

真正的家族企业是勇于担责者

陈凌

牌后，有些家族企业因经营不善退出市场，而成功发展起来的家族企业逐步站稳脚跟，有些甚至已经成长为多元化、跨国经营的家族企业集团。随着家族企业经济实力的增强，绝大部分家族企业已经具备承担社会责任的能力和条件，也都不同程度地承担了社会责任，得到了社会的认可和好评。当然，现实中一些家族企业对社会责任还存在不正确的认识，缺乏自觉承担社会责任的意识，其不负责任的行为给百姓生活、生态环境和社会稳定等造成了不良影响和危害，虽然这样的企业只是少数，但是这些害群之马确实让家族企业家这一群体成为改革开放中备受争议的角色。

真正立足长远发展的家族企业是不会忘记自己的社会角色和社会责任的，尤其那些已经成功完成代际传承和转型升级的家族企业，他们会自觉地把履行社会责任作为企业长期发展的重要任务之一。正如新加坡万邦集团主席曹德旺以自己家族的成长历史为例说明，真正的家族企业是希望世代延续下去的企业，他们所持的观念必须是持续发展的，而持续发展就离不开责任感。他认为，家族企业超越家族本身承担社会的责任是家族企业发展的应尽之义。很多家族企业积极参与公益事业、教育、扶贫与发展、医疗卫生、环保，为改善人类生存环境而努力。

同时，随着家族二代的崛起，越来越多的中国家族企业开始以国际化的视野审视自身的价值，弘扬新儒商精神。家族企业家们的努力，无疑会赢得社会的尊重，加强家族企业的稳定性和延续性。这些勇于承担社会责任的优秀家族企业家群体正是社会所支持和推崇的。

正如我们在研究中所发现的，中国大陆家族企业的社会责任行为与非家族企业相比在具体表现上各有千秋，但是总体评价并没有差别，也就是说，虽然大陆家族企业在社会责任履行方面有许多值得改进的地方，但是“家族企业”这一标签本身并不能够与社会责任欠缺联系起来。更加重要的是，中国大陆家族企业社会责任履行正朝着良性方向发展，与以往相比有了较大的进步。希望大家一起更多地鼓励、呵护和促进中国家族企业的长期健康成长。

(作者为浙江大学管理学院副院长、浙江大学家族企业研究所所长)

改革开放35年来，中国的民营经济取得了长足的发展。作为中国民营经济中坚力量的家族企业，对整个社会肩负着重要的责任和义务。随着社会的发展，传统上被认为以追求利润最大化为目标的民营企业，其社会角色和责任正悄然发生着变化：由于日益增强的经济实力和影响力，民营企业开始被人们寄予承担更多社会责任的期望，创业者和企业家从单纯的财富创造者，越来越多地赋予社会进步推动者和社会使命承担者的新角色。诚然，近年来关于民营企业污染环境、拖欠工资以及各种食品安全问题的负面报道，不断出现在公众视野中，形成了民营企业只关心自身盈利、缺乏社会责任感的形象。这一系列问题的出现，严重影响了民营企业，尤其是默默无闻的中小型企业企业的总体社会形象。

我们要看到的是，随着改革开放的推进，在历经多轮洗

当提到家族企业，你会想到什么？是腰缠万贯的经济实力，还是他们在履行社会责任方面所付出的努力？

在国内，改革开放30多年来，民营经济迅猛发展，贡献了六成的GDP，他们当中，家族企业的比重大约为八成左右。家族企业履行社会责任的意识和行动如何，履行社会责任能否与企业实现双赢，从很大程度上来说，成为观察中国民营经济社会责任观的重要窗口。

根据11月份刚刚在北京发布的首份《中国家族企业社会责任报告》(简称《报告》)显示，中国家族企业在履行经济、法律、环境责任等多项指标上呈现显著增长的趋势。

无数的家族企业在苦苦探寻家长长青的密码，改革开放35年后的今天，许多家族企业正在或即将面临财富传承的重要时刻，通过更好地履行社会责任，他们能否找到成为长寿型企业的那个神秘基因？

家族企业社会责任四问

1 什么是社会责任？ 做慈善并非全部

企业社会责任的理念本是个舶来品，诞生于20世纪初的一些发达国家。改革开放以后，中国企业的社会责任开始得到重视。

提到企业的社会责任，很多人或许会想到，在重大灾难发生时，当社会上有困难群体需要救助时，爱心企业伸出的援手。根据中国慈善捐助信息中心发布的《2012年度中国慈善捐助报告》显示，2012年，来自各类企业的捐赠474.38亿元，其中，民营企业捐赠275.06亿元，占企业捐赠的57.98%。而且，自2007年有全国性的捐赠统计以来，民营企业的捐赠数额一直都占据企业捐赠总量的一半以上。

但是，慈善并非企业特别是家族企业社会责任的全部。随着民营经济做大做强和在社会发展中承担着越来越重要的角色，在更多的方面，他们都有承担更大责任的空间。那么，家族企业的社会责任究竟是什么？

关于什么是企业的社会责任，学界有不同的指标选取。作为由全国工商联研究室、中国民(私)营经济研究会家族企业委员会和两岸四地的多所大学合作完成的首份《中国家族企业社会责任报告》，这份报告通过对全国工商联和国家工商总局最新回收的5073份全国私营企业调研问卷，获得了有效的大范围样本数据，并选取了6个社会责任指标：经济责任、法律责任、环境责任、顾客责任、就业与员工责任和公益事业。

《报告》公布了2008年起连续3次隔年度的全国私营企业的调查结果，显示过去5年，虽然受到全球金融危机影响，

家族企业在经济责任的各项指标、以依法纳税为主要内容的法律责任、环境责任、就业与员工责任等方面都出现了显著增长，在公益事业方面的投入也呈现出波动式上升局面。一些过去在社会责任多项指标表现上较为落后的领域，如对环境和社会的社区的社会责任等方面，也有了很大进步。

研究发现，随着中国的家族企业群体发展到了一定的规模，家族企业有相应的能力可以履行社会责任，并且已经开始将履行社会责任视为一种必须的责任，不仅增加投入，履行的层次也有所提高。除了在社会公益、教育和环保领域的投入和捐赠，一些家族企业甚至成立了慈善基金会。

跟踪研究家族企业发展问题多年的中山大学管理学院教授、中山大学中国家族企业研究中心主任李新春对本报记者说，家族企业的社会责任定义是比较宽泛的，绝非简单的慈善行为。事实上，一个企业遵纪守法，解决就业，对员工加强培训，为员工缴纳社保，治理污染，增进社会公共利益等方面的行为和付出，都是家族企业社会责任的内涵。

2 中国特色何在？ 继承儒商传统

在赵兹的记忆里，印象深刻的一件事，几年前在一家家族企业家的会议上，一个家族企业老板发言的开场白竟然是首先否认自己的家族企业身份。在这位老板看来，家族企业这种自古有之的企业组织形态似乎至今仍不合时宜。

简短的一个表态，给中国民(私)营经济研究会家族企业委员会秘书长赵兹带来了不小的冲击，以至于他在向记者回忆时仍然颇有感触。

“他在怕什么？是家族企业主的社会名声不好吗？这样的表态背后，反映了观念与现实的冲突，一方面，家族企业正在迅猛发展，对经济社会的贡献越来越大，另一方面，社会打量他们的眼光不同，有褒有贬，有误解也有支持。”赵兹说。

“在当下，中国的家族企业群体已经引起了全社会的广泛关注，尤其在履行社会责任方面，无论从理念上还是行动上均发展迅速，也因此他们的一举一动，不仅是‘家事’，也是社会的大事。”

纵观不少中国家族企业，不仅开始积极履行社会责任，并且形成了自身的特点。

首先应当被关注的是，中国家族企业社会责任观中的传统儒商特色。应该说，善行公益、扶危济困一直是中华商道崇尚之风，这种企业文化上的继承，使中国家族企业自有其特点，在理解和实践社会责任时更倾向于具有长期发展和传承导向。同时，由于家族对企业经济活动的巨大影响，失去声誉往往伴随企业的巨大损失，因此，家族企业更加关心自身形象和



声誉，更愿意建立和保持良好的形象与声誉。

其次，许多家族企业在履行社会责任方面不断寻求创新与突破，进行符合企业特点的探索，而这一点，也是当下中国家族企业群体履行社会责任的一个显著特点。

上世纪八九十年代，社会责任在许多家族企业眼中就是守法经营。到了21世纪初，他们参与更多的是公益慈善。而如今，已开始有家族企业根据自身的经营特点和发展阶段，尝试着在履行社会责任时进行创新。

赵兹列举了几个有借鉴意义的例子：比如有着124年历史的李锦记家族，把促进营造中国家族企业健康和可持续发展的良好环境，视为其履行企业社会责任的一种创新。为此，公司专门成立了家族企业群体事务部，与其他家族企业分享企业传承的经验与教训。李锦记健康产品集团董事长兼行政总裁李惠森作为全国政协委员，已连续6年提交了建议国家重视家族企业传承与发展的提案，他们把这些看作是日常承担其他社会责任的同时履行社会责任的一种创新。还有匹克集团，其董事长许景南就说，公司要创建百年老店，就应该承担起创建国际品牌的责任，这也是民营企业最大的社会责任。

在赵兹看来，这些都属于企业结合自身特点来服务社会的新尝试，将更有助于解决难题和更有效地产生社会影响，也更易为企业和社会所接受，非常有借鉴意义。

3 履责有何意义？ 良好的声誉是无形资产

良好的声誉是无形资产

有一种观点认为，企业履行社会责任会增加成本费用，势必会影响企业的财务绩效，这也会影响企业履行社会责任的积极性，换言之，除了企业受各种法律法规、社会法则制约必须履行社会责任之外，对企业自身有什么益处可言呢？

《报告》中对家族企业的抽样调查数据显示，家族企业社会责任的履行，对企业的销售收入与净利润有着正向的影响。

《报告》显示，在公益方面，受访企业中，近两年发布过社会责任报告的家族企业，平均销售收入和净利润，分别是未发布社会责任报告企业的2.2倍和2.6倍。同样，在慈善捐助方面，2011年的平均捐助额也与销售收入和净利润呈显著的正向关系。此外，在环保投入、员工投入等方面，都与企业的销售收入和净利润正向关系明显。

“社会责任对企业声誉有着重要影响，这种良好的声誉是企业的无形资产，不可交易也不可复制，是企业核心竞争力的重要内容，也是做百年老店的关键因素之一。”李



新春说。再比如说环保投入，企业只有实行可持续发展，才能不违背法律或政策，获得长期稳步发展。员工投入也是如此，有利于激发员工的积极性，提高人力资源质量，创造和谐的劳动关系。“这些都是企业竞争优势的直接来源。”李新春说。

同样的，研究还发现，长寿型的家族企业倾向于承担更多的社会责任意识，投入也越大，相应地，那些履行社会责任较好的企业，生存时间也越长，二者之间形成了正向的互动关系。

“这中间，一方面，企业生存时间越长，实力相对要更强，履行社会责任的能力也在增强，另一方面，履行社会责任有助于使企业获得更高的社会认可度，本身也有助于企业长远发展。”赵兹分析说。

4 今后的路在何方？ 传承换代是新契机

传承换代是新契机

不过，研究人士也表示，中国家族企业在社会责任领域还处于起步阶段，特别是一些家族企业由于发展时间较短，尚处于资本积累阶段和传承阶段，在履行社会责任方面表现出诸多不足。

赵兹表示，毋庸讳言，目前中国仍有许多家族企业对于企业社会责任还存在认识上的缺失。特别是仅关注履责中的自身核心利益，欠缺行动的广泛社会性；忽视长远规划和机制建设，倾向于应急和短期行为；多由企业所有者个人偏好主导；形式以传统慈善，如赈灾，捐赠希望小学等为主；缺乏对具体项目社会效益的评估；不能把企业的社会责任履行与自身战略相整合等。此外，还有不少家族企业认为，履行社会责任需额外投入，会增加成本。还有些家族企业认为，承担社会责任主要是国企的事情。

“这些认识与整体企业社会责任的发展水平有关，同时也局限于中国家族企业的自身发展水平，说明它们在社会责任的履行方面还有很长的路要走。”赵兹说，比如说捐赠，在企业内部，通常是董事长被某个事件打动了，或是大家聚会时一讨论，马上就捐了，效率当然非常高，但可能只是偶然行为，相当多的家族企业在履行强制性和非强制性社会责任时，还没有形成稳定和长期的规划与制度。

“再比如说，我们发现一些家族企业在履行社会责任中做出了一些很好的实践，但却拿不出一份标准意义上的社会责任报告，这说明他们在履行社会责任的制度化建设中还有待加强。”赵兹说。

一个新的契机是，当下，众多的中国家族企业正开始处在传承换代和创二代崛起的关键时期，在这一背景下，会有越来越多的家族企业以全球的视野审视自身价值，不仅把履行社会责任视为企业健康发展的重要任务，更不断寻求创新与突破。

李新春表示，家族企业要传承下去，社会责任履行得如何，是关键因素之一，在这方面，家族企业年轻一代的接班人大多受过良好的教育，有的出国留学，会更注重发展理念和可持续健康绿色的发展，社会责任意识更强，同时，现在公司治理结构越来越规范，受到法律等各方面的制衡越来越大，这也有利于社会责任的承担。制度是保证，企业履行社会责任不能光靠个人善心，还要靠社会整体来规范。

制图：潘旭涛