

# 企业注意力基础观研究综述<sup>\*</sup>

——知识基础、理论演化与研究前沿

张 明 蓝海林 陈伟宏

(华南理工大学工商管理学院,广东 广州 510640)

**内容提要:**企业注意力基础观提出已过去整整 20 年,相较于国际主流学术社区对该理论的高度认可和积极应用,国内学者则是知之甚少,而应用者则更少。本文综合运用文献计量学方法和定性分析法对国内外 247 篇文献进行述评,通过重点回答过去 20 年注意力基础观研究的知识基础是什么、研究前沿在哪里、演化过程又是怎样三个问题以揭示“来龙”,在此基础之上,根据已有研究不足和研究发展态势,提出未来国内注意力基础观研究的方向和建议,即“去脉”,借此希望能够提供一个更为系统、全面、动态和客观的注意力基础观研究文献述评,以期推动未来注意力基础观研究的深化和注意力基础观的完善。

**关键词:**注意力基础观 知识基础 研究前沿 演化过程 CiteSpace

**中图分类号:**C93 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2018)09—0189—20

## 一、引言

企业行为究竟是如何展开的,针对这一战略管理领域中的基本议题(Rumelt 等,1994)<sup>[1]</sup>,学者们提出了不同的理论视角和观点,大致可以归为如下三类:一是环境决定论,认为企业行为是由企业所嵌入的环境而决定,企业只是被动的接受者。持这一观点的代表性理论包括但不限于制度理论和权变理论。二是意志决定论,主张企业行为是高层管理者发挥主观能动性进行理性选择的产物。这一视角尤以高层梯队理论和认知理论最为突出。三是辩证视角,试图整合与平衡上述两个相互对立的视角,提出企业行为是环境影响和管理者选择综合作用的结果。由于这一视角综合了上述两大视角的理论精髓,同时也更贴近现实中的管理实践,使其显示出强大的解释力和预测力,故而得到了来自理论界和实践界的高度认可和赞扬。企业注意力基础观(An Attention-based View of the Firm)就是辩证视角的典范。

然而,非常遗憾的是,目前国内学术界对这一极具实践解释力和预测力的理论视角仍然知之甚少,用之更是少之又少。这同国外形成了鲜明的对比,据作者查询,截至 2017 年 12 月 31 日,注意力基础观的奠基性文献(Ocasio,1997)<sup>[2]</sup>仅被 SSCI(Social Science Citation Index)数据库引用次数

收稿日期:2018-06-06

\* 基金项目:教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“中国制造业转型升级战略研究”(15JZD020);教育部人文社会科学研究规划基金项目“中国制造企业转型升级动力机制研究”(17YJA630006);广东省自然科学基金项目“中国制造企业转型升级动力与战略行为研究”(2017A030313413)。

作者简介:张明,男,博士研究生,研究领域是企业战略管理,电子邮箱:1152627342@qq.com;蓝海林,男,教授,博士生导师,研究领域是企业战略管理,电子邮箱:bmhllan@scut.edu.cn;陈伟宏,男,博士研究生,研究领域是企业战略管理,电子邮箱:247823628@qq.com。通讯作者:陈伟宏。

就高达 764 次,这一数值远远超过高层梯队理论发表 20 年的引用次数(590 次)。2011 年,也就是在发表后的 14 年,该文获得《战略管理期刊》(Strategic Management Journal)年度最佳论文奖,由此可见其学术影响力。Stea 等(2015)<sup>[3]</sup>认为,注意力基础观的备受欢迎同近年来战略管理领域两大新兴趋势密切相关:第一个趋势是试图通过探索战略制定、竞争优势和企业绩效的认知基础以建立行为战略理论;第二个趋势即越来越强调为宏观构念提供微观基础。

由于组织注意力对理解企业战略行为与竞争优势的重要性,国外学者们对组织注意力的研究如雨后春笋般相继出现并仍在快速、持续地增长,使得梳理研究脉络和发现研究前沿变得越来越难。最近的一些有关企业注意力基础观的定性文献综述为此提供了有力并且有益的尝试(刘景江和王文星,2014<sup>[4]</sup>;吴建祖等,2009<sup>[5]</sup>),这些研究详细地阐述了注意力基础观的起源、特点、基本原则、应用领域和研究方向,当然还有注意力的测量方法。毋庸置疑,上述研究对于注意力基础观在国内管理学界的引入、传播、应用和完善发挥了不可替代和举足轻重的作用。但是,随着注意力基础观文献的指数性增加,定性文献综述存在的固有的、难以避免的局限性也逐步显现,在研究方法上,一方面是主观偏见问题,定性文献综述带有很深的作者个人风格,难以避免主观性问题和固有的偏见;另一方面是信息处理能力问题,研究成果的急剧增加已经远远超过研究者个人的信息处理能力。而在研究内容上,定性文献综述注重于刻画研究“状态”而非“动态”,重结果轻过程。

立足于已有研究的重要成果及其在方法和内容上的不足,本文综合运用文献计量学方法与定性分析方法,试图通过回答如下三个被忽视但重要、相互关联且层层递进的研究问题,以提供一个注意力基础观研究的动态发展过程:(1)企业注意力基础观研究中的知识基础是什么?(2)基于这些知识基础,注意力基础观研究在过去 20 年的演变过程是怎样的,传承还是变异?(3)演变至今,企业注意力基础观研究的前沿又在哪里?

通过对上述问题的回答,本文具有如下三个潜在的研究贡献:第一,运用文献计量学方法对注意力基础观文献进行述评。已有的注意力基础观文献述评均是采用定性研究方法(刘景江和王文星,2014<sup>[4]</sup>;吴建祖等,2009<sup>[5]</sup>),据作者所知,目前国内外尚未出现有关注意力基础观的定量文献综述,显然这是与已有 20 年历史并且仍在迅速发展的注意力基础观研究不相匹配的。本文运用文献计量学方法形成的定量文献综述填补了这一空白,这不仅能够在一定程度上克服定性研究综述在研究方法上的固有局限性,而且还能够进一步证实定性文献综述的研究结论。第二,详细地揭示了 20 年注意力基础观研究的知识基础、演变过程和研究前沿。整体而言,已有文献综述主要围绕注意力基础观是什么(起源、定义、原则、特点等)、用在哪(创新、创业、国际化等)和注意力怎么测(测量方法)三个问题展开,而对注意力基础观研究的主要内容结构(基于不同知识基础而形成)有哪些、内容结构随着时间推进是如何演化以及当前研究前沿在哪里三个问题却没有得到回答。与前面三个问题相比,后面三个问题更显具体化、动态化和前瞻性。显然,这对于未来研究者特别是新进研究者了解研究动态和识别研究前沿,进而开展学术研究至关重要。第三,基于对国内外注意力基础观研究的系统梳理,本文为国内未来研究提供了切实可行的方向和详尽的建议。

## 二、研究方法

### 1. 文献计量学方法

目前文献计量学方法在国内管理学研究中的应用仍不是很普遍,尽管近年来发展势头迅猛。常用的文献计量学方法主要有引文分析(Citation Analysis)、共被引分析(Co-citation Analysis)、引文耦合(Bibliographical Coupling)、合作者分析(Co-author Analysis)和共词分析(Co-word Analysis)

(Zupic 和 Čater, 2015)<sup>[6]</sup>。上述五种文献计量学方法各有所指,服务于不同的研究问题。本文旨在探索企业注意力基础观研究的知识基础、演化过程和研究前沿,根据现有研究(Hanisch 和 Wald, 2012)<sup>[7]</sup>; Zupic 和 Čater, 2015)<sup>[6]</sup>,此类研究问题最适合使用引文耦合与共被引分析。本文运用学术社区广为认可和使用的文献计量分析软件 CiteSpace(Chen, 2006)<sup>[8]</sup>进行分析。

引文耦合指的是两篇(或更多)施引文献至少有一篇相同被引文献的情形。引文耦合通过识别相同被引文献的数量来衡量施引文献之间的相似性。被引文献的重合度越高,其耦合程度也就越高,关联性就越强。共被引分析是使用最为普遍的一种文献计量学方法,指的是两篇文献在文章中被同时引用的频率。由定义可知,引文耦合与共被引的分析单元是不同的(如图 1 所示),前者是以施引文献为分析单元,而后者则是以被引文献为分析单元。根源于分析单元的不同,引文耦合与共被引方法各有优势。共被引由于以被引文献为分析单元,基于施引文献作者侧重于引用那些与其研究问题相关性高且经典权威的文献,因此,共被引分析有助于识别特定研究领域或主题中的知识基础或经典文献。与共被引不同的是,引文耦合关注的是施引文献之间的关系,因此,能够弥补共被引分析忽视最新施引文献所带来的不足,从而发现研究前沿。

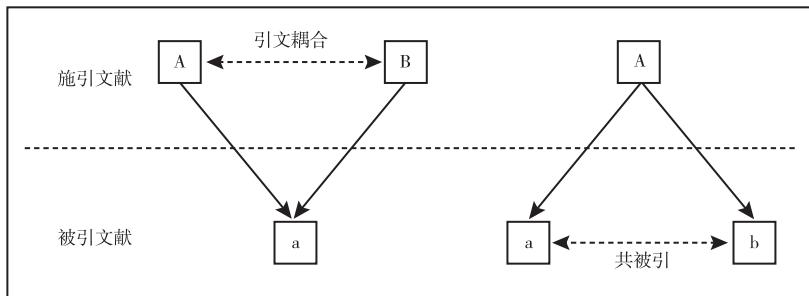


图 1 引文耦合与共被引之间的比较

资料来源:本文绘制

总而言之,引文耦合与共被引分析各有所长且互为补充,同时运用两种方法,不仅可以通过被引文献回顾“主流”(即知识基础),而且还可以通过施引文献发现“潮流”(即研究前沿),更为重要的是,还可以展示昨天的“潮流”随着时间的推进是如何成为今天的“主流”(即演化过程)。

## 2. 文献检索方法

定量文献综述质量的好坏,与所收集样本数据的完备性和准确性息息相关。借鉴 Acedo 等(2006)<sup>[9]</sup>的数据获取方法,本文通过追踪注意力基础观奠基性文章的施引文献来确定初始样本。截至检索日期(即 2018 年 2 月 4 日),这篇开创性文献在 Web of Science 上的被引频次达到 953 次(2018 年 2 月 2 日更新)。为进一步提高检索数据的质量,遵循现有学术共同体的做法,进行如下限定,数据库:Web of Science Core Collection(SSCI、SCIE 和 A&HCI);文献类型:文章或综述;发表年份:1997—2017 年;语言:英语。通过上述步骤,获得 756 篇注意力基础观文献构成的初始样本。

不可否认,虽然这种方法能够充分获取注意力基础观研究的所有文献(即完备性),但是无法排除样本文献中不相关引用带来的干扰(即准确性)。为此,进一步按照如下标准对文献进行筛查:(1)注意力基础观是文章的理论基础或解释机制;(2)注意力基础观是其部分研究假设的逻辑支撑;(3)注意力基础观的概念性文章或案例研究;(4)关键变量名中包含“注意力”。不满足上述任一标准的文献将被剔除。通过仔细筛选以及逐篇阅读,最终获得 220 篇高度相关的注意力基础观英文文献,构成文献计量分析的最终样本。

对于中文文献,同现有研究一致,本文将文献来源仅限定于《中文社会科学引文索引

(CSSCI) 来源期刊目录(2017—2018)》中 29 本管理学期刊。以中国知网(CNKI)为检索平台,检索年限为 1997—2017 年,检索篇名、摘要或关键词中包含“注意力”的文章,获得了 87 篇相关研究。然后人工逐篇阅读进行筛选,同样采取外文筛选相同的客观标准,同时剔除非学术用语、注意力经济学的相关文献,最终获得了 27 篇中文相关文献。需要说明的是,由于数量极少,无法对中文文献进行计量学分析,因此,本文采取定性分析方法将其与英文文献的计量学分析进行融合。

### 三、国内外注意力基础观研究的基本情况和比较

在正式运用文献计量学分析方法展开之前,对国内外注意力基础观研究进行描述性统计分析和比较显得极为必要,这不仅能够让读者了解到注意力基础观研究的重要性、学术地位和国内外研究的差异,而且还有助于为后文的文献计量学分析奠定基础。具体而言,本文从发文趋势、研究领域分布、期刊分布、核心作者四个方面反映国内外注意力基础观研究的基本概况。

#### 1. 整体发文趋势

图 2 显示了国内外注意力基础观研究过去 20 年历年发文数量。由图 2 可知,国外注意力基础观研究呈现出显著的增长趋势,而最近四年的发文数量(114)超过过去 16 年之和(106),占比约 51.8%。2015 年的发文数量达到最高峰,主要源于 William Ocasio 教授和 Giovanni Gavetti 教授在《战略管理前沿》共同主持了同注意力紧密相关的《认知与战略》专题。而国内研究则是 2009 年才开始出现,最近五年(2013—2017 年)呈现出增长的态势。由此可见,注意力基础观越来越受到学界的关注和认可。

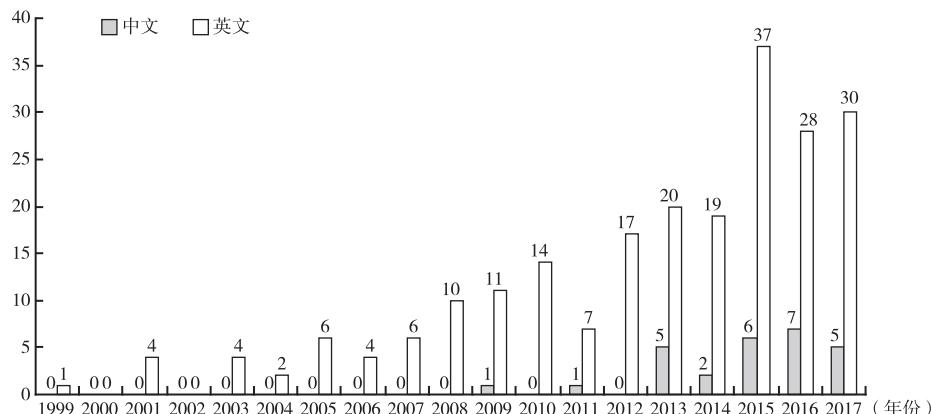


图 2 注意力基础观研究历年发文数量

资料来源:本文绘制

#### 2. 研究领域分布

表 1 列示了注意力基础观研究所涉及的研究领域,综观表 1 的简要统计结果不难得出如下结论:一是注意力基础观研究主要集中于商业经济领域。这与该理论起源于管理学息息相关,故而在发源地大放异彩。二是注意力基础观不断在向其他学科或领域渗透。跨学科间的交流与融合不仅能够激发更多创新性的研究成果,而且还能进一步推动注意力基础观自身的完善。如注意力基础观与心理学的结合将会对管理者注意力的配置机制大有裨益。与国外研究一致,目前国内注意力基础观研究也主要应用于工商管理领域,同时也在向其他领域扩散。例如,在样本中就有两篇文章来源于公共管理领域(李宇环,2016<sup>[10]</sup>;文宏和赵晓伟,2015<sup>[11]</sup>)。

表 1 注意力基础观研究的研究领域分布

序号	研究领域	发文量	占比(%)
1	商业经济	207	94.1
2	心理学	19	8.6
3	公共管理	14	6.4
4	社会科学其他主题	11	5
5	工程学	7	3.2
6	信息科学图书馆学	6	2.7
7	计算机科学	5	2.3
8	生态环境科学	3	1.4
9	教育教学研究	2	0.9
10	管理科学运筹学	2	0.9

注:由于文章所属期刊会同时属于两个或多个研究领域,故发文量之和超过样本文献数量

资料来源:本文根据 Web of Science 的统计结果整理

### 3. 来源期刊分布

220 篇英文文献发表于 84 种期刊中,表 2 展示了发文数量排名前 20 的期刊。基于这 20 种期刊的关注领域可以初步反映出注意力基础观研究的核心领域主要集中在以下三个:战略管理(SMJ、JMS、ASM)、国际商务(JIBS、JBV、JBR)、创新创业(JPIM、RP、LRP、ET&P)。在发文数量上,20 种期刊合计发表 145 篇,占样本总数的 65.9%,其中,《战略管理期刊》(Strategic Management Journal)发文数量最多,达到 26 篇,占比 11.8%。在期刊的质量上,五种期刊被 UTD 24 收录(如表 2 中 \* 号所示),15 种期刊的影响因子超过 3(占比 75%)。

表 2 英文发表数量前 20 和中文文献来源期刊

期刊名称(影响因子)	数量	来源期刊(影响因子)	数量
战略管理期刊(SMJ) *	26	商务创业期刊(JBV)	5
组织科学(OS) *	24	长期计划(LRP)	5
管理学会学报(AMJ) *	11	欧洲管理期刊(EMJ)	4
战略管理前沿(ASM)	8	组织行为期刊(JOB)	4
管理科学季刊(ASQ) *	7	组织研究(OS)	4
国际商务研究(JIBS) *	7	技术预测和社会变革(TFSC)	4
管理学报(JOM)	7	创业与实践(ET&P)	3
管理研究期刊(JMS)	7	产品创新管理期刊(JPIM)	3
商务研究期刊(JBR)	6	研究政策(RP)	3
产业与企业变革(ICC)	5	管理学报年刊(AMA)	2
外国经济与管理	4	管理科学	2
管理学报	4	经济管理	1
管理评论	3	中国行政管理	1
软科学	3	科学学研究	1
南开管理评论	2	科技进步与对策	1
研究与发展管理	2	系统工程理论与实践	1
科学学与科学技术管理	2		

资料来源:本文整理

中文文献的来源期刊中,《外国经济与管理》发表数量最多,达到四篇。国内其他重要的管理学期刊,如《南开管理评论》《管理评论》《管理科学》《经济管理》也均有发表。这说明,虽然注意力基础观引入国内管理学界较晚,但是起步平台却比较高。

总而言之,由国内外注意力基础观研究的发表期刊可以说明,注意力基础观研究已经得到主流学术界的高度认可。

#### 4. 核心作者分析

核心作者是指某研究领域中产出较多、影响较大的研究者。通过对核心作者的识别和关注,有助于未来研究者及时跟踪最新学术发展动态。普赖斯定律是文献计量学中确定特定研究领域核心作者的一种广为认可的估算方法,具体计算方法为:

$$M = 0.749 \sqrt{N_{max}}$$

其中, $N_{max}$  为特定领域或主题中同一作者发文数量的最大值, $M$  为核心作者发文数量的最小值(取整数)。通过对样本的核查,注意力基础观的创立者、美国西北大学(Northwestern University) William Ocasio 教授发文数量最多,达到 9 篇,因此, $N_{max} = 9$ ,通过计算可知, $M = 3$ ,即在这一研究领域内发表文章数量达到或超过三篇的作者则可认定为核心作者。经统计,220 篇英文文献关联的共 445 位作者中,14 位可以认定为注意力基础观研究领域的核心作者,他们合计发文数量为 41 篇。表 3 展示了发文数量前 10 的国内外核心作者。这些作者全部来自发达国家,主要集中于欧洲和北美洲。

表 3 核心作者及其发文数量

序号	作者	机构	发文量
1	Ocasio W	西北大学	9
2	Joseph J	加利福尼亚大学	7
3	Birkinshaw J	伦敦商学院	6
4	Shepherd DA	印第安纳大学	5
5	Ambos TC	苏塞克斯大学	4
6	Bouquet C	洛桑国际管理发展学院	4
7	Haas MR	宾夕法尼亚大学	4
8	Foss NJ	博科尼大学	3
9	Gaba V	欧洲工商管理学院	3
10	Lehman DW	弗吉尼亚大学	3
11	吴建祖	兰州大学	7
12	许晖	南开大学	4
13	陈守明	同济大学	3

资料来源:本文整理

目前国内企业注意力基础观研究仍然处于起步阶段,长期关注的学者屈指可数。截至目前,国内只有三位核心作者。兰州大学吴建祖教授的发文数量最多,达到 7 篇。此外,南开大学许晖教授与同济大学陈守明教授的发文数量分别为 4 篇和 3 篇(其中 SSCI 两篇,CSSCI 一篇)。

## 四、注意力基础观研究的知识基础

如上文所述,文献的共被引分析有助于识别特定学科或研究领域中的高共被引文献,亦称为经

典文献,在文献计量学中则称之为知识基础。图 3 为 1997—2017 年注意力基础观研究的共被引分析网络图谱,图中的节点表示被引文献,节点规模就越大,表示参考文献的共被引频次越多。

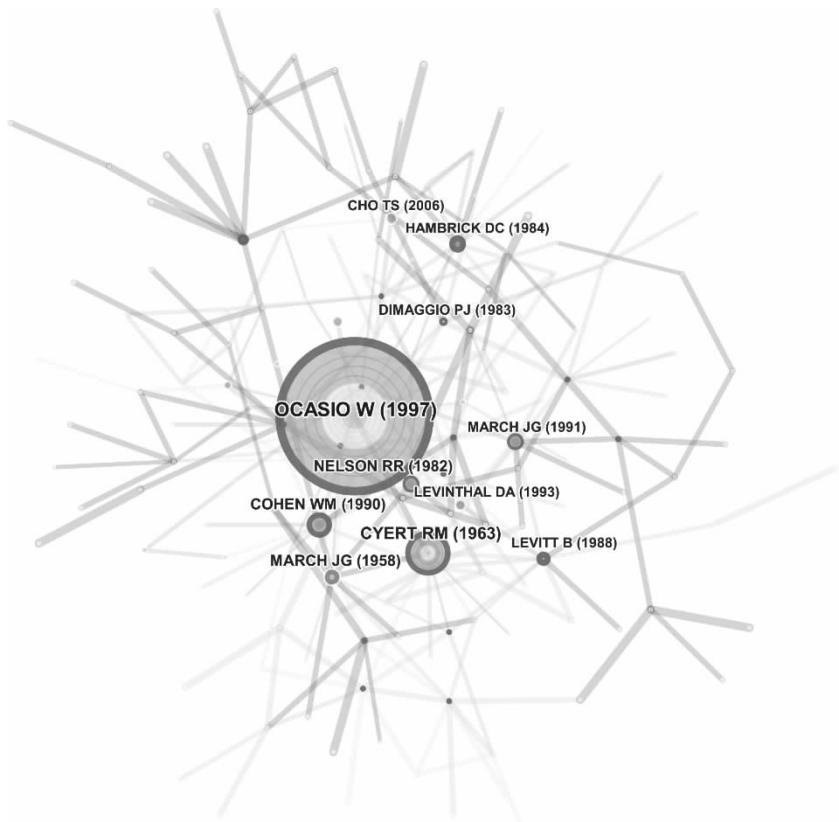


图 3 共被引分析网络图谱

资料来源:本文绘制

表 4 展示了共被引频次排名前 10 的文献。756 篇施引文献总共包含 37263 篇被引文献。由于样本文献均为 William Ocasio 教授注意力基础观奠基性文献的施引文献,故而其共被引频次等于初始样本数。通过对余下九篇经典文献及其在样本范围内的施引文献进行查阅,本文认为,注意力基础观研究的知识基础可以通过如下四个理论得到良好的反映。

表 4 共被引频次前 10 文献

作者	文献名称	年份	共被引频次	文献类型
Ocasio W	企业注意力基础观	1997	756	论文
Cyert RM 和 March JG	企业行为理论	1963	257	著作
March, JG 和 Simon HA	组织	1958	176	著作
Nelson RR 和 Winter SG	经济变迁的演化理论	1982	156	著作
Cohen WM 和 Levinthal DA	吸收能力:学习和创新的新视角	1990	149	论文
March, JG	组织学习中的探索和利用	1991	133	论文
Hambrick DC 和 Mason PA	高层梯队:组织作为其高层管理者的反映	1984	113	论文
DiMaggio PJ 和 Powell WW	修正的铁笼:组织领域中的制度同构和集体理性	1983	112	论文
Levitt B 和 March JG	组织学习	1988	112	论文
Levinthal DA 和 March JG	学习近视症	1993	107	论文

资料来源:本文整理

(1)企业行为理论。Ocasio(2011)<sup>[12]</sup>认为,企业行为理论是注意力研究的元理论。企业行为理论视组织为问题解决的实体和冲突系统,其注意力能力的有限性和内部多重目标的竞争性,都对组织注意力的配置产生重要的影响。例如组织从已有的决策和注意力规则中获取到的经验会塑造组织的注意力视角。组织期望水平的落空会触发注意力投入,导致本地搜索和组织学习。从已有研究来看,注意力基础观与企业行为理论的结合主要表现于绩效反馈,其基本研究思路即企业的绩效(包括实际绩效、期望绩效以及两者之间的落差)会影响组织或管理者注意力的配置方向,进而导致特定的企业行为。

(2)高层梯队理论。高层梯队理论本质上一种信息处理理论,它试图从高层管理者的特征(包括人口统计学特征和心理特征)来解释和预测企业行为。通过受限的洞察力、选择性认识和诠释三个步骤的信息筛选过程之后从而进行战略选择和高层行为。注意力基础观与高层梯队理论具有许多的共同点,首先,均建立在有限理性的基础之上;其次,均强调高层管理者的关键作用;最后,他们均是基于卡内基学派的准则(Cho 和 Hambrick,2006)<sup>[13]</sup>。实际上,注意力基础观是对高层梯队理论的进一步深化和补充(Souitaris 和 Maestro,2010)<sup>[14]</sup>,注意力基础观丰富和拓展了高层管理者影响企业行为和结果的作用机制。

(3)学习理论。学习理论认为,当企业付诸更多精力在处理新的外部信息时,其将学习到更多的新知识。注意力基础观有效地回答了企业行为如何产生以及为何非此即彼的问题,但对特定注意力的“效果”问题(注意力焦点转化为组织行动的可能性)和“程度”问题(投入多少注意力可以导致组织行动的产生)则并未考虑。学习理论通过揭示企业在不同的外部知识上投入多少精力从而补充了注意力基础观(Sapienza 等,2005)<sup>[15]</sup>,这可以从如下两个方面来理解:一是学习可以成为组织注意力配置的影响因素;二是学习能够提高注意力焦点转化为实际组织行动的可能性。现有研究结合注意力基础观和学习理论主要探讨如下几个联系紧密的组织现象,如企业的吸收能力(Kim 等,2016<sup>[16]</sup>;Terjesen 和 Patel,2017<sup>[17]</sup>)、企业创新(Li 等,2013<sup>[18]</sup>;Tang 等,2015<sup>[19]</sup>)和外部搜寻(Dong 和 Nett,2017<sup>[20]</sup>;Vissa 等,2010<sup>[21]</sup>)。

(4)制度理论。其中制度逻辑(Institutional Logics)(Thornton 和 Ocasio,1999)<sup>[22]</sup>同注意力基础观结合最为紧密。制度逻辑是一种能够塑造行为主体认知和行为的文化信念和规则(Thornton,2004)<sup>[23]</sup>。其备受关注出于如下两个原因:一是制度逻辑本身就是影响注意力配置的重要因素;二是制度逻辑同时也是 Ocasio 教授另一个重要的研究领域。制度逻辑有助于理解注意力的配置,具有不同制度逻辑的企业或管理者,其注意力的配置方向和对象也会表现出差异,从而引发不同的企业行为和结果(郑莹等,2015)<sup>[24]</sup>。Garg 等(2003)<sup>[25]</sup>认为,企业的主导逻辑将会影响到管理者的扫描重点(选择性注意力)。当然,企业拥有的制度逻辑并非一成不变,在对外部关键事件的关注以及对环境的意会后,企业可能会改变现有的占主导的制度逻辑并采用新的制度逻辑(Nigam 和 Ocasio,2010)<sup>[26]</sup>。

## 五、注意力基础观研究的研究前沿和演化过程

借鉴已有研究(Vogel 和 Gütterl,2013)<sup>[27]</sup>,本文将样本分为大致相等的两个部分:1997—2013年的样本量 106 篇和 2014—2017 年的样本量 114 篇。如此划分最大的优势在于,能够揭示 20 年间研究主题的动态演化过程。本文通过两个阶段的对比来展现变化的内容,首先对 1997—2013 年的 106 篇样本文献进行耦合分析,识别这一阶段的主要研究主题和知识结构,然后在此基础上增加近四年的样本,对 1997—2017 年的所有样本文献 220 篇进行耦合分析,从而最终发现和比较两个阶段在知识结构上的传承和转型。

同样使用 CiteSpace 软件进行耦合网络分析,具体参数设置如下。年均切片:1;节点类型:

Paper; 选择标准: Top N = 50; 剪枝: 最少生成树, 其他参数为系统默认。两个阶段的分析参数设置相同, 下文不再赘述。

### 1. 1997—2013 年的文献耦合分析

(1) 关键聚类详细分析。1997—2013 年注意力基础观研究的文献耦合聚类如图 4 所示, 图 4 中的节点 (Nodes) 表示施引文献(图中用作者姓名和年份的形式体现, 仅显示第一作者), 而非共被引分析网络图谱中的被引文献, 合计 106 篇。节点之间的连线 (Link) 表示施引文献之间的耦合强度, 耦合强度越大, 连线就越粗。

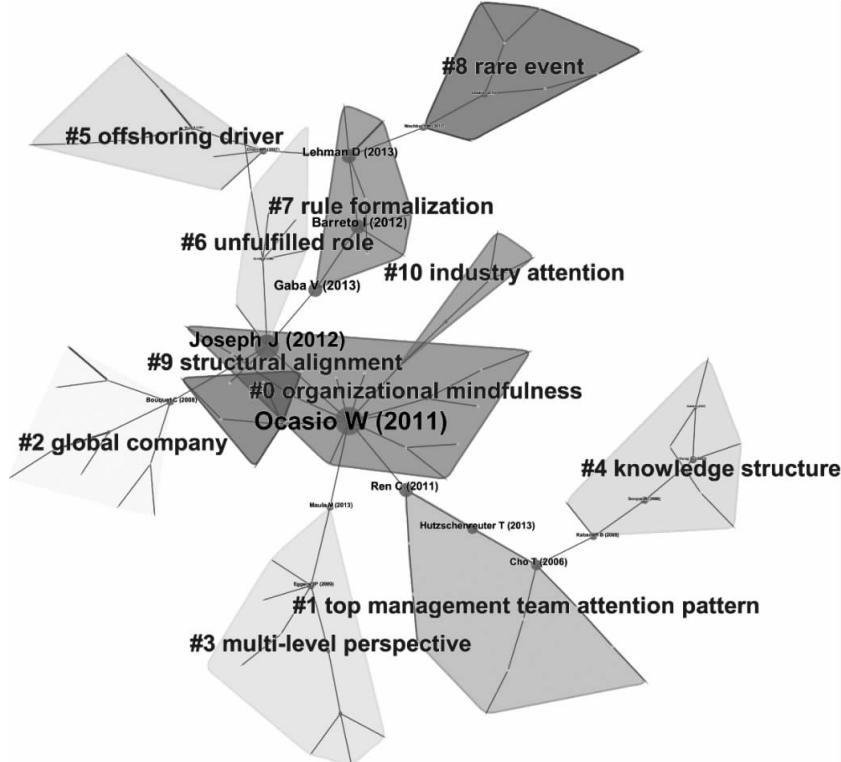


图 4 1997—2013 年文献耦合网络图谱

资料来源:本文绘制

一个网络的质量好坏通常可以从三个不同的分析单元来加以判断。首先是“面”上, 即网络是否可以被区分为独立模块的程度, 运用 Modularity Q 值来测量, Modularity Q 的取值范围为 [0.1], 该值越大, 表明网络结构越好 (Newman, 2006)<sup>[28]</sup>; 其次是在“类”上, Silhouette 值是用来判断网络中聚类的同质性程度, 其取值范围为 [-1.1], Silhouette 值越大, 聚类中节点的同质性程度就越高 (Rousseeuw, 1987)<sup>[29]</sup>, 现有研究认为, Silhouette 值大于 0.7 时则表明聚类结果具有高信度 (陈悦等, 2015)<sup>[30]</sup>; 最后在“点”上, 即一个节点作为桥连接网络中其他节点的程度 (Freeman, 1977)<sup>[31]</sup>, 使用中介中心性 (Betweenness Centrality) 来测量, 节点的中介中心性越大, 表明其在网络中桥的作用越明显。通常也将中介中心性高的节点称为“转折点”。

1997—2013 年文献耦合网络的 Modularity Q 值为 0.8198, 表明文献耦合的网络得到的聚类效果非常好。网络中聚类的平均 Silhouette 值为 0.9412, 说明聚类中节点的同质性非常高。CiteSpace 将 1997—2013 年的文献耦合网络分成 11 个不同的聚类, 聚类标签名来自施引文献的标题。图中以紫色标示的节点表示转折点, 即高中介中心性的节点, 节点越大, 表示中介中心性越高。接下来本文聚焦于对最大的四个聚类进行详细的分析。最大的四个聚类基本信息如表 5 所示。

表 5 1997—2013 年文献耦合网络最大的四个聚类信息

聚类序号	规模	平均发表年份	占比(%)	Silhouette
0	15	2010	14.1	0.97
1	12	2007	11.3	0.948
2	11	2009	10.3	0.974
3	11	2009	10.3	0.942

资料来源:本文整理

聚类#0 Organizational Mindfulness(组织正念)。该聚类主要试图对注意力概念加以区分和深化(Hunt 等,2009<sup>[32]</sup>;Ocasio,2011<sup>[12]</sup>;Rerup,2009<sup>[33]</sup>;Weick 和 Sutcliffe,2006<sup>[34]</sup>) ,以回答注意力的有效性问题,即注意力如何有效转变为实际行动。从注意力质量(包括注意力稳定性和生动性)(Weick 和 Sutcliffe,2006)<sup>[34]</sup>,到注意力三角(注意力稳定性、生动性和一致性)(Rerup,2009)<sup>[33]</sup>,再到受神经科学的启发而对注意力的三分类(注意力视角、注意力投入、注意力选择)(Ocasio,2011)<sup>[12]</sup>,注意力这一概念不断在深化,研究者对注意力影响企业行为的机制也愈加清晰。除此之外,与实物期权理论的结合(Barnett,2008)<sup>[35]</sup>以及对注意力质量的实证检验(赵晨等,2017)<sup>[36]</sup>也是有效的途径。

聚类#1 Top Management Team Attention Pattern(高管团队注意力模式)。不可否认,高管团队是注意力研究中最受关注的主体(Cho 和 Hambrick,2006)<sup>[13]</sup>。虽然标签名为“高层团队的注意力模式”,但该聚类研究的注意力主体还包括董事会(Tuggle 等,2010)<sup>[37]</sup>、中层管理者(Ren 和 Guo,2011)<sup>[38]</sup>,这些主体在注意力基础观研究中并没有得到学者太多的关注,但却是注意力基础观框架中玩家(Player)的重要组成部分,其他还包括员工及其工会代表、主要的消费者和供应商、机构投资者、金融分析师、咨询公司和商业出版社(Ocasio,1997)<sup>[2]</sup>。而从目前的研究来看,关注的主体还仅仅局限于企业内部的玩家,对于企业外部的利益相关者则还未涉及。这一特点在国内研究中表现得尤为突出。

聚类#2 Global Company(全球公司)。聚类标签名为 Global Company 表明了研究的情境。在这一情境中,研究者主要关注两个问题:一是子公司如何获取总部的注意力。利用自身的地位、采取积极的行动和子公司外派人员都是获取总部注意力的重要措施,但是却有情境性依赖性(Bouquet 和 Birkinshaw,2008<sup>[39]</sup>;Plourde 等,2014<sup>[40]</sup>)。二是跨国企业的国际化战略选择与绩效。企业将注意力配置在不同的方向或内容,对其国际化战略具有重要的影响(Bouquet 和 Birkinshaw,2011<sup>[41]</sup>;Levy,2005<sup>[42]</sup>;吴建祖和毕玉胜,2013<sup>[43]</sup>)。在绩效方面,现有研究考察了注意力对母公司绩效和子公司绩效的影响(Ambos 等,2010<sup>[44]</sup>;Bouquet 等,2009<sup>[45]</sup>;董临萍和宋渊洋,2017<sup>[46]</sup>)。

聚类#3 Multi-level Perspective(多层视角)。聚类标签名来自 Eggers 和 Kaplan(2013)<sup>[47]</sup>的一篇有关认知和能力的经典文献述评。综观该聚类下的 11 篇文献,大多数围绕着认知-注意力链条展开,认知同注意力有着紧密的联系,不少研究把注意力视为认知的反映或体现。这主要可以通过如下三个研究视角展现出来:一是自上而下视角,即环境—认知(注意力)—组织行为(结果)。Nadkarni 和 Barr(2008)<sup>[48]</sup>发现,管理者认知结构(注意力焦点和因果逻辑)完全中介了行业变化速度和企业战略反应速度之间的关系。二是自下而上视角,即管理者特征—认知(注意力)—组织行为(结果)。如 Gerstner 等(2013)<sup>[49]</sup>就发现,企业 CEO 的自恋程度越大,管理者对不连续技术的注意力就越多,进而会更多地投资和采用不连续性技术。三是权变视角,即环境对认知(注意力)—企业行为(结果)之间关系的情境因素。

(2) 其他聚类简要分析。其他的聚类,出于聚类规模较小(均少于 10 篇)以及文章篇幅的考虑,本文将不对其进行详细深入的分析。但总体而言,这些聚类中的文献大致可以分为两类:一是对注意力配置影响因素的探索,即注意力结构。如外部事件(Lampel 等,2009<sup>[50]</sup>;Nigam 和 Ocasio,2010<sup>[26]</sup>)、制度逻辑(Nigam 和 Ocasio,2010)<sup>[26]</sup>。二是对注意力选择的分析,如搜索行为(Vissa 等,2010)<sup>[21]</sup>、创新行为(Li 等,2013)<sup>[18]</sup>、机会识别(Gregoire 等,2010)<sup>[51]</sup>、战略形成(Ocasio 和 Joseph,2008)<sup>[52]</sup>。

## 2. 1997—2017 年的文献耦合分析

为了揭示注意力基础观研究过去 20 年研究主题的演化过程,本文进一步将 2014—2017 年发表的 114 篇文献加入样本中,总数达到 220 篇。由于均为 Ocasio(1997)<sup>[2]</sup>这一奠基性文献的施引文献,因此他们形成的耦合网络中连线数量将达到最大值 24090。为了能够同上一阶段进行比较,本文同样使用 Cosine 算法对连线进行剪枝,最终仅留下了 219 条耦合网络连线,同上一阶段的比例大致相等。

(1) 关键聚类详细分析。通过对 1997—2017 年样本文献的耦合网络进行聚类,包含 15 个聚类(如图 5 所示)。网络的 Modularity Q 为 0.8728,平均 Silhouette 值为 0.9474,表明整个网络得到的聚类结构效果和聚类中的同质性程度非常高。从聚类规模来看,15 个聚类的规模分布在[10, 21]的区间内,这表明,注意力基础观研究中并没有明显的“一家独大”现象,而是呈现出“齐头并进”的良好态势。同上文一致,本文仅对其中六大聚类的内容和结构进行详细的分析,六大聚类的基本信息如表 6 所示。

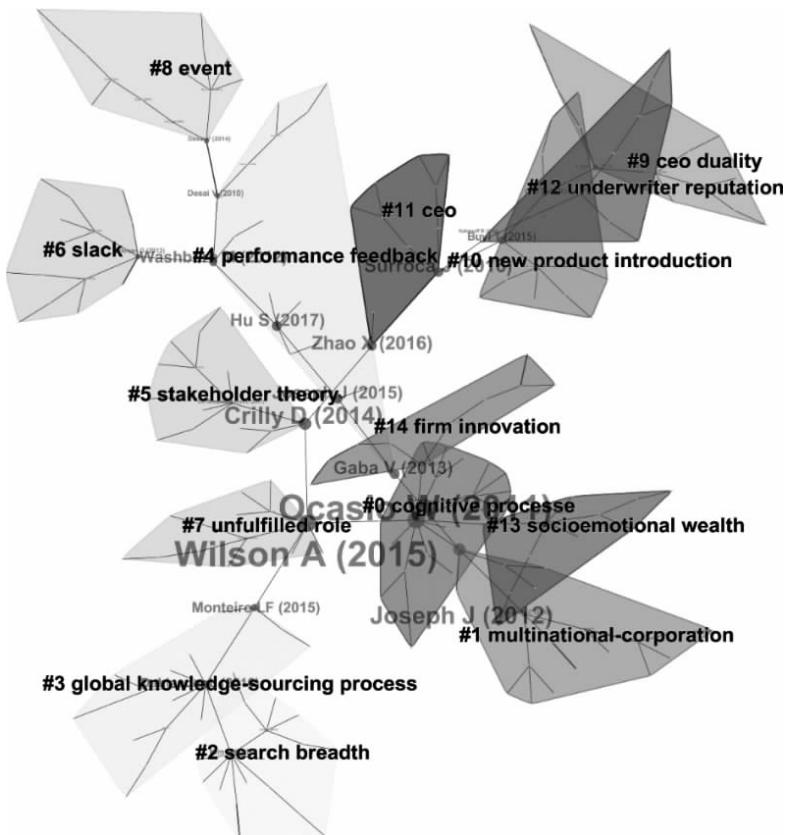


图 5 1997—2017 年文献耦合网络图谱

资料来源:本文绘制

表 6 1997—2017 年文献耦合网络最大的六个聚类信息

聚类序号	规模	平均发表年份	占比(%)	Silhouette
0	21	2011	9.54	0.986
1	19	2010	8.63	0.971
2	18	2014	8.18	0.991
3	17	2015	7.72	0.967
4	17	2012	7.72	0.838
5	16	2014	7.27	0.962

资料来源:本文整理

聚类#0 Cognitive Processes(认知过程)。包含 21 篇文献,其中五篇为新增文献,而在剩下的 16 篇文献中,本文观察到有 10 篇来自于上一阶段的聚类#0 Organizational Mindfulness。而五篇新文献中也主要谈及理论的完善和融合。上一阶段的研究对注意力基础观的完善和发展主要是通过深化核心构念和融合其他理论两种途径,显然,这两种途径均是对注意力基础观原有框架中存量的“延伸”,并没有针对这一框架的局限性“补充”增量。Stea 等(2015)<sup>[3]</sup>认为,虽然近年来的研究在精炼和扩展注意力基础观方面取得了显著的进步,但是,其忽略或轻视了个体在读取他人欲望、意图、知识和信念的能力上存在的差异,而这正是心智理论(The Theory of Mind)所关注的问题,因此,作者将心智理论融入到注意力基础观当中,并认为心智理论和注意力基础观具有天然的互补性。此外,这一阶段也延续上一阶段中针对特定的管理现象展开案例研究而开发极具现象特性的注意力基础观,如技术决策注意力基础观(Palmie 等,2016)<sup>[53]</sup>、家族企业适应间断技术变革的注意力基础观(Kammerlander 和 Ganter,2015)<sup>[54]</sup>。

此外,在测量方法上也有很大的进步,虽然现有的注意力研究大多数是采用文本分析方法来测量 CEO 或 TMT 的注意力,如致股东的信。但其并非没有缺点:致股东的信本身就是一个具有偏差的信息源,因为致股东的信是针对特定商业人群、为了传递企业正面形象、由专业人士而非 CEO 设计。为了克服上述缺点,Surroca 等(2016)<sup>[55]</sup>创新性地运用数据包络分析(DEA)来测量 CEO 注意力焦点。相较而言,这种测量方法还具有二手数据易于获取、对既成战略而非预期战略进行测量的优势。

聚类#1 multinational-corporation(跨国公司),该聚类中的 13 个节点来自上一时期,且与聚类#2 global company 中的节点有大部分的重合(8 篇),而六个新增节点的研究主题也基本上是同跨国企业密切相关,因此,本文认为,这一聚类是对上一阶段聚类#2 Global Company 的继承和延续。运用注意力基础观研究子公司 - 总部关系,回答的一个核心问题就是子公司如何获取总部的注意力。新近的研究正是在这一问题上不断深入和扩展,这主要表现在以下三个方面:一是从子公司组织因素深入到议题(Issues)和环境特征(Luo 等,2015)<sup>[56]</sup>;二是横向扩展将同伴(peers)的影响纳入考虑(Durand 和 Jacqueminet,2015)<sup>[57]</sup>;三是对注意力传输过程的关注(ul Haq 等,2017)<sup>[58]</sup>。

聚类#2 Search Breadth(搜索宽度)。该聚类中有 13 个节点为新增,占比 72%。通读聚类中的 18 篇文章,本文发现,它们大多是围绕着“知识”展开,例如搜索策略、知识外包(研发外包)、吸收能力等等,而这些对于企业的创新至关重要,因此,本文将这一聚类概括为创新的前奏。该聚类下的文献主要围绕着知识搜索的前因与后果而展开。在前因上,企业信息技术投资被认为是开展外部知识搜索的重要支撑因素,Dong 和 Netten(2017)<sup>[20]</sup>发现,信息技术投资和外部搜索之间存在倒 U 型关系,因为信息技术投资一方面增强了企业获取外部信息的能力;另一方面将导致信息超载,最终迫使企业收缩注意力在有限的外部知识源。而在后果上,主要探索知识搜索对企业创新的影响(Ardito 和 Petruzzelli,2017<sup>[59]</sup>;Grimpe 和 Kaiser,2010<sup>[60]</sup>;Terjesen 和 Patel,2017<sup>[17]</sup>)。虽然研究

结论不尽相同,但是,其背后反映的逻辑却是一致的,即企业注意力的有限性。其实,企业所拥有的知识,无论是通过外部获取还是自行搜索,只是创新必备的“食材”,若想将其转化为秀色可餐的“佳肴”——创新,企业的“厨艺”——吸收能力至关重要,缺乏吸收能力,将只是对知识的杂乱拼凑而非有效整合(Peeters 等,2014)<sup>[61]</sup>。

聚类#3 Global Knowledge-sourcing Process(全球知识来源过程)。该聚类中 14 个节点为新增,占比 82%。在通读这些文献后,本文发现,聚类#3 是对聚类#2 Search Breadth 的深化和变异。在深化方面,虽然也有研究继续探索个体的搜索宽度同创新结果之间的关系(Dahlander 等,2016)<sup>[62]</sup>,但更多的笔墨则是用于书写外部获取知识的“分级”和“过滤”上。不断地进行外部搜索将导致企业知识库的“拥堵”和“超载”,此时对知识进行过滤和分级显得尤为重要。Piezunka 和 Dahlander(2015)<sup>[63]</sup>认为,知识拥堵会窄化组织注意力,组织只会对其熟悉的而不是遥远的知识投入注意力,作者发现遥远的知识的三个维度(内容、结构、私人)独立且负向影响注意力的可能性。Haas 和 Ham(2015)<sup>[64]</sup>研究了组织如何利用外围知识(Peripheral Knowledge),而非核心知识(Core Knowledge),实现突破性创新。而在变异方面,主要表现在从知识获取转向知识共享。Haas 等(2015)<sup>[65]</sup>从组织注意力的配置角度考察知识提供者的线上知识共享行为,作者发现知识提供者更有可能将注意力配置在同其专长相匹配的问题上,但同时也会受到问题特性(如长度、广度和新颖度)以及问题拥挤程度的影响。

聚类#4 Performance Feedback(绩效反馈)。该聚类包含 17 个节点,占比 7.72%,Silhouette 值高居 0.838。聚类#4 中的节点中有 9 个节点为新增,占比 52%。在企业行为理论的框架中,企业的决策是在追求结果的逻辑下而产生,当对结果的评估发生变化时,企业的搜寻方向和注意力焦点也将相应变化,进而影响企业行为。也可称之为绩效反馈。Ocasio(2011)<sup>[12]</sup>将这种类型的注意力称之为注意力视角(Attentional Perspective),是一种自上而下(Top-down)的影响结构,受目标、行动逻辑、经验和已有注意力的驱使。在上一阶段中,已经有一部分的研究将注意力基础观与绩效反馈相结合(Gaba 和 Joseph,2013<sup>[66]</sup>;Iyer 和 Miller,2008<sup>[67]</sup>;Lehman 等,2011<sup>[68]</sup>),探讨过往绩效(历史和社会)对注意力配置方向的影响,从而引致特定的战略行为。而进入新的阶段,不少研究更为深入地讨论了多重参考点(以往期望水平、以往绩效和以往参照群组的绩效)的影响(Blettner 等,2015<sup>[69]</sup>;Joseph 和 Gaba,2015<sup>[70]</sup>)。

聚类#5 Stakeholder Theory(利益相关者理论)。该聚类中 13 个节点为新增,占比 81%。将注意力基础观和利益相关者理论相结合来共同探讨企业伦理行为是近年才出现的一个新的研究主题。

利益相关者作为注意力的接收方。现有研究主要是围绕以下两个问题展开:一是企业或管理者对利益相关者关注的影响因素。如企业逻辑(Crilly 和 Sloan,2012)<sup>[71]</sup>和组织架构(Crilly 和 Sloan,2014)<sup>[72]</sup>。二是企业或管理者对利益相关者的关注产生的结果。企业社会绩效则是关注的焦点,现有研究发现,组织对利益相关者的关注和企业社会绩效之间存在显著的正相关关系,但是会受到治理机制的调节(Zhao 等,2016)<sup>[73]</sup>。由于管理者注意力的有限性和选择性,因而当组织将注意力聚焦于企业社会责任时,其对创新的注意力就会被削弱(Mithani,2017)<sup>[74]</sup>。

利益相关者作为注意力的发送方。在上一阶段,许多注意力基础观研究聚焦于企业内部主体的注意力,而很少扩展至外部利益相关者,也许是默认利益相关者只是消极的注意力接收方。这就正如现有探讨企业社会责任—企业社会绩效之间关系的研究中存在的一个潜在的、有待证实的前提条件——利益相关者注意到了企业的社会责任活动。然而,事实并非如此,Madsen 和 Rodgers(2015)<sup>[75]</sup>发现,利益相关者会关注到企业的社会责任活动,与该活动的特点息息相关,如合法性、紧迫性和执行性。此外,作者还发现,利益相关者对企业社会责任活动的注意力部分中介了企业社

会责任和企业社会绩效之间的关系。

(2) 其他聚类简要分析。当然,过去 20 年注意力基础观研究的全貌和内容并不是上述六大聚类所能完整概括的。本文通过对余下九个聚类中文献的仔细分析发现,它们的研究主题是对上一时期相关主题的继承、深化和壮大,如对与创新相关的主题(图 5 中聚类#2、聚类#10 和聚类 14)、跨国企业总部 - 子公司关系研究、创业和机会识别。当然在新的阶段注意力基础观研究也产生了新的研究主题和情境,如近来一部分学者将注意力基础观应用于家族企业的研究中(Kammerlander 和 Ganter,2015)<sup>[54]</sup>。

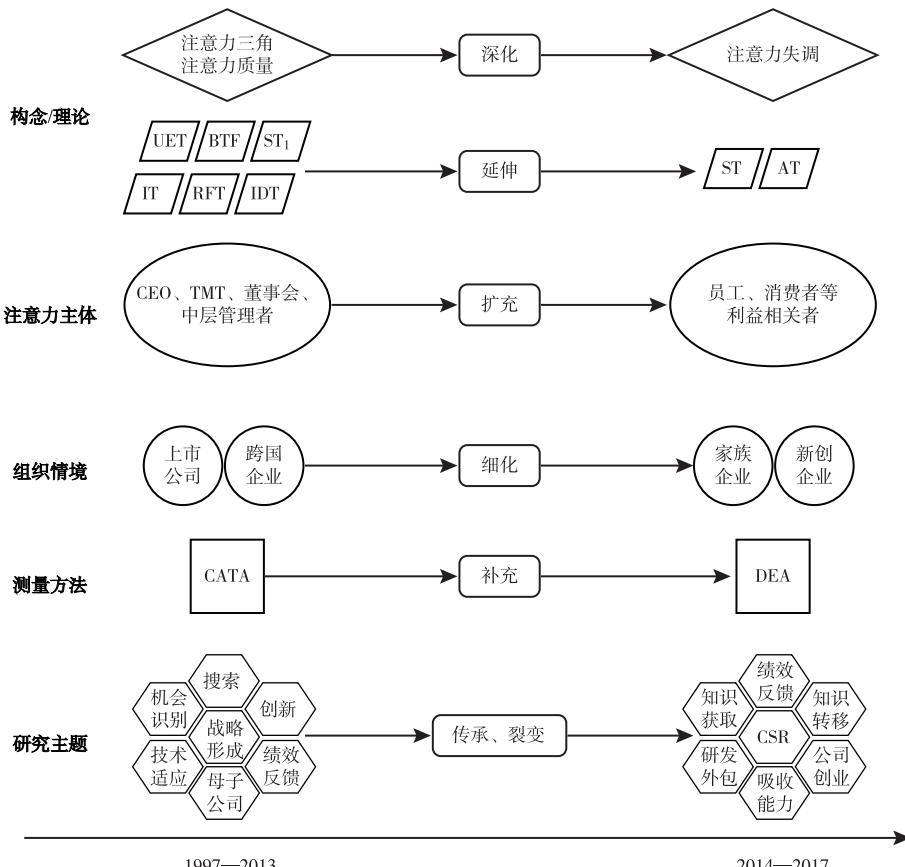


图 6 注意力基础观研究演化过程

注:UET = 高层梯队理论,BTF = 企业行为理论,ST<sub>1</sub> = 自我决定理论,IT = 制度理论,RFT = 调节焦点理论, IDT = 议题诊断理论,ST = 利益相关者理论,AT = 归因理论,CATA = 计算机复制文本分析,DEA = 数据包络分析,CSR = 企业社会责任

资料来源:本文绘制

综合比较注意力基础观研究在上述两个时期的发展现状和研究内容,本文认为,过去 20 年注意力基础观研究的演化过程可以通过五个方面得以体现(如图 6 所示)。一是构念/理论逐步深化和延伸。这种深化主要是通过三个途径,首先是对注意力基础观关键概念的深挖和扩展,其次是对注意力基础观中三个原则产生作用的权变条件的探索,最后是借其他相关理论之长以补自身之短。二是注意力主体不断扩充。随着影响的企业行为或结果不断地丰富,不可避免地也将使得相关主体的多元化,由最初组织内部的关键决策制定者(如 CEO 和 TMT),已经慢慢地延伸至组织内部的其他个体甚至是组织外部的利益相关者。三是组织情境的愈加细化。从成熟企业到初创企业,从跨国企业到家族企业,注意力基础观研究关注的情境愈加广泛。四是测量方法得到补充。已有研究

中有的使用管理者的人口统计学特征测量注意力,当然更为认可并普遍使用的是运用 CEO 致股东的信去测量,而最近的一项研究创新性地使用数据包络分析方法来测量,并且显示出更强的解释力度。五是研究主题不断扩展和深化。目前注意力基础观已广泛地运用于解释公司创业、组织学习、企业社会责任、企业创新、知识搜索、机会识别与评估等。

## 六、研究展望

国内注意力基础观研究已近十年,最近五年发展较快,但总体而言,在管理学中的地位并不突出,尽管已经较之前大有提升。基于对国内外注意力基础观研究的系统回顾,本文基于国外注意力基础观研究的五个演化特征,对国内外注意力基础观研究进行简要的比较,并在此基础上对国内注意力基础观研究提出未来的研究方向和建议。

(1) 构念和理论。同国外注意力基础观研究对注意力概念的不断挖掘与剖析相比,国内注意力基础观研究则是处于对行为特征性质注意力的积极应用阶段,如创新注意力、国际化注意力,而对注意力的内涵和维度既没有充分探索,更没有积极地应用(除了赵晨等(2017)<sup>[36]</sup>的研究)。未来的国内研究可以通过以下两种途径来深化对注意力构念的认识:一是运用案例研究的方法挖掘注意力的新维度。这种途径难度较大,目前国内以案例方式进行的注意力基础观研究也并非是以建立构念为目的(许晖等,2013<sup>[76]</sup>;叶竹馨和买忆媛,2016<sup>[77]</sup>)。二是应用已经发现的注意力不同维度的构念。例如,赵晨等(2017)<sup>[36]</sup>就发现,注意力质量的两个典型特征对组织从偶发事件中学习成效具有显著的差异。未来的研究可以进一步探索其他注意力维度对不同企业行为或绩效的直接影响或间接影响。

在理论方面,目前国内研究关注的注意力主体大部分为高层管理者,因此,高层梯队理论也就理所当然地成为注意力基础观的最佳搭档。但随着注意力主体的扩展、研究情境的丰富和研究主题的转变,注意力基础观与其他理论的结合将成为不可避免的趋势。基于国外文献的述评、中国的转型经济情境和当今时代特征的综合把握,本文认为,除了同已有理论进行融合外,另外两个具有潜力的理论则是代理理论和资源依赖理论。在中国,由于资本市场的不完善、法律制度不健全、企业制度尚未完全建立等原因,中国企业中的代理问题较西方更为突出,这就使得高层管理者的注意力更具多变性、复杂性和表面性。此外,中国的市场经济发展水平仍然不高、政府的力量仍然强大,企业对政府资源的依赖性还是很大。这两个理论分别有助于探索影响企业注意力焦点和配置的典型、突出的内部和外部因素,从而更好地理解企业的行为。

(2) 注意力主体。中文样本文献中总共包含 23 篇实证研究(包含案例研究和经验研究),其中 21 篇关注的注意力主体为高层管理人员,如 CEO、TMT、企业家。这同高层管理人员在企业决策中的重要作用、高层梯队理论的影响力以及相关信息获取的便利性均有很大的关系。未来国内的注意力基础观研究在注意力主体上可以从如下三个方面去深入和拓展:第一,探索高层管理人员特定注意力(国际化注意力或创新注意力)的影响因素。对前置因素的探索最大的优势在于,能够有效挖掘和匹配受前置因素影响的特定注意力作用于企业行为或企业绩效的情境因素。目前国内已有少部分研究对此进行了尝试(吴建祖和关斌,2015<sup>[78]</sup>;叶竹馨和买忆媛,2016<sup>[77]</sup>;赵晨等,2017<sup>[36]</sup>),但仍需深入和扩展。第二,深思高层管理人员的多重注意力。高层管理者的注意力、注意力焦点是有限的,但并非唯一的。面对多重相互竞争的注意力,高层管理者是如何抉择与平衡的?第三,重视企业的利益相关者,包括内部和外部利益相关者。利益相关者会影响高层管理者的注意力,同时,利益相关者的注意力也是高层管理者管理的对象(Liu 等,2017)<sup>[79]</sup>,而不仅仅只是管理好自己的注意力(Birkinshaw 等,2007)<sup>[80]</sup>。

(3) 组织情境。考虑到数据的可获得性,国内注意力基础观研究大多聚焦于上市公司,此外,

各有一项研究关注国有企业(张昊等,2014)<sup>[81]</sup>和新创企业(奉小斌和王惠利,2017)<sup>[82]</sup>。未来的国内注意力基础观研究者可以立足我国特殊的经济环境下形成的组织情境展开研究,不仅有助于建立研究差异性,而且还能增强研究实践性。具体而言包括三种组织情景:第一,国有企业。与民营企业不同的是,国有企业并不完全追求自身利益最大化和自由的市场选择。这就导致国有企业的管理者或利益相关者的注意力对象可能比民营企业要更广泛和复杂,未来的研究也可以就国有企业和民营企业的注意力焦点进行比较。第二,家族企业。家族企业需要同时兼顾经济利益最大化和社会情感财富最大化,这种经营目标的冲突是否会导致家族企业的注意力也会有所不同?此外,家族企业中家族管理者和非家族管理者(如职业经理人)由于利益立场和管理理念的差异,它们之间的博弈结果是否也会是注意力配置差异或动态调整的原因?第三,新创企业,包括国际新创企业。近年来,我国政府大力倡导“大众创业、万众创新”,新创企业如雨后春笋般急剧涌现,与此同时,创业失败率也是居高不下,创业者的注意力焦点是否是这背后的原因呢?同时,国际新创企业或天生全球化企业的快速国际化是否同创始人的国际化注意力有关呢?

(4)测量方法。注意力基础观研究中对注意力的测量最为常用的方法就是计算机辅助文本分析(Computer-aided Text Analysis,CATA),目前国际上最为常用的CATA软件包括CATPAC、NVivo、DICTION、LIWC和MECA。相较于案例研究中的人工编码,这种方法具有成本低、速度快和可靠性强。但其局限性与优势一样突出(见上文)。基于目前的研究,有如下两种克服上述局限性有方法:一是直接的方法,即选择其他方法互为补充或者取而代之。例如最近的一项研究中所使用的DEA方法(Surroca等,2016)<sup>[55]</sup>。二是间接的方法,将注意力作为一种解释机制,而不进行度量。国内外注意力基础观经验研究中均有采用这一方法的(McCann和Bahl,2017<sup>[83]</sup>;Tang等,2015<sup>[19]</sup>;蔡俊亚和党兴华,2015<sup>[84]</sup>)。

(5)研究主题。在研究主题上面,国内的注意力基础观研究表现出明显的追随和模仿现象,这在发展初期不可避免,甚至是实现超越的一种有效途径。创新创业领域是国内研究者应用注意力基础观的重要且最大的阵地(蔡俊亚和党兴华,2015<sup>[84]</sup>;陈守明和胡媛媛,2016<sup>[85]</sup>;奉小斌和王惠利,2017<sup>[82]</sup>;张昊等,2014<sup>[81]</sup>)。第二大阵地则是国际化战略(董临萍和宋渊洋,2017<sup>[46]</sup>;吴建祖和关斌,2015<sup>[78]</sup>;许晖等,2013<sup>[76]</sup>)。令本文感到惊奇的是,国外注意力基础观研究中的重要阵地——跨国企业母子公司关系并未得到国内学者的关注与研究。其中原因则主要来自数据的局限性,这也是制约国外其他研究主题未被国内学者探索的原因。面对这种情况,国内学者可采取如下三种途径应对:一是对创新创业和国际化战略领域的细分主题进行深入挖掘展开经验研究,例如是否不同的创新选择模式(突破式创新和渐进式创新)对企业的注意力要求不同?二是积极运用案例研究方法。在原有的领域进行案例研究,揭示管理者注意力的动态变化过程。三是充分利用国际数据库。近年来国内高校纷纷购买了国际知名的数据库,这对于国内研究者去探索新的领域和进行比较研究提供了机会。

## 参考文献

- [1] Rumelt, R. P., D. Schendel, and D. J. Teece. Fundamental Issues in Strategy[M]. Boston: Harvard University Press, 1994.
- [2] Ocasio, W. Towards an Attention-Based View of the Firm[J]. Strategic Management Journal, 1997, 18, (S1): 187–206.
- [3] Stea, D., S. Linder, and N. J. Foss. Understanding Organizational Advantage: How the Theory of Mind Adds to the Attention-Based View of the Firm[J]. Advances in Strategic Management, 2015, 32, (1): 277–298.
- [4] 刘景江,王文星.管理者注意力研究:一个最新综述[J].杭州:浙江大学学报(人文社会科学版),2014,(2):78–87.
- [5] 吴建祖,王欣然,曾宪聚.国外注意力基础观研究现状探析与未来展望[J].上海:外国经济与管理,2009,(6):58–65.
- [6] Zupic, I., and T. Čater. Bibliometric Methods in Management and Organization[J]. Organizational Research Methods, 2015, 18, (3): 429–472.

- [7] Hanisch, B., and A. Wald. A Bibliometric View on the Use of Contingency Theory in Project Management Research [J]. *Project Management Journal*, 2012, 43, (3): 4–23.
- [8] Chen, C. Citespace II: Detecting and Visualizing Emerging Trends and Transient Patterns in Scientific Literature [J]. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2006, 57, (3): 359–377.
- [9] Acedo, F. J., C. Barroso, and J. L. Galan. The Resource-Based Theory: Dissemination and Main Trends [J]. *Strategic Management Journal*, 2006, 27, (7): 621–636.
- [10] 李宇环. 邻避事件治理中的政府注意力配置与议题识别 [J]. 北京: 中国行政管理, 2016, (9): 122–127.
- [11] 文宏, 赵晓伟. 政府公共服务注意力配置与公共财政资源的投入方向选择——基于中部六省政府工作报告(2007—2012年)的文本分析 [J]. 成都: 软科学, 2015, (6): 5–9.
- [12] Ocasio, W. Attention to Attention [J]. *Organization Science*, 2011, 22, (5): 1286–1296.
- [13] Cho, T. S., and D. C. Hambrick. Attention as the Mediator between Top Management Team Characteristics and Strategic Change: The Case of Airline Deregulation [J]. *Organization Science*, 2006, 17, (4): 453–469.
- [14] Souitaris, V., and B. M. M. Maestro. Polychronicity in Top Management Teams: The Impact on Strategic Decision Processes and Performance of New Technology Ventures [J]. *Strategic Management Journal*, 2010, 31, (6): 652–678.
- [15] Sapienza, H. J., D. De Clercq, and W. R. Sandberg. Antecedents of International and Domestic Learning Effort [J]. *Journal of Business Venturing*, 2005, 20, (4): 437–457.
- [16] Kim, B., E. Kim, and N. J. Foss. Balancing Absorptive Capacity and Inbound Open Innovation for Sustained Innovative Performance: An Attention-Based View [J]. *European Management Journal*, 2016, 34, (1): 80–90.
- [17] Terjesen, S., and P. C. Patel. In Search of Process Innovations: The Role of Search Depth, Search Breadth, and the Industry Environment [J]. *Journal of Management*, 2017, 43, (5): 1421–1446.
- [18] Li, Q., P. G. Maggitti, K. G. Smith, P. E. Tesluk, and R. Katila. Top Management Attention to Innovation: The Role of Search Selection and Intensity in New Product Introductions [J]. *Academy of Management Journal*, 2013, 56, (3): 893–916.
- [19] Tang, Y., J. T. Li, and H. Y. Yang. What I See, What I Do: How Executive Hubris Affects Firm Innovation [J]. *Journal of Management*, 2015, 41, (6): 1698–1723.
- [20] Dong, J. Q., and J. Netten. Information Technology and External Search in the Open Innovation Age: New Findings from Germany [J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2017, 120, (July): 223–231.
- [21] Vissa, B., H. R. Greve, and W. R. Chen. Business Group Affiliation and Firm Search Behavior in India: Responsiveness and Focus of Attention [J]. *Organization Science*, 2010, 21, (3): 696–712.
- [22] Thornton, P. H., and W. Ocasio. Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations: Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry, 1958–1990 [J]. *American Journal of Sociology*, 1999, 105, (3): 801–843.
- [23] Thornton, P. Markets from Culture: Institutional Logics and Organizational Decisions in Higher Education Publishing [M]. Stanford, CA: Stanford University Press, 2004.
- [24] 郑莹, 陈传明, 张庆奎. 企业政策敏感性研究——制度逻辑和企业所有权的作用 [J]. 北京: 经济管理, 2015, (9): 42–50.
- [25] Garg, V. K., B. A. Walters, and R. L. Priem. Chief Executive Scanning Emphases, Environmental Dynamism, and Manufacturing Firm Performance [J]. *Strategic Management Journal*, 2003, 24, (8): 725–744.
- [26] Nigam, A., and W. Ocasio. Event Attention, Environmental Sensemaking, and Change in Institutional Logics: An Inductive Analysis of the Effects of Public Attention to Clinton's Health Care Reform Initiative [J]. *Organization Science*, 2010, 21, (4): 823–841.
- [27] Vogel, R., and W. H. Gützel. The Dynamic Capability View in Strategic Management: A Bibliometric Review [J]. *International Journal of Management Reviews*, 2013, 15, (4): 426–446.
- [28] Newman, M. E. Modularity and Community Structure in Networks [J]. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2006, 103, (23): 8577–8582.
- [29] Rousseeuw, P. J. Silhouettes: A Graphical Aid to the Interpretation and Validation of Cluster Analysis [J]. *Journal of Computational and Applied Mathematics*, 1987, 20, (November): 53–65.
- [30] 陈悦, 陈超美, 刘则渊, 胡志刚, 王贤文. Citespace 知识图谱的方法论功能 [J]. 北京: 科学学研究, 2015, (2): 242–253.
- [31] Freeman, L. C. A Set of Measures of Centrality Based on Betweenness [J]. *Sociometry*, 1977, 40, (1): 35–41.
- [32] Hunt, J. G., R. N. Osborn, and K. B. Boal. The Architecture of Managerial Leadership: Stimulation and Channeling of Organizational Emergence [J]. *Leadership Quarterly*, 2009, 20, (4): 503–516.
- [33] Rerup, C. Attentional Triangulation: Learning from Unexpected Rare Crises [J]. *Organization Science*, 2009, 20, (5): 876–893.
- [34] Weick, K. E., and K. M. Sutcliffe. Mindfulness and the Quality of Organizational Attention [J]. *Organization Science*, 2006, 17,

(4) :514 – 524.

[35] Barnett, M. L. An Attention-Based View of Real Options Reasoning [J]. *Academy of Management Review*, 2008, 33, (3) :606 – 628.

[36] 赵晨,高中华,陈国权. 问题情境、注意力质量与组织从偶发事件中学习:以民用航空事故为例 [J]. 北京:系统工程理论与实践, 2017, (1) :191 – 204.

[37] Tuggle, C. S. , D. G. Sirmon, C. R. Reutzel, and L. Bierman. Commanding Board of Director Attention: Investigating How Organizational Performance and CEO Duality Affect Board Members' Attention to Monitoring [J]. *Strategic Management Journal*, 2010, 31, (9) :946 – 968.

[38] Ren, C. R. , and C. Guo. Middle Managers' Strategic Role in the Corporate Entrepreneurial Process: Attention-Based Effects [J]. *Journal of Management*, 2011, 37, (6) :1586 – 1610.

[39] Bouquet, C. , and J. Birkinshaw. Weight Versus Voice: How Foreign Subsidiaries Gain Attention from Corporate Headquarters [J]. *Academy of Management Journal*, 2008, 51, (3) :577 – 601.

[40] Plourde, Y. , S. C. Parker, and J. L. Schaan. Expatriation and Its Effect on Headquarters' Attention in the Multinational Enterprise [J]. *Strategic Management Journal*, 2014, 35, (6) :938 – 947.

[41] Bouquet, C. , and J. Birkinshaw. How Global Strategies Emerge: An Attention Perspective [J]. *Global Strategy Journal*, 2011, 1, (3 – 4) :243 – 262.

[42] Levy, O. The Influence of Top Management Team Attention Patterns on Global Strategic Posture of Firms [J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2005, 26, (7) :797 – 819.

[43] 吴建祖,毕玉胜. 高管团队注意力配置与企业国际化战略选择——华为公司案例研究 [J]. 武汉:管理学报, 2013, (9) :1268 – 1274.

[44] Ambos, T. C. , U. Andersson, and J. Birkinshaw. What Are the Consequences of Initiative-Taking in Multinational Subsidiaries? [J]. *Journal of International Business Studies*, 2010, 41, (7) :1099 – 1118.

[45] Bouquet, C. , A. Morrison, and J. Birkinshaw. International Attention and Multinational Enterprise Performance [J]. *Journal of International Business Studies*, 2009, 40, (1) :108 – 131.

[46] 董临萍,宋渊洋. 高管团队注意力与企业国际化绩效:权力与管理自由度的调节作用 [J]. 北京:管理评论, 2017, (8) :167 – 178.

[47] Eggers, J. P. , and S. Kaplan. Cognition and Capabilities: A Multi-Level Perspective [J]. *Academy of Management Annals*, 2013, 7, (1) :295 – 340.

[48] Nadkarni, S. , and P. S. Barr. Environmental Context, Managerial Cognition, and Strategic Action: An Integrated View [J]. *Strategic Management Journal*, 2008, 29, (13) :1395 – 1427.

[49] Gerstner, W. C. , A. Konig, A. Enders, and D. C. Hambrick. CEO Narcissism, Audience Engagement, and Organizational Adoption of Technological Discontinuities [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2013, 58, (2) :257 – 291.

[50] Lampel, J. , J. Shamsie, and Z. Shapira. Experiencing the Improbable: Rare Events and Organizational Learning [J]. *Organization Science*, 2009, 20, (5) :835 – 845.

[51] Gregoire, D. A. , P. S. Barr, and D. A. Shepherd. Cognitive Processes of Opportunity Recognition: The Role of Structural Alignment [J]. *Organization Science*, 2010, 21, (2) :413 – 431.

[52] Ocasio, W. , and J. Joseph. Rise and Fall-or Transformation? The Evolution of Strategic Planning at the General Electric Company, 1940 – 2006 [J]. *Long Range Planning*, 2008, 41, (3) :248 – 272.

[53] Palmie, M. , B. Lingens, and O. Gassmann. Towards an Attention-Based View of Technology Decisions [J]. *R & D Management*, 2016, 46, (4) :781 – 796.

[54] Kammerlander, N. , and M. Ganter. An Attention-Based View of Family Firm Adaptation to Discontinuous Technological Change: Exploring the Role of Family CEOs' Noneconomic Goals [J]. *Journal of Product Innovation Management*, 2015, 32, (3) :361 – 383.

[55] Surroca, J. , D. Prior, and J. A. T. Gine. Using Panel Data DEA to Measure CEOs' Focus of Attention: An Application to the Study of Cognitive Group Membership and Performance [J]. *Strategic Management Journal*, 2016, 37, (2) :370 – 388.

[56] Luo, B. , Q. Wang, Y. Lu, and L. Liang. How to Win the Attention of Top Executives: The Interaction of an Issue's Characteristics and Environmental Threats [J]. *Journal of Organizational Change Management*, 2015, 28, (6) :970 – 992.

[57] Durand, R. , and A. Jacqueminet. Peer Conformity, Attention, and Heterogeneous Implementation of Practices in MNEs [J]. *Journal of International Business Studies*, 2015, 46, (8) :917 – 937.

[58] ul Haq, H. , R. Drogendijk, and D. B. Holm. Attention in Words, Not in Deeds: Effects of Attention Dissonance on Headquarters-Subsidiary Communication in Multinational Corporations [J]. *Journal of World Business*, 2017, 52, (1) :111 – 123.

[59] Ardito, L. , and A. M. Petruzzelli. Breadth of External Knowledge Sourcing and Product Innovation: The Moderating Role of

- Strategic Human Resource Practices [J]. European Management Journal, 2017, 35, (2) : 261 – 272.
- [60] Grimpe, C. , and U. Kaiser. Balancing Internal and External Knowledge Acquisition: The Gains and Pains from R&D Outsourcing [J]. Journal of Management Studies, 2010, 47, (8) : 1483 – 1509.
- [61] Peeters, C. , S. Massini, and A. Y. Lewin. Sources of Variation in the Efficiency of Adopting Management Innovation: The Role of Absorptive Capacity Routines, Managerial Attention and Organizational Legitimacy [J]. Organization Studies, 2014, 35, (9) : 1343 – 1371.
- [62] Dahlander, L. , S. O'Mahony, and D. M. Gann. One Foot in, One Foot Out: How Does Individuals' External Search Breadth Affect Innovation Outcomes? [J]. Strategic Management Journal, 2016, 37, (2) : 280 – 302.
- [63] Piezunka, H. , and L. Dahlander. Distant Search, Narrow Attention: How Crowding Alters Organizations' Filtering of Suggestions in Crowdsourcing [J]. Academy of Management Journal, 2015, 58, (3) : 856 – 880.
- [64] Haas, M. R. , and W. Ham. Microfoundations of Knowledge Recombination: Peripheral Knowledge and Breakthrough Innovation in Teams [J]. Advances in Strategic Management, 2015, 32, (1) : 47 – 87.
- [65] Haas, M. R. , P. Criscuolo, and G. George. Which Problems to Solve? Online Knowledge Sharing and Attention Allocation in Organizations [J]. Academy of Management Journal, 2015, 58, (3) : 680 – 711.
- [66] Gaba, V. , and J. Joseph. Corporate Structure and Performance Feedback: Aspirations and Adaptation in M-Form Firms [J]. Organization Science, 2013, 24, (4) : 1102 – 1119.
- [67] Iyer, D. N. , and K. D. Miller. Performance Feedback, Slack, and the Timing of Acquisitions [J]. Academy of Management Journal, 2008, 51, (4) : 808 – 822.
- [68] Lehman, D. W. , J. Hahn, R. Ramanujam, and B. J. Alge. The Dynamics of the Performance-Risk Relationship within a Performance Period: The Moderating Role of Deadline Proximity [J]. Organization Science, 2011, 22, (6) : 1613 – 1630.
- [69] Blettner, D. P. , Z. L. He, S. C. Hu, and R. A. Bettis. Adaptive Aspirations and Performance Heterogeneity: Attention Allocation among Multiple Reference Points [J]. Strategic Management Journal, 2015, 36, (7) : 987 – 1005.
- [70] Joseph, J. , and V. Gaba. The Fog of Feedback: Ambiguity and Firm Responses to Multiple Aspiration Levels [J]. Strategic Management Journal, 2015, 36, (13) : 1960 – 1978.
- [71] Crilly, D. , and P. Sloan. Enterprise Logic: Explaining Corporate Attention to Stakeholders from the ‘inside-Out’ [J]. Strategic Management Journal, 2012, 33, (10) : 1174 – 1193.
- [72] Crilly, D. , and P. Sloan. Autonomy or Control? Organizational Architecture and Corporate Attention to Stakeholders [J]. Organization Science, 2014, 25, (2) : 339 – 355.
- [73] Zhao, X. P. , S. M. Chen, and C. Xiong. Organizational Attention to Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance: The Moderating Effects of Corporate Governance [J]. Business Ethics: A European Review, 2016, 25, (4) : 386 – 399.
- [74] Mithani, M. A. Innovation and CSR—Do They Go Well Together? [J]. Long Range Planning, 2017, 50, (6) : 699 – 711.
- [75] Madsen, P. M. , and Z. J. Rodgers. Looking Good by Doing Good: The Antecedents and Consequences of Stakeholder Attention to Corporate Disaster Relief [J]. Strategic Management Journal, 2015, 36, (5) : 776 – 794.
- [76] 许晖, 郭净, 邓勇兵. 管理者国际化认知对营销动态能力演化影响的案例研究 [J]. 武汉: 管理学报, 2013, (1) : 30 – 40.
- [77] 叶竹馨, 买忆媛. 创业团队的认知结构与创新注意力: 基于 TMS 视角的多案例研究 [J]. 北京: 管理评论, 2016, (4) : 225 – 240.
- [78] 吴建祖, 关斌. 高管团队特征对企业国际市场进入模式的影响研究——注意力的中介作用 [J]. 北京: 管理评论, 2015, (11) : 118 – 131.
- [79] Liu, G. , W. W. Ko, and C. Chapleo. Managing Employee Attention and Internal Branding [J]. Journal of Business Research, 2017, (79) : 1 – 11.
- [80] Birkinshaw, J. , C. Bouquet, and T. C. Ambos. Managing Executive Attention in the Global Company [J]. MIT Sloan Management Review, 2007, 48, (4) : 39 – 45.
- [81] 张昊, 王世权, 辛冲. 国有企业 CEO 注意力对产品创新影响的研究 [J]. 武汉: 管理学报, 2014, (12) : 1798 – 1805.
- [82] 奉小斌, 王惠利. 新创企业搜索时机、即兴能力与创新绩效: 管理注意力的调节作用 [J]. 上海: 研究与发展管理, 2017, (4) : 127 – 137.
- [83] McCann, B. T. , and M. Bahl. The Influence of Competition from Informal Firms on New Product Development [J]. Strategic Management Journal, 2017, 38, (7) : 1518 – 1535.
- [84] 蔡俊亚, 党兴华. 创业导向与创新绩效: 高管团队特征和市场动态性的影响 [J]. 北京: 管理科学, 2015, (5) : 42 – 53.
- [85] 陈守明, 胡媛媛. 高管对员工的注意力、冗余资源与企业创新产出 [J]. 成都: 软科学, 2016, (12) : 85 – 88, 94.

# A Literature Review of Attention-based View of the Firm: Knowledge Base, Evolution Process, and Research Front

ZHANG Ming, LAN Hai-lin, CHEN Wei-hong

(School of Business Administration, South China University of Technology, Guangzhou, Guangdong, 510640, China)

**Abstract:** Twenty years have passed since Ocasio's seminal work on attention-based view of the firm (ABV). However, compared with the highly recognized and active application of ABV by the international mainstream academic community, domestic scholars have little knowledge and less application. In order to promote the development of ABV research, particularly domestic ABV research, this study, comprehensive use of bibliometric and qualitative analysis method, attempts to provide a more systematic, comprehensive, dynamic and objective literature review based on 247 ABV literature by answering three important and interrelated questions: what the knowledge base is, where the research front is, and how is the process of evolution unfolded. Then according to the existing research limitation and research development trend, the future research outlook is put forward. Including the future research direction of the domestic research of attention-based view and the theoretical prospect of the attention-based view, namely "de-pulse", it tries to promote the deepening of the research on the future attention-based view and the improvement of the attention-based view.

The study results are as follows: Firstly, the knowledge base of ABV research is the works that integrate ABV with a behavioral theory of the firm, upper echelons theory, learning theory and institutional theory, including the antecedents, behavioral actor and behavioral consequence of attention. Secondly, the research front is mainly manifested as: on the actor of attention, more attention is paid to the stakeholders of the firm; In the research situation, gradually focus on family enterprises and start-ups; On the research topic, innovation, entrepreneurship, corporate social responsibility, knowledge acquisition and transfer attract more and more attention. Thirdly, in terms of evolution process, after detailed analysis and contrast two stages (1997–2013 and 1997–2017) of the research content, found that both the inheritance, mutation and set up new coexistence. These change trajectories can be revealed clearly and dynamically by the refinement of the concept, the diversity of theoretical perspectives, the subdivision of research context, the externality of attention actor, the contemporaneity of research theme.

Based on comprehensive literature review and Chinese research context, this paper summarizes five research directions that can be explored deeply and practically in the future. That is to deepen the construction and integration theory, expand the actor of attention, enrich the research context, apply new measurement methods and explore new subjects. In the redevelopment of attention-based view of the firm, the following three aspects can be explored. Firstly, integrating the theoretical perspectives of different analysis levels and other disciplines to improve the explanatory and predictive power of ABV. In the organizational management theory, the complementary perspectives of different levels of theories are considered, such as the resource dependence theory and agency theory, which expound the relationship between organization and environment. In addition to the organizational and management theory, the theoretical perspectives of sociology and psychology can be used for reference. Secondly, exploring the boundary conditions of ABV. Future research can confirm the boundary conditions of ABV by elaborating the constructs, exploring the moderators and refining the mediators. Thirdly, deepening the known and exploring unknown organizational behavior while taking full account of the co-operation relationship and feedback effect between different behaviors. Future research should not only actively explore other enterprises' behavior, but also dare to longitudinal deepening behaviors, and willing to discuss the mechanism of different behavior in acquiring organizations' focus on competition and cooperation relationship, good at discovering the feedback effects between different behaviors. In line with the above research directions, we believe that future researches on the basis of attention in China will surely be more practical, and Attention-based view can also be more attractive, competitive and resilient.

**Key Words:** an attention-based view of the firm; knowledge base; research front; evolution process; cite space

**JEL Classification:** D21, L10, L19

**DOI:** 10.19616/j.cnki.bmjj.2018.09.012

(责任编辑:周霄雪)