



后继任期家族企业 权威传承研究

朱素英 著



YZLI0890145666



经济科学出版社

浙江省哲学社会科学课题成果

后继任期家族企业 权威传承研究

朱素英 著



YZLI0890146666

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

后继任期家族企业权威传承研究 / 朱素英著. —北京:
经济科学出版社, 2011. 11

ISBN 978 - 7 - 5141 - 1214 - 6

I. ①后… II. ①朱… III. ①家族企业 - 企业管理 -
研究 IV. ①F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 224808 号

责任编辑: 文远怀
责任校对: 杨晓莹
版式设计: 齐 杰
技术编辑: 王世伟

后继任期家族企业权威传承研究

朱素英 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142
总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京欣舒印务有限公司印刷

三佳集团装订厂装订

787 × 1092 16 开 14.75 印张 305000 字

2011 年 11 月第 1 版 2011 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 1214 - 6 定价: 32.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序 言

朱素英博士经几年努力，完成《后继任期家族企业权威传承研究》一书，这是作者多年来潜心研究家族传承问题的心得，似乎是国内第一本有关问题的专门著作，尽管还显得有些拙朴，但不乏创新的思考和卓有洞见的分析，是对我国家族企业传承理论与实践问题的大胆探索。

家族权威控制是家族企业公司治理和家族企业领导行为中的一个重要特征，近年来，国内外不少学者开始关注这一重要课题。尤其在中国过去 30 年的改革开放中成长起来的家族企业，创业家族对企业保持着高水平的家族控制，这其中，家族创业者（创业领袖）的权威控制是节省家族企业治理成本、实现快速创业成长的一个重要因素，企业的成长和市场竞争对手的优势地位伴随着家族企业创业者的权威地位的不断加强，笼罩在领袖魅力之下的成功创业者成为家族企业的精神领袖和难以替代的领导权威。随着第一代创业者逐渐进入退位时期，继任问题提到议事日程。在最近一些年，一些家族企业已经实现了继任或正在继任过程之中，而也有相当比重的家族企业即将进入正式的继任程序。这其中，一个重要的问题是，继任者如何在接任后度过企业权威缺失的阶段，并重新建立起新的权威控制？作者正是敏锐地观察到这个问题，而提出“后继任期家族企业权威传承”问题作为研究的重点，这显然是一个具有重要理论与实践价值的研究课题。

本书在理论上有几个方面的分析具有创新意义。一是观察到中国家族企业个人权威和组织权威的高度不对称现象，尤其在创业期，家族企业创业者高度依靠个人的人格魅力和企业家能力所构建的个人权威，在一定程度上，将个人权威凌驾于组织权威之上，在组织制度化不足的情景下，自由发挥的膨胀的个人权威既使得组织在创业期保持高度的灵活性和创业者个人特征，也使得组织的成长高度依赖于创业者权威能力。这种发展机制带来的不利影响将在继任过程中表露无遗，新继任者在丧失创业者权威领导下将面对低的组织权威和继任者个人权威重建过程。二是结合我国家族企业传承过程的实践模式，作者总结出两种主要的

权威传承方式：外部创新型和内部变革型。这一分类是创新性的，较好地总结了权威传承的主要模式，并考虑了继任后权威传承与企业发展战略的匹配性。三是将后继任期的权威传承作为一个动态过程，分析在不同情景下，权威传承的动态特征，并指出，在传承中并非一致性地遵从某种模式，而有可能进行中途调整。在家族创业者真正退位后，这种转变可能是实现继任者战略和权威控制的一种表现。作者给出的“中途变道型”模式可能是这一情况的临摹。

本研究的另一个重要贡献是通过较深入的个案研究和较大数量的问卷调研，对我国家族企业的权威传承问题进行了一手资料的收集和分析，考虑到调研家族企业尤其是企业主和继任问题的复杂性和信息隐蔽性，就不难理解，这是一个需要花费大量时间精力，还需要动用多方面社会资源，才可能完成的工作。作者显然为此做出了巨大的努力，著作给出的个案和调研数据是珍贵的一手资料，目前，还很少有研究者给出如此深入的实证调研。

对于家族企业权威和传承关系的研究尽管已有不少研究者关注，但对于我国特定情境的研究才刚刚开始，尤其是实证研究，将给出我国家族企业管理实践中真实的一面，并发现更多的现实问题提供给今后的研究，是对于理论研究非常有价值的工作。作者这个具有开拓性意义的研究尽管还远非完美，但无疑为我国的家族企业权威传承研究开辟了一个新的富有潜力的发展空间。衷心希望作者以及更多的学者继续关注并深入研究这一主题，为家族企业的理论和实践研究创造新的知识。

是为序。

李新春

中山大学管理学院教授

中国家族企业研究中心（中山大学）主任

2011年10月18日于广州

序 言

——浅谈家族企业的继承问题

继承问题，无论是就我自身而言，还是就我所熟知的朋友而言，都是一个大问题。因为继承者所继承的，不是一般的家业，而是一个资金如山的产业集团；继承者所要负责的，也不是三五个人，而是几十人甚至是千百人的一个组织。作为继承者，怎么才能成功地继承企业？既是家族企业的创业者为之纠结的问题，更是继任者们将直接面临的考验。

中国有句话，“富贵不过三代”。的确，创业难，守成更难。一个企业，真的传不到第四代？美国一所家族企业研究机构的研究表明，约有70%的家族企业未能传到下一代，88%未能传到第三代，只有3%的家族企业在第四代及以后还在经营。与当今中国各种情况都千差万别的大洋彼岸，在家族企业继承方面却有惊人的一致！这不由得让我去思考：为什么会这样？这里面真的有什么玄机吗？如果事实确实如此，不能不叫我们这些年轻的继任者如坐针毡。毕竟，前辈的汗水、心血与奋斗，都寄托于我们继承的企业，他们当然希望后代在享有奋斗成果的同时，使企业更加兴旺、持续发展。这些期望，是人之常情，而且拥有足够的法理依据。

据我了解，家族企业，是世界上最具有普遍意义的企业组织形态，在世界经济中占据着举足轻重的地位。美国学者克林·盖尔西克认为，“即使最保守的估计也认为家庭所有或经营的企业在全世界企业中占65%~80%之间。全世界500强企业中有40%由家庭所有或经营”。既然家族企业是世界经济界一个庞大的组成部分，其继承与发展格外受人重视也便不足为奇了。

要透彻地研究家族企业的发展规律与继承规律，绝非易事。根据我个人的经历与总结，家族企业在起步过程中，相对于其他的不以血缘关系作为凝聚纽带的企业，的确具有很多优势。家族企业在创业阶段，比较团结、利益纷争少、用于人事纠纷方面的成本非常少。但是，在创业之初的很多优势，在创业成功之后，反而成了劣势。例如，决策不民主，决策考虑不周全，很容易造成决策不成功；可共苦但不易同甘，利益与名誉之争随家族企业的壮大而逐渐激烈；不易吸收家

族之外的英才。继承人要接手这样一个矛盾重重的大摊子，其所面临的问题之艰巨，可想而知。据我了解，继承人之所以不能够将家族企业发扬光大，很大程度上就是受困于家族企业壮大后出现的一系列带有雷同性的问题，无法解决，愈积愈多，最终导致无法收拾，使企业走向衰败破产甚或“改朝换代”。

正是时时对家族企业抱有这样的忧患，我比较关注理论界对家族企业继承问题的研究，遗憾收获不多。尤其是关于家族企业权威传承研究的力作为数甚少。

因此，朱素英博士的专著《后继任期家族企业权威传承研究》有一定的开拓性意义。本书既有深入浅出的理论阐述，又有颇具说服力的案例分析，并有长时间跟踪调查的切实研究，在家族企业权威传承研究方面，有许多值得家族企业经营者们继续思索的思想与观点。作者分析指出目前家族企业继承中存在三个比较突出的问题，一是继任者存在继任准备不足，未能切实地了解行将接手的家族企业，未能掌握驾驭家族企业的一般性能力；二是家族企业内部的双重领导，使得指挥紊乱，协调性差；三是很多企业经济权力的移交，非常不彻底，使继承者缺少足够的驾驭能量，不足以服人，不方便独立处理事务。作者所归纳的三个现象，也很值得某些家族企业的“老一代”引以为戒。书中格外强调了继承者具有“权威”的重要性，并通过对企业权威细化分类，将研究问题引向深入。书中运用经济学、管理学理论研究家族企业的种种现象，剖析较为透彻，值得参考。并通过对比分析方式，显示了家族企业之间不同权威传承模式动态的、静态的异同所在，以及对继任后家族企业发展的影响，很有借鉴价值。

开卷之后，多受启迪。幸能为序，更愿力荐。

丰 岳

浙江大丰体育有限公司总经理

2011年10月25日于宁波

目 录

第一章 导论	1
一、后继任期家族企业权威传承问题的提出.....	1
二、前期的探索性工作.....	6
三、研究思路和研究框架.....	9
四、本书的结构和主要观点	11
五、本书的特色与创新	16
 第一篇 理论研究篇	
第二章 组织理论视角的企业权威研究综述	21
一、韦伯的“合法性”权威理论	21
二、福莱特的“情境”权威理论	24
三、巴纳德的“接受”权威理论	28
四、西蒙的“决策”权威理论.....	34
五、小结	36
第三章 契约理论视角的企业权威结构分析	38
一、关于市场契约与企业契约	38
二、关于企业的性质	40
三、企业权威关系构成	43
四、组织权威与个人权威的相互关系	48
五、小结	51

第四章 家族企业权威传承理论分析	52
一、家族企业权威特征分析	52
二、继任后家族企业权威的变化特征分析	54
三、后继任期家族企业权威演变分析	56
四、后继任期家族企业权威传承模式理论命题	61
五、后继任期家族企业权威传承模型与假设	62
六、小结	65

第五章 研究方案设计	66
一、案例比较研究方法	66
二、实证研究方法	70
三、相关概念的界定	71
四、案例企业继任背景介绍	75

第二篇 案例研究篇

第六章 “外部创新型”模式下企业权威传承过程分析	83
一、OCA1 案例企业权威传承过程分析	83
二、OCA2 案例企业权威传承过程分析	95
三、OCA3 案例企业权威传承过程分析	104
四、小结	109

第七章 “内部变革型”模式下企业权威传承过程分析	111
一、ICB1 案例企业权威传承过程分析	111
二、ICB2 案例企业权威传承过程分析	118
三、ICB3 案例企业权威传承过程分析	123
四、小结	126

第八章 “中途变道型”模式下企业权威传承过程分析	128
一、MCC1 企业权威传承过程分析	128
二、MCC2 企业权威传承过程分析	136
三、小结	139

第九章 家族企业权威传承模式跨案例比较分析	141
一、企业权威传承背景比较.....	141
二、企业权威传承特征比较.....	144
三、企业权威传承影响因素比较.....	147
四、小结.....	148
附：案例企业人际关系、股权配置特征描述性分析.....	149

第三篇 实证研究篇

第十章 实证调研数据分析	161
一、问卷设计与发放.....	161
二、变量的测量与质量分析.....	162
三、统计分析.....	169
四、比较分析.....	171
五、小结.....	179
第十一章 家族企业权威传承理论模型与假设检验	181
一、家族企业权威传承过程模型与假设检验.....	181
二、家族企业权威传承有效性评价模型与假设检验.....	189
三、小结.....	203
第十二章 研究结论与政策建议	204
一、研究结论与讨论.....	204
二、政策建议.....	213
参考文献.....	217
家族企业继任与企业权威传承研究调查问卷.....	221
后记.....	224

第一章 导 论

一、后继任期家族企业权威传承问题的提出

(一) 研究背景

在中国,家族企业继任理论研究起始于21世纪初,李新春、苏晓华于2001年4月在《管理世界》发表的名为《总经理继任:西方的理论和我国的实践》的文章,是有影响的标志性起始研究文献之一。其后,与家族企业继任相关的理论问题快速成为研究热点,涌现出大量的研究文献和专著,研究主要包括:家族企业继任文献综述、家族企业继任的国际比较、华人家族企业继任特征分析、家族企业继任的影响因素、继任过程和继任结果评价等,极大地丰富和提升了家族企业继任研究的理论和现实意义。

同时,家族企业经过15~20年的快速发展,自2000年后就陆续进入继任期,今后的5~10年更是继任高峰期(王连娟,2007)。家族企业继任失败的案例也屡见不鲜;其中,继任过程中的权威散失被认为是导致继任失败的重要原因(Massis,2008)。因此有关“家族企业权威传承”的理论研究和实践考察,已经成为学者们深入关注家族企业继任的热点问题之一。但是,由于家族企业权威传承比企业权力传承,具有更大的内部隐秘性和复杂性特征,要深入家族企业实际,成功选取企业权威传承个案,从而实际了解家族企业权威传承过程,没有一定的社会关系支持,无疑非常困难。从文献检索的结果也发现,目前有关家族企业权威传承的研究,仅停留于家族企业权威理论分析的起步阶段,结合企业实际的案例研究或者实证研究还是空白。

因此,深入探究家族企业权威传承过程,分析权威传承特征和影响因素,客观评价权威传承对于家族企业持续发展的影响,不仅具有理论上的探索性意义,更具有急迫而重要的现实意义。

(二) 研究由来

本课题组曾于 2005 年对有关浙江省家族企业继任现状做过大样本的问卷调研, 当时获取有效样本企业 117 家, 涉及 10 个行业, 遍布省内 9 个市、区; 为后来顺利完成专著《家族企业继任中的企业家精神传承》提供了关键的数据支持。之后, 我们与其中的近 20 家企业建立了常年联系, 为进一步开展后续研究提供了稳定的企业基础。

在对已经调研的样本做统计分析后发现, 继任后家族企业存在着可能与企业权威传承有关的三个具有统计意义的现象。

1. 继任者存在继任准备不足的现象

我们从两个方面考察继任者的继任准备程度; 第一, 继任准备时间: 按继任者进入企业管理层到担任总经理之前的时间来计算; 第二, 继任准备时间内担任的管理职位数。调查统计结果见表 1.1。

表 1.1 继任者的继任准备程度

继任准备时间		继任前担任的管理职位数	
0 年	18.8%	1 个职位	24.8%
1~2 年	35.0%	2 个职位	43.6%
3~4 年	22.2%	3 个职位	17.9%
5~10 年	24.0%	4 个以上职位	13.7%

关于继任准备时间, 表 1.1 中的数据显示, 样本企业的继任准备时间, 平均值是 2.88 年, 有 53.8% 的继任者在企业内的继任准备时间只有 1~2 年, 其中更有 18.8% 的企业继任者没有继任准备过程就直接出任企业总经理, 只有 24% 的继任者, 继任准备时间在 5 年以上。从继任者曾经担任的管理职位数来看, 68.4% 的继任者担任过 1~2 个职位数, 只有 31.6% 的继任者担任过 3~4 个以上管理职位数。与国外学者研究的继任准备时间平均在 5~7 年之间、继任者担任管理岗位数平均在 7 个左右相比 (morris et al., 1996), 中国家族企业继任者的继任准备明显不足。

2. 家族企业内部存在双重领导现象

对于家族企业继任原因的调查分析发现,中国家族企业继任的原因主要是由于前任企业家能力与家族企业的快速发展不相匹配所致,企业把领导人继任作为引进企业家资源、谋求企业持续发展的重要途径和方式。所以,在继任者进入企业核心决策层的同时,前任大部分可能依然留在企业决策层,形成新老企业家双重领导的局面。

我们分别从继任后前任在企业内的职位安排、决策特征、股权构成、决策层人员构成等四个方面作统计分析,结果显示家族企业内部存在双重领导现象。

第一,对企业前任在继任后的职位安排调查显示(见表1.2),继任后,前任彻底退出企业层的占8.6%,前任只对继任者行使监督和指导的占36%,前任只参与企业的关键决策的占32.8%,前任仍然处于企业决策层的核心占22.6%。后两项合并占55.4%的较高比例。

表 1.2 前任在继任后的职位安排

职位安排	比例 (%)
前任彻底退出企业层	8.6
只对继任者行使监督和指导	36
只参与企业的关键决策	32.8
仍然处于企业决策层的核心	22.6

第二,对继任后家族企业的决策特征调查也显示(见表1.3),“先由继任者提出意见,由前任作最后决定”的决策方式,占样本量的17.1%,说明继任后前任对于企业的决策还是具有较大的、直接的决定性作用。

表 1.3 继任前后家族企业的决策特征

决策特征	继任前 (%)	继任后 (%)
一切决策都直接由创业者/继任者决定	43.9	12.0
关键决策直接由创业者/继任者决定	30.7	23.1
下属提供信息与决策意见,最后由创业者/继任者决定	19.3	29.1
创业者/继任者提议,最后由专门的管理层讨论决定	7.0	21.4
继任者提出意见,前任作最后决定	—	17.1

课题组在个案访谈时,曾经就“如何处理前任与继任者的决策意见分歧?”

与继任者做过当面交流,普遍的回答是:“尽量说明自己的观点,但是最后的决定权还是由前任控制”;询问“是否通过管理层讨论集体定夺?”多数继任者的回答是“不多”。个案调查的结果与大样本调查统计的结论特征具有内在一致性。继任后前任对于企业仍然拥有较大的主动权和控制权,继任者的角色具有一定的依附、服从的特征。

第三,对继任后企业股权结构特征调查显示(见表1.4),家族企业的股权结构,在继任前后并没有发生显著变化的占65.8%,充分体现了企业前任在家族企业继任中的主导地位 and 最终的控制权。有14%的企业将股份平分给了家族的继承人,从一定程度上,体现了家族对于企业继任的影响。只有21.1%的企业提高了继任者所占有的股份,体现了企业运用股权结构对于继任者的激励作用。综合来看,企业的股权结构,对于继任者行使企业的独立决策权来说,控制功能远大于激励意义。

表 1.4 继任前后家族企业的股权结构特征

继任前 (%)		继任后 (%)	
创业者个人所占股份大于 50%	61.5	与继任前一致,没有改变	65.8
创业者家族所占股份大于 50%	21.4	企业股份平分给家族继承者	14.0
创业者个人所占股份小于 50%,但是公司经营决策权由创业者控制	19.1	继任者所占股份高于其他继承人	10.5
		继任者所占股份高于创业者	9.6

最后,对继任后企业管理层人员构成特征调查显示(见表1.5),“与继任前一样,基本没有变动”的,占样本量的35.0%,尤其是,“继任后,企业元老作为管理人员减少”的,只占样本量的4.3%;说明继任后,企业管理层人员构成特征具有较大的稳定性特征,这也在一定程度上体现了继任后前任对企业的影响力依然持续存在。

表 1.5 继任前后家族企业管理层人员构成特征

继任前 (%)		继任后 (%)	
关键部门任用家族成员	48.3	与继任前一样,基本没有变动	35.0
主要从外界招聘	21.6	家族成员作为管理人员减少	19.7
主要从企业内部提拔	19.0	家族成员作为管理人员增加	2.6
家族成员不占主要职位	12.1	企业元老作为管理人员减少	4.3
—	—	从企业外新招聘的人员增加	41.9
—	—	从企业内部新提拔的人员增加	19.7

3. 继任后家族企业存在偏重于向外开拓创新的现象

我们对于继任后家族企业创新活动特征调查显示（见表 1.6），市场创新活动占 63.2%、技术创新活动占 47.4%、企业内部制度创新活动仅占 27.2%。前两组数据比重显著高于最后一组。

表 1.6 继任后家族企业的创新活动

市场创新	63.2%
技术创新	47.4%
企业内部制度创新	27.2%

这组数据给我们很大的疑问：为什么继任后的家族企业，会显著偏向于对外的开拓性创新，而对于企业内部的制度创新活动如此缺乏？是否有什么因素在决定或者影响着继任后家族企业的创新决策导向？

综合上述三个现象，我们大致可以清楚家族企业权威传承的内部环境特征：（1）继任者继任准备不足；（2）家族企业存在双重领导；（3）家族企业缺乏内部制度变革。基于上述分析，我们进一步关心的是：在这种企业环境条件下，家族企业权威传承是如何进行的呢？

（三）研究主题的确定

正是基于对上述问题的研究兴趣，我们希望能够厘清存在这些现象的原因、了解它们与家族企业权威传承的关系和影响，继而深入探究继任后，家族企业权威传承的影响因素、传承过程和传承结果。所以，2008 年春季，我们开始关注家族企业权威传承问题，初步把研究主题确定为“后继任期家族企业权威传承研究”。

所谓“后继任期”，是指家族企业的继任者完成权力交接，进入企业核心决策层之后的期间。

“后继任期”与一般学者研究的“继任期”，即“继任者进入本企业开始工作到完成权力交接进入企业核心决策层的期间”有明显的区别。对于处在“继任期”的家族企业，关注重点是如何培养和锻炼继任者的企业家能力、以及如何顺利完成管理决策权的权力交接；而对于“后继任期”的家族企业，关注重点是继任者的企业家能力如何运用和发挥、以及如何随着权力交接实现更深层次

的企业权威的传承。尽管“后继任期”也是继任者继续在“干中学”的能力提高过程,不过,这两个期间的关键区别在于,一个是继任者“如何学”的期间,另一个是继任者“如何干”的期间。继任者在此期间干得怎么样,不仅对继任者本人会产生直接影响,对家族企业发展更会产生重要影响。

所以,对于“后继任期”,我们关注的是,家族企业继任者在取得企业的管理决策控制权后“如何干”的过程,如何在做出一系列的能够促进企业稳定与发展的有效决策的同时,逐步实现企业权威传承的过程。

二、前期的探索性工作

(一) 相关研究文献综述

与多数学者的研究过程类似,我们的研究兴趣尽管来自前一个课题的企业调研分析,但是,真正开始研究还是从检索文献开始,以期在研究文献中获取相关的理论解释和理论支撑。我们分别从有关权威理论研究和家族企业继任理论研究两个方向,进行文献检索。

1. 权威理论研究文献综述

权威理论是研究家族企业权威传承的基础性理论,所以,我们检索了大量的有关权威研究的文献。检索发现,权威理论的研究文献,数量非常庞大,涉及政治学、社会学、经济学、法学、管理学和心理学等许多学科范畴,韦伯、福莱特、巴纳德、西蒙、科斯、科尔曼等知名大师对权威的理论阐述,几乎成为各学科研究权威主题的共同的理论性源头。从管理学与组织理论研究的视角来看,有关权威研究文献主要包括两大类:一是文献综述型。这类文献最多,主要集中于对经典权威理论的梳理、比较和总结,试图构建新的权威结构和权威评价理论体系(秦志华,2002;江历明,2007;程承坪,2007);检索发现,这类文献偏于理论性介绍,思想性拓展尤其鲜见。二是理论运用型。这类文献运用传统权威理论,结合新的时代特征,尤其是现代企业人力资源的知识型特质,定性分析现代企业权威关系的特征和发展趋势(郭强,2001;赵小仕,2005;刘茂松,陈素琼,2005;李晓冬,2006;李东,张苏,2007)。但是这类文献多数缺乏对于真实组织内部权威关系的关注和考察,结合企业实际的论证和运用明显不足。

而且,对于权威主体的研究层面,在有关政治学、法学和社会学范畴的权威

理论研究文献中,有许多从组织层面出发、直接以组织作为权威主体的专题研究,包括国家权威、社团组织权威、行政组织权威、司法组织权威等等,权威主体明确就是组织,分析组织与个人之间的权威关系,论述组织权威对于个人的影响。但是,在管理学范畴,我们几乎没有找到以组织为权威主体的组织权威专题性研究。即使含有组织权威题材的文章,最后依然合流于组织领导者的个体权威。而且,从权威理论在管理学领域中的运用与发展来看,这种以关注领导者个体权威为核心的传统权威理论,似乎已经成为主张“以人为本”、“民主化决策”、“员工参与企业共同治理”等现代企业经营理念的异端,在近20年的管理学研究中被淡化甚至衰落,权威理论似乎已经被另外两大理论研究领域所分化或者取代,即领导理论研究和组织交换理论研究,前者关注领导力和领导权威,研究领导与员工的权威关系;后者关注组织决策对员工的绩效、组织承诺和组织公民行为的影响,研究组织与员工基于社会交换目的建立的相互关系。因此,企业权威已经被企业领导个人权威所取代,组织权威关系已经被组织交换理论所淹没。

2. 家族企业权威传承研究文献综述

许多学者对于家族企业传承内涵的丰富性、传承过程的持续性有共识,即家族企业传承是以企业高层决策权的交接为主要形式,包括企业所有权、企业决策权、企业资源、企业文化与知识以及企业权威等内容,由表及里的、逐步传递的过程。但是,从有关家族企业继任研究文献来分析,从对企业继任过程关注的时间断面来分析,多数集中于“继任者进入企业后到权力交接完成”这一段期间,即多数文献中提及的“继任期间”,对于继任者继任管理大位之后的过程——本书称之为“后继任期”的研究,则鲜有涉及。从研究内容来看,关注的主题也多是“继任期间”家族企业的继任活动,具体包括:继任者的培养(Chrisman, Chua, & Sharma, 1998; Sharma & Rao, 2000; Pyromails et al., 2004; Lambrecht, 2005; Venter, Boshoff, & Maas, 2005; 王连娟, 2007)、权力继任过程(Longenecker & Schoen, 1978; Stavrou & Swiercz, 1998; Dyck, Mauws, & Starke, et al., 2002; Murray, 2003)、继任影响因素(Handler, 1991, 1992; Morris, Williams, & Allen, et al., 1997; Lansberg, 1988; Vera & Dean, 2005),以及继任过程和继任结果评价等(Sharma, 2001; 2003; 朱素英, 2007; 窦军生, 贾生华, 2008)。关于较深层次的企业资源、企业权威、企业文化与知识的传承,尽管也引起了部分学者的关注,但是研究内容主要集中在这类传承的特征和影响因素上,较少涉及传承过程和传承结果,并且多数研究尚处于理论的综合性评述和定性分析层面