









业主更容易进入高层政治系统,而次一级成功的家族业主只能进入地方基层政治系统(曹正汉, 1999)。这些政治头衔最终彰显了家族和创始人自身的政治地位和身份的差异性。

在追逐和强化家族的政治身份的同时,企业家们也极为重视非政治性的商界荣誉,很多家族企业创始人获得“十大杰出企业家”“优秀企业家”“优秀经营管理者”“功勋企业家”和“中国商业领袖”等荣誉称号,这些称号彰显了其卓越的创业精神和经营能力,体现着社会对创业家族和创始人的认可。

不管是政治身份还是商界荣誉,均是家族外部社会荣誉的一部分,随着政治身份和商界荣誉的增多,家族M: g的禀赋随之增加,这样,家族在‘\_b上市失败后丧失的非经济利益就会随着增多(丧失政治和商界的地位和身份)<sup>①</sup>。所以,相对于没有政治身份和商界荣誉的企业主而言,拥有更多政治身份和商界荣誉的企业主,为维护家族已有的社会地位和名誉,他们可能愿意为之付出的成本和代价更高。因此,本文提出如下假设:

$H_{1a}$ : 其他条件相同的情况下,家族政治身份越多(家族M: g禀赋越高),‘\_b折价越高。

$H_{1b}$ : 其他条件相同的情况下,家族荣誉称号越多(家族M: g禀赋越高),‘\_b折价越高。

### 三、研究设计

#### 3.1 样本和数据

本文初始样本为1997—2007年期间在沪深交易所上市,且发行了A股的所有上市公司,剔除企业性质无法判定的公司;剔除MX、\_X公司样本;在删除了数据存在严重缺失的样本之后,最终获取了1186个样本。本文数据主要包括企业性质(家族企业和国有企业)、控股家族特征(家族成员持股、任职、外部政治资本和荣誉称号)、企业‘\_b信息(开盘价和收盘价)以及其他企业基本特征(寿命、规模、所在行业地区等)等基础数据。控股股东性质、企业‘\_b信息和企业基本特征三部分数据主要来源于IM8(a)数据库。控股家族特征方面的数据则通过年度报告或高管个人简历手工摘录整理所得。表1中i组数据表明,样本主要集中于制造业(占43.4%)和电子信息技术业(占34%),表1中j组数据表明,样本主要集中在中部地区(占38%),其次是西南(占9.9%)和东南地区(占3.3%)。

表1 样本的行业和地区分布情况

i组: 行业代码	样本数	所占比例(F)	行业分类	j组: 地区代码	样本数	所占比例(F)	地区省份
i1	10	13.3%	农、林、牧、渔业	j1	1186	38.3%	东南地区 (江苏、上海、浙江、福建和广东)
i2	10	13.3%	采掘业				
i3	91	43.4%	制造业				
i4	4	3.3%	电力、煤气及水的生产	j2	10	9.9%	西南地区
				j3	4	3.3%	中部地区

(数据来源: 陆@]眉和广本)

<sup>①</sup> 因为‘\_b失败会削弱外部利益相关者对家族企业经营能力和未来发展前景的认可度,政治身份和商界名誉只会倾向于授予那些成功的企业家而不是失败的企业家。





家族内部控制意愿对‘\_b折价的影响效应检验结果。表’模型(!)和模型(/)的结果表明,家族持股(P’F)“#与‘\_b折价之间呈显著正相关关系(!G“3//” 3 t“3”#),家族涉入程度(P\$,B;\*)与‘\_b折价之间呈显著正相关关系(!G“3”“% 3 t“3”#)。这说明,随着家族持股水平和家族涉入程度提高,家族对企业的控制意愿增强,家族企业维持M: g的动机随之也增强,愿意承受的‘\_b折价程度便越高,假设Q<sub>i\_</sub>和假设Q<sub>i\_B</sub>得到验证。

表\$ 影响家族企业FEP折价的因素分析:  
家族内部控制意愿(家族持股和涉入程度)

变量	模型(#)	模型(!)	模型(/)	模型(’)
I\$#	5“3”“#” (“3”“#4)	5“3”“#/” (“3”“#4)	5“3”“#” (“3”“#4)	5“3”“#/” (“3”“#4)
HSY#	5“3”“&” <sup>***</sup> (“3”“#\$)	5“3”“&%” <sup>***</sup> (“3”“#%)	5“3”“&/” <sup>***</sup> (“3”“#\$/)	5“3”“\$” <sup>***</sup> (“3”“#%)
5“8,K	“3”“’” <sup>***</sup> (“3”“”“’)	“3”“’” <sup>***</sup> (“3”“”“/’)	“3”“’” <sup>***</sup> (“3”“”“/’)	“3”“’” <sup>***</sup> (“3”“”“/’)
>%)8	5“3”“/49” <sup>***</sup> (“3”“//’)	5“3”“/9!” <sup>***</sup> (“3”“/’\$)	5“3”“/%” <sup>***</sup> (“3”“//’)	5“3”“’&” <sup>***</sup> (“3”“//’)
I\$%	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)
HF)“#	5“3”“/\$4 <sup>1</sup> (“3”“!#4)	5“3”“\$/” <sup>***</sup> (“3”“/’\$)	5“3”“/’” (“3”“!#/’)	5“3”“\$’%” <sup>***</sup> (“3”“#/’)
Q, 8\$	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)
/#!Y	5“3”“&9 <sup>1</sup> (“3”“//’)	5“3”“\$’ <sup>1</sup> (“3”“/&’)	5“3”“\$# <sup>1</sup> (“3”“//’)	5“3”“\$\$ <sup>1</sup> (“3”“//’)
Q3; 8	5“3”“\$#\$” <sup>***</sup> (“3”“#!’)	5“3”“\$!’” <sup>***</sup> (“3”“#&’)	5“3”“\$!&” <sup>***</sup> (“3”“#”“)	5“3”“\$/%” <sup>***</sup> (“3”“#/’)
P’F)“#		“3”“//” <sup>***</sup> (“3”“#!4)		“3”“/&4” <sup>***</sup> (“3”“#!&’)
P\$, B; *			“3”“”“% <sup>1</sup> (“3”“”“&’)	“3”“”“#” <sup>***</sup> (“3”“”“’“)
v(;, ’	#3!#” <sup>***</sup> (“3”“!9!)	#3/&%” <sup>***</sup> (“3”“//9)	#3!/#” <sup>***</sup> (“3”“!94)	#3/&/” <sup>***</sup> (“3”“/’\$)
P	4&\$&3’#\$	!“4’3&/&	9&\$93\$%9	#4%/3”“%\$
186v/!	“3”“’\$!	“3”“’\$&	“3”“’\$/	“3”“’\$&

注: \*\*\* 3 t“3”“#, \*\* 3 t“3”“&, <sup>1</sup> 3 t“3”“#, > G9’#; 年度控制变量(Q3; 8) 基于版面限制未全部列示; 括号内为标准误

资料来源: 本文整理

表&列示了家族外部社会声望对‘\_b折价的影响效应检验结果。表&模型(!)检验结果表明,家族政治关系(P3;\*\$%)与‘\_b折价之间呈显著正相关(!G“3”“!! 3 t“3”“#),说明随着家族外部政治地位的强化,家族M: g的禀赋水平增加,家族为维持M: g(外部政治地位和身份)所愿意付出的成本和代价就随之增强,即为规避‘\_b所带来的家族M: g丧失的潜在风险,随着M: g禀赋的增强,家族企业采取‘\_b折价的程度便越高,假设Q<sub>i\_</sub>得到验证。模型(/)检验结果表明,家族外部荣誉头衔(P\$%#)与‘\_b折价之间呈正相关但不显著(!G“3”“”“# , 3’3) ,假设Q<sub>i\_B</sub>并未得到验证。

表A 影响家族企业FEP折价的因素分析:  
家族外部社会声望(政治身份和荣誉称号)

变量	模型(#)	模型(!)	模型(/)	模型(’)
I\$#	5“3”“#” (“3”“#4)	5“3”“#/” (“3”“#4)	5“3”“”“4 (“3”“#\$)	5“3”“#” (“3”“#4)
HSY#	5“3”“&!” <sup>***</sup> (“3”“#\$)	5“3”“&4” <sup>***</sup> (“3”“#&’)	5“3”“&!” <sup>***</sup> (“3”“#&’)	5“3”“&\$” <sup>***</sup> (“3”“#&’)
5“8,K	“3”“’” <sup>***</sup> (“3”“”“’)	“3”“’” <sup>***</sup> (“3”“”“/’)	“3”“’” <sup>***</sup> (“3”“”“/’)	“3”“’” <sup>***</sup> (“3”“”“/’)
>%)8	5“3”“/49” <sup>***</sup> (“3”“//’)	5“3”“/\$%” <sup>***</sup> (“3”“//’)	5“3”“/9” <sup>***</sup> (“3”“//’)	5“3”“/49” <sup>***</sup> (“3”“//’)
I\$%	5“3”“/\$4 <sup>1</sup> (“3”“!#4)	5“3”“/9’ <sup>1</sup> (“3”“!#%)	5“3”“!4/ (“3”“#%4)	5“3”“/#” (“3”“#94)
HF)“#	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)	“3”“”“” (“3”“”“”“)

表 5 列示了家族内部控制意愿和外部社会声望两个因子对 'b 折价的影响效应检验结果。表 5 模型 (1) 结果表明,家族内部控制意愿 (P<0.001) 与 'b 折价之间显著正相关 (F=3.17, p<0.05), 说明随着家族内部控制意愿的强化(家族持股和涉入程度的提高),家族企业维持 M: g 的动机将会随之强化,企业采取 'b 折价的程度越高。模型 (2) 结果表明,家族外部社会声望 (P<0.001) 与 'b 折价之间同样显著正相关 (F=3.17, p<0.05), 说明随着

家族外部社会声望的强化(家族政治身份和外部荣誉的提升),家族 M: g 的禀赋程度将随之增加,为规避其损失,家族企业愿意付出的代价和成本将更高,'b 折价的程度越高。模型 (3) 的检验结果进一步表明,两个因子的交互项 (P<0.001) 与 'b 折价呈显著正相关 (F=3.17, p<0.05), 说明家族内部控制和外部声望的强化,将同时强化 'b 折价程度。

表 B 影响家族企业 FEP 折价的因素分析: 内部控制意愿和外部声望

变量	模型 (1)	模型 (2)	模型 (3)	模型 (4)	模型 (5)
I <sub>1</sub>	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)
HSY	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)
5 <sup>8</sup> , K	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)	0.031 <sup>***</sup> (0.004)
>%)8	0.031/49 <sup>***</sup> (0.004)	0.031/'\$ <sup>***</sup> (0.004)	0.031/9# <sup>***</sup> (0.004)	0.031/'#% <sup>***</sup> (0.004)	0.031/%% <sup>***</sup> (0.004)
I <sub>1</sub> '%	0.031/\$4 <sup>1</sup> (0.004)	0.031&#& <sup>**</sup> (0.004)	0.031!%/ (0.004)	0.031'!4 <sup>1</sup> (0.004)	0.031!%% (0.004)

变量	模型( #)	模型( !)	模型( /)	模型( ')	模型( &)
v( ; , ')	#3 ! ' # *** ( "3 !9!)	#3 ' ! / *** ( "3 // /)	#3 ! ' ' ' *** ( "3 !4&)	#3 /4\$ *** ( "3 /#')	#3 # \$ % *** ( "3 ! \$')
P	4&\$&3 ' # \$	/ ' / ' 3 44"	##' #' 3 9#'	## \$ /93 & /'	## \$ \$ 3 % ##
186v / <sup>1</sup>	"3 ' \$!	"3 ' \$&	"3 ' \$'	"3 ' \$ \$	"3 ' \$'

注: \*\*\* 3 t "3 "# , \*\* 3 t "3 "# & , 1 3 t "3 "# , > G 9' # ; 年度控制变量( 03;8) 基于版面限制未全部列示; 括号内为标准误。家族内部控制意愿( P(, %\*) 由家族持股( P'F)"#) 和家族涉入( P\$, ;B') 分别标准化后相加所得。同样, 家族外部社会声望( P"#3. %) 由家族政治身份( P3; \*%) 和荣誉称号( P%#%) 分别标准化后相加所得。此外, 本文也采取了主成分分析方法以两个因子值作为替代进行稳健性检验, 结果不变。

资料来源: 本文整理

### 五、稳健性检验

#### 3 更换行业和地区分类方法

前文的模型检验中, 仅对“是否为金融行业”( 0, 8\$) 和“是否处于中部地区”( /#!N) 做了行业和地区的控制。可对行业和地区做更细致分类, 以尽可能地控制企业所处行业和地区差异性对企业决策行为的影响。根据表# 的分类标准, 设定了#! 个行业虚拟变量和五个地区虚拟变量, 按照表' ]表\$ 的检验程序重新检验, 检验结果与表' ]表\$ 均无差异, 即除了未支持假设 Q<sub>B</sub> 外, 其余假设依然均得到验证<sup>①</sup>。在更换了地区和行业分类方法后, 重新对家族内部控制和外部声望两个因子对 '\_b 折价的影响效应进行检验, 检验结果依然表明, 家族内部控制意愿和家族外部社会声望与 '\_b 折价之间均呈显著正相关关系, 两个因子的交互项( P(, %\* \ P"#3. %) 与 '\_b 折价依然呈显著正相关关系。上述

结果进一步说明, 家族内部控制程度和外部声望对 '\_b 折价的影响效应是稳健的。

#### 13 综合模型分析

本文将与家族内部控制有关的两个因素( 家族持股和涉入) 以及与家族外部声誉有关的两个因素( 家族政治身份和荣誉称号) 放入同一个模型下面进行检验, 以更全面地分析四个因素对 '\_b 折价的影响。表4 列示了四个变量的分步骤和综合模型检验过程。表4 模型( #) 为加入控制变量后的基准模型, 模型( !) ]模型( &) 以分步骤进入的模式, 分别检验了四个变量与 '\_b 折价的关系, 最终的模型( \$) 是四个变量同时进入后的综合模型。从表4 可以看出, 不论从分步骤的模型( !) ]模型( &) , 还是从综合模型( \$) 的检验结果看, 结论与前文完全一致, 假设 Q<sub>1-</sub>、假设 Q<sub>1B</sub> 和假设 Q<sub>1-</sub> 都依然得到验证, 本文的研究结论是稳健的。

表 R 家族控制意愿、社会声望与 FEP 折价之间关系的综合模型分析

变量	模型( #)	模型( !)	模型( /)	模型( ')	模型( &)	模型( \$)
I&#	5 "3 "# / ( "3 "# \$)	5 "3 "# 4 ( "3 "# 4)	5 "3 "# / ( "3 "# \$)	5 "3 "# 4 ( "3 "# 4)	5 "3 "# " ( "3 "# \$)	5 "3 "# 4 ( "3 "# \$)
HSY#	5 "3 "& 4 ** ( "3 "!!)	5 "3 "\$! ** ( "3 "1&)	5 "3 "& % *** ( "3 "!!)	5 "3 "\$! *** ( "3 "!! /)	5 "3 "& 4 ** ( "3 "!!)	5 "3 "\$9 *** ( "3 "1&)
5"8, K	"3 ' ' \$ *** ( "3 ' ' ' )	"3 ' ' & " *** ( "3 ' ' /)	"3 ' ' & *** ( "3 ' ' /)	"3 ' ' ' , *** ( "3 ' ' ' )	"3 ' ' ' 4 *** ( "3 ' ' /)	"3 ' ' ' 4 *** ( "3 ' ' !)

<sup>①</sup>基于版面限制, 重新检验后的表格未加列式, 感兴趣的读者可以向作者索取。



变量	模型( #)	模型( !)	模型( /)	模型( ')	模型( &)	模型( \$)
/#! /	5 "3 "' 4 ( "3 "/4)	5 "3 "' / ( "3 "/4)	5 "3 "&! ( "3 "/\$)	5 "3 "' % ( "3 "'/)	5 "3 "&" ( "3 "/%)	5 "3 "&/ ( "3 "/\$)
/#! '	5 "3 "\$# <sup>1</sup> ( "3 "/\$)	5 "3 "&/ ( "3 "'/)	5 "3 "\$& <sup>1</sup> ( "3 "/&)	5 "3 "\$' ** ( "3 "/!)	5 "3 "\$# <sup>[</sup> ( "3 "/4)	5 "3 "\$# ** ( "3 "/")
/#! &	"3 "&% ( "3 "&9)	"3 "4# ( "3 "\$#)	"3 "&' ( "3 "\$#)	"3 "\$/ ( "3 "\$!)	"3 "&\$ ( "3 "&9)	"3 "4# ( "3 "\$4)
03;8	"3 '\$% <sup>1</sup> ( "3 !\$)	"3 &4' <sup>1</sup> ( "3 "'/)	"3 '#% ( "3 !%&)	"3 &/\$ <sup>1</sup> ( "3 !%")	5 "3 \$!& *** ( "3 "##)	5 "3 \$/4 *** ( "3 "#")
P'F) "#		"3 /\$4 *** ( "3 #' !)				"3 /%\$ *** ( "3 #/\$)
P\$, B; *			"3 ""% <sup>1</sup>			"3 ""##



[%] I =JJ-@ ,83 XK0 : D-@-<>DJ -h RKO 2=<>.N 2>J< [6]+MD=@c=@S=>@ : D-@-<>D Q>JR-UN aOS>0? ,#999 ( '4) : #' 5! /3  
[9] I K0@ ,Q3 L QJ) ,g3 2=<>.N b?@UWK>d ,i -=lc 'e0d0@c0@d0 =@c aL^ 'eSOJR<0@R [6]+ 2=<>.N i )J>@JJ aOS>0? ,!""'9 ,  
(!!) : /' 4 5 /\$!3  
[#"] I KU>J<=@ ,63 63 L \_=RO. ,3 I3 ,=b=>@J >@ aL^ 'eSOJR<0@R -h 2=<>.N =@c O-@;2=<>.N 2>J<J: i OK=S>-U=. (\*0@DN =@c 8N;  
-d>D P-JJ (SOU>-@ \_OUJdODR>SOJ [6]+ (D=c0<N -h 8=@=\*0<0@R 6-)U@=. !"#! ( && ) : 94\$ 5 9943  
[##] I NOUR ,a3 83 L 8=UDK ,63 T3 ( i OK=S>-U=. XK0-UN -h RKO 2>J< [8]+ i .=DZ?0.. \_UOJJ #9\$ /3  
[#! ] ^0@e ,^3 L M)=U0e ,q3 I -ld-U=RO M-D>=. a0Jd-@J>B>XN =@c 2=<>.N i )J>@JJ >@ Md=>@ [6]+6-)U@=. -h i )J>@JJ : RK>DJ !""' & ,  
( &\$ ) : !4 5 ' #3  
[#/ ] 2=@@OUN ,83 63 L a=@\*=@ ,q3 \_=UR>=. (cu)JR<0@R R-?>lc X=U\*OR I =d>R=. MRU)DR)UOJ [6]+6-)U@=. -h 2>@=@D>=. : D-@-<>DJ ,  
!""\$ ( 49) : ' \$9 5 &" \$3  
[#' ] TW<0e;80u= ,P3 a3 ,Q=N@OJ ,q3 X3 ,O)n0e;O>DZO. ,83 ,6=D-BJ-@ ,q3 63 P3 L 8-N=@-;2)O@ROJ ,63 M-D>-0<-b-@=. g0=.RK =@c  
i )J>@JJ a>JZ >@ 2=<>.N ;I -@RU-..0c 2U<J : S>c0@DO HJ-< Md=>@JK b.>S0 b>. 8>.J [6]+ (c<>@JRU=R>S0 MD>@DO 7)=UROUN !""'4 ( &!) :  
#" \$ 5 #/43  
[#& ] Q=@c.OU ,g3 I 3 M)D0OJJ>@ >@ 2=<>.N 2>J<J: ( 8)R)=. a-0 (cu)JR<0@R BOR?00@ : @RU0dU0@)U =@c O0AR;T0@OU=b-@ 2=<>.N  
80<BOW [6]+ : @RU0dU0@)UJ>d: XK0-UN =@c \_U=DR>DO #99" ( #& ) : /4 5 &#3  
[#\$ ] 'BB-RJ-@ ,a3 T3 \_U>DO \_OUh-U<=@DO -h I -<<-@ MR-DZ O0? 'JJ)OJ [6]+6-)U@=. -h 2>@=@D>=. : D-@-<>DJ ,#94& ,( ! ) :  
! /& 5 !4!3  
[#4 ] 6-@OJ ,I3 ^3 ,8=ZU> ,83 L TW<0e;80u= ,P3 a3 (hh>RO ^>UODR-UJ =@c \_OUO>S0c a>JZ i 0=U@\* >@ )B.>D.N XU=c0c 2=<>.N ;I -@;  
RU-..0c 2>J<J: RKO I =J0 -h ^>SOUJ>h>D=b-@ [6]+ : @RU0dU0@)UJ>d XK0-UN =@c \_U=DR>DO ,!""% ( /!) : #'""4 5 #'! \$3  
[#% ] q=K@<=@ ,^3 L XSOUJZN ,(3 \_U-JdODR XK0-UN: @ ( @=.NJ>J -h ^>OJ>-@ )@cOU a>JZ [6]+ : D-@-<ORU>D= ,#949 ,( '4) :  
#' " 5 #4"3  
[#9 ] q0d@OU ; 3 XK0 2=<>.N =@c RKO 2>J<: ( I -; S.-)b-@=UN \_OUJdODR>S0 [6]+ bU\*=@e=b-@=. ^N@=<>DJ ,#9%/ , ( #!) : &4 5 4"3  
[!"] P0>RROUJ>U> ,83 \_3 L a=) ,M3 i 3 M-D>-0<-b-@=. g0=.RK =@c ' \_b j @cOUdU>D>@\* -h 2=<>.N 2>J<J [6]+ MRU=RO\*>D 8=@=\*0<0@R  
6-)U@=. !"#' ( /& ) : 4&# 5 4\$"3  
[!# ] Pu)@\*ES>JR ,(3 \_3 L g>.K0.< ,g3 63 ' \_b \_U>D>\* >@ RKO ^>R;I -< i )BB.0 [6]+6-)U@=. -h 2>@=@DO ,!""/ ( &%) : 4! / 5 4&!3  
[!! ] P-?UN ,83 L MK) ,M3 P>R>=b-@ a>JZ =@c ' \_b j @cOUdU>D>@\* [6]+6-)U@=. -h 2>@=@D>=. : D-@-<>DJ ,!""! ( \$%) : /'9 5 //&3  
[!/ ] MDK).e0 ,g3 M3 ,P)B=RZ>@ ,83 Q3 L ^>@- ,a3 O3 X-?>lc = XK0-UN -h (\*0@DN =@c (.RU)>J< >@ 2=<>.N 2>J<J [6]+6-)U@=. -h i )J;  
>@OJJ , 0@R)U@\* !""' / ( #%) : ' 4 / 5 ' 9"3  
[! ' ] MR=SU-) ; 3 ,q=JJ>@J ,T3 L 2>.-RKO-) ,(3 ^>?>J>@\* =@c MR=ZOK-.cOU bU>0@R=b-@ =<-@\* RKO 2-UR)@0 &""' : ^>OJ 2=<>.N b?@;  
OUJ>d 8=RROU? [6]+6-)U@=. -h i )J>@JJ : RK>DJ !""'4 ( 4!) : #' 9 5 # \$!3  
[! & ] g0.DK ,3 MOE)0@R=. ,M=.OJ ,P0=U@\* =@c I =JD=c0J [6]+6-)U@=. -h 2>@=@DO #99! ( '4) : \$9& 5 4 /!3  
[! \$ ] g>J0<=@ ,a3 83 L TW<0e;80u= ,P3 a3 ( i OK=S>-U=. (\*0@DN 8-c0. -h 8=@=\*0U>=. a>JZ X=Z>\* [6]+ (D=c0<N -h 8=@=\*0<0@R  
aOS>0? #99% ( !/ ) : #// 5 #& /3  
[! 4 ] Y=KU= ,M3 ( ,Q=NR-@ ,63 I3 L M=.S=R- ,I3 : @RU0dU0@)UJ>d >@ 2=<>.N SJ3 O-@;2=<>.N 2>J<J: ( a0J-)UO i =J0c ( @=.NJ>J -h  
RKO : hODR -h bU\*=@e=b-@=. I ).R)UO [6]+ : @RU0dU0@)UJ>d XK0-UN =@c \_U=DR>DO3 !""' ( !%) : /\$ / 5 /%!3  
[! % ] Y0..?0\*OU ,X3 83 ,q0..OU<=@@J ,23 g3 ,I KU>J<=@ ,63 63 L I K)= ,63 2=<>.N I -@RU-. =@c 2=<>.N 2>J< , =.)=b-@ BN 2=<>.N  
I : bJ: RKO ' <d-UR=@DO -h 'eRO@b-@J h-U XU=@J\*0@OU=b-@=. I -@RU-. [6]+ bU\*=@e=b-@ MD>@DO !"#! ( !/ ) : %&# 5 %\$%3  
[! 9 ] 曹正汉 3 从借红帽子到建立党委——温州民营大企业的成长道路及组织结构之演变 [6]+ 北京: 中国制度变迁的案  
例研究 !""\$ ( & ) +  
[/' ] 陈凌 陈华丽 3 家族涉入、社会情感财富与企业慈善捐赠行为 [6]+ 北京: 管理世界 !"#' ( % ) +  
[/# ] 贺小刚 连燕玲 3 家族权威与企业价值: 基于家族上市公司的实证研究 [6]+ 北京: 经济研究 !""'9 ( ' ) +  
[!/ ] 张建军 张志巍 3 北京: 管理世界 !""'9E( ' ) +



