

李军 | 著

家族企业 持续成长研究

——基于珠三角的实证分析

JIAZU QIYE

CHIXU CHENGZHANG YANJIU



中国计划出版社

家族企业持续成长研究

——基于珠三角的实证分析

李军
著

JIAZU QIYE

CHIXU CHENGZHANG YANJIU



中国计划出版社

图书在版编目(CIP)数据

家族企业持续成长研究：基于珠三角的实证分析 /
李军著. — 北京：中国计划出版社，2016.8
ISBN 978-7-5182-0499-1

I. ①家… II. ①李… III. ①珠江三角洲—家庭企业—企业管理—研究 IV. ①F279.245

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第217936号

家族企业持续成长研究——基于珠三角的实证分析

李军 著

中国计划出版社出版

网址：www.jhpress.com

地址：北京市西城区木樨地北里甲11号国宏大厦C座3层

邮政编码：100038 电话：(010) 6390433 (发行部)

新华书店北京发行所发行

北京京华虎彩印刷有限公司 印刷

787mm×1092mm 1/16 15.75印张 221千字

2016年8月第1版 2016年8月第1次印刷

ISBN 978-7-5182-0499-1

定价：36.00元

版权所有 侵权必究

侵权举报电话：(010) 63906404

如有印装质量问题，请寄本社出版部调换

中文摘要及关键词

本研究在总结以往研究成果的基础上，并通过理论分析、假设发展、问卷调查和量化分析等研究工具的运用，创新性地将公司治理作为中介变量研究珠三角家族企业持续成长，揭示了家族企业持续成长的基本路径。

本研究以企业成长理论为理论基础，基本研究思路是：（1）根据文献分析建立研究模型，研究各个变量之间的关系（其中，前因变量4个，即企业社会关系网络、企业资本、企业家能力和企业高层管理团队；中介变量1个，即公司治理；因变量1个，即家族企业持续成长；调节变量1个，即企业外部动态环境；控制变量1个，即人口学变量）；（2）根据文献分析设计调查问卷，并对调查问卷进行信度和效度分析；（3）以珠三角家族企业为研究对象，选取时间断面发放调查问卷进行实证研究。

本研究的样本来自珠三角家族企业，采用方便抽样的方式进行实证调查，共计发放调查问卷520份，回收358份，其中有效问卷203份。通过实证分析，研究结论与发现主要包括：（1）研究模型的合理性得到支持；（2）实证结果支持研究假设，包括：企业社会关系网络、企业资本、企业家能力和高层管理团队分别对家族企业持续成长都有显著的正向影响作用；公司治理在高层管理团队和家族企业持续成长的正向关系中起中介作用；企业外部环境对企业资本与家族企业持续成长之间的正向作用中起负向调节作用；（3）实证结果部分支持研究假设，包括：公司治理在企业社会关系网络、企业资本、企业家能力分别与家族企业持续成长的正向关系中起中介作用；（4）通过对人口学变量分析发现，企业年龄对家族企业持续成

长影响显著为正，而企业规模对家族企业持续成长影响显著为负。

根据研究结论与发现，本研究进一步对如何保持家族企业持续成长提出建议：从加强家族治理和加强企业制度建设与执行两个方面加强公司治理；建立合适企业高效运营的高层管理团队主要是选择合适的 CEO、积极引导高管成员之间的关系；在应对企业外部环境对企业不利影响下要充分发挥企业资本的作用；加强企业市场关系网络、政府关系网络和融资关系网络等社会关系网络建设；企业家提升自身能力需要从整合资源能力、建立关系能力，以及提升发现机会能力和改革创新能力等方面加强；最后提出家族企业需要保持适度规模扩张才能保持持续成长。以上建议对于研究家族持续成长具有一定的理论价值，同时，在家族企业经营过程中如何促进企业持续成长具有可参考性。

关键词：家族企业；社会关系网络；企业家能力；高层管理团队；公司治理；持续成长

Abstract with Keywords

Based on the achievements of the former research, this study reveals the path of the family business sustainable growth and fills the research blank of the family business in Zhujiang Delta by using the tools of the theoretical analysis, hypothesis development, questionnaire investigation and quantitative analysis. Corporate governance as an intervening variable is the innovative point in the paper.

This research uses the firm growing theory as the theoretical basis and the basic ideas are: (1) to build up the research model and study the relationship between the variables including four former independent variables named the firm social network, the firm capital, the entrepreneurial capability and the firm top management team; one intermediary variable named the corporate governance; one dependent variable named the family business sustainable growth; one moderator variable named the corporate external environment; and one control variable named the demographic variable according to the literature analysis; (2) to design the questionnaire according to the literature analysis and analyze the questionnaire reliability and validity; (3) to use the family business in Guangzhou as the research object and conduct the empirical research by using the questionnaire and selecting the time section.

This study uses convenience sampling way to conduct the empirical research and the samples come from the family enterprises in Guangzhou. A total of 520 questionnaires are issued, 358 questionnaires are collected, and 203 questionnaires are effective. Through the empirical analysis, the conclusion mainly includes: (1) the rationality of the model gets support; (2) the empirical results support the research hypothesis, that is, the firm social network, the firm capital, the entrepreneurial capability and the firm top management team have significant positive influence on the family business sustainable growth respectively; the corporate governance plays

the mediating role in the positive relationship between the firm top management team and the family business sustainable growth; the corporate external environment plays the negative adjustable role in the positive relationship between the firm capital and the family business sustainable growth; (3) the empirical results partly support the hypotheses, including: the corporate governance plays the mediating role in the positive relationship among the firm social network, the firm capital, the entrepreneurial capability and the family business sustainable growth; (4) the firm age has a significant positive influence on the family business sustainable growth, and the scale of the firm has a significant negative influence on the family business sustainable growth based on the demographic variable analysis.

According to the research conclusion and findings, this study further put forwards the suggestions on how to keep the family business sustainable growth, that is, to strengthen the corporate governance from strengthening the family governance and the corporate system; to establish the firm top management team that is appropriate for firm efficient operation mainly by choosing the right CEO and guiding the relationship between the executive members actively; to give full play to the role of firm capital in dealing with the adverse effect of the corporate external environment; to strengthen the firm social network such as the firm market network, the firm political network and the firm financial network; to raise the entrepreneurial capability from the resources integration capability, the relationship building capability, the opportunity discovery capability and the innovation capability; and to put forward the appropriate scale expansion to keep sustainable growth of the family business. All this advice has certain theoretical value for the family business sustainable growth, at the same time, it has reference for promoting the family business sustainable growth in the its operation process.

Keywords: Family Business; Social Network; Entrepreneurial Capability; Top Management Team; Corporate Governance; Sustainable Growth

图 目 录

图 1-1	未来家族企业研究框架图	6
图 1-2	本研究思路框架图	9
图 3-1	基于三个维度的企业成长理论研究框架	22
图 3-2	动态企业成长模型	25
图 3-3	企业持续成长的一般过程模型	27
图 3-4	关键资源对集群企业成长绩效作用机制概念模型	28
图 3-5	家族企业持续成长模型	32
图 3-6	扩展的家族企业持续发展模型	32
图 3-7	再扩展的家族企业持续成长模型	33
图 3-8	家族企业持续成长的理论模型	35
图 3-9	潮汕地区民营企业持续成长模型	35
图 3-10	IS 模型	42
图 3-11	IS—TS 模型	42
图 3-12	现代企业社会关系网络图	44
图 3-13	新创企业外部网络关系品质、内部能力与成长绩效关系整合框架	47
图 3-14	关系网络、资源获取与企业国际化关系的理论模型	48
图 3-15	家族企业社会关系网络转型概念模型	49
图 3-16	社会关系网络与新产品创新绩效模型	49
图 3-17	网络嵌入、商业模式、技术创业绩效关系模型	50
图 3-18	网络能力、网络位置和创新绩效的关系模型	51
图 3-19	企业家能力转型理论模型	66
图 3-20	企业家推动的长期增长模型	68
图 3-21	组织的高层管理模型	77
图 3-22	高管团队的特征与公司绩效之间关系的理论模型	77
图 3-23	TMT 冲突与企业家战略决策模型图	91

图 3-24	家族企业的三环模式	98
图 3-25	家族企业三维发展模型	99
图 3-26	中国家族企业用人模式	102
图 3-27	家族企业家族导向——企业导向模型	102
图 3-28	F-PEC 模型	103
图 4-1	本研究流程图	105
图 4-2	家族企业持续成长理论架构	106
图 5-1	社会关系网络的验证性因子分析	144
图 5-2	企业资本的验证性因子分析	145
图 5-3	企业家(老板)能力的验证性因子分析	146
图 5-4	高管团队的验证性因子分析	146
图 5-5	公司治理的验证性因子分析	147
图 5-6	企业成长外部环境的验证性因子分析	148
图 5-7	家族企业成长的验证性因子分析	148
图 5-8	所有潜变量模型检验的标准化路径系数	153
图 5-9	所有潜变量模型检验的路径系数 T 值	154
图 5-10	社会关系网络的中介作用模型标准化系数	155
图 5-11	社会关系网络的中介作用模型路径系数 T 值	156
图 5-12	企业资本的中介作用模型标准化系数	157
图 5-13	企业资本的中介作用模型路径系数 T 值	157
图 5-14	企业家能力的中介作用模型标准化系数	158
图 5-15	企业家能力的中介作用模型路径系数 T 值	158
图 5-16	高管团队的中介作用模型标准化系数	160
图 5-17	高管团队的中介作用模型路径系数 T 值	160
图 5-18	高管团队的直接作用模型标准化系数	161
图 5-19	高管团队的直接作用模型路径系数 T 值	161

表 目 录

表 1-1	家族企业数量及贡献占比统计表	2
表 1-2	家族企业在国内外不同阶段的研究热点	4
表 1-3	本研究范围界定	7
表 3-1	广东省潮汕地区民营企业可持续成长影响因素	29
表 3-2	企业社会关系网络的概念和主要观点	37
表 3-3	企业社会关系网络构成主体	44
表 3-4	资本的含义	53
表 3-5	国外研究中关于企业家的概念	62
表 3-6	国内研究有关企业家的概念	63
表 3-7	企业家能力维度构成	69
表 3-8	高管团队研究角度及研究结论归纳	83
表 3-9	公司治理的概念和主要观点	93
表 3-10	三种典型的公司治理模式比较	97
表 4-1	政府关系网络的操作性定义及衡量	108
表 4-2	融资关系网络的操作性定义及衡量	109
表 4-3	市场关系网络的操作性定义及衡量	110
表 4-4	企业人力资本的操作性定义及衡量	110
表 4-5	企业物质资本的操作性定义及衡量	111
表 4-6	企业家（老板）发现机会能力的操作性定义及衡量	112
表 4-7	企业家（老板）建立关系能力的操作性定义及衡量	112
表 4-8	企业家（老板）整合资源能力的操作性定义及衡量	113
表 4-9	企业家（老板）改革创新能力的操作性定义及衡量	114
表 4-10	CEO 行为的操作性定义及衡量	114
表 4-11	高层管理成员个体特征的操作性定义及衡量	115
表 4-12	高层管理团队内部关系的操作性定义及衡量	116

表 4-13	所有权与控制权维度的操作性定义及衡量	117
表 4-14	企业制度维度的操作性定义及衡量	117
表 4-15	家族治理维度的操作性定义及衡量	118
表 4-16	外部动态环境的操作性定义及衡量	119
表 4-17	家族企业绩效的操作性定义及衡量	122
表 4-18	问卷配置数量	126
表 4-19	预试样本抽样构成	130
表 4-20	社会关系网络的探索性因子分析、信度分析结果	133
表 4-21	企业资本的探索性因子分析、信度分析结果	134
表 4-22	企业家（老板）能力的探索性因子分析、信度分析结果	135
表 4-23	高管团队的探索性因子分析、信度分析结果	136
表 4-24	公司治理的探索性因子分析、信度分析结果	137
表 4-25	企业成长外部环境的探索性因子分析、信度分析结果	139
表 4-26	家族企业成长的探索性因子分析、信度分析结果	139
表 5-1	珠三角家族企业正式问卷发放与回收统计	141
表 5-2	样本结构	142
表 5-3	结构方程模型指标的判断标准	144
表 5-4	变量的描述性统计	149
表 5-5	各变量之间的相关系数表	151
表 5-6	各变量维度之间的相关系数表	152
表 5-7	企业外部环境调节作用检验	163
表 6-1	本研究的假设与实证结果	165

符号及缩写词

SON	Social Network	社会关系网络
PON	Political Network	政府关系网络
FIN	Financial Network	融资关系网络
MAN	Market Network	市场关系网络
FIC	Firm Capital	企业资本
HUC	Human Capital	人力资本
PHC	Physical Capital	物质资本
ENC	Entrepreneurial Capability	企业家能力
OPC	Opportunity Discovery Capability	机会发现能力
RBC	Relationship Building Capability	建立关系能力
RIC	Resources Integration Capability	整合资源能力
INC	Innovation Capability	革新创新能力
TMT	Top Management Team	高管团队
TCB	TMT CEO Behavior	高管团队 CEO 行为
TIH	TMT Internal Relationship	高管团队内部关系
COG	Corporate Governance	公司治理
COS	Corporate System	企业制度维度
FAG	Family Governance	家族治理维度
CEE	Corporate External Environment	企业成长外部环境
FBG	Family Business Sustainable Growth	家族持续企业成长
FIP	Firm Performance	企业绩效
FAC	Family Achievement	家族绩效

目 录

中文摘要及关键词	1
Abstract with Keywords	3
图目录	5
表目录	7
符号及缩写词	9
第1章 绪 论	1
1.1 本研究的背景与问题的提出	1
1.1.1 研究的背景	1
1.1.2 问题的提出	5
1.2 本研究的范围、思路和内容	7
1.2.1 研究范围	7
1.2.2 研究思路	8
1.2.3 研究内容	9
1.3 本研究的贡献和不足	10
1.3.1 本研究的贡献	10
1.3.2 本研究的限制与未来研究方向	11
1.4 本章小结	12
第2章 相关概念的界定	13
2.1 家族企业的界定	13
2.1.1 企业的分类	13
2.1.2 家族企业的内涵	16
2.1.3 家族企业的含义与特征	18
2.2 家族企业持续成长的界定与测量	19
2.2.1 家族企业持续成长的界定	19

2.2.2 家族企业持续成长的测量	20
2.3 本章小结	21
第3章 文献评论	22
3.1 企业持续成长的相关研究	22
3.1.1 企业成长理论研究框架	22
3.1.2 企业持续成长影响因素的相关研究	23
3.1.3 企业持续成长模型的相关研究	24
3.2 家族企业持续成长的相关研究	28
3.2.1 家族企业持续成长影响因素的相关研究	29
3.2.2 家族企业持续成长模型的相关研究	30
3.3 企业社会关系网络的相关研究	36
3.3.1 企业社会关系网络的含义	37
3.3.2 企业社会关系网络的理论基础	39
3.3.3 企业社会关系网络维度及其构成	42
3.3.4 企业社会关系网络与企业持续成长	46
3.4 企业资本的相关研究	52
3.4.1 资本的概念	52
3.4.2 企业资本的理论基础	52
3.4.3 企业资本与企业持续成长及其测量维度	56
3.5 企业家能力的相关研究	61
3.5.1 企业家与企业家能力的含义	61
3.5.2 企业家能力的理论基础	66
3.5.3 企业家能力维度的相关研究	68
3.5.4 企业家能力与企业持续成长	70
3.6 企业高层管理团队的相关研究	74
3.6.1 企业高管团队的含义	74
3.6.2 高管团队的理论基础	76
3.6.3 高管团队维度的相关研究	79
3.6.4 高管团队与企业持续成长	82
3.7 公司治理的相关研究	92

3.7.1 公司治理的含义	92
3.7.2 公司治理理论基础	94
3.7.3 公司治理模式及其测量维度	96
3.7.4 公司治理与企业持续成长	98
3.8 本章小结	103
第 4 章 研究方法和设计	104
4.1 研究流程	104
4.2 研究架构	104
4.3 研究假设	106
4.4 变量的操作性定义及衡量与问卷设计	107
4.4.1 社会关系网络量表	108
4.4.2 企业资本量表	110
4.4.3 企业家(老板)能力量表	111
4.4.4 高管团队量表	114
4.4.5 公司治理量表	116
4.4.6 外部动态环境量表	118
4.4.7 人口统计学量表	119
4.4.8 家族企业绩效量表	121
4.5 抽样设计	122
4.5.1 抽样对象及母体	122
4.5.2 抽样方法	123
4.5.3 样本数额	125
4.5.4 抽样流程	126
4.5.5 问卷的筛选	126
4.6 资料分析方法	127
4.7 预试问卷的形成与预试分析	130
4.7.1 预试问卷的形成	130
4.7.2 预试问卷的发放与回收	130
4.7.3 预试问卷的分析	132
4.8 本章小结	140

第 5 章 研究结果分析	141
5.1 正式问卷的发放与回收	141
5.2 验证性因子分析	143
5.2.1 社会关系网络	144
5.2.2 企业资本	145
5.2.3 企业家（老板）能力	145
5.2.4 高管团队	146
5.2.5 公司治理	147
5.2.6 企业成长外部环境	147
5.2.7 家族企业持续成长	148
5.3 描述性统计与模型检验	149
5.3.1 变量的描述性统计与相关关系分析	149
5.3.2 中介模型检验	153
5.3.3 调节模型检验	161
5.4 本章小结	162
第 6 章 结论和建议	165
6.1 研究假设与实证结果	165
6.2 研究结论与发现	166
6.3 建议	169
6.4 本章小结	178
参 考 文 献	179
附 录	212
附录一 修正前的预试问卷	212
附录二 修正后的预试问卷	218
附录三 正式调查问卷	224
后 记	230

第1章 绪论

1.1 本研究的背景与问题的提出

1.1.1 研究的背景

1. 家族企业无处不在且对经济发展贡献很大

家族企业⁽¹⁾（私营企业或民营企业）数量庞大，在全球占65%—80%，其中，在世界上自由经济国家占80%—98%，在意大利、印度以及拉丁美洲占比高达90%—98%；在中国2015年企业2185.8万户，其中家族企业1908.2万户，占比87.3%；在民营经济大省之一广东省，2014年私人控股企业高达81.2%。家族企业对经济发展贡献也很大，其中，家族企业对全球GDP贡献45%—70%，对大多国家贡献75%，对中国是60%，对广东是53.4%；就业方面，家族企业对全球吸纳75%的就业，对中国是80%；值得注意的是，世界500强公司有37%由家族控制，美国公众持股的公司60%由家族控制。此外，家族企业在投资、出口、税收方面贡献也很大，在我国国家层面占比分别是60%、37.6%、50%，在广东省层面占比分别是60.1%、40.5%、47.3%。值得一提的是，早在2014年，广东的家族企业贡

(1) 广义家族企业，从“所有权”角度界定，标准：条件一，企业由家族所有；条件二，家族对企业战略方向有影响力。狭义家族企业，从“所有权+管理权”角度界定，标准：除上述条件一、二之外，还有条件三，无论是创始人或家族成员都要参与企业运营。严格定义家族企业，从“所有权+管理权+传承”角度界定，除了条件一、二、三外，还有条件四，“子承父业”，后代参与企业运营。因此，广义的家族企业包括：除了国有及国有控股企业以外的所有经济成分，其主要构成是民（私）营企业、个体工商户、外资及三资企业。本文研究对家族企业采用广义定义。