

教育部人文社会科学研究青年基金项目
浙江省自然科学基金项目
绍兴文理学院出版基金资助项目



家族企业继承人 权威建构研究

JIAZUQIYEJICHENGREN
QUANWEIJIANGOUYANJIU

王晓婷◎著



中国经济出版社

China Economic Publishing House

教育部人文社会科学研究青年基金项目

浙江省自然科学基金项目

绍兴文理学院出版基金资助项目

家族企业继承人权威建构研究

王晓婷 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

家族企业继承人权威建构研究/王晓婷著.

北京: 中国经济出版社, 2016. 4

ISBN 978 - 7 - 5136 - 4151 - 7

I. ①家… II. ①王… III. ①家族—私营企业—企业管理—研究—中国 IV. ①F279. 245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 017712 号

责任编辑 邓媛媛

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 任燕飞工作室

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京艾普海德印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 6.75

字 数 100 千字

版 次 2016 年 4 月第 1 版

印 次 2016 年 4 月第 1 次

定 价 25.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

教育部人文社会科学研究青年基金项目

项目名称：家族企业继承人权威建构研究

项目编号：12YJC630216

浙江省自然科学基金项目

项目名称：家族企业传承过程中权威建构的机理研究

项目编号：LQ12G02006

绍兴文理学院出版基金资助项目

前 言

作为一种古老的企业组织形式，家族企业在世界各国的经济和社会版图中都占据着重要地位。然而，它们的持续成长却面临着代际传承的严峻挑战。国际经验显示，仅有 30% 的家族企业能够传承到第二代，传至第三代的家族企业不足 14%。在中国，家族企业的代际传承也面临着同样的问题。历经多年发展，相当比例的家族企业在未来 5~10 年将迎来权力的转移与继承，然而大多数家族企业的认识和准备明显不足，因传承失败导致家族企业夭折的例子比比皆是。

遗憾的是，尽管大量研究聚焦于家族企业传承这一领域，我们对传承的作用机理还是所知不多，难以有效地破解家族企业传承这一难题。在这种情况下，越来越多的学者开始反思家族企业传承失败的原因，其中，继承人在接管企业的过程中难以有效建构权威被认为是一个重要原因。对家族企业传承的实践观察和学术研究都表明，继承人仅仅接管所有权和管理权是不够的，更重要的是要能够有效运用企业的控制权，这需要其树立较高的权威。由于企业高级管理者更替通常会导致权威散失，要实现成功传承，就必须完成权威在代际间的重新建构。然而，由于缺乏对家族企业权威系统及其建构机理的系统认识，许多家族企业继承人的权威建构缺乏有效性和针对性。

基于此，我们在家族企业代际传承研究中引入组织权威/权力视角，尝试应用组织理论中的权力理论解读家族企业传承过程。在先期理论研究和

探索性调研的基础上,设计并申请了“家族企业传承过程中继承人权威建构”这一课题,并非常幸运地得到了教育部人文社会科学研究青年基金项目 and 浙江省自然科学基金项目的立项资助。本书的大部分研究工作都是在此项目的资助下完成的。在书稿写作后期,还得到了绍兴文理学院出版基金项目的资助。

课题的资助是从2012年开始的,拟通过对处于传承过程中家族企业的问卷调查与二手数据分析,归纳与提炼中国家族企业继承人权威建构方式,检验权威建构与家族企业绩效之间的关系,从而为家族企业改善传承效果提供理论指导和策略建议。本书的子研究有二:一是通过对中国家族企业的问卷调查,探究继承人权威建构的路径、前因及其对企业绩效的影响;二是通过对上市家族企业公开数据的分析,检验合法权威建构与家族企业绩效之间的关系。子研究一主要观察家族企业权威系统中合法权威与领袖魅力权威在传承过程中的建构,子研究二在子研究一的基础上进一步聚焦,观察合法权威中结构权威与所有权权威在传承过程中的建构。两个子研究呈递进关系,分别在本书第三章与第四章展开。

按照研究设计,子研究一运用问卷调查方法,子研究二运用二手数据分析方法。在对中国处于传承过程中的家族企业进行问卷调研时,笔者试图通过多种渠道、借助不同调查方法来努力追求研究样本的随机化,但问卷发放的难度远超预期。实际上这也是世界范围内家族企业研究者,尤其是家族企业传承问题的研究者所面临的共同问题:家族企业不愿意向外界公开企业信息,而传承过程通常涉及利益分配、职权转移等敏感话题,处于传承过程中的家族企业更为谨慎。这些都极大地制约了研究进度。在对上市家族企业的公开数据进行分析时,研究团队从11402条中国民营上市公司基本数据和18932条上市公司董事长和总经理变更信息中根据研究目的逐一筛选并进行匹配,工作量之大也使研究计划不得不延长。最终,我们在2015年完成了所有数据的搜集和分析工作,并着手将分析结果整理成书稿。

概括地讲,我们在过去四年间的研究工作主要围绕着家族企业代际传

承过程中继承人权威建构的基本问题展开，分别是：在代际传承过程中，家族企业继承人的权威建构有哪些方式？哪些因素影响了权威建构的方式选择？不同的权威建构方式对家族企业绩效有何影响？由于家族企业代际传承的复杂性与动态性，以及基于组织权威视角的家族企业传承研究积累尚显不足，要对这些问题做出全面的解答是相当困难的。鉴于此，我们根据对该领域理论体系的整体把握，并结合在过去四年间开展的主要研究工作，尝试对以上问题进行了回答。具体地说，本书的主要发现可以归纳如下：

(1) 权力理论为家族企业代际传承研究提供了崭新视角，家族企业继承人权威建构的路径各有不同。基于家族企业传承实践和相关理论演绎，我们依据权威建构的内容和顺序，将继承人权威建构方式分为先授型权威建构和胜任型权威建构两种方式。进一步地，我们聚焦结构权威与所有权权威这两种合法权威的建构过程，将合法权威建构分为结构权威建构、结构权威与所有权权威同时建构两种方式。

(2) 企业特征影响家族企业继承人权威建构的方式选择，并与继任特征等情境因素调整家族企业权威建构的方式选择。我们前向探索了影响家族企业继承人权威建构方式选择的前因及其边界条件。实证数据分析结果显示，家族企业所在的行业特征决定了继承人权威建构的方式选择。在代际传承过程中，制造业家族企业更有可能采取先授型权威建构方式，而服务业家族企业更有可能采取胜任型权威建构方式。同时，企业规模和任者与继承人之间的关系质量显著调节了行业与权威建构方式之间的关系，而家族企业继承人教育水平的调节效应假设得到了部分支持。这说明，家族企业继承人的权威建构并不是一个简单的过程，企业特征、继承人和任者的特征都会影响家族企业的权威建构选择。

(3) 家族企业继承人权威建构方式影响企业传承稳定性。采取先授型权威建构方式的家族企业短期内较为稳定，采取胜任型权威建构方式的家族企业短期稳定性则会受到冲击。我们的研究结论显示，为保持家族企业短

期内在组织结构、人员设置、资源分配等方面的稳定性,采取先授型权威建构方式比采取胜任型权威建构方式更好。

(4) 家族企业合法权威建构过程中,对结构权威的强化调节了建构方式与企业绩效之间的关系。在家族企业合法权威建构研究中,我们进一步探索了合法权威建构方式影响家族企业绩效的边界条件。实证研究的结果显示,在强化结构权威的家族企业中,同时具备结构权威与所有权权威的继任方式对家族企业短期和长期绩效的积极影响要大于仅有结构权威的继任方式。这说明,家族企业权威建构对企业绩效的影响有其边界条件,当结构权威得到进一步强化时,其对企业绩效的影响更为突出。

本书在前期调研、数据分析和后期写作过程中,先后有多位老师和学生参与了研究设计的讨论、实地访谈及调研工作,并且本书的多数章节都是通过对课题组成员已有研究成果的整理而得。正是多位研究人员的积极参与和热情支持,才使我们顺利收集到了大量翔实而宝贵的一手资料,我们在此表示衷心的感谢。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 家族企业代际传承中权威研究的现实背景	1
第二节 家族企业传承与权威研究面临的问题	3
第三节 家族企业传承与权威研究的关键概念	5
一、家族企业	5
二、家族企业传承	10
三、权威	12
第四节 本书的研究构思和章节安排	12
第二章 家族企业权威研究综述	15
第一节 组织中领导和权力的差异	15
第二节 领导研究：从领导者主导观到追随者参与观	16
一、领导者主导观	17
二、追随者参与观	20
第三节 权力研究：从聚焦权力来源到关注权力影响	21
一、传统权力理论：聚焦权力来源	22

二、权力研究进展：关注权力影响	23
第四节 权力和领导研究的融合	25
第五节 家族企业权威研究	26
一、国外家族企业领导和权力研究	26
二、国内家族企业权威研究	27
第三章 家族企业权威建构：前因、路径与影响	30
第一节 本章关键问题界说	30
第二节 相关研究文献回顾	31
一、家族企业权威系统	31
二、家族企业传承与权威重构	33
第三节 理论基础与假设提出	35
一、继承人权威建构方式	35
二、企业特征对权威建构方式选择的影响	38
三、情境因素对权威建构的调节效应	41
四、权威建构方式对企业稳定性的影响	42
第四节 研究样本与数据来源	44
一、资料来源说明	44
二、变量的操作性定义	45
第五节 家族企业权威建构路径的实证分析	48
一、样本特征的描述性统计	48
二、权威建构的影响因素及调节效应检验	50
三、权威建构对企业稳定性的影响检验	53
第六节 本章研究发现及讨论	54
一、数据分析结果讨论	54
二、本章研究结论	55

第四章 家族企业合法权威对企业绩效的影响	57
第一节 本章关键问题界说	57
第二节 相关研究文献回顾	58
一、家族企业合法权威与企业绩效的早期研究	59
二、家族企业合法权威与企业绩效的研究进展	60
第三节 理论基础与假设提出	62
第四节 研究对象与数据处理方法	66
一、资料来源说明	66
二、变量的操作性定义	67
第五节 权威建构与企业绩效的实证分析	70
一、样本特征的描述性统计	70
二、权威强化对企业绩效的影响检验	72
第六节 本章研究发现及讨论	76
一、数据分析结果讨论	76
二、本章研究结论	78
第五章 结论与展望	80
第一节 主要研究发现及其讨论	80
第二节 研究的学术与实践价值	82
一、本研究取得的主要学术进展	82
二、本研究对实践者的有益启示	83
第三节 对未来研究趋势的看法	84
主要参考文献	87

第一章 绪 论

第一节 家族企业代际传承中权威研究的现实背景^①

家族企业是一种古老的企业组织形式，早在工业革命、希腊文明、罗马帝国之前就已经存在。在很长一段时间内，尤其是在 20 世纪初期官僚制和科学管理兴起之后，家族企业被视为落后、低效率的代名词，家族式管理的弊端似乎决定了家族企业在市场竞争中必然处于不利地位。从事企业管理的学者也多以鄙夷的态度审视家族企业，认为家族企业研究不是一个具有现代意义的课题。然而，时至今日，家族企业不仅没有消亡，反而在世界范围内焕发出旺盛的生命力，成为主要的企业形式之一。据不完全统计，全球企业中有 65% ~ 80% 的企业由家族所有或管理（Durex, 1990）。在美国，家族企业创造了国内生产总值的 49%，雇佣了 59% 的劳动力，约占企业总数的 90%（Ward & Arnoff, 1990；Astrachan & Shanker, 1996）。在许多欧洲国家，家庭支配着中小规模的公司，成为商业企业的主体（Dunn, 1995；Harvey, 1994）。在亚洲各国，家族企业已经成为非常重要的企业组织形式。在拉美地区，由家族建立和控制的大型企业在绝大多数产业部门中都占据着主导地位（储小平，2004，p. 1 - 2）。

然而，家族企业在世界经济和社会版图中所占据的重要地位并不能掩盖这一事实：大多数家族企业的持续成长面临传承的严峻挑战，“富不过三

^① 本章是基于作者博士学位论文及已发表的一系列期刊论文整合而来的。

代”几乎成为许多家族企业的宿命。国际经验显示,仅有30%的家族企业能够传承到第二代,传至第三代的家族企业不足14%(Bjuggren & Sund, 2001; Fleming, 1997; Matthews et al., 1999)。在中国,家族企业的代际传承也面临同样的问题。改革开放以来,民营经济成为国民经济增长的重要力量,综观我国民营企业的治理模式,多以家族成员控股并掌握主要经营管理权、家长制决策、血缘与股权双重纽带及激励、员工管理的家庭化、对外部投资者的依赖性较弱和政企关系密切为主要特征,家族制管理的色彩十分鲜明(中国民营企业发展报告,2004, p. 341)。中国民营经济发展报告(2015)更是直接指出,300多万家私营民营企业中90%以上是家族企业。其中,相当比例的家族企业诞生于改革开放之初,经过三十多年的发展,这批企业已届交接之龄。业界和学术界普遍认为,在未来5~10年,家族企业将迎来大规模的权力转移与继承。然而,面对即将到来的交接班高峰,大多数家族企业的认识和准备明显不足,因传承失败导致家族企业夭折的例子比比皆是。

显而易见,传承失败不仅不利于经济的持续成长,随之而来的还有失业、冲突等社会问题,因而自20世纪50年代起,家族企业传承问题就受到学术界的重视,成为西方家族企业研究最持久的热点。遗憾的是,尽管大量研究聚焦于家族企业传承这一领域,我们对传承的作用机理还是所知不多,难以有效地破解家族企业传承这一世界性难题。在这种情况下,越来越多的学者开始反思家族企业传承失败的原因,其中,继承人在接管企业的过程中难以有效建构权威被认为是一个重要原因。对家族企业传承的实践观察和学术研究都表明,继承人仅仅接管所有权和管理权是不够的,更重要的是要能够有效运用企业的控制权,这需要其树立较高的权威。由于企业高级管理者更替通常会导致权威散失,要实现成功传承,就必须完成权威在代际间的重新建构。然而,由于缺乏对家族企业权威系统及其建构机理的系统认识,许多家族企业继承人的权威建构都缺乏有效性和针对性。

第二节 家族企业传承与权威研究面临的问题

在管理理论中, 马克斯·韦伯最早对权威进行了系统研究, 用于解释他所推崇的官僚组织体制。此后, 在福莱特、巴纳德、西蒙等学者的努力下, 权威理论得到了长足的发展。然而, 已有研究局限于公众企业, 很少涉及家族企业。实际上, 家族企业仍是权威驱使的组织结构, 其权威系统由于家族的涉入表现出极大的独特性。国内学者敏锐地察觉到家族企业权威的独特性, 相关研究逐步展开。在权威系统的构成方面, 王明琳(2005)基于契约理论、郭萍(2007)基于经济学和社会学领域中权威的相关论述、杨学儒等(2009)基于盖尔西克的三环理论模型, 将家族企业权威系统分为基于职位的合法权威以及基于个人专长和魅力的非合法权威两类。由于对权威维度的划分不同, 非合法权威究竟包含哪些内容还存在争议。在不同权威的相对地位方面, 已有研究的观点较为一致, 即我国大部分家族企业非制度化的管理特征表明, 非合法权威占据主导地位, 合法权威居于辅助地位。总的来说, 已有研究尚未形成较为系统的知识积累, 对权威系统的构成还存在较大分歧, 还需厘清理论脉络、界定概念, 结合实证研究数据进一步展开。

在家族企业的代际传承过程中, 并不是所有权威都可以由继承人直接继承。合法权威可由继任者直接继承, 其他权威则只能由继承人重新建构。权威在家族企业代际之间散失的主要原因有二: 一是重构周期长。家族企业的权威重构从继承人为继承企业做准备就开始, 在他们担任高层领导职位后仍然继续, 过程长达 10 ~ 20 年, 这大大提高了权威重构的难度 (Stavrou, 1999)。二是内隐知识难以传递。权威与管理者在长期经营活动中的理念、价值观、行为紧密相关, 很难显化和学习。继任者要经过上一代领导者长期的言传身教, 才有可能复制他们的内隐知识, 进而形成自己的权威 (窦军生、贾生华, 2007)。

家族企业继承人在建构权威系统的过程中,不同类型权威的建构顺序存在差异,即存在权威重构的路径选择问题。我国学者杨学儒等(2009)在研究红豆集团和海鑫集团的传承案例时注意到,在有传承计划的家族企业中,最先重构的是管理者的魅力权威,其次是家族权威,最后是合法权威。而在没有传承计划的企业中,权威重构的顺序依次是家族权威、合法权威和魅力权威。这说明是否有传承计划影响了权威重构的路径选择,此外家族企业的规范化程度(Harveston et al., 1997; Olson et al., 2003)、家族支持(Sharma et al., 2003; Lee, 2006)、家庭结构(Bertrand et al., 2005; Bennedsen et al., 2007)等都可能存在重要影响。然而,已有研究绝大多数还停留在轶事性分析层面上,几乎没有研究将企业特征、家族特征等情境因素纳入实证研究模型。这显然影响了家族企业重构权威的针对性和有效性。

已有研究取得了较具创新性的研究成果,总体而言,还存在以下三个方面的不足:第一,缺乏对家族企业权威的系统性研究。以王明琳(2005)、贺小刚等(2009)、杨学儒等(2009)为代表的学者基于中国家族企业发展状况,从不同视角对家族企业权威开展了研究。总的来说,相对于公众企业的权威研究,家族企业的权威研究还非常不足,对家族企业权威的构成、建构途径及效果所知不多,一些感性的议论还缺乏坚实的经验证据支持。第二,缺乏对家族企业传承过程中权威重构机理的实证性探究。尽管家族企业权威的传承实践早已成为媒体报道的热点,学术界对此感性议论的多,实证研究的少,现有研究还停留在轶事性分析层面上,缺乏对权威代际重构机理的实证性研究。第三,缺乏对权威建构与企业绩效之间关系的实证性检验。近年来,国内外的家族企业研究者已经开始应用权力理论实证检验权威建构与企业绩效之间的关系,但总的来看,相关研究还需进一步推进,以积累权威建构与家族企业绩效之间关系的实证证据。

鉴于已有研究存在的不足,要深入我们对家族企业传承过程中继承人权威建构的理解,我们需要回答:在代际传承过程中,家族企业继承人的

权威建构有哪些方式?哪些因素影响了权威建构的方式选择?不同的权威建构方式对家族企业绩效有何影响?围绕着这些基本性问题,本文尝试对以上问题进行解答,从组织权威的视角分析家族企业的传承过程。

第三节 家族企业传承与权威研究的关键概念

本书涉及的基本概念包括家族企业、家族企业传承和权威。在本节中,我们将分别对它们做出详细的阐述。

一、家族企业

在家族企业研究领域,定义家族企业是研究者面临的首要挑战(Handler, 1989)。显然,倘若研究者对何谓家族企业都不能达成一致的话,他们将难以在他人的成果基础上开展研究,已有成果也无法在同一个平台上对话。这将导致家族企业研究无从构建统一的理论基础和分析框架,极大地制约研究的进一步深入。

家族企业研究者们为此展开了不懈努力,试图开发对家族企业的普遍性定义。尽管迄今为止,还没有一种对家族企业的定义被广为接受,但不可否认的是,已有研究在解决“家族企业定义困境”方面取得了长足的进步(Astrachan et al., 2002)。总的来说,已有研究主要采用参与要素定义法、本质定义法、连续定义法三种方法来定义家族企业(Chrisman et al., 2005)。

(1) 参与要素定义法

参与要素定义方法认为,正是家庭对企业的参与和涉入使家族企业具备相对于非家族企业的独特性,因此只要准确地刻画出家庭的参与程度就可以辨识出家族企业。这里的家庭参与主要指家庭对企业所有权和管理权的参与,程度最高的参与指单个核心家庭拥有企业并负责企业所有经营性的行为和活动,程度最低的参与则指家庭对企业没有影响(Dyer, 2003)。

这种观点得到了家族企业早期研究者的一致认同，大量对家族企业的早期定义围绕家庭对企业所有权和管理权的参与和涉入展开。

然而，尽管绝大多数早期研究者认可以家庭对企业的参与这个要素定义家族企业，但他们对家庭参与的具体形式和程度却意见不一。有的学者认为家庭拥有企业的所有权或管理权两者之一即可认定为家族企业，有的学者则坚持这两个条件必须同时满足才可以认定为家族企业。在已有研究对家族企业的定义中，控制性的所有权出现频率最高，即使有的定义并不具体规定家庭所拥有的企业所有权份额，也会间接表示必须具备控制性的企业所有权。然而，研究者对控制性所有权的表现形式也远远没有达成共识，文献中出现的有控制性所有权的主体包括：①单个个人；②两个无血缘和姻缘关系的个人；③两个有血缘或姻缘关系的个人；④单个核心家庭；⑤多个核心家庭；⑥单个扩大家庭；⑦多个扩大家庭；⑧公众。在这些定义中，判定单个核心家庭所有并管理的企业为家族企业的定义得到了研究者的一致认可，判定公众所有的企业为家族企业的定义认可程度最低（Chua et al.，1999）。

表 1-1 已有研究对家族企业的部分代表性定义

来源	对家族企业的定义	判别依据
Barnes & Hershon, 1976	个人或单个家庭的成员拥有控制性的所有权	所有权
Rosenblatt et al. , 1985	单个家庭有多数所有权和控制权，且两个及以上的家庭成员任职的企业	所有权、管理权
Davis & Tagiuri, 1985	两个及以上的家庭成员影响企业方针的企业	管理权
Handler, 1989	主要运营决策和领导权传承计划受在管理层或董事会任职的家庭成员影响的企业	管理权
Gallo & Sveen, 1991	单个家庭拥有多数股权且完全控制的企业	所有权、管理权
Daily & Dollinger, 1992	如果核心经理和企业所有者有亲属关系，该企业就被认定为家族企业	所有权、管理权
Beehr et al. , 1997	企业所有者和至少一位家庭成员在企业中任职	所有权、管理权
Gallo et al. , 2000	由问卷填写者判定是否为家族企业	自评