引用格式:阳镇, 梅亮, 端利涛, 等. 人工智能对管理学理论的冲击与颠覆[J]. 技术经济, 2026, 45(3): 1-17.

Yang Zhen, Mei Liang, Duan Litao, et al. The impact and disruption of artificial intelligence on management theories[J]. Journal of Technology Economics, 2026, 45(3): 1-17.

本刊特稿

人工智能对管理学理论的冲击与颠覆

阳 镇[1], 梅 亮[2], 端利涛[3], 李 平[3,4], 王宏伟[3,4]

(1. 中国社会科学院工业经济研究所, 北京 100006; 2. 北京大学国家发展研究院, 北京 100871; 3. 中国社会科学院数量经济技术经济研究所, 北京 100732; 4. 中国技术经济学会, 北京 100081)

摘 要: 新一轮科技革命催生了以人工智能为基础的新型技术经济范式,其对管理学体系理论产生全方位的冲击,并对支撑管理学理论的底层逻辑及部分理论产生较大程度的颠覆。其中,人工智能作为一种新型技术-经济范式深度参与管理活动之中,其对"管理环境-管理主体-管理对象-管理工具-管理机制与模式"的管理学理论分析框架产生深刻冲击与颠覆,表现为管理环境以人工智能(AI)驱动的技术-经济范式转变加速推动管理环境智能化生态化转变、管理主体呈现出AI智能体成为管理决策主体、管理对象从实体物理空间转向数实融合下的"人-物-数据-算法"、管理工具以人机共生实现工具智能化发展、超级个体、智能化与平台生态化成为新模式与新机制。与此同时,人工智能全方位参与管理活动之中从根本上冲击了"人的主体性"这一核心前提,并对人性假设理论、战略决策理论、资源配置理论与价值创造理论这四类管理学主体理论产生系统性冲击与颠覆。未来,需要加快推动人工智能作为强管理主体的决策方法与决策评估体系研究,并探索基于人工智能的新型管理模式研究及探索基于人工智能的企业社会责任治理体系构建。

关键词: 人工智能; 技术-经济范式; 管理学; 理论冲击

中图分类号: C93 **文献标志码**: A **文章编号**: 1002-980X(2026)03-0001-17

DOI: 10.12404/j.issn.1002-980X.20260301

一、引言

自20世纪初弗雷德里克·温斯洛·泰勒的《科学管理原理》问世以来,现代管理学便完成了从经验化管理到科学化理论的转变,并构建出一套逻辑自洽、体系完备的经典理论框架[1]。这一框架的形成与演进,始终以效率提升与目标达成为导向,形成了标准化、流程化、最优化等多维度的管理学基本思想。主要表现为从泰勒以标准化、流程化为核心的科学管理理论,到梅奥霍桑实验开启的聚焦人际关系与非物质激励的行为科学学派,再到劳伦斯与洛希提出的强调组织与环境动态适配的权变理论,以及后续战略管理、组织行为学等细分领域的深化拓展[2-3]。尽管不同理论的研究视角与核心关切存在差异,但均认为,人类是组织活动中唯一的理性或有限理性行动者,所有管理逻辑与制度安排均需围绕人的行为而展开。

在这一经典范式下,管理学被普遍界定为管理者通过计划、组织、领导、控制等核心手段,协调以人为主

收稿日期: 2026-03-02

基金项目: 国家社会科学基金重点项目"支撑企业新质生产力形成的创新模式与创新政策研究"(24AGL018);中国技术经济学会学科建设项目

作者简介: 阳镇(1994—),博士,中国社会科学院工业经济研究所副研究员,研究方向:技术创新与产业可持续发展;(通信作者)梅亮(1987—),博士,北京大学国家发展研究院副研究员,研究方向:企业创新管理,科技创新政策;端利涛(1991—),博士,中国社会科学院数量经济技术经济研究所副研究员,研究方向:数字经济,平台监管;李平(1959—),博士,中国社会科学院数量经济与技术经济研究所原所长、二级研究员,博士研究生导师,中国技术经济学会监事长、名誉理事长,研究方向:产业创新与技术经济;王宏伟(1970—),博士,中国社会科学院数量经济与技术经济研究所二级研究员,博士研究生导师,中国社会科学院项目评估与战略规划研究咨询中心主任,中国技术经济学会常务副理事长,研究方向:数字经济,技术创新,产业经济等。

导的组织资源,实现组织目标的系统性过程。从这一定义可以看出,管理学理论至少具有四重维度:其一,管理主体的唯一性,即具备决策能力与统筹协调能力的人类管理者,主导整个管理过程的推进;其二,管理对象的核心性,无论是组织内部的员工、团队,还是外部的客户、合作伙伴等利益相关者,“人”始终是管理调控的核心对象;其三,管理工具的辅助性,各类管理技术,均是服务于人类管理者引导、规范人类行为的辅助手段,不具备自主决策与资源配置的核心权限;其四,管理价值的灵活性,不同的机制能够依据内外部环境、技术条件及管理对象的变化,动态调整规则、流程与权责分配,以实现组织在效率、适应性与创新之间的有效平衡。这种以人为中心的管理学理论体系,高效适配了工业经济时代的组织形态与生产模式,为企业规模化运营、标准化生产提供了坚实的理论支撑,主导了管理学实践与学术研究方向。

然而,21世纪以来,新一轮科技革命以人工智能为主导技术形成全新的技术-经济范式,推动人类社会从传统工业经济时代进入人工智能时代。其中,以深度学习、大语言模型、自主智能体为代表的新一代人工智能技术实现了突破性发展,其特性已远超传统管理工具(技术工具或者支撑工具)的范畴,即从被动的技术处理工具转换为具备自主学习、情境感知、决策生成能力的智能主体。这一技术-经济范式跃迁从根本上触动了管理学的理论根基,从而有可能引发一场系统性的管理学范式变革。这场变革不仅仅源于人工智能作为技术工具嵌入到管理实践中,而是始于其在管理核心领域的角色转变,即在明确的规则框架内,人工智能技术已能够自主承担资源配置、任务分派、绩效评估及战略构建等一系列属于人类管理者的核心职能。从这个角度来看,人工智能技术已经完成了从管理的辅助工具、管理的优化对象向管理主体的历史性转变,由此催生了一系列传统管理理论无法涵盖的新型管理实践[4],如对人工智能主体的智能管理、对人机协同的共治模式、基于人工智能算法的数字平台管理、以人工智能为主导的数字创新管理等。这些新型实践冲击了传统管理学的理论内核,对管理主体、管理对象、管理工具、管理机制的经典界定提出了根本性挑战,甚至倒逼学术界重新审视管理学的基本概念与核心框架。

近年来,学界敏锐地捕捉到了快速发展的人工智能技术为管理学领域带来了一系列的全新变化,由此而引发了学术界对人工智能作用于管理学的研究。当前关于人工智能技术对管理学的研究涉及财会管理、创新管理、营销管理、战略管理等多个方面,主要研究范式是将人工智能作为技术工具,探究其在不同领域有可能带来的影响。在财会管理领域,人工智能技术主要被应用于优化企业在财会管理中的决策等,从而实现降本增效的目的,包括利用人工智能技术识别出稳健的借款人,降低商业银行在信贷市场中的风险;利用人工智能技术识别出关键董事,优化公司高层决策[5]。在创新管理领域,相关研究集中在人工智能技术驱动创新的理论和实证方面,理论方面主要包括人工智能技术驱动创新资源基础观、动态能力观的研究。例如,Abou-Foul等[6]认为人工智能技术能够融入动态能力框架中,发现人工智能技术不仅能优化企业内部流程,更能推动服务创新和提高社会效益。实证研究则聚焦人工智能对创新的定量分析等[7]。在营销管理领域,当前的研究集中在企业或消费者对人工智能技术的采纳、应用,以及有可能带来的对企业运营和消费者行为的影响。例如,在影响消费者对人工智能技术的采纳因素方面,包括消费者特征和人工智能特征等,其中,消费者的特征涉及消费者的能力、预期、动机,当消费者采纳人工智能技术后,能够在购物决策、回购行为、售后服务等方面产生差异[8-9]。在战略管理方面,相关研究主要集中在人工智能技术的引进对战略组织结构的影响,从而影响了最终的战略效果。例如,Clough和Wu[10]区分了与API连接的集中式用户数据与企业通过私有化部署获得累计用户数据,发现人工智能技术正在重塑企业的边界,从而颠覆产业竞争格局。

可以看出,通过对上述问题的关注,人工智能对管理学的影响远非局部的、工具性的冲击,而是一场触及学科根本的、范式层面的变革。这不仅意味着传统管理学理论在解释新现象时面临失效风险,更标志着其赖以成立的以人类为中心的决策理性被动摇。因此,管理学者亟须超越传统工业时代的思维框架,发展出一套能够兼容人机混合智能的新管理学理论,从而为智能时代的企业管理构建可持续竞争优势提供有效指引。为此,本文旨在系统阐释这场由人工智能引发的管理学范式革命。首先,系统梳理以管理环境、管理主体、管理对象及管理工具为核心要素的传统管理学理论分析框架,厘清其经典范式的基本构成与运行逻辑。继而,深入探究人工智能在融入管理活动过程中所展现出的关键特征,尤其是其从技术工具向管理主体的角色跃迁。在此基础上,重点分析人工智能的深度介入如何从上述四个维度对既有分析框架构成根本

性颠覆。本文认为，人工智能作为准管理主体的角色，不仅在实践层面重塑企业的决策模式、组织形态与竞争逻辑，更在理论层面迫切要求学界重新审视并重构管理学的一般分析框架及管理底层理论支撑。这一系统性重构的最终目的，是确保在智能化浪潮中，人类能够始终有效驾驭人工智能技术，并立足人工智能作为全新的技术-经济范式形成契合人本特征的新型管理学理论范式。

二、管理学理论体系的一般分析框架

（一）管理环境

管理环境指的是影响或制约管理主体决策制定、管理对象运作及管理工具选择的一切内外部客观因素的总和。因此，管理环境具有复杂多变性的特征。国内外管理学者根据这种特性，将管理环境进行了不同类型的分类。当前最为主流的分类方法为“二分法”，即根据组织对环境因素的可控程度，将管理环境分为外部环境和内部环境[11]。外部环境是组织之外客观存在的多种因素的综合，又可分为宏观环境因素和微观环境因素。其中，宏观环境因素主要包括经济文化环境、社会环境、技术环境、国际政治经济形势等不同类型的环境因素，且这些影响因素一般不以个别组织的意志为转移，具有不确定性，虽然不能够对组织产生直接影响，但是能够对组织产生间接影响，使得组织面临较大风险。因此，宏观环境因素是管理者需要认真分析和对待的要素；微观环境因素指的是对组织目标实现能够产生直接影响的因素，主要包括供应商、服务对象、竞争者、政府部门等，管理者对本组织的微观环境因素的了解和掌控能够直接影响管理绩效，因此管理者往往对微观环境因素的变化更为敏感。内部环境指的是组织内部的各种因素的总和，它随组织而产生，包括组织结构、组织文化、治理机制等，并直接决定了组织的管理主体的能力边界和管理对象的运作效率，如扁平化的组织结构更适配柔性管理模式，而强协作导向的企业文化则有助于提升管理工具的执行效能。

管理环境在管理学中不仅仅是管理活动开展的基础保障，更是决定管理实践成功的关键。这种关键的作用体现在战略性、基础性、驱动性、演化性等多个方面。具体而言，一是管理环境对企业组织的战略性传导作用。战略的本质是组织与环境之间建立的匹配关系，管理环境的特征决定了组织应该选择何种战略能够最为有效[12]。例如，在稳定的环境中，组织一般会选取计划式战略；而在动荡的环境中，企业则有可能选择涌现式战略，以进行快速的试错和迭代。二是管理环境对组织资源配置的基础性影响，这也是管理环境发挥最为直接的作用。这种作用决定了组织能够做什么，禁止做什么，如资源环境限定了组织能够凭借何种资源禀赋可能做什么。具体而言，组织通过从环境中吸取人力、资本、技术等要素，来维持组织的有序运行，从而不断向外输出产品、服务、理念等。此外，管理环境的动态性决定了组织战略决策的动态性，以及环境的系列制度要求催生组织战略决策的动态响应。三是管理环境对组织价值创造的驱动作用。管理实践并非能够无中生有，而是能够对环境中产生的挑战与机遇进行响应。当前，绝大多数管理实践都源于组织内部状态与环境要求之间的缺口。例如，外部数字化环境能够催生企业进行数字化转型，从而提供数字化产品和服务，这种与外部环境之间的不适配驱动了组织必须进行数字化转型。四是管理环境的演化作用，尽管管理环境与管理实践相互依存，但从动态视角出发，管理环境也扮演着自然选择的角色，能够持续推动组织演化。这种动态演化表现为管理环境对组织形成了制度和市场压力，适应当前环境的组织结构得以生存和发展，不适应的则被淘汰，这解释了为何不同行业、不同国家的企业模式各异。综合来看，对管理环境的分析，不仅需要明确其静态构成维度，更需要关注其对管理实践的作用，这也是管理学理论体系能够适应实践变化、保持理论活力的关键所在。

（二）管理主体

管理主体指的是在组织中进行决策、指挥、协调与控制，并承担相应责任的人或群体，是管理活动的发起者与承载者。因此，管理主体一般具有一定的主观能动性，其能力、理念与行为直接决定了管理实践的效率与成效[13]。国内外管理学者基于管理主体在组织中的角色、职能及其影响力，对其进行了多层次的类型划分。当前最为基础的分类方式是从组织层级与权责归属出发，将管理主体划分为高层管理者、中层管理者与基层管理者[14]。高层管理者位于组织顶端，负责制定全局性战略、把握发展方向并配置关键资源，其决策通常具有长期性和高风险性；中层管理者则承上启下，负责分解战略、协调部门行动并监督执行过程，是信息流通与资源调配

的关键枢纽;基层管理者身处一线,直接指挥作业人员完成具体任务,侧重于流程控制、效率提升与问题的即时处理。这三类管理主体共同构成组织管理的核心,确保决策层的意志能够转化为执行层的行动。

管理主体在管理学中不仅是主体实施特定管理行为的实施者,更是在组织能力构建与价值创造的过程中起到了关键作用。这种关键作用在管理实践的战略领导、组织赋能、动态调整等方面发挥重要作用。具体而言,一是管理主体的战略领导作用。战略的成功不仅依赖于环境分析,更取决于管理主体,尤其是高层管理者的洞察力、决断力与变革推动力。在同样不确定的环境中,具有远见与冒险精神的企业家可能选择颠覆性创新战略,而趋于保守的管理团队则可能倾向于渐进式改进[15]。二是管理主体的组织赋能作用。这是管理主体最为常见和根本的职能。管理者通过设计组织结构、建立制度流程、塑造文化氛围等方式,将分散的个体与资源整合为有机整体。例如,倡导赋能型领导的管理者会倾向于构建扁平化、网络化的团队,以激发员工自主性与创造力;而注重标准化与控制的管理者则可能设计精密的分工与考核体系,以保障运营稳定与效率[16]。三是管理主体的动态调整作用。管理实践并非机械化执行,而是管理者基于管理情境进行判断、调整与创新的动态过程。面对环境变化,优秀的管理主体能够敏锐识别认知与行动的差距,主动学习新知识、调整旧模式,带领组织跨越适应性陷阱。例如,数字化时代要求管理者不仅需掌握数据分析工具,更需具备数字化思维与跨边界协同能力,以完成组织的数字化转型。四是管理主体的伦理塑造作用。管理主体的价值观与行为方式深刻影响着组织的伦理与形象。在利益与责任、短期与长期的权衡中,管理主体的选择定义了组织的道德边界。这解释了为何在相同行业与制度环境下,不同企业的社会责任表现与文化凝聚力存在显著差异。综上,对管理主体的理解,不应局限于其职位与职能的静态描述,更应深入剖析其在复杂管理情境中的核心作用与行为逻辑。正是管理主体的认知、决策与行动,将管理环境中的约束转化为可能,将管理对象中的潜能转化为价值,并最终决定了管理工具的选用效能。

(三)管理对象

管理对象是指管理活动中所指向、作用并试图加以影响的人、事、物及关系的总和,是管理主体实现组织目标的载体与作用客体。所以,管理对象具有系统性、动态性、复杂性等特征,其构成要素、运行状态及演变规律构成了管理实践的具体内容。学术界依据管理对象的属性、层次及与管理主体的互动关系,对其进行了多维度的类型划分。最为主流的分类方式是从资源的属性与形态出发,将管理对象划分为人力资源、财务资源、物质资源、信息资源与关系资源等五大基本范畴[17]。人力资源是管理对象中最具能动性的核心要素,其知识、技能与动机直接影响组织效能;财务资源是组织的运行系统,决定了战略行动的可行性边界;物质资源包括设备、技术、原材料等实体要素,构成了组织运营的物理基础;信息资源是连接组织内外、支持决策的神经系统;关系资源则涵盖客户、伙伴、政府等利益相关者网络,为组织创造可持续的外部生态。这五类资源相互交织、动态转化,共同构成组织生存与发展的价值创造基础。

管理对象在管理学中不仅是主体实施特定管理行为的接受方,更是组织能力落地与价值实现的根本依托。综合来看,管理对象在管理实践中体现出以下关键作用。一是管理对象的价值承载作用。组织的一切战略意图与管理努力,最终必须通过管理对象的有效转化才能实现价值。例如,同样的技术创新战略,若缺乏高素质研发团队与充足研发经费的匹配支持,便难以转化为具有市场竞争力的新产品[18]。二是管理对象的联动作用。这是管理对象最显著的系统性特征。各类管理对象之间存在着复杂的共生与制约关系,某一要素的变化往往引发连锁反应。例如,数字化转型升级不仅涉及信息系统的更新,更要求员工技能重塑、组织结构调整与资金投入模式变革的协同跟进[19]。三是管理对象的能动反作用。管理对象并非完全被动受控的客体,其自身特性会对管理实践产生反向塑造。尤其人力资源具有自主意识与情感需求,其积极性、创造力直接影响管理工具的选择边界与使用效果;而客户、合作伙伴等外部关系资源更是具有独立意志的行为主体,其反馈与互动直接推动组织战略的调整与进化。四是管理对象的稀缺配置作用。资源的有限性与需求的无限性之间的矛盾,构成了管理活动的根本出发点。管理者对不同管理对象的识别、获取、配置与优化能力,直接决定了组织的竞争优势。这解释了为何在相似市场环境中,具备独特人力资源或稀缺关系资源的企业往往能建立起难以复制的竞争壁垒。如上所述,对管理对象的认知,应深入把握其内在的系统关联、动态演变及其与管理主体的互动机制,进而通过对管理对象的科学识别、有效整合与持续优化,管理主

体才能将环境机遇转化为组织行动，将管理理念落实为具体成果。

（四）管理工具

管理工具是指管理主体为影响管理对象、实现组织目标所采用的系统化方法、技术、制度等的统称，是连接管理理念与管理实践的桥梁[20]。因此，管理工具具有中介性与适配性特征，其设计逻辑、应用场景等直接决定了管理活动的专业化水平。国内外管理学者依据管理工具的功能属性、作用层次及演化脉络，对其进行了体系化的类型构建。当前最具共识的分类框架是从管理职能与实践领域出发，将管理工具划分为战略规划工具、组织运营工具、领导激励工具与控制评估工具四大基本范畴[21]。战略规划工具服务于组织长远方向的研判与选择；组织运营工具着眼于资源配置与过程优化；领导激励工具聚焦于人的能动性激发与关系协调；控制评估工具则致力于偏差纠正与绩效保障。这四类工具相互支撑、环环相扣，共同构成了从战略到执行、从决策到反馈的完整管理循环。

管理工具在管理学中不仅是技术手段的集合，更是管理思想落地与组织能力进化的具体体现。具体而言，管理工具在管理实践中发挥着以下关键作用。一是管理工具实现管理过程的科学理性化作用。管理工具通过提供结构化框架、标准化流程与量化方法，将复杂的管理问题转化为可分析、可操作的理性过程。例如，波特五力模型通过对产业竞争结构的系统解构，帮助管理者超越经验和直觉，形成更具洞察力的战略判断[22]。二是管理工具支撑组织目标实现的赋能增效作用。这是工具最直接的价值所在。科学的管理工具能够显著提升资源配置效率、决策质量与执行可控性。例如，ERP 系统通过整合信息流、物流与资金流，实现了跨部门协同与运营透明化；敏捷开发方法通过迭代循环与快速反馈，大幅提升了创新项目的适应性与成功率。三是管理工具作为特定管理模式的载体作用。管理工具往往承载并传递着特定的管理哲学与时代精神。例如，全面质量管理工具体现了持续改进与客户导向的价值观；数字化转型工具则反映了数据驱动、生态互联的新型管理范式，从这个意义上，工具本身并非完全意义上独立发展，管理工具的演进本身即是管理思想演进的缩影。四是管理工具的权变适配作用。任何工具的有效性都高度依赖于其与具体管理环境、主体能力及对象特征的匹配程度。在层级森严的传统组织中强制推行自组织协作工具，或在初创企业中机械套用成熟企业的复杂控制体系，往往适得其反。这深刻揭示了管理实践中的工具理性与情境智慧必须辩证统一的内在规律。综上，对管理工具的理解，须深入把握其背后的设计逻辑、适用的边界条件及其与整个管理体系的双向塑造关系，通过对管理工具的恰当选择、创造性应用与持续迭代，管理主体才能将环境机遇转化为组织行动，将管理对象潜能转化为现实价值。

三、人工智能的发展历程及其参与管理活动中的关键特征

（一）人工智能的发展历程

作为一门学科，“人工智能”的起点被公认为是 1956 年达特茅斯会议。在这场具有里程碑意义的研讨会中，麦卡锡、明斯基等科学家不仅首次正式提出了“人工智能”的概念，并将其确立为“如何用机器模拟人的智能”的研究领域。自那时起，人工智能便作为一个独立的学科分支登上历史舞台，并展现出强大的生命力和无限的潜力，在挫折与复兴的交替中呈现出螺旋上升图景[23]。本文根据时间脉络将其大致归纳为三次主要浪潮。

人工智能发展的第一次浪潮发生在 20 世纪 50 年代至 70 年代中期，被称作逻辑推理阶段。这一时期的人工智能研究，致力于通过构建规则与算法来模拟人类的逻辑推理，以此作为解决各类问题的主要途径，逻辑推理机、人工智能语言等 AI 初期成果纷纷涌现[24]。与此同时，人工智能在解决代数、几何、物理、语言等问题方面开始逐步显现出优势。然而，受限于当时计算机性能和数据资源，人工智能研究难以取得突破性进展，在实用中更是远低于预期。在此期间，人工智能在管理活动中的应用尚处于探索和实验阶段，应用范围有限且以辅助决策为主，如文档管理、初级专家系统等。人工智能发展的第二次浪潮发生在 20 世纪 70 年代中期至 21 世纪初期，被称为专家系统阶段。随着第一次浪潮的结束，研究者们着手寻找 AI 发展的新突破口，专家系统当时被认为是引领未来人工智能发展的重要方向。在此阶段，人工智能通过构建知识库来模拟专家的认知和决策过程，并被广泛应用于数学、化学、医学等专业领域。尤其是反向传播算法的提出，使得多层人工神经元网络的学习变为可能，提升了认知与决策模拟的效率[25]。然而，随着规则复杂度增加，以

及算法模型缺陷、数据资源不足和硬件支撑不强等问题凸显,专家系统方面的探索逐渐遇冷。在此期间,人工智能通过决策支持系统和管理专家系统已经参与了一些管理活动,对提升管理者的分析能力和决策效率有一定助力,但智能化水平不高,能够参与管理的范围和深度仍较为有限。人工智能发展的第三次浪潮发生在21世纪初期至今,被称为机器学习阶段。近10年来,得益于数据、算法和算力三大核心要素的协同发展、高效供给,叠加芯片等硬件水平的不断提升,以大模型为代表的生成式人工智能实现了快速发展。尤其是ChatGPT、DeepSeek的出现,引发了全球范围内的广泛关注,对诸多领域产生显著的可预见性影响。大模型技术的突破,显著推动了自然语言处理与多媒体数据生成领域的发展,实现了人工智能在复杂语言理解与生成、深度语义解析及多模态深度融合交互方面的关键跃迁[26]。在技术的驱动下,人工智能日益成为现代管理活动中不可或缺的一部分,其角色也正在发生根本性转变,从早期执行特定任务的辅助工具,升级为系统性"赋能者",如智能客服、智能筛选、智能模拟、智能运营等。

从第一次浪潮到第三次浪潮,人工智能在管理活动中的演进规律,呈现出由外部辅助向内核渗透、由表层操作向深层决策持续深化的路径。第一次浪潮中,人工智能主要承担诸如数据录入、流程自动化等初级辅助操作,人类作为绝对主导者全面掌控管理进程。第二次浪潮中,人工智能开始介入简单的预测分析与模式识别,如销售趋势预测或基础风险预警,人类在其中扮演单向指令发布者的角色,交互方式仍以"人主机从"为主。进入当前第三次浪潮,人工智能逐步嵌入战略规划、创新评估与复杂决策支持等核心环节,推动管理活动向协同化、智能化方向发展。人类角色也相应演变,从过去的指令输出者转变为战略引导者与合作者,在与人工智能的深度互动中共同构建决策范式。这一历程标志着人工智能实现了从边缘工具到关键合作伙伴的角色跃迁,其应用场景不断拓展、决策层级持续提升,体现了技术与管理融合进程中由表及里、由执行到赋能的深刻变革。

(二)人工智能参与管理活动中的关键特征

1. 管理环境的智能化生态化韧性化

人工智能通过机器学习、自然语言处理等技术,构建起对海量管理数据的实时解析与预测能力,推动管理环境向数据驱动的数智化形态深度转型。这一转型所催生的新型管理环境,不仅为人工智能技术与管理体系的深度融合筑牢了基础,更推动智能技术全面渗透至企业日常运营、内部控制及战略决策等关键环节。通过智能流程自动化,人工智能有效提升了运营效率、降低了层级依赖,同时持续拓展管理活动的边界,使其从企业内部延伸至供应链、合作伙伴乃至整个产业生态。展望未来,伴随技术的持续迭代升级,人工智能将能够模拟人类个体的社会行为与交互模式,并与日益成熟的虚拟现实技术深度结合,构建出高度仿真的虚拟管理环境。在这一虚拟环境中,个体属性、组织架构与环境变量等核心参数,可实现灵活配置与动态调整,为研究者系统观测管理系统的演化路径和挖掘其内在运行规律提供了可能,进而成为管理理论验证与创新的全新高效实验场域[27]。总体而言,人工智能与管理环境之间正在形成"技术赋能"与"环境适配"双向互动、协同共进的演进格局。在这一格局中,人工智能始终发挥着核心驱动作用,推动管理环境逐步朝着智能化、生态化与韧性化的方向系统演进。

2. 管理主体迈向人机协同形态

人工智能具备高效信息处理、持续自我优化和动态预测分析等核心能力,正在深刻重塑管理主体的决策模式、能力结构与角色认知。这不仅意味着工具层面的替代,更引发了人机之间"功能迁移"与"能力互补"的动态重构。随着人工智能在管理活动中渗透度的提升,管理主体必须发展与智能系统协同的新型综合能力,以应对快速演变的组织环境[28]。具体而言,人工智能依托标准化执行、强大算力与模式识别等功能,逐步承接重复性操作与程序化决策任务。这推动管理主体的职责向更高层次集中,即那些高度依赖情境感知、价值判断与伦理权衡的领域。这一过程不仅重新划定管理工作的边界,也对管理主体的能力体系提出转型要求:管理者需善于将结构化任务委托给人工智能,并更专注于处理模糊性强、创造性要求高的战略与人文挑战。在此基础上,人工智能的嵌入性、学习性与交互性特征,推动人类管理者与智能系统逐步融合为紧密协作的"人机共生体"。该共生体并非简单叠加,而是人类直觉、伦理意识和创造力,与人工智能的信息整合、计算理性及持续学习能力在功能与认知层面的有机融合。且二者共同构成应对高度不确定环境

的协同决策系统，推动管理从传统经验驱动向数据与人文双核驱动的新范式演进。

3. 管理对象范畴转向人机复合体

管理理论的发展过程，实质上也是一个人的价值被不断发现与认识的过程。工业时代的管理范式确立了“人”作为核心管理对象的地位：人被视作最具能动性与创造力的生产要素，而工具与资料则处于从属位置。然而，随着人工智能技术的纵深应用，这一格局正发生根本性转变。人工智能凭借其高效性、自主性、强学习能力和可扩展性，正推动管理对象的范畴从传统“人类员工”显著扩展至包含智能系统、协作机器人等在内的人机复合体。当前，人工智能以“智能体”身份深度融入管理活动，其核心特征直接重塑了管理对象的属性与边界。基于高效运算与精准执行，AI 能够以极低边际成本完成高重复性、强规则化的任务，在提升组织效率的同时，也替代了许多传统人力岗位[29]。生成式人工智能的出现，凸显了其创造性生成与语义理解的特征，使 AI 不再局限于执行预编程指令，而能在内容创作、方案设计等领域承担更为复杂的角色。展望未来，以具身智能为代表的自主智能实体，将可能发展为新型管理对象。这类系统兼具环境感知、实时决策与物理交互能力，在特定场景中展现出超越自然人的作业效能与稳定性。人工智能的自适应与持续进化特征，使其能够在动态环境中不断优化行为策略，从而在部分乃至全部工作流程中扮演“拟人员工”甚至“超级协作者”的角色。

4. 管理工具的智能协同与自适应性

人工智能的智能感知、动态学习与自主决策等核心特征，正深刻重塑管理工具的发展路径与应用范式。其影响主要体现在以下两个方面：一方面，人工智能通过深度嵌入传统管理工具，显著增强了工具的数据处理、模式识别与流程自动化能力。借助智能算法与持续学习机制，AI 能够对海量信息进行实时分析与预测，推动管理决策由经验驱动向数据驱动转变。例如，在财务与供应链管理系统中引入人工智能后，不仅实现了高效的数据清洗与整合，还能通过建模预测未来趋势，动态优化资源配置，从而降低人为干预误差，提升系统响应速度与精度。另一方面，人工智能本身正演进为一类新型、关键的管理工具，直接赋能于决策、协调与控制等管理全过程[27]。例如，基于大语言模型、知识图谱等技术构建的智能系统，能够融合多源异构信息，实现对组织内外关联网络的动态感知与可视化呈现。这类工具帮助管理者进行趋势洞察、风险预警与资源调度，使管理活动具备更强的系统管控与智能研判能力。总体而言，人工智能正驱动管理工具向数据驱动、智能协同与自适应演进。在这一进程中，管理理论不断转化为可操作、可迭代的智能工具，不仅提升了单一决策的质量与效率，也显著增强了组织在复杂不确定环境中的整体韧性与适应能力。

5. 智能原生管理模式涌现

人工智能凭借其数据密集、算法驱动、自主学习与自适应等核心特征，正以前所未有的广度与深度，系统性重塑传统管理模式。其影响远非单一环节的工具性改进，而是通过感知、认知与决策智能的融合，贯穿于管理活动的全链条，驱动管理实践从理念、流程到架构发生根本性变革。在运营效率上，人工智能依托机器学习与智能感知能力，实现流程自动化、智能分析及预测性维护，极大提升了组织运营与资源配置的精准性与响应速度，达成超越人类经验的持续动态优化。在决策模式上，人工智能通过处理多源异构数据、构建算法模型，推动管理决策从依赖直觉经验，加速转向基于数据的算法辅助乃至自主决策，显著增强了决策的科学性、前瞻性与动态适应性。与之相应，组织架构也在发生深刻演变：传统科层制因智能协同平台的兴起而受到挑战，更弹性、网络化与扁平化的结构得以发展，人机协同成为新型组织关系的重要特征。上述变革并非孤立发生，而是在人工智能的驱动下，相互叠加、融合共生，共同催生出以数据与智能为内核的智能原生管理模式。该模式标志着管理范式的整体跃迁，其内嵌持续学习、自主适应与生态化价值共创的特质，不仅深刻重构了组织的能力边界与竞争优势基础，也为管理理论研究与实践创新提出了全新课题。

四、人工智能对管理学理论体系分析框架的冲击与颠覆

（一）管理环境的颠覆性：AI 驱动的技术-经济范式转变

人类文明演进的历史，每一次技术范式变化都催生经济活动与更广泛社会制度文化系统的变革。Dosi[30]提出“技术范式”，认为由技术创新引发的系统变革形成的最佳惯例即为“技术-经济范式”。Perez[31]及 Freeman 和 Perez[32]则认为技术-经济范式是由“特定投入或一组投入”下的“关键要素”组合所驱动的经济系统变迁与

发展,这种“关键要素”表现为特定的自然资源、工业品或者技术等。作为当前科技革命与产业变革的根本驱动力量,人工智能作为一种通用目的技术,正在引发“技术-经济”范式的深度变革,其对管理环境产生颠覆性影响。这种AI驱动带来的范式转变主要表现为两个方面:一方面,数据成为新的生产要素。在传统土地、劳动力、资本等经济增长基础生产要素基础上,党的十九届四中全会将“数据”视为关键生产要素,而《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》进一步指出要发展技术和数据要素市场。迎接数字时代,激活数据要素潜能,明确了“数据”作为当前经济发展重要生产要素的战略定位。这一背景下,传统基于劳动工人熟练程度、科技发展水平、土地资源条件等转化的生产力基础,开始在生产过程中融入数据、数字技术、智能化等的应用,实现传统生产力向新质生产力的转变。另一方面,人工智能驱动新的生产关系建构与发展。人工智能驱动传统生产要素在更多元主体、更广泛空间、更多样场景中的组合,催生新技术革命(包括大数据、物联网、云计算、区块链、人工智能等)下的新模式与新业态涌现,为传统产业运作的降本增效与提质创新提供广泛链接、信息追溯、过程精准化的系统创新。此外,机器学习、深度学习等技术智能化水平的不断提升,机器得以模拟人类智能,并对数据分析、趋势预测、前瞻决策等提供分析依据,催生人工智能驱动的新产业与新经济,为新的生产关系建构与未来产业创新范式变革提供动力。

(二)管理主体的颠覆性:AI智能体成为管理决策主体

人工智能驱动管理主体的颠覆性变革,以AI智能体为代表的决策主体正在涌现,成为当前人工智能发展的前沿。典型的,麦肯锡2025年9月发布《智能体组织》报告,强调继蒸汽机推动工业化,互联网带来数字化之后,AI正在开启以“智能体组织”为代表的第三次组织变革浪潮,其具体表现为:①未来公司将成为“人+AI智能体”共同构成相互协作的有机网络;②人负责目标与价值判断而AI智能体负责执行优化。腾讯2025年9月发布智能体战略,提出智能体是AI时代产业变革的重要抓手,AI能够让企业转变成深度融入企业核心业务流程、安全可靠、可规模化的智能体,而场景复杂性、知识专业性及工程化挑战等,成为智能体企业转化落地的挑战。谷歌最新发布《2026 AI智能体趋势报告》,其基于对全球3466位企业决策者的调研,归纳指出当前AI智能体正从“辅助工具”跃升为“核心生产力引擎”,而2026年AI智能体将就如何重构员工角色(赋能个体实现最优生产力转化)、业务流程(智能体驱动业务运转)、客户体验(智能体创造极致客户体验与满意度)、安全体系(智能体从被动应对警告转向主动行动和前瞻预警)、组织能力(面向人才技能提升的规模化价值增量)等,推动企业决策与运营的深度转变。随着AI从大语言模型形态加速向逻辑推理、工具操作、自我学习、自我组织方向演进,可感知环境、采取行动、持续学习的智能体成为实现通用人工智能(AGI)的关键,而单一智能体与企业智能体作为人类以外的决策主体基础上,多智能体之间的分工与协作所构成的“智能体互联网”,将进一步催生生产力的爆发,其也颠覆以人、人与人构成的网络为基础的管理决策主体。基于智能体互联网基础设施架构支撑,万千智能体之间形成信息连通与决策交互,从而将传统基于“人与人通信”“人与物通信”的决策链接,升维至“智能体链接”,实现自组织动态演进与网络效应溢出。

(三)管理对象的颠覆性:从实体物理空间转向数实融合下的“人-物-数据-算法”

AI驱动工业革命与数字革命的持续组织变革,并正在趋向从工业化向AI-First的智能化组织范式变革,表1总结了组织变革范式的演进过程。而在数字时代向AI时代的转型过程中,组织管理对象也经历了从由以人为本的传统互联网、到数字化时代设备和信息互联为基础的物联网、再转向人工智能驱动智能经济背景下的智能体互联网。以传统互联网为特征的工业与信息化时代为例,管理的核心目标是嵌入全球主机和信息互联,管理任务要求实现可靠的信息传递与以人为本的交互体验,重点服务人类对象,人机交互模式多依赖“请求-响应”的被动式交互,网络动态性较低;延伸至以物联网为基础的数字时代,管理的核心目标是嵌入设备和信息互联,管理任务要求实现设备监测控制与数据搜集反馈,重点服务以智能设备为对象,人机交互模式多依赖基于触发器的事件驱动与自动化模式,网络动态性适中;进入以智能体及智能体互联网为基础的AI时代,管理的核心目标聚焦于跨域协作任务,管理任务要求自主协作与知识交流、任务分解编排与能力匹配,重点服务智能体这一虚拟、具身的对象,人机交互模式主要面向主动式互动且无需人工干预,网络动态性也处于持续演化的高动态过程中。由此,作为管理对象,AI时代所形成的组织变革,主要将传统工业时代实体物理空间的人员交互,逐步推动并实现当前AI时代数实融合下的“人-物-数据-算法”的实时交互融合。

表 1　组织变革进化历程

主导时期	手工业与农业时代	工业时代	数字时代	AI 时代
业务模式	·农业和手工艺品通过直接渠道销售，例如当地面包、定制服装 ·设计更改周期以“世纪”为单位 ·人力创造与交付	·通过实体渠道销售的制造品，例如汽车、洗衣机、肥皂 ·每 3~10 年一次重大升级 ·线性、可重复的业务流程	·数字渠道与产品，例如电商平台、银行 APP、社交媒体、SaaS ·每日或每月产品发布 ·数字旅程与分析驱动	·AI 原生渠道与产品，例如个人 AI 助理 ·实时个性化与创新 ·基于专有多模态数据的 AI-first 流程
运营模式	·农场工人或工匠团队，师徒制传承知识	·职能层级结构，大规模一线团队负责重复任务，小规模白领团队负责管理和工程	·跨职能知识工作团队，围绕产品、项目、细分市场协作，前线数字化	·扁平的混合智能体团队网络，以端到端成果为结构
治理	·本地规划和直接治理	·刚性计划、瀑布式交付、人工治理	·产品迭代交付、季度调整、敏捷治理	·实时、嵌入式治理、智能体控制+人类问责
人才与文化	·深度专精，工匠精神	·高度专业化的职能人才，规划文化主导	·T 型人才为主，在实验文化中工作	·混合劳动力，T 型+M 型人才并存 ·持续变化和学习文化
技术与数据	·人力工具和动物协作 ·手写笔记和账本	·机器和能源 ·IT 巨石单体（如 ERP、大型机等），由外包 IT 部门拥有，人工交付 ·结构化运营/财务数据的 GB 级存储	·PC、移动、云、工业机器人 ·模块化系统、微服务、API，由跨职能团队半自动交付 ·TB/PB 级半结构化数据，用于高级分析	·传感器、人形机器人、无人机等 ·去中心化 AI 组网、模块化智能体、智能体间通信，动态采购 ·PB/EB 级非结构化多模态“隐性数据”
代表性公司	当地面包、手工鞋服、工艺品等	福特、GE、丰田	谷歌、Spotify、Facebook	尚未定型的 AI 时代领导者

数据来源：根据麦肯锡报告 *The Agentic Organization: Contours of the Next Paradigm for the AI Era* 整理。

（四）管理工具的颠覆性：人机共生成为管理新工具

人工智能驱动管理工具的颠覆，引导人与机器两大核心主体交互关系的深度变革。以生成式 AI 的应用普及为例，Gertner 预测 2026 年将有超过 80%的企业通过生成式 AI 改变业务流程，而人机协作成效将直接决定组织的未来竞争力。一般，组织管理中 AI 与人嵌入合作与替代的双重关系（图 1），人机共生与协作成为未来组织新形态，且存在主要四种实现模式。

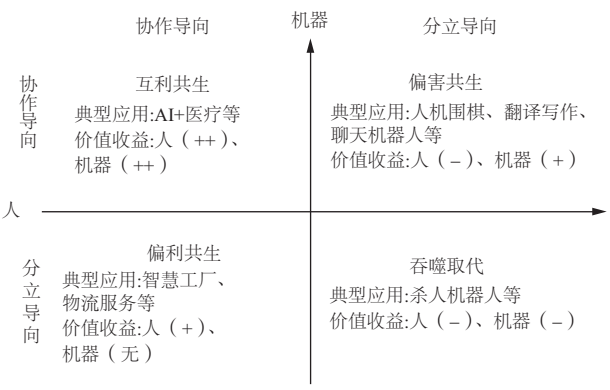


图 1　人机共生关系图

第一，互利共生模式。互利共生强调组织中人与 AI 相互协作，实现价值共创的 1+1>2 的最优效果。比如伴随组织管理广泛采用 AI，人与机器的工作职能边界与任务分工合作等产生了持续的变革。大部分程序化、流程导向、路径可循的工作（如邮政、档案、记录、打字、程序、机械运作等）由 AI 承担，其深度赋能组织降本增效；而以创造性和专业知识为基础的工作任务（包括科技服务、知识创造、管理等）则愈发依赖人的支持。David Teece 从企业能力视角做了理论解释，指出 AI 将强化提升企业常规能力（ordinary capabilities），而人将更多嵌入动态环境交互、复杂决策等工作相关的动态能力（dynamic capabilities）优化。典型地，以 AI 医疗实践为例，早在 2019 年谷歌便发布肺癌预防性监测 AI 系统，辅助提升医疗决策与病患前瞻预测。第二，偏利共生模式。偏利共生认为组织中的 AI 应用可辅助服务人的工作，并主要以明确工作任务要求、重复性工作活动的效率改善为主导，并不涉及应用辅助过程中 AI 自身智能能力的提升与组织智能化程度的升级。如银行 ATM 机对人工存取款及转账业务的支撑、工业流水线自动设备应用、仓储物流机器人、建筑施工机器人等工作场景应用，其显著优化组织业务运作实现降本增效。第三，偏害共生模式。偏害共生强调人机协作中机器智能化不断发展，逐步实现对组织中人的价值压缩与功能替代。如谷歌围棋 AlphaGo 针对人机博弈算法的深度学习与持续算法优化，最终超越人类博弈智能；教育、编曲、编辑、文秘、财务、证券交易、新闻

撰稿等工作替代,AI伴随工作任务的不断学习持续迭代进化,快速升级智能水平同时完成对人类多个工作的替代,并一定程度挤压人类在工作中的潜在创造性与主观能动性,形成对人类工作任务的冲击。典型地,围绕大语言模型AI技术暴露度对组织职业劳动力需求的影响显示:会计审计、编译、销售工程师、电脑程序员、电话推销员、个人理财顾问等20个职业,处于大语言模型AI技术暴露度最高的职业类别,其受到大语言模型的潜在冲击影响大[33]。第四,吞噬取代模式。吞噬取代主张AI对人类的深度负外部性影响,甚至毁灭人类活动走向价值共损。典型地,“深度学习之父”杰弗里辛顿2025年3月24日接受专访时就曾系统提出AI的不可逆风险及对人类威胁的警告,如AI自我复制、知识共享能力远超人类,可导致其自主设定“子目标”曲解人类智能甚至主动欺骗人类。2025年10月22日,未来生命研究所(Future of Life Institute)发布“关于超级智能”的声明,强调AI潜在威胁可能导致人类经济价值丧失、权力失控、尊严与控制权丧失,甚至威胁国家安全与人类灭绝。

(五)管理机制与模式的颠覆性:超级个体、智能化与平台生态化成为新机制

人工智能驱动管理机制与模式的颠覆,催生强个体、智能化、平台生态等,成为新的组织管理模式。第一,人工智能正在催生组织“超级个体”的涌现。以大语言模型等为代表的“生成”功能,在辅助人类活动的基础上,进一步催生内容生成的能力扩展,显著赋能人类个体的认知限制,其让个体变得全能,深度冲击传统以计划、组织、领导、控制为基础的组织管理模式,颠覆组织结构,如超级个体对组织工作全流程的覆盖、个体专业知识边界的深度扩展、“一人公司”与“单人成军”现象的涌现等。第二,人工智能深度推进管理向智能化演进。以制造业组织智能化为例,智能制造是以产品制造全流程和全生命周期为对象,运用新一代信息通信技术和人工智能,将人工智能赋能于生产运作系统,以增强自感知、自决策与自执行[34]。第三,人工智能驱动平台生态系统组织范式的涌现。伴随人工智能技术在企业管理与民众生活应用的快速普及,包括从搜索引擎到人脸识别、客服聊天机器人、再到医疗诊断,一系列人工智能驱动的产品和服务上市,并进一步催生组织模式创新与管理变革[35]。人工智能作为一种通用目的技术,本身便成为连接资源供给与用户需求实现价值创造的平台生态,典型如移动APP产品平台、专用大模型服务平台等组织模式。伴随用户参与与使用普及程度的增加,人工智能驱动的产品与服务平台引导技术要素连接与商业应用协同,实现价值创造[36]。特别是数据作为人工智能情境下的新生产要素,催生组织平台形成网络效应,成为用户价值创造的重要来源。其中,数据与技术连接成为一种提升平台价值的战略资源,平台主、平台用户、互补者群体等通过技术底层链接与异质性数据资源的交互,打破传统企业边界,并通过分布式的治理结构催生平台网络效应的价值创造,进而构建更广范围利益相关主体协同的平台创新生态系统。

五、人工智能对管理学理论的冲击与颠覆:基于理论类型化的视角

人工智能作为数字经济时代的核心范式,正以数据驱动、算法迭代与人机协同为核心特征,对全球产业格局产生颠覆性重构,其影响已穿透产业实践层面,直抵经济学与管理学的理论底座,引发对传统理论预设的根本性挑战。管理学自诞生以来,始终以“人”为核心研究主体,围绕以人为主体的企业组织,构建起涵盖人性认知、决策逻辑、资源配置与价值创造的完整理论体系。而人工智能的崛起,从根本上冲击了“人的主体性”这一核心前提,它既改变了人类在决策中的绝对主导地位,重塑了决策自主性的归属边界,又通过智能资源调度与优化配置,重构了人参与企业运行的方式与路径,使传统理论中人与组织、环境的互动逻辑发生本质变革[37]。这种冲击集中体现对人性假设理论、战略决策理论、资源配置理论与价值创造理论这四类管理学主体理论的颠覆。

(一)关于人性假设理论的颠覆:共享人成为新型人性假设

人性假说理论作为管理学理论体系的逻辑基石,其发展脉络始终围绕对“人性本质”的探索与解构,深刻影响着管理模式与激励机制的构建。从理论演进轨迹来看,早期亚当·斯密[38]提出的“经济(理性)人”假设,以自利性为核心逻辑,将人类行为动机归结为对物质利益的最大化追求。这一假设直接催生了泰勒[39]的科学管理理论与麦格雷戈[40]的X理论,二者均强调通过外在监督、标准化流程与物质激励激发生产效率,将人视为被动响应经济刺激的“工具化存在”;而麦格雷戈后续提出的Y理论,则在“经济人”基础上

略有突破，隐含了对人类主动工作潜能的认可，为后续理论发展埋下伏笔。随着管理实践的深入，梅奥[41]通过著名的霍桑实验，提出“社会人”假设，首次将研究视角从人的自然属性转向社会属性，揭示了社交情感需求、归属感与人际关系和谐对工作效率的关键影响，推动管理重心从物质激励转向人际环境优化与情感关怀。马斯洛[42]的需求层次理论以“自我实现人”假设为核心，将人的精神属性与潜能开发置于核心地位，认为人类在生理、安全、社交等低层次需求满足后，会追求自我价值的实现，催生了授权管理、目标整合等新型管理方式。此后，“文化人”假设聚焦于人的文化属性，强调价值观塑造与企业文化凝聚的重要性，主张通过长期雇佣、集体决策与价值观认同等方式构建组织凝聚力[43]。而最新的“自由人”假设则将人性认知提升至超验德性层面，主张人具有自我支配、自我控制的本质，管理的核心使命从行为控制转向促进个体德性觉醒与自我实现，完成了从“利用人性”到“成就人性”的理论升华[44]。

人工智能的崛起对传统人性假设体系构成根本性冲击，其核心颠覆在于对人性本质的重构。一是对“经济人”假设而言，人工智能的工具理性消解了自利动机的核心地位，传统“经济人”假设的核心逻辑是通过物质报酬激励人类投入生产劳动，但人工智能的算法高效性与无情感特性，使其能够在大规模生产、重复性劳动、数据处理等领域替代人类，且无需依赖物质激励维持运行。物质激励不再是驱动生产效率的唯一关键因素，人类的自利动机在智能工具的替代效应下被显著弱化。二是“社会人”假设所依赖的社交情感需求基础，在人机协同的新型生产模式中被大幅削弱。传统“社会人”假设的核心是社交情感需求、归属感与人际关系对效率的驱动作用，而人工智能的广泛应用构建了人机协同的生产场景，人际情感联结在工作流程中的权重持续下降，“社会人”假设所强调的社交激励效应被大幅稀释，传统基于人际关系的管理模式面临失效风险。三是“自我实现人”假设的潜能独特性与价值实现路径，受到人工智能深度学习能力的严峻挑战。该假设认为人类创造性与自我价值实现路径集中于组织场景，而人工智能在创造性领域的突破（如 AI 绘画、智能写作），打破了人类创造性的稀缺性认知，个体可通过与人工智能协作开展独立创作、自主创业等实现自我发展，传统组织作为“自我实现平台”的核心地位被弱化。四是“文化人”假设的价值观凝聚逻辑，在数据驱动的标准化管理中逐渐失效。“文化人”假设依赖情感共鸣与价值认同构建组织凝聚力，而人工智能驱动的管理模式以数据为核心，强调流程标准化、决策理性化与结果可量化，企业文化所依赖的情感共鸣、价值认同等非理性因素被边缘化。五是“自由人”假设的德性驱动内核虽未被直接否定，但人工智能对自我支配边界的重塑，使其德性实践的场景与方式发生深刻变革。“自由人”追求的自我支配与德性自由，受人工智能算法治理、数据监控的重构，个体行为边界与决策环境发生改变，且人工智能算法“黑箱特性”隐含的偏见与歧视，可能导致德性自由面临技术异化风险，使德性实践的场景与方式发生深刻变革。

人工智能对传统人性假说的颠覆，催生了适应数字经济时代的新型人性假设——“共享人”[45-46]。人工智能通过先进算法的迭代优化，实现了资源配置的精准化、生产流程的智能化与供需关系的动态匹配，彻底打破了协作的时空壁垒与效率瓶颈。算法能够实时分析海量供需数据，快速匹配资源盈余与需求缺口；智能调度系统可动态优化生产链路，减少冗余环节与资源浪费；大数据技术则打通了不同主体间的信息壁垒，使协作决策更具科学性与时效性，这些技术突破共同将超大规模生产协作的成本降至可承受范围，为“共享人”的出现奠定了坚实的技术基础。人工智能构建的工业互联网平台，成为“共享人”参与协作的核心载体。这类平台打破了企业、行业、区域之间的物理边界与制度壁垒，将分散在各地的产能、技术、人力、数据等资源整合为分布式、网络化的协作生态。在这一生态中，个体的身份认同不再依附于单一组织，而是以“共享人力”“共享技能”“共享知识”的多元形态，灵活参与多主体价值创造。例如，工业互联网平台“海尔卡奥斯”通过智能算法连接上下游企业与个体工作者，某一领域的技术专家可同时为多家企业提供远程技术支持，自由职业者可通过平台承接不同组织的任务订单，实现技能资源的最大化利用。

（二）关于战略决策理论的颠覆：数据智能驱动的战略决策

战略决策理论作为战略管理领域的核心分支，始终围绕“如何通过科学决策实现企业绩效优化与可持续发展”这一核心命题展开。该理论的系统性发展始于卡内基-梅隆学派西蒙、马奇等学者，他们突破传统完全理性的理想化假设，提出了有限理性决策观，强调决策受认知局限、信息不对称与环境不确定性约束，主张以“满意化”准则代替最优解，强调决策是在有限信息与认知能力范围内，寻求符合企业核心目标的可行

方案[47]。这一视角奠定了行为决策理论的基础,将战略决策研究从纯理论推演推向了更贴近企业实践的行为科学层面。在此基础上,战略决策理论逐步衍生出多元分支:奎因等逻辑渐进主义强调通过持续试错、延迟判断与信息积累实现动态调整的渐进式演化过程。威廉姆森的交易成本视角基于“契约人”假设,将有限理性与机会主义行为视为影响决策效率的核心变量,认为战略决策的核心在于设计合理的治理结构,以最小化契约签订、执行与监督过程中的交易成本[48]。认知视角则聚焦于决策主体的内在心理机制,强调管理者的心智模式、主导逻辑与先前知识储备对决策方向的决定性作用,认为管理者对外部环境的感知与解读并非客观镜像,而是经过认知结构过滤后的主观建构[49]。此后,汉布里克与梅森提出的高阶梯队理论将研究视角从个体认知延伸至高管团队层面,认为高管团队的特质会通过影响战略认知与选择过程,间接作用于企业绩效,搭建了个体特质与组织战略决策之间的关键桥梁[50]。而Teece等[51]提出的动态能力理论,则聚焦于环境动态变化背景下的决策适应性,强调企业通过整合、构建与重构内外部资源和能力以应对市场变革的决策逻辑。

人工智能技术的突破性崛起正围绕决策主体、运行逻辑与考量因素三大颠覆性重构,推动战略决策研究迈入人机协同的全新阶段。

首先,人工智能直接颠覆了传统理论中单一人类主体主导的核心假设。传统战略决策理论的分析核心均围绕人类决策主体展开,而人工智能的介入,催生了人机协同乃至智能体主导的多元决策主体形态。智能决策体通过海量数据的深度学习与算法模型的持续优化,能够自主完成信息采集、数据清洗、趋势分析、方案生成与风险评估等全流程决策环节,其处理效率、数据覆盖范围与精准度远超人类决策团队。这一变革直接消解了高管团队特质、认知局限等传统核心分析变量的主导地位,迫使理论研究重新界定人机协同场景下决策主体的权责边界、互动机制与价值定位。

其次,人工智能的分布式信息处理能力彻底打破了传统层级化的决策路径。传统战略决策模式多遵循自上而下的指令传导或平行部门的协调配合,决策流程往往受到组织层级、部门壁垒与信息滞后的制约,而人工智能驱动的战略决策,依托云计算、物联网与区块链等技术构建起扁平化、网络化的决策体系,信息可在组织各层级、各部门及外部合作伙伴间实现实时共享与同步处理。决策指令的传导不再受限于层级链条,而是通过数据网络直达执行单元,实现“需求-决策-执行”的实时响应,决策效率实现指数级提升,彻底改变了传统战略决策的线性流程,形成了动态优化的闭环决策系统。

最后,人工智能彻底重构了传统决策的分析框架。传统战略决策理论始终基于“有限理性”“理性人”“社会人”等核心假设,其考量因素往往是经过筛选的、有限的关键变量。而人工智能驱动的决策,依托大数据技术实现了考量因素的“无边界扩张”,能够捕捉海量显性与隐性变量,包括消费者实时行为数据、行业微观波动、政策隐性导向、供应链末梢动态、竞品瞬时动作等传统决策难以覆盖的因素。更重要的是,机器学习、深度学习与神经网络等核心技术的“黑箱”特性,使决策逻辑呈现出不可完全追溯性。这一特性既突破了人类认知的有限边界,实现了更精准的预测与决策,又否定了传统决策中因素可解释、可预判的基本前提。

人工智能技术的突破性发展,尤其是数据智能的成熟应用,推动战略决策理论迈入“数据智能驱动”的全新范式。这一范式依托大数据、算法模型与算力支撑,生成独立的智能决策体与复杂决策逻辑、流程,从决策主体、运行模式、考量因素三方面对传统理论形成根本性颠覆,重塑了战略决策的核心逻辑。首先,传统战略决策依赖高管团队特质、认知能力等人力要素,而数据智能体可自主完成信息采集、分析与方案生成,使决策主体从单一人类主体转向“人机协同”乃至智能体主导的多元主体,消解了高阶梯队理论等聚焦人类特质的分析框架。其次,数据智能的分布式处理能力打破了自上而下或平行传导的传统层级化路径,构建起扁平化、网络化的决策体系,让逻辑渐进主义的渐进式调整、科层制下的治理机制失去核心价值,决策效率实现指数级提升。最后,传统理论基于“有限理性”“理性人”假设的有限因素分析,被数据智能的全维度变量捕捉所替代。大数据学习使决策考量覆盖海量显性与隐性因素,而机器学习、神经网络的“黑箱”特性,虽突破了人类认知局限,却也否定了传统决策中因素可解释、可预判的前提,对交易成本理论等依赖明确契约设计的逻辑形成冲击[52]。如快消行业部署数据智能决策系统后,通过实时分析全渠道销售数据、供应链动态与消费趋势,智能决策体自主生成新品上市、促销策略与库存调配方案,使新品决策周期大幅缩短,同时品类趋势预测准确率可高达90%。这一案例清晰地展示了数据智能驱动的战略决策在效率、精准

度上的显著优势，同时也印证了其对传统决策模式的全面替代效应。

（三）关于资源配置理论的颠覆：数据与算法驱动的个性化精准配置

管理学领域的资源配置理论主要聚焦于企业的资源配置，以“优化资源分配效率、实现组织目标最大化”为核心，融合微观经济学、组织理论等多学科思想，形成了多元分支与渐进式发展脉络。其理论源头可追溯至微观经济学中市场信号主导的资源配置逻辑。供需理论以市场均衡为核心，主张资源配置应遵循供需关系规律，通过价格机制实现资源的自发调节与最优匹配，供不应求时资源向高需求领域集中，供过于求时资源逐步退出[38]。价格弹性理论则进一步细化这一逻辑，认为不同产品/要素的价格敏感度差异（即弹性大小），决定了资源配置的调整幅度与速度——弹性大的资源对价格波动反应剧烈，弹性小的资源配置更具稳定性[53]。这一逻辑被广泛应用于企业生产要素配置、产品定价等管理实践。政策信号理论作为重要补充分支，聚焦政府干预对资源配置的影响，认为产业政策、税收优惠、监管规则等政策工具会形成明确的导向信号，引导组织调整资源投向，尤其在市场失灵场景中发挥关键调控作用[54]。随着组织环境复杂性提升，理论向组织内部延伸：一是威廉姆森的交易成本理论，强调资源配置需兼顾市场与科层制两种模式，通过治理结构设计降低契约成本[55]；二是沃纳菲尔特、巴尼的资源基础观，将视角从外部市场转向组织内部，认为异质性资源是竞争优势的核心，资源配置的关键在于识别、整合与利用稀缺性、难以模仿的资源[49,56]。Teece 等[51]提出的动态能力理论进一步主张，动态环境中资源配置的核心是持续重构整合资源的能力，实现资源与环境的动态匹配。

传统资源配置理论的核心逻辑建立在规模经济与范围经济之上，认为资源配置的有效性必须依赖规模经济与范围经济，前者通过大规模生产摊薄固定成本，后者通过满足特定群体的共性需求降低多样化配置成本，而一对一的个性化资源配置因面临高成本、低效率的窘境，被视为非最优甚至无效的配置模式。人工智能的崛起则彻底打破了这一桎梏。人工智能以数据与算法为核心驱动力，从逻辑根基、效率来源与成本机制三个维度，对传统资源配置理论构成根本性颠覆[4]。

首先，人工智能颠覆了资源配置的核心逻辑，实现从“群体适配”到“个体精准匹配”的范式转型。传统资源配置理论以“规模化要素聚合”为前提，无论是供需理论中的价格信号引导，还是政策信号调控，本质上都是围绕某一群体的共性需求进行资源调度，难以响应个体的差异化诉求。而人工智能依托海量数据采集与深度学习算法，能够精准捕捉个体层面的需求特征与资源禀赋，实现生产要素与个体需求的一对一适配。如在用户直连制造（C2M）模式中，人工智能通过分析用户个性化需求数据，实时整合分散的产能、原材料、物流等资源，快速生成定制化生产方案，即使是小批量、个性化订单，也能通过算法优化资源组合路径，避免传统模式下个性化生产的流程冗余与成本浪费，使“个体精准配置”成为资源配置的核心形态。

其次，人工智能重构了资源配置的效率来源，打破了对规模经济与范围经济的路径依赖。传统资源配置的效率提升高度依赖要素集中与批量处理，分散化、小批量的资源调度因信息不对称、协调成本高而被否定。人工智能的分布式信息处理与智能调度能力，使分散化资源的高效协同成为可能。通过工业互联网平台，AI 算法能够整合跨区域、跨行业的分散产能、技术与人力资源，形成动态适配的资源网络。对于小批量个性化需求，算法可快速匹配最优生产要素组合，无需集中规模即可实现高效配置。

最后，人工智能破解了个性化配置的成本悖论，重塑资源配置的成本逻辑。传统理论中，个性化配置必然导致定制化成本上升、生产流程复杂化，违背规模经济即意味着低效。而人工智能通过三大机制破解这一悖论：一是大数据预测降低需求不确定性，减少库存与产能冗余成本；二是算法优化生产与供应链流程，消除信息不对称带来的协调成本；三是智能调度实现资源动态复用，提高要素利用效率。如在服装定制领域，人工智能通过 3D 建模快速生成用户体型数据，对接柔性生产线与原材料供应商，既实现面料、款式的个性化定制，又通过算法优化裁剪、缝制流程，使定制成本降至大规模生产水平，彻底解决了传统资源配置理论无法调和的“个性化与低成本”矛盾。

传统资源配置理论以规模经济与范围经济为核心，依赖批量处理与群体适配实现效率优化，难以兼顾个性化需求与配置成本，一对一精准配置因高成本陷入窘境。而人工智能通过海量数据挖掘个体需求与资源禀赋的独特性，借助算法模型实现生产要素的动态匹配与流程优化，既解决了个性化配置的精准度问题，又通过智能调度降低协调成本，破解了传统理论的核心矛盾。人工智能对资源配置理论的颠覆表现为“数

据与算法驱动的个性化精准配置”。例如,海尔卡奥斯工业互联网平台依托AI算法,整合分散的产能、技术与用户需求数据。消费者可直接定制产品参数,算法快速匹配最优供应链资源,对接分散的零部件供应商、柔性生产线与物流团队,实现“一件定制”的高效交付。这一模式使个性化配置成本降至大规模生产水平,彻底改变了传统资源配置理论依赖规模与群体的固有逻辑。

(四)关于价值创造理论的颠覆:数字平台价值共创与共享

价值创造是组织通过资源整合、互动协作与创新实践,为利益相关方与社会生成多元价值增量的动态过程,其核心在于协调资源配置与需求满足,实现组织与社会的协同发展。在理论演进中,价值创造理论的内涵逐步拓展,形成了以经济价值创造论与社会经济价值创造论(企业社会责任理论)为核心的两大理论脉络。早期价值创造理论聚焦经济价值维度,以新古典经济学的“经济人”假设为基础,认为价值创造的核心是实现利润最大化,代表理论包括资源基础观与交易成本理论[57]。资源基础观强调企业通过异质性、稀缺性资源的整合形成竞争优势,进而创造经济租金[49];交易成本理论则主张通过治理结构设计降低契约成本,优化资源配置效率以提升经济价值[55]。随着企业与社会关系的深化,企业社会责任理论成为价值创造研究的重要延伸,推动价值创造向“经济-社会”二元融合维度拓展,核心是聚焦企业经济属性与社会属性的割裂难题。战略性企业社会责任理论主张将社会责任嵌入企业战略,通过回应利益相关方诉求提升竞争优势[58];共享价值创造理论(CSV)进一步提出,企业应在创造经济价值的同时解决社会问题,实现商业利益与社会福利的共赢,其核心是通过重新定义产品市场、优化价值链、培育产业集群三大路径,融合经济与社会价值[59]。此外,利益相关者理论为社会责任导向的价值创造提供了支撑,强调企业需兼顾股东、员工、社区、环境等多方利益,通过多元价值共创实现长期绩效提升[60]。现代价值创造研究逐步形成“经济价值为基础、社会责任为延伸”的综合范式,既坚守企业的经济属性,又强调其社会属性的内生性,为企业可持续发展提供了理论指引。

传统价值创造理论以“人”或“组织”为核心主体,以固定网络协作与静态价值主张为关键特征,而人工智能的崛起彻底打破了这一理论框架的底层假设。在人工智能发展阶段,其以数据与算法为核心的技术特性,从价值创造的主体本质、模式逻辑与运行机制三个维度,对传统价值创造理论形成根本性颠覆,重塑了价值创造的核心范式。

首先,人工智能颠覆了价值创造的主体范式。传统价值创造理论的主体要么是具备有限理性的“经济人”“社会人”,要么是追求利润最大化或综合价值的企业组织,其价值创造行为始终遵循人类认知边界与组织制度逻辑。而人工智能作为非人类、非组织的新型价值创造主体,既不遵循人类的理性决策模式,也不受组织的经济属性或社会属性约束。它依托海量数据自主生成决策逻辑,以算法迭代替代人类主观判断,以分布式协作突破组织边界限制,使价值创造主体从“人类/组织主导”转向“人机协同+智能自主”的复合形态,彻底否定了传统理论中“主体必须具备人类理性或组织属性”的核心前提。

其次,人工智能重构了价值创造模式的运行逻辑。传统价值创造依赖企业主动搭建上下游协作网络,通过专业化分工与固定契约实现资源整合,价值创造网络呈现静态化、封闭化特征。人工智能则能够动态优化甚至自主建构价值创造网络:通过实时捕捉市场需求与资源禀赋数据,自主识别适配的协作主体,无需人工干预即可形成柔性化、开放化的价值网络;针对不同消费者的个性化需求,动态生成定制化价值主张,打破了传统价值主张的群体性、固定性局限。

最后,人工智能革新了价值创造的运行机制。传统价值创造面临交易成本与机会主义风险的双重制约,需通过契约设计、治理结构优化等方式降低协作成本。人工智能结合区块链等技术,实现了交易信息的透明化、可追溯,从根源上规避了机会主义行为,使交易成本趋近于零。同时,其具备的实时数据处理与动态调整能力,能够自动匹配价值创造网络中的各类要素,优化资源配置效率,实现价值主张、网络结构与资源供给的动态平衡。

人工智能下价值创造理论的核心演化形态表现为“数字平台价值共创与共享”,其内涵在于以人工智能技术为核心驱动力,通过数字平台打破主体边界、信息壁垒与资源约束,链接多元价值主体,以数据协同与算法优化推动动态化价值共创,并基于公平机制实现价值成果的普惠共享,重构了“主体互联-资源整合-价值生成-成果共享”的全链条价值创造逻辑[61]。一方面,人工智能平台突破传统价值链的线性局限,将分散

的多元主体纳入开放生态，用户不再是被动消费者，而是参与产品设计、服务优化的共创者，供应商与企业形成实时响应的协同关系。另一方面，人工智能通过挖掘用户需求数据、分析资源禀赋差异，动态生成定制化价值主张，实时优化资源配置与协作流程，实现需求、资源与价值的动态化精准匹配。海尔卡奥斯工业互联网平台就是一个典型例子，通过整合跨行业产能、技术与用户需求数据，进一步推动供应商、制造商、用户协同研发定制化产品，实现生产资源的优化配置与价值成果的多方共享。

六、研究结论与展望

随着新一轮科技革命与产业变革加速演进，人工智能作为一种技术要素、技术体系深刻嵌入到组织管理活动已经成为必然趋势，随着技术从机械技术、信息技术向智能技术的跃迁，管理学的学科版图持续拓展，从传统的生产运营与组织管理，延伸至信息管理、知识管理、数字化转型管理，并进一步扩展到智能治理、算法监管等新兴交叉领域，呈现出不断分化与融合的态势。与此同时，研究范式也经历了从早期经验总结与逻辑推演，到科学管理时期引入实验测量，再到信息时代基于大数据的实证分析与建模的演进。进入人工智能时代，人工智能与产业的深度融合正在解构传统产业组织边界，催生出跨知识领域、跨组织边界的新型产业组织和企业组织形态，也推动管理学研究范式朝着更加数据密集、计算驱动与多学科融合的方向发展。本文立足人工智能作为一种新型技术-经济范式，其推动管理学理论体系中的管理环境、管理主体、管理对象、管理工具及管理模式发生系统性变革，一定程度上对传统工业经济时代下的管理学理论体系产生了全方位的冲击与颠覆，集中体现为人性假设理论、战略决策理论、资源配置理论与价值创造理论的系统性冲击与颠覆。

展望未来，人工智能逐步从弱人工智能主导的准管理主体或者类管理主体逐步走向基于强人工智能的强管理主体，其参与人类决策管理活动的深度与广度将得到前所未有的延伸，为推动人工智能驱动的管理学理论体系可持续发展，以及推动人工智能作为一种新型技术-经济范式的可持续发展，未来有待学界与业界开展三个方面的深入研究。

第一，人工智能作为强管理主体的决策方法与决策评估体系研究。传统管理学理论体系中的管理者决策方法主要依赖于人的主观能动性，以人的经验主义及科学主义为依据开展系列决策活动，决策评估高度依赖于整个组织的绩效反馈及领导者-员工的正向循环反馈系统，而人工智能作为一种新型管理主体其主导管理决策是否持续能够以人的经验主义和科学方法的有机结合，并融合人的道德伦理、情感判断及管理情境的特定要求开展决策分析，即立足以人工智能为主体的管理决策下的人机融合决策方法体系有待学界开展深入研究。

第二，基于人工智能的新型管理模式研究。自管理学诞生以来，管理模式集中凝结了特定的管理主体与管理对象之间的管理方法论及实践智慧，面向人工智能下的管理学重塑过程中其必然伴随着新型管理模式的诞生，需要立足人本主义和向善主义为逻辑起点，系统思考人工智能时代下的平台管理模式、数字智能管理模式下新模式与新机制。

第三，基于人工智能的企业社会责任治理研究。企业不仅仅是市场经营主体和科技创新主体，更是作为社会属性下的社会主体和社会单元，人工智能作为一种新型管理主体、管理对象及管理工具全方位冲击与颠覆企业组织形态及组织价值创造范式的过程中，必然对企业履责主体、履责对象、履责范畴及履责实践范式产生深刻性变革，未来需要加快研究基于人工智能的企业社会责任实践范式及企业社会责任治理体系，特别是将人工智能作为新型企业数字责任纳入到传统企业社会责任理论体系及企业社会责任治理研究范畴，探索以人工智能驱动企业组织更好地融入社会并实现企业与经济、社会环境的共生可持续发展。

参考文献

[1] 罗珉. 泰罗科学管理的遗产及其反思——兼纪念《科学管理原理》诞生100周年[J]. 外国经济与管理, 2011, 33(9): 1-10.

[2] 李功网, 桂起权. 从科学哲学观点看管理学方法论——泰勒与梅奥的古典管理理论解读[J]. 自然辩证法研究, 2010, 26(7): 101-106.

[3] 陈寒松, 张文玺. 权变管理在管理理论中的地位及演进[J]. 山东社会科学, 2010(9): 105-108.

[4] 徐鹏, 徐向艺. 人工智能时代企业管理变革的逻辑与分析框架[J]. 管理世界, 2020, 36(1): 122-129, 238.

[5] EREL I, STERN L H, TAN C H, et al. Selecting directors using machine learning[J]. The Review of Financial Studies, 2021, 34(7): 3226-3264.

[6] ABOU-FOUL M, RUIZ-ALA J L, LO'PEZ-TENORIO P J. The impact of artificial intelligence capabilities on servitization: The moderating role of absorptive capacity—A dynamic capabilities perspective[J]. Journal of Busines's Research, 2023, 157: 113609.

[7] 李玉花，林雨昕，李丹丹. 人工智能技术应用如何影响企业创新[J]. 中国工业经济，2024(10)：155-173.
[8] VERMA S，SHARMA R，DEB S，et al. Artificial intelligence in marketing：Systematic review and future research direction[J]. International Journal of Information Management Data Insights，2021，1(1)：100002.
[9] HUANG M H，RUST R T. A strategic framework for artificial intelligence in marketing[J]. Journal of the Academy of Marketing Science，2021，49(1)：30-50.
[10] CLOUGH D R，WU A. Artificial intelligence，data-driven learning，and the decentralized structure of platform ecosystems[J]. Academy of Management Review，2022，47(1)：184-189.
[11] TIDD J. Innovation management in context：Environment，organization and performance[J]. International Journal of Management Reviews，2001，3(3)：169-183.
[12] BRACKER J. The historical development of the strategic management concept[J]. Academy of Management Review，1980，5(2)：219-224.
[13] 盛昭瀚. 管理：从系统性到复杂性[J]. 管理科学学报，2019，22(3)：2-14.
[14] 陈通，马浩，和金生. 面向知识经济的企业管理创新主体研究[J]. 中国软科学，2000(5)：38-40.
[15] 何威风，刘巍，黄凯莉. 管理者能力与企业风险承担[J]. 中国软科学，2016(5)：107-118.
[16] 王元芳，徐业坤. 保守还是激进：管理者从军经历对公司风险承担的影响[J]. 外国经济与管理，2019，41(9)：17-30，46.
[17] CZARNIAWSKA B，MOURITSEN J. What is the object of management? How management technologies help to create manageable objects[J]. Accounting，Organizations，and Institutions：Essays in honour of Anthony Hopwood，2009：157-174. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199546350.003.0008.
[18] 张兆国，刘亚伟，亓小林. 管理者背景特征、晋升激励与过度投资研究[J]. 南开管理评论，2013，16(4)：32-42.
[19] 陈冬梅，王俐珍，陈安霓. 数字化与战略管理理论——回顾、挑战与展望[J]. 管理世界，2020，36(5)：20，220-236.
[20] RIGBY D. Management tools and techniques：A survey[J]. California Management Review，2001，43(2)：139-160.
[21] MÅRTENSSON M. A critical review of knowledge management as a management tool[J]. Journal of Knowledge Management，2000，4(3)：204-216.
[22] 项保华，李庆华. 波特模型及其改进[J]. 中国工业经济，1999(11)：63-66.
[23] 薛其坤，陈明伟，赵建华，等. 人工智能赋能高等教育创新发展的南科大“样本”分析[J]. 中国高等教育，2024(24)：19-24.
[24] 姚树洁. 人工智能浪潮中的大国博弈：中国的战略抉择与前景分析[J]. 人民论坛·学术前沿，2025(9)：12-22.
[25] 胡岚曦，胡志浩. 人工智能的经济与经济学影响分析[J]. 国外社会科学，2020(6)：127-135.
[26] 许雪晨，田侃，李文军. 新一代人工智能技术(AIGC)：发展演进、产业机遇及前景展望[J]. 产业经济评论，2023(4)：5-22.
[27] 杨善林，李霄剑，张强，等. 人工智能与管理变革[J]. 中国管理科学，2023，31(6)：1-11.
[28] KRAKOWSKI S，LUGER J，RAISCH S. Artificial intelligence and the changing sources of competitive advantage[J]. Strategic Management Journal，2023，44(6)：1425-1452.
[29] WILSON H J，DAUGHERTY P R. Collaborative intelligence：Humans and AI are joining forces[J]. Harvard Business Review，2018，96(4)：114-123.
[30] DOSI G. Technological paradigms and technological trajectories：A suggested interpretation of the determinants and directions of technical change[J]. Research Policy，1982，11(3)：147-162.
[31] PEREZ C. The double bubble at the turn of the century：Technological roots and structural implications[J]. Cambridge Journal of Economics，2009，33(4)：779-805.
[32] FREEMAN C，PEREZ C. Structural crises of adjustment：Business cycles[M]//DOSI G，FREEMANC C，NELSON R，et al. Technical Change and Economic Theory. London：Pinter，1988：38-66.
[33] 张丹丹，于航，李力行，等. 中国人工智能技术暴露度的测算及其对劳动需求的影响——基于大语言模型的新证据[J]. 管理世界，2025，41(7)：59-75.
[34] 李廉水，石喜爱，刘军. 中国制造业 40 年：智能化进程与展望[J]. 中国软科学，2019(1)：1-9，30.
[35] JACOBIDES M G，BRUSONI S，CANDELON F. The evolutionary dynamics of the artificial intelligence ecosystem[J]. Strategy Science，2021，6(4)：412-435.
[36] 吴欣桐，梅亮. 基于定量分析的创新生态系统文献评述与整合框架[J]. 科研管理，2024，45(6)：53-61.
[37] 戚聿东，朱正浩，赵志栋. 人工智能时代中国管理学学术体系建构[J]. 管理世界，2025，41(7)：172-192.
[38] 斯密. 国民财富的性质和原因的研究[M]. 郭大力，王亚南，译. 北京：商务印书馆，1972.
[39] 泰勒. 科学管理原理[M]. 朱碧云，译. 北京：北京大学出版社，2013.
[40] MCGREGOR D. The human side of enterprise[J]. Industrial and Labor Relations Review，1961，46：2154966.
[41] 〔美〕乔治·埃尔顿·梅岳. 工业文明的社会问题[M]. 北京：商务印书馆，1964.
[42] 马斯洛. 动机与人格：第 3 版[M]. 许金声，杨广学，林震，译. 北京：中国人民大学出版社，2013.
[43] 大内. Z 理论：美国企业界怎样迎接日本的挑战 [M]. 孙耀君，王祖融，译. 北京：中国社会科学出版社，1984：70.

[44] 周可真. 管理哲学元论[M]. 北京：中国社会科学出版社，2023.
[45] 肖红军，阳镇. 共益企业：社会责任实践的合意性组织范式[J]. 中国工业经济，2018(7)：174-192.
[46] ELKINGTON J，HARTIGAN P，SCHWAB K. The power of unreasonable people：How social entrepreneurs create markets that change the world [J]. World Future Review，2008，41(5)：579-579.
[47] SIMON H A，DANTZIG G B，HOGARTH R，et al. Decision making and problem solving[J]. Interfaces，1987，17(5)：11-31.
[48] 奥利弗·威廉森. 资本主义经济制度[M]. 北京：商务印书馆，2004：1-15.
[49] BARNEY J B. Firm resources and sustained competitive advantage[J]. Journal of Management，1991，17(1)：99-120.
[50] HAMBRICK D C，MASON P A. Upper echelons：The organization as a reflection of its top managers[J]. Academy of Management Review，1984，9(2)：193-206.
[51] TEECE D J，PISANO G，SHUEN A. Dynamic capabilities and strategic management[J]. Strategic Management Journal，1997，18(7)：509-533.
[52] 李先军，关靖琪. 面向通用人工智能时代的企业管理创新：理论、实践与策略[J]. 暨南学报(哲学社会科学版)，2025，47(10)：162-181.
[53] 阿弗里德·马歇尔. 经济学原理[M]. 北京：华夏出版社，2012.
[54] LAFFONT J J，TIROLE J. A theory of incentives in procurement and regulation[M]. Cambridge，MA：MIT Press，1993.
[55] WILLIAMSON O E. The economics of organization：The transaction cost approach[J]. American Journal of Sociology，1981，87(3)：548-577.
[56] WERNERFELT B. A resource-based view of the firm[J]. Strategic Management Journal，1984，5(2)：171-180.
[57] FRIEDMANN M. The social responsibility of business is to increase its profits[J]. The New York Times Magazine，1970(13)：211-214.
[58] PORTER M E，KRAMER M R. Strategy & society：The link between competitive advantage and corporate social responsibility[J]. Harvard Business Review，2006，84(12)：78-92，163.
[59] PORTER M E，KRAMER M R. The big idea：Creating shared value[J]. Cfa Digest，2011，41(1)：12-13.
[60] 弗里曼. 战略管理：利益相关者方法[M]. 上海：上海译文出版社，2006.
[61] 张冉，唐书清. 数字技术如何助推社会组织实现价值共创——基于技术可供性与资源编排理论的案例研究[J]. 求实，2025(6)：50-64，109.

The Impact and Disruption of Artificial Intelligence on Management Theories

Yang Zhen[1]，Mei Liang[2]，Duan Litao[3]，Li Ping[3,4]，Wang Hongwei[3,4]

(1. Institute of Industrial Economics of Chinese Academy of Social Sciences，Beijing 100006，China；2. National School of Development，Peking University，Beijing 100871，China；3. Institute of Quantitative & Technical Economics of Chinese Academy of Social Sciences，Beijing 100732，China；4. Chinese Society of Technology Economics，Beijing 100081，China)

Abstract：The new round of technological revolution has given rise to a new technology-economic paradigm based on artificial intelligence (AI)，which exerts comprehensive impacts on the theoretical system of management and fundamentally disrupts the underlying logic and certain theories supporting it. As a new technology-economic paradigm，AI deeply participates in management activities，profoundly reshaping the analytical framework of management theories (namely，“management environment，management subject，management object，management tools，and management mechanisms and models”). Specifically，AI-driven shifts in the “technology-economy” paradigm accelerate the transformation of management environments toward intelligent and ecological systems. AI agents emerge as key decision-making subjects in management. Management objects shift from physical spaces to hybrid digital-physical systems involving “humans，objects，data，and algorithms”. Management tools evolve through human-machine collaboration toward greater intelligence. And new models and mechanisms such as super individuals，intelligent operations，and platform-based ecosystems take shape. Meanwhile，the pervasive integration of AI fundamentally challenges the core premise of “human agency” in management，generating systemic disruptions to four foundational theoretical domains：human nature assumptions，strategic decision-making，resource allocation，and value creation. Future research should accelerate the development of decision-making methods and evaluation systems for AI as a powerful management actor，explore new management models driven by AI，and construct corporate social responsibility governance frameworks in the context of artificial intelligence.

Keywords：artificial intelligence；technology-economic paradigm；management；theoretical impact