

行业变革背景下先发企业合法性的获取机制*

——基于扎根理论的国家电网公司案例

徐鹏^{1,3}, 徐向艺^{2,3}, 苏建军^{3,4}

(1. 山东财经大学工商管理学院, 山东 济南 250014;

2. 山东大学管理学院, 山东 济南 250100;

3. 全球能源互联网(山东)协同创新中心, 山东 济南 250061;

4. 国家电网公司山东省电力公司电力科学研究院, 山东 济南 250001)

内容提要:合法性是组织在战略行动中获取竞争优势的重要保障, 现有理论在解释行业变革背景下先发企业合法性获取机制方面存在缺口。本文以全球能源互联网背景下的国家电网公司作为研究对象, 运用扎根理论研究方法构建了包含知识塑造机制、协同运营机制、品牌培育机制和动态竞争机制四个子机制的行业变革背景下先发企业合法性获取机制模型。其中, 知识塑造机制由专业学习、政治学习、管理创新和技术创新四个模块组成, 是行业变革背景下先发企业合法性获取的基础保障; 协同运营机制包含组织建设、战略联盟和内部协同三个模块, 是行业变革背景下先发企业合法性获取的动力保障; 品牌培育机制包括社会责任、宣传引导、编制标准和品牌价值四个模块, 是行业变革背景下先发企业合法性获取的能力保障; 动态竞争机制包含规划引领、迎合环境和权变治理三个模块, 是行业变革背景下先发企业合法性获取的落实保障。知识塑造机制不仅是先发企业合法性获取的直接驱动因素, 还可以通过影响协同运营、品牌培育和动态竞争对合法性建设产生间接影响。研究结论进一步丰富了合法性研究的理论框架, 同时, 也可以为行业变革中的先发企业选择与实施合法性获取战略提供借鉴参考。

关键词:行业变革; 合法性; 扎根理论; 全球能源互联网; 国家电网公司

中图分类号:F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2017)11—0039—15

一、引言

诺基亚在智能手机时代的日渐没落乃至衰败, 淘宝、滴滴等新型企业基于移动互联网技术获得的巨大成功, 均显示了在行业变革背景下企业及时把握时代机遇、争取先发优势的重要意义。经济一体化进程加快、信息技术的发展和产品生命周期加速等因素更是极大程度上凸显了企业顺应行业趋势和在行业变革机遇下进行再创业的必要性。但是, 资源匮乏和经验缺失、新业务开展的政策风险、产品创新难以被顾客和市场所接受等新生弱性, 又为行业内的率先行动者带来诸多挑战。合法性是指社会规范与社会价值观等结构系统对个体行为是否恰当或值得期待的认知状态和做出的评判, 体现了组织价值观与组织所嵌入社会情境

收稿日期: 2017-05-01

* **基金项目:** 国家电网公司总部科技项目“全球能源互联网构建中宏观战略关键问题研究”(SGSDDK00KJJS1600067); 国家自然科学基金青年项目“集团框架内子公司动态竞争行为决策动因及协同效应——基于多层次情境因素的研究”(71602099); 山东省社会科学基金青年项目“母子公司高管协同配置的双刃剑效应——基于创新战略决策的作用路径分析”(16DGLJ05)。

作者简介: 徐鹏(1985-), 男, 山东鄄城人, 副教授, 管理学博士, 研究领域是公司治理与创新、企业战略管理, E-mail: xupeng_629@163.com; 徐向艺(1956-), 男, 山东鄄城人, 教授, 研究领域是公司治理, E-mail: xxy@sdu.edu.cn; 苏建军(1962-), 男, 山东济宁人, 高级工程师, 研究领域是电气工程及其自动化, E-mail: jnsd_0531@126.com。通讯作者: 徐向艺。

价值观的一致性,对于缓解先发风险有积极意义(俞园园、梅强,2016)。所以,行业变革为企业发展提供了一定的机遇与挑战,合法性获取成为先发企业获取竞争优势的重要保障。

最初的合法性理论着重强调外部规则对企业发展的客观要求和约束(杨勃等,2016),但是,随着研究的深入,学术界对合法性的认识已逐渐从被动性视角发生转变,开始将合法性视为组织能够主动获取的一种可操作性战略资源,认为组织能够通过一系列经营活动主动影响或塑造外界对于组织合法性的感知(Castelló & Lozano,2011;Herlin,2015)。基于主动性视角的合法性认知为新创企业合法性获取的学术研究提供了有益参考,如Castelló & Lozano(2011)和Colleoni(2013)认为,积极履行社会责任行为,努力创造社会贡献是合法性的主要来源;何霞、苏晓华(2016)的研究表明,战略联盟和组织学习是新创企业获取合法性的有效途径。但是,已有研究对行业变革背景下先发企业合法性获取途径进行的分析相对较少。

行业内技术、文化或政策的变革对行业内企业提出了新的机遇和挑战,先动优势理论认为,行业变革背景下先发企业可以抢先占据稀缺资源,赢得消费者偏好和先进技术,由此获得竞争优势。但是,环境的不确定性和先发风险,使得不少企业面临行业变革机遇而望而却步。在此背景下,探索先发企业合法性获取机制,对促进企业实施先发行动的积极性和提升先发行行动成功的可能性具有重要价值。本文以国家电网公司为案例,运用扎根理论研究方法,针对其基于全球能源互联网行业背景所实施的经营行为,围绕合法性建立过程展开分析,以期梳理出行业变革背景下先发企业合法性获取的一般途径,进一步丰富与发展组织合法性理论,也为我国其他行业变革中的先发企业采取合法性获取战略的形式与手段提供借鉴参考。

二、文献评述

1. 组织合法性概念演进

关于合法性的早期研究,多是将合法性视作外部规则对企业发展的客观要求进行概念界定,如Parsons(1960)将组织合法性界定为组织所处社会情境的价值观与组织自身价值观念的契合程度;Dowling & Pfeffer(1975)则认为,合法性是企业经营活动被社会系统接受程度的体现;Suchman(1995)则将合法性看作社会系统对组织的价值评判,主要反映的是一个相对规范的社会系统对某个体的行为是否正确和值得期待的认知。随着研究深入,学术界逐渐将组织合法性视作可以推动企业成长的内部资源进行解析,如Washington & Zajac(2005)认为,组织合法性的获取将有助于组织社会地位及知名度的提升,对企业可持续发展有积极影响;Peeters等(2014)认为,创造组织合法性的能力与管理专注、吸收能力是影响企业管理创新效率的关键因素;Eberhart(2016)将合法性视为一种消除新事物缺陷的组织资源,是新创企业快速成长的重要保障。

2. 组织合法性维度划分

基于研究需要的不同,组织合法性维度划分的研究呈现多样化,本文基于维度划分的认可度从二分法、三分法和其他方法三方面进行综述。

二维度划分的相关研究包括Singh等(1986)从内外两个视角对合法性来源进行分析,提出新兴组织对外部合法性的适应程度极大程度上决定了其发展趋势,所以,新兴组织必须通过满足外部合法性需求来提升对所处环境的适应能力和获得持续成长;Aldrich & Fiol(1994)将新创企业面临的合法性划分为社会政治合法性与认知合法性两个维度,其中,社会政治合法性是从政治视角考察新创企业的利益相关者对企业经营行为以及其所存在的形式和结构的理解程度,认知合法性主要体现了外界基于对企业行为的了解所产生的企业认可度;Tornikoski & Newbert(2007)将合法性分为战略合法性和自洽合法性两个方面,战略合法性主要是基于主动视角进行解析,是指企业通过有意识的组织运营、资源获取和联盟拓展等战略措施获得利益相关者的肯定和认可,自洽合法性是指组织成立后自身一些客观的关键性信息和特征为组织带来的合法性。

三维度划分相较于二分法对组织合法性解析得更加细致,涵盖的内容也更加全面,代表性研究包括:Scott(1995)从规制合法性、规范合法性和认知合法性三个维度度量组织合法性,其中,规制合法性是指组织对政府部门相关政策法律和行业标准等规制性事物的适应程度,规范合法性反映了组织对其所处环境中社会文化和传统价值观念等规范性事物的适应程度,认知合法性主要体现了人们对组织运营和结构特征等信

息的掌握和了解程度;Suchman(1995)基于评价来源和评价内容的差异将组织合法性分为以下三个维度:体现外界对企业活动规范性评价的道德合法性、反映直接利益相关者对组织行为评价状态的实用合法性、体现文化规则与企业活动一致程度的认知合法性。上述两类三分法在学术界得到了广泛认可,多数学者在后续的研究中采用此划分方法或者根据研究需要进行相应微调,如刘玉焕等(2014),何霞、苏晓华(2016)均在自己的研究中采用了规制合法性、规范合法性和认知合法性的划分方法;Thomas & Lamm(2012)在组织合法性与可持续发展的关系研究中采用实用合法性、道德合法性和认知合法性的分类方法。

此外,部分学者基于研究需要采取了其他划分方法,如Vergne(2011)从环境合法性(如企业生产是否存在隐藏的有毒废物)、竞争合法性(如是否存在串通投标等非合规竞争行为)、问责合法性(如是否存在业绩造假)和交易合法性(如是否存在受贿、性骚扰等)四个方面解释组织合法性;Dacin等(2007)则基于企业所处环境和自身特征,将组织合法性分为市场合法性(体现为供应商和客户对企业新发展业务的认可程度)、关系合法性(体现为企业合作伙伴对新发展业务的认可程度)、社会合法性(体现为会规范、规则和期望与企业新发展业务的一致性)、投资合法性(体现为内部决策者与外部投资者对企业新发展业务经济可行性的认可程度)与联盟合法性(体现为战略联盟自身具备的合法性)五个维度。

3. 组织合法性的影响因素

随着组织合法性对企业成长和持续发展的积极价值逐渐成为共识,关于如何建立组织合法性的研究逐渐增多。目前关于组织合法性影响因素的研究主要分为以下几方面:一是组织自身特征。如Wood & Meneses(2010)认为,高参与管理系统有利于建立组织合法性;杜运周、李毛毛(2012)的研究表明,新企业创业者的魅力型领导正向影响组织合法性;Filatotchev & Nakajima(2014)探索了公司治理中董事和高管激励机制对组织合法性获取的积极意义;Herlin(2015)的研究表明,组织合法性的获取会受到公司核心价值观与身份特征的挑战。二是组织行为特征。如Castelló & Lozano(2011)认为,公司应当通过多元化举措强化与利益相关者的沟通,以此增强公司创业的合法性;Colleoni(2013)的研究表明,公司努力履行社会责任对组织合法性的获取有积极影响;Shah(2011)研究了企业联盟活动对组织合法性的影响,认为新的联盟伙伴的加入会暂时削弱战略联盟的组织合法性,但可以通过针对性地满足利益相关者需求来获取组织合法性。三是组织外部特征。如Byrd & Landry(2012)认为,组织合法性的获取与外部环境的期望密切相关;俞园园、梅强(2016)的研究表明,新创企业产业集群政治关系和商业关系嵌入对创业组织合法性有显著的正向影响。

4. 理论缺口

由上述文献梳理可知,随着研究的深入,组织合法性的内涵愈加丰富,研究视角也从过去的被动要求转向主动索取,维度的划分也更加成熟。但是,关于组织合法性获取的研究尚缺少对过程的探索,目前的研究多是基于组织内外某一特征,探索其与组织合法性的关联性。碎片化的研究具有片面性,不能全面梳理合法性战略行为来源。同时,新创企业与已有企业再创业追逐合法性时具备不同的资源基础,战略决策的机会成本也不同,鉴于以上差异会使得两者存在不同的决策路径和影响机理。所以,关于新创企业合法性的研究结论并不能充分解释行业变革背景下先发企业再创业合法性的获取机理。以上理论缺口为本文提供了研究空间。

基于以上文献梳理,本文将组织合法性界定为:当企业提供一项新的服务、生产一种新的产品或者创新一种商业模式时,外界的法律法规、社会规范和人们所掌握的知识对其理解和认可的程度。行业变革背景下先发企业的战略行动具有先进性和创新性,由此面临的合法性风险常常成为阻碍企业创新的重要因素,本文所研究的内容即是探索该情境下先发企业的合法性获取途径,有利于提升行业变革背景下企业率先采取行动的积极性,促进行业进步和经济发展。

三、研究设计

1. 研究方法

本文采取扎根理论的研究方法,以国家电网公司为案例进行分析。扎根理论是由 Glaser & Strauss

(1968)提出的一种质性研究方法,主要原理是通过对案例企业经营过程中与研究问题相关的信息进行梳理,归纳出一些概念和范畴,并通过分析资料持续补充理论直到饱和。本文采用扎根理论作为研究方法的原因主要两个:一是关于合法性获取机制已有不少定量研究探究过新创企业合法性的影响因素,但已有实证研究对合法性获取机制的研究不够系统,也未涉及对内在机理和传导路径的探讨,且不能解释行业变革背景下先发企业再创业过程中合法性获取机制这一现象,理论分析框架存在缺陷,采取扎根理论进行分析更有优势,所构建的理论框架更加饱和;二是扎根理论具有科学规范的操作流程,研究资料均来自于客观实际,研究结论更加可靠,分析的结果更容易贴近现实和更加稳健。

2. 案例选择

本文遵循理论抽样原则选择案例,因为本文主要分析在行业环境发生重大变革时先发企业获取合法性的途径及传导机理,所以,本文选择国家电网公司作为案例对象,对全球能源互联网背景下国家电网公司作为先发企业的经营行为进行分析。原因主要有以下三个方面:一是全球能源互联网概念的提出意味着能源的市场化、民主化、去中心化、智能化、物联化等趋势将注定要颠覆现有的能源行业,而且,2015年9月26日,习近平主席在联合国发展峰会上倡议探讨构建全球能源互联网,是对传统能源发展观的历史超越和重大创新,能源企业的行业环境发生重大变革。二是国家电网公司是以建设运营电网为核心业务的全球最大的公用事业单位,是关系国民经济命脉和国家能源安全的特大型国有重点骨干企业,承担着保障更安全、更经济、更清洁、可持续的电力供应的基本使命。自2015年2月3日《全球能源互联网》一书首发、国家电网公司正式提出全球能源互联网计划以来,国家电网公司已做出众多战略举措,以推动在新行业背景下的快速发展,属于典型的行业变革背景下的先发企业。三是国家电网公司为适应新的行业背景所做出的举措在官方网站或媒体报道中有相对详细的公开资料可以查阅,为本文研究提供了基础资料保障。同时,作者团队也与国家电网公司及其下属企业有与本研究主题相关的咨询合作,可以获得更加丰富完整的材料,资料的可获得性保障了研究结论的稳健性和完整性。

3. 资料收集

为了获得相对客观和完整的资料,本文采用多种渠道搜集资料,并对不同渠道来源的资料进行相互印证,最大程度提高研究的信度和效度,保证研究结论的有效性。具体来源如下:一是国家电网公司及其下属企业的官方网站。国家电网公司官方网站的“国际合作”模块和“新闻中心”模块中的“公司新闻”“总部动态”“新闻速递”“行业动态”等组块对于国家电网公司的经营行为和战略决策均有相对及时和全面的记录,本文特别关注记录中与全球能源互联网相关的信息,并抽取出来作为分析资料。另外,本文还从国家电网公司全球能源互联网研究院网站和部分下属公司网站中搜集了大批国家电网公司在全球能源互联网背景下的决策信息。通过整理归纳,形成1603条信息,共计约157.4万字。二是作者团队通过访谈和讲座学习获得的一手资料。主要包括:作者团队到全球能源互联网发展合作组织关于国家电网公司实施全球能源互联网计划的相关信息进行现场访谈整理的访谈记录;听取国家电网公司山东省电力公司电力科学研究院首席专家关于全球能源互联网的专题讲座现场访谈整理的笔记,以及获得的国家电网公司开展全球能源互联网计划的内部学习资料等,合计约7.8万字。三是网络上对案例企业的相关新闻报道和案例企业高管的访谈记录。主要是使用百度搜索引擎,以“全球能源互联网和国家电网公司”为关键词进行搜索,通过阅读新闻标题的方式剔除与研究主题不相关以及与资料来源(1)内容重复的新闻。通过整理所有新闻,共形成119篇报道,合计约28万字。四是公司高管公开发表或出版的与全球能源互联网相关的论著以及中国知网上发表的相关研究文献。首先通过访谈和调研案例企业,获取国家电网公司高管公开发表的著作《全球能源互联网》一部;其次,在中国知网上以“全球能源互联网和国家电网公司”为关键词进行搜索,下载和整理相关研究文献,共812篇。研究过程中,资料来源(1)的信息资料主要用于建模,资料来源(2)、资料来源(3)和资料来源(4)的资料主要用于验证,资料来源的详细分布如表1所示。

表 1 资料来源

编号	资料来源	挖掘渠道	数量	用途
(1)	案例企业官方网站	国家电网公司网站;国家电网公司全球能源互联网研究院官方网站及下属公司网站	1603 条信息,约 157.4 万字	建模
(2)	通过访谈和讲座学习获得的一手资料	作者团队到全球能源互联网发展合作组织;听取国家电网公司的专家讲座,进行现场访谈并获得的学习资料	约 7.8 万字	验证
(3)	网络报道与访谈记录	百度新闻搜索引擎(去除与资料来源(1)重复部分)	119 条,约 28 万字	验证
(4)	企业高管专著及中国知网	通过访谈和查阅图书信息获取专著信息;通过中国知网搜索已发表文献	专著 1 部,论文 812 篇	验证

注:所有资料信息发生时间始于 2015 年 2 月 3 日(国家电网公司正式提出全球能源互联网计划),止于 2017 年 1 月 10 日
资料来源:本文整理

四、资料分析

按照扎根理论的分析原则,本文研究过程中资料收集与编码同步进行,资料的分析过程共包括开放性编码、主轴性编码和选择性编码三个步骤。

1. 开放性编码

作为扎根理论分析的第一个环节,开放性编码的主要任务首先是基于原始分析资料对相应的独立事件赋予概念,然后合并归纳内涵相关或现象相关的概念并进行命名。本文开放性编码过程中共得到 102 个概念,14 个范畴,分别是专业学习、政治学习、管理创新、技术创新、组织建设、战略联盟、内部协同、社会责任、宣传引导、编制标准、品牌价值、规划引领、迎合环境和权变治理。开放性编码示例如表 2 所示(因篇幅原因,仅分别列出了三条原始语句和三个概念)。

表 2 开放性编码示例(部分)

案例资料(贴标签)	编码过程	
	概念化	范畴化
功率半导体研究所组织员工到电力系统电力电子实验室以及相关车间参观学习,通过学习,公司员工充分了解了实验室的实验能力,以及相关的科技项目、知识产权、奖励、成果转化应用等情况,学习了 CNAS 实验室工作程序。	程序与方法学习	专业学习
国家电网公司全球能源互联网研究院知识运营中心领导相应介绍了本院的发展概况及知识产权运营工作的起始,就中国科学院的知识产权运营工作模式及成功经验进行了咨询与请教,学习了中国科学院成熟的运作模式。	模式与经验学习	
国家电网公司在冀北电力管理培训中心成功举办 2016 年全球能源互联网知识竞赛现场决赛,旨在传播全球能源互联网理念,统一思想、凝聚共识、学以致用,营造“全员参与、全员学习、全员掌握”的氛围。	专业知识竞赛	
国家电网公司在总部、各分部、各单位设立分会场,听取国务院国资委召开的深入贯彻党的十八届六中全会和全国国有企业党的建设工作会议精神专题报告视频会议,深入学习习近平总书记重要讲话精神,推动中央企业党的建设。	贯彻党代会精神	政治学习
国家电网公司坚决贯彻党中央、国务院决策部署,以中发 9 号文件为根本遵循,面对不断深化改革新形势,坚决拥护改革,积极支持改革,主动参与改革,做改革的推动者、实践者。	贯彻中央部署	
国家电网公司“两学一做”学习教育党群队伍技能竞赛决赛在国家电网公司冀北电力管理培训中心举行。	党群技能竞赛	
国家电网公司始终坚持“你用电、我用心”的客户至上的理念,不断创新供电服务手段,提升供电服务水平。	创新服务手段	管理创新
为更好地适应我国经济发展新常态,坚持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,国家电网公司营销部准确把握居民用电需求快速增长的新形势,通过创新营销模式,深入推进居民生活领域电能替代,于 2016 年 8 月印发公司关于开展“电网连万家、共享电气化”主题活动的通知。	创新营销模式	

案例资料(贴标签)	编码过程	
	概念化	范畴化
国家电网公司在北京召开优化提升“三集五大”体系——部分大中城市业务集约融合调研座谈会,强调公司上下要进一步主动创新,努力变革,加快完善现代电网企业管理体制机制,做强做优做大国家电网公司	完善体制改革	管理创新
国家电网公司“互联网动态过程安全防御关键技术及应用”获国家科学技术进步一等奖,“电网大面积污闪事故防治关键技术及工程应用”等7项成果获国家科学技术进步二等奖,公司国家科学技术奖励获奖数量创历史最高水平。	技术获奖	技术创新
为充分开发利用北极地区的风能,运用特高压交直流输电技术,实现基于全球可再生能源的全球电网互联,促进全球新能源优化配置,公司总工程师办公室组织相关直属科研单位开展了北极风电开发与全球能源互联网展望系列研究。	技术研究	
国家电网公司正着力加强信息通信领域的基础前瞻性研究,深化信息通信技术与电网技术的融合,加快坚强智能电网建设,构建全球能源互联网。	技术交流	
2016年2月经国家工商总局核准,国家电网公司智能电网研究院变更为“全球能源互联网研究院”,是国家电网公司直属科研单位,国内首家专业从事全球能源互联网关键技术和设备开发的高端研发机构。	组织结构调整	组织建设
全球能源互联网研究院共设置6个职能部门、2个业务支撑部门,拥有直流输电技术研究所、电力电子研究所、电工新材料研究所、信息通信研究所、计算及应用研究所、功率半导体研究所等6个研究所及美国研究院、欧洲研究院等2个海外研究院。	组织结构设计	
为实现全球能源互联网的构想,2015年12月31日,国家电网公司成立全球能源互联网集团有限公司,主要经营范围为:全球能源互联网战略规划;跨国电网互联互通项目开发;投融资和资产运营管理。	成立专业公司	
2016年11月18日,德国中国研发创新联盟成立暨签字仪式在全球能源互联网欧洲研究院隆重举行,中国驻德国大使馆科技处公参尹军出席会议并作重要讲话,全球能源互联网欧洲研究院被选为德国中国研发创新联盟第一届主席单位。	研发创新联盟	战略联盟
作为全球可持续电力合作组织轮值主席,国家电网公司组织各成员围绕全球气候变化中电力企业的行动,共同推进全球能源互联网研究与建设等议题进行深入研究,促进各成员企业在全局能源转型、构建全球能源互联网等理念上增进共识。	参与电力合作组织	
全球能源互联网研究院与西安交通大学签署战略合作框架协议,国家电网公司智能电网研究院与上海电力学院签订战略合作框架协议。	外部战略合作协议	
2016年,国家电网公司深入实施“走出去”战略,国际化业务不断发展壮大,在服务“一带一路”建设、海外项目实施、海外投资、装备拓展和标准制定等方面取得新突破。	战略协同	内部协同
美国研究院加强与国家电网公司江苏省电力公司的合作,开展基于WAMS系统的源网荷动态感知、北电南送暂态安全分析、发电机组调节性能和系统调频以及故障安全分析等项目研究,为实现大规模源网荷友好互动提供有力的技术支撑	业务合作	
中电普瑞科技有限公司与中电普瑞电力工程有限公司将加强与全球能源互联网研究院分别就柔性交流输电领域以及直流输电领域技术许可实施进行沟通和交流,同时优先选择一批有意向的项目开展合作,协同推进全球能源互联网领域技术创新和产业发展。	研发协同	
针对专家们认为的燃煤带来的污染物排放是造成雾霾的首要因素,造成“呼吸之痛”的根本原因是中国能源结构的不合理,国家电网公司加快发展以特高压为骨干网架的坚强智能电网,积极服务清洁能源发展,促进能源转型。	关注环境	社会责任
积极适应能源转型发展形势,多举措并举促进新能源发展,配合政府努力解决“弃水弃风弃光”问题,为构建我国现代能源体系、促进生态文明建设做出新贡献。	关注生态	
在国际业务上,公司以长期战略投资者的身份进行投资,坚持互利共赢原则,大力承担所在国家的社会责任,已在菲律宾、澳大利亚、意大利、葡萄牙、巴西等多个国家布局海外业务。	互利共赢	
公司专家在“核心技术·自主创新”论坛作了题为“构建电网信息安全免疫系统”的报告,展望了可信计算作为基础计算技术在未来构建全球能源互联网的应用前景,得到与会专家的普遍关注,引发了热烈的讨论。	会议报告	宣传引导

案例资料(贴标签)	编码过程	
	概念化	范畴化
2015年11月12日,国家电网公司全球能源互联网网站正式上线,为积极传播全球能源互联网理念,在更大范围凝聚全球能源互联网战略共识打造重要窗口。	网站建设	宣传引导
国家电网公司科技部派代表向“感知中国”的国际朋友介绍了国家电网公司和全球能源互联网研究院的主要概况,来访嘉宾对国家电网公司、全球能源互联网战略以及我院的研究方向表现出极大兴趣,提出很多问题,公司代表一一解答。	接待外访	
国家电网公司牵头编制的国际电工委员会标准“分布式电源与电网互联”(IEC/TS62786)以94.7%的赞成票率获得批准,该标准由公司代表中国向IECTC8发起立项,中国、德国、意大利等国家的专家参与了标准的编制工作。	牵头编制标准	编制标准
国家电网公司积极贯彻落实国家标准化战略,将标准化工作放在重要位置,坚持做国际标准制定的领跑者,积极推动我国电工技术和标准成为国际标准,新发起并立项IEC标准2项,主导制定并发布IEC标准6项,主导完成待出版IEC标准1项,主导制定并发布电气与电子工程师学会(IEEE)标准1项。	贯彻标准化战略	
国家电网公司智能电网研究院主持可信计算规范体系结构标准工作组启动会议,会议讨论了该标准的定位、主要技术思路、工作框架以及各参与单位的分工。	召开工作标准会议	
在新华网举办的“第六届中国能源高层对话”和国家外文局主办的“2016中国企业海外形象高峰论坛”上,国家电网公司分别荣获“2016中国能源品牌价值杰出企业”奖、“能源行业最佳海外形象企业”称号。	品牌形象获奖	品牌价值
国家电网公司位列“世界品牌500强”第36位,较2015年排名(第56位)提升20位,在上榜的中国品牌中排名第一。	品牌排名上升	
国家电网公司坚决贯彻党中央、国务院决策部署,围绕国家“四个全面”战略布局,坚持创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念,主动适应经济发展新常态,加快建设“一强三优”现代公司,综合实力、品牌影响力全面提升	品牌影响力提升	
2016年,国家电网公司以特高压为代表的电网建设加快推进,在规划层面,公司全力推动建设特高压输电通道、构建全国同步电网纳入国家“十三五”能源电力规划。	推动纳入国家规划	规划引领
国家电网公司智能电网研究院第一届职工代表大会第三次会议暨2016年工作会议在京召开。会议进一步解放思想、凝聚共识,坚持规划引领、改革创新,科学推进“十三五”发展规划,在支撑构建全球能源互联网的进程中不断实现新突破。	坚持规划引领	
国家电网公司实施创新驱动战略,落实公司“十三五”科技规划,加大科技创新力度,推进重大科技示范工程建设,以“创新、创造、创业”为根本途径,开展核心技术和重大装备的研发工作,促进科技成果转化和工程示范应用	落实科技规划	
严格执行国家安全生产法规制度和工作部署,坚守发展决不能以牺牲安全为代价这条红线,把确保大电网安全作为重中之重,突出预防为主、源头治理和过程管控,持续开展安全管理提升活动。	执行国家法规	迎合环境
针对当前世界经济深度调整、增长动力不足的现状,开设讲座从能源与经济社会的关系讲到能源、信息、交通三网融合发展,提出要推动世界经济向新型网络经济升级、促进全球经济一体化和可持续发展。	顺应经济趋势	
坚持开放发展,国际化迈出新步伐,落实“一带一路”建设部署,成立全球能源互联网发展合作组织,加强与周边国家的电网互联互通,积极推动构建全球能源互联网。	落实“一带一路”部署	
国家电网公司的海外投资项目均按所占股比派出董事,在多数投资公司的董事会中把握主导权,并派出关键岗位高管,参与所投资公司管理,确保管控力和股东权益。	强化海外项目治理	权变治理
2016年8月18日,国有重点大型企业监事会主席李志群率领新一届监事会正式进驻国家电网公司,新一届监事会将按照党中央、国务院关于深化国企改革总体部署,进一步强化问题和风险导向,为做强做优做大中央企业,实现国有资产保值增值做出应有贡献,推动企业健康可持续发展。	实施监事外派制度	
国家电网公司与俄罗斯电网公司在中俄两国元首见证下签署设立合资公司的股东协议,该协议的签署是公司贯彻落实国家“走出去”战略,积极推进“一带一路”战略实施的重要成果。	合资新建	

资料来源:本文整理

各范畴内涵如表3所示:

表3

范畴释义

范畴	范畴的内涵
专业学习	学习与行业变革和企业先发行为相关的专业知识与技能
政治学习	学习中央会议精神和贯彻党的工作部署,提升先发企业政治素养
管理创新	在先发企业内部推进体制改革、创新服务方式等管理体制创新
技术创新	在先发企业内部强化技术研发与交流活动
组织建设	建设有利于先发企业战略行动的组织结构和组织部门
战略联盟	与科研院所开展战略合作,成立合作组织强化与其他公司的战略联盟
内部协同	实施母子公司战略协同、业务协同等行为,强化内部协同
社会责任	关注生态环境以及在东道国履行社会责任
宣传引导	强化宣传行业变革背景和企业行为价值,提升外部认可度
编制标准	牵头制定行业变革过程中的相关技术标准,扩大行业知名度
品牌价值	在一系列品牌建设措施下,先发企业品牌价值得到认可
规划引领	以战略规划为纲实施经营行为,保证竞争战略科学性
迎合环境	迎合国内外制度环境,保证竞争战略可实施
权变治理	根据宏观环境选择与设计股权参与方式、高管人员配置机制和治理模式等

资料来源:本文整理

2. 主轴性编码

主轴性编码是对开放性编码信息的再次分析和聚类,其典范模型的分析思路即是通过梳理各个范畴的内涵和不同范畴之间的逻辑关系进行归纳,基于“条件/原因→行动/互动策略→结果”三个维度形成概括性的主范畴。本文根据开放性编码所形成范畴之间的逻辑关系,归纳出四个主范畴,分别为知识塑造机制、协同运营机制、品牌培育机制和动态竞争机制,各主范畴及其对应的开放式编码范畴如表4所示。

表4

主轴性编码形成的主范畴

主范畴	对应概念和副范畴			范畴结构的内涵
	条件/原因	行动/互动策略	结果	
知识塑造机制	专业学习、政治学习	技术研究、技术交流、强化质量控制等	管理创新、技术创新	先发企业强化专业和政治学习前提下,通过技术研究与交流行为等实现企业管理创新和技术创新,可以塑造技术和管理知识
协同运营机制	组织建设	参与合作组织、强化业务合作和研发协同等	战略联盟、内部协同	先发企业通过完善组织结构,开展外部合作和强化内部协同,实现内外部协同运营
品牌培育机制	宣传引导	社会责任、编制标准	品牌价值	先发企业在强化宣传背景下,积极履行社会责任、承担标准编制工作,提升品牌价值和影响力
动态竞争机制	规划引领	迎合环境	权变治理	先发企业以战略规划为纲要,积极迎合各地制度环境,实现权变治理和动态竞争

资料来源:本文整理

3. 选择性编码

选择性编码的主要任务是开发故事线,即选择能够统领其他范畴的核心范畴,并基于一定的逻辑关系和脉络条件将核心范畴与主范畴和其他范畴进行关联,形成以主范畴为基础的典型关系结构,本文中所开发故事线的典型结构如表5所示:

表 5 选择性译码典型关系结构

典型关系结构	关系结构的内涵
知识塑造机制→先发企业合法性获取	基于政治学习、专业学习条件等强化内部管理创新、技术创新和客户服务创新,顺应合法性需求
品牌培育机制→先发企业合法性获取	履行社会责任、强化宣传引导、制定行业技术标准等行为提升品牌声誉,塑造企业品牌,创造合法性认可
协同运营机制→先发企业合法性获取	完善内部组织建设、在集团内部促进不同子公司协同运营,牵头成立合作组织发展战略联盟,强化合法性建设
动态竞争机制→先发企业合法性获取	制定发展规划,适应制度环境要求,保障合法性获取
知识塑造机制→品牌培育机制→先发企业合法性获取	知识塑造有利于企业实施履行社会责任、宣传引导和制定行业标准等品牌培育,满足合法性需求
知识塑造机制→协同运营机制→先发企业合法性获取	知识塑造有利于内部协同运营和通过创建外部战略联盟,强化公司的先发合法性
知识塑造机制→动态竞争机制→先发企业合法性获取	知识塑造可以提高对竞争环境的认知能力,提升公司战略规划科学性和治理结构设计权变性,保障合法性获取

资料来源:本文整理

基于以上典型关系结构,本文确定了“行业变革背景下先发企业合法性获取”这一核心范畴。以此为基础,本文建构和发展出一个全新的合法性获取的理论构架,称之为“行业变革背景下先发企业合法性获取机制模型”,如图 1 所示:

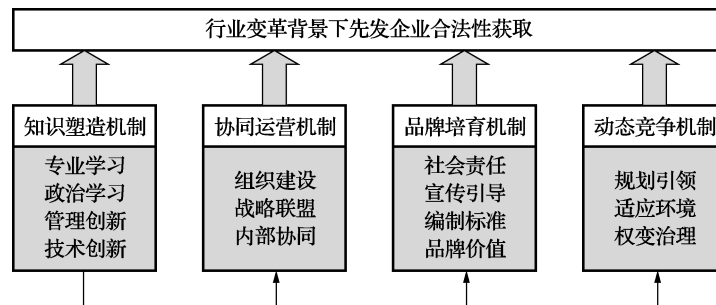


图 1 行业变革背景下先发企业合法性获取机制理论模型

资料来源:本文绘制

4. 理论饱和度检验

理论饱和度检验是保证研究信度的重要途径,主要程序是对案例剩余资料进一步分析梳理,直至不能产生新的范畴。本文通过对预留的验证资料进行编码分析,并没有发现新的范畴和类属关系,说明上文所构建的理论模型是饱和的。

五、模型阐释与研究发现

根据上述行业变革背景下先发企业合法性获取机制的理论模型可知,行业变革背景下先发企业快速获取合法性的机制包括组织学习机制、协同运营机制、品牌培育机制和动态竞争机制,其中,组织学习机制既是创造先发企业合法性的直接驱动机制,也是会通过推进协同运营机制、品牌培育机制和动态竞争机制对先发企业合法性获取产生积极影响的间接驱动因素。进一步对行业变革背景下先发企业合法性获取机制理论模型进行阐释,并总结相应分析如下:

1. 知识塑造机制是行业变革背景下先发企业合法性获取的基础保障

知识塑造机制由专业学习、政治学习、管理创新和技术创新四个模块组成,全球能源互联网架构的推出会重构区域电网互联的运行规范和准则,对国家电网公司的专业理论、政治素养、管理体制和技术储备都提出了新的要求。国家电网公司针对以上挑战,做出了多项举措,如自提出全球能源互联网计划以来多次在公司内部开展与全球能源互联网相关专业知识的学习,并且组织工作人员到专业实验室学习交流,探索互联网构建过程中的理论问题;在公司内部多次召开中央精神学习会议,强化中央部署工作的落实和党建工作;完善内部管理制度,理顺与全球能源互联网推进相关工作的流程;多次开展技术交流和技术研究工作,促进公司技术创新等。总之,知识塑造机制为国家电网公司在全球能源互联网计划实施过程中奠定了行业内技术领先地位。

行业的创新型变革为先发企业带来了诸多基础理论知识的挑战,专业学习是先发企业快速建立专业理论成为行业专家的有效途径,也是先发企业适应环境变化的必然选择,对于先发企业合法性获取有积极意义。同时,政治学习也是先发企业知识塑造机制的重要环节,对于企业实施先发行动过程中对制度环境的适应能力有积极意义。管理创新是先发企业采取行动过程中保持效率和稳定性的重要基础,而技术创新是先发企业扩大影响力形成独特资源的有效途径(白贵玉等,2015)。总之,行业的变革使得先发企业的行动面临新知识缺陷,只有善于学习、强化创新才能为合法性的进一步获取奠定基础,所以,知识塑造机制是先发企业满足行业变革、获取合法性的前提,能够从效率和可行性上提供保障。知识塑造机制在先发企业合法性获取机制中的作用如图2所示。

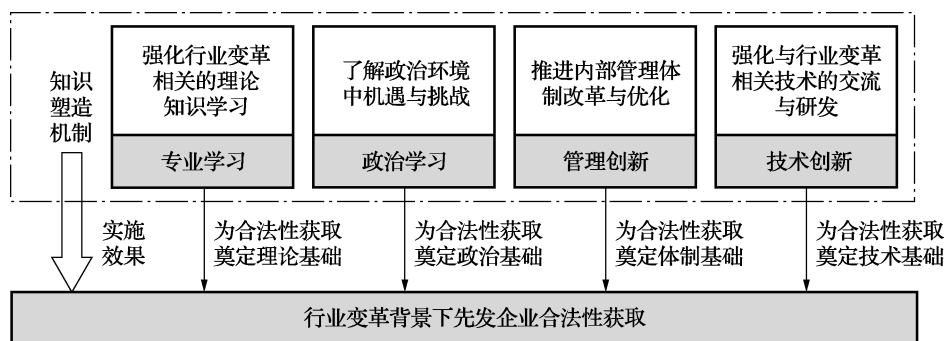


图2 基于知识塑造的先发企业合法性获取机制

资料来源:本文绘制

2. 协同运营机制是行业变革背景下先发企业合法性获取的动力保障

协同运营机制包含组织建设、战略联盟和内部协同三个模块。国家电网公司提出实施全球能源互联网计划后,成立了专门的全球能源互联网办公室,将国家电网公司智能电网研究院变更为“全球能源互联网研究院”,专业从事全球能源互联网关键技术和设备开发的高端研发,同时,还成立了全球能源互联网集团有限公司,主要负责全球能源互联网战略规划和跨国电网互联互通项目开发,专业化组织建设使得全球能源互联网相关工作更快得到发展和认可;国家电网公司及全球能源互联网研究院还与多家高校和科研院所签订战略合作协议,共同开展相关技术研究,并牵头成立全球能源互联网发展合作组织,召集合作单位共同推动全球能源互联网在理念、战略、技术、合作、项目等方面实现全面突破。同时,国家电网公司在国际化过程中特别关注下属公司的合作,如海外投资、装备拓展和标准制定等多方面协同推进全球能源互联网领域技术创新和产业发展。

作为行业变革背景中的先发企业,针对性地进行组织结构设计可以使企业的先发行动更具有专业性,为合法性获取提供组织动力。此外,由于外部环境动荡性和客户需求差异化的存在,大力开展行业内企业

或科研院所的协同合作,努力创新战略联盟是先发企业快速获得社会认可的关键;同时,内部协同一方面可以在公司内部节约资源、创造协同效应;另一方面,国际化过程中也会因其更具系统性获得外界认可。协同运营可以为先发企业提供获得外界认可的动力,各模块的实施要求和目的如图3所示。

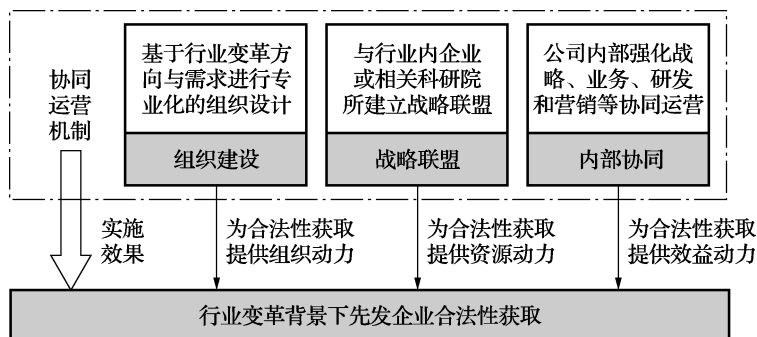


图3 基于协同运营的先发企业合法性获取机制

资料来源:本文绘制

3. 品牌培育机制是行业变革背景下先发企业合法性获取的能力保障

品牌培育机制包括社会责任、宣传引导、编制标准和品牌价值四个模块。国家电网公司为了顺利推进全球能源互联网计划相关工作,做了大量的社会责任履行工作,如更多地关注生态环境和在国际化过程中更多地承担社会责任,为公司业务得到更快发展和更多认可提供了有力保障;同时,还通过网站建设对全球能源互联网架构的设想和理论进行宣传,并多次参加国际会议宣讲全球能源互联网相关知识,让创新、绿色、可持续、和平发展的全球能源互联网理念深入人心,增进共识,形成合力;除此之外,国家电网公司大力参与国际标准制定,如主导了智能电网和特高压等领域的国际标准制定,有力支撑和推动我国相关企业参与国际竞争,对获取行业认可提供了有力保障。基于以上努力,国家电网公司的品牌形象和品牌价值逐步提升,继而提升了合法性获取能力。

品牌培育机制的作用主要体现在对合法性获取能力的提升上,因为合法性获取的基本来源之一是话语权,而品牌是具有话语权的能力保障。与新创企业合法性获取的形式不同,变革背景下的先发企业具有较大的资源优势,应当尽可能多地履行社会责任、提升企业形象,加强理念传播、开展广泛宣传,承担标准编制工作、提升行业话语权,努力提升品牌价值,增强自身影响力,提升行业变革背景下先发企业合法性获取的能力。品牌培育机制在先发企业合法性获取机制中的要求和作用,如图4所示。

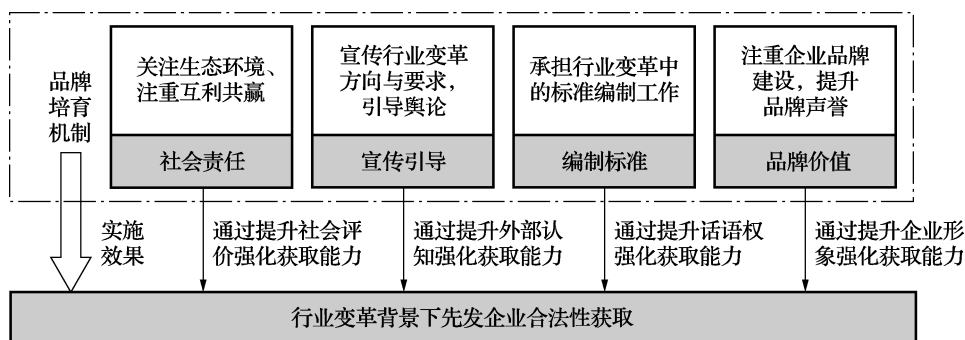


图4 基于品牌培育的先发企业合法性获取机制

资料来源:本文绘制

4. 动态竞争机制是行业变革背景下先发企业合法性获取的落实保障

动态竞争机制包含规划引领、迎合环境和权变治理三个模块。国家电网公司在实施全球能源互联网计划后,将国际化发展作为转变公司发展方式的重要内容,全面推进公司发展战略、业务布局、管理标准、资源配置、人才队伍、企业文化和品牌形象国际化,并基于全球能源互联网运行特质组织编制了相应的发展规划,以引导者身份努力将全球能源互联网建设的行动计划纳入各国能源发展规划。另外,全球能源互联网计划的实施需要世界各国密切合作,作为一个系统工程,其构建过程会与世界各国的政治、经济等宏观环境相互作用和影响,所以,保持对各国和地区制度环境的适应性是国家电网公司获取合法性的有力支撑;同时,国家电网公司高度重视境外资产风险管控,根据各地实际情况,科学权变设计治理结构,通过派出董事、派驻高管等多层次、全方位地参与目标资产的运营管理。

行业变革决定了先发企业面临环境的复杂性和不确定性,坚持规划引领,加强顶层设计和系统规划可以使先发企业对未来发展动态有预先洞察和了解,使得在未来实施先发行行动时更有的放矢;制度环境对制度行动者行动策略的影响在以往学者的研究中已得到充分认可(刘玉焕等,2014),所以,先发企业建立竞争行为的动态选择机制对规制合法性的获取至关重要;权变治理可以根据先发企业战略行为的特征和接受对象的要求科学选择治理模式 and 设计治理结构,如股权参与方式与程度的确定、高管遴选机制与管理层权力配置程度等可以有效控制投资风险,也可以为先发企业合法性获取提供支撑。动态竞争在先发企业合法性获取机制中的要求和作用,如图5所示。

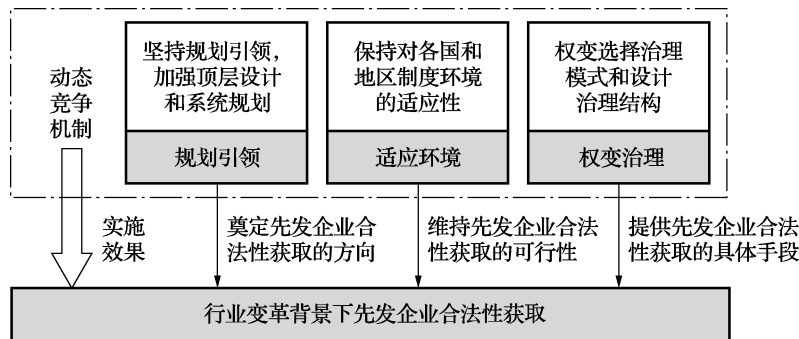


图5 基于动态竞争的先发企业合法性获取机制

资料来源:本文绘制

5. 知识塑造机制不仅是先发企业合法性获取的直接驱动因素,还可以通过影响协同运营、品牌培育和动态竞争对合法性建设产生间接影响

从主范畴的逻辑关系看,知识塑造机制除了会在专业学习、政治学习、管理创新和技术创新四个方面对先发企业合法性获取产生直接影响外,还会通过影响协同运营、品牌培育和动态竞争对合法性建设产生间接影响,具体体现在以下三个方面:一是专业知识学习和强化技术创新使得先发企业具有较强的专业话语权,这对公司开展战略联盟、研发协同、编制行业标准和制定科学合理的战略规划有积极意义。在访谈过程中,相关人员不止一次提及国家电网公司拥有全球能源互联网的专业知识话语权,且在关键技术上处于领先地位。这为国家电网公司建设战略联盟和实施内部协同奠定了基础,同时,也促成了其以主导或牵头单位编制了多个行业标准,保证了战略规划的科学性和合理性。二是政治学习对于提升公司履行社会责任的积极性和对外界制度环境的适应能力有正向影响。政治学习是企业政治素养提升的有效途径,现场访谈过程中,被访人员多次提到全球能源互联网计划是落实我国“一带一路”倡议的重大举措,国家电网公司高层基于政治学习带来的战略观念,有效促进了其履行社会责任的积极性,同时,政府部门对国家电网公司推行全球能源互联网的支持,也进一步强化了国家电网公司在不同地区开展业务时对制度环境的适应能力。三

是管理创新的实施与推行有利于提升组织建设的合理性以及内部协同的可行性,继而对先发企业合法性获取产生积极影响。管理创新是企业努力变革、完善现代管理体制的重要基础,国家电网公司在实施全球能源互联网建设过程中对管理创新的重视,使其具备了改善组织结构的能力和强化协同运作的意识。

六、总结与展望

由于合法性内涵的丰富性和多样性,行业变革背景下先发企业为了保障战略行动成功,需要建立多元化的合法性获取机制。本文以全球能源互联网背景下的国家电网公司为案例,基于扎根理论对行业变革背景下先发企业合法性获取机制进行了探索分析,构建了包含知识塑造机制、协同运营机制、品牌培育机制和动态竞争机制的合法性获取机制模型,对各个机制所含模块的实施要求和效果进行了梳理归纳,具体包括:知识塑造机制可以填补行业变革带来的新知识缺陷,为先发企业顺利进行战略行动和获得行业认可提供基础保障;协同运营机制可以使先发企业在行业变革下的战略行为更有效率,为先发企业合法性的获取提供了动力保障;品牌培育机制可以使先发企业应对行业变革中更具有话语权和影响力,奠定了合法性获取的基本能力;动态竞争机制使先发企业的战略行为有方向有原则,同时,根据外部制度环境的特征和要求权变选择竞争行为和治理模式,为合法性获取工作的落实提供了有力保障。

本文的理论贡献主要体现在:以往对企业合法性获取策略的研究主要集中在专业学习、战略联盟和履行社会责任等要素,这些要素在本文的研究中也有涉及,但本文还发现,政治学习、管理创新、组织建设、内部协同、规划引领和权变治理等要素对企业合法性获取也存在积极影响。而且,本文基于扎根理论对这些要素进行系统梳理和归纳,从基础保障、动力保障、能力保障和落实保障四个层级构建了行业变革背景下先发企业合法性获取机制,弥补了以往从单一因素分析研究的局限性,从影响因素和获取体系两方面进一步丰富了研究合法性的理论框架。

本文的实践价值主要体现在:党的十八届五中全会提出“‘十三五’期间应当全面推进和落实创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念”,意味着我国企业间的竞争方式和行业背景都会逐渐发生变化,如何在行业变革背景下及时采取行动并获得先发优势,对于企业持续成长意义重大。与新创企业不同,企业在行业环境发生重大变革时采取先发行动的机会成本更大,较大的风险隐患使得合法性建设工作更具有紧迫性和必要性,而且,先发企业与新创企业在合法性建设过程中具有的资源储备差别较大,对获取策略选择的倾向性和适应性也存在较大差异化。本文提出先发企业获取合法性可以实施的具体策略包括坚持规划引领、强化组织专业和政治理论学习、推动组织管理和技术创新、重视组织领导与内外部资源协同、关注品牌培育和权变设计与选择治理模式等,这为行业变革背景下先发企业合法性获取策略提供了有益借鉴,可以有效推动企业在行业发生重大变革时积极实施创新和创业战略,推动行业进步并促进我国经济发展。

本文的研究尚存一定不足,主要表现在本文建构的行业变革背景下先发企业合法性获取机制模型是基于单案例的资料搜集与梳理得出的,其有效性和普适性有待大样本实证分析的检验与论证。另外,合法性获取过程中的差异化情境的权变思考,以及合法性建设效应的研究也都是值得未来进一步探索和研究的课题。

参考文献:

- [1] Aldrich H E, Fiol C M. Fools Rush In? The Institutional Context of Industry Creation[J]. Academy of Management Review, 1994, 19, (4): 645 - 670.
- [2] Byrd J D, Landry A. Distinguishing Community Benefits: Tax Exemption Versus Organizational Legitimacy[J]. Journal of Healthcare Management, 2012, 57, (1): 66 - 78.
- [3] Castelló I, Lozano J M. Searching for New Forms of Legitimacy through Corporate Responsibility Rhetoric[J]. Journal of Business Ethics, 2011, 100, (1): 11 - 29.

- [4] Colleoni E. CSR Communication Strategies for Organizational Legitimacy in Social Media[J]. *Corporate Communications: An International Journal*, 2013, 18, (2): 228 – 248.
- [5] Dacin M T, Oliver C, Roy J P. The Legitimacy of Strategic Alliances: An Institutional Perspective[J]. *Strategic Management Journal*, 2007, 28, (2): 169 – 187.
- [6] Dowling J, Pfeffer J. Organizational Legitimacy Social Values and Organizational Behavior[J]. *Sociological Perspectives*, 1975, 18, (1): 122 – 136.
- [7] Eberhart R N. Informal Certification: Resolving the Tension between Lowering the Burdens of Entry and Obtaining Legitimacy [R]. Working Paper, Santa Clara University, 2016.
- [8] Filatotchev I, Nakajima C. Corporate Governance, Responsible Managerial Behavior, and Corporate Social Responsibility: Organizational Efficiency versus Organizational Legitimacy? [J]. *The Academy of Management Perspectives*, 2014, 28, (3): 289 – 306.
- [9] Glaser B G, Strauss A L. *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Piscataway[M]. New York: Aldine Transaction, 1967.
- [10] Herlin H. Better Safe than Sorry Nonprofit Organizational Legitimacy and Cross-Sector Partnerships[J]. *Business & Society*, 2015, 54, (6): 822 – 858.
- [11] Parsons T. *Authority, Legitimacy, and Political Action, Structure and Process in Modern Societies* [M]. Glencoe, IL: Free Press, 1960.
- [12] Peeters C, Massini S, Lewin A Y. 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.
- [13] Scott W R. *Institutions and Organizations* [M]. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- [14] Shah K U. Organizational Legitimacy and the Strategic Bridging Ability of Green Alliances[J]. *Business Strategy and the Environment*, 2011, 20, (8): 498 – 511.
- [15] Singh J V, Tucker D J, House R J. Organizational Legitimacy and the Liability of Newness[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1986, 31, (2): 171 – 193.
- [16] Suchman M C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches[J]. *Academy of Management Review*, 1995, 20, (3): 571 – 610.
- [17] Thomas T E, Lamm E. Legitimacy and Organizational Sustainability [J]. *Journal of Business Ethics*, 2012, 110, (2): 191 – 203.
- [18] Tornikoski E T, Newbert S L. Exploring the Determinants of Organizational Emergence: A Legitimacy Perspective[J]. *Journal of Business Venturing*, 2007, 22, (2): 311 – 335.
- [19] Vergne J P. Toward a New Measure of Organizational Legitimacy: Method, Validation, and Illustration[J]. *Organizational Research Methods*, 2011, 14, (3): 484 – 502.
- [20] Washington M, Zajac E J. Status Evolution and Competition: Theory and Evidence[J]. *Academy of Management Journal*, 2005, 48, (2): 282 – 296.
- [21] Wood S J, de Menezes L M. Family-friendly Management, Organizational Performance and Social Legitimacy[J]. *The International Journal of Human Resource Management*, 2010, 21, (10): 1575 – 1597.
- [22] 白贵玉, 徐向艺, 徐鹏. 企业规模、动态竞争行为与企业绩效——基于高科技民营上市公司面板数据[J]. *北京: 经济管理*, 2015, (7).
- [23] 杜运周, 李毛毛. 魅力型领导对新企业绩效的影响: 组织合法性的中介作用[J]. *天津: 科学学与科学技术管理*, 2012, (12).
- [24] 何霞, 苏晓华. 环境动态性下新创企业战略联盟与组织合法性研究——基于组织学习视角[J]. *北京: 科研管理*, 2016, (2).
- [25] 刘玉焕, 井润田, 卢芳妹. 混合社会组织合法性的获取: 基于壹基金的案例研究[J]. *北京: 中国软科学*, 2014, (6).
- [26] 杨勃, 杜晓君, 蔡灵莎. 组织身份落差对跨国并购合法性的影响机制——基于上汽和 TCL 的探索性案例研究[J]. *北京: 经济管理*, 2016, (9).
- [27] 俞园园, 梅强. 组织合法性中介作用下的产业集群关系嵌入对新创企业绩效的影响[J]. *武汉: 管理学报*, 2016, (5).

A Study on the Legitimacy Acquisition Mechanism of First-moving Enterprise under the Background of Industrial Change

——A Case Study of State Grid Corporation of China based on Grounded Theory

XU Peng^{1,3}, XU Xiang-yi^{2,3}, SU Jian-jun^{3,4}

(1. School of Business Administration of Shandong University of Finance and Economics, Jinan, Shandong, 250014, China;

2. School of Management of Shandong University, Jinan, Shandong, 250100, China;

3. Global Energy Internet (Shandong) Collaborative Innovation Center, Jinan, Shandong, 250061, China;

4. Electric Power Research Institute of Shandong Electric Power Company of State Grid, Jinan, Shandong, 250001, China)

Abstract:Speed up of economic integration process, development of information technology, acceleration of product life cycle and many other factors greatly highlight the necessity of enterprises to comply with industry trends and enterprise re-venture under industry change background, but the lack of resources and deficiency of experience, the new business development policy risk, the product innovation is difficult to be accepted by the market and customers and many other new emerging weakness all bring the first-moving enterprises within the industry many challenges. Legitimacy refers to a general idea or assumption that individual actions are expected and appropriate within the social systems includes norms, values, beliefs and definition. The current research on organizational legitimacy acquisition still lack of exploration of the process, and the related research all based on an internal and external organization feature, fragment study has one-sidedness, can not fully sort out the source of legitimate strategic behavior. Conclusions of previous research on new venture legitimacy acquisition can not fully explain the mechanism of first-moving enterprises under background of industrial change. Existing theory has a gap in the first-moving enterprises legitimacy acquisition mechanism.

In this paper, the authors take the State Grid Corporation of China as the research object, establishes the legitimacy acquisition mechanism models using method of grounded theory including four sub mechanisms: knowledge creation mechanism, cooperative operation mechanism, brand cultivation mechanism and dynamic competition mechanism, the research procedures include open coding, spindle coding, selective coding and theoretical saturation testing. The composition of knowledge creation mechanism include four modules: professional learning, political learning, management innovation and technological innovation, which is the basic foundation of first-moving enterprise legitimacy acquisition under the background of industrial change; cooperative operation mechanism includes three modules: organization construction, strategic alliance and internal coordination, which is the power security of first-moving enterprise legitimacy acquisition under background of industrial change; brand cultivation mechanism including four modules include social responsibility, publicity and guidance, preparation of standards and brand value, which is the ability security of first-moving enterprise legitimacy acquisition; dynamic competition mechanism is the implementation security of first-moving enterprise legitimacy acquisition which includes three modules: planning and guiding, environmental catering and contingency governance; knowledge creation mechanism is not only the direct driving factors of first-moving enterprise legitimacy acquisition, but also have indirect impact on legitimacy construction through influencing cooperative operation, brand cultivation and dynamic governance. And then on this basis the authors analyze connotation, implementation requirements and function of each sub mechanism in detail. The research conclusion further enriches theoretical framework of legitimacy research, and also provides a reference for the first-moving enterprises under industrial change in the making of legitimacy acquisition strategy.

Key Words: industrial change; legitimacy; grounded theory; global energy internet; state grid corporation of China

JEL Classification: L80, M20, D22

DOI: 10.19616/j.cnki.bmj.2017.11.003

(责任编辑:文 川)