

合法性溢出文献综述与批判性思考

李 雷^{1,2}

(1. 桂林理工大学现代企业管理研究中心, 广西 桂林 541004;

2. 浙江大学管理学院, 浙江 杭州 310058)

摘 要: 合法性溢出不但是“社会现实中一种涌现的属性”, 而且可以作为“交际互动中被战略性使用的一种策略”, 对于各类组织克服“新入者劣势”、突破合法性阈值、提升存活率具有重要影响。本文对近20年来合法性溢出的相关文献进行综述, 立足宏观表象和微观机制两个层面, 对合法性溢出的情境、方式、结果、影响因素以及合法性溢出的观众及其心理模式的相关研究成果进行梳理, 并揭示两个层面研究之间的关系, 在此基础上, 通过批判性思考, 挖掘出12个研究机会。本文旨在为学术界系统把握合法性溢出的现有理论积累、有序地开展后续研究提供参考, 同时, 为实业界制定和实施合法性溢出战略提供借鉴。

关键词: 合法性溢出; 宏观表象; 资源转移; 微观机制; 启发式推理

中图分类号: F270.7

文献标识码: A

文章编号: 1004-4892(2019)08-0095-09

组织合法性(Organizational Legitimacy)是指“在某一包含规范、价值观、信仰和定义的社会建构系统中, 对一个实体的行为是令人满意的、合适的或恰当的一种普遍性感知或假设”^[1]。由于组织的复杂性以及观众的刻板印象和有限理性, 每个组织建立合法性的过程并非是完全独立的, 它们之间存在一定的关联性。为解释这一现象, Kostova 和 Zaheer(1999)提出“合法性溢出”(Legitimacy Spillover)的概念, 并将其诠释为: 如果一个基本主体(源头)在保持自身合法性不变的前提下, 改变了另一个与之“认知相关”的次级主体(接收者)的合法性, 那么, 合法性溢出就发生了^[2]。

Kostova 和 Zaheer(1999)提出合法性溢出这一概念时, 是将其作为“社会现实中一种涌现的属性”来看待^[2], 在随后的研究中, 很多学者继承这一观点。但也有学者认为, 不能仅将合法性溢出看作一种属性被动地加以对待, 它还可以作为“交际互动中被战略性使用的一种策略”^[3]。在此类立足宏观表象层面的研究中, 学者们以合法性溢出的相关主体为观测单元, 重点关注合法性这种特殊资源在各主体之间的转移。然而, 学者们所关注的合法性溢出情境存在差异, 对于合法性溢出方式的界定也有所不同, 此外, 学者们针对合法性溢出影响因素和结果变量的探讨也未在一个完整的理论框架内展开, 由此导致现有成果之间难以进行有效整合。

从另一个角度讲, 合法性是由观众赋予的, 它的根源在观众眼中(Tost, 2011), 观众的心理活动构成合法性溢出的微观机制。因此, 也有学者将认知心理学、社会心理学的观点与新制度理论视域下的相关理论相结合, 以合法性溢出的观众为观测单元, 对观众的特征以及观众的心理模式进行探讨, 力求在微观层面揭示观众眼中合法性溢出的发生机理。微观视角的引入为学术界深入探讨合法性溢出打开了另一扇门, 但是此类研究尚处于起步阶段, 相关的研究成果并不多, 尚存在大量的研究机会。与此同时, 微观层面的研究成果与学者们在宏观表象层面对于合法性溢出的见解还未形成有效的关联, 使得两个层面的研究难以展开对话, 这一情况不利于合法性溢出基础理论框架的构建。

收稿日期: 2018-10-02

基金项目: 广西自然科学基金面上项目(2018GXNSFAA281223); “广西八桂学者”专项经费资助项目(厅发〔2019〕79号); 广西高等学校千名中青年骨干教师培育计划(桂教人〔2018〕18号); 广西高校人文社会科学重点研究基地重点项目(17ZD003)

作者简介: 李雷(1981-), 男, 黑龙江哈尔滨人, 桂林理工大学现代企业管理研究中心研究员, 浙江大学管理学院博士后。

为缓解这一局面,本文从合法性溢出的宏观表象、微观机制以及二者的关联性出发,对近20年来合法性溢出的相关文献进行梳理与批判性思考,在此基础上,对潜藏的研究机会进行挖掘。本研究的目的在于为学术界全面把握合法性溢出的现有理论体系、有序地开展后续研究提供参考,为实业界制定和实施合法性溢出战略提供借鉴。

一、合法性溢出的宏观表象

(一)合法性溢出的情境

1. 阶层(Class)

在合法性溢出的奠基之作中,Kostova和Zaheer(1999)立足跨国公司提出合法性溢出的概念^[2],在后续研究中,Kostova等(2008)^[4]、魏江和王诗翔(2017)^[5]对跨国公司中的合法性溢出问题展开进一步探讨。除此之外,有大量学者关注某种产业中的合法性溢出问题^{[3][6][7][8][9][10][11][12]}。与跨国公司相比,产业的边界更加宽泛,它是指具有某种同类属性的企业经济活动的集合。如果说产业是一个更具经济属性的概念,那么,组织种群则是一个更具社会属性的概念,它通常被视为社会类别的一个等级嵌套,例如,来自相同母国的海外公司,它还可以进一步被划分为若干个亚种群。Li等(2007)^[13]、Kuilmann和Li(2009)^[14]、Stevens和Newenham-Kahindi(2017)^[15]立足组织种群,关注合法性溢出的问题。

从总体上看,跨国公司、产业、组织种群都有阶层式的树状结构(Tree-Structure)^[2],在这种结构中,低层级主体继承高层级主体的特征,它们在组织结构、产权类型、组织目标、治理体系等方面具有一定的相似性。在各低层级主体身上体现出的最常见的共有特征代表低层级主体的中心趋势,被称为“原型”(Prototype)。Hacck等(2014)将跨国公司、产业和组织种群统称为阶层,它代表合法性溢出的一类情境^[16]。

2. 网络(Network)

除阶层之外,Hacck等(2014)还注意到另一类与之具有显著差别的情境——网络^[16]。Hacck等(2014)认为跨国治理计划(Transnational Governance Scheme)是网络的典型代表,这是一个跨越国界的组织间网络,其附属机构包括政府、非政府组织、国有企业、私营企业等,它们种类庞杂,相似度很低,不具备直接的可比性,难以呈现出中心趋势^[16]。此外,跨国治理组织并非依托于井然有序的、具备特征继承性的“干-枝”阶层式结构^[17],它主要通过非官方协会或公私混合伙伴关系协商、制定和执行关于全球问题的政策条例^[18]。

(二)合法性溢出的方式

Kostova和Zaheer(1999)认为:合法性溢出的源头和接收者如果在同一个组织层级上,例如,跨国公司的两个子公司,则会发生水平(Horizontal)合法性溢出;如果两个主体分别隶属于不同的组织层级,例如,跨国公司和其子公司,则会发生垂直(Vertical)合法性溢出,其中,由低层级主体(子公司)向高层级主体(跨国公司)的合法性溢出被称为自下而上的合法性溢出,反之,由高层级主体(跨国公司)向低层级主体(子公司)的合法性溢出则被称为自上而下的合法性溢出^[2]。

(三)合法性溢出的结果

合法性溢出的结果是接收者的合法性,在实证研究中,学者们几乎都用代理变量来表征接收者的合法性,通过测量代理变量来评价合法性溢出的结果。部分学者以产业中的公司为观测单元,选取“股票价格波动”^[6]、“异常回报”^[7]、“周销量”和“周净现金流入”^[9]、“防御性的机构声明”^[10]、“关于公司的媒体报道的要旨”^[11]、“进入市场的公司的数量”和“公司销售额”^[12]等代理变量,来衡量产业中的水平合法性溢出的效果。此外,Li等(2007)^[13]、Kuilmann和Li(2009)^[14]

选取“进入亚种群的公司数量”为代理变量，分别探讨了不同亚种群之间的水平合法性溢出、总体种群与亚种群之间的垂直合法性溢出。

(四) 合法性溢出的影响因素

合法性溢出主要涉及源头、接收者、二者之间的关系、二者所处的情境^[2]，通过梳理现有文献我们发现，源头的客观特征、源头的主观行为、接收者的客观特征、接收者的主观行为、源头与接收者的关联性、情境的客观特征、情境中第三方机构的主观行为对于接收者的合法性或代理变量会产生影响，图1对这些研究成果进行归纳与总结。

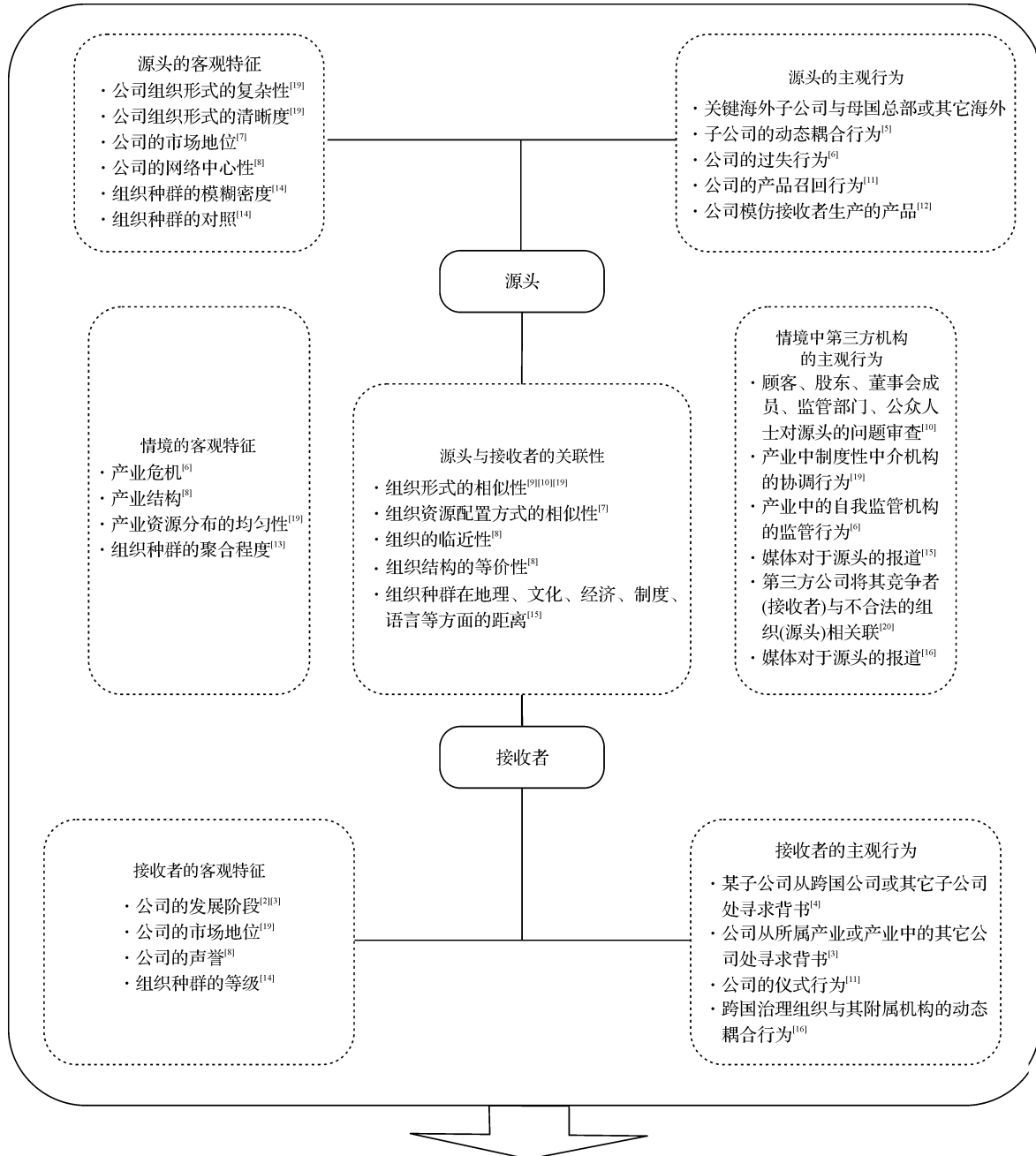


图1 合法性溢出的影响因素

二、合法性溢出的微观机制

合法性溢出能否顺利进行以及效果如何最终取决于观众的心理活动，观众的心理活动构成合法性溢出的微观机制。

(一) 合法性溢出的观众——直觉者

学者们依据观众在社会判断形成过程中所依托的心理模式，将合法性溢出的观众界定为直觉者(Intuiter)^[21]。直觉者对评估对象缺乏专业知识，也没有太多的探索兴趣，他们不愿意耗费时间去深入了解评估对象的具体情况，他们的心理模式是快速的、联想式的、自发的^[22]。这就导致直觉者很难直接对评估对象的合法性做出明确的判断，他们会从那些与评估对象相关联的外部主体身上找到有效线索，据此对评估对象的合法性做出间接判断，此时，在直觉者的眼中合法性溢出就发生了。

(二) 直觉者的心理模式

Kahneman 和他的同事构建了用于阐述直觉者心理模式的“启发式推理的一般模型”^[22]。该模型表明：直觉者对于事物的判断并非依托他们的特定经验和技能，而是由他们所采用的心理捷径所驱动^[23]。具体地讲，直觉者依据容易触及的启发式属性(Heuristic Attribute)，来对他们真正关注、但却难以直接获得有效线索的目标属性(Target Attribute)进行评价。利用启发式属性对目标属性进行评价被称为“属性替代”(Attribute Substitution)，这是一个减少脑力劳动的过程，也就是说，相对困难的判断被那些与之在概念上相关而且不费力的判断所替代^[22]。

(三) 直觉者眼中的合法性溢出

1. 立足阶层情境

在阶层情境中，低层级主体继承高层级主体的特征，因此，无论是低层级主体与高层级主体之间，还是各低层级主体之间，都会呈现出一定的相似性，在直觉者的眼中它们是“认知相关的”，隶属于同一个“认知类别”^[2]。这就导致，直觉者在外部刺激的激发下，首先对接收者与源头的相似性(启发式属性)进行判断，形成一种认知，据此再对接收者的合法性(目标属性)进行评价，这一过程被称为“基于相似性的属性替代”(Similarity-based Attribute Substitution)，这是用于描述直觉者心理模式的“启发式推理的一般模型”在阶层情境中的具体体现^[22]，具体如图2所示。

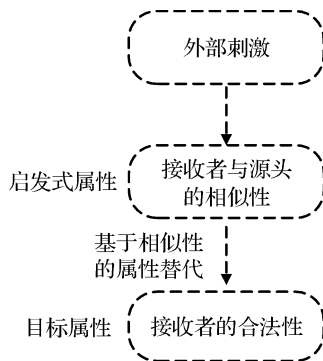


图2 阶层情境中基于相似性的属性替代

2. 立足网络情境

除阶层情境之外，还有一类情境被称为网络。网络并非依托于井然有序的、具备特征继承性的“干-枝”阶层式结构^[17]，它们通常是松散的，其中充斥着种类各异、相似度很低、不具备直接可比性的附属机构，这些附属机构难以呈现出中心趋势。因此，基于相似的属性替代对于网络情境不具有适用性。在此背景下，直觉者会以“基于情感的属性替代”(Affect-based Attribute Substitution)为心理捷径，对接收者的合法性进行评价。如图3所示，在网络情境中，当面对难以直接接近的接收者时，直觉者会选择与接收者

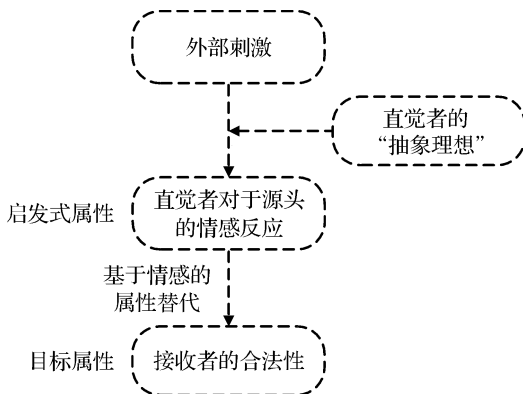


图3 网络情境中基于情感的属性替代

隶属于同一“网络”且容易接近的源头为跳板，将那些与源头相关的外部刺激，同自己心中的“抽象理想”（Abstract Ideal）相对照，由此来评价源头与抽象理想的适配性。当适配性较高时，直觉者会对源头产生积极的情感反应，反之，则会产生消极的情感反应。这些情感反应构成启发式属性，直觉者会以此为参照，对接收者的合法性（目标属性）进行评价，这一过程被称为“基于情感的属性替代”。

三、合法性溢出的宏观表象与微观机制的关系

将图1所示的合法性溢出的宏观表象与图2、图3所示的合法性溢出的微观机制对比与分析后可以发现：在直觉者眼中，图1中的“合法性溢出的影响因素”实质上是一系列“外部刺激”，它们源自外部环境，具有时效性，往往不会长期的、稳定的存在；图1中的“合法性溢出的结果”则被直觉者视为“目标属性”，也就是“接收者的合法性”；在阶层情境中，连接“外部刺激”与“目标属性”的桥梁是“接收者与源头的相似性”，在网络式情境中，连接“外部刺激”与“目标属性”的桥梁是“直觉者对于源头的情感反应”，它们被直觉者视为“启发式属性”，可以说“启发式属性”是合法性溢出微观机制中一个最为重要的环节，它为属性替代创造了条件。图4阐述合法性溢出的宏观表象与微观机制的对应关系，二者相互呼应、相辅相成。

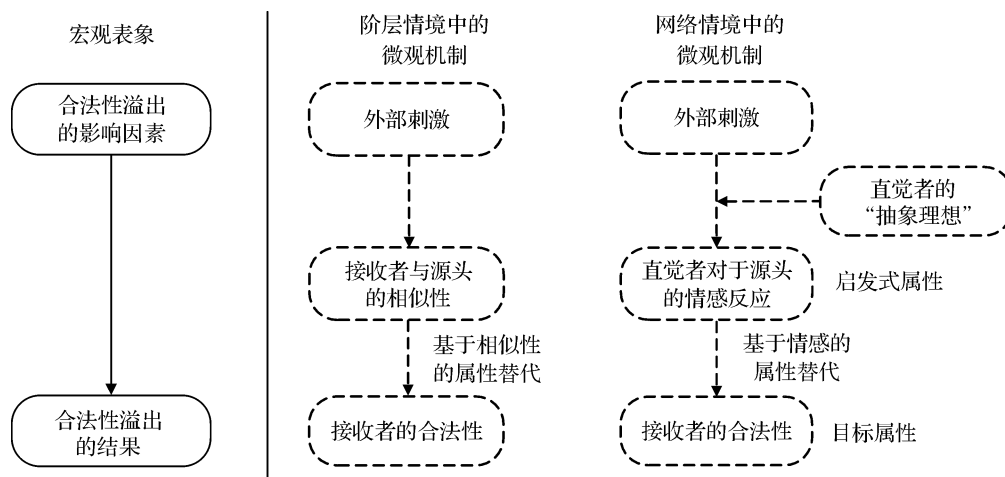


图4 合法性溢出的宏观表象与微观机制的关联性

四、批判性思考与研究机会挖掘

（一）宏观表象层面

1. 合法性溢出的情境

从截面来看，现有研究主要立足以跨国公司、产业和组织种群为代表的阶层情境展开。2014年，Hacck等学者注意到网络情境，并以跨国治理计划为例，从微观机制层面对自下而上的垂直合法性溢出进行研究，但迄今为止，网络情境尚未得到学术界的广泛关注^[16]。就现实情况而言，无论是在线下的物理空间还是在线上的虚拟空间中，都存在着大量的网络情境，例如，小米生态链、淘宝村、杭州梦想小镇、国家生态工业示范园区、微信开放平台、百度开放平台等，它们对于当今的社会活动，尤其是创新活动，具有重要的推动作用。后续研究可以立足上述背景，采用案例研究

法,对网络情境下合法性溢出的相关问题展开探索。基于此,提出第1个研究机会:网络情境下合法性溢出的相关问题。

现有理论积累只立足阶层情境或网络情境对合法性溢出做出截面性的解释,对情境非同质性演进过程中,合法性如何连续溢出并未加以关注,为解决这一问题,有必要开展纵向案例研究。基于此,提出第2个研究机会:在外部情境非同质性演进过程中,如何实现合法性连续溢出。

2. 合法性溢出的结果

合法性溢出的直接结果是接收者的合法性,代理变量的使用为我们开展实证研究提供了便利,这些代理变量几乎都源自阶层情境,哪些代理变量适用于网络情境,尤其是小米生态链、淘宝村、杭州梦想小镇、国家生态工业示范园区、微信开放平台、百度开放平台等新兴网络情境,值得研究。基于此,提出第3个研究机会:网络情境下合法性溢出结果变量的操作性定义与测量。

3. 合法性溢出的影响因素

如图1所示,无论是立足接收者的视角、源头的视角,还是立足情境中第三方机构的视角,凡是涉及“客观特征”或“源头与接收者的关联性”的影响因素都是在短时间内不容易改变的,因此,合法性溢出各相关主体应该重点从“主观行为”方面来考虑如何战略性地对合法性溢出的效应加以利用。

(1) 接收者的视角

现有文献表明,接收者主动寻求背书^{[3][4]}、接收者的仪式行为^[11]能够有效促进合法性溢出。然而,合法性溢出的效价有积极和消极之分,由此看来,上述影响因素是“双刃剑”,也就是说,这些因素对于积极合法性溢出和消极合法性溢出可能同时产生促进作用。从总体上看,学者们对合法性溢出“双刃剑”效应的关注还是远远不够的,相关的理论探讨和战略层面的实操研究都十分有限,在后续研究中有必要加强。基于此,提出第4个研究机会:接收者如何在整合积极合法性资源的同时,阻隔消极合法性资源。

(2) 源头的视角

魏江和王诗翔(2017)发现,源头(关键海外子公司)并不是一味地与接收者(母国总部或其他海外子公司)保持高度的耦合,当源头的行为与观众的期盼存在偏差时,它会主动降低与接收者的耦合程度,而当源头的行为受到观众认可时,它会主动地提升与接收者的耦合程度^[5]。在现实中,个别源头也会反其道而行之,例如,源头与合法性溢出的接收者终止合作,或者发现合法性溢出的接收者已经对自己的生存与发展构成极大威胁时,他们会想办法阻隔积极合法性溢出,甚至促进消极合法性溢出。基于此,提出第5个研究机会:源头如何在不违背商业道德的前提下战略性地对合法性溢出进行管理,保证自身竞争优势。

学者们还需关注的是,合法性溢出的发生表明在观众眼中源头与接收者已经形成关联,这种关联还可能导致合法性回溢,即源头的合法性被接收者所影响,特别是这种影响有可能降低源头的合法性,这一问题尚未引起学者们的注意。基于此,提出第6个研究机会:源头如何防止消极合法性回溢。

早在上世纪中期,Hardin(1968)就以自然资源为例,在*Science*上提出“公共资源悲剧”(the Tragedy of the Commons)的概念,这一概念昭示着那些由最多的人共享的资源,却只得到最少的照顾,例如,空气、海洋等。这一问题源自每一个个体都企求扩大自身可使用的资源,却将资源耗损的代价转嫁给所有可能使用资源的人们^[24]。

事实上,这一问题在合法性溢出的案例中也有所体现。以小米公司为例,在其创业初期,小米通过独特的制度创业策略,为其自身积累了丰富的合法性资源。随着小米规模的不断扩大以及发展战略的调整,小米构建了企业创新生态系统,即小米生态链^[25]。就小米生态链的参与者而言,小

米所拥有的合法性资源便成为它们可以共同使用的资源,即 Haack 和 Scherer(2010)所谓的“合法性公共资源”^[26]。然而,随着小米生态链中成员数量的不断增加,加之部分成员过度地从小米生态链寻求背书,小米的“合法性公共资源”已经开始呈现出超载的迹象。此时,如果有成员再出现搭便车或不端行为,那必将给小米的“合法性公共资源”带来破坏。为解决此问题,诸如小米这样的生态型企业,必须将自身的角色由合法性溢出的源头向合法性公共资源的治理者转变。基于此,我们提出合法性溢出的第7个研究机会:生态型企业如何将自身的角色由合法性溢出的源头向合法性公共资源的治理者转变?相应的治理机制包括哪些?

(3) 第三方机构的视角

现有文献有一个有趣的发现,有些接收者受到消极合法性溢出的影响,但是原因却在于它的竞争者(第三方机构)将其与不合法的组织(源头)相关联,对接收者来讲,应当采取措施防止此问题的发生,而对于接收者的竞争者来说,立足纯粹的技术层面可以将其作为一种竞争手段,但是这一竞争手段是否符合商业道德,有待进一步探讨和商榷。基于此,提出第8个研究机会:当第三方机构与接收者存在竞争关系时,第三方机构如何在遵守商业道德的前提下使用合法性溢出战略。

(二) 微观机制层面

1. 直觉者眼中的合法性溢出

综观现有文献,虽然合法性溢出的奠基之作就立足阶层情境对基于相似性的属性替代进行探讨^[2],后续大量研究也都是立足阶层情境展开的,但是我们发现,鲜有文献在“外部刺激→接收者与源头的相似性(启发式属性)→接收者的合法性(目标属性)”这一整体逻辑脉络的基础上,对各个因素之间的作用效价和作用强度展开进一步探讨。基于此,提出第9个研究机会:立足阶层情境,对合法性溢出的整体逻辑脉络进行实证研究。

Haack 等(2014)对于网络情境中合法性溢出的微观机制进行开创性研究,他们在“外部刺激→直觉者对于源头的情感反应(启发式属性)→接收者的合法性(目标属性)”这一逻辑脉络的基础上,通过理论演绎的手段,进一步概念性地阐释各因素之间的直接效应^[16],但是直觉者的“抽象理想”并未得到进一步关注,就图3来看,这一因素可能与外部刺激形成混合效应进而对直觉者的情感反应产生影响,在后续研究中可以对此进行深入探讨,此外,Haack 等(2014)的研究尚停留在概念层面^[16],相关的实证研究也很有必要开展。基于此,提出第10个研究机会:立足网络情境,对合法性溢出的整体逻辑脉络进行实证研究,同时关注“直觉者的‘抽象理想’”与“外部刺激”对“直觉者对于源头的情感反应”所产生的交互效应。

2. 合法性溢出的观众

(1) 非极端的视角

为提升理论开发的可操作性,现有文献通常将直觉者——这一极端的理想化类别——视为合法性溢出的观众,但是在某些情况下合法性溢出的观众也会体现出评价者(evaluator)的特征。评价者是与直觉者相呼应的另一种极端的理想化类别,主要包括政策制定者、学者、社会活动家、官员、记者等专家型人士^[27]。此类人群对于评价对象具有丰富的知识和浓厚的兴趣,他们能够积极主动地接触、深入地了解评价对象,并依托缓慢的、有规则的、深思熟虑的心理模式,对评价对象的本质特征进行深入细致的审视^[22],在此基础上,对评价对象给出明确的评价结论。也就是说,评价者可以对评价对象做出直接的评价,这些直接的评价甚至可以为他人进行评价提供有效的线索。学者们可以进一步关注:当观众同时具备直觉者和评价者的特征时,图2和图3所示的心理模式将如何变化。基于此,提出第11个研究机会:当观众同时具备直觉者和评价者的特征时,其关于合法性溢出的心理模式是什么。

(2) 外部刺激和内部刺激整合的视角

学者们通常将直觉者视为合法性溢出的观众,他们认为由普通大众构成的直觉者有一个共同的“思想世界”^{[27][28]},直觉者对于组织及其在社会中的作用也有着共同的看法,因此,他们将直觉者视为一个同质的群体^[29],而忽略直觉者自身特质的差异对其感知合法性溢出效果的影响。因此,我们除关注源自环境的外部刺激之外,还应该关注那些源自直觉者自身的内部刺激(即直觉者的固有特质,通常是稳定的)对于合法性溢出效果的影响,由此才能对合法性溢出的微观机制进行全面的把握^[30]。基于此,提出第 12 个研究机会:同时考虑外部刺激和内部刺激,观众关于合法性溢出的心理模式是什么。

五、结束语

合法性溢出这一概念自提出至今不到 20 年,仍处于初级发展阶段,无论是宏观表象层面还是微观机制层面的研究成果仍比较散乱,缺乏有效的整合与对话。但是,在实践中,跨国公司、企业创新生态系统、产业集群、国际合作网络早已屡见不鲜,“地球村”已经真正形成,由此导致合法性溢出的相关问题更加凸显,而且不断向创新管理、产业经济、国际商务等领域渗透,急需我们基于扎实的理论和科学的方法加以解决。本文的目的在于抛砖引玉,我们通过对国内外近 20 年合法性溢出的主流文献进行回顾,为读者展示合法性溢出主流文献目前能够呈现出的理论框架,并通过批判性思考,剖析现有理论缺口,挖掘未来的 12 个研究机会,为我国学者关注、研究合法性溢出提供助力。

参考文献:

- [1] Suchman M. C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches [J]. Academy of Management Review, 1995, 20(3): 571-610.
- [2] Kostova T., Zaheer S. Organizational Legitimacy under Conditions of Complexity: The Case of the Multinational Enterprise [J]. Academy of Management Review, 1999, 24(1): 64-81.
- [3] Zimmerman M. A., Zeitz G. J. Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy [J]. Academy of Management Review, 2002, 27(3): 414-431.
- [4] Kostova T., Roth K., Dacin M. T. Institutional Theory in the Study of Multinational Corporations: A Critique and New Directions [J]. Academy of Management Review, 2008, 33(4): 994-1006.
- [5] 魏江,王诗翔.从“反应”到“前摄”:万向在美国的合法性战略演化(1994~2015) [J]. 管理世界, 2017, (8): 136-153.
- [6] Barnett M. L., King A. A. Good Fences Make Good Neighbors: A Longitudinal Analysis of an Industry Self-regulatory Institution [J]. Academy of Management Journal, 2008, 51(6): 1150-1170.
- [7] Goins S., Gruca T. S. Understanding Competitive and Contagion Effects of Layoff Announcements [J]. Corporate Reputation Review, 2008, 11(1): 12-34.
- [8] Yu T., Lester R. H. Moving beyond Firm Boundaries: A Social Network Perspective on Reputation Spillover [J]. Corporate Reputation Review, 2008, 11(1): 94-108.
- [9] Jonsson S., Greve H. R., Fujiwara-Greve T. Undeserved Loss: The Spread of Legitimacy Loss to Innocent Organizations in Response to Reported Corporate Deviance [J]. Administrative Science Quarterly, 2009, 54(2): 195-228.
- [10] Desai V. M. Mass Media and Massive Failures: Determining Organizational Efforts to Defend Field Legitimacy Following Crises [J]. Academy of Management Journal, 2011, 54(2): 263-278.
- [11] Zavyalova A., Pfarrer M. D., Reger R. K., et al. Managing the Message: The Effects of Firm Actions and Industry Spillovers on Media Coverage Following Wrongdoing [J]. Academy of Management Journal, 2012, 55(5): 1079-1101.
- [12] Verhaal J. C., Hoskins J. D., Lundmark L. W. Little Fish in a Big Pond: Legitimacy Transfer, Authenticity, and Factors of Peripheral Firm Entry and Growth in the Market Center [J]. Strategic Management Journal, 2017, 38(12): 2532-2552.
- [13] Li J. T., Yang J. Y., Yue D. R. Identity, Community and Audience: How Wholly Owned Foreign Subsidiaries Gain Legitimacy in China [J]. Academy of Management Journal, 2007, 50(1): 175-190.
- [14] Kuilman J. G., Li J. Grades of Membership and Legitimacy Spillovers: Foreign Banks in Shanghai, 1847-1935 [J]. Academy of

- Management Journal, 2009, 52(2): 229–245.
- [15] Stevens C. E., Newenham - Kahindi A. Legitimacy Spillovers and Political Risk: The Case of FDI in the East African Community [J]. Global Strategy Journal, 2017, 7(1): 10–35.
- [16] Haack P., Pfarrer M. D., Scherer A. G. Legitimacy-as-feeling: How Affect Leads to Vertical Legitimacy Spillovers in Transnational Governance [J]. Journal of Management Studies, 2014, 51(4): 634–666.
- [17] Durand R., Paoletta L. Category Stretching: Reorienting Research on Categories in Strategy, Entrepreneurship, and Organization Theory [J]. Journal of Management Studies, 2013, 50(6): 1100–1123.
- [18] Hale T., Held D. The Handbook of Transnational Governance: Institutions and Innovations [M]. Cambridge: Polity Press, 2011. 83–90.
- [19] Yu T., Sengul M., Lester R. H. Misery Loves Company: The Spread of Negative Impacts Resulting from an Organizational Crisis [J]. Review of Law & Economics, 2008, 33(2): 452–472.
- [20] Bitektine A. Legitimacy-based Entry Deterrence in Inter-population Competition [J]. Corporate Reputation Review, 2008, 11(1): 73–93.
- [21] Bitektine A. Toward a Theory of Social Judgments of Organizations: The Case of Legitimacy, Reputation, and Status [J]. Academy of Management Review, 2011, 36(1): 151–179.
- [22] Kahneman D. Thinking Fast and Slow [M]. London: Penguin, 2011. 56–74.
- [23] Kahneman D., Klein G. Conditions for Intuitive Expertise: A Failure to Disagree [J]. American Psychologist, 2009, 64(6): 515–526.
- [24] Hardin G. The Tragedy of the Commons [J]. Science, 1968, 162(1968): 1243–1248.
- [25] 小米生态链谷仓学院. 小米生态链战地笔记 [M]. 北京: 中信出版社, 2017. 111–132.
- [26] Haack P., Scherer A. G. Vertical Legitimacy Spillovers in Transnational Governance: The UN Global Compact and its Participants [C]. Institute of Organization and Administrative Science, University of Zurich, Working Papers, 2010: 1–63.
- [27] Cashore B. Legitimacy and the Privatization of Environmental Governance: How Non-state Market-driven (NSMD) Governance Systems Gain Rule-making Authority [J]. Governance: An International Journal of Policy, Administration, and Institutions. 2002, 15(4): 503–529.
- [28] Stone D. Global Public Policy, Transnational Policy Communities, and their Networks [J]. Policy Studies Journal, 2008, 36(1): 19–38.
- [29] Lamin A., Zaheer S. Wall Street vs. Main Street: Firm Strategies for Defending Legitimacy and their Impact on Different Stakeholders [J]. Organization Science, 2012, 23(1): 47–66.
- [30] Kulik C. T., Bainbridge H. T. J., Cregan C. Known by the Company We Keep: Stigma-by-association Effects in the Workplace [J]. Academy of Management Review, 2008, 33(1): 216–230.

Literature Review and Critical Thinking on Legitimacy Spillover

LI Lei^{1,2}

(1. Research Center of Modern Enterprise Management, Guilin University of Technology, Guilin 541004, China;
2. School of Management, Zhejiang University, Hangzhou 310058, China)

Abstract: Legitimacy spillover is not only “an emerging attribute in social reality”, but also can be used as “a strategy in communication interaction”, which has an important impact on various organizations (especially new ventures) in their efforts to overcome “the liabilities of newness”, break through the legitimacy threshold, and improve the survival rate. This paper reviews the relevant literature of the context, the mode, the result and the antecedent of legitimacy spillover on the macro-appearance level, and the relevant literature of the audience and its psychological model of legitimacy spillover on the micro-mechanism level. The relationship between the two levels is revealed. Through critical thinking, this paper also explores the hidden theoretical gaps and twelve future research opportunities. The purpose of this paper is to provide a reference for the academic circles to systematically grasp the existing theoretical accumulation of legitimacy spillover and to carry out the follow-up research in an orderly manner, and at the same time, to provide a reference for the industry to formulate and implement the legitimacy spillover strategy.

Key words: Legitimacy Spillover; Macro Appearance; Resource Transfer; Micro Mechanism; Heuristic Reasoning

(责任编辑: 闻 毓)