

精读“学术创业”，浅谈“学术创新”

——评《学术创业：动态竞争理论从无到有的历程》

□ Wei Shen 季 周^①

摘 要：我们在这篇文章中把陈明哲教授（2016）关于学术创业的理论框架推广到对学术创新的讨论中。我们认为管理学者在把握学术创新原属领域研究的基础上，可以通过积极主动地进行差异化、资源利用和合法性构建三个相互影响的过程来提高自己的学术创新被顶级期刊接收发表的概率。另外，我们认为在这个过程中，一定要明确自己的目标观众，使用能够被他们所理解并接受的语言和方式（方法）把自己的创新（差异化）呈现给他们，并且积极利用原属领域的顶尖研究者作为合作者和支持者来帮助自己为创新构建合法性。

关键词：学术创新；目标观众；合法性构建

陈明哲教授在《管理学季刊》2016年第3期上发表的《学术创业：动态竞争理论从无到有的历程》一文中，以自己所开拓的动态竞争理论为例，清晰地阐释了学术创业的过程和决定其成功与否的重要因素（陈明哲，2016）。这篇文章浓缩了他几十年积累的经验和思考，博大精深，对学术创业提出了精辟的见解，值得细细品读。然而，对于绝大多数学者来说，学术创业可能只是个遥远的目标或梦想，甚至遥不可及；毕竟像陈教授这样能够开辟出一个崭新的战略管理学研究领域而完成学术创业的，不仅在华人学者中鲜见，即使在西方学者中也是凤毛麟角。相对学术创业，多数学者可能更关心如何能够更有效地进行学术创新，将自己的研究成果快速地在有影响的或者公认的顶级管理学期刊上。

陈教授在文章中不但对于我们大部分人更感兴趣的学术创新着墨甚少，而且在文章一开始就特别指出，“学术创业和学术创新不同，两者的思维模式及其相关工作的深度和广度都有很大区别”。读到这里，有些学者可能会感觉所讲内容离自己太远或者根

^①Wei Shen（沈伟，E-mail: weishen@asu.edu），Arizona State University；季周（E-mail: zhouji@snai.edu），上海国家会计学院。

本就是遥不可及，于是就决定轻轻掠过或者只把文章当个励志的故事来读。我们对此非常理解，毕竟大部分人，包括我们自己，都想充分利用有限的时间来最大限度地提高学术创新的成功率。

可是，如果您仔细读完文章，可能就会发现，陈教授虽然讲的是学术创业，但是和学术创新不但息息相关而且对于提高学术创新的成功率有很大的启发；至少，这是我们读后的感受。首先，陈教授强调学术创新是学术创业之本。这就意味着没有学术创新，学术创业就无从谈起；现在努力进行学术创新是为以后的学术创业打基础。更为重要的是，陈教授提出的关于学术创业的理论框架，我们认为同样也适

用于学术创新。下面我们就引用这个理论框架，结合一些自己的体会，来粗浅地谈谈如何进行学术创新。

这个关于学术创业的理论框架，最初是 Hambrick 和 Chen（2008）在分析了战略管理从最早的个案教学课程到形成独立学术领域的过程之后而提出的一个预测某个领域或学科最终是否能成为一个学术新领域的基本模型。如果将模型的左右两端稍作改变而保持中间的核心部分不变，就可以把它变为一个用来预测某个学术创新最终是否会被顶级学术期刊接收的理论模型。我们将稍作调整后的理论框架复制在下面，并用它来引导我们的探讨。

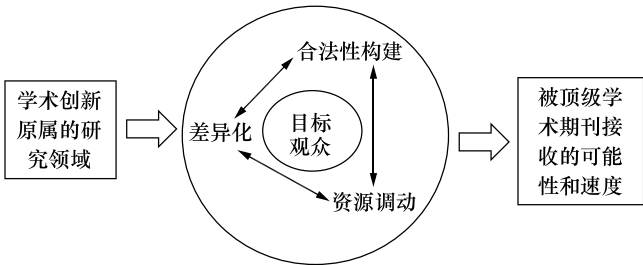


图 1 以 Hambrick 和 Chen（2008）学术创业理论为基础的学术创新理论框架

从这个理论框架可以看出，学术创新是在原属领域研究的基础之上，通过差异化、资源调动、合法性构建等一系列相互影响的过程，最终被顶级学术期刊所接收、发表。当然，和学术创业相比，学术创新要简单许多，因为创业毕竟是需要在一系列系统创新的基础上才能进行；但是就其核心过程来说，我们认为两者是一致的：它们都是以对现有研究提出挑战、形成差异化为前提，然后通过差异

化、资源调动、合法性构建三者之间的互动，最终使这个差异化在目标学术研究领域内获得认可。另外，我们提出差异化、资源调动和合法性构建三者之间的互动是以“目标观众”为中心而进行的。

一、学术创新中的差异化

陈教授对动态竞争的创业是从一系列的创

新开始的。在文章中，陈教授详细解释了动态竞争理论与当时主流的战略管理理论（特别是波特的五力分析）的主要差异。关于这些差异，陈教授讲得很清楚，不需要重复。我们感兴趣的是这些差异的来源，或者说，陈教授是怎么决定要研究动态竞争的？“知其然而后可以知其所以然”——找到陈教授研究的起点和本源，或许能够为年轻的学术研究者带来更多启示。

我们觉得这里主要有两个因素：第一个是对现实现象的观察和思考，第二个是对理论文献的把握。组织之间在竞争中的攻防互动可以说是司空见惯、无处不在，包括陈教授提到的自己从小在运动和球场上竞争的实际经验；然而当时的战略管理研究对于这些行为并没有给予任何关注和理论上的探讨。现在读陈教授的文章，可能会觉得当时这个理论与现实的鸿沟（gap）是显而易见的；可是，如果没有像陈教授那样对文献在整体上的精准把握以及对现实现象的用心观察和思考，我们是看不到这个鸿沟的。因此，陈教授的文章对学术创新的第一个启示是：任何有意义的学术创新，它的差异化都建立在把对现实现象的观察思考和对理论文献的精准把握相结合的基础上。

从这个角度来讲，管理学学者进行学术创新的第一步可以考虑挖掘现实中的“新”现象。所谓的“新”只是相对现有文献而言，即这个现象尚未被现有研究所关注。因此，我们既可以跟踪调查实践中的管理变化（比如一种崭新的商业模式），也可以寻找那些存在已久但被现有文献所忽略的现象（比如陈教授所讲的组织

之间在竞争中的攻防互动）。还有一种相对来说弱一些的“新”，是指该现象已经被现有研究所关注，但是它的某些方面却被忽略。这里我们想以本文第一作者的一项早期研究作为一个例子。在他读博士时已经有许多关于 CEO 继任的研究，这些研究的一个共性是聚焦于 CEO，探讨哪些因素影响现任 CEO 的离任或者哪些因素影响新任 CEO 的特性；虽然有学者（例如，Vancil, 1987）指出很多大公司在现任 CEO 预期退休的两三年之前会指定一名继任者，但是还没有研究聚焦于这些指定的 CEO 继任者（heirs apparent to the CEOs），这大概是因为大家都觉得这些指定的 CEO 继任者会毫无悬念地在现任 CEO 卸任时如期履新。然而他和他的导师 Bert Cannella 发现，《华尔街日报》（*Wall Street Journal*）中经常有报道某某公司指定的 CEO 继任者离开该公司，于是推测现实可能并不像人们通常所预期的那样。然后他们选取了几百家公司作为样本，对这些指定的 CEO 继任者的结局进行系统统计，发现大约有 1/3 没有按预期成为该公司的新 CEO。为什么有些指定的继任者如期成为新 CEO 而其他人没有呢？他们认为这是一个尚未被现有文献所关注的而且很有趣的“新”现象，并决定对它进行系统研究，因为它可能会帮助人们更深刻地了解影响 CEO 继任的因素，以及公司顶层高级管理人员之间的互动。

当然，对于学术创新的差异化来说，仅仅关注“新”现象而没有“新”理论是不够的，毕竟在科学研究中成功的学术创新需要在理论上增强对现实现象的阐释。陈教授的动态竞争理论对战略管理的贡献是非凡的——它不仅从

根本上清晰地阐述了对“竞争”这个基本概念的理解，也改变并提高了对“竞争优势”的理解（即任何竞争优势都是短暂的，迟早会被对手模仿或取代）。这种巨大贡献是系统地通过一系列的学术创新而实现的。然而，对于某个单独的学术创新项目来说，这种理论上的“新”又来自何处呢？虽然陈教授没有直说，但是却明确地表明是对所研究的“新”现象的深刻理解，而这种深刻理解又与自身的经历和知识结构相关。陈教授对组织之间攻防互动的理解可能不仅来自他对自己在球场上的竞争经验，还来自他深厚的国学和史学功底。陈教授的许多文章让我们联想到了中国历史上各个诸侯国之间相互争斗的场景，特别是那篇 McGrath 等（1991）发表在 *Academy of Management Review* 上的文章更是让我们清晰地看到了“三十六计”的影子。

上面提到的关于指定的 CEO 继任者的研究在发展“新”理论上也受到了中国历史的启发。为什么很大一部分指定继任者没有能够按预期那样成为他们公司的新 CEO？对于这个问题，当时主流研究领域一个最直接的理论解释就是他们在准备接班的过程中被发现不再能够胜任工作的挑战。从这个理论角度出发，影响指定的 CEO 继任者最终结局的主要因素应该是他们的能力。然而，本文第一作者从中国历史得到的启发是在权力交接的过程中通常充满了斗争，因为在位者是不会轻易放弃自己职位的。当他把自己的想法和导师交流后，Cannella 非常兴奋并且告诉他：这种在权力交接的过程中出现的斗争在西方历史中也存在；如果能够通过实证分析证实权力斗争也可能存在于 CEO 和指定

继任者之间，那么将会对关于 CEO 继任、公司治理以及高阶理论（upper echelon theory）的研究产生重要影响，因为当时实证研究中极少涉及高管之间的利益冲突。于是，他们决定将研究的理论角度从继任者的能力转移到 CEO、指定继任者以及董事会之间的利益与权力关系。这样，他们把这项研究的差异化建立在一个“新”现象和一个“新”理论视角的基础上。

二、学术创新中的合法性构建

陈教授指出建立合法性是发展一个新学术领域的三个关键因素之一，因为任何一个新学术领域只有被学术圈里的大多数人认为是合理（法）的才会被广泛接受。在建立合法性的过程中常常会遇到两个挑战。第一个挑战，陈教授是用他博士学位论文改写投到 *Management Science* 的例子来说明的：“当时的评审有两位，一位评审显然是管理学领域的，认为这是个突破性研究，将竞争领域带到了崭新的境界；另外一位评审应该是经济学家，只给了我一段评语，就拒绝了文章。”我们对这个挑战的理解是，对一个领域或一项研究“新”与“不新”的判断不但是非常主观的而且经常因人而异，克服这一挑战对学术创新和创业都至关重要，因为不管是学术创业还是学术创新，其合法性在很大程度上都是建立在对其差异化，尤其是在理论上的差异化，是否足够“新”的判断上。虽然 Hambrick（2007）曾经明确指出顶级管理学期刊过度沉溺于强调理论重于事实（an excessive preoccupation with theory over facts）可

能会让管理学的发展付出重大代价，但是直到今天要想把一项研究发表在顶级的管理学期刊依然是要被认为有足够“新”的理论贡献。

然而，就像陈教授的例子所表明的，对于“新”的判断是非常主观的，而且做出这个判断进而决定一篇文章命运的只有几个人，通常是一个期刊编辑和两三个审稿人。事实上，学者们很早就认识到了这个在管理学和其他社会科学审稿过程中存在较大主观性的问题（Pfeffer, 2007）。例如，一项早期研究曾经把 12 篇已经发表的文章在改变作者信息后作为新的稿件送回去发表它们的期刊，结果其中 8 篇在评审过程中被拒绝发表（Ceci & Peters, 1982）。Starbuck（2003）发现，在他担任 *Administrative Science Quarterly* 的主编期间，审稿人对所投稿件评审意见的相关度只有 0.12。

第二个挑战是现有领域对新兴事物的抗拒。这个挑战虽然听上去可能和上面要求“新”的挑战相互矛盾，但确实也是存在的。有证据表明，并不是一项研究中提出的理论越新就越容易被接受；恰恰相反，在评审过程中审稿人更倾向于接收那些与主流观点一致的研究，而拒绝那些挑战传统观念的文章，即便这些文章有实证结果来支持它们的观点（Pfeffer, 2007）。

以上两个挑战对在学术创新中构建合法性提出了一个难题：既要让审稿人觉得“新”，又不能让他们觉得“太新”而无法接受。在建立动态竞争理论的学术创业过程中，陈教授的策略是“先避其锋芒、养精蓄锐，再以实力和成果逐步获取合法性”。具体做法是在创业初期，包括所有在 1998 年前发表在顶级管理学期刊上

的 11 篇论文，从不使用“动态竞争”这个崭新的、容易受到排斥的概念，而是使用像“互动”（interaction）和“对抗”（rivalry）这种与当时文献紧密相连从而更容易被接受的概念。这一策略对学术创新也很有借鉴意义，即在构建合法性的过程中既要强调与现有文献的差异（新颖之处）也要强调与现有文献的联系（共通之处）。如何能够在学术创新的实践中更好地把握这个平衡呢？这就需要充分利用陈教授提出的另外一个关键因素：资源调动。

三、学术创新中的资源调动

在动态竞争理论的发展过程中，陈教授积极寻求把战略管理领域的一些顶尖学者转化成他的合作者或支持者，包括 Ian MacMillan、Don Hambrick、Danny Miller、Michael Hitt、Jay Barney。能够拥有这样一支超级豪华队伍作为自己的合作者或支持者一方面说明了陈教授建立的平台学术价值，另一方面也说明了陈教授乐于与他人分享自己研究课题的开放心态。虽然极少有人能够像陈教授一样拥有这样一支超级豪华队伍，但是每个人在学术创新中都应该像陈教授一样去积极利用所有能够对自己有价值的资源，这些资源包括合作者、学术报告会的听众、友好审稿人以及期刊审稿人。

对于任何一个人，特别是刚刚入门进行学术创新的年轻学者，能够拥有一个或几个有成功创新经验的优秀合作者是一件值得庆幸和珍惜的事情。第一，能够吸引到这些合作者加入到自己的研究中本身就说明了自己的课题是有价值和潜力的。第二，这些合作者可以帮助自

已在理论发展、研究设计、统计分析及稿件撰写过程中更好地开发和挖掘这项研究的价值。第三,他们可以帮助自己在投稿过程中尽量避免犯下致命错误,并且能够更有效地应对、回答审稿人提出的问题。在一个成功的学术创新过程中有许多值得注意的问题,和拥有丰富成功经验的合作者一起进行学术创新的过程是一个难得的学习机会。

鉴于对于学术创新的判断具有极大的主观性,在投稿之前要尽可能地创造机会来听取他人的意见,包括在各种学术活动中报告自己的研究以及寻找有经验的该领域的专家作为友好审稿人(friendly reviewers)。在这个过程中,通过获得的各种反馈,不断地提高和完善自己的研究。如果担心学术报告会的听众和友好审稿人可能碍于面子对研究的批评有所保留,可以在自己和合作者对文章感到满意后将它投给一个最难进的顶级期刊。不管这次投稿的结果如何,都会得到几个顶级期刊审稿人在匿名盲审中对文章质量给予的真实反馈。如果获得一个复审的机会,可喜可贺;如果被拒绝,也不应有太多遗憾,因为这些反馈很有可能对文章的进一步发展给出极有价值的参考意见和方向,从而提高在把修改好的文章投给下一家顶级期刊过程中获得复审的可能性。

最后,当获得复审机会后,要尽可能地把每一个审稿人都当作帮助自己提高文章质量的良师挚友,一视同仁,不管他们的反馈是正面还是负面,或者你是否同意他们的看法;同时,要认真解答他们提出的每一个问题,不管问题是大是小。总之,要避免有过于情绪化的反应。如果不能保证这一点,就先把评审意见放在一

边一段时间,等自己的负面情绪慢慢减退后再把它重新拾起。只有这样,才能充分利用审稿人这一资源帮助自己的研究找到最终能够被这些审稿人所接受的差异化。

再以上面提到的关于指定 CEO 继任者的研究为例,本文第一作者很庆幸能够有 Cannella 作为合作者及导师(mentor)。虽然这项研究的第一稿在投 *Academy of Management Annual Meeting* 时被拒, Cannella 告诉他不必太在意这一结果,而是要把注意力集中在审稿人的反馈上。经过一遍又一遍的修改,这项研究最终被 *Academy of Management Journal* 所接收(Cannella & Shen, 2001)。在这个过程中, Cannella 不但自己全身心地投入,并且后期利用他的资源找到了多个有经验的专家作为友好审稿人,包括 Don Hambrick、Syd Finkelstein、Jim Westphal 和 Javier Gimeno。对于当时还在攻读博士学位的本文第一作者来说,他从 Cannella 那里学到的不仅仅是在学术创新上的技术和技巧,更是对待学术创新的态度:学术创新是一个对研究不断提高和完善的过程,在这个过程中,不管审稿人提出什么意见,他们肯定有他们的道理(换句话说,在这个角度上,审稿人总是正确的(reviewers are always right))。

其实,关于态度对学术创新和创业中资源调动的重要性,陈教授在文章中讲得非常清楚:“对一个学者来说,宽广的心胸、始终以双(多)赢的视角看待问题,并以谦卑的态度来处理各种事务,是能够调动资源、借力使力,让所有资源为我所用的关键。”

四、学术创新中的目标观众

在陈教授关于学术创业的理论框架中，还有一个非常重要的因素——目标观众（target audience）。这个因素，陈教授没有直接讲，而是把它作为一个基本前提界定条件（presumption）来处理的，即所开拓的研究领域需要被“原属领域的研究者”接受并成为学术新领域之后才能称为学术创业成功。我们认为陈教授对于这个被“原属领域的研究者”接受的界定条件的清醒认识也是他创业成功的一个至关重要的因素，因为它直接影响到陈教授在创业过程中如何进行差异化、资源调动和合法性构建。陈教授国学功底深厚，博古通今，然而在学术创业过程所发表的论文中却没有一处提到华夏文化对动态竞争理论发展的影响，虽然他的动态竞争理论可以让我们很容易地就联想到中国历史上各个诸侯国之间相互争斗的你来我往。陈教授可能很早就意识到，要想使自己的学术创新（业）被“原属领域的研究者”这一目标观众所接受，一定要使用他们所能理解并接受的语言和方式（方法）把自己的创新（差异化）呈现给他们，并且积极利用原属领域的顶尖研究者作为合作者和支持者来为自己的创新（业）构建合法性。

其实，我们上面对学术创新的讨论也有这样一个类似的前提界定条件，即学术创新的成功是以在国际顶级管理学期刊发表为前提；在

这个前提条件下，目标观众就是这些顶级期刊的看门人（gate keepers）——编辑和审稿人。如果读者接受我们这个关于学术创新的前提界定条件，那么对于很多中国管理学者来说，在从事学术创新的过程中经常遇到的一个问题是如何才能更有效地让作为顶级期刊看门人（通常是西方学者）接受有关中国管理的研究^①。陈教授文章在这个问题上给我们的启示是一定要清醒地认识到什么样的学术创新对于这些顶级期刊看门人来说是可以接受的，而且要以他们最容易理解的方式来和他们交流沟通。和陈教授的做法类似，在 Cannella 和 Shen（2001）那篇文章中，他们既没有提到中国历史也没有提到西方历史给他们在理论视角上的启发，而是用审稿人更易接受的现有理论和美国公司的例子来发展、阐释他们的观点。

就目前来看，在公认的顶级管理学期刊中，它们的看门人所看重的依然是具有普遍适用性的理论贡献，而不是只针对某个国家或文化的理论贡献。虽然现有的绝大多数管理理论是在西方国家发展起来的，但是这些理论的创建者们并没有表明他们的理论只适用于美国、英国或其他某个西方国家；相反，这些理论，包括资源依赖理论、交易成本理论、代理理论、社会网络理论以及陈教授的动态竞争理论，是被作为具有普适性的理论提出来的。从这个角度来说，中国管理学者在进行以国际顶级期刊为目标的学术创新中，在差异化和合法

^① 最近有很多关于中国管理研究发展方向的探讨，主要集中于强调本土化研究还是普适性研究（陈春花，2010；徐淑英和吕力，2015；李海洋和张燕，2016）。虽然我们在文中是以在国际顶级管理学期刊发表论文来界定学术创新的成功，我们需要特别指出这并不是界定学术创新成功的唯一标准；每个中国管理学者都可以根据自身情况来决定自己的学术创新成功标准。我们的观点是在学术创新过程中，不管这个标准是什么，一定要努力使自己的学术创新被目标观众所接受。

性的构建上需要聚焦于具有“普遍适用性的理论贡献”，而不是要突出在理论上的中国特色。实证样本可以是中国的，但在理论贡献上要有普适性。如果结果表明某个理论在中国情境下不适用，那么需要解释清楚为什么会这样以及这个结果对该理论本身的贡献（如论证清楚了该理论拥有一个重要的但被忽略的边界适用条件）。

总之，陈教授的文章和经历表明，学术创业（新）的过程是一个和目标观众沟通、交流的过程。在这个过程中，一定要以目标观众更能够理解的语言和方式把自己的创新呈现给他们并得到他们的认可和接受。

五、结束语

每次读陈教授的文章都会对自己深有启发。这次也不例外。虽然陈教授是在讲学术创业，但我们觉得也是在讲学术创新。很荣幸能有这个机会把自己的感受写下来和《管理学季刊》的读者分享。絮絮叨叨讲了许多，心里甚是惴惴不安，总觉得上面所述对陈教授的文章而言不但有画蛇添足、狗尾续貂之嫌，而且还添加了许多我们自己的解读和想法，不当之处还请陈教授和读者海涵。

学术创新就是一个求知和探索的过程。他人的经验可以借鉴，但不可能被完全复制。所以，每一个致力于学术创新的学者都要把自己置于这个过程中。陈教授以一句具有哲理性的名言激励后生：Put yourself into the process and the process will carry you on. 我们在此以曾子的《大学》中一句“心诚求之，虽不中，不远矣”

予以呼应，愿与各位读者共勉。

（接受编辑：李海洋

收稿日期：2017 年 1 月 15 日

接受日期：2017 年 1 月 23 日）

参考文献

- [1] 陈春花：《当前中国需要什么样的管理研究》，《管理学报》，2010 年第 9 期。
- [2] 陈明哲：《学术创业：动态竞争理论从无到有的过程》，《管理学季刊》，2016 年第 3 期。
- [3] 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。
- [4] 李海洋、张燕：《情境化知识与普适化理论：对中国管理学研究理论创新的探索》，《管理学季刊》，2016 年第 4 期。
- [5] Cannella, A. A., & Shen, W. 2001. So close and yet so far: Promotion versus exit of CEO heirs apparent. *Academy of Management Journal*, 44: 252 - 270.
- [6] Ceci, S. J., & Peters, D. 1982. *Peer review: A study of reliability*. Change: The Magazine of Higher Learning, 14 (6): 44 - 48.
- [7] Hambrick, D. C. 2007. The field of management's devotion to theory: Too much of a good thing? *Academy of Management Journal*, 50: 1346 - 1352.
- [8] Hambrick, D. C., & Chen, M. -J. 2008. New academic fields as admittance - seeking social movements: The case of strategic management. *Academy of Management Review*, 33: 32 - 54.
- [9] McGrath, R. G., & Chen, M. -J. & MacMillan, I. C. 1998. Multimarket maneuvering in uncertain spheres of influence: Resource diversion strategies. *Academy of Management Review*, 23: 724 - 740.

[10] Pfeffer, J. 2007. A modest proposal: How we might change the process and product of managerial research. *Academy of Management Journal*, 50: 1334 – 1345.

[11] Starbuck, W. H. 2003. Turning lemons into

lemonade: Where is the value in peer reviews? *Journal of Management Inquiry*, 12: 344 – 351.

[12] Vancil, R. F. 1987. *Passing the baton*. Boston: Harvard Business School Press.