

【企业管理】

中国企业治理与发展战略模式创新研究

——第四届“中国企业管理创新案例研究前沿论坛”观点综述

朱笑仪, 戚依南

(对外经济贸易大学国际商学院, 北京 100029)

[摘要] 本文回顾了由对外经济贸易大学国际商学院和《中国工业经济》杂志联合主办的“第四届中国企业管理创新案例研究前沿论坛(2014)”,对论坛的主要学术观点进行了综述。本次论坛展示的案例研究成果代表了中国本土企业管理创新的最新进展,包括了内部治理与外部治理等公司治理模式的创新和品牌、商业模式、运营、技术创新等企业发展战略模式的创新。最后,本文提出中国情境下的案例研究的重要性,鼓励对案例研究结果的规范性验证,以进一步推进中国本土企业的管理创新研究。

[关键词] 公司治理; 管理创新; 案例研究

[中图分类号]F270 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1006-480X(2015)02-0128-07

2014年11月25日,由对外经济贸易大学国际商学院和《中国工业经济》杂志联合主办的“第四届中国企业管理创新案例研究前沿论坛”在北京隆重召开。来自中国人民大学、南开大学、上海交通大学、对外经济贸易大学、北京航空航天大学、武汉大学、华南理工大学、东北财经大学等全国高校、研究机构的专家、学者及案例研究爱好者参加了此次论坛。对外经济贸易大学张新民副校长、《中国工业经济》杂志李海舰研究员代中国社会科学院工业经济研究所所长黄群慧研究员为大会致辞。徐伟宣研究员、周建教授和周长辉教授分别围绕案例研究做了主题演讲,五个分论坛从公司治理模式创新和企业发展战略模式创新的角度深入探究了中国本土企业的管理创新问题,为本土企业的管理创新带来了新的思考。

一、公司治理模式创新

学者对于公司治理的研究不再局限于狭义的层次,即股东对管理者的监督与制衡,而是逐渐开始关注利益相关者对公司治理效率的具体影响,研究人员也更多地借助了案例研究这一工具,深入剖析不同类型的企业如何寻求内部和外部治理模式中的管理创新。

1. 内部治理

公司内部治理关注企业所有者与经营者间权利制衡及利益归属问题,论坛所涉研究的范围更加广泛,从国有企业到私有企业,从股权激励到家族企业继承权问题,为公司内部治理带来了更多具有实践性的结论。

南开大学商学院周建教授等通过剖析广日股份员工持股计划,探讨了国有控股上市公司依托

[收稿日期] 2015-01-13

[作者简介] 朱笑仪(1992—),女,安徽宿州人,对外经济贸易大学国际商学院硕士研究生;戚依南(1976—),男,天津人,对外经济贸易大学国际商学院副教授,管理学博士。

资本市场实施员工持股的关键要素。研究发现,员工持股计划的方案设计有助于促进公司管理人员、骨干员工利益与公司业绩和股票市值绑定、增强中长期激励效果。同时对诸如员工确定、激励机制约束性、持股期间、股票来源等几个事关国有控股上市公司员工持股计划设计的关键问题进行了探讨。该研究具有重要的实践启示:随着政策法规的不断健全,国有资产监管部门、国有控股股东及国有控股上市公司有望扫除思想障碍,依托资本市场,促进更多国有控股上市公司从提升竞争力和活力入手,推出贴近自身需要的员工持股计划,为更多国有控股上市公司带来启示。另一方面,研究还指出,进一步厘清政府与市场的边界,简政放权、支持创新、宽容失败,是政府部门对国有控股上市公司推行员工持股应持的正确态度,这对资本市场的政策监管也有一定的借鉴意义。

浙江工商大学工商管理学院郝云宏教授等,以“民营第二大股东与国有第一大股东争夺公司控制权的制衡机理研究——基于‘鄂武商控制权之争’的案例研究”为题。研究表明:股改后的第二大股东力量不断增强,其与第一大股东的利益冲突日益加剧,第二大股东发挥制衡作用是保护投资者利益的表现,且这种股权制衡动因在根本上受到股权性质、现金流权、股权比例的影响;第二大股东通过引入关系股东、争取董事会席位、法律适用等路径进行控制权争夺;第二大股东的制衡效果并不违反效率原则。该研究从控制权争夺的视角深化了多元化股权结构下对第二大股东制衡作用的理解,也为化解当前中国民营股东与国有股东的“权利冲突”提供了必要的借鉴。

对外经济贸易大学金融学院王珏博士等,对共同基金参与上海家化和格力电器公司治理进行分析,探讨了共同基金参与公司治理是为了支持大股东还是支持管理层的问题。研究发现,在股权相对集中的情况下,缓解大股东与管理层的利益冲突是共同基金参与公司治理的重要内容。研究表明,当大股东和管理层发生委托—代理冲突时,共同基金在权衡大股东和管理层的权力强弱后,会通过股东大会和董事会等途径,选择支持强势方,以使股价尽快稳定。在调停大股东和管理层的矛盾后,共同基金最终会通过资本市场的增持或减持来体现其对目标企业未来发展前景的真实态度。共同基金派董事进入上海家化与格力电器董事会的公司治理案例是共同基金股东积极主义的经典案例,这对于当下中国公司治理中共同基金受到限制的现状具有一定的启示意义,对于完善共同基金等机构投资者参与公司治理具有积极意义。

江南大学商学院周方召副教授等则将视角转向了企业家过度自信这一研究方向,以新兴产业中创业企业尚德电力的发展为背景,采用案例研究方法研究了企业家过度自信对战略选择的影响及其与董事会治理之间的关系。研究表明:经济转型过程中政府干预促进了企业家过度自信心理形成,企业家过度自信和董事会治理失效进一步导致企业走上追求超额负债和盲目扩张的路径,追求商业明星和规模为王的地位,将无心于核心竞争力塑造与商业模式形成;不受监督的过度自信与顺周期投资带来的风险可能远大于传统的道德风险问题。该研究从企业家过度自信心理的视角出发,结合委托—代理理论,拓展了公司治理的理论研究框架,为公司治理引进了一个新的视角。

华南理工大学工商管理学院王少杰博士以“中国华南三家国有企业命运演化轨迹研究”为题,以三家规模相当、地级市政府所属的水产加工企业为研究对象,剖析了三家企业不同的产权改革道路。研究认为,不同的产权模式,影响人们不同的行为路径,这种路径的演化造成企业最终的命运。该研究探索出了一种新的产权模式——“劳动者所有制”产权模式,这种模式既能保留国有企业的优势与长处,又兼具了私营企业的效率,为未来中国国有企业产权改革提供了一个重要的参考模式。同时,该研究也为国有企业改革带来了更多的启示与思考的视角:通过立法界定政府产权行使人与企业管理层之间的权力界限;建立全国统一的国有企业职业经理人市场。

浙江工商大学工商管理学院王路博士以“过程观视角下家族企业代际传承的路径选择分析——以浙商为例”为题,通过对浙江家族企业的跨案例研究,从过程观的视角,探究代际传承的路径组合并分析影响其选择的内外部因素。研究表明:动态传承包括四个阶段,分别为继承人选择阶段、初期参与阶段、共同控制阶段和最终放权阶段,并给出了各阶段的可选路径。该研究可以帮助家

族企业进行自我定位,明确企业所处的传承阶段,从而更好地采取相应的应对措施;可以为企业传承提供引导,代际传承路径组合矩阵明确了企业在传承各阶段可供选择的路径和策略,引导企业在不同阶段根据企业的实际情况做出相适应的选择,从而保证企业顺利传承。

2. 外部治理环境

作为公司治理研究领域中的一个重要话题,外部治理环境,诸如法律环境、行业竞争环境和政府干预等因素对企业的治理水平和效率有着举足轻重的影响。本次论坛中,专家与学者采用案例研究的方式,着重从市场环境、法律环境及政府管制等相关方面探讨公司治理的外部环境问题。

中国人民大学商学院戴璐博士等,以“企业的环境保护有效落实了吗? 战略组合的特征对环境管理控制的影响”为题,采用跨学科的方式与双案例研究的方法,立足于战略管理与管理会计领域的相关研究,采用归纳式的分析开展案例研究,探查中国这类新兴市场国家的企业是否切实兑现了生态责任以及背后的战略驱动。研究表明:以差异化竞争战略的案例企业倾向于选择前瞻型环境战略实现先发制人,内部的环境管理控制也相对完善;以控制成本为竞争战略的另一家案例企业则采取污染战略,逃避环境保护责任,缺乏实质性的环境管理控制。该研究还归纳出了企业环境战略与竞争战略的两种不同组合对环境管理控制的影响,以及促使企业做出不同战略选择的制度因素。该研究的理论启示在于揭示了企业可持续发展的战略动因,展现了企业环境战略同竞争战略的内在关联对企业落实环境保护的影响,以及影响企业是否将环境保护纳入竞争战略的制度因素。

上海交通大学安泰经济与管理学院赵亚普教授等,以“合法性视角下的产品企业服务商业模式:一个案例研究”为题,基于合法性理论,指出新的服务业务能否获取市场合法性是服务商业模式成功的关键。研究发现,内部特征、外部合作、行业认可度三个方面对服务业务合法性有重要影响:内部特征包括内部技术能力及高管特征,内部技术能力是企业服务的基础与保障,体现了企业的实力,优秀的高管团队在技术、销售与领导协调方面的实力都是吸引外部的重要源泉,可以有效促进企业发展、获取市场合法性;外部联系包括与知名客户及政府部门的合作,与知名客户建立长期合作关系可以提高企业知名度,促进企业服务得到市场的认可,与政府部门的合作可以有效增强组织在市场中的声誉和合法性;由于企业服务业务的合法化及发展离不开整个行业发展趋势的影响,因此企业所处行业的认可度对企业层面业务合法性也存在重要影响。传统的产品为核心的企业向服务商业模式转型是目前研究和管理关注的热点,但是产品企业的服务化经常遭遇“服务悖论”,现有研究主要从企业内部寻求解决“服务悖论”的途径,却忽略了外部市场合法性所起的作用,而该研究恰恰弥补了这方面研究的空白;同时,研究指出,产品企业不仅要克服内部产品和服务系统存在的冲突,还必须关注如何克服新的服务商业模式的合法性劣势,对企业实践有重要的指导意义。

对外经济贸易大学国际商学院周末博士等,以“狭小与区域性市场中的垄断管制问题——基于N大网络中心BRAS收费的案例研究”为题,探讨了一个狭小市场中的案例,说明垄断管制所面临的经济上和执行上的困难。研究得出以下结论:①狭小与区域性市场不同于一般性较大规模市场,其特殊性使得进入区域性市场面临更高的壁垒和更少的预期收益。同时,管制行为会因为成本过高收益很小而无法建立。②狭小与区域性的市场当中,垄断行为的管制与较大规模产业管制存在不同,这主要体现在缺乏公众关注、缺乏专业管制机构、管制成本过高、缺乏管制的正式制度安排等方面。③狭小与区域性市场中的垄断企业更容易利用“内部人”机制和信息不对称,由于其市场的特殊性,这种策略容易成功,也较容易影响价格管制政策的制定。④对于狭小区域性市场的补贴政策,充分的谈判非常重要,同时应当尽量以正式制度的形式体现出来。⑤狭小与区域市场内消费者与垄断厂商的管制谈判有赖于特殊的制度安排,这种安排应当尽量有效地组织消费者,同时能够对管制机构施加影响。⑥在狭小市场中强行引入竞争者往往并不能成功,其关键在于狭小市场形成的特殊性导致的进入障碍,包括技术、组织、距离等。

海南大学经济与管理学院张尔升教授,以“网络媒体对政府治理的作用研究:国际旅游岛建设

的案例分析”为题,分析了海南国际旅游岛建设的实例,探讨网络媒体的负面报道是否能对政府治理发挥作用这一问题。研究发现:网络媒体的负面报道对政府治理发挥了积极作用。网络媒体负面报道次数的增加,必然会引起政府的关注,迫使政府出台相应的政策措施,加大治理力度,净化市场环境。进一步研究发现:网络媒体的负面报道对行业效益的影响是不确定的,即负面报道次数本身对行业效益几乎没有影响,加入控制变量后,影响才比较明显。该研究结论为政府甄别网络信息,理性看待负面报道,以及通过网络平台汲取民智,从而进行有效治理提供参考依据。

二、企业发展战略模式创新

企业发展战略的创新是现代企业发展不变的主题。学者们从品牌、商业模式、运营与技术创新等方面入手,将成功的企业实践以案例的形式呈现出来,丰富了企业发展战略模式创新的研究。

1. 品牌战略

品牌的创建与强化离不开品牌杠杆的有力支持。企业通过内部力量及外部力量的相互作用构建品牌生命力,而有效的营销策略如赞助商策略很大程度上推动了品牌形象的提升,另一方面,基于战略品牌联想地图的案例研究也为研究企业竞争策略提供了新的思考维度。

西安工业大学经济管理学院李纯青教授等,以“基于借力使力过程的品牌生命力构建研究”为题,采取单案例研究方法,以意大利环意旅行社为研究对象,结合品牌杠杆理论分析品牌如何借助内部力量、外部力量形成有效的借力使力机制,以及如何通过借力过程和使力过程的互动配合,形成强大的品牌生命力。研究结论表明:环意是通过借力过程和使力过程之间的不断循环互动、螺旋上升来构建强有力的品牌生命力的,而整个品牌生命力构建过程背后的逻辑是品牌杠杆。该研究创新性地通过品牌杠杆构建品牌生命力模型,从而打开了品牌借力使力机制的“黑箱”,为实践者提供了一个通过品牌现有内部力量借助外部力量发展自身品牌的更为广泛以及具有经验支持性的框架。

对外经济贸易大学国际商学院傅慧芬教授等,以“赞助策略对体育用品后来者全球品牌形象的影响机制”为题,以中国匹克和李宁等后来者品牌为主要研究对象,聚焦于它们实施赞助的过程和策略,揭示了在全球市场上提升品牌形象所需的多层环节契合的机制。该研究对比调研两家典型企业所获得的数据和资料,归纳式地将调研所得资料高度概念化并实现归类,最后得出四个推论:作为后来者,实施品类和市场聚焦战略有益于增强有限资源的效率,促进品牌形象升华;赞助方或代言人与既定产品、市场契合度与赞助效应成正相关,高契合度有利于促进品牌形象升华;借助赞助代言人推出的产品品质与款式必需符合代言人档次,且符合目标消费群对性价比的追求;资源短缺的后来者要实现赞助策略,更加有赖于6个沟通方式的配置和整合,即从品牌名称和标识、产品展示和订货会、媒体和现场广告、网络社交互动、线下互动活动以及媒体公关报道等进行整合营销沟通。

对外经济贸易大学国际商学院高充彦副教授等,以“国产智能手机市场竞争策略的案例研究——基于战略品牌联想地图的方法”为题,从手机市场发展概述、当前国内手机现状引入,用战略品牌联想地图法分析苹果公司、三星电子、华为、小米四个公司的热卖手机产品,发现国产手机品牌经营现状欠佳包括以下原因:品牌意识不高;品牌细分不到位;品牌定位不明确;品牌宣传不当,缺乏个性。同时,该研究从营销的角度提出了国产智能手机发展的建议:重视品牌设计,不断创新,以平和心态打造领域专家,追求卓越的品质,增强产品核心竞争力,但也要重视质量,严格要求;采用多品牌策略;情感渗透,注入中国特色的传统文化和价值观;提供全面周到的服务;积极开拓国内国外市场;为中国公益事业贡献力量;以开放的心态选择最强的合作伙伴,发展与运营商和手机元器件制造企业的联合;构建可持续的厂商渠道新模式,或采用联合采购,进行供应链管理和成本控制;整合营销沟通方式,塑造强势品牌。该研究从战略地图的角度为国产手机应对外来竞争提出了切实可行的建议。

2. 商业模式

现代企业,无论是民营企业还是国有企业,无论是金融服务企业还是商品流通企业,其商业模式的选择对企业的成功都有着不言而喻的意义。

南开大学商学院周建教授等在认真梳理私募基金组织形式、融资策略、投资策略和收益分配策略之后,将视角定格在中国私募基金行业。以九鼎投资为例进行单案例研究,对其“融、投、管、退”的商业模式逐一剖析,进而深入探讨中国私募基金创新发展路径。作为“中国私募基金第一股”,九鼎投资拥有不同于一般实体企业和其他类型金融企业的商业模式:融资,向出资人募集资金;投资,将资金投资到企业获得企业股权;管理,对所投资企业进行管理;退出,出售被投资企业股权获得收益并与出资人分成。鉴于中国私募基金行业起步较晚的事实以及私募基金行业的固有特性,学术界对该领域的研究与探讨相对较少,有限的实证研究更多局限于研究私募基金作为机构投资者与被投资项目之间治理、绩效等关联关系,而该研究则从个案案例研究角度对私募基金行业进行研究,在很大程度上弥补了中国私募基金行业研究的空白。

浙江工商大学工商管理学院罗兴武副教授等,以“价值创造视角下流通产业龙头企业发展过程中商业模式的演变——浙江物产 1996—2014 年的纵向案例研究”为题,基于价值创造视角,运用“价值主张—价值创造—价值分配与获取”的 PCAA 价值创造模型,静态分析与动态分析相结合,选取流通产业龙头企业浙江物产进行纵向案例研究,在时间序列层次上,分析了浙江物产发展不同阶段商业模式要素变化情况及商业模式演化逻辑,讨论了价值主张、价值创造、价值分配与获取 3 个组成维度上商业模式演化的一般规律。研究发现:基于价值创造视角,企业的价值主张由经济价值、能力价值向关系价值演化,价值创造由模块化组织、模块化簇群向无边界企业演化,价值分配与获取也由产业内的内部系统整合、产业内的外部系统整合向产业外的内部系统整合演化。研究深化了商业模式演化动态性的理解,丰富了“浙商”商业模式的研究,并为企业管理者和政策制定者提供规律性的战略指导。

3. 运营模式

企业发展的不同阶段会选取不同的运营模式。运营模式的选择需要契合于企业的战略与价值主张。此次论坛中,多名学者深入企业实践,以不同类型的企业为案例研究对象,从不同角度对这个问题进行了深入研究。

武汉大学经济与管理学院刘林青教授等,以“有心栽花花不开,‘无心’插柳柳成荫——基于利丰集团的平台领导权方向盘模型的案例研究”为题,从利丰公司由面临被淘汰危险的中介角色逐步发展为平台生态圈领导者的过程中,总结出了推动企业从业务边缘进入平台生态圈核心的四个重要行动,这也是组成方向盘模型的基本策略,即:去物质化、扩网、聚核与系统性价值主张。这四个基本策略在不断壮大平台生态圈的同时,也推动焦点企业螺旋上升,从边缘走向核心赢得平台领导权;焦点企业提出系统性价值主张会带来成员伙伴对其依赖的非线性增长;为此,焦点企业必须主动去扩大网络,促使共同依赖和网络效应的作用机制充分发挥起来;网络扩大使得焦点企业将新的信息资源去物质化;去物质化可带来系统中的“价值”向焦点企业集聚,丰富其价值主张;由此往复循环。该研究引入资源依赖理论研究平台领导权,加强了平台领导权的理论基础,丰富了资源依赖理论尤其是网络层面的拓展,对企业有着重要的管理启示。

对外经济贸易大学国际商学院范黎波教授等通过对六家本土成长型企业分别被跨国公司并购进行多案例研究从而提出跨国并购的新观点。研究发现:在华跨国并购正如出售方“赘婿”而跨国公司“入赘”的过程,出售方获得收益并维持实际经营权以期获得长期回报,并购方则实现市场占有;而在并购后“教练型”治理的模式中,出售方从控制人转变为经理人,而并购方通过目标管理达到监管公司的目的。这既能实现业绩增长,又能使原有管理人员贡献自己的才能,从而实现双赢。该研究创造性地建立了一个关于在华跨国并购的“赘婿式”并购和“教练型”治理模式的理论框架模型,为

企业并购研究指出了一个新的方向。受限于该研究是一个由现象驱动的案例研究的本质,样本的选择具有天然的限制,在未来的相关研究中,有必要对不同的类型、地域分布不同的跨国公司、战略差异和行业分布不同的跨国公司并购过程进行检验。

西安工业大学经济管理学院马军平副教授等,以意大利环意旅行社为研究对象,结合结构洞理论与渠道控制权理论,分析在不同的企业发展阶段,旅游服务提供商如何发现和运用结构洞以促进渠道控制权的获得与强化。研究将环意所处供应链的结构按照其业务发展过程划分为三个阶段:传统境外地接服务阶段,主动影响终端游客阶段,推出自主旅游产品并且 OTA(在线旅游代理商)合作阶段。进而详细分析每一阶段环意作为服务供应商角色的变化以及结构洞处理对渠道控制权的影响过程。研究表明:服务供应商可以通过抵触逻辑填补或通过拓展逻辑创建结构洞来加强自身在渠道中的控制权;服务供应商也可以通过获得资源交换的良好位置和更多的非冗余性关系人来不断地填补,创建结构洞。

江西财经大学工商管理学院胡海波博士等,运用规范的案例研究方法探索中国制造业企业的全球化路径。研究选取丹麦的制造企业和中国的制造企业为研究对象,基于文献回顾,通过人员访谈、实地参观调查、二手资料收集等研究过程,从生产和研发全球化视角出发,比较了中国和丹麦制造企业的全球化过程。研究发现,来自不同类型国家的制造企业在生产与研发的全球化遵循不同的发展路径:丹麦制造企业倾向于研发和生产交互式的发展,但在研发全球化过程中的主动性不强;中国制造企业研发的全球化要早于生产的全球化。前者可以由现有理论很好地解释,而中国的制造业却呈现出现有理论没有涵盖的实践。该研究补充了有关全球生产和研发之间的相互关系的文献空白,并探讨了在全球化进程中研发和生产如何相互影响,对中国制造企业如何开展全球化提供了一定的借鉴与启示。

4. 技术创新

管理创新中的一个重要内容就是如何通过技术创新提升企业的生产管理水平。技术创新方法和模式的研究也吸引了众多学者。通过案例研究,我们可以更深入地理解技术创新与企业管理不同方面之间的逻辑关系。此次论坛中,不少学者分享了关于企业创新的最新观点,如生态系统创新、供应商创新、开放式创新等。

北京航空航天大学经济管理学院欧阳桃花教授等,以小卫星龙头企业 DFH 为案例研究对象,探讨了航天复杂产品创新生态系统是什么,及其动态演化具有怎样的特征和如何实现。研究表明:①航天产品研制要重点关注总体设计环节,其创新主体由核心企业—供应商—科研单位三方构成了一个微生态系统;②航天复杂产品创新生态系统从中心—轮辐式到共生式的动态演化主要结构特征是参与者行动从围绕核心企业目标转化为共同目标、组织边界由清晰向模糊转变、核心企业的组织角色从扮演领导者到平台创造者;③研究基于价值来源选择和制度稳定方式的路径,深入剖析了航天核心企业游击队战略逻辑和交流型组织合作、复杂性战略逻辑和协同型组织合作间如何在创新生态系统的不同发展阶段进行动态适配,以打开航天复杂产品创新生态系统由中心—轮辐式向共生式转化过程的黑箱。该研究属于探索性案例研究,将补充与发展复杂产品创新生态系统理论,并对实现“创新型国家”和航天企业产品创新的战略也具有重要实践指导价值。

西安理工大学经济与管理学院李随成教授等,以“供应商创新性结构维度——基于扎根理论的探索性研究”为题,以中国制造企业为研究对象,通过个人深度访谈和焦点小组访谈,运用扎根理论方法探索供应商创新性结构维度。该研究结果最终提炼供应商创新性的四个维度:技术能力、创新欲求、资源共享意愿和关系协同能力。技术能力和创新欲求体现供应商自身应具备的创新特征,前者包括产品服务创新能力、工艺创新能力两个子维度,后者包括开放性、探索精神、创新规划和率先行动四个子维度;资源共享意愿和关系协同能力表现供应商在合作中体现的将其创新资源高效地用于促进企业运营的特征,前者包含知识共享和技术资源共享两个子维度,后者包含供应商—制造

商关系协同能力和供应商—供应商关系协同能力两个子维度。

东北财经大学工商管理学院韵江教授等,以“开放式创新实践的模式演化——基于大连光洋的纵向案例研究”为题,对大连光洋开放式创新实践的多种模式及路径进行了深入考察和分析。该研究从过程视角,将开放广度和开放深度作为开放式创新划分模式的指标,区分了四种不同的开放式创新类型:依附型协作、整合型协作、专业型协作和集成型协作。研究发现光洋的创新模式演化过程是以依附型协作为起点、向整合型协作和专业型协作过渡、最后进入集成型协作的动态累积过程,而光洋的这一演化过程则是由其行业情境和技术特性决定的。

对外经济贸易大学国际商学院郑孝莹等,以共演视角,通过一家中国民营能源、环保制造企业(辽宁华孚集团)的纵向案例研究,展现了转型经济中民营企业持续创新的共演过程。研究结论如下:制度环境和市场需求影响同阶段的企业家创新精神和持续创新战略;企业社会责任影响同阶段的持续创新战略;持续创新战略影响同阶段的组织学习;组织学习影响同阶段的技术创新;技术创新对下阶段的制度环境、市场需求、持续创新战略、组织学习以及技术创新产生影响。本研究为正在致力于持续创新的中国民营企业提供了一个可借鉴的参考案例。同时,本研究中的共演过程一方面解释了民营企业如何在复杂的外部环境中做到持续创新;另一方面强调了企业社会责任对持续创新战略的影响。更重要的是,共演框架将这两方面联系起来,从而对制度理论、企业社会责任、持续创新理论和组织学习理论具有理论意义。

三、结语

本届论坛展示的企业管理创新主要集中在公司治理模式创新和企业发展战略模式创新两方面,与会的各位专家与学者采用单案例研究、多案例研究等多种案例研究方法,从品牌、商业模式、运营、技术创新等企业发展战略模式和内部治理、企业社会责任、外部治理环境等公司治理模式多个角度例证了中国本土企业在企业管理方面的创新与尝试。同时,在此次论坛中,多名学者创造性地提出了自己的理论研究框架,将视角转向方法论层面,为未来的管理学研究提供了新思考。然而由于案例研究本身的特性,加上中国现阶段本土企业的多样性,案例研究在本土企业管理创新方面的普适性仍有待考察和进一步的验证。

Study on the Innovation of Corporate Governance and Development Strategy of Chinese Enterprises——Review of the 4th “Forefront Forum on Case Study of Management Innovation in Chinese Enterprises”

ZHU Xiao-yi, QI Yi-nan

(International Business School UIBE, Beijing 100029, China)

Abstract: This paper reviews the major academic points of the papers included in the proceeding of the fourth forum on case study of management innovation in Chinese enterprises, which is co-held by University of International Business and Economics and China Industrial Economics. Academic viewpoints presented on the forum were classified into two categories: corporate governance innovation which includes internal governance, corporate social responsibility and external governance, and development strategy innovation which includes operation model, branding strategy, business model, and technical innovation. This paper also highlights the importance of case study in Chinese context and points out the significance of future validation of the research findings using empirical study.

Key Words: corporate governance; management innovation; case study

JEL Classification: L10 M10 M20

[责任编辑:王燕梅]