



中国管理科学丛书

工商管理学科 “十三五”发展战略与优先资助领域研究报告

陈国青 冯芷艳 路江涌 刘军 等/著



科学出版社



中国管理科学丛书

工商管理学科 “十三五”发展战略与优先资助领域研究报告

陈国青 冯芷艳 路江涌 刘军 等/著

内 容 简 介

本书从工商管理学科的基本学科界定出发,对中国工商管理学科发展现状与未来面临的实际挑战进行了分析,并且对国际学科的发展趋势进行定量分析。在此基础上,提出了未来5年学科发展的指导思想与战略目标。结合文献分析、学科面临的现实挑战及未来的战略原则,本书提出了多个子学科的优先发展领域、国际合作的优先领域,并提出了保障“十三五”规划实施的具体措施。本书采取了文献分析、专家访谈、问卷调研及理论分析等多种研究手段。

本书适合工商管理学科从事研究和教学的人员、政府相关部门的管理人员,以及企业管理人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

工商管理学科“十三五”发展战略与优先资助领域研究报告/陈国青等著. —北京:科学出版社,2016.11

(中国管理科学丛书)

ISBN 978-7-03-050636-8

I. ①工… II. ①陈… III. ①工商行政管理-学科建设-研究报告-中国-2016-2020 IV. ①F203.9-4

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第265219号

责任编辑:马 跃 刘英红/责任校对:李 影

责任印制:肖 兴/封面设计:华路天然设计

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学院印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2016年11月第 一 版 开本:720×1000 1/16

2016年11月第一次印刷 印张:9

字数:142 000

定价:56.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

前 言

在全球化浪潮的推动下，中国企业迅速走向世界，中国经济已经成为全球经济的重要组成部分。近年来，随着移动互联与信息技术的快速发展，以大数据、云计算、物联网等为标志的新兴技术与经济社会生活的深度融合为中国企业的管理变革和模式创新带来挑战与契机。可以说，“十三五”时期是中国企业在管理和技术创新驱动下，广泛参与国际竞争的重要战略阶段，也是中国企业加速转型升级、面向全面建成小康社会的攻坚阶段。在此形势下，我们可以看到：第一，中国企业的全球化过程将会催生出一系列新的管理现象与管理问题；第二，中国的产业升级、新兴产业的崛起以及企业增长方式的转变，将会吸引国际实务界与理论界的关注；第三，新兴技术的迅猛发展以及大数据驱动的管理决策范式变化，对企业的生产经营活动将产生重要影响；第四，在持续的制度变迁过程中，情境与文化因素对管理行为的影响将会进一步显现出来。

鉴于此，在“十三五”推进过程中，理论联系实际，立足中国国情，吸纳中外智慧，是中国管理学界面临的重要课题。同时，不断审视学科态势、把握学科主流、展望学科发展具有现实和前瞻意义。面向未来，中国工商管理学科的研究工作者具有双重历史使命：一是通过引进、传播以及消化吸收其他国家的管理文明，帮助中国企业不断走向成功。二是通过对中国企业不断涌现的新的管理现象与管理实践进行科学的观察与分析，发展出新的理论，为世界管理科学的发展做出自己的贡献。

受国家自然科学基金委员会管理科学部的委托，“十三五”战略工商管理学科课题组（简称课题组）从 2014 年起开始探讨和研究“十三

五”期间我国工商管理学科的发展战略和优先资助的研究领域。本书在主要学科界定等方面参考了国家自然科学基金委员会的相关学科代码，原则上与“十二五”发展战略相关学科框架保持一致。通过收集和梳理2009年至2015年上半年国内外工商管理的大量研究成果，访谈和调研国内外相当数量的工商管理学科的知名专家和教授，采用统计分析方法以及相似关联分析等技术手段，从中提炼出我国工商管理学科在“十三五”期间亟待研究的主要问题，并描绘出工商管理学科各子领域之间的互动关联视图。

具体而言，文献分析方面，由各领域相关专家根据学科共识，以及期刊的国际认可度、权威性，确定出国际重要期刊114个，文章总数35 000余篇（2009年至2015年上半年），热点话题、领域关键字、重要主题词共约48 000个；国内重要期刊32个，文章总数15 000余篇（2009年至2015年上半年），热点话题、领域关键字、重要主题词共约22 000个。基于上述资料，进行了学科领域内主题领域相关统计分析、学科领域内关键词统计分析以及基于关键词相似性的学科领域关联分析等。问卷调研方面，通过“线上+线下”的实名调研方式，包括在主流调研平台上的定制问卷设计，从国内外相关领域专家回收得到1 000余份有效问卷，获得和汇总了较全面、丰富的专业见解。访谈分析方面，通过组织8场专家座谈会，覆盖工商管理12个学科领域，参与专家和学科带头人120余人，进一步激发了思想碰撞和问题凝练。

综合上述方法和分析，本书讨论了工商管理学科的属性、特征和研究规律，阐述了国内外工商管理学科的研究现状和动态趋势，提出了我国工商管理学科未来研究的基本指导思想和战略目标，以及学科发展的布局、重点的发展方向、优先资助领域和国际合作交流的优先领域，最后提出了发展工商管理科学的保障措施。

本书汇集了我国管理学界诸多知名专家学者的智慧，也获得了相关国外著名专家学者的帮助，在此，我们对他们表示衷心的感谢。同时，课题组工作的开展得到了国家自然科学基金委员会的支持（71440002），特别是得到了国家自然科学基金委员会管理科学部吴启迪主任、李一军常务副主任、高自友副主任等的重要指导以及咨询委员会专家的宝贵观点和建议。还要感谢清华大学陈剑教授、陈煜波教授，北京大学张志学

教授、张影教授，中国人民大学毛基业教授，中国科学院自动化研究所曾大军研究员，东北大学唐立新教授，复旦大学范秀成教授，西南交通大学贾建民教授，中山大学施俊琦教授，南开大学张玉利教授，吉林大学蔡莉教授等在领域发展及学科方向方面提供的深刻见解。最后，还要感谢课题组的其他成员：吴世农（厦门大学）、王玲（中国政法大学）、陈荣（清华大学）、黄朔（清华大学）、许年行（中国人民大学）、岳衡（北京大学）、赵先（北京理工大学）、熊德华（北京大学）等教授、学者在工作中表现出来的出色专业能力、敬业素质和合作精神。此外，感谢清华大学研究助理陆本江、张明月、乔丹丹等在数据分析以及初稿素材整理过程中的出色工作。

希望本书内容对于工商管理领域的学者和研究人员有所启发，也供相关政府和企业实践人员参考。对于课题研究的不足之处，敬请大家批评指正。让我们共同努力，为我国工商管理学科的繁荣与发展做出积极的贡献。

陈国青（清华大学）

冯芷艳（国家自然科学基金委员会）

路江涌（北京大学）

刘 军（中国人民大学）

2016年7月于北京

目 录

第 1 章	学科界定及其发展背景	1
1.1	学科界定及其战略地位与科学意义	1
1.1.1	工商管理研究的科学属性	1
1.1.2	工商管理研究的特殊属性	3
1.2	学科研究规律和发展态势	4
1.3	学科发展的现实背景及国家需求	6
第 2 章	学科发展现状和动态	10
2.1	国际发展现状与前沿领域	10
2.1.1	总体发展状况	10
2.1.2	各学科领域发展	12
2.1.3	国际前沿领域及其特点	20
2.2	国内发展现状与热点	36
2.2.1	各学科领域发展	36
2.2.2	国内学科发展特征及热点问题	45
2.3	国内外重点领域对比分析	46
2.4	学科主要创新	54
2.5	资助格局及支持领域	61
2.5.1	总体资助情况	61
2.5.2	分支学科领域资助情况	69
2.5.3	项目主持人及团队合作情况	70
第 3 章	学科发展布局	79
3.1	优势方向	79

3.2	薄弱方向.....	81
3.3	交叉方向.....	84
3.4	前沿方向.....	87
第4章	“十三五”期间优先发展领域.....	90
4.1	优先发展领域遴选的基本原则与方法.....	90
4.1.1	优先发展领域遴选的基本原则.....	90
4.1.2	优先发展领域遴选的方法.....	91
4.2	学科优先发展领域方向.....	93
4.2.1	各学科领域优先方向.....	93
4.2.2	学科内部交叉的优先领域.....	104
4.2.3	与其他学科部学科交叉的优先领域.....	111
4.2.4	管理科学与自然科学、社会科学交叉的优先领域.....	115
第5章	国际合作与交流优先领域.....	121
5.1	国际合作与交流需求.....	121
5.1.1	工商管理学科国际发展前沿态势.....	121
5.1.2	中国工商管理学科国际合作与交流现状分析.....	122
5.2	“十三五”时期学科国际合作与交流优先领域.....	126
第6章	实现“十三五”发展战略的政策措施.....	127
参考文献		132

第1章 学科界定及其发展背景^[1]

1.1 学科界定及其战略地位与科学意义

国家自然科学基金委员会(简称基金委)将工商管理学科界定为“以工商企事业单位及非营利组织为研究对象的微观管理理论、技术与方法的基础研究和应用基础研究”。以微观组织内部活动的不同侧面作为研究对象,形成工商管理学科不同的子学科与研究领域。目前,基金委定义的工商管理学科主要包括战略管理、企业理论、人力资源管理、组织行为与组织文化、公司财务与金融、会计与审计、市场营销、运作管理/物流与供应链管理、企业信息管理、服务管理、创新管理/技术创新、创业与中小企业管理12个分支学科与研究领域(也称学科领域)。这些学科领域基本涵盖了一般商学院研究与教学领域。

1.1.1 工商管理研究的科学属性

工商管理学科是一门研究社会经济微观组织管理活动规律及技术的科学,其研究对象是由人组成的社会经济的基础单元(企业或非营利组织),兼具自然属性与社会属性;因此工商管理学科各学科领域的研究同时具有人文属性与科学属性。其科学属性主要表现在下三个方面:

第一,从研究对象看,工商管理学科所研究的对象具有“不确定性”或“随机性”的特点。也就是说,工商管理学科各学科领域的研究是在不确定性或随机性特征的环境中,探讨企业的战略管理、创新管理、人力资源管理、市场营销、会计与审计、财务管理、运作管理、信息管理、物流与供应链管理等方面的规律性,并建立决策模型为企业管理提供支

持进而帮助提高企业经济效益,降低各种经营风险和财务风险。因此,工商管理研究对象的这种“不确定性”和“随机性”与自然科学和工程技术研究对象的随机特征有异曲同工之妙。此外,人是工商管理研究对象的重要组成部分,因此工商管理的研究中,除了考虑“不确定性”或“随机性”以外,还需要着重考虑人与组织的行为特征及其影响。

第二,从研究方法看,工商管理学科采纳了与自然科学日益趋同的研究方式。工商管理学科的研究者主要依赖演绎与归纳两种基本手段完成理论的构建。而受到实证主义的影响,大量实证主义方法被广泛应用于工商管理学科的理论研究。在其发展过程中,形成了符合自身研究需要的定量与定性的科学方法。其中,定量方法包括统计与计量、设计科学、模拟仿真、优化与博弈、数据分析、商务智能等;定性的方法则包括扎根研究、案例研究、人种志学方法、历史研究方法等。

值得指出的是,工商管理不同学科领域具有各自的问题特征和研究范式,因而在定量方法和定性方法的使用上各不相同。例如,从传统实践视角来看,相对战略管理、人力资源与组织行为等领域而言,企业理论、公司财务与金融、运作管理、信息管理等领域通常使用较多的定量方法来进行理论构建。当然,在大数据背景下更多数字化和商务分析(business analytics)工具的使用、包括行为和情境类特征的可感知性、可测量性的提升,为各学科领域利用定量方法进行理论构建和模式分析提供了更广阔的空间。

特别地,近年来也出现了更为明显的定量与定性两种研究方式融合的情形。例如,先通过数学建模方法,分析得出一般规律,再通过试验或调查统计进行实证研究,加强研究结果的说服力。与此同时,传统采用数学分析方法较多的领域,也开始重视实证方法的应用,反之亦然。

第三,从研究目标看,发现规律,构建一般性的理论,对未来进行预测这些自然科学的研究目标也同样是工商管理研究者的首要任务。工商管理学科的研究目标是探讨大量存在于人类生产和服务活动中的特性、关系、规律及其影响因素,通过对这些方面的掌握来寻求最优/恰当的管理策略。其研究成果通常表现为一组相关命题或者假设。这些命题与假设被学者用来阐述概念之间的因果关系或者函数关系。同样,自然科学与工程技术的研究目标也是从对相关过程特性、关系、规律的研究

中找到解决问题的最优方案。

1.1.2 工商管理研究的特殊属性

工商管理的研究不仅具有科学研究的一般特征,在其学科发展过程中,还逐步形成了自身特点。一般认为,值得管理学研究者关注的特点包括相对有限的普适性、实践导向以及学科交叉。

第一,相对于以物理世界为研究对象的学科,工商管理研究成果的普适性受到一定程度的限制。任何理论都有其边界与适用范围,但是工商管理学科因果关系的边界与适用范围受到的约束更加明显。这也使得工商管理的理论更多的是微观(如人、团队、组织层面)与中观的理论(如企业、企业与市场层面),而宏大的理论比较少出现。工商管理的研究对象是一个以人和企业/组织为主体的社会系统。这个社会系统置身于更大的经济、政治、文化与技术体系之中。这些外部环境因素使得工商管理研究成果的有效性更容易受到地域与时间的挑战,这也促使工商管理学科必须比其他学科更加关注时空变化对现有知识带来的影响。这种普适性的弱化,使得与某类文明或者社会体系紧密联系的工商管理理论的出现成为可能,如具有中国特色的工商管理理论。

第二,实践性是工商管理学科另外一个重要特征,这一特征也是推动其发展的主要动力来源。由于所研究问题多源于管理实践,工商管理学科的实用性与生俱来,而实践性也被广泛认为是工商管理学科最为突出的特征。但在最初的发展阶段,对实用性的片面追求使得工商管理被批评为缺乏学术地位的实用性学科。之后,经过几代人的努力,工商管理学科成为独立于其他学科的重要科学分支。工商管理学科的科学产出不仅得到实践界的支持,也得到来自包括自然科学、社会学、经济学、法学等诸多学科的承认与引用。而近年来,管理学科在美国学界正在遭受越来越多关于其脱离实际的抨击。在这种情况下,美国工商管理学者开始反思管理学的实用价值,并认为这种实用价值的日渐势微,将会影响其合法性地位。

实用性与逻辑性是检验理论的两个重要标准,工商管理学科正是在追求这两种标准的过程中逐步发展起来的,并最终建立起学术的合法性地位,工商管理学者也是通过对实用性与逻辑性的追求推动了整个学科的发展。随着人类社会不断进行的管理实践活动,合作规模将会越来越大,有关合作的实践问题将不断地挑战人类现有的智慧与知识。这些挑战成为刺激工商管理学科发展的主要外部驱动因素,这些因素将与科学家的好奇心一起,成为推动科学发展的主要动力。

第三,工商管理是一门具有较强综合交叉性特征的学科。工商管理学科的交叉性特征同时表现为学科内部不同学科领域之间的高度交叉、与管理科学内部其他学科的高度交叉,以及与管理科学之外其他学科之间的交叉。工商管理的各个学科领域都以企业或者特定组织为研究对象。虽然不同学科领域的侧重点不同,但是这种研究对象的一致性,使得工商管理学科领域之间存在紧密联系。对于有些现象,必须整合不同学科领域的研究成果才能更好地解释与预测。而一些基础理论与假设的变化,也会同时影响多个相关学科领域,这就导致工商管理学科内部各学科领域之间存在高度交叉研究的可能。而现代工商管理学者也正是从这些学科交叉过程中发现新的理论和方法。

同时,工商管理学科的研究,离不开一般性管理的基本理论、方法和技术,也需要考虑政府及公共部门的宏观政策制定,而这些都属于管理科学研究的范畴,因此,工商管理各学科领域的研究,与管理科学各学科之间也有着或多或少的交叉。

第四,企业既是一个不断更新的技术系统,同时也是一个开放的社会系统。企业的这种多属性使其研究者必须综合和借鉴多学科的理论与方法开展研究和学术创新。从某种意义上说,工商管理学科是在与包括自然科学、工程科学、技术科学以及社会科学在内的多学科之间相互交叉过程中发展起来的。

1.2 学科研究规律和发展态势

工商管理作为一门学科的发展历史不过百年。在工商管理学科发展

初期,借用了包括经济学、心理学、社会学、工程科学等其他相对成熟学科的概念、方法与理论。由此,工商管理学科的学术独立性与合法性一度遭到质疑。随着更多学者的加入,工商管理学科开始形成独立于其他学科的知识与概念体系、研究方法与手段、知识传播与学术对话平台,并形成了学科独特的研究与发展范式。因此,虽然作为一门独立学科的时间不算长,但工商管理科学已经开始为其他学科提供有关企业、组织与人的知识,呈现出如下一些显著的研究规律和发展态势。

第一,工商管理是一门有关协作体系的学科,其研究成果丰富了其他学科对有关组织与人的行为的理解。微观组织在工商管理学科被广泛描述为协作体系,这种描述表明管理学将人与人、人与组织间的关系置于研究的核心地位。这一核心特征贯穿所有工商管理学科领域,同时使工商管理学科与同样声称以“人的行为”作为研究对象的经济学、心理学区分开来。在学科发展过程中,工商管理学积累了大量有关企业行为、企业中人的行为与动机、人与企业之间关系等方面的知识。这些知识为非管理学科在研究有关企业与人的行为时提供了帮助。经济学、心理学、信息科学与技术、系统科学、社会学、法律、政治科学等学科的研究都一定程度上涉及企业与人的行为领域,这些非管理学科开始频繁地引用工商管理学科的文献,利用工商管理学科的知识解决自己学科遇到的问题,并且与工商管理学科在很多领域进行交叉研究。

第二,工商管理是一门提高组织竞争力的学科,其研究成果体现了我国管理科学发展的综合水平。从理论意义看,工商管理研究直接以揭示企业和微观组织的管理特征、变化趋势和基本规律为主要目标,不仅可以从理论上创新、丰富、补充、完善管理理论、管理知识和管理方法,成为管理科学的一个重要的组成部分,而且更为重要的是,工商管理学科的发展,综合体现了一个国家管理科学的发展水平。“没有工商管理学科,就没有完整意义上的管理学院”,这句话在全球各国的管理学教育体系中,得到最佳体现。同理,没有工商管理学,也就没有完整意义上的管理科学。

第三,工商管理学科是一门研究任务和人如何结合的学科,其发展使得其他学科在发展过程中,更多地融入了人的要素。企业是一个将人与技术、人与科学结合在一起的系统。工商管理学科便是有关人与工作

结合的学问，众多新科学与技术不仅诞生于企业，并且直接应用于企业生产经营活动之中。例如，信息科学与技术在企业中的应用是为了提高企业信息处理的能力以及不同部门之间的沟通效率，而关于企业处理信息的方法与流程，则对于促进信息科学在企业中的应用不可或缺。因而，工商管理有关人与任务的知识能够使得这些面对企业应用的学科在发展过程中更好地符合企业的需求。

第四，工商管理学科是一门交叉学科，其发展对其他学科提出更高的要求，促进了其他学科的发展。工商管理学科在其发展过程中不断挑战其他学科的基本假设、理论成果与研究方法，这些来自工商管理学科的挑战，导致其他学科或者重新审视本学科理论的基本假设，或者修正已有的结论，促进了其他学科在技术方法上进行大的创新。这种对其他学科的拉动效用不仅仅体现在心理学、社会学以及经济学等领域，也常见于系统科学、数学以及信息科学等自然科学领域。

1.3 学科发展的现实背景及国家需求

近年来，中国企业深受全球化的影响，迅速地走向世界，中国经济也已经成为全球经济的重要组成部分。未来的 5~10 年，更是中国企业利用创新和管理，全面走向国际化、与国外企业展开竞争与合作，更好地参与国际竞争的重要战略阶段。中国经济的高速发展与中国企业的成功将会给中国工商管理的研究者带来新的命题和追赶乃至超越国际同行的重大机遇。例如，在电子商务领域，中国企业的销售额已经超越了许多发达国家；在大数据应用和研究领域，各国也基本处于同一起跑线上。基于中国传统文化、适合国情的本土管理思想在中国企业近年来的迅速发展中也发挥着重要的理论指导作用。事实上，关注中国传统哲学和国学中的智慧并从中汲取管理思想与理论基础、融合西方现代管理理论与方法、结合中国管理实践特殊性，提炼具有中国特色的管理理论与研究范式，已经成为国内外管理学者越来越热衷的研究话题。

在企业不断参与国际化竞争的同时，从国家层面来看，中国经济正处于转型过程中。一方面，人口红利的消失，导致国内劳动力成本增加

与劳动力资源短缺并存,要求企业必须加快转型,竞争优势已不再立足于人力成本的优势,应发展核心业务。另一方面,中国制造企业以中小企业为主体,大部分处于产业价值链的最低端。受全球经济危机、国内生产成本上升等因素的影响,中国制造业面临着前所未有的压力。经济转型对工商管理学科研究提出了新的要求。

因此,面向未来,致力于中国工商管理学科发展的研究工作者具有双重历史使命,一是通过引进、传播以及消化吸收其他国家的管理文明和先进的管理理论、技术与方法,帮助中国企业不断走向成功。二是通过对中国企业不断涌现的新的管理现象与管理实践进行科学的观察与分析,发展出新的理论,为中国企业转型发展过程中提供理论支持的同时,也为世界管理文明的发展和管理理论创新做出中国学者应有的贡献。这也决定了中国工商管理学科的发展应该围绕中国本土企业管理实践与发展规律展开。具体地说,以下一些重要的现实背景及当前环境的变化,将会影响所有工商管理学科的研究者。

第一,中国企业的全球化过程将会催生出一系列新的管理现象与管理问题。与国际先进企业相比,中国企业的整体特征是:盈利能力较弱,负债比率偏高,成长性偏低,盈利质量较低;即使一些盈利能力较强的企业,主要也是分布在垄断行业。

中国企业中的先行者在这种背景下开始了自己的全球化之旅。根据西方企业的经验,全球化将会彻底改变企业的战略思维、资源获取方式、竞争手段、组织模式以及雇佣关系等方面。这种改变同时会产生大量相关的管理理论成果。由于全球化的背景、历史机遇以及企业国际化动机迥然不同,因此现有的关于企业全球化的知识与经验,并不一定能够帮助中国企业完成这一过程。而中国企业的全球化经验,也能为现有的全球化理论带来新的证据和有效的补充。

第二,中国的产业升级、新兴产业的崛起以及企业增长方式的转变,将会吸引全世界实务界与理论界的注意力。中国在成为世界“制造大国”的过程中,培育了大批积累了丰富经验的生产制造企业。但长期依赖低廉的生产要素支撑经济快速增长的模式导致中国制造企业更习惯于低成本的竞争方式,缺乏技术革新与品牌建设的经验。为了改变经济增长方式,国家提出关于“更加注重推进结构调整,更加注重加快自主创新”

的方针,旨在改变经济发展的增长模式。在这种背景下,中国企业是否会走上自主创新的发展之路,是否能够依赖技术和管理与世界级企业进行竞争,成为世界关注的焦点。

中国产业升级、新兴产业的快速发展以及企业增长方式的转变,将会对世界产业分工以及企业竞争格局产生深远影响。这种带有中国因素的企业转型,正在吸引大量西方学者的研究注意力。可以预见,伴随着中国企业的转型成功,中国企业将会成为世界理论界研究的焦点。由于中国学者对于这一过程的观察有着不可替代的优势与价值,因此中国学者有责任就这一时期中国企业的管理实践提供更为深刻的理论解释,为管理理论做出应有的贡献。

第三,当前的技术正处于快速发展阶段,其中尤以信息技术的发展影响最大。以移动互联、社交媒体等为代表的信息技术的迅猛发展,对企业的生产经营活动产生了重要影响,如互联网改变了顾客的购买行为,网络零售市场不断扩大,移动应用极大地改善了用户的物流体验等。大数据时代,在给企业管理带来新挑战的同时,也带来了更多的创新发展机遇,包括如何利用大数据实施精准营销、个性化服务、企业转型升级等。值得注意的是,虽然我国一些企业实践已经走在了世界前列,但相应的理论研究却落后于实践,因而急需理论创新来指导、引领业界进一步的发展。我们应该把握这个机会,利用以互联网、大数据为代表的先进信息技术,帮助中国企业提高管理创新,促进经济转型升级。

第四,在持续的制度变迁过程中,情境与文化因素对管理行为的影响将会逐步彰显出来。在过去10年中,国有企业改革、各类要素市场的建立构成了中国制度变迁的主要内容。这一变迁过程,成为西方学者检验与制度相关的各类理论的最佳对象。在相当长的一段时间内,关于中国的理论话题,仍然会与这些内容相关。这些话题被各学科领域反复讨论与检验,但是并没有对基础理论产生根本性影响。正如很多学者指出,在构建与中国相关的理论中,中国的制度因素更多是一般理论的调节变量。

在未来,制度中的文化与社会规范要素对中国企业的作用将会得到更多的关注。如果说改革与要素市场的建立,从宏观层面影响了企业行为,那么社会规范与文化将通过影响组织参与者的认知与价值观,最终

影响企业的各个方面。相对于改革，后一种影响没有得到西方与中国工商管理学界应有的重视。随着中国企业在世界经济中占据越来越重要的地位，中国企业的伦理，以及由此带来的公司治理、企业社会责任、经理人员的行为、激励、雇员与组织之间关系等话题也将会成为工商管理学科的中心论题。