

# 家族企业社会责任研究现状与未来展望<sup>\*</sup>

□ 傅 颖 李金展 苏华威 高 皓

领域编辑推荐语：

“本文最大的亮点是：对家族企业社会责任领域‘结论不一致’以及跟踪性与原创性研究（国内对比国外）进行了深入的研讨，并且在此基础上提出未来理论发展的展望。这些讨论有助于我们探索中国家族企业研究未来的发展方向。”

——方汉青

**摘 要：**家族企业作为全球范围内独特且重要的组织形式，在诸如慈善捐赠、社区参与等企业社会责任中扮演着关键角色。尽管近年来家族企业社会责任领域方面的研究成果快速增长，但缺乏对这些成果基于文献的整理与归纳。本文基于发表于FT50期刊和国家自然科学基金委重点资助期刊的高水平论文，分析了家族企业社会责任的测量方式，结合相应理论基础与实证结果，归纳了“家族”“企业”系统对家族企业社会责任影响的研究内容。基于主要研究内容和理论基础，本文就家族企业社会责任研究常常出现的“结论不一致”现象进行了讨论。本文从理论发展、跟踪性与本土性家族企业社会责任研究进行了未来研究展望。

**关键词：**家族企业；企业社会责任；家族涉入；家族系统与企业系统

## 一、引言

自20世纪50年代霍华德·鲍恩所著的《商人的社会责任》出版以来，企业社会责任（Corporate Social Responsibility）一直属于管理学领域的重要研究议题，近年

---

\* 本文得到国家社会科学基金青年基金项目“‘本地嵌入’家族企业参与乡村振兴的模式、效果及政策优化研究”（22CGL049）、国家自然科学基金面上项目“家族企业长期导向的微观形成机制及对跨代创业的影响研究”（72072159）、教育部人文社会科学研究项目“独立董事实业投资经历的公司治理效应及影响机制研究”（21YJC630026）的资助。

来在全球气候变暖、能源危机以及新冠疫情挑战背景下，国内外学者对企业社会责任的研究有增无减，呈持续增长趋势。然而，尽管企业社会责任已经经历了数十年的研究发展历程，针对企业社会责任的定义，却始终未能也难以达成一致（Dahlsrud, 2008）。这一方面造成了企业社会责任的构成维度呈现多样化，另一方面也对学者提出了更深层次的挑战——理解和研究企业社会责任战略和行为需要考虑不同的组织性质——换言之，以中国为例，国有企业与家族企业的社会责任差异明显而需要更为条分缕析的研究。家族企业是由家族控制和/或管理，希望能稳定代代相传的企业（Chua et al., 1999）。根据清华大学五道口金融学院全球家族企业研究中心与汇丰中国合作发布的《2023 中国家族财富管理》报告，我国 4700 多万家民营企业中，85% 以上属于家族企业。家族企业吸纳了全国 61% 的就业人口，为国家经济发展贡献了重要力量（窦军生等，2020）。与此同时，家族企业是每年中国慈善捐赠的重要来源（陈凌和陈华丽，2014），正在成为“万企兴万村”参与乡村振兴的有生力量。就此而言，对家族企业社会责任进行研究具有重要的理论与现实意义。

然而，无论是国内还是国外，家族企业社会责任研究比战略管理领域起步晚得多。从文献检索的结果看，2004 年后国内外学者才被先驱学者唤起重视家族企业的社会责任研究（Gallo, 2004；郑奇磷和赵秦莲，2004），家族企业社会责任研究自此开始加速增长。虽然国内外学术界中家族企业社会责任研究已取得一些成果，但进行系统归纳整理的研究付之阙如。

这一现状既无法展示家族企业相关研究的过去成就，也无法为下一阶段契合中国经济社会需求的家族企业社会责任理论研究提供启发与思路。首先，本文基于国内外发表于英国《金融时报》用于编制 FTResearch 排名时所使用的 50 种期刊（FT50）和国家自然科学基金委重点资助期刊的论文，对家族企业社会责任的主要研究内容结合理论基础进行评介；其次，本文就家族企业社会责任研究中常常出现的“研究结论不一致”进行了讨论；最后，本文对中国家族企业社会责任研究的未来研究方向进行了展望。

## 二、数据来源与文献收集

本文分别选取中国知网和 Web of Science 数据库作为分析文献的来源。在国外研究方面，本文参照 Mariani 等（2023）使用“corporate social responsibility”和“social responsibility”作为关键词检索。然而，学者提出在社会责任学术文献中，环境维度显著低于其他维度在定义中出现的频率，导致环境维度并不总是包含在企业社会责任的文献中（Dahlsrud, 2008），因此除了上述两个关键词，本文增加了 environmental/green 作为关键词。本文在 Web of Science 数据库高级检索选项中，以“TS=（“family firm \*” OR “family business \*” OR “family enterprise \*”）AND（CSR OR “corporate social responsibility” OR environmental OR green）”为检索式，出版时间设置为 1950 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日进行检索，将数据库选定为 Web of Science 核心合集，文献类型设置为“论文”，语种设置为“English”，最后共检索出 430 篇研究文献。在国内研

究方面，基于与英文检索关键词一致原则，中文文献检索关键词包括：家族企业、企业社会责任/社会责任/环境/绿色。在中国知网高级检索中按照上述关键词进行搜索，发表时间设置为1950年1月1日至2023年6月30日，检索范围选定为“学术期刊”，最后共检索出178条结果。

通过阅读检索得出的文献，从文献的标题、摘要、研究内容等方面，按照以下标准筛选符合要求的文献：首先，判定研究对象是否为

“家族企业”，剔除非家族企业研究文献；其次，判断内容是否与“企业社会责任”有关，剔除如家族企业传承等与家族企业社会责任关联很小或没有关联的文献；最后，注意保留关键词不包含“企业社会责任”但属于家族企业社会责任主题的研究文献，如家族企业环境责任、家族企业慈善捐赠。经过上述筛选，最终研究样本为190篇国外研究文献和102篇国内研究文献，对相关文献进行年度发文数量统计<sup>①</sup>，如图1所示。

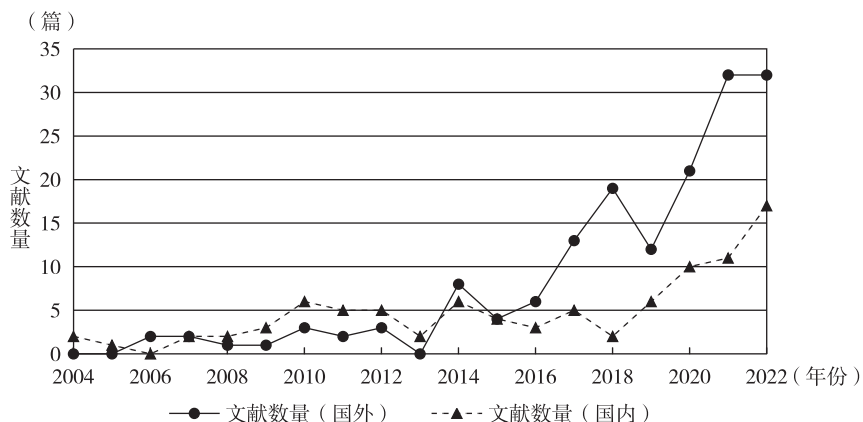


图1 国内外家族企业社会责任研究发表趋势

### 三、家族企业社会责任 主要研究内容

#### (一) 家族企业社会责任的测量

企业实践中家族企业履行社会责任的方式

种类繁多，反射到学术研究中，实证研究对家族企业社会责任的变量测量亦多种多样。在介绍家族企业社会责任主要研究内容之前，有必要先介绍衡量家族企业社会责任的维度指标情况。本文就发表在高水平国内外论文中社会责任的维度进行了统计，结果如图2所示。

<sup>①</sup> 本文作者梳理了高水平期刊 [《金融时报》50 期刊 (FT50) 和国家自然科学基金委重点资助期刊论文] 的研究汇总，包括其研究理论基础、社会责任测量方式等。同时基于文献计量进行了相关文献的关键词词频统计。感兴趣的读者可向作者索取，作者备查待索。

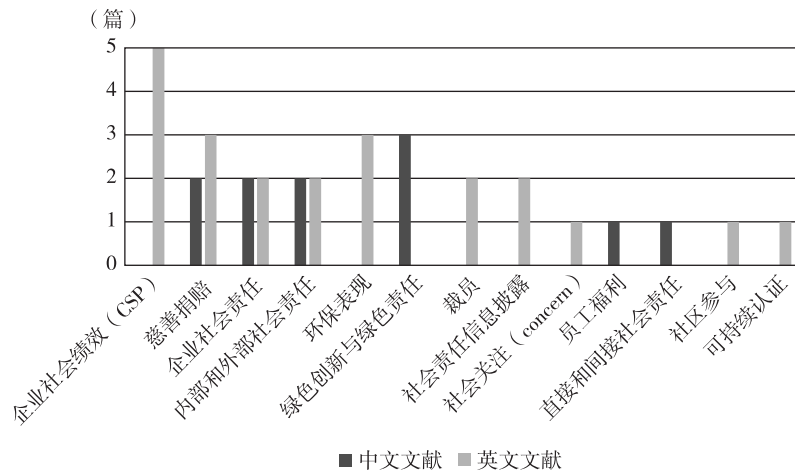


图2 家族企业社会责任的表征与测量

结果发现，现有文献以企业社会绩效 (CSP) 进行社会责任测量的文献最多，其中国外的 CSP 主要源自一些机构 (如 KLD) 的评分。国内高水平期刊的研究未曾有以 CSP 进行社会责任测量的文献。国外研究中倾向使用环保表现 (environmental performance) 表征企业环境方面社会责任，国内的类似研究则以“绿色责任”或“绿色创新”作为变量名称——它们也成为国内表征社会责任最多的变量。家族企业社会责任维度的多样性反映在具体测量方法上，展现出了测量渠道来源的多样性，从详细测量方法中看出涵盖了年报内容分析、第三方机构得分、问卷调查量表、客观污染投入和善捐赠数据等。值得注意的是国外家族企业社会责任研究对于“裁判员”“社会责任信息披露”“社会关注”“社区参与”“可持续认证”进行了研究，而上述社会责任的测量方式在国内高水平文献中还尚未涉及。接下来本文将首先介绍家族企业社会责任的主要研究内容，进而评介目前被广泛使用的理论基础。

## (二) 研究的主要内容

家族企业具有家族和企业系统叠加的二元属性。家族系统主要指家族自身的成员构成和治理结构，企业系统是指家族企业为了实现商业目标的管理和运营结构 (Goel et al., 2012)。从“家族”系统出发进行的相关研究，可以再细分为家族成员特征与家族涉入两方面，前者社会责任方面研究主要涉及的理论基础包括印记理论、身份理论和计划行为理论；后者主要涉及的理论基础包括社会情感财富理论、代理理论。利益相关者理论和制度理论是“企业”系统对于家族企业社会责任研究的主要理论基础 (见图3)。

### 1. 家族成员特征与家族企业社会责任

家族成员特征体现了家族自身成员的构成特征，是家族企业社会责任的研究热点，主要包括 (非) 家族 CEO、女性高管、二代成员、CEO 信仰等。作为偏向微观层面的个体研究，其所常用的理论既包括身份理论，还包括印记理论以及计划行为理论。Dieleman 和 Koning (2020)

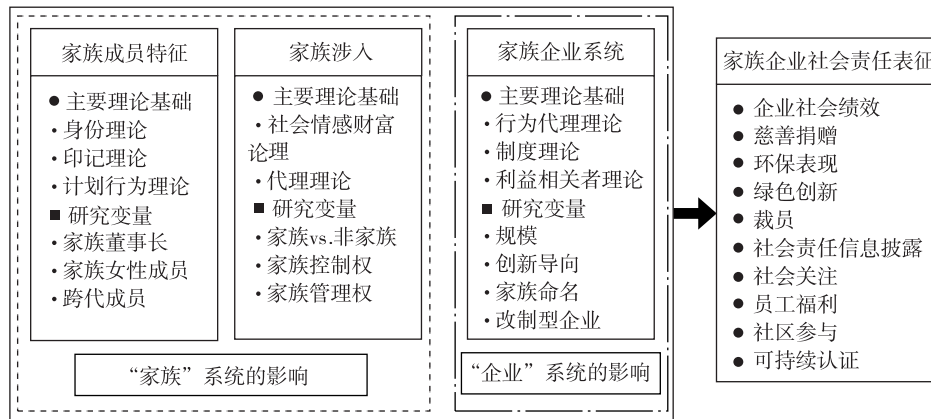


图 3 现有家族企业社会责任研究的主要内容框架

研究了创始家族成员的价值观和身份建构的来源是个体的宗教信仰、所处国家文化以及时代商业的趋势，金融市场对 CEO 信奉宗教家族企业慈善计划反应更为积极 (Maung et al., 2020)。Dou 等 (2019) 提出家族所有者为了确保其身份的持续性和完整性，会追求长期导向，导致家族企业追求主动环保行为，以及可能更少的裁员 (Stavrou et al., 2007)。还有学者发现女性身份具有独特区别于男性的对社会的关怀，也即家族内部女性董事的比例越高，家族企业的社会环保绩效越高 (梁强等, 2022)。计划行为理论支持行为态度是决定行为意向的重要影响变量。基于此，Uhlener 等 (2012) 研究发现中小家族企业的董事如果感知到的能源和自然资源保护的收益越大，企业就越有可能参与环境管理实践。印记理论认为，实体对象在敏感期所形成的与外部环境显著特征相适应的特点，即使之后外部环境发生变化仍会持续影响焦点实体的行为。改制家族企业创始人行为更倾向于遵循传统儒家文化理念承担更多的社会责任 (程晨等, 2022)，相比于非改制家族企

业，在内部社会责任方面投入更多 (叶文平等, 2022)。普通大众的印记一般认为女性家族企业社会责任的合法性要低于男性 (Panwar et al., 2014)。在二代成员涉入与家族企业社会责任的研究方面，从社会情感财富理论出发，研究显示多代同堂的家族企业在可持续发展方面比由创始人管理的企业得分更高 (Fernández - Méndez & Arrondo - García, 2021)，第二代的高度继承意愿会增强家族行业领先地位对绿色战略选择的正向影响 (吕斐斐等, 2020)，从印记理论出发，研究提出家族跨代参与会弱化改制家族企业与内部社会责任投入之间的正相关关系 (叶文平等, 2022)。就家族成员意愿而言，身份理论是家族主导联盟 (dominant coalition) 通过展示与其身份相一致的特定价值，以此获得利益相关者对其身份的认可 (奚菁等, 2017)，Delmas 和 Gergaud (2014) 发现家族企业主具有跨代传承意愿有助于其进行积极的生态认证；Déniz 和 Suárez (2005) 指出家族企业社会责任行为差异性可能是由于家族价值观和文化的异质性所致，家族企业所展示的两方面

独特价值观——利他主义和集体主义有利于其进行社会责任实践 (Marques et al., 2014)。

## 2. 家族涉入与家族企业社会责任

家族涉入一般从三个方面进行衡量：家族所有权、家族管理权和家族控制权的持续时间 (Dou et al., 2014)。此部分现有研究大量集中于家族涉入后，比较家族企业与非家族企业参与社会责任的差异，社会情感财富视角是最常见的理论基础。总的来看，大多数实证研究观点认为家族企业相比于非家族企业更具有社会责任。以 Gomez-Mejia 为代表的学者于 2007 年提出以“社会情感财富”(SEW)为核心概念来阐释家族企业治理和战略问题，之后保护社会情感财富被认为是家族与非家族企业在行为方面差异的首要原因 (Gomez-Mejia et al., 2011; Berrone et al., 2012)。SEW 反映出家族企业对不同利益相关者的关心，是亲社会和积极的因素，家族成员将企业视为自身的延伸，更可能避免组织的负面影响，因此家族企业比非家族企业更倾向于参与社会责任 (Cennamo et al., 2012; Cruz et al., 2014)。例如，为了保护自身形象，家族企业比非家族企业对员工和产品方面具有更高的社会责任 (Dyer & Whetten, 2006)；类似地，与非家族企业相比，家族企业表现出明显更积极的 CSP 社会主动性 (Bingham et al., 2011)、环境绩效 (Berrone et al., 2010; Panwar et al., 2014) 和绿色创新倾向 (马骏等, 2020)，也更可能提供范围更广的独立企业社会责任报告 (Campopiano & De Massis, 2015)。Stavrou 等 (2007) 发现不管业绩如何，家族企业比非家族企业裁员得更少。相对于非家族企业，由家族所控制

的企业会更加积极地投入慈善捐赠 (朱丽娜和高皓, 2020)。最新的研究表明，产权保护叠加社区逻辑促使家族企业在保护社会情感财富进行社会责任方面做得更多 (Berrone et al., 2023)；对于家族企业集团，研究发现当集团内部分企业积极参与企业社会责任时，其他关联企业追求社会情感财富从事社会责任方面会减少 (Oh et al., 2023)。

然而，Cui 等 (2018) 研究发现家族控制与社会责任绩效 (CSP) 之间呈曲线关系，在较低的控制水平下，家族所有者在保护他们的 SEW 的社会倡议上投入更多。但当超过 36% 的控制阈值水平，经济因素压倒了 SEW，社会责任绩效表现开始下降。类似地，Terlaak 等 (2018) 发现家族所有权与企业环境保护信息披露倾向呈 U 形关系，Dou 等 (2019) 研究显示家族所有权对主动环保行为并不产生直接影响。Memili 等 (2018) 研究显示旅游和酒店业家族企业中家族所有权与可持续实践起消极作用。针对结论不一致的状况，有学者进一步细分了社会责任分类，Cruz 等 (2014) 发现与非家族企业相比，家族企业不太可能积极践行与内部利益相关者 (员工和治理) 相关的社会责任实践，但更有可能采取与外部利益相关者 (环境和社区) 相关的社会责任实践。

代理理论是家族权力涉入的另一个重要理论基础。代理理论关注委托人 (主要是所有者家族) 和代理人 (主要是非家族管理者) 之间的冲突，其特征是两者之间的信息不对称，代理人相对于委托人具有信息优势，使代理人可能不按照委托人的最佳利益行事，而是为个人利益采取机会主义行为 (傅颖等, 2021)。La-

belle 等 (2018) 从代理理论出发指出家族股东构成了一个独特的大股东阶层, 拥有高度的控制动机、长期的任期, 家族股东比其他大股东更有可能承担对社会责任项目过度投资的成本, 当成本过高时家族大股东将放弃社会责任的选项。Cui 等 (2018) 的研究侧面验证了上述观点, 与此同时, 家族企业中还容易产生第二类代理问题, 亦即家族大股东容易侵害中小股东的利益 (Morek & Yeung, 2003)。朱丽娜等 (2022) 指出社会责任的目标可能会遭到非家族股东的抵制, 因为家族一心追求社会情感财富目标的动机可能会在一定程度上损害非家族股东的财务回报。类似地, 企业社会责任从短期来看增加企业的运营成本, 这种只会给家族成员带来更好形象和社会地位的非经济目标往往对非家族经理促进作用有限, 由此朱丽娜等 (2022) 提出家族管理权越大越有利于家族企业社会责任; 反之, 非家族管理权越大将更可能抑制社会责任行为。

### 3. “企业”系统影响家族企业社会责任的研究

从“企业”系统出发, 家族企业社会责任的研究取得了系列有趣的结论。行为代理模型认为, 企业的行为风险偏好取决于损失规避和问题框架<sup>①</sup>, 出于问题框架而非短期损失为参考点, 家族企业可能进行绿色创新 (马骏等, 2020)。家族企业进行社会责任的另一个重要原因是正式与非正式制度压力。处于行业领先地位的家族企业更加愿意采取绿色战略 (吕斐斐等, 2020), 原因在于其处于制度和社会双重

压力之下。与之类似, Uhlaner 等 (2012) 研究发现企业规模越大、创新导向越强的家族企业, 越有可能采取环保管理措施。Berrone 等 (2010) 和 Peake 等 (2017) 发现家族企业在当地社区的时间越长, 越可能参与社区导向的社会责任, 原因在于其处于当地社区的非正式制度压力之下。Campopiano 和 De Massis (2015) 运用制度理论, 发现与非家族企业相比, 家族企业传播的企业社会责任报告种类更多, 强调不同的企业社会责任主题, 但对企业社会责任标准的遵守程度更低。

企业社会责任可以被定义为“考虑利益相关者期望和经济、社会和环境绩效的三重底线的组织行动和政策” (Cui et al., 2018)。无论是对家族企业还是非家族企业, 利益相关者理论是研究企业社会责任的重要理论基础。家族企业以家族命名时, 会格外重视“家族”这个利益相关者, 从而加强慈善捐赠 (朱丽娜和高皓, 2020)。由于追求企业利益相关者的集体利益, 而不是仅仅为了股东最大化的利益相关者利益, 家族企业会更少地裁员 (Stavrou et al., 2007)。然而, Cruz 等 (2014) 提出家族企业追求社会情感财富的“家族控制和影响”这一维度, 使家族所有者更偏爱雇用家族成员。上述行为会导致家族企业对非家族成员的不公平对待, 因此, 家族企业与内部利益相关者活动负相关。换言之, 学者提出, 与非家族企业相比, 家族企业的管理者更可能不会认同公司的内部利益相关者 (Cui et al., 2018)。

<sup>①</sup> 损失规避指行为主体往往更加重视损失而非收益, 问题框架指行为偏好往往参考当前的资产禀赋。

## 四、家族企业社会责任研究 “结论不一致”的讨论

从上述研究内容中可以看出，在家族企业社会责任领域，针对家族企业（与非家族企业比较），以及家族涉入对于社会责任的影响，研究尚有大量结论不一致之处。其中家族企业（与非家族企业比较）对于企业社会责任的影响研究结论不一致的一个重要原因是对家族企业度量的差异所致；家族涉入对于社会责任的影响形成的结论不一致，本文提出包括两方面原因，一是关于家族涉入的测量，二是未能把家族能力和意愿涉入做统筹考虑。此外，我们也讨论了更广泛的可能导致家族企业社会责任研究“结论不一致”的原因，即社会责任研究中对因变量的测量。最后，我们讨论了家族企业社会责任研究中相关理论的前提假设的差异性所可能导致的研究“结论不一致”。

### 1. 对家族企业度量的差异所致

家族企业研究首先面临的挑战是对于家族企业的定义与测量，学者在过去数十年一直致力于这方面的研究（Chua et al., 1999; Ramadani & Hoy, 2015; Roffia et al., 2021），但又难以达成完全一致的意见，这导致实证文献中测量家族企业的方式具有多样性特点。具体来说，有的文献在家族企业的操作定义上只关注家族的股权（Maung et al., 2020; Kim et al., 2020），有的文献含有更加严格的操作定义，不仅关注家族股权，还要求家族中至少有一名成员在该公司的高管团队中担任职务（Campopiano & De Massis, 2015）或是至少有

两个董事来自同一个家族（Stavrou et al., 2007）。刻画家族股权（shares）的比例阈值也有差异，非上市家族企业一般使用50%作为家族企业的分界线；对于上市家族企业，倾向使用投票权（voting right）进行家族企业的表征，而对于投票权的比例，不同的文献又存在差异，如有的家族投票权的阈值定义在20%（Cruz et al., 2014; López-González et al., 2019）；有的则定义在10%（Maury, 2006）或者5%（Stavrou et al., 2007; 朱丽娜和高皓, 2020）。此外，国内文献对于家族企业的定义往往还要求家族属于该上市公司第一大股东。上述对于家族企业度量的差异，造成哪些属于家族企业，哪些属于非家族企业的标准具有变动性，换言之，度量方式选择的差异性导致了家族企业（与非家族企业比较）对社会责任影响的结论不一致。

### 2. 对家族涉入度量的差异所致

目前家族涉入使用最常见的表征是所有权和管理权涉入，但如何测量也未能形成完全的统一。从所有权涉入方面看，非上市家族企业所有权一般以股权衡量，上市企业的所有权则包含着控制权和投票权，此处与家族企业操作定义类似。家族管理权的涉入也包含多种情形，例如家族成员是否担任董事会成员或董事会主席（Luo & Chung, 2013），家族成员是否担任高管或家族成员在董事会和/或管理层的比例。上述家族企业或家族涉入操作定义差异，一定程度造成了家族企业社会责任表现“不一致”现象。针对家族涉入与企业社会责任的结果产生矛盾的情况，有学者则提出可以从组态构型出发研究家族涉入与企业社会责任的关系，实证结果显示两种治理配置可以催化家族企业的

环境社会绩效, 分别是: ①100%的家族所有权、第一代领导、家族在董事会中的高度存在以及家族在管理中的低参与度的组合; ②100%的家族所有权、第一代领导、家族在管理中的高度参与以及外部董事在董事会中的存在的组合 (Samara et al., 2018)。

### 3. 未能把家族能力和意愿涉入做统筹考虑

De Massis 等 (2014) 提出过往许多家族企业行为研究存在不一致的原因在于忽略了同时考虑家族能力和家族意愿涉入, 只有当同时考虑上述两者时, 才是家族企业行为发生的必要条件。换言之, 虽然家族参与所有权、管理权和治理 (能力涉入) 是家族企业的决定性特征, 它们的涉入可能导致家族企业社会责任行为发生, 但上述预测指标是不稳定的, 当参与的家族有意愿涉入以追求家族为导向的社会责任行为时, 家族企业社会责任的发生才将是必然事件, 此时家族企业社会责任研究“结论不一致”的可能性将大为减少。

家族企业社会责任研究“结论不一致”的第二方面原因是对企业社会责任的度量差异所致。<sup>①</sup> 企业社会责任实践表现形式多样, 现有文献中家族企业社会责任的测量方式亦呈现多样性特点。大的方面可以将企业社会责任分为内部/外部社会责任以及象征性/实质性社会责任。就内外部社会责任而言, Uhlaner 等 (2012)、Dou 等 (2019) 分别使用了环境管理实践和企业主动环境战略来测量内部社会责任, 此外还有学者使用了“支付职工福利、社会保险费及住房公积金等”和“裁员”来测量企业内部社会责任 (叶文平等, 2022; Kim et al., 2020);

对于外部社会责任, “慈善捐赠”是较为常见的测量指标 (Maung et al., 2020; Du, 2015)。就象征性和实质性社会责任而言, 其中象征性社会责任的测量指标常常包括企业社会责任报告的披露 (Campopiano & De Massis, 2015; Terlaak et al., 2018) 和环境沟通 (environmental communications) (Fehre & Weber, 2019), 实质性社会责任包括一些实质性的环境保护表现, 如“使用对人类构成毒性威胁的物品” (Berrone et al., 2010), “固体垃圾直接扔到周边/餐饮和生活污水直接排放” (杨学儒和李浩铭, 2019)。从上述测量中可以看出, 家族企业社会责任的测量呈现多面性和内容多样性特点, 而且更关注的是企业的社会责任效果, 在很大程度上忽视了对家族所产生的积极效果, 事实上家族企业社会责任研究中最被广泛使用的社会情感财富理论, 所突出的是家族企业进行社会责任活动往往追求的是家族中心的目标 (family-centered goals) (Newbert & Craig, 2017), 如社会情感财富中的家族声誉、家族在当地社区的声望。然而, 就现有研究看, 这些家族的社会责任效果还未被积极地关注, 在一定程度上也导致了家族企业社会责任研究“结论不一致”。

家族企业社会责任研究“结论不一致”的第三方面原因是相关理论的前提假设的差异性所致。换言之, 相关理论前提假设暗含了家族企业可能在社会责任方面表现不一致。例如, 代理理论认为代理人往往自私且追求短期收益, 有机会主义倾向, 以此推理出职业经理人执掌的家族企业可能并不偏向于社会责任活动

<sup>①</sup> 当然, 这一问题在非家族企业的社会责任研究中也同样存在。

(Fan et al., 2021), 因为其导致成本支出和零回报; 管家理论认为职业经理人并非“机会主义的偷懒之人”(Donaldson and Davis, 1991), 相反他们甚至会展示出亲组织的集体主义行为, 以此推理出职业经理人执掌的家族企业进行企业内部社会责任的倾向将更加明显 (Agostino & Ruberto, 2021)。社会情感财富理论中延伸型和约束型社会情感财富维度的划分同样造成了家族企业进行社会责任的张力存在, 具体来说延伸型社会情感财富引导家族企业追求长期战略导向, 以此推理可能更倾向进行内部社会责任并进行外部利益相关者的声誉建设; 约束型社会情感财富意味着家族企业重视对企业的控制和短期的利益, 以此推理更可能损害非家族成员的利益, 排斥内部的企业社会责任。

## 五、家族企业社会责任研究展望

### (一) 国内 vs. 国外: 跟踪性与本土性家族企业社会责任研究

就家族企业社会责任而言, 中国的家族企业社会责任形式和方式与西方有一定的差异, 一方面, 国外的某些研究热点国内尚没有关注, 本文称为跟踪性家族企业社会责任研究; 另一方面, 学者认识到本土研究 (indigenous research) 对于管理学理论发展的重要性, 所谓“本土研究”是指使用当地语言、当地研究对象和当地有意义的概念对当地现象进行的科学研究, 目的是建立或检验能够解释和预测当地社会和文化背景现象的理论 (Bruton et al., 2022)。就此而言, 本土性家族企业社会责任研究值得进一步深度挖掘。

### 1. 跟踪性家族企业社会责任研究

首先, 国内学者有必要拓展家族企业社会责任的研究类别, 包括“裁员”“社会责任信息披露”“社会关注”“社区参与”“可持续认证”等。与此同时, 家族企业社会责任的研究除了区分内部/外部、直接/间接社会责任, 还可以区分家族企业象征性和实质性社会责任的履行情况 (Combs et al., 2023), 而中国情境下较为重视和呼吁的家族企业参与其中的能增进社会福祉的事业——如乡村振兴等, 均是实质性社会责任的重要体现。

其次, Fang 等 (2022) 指出虽然国际上一般的研究结论认为家族企业积极促进社会责任活动, 但是亚洲国家包括中国的家族企业却展现出比较低的社会责任行为, 这其中的原因值得国内学者深入探讨。Du (2015) 发现中国家族企业在环保表现糟糕时反而慈善捐赠表现慷慨, 这说明中国家族企业是否更可能倾向于以有选择性的和以工具性的方式对待企业社会责任 (Labelle et al., 2018)? 非家族企业是否有类似行为? Cruz 等 (2014) 指出一些国家可能更关注 CSR 的一些维度, 而忽视了另外一些维度, 中国的家族企业更加重视哪一类? 总的来看, 不像国外大量学者进行了家族和非家族企业社会责任异同研究, 国内学者尚未对中国家族企业和非家族企业社会责任的参与方式、效果等进行深入比较, 这部分研究尚有拓展空间。

最后, 国内学者目前对于环境保护、慈善捐赠等反应型社会责任的关注较多, 对战略型社会责任的研究尚不足。反应型社会责任更多体现的是企业在应对突发灾难、事故等进行的

捐赠和公民行为，反应型社会责任对于社会是有利的，但如果从企业的角度来看，此类社会责任更偏向于成为企业的成本支出。战略型企业社会责任指的是企业通过战略性行为投资于竞争环境中的某些社会因素或者通过产品或服务价值链创新活动使社会利益与经济利益相一致的社会责任行为。战略型社会责任在当下要求家族企业能结合当地发展进行诸如乡村振兴、共同富裕、增加就业的行动，这类活动的特点将不仅对社会有利，而且对企业本身也将带来益处，如通过乡村振兴可能有助于企业价值链的提升补强。

## 2. 本土性家族企业社会责任研究

首先，国外家族企业研究常以家族所有权、管理权等表征家族涉入，国内学者提出基于中国情境家族涉入可分为“家”和“宗”两种类型，“家”是相对独立单元，基础是土地和财产，基本目标在于生存；“宗”的基础在于父系血缘，源头是共同祖先（如一个村大多数属于同一个姓氏），维持着宗族网络内部的和谐关系；中国的传统宗族是基于差序性的人伦关系，乡土社会的差序格局的结构是由“礼”来规定的，“礼”规范了处于社会圈子不同位置的社会成员的行为，从而形成了长幼有序、男女有别的主从型的社会人际关系（黄玉兰，2021）。基于财产的“家”多追求经济目标，而基于血缘的“宗”更看重非经济目标（朱斌，2015）。在讲究血缘亲情的传统乡土社会，“义”大于“利”，注重家族的利益、集体的利益（黄玉兰，2021），就此而言，中国家族企业的家族涉

入可能出现超越小家族涉入而展现对宗族涉入的现象，常见的情形包括本土乡镇企业招聘同宗族的员工保障他们的生存和生活，还包括在外地发展具有成就的企业回归宗族进行社会责任的建设，这些人被当下的媒体形容为中国的“新乡贤”——乡村振兴的重要力量。<sup>①</sup>上述现象具有中国当地的特色，值得对其可能产生的新的概念或它们的社会责任形成过程进行研究。

其次，在“企业”系统方面，一些本土有意义的概念值得家族企业社会责任研究的借鉴。这些概念包括国有股份涉入、民营企业党建活动、改制型家族企业等。其中可能涉及的研究问题包括拥有国有股东的家族企业是否更具有社会责任积极性？家族企业中党建活动/派驻党委书记是否促进了社会责任活动？改制家族企业究竟对社会责任的影响如何？上述问题所涉及的变量或许将成为家族企业社会责任的新的解释变量。此外，目前主流的研究通常以控制人为自然人或者家族，以及他们的投票权等因素作为衡量是否为家族企业的评判，本文认为国内上市家族企业有必要做出进一步细分，一方面可以从家族生命周期的角度，划分为一代控制和后代控制家族企业；另一方面，可以从股权的角度划分为国有股权涉入家族企业以及机构投资者涉入家族企业，最新研究显示上述不同家族企业特征对企业环保认证产生了差异性影响（Berrone et al., 2023），上述不同上市家族企业类型对其他社会责任行为的影响差异值得进一步研究。

<sup>①</sup> 刘知宜：《对话 | 新乡贤如何为乡村贡献新力量》，澎湃新闻，[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_23225848](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_23225848)，2023年5月25日。

最后，基于中国传统文化进行家族企业社会责任的研究。在中国语境下，需要以儒家为中心的理论来准确理解许多现象（Bruton et al., 2022），包括社会责任现象。中国社会自古就有“儒商”一词，儒商是指在从事商品经营实践过程中能自觉地以儒家思想和价值追求作为经营管理的哲学指导的企业家（李军和张运毅，2018）。针对儒商与家族企业社会责任的研究，既可以使用当地语言，也可以运用当地现象进行相关研究。在使用当地语言方面，不仅在研究中可能涉及一些儒家经典（如四书五经）中关于儒家与社会责任的表现（如“大商之道，在明明德，在兴业，在止于至善”），也可能涉及儒家与中国当代社会主义语言的论述，典型的结合如“和谐社会”等（Jiang, 2018），就此而言，中国家族企业的学者进行社会责任研究，可以借鉴经济历史学派（Historical school）特别是儒家政治理论（Confucian Political Theory）进行相应的家族企业社会责任研究（Jiang, 2018），这将有助于理解中国家族企业进行社会责任的动机、方式，或者能成为学者未来进行中国家族企业研究本土理论拓展的重要方面。在运用当地现象进行研究方面，中国古代的晋商股份构成中，除出资人的银股外，还有掌柜阶层和资深伙计持有的人身股。顶身股不用出资，而是凭自己的劳动。晋商的这种制度设计避免了任人唯亲，通过与社区的嵌入（地缘文化共同体）而做到了举贤与能，也体现了对员工的关怀（胡国栋和王天娇，2022）。这种历史现象对于现代中国家族企业的社会责任研究与实践，特别是在内部社会责任的员工福利方面具有哪

些启示？上述问题的探索，一方面借助案例研究和历史研究可以扩展社区社会情感财富视角乃至提出更具解释力的家族企业观念；另一方面，上述研究成果将对当下家族企业助力共同富裕产生启示。

## （二）基于理论发展的开拓与展望

### 1. 以社会情感财富理论为依据解构“家族”系统

社会情感财富是家族企业无论个体层面抑或企业层面都使用最为广泛的理论基础。其所包含的五个维度为：家族权力与控制、家族身份、社会纽带、情感依恋、家族跨代传承（Berrone et al., 2012）。然而，目前社会情感财富使用的一大局限在于维度测量方面，学者们倾向于使用家族涉入，包括治理、所有权和管理权等作为 SEW 的代理测量（Cennamo et al., 2012; Zientara, 2017），但对于其他维度包括社会纽带、家族情感依附、跨代传承等刻画与测量明显不足，事实上每个家族企业所看重的社会情感财富的维度往往并不一样，同理，社会情感财富在不同的家族企业中的体现程度也不尽相同，这是造成家族企业异质性的来源之一。以此逻辑，未来的研究可以分类讨论社会情感财富不同维度对于家族企业社会责任的影响情况，以社会情感财富理论讨论家族权力与控制的研究已经过剩，以社会情感财富理论讨论家族跨代传承与社会责任的研究刚刚起步。这方面还有较大研究空间，例如，第一代通常具有保护 SEW 的强烈动机，由此家族企业会积极主动地参与环保行动（Cennamo et al., 2012）。然而，随着代际参与，第二代对 SEW 的追求与第一代有所不同。一些学者提

出, 第二代对 SEW 的追求会增加 (Zellweger et al., 2012), 而另一些学者则认为会减少 (Mariotti et al., 2021)。基于此一些学者发现, 第二代的参与对环境绩效有积极影响 (Fernández-Méndez & Arrondo-García, 2021), 而另一些学者则认为, 第二代的参与对环境绩效的影响并不显著 (Fehre & Weber, 2019)。此方面的理论开拓, 既可以从二代异质性角度进行分析, 也可以从家族企业异质性的角度进行分析, 从而挖掘有意义的中介和/或调节机制。

## 2. 促进“家族”系统影响家族企业社会责任的理论融合

家族企业社会责任理论与实践与非家族企业相比, 最大的区别来自“家族”系统的影响。家族成员和家族涉入形成了“家族”系统, 家族成员特征一定程度影响着家族涉入。例如, 没有接班意愿的家族成员往往会导致家族所有权涉入减弱。具有高人力资本的家族成员会减少对于非家族经理的雇用依赖, 进而加强家族管理权的涉入, 最终展示出高企业绩效 (Fang et al., 2022)。家族成员特征与家族涉入的理论融合框架常常能形成研究创新剖析家族企业行为。例如, Dou 等 (2019) 提出家族企业主动环保行为受到战略控制点 (长期导向) 的影响, 社会情感财富的保有则让家族企业能有合法性去追求长期导向, 家族成员的承诺促进了长期导向的追求, 由此通过理论融合发现了家族所有权与企业主动环保战略存在被调节中介的关系。Cruz 等 (2014) 把社会情感财富理论和利益相关者理论结合, 解构了 SEW 的“情感

依恋”和“家族控制与影响”维度, 导致家族企业会区别对待家族成员与非家族成员, 不利于内部利益相关者; 同时家族企业追求 SEW 中的“企业形象与声誉”维度, 会在企业外部从事提升其形象和合法性的社会活动, 从而有利于外部利益相关者活动。由此, 基于现象和研究结论的冲突进行揭露、选择、重构、结合和综合现存的事实、观点、理论和技巧 (Koestler, 1964), 从解构理论中关键构念或维度入手, 诸如解构出不同类别利益相关者, 解构出第一类 (股东与高管) 与第二类 (大股东与小股东) 不同的代理问题等, 分类探析它们对家族企业社会责任所发挥的作用, 是融合现存理论, 让得出的结论更具有理论解释力, 形成理论创新的一个重要方式。

## 3. 基于中国情境发掘更多家族企业特征的情境变量进行本土理论边界的探索

对现有理论添加新边际贡献的方法之一是找到理论的适用边界, 找到理论边界的重要手段在于发掘更多的调节或中介变量。例如, 针对代理理论与管家理论, 识别家族企业的情境因素对于统一代理理论和管家理论将有指导意义, 情境因素包括所有者的管理哲学、家族企业文化背景、权力距离 (张辉华等, 2005), 这些情境因素不仅影响着家族企业所有者—管理者关系, 对于家族企业社会责任也可能产生直接影响。从国内外家族企业社会责任关键词时间线图<sup>①</sup>来看, 当下国外前沿的家族企业社会责任研究主题关键词包括“公司政治活动”“董事会独立性”“连锁董事” (director inter-

<sup>①</sup> 由于篇幅限制, 本文未将图展示于正文, 需要的读者可以向作者索取查看。

lock) “女性”等。当下国内前沿的家族企业社会责任研究主题关键词包括“家族老字号传承”“精准扶贫”“二代交接”“社会地位”“行为偏好”等。需要指出的是从企业特征发掘更多家族企业特征的情境变量并非难事,难点在于如何将情境变量切实以本土理论的视角展开剖析,即发掘当地具有意义的构念,找出其对于理论边界的贡献乃至创立本土理论,换言之,通过将现象、研究问题、理论和研究发现置于客观情境(natural setting)中,以情境化促进家族企业社会责任研究创造性地分析和解释,在推进家族企业社会责任研究创新的同时将有利于开拓本土理论或产生相关理论的实际贡献。

接受编辑:方汉青

收稿日期:2023年1月29日

接受日期:2023年9月15日

### 作者简介

傅颖,现任职于南昌大学经济管理学院,副教授,浙江大学创业管理博士,主要研究兴趣集中在家族企业社会责任、社会创业。研究成果发表在《管理世界》《南开管理评论》等国内外知名期刊。

李金展,南昌大学经济管理学院硕士研究生,主要研究兴趣为家族企业社会责任。

苏华威,南昌大学经济管理学院硕士研究生,主要研究兴趣为家族企业参与乡村振兴。

高皓(通讯作者, E-mail: gaoh@pbcfs.tsinghua.edu.cn),清华大学五道口金融学院全球家族企业研究中心主任,研究领域包括民营

经济、财富管理、公司金融、公益慈善及绿色金融等,在《经济研究》《管理世界》《金融研究》和 *Financial Management, Research Policy* 等学术期刊以及《中国金融》《清华金融评论》《董事会》等财经期刊发表论文或案例 200 余篇,出版学术专著 7 部。

### 参考文献

[1] 陈凌、陈华丽:《家族涉入、社会情感财富与企业慈善捐赠行为——基于全国私营企业调查的实证研究》,《管理世界》,2014年第8期。

[2] 程晨、李宛蓉、袁媛:《家族企业的文化传承:起源对社会责任履行的影响研究》,《管理评论》,2022年第11期。

[3] 窦军生、张芯蕊、李生校、陈志军:《继承人培养模式何以影响家族企业传承绩效——继承人认可度的中介效应》,《重庆大学学报(社会科学版)》,2020年第5期。

[4] 傅颖、方汉青、薄秋实、窦军生、斯晓夫:《家族企业公司创业:海归继承人的影响效应》,《南开管理评论》,2021年第6期。

[5] 胡国栋、王天娇:《“义利并重”:中国古典企业的共同体式身股激励——基于晋商乔家字号的案例研究》,《管理世界》,2022年第2期。

[6] 黄玉兰:《中国传统宗族保障的发展历程及其文化之源》,《理论界》,2021年第11期。

[7] 李军、张运毅:《基于儒商文化视角构建新时代商业伦理探析》,《东岳论丛》,2018年第12期。

[8] 梁强、章佳媚、詹玉欣、王博:《女性董事参与会促进企业社会责任表现吗?——性别平等观念与家族企业的情境作用》,《研究与发展管理》,2022年第1期。

[9] 吕斐斐、朱丽娜、高皓、贺小刚:《“领头羊”

效应? 家族企业行业地位与绿色战略的关系研究》,《管理评论》,2020年第3期。

[10] 马骏、朱斌、何轩:《家族企业何以成为更积极的绿色创新推动者?——基于社会情感财富和制度合法性的解释》,《管理科学学报》,2020年第9期。

[11] 奚菁、罗洁婷、冯冈平、魏新:《家族企业嵌入式CSR行为的心理机制:基于身份理论的多案例研究》,《管理学报》,2017年第5期。

[12] 杨学儒、李浩铭:《乡村旅游企业社区参与和环境行为——粤皖两省家庭农家乐创业者的实证研究》,《南开管理评论》,2019年第1期。

[13] 叶文平、朱沅、史亚雅、李新春:《公有制印记与改制家族企业的内部社会责任》,《管理世界》,2022年第5期。

[14] 张辉华、凌文铨、方俐洛:《代理理论和乘务员理论的整合:论公司治理实践》,《南开管理评论》,2005年第6期。

[15] 郑奇磷、赵秦莲:《论家族企业的社会责任》,《科技情报开发与经济》,2004年第8期。

[16] 朱斌:《自私的慈善家——家族涉入与企业社会责任行为》,《社会学研究》,2015年第2期。

[17] 朱丽娜、高皓:《家族控制、社会情感财富与企业慈善捐赠的关系研究》,《管理学报》,2020年第11期。

[18] 朱丽娜、贺小刚、张正元:《家族控制、经济期望与企业绿色责任的关系研究:来自中国上市公司的经验数据》,《管理科学学报》,2022年第4期。

[19] Agostino, M., & Ruberto, S. 2021. Environment-friendly practices: Family versus non-family firms. *Journal of Cleaner Production*, 32: 129689.

[20] Berrone, P., Cruz, C., Gomez-Mejia, L.R., & Larraza-Kintana, M. 2010. Socioemotional wealth and corporate responses to institutional pressures: Do family-controlled firms pollute less? *Administrative Science Quarterly*, 55: 82-113.

ly, 55: 82-113.

[21] Berrone, P., Cruz, C., & Gomez-Mejia, L.R. 2012. Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review*, 25: 258-279.

[22] Berrone, P., Gomez-Mejia, L.R., & Xu, K. 2023. The role of family ownership in norm-conforming environmental initiatives: Lessons from China. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47: 1915-1941.

[23] Bingham, J.B., Gibb Dyer, W., Smith, I., & Adams, G.L. 2011. A stakeholder identity orientation approach to corporate social performance in family firms. *Journal of Business Ethics*, 99: 565-585.

[24] Bruton, G.D., Zahra, S.A., Van de Ven, A.H., & Hitt, M.A. 2022. Indigenous theory uses, abuses, and future. *Journal of Management Studies*, 59: 1057-1073.

[25] Campopiano, G., & De Massis, A. 2015. Corporate social responsibility reporting: A content analysis in family and non-family firms. *Journal of Business Ethics*, 129: 511-534.

[26] Cennamo, C., Berrone, P., Cruz, C., & Gomez-Mejia, L.R. 2012. Socioemotional wealth and proactive stakeholder engagement: Why family-controlled firms care more about their stakeholders. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36: 1153-1173.

[27] Chua, J.H., Chrisman, J.J., & Sharma, P. 1999. Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23: 19-39.

[28] Combs, J.G., Jaskiewicz, P., Ravi, R., & Walls, J.L. 2023. More bang for their buck: Why (and when) family firms better leverage corporate social responsibility. *Journal of Management*, 47: 575-605.

[29] Cruz, C., Larraza-Kintana, M., Garcés-

Galdeano, L. , & Berrone, P. 2014. Are family firms really more socially responsible? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38: 1295–1316.

[ 30 ] Cui, V. , Ding, S. , Liu, M. , & Wu, Z. 2018. Revisiting the effect of family involvement on corporate social responsibility: A behavioral agency perspective. *Journal of Business Ethics*, 152: 291–309.

[ 31 ] Dahlsrud, A. 2008. How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15: 1–13.

[ 32 ] Delmas, M. A. , & Gergaud, O. 2014. Sustainable certification for future generations: The case of family business. *Family Business Review*, 27: 228–243.

[ 33 ] De Massis, A. , Kotlar, J. , Chua, J. H. , & Chrisman, J. J. 2014. Ability and willingness as sufficiency conditions for family-oriented particularistic behavior: Implications for theory and empirical studies. *Journal of Small Business Management*, 52: 344–364.

[ 34 ] Déniz, M. C. D. , & Suárez, M. K. C. 2005. Corporate social responsibility and family business in Spain. *Journal of Business Ethics*, 56: 27–41.

[ 35 ] Dieleman, M. , & Koning, J. 2020. Articulating values through identity work: Advancing family business ethics research. *Journal of Business Ethics*, 163: 675–687.

[ 36 ] Donaldson, L. , & Davis, J. H. 1991. Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns. *Australian Journal of Management*, 16: 49–64.

[ 37 ] Dou, J. , Su, E. , & Wang, S. 2019. When does family ownership promote proactive environmental strategy? The role of the firm's long-term orientation. *Journal of Business Ethics*, 158: 81–95.

[ 38 ] Dou, J. , Zhang, Z. , & Su, E. 2014. Does family involvement make firms donate more? Empirical evidence from Chinese private firms. *Family Business Review*, 27: 259–274.

[ 39 ] Du, X. 2015. Is corporate philanthropy used as environmental misconduct dressing? Evidence from Chinese family-owned firms. *Journal of Business Ethics*, 129: 341–361.

[ 40 ] Dyer Jr, W. G. , & Whetten, D. A. 2006. Family firms and social responsibility: Preliminary evidence from the S&P 500. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30: 785–802.

[ 41 ] Fang, H. , Singh, K. , Kim, T. , Marler, L. , & Chrisman, J. J. 2022. Family business research in Asia: Review and future directions. *Asia Pacific Journal of Management*, 39: 1215–1256.

[ 42 ] Fang, H. , Chrisman, J. J. , Daspit, J. J. , & Madison, K. 2022. Do nonfamily managers enhance family firm performance? *Small Business Economics*, 58: 1459–1474.

[ 43 ] Fan, Y. , Zhang, F. , & Zhu, L. 2021. Do family firms invest more in pollution prevention strategy than non-family firms? An integration of agency and institutional theories. *Journal of Cleaner Production*, 286: 124988.

[ 44 ] Fehre, K. , & Weber, F. 2019. Why some are more equal: Family firm heterogeneity and the effect on management's attention to CSR. *Business Ethics: A European Review*, 28: 321–334.

[ 45 ] Fernández-Méndez, C. , & Arrondo-García, R. 2021. Sustainability practices in Australian firms: The effect of family control and the generational stage. *Sustainability*, 13: 1244.

[ 46 ] Gallo, M. A. 2004. The family business and its social responsibilities. *Family Business Review*, 17: 135–148.

- [ 47 ] Goel, S. , Mazzola, P. , Phan, P. H. , Pieper, T. M. , & Zachary, R. K. 2012. Strategy, ownership, governance, and socio-psychological perspectives on family businesses from around the world. *Journal of Family Business Strategy*, 3: 54-65.
- [ 48 ] Gomez - Mejia, L. R. , Cruz, C. , Berrone, P. , & De Castro, J. 2011. The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms. *Academy of Management Annals*, 5: 653-707.
- [ 49 ] Jiang, Y. H. 2018. Confucian political theory in contemporary China. *Annual Review of Political Science*, 21: 155-173.
- [ 50 ] Kim, K. , Haider, Z. A. , Wu, Z. , & Dou, J. 2020. Corporate social performance of family firms: A place-based perspective in the context of layoffs. *Journal of Business Ethics*, 167: 235-252.
- [ 51 ] Koestler, A. 1964. *The Act of Creation*. London: Hutchinson & Co.
- [ 52 ] Labelle, R. , Hafsi, T. , Francoeur, C. , & Ben Amar, W. 2018. Family firms' corporate social performance: A calculated quest for socioemotional wealth. *Journal of Business Ethics*, 148: 511-525.
- [ 53 ] López-González, E. , Martínez-Ferrero, J. , & García-Meca, E. 2019. Corporate social responsibility in family firms: A contingency approach. *Journal of Cleaner Production*, 211: 1044-1064.
- [ 54 ] Luo, X. R. , & Chung, C. N. 2013. Filling or abusing the institutional void? Ownership and management control of public family businesses in an emerging market. *Organization Science*, 24: 591-613.
- [ 55 ] Mariani, M. M. , Al-Sultan, K. , & De Massis, A. 2023. Corporate social responsibility in family firms: A systematic literature review. *Journal of Small Business Management*, 61: 1192-1246.
- [ 56 ] Mariotti, S. , Marzano, R. , & Piscitello, L. 2021. The role of family firms' generational heterogeneity in the entry mode choice in foreign markets. *Journal of Business Research*, 132: 800-812.
- [ 57 ] Marques, P. , Presas, P. , & Simon, A. 2014. The heterogeneity of family firms in CSR engagement: The role of values. *Family Business Review*, 27: 206-227.
- [ 58 ] Maung, M. , Miller, D. , Tang, Z. , & Xu, X. 2020. Value-enhancing social responsibility: Market reaction to donations by family vs. non-family firms with religious CEOs. *Journal of Business Ethics*, 163: 745-758.
- [ 59 ] Maury, B. 2006. Family ownership and firm performance: Empirical evidence from Western European corporations. *Journal of Corporate Finance*, 12: 321-341.
- [ 60 ] Memili, E. , Fang, H. "Chevy," Koç, B. , Yildirim - Öktem, Ö. , & Sonmez, S. 2018. Sustainability practices of family firms: The interplay between family ownership and long - term orientation. *Journal of Sustainable Tourism*, 26: 9-28.
- [ 61 ] Morck, R. , & Yeung, B. 2003. Agency problems in large family business groups. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27: 367-382.
- [ 62 ] Newbert, S. , & Craig, J. B. 2017. Moving beyond socioemotional wealth: Toward a normative theory of decision making in family business. *Family Business Review*, 30: 339-346.
- [ 63 ] Oh, W. Y. , Ree, H. , Chang, Y. K. , & Postu? a, I. 2023. Trees in the forest: How do family owners make CSR decisions in business groups? *Journal of Business Ethics*, forthcoming.
- [ 64 ] Panwar, R. , Paul, K. , Nybakk, E. , Hansen, E. , & Thompson, D. 2014. The legitimacy of CSR actions of publicly traded companies versus family-owned companies. *Journal of Business Ethics*, 125: 481-496.

[ 65 ] Peake, W. O. , Cooper, D. , Fitzgerald, M. A. , & Muske, G. 2017. Family business participation in community social responsibility: The moderating effect of gender. *Journal of Business Ethics*, 142: 325–343.

[ 66 ] Ramadani, V. , & Hoy, F. 2015. Context and uniqueness of family businesses. In Dana, L. P. , & Ramadani, V. (Eds) . *Family Businesses in Transition Economies: Management, Succession and Internationalization*. Cham: Springer International Publishing.

[ 67 ] Roffia, P. , Moracchiato, S. , Liguori, E. , & Kraus, S. 2021. Operationally defining family SMEs: A critical review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28: 229–260.

[ 68 ] Samara, G. , Jamali, D. , Sierra, V. , & Parada, M. J. 2018. Who are the best performers? The environmental social performance of family firms. *Journal of Family Business Strategy*, 9: 33–43.

[ 69 ] Stavrou, E. , Kassinis, G. , & Filotheou, A. 2007. Downsizing and stakeholder orientation among the

Fortune 500: Does family ownership matter? *Journal of Business Ethics*, 72: 149–162.

[ 70 ] Terlaak, A. , Kim, S. , & Roh, T. 2018. Not good, not bad: The effect of family control on environmental performance disclosure by business group firms. *Journal of Business Ethics*, 153: 977–996.

[ 71 ] Uhlaner, L. M. , Berent – Braun, M. M. , Jeurissen, R. J. , & De Wit, G. 2012. Beyond size: Predicting engagement in environmental management practices of Dutch SMEs. *Journal of Business Ethics*, 109: 411–429.

[ 72 ] Zellweger, T. M. , Kellermanns, F. W. , Chrisman, J. J. , & Chua, J. H. 2012. Family control and family firm valuation by family CEOs: The importance of intentions for transgenerational control. *Organization Science*, 23: 851–868.

[ 73 ] Zientara, P. 2017. Socioemotional wealth and corporate social responsibility: A critical analysis. *Journal of Business Ethics*, 144: 185–199.

# Current Status and Future Prospects of Corporate Social Responsibility in Family Firms

Ying Fu<sup>1</sup> Jinzhan Li<sup>1</sup> Huawei Su<sup>1</sup> Hao Gao<sup>2</sup>

(1. School of Economic and Management, Nanchang University;

2. PBC School of Finance, Tsinghua University)

**Abstract:** Family firms are a unique and globally significant form of organization, playing a central role in corporate social responsibility (CSR) through various activities, including charitable giving and rural revitalization in China. Despite the recent surge in research on CSR within family businesses, there remains a significant gap in the organization and summarization of these findings. This deficiency not only hampers the recognition of past achievements in family business-related research but also fails to provide the necessary inspiration and ideas for the next phase of theoretical research on family business CSR that aligns with China's economic and social needs.

This paper employs bibliometric methods to first analyze the publication trends of research papers on family business CSR. It does so by examining high-quality Chinese and English publications from Financial Times 50 journals (FT50) and key journals funded by the National Natural Science Foundation of China (NSFC). Through this analysis, the paper seeks to identify the growth patterns and evolving focus areas in the field.

Secondly, the paper delves into a comprehensive review of the primary research themes within family business CSR. It goes on to summarize the key measurements and characterizations of dependent variables frequently employed in family business CSR research. Furthermore, the paper categorizes relevant content, primary research variables, and the common theoretical foundations that underpin family business CSR research. We analyze the contents of CSR research on family businesses from the family system and enterprise system. Relevant research from the family system can be subdivided into two aspects: family member characteristics and family involvement. The former CSR research mainly involves the theoretical foundations of imprinting theory, identity theory, and planned behavior theory, while the latter mainly involves the theoretical foundations of socio-emotional wealth theory and agency theory. Additionally, stakeholder theory and institutional theory are the main theoretical foundations for the study of family business CSR in the enterprise system.

Next, the paper proceeds to offer a detailed summary of the reasons behind the disparities observed between CSR researches in family and non-family businesses. It also explores the impact of family involvement on CSR within family business research. These reasons include discrepancies in how family businesses are measured, variations in assessing family involvement, and a failure to consider the family's ability and willingness to engage in CSR in an integrated manner.

Finally, the paper turns its attention to the future, identifying and discussing potential research areas in the domain of family business CSR. It contemplates two distinct approaches: a "tracking and indigenous" approach, which involves closely monitoring the evolving landscape of CSR practices within Chinese family businesses, and a "prospective based on theoretical development" perspective, which involves proactively shaping the future of family business CSR research within this unique organizational con-

text. The article suggests that future research can continue to dig deeper into the relevant theoretical results of Western management, as well as identify unique Chinese research variables and consider the influence of Chinese culture.

In conclusion, this paper not only highlights the critical role of family firms in CSR but also endeavors to fill the existing gaps in the literature, contributing to a more comprehensive understanding of family business CSR research. By analyzing publication trends, summarizing research themes and measurements, elucidating disparities, and outlining future research directions, this paper aims to foster continued growth and development in this vital research area.

**Key Words:** family business; corporate social responsibility; family involvement; family and business systems