

【研究动态】

加快构建新时代具有中国特色的 管理学理论体系

黄群慧 邵婧婷

【摘要】加快构建新时代具有中国特色的管理学理论体系,是中国管理学界刻不容缓的使命与任务。中国式现代化理论作为党的重大理论创新,为构建新时代具有中国特色的管理学理论体系指明了理论方向,奠定了理论基石。在总结对构建新时代中国管理学理论体系相关认知的基础上,以中国式现代化理论为指导,明确构建新时代具有中国特色的管理学理论体系的努力方向,即:依托中华优秀传统文化,构建以人为本的中国管理理论内核;利用中国独特的制度环境,拓展主流管理理论边界,为主流管理理论发展作出中国贡献;把握社会经济发展前沿实践,创造新时代根植于中国实践的普遍性管理理论。

【关键词】中国式现代化;管理学理论体系;中国特色;自主知识体系

【作者简介】黄群慧,中国社会科学院经济研究所研究员,博士生导师,huang. q. h@263.net(北京100836);邵婧婷(通讯作者),中国社会科学院工业经济研究所助理研究员,管理学博士,jingtingshao@126.com(北京100006)。

【原文出处】《山东大学学报》(哲学社会科学版)(济南),2025.2.22~36

【基金项目】国家社科基金“加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系”研究专项项目“新时代中国特色管理学基本理论问题研究”(19VXL11);中国社会科学院学科建设“登峰战略”资助计划(DF2023YS25);中国社会科学院工业经济研究所创新工程项目“新时代中国企业创新与成长国际化研究”(2022GJS04);中国社会科学院重大创新项目“中国式现代化理论研究”(2023YZD028)。

一、引言

改革开放以来,我国的经济的发展取得了辉煌的成就,国内生产总值跃居世界第二位,制造业规模稳居世界第一。一些关键核心技术实现突破,战略性新兴产业发展壮大,载人航天、探月探火、深海深地探测、超级计算机、卫星导航、量子信息、核电技术、大飞机制造、生物医药等取得重大成果,我国已进入创新型国家行列。这些辉煌成绩的背后,是以大量中国企业的探索、实践、成长和发展作为微观基础的。据统计,截至2023年,我国共有规模以上工业企业单位482000个,对比2019年实现了年均6.89%的增长。在这些企业中涌现出大量优秀企业,跻身世界级明星企业之列^①。根据2023年《财

富》世界500强榜单,中国有142家企业上榜,总上榜数量连续4年超过美国,上榜中国企业的营收总额较2022年提升1.7%。需要特别指出的是,有9家中国汽车企业上榜,跻身全球最大汽车企业行列,而在这9家汽车企业中,比亚迪和宁德时代的上榜意味着中国企业实现了新能源车的技术创新与突破,这说明我国企业近些年来在持续保持高速增长的同时,新质生产力开始提质增效,引领中国经济进入高质量发展阶段。

根据以往的经验,一国经济的繁荣,往往会伴随着具有国际影响力的管理理论或实践的诞生,比如美国的崛起使得以福特为代表的流水线式大规模生产方式风靡全球、德国的工业发展使得以工程师和

技术工人体系为基础的“工匠精神”被广为传播,日本的经济腾飞使得以丰田为代表的精益生产方式备受推崇,那么随着中国经济与中国企业的跨越式发展,中国有没有涌现出具有普遍性的管理实践呢?有没有诞生既有鲜明的中国特色、又有广泛的国际影响力的管理哲学、理论与方法体系呢?答案并不乐观。有学者在总结了世界一流企业保持其基业长青的关键维度之后,通过综合对比,认为中国企业的总体管理水平在多个维度上与世界一流企业相比仍有明显的差距^{②③}。造成这种管理实践相对落后的主要原因还是在于缺失能够反映新时代气象、适应高质量发展要求、引领新发展阶段管理实践、具有广泛共识、凸显中国特色的管理学理论体系。时代是思想之母,思想发时代之先声,管理学实践的进步需要先进管理学理论体系的支撑,加快构建新时代具有中国特色的管理学理论体系刻不容缓。

管理学科是哲学社会科学的重要组成部分之一,推进新时代具有中国特色管理学理论的发展,必须遵循习近平总书记2016年5月17日在哲学社会科学工作座谈会上提出的“在指导思想、学科体系、学术体系、话语体系等方面充分体现中国特色、中国风格、中国气派”^④。其中,“特色”一词是指一种事物显著区别于其他事物的风格和形式,是由事物赖以产生和发展的特定的具体的环境因素所决定的。由于管理学的知识产出就是在给定情境下,提供能够描述和解释管理活动规律的理论知识。管理活动赖以存在和发生的“时空情境”(相当于自然科学研究中的“假设”)是由相关的历史文化背景、政治经济制度和科学技术基础等诸多复杂因素相互纠结而形成的。因此,管理学理论具有高度的“情境依赖性”,并不存在一个“放之四海而皆准”的管理学理论,管理学的中国特色强调的就是中国情境。“风格”是艺术概念,反映的是艺术作品在整体上呈现的有代表性的面貌,取决于作品所表现出来的相对稳定、内在,反映时代、民族或艺术家思想、审美等的内在特性。管理学既是一门科学,也是一门艺术。管理学的中国风格就是要挖掘中国管理实践

中的“中华民族基因”,体现中国文化基因对于管理实践与管理活动的塑造作用,提取中国历史和中国文化作用于中国管理实践的底层规律。“气派”的本意指人的态度作风或事物所表现的气势。中国气派是指中国的管理学研究要心怀“国之大者”,以推动构建人类命运共同体的责任和担当,以发展兼具批判性和包容性的全球视角,对基于西方情境的“主流”管理理论和基于中国情境的“本土”管理理论兼收并蓄,为推进人类管理理论前沿贡献中国智慧。

当下,管理学界和实务界聚焦于加快构建新时代具有中国特色的管理学理论体系正当其时。一方面,从外部视角来看,国际学术话语体系正在加速向多极化新格局演化。20世纪90年代之前,中国一直被视为“学术戈壁”,来自这里的管理问题很难进入国际主流学者的研究视野,更很难谈起构建有独特经验和独到智慧的中国管理理论学派。而近些年来许多主流期刊以“特刊”的形式凝练和聚合中国管理问题,中国管理研究的国际化进程在急速加剧,与中国元素有关的管理问题渐成显学^⑤。而且,随着中国经济的不断增长,中国式现代化理论不断完善,以及中国企业的日益壮大,具有中国特色的管理学理论逐步被全球学者所接受和认可的趋势越来越明显。另一方面,从内部视角来看,随着中国进入全面建设社会主义现代化强国建设的历史阶段以及中国式现代化理论的提出,我国正大力推动高质量发展,以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局战略也在不断深入推进,解决好管理学研究中本土化和国际化理论构建的关系,以本土化理论构建为核心,以国际通用的社会科学研究范式(如实证研究方法等)为工具开展研究工作,聚焦中国管理情境、讲述中国管理故事,是中国式现代化理论和国家战略映射到管理学科,构建既有中国特色又有国际影响力的新时代中国管理学理论的应有之义。综合来看,加快构建新时代具有中国特色的管理学理论体系是坚定“四个自信”的有效措施,是坚持科学理论引领伟大实践,不断推动中国特色管理实践向纵深发展的必由之路。

二、中国式现代化理论为构建新时代中国特色管理学理论体系奠定了理论基石

现代化是指由传统国家进入现代国家的历史进程中一个对一国经济、政治、文化、社会等各方面都具有深刻影响的社会现象,以工业化生产、全球市场形成、技术扩散、社会进步、文明发展等为其主要表征。一百多年来,中国人民在中国共产党的领导下,勇于探索、砥砺前行,逐渐摸索出一条适合中国基本国情和历史演进脉络的中国式现代化之路。党的二十大报告系统阐明了中国式现代化的基本特征、本质要求、价值逻辑、文明取向和实践路径,中国式现代化理论是我们党带领广大人民实现中华民族伟大复兴的政治纲领和行动指南,也为世界现代化理论和实践的发展提供了重要的创新样本和参照坐标。

中国式现代化形成于宏大的历史叙事和当下话语体系建构相交汇的时空焦点,有着深刻的历史逻辑、理论逻辑和现实逻辑,既有各国现代化的共同特征,又有基于自己国情的中国特色,体现为既有国家经济社会发展状况和发展水平达到世界先进和前沿、世界各国现代化共同的量的规定,又有符合人口规模巨大国情、实现全体人民共同富裕、物质文明与精神文明相协调、人与自然和谐共生、走和平发展道路等中国自身特色的质的特性^⑥。

中国式现代化理论是党的重大理论创新,对于管理学理论的发展具有重大指导意义。推进中国式现代化的发展,关键的决定性因素是要坚持以经济建设为中心。经济建设在微观层面上体现为一项项具体的经济活动和一个个鲜活的管理实践。而由于我国实行的中国特色社会主义市场经济体制在世界历史范围内都是一场史无前例的创新,那些经济与管理实践尤其需要具有中国特色的经济学管理学理论的指导。2022年4月25日,习近平总书记在中国人民大学考察时指出:“加快构建中国特色哲学社会科学,归根结底是建构中国自主的知识体系。”^⑦在这个要求的指引下,要加快构建新时代中国特色管理学,归根结底是构建中国管理学自主的知识体系,而知识体系包括理论知识和实践知识,因此,更进一步

地,构建中国管理学自主知识体系的一项关键任务就是构建中国特色管理学理论体系。

中国式现代化理论为新时代中国特色管理学理论体系的构建提供了理念指导和思想依据。管理的对象是人及由人组成的各种组织,人和组织的行为、过程、结果等方面的问题是管理学理论关注的核心问题。中国式现代化是中国共产党领导的以人民为中心的社会主义现代化,这样的现代化既要追求社会效率的整体性提升,又要保证惠及全体人民的公平发展;不以追求少数人的利润为目标,而以满足广大人民美好生活的需要为目的;发展方式不靠占有和剥削,而是提倡劳动和创造;鼓励人的发展不仅要重视物质财富的增长,更要关注精神世界的丰富,从而实现人的自由而全面发展。可见,对于人的发展的特别关注使得中国式现代化理论与管理学理论在底层逻辑上形成了耦合与互动,因此,中国式现代化理论构成了新时代具有中国特色管理学理论体系构建的坚实基础。下面,将分别就中国式现代化五个方面的特点与管理学理论构建的关联性进行阐述。

(一)从理论的本源视角出发:人口规模巨大的现代化所产生的海量管理实践将为新时代具有中国特色管理学理论体系构建提供丰富素材

根据第七次全国人口普查数据,2020年中国人口(不含港澳台地区)达到14.12亿。如果中国成功实现了现代化,那么就意味着大约18%的全球总人口迈入了现代化国家序列,这势必会成为一项足以改变人类历史进程的伟大壮举,其产生的规模效应、辐射效应将难以估量。从理论本源的视角出发,任何理论都来自实践,是实践经验的概括和总结、提炼和升华。人口规模巨大的现代化意味着管理实践的丰富性和多样化,再加上我国历经几十年的经济改革实践始终处于动态演进过程中,改革中无数经济主体的行为也在不断动态调整,这种时空因素的叠加势必形成海量的经济与管理实践活动,这为中国特色管理学理论体系的构建提供了丰富的原始素材库。

管理理论的实践学派认为,要理论化一个社会

现象,必须要回到构成这个社会现象的一系列实践活动中进行研究与归纳^⑧。实践理论认为,日常活动(activity)及其构成的实践(practice)对社会现实的构建或者重构具有决定性作用,且实践者的实践活动与其所在场域(情境)存在共生演化性。要想真正理解透实践的含义,理论研究者必须走出去和进入企业中去观察、访谈或邀请企业员工参与理论的建构中^⑨。除了理论构建,任何理论的检验和边界的确定(也即理论的重构)也需要实践的贡献。全球性的管理学理论发展到今天,有其科学性和普适性的方面,但中国文化(既包括中华优秀传统文化,也包括当代管理制度等)也被广泛地认为有其显著的独特性,这种独特性一定蕴含着不同于以往的管理规律,这也就意味着基于巨大人口规模的中国的海量管理实践,有很大的机会为全球性管理理论的修正和边界的拓展作出自己的重大贡献。

(二)从理论的价值追求视角出发:追求共同富裕的现代化将为新时代具有中国特色管理学理论的发展提供多元价值目标

在西方管理学经典理论中,追求经济效率是最高准则,在这一准则的指导下,追求极致效率的企业组织逐渐取代了传统社会中以文化、宗教、种族和价值观为纽带将人们联结起来的,诸如宗教团体、氏族公社、乡野村落、行业联盟等相对松散的组织。西方管理学以物化的目标和过强的激励不断给人注射“强心剂”,以科层制的组织结构和与之相随的法定权力对人施以严格控制,以所谓科学的决策和规范的流程将财富不着痕迹地导入少数人的腰包。应该承认,这种追求效率的思想的确大大促进了西方工商业文明的繁盛,并因此带领西方更早地进入现代化的进程中。然而随之而来的是贫富两极分化、财富集中程度越来越高,甚至极少数寡头集团占有国家绝大多数资产。美联储自1989年起开始追踪美国财富分布情况,截至2021年,美国前1%家庭拥有的财富(高达45.9万亿美元)比例达到创纪录的32.3%,而后50%家庭(约6300万个家庭)仅拥有2.6%的财富^⑩。正如恩格斯指出的,这样的“现代国家,不管它的形式如何,本质上都是资本主义的机器,资本家的

国家,理想的总资本家”^⑪。

与之相对应,中国式现代化追求的是建立在生产力高度发达基础上的共同富裕。中国式现代化秉承的价值准则就是一切发展是为了人民,一切发展依靠人民,一切发展成果也要由人民共享,这才是发展的最终目的和归宿。落实到企业管理实践和管理学理论范畴,就是要构建以劳动原则为基础的社会整体性关系,超越由于资本主义生产关系所引致的工业生产中人与人之间关系异质化、甚至相对立的问题。同时还要解决好分配的公平正义问题,从效率导向型分配逐渐过渡到兼顾公平与效率,使人获得更多的可自由支配的资源与时间,从而有机会发展成为真正自由的人、独立的人、全面的人。

(三)从理论的研究对象视角出发:物质文明和精神文明相协调的现代化将对新时代中国特色管理学理论体系的研究对象进行重新定义

管理学的研究对象是人。马克思在《资本论》中指出,资本在追求价值增殖过程中,生产资料表现为“活劳动量的吸收器”,“并不是工人使用生产资料,而是生产资料使用工人”^⑫,人的价值被异化了。随着人类社会整体性地进入以西方为主导的现代文明,越来越多的人因为受到西方现代企业管理的驯化而显现出被伤害的状态,比如因为过强的激励而产生过劳、抑郁或因为无法胜任目标而变得冷漠、麻木,再或因为技术的成功被圈养到无数个多中心、无差异的“铁笼”中^⑬。为减轻这种文明带来的伤害,西方的管理学者提出组织中的领导者应该既关心效率,也关心人,而且对于效率的关心必须建立在对于人的关心的基础之上^⑭。然而,这一理论虽然在企业管理中引入了人文关怀,但其基本出发点仍在于对于人的使用,而非对于人的发展乃至最终解放。

中国式现代化秉承的是马克思主义普遍原理,以人类解放为目标,旨在打破资本主义生产关系范式中只关注物质财富(或者说交换价值)而不关注人的特质的窠臼,将精神文明发展作为实现人全面发展的实现路径。可以说,中国式现代化是国家物质力量和精神力量同步增强的现代化,是社会物质文明和精神文明同步推进的现代化,是人民物质

生活和精神生活同步提升的现代化^⑤。与中国式现代化“文明协调论”理念相适应,中国特色管理学理论体系构建的使命就是要将那些被西方现代化思想观念与美国企业管理原则驯化了的人们解放出来,将其还原为全面自由发展的人以及与他人、社会、自然和谐相处的人,携手共建更加符合人类可持续发展需要的现代文明形态。

(四)从理论的情境变量视角出发:人与自然和谐共生的现代化将重置管理学情境变量,扩展新时代中国特色管理学理论边界

人与自然之间的关系是人类历史最本初的基本关系之一,是人与自我、与他人、人与社会之间关系的基础。人类社会之初,由于生产力水平的低下,人几乎全部的时间都花费在从自然界获取生活资料上,随着生产力的不断进步,特别是进入资本主义工业文明之后,资本对剩余价值无节制地攫取,人与人、人与自然之间的关系发生了异化,生态环境危机也随之出现。

中国式现代化所代表的中国道路内在地就具有构建和谐的人与自然的关系的要求,提出“绿水青山就是金山银山”的工业文明与生态文明相融合的理念。由于人与生俱来的社会属性,人与自然的关系不可避免地会与一定的社会关系交织在一起,不可分割。落实到管理学理论体系构建而言,人与自然的和谐共生重置了管理学理论中的情境变量:即由生产者对自然进行改造,自然是生产者生产实践活动客体的状态,演变为人与自然和谐共生,生产者与自然形成一种共同体形态,并借由该共同体的联合控制对生产者与自然之间的物质变换进行合理调节的状态。

(五)从理论的发展方向视角出发:走和平发展道路的现代化将重新定义管理学理论演进方向,为新时代中国特色管理学理论发展指明道路

西方现代化是“国强必霸”丛林法则和零和博弈思维模式驱动下的现代化,信奉依靠武力扩张、殖民掠夺、霸权主义的方式攫取资源、市场、财富和权力,认为崛起大国与守成大国之间一定逃不出“修昔底德陷阱”。而中国式现代化坚持走和平发展道路,主

张以共同体观看待人与人、国与国之间的关系,以中华民族讲信修睦、协和万邦的文明逻辑将各国人民的共同利益结合起来,践行共商共建共享的全球治理观,走出一条不同于西方的、合作共赢的现代化发展之路。

落实到经济学、管理学范畴上,西方的零和博弈思想孕育出了以“委托-代理”理论为代表的一系列交易成本理论,认为在信息不对称和存在利益冲突的情境下,一方利益的增长是伴随着另一方利益的受损而实现的;而中国的合作共赢思想演化出了命运共同体理论,认为可以通过协调、合作、求同存异、多边主义、交流互鉴等方式化解世界范围面临的一系列经济危机和社会困境。西方管理学理论中近些年来提出共生演进理论,认为组织与环境之间可以通过相互作用、相互影响,达到共同演进的状态^⑥,这一理论虽然强调了组织与其所处环境的协和共生,然而其分析对象和立足点始终是微观视角的组织层面,与中国式现代化所倡导的全人类视角相比,广度和层次还是有显著差异的。由此可见,中国式现代化理念指导下的管理学理论发展与西方经典管理学理论演进方向不同,这为构建新时代具有中国特色的管理学理论体系指出了一条新的发展道路。

三、当前中国管理学理论体系的三种构建路径

关于中国管理学理论体系的构建,当代学者进行了多视角的探索,总结起来,基本可以归结为涉及信息来源、研究范式、理论范畴三个维度的三种理论构建路径,如表1所示。其中,信息来源维度包括传统典籍、本土实践两个类别;研究范式维度包含了西方研究范式和多样化研究范式(即西方研究范式之外的其他研究范式)两个类别;理论范畴维度涵盖本土理论和普适理论两个类别。路径1代表了从深受中华优秀传统文化和古圣先贤思想影响的中国特有的实践中提炼出具有鲜明中国特色的中国式管理理论,即用中华优秀传统文化解释中国独特性的问题,可以理解为“以古照今”;路径2代表了将西方管理学理论及其研究范式与中国本土实践相结合,既可以中国实践检验或拓展现有普适理论,也可以西方管理学理论和研究方法解释中国管理问题,可以理解

表 1 当代学者对于中国管理理论构建路径的几种思考

理论构建路径	信息来源	研究范式	理论范畴	观照重点
路径 1:以古照今,从中华优秀传统文化中提炼中国式管理理论	传统典籍+本土实践	多样化范式	本土理论	强调中华优秀传统文化的新时代应用
路径 2:中西合璧,以规范的研究方法做中国管理理论研究	本土实践	西方研究范式	普适理论,以中国实践检验或拓展现有普适理论或以西方研究范式解释中国管理问题	强调立足于西方研究范式
路径 3:格物致知,从本土管理实践到普适性管理理论	本土实践	多样化范式+西方研究范式	普适理论,构建扎根于中国实践的普适理论,解释世界普遍存在的问题	强调扎根于本土实践

资料来源:作者自制。

为“中西合璧”;路径 3 代表了通过扎根中国管理实践,归纳出普适性理论,解释世界普遍存在的问题,可以理解为“格物致知”。需要指出的是,这三种理论构建路径并不是互斥的,事实上,这三种理论构建路径在实际研究工作开展过程中边界还多有重合,但是之所以将其区分开,主要原因是其各有观照的重点。其中路径 1 强调的是立足于中华优秀传统文化,路径 2 强调的是立足于西方研究范式,路径 3 则强调的是扎根于本土实践。

(一)路径 1:以古照今,从中华优秀传统文化中提炼中国式管理理论

中国式现代化与中华优秀传统文化之间存在着深刻的关联性。中国式现代化强调要秉承中华优秀传统文化理念,将马克思主义与中华优秀传统文化有机融合起来,用马克思主义真理的力量激活中华民族历经几千年创造的伟大文明,使中华文明再次迸发出强大精神力量。中华优秀传统文化,作为中华民族的精神命脉,为中国式现代化提供了丰富的文化资源和深厚的文化底蕴。聚焦于管理学视角下,作为世界上唯一一个延续了五千多年而没有中断的文明,中华民族辉煌的历史和绵延的文化形成了自身独特的哲学思辨体系和语言逻辑范式,埋藏在史书典籍中的传统管理思想和理念内涵也是极其丰富的,值得我们去挖掘和探索。在这些探索中,管理学领域涌现出一大批丰硕的成果。其中,既有扎根于历史文脉与精神世界的理论体系构建^{①②};也有传统管理哲学现实应用的探索^③;还有借助西方管理科学

方法对中国本土概念进行概念化构建的尝试^{④⑤}。甚至也已有西方的学者开始使用“阴阳”“关系”等中国传统概念进行研究探索,可见,中华优秀传统文化在现代管理学研究中已经开始有了新的应用。

东西方哲学体系尽管存在着巨大的差异,但是在认识世界的底层逻辑上也是有相通之处的。以库恩在《科学革命的结构》中提出的经典“范式”框架作为研究事物的基本手段,可以从本体论(ontology)、认识论(epistemology)、方法论(methodology)的角度出发对事物进行逐层深入的分析工作^⑥。“批判现实主义之父”英国哲学家罗伊·巴斯卡在其著作《科学的现实主义理论》中提出了研究事物的三个层次,即机制(mechanism)-事件(event)-体验(experience)^⑦。其中,机制对应的是本体论的概念范畴,即事物的性质和基本运行规律;事件对应的是认识论的概念范畴,强调事物的各种不同时空情境和触发状态;体验对应的是方法论的概念范畴,反映事物呈现出的,可被人感知的表象。这与我国传统典籍,被称为群经之首的《易经》中所提出的认识事物的三个角度“理、数、象”的道理如出一辙。理即为“天理”,揭示的是天地万物运行的基本规律和人应该顺应“天理”的道理。数揭示了事物所处的“时”与“位”,以及在某种特定的时空组合中所呈现的“阴”或“阳”的状态。象则反映了阴阳之间各种转换的可能性及其表征出来的现象或意象。

虽然认识事物的基本方法有相通之处,但不可否认,东西方哲学体系在内容上还是存在着本质上

的不同。比如在本体论层面,中国哲学讲究“天人合一”,人不可完全置身于天地事物运行的规律之外,而是规律的一部分,并肩负着发扬天地之道和自然规律的使命。西方哲学则认为研究者应该独立于研究对象,以局外人的视角来观察研究对象。本体论层面的认知差异,直接导致了基于本体论的认识论以及方法论的天差地别,这就形成了从中华优秀传统文化中提炼中国本土管理理论的合理性。举例而言,西方管理学体系中针对股东与经理人之间由于信息不对称而引发的机会主义、逆向选择和道德风险等问题提出了“委托-代理”理论,用于解释股东与经理人之间的二元关系。与之相对应的是,以晋商为代表的中国传统古典企业的管理实践对于处理股东与经理人之间的关系,采用的是基于儒家义利观的身股激励制度,即将经理人的个人利益与企业集体利益相绑定,讲究“先义后利”“义利并重”。“义”的含义为合理、正直,“利”特指集体利益,而不仅仅是个人利益,即要以正直合理的手段谋求集体利益的最大化,从而在集体利益实现的基础上获得个人价值的体现^⑩。儒家义利观经过长期的实践,证明了其能够有效地规避现代股权激励制度因偏重物质激励所带来的很多问题,乔家字号历经二百余年依然长盛不衰便是有力证明。

以治身、治家、治生、治国、治军的“国学五维”为纵向维度,以管理的主体、管理的对象(客体)、管理的环境、管理的目标、管理的内容与方法的“实践五维”为横向维度,能够构建中国管理理论框架的参照系以及推进方式^⑪。中华优秀传统文化的思想根基在于修身,管理者首先要进行自我管理,提高个人修养才能推己至家;在家庭稳固的基础上,才能向外求索,谋生治生,也就是现代语境下的经营管理;同时也为国家的宏观治理奠定了微观经济基础;军事管理的目的则在于维护国家和人民的安全。这是一条由小到大、由内而外不断泛化的纵向逻辑,符合事物发展演进的规律。而横向逻辑则表达了管理作为一种协调人与物等资源为实现组织目标服务的实践行为,从形态上来说必然具有人类有目的实践活动的所有要素,符合多角度、全视域观察研究对象的方法

论要求。

要构建以中华优秀传统文化为根基,采用中国特有的逻辑框架或范式的中国管理理论,可行的路径是先“中国语言,中国故事”,然后同步发展“国际语言,中国故事”或“中国语言,国际故事”,最后的终极目标是“国际语言,国际故事”。通过“中国语言,中国故事”提炼出适合解释中国特有管理实践和管理现象的原创性理论,为讲好中国故事奠定基础^⑫。同时,借鉴西方的规范科学范式,形成与西方管理理论之间的对话和交互,实现中西合璧、中体西用,即“国际语言,中国故事”或“中国语言,国际故事”的含义。最后,“国际语言,国际故事”则是超越了空间范畴,共建服务于全人类的管理学理论和知识体系。

(二)路径2:中西合璧,以规范的研究方法做中国管理理论研究

如前文所述,东西方研究的路径是共通的,都是遵循“本体论-认识论-方法论”,或者说“理-数-象”,但是历史文化背景、哲学思维方式的不同导致研究方法大不相同。中国的研究对于“理”的定义更为抽象,如“理”代表了宇宙万物运行的基本规律,因此很难用简单、明确或精准的语言及概念去描述,正所谓“道可道,非常道”。西方的研究对于“本体论”的定义则更为具象,比如某种现象的底层机制,而“机制”是可以用精准的概念或范畴去定义和测量的。对于管理研究而言,显然西方的研究方法更具可操作性,再加上西方的管理学理论在其长期的发展演化过程中形成了完备的体系,既包括基于大样本数据的定量研究,也包括基于质性证据的定性研究;既包括从理论到实践的演绎法,也包括从实践到理论的归纳法。而这样的体系在跨越时空的应用中,其有效性也得到了验证,因此,“我们没必要重新发明轮子,而应该是缺什么就补什么”^⑬。所以,中西合璧、中体西用不失为一种快速建立中国管理研究国际声望的好办法,为“发中国之声”及“为中国发声”奠定一个容易被广泛接受的基础。

中国管理学者开始在国际期刊上发声肇始于20世纪90年代,2000年后加速发展。其中有很大一部分研究聚焦在西方情境中常见的研究命题或概念范

畴上,忽略对中国独特的本土命题和真实问题的关注。这些研究多是建立在对于两个或多个变量之间相关性的描述性或解释性研究,中国情境在这些研究中只是被弱化为一种背景,即使褪去“中国”二字,基本也不影响结论,这是非常可惜的。情境这个词的内涵是包括将其作为一种元素与研究问题和研究对象之间产生深刻互动的,是要表达环境、组织与人的交互影响,以及这种影响随时间变化的历史动态性的^③。因此这样的研究算不得以西方规范研究范式作出中国情境下的管理问题研究。

随着中国经济的影响日渐增大,中国企业的发展越来越受到世人瞩目,学术界对于中国情境和中国语言体系日渐熟悉,这为中国问题受到更加广泛的重视、中国元素融入主流管理理论带来了良好的契机。有研究认为中国管理研究的传播可以从叙事学的角度加以思考。叙事体被广泛接受有两个考察维度,一是接受度,二是传播度。接受度取决于叙事方式在合法性与独特性之间取得平衡,因为“适当的独特性可以彰显优势、脱颖而出,但是过犹不及,过分标新立异则会加大理解难度、引发质疑”。^④若能通过研究揭示出这种独特性,则不失为有价值的研究。举例而言,一些西方学者用“制度真空”(institutional void)来描述中国的制度环境,认为中国存在制度空缺^⑤,然而把有着悠久文明和不断历史的经济体的制度安排看作制度空缺,其实是以低维度视角看待高维度,或者说缺乏对于不同制度逻辑的理解。传播度取决于叙事的核心价值是否有积极的意义和广泛的受众。其中,积极的意义是指中国的管理研究是否有利于提高中国及其他国家企业的商业和社会绩效;广泛的受众是指中国的管理研究是否对全球学术共同体有更高的开放度和透明度。管理学研究走到今天,已经有近20年没有再产生新的理论,这并不意味着经典理论体系能够完全解释今天日新月异的管理实践,以及新兴经济体面临的管理难题,这为我们构建中国特色管理学理论体系提供了绝佳的价值和意义支撑点。同时,在研究的过程中坚持被学术团体共同认可的学术规范和高标准的道德要求,也是中国管理研究走向世界的必要条件之一。

中国管理研究命题与西方研究范式相结合的研究成果可分为两类:一类是“使熟悉新颖化”,另一类是“使新颖熟悉化”^⑥。“使熟悉新颖化”是指用中国情境检验已有理论,比如通过拓展概念的外延使之适用于中国情境,或者以中国情境界定理论的边界条件。而“使新颖熟悉化”是指用经典研究范式及研究方法解释中国的管理问题或开发本土理论,比如可以通过运用扎根理论、归纳分析等方法挖掘出中国情境中的新现象、新概念及新关系,从而开发出新的理论。可见,中国情境不但能用于检验和拓展现有理论,也能重建甚至新建理论。而且,利用中国元素构建的本土理论也是有潜力成为可适用于全球不同情境的普适性理论的。艾森哈特认为以系统科学的方法为指导开发出的逻辑自洽的本土构念,辅以修辞性和深入现象内部的专业叙事,是可以形成具有较高内部信度和效度的理论体系的^⑦。事实上,目前的一些主流管理理论,如代理理论、资源基础观等,一开始也是饱受争议的本土理论,这为植根于中国情境的本土理论走向普适性理论提供了样本和标杆。

(三) 路径3: 格物致知,从本土管理实践到普适性管理理论

管理学是一门实践应用性极强的学科。其产生与发展来源于实践,也必须回到实践中去解决现实问题。当下管理学科的发展面临两个重要而紧迫的任务:一是不断提升管理学科的应用性,科研成果更多地面向经济主战场和国家重大需求;二是不断提升管理学科的科学性,使之成为一门负责任的学科^⑧。管理学科的应用性要以管理理论在立足实践、超越实践、反躬实践的闭环中得以创新发展而实现,而且重大管理理论学说大多是具有丰富管理实践经验的企业家或管理学家总结提出的,如“科学管理之父”泰勒、古典组织理论及管理过程学派创始人法约尔,都是公司的高层管理者。与管理学科的应用性被广泛接受相比,管理学科的科学性常常受到质疑。相对于以物理世界为研究对象的学科,管理学科研究成果的普适性受到很大程度的限制,特别是在百年未有之大变局加速演进、全球经济正在经历深刻

调整和变革的今天。因此,从管理实践的创新中挖掘其科学性的成分,对于管理学科的建设与发展而言,显得尤为重要。

近年来,尽管关注本土管理实践并在此基础上构建科学的管理理论已受到中国管理学界的普遍重视,但实际产出的重要成果却并不多见。究其原因,主要有两点:一是缺乏将管理学实践的描述性研究通过“概念性飞跃”升华到理论体系的能力,二是对于中国管理实践的特殊性缺乏深刻理解,导致理论体系的边界不清,这使得扎根于中国本土实践的管理学理论难以在学界形成广泛共识。那么,基于本土实践的管理学理论有没有可能发展成为普适性理论呢?我们认为,基于中国管理实践的研究能够为全球的管理学理论发展作出重大贡献。原因有二:第一,基于中国实践的研究能够促使学界对于主流的基于西方古典管理理论的基本假设进行反思,从而有助于修正和拓展现有理论;第二,新理论的产生通常源于对新的管理现象和管理实践的解释,中国鲜活的创新性的管理实践将为管理学理论的创新与发展提供大量的素材和一手数据。比如作为“世界级创新”(new-to-the-world innovation)的即时通信应用软件“微信”,其巨大的商业成功使得腾讯所采用的内部不同产品(甚至包括具有相似功能和市场定位的产品,如微信、移动QQ等),都以动态竞合关系共同发展并各自参与外部市场竞争的策略,就突破了传统演化理论框架下西方创新公司普遍采用的在研发实验室内鼓励创新,并在其中选取几个有前景的商业想法付诸市场的竞争策略^③,这为战略管理理论的突破和创新提供了绝佳的素材。

那么,进一步要回答的问题是如何从中国的本土实践中发展提炼出普适性理论呢?就理论发展的一般性路径而言,从中国管理实践发展到中国管理理论的方法可以被总结概括为“观察-洞察-涌现”^④。任何研究的起点都是“观察”。观察的切入点就在于管理实践。从实践理论视角出发,实践包含三个要素,即实践模式、实践活动和实践者。实践模式是指为达成组织目标而开展的常规活动的一般性模式,如战略规划如何制定、运营流程如何设计、

沟通协调如何开展等;实践活动是指实践者个体从事的具体活动,比如一次具体的任务执行过程等;实践者是指开展实践活动的个体或团队,这些个体或团队利用其主观能动性在灵活运用、调整和整合实践模式的基础上开展具体的实践活动。继观察之后,便进入了“洞察”阶段,即要在观察所得、所知、所感的基础上进行抽丝剥茧,提炼出底层逻辑,构建管理理论。任何管理研究的目的都不是停留在单纯地描述现象上,而是要通过现象描述构建能够解释现象的理论。理论构建通常有两条可行的路径,一是解释管理实践的底层逻辑,即深挖理论机制,二是将管理实践迁移到其他管理现象上,即扩展理论范围。最后,便进入“涌现”阶段,即构建中国管理理论,形成一套能够解释中国管理实践的理论体系。这样的理论体系要能够回答关于中国管理实践的一系列核心问题,如:“中国管理实践的重大问题是什么”“中国管理实践的独特性在哪里”以及“中国管理实践的发展脉络是什么”,这是探索中国管理理论适用性边界的重要一步。

四、在中国式现代化理论指导下构建新时代中国特色管理学理论体系

上文中所提到的管理学理论体系三种构建路径主要还是基于管理学自身的研究范畴和理论范式进行的探索和思考,随着中国式现代化理论的提出以及中国管理实践的发展、改革和深化,中国管理学理论的发展逐渐步入了快车道。时代的发展呼吁有中国特色的管理学理论体系尽快构建起来。未来管理学理论的发展要把握时代的方向,顺应发展的大势,扎根于真实实践,内求于自我文化,大胆突破、勇于探索,踔厉前行。

构建新时代中国特色管理学理论体系的基本原则就是要把握住中国式现代化理论的核心要义,既要在立足中华优秀传统文化基础上梳理出中国管理学理论的内核,也要利用中国独特的制度环境对于主流管理学理论的发展作出中国贡献,更要把握社会经济发展的最前沿创造出新时代具有普适性的全球理论。可见,在中国式现代化理论指导下的新时代中国特色管理学理论体系将是一个具有自己独特

理论内核,对现有主流管理学理论体系能进行有益补充,并能引领未来全球管理学理论发展的普适性的知识体系。

(一)扩展路径1的方向:以中国式现代化理论为指导,依托中华优秀传统文化,构建以人为本的中国管理理论内核

新技术情境下技术范式的转移带来了“人”的价值重新定义,人从工业经济时代下的“经济人”开始向知识经济时代下的“社会人”转变,与人的情感、价值观、社会认同等有关的管理学问题日益引起学术共同体的重视,这是历史演进的客观规律,也恰恰与中华优秀传统文化以人为本的核心理念不谋而合,而这也正是中国式现代化理念所推崇的。中华优秀传统文化强调以“修身、齐家、治国、平天下”为君子的使命与责任。一切的根本起源于对个人修养的追求,并在“修己”的基础上实现“安人”,也就是所谓的对人的管理。在此基础上,中华优秀传统文化重视集体主义,强调个人对群体和社会的贡献,比如“穷则独善其身,达则兼济天下”“为天地立心,为生民立命,为往圣继绝学,为万世开太平”,这种道义责任与集体主义价值是中国人心智观念的底色,不仅在微观层面上构成了中国人行为和决策的基础,也解释了宏观层面上当代中国政治制度体系上最大的特点,即突出的人民性和“为人民服务”的宗旨。因此,从古圣先贤的典籍中汲取智慧,深刻理解“人”的价值和意义所在,不仅契合了时代发展的需要,也的确能为管理理论的创新带来崭新的视角和帮助。

前文提到的晋商在管理实践中采用的基于儒家义利观的身股激励制度在当代企业管理情境中亦有体现。例如,宁波方太提出了以晋商身股制为原型的全员身股制,强调在企业中通过“家文化”构建起以情感关系为基础融合多种复杂关系的共同体。家文化是在家庭内部向企业泛化的过程中,由于突出的成人性^⑧、复杂系统性、和谐性使得中国企业倾向于在经济关系之外建立情感、伦理等多种组织关系交织的复杂联系,强调团结、依赖的类家族式的集体意识。因此,与西方企业相比,中国企业具有更多的

温情主义色彩,这形成了中国企业的独特优势^⑨。维系这样一种以集体价值为上的制度,靠的是一种共同认可的伦理规范,这种伦理规范无法由外在的权威强加给个体,只可能来源于由传统文化长期塑造所形成的精神信条和自然情感^⑩。将这种精神信条推而广之就构成了新时代中国的新气象,即“共和气象、人民精神”,进一步推广到世界范围就有了“人类命运共同体”理念的提出。因此,中国共产党始终坚持的全心全意为人民谋福利的思想根源就在于中华优秀传统文化中悲天悯人、仁者爱人的民本意识和天下为公、义无反顾的大道之行。

由此可见,在中国式现代化理论指导下,对中华优秀传统文化从管理思想的角度进行挖掘、整理和阐述,并自觉运用优秀传统文化思想进行管理实践活动是构建中国特色管理理论体系的重要方向之一。只有民族的,才是世界的,也只有我们自己的优秀传统文化才能担负得起中国特色管理理论体系的内核。习近平总书记2016年在哲学社会科学工作座谈会上指出:“要加强对中华优秀传统文化的挖掘和阐发,使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调,把跨越时空、超越国界、富有永恒魅力、具有当代价值的文化精神弘扬起来”^⑪,因此,把中华优秀传统文化与当代价值相关联,是新时代中国管理学者的使命担当和历史责任。

(二)扩展路径2的方向:以中国式现代化理论为指导,利用中国独特的制度环境,拓展主流管理理论边界,为主流管理理论发展作出中国贡献

或许有人会提出这样一个问题:中华优秀传统文化古已有之,为何直到今天才迸发出强大的力量呢?答案就埋藏在中国独特的制度环境中。中国管理实践区别于西方的最大特点就体现在制度层面,主要包括宏观微观两方面的制度:一是在宏观层面上,中国整体的制度设计、政策制定和资源调配具有显著的独特性,制度与资源紧密配合,政府和市场相互增益,共同服务于产业的不断升级和经济的持续增长。二是在微观层面上,国家所有权、政治关联与企业组织运行之间的互动关系具有显著的独特性,其中最能体现这种独特性的便是国有企业改革的相

关命题。

从宏观层面来看,当前,我国正处于由高速增长阶段向高质量发展阶段转型的历史时期,中央提出了构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,而构建新发展格局正是中国式现代化的重要实现路径。笔者对新发展格局给出了“阶段-模式-动力”的三维理论模型解释,认为构建新发展格局是实现经济现代化的国家战略,是围绕自主创新、实现自立自强,突破“依附性”、具有“替代性”的一种经济现代化模式^⑩。这种模式本质上是以内循环为主体,做大做强国内市场,从而对全球资本、资源、技术、人才等要素形成虹吸效应,加快产业升级,提升我国在全球产业链中的地位。要构建新发展格局,关键点在于发挥市场在资源配置中的决定性作用以及更好地发挥政府作用。有效市场和有为政府的有机协同和良性互动被认为是中国模式成功的关键因素之一。为了发挥有效市场和有为政府的作用,中央又提出了加快构建高水平社会主义市场经济体制、建设全国统一大市场,进一步打破地方保护主义和市场条块分割,以市场促进分工、提升效率、降低交易成本,并通过强化竞争政策的基础性地位,加快政府职能转变。可以说,建设高水平社会主义市场经济体制和全国统一大市场是推动内循环经济结构改善、推进新发展格局形成的制度基础。管理学理论研究要以更加全面和前瞻的眼光,引领和指导企业实践,帮助企业在进行市场开拓和自身战略规划时,以国家战略为导向,契合国家发展大局,谋得长远健康发展。

从微观层面来看,中国企业管理的发展与国有企业的改革进程是紧密相关的。从改革开放前国有和集体企业一统江山,到改革开放后逐步探索国有经济与市场经济相融合,国有企业乃至国有经济改革的相关问题一直占据着中国管理学理论发展的主流阵地,形成了一系列具有标志性的成果,包括从早期的放权让利、发展承包制,到建立现代企业制度,再到当下的国资国企改革、国有企业分类改革、混合所有制改革等。需要着重指出的是,中国特色现代企业制度是中国式现代化的企业微观基础制度之

一,其核心要义是既要坚持中国共产党领导这个中国最大的国情,又要坚持建立现代企业制度这个市场化改革方向。具体地说,中国特色现代国有企业制度“特”就特在把党的领导融入公司治理各环节,把企业党组织内嵌到公司治理结构之中,明确和落实党组织在公司法人治理结构中的法定地位。这是现阶段中国企业管理实务界和理论界需要共同探索的重要课题。此外,这样具有创新性意义的实践活动离不开具有创新能力的企业家精神的发挥。企业家精神是决定企业创新能力进而也是决定企业核心竞争力的关键。企业家精神的内涵包括企业家敬业、遵纪守法、艰苦奋斗的精神,还包括企业家创新发展、专注品质、追求卓越的精神,更包括企业家履行责任、敢于担当、服务社会的精神。最后,国家层面战略方向的引导与微观层面企业家精神的融合,共同发力培育和形成具有产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代等特征的世界一流企业。中国企业,特别是中国国有企业,通过把握新一轮科技和产业革命趋势有效提升企业技术牵引和产业变革的创新力,通过对标世界一流企业全面提升企业产品品牌价值创造力,通过完善中国特色现代化企业制度加快提升企业现代治理和管理能力,通过积极融入国际经济大循环快速提升企业的全球影响力,正在逐步成长为适应社会主义市场经济体制要求、具有现代属性的现代新型国有企业,在中国式现代化建设中正在发挥越来越重要的作用。

西方主流管理理论体系中有一套较为完备的制度理论分支,涵盖产权理论、交易成本理论、委托代理理论等方面的内容,较为系统地阐释了根植于冲突、依存和秩序等社会关系之下的底层制度逻辑,以及制度系统又是如何通过经济的、规制的、伦理的利益协调机制调节各种社会关系,维护社会制度的运转。而中国在经济体制改革过程中逐步探索并确立了中国特色社会主义市场经济体制这一独特的制度环境,为中国管理实践界营造了市场活力与中国特有文化元素相结合的沃土,使得中国企业能够幸运地成长在抑制传统文化中不利于市场发育的种种负面性因素、又激发出传统文化中的积极性因素的环境。

境之中。例如国有企业制度在中国的成功就大大削弱了西方自由市场派广泛鼓吹的近似圣经般不容置疑的学术权威性^⑩。这样的一套理论体系既可以作为研究我国制度情境特色的出发点,以我国独特的制度实践不断丰富主流制度理论的内涵;也可以作为研究我国制度情境的参照系,并根据我国鲜活的制度实践不断拓展制度理论的应用边界,为主流管理理论的发展作出中国贡献。

(三)扩展路径3的方向:以中国式现代化理论为指导,把握社会经济发展前沿实践,创造新时代基于中国实践的全球普遍理论

中国式现代化强调建成现代化经济体系的内涵包括新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化的基本实现。中国工业化进程与全球信息化浪潮的时空叠加使得我国的工业化呈现出与信息化深度融合的特点,这是一条与传统工业化显著不同的新型工业化路径。无论是对于已经进入了现代化进程的西方发达资本主义国家而言,还是对于我国这种后发外源性现代化国家来说,铺陈在面前的都是一幅崭新的时代画卷。在社会经济发展的前沿,我们和西方国家首次站在了同一起跑线上,甚至在局部领域还出现了领先的趋势。因此深度理解以数字技术为代表的新技术和新经济情境的深刻内涵,及其对管理实践以及管理理论发展所带来的影响、变革与挑战,并由此归纳出新型工业化经济情境对于中国企业管理实践和中国管理学理论发展的作用机制,不仅是摆在管理学理论研究学者面前的重大课题,也是极有可能创造出基于中国实践的全球普适性理论的重大机会。

2020年《中共中央 国务院关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》中首次将数据作为一种新型生产要素放在了与传统生产要素土地、劳动力、资本、技术并列的位置,标志着以人工智能(Artificial Intelligence)、区块链(Blockchain)、云计算(Cloud Computing)、大数据(Data)(合称为“ABCD”)等技术为代表的数字经济正式成为中国经济增长的新动能。随着互联网技术的深化发展和5G的广泛商用,ABCD等技术不再仅仅是企业内部与创新相关

联的一种成分,而是形成了企业的内外部环境,深刻地影响着企业的战略规划、治理模式和管理机制。只有深刻理解数字经济的内在特征,企业才有可能顺应数字经济运行规律,并不断摸索适应数字经济的管理创新和改革方向,而这也将成为管理理论创新的实践之源。以信息为载体的数字经济时代和以物质为载体的工业经济时代相比,其对于企业管理实践影响的特别之处主要体现在以下几个方面:

首先,就企业战略管理而言,数字化加速了企业战略变革。战略定位与战略选择是企业战略管理的核心任务,其中,战略定位主要取决于企业在市场中的竞争位势。数字经济时代,资源的流动性大大增强,不仅交通、物流、资本的交流变得更加快捷,而且在技术的帮助下跨国、跨文化的沟通也变得不再困难,资源的本质属性在数字经济时代发生了根本性的转变,企业原有竞争优势的壁垒被削弱,甚至被打破。劳动、技术、资本等资源的跨时空、跨组织边界的聚集和协作,必然会引发生产关系的改变,如平台经济、社群模式和创新生态系统的出现等,而这会随之带来企业间竞合关系的改变,未来的竞争格局很可能从“市场内竞争”向“市场间竞争”转变,即同一领域内的企业由原来的竞争关系转变为合作关系以应对来自其他领域的颠覆式创新或替代竞争。战略选择主要取决于企业对于用户角色的定位。在数字经济时代,在“ABCD”等技术的帮助下,企业能够以较低的成本在多个维度快速地收集海量的用户数据,挖掘出用户不易表达、甚至尚未产生的潜在需求,并持续地向用户输出价值;用户也可以深度并实时参与到企业的生产过程中,在企业与用户的互动过程中,用户价值真正成为主导企业创造与供给价值的最重要的依据。这种需求端与供给端的双向互动,将是数字化时代企业战略实现自身乃至社会价值最大化的必由之路。

其次,就企业人力资本和组织管理而言,数字化赋能凸显了智力资本的价值。平台经济、社群组织的出现使得企业很难再以传统的组织边界来约束个人的选择与发展,对于高级人才“不求所有,但求所用”更加符合企业经营的实际。组织与个人的关系

逐渐从雇佣与被雇佣向合作共赢转变。比如海尔的“人单合一”模式就是由企业提供基础设施,员工在企业平台上扮演着类似创业者的角色,向用户提供个性化服务,为个人和企业创造价值。而这种转变使得企业内部传统的科层式组织结构被不断打破,组织结构向扁平化、网络化发展,帮助企业建立起对市场的快速响应机制。

最后,就企业运营管理而言,企业传统的运营管理流程通常包含创意产生、设计研发、生产制造、交付市场等边界清晰、顺序排列的子环节,反馈和交互也是建立在这样的流程基础之上的。而数字技术的出现使得企业的运营活动与产出结果之间可以相互交叠,并行展开。比如敏捷开发模式可以使企业在面对转瞬即逝的市场机会时,先以少量的资源和成本,快速提供一个可用的产品或可行的方案,然后快速从用户的使用过程中得到反馈,并不断修正和调整产品或方案,最终实现产品或方案的迭代升级。这种通过敏捷学习、迭代试错的动态响应外部需求的机制使得运营过程与产出结果之间反复交互,形成了时空上的并行。如何根据运营过程的改变调整企业的决策逻辑、业务流程和组织模式,并形成适应性的动态能力,是企业的管理者需要深度思考的。

数字经济时代已经到来,管理属性已不仅仅包括管理理论的科学性、管理实践的艺术性,还包括管理过程的技术性,即管理者必须掌握数字化技术,以便在作出决策时,可以借助数字技术对未来可能发生的事件及其结果进行分析和预测,使得管理决策从“有限理性”和“满意决策”尽可能向“极限理性”和“最优选择”逼近。技术的发展已经逐渐突破了管理决策中“有限理性人”的基本假说,管理实践和管理理论都面临着解析重构的新情境。

我国在当前新一轮的信息技术革命中,在数字资源的规模、广度和深度等方面都已居于世界前列,数字产业化规模持续增长,产业数字化转型步伐加快,众多创新型企业和管理创新实践不断涌现,如通信领域的华为通过变革常态化,在管理实践中主动打破平衡,实现了从2G时代的追随者到5G时代领跑者的转变;阿里巴巴在人工智能芯片、云计算和云

存储等领域坚持技术创新,在创新投入、研发布局、人才引进方面均走在国际前列;工业富联作为全球领先的高端智能制造及工业互联网解决方案提供商,在推动ICT产业链数字化转型方面作出了不懈努力;DeepSeek所选择的开源策略以及高效的优化性能,不仅打破了美国对AI话语权的垄断,也为中国AI产业的未来发展指明了方向。凡此种种,不一而足,都为我国从本土的实践中发展出原创性普适性管理理论,以中国方案引领全球数字经济时代管理理论的发展,提供了难得的机遇以及探索的方向。

注释:

①《2023年〈财富〉世界500强排行榜》, https://www.fortunechina.com/fortune500/c/2023-08/02/content_436874.htm, 访问日期:2024年9月7日。

②黄群慧、余菁、王涛:《培育世界一流企业:国际经验与中国情境》,《中国工业经济》2017年第11期。

③崔新健、欧阳慧敏:《中国培育具有全球竞争力的世界一流企业:进展、差距和策略》,《经济动态》2020年第5期。

④习近平:《在哲学社会科学工作座谈会上的讲话》,北京:人民出版社,2016年,第15页。

⑤魏江、陈光沛:《管理研究中的“中国元素”:从情境到理论——兼评李家涛〈从中国元素到全球管理理论——中国管理研究回顾与展望〉》,《管理学季刊》2022年第1期。

⑥中国式现代化研究课题组、高培勇、黄群慧:《中国式现代化的理论认识、经济前景与战略任务》,《经济研究》2022年第8期。

⑦《习近平在中国人民大学考察时强调 坚持党的领导传承红色基因扎根中国大地 走出一条建设中国特色世界一流大学新路》,《人民日报》2022年4月26日,第1版。

⑧Feldman M. S., Orlikowski W. J., "Theorizing Practice and Practicing Theory", *Organization Science*, 2011, 22(5), pp. 1121-1367.

⑨徐淑英、吕力:《中国本土管理研究的理论与实践问题:对徐淑英的访谈》,《管理学报》2015年第3期。

⑩《美国贫富分化持续恶化的事实真相》, http://www.news.cn/2023-02/23/c_1129390897.htm, 访问日期:2024年5月8日。

⑪《马克思恩格斯全集》第26卷,北京:人民出版社,2014

年,第296页。

⑫《马克思恩格斯全集》第38卷,北京:人民出版社,2019年,第71页。

⑬余菁:《BRIDGE体系:中国企业管理现代化——以西方困境为鉴》,《清华管理评论》2023年第3期。

⑭Greenleaf R. K., *Servant Leadership: A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness*, New York: Paulist Press, 2013, pp. 11-13.

⑮王娟:《脉络·蕴涵·意义:大历史观视域下的中国式现代化》,《学习与实践》2022年第12期。

⑯Mihalache O. R., Volberda H. W., "Business Model Innovation in Transforming Economies: A Co-evolutionary Perspective for a Global and Digital World", *Management and Organization Review*, 2021, 17(2), pp. 202-225.

⑰曾仕强:《中国式管理》,《企业文化》2005年第8期。

⑱苏东水:《东方管理文化的探索》,《当代财经》1996年第2期。

⑲席酉民、韩巍、尚玉钊:《面向复杂性:和谐管理理论的概念、原则及框架》,《管理科学学报》2003年第4期。

⑳席酉民、唐方成:《和谐管理理论的数理表述及主要科学问题》,《管理学报》2005年第3期。

㉑Chen X. P., Peng S., "Guanxi Dynamics: Shifts in the Closeness of Ties between Chinese Coworkers", *Management & Organization Review*, 2008, 4(1), pp. 63-80.

㉒Kuhn T., *The Structure of Scientific Revolutions* (3rd ed), Chicago: University of Chicago Press, 1996, pp. 92-135.

㉓Bhaskar R., *A Realist Theory of Science*, London: Routledge, 2008, pp. 10-51.

㉔胡国栋、王天娇:《“义利并重”:中国古典企业的共同体式身股激励——基于晋商乔家字号的案例研究》,《管理世界》2022年第2期。

㉕吴照云、钟尉、姜浩天:《管理理论的研究对象、理论构架、研究方法——中国文化视角》,《中国文化与管理》2019年第2期。

㉖张兵红、吴照云:《中国管理理论概念研究:演变、重构及延伸》,《商业经济与管理》2021年第11期。

㉗王永贵、汪寿阳、吴照云等:《深入贯彻落实习近平总书记哲学社会科学工作座谈会上的重要讲话精神 加快构建中国特色管理学体系》,《管理世界》2021年第6期。

㉘黄群慧:《改革开放四十年中国企业管理学的发展——

情境、历程、经验与使命》,《管理世界》2018年第10期。

㉙李家涛、罗银燕:《从中国元素到全球管理理论——中国管理研究回顾与展望》,《管理学季刊》2022年第1期。

㉚Khanna T., Palepu K., "Why Focused Strategies May Be Wrong for Emerging Markets", *Harvard Business Review*, 1997, 75(4), pp. 41-51.

㉛杨静钰、罗银燕:《中国管理研究需采用整体策略——对李家涛(2022)的评述》,《管理学季刊》2022年第1期。

㉜Eisenhardt K. M., "What Is the Eisenhardt Method, Really?", *Strategic Organization*, 2021, 19(1), pp. 147-160.

㉝张玉利、吴刚:《新中国70年工商管理学科科学化历程回顾与展望》,《管理世界》2019年第11期。

㉞Murnann J. P., Zhu Z., "What Enables a Chinese Firm to Create New-to-the-World Innovations? A Historical Case Study of Intrafirm Coopetition in the Instant Messaging Service Sector", *Strategy Science*, 2021, 6(4), pp. 305-330.

㉟王永贵、汪寿阳、吴照云等:《深入贯彻落实习近平总书记哲学社会科学工作座谈会上的重要讲话精神 加快构建中国特色管理学体系》,《管理世界》2021年第6期。

㊱成人性是指在中国国家文化语境下,中国人个体成长的核心建立在道德教化的基础之上,如“立身必先立德,无德无以立身”。在中国人的道德认知中,家庭是伦理道德的起点,只有具备了处理家庭内部关系的美德,才能推而广之习得更多德性,实现个人的全面成长,如孟子“老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼”的推爱逻辑。这种成长观渗透到企业中便形成一种具有高度人文关怀和道德色彩的价值目标,即企业员工首先要具备好的人品,好的人品是好的产品以及好的企业形象的根

本。㊲胡国栋、李文昊:《理性与温情——人类文明新形态视域下的中国国家文化与家庭式组织》,《清华管理评论》2023年第10期。

㊳胡国栋、王天娇:《“义利并重”:中国古典企业的共同体式身股激励——基于晋商乔家字号的案例研究》,《管理世界》2022年第2期。

㊴习近平:《在哲学社会科学工作座谈会上的讲话》,第17页。

㊵黄群慧:《新发展格局的理论逻辑、战略内涵与政策体系——基于经济现代化的视角》,《经济研究》2021年第4期。

㊶黄群慧、余菁、王涛:《培育世界一流企业:国际经验与中国情境》,《中国工业经济》2017年第11期。