

儒家文化中的创新因子*

——来自中国家族企业的证据

窦军生¹ 黄阳² 游夏蕾³

(1. 浙江大学管理学院, 浙江 杭州 310058;

2. 金陵科技学院商学院, 江苏 南京 211169;

3. 浙江工业大学管理学院, 浙江 杭州 310014)



内容提要:文化是影响企业行为的重要力量。儒家文化是中华优秀传统文化的根脉和主干,深刻影响着中国人的决策和行为。在国家大力弘扬中华优秀传统文化和推动创新型经济发展的时代背景下,探究儒家文化对中国企业创新的影响,是构建中国特色管理理论的必然要求,也是中国管理学者贡献全球管理理论发展的应有行动。来自中国A股1882家上市公司7620个观测样本的经验证据表明,儒家文化会显著促进家族企业的创新投入。正式制度与儒家文化在促进家族企业创新投入方面表现出替代效应,外来文化会削弱儒家文化对家族企业创新投入的积极影响,而且儒家文化对家族企业创新的促进作用在实际控制人育有男性子嗣的样本中表现得更为突出。内在机制表明,儒家文化可以通过克制控股家族对约束型社会情感财富的追求、促进他们对延伸型社会情感财富的追求、缓解企业内部代理冲突三条路径影响家族企业的创新投入。儒家文化同样能显著提升家族企业的创新产出和创新效率。本文结果提供了儒家文化可以有效促进企业创新的直接证据,拓展和丰富了社会情感财富框架在儒家文化传统中的独特解释逻辑。

关键词:儒家文化 家族企业 创新投入 社会情感财富 代理理论

中图分类号:F272.3;F276.5 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2024)10—0047—19

一、引言

进入创新型国家前列和国家文化软实力显著增强是党的二十大报告中提出的面向二〇三五年的两个重大战略目标。作为国民经济的微观主体和社会的组织细胞,企业不仅是创新型国家建设的重要参与者和推动者,也是中华优秀传统文化的重要传承者和传播者。为更好地引导和推动中国企业积极承担和践行这两项重要使命,学界有必要在理论层面阐明中华优秀传统文化与企业创新的关系。党的十八大以来,党中央将哲学社会科学工作放到党和国家全局工作中的重要位置。中国特色哲学社会科学的发展,离不开基于中华优秀传统文化和中国当代企业实践的特色管理理论的开发(魏江等,2021^[1];丁元竹等,2021^[2])。儒家文化是中华优秀传统文化的主流与

收稿日期:2024-01-10

* **基金项目:**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);国家社会科学基金项目“家族企业‘反向混改’的财务效应及情境依赖机制研究”(21BGL112);中央高校基本科研业务费专项资金资助。

作者简介:窦军生,男,教授,管理学博士,研究方向是家族企业传承与跨代创业、文化与创新,电子邮箱:jsdou@zju.edu.cn;黄阳,男,副教授,管理学博士,研究方向是家族企业治理,电子邮箱:zy passion@163.com;游夏蕾,女,讲师,管理学博士,研究方向是公司治理与组织韧性,电子邮箱:yoyo2020@zjut.edu.cn。通讯作者:黄阳。

核心组成部分,分析并检验儒家文化对中国企业创新的影响,是构建中国特色管理理论的必然要求,也是中国管理学者贡献全球管理理论发展的应有行动。

文化是制度和经济因素之外,影响企业行为的一股重要力量(Oliver和Williamson,2000)^[3]。这是因为,人和由人构成的组织都是一种文化的存在,都深深地浸润在特定的民族文化传统之中,其认知和行为都会带有鲜明的文化传统印记(刘菲菲和汪涛,2021^[4];秦佳良等,2015^[5])。因此,对人及组织的认知和行为进行研究时,不能遗漏文化这个重要变量。遗憾的是,在现有关于文化与企业行为的研究文献中,多数笔墨都投注在了微观的企业文化上(王成刚和石春生,2018)^[6],对企业文化赖以发育和成长的民族和地域文化传统的关注不足。在中国情境下开展的企业战略与行为研究中,企业文化的重要性尚未引起足够关注,对滋养企业文化发展的儒家文化的分析更是寥若晨星。在企业创新领域,仅有的一些研究也大都在宏观的区域层面间接地对儒家文化进行整体性刻画(才国伟和谢佳松,2020^[7];陈刚等,2022^[8];徐细雄和李万利,2019^[9]),无法准确捕获同一区域内不同企业个体受儒家文化影响的差异。最为明显的一个缺憾是,儒家文化存在显著的“文化带”现象(吴必虎,1996)^[10],即儒家文化的传播是沿着特定的地域空间展开,而不是正式的行政区划,两家地域邻近的企业可能处在同一儒家文化带上,但却属于不同的行政区域,如果将测量停留在宏观区域层面,就难以准确捕捉这些微观层面的细微差异。要弥补这一缺憾,就需要将测量方案下沉到可以更加精确捕捉企业间差异的微观层次。

基于上述考虑,本文尝试对个体企业受到儒家文化传统影响的程度做出更为精确的刻画和捕捉,并以中国家族企业为样本,对企业浸润儒家文化的程度及其与创新之间的关系及内在机制进行剖析和检验。之所以选择家族企业作为研究样本,主要原因有:一是家族企业是中国经济的微观主体,无论是从数量上还是从就业和纳税等贡献上看都属多数(陈凌和陈华丽,2014)^[11];二是相较于非家族企业,儒家文化传统中的“家文化”“亲亲为仁”等价值观念对家族企业的产生和发展有着更为深远的影响(程博等,2018)^[12],能更充分地反映和捕捉儒家文化传统给企业决策和行为带来的影响。本文还将尝试分析和检验二者之间关系可能受到的来自正式制度环境与外来文化的影响。之所以关注这两个因素,是因为儒家文化作为一种相对稳定的力量,对人们决策和行为的影响可能会因相对易变的正式制度发育程度的不同而有所差异。同时,改革开放以来,国际化企业的不断涌入带来的多元文化交汇碰撞势必也会在一定程度上改变中国家族企业决策者的思维与行动方式(Moran等,2010)^[13],进而对以儒家文化为代表的中华优秀传统文化的影响形成一定冲击。

这一研究可能带来的理论贡献有:第一,制度是影响企业创新的重要因素(North和Douglass,1990)^[14],可是现有研究着重关注了知识产权保护和创新补贴等正式制度(严若森和吴梦茜,2020)^[15],对企业生存和发展所嵌入的特定文化传统这一非正式制度因素关注甚少。本文基于非正式制度逻辑,分析并检验儒家文化对中国家族企业创新的影响,丰富对企业创新前因的认知和理解。第二,已有少量文献探讨了儒家文化对企业创新的影响,但儒家文化究竟是促进还是抑制企业创新仍存在较大争议(徐细雄和李万利,2019^[9];赵子乐和林建浩,2019^[16];Yan和Sorenson,2004^[17]),学者们缺少对企业特征和情境的考量可能是研究结论出现反差的一个重要原因。本文以家族企业为研究对象,结合家族企业特有的治理模式,考察儒家文化在不同情境下对家族企业创新决策和行为产生的动态影响,为过往的研究做出补充。第三,本文构建了家族企业创新研究的本土化理论框架。由于中国正式制度的独特性以及传统文化的丰富性,西方理论在中国情境下可能会产生新的推演逻辑。本文将社会情感财富框架(着重关注行为人的决策目标或参照点)和代理理论(着重关注行为人之间的利益冲突及行动效率)与中国儒家思想相融合,从新的理论视角探讨儒家文化影响企业创新行为的内在逻辑,

拓展了社会情感财富框架和代理理论的研究边界,也发展和深化了中国本土情境下的家族企业理论知识体系。

二、理论背景与假设提出

1. 儒家文化对经济行为的影响

儒家文化又称儒学,是以“仁义礼智信”为核心的传统伦理价值体系,它最早由春秋末期孔子创立,后经孟子、荀子、董仲舒、朱熹、王阳明等历朝历代思想家的继承和发展,逐步形成中国几千年传统文化的基本范式,成为影响中国人认知、决策和行为的传统文化内核。同时,儒家思想也是经世治国的国家意识形态和综合思想理论,不仅对中国封建社会的治理产生了极大影响,对当代中国乃至东亚、东南亚地区的政治、经济也起到了不可忽视的作用。“后儒家假说”就认为,“亚洲四小龙”的经济奇迹与儒家思想有着密切关联(杜维明,2003^[18];Kahn,1979^[19])。近年来,也有部分学者从非正式制度视角探索了儒家文化对微观企业行为和绩效等的影响(Zingales,2015)^[20],特别是深受儒家文化浸染的中国企业样本得到了国内外学者的广泛关注。相关研究表明,儒家文化可以降低代理成本,有效抑制管理者的机会主义行为以及营造良好的道德环境,进而强化企业会计稳健性,减少公司违规行和避税行为(古志辉,2015^[21];程博等,2018^[12];李文佳和朱玉杰,2021^[22];汤旭东等,2024^[23])。邹萍和李谷成(2022)^[24]发现,儒家文化可以促进企业主动承担社会责任,并且在影响效应上分别与法律环境和行业竞争形成互补与替代,这一积极效应在淦未宇等(2020)^[25]及陆伦葳和周冬华(2020)^[26]分别开展的有关员工雇佣保障和慈善捐赠的研究中得到了进一步支持。在齐欣和王强(2020)^[27]对企业国际化行为的研究中,也得到了儒家文化能够促进我国企业产品出口质量提升的证据。此外,儒家文化作为正式制度的重要补充,蕴含着丰富的经济管理思想,可以有效增强企业风险承担能力(金智等,2017)^[28]、抑制过度投资行为(叶彦,2018)^[29]等。

近年来,随着中国创新驱动发展战略的进一步深入推进,儒家文化同企业创新的关系逐渐吸引越来越多学者的关注。已有研究中,对儒家文化和企业创新的关系存在两种截然不同的观点。消极观点认为,儒家文化的等级、服从、集体主义等观念会阻碍企业创新(蔡洪滨,2013^[30];赵子乐和林建浩,2019^[16]);积极观点则强调儒家文化的忠信伦理、和谐与诚信环境对企业创新具有促进作用(才国伟和谢佳松,2020)^[7]。特别是,徐细雄和李万利(2019)^[9]率先站在微观企业视角考察了儒家文化对企业创新产出的积极影响,发现儒家文化可以缓解企业代理冲突、提高人力资本投资水平和降低专利侵权风险,进而促进民营企业的创新产出。该研究对成功搭建宏观文化传统与微观企业行为之间的联系具有重要的推动作用,但略显遗憾的是,他们仅仅考察了体现创新结果的产出变量,未能对创新投入这一更能体现企业在有限资源约束下的战略决策行为进行深入考察。决策更能反映企业所有者和管理者的目标偏好或参照点设定,而目标偏好和决策参照点选择比行为及其结果更能直接地反映文化的影响。此外,现有研究文献多数以整体上市公司为样本,缺少对不同类型企业面对不同外部和内部情境时对儒家文化的感受力差异以及这些差异可能对企业创新决策带来的动态影响的考察。比如,家族企业相较于其他类型的企业,更有可能受到儒家文化传统中“亲亲为仁”“入则孝,出则悌”等价值观念的影响,可以为分析和检验儒家文化传统影响企业决策和行为的研究提供更为匹配的场景。

鉴于此,本文将着重考察儒家文化对家族企业创新投入的影响及其作用机制。之所以聚焦家族企业样本,是因为中国民营企业的绝大多数都为家族所有和控制,企业因家族的参与而呈现出独特的目标偏好和决策参照点,进而展现出独特的行为表现。同时,“家文化”是儒家文化的重要组成部分,通过家族成员的广泛、深度参与,儒家文化对企业创新行为的影响在家族企业中会体现

得更加直接和充分。

2. 儒家文化与家族企业创新投入

创新是一种典型的资源消耗型企业战略(周申和海鹏,2020)^[31],不仅需要持续投入大量财务资源,还需要大量的人力资源投入。企业的资源是相对有限的,具体的配置去向不仅受企业目标的支配,也会受企业在创新及其他活动中的资源利用效率的影响。前者涉及企业的决策制定,后者涉及企业的决策执行。学者们在对家族企业的战略决策与行为进行分析时,主要基于两个互补的理论视角展开,分别是社会情感财富(socioemotional wealth,SEW)框架和代理理论。其中,社会情感财富框架主要谈及家族企业决策者的目标选择或参照点设定,代理理论重点关注的是不同行为人之间的利益冲突可能对决策执行人投入度及其行动效率产生的影响。企业创新是一个包括决策和执行的多阶段过程,因而,本文将基于这两个互补的理论视角来对研究假设进行推演。

(1)儒家文化、社会情感财富与家族企业创新投入。社会情感财富是解释家族企业行为独特性的主流理论框架。近年来,学者们普遍从这一视角来分析家族企业的创新决策(朱沆等,2016)^[32]。社会情感财富框架认为,控股家族从拥有和控制的企业中获取社会情感财富的动机大于获取经济收益的动机,防止社会情感财富的潜在损失是家族企业战略决策的主要驱动力(Gomez-Mejia等,2007)^[33],这将会显著影响家族企业的风险偏好。Danny等(2014)^[34]将社会情感财富细分为约束型和延伸型两类,并认为不同类型的社会情感财富对家族企业决策和行为的影响具有显著差异。因此,对于家族企业的创新决策而言,关键问题不是家族是否以社会情感财富为决策参照点,而是以哪类社会情感财富为决策参照点。对于约束型社会情感财富而言,保持家族对企业的控制是核心构成要素。家族对此类社会情感财富的追求会让企业更加重视短期发展,追求平稳,不愿承担风险,战略趋于保守,进而制约企业的创新投入;家族声誉和跨代传承是延伸型社会情感财富的核心构成要素,家族对这类社会情感财富的追求会让企业更多地考虑长期生存和可持续发展,力求达成家族和企业共赢的局面,从而驱动家族企业进行更多的创新投入。

在深受儒家文化浸润的国度里,家族企业会更加重视对延伸型社会情感财富的积累与保持,并会适度克制对约束型社会情感财富的追求。一是“仁”的精神内核会促进企业重视和追求延伸型社会情感财富,促进企业家的长期决策和创新投入。“仁”是儒家文化中最为内核的概念,在儒学经典《论语》的不同章节中,“仁”字总计出现109次,内涵分别涵盖孝悌爱人、持续践行、社会规范、自我修养四大维度(颜士梅和张钢,2020)^[35]。在贯穿中华伦理发展历程的“仁义礼智信”中,仁亦居首位,是“义利智信”的“统领”。“仁者,人也,亲亲为大”(《中庸》)。在儒家文化传统中,“仁”强调的是“爱人”,并且不是限定在对小范围的家人或亲人的爱,而是遵循“推己及人”的逻辑将爱推广到他人,乃至天下人,正所谓“老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼”(《孟子·梁惠王上》)。于是,受儒家文化影响深刻的家族企业,不仅会追求对家人的爱,看重家业的延续,同时还会自然而然地将这种“爱”逐层外推,进而更加看重对社区乃至社会的贡献,最终表现为对延伸型社会情感财富的重视和追求,让企业家更加看重长期导向的决策,促进对创新活动的投入。

二是“中和”的思想意蕴会促使家族企业适度克制对以自我为中心的约束型社会情感财富的追求,缓解家族控制欲带来的资源约束和风险规避,从而促进企业的创新投入。儒家文化强调“中和”思想,认为“中”是人与生俱来的自然状态,因为有了私欲而让人与人之间产生巨大差异,正所谓“公则一致,私则万殊”(宋·魏了翁《论士大夫风俗》)。当然,儒家并不是让人们不生私欲,而是要适度克制,即所谓的“欲而不贪”“克己复礼”,通过自我克制达到“发而皆中节”或

“和”的状态(韩星,2016)^[36]。在中国文化传统中,同样占有非常重要地位的“和谐”亦不是为“和”而“和”,而是强调“和而不同”(《论语·子路》),看重的是多样性的统一,体现的是互相尊重的平等精神(周桂钿,2016)^[37]。因此,在具有全局性和辩证性的“中和”思想的指引下,家族企业决策者往往不会排斥引入外部股权或赋予经理人股权——这一现代公司治理的关键举措,亦会防止家族控制意图的过度影响而盲目地控制股权,从而使得家族企业治理结构在情感和理性的交织下达到合理均衡。这无疑将有利于获取创新所需的外部资源,分散投资风险,从而促进企业创新。

(2)儒家文化、代理成本与家族企业创新投入。与基于社会情感财富框架从创新决策者即家族企业所有者的目标追求角度分析儒家文化对家族企业创新投入的积极影响不同,代理理论则是从管理者或创新决策执行者的角度分析儒家文化对家族企业创新投入的积极影响。

儒家文化所注重的亲情血脉,为家族企业治理提供了天然的信任基础(Peng,2004)^[38],这种家族信任能够促进交流合作,降低代理成本、监督需求以及信息不对称,激励家族企业进行创新。儒家文化强调“忠”和“信”,正如曾子所言“吾日三省吾身:为人谋而不忠乎?与朋友交而不信乎?传不习乎?”孔子曰“儒有不宝金玉,而忠信以为宝”(《礼记·儒行》)。其中,“忠”强调的是积极为人,即对自己潜力的持续开发。受这一文化传统的影响,作为代理人的企业管理者往往会更加忠于自己的管理职业,尊重委托人的意志和诉求,进而积极投身有助于企业长期价值创造的创新活动。同时,又会忠于自己供职的企业,不断提高资源的利用效率,大幅降低企业内部代理成本(古志辉,2015)^[21],让企业有更多资源支持创新活动。

儒家思想强调人与人之间的相互关爱,正所谓“爱人者,人恒爱之”(《孟子·离娄下》),这种互惠式仁爱关系是中国家庭等级秩序和社会和谐的基础。在商业环境中,家族企业所有者对其他成员的仁爱会体现在更多的情感关怀和更高的薪酬激励等方面。为了回报这种关爱,管理者会对企业表现出强烈的心理忠诚和承诺,进而减少管理者的个人机会主义行为,最终降低企业的代理成本(Kim和Gao,2013)^[39]。更重要的是,儒家文化传统中强调上位者的率先垂范和组织中的“上行下效”,正所谓“君仁,莫不仁;君义,莫不义;君正,莫不正”(《孟子·离娄上》)。一旦形成这样的组织文化,就会诱发家族企业管理者的管家行为(Bell,2010)^[40],使管理者更倾向于将个人目标的实现与企业的长远发展结合起来,从而支持并参与企业的创新活动。

综上所述,儒家文化浸润会让家族企业决策者更加看重对延伸型社会情感财富的追求,节制对约束型社会情感财富的追求,进而更愿意将资源投入创新活动;同时,儒家文化会显著降低家族企业委托人和代理人之间的利益冲突和监督激励成本,进而让作为代理人的管理者能够在创新活动中有更高的投入度,并且通过提高企业的资源利用效率来确保对创新活动的投入。因此,本文提出如下假设:

H₁:儒家文化对家族企业创新投入具有显著的促进作用。

3.正式制度环境对儒家文化的替代效应

文化是一种影响人们认知和行为的相对稳定的因素,但是,由于相关环境因素的变化,这一作用的发挥在不同时空背景下也会表现出一定的差异或波动。正式制度与非正式制度共同演化(Helmke和Levitsky,2004)^[41]过程中,会在特定场景中表现出替代关系(North和Douglass,1990)^[14]。不同地区在经济、社会的发展中存在较大差异,正式制度环境在各地区间也极不均衡。这种正式制度的不均衡性,可能会影响到儒家文化作为非正式制度在不同地区对家族企业创新行为的作用。本文认为,相比于正式制度发育成熟的地区,儒家文化在制度环境较差的地区对家族企业创新活动的影响会更显著。

一方面,改革开放以来遵循市场经济逻辑的制度改革注重资源配置的效率,不少企业表现出明显的机会主义倾向,看重短期收益,身在其中的家族企业也不例外。比如,有些家族企业的控股股东会利用权力和信息优势侵害非家族中小股东利益,也有不少家族企业以牺牲环境为代价来谋求自身的短期收益。这也引致了不少学者对家族企业的批判,认为家族控制会引发严重的二类代理问题(王明琳和周生春,2006)^[42]。在市场经济逻辑中,股东利益最大化被理所当然地视为企业经营者的“金科玉律”。秉持这一理念推进的改革必然也会改变中国家族企业经营者的思维逻辑,由此便不难理解陈德球等(2013)^[43]在研究中国家族企业时发现存在典型的“壕堑效应”。基于这一观察,本文猜想,在正式制度越完善的地区,市场经济的效率逻辑和股东经济利益最大化的思维就越盛行,家族股东对经济目标的追求可能会超过对社会情感财富等非经济目标的追求。同时,对社会情感财富的追逐也可能会更加看中以家族为中心的短期导向的约束型维度,而非长期导向的、兼顾多元利益相关者的延伸型维度。这将会弱化儒家文化对家族企业创新投入决策的积极影响。

另一方面,受市场经济效率逻辑的影响,作为代理人的管理者往往会更看重短期经济收益,更加不愿意承担风险。这是因为,高风险的创新失败可能会影响企业的短期绩效表现,进而影响到自己的薪酬、奖励等经济收益。这无疑将会弱化儒家文化对作为代理人的企业管理者的长期主义的积极影响。同时,正式制度越完善或市场化水平越高,作为代理人的职业经理人会有更强的契约意识,更加重视依章办事,进而将自己与委托人和企业的合作与信任建立在正式契约之上,而更少受非正式文化的影响。这种情况下,儒家文化传统中看重的“上行下效”氛围就容易被弱化。当然,即便没有明显的弱化,由于企业所有者作为委托人本身就越来越看重经济目标和短期导向,经理人自然会“效仿”,进而更加看重短期导向的经济收益。此外,正式制度的完善和成熟意味着社会信任程度和外部治理水平的提升,家族大股东的掏空和经理人的机会主义等行为会被更为严厉的法律条款所约束,儒家文化中的忠和信等软约束作用也会降低。这些都将部分地弱化儒家文化对家族企业创新投入的积极影响。

因此,本文提出如下假设:

H₂:正式制度环境会弱化儒家文化对家族企业创新投入的促进作用。

4. 外来文化对儒家文化影响家族企业创新投入的冲击

随着对外开放的深入,国外文化特别是西方文化不断涌入中国,不同文化传统中的社会价值观和理念存在较大差异,使得个人或社会组织的思维方式和行为特征迥然不同,从而导致不同文化间的相互融合与碰撞,对本土企业产生了很大影响(张璇和束世宇,2022)^[44]。伴随着国际化企业和国际资本的涌入,越来越多的职业经理人从西方国际化企业中溢出,将西方的契约精神带到中国家族企业中,在提升企业职业化管理水平的同时,也在一定程度上打破了建立在中国文化传统之上的基于非正式信任的人际关系平衡。基于正式规则和程序的管理在一定时期内确实快速提升了中国企业的运行效率和质量,但其与中国文化传统中对非正式人际关系信任的冲突,也在企业中造成了系列张力。其中,最为典型的表现就是,在西方文化传统中成长起来的职业经理人倾向于基于自己的专业判断和正式规则及程序来进行决策和行动(涂未宇和刘曼,2022)^[45],而不是中国儒家文化传统中看重的“上行下效”和非正式的人际互动,这无疑将会弱化儒家文化对中国家族企业创新决策和投入的影响。

从决策执行的角度看,由于正式制度的不完备性,越是强调正式规则和程序,忽视非正式规范,就越可能让人在制度规定的范围内更加“律己”,而在制度规定的范围之外更加自我服务导向,这就势必会在正式制度之外弱化儒家文化作为非正式制度对经理人行为的自我约束效应。同时,由于中国的家族企业普遍不愿采取真正的股权激励,对职业经理人的激励多以同绩效挂钩的短期

薪酬激励为主,也让职业经理人有更强的短期机会主义倾向(巩娜,2013)^[46],进而弱化儒家文化对经理人的自我“软”约束和自我激励作用。本文预期,在外来文化冲击较强的地区,儒家文化对家族企业创新投入的影响会减弱。为此,本文提出如下研究假设:

H₃:外来文化冲击会弱化儒家文化对家族企业创新投入的促进作用。

5. 子女结构、儒家文化与家族企业创新

家族企业的传承模式、差序信任格局等无不受到儒家文化中的“家族延续”“重男轻女”等观念的影响。实际控制人的子女情况对于儒家文化在家族企业决策和行为中的作用程度必然也会产生影响。儒家文化强调家庭的重要性,认为家庭是社会的基本单位,是道德传承和社会秩序的基石。深受儒家文化的影响,中国自古以来就有着悠久的家族观念,非常注重家族存续和家业传承。家族企业的经营目标中,家族传承扮演着至关重要的角色。然而,家族企业传承面临的核心问题是信任。中国传统社会存在差序格局,个人家庭优先于家族整体,内外亲疏有别。直系血亲的子女更容易获得实际控制人和公司员工的信任和支持,这使得他们在家族企业传承过程中更具优势,能够更好地维护家族的长远发展。因此,当实际控制人育有直接血缘关系的子女时,儒家文化对家族企业代际传承和长期可持续发展的积极影响会被强化(沈艺峰和陈述,2020)^[47]。

与此同时,性别偏见在中国儒家文化中十分明显(任现品,2019)^[48]。数千年来,“男女有别”“传男不传女”的思想深入人心,以男性血亲构建的父系世代关系是家族延续的主流。儿子才能传宗接代的固有观念在当今也依然广泛存在,因而家族育有子女的性别结构必会影响家族企业的传承意愿(郭萍,2014)^[49]。中国民营企业家在延续家业的时候,首先想到的是子承父业,然后才是泛家族化的传承。若家中育有儿子,家族就会希望家业在家族内世代相袭,企业家会更加致力于提升企业长期竞争力与长期绩效,实现家业长青。相比之下,女儿被认为是嫁出去的一方,婚后将加入丈夫的家庭,而不再与原生家族的传承与延续有直接的联系,进而降低了女儿的身份认同感和对家族企业的情感认同。因此,儒家文化的差序信任格局在家族企业治理中也会存在男女不对等的现象。综上,儒家文化中的性别偏见会影响家族企业对约束型社会情感财富的追求以及由此带来的对长期导向的追求,进而改变其对家族企业创新投入的影响程度。

因此,本文提出如下假设:

H_{4a}:当实际控制人育有子女时,儒家文化对家族企业创新投入的促进作用更强。

H_{4b}:相对于仅育有女儿,当实际控制人育有儿子时,儒家文化对家族企业创新投入的促进作用更强。

综上,本文的理论分析框架如图1所示。

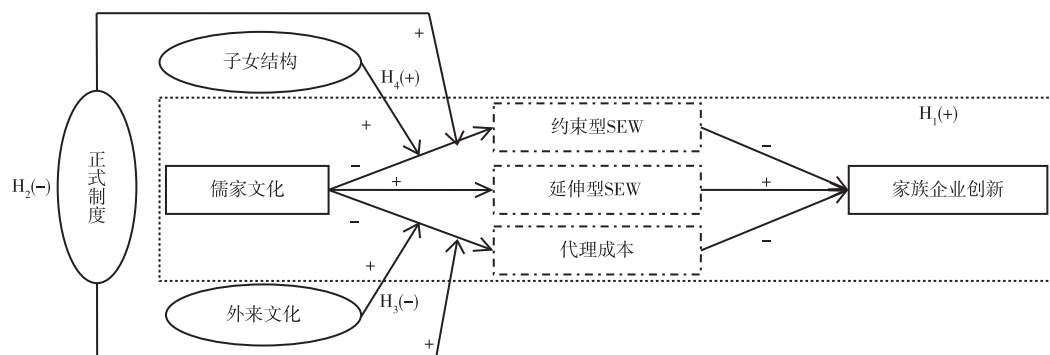


图1 儒家文化影响家族企业创新的内在机制

三、研究设计

1. 样本选择

本文以2014—2019年沪深A股上市公司为基础样本库。之所以将观测数据截止到2019年,主要是为了避免新冠肺炎疫情可能对实证结果造成的干扰。借鉴严若森和吴梦茜(2020)^[15]的观点,将同时符合如下条件的企业确定为家族企业:一是最终控制人能够追溯到自然人或家族,并且该自然人或家族对公司具有实际控制权;二是最终控制人直接或间接持股比例在20%及以上。同时,还剔除金融保险类公司、ST公司及存在数据严重缺失公司。用以测量企业对儒家文化浸润程度的孔庙相关数据来自中国研究数据服务平台(CNRDS)。公司财务、公司治理、专利以及宏观经济数据均来自万得(WIND)和中国经济金融研究数据库(CSMAR),并与上市公司年报以及巨潮资讯网等权威网站公布信息进行过核对。最终得到1882家企业的7620个观测值。同时,考虑极端值干扰,对全部连续型变量均采用上下1%的缩尾处理。

2. 变量定义

(1)被解释变量:创新投入(*RD*)。借鉴朱沅等(2016)^[32]的做法,以企业研发支出占营业收入的百分比来度量企业的创新投入。同时,本文还使用研发支出除以总资产作为创新投入的替代测量进行稳健性检验。

(2)解释变量:儒家文化(*Confu_100*)。自汉代以来,儒家学说受到中国历代政治统治者的推崇,孔庙作为儒家文化传播的重要场所亦被历代帝王所器重,其数量庞大、规制极高,是中国古代文化遗产中极其重要的组成部分(吉峰,2016)^[50]。到明代,孔庙已有1560余座,清代孔庙更是达2000余座。这些孔庙分布于全国各地,至今保存尚好的还有数百座。孔庙作为儒家思想积累、传播和创新的重要载体(李金波和聂辉华,2011)^[51],对周边人们的社会价值观和生活习俗等产生深远影响。因而,在已有的实证研究中,学者们常以省级层面孔庙数来刻画儒家文化强度。但这类指标无法准确捕获同一区域内不同企业受儒家文化影响的差异。为克服这一局限,本文认为,基于企业与儒家建筑孔庙之间的地理距离衡量儒家文化更为合适,即以企业周边一定范围内孔庙数量的多少反映企业受儒家文化影响的程度。为此,本文参考才国伟和谢佳松(2020)^[7]的做法,运用地理距离模型,搜集现存孔庙具体名称及其地理经纬度,然后利用Google-Earth查询每家上市公司注册地的经度和纬度,剔除注册地近10年发生变更的公司,并利用公式在EXCEL表中计算出每家公司到每个孔庙的地理距离。本文使用公司注册地100千米半径范围内孔庙数量作为儒家文化强度的度量指标,并加1取自然对数进行标准化处理。同时,还以50千米半径范围内孔庙数量,以及公司所在城市孔庙数量作为替代测量进行稳健性检验。

(3)调节变量:本文包括3个调节变量,即正式制度环境、外来文化冲击和实际控制人子女结构。依据阳镇等(2021)^[52]的方法,正式制度环境(*MI*)采用王小鲁等(2019)^[53]的市场化指数来衡量。市场化指数越高,说明该地区的正式制度环境越完善,外部治理水平越高。外来文化冲击(*Forcul*)主要通过企业的国际化水平、董事的海外经历和企业所在城市对外开放程度三个维度予以测度。子女信息包含三个维度,均为虚拟变量。*Child*表示实控人是否育有子女,若育有子女取1,否则为0。*Son*表示实控人是否育有儿子,若育有儿子取1,否则为0。*Dau*表示实控人是否育有女儿,若育有女儿取1,否则取0。该数据从中国经济金融研究数据库(CSMAR)获取,对于不完整的信息,本文利用百度搜索家族企业相关新闻报道、人物记事、媒体访谈、公司官网等信息予以补充以及相互佐证。

(4)模型设定。为了检验儒家文化对家族企业创新投入的影响,本文建立了模型(1);为了检

验正式制度环境和外来文化冲击在儒家文化对家族企业创新投入影响中的调节作用,本文在模型1中加入儒家文化与调节变量的交互项,建立了模型(2)和模型(3)。

$$RD_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 CVs_{it} + \varepsilon \tag{1}$$

$$RD_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 MI + \beta_3 MI_{it} \times Confu_{it} + \beta_4 CVs_{it} + \varepsilon \tag{2}$$

$$RD_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 Forcul + \beta_3 Forcul_{it} \times Confu_{it} + \beta_4 CVs_{it} + \varepsilon \tag{3}$$

其中, RD 表示企业创新投入, $Confu$ 表示儒家文化强度。 CVs 为控制变量,包括财务指标、公司治理指标和宏观经济指标等。所有控制变量均作滞后一期处理。此外,还控制了年度和行业固定效应。变量定义如表1所示。

表1 变量定义及描述性统计

变量性质	变量名称	变量符号	变量计算方法	均值	标准差	最小值	最大值
被解释变量	创新投入	RD	企业研发支出/营业收入	0.050	0.046	0.000	0.249
解释变量	儒家文化	$Confu_{100}$	企业100千米半径范围内孔庙数加1的自然对数	1.893	0.648	0.000	2.944
调节变量	正式制度	MI	市场化指数	9.158	1.516	4.210	10.96
	外来文化	Osi	国际化水平	0.163	0.236	0	0.925
		Osb	具有海外背景董事比例	0.124	0.136	0	0.571
		$Region$	地域开放度	0.692	0.462	0	1
	子女结构	$Child$	育有子女取1,否则为0	0.521	0.500	0	1
		Son	育有儿子取1,否则取0	0.403	0.491	0	1
Dau		育有女儿取1,否则取0	0.255	0.436	0	1	
中介变量	家族控制	$Ucsvr$	实际控制人拥有控制权比例	0.450	0.142	0.209	0.779
	代理成本	$Agent$	管理费用与销售费用之和除以营业收入	0.174	0.0570	0.0770	0.307
控制变量	资产负债率	Lev	总负债/总资产	0.354	0.182	0.053	0.831
	经营现金流债务比	$Ncfd$	经营活动产生的现金流量净额/带息债务	5.949	20.540	-5.455	134.200
	总资产收益率	Roa	净利润/总资产	0.059	0.064	-0.226	0.233
	托宾Q	TQ	(股票市值+债务总额)/总资产	3.298	2.206	0.957	12.480
	营业收入增长率	$Growth$	营业收入增长率	0.220	0.391	-0.444	2.439
	固定资产占比	Fix	固定资产/总资产	0.179	0.124	0.003	0.531
	独立董事比例	Dbd	独立董事人数占整个董事会人数的比例	0.381	0.054	0.333	0.571
	两职合一	$Dual$	当董事长与总经理为同一人时取1,否取0	0.471	0.499	0.000	1.000
	公司规模	$Lnsize$	总资产的自然对数	21.680	1.007	19.890	25.000
	上市时间	$Lnlist$	上市时间的自然对数	1.686	0.684	0.000	3.219
	经济发展水平	GDP	各省人均地区生产总值的自然对数	11.290	0.365	10.440	12.010
	行业虚拟变量	$Industry$	当企业是制造业时取1,非制造业取0	0.755	0.430	0	1
	年度虚拟变量	$Year$	涵括6个年份,设置5个虚拟变量	—	—	—	—

四、实证结果分析

1. 描述性统计与相关性分析

表1列示了关键变量的描述性统计结果。其中,被解释变量创新投入(*RD*)的均值为5.0%,标准差为4.6%,表明不同企业间的创新投入存在较大差距,变量的观测值具有足够变异性。家族企业100千米内标准化后的孔庙数均值为1.893,最大值为2.944,最小值为0,可见,不同家族企业受儒家文化影响的程度差异很大,这也印证了从微观企业层次进行测量和研究的必要性。控制变量中,资产负债率、总资产收益率和企业成长性总体均值为35.4%、5.9%和22%,说明家族企业负债率普遍较低,多数企业成长性和财务绩效良好,也存在个别营业收入大幅下降和亏损的公司。公司治理指标方面,样本公司独立董事占比均值为38.1%,最小值为33.3%,均符合独董不少于三分之一的要求。我国家族上市公司中“两职合一”现象较为普遍,比重占近50%,这与家族企业高度重视控制权有关。

本文还对变量间的皮尔逊相关性进行了分析^①。儒家文化 *Confu_100* 与 *RD* 呈正相关,表明当家族企业所在地儒家文化氛围越浓,创新投入越高,初步支持了假设 H_1 。此外,其他解释变量和控制变量均与被解释变量 *RD* 存在显著相关关系,表明本文选择的自变量具有合理性。同时,为避免自变量间多重共线性问题,本文检验了各变量的方差膨胀因子(VIF)显示,最大值为2.21,均值为1.67,均远小于10,变量间不存在多重共线性问题。

2. 基准回归结果

表2列示了儒家文化与家族企业创新投入的回归结果。第(1)列中为未加入控制变量但控制了企业和时间固定效应的回归结果,该结果显示, *Confu_100* 与 *RD* 的回归系数为0.0076,且在1%水平显著。第(2)列是在第(1)列的基础上加入控制变量后的回归结果,显示儒家文化对家族企业创新投入的影响依然在1%水平显著为正。假设 H_1 得到支持,即儒家文化具有“创新激励效应”。从控制变量来看, *Lev*、*Ncfd* 和 *Fix* 等变量得到显著为负的回归系数,说明当公司资产负债率高、现金相对短缺和固定资产占比较大时,公司会较少创新投入。而两职合一和经济发展水平等变量得到显著为正的回归系数,说明家族企业都掌握在实际控制人手中时,家族企业会更加关注企业长期发展;当地经济发展水平越高,也更有利于企业进行创新投资。

表2 基准回归

变量	(1)	(2)
	<i>RD</i>	<i>RD</i>
<i>Confu_100</i>	0.0076*** (10.67)	0.0038*** (5.41)
<i>Lev</i>		-0.0648*** (-16.30)
<i>Ncfd</i>		-0.0001* (-1.87)
<i>Roa</i>		-0.1453*** (-11.64)
<i>TQ</i>		0.0062*** (15.58)

① 受篇幅限制,表格正文未列示,备索。

续表 2

变量	(1)	(2)
	<i>RD</i>	<i>RD</i>
<i>Growth</i>		-0.0001 (-0.07)
<i>Fix</i>		-0.0528*** (-13.38)
<i>Dbd</i>		0.0202** (2.04)
<i>Dual</i>		0.0038*** (3.90)
<i>Lsize</i>		-0.0008 (-0.98)
<i>Lnlist</i>		0.0031*** (3.11)
<i>GDP</i>		0.0096*** (6.35)
常数项	0.0354*** (14.28)	-0.0396* (-1.76)
调整 R ²	0.0199	0.2096
公司/年份固定效应	是	是

注：*、**、***分别表示 p<0.1、p<0.05、p<0.01，下同

3. 调节效应检验

(1)正式制度的影响。表3第(1)列列示了制度环境的调节作用,可以看出,儒家文化对创新投入同样具有显著促进作用,而 $MI \times Confu_{100}$ 与 RD 的回归系数为-0.0011,且在5%的显著性水平上显著。这表明,企业所处地区正式制度环境越差,儒家文化对家族企业创新投入的促进作用越强,验证了假设 H_2 。这样的结果意味着,在制度环境不够完善时,儒家文化作为一种隐性替代治理机制,填补了正式制度的空缺,激励着家族企业的创新活动。这一结果也从文化视角,对我国在过去多年间创新相关制度体系(例如知识产权保护机制等)尚不完善,但企业的研发投入依然迅速增长、创新活动依然顺利开展的现象,给出部分解释。

表 3 调节效应分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>
<i>Confu_100</i>	0.0126*** (3.34)	0.0057*** (6.49)	0.0052*** (5.17)	0.0052*** (5.54)
<i>MI</i>	0.0007 (0.98)			
$Confu_{100} \times MI$	-0.0011** (-2.42)			

续表 3

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>
<i>Osi</i>		0.0203*** (3.71)		
<i>Confu_100×Osi</i>		-0.0105*** (-3.75)		
<i>Osb</i>			0.0421*** (3.39)	
<i>Confu_100×Osb</i>			-0.0160*** (-2.59)	
<i>Region</i>				0.0082*** (2.79)
<i>Confu_100×Region</i>				-0.0041*** (-2.61)
控制变量	控制	控制	控制	控制
常数项	-0.0942*** (-2.86)	-0.0395* (-1.75)	-0.0495* (-1.84)	-0.0446 (-1.48)
调整 R ²	0.2101	0.2108	0.2018	0.2101
公司/年份固定效应	是	是	是	是

(2)外来文化的冲击。本文从企业的国际化水平、董事的海外经历和企业所在城市对外开放程度三个维度测度外来文化冲击。

1)国际化水平。当企业经营活动更多地涉及到海外市场时,家族所有者及其管理者更有可能受到外来文化和价值观的影响。因此,本文以家族企业当年海外销售收入占当年总收入的比重(*Osi*)作为家族企业国际化水平的替代测量。模型中引入国际化水平与儒家文化的交互项,表3第(2)列结果显示,*Confu_100×Osi*与*RD*的回归系数为-0.0105,且在1%的显著性水平上显著。说明企业国际化水平越高,儒家文化对家族企业创新投入的促进作用越弱。

2)具有海外教育或工作背景董事比例。董事会作为公司重要战略的决策层,对创新投入起着关键作用。具有海外教育或工作背景的董事往往会受到国外文化的影响,从而削弱儒家文化对企业创新的正向作用。本文选取海外教育或工作背景的董事比例(*Osb*)作为调节变量。表3第(3)列结果显示,*Confu_100×Osb*与*RD*的回归系数为-0.0160,且在1%的显著性水平上显著。即企业具有海外教育或工作背景董事数量越多,儒家文化对家族企业创新投入的促进作用越弱。

3)地域开放度。东部地区一直都是中国历朝历代改革与引进外来文化的先行地,受到外来文化的影响较中西部地区更深。因此,本文认为,处于东部地区的家族企业,相比中西部地区,其创新行为受到儒家文化的影响会更弱。本文用*Region*表示企业是否地处东部地区,其中公司注册地在广东、福建、浙江、江苏、山东、上海、北京和天津8省市时,*Region*赋值为1,其他地区*Region*赋值为0。实证结果见表3第(4)列,交互项*Confu_100×Region*的回归系数为-0.0082,且在1%的显著性水平上显著,说明处于东部地区的家族企业创新投入受到当地儒家文化的影

响更弱。

综上所述,外来文化冲击越大,儒家文化对家族企业创新投入的正向作用越小,假设 H₃ 得到支持。

(3)子女结构的影响。本文根据家族企业实际控制人是否育有子女、是否育有儿子,是否育有女儿进行分组回归。如表4第(1)列和第(2)列所示,在实际控制人育有子女的样本中,儒家文化的回归系数为0.0046,在1%水平上显著为正;在未育有子女的样本中,儒家文化的回归系数为0.0031,并且显著性水平也下降为5%。说明实际控制人有后代时,儒家文化对家族企业创新投入的促进作用更强,假设 H_{4a} 得到支持。如表4第(3)列和第(4)列所示,在实际控制人育有儿子的样本中,儒家文化的回归系数为0.0045,在1%水平上显著为正;在未育有儿子的样本中,儒家文化的回归系数下降为0.0031。进一步对实际控制人仅育有儿子和仅育有女儿的样本进行分组回归,结果如表4第(5)列和第(6)列所示,在实际控制人仅育有儿子的样本中,儒家文化的回归系数为0.0045,在1%水平上显著为正;而在仅育有女儿的样本中,儒家文化的回归系数为0.0033,且不显著。以上结果均表明,儒家文化对企业创新的促进作用主要表现在实际控制人育有儿子的样本中。假设 H_{4b} 得到支持。该研究结果说明,中国长期形成的“重男轻女”“传儿不传女”的思想观念,对儒家文化在家族企业长期决策中依然有着深远影响。

表4 子女结构分组回归

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	RD	RD	RD	RD	RD	RD
Confu_100	0.0046*** (4.88)	0.0031** (2.48)	0.0045*** (4.64)	0.0031*** (2.70)	0.0045*** (3.71)	0.0033 (1.25)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	0.0718** (2.52)	-0.0610* (-1.71)	0.0222 (0.71)	-0.0006 (-0.02)	-0.0628 (-1.55)	0.1992*** (3.32)
调整 R ²	0.1765	0.1967	0.1815	0.1878	0.2136	0.1605
公司/年份固定效应	是	是	是	是	是	是

4. 稳健性检验

(1)替换解释变量和被解释变量。本文进一步使用研发支出除以总资产度量(RD2)作为创新投入的替代变量,以50千米半径范围内孔庙数量加1的自然对数,以及公司所在城市孔庙数量作为儒家文化的替代变量。此外,参考徐细雄和李万利(2019)^[9]的方法,本文采用《中国分省份市场化指数报告》中“市场中介组织的发育和法律制度环境-知识产权保护”指数作为正式制度环境的替代测量。然后对前文相关模型重新检验,实证结果分别如表5第(1)列~第(4)列所示,发现结论未发生实质性变化。

表5 稳健性检验结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	RD1	RD	RD	RD	RD	RD	RD
Confu_100	0.0025*** (5.29)			0.0086*** (5.82)	0.0031*** (4.48)	0.0040*** (4.79)	0.0040*** (4.90)
Confu_50		0.0018** (2.28)					

续表 5

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	<i>RD1</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>	<i>RD</i>
<i>Citaconf</i>			0.0014*** (4.72)				
<i>Law</i>				-0.0004 (-1.44)			
<i>Confu_100×Law</i>				-0.0004*** (-3.40)			
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	-0.0385** (-2.50)	-0.0534** (-2.41)	-0.0262 (-1.10)	-0.1851*** (-5.99)	0.0490** (2.09)	-0.0533** (-2.26)	-0.0290 (-1.07)
调整 R ²	0.1986	0.2076	0.2119	0.2159	0.1756	—	0.1954
公司/年份固定效应	是	是	是	是	是	是	是

(2)考虑人口流动的影响。随着我国市场经济的不断发展,人口流动越来越普遍,造成了上市公司内部文化的多元化以及和公司所在地文化之间的不一致,从而影响本文实证结论。由此,本文在样本中剔除了2014—2019年外来人口最多的八个城市的上市公司,这八个城市分别为:北京、上海、深圳、广州、东莞、佛山、杭州、苏州,实证结果如表5第(5)列所示,结果未发生实质变化。

(3)变更回归模型。在整理样本中,研发支出数据存在较多的缺失值,在和公司年报核对后,发现缺失值均为0。由此,本文采用Tobit模型重新进行回归分析,发现结果同样不变。具体实证结果如表5第(6)列所示。

(4)滞后一期处理。由于模型中的自变量对家族企业创新投入的影响可能存在一定的滞后性,同时,也为了克服部分内生性问题,本文将自变量及控制变量均滞后一期重新验证两者之间的关系。检验结果如表5第(7)列所示,本文主要结论依然成立。

五、作用路径检验和拓展性分析

1. 基于社会情感财富框架的作用路径检验

(1)家族控制意愿(作为约束型SEW的代理测量)。本文在基于社会情感财富视角对假设H₁进行理论推导时指出,儒家文化会令家族企业所有者和决策者适度克制对约束型社会情感财富的追求,降低对企业股权的控制欲,从而有助于企业吸纳外部资源,促进创新投入。为检验这一潜在机制,本文采用实际控制人直接和间接拥有上市公司的控制权比例(*Ucsvr*)来反映家族对企业的控制欲,进而对这一可能作用路径进行检验。采用温忠麟等(2004)^[54]提出的三步检验法来验证其可能的中介作用,在上文模型(1)的基础上建立模型(4)和模型(5):

$$Ucsvr_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 CVs_{it} + \varepsilon \quad (4)$$

$$RD_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 Ucsvr_{it} + \beta_3 CVs_{it} + \varepsilon \quad (5)$$

模型(4)和模型(5)的回归结果如表6第(2)和(3)列所示。表6第(2)列(模型(4))中,儒家文化对家族控制权(*Ucsvr*)的回归系数为-0.0053,且在5%的显著性水平上显著,表明受儒家文化的影响越深,家族对企业的控制欲会显著降低。第(3)列(模型(5))在第(1)列基础上加入家族控制权这一变量后,儒家文化和家族控制权的回归系数均显著,但儒家文化的回归系数由不加入中

介变量的0.0038降低为0.0035,说明家族控制权是儒家文化影响家族企业创新投入的一条重要路径。

表6 作用路径检验结果:家族控制意愿

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	<i>RD</i>	<i>Ucscr</i>	<i>RD</i>	<i>Cs</i>	<i>RD</i>	<i>Agent</i>	<i>RD</i>
<i>Confu</i> ₁₀₀	0.0038*** (5.41)	-0.0053** (-2.05)	0.0035*** (4.98)	0.0036** (2.20)	0.0036*** (5.20)	-0.0023** (-2.27)	0.0033*** (4.72)
<i>Ucscr</i>			-0.0371*** (-10.24)				
<i>Cs</i>					0.0409*** (6.84)		
<i>Agent</i>							-0.1464*** (-16.26)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	-0.0396* (-1.76)	-0.2865*** (-3.81)	-0.0530** (-2.36)	-0.1598*** (-3.25)	-0.0351 (-1.56)	-0.1127*** (-3.71)	-0.0577*** (-2.59)
调整R ²	0.2096	0.1314	0.2196	0.3935	0.2153	0.1321	0.2358
公司/年份固定效应	是	是	是	是	是	是	是

(2)企业社会责任(作为延伸型SEW的代理测量)。本文在基于社会情感财富视角对假设H₁进行理论推导时还指出,儒家文化会加强家族企业所有者和决策者对延伸型社会情感财富的追求,从而有助于企业战略的长期导向,促进创新投入。已有研究表明,看重家族声誉和可持续发展的家族企业,会更加积极地履行社会责任,更可能积极响应利益相关者的诉求,与利益相关者(如政府、社区等)建立和保持长期的良好、互信关系。根据Miller和Breton-Miller(2014)对长期导向行为的分类和测量建议,本文采用和讯网公布的社会责任总评分(*Cs*)来量度企业对延伸型社会情感财富的追逐。该值越大,代表企业对延伸型社会情感财富的诉求越强烈。本文采用温忠麟等(2004)^[55]提出的三步检验法来验证其可能的中介作用,在上文模型(1)的基础上建立模型(6)和模型(7):

$$Cs_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 CVs_{it} + \varepsilon \tag{6}$$

$$RD_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 Cs_{it} + \beta_3 CVs_{it} + \varepsilon \tag{7}$$

模型(6)和模型(7)的回归结果如表6第(4)和(5)列所示。表6第(2)列(模型(6))的回归模型中,儒家文化对社会责任(*Cs*)的回归系数为0.0036,且在5%的显著性水平上显著,儒家文化促使上市公司积极履行社会责任。模型(7)在模型(1)基础上加入社会责任这一变量后,儒家文化的回归系数仍显著,但其回归系数由不加入中介变量的0.0038降低为0.0036,说明履行社会责任是儒家文化影响家族企业创新投入的一条重要路径。

2. 基于代理理论视角的作用路径检验

本文在基于代理理论对假设H₁进行理论推导时指出,儒家文化浸润可以缓解家族企业中的代理问题,进而对企业创新带来积极影响。为检验这一潜在机制,本文借鉴古志辉(2015)^[21]的研究,通过管理费用与销售费用之和除以营业收入来刻画代理成本,该值越大,说明在家族企业内部存在越严重的代理冲突。同时,采用温忠麟等(2004)^[55]提出的三步检验法来验证其中介效应。在上文模型(1)的基础上建立模型(8)和模型(9):

$$Agent_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 CVs_{it} + \varepsilon \tag{8}$$

$$RD_{it} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{it} + \beta_2 Agent_{it} + \beta_3 CV_{sit} + \varepsilon \quad (9)$$

模型(8)和模型(9)的回归结果如表6第(6)和(7)列所示。表6第(6)列(模:(8))中,儒家文化对代理成本的回归系数为-0.0023,且在5%的显著性水平上显著,表明受儒家文化影响程度越高,家族企业中的代理问题会越弱。表6第(7)列(模型(9))在第(1)列(模型(1))基础上加入代理成本这一变量后,儒家文化的回归系数仍显著,但其值由不加入中介变量的0.0038降低为0.0035,说明缓解代理冲突是儒家文化促进企业创新的一条潜在路径。

3.对创新产出和创新效率的影响

本文进一步考察儒家文化对企业创新产出(*Patent*)和创新效率(*RDeff*)的影响。用当期的专利申请数量加1取自然对数表示创新产出。用专利申请数量加1取对数除以研发支出加1取得数表示创新效率,实证结果如表7所示。结果表明,儒家文化对家族企业创新产出和创新效率的回归系数分别为0.18791和0.0195,均在1%的显著性水平上显著为正,说明儒家文化同样能够显著提高家族企业创新产出和创新效率。产生该效应可能的原因在于:儒家文化减轻了家族企业的代理问题,可以提高管理者对创新项目的理性选择。同时,儒家文化强的地区,家族企业重视对管理者的培养和信任授权,让他们有更大的动力和更强的能力来从事创新活动,进而提高了创新资源的转化效率。

表7 儒家文化影响创新产出和创新效率的实证结果

变量	(1)	(2)
	<i>Patent</i>	<i>RDeff</i>
<i>Confu_100</i>	0.1879*** (7.17)	0.0195*** (3.49)
控制变量	控制	控制
常数项	-12.4543*** (-15.56)	-0.6307*** (-3.16)
调整 R ²	0.2388	0.0662
公司/年份固定效应	是	是

六、结论与启示

1.研究结论

中国民营企业大多是凭借家族血缘亲情关系而建立起来的家族企业,儒家文化作为“家文化”的母体对家族企业的决策和行为都有着深刻影响。本文采用1882家中国A股上市公司7620个观测样本,量化分析和检验了儒家文化对家族企业创新行为的影响及其作用机制。研究发现:(1)儒家文化对家族企业创新投入具有显著的促进作用,即家族企业受到儒家文化的浸润越深,其创新投入越高。(2)在正式制度环境更为完善的地区,儒家文化浸润对家族企业创新投入的促进作用会减弱。这表明,在促进家族企业创新方面,正式制度环境和儒家文化发挥着相互替代的作用。(3)国际化水平越高、具有海外教育或工作背景董事比例越高以及地处东部地区的家族企业的创新投入水平受儒家文化的影响越弱。这表明,外来文化冲击一定程度上会削弱儒家文化对家族企业创新的促进作用。(4)当家族企业实际控制人育有子女时,儒家文化对创新投入的积极影响越强,但这种正向促进作用只在家族二代为儿子的样本中显著。这表明,“男女有别”的思想观念在控股家族中依然明显。(5)机制检验表明,儒家文化可以克制控股家族对约束型社会情感财富的追求,促进其对延伸型社会情感财富的追求,以及缓解企业内部代理冲突三条路径影响家族企业创

新投入。本文提供了儒家文化可以有效促进企业创新的直接证据,并拓展和丰富了社会情感财富框架在中国儒家文化传统中的独特解释逻辑。

2. 管理启示与政策建议

第一,企业应当深刻理解中华优秀传统文化的价值,并主动将其融入企业文化中,塑造“守正创新”的企业文化。创新逐渐成为企业竞争优势的关键来源,而企业文化则是激发创新活力的丰厚土壤。因此,建立支持和鼓励创新的企业文化氛围至关重要。任何企业的文化都不可避免地受到所在民族文化传统的浸润与滋养,对于深受儒家文化影响的中国企业来说,“守正创新”的理念是推动创新实践的重要精神指南。企业应积极吸收并提炼这一思想精髓,并将其融入日常经营中,从而培育起能够持续促进创新活动的文化根基。

第二,在全球经济一体化的背景下,面对西方文化价值观的涌入,企业家和管理者应保持客观和审慎的态度,既不能全面否定,也不能全盘吸收,而是应该从文化特征的角度谨慎选择外来文化,确保其与中国儒家文化传统的契合度,进而在竞争与合作中探索出适合自身发展的“中西合璧”的特色企业文化和管理模式。如是,不仅可以促进企业创新活动的持续性,还能为中国管理学者贡献全球管理理论发展提供丰富的实践素材与智慧。

第三,在中国经济不断向创新驱动和高质量发展转型的过程中,政府不仅要致力于加速完善法律法规体系与知识产权保护等正式制度,还应当特别注重非正式制度的培育与发展,持续优化企业的创新软环境。通过这种方式,可以让以儒家文化为代表的中华优秀传统文化,在企业创新活动中发挥出更为深远且持久的非正式激励作用。将传统智慧与现代管理相融合,不仅能增强企业的内生创新动力,还能在全社会范围内培育一种包容和支持创新的文化氛围,进而推动国家和区域创新生态系统的健康发展。

参考文献

- [1]魏江,刘嘉玲,刘洋.新组织情境下创新战略理论新趋势和新问题[J].北京:管理世界,2021,(7):182-197,13.
- [2]丁元竹,沈艳,刘培林,等.积极响应习近平总书记号召把论文写在祖国大地上[J].北京:管理世界,2021,(9):1-35.
- [3]Oliver E, Williamson. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead[J]. Journal of Economic Literature, 2000, 38, (3): 595-613.
- [4]刘菲菲,汪涛.中国文化与组织行为:本土管理研究的路径探讨[J].杭州:商业经济与管理,2021,(12):51-61.
- [5]秦佳良,周焯华,刘程军.国家、(地区)文化对创新的影响研究[J].北京:科学学研究,2015,(4):607-615.
- [6]王成刚,石春生.组织文化对组织创新的作用机理研究[J].北京:科研管理,2018,(7):78-84.
- [7]才国伟,谢佳松.儒家文化传统与当代企业创新[J].济南:山东大学学报(哲学社会科学版),2020,(6):38-48.
- [8]陈刚,王燕飞,何丽.儒家文化与家庭风险资产投资[J].北京:财贸经济,2022,(1):122-137.
- [9]徐细雄,李万利.儒家传统与企业创新:文化的力量[J].北京:金融研究,2019,(9):112-130.
- [10]吴必虎.中国文化区的形成与划分[J].上海:学术月刊,1996,(3):10-15.
- [11]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[J].北京:管理世界,2014,(8):90-101,188.
- [12]程博,熊婷,林敏华.儒家传统文化与公司违规行为——基于中国家族上市公司的分析[J].北京:经济理论与经济管理,2018,(10):72-86.
- [13]Moran, R.T., Harris P.R., Moran S.V. Managing Cultural Differences[J]. Burlington, 2010: 88-100.
- [14]North, Douglass C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance[M]. Cambridge University Press, 1990.
- [15]严若森,吴梦茜.二代涉入、制度情境与中国家族企业创新投入——基于社会情感财富理论的研究[J].北京:经济管理,2020,(3):23-39.
- [16]赵子乐,林建浩.海洋文化与企业创新——基于东南沿海三大商帮的实证研究[J].北京:经济研究,2019,(2):68-83.
- [17]Yan, J., Sorenson, R.L. The Influence of Confucian Ideology on Conflict in Chinese Family Business[J]. International Journal of Cross Cultural Management, 2004, 4, (1): 5-17.

- [18]杜维明. 儒家伦理与东亚企业精神[M]. 北京: 中华书局, 2003.
- [19]Kahn H. World Development and Beyond[M]. London: Croom Helm, 1979.
- [20]Zingales, L. Presidential address: Does Finance Benefit Society?[J]. The Journal of Finance, 2015, 70, (4): 1327-1363.
- [21]古志辉. 全球化情境中的儒家伦理与代理成本[J]. 北京: 管理世界, 2015, (3): 113-123.
- [22]李文佳, 朱玉杰. 儒家文化对公司违规行为的影响研究[J]. 北京: 经济管理, 2021, (9): 137-153.
- [23]汤旭东, 王琳, 宁博, 等. 君子取财有道: 儒家文化对企业避税的影响研究[J]. 武汉: 管理学报, 2024, (3): 445-453.
- [24]邹萍, 李谷成. 儒家文化能促进企业社会责任吗?[J]. 武汉: 经济评论, 2022, (2): 154-170.
- [25]涂未宇, 徐细雄, 刘曼. 儒家传统与员工雇佣保障: 文化的力量[J]. 上海财经大学学报, 2020, (1): 66-84.
- [26]陆伦哉, 周冬华. 现代儒家文化与企业捐赠: 基于利他主义视角[J]. 北京: 财务研究, 2020, (6): 83-95.
- [27]齐欣, 王强. 儒家文化与出口二元边际——来自中国企业的经验证据[J]. 杭州: 财经论丛, 2020, (11): 13-22.
- [28]金智, 徐慧, 马永强. 儒家文化与公司风险承担[J]. 北京: 世界经济, 2017, (11): 170-192.
- [29]叶彦. 儒家文化与企业过度投资行为[J]. 大连: 财经问题研究, 2018, (2): 115-123.
- [30]蔡洪滨. 等级观念扼杀创新力[J]. 北京: 哈佛商业评论, 2013, (5): 218-227.
- [31]周申, 海鹏. 资源错配与企业创新——来自中国制造业企业的微观证据[J]. 南京: 现代经济探讨, 2020, (5): 99-107.
- [32]朱沆, Eric Kushins, 周影辉. 社会情感财富抑制了中国家族企业的创新投入吗?[J]. 北京: 管理世界, 2016, (3): 99-114.
- [33]Gómez-Mejia, L R, Haynes, K T, Nuñez-Nickel, M, Jacobson, K L, and Moyano-Fuentes J. Socioemotional Wealth and Business Risks in Family Controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills[J]. Administrative Science Quarterly, 2007, (55): 106-137.
- [34]Danny, Miller, Isabelle, Le, and Breton-Miller. Deconstructing Socioemotional Wealth[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2014, 38, (4): 713-720.
- [35]颜士梅, 张钢. 《论语》中“仁”的内涵及其在企业人力资源管理的表征: 基于扎根理论与案例分析的研究[J]. 武汉: 管理学报, 2020, (7): 949-958.
- [36]韩星. “仁”、“正”、“中”、“和”——儒家古典正义论的逻辑展开[J]. 北京: 哲学动态, 2016, (10): 42-48.
- [37]周桂钿. 君子和而不同[J]. 郑州: 决策探索(下半月), 2016, (2): 38.
- [38]Peng, Y.S. Kinship Networks and Entrepreneurs in China's Transitional Economy[J]. American Journal of Sociology, 2004, 109, (5): 1045-1074.
- [39]Kim, Y., and Gao, F.Y. Does Family Involvement Increase Business Performance Family? Family-longevity Goals' Moderating Role in Chinese Family Firms[J]. Journal of Business Research, 2013, (66): 265-274.
- [40]Bell, D.A. Reconciling Socialism and Confucianism? Reviving in China[J]. Dissent, 2010, 57, (1): 91-99.
- [41]Helmke, G., and Levitsky, S. Informal Institutions and Comparative Politics: A Research Agenda[J]. Perspectives on Politics, 2004, 2, (4): 725-740.
- [42]王明琳, 周生春. 控制性家族类型、双重三层委托代理问题与企业价值[J]. 北京: 管理世界, 2006, (8): 83-93, 103.
- [43]陈德球, 肖泽忠, 董志勇. 家族控制权结构与银行信贷合约: 寻租还是效率?[J]. 北京: 管理世界, 2013, (9): 130-143, 188.
- [44]张璇, 束世宇. 儒家文化、外来文化冲击与企业创新[J]. 北京: 科研管理, 2022, (9): 194-200.
- [45]涂未宇, 刘曼. 海归高管与企业创新: 基于文化趋同的视角[J]. 上海财经大学学报, 2022, (1): 92-106.
- [46]巩娜. 家族企业、股权激励与研发投入[J]. 深圳: 证券市场导报, 2013, (8): 44-49, 55.
- [47]沈艺峰, 陈述. 中国传统家族文化与企业可持续发展——以企业家子女结构为视角[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 2020, (1): 94-106.
- [48]任现品. 家族一元体内的男尊女卑——论儒家性别差等结构的层次机制[J]. 济南: 孔子研究, 2019, (2): 19-27.
- [49]郭萍. 计划生育、家庭结构与中国家族企业传承——一个探索性研究[J]. 上海: 学术月刊, 2014, (1): 89-99.
- [50]吉峰. 孔庙传播与儒家文化符号的关联度[J]. 重庆: 重庆社会科学, 2016, (12): 95-100.
- [51]李金波, 聂辉华. 儒家孝道、经济增长与文明分岔[J]. 北京: 中国社会科学, 2011, (6): 41-55, 222.
- [52]阳镇, 陈劲, 凌鸿程. 地区关系文化、正式制度与企业二元创新[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2021, (5): 52-64.
- [53]王小鲁, 樊纲, 胡李鹏. 中国分省份市场化指数报告(2018)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2019.
- [54]温忠麟, 张雷, 侯杰泰, 刘红云. 中介效应检验程序及其应用[J]. 北京: 心理学报, 2004, (5): 614-620.

The Innovation Potential of Confucian Culture: Evidence from Chinese Family Firms

DOU Jun-sheng¹, HUANG Yang², YOU Xia-lei³

(1.School of Management, Zhejiang University, Zhejiang, Hangzhou, 310058, China;

2.School of Business, Jinling Institute of Technology, Jiangsu, Nanjing, 211169, China;

3.School of Management, Zhejiang University of Technology, Zhejiang, Hangzhou, 310014, China)

Abstract: Enterprises, serving as the building blocks of the national economy and the organizational cells of society, play a pivotal role not only as key participants and drivers in the construction of an innovative nation but also as important inheritors and promoters of Chinese traditional culture. To effectively promote and empower Chinese enterprises in actively embracing and practicing these dual critical missions, it is essential to thoroughly explore and elucidate the intricate connection between Chinese traditional culture and business innovation on both theoretical and practical fronts. Existing literature indicates that corporate culture is a significant factor influencing innovation, capable of igniting a company's innovative initiatives. However, the cultural fabric of any organization inherently mirrors the essence of the national cultural traditions in which it is rooted. Particularly for Chinese enterprises steeped in Confucian principles, the ethos of "preserving tradition alongside pursuing innovation" stands as a fundamental spiritual compass that propels forward-thinking initiatives. Hence, it is imperative to methodically scrutinize and assess the influence of Confucian culture on business innovation.

In response to this theoretical necessity, this paper endeavors to conduct an in-depth analysis and examination of the relationship between Confucian culture and business innovation within the context of Chinese family businesses. Through the validation of 7620 observational samples from listed companies on the A-share market in China, the findings reveal that Confucian culture significantly enhances the innovation input of family businesses. There exists a mutual substitution effect between formal systems and Confucian culture in promoting innovation input in family businesses. Foreign cultures tend to weaken the positive impact of Confucian culture on innovation input in family businesses. Moreover, the promoting effect of Confucian culture on innovation in family businesses is more pronounced in samples where the owning family has male offspring. Delving into the underlying mechanisms, the research identifies three pathways through which Confucian culture shapes innovation inputs in family businesses: restraining controlling families from pursuing restricted socioemotional wealth, promoting their pursuit of extended socioemotional wealth, and mitigating internal agency conflicts.

This research makes three main theoretical contributions to the literature: Firstly, while prior studies have predominantly examined the impact of formal institutions like intellectual property protection and innovation subsidies on corporate innovation, this paper shifts the focus towards the influence of informal institutional factors, specifically cultural traditions deeply ingrained in the evolution and progress of enterprises. By employing an informal institutional approach, this study investigates how Confucian culture shapes innovation within Chinese family businesses, thereby enhancing our comprehension of the drivers of corporate innovation. Secondly, while limited literature has explored the nexus between Confucian culture and corporate innovation, conflicting views exist within the academic sphere regarding whether Confucian values foster or hinder innovation. The existing studies often overlook the nuanced reasons behind these divergent conclusions, stemming from variations in corporate characteristics and contexts. This paper addresses this gap by situating family businesses as the research setting, examining how Confucian culture dynamically influences innovation decision-making in response to diverse internal and external contextual factors, thereby complementing prior research efforts. Thirdly, this paper establishes a localized theoretical framework for studying innovation in family businesses. By integrating the socioemotional wealth framework and agency theory with Chinese Confucian principles, this study delves into the unique mechanisms through which Confucian culture shapes corporate innovation behavior, thereby broadening the horizons of the socioemotional wealth framework and agency theory while enriching the theoretical underpinnings of family businesses within China's specific context.

Key Words: confucian culture; family firm; innovation; socioemotional wealth; agency theory

JEL Classification: M14, D21

DOI: 10.19616/j.cnki.bmj.2024.10.003

(责任编辑:李先军)