



重庆工商大学财经文库

CHONGQING GONGSHANG DAXUE CAIJING WENKU

中国家族企业社会责任的 经验研究： 基于家族涉入视角的分析

ZHONGGUO JIAZU QIYE SHEHUI ZEREN DE
JINGYAN YANJIU
JIYU JIAZU SHERU SHIJIAO DE FENXI

周立新 著



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press



重庆工商大学财经文库

CHONGQING GONGSHANG DAXUE CAIJING WENKU

西南财经大学出版社重庆工商大学分社 策划

中国家族企业社会责任的 经验研究： 基于家族涉入视角的分析

ZHONGGUO JIAZU QIYE SHEHUI ZEREN DE
JINGYAN YANJIU
JIYU JIAZU SHERU SHIJIAO DE FENXI

周立新 著



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

中国家族企业社会责任的经验研究:基于家族涉入视角的分析/
周立新著. —成都:西南财经大学出版社,2012. 5
ISBN 978-7-5504-0648-3

I. ①中… II. ①周… III. ①家族—私营企业—社会责任—研究—中国 IV. ①F279.245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 091982 号

中国家族企业社会责任的经验研究:基于家族涉入视角的分析

周立新 著

责任编辑:李霞湘

助理编辑:魏 轩

装帧设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookej.com
电子邮件	bookej@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028-87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸	148mm × 210mm
印 张	8
字 数	205 千字
版 次	2012 年 5 月第 1 版
印 次	2012 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-0648-3
定 价	25.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

总序

在过去的半个多世纪以来，伴随祖国的发展和重庆地方经济的不断增长，不管是响应 20 世纪 60 年代国家提出的“调整、巩固、充实、提高”倡导教学与生产劳动相结合，还是直接参与 20 世纪 80 年代地方财贸系统恢复建设的过程，直至 21 世纪，重庆工商大学审时度势，进一步明确办学目标定位，凝练鲜明的财经特色和与时俱进的商科优势。重庆工商大学学人从来没有停滞过对科学真理的探索和对自身使命的躬身实践。学校一批又一批的青年学者，他们具有国际化视野，醉心于财经科学研究，重视借鉴东西方前沿的学术理论与丰富的文化内涵；他们关注国计民生，身体力行，襟怀巴渝，以科学、真知的学人风范，亲身参与地方经济社会建设，让理论之花在实践中绽放，广大教师在教学耕耘与学术研究中收获了累累硕果。科学研究——这一党和人民赋予高等院校的使命和事业，在重庆工商大学得到了蓬勃发展。这其中，凝聚着几代学人的智慧，闪耀着创新的光芒！

理论从来就是为适应社会经济进步的需要而产生的，而最终又要服务于客观实践。结合近年来我校在财经学科学术理论的探索，我们遴选了一批我校中青年学者两年来在财经研究领域的部分优秀成果，以自由申报、匿名评审、多方资助、统一出版的方式，与西南财经大学出版社合作统一出版一批经济学、管理学专著，形成“重庆工商大学财经文库”。

首批汇集到“文库”的专著共 12 部，这批著作具有以下

突出的特点：

一是力推新人。入选“文库”成果的作者，均系我校近年引进或培养的中青年博士。他们毕业于不同的重点大学，绝大多数有名师、严师学缘，对学术前沿动态有敏锐的把握；他们工作在我校教学科研工作第一线，对社会现实有深刻认识，具有较高的理论素养和较强的科研能力。诚然，现在他们并非学界泰斗、名师名家，但他们具有强烈的创新精神、开拓意识和发展潜力，可以预见，他们必将是学校未来学术、学科发展的新鲜血液和中流砥柱。“文库”首批推出他们的成果，旨在推新人于“前台”，接受学界检阅，激励、鞭策、促进他们尽快成长为学校科研教学中坚力量。

二是矢志创新。“文库”的这些成果均能够自觉运用马克思主义的立场、观点、方法认识问题、研究问题、解决问题，很好地坚持了理论联系实际，体现了学风严谨、文风朴实，做到了理论探索有进展，研究方法有创新，学术观点有新意，对策建议有建树。

三是注重导向。“文库”的成果无不涉及理论经济、应用经济、工商管理、管理科学与工程、公共管理等我校特色优势学科领域，既是对学校打造鲜明财经特色属性的力证，更为学校学科发展、科学研究、人才培养、社会服务提供了重要支撑。

学校高度重视“文库”的编纂、辑录，为“文库”出版投入了较多的人力、物力。我们始终认为：作为一所具有鲜明财经特色的多学科性大学，我们要培养出高质量的包括财经学科在内的专门人才，科研无疑是教学的先导、教育的基础。没有高质量的学术研究，以己昏昏，使人昭昭，很难想象有深入浅出、鞭辟入里的课堂教学；没有教师对财经实践的敏感触觉和对社会经济问题的深刻领悟，很难想象有生动活泼、贴近实际的课堂艺术。唯有在科研方面的进步和成就，才能保证造就

一支具有坚实理论基础、深厚学术底蕴，并富有远见卓识和深刻洞察力的师资队伍，从而推动具有鲜明财经特色的多学科、全方位、多层次的发展。是故，学校多方筹资，购置图书、激励科研、补贴出版；众多学者皓首穷经、笔耕不辍；兄弟高校、出版界同仁大力襄助，终有今日“重庆工商大学财经文库”付梓。

综上，“文库”的出版，寄托了对我校中青年学术才俊的一份清新期许，与其说是一种对他们单纯的奖掖、褒赞，毋宁说是在搭建一个文汇达观、聚贤纳济的平台。我们诚挚地渴盼有更多青年学者，能够砥砺自修，卓尔有成，产出更多更好的成果；也恳请更多的学界名流、前辈泰斗，关心、点拨中青年学者的学术成长，让他们尽快健康、科学地投身学科、学术拔尖团队的自我培养和群体塑造，早日成长为我校科研、教学的领军人才，担当重任。

相信“文库”出版以后，对我校的学科建设、科学研究、人才培养、社会服务必将产生积极的促进作用，也为学界了解我校中青年学者的科研状况提供一个重要的窗口，祝愿师生们和广大读者能从“文库”中受益。当然，因本套成果编校时间短以及我们的研究水平有限，其中难免存在差漏和不足之处，敬请读者谅解并批评指正。

我们衷心地希望我校广大中青年学者潜心研究，把握学术前沿，深入社会实践，产出更多优秀的科研成果；期待我校教师和科研人员有更多更好的学术专著问世！

栢建伟 谨识

2012年春 于重庆南山书院

前言

Preface

本书是教育部人文社会科学规划研究基金资助项目“中国国家族企业社会责任的经验研究：基于家族涉入视角的分析”（资助号：09YJA630160）的最终研究成果。该项目由重庆工商大学周立新老师负责，项目组成员主要包括：重庆工商大学黄洁和杨良明老师、河南财经政法大学鲁莉昝老师、郑州轻工业学院叶长兵老师以及重庆市经济和信息化委员会李忠云博士。

本书力图以翔实、规范的实证研究来深入揭示转型经济背景和儒家文化传统下的中国国家族企业社会责任行为。为此，研究小组花了很多的时间和精力来进行文献研究和实证研究。文献研究工作主要是通过图书馆、网络等查阅了大量的国内外有关家族企业、企业社会责任、家族企业社会责任等相关研究文献。而实证研究工作则主要分四个方面进行，包括企业访谈调查、预调查、问卷调查及经验研究（独立样本的T检验、单因素方差分析、相关分析、因子分析、多元回归分析、典型案例等）。其中，企业访谈、预调查和问卷调查历时近一年的时间，作者及项目团队成员多次深入浙江和重庆两省（市），走访了大量的民营家族制企业和有关政府部门，广泛听取有关民营企业家、相关领域专家和政府部门的意见和建议。最终完成了本书。

本书主要由七部分构成，具体包括：

第1章，导论。主要是提出本书所要研究的问题，阐述国内外研究现状、理论基础、研究思路与方法、本书结构与主要

观点。

第2章，中国家族企业社会责任的测量。利用351家样本家族企业的调查数据，采用理论分析、因子分析（探索性因子分析、验证性因子分析）等分析方法，探讨现阶段我国家族企业社会责任意识、家族企业社会责任行为的基本维度与内容及测评指标体系。

第3章，中国家族企业社会责任的基本特征及比较。利用351家样本家族企业的调查数据，采用独立样本的T检验、单因素方差分析等统计分析方法，深入揭示现阶段我国家族企业社会责任意识与社会责任行为的基本特征，并从企业内外部环境角度（涉及地理区域、形成方式、企业经济类型、企业规模、企业寿命、家族控制程度、企业家特质）进行比较，包括家族企业与非家族企业的比较。

第4章，家族涉入与企业社会责任。利用418家样本民营企业的调查数据，采用因子分析、多元回归分析等统计分析方法，首先比较家族企业与非家族企业社会责任行为表现的差异性；在此基础上，探讨家族权力（家族所有权、家族管理权）、家族经验（第一代所有或管理）及家族文化（家族承诺文化）对家族企业社会责任行为的主要影响。

第5章，家族企业社会责任与企业绩效：内部能力与外部关系的调节效应。利用351家样本家族企业的调查数据，采用因子分析、多元回归分析等分析方法，在将家族企业社会责任区分为内部人责任、外部人责任和公共责任的基础上，实证检验了家族企业社会责任与企业绩效关系以及家族企业的内部能力和外部关系的调节效应。

第6章，家族企业社会责任与员工组织认同：家族所有权与家族承诺的影响。利用351家样本家族企业调查数据，实证检验了家族企业社会责任与员工组织认同关系以及家族所有权和家族承诺的影响。

第7章,典型案例。涉及宗申产业集团有限公司、力帆实业(集团)股份有限公司、重庆陶然居饮食文化(集团)有限公司、重庆德庄实业(集团)有限公司、重庆周君记火锅食品有限公司案例五个典型案例,较系统深入地描述了这五个典型家族企业的社会责任意识与行为表现。

本研究对中国家族企业社会责任研究具有重要的推进。之前国内学术界缺少专门针对中国家族企业社会责任领域的相关研究成果,而有关中国不同地区家族企业社会责任的较大样本的经验研究成果更是空白。本书特色与创新之处集中体现在以下几个方面:

第一,构建并量化了适合中国家族企业社会责任实践的家族企业社会责任意识和行为的多维度变量与内容及测评指标体系,为后续研究奠定了坚实基础。

第二,通过跨地区、跨行业的较大样本的企业调查和经验研究,探讨了现阶段中国家族企业社会责任意识与行为及基本特征,拓展和丰富了相关学术领域。

第三,分类研究了不同维度的家族涉入变量对家族企业社会责任行为的主要影响,实证了家族性因素是影响现阶段我国家族企业社会责任行为的重要变量,弥补了目前国内学术界从家族涉入视角研究中国家族企业社会责任问题的系统性研究成果几近空白的缺陷。

第四,将家族企业社会责任与企业绩效关系放入到家族企业内部能力、外部关系的角度进行分析,实证了家族企业的内部能力、外部关系在家族企业社会责任与企业绩效之间起调节作用,表明了家族企业社会责任与企业绩效关系存在情境依赖性特征,从而弥补了目前国内学术界侧重于采用理论分析或典型案例分析方法直接探讨家族企业社会责任与企业绩效关系的研究缺陷。

第五,将家族性特征与家族企业员工组织认同关系放入到

企业社会责任的视角进行分析，并探讨了家族所有权、家族承诺对家族企业员工组织认同的影响，实证了家族承诺是影响家族企业员工组织认同的重要变量，家族企业社会责任在家族承诺与员工组织认同之间起部分中介作用，家族承诺在家族所有权与家族企业社会责任之间起调节作用，从而弥补了目前学术界侧重于直接探讨家族性特征与家族企业员工组织认同关系，并主要停留在家族文化价值观等因素对家族企业员工组织认同的直接影响等研究缺陷。

本研究得以顺利完成，凝结了项目组全体成员两年多的心血。在此我要特别感谢的是重庆工商大学杨良明老师和绍兴文理学院周鸿勇老师对本研究所做出的重要贡献：杨良明老师带领我的研究生完成了重庆地区家族企业的问卷调查任务，周鸿勇老师则承担了浙江地区家族企业的问卷调查任务。我的研究生李海燕同学、李福华同学在数据录入与整理方面也做了大量的工作。

在此，谨向关心支持和帮助过我们的同志们、朋友们、亲人们致以衷心的感谢！

感谢重庆工商大学的资助，使本书能够及时得以出版。

本书仅仅是我们对转型经济背景和儒家文化传统下中国家族企业社会责任研究的一个探索性研究成果，还有许多问题值得进一步的深入研究。当然，由于作者自身的学术水平和研究条件的限制，本书可能存在不足之处乃至错误之处，责任完全由作者自己承担，敬请各位专家学者批评指正！

周立新

2012年3月于重庆工商大学

摘要

Abstract

改革开放三十多年以来，中国市场化改革的顺利发展在很大程度上归功于民营企业的发展。民营企业的稳健发展和壮大对于我国社会经济继续保持这一发展势头意义重大。众多的国内外研究揭示，当前中国的民营企业普遍采取家庭或家族所有、主要家族成员从事企业经营的形式，而且企业内部的管理也广泛存在着家族制管理的倾向。可以预料，随着市场化改革的进一步深入，家族企业将会越来越多，值得认真探讨。

纵观国内外家族企业成长史，那些财富能延续下去的家族企业一个共同的特征就是对企业社会责任的关注。然而近年来频频发生的矿难事故、环境污染、工资拖欠、产品质量与食品安全问题等负面报道所涉及的家族企业较多，充分暴露出国内家族企业社会责任感的普遍缺失，影响到中国家族企业的可持续成长与发展。

家族企业作为家族涉入企业所形成的复杂系统，其社会责任意识和行为与一般企业相比可能存在一定的差异性，而不同类型家族企业由于家族涉入维度与内容的差异性，其社会责任意识和行为也可能存在一定的差异性，并进而对家族企业成长可能产生明显不同的影响。虽然目前学术界对企业社会责任问题已有较多的研究，但有关家族企业社会责任问题的研究则明显不足，而完全针对中国不同地区家族企业社会责任问题的较大样本的企业调查和经验研究（尤其是计量分析研究）更是空白。

为此,本研究以浙江和重庆两省(直辖市)的家族企业为总体样本,通过文献研究和企业调查(企业访谈和企业问卷调查)等手段,借助于理论分析、典型案例分析和统计分析(因子分析、独立样本的T检验、单因素方差分析、多元回归分析)等分析方法,研究现阶段中国家族企业社会责任意识和行为的基本维度与内容及测评指标体系、家族企业社会责任意识与行为的基本特征、家族涉入与企业社会责任、家族企业社会责任与企业绩效、家族企业社会责任与员工组织认同等关系问题。主要研究内容和结论如下:

第一,中国家族企业社会责任的测量。

实证研究(因子分析、信度分析)揭示,我国家族企业社会责任意识可区分为社会责任收益意识、社会责任成本意识两个不同的维度;家族企业社会责任行为可区分为内部人(投资者、员工)责任、外部人(债权人、商业伙伴、消费者)责任及公共(环境、社区、法律和伦理)责任三个不同维度。

第二,中国家族企业社会责任的基本特征及比较。

描述性统计分析(独立样本的T检验、单因素方差分析、配对样本的T检验)揭示:第一,在家族企业社会责任意识两个维度中,家族企业社会责任收益意识强于社会责任成本意识;不同地理区域、形成方式、企业规模、家族所有权、家族管理权、企业家文化程度、企业家行业工作经验的家族企业社会责任意识可能不同。第二,在家族企业社会责任行为三个维度中,家族企业对外部人责任行为表现较好,公共责任次之,内部人责任行为表现最差;在家族企业对外部人责任行为表现的五个子维度中,家族企业对供应商和分销商责任表现最差,对消费者和债权人责任表现相对较好,对同行竞争者的责任表现最好;在家族企业公共责任行为表现三个子维度中,家族企业对法律和伦理责任表现最好,对环境责任次之,对社区责任

表现最差；在家族企业内部人责任行为表现三个子维度中，家族企业对员工责任表现最好，对投资者责任次之，对企业高管人员责任表现最差；不同地理区域、家族所有权、家族管理权、家族代际传承情况、企业家年龄结构、企业家文化程度、企业家行业工作经验的家族企业社会责任行为表现可能不同。第三，家族企业社会责任收益意识、社会责任成本意识强于非家族企业；家族企业对内部人责任、外部人责任和公共责任行为表现也好于非家族企业。

第三，家族涉入与企业社会责任。

实证分析（因子分析、多元回归分析）发现：第一，我国家族企业对内部人（投资者、员工）责任、外部人（债权人、商业伙伴、消费者）责任及公共（社区、法律和伦理）责任好于非家族企业。第二，家族所有权对家族企业的内部人（投资者、员工）责任、外部人（消费者）责任有显著的正向影响，家族管理权对家族企业的外部人（债权人）责任有显著的正向影响，尽管家族所有权与管理权对家族企业公共责任无显著的影响，但对环境责任、法律和伦理责任有显著的正向影响；由创业者所有或管理的家族企业，对外部人（商业伙伴）责任表现明显好于其他类型家族企业；家族文化对家族企业社会责任各子维度均有显著的正向影响。

第四，家族企业社会责任与企业绩效：内部能力与外部关系的调节效应。

实证研究（因子分析、多元回归分析）发现：第一，具有高内部能力（制造能力、吸收能力）的家族企业中，内部人责任对企业绩效的影响更大；具有高吸收能力的家族企业中，公共责任对企业绩效的影响更小；具有高密度、大范围关系网络的家族企业中，外部人责任对企业绩效的影响更大。第二，具有高内部能力（制造能力、吸收能力）的家族企业中，内部人责任对企业绩效有显著的正向影响，公共责任对企业绩

效有显著的负向影响，具有低吸收能力的家族企业中，内部人责任对企业绩效有显著的负向影响；具有低密度关系网络的家族企业中，内部人责任对企业绩效有显著的正向影响，公共责任对企业绩效有显著的负向影响；具有大范围关系网络的家族企业中，公共责任对企业绩效有显著的负向影响。

第五，家族企业社会责任与员工组织认同：家族所有权与家族承诺的影响。

实证研究（因子分析、多元回归分析）发现：第一，家族所有权对家族企业内部人（投资者、员工）责任、外部人（消费者）责任有显著的正向影响，尽管家族所有权对公共责任无显著的影响，但对环境责任、法律和伦理责任有显著的正向影响；家族承诺在家族所有权与家族企业内部人（投资者、员工）责任、外部人（商业伙伴、消费者）责任和公共（环境）责任之间起正向调节作用。这表明，在家族“强承诺”的家族企业中，家族所有权对内部人（投资者及员工）责任、外部人（商业伙伴及消费者）责任、公共（环境）责任的正向影响更大。第二，家族承诺对家族企业员工组织认同有显著的正向影响。第三，家族企业内部人（投资者、员工）责任、公共（社区）责任对员工组织认同有显著的正向影响，并在家族承诺与员工组织认同之间起部分中介作用。

第六，典型案例。

对宗申产业集团有限公司、力帆实业（集团）股份有限公司、重庆陶然居饮食文化（集团）有限公司、重庆德庄实业（集团）有限公司、重庆周君记火锅食品有限公司五个典型家族企业社会责任意识和行为表现进行了较系统深入的分析研究。

关键词：家族企业；企业社会责任；家族涉入；经验研究

目录

Contents

- 1 导论 /1
 - 1.1 研究问题与意义 /1
 - 1.2 国内外研究现状 /3
 - 1.2.1 家族企业社会责任的内涵界定与测量 /6
 - 1.2.2 家族企业社会责任意识与行为 /8
 - 1.2.3 家族企业社会责任的影响因素 /10
 - 1.2.4 家族企业社会责任与组织竞争优势 /12
 - 1.3 理论基础 /14
 - 1.3.1 企业社会责任概念界定 /14
 - 1.3.2 企业社会责任理论框架演进 /19
 - 1.3.3 企业社会责任的测量方法 /26
 - 1.3.4 企业社会责任的影响因素 /33
 - 1.4 研究思路与方法 /36
 - 1.4.1 研究思路 /36
 - 1.4.2 研究方法 /37
 - 1.5 本书结构与主要观点 /48
 - 1.5.1 本书结构与主要观点 /48
 - 1.5.2 本书特色与创新之处 /52

2 中国家族企业社会责任的测量 /54

2.1 文献综述 /55

2.1.1 中国企业社会责任的测量 /55

2.1.2 家族企业社会责任的测量 /56

2.2 变量设计 /58

2.2.1 家族企业社会责任意识 /58

2.2.2 家族企业社会责任行为 /59

2.3 效度与信度检验 /60

2.3.1 样本与数据收集 /60

2.3.2 操作变量的描述性统计分析 /60

2.3.3 效度与信度检验 /63

2.4 结论与启示 /69

2.4.1 研究结论 /69

2.4.2 研究启示 /69

3 中国家族企业社会责任的基本特征及比较 /71

3.1 引言 /71

3.2 中国家族企业社会责任意识的基本特征及比较 /72

3.2.1 中国家族企业社会责任意识的基本特征 /72

3.2.2 中国家族企业社会责任意识的基本特征比较 /74

3.3 中国家族企业社会责任行为的基本特征及比较 /82

3.3.1 中国家族企业社会责任行为的基本特征 /82

3.3.2 中国家族企业社会责任行为的基本特征比较 /86

3.4 家族企业与非家族企业社会责任意识和行为比较 /104

3.4.1 家族企业与非家族企业社会责任意识的比较 /104

3.4.2 家族企业与非家族企业社会责任行为的比较 /105

3.5	结论与启示	/106
3.5.1	研究结论	/106
3.5.2	研究启示	/109
4	家族涉入与企业社会责任	/112
4.1	引言	/112
4.2	理论分析与研究假设	/114
4.2.1	家族企业与非家族企业社会责任行为比较	/114
4.2.2	家族涉入对家族企业社会责任行为的影响	/115
4.3	研究方法	/117
4.3.1	样本与数据收集	/117
4.3.2	变量选取与测量	/117
4.4	实证分析与结果	/121
4.4.1	描述性统计分析及相关分析	/121
4.4.2	假设检验	/123
4.5	结论与启示	/128
4.5.1	研究结论	/128
4.5.2	研究的理论意义与实践意义	/129
4.5.3	局限性及有待进一步深入研究的问题	/130
5	家族企业社会责任与企业绩效：内部能力与外部关系的调节效应	/131
5.1	引言	/131
5.2	理论分析与研究假设	/133
5.2.1	内部能力的调节作用	/135
5.2.2	外部关系的调节作用	/136