西部论坛 WEST FORUM
第25卷第6期 2015年11月
Vol.25 No.6 Nov. 2015

DOI:10.3969/j.issn.1674-8131.2015.06.011

# 家族企业传承意愿、伙伴间信任关系与网络战略选择*

杨良明,周立新
(重庆工商大学 长江上游经济研究中心,重庆 400067)

**摘 要:**经过三十多年的快速发展,我国家族企业正在进入传承的高峰时期,而家族传承是家族企业最显著的特征之一;网络战略是家族企业成长的重要方式和策略选择。采用对浙江和重庆家族企业的调查数据,实证检验家族传承意愿对家族企业网络战略选择的影响,并分析伙伴间信任关系在家族传承意愿与家族企业网络战略选择之间的中介作用,结果表明:(1)家族传承意愿正向影响家族企业网络中心度和密度,负向影响网络关系持久度和开放度;(2)伙伴间信任关系在家族传承意愿与家族企业网络中心度之间起完全中介作用,而在家族传承意愿与家族企业网络密度之间起部分中介作用。家族企业网络战略选择应与家族传承意愿相匹配,着力培育相互信任的伙伴关系,并加强对伙伴间关系的维护和管理。

**关键词:**家族企业;传承意愿;伙伴间信任关系;网络战略;网络中心度;网络密度;网络关系持久度;网络开放度

**中图分类号:**F276.5 **文献标志码:**A **文章编号:**1674-8131(2015)06-0090-08

## 一、引言

网络战略是新兴经济体家族企业的重要策略选择,它有助于家族企业获取异质性的资源、信息和知识以及建立组织的合法性(Acquaah,2012)。我国家族企业大多产生于20世纪80年代,经过三十多年的快速发展,目前已进入由创始一代向第二代传承的高峰时期,而家族传承是家族企业区别于非家族企业最显著的特征之一。研究发现,家族传承意愿与倾向会影响家族企业网络战略的选择。例如,Le Breton-Miller 和 Miller(2006)指出,渴望把企业传给下一代的家族更可能与外部利益相关者建立持久性合作关系;Memili 等(2011)认为,当继承过程紧迫时,家族企业的外包决策受潜在继任者是否为家族成员及潜在继任者能力评估的影响;Pittino 和 Visintin(2011)研究发现,家族代数对家族企业合作倾向有积极的促进作用;Cennamo 等(2012)指出,采用"代际传承意愿"作为社会情感财富(Socioemotional Wealth)主要参考点的家族企业更可能基于工具性动机与利益相关者(如供应商)建立长期性关系网络。

中国家族企业网络战略的选择是否也受到家

* **收稿日期:**2015-08-11;**修回日期:**2015-09-22
**基金项目:**教育部人文社会科学规划研究项目(14YJA630080)
**作者简介:**杨良明(1964— ),男,四川大竹人;高级工程师,硕士,在重庆工商大学长江上游经济研究中心任职,主要从事企业管理研究;E-mail: lmyang@ctbu.edu.cn。
周立新(1966— ),女,重庆涪陵人;研究员,博士,博士生导师,在重庆工商大学长江上游经济研究中心任教,主要从事企业管理、区域经济理论与政策研究;E-mail: lxzhou@ctbu.edu.cn。

族传承意愿的影响?虽然有少数学者的研究涉足家族传承意愿的作用,但这些研究多限于理论探讨,强调家族传承意愿对家族企业网络关系持久度的直接影响(Miller et al,2006;Cennamo et al,2012)。然而,家族企业网络战略存在多维度特性,家族传承意愿对我国不同类型家族企业网络战略选择的影响是否相同?具体的影响机制是什么?这些都是极具现实意义的问题。本文将利用对我国典型家族企业的问卷调查数据,探讨家族传承意愿对家族企业网络战略选择的影响以及伙伴间信任关系的中介效应,以拓展和深化家族企业管理理论研究,并为我国家族企业现代化实践提供经验参考。

## 二、理论基础与研究假设

### 1.传承意愿对家族企业网络结构特征的影响

家族企业代际传承往往伴随着家族企业(家)关系网络的代际传承(Steier,2001)。已有的研究揭示,中心性和高密度网络关系对家族企业成长具有积极的促进作用(周立新 等,2012)。一般而言,占据网络中心位置的企业可以通过控制关键性资源对网络成员的行为产生强制约束,这会降低家族企业关系网络传承过程中网络成员的机会主义行为(周立新,2014)。高密度网络放大了对过去联系给予回报的互惠压力,使得网络成员意识到切断互惠联系所带来的巨大声誉损失;同时,高密度网络中监控机会及个体声誉损失风险的增大,有利于网络成员之间建立起高度的相互责任感(周立新 等,2014)。因此,渴望将企业传给下一代的家族企业更强调构建中心性和高密度的网络关系,这些社会资本会通过家族企业的代际传承延续至下一代,进而使得家族企业的接班人以及企业受益。

家族传承意愿对家族企业网络关系持久度可能产生积极的促进作用。主要原因是,意图在世代间传承的家族企业表现出更多的长期导向倾向(李新春 等,2013),更倾向于基于长期导向视角对利益相关者做出战略性承诺和建立持久性合作关系(Le Breton-Miller et al,2006;Cennamo et al,2012),以获取家族企业所需的异质性的知识、信息和资源,促进家族企业持续成长。

家族传承意愿对家族企业网络开放度可能有消极的影响。一方面,根据社会情感财富理论的解释,保护社会情感财富是家族企业战略决策的首要参照点。社会情感财富指"家族所有者从企业获得的非经济收益",如家族控制和影响、家族成员对企业的认同、紧密的社会关系、家族成员的情感依恋、家族代际传承意愿等(Berrone et al,2012)。社会情感财富保护动机增强了家族企业(主)的风险感知和行为(Gomez-Mejia et al,2007),因此具有家族代际传承意愿的企业在战略选择上往往是保守的。由于开放性网络安排中机会主义行为的威胁不容易控制,会限制家族企业对开放性网络关系的使用。另一方面,根据资源基础理论的解释,领导权在现任者和继承者之间的转移涉及非个人的创业与企业隐性知识的转移(Cabrera-Suarez,2005),这些非个人的创业与企业隐性知识是家族企业独特的竞争优势来源。因此,为避免家族企业隐性知识的流失,渴望家族传承的家族企业会较少构建开放性合作关系。基于上述理论,本文提出如下假设:

H1a:家族传承意愿对家族企业网络中心度、密度、关系持久度有显著正向影响。

H1b:家族传承意愿对家族企业网络开放度有显著负向影响。

### 2.伙伴间信任关系的中介作用

家族传承意愿对伙伴间信任关系可能有积极的影响。一般而言,意图将企业传给下一代的家族企业更可能对顾客、供应商和其他利益相关者做出战略性承诺(Le Breton-Miller et al,2006);而对家族传承的考虑也会促使家族企业更加强调履行社会责任(Zellweger et al,2013),从而有助于增强家族企业与合作伙伴之间的信任。

大量的研究揭示,伙伴间相互信任是建立长期性、有效性关系的基础(Zaheer et al,1995;Lee et al,2006)。周立新(2009)针对我国家族企业的研究发现,伙伴间相互信任对家族企业网络关系持久度产生了积极的促进作用。本文认为,家族企业与合作伙伴之间的相互信任程度越高,越容易构建中心性、密切性、持久性的网络关系,但可能不利于家族企业开放性网络关系的构建。

根据已有的关于伙伴间信任关系与家族企业网络战略选择、家族传承意愿与家族企业伙伴间信任关系的研究成果,家族传承意愿能够通过伙伴间

信任关系的中介作用影响家族企业网络战略的选择。因此,本文提出如下假设:

H2:伙伴间信任关系在家族传承意愿与家族企业网络战略选择之间起中介作用。

## 三、研究变量选择与测度

### 1.因变量

(1)网络中心度(*NC*)。共4个测量题项:大多数与贵企业相关的企业了解贵企业的产品和技术能力,同一行业内的其他大多数企业都希望与贵企业建立联系,贵企业在与合作伙伴的交往中表现活跃积极,贵企业与合作伙伴的直接联系多于间接联系。使用李克特五点尺度衡量,其中1表示很不同意,5表示非常同意。量表的信度系数Cronbach α值为0.734,表明量表具有较好的信度。

(2)网络密度(*ND*)。共2个测量题项:贵企业的合作伙伴之间有很多直接联系,贵企业的合作伙伴之间主要通过贵企业建立联系。使用李克特五点尺度衡量,其中1表示很不同意,5表示非常同意取。量表的信度系数Cronbach α值为0.614,表明量表的信度基本可以接受。

(3)网络关系持久度(*NDU*)。用企业与其他企业的交往时间测量,包括"1月前开始交往"到"2年前开始交往"由低至高5个等级,分别赋值1~5。

(4)网络开放度(*NO*)。用企业与其他企业交往地的地理范围测量,包括"几乎在本地"到"几乎在外地"由低至高5个等级,分别赋值1~5。

### 2.自变量

(1)家族传承意愿(*FSI*)。将企业新任(或下一代)领导人是(或将会是)老板儿子、女儿或其他家族成员的企业赋值为1,企业新任(或下一代)领导人是(或将会是)非家族成员的企业赋值为0。

(2)伙伴间信任关系(*TR*)。主要借鉴Zaheer和Venkatraman(1995)等的研究成果,共4个测量题项:合作双方彼此不会提出可能给对方利益造成严重损害的要求、当环境出现变化或危机时合作伙伴会给本企业提供帮助和支持、在合作伙伴遇到困难时本企业会尽力提供一些帮助、合作双方能够遵守好各项承诺和约定。使用李克特五点尺度衡量,其中1表示很不同意,5表示非常同意。量表的Cronbach α系数值为0.753,表明量表具有较好的信度。

### 3.控制变量

根据前期文献,本文实证分析控制了可能影响家族企业网络战略选择的其他关键因素(周立新,2009):(1)地理区域(*LOCA*),将浙江企业赋值1,其余赋值0;(2)企业寿命(*FAGE*),为企业创建年限(至2009年)的自然对数;(3)企业规模(*SIZE*),为2009年底企业资产总值的自然对数;(4)企业主年龄(*EAGE*),将企业主年龄在35岁以下、36~45、46~55、56岁以上的企业分别赋值1、2、3、4;(5)企业经济类型(*TYPE*),将成品制造企业赋值1,其余赋值0;(6)家族所有权(*FO*),用企业主本人及家族持有的股份占企业股份总数的比重测量;(7)家族管理权(*FM*),将总经理由企业主本人或家人担任的企业赋值1,其余赋值0。

## 四、实证分析结果

本文数据来自课题组2010年5—7月对重庆和浙江制造业民营企业家的问卷调查。采用普通最小二乘回归方法检验研究假设,采用Baron和Kenny(1986)使用的中介变量检验方法检验伙伴间信任关系的中介效应。表1报告了主要变量的统计特征和相关系数,表2、表3和表4报告了研究假设的检验结果。其中,模型1只考虑控制变量对家族企业网络战略选择及伙伴间信任关系的影响;模型2检验家族传承意愿对家族企业网络战略选择及伙伴间信任关系的直接影响;模型3检验伙伴间信任关系在家族传承意愿与家族企业网络战略选择之间的中介效应。

从表1可以看出,目前我国大多数家族企业具有家族传承意愿(均值为0.75);家族传承意愿与家族企业网络中心度和密度之间显著正相关($p<0.05$),与家族企业网络关系持久度和开放度之间显著负相关($p<0.05$);家族传承意愿与伙伴间信任关系之间显著正相关($p<0.10$);伙伴间信任关系与家族企业网络中心度、密度、网络关系持久度之间显著正相关($p<0.001$)。这表明家族企业网络战略选择确实受到了家族传承意愿和伙伴间信任关系的影响。

**表 1　各变量的均值、标准差及相关系数**

| 变量 | 均值 | 标准差 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| *NC* | 3.58 | 0.64 | 1 | | | | | | | | | | | | |
| *.ND* | 3.53 | 0.80 | 0.302*** | 1 | | | | | | | | | | | |
| *.NDU* | 4.48 | 1.00 | 0.075 | 0.069 | 1 | | | | | | | | | | |
| *NO* | 2.50 | 0.96 | 0.001 | −0.039 | 0.067 | 1 | | | | | | | | | |
| *.FSI* | 0.75 | 0.43 | 0.131* | 0.113* | −0.160** | −0.116* | 1 | | | | | | | | |
| *TR* | 3.71 | 0.67 | 0.435*** | 0.263*** | 0.230*** | −0.060 | 0.094+ | 1 | | | | | | | |
| *LOCA* | 0.51 | 0.50 | −0.115* | −0.072 | −0.203*** | 0.085 | 0.163** | −0.263*** | 1 | | | | | | |
| *FAGE* | 2.05 | 0.63 | 0.108* | 0.068 | 0.034 | 0.077 | 0.016 | −0.061 | 0.092 | 1 | | | | | |
| *SIZE* | 7.01 | 1.71 | 0.112* | 0.043 | 0.095+ | 0.248*** | 0.020 | 0.022 | 0.119* | 0.281*** | 1 | | | | |
| *EAGE* | 2.54 | 0.76 | −0.028 | 0.020 | −0.087 | 0.070 | 0.081 | −0.029 | 0.055 | 0.215*** | 0.264*** | 1 | | | |
| *TYPE* | 0.48 | 0.50 | −0.021 | 0.055 | −0.051 | 0.229*** | −0.052 | −0.055 | −0.002 | 0.038 | 0.047 | 0.031 | 1 | | |
| *FO* | 91.95 | 14.01 | 0.058 | −0.003 | 0.165** | −0.122* | 0.112* | 0.196*** | −0.187*** | 0.001 | −0.256*** | −0.068 | −0.065 | 1 | |
| *FM* | 0.79 | 0.41 | 0.065 | −0.092 | 0.040 | −0.128* | 0.159** | 0.014 | 0.022 | 0.086 | −0.027 | 0.051 | −0.068 | −0.028 | 1 |

注:+p<0.10,*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001;双尾检验。

**表 2　家族传承意愿对家族企业伙伴间信任关系的影响**

| 变量 | 模型 1 | 模型 2 |
|---|---|---|
| *CONSTANT* | 3.134***(0.351) | 3.115***(0.380) |
| *LOCA* | −0.353***(0.071) | −0.406***(0.076) |
| *FAGE* | −0.065(0.058) | −0.081 (0.025) |
| *SIZE* | 0.045+(0.023) | 0.042+(0.025) |
| *EAGE* | −0.027(0.049) | −0.031(0.051) |
| *TYPE* | −0.074(0.070) | −0.058(0.073) |
| *FO* | 0.007**(0.003) | 0.007*(0.003) |
| *FM* | 0.026(0.086) | 0.059(0.092) |
| *FSI* | | 0.177*(0.087) |
| $R^2$ adj. | 0.094 | 0.114 |
| F | 5.964*** | 5.830*** |
| N | 335 | 300 |

注:+p<0.10,*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

### 1.家族传承意愿对家族企业网络结构特征的影响

表 3 的模型 2 显示,家族传承意愿正向影响家族企业网络中心度和网络密度($\beta=0.180$,$p<0.05$;$\beta=0.273$,$p<0.05$),即意图传承至下一代的家族企业更倾向于构建中心性和高密度的网络关系;由表 4 的模型 2 可知,家族传承意愿负向影响家族企业网络开放度($\beta=-0.274$, $p<0.05$),即意图传承至下一代的家族企业较少构建开放性网络关系;与预期相反,家族传承意愿负向影响家族企业网络关系持久度($\beta=-0.390$,$p<0.01$),即意图传承至下一代的家族企业更不愿与外部利益相关者构建持久性网络关系。假设 H1a 得到了部分验证,假设 H1b 得到验证。原因可能是,现实中,旨在将企业传承至下一代的家族企业更倾向于采用家族逻辑进行战略决策,因此家族控制者更关注家族目标(如家族和谐、家族社会地位、继承人培养等)而不是企业目标(Chrisman et al,2012),甚至以牺牲企业自身及外部利益相关者的经济利益为代价,从而影响到家族企业与外部利益相关者持久性合作关系的发展。

### 2.伙伴间信任关系的中介作用

根据表 2 的模型 2,家族传承意愿对伙伴间信任关系具有显著的正向影响($\beta=0.177$,$p<0.05$)。表 3 的模型 2 显示,家族传承意愿对网络中心度、密度有显著正向影响,而加入伙伴间信任关系变量之

后(见表3模型3),家族传承意愿对网络中心度的正向影响变小且不显著($\beta = 0.180$, $p < 0.05$; $\beta = 0.105$, $p > 0.10$),家族传承意愿对网络密度的正向影响变小但仍显著($\beta = 0.273$, $p < 0.05$; $\beta = 0.207$, $p < 0.05$)。这说明,伙伴间信任关系在家族传承意愿与家族企业网络中心度之间发挥了完全中介作用,而在家族传承意愿与家族企业网络密度之间起部分中介作用。总之,家族传承意愿以伙伴间信任关系为中介变量间接正向影响家族企业网络中心度;家族传承意愿除了直接正向影响家族企业网络密度之外,还会以伙伴间信任关系为中介变量间接正向影响家族企业网络密度。假设H2得到部分验证。

**表3 家族传承意愿对家族企业网络结构特征的影响(1)**

| 变量 | 网络中心度(*NC*) | | | 网络密度(*ND*) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 模型1 | 模型2 | 模型3 | 模型1 | 模型2 | 模型3 |
| *CONSTANT* | 2.870*** | 2.698*** | 1.482*** | 3.399*** | 3.151*** | 2.129*** |
| | (0.344) | (0.355) | (0.366) | (0.442) | (0.439) | (0.477) |
| *LOCA* | −0.143* | −0.177* | −0.021 | −0.124 | −0.221* | −0.084 |
| | (0.070) | (0.074) | (0.072) | (0.090) | (0.092) | (0.093) |
| *FAGE* | 0.086 | 0.106+ | 0.135* | 0.077 | 0.092 | 0.118+ |
| | (0.057) | (0.060) | (0.055) | (0.073) | (0.073) | (0.093) |
| *SIZE* | 0.060* | 0.061* | 0.046* | 0.021 | 0.022 | 0.010 |
| | (0.023) | (0.025) | (0.023) | (0.029) | (0.030) | (0.029) |
| *EAGE* | −0.064 | −0.067 | −0.054 | 0.021 | 0.018 | 0.025 |
| | (0.048) | (0.050) | (0.046) | (0.062) | (0.063) | (0.061) |
| *TYPE* | −0.031 | −0.006 | 0.013 | 0.037 | 0.072 | 0.090 |
| | (0.069) | (0.072) | (0.066) | (0.088) | (0.089) | (0.086) |
| *FO* | 0.003 | 0.003 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | −0.002 |
| | (0.003) | (0.003) | (0.002) | (0.003) | (0.003) | (0.003) |
| *FM* | 0.089 | 0.149 | 0.129 | −0.223* | −0.128 | −0.143 |
| | (0.085) | (0.090) | (0.083) | (0.107) | (0.111) | (0.107) |
| *FSI* | | 0.180* | 0.105 | | 0.273* | 0.207* |
| | | (0.086) | (0.080) | | (0.107) | (0.104) |
| *TR* | | | 0.388*** | | | 0.321*** |
| | | | (0.053) | | | (0.069) |
| $R^2$ adj. | 0.032 | 0.053 | 0.199 | 0.006 | 0.023 | 0.090 |
| F | 2.533* | 3.061** | 9.153*** | 1.266 | 1.872+ | 4.202*** |
| N | 330 | 296 | 296 | 326 | 292 | 292 |

注:+ p<0.10, * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001。

需要指出的是,伙伴间信任关系在家族传承意愿与家族企业网络关系持久度和开放度之间并不存在中介效应(参见表4模型3),但伙伴间信任关系对家族企业网络关系持久度有显著的正向影响($\beta = 0.333$, $p < 0.001$),即伙伴间信任关系仍然是家族企业持久性网络关系的基础。

**表 4　家族传承意愿对家族企业网络结构特征的影响(2)**

| 变量 | 网络关系持久度(*NDU*) | | | 网络开放度(*NO*) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 模型 1 | 模型 2 | 模型 3 | 模型 1 | 模型 2 | 模型 3 |
| *CONSTANT* | 3.003*** | 3.039*** | 1.973** | 1.898*** | 1.855** | 1.980** |
| | (0.549) | (0.586) | (0.647) | (0.523) | (0.537) | (0.607) |
| *LOCA* | −0.379** | −0.316* | −0.183 | 0.113 | 0.215+ | 0.198+ |
| | (0.112) | (0.123) | (0.126) | (0.107) | (0.114) | (0.120) |
| *FAGE* | 0.030 | 0.045 | 0.081 | 0.025 | 0.029 | 0.024 |
| | (0.093) | (0.100) | (0.098) | (0.088) | (0.092) | (0.092) |
| *SIZE* | 0.109** | 0.127** | 0.111** | 0.111** | 0.123** | 0.124** |
| | (0.037) | (0.041) | (0.040) | (0.035) | (0.038) | (0.038) |
| *EAGE* | −0.161* | −0.178* | −0.166* | −0.007 | 0.002 | 0.001 |
| | (0.077) | (0.084) | (0.082) | (0.073) | (0.076) | (0.077) |
| *TYPE* | −0.082 | −0.147 | −0.133 | 0.434*** | 0.396*** | 0.394*** |
| | (0.110) | (0.119) | (0.117) | (0.105) | (0.109) | (0.110) |
| *FO* | 0.013** | 0.014** | 0.012** | −0.003 | −0.003 | −0.002 |
| | (0.004) | (0.004) | (0.004) | (0.004) | (0.004) | (0.004) |
| *FM* | 0.147 | 0.175 | 0.171 | −0.238+ | −0.217 | −0.217 |
| | (0.136) | (0.149) | (0.146) | (0.129) | (0.136) | (0.137) |
| *FSI* | | −0.390** (0.141) | −0.445** | | −0.274* | −0.268* |
| | | | (0.139) | | (0.129) | (0.130) |
| *TR* | | | 0.333*** | | | −0.039 |
| | | | (0.093) | | | (0.088) |
| $R^2$ adj. | 0.083 | 0.101 | 0.138 | 0.100 | 0.121 | 0.119 |
| F | 5.036*** | 4.937*** | 5.995*** | 5.868*** | 5.792*** | 5.155*** |
| N | 312 | 282 | 282 | 309 | 279 | 279 |

注:+p<0.10,* p<0.05,** p<0.01,*** p<0.001。

## 五、研究结论

2011 年发布的首份《中国家族企业发展报告》显示,在占中国经济总量 70%以上的民营企业中,有 80%以上的民营企业是家族企业,家族企业已成为中国经济的重要组成部分,家族企业可持续成长将有效推动新常态下我国经济的健康发展。网络战略是家族企业成长的重要方式和策略选择(Acquaah,2012);经过三十多年的快速发展,我国家族企业正在进入传承的高峰时期,而家族传承是家族企业最显著的特征之一。本文采用对浙江和重庆制造业家族企业的调查数据,实证检验家族传承意愿对我国家族企业网络战略选择的影响以及伙伴间信任关系在家族传承意愿与家族企业网络战略选择之间的中介效应,得出了如下结论:第一,家族传承意愿正向影响家族企业网络中心度和密度、负向影响网络关系持久度和开放度。本文并没有证实 Le Breton-Miller 和 Miller(2006)、Cennamo(2012)等关于家族传承意愿对家族企业网络关系持久度具有正向影响的观点,相反,本文揭示具有家族传承意愿的家族企业不太倾向于与外部利益相关者构建持久性合作关系,这可能与我国家族企业更关注家族目标而非经济目标存在紧密联系。第二,伙伴间信任关系在家族传承意愿与家族企业网络中心度之间起完全中介作用,而在家族传承意愿与家族企业网络密度之间起部分中介作用。说

明家族传承意愿通过伙伴间信任关系的中介作用间接促进了家族企业网络中心度;家族传承意愿除了直接促进家族企业高密度网络关系的构建外,也会通过伙伴间信任关系的中介作用间接促进家族企业高密度网络关系的构建。

本文的研究具有重要的理论价值:已有关于家族企业网络战略的文献很少探讨家族传承意愿对家族企业网络战略选择的影响,极少数相关研究成果也仅限于从理论上探讨家族传承意愿对家族企业网络关系持久度的直接影响(Le Breton-Miller et al,2006;Cennamo et al,2012)。本文在对家族企业网络战略进行多维度刻画的基础上,采用大样本调查数据检验了家族传承意愿对家族企业网络战略选择的影响,并考察了伙伴间信任关系的中介作用。这一研究进一步拓展和丰富了我国家族企业网络战略理论研究体系,同时也有助于更深入地理解家族传承意愿影响家族企业网络战略选择的内在机制。

本文的研究结论对我国家族企业代际传承及网络战略选择具有现实指导意义:(1)家族企业网络战略选择应与家族传承意愿相匹配。如上所述,家族传承意愿有助于促进家族企业中心性、高密度网络关系的构建,但会阻碍家族企业持久性、开放性网络关系的发展,因此,家族企业领导人需要在家族传承意愿与家族企业网络战略之间进行适当的权衡,才能真正达到促进家族企业可持续成长的目的。(2)本文的研究揭示,伙伴间信任关系对家族企业网络战略(中心度、密度、关系持久度)具有积极的促进作用。因此,家族企业领导人应着力培育相互信任的伙伴关系,并加强对伙伴间信任关系的维护和管理;政府应进一步加强社会信任体系建设,努力提高全社会的信任程度,以改善我国家族企业网络化成长的社会信任环境。已有的研究揭示,中国传统的信任模式是以人际信任为核心,并通过熟人关系建立起来,相比较而言,制度化的社会信任水平较低,从而不利于我国家族企业与其他企业和机构之间的合作。笔者认为,为提高我国制度化的社会信任水平,政府应该在以下几个方面做出努力:一是加强产权制度改革,形成良好的产权保护意识;二是完善法律制度,提高政府治理效率;三是加强全社会商业道德文化建设,引导人们逐渐形成信任意识。(3)在经济新常态背景下,政府部门也应积极引导家族企业网络化(集群化)成长,以此推动我国家族企业的转型升级,增强家族企业可持续发展能力。

本文的研究也存在一定的局限性:在探讨家族传承意愿与家族企业网络结构特征的中介变量时,没有考察影响家族企业网络战略选择的其他中介变量;对家族企业网络关系持久度和开放度的测量,没有考虑家族企业与其他机构之间的关系。这些问题有待于后续研究和完善。

**参考文献:**

李新春,宋丽红.2013.传承意愿、行业潜能与家族控制——基于全国私营企业调查的实证检验[J].吉林大学社会科学学报(1):111-123,176.

中国民(私)营经济研究会家族企业研究课题组.2011.中国家族企业发展报告[R].北京:中信出版社.

周立新.2009.信任对家族企业网络绩效的影响:基于东西部地区的实证[J].重庆大学学报(社会科学版),(5):37-42.

周立新.2014.关系网络对家族企业社会责任的影响——来自浙江和重庆两地制造业家族企业的实证[J].统计与信息论坛(6):91-97.

周立新,刘伟.2012.网络位置、组织学习与家族企业绩效:家族承诺的调节作用[J].重庆大学学报(社会科学版)(2):75-81.

周立新,杨良明.2014.家族涉入、网络结构与家族企业的网络交易成本[J].商业经济与管理(12):49-55.

ACQUAAH M. 2012. Social Networking Relationships, Firm-Specific Managerial Experience and Firm Performance in a Transition Economy: A Comparative Analysis of Family Owned and Nonfamily Firms [J]. Strategic Management Journal,33(10):1215-1228.

BARON R M, KENNY D A. 1986. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 21 (2): 1173-1182.

BERRONE P, CRUZ C, GOMEZ-MEJIA L R. 2012. Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches and Agenda for Future Research[J]. Family Business Review,25(3):298-317.

CABRERA-SUAREZ K. 2005. Leadership Transfer and the Successor's Development in the Family Firm[J]. Leadership Quarterly,16(1):71-96.

CENNAMO C, BERRONE P, CRUZ C, et al. 2012. Socioemotional Wealth and Proactive Stakeholder

Engagement: Why Family-Controlled Firms Care More About Their Stakeholders [J]. Entrepreneurship Theory and Practice, doi: 10.1111/j.1540-6520.2012.00543.x.

CHRISMAN J J, CHUA J H, PEARSON A W, et al. 2012. Family Involvement, Family Influence, and Family Centered Non-Economic Goals in Small Firms [J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 36(2): 267-293.

GOMEZ-MEJIA L R, HAYNES K T, NU? EZ-NICKEL M, et al. 2007. Socioemotional Wealth and Business Risks in Family-Controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills[J]. Administrative Science Quarterly, 52(1): 106-137.

LEE Y, CAVUSGIL S T. 2006. Enhancing Alliance Performance: The Effects of Contractual-Based Versus Relational-Based Governance [J]. Journal of Business Research, 59(8): 896-905.

LE BRETON-MILLER I, MILLER D. 2006. Why do Some Family Businesses Out-Compete? Governance, Long-Term Orientations, and Sustainable Capability[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 30(6): 731-746.

MEMILI E, CHRISMAN J J, CHUA J H. 2011. Transaction Costs and Outsourcing Decisions in Small- and Medium-Sized Family Firms[J]. Family Business Review, 24(1): 47-61.

PITTINO D, VISINTIN F. 2011. The Propensity Toward Inter-Organizational Cooperation in Small- and Medium-Sized Family Businesses[J]. Journal of Family Business Strategy, 2(2): 57-68.

STEIER L. 2001. Next-Generation Entrepreneurs and Succession: An Exploratory Study of Modes and Means of Managing Social Capital [J]. Family Business Review, 14(3): 259-276.

ZAHEER A, VENKATRAMAN N. 1995. Relational Governance as an Interorganizational Strategy: An Empirical Test of the Role of Trust in Economic Exchange [J]. Strategic Management Journal, 16(5): 373-392.

ZELLWEGER T M, NASON R S, NORDQVIST M, et al. 2013. Why do Family Firms Strive for Nonfinancial Performance? An Organizational Identity Perspective [J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 37(2): 229-248.

# Succession Intention, Trust Relation between Partners and Network Strategy in Family Firms

YANG Liang-ming, ZHOU Li-xin

(*Research Center for the Economy of the Upper Reaches of the Yangtze River*, *Chongqing Technology and Business University*, *Chongqing* 400067, *China*)

**Abstract**: After over 30 years rapid development, China's family firms are going into the peak time of succession but family succession is one of the significant characteristics of family firms, therefore, network strategy is an important way and strategic choice of family firm growth. The purpose of this paper is to empirically test the effect of family succession intention on network strategy of family firms and also to examine the mediating role of mutual trust of partners in this relationship based on the data obtained from manufacturing family firms in Zhejiang and Chongqing. The results indicate that family succession intention positively influences centrality and density of the network, and family succession intention negatively influences duration and openness of the network in family firms. The results also show that mutual trust of partners completely mediates the relationship between family succession intention and centrality of network, and mutual trust of partners partially mediates the relationship between family succession intention and density of network in family firms. The network strategy choice of family firms should match family succession intention, emphatically cultivate the partner relation of mutual trust, and enhance the maintenance and management of the relation between the partners.

**Key words**: family firm; succession intention; trust between partners; network strategy; network centrality; network density; network relation duration; network openness

**CLC number**: F276.5 **Document code**: A **Article ID**: 1674-8131(2015)06-0090-08

(编辑:杨 睿;段文娟)