

ambiguous, and the formation mechanism of business model innovation is still a black box. This paper first makes a review of current research on business model innovation and sorts out the positive role of business model innovation in firms. Then from a function perspective it analyzes factors restricting and driving business model innovation, and portrays the formation mechanism of business model innovation from the point of view of three core schools of strategy field. Finally, it argues that business model innovation is a process of internally and externally crafting. Through a literature review, it finds that the antecedents of business model innovation consist of internal factors such as management cognition, resources capabilities, organization activities and profit model, and external factors such as technology innovation, context factors, market opportunities and firm value networks. And it differentiates the antecedents of business model innovation of start-ups and incumbent firms. It analyzes the antecedents and formation mechanism of business model innovation in detail, extends the research scope of business model innovation, and is of certain theoretical value. In addition, the research of antecedents of business model innovation can help firms to precisely carry out self-positioning, and trace the success of business model innovation back.

Key words: business model innovation; business model; antecedent

(责任编辑: 度 生)

•管理微评•

酒香也怕巷子深:如何写好引言让你的文章更有趣?

唐 翌

(香港理工大学 工商管理学院, 香港)

最近这些日子,笔者沉浸在的陈国立老师修改一篇在《战略管理期刊》(SMJ)三审的文章中,有机会仔细思考如何把文章的引言(introduction)写得更吸引人、让一篇文章的贡献更为突出。

笔者和陈老师的这篇文章,是探讨关于企业家自大和自恋对企业社会责任的不同影响机制。上一稿改完送回去,一位审稿人已经基本没有问题了,但另外一位却颇有微词,尤其是关于引言问题他(她)说得很直接:“上一轮我让你去好好研读Grant和Pollock于2011年发表的关于如何写好引言的AMJ编者谈,你怎么都没有好好看呢?!”

一句话问醒梦中人。其实在修改上一稿的时候,这位审稿人就 very 明确地提议:“你们引言写得不够好啊,去好好看看Grant和Pollock的文章。”当时不知道是出于怎么样的心理,仿佛只是应付性地读了读,而且可能当时我们都觉得那篇文章用处不大,甚至没有在修改稿中引用它(犯大忌啊)。好在这次执行主编还给了再一次修改的机会。庆幸之余,赶紧把那篇Grant和Pollock的文章找出来,仔仔细细地研读多遍。嗯,SMJ的审稿人确实不是盖的,提议真的很好。研读之后确实收获颇丰,对我们这一轮的修改(尤其是引言的重写)帮助很大。我觉得独乐乐不如众乐乐。对自己科研有裨益的东西,值得和大家分享,可能对大家的文章写作和投稿都会有所帮助。

论文的审稿,就像作者和审稿人在拍拖,第一感觉很重要。如果第一感觉不好,那么以后的交流就有问题,也很难修成正果。所以必须写好引言。因为引言就决定了你会留给审稿人的第一印象。第一印象很美好,下面的路就很好走。记得有位AMJ的编委说得很好:“如果引言写得好,审稿人就会被吸引,那么就倾向于给你一个修改的机会;相反,如果引言写得不好,审稿人就会失去兴趣,之后的阅读基本上就是挑毛病来拒绝你。”

那么该怎样写好引言呢?Grant和Pollock的文章总结得很好,我在这里择其精华,简要的综述一下。读者如果感兴趣,可以找出原文好好学习。

开宗明义,要写好引言,其实就是要回答好三个问题:(1)你想研究什么?(2)为什么你要研究?(3)我们会学到什么?

你要和谁对话?

和谁对话,其实就是关于你的研究问题是什么。引言中必须要开宗明义,提出你的研究问题。一个写得好的引言,能够吸引读者的心。**核心问题就是回答为什么这个研究对于理论和实践是重要的。**要做到这一点,引言需要具备以下元素:简单、出人意料、言简意赅、可信、情感、故事。一个开篇好的引言,尤其胜人一筹。要开篇开得好,可以遵循两条路径:一是借用引语或者描述趋势。一个生动的引语或者故事能够让人瞬间提升关注度,相关的引语和故事可以有意识地采编自媒体;二是描述理论界或者业界的趋势,通过这个描述来引出自己的研究问题。

为什么你要研究?

提出了你的研究问题之后,你需要在引言中回答“为什么要研究”这个问题。这个任务可以通过走三步来完成:**对话已经进行到了哪个话题?对话的下一个话题在哪里?为什么别人要和你进行这个话题的对话?**要找到对话的话题,并且让这个话题有趣,可以走两条路:找联系(establishing)和找麻烦(problematizing)。

找联系。就是在现有文献中找到空隙(identify the gap),成为本研究中的立足点。可以在两个不同的但是有联系的话题间搭桥(synthesized coherence),可以找一个话题将它向前推进(progressive coherence),也可以找到对立的两个话题然后寻求其融合点(non-coherence)。

找麻烦。其实就是在现有文献中找到研究的不足,作为本研究的立足点。找麻烦也有三条小路可以走:某一个话题的讨论不够深入而需要继续推进(incompleteness);某一个话题不够完整而需要引入新的思路(inadequacy);某一个话题的讨论是错误的而需要换个架构(incommensurability)。

我们会学到什么?

写好引言的最后一步就是要讲清楚,**你聊的这个话题会让我们学到些什么,将这个题目的讨论向前推进到哪一步。**这就是将我们这项研究的贡献进行提炼。提炼一项研究的贡献,可以从两个角度进行。其一是共识的转移(consensus shifting):我们可以从现有的共识出发,认识到其不足,从而达到一个新的共识;其二是共识的创造(consensus creation):我们可以发现现有话题的讨论中并未形成共识,通过这个对话,可以帮助我们建立一个共识。

延伸阅读:

建议大家仔细研读Grant A & Pollock T. 2011. Publishing in AMJ—Part 3: Setting the Hook. Academy of Management Journal, 54 (5): 873–879.

作者简介:唐 翌(1978—),男,香港理工大学工商管理学院副教授,管理学博士,主要研究领域为企业高层团队、公司治理、企业社会网络以及组织创新等。

注:本稿最初发布在“管理微评论”微信公众号上,本刊经作者和“管理微评论”授权刊发。