

马丽波 著

The Study on the Recycle and
Multidimensional Evolution of
Family Business Lifecycle

家族企业的 生命周期轮回与多维演进研究

本书的核心内容是构建了家族企业生命周期轮回和多维演进模型，并在已有研究基础上，从企业组织、契约关系治理、家族企业家素质与家族企业外部环境变量等多维角度，探讨了家族企业生命周期演进的规律，同时对欧美、东南亚华人和中国本土家族企业的生命周期，进行了比较系统的思考……

中国社会科学出版社

马丽波 著

The Study on the Recycle and
Multidimensional Evolution of
Family Business Lifecycle

家族企业的 生命周期轮回与多维演进研究

本书的核心内容是构建了家族企业生命周期轮回和多维演进模型，并在已有研究基础上，从企业组织、契约关系治理、家族企业家素质与家族企业外部环境变量等多维角度，探讨了家族企业生命周期演进的规律，同时对欧美、东南亚华人和中国本土家族企业的生命周期，进行了比较系统的思考……

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

家族企业的生命周期轮回与多维演进研究/马丽波
著. —北京: 中国社会科学出版社, 2008. 12

ISBN 978 - 7 - 5004 - 7588 - 0

I. 家... II. 马... III. 家族—私营企业—企业
管理—研究 IV. F276.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 021888 号

策划编辑 卢小生 (E-mail: georgelu@vip.sina.com)

责任编辑 卢小生

责任校对 刘娟

封面设计 杨蕾

技术编辑 李建

出版发行 中国社会科学出版社

社址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮编 100720

电话 010 - 84029450 (邮购)

网址 <http://www.csspw.cn>

经销 新华书店

印刷 北京新魏印刷厂

装订 丰华装订厂

版次 2008 年 12 月第 1 版

印次 2008 年 12 月第 1 次印刷

开本 710 × 1000 1/16

插页 2

印张 13

印数 1 - 6000

字数 212 千字

定价 26.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

前 言

本书是在我的博士论文基础上修改而成的。本书旨在探明家族企业成长史中，家族企业作为一种社会组织与企业组织相互渗透的特殊组织形式，具有其生命周期演进的多维动因和一般规律。因为，无论在发达国家还是在发展中国家，家族企业都普遍生存和发展着，家族企业的生命周期也因此而备受关注。创业者和经营者期冀企业能“长命百年”，长盛不衰；学习者和研究者也努力去探求企业的发展规律和方法，以期为家族企业成长开出“灵丹妙药”，但无论在理论上还是实践上，至今对家族企业生命周期进行系统分析的文献并不多见。克林·盖尔西（1998）的《家族企业的繁衍》堪称是家族企业生命周期研究的“开山之作”，为家族企业生命周期的研究提供了基本的分析框架和典型的案例，兰德尔·S. 卡洛克与约翰·L. 沃德（2004）的《家族企业战略计划》又为其研究做了很好的补充，但仍不能完全解读家族企业长寿或者短命的原因，更难预测中国这一特殊儒家文化背景和经济转轨时期诞生的家族企业的命运。中国学者陈佳贵（1995）的《关于企业生命周期与企业蜕变的探讨》、苏琦和李新春（2004）的《内部治理、外部环境与中国家族企业生命周期》以及陈朝龙和陈蛇（2005）的《家族企业复合型生命周期及转型的调查研究》3篇文章，对中国家族企业生命周期的研究颇具启发意义。本书在借鉴上述研究成果的基础上，以企业的生命周期理论为依托，侧重从企业理论角度，采用调查研究、案例研究和比较研究等方法，围绕家族企业的生命周期这一主题，对欧美、日本、东南亚华人和中国本土家族企业的生命周期，进行了较为系统的思考。在对企业史的研究中，我发现，资本主义是由家族打造的。美国学者钱德勒和哈罗德·詹姆斯通过对大企业演变的案例分析得出这个一致的结论，引领我去探究中国企业成败的奥妙。在对中国家族企业现状的调研过程中，我发现，中国的家族企业不是“落

伍”，而是发展的不够充分；家族企业在国民财富创造中所发挥的巨大作用，乃至在社会稳定方面所具有的不可替代的功能未能得到认真的历史比较和分析，特别是面对中国家族企业生命周期短暂这一致命缺憾，人们普遍提出用“股份制”代替“家族制”。鉴于此，我以家族企业的生命周期与多维演变为研究的落脚点，在区分家族企业与非家族企业之间的本质性区别基础上，重点研究影响家族企业生命周期各因素的作用机理，探讨家族企业生命周期不同阶段演进的特征和规律，以解释中国本土家族企业发展短命的根源，力求为中国家族企业的发展提供理论支持。

本书的贡献在于，构建了家族企业生命周期轮回与多维演进的模型，将每一个演进维度的分析独立成章，在重点关注家族企业所有权维、组织形式维和外部环境维变迁的同时，梳理家族企业生命周期演进的规律，探讨了家族企业生命周期不同阶段的影响因素并做了必要的实证分析。

本书的一个缺憾是，没有能将中国南北方家族企业成长的完整数据进行比较分析，以探究两者在创业与成长路径方面的差异。

目 录

1 导论 / 1

1.1 家庭与家族 / 1

1.2 家族企业的内涵与特征 / 3

1.3 家族企业存在的制度环境与理论基础 / 7

1.4 家族企业研究概述 / 10

2 家族企业生命周期轮回与多维演变 / 13

2.1 企业的生命周期理论 / 14

2.2 家族企业生命周期轮回与多维波动 / 21

3 企业组织演变与家族企业的生命周期特征 / 29

3.1 企业理论起源与企业组织演变 / 29

3.2 发达市场经济国家家族企业组织的演变 / 36

3.3 海外华人家族企业组织的演变 / 54

3.4 中国本土家族企业组织的演变与生命周期 / 62

3.5 家族企业组织演变与生命周期 / 79

4 产权契约、公司治理与家族企业生命周期 / 85

4.1 企业产权契约的演变 / 85

4.2 家族企业所有权与治理 / 91

4.3 家族企业治理的三环演变与生命周期 / 97

5 企业家能力的动态演化与家族企业生命周期 / 106

5.1 企业家与企业家能力 / 106

5.2 企业家能力在企业生命周期中的动态演化 / 112

5.3 企业家能力与家族企业成长 / 119

6 外部环境与家族企业生命周期 / 130

6.1 主要发达国家家族企业成长的外部环境解读 / 130

6.2 东南亚国家的家族企业成长的外部环境分析 / 136

6.3 中国家族企业成长的外部环境分析 / 138

6.4 中国家族企业的生命周期——一个扩展的模型 / 147

7 行业选择、规模边界与家族企业生命周期 / 154

7.1 产品与成本控制 / 154

7.2 行业选择 / 161

7.3 规模边界 / 170

8 结束语 / 178

8.1 本书的基本结论 / 178

8.2 有待进一步研究的问题 / 179

附录 问卷调查样本 / 180

参考文献 / 183

后记 / 194

图 表 目 录

- 图 2-1 爱迪思家族企业生命周期示意图 / 16
- 图 2-2 企业生命周期理论的系统解析 / 21
- 图 2-3 盖尔西克家族企业生命周期模型 / 22
- 图 2-4 卡洛克—沃德家族企业生命周期模型 / 23
- 图 2-5 家族企业生命周期曲线 / 24
- 图 2-6 家族企业的生命周期阶段轮回示意图 / 25
- 图 2-7 家族企业复合型生命周期示意图 / 26
- 图 2-8 外部环境 with 家族企业 / 27
- 图 2-9 家族企业生命周期多维模型 / 28
- 图 3-1 家族企业组织形式流程图 / 33
- 图 3-2 家族企业生命周期与组织演变示意图 / 83
- 图 4-1 公司治理结构构成 / 92
- 图 4-2 家族企业治理结构图 / 93
- 图 4-3 家族企业治理模式 / 96
- 图 4-4 家族企业的三环模式 / 97
- 图 4-5 家族企业治理结构的三环模式 / 98
- 图 4-6 家族董事会结构“一步” / 98
- 图 4-7 家族董事会结构的“二步” / 99
- 图 4-8 家族董事会结构的“三步” / 99
- 图 4-9 上市后家族公司治理的基本模式 / 100
- 图 4-10 家族企业的三维演变 / 104
- 图 5-1 企业家经营能力变化曲线 / 113
- 图 5-2 企业家能力在企业生命周期不同阶段的重要性 / 116
- 图 5-3 黄群慧(2000)的企业家人力资本与企业绩效关系模型 / 117

- 图 5-4 程承坪 (2002) 的企业家人力资本与企业绩效关系模型 / 117
- 图 5-5 改进的企业家能力与绩效模型 / 118
- 图 5-6 家庭企业传承的四阶段角色调整模型 / 123
- 图 5-7 代际传承与家族企业成长示意图 / 124
- 图 6-1 家族企业生命周期与社会责任示意图 / 145
- 图 6-2 扩展的家族企业可持续模型 / 148
- 图 6-3 再扩展的家族企业可持续模型 / 152
- 图 7-1 产品生命周期各阶段对产品成本的影响及实际所需的产品成本 / 157
- 图 7-2 提升产品生命周期价值示意图 / 160
- 图 7-3 行业选择的影响因素 / 161
- 图 7-4 波特的行业结构模型示意图 / 165
- 图 7-5 家族企业生命周期与行业选择示意图 / 170
- 图 7-6 家族企业生命周期与规模关系图 / 176
- 表 1-1 先前研究中所用的家族企业定义 / 4
- 表 1-2 三种类型家族企业的简要比较 / 7
- 表 2-1 世界部分长寿公司概况表 / 13
- 表 2-2 企业生命周期阶段的划分 / 17
- 表 2-3 企业生命周期各阶段特征比较 / 18
- 表 3-1 1990—2001 年中国私营企业组织形式变化情况 / 34
- 表 3-2 1995—2004 年中国私营企业组织形式变化情况 / 34
- 表 3-3 美国 5 家历史最悠久的家族企业概览 / 37
- 表 3-4 美国家族企业典型案例 / 42
- 表 3-5 其他发达市场经济国家家族企业典型案例 / 44
- 表 3-6 日本家族企业典型案例 / 49
- 表 3-7 2001 年按营业额排名的全球最大 30 家跨国公司 / 52
- 表 3-8 日本中小企业参与大企业承包生产的情况 / 53
- 表 3-9 海外华人家族企业组织研究的典型案例 / 58
- 表 3-10 晚清政府主导的几种企业组织形式特征列表 / 68
- 表 3-11 晚清时期中国主要家族企业组织的典型案例 / 68
- 表 3-12 转轨时期中国家族企业组织的典型案例 / 74

- 表 4-1 生命周期各阶段家族企业治理结构的特征与演变 / 102
- 表 5-1 领导风格变化表 / 112
- 表 5-2 总裁生命周期的五个季节 / 114
- 表 5-3 企业生命周期状况与家族企业家行为方式选择 / 122
- 表 6-1 私人企业主个人开业资金来源分布 / 140
- 表 6-2 企业主文化程度构成状况 / 142
- 表 6-3 家族企业不同发展阶段的信任机制与治理结构对比 / 144
- 表 6-4 家族资源中各因素对生命周期的影响 / 150
- 表 6-5 影响企业效益的主要因素量表 / 150
- 表 6-6 家族企业寿命估算量表 / 151
- 表 7-1 产品生命周期不同阶段特征 / 156
- 表 7-2 行业的类型和特征 / 164

1 导论

中国本土 90% 以上的私营企业是家族企业。20 世纪 70 年代末 80 年代初, 中国本土家族企业发展更是方兴未艾。家族企业所具有的独特的竞争优势、家族企业对资源的吸纳和整合、家族企业的权力交接与演化路径、家族企业的代际传承与治理等问题, 引起了学者们的普遍关注。学者们从经济学、社会学、管理学和文化人类学等诸多学科角度探究家族企业成长的规律, 以期延长家族企业的寿命, 但对家族企业的生命周期本身的运行与演变研究甚少, 而家族企业的生命周期又是家族所有者或经营者极为关注的问题。本书研究正是基于上述背景与认知, 通过建立家族企业生命周期多维分析模型, 探讨对家族企业生命周期产生影响的作用因素和作用机理, 区分家族企业与非家族企业的生命周期特征及其演变规律, 旨在找出家族企业生命周期不同阶段的演变特征及规律性, 为家族企业家创业或谋求永续发展提供理论支持与决策参考。

1.1 家庭与家族

“家庭本位”是中国社会的传统特色之一。家庭是指由血缘、婚姻和收养关系而形成的基本群体, 其基本特征是财产共有、同居共食, 构成一个“独立核算单位”。而家族则是以家庭为基本单位组合而成的群体。最典型的家族是指由同一个父系祖宗的后代家庭所构成的家庭组合, 即一个家族包含了若干个具有血缘关系, 但经济上和生活上各自独立的家庭, 或者说家族是以血统关系为基础而形成的社会组织。家庭的逐步扩大和延伸, 进而以家庭为基本单位组合而成的群体便为家族。

家族一旦成为生产单位, 家族组织的权威便与企业的层级制权威相

连。但与层级制的现代企业不同，家族组织权威的维系不是依靠供求关系、法律制度，而是靠建立在伦理关系之上的亲缘关系、伦理规范、家族制度等非经济因素来维系。家族资源配置中的交易成本和监督成本相对较低，这对于一个法制和信用尚不健全的社会来说，家族关系无疑是一个很好的替代和补充。家族组织或家族企业也便有了其生存的基础。

家族是与家庭相联系的概念，有时家族企业就是家庭企业。

为了研究家族企业生命周期的方便，我们以家族的核心为特征，把家族分为以下几种类型或层次：

第一类：以父子关系为核心的家族。以父子关系为核心的家族是最严格意义上的家族，也是最狭义的家族。这种家族的成员血缘关系密切，一般具有相同的姓^①，如以生产福特汽车而著称于世的福特家族等。一些国家“手艺人”传男不传女的信条也来自于这种严格的恪守于父系血缘关系的家族信念。人们通常称这类家族为血亲家族。

第二类：以夫妻关系为核心的家族。以婚姻关系为基础，以夫妻关系为核心构成的家族的范围比第一类更广泛一些，而且家族成员可有不同的姓氏。

第三类：以兄弟（姐妹）关系为核心的家族。这类家族注重血亲或姻亲家族内部同辈成员之间的关系，如表兄弟（姐妹）、堂兄弟（姐妹）等。

第四类：以朋友关系为核心的“家族”。以朋友关系为核心构成的群体严格地说不能算是家族，或者只能说是“准家族”或者“泛家族”。其成员可以扩展到既不是血亲家族的同祖同宗，也没有姻亲家族中婚姻关系者。但这种“准家族”或“泛家族”成员之间保持着标准家族成员之间的情感关系密切这一特征。如通常所说的亲朋好友及由同学、“战友”、“老乡”关系构成的群体。这些成员之间经常“称兄道弟”，有的还有“加盟”仪式。^②

① 除中国以外，大部分的国家女性出嫁后都改为夫姓。

② 有时，这类“家族”可能会形成有严密组织的帮会或其他组织，已经不是纯粹的企业组织。这种情况不在我们的研究范围之内。

1.2 家族企业的内涵与特征

家族企业的内涵由于多年来对该问题的理论研究滞后于实际发展,至今尚未形成一个确切的界定。研究家族企业的学者大多数都以美国著名企业史学家钱德勒的定义为版本,延伸出自己的理解或者定义。钱德勒的定义是:“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、资源分配和高级人员的选拔方面”^①。从钱德勒的定义看,这种家族企业并不是指由家族成员掌握全部所有权和经营控制权,而是一种大部分和基本掌握上述两种权利的企业组织形式。哈佛大学家族企业研究的代表人物之一唐纳利认为,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,且满足七个条件中的某一个或数个条件,即可构成家族企业。即家族成员将企业视为一生的事业;家族成员在企业的职位决定其在家族中的地位;家族成员并非仅仅以利益为目的持有企业的股票;即使该家族成员没有正式参与该企业的管理,其行为也会影响企业的形象;家族价值观与企业价值观合而为一;现任或前任董事长或经理的妻子或儿子位居董事;家族有决定企业经营者的影响力。盖尔西克(1998)侧重从所有权的角度定义家族企业,认为不论企业是以家庭命名还是好几位亲属在企业的高层领导机构,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庭拥有所有权^②。罗森布拉特、德米克和约翰逊(Rosenblatt, Demik & Johnson, 1985)等人的定义是,一个企业的主要所有权或控制权,属于某一个家庭,而且这个家庭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。显然,这一定义不光要

① [美] 小艾尔弗雷德·D. 钱德勒:《看得见的手——美国企业的管理革命》,商务印书馆1997年版,第9页。

② [美] 克林·盖尔西克等:《家族企业的繁衍——家族企业的生命周期》,经济日报出版社1998年版,第22—23页。

求拥有企业的家族掌握企业的所有权，而且要求掌握，至少是部分掌握企业经营权。兰斯伯格、佩罗和罗格洛斯基（Lansberg, Perrow & Roglosky, 1988）等将家族企业看成是由家庭成员合法拥有其所有权的企业。巴恩斯和赫肖恩（Barnes & Hershon, 1976）认为，家族企业是企业的所有权由一个人或一个家庭的成员所控制，而且家庭成员或其后代在管理的企业。英国的一些学者在整理先前的有关家族企业定义的研究中，曾使用过的各种定义可见表 1-1^①，它涵盖了以下几个方面：家族参与企业管理而被视为家族企业的、家族成员掌握主要控股权的、企业管理层中至少有一名成员来自于拥有企业的家族中或者企业是代际传承的。

表 1-1 先前研究中所用的家族企业定义

作 者	家族企业定义
(a) 家族参与管理/被认为是家族企业	
宾德·哈姆林(Binder Hamlyn, 1994) 卡苏德 (Carsud, 1994)	公司董事之间存在家族关系 企业所有权和政策的制定由一位具有情感关系的集团成员支配
(b) 家族所有	
唐克尔斯和弗罗利克 (Donckels & Fröhlick (1991)	一个家族的成员持有企业 60% 或以上的股权
(c) 家族管理	
戴利和多林格 (Daily & Dollinger, 1992, 1993)	两个或两个以上同姓的人任企业管理者，或最高/关键经理人员与企业中工作的所有者有关联
(d) 代际传承	
邱吉尔和哈腾 (Churchill & Hatten, 1987)	研究家族企业一个有意义的起点是辨析家族企业与所有者管理的企业间的关键区别。此区别有二：企业中家族成员的参与；非市场基础的家族成员间权利的转移……这种转移有两个方面：财产所有权或控制权的转移以及企业运营和战略方向的管理控制权的转移

^① 李新春、张书军：《家族企业：组织、行为与中国经济》，上海三联书店、上海人民出版社 2005 年版，第 129 页。

续表

作 者	家族企业定义
沃德 (Ward, 1987) 汉德勒 (Handler, 1989)	企业传给家族中的下一代去管理和控制。家族企业在此定义为: 主要经营决策和领导层的继任受到管理层或董事会中家族成员的影响 (只要有家族成员参与企业当前的管理, 就能将这种组织定义为家族企业, 即使这些家族成员并不一定是继任者)
(e) 多种条件	
丘奇 (Church, 1969)	全部资本归私人所有, 事实上所有重要的管理职位由家族人员担任
钱农 (Channon, 1971)	家族成员曾担任首席执行官; 至少家族两代控制企业, 并且家族持有公司至少 5% 的股票权或信托基金
加森艾 (Gasson et al., 1989)	家族企业至少满足以下一个条件: a) 主要管理者之间有着血缘或姻亲关系; b) 企业所有权和管理控制权结合在一起; c) 控制权在同一家族中代际传承
斯托伊·海沃德 (Stoy Hayward, 1996)	家族体系对企业目前和未来运作有重大影响; 或满足以下标准中的任何一个: a) 单一家族持有超过 50% 的投票股权; b) 单个家族集团可以有效地控制该企业; c) 该企业高级管理层大部分来自同一家族
斯托伊米奥斯和罗马诺 (Stoymios & Romano, 1994)	家族企业至少满足以下条件: a) 超过 50% 的所有权为单一家族所有; b) 超过 50% 的所有权由一个以上家族所有; c) 单个家族集团有效控制该企业; d) 企业高级管理层大部分来自同一家族
雷诺兹 (Reynolds, 1995)	有三类家族企业: a) 独资; b) 家族企业 50% 以上的所有权为家族或亲属所有, 并且 50% 或以上家族或亲属在管理团队中; c) 超过 50% 以上所有权由家族或亲属持有, 但低于 50% 的家族或亲属在管理团队中

资料来源: 李新春、张书军:《家族企业: 组织、行为与中国经济》, 上海三联书店、上海人民出版社 2005 年版, 第 129 页。

中国台湾学者叶银华根据以前学者的研究, 提出以临界控制持股比率将个别公司的股权结构的差异性与家族的控制程度纳入家族控股集团的认定, 于是, 具备以下三个条件就可认定为家族企业: 一是家族的持股比率大于临界持股比率; 二是家族成员或具二等亲以内的亲属担任董事长或总经理; 三是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，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。

潘必胜（1998）认为，当一个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，并直接或间接地掌握企业经营管理权，这个企业就是家族企业。他根据家族关系渗入企业的程度及其关系类型，把家族企业分为三类：一是所有权和经营权全部为一个家族所有；二是掌握着不完全的所有权，却仍能掌握着主要经营权；三是掌握部分经营权而基本不掌握所有权。储小平（2004）从家庭、家族及其延伸的关系网络来界定家族企业，把家族企业看成是家族成员对企业所有权和控制权保持拥有的一个连续分布的状态，它包括从所有权与控制权不可分割的被家族成员紧密持有的形式，到企业上市后，家族成员对企业资产和经营管理保持临界控制权的企业。他把家族企业的形态分为单一业主制、纯家（庭）族制、泛家族制（企业主和主要的经理人是家族成员外，其他经理人员都是与企业主有地缘、学缘、业缘关系的乡里乡亲、同学、朋友、战友等）和家族控股的股份公司。

综合上述观点，我们给出家族企业的概念：家族企业是以婚姻和血缘关系为纽带而形成的经济组织，企业资本的来源和积累或企业的经营建立在家族的背景之上。我们以家族构成的四种类型关系为核心，根据家族成员对企业的所有权和经营权掌握状况的不同，把家族企业分为三种类型：一是家族所有型。在这种类型的家族企业中，家族是企业的所有者，但不参与企业的经营。企业的具体运作由非家族成员进行。这种情况虽然存在，但不多见。二是家族经营型。这种类型的家族企业中，家族成员不是企业的所有者，只负责对企业进行经营。例如，家族成员通过对某一企业的承包，在一定时期内和一定程度上拥有较大的经营权。这种情况在中国的集体乡镇企业中，比较常见。三是混合型。这类家族企业的成员既拥有（全部或部分）所有权，又（完全或部分）控制经营权。根据对“两权”的拥有或控制比例，又可分为三种基本情况：一是家族企业的所有权和经营权完全一体化；二是家族有所有权但只有部分经营权；三是家族有经营权但只有部分所有权。

表1-2列出了家族所有型、家族经营型和混合型这三类家族企业特征的简要比较。

表 1-2 三种类型家族企业的简要比较

类 型			特 征		
			“两权” 关系	优点	缺点
I	家族所有型		分离	易发挥职业经理人的优势	易失去对企业的控制
II	家族经营型		分离	经营者之间较易协调、企业内信息传递成本较低	家族成员的经营易与所有者发生冲突
III	混 合 型	完全一体化	两权合一	较易实施有效的激励机制	企业发展受经营者素质限制
		全部所有权、部分经营权	部分分离	较易发挥职业经理人的优势	较易产生内部人控制
		全部经营权、部分所有权	部分分离	经营者之间比较容易协调	存在与非家族成员冲突的可能性，内部人控制较严重

资料来源：根据访谈整理。

1.3 家族企业存在的制度环境与理论基础

1.3.1 制度环境

一定的组织制度是一定的制度环境的产物。制度约束不完善迫使人们依赖家族组织而不是正式制度来谋求生存与发展。制度的不完善主要是指缺少政府提供的公平竞争规则、稳定的交易秩序、公正的解决纠纷的程序以及支撑大规模交易必需的社会信用制度。企业效益的最大边界是由技术因素决定的，在这个边界既定的条件下，企业按交易成本最小的原则活动以追求企业整体综合效益最大化。家族企业制度环境中，与农业文明相连的家族力量是强大的，并主要依靠人情法则在运行。除此之外，政府的力量也是强大的，并在不完善的制度规范下运行，公有经济制度管制所造成的非公有经济的寻租成本极高、交易成本极大，使得该类企业在组织和人事上都是脆弱的；人力资本市场的不健全、经济信息互动异常艰难等制度环境造成企业要么投入政府的怀抱，要么走家族企业发展之路，这是构成家族企业组织存在和发展的外在因素。特别是资源的占有方式和分配方式的变革、家庭功能和劳动者身份的变迁，市场机制不完善使那些成为相对自由的剩余劳动者在追求“生存最大化”过程中，通过个人威望的存在