

家族企业社会资本的双重物品属性 及其产权问题

周生春 范 烨

(浙江大学 经济学院, 浙江 杭州 310027)

[摘 要] 已有关于社会资本的研究忽视了家族企业社会资本的不同表现层次,难以准确揭示其物品属性,对其产权特征和产权结构也缺乏系统的归纳和界定。家族企业的社会资本是以家族的血缘、亲缘为基础,嵌入在家族企业组织及企业家个体中的一系列规范和结构,它体现在组织和个体两个层面,且具备双重物品属性;组织层面的社会资本具有俱乐部物品属性,个体层面的企业家社会资本则具有私人物品属性。家族企业社会资本的产权特征表现为产权客体的行为关系本质、权能构成的复合性和界定机制的社会性,其产权结构可分解为所有权及由其派生的使用权、收益权和处置权。家族企业组织和个体层面社会资本的产权既相互区别,又有重合,企业家个体在家族企业社会资本的生成和传承中发挥着主导作用。

[关键词] 家族企业; 社会资本; 物品属性; 产权特征; 产权结构

The Dual Property Attribute and Property Rights of the Social Capital of Family Business

Zhou Shengchun Fan Ye

(College of Economics, Zhejiang University, Hangzhou 310027, China)

Abstract: The social capital of family business (SCFB) has been ignored more or less in the existing research on social capital. As a result, it is hard to reveal the property attribute of the social capital and to define the characteristics or structure of its property rights. The article holds that SCFB which is based on consanguineous and affinitive bond is embedded in norms and structures pertaining to family business and individual entrepreneur. Therefore, SCFB could be defined both organizationally and individually and thus features dual attributes. More specifically, the organizational social capital is characterized by club goods and the individual social capital by private goods. Besides, SCFB has distinctive property rights features including the complexity of the relational essence of objects and of the structure of rights and functions, the socialness of the

[收稿日期] 2009-01-19

[本刊网址·在线杂志] <http://www.journals.zju.edu.cn/soc>

[在线优先出版日期] 2009-05-19

[基金项目] 教育部人文社会科学研究资助项目(08JC790092)

[作者简介] 1.周生春,男,浙江大学经济学院教授,博士生导师,主要从事经济史、家族企业和企业家研究; 2.范烨,男,浙江大学经济学院博士研究生,主要从事制度经济学、家族企业研究。

capital-defining system and the multiple descendent rights of SCFB ownership such as right of use, benefit right and right of disposal. In conclusion, SCFB at the organizational level differs from that at the individual level while at the same time overlapping with the latter. Besides, individual entrepreneur plays a leading role in the formation and succession of SCFB.

Key words: family business; social capital; property attribute; property rights characteristics; property rights structure

家族企业是人类社会发展历史中最早出现的企业形式,也是当今广泛存在且内部关系复杂的一种企业形态。从目前世界各国企业组织的现实发展状况看,家族企业不仅是古老的,而且是现代的;不仅在家庭价值观浓厚的东亚新兴工业化国家中是基础和普遍的,而且在崇尚个人理性、经济高度成熟的西方市场经济国家中也同样如此。主流企业理论在解释企业为什么产生时,并没有区分家族企业 and 非家族企业。因此,家族企业的特殊性究竟在哪里?家族企业为什么会长期普遍存在?这些就成为理论研究中需要探讨的重要课题。

社会资本理论的产生为家族企业研究开辟了一个崭新的研究方向和理论视角。按照社会资本的观点,企业的经济活动是通过嵌入各种各样的社会关系而运行的,企业不是孤立的行动个体,而是与经济领域的各个方面发生种种联系的企业网络上的联结点。家族企业作为“家族”和“企业”联结体的这种特殊性,决定了社会资本在家族企业成长和发展中发挥着十分重要的作用。社会资本通过促进家族成员与企业之间的合作,有效地降低了交易成本,加速了企业对物质资本和人力资本的融合^[1]。

社会资本是家族企业成长和发展不可或缺的重要资源,然而家族企业的社会资本问题在理论研究中却被人们所忽视。现有研究文献缺乏对家族企业社会资本的系统归纳和界定,家族企业社会资本的物属性及产权问题也是一个研究空白。本文主要探讨了家族企业社会资本的几个基本理论问题:一是家族企业社会资本的涵义和构成;二是家族企业社会资本的物属性;三是家族企业社会资本的产权特征及产权结构。

一、资本范畴的扩展与家族企业的社会资本

(一) 资本范畴的扩展

从经济学的角度看,资本是在以追求利润为目标的行动中被投资和动员的资源,资本的本质属性在于它可以通过投资实现增值,是一种生产性资源。古典经济学将生产要素分为三类:土地、劳动和资本,这里的“资本”是指以机器、设备等实物形态和以货币形态表现的物质资本。长期以来,物质资本作为主流经济学研究的起点和终点,被认为是经济发展的约束条件和决定性因素。20世纪60年代,以Schultz和Becker为代表的经济学家创立了人力资本理论,人力资本理论突破了古典经济学关于劳动同质性的假设,将“资本”的范畴从实体性概念过渡到了非物质性概念。进一步的研究发现,人力资本价值的实现受制于诸多因素的影响,特别是社会因素的影响。进入20世纪八九十年代,以Bourdieu、Coleman和Putnam等为代表的学者正式提出了“社会资本”的概念,将“资本”的范畴从个体层面扩展到了群体层面。

尽管学术界对社会资本的涵义还没有形成统一的认识,但总体而言,社会资本被认为是诸如信任、规范和网络等影响经济行为和经济绩效的要素的综合体。经济学对社会资本的研究主要从宏观和微观两个层面进行:宏观层面的研究主要将社会资本作为物质资本和人力资本之外的资本要

素,探讨其对经济发展的作用机制;微观层面的研究主要表现在将社会资本概念引入企业组织理论,研究社会资本在企业组织层面的表现形式及其对企业绩效的影响。

(二) 家族企业社会资本的内涵

在企业社会资本的研究中,家族企业是一个值得特别关注的研究对象。家族企业与“家文化”和家族规则紧密联系的特性,决定了家族企业的经营发展与其独特的血缘、亲缘纽带和社会关系网络密不可分。作为最基本的社会组织形式,家族由于亲密的联系、强烈的身份和约束,为社会资本的产生提供了条件。Sanders 和 Nee 将家族看成是社会资本的重要来源之一,他们认为,家族共同的目标、相互的责任和家庭成员紧密的联系是家族重要的社会资本,对家族企业的发展至关重要^[2]。

在家族企业中,家族成员之间的社会关系是强烈而持久的,而且这种关系随着家庭成员角色的多元化而得到不断强化。Harvey 认为,家族成员之间预先存在的、含蓄的社会关系是家族系统的关键特征^[3]。在这种社会关系基础之上形成的信任、利他主义及共同价值观,是社会资本的特殊表现形式,它通过促进家族成员之间的联系而创造价值。所谓家族企业的社会资本,就是以家族的血缘、亲缘为基础,嵌入家族企业组织及企业家个体中的一系列规范和结构,它在促成合作和交易、降低交易成本和契约的实施成本方面发挥着积极作用。社会资本不仅是家族企业重要的战略资源,而且也是家族企业的一种有效治理机制^[4]。

(三) 家族企业社会资本的构成

社会资本是一个多层次的概念,表现为一个有机的系统结构,家族企业的社会资本主要体现在组织层面和个体层面两个维度上(见表1)。家族企业组织层面的社会资本,包括家族企业内部的社会资本和家族企业组织间的社会资本。契约理论认为,企业是各种生产要素所有者之间产权交易的一种方式,是一组契约的联结点^[5]。由于家族关系的涉入,家族企业内部的契约主要表现为“家族缔约”的形式,其本质是一种关系契约。在此基础上形成的家族(泛家族)信任、利他主义和共享价值观等构成了家族企业内部的社会资本。家族企业组织间的社会资本主要表现为建立在家族(泛家族)社会关系基础之上的企业网络,这种以血缘、亲缘和地缘等为基础展开的企业网络不仅提高了企业内部的效率,而且增加了企业可获取的资源。Redding 将华人家族企业的特点概括为“弱组织、强关系”,他认为华人家族企业取得成功的原因是企业之间的网络关系弥补了组织软弱的不足,华人家族企业战略有效性的基本来源就是其网络关系强度^[6]。

家族企业个体层面的社会资本,主要指凝结在企业家身上的特异性知识、商业关系与企业家精神等要素。Williamson 指出,家族企业中的特异性知识没有得到制度化,而是作为一种由“干中学”产生的专用性资本而存在^[7]。这种专用性资本往往由家族企业领导掌握,并最终影响企业的战略决策和经营绩效。企业家的社会资本是企业家能力的重要组成部分,也是家族企业的一种独特的战略资源。

表1 家族企业社会资本的构成

表现层次	表现形式	基本内容
组织层面	家族企业内部的社会资本	家族(泛家族)信任、利他主义和共享价值观等
	家族企业组织间的社会资本	家族企业网络
个体层面	企业家的社会资本	特异性知识、商业关系与企业家精神等

二、家族企业社会资本的双重物品属性

经济学对于物品属性的划分是根据排他性和竞争性两个标准进行的。排他性是指消费者在购买并得到一种商品的消费权之后,就可以把其他消费者排斥在获得该商品的利益之外。竞争性是指消费者或消费数量的增加会引起商品生产成本的增加。根据是否具有排他性和竞争性,物品属性可归为四类:公共物品、俱乐部物品、公共池塘资源物品和私人物品(见表 2)。私人物品兼具排他性和竞争性的特征,一般依靠市场机制进行供给。公共物品兼具非排他性和非竞争性,产权难以有效界定,因此由政府进行供给。俱乐部物品和公共池塘资源物品是现实世界中大量存在的介于私人物品与公共物品之间的物品,也被称为“准公共物品”。

表 2 经济学对物品属性的划分

	非排他性	排他性
非竞争性	公共物品	俱乐部物品
竞争性	公共池塘资源物品	私人物品

(一) 对社会资本物品属性的争论

与物质资本和人力资本具有明晰产权界定不同的是,对于社会资本的物品属性问题,学术界一直存在争论。多数学者认为社会资本具有鲜明的非个体属性^①,因此属于公共物品范畴。Coleman 认为社会资本具有两个基本性质:一是不可转让性,二是公共物品性质^[8]。在 Coleman 看来,公共物品属性是社会资本区别于物质资本和人力资本的根本特征。普特南对社会资本属性的界定借鉴了 Coleman 的成果,他认为“社会资本并非是从任何从中获益者的私人财产,这是个人寄身其间的社会结构的一个特性”^[9]¹⁹⁹。肯定社会资本公共物品属性的学者主要从组织内部个体成员之间的互动来理解社会资本,由于社会资本存在于群体的互动和社会结构之中,因此它具有公共物品的非排他性和非竞争性,也存在供给不足和“搭便车”的困境。

然而也有学者对社会资本的公共物品属性提出了质疑。弗兰·汤克斯认为,社会资本在一定条件下可以表现为特定团体或网络的资产,在这种情况下,它更接近准公共物品^[10]³²³⁹。此外,个人对社会资本的投资是完全可以被行动者自己所掌握而获得收益的,这时的社会资本与物质资本、人力资本一样,对个人来说是一种私人物品而不具有公共物品的性质^[11]⁹⁵。与其他学者不同,Dasgupta 从理性主义角度出发,认为社会资本是一种私人物品,只不过充满着积极的和消极的外部性^[12]。

对社会资本物品属性的争议,主要源自对社会资本多层次性特征的忽视。Brown 从系统论的角度出发,将社会资本划分为微观、中观和宏观三个层面,微观层面主要指个体通过社会网络所调动的资源,中观层面主要指社会资本特定网络和组织的结构及其特征,宏观层面则关注社会资本对经济发展、公民社会等的影响^[13]。对社会资本多层次性的分析表明,社会资本的构成和来源是多

① Uphoff 提出,社会资本的“社会”是指“一定程度的相互关系、一定程度的共同身份、某种程度的相互间而不是个人利益的合作”。参见[美]帕萨·达斯古普特、伊斯梅尔·撒拉格尔丁:《社会资本——一个多角度的观点》,张慧东、姚莉、刘伦等译,(北京)中国人民大学出版社 2005 年版,第 283 页。Coleman 也认为:“人力资本隶属于人,而社会资本则存在于人们的关系之中。”参见 J.S. Coleman,“Social Capital in the Creation of Human Capital,”*American Journal of Sociology*, Vol.94(1988), pp.100-101。

元的,其物品属性也不是单一的。总体而言,微观层面的社会资本以个体为基本载体,具有私人物品的属性;宏观层面的社会资本体现为社会整体的特征,具有公共物品的属性;而中观层面的社会资本则具有准公共物品的属性,具体而言,表现出俱乐部物品的性质。

(二) 家族企业社会资本的双重物品属性

家族企业的社会资本体现在组织和个体两个层面上。组织层面的社会资本反映了家族企业作为特定的企业组织的结构和特征,具有俱乐部物品的属性;个体层面的企业家社会资本代表了企业家特殊的能力和资源,因而具有私人物品的属性。

1. 家族企业组织层面社会资本的俱乐部物品属性

Coleman 在界定社会资本时特别强调了社会网络的“闭合(closure)”对于社会资本生成的重要性,即只有在封闭性的关系网络中,才会产生持续的相互信任^①。企业组织层面的社会资本是社会资本理论在中观层面的重要表现,家族企业内部的社会资本和家族企业组织间的社会资本,就是以家族企业及其网络为载体而存在的。在家族企业内部,基于家族关系而形成的信任、利他主义和共享价值观是以家族成员的身份特征来识别的,相对于家族组织之外的个体而言,这种社会资本显然具有排他性。家族企业组织之间形成的家族企业网络,也是在血缘、亲缘和地缘基础上,通过分工和协作而形成的。这种网络结构具有持久而稳定的特性,而且往往采用关系治理的方式来替代正式的契约治理,相对于家族企业网络之外的企业而言,这种企业网络结构也具有一定的排他性。

另一方面,家族企业组织层面的社会资本具有非竞争性。作为存在于个体互动之间的一种无形资产,社会资本不会因为使用而损耗,这是其区别于物质资本的一个显著特征。只要家族企业组织成员之间保持优先责任、维持互惠与信任,家族企业组织层面的社会资本就会不断得到改进。家族企业的特殊性在于同时承担了企业效益最大化和家族福利最大化两个目标,因此,家族企业除了追求经营利润之外,还关注家族内部的和谐与家族企业的永续健康发展。家族成员之间基于共同利益的良好信任和持续互动,有利于企业决策的执行和代理成本的最小化,家族企业网络之间的互动也会强化彼此之间的合作关系。这种组织层面的社会资本具有典型的俱乐部物品性质,它依赖组织成员间的关系而存在,但不会因个体的使用而对其他成员构成竞争,Coleman 所研究的“纽约钻石批发市场”^②和“开罗 Kahn El Khalili 市场”^③就是很好的例证^[8]。

2. 家族企业个体层面社会资本的私人物品属性

社会资本存在于社会关系网络之中,其中微观层面的个体社会资本是作为个人资产而表现出来的。个体社会资本的形成和积累主要来自两个方面:一是通过特定的社会关系(血缘关系、家庭身份等)继承而来;二是经过个人的活动和有目的的投资而获取。家族企业领导人在初始创业和企业经营的过程中形成的领导权威和企业家特异性知识,以及凝结在企业家身上的企业家精神,是家族企业领导者个人的独占资源。此外,企业家通过社会交往所形成的关系网络和社会资源,也构成了企业家社会资本的重要组成部分。企业家社会资本具有鲜明的私人物品属性:一方面,企业家社

① Coleman 一方面强调网络的“闭合”对于社会资本生成的重要影响,肯定社会资本的局部共享性,另一方面则坚持社会资本的公共物品属性,这也是其理论的一个局限。参见 J.S. Coleman, "Social Capital in the Creation of Human Capital," *American Journal of Sociology*, Vol. 94(1988), pp. 95 - 120.

② 在纽约的钻石批发市场,犹太商人群体拥有共同的家庭、社区和宗教渊源,这使得信用成为其共同的价值理念,任何欺诈行为都将付出巨大的成本。这种内在的规范可以被共同体的全体成员使用,在一定程度上替代了法律合同,降低了市场交易的成本。

③ 在开罗的 Kahn El Khalili 市场,商人之间的边界很不明显。皮革商和珠宝商之间保持密切的联系,互相介绍顾客并提供货币兑换。整个市场被赋予某种特殊关系,这种特殊关系使市场形成了一个紧密的网络组织。通过这种社会资本,每个个体商贩都可以从中受益。

会资本的形成依赖于社会互动,但最终以个体作为存在的载体;另一方面,企业家社会资本与人力资本类似,所有权都存在天然的排他特性。

三、家族企业社会资本的产权特征和产权结构

资本的物品属性决定了产权关系的特征和产权结构的内容,进而影响产权制度的安排。社会资本在构成要素和表现层次上的特殊性,使得社会资本产权关系的特征有别于其他资本形态。在产权结构上,由于家族企业社会资本的双重物品属性,企业组织和个体层面的产权权能既相互区别,又存在一定程度的重合。

(一) 家族企业社会资本的产权特征

经济学中的“产权”和“财产权利”是对等概念,界定产权是为了市场交易的需要,如果没有产权的划分和界定,市场交易就无法有效进行。新制度经济学将企业理解为一系列契约的组合,“契约特性”是企业 and 市场的共性,而企业与市场的区别在于,市场是产品交易的契约,而企业是要素交易的契约^[14]。市场中的产品交易依赖物质资本产权,而企业中的要素交易同时涉及物质资本产权和人力资本产权。另一方面,企业是一个不完备的契约,面对的是一个不确定性的世界,这就意味着无法在事先准确地描述与交易有关的所有可能出现的状态,以及相应状态下物质资本所有者和人力资本所有者的权利和责任^[15]。契约的不完备性导致了企业内部合作冲突和机会主义产生的可能性,而社会资本恰恰能通过信任机制来有效解决各种逆向选择和道德风险问题。因此,企业作为要素交易的契约,不仅涉及物质资本产权和人力资本产权,还依赖个体互动中产生的社会资本及其产权。

由于社会资本概念界定的多元化及其表现层次的复杂性,社会资本的产权问题一直被学术界所忽视。笔者认为,作为与物质资本和人力资本相类似的生产性资源,社会资本也存在产权界定的问题,只是由于社会资本构成要素和表现层次的特殊性,社会资本的产权问题相对于一般类型产权而言更为复杂。总体而言,社会资本产权具有以下基本特征:第一,社会资本产权是一种行为权利,是界定人们行为关系的一种规则。法学中的“产权”是狭义概念,主要指物权;而经济学中的“产权”是广义概念,是指人们对物的使用所引起的相互关系。Demsetz在揭示产权的起源时就指出:“在鲁滨逊的世界里,产权是不起作用的。产权是一种社会工具,其重要性就在于事实上它们能帮助一个人形成与其他人进行交易时的合理预期。”^{[16][34]}社会资本产权反映的也是个体在社会互动中所形成的一系列行为关系,它界定了社会资本产权主体所拥有的一组行为权利。第二,社会资本产权不是单一的权利,而是可以分解的“权利束”。市场交易实质上可以看成是物品所有者的一组权利的交换,因此产权概念总是以复数名词出现。社会资本产权同样是一组“权利束”,包括所有权、使用权、收益权和处置权。第三,社会资本产权的界定方式具有社会性。产权的界定机制有两种:一是法律机制,二是社会机制。物质资本具有同质性和可侵占性,因此需要通过正式的法律条文确定其产权结构;而社会资本是人们在社会互动中反复博弈的结果,它天然存在于社会个体及其社会关系中,因此它的产权结构是依赖社会机制而形成的。

家族企业社会资本的产权同样具备社会资本产权的上述基本特征,它反映了家族企业相关主体对社会资本的权利,实质上是产权的一种特殊形态。根据产权的一般定义,家族企业社会资本的产权可界定为:家族企业及其企业家对嵌入在家族企业组织和企业家个体中的社会资本所拥有的一系列“权利束”,包括家族企业社会资本的所有权及其派生出来的使用权、收益权和处置权。

（二）家族企业社会资本的产权结构

1. 家族企业社会资本的所有权

家族企业社会资本产权首先要确定的是社会资本的归属问题,因此,所有权是家族企业社会资本产权的基础,是其他产权权能实现的前提条件。所有权的特征是与物品属性紧密相关的,家族企业的社会资本兼有俱乐部物品和私人物品的双重属性,因而其所有权体现在组织和个体两个层面上。

家族企业组织层面的社会资本具有俱乐部物品的属性,其所有权主体为家族企业组织。在家族企业内部,成员之间基于家族关系而形成的信任、利他主义和家族共同价值观存在于家族成员间的相互关系中,并以集体财富的形式表现出来。这种社会资本经过家族成员长期的互动和投资而形成,是家族共有的无形资产,无法被个人所独占。在家族企业外部,企业之间由于分工细化而形成的家族企业网络具有较强的专用性,企业一旦加入这个分工协作体系,网络内部较高的交易效率和低廉的契约实施成本都会加大企业退出网络的机会成本。家族企业之间的这种社会资本存在于企业间的合作和交易中,为网络内的企业所共同占有。

家族企业个体层面的社会资本,即企业家社会资本是作为个人资产而表现出来的,因此其所有权主体为企业家个人。理性行动者为了实现特定的目标,会主动投资构建社会资本,并从中获得相应的收益,这种类型的社会资本理应归个体所有。在家族企业中,凝结在家族企业领导者身上的特异性知识和企业家精神,以及企业家主动投资建构的关系网络和社会资源与企业家的创新行为是密不可分的,它们构成了企业家个体的社会资本。

2. 家族企业社会资本的使用权

家族企业社会资本的使用权,是指家族企业社会资本的产权主体在产权许可的范围内以各种方式使用社会资本的权利。由于家族企业社会资本产权界定的特殊性^①,其使用权具备两个基本特征:一是特异性排他,二是使用权边界的重合性。家族企业社会资本的生成和维持是与家族关系密不可分的,因此具有高度的专用性,这种专用性决定了社会资本的使用只在家族企业及其网络内部有效。对于家族企业及其网络外部的成员而言,这类社会资本存在天然的特异性排他,其使用权是以家族成员的身份特征来识别的。

另一方面,由于家族成员身份的多元化,家族企业社会资本的使用权边界具有重合性。家族企业的企业家既是家族成员,又是企业的领导者,企业家个体的目标和企业的目标是高度统一的。企业家的经营活动和创新行为是在企业层面及其网络关系中实现的,所以企业家社会资本的积累依赖于对组织层面社会资本的使用;企业为了提升竞争能力,也需要利用企业家个人控制和占有的社会资本来获取稀缺资源。因此,企业家社会资本虽然归个人所有,但在使用权上和家族企业组织层面的社会资本高度重合。

3. 家族企业社会资本的收益权

同物质资本和人力资本一样,社会资本也是一种生产性资源,个体或组织可以通过对社会资本的投资而获益^[17]。收益权是家族企业社会资本产权的目的性权能,对于社会资本产权主体发挥着激励作用。从组织层面看,社会资本是家族企业获取竞争优势的一种重要资源,家族企业通过投资并运用这种资源,有助于提高企业绩效。组织层面社会资本对家族企业绩效的影响机制可归纳为以下几个方面^[18]:一是有利于信息的传递。家族成员之间以及家族企业之间的频繁沟通促进了

^① 从产权界定方式看,物质资本产权的界定依赖法律机制,而社会资本产权的界定依赖社会机制;另一方面,由于家族成员身份的多元化,家族企业社会资本产权的某些权能边界相对比较模糊。

信息的交流,有助于减少信息的不对称,还可以成为家族企业的一种有效监督机制。二是降低交易的成本。市场交易的双方是相互独立的,所发生的交易是一次性交易。而家族成员之间的关系是稳定、持久的,交易双方共享多种利益,信任机制有效降低了这种重复性交易的成本。三是产生溢出效应,具有正外部性。企业家的经营才能及其个人特质方面的知识是抽象的、未扩散的,家族成员之间的互动可以有效促进这种隐性知识在家族网络内部的传播,从而实现知识的共享^[19]。四是节约正式制度的实施成本。家族企业社会资本的存在有助于解决委托代理问题,降低家族成员之间以及家族企业之间的契约履行成本,促进企业对物质资本和人力资本的融合。

从个体层面看,企业家通过对社会资本的投资,不仅可以确立自己在企业组织内的优势地位,而且有助于企业获取资源、提高经营绩效。在华人家族企业,企业家是组织行动的主要发起者和关键影响者,他们是企业风险的承担者、信息的中枢、资源的分配者和权威的象征^[20],在企业组织内部具有绝对的优势地位。家族企业领导者优势地位的确立,很大程度上是缘于其拥有丰富的社会资本以及对外部社会资源的动用能力。另一方面,企业家拥有的社会资本对家族企业的发展具有重要的作用。相关研究表明,作为企业家社会资本的重要表现形式,企业家拥有的政治身份和政治网络可以帮助企业获得融资便利^[21-22]和税收优惠^[23-24],从而提高企业的经营绩效。对于转型经济中的中国民营企业而言,企业家的政治身份和政治网络还有助于企业获取稀缺资源^[25],成为法律制度缺失下的产权保护替代机制^[26]。

4. 家族企业社会资本的处置权

社会资本的处置权主要指产权主体在权利允许的范围内对社会资本进行交易、转移等行为的权利。家族企业的社会资本是嵌入在家族企业内外部以及企业家个体中的,而且具有很强的专用性,无法像物质资本那样轻易地在市场中进行交易,因此家族企业社会资本的处置权主要表现为社会资本在家族企业组织内部和代际之间的维系和传承。

家族成员之间的信任、家族内部的共同规范和价值观,以及家族企业之间结成的交易网络是家族企业组织层面难以模仿和替代的独特资源。在家族企业成长过程中,这种独特资源的传承和发展尤为重要。组织层面社会资本的维系既依赖成员之间良好持续的互动,也需要借助相应的制度安排加以强化,诸如成立“家族委员会”、制定“家族宪法”等都是维系和传承家族企业组织层面社会资本的有效途径^①。此外,企业家社会资本的交接也是值得关注的问题。以往关于家族企业继任的研究主要关注财富和领导权的交接,忽略了企业家社会资本在代际传承中的作用^[27]。在家族企业的代际传承中,继任者对于前任的企业家精神及社会网络资源的继承和共享,对于继任后家族企业的持续发展具有重要意义。当然,企业家社会资本的代际传承是一个持续的过程,前任和继任者之间的角色互动与信息交流会直接影响到传承过程中社会资本的损耗程度。

四、总结和简评

从契约理论看,家族企业是物质资本、人力资本和社会资本等要素所组成的一个特殊契约,社会资本在家族企业的发展中发挥着独特而重要的作用。作为社会组织的基本形式,家族是社会资本产生的重要来源,以家族的血缘、亲缘为基础,嵌入在家族企业组织及企业家个体中的一系列规范和结构形成了家族企业的社会资本。家族企业的社会资本体现在组织和个体两个层面上,组织

^① 百年家族企业李锦记在企业内成立了“家族委员会”,并制定了“家族宪法”,加强对家族成员的传统文化教育,以此形成了协调家族内部关系的有效机制。这种机制将“家族利益而非企业利益至上”的理念影响传播到第五代,培养家族成员对家族的使命感和责任感,保证了家族企业的永续健康发展。

层面的社会资本包括家族企业内部的社会资本和家族企业组织间的社会资本,它们具有俱乐部物品的属性;个体层面的企业家社会资本是企业家个人掌握的稀缺资源,具有私人物品的属性。家族企业社会资本的产权反映了家族企业相关主体对社会资本的一系列行为权利,包括所有权、使用权、收益权和处置权。

家族企业的社会资本及其产权问题是家族企业理论研究中值得关注的课题,本文仅就一些基本问题进行了粗浅的探讨。综观现有的研究成果和理论发展方向,笔者认为以下几方面问题需要进一步深入研究:

第一,在基本理论层面,有关家族企业社会资本的概念界定和构成要素等问题尚需进一步探讨。现有研究逐渐开始关注社会资本对家族企业的特殊作用,但是对家族企业社会资本的理论界定尚未形成统一认识。本文也只是从表现层次这一角度对家族企业的社会资本进行了界定和划分,更多的基本理论问题还需深入研究。

第二,从企业成长的角度看,需要研究家族企业社会资本的产权结构及其变迁。家族企业在不同成长阶段面临不同的内外部环境,企业内外部的契约性质也会发生变化。社会资本在家族企业不同成长阶段的产权结构有何不同,其变迁呈现什么规律,对这些问题的探讨有助于我们深化对家族企业社会资本的认识。

第三,应加强对家族企业社会资本与企业绩效关系的研究。现有文献都认识到社会资本对家族企业成长和经营绩效的积极作用,但大多停留在规范分析层面。在研究方法上,应当加强对家族企业社会资本的计量分析和案例研究,通过实证数据的检验和典型企业的剖析,可以更好地揭示社会资本影响家族企业绩效的作用机制。

[参 考 文 献]

- [1] 陈凌、叶长兵:《中小家族企业融资行为研究综述》,《浙江大学学报(人文社会科学版)》2007年第4期,第172-181页。[Chen Ling & Ye Changbing, "A Survey of Studies on Small and Medium-sized Family Business Financing," *Journal of Zhejiang University (Humanities and Social Sciences)*, No. 4 (2007), pp. 172 - 181.]
- [2] J.M. Sanders & V. Nee, "Immigrant Self-employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital," *American Sociological Review*, Vol. 61, No. 2 (1996), pp. 231 - 249.
- [3] J.H. Harvey, "What Can the Family Contribute to Business? Examining Contractual Relationships," *Family Business Review*, Vol. 12, No. 1 (1999), pp. 61 - 71.
- [4] 周小虎:《企业理论的社会资本逻辑》,《中国工业经济》2005年第3期,第84-91页。[Zhou Xiaohu, "Firm Theory of Corporate Social Capital," *China Industrial Economy*, No. 3 (2005), pp. 84 - 91.]
- [5] A.A. Alchian & H. Demsetz, "Production, Information Costs and Economic Organization," *American Economic Review*, Vol. 62, No. 5 (1972), pp. 777 - 795.
- [6] S.G. Redding, "Weak Organizations and Strong Linkages: Managerial Ideology and Chinese Family Business Networks," in G. Hamilton (ed.), *Business Networks and Economic Development in East and Southeast Asia*, Hong Kong: Centre of Asian Studies, University of Hong Kong, 1991, pp. 33 - 47.
- [7] O.E. Williamson, "Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations," *Journal of Law and Economics*, Vol. 22, No. 2 (1979), pp. 233 - 261.
- [8] J.S. Coleman, "Social Capital in the Creation of Human Capital," *American Journal of Sociology*, Vol. 94 (1988), pp. 95 - 120.
- [9] [美]罗伯特·普特南:《使民主运转起来:现代意大利的公民传统》,王列、赖海榕译,南昌:江西人民出版社,2001年。[R.D. Putnam, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, trans. by Wang Lie & Lai Hairong, Nanchang: Jiangxi People's Publishing House, 2001.]

- [10] 曹荣湘:《走出囚徒困境——社会资本与制度分析》,上海:上海三联书店,2003年。[Cao Rongxiang, *Walking out of the Prisoner's Dilemma: Social Capital and Institutional Analysis*, Shanghai: Shanghai Joint Publishing Company, 2003.]
- [11] 田凯:《科尔曼的社会资本理论及其局限》,《社会科学研究》2001年第1期,第90-96页。[Tian Kai, "The Social Capital Theory of Coleman and Its Limitations," *Social Science Research*, No.1(2001), pp.90-96.]
- [12] P. Dasgupta, "Economic Progress and the Idea of Social Capital," in P. Dasgupta & I. Serageldin, *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, Washington, D.C.: World Bank, 2000, pp.325-424.
- [13] T.F. Brown, "Theoretical Perspectives on Social Capital," 2005-04-11, <http://www.beiwan.com/bbs/showtopic-307.aspx>, 2009-04-22.
- [14] S.N.S. Cheung, "The Contractual Nature of the Firm," *Journal of Law and Economics*, Vol.26, No.1 (1983), pp.1-21.
- [15] S. Grossman & O. Hart, "The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration," *Journal of Political Economy*, Vol.94, No.4 (1986), pp.691-719.
- [16] H. Demsetz, "Towards a Theory of Property Rights," *American Economic Review*, Vol.57, No.2(1967), pp.347-359.
- [17] W.E. Baker, *Achieving Success through Social Capital: Tapping the Hidden Resources in Your Personal and Business Networks*, San Francisco: Jossey-Bass, 2000.
- [18] 郭熙保:《社会资本理论的兴起:发展经济学研究的一个新思路》,《江西社会科学》2006年第12期,第7-13页。[Guo Xibao, "The Rise of Social Capital Theory: A New Thought of Development Economics," *Jiangxi Social Sciences*, No.12(2006), pp.7-13.]
- [19] M. Boisot & J. Child, "From Fiefs to Clans and Network Capitalism: Explaining China's Emerging Economic Order," *Administrative Science Quarterly*, Vol.41, No.4 (1996), pp.600-628.
- [20] 郑伯璜:《差序格局与华人组织行为》,《本土心理学研究》1995年第3期,第142-219页。[B.S. Cheng, "The Pattern of Difference Sequence and Chinese Organizational Behavior," *Indigenous Psychological Research in Chinese Societies*, No.3(1995), pp.142-219.]
- [21] A.I. Khwaja & A. Mian, "Tracing the Impact of Bank Liquidity Shocks: Evidence from an Emerging Market," *American Economic Review*, Vol.98, No.4(2008), pp.1413-1442.
- [22] C. Leuz & F. Oberholzer-Gee, "Political Relationship, Global Financing, and Corporate Transparency: Evidence from Indonesia," *Journal of Financial Economics*, Vol.81, No.3(2006), pp.411-439.
- [23] A. Adhikari, C. Derashid & H. Zhang, "Public Policy, Political Connections, and Effective Tax Rates: Longitudinal Evidence from Malaysia," *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol.25, No.5(2006), pp.574-595.
- [24] M. Faccio, "Politically Connected Firms: Can They Squeeze the State?" *American Economic Review*, Vol.96, No.1(2006), pp.369-386.
- [25] 边燕杰、丘海雄:《企业的社会资本及其功效》,《中国社会科学》2000年第2期,第87-89页。[Bian Yanjie & Qiu Haixiong, "The Social Capital of Enterprises and Its Efficiency," *Social Sciences in China*, No.2(2000), pp.87-89.]
- [26] 吴文锋、吴冲锋、刘晓薇:《中国民营上市公司高管的政府背景与公司价值》,《经济研究》2008年第7期,第130-141页。[Wu Wenfeng, Wu Chongfeng & Liu Xiaowei, "Political Connection and Market Valuation: Evidence from China's Individual-controlled Listed Firms," *Economic Research Journal*, No.7(2008), pp.130-141.]
- [27] L. Steier, "Next-Generation Entrepreneurs and Succession: An Exploratory Study of Modes and Means of Managing Social Capital," *Family Business Review*, Vol.14, No.3(2001), pp.259-276.