

本书由中国地质大学（北京）管理科学与工程博士点经费资助

JIA ZU QI YE SHE HUI HUA YAN JIU

家族企业社会化研究

马洪云 吴晓梅 ◎ 编著

地质出版社

中国社会科学出版社 北京 中国社会科学出版社 北京 中国社会科学出版社 北京

中国社会科学出版社 北京 中国社会科学出版社 北京 中国社会科学出版社 北京

中国社会科学出版社

中国社会科学出版社 北京 中国社会科学出版社 北京

中国社会科学出版社 北京 中国社会科学出版社 北京

本书由中国地质大学（北京）管理科学与工程博士点经费资助

家族企业社会化研究

JIAZUQIYESHEHUIHUAYANJIU

马洪云 吴晓梅 编著

地 质 出 版 社

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

家族企业社会化研究 / 马洪云, 吴晓梅编著.
—北京: 地质出版社, 2010.7
ISBN 978-7-116-06724-0

I. ①家… II. ①马…②吴… III. ①家族-私营
企业-企业管理-研究 IV. ①F276.5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第119873号

责任编辑: 郑长胜 付庆云
责任校对: 杜悦
出版发行: 地质出版社
社址邮编: 北京海淀区学院路31号, 100083
咨询电话: (010) 82324575 (编辑室)
网 址: <http://www.gph.com.cn>
电子邮箱: zbs@gph.com.cn
传 真: (010) 82310749
印 刷: 北京地大彩印厂
开 本: 787mm × 1092mm ¹/₁₆
印 张: 7
字 数: 160千字
版 次: 2010年7月北京第1版·第1次印刷
定 价: 20.00元
书 号: ISBN 978-7-116-06724-0

(如对本书有建议或意见, 敬请致电本社; 如本书有印装问题, 本社负责调换)

家族企业是当今世界普遍存在的一种企业组织形式，在世界许多国家的经济发展中发挥着重要作用。但是，与家族企业这一组织形式在世界各国经济中所扮演的重要角色相比，长期以来理论界对家族企业的研究却是远远滞后的。在我国，只是到了近几年，家族企业的迅速发展及其对经济社会的重要影响才引起了学者的关注，有关家族企业的研究才开始受到学界的重视。但总体来看，我国学术界对家族企业依然存在一种“意识形态歧视”的简单判断，即简单地将家族企业宣判为低效率和没有前途的，认为家族企业作为一种落后的企业形式必然要被现代企业制度所替代（陈凌，1998）。

笔者认为，讨论家族企业的优劣必须注意两个方面：一是不能脱离具体的经济和社会环境。因为从理论上说，能够在特定的市场环境和文化环境下更好地整合资源、提高资源配置效率，进而创造良好的经济和社会效益的组织形式，就应当是有效率的。从现实情况看，考虑到经济和社会环境的不同，家族企业不一定是低效率的。在特定的情况下甚至比市场或科层制组织更有效率和竞争力。二是不应该静态地来判断家族企业的优劣，而应该用动态的、发展的眼光来分析家族企业的发展趋势。我们应该看到，今天的家族企业与十年前、一百年前的家族企业是不同的。随着市场环境的逐步完善，以及家族企业规模的不断扩张，家族企业必然要相应突破自身的界限，以家族资本去有效融合社会的财务资本和人力资本等外部资源，这就是家族企业发展中已经出现并将继续存在的社会化问题。

本书的研究目标，就是通过对中外家族企业的发展历程、发展现状的分析，以及中外家族企业的对比分析，探讨家族企业已经普遍呈现出来的社会化趋势问题，使人们加深对家族企业组织形式本身及其与社会经济制度环境之间的互动变迁关系的认识，为我国家族企业的进一步健康发展提供一些思路。

全书共分五章，第一章是导论。首先介绍了研究背景，认为长期以来理论界对家族企业的研究远远滞后于家族企业的现实发展，并且较少从总体上研究在全球化、网络化、信息化、知识化大背景下家族企业已经呈现的社会化趋势问题。因此，本书的选题具有一定的理论意义和现实意义。接着明确了本书的研究思路 and 主要研究方法，最后概括了本书的主要内容和研究成果。

第二章是有关家族企业研究的理论综述。本章首先在对钱德勒、潘必胜等一些中外学者对家族企业的界定进行分析的基础上，明确了本书所指的家族企业，是指创业家族通过

对所有权和（或）控制权的掌握而对企业产生重要影响，并且家族关系对企业的这种介入已经或者将会在家族内部传承的企业组织。在此基础上，本章进一步探讨了家族企业的分类、理论界对于家族企业效率的三种主要观点。接着评述了家族企业的双系统模式、三环模式与三极发展模式，分析了家族企业的生命周期，介绍了理论界对于家族企业的发展前景与发展趋势存在的几种典型看法。

第三章是家族企业发展的历史回顾。本章首先分析了家族企业在美国的发展历程，认为美国家族企业大致经过了原始阶段、“经理革命”阶段、股权多元化阶段、快速发展阶段四个发展阶段，分别概括了这几个阶段的发展特点。接着通过对日本家族企业发展的历史回顾，总结了其发展的主要特征。本章对于海外华人家族企业的分析开始于对海外华人与华人经济的分析，认为华人家族企业在其发展中明显表现出所有权和经营管理权合一、往往采取子承父业的传承方式、关系式治理、注重人际关系网络等特征，其未来发展趋势表现为资本大众化与股权多元化、经营管理现代化、经营领域多元化和控股公司化。本章接着从改革开放之前和改革开放之后两个阶段分析了我国大陆地区家族企业的发展历程，重点介绍了家族上市公司近几年的发展，从而总结出了我国大陆地区家族企业发展的突出特征是：股权高度集中于家族成员手中；创业家族大多兼有企业所有者和经营者双重身份，企业决策权、执行权和监督权均由创业家族内部成员所掌控；家族企业的具体组织形式主要是独资企业、合伙企业和有限责任公司，其中有限责任公司和股份有限公司近几年发展非常迅速；中小家庭企业的比重很高。认为我国大陆地区家族企业的产生和发展与中国特殊的“家文化”传统、整体的社会信用状况不佳、市场体系不完善尤其是要素市场发展缓慢、特殊的经济发展环境是分不开的。

第四章是家族企业发展的社会化趋势。本章首先提出了家族企业社会化的概念，是指随着内外部环境的不不断变化，家族企业不断突破家族自身的封闭性，用家族自身的资源去有效融合社会的物质资本和人力资本等外部资源，从而使自身从原来完全封闭家族色彩浓厚的准经济组织，不断转变为一个开放程度越来越高、家族色彩逐渐淡化的经济组织的动态过程。具体内容包括物质资本的社会化、人力资本的社会化和企业文化的社会化三个相互联系的方面，其过程可以分为管理的社会化阶段、所有权的社会化阶段和完全社会化阶段三个阶段。对家族企业人力资本社会化的分析表明，家族企业规模的扩大，使得企业管理日益复杂化，专业化管理知识日益稀缺，这就为外部人力资本进入企业提供了可能。家族企业不断从外部引入生产人员、技术人才和管理人才的过程，就是家族企业人力资本的社会化。人力资本的社会化，一方面改变了家族企业传统的家族式管理方式，使得家族企业的管理日趋专业化和职业化；另一方面带来了家族企业所有权和经营管理权乃至控制权的逐步转移，职业经理人开始越来越多地掌握着企业的控制权。对家族企业物质资本社会化的分析表明，在家族企业规模不断扩大的过程中，资金日益稀缺，从而为外部资本介入企业提供了条件，家族资本与外部资本不断有效融合的过程就是家族企业的物质资本社会

化。物质资本社会化的直接表现，就是家族企业资本结构的变化。与物质资本的社会化相伴的，必然是家族企业的所有权结构和治理结构的变化。对家族企业文化社会化的分析，是从对企业文化的一般涵义、家族与家族文化的介绍开始的。分析表明，古典式家族企业或者家庭企业是一种家族色彩非常浓厚的准经济组织，企业内部重关系、重人情，强调权威和秩序，企业的一切活动都以保障和扩大家族利益为首要目标，随着家族企业物质资本与人力资本的不断社会化，必然引发家族企业文化的社会化。本章的最后提出了一种测定家族企业社会化程度的方法，并从家族企业自身及其外部环境两个方面分析了影响家族企业社会化的内在和外因因素。

第五章是中國大陸地区家族企业的社会化问题。认为中国大陆地区家族企业的总体社会化程度不高，这既有家族文化传统、低信任度的社会结构等文化方面的根源，也有金融市场不完善、职业经理人市场发育滞后等市场方面的根源，还有政策法律等制度方面的根源。要推动家族企业进一步提高社会化程度，就必须从家族、企业、政府三个层次共同着手，既要求家族企业自身顺应环境的变化不断进行变革，也要求政府加大制度创新的力度，为家族企业的发展创造良好的外部环境。

本书试图在家族企业的理论研究方面有所创新，有所收获。本书的研究成果主要体现在以下几个方面：

首先，明确指出了家族企业发展的共同趋势就是社会化，并认为这一过程主要包括了物质资本社会化、人力资本社会化、企业文化社会化三个方面。综观国内外的相关文献，虽然也有一些学者从家族系统和企业系统的矛盾与冲突出发，分析了家族企业存续的困境与出路，但从中外家族企业的历史的比较分析出发，系统地研究家族企业发展的一般规律，揭示家族企业与外部的各种资源有效融合的途径、方式、条件和障碍的文献却相当缺乏。本书对家族企业发展中所表现出来的社会化趋势做出的分析可以说是在这方面的一种有益尝试。

其次，对中外学者关于家族企业的定义做了全面的梳理，并试图在此基础上统一家族企业的概念。可以说，在对各种经济形式内涵的研究中，还没有哪一个概念像“家族企业”一样引起了巨大的争议。而基本概念无法统一，直接制约了家族企业研究领域的学术规范和学术交流，这也是造成这一领域的理论研究远远落后于现实的重要原因之一。

再次，本书指出，家族企业发展的趋势是社会化，但社会化并不必然意味着所有家族企业都最终要被现代企业制度所代替，在不同的环境下，家族企业可能成为公众公司，可能成为产业集群中的一员，也可能依然是家族控股但采取现代化的管理方式。在这里，本书要强调的是，社会化是一个过程，其本义在于家族企业不断适应变化了的环境，不断突破家族自身的封闭性，用家族自身的资源去有效融合外部的各种资源，从而使自身从原来完全封闭的、家族色彩浓厚的准经济组织不断转变为一个开放程度越来越高、家族色彩逐渐淡化的经济组织。

应该指出，本书的研究是在前人对家族企业研究的基础上进行的，因此，无论在对家族企业概念的界定上，还是在家族企业发展的历史回顾方面，无论在对家族企业社会化趋势的总结和归纳分析方面，还是在对中国大陆地区家族企业提高社会化程度的对策方面，本书都广泛吸收借鉴了中外学者的研究成果，并尽可能在书中作了注解，在此对有关专家学者表示感谢。同时，由于家族企业的研究涉及范围很广，本人学识和能力有限，书中不足和错漏在所难免，还请读者朋友批评指正。

作 者

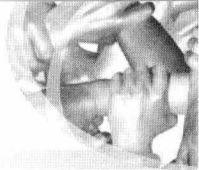
2010年5月18日

目 录 M U L U

前 言

第一章 导论	1
第一节 研究背景与研究意义	1
一、研究背景	1
二、研究意义	2
第二节 研究思路、研究方法及主要内容	2
一、研究思路	2
二、研究方法	3
三、主要研究内容	3
第二章 家族企业研究综述	5
第一节 理论基础	5
一、家族企业的概念界定	5
二、家族企业的分类	10
三、家族企业的效率评价	12
第二节 关于家族企业发展问题的研究	12
一、双系统模式	12
二、三环模式与三极发展模式	14
三、家族企业的生命周期	16
四、家族企业的发展前景与发展趋势	19
第三章 家族企业的演变与发展	21
第一节 国外家族企业的演变与发展	21
一、美国家族企业的发展历程及其特点	21
二、日本家族企业的发展演变及其特点	24
第二节 海外华人家族企业的演变与发展	29
一、海外华人与华人经济	29
二、东南亚华人家族企业的发展历程及其特点	31
三、东南亚华人家族企业的发展趋势	37
第三节 中国大陆地区家族企业的演变与发展	39
一、中国大陆地区家族企业的发展历程	39

二、家族上市公司的发展·····	43
三、中国大陆地区家族企业的主要特点·····	45
四、我国大陆地区家族企业产生和发展的原因·····	48
第四章 家族企业发展的社会化趋势 ·····	51
第一节 家族企业发展的普遍趋势——社会化·····	51
一、家族企业社会化的一般涵义·····	51
二、家族企业社会化的阶段·····	54
第二节 人力资本的社会化·····	57
一、家族企业人力资本构成的变迁·····	57
二、从家族式管理到专业化、职业化管理·····	59
第三节 物质资本的社会化·····	65
一、家族企业资本结构的变迁·····	65
二、家族企业所有权结构的变迁·····	68
三、家族企业治理结构的变迁·····	70
第四节 企业文化的社会化·····	73
一、企业文化的一般涵义·····	73
二、家族与家族文化·····	74
三、家族企业文化的社会化·····	80
第五节 家族企业社会化程度测定及影响因素·····	82
一、家族企业社会化程度的测定·····	82
二、家族企业社会化的影响因素·····	84
第五章 中国大陆地区家族企业的社会化问题 ·····	87
第一节 中国大陆地区家族企业社会化现状分析·····	87
一、中国大陆地区家族企业社会化程度的总体判断·····	87
二、中国大陆地区家族企业社会化程度较低的根源·····	87
第二节 推进中国大陆地区家族企业社会化进程的若干建议·····	92
一、家族层次·····	92
二、企业层次·····	94
三、政府层次·····	97
四、小结·····	97
参考文献 ·····	99



第一章 导 论

第一节 研究背景与研究意义

一、研究背景

家族企业是当今世界普遍存在的一种企业组织形式,在世界许多国家的经济发展中发挥着重要作用。有资料显示,全球65%~80%的私人企业是家族企业。2001年,在美国财富杂志提供的世界最大500家企业中,被家族控制的达175家之多;在公开发行股票的上市企业中,被某个家族控制的占43%,这些企业创造了美国GNP的50%以上。许多声名显赫的大公司如杜邦、福特、柯达、安利、摩托罗拉、沃尔玛等都是家族企业。另据调查,家族控制企业对美国新增岗位的贡献率达78%,占美国雇员人数的60%。即使在欧洲,一项统计数字表明,45%的欧洲企业是家族企业,而在68%的欧洲企业中,主要行政人员来自控股家族的委派。其中意大利的家族企业高达99%;法国90%的企业是家族企业,家族企业的产值占法国国内生产总值的65%以上;在德国,家族经营是中小规模企业的主要特征,其所创造的财富占GDP的66%,吸纳了75%以上的劳动力。在拉美,1999年家族企业在各国前100家大公司中所占的比重,墨西哥为57%,阿根廷超过了24%(甘德安等,2002)。

在亚洲,家族企业更为普遍。20世纪中后期,随着新加坡、马来西亚等亚洲国家和中国香港、台湾地区经济的迅速崛起,不少学者发现,正是海外华人企业把亚洲经济推向了颠峰,而这些企业普遍采取的是家族企业的形式。如香港李嘉诚家族的长江实业、和记黄埔,台湾王永庆家族的台塑集团,泰国谢国民家族的正大集团,马来西亚郭鹤年家族的郭氏兄弟集团、郭令灿家族的丰隆集团、骆文秀家族企业集团,新加坡郭芳枫家族企业集团、胡祖耀家族的大华银行集团、杨协成家族企业集团,菲律宾陈永栽家族企业集团等。有数据显示,东亚各国和地区最大15家家族控股公司的市价总值占其国内生产总值的百分比分别为:中国香港84.26%、马来西亚76.2%、新加坡48.5%、菲律宾46.7%、泰国39.3%、印度尼西亚21.5%、中国台湾17%、韩国12.9%、日本2.1%(易宪容,2002)。

再来看看中国大陆。据有关调查表明,大陆私营企业中90%以上属于家族企业,绝大部分实行家族式管理。以家族企业为主导的私营经济对GDP的贡献率从1989年的0.57%上升到1998年的7.37%;1998年私营经济吸收的劳动力超过了当年全社会新增就业人数。而到2007年底,我国家族型的私营企业总数已达551万户,占到企业总数的61%;资本总额93873亿元人民币;纳税4771.51亿元,占全国税收总额的9.65%;进出口总额3476亿美元,占全国进出口的比重为16%;1991~2007年,在私营经济领域就业的人数由183.9万人增加到7253.1万人,增长38.4倍,年均递增达25.8%(张厚义,2009)。家族企业的发展有效地促进了国民经济的发展,缓解了日益严重的就业压力。



二、研究意义

与家族企业这一组织形式在世界各国经济中所扮演的重要角色相比,长期以来理论界对家族企业的研究却是远远滞后的。正如著名管理学家彼得·德鲁克(1999)指出的那样:有关管理的书籍和课程几乎完全是针对公共和专业管理的企业,它们难得提到家族经营的企业。我国学者李新春(1998)也敏锐地看到,中国经济学者对家族制度研究的漠视令人惊异,他认为“在缺乏对家族制度深入了解的情况下,对中国经济特别是企业组织的发展是难以准确把握的”。

只是到了近几年,家族企业的迅速发展及其对经济社会的重要影响才引起了国内一些学者的关注,有关家族企业的研究才开始受到学界的重视。有些学者从文化传统的角度来分析家族企业的特点,有些学者从治理结构的角度来分析家族企业的效率。但总体来看,正如陈凌(1998)所指出的那样,我国学术界对家族企业依然存在一种“意识形态歧视”的简单判断,即简单地将家族企业宣判为低效率和没有前途的,认为家族企业作为一种落后的企业形式必然要被所谓的现代企业制度所替代。

笔者认为,讨论家族企业的优劣必须注意两个方面:一是不能脱离具体的经济和社会环境。因为从理论上说,能够在特定的市场环境和文化环境下更好地整合资源、提高资源配置效率,进而创造良好的经济和社会效益的组织形式,就应当是有效率的。从现实情况看,考虑到经济和社会环境的不同,家族企业不一定是低效率的。在特定的情况下甚至比市场或科层制组织更有效率和竞争力。二是不应该静态地判断家族企业的优劣,而应该用动态的、发展的眼光来分析家族企业的发展趋势。我们应该看到,今天的家族企业与十年前、一百年前的家族企业是不同的。随着市场环境的逐步完善,以及家族企业规模的不断扩张,家族企业必然要相应突破自身的界限,以家族资本去有效融合社会的财务资本和人力资本等外部资源,这就是家族企业发展中已经出现并将继续存在的社会化问题。

总体而言,当前理论界对家族企业的研究还远远不足,现有的研究大多还停留在粗线条的现象描述上,较有深度和广度的成果还比较有限,缺少从总体上研究在全球化、网络化、信息化、知识化大背景下家族企业已经呈现的社会化趋势问题。

本书的研究目标,就是通过对中外家族企业的发展历程、发展现状的分析,以及中外家族企业的对比分析,探讨家族企业的社会化趋势,使人们加深对家族企业组织形式本身及其与社会经济制度环境之间的互动变迁关系的认识,为我国家族企业的进一步健康发展提供一些思路,也为政府部门科学制定政策引导私营经济发展提供一些有益的建议。

第二节 研究思路、研究方法及主要内容

一、研究思路

回顾中外家族企业的发展历程,我们不难发现,今天的一些成功的家族企业在若干年



以前其实也只是些独守一隅的小店铺或小公司，它们之所以能够取得今天的成功，从根本上说，是因为它们能够不断适应变化了的环境，不断突破家族自身的封闭性，用家族自身的资源去有效融合外部的各种资源，从而使自身从原来完全封闭家族色彩浓厚的准经济组织不断转变为一个开放程度越来越高家族色彩逐渐淡化的经济组织。借用科尔曼关于法人组织社会化的提法，本书将家族企业的这种发展趋势称之为社会化。

本书认为，社会化是每一个家族企业在发展中所必须面对的问题，并且贯穿于家族企业发展过程的始终。家族企业的发展史实际上就是家族企业的社会化史。没有社会化，也就没有财富500强中的那些巨型家族企业。解决不好社会化的问题，家族企业就无法成功的实现代际传承，就无法做大做强。

本书的研究思路如下：首先，对目前家族企业研究方面的主要研究成果进行综述；其次，回顾中外家族企业的发展历程；再次，总结家族企业发展中所出现的人力资本、物质资本、企业文化等方面的社会化趋势；再次，分析家族企业社会化程度的测定及其影响因素；最后，探讨中国家族企业的社会化问题。

二、研究方法

在研究方法上，本书采用管理学、经济学、统计学以及社会学等方面的一些方法，力求将理论与实证研究相结合。具体来说，本书主要采用以下几种方法：

(1) 文献回顾法。通过对家族企业的概念、家族企业的发展模式、家文化与家族制度等相关理论及文献的回顾与评述，分析家族企业的特征、分类、内涵及其发展前景与趋势。

(2) 历史比较分析法。通过历史的比较分析，揭示不同时期、不同国家、不同文化传统下家族企业发展变化的一般规律。

(3) 横向比较分析法。通过对东西方不同国家家族企业及其发展过程的比较，揭示影响家族企业发展的主要因素

(4) 案例分析法。通过对中外家族企业的典型案例的分析，揭示家族企业社会化进程中的相关问题。

三、主要研究内容

本书认为，要研究家族企业的发展趋势问题，首先必须对家族企业的概念做出明确的界定。当前理论界对家族企业组织的合理性与管理效率持不同看法的学者大都没有深究家族企业的定义。因此，本书在对钱德勒、潘必胜等一些中外学者对家族企业的界定进行分析的基础上，明确了本书所指的家族企业的内涵。进而通过对中外家族企业发展的历史回顾，从物质资本、人力资本、企业文化等三个方面详细分析了中外家族企业发展中普遍存在的社会化趋势及其内在规律。接着运用定量分析的方法阐述家族企业社会化程度的测定及其主要影响因素。本书的最后是对中国家族企业进一步提高社会化程度的难点与对策的分析。



全书共分五章。第一章是导论,介绍本书的研究背景、研究意义、研究思路、研究方法 & 主要内容。第二章是有关家族企业研究的理论综述。第三章是家族企业发展的历史回顾,首先分析以美国和日本为代表的国外家族企业的发展历程,接着研究海外华人家族企业的演变 & 发展,最后重点研究中国大陆地区家族企业的发展历程、特点 & 其原因。第四章是家族企业发展的社会化趋势,首先阐明家族企业社会化的概念,然后分别从人力资本的社会化、物质资本的社会化 & 企业文化的社会化三个方面论述家族的社会化趋势,最后提出家族企业社会化程度的测定方法及影响因素。第五章是 中国大陆地区家族企业的社会化问题,通过分析归纳中国大陆地区家族企业社会化的总现状,进而提出推进中国大陆地区社会化进程的若干建议。



第二章 家族企业研究综述

第一节 理论基础

家族企业作为一种古老而现代的企业组织形式,长期以来并没有引起学术界的足够重视。一般认为,最早关注家族企业问题、家族企业研究最为成熟的是美国(李忱等,2003)。在20世纪60年代,家族企业继承问题曾经是美国一些学者研究的热点;1986年,世界上第一家专门研究家族企业问题的正式机构“家族企业研究中心”在美国成立,此后美国的一些大学和大型家族企业纷纷开始创建家族企业研究机构;1987年,第一家家族企业方面的学术期刊“家族企业评论”在美国创刊;到90年代早期,全美共有100多所大学制定并实施了针对家族企业的教育计划;1996年之后,家族企业开始成为世界范围内的研究热点。

总体来看,国外家族企业研究主要集中在以下八个方面(苏启林等,2002):一是家族企业的治理结构研究;二是家族企业的生产管理、财务管理和战略管理等企业管理研究;三是家族企业的发展模式研究;四是家族企业继承问题研究;五是家族企业融资模式研究;六是家族企业女性家族成员的地位与作用研究;七是家族企业国际化研究;八是不同地区家族企业的特征与行为研究,其中对于华人家族企业的研究是近些年的一个热点。

国内学术界对于家族企业的研究则要晚得多,只是到了20世纪90年代中后期,大陆学者才开始重视家族企业问题的研究,在该领域的研究文献也才逐渐丰富起来。这些文献主要分布在以下几个方面:

- (1) 对家族企业研究意义的分析(储小平,2000;范忠宝,2002);
- (2) 对家族企业概念的内涵与外延的探讨(郭勇,2003);
- (3) 对家族企业经济绩效的分析(杨继绳,2001);
- (4) 对家族企业普遍存在的经济、文化、制度等方面原因的分析(王毅杰、童星,2002);
- (5) 对海外华人家族企业管理模式的研究(吴狄亚,2000;卢现祥,2000);
- (6) 对家族企业发展方向的研究(潘必胜,1998;鲁亚曦,2001)等。

由于本书的目的是探讨家族企业发展的一般趋势,因此本书将首先根据这一目的的需要,对相关文献和研究成果做一粗浅的评述。

一、家族企业的概念界定

虽然家族企业研究近些年开始升温,但是对于什么是家族企业,如何识别家族企业与非家族企业,至今仍是一个争议很大的问题。不同学科之间,甚至同一学科内部的不同学者之间在判断一家企业是否为家族企业的问题上经常会出现相当大的分歧。据笔者的不完全统计,国内外相关文献中关于家族企业的定义超过了30种。这些定义有的从所有权与



家族企业社会化研究

控制权的分布状态出发,有的从家族关系渗入企业的程度出发,有的从企业的行为方式出发,有的从企业的组织结构出发,有的从企业的管理方式出发等。本书将列举目前在理论界比较有代表性的一些关于家族企业的定义,通过对比分析,明确本书所研究的“家族企业”的内涵。

1. 从所有权与控制权的分布状态来界定家族企业

目前,大多数学者都是从这个角度来判定家族企业的。其中,在理论界最有影响的是美国著名企业史专家钱德勒(1977)在《看得见的手——美国企业的管理革命》一书中给出的定义。他认为,家族企业是指“企业创始人及其最亲密的合伙人(或家族)一直掌握有大部分股权。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,特别是在有关财务决策、资源分配和高阶层人员的选拔方面”。可以看出,这一定义强调了家族成员只是掌握大部分所有权和控制权,而没有把家族成员掌握全部所有权和经营控制权的情况考虑进去,从而缩小了家族企业的外延。

致力于家族企业研究的哈佛大学唐纳利教授认为,同一家族至少有两代参与这家公司的经营管理,并且这两代衔接的结果,使公司的政策和家族的利益与目标有相互影响的关系,且满足以下七个条件中的某一个或数个条件即可构成家族企业:

- (1) 家族成员在公司的职务影响他在家族中的地位;
- (2) 公司与家族的整体价值合二为一;
- (3) 家族关系为决定继承经营管理权的关系;
- (4) 家族成员藉他与公司的关系,决定个人一生的事业;
- (5) 现任或前任董事长或总经理的妻子或儿子位居董事;
- (6) 家族成员正式参与公司管理,但他的个人行为代表着这家公司的信誉;
- (7) 家族成员以超乎财务的理由,认为其有责任持有这家公司的股票。

唐纳利对“家族企业”的界定突出了家族与企业的相互影响,强调了所有权在家族内部的代际传承,但描述性太强。

中国台湾学者叶银华(2000)将公司股权结构的差异性与家族控制程度纳入家族控股集团的认定,提出以临界控制持股比率来界定家族企业。他认为,只有具备以下三个条件才可以被认定为家族企业:第一,家族的持股比率大于临界持股比率;第二,家族成员或具二等亲以内之亲属担任董事长或总经理;第三,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。这个定义从股权和经营控制权的角度来定义家族企业,从家族全部拥有两权到掌握临界控制权的企业,都是家族企业;一旦突破了临界控制权,家族企业就蜕变为公众公司。

中国大陆学者潘必胜(1998)认为,当一个家族或数个具有紧密联盟关系的家族拥有企业全部或部分所有权,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。在这个定义中,拥有所有权(全部或部分)是其内在隐含的条件,而对经营权的掌握则是区分家族企业的不同发展阶段的主要依据。在这一界定中,强调家族企业不是一个固定的模



式，而是一个动态的过程。

郭跃进（2002）从广义和狭义两个方面来界定家族企业，认为广义的家族企业指的是为某一家族成员所拥有的企业，强调的是家族对企业的所有权；狭义的家族企业则仅指为家族成员所有，并且为家族所控制的企业。

孙治本（1995）认为家族企业的定义牵涉到所有权和经营权之间的关系，而又以经营权为核心。他把家族企业定义为：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。所谓直接掌握经营权是指家族成员亲自担任企业的主管；该家族或家族联盟可能拥有亦可能未拥有企业过半数的股份。间接掌握则指企业主管由外来专业经理人担任，作为企业主要所有者的家族或家族联盟，系透过外来专业经理人间接掌控企业的经营。

盖尔西克（1998）则认为，界定家族企业的依据是所有权而不是经营权，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。能确定家族企业的是家族拥有企业所有权，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。

上述定义，都强调了所有权或控制权归属对于界定家族企业的重要性，其中，有些学者（如盖尔西克）认为所有权的分布是关键，有些学者（如孙治本）则认为控制权才是最核心的因素，而更多的学者（如钱德勒、叶银华、潘必胜）则认为所有权与控制权的组合及其分布状况才是区别家族企业与非家族企业的关键。

Jess H. Chua等三位学者（1999）通过对250篇相关文献的分析整理，总结出家族企业的21种定义，而这些定义基本上也都是围绕着所有权和控制权展开的。

表2-1中的这些定义实际上涵盖了家族企业所有权和经营管理权的三种典型组合：第一种是家族所有并且由家族经营管理；第二种是家族所有但并不由家族经营管理；第三种是家族经营管理但家族没有所有权。从上表可以看出，所有的学者都认为第一种情况属于家族企业，但对于第二种和第三种情况是否属于家族企业，学者们存在比较大的争议。

表2-1 家族企业的不同定义

作 者	家族企业的定义
Alcorn, 1982	是一种独资制、合伙制或公司制的营利组织。如果部分股权为公众持有，企业必须由家族运营
Babicky, 1987	是一种由一个或一些有创业打算的个人创立并努力使之发展的小企业，通常用有限的资本，在保持企业的大部分所有权的情况下，去实现企业的发展
Barnes & Hershon, 1976	控股权掌握在一个家族的一个或多个成员手中
Bernard, 1975	是实践中一种被一个家族的成员所控制的企业
Carsrud, 1994	由一个具有血缘关系的团体的成员牢牢掌握所有权和控制权的企业
Churchill & Hatten, 1993	家族企业通常意味着，年轻的家族成员已经或者预期到要将从长者手中接过企业的控制权
Davis, 1983	是那些决策和经营受到一个或几个家庭重要影响的企业。这种影响来自于家族的所有权，有时也来自于家族成员对于企业参与的参与
Davis & Tagiuri, 1985	是一种经营受到两个或更多的家族成员影响的企业
Donckels & Frohlich, 1991	如果家族成员持有至少60%的普通股