

墨香财经学术文库

“十二五”辽宁省重点图书出版规划项目

石河子大学高层次人才科研启动项目（RCSX201747）研究成果

石河子大学人文社科中青年人才培养基金项目（RWSK16-Y02）研究成果

新疆维吾尔自治区普通高校人文社科重点研究基地石河子大学公司治理与管理创新研究中心招标项目（XJEDU020214C03）研究成果

Research on the Influence Factors

and the Evaluation
of Family Firm Charity Donation

家族企业慈善捐赠的影响因素及 效果评价研究

刘云芬◎著

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



墨香

“十二五”辽宁省社会科学规划项目

石河子大学高层次人才科研启动项目（RCSX201747）研究成果

石河子大学人文社科中青年人才培育基金项目（RWSK16-Y02）研究成果

新疆维吾尔自治区普通高校人文社科重点研究基地石河子大学公司治理与

管理创新研究中心招标项目（XJEDU020214C03）研究成果

Research on the Influence Factors

and the Evaluation
of Family Firm Charity Donation

家族企业慈善捐赠的影响因素及 效果评价研究

刘云芬◎著

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

图书在版编目 (CIP) 数据

家族企业慈善捐赠的影响因素及效果评价研究 / 刘云芬著. —大连: 东北财经大学出版社, 2018.1
(墨香财经学术文库)
ISBN 978-7-5654-2992-7

I. 家… II. 刘… III. 家庭企业-慈善事业-研究-中国 IV. F279.245

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第291325号

东北财经大学出版社出版发行

大连市黑石礁尖山街217号 邮政编码 116025

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连永盛印业有限公司印刷

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 138千字 印张: 9.75 插页: 1

2018年1月第1版

2018年1月第1次印刷

责任编辑: 石真珍 周 晗

责任校对: 周 真

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 35.00元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

本专著

获得石河子大学高层次人才科研启动项目“家族企业慈善捐赠的社会效应研究”(RCSX201747)、石河子大学人文社科中青年人才培养基金项目“兵团中小企业技术创新路径研究”(RWSK16-Y02)和新疆维吾尔自治区普通高校人文社科重点研究基地石河子大学公司治理与管理创新研究中心招标项目“基于企业家社会资本的新疆家族企业代际传承研究”(XJEDU020214C03)的资助。

序

悉闻我的博士弟子刘云芬的博士论文即将修改出书，作为她的导师我感到非常高兴。刘云芬在对外经济贸易大学读博期间勤奋学习、刻苦钻研，特别在博士论文的写作过程中倾注了巨大的精力，在论文评审和答辩时得到了业内专家和同行的好评。

刘云芬的这部学术新著，是在她的博士论文基础上进一步扩展和深化而成的，她的博士论文之所以能最终成书出版，有以下三方面值得一提：

第一，丰富和补充了企业慈善捐赠的影响因素内容。已有研究对企业慈善捐赠行为的分析主要是从企业层面进行解释，该书则主要从家族层面探讨企业慈善捐赠的影响因素。

第二，更为清晰地阐述了家族涉入与企业慈善捐赠的关系。现有文献主要比较家族企业 and 非家族企业在企业慈善捐赠方面的差异，该书从家族企业的异质性角度，创造性地运用象限分析法，探讨不同类型家族企业家族涉入与企业慈善捐赠的关系。

第三，运用 Scott 制度理论系统地考察了制度环境对家族涉入与企

业慈善捐赠关系的调节作用。该书从制度环境的视角系统地研究了规制制度、规范制度、认知制度影响家族涉入与企业慈善捐赠关系的内在机制，为进一步深入分析家族企业慈善捐赠影响因素提供了不同的研究视角。

对外经济贸易大学商学院教授、博士生导师

范黎波

2017年9月

前言

企业慈善捐赠是企业社会责任的重要组成部分，在促进社会公平、健全社会福利等方面的作用日益突出。党的十八大报告提出，要不断健全社会救助体系，完善社会福利制度，促进慈善事业的发展。党中央关于支持慈善事业的一系列决定，为做好慈善工作提供了强大的思想保证，这也引起了学术界和实践界对企业慈善捐赠行为的广泛关注。

《中国慈善发展报告》显示，民营企业已成为慈善事业的主力军。越来越多的研究调查发现，更多的民营企业尤其是家族企业会进行慈善捐赠，履行企业社会责任，家族企业普遍具有社会责任意识。本研究以家族企业的慈善捐赠为研究对象，从家族涉入的视角分析企业慈善捐赠的影响因素和效果评价，试图探索家族涉入对企业慈善捐赠的内部环境和外部环境的影响因素，以及家族慈善捐赠与企业价值通过企业融资中介传导机制产生的间接影响。具体来说，本书主要围绕以下三个问题展开深入研究：（1）在社会情感财富框架下，研究家族涉入和企业慈善捐赠的关系，揭示不同股权制衡度和冗余资源的家族企业慈善捐赠的家族动机。（2）从制度理论的视角，研究不同类型的规制制度、规范制度以

及认知制度环境下，家族涉入和慈善捐赠的关系，进一步分析家族企业慈善捐赠的制度影响因素。(3) 根据 Structure-Conduct-Performance 分析模型可知，市场结构决定企业在市场中的行为，由此，家族企业的慈善捐赠行为受企业内外部环境的影响，那么这种行为对企业绩效（价值）产生什么影响？换句话说，本书研究家族企业的慈善捐赠与企业价值的关系。

首先，本书针对中国家族企业的特点，基于社会情感财富视角，探析家族涉入对企业慈善捐赠的影响及股权制衡度、冗余资源对家族涉入与企业慈善捐赠关系的调节作用，并搜集国泰安数据库和锐思金融数据库的上市家族企业的二手数据，运用 Logit 和 Tobit 回归分析方法对研究假设进行实证检验。研究结果表明：(1) 家族涉入与企业慈善捐赠基本呈正相关关系，家族涉入中的两个变量（家族所有权比例和家族控制持续时间）与企业慈善捐赠呈显著正相关关系。(2) 股权制衡度、冗余资源与家族企业慈善捐赠之间呈显著正相关关系。(3) 股权制衡度正向调节家族涉入与企业慈善捐赠的关系。(4) 冗余资源正向调节家族所有权比例与企业慈善捐赠的关系，冗余资源正向调节家族控制持续时间与企业慈善捐赠的关系。不同股权制衡度和冗余资源的家族企业，家族涉入对企业慈善捐赠的影响是不同的。

其次，本书基于 Scott 的制度理论视角，深入分析制度环境对家族涉入与企业慈善捐赠关系的调节效应，采用上市家族企业二手数据进行实证。研究结果表明：(1) 规制制度正向调节家族涉入与企业慈善捐赠关系的研究假设部分得到验证，即规制制度正向调节家族所有权比例与企业慈善捐赠的关系，正向调节家族成员进入董事会比例与企业慈善捐赠的关系。(2) 规范制度正向调节家族涉入与企业慈善捐赠关系的研究假设部分得到验证，即规范制度正向调节家族成员进入董事会比例与企业慈善捐赠的关系。(3) 认知制度正向调节家族涉入与企业慈善捐赠关系的研究假设部分得到验证，即认知制度正向调节家族所有权比例与企业慈善捐赠的关系，正向调节家族控制持续时间与企业慈善捐赠的关系。

最后，对家族企业慈善捐赠的效果进行评价，引入中介变量揭示家

族企业慈善捐赠与企业价值的关系。家族企业慈善捐赠—企业融资、政府补助—企业价值的中介过程，实证结果支持了大部分研究假设。具体而言：（1）家族企业慈善捐赠与企业价值呈显著正相关关系。（2）家族企业慈善捐赠与债务融资呈正相关关系。（3）家族企业慈善捐赠通过债务融资对企业价值产生间接影响。

本书的研究结果显示，家族涉入所包括的社会情感财富对促进家族企业慈善捐赠有积极作用，这种作用受家族企业内部环境和外部环境的影响，同时，家族企业慈善捐赠会对企业价值有显著影响，并通过中介变量产生间接影响。

刘云芬

2017年9月

目录

第 1 章 绪论 / 1

- 1.1 问题的提出 / 1
- 1.2 主要概念界定 / 7
- 1.3 研究目标和研究方法 / 13
- 1.4 研究思路和内容安排 / 15

第 2 章 文献回顾及相关理论 / 18

- 2.1 家族企业与企业慈善捐赠行为研究 / 18
- 2.2 相关理论研究 / 24
- 2.3 企业慈善捐赠的动机和作用研究 / 33
- 2.4 文献述评 / 37

第 3 章 家族涉入对慈善捐赠行为的影响 / 39

- 3.1 引言 / 39
- 3.2 理论分析和研究假设 / 40
- 3.3 样本选择与数据来源 / 49

- 3.4 主要变量测量 / 50
- 3.5 模型设定 / 54
- 3.6 模型分析和估计方法 / 55
- 3.7 实证结果 / 57
- 3.8 发现与讨论 / 71

第 4 章 制度环境对家族涉入与企业慈善捐赠关系的影响 / 73

- 4.1 引言 / 73
- 4.2 理论基础与研究假设 / 74
- 4.3 变量定义与分析方法 / 82
- 4.4 实证结果 / 87
- 4.5 发现与讨论 / 97

第 5 章 家族企业慈善捐赠的效果评价 / 99

- 5.1 引言 / 99
- 5.2 理论分析与研究假设 / 100
- 5.3 变量测量 / 106
- 5.4 估计方法 / 110
- 5.5 实证分析与结果 / 112
- 5.6 发现与讨论 / 117

第 6 章 研究结论、启示与展望 / 120

- 6.1 研究结论 / 120
- 6.2 研究启示 / 124
- 6.3 研究局限与展望 / 126

参考文献 / 128

索引 / 142

后记 / 144

第 1 章 绪论

1.1 问题的提出

1.1.1 现实背景

伴随着中国改革开放的不断深入，家族企业在短短的 30 年间，实现了从无到有、由小变大、由弱而强的巨大跨越，已成为中国国民经济持续增长、发展方式升级转变和经济国际化的强劲动力（程继隆，2011）。不论是在国民生产总值方面还是就业领域，家族企业对整个社会经济的贡献都是被世界所认可的（Victor，2002）。在经济高度发达的美国，有近 95% 的企业由家族控制（Shanker，Astrachan，1996）；英国、意大利和芬兰等欧洲国家的家族企业比例也在 60% 以上，家族企业在经济发展和解决失业等方面起到了举足轻重的作用。在中国，家族企业同样做出了显著贡献。由此，我们推断，在未来的经济发展中，中国家族企业必将长期存在并成为推动国民经济发展的

中坚力量。

然而，国内有关民营企业尤其是家族企业的各种污名（Stigma）现象层出不穷，比如关于民营企业污染环境、拖欠工资及食品安全等的负面报道，不断在大众媒体中出现，同时，“富二代”的不道德行径频频被曝出，社会公众认为民营企业只关注自身利益，缺乏企业公民意识和社会责任。这一系列问题的出现，使民营企业尤其是占主力军的家族企业成了众矢之的，社会各界纷纷将矛头指向了家族企业。有学者认为，家族企业是高度“利己主义”，仅强调保护家族自身的利益（Morck & Yeung, 2004），当家族利益和企业利益发生冲突时，家族所有者或管理者会优先考虑整个家族的利益。甚至有观点认为，家族企业追求的是狭隘的家族利益，往往以牺牲非家族雇员的利益和社会福利为代价，不会主动为社会公众奉献资源和力量。爱德华·班菲尔德（Edward C. Banfield）在其著作《落后社会的道德根据》一书中总结了“无道德家庭主义”（Amoral Familism）的社会形态，他认为家族行为是只顾及自己小家庭的利益，甚至损害他人或整个社会的利益。因此，“无道德家庭主义”会导致家族企业通过寻租等活动破坏公共制度来保护自身的家族财富。

但是，在经济全球化的推动下，企业承担社会责任已成为一种不可逆转的国际潮流。企业社会责任最初就是以慈善捐赠的形式出现的（李领臣，2007），因此，慈善捐赠是企业承担社会责任的重要组成部分，必将受到社会各界的普遍关注（陈凌，2014）。在中国，企业界尤其是民营企业逐渐成为慈善事业的重要力量。根据《中国慈善发展报告（2010—2013）》显示，从2007年以来，民营企业的捐赠数额一直占据企业捐赠数额的一半以上。如表1-1所示，2009—2012年四年间，民营企业一直是中国慈善捐赠的主力军。2010年和2011年两年，民营企业慈善捐赠额占企业总捐赠额都超过64%。2013年《中国家族企业社会责任报告》显示，在2007—2011年里，在慈善捐赠方面，家族企业的比重明显高于非家族私营企业，这也说明家族企业在积极履行应尽的社会责任。

表 1-1 2009—2012 年国有企业和民营企业捐赠额

	2009年		2010年		2011年		2012年	
	捐赠额 (亿元)	占比 (%)	捐赠额 (亿元)	占比 (%)	捐赠额 (亿元)	占比 (%)	捐赠额 (亿元)	占比 (%)
国有企业	100	22.09	130.6	21.84	112.55	25.83	100	26.94
民营企业	252.7	55.82	386	64.55	279.73	64.19	275.06	57.98

数据来源 中民慈善捐助信息中心。

自古以来，家族企业就乐善好施。《史记·货殖列传》记载，著名的陶朱公范蠡“十九年之中，三致千金再分散与贫交疏昆弟”，司马迁称赞他“此所谓富好行其德者也”。2012年胡润研究院发布的《2012胡润慈善榜》显示，家族企业除了在社会公益、教育和环保等领域进行捐赠，部分家族企业还成立了家族慈善基金会。如福耀玻璃，董事长曹德旺自1983年第一次捐赠至今，累计捐款超过60亿元，慈善捐赠总额已占到其家族企业财富的67%，开创了以股票捐赠形式的中国基金会运作模式先河。另外，还有些家族企业已将企业社会责任渗透到企业战略规划中。以方太集团为例，方太集团在借鉴了国际先进的社会责任管理理念的同时，逐渐形成了具有方太特色的社会责任感。方太集团自2006年起推出了业界第一份社会责任报告，并坚持至今，在践行社会责任各个方面都有突出表现，荣获“2012中国社会责任优秀企业奖”。这些优秀的家族企业成功树立了承担企业社会责任的榜样。越来越多的研究调查发现，企业履行社会责任对保护企业的声誉和树立良好形象非常重要。因此，积极履行社会责任是企业实行可持续发展的必然选择。

1.1.2 理论背景

理论界也出现了与前面的消极观点和论断完全不同的声音。学者Morck（2004）认为，家族企业缺乏社会责任的观点不完全正确，通常情况下，家族企业在履行社会责任方面要优于非家族企业。Dyer和Whetten（2006）通过对标准普尔上市公司数据的实证研究发现，家族企业不会做出有损企业形象的行为，家族企业很注重家族声誉，一般会

更主动地承担社会责任。近些年，更多学者关注家族企业的慈善捐赠行为，Giovanna（2014）基于管家理论和社会、声誉资本的角度，以意大利 130 家企业为样本，分析中小型家族企业中涉入所有权和管理权与企业慈善捐赠行为的关系，探析家族涉入对企业慈善捐赠的影响。实证结果显示，家族涉入（所有权）对企业慈善捐赠行为是有积极影响的，而家族涉入（管理权）会弱化家族涉入（所有权）和企业慈善捐赠行为的正向关系。Dou（2014）对 2 821 家中国民营企业问卷调查数据进行了实证分析，得出结论，家族涉入程度与慈善捐赠是正向关系，这都显示了越来越多的家族企业以慈善捐赠方式履行企业社会责任。

家族企业积极参与慈善捐赠并主动承担企业社会责任的良好表现是对当前家族企业污名化最好的佐证。据调查，家族企业要比普通企业更重视维护自身形象和社会责任。因为每个家族企业都希望长期延续，而持续发展离不开责任感。家族企业创立者特别重视家族文化及价值观的传承和延续，因此，家族慈善如今已经成为很多名门望族联系家族情感和培养道德准则的纽带。

那么，到底是什么促使家族企业履行慈善捐赠的社会责任呢？国内外有关企业慈善捐赠动机的研究非常丰富（Zhang et al., 2010）。总结一下主要有以下四种观点：战略动机、利他主义、政治和制度压力、管理效用（Zhang et al., 2010；高勇强等，2012）。第一种观点是 Porter 和 Kramer 等人在 2002 年提出的战略性公益慈善捐赠。他们认为企业通过慈善捐赠行为来改善其竞争环境，提升企业的战略地位，以此获得企业的声誉，促进企业的长期发展（Porter & Kramer, 2002；Godfrey, 2005）；利他主义观点认为，企业参与慈善捐赠是企业实践良好公民责任、无私奉献行为的体现（Campbell et al., 1999）；政治和制度压力的观点认为企业利用慈善捐赠向政府寻租，建立或维持政治关系（Hagan & Harvey, 2000；贾明等，2010），实现增加企业收益的目的；管理效用观点认为企业的管理者通过慈善捐赠来提升自身的知名度和地位等（Galaskiewicz, 1997）。

上述研究丰富了企业慈善捐赠行为的内容。众所周知，中国民营企业普遍采用家族所有形式，家族企业的治理结构大部分是家族化管理

(储小平, 2000), 由于家族化管理的因素, 家族企业的慈善捐赠行为背后就有深层次的逻辑和机制。因此, 家族企业慈善捐赠行为的动机受到学者们的更多关注。家族是一个复杂的社会系统, 不是完全理性的经济人, 所以, 家族企业并不是仅以利润最大化为目标, 还会对非经济效用表现出强烈偏好(陈凌, 2014), 为了更好地解释非经济效用, Gomez-Mejia 等(2007)提出了“社会情感财富”(Socio-emotional Wealth, SEW)理论框架。而社会情感财富是家族企业特有的, 深嵌在家族所有者心中(Berrone et al., 2010), 家族企业在决策行为过程中必会受其家族社会情感财富的影响。这种影响会使家族企业在慈善捐赠行为决策过程中有一定的倾向性, 在中国家族企业的慈善捐赠还处于起步阶段, 家族企业具有异质性, 在股权制衡度和冗余资源不同的家族企业, 其慈善捐赠行为背后深层次的逻辑需要进一步探析。

同时, 家族企业的行为决策和制度环境的变化是密不可分的, 因此, 制度理论能帮助我们更好地理解制度环境对于家族企业的行为决策的约束。所有组织都嵌入在特定的宏观制度环境中, 不同的规制环境、规范环境以及认知环境都会对企业行为决策产生显著影响(Campbell, Hollingsworth & Lindberg, 1991)。家族企业的慈善捐赠行为本身是一种社会情境下的决策, 必然会受到情境中制度环境的影响。不同的规制环境、规范环境和认知环境, 会影响家族企业控股股东的慈善捐赠行为决策, 分析制度环境在家族涉入和慈善捐赠关系中的作用对进一步分析家族企业慈善捐赠影响因素意义重大。

1.1.3 研究问题

综上所述, 本书从家族企业内部家族层面和企业外部的制度环境变化两个方面, 探讨家族企业参与慈善捐赠社会活动的影响因素, 厘清家族企业履行慈善捐赠的影响因素及其效果评价。本书提出三大问题: (1) 在社会情感财富框架下, 研究家族涉入和企业慈善捐赠的关系, 揭示不同股权制衡度和冗余资源的家族企业慈善捐赠的家族动机; (2) 基于制度理论的视角, 研究在不同类型的规制环境、规范环境以及认知环境下家族涉入和慈善捐赠的关系, 进一步探析宏观制度环境对家族企业

慈善捐赠的影响；(3) 根据 Structure-Conduct-Performance 分析模型可知，市场结构决定企业在市场中的行为，由此，家族企业的慈善捐赠行为必然受企业内外部环境的影响，这种行为对企业绩效（价值）会产生什么影响？

1.1.4 研究意义

西方文献关于企业慈善捐赠行为的研究比较丰富，相比之下，中国对于慈善捐赠的研究才刚刚起步，因此，研究水平远远落后于发达国家。通过汇总和梳理国内相关文献，作者发现针对家族企业的慈善捐赠的研究较少，从家族层面和制度环境层面剖析家族企业慈善捐赠的影响因素的研究更少，因此，本书研究家族层面和制度环境层面及其对慈善捐赠行为所起的作用具有重要意义。

1.1.4.1 理论意义

家族涉入及其固有的社会情感财富对慈善捐赠有积极影响，我们认为家族企业慈善捐赠是有家族动机的，目的是提高家族的声誉和形象，保护家族成员的财富，使家族企业持续发展。这一预期结论具有广泛的社会影响，因为家族企业是国际上最主要的企业组织形式，对全球经济影响巨大（La Porta et al., 1999）。

从制度理论视角研究制度环境变化对家族企业的慈善捐赠行为的影响，是企业慈善捐赠动机研究的有益补充。现有研究主要分析政治关系与慈善捐赠行为之间的关系，本书从规制环境、规范环境和认知环境等方面研究其对家族企业慈善捐赠行为的影响，从新的视角补充了家族企业慈善捐赠影响因素的内容。

1.1.4.2 实践意义

1. 有利于正确评价家族企业

本书研究家族涉入与企业慈善捐赠行为，分析家族从保护社会情感财富的角度考虑履行慈善捐赠社会责任的合理性，与当前公众认为家族企业缺乏社会责任、为富不仁的观点形成鲜明对比，研究结论有利于社会公众重新审视家族企业，对家族企业进行客观公正的评价。