

管理学文库

我国家族企业治理与 信息传递机制研究

石本仁 石水平 著

 中国人民大学出版社



我国家族企业治理与 信息传递机制研究

中国人民大学出版社
• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

我国家族企业治理与信息传递机制研究/石本仁, 石水平著.

北京: 中国人民大学出版社, 2010

(管理学文库)

ISBN 978-7-300-11798-0

I. 我…

II. ①石… ②石…

III. 家族-私营企业-企业管理-研究-中国

IV. F279.245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 035895 号

管理学文库

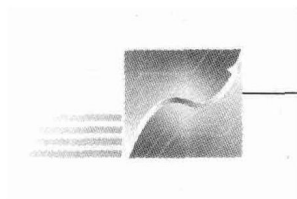
我国家族企业治理与信息传递机制研究

石本仁 石水平 著

Woguo Jiazu Qiye Zhili yu Xinxi Chuandi Jizhi Yanjiu

出版发行	中国人民大学出版社				
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080		
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)		
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)		
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)		
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)				
经 销	新华书店				
印 刷	北京鑫丰华彩印有限公司				
规 格	155 mm×230 mm 16 开本	版 次	2010 年 4 月第 1 版		
印 张	29 插页 2	印 次	2010 年 4 月第 1 次印刷		
字 数	413 000	定 价	55.00 元		

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



前 言

改革开放以来，我国民营经济快速发展，已经成为我国国民经济的重要组成部分。民营企业中，以所有权和经营权统一为重要标志的家族企业占了绝对多数。它们抓住市场经济建设的有利时机，利用自身的优势，不断开拓进取，显示出勃勃生机。在发展初期家族化治理结构的作用是显而易见的，但当企业达到一定规模，其却开始成为阻碍企业发展的因素。随着经济全球化进程的加快，中国经济面临巨大的挑战，家族企业若想经受住考验，不断发展壮大，就必须对自己有一个全面深刻的分析，只有看到自己的优势和劣势才能更好地改进和提高。通过实行两权分离、适度分散股权结构、开拓多种融资渠道等措施来建立有效的家族企业治理模式，是促进家族企业健康发展的最有效的模式。

随着家族企业的进一步发展，仅仅依靠家族之间的信任，利用家族内部的资源，很难使家族



企业的规模得到有效的拓展和扩大。而使家族企业壮大的前提就是充分利用社会资本,包括社会财务资本、社会人力资本和社会信誉等。家族企业无法利用社会资本的根本原因就在于家族企业的封闭性和信息的不透明,无法取得社会信任等获利所需要的相应资源。通过现代化的家族治理模式打通家族企业对外的信息堵塞和建立对外的信息交流通道,取得社会信任,从而有效利用社会资本,是我国家族企业迈向新的阶段的必经之路,也是我国经济可持续发展的一个关键。

为此,本书试图结合我国家族企业的制度背景、信息披露现状和证券市场的实际情况,通过对家族企业的理论、调查和实证研究,揭示家族企业治理与信息传递机制之间的关系。尤其是从家族企业治理的两个方面(即所有权结构和董事会特征)来构建上市家族企业治理、信息披露和公司价值的三维分析框架,进而提出我国上市家族企业特征的信息披露体系。一方面提高家族上市公司披露的信息的可用性,帮助投资者正确认识公司的价值,减少“逆向选择”问题,从而节省决策成本;另一方面为证券监管部门评价上市公司信息披露质量做出有益的补充,更好地保护投资者的利益,维护资本市场的有序健康发展。

本书的贡献之处在于:(1)针对家族企业自身特点和难点,全面地分析了我国家族企业治理与信息传递机制之间的关系;(2)进行了广泛的调查研究,获得了很多一手资料,并结合相关实务来阐述家族企业的现状及所面临的问题;(3)采用理论、调查和实证等多种研究方法来分析和验证我国家族企业治理与信息传递机制之间的关系。本书的研究,将对我国家族企业今后发展壮大、信息披露与公司治理等起到一定的作用。

本书的写作由石本仁负责,石水平博士参与了本书大纲、写作计划的拟定和部分章节的修改,最后由石本仁对全书进行定稿。本书编写成员及其分工如下:

第一章至第五章、第七章、第八章、第十三章、第十四章,石本仁、石水平;第六章,石本仁、张长海、石水平;第九章,于健南、石本仁;第十章,薛文峰、石本仁;第十一章,杨金凤、石本

仁；第十二章，魏蔚雯、石水平、石本仁。

本书得到了国家自然科学基金项目“我国家族企业信息传递机制研究”（编号：70572064）和广东省普通高校人文社会科学重点研究基地重大项目《企业价值创造动因及其持续性评估体系研究》（编号：04JDXM63006）的资助，感谢课题组成员胡玉明教授、朱羿锟教授、黄文锋教授、罗宏教授、赖红宁副教授和龚明晓博士对本课题所做的贡献。

本书的读者对象为国内外从事经济管理教学、科研的广大学者、研究生，以及上市公司、政府监管部门、证券交易所等单位 and 部门的相关人士。由于时间仓促，书中难免存在疏漏，还请各位专家和学者批评指正。

石本仁

于暨南大学明湖苑



目 录

第一章	总 论	(1)
	第一节 家族企业概况	(1)
	第二节 文献综述	(12)
	第三节 家族企业治理与信息传递机制 关系	(20)
	第四节 本书结构与内容框架	(24)
第二章	家族企业治理及其所有者行为	(27)
	第一节 家族企业治理的理论 基础	(27)
	第二节 家族企业治理结构下的所有者 行为理论	(39)
	第三节 家族企业治理结构下的所有者 行为模型	(43)
第三章	家族企业治理中的信息传递机制与 角色	(50)
	第一节 公司治理中的会计 角色	(50)



	第二节 信息披露对家族企业成长、绩效 与传承的影响	(65)
	第三节 家族企业治理与信息传递机制的 理论分析框架	(70)
第四章	家族企业的发展历程与信息披露	(77)
	第一节 我国私营经济发展回顾与现状分析	(77)
	第二节 我国家族企业各发展阶段的治理与信息 披露	(97)
第五章	家族企业治理与信息传递机制的特征与选择	(113)
	第一节 家族企业总体分析	(113)
	第二节 家族企业治理特征分析	(119)
	第三节 家族企业信息传递机制分析	(126)
	第四节 家族企业信息传递机制选择分析	(132)
	第五节 结论与启示	(143)
第六章	家族企业信息披露与社会资本的融合	(145)
	第一节 我国家族企业信贷需求问卷调查	(145)
	第二节 家族企业信息披露与社会资本融合度问卷 调查	(155)
	第三节 家族企业信息披露与社会资本融合度统计 分析	(173)
第七章	家族控股、终极所有权与企业绩效	(185)
	第一节 引言	(185)
	第二节 理论分析与研究假设	(186)
	第三节 研究设计	(189)
	第四节 实证结果及分析	(193)
	第五节 结论与启示	(201)

第八章	家族控股、终极所有权与大股东利益侵占	(202)
	第一节 引言	(202)
	第二节 理论分析与研究假设	(204)
	第三节 研究设计	(209)
	第四节 实证结果及分析	(212)
	第五节 结论与启示	(218)
第九章	家族控股、董事会特征与企业绩效	(219)
	第一节 引言	(219)
	第二节 理论分析和研究假设	(220)
	第三节 研究设计	(223)
	第四节 实证结果及分析	(225)
	第五节 结论与启示	(235)
第十章	家族控股、高管薪酬激励与企业绩效	(238)
	第一节 引言	(238)
	第二节 制度背景与文献回顾	(240)
	第三节 理论分析与研究假设	(244)
	第四节 研究设计	(251)
	第五节 实证结果及分析	(254)
	第六节 结论与启示	(263)
第十一章	家族所有权、信息披露与盈余质量	(266)
	第一节 引言	(266)
	第二节 制度背景与文献回顾	(269)
	第三节 理论分析与研究假设	(272)
	第四节 研究设计	(280)
	第五节 实证结果及分析	(286)
	第六节 结论与启示	(294)



第十二章	家族所有权、自愿披露与企业价值	(297)
	第一节 引言	(297)
	第二节 理论分析与研究假设	(298)
	第三节 研究设计	(302)
	第四节 实证结果及分析	(307)
	第五节 结论与启示	(313)
第十三章	家族所有权、投资者关系管理与企业价值	(314)
	第一节 引言	(314)
	第二节 制度背景与文献回顾	(316)
	第三节 研究设计	(319)
	第四节 实证结果及分析	(328)
	第五节 结论与启示	(334)
第十四章	全书总结	(336)
	第一节 研究结论	(336)
	第二节 局限性与未来研究方向	(341)
	附录一	(344)
	附录二	(374)
	参考文献	(437)



第一章 总 论

家族企业作为一种经济组织形式，源远流长，久盛不衰，称得上是企业的“鼻祖”。无论在农业经济的手工业时代，还是在工业经济的机器大工业时代，家族企业都获得了迅猛的发展。当代社会，家族企业仍是最普遍的企业组织形式。克林·盖尔西克等在《家族企业的繁衍》一书中指出：“世界范围内 80% 以上的企业归属于家族企业，其中既有著名的世界最大超级市场沃尔玛和投资界领袖富达投资公司，也有独守一隅的小杂货店。”本章首先厘清家族企业的相关概念，然后对本研究的缘起和相关研究的文献进行综述，最后给出本书的研究框架和研究内容。

第一节 家族企业概况

一、家族的范围

家族企业的系统研究开始于 20 世纪六七十年



代。当时的学者认为,家族企业实际上由两个重叠的系统构成,即家族系统和企业系统。这两个“圈子”各有自身的标准、角色定位、价值观和系统结构。费孝通(1948)认为,家族就是根据单系(父系)亲属原则组成的社群,他们是家庭的扩大(家庭是其基本组成单位),是一个“社群的社群”;在中国乡土社会中,家并没有严格的团体界限,这社群里的分子可以依需要,沿亲属差序向外扩大;“家里的”可以包罗任何要拉入自己的圈子、表示亲热的人;自家人的范围是因时因地可伸缩的,大到数不清,真是天下可成一家。麻国庆(1999)以血亲和姻亲为主线建立了一个认识家庭和家族关系的模型:家庭→分家→(宗)族→姓,此阶序关系强调了家的纵式结构——围绕同一父系血缘集团内的结构特征展开。而费孝通的差序格局则强调家的横式结构,侧重于家的网络关系。杨善举等(2000)认为,家族(或宗族)基本上是按男性血缘关系世系原则(女儿及女婿也可归入——如有他们的认同和其他家族成员的承认),甚至某些拟血缘建立起来的,存在某种组织形式(不管是严密还是松散)和具有家族色彩的活动,有着一种内部认同和外部边界的社会群体。

西方国家传统社会的家庭与中国的家族概念极其相似。按照Becker(1974, 1981)的解释,家族是围绕核心家庭向外扩展,依据血缘、婚姻形成的“一圈圈”的家庭网络;传统家庭是指同血缘的亲属集团,家庭成员包括诸如伯父、伯母、叔父、婶母、侄子、侄女、表兄、表妹、舅舅、舅母、甥男、甥女或其他成员;家庭是家族中最小的、最基本的单位。血亲是构成家族的基础;但成员间血亲关系表达的亲密程度又是不同的,家族成员间也存在亲疏距离。所以,虽然在名义上整个大家族都是自家人,但这些自家人之间的情感距离随着“圆圈”与自己所在家庭的距离远近而呈现出明显的亲疏差别。因此,只要划定了家族成员间的血亲关系,也就确定了成员在家族中的一般情感距离,甚至可延伸到由此决定的相互权利和义务关系等。当然,具体的家族成员在个体交往中有时也可能会超越一般的亲疏距离,而且在现实生活中,中国人重视家庭情感与道德也并不排除家庭成员的工具性需要和经济方面的考虑。中国人家家庭规模的伸缩性是很强的,所以,在中国,家族的实际含义有时可能比理论定义的范围广泛得多,往往还可以扩展到不同血亲宗族但属同姓的成员范围,甚至延伸到长期生活在同一地域的成员之间。

二、家族企业的界定

概念的界定是逻辑分析的起点和基础,但目前学术界还没有一本系统论述家族企业的专著,对家族企业的研究大多散见于一些社会学、管理学著作。^①据 Neubauer (1998) 统计,仅西方学者有关家族企业的定义就多达 17 种,Chua, Chrisman 和 Sharma (1999) 在对前人研究回顾的基础上总结出 27 种家族企业的不同定义。表 1—1 仅列出其中具有代表性的十几种。

表 1—1 中外学者关于家族企业的定义

学者	年份	定义
Donnelly	1964	家族企业是指同一家族至少有两代参与这家公司的经营管理,并且这种两代衔接的结果,使公司的政策与家族利益和目标有相互影响的关系。提出家族企业的七个条件说:(1) 家族关系是决定管理继承的主要因素;(2) 现任或前任企业主持人的妻子、儿女为董事会的主要成员;(3) 企业的价值观与家族成员的价值观相同;(4) 参与公司经营管理的家族成员,其行为代表企业的信誉;(5) 家族成员认为持有股份是一种义务,即使因此造成财务上的不利(亏损),也不放弃企业;(6) 家族成员在公司的职务,影响他在家族中的地位;(7) 家族成员与公司的关系,决定其一生的事业。
Barnes 和 Hershon	1976	把个人或家族拥有控股权的企业看做家族企业。
Chandler	1977	企业创始者及其最亲密的合伙人(和家族)一直掌有大部分股权。他们与经理人员维持紧密的私人关系,且保留高阶层管理的主要决策权,特别是在有关财务政策、资源分配和高阶人员的选拔方面。
Rosenblatt, Anderson 和 Johnson	1985	一个企业的主要所有权或控制权,属于某一个家族,而且这个家族至少有一名以上的成员实际经营管理该企业。

^① 在已经检索到的国内外文献中,“家族企业(family business)”广泛使用;也有使用“family enterprise”或“family firm”的,而“family-owned business”很少使用。本书使用的是“家族企业”(family business)。



续前表

学者	年份	定义
Churchill 和 Hatten	1987	家族企业的重要特征是有家庭关系卷入企业的管理,并且权杖的交接在家庭成员间以非市场导向的方式进行。家族企业代际权杖的交接不仅包括产权,也包括企业运作和战略方向的管理控制权。
Hollander 和 Elman	1988	由一个或两个以上的家族成员拥有并管理的公司。
Lansberg, Perrow 和 Roglosky	1988	由家族成员合法拥有其所有权的企业。
Donckels 和 Frohlich	1991	只有一个家庭(或家族)的成员拥有企业财产所有权或股权超过 60% 以上时,这种企业才是家族企业。
Donckels 和 Frohlich	1991	如果某一家庭(或家族)的成员拥有一个企业 60% 的财产所有权,则该企业就是家族企业。
Daily 和 Dollinger	1993	企业的总经理等核心管理职位由一名以上同姓氏人员担任,并且他们与企业所有者有密切关系的企业即家族企业。
Carsrud	1994	家族企业为企业之所有权及决策由一群有血缘关系的人所支配。
孙治本	1995	当一个家族或数个具有紧密联盟关系的家族直接或间接掌握一个企业的经营权时,这个企业就是家族企业。
Gersick	1997	提出解释家族企业系统的三环模式,即把家族企业表示成三个独立而又相互交叉的子系统:企业、所有权和家庭。家族企业的任何个体,都能被放置在由这三个子系统相互交叉构成的七个区域中,和企业有多种联系的人,存在于两个或三个环的重叠区域。
潘必胜	1998	当一个家族或数个具有紧密联盟关系的家族拥有全部或部分所有权,并直接或间接掌握企业的经营权时,这个企业就是家族企业。
Corbetta	1999	一个家族企业必须具备的条件是:有血缘关系、紧密的姻亲关系、稳定的联盟关系的一个(或一个以上)家族拥有足够大的风险资本股份,这种风险资本股份足以使家族成员掌握企业的战略决策权。
Chua, Chrisman 和 Sharma	1999	家族企业即企业愿景是由为一个或少数几个家族所控制的主导团体提出并且能够跨代持续的企业。

续前表

学者	年份	定义
叶银华	1999	具备以下三个条件就可认定为家族企业：（1）家族所控制的持股比率大于临界控制持股比率；（2）家族成员或具二等亲以内之亲属担任董事长或总经理；（3）家族成员或具三等亲以内之亲属担任公司董事席位超过公司全部董事席位的一半以上。
Astrachan, Klein 和 Smyrniotis	2002	应该从家族参与和影响企业的程度来判断一个企业是家族企业还是非家族企业。
金祥荣和余立智	2002	以创业家族是否掌握以及在多大程度上掌握企业的控制权作为区分“家族企业”与“非家族企业”的基本识别标准。
朱卫平	2004	家族企业是指企业家个人拥有或与其家族（家庭）共同拥有占支配地位的所有权，并能合法地将其所有权在家族（家庭）内部传承的企业形态。

资料来源：作者在 Chua, Chrisman 和 Sharma (1999) 的基础上根据相关文献整理。

在家族企业研究中，家族企业的界定问题是面临的第一个问题，较早对家族企业进行界定的是 Barnes 和 Hershon (1976)。他们认为，家族企业是企业的所有权由一个人或一个家族的成员所控制，而且家族成员或其后代在管理的企业。Chandler (1979) 给家族企业下的定义是：企业创业者及其最亲密的合伙人（和家族）一直掌有大部分股权，他们与经理人员维持紧密的私人关系，且保留高层管理的主要决策权，特别是在有关财务政策、资源分配和高阶人员的选拔方面。Rosenblatt, Anderson 和 Johnson (1985) 对家族企业的定义是，一个企业的主要所有权或控制权，属于某一个家族，而且这个家族至少有一名以上的成员在实际经营管理这个企业，才是家族企业。Hollander 和 Elman (1988) 认为，家族企业可被定义为由一个或两个以上的家族成员拥有并管理的公司。Lansberg, Perrow 和 Roglosky (1988) 将家族企业看成是由家族成员合法拥有其所有权的企业。

Gersick et al. (1998) 也从企业资本所有权的角度界定家族企业，但由于不同家族企业的财产所有权的集中程度不同，再加上不同国家或地区的公司法的差异，用一个明确的量化标准来界定家族企业是不合适的。孙治本 (1995) 提出要以经营权为核心来定义家



族企业，当一个家族或数个具有紧密联盟关系的家族直接或间接掌握一个企业的经营权时，这个企业就是家族企业。Redding (1993) 从文化的角度定义家族企业，他认为华人家族企业实质上是一种文化产物。Chua et al. (1999) 则从行为的角度定义家族企业，认为家族企业是由一个或几个家族监控或管理的企业，目的在于通过强势主脑去塑造和追求家族的愿景，并潜意识里希望企业能稳定地代代相传。钱德勒 (1997) 认为即使是合伙关系，只要资本股权为少数个人或家族掌握，这种企业还是归于家族企业的范围。“企业创始者及其最亲密合伙人和家族一直掌有大部分股权。他们与经理人员维护最紧密的私人关系，且保留高阶层管理的主要决策权的……现代工商企业可称之为家族式的企业。”按照他的标准，家族企业不光存在于两权合一的古典企业之中，就是在一些两权分离的“现代企业”里，只要个人或家族掌握企业的财务政策、资源分配与经理选择权等最高决策权，与经理人员保持亲密的私人关系，也算是家族企业。Gersick (1997) 认为，不论企业是以家族命名还是有好几位亲属在企业的高层领导机构里，都不能由此确定某一企业是家族企业。能确定为家族企业的，是家族拥有其所有权的企业。也就是说，所有权是否掌握在创办企业的家族成员手上，是划分家族企业与非家族企业的分水岭。

其中影响范围较广、相对权威的是美国著名企业史学家钱德勒 (1977) 给出的定义，他强调家族企业的所有权和控制权为家族掌握这一最为重要的特征，可看成是关于家族企业的经典定义；但他忽略了家族企业在不同发展阶段家族拥有所有权与控制权状态具有相当大差别的情形，不大符合当今企业社会化趋势与股权分散化发展的实际，可能更适用于创业期的家族企业。Donnelly (1964) 的定义不仅强调了家族的经济特征，即家族所有和家族控制，而且强调了家族企业的社会特征，即家族企业与家族自身发展间的相互影响关系等，是一个比较全面的定义，但该定义的缺点是描述性太强，不够精练。大多数定义是与（相对或绝对）控股权联系起来的。相对于一般的公众企业，家族企业的特征主要表现在：所有权私有集中，经营权由业主家族掌握，经营目标追求家族利益最大化，市场

环境依赖自由竞争的市场机制，对政策的把握主要依靠外部资讯，企业行为依据所有者喜好与市场需要，经营者行为实行全盘控制，有极强的逐利心，员工行为以雇佣关系利害为导向（日本除外），工作保障较低，企业自主程度较高，经营效率较高。比控制权思想更进一步的界定办法是引入临界控制持股比率指标和公司治理结构分析的方法，即叶银华（1999）对家族企业的界定。

我国新兴家族企业的历史虽然不长，但企业蓬勃发展的现象已引起了人们的高度关注，一些学者也提出了自己对家族企业的定义。在国内相关文献中，家族企业的定义有近 20 种之多，综合起来看，根据界定角度的不同，可分为以下两类：一是侧重于从社会学和文化的角度进行界定。如陈凌（1998）认为，家族式经济组织是由非正式制度安排所形成的非正式组织，家族企业往往是一个扩大的家族，承担一定的经济功能，但它的结构和运行方式与家族无异；吕政（2001）认为，家族企业实际上是企业与家族的统一体，既是一个经济组织，又是一个文化伦理组织。这类定义主要强调家族企业的文化特性。二是侧重于从家族对企业的所有权和经营权（控制权）的角度来界定，以下是几种具有代表性的观点：（1）潘必胜（1998）认为，当一个家族或数个具有紧密联盟关系的家族拥有全部或部分所有权，并直接或间接掌握企业的经营权时，这个企业就是家族企业。他还根据家族关系渗入企业的程度及其关系类型，把家族企业分为三种类型：所有权与经营权全部为一个家族所掌握；掌握着不完全的所有权，却能掌握主要经营权；掌握部分所有权而基本不掌握经营权。潘必胜的定义比较全面地概括了家族企业的各种表现形态。（2）台湾学者叶银华（1999）提出以临界控制持股比率来划分家族企业。他认为，具备三个条件的企业就可认定为家族企业。这三个条件是：家族的持股比率大于临界持股比率；家族成员或具二等亲以内之亲属担任公司董事长或总经理；公司家族成员或具三等亲以内的亲属担任公司董事席位超过公司全部董事席位的一半以上。（3）储小平教授（2000）赞成叶银华的上述定义。他进一步认为，应该从股权和经营控制权的角度把家族企业看成是一个连续分布的状况，从家族全部拥有两权到临界控制权的企业都是家族企业。一