, Li, Yuan, Lee, Zhong, & Liang, 2018)。知识基础观中认为,知识是具有价值性、稀缺性和难以模仿性等特征的特殊性资源(Barney, 1991)。知识是以人为载体,嵌于具体情境之中的,其受环境、个人内在知识状态和处理能力的影响,是需要通过个人进行消化和吸收的(Zhang, Zhou, & Li, 2006)。在这个基础上知识的产生、吸收、处理过程中主要包括了知识创造、整合和转移(Grant, 1996)。学者 Gupta 和 Govindarajan (2000) 就知识整合归纳了 5 类影响因素:源头知识的感知;分享意愿;渠道;获取知识的意愿和接收方能力。Nonaka (1994) 及 Nonaka, Toyama 和 Konno (2000) 通过 SECI 知识创造螺旋模型显示了这一知识创造动态整合过程内容。并将这种知识创造螺旋看作是知识发送方与知识接收方之间的循环持续知识整合过程。从以上研究可以看出,在知识获取、共享、存储和创造过程中,知识创造是一个团队知识及对外部所需有效知识进行获取和整理,进而创造出新的有价值的专门知识的过程(Bhattacharai, Li, Edmondson, & Zhang, 2006)。

知识整合是团队成员获取知识资源形成有效作用的一种重要方式 (Xu & Qu, 2014)。只有实现知识共享与知识整合的过程才能让知识得到充分应用和有效转化, 团队创造力才能得到提升。

福柯理论对权力/知识理论的解读

Foucault (1977) 认为知识产生权力, 权力是一种生产力, 而不是一种限制。同时他不是将权力和知识视为离散的实体, 而是两者不可分割的权力/知识, 权力是在不断变化的社会关系的动态中产生和再现的东西。“知识和知识的主体是在社会实践和权力关系中产生的。如果权力是变动不居的, 那么知识的主体也是在不断变化的”。这是社会现实的一个组成部分, 使社会行为者能够以特定的方式采取行动。

换句话说, 福柯的权力/知识让我们看到权力是理性的知识主张产物, 而这些理性知识主张构建了整个社会、组织与团体。这是一个贯穿整个社会主体的生产网络 (Foucault, 1980)。任何知识在构建的同时也在构成权力关系 (Foucault, 1977)。从这个角度来看, 知识管理就是一种多种形式的知识创造, 以及权力和话语实践的机制 (Schultze & Stabell, 2004)。话语权就是权力/知识的表现 (Foucault, Kozhan, & Tham, 2017), 对这些多种形式的知识和话语, 福柯的权力/知识理论揭示了团队成员作为知识传送方之间知识整合平行关系的权力/知识特征, 这些关系网与他们的沟通实践的方式不同于自上而下的学习式关系, 而是一种平行交织的权力影响关系。这些实践内容只有在更广泛的权力关系和有效的团队中, 以平等的、同为知识传送方的个人权力/知识话语争夺结构来寻找。这种权力/知识关系可以让开放式集体绘画团队复杂的知识整合过程得到更好的理解, 因为正是这种权力/知识体系塑造了团队知识整合与使用。

文献述评

综上所述, 学术界对权力和知识的关系都有了系统的研究, 成为了知识管理一个重要的研究分支, 并且在企业和组织管理实践层面也已经解决了一部分基于知识传送方与接收方的知识转化、存储、利用过程来赢取竞争力的现实问题。但并未发现针对知识传送方与知识传送方之间的权力/知识整合过程的研究。且缺乏对企业以外绘画合作团队合作的关注。因此本文在基于福柯权力/知识这一理论前提下, 对开放式集体绘画合作团体知识发送方彼此间的权力/知识整合过程进行探索性研究。

研究方法

鉴于定性方法, 适用于内容丰富的研究主题 (Glaser & Strauss, 2017) 在以往研究中常常被用来探索和归纳某一现象, 所以本研究拟采用深入访谈定性方法对开放式集体绘画团队内权力/知识整合内容进行梳理。通过三级编码 (开放编码、主轴编码、选择编码) (Pandit, 1996), 将访谈原始资料进行仔细分析、归类和概念生成, 然后通过主轴编码将研究主题与资料建立连接, 最后运用选择性编码对二级编码进行整合与精炼, 得出开放式集体绘画团队的权力/知识整合内容。

本研究针对拥有开放式集体绘画创作经验的团队及个人作为访谈对象。访谈问题包括：(1) 开放式集体创作中团队成员合作需要注意一些什么问题？；(2) 集体绘画创作过程中创作者之间是怎么进行交流协调的？；(3) 在创作过程中有哪些障碍？障碍有些什么表现？怎么逐一解决的？；(4) 创作结果是否能达到预期？根据研究分析框架及概念发展的要求选择访谈对象。最终选择 7 位访谈对象，分别以访谈者姓名首字母来进行编号 (g、b、s、l、c、y、z) 对每个人的访谈初始概念用姓名首字+序号 (g1、g2...) 的形式来表示，并对其进行标签、定义现象、发展概念，归纳为范畴。最终本研究从 362 个原始句中归纳出 29 个概念、11 个子范畴 (情感关系、合作关系、人际协调、技术协调、缓解冲突、冲突需求、权力、人格特征、自我需求、过程、目标)。最后总结出 6 个主范畴 (AA1 - AA6)，分别是团队关系、冲突、协调、权力、过程、目标。

数据展示

开放式编码示例：

本文将 7 位受访者的访谈内容整理为文字数据，将其原始数据进行定义现象归纳概念，最终从 362 个原始句中整理出 29 个概念。从概念中归纳出与开放式集体绘画团队权力/知识整合过程相关的 11 个开放式编码，分别是：情感关系、合作关系、人际协调、技术协调、需缓解冲突、冲突需求、权力、人格特征、自我需求、过程和目标 (见表 1)。由于文章篇幅的问题，本文在数据表中仅列举“典型原句例证”来展示详细的开放式编码过程和分析。

1. 情感关系

访谈中发现，知识传送方的情感关系对知识整合产生影响。情感关系包含认同感、了解、默契及共鸣，相关原始语句与对应编码如表 1。感情的亲密关系，建立了创作认同感基础。知识传送方彼此通过了解逐渐产生默契配合度，给予了知识整合程度直接影响，消解了知识传送者之间争夺权力/知识的隔阂状态，寻找到了合作关系中平衡权力/知识转移与共享的通路，从而使知识转移与整合过程更为有效。受访者 c7 表示通过了解彼此对材料、形式的认知来寻找到共鸣，成为良性合作的有效措施。由此可见认同感、了解、默契和共鸣共同建立了团队情感关系。

2. 合作关系

合作关系包含了共同目标、差异合理、消除隔阂、思想共性 4 个概念，首先从访谈中可发现，合作关系都是基于共同目标 (创作成果) 而建立的，与此同时开放式集体创作团队的跨区域组成形式是存在人员多样性，知识差异化的，作为知识传送方彼此要承认这种差异的存在并接受这种存在，减少冲突的不可协调性。其次差异的存在就需要互动与了解来拉近合作人员的情感距离，消解隔阂并在知识传送方之间寻找的差异求同的状态，需要通过寻找思维相似性

共鸣和共同认知上来建立合作关系。因此将共同目标、差异合理、消除隔阂、思想共性归纳为合作关系。

3. 人际协调

人际协调包含了协商、反复磨合、重新平衡、交换区域和第三者间接沟通的方式。在团队关系的权力/知识整合建设和知识冲突显现时，协调是权力/知识整合的外驱变量，可以通过第三者间接沟通或知识传送方互相沟通反复磨合来重新平衡权力/知识，这是建立在知识转移方之间的人际关系上的协调方式，所以将以上内容归纳为人际协调。

4. 技术协调

技术协调包含反复调整和改变思路，而技术性协调也是通过人际协调变量呈现出的显性呈现方式，这是一种绘画技术的权力/知识平衡通路，其通过实施中的技术调整让方案可以有所转变形成新的创作。从访谈来看都是利用技法、专业技能来进行协调，因此将反复调整和改变思路归纳为技术协调。

5. 需缓解冲突

过程冲突也可能是知识管理有效的实质性障碍 (Jehn, Chadwick, & Thatcher, 1997)。从访谈资料整理时发现，需缓解冲突包含文化差异、语言障碍和观念冲突。团队成员的多区域身份导致了知识传送方的文化背景及认知不同的文化差异，因而造成在互动交流过程中由于观念冲突发生权力碰撞，并伴随由语言表达方式的不同致使沟通出现阻滞，这些文化、语言、观念差异不是哪一方的知识权力通过争取就能获得话语权的，而是不可妥协的，使得权力角逐过程需要通过建立沟通机制来对这种无法逾越的知识障碍进行壁垒和缓解，寻找知识传送方与知识传送方之间都能达成共识又互不侵犯对方权力的折中途径。由此可见文化差异、语言障碍、观念冲突是一种需要边缘化的冲突，所以将其归纳为需缓解冲突。

6. 冲突需求

冲突需求是一种创新团队的积极知识整合推动因素，从访谈可见，开放式集体创作虽然差异和碰撞巨大，会使团队合作呈现一定的阻滞，但这些碰撞正是创新所需求的因素，差异的合作可以打破固有的观念来实现创新。在本文访谈中，冲突需求是个知识传送方的合作需求重点，其直接影响着权力/知识整合的角逐程度，因此将需要碰撞、差异产生创新归纳为冲突需求。

7. 权力

这里的权力包含了机会压制和争夺控制权。由于开放式集体绘画的形式中有给予介绍和人情参与的知识传送方存在，就会出现由于给予对方参与机会而想要限制对方的现象出现，这样的状况导致了被压制方不愿意接受机会压制而退出的现象。同时也存在有急于取得话语权的权力争夺，形成争夺控制权力、话语权的现象。因此将其归纳为权力。

8. 人格特征

在访谈中发现团队中存在两种凸显人格，一种是个性强，另一种是沉默型人格。表现为个性强的知识传送方在知识呈现上都太过凸显，这样使创作有可能根据个性强的语言来作为创作主旋律，而沉默型人格属于习惯跟随他人权力来进行知识整合的状态。两种影响权力/知识整合程度因素都是应为个性发生，因此将个性强和沉默归纳为人格特征。

9. 自我需求

自我需求包含交流需求和启发。艺术家是想要通过集体绘画创作满足自身需求的，知识传送者之间发生的冲突、协调、交流过程中双方、多方都得到了启发和经验提升从而完成知识叠加带来的完善自我需求，满足了个人实现的需要，各自也得到了交流的回馈。这样的一些良性冲突都建立在知识传送方的个人需求和自我实现之上。但自我需求并不是都能在合作中得到满足，也存在个别知识传送方缺乏知识整合能力，不能逾越自我，无法通过合作达到自我预期的现象。以上两种情况都是基于自我实现的权力/知识整合状态，因此将交流需求和启发归纳于范畴为自我实现。

10. 过程

通过原始资料的挖掘和对概念的整理，发现集体绘画过程存在的过程内容有：不可控、互动推进，在这里，不可控是开放式集体绘画创作过程的性质，是一个自由动态互动的过程，是一个不以控制为手段的合作过程，需求不可控的创新权力/知识激发过程，这个过程是对知识转移者的一种审美挑战，也就是知识共享经历。因此将不可控和互动推进归纳为过程。

11. 目标

任务目标直接影响权力/知识表现形式，开放式集体创作着力于知识转移过程中知识传送者之间的互动、协作方式、话语权争夺触发碰撞而产生的创新，并从这些碰撞中寻找新认知来拓展创新空间。因为这样的开放式目的让开放式集体绘画团队形成的权力/知识表现更加多样化，也导致团队的参与过程性质是一个注重过程的创新目标，因此单独归纳为目标。以上子范畴及概念分析的典型例句如下：

表 1 典型原始语句与对应概念编码

资料编码	典型原始语句	定义现象	概念化	子范畴
g1	我和我弟弟是双胞胎，大家都知道双胞胎的共性是比较多的。因为同是双胞胎嘛，这个意识上啊是相互认同的...	创作双方是双胞胎，具备认同感	认同感 GSLCY1	情感关系
137	前期会涉及一些类似破冰游戏...嗯...知道大家共同的诉求在啊什么的让大家了解嘛，这个基础上就展开一些合作。	通过游戏增进了解	了解 GSLCY39	

表 1 典型原始语句与对应概念编码(继续)

资料编码	典型原始语句	定义现象	概念化	子范畴
118	就是有时候你要敏感到能感受到其他人的存在,就是你愿意在那一瞬间,比如说倒下,你知道一定会有人接住,这个不是商量出来的是一种默契,这种可能也分这种合作短期的或者长期的。那么就考验各自的之间的一种默契,怎么样可以共同的来形成一些东西。	长期培养的信任度和默契	默契 GSLCY46	
c7	大家觉得都触及到每个人的想法,不管是对材质的理解,还是对这个作品的形式上面的一个呈现,有一些共鸣,还有就是作品以外要传达的一些共鸣。	材质和形式的共鸣	共鸣 GSLCY64	
s17	语言相似度啊,或者跟他的绘画语言的相似度,或者是互动的能产生的一种可能,那么这种情况也是非常多的。就可以在同一个作品当中的某一块局部,我们两个就是在可以在语言上能够有一种沟通和互动的话呢就可以在某一块或者一块局部,当中来达到一种协调。	通过寻找相似度,就同一语言上进行沟通、互动和协调	思想共性 GSLCY23	合作关系
130	这个基础上,那么两边都可能会妥协,比如说当大家为了某种需要的时候,为了共同的方向的时候那么就会知道,我的个人喜好或者我的个人的某种东西在里面就不是那么重要。	共同的方向要放弃个人的东西	共同目标 GSLCY49	
y53	我觉得应该是一种数学式的一种方式来看待艺术,他就是有一个标准的答案,哪个好,哪个不好,虽然艺术有相对规律的标准和答案,但是实际上你就是再丑的,再什么的在里面,他存在嘛,还是有它的合理性。	差异存在即有合理性	差异合理 GSLCY 107	
s6	集体创作,那么他的目的就是消解人与人之间的冷漠和隔阂,用艺术和绘画的方式让大家近距离产生那种交集,他的有一项功能,可能只是一项功能他可能是这种。	社区型集体创作拉近距离,消解冷漠和隔阂	消除隔阂 GSLCY16	合作关系
s4	他也是集体作品的部分,但不是绘画,是一个装置的部分,那么就是,中国的艺术家集体完成一块,瑞典的艺术家集体完成一块,那么在商量这个作品由是什么材料组成,大家都会在一起讨论。	起步分组,讨论	协商 GSLCY4	人际协调
g20	画不是一天两天完成的,但是就是在画的当中的话,肯定在画的时候突然出现说,这个地方可能不对,应该这样来画,就是在画的当中反复来弥补,反复来修改,反复来妥协。	不是一次达成默契,过程中有反复的弥补、修改和妥协	反复磨合 GSLCY8	
148	等等一系列的,如果找一个特别有...个人表现欲特别强的,那么他不是适合在这个里面,我觉得还是一个项目管理和策划的问题。如果这个里面已经遇到这样的人嘛,就只能重新想办法,要重新产生一个平衡嘛。	有巨大冲突需要重新平衡	重新平衡 GSLCY57	
s23	还有就是就是换空间,我不挨着你我去另一边,离你远一点或者找个和我比较那个的契合的。	寻找契合的创作者合作和换空间换区域消解冲突	交换区域 GSLCY25	
s22	有经验的艺术家就会提醒策展人,我的作品跟她的作品是不能在一起的,就是作品会影响到我们两个的关系。这种视觉上,感觉上。找到气场上比较合适的画家的画来放。	合作的其中一方来对冲突做协调给与建议与提醒	第三者间接沟通 GSLCY 103	
c31	我记得,铺过不同的形状,方形,不规则形,还有三角形,铺了以后就觉得棱角太多了,还是达不到我们之间的一个想法,最后我们还是觉得来做个圆,因为圆比较包容、合一然后也比较规整。	实施过程中的反复调整	反复调整 GSLCY79	技术协调
y75	大家还觉得,改变这个人原来的思路,在绘画过程当中的创作,实际上走向一种新创作了嘛,并不是说原来构图构完了,以后就是制作啊,就是在绘画过程当中形成做的,其实也是挺好的,就有过这么一次经历。	在过程中转变策略与方案形成了新的创作	改变思路 GSLCY 116	

表1 典型原始语句与对应概念编码(继续)

资料编码	典型原始语句	定义现象	概念化	子范畴
17	比方说做一个什么形状或者做一个什么符号,然后呢他们提出来一个我们觉得不满意啊,我们觉得这个比较俗啊,比如说,当然我说的是瑞典艺术家跟我们,他们提议的我们觉得有点过了,因为这个涉及到跨文化,就是如果是两个中国人在一起他又不一样这个情况,如果涉及到不同国家不同文化背景的,这个,他又不一样,因为他涉及这个跨文化的经验。	文化背景和经验的差异	文化差异 GSLCY40	需缓解冲突
c16	但是比较难的是,因为是国外艺术家跟我们交流,语言上面不通啊,很多东西就交流得不深刻,只是靠翻译,我要充当翻译,另外一个艺术家也是还要充当翻译,感觉还是要专人专做,而且找翻译了嘛,还是要找非常专业的,很了解我们两个想法的翻译,这种项目才会做得更好。	语言交流障碍	语言障碍 GSLCY70	
141	然后呢我们就抛出来一个彩虹的观念,做一个彩虹,七彩的,那么他们又觉得这个简直变成一个同性恋的展览了,那所以这就是一个碰撞。	观念碰撞	观念冲突 GSLCY54	
y32	实际上他们让我去,就是以我的东方的身份而已,并不是我们国内讲了你多怎么样,就是一个东方的身份,他们在看哪个作品,当中都会问我东方会怎么看,会怎么样,后来我就在当中发现了很多东西,我就觉得。	开放式集体创作需要跨越很大的身份,需要差异冲突和碰撞	需要碰撞 GSLCY94	突需求冲
y33	尤其是艺术的合作,实际上它就是在打破人们对于作品以往的这种审美经验的一个合作。每个人都有审美经验,包括对方也有审美经验,打破了这个审美经验,而合作创造一些新的东西,在艺术里面,它本身就是一个很好的现象,在操作上把作品的本身提到前面,实际上是他会永远会出现新的东西。	差异合作让审美经验得到打破,会实现创新	差异产生 创新 GSLCY95	
y42	先是语言,语言上的,后来呢,老的就觉得你怎么会冲撞我了,就点了一句,就是说,实际上会画画的多的啊,好像觉得就是叫你是,那是一种,是给你一种机会嘛,就是有这样的感觉,对他们中年那人呢就觉得说受到了伤害,“谢谢你啊还看中我,我觉得我不太合适”。	不愿意接受机会压制选择中途退出	机会压制 GSLCY 102	权力
y63	他觉得他也要取得这个画面的控制和话语权,他是这个的。那么,但是他并没有想到这个画面,然后画上的责任人,或者是征得这个画,大家找来这些老师,他首先找的确是。有话语权的这些老师,也就是他对有话语权的老师,对于画面是有责任的。	没有考虑到责任人只想要取得画面控制球权	争夺控制权 GSLCY 112	
y81	当然,他独立太强了,我们就完全可以,实际上完全可以他为主旋律。	技术能力太突出,就让他做主旋律	个性强 GSLCY 120	人格特征
c11	有的人就天生喜欢把主导权交给别人,他是个跟随者,一般都会选择沉默。	跟随型人格选择沉默	沉默 GSLCY67	
131	实际没有什么特别...其实在这种项目中大家就是为了追求交流和碰撞。	有交流和碰撞的需求	交流需求 GSLCY50	自我需求
c2	参与的过程中肯定会有一些矛盾了,当然也会有不同的想法,虽然有时候会想法不同,意见不相同,但会有一些启发,我觉得启发很重要,会相互有些启发的时候。会互相影响到各自的作品创作了嘛。	矛盾给予启发影响创作	启发 GSLCY61	
s41	而社区性的创作他是不可控的,但他的目的也是不需要控制的,他的目的就是参与的过程,主要是过程。	开放式过程不可控,需要不可控	不可控 GSLCY33	过程
115	他是有人开始有人接着往下进行,他更像一个动态过程,像这个高处流水下来,你可以在下面设置路障或者什么改变它的流向啊,我觉得他更多是像这样互动的动态的一种进展啊。	互动的推进的动态过程	互动推进 GSLCY43	
s39	肯定能达到,而且我觉得集体创作这个项目它最大的特点和最大的目的其实就是参与性,他的目的性不太强,不像主题性的目的性很强。	开放式集体创作注重参与过程,主题性注重目的	过程目的	目标

主轴编码示例

将开放式编码中提出的 29 个概念及 11 个子范畴按照前因条件——理论现象——脉络背景——条件——行动/互动策略——结果这一典范模型联结在一起,发现并建立范畴间的相互关系 (Corbin, 1990), 归纳出 6 个主范畴 (AA1-AA6), 分别是团队关系、冲突、协调、权力、过程、目标。以团队关系为例, 前因条件是: 通过“了解”产生“共鸣”与“认同感”建立“情感关系”; 理论现象是: “默契”的建立; 脉络背景是: “共同目标”; 条件是: 认同“差异的合理性”; 行动/互动策略是: 寻求“思想共性”“消除隔阂”建立“合作关系”; 结果是: “情感关系”和“合作关系”共同建立“团队关系”。

表 2 范畴与对应概念编码

主范畴	子范畴	概念
团队关系	情感关系	认同感 GSLCY1、了解 GSLCY39、默契 GSLCY46、共鸣 GSLCY64
	合作关系	思想共性 GSLCY23、共同目标、GSLCY49、差异合理 GSLCY107、消除隔阂 GSLCY16
冲突	差异冲突	文化差异 GSLCY40、语言障碍 GSLCY70、观念冲突 GSLCY54
	冲突需求	需要碰撞 GSLCY94、差异产生创新 GSLCY95
	人格特征	个性强 GSLCY120、沉默 GSLCY67
	自我需求	交流需求 GSLCY50、启发 GSLCY61
协调	人际协调	协商 GSLCY4、反复磨合 GSLCY8、重新平衡 GSLCY57、交换区域 GSLCY25、第三者间接沟通 GSLCY103
	技术协调	反复调整 GSLCY79、改变思路 GSLCY116
权力	权力	机会压制 GSLCY102、争夺控制权 GSLCY112
过程	不可控	不可控 GSLCY33、互动推进 GSLCY43
目标	过程目的	过程目的 GSLCY30

选择性编码示例

通过不断挖掘范畴和范畴之间的关系,逐步提高概念抽象的层次,最后用时间轴来整理选择性编码,从主范畴之中发展出能系统包容其他范畴的核心范畴: 过程、团队关系、冲突、协调方式、目标、权力,通过对 6 个主范畴的继续考察和深入分析,结合原始访谈材料进行互动比较,发现可以用“开放式集体绘画团队权力/知识整合模型”将各种相关联的知识整合内容纳入到一个既简单又紧凑的理论框架中去 (Pandit, 1996)。本研究将其整理为“开放式集体绘画创作团队内部权力/知识整合过程”(图 1),定义为核心范畴。围绕这一核心范畴的故事线为: 团队关系→冲突→目标。

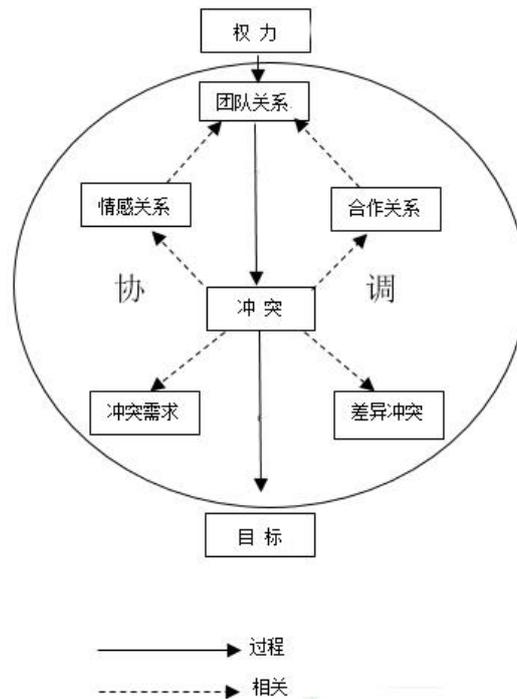


图1 开放式集体绘画创作团队内部权力/知识整合过程模型

研究结果及讨论

模型涉及了6个主范畴：过程、团队关系、冲突、协调方式、目标、权力。围绕这6个主范畴产生4个基本命题：过程→团队权力/知识整合、团队关系（情感关系与合作关系）→团队权力/知识整合、冲突（冲突需求和差异冲突）→团队权力/知识整合、协调→团队权力/知识整合目标。

团队权力/知识整合是一个权力/知识重叠的实践过程

该命题涉及团队权力/知识整合过程表现，首先开放式集体绘画创作团队的权力/知识整合过程是通过团队权力/知识碰撞、角逐、平衡、妥协、摒弃、选择，知识传送方进行了自我知识更新并整合后，最终服从于集体权力/知识整合的过程。其次，主范畴团队关系、个人需求、冲突、人格、协调多次重复，甚至贯穿整个合作过程，可以看出知识整合过程，通过不同权力/知识主张的相互角逐、妥协形成了相互的约束力量并在实践过程中重叠出现。

团队关系(情感关系与合作关系)是团队权力/知识整合的影响因素

研究分析发现该命题有以下两点影响因素：

1. 开放式集体绘画创作团队关系决定了知识传送方之间的权力/知识平行关系。

知识作为权力影响不是A可以用来影响B的限制，而是由A和B通过它们如何相互作用而构成的东西。在开放式集体绘画创作团队中知识传送方与知识传送方之间是知识平行传递相互作用关系，通过话语权的角逐来争取自我知识对他人产生影响的权力，同时也受到其他知识传送方给予的权力/知识影响，是互相寻找知识权力平衡的状态。

2. “情感关系”与“合作关系”正向影响团队关系权力/知识整合效用。

Nonaka, Toyama, 和 Konno (2000) 认为社会关系是个人之间共享和整合隐性和显性知识的有效机制, 从访谈数据可见在情感关系和合作关系共同构成了团队关系, 情感关系与合作关系互相依存, 共同影响与制约着团队权力/知识整合程度。总之: 权力/知识整合受到团队关系因素(知识传送方情感关系及合作关系)影响、团队关系是权力/知识整合基础。

冲突(冲突需求和差异冲突)是团队权力/知识整合的直接影响因素

该命题包含了影响权力/知识整合的: 观念差异冲突、自我实现冲突和个性冲突。

1. 观念差异冲突影响了权力/知识整合过程, 成为权力重要调节因素。

冲突需求是权力/知识整合的内驱变量, 观念冲突带来的是新的知识, 会给予知识转移方启发和知识创造刺激, 利于权力/知识整合创新的推进。也会造成知识整合阻滞, 尤其是权力/知识整合的主要调节因素。

2. 自我实现是权力角逐的主要驱动力, 同时也受限于知识传送方个人知识整合程度。

这里知识传送方是个人知识整合和知识再创造过程, 这就依赖于知识传送方对获取到的他人权力/知识影响的认知能力。在有选择的情况下, 个人行为会增加他们的个人权力而不是社会权力 (Van Dijke, & Poppe, 2006)。通过本研究发现知识传送方之间的知识转移行为动机不是想要控制别人, 是想要影响别人的同时也想受到权力的影响。由此可见, 冲突需求(个人权力/知识实现)成为了权力/知识整合的重要支撑条件。

3. 知识传送方个性冲突影响权力/知识整合的呈现方式。

通过将个人知识整合到知识管理实践、组织的决策过程中可根据个人需要和情况改变知识管理实践。那么在开放式集体绘画情景团队中, 这种灵活的权力/知识整合更加凸显。由于存在强烈的个性知识转移者, 一方面会从个性力量上去压制其他的知识传送方来创造话语权争夺机会, 不仅伴随着被集体排斥的风险, 还会使知识转移过程变得单一; 对于隐忍个性的知识传送方, 其具有知识的隐藏性, 不是所有的知识传送方都愿意分享自己的知识, 一方面虽然避免了恶性冲突带来的知识创造停滞, 但同时也会削弱了知识创造的递增。

总之, 无论是过程需求性的冲突还是需要边缘化的冲突, 都直接给予了权力/知识整合影响, 并起到重要的内因驱动变量调节作用。

协调是团队权力/知识整合目标的影响因素

该命题下包含了 2 个影响权力/知识整合的路径: 协调、目标。

协调是权力/知识整合的外因驱动变量整个团队关系的权力/知识整合建设和知识冲突显现时, 协调是权力/知识整合的外驱变量。目标决定权力/知识表现, 任务目标直接影响权力/知识表现形式。

结论

本文基于深入定性方法,对开放式集体绘画团队权力/知识整合过程内容进行了探索性研究,重点探讨了—个问题:哪些因素影响了开放式集体绘画团队的权力/知识整合过程?按照扎根理论的思路和流程,得出结论:

1. 开放式目标决定了集体绘画创作团队的权力/知识整合过程是一个权力/知识重叠的发展整合过程;

2. 权力/知识整合受到团队关系因素(情感关系及合作关系)、差异冲突及协调因素、及冲突需求(个人权力/知识实现需求)影响。其中,团队关系是权力/知识整合基础,差异冲突及协调因素起到权力/知识整合调节作用,冲突需求(个人权力/知识实现需求)是权力/知识整合过程的重要支撑条件。

研究和发现的局限性:

由于集体绘画创作的特殊性与稀缺性,本文选取的4个团队7个访谈对象并不是一个比较多的例证研究设计,虽在现有的开放式集体绘画团队实践及理论中有所拓展,但还是在研究结果可以推广到理论构建的程度有所限制。本文提供了关于权力/知识视角在7位访谈者经验背景下的研究总结。然而,有必要在更广泛的团队和专业背景下进行未来的研究,努力将权力/知识的概念与现有的知识管理理论更有利的进行结合。

实践及研究启示:

开放式集体绘画团队知识整合过程情景下的权力/知识视角为知识管理、绘画团队实践者和研究人员提供了一个针对绘画团队可参考的内容展示,知识管理研究人员和实践者可以利用开放式集体绘画团队权力/知识整合内容在绘画团队及相关专业和社会文化背景下理解权力动态并具备一定的指导意义。

References

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bhattacharai, N., Li, Z., Edmondson, D., & Zhang, M. (2006). Alginate-based Nanofibrous Scaffolds: Structural, Mechanical, and Biological Properties. *Advanced Materials*, 18(11), 1463-1467.
- Corbin, B. S. (1990). *Identification of Family Member's Self-care Knowledge: A Qualitative Study*. Doctoral Dissertation, Grand Valley State University.
- Ezzamel, M., & Willmott, H. (1998). Accounting for Teamwork: A Critical Study of Group-based Systems of Organizational Control. *Administrative Science Quarterly*, 43(2), 358-396. <https://doi.org/10.2307/2393856>
- Foucault, M. (1977). Historia de la Medicalización. *Educación Médica y Salud*, 11(1), 3-25.
- Foucault, M. (1980). The History of Exuality: Interview. *Oxford Literary Review*, 4(2), 3-14.

- Foucault, M., & Nazzaro, A. M. (1972). History, Discourse and Discontinuity. *Salmagundi*, (20), 225-248.
- Foucault, T., Kozhan, R., & Tham, W. W. (2017). Toxic Arbitrage. *The Review of Financial Studies*, 30(4), 1053-1094.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. UK: Routledge.
- Grant, R. M. (1996). Toward a Knowledge-based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 109-122.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2000). Knowledge Flows Within Multinational Corporations. *Strategic Management Journal*, 21(4), 473-496.
- Hassan, A., Chachi, A., & Latiff, S. A. (2008). Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry. *J. KAU: Islamic Econ*, 21(1), 23-40.
- Jehn, K. A., Chadwick, C., & Thatcher, S. M. B. (1997). To Agree or Not to Agree: The Effects of Value Congruence, Individual Demographic Dissimilarity, and Conflict on Workgroup Outcomes. *International Journal of Conflict Management*, 8(4), 287-305. <https://doi.org/10.1108/eb022799>
- Lukes, S. (1975). Political Ritual and Social Integration. *Sociology*, 9(2), 289-308. <https://doi.org/10.1177/003803857500900205>
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). SECI, Ba and Leadership: a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation. *Long Range Planning*, 33(1), 5-34.
- Pandit, N. R. (1996). The Creation of Theory: A Recent Application of the Grounded Theory Method. *The Qualitative Report*, 2(4), 1-15.
- Schultze, U., & Stabell, C. (2004). Knowing What You Don't Know? Discourses and Contradictions in Knowledge Management Research. *Journal of Management Studies*, 41(4), 549-573.
- Van Dijke, M., & Poppe, M. (2006). Striving for Personal Power as a Basis for Social Power Dynamics. *European Journal of Social Psychology*, 36(4), 537-556.
- Xu, C., & Qu, X. (2014). Cerium Oxide Nanoparticle: A Remarkably Versatile Rare Earth Nanomaterial for Biological Applications. *NPG Asia Materials*, 6(3), e90-e90.
- Yang, Y. F., Jang, G. B., Yang, X. J., Wang, Q. X., He, S. S., Li, S., Quach, C. T., Zhao, S. H., Li, F., Yuan, Z. Q., Lee, H. R., Zhong, H. B., & Liang, C. Y. (2018). Central Role of Autophagic UVRAG in Melanogenesis and the Suntan In Response. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, (pp. E7728-E7737). Washington, DC: PNAS.
- Zhang, L., Zhou, W., & Li, D. (2006). Global Convergence of a Modified Fletcher-Reeves Conjugate Gradient Method with Armijo-type Line Search. *Numerische Mathematik*, 104(4), 561-572.



Name and Surname: Qian Liu

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration



Name and Surname: Shenglong Han

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Program Design, Data Structure, Database System, and Information System Analysis and Design

共生价值观对联盟绩效影响研究

RESEARCH ON THE INFLUENCE OF SYMBIOTIC VALUES ON ALLIANCE PERFORMANCE

肖金花¹, 韩圣龙²

Jinhua Xiao¹, Shenglong Han²

^{1,2}泰国正大管理学院中国研究生院

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

Received: October 8, 2019 / Revised: March 17, 2020 / Accepted: April 16, 2020

摘要

人工智能产业属高新科技, 高额研发费用、创新失败、国际市场竞争及不确定性, 以及中国国内同业交叉开发、市场混战等等, 都会给中国人工智能高新企业带来致命的伤害, 在这样背景之下, 创建产业战略联盟是为最佳选择。现阶段学者们大部分还是从产业联盟冲突与协同来研究联盟动态及联盟组合重点企业为主, 没有从“共生价值观”角度去思考。本研究提出: “共生价值观对联盟绩效影响”问题研究。然后通过对中国北中南分布的 3 省市人工智能产业战略联盟发放调查问卷, 利用 SPSS22.0 软件对回收调查问卷进行相关统计分析 & 检验, 结果表明, 共生信仰正向影响联盟绩效; 管理能力之沟通能力在共生信仰与联盟绩效中中介效应显著; 顾客价值在管理能力与联盟绩效中调节效应显著。

关键词: 共生信仰 顾客价值 管理能力 联盟绩效

Abstract

Artificial intelligence is high-tech industry, and the high research and development costs, the possibility of innovation failure, the international market competition and uncertainty, domestic cross-industry development, and market scuffles and so on, will all cause fatal damage to high-tech enterprises. In this context, creating an AI industrial strategic alliance is the best choice. At this stage, most scholars from the East and the West mainly focus on researching alliance dynamics and the focal enterprises of alliance combination from the perspective of industrial alliance conflicts and collaborations, and they do not think from the perspective of “symbiotic values”. Therefore, this

research proposes the research on the impact of symbiotic values on alliance performance. Then, we issued questionnaires to the three provinces and cities of the artificial intelligence industry strategic alliance distributed in northern, central and southern China, and used SPSS22.0 software to examine the questionnaire results with descriptive statistical analysis. The results show that symbiotic beliefs positively affect alliance performance; the communication ability of managerial ability has significant mediating effect on symbiosis belief and alliance performance; customer value has significant moderating effect on management capability and alliance performance.

Keywords: Symbiosis Values, Customer Value, Management Capability, Alliance Performance

引言

2017年中国国务院提出中国新一代人工智能发展规划,部署中国人工智能发展先发优势,到2030年,人工智能理论、技术与应用总体达到世界领先水平,成为世界主要人工智能创新中心。产业联盟也将成为一种新的趋势,在环境的不确定性、外部激烈竞争的背景下,促使人工智能高科技企业走向共生、协同的道路,这对产业发展、企业成长特别是高新技术企业的快速成长具有十分重要的意义。

战略联盟的本质就是联盟双方为获得更多的利润、获得更大的市场,获得更好的联盟绩效 (Long, 2006)。战略联盟企业间的资源互补,可以促进联盟的形成、发展和有效的合作” (Parkhe, 1991)。联盟的宗旨是为伙伴创造价值大于单个企业的创造价值 (Oliver, 1997),总体联盟绩效大于单个企业绩效 (Das & Teng, 2000)。有利于实现联盟企业协同发展,提高联盟企业竞争优势与绩效 (Harrison, Hitt, Hoskisson, & Ireland, 2001)。研究战略联盟,绕不开联盟绩效研究,所以学者们从不同的视角去解释影响战略联盟绩效的前因变量,从战略伙伴选择,到联盟治理,联盟市场,这中间出现一系列联盟冲突,大家一致认为:联盟伙伴的共同价值趋向以及相同的企业文化背景,更有利于联盟的稳定及绩效的提高, (Ling, 2018) “从国家外交层面也指出:联盟与联盟成员国共同价值观一致,更有利于国家联盟的稳定与发展”。大家都认为共同价值观的重要性,但没有学者从正面共生价值观角度研究联盟绩效。基于此:本研究从共生理论、企业文化理论、价值观管理理论视角提出:共生信仰如何影响联盟绩效;管理能力是否在共生信仰与联盟绩效间起中介作用;顾客价值导向是如何在管理能力与联盟绩效间起调节作用。

文献理论与假设提出

价值观管理理论

休·戴维森,提出价值观管理理论,基本观点:一个组织需要通过确立强有的愿景和价值观并发挥它们在实践中作用,构建起利益相关者之间的承诺,形成承诺型组织。

共生理论:

“共生”最早出现在生物学领域,1879年由德国真菌学家德贝里年首先提出, Ahmdajina

(1986) 将其定义为不同种属的物质联系生活在一起, 形成共同生存、协同进化或者抑制的关系。袁纯清对共生单元、共生模式和共生环境进行定义, 丰富了理论基础, 他将其研究运用到现今的管理学中, 在共生是生物现象和社会现象的基础上, 认为它还是一种社会科学方法。基于以上理论, 本文提出以下研究假设:

共生信仰与联盟绩效关系

联盟绩效

对于战略联盟绩效至今没有一个统一的定义 Yan 和 Zeng (1999), 许多联盟绩效研究文献, 尤其是实证研究的文献都倾向于使用双方的战略联盟目标实现程度或者联盟双方对于联盟的满意程度来界定联盟绩效。

共生信仰: 联盟成员在具备可持续发展能力的商业模式基础上, 各方形成集体价值观, 共同构成联盟信仰, 称之为共生信仰 Chen (2018)。

通过文献回顾, 本文采用企业文化的构成要素的核心要素 (价值观) 来作为观测变量, 联盟形成的初衷是为双方获利, 那么联盟的价值观也应该为共同的价值观。为了更准确的反应共生价值观的信效度, 本文采用了 Chen (2018) 共生信仰作为共生价值观的代名词, 表达相同的意思, 只为更好测量而已, 没有本质区别。

Hugh (2004) 提出: 一个组织需要通过确立强有的愿景和价值观并发挥它们来增加组织绩效。(Li, 2011) 从企业文化角度评价管理绩效。Yu 和 Lu (2019) 从价值观异质性通过团队互动来进行了评价并提出: 价值观异质性负向影响团队绩效 Long (2019)。从企业文化与绩效关系综述企业文化对绩效的重要性。企业文化理论, 它的问世标志着管理学进行了第四次管理革命, 它对管理绩效的贡献已成为 21 世纪企业提高绩效的强有力的软实力 Hu 和 Zhang (2007)。从价值观管理基础理论提出 Fan (2014) 从研发技术角度, 对战略联盟绩效进行了创新绩效研究 Cheng (2003)。基于共生理论对企业集群组织进行研究 Chen (2018)。对企业文化进行了系统研究, 指出企业文化与价值观与如何影响管理绩效 An (2018)。对战略变革、企业文化与企业绩效三者关系的实证, 以上理论都说明了企业文化及价值观对组织绩效有显著影响, 战略联盟为企业间组织, 与企业运营具有相同的功能, 故把在企业中, 表现良好的共生价值观引入到联盟中, 预测它对联盟绩效同样会有显著正向影响。共生理论, 互利共赢共生模式, 是提升产业战略联盟绩效稳定的必要条件。基于此, 提出假设:

H1: 共生信仰正向影响联盟绩效。

联盟管理能力: 是公司有效率和效果地管理既定联盟所需要的认知、行为和组织能力 (Schreiner, Kale, & Corsten, 2009) 包括沟通能力、协调能力和粘结能力 3 个维度。

价值观管理既可以视为一种管理哲学, 也可以视为一种管理实践, 其主要作用体现在能维持组织的核心价值观, 并使其与组织的战略目标结合起来 (Lan, 2018)。企业价值观管理

及其有效方法 (Liu & Du, 2015)。联盟管理能力的构成对联盟组合绩效证实, 联盟管理能力的多维度影响联盟绩效 (Huang, 2019)。从企业文化对企业管理的价值证实 (Zhu & Xu, 2016)。从产学研联盟引入联明管理也证实联盟管理影响联盟绩效 (Ye, Ren, & Hao, 2015)。从联盟知识异质性通过联盟管理能力证实影响创新绩效。管理能力三维度, 沟通能力、协调能力、维系能力对共生价值观的实行前期、中期、后期都发挥了重要作用, 联盟伙伴来自不同的企业, 各自都有自己的企业文化, 合作冲突、价值观异质、机会主义 (Xu & Xu, 2012) 都是在以往的联盟中出现, 使得联盟失败率高 50% 以上, 从信认、控制、支持有益不同企业文化同存, 是否没有从根本上解决冲突与联盟失败, 联盟本质既为互利共同。从共生理论主张来看, 它的主旨为不同种属的物质联系生活在一起, 形成共同生存、协同进化或者抑制的关系。强调共生与长久, 此时的共生信仰将会在联盟管理能力的全过程与此共同作用, 把联盟伙伴从各种冲突与不和谐当中, 用联盟远景、联盟价值观把各联盟伙伴, 从眼前的小利上升到大层面, 联盟共生将会为联盟伙伴带来更多的利润及更好的发展前景, “人无远虑必有近忧” 这个哲理同样很适合联盟伙伴。大家都把眼光看到联盟远景与未来, 明白只有联盟的稳定且有效, 联盟大体量才会给各伙伴带来更多的利益。价值观本身并不会自动转化为生产力, 只有通过管理能力发挥伙伴联盟成员以共生为信仰的联盟氛围, 此时共生信仰才会为联盟绩效带来超预期的满意。价值观是企业兴旺发达的原动力, 是企业的灵魂。那么, 这种价值观也将会成为是联盟发展的核动力。基于此, 提出如下假设:

H2: 管理能力在共生信仰与联盟绩效中起中介作用。

H2a: 管理能力之维系能力在共生信仰与联盟绩效中起中介作用;

H2b: 管理能力之沟通能力在共生信仰与联盟绩效中起中介作用;

H2c: 管理能力之协调能力在共生信仰与联盟绩效中起中介作用。

顾客价值: 以市场导向的共生价值观, 以顾客价值为导向构建企业核心能力, 倡导的是一种把顾客利益放在首位, 在实现顾客受益, 让顾客完全满意的同时使企业受益。

在文献回顾和现实中, 客户价值在更好的管理中是否起着重要作用学者 (Zhang & He, 2014; Zhou, Yang, Wang, & Wang, 2017) 价值共创的初步过程产生了一个逻辑, 该逻辑阐明了价值共创模型整体的内部机制。客户是价值共同创造的核心, 而以企业客户为中心的价值共同创造决定了价值共同创造模式能否成功。

在此过程中, 以客户为中心的企业价值共同创造将受到许多因素的影响, 尤其是公司的组织能力。这会影响到企业价值的创造以及客户对企业价值创造的看法。因此, 学者们在价值创造研究中基于面向服务的逻辑考虑了客户参与的要素, 但并未对客户价值感知 (客户参与价值创造的前提) 进行更多研究。本文做出以下假设:

Yang 和 Wang (2002) 提出：顾客价值是营销绩效的驱动力。Chen (2019) 在外部环境不确定的情况下，企业只有协同发展，以顾客价值导向为指导，才是未来方向。同理，在联盟治理中，联盟管理提倡以顾客价值导向的价值观，会减少很多不同联盟成员各自企业的价值观以及价值观冲突，具有高凝聚作用，顾客价值是营销领域的关键词，与顾客息息相关，与管理能力没有直接必然联系，但它会影响联盟绩效的好坏，故本研究将它作为调节变量，联盟成员都以顾客价值导向来共生，紧紧围绕顾客，一切以顾客价值为出发点，这对联盟管理能力提出很高要求，不仅要协调各联盟成员一致价值观；而且还有与各联盟成员进行柔性沟通，联盟的一切创新，都应从为顾客带来价值思考；联盟的维系能力，坚持共生与顾客价值导向，是联盟运营的有力保障，Luo (2008) 从顾客价值创新对客户联盟进行了研究，顾客价值是否作用于管理能力，使其更好的提升联盟绩效，基于此，提出如下假设：

H3: 管理能力与联盟绩效的关系，可能受到顾客价值的调节；

H3a: 顾客价值可能调节维系能力与联盟绩效；

H3c: 顾客价值可能调节沟通能力与联盟绩效；

H3d: 顾客价值可能调节协调能力与联盟绩效。

根据以上研究假设，提出本文研究共生价值观理论模型：

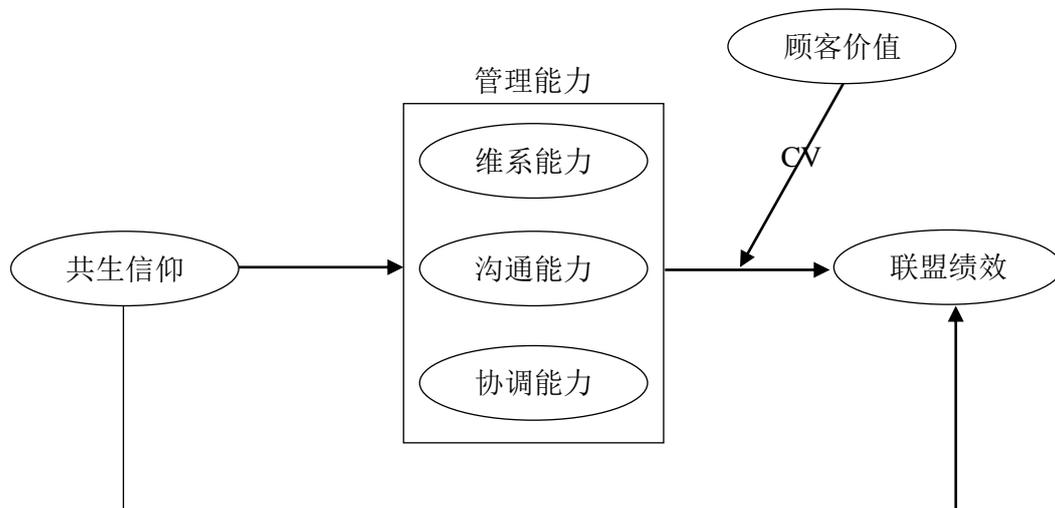


图 1 共同价值观与联盟绩效模型

研究设计

1. 样本与数据

本文的研究对象是中国人工智能产业联盟创始人。所调查的产业联盟创始人为了避免数据同源分为三个地区进行发放收集，三地分别为北京、山西、深圳，在中国呈北中南地区分布。

采用有大型会议通知前,通过通知并先行发放预调研问卷,待正式开会时,通过现场会议让主要负责人告知问卷发放的目的与意图,进行正式问卷调研并要求现场专人收回。

问卷主要采取了现场发放形式。现场总发放了问卷 330 份,收回了 326 份,回收率 98.7%,问卷高效及有效率都达到笔者研究之用,在对收回的问卷进行匹配和筛选之后,挑出其中的填写不太规范的和回答有多选项的问卷进行排除,得到最终的有效问卷 312 份。

2. 变量量表测量

联盟绩效

研究者就如何衡量联盟绩效主要采用三类标准 (Namgyoo & Dong, 1997): 第一类标准是衡量联盟合作者双方的战略联盟目标实现程度以及联盟双方对于联盟的满意程度等主观标准来评价联盟绩效 (Mjoen & Tallman, 1997; Das & Teng, 2000); 第二标准是使用联盟的稳定性和持续性等指标来衡量联盟的绩效 (Blodgett, 1992; Park & Russo, 1996); 第三类标准则是衡量联盟合作者是否获取了预期的财务收益,主要是倾向于使用收益率、销售增长率等客观标准来评价联盟绩效 (Mohr & Spekman, 1994; Park & Russo, 1996; Doz & Hamel, 1998)。考虑到联盟企业对于财务绩效等客观信息的敏感性 Bucklin 和 Sengupta (1993); Brownell 和 Dunk (1991) 提出没有证据证明组织内部的会计报表或者投资回报等资料比主观评价的组织绩效更客观,所以大多数学者倾向于使用主观标准来评价联盟绩效 (Das & Teng, 2000),因此基于以上研究成果,本文采用第一与第二标准加以衡量联盟绩效。

管理能力

联盟管理能力是一个综合的概念,由多种维度构成。Schilke 和 Goerzen (2010) 从动态竞争力的视角出发,将联盟管理能力划分为联盟协调、联盟组合协调、企业间学习、联盟行为主动性和联盟转换 5 个维度。(Schreiner, Kale, & Corsten, 2009) 等则认为联盟管理能力是公司有效率和效果地管理既定联盟所需要的认知、行为和组织能力,包括沟通能力、协调能力和粘结能力 3 个维度。本文遵循 (Schreiner, Kale, & Corsten, 2009) 的研究,将联盟管理能力分为沟通能力、协调能力和维系能力 3 个维度。

共生信仰

本量表采用 Chen (2018) 《共生》一书中,共生信仰三维度:自我约束、中和利他、致利成长,因本文对此量表做了探索性分析检验,发现‘中和利他’在信度上没达到管理学中要求的信度 0.7 以上,其他两个因子都在 0.9 以上,故本研究采用了两维因子:自我约束与致利成长。

顾客价值

本量表采用管理界常用的成熟量表,项目条目以 Liu (2012) 为主,该量表在进行正式论证分析前,同样也做了探索分析,该量表信度与效度在本研究中,表现良好。

研究方法

本文通过问卷调查的方法获得所需的数据,在上述步骤完成后,进行问卷的数据处理阶段。首先对问卷进行了筛选,把明显的无效问卷剔除后,对数据使用工具和统计软件进行分析。主要的分析方法包括探索性因素分析、验证性因素分析、信度检验、相关分析、方差分析和层次回归分析等。使用统计分析 SPSS 22.0 软件与 AMOS 24 软件来进行统计相关分析。在回归分析中,为了得到自变量对于因变量的独特贡献,本研究使用了层级回归法。AMOS 因子验证能够更直观地清楚看到变量与因子间的相关斜交系数与载荷。在基于理论分析的基础上运用 SPSS 22.0 统计分析方法来进行假设检验,检验本文所提出的假设并进行解释,最终得到本文的研究结论和研究启示。

数据分析与实证

描述性统计分析

为了研究对象总体的特征,一般会采用随机的方法,从总体中抽取部分样本来加以研究,并对样本均值、标准差、频次分布、比率等进行描述。本样本服从正态分布。各变量间相关系数都小于 0.8,方差的膨胀因子小于 10,排除变量间多重共线性的问题。这为下一步研究假设提供了初步支持。

信度与效度检验

本研究所有变量 Cronbach's α 值都超过 0.7,表明内部一致性较好,信度通过检验。各题项的因子负荷值都大于 0.6,聚合信度值都大于 0.7,平均方差抽取量都大于 0.5,单个因子指标与变量指标都有效,满足效度的聚合效度与区分效度。通过 AMOS 验证性因子分析发现,所有变量的 GFI、CFI、IFI、TLI 均大于 0.9, RMSEA 均小于 0.08,表明效度非常良好。

变量关系相关分析

变量间相关性是指变量之间的关联程度,通过对变量间的相关性分析,可以清楚知道变量之间是否具有相关性,所以说,变量间的相关分析是回归检验分析的基础。经中心化后,本研究的中共生信仰 (AS)、管理维系能力 (AM1)、管理沟通能力 (AM2)、管理协调能力 (AM3)、联盟绩效 (AP)、创业经历 (EE)、创始人情况 (FS)、联盟情况 (Ass)、企业规模 (ES) 相关分析见表 1 所示。

表 1 各变量相关性分析

XX	E	S	Ss	S	S	M3	M2	M1	V	P
EE	1									
FS	.165**	1								
ASs	.349**	-.055	1							
ES	.461**	.228**	.334**	1						

表 1 各变量相关性分析 (继续)

XX	E	S	Ss	S	S	M3	M2	M1	V	P
AS	.559**	.340**	.418**	.550**	1					
AM3	.269**	.286**	.274**	.361**	.652**	1				
AM2	.590**	.189**	.385**	.562**	.781**	.478**	1			
AM1	.463**	.223**	.211**	.551**	.456**	.388**	.563**	1		
CV	.525**	.383**	.410**	.539**	.642**	.632**	.741**	.418**	1	
AP	.628**	.306**	.430**	.597**	.648**	.590**	.560**	.574**	.432**	1

注: **P<0.01, ***P<0.001, *<0.05, 双相关性显著

数据来源: 于软件 SPSS 22.0 输出结果整理。

从上表中的数据可以看出, 理论模型所需各自变量与被解释的因变量除联盟情况与创始人情况之间为 -.055 外, 其他都在置信区间为 0.01 水平 (双侧) 上显著相关, 可用做回归分析。其中控制变量之联盟情况为创始人加入几家联盟, 从表中看出创始人加入几家联盟与创始人是单独创业还是合伙创业、还是委托创业关系不相关, 从现实来看, 也符合, 加入联盟多少与创始人是否单独创业还是合伙创业关系不大, 但是这两个控制变量与其他变量都显著相关, 所以还是按本文研究设计把联盟情况与创始人情况与其他控制变量一起代入方程进行相关验证。

假设中介检验:

本文根据 (Wen, Zhang, & Hou, 2006) 的中介检验原则, 采用了 SPSS 回归中加入 PROCESS 插键, 进行回归检验中介效应。PROCESS 的操作要比之前的三步走进步了不少, 可以同时把因变量联盟绩效与自变量共生信仰与中介变量分别以维系能力、沟通能力、协调能力及控制变量一起纳入回归方程。第一回归方程: 将因变量联盟绩效、自变量共生信仰、中介变量维系能力、控制变量创业经历、创始人情况、联盟情况、企业规模纳入; 第二回归方程: 将因变量联盟绩效、自变量共生信仰、中介变量沟通能力、控制变量创业经历、创始人情况、联盟情况、企业规模纳入; 第三回归方程: 将因变量联盟绩效、自变量共生信仰、中介变量协调能力、控制变量创业经历、创始人情况、联盟情况、企业规模纳入, 分别进行相关检验中介效应。模型处理汇总结果见表 2。

表 2 管理能力的中介效应分析

回归检验路径	变量	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
X-Y	共生信仰	.7522***		.6175***		.7856***	
M	维系能力		.0158				

表 2 管理能力的中介效应分析(继续)

回归检验路径	变量	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
	沟通能力				.1505***		
	协调能力						.176
	创业经历	.2777***	.4484***	.3310***	.3714***	-.1804	.5950***
	创始人情况	.1644	-.0061	-.0057	-.0014	-.0077	-.0016
	联盟情况	-.0522	.0838	.0095	.0429	.0491	.0556
	企业规模	-.0562*	.0838	.2948***	.2149	.0348	.4368***
	R2	.4725	.4724	.6648	.6911	.4442	.4281
	置信区间		-.0121- .2011		.0331-.6210		-.0014- .1128
	F	36.3355	690.2690	121.3838	812.1955	48.9098	569.9178

注: **.在置信度(双侧)为 0.01 时,相关性显著。

数据来源: 于软件 SPSS22.0 输出结果整理。

从模型 1 中看出共生信仰对联盟绩效显著影响,影响系数为 .7522, $p = .0000 < 0.01$,从模型 2 中介效应为 .0158, $p = .0799 > 0.05$ 不显著,置信区间包括零, H2a 不得到验证;模型 3 共生信仰对联盟绩效显著影响,影响系数为 .6175, $p = .0000 < 0.01$,从模型 4 看中介效应为 .1505, $p = .0000 < 0.01$ 中介效应非常显著,置信区间没有包括零, H2b 得到验证;从模型 5 影响系数为 .7856, $p = .0000 < 0.01$,从模型 6 看中介效应为 -.0176, $p = .2025 > 0.05$ 不显著,置信区间包括零, H2c 不有得到验证,共生信仰对联盟绩效的模型 1、模型 3、模型 5 都验证非常显著,从而假设 H2 也得到了验证。其中, H2b 沟通能力在共生信仰与联盟绩效中,总效应为 .7680,沟通能力贡献了 19.6% 中介效应。模型 1、模型 3、模型 5 联盟绩效都显著,假设 H1 也得到验证。企业规模与创业经历在一定程度上,影响联盟绩效,说明创业经历与企业规模,在发展进程中,认识到联盟的重要性。现实的联盟中可以看出,共生信仰非常重要,它能让联盟成员齐心协力为联盟创造更大的绩效,共生是时代的召唤,也是未来联盟必由之路。其中管理能力之维系能力在共生信仰与联盟绩效中不显著,说明维系能力在有共同价值观的联盟中,维系能力不用太过执行;而管理能力之沟通能力在共生信仰与联盟绩效中,非常显著,说明在共生信仰浓烈的联盟中,沟通能力非常重要,这与研究联盟管理能力与联盟绩效的学者们得出的结论是一致的,沟通能力影响联盟绩效;管理能力之协调能力中介效应不显著,说明在有共同价值观的联盟中,协调能力都不用太过预算成本,这样会为联盟节省好多费用,在以往的研究中,协调能力也是联盟预算的大项,通过验证,联盟有了共生信仰,联盟成员就会向着对联盟有利的方向发展,联盟管理能力三大核心,其中两项就

用投入太多经费去维系与协调联盟成员，共生信仰的潜在能力得到进一步证实，要想节约联盟费用与提高绩效，共生价值观是有力武器。

假设的调节效应

本文采用层级检验调节作用。模型 1 以联盟绩效为因变量，维系能力、顾客价值为自变的检验模型；模型 2 以联盟绩效为因变量，维系能力、顾客价值为自变量，加入维系能力与顾客价值的交互项检验模型。模型 3 以联盟绩效为因变量，沟通能力、顾客价值为自变量检验模型；模型 4 以联盟绩效为因变量，沟通能力、顾客价值为自变量，加入沟通能力与顾客价值交互项的检验模型。模型 5 以联盟绩效为因变量，协调能力、顾客价值为为自变量检验模型；模型 6 以联盟绩效为因变量，协调能力、顾客价值为自变量，加入协调能力与顾客价值交互项的检验模型。检验结果见表 4。

表 3 顾客价值的调节效应分析

变量	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6
维系能力	.185***	.797***				.288***
沟通能力			.316***	.908***		
协调能力		.797***			.020	
顾客价值	.802***	.539***	.635***	.358***	.801***	.604***
维系能力*顾客价值		.129***				
沟通能力*顾客价值				.349***		
协调能力*顾客价值						.753***
创业经历	.120***	.103***	.094***	.063***	.167***	.062**
创始人情况	-.067**	-.033	-.022	-.018	-.055	-.002
联盟情况	.009	-.012	.001	-.016	.003	-.002
企业规模	.020	.005	.039	.002	.093**	.072**
R ²	.624	.635	.638	.639	.603	.644
ΔR ²	.623	.664	.550	.640	.601	.643
F	622.080	629.484	788.129	824.559	473.484	732.710

注：**P<0.01，***P<0.001，*<0.05，双相关性显著。

数据来源：于软件 SPSS22.0 输出结果整理。

模型 1 包含了控制变量创业经历、创始人情况、联盟情况、企业规模，自变量维系能力和调节变量顾客价值，回归结果发现，维系能力 .185 与顾客价值 .802 都显著，(p = .000<0.01) 正向显著影响联盟绩效。模型 2 加入了维系能力与顾客价值交互项，回归显示，联盟绩效 .129 具有显著相关关系 (p = .000<0.01)，与模型 1 相比模型 2 较 R²有所提高由原来的 .623 提至 .664。可以看出，顾客价值在共生信仰与联盟绩效之间有正向调节效应，H3a 得到验证。

模型 3 包含了控制变量创业经历、创始人情况、联盟情况、企业规模, 自变量沟通能力和调节变量顾客价值, 回归结果发现, 沟通能力 .316 与顾客价值 .635 都显著, ($p = .000 < 0.01$) 正向显著影响联盟绩效。模型 4 加入了沟通能力与顾客价值交互项, 回归显示, 联盟绩效 .349 具有显著相关关系 ($p = .000 < 0.01$), 与模型 3 相比模型 4 较 R^2 有所提高由原来的 .550 提高至 .640 可以看出, 顾客价值在共生信仰与联盟绩效之间有正向调节效应, H3b 得到验证。

模型 5 包含了控制变量创业经历、创始人情况、联盟情况、企业规模, 自变量协调能力和调节变量顾客价值, 回归结果发现, 协调能力 .020 ($p = .401 > 0.05$) 与顾客价值 .801 ($p = .000 < 0.01$), 协调能力不显著, 而顾客价值正向显著影响联盟绩效。模型 6 加入了协调能力与顾客价值交互项, 回归显示, 联盟绩效 .753 具有显著相关关系 ($p = .000 < 0.01$), 与模型 5 相比模型 6 较 R^2 有所提高由原来的 .601 提高至 .643。可以看出, 顾客价值在协调能力与联盟绩效之间有正向调节效应, H3c 得到验证。

从表中可以看出, 顾客价值与管理能力各交互项都显著, 调节效应主要是看交互项系数是否显著, 从表中可以看出, 交互项都显著, 这也符合联盟成员共同以顾客价值观为指导, 表中显示交互项对联盟绩效方差贡献率通过 F 检验, 说明顾客价值具有正向调节效应, 假设 H3 得到验证。

顾客价值作为价值观导向有利于提高联盟绩效, 在现实联盟中, 联盟成员都以共生信仰为理念, 以顾客价值观为导向, 这样会大大增加联盟绩效, 降低联盟冲突, 维系工作与协调工作也减轻。从联盟长远的发展来看, 用联盟愿景来激励联盟成员, 向大家共生的方向发展, 以顾客价值为出发点, 这样联盟稳定性增强, 创新能力增加, 财务绩效自然也会得到很好的发展, 这种思维符合企业, 同理也符合当今联盟。

结论与讨论

本文以人工智能产业战略联盟为研究对象, 借鉴以往的研究成果, 提出了共生价值观与联盟绩效模型, 具体研究了共生信仰、管理能力、顾客价值、联盟绩效之间的关系, 进行了理论探索和实证检验, 主要结论如下:

1. 本研究通过 SPSS22 回归方法来研究共生信仰对联盟绩效影响, 回归分析结果表明, 共生信仰对联盟绩效显著影响, 这说明共生信仰是联盟绩效的自变量, 验证了假设。
2. 研究数据采用统一联盟创始人, 避免了以往不同层次管理者回答问卷差异较大问题。
3. 本文通过回归方法验证了管理能力之沟通能力在共生信仰与联盟绩效间起到中介效应, 并且显著, 但维系能力与协调能力中介效应不显著, 但这是好现象, 因共生理论指导减少了冲突与协调工作。
4. 通过回归方法验证了顾客价值在管理能力与联盟绩效中的调节效应, 这说明以顾客价值观为导向, 从联盟各个时段的成员都认可。

以上分析所知, 本文所提出的研究假设大部分通过了验证, 同时验证结果可为人工智能产业联盟实践与管理提供了新的管理指导, 也对未来研究之方向学者提供理论参考。

局限与不足

虽然本研究对共生价值观与联盟绩效之间的关系进行了较为深入的研究, 但是在整个研究过程中还存在一些局限性和不足之处, 下面就研究不足和局限性进行分析, 以其对后来的研究进行补充和完善。

1. 共生信仰

共生信仰测量量表的维度是基于前人研究的基础上、并结合请教专家与研究文献资料得出, 通过对测量问卷的分析也表明了问卷具有较好的信度和效度, 但是其中一个维度没能得到支持, 需要在以后的研究中, 转换不同产业或加大样本收集量, 再进行进一步的实证, 让共生信仰量表信度与效度更可靠、更有效。

2. 样本

因为时间限制, 本文所选择的样本数量偏少, 在所选择的样本中, 仅选择了北京、山西、深圳三地产业战略联盟为样本进行研究, 这样就存在样本的代表性可能不够全面的问题, 研究得出的结论样本总体代表性可能存在偏差。且由于时间限制, 没有对不同产业战略联盟进行比较分析, 在今后的研究中要对不同产业战略联盟进行比较分析会更有实际意义, 这也是笔者今后努力的方向。

References

- Ahmdajina, V. (1986). *Symbiosis: An Introduction to Biological Association*. England: University Press of New England.
- An, Z. B. (2018). *Empirical Study on the Relationship between Strategic Change, Corporate Culture and Corporate Performance*. Master's Thesis, North China University of Water Resources and Hydropower. [in Chinese]
- Blodgett, L. L. (1992). Factors in the Instability of International Joint Ventures: An Event History Analysis. *Strategic Management Journal*, (13), 475-481.
- Brownell, P., & Dunk, A. S. (1991). Task Uncertainty and Its Interaction with Budgetary Participation and Budget Emphasis: Some Methodological Issues and Empirical Investigation. *Accounting Organizations and Society*, 16(8), 693-703.
- Bucklin, L. P., & Sengupta, S. (1993). Organizational Successful Co-marketing Alliance. *Journal of Marketing*, (7), 32-46.
- Chen, C. H. (2018). *Corporate Culture*. Beijing: China Machine Press. [in Chinese]
- Chen, C. H. (2018). Whether Enterprise Values Can Produce Performance Mainly Depends on the Management of Values. *Marketing Agricultural Materials and Market*, (5), 44-45. [in Chinese]

- Chen, C. H. (2019). Future Oriented “Symbiosis”. *Enterprise Management*, (4), 6-9. [in Chinese]
- Cheng, D. T. (2003). *Research on Enterprise Cluster Organization Based on Symbiosis Theory*. Doctoral Thesis, Zhejiang University. [in Chinese]
- Das, T. K., & Teng, B. (2000). Instabilities of Strategic Alliances: An Internal Tensions Perspective. *Organization Science*, (11), 77-101. [in Chinese]
- Doz, Y., & Hamel, G. (1998). *Alliance Advantage: The Art of Creating Value Through Partnering*. Allston: Harvard Business School Press.
- Fan, J. X. (2014). *Research on Performance Evaluation of Technological Innovation Strategic Alliance with Innovative Enterprises as the Core*. Master’s Thesis, Kunming University of Technology. [in Chinese]
- Harrison, J. S., Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., & Ireland, R. D. (2001). Resource Complementarity in Business Combination’s: Extending the Logic to Organizational Alliances. *Journal of Management*, 27(6), 679-690.
- Hu, N., & Zhang, X. (2007). Review on the Basic Theory of Value Management. *Morality and Civilization*, (4), 94-97. [in Chinese]
- Huang, H. M. (2019). Value Analysis of Corporate Culture to Corporate Management. *Corporate Reform and Management*, (8), 195-199. [in Chinese]
- Hugh, D. S. (2004). *Commitment: Corporate Vision and Value Management*. Translated by Lian Xiaohong, CITIC press.
- Lan, Y. C. (2018). Enterprise Value Management and Its Effective Methods. *Enterprise Reform and Management*, (11), 162-163. [in Chinese]
- Li, T. (2011). Management Performance Research Based on Corporate Culture. *China Market*, (23), 81-82. [in Chinese]
- Ling, S. L. (2018). Alliance Management: Concept, Mechanism and Topic--Also on the Management of American Asia Pacific Alliance and China’s Response. *Social Sciences*, (10), 16-25. [in Chinese]
- Liu, J. D., & Du, P. C. (2015). Research on the Composition of Alliance Management Capability and Its Impact on Alliance Portfolio Performance from the Perspective of Convention. *Management Review*, 27(8), 150-162. [in Chinese]
- Liu, M. Y. (2012). “Customer Value” Orientation in Urban Brand Communication--A Humanistic Perspective. *Young Journalists*, (22), 78-79. [in Chinese]
- Long, N. (2006). *Study on Strategic Alliance of Enterprises from the Perspective of Ecological Relations*. Doctoral Thesis, Zhongnan University of Finance, Politics and Law.
- Long, Z. F. (2019). Review on the Relationship Between Corporate Culture and Performance in Domestic Literature. *China’s Collective Economy*, (26), 69-70. [in Chinese]
- Luo, T. T. (2008). Research on the Advantages of Customer Alliance in Customer Value Innovation. *Science and Technology Information*, (2), 137-139. [in Chinese]

- Mjoen, H., & Tallman, S. (1997). Control and Performance in International Joint Ventures. *Organization Science*, (8), 257-274.
- Mohr, L., & Spekman, R. (1994). Characteristics of Techniques. *Journal of Strategic Management*, (15), 135-152.
- Namgyoo, K. P., & Dong, S. C. (1997). The Effect of Strategic Alliance on Performance-A Study of International Airline Industry. *Journal of Air Transport Management*, (3), 155-164.
- Oliver, C. (1990). Determinants of Inter-organizational Relationships: Integration and Future Directions. *Academy of Management Review*, 15(2), 241-265.
- Park, S. H., & Russo, M. V. (1996). When Competition Eclipses Cooperation: An Event History Analysis of Joint Venture Failure. *Management Science*, (42), 875 -890.
- Parkhe, A. (1991). Interfirm Diversity. Organizational Learning and Longevity in Global Strategic Alliances. *Journal of International Business Studies*, 22(4), 579-601.
- Schilke, O., & Goerzen, A. (2010). Alliance Management Capability: An Investigation of the Construct and Measurement. *Journal of Management*, 38(5), 1192-1219.
- Schreiner, M., Kale, P., & Corsten, D. (2009). What Really is Alliance Management Capability and How Does It Impact Alliance Outcomes. *Strategic Management Journal*, 30(13), 1395-1419.
- Wen, Z. L., Zhang, L., & Hou, J. T. (2006). Mediating and Mediating Variables. *Acta Psychologica Sinica*, 38(3), 448-452. [in Chinese]
- Xu, E. M., & Xu, K. (2012). The Impact of Resource Complementarity on Opportunism and Strategic Alliance Performance. *Management World*, (1), 94-103. [in Chinese]
- Yan, A., & Zeng, M. (1999). International Joint Venture Stability: A Critique of Research a Reconceptualization and Directions for Future Research. *Journal of International Business Studies*, 30(2), 397-414. [in Chinese]
- Yang, L., & Wang, Y. G. (2002). Analysis of Customer Value and Driving Factors. *Management World*, (6), 146-147. [in Chinese]
- Ye, J. F., Ren, H., & Hao, B. (2015). Research on the Relationship between Knowledge Heterogeneity, Alliance Management Ability and Innovation Performance. *Studies in Science of Science*, 33(4), 574-584. [in Chinese]
- Yu, Y., & Lu, Q. (2019). Research on the Influence Mechanism of Value Heterogeneity on Team Performance - Mediating Effect of Team Interaction and Regulatory Effect of DLMX. *Secretary*, (1), 31-44. [in Chinese]
- Zhang, J., & He, Y. (2014). Research on the Influence of Service-oriented Logic and Resource Interaction on Value Co Creation. *Scientific Research Management*, 35(1), 115-122. [in Chinese]

- Zhou, W. H., Yang, M., Wang, P. C., & Wang, C. (2017). Empowerment, Value Co Creation and Strategic Entrepreneurship: A Longitudinal Case Study Based on Handu and Fini. *Management Review*, 29(7), 258-272. [in Chinese]
- Zhu, S. Y., & Xu, Y. (2016). An Empirical Study on the Mechanism of Alliance Management Influencing Alliance Performance. *Soft Science*, (6), 11-15. [in Chinese]



Name and Surname: Jinhua Xiao
Highest Education: Doctoral Candidate
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Business Administration



Name and Surname: Shenglong Han
Highest Education: Doctoral Degree
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Information Management

组织承诺对工作绩效的影响研究——基于员工敬业度的中介作用

THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT ON JOB PERFORMANCE WITH EMPLOYEE ENGAGEMENT AS A MEDIATOR

刘建莉¹, 陈鼻²

Jianli Liu¹, Ao Chen²

^{1,2}泰国正大管理学院中国研究生院

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

Received: November 6, 2019 / Revised: April 10, 2020 / Accepted: April 17, 2020

摘要

组织承诺和员工敬业度都会影响到企业员工的工作绩效。文中将首次把员工敬业度作为中介变量研究组织承诺如何影响工作绩效。选取中国企业 410 多名员工为样本, 借助问卷调查收集数据, 发放问卷 426 份, 收回有效问卷 418 份, 运用多元回归分析法, 探讨了组织承诺、员工敬业度和工作绩效之间关系。具体结果如下: (1) 组织承诺呈明显正相关影响工作绩效; (2) 组织承诺呈明显正相关影响员工敬业度; (3) 员工敬业度呈明显正相关影响工作绩效; (4) 员工敬业度在影响组织承诺和工作绩效中起到中介作用; 通过总结和提炼研究结果, 为之后的研究奠定理论依据和发展方向。

关键词: 组织承诺 员工敬业度 工作绩效

Abstract

Organizational commitment and employee engagement all affect the performance of employees. For the first time, employee engagement is used as an intermediary variable to study the influence in this paper. Selecting more than 410 employees from Chinese companies as samples, and collecting data by means of questionnaires, 426 questionnaires were distributed and 418 valid questionnaires were recovered the paper uses multiple regression analysis to discuss the relations between Job performance and Organizational Commitment, Employee Engagement. As follows: (1) The organization's commitment has clearly positive relations with job performance; (2) The organization's commitment has clearly positive relation with employee engagement; (3) There is a clear positive

correlation between employee engagement and job performance; (4) Employee engagement has played a certain role in affecting organizational commitment and job performance; Through summing up and refining the research results, it will lay the theoretical basis and development direction for the later research.

Keywords: Organizational Commitment, Employee Engagement, Job Performance

引言

怡安翰威特公司通过在全球市场的调查发现,员工敬业度的高低会影响其工作绩效,而且敬业度也可以用以预测企业未来一定时期内的业绩情况 (Chen, 2014),这主要是因为员工敬业度越高,对工作的专注、热情度就更高,能够为企业带来更多的产出率,使企业在产品服务上的业绩得以大幅度增长。因此,在企业发展中,员工对组织认同越高,员工敬业度越高,从而产生的工作效能越高。员工的高效工作使其表现出良好行为规范,这也正是员工组织承诺的一种积极情感的表现,组织承诺高的员工把工作作为个人需求实现的过程,他们会为实现组织目标与价值而全力以赴的工作,从而实现个人较高的工作绩效。

目前,学者们对组织承诺、工作绩效以及员工敬业度有相关研究,但往往都是独立研究或其中两者之间关系的研究,没有学者对三者进行综合性研究,即使有部分学者提出企业员工组织承诺的确影响员工的工作绩效,但并没有提出明确的作用机制,无法判断在企业中组织承诺是如何影响工作绩效的,且无法判断这种影响是直接还是需要某些变量来间接影响。故而,本文尝试以员工敬业度为中间变量,研究组织承诺如何影响工作绩效,以及为企业的发展和提供管理提供一些启发性思路和依据。

企业员工的绩效决定着企业未来的发展,通过了解影响工作绩效的因素,可以为企业管理提供实践管理策略,本文主要以企业各层级的员工为调查对象,通过对被选取的调研对象对待工作敬业程度和组织承诺的自身体验的调研,研究不同人口统计学变量的员工是否会对组织承诺、员工敬业度、工作绩效产生明显的影响。

文献综述与研究假设

本文研究的理论基础主要包括社会交换理论、心理契约理论以及动机理论等,通过对研究对象的问卷调查及数据分析验证组织承诺、员工敬业度、工作绩效三个变量之间的关系。

Homans (1958) 等通过经济学的角度对社会行为进行研究以及分析,进而得出社会交换的理论,即社会行为的持续发展,是离不开相互强化的作用以及影响。Jancic 和 Zabkar (2002) 和 Lawler 和 Thye (1999) 基于霍斯曼等理论的研究之上得出,社会交换互动宣传情感是影响社会交流过程的主要力量,社会交换过程的相互作用可以产生自豪感、承诺、奉献、尊重和生

产力; Eisenberger, Huntington, Hutchison, 和 Sowa, (1986) 组织发现, 当其进一步完善其员工所在的工作环境, 员工对于企业的认同感就会呈现出上升的趋势。Rhoades 和 Eisenberger (2002) 认为, 员工与企业组织之间的关系发展状况, 就如同社会交换关系的发展趋势一样, 而该关系的形成标志在心理上的表现就是组织承诺。

心理契约理论最早的提出者便是美国的心理学家施恩 (Schein, 1980), 在其研究中指出, 所谓的心理契约, 是指一种分配方式, 即个人能够给予企业的奉献、组织想要获得的发展需求, 还有就是企业对员工个人期望的回应之间的契约。虽心理契约是无形的, 但能起到与有形契约相当的积极作用, 在员工与企业之间可以形成一种有效的契约关系, 它发挥着有型契约的作用, 认为员工组织承诺、员工工作参与度等是衡量心理契约的很好指标 (Kickul & Lester, 2001)。就心理契约的雇主责任分配来看, 心理契约其所涵盖的内容主要包括两个方面, 一方面是关于工作完成方面的允诺 (工作时间或环境等); 另一方面是有关于工作性质方面的允诺 (工作的自我控制、组织提供支持等); Becker (1960) 提出, 员工的心理因素还包括组织承诺, 也就是员工与企业之间的一种心理契约, 即当企业的员工对于企业的奉献在不断扩大的时候, 其对于选择留在企业的心理依赖度也在不断上升。因此, 提高员工心理契约对员工组织承诺、员工敬业程度、工作绩效的提升都有促进作用。

关于动机理论的研究, 20世纪 50年代诞生了四种动机理论, 这四种理论是当代动机理论的基础, 在现代管理和研究中广泛应用, 本文主要选用马斯洛的需求层次理论 (Maslow's Hierarchy of Needs) 和赫兹伯格的双因素理论 (Herzberg's Motivation-hygiene Theory) 进行研究; 就马斯洛的需求而言, 主要集中在由基本需要引起的动机上, 这些需求通常以金字塔的形式以层次顺序列出, 以表明在更高阶需要之前必须满足基本需要: 通过该理论研究可以知道对于组织管理者而言, 工作人员的内在性需求具有持久的激励作用, 这种激励能够实现员工积极性和员工工作绩效的提高。美国著名心理学家赫茨伯格 (Herzberg, Mausner, & Snyderman, 1959) 提出了双因素理论又称为激励-保健理论, 其认为员工之所以进行工作的动机主要包括两方面的因素: 一种是外部动机即工作动机的保健因素, 一种是内部动机即工作动机的激励因素, 他认为, 这两种因素对于员工积极性的调动有着非常重要的促进作用, 当这两种因素充分时, 能够实现员工工作绩效以及忠诚度的显著提升。Pinder (1998) 动机是主要表现为一种员工的内部动力, 即能够造成对个人目标发生引领、刺激以及维护内在心理等作用。

组织承诺的概念由 Becker (1960) 最先提出, 其主要表现为一种员工的心理状态, 即由于员工对于企业的投入在不断上升, 其对企业的依赖也不断上升。本文对组织承诺定义为员工在工作中所付出的投入, 以及对企业的认同在心理上的表现。

工作绩效指对于特定目标的实现程度, 主要包括个人、团体以及组织三个层次的绩效, 本研究主要指员工个人的工作绩效。Borman 和 Motowidlo (1993) 和 Campbell (1990)

提出,对于员工目标达成程度可以从工作绩效中看出。本研究的工作绩效主要是指在一定的时间内,职员做好自己职责范围之内和之外对企业有益的行为和结果的总和。

员工敬业度是一个新概念,目前业界没有准确的解释和统一的定义 (Schaufeli & Bakker, 2004), 将其定义为一种积极的、基于个人理想实现的需求以及对于工作的态度, 表现为精力、奉献和投入。本文将员工敬业度定义为员工在思想、知识技能、感情等方面对于工作的投入以及对组织的承诺, 员工积极工作, 工作热情极高。

组织承诺与工作绩效的关系

借助社会交换理论的研究, 当员工处于合适的工作环境里面, 就会导致组织承诺的出现。Allen 和 Meyer (1990) 针对以往的文献进行总结与分析, 发现组织承诺主要包括三个方面, 也就是情感承诺、规范承诺以及持续承诺, 而且三个成分与各种因素和结果变量的关系不同。Liu (2012) 提出由于企业与员工之间社会交换关系的发展, 导致规范承诺以及情感承诺的形成, 进而使得彼此之间形成良好的情感联系。借助动机理论的研究, 组织承诺也是反映个体动机的一个构念, 员工留在组织的动机主要包括内部和外部动机两种。此外, 工作本身能给员工带来使命感和成就感, 也就是需求层次中的自尊和自我实现的满足, 也就是说, 从情感层面上来看, 员工对于企业所持有的认同感以及归属感。Shore 和 Barkadale (1998) 员工和组织的关系是相互高责任时, 员工的情感承诺高。学术界在研究组织承诺和工作绩效之间关联性的时候, 二者之间的关系是正向相关的。Dubin, Champoux, 和 Porter (1975); 中国学者 Liu (2003) 发现, 员工的组织承诺水平的高低与工作绩效之间的高低是一致的, 也就是说组织承诺及工作绩效之间的关系进行分析得出其正相关关系较强; 参考大量文献, 并联系实际, 本文形成以下假设:

H1: 组织承诺与工作绩效正相关。

H1a: 情感承诺与工作绩效正相关;

H1b: 持续承诺与工作绩效正相关;

H1c: 规范承诺与工作绩效正相关;

组织承诺与员工敬业度的关系

基于心理契约理论, O'Reilly 和 Chatman (1986) 提出, 心理契约主要集中为组织承诺方面, 同时其主要表现为顺从、认同以及内化的转变以及发展。组织需要让员工对其产生高度的价值认同及归属感, 以达到增强员工的敬业度的目的。Hakanen, Bakker 和 Schaufeli (2006) 通过对个体的敬业度以及工作资源这两个因素进行研究分析, 进而得出: 工作资源的一部分即组织承诺, 与个体的敬业度存在显著关系; Demerouti, Bakker, Nachreiner, 和 Schaufeli, (2001) 和 Schaufeli 和 Bakker (2004); 中国研究学者 Lu, Chen, 和 Zhao (2013) 研究认为, 组织承诺与员工敬业度有着非常密切的关系, 即其之间是正相关的发展。本文研究就是在于组织承诺与员工

敬业度的关系,并按照不同人口统计学变量来研究各种人群对于组织承诺的理解情况以及和它对员工工作敬业度水平的预测作用。基于以上分析,本文做出假设,并在此基础上提出 3 个子假设:

H2: 组织承诺与员工敬业度正相关。

H2a: 情感承诺与员工敬业度正相关;

H2b: 持续承诺与员工敬业度正相关;

H2c: 规范承诺与员工敬业度正相关;

员工敬业度与工作绩效的关系

如果员工对自己所做的工作十分敬业,也会对企业有着较高的认同度以及归属感,进而积极完成企业所设定的目标、愿景、企业文化、工作流程、组织架构和管理,并主动在工作中贡献自己最大的价值。相反地,如果敬业度低,虽然员工也会按照自己的职责完成工作,但所创造的工作绩效却基本没有。国外研究者关于这方面的研究较为深入,著名的“盖洛普路径”就指出,工作绩效与员工敬业度上有非常直接的关系,员工的敬业度的增长会导致企业经济效益的提升。同时,Lockwood (2006); Macey, Schneider, Barbera, 和 Young (2009); Rich, Lepine, 和 Crawford (2010) 也都在自己的研究中提出,员工敬业度的高低与工作绩效之间,有着非常一致的发展关系。中国学者 Fang, Kan, Zhang, 和 Peng, (2011) 发现,工作绩效的提升与员工敬业度有正比关系。据此本文提出假设:

H3: 员工敬业度与工作绩效正相关。

员工敬业度的中介作用

Lawler 和 Thye (1999) 社会交换过程的相互作用可以产生承诺、奉献等; Buchanan (1974) 和 Mowday, Steers, 和 Porter (1979) 认为,员工之所以积极努力工作,是因为和企业之间建立了良好的情感联系,这种员工对于企业的认同以及投入就是情感承诺。Rousseau (1989) 发现,心理契约的形成,展现着雇佣双方之间良好的信任和认同。综合上文所述,社会交换理论、心理契约理论对组织承诺、工作绩效、员工敬业度三个变量都有相互影响的关系。

学术界对工作绩效的研究时间较长,成果较丰富,但通过梳理文献发现,员工的组织承诺越高,就对企业表现出一种积极情感,而这种积极的员工态度,促使员工高度认同企业的价值观,对企业归属感更强烈,使得员工对工作的专注度更高、热情度更高,员工就会表现出高度敬业,而敬业度高的员工会全身心地把精力都投入到工作中,主动在工作中贡献自己最大的价值,这样员工所创造的工作效益也会更高,越容易获得高的工作绩效。

通过已有文献分析得知,组织承诺对工作绩效的作用,是非常明显而且有效的,组织承诺与员工敬业度有正相关关系,员工敬业度与工作绩效之间的关系,是具有较高的一致性的,

因此，在研究组织承诺与工作绩效之间的关系的时候，可以将员工的敬业度当作一个重要的参考变量，本文拟选用员工敬业度作为中介变量，研究检验其在组织承诺与工作绩效的关系之中，其所起到的中介效应，得出结论也将会对敬业度理论做出有益的补充。据此，提出假设：

H4：员工敬业度在组织承诺与工作绩效之间，有着中介的作用。

研究模型

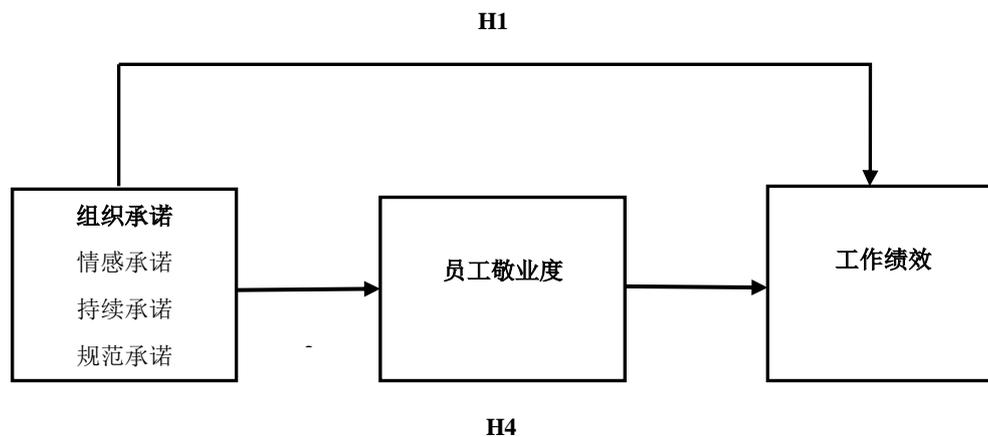


图 1 研究模型

研究设计

变量选取和测量

自变量——组织承诺

Allen 和 Meyer (1990) 研究发现，组织承诺主要包括三个方面，它们是情感承诺、规范承诺以及持续承诺。在情感承诺之中，主要表现为员工在企业的工作之中，其展现的参与度发展状态，规范承诺 (Becker, 1960; Farrell & Rusbult, 1981; Rusbult & Farrell, 1983)，就是由于社会责任的作用以及影响，员工选择留在企业的承诺；持续承诺，就是员工基于自身对企业的投入、工作岗位以及工作待遇的需求，进而选择留在企业的承诺；本文在进行研究时，就针对这三个因素与变量之间，是如何发生作关系的进行分析与研究，进而提升本文研究的说服力。量表选用中国学者 Liu (2012) 在《中国情境下员工组织承诺研究》一书中修订后的成熟量表，这个量表主要特点在于，其是根据中国的实际发展而开发的针对中国员工的组织承诺进行调查的经典量表，这个量表主要包括三个方面，即情感承诺、规范承诺以及持续承诺。该量表被中国学者广泛借鉴和参考，具有良好的信效度。

中介变量——员工敬业度

Kahn (1990) 和 Mills (2005) 研究指出, 在进行工作绩效以及工作满意度的测量上, 员工敬业度是一个重要的参考因素。Chen 和 Duan (2003) 等发现, 情感承诺与员工敬业度之间有着较高的一致性特征, 而组织承诺主要表现在企业组织与员工之间的情感联系。Stephen, Sun, Wang, 和 Li, (1997) 指出, 员工敬业度的高低与组织承诺水平的发展之间, 有着一致性的发展。简单来说, 在企业管理中, 可以借助组织承诺水平的提升, 进而实现企业员工工作积极性的调动, 同时实现员工对于企业有着更高的工作敬业度, 那么就可以做到工作绩效能够实现较大的增长。本文采用国外比较成熟的量表, 即由 Schaufeli, Bakker, 和 Salanova (2006) 开发的 UWSE 量表, 该量表是测量员工敬业度主流工具, 在中国、南非、韩国等国测试结果都验证了员工敬业度, 中国学者大多也采用该量表。本文量表在文字表述上进行通俗化润色, 使被调查人更易理解问卷问题。

因变量——工作绩效

综合上文所述, 组织承诺和员工敬业度对工作绩效的发展, 起着积极地推动作用。因此, 本文的因变量就是工作绩效。在具体测量量表的设计上, 选用学者 Borman 和 Motowidlo (1993) 等人的研究模型, 及中国学者 Zhao (2012) 研究文献里测量工作绩效的量表进行改编。

控制变量

在本文研究之中, 控制变量包括年龄、性别、学历、婚姻状况、工作性质、职位、工龄以及单位性质八项, 通过方差分析判断控制变量不同水平下的因变量观测值是否存在差异, 根据变量的分类, 主要使用的方法一个是独立样本T检验的办法, 另一个就是单因素方差分析的办法, 得出不同变量在层次水平上的影响以及作用。

样本选择及信效度分析

样本选择

本研究选取北京市六家企业员工作为调查对象, 在员工的选择上涵盖比较全面, 从高层管理者到普通员工, 从营销工作、技术工作、后勤服务类等各种性质的工作均有参与调研, 多层次、多中岗位的企业员工参与调研可以使最后研究分析所得数据更具有说服力和代表性。

信度效度检验

研究采用成熟量表, 将回收的数据进行分析与研究, 通过信度以及效度的检验得出, 每个变量量表的信度以及效度都大于 0.9, 三个变量在巴特利球形检验中, 都达到了 0.05。这充分说明本文研究所制作的量表在信度以及效度上都是非常可靠的。结果见表 1。

表 1 信度、效度检验结果

变量	题项	信度		效度
		克隆巴赫 Alpha	KMO 值	巴特利球形检验
组织承诺	情感承诺	8	0.936	.000
	持续承诺	5	0.926	
	规范承诺	5	0.936	
员工敬业度	17	0.966	.961	.000
工作绩效	12	0.949	.948	.000

实证检验

1. 人口特征描述性分析

发放问卷 426 份，收回有效问卷 418 份，有效回收率 98.12%。样本人口特征描述如图 2。

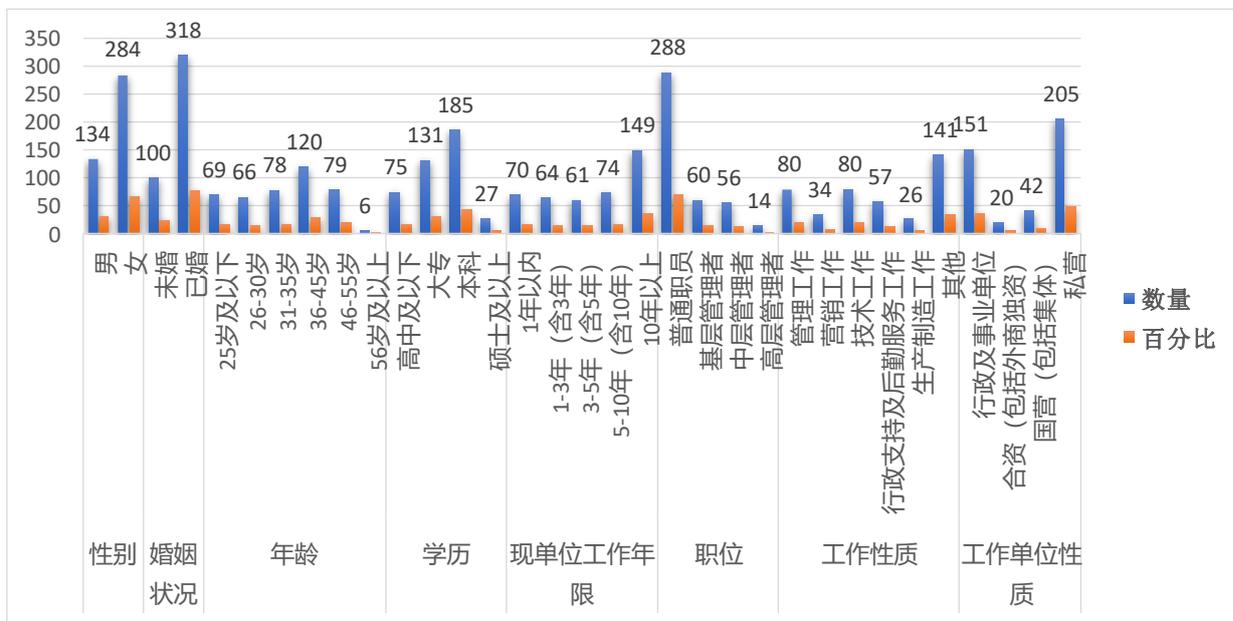


图 2 样本人口特征描述分析图

2. 相关分析

通过线性相关分析得出，婚姻状况、学历、年龄、职位以及工龄对组织承诺、工作绩效以及员工的敬业度有着非常明显的作用；员工敬业度会受到工作性质的作用以及影响。所有变量之间均存在非常明显的一致性的发展。此外，从组织承诺、工作绩效以及员工敬业度这三个因素的关系来看，都有着非常明显的正相关的关系。见表 2。

表 2 相关系数矩阵

变量	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
性别	1										
婚姻状况	.059	1									
年龄	-.039	.680**	1								
学历	.088	-.222**	-.167**	1							
工作年限	.003	.597**	.759**	.032	1						
职位	-.274**	.187**	.221**	.037	.263**	1					
工作性质	.263**	.014	-.092	-.087	-.093	-.482**	1				
单位性质	-.128**	-.032	-.238**	-.261**	-.289**	.180**	-.088	1			
员工敬业度	-.059	.172**	.197**	-.115*	.132**	.229**	-.118*	.090	1		
工作绩效	-.040	.249**	.248**	-.123*	.205**	.184**	-.090	.029	.776**	1	
组织承诺	-.056	.165**	.223**	-.121*	.160**	.214**	-.074	.018	-.056	.165**	1

注：1-11分别代表性别、婚姻状况、年龄、学历、工作年限、职位、工作性质、单位性质、员工敬业度、工作绩效、组织承诺。**. 在 0.01 级别（双尾），相关性显著。*. 在 0.05 级别（双尾），相关性显著。

3. 假设检验

在本次的研究之中，所使用的软件主要为 SPSS，从而进行多元回归分析的办法验证，进而研究工作绩效、组织承诺、员工敬业度这三个因素之间，有着怎样的关系。

3.1 组织承诺对工作绩效的回归分析

通过统计分析数据可以得到，自变量主要包括三个方面，即情感承诺、规范承诺以及持续承诺，在显著性水平检验中都达到了 0.05，同时，其各个标准化回归系数是：0.262、0.242、0.192，回归系数为正，这就表明，这三个因素和工作绩效之间，有着一致性的发展关系，据此得出，组织承诺的水平高低与工作绩效的发展之间，有着一致性的发展关系。结果见表 3。

表 3 组织承诺对工作绩效的回归分析

变量	模型 M1			模型 M2		
	标准化系数	共线性统计		标准化系数	共线性统计	
		Beta	容差		VIF	Beta
婚姻状况	.121	.500	1.999	0.114*	.491	2.039
年龄	.111	.331	3.017	-.006	.327	3.060
学历	-.083	.874	1.145	-.026	.858	1.166
现单位工作年限	.015	.374	2.674	.032	.374	2.675
职位	0.136**	.927	1.078	.026	.891	1.123
情感承诺				0.262***	.394	2.541
持续承诺				0.242***	.349	2.864

表 3 组织承诺对工作绩效的回归分析(继续)

变量	模型 M1			模型 M2		
	标准化系数 Beta	共线性统计		标准化系数 Beta	共线性统计	
		容差	VIF		容差	VIF
规范承诺				0.192***	.438	2.281
R		0.310			0.673	
R 方		0.096			0.453	
调整 R 方		0.085			0.442	
F 值		8.746***			43.237***	

注: ***代表 $P < 0.001$; **代表 $P < 0.01$; *代表 $P < 0.05$

3.2 组织承诺对员工敬业度的回归分析

借助统计数据的分析研究可以发现,对于组织承诺而言,其主要的三个方面,也就是情感承诺、规范承诺以及持续承诺在检验之中,显著性水平都达到了 0.05,各个标准化回归系数是: 0.332、0.185、0.337,回归系数为正,员工敬业度与情感承诺、规范承诺以及持续承诺之间,有着显著的正相关关系,据此说明,员工敬业度与组织承诺之间,二者关系表现为正相关。即组织承诺越好,员工的敬业度便会越高。其主要的数据分析是表 4。

表 4 组织承诺对员工敬业度的回归分析

变量	模型 1			模型 2		
	标准化系数 Beta	共线性统计		标准化系数 Beta	共线性统计	
		容差	VIF		容差	VIF
婚姻状况	0.038	0.508	1.968	0.029	0.500	2.001
年龄	0.158*	0.468	2.137	0.011	0.459	2.179
职位	0.161**	0.697	1.435	0.024	0.677	1.476
工作性质	-0.018	0.750	1.333	-0.046	0.749	1.335
工作单位性质	0.099	0.859	1.164	0.066*	0.851	1.175
情感承诺				0.332***	0.392	2.548
持续承诺				0.185***	0.348	2.874
规范承诺				0.337***	0.443	2.259
R		0.293			0.790	
R 方		0.086			0.624	
调整 R 方		0.075			0.617	
F 值		7.723***			85.011***	

注: ***代表 $P < 0.001$; **代表 $P < 0.01$; *代表 $P < 0.05$

3.3 员工敬业度对工作绩效的回归分析

通过统计分析数据可以得到,员工敬业度在显著性水平检验中,达到了 0.05,标准化回归系数是: 0.756,回归系数为正,说明员工敬业度与工作绩效之间,是有着显著的正相关关系。也就是说,随着员工敬业度的不断提升,进而促使工作绩效的增长。结果见表 5。

表 5 员工敬业度对工作绩效的回归分析

变量	模型 1			模型 2		
	标准化系数 Beta	共线性统计		标准化系数 Beta	共线性统计	
		容差	VIF		容差	VIF
婚姻状况	.121	.500	1.999	.084	.500	2.001
年龄	.111	.331	3.017	-.006	.329	3.043
学历	-.083	.874	1.145	-.020	.868	1.152
现单位工作年限	.015	.374	2.674	.065	.373	2.679
职位	0.136**	.927	1.078	-.020	.889	1.125
员工敬业度				0.756***	.913	1.096
R		0.310			0.786	
R 方		0.096			0.618	
调整 R 方		0.085			0.612	
F 值		8.746***			110.785	

注: ***代表 $P < 0.001$; **代表 $P < 0.01$; *代表 $P < 0.05$

3.4 员工敬业度在组织承诺和工作绩效之间的中介作用检验

通过回归分析结果看出,研究中引入员工敬业度这个变量后,组织承诺与工作绩效之间的关系,其标准化回归系数由 0.655 减为 0.127,其 P 值低于 0.01 的时候,研究模型的 F 值表现非常明显,本文应用 Wen, Zhang, Hou, 和 Liu, (2004) 的中介检验流程对中介效应进行检验得出,员工敬业度对于工作绩效的影响,在一定程度上起到部分中介作用。即当员工的组织承诺水平状况提升,员工敬业度也会随之进行提高,从而使员工的工作绩效提升。数据如表 6 和图 3 所示:

表 6 员工敬业度的中介检验

回归方程	回归 1 $y = cX + e1$	回归 2 $M = aX + e2$	回归 3 $y = c'X + bM + e3$
自变量	X	X	X
标准化回归系数	0.655	0.780	0.127
t 值	17.680	25.450	2.589
t 值显著性	0.000	0.000	0.010

表 6 员工敬业度的中介检验 (继续)

回归方程	回归 1 $y = cX + e1$	回归 2 $M = aX + e2$	回归 3 $y = c'X + bM + e3$
R	0.655	0.780	0.780
R 方	0.429	0.609	0.608
调整 R 方	0.428	0.608	0.606
F 值	311.586	647.696	321.737
F 值显著性	0.000	0.000	0.000

注: X 为组织承诺, M 为员工敬业度, y 为工作绩效。

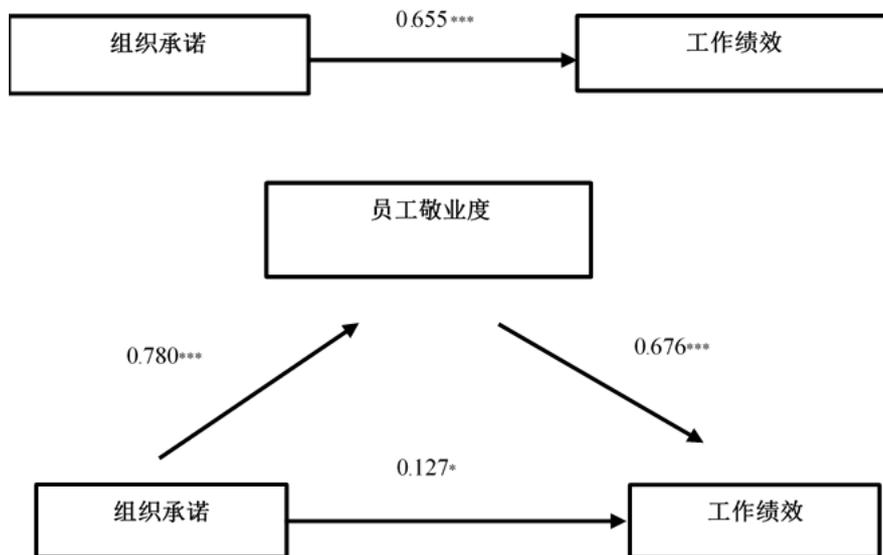


图 3 中介检验模型图

研究结果与讨论

结论

本文利用文献以及实证分析的方法借助于概念模型以及假设开展主题研究,通过对企业各层级员工以及在校教师等进行问卷调查获得数据,有针对性的对组织承诺、员工敬业度、工作绩效三者存在的相关关系及其影响机制进行研究,通过依次进行信度效度分析和多元回归分析来对问题进行假设并加以论证,结果显示所有的假设都得到了检验结果的支持,如表 7 所示:

表7 研究假设检验结果汇总表

研究假设	假设内容	检验结果
H1a	情感承诺与工作绩效呈显著正相关	支持
H1b	持续承诺与工作绩效呈显著正相关	支持
H1c	规范承诺与工作绩效呈显著正相关	支持
H2a	情感承诺与员工敬业度呈显著正相关	支持
H2b	持续承诺与员工敬业度呈显著正相关	支持
H2c	规范承诺与员工敬业度呈显著正相关	支持
H3	员工敬业度与工作绩效呈显著正相关	支持
H4	员工敬业度在组织承诺对工作绩效的影响中存在显著的部分中介作用	支持

贡献

1. 经研究, 本文得到了四个方面的理论贡献和上述变量之间的测量量表: 一是组织承诺、工作绩效存在显著的正相关关系; 二是组织承诺与员工敬业度正相关; 三是员工敬业度与工作绩效正相关; 四是员工敬业度中介了组织承诺和工作绩效之间的关系。将各国学者提出测量工具进行了整理, 得到了适用于对本文研究的组织承诺、员工敬业度、工作绩效测量表。

2. 研究结果显示员工敬业度以正相关关系影响工作绩效, 以中介作用影响组成承诺和工作绩效。该结果应用于企业管理实践, 从提升员工敬业心理的角度来说, 首先, 企业应承认员工的贡献, 并培养员工的工作技能及健康的工作和生活方式; 其次, 为员工营造更为完善的工作环境, 比如舒适性、安全性、发展空间等, 进而能够让职工既获得物质保障又同时享有精神上的福利, 同时还有人身安全的保障。只有这样, 员工才会忘我的投入到工作中, 干劲十足, 获得更高的工作绩效; 最后, 企业给员工展现个人才能、争创第一提供充分的空间, 充分信任职员, 方可提升员工的主观能动性和积极性, 让员工在心理上认可组织, 更加积极的投入工作, 使员工在心理上具有了较高的敬业度, 达到提升组织和个人的经济效益。

3. 研究发现, 婚姻状况、员工的年龄、工龄及职务高低会显著地影响到员工的工作绩效、敬业度以及组织承诺, 因而, 给企业在人才的招聘选拔和培养方面提供指导。

建议

人是企业所有资源中最为重要的要素, 能够自主创新和学习, 具有无限的潜能。因此, 在实际的管理工作中, 企业想要留住优秀人才, 就要增强个人与组织的价值观融合、人文关怀、培训培养等, 还要构建以工资、奖金、红利、员工持股、利润分享等各种激励措施相结合的复合型薪酬结构; 为员工定制适合自己的职业发展规划; 在内部建立绩效考核机制、轮岗机制、公平晋升机制; 以上措施都会促进员工干工作的积极努力程度, 也会自动自发的把自己融入组织中, 把自己作为组织中不可分割的一部分, 员工组织承诺感自然会得到提升, 员工为回报企业对自己的尊重和栽培便会兢兢业业的全身心投身工作中, 进而产生高的工作绩效和效益。

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), 1-18.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the Concept of Commitment. *American Journal of Sociology*, 66(1), 32-42.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1993) Expanding the Criterion Domain to Include Elements of Contextual Performance. In N. Schmitt, & W. C. Borman (Eds.), *Personnel Selection in Organization*. San Francisco: Jossey Bass.
- Buchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment the Socialization of Managers in Work Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19(4), 533-546.
- Campbell, J. P. (1990). Modeling the Performance Prediction Problem in Industrial and Organizational Psychology. In M. D. Dunnette., & L. M. Hough (Eds.). *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 687-732). Consulting Psychologists Press.
- Chen, G. (2014). Employee Engagement Management in the Era of Big Data. *It Manager World*, (21), pp. 84-84. [in Chinese]
- Chen, X., & Duan, X. M. (2003). Organizational Commitment Research Review. *Science and Science and Technology Management*, 24(7), 23-26. [in Chinese]
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The Job Demands-Resources Model of Burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 499-512.
- Dubin, R., Champoux, J., & Porter, L. W. (1975). Central Life Interests and Organizational Commitment of Blue Collar and Clerical Workers. *Administrative Science Quarterly*, 20(3), 411-421.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
- Fang, L., Kan, S., Zhang, F., & Peng, G. (2011). Relationship Research among Employee Engagement, Work Performance and Work Satisfaction. *Management Review*, 23(12), 108-115. [in Chinese]
- Farrell, D., & Rusbult, C. E. (1981). Exchange Variables as Predictors of Job Satisfaction, Job Commitment, and Turnover: The Impact of Rewards, Costs, Alternatives, and Investments. *Organizational Behavior & Human Performance*, 28(1), 78-95.
- Hakanen, J. J., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2006). Burnout and Work Engagement among Teachers. *Journal of School Psychology*, 43(6), 495-513.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Sons.
- Homans, G. C. (1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.

- Jancic, Z., & Zabkar, V. (2002). Interpersonal Vs. Personal Exchanges in Marketing Relationships. *Journal of Marketing Management*, 18(7-8), 657-671.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Kickul, J., & Lester, S. W. (2001). Broken Promises Equity Sensitivity as a Moderator between Psychological Contract Breach and Employee Attitudes and Behavior. *Journal of Business and Psychology*, 16(2), 191-217.
- Lawler, E. J., & Thye, S. R. (1999). Bringing Emotions into Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 25(1), 217-244.
- Liu, X. P. (2012). *The Study on Organizational Commitment under Chinese Cultural Context*. Beijing: Social Science Literature Publishing House. [in Chinese]
- Liu, X. P. (2003). The Comparative Research of Factors Influencing Organizational Commitment. *Management Science*, 16(4), 7-12. [in Chinese]
- Lockwood, N. (2006) Talent Management: Driver for Organizational Success. *SHRM Research Quarterly*, 51(6), 1-11.
- Lu, J. H, Chen, L. L., & Zhao, X. N. (2013). Research on the Relationship between Organizational Support, Organizational Commitment, and Knowledge-based Employee Engagement. *Science and Science and Technology Management*, 34(1) 147-153. [in Chinese]
- Macey, W. H., Schneider, B., Barbera, K. M., & Young, S. A. (2009). *Employee Engagement: Tools for Analysis, Practice and Competitive Advantage*. London: Wiley-Blackwell.
- Mills, C. F. (2005). Employee Engagement in the Wireless Industry: A Validity Study. *Journal of Business Research*, 58(6), 705-714
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The Measurement of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247
- 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(3), 492-499.
- Pinder C. C. (1998). *Work Motivation in Organizational Behavior*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Rich, B. L., Lepine, J. A., & Crawford, E. R. (2010) Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.
- Rousseau, D. M. (1989). Psychological and Implied Contracts in Organizations. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 2(2), 121-139.

- Rusbult, C. E., & Farrell, D. (1983). A Longitudinal Test of the Investment Model: The Impact on Job Satisfaction, Job Commitment, and Turnover of Variations in Rewards, Costs, Alternatives, and Investments. *Journal of Applied Psychology*, 68(3), 429-438.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job Demands, Job Resources, and Their Relationship with Burnout and Engagement: A Multisampling Study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M. (2006). The Measurement of Work Engagement with a Short Questionnaire: A Cross-national Study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716
- Schein, E. H. (1980). Organizational Psychology. *Prentice-hall*, 31(2), 480-516.
- Shore, L. M., & Barksdale, K. (1998). Examining Degree of Balance and Level of Obligation in the Employment Relationship: A Social Exchange Approach. *Journal of Organizational Behavior*, 19(S1), 731-744.
- Stephen, P. R., Sun, J. M., Wang, Z., & Li, Y. (1997) *Translation Organizational Behavior*. Beijing: China Renmin University Press. [in Chinese]
- Wen, Z. L., Zhang, L., Hou, J. T., & Liu, H. Y. (2004). The Mediation Effect Test Procedure and Its Application. *Journal of Psychology*, 36(5), 614-620. [in Chinese]
- Zhao, W. L. (2012). *Research on the Relationship between Employee Satisfaction, Organizational Commitment and Employees' Job Performance*. Master's Thesis, Tsinghua University. [in Chinese]



Name and Surname: Jianli Liu

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Human Resource Management



Name and Surname: Ao Chen

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Knowledge Management, Organizational Behavior

基于 Lotka-Volterra 模型的在线教育企业竞争策略研究

RESEARCH ON THE COMPETITIVE STRATEGY OF ONLINE EDUCATION ENTERPRISES BASED ON LOTKA-VOLTERRA MODEL

江婧¹, 华国伟²

Jing Jiang¹, Guowei Hua²

^{1,2}泰国正大管理学院中国研究生院

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

Received: December 12, 2019 / Revised: May 5, 2020 / Accepted: May 8, 2020

摘要

中国大陆互联网在线教育用户规模庞大, 在线教育行业市场集中度比较低, 行业竞争激烈。竞争策略的选择是影响企业发展的重要因素。本文参考生态学领域的 Lotka-Volterra 模型的建模思路, 构建在线教育企业的市场关系模型研究企业竞争策略。根据不同的企业间关系以及不同生态角色定位的组合, 结合 Lotka-Volterra 模型得出了十六种组合策略方案。这十六种组合策略方案可以分为三类策略, 即合作策略、领先策略以及差异化策略。这些竞争策略方案为在线教育平台的发展提供战略决策指导。

关键词: 在线教育 生态关系 竞争策略 Lotka-Volterra 模型

Abstract

The scale of Internet online education users in mainland China is huge, the market concentration of online education industry is relatively low, and the industry competition is fierce. The choice of competitive strategy is an important factor affecting the development of enterprises. Based on the Lotka-Volterra model of online education enterprise competition strategy research this paper refers to the ecological field of Lotka-Volterra model modeling ideas, build online education enterprise market relationship model to study enterprise competition strategy. According to the different relationship between enterprises and the combination of different ecological role positioning, combined with Lotka-Volterra model, 16 combination schemes are obtained, mainly using three strategies, namely cooperation strategy, leading strategy and differentiation strategy. These

competitive strategies provide strategic decision-making guidance for the development of online education platform.

Keywords: Online Education, Ecological Relations, Competitive Strategy, Lotka-Volterra Model

引言

教育是传承人类文明与知识的有效手段,是实现个人全面发展的基本途径。如今,随着信息技术和移动互联网的快速发展,知识更新速度越来越快、信息量越来越多,人们终身学习的需求与愿望愈加强烈。在教育领域中,以互联网信息技术为载体的教学方式逐渐改变了传统的教学方式,其不受空间、时间、年龄等限制,更实用,更便捷的特点能够最大限度的满足众多求学者需求,符合现代人的学习方式。作为一种全新的教学模式,其市场规模庞大,截至2018年12月31日,中国大陆互联网在线教育用户规模达2.01亿人;其市场竞争激励,2009-2018年中国在线教育投融资事件非常多,其中2016年投融资事件共计130次达到巅峰,表明中国大陆在线教育行业的竞争越来越激烈。

但是,一些在线教育企业并没有找准市场定位,选对适合其自身发展的竞争策略,导致倒闭的企业越来越多。据First Insight极致洞察不完全统计,2017年至2019年第三季度,或有过融资,或有媒体宣传但停止运营的教育企业达166家。可见,在线教育企业只有找准公司在行业中的生态位,选择适合企业发展的竞争策略,才可以在激烈的市场竞争中获得生存。而基于Lotka-Volterra模型的在线教育企业竞争策略研究为在线教育企业提供决策支持。

本论文基于Lotka-Volterra模型的在线教育企业竞争策略研究,内容具有复杂性与综合性,涉及经济学、管理学以及生态学方面理论,主要的研究方法有:(1)文献研究法。根据本论文的研究对象,在相关电子数据库中收集相关主题的文献,通过对这些文献的阅读、梳理和总结分析,明确本论文研究重点,并为后续研究奠定理论基础。(2)数学建模方法。基于生态学理论,构建Lotka-Volterra企业竞争模型。通过数学建模方法把现实中的竞争情况进行量化处理。

文献综述

为了研究在线教育企业的竞争策略,从在线教育与基于Lotka-Volterra模型运用的相关文献进行梳理与评述。

在线教育研究

在线教育根据服务对象来划分,具有明显的分临点即高等教育课程的在线教育和K12在线教育,当然还有其他的小品类的在线教育服务。

高教教育的在线教育以MOOC为代表。“MOOC元年”开启后,MOOC在全球迅速升温。

Wang (2013) 分析 MOOC 易于使用、费用低廉（绝大多数 MOOC 是免费的）、覆盖的人群广、学习资源丰富等优点，同时认为 MOOC 的运行容易形成“强校愈强，弱校愈弱”的局面。

随着 MOOC 的发展，加州大学伯克利分校的阿曼德·福克斯教授提出了 SPOC，即“小规模限制性在线课程”。Kang (2014) 用在线教育的“后 MOOC 时代”来解释 SPOC，并认为从 MOOC 到 SPOC 话语的转移，显示出人们对 MOOC 的期望日趋理性。Xie 和 Chen (2016) 运用文献调查法、PEST 分析法、SWOT 分析法，对 K12 在线教育企业竞争态势进行研究，并提出相关企业竞争策略：增长型策略；多元化策略；扭转型策略；防御型策略。Liang, Lian, 和 Luo (2018) 提出了中国 K12 课外辅导机构在线教育发展趋势：在线轻资产模式快速扩张；多领域布局，收购、并购频现；从 PC 端到移动端。

基于 Lotka-Volterra 生态关系的研究

关于 Lotka-Volterra 模型在不同专业领域应用方面，很多学者进行了相关研究。尤其在金融领域股票市场的研究甚多。Yao 和 Liao (2011) 运用生态模型，分析沪深 300 股指期货与沪深 300 股票指数在交易量方面的竞争互动关系。Zhang 和 Ren (2015) 运用高维多种群 Lotka-Volterra 模型对微博舆论传播过程建模，提出了能够反映多种观点竞争与协同关系的微博舆论传播模型。Li, An, Wang, 和 Zhu (2018) 针对企业多类型知识竞争的复杂情形，基于 Lotka-Volterra 生态模型构建了企业知识传播竞争模型，探讨了企业内部知识种群竞争演化过程及自由竞争环境下知识竞争的稳定状态和演化过程。关于 Lotka-Volterra 模型求解方面，Liu (2009) 对 Lotka-Volterra 模型，利用微分方程进行了系统全局求解，并进行相应的结构分析。

综合现有的研究文献发现，相关学者在教育学研究方面主要集中在传统的教育生态学，少有涉及在线教育的生态研究；通过文献阅读发现，Lotka-Volterra 模型在很多领域得到应用，但是在在线教育领域研究比较少。本文认为 Lotka-Volterra 模型应用与在线教育企业的竞争策略研究是适合的，也是可行的，同时也是一个比较新的视角与研究点。

在线教育生态系统的概念

在线教育生态系统是运用商业生态系统的理论来分析在线教育行业的集群现象，发现在线教育行业超越传统教育的区域概念，通过生态系统实现教育资源的共享与互补，形成的生态系统。在线教育生态系统中各成员根据自身的优势承担相关的责任，通过业务合作紧密连在一起，形成有价值的一体化在线教育系统。在线教育生态系统中各种企业分为以下几类：

核心企业：整个在线教育生态系统的领导企业，位于生态系统的中心位置，有能力构建和维持以自身为核心的创新网络、共享并整合系统内部资源、选择和决定其他企业的去留，拥有关键而独特的技术或资源，能够激发系统的创造性来获取外部市场。本文认为在线教育生态系统的核心企业除提供平台和监督服务以外，还需要在云计算、大数据、物联网、人工智能、移动技术等方面提供专业技术服务，同时提供有竞争力的教育服务内容。

缝隙企业：专注于狭小的特定市场，以差异化产品或服务求得生存的企业。国内学者 Bai (2013) 认为缝隙企业占据着商业生态系统中生存数量庞大，他们的共同存在构成了商业生态系统中一股不可或缺力量。在线教育行业中缝隙企业总体种类和数量繁多，通常企业规模较小，专注于特定的细分市场，通过不断创新提升服务产品的差异化水平，同时对其所属的在线教育生态系统具有一定的资源依附性。

支持企业：在线教育所必须依附的组织机构，具体包括在线支付机构、金融机构、IT 设备提供商、搜索引擎公司、电信运营商、在线视频企业和主管教育的政府部门等等。支持企业其作用是为在线教育平台提供基础设施或者政策服务。支持企业不仅可以为在线教育提供服务，而且还可以为其他互联网产业或者各种传统产业提供服务。

寄生企业：为在线教育生态系统中提供各种增值服务的供应商，其包括在线营销服务提供商、在线教育代理商、互联网技术服务提供商以及在线教育研究咨询机构等等。寄生企业依赖在线教育生态系统而生存，它的生存状况取决于整个生态系统的发展情况。

基于 Lotka-Volterra 模型的在线教育企业竞争模型研究

Lotka-Volterra 模型是由美国的阿弗雷德·洛特卡和意大利的维多·沃尔泰勒两位学者分别于 1925 年和 1926 年提出，是研究生态种群间协同演化的经典模型。Lotka-Volterra 模型初期主要应用在自然界中物种之间竞争的研究，随后被相关学者引入社会经济领域，尤其是企业之间竞争关系的研究，被认为是解释企业间竞争关系较适合的模型。

本文参考生态学领域的 Lotka-Volterra 模型，构建在线教育市场中企业 1 与企业 2 的关系模型研究企业竞争策略。根据在线教育生态系统概念模型的企业角色（主要是核心企业和缝隙企业），结合生态学领域的 Lotka-Volterra 模型来分析不同企业关系的市场竞争策略情况。

共生关系

企业共生不仅能给企业彼此带来经济效益，还可以改善企业经营环境。在在线教育产业方面，主要体现在在线教育形式的推广与运用，让更多的用户了解在线教育并对其进行使用。同时企业间在服务价格方面达成一定的默契，不打价格战等。

假设企业 1 的整体实力（市场占有率）和企业 2 的整体实力（市场占有率）相近，彼此对对方的产出水平均有促进作用。此时，两者的共生模型可以表示为公式 1，即：

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{dx_1}{dt} = r_1 x_1 \left(1 - \frac{x_1}{K_1} + \frac{b_{12} x_2}{K_1} \right) \\ \frac{dx_2}{dt} = r_2 x_2 \left(1 - \frac{x_2}{K_2} + \frac{b_{21} x_1}{K_2} \right) \end{array} \right. \quad \text{公式 1}$$

其中， x_1 、 x_2 分别代表两个企业的成长规模， r_1 和 r_2 分别代表两个企业在单独生存时的最大增长率， K_1 和 K_2 分别代表两个企业在现有资源环境下的最大市场规模。 b_{12} 和 b_{21} 为两个企业的相互影响因子， b_{12} 表示企业 2 对企业 1 的影响程度， b_{21} 表示企业 1 对企业 2 的影响程度。

观察 b_{12} 和 b_{21} 的正负号可以判断两个企业间的影响关系, 当 $0 < b_{12}$, $0 < b_{21}$ 时两者为共生关系。

两者达到稳定条件则:

$$\left\{ \begin{array}{l} 1 - \frac{x_1}{K_1} + \frac{b_{12}x_2}{K_1} = 0 \\ 1 - \frac{x_2}{K_2} + \frac{b_{21}x_1}{K_2} = 0 \end{array} \right. \quad \text{公式 2}$$

对公式 2 方程组求解, 得到 $(\frac{K_1 + b_{12}K_2}{1 - b_{12}b_{21}}, \frac{K_2 + b_{21}K_1}{1 - b_{12}b_{21}})$, 同时 $0 < b_{12} < 1$, $0 < b_{21} < 1$ 。

这个点 $(\frac{K_1 + b_{12}K_2}{1 - b_{12}b_{21}}, \frac{K_2 + b_{21}K_1}{1 - b_{12}b_{21}})$ 可以看出, 平衡点的数值受到两个企业在现有资源环境下的最大市场规模 (K_1 和 K_2) 的制约。由于市场中的双方是合作关系, 因此市场平衡点的规模比原来市场最大规模都大, 即 $\frac{K_1 + b_{12}K_2}{1 - b_{12}b_{21}} > K_1$, $\frac{K_2 + b_{21}K_1}{1 - b_{12}b_{21}} > K_2$ 。

在共生互利的模型中, 企业之间对对方产出贡献主要是通过产品或者服务定位不同引起的市场规模扩大、运营模式和商业模式的模仿、产品和服务客户的重叠、相互之间信任关系。

如果企业存在于同一个市场中, 要持续共生关系, 企业之间都应该满足 $0 < b_{12} < 1$, $0 < b_{21} < 1$, 即保持这个条件的唯一途径就是相互之间存在激烈的竞争。

竞争关系

竞争关系是企业之间普遍存在的一种关系形式, 在线教育领域的企业之间在学生资源与教师资源等方面也存在激烈的竞争关系。

假设企业 1 和企业 2 的主营业务比较接近, 或者业务有重叠, 双方对外部环境资源 (学生资源和教师资源) 的获取具备一定的竞争关系。此时, 两者的竞争模型为公式 3, 即:

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{dx_1}{dt} = r_1 x_1 (1 - \frac{x_1}{K_1} + \frac{b_{12}x_2}{K_1}) \\ \frac{dx_2}{dt} = r_2 x_2 (1 - \frac{x_2}{K_2} + \frac{b_{21}x_1}{K_2}) \end{array} \right. \quad \text{公式 3}$$

其变量符号代表的含义同前。由于两家企业彼此之间存在竞争关系, 因此 $0 > b_{12}$, $0 > b_{21}$ 。企业竞争模型的不动点及稳定条件如下:

表 1 企业种群竞争关系的平衡点情况

号	平衡点	条件	稳定情况
1	$(K_1, 0)$	$-b_{12} < 1$ 和 $-b_{21} > 1$	稳定
2	$(0, K_2)$	$-b_{12} > 1$ 和 $-b_{21} < 1$	稳定
3	$(\frac{K_1 + b_{12}K_2}{1 - b_{12}b_{21}}, \frac{K_2 + b_{21}K_1}{1 - b_{12}b_{21}})$	$-b_{12} < 1$ 和 $-b_{21} < 1$	稳定
4	$(0, 0)$	$-b_{12} > 1$ 和 $-b_{21} > 1$	不稳定

当 $-b_{12} < 1$ 和 $-b_{21} > 1$ 时, 说明两在线教育企业在资源竞争过程中, 企业 2 强于企业 1; 如果竞争局面没有改变, 企业 2 必然会倒闭, 企业 1 的产出数量趋于社会环境最大容量 K_1 , 即 $x_1(t)$ 、 $x_2(t)$ 趋于平衡点 $(K_1, 0)$ 。这个平衡点也就是企业 2 进入行业市场之后, 由于市场份额太少, 退出市场。当 $-b_{12} > 1$ 和 $-b_{21} < 1$ 时, 则情况刚好与上述相反, 即 $x_1(t)$ 、 $x_2(t)$ 趋于平衡点 $(0, K_2)$ 。

这个平衡点也就是企业 1 进入行业市场之后, 由于市场份额太少, 只能退出市场。当 $-b_{12} < 1$ 和 $-b_{21} < 1$ 时, 意味着, 说明在两者竞争过程中, 在获取企业 1 的资源过程中企业 2 较弱, 而在获取企业 2 的资源过程中企业 1 较弱, 经过一段时间的竞争, 两者可以达到双方共存的稳定平衡

状态 $(\frac{K_1 + b_{12}K_2}{1 - b_{12}b_{21}}, \frac{K_2 + b_{21}K_1}{1 - b_{12}b_{21}})$ 。当 $-b_{12} > 1$ 和 $-b_{21} > 1$ 时, 不会出现平衡点, 即不存在稳解。

竞争合作关系

在现实社会经济环境中, 企业之间有相互竞争的一面, 还存在企业之间有相互合作的一面。因此在建立模型的时候, 需要考虑竞争和合作两个方面的因素。根据生态理论, 建立模型:

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{dx_1}{dt} = r_1 x_1 \left(1 - \frac{x_1}{K_1} - c_{12} x_2 + \frac{b_{12} x_2}{K_1} \right) \\ \frac{dx_2}{dt} = r_2 x_2 \left(1 - \frac{x_2}{K_2} - c_{21} x_1 + \frac{b_{21} x_1}{K_2} \right) \end{array} \right. \quad \text{公式 4}$$

其中: b_{12} 和 b_{21} 为两家企业的相互共生系数, b_{12} 表示企业 2 对企业 1 的共生效应, b_{21} 表示企业 1 对企业 2 的共生效应, $b_{12} > 0$, $b_{21} > 0$ 。 c_{12} 和 c_{21} 为两个企业的相互竞争系数, c_{12} 表示企业 2 对企业 1 的竞争效应, c_{21} 表示企业 1 对企业 2 的竞争效应。 $c_{12} > 0$, $c_{21} > 0$ 。可以求出该模型的平衡点和稳定条件:

表 2 企业竞争合作关系的平衡点情况

号	平衡点	条件	稳定情况
1	$(K_1, 0)$	$1-c_{21}K_1+c_{21}<0$	稳定
2	$(0, K_2)$	$1-c_{12}K_2+c_{12}<0$	稳定
3	$\left(\frac{K_1(K_2c_{12}-1)-K_2b_{12}}{(K_1c_{12}-b_{12})(K_2c_{21}-b_{21})-1}, \frac{K_2(K_1c_{21}-1)-K_1b_{21}}{(K_2c_{21}-b_{21})(K_1c_{12}-b_{12})-1} \right)$	$1-c_{21}K_1+c_{21}>0$ $1-c_{12}K_2+c_{12}>0$	稳定
4	$(0, 0)$	-	不稳定

当 $1-c_{21}K_1+c_{21}<0$ 或 $1-c_{12}K_2+c_{12}<0$ 时, 表示两家企业彼此之间竞争程度超过了合作程度, 使得较弱的一方被过分抑制, 最终导致企业倒闭或者被兼并。 $1-c_{21}K_1+c_{21}>0$ 并且 $1-c_{12}K_2+c_{12}>0$ 表示企业间既有竞争又有合作, 合作非常有效, 通过竞争与合作两家企业均获得长期的发展。

中性关系

在现实商业环境中, 企业之间除了存在竞争、合作、竞争与合作共存的关系之外, 还有一种中性关系, 即两者之间没有联系。比如在线教育的内容以及服务用户的年龄段等都没有交叉, 彼此之间的市场关系非常松散, 没有联系, 本文称之为“中性关系”。

在线教育企业的竞争策略

根据在线教育生态系统的概念把在线教育市场中的企业分为核心企业和缝隙企业, 并结合企业之间的四种关系组合(共生关系、竞争关系、竞争合作关系以及中性关系), 同时基于 Lotka-Volterra 模型的在线教育企业竞争模型研究, 对企业之间的关系进行竞争策略研究。

“核心-核心”的在线教育企业竞争策略

在线教育平台企业 1 为核心企业, 同时另一家企业也是市场中的核心企业。针对公式 3 进行分析, 则其成长策略为:

情况 1: 当竞争企业(企业 2)为核心企业, 并且和企业 1 为共生关系。由于是共生关系, 所以 b_{12} 和 b_{21} 都大于 0, 同时由于这两家企业都是行业的核心企业, 两者保持合作是最好的策略。当 $b_{12}>b_{21}>0$ 时, 说明企业 2 对企业 1 的影响大于企业 1 对企业 2 的影响; 策略: 若企业 2 选择合作, 则企业 1 最优策略选择合作; 若企业 2 不愿意合作, 企业 1 可以支付一定范围的支出取得合作。当 $b_{21}>b_{12}>0$ 时, 说明企业 1 对企业 2 的影响大于企业 2 对企业 1 的影响; 策略: 若企业 2 选择合作策略, 则企业 1 最优策略选择合作策略; 若企业 2 不愿意合作策略, 企业 1 可以选择不合作策略。

情况 2: 当竞争企业(企业 2)为核心企业, 并且和企业 1 为竞争关系。由于是竞争关系,

所以 b_{12} 和 b_{21} 都小于 0, 说明两家企业在资源方面具有生态位重叠; 同时由于这两家企业都是行业的核心企业, 说明两者之间的竞争手段多, 且较为复杂。当 $b_{12} < b_{21} < 0$ 时, 说明企业 2 对企业 1 的负影响大于企业 1 对企业 2 的负影响; 策略: 若企业 2 不选择竞争 (打价格战或高薪挖人才等) 而选择稳定策略, 则企业 1 最优策略选择为不竞争, 采取稳定策略; 若企业 2 选择竞争策略时, 企业 1 只能选择竞争 (在不倒闭的情况下)。当 $b_{21} < b_{12} < 0$ 时, 说明企业 1 对企业 2 的负影响大于企业 2 对企业 1 的负影响; 策略: 若企业 2 不选择竞争, 则企业 1 最优策略选择不竞争; 若企业 2 选择竞争策略, 则企业 1 采用竞争防击。

情况 3: 当竞争企业 (企业 2) 为核心企业, 并且和企业 1 为竞合关系。策略: 主要取决于竞争成分与合作成分的大小, 以及两者之间的相互影响力。与情况 1 和情况 2 中的策略类似。

情况 4: 当竞争企业 (企业 2) 为核心企业, 并且和企业 1 为中性关系。策略: 由于两者之间没有直接关系, 因此相互之间在策略上不会相互影响。只有当其中的一方涉足到另一方的细分市场时, 两者之间的关系就会开始转变。根据转变之后的关系, 选择具体应对策略。这种情况下选择关注策略, 时刻关注对方的战略变化。综上分析, 策略如下表所示:

表 3 “核心-核心” 的在线教育企业竞争策略

企业关系	策略方案	策略说明
共生关系	合作策略	两者最优策略是主动合作;
竞争关系	稳定策略	两者最优策略是选择不竞争;
竞合关系	合作策略 稳定策略	根据两者之间的共生成分与竞争成分的大小, 当两者共生成分大时, 选择合作策略; 否则选择稳定策略。
中性关系	关注策略	由于两者之间没有关系, 因此策略不相互影响; 但需要时刻关注对方的战略变化。

“核心-缝隙” 的在线教育企业竞争策略

在线教育平台企业 1 为核心企业, 同时另一家企业是市场中的缝隙企业。针对公式 3 进行分析, 则其成长策略为:

情况 1: 当竞争企业 (企业 2) 为缝隙企业, 并且和企业 1 为共生关系。由于是共生关系, 所以 b_{12} 和 b_{21} 都大于 0。不管 b_{12} 与 b_{21} 的大小, 由于企业 2 规模较小, 实际对企业 1 的正影响力也小; 企业 1 是市场中核心企业规模较大, 实际对企业 2 的正影响力也大。因此双方的策略由企业 1 来主导的。策略: 只要共生关系不变, 则企业 1 最优策略选择合作, 即合作策略。

情况 2: 当竞争企业 (企业 2) 为缝隙企业, 并且和企业 1 为竞争关系。由于是竞争关系, 所以 b_{12} 和 b_{21} 都小于 0。不管 b_{12} 与 b_{21} 的大小, 由于企业 2 规模比较小, 实际对企业 1 的负影响力比较小; 企业 1 是市场中核心企业规模比较大, 实际对企业 2 的负影响力比较大。因此双方的策略, 由企业 1 来主导的。策略: 若企业 2 不是未来的潜在竞争者, 则企业 1 最优策略选

择不主动竞争,保持公司整体利润不下降。若企业 2 是未来的潜在竞争者,则企业 1 最优策略在某个正面竞争市场进行主动出击,打压企业 2 的发展潜力,同时构建自己的核心技术壁垒,阻止潜在竞争进入。这种情况下,采取领先策略,包括技术领先策略和成本领先策略。

情况 3:当竞争企业(企业 2)为缝隙企业,并且和企业 1 为竞合关系。由于两者既有竞争又有合作,由于企业 2 规模比较小,实际对企业 1 的负影响力比较小;企业 1 是市场中核心企业规模比较大,实际对企业 2 的负影响力比较大。因此双方的策略,由企业 1 来主导的。策略:企业 1 的最优策略就是领先策略,包括技术领先策略和成本领先策略。不断扩大与其他竞争对手的差距,直到竞争关系消失或者竞争关系对于企业 1 的影响微不足道。

情况 4:当竞争企业(企业 2)为缝隙企业,并且和企业 1 为中性关系。策略:由于两者之间没有直接关系,因此相互之间在策略上不会相互影响,采取稍微关注即可。综上分析,策略如下表所示:

表 4 “核心-缝隙”的在线教育企业竞争策略

企业关系	策略方案	策略说明
共生关系	合作策略	选择合作,扩大彼此的利益空间。
竞争关系	领先策略	采用领先策略扩大和行业中其他企业的差距。
竞合关系	领先策略	采用领先策略扩大和行业中其他企业的差距。
中性关系	稍微关注	稍微关注企业 2 的战略变化。

“缝隙-核心”的在线教育企业竞争策略

在线教育平台企业 1 为缝隙企业,同时另一家企业是市场中的核心企业。针对公式 3 进行分析,则其成长策略为:

情况 1:当竞争企业(企业 2)为核心企业,并且和企业 1 为共生关系。由于是共生关系,所以 b_{12} 和 b_{21} 都大于 0。不管 b_{12} 与 b_{21} 的大小,由于企业 1 规模比较小,实际对企业 2 的正影响力比较小;企业 2 是市场中核心企业,规模比较大,实际对企业 1 的正影响力也比较大。

因此双方的策略,由企业 2 来主导的。策略:只要共生关系不变,则企业 1 最优策略选择合作,保持好与企业 2 的关系。因此最优策略是合作策略。

情况 2:当竞争企业(企业 2)为核心企业,并且和企业 1 为竞争关系。由于是竞争关系,所以 b_{12} 和 b_{21} 都小于 0。不管 b_{12} 与 b_{21} 的大小,由于企业 1 是市场中缝隙企业,规模比较小,实际对企业 2 的负影响力比较小;企业 2 是市场中核心企业,规模比较大,实际对企业 1 的负影响力比较大。因此双方的策略,由企业 2 来主导的。策略:若企业 2 选择主动竞争,则企业 1 最优策略是提高公司内部运营管理能力,减少生态位重叠,回避竞争,保持公司存活下去。

即采用差异化策略。若企业 2 不选择主动竞争,则企业 1 最优策略减少生态位重叠,提高公司内部运营管理能力。若企业 2 不选择主动竞争,如果企业 1 的资金比较雄厚,可以选择

主动竞争, 占有市场的战略方向, 提高公司的市场知名度, 同时打乱企业 2 的运营秩序。即可以选择进攻策略。

情况 3: 当竞争企业(企业 2)为核心企业, 并且和企业 1 为竞合关系。由于两者既有竞争又有合作, 由于企业 2 规模比较大, 实际对企业 1 的影响力比较大; 企业 1 是市场中缝隙企业规模比较小, 实际对企业 2 的影响力比较小。因此双方的策略, 由企业 2 来主导的。策略: 减少与企业 2 的竞争系数, 扩大与企业 2 的合作系数, 通过两者合作产生的正影响力来弱化两者之间的竞争关系, 直到竞争关系消失或者竞争关系对于企业 1 的影响微不足道。即如果合作成分大的话, 选址合作策略; 否者选择差异化策略。

情况 4: 当竞争企业(企业 2)为核心企业, 并且和企业 1 为中性关系。策略: 由于两者之间没有直接关系, 因此相互之间在策略上不会相互影响。但是由于企业 2 是行业的核心企业, 因此需要时刻关注企业 2 的战略变化。即采取关注策略。综上分析, 策略如下表所示:

表 5 “缝隙-核心” 的在线教育企业竞争策略

企业关系	策略方案	策略说明
共生关系	合作策略	选择合作, 并主动保持好关系。
竞争关系	差异化策略/进攻策略	提高公司内部运营管理能力, 减少生态位重叠, 降低竞争, 保持公司存活下去; 如果资金雄厚, 可以在某个细化市场进行主动竞争。
竞合关系	合作策略/差异化策略	根据两者之间的共生成分与竞争成分的大小, 当两者共生成分大时, 选择合作策略; 否则选择差异化策略。
中性关系	关注策略	关注企业 2 的战略变化。

“缝隙-缝隙” 的在线教育企业竞争策略

在线教育平台企业 1 为缝隙企业, 同时另一家企业也是市场中的缝隙企业。针对公式 3 进行分析, 则其成长策略为:

情况 1: 当竞争企业(企业 2)为缝隙企业, 并且和企业 1 为共生关系。由于是共生关系, 所以 b_{12} 和 b_{21} 都大于 0。由于两者都属于缝隙企业, 规模都较小, 相互影响也比较少。同时双方的策略, 对市场影响都较小, 是市场规则的接受者。策略: 只要共生关系不变, 两家企业最优策略选择合作。

情况 2: 当竞争企业(企业 2)为缝隙企业, 并且和企业 1 为竞争关系。由于是竞争关系, 所以 b_{12} 和 b_{21} 都小于 0。由于两者都属于缝隙企业, 规模都较小, 相互影响也比较少。策略: 如果企业 1 的整体实力相对强于企业 2 则采取领先策略(包括技术领先和成本领先); 如果企业 1 的整体实力相对弱于企业 2 则采取差异化策略。

情况 3: 当竞争企业(企业 2)为缝隙企业, 并且和企业 1 为竞合关系。当两者既有竞争又有合作, 由于企业 2 规模比较大, 实际对企业 1 的影响力比较大; 企业 1 是市场中缝隙企业规模比较小, 实际对企业 2 的影响力比较小。因此双方的策略, 减少竞争关系, 扩大合作关系,

通过两者合作产生的正影响力来弱化两者之间的竞争关系，同时需要提高公司内部运营管理能力，提升公司竞争力。策略：如果两者合作成分大于竞争成分的话，则采取发展策略；反之，采取差异化策略。

情况 4：当竞争企业（企业 2）为缝隙企业，并且和企业 1 为中性关系。由于两者之间没有直接关系，因此相互之间在策略上不会相互影响。策略：采取发展策略。综上分析，策略如下表所示：

表 6 “缝隙-缝隙”的在线教育企业竞争策略

企业关系	策略方案	策略说明
共生关系	合作策略	只要共生关系不变，两家企业最优策略选择合作。
竞争关系	领先策略/ 差异化策略	企业 1 整体实力强的话，采取领先策略扩大差距；否则，采取差异化策略，减少竞争。
竞合关系	发展策略/ 差异化策略	合作成分大的话，采取发展策略扩大合作关系； 双方竞争成分大的话，采取差异化策略，减少竞争关系。
中性关系	发展策略	把企业做大做强。

讨论与结论

讨论

在“互联网+教育”的产业背景下，针对在线教育竞争策略的研究也将越来越丰富。本研究基于 Lotka-Volterra 模型的在线教育竞争策略研究主要聚焦在企业的竞争行为上，通过企业成长模型与生态关系模型，分析了企业间不同生态关系与不同角色的竞争策略。将种群生态学中 Lotka-Volterra 模型与分析方法，引入在线教育领域，丰富了在线教育平台竞争策略的相关理论。本文对在线教育企业的竞争策略研究主要贡献如下：

1. 把生态学领域的相关数学模型引入在线教育领域。
2. 构建双企业的成长模型，为在线教育企业的竞争策略选择提供定量计量。
3. 把物种关系模型、生态系统中角色运用到在线教育行业，并构建了基于生态位视角的在线教育企业的竞争策略选择矩阵。
4. 该研究为在线教育企业在管理实践上为提供可实施的指导。

在互联网技术的不断发展的情况，在线教育的经营模式与经营方式也不断地发展变化和升级。在线教育方面的研究内容未能在本研究中全部展开，有待在后续的研究中进一步深入探讨。(1) 企业成长模型中相关系数的验证与估算。在企业成长模型中，代表企业在单独生存时的最大增长率参数 r ，代表企业在现有资源环境下的最大市场规模 K ，以及代表企业之间的相互影响效应参数 b 等参数。(2) 本文的研究都是基于双企业的分析。在实际的社会经济系统，

更多的情况是多企业的策略研究与分析。(3) 关于策略的确定采用定量研究。目前在双企业的企业竞争策略方面采用了定性的研究。随着在线教育行业的发展,未来有更多的在线教育企业上市,从而可以公开廉价地获得在线教育企业的经营数据。在数据丰富的情况下,采用定量研究企业之间竞争策略。

结论

本文对基于生态视角下的在线教育企业之间关系特征进行分析,并对企业间常见的关系进行研究。主要关系有四种即共生关系、竞争关系、竞合(竞争合作)关系以及中性关系,结合企业的不同生态角色,一共有十六种策略方案。这十六种策略主要分为合作策略、稳定策略、领先策略以及差异化策略。主要结论如下:

1. 企业双方为合作关系,或者双方为竞合关系但是决策方的市场话语权不高于对方时采取合作策略为优。

2. 企业双方为竞争关系或竞合关系,并且均为市场的核心企业,采取稳定策略为优。

3. 企业双方为竞争关系或竞合关系,只要企业有足够的资金,可以采取领先策略。这种策略在在线教育行业比较常见,尤其是通过市场扩张获得更多的融资,同时通过融资来进一步扩张。如果企业经营产生的现金流不充裕的话,这种领先策略风险非常大,一旦融资失败就出现资金流断裂,企业崩盘。

4. 企业双方为竞争关系或竞合关系,在资金不是非常充裕的情况下,采取稳定策略与差异化策略是最优的决策,谨慎采用领先策略。

References

- Bai, L. (2013). The Strategy of Choosing Core Enterprise Platform Based on Business Ecosystem for Gap Enterprises. *Market Weekly*, (1), 12-14. [in Chinese]
- Kang, Y. Q. (2014). Post MOOC Era of Online Education-Analysis on SPOC. *Tsinghua Journal of Education*, 35(1), 85-93. [in Chinese]
- Li, K., An, S., Wang, C. L., & Zhu, X. X. (2018). Competition Mechanism of Enterprises' Knowledge Transmission Based on Lotka-Volterra Ecological Model. *R&D Management*, 30(3), 75-84. [in Chinese]
- Liang, Y. J., Lian, B., & Luo, Z. Q. (2018). Research on the Current Situation and Trend of Online Education of K12 Extra-Curricular Tutoring Institutions in China. *The Chinese Journal of ICT in Education*, (11), 12-15. [in Chinese]
- Liu, X. (2009). Global Analysis of Lotka-Volterra Model with Competition Relation. *Journal of Biomathematics*, 24(4), 702-710. [in Chinese]

- Wang, W. L. (2013). The Development of MOOC and its Influence on Higher Education. *Jiangsu Higher Education*, (2), 53-57. [in Chinese]
- Xie, R. M., & Chen, F. (2016). Research on the Competitive Strategy Making by Online Education Enterprise Based on the Competitive Situation Analysis-Taking Enterprise a as an Example. *Journal of Intelligence*, 35(5), 113-118. [in Chinese]
- Yao, Y. W., & Liao, S. G. (2011). Research on the Competitive Relationship Between Stock Index Futures and Stock Spot Market Empirical Evidence from China. *Securities Market Herald*, (9), 43-50. [in Chinese]
- Zhang, L., & Ren, L. X. (2015). A Study on Competitive Spreading of Weibo Opinions Based on Multi-Species Lotka-Volterra Model. *Journal of Intelligence*, 34(10), 112-116. [in Chinese]



Name and Surname: Jing Jiang

Highest Education: Doctoral Candidate

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration



Name and Surname: Guowei Hua

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Management Science and Engineering

从中国汉语教师的视角看中国传统文化在泰国学校的传播

THE DISSEMINATION OF TRADITIONAL CHINESE CULTURE IN THAI SCHOOLS FROM CHINESE TEACHERS' PERSPECTIVE

徐伟杰

Weijie Xu

华侨崇圣大学中国语言文化学院

Faculty of Chinese Language and Culture, Huachiew Chalermprakiet University, Thailand

Received: September 29, 2020 / Revised: December 22, 2020 / Accepted: December 23, 2020

摘要

在泰国的中国汉语教师作为中国传统文化在泰国的主要传播者，为泰国的汉语教学与文化传播工作贡献了巨大力量。本文研究的重点是对在泰中国汉语教师在教学过程当中对中国传统文化的传播情况进行调查，对传播过程中所遇到的问题和障碍，总结出一些具体的解决方法，为在泰国的中国文化传播工作和汉语教学工作提供参考。

本文在 20 所大、中小学中选取了 45 位中国籍汉语教师，通过访谈的方式收集数据，分析了中国传统文化在泰国的传播现状和传播过程中存在的问题，以及中国传统文化教学对泰国汉语教学所产生的促进作用。从分析结果中得出结论：中国传统文化在泰国的传播情况良好，泰国的学校在汉语语言教学的基础上，逐渐增加文化教学与文化活动的比重，但是依然存在有文化教材、教具方面不足的问题。教师作为中国传统文化的传播者，不仅需要提升自身的文化素养，还应该针对不同的学生采取更合适的教学方式，从而更好地传播中国文化，并且通过文化教学来促进学生汉语水平的整体提升。

关键词： 中国传统文化 文化传播 汉语教学

Abstract

As the main communicator of Chinese traditional culture in Thailand, the Chinese teacher who teach Chinese in Thailand, have made a great contributions to the Chinese teaching and the cultural communication in Thailand. This article focus on investigate the propagation of traditional Chinese

culture by Chinese teachers. And response to the problems and obstacles encountered in the communication process, some specific solutions were summarized to provide references for the communication of traditional Chinese culture and Chinese teaching in Thailand.

This article selected 45 Chinese teachers from 20 universities and schools, and collect the data through interviews. This article analyzes the problems and causes of the spread of Chinese traditional culture in Thailand, and the promotion effect of the spread and application of Chinese traditional culture in Chinese teaching in Thailand. Based on the analysis results, it is concluded that Chinese traditional culture is spreading well in Thailand, and the schools in Thailand gradually increase the proportion of cultural teaching, but there are still some deficiencies in the teaching materials. As disseminators of Chinese traditional culture, teachers should not only improve their own cultural literacy, but also adopt more appropriate teaching methods for different students to better spread culture, and promote the overall improvement of students' Chinese proficiency through cultural teaching.

Keyword: Traditional Chinese Culture, Culture Dissemination, Teaching Chinese

引言

2006 年, 泰国教育部推出了一个对泰国汉语教学界有着重大影响的政策: “促进汉语教学, 增强国家竞争力的 5 年战略规划(2006-2010 年)” (แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนระยะ 5 ปี 2006-2010), 大力推广本国汉语教育, 希望泰国青少年能够具备中英双语能力。自此, 泰国各大专院校、中小学竞相开设汉语相关专业, 汉语成为最热门的外语之一, 学习汉语已成时尚, 泰国本土师资供不应求。

2006 年全球首家孔子课堂--岱密中学孔子课堂在泰国创立, 到 2019 年, 中泰两国高校和有关部门, 顺应时代的发展趋势和泰国社会对汉语的需求, 在泰国皇室、政府和中国国家汉办的大力支持下, 在泰国各地建立了 16 所孔子学院和 11 个孔子课堂。越来越多的中国教师开始为泰国的汉语教学事业贡献力量, 其中, 以中国国家汉办的公派教师、对外汉语教学相关专业毕业的志愿者教师和其他优秀的中国籍教师为中坚力量, 这些在泰中国教师对中国传统文化在泰国的传播起到了巨大的推动作用。如今孔子学院和孔子课堂已经成为了中国传统文化在泰国的代言人和核心品牌, 得到了泰国社会的普遍认可。孔子学院总部/国家汉办官网中对孔子学院和孔子课堂的描述是为了“增进世界人民对中国语言和文化的了解, 发展中国与外国的友好关系, 促进世界多元文化发展”的非营利性机构。以孔子学院和孔子课堂为主的教学机构和教师除了一般教学工作外, 还是中国传统文化在海外的主要传播者, 肩负传播文化的任务, 所传播的都是经过精心挑选、能够为世界人民所接受的优秀文化。学习语言是了解文化的重要

途径, 学生语言水平的提升有助于他们更好地去了解文化, 在学习文化的同时又会增加对语言知识的理解, 语言与文化相辅相成、互相促进, 在教学中将二者结合起来也会对汉语教学有一定的促进作用。

研究目的

通过对中国汉语教师在泰国学校中传播中国传统文化的内容与形式进行调查与分析, 总结当前中国传统文化在泰国学校的传播现状及可能存在的问题及其成因。调查中国汉语教师的教学方法、所用教材、活动管理和传播方式, 分析文化教学在汉语教学中产生的作用, 了解中国传统文化是否有提升汉语教学效果的作用。了解这些中国汉语教师对汉语教学和传播中国传统文化工作的看法和希望改进的方面, 对中国传统文化在泰国学校的传播提出对策和建议。希望通过阐述传播中国传统文化对汉语教学的推动作用, 引起在泰国的中国教师们对传播中国传统文化的重视, 以期为从事对外汉语教学工作的教师们提供有价值的参考和借鉴。

文献综述

中国传统文化的概念界定

《大辞海》中对“传统”的解释是: “历史沿传下来的思想、文化、道德、风俗、艺术、制度以及行为方式等。积极的传统对社会发展起促进作用, 保守和落后的传统对社会的进步和变革起阻碍作用”。可见历史沿传下来的既有优秀的传统, 也有落后的、应当摒弃的传统。需要传承与传播的中国传统文化应是中华民族在漫长的历史中所创造的, 并流传至今的优秀文化。Xia (2003) 本文研究的重点则是在泰国传播得较为广泛, 在进行汉语教学时, 泰国学生更能够有代入感, 有利于学习汉语的一部分中国传统文化。根据 Luo (2019) 对中国传统文化的分类讲述, 去除“中国传统思想文化”、“中国传统宗教文化”、“中国传统建筑文化”等内容较难的几项, 在“中国传统艺术文化”、“中国传统民族文化”与“中国古代科技文化”中选择了“传统衣冠服饰”、“传统饮食”、“传统节日”、“传统文学艺术”和“中医中药”这五个在泰国社会流传度较高的方面设计访谈问题, 来调查在泰中国教师对中国传统文化的认知和喜好。

文化传播的概念界定

文化传播是文化地理学和文化人类学中的一个概念, 德国著名学者 Frobenius (1987) 首先提出文化传播这个概念, 认为文化传播主要体现于文化项目在个体之间的传播, 还指出文化传播既可以在文化内部传播, 也可以是从一种文化传播到另一种文化。

不同的国家有不同的历史背景和社会习俗, 会形成特定的文化, 会给跨文化交流带来阻碍、误解甚至文化冲突。因此, 将中国文化传播出去是对外汉语教学的重点项目之一。让外国人了解、认识、喜爱中国文化, 会为中国与国际社会的接触起到推动作用 (Wu & Yan, 2009)。

中国传统文化在泰国的传播也会在提升泰国民众对中国文化认知的同时，增强对中国人民和国家的认同感。

本文对文化传播的界定，采用 Zheng (2000) 提出的概念，文化传播是指文化从一个社会传到另一个社会，从一个区域传到另一区域以及从一个群体到另一个群体的文化互动现象，即在泰中国教师在进行汉语教学工作时对中国传统文化的传播。中国传统文化在泰国的传播有悠久的历史，对泰国社会有深刻的影响，在课堂教学中利用汉语学习者们似曾相识的中国传统文化活跃课堂，能够激发学生的学习兴趣，加深学生对汉语的理解，取得更好的教学效果。

中国传统文化在泰国的传播研究

传播优秀的中国传统文化一直都是对外汉语教学工作的重点，众所周知，泰国与中国自古以来便是友好邻邦，两国间的文化交流历史悠久，有数量庞大的中国人侨居在泰国，所带来的中国传统文化对泰国社会影响深远。泰国与中国在各个方面都有着深入的合作交流，汉语在泰国社会的重要性位于前列，泰国民众对中国传统文化的认同度也较高，研究如何提升中国传统文化在泰国的传播效果因此也具有重要意义。

中泰文化交流活动频繁、涵盖面广、内容丰富、参与众多，都显示了中国传统文化的活力 (Zhu, 2010)。以学习汉语为中心的文化交流能够把汉语学习者的学习兴趣推到一个新的高潮。中国为了解决泰国汉语教师师资缺乏的困难，派送大批汉语教师和汉语志愿者赴泰国开展汉语和文化推广工作，为中国传统文化在泰国的传播注入了新的力量。

泰国学者 Kanokpongchai (2010) 通过列举艺术、信仰、生活方式等方面的中国传统文化在泰国传播的历史和现状，论述了中国传统文化对泰国社会、经济所产生的影响。作者认为泰国是一个包容性很强的国家，在泰国有许许多多的外国人长期定居，其中中国人移居泰国有着悠久的历史，中国传统文化在泰国的传播对泰国和谐社会的建设有着重要的作用，大量优秀的华人代表所具有的“回馈社会”精神，也对泰国社会有着极大影响。

中国文化形象是影响中国国家形象在泰国民众心中地位的重要因素。大多数泰国民众乐于了解中国传统文化，是因为中国在泰国民众眼中神秘而富有魅力，历史悠久、文化多样的文明大国形象突出。在对泰国传播文化的过程中，应从政府、媒体、企业、民间团体以及个人的角度出发，适当而系统地增加自身文化在泰国的传播力度，促进在泰中国国家形象的提升 (Wu, 2018)。

中国传统文化在泰国传播的过程中会遇到的一些诸如老师少、文化内容难理解等问题。同时，汉语学习者最认同的解决问题的方法除了亲自到中国生活一段时间之外，便是增加中国传统文化教学课程和加强汉语教师的中国传统文化素质 (Lin, 2018)。

对以上研究成果进行梳理后，发现现有的对中国传统文化在泰国传播的研究成果主要集中在通过面向泰国民众展示优秀的中国传统文化，来提升泰国人学习汉语的兴趣和增进对中国的了解等方面，仍然处在较初级的层面。尝试在研究基础上进一步思考，由于历史和地理

原因,相对其他国家来说,泰国社会中华人华侨人口众多,泰国社会对中国传统文化的认同度和接受度都比较高,也已经有了相当一部分的中国传统文化与泰国本土文化相融合,在泰国落地生根。因此,在泰国传播中国传统文化要从受众的需求出发,根据当地实际情况来量身定做适当的传播方式,在文化展示活动的同时加入较深层次的文化内涵讲解,也许能够取得良好的传播效果。

中国传统文化在学校的传播方式主要是通过教学进行,通过将中国传统文化融入到课堂之中来提升学生的积极性,帮助学生更好地理解和掌握语言知识。本文希望能够通过对泰国学校里中国传统文化的传播者、传播内容与传播方式等的调查与分析,了解传播过程中的问题及成因,结合泰国学校的汉语教学现状,对中国传统文化在泰国学校的传播提出对策与建议。

国际汉语教师的中国文化知识培养研究

20世纪80年代初,由北京语言学院(现北京语言大学)倡议,准备成立一个专门研究对外国留学生进行汉语教学的学术团体,在筹备会议上提出了“对外汉语教学”这个术语,意思是“对外国人的汉语教学”(Lyu, 2007)。上世纪九十年代至今,汉语在世界上的热度逐年增加,大量的汉语教师投入到对外汉语教学工作之中,其中依旧以中国教师为主要力量。而中国传统文化作为汉语教学的一个重要内容,在国际上的传播主要依靠传统的人际传播,中国教师是中国传统文化在海外的主要传播者,不仅要有专业的语言知识,更要有专业的文化素养。《国际汉语教师标准》(Hanban, 2007)中提出了在中外文化方面对教师的要求:教师应该了解中外文化的异同以及文化、跨文化对语言教学的影响,并能够将上述理论、知识应用于教学实践。应具有汉学的基本知识,了解国外汉学研究的概况,了解文化与跨文化交际在语言教学中的作用,并能运用与语言教学实践。根据这些要求,本文认为,教师首先要有较高的文化素养,对文化有足够的了解,树立起跨文化交流意识,才能妥善处理语言教学中的文化问题,帮助学生提升语言与文化水平。

Lyu (1983) 在中国教育学会对外汉语教学研究会成立大会开幕词中提出:“从事对外汉语教学的教师不但要具备语言学、心理学、教学法等方面的专业知识,而且要具有高度的文化素养,熟悉中国和外国的相关文化知识,还要具有组织教学的能力”。

随着汉语教育国际化的不断推进,中国对国际汉语教师的培养也越来越系统化,越来越注重国际汉语教师作为一名中国文化传播者必备的文化素养要求。作为一名合格的对外汉语教学教师,除了具备熟练的教学技能以外,还要有广博的文化知识和良好的文化素养(Wang, 2011)。较高的文化素养是保证良好的文化传播技能、适应汉语国际推广工作的重要前提。国际汉语教师的培养首先要注重提升他们的语言文化知识,有了充足的知识储备,才能更好的进行传播工作。

对外汉语教学专业硕士是未来汉语国际推广的主要群体，而在进行汉语教学时的难点是如何跨越文化障碍传播文化 (Zhou, 2011)。对外汉语教师传播文化的方式应该是多样的，并且需要不断培养自身的文化素养，以及针对所在地的社会情况制定传播的步骤和过程。中国国家汉办在 2017 年下半年的汉语教师志愿者招聘中，选拔条件不仅要志愿者掌握汉语，还需要掌握中国文化以及一些中国传统文化特长。作者指出，志愿者的中国文化素养的重点并不在于志愿者自身的“才艺展示”，而是在于志愿者是否在高校学习中国文化课程的时候用心去学习 (Li, 2017)。

作为一名国际汉语教师，除了教学能力外，文化传播能力也是国际汉语职前教师必备素质之一 (Chang, 2018)。国际汉语教师不仅要有较强的汉语教学基础，还应该掌握较为系统的中华优秀传统文化知识，加强国际汉语教师赴海外任职前的文化教学技能培训是提升未来文化传播效果的一个比较好的方法。

通过对以上有关国际汉语教师中国文化知识与素养的研究成果的梳理，许多学者都认为在现在的国际环境下，从对外汉语教学的角度来看，培养国际汉语教师不仅仅需要培养他们的语言专业技能，还需要在中国文化方面进行系统的培训，这种培训并不是要让他们掌握某种才艺表演技能，而是要让这些未来的国际汉语教师具备系统的文化知识，懂得如何将我们优秀的中国传统文化通过合适的方式向海外传播。教师自身的文化素养非常重要，传播者自身能力够强，才能使学习者信服，从而激发学习兴趣。

研究方法

基于上述研究成果，本文将研究重点放在了在泰中国汉语教师的中国文化教学活动调上，以定量研究为基础，以访谈收集数据进行分析的方法。以在泰国进行汉语教学活动的国家汉办公派教师、志愿者教师、以及其他常驻泰国的中国教师为调查对象设计了以下五个部分的访谈问题：

第一部分，受访者的性别、学历，工作单位、工作年限及教师类型三个方面的基本信息。

第二部分，受访者工作单位对中国传统文化的教学情况，并设计了十个问题。(参见表 1)

第三部分，受访者认为有哪些因素对中国传统文化传播的影响最大。这一部分设计了 14 道选项，由受访者打分，5 分最高，1 分最低。

第四部分，教师对中国传统文化的认知，受访者最喜爱、最了解哪一方面的中国传统文化。给出了传统衣冠服饰、传统饮食文化、传统节日、传统文学艺术和中医中药 5 个方面供受访者选择并陈述。

第五部分，受访者在进行中国传统文化教学时遇到的问题和障碍，以及如何解决。

表 1 受访者工作单位中国传统文化教学情况问题表

号	题目
1	您所在学校是否开设有专门的中国传统文化课程?
2	您所在学校是否有中国传统文化课程专用的教材?
3	您所在学校的中国传统文化课程形式为必修课还是选修课, 还是两者都有?
4	您所在学校的中国传统文化课程上课方式是以课堂讲解为主还是课外实践为主
5	您所在学校的中国传统文化课程教材和教学用具来源是哪里, 是否缺乏教材和教学用具?
6	您所在学校的中国传统文化课程是否有专用的活动场所?
7	您所在学校在中国传统节日时是否开展文化活动?
8	除中国传统节日外, 是否还会开展其他中国传统文化活动?
9	开展中国传统文化活动时, 校方与学生是否会积极参与?
10	您认为所开展的中国传统文化活动对汉语教学有哪些促进作用?

泰国开设有汉语教学相关专业和课程的学校大多集中在泰国中部曼谷及周边地区, 本文根据中国教育部第三批公布的自费出国留学推荐学校名单, 在位于泰国中部地区曼谷市、北榄府、巴吞他尼府、罗勇府的开设汉语相关课程的学校中选出 13 所公立、私立大学和 7 所公立、私立中小学, 在这 20 所学校中选取访谈对象。

本文所选择 20 所学校的汉语类专业和课程在同类学校中排名位居前列, 学生选择学习汉语时也会优先选择这些学校, 汉语教师与汉语学习者数量较多。

如: 朱拉隆功大学是泰国排名第一的大学, 其汉语专业也是泰国历史最悠久、实力最强劲的汉语专业, 与中国北京大学共建孔子学院; 诗纳卡琳威洛大学和东方大学是泰国排名前十的公立大学, 也是泰国学生优先选择的高校; 宣素南他皇家大学历史悠久, 开设有汉语教学硕士专业; 兰实大学在私立大学中位于第一梯队, 开设有汉语类硕士课程; 华侨崇圣大学是由在泰华侨创建的大学, 开设有本科、硕士和博士共 7 个汉语类专业, 与天津中医药大学共建泰国第一所中医孔子学院。学校建筑多含中国元素, 汉语学习气氛浓厚, 除汉语专业的学生外, 每年校内选修汉语的学生多达一千余人; 泰国皇家玫瑰园中学与罗勇中学为公立中学, 都设有孔子课堂, 其汉语课程在同地区学校中均位居前列; 曼谷新加坡国际学校采用中英泰三语教学, 由于薪资较高, 吸引了许多中国籍汉语教师前来执教; 北榄公立培华学校、空提公学与侨光公学则是泰国历史悠久的华校, 知名度高。这几所中学在中泰两国举办的各类汉语比赛项目中较为跃, 鼓励学生踊跃参赛, 并多次获得“汉语桥”世界中学生中文比赛泰国赛区冠军, 代表泰国前往中国参加复赛。

研究结果

选取调查对象

每所学校随机选取 1-5 名中国籍汉语教师, 共 45 人 (参见表 2)。通过孔子学院、老师

介绍、朋友介绍等渠道提前与 45 位教师取得了联系，征得同意后由受访者自电话、面谈、微信、Line 四种方式中选择一种接受访谈。

表 2 调查选取学校信息表(随机排序)

序号	学校名称(中文音译)	学校名称(泰文)	地区	性质	人数
1	朱拉隆功大学	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	曼谷	公立	2
2	诗纳卡琳威洛大学	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	曼谷	公立	2
3	东方大学	มหาวิทยาลัยบูรพา	罗勇	公立	3
4	宣素南他皇家大学	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	曼谷	公立	3
5	曼松德昭帕亚皇家师范大学	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	曼谷	公立	2
6	易三仓大学	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	北榄	私立	3
7	兰实大学	มหาวิทยาลัยรังสิต	巴吞他尼	私立	2
8	曼谷大学	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	曼谷	私立	2
9	华侨崇圣大学	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	北榄	私立	5
10	商会大学	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	曼谷	私立	2
11	曼谷吞武里大学	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี	曼谷	私立	2
12	斯巴顿大学	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	曼谷	私立	3
13	曼谷北部大学	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	曼谷	私立	2
14	泰国皇家玫瑰园中学	โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย	曼谷	公立	3
15	罗勇中学	โรงเรียนระยองวิทยาคม	罗勇	公立	1
16	瓦塔纳威塔亚女校	โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย	曼谷	私立	2
17	曼谷新加坡国际学校	โรงเรียนนานาชาติสิงคโปร์กรุงเทพ	曼谷	私立	2
18	北榄公立培华学校	โรงเรียนป้วยฮั่ว	北榄	私立	2
19	孔提公学	โรงเรียนคลองเตยวิทยา	曼谷	私立	1
20	侨光公学	โรงเรียนคริสตธรรมวิทยา	曼谷	私立	1

受访者基本信息

1. 性别：45 人中男性有 13 人，占比 29%；女性有 32 人，占比 71%。
2. 工作年限：工作不满 2 年的有 22 人，占比 49%；工作 2 至 5 年有 16 人，占比 36%；工作 5 至 10 年有 4 人，占比 9%；工作 10 年以上 3 人，占比 6%。
3. 教育程度：45 人中硕士学历的最多，共 29 人，占比 64%，本科学历有 13 人，占比 29%；博士仅 3 人，占比 7%。
4. 工作单位及教师类型：隶属于孔子学院/课堂的人数最多，共 29 人，占比 64%；高校全职教师 8 人，占比 18%；中小学全职教师 8 人，占比 18%。

根据以上数据可知，在泰国从事汉语教学工作的中国教师大部分为女性教师，绝大部分教师的学历为本科和硕士研究生，博士的人数极少，大部分教师分布在各高校，其中在高校工作的本科学历教师均为由国家汉办派送的汉语教师志愿者。

对中国传统文化的传播情况

根据访谈结果, 20 所学校均开设了专门的中国传统文化课程, 上课方式分为课堂讲解与课外实践两种方式。其中 13 所大学的中国传统文化课程为必修课, 或选修、必修都有。7 所中小学里有两所的文化课为才艺课程, 没有列为必修课, 其余 5 所均开设有中国传统文化必修课。共 18 所学校设有中国传统文化必修课, 且均有与课程对应的教材。

教材方面, 20 所学校的受访者均回答部分教材来源为中国国家汉办赠送, 其中有 13 所学校的受访者还回答学校购买有一部分教材, 有 2 位受访者回答自行编写教材。其中来自 16 所学校的 34 位受访者认为所在学校开设的中国传统文化课程依然缺乏教材, 占受访人数的 76%。

教学用具方面, 20 所学校均有受访者回答所在学校的中国传统文化课程教学用具由中国国家汉办赠送, 其中有来自 8 所学校的受访者还回答了学校购买有一部分教学用具, 个别受访者回答文化课教具的来源还有其他单位赠送与教师自行制作等。

本文选择的学校虽然都开设有中国传统文化课程, 并且中国国家汉办的赠送教材教具范围已经全面覆盖了 20 所学校。但是文化课专用的教材与教学用具依然缺乏, 部分学校会自行购买一部分, 但是大部分教师认为仍然不足以供教学使用。

文化活动方面, 20 所学校均有受访者回答所在学校在中国传统节日时会开展文化活动, 并且除了中国传统节日外, 学校还会开展其他中国传统文化活动, 如中国传统服饰展、书法比赛、中国传统乐器表演、中医针灸拔罐展示等, 大都为展示类型的活动。45 位受访者均表示开展中国传统文化活动时, 学校师生会积极参与, 并且认为就所在学校的汉语教学现状来看, 需要开展文化活动。

在中国传统文化活动对汉语教学的促进作用方面, 有 43 位受访者认为能够丰富教学内容; 有 36 位回答说可以提升学生的学习兴趣, 占比 80%; 31 位受访者认为能够增进学生对汉语的理解, 占比 69%; 30 位认为能够增加学生的知识储备。(参见图 1)



图 1 中国传统文化活动对汉语教学的促进作用

影响中国传统文化教学的因素

在中国传统文化教学可能受到的影响因素方面，设计有 14 道选项，要求受访者根据教学及自身经验选择受影响的程度，5 分最高，1 分最低，受访者选择结果如下：（参见表 3）

表 3 影响中国传统文化教学的因素

选项	均值	选项	均值
中国传统文化教材	4.82	文化课内容与学生语言水平相符	4.64
中国传统文化教具	4.86	文化课较理论讲解更侧重于实践和练习	4.78
中国传统文化活动	4.85	邀请嘉宾进行专题演讲，帮助学生理解	3.55
教师的中国传统文化素养	4.86	学生与中国朋友、同学等在文化方面互动	4.02
学生对中国传统文化的认知	2.72	学校有中国传统文化的环境	4.76
教师能掌握学生间的水平差异	4.55	学校为学生提供展示所学的机会	4.83
教师在行为举止等方面能做好榜样	4.49	学校总体环境较适合学习中国传统文化	4.41

根据受访者的访谈结果可以得出，受访者认为教师的中国传统文化素养、教材、教具、文化活动和学校为学生提供展示才艺的舞台这 5 项对中国传统文化教学的影响程度最高，平均分均在 4.8 以上；其次是实践练习重于理论讲解和学校环境具有中国传统文化风格这 2 项，平均分在 4.7 以上；影响程度最低的 3 项为学生与中国朋友间有关文化的交流互动、邀请嘉宾进行专题演讲和学生本身对中国传统文化的认知，平均分均在 4.1 以下。

教师对中国传统文化的认知

论文访谈环节为受访者给出了传统衣冠服饰、传统饮食文化、传统节日、传统文学艺术和中医中药 5 个方面供其选择，要求受访者根据真实情况对自己对这些方面知识的了解和认知进行作答。

根据受访者的回答结果，45 位受访者的回答结果中均包含有：传统节日方面的“除夕、清明、中秋等重要传统节日”、传统饮食文化方面的“饺子、元宵、粽子、月饼等传统饮食的寓意和由来”、传统文学艺术方面的“书法、国画、文房四宝、年画、楹联等”这三个方面，所有受访者都认为自身对这三个方面的认识和了解较深，大部分受访者回答是由于从小便接触这些传统文化，以及家庭等的影响。

有 26 位受访者回答自己对传统文学艺术方面的“戏曲、传统舞蹈、古代乐器等”比较了解，有其中一项或多项表演技能。在传统文学作品方面，也有接近 20 位受访者回答说曾经通读如“四大名著、十大喜剧、十大悲剧等文学作品”。

有 19 位受访者回答自己非常喜爱传统服饰，表示会购买“汉服”，并且在教学时也会着中国传统服饰或佩戴“中国结、香囊等”饰品。

另有 9 位受访者回答自己是少数民族，对“三月三、火把节、泼水节等少数民族传统节日”比较了解，并且认为在其家乡，少数民族节日甚至比传统春节更为重要。

在中医中药方面, 45 位受访者中认为自己比较了解这方面传统文化的较少, 仅有 5 位受访者回答自己较为喜爱“养生代茶饮、食疗药膳等”, 并且学习过“拔罐、针灸等”中医技能。值得一提的是, 这 5 位受访者均来自华侨崇圣大学中医孔子学院, 学习的就是中医相关专业。

根据受访者对这一部分问题的回答结果来看, 在泰中国教师自身喜爱和了解的中国传统文化, 其中对传统节日、传统文学艺术、传统饮食这三个方面的了解最多。传统节日和传统文学艺术方面是教材中需要教学的内容, 受访者自己在学生时代也学习过相关的课程, 传统饮食方面则大都受到家庭和社会的影响而比较了解。此外, 在传统服饰方面也有不少受访者表示自己比较喜爱, 平时上课也会穿着与佩戴传统服饰, 并且会在课堂上向学生展示并讲解这些服饰的由来和颜色、花纹所代表的意义。受访者的回答中对传统中医中药方面知识的了解最少, 仅有学习中医专业的受访者回答说对此较为了解, 可以较好地传播中医中药方面的文化知识, 其余受访者的回答大都是只有浅显的了解、只知道拔罐针灸等中医名词等。

传播中国传统文化的问题和障碍

这一部分调查要求受访者根据自身真实情况, 陈述自己在传播中国传统文化的过程中遇到过的问题和障碍, 是否想办法, 以及用了什么办法去解决这些问题, 并且根据自身经验提出一些在泰国传播中国传统文化方面的个人建议, 以及希望学校和国家能够改善的方面。

1. 问题和障碍

根据问卷结果统计, 受访者在中国传统文化教学过程中遇到的问题和障碍大都在教材、教具、场地等教学硬件设施方面。受访者的回答中出现的高频词汇主要有: 教材单一、学生汉语水平低、文化课时太少、教具不足、活动场地不足、教学设备老旧。(参见表 4)

表 4 中国汉语教师遇到的问题和障碍

问题和障碍	出现次数
教材内容单一、教材少	23
学生汉语水平低, 理解能力差	20
教具不足、仅仅能够展示、无法做到学生人手一件或分组发放	18
课时少、排课不科学	16
没有专用的活动场地、活动场地设备不足	12
教室设备老旧, 教室太小、教室不足	3

2. 解决办法

根据受访者的回答统计, 受访者解决以上问题或障碍的回答中出现的高频词汇主要有: 制作高清图片 PPT、观看电影或短片、带领学生制作教学用具、多组织课外活动、请高年级的同学为低年级的同学讲解等。(参见表 5)

表 5 中国汉语教师的解决办法

解决办法	出现次数
制作高清图片、PPT、复印教材	17
带领学生观看影片、短片或视频并讲解	16
带领学生亲手制作花灯等教学用具	13
多组织课外活动，寓教于乐	9
请高年级的同学为低年级的同学演示与解答问题	5

3. 建议

根据受访者的回答统计，大部分受访者给出的改善在泰国学校进行中国传统文化教学方面的建议主要有增加课时、购买教材教具、多组织活动这三个方面。细节上包括：向中国国家汉办申请教材教具、增加必修课、增加乐器表演课、增加戏曲欣赏课、招收有一技之长的教师、学校定期组织中国传统文化活动、举办传统才艺比赛、邀请校外单位来表演、分配活动场地等。

结论

本文通过访谈的形式对中国籍汉语教师在泰国传播中国传统文化的情况进行了调查。根据调查结果来看，现有的在泰中国教师中，女性教师人数多于男性教师。由于大部分教师是中国国家汉办派出的公派汉语教师和志愿者教师，所以工作年限大都少于 2 年，且教育程度大都集中在硕士和本科层次，博士及以上的高层次人才数量较少。在对泰国学校开设的中国传统文化课程进行调查后得知，绝大多数学校都设有 1 门或 1 门以上的中国文化必修课程。教材教具方面，根据受访者给出的选择来看，普遍存在学校缺乏教材与教具的问题，虽然中国国家汉办已经赠送了一部分，但仍存在有教材内容单一、教具数量不足和种类少等问题。在教学方面，绝大多数受访者都认为学习中国传统文化和开展文化活动能够提高学生的汉语水平和学习兴趣，并且能够在活动中展示和练习学习过的知识。对中国传统文化教学影响较大的因素主要集中在教材教具、文化活动、学校对文化教学是否支持以及教师本身的文化知识储备上。根据对教师本身的文化认知调查情况来看，大部分教师对中国传统文化的认知和了解主要集中在中国传统文学艺术、传统节日以及传统饮食文化这三个方面。也是最能直观向学生展示中国传统文化魅力，以及学生最容易接受的三个方面。在传播文化时遇到的问题方面，受访者给出的答案依然集中在教材教具和学生的汉语水平较低这两点，所采取的解决办法是利用图片讲解和观看电影视频、自己制作或带领学生一起制作一些简单的教具等方法来解决这些问题，并且建议学校能够重视中国传统文化教学，不要仅将教学重点放在语言教学上，还需要增加文化课的课时、多组织传统文化活动。

调查结果显示，绝大部分受访教师都认为中国传统文化活动在丰富教学内容、提升学生的学习兴趣等方面对汉语教学有一定的促进作用。中国传统文化活动不仅能够活跃课堂气氛和

激发学习兴趣,还能够丰富教学内容。学生不仅能将学习过的语言知识运用到活动当中,还能通过亲身参与,直观地去感受中国传统文化的魅力,增加对文化的认知和理解。比起课堂理论讲解,亲身参与文化活动会对学习中国传统文化起到更好的效果,也能够将曾经学习过的知识进行应用,进而提升语言学习的效果。

总的来说,中国传统文化在泰国的传播情况良好,学校渐渐开始重视开展中国传统文化活动对语言教学的影响。教师作为中国传统文化的传播者,应该提升自身的文化知识及跨文化技能,组织学生参加文化活动,并且结合当地社会情况,对不同的学生采取更合适的教学方式。

本文通过对相关文献资料的梳理总结以及访谈调查的数据统计,分析了目前中国传统文化在泰国传播过程中存在的问题和产生的原因,通过调查得出目前中国传统文化在泰国学校的传播中存在有中国传统文化教材少、课程安排不合理、学生汉语交流水平低与中国教师与学生之间沟通难等问题,认为泰国学校的汉语教学发展应该加强中国传统文化的传播,增加文化课程和文化活动的比例,借助开展文化活动对接汉语教学,形成中国传统文化与汉语教学的双赢发展,并对泰国的汉语教学提出了以下几点建议:

第一,建议中国教师在泰国传播中国传统文化时,除了广为人知的一些传统文化外,加入一些中国的新变化,跟上时代步伐,才能为泰国的学习者展示最真实的中国,例如中国的“新四大发明”:高速铁路、扫码支付、共享单车和网络购物。在教材中买菜、买车票等的对话内容中加入诸如“扫码”、“支付宝”、“微信”等内容;在选乘交通工具的教学内容中加入高铁、地铁电子车票的选项;让学习者能够了解最新的中国面貌,了解在传统文化熏陶下的现代文明大国形象。此外,还需进一步地拓展传播渠道,紧跟时代潮流,如开设教学直播、上传活动视频等方式,利用先进的网络技术为泰国的学习者与普通民众提供更加丰富与便捷的选择,吸引更多人前来学习,进一步的扩大受众范围。

第二,建议泰国能够制定统一的汉语教学大纲,建立从小学到大学的系统的汉语教学标准,逐步且有序地为学习者提供可以衔接起来的汉语教育,并且利用两国教育资源,联合两国各相关机构,针对泰国汉语学习者的需求编写适合泰国不同层次学习者的汉语教材,为学习者建立起一个统一的、衔接各个阶段的、科学的汉语教育系统,为泰国的汉语学习者提供更加系统的汉语语言文化教学,也为中国传统文化在泰国学校的传播打下坚实基础。

References

- Chang, Z. Q. (2018). *Research of International Chinese Initial Teachers to Explore Chinese Culture Spreading Strategies*. Master's Thesis, Minzu University of China. [in Chinese]
- Frobenius, L. (1987). *Der Westafrikanische Kulturkreis*. Cambridge: Harvard University Press.

- Hanban (2007). *Standards for Teachers of Chinese to Speakers of Other Languages*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press. [in Chinese]
- Kanokpongchai, S. (2010). *Thai-Chinese Cultural Relations*. Samutprakan: Huachiew Chalermprakiet University. [in Thai]
- Li, D. (2017). *Thai Chinese Primary and Secondary School International Chinese Teachers' Cultivating Chinese Culture*. Master's Thesis, Zhengzhou University. [in Chinese]
- Lin, W. X. (2018). *Discussion on Chinese Culture Communication Strategy for Chinese Learners in Thailand*. Doctoral Dissertation, Minzu University of China. [in Chinese]
- Luo, W. W. (2019). *Traditional Chinese Culture*. Beijing: Tsinghua University Press. [in Chinese]
- Lyu, B. S. (1983). Striving to Accelerate the Development of the Young Subject of Teaching Chinese as a Foreign Language. *Opening Speech of the Inaugural Meeting of the Research Association of Teaching Chinese as a Second Language*, (3), 4-9. [in Chinese]
- Lyu, B. S. (2007). *Chinese Language and Chinese as A Second Language Teaching*. Beijing: Peking University Press. [in Chinese]
- Wang, X. S. (2011). On the Cultural Knowledge and Literacy of Graduate Students Majoring in Chinese International Education. *Cultivation of Teachers Teaching Chinese to Speakers of Other Languages*, 2, 56-63. [in Chinese]
- Wu, W. S., & Yan, H. X. (2009). *Introduction to Intercultural Communication*. Beijing: The Commercial Press. [in Chinese]
- Wu, Y. J. (2018). *Research on the Influence of Chinese Communication in Thailand on the Cognition of Chinese National Image*. Doctoral Dissertation, Minzu University of China. [in Chinese]
- Xia, Z. N. (2003). *Da Cihai*. Shanghai: Shanghai Lexicographical Publishing House. [in Chinese]
- Zheng, J. Z. (2000). *Educational and Cultural Studies*. Beijing: People's Education Press. [in Chinese]
- Zhou, W. B. (2011). How to Spread Chinese Culture Overseas. *Opening Speech of the Inaugural Meeting of the Research Association of Teaching Chinese as A Second Language*, (3), 56-63. [in Chinese]
- Zhu, Z. M. (2010). A Highlight in the Development of China-Thailand Relations: Cultural Exchanges Between China and Thailand. *Southeast Asian and South Asian Studies*, (4), 1-6+90. [in Chinese]



Name and Surname: Weijie Xu

Highest Education: Doctoral Candidate

Affiliation: Huachiew Chalermprakiet University

Field of Expertise: Chinese and Thai Culture

基于区块链技术的供应链商业模式创新研究 ——以中国医药医疗产业为例

BUSINESS MODEL INNOVATION OF SUPPLY CHAIN BASED ON BLOCKCHAIN TECHNOLOGY: TAKING THE PHARMACEUTICAL AND MEDICAL INDUSTRIES IN CHINA AS AN EXAMPLE

王旖旎¹, 唐红祥²

Yini Wang¹, Hongxiang Tang²

¹泰国正大管理学院中国研究生院,²中国广西财经学院

¹Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

²Guangxi University of Finance and Economics, China

Received: October 26, 2020 / Revised: December 17, 2020 / Accepted: December 22, 2020

摘要

新冠疫情防控常态化下,“区块链+医药医疗”的产业发展将迎来新的机遇。本文以“区块链+医药医疗”为研究对象,利用归纳方法与演绎方法,通过对区块链和医药医疗产业的发展现状分析,认为“区块链+医药医疗”的融合发展具有良好的产业基础,并从电子病历、医药溯源和医疗保险等方面创新构建了基于区块链技术的医药医疗供应链商业模式。最后,本文提出应从转变应用理念、构建法规标准体系和深化技术应用等方面进一步促进“区块链+医药医疗”的高效融合发展。本文的结论为区块链技术在医药医疗产业的应用推广提供了科学参考和理论依据。

关键词: 区块链应链 商业模式 医药医疗产业

Abstract

Under the normalization of COVID-19 epidemic prevention and control, the industrial development of “Blockchain + pharmaceutical medicine” will usher in new opportunities. Based on the analysis of the development status of Blockchain and pharmaceutical and medical industry and taking “Blockchain + medical treatment” as the research object and using inductive and deductive methods, this paper believes that the integrated development of “Blockchain + pharmaceutical

medicine” has a good industrial foundation, and constructs a business model of pharmaceutical and medical supply chain based on blockchain technology from the aspects of electronic medical record, medical traceability and medical insurance. Finally, this paper proposes that we should further promote the efficient integration and development of “blockchain + pharmaceutical medicine” from the aspects of changing the application concept, building the regulatory standard system and deepening the application of technology. The conclusion of this paper provides a scientific reference and theoretical basis for the application and promotion of blockchain technology in pharmaceutical and medical industry.

Keywords: Blockchain, Supply Chain, Business Model, Pharmaceutical and Medical Industry

引言

区块链技术是一种基于“去中心化”逻辑的分布式账本技术,借助其“可共享、可溯源但不可篡改”的特征,可以解决交易过程中的数据“透明度低、共享率差、流向模糊”等难题,从而有效降低交易风险,实现交易信息互通和资源共享。自2008年中本聪提出比特币后,区块链技术的运用和发展便在全球范围内都引起了热切的关注,国际科研人员和学者积极推进了区块链技术在政府治理、金融支付和数据管理等领域的实践探索。随着区块链技术的不断创新和趋于成熟,中国也积极推进区块链技术在产业发展和商业模式创新中的应用。目前,中国已将区块链技术列入“新基建”范畴,区块链技术作为中国新基建的重要支持项目,得到各省市、各行业越来越广泛的支持和关注。区块链技术可以有力推进不同产业的融合发展,可以提高商业经营模式的创新,为国家经济发展注入持久活力。在区域经济层面,区块链技术的应用推广有利于优化产业结构,提高产业结构的合理化和高级化水平,有利于推进经济发展模式创新,促进经济实现高质量发展。在企业经营层面,区块链技术的应用有利于拓展企业融资渠道,提高融资效率,有利于企业创新服务手段,提高运营管理水平。

区块链技术发展至今,已经逐渐摆脱了以数字货币为起点的1.0时代,走向了“区块链+”的落地应用之路。目前,区块链技术已在多个领域实现了探索性应用,如“区块链+汽车”“区块链+文化旅游”“区块链+金融”等。除此之外,医药医疗行业也积极探索与区块链技术的融合快速发展模式,并被认为是继金融行业之后,第二个具有“区块链+”广阔前景的核心领域。区块链技术的分布式记账特征,结合医药医疗行业的供应链结构,让“区块链+医药医疗”的应用和发展更具有吸引力和应用探索价值。特别是疫情防控常态化形势下,医药医疗行业对区块链技术普及应用的需求日益突出,“区块链+医药医疗”的产业发展也将迎来新的机遇。但是,当前区块链技术在医药医疗产业的应用仍处于探索阶段,区块链技术与医药医疗产业的融合路径、应用场景以及产业链延伸方向等都是亟待回答的难题,只有这些问题的科学解决才能实现“区块链+医药医疗产业”的跨越式深度融合发展。基于此,本文以“区块链+医药医疗”为研究

对象,利用归纳方法与演绎方法,在分析“区块链+医药医疗”的相关研究进展和应用现状的基础上,创新基于区块链技术的医药医疗供应链商业模式,并提出“区块链+医药医疗”的融合发展对策,为区块链技术在医药医疗行业的应用拓展提供科学参考和实践借鉴。

“区块链+医药医疗”的相关研究进展

国内外学者广泛关注医药医疗行业中区块链技术的应用,并取得了一定的研究成果,主要集中于以下方面:

医药溯源体系的构建研究

近年出现的“三聚氰胺”“长生疫苗造假”“劣质阿胶”等医药医疗行业事件,使得消费者更加注重食品药品的质量和安全问题。建立高效可靠的医药供应链溯源机制的呼声越来越高。医药溯源不仅可以积极主动保障所售医用药品的质量安全,还可以助力对药品问题企业、厂商的打击和惩处,是药品质量管理和服务的重要保障。目前,中国药品溯源技术应用还处于探索阶段,而且药品溯源平台建设也相对滞后和不完善,因此对于“区块链+医药医疗”的研究主要集中于技术的延展方面。如 Li, Ma, Zhou, Sheng, 和 Sheng (2020) 等学者认为,目前的药品溯源系统存在明显的信息易被篡改、信息互联互通不畅、动态监管不足和信息化程度低等缺陷,这些也是造成当前医药溯源严峻形势的主要原因。特别是 2018 年中国 21 省特大假药案彻底揭露了医药溯源系统建设的严重不足。区块链技术的出现,为解决医药溯源难题提供了一个新的方案。Yu, Guo, Xie, 和 Xue (2020) 等学者构建了基于区块链技术的医药溯源系统,充分发挥区块链的时间戳、去中心化和易追溯等优势,全面改进药品生产和交易流程,提高了药品信息的可信度和溯源的效率。Feng, Sun, Guo Li, 和 Zhou (2019) 学者也提出,借助区块链技术可以保证医药医疗数据的安全分享,实现药品从生产到物流再到销售服务的全供应链监管。除了上述领域,国际学者也积极开展整体解决方案的设计,如 Pane, Verhamme, Shrum, Rebollo, 和 Sturkenboom (2020) 学者提出,为加强医疗设备的安全审查,应建立具有授权证明共识机制的私有 PMS (Post Market Surveillance) 数据许可区块链。Norfeldt, Btker, Edinger, Genina, 和 Rantanen (2019) 等认为数字元素将成为未来保健系统的重要组成部分,其中区块链技术为患者避免伪造药品和创新药品物流提供了全新的解决方案。基于区块链技术的药品溯源系统创新设计,既保障了消费者的合法权益,还有效促进了药品销售行业的健康发展。

电子病历系统的设计与实现研究

电子病历系统,即基于计算机系统存储的病人病情、治疗记录、用药、费用等医疗数据,是伴随医药医疗行业信息化发展并满足医疗需求而建立的医院信息系统重要组成部分。中国于 2010 年便开始了电子病历的视点工作,此后电子病历得到了快速发展。虽然电子病历相较于传统的纸质病历有明显的优势,但是仍存在诸多不足。一是由于电子病历只存储于确定的某家医疗机构的数据库中,因而无法保障病人的个人隐私,也无法实现医疗数据的高效共享 Gan,

Yang, 和 Lu (2019)。二是电子病历的数据存储是中心化的特征, 如果数据库一旦受到破坏或者威胁, 电子病历的数据安全问题难以解决, 极易造成数据被篡改、数据遗失等后果 (Luo, Wen, & Cheng, 2020)。鉴于上述问题, Xiong, 和 Zhou (2019) 等研究人员提出基于区块链技术的新型分布式电子病历系统。在该系统中, 区块链技术得到充分的利用, 区块链技术的特点得以充分发挥。医疗数据包存储于区块链中, 智能合约技术则实现了医疗数据的安全共享和安全存储, 极大降低了个人隐私泄露的风险。Zhai, Wang, 和 Chen (2020) 等指出, 区块链的去中心化和不易被篡改的优势是解决电子病历数据私密性和敏感性等问题的关键, 因此基于区块链的电子病历系统比传统的访问控制机制更有效、更简洁。Xiao, Lin, Xie, Lei, Fu, Hu, 和 Wen (2018) 等学者则针对中医电子病历数据多样性、独特性和隐私性的特点, 设计了基于区块链技术的中医电子病历系统模型, 包含了病人的个人信息、就诊记录、医嘱、护理记录等全面信息, 为中医电子病历的发展提供了一定的理论和应用借鉴。针对敏感信息的安全性, Benil 和 Jasper (2020) 提出可以利用区块链技术保证云环境中病历的完整性、可追溯性和安全存储。同样, Jennath, Anoop, 和 Asharaf, (2020) 也提出了一种基于区块链的医疗记录解决方案, 即使用区块链技术捕获的数据访问审计跟踪, 使数据所有者可以了解数据的公开程度。可见, 基于区块链技术的电子病历系统对于实现电子病历数据共享, 提高保密性和安全性具有重要的意义。

医疗保险服务机制研究

经过多年的改革和探索, 中国医保制度不断完善, 并且随着互联网技术的进步, 中国医保制度也在积极探索新的发展思路。中国人力资源社会保障部《关于印发“互联网+人社”2020行动计划的通知》中就提出, 要充分利用大数据、互联网、区块链等新兴技术, 提高人社服务的针对性和精准性, 提高社会保险服务和人力资源管理的水平。Xu 和 Thaldumrong (2018) 依据的研究, 人们对于医疗保险服务的消费行为主要受宏观和微观因素的影响, 如国家或地方法政策、消费环境宏观因素多呈现外部影响形态, 而消费者个人特征等微观因素则呈现内部影响形态。基于此理论, 诸多国家或地区出台政策积极引导医疗保险服务消费以提高居民保障水平, 在此背景下国际学者广泛关注到医疗保险服务机制的创新研究和设计。其中, 中国学者在“区块链+医保服务机制”领域形成了相对分散的研究成果。例如, Gu, Wang, 和 Zhou (2018) 等学者通过对中国医疗保险制度的系统梳理指出, 当前中国医疗保险制度存在逆向选择和道德风险等问题, 从而极易导致医药医疗资源配置不平衡。具体表现, 如生活用品不规范的涵盖在报销内容里, 亟需医疗服务的患者可能无法得到及时的治疗等。因此, 他们提出基于区块链技术的医疗保险制度变革方向, 认为区块链技术能聚焦于患者个体的真实需求和感受, 解决由于信息不对称造成的逆向选择和道德风险等问题, 从而推进医疗保险服务的更精细化发展。

(Li, 2020) 则以社保费缴费服务为研究对象, 鼓励将区块链技术应用该领域, 认为区块链技术能够高效解决社保缴费中跨部门、跨区域、协作难等问题, 充分体现了区块链共享、安全的技术优势。Hou (2020) 还认为新农合也应利用区块链作为可靠的技术保障, 建立患者与医保机构的信任关系。作者指出, 当前中国新农合仍面临资源分配不均、报销手续繁琐、监管不完善等问题, 而区块链技术则是解决这一系列阻碍和难题的重要手段。除上述研究内容外, Yu, Hu, Wan, 和 Shao (2020) 等学者提出了基于区块链技术的智慧医疗体系建设方案, 利用智能合约技术, 通过报销共享平台实现自动赔付和极速赔付。Chen (2019) 则认为未来“区块链+保险”主要通过智能合约实现自动理赔、智能合约实现自动理赔、可追溯技术完善相互保险机制和标的信息上链打击虚假理赔等实现更高层次、更广领域的运用。可见, 在医药医疗保险领域区块链技术的研究与探索越来越深入, 技术应用的扩展面也越来越广泛。

“区块链+医药医疗”的应用现状

医药医疗产业发展状况

近十余年来, 随着经济发展水平的提升和居民消费能力的增强, 中国医药医疗产业得到了迅猛发展。加之中国医疗体制改革, 以及人口老龄化日趋对医药医疗需求增加, 中国医药医疗产业规模近年保持了较高的增长速度。如图 1 所示, 2018-2023 年中国医药市场规模及预测状况, 可以看出, 中国医药市场规模近 5 年增长近 50%, 2019 年达到 1.64 万亿元, 而且 2023 年有望突破 2 万亿元。

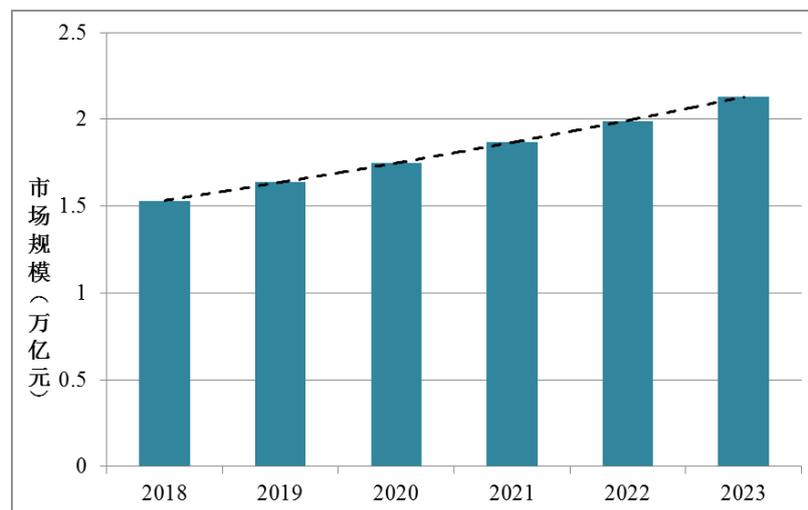


图 1 2018-2023 年中国医药市场规模及预测状况

数据来源: 中国产业信息网 (www.chyxx.com)

在医疗服务行业方面，中国也实现了快速增长。随着中国人口总数的增长，各类医疗机构接待病患人数也将持续增加，从而不断推动中国医疗服务行业需求持续发展。如图 2 所示，2018-2023 年中国医疗服务市场规模及预测状况，可以看出，2019 年中国医疗服务市场规模达到 5.58 万亿元，并且 2020 年有望突破 6 万亿元规模，2023 年则将达到 7.69 万亿元规模。

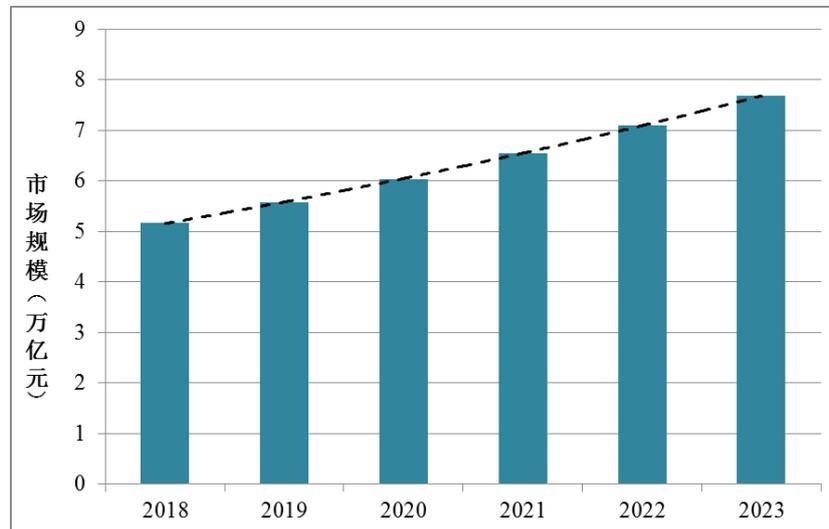


图 2 2018-2023 年医疗服务市场规模及预测状况

数据来源：中研网 (www.chinairn.com)

通过 2018-2023 年中国医药医疗市场规模状况及其发展趋势的分析可以看出，中国医药医疗产业具有广阔的发展前景，并且伴随着中国经济发展水平和消费水平的提升，中国国内医药医疗行业需求不断扩大，都为医疗医药供应链商业模式创新，以及区块链、大数据、人工智能等新兴技术的应用探索提供了坚实的市场基础。

区块链产业发展状况

近年来在多项政策的带动和支持下，中国区块链行业发展迅速，在政务管理、医药医疗、金融、司法治理等诸多领域都实现了区块链技术的应用探索。区块链技术的升级过程，大致可以分为三个阶段：第一阶段主要以比特币为代表，但功能相对单一；第二阶段以智能合约为核心特征，技术应用场景得到了极大丰富；第三阶段则是与大数据、物联网等技术的融合创新阶段，是行业应用的提质增效阶段。三个阶段相互促进，共同发展。

为促进区块链及相关产业的发展，“十三五”以来中国各省市层面相继出台了多项支持政策。截止 2019 年底，中国与区块链相关的国家总体布局和规划政策近 30 余项，中国各省市出台相关政策两百余项。可以看出，中国各省市对区块链产业积极布局，努力抓住区块链的发展机遇，极大促进了区块链及其相关产业的发展。据统计，中国区块链相关产业市场规模由 2016 年的仅 1 亿元左右上升至 2019 年的约 12 亿元。预计 2020 年，中国区块链核心产品和解决方案以及相关产业的市场规模将超过百亿元。

“区块链 + 医药医疗” 发展状况分析

随着区块链技术应用的脱虚向实发展，区块链技术应用的范围也将越来越广，这也必将为医药医疗行业带来更多创新和突破。根据 Reportbuyer 报告预测，全球区块链医疗保健市场规模将由 2018 年的近 5 千万美元上升至 2023 年的超过 8 亿美元。在医药医疗行业中，区块链技术可以有效优化药品供应链网络，真正保障消费者的合法权益。

虽然前景广阔，但是区块链技术在医药医疗行业的应用仍然存在诸多问题：一是，有效监管体系不够完善。区块链作为一种新兴的前沿技术，在不同领域中的应用流程、模式各不相同，不同的场景下不同的应用方式需要建立不同的监管标准和方法。基于医药医疗供应链的区块链技术应用场景复杂多样，而且当前仍处于应用探索阶段，“区块链 + 医药医疗”的技术标准、数据规范和行为准则需要得到有效完善，进而推进相关监督管理体系的构建。二是，应用标准不够统一。应用标准解决的是医药和医疗数据上链的问题，只有标准化的应用场景才能实现规模化的数据上链。由于医药医疗行业数据量大，业务流程复杂，而且不同的医药医疗结构数据类型差异明显，没有统一的数据上链标准，不仅无法实现数据共享，更是影响数据信息传递效率。三是，“去中心化”存在困难。“去中心化”是区块链技术的核心特征之一，但是“区块链 + 医药医疗”的去中心化模式与当前的医院中心化管理模式相抵触，现有医药和医疗机构的组织模式下，有限小规模“局部链”或“小微链”是推进区块链技术应用的更合理方向，而真正的大范围去中心化存在诸多阻力。

“区块链 + 医药医疗” 供应链商业模式创新

本文在对区块链技术和医药医疗产业发展基础总结归纳的基础上，提出“电子病历 + 医药溯源 + 医疗保险”的区块链技术拓展应用路径，提出如下创新模式：

基于区块链的电子病历共享方案创新

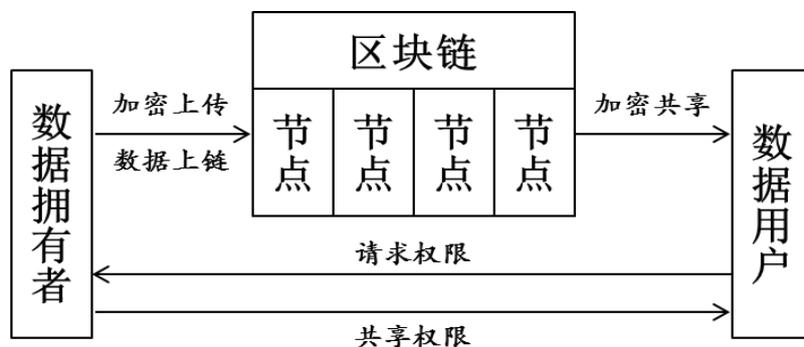


图3 基于区块链的电子病历共享方案设计

基于区块链技术,构建如图 3 的电子病历共享方案。可以看出,在区块链技术的支持下,建立起一个去中心化的分布式数据库,数据库中的节点可以完成对上链数据的备份存储。由于去中心化的优势,单个节点数据的改变并不会对其他节点数据产生影响。在该方案中,数据拥有者将个人的电子病历相关数据进行加密后上传至分布式数据库中,并在其他的节点实现数据加密共享。区块链的特点保证了电子病历数据是以密文的形式进行传输,而且区块链账户的匿名性特征保护了数据用户真实身份的隐私性。其他数据用户如果想获得上述电子病历的数据,可以向数据拥有者发送共享权限请求从而获得密钥进行解密。该方案将电子病历存储于分布式数据库中并进行加密,保证了电子病历数据的安全性和隐私性。并且,电子病历被存储于区块链的多个节点上,除非发生半数以上的节点被攻击,否则这些电子病历数据是无法被篡改的,这也体现了区块链技术不易被篡改的特征。因此,该方案不仅可以实现电子病历数据的高效传输,还能有力保障电子病历数据的安全性、隐私性和防篡改。

基于区块链的医药溯源模式创新

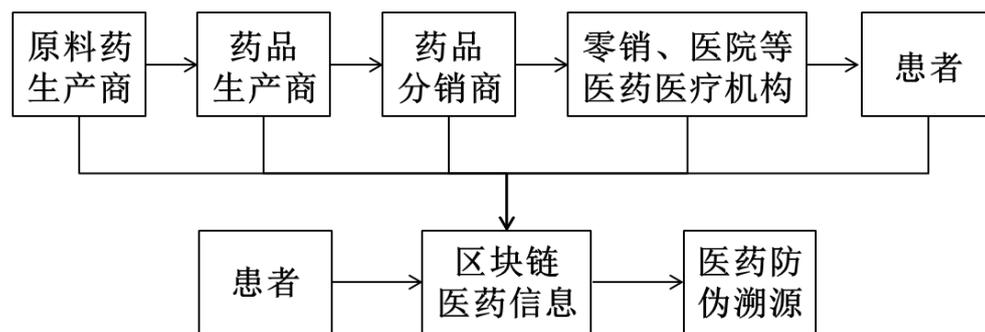


图 4 基于区块链的医药溯源模式设计

基于区块链技术,构建如图 4 的医药溯源方案流程。在该方案中,药品生产企业、物流分销企业和医药医疗机构共同建立信息监测平台,结合区块链技术获取药品生产到销售和使用的全部信息,包括药品生产企业名称、药品原料、生产日期等生产信息,分销时间、分销地点、分销企业等物流信息,以及患者身份、患者就诊记录、患者用药记录等药品使用信息。这些信息全部上传至区块链,并由消费者发起药品溯源请求,通过共识机制和验证机制实现信息的查询证伪等。因此,药品的所有历史流转信息,如数据的更新、信息的补充和数据的删减等均可通过账本功能查询获得。在该方案的业务流程实现和成员权限管理中心,智能合约技术是关键,数字签名和身份验证过程保证了信息的真实有效以及数据的不被篡改。如果有假冒企业伪造生产药品,在信息上链过程中则会出现信息不一致的情况,进而根据链上防伪机制追溯到伪造药品信息。传统的业务流程存在溯源主体和客体协作不一致、工作融合不足的问题,基于区块链的医药防伪溯源模式,操作流程简洁,系统响应快捷,溯源信息具有较高的完整性和隐私性。

基于区块链的医疗保险机制创新

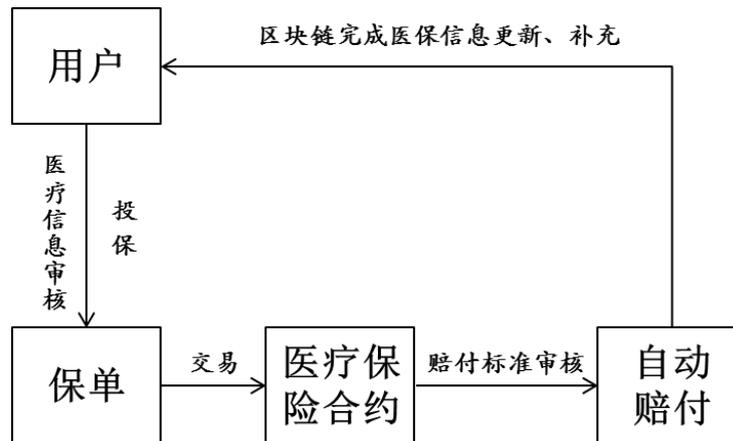


图5 基于区块链的医疗保险机制设计

基于区块链技术，构建如图5的医疗保险机制，其中智能合约是医疗保险合同双方权利和义务的协议书，即利用智能合约技术实现合同双方数字化身份的认知和识别。在该方案中，医院将用户的医疗信息上传至区块链，并设置信息访问和查询密钥，用户拥有信息查验权限，保险公司可以在签订保险合同前进行信息查询。保险公司通过发送查询请求至区块链节点，获得用户医疗相关信息。用户与保险公司签订医疗保险合约之后，区块链以智能合约的形式自动完成保险项目推荐和自动赔付等内容，用户则可根据个人的医疗信息选择适合自身条件的保险项目。智能合约技术完美解决了医疗保险交易中各利益相关方信息不对称、医疗信息易泄露等问题。基于区块链的医疗保险机制中，医院经过加密将用户信息上传至区块链，保障了医疗数据的安全性；保险公司根据用户信息自动向用户推荐针对性的保险产品，验证了数据的真实性；用户根据实际状况自动获得保险赔付，提高了服务效率。因此，该方案为医疗保险各方带来了便利和收益，基于该方案的医疗保险监管也更加透明和高效。

结论与对策

区块链技术可以推进医药医疗产业未来创新发展，实现医院信息化管理水平。本文以“区块链+医药医疗”为研究对象，利用归纳方法与演绎方法，在分析“区块链+医药医疗”的相关研究进展和应用现状的基础上，从“电子病历+医药溯源+医疗保险”维度提出了基于区块链技术的医药医疗供应链商业创新模式。本文研究结果丰富了区块链技术在医药医疗行业的研究，拓展了“区块链+医药医疗”领域的研究维度，为区块链技术的创新应用以及医药医疗产业的转型发展提供了理论参考和实践依据。为推进区块链技术和实体产业的融合发展，中国政府提出，“加强对区块链技术的引导和规范，加强对区块链安全风险的研究和分析”。“区块链+医要

医疗”的深度融合发展仍需要克服诸多难题，因此为进一步促进区块链技术在医药医疗行业的应用创新，本文提出如下对策和建议：

梳理正确的应用理念，转变区块链技术应用的认识误区。

区块链技术对于促进产业变革、创新发展模式和提高信息化水平等具有重要的积极作用。当前的医药医疗系统仍是“中心化”的服务管理模式，产业发展的利益相关方对区块链技术的认识直接关系到医药医疗行业信息化改革进展和成效。因此，在推进“区块链 + 医药医疗”改革的进程中，应加强区块链技术应用知识的普及和宣传，积极引导和改变当前医药医疗系统生产管理理念，让产业发展各利益方充分认识到区块链技术去中心化、防隐私、安全性和高效率等方面的特点优势。同时还应认识到，区块链技术在全球都仍处于相对初步的发展阶段，从动态和长远发展来看，还应加强技术研发和知识教育的投入，特别是提高医药生产者、医疗机构、患者等对区块链技术的认识与应用，建立“区块链 + 医药医疗”的基础知识教育培训体系，以政府机构为核心平衡各方利益并引导医药生产企业、医疗机构规划区块链技术应用普及工作安排，为区块链技术在医药医疗行业的应用推广奠定良好的基础。

加强区块链技术研发，深入推进在医药医疗行业的应用。

虽然区块链技术在医药医疗行业具有广阔的应用前景，但是仍存在部分应用缺陷，使得“区块链 + 医药医疗”的深度融合存在难度。因此，为了使区块链技术在医药医疗行业的应用尽快取得突破性进展，一方面，应支持相关企业区块链技术研发人才队伍建设，加强相关技术领军人才和拔尖人才培养。当地政府部门应大力实施区块链技术人才战略，补齐医药医疗产业发展人才短板，出台相关支持政策，从人才数量、结构、层次等方面构建“区块链 + 医药医疗”人才培养体系。通过重大项目、科研平台吸引国内外优秀人才和紧缺人才，打造“区块链 + 医药医疗”的应用创新发展人才高地。另一方面，充分发挥医药医疗企业或机构“区块链 + 医药医疗”的创新发展主体作用，引导企业积极探索区块链技术在医药医疗行业应用的深度和广度。积极推进企业间的技术研发合作，加强区块链技术在医药医疗行业应用的联合攻关。加强医药医疗企业内部的区块链技术应用培训，扩大技术应用实践范围，营造企业创新变革环境，提高技术推广和应用效率。此外，还应加强企业或机构间的信息互联互通，加强医疗业务协作，深化“区块链 + 医药医疗”的商业模式改革，促进提高区块链技术在医药医疗行业的落地实效。

制定“区块链 + 医药医疗”应用标准和法规体系，保障产业有序发展。

区块链技术在任何行业的应用，都应符合相关标准要求，都必须遵守相关法规制度。只有在严格的标准和法规体系下，才能保障区块链技术应用和推广的有序开展。因此，为推进“区块链 + 医药医疗”的应用创新，应加强相关标准和法规体系建设。一是，构建符合当前发展形势的区块链和医药医疗产业融合应用法规标准。现有的法规标准已无法适应新技术发展和应用的需要，不利于新兴业态和新型商业模式的发展，并将导致各项政策法规与行业变革、区块

链技术创新之间存在诸多矛盾。因此,应从实际国情和产业发展现状出发,加快推进“区块链+医药医疗”的基础标准、信息安全标准和行业应用标准等多维标准体系建设,不断完善相关法规和标准体系,促进区块链技术的合理化和科学化发展。二是,加强区块链技术在医药医疗行业应用创新的监督管理,防范产业变革风险。引导医药医疗产业相关主体共同参与区块链技术研发与应用的监督工作,创新监督手段和技术,强化动态监督和科学监管。鼓励相关企业或机构开展相互认证工作,引入“区块链+医药医疗”第三方监管机制,保障医药医疗产业规范化发展。严厉打击借助区块链技术进行的诈骗行为,保障“区块链+医药医疗”的融合健康发展。三是,提高医药医疗企业或机构的区块链安全风险防控意识,建立安全风险防控网络,防范并化解潜在安全风险。

References

- Benil, T., & Jasper, J. (2020). Cloud Based Security on Outsourcing Using Blockchain in E-health Systems. *Computer Networks* (178), 107-344.
- Chen, W. (2019). The Status Quo, Key Issues and Future Prospects of “Blockchain+Insurance”. *Shanghai Insurance*, (9), 46-49. [in Chinese]
- Feng, X., Sun, T. K., Guo, X., Li, W., & Zhou, X. F. (2019). Application of Blockchain Technology in Drug Traceability. *Network Security Technology and Application*, (7), 101-102. [in Chinese]
- Gan, L., Yang, J. H., & Lu, S. F. (2019). Research on Electronic Medical Record Sharing Technology Based on Block Chain. *Chinese Digital Medicine*, (12), 11-13. [in Chinese]
- Luo, W. J., Wen, S. L., & Cheng, Y. (2020). Electronic Medical Record Sharing Scheme Based on Block Chain. *Computer Applications*, (1), 157-161. [in Chinese]
- Gu, Y., Wang, H. Y., & Zhou, X. Y. (2018). Exploring the Application of Block Chain Technology in Social Medical Insurance. In *International Conference on Insurance and Risk Management in China* (pp. 49-60). Tsinghua: Tsinghua University Press. [in Chinese]
- Hou, X. Y. (2020). Application of Block Chain Technology in the Process of Realizing the Legal Governance of New Agriculture. *Western Journal*, (2), 129-131. [in Chinese]
- Jennath, H. S., Anoop, V. S., & Asharaf, S. (2020). Blockchain for Healthcare: Securing Patient Data and Enabling Trusted Artificial Intelligence. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, (6), 15-23.
- Li, F. T., Ma, K., Zhou, Y., Sheng, H., & Sheng, H. (2020). Research on Drug Traceability Based on Block Chain and RFID. *China Digital Medicine*, (1), 8-10. [in Chinese]
- Li, X. (2020). Using Block Chain Technology to Improve the Quality and Efficiency of Social Insurance Premium Payment Services. *Taxation of China*, (2), 58-59. [in Chinese]

- Norfeltdt, L., Btker, J., Edinger, M., Genina, N., & Rantanen, J. (2019). Cryptopharmaceuticals: increasing the Safety of Medication by a Blockchain of Pharmaceutical Products. *Journal of Pharmaceutical ences*, (108), 2838-2841.
- Pane, J., Verhamme, K. M. C., Shrum, L., Rebollo, I., & Sturkenboom, M. C. J. M. (2020). Blockchain Technology Applications to Postmarket Surveillance of Medical Devices. *Expert Review of Medical Devices*, (10), 1-10.
- Xiao, L., Lin, L., Xie, P., Lei, X. J., Fu, Y., Hu, L., & Wen, C. B. (2018). Application Research of Electronic Medical Record System of Traditional Chinese Medicine Based on Block Chain. Shi Zhen. *Chinese Medicine*, (12), 3062-3064. [in Chinese]
- Xiong, Z. Q., & Zhou, W. (2019). Research on Electronic Medical Record Based on Block Chain Technology. *China Digital Medicine*, (1), 64-66. [in Chinese]
- Xu, J., & Thaldumrong, P. (2018). Factors Affecting Property Purchase Decision of Chinese People: A Study of Condominium Marketing Thailand. *Chinese Journal of Social Science and Management*, 2(1), 37-50. [in Chinese]
- Yu, J., Hu, G. Y., & Wan, Y., Shao, P. (2020). Research on Smart Medical Reimbursement Platform Based on Block Chain. *Information and Communications Technology*, (3), 51-56. [in Chinese]
- Yu, Z. G., Guo, C., Xie, Y. B., & Xue, D. (2020). Research on Medical Anti-counterfeiting Traceability System Based on Block Chain. *Computer Engineering and Applications*, (3), 35-41. [in Chinese]
- Zhai, S. P., Wang, Y. J., & Chen, S. J. (2020). Application Research of Block Chain Technology in Electronic Medical Record Sharing. *Journal of Xidian University*, (6), 11-13. [in Chinese]



Name and Surname: Yini Wang

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration



Name and Surname: Hongxiang Tang

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Guangxi University of Finance and Economics

Field of Expertise: Business Administration

中国高校教师的志愿精神对教学质量的中介效应研究

THE MEDIATOR EFFECT OF CHINESE UNIVERSITY TEACHERS' VOLUNTEERISM ON TEACHING QUALITY

蔡霏婷¹, 吴文全²

Aiting Cai¹, Wen-Chuan Wu²

^{1,2}泰国格乐大学国际学院

^{1,2}International College, Krirk University, Thailand

Received: January 4, 2021 / Revised: March 11, 2021 / Accepted: March 16, 2021

摘要

现有教学质量的研究大多探讨教师层面因素与环境层面因素的影响因素上, 本文基于社会资本理论和社会交换理论, 探索中国高校教师的志愿精神在教学投入与教学质量之间的中介作用, 弥补高校教师无私志愿精神的影响及作用机制。通过问卷调查, 探究三个变量间之间关系。共发出问卷 130 份, 回收后有效问卷 122 份, 有效问卷比率为 93.85%。量表之信效度均达学术研究之测量标准。测量工具以 SPSS 24.0 进行统计, 调查结果发现: (1) 教学投入正向影响教学质量; (2) 教学投入正向影响志愿精神; (3) 志愿精神正向影响教学质量, 以及 (4) 志愿精神在教学投入与教学质量之间具有部分中介效应。

关键词: 教学投入 志愿精神 教学质量

Abstract

Most of the existing research on teaching quality discusses the influencing factors of teacher-level factors and environmental factors. Based on the theory of social capital and the theory of social exchange, this paper explores the intermediary role of Chinese university teachers' volunteerism between teaching input and teaching quality, and makes up for the influence and mechanism of teachers' selfless volunteerism. Through the questionnaire survey, explore the relationship between the three variables. A total of 130 questionnaires were sent out and 122 valid questionnaires were collected, with a valid questionnaire ratio of 93.85%. The reliability and validity of the scale are up to

the standard of academic research. The measurement tool was statistically counted as SPSS 24.0, and the research results were obtained by hierarchical multiple regression method: (1) Teaching input positively affects teaching quality; (2) Teaching input positively affects volunteerism; (3) Volunteerism positively affects teaching quality, and (4) Volunteerism has some mediator effect between teaching input and teaching quality.

Keywords: Teaching Input, Volunteerism, Teaching Quality

引言

高校教学质量是评估学院绩效的重要因素，也是评估院校教育工作的重要标准，并受到大学的高度重视 (Lawrence, 2019)。高校作为组织，其教师可以认同为组织内的员工，从管理学分析，高度工作投入的员工具有较高的组织认同感、工作满意度和较低的离职意愿 (Adnan, 2019)；从组织的角度看，工作投入水平提高，人们工作也可以全身心投入，工作效率与组织效能也会提升，工作投入的状态有助于员工高效、健康和快乐地工作，对个体绩效和组织绩效产生积极的影响 (Barbara, 2017)。

Wu 和 Peng (2017) 研究表明，影响高校教学质量的因素主要有两类：(1) 教师层面因素，包括教师自身素养、教师教学组织、教师教学态度、教学安排、教师激励等；(2) 环境层面因素，包括高校的办学理念、学校资源、学校管理、教学经费、教学设施、教学过程、师资队伍等，这两类因素对高校教学质量的作用机制主要有外部性理论、场论以及自我效能理论 3 种；虽有部分研究涉及大学教师的工作投入与教学质量，但对大学教师的工作投入与教学质量的影响机制尚不十分清晰。在教师层次上，仍有许多不受控制的因素和机制影响着大学水平教育的质量，未来的研究需要从不同的角度和理论来审视。需要说明的是，现有高校教学质量的研究大多数聚焦于学校、教师、家庭、学生自身等情境，而对教师主动志愿的研究较少，外部影响情境不同于教师情感与奉献的内部情景，在影响高校教学质量的研究亟待加强，以检验高校教学质量的普适性，并更好地为高校提高教学质量提供理论指导。

以往研究大多关注外部因素对高校教学质量的影响，反映教师的技能（教学和科研技能）、学生特征（学习成绩和个人特征）、课程特征（反映学科的特征和社会需求学科的实用性）、互动过程（学生与教师之间的互动）、学习环境、教育背景（教育机构和设备）、教育环境、学校之间的差异（整体水平和地理位置）、时代变化（经济发展和高等教育的发展阶段）等 (Xu, 2017)。员工对工作的投入是对工作的一种心理认识，而工作表现是对价值观的反映，这在组织管理实践中很普遍，并且会影响组织的绩效，也是目前组织行为学研究中的热点 (Scott, Christopher, & Russell, 2017)。鉴于此，深入探索教师的教学投入对教学质量的影响非常有必要，也具有重要的现实意义，但单从一个视角去探寻教师行为对教学质量的作用机制并不

全面,应从多种视角或理论来探索 and 解释。由此,基于社会资本理论和社会交换理论,来分析高校教师志愿精神在教学投入对教学质量影响中的中介作用。

综上,根据社会资本理论和社会交换理论可知,在一个组织中,较高的工作投入水平对组织绩效产生一定积极的、直接的影响,并且工作投入可通过知识分享 (Lv & Bai, 2017) 对组织绩效产生间接影响。运用社会资本理论和社会交换理论来解释高校教师教学投入对教学质量的作用机制,包括教师志愿精神在教学投入对教学质量影响中的中介作用。理论框架见图 1。



图 1 理论分析与研究假设

文献探讨与假设依据

所谓高校教师的定义分为广义和狭义两种,广义的高校教师如法国在 1984 年的《高等教育法》提出的“凡在高等学校工作的工作人员均属于教学人员,即包括专业技术人员、行政管理人员和工勤技术人员”,“狭义的高校教师专指在高等学校工作的专业技术人员,即从事教学科研工作的人”由于研究的局限性与针对性,研究对象界定在狭义的高校教师上,并将相关的文献探讨及研究假设的提出,分别论述如下。

教学质量

在日益强调可持续发展、创新和国际化的今天,教学活动远远超出了我们传统的定义,被大地延伸和拓展。单纯片面的“教”或“学”都不能满足一个全面发展的人的需要,因此我们必需挣脱片面“教”或“学”的狭隘束缚,将传统观念进行揉合,构建一种促进师生共同发展的“以人为本”的现代教学质量观。在建构主义、有效教学理论等现代教学理论的发展背景下,现代教学强调将教师的主导和学生的主体地位有机结合,学生在教师合理巧妙的问题情境设定中自主探究,在学习共同体的建立下合作学习。

教学质量 (Teaching Quality) 是指教育水平高低和效果优劣的程度 (Polikoff & Porter, 2014)。教育质量主要受以下因素的影响:教育制度、教育计划,教育内容、教育方法、教育组织的形式和过程、教师素质、学生基础、师生活跃水平,最终体现在教学质量上 (Lawrence, 2019)。衡量的标准是教育的目的,也是各级学校的教育目标;前者规定了受培养者的一般质量要求和培训的基本质量要求。后者是衡量合格人员的质量指标的方法 (Education Department, 2015)。

教学投入与教学质量

社会资本理论强调,在组织中,工作投入作为社会资本这一重要组成部分,工作投入水平的高低对组织各项收益(即组织绩效)产生举足轻重的影响,并且较高的工作投入水平有助于强化人与人之间互惠合作的志愿精神,进而促进组织的运行。

通过对高校教师的研究表明,教师在工作中所表现的工作态度(工作投入、工作满意度、组织承诺)与工作绩效之间存在着显著的关系(Xu, 2015)。教师教学投入(Teaching Input)是指教师能主动的参与教学工作且认同学校的教育活动,并乐在其中愿将时间、心力投入教学工作的心理状态(Feng, Yang & Lin, 2015),教师会从教学工作表现中得到自我价值与尊严的重视,继续而提升其教学效能,也就是从自尊需求的角度,视教学投入为个体自尊或自我评价的主观感受;由此,提出以下假设:

假设 1: 高校教师教学投入与教学质量呈显著正向影响关系。

教学投入与志愿精神

Hu (2007) 提出了“学校社会资本”的概念。指在意识形态、道德、价值观、风俗等非正式制度的影响和制约下,通过长期发展进行的交流、合作与互惠,形成了一系列相互联系和积累的资源网络。其中,高校的社会资本促进了高校管理者、教师、学生、各行政管理部门与高校(院系)之间的相互交流与合作,促进了高校自身协调发展。社会资本理论强调,在组织中,工作投入作为社会资本一重要组成部分,工作投入水平的高低对组织各项收益(即组织绩效)产生举足轻重的影响,并且较高的工作投入水平有助于强化人与人之间互惠合作的志愿精神,进而促进组织的运行(Xu, Chen, & Mao, 2017)。在高校中,受市场经济潮流、高校扩招、等因素影响,教师工作投入构成的学校社会资本并不雄厚,加之教师与学生彼此之间的互助、奉献等志愿精神意识并不十分强烈,这在一定程度上影响了教学的效果(Wesley & Terry, 2017)。由此,提出以下假设:

假设 2: 高校教师教学投入与志愿精神呈显著正向影响关系。

志愿精神与教学质量

前联合国秘书长 Annan, 2002 提出志愿精神(Volunteerism)的定义,志愿精神包括起来是奉献、友爱、互助与进步;其中奉献是指不求回报的付出,是志愿精神的精髓,不计报酬、不求名利、不要特权的情况下所做的行为;友爱是欣赏他人,与人为善。互助是高校教师凭借自己的双手、头脑、知识、爱心开展的各项活动,以帮助出于困难中的其他人。

Homans (1961) 认为社会交换理论是建立在理性主义和行动主义基础上的。在社会互动中,所有人的行为都基于交换活动,能够用“成本”、“报酬”、“资源”和“奖励”的概念来解释。Gouldner (1960) 认为在社会交换关系中,互惠原则是建立主导性交流的中心。Blau (1964) 提出人际互动有两种主要形式,一种是经济交换,另一种是社会交换。其中,社会交换

行为的发生是以个体对对方的信任为基础的,只有相信对方会做出一定的回报,个体才会有所行为,并且交换双方不只考虑自身的既得利益,双方之间的长期利益得到了更多的关注。同时,个人不仅期望财务和物质回报,而且期望更积极的回报,例如情感,态度和价值观。目前高校内,高校教师并不十分相信学生有着自觉的学习态度和较强的学习能力,而学生同样对教师的教学能力持怀疑态度,这种不信任环境下,降低老师之间的自我效能感,造成教师对解决高质量的教育和学习问题没有采取积极的态度,进而影响教学质量 (Eric, Marc, & Simon, 2018)。由此,提出以下假设:

假设 3: 高校教师志愿精神与教学质量呈显著正向影响关系。

志愿精神的中介作用

此外,将社会交换理论运用到知识管理领域,可发现,人与人彼此之间的知识分享同样亦是一种理性的利益交往。由于知识分享行为没有合约或制度的规定,只有双方之间建立良好互信关系,才容易促成彼此间的知识分享行为发生。因而,国内外众多学者运用社会交换理论分析组织内工作投入对组织绩效的影响机制,研究表明在组织中若有较高的工作投入,可以提高工作满意度、工作承诺和员工的情感投入,提高分享知识的意愿,减少离职意愿、管理成本,增强管理内部凝聚力和管理能力,提升组织绩效。

基于社会交换理论,人们之间的知识分享也是一种理性的利益交流。由于没有知识分享的合约或制度的规定,因此双方之间只能建立良好的信任关系。才容易促成彼此间的知识分享行为发生 (Cropanzano, 2005); 因而,国内外众多学者运用社会交换理论分析组织内工作投入对组织绩效的影响机制,研究表明在组织中若有较高的工作投入,提高工作满意度,员工对工作的敬业度和员工的情感投入,提高分享组织公民行为和知识的意愿,减少离职意向,降低管理成本和组织内部凝聚力,提高归属感提升组织绩效 (Adnan, 2019)。由此,提出以下假设:

假设 4: 高校教师教学投入会透过志愿精神影响教学质量。

研究方法

问卷设计

根据 Schaufeli (2002) 对工作投入的维度划分,分为活力 (Vitality)、奉献 (Dedication) 和专注 (Concentration) 三个维度,每个维度分别有 3 个测量题项。采用 5 点计分,1~5 分别表示“不符合~符合”。该量表的 α 系数为 0.91,各维度的 α 系数分别为 0.73、0.88、0.81。其 KMO 值 0.916, 近视卡方 635.083, 累计解释变异量 59.396%, 因子载荷 0.664-0.871。

根据 Liang (2011) 志愿精神测量研究,得出高校教师志愿精神测量表,共有 3 个测量题项。采用 5 点计分,1~5 分别表示“不符合~符合”。该量表的 α 系数为 0.83。其 KMO 值 0.714, 近视卡方 139.113, 累计解释变异量 74.897%, 因子载荷 0.846-0.890。

针对高校教学质量的测量,采取 Liu, Zhang, 和 Gao (2017) 的量表,共分为 3 个测量题项。采用 5 点计分,1~5 分别表示“不符合~符合”。该量表的 α 系数为 0.73。其 KMO 值 0.631, 近视卡方 45.737, 累计解释变异量 57.804%, 因子载荷 0.698-0.806。

样本结构

采用整群随机抽样的方法选取 130 名江西某大学教师作为研究对象,采用当场发放回收的形式,共回收 122 份有效问卷,有效率 93.85%。其中男教师占样本数的 73%,女教师占样本数的 27%。年龄方面,25-30 岁的教师占样本数的 13.9%,31-40 岁的教师占样本数的 29.5%,41-50 岁的教师占样本数的 50.0%,50 岁以上的教师占样本数的 6.6%。总体而言,样本分布较均匀,具有总体的代表性。

资料分析与讨论

共同方法偏差

本文在施测时采用匿名等措施进行控制 (Zhou & Long, 2004)。使用 Harman 因子检验来检查共同方法偏差。将所有观测变量一起做探索性因素分析,在未旋转的情况下得到的第一个主成分为 24.36%,远小于 40% 的临界值,故量表的同源偏差问题并不严重。

验证性因子分析

运用 SPSS Amos 24.0 软件采用验证性因子分析法检验各变量的结构效度。首先,设定一个三因子模型;然后,采用 χ^2 、RMSEA、CFI、GFI、NFI 等指标来说明模型的拟合情况。由表 1 可知,三因子模型中的拟合指标 $\chi^2_{(80)} = 101.590 (p > .05)$, RMSEA = .047, CFI = .977, GFI = .903, NFI = .901, 模型拟合较好。同时验证了 4 个可选择模型:(1) 模型 2,将志愿精神和教学质量合并为一个因子;(2) 模型 3,将教学投入与志愿精神合并为一个因子;(3) 模型 4,将教学投入和教学质量合并为一个因子;(4) 模型 5,将所有的变量合并为一个因子。依据 5 个模型的拟合指数比较,模型 1 较其他 4 个模型而言更好地拟合数据。由此,3 个变量的独特性得到很好的支持。

表 1 验证性因子分析结果

模型	因子	χ^2	df	RMSEA	CFI	GFI	NFI
模型 1	三因子(教学投入、志愿精神、教学质量)	101.590	80	.047	.977	.903	.901
模型 2	两因子(教学投入、志愿精神+教学质量)	124.102**	84	.063	.957	.886	.879
模型 3	两因子(教学投入+志愿精神、教学质量)	197.420***	85	.105	.878	.838	.808
模型 4	两因子(志愿精神、教学投入+教学质量)	145.760***	81	.081	.930	.878	.858
模型 5	单因子(教学投入+志愿精神+教学质量)	110.161***	78	.058	.965	.895	.893

注: ** $p < .01$, *** $p < .001$

变量的描述性统计和相关性分析

各变量的均值、标准差、相关系数和信度系数见表 2。教学投入与志愿精神 ($r = .305$, $p < .01$) 和教学质量 ($r = .408$, $p < .01$) 呈显著正相关; 志愿精神与教学投入呈显著正相关 ($r = .452$, $p < .01$)。由此, 相关系数的结果为假设验证提供了初步的证据。

表 2 各变量的均值、标准差、相关系数和信度系数 ($N = 122$)

变量	<i>M</i>	<i>S.D.</i>	志愿精神	教学质量	教学投入
志愿精神	2.653	0.903	(.829)		
教学质量	3.306	0.750	.452**	(.731)	
教学投入	3.545	0.645	.305**	.408**	(.913)

注: ** $p < .01$; 对角线为 Cronbach's α 系数值

假设检验

依据 Baron 和 Kenny (1986) 的逐步检验法, 采用层级回归方法检验前述假设 (见表 3)。为检验志愿精神对教学投入与教学质量影响的中介作用, 首先加入自变量教学投入; 最后加入中介变量志愿精神。由表 3 可知, 模型 1 中, 教学投入正向影响教学质量 ($F = 23.987$, $p < .001$, $\beta = .408$, $p < .001$), 即高校教师的教学投入越高, 则教学质量越高, 高校教师的教学投入每增加 1 个单位, 则教学质量会增加 0.408 个单位; 模型 4 中, 教学投入与志愿精神 ($F = 12.318$, $p < .001$, $\beta = .305$, $p < .001$) 呈显著正向影响关系。即高校教师的教学投入越高, 教师的志愿精神也会越高, 高校教师的教学投入每增加 1 个单位, 教师的志愿精神会增加 0.305 个单位; 模型 3 中, 志愿精神与教学质量 ($F = 30.790$, $p < .001$, $\beta = .452$, $p < .001$) 呈显著正向影响关系, 即高校教师的志愿精神越高, 则教学质量越高, 高校教师的志愿精神每增加 1 个单位, 教学质量则会增加 0.452 个单位。此外, 模型 2 中, 在加入中介变量 (志愿精神) 后, 教学投入对教学质量的影响系数由 0.408 降低为 0.298 且显著。这说明志愿精神在教学投入与教学质量之间具有部分中介作用, 即高校教师的教学投入可以直接影响教学质量, 同时高校教师的教学投入也可以通过志愿精神间接影响到教学质量。由此, 假设 1~ 假设 4 得到支持。

表 3 回归分析与中介效应检验

类别	解释变量	因变量: 教学质量			中介变量: 志愿精神
		模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
自变量	教学投入	.408***	.298***		.305**
中介变量	志愿精神		.361***	.452***	
	R^2	.167	.285	.204	.093
	调整后 R^2	.160	.273	.198	.086
	F	23.987***	23.687***	30.790***	12.318**

注: β = 标准化回归系数; * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

研究讨论与贡献

本文基于社会资本理论和社会交换理论,探索中国高校教师的志愿精神对教学质量的中介作用,理论贡献如下:

高校教师教学投入对教学质量有显著正向影响结论,与 Wu 和 Peng (2017) 中有关教师的教学质量驱动机制相符,教师的教学投入属于教学质量中的重要因素,高校教师的教学质量的高低最终影响学生的学习效果的优劣。即在高校情景中,教学投入会对教学质量产生正面影响。

高校教师教学投入对志愿精神有显著正向影响,志愿精神对教学质量有显著正向影响。有关大学优秀教师的特点主要包括品德高尚、有责任心、人格魅力、教学水平、创新精神、心理健康等 (Su, 2009)。而检验教师从教学工作表现中的不计报酬、不求名利、不要特权的情况下所做的行为影响作用的研究尚不多见。由此,为未来教学质量的影响因素研究提供了一个新的方向,既继续关注教师内在主动不求报酬与无私奉献因素的影响及作用机制。

高校教师教学投入会透过志愿精神影响教学质量,根据 Hu (2007) 的“学校社会资本”概念,高校教师与校内各关系相互交流与合作,也包括学生。较高的教学投入水平有助与强化教师与学生互惠合作的关系,而促进组织的运行与提高教学质量。现有教学质量的研究大多探讨教师层面因素与环境层面因素的影响因素上,而检验教师的自我价值与无私志愿精神的影响作用的研究尚不多见。由此,为未来教学质量的影响因素研究提供了一个新的方向,既关注教师本身职责的付出与校内相互合作关系的影响及作用机制。

结论与建议

结论

本研究提出了一种教学质量模型,既志愿精神中介教学投入与教学质量的关系。得到以下结论:教学投入正向影响教学质量,提高教学投入可以提高教学质量;教学投入正向影响志愿精神,提高教学投入可以提高志愿精神;高校教师志愿精神会对教学质量产生直接的影响,提高志愿精神可以提高教学质量;高校教师教学投入会透过志愿精神影响教学质量,高校教师可以通过教学投入与志愿精神来提高教学质量。

1. 从高校管理角度而言,高校应采取有效的措施提高教师的教学投入。以往研究发现,高校教师出现教学投入降低的现象,多数是因为感觉到付出与投入存在不均衡状态。因而高校要对教师工作给予政策支持,搭建沟通平台,确保教师职责与地位,保障教师教学目标明确、清晰,专人负责专项事务,将事务做精做细。

2. 从高校教师角度而言,提高自身教学投入与志愿精神,不仅可以带来更好的教学质量与自身口碑,还可以积累学校社会资本,促进高等学校自身协调发展,对高校教师来说属于利己利人的行为。

目前各大高校都在积极倡导弘扬志愿精神、建设和谐校园。志愿精神的核心要义可简单概括为“奉献、友爱、互助、进步”八个大字。通过研究发现教师的教学投入可通过志愿精神这一中介变量对教学质量产生间接影响,因而在提升高校教师教学投入同时,可通过以下两个方面提升教师志愿精神来实现对教学质量提高。首先,学校、学院要加强校园文化建设,通过举办各类团体文化活动,让教师意识团队合作、互助、奉献、友爱等意识,让志愿精神潜移默化进入教师的意识,使得其在教学过程中,彼此之间能互相帮助并提高学生的学习成绩。其次,教师在允许的条件下多积极参加学生组织的有关活动,拉近与学生之间的距离,促进学生与教师之间的交流沟通,减少彼此之间的疏远化和淡漠化,感受到相互之间的友爱,提升教师志愿精神,进而提高高校教学质量。

建议

本研究在研究设计上有部分局限性,故提供下列三点研究不足之处与建议供后续研究者参考:(1) 采用了横断面的研究方法,后续的研究可以采用纵向的或者实验的研究方法,不仅能避免同源偏差问题的出现,而且能增强相关变量之间因果关系的说服力;(2) 教学质量的测量采取教师自评的方法,虽然这种测量方式被普遍认为是有效的,但是后续的研究最好能同时采用教师自评和他人评价的方式;(3) 研究样本集中在江西省地区,后续的研究可以考虑通过对更广泛的行业和区域取样,以进一步验证研究结论。

References

- Adnan, O. (2019). Hope and Human Capital Enhance Job Engagement to Improve Workplace Outcomes. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 93(1), 187-214.
- Annan, K. A. (2002). Toward a Sustainable Future. *Environment Science & Policy for Sustainable Development*, 44(7), 10-15.
- Barbara, I. (2017). Overview of Employee Engagement Literature: The What and Why Issues. In *Engagement and Disengagement at Work* (pp. 19-38). Berlin: Springer.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley.
- Cropanzano, R. (2005). Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Education Department. (2015). The Great Dictionary of Education (3rd Ed.) was Launched. *Journal of Education*, 15(6), 31-31. [in Chinese]

- Eric, A. H., Marc, P., & Simon. W. (2018). The Value of Smarter Teachers: International Evidence on Teacher Cognitive Skills and Student Performance. *Social Science Electronic Publishing, Forthcoming*, 54(4), 857-899.
- Feng, A. Q., Yang, P., & Lin, L. (2015). Investigation and Analysis on Teaching Input of Teachers in Local Colleges and Universities. *Chinese University Teaching*, 15(12), 68-74. [in Chinese]
- Gouldner, A. W. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161-178.
- Homans, G. C. (1961). The Humanities and the Social Sciences: Joint Concern with Individual and Values the Arts Distinct from Social Science Distinctions of Social Status. *American Behavioral Scientist*, 4(8), 3-6.
- Hu, Q. X. (2007). What is the Social Capital of Colleges and Universities——Based on & Quot; Society & Analysis of Connotation. *Journal of Nantong University: Educational Science Edition*, 7(2), 18-22. [in Chinese]
- Lawrence, I. (2019). Teaching Standards and the Promotion of Quality Teaching. *European Journal of Education*, 54(293), 312-319.
- Liang, Y. (2011). The Trust of Street Township Government and Community Volunteerism of Residents Based on the Empirical Investigation of Some Urban and Rural Communities in Nanjing. *Journal of Nanjing Normal University*, 6(4), 28-35. [in Chinese]
- Liu, S., Zhang, S. L., & Gao, G. R. (2017). The Dimension Construction and Measurement of Teacher Teaching Quality Evaluation Index System. *Journal of Hebei Agricultural University*, 19(3), 114-118. [in Chinese]
- Lv, X. N., & Bai, X. W. (2017). Impact of Job Reshaping on Job Input, Satisfaction and Job Performance of Intellectual Property Personnel in Institutions. *Scientific Management Research*, 35(2), 77-80. [in Chinese]
- Polikoff, M. S., & Porter, A. C. (2014). Instructional Alignment as a Measure of Teaching Quality. *Educational Evaluation & Policy Analysis*, 36(4), 399-416.
- Schaufeli, J. L. (2002). Unfairness at Work as a Predictor of Absenteeism. *Journal of Organizational Behavior*, 23(2), 181-197.
- Scott, H., Christopher, D. N., & Russell, A. (2017). Finding Meaning in the Struggle of Work: Construct Redundancy in Work Importance Measurement. *Journal of Personnel Psychology*, 16(3), 1-13.
- Su, Y. Q. (2009). Analysis of the Characteristics of Excellent University Teachers. *Adult Education in China*, 9(23), 115-116. [in Chinese]
- Wesley, I., & Terry, B. (2017). Impact of Classroom Design on Teacher Pedagogy and Student Engagement and Performance in Mathematics. *Learning Environments Research*, 20(1), 139-152.

- Wu, Z. B., & Peng, F. Y. (2017). A Summary of Teaching Input of University Teachers. *Journal of Shaanxi Preschool Normal University*, 33(8), 109-115. [in Chinese]
- Xu, C. J., Chen, S., & Mao, M. Y. (2017). From the Perspective of Personal-Environment Matching, Teachers' Work Input in Colleges and Universities. *Research on Higher Education in Heilongjiang*, 2(3), 127-131. [in Chinese]
- Xu, D. D. (2015). Research on the Influence of Teachers' Perceived Organizational Support and Job Input on Job Performance. *Modernization of Education*, 15(12), 15-17. [in Chinese]
- Xu, G. X. (2017). The Strategy of Improving the Quality of Chinese Undergraduate Teaching. *Educational Development Research*, 17(5), 16-23. [in Chinese]
- Zhou, H., & Long, L. R. (2004). Statistical Test and Control Method of Common Method Deviation. *Progress in Psychological Science*, 12(6), 942-950. [in Chinese]



Name and Surname: Aiting Cai

Highest Education: Doctoral Candidate

Affiliation: Krirk University

Field of Expertise: Quality of Teaching, Statistics, and Research Methods



Name and Surname: Wen-Chuan Wu

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Krirk University

Field of Expertise: Education, Management, Statistics, Testing and Evaluation, Research Methods, and Knowledge Management

关于汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中“对”字含义的研究
THE ANALYSIS OF THE MEANING OF CHINESE WORD “对” (DUÌ)
APPEARED IN THE CHINESE PROFICIENCY TEST (HSK, LEVEL 1-6)
VOCABULARY LIST

谢德辉

Apiwut Sunanyuenyong

泰国乌隆他尼皇家大学教育学院

Education Faculty, Udon Thani Rajabhat University, Thailand

Received: April 29, 2021 / Revised: September 9, 2021 / Accepted: September 14, 2021

摘要

汉语中一字多义的字不少, 其中一个比较常用的是“对”字。本文根据五本汉语词典收集“对”字的含义, 总共有十九个。

汉语水平考试 (HSK) 被泰国和国外的各个单位公认。因为凭汉语水平考试 (HSK) 成绩能应聘或者申请学习更高的汉语专业, 所以不少学汉语的学生都希望能够通过汉语水平考试 (HSK) 并取得好成绩。本文在汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中搜索“对”字的含义, 并与五本汉语词典收集到的含义进行对比与分析。结果搜索到十九个含义, 分成六个级别, 第一级别搜索到一个含义, 第二级别搜索到三个含义, 第三级别搜索到三个含义, 第四级别搜索到五个含义, 第五级别搜索到七个含义和最后第六级别搜索到十个含义。除此之外, 本文还提供汉语水平考试 (HSK) 的考试成功策略。

关键词: 对 汉语水平考试 含义

Abstract

There are many words with multiple meanings in Chinese, and one of the most commonly used words is “对 (duì)” This article collected the meanings of the word “对 (duì)” from 5 dictionaries and found 19 total meanings.

In Thailand and other countries, the Chinese Language Proficiency Test (HSK) is acknowledged. Many Chinese language learners have the goal to pass and get good results from the

Chinese Language Proficiency Test (HSK) in order to apply for studying Chinese at a higher level or work. This article investigated the word “对 (duì)” found in the vocabulary in levels 1-6 of the Chinese Proficiency Test (HSK), analyzed, and compared the meanings found in 5 dictionaries. All the 19 meanings from the dictionaries were divided into levels including level 1 with 1 meaning, level 2 with 3 meanings, level 3 with 3 meanings, level 4 with 5 meanings, level 5 with 7 meanings, and level 6 with 10 meanings. Furthermore, this article proposes the strategies for success in the Chinese Language Proficiency Test (HSK).

Keywords: The Word 对 (duì), Chinese Proficiency Test, Meaning

引言

在泰国，中文有很大的用途。例如教育方面，有许多泰国人需要学习中文；旅游方面，有许多中国游客来泰国旅游；以及贸易和商业方面，有许多中国企业家来泰国投资。因此，劳务市场需要更多具备精通汉语的人才。

选择中文人才必需要通过选拔熟练并真正地掌握中文的人。除了教育机构认可的合格证书，还有被泰国和国外各个单位公认的汉语水平考试 (HSK)。汉语水平考试 (HSK) 分成六个级别，第一级别最容易，直到第六级别最难。举办汉语水平考试 (HSK) 的单位 Hankao International Education Technology [Beijing] (2012) 规定每级别的语料库如下：第一级别规定 150 个词汇，第二级别规定 300 个词汇，第三级别规定 600 个词汇，第四级别规定 1,200 个词汇，第五级别规定 2,500 个词汇和最后第六级别规定 5,000 个词汇。

汉语水平考试 (HSK) 各级别会有许多汉字，例如“对”字。在汉语水平考试 (HSK) 中发现含“对”字的词汇，第一级别有 1 个，第二级别有 3 个，第三级别有 3 个，第四级别有 6 个，第五级别有 11 个和最后第六级别有 19 个。

笔者想在五本汉语词典 (Yang, 2016; Prawan, 2019; Xu, 2006; Xu & Yao, 2010; Liu & Pan, 2008) 中研究“对”字的含义，并把所有收集到的含义与汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中的“对”字进行对比与分析，以便于准备参加汉语水平考试 (HSK) 的应试者。

笔者选择这五本汉语词典是因为这五本汉语词典里解释词汇并词组比较清楚，比如“对”字解释了 15 个含义并有词组。

研究目的

1. 研究“对”字的具体含义。
2. 研究汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中的“对”字的含义。
3. 准备参加汉语水平考试 (HSK) 的应试者能够了解如何自我准备。

文献综述

中国长期以来是与泰国关系良好的国家。从泰国人中的华裔比例也可以看出这一点，他们占泰国总人口的 14% (Thanajirawat, Suesor, & Jirapatwarakul, 2019)。此外，目前中国在包括泰国在内的国际社会发挥着巨大作用，尤其是教育、旅游业、贸易和商业等方面。因此，如今的汉语是泰国最受欢迎的语言之一。Huanarom (2016) 提出，如今的汉语是最受欢迎的外语，不亚于英语或其他任何外语。从 2009 年开始的高考中就可以看到这一点。国立教育考试服务研究所（公共组织）中，第二外语能力测试资料库已增加 PAT7.4 汉语语言能力测试项目；加上 2015 年泰国发生了变化，使中文更加流行。Wang 和 Liu (2011) 提出，随着中国综合实力的增强和对外交往的不断扩大，全球掀起了学习汉语的热潮。根据国家对外汉语教学领导小组办公室 2007 年统计，目前全球有 30 多个国家、3000 多万人学习汉语，海外 2500 所大学和上万所中小学开设了汉语课程，学习者对海外本土化汉语教材需求的呼声越来越高。Xu (2009) 提出，汉语在泰国各行各业中的应用越来越广泛，目前汉语学习得到了泰国官方的明确肯定和大力支持，学习汉语的泰国人越来越多。Kaewyod (2020) 提出 2015 年泰国加入东盟经济共同体 (ASEAN Economic Community) 之后，泰国政府制定了一项政策，以加深对中国语言和文化的认知以及对东盟各国的了解。由于上述原因，泰国的汉语教学在小学、中学和高等教育水平上不断地受到泰国人的青睐，并且对中文人才的需求也越来越大。

当劳动力市场上对中文人才的需求增加时，泰国人对学习汉语的兴趣也在增强。因此，除了由教育机构认证为合格人员的学位以外，还有泰国和国际公认的汉语水平考试 (HSK) Kaewyod (2020) 提出，汉语水平考试，英文名称“Chinese Proficiency Test”或中文称为“汉语水平考试 (Hanyu Shuiping Kaoshi)”，缩写为“HSK”，是一种评估使用汉语作为第二语言者的汉语水平考试。Huanarom (2016) 提出，对于汉语水平考试 (Hanyu Shuiping Kaoshi-Chinese Proficiency Test: HSK) 来说，有 6 个级别。

第一级适用于了解简单的汉语单词和句子，学习 150 个单词的应试者。

第二级适用于能够在日常生活中运用简单中文进行交流，学习 300 个单词的应试者。

第三级适用于能够运用中文交流在中国的生活、学习、工作和旅行，学习 600 个单词的应试者。

第四级适用于能够在各种主题上运用中文进行交流，并且能够与运用中文作为母语的人流利的交流，学习 1,200 个单词的应试者。

第五级适用于能够阅读中文报纸和杂志，观看并理解中国电视节目和电影，并能发表演讲，学习 2,500 个单词的应试者。

第六级适用于能够很好的听和读中文新闻，能说出自己的意见或进行流利的中文写作，学习 5000 个单词以上的应试者。Hankao International Education Technology [Beijing] (2012) 提出，

汉语水平考试 (HSK) 是一项国际标准化考试, 重点考查汉语非第一语言的考生在生活、学习和工作中运用汉语进行交际的能力。考试等级包括 HSK (一级)、HSK (二级)、HSK (三级)、HSK (四级)、HSK (五级) 和 HSK (六级)。

中文中有很多汉字不是一个字一个含义, 也有多义字, 例如“打”字共有 26 个含义。Yamwong (2019) 提出, 通过研究“打(dǎ)”一词的含义, 共有 26 个含义。还有“看”字共有 17 个义项。Li (2020a) 提出, 现代汉语中“看”字共记录了两个词“看(kān)”和“看(kàn)”, 前者记为“看1”, 后者记为“看2”, 它们的义项分布情况如下: 看1 kān 动: (1) 守护; 照料和 (2) 看押; 监视。看 2 在现代汉语中共有 17 个义项, 排列如下: 1) (动) 使视线接触人或物, 2) (动) 观察, 3) (动) 判断, 4) (动) 观赏、欣赏, 5) (动) 阅览、阅读, 6) (动) 用在表示动作变化的词或词组前面, 表示预见到某种变化趋势, 或者提醒对方注意可能发生或将要发生的某种不好的事情或情况, 7) (动) 想, 8) (动) 考虑, 9) (动) 访问、探望, 10) (动) 检查, 11) (动) 认为, 12) (动) 取决于、决定于, 13) (动) 认清、理解, 14) 诊治, 15) 照料, 16) (助) 用在动词或动词结构后面, 表示试一试 (前面的动词常用重叠式), 17) (动) 对待。Li (2020b) 提出, 动词“发”在《代汉语词典》(第七版) 中有 18 个义项。除去第 18 个义项“(名) 姓”外, 剩余 17 个义项的释义列举如下。1) (动) 送出; 交付: ~货 | 分~ | 印~ | ~了一封信, 2) 派出去: 发兵。3) (动) 发射: ~炮 | 百~百中。4) (动) 产生; 发生: ~芽 | ~电 | ~病 | 这一带去年~了大水。5) (动) 表达; 发表: ~布百~誓百~言百~议论 | 在报上~ 散文, 6) 扩大; 开展: ~展百~扬百~育, 7) (动) 因得到大量财物而兴旺: ~家 | 暴~户百也这两年跑买卖可~了, 8) (动) 食物等因发酵或水浸而膨胀: 面~了百~海参, 9) 放散; 散开: ~散 | 挥~ | 蒸~, 10) 揭露; 打开: ~现 | 揭~百~掘, 11) (动) 因变化而显现、散发: ~黄百~潮百~臭百~酸, 12) (动) 流露 (感情): ~怒 | ~笑百~愁, 13) (动) 感到 (多指不愉快的情况): ~麻百~痒百里~苦, 14) 启程: 出~ | 整装待~百~夕至, 15) 开始行动: ~起 | 奋~ | 先~制人, 16) 引起; 启发: ~人深省, 17) 量颗, 用于枪弹、炮弹: 一~子弹 | 上百~炮弹。

不仅汉语可以一个字表达多个含义, 泰语也有不少多义字。例如“对”, Ruangjarernlap 和 Sangkla (2018) 提出, กับ สำหรับ 可以表达“对, 对于, 关于”的意思。Siriphan (2020) 提出, “朝, 对, 向”这三个词的含义相似, 可以将它们翻译为泰文 “มุ่งไปตั้ง”。因此, 对汉字的研究不能仅针对一种含义进行研究, 必须深入研究中文单词的更多更全面的含义。

考试需要在考试前做好准备。为了进行与语言相关的汉语水平考试 (HSK), 需要进行各种记忆准备, 以及必须了解考试成功策略。Thaweethanaviriya, Wasinanon, 和 Liu (2016) 提出, 新汉语水平考试或 HSK (4级) 的得分不只是取决于这个人是否是擅于或精通该语言的人, 也取决于这个人能够学习多少单词量、多少考试技巧和考试成功策略, 并运用阅读的信息来完成新的 HSK 测试 (第4级), 以弥补应试者不足; 也要定期练习模拟考试并计时, 这样在考试中更容易取得成功。除了上面提到的考试成功策略, 汉字理解也是阅读考试的重要组成部分。Jaiboon (2016) 提出, 在学习不同的语言时, 尤其是外语, 不可忽视重要的词汇知识,

因为没有词汇知识, 语言学习者将无法更好地传情达意, 无法达到学习语言有效进行交流的目的。除了进行各种记忆准备、了解考试成功策略和汉字理解, 还必须由易到难循序渐进。Xin (2016) 提出, 教师在教授时应注意由易到难循序渐进, 根据课堂学生的实际接受情况进行适时增减调整。其两个义项, 对于教师来说在对外汉语课堂教学中建议将“临时”的两个义项进行分开教学, 先教授学生“临时 1”, 然后再教授学生“临时 2”的副词用法, 最后再教授学生“临时 2”区别词的用法。

研究方法

笔者首先在五本汉语词典中研究“对”字的含义; 接着在汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中研究“对”字的含义; 然后把所有在五本汉语词典中收集到的含义与在汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中研究“对”字的含义进行对比与分析。

在汉语词典研究“对”字的含义

笔者研究“对”字的含义, 来源于对三本汉语词典 (Yang, 2016; Prawan, 2019; Xu, 2006; Xu & Yao, 2010; Liu & Pan, 2008) 的参考。五本汉语词典解释分别如下:

1. Yang (2016) 在 Modern Chinese-Thai Dictionary 解释“对”字总共 16 个含义。

表1 Modern Chinese-Thai Dictionary 解释的含义。

号	含义	例子
1	回答	对答
		无言以对
2	对待; 对付	对事不对人
		对症下药
		一个对一个
		刀对刀, 枪对枪
3	朝着; 向着	对着镜子理头发
		枪口对着敌人
4	二者相对; 彼此相向	对调
		对流
		对立
		对坑
5	对面的; 敌对的	对门
		对岸
		对方
		对象
		对手
6	使两个东西配合或接触	做对
		对对子
		把门对上
		对个伙儿

表1 Modern Chinese-Thai Dictionary 解释的含义。(继续)

号	含义	例子
7	投合; 适合	对劲儿
		对心眼儿
		两个人越说越投缘, 越说越 对 脾气
8	把两个东西在一起互相比 较, 看是否符合; 对证	校 对
		对相片
		对笔迹
		对号码
9	调整使合于一定标准	对好望远镜的距离
		拿胡琴来 对对 弦
10	相合; 正确; 正常	你的话很 对
		对 , 就这么办
		数目不 对 , 还差得多
		神气不 对
11	掺合 (多指液体)	茶壶里 对 点儿开水
		朱砂里 对 上一点儿藤黄
12	平均分成两份	对 半儿
		对 开纸
		对 股劈
13	对子 (名词)	喜 对
		五言 对 儿
14	双 (量词)	一 对 喜鹊
		一 对 儿花瓶
		一 对 模范夫妻
15	用法基本上跟“对于”相同 (介词)	对 他表示谢意
		决不 对 困难屈服
		你的每句话 对 我都有启发
		大家 对 他这件事很不满意
16	对不起	

来源: Yang (2016)

表2 The Chinese-Thai Dictionary of Common Words 解释的含义。

号	含义	例子
1	回答	应对
		答 对
		对答如流
		无言以 对
2	对待; 对付	对待
		对付
		对策
		她 对 我很好

表 2 The Chinese-Thai Dictionary of Common Words 解释的含义。(继续)

号	含义	例子
3	朝着；向着	对准
		面对
		对牛弹琴
		这房子对着大街
4	投合；适合	对胃口
		对眼
		对劲
5	把两个东西在一起互相比 较，看是否符合；对证	对比
		对照
		对笔迹
		核对
		校对
		对号码
		对答案
6	调整使合于一定标准	对表
		对距离
7	掺合；增加	茶太浓了，给我对点儿水
8	对面的；敌对的	相对
		对坐
		对门
		对岸
		面对面
9	平均分成两份	对折
		对半
		对开纸
10	正确	对，就这么办。
		我这样说对吗？
11	正常	味道不对
		他今天神色不对。
12	二者相对；彼此相向	对抗
		对立
		对手
		反对
		作对
13	使两个东西配合或接触	配对
		成双成对
14	用法基本上跟“对于”相同 (介词)	对我说
		不知道为什么，我总是会对他发脾气。

表2 The Chinese-Thai Dictionary of Common Words 解释的含义。(继续)

号	含义	例子
15	双(量词)	一对夫妻
		一对耳环
		一对蝴蝶
16	对不起	

来源: Prawan (2019)

表3 Contemporary Chinese Learner's Dictionary 解释的含义。

号	含义	例子
1	正确	你写的字都对。
		你不遵守学校的规定不对。
		你实话实说, 对就是对、错就是错。
		对, 对, 就这么做。
		你的意见是对的。
		你答对了。
		你们做得对, 我支持。
2	对待; 对付	她做了十道题, 只对四题。
		下午的足球比赛, 我们班对三班。
		比赛的时候, 青年人 对 青年人, 老年人 对 老年人。
		两队人马刀 对 刀, 枪 对 枪地打起来了。
3	朝着; 向着	开展批评的时候, 应该 对 事 不 对人。
		我们教室的南面 对 着操场。
		我家跟他家门 对 门。
		照片儿上的她正 对 着我笑呢。
		她的脸 对 着墙, 我看不清他的模样。
4	使两个东西配合或接触	她已经 对 准了目标。
		这两行字没 对 齐。
		把两张小桌子 对 起来, 就大了。
		把两个沙发 对 起来, 就能睡觉。
5	把两个东西在一起互相比 较, 看是否符合; 对证	这两把椅子一把高, 一把矮, 对 起来不平。
		他们俩你唱一句, 她唱一句, 对 起歌来。
		考试的时候, 不许 对 答案。
		对 一下儿笔迹, 就知道是谁写的字了。
		我要去跟她 对 对昨天的笔记。
6	调整使合于一定标准	照片和真人 对 上了。
		她正在对名单, 而且 对 得很仔细。
		你 对 到第几题了?
		我的手表不太准, 我得 对 一下儿我的手表。
		明天早上咱们六点出发, 现在咱们 对 一下儿表。
		这架琴已经 对 过音了。
		照相的时候, 我常常 对 不好光圈。

表 3 Contemporary Chinese Learner's Dictionary 解释的含义。(继续)

号	含义	例子
7	掺合; 增加	我喜欢喝 对 牛奶的咖啡。
		这杯酒里 对 水了。
		你往里 对 点儿凉水就不烫了。
		你要是再 对 点儿红色, 就好看了。
		这些颜色 对 得太深了。
8	双 (量词)	中国提倡一 对 夫妇生一个孩子。
		你养的这 对 小猫真好看。
		我买了一 对 新沙发。
		这两 对 花瓶儿大小一样, 颜色不一样。
		这些枕头套 对 儿 对 儿都很漂亮。
9	用法基本上跟“对于”相同 (介词)	老师 对 学生很关心。
		他 对 中国历史不太了解。
		他们 对 我们很热情。
		小王 对 我直摆手。
		吸烟 对 身体没有好处。
		对 这里的情况, 我比较熟悉。
		对 生活有困难的同学, 大家应该帮助他们。
		对 孩子们的热情, 我们应该鼓励。
		对 沙漠地区的人来说, 水是宝贵的。
我谈了 对 这件事的看法。		
10	对待; 对付	主任 对 待我们的热情。
		年轻人 对 待老年人要有礼貌。
		我们应该以友好的态度 对 待客人。
		要正确 对 待自己的成绩。
11	对面的; 敌对的	这场足球比赛, 对 方输了一个球。
		我们大学 对 面是一家很大的百货大楼。
		我们的 对 面走过来了两个人。
12	会话; 对话	他们在房间里聊天儿, 我听到了他们的 对话 。
		我很喜欢电影里父亲和孩子的那段 对话 。
		这篇文章是几个朋友之间的 对话 。
		他和玛丽的 对话 说得很快, 我没听清楚。
13	对不起	你 对 不起, 我来晚了。
		都怪我没把话说清楚, 对 不起, 对 不起。

来源: Xu (2006)

表 4 800 Chinese characters 解释的含义。

号	含义	例子
1	正确	你说得 对 。
		你的神色 不 对。
		这道题做 对 了。

表 4 800 Chinese characters 解释的含义。(继续)

号	含义	例子
2	把两个东西在一起互相比较, 看是否符合	查 对
		对 照
		对 结果
3	朝着; 向着, 对面的; 敌对的	对 待
		面 对 面
		大门 对 着山。
4	双 (量词)	一 对 耳环

来源: Xu 和 Yao (2010)

表 5 A Learner's Chinese Dictionary: Illustrations of The Usages 解释的含义。

号	含义	例子
1	对待; 对付	批评要 对 事不要对人。
		他俩刀 对 刀、枪 对 枪, 练起了武术。
		A: 下午比赛的是哪两个队? B: 北京队 对 上海队。
2	朝; 向; 面对	A: 你的房间怎么样? B: 哪儿都挺好, 就是窗户正 对 着大街, 不太安静。
		她背 对 着我, 说什么我没听清。
		图书馆跟教学楼门 对 门。
3	投合; 适合	他俩不 对 脾气。
		没想到两个人还挺 对 心思。
		这个菜 对 奶奶的口味儿。
4	把两个东西在一起互相比较, 看是否符合	他俩 对 了表, 约定了时间。
		A: 你是不是把电话号码搞错了? B: 我把号码又 对 了一篇, 没错。
5	掺和	请往茶杯里再 对 点儿水。
		他喜欢在咖啡中 对 点儿奶。
6	(介) 引进对象或事物的关系者。与名词、代词或短语组成介词短语做状语。	父母 对 我抱有很大的希望。
		老百姓 对 这件事很不满意。

来源: Liu 和 Pan (2008)

根据这五本汉语词典可见“对”字总共有 19 个含义, 笔者将五本汉语词典中“对”字的含义总结如下:

表 6 笔者总结五本汉语词典发现“对”字的含义。

号	含义	发现“对”字的汉语词典				
		《现代汉语词典》	《汉语常用字字典》	《当代汉语学习词典》	《汉语 800 字》	《学汉语用例词典》
1	回答	✓	✓	✓		
2	对待; 对付	✓	✓	✓		✓

表 6 笔者总结五本汉语词典发现“对”字的含义。(继续)

号	含义	发现“对”字的汉语词典				
		《现代汉语词典》	《汉语常用字字典》	《当代汉语学习词典》	《汉语 800 字》	《学汉语用例词典》
3	朝着；向	✓	✓	✓	✓	✓
4	二者相对；彼此相向	✓	✓	✓		
5	对面的；敌对的	✓	✓			
6	使两个东西配合或接触	✓				
7	投合；适合	✓	✓			✓
8	把两个东西在一起互相比 较，看是否符合；对证	✓	✓	✓	✓	✓
9	调整使合于一定标准	✓	✓	✓		
10	相合；正确	✓	✓	✓	✓	
11	掺合；增加	✓	✓	✓		✓
12	平均分成两份	✓	✓			
13	对子（名词）	✓	✓	✓		
14	双（量词）	✓	✓		✓	
15	用法基本上跟“对于”相同 （介词）	✓	✓	✓		✓
16	正常		✓			
17	使两个东西配合或接触			✓		
18	会话；对话			✓		
19	对不起	✓	✓	✓		

针对汉语水平考试 (HSK) 中的“对”字进行分析

笔者从五本汉语词典 (Yang, 2016; Prawan, 2019; Xu, 2006; Xu & Yao, 2010; Liu & Pan, 2008) 做参考，总结如下：

1. 在汉语水平考试 (HSK) 一到六级别语料库中找到的“对”字总共 10 个含义如下：

- 对不起
- 相合；正确
- 用法基本上跟“对于”相同（介词）
- 会话；对话
- 二者相对；彼此相向
- 把两个东西在一起互相比
较，看是否符合；对证
- 对待；对付
- 对面的；敌对的
- 投合；适合
- 对子（名词）

2. 在汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中找到的“对”按照级别分别如下：

表7 汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中找到的“对”含义总结。

级别	在表6对应的序号	含义	总共(含义数量)
1	19	对不起	1
2	10	相合; 正确	3
	15	用法基本上跟“对于”相同(介词)	
	19	对不起	
3	10	相合; 正确	3
	15	用法基本上跟“对于”相同(介词)	
	19	对不起	
4	10	相合; 正确	5
	15	用法基本上跟“对于”相同(介词)	
	19	对不起	
	18	会话; 对话	
	4	二者相对; 彼此相向	
5	10	相合; 正确	7
	15	用法基本上跟“对于”相同(介词)	
	8	把两个东西在一起互相比较, 看是否符合; 对证	
	19	把两个东西在一起互相比较, 看是否符合; 对证	
	2	对待; 对付	
	5	对面的; 敌对的	
	18	会话; 对话	
6	10	相合; 正确	10
	15	用法基本上跟“对于”相同(介词)	
	8	把两个东西在一起互相比较, 看是否符合; 对证	
	19	把两个东西在一起互相比较, 看是否符合; 对证	
	2	对待; 对付	
	7	投合; 适合	
	5	对面的; 敌对的	
	18	会话; 对话	
	13	对子(名词)	
	4	二者相对; 彼此相向	

关于准备参加汉语水平考试 (HSK) 的考试成功策略的意见

汉语水平考试 (HSK) 一共有六个级别, 每级别分为听力、阅读和写作三部分。

听力部分。提前准备考试的方法, 除了重复地练习甚至熟练或者加强记忆自己要考试的语料库, 例如“对”应该记住并了解在该级别发现的所有含义的用法, 在考场的考试成功策略也非常重要 Thaweethanaviriya, Wasinanon, 和 Liu (2016) 提出策略或者测试人员应该意识是必须在开始聆听之前要阅读理解的问题, 找出问题的重要性并听取第一位发言人, 以便考虑是否符合问题的重要性, 要是符合或者与问题重要性一致就立即将视为正确, 但如果有矛盾或根本不在谈论所给出的问题将视为错误。

阅读部分。阅读部分的考试前准备,定期练习阅读中文文章和加深汉字记忆,例如上文提到的“对”字应该记住并了解所有含义的用法,是绝对必要的方法。如果记住的汉字不够用就无法了解该文章。除了考试前的准备,考试成功策略也同样重要 Thaweethanaviriya, Wasinan, 和 Liu (2016) 提出,文章阅读策略要求练习阅读以分析问题,并仔细考虑文章中提供的选项,要是文章中没有提到该选项就立即删除该选项。

写作部分。在听力和阅读部分,重点是从规定的事物中进行理解,就是聆听理解和阅读理解。而对于写作,这将是沟通、传达给其他人理解的部分,将从三方面进行评估:词汇运用是否恰当;语法是否正确;语言综合运用是否合适。因此,应试者要不断地练习造句并运用更丰富的、多元的词汇。

各级汉语水平考试 (HSK) 的准备工作都需要应试者加深理解词汇用法并加强词汇记忆。在日常生活中运用中文与中国人或泰国人交流,并定期阅读中文,练习以词汇、语法和各个结构来造句直到融会贯通;还要通过汉语水平考试 (HSK) 模拟试卷重复地练习,按照考试要求的时间来完成训练,这样才能够感受到在考场当时的氛围和压力。如果能根据以上建议来实行,通过考试的机率也会大大的增加。

总结与讨论

笔者研究“对”字的含义,是基于参考五本重要的汉语词典 (Yang, 2016; Prawan, 2019; Xu, 2006; Xu & Yao, 2010; Liu & Pan, 2008)。每本汉语词典解释“对”字的含义总共 19 个含义。

笔者把在汉语水平考试 (HSK) 1-6 级语料库中的“对”字 Hankao International Education Technology [Beijing] (2012) 分成六个级别。第一级别搜索到一个含义,第二级别搜索到三个含义,第三级别搜索到三个含义,第四级别搜索到五个含义,第五级别搜索到七个含义和最后第六级别搜索到十个含义。然后把这六个级别的含义与五本汉语词典搜索到的“对”字的含义对比,总共发现 10 个含义:有对不起(比如对不起,我来晚了);相合、正确(比如你的话很对),用法基本上跟“对于”相同(介词)(比如对他表示谢意);会话、对话(比如你们在电话里的对话被我录了下来);二者相对、彼此相向(比如对调);把两个东西在一起互相比较看是否符合、对证(比如对号码);对待、对付(比如对事不对人);对面的、敌对的(比如对方);投合、适合(比如对心眼儿)和对子(名词)(比如喜对)。

对于想为各个级别的汉语水平考试 (HSK) 做准备的应试者,考试前需要准备的事项分成三个部分。第一是听力部分,第二是阅读部分和第三是写作部分。各个部分不仅要记住汉语词语,运用中文与中国人或者泰国人交流、定期阅读中文,练习运用词汇、语法和结构来造句直至精通,还要通过汉语水平考试 (HSK) 虚拟测试来重复地练习,以便熟悉考场和真实考试的氛围。这样考试之时或多或少能科学有效地减轻压力。

References

- Hankao International Education Technology [Beijing]. (2012). *Vocabulary of new Chinese Proficiency Test (HSK)(2012 Revision)*. Retrieved March 30, 2021, from <http://www.chinesetest.cn>
- Huanarom, Y. (2016). *A Study of Chinese Proficiency Test (HSK) of Chinese Business Program Students at Dhurakij Pundit University* (Research Report). Dhurakij Pundit University. [in Thai]
- Jaiboon, C. (2016). Chinese Vocabulary Memory strategy and Chinese Vocabulary Teaching Method In *Dhurakij Pundit University National Conference* (pp.29-40). Bangkok: Dhurakij Pundit University. [in Thai]
- Kaewyod, W. (2020). The Analysis of HSK Vocabulary in Chinese Textbooks for students in the Chinese Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani Rajabhat University. *Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University, 11(2)*, 134-150. [in Thai]
- Li, S. C. (2020a). Research on Semantic Derivation from the Perspective of Frame Semantics: Taking the Polysemy “Kan” as an Example. *Journal of Northeast Normal University (Philosophy and Social Sciences)*, 1(303), 20-25. [in Chinese]
- Li, Y. H. (2020b). The Constrction of Polysemoe Semantic Networks from Cognitive Perspective: Take Fā (发) as an Example. *Journal of Jiangsu Vocational and Technical Institute of Economics and Commerce, 1*, 43-47. [in Chinese]
- Liu, C. P., & Pan, X. J. (2008). *A Learner's Chinese Dictionary: Illustrations of The Usages*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. [in Chinese]
- Prawan, N. (2019). *The Chinese-Thai Dictionary of Common Words*. Bangkok: Phetpraguy Press. [in Thai]
- Ruangjarernlap, S., & Sangkla, W. (2018). An Error Analysis of Thai Students in using Prepositions “dui”, “duiyu”, “guanyu” A Case Study of Thai Students in Sichuan University. In *SPUC National and International Conference*, (pp. 408-413). Chonburi: Sripatum University. [in Thai]
- Siriphan, R. (2020). Error analysis of “Chao”, “Dui”, and “Xiang” for Faculty of Liberal Art students, Princess of Naradhiwas University. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences, 7(2)*, 156-173. [in Thai]
- Thanajirawat, Z., Suesor, S., & Jirapatwarakul, N. (2019). *Using, Attitude and Language Change of Tie Chew language in Thailand* (Research Report). Rajamangala University of Technology Rattanakosin. [in Thai]
- Thaweethanaviriya, S., Wasinanon, S., & Liu, J. X. (2016). Strategies of Success on the New HSK Level 4. *Research and Development Institute, 10(2)*, 123-135. [in Thai]

- Wang, Y. F., & Liu, X. J. (2011). Views on Compiling the Teaching Material of Regionalized Chinese as a Foreign Language: Taking Thai Studying Chinese Language for an Example. *Journal of Hezhou University*, 27(3), 50-52. [in Chinese]
- Xin, H. (2016). Study on the Errors of HSK Test Vocabulary for Foreign Students in Chinese Acquisition and Teaching Suggestions Research on “Temporary” as an Example. *Journal of Mudanjiang University*, 25(9), 16-18. [in Chinese]
- Xu, L., & Yao, X. S. (2010). *800 Chinese Characters*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press. [in Thai]
- Xu, Y. Y. (2009). On Difficulties for Thai Students to Learn Chinese Pinyin and Teaching Methods. *Journal of Guangxi Teachers Education University (Social Science Edition)*, 30(3), 139-142. [in Chinese]
- Xu, Y. M. (2006). *Contemporary Chinese Learner's Dictionary*. Beijing: Beijing Language University. [in Chinese]
- Yamwong, N. (2019). An Analysis of the Meaning of the word 打(dǎ) in Chinese for Teaching Foreign Students. *Journal of Sinology Mae Fah Luang University*, 13, 76-98. [in Thai]
- Yang, H. C. (2016). *Modern Chinese-Thai Dictionary*. Bangkok: Ruamsan. [in Thai]



Name and Surname: Apiwut Sunanyuenyong

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Udonthani Rajabhat University

Field of Expertise: Chinese Teaching

后现代文化语境下美国言情小说的继承与反叛

INHERITANCE AND REBELLION OF AMERICAN ROMANCE FICTION IN THE CONTEXT OF POSTMODERN CULTURE

莫凡¹, 吴其艳²

Fan Mo¹, Qiyan Wu²

¹中国广西民族大学相思湖学院国际交流与合作处

²中国广西民族大学相思湖学院外国语言文学学院

¹Department of International Exchange and Cooperation,

Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities, China

²School of Foreign Studies, Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities, China

Received: October 10, 2020 / Revised: January 25, 2021 / Accepted: January 29, 2021

摘要

20 世纪中期的美国社会, 当后现代主义思潮席卷哲学、建筑、社会政治和文学批评等众多领域时, 小说走下文学圣坛, 通俗文学作品成为文化消费商品, 而言情小说的创作与发展亦体现出明显的娱乐消费性。梳理从 18、19 世纪之交的引诱言情小说至 20 世纪的新女性言情小说的发展历程, 可见美国言情小说在 20 世纪 60 年代前后新旧交替、传统与反叛糅杂, 新哥特言情、甜蜜野蛮言情和新女性言情依序登场, 但这个衍变过程中呈现更多的是对传统的继承和延续, 而对当时社会反叛因素的现实观照却明显滞后于时代发展。

关键词: 后现代 美国言情小说 继承与反叛

Abstract

American society in the mid-20th century witnessed a postmodern trend which had swept across almost every area of socio-culture sphere as philosophy, architecture, politics and literary criticism. Then fiction was no longer the privilege of literary elites, popular fiction became cultural commodity and the creation as well as development of its sub-genre, romance fiction demonstrated an obvious entertaining tendency. Reviewing the evolution from seductive fiction in the turn of 18th to 19th

century to new women's romance of 20th century, American romance fiction unfolded a transition from the old to the new and a repetition from tradition to rebellion in pre- and post-1960s when gothic romantic fiction, sweet-and-savage romance, and new women's romance came into being accordingly. This evolving process reveals more about the inheritance and continuity of creating tradition, whereas its attention to social rebellion evidently lags behind the development of times.

Keywords: Postmodern, American Romance Fiction, Inheritance and Rebellion

引言

在 20 世纪 50 年代以前,如《飘》、《爱情故事》和《廊桥遗梦》之类的畅销美国言情小说在精英学者看来,只不过是关注两性情爱的消遣品,不值得深入研究,更勿论列入文学史殿堂、与经典精英文学共享后世敬仰的荣光。20 世纪中叶美国社会进入消费主义无孔不入的后工业社会,通俗文学作品成为文化消费商品,庞大的通俗小说作者群和动辄百万册的销售量表明通俗文学市场运作的巨大成功,并使其影响力直接扩展到了严肃的文化艺术领域。彼时,一股秉承怀疑精神的后现代主义思潮与轰轰烈烈的反主流文化运动、民权运动、第二次女权主义浪潮、性解放等运动结合起来,席卷哲学、建筑、社会政治和文学批评等众多领域。后现代主义思潮影响下,小说走下文学圣坛,通俗小说发展呈现一派欣欣向荣的景象,而言情小说的创作亦体现出明显的娱乐消费性。但异于同样标榜市场决定一切、时代潮流决定创作模式的其他通俗类型,作为美国通俗小说大军之长盛不衰的言情小说在 20 世纪 60 年代前后新旧交替、传统与反叛糅杂,呈现更多的是对传统的继承和延续,而对当时社会反叛因素的现实关照却明显滞后于时代发展。

反主流文化运动、后现代主义思潮与美国通俗小说

20 世纪 60 年代的美国社会可谓反主流文化运动 (Counter-culture Movement) 兴衰史的写照,期间民权、女权、反战、性解放等轰轰烈烈的社会运动风起云涌、相互激荡,夹杂着后现代主义等思潮,汇成一曲振聋发聩、改天辟地、余音久远的时代交响乐。反主流文化运动以 1963 年 11 月约翰·肯尼迪总统遇刺事件开始,到美国从越南撤兵、1974 年尼克松总统下台时告终。广泛紧张的社会局势引发了美国社会各界对涉及人类的性行为、妇女权利、传统的范式、精神药物的试验以及美国梦的不同讨论和解释。既此,许多与这些问题相关的关键运动都在 20 世纪 60 年代这场反主流文化中得以孕育、诞生乃至发展壮大,其中以后现代主义思潮的勃兴最为瞩目。如何界定源自现代主义却又反叛现代主义的后现代主义 (Postmodernism) 是一个难题,毕竟其在思想模式上的反本质主义、消解中心倾向尤为明显。在后现代主义思潮代表思想家贝尔、利奥塔德、杰姆逊看来,后工业社会里的后现代主义是现代主义极端扩张而导致的文化霸权主义,意味着话语沟通和制约的失效,鼓励文化褻神与信仰悼亡。后现代是一种精神,

一套价值模式,其表征为消解、去中心、非同一性、多元论、解“元话语”、解“元叙事”;不屈服于权威和专制,不对已有成规加以沿袭,不事逢迎,专事反叛;睥睨一切,蔑视限制;冲破旧范式,不断创新。詹明信还认为后现代主义文化已经完全大众化,高雅文化和通俗文化、纯文学与俗文学的界限基本消失。Baudrillard (2001) 认为,在消费社会,文化既是一种消费品,又是消费的形式,其重要特点即“媚俗”与“流行”按 (Zhu, 2011) 主编的《后现代主义文学理论思潮论稿》界定,“后现代主义是一种在时间上出现于 20 世纪 60 年代、在空间上随着全球化趋势的拓深而从西方晚期资本主义社会逐渐波及包括中国(非资本主义社会)在内的世界、在社会政治经济层面与思想文化层面上既积极地主张多元差异并由此对抗本质主义形而上学、又在一定程度具备自我反思性的当代现象”(p.9)。

当以反权威、消解中心、睥睨文化专制为特征的后现代主义思潮与秉承盈利与市场高于一切的美国通俗小说一相逢,便胜却人间无数。是以,为占领更广阔的市场份额,美国通俗小说出版商抓住时代特征,将当时的通俗小说纷纷冠以“反西部小说”、“新浪潮科学小说”、“新剑法武术幻想小说”、“新哥特言情小说”等名堂,以彰显其站在时代先锋的潮流与品味。不过这场美国通俗小说的反叛潮流的真正高潮却是比反叛运动慢了一个拍子,出现在 70 年代。由此看来,“60 年代美国通俗小说大多表现出一种分水岭性质,即新与旧、传统与现代交替相杂的性质”(Wan, 2000)。而作为美国通俗小说最长盛不衰的一个类型的言情小说在 20 世纪 60 年代前后也出现了新旧交替、传统与反叛交杂的现象,但表现出更多的是对历史因素的继承,而非反叛。

美国言情小说的发展历程

在讨论后现代主义思潮里美国言情小说创作模式的特点和衍变之前,应先行梳理美国言情小说的发展历程。1789 年在波士顿匿名出版的《同情的力量;或,自然的胜利》标志着美国第一部严格意义的引诱言情小说 (Seductive Fiction) 的诞生,该小说的作者后被考证为威廉·希尔·布朗。该书的出版同时也标志着美国第一部通俗小说,亦即美国第一部小说的诞生。《同情的力量》以书信体的形式讲述了男主人公哈林顿爱上哈里奥特,却在两人订婚之际被告知哈里奥特竟然是他同父异母的妹妹。这场乱伦之恋以妹妹罹患肺结核身故、哥哥抑郁自尽而告终。这本以“引诱—失身—自杀”为模式的美国第一部言情小说显然是模仿英国引诱言情小说鼻祖塞缪尔·理查森的《帕美拉》和《克拉丽莎》。在《同情的力量》里,布朗也通过书中人物的挣扎阐明了诱惑的危险和屈服于激情的陷阱,同时提倡对女性进行道德教育。18 世纪末和 19 世纪初的美国引诱言情小说热潮里,苏珊娜·罗森的《夏洛特·坦普尔》自 1794 年在美国再版后成为美国文学史上的第一本畅销书。此外,同期的汉娜·福斯特的《卖弄风情的女人》也是引起轰动的引诱言情小说。19 世纪 20 年代之后,美国引诱言情小说热潮褪去,伴随第一次女权运动兴起,另一类反映妇女家庭婚姻问题的言情小说 (Women's Fiction) 登上历史舞台。这类言情

小说，“不但作者是女性，阅读对象是女性，而且所述说的也是女性故事，是地地道道的女性言情小说” (Huang, 2003) 请翻译。这类小说以性、感伤和宗教为要素，以道德说教为最终目的，依然带有引诱言情小说的印记。该时期代表作家有凯瑟琳·赛奇威克、玛利亚·麦金托什、艾玛·索思沃思等人。到了 19 世纪 70 年代，描写女店员、女裁缝等社会底层人员的婚恋经历的劳拉·利比一改女性言情小说的感伤主义，而后格蕾丝·希尔用欢乐和微笑创作了一百多部同类型小说，同时引发众多效仿者，是为蜜糖言情小说 (Molasses Fiction)。言情小说发展到第一次世界大战后嬗变成以社会最底层各类女工为主角、专门描写肉欲情感的女工言情小说 (Working-girl Fiction)。这类小说作者不再以道德说教为己任，受英国自然主义文学影响，将赤裸裸的性描写应用于创作实践中，出现大量姘居、滥交和强暴等情节。如维纳·德尔玛的《坏女孩》、范尼·赫斯特的《后街》、克里斯托弗·莫利的《基蒂·福伊尔》等。到 20 世纪 30 年代末，女工言情小说式微，出现了以历史背景烘托爱情故事发展的历史言情小说 (Historical Romantic Fiction)，也涌现了诸如赫维·艾伦、玛格丽特·米歇尔、凯瑟琳·温莎和托马斯·科斯坦等著名言情小说家。以《飘》为代表的美国历史言情小说的兴起具有里程碑意义。二战后美国政治暴露小说的风行和美国大众性观念的变化促成了色情暴露小说 (Pornography) 的诞生和流行。众多色情暴露小说家中，最为著名的有格雷斯·梅塔利尔、哈罗德·罗宾斯、杰奎琳·苏珊和欧文·华莱士。在其代表作《娃娃谷》中，杰奎琳·苏珊不仅刻画了 20 世纪 50-60 年代好莱坞娱乐圈的浮华幻灭和当时女性演艺生涯的沉浮，也深刻描绘了当时美国社会“放纵革命”、“性解放”、女性主义等时代特征。60 年代后期又诞生了一种结合历史和哥特元素的小说——哥特言情小说 (Gothic Romance)。这类小说以历史为背景，同时包含有哥特小说中典型的阴森的大宅、密道和禁室等元素，普遍描述了勇敢女主曲折离奇的爱情故事。该时期成就最大的作家为菲力斯·惠特尼、达奥玛·温斯顿、芭芭拉·迈克尔。70 年代中期至 80 年代初，凯瑟琳·伍迪威斯的《火焰与鲜花》、罗斯玛丽·罗杰斯的《甜蜜野蛮的爱》和贾内尔·泰勒一系列以“野蛮”、“狂喜”为书名的言情小说的出版和流行标志着甜蜜野蛮言情小说 (Sweet-and-Savage Romance) 的诞生和流行。此后受美国第二次女权运动兴起和埃里奇·西格尔《爱情故事》的出版和同名电影的上映，反映当代女性家庭婚姻问题的言情小说 (New Women's Romance) 迎来了一股强劲的回归潮流，余韵直至 20 世纪末。同期作家海伦·范斯莱克的《富人与好人》、《三姐妹与陌生人》，简纳特·戴利一系列的肥皂剧小说等，都以女性角度出发，结合当代社会关注问题，反映了当代人对于爱情、婚姻和家庭各方面的思考。

20 世纪 60 年代前美国言情小说的创作与特点

如果按照普遍承认的 20 世纪 60 年代为时间点，那么在后现代主义思潮出现并横扫社会文化各领域之前，美国言情小说的发展可以说是程式化、商品化、且是难以凸显时代特征的。作为通俗文学一种不可或缺类型的言情小说，美国言情小说自诞生之日起就秉承标准化、程式化的创作规律。如上文所述的号称美国第一部言情小说《同情的力量》是《帕美拉》和《克拉

丽莎》的美国翻版，而同期的言情小说家苏珊娜·罗森、汉纳·福斯特、海伦娜·韦尔斯等的作品也基本沿用“引诱——失身——自杀”这一模式进行创作，充满了英式感伤主义文学色彩。而后在 19 世纪 30 年代流行的女性言情小说对引诱言情小说的继承体现在三方面：一是性构成了小说的基本情节；二是感伤贯穿情节的始终；三是宗教是解决矛盾的源泉和催人奋进的动力 (Si, 2017)。该时期的女性言情小说家，如以刻画历经磨难、最终通过自身努力获取幸福成长的凯瑟琳·塞奇威克、以述说独立自主的女性故事的畅销作家玛丽亚·麦金托什等人，都继承了感伤主义文学印记，依旧在女性的爱情故事里渗透着道德说教的使命和美国清教主义的意识形态。

此外，美国言情小说的商品化特征是符合通俗文学的基本特点的。向来被视为“精神麻醉剂”的通俗小说尽管也会对物质世界进行精神关照，但其创作主题的保守重复性、语言的通俗直白性、审美功能的娱乐性，与追求立意新奇、执着于批判现实、苛求反思自省的精英严肃文学最终还是在后工业社会里达成分野。美国言情小说商品化特征随着印刷业的蓬勃发展、畅销排行榜、利润最大化等因素而得到了扩大化；当排行榜、销量成为评价通俗小说的唯一指标时，大多数读者的审美和兴趣就成了小说创作主题的灯塔和出版商发行的风向标。据辽宁教育出版社与吉尼斯世界纪录有限公司联合出版的 2000 年版《吉尼斯世界纪录大全》(Kynaston & Song, 1999) 记载，二十世纪世界各国销量超过三千万册的小说共有三部，分别是：玛格丽特·米切尔的《飘》、哈泼·李的《杀死一只知更鸟》和杰奎琳·苏珊的《娃娃谷》(又译为《迷魂谷》)。玛格丽特·米切尔十年磨一剑的《飘》在 1936 年初版时以一日 5 万册、半年 100 万册、全年 200 万册的畅销盛况震惊世界。《娃娃谷》通过作者杰奎琳·苏珊与身为知名公关宣传的丈夫一起展开少有先例的书籍巡回宣传行程后，成为全美畅销书，出版六个月内就销售出 680 万册，至今销量超过 3000 万册。《飘》作为美国历史言情小说代表，于 1937 年获得普利策文学奖和美国出版商协会奖，后被列入《哥伦比亚美国文学史》等各种文学史书；而《娃娃谷》则是美国色情暴露小说的代表作之一。这些言情代表作后皆通过改编电影取得了更大的知名度和小说销量、达成了言情消费品的利润最大化。直至今日，言情小说的程式化和商品化特征依旧颇受精英文学的诟病，但一部小说的畅销，本身就说明了其艺术价值：“如果它没有迎合少数人的胃口，那么它满足了多数人的需要”(Warren, 1993)。

后现代主义思潮里美国言情小说的继承与反叛

反主流文化运动兴起、后现代主义盛行于文学界之际，美国言情小说新旧交替，新哥特言情重现生机。这一时期美国通俗文学受两者影响，如黑色悬念小说、新浪潮科学小说、新剑法巫术幻想小说等都呈现了与时代动向紧密相连的反叛与创新，但言情小说的创作却并未完全表露这一时代的风起云涌，更多的是反叛与守旧的交织更迭。受源于 20 世纪之交美国新闻界的“揭丑运动”(Muckraking Movement)(又称“扒粪运动”)的政治暴露小说的影响，结合 20 世纪 60 年代轰轰烈烈的革命运动辐射，这一时期美国言情小说衍生出一个分支——色情暴露

小说。融合传统女性言情小说和政治暴露小说创作模式，美国色情暴露小说家们不仅仅用大量富于挑逗性的性描写讲述男女主人公恋爱、结婚的过程，同时试图通过针砭时弊、暴露社会罪恶。二战后美国众多色情暴露小说家充当了“muckrakers”（揭露丑闻的人/扒粪者），但他们并不怎么认同西奥多·罗斯福总统所说的“有耙粪耙的人往往对社会的福祉是必不可少的；但前提是知道什么时候该停止‘扒粪’”，相反地，他们披着“色情小说”的外衣深挖着各行各业的丑闻。格蕾斯·梅塔利尔在长篇小说《佩顿镇》里用极度煽情的语言刻画了一个新英格兰小镇的道德沦丧及由此发生在社会名流圈里的强奸、私通、滥交、乱伦等种种丑恶现象。欧文·华莱士《查普曼的报告》通过 5 个志愿者参与的性行为实验直接演绎了阿尔弗雷德·金赛的《人类女性性行为》。杰奎琳·苏珊在代表作《娃娃谷》里写尽其多年在百老汇、好莱坞、电视圈工作的经历与感悟，更深刻揭露了当时好莱坞娱乐圈的纸醉金迷、女明星在名利场的沉浮和诸多社会名流肮脏的嘴脸。但到了 20 世纪 60 年代中期，随着英国女作家达芙妮·杜穆里埃长篇小说《丽贝卡》(1938) 和同名改编电影（又译作《蝴蝶梦》）的风行，美国女作家菲利斯·惠特尼、芭芭拉·迈克尔、塞西莉·克劳等人又将哥特元素引入言情小说中，阻挠了时代特征在言情小说领域的渗透。60 年代的大部分时间里，节制和纯情仍是言情小说的意识形态准则。这些作家笔下的故事《黑色琥珀》、《黑塔的主人》、《基尔拉文之塔》等以历史言情小说为主食，加入了古堡密道等哥特的配菜，渗入些悬念和探案，再撒点超现实主义的佐料，一盘盘“旧菜新炒”的美食便热腾腾的出锅了，一时引来点餐者无数。

“性解放”运动导致社会道德混乱，美国言情小说色情倾向严重。美国人类学家玛格丽特·米德的《萨摩亚的成年》(1928) 将性革命带入了公众视野，美国生物学家和性学家阿尔弗雷德·金赛《人类男性性行为》(1948) 和《人类女性性行为》(1953) 这两份名噪一时的报告不仅推动了对同性恋和双性恋课题的讨论和进一步探索，对后来的妇解女权、性教育和堕胎等课题的论争影响深远，当时更普遍被认为是 20 世纪 60 年代性解放的导火索。与 60 年代早期开始的美国第二波女权主义浪潮和妇女解放运动相一致的是，性解放运动在女权主义理论家的帮助下，共同挑战关于女性性行为和酷儿性行为的传统观念。在女权主义的早期观念中，妇女解放往往被等同于性解放，而不是与性解放联系在一起。许多女权主义思想家认为，确立性的首要地位将是朝着妇女解放的最终目标迈出的重要一步，因此妇女被敦促发起性进步，享受性，并尝试新的性形式。性解放革命与第二次女权运动结合至此便导致了传统两性关系和性观念摧枯拉朽式的瓦解和坍塌。但性解放运动对美国言情小说界最猛烈的冲击却延迟到 20 世纪 70 年代初期，直至《火焰与鲜花》、《甜蜜野蛮的爱》等一系列“甜蜜野蛮言情小说”又或“煽情小说” (Bodice-rippers) 的出版，才宣告大众对哥特言情小清新的厌倦。凯瑟琳·伍迪威斯、罗斯玛丽·罗杰斯、丹尼尔·斯蒂尔、珍妮·戴莉等三十多位女作家纷纷加入甜蜜野蛮言情小说的创作洪流。这类言情小说也以男女主人公的爱情故事为主线，但更多展示在特定历史背景下身形

健硕、充满原始性张力的男主角对女主角一次次惨无人道的强暴和虐待，女主人公却逆来顺受、患了情感“斯德哥尔摩综合征”。甜蜜野蛮派作家的独特之处在于，她们不仅把传统的情色描写上升了一个台阶，把委婉暗示变为公开宣扬，把添加作料变为烹饪正餐，而且连令人憎恶的暴力强奸，也在她们的笔下化解为“轻松”、“愉悦”的经历，变成能产生甜蜜爱情的催化剂。伍迪威斯的“火焰与鲜花”系列主要表现男性对女性的性暴力以及因此产生甜蜜的爱恋，但性暴力场面尚能自然融入小说情节发展。但与伍迪威斯同一出版公司的罗杰斯后来居上，把她的小说场景更多延伸到了卧室，还经常充满暴力。她的前三部小说总共卖出了 1000 万册，第四本《邪恶的爱情谎言》在出版的第一个月就卖出了 300 万册。从这类侧重色情描写的言情小说在 1970 年代的畅销盛况见微知著，60 年代追求性解放、反对性压抑引发的社会道德混乱着实余韵深远。

第二次女权主义运动兴起引发传统言情小说强劲回潮，言情小说家以女性视角审视当代社会问题。当美国社会进入詹明信所认为后现代主义为文化主流的晚期资本主义社会后，后现代主义哲学中无中心意识、多元价值取向、对权威传统和现代性的批判与美国第二次女性主义浪潮对于男女平权、性权利和生育权等诉求是谋而合的。相较于第一波女权主义主要集中在选举权、财产权和推翻法律障碍的性别平等的诉求，兴起于 20 世纪 60 年代并持续了 20 年之久的美国第二次女权运动扩大了辩论的范围：性、家庭、工作场所、生育权利、事实上的不平等和官方法律不平等。这场运动专注于批判整个社会根深蒂固的男权制度和男性中心的各种文化习俗，其中在女性主义内部围绕性和色情等问题的性战争也引发了争论。因此，深受性革命影响、专注于性暴力色情描写的甜蜜野蛮系列小说在 20 世纪 70 年代引发了第二波女性主义阵营内部广泛的讨论和抨击。《性政治》的作者凯特·米利特、《性的辩证法》的作者舒拉米斯·费尔斯通，同样认为言情小说创造了一种错误的意识，对受压迫的女性是一种麻醉剂。费尔斯通认为，言情小说的男主角有很强的男性费勒斯中心情结，他会爱慕并引诱女主角忽视现实并扭曲她们的实际行为，但造成这一现象的正是女性自己：“这样的男主角是女性为自己所选择的。他身上的特征，也是由那些喜欢自己身上所套着的枷锁的女性所创造的” (Firestone, 1971)。重新审视美国言情小说发展史可发现，除了首部引诱言情小说作者威廉·布朗、历史言情小说家赫维·艾伦、托马斯·科斯坦、《爱情故事》(1970) 的作者埃里奇·西格尔、《廊桥遗梦》(1992) 的作者罗伯特·沃勒等少数是男性作家外，这两百余年的言情小说创作史里绝大多数浸淫的是女性作家的思维模式，输出的也绝大部分是女性作家的普世价值和道德取向。言情小说向来被认为是女性占主导地位的一个小说类型，它是同时表达女性作家和读者压抑欲望的共同平台。因此，许多反对通俗文化的人认为言情小说给广大读者，尤其是女性读者营造的是一个虚幻的、不真实的世界，女性读者通过代入感和共情获得的体验是女性对男性不自觉的依赖，从而阻碍了女性发展成为一个全面独立的人 (Mei, 2013)。许多女性作家更是通过此类言情创作加剧了女性屈从于男权

桎梏、使女性在独立自主的道路上越来越偏离。更有甚者认为,言情小说本质上就是那些欲望得不到纾解、但又羞于阅读色情小说的读者尤其是女性读者的色情小说替代品,只不过这类言情小说里的性描写是增加了浪漫滤镜的。女性读者通过阅读这类自的、愉悦的性描写,自觉或不自觉地代入到文本的女性角色里,成功释放了压抑的性欲望,又回避了对肉体渴望的羞辱感,最终与不得不屈从于男性社会道德体系的自己达成和解。可以说大部分美国女性言情小说家在其作品里并不持女性主义观点或立场,更多宣扬的是男性中心主义对女性欲望的态度。

在追求更大范围平权诉求的女性主义第二波浪潮里,又兼言情小说和色情文学进入女性主义阵营广泛讨论范围背景下,美国言情小说家抛弃肉欲横流的色情描写,开始思考当代社会女性所关心的家庭婚姻等焦点问题。男性作家埃里奇·西格尔在 1970 年出版的《爱情故事》引发了传统言情小说强劲的“回归”浪潮、风靡至今。书中讲述富家公子和平民女感情经历的情节并没有多曲折离奇,但其对纯真爱情的歌颂在当时充满肉欲和性暴力的甜蜜野蛮浪潮中却是一股清流,唤醒了人们对美好品德和纯真爱情的渴望与追求。而女主人公詹妮出身普通却自强不息,深陷情网亦不迷失自我,面对权势敢不屈不挠,遭遇困苦也从不放弃爱情与理想的性格特征符合当时女权主义浪潮高涨后社会对女性形象的定位,这也是该书广受大众欢迎的主要原因之一。该小说出版后当即造成轰动并荣登畅销书榜首;同名电影上映后也取得了同样的效应。在跟随这一女性言情小说回潮流的女性作家中,专写轻松浪漫肥皂剧的珍妮特·戴利迄今已出版了 90 多部言情小说,展示的都是“富家子弟贫穷女”模式化的爱情故事。海伦·范·斯莱克是《纽约时报》的畅销书作家,她的小说被翻译成 22 种语言,销量超过 1400 万册。她把自己在报业和商界几十年的职业生涯写进小说里,主要呈现职业女性在当代社会对爱情的追求和对婚姻家庭的思考与感悟,如家族传奇《心的聆听》、《三姐妹与陌生人》和《公开笑,私下哭》等。同时期的丹尼尔·斯蒂尔和安妮·泰勒的作品也主要描写当代人的爱情、家庭和婚姻等传统问题。

纵观美国言情小说的发展历程,从 1789 年首部引诱言情小说《同情的力量》的出版至 20 世纪 60 年代前后,美国言情小说的创作始终贯穿着对传统的继承:创作模式的继承、同类元素的继承以及创作目的的继承。首先在创作模式上,标志美国首部小说诞生的《同情的力量》就是理查森的书信体小说《帕美拉》和《克拉丽莎》的美国翻版,同期 Susanna Rowson 和 Hannah Foster 等人的系列引诱言情小说也基本采用“引诱—失身—自杀”的创作模式。而到了 19 世纪 20 年代以后,反映妇女家庭婚姻问题的言情小说粉墨登场,却依旧保留先前引诱言情小说的诸多印记。20 世纪 60 年代甜蜜野蛮言情吸引力消散后,同样反映当代女性家庭婚姻问题的小说引发广大读者关注,言情小说家因此又开始新一轮回归经典素材的创作潮流。是以,美国言情小说的创作模式在很长的一段历史时间内都秉承对传统的沿袭,并主动接受广大受众读者审美模式的引导。其次,对同类元素的继承同样体现美国言情小说发展历程的多个阶段里。在最

初的引诱言情小说阶段，“引诱”、“失身”和“自杀”构成小说的基本情节，感伤主义和道德说教贯穿故事始终。而后兴起的女性言情小说通过“性”、“感伤主义”和“宗教”等同类元素继承传统，展现彼时渗透于美国人骨髓里的清教主义对女性的道德说教。20世纪50年代流行的色情暴露小说不仅受到当时政治暴露小说的影响，同时也是对第一次世界大战后时兴的着重描写肉欲情感的女工言情小说的继承。20世纪60年代诞生的哥特言情小说则是在历史言情小说的基础上加入阴森大宅、密道和禁室等典型哥特元素。再者，身处不同历史时期的言情小说家们未必能在其他方面都沿袭先辈的传统，但有一点却是从一而终的，亦即创作目的。作为通俗小说一类的言情小说，自诞生之日起就带着程式化、商品化的特征，其创作以普罗大众的审美情趣为导向、以畅销排名和利润最大化为原则。女性言情小说的作者是“职业作家”，不是“艺术家”，她们以满足当时读者的口味为己任 (Baym, 1978)。多产、畅销成为言情小说家的普遍标签，动辄百万册、千万册的销量是绝大部分言情小说家的终极创作目标。

美国言情小说对创作模式和同类元素的继承直至20世纪60年代后现代主义思潮大张旗鼓横扫社会文化各领域时才出现不同程度的反叛现象。受20世纪初美国新闻界“揭丑运动”的政治暴露小说的影响，又兼20世纪60年代“性革命”运动辐射，美国言情小说创作走向色情暴露的极端。尽管色情暴露小说家依旧沿袭言情小说关于“性描写”的传统，但他们通过色情小说的外衣来暴露社会名流圈、好莱坞娱乐圈等各行各业的丑恶现象。如 Jacqueline Susann 的《娃娃谷》正是一个绝佳案例，其在貌似轻浮的情色小说表面下超前探讨了关于精神病患和乳腺癌患者心理历程这一严肃社会问题。小说内容跨越1945-1965年，出版之际因触及性爱、酷儿、嗑药，被判定是本有伤风化的淫秽之书，但其对于名声、金钱、处方药滥用、精神疾病、明星年华老去的描述，不仅是对20世纪60年代美国社会“放纵革命”、“性解放”、女性主义等时代特征的最佳写照，却也是今日文化的完美借镜。后现代主义思潮兴起之际，其无中心意识、反传统、反权威、多元价值取向等特征与第二次女性主义运动对男权制度的批判、对男女平权、性权利等方面的诉求结合，引发了女性主义者对同期流行的专事性暴力色情描写的甜蜜野蛮小说的猛烈批判和抨击。彼时的言情小说家是以开始摒弃对传统元素的完全继承，走出“性与爱”构建所有女性故事的滤镜，亦开始思考当代社会女性所关心的职业、家庭婚姻等焦点问题，通过选择现实题材、重新塑造独立女性角色、探讨女性难以兼顾事业与家庭的困境等方式，最终在20世纪70年代开始呈现言情小说对现实物质世界的精神观照。

结论

文学作品是反映时代的一面镜子，流于大众化的言情小说尽管无法对物质现实进行深层精神关照，但它的“媚俗”与“流行”使之成为各类文学作品中最能够体现现实生活的一张晴雨表。受英国感伤主义、女性主义、后现代主义、两次女权运动、反主流文化和性革命等思潮和社会运动影响，美国言情小说先后经历了引诱言情小说、女性言情小说、蜜糖言情小说、女工

言情小说、历史言情小说、色情暴露小说、哥特言情小说、甜蜜野蛮言情小说和新女性言情小说等不同阶段和类型的发展和衍变。20 世纪 60 年代风行的后现代主义思潮打破了高雅文化和大众文化的二元对立，美国言情小说成为文化消费品，销量与出版利润成为言情小说家创作的最大动力和最高准则。受反主流文化运动影响，后现代文化语境下的原本程式化、单一化的美国言情小说走到色情暴露的极端后又回归到哥特言情；同期性解放运动和第二次女权运动联手摧毁了传统两性关系和性观念构建的藩篱，但其对言情文学创作最猛烈的冲击却延迟呈现在 20 世纪 70 年代初期的甜蜜野蛮言情小说里。持续 20 年之久的第二次女权运动在女性主义者内部引发了言情小说和色情描写的讨论与反思，最终美国言情小说回归传统言情范畴，思考当代社会女性所关心的家庭婚姻等焦点问题。纵观美国言情小说发展史，尽管其创作并没有及时反馈社会反叛现实，但鉴于其主题的普适性、消费群体的大众化，同时历经 20 世纪 60 年代前后历经新旧交替、传统与创新杂糅的过程，言情小说才能依旧持有美国出版业最大的市场份额，并在 21 世纪的今天，呈现出多元宽泛的格局、既延续传统又不排斥创新的魅力。

基金项目：此文为 2017 年度广西高校中青年教师基础能力提升项目“后现代文化语境下美国言情小说研究”（2017KY1334）阶段性成果。本论文得到广西壮族自治区教育厅资助。

References

- Baudrillard, J. (2001). *The Consumer Society*. [La Société de Consommation]. (Liu, C. F., & Quan, Z. G., Trans.). Nanjing: Nanjing University Press. [in Chinese]
- Baym, N. (1978). *Women's Fiction*. Ithaca and London: Cornell University Press.
- Firestone, S. (1971). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. New York: Morrow.
- Huang, L. S. (2003). *History of American Popular Fiction*. Nanjing: Yilin Press. [in Chinese]
- Kynaston, N., & Song, C. L. (1999). *Guinness World Records: 2000*. Shenyang: Liaoning Education Press. [in Chinese]
- Mei, L. (2013). *A Study on Contemporary Feminist Genre Fiction in Britain and America*. Shanghai: Fudan University Press. [in Chinese]
- Si, X. L. (2017). The Evolution of American Love Story from the Feminist Perspective. *Foreign Literature*, (5), 146-153. [in Chinese]
- Warren, J. W. (1993). *The (Other) American Tradition*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Wan, J. (2000). Inheritance and Rebellion: A Literature Review of American Popular Fiction in the 1960s. *Journal of Huainan Teachers College*, 4(2), 20-25. [in Chinese]
- Zhu, L. Y. (2011). *The Pioneering Theories of the Ideological Trend of Postmodern Literary I*. Shanghai: People's Publishing House. [in Chinese]



Name and Surname: Fan Mo

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities

Field of expertise: British and American Literature; Internationalization of Higher Education



Name and Surname: Qiyan Wu

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Xiangsihu College of Guangxi University for Nationalities

Field of expertise: Thai Language Teaching, Internationalization of Higher Education



文章格式说明

INSTRUCTIONS FOR MANUSCRIPT PREPARATION

提交的稿件必须符合如下要求:

The submitted manuscript must have the following specifications:

- 文章篇幅约为 10-15 页，单面 A4 纸打印，页边距 (上、下、左、右) 均 1 寸 (2.54 厘米)。文章应尽量简明扼要，文章篇幅应涵盖必要内容。
- It must be of 10-15 pages in length, printed on one side of A4 paper, with the margins (top, bottom, left, and right) of 1 inch (2.54 cm.). Manuscript should be as concise and precise as possible.
- 全部内容设置为单栏，首行缩进 1 厘米 (0.39 寸)
- All content must be printed in single columns with first line indent of 1 cm. (0.39 inch).
- 行间距 1.5 倍
- Line spacing 1.5
- 字体为简体中文宋体 (Sim Sun)，英文 Times New Roman 具体如下:
- The Chinese simplified font is SimSun and English font is Times New Roman, with details as specified below:

文章各组成部分格式要求	Format requirements for each component of the manuscript	中文字号 Chinese Font Size	英文字号 English Font Size	标注	Labeling
文章标题 (中-英文)	Title (Chinese-English)	16 (CT)	13 (CT)	加粗	bold
作者姓名 (中文-姓名)	Author's Name (Chinese-Surname/Name)	11 (CT)	-	加粗	bold
作者姓名 (英文-名姓)	Author's Name (English-Name/Surname)	-	11 (CT)	加粗	bold
作者的隶属单位 (中-英文)	Author's Affiliation	11 (CT)	11 (CT)	正常	regular
作者的电子邮箱 (脚注-英文)	Corresponding Author's E-mail	-	9 (LJ)	正常	regular
摘要标题 (中-英文)	Abstract Title (Chinese-English)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	加粗	bold
摘要内容 (中-英文)	Abstract Content (Chinese-English)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	正常	regular
关键词标题 (中-英文)	Keywords Title (Chinese-English)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	加粗	bold
关键词 (中-英文)	Keywords (Chinese-English)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	正常	regular

文章各组成部分格式要求	Format requirements for each component of the manuscript	中文字号 Chinese Font Size	英文字号 English Font Size	标注	Labeling
内容标题 (中文)	Topics (Without numbering, Chinese)	11 (LJ)	-	加粗	bold
内容 (中文)	Contents (Chinese)	11 (LRJ)	-	正常	regular
参考文献 (英文)	References (English)	-	11 (LRJ)	正常	regular
表格标题 (中文)	Table Title (On top of the table, Chinese)	11 (LJ)	-	加粗	bold
表格内容 (中文)	Table Content (On top of the table, Chinese)	11 (LJ)	-	正常	regular
图档标题 (中文)	Figure Title; Chart Title (Under the figure or chart, Chinese)	11 (CT)	-	加粗	bold
图档内容 (中文)	Figure Content; Chart Content (Under the figure or chart, Chinese)	11 (CT)	-	正常	regular

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

文章组成部分 Composition of the Manuscript

1) 文章标题 (中-英文)

Manuscript title (in both Chinese and English)

2) 所有作者姓名, 隶属单位, 国家 (中-英文)

Names of all authors, with identification of affiliation and country (in both Chinese and English)

3) 摘要 (中-英文), 300 字左右的中文摘要应包含文章的目的、方法、结果 (主要数据) 和结论, 英文摘要应与中文摘要内容一致。

Abstract (Chinese-English), Chinese abstracts of about 300 words should contain the purpose, method, results (main data) and conclusions of the article. The English abstract should be consistent with the Chinese abstract.

4) 关键词 (中-英文) 大约 3-5 个

Keywords (Chinese-English), about 3-5 words

5) 内容 (中文) Contents (Chinese)

5.1 学术型文章内容, 包括引言、内容及结论。

Contents of academic manuscript comprise the introduction, text or content, and conclusions.

5.2 研究型文章内容, 包括引言、研究目的、文献综述、研究方法、研究结果、讨论及总结。

Contents of research manuscript comprise the introduction, objectives, literature review, research methods, research results, discussion, and conclusions.

6) 文中所用图形、表格, 须进行编号并注明来源, 不得侵犯他人版权; 文中所涉及的原始图档及数据分析可作为文章附件单独递交 (便于评审专家了解数据详情, 附件内容不计入文章正式发表内容)。

The graphics and charts used in the text shall be numbered and indicated the source, and shall not infringe the copyrights of others. The original image files and data analysis referred to in the

text may be provided separately as attachments (to help the peers to understand the paper better, but they will not be part of publication).

7) 参考文献 (英文) References (English)

参考文献格式要求 References Format Requirement

- 1) 文献引用 (APA 格式), 间接引用, 包含作者姓和发表年份, 如: (Field, 2005); 直接引用 (必须使用“ ” 引用), 除了包含作者姓、发表年份外还应加注页码, 如: “Field, 2005, p. 14”.

For in-text citation (APA style) uses the author's last name and the year of publication, for example: (Field, 2005). For direct quotations, include the page number as well, for example: (Field, 2005, p. 14).

- 2) 参考文献, 必须在文末 “References” 标题下列表中写明所有参考文献的详细信息, 如: 作者姓名、年份、题目、文献来源、链接、页码等, 并根据作者姓名进行排序。

For referencing include more information such as the name of the author(s), the year the source was published, the full title of the source, and the URL or page range. At the end of the article, details of all referenced documents must be specified in the list of “References” at the end of the article and ordered according to the author's name.

APA 格式说明 APA Format Description

书籍 Book

格式: 作者. (出版年份). 书名. 出版地: 出版社.

Format: Author. (Year of publication). *Book Title*. Edition (if any). Place of publication: Publisher.

例如 Example:

Ritcharoon, P. (2016). *Principles of measurement and evaluation*. Bangkok: House of Kermyst. [in Thai]
Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

期刊或杂志 Journal or Magazine

格式: 作者. (出版年份). 标题. 期刊名称, 卷(期), 首页-尾页.

Format: Author. (Year of publication). Title of Article. *Journal Title*, Volume (Issue), Page numbers.

例如 Example:

Wattanakamolkul, P. (2018). Discussion on the Situation and Reflection of Chinese Vocabulary Teaching In Thai Universities. *Chinese Journal of Social Science and Management*, 2(2), 80-91. [in Chinese]
Rabbani, M., Aghabegloo, M., & Farrokhi-Asl, H. (2016). Solving a bi-objective mathematical programming model for bloodmobiles location routing problem. *International Journal of Industrial Engineering Computations*, 8(1), 19-32.

论文 Dissertation or Thesis

格式: 作者. (年份). 论文标题. 学位名称, 所在学校名称.

Format: Author. (Year of publication). *Title of dissertation or thesis*. Doctoral dissertation or Master's thesis, University.

例如 Example:

Darling, C. W. (1976). *Giver of Due Regard: The Poetry of Richard Wilbur*. Ph.D. Thesis, University of Connecticut, USA.
Koufteros, X. A. (1995). *Time-Based Manufacturing: Developing a Nomological Network of Constructs and Instrument Development*. Doctoral Dissertation, University of Toledo, Toledo, OH.

网络资料 Website /Electronic Documents

格式: 作者. (网络发表年份). 标题. 搜索时间, 从 URL 地址检索

Format: Author. (Year of publication). *Title*. Retrieved....., from URL Address

例如 Example:

Department of Land Transport. (2013). *Transport statistics report in 2013*. Retrieved May 20, 2015, from http://apps.dlt.go.th/statistics_web/brochure/statreport113.pdf

Shannon, C. E. & Weaver, W. (2010). *Communication Theory: Model of Communication*. Retrieved December 2, 2016, from <http://communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>

会议专刊或专题研讨会论文 **Conference Proceeding Article/Documents**

格式: 作者. (出版年). 文章名称. 编辑名称(社论). 会议名称(首页-尾页). 出版地: 出版社.

Format: Author. (Year of publication). Title of Article. In Title of Editorial (Editorial). *Title of conference and seminar proceedings (Pages.)*. Place of publication: Publisher.

例如 Example:

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

Nasution, H. N., & Mavondo, F. T. (2005). The impact of service quality on customer value in the hotel industry. *ANZMAC Conference 2005, 5-7 December 2005*. Fremantle, Western Australia: ANZMAC.

报纸文章 **Newspaper Article**

格式: 作者. (出版年月日). 文章名称. 报纸名称. 版别.

Format: Author. (Year, Month Date). Title of Article. *Title of Newspaper*, Pages.

例如 Example:

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

Sriwattanachai, R. (2014, October 24). The Prefabricated Generation of Seasoning Sauce Market. *Post Today Newspaper*, pp. 3-4. [in Thai]

访谈 **Interview**

格式: 作者. (出版年月日). 访谈. 职位. 单位.

Format: Author. (Year, Month Date). *Interview*. Position. Dept.

例如 Example:

Chueathai, P. (2017, January 30). *Interview*. Vice President. Rajamangala University of Technology Lanna.

Saiwanich, S. (2017, January 31). *Interview*. Vice Governor. Tak province. [in Thai]

注: 作者可以在搜索引擎内输入“APA 格式”，以查询 APA 格式的“文献引用”及“参考文献清单”书写规则，如 <https://zh.wikipedia.org/wiki/APA%E6%A0%BC%E5%BC%8F>

Note: For further instruction about APA style, please visit <https://zh.wikipedia.org/wiki/APA%E6%A0%BC%E5%BC%8F>

提交投稿 **Submission of Manuscript**

作者可以通过网站 <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index> “线上投稿”系统提交文章。

Authors can submit articles via the website <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index> “Online submission” system.

泰国正大管理学院
Panyapiwat Institute of Management

85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talat,
Pakkred, Nonthaburi 11120, Thailand
Tel: +66 2855 1048

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index>
E-mail: cjssm@pim.ac.th