

Nankai Business Review 南开管理评论

第21卷2018年第6期

(双月刊·总第123期)

2018年12月8日出版

主管单位 国家教育部

主办单位 南开大学

主 编 白长虹

专业主编 程新生

财务与会计 公司治理

范秀成

市场营销 服务管理

杨 俊

创新管理 创业管理 人力资源

战略管理 组织行为

李 辉

旅游管理 信息管理

运营管理 知识管理

编辑出版 《南开管理评论》编辑部

编辑部地址 天津市南开区卫津路94号

南开大学商学院(300071)

电话 022-23505995 022-23498167

制作代理 天津河图设计公司

印刷单位 天津市隆达印刷有限公司

国内统一刊号 CN12-1288/F

国际标准连续出版物号 ISSN 1008-3448

发行范围 国内外公开发行

发行单位 天津市邮政报刊发行局

邮发代号 6-130

国内定价 45.00元

本期责任编辑 刘晓

本期英文编辑 郑琦

《南开管理评论》网址

<http://www.nbronline.org>
<http://www.nbronline.cn> (投稿、查询、审稿)

微信公众号:南开管理评论

目录 CONTENTS

主编寄语

- 1 中国管理研究有未来么
白长虹 Bai Changhong

评论·改革开放 40 年

- 4 中国工商管理研究的贡献、创新及愿景评价——基于《南开管理评论》刊文/投稿的文献计量与专业聚焦分析
Contribution, Innovation and Vision Evaluation of Business Research in China: Bibliometric and Subject Analysis Based on the Data of Nankai Business Review
周轩 章小童 Zhou Xuan, Zhang Xiaotong
- 12 管理学质性研究的回顾、反思与展望
Qualitative Management Research: Retrospection, Reflection, and Prospection
毛基业 李亮 Mao Jiye, Li Liang
- 17 中国私营企业调查25周年: 现状与展望
The 25 Years of Chinese Private Enterprise Survey: Points and Prospects
陈光金 吕鹏 林泽炎 宋娜 Chen Guangjin, Lü Peng, Lin Zeyan, Song Na
- 28 转型期中国企业核心专长构建机制研究
Research on the Construction Mechanism of Core Competence of Chinese Enterprises in Transition Period
蓝海林 刘翔 黄嫚丽 曾萍 Lan Hailin, Liu Shuo, Huang Manli, Zeng Ping
- 37 共享经济: 理论建构与研究进展
Sharing Economy: Theory and Research Agenda
余航 田林 蒋国银 陈云 Yu Hang, Tian Lin, Jiang Guoyin, Chen Yun

电子商务

- 53 基于产品销量的网络口碑离散对消费者购买行为的影响分析
The Influence of Electronic Word of Mouth Dispersion on Consumer Purchase Behavior: A Study of Product Sales
谢光明 金大祥 胡培 Xie Guangming, Jin Daxiang, Hu Pei
- 67 互补还是替代: 事前控制与事后救济对平台型电商企业声誉的影响研究
Complementation or Substitution? A Research on Impact of Prior-control and Post-relief on the Reputation of E-commerce Platform
汪旭晖 王东明 Wang Xuhui, Wang Dongming
- 83 社交网络情境下消费者口碑生成的影响因素模型: 基于真实口碑文本的扎根研究
The Factor Model of Consumers' Word-of-Mouth Generation in Social Networks: Based on Grounded Theory and Analysis of True Word-of-Mouth Texts
李研 金慧贞 李东进 Li Yan, Jin Huizhen, Li Dongjin

知识管理

- 95 “两情相悦”还是“门当户对”: 产学研合作伙伴匹配性及其对知识共享和合作绩效的影响机制
To Love Each Other or to Be Equal Status: The University-Industry Collaboration Partner Fit and Its Impact on Knowledge Sharing and Cooperation Performance
马文聪 叶阳平 徐梦丹 朱桂龙 Ma Wencong, Ye Yangping, Xu Mengdan, Zhu Guilong

- 107 知识权力如何有效运用：“有核”集群的知识创造及权力距离的调节作用
How to Use the Knowledge Power Effectively? Knowledge Creation of Cluster with Core Enterprises and the Moderating Effect of Power Distance
李宇 陆艳红 Li Yu, Lu Yanhong

- 121 合作网络结构洞、知识网络凝聚性与探索式创新绩效：基于我国汽车产业的实证研究
Structural Holes in Collaboration Network, Cohesion of Knowledge Network and Exploratory Innovation Performance: An Empirical Study on the Chinese Automakers
李健 余悦 Li Jian, Yu Yue

旅游管理

- 131 “小而美”的营销神话——基于环意国际旅行社的案例研究
“Small and Beautiful” Marketing Myth: A Case of Huanyi International Travel Agent
李飞 李达军 李纯青 张语涵 刘茜 曲庆 Li Fei, Li Dajun, Li Chunqing, Zhang Yuhuan, Liu Xi, Qu Qing
- 142 中国旅游业与农村贫困减缓：事实与解释
Tourism and Rural Poverty Alleviation in China: Facts and Interpretations
赵磊 吴媛 Zhao Lei, Wu Yuan

战略与人力资源

- 156 社会企业竞合活动及其合法性演进研究
A Study on Social Enterprise's Competitive Activities and Legitimation Evolution
胥思齐 席酉民 Xu Siqi, Xi Youmin
- 171 战略人力资源管理的匹配模型及影响效应——环境不确定性的调节作用
The Fit Model and Influential Effect on Strategic Human Resource Management: The Moderating Role of Environmental Uncertainty
李杰义 周丹丹 闫静波 Li Jieyi, Zhou Dandan, Yan Jingbo

公司治理

- 185 大型国有企业集团总部对成员单位控制体系的构型研究——基于102家中央企业的定性比较分析
Exploring the Configurations of Chinese SOEs' Group Control Systems: A Qualitative Comparative Analysis of 102 Central SOEs
王璁 王凤彬 Wang Cong, Wang Fengbin
- 198 业绩承诺协议设置、私募股权与上市公司并购绩效
Performance Commitment Provisions, Private Equity and M&A Performance
杨超 谢志华 宋迪 Yang Chao, Xie Zhihua, Song Di

市场营销

- 210 自我认同威胁对消费者地位产品选择的影响研究——基于权力距离信念的调节效应和地位需求的中介效应
Effect of Self-identity Threat on Consumer's Choice of Status Product: Based on Moderation of Power Distance Belief and Mediation of Need for Status
崔宏静 徐尉 赵太阳 王天新 Cui Hongjing, Xu Wei, Zhao Taiyang, Wang Tianxin
- 221 本刊 2018 年度 1-6 期总目录



封面插图设计：陈聿东 南开大学东方艺术系

《南开管理评论》学术影响力：

期刊综合影响因子第一

复合影响因子第一

人文社科影响因子第一

据《中国学术期刊影响因子年报(人文社会科学·2017版)》

国家社会科学基金资助期刊

NSFC管理科学部认定的管理科学A类重要期刊

全国“百强社科期刊”

中国人文社会科学“权威期刊”

中国最具国际影响力学术期刊

中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊

中国人文社会科学引文数据库(CHSSCD)来源期刊

北大中文核心期刊目录收录期刊

第三届国家期刊奖提名奖

中国北方十佳期刊

本刊不以任何形式收取版面费
举报电话：010-63094651