

# 中国管理理论概念研究:演变、重构及延伸

张兵红<sup>1</sup>, 吴照云<sup>2</sup>

(1. 江西师范高等专科学校 经济与管理学院, 江西 鹰潭 335000;  
2. 江西财经大学 工商管理学院, 江西 南昌 330013)

**摘要:** 迄今为止,学术界尚未形成能够被广泛认可的中国管理理论构建范式,而统一的概念作为基础性和导向性研究问题被学者们普遍关注,亟需解决。从中国管理理论概念的演变梳理视角出发,确定了中国管理理论的概念名称。基于中文数据库,以苏东水、曾仕强、徐淑英和陈春花等有影响力的管理学者提出的20个中国管理理论概念定义文本作为研究对象,借助ROST content mining软件进行内容分析,归纳出20个概念中使用最频繁的核心类目,重构了中国管理理论的概念内涵。最后,在概念内涵的基础上以“中国故事、中国语言、国际故事和国际语言”2×2分布尝试概念延伸的探讨。

**关键词:** 中国管理理论;概念研究;内涵重构;内容分析法

**中图分类号:** C93-03 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-2154(2021)11-0047-15

**DOI:** 10.14134/j.cnki.cn33-1336/f.2021.11.004

## Research on the Concept of Chinese Theory of Management: Evolution, Reconstruction and Extension

ZHANG Binghong<sup>1</sup>, WU Zhaoyun<sup>2</sup>

(1. Institute of Economics and Management, Jiangxi Teachers College, Yingtan 335000, China;

2. School of Business Administration, Jiangxi University of Finance and Economics, Nanchang 330013, China)

**Abstract:** So far, there has not been a unified concept of Chinese Theory of Management that can be widely recognized in academic circles. This problem is widely concerned by scholars and needs to be solved urgently. From the perspective of the evolution of the concept of Chinese Theory of Management, this paper determines the name of the unified concept. Using the content analysis research method, taking 20 “Chinese Theory of Management” concept definition texts proposed by influential management scholars as the research objects, and with the help of “ROST content mining” content analysis software, this paper conducts word segmentation and category extraction, summarizes the most frequently used core category among 20 concepts, and reconstructs the conceptual connotation of Chinese Theory of Management. On the basis of the concept connotation, this paper discusses the extension of the 2 \* 2 distribution of “Chinese story, Chinese language, international story and international language”, and refines the evaluation dimension of Chinese Theory of Management.

**Key words:** Chinese Theory of Management; concept research; connotation reconstruction; content analysis

**收稿日期:** 2021-05-06

**基金项目:** 国家社会科学基金重大招标项目“<多卷本>中国古代管理思想通史”(13&ZD081);江西省社会科学规划项目“江西省民营企业高质量发展模式研究”(20GL27);江西省研究生创新课题“新时代企业家精神培育路径研究”(YC2018-B039)

**作者简介:** 张兵红,女,讲师,管理学博士,主要从事管理理论、管理思想和战略管理研究;吴照云,男,教授,博士生导师,管理学博士,主要从事管理理论、产业组织和战略管理研究。

## 一、引言

中国管理理论的开发与构建还处在照搬、引进西方理论阶段,没有成功转换对西方管理理论的诠释性、注解性的研究范式,亟须从“照着讲”向“接着讲”进行转变<sup>[1]</sup>。中国管理研究在借鉴和学习西方管理理论和主流的学术规范中,以及从“接着中国管理实践讲”“接着中国传统文化讲”中得到了长足的发展。迄今也产生了蔚为壮观的知识成果,形成了诸如“东方管理”“和谐管理理论”“水样组织理论”“guanxi”等一批具有中国特色的管理理论。但管理实践和管理理论脱节、管理理论落后于管理实践的困境并未得到有效解决,促使学者们开始关注中国管理理论构建的未来发展道路和研究范式等主题。关于“中国管理理论”概念名称、什么是中国管理理论以及如何对中国管理理论构建,管理研究学者们从不同视角进行研究与归纳,形成了如“东方管理学”“中国式管理”“管理学在中国”“中国的管理理论”“中国本土管理研究(理论)”等众多的提法与不同的概念。

尽管学者们在关于“中国”“管理”“学”的排列、定义及界定上进行了大量研究,但这些概念名称不只是在文字排列上不同,而且在定义和内涵上也有差异,导致中国管理理论概念在使用层面和研究层面上出现了混乱的局面<sup>[2]</sup>。关于“中国”“管理”“学”这三个核心命题如何界定、如何排列或引入新的词汇来完成表达,一直是学术界颇为困扰的问题,也是中国管理研究现在和未来相关研究的一个基础性的问题和导向性的出发点<sup>[3]</sup>。

本文基于演变脉络视角,以中国管理理论的概念为研究对象展开研究,期望至少提供三点贡献:在目前已经形成的众多概念名称及演变脉络中进行梳理,统一概念名称;运用科学的内容分析研究方法提炼核心类目,从而重构中国管理理论的概念内涵;在中国管理理论的概念内涵界定的基础上,提炼与总结中国管理理论的特质维度和未来的延伸方向。通过对中国管理理论概念的演变脉络、内涵重构和未来延伸方向的研究,能让学者们更清晰地掌握什么是中国管理理论,从而指导学者们更科学地致力于中国管理研究与理论构建,产生更多的研究成果与理论贡献。

## 二、主要概念的提出及演变脉络分析

国内管理学界或借鉴西方管理理论,或从传统管理哲学视角,或扎根中国传统文化,或结合当前的中国管理实践发展的情境,提出并使用了诸如“东方管理学”“中国式管理理论”“中国管理学”“管理学在中国”“中国管理流派”“管理学的中国学派”“中国特色管理理论”“中国管理理论”“管理理论中国化”“管理的中国理论”“中国本土管理”“中国本土管理学”“中国管理研究”“中国管理理论的本土研究”“本土管理理论”等十几个不同的概念名称。从时间序列上来梳理,基本形成了从“东方管理学”“中国式管理”发展到“中国管理学”“管理学在中国”,再延伸到“中国管理理论”“中国本土管理研究(理论)”的演变与共存。

### (一) 中国管理研究主要概念的提出

**1. 东方管理学和中国式管理。**1976年苏东水先生提出的“东方管理学”开启了中国管理研究的里程碑,逐步形成了一个“以人为本,以德为先,人为为人”的较为完整的理论体系。中国式管理是1979年由曾仕强教授结合中国传统文化精髓提出的,提倡中国人要用自己的方法来解决中国的问题。在中国式管理模式下发展的理论称为中国式管理理论(或称M理论)。之后40多年的时间里,学者们围绕中国管理研究进行了更深入的研究与探讨,也形成了更多更丰富的具有中国特色的管理理论。

**2. 中国管理学和管理学在中国。**自2004年国家自然科学基金委员会提出“直面中国管理实践”的议题以来,有不少期刊都设有专栏用来推动“中国管理研究”,中国管理研究得到了快速发展。每年都有专门的学术会议促进中国管理研究,如四大本土管理思想的交流平台:2008年创办的“管理学在中国”、2010年创办的“中国实践管理论坛”、2014年创办的“中国本土管理研究论坛”和2018年创办的“中国管理50人论坛”。一直以来在学术界和管理实践界针对“中国管理研究中是否存在中国特色管理理论”的研究议题始终存在着分歧,并产生了激烈的争议与探讨。因此,学者们不再聚焦于“中国特色”的争论,转而致力于“中

国学派”的建构,“中国管理学”概念遂被提出。据考证,“中国管理学”是在2008年3月的第1届“管理学在中国”学术研讨会上,由郭重庆院士首次提出,其呼吁“中国管理学者们要建立中国现代管理学,将管理学中国化”<sup>[3]</sup>。在研讨会上,很多学者参与了概念命名的讨论。韩巍<sup>[4]</sup>从管理实践与理论的“收敛性”“发散性”等特点出发进行讨论,认为“管理学在中国”比“中国管理学”更合适,不会出现浓厚的“国家意识”或者狭隘的“民族主义”,从而可以推进中国管理研究进入到国际管理学术领地,获取更多的话语权。《管理学报》也倾向于“管理学在中国”概念,从2008年3月开始更改“中国管理论坛”为“管理学在中国”作为刊发关于中国管理研究和理论构建的专栏,至今未更名。

**3. 中国的管理理论和管理的理论。**国内学者在激烈讨论关于“中国”“管理”“学”这个核心命题的排列和概念界定的同时,国外华人学者也开始关注并积极参与讨论和展开研究。国际著名的华人学者徐淑英创办了中国管理研究国际学会(IACMR),致力于探讨中国管理研究的路径选择和理论构建的研究范式等问题。2008年,在中国管理研究国际学会举办的第三届年会上,学者们围绕“开发还是探索:中国管理研究的未来”这一主题展开了激烈的讨论<sup>[5]</sup>。徐淑英邀请3位杰出的学者撰写了2篇关于会议主题的文章,学者 Barney 和 Zhang<sup>[6]</sup>将其主要成果刊登在期刊《Management and Organization Review》(《组织管理研究》)上,而后被国内期刊《中大管理研究》<sup>[7]</sup>(2016年更名为《管理学季刊》)转发,被更多的中国管理学者学习和传播。文章指出在中国管理研究的道路选择上有两个范式理论,分别是“中国管理的理论”(Theories of Chinese Management)和“管理的中国理论/中国的管理理论”(Chinese Theories of Management)。“中国管理的理论”是指将已有的西方管理理论移植到中国的情境中去应用、测试和延伸,以产生能应用于中国情境下的新视角,其目的是发展管理学现象的普世理论。“管理的中国理论”旨在探讨中国经济社会中的现象和实践,提出在中国适用的原创理论。更多学者喜欢用“管理的中国理论/中国的管理理论”的范式理论。这种理论研究路径的目的是解释和指导中国管理者遇到的特定管理问题,更符合当前国内的研究现状,能够破解现有管理理论不能完全解释中国管理实践的尴尬困局。因此,学者们基本都认可和极力主张徐淑英提出的“中国的管理理论”是中国管理研究的尚佳出路。

**4. 中国本土管理研究/理论。**徐淑英的“中国管理的理论”和“管理的中国理论/中国的管理理论”发展路径提出后,学者们开始在中国管理研究的发展道路上和发展模式上进行争议与探究。在中国管理研究发展道路的选择上,争执是发展普适理论还是独特理论,即是构建普适性理论还是发展本土理论<sup>[8]</sup>。在中国管理研究发展模式的选择上,是走理论开发的康庄大道还是走理论探索的羊肠小路<sup>[5]</sup>。在不断的探讨过程中学者们基本达成了一个共识:中国管理研究一定要结合中国本土的管理实践<sup>[9-10]</sup>。很多研究都表明,目前成熟的西方管理理论不能完全解释新时代的中国管理实践和企业管理问题,亟须构建能够解释新时代管理实践与现象的理论。因此,郭重庆、陈春花、郭毅等学者都在强烈呼吁学者们要直面中国管理实践,努力开创中国管理理论研究的新局面,构建中国本土的特色管理理论解释出现的新管理现象,提倡中国管理本土研究<sup>[11-13]</sup>。2014年2月28日,在武汉大学举办的一场题为“中国本土管理研究现状与展望”的研讨会,也不接受“中国管理学”的标榜,提出了会议认为更恰当的新概念“中国本土管理理论”<sup>[14]</sup>。

## (二) 中国管理研究的概念演变分析

中国管理研究的发展得到了国内众多管理学期刊的平台支持,如《管理学报》的“管理学在中国”“争鸣与反思”栏目、《外国经济与管理》的“东方管理”“明哲专栏”以及《管理学季刊》的“中国管理研究向何处去”特刊等。通过检索期刊上的文献内容和数量变化,可以梳理出中国管理研究的历史演进以及现在的研究现状。在中国知网数据库的CSSCI期刊中,本文以“东方管理”“中国式管理”“管理学在中国”和“本土管理”作为主题词,不限时间检索了相关文献。在此需要特别说明的是,由于徐淑英提出的“中国管理的理论”和“中国的管理理论”在国内得到了很多学者的认可与关注,但由于翻译版本不同,再加上用主题词检索,会出现很多无关文献,剔除工作难度大。因此,在演变分析中不放入图表数据梳理中。经过文献检索,剔除与主题完全不相关的文献,分析发现2001年之前的年发文数量比较少,如“管理学在中国”“本土管理”基本都还没有出现;2001年之后才出现文献数量的快速增长。根据文献检索样本数据结果,本文梳理绘制了2001—2019年期间的19年发文量趋势图,如图1所示。

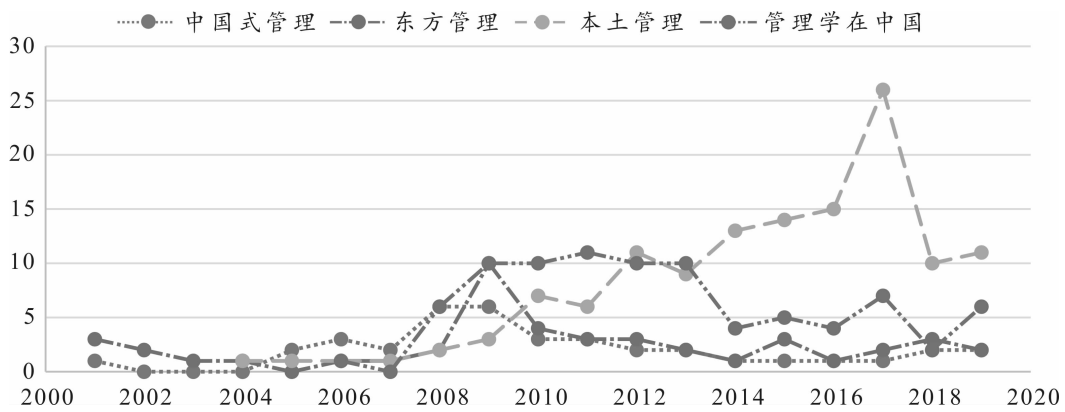


图1 “东方管理”“本土管理”等主题的文献趋势图

资料来源:作者整理绘制

“东方管理”与“中国式管理”的提出时间都比较早,但研究成果以著作居多,在期刊上的传播与交流相对比较晚。在图1中,以“东方管理”为主题的中国管理研究起步较早,基本呈正态分布的倒U形变化趋势,2009年达到最高峰。“中国式管理”同“东方管理”一样研究起步较早,样本年文献数量基本成倒U形发展,只有2008—2011年期间年发文数量超过5篇,共发表45篇文献。“管理学在中国”是在2004年之后才开始被提出和研究的,样本年文献数量基本成倒U形发展,2013年之后研究缓慢下滑。“本土管理”为主题的研究起步也比较晚,样本年度内呈现先逐年快速增长后再缓慢下降的趋势,共发表131篇文献,2017年发表文献数量最多。

通过年文献数量比较,发现关于“东方管理”“中国式管理”与“管理学在中国”的研究主题逐渐减弱,“本土管理”的研究主题已经遥遥领先。这一方面是由于“本土管理”相比较更具解释力,另一方面是因为其他3个研究主题的概念内涵、哲学基础、研究范式等基础问题的探索更深入,进入具体理论构建阶段后的研究难度增大,因此,被关注和研究的温度退减<sup>[15]</sup>。

### (三) 概念名称的确定

前文分析结果表明,在众多的使用概念中,“中国管理理论”和“中国本土管理研究”两个概念是最被认可和广泛使用的概念。在中国知网数据库中检索2004—2019年期间“中国管理理论”和“本土管理研究”的文献,其中剔除“中国管理理论”和“本土管理研究”的外文相关文献数据,共获得98篇主题的中文文献。通过中国知网自带的指数生成工具,最终生成了学术关注度和学术传播度研究趋势发展图,如图2和图3所示。

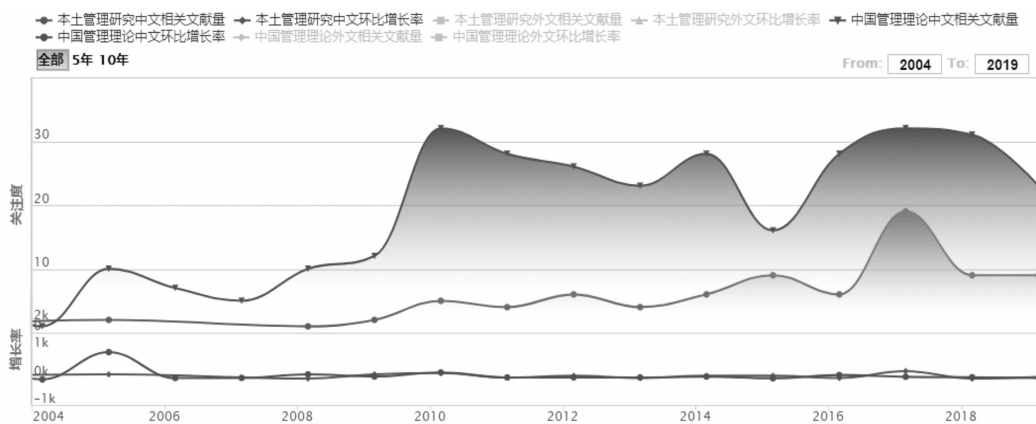


图2 CNKI对“中国本土管理研究”和“中国管理理论”的学术关注度

资料来源:根据中国知网 CNKI 关键词指数分析生成绘制

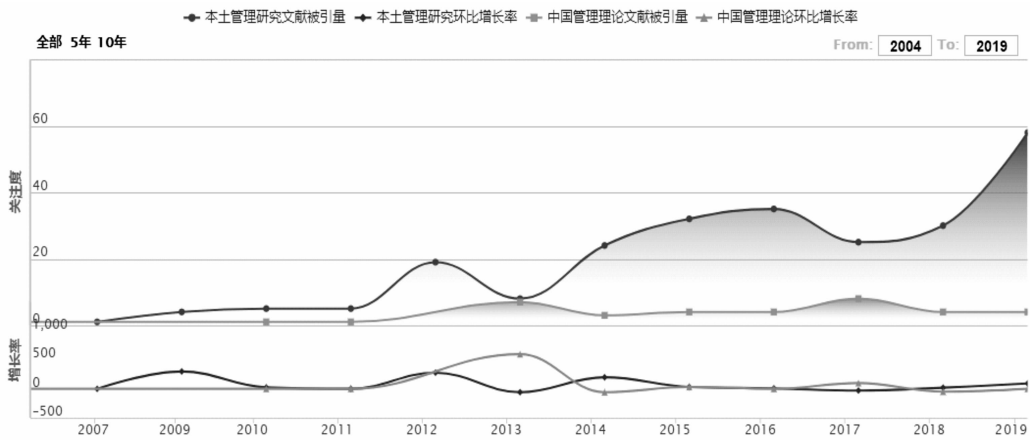


图3 CNKI对“中国本土管理研究”和“中国管理理论”的学术传播度  
资料来源:根据中国知网 CNKI 关键词指数分析生成绘制

从图2可知,从2008年起“中国管理理论”和“中国本土管理研究”相关研究的学术关注度呈现逐年增长的态势,“中国管理理论”的年文献数量远远超过“中国本土管理研究”的年文献数量。从图3可以分析出,“中国本土管理研究”相关的学术研究比“中国管理理论”各年均被引更高,2014年后年均被引都超过200次,2019年达到了600次。由图2和图3可知,“中国管理理论”“本土管理研究”相关领域研究的学术关注度和学术传播度也基本呈逐年上升状态。以上分析说明,“中国管理理论”“中国本土管理研究”的研究范式逐渐被学者们认可。因此,中国管理研究的概念名称的确定可以在“中国管理理论”和“中国本土管理研究”两者中进行选择。

为进一步论证概念命名选择的合理性和科学性,本文借助 CNKI 的指数分析功能辅助完成分析。以前文检索的98篇文献为样本,生成了关于“中国本土管理研究”和“中国管理理论”的学科分布图和相关词频图,如图4和图5所示。

从图4可知,“中国本土管理研究”和“中国管理理论”的学科分布基本相似,但从图5的相关词分析中可以发现,“中国本土管理研究”的相关词汇主要是“中国本土管理研究”“本土管理”“本土研究”等,“中国管理理论”的相关词汇主要是“管理实践”“管理理论”“中国管理”和“管理学”等。“中国管理理论”更符合前文分析的要建立能够指导中国管理实践的理论背景与展望。而且近几年有学者提出“本土化”是一个伪命题,因为本土化研究的问题必须是本地特有的,要有自己的推理、逻辑和概念的语言体系,要有自己的方法论和具体的研究方法。因此,国际化和本土化只是现象的差异,而不是本质上的差异。Shenkar 和李炜文<sup>[16]</sup>也认为本土化研究减少了研究的对比性,同时也降低了中国管理理论对外部世界的贡献。因此,开展本土化与实现国际化并不矛盾,而且未来中国管理研究的方向一定是向国际化发展。

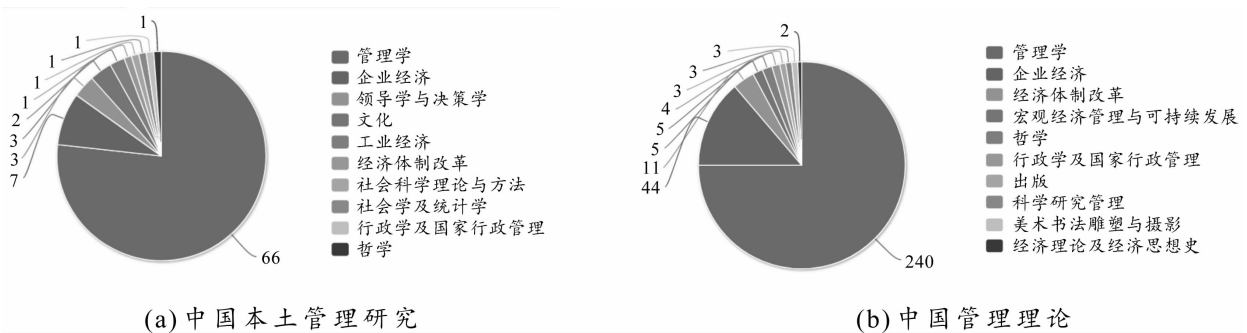


图4 CNKI对“中国本土管理研究”和“中国管理理论”的学科分布分析  
资料来源:根据 CNKI 关键词指数分析生成绘制

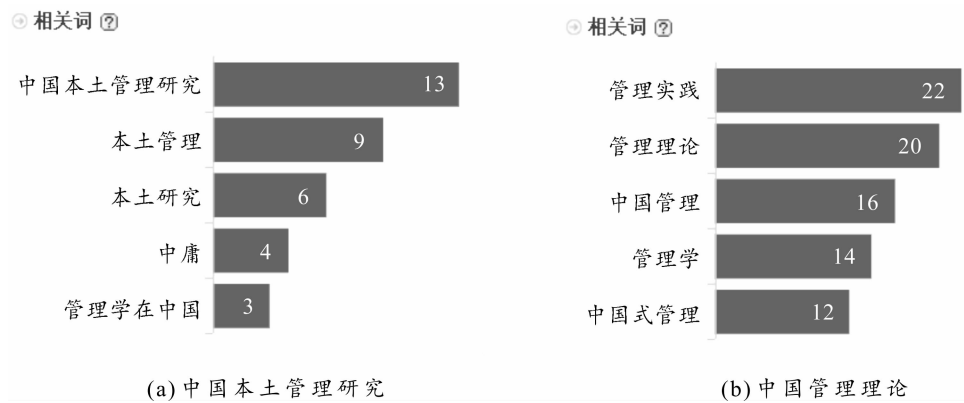


图5 CNKI对“中国本土管理研究”和“中国管理理论”的相关词分析

资料来源:根据中国知网 CNKI 关键词指数分析生成绘制

根据以上分析结果,本文最终选择徐淑英提出的“中国的管理理论”的概念。根据中国人的语言习惯,将“的”省略,文中统一使用“中国管理理论”概念命名,英文翻译采用徐淑英等学者提出的 Chinese Theory of Management,简称 CTM。

### 三、中国管理理论的概念重构

本节通过运用内容分析法并结合使用专业软件统计出最频繁的分类指标,归纳出中国管理理论定义中的核心类目,并据核心类目来重新定义“中国管理理论”的概念内涵。

#### (一) 研究方法

内容分析法(Content Analysis)产生于20世纪初美国的新闻界,最早被广泛地应用于媒体、传播学等领域,是以被记载下来的人类传播媒介的内容为对象进行文本分析的研究方法,是一种定性和定量相结合的研究方法<sup>[17]</sup>。内容分析法的研究对象包括书籍、杂志、网页、诗歌等各种文本和其他载体的资料。研究过程主要是将文本内容按照一定的规则,采用简化、编码的方法系统地分配到既定或新构建的各个类目中,并使用统计软件对包含在这些类目中的关系进行分析。由于任何文本或者任何可以转换为文本的传播内容都可以作为内容分析法的研究对象,内容分析法后来被广泛地应用到情报学、教育学、政治学、社会学等学科领域。其应用范围不断扩大,已经开始被学者在管理学的各个研究领域内尝试使用,如国内已有不少学者开始运用内容分析法对各研究领域的研究主题的概念进行研究<sup>[18-19]</sup>。因此,采用内容分析法进行类目提取,能实现本研究关于中国管理理论的概念重构的研究目的。

#### (二) 研究设计

应用内容分析法进行概念主题的研究,国内外学者采用的研究程序或试验方法的认识基本一致,主要包括以下六个步骤:步骤一,确定研究主题;步骤二,选择研究样本;步骤三,构建类目系统;步骤四,信度检验;步骤五,统计结果分析;步骤六,界定新概念。整个研究过程是层层推理的递进过程,具有客观性、系统性和定量性的特征<sup>[20]</sup>。基于内容分析法的概念领域的研究,需要借助专业的文本分析软件来辅助完成。目前,内容分析法常用的分析软件主要有 ROST content mining、NVivo 等。其中,ROST content mining 分析软件是由武汉大学开发的,能够免费试用,操作简单,在管理学领域内也被广泛使用。本文最终选定的统计软件和版本是 ROST content mining 5.8.060,简称 ROST CM6,后文统一采用该简称。

#### (三) 样本选取与类目构建

**1. 确定主题。**本文将遵循目前内容分析法采用的主流研究方法和研究设计过程。首先,通过界定所要研究的问题来确定研究主题。本文的研究问题是概念内涵的不统一,研究目的是要统一中国管理理论的概

念内涵。因此,研究主题是基于内容分析法对精选的中国管理理论概念文本进行词频和关键词分析,以提取核心类目。其次,通过运用专业软件统计出最频繁的类目标,从而归纳出中国管理理论定义中的关键类目为核心类目,并据核心类目来重新定义“中国管理理论”概念。

**2. 样本筛选。**本研究选择中国知网 CNKI 数据库来获取关于中国管理理论研究的文献样本数据。搜索的关键词主要包括“管理学在中国”“中国管理理论”“本土管理研究”“东方管理”“中国管理学”“中国式管理”等。

选取“中国管理理论”概念样本的筛选原则主要是权威性、无重复性和时效性,以力求搜集的概念内涵能代表管理学界和实践界的主要核心观点。一是权威性。本文所选取的“中国管理理论”的概念主要是从期刊上选取,检索 CNKI 数据库中的 CSSCI 期刊,以保障获取样本文献代表内容的权威性。文献主要来自《管理学报》,因为由齐善鸿、白长虹和陈春花等38位学者联名共同呼吁的“中国管理研究的出路与展望是直面中国管理实践”,推动了“管理学在中国”和“反思与争鸣”栏目刊发关于“中国管理理论”的构建研究,并得到国内学者的持续关注。另外,选取文献样本的作者中,如王方华、苏敬勤、陈春花、吕力等学者都是“中国管理50人”,一直都在致力于中国管理理论的研究。二是无重复性。针对上文分析的中国管理研究过程中的界定概念的演变,本文在每一概念中选取了主要代表作者的观点,如有多名作者提出类似或相同的概念,本文只选取一个,标准是最近提出或者被引用最高的概念,从而保证了概念上的无重复性。三是时效性。“中国管理理论”主要是在2008年由徐淑英提出的“管理的中国理论”和“中国的管理理论”之后才开始被学者们关注的,关于该概念下的主题研究才随之出现。因此,样本的选取更偏重于近几年的界定概念。另外,针对同一作者提出的同一或类似概念,本文选取最新提出的概念,从而保证所选取的样本具有非常强的时效性。

为了能够获取更全面的文献数据,本文还检索了2008—2019年《管理学报》的“管理学在中国”栏目中的所有文献,并剔除了重复文献。在检索过程中,发现关于苏东水的“东方管理学”、曾仕强的“中国式管理”的期刊文献不多,基本还是以著作形式传播,因此,这两个概念的定义选择从书籍中确定。同时,本文还通过检索微信公众号“管理50人”文章来丰富和补充文献文本资料,对截至2019年12月的99篇系列文章进行了筛选和分析,提取了1个代表性概念。通过上述检索,本文最终共选取了20个概念样本,所选取概念的来源涉及学术期刊(15个)、书籍(2个)、论文集(1个)、管理类论坛(1个)和微信公众号(1个)。其中,学术期刊主要来自《管理学报》(8个)和《外国经济与管理》(2个),这两个管理学期刊近几年一直在致力于研究中国管理理论的构建范式,《管理学报》文献比例占高达40%。概念的来源占比情况如图6所示,各个概念具体的定义时间、名称和代表作者如表1所示。通过表1可以判断,概念选取的分布集中在2018年和2019年,比例达到40%,充分保证了样本资料的时效性。

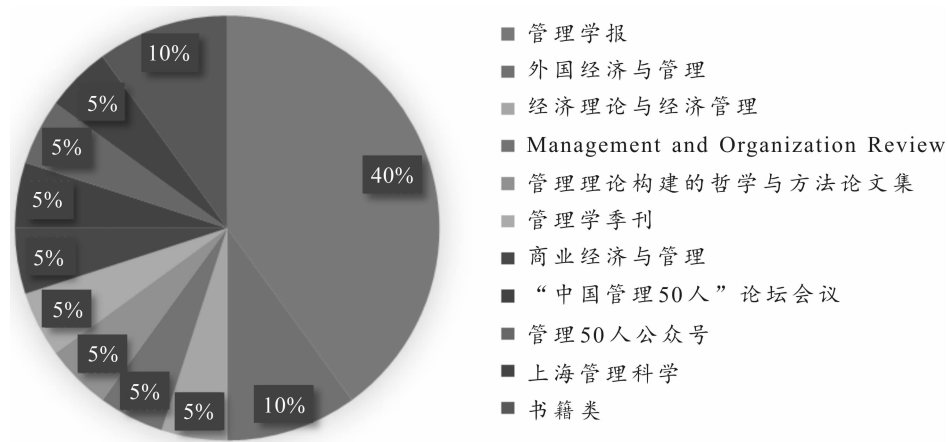


图6 中国管理理论概念样本选择来源分布图

资料来源:作者整理绘制

表1 国内20个“中国管理理论”概念信息统计表

序号	定义时间 <sup>①</sup>	使用的研究命名	定义代表作者
1	2005	东方管理学	苏东水
2	2005	中国式管理	曾仕强
3	2009	中国的管理理论	徐淑英
4	2012	中国管理理论的本土研究	井润田
5	2013	中国本土管理研究	李平
6	2014	本土特有的管理学理论	章凯
7	2014	中国本土管理研究	陈春花
8	2015	中国本土管理研究	徐淑英和吕力
9	2015	中国特色管理理论	陆亚东
10	2016	中国管理学理论	张树旺
11	2016	中国本土管理研究	谢佩洪
12	2017	具有中国特色的管理学	Oded Shenkar
13	2018	中国管理理论	吴晓波
14	2018	本土管理研究	苏敬勤
15	2019	东方管理理论	苏勇
16	2019	中国本土管理理论(学)	吕力
17	2019	管理理论中国化	王永贵
18	2019	第四代管理学	陈劲
19	2019	中国管理学理论	王方华
20	2019	中国本土管理研究	胡国栋

资料来源:作者整理编制

表1中所列20个“中国管理理论”概念是按照时间的先后顺序排列的,为了能更加简明地阐述信息,表1中仅列出概念的定义时间、使用的定义名称、定义代表作者,省略了中国管理理论概念的具体内容。为了让研究结果更可靠,对其中一些学者提出的概念定义进行了重新提炼与归纳,非原文摘录。筛选的样本概念统计分析结果,进一步论证了上文分析的“中国管理理论”和“中国本土管理研究”是被更广泛接受和传播的概念。因此,运用这20个概念作为研究对象,继续分析和研究是可行和科学的。

根据对20个概念的具体内容分析,可以将中国管理理论的内涵和定义的研究划分为三种不同的代表性视角。第一种视角是从中国管理理论研究的主体范围、对象来进行定义。进行中国管理理论研究应该采用主位研究<sup>[21-23]</sup>,以中国管理实践、中国独特的管理现象和中国问题等作为研究对象<sup>[24-25]</sup>。第二种视角是从哲学思想对中国管理研究进行方法论的探讨<sup>[26-28]</sup>,如李平<sup>[28]</sup>强调进行中国本土管理研究必须深深扎根中国传统哲学,提炼“道”“阴阳”“悟”等传统哲学要素。第三种视角是从中国传统文化中挖掘中国智慧,用于指导中国管理实践<sup>[29-30]</sup>。很多学者们都强调了这一点,认为中国传统文化中蕴涵了丰富的管理智慧<sup>[31]</sup>。

**3. 类目建构。**内容分析法的研究过程中最重要的步骤就是对所分析的样本内容进行类目构建。类目也可称为类别或指标,是指在互斥和穷尽两大原则指导下,对样本内容进行分解、提取从而形成分类标准,即将内容单位进行归类的标准。互斥是指各类目之间相互不包含,即每一分析单元只能归入到一个类目中,不能出现重复;穷尽是指构建的类目要覆盖到所选的样本内容,即所有的分析单元都可归入相应的类目中,不能出现无处可归类的分析单元。类目的构建需要应用 ROST CM6软件来辅助完成。

但在进行类目建构之前,还需要建立专业领域的分词词典。主要是因为 ROST CM6软件中自带的词库缺乏在管理、管理学、管理研究、管理实践和理论构建等研究领域的专业词汇。这样在分词过程中很容易将文献文本中的专业词汇拆开,导致统计结果不准确,影响本研究的科学分析和最终结论。因此,需要先补充建立分词词典。首先,将2008—2019年的《管理学报》中的“管理学在中国”和“反思与争鸣”两个栏目里所有文献的关键词抽取出来,并进行了一定的筛选。最终精选了261个关键词补充分词词典,以保证后期的分词和词频统计更加专业、合理和科学。然后,把选取的20个概念转换为 txt 文件,再按照内容分析法步骤利

①定义时间并非是提出的时间,而是提出的概念理论被广泛关注和引用的书籍或文献的出刊时间。



用 ROST CM6 软件进行分词处理,去掉一些无意义的词汇。最后,根据分词后的 20 条文本和词汇所表达的含义提炼关键词句进行类目归纳,提炼出了共 16 个分类类目,分别用序号 a1、a2、a3...an 来表示,各类目具体内容和涵义,如表 2 所示。

表 2 中国管理理论概念特征类目系统

序号	分析类目	类目解释或相关关键词
a1	采用中国的逻辑思维	中国独特的方式,使用本土概念、本土视角,中国式套路
a2	扎根于中国管理实践研究(理论构建的来源)	研究中国管理实践,包括本土现象、对中国而言独特的问题、商业智慧、独特的资源配置、独特的管理元素、运行方式、管理者的经验等
a3	解释和指导中国管理实践	在中国管理实践中提炼出来的理论或思想,要能有效地解释中国管理实践,能用于指导中国管理实践
a4	以解决问题为导向	解决中国企业面临的问题和困难
a5	以中国文化为根基(理论构建的起点)	东方文化、中国传统文化、社会文化是独特的和充满智慧的,挖掘中国文化背景下的管理智慧、思想、理论,或研究本地生活的文化脉络
a6	以哲学为基础	深入研究丰富的传统哲学、经验哲学、管理哲学,用中国传统哲学的要素来构建理论
a7	非科学性	摆脱科学传统、高度会意
a8	主位研究	与情境研究、“客位”研究对立
a9	混合研究模式	中西互证的方式,普适主义和本土主义的融合
a10	改进理论	吸收国外管理的成果,实现碰撞、改进
a11	构建原创理论	提出中国自己的理论、一般管理规律,建中国特色的管理学基础理论
a12	本土理论	本土理论,区别于主流西方理论
a13	理论的国际化	普适理论,整体普适、部分特色
a14	沟通交流	结合中国情境与西方主流管理理论沟融与对话
a15	中国情境	中国情境,中国情景
a16	科学理性的主流研究	国际化的语言,实证主义研究方法

资料来源:作者整理编制

**4. 信度检验。**采用内容分析法进行研究,必须进行信度检验,以保障研究结论的科学性。为保证构建类目的科学性和合理性,普遍使用的方法是邀请 2-3 名相关领域内的评判员,对主评判员的分析结果进行检验。通常采用判断相互同意度的信度检验方法来判断评判员之间的信度或者评判员之间一致性的范围和程度。本文具体使用霍尔斯特公式计算相互同意度和信度,如公式(1)和公式(2)所示。信度检验的标准是评判员之间的一致性比率(即信度)达到或者超过 80%,则通过信度检验,表示研究分析结果是可靠的。

$$\text{相互同意度} = 2M / (N1 + N2) \quad (1)$$

公式(1)中, $M$ 代表参与的评判员一致同意的分析类目编码数量; $N1, N2$ 代表进行比较的两位评判员的编码单位总数。

$$\text{信度} = \frac{n \times \text{平均相互同意度}}{1 + [(n-1) \times \text{平均相互同意度}]} \quad (2)$$

公式(2)中, $n$ 为编码人数。

本研究邀请了 3 位研究员作为评判员进行归类统计分析,对本文的分析结果进行检验。首先,对 3 位评判员进行编码培训。然后,让每位评判员分别从 20 个样本总量中随机选取 12 个(60%)样本,各自相互独立地进行一级编码。最后,针对 3 位评判员的编码结果进行统计分析,若 2 个评判员观点一致则标记为 1,不一致则标记为 0,并以此来计算相互同意度、平均相互同意度和信度。

根据公式(1),可计算出 3 位评判员之间的相互同意度,如表 3 所示。再根据表 3 中的评判员之间相互同意度,可求得平均相互同意度:

$$\text{平均相互同意度} = \frac{0.9 + 0.91 + 0.89}{3} = 0.9$$

再根据公式(2),可求得本研究的信度:

$$\text{信度} = \frac{3 \times 0.9}{1 + [(3-1) \times 0.9]} = 0.96$$

计算结果显示本研究的信度为0.96,远超过80%的最低评判标准,表示3位评判员的编码之间相当一致,研究结论通过了信度检验。

表3 三位评判员的相互同意度

相互同意度	甲	乙	丙
甲	/	0.9	0.91
乙	0.9	/	0.89
丙	0.91	0.89	/

资料来源:作者整理编制

#### (四) 统计结果与分析

1. 类目分析。根据表2中“中国管理理论”概念的16个类目系统,对“中国管理理论”20个样本经过详细比对和统计分析,提取出每一个概念涉及的类目标序号,如表4所示。在表4的基础上核算出每个类目出现的频次及频率,并进行了由高到低的排序,如表5所示。表5中的信息表明,不同的类目标在国内中国管理理论概念中的频率差异比较大,有的高达75%,低的仅有4%。其中,“扎根于中国管理实践研究”“构建原创理论”这两个类目的出现频率均达到50%;“有效解释和指导中国管理实践”“采用中国的逻辑思维”这两个类目的频率为45%;“以中国文化为根基”的频率为35%;“非科学性”“改进理论”“科学理性的主流研究”这三个类目的频率不超过10%。通过以上类目提取的分析,结果表明“扎根于中国管理实践研究”“有效解释和指导中国管理实践”“构建原创理论”“采用中国的逻辑思维”“以中国文化为根基”这5个类目是频率最高的类目标,可以反映国内学者关于中国管理理论概念的共性认识。

表4 20个中国管理理论概念涉及的分析指标序号

概念序号	涉及类目序号	概念序号	涉及类目序号
1	a2, a5, a11	11	a2, a10, a11, a13, a15
2	a1, a2, a3, a4, a12	12	a1, a9, a11, a15
3	a1, a2, a11	13	a1, a2, a5, a13
4	a1, a2, a4, a8, a15	14	a1, a2, a3, a4, a11, a13
5	a6, a12	15	a2, a3, a4, a14, a15, a16
6	a1, a2, a12	16	a2, a3, a11, a15
7	a1, a2, a3, a5	17	a2, a3, a6
8	a2, a3, a5, a11, a12	18	a2, a6, a11
9	a2, a3, a11, a13	19	a2, a3, a5, a10, a11
10	a1, a5, a6, a9, a13, a14	20	a5, a7, a8, a12

资料来源:作者整理编制

表5 中国管理理论概念类目频率分析

类目序号	类目名称	类目频次	类目频率(%)
a2	扎根于中国管理实践研究	15	75%
a11	构建原创理论	10	50%
a3	解释和指导中国管理实践	9	45%
a1	采用中国的逻辑思维	9	45%
a5	以中国文化为根基	7	35%
a13	理论的国际性	5	25%
a4	以解决问题为导向	4	20%
a6	以哲学为基础	4	20%
a12	本土理论	4	20%
a15	中国情境	4	20%
a8	主位研究	2	10%
a9	混合研究模式	2	10%
a14	沟通交流	2	10%
a7	非科学性	1	5%
a10	改进理论	1	5%
a16	科学理性的主流研究	1	5%

资料来源:作者整理编制(注:类目频率=类目频次/20\*%)

2. 社会网络和语义网络分析。为了提高研究结果的可靠度,对“中国管理理论”样本研究过程中产生的分词文件,应用 ROST CM6 软件进行社会网络和语义网络分析,辅助以上的类目系统分析。通过操作 ROST CM6 软件系统内的 Net Draw 分析工具,生成得到社会网络和语义网络关系图,如图7所示。在社会网络和语义网络关系图中,箭头指向越密集代表关注度越强,认可度越高,是样本文本的核心概念要素和内容。从图7的社会网络和语义分析中可以看出,“中国管理理论”概念中网络箭头指向最多的是“管理理论”“管理”“问题”“管理实践”“构建”“独特”,说明这些关键词是学者最关注的研究热点和前沿。除此之外,还出现了高频词“中国”。这和类目系统分析中的“中国逻辑思维”高相关。综上,社会网络和语义分析结果和前文分析的类目体系分析结果是比较一致的。

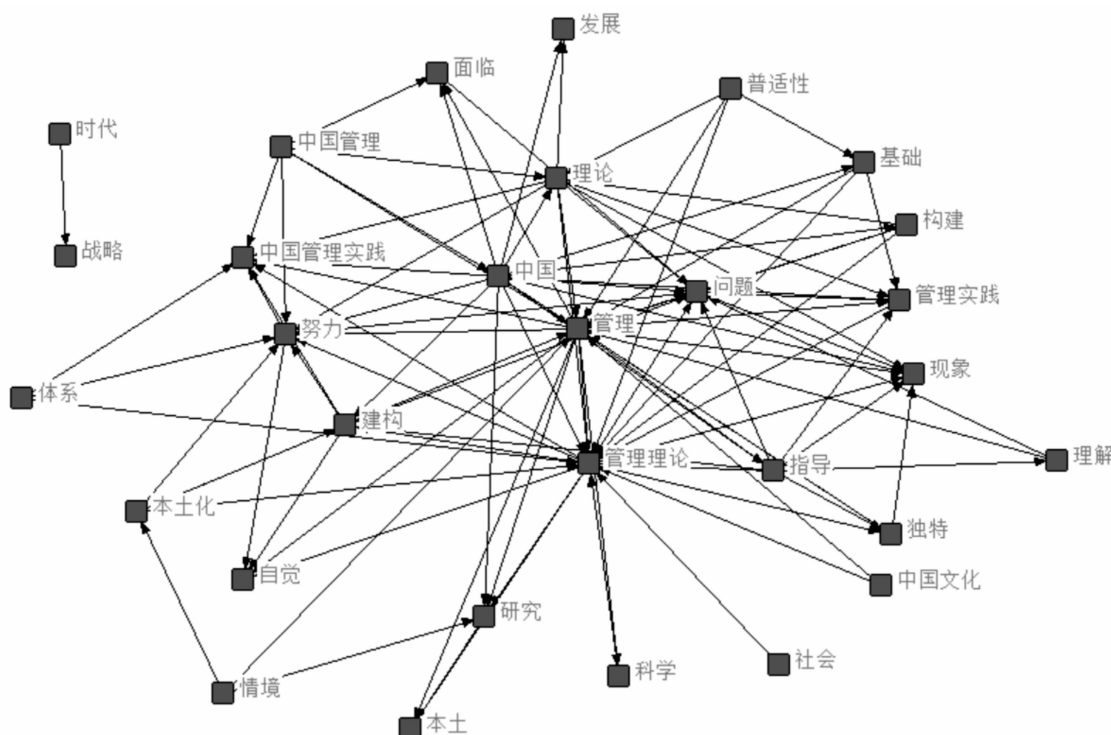


图7 中国管理理论的社会网络和语义网络分析

资料来源:ROST CM6软件生成而绘制

### (五) 概念的重构

通过运用 ROST CM6 软件进行内容分析,对国内 20 个中国管理理论样本概念进行分词与类目提炼的统计分析,并在信度检验合格的前提下,识别出中国管理理论概念中频率最高的 5 个类目指标。再通过 ROST CM6 软件中的 Net Draw 分析工具分析中国管理理论样本概念经过分词后的文件,生成了社会网络和语义网络,进一步补充和证明了类目系统的核心指标。基于以上分析,提炼的“扎根于中国管理实践研究、有效解释和指导中国管理实践、构建原创理论、采用中国的逻辑思维、以中国文化为根基”5 个类目指标具有较高的认同度,可以界定为是中国管理理论的核心内涵。

综上,中国管理理论概念可定义为:以中国传统文化为根基,直面中国管理实践,采用中国特有的逻辑框架或范式构建的管理理论或管理研究成果,旨在有效地解决中国管理面临的问题,更好地解释和指导中国管理实践。因此,致力于研究有中国社会和文化特点的管理实践活动,提炼适用于中国管理实践的有效理论是构建中国管理理论的重要意义。

中国管理研究的本质在于“中国”二字,只有通过中国独有的智慧与思维反思中国特定空间下的管理实践,在中国语境下,构建能优先服务于中国管理实践和社会经济发展的理论,才能推进理论的国际化

普适化发展。中国管理理论的特征可以概括为:中国空间、中国文化、中国故事和中国语言。

其一,中国空间。中国管理理论创新与构建中的“中国”,首先是一个地域概念,即管理理论创新是面向中国特定空间的,要服务中国管理实践和经济发展。因此,中国管理理论当前阶段应该是在中国空间内形成的。学者开发和构建的中国管理理论,要以服务中国社会和经济发展需要为出发点和终极目标,研究成果主要是发表在中国中文期刊上,也包括国外期刊中少量中文语言的期刊。

其二,中国文化。中国文化不仅仅是指中国博大精深的传统文化,还包含了中国哲学。因此,通常所指的传统文 化是个狭义的概念,仅仅指中国诸子百家的管理思想。中国传统哲学是中国传统文化的一部分和核心内容。因此,中国传统哲学与狭义的中国传统文化的集合构成了广义的中国文化。中国文化还包括具有时代品格的社会文化,如杰出的企业家思想和精神等。所以,要构建一个属于中国自己的关于管理理论构建的研究框架,路径之一是以中国文化为根基,在传统文化和当代管理思想价值中提炼管理概念和管理理论;路径之二是以中国管理哲学为视角,挖掘关于“阴阳”“道”“中庸”等哲学思想中蕴涵的理论与方法论。

其三,中国故事。中国管理研究必须聚焦中国管理情境中的管理实践、管理现象和管理问题,旨在解释中国管理现象,指导中国管理实践,解决中国管理实践面临的问题。一个好的中国故事也要具有好故事的“重要的、新颖的和令人好奇的”三个基本衡量标准<sup>[32]</sup>。好的中国故事可以是基于类似华为、海尔、阿里和腾讯等领先企业实践,也可以是小米等独角兽企业实践,这些企业的管理实践及企业家思想的“故事”都会是一个好的中国故事。归纳起来,构建中国管理理论要挖掘中国企业的优秀实践,从中发现中国好故事,然后讲好中国故事,诠释好中国故事背后的逻辑关系和一般管理规律,才能构建中国管理理论。

其四,中国语言。中国管理研究必须在中国文化语境和学术氛围下开展理论开发与构建<sup>[33]</sup>。因此,构建中国管理理论要采用中国式的研究思维、中国的语言风格、概念和框架等。可以暂时确定为是符合中国的研究范式,即从整体思维角度用中文语言、中国社会流行的或常见的概念、中国统一的一套逻辑或范式来构建理论。

## 四、中国管理理论的概念延伸

以上分析解决了中文语境下中国管理理论是什么,那么在国际上中国管理研究应该怎样发展?中国管理研究和理论构建的意义在于“中国”二字,要以中国人独有的智慧、思维反思中国乃至人类的管理实践,贡献全球管理理论的创新。因此,中国管理理论的未来发展方向应该是文化融合的东方与西方的拥抱。

### (一) 中国管理理论概念的延伸视角

中国管理研究需要在通晓中国文化核心概念的基础上展开,要挖掘中国传统文化对于理论构建与管理实践的指导意义<sup>[34]</sup>,用中国的逻辑思维框架来构建中国管理理论。但就目前中国管理研究现状分析,基于中国管理实践的理论构建研究成果中,在国际主流学界中具有重大影响的理论并不丰富,难以做到提取和总结普适性的理论。有学者认为之所以在国际上没有话语权,是因为没有用国际语言来构建中国管理理论。但很多学者有不同的声音,认为国际语言显然已经超越了 中国空间,不属于中国管理研究。中国管理研究之所以没有形成更多的分支理论,是因为缺乏中国管理理论构建的研究范式。陈明哲等<sup>[35]</sup>提出中国的“学术”与西方的“学术”分歧大,存在着本质的差别,只有实现全球与本土的文化双融,构建一个更广泛的学术观,才能促进中国管理学术的发展。

### (二) 中国管理理论的未来发展与方向

从文化双融合视角出发,中国管理理论的未来延伸与方向是“中国语言、中国故事、国际语言和国际故事”之间的组合动态发展关系,如图8所示的2×2分布图。

第一,“中国语言,中国故事”是指用中国的逻辑思维与研究框架来研究中国管理实践,提炼具有中国

管理实践基础的原创理论,形成的理论只适合解释中国特定空间下的管理实践现象和问题,为中国的管理实践服务,通过发表在中文期刊上进行传播与交流<sup>[36]</sup>。

第二,“中国语言,国际故事”是指用中国的逻辑思维与研究框架来研究一般的管理实践,提炼适合解释中国管理实践的理论,形成的研究成果或理论发表在中文期刊上,是为中国的管理实践服务,解决中国企业面临的问题。如源于东方的概念、新理论也可能经过发展而扩展其适用范围,同时也可以用来解释西方的现象。

第三,“国际语言,中国故事”是用科学规范的语言来推广和扩展适用于中国情境下的管理理论,提升中国在管理研究中的话语地位,从而与西方的管理理论进行更多的交流与融合,实现平等对话,树立管理研究的中国话语的自信和权威。研究成果或理论知识通过发表在国外期刊上进行传播、交流与完善。“国际语言,中国故事”强调要将源于中国的新概念、新理论经过发展而扩展其使用范围,用来解释西方的管理实践;要与世界管理知识对接,从中国维度出发来丰富主流管理理论,实现中国管理理论的国际化发展,为全球管理知识的增长做出贡献<sup>[22]</sup>。因此,研究的服务范围也从国内延伸到全球。

第四,“国际语言,国际故事”是超越空间范围的研究,构建普适理论,共建全人类的管理科学知识体系,服务于全球发展。中国社会经济的崛起与管理实践的丰富,都会极大地推动中国管理研究的进程,会使今天被学者所称的“中国本土管理理论”成为明天具有世界意义的管理理论。

综上,中国管理研究的延伸与未来发展:先“中国语言,中国故事”,然后同步发展“国际语言,中国故事”和“中国语言,国际故事”,最后的终极目标是“国际语言,国际故事”(如图8所示)。

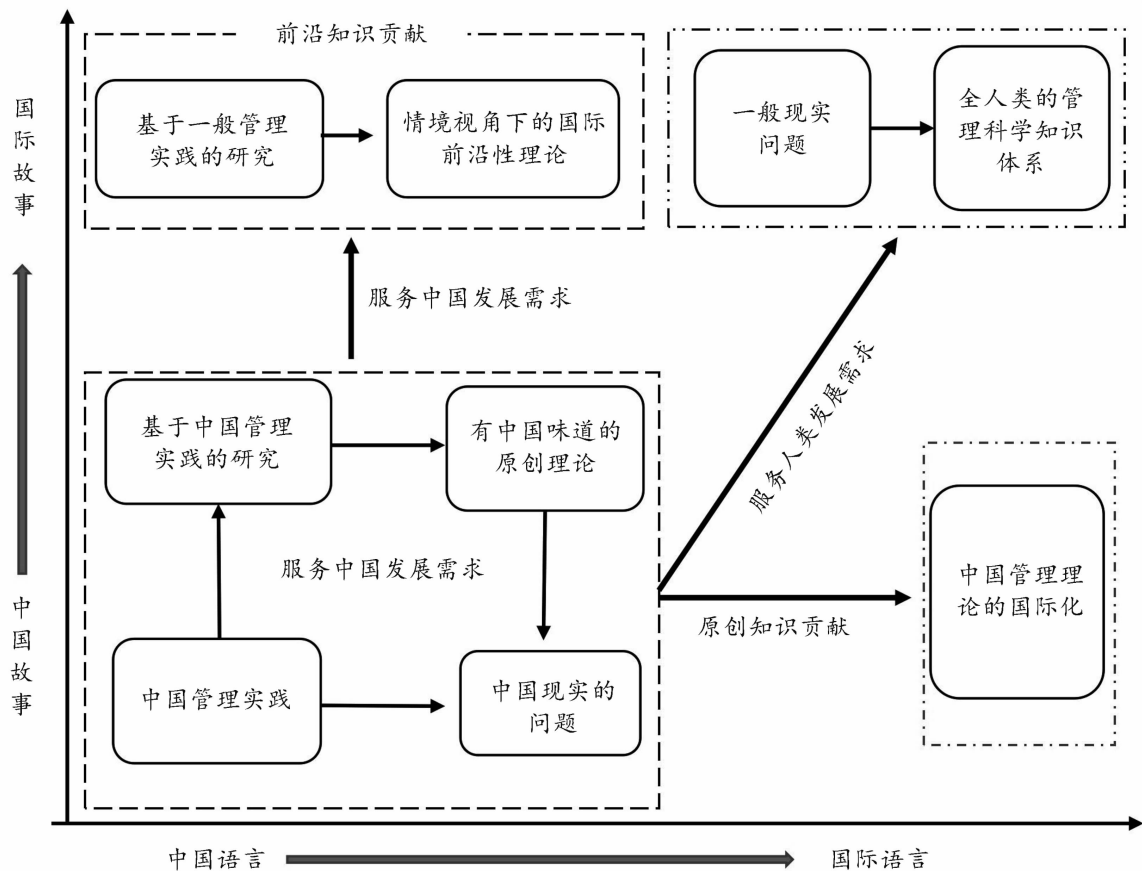


图8 中国管理研究的分步走战略2×2分布图

资料来源:作者整理绘制

## 五、研究结论

### (一) 研究结论

本文在系统梳理中国管理研究主要概念的提出与演变分析的基础上,通过中国知网数据库中自动生成的学术传播度、学术关注度等指标,确定了将“中国管理理论”作为统一概念名称。以中国知网数据库为样本来源,基于内容分析法,以苏东水、曾仕强和徐淑英等知名学者的20个代表性的中国管理理论概念文本作为研究对象,通过 ROST CM6 软件进行分词研究,提炼了核心类目,重新定义了中国管理理论的概念。结果表明,中国管理理论具有“中国空间、中国文化、中国故事和中国语言”四个判断特征维度。通过在新概念的界定基础上,探索并展望了中国管理研究的延伸与未来发展:先“中国语言,中国故事”,然后同步发展“国际语言,中国故事”和“中国语言,国际故事”,最后的终极目标是“国际语言,国际故事”。

通过对概念演变脉络、重构概念内涵及延伸探讨等分析与研究,结果表明,中国管理理论并非指具有中国特色的管理理论,也非指管理理论在中国。中国管理理论会随着中国管理实践的丰富和研究范式的建立,推动理论创新向国际化、普适化发展。但当前阶段的中国管理研究或中国管理理论是指在中国特定的空间里研究和发表的管理理论或管理知识等研究成果,是以中国文化为背景,扎根中国管理实践,用中国语言讲中国故事,形成具有中国味道和中国气派的管理理论。

### (二) 研究不足及展望

中国管理研究与理论构建是一个宏伟的研究议题,中国管理理论的概念研究也是一个复杂的研究主题。尽管本文选择了科学的研究方法,选取的样本资料都是经过学者深思熟虑、公开发表的能够代表管理学者思想的大样本文献资料,但局限于中文期刊数据,导致样本数据较为单一,可能会导致研究结果产生一定偏差。国外关于中国管理研究的文献比较少,但仍然是存在相关主题的研究,也可以作为样本数据补充,加强对比研究。

随着中国经济发展水平和层次的逐步提升,中国本土管理实践与现象也愈发丰富和多样。如果继续借鉴西方主流的实证主义研究范式,将不利于管理理论的创新和实现服务中国管理实践的宗旨。因此,我们必须转换当前中国管理理论构建的研究范式,构建具有指导作用的研究框架模型。这是现在和未来极其重要的研究议题。

### 参考文献:

- [1]郭重庆.中国管理学界的社会责任与历史使命[J].管理学报,2008(3):320-322.
- [2]齐善鸿,李宽,孙继哲.传统文化与现代管理融合探究[J].管理学报,2018(5):633-642.
- [3]王学秀.“管理学在中国”研究:概念、问题与方向——第1届“管理学在中国”学术研讨会观点评述[J].管理学报,2008(3):313-319,365.
- [4]韩巍.从批判性和建设性的视角看“管理学在中国”[J].管理学报,2008(2):161-168,176.
- [5]曹祖毅,谭力文,贾慧英,等.中国管理研究道路选择:康庄大道,羊肠小道,还是求真之道?——基于2009—2014年中文管理学期刊的实证研究与反思[J].管理世界,2017(3):159-169.
- [6]BARNEY J B,ZHANG S.The future of Chinese management research:a theory of Chinese management versus a Chinese theory of management[J].Management and Organization Review,2009,5(1):15-28.
- [7]BARNEY J B,张书军.中国管理研究之展望——中国管理理论与管理的中国理论[J].中大管理研究,2009(3):1-15.
- [8]章凯,张庆红,罗文豪.选择中国管理研究发展道路的几个问题——以组织行为学研究为例[J].管理学报,2014(10):1411-1419.
- [9]曹祖毅,贾慧英.管理理论在中国的创新现状、辩证价值与未来发展[J].商业经济与管理,2020(2):30-44.
- [10]吴照云,张兵红.中国管理科学体系的未来构建[J].经济管理,2018(9):5-17.

- [11]郭重庆.中国管理学者该登场了[J].管理学报,2011(12):1733-1736,1747.
- [12]陈春花.当前中国需要什么样的管理研究[J].管理学报,2010(9):1272-1276.
- [13]郭毅.活在当下:极具本土特色的中国意识——一个有待开发的本土管理研究领域[J].管理学报,2010(10):1426-1432.
- [14]吕力.后实证主义视角下的管理理论、实践与观念[J].管理学报,2015(4):469-476.
- [15]谢永珍.反思与超越:中国本土管理研究的道路自信与价值诉求[J].济南大学学报(社会科学版),2017(3):8-14.
- [16]SHENKAR O,李炜文.具有中国特色的管理学研究[J].管理学期刊,2017(1):1-11,118.
- [17]艾尔·巴比.社会·研究方法:第十一版[M].邱泽齐,译.北京:华夏出版社,2009:318-328.
- [18]张瑜,雷丽.基于内容分析法的农业旅游概念界定[J].西南师范大学学报(自然科学版),2013(6):117-123.
- [19]向婧怡,张红举,陈力,等.基于内容分析法的水生态文明概念及评价指标探讨[J].中国人口·资源与环境,2018(S1):169-175.
- [20]刘盛博.科学论文的引用内容分析及其应用[D].大连:大连理工大学经济管理学院,2014.
- [21]井润田,卢芳妹.中国管理理论的本土研究:内涵、挑战与策略[J].管理学报,2012(11):1569-1576.
- [22]胡国栋,王天娇.后现代主义视域下管理学的本土化研究[J].财经问题研究,2019(4):21-29.
- [23]VAN DE VEN A H,井润田.从“入世治学”角度看本土化管理研究[J].管理学期刊,2020(1):1-13,130.
- [24]陈春花,宋一晓,曹洲涛.中国本土管理研究的回顾与展望[J].管理学报,2014(3):321-329.
- [25]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[J].管理学报,2015(3):313-321.
- [26]陈劲,尹西明.范式跃迁视角下第四代管理学的兴起、特征与使命[J].管理学报,2019(1):1-8.
- [27]曾仕强.中国式管理:修订版[M].北京:中国社会科学出版社,2005:3-12.
- [28]李平.中国本土管理研究与中国传统哲学[J].管理学报,2013(9):1249-1261.
- [29]苏东水.东方管理学[M].上海:复旦大学出版社,2005:6-18.
- [30]苏勇,于保平.东方管理研究:理论回顾与发展方向[J].管理学报,2009(12):1578-1587.
- [31]朱秀梅,杨姗.管理类综述文章的撰写范式[J].外国经济与管理,2019(7):137-152.
- [32]COLQUITT J A,GEORGE G. From the editors: publishing in AMJ-part 1: topic choice[J]. Academy of Management Journal, 2011,54(3):432-435.
- [33]李培挺.也论中国管理学的伦理向度边界、根由与使命[J].管理学报,2013(9):1283-1290.
- [34]张晓娟,王磊.本土化管理理论研究与实践探索的回顾与展望——“管理学在中国”2013年会(第6届)述评[J].管理学报,2014(2):181-189.
- [35]陈明哲,谭畅,牛琬婕.动态竞争的教研“合一”——文化双融整合[J].外国经济与管理,2018(12):3-27.
- [36]张伶.中国管理学学术期刊的发展与未来展望——以《南开管理评论》十年发展为例[J].南开管理评论,2008(6):4-7,36.



(责任编辑 束顺民)