



构建中国工商管理学自主知识体系的必要性

吴超鹏



习近平总书记指出,“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”。这一重要论述进一步凸显了新时代我国哲学社会科学发展的主体性和原创性要求。对工商管理学而言,这一任务尤其具有现实紧迫性。改革开放以来,中国已成长为世界第二大经济体,形成了一批具有全球竞争力的企业,也创造了大量具有中国特色的企业治理、技术创新、组织管理和战略实践。然而,与中国企业实践的快速相比,中国工商管理理论的原创性和国际影响力仍不匹配。如何从中国实践中提炼中国理论,已经成为中国工商管理学必须回答的重要命题。

中国企业的独特实践需要形成相应的理论解释。建构中国工商管理学自主知识体系,首先是解释中国企业独特实践的现实需要。西方经典管理理论形成于特定的产权制度、市场环境和文化背景,具有重要的普遍价值,但任何理论都有其制度基础和适用边界。西方主流工商管理理论大多建立在私有产权、“股东利益最大化”和个人主义等基本假设之上,而中国企业所处的制度环境、目标结构和治理逻辑更加复杂多

元。例如,中国国有企业不仅承担经营发展目标,还长期承担关键核心技术攻关、产业链安全保障等具有长周期和高不确定性的战略任务;政府与市场并非简单的替代关系,“有效市场”与“有为政府”在许多领域共同塑造企业决策;党建进入公司治理体系,也形成了具有中国特色的组织协调和治理机制。同时,长期主义、集体意识、家国责任等文化因素,也会影响企业家的战略选择和企业行为。这些管理实践既具有中国制度与文化的鲜明特征,也为既有理论提出了新的研究问题。因此,建构自主知识体系并非否定已有管理理论,而是要在吸收既有知识成果的基础上,从中国企业实践中发现新的事实,提炼新的机制,形成新的理论。中国已经拥有具有世界影响力的企业实践,也需要形成能够解释这些实践的世界级管理理论。

中国式现代化需要能够解决中国企业现实问题的管理知识。建构自主知识体系,也是服务中国式现代化的实践需要。工商管理学具有鲜明的实践属性,其价值不仅在于解释

企业行为,更在于回答企业“怎么办”。当前,中国企业正面临科技自立自强、产业链供应链安全、数字化与人工智能转型、绿色低碳转型等一系列新问题。这些问题产生于中国独特的发展阶段、制度环境和产业结构之中,难以简单依靠既有西方理论和经验加以解决。习近平总书记强调,哲学社会科学研究“要以中国为观照、以时代为观照,立足中国实际,解决中国问题”。对工商管理学而言,就是要关注中国企业面对的真问题,从中国实践中寻找研究问题、提炼管理规律,形成能够指导企业实践的知识成果。自主知识体系建设的重要价值,正是推动工商管理研究更多从“验证既有理论”走向“解决中国问题”。

中国工商管理学需要从融入国际走向贡献世界。改革开放以来,中国工商管理学经历了快速追赶和国际化发展的过程。中国学者不断学习现代管理理论和研究方法,逐步熟悉国际学术规范,并越来越深入地参与全球管理学术共同体。以全球管理学界广泛认可的24种顶级学术期刊为例,2024年中国学者发文数量约占全球总量的1/5。这表明,中国工商管理学在论文发表和国际学术参与方面已经取得了显著进步。但一个学科真正走向成熟,不能只体现在论文数量和研

究技术上,更重要的是能否提出新的问题、提炼新的概念、形成新的理论。当前,中国学者的一些研究仍主要围绕欧美企业展开,另一些研究虽然使用中国数据,但研究目的仍主要是验证或修正既有理论。中国工商管理学下一阶段的发展重点,应从熟练运用国际理论和方法,进一步转向从中国实践中创造具有原创性的管理知识;从参与国际学术讨论,进一步走向提出能够影响国际学术共同体的新问题、新概念和新理论。

这种自主性并不意味着封闭。恰恰相反,中国超大规模市场、多样化企业形态、国有企业治理、数字平台发展、完整产业链以及新能源产业崛起,为世界管理学提供了极其丰富的研究场景。由这些实践提炼出来的理论,只要具有足够的解释力,就可能超越中国情境,为其他国家尤其是新兴经济体提供新的认识框架。自主知识体系的真正意义,不是与世界知识体系相分离,而是使中国工商管理学能够为世界知识体系贡献新知。中国特色也不应成为理论解释的边界,而应成为产生具有更广泛解释力的管理知识的重要源泉。

(作者为厦门大学党委常委、副校长)

中国化时代化的中国工商管理学自主知识体系

易靖韬

界一中国”的横向建构逻辑与“时代—历史—时代”的纵向建构逻辑。

中国化的中国管理学自主知识体系首先是中国的,更是世界的,归根结底是为了中国。中国化即希冀达到中国管理学自主知识体系“中国—世界—中国”的辩证建构,中国管理学自主知识体系首先是立足中国管理实践的知识体系;在此基础上更要融入世界管理学实践与理论、给予中国管理方案;最终要从这种交融中不断吸取养分,巩固知识体系自身主体性。中国化的逻辑起点,是让中国实践真正成为管理知识生成的源头。中国管理研究不能长期停留于用既有理论解释中国现象,而应从中国式现代化的丰富实践中发现新问题,提炼新概念、揭示新机制,推动中国管理学从“关于中国”走向“源于中国”,从跟跑解释走向原创定义。立足中国,还要走向世界。中国管理实践既有自身的情境特征,也蕴含着超越具体

情境的一般规律。不能削足适履地迎合既有范式,应该进一步将中国实践中形成的新问题、新概念和新机制带入全球学术共同体,在比较与对话中提升理论解释力,使中国经验真正成为世界管理理论发展的重要来源。走向世界,最终仍要回归中国。吸收世界先进管理理论与实践成果,并不以获得外部认可为目的,更要将其重新转化为解释中国管理实践,回应中国问题的知识资源。“中国—世界—中国”的深意正是在开放互融中形成自成体系的尺度和标准。

时代化的中国管理学自主知识体系首先是时代的,更是历史的,归根结底是服务于时代的。如果说中国化回答中国管理学“立足何处”,时代化回答的则是“面向何方”。时代化的逻辑起点,是从时代变革中发掘真正的管理问题。面对数字经济、人工智能、平台生态等新变化,中国管理学要突破追逐热点的浅层研究,深入把握时代变革背后的组织关系、价值

创造和治理逻辑之变,从崭新管理实践中提炼时代管理问题,使管理学真正回应时代之问。立足时代,关键要溯源历史。今天的中国管理实践深深嵌入历史而生,中华文明长期积淀的整体思维、动态平衡、和合共生等思想资源,仍深刻影响着组织运行与管理实践。因此面对时代之问,溯源历史,要超越机械搬用传统概念的窠臼,让历史管理智慧经过创造性转化,成为能够解释当代管理问题的理论资源。尤其是人工智能、复杂网络等前沿方法的发展,也为过去难以纳入线性框架的动态性思想提供了重新理论化的可能。走向历史,最终仍要回到时代。历史智慧的价值,在于能否回应新的技术条件、组织形态和管理挑战。历史智慧要真正激活,就必须击中时代痛点,用历史的厚度支撑未来的高度,让中国管理学在传承中不断创新,实现“时代—历史—时代”的真正闭环。

当下中国工商管理学面对的许多问题,本身既是中国的,也是时代的。在“中国—世界—中国”与“时代—历史—时代”的往复迭代中,形成真正具有中国特色、世界意义和未来生命的自主知识体系,必定是一项十分艰巨也引人入胜的宏伟任务。中国化时代化的中国工商管理学自主知识体系,必将以更加自信的姿态屹立于世界学术之林。

(作者为中国人民大学商学院院长)

从CSSCI期刊论文发表看中国工商管理学自主知识体系构建

杨忠

近十年来,中国企业在数字化转型、平台经济、供应链重构、绿色发展和全球竞争中不断创造新的管理实践。这些实践不仅改变了企业经营方式,也对工商管理学科提出了新的要求;如何从中国企业实践中提炼概念、形成理论,进而构建具有主体性和解释力的中国工商管理学自主知识体系。

从2016年至2025年工商管理学CSSCI(中文社会科学引文索引)来源期刊发表的23426篇论文看,中国工商管理学研究正在发生积极变化。第一个突出的成绩,是中国工商管理学研究已经从“西方命题的中国验证”向“中国实践的问题提炼”转变。比较2016—2020年和2021—2025年两个阶段的高频关键词可以发现,前五年排名靠前的关键词主要集中在公司治理、经济增长、审计质量、企业社会责任等传统议题。后五年,数字化转型、数字经济、高质量发展、新质生产力、共同富裕、人工智能等关键词频次明显上升。其中,新质生产力于2023年提出,2025年就成为高频关键词并位列第一,充分体现了工商管理学者敏锐捕捉并深入阐释原创性、标识性概念的学术自觉。

第二个成绩,是本土概念开始从单个关键词走向相互关联的概念集群。以科技自立自强的概念簇为例,期刊论文的关键词变化显示,相关研究的关注重点经历了从创新驱动,到自主创新、关键核心技术,再到新质生产力的演进,表明中国工商管理学研究正在把政策话语、企业实践和学术概念连接起来,努力形成能够解释中国企业变化的知识框架。

第三个成绩,是工商管理学自主知识体系构建已经形成较为集中的学术阵地和学术共同体。从CSSCI来源期刊工商管理论文的自主知识综合评价看,得分前十的文章中过半数发表在《管理世界》,显示出旗舰期刊在议题设置、成果筛选和学术引领方面的重要作用。与此同时,相关研究者既包括北京大学、中国人民大学等国内高水平高校,也包括



国务院发展研究中心等国家高端智库,显示出中国工商管理学界在自主知识体系建设上已经形成较稳定的研究力量。也就是说,中国工商管理学自主知识体系的构建,已经不只是个别学者的自发探索,而是在重要期刊、高水平研究机构 and 核心学术共同体共同推动下,逐步成为学科发展的重要热点。

过去十年,国内学者在工商管理学自主知识体系构建上取得了重要进展,但对对照习近平总书记关于哲学社会科学“知识创新、理论创新、方法创新”的要求,仍然存在明显差距。知识创新要求对既有知识的更新、拓展和重构,包括提出新概念、新范畴、新命题,并使之形成具有内在逻辑关联的知识系统。尽管高质量发展、新质生产力等一批具有中国本土特征的新概念已经形成,概念集群初具规模,但概念边界有待厘清,体系化水平尚显不足。

理论创新要求对研究对象的规律形成新的认识,发展出具有解释力和预测力的分析框架,使理论能够有效回应实践发展提出的新问题。应当肯定的是,工商管理学者已经形成了自觉的本土化意识,研究议题的本土化程度显著提升。但客观的事实是,中国企业管理实践已经走在了理论的前面。一批在数字化转型、平台治理、供应链重构等方面积极探索、处于世界前列的知名企业涌现出来,但工商管理学的研究仍然停留在对实践现象的描摹和验证上,或者局限于简单套用西方管理学理论进行牵强附会的解释。

方法创新要求研究工具、技术路线和范式的革新,形成能够有效回应本土问题、揭示本土现象的方法论体系。尽管工商管理学者的方法应用能力已经有了显著提升,但这些方法大多源自西方学术体系,本土研究在方法论层面尚未形成具有原创性的贡献。研究方法自主供给能力,是一个学科学术成熟度的重要标志,当前工商管理学在研究方法上的“应用强、贡献弱”的问题,说明我国工商管理学科尚未实现真正的学术成熟。

总体看,近十年工商管理期刊发表的学术论文已经显示出重要转向:研究对象更加中国化,中国问题意识更加鲜明,本土概念正在积累,理论建构已经开始起步。下一步要从中国企业实践中提炼更有解释力的概念、更有穿透力的理论和更有原创性的方法。只有这样,中国工商管理学才能真正形成既立足中国,又能够贡献世界的自主知识体系。

(作者为南京大学习近平经济思想研究院院长)

教材是中国工商管理学自主知识体系的重要载体

张玉利

企业是工商管理学科研究的主要对象,工商管理学自主知识体系建设的目的不仅是解释中国企业取得的伟大成就以及所作出的重要贡献,更是要指导企业更好地发展,为世界知识体系作贡献。自主知识体系建设最好的载体一就是教材。教材是对自主知识体系内容的检验,传播知识的主要载体,是教学的基本材料。

不少学者都写过学术论文和专著,写学术专著经常说的一句话是文责自负,编写教材不能说文责自负。学术论文侧重某个具体问题的研究,篇幅短、时效性强;专著则对某一领域或专题作系统、全面、深入的论述;教材编写的首要任务和基本要求是正确,是科学性,要写成熟的、经过验证的知识以及知识的应用。自主知识体系建设强调标志性概念原创理论,能否写进教材,要从知识性、科学性等维度检验标志性概念、原创理论,本身就是对自主知识体系建设成果的检验。鼓励各学科领域自主知识体系建设到了一定阶段开展教材建设工作,有利于进一步推进自主知识体系建设工作。

教材是知识传播的主要载体,基于工商管理学科自主知识体系的教材建设对提升我国企业管理整体水平很有帮助。工商管理是实践性很强的学科,多数管理理论是对企业实践创新的理论总结,理论滞后于实践的现象比较普遍。必须注意到,这里说的实践不是全体企业的实践,是优秀企业实践。理论滞后于优秀企业实践超前于大多数企业实践是客观事实。新时代,我国涌现出一批具有世界竞争力甚至说是世界一流的企业,但多数企业管理水平还相对落后,自主知识体系建设更多基于优秀企业实践提炼标志性概念,从中国式现代化建设经验中发展原创理论,在此基础上编写的教材不仅服务于高校工商管理教育,对企业学习和提升管理水平也很重要。

习近平总书记指出,“教材是传播知识的主要载体,体现着一个国家、一个民族的价值观念体系。”结合自主知识体系开展教材建设,不能单纯就课程谈课程,要扎根中国大地,赓续中华文脉,厚植学术根基,培养担当民族复兴大任的时代新人。在内容上要体现中国化、时代化。以我们正在主编的《创业学》教材为例。本教材除绪论外分三部分共十三章,形成“立论奠基(认知本源)→过程精研(掌握方法)→境界升华(实现价值)”的三段式逻辑架构,整体融

入“新质生产力—高质量发展—中国式现代化—中华民族伟大复兴”理论体系。

第一部分阐释“创业何以在中国”。介绍先秦时期至今的创业实践,总结新中国成立特别是新时期、新时代创业创造的成就,以及作出的突出贡献,是创业学的实践根基。从制度、市场、文化、科技角度解释创业创造成就以及贡献的根源,建构“制度—市场—文化—科技”四位一体的创业学分析框架。

第二部分分授“在中国如何创业”,是教材的主体与方法论核心,重点阐述从0到1的创业过程,这里的1并不只是成立新企业、打磨出产品,识别到创业机会、组建好创业团队、验证了商业模式、整合到资源,是1,从0到1体现了创新和创造。机会是创业学的核心或者创业的起点,创业的起点不是“我要创业”,而是一个问题反复出现。创业是创业者与机会的匹配,其过程包括创业机会识别与评价、组建创业团队,设计验证商业模式,整合创业资源,奠定法理基础,获取早期顾客,借力资本市场规模化扩张,强化组织能力等。从过程的角度容易了解创业需要开展的工作,以及可以从中学到的技能和方法。在第一部分的基础上介绍创业知识,自然克服了就创业谈创业的局限。

第三部分侧重价值延伸与升华。创业是资源高度约束、不确定性强情境下针对机会的验证性、试错性、创新性的快速行动机制,是一种能够激活组织、回应社会问题、实现个体价值的动力机制。可以在大企业甚至政府推广创业机制,鼓励个人发挥创业精神和运用创业技能开展工作。理解这些延展应用,有助于看到创业是一种可以迁移到多种场景的工作机制,也为进一步思考创业与国家发展、社会进步的关系提供基础。创业的价值更体现在创业实践对人的塑造。创业者在发现问题、识别机会、组织资源和进入市场的过程中不断面对真实需求、不确定性和实践检验,创业成功与失败都会促使人重新认识外部世界和自己。随着认识 and 能力的不断深化,创业带给人的成长还会从个人发展进一步走向事业追求和责任担当,使个人理想同我国家国天下的传统文化价值、同国家发展、人民需要和时代使命建立更加紧密的联系。

(作者为南开大学学术委员会副主任委员)