

管理学季刊

Quarterly Journal of Management

2024 年第 4 期

目 录

专题文章

拥抱消费

- 智能时代的数字经济新内涵 李天意 万智玺 吴 迅 (1)
- AI 在组织管理应用中的潜在缺陷：一个 ABCD 框架 苏孟玥 马 浩 (15)
- 人工智能在个体、组织与产业的多层面研究现状及未来展望 张佳敏 韩念辰 刘 原 (30)

研究文章

- 组织-员工参与供需匹配如何影响员工内部创业行为？人-环境匹配的
视角 郑文智 王 俊 瞿皎皎 (48)
- 业绩期望落差与民营企业国际化战略
——高管团队国际化注意力的中介作用 阎海峰 杨昕悦 吴 琼 徐嘉悦 (71)
- 家族涉入对企业社会责任影响的元分析研究
——基于社会情感财富的视角 彭 雪 廖美施 谢 俊 汪 林 (95)
- 2024 年总目录 (133)

Contents

Embrace the Consumption: New Contents of the Digital Economy in the Age of Intelligence	Tianyi Li Zhixi Wan Xun Wu (1)
The Dark Side of AI in Organizational Management: An ABCD Framework	Mengyue Su Hao Ma (15)
The Current Research Status and Future Prospects of Artificial Intelligence at the Individual, Organizational, and Industrial Levels	Jiamin Zhang Nianchen Han Yuan Liu (30)
How Does the Organization–Employee Participation Supply–Demand Match Affect Employee Intrapreneurial Behavior? —A Perspective from Person–Environment Fit	Wenzhi Zheng Jun Wang Jiaojiao Qu (48)
Performance Aspiration and Private Enterprise Internationalization Strategy —The Mediating Effect of TMT Attention to Internationalization	Haifeng Yan Xinyue Yang Qiong Wu Jiayue Xu (71)
A Meta–Analysis of the Relationship between Family Involvement and Corporate Social Responsibility: A Socioemotional Wealth Perspective	Xue Peng Meishi Liao Jun Xie Lin Wang (95)
Total Contents of Year 2024	(133)

家族涉入对企业社会责任影响的元分析研究

——基于社会情感财富的视角*

□ 彭 雪 廖美施 谢 俊 汪 林

领域编辑推荐语:

“家族企业作为民营经济的重要构成，其肩负的社会责任，是助力社会发展的关键力量。本文的价值在于明晰家族企业履行社会责任的内在逻辑，这有助于充分挖掘家族企业价值，进而有效推动经济社会持续向前发展。”

——贾明

摘 要：虽然家族涉入与企业社会责任的关系已成为学界日益关注的话题，但家族涉入对企业社会责任的影响尚未达成一致结论。本文从社会情感财富理论的视角构建了家族涉入影响企业社会责任（内部和外部企业社会责任）的理论框架。通过元分析国内外 208 篇涉及家族涉入、社会情感财富和企业社会责任间相互关系的文献，结果显示：①除了家族涉入通过传承意愿对内部企业社会责任的间接影响外，社会情感财富的各个维度（家族认同、情感依恋、社会纽带和传承意愿）在家族涉入与企业社会责任之间起间接作用；②企业生命周期调节了家族涉入通过社会纽带和传承意愿对内外部企业社会责任的间接影响，即相较于成长期和衰退期，当家族企业进入成熟期，家族涉入通过社会纽带和传承意愿对内外部企业社会责任的间接影响更显著。本文为中国民营企业如何有效管理家族涉入、提升企业社会责任提供了理论指引。

关键词：家族涉入；社会情感财富；企业社会责任；企业生命周期；元分析

一、引言

作为家和企业的混合体，家族企业广泛存在于全球各地区及各行业，对社会经济

* 本文得到国家自然科学基金项目“组织行为科学”（72425011）、国家自然科学基金项目“复杂情境下企业与人工智能共演成长特征及其理论发展”（72332009）、广东省哲学社会科学规划 2023 年度一般项目“机器人兴起对制造业产业工人工作表现的影响及改善机制研究”（GD23CGL19）的资助。

具有重要的影响（储小平，2000；Anderson & Reeb, 2003；Astrachan & Shanker, 2003）。家族涉入是指家族通过持有家族企业股权或参与家族企业治理等方式影响家族企业的程度（Chrisman et al., 2007；李新春等，2018），是家族企业区别于其他类型企业的重要特征（Chua et al., 1999；Miller & Breton-Miller, 2011）。家族涉入是否及如何影响家族企业管理决策这一议题长期受到国内外学者的广泛关注，其中家族涉入对企业社会责任的影响是重要议题之一（Berrone et al., 2010；Dou et al., 2014；陈凌和陈华丽，2014）。

然而，学者们针对家族涉入对企业社会责任的影响仍未取得一致的结论。一方面，学者们认为家族涉入能够促进企业社会责任，由于更高家族股权或更多家族管理者进入企业，将减少非家族管理者的机会主义行为（Anderson & Reeb, 2003），同时也将更积极地通过承担企业社会责任维护企业声誉（Le Breton - Miller & Miller, 2015）。另一方面，也有学者指出家族涉入可能不利于企业社会责任。这是因为家族涉入使中小股东更难对家族做出有效监督，为家族凭借自身影响从企业获利提供了可能，引发任人唯亲、攫取家族利益等行为（Morck & Yeung, 2003；Martin et al., 2017），影响企业对利益相关者权益的维护，进而不利于企业社会责任。

虽然以上研究为我们提供了启发性的结论，但仍存在以下两个重要议题需要进一步回应：一是学者们围绕家族涉入对企业社会责任的影响提出了不同的观点和实证证据，仍未得到一致的结论（Uhlaner et al., 2004；Block, 2010）；

二是以往研究难以有效测量并揭示家族涉入对企业社会责任影响的作用机制及边界条件（Morck & Yeung, 2003），使理论界和实务界对于家族涉入如何以及何时影响企业社会责任缺乏清晰的认识。为了进一步回应以上两个议题，本文将基于社会情感财富理论（Gómez-Mejía et al., 2007），尝试整合以往不一致的观点和实证证据，并进一步剖析家族涉入影响企业社会责任的作用机制及边界条件。从实践上看，我们的研究也可以帮助家族企业理解何时以及如何更为积极地采取措施积极承担企业社会责任，进而塑造良好的企业形象。

尽管学者已经基于社会情感财富理论探讨了家族涉入对管理决策的影响，但大多只是引用该理论作为假设推导的逻辑基础，较少直接测量并揭示社会情感财富不同维度在家族涉入与管理决策之间的间接效应（周立新，2011；陈志军和闵亦杰，2015；Abeysekera & Fernando, 2020），或是只研究了社会情感财富部分维度所带来的影响（如传承意愿）（朱丽娜等，2022），不利于我们综合考量家族涉入如何通过社会情感财富的不同维度影响管理决策。因此，本文将通过元分析的方法，进一步探究家族涉入如何通过社会情感财富的不同维度影响企业社会责任。社会情感财富理论认为，家族为满足其情感需求而从家族企业获得的非经济收益，是家族管理决策的重要出发点（Gómez-Mejía et al., 2007）。这些情感财富包括家族认同、社会纽带、情感依恋、代际传承等维度（Berrone et al., 2012）。从社会情感财富理论出发，通过区分社会情感财富的不同维度，能够整合以往不一致的观点和实证证据，从而厘清家族涉入

对企业社会责任的影响。一方面，家族涉入会激发社会情感财富的家族认同、社会纽带、情感依恋等维度，这些维度使家族努力维护家族声誉，强调情感禀赋和精神财富，关注员工、客户等利益相关者的福祉（Berrone et al., 2010），进而对企业社会责任产生积极影响；另一方面，家族涉入也会影响社会情感财富的传承意愿维度，这使家族关注对企业的控制和传承，容易让企业变得排他和保守，引发维护裙带关系、任人唯亲等消极行为（Kellermanns et al., 2012），导致家族不能有效维护其他利益相关者的权益，进而不利于企业社会责任。

此外，在企业生命周期的不同阶段，企业的财务状况、经营目标有所不同（Anthony & Ramesh, 1992；耿成轩和李南，2009），进而导致社会情感财富对企业社会责任产生影响的内在动力和外在压力有所不同。具体来说，成长期的家族企业利润水平和现金流不稳定，关注的焦点是生存和发展（Anthony & Ramesh, 1992；贺小刚等，2019），且此时企业规模较小，利益相关者的关注度低（Arena & Michelon, 2018），家族维护社会情感财富内在动力和外在

压力较小；成熟期的家族企业财务绩效逐渐稳定，维护企业声誉和传承精神遗产也成了家族关注的重要内容（Greve, 2008），且随着盈利能力改善，利益相关者的期待提高（Arena & Michelon, 2018），家族维护社会情感财富内在动力和外在压力增强；衰退期的家族企业市场份额和利润开始下滑、成长机会逐渐萎缩（胡明霞和干胜道，2018）。家族此时关注的重点是企业的生存，而且企业此时的财务资源有限，家族通过承担企业社会责任维护社会情感财富的内在动力不足。由此，我们认为企业生命周期在社会情感财富与企业社会责任间发挥着重要的调节作用。此外，由于企业与内外部利益相关者接触频率和利益相关程度有所不同，所以企业承担内部与外部企业社会责任的能力和意愿有所不同（邹洁和武常岐，2015）。因此，本文进一步把企业社会责任区分为内部和外部企业社会责任。概而论之，本文将基于社会情感财富理论探讨家族涉入影响企业社会责任（内部和外部企业社会责任）的作用机制（家族认同、社会纽带、情感依恋和传承意愿）和边界条件（企业生命周期），研究模型如图1所示。

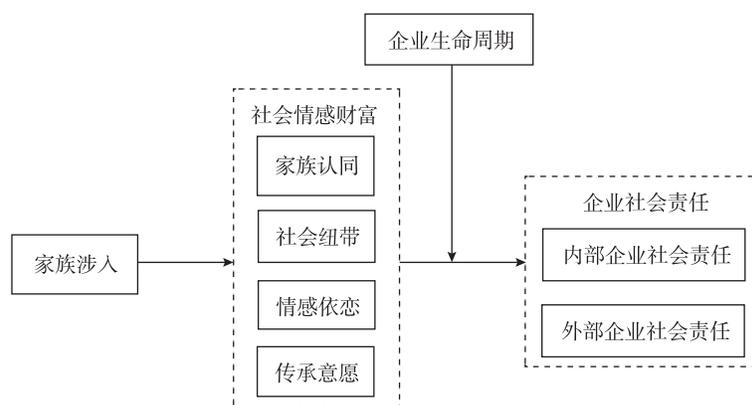


图1 研究模型

本文可能的贡献主要有以下几点：第一，基于社会情感财富理论，采用元分析的研究方法构建了家族涉入与企业社会责任的整体研究模型，完善了家族涉入后果影响研究的理论框架。通过详细区分社会情感财富的各个维度，本文明晰了家族涉入通过社会情感财富的不同维度对企业社会责任的影响，揭示了家族涉入对企业社会责任产生不同影响的内在机理。第二，基于社会情感财富理论，引入企业生命周期作为调节变量，进一步拓展了家族涉入影响企业社会责任的理论边界。本文尝试回答家族在社会情感财富的驱动下何时更愿意承担企业社会责任，以此明晰家族涉入通过社会情感财富影响企业社会责任的边界条件。第三，通过区分内部和外部企业社会责任，本文进一步丰富了家族涉入、社会情感财富和企业社会责任的相关研究文献。以往在探讨家族涉入对企业社会责任的影响时，较少区分内外部企业社会责任（Cabeza-García et al. , 2017; 陈志军和闵亦杰, 2015）。由于企业与内外部利益相关者接触频率和利益相关程度有所不同，家族的决策行为并不一样（邹洁和武常岐, 2015）。通过区分内部和外部企业社会责任，探讨家族涉入对不同企业社会责任的影响，将进一步揭示家族涉入为何对企业社会责任产生不同的影响。第四，本文通过元分析方法探讨家族涉入通过社会情感财富对企业社会责任的影响，全面梳理国内外家族企业社会责任的文献，定量整合已有实证研究的数据，并通过探索调节变量挖掘潜在的边界条件，从而厘清家族涉入与企业社会责任之间的关系，进而丰富了家族涉入后果影响的理论研究文献。

二、研究假设

（一）家族涉入与社会情感财富

社会情感财富是能够满足家族成员情感需要的非物质财富，是家族企业与其他企业组织形式的重要区别之一（Gómez-Mejía et al. , 2007; 窦军生等, 2014）。这些情感财富包括家族认同、社会纽带、情感依恋和代际传承等维度（Berrone et al. , 2012）。家族涉入对家族认同、社会纽带、情感依恋和代际传承等有直接影响。

第一，家族涉入能够提升家族认同。家族认同是指家族成员认可企业并愿意把自己视为企业中的一分子（Berrone et al. , 2012）。家族认同的形成有赖于家族企业满足家族成员两类基本需要：一类是自我分类的需要，即家族在多大程度上区分内群体和外群体，并将自己归属于内群体；另一类是自我提升的需要，即个体因属于该组织而感到自豪或得到认可（Tajfel & Turner, 2004）。随着家族涉入的提升，意味着家族持有更多股权或具备更强的参与管理的能力，对家族企业的影响力提升（Chua et al. , 1999）。一方面，家族成员将自身归类于家族这个内群体，身份意识被激活（Zellweger et al. , 2013），满足了自我分类的需要；另一方面，家族成员对于企业的管理决策和未来战略具有更强的影响力，能让家族感到自豪或得到他人认可（Gómez-Mejía et al. , 2007），满足了自我提升的需要。

第二，家族涉入使企业的社会纽带更加紧密。社会纽带是指家族通过与利益相关者交往

而形成的社会关系网络 (Berrone et al., 2012)。随着家族涉入的提升, 家族建立紧密社会纽带的的能力和意愿增强: 一方面, 家族影响企业管理决策的能力增强, 家族可以更加自主地决定如何与利益相关者交往 (Chua et al., 1999); 另一方面, 家族利益与企业利益更加紧密地联系 (Zellweger et al., 2013), 家族为了维护家族利益而建立紧密社会纽带的意愿随之增强。以往研究已经为两者间的关系提供了证据, 如 Berrone 等 (2010) 指出家族涉入越高, 家族企业会积极参加所在社区的日常活动, 同时加入当地运动队等各类组织, 进而与利益相关者形成紧密的社会纽带。

第三, 家族涉入增强家族成员间的情感依恋。情感依恋是指家族成员把家族视为满足归属、亲近等情感需要的载体, 并与其他家族成员建立紧密关系的倾向 (Berrone et al., 2012)。情感依恋的形成有赖于家族能否帮助家族成员定义自我, 并形成积极的自我概念 (Berrone et al., 2012)。家族涉入意味着家族持有更多股权以及更多家族管理者进入企业 (Chua et al., 1999), 这会让家族成员更强烈地意识到企业属于自己的家族, 有利于家族成员增强对家族的归属感, 并更加清晰地定义自我, 进一步增强情感依恋。更进一步地, 家族涉入强化了家族在企业中的权力, 更能为家族成员争取利益 (Chua et al., 1999), 家族成员因家族较强的争取利益的能力而形成的自我概念往往更加积极, 进而提升了家族成员的情感依恋。

第四, 家族涉入增强传承意愿。传承意愿是指家族通过维持公司业务从而实现家族财富代代相传的想法 (Berrone et al., 2012)。传承

意愿的形成有赖于家族在企业内影响企业管理决策的能力和意愿 (De Massis et al., 2014)。随着家族涉入的提升, 一方面家族逐渐有更多的自由裁量权, 获得更高的制定管理决策的权力 (Chua et al., 1999), 为家族实现代际传承提供了能力支持; 另一方面, 家族与企业更加紧密地联系在一起, 企业越发成为家族的经济来源和就业保障, 家族对企业的依赖增强 (Zellweger et al., 2013), 家族也将有较强的控制意愿和传承意愿, 从而维护家族的利益。基于以上论证, 本文提出假设:

假设 1a: 家族涉入与家族认同显著正相关。

假设 1b: 家族涉入与社会纽带显著正相关。

假设 1c: 家族涉入与情感依恋显著正相关。

假设 1d: 家族涉入与传承意愿显著正相关。

(二) 社会情感财富与企业社会责任

企业社会责任是指企业为改善利益相关者福祉而采取的一系列管理实践, 可以分为内部和外部企业社会责任 (陈志军和闵亦杰, 2015; Cabeza-García et al., 2017)。内部企业社会责任是指企业为改善员工福祉, 如增强员工人身安全、促进员工职业发展等而采取的管理实践 (Jia et al., 2019)。外部企业社会责任是指企业为维护当地社区、消费者等外部利益相关者的利益而采取的管理实践 (Jia et al., 2019)。已有较多学者指出社会情感财富会对企业管理决策产生重要影响 (Gómez-Mejía et al., 2007; 李新春等, 2020)。对此, 我们进一步认为社会情感财富的家族认同、社会纽带、情感依恋、代际传承等维度将会直接影响内部和外部企业社会责任。

第一, 家族认同促进企业社会责任。当家

族成员认同企业时,意味着家族成员把自己视为企业的一分子,这会让他们对企业形成归属感,并愿意积极维护企业利益(Berrone et al., 2012)。随着家族认同提升,家族更愿意维护企业形象,因为企业一旦受到公众谴责,将会严重伤害家族的情感禀赋(Zellweger et al., 2013)。所以,为了维护企业形象和企业利益,我们认为家族将会积极承担企业社会责任。此外,从接触频率和利益相关的紧密程度来看,相较于外部利益相关者,家族成员与员工的接触更加频繁,在家族认同的驱动下,家族更会积极改善员工福祉。不仅如此,通过改善员工的人身安全、职业发展等,将会让员工更加投入,进而直接改善企业效益并有利于维护家族利益。因此,相较于外部企业社会责任,我们认为家族认同对内部企业社会责任的正向影响更强。

第二,社会纽带能够促进企业社会责任。社会纽带描述了家族为了建立良好的社会关系网络而积极参与社会活动的程度(Berrone et al., 2012)。一方面,社会纽带具有亲密、团结等情感禀赋,在与利益相关者的频繁接触中容易溢出至其他人,使家族秉承利他主义的理念对待其他利益相关者(Chrisman et al., 2012, 2007)。另一方面,家族企业与外界的接触越频繁,越需要直接面对外界压力和利益相关者的诉求。因此,基于企业的内在动机或外在压力,社会纽带将对企业社会责任产生正向影响。此外,由于社会纽带更强调企业通过社会活动与外部利益相关者建立紧密联系(Berrone et al., 2012),所以,我们认为相较于内部企业社会责任,社会纽带对外部企业社会责任会产生更强

烈的正向影响。

第三,情感依恋将对企业社会责任产生积极影响。情感依恋的提升表明家族成员间归属、亲近等情感需要得到满足,并在家族内形成互惠价值观(Berrone et al., 2012)。而承担企业社会责任是将家族价值观付诸实践的重要方式(Cennamo et al., 2012)。为了维持家族成员间的互惠观念,增进福祉,家族会积极承担企业社会责任。已有较多研究指出家族成员间的归属、亲近等积极情感会从家族内部溢出至更广泛群体(Miller & Breton-Miller, 2005; Uhlaner, 2006),如 Miller 和 Breton-Miller (2005) 指出家族企业的归属感和亲近通常被非家族员工所分享,Uhlaner (2006) 发现与企业长期合作的供应商会被视为家族成员企业。此外,在家族成员间的积极情感溢出至更广泛群体的过程中,受空间距离和接触频率的影响,内部利益相关者(员工)是最为直接的受益者。因此,相较于外部企业社会责任,我们认为情感依恋对内部企业社会责任的影响更大。

第四,传承意愿越强,可能将抑制企业社会责任的履行。传承意愿说明家族希望将企业代代相传,使家族更加关注对企业的控制和传承,强调家族利益而变得排他和保守,容易引发维护裙带关系、任人唯亲等消极行为(Kellermanns et al., 2012),导致家族不能有效地维护利益相关者的权益,进而不利于企业社会责任。虽然承担企业社会责任能够在一定程度上为后代传承利他主义、服务社会等精神遗产(Cennamo et al., 2012),但这将耗费企业资源且短期内难以实现收益(Sprinkle & Maines, 2010),为家族企业的经营带来了潜在的风险,进而威胁家

族在企业中的优势地位,不利于家族对企业的控制和传承。因此,传承意愿可能不利于企业社会责任。此外,承担外部企业社会责任需耗费企业人力、物力,难以快速实现收益。而承担内部企业社会责任能够激励员工努力工作,进而改善企业财务效益,有利于家族的控制和传承。所以,相较于内部企业社会责任,我们认为传承意愿对外部企业社会责任的负向影响更强。基于以上论述,本文提出假设:

假设 2a: 家族认同与内部和外部企业社会责任显著正相关。相较于外部企业社会责任,家族认同对内部企业社会责任的影响更强。

假设 2b: 社会纽带与内部和外部企业社会责任显著正相关。相较于内部企业社会责任,社会纽带对外部企业社会责任的影响更强。

假设 2c: 情感依恋与内部和外部企业社会责任显著正相关。相较于外部企业社会责任,情感依恋对内部企业社会责任的影响更强。

假设 2d: 传承意愿与内部和外部企业社会责任显著负相关。相较于内部企业社会责任,传承意愿对外部企业社会责任的影响更强。

如假设 1a、假设 1b、假设 1c、假设 1d 指出,家族涉入将会对社会情感财富的各个维度产生正向影响。而假设 2a、假设 2b、假设 2c、假设 2d 进一步指出社会情感财富的各个维度将会影响内部和外部企业社会责任。综合来看,我们认为家族涉入会通过影响社会情感财富的各个维度间接影响企业社会责任。具体来说,家族涉入通过影响家族认同、情感依恋、社会纽带等维度,既使家族拥有维护互惠理念、利他主义、服务社会等情感禀赋的内在动力 (Arregle et al., 2007; Cennamo et al., 2012), 也使

家族面临为寻求企业发展而满足利益相关者诉求的外在压力 (Cennamo et al., 2012; 张敏等, 2013), 进而促使家族企业积极承担企业社会责任。此外,家族涉入也会影响社会情感财富传承意愿的维度,使家族关注对企业的控制和传承,强调维护自身利益,变得排他而保守 (Kellermanns et al., 2012), 进而影响不利于企业社会责任。基于以上论述,本文提出假设:

假设 3a: 家族涉入通过家族认同间接影响了内部和外部企业社会责任。相较于外部企业社会责任,家族涉入通过家族认同对内部企业社会责任的影响更强。

假设 3b: 家族涉入通过社会纽带间接影响了内部和外部企业社会责任。相较于内部企业社会责任,家族涉入通过社会纽带对外部企业社会责任的影响更强。

假设 3c: 家族涉入通过情感依恋间接影响了内部和外部企业社会责任。相较于外部企业社会责任,家族涉入通过情感依恋对内部企业社会责任的影响更强。

假设 3d: 家族涉入通过传承意愿间接影响了内部和外部企业社会责任。相较于内部企业社会责任,家族涉入通过传承意愿对外部企业社会责任的影响更强。

(三) 企业生命周期的调节作用

企业生命周期的视角指出,企业会经历成长期、成熟期、衰退期等发展阶段,在不同发展阶段的经营状况和目标有所差异 (Anthony & Ramesh, 1992; 耿成轩和李南, 2009)。具体来说,处于成长期的企业利润水平和现金流尚不稳定,关注的焦点是生存和发展;处于成熟期的企业利润水平提升且更加稳定,积累了丰富

的现金流,获得了一定的竞争优势;处于衰退期的企业市场份额和利润开始下滑,成长机会逐步萎缩(耿成轩和李南,2009;胡明霞和干胜道,2018)。基于企业生命周期的视角,结合家族企业在不同发展阶段经营状况的差异,我们认为在企业生命周期的不同阶段,家族的内在动力和外在压力存在差异,导致社会情感财富对企业社会责任的影响有所不同。

首先,成长期的家族企业各方面的财务指标仍不稳定,追求生存与发展是企业的首要目标(耿成轩和李南,2009)。社会情感财富的家族认同和情感依恋维度强调家族有努力维护互惠理念、利他主义等情感禀赋的动机,而维护情感禀赋作为精神层面的追求,在成长期往往被视为次要目标(胡明霞和干胜道,2018)。同时,社会情感财富的社会纽带维度强调家族为了保持紧密的社会联系,面临着满足利益相关者诉求的外在压力(Cennamo et al., 2012)。但是成长期的企业规模较小,不同利益相关者对企业的关注度和期望度也较低(Arena & Michelon, 2018)。此外,由于企业此时关注的焦点是生存和发展,社会情感财富的传承维度在企业的成长期并不是企业关注的重点。因此,当家族企业处于成长期,社会情感财富的不同维度对企业社会责任的影响较小。

其次,成熟期的家族企业产品市场趋于稳定,利润和现金流等财务指标逐渐达到预期(Anthony & Ramesh, 1992),在此基础上,家族会有较强的内部动力维护情感禀赋(Greve, 2008),从而满足情感需求,进而增强家族认同和情感依恋对企业社会责任的影响。同时,企业的能力和市場显性度提升,提高了利益相关

者的关注和期待(Arena & Michelon, 2018),意味着企业需要面对更多的外在压力,进而使社会纽带对企业社会责任的影响增强。此外,成熟期的家族企业具有更强的经济能力承担企业社会责任从而维护社会声誉,进而有利于企业的控制和传承。因此,当企业处于成熟期,社会情感财富对企业社会责任的影响更大。

最后,衰退期的家族企业成长机会慢慢萎缩,财务绩效逐渐低于预期(胡明霞和干胜道, 2018),企业聚焦于逆转财务颓势,维护互惠理念、利他主义等情感禀赋的内在动机降低,进而削弱了社会情感财富的家族认同、情感依恋维度对企业社会责任的影响。而且,当企业进入衰退期,社会情感财富的社会纽带维度所指出的通过满足利益相关者需求,进而维护紧密社会联系的外在压力下降。此外,在社会情感财富的传承意愿的影响下,家族在衰退期更加关注家族自身的利益,不利于企业为维护其他利益相关者利益而积极承担企业社会责任。因此,当企业处于衰退期,社会情感财富对企业社会责任的正向影响减小。

综上所述,我们认为相较于成长期和衰退期,社会情感财富对企业社会责任的影响在成熟期更强。同时,基于本文假设1a、假设1b、假设1c、假设1d的内容,即家族涉入对社会情感财富的各个维度产生正向影响,我们进一步认为,当企业处于不同的生命周期,家族涉入通过社会情感财富对企业社会责任的间接影响存在差异。基于以上论述,本文提出假设:

假设4: 企业生命周期调节了家族涉入通过

社会情感财富（家族认同、社会纽带、情感依恋和传承意愿）对内部和外部企业社会责任（内部和外部企业社会责任）的间接影响，即相较于成长期和衰退期，家族涉入通过社会情感财富（家族认同、社会纽带、情感依恋、传承意愿）对企业社会责任（内部和外部企业社会责任）的间接影响在成熟期更强。

三、研究方法

（一）文献检索、筛选与编码

根据元分析的研究范式（Schmidt & Hunter, 2015），我们通过文献检索、筛选与编码逐步开展研究。首先，我们通过以下步骤检索文献：第一步，形成检索关键词。我们通过阅读已有与家族涉入、社会情感财富、企业社会责任相关的综述或元分析文献（Berrone et al., 2012; Canavati, 2018），从而确定下一步检索数据库的关键词。第二步，通过数据库检索文献。我们在 Google Scholar、Web of Science、ProQuest Dissertations & Theses Database 搜索了英文文献。其中，家族涉入的检索词为：family involvement、family control、family ownership、family management、family business、family firm；社会情感财富的检索词为：socioemotional wealth、family identification、family social capital、family value、succession；企业社会责任有关的关键词为：corporate social responsibility（CSR）、corpo-

rate social practices（CSP）、corporate social actions、environmental social governance（ESG）、sustainability、stakeholder relationships、environmental management、social performance、environmental performance、philanthropy、donation。在检索文献时设定至少两类变量同时出现在一个研究中。同时，使用同样的方法在中国知网（CNKI）搜索中文文献。其中，家族涉入的检索词为：家族涉入、家族控制、家族所有权、家族企业、家族 CEO、家族高管、家族管理；社会情感财富的检索词为：社会情感财富、家族认同、家族社会资本、家族价值观、传承意愿；企业社会责任的检索词为：企业社会责任、ESG、利益相关者关系、环境保护、捐赠、环境投资、绿色创新、税收激励、税收规避、员工福利。检索范围包括各类期刊论文、硕博士论文、会议论文。第三步，我们根据上述关键词重点检索了 18 本^①经常发表与家族企业相关论文的外文期刊，以及国家自然科学基金委员会管理科学部认定如《管理世界》《管理科学学报》等 30 本重要期刊。第四步，针对第一步所找到的综述或元分析文献（Berrone et al., 2012; Canavati, 2018），我们从这些文献的参考文献筛选合适的论文，也通过 Google Scholar 筛选引用了该篇文献的论文。检索时间截至 2021 年 7 月 31 日。

接下来，为保证元分析的有效性，我们遵照以下原则筛选文献：第一，必须同时包含家

^① 18 本期刊分别为：Academy of Management Journal、Administrative Science Quarterly、Organization Science、Strategic Management Journal、Journal of Management Studies、Asia Pacific Journal of Management、Corporate Governance: An International Review、Entrepreneurship Theory and Practice、Family Business Review、Global Strategy Journal、International Business Review、Journal of Business Venturing、Journal of Family Business Strategy、Journal of Family Business Management、Journal of International Business Studies、Journal of Management、Journal of World Business、Small Business Economics.

族涉入、社会情感财富和企业社会责任三类变量中的任意两类变量中的任一维度；第二，只保留实证研究；第三，必须报告样本量和相关系数或其他可转化为相关系数的指标；第四，

学位论文修改后发表的，以发表后的数据为准。最终，我们收集到的有效文献总数为 208 篇^①，涉及 459 个效应值，总样本量为 262704。文献检索、筛选与纳入流程如图 2 所示。

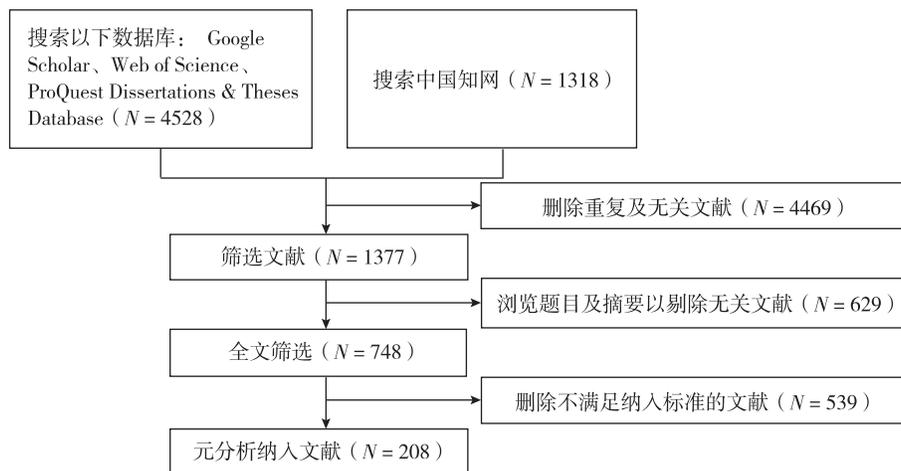


图 2 文献检索、筛选与纳入流程

最后，如本文附录所示，我们对从文献中获取的原始变量进行了分类汇总。第一，家族所有权涉入、家族管理权涉入、家族治理权涉入是家族涉入的重要维度（李新春等，2020），所以我们通过家族持有股份的比例反映家族所有权涉入、家族在高管团队中的任职比例反映家族管理权涉入、家族在董事会的任职比例反映家族治理权涉入。第二，在社会情感财富的四个维度中：针对“家族认同”，我们纳入了能够体现家族成员对家族或企业情感的变量，如 Identification、家族认同等；针对“社会纽带”，我们纳入了能够体现家族成员与政府机构、合作伙伴等联系紧密程度的变量，如 binding social ties、社会资本等；针对“情感依恋”，我们纳

入了能够体现家族成员之间的情感变量，如 emotional attachment、Internal social capital、家族团结和谐等；针对“传承意愿”，我们纳入了能够体现家族成员愿意把家族企业传承给下一代的变量，如 renewal of family bonds、传承意愿等。第三，企业社会责任包含了内部企业社会责任和外部企业社会责任：关于内部企业社会责任，我们纳入了能够体现家族企业为促进内部利益相关者的福利所采取的举措的变量，如 internal CSR、labor protection、员工福利等；关于外部企业社会责任，我们纳入了能够体现家族企业为促进外部利益相关者的福利所采取的举措的变量，如 external CSR、donation、绿色创新等。此外，参考以往研究（Arena &

^① 限于篇幅，未完整列出，作者备案。

Michelon, 2018; La Rocca et al., 2011), 本文通过企业年龄刻画企业生命周期。具体来说, 我们对样本中企业平均年龄进行三等分, 前 1/3 (企业平均年龄 = [1.54, 14.86]) 对应企业处于成长期, 中间 1/3 (企业平均年龄 = [14.88, 29.46]) 对应企业处于成熟期, 后 1/3 (企业平均年龄 = [30, 70.11]) 对应企业处于衰退期。值得说明的是, 一位组织管理方向的教授和两位博士生针对有争议的变量进行了充分讨论, 从而决定应该归入哪一类变量的范畴。

(二) 元分析程序

第一, 参考以往学者的做法 (如李超平等, 2023), 我们通过 Q 、 I^2 、 Tau 、 Tau^2 、 p 值等指标进行了异质性检验; 同时参考以往元分析的做法 (如张亚利等, 2022), 我们通过 Egger's 回归系数检验 (Egger et al., 1997) 进行了发表偏态检验。第二, 我们采用 Hunter-Schmidt 元分析方法 (Schmidt & Hunter, 2015) 检验了直接效应。我们报告了独立样本效应值 k 、累计样本数 n 、样本平均加权效应值 \bar{r} , 和经过信度修正的样本加权平均效应值 $\bar{\rho}^{\text{①}}$ 及其标准差 SD 、95% 的置信区间 (Confidence interval, 95% CI) 和 80% 的可信区间 (Credibility interval, 80% CV)、统计误差 (抽样误差和测量误差) 解释的相关系数变异的百分比 (% Var)。其中, 95% CI 提供了对目标变量间关系的估计, 如果 95% CI 不包含 0, 说明目标变量之间显著相关 (Schmidt & Hunter, 2015)。第三, 我们采用元

分析的结构方程模型 (Meta-Analytic Structural Equation Modeling, MASEM) (Viswesvaran & Ones, 1995), 使用 Mplus 8.4 软件 (Muthén & Muthén, 2017) 进行了路径分析。基于路径分析的结果, 参考以往研究的做法 (Preacher & Hayes, 2008), 通过计算路径系数的乘积, 检验家族涉入通过社会情感财富的各个维度影响内外部企业社会责任的间接效应 (见表 4)。同时, 根据 Selig 和 Preacher (2008) 的建议, 使用了蒙特卡罗模拟方法重复抽样 20000 次, 来估计间接效应的 95% CI。通过 95% CI 是否包含 0 进而估计社会情感财富各维度的间接效应。第四, 我们采用分组法进一步检验了调节效应 (Schmidt & Hunter, 2015)。依据企业年龄将样本分成三个小组, 我们通过 Z 检验分析了处于成熟期的小组与处于成长期及衰退期两个小组修正后的相关系数的差异, 进而判断企业生命周期是否具有调节效应。

四、研究结果

(一) 异质性检验

本文采用异质性检验分析效应量异质性的 大小, 进而确定应基于固定效应模型还是随机效应模型进行元分析。如表 1 所示, Q 统计量均达到显著水平 ($p < 0.001$), 且 I^2 均在 75% 以上, 表明家族涉入与各变量间的效应值都存在较高的异质性 (Huedo-Medina et al., 2006)。因此, 本文采用随机效应模型进行元分析。

① 我们通过 Cronbach's α 系数修正了测量误差。参考 Knight 和 Eisenkraft (2015), 对未提供 Cronbach's α 系数的研究, 采用该类型变量的 Cronbach's α 系数的均值; 针对客观变量, 设定该类型变量的 Cronbach's α 系数为 1。

表 1 异质性检验

变量	Q	$df(Q)$	I^2	Tau	Tau^2
社会情感财富					
家族认同	973.68**	54	94.45	0.15	0.02
社会纽带	255.56**	30	84.79	0.06	0.00
情感依恋	163.32**	26	84.04	0.14	0.02
传承意愿	1396.27**	45	96.78	0.16	0.02
企业社会责任					
内部责任	435.45**	39	91.04	0.08	0.01
外部责任	687.03**	59	91.41	0.08	0.01

注：** $p < 0.01$ ， Q 表示检验异质性程度的统计量， $df(Q)$ 表示自由度， I^2 表示异质性部分在效应量总变异中所占的比例， Tau^2 表示研究间变异中可用于计算权重的比例。

(二) 发表偏态检验与直接效应分析

发表偏态是指由于在统计上结果显著的研究更容易发表，而造成的效应值出现偏差的现象 (Rothstein et al., 2005)。由表 2 可知，各组关系的 Egger's 回归系数的 p 值都不显著 ($p > 0.05$)，说明本文研究中不存在严重的发表偏态问题 (Egger et al., 1997)。直接效应分析的结

果如表 2 所示，家族涉入与其他变量的加权平均效应值 $\bar{\rho}$ 的 95% CI 均不包含 0，表明家族涉入与社会情感财富的家族认同、社会纽带、情感依恋和传承意愿等维度显著正相关。直接效应分析的结果与研究假设方向一致，为后续分析奠定了基础。

表 2 发表偏态检验与直接效应分析

变量	k	n	\bar{r}	SDr	$\bar{\rho}$	$SD\rho$	95% CI	80% CV	% Var	Egger 检验	
										截距	p
社会情感财富											
家族认同	55	49508	0.18	0.12	0.20	0.15	[0.16, 0.23]	[0.01, 0.38]	6.02%	-0.22	0.79
社会纽带	31	44873	0.03	0.06	0.03	0.07	[0.01, 0.05]	[-0.05, 0.11]	15.82%	0.49	0.59
情感依恋	27	7324	0.16	0.13	0.18	0.17	[0.11, 0.24]	[-0.02, 0.38]	15.61%	-2.50	0.12
传承意愿	46	63512	0.16	0.13	0.16	0.14	[0.12, 0.20]	[-0.01, 0.34]	3.75%	0.60	0.64
企业社会责任											
内部责任	40	98037	0.03	0.06	0.03	0.03	[0.01, 0.05]	[-0.06, 0.11]	9.27%	-0.88	0.22
外部责任	60	92769	0.04	0.08	0.03	0.08	[0.01, 0.06]	[-0.07, 0.14]	8.95%	0.04	0.97

注： k 表示效应值的独立样本数； n 表示所有研究中的累计样本数； \bar{r} 表示样本加权平均效应值； SDr 表示 \bar{r} 的标准差； $\bar{\rho}$ 表示经过信度修正的样本加权平均效应值； $SD\rho$ 表示 $\bar{\rho}$ 的标准差；95% CI 表示 $\bar{\rho}$ 的 95% 的置信区间；80% CV 表示 $\bar{\rho}$ 的 80% 的可信区间；% Var 表示统计误差（即抽样误差和测量误差）解释的相关系数变异的百分比。

(三) 相关性分析与中介效应检验

首先，相关性分析的结果如表 3 所示，除

了社会纽带和内部企业社会责任外，其他两两变量之间的加权平均效应值的 95% CI 均不含

0。相关性分析的结果说明模型内的变量总体是 了基础。
两两显著相关的，这为接下来的路径分析奠定

表 3 变量的相关矩阵

变量	1	2	3	4	5	6
1. 家族涉入						
2. 家族认同						
$(\bar{r}, \bar{\rho})$	(0.18, 0.20)					
(k, n)	(55, 49508)					
95% CI	[0.16, 0.23]					
80% CV	[0.01, 0.38]					
3. 社会纽带						
(k, n)	(0.03, 0.03)	(0.25, 0.26)				
(k, n)	(31, 44873)	(11, 3284)				
95% CI	[0.01, 0.05]	[0.15, 0.34]				
80% CV	[-0.05, 0.11]	[-0.02, 0.53]				
4. 情感依恋						
$(\bar{r}, \bar{\rho})$	(0.16, 0.18)	(0.26, 0.30)	(0.20, 0.23)			
(k, n)	(27, 7324)	(14, 6139)	(10, 3377)			
95% CI	[0.11, 0.24]	[0.22, 0.39]	[0.09, 0.36]			
80% CV	[-0.02, 0.38]	[0.11, 0.50]	[-0.05, 0.50]			
5. 传承意愿						
$(\bar{r}, \bar{\rho})$	(0.16, 0.16)	(0.33, 0.34)	(0.11, 0.10)	(0.35, 0.41)		
(k, n)	(46, 63512)	(25, 48369)	(17, 11638)	(16, 3958)		
95% CI	[0.12, 0.20]	[0.27, 0.42]	[0.05, 0.16]	[0.32, 0.51]		
80% CV	[-0.01, 0.34]	[0.09, 0.60]	[-0.03, 0.24]	[0.17, 0.65]		
6. 内部责任						
$(\bar{r}, \bar{\rho})$	(0.03, 0.03)	(0.26, 0.33)	(-0.01, -0.01)	(0.29, 0.32)	(0.17, 0.18)	
(k, n)	(40, 98037)	(13, 6605)	(9, 8218)	(9, 2764)	(13, 7097)	
95% CI	[0.01, 0.05]	[0.22, 0.43]	[-0.13, 0.10]	[0.21, 0.43]	[0.08, 0.27]	
80% CV	[-0.06, 0.11]	[0.09, 0.57]	[-0.24, 0.21]	[0.11, 0.53]	[-0.04, 0.39]	
7. 外部责任						
$(\bar{r}, \bar{\rho})$	(0.04, 0.03)	(0.22, 0.23)	(0.14, 0.14)	(0.26, 0.28)	(0.12, 0.12)	(0.49, 0.49)
(k, n)	(60, 92769)	(13, 11771)	(14, 36731)	(4, 1212)	(13, 22463)	(19, 19502)
95% CI	[0.01, 0.06]	[0.10, 0.35]	[0.10, 0.18]	[0.22, 0.35]	[0.08, 0.17]	[0.35, 0.64]
80% CV	[-0.07, 0.14]	[-0.07, 0.52]	[0.05, 0.24]	[0.23, 0.33]	[0.01, 0.23]	[0.08, 0.91]

注： k 表示效应值的独立样本数； n 表示所有研究中的累计样本数； \bar{r} 表示样本加权平均效应值； $\bar{\rho}$ 表示经过信度修正的样本加权平均效应值；95% CI 表示 $\bar{\rho}$ 的 95% 的置信区间；80% CV 表示 $\bar{\rho}$ 的 80% 的可信区间。

在相关矩阵基础上，采用 MASEM 方法 (Viswesvaran & Ones, 1995) 对研究假设进行检

验。路径分析的结果如图 3 所示：家族涉入与家族认同显著正相关 ($\beta=0.20, p<0.01$)，与社会纽带的关系不显著 ($\beta=0.03, p<0.05$)，与情感依恋显著正相关 ($\beta=0.18, p<0.01$)，与传承意愿显著正相关 ($\beta=0.16, p<0.01$)，假设 1a、假设 1b、假设 1c、假设 1d 均得到支持。此外，家族认同与内部企业社会责任显著正相关 ($\beta=0.30, p<0.01$)，与外部企业社会责任显著正相关 ($\beta=0.16, p<0.01$)，两者差异显著 ($\beta=0.15, p<0.01$)；社会纽带与内部企业社会责任显著负相关 ($\beta=-0.15, p<0.01$)，与外部企业社会责任的关系不显著 ($\beta=-0.02, p=0.41$)；情感依恋与内部企业社会责任显著正相关 ($\beta=0.28, p<0.01$)，与外部企业社会责任显著正相关 ($\beta=0.24, p<0.01$)，两者差异显著 ($\beta=0.04, p<0.01$)；传承意愿与内部企业社会责任的关系不显著 ($\beta=-0.02, p=0.16$)，与外部企业社会责任的关系不显著 ($\beta=-0.03, p=0.41$)。综合来看，假设 2a、假设 2c 得到支持，假设 2b、假设 2d 得到部分支持。

0.01)，与外部企业社会责任显著正相关 ($\beta=0.05, p<0.01$)，两者差异显著 ($\beta=-0.20, p<0.01$)；情感依恋与内部企业社会责任显著正相关 ($\beta=0.28, p<0.01$)，与外部企业社会责任显著正相关 ($\beta=0.24, p<0.01$)，两者差异显著 ($\beta=0.04, p<0.01$)；传承意愿与内部企业社会责任的关系不显著 ($\beta=-0.02, p=0.16$)，与外部企业社会责任的关系不显著 ($\beta=-0.03, p<0.05$)，两者差异不显著 ($\beta=0.01, p=0.41$)。综合来看，假设 2a、假设 2c 得到支持，假设 2b、假设 2d 得到部分支持。

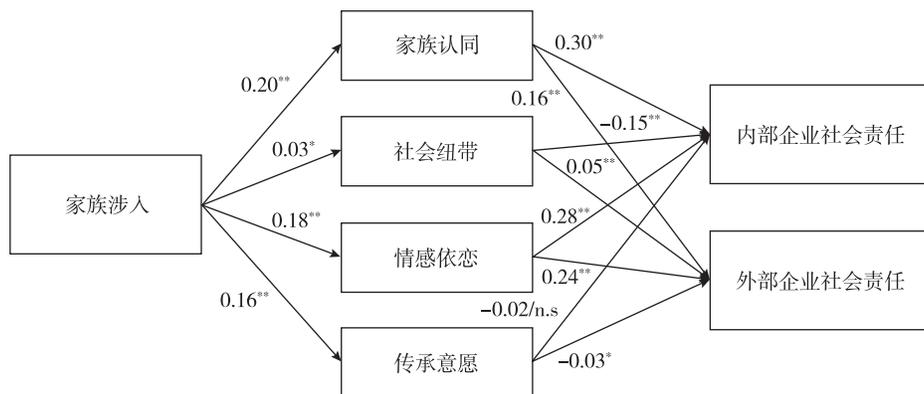


图 3 路径分析结果

注：** $p<0.01$ ，* $p<0.05$ ，n.s.=不显著。

基于路径分析的结果，参考以往研究的做法 (Preacher & Hayes, 2008)，通过计算路径系数的乘积，检验家族涉入通过社会情感财富的各个维度影响内外部企业社会责任的间接效应 (见表 4)。同时，根据 Selig 和 Preacher (2008) 的建议，使用了蒙特卡罗模拟方法重复抽样 20000 次，来估计间接效应的 95% CI。我们通过蒙特卡罗模拟生成了 20000 次模拟的样本，进而估计社会情感财富各个维度的间接效应是

否显著。结果发现，家族涉入通过家族认同对内部和外部企业社会责任产生正向影响，间接效应分别为 0.06、0.03，95% CI 分别为 [0.05, 0.07]、[0.02, 0.04]，不包含 0，而且家族涉入通过家族认同对内部和外部企业社会责任影响的差异显著，估计值为 0.03，95% CI 为 [0.02, 0.04]，假设 3a 得到支持；家族涉入通过社会纽带对内部企业社会责任产生负向影响，间接效应为 -0.01，95% CI 为 [-0.01,

-0.001], 不包含 0, 而家族涉入通过社会纽带对外部企业社会责任产生正向影响, 间接效应为 0.002, 95% CI 为 [0.00, 0.003], 不包含 0, 同时家族涉入通过社会纽带对内部和外部企业社会责任影响的差异显著, 估计值为 -0.01, 95% CI 为 [-0.01, -0.001], 不包含 0, 假设 3b 得到部分支持; 家族涉入通过情感依恋对内部与外部企业社会责任产生正向影响, 间接效应分别为 0.05、0.04, 95% CI 分别为 [0.04, 0.06]、[0.04, 0.05], 不包含 0, 而且家族涉入通过情感依恋对内部和外部企业社会责任影

响的差异显著, 估计值为 0.01, 95% CI 为 [0.002, 0.01], 不包含 0, 假设 3c 得到支持; 家族涉入通过传承意愿对外部企业社会责任产生负向影响, 间接效应为 0.06, 95% CI 为 [0.05, 0.07], 不包含 0, 同时家族涉入通过传承意愿对内部企业社会责任的影响不显著, 间接效应为 -0.003, 95% CI 为 [-0.01, 0.001], 包含 0, 同时家族涉入通过传承意愿对内部和外部企业社会责任影响的差异不显著, 估计值为 0.002, 95% CI 为 [-0.003, 0.01], 包含 0, 假设 3d 得到部分支持。

表 4 间接效应检验

间接效应及路径关系	估计值	95% CI
家族认同的间接效应		
家族涉入→家族认同→内部责任	0.06 *	[0.05, 0.07]
家族涉入→家族认同→外部责任	0.03 *	[0.02, 0.04]
承担内外部企业社会责任的差异	0.03 *	[0.02, 0.04]
社会纽带的间接效应		
家族涉入→社会纽带→内部责任	-0.01 *	[-0.01, -0.001]
家族涉入→社会纽带→外部责任	0.002 *	[0.00, 0.003]
承担内外部企业社会责任的差异	-0.01 *	[-0.01, -0.001]
情感依恋的间接效应		
家族涉入→情感依恋→内部责任	0.05 *	[0.04, 0.06]
家族涉入→情感依恋→外部责任	0.04 *	[0.04, 0.05]
承担内外部企业社会责任的差异	0.01 *	[0.002, 0.01]
传承意愿的间接效应		
家族涉入→传承意愿→内部责任	-0.003	[-0.01, 0.001]
家族涉入→传承意愿→外部责任	-0.005 *	[-0.01, -0.001]
承担内外部企业社会责任的差异	0.002	[-0.003, 0.01]

注: 95% CI=95%置信区间。* 显著性是基于 20000 次蒙特卡洛重复抽样的 95% CI, * $p < 0.05$ 。

与本文的研究假设不一致, 本文发现家族涉入通过社会纽带会对内部企业社会责任产生负向影响。社会纽带是指家族通过与利益相关

者的接触与交流而形成的紧密社会关系网络 (Berrone et al., 2012), 更多强调与外部利益相关者的联系, 使家族无法对内部利益相关者保

持足够的关注,进而导致家族涉入通过社会纽带对内部企业社会责任产生负向影响。同时,家族涉入通过传承意愿对内部企业社会责任的影响不显著,且对外部企业社会责任影响的效应值偏小,这也使家族涉入通过传承意愿对内部和外部企业社会责任影响的差异不显著。究其原因,传承意愿分为一代的交班意愿和二代的接班意愿,而二代的接班意愿才能有效捕捉到传承意愿的内涵(陈凌和陈华丽,2014)。但目前文献中探讨传承意愿的影响时,大多聚焦于家族的交班意愿,对接班意愿关注较少(Gimenez-Jimenez et al., 2021),传承意愿的内涵和测量的准确性有待进一步明晰。

(四) 调节效应检验

在探讨间接效应的基础上,我们通过分组法进一步检验了调节效应(Schmidt & Hunter, 2015),即通过Z检验分析了处于成熟期的小组与处于成长期及衰退期两个小组修正后的相关系数的差异。首先,我们检验了企业生命周期

在家族涉入与企业社会责任关系中的调节效应,结果发现调节效应不显著($z=1.50, p=0.13$)。其次,我们进一步检验了企业生命周期在社会情感财富各个维度与企业社会责任关系中的调节效应。结果显示,处于成熟期的社会纽带对企业社会责任的影响显著高于处于成长期和衰退期($z=2.74, p<0.01$),处于成熟期的传承意愿对企业社会责任的影响显著高于处于成长期和衰退期($z=3.01, p<0.01$)。企业生命周期在家族认同对企业社会责任的影响的调节效应不显著($z=1.06, p=0.29$),在情感依恋对企业社会责任影响的调节效应也不显著($z=0.02, p<0.98$),具体结果如表5所示。鉴于路径分析的结果已经显示家族涉入能够对社会纽带、传承意愿产生正向影响。由此,我们认为企业生命周期能够调节家族涉入通过社会情感财富(社会纽带和传承意愿)对企业社会责任的间接影响。总体来看,假设4得到部分支持。

表5 调节效应检验

变量	<i>k</i>	<i>n</i>	\bar{r}	<i>SDr</i>	$\bar{\rho}$	<i>SDρ</i>	95% CI	80% CV	% Var	<i>z</i>	<i>p</i>
家族涉入→内外部企业社会责任											
成熟期	21	10447	0.06	0.11	0.06	0.12	[0.01, 0.11]	[-0.08, 0.20]	14.66%	1.50	0.13
成长期与衰退期	42	111513	0.02	0.07	0.02	0.07	[0.00, 0.05]	[-0.06, 0.11]	7.43%		
家族认同→内外部企业社会责任											
成熟期	8	3034	0.22	0.19	0.23	0.22	[0.08, 0.38]	[-0.04, 0.49]	6.01%	1.06	0.29
成长期与衰退期	18	15342	0.24	0.21	0.26	0.23	[0.15, 0.37]	[-0.03, 0.55]	2.34%		
社会纽带→内外部企业社会责任											
成熟期	8	3811	0.21	0.06	0.21	0.08	[0.15, 0.27]	[0.12, 0.30]	29.21%	2.74	<0.01
成长期与衰退期	15	41138	0.11	0.11	0.11	0.12	[0.05, 0.17]	[-0.04, 0.25]	2.61%		
情感依恋→内外部企业社会责任											
成熟期	5	1525	0.29	0.09	0.31	0.11	[0.22, 0.40]	[0.19, 0.43]	27.24%	0.02	0.98
成长期与衰退期	8	2451	0.28	0.13	0.31	0.16	[0.20, 0.42]	[0.12, 0.50]	13.24%		

续表

变量	k	n	\bar{r}	SD_r	$\bar{\rho}$	SD_{ρ}	95% CI	80% CV	% Var	z	p
传承意愿→内外部企业社会责任											
成熟期	7	2120	0.31	0.16	0.34	0.17	[0.21, 0.46]	[0.13, 0.55]	10.67%	3.07	<0.01
成长期与衰退期	19	27440	0.12	0.09	0.12	0.06	[0.08, 0.16]	[0.00, 0.24]	7.86%		

注： k 表示效应值的独立样本数； n 表示所有研究中的累计样本数； \bar{r} 表示样本加权平均效应值； SD_r 表示的 \bar{r} 标准差； $\bar{\rho}$ 表示经过信度修正的样本加权平均效应值； SD_{ρ} 表示 $\bar{\rho}$ 的标准差；95% CI表示 $\bar{\rho}$ 的95%的置信区间；80% CV表示 $\bar{\rho}$ 的80%的可信区间； z 代表组间的差异。

五、结论与讨论

（一）研究结论

本文基于社会情感财富理论，通过元分析方法收集和整理了已有关于家族涉入对企业社会责任影响的实证研究，进而探讨了家族涉入通过社会情感财富对企业社会责任的影响。本文发现除了传承意愿在家族涉入与企业内部社会责任的间接效应不显著，家族涉入通过社会情感财富的各个维度对企业社会责任产生间接影响。此外，企业生命周期能够调节家族涉入通过社会情感财富对企业社会责任的影响。即相较于成长期和衰退期，家族涉入通过社会纽带和传承意愿对内部企业社会责任的正向影响在成熟期更显著。

（二）研究的理论贡献

本文具有以下理论贡献：第一，本文基于社会情感财富理论构建了家族涉入与企业社会责任的整体研究模型，进一步厘清了家族涉入对企业社会责任的影响及其内在机制。虽然已有较多文献基于社会情感财富理论探讨了家族涉入对管理决策的影响，但大多是将该理论作为假设推导的逻辑基础，并未直接测量并揭示社会情感财富不同维度的间接效应（Berrone

et al., 2010; 朱斌, 2015)，或是只探讨了社会情感财富的部分维度（陈凌和陈华丽, 2014; Dou et al., 2020），不利于我们综合考量家族涉入通过社会情感财富不同维度对管理决策的影响。对此，学者们呼吁未来的研究进一步探究社会情感财富的不同维度对企业管理决策的影响（陈凌和陈华丽, 2014; 朱丽娜等, 2022）。基于此，本文深入探讨社会情感财富各个维度的间接作用，有利于我们更好地理解家族涉入对企业社会责任产生不同影响的内部机理。综合来看，在以往研究关注家族涉入是否有利于家族企业履行社会责任的基础上，本文基于社会情感财富探讨了家族涉入如何影响企业社会责任，有效完善了家族涉入后果影响的研究框架。

第二，本文在社会情感财富理论研究文献基础上引入企业生命周期作为理论边界，进一步拓展了家族涉入、社会情感财富和企业社会责任之间的理论范围。由于家族企业是家族和企业的结合体，所以家族的管理决策不仅会追求“家族目标”，如维护社会情感财富，也会兼顾“企业目标”，如追求企业利润（Berrone et al., 2012）。Kotlar等（2014）指出在不同的经营状况下，家族管理决策的参照点会发生一定的转移。所以，朱丽娜等（2022）认为在探讨家族

涉入对企业社会责任的影响时，除了考虑“家族目标”的作用，也要考虑“企业目标”的影响。基于此，本文从企业生命周期的视角出发，考虑不同发展阶段“企业目标”的异质性在“家族目标”影响企业管理决策的过程中所扮演的重要角色。本文发现相较于成长期和衰退期，处于成熟期的家族更愿意承担企业社会责任，由此回答了家族在社会情感财富的驱动下何时更愿意承担企业社会责任，明晰了家族涉入通过社会情感财富对企业社会责任影响的边界条件。

第三，本文通过把企业社会责任分为内部企业社会责任和外部企业社会责任，厘清了家族涉入对不同类型企业社会责任的影响。以往探讨家族涉入对企业社会责任的影响时，有的没有区分内外部企业社会责任（陈志军和闵亦杰，2015；Cabeza-García et al.，2017），有的仅探讨了内部或外部企业社会责任（Dou et al.，2014；陈凌和陈华丽，2014），较少直接区分内部和外部企业社会责任。但企业与内外部利益相关者接触频率和利益相关程度有一定的差异，导致企业对内外部利益相关者的重视程度有所不同（邹洁和武常岐，2015）。所以，越来越多的研究认为有必要区分内部和外部企业社会责任，从而探讨家族涉入对企业社会责任的影响（邹洁和武常岐，2015；朱斌，2015）。顺着这一思路，本文区分了内部和外部企业社会责任，从而探讨家族涉入通过社会情感财富的不同维度对不同企业社会责任的影响。这有利于帮助我们理解家族涉入为何会对企业社会责任产生不同影响，从而明晰家族涉入与企业社会责任的关系。

第四，本文通过元分析的方法收集和整理既有文献，挖掘家族涉入对企业社会责任影响的内部机制，明晰了家族涉入对企业社会责任的影响。家族涉入对企业社会责任产生不同影响，很重要的原因是不同研究选取了不同的样本或使用了不同的数据收集方法（Schmidt & Hunter，2015）。虽然 Canavati（2018）已经通过元分析初步梳理了家族企业社会责任的相关文献，并检验了政策制度、国家文化等变量的调节效应。但 Canavati（2018）没有进一步挖掘家族涉入对企业社会责任影响的内部机制，也没有在样本上纳入国内的研究成果，不利于有效地探究家族涉入如何影响企业社会责任。基于此，本文采用元分析的方法，在梳理了国外家族企业社会责任的最新文献的基础上，纳入了国内家族企业社会责任的一系列文献。此外，我们通过建立元分析的结构方程模型，深入探究家族涉入影响企业社会责任的内部机理，进而丰富了家族涉入后果影响研究的文献。

（三）研究的实践价值

本文具有一定的实践价值。首先，近年来不断有新闻披露部分民营家族企业压榨员工、破坏环境等不道德行为，导致社会公众容易对民营家族企业逐步形成自私自利、道德沦丧的负面印象。但本文的研究结果显示，家族涉入对社会情感财富（家族认同、情感依恋）的积极影响，能够溢出至其他利益相关者，进而推动企业承担内外部企业社会责任。究其内在逻辑，家族涉入为企业主增强了家族企业承担企业社会责任的能力，保存社会情感财富的动机为承担企业社会责任提供了意愿，兼具能力和

意愿促使家族企业能够积极承担企业社会责任。本文的研究结果能够缓解社会大众对于民营家族企业为富不仁或缺乏社会责任感的负面印象。

其次，我们还发现相较于成熟期，处于成长和衰退期的家族企业较难有效承担企业责任。我们建议成长和衰退期的家族企业追求生存与发展的同时，应当注意履行企业社会责任，如保障员工权益、维护社群利益、保护自然环境等，这有利于满足利益相关者的诉求，帮助家族企业塑造良好的企业声誉和形象，进而促进企业的生存与发展（Cennamo et al., 2012）。

（四）局限与未来研究展望

虽然本文具有一定的理论贡献和实践价值，但也存在一些局限性需要未来的研究进一步深化和拓展。第一，本文通过元分析的方法较为科学地指出了相较于成熟期和衰退期，家族涉入在企业的成长期更有可能通过社会情感财富对企业社会责任产生影响，推进了我们对家族涉入何时能够通过社会情感财富进一步影响企业社会责任的认识。家族涉入对企业社会责任的影响可能存在更多的边界条件，如上市公司更多地展现在公众面前，更容易受到利益相关者的外在压力（Canavati, 2018）。所以，相较于非上市公司，上市公司更有可能迫于外在压力而承担企业社会责任。因此，我们建议未来的研究进一步关注家族涉入对企业社会责任的边界条件，从而推动家族涉入与企业社会责任关系的综合研究。

第二，参考 Canavati（2018），本文在对家族涉入进行编码时，若文章中同时出现了家族所有权涉入和管理权涉入，我们随机选择了其

中一个指标代表家族涉入。但如何更科学地衡量家族所有权涉入和管理权涉入，从而有效评估家族涉入仍待进一步探讨。例如，部分国家从法律上限制家族拥有过高的股权，甚至可以直接干预企业股权过分集中的情况（La Porta et al., 1999; Morck & Yeung, 2003），所以这些国家家族企业的股权相对分散，家族持股比例不高。但家族会通过占据关键管理岗位的方式涉入企业，从而对家族企业保持足够的控制和影响。我们建议未来的研究继续探讨更合理的方式代表家族涉入，增加不同地区或国家的家族涉入的内涵和测量可比性，从而科学合理地研究家族涉入的影响。此外，本文采用单变量法（企业年龄）划分企业生命周期具有一定的合理性（刘诗源等，2020），在此基础上，本文建议未来的实证研究采用更多方法，如通过现金流模式法考虑经营、投资、筹资三类活动现金流净额的正负组合，从而划分企业生命周期（Dickinson, 2011），有利于进一步检验企业生命周期的调节效应。

第三，本文运用元分析的研究方法，通过构建元分析的结构方程模型，揭示了家族涉入通过社会情感财富对内部和外部企业社会责任的影响及其边界条件。但元分析的研究方法仍然无法为变量间的因果关系提供充分的证据（Schmidt & Hunter, 2015）。对此，我们建议未来的研究考虑采用更综合且有效的方法。如充分考虑时序变化的影响，采用纵向设计在不同时间点对核心变量进行追踪调查（Zapf et al., 1996），进而揭示本文模型内变量间的因果效应。此外，未来研究也可以采用实验法检验本模型，进而获得更有效的因果关系推论（Campbell &

Stanley, 2015), 这有利于进一步完善家族涉入后果影响的研究。

责任编辑: 李炜文

接受编辑: 贾明

收稿日期: 2023年5月9日

接受日期: 2024年12月6日

作者简介

彭雪, 中山大学管理学院博士研究生。研究兴趣包括员工主动性行为、家族企业。研究成果发表在《管理评论》上。

廖美施(通讯作者: liaomsh5@mail2.sysu.edu.cn), 中山大学管理学院博士研究生。研究兴趣包括员工胜任力、主动性行为、家族企业等。研究成果发表在 *Journal of Management* 和《管理评论》上。

谢俊, 中山大学管理学博士, 现任广东外语外贸大学商学院教授、博士生导师。研究兴趣包括组织行为与数智化人力资源管理、民营家族企业。研究成果发表在《心理学报》《南开管理评论》和 *Journal of Business and Psychology* 等国内外期刊上。

汪林, 中山大学管理学院教授、博士生导师, 于中山大学获得管理学博士学位。研究兴趣包括组织行为、组织行为与人工智能交叉、家族企业等。研究成果发表在 *Organization Science*、*Journal of Applied Psychology* 以及《管理世界》等国内外权威期刊上。

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] 陈志军、闵亦杰:《家族控制与企业社会责任:基于社会情感财富理论的解释》,《经济管理》,2015年第4期。

[3] 储小平:《家族企业研究:一个具有现代意义的话题》,《中国社会科学》,2000年第5期。

[4] 窦军生、张玲丽、王宁:《社会情感财富框架的理论溯源与应用前沿追踪——基于家族企业研究视角》,《外国经济与管理》,2014年第12期。

[5] 耿成轩、李南:《基于生命周期的家族企业融资行为动态变迁探析》,《管理世界》,2009年第9期。

[6] 贺小刚、彭屹、王辛楠、杨婵:《生命周期对公司社会责任披露的影响效应研究》,《管理学报》,2019年第11期。

[7] 胡明霞、干胜道:《生命周期效应、CEO权力与内部控制质量——基于家族上市公司的经验证据》,《会计研究》,2018年第3期。

[8] 李超平、孟雪、胥彦、蓝媛美:《家庭支持型主管行为对员工的影响与作用机制:基于元分析的证据》,《心理学报》,2023年第2期。

[9] 李新春、贺小刚、邹立凯:《家族企业研究:理论进展与未来展望》,《管理世界》,2020年第11期。

[10] 李新春、马骏、何轩、袁媛:《家族治理的现代转型:家族涉入与治理制度的共生演进》,《南开管理评论》,2018年第2期。

[11] 刘诗源、林志帆、冷志鹏:《税收激励提高企业创新水平了吗?——基于企业生命周期理论的检验》,《经济研究》,2020年第6期。

[12] 宋丽红、梁强、王博、陈颖:《显示还是隐藏家族?家族企业命名与企业绩效关系研究》,《管理学季刊》,2017年第4期。

[13] 张敏、马黎珺、张雯:《企业慈善捐赠的政企纽带效应——基于我国上市公司的经验证据》,《管

理世界》，2013年第7期。

[14] 张亚利、靳娟娟、俞国良：《2010~2020 中国内地初中生心理健康问题检出率的元分析》，《心理科学进展》，2022年第5期。

[15] 周立新：《家族涉入与企业社会责任——来自中国制造业的经验证据》，《经济管理》，2011年第9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、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。

[18] 邹洁、武常岐：《制度理论视角下企业社会责任的选择性参与》，《经济与管理研究》，2015年第9期。

[19] Abeyseke, A. P., & Fernando, C. S. 2020. Corporate social responsibility versus corporate shareholder responsibility: A family firm perspective. *Journal of Corporate Finance*, 61: 1-22.

[20] Anderson, R. C., & Reeb, D. M. 2003. Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500. *The Journal of Finance*, 58: 1301-1328.

[21] Anthony, J. H., & Ramesh, K. 1992. Association between accounting performance measures and stock prices: A test of the life cycle hypothesis. *Journal of Accounting and Economics*, 15: 203-227.

[22] Arena, C., & Michelon, G. 2018. A matter of control or identity? Family firms' environmental reporting decisions along the corporate life cycle. *Business Strategy and the Environment*, 27: 1596-1608.

[23] Arregle, J. L., Hitt, M. A., Sirmon, D. G., & Very, P. 2007. The development of organizational social capital: Attributes of family firms. *Journal of Management Studies*, 44: 73-95.

[24] Astrachan, J. H., & Shanker, M. C. 2003.

Family businesses' contribution to the US economy: A closer look. *Family Business Review*, 16: 211-219.

[25] Atkinson, L., & Galaskiewicz, J. 1988. Stock ownership and company contributions to charity. *Administrative Science Quarterly*, 33: 82-100.

[26] 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.

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

[28] Block, J. H. 2010. Family management, family ownership, and downsizing: Evidence from S&P 500 firms. *Family Business Review*, 23: 109-130.

[29] Block, J. H., & Wagner, M. 2014. The effect of family ownership on different dimensions of corporate social responsibility: Evidence from large US firms. *Business Strategy and the Environment*, 23: 475-492.

[30] Cabeza-García, L., Sacristán-Navarro, M., & Gómez-Ansón, S. 2017. Family involvement and corporate social responsibility disclosure. *Journal of Family Business Strategy*, 8: 109-122.

[31] Campbell, D. T., & Stanley, J. C. 2015. *Experimental and Quasi-experimental Designs for Research*. Dublin: Ravenio Books.

[32] Canavati, S. 2018. Corporate social performance in family firms: A meta-analysis. *Journal of Family Business Management*, 8: 235-273.

[33] 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.

[34] Chrisman, J. J., Chua, J. H., Pearson, A. W., & Barnett, T. 2012. Family involvement, family influence, and family-centered non-economic goals in small firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36: 267–293.

[35] Chrisman, J. J., Sharma, P., & Taggar, S. 2007. Family influences on firms: An introduction. *Journal of Business Research*, 60: 1005–1011.

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

[37] 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.

[38] Dickinson, V. 2011. Cash flow patterns as a proxy for firm life cycle. *The Accounting Review*, 86: 1969–1994.

[39] Dou, J., Wang, N., Su, E., Fang, H., & Memili, E. 2020. Goal complexity in family firm diversification: Evidence from China. *Journal of Family Business Strategy*, 11: 100310.

[40] 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.

[41] Egger, M., Smith, G. D., Schneider, M., & Minder, C. 1997. Bias in meta-analysis detected by a simple, graphical test. *British Medical Journal*, 315: 629–634.

[42] Gimenez-Jimenez, D., Edelman, L. F., Minoia, T., Calabrò, A., & Cassia, L. 2021. An intergenerational solidarity perspective on succession intentions in family

firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45: 740–766.

[43] Greve, H. R. 2008. A behavioral theory of firm growth: Sequential attention to size and performance goals. *Academy of Management Journal*, 51: 476–494.

[44] Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Nunez-Nickel, M., Jacobson, K. J. L., & Moyano-Fuentes, J. 2007. Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52: 106–137.

[45] Huedo-Medina, T. B., Sánchez-Meca, J., Marín-Martínez, F., & Botella, J. 2006. Assessing heterogeneity in meta-analysis: Q statistic or I^2 index? *Psychological Methods*, 11: 193–206.

[46] Jia, Y., Yan, J., Liu, T., & Huang, J. 2019. How does internal and external CSR affect employees' work engagement? Exploring multiple mediation mechanisms and boundary conditions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16: 1–17.

[47] Kellermanns, F. W., Eddleston, K. A., & Zellweger, T. M. 2012. Extending the socioemotional wealth perspective: A look at the dark side. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36: 1175–1182.

[48] Knight, A. P., & Eisenkraft, N. 2015. Positive is usually good, negative is not always bad: The effects of group affect on social integration and task performance. *Journal of Applied Psychology*, 100: 1214–1227.

[49] Kotlar, J., De Massis, A., Fang, H., & Fratini, F. 2014. Strategic reference points in family firms. *Small Business Economics*, 43: 597–619.

[50] La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. 1999. Corporate ownership around the world. *The Journal of Finance*, 54: 471–517.

[51] La Rocca, M., La Rocca, T., & Cariola, A. 2011. Capital structure decisions during a firm's life cy-

cle. *Small Business Economics*, 37: 107–130.

[52] Le Breton – Miller, I. , & Miller, D. 2016. Family firms and practices of sustainability: A contingency view. *Journal of Family Business Strategy*, 7: 26–33.

[53] Li, J. , Shi, W. , Connelly, B. , Yi, X. , & Qin, X. 2022. CEO awards and financial misconduct. *Journal of Management*, 48: 380–409.

[54] Lipsey, M. W. , & Wilson, D. B. 2001. *Practical Meta-analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.

[55] Martin, G. , Gómez-Mejía, L. R. , Berrone, P. , & Makri, M. 2017. Conflict between controlling family owners and minority shareholders: Much ado about nothing? . *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41: 999–1027.

[56] Miller, D. , & Le Breton – Miller, I. 2005. *Managing for the long run: Lessons in competitive advantage from great family businesses*. Cambridge: Harvard Business Press.

[57] Miller, D. , Le Breton – Miller, I. , & Lester, R. H. 2011. Family and lone founder ownership and strategic behaviour: Social context, identity, and institutional logics. *Journal of Management Studies*, 48: 1–25.

[58] Morck, R. , & Yeung, B. 2003. Agency problems in large family business groups. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (4): 367–382.

[59] Muthén, L. K. , & Muthén, B. O. 2017. *Mplus User's Guide*. Eight Edition. Los Angeles, CA: Author.

[60] Preacher, K. J. , & Hayes, A. F. 2008. Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40: 879–891.

[61] Rothstein, H. R. , Sutton, A. J. , & Borenstein, M. 2005. *Publication Bias in Meta-analysis: Prevention Assessment and Adjustments*. West Sussex: John Wiley Sons.

[62] Schmidt, F. L. , & Hunter, J. E. 2015. *Methods of Meta-analysis: Correcting Error and Bias in Research Findings*. New York: Sage publications.

[63] Selig, J. P. , & Preacher, K. J. 2008. Monte Carlo method for assessing mediation: An interactive tool for creating confidence intervals for indirect effects [Computer software].

[64] Sprinkle, G. B. , & Maines, L. A. 2010. The benefits and costs of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 53: 445–453.

[65] Tajfel, H. , & Turner, J. C. 2004. *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior//Political Psychology*. New York: Psychology Press.

[66] Uhlaner, L. M. 2006. Business family as a team: Underlying force for sustained competitive advantage. *Handbook of Research on Family Business*, 125–144.

[67] Uhlaner, L. M. , van Goor – Balk, H. J. M. A. , & Masurel, E. 2004. Family business and corporate social responsibility in a sample of Dutch firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11: 186–194.

[68] Villalonga, B. , & Amit, R. 2006. How do family ownership, control and management affect firm value? . *Journal of Financial Economics*, 80: 385–417.

[69] Viswesvaran, C. , & Ones, D. S. 1995. Theory testing: Combining psychometric meta-analysis and structural equations modeling. *Personnel Psychology*, 48: 865–885.

[70] Zapf, D. , Dormann, C. , & Frese, M. 1996. Longitudinal studies in organizational stress research: A review of the literature with reference to methodological issues. *Journal of Occupational Health Psychology*, 1: 145–169.

[71] Zellweger, T. M. , Nason, R. S. , Nordqvist, M. , & Brush, C. G. 2013. Why do family firms strive for nonfinancial goals? An organizational identity perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37: 229–24.

附录

核心变量定义及测量示例

变量	定义	测量示例
家族涉入	家族涉入是指家族通过持有家族企业股权或参与家族企业治理等方式影响家族企业的程度 (Chrisman et al., 2007; 李新春等, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Family involvement in ownership/家族所有权涉入 (Berrone et al., 2010; Chrisman et al., 2012; Li et al., 2015; 马骏等, 2020) ➢ Family involvement in management/家族管理权涉入 (Peláez León, 2018; Sanchez-Famoso et al., 2017; 许金花等, 2018) ➢ Family involvement in the Board/家族成员进入董事会 (Eddleston & Mulki, 2020; 陈凌和陈华丽, 2014) ➢ Family control and influence (Ahmad et al., 2020; Wu et al., 2019)
家族认同	家族认同是指家族成员认可企业并愿意把自己视为企业中的一分子 (Berrone et al., 2012)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Family identification with the firm (Arena & Michelon, 2018; Martín-Santana et al., 2020) ➢ Family commitment (Dou et al., 2019; Zhou, 2014) ➢ Family name in firm name (Graafland, 2020) ➢ Psychological ownership of the organization (Henssen et al., 2018)
社会纽带	社会纽带是指家族通过与利益相关者交往而形成的社会关系网络 (Berrone et al., 2012)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Binding social ties (Dayan et al., 2019; Jana & Reinhard, 2015; Ruf et al., 2020; Martínez-Romero et al., 2020) ➢ Organizational social capital (Herrero & Hughes, 2019) ➢ External connection (Miller et al., 2009) ➢ Political tie/政治联系 (Song et al., 2015; 马骏等, 2020) ➢ 网络密度 (周立新, 2014)
情感依恋	情感依恋是指家族成员把家族视为满足归属、亲近等情感需要的载体, 并与其他家族成员建立紧密关系的倾向 (Berrone et al., 2012)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Emotional attachment (Dayan et al., 2019; Ng et al., 2019) ➢ Family relationship quality (Cabrera-Suárez & Martín-Santana, 2012) ➢ Family shared vision (Mustakallio et al., 2002) ➢ Family internal social capital (Herrero & Hughes, 2019) ➢ 家族团结和谐 (何轩和李新春, 2014)
传承意愿	传承意愿是指家族通过维持公司业务从而实现家族财富代代相传的想法 (Berrone et al., 2012)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Renewal of family bonds (Dayan et al., 2019; Ng et al., 2019) ➢ Family Continuity (Ahmad et al., 2020) ➢ Next-generation's willingness to take over the business/家族继任意图 (Dou et al., 2014; 李新春和任丽霞, 2004) ➢ Succession Intention/家族传承意愿 (Bammens & Hünermund, 2020; Li et al., 2015; 马骏等, 2020) ➢ 家族企业创始人的交班意愿 (陈凌和陈华丽, 2014)
内部企业社会责任	内部企业社会责任是指企业为改善员工福祉, 如增强员工人身安全、促进员工职业发展等而采取的管理实践 (Jia et al., 2019)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Internal CSR/insiders' CSR/internal stakeholders goal/内部企业社会责任 (García-Sánchez et al., 2021; Meier & Schier, 2020; Déniz-Déniz et al., 2018; 周立新, 2011) ➢ Employee relations (Bingham, J. B., et al., 2011) ➢ Social practices related to employees (Cruz et al., 2014) ➢ Open communication (Björnberg & Nicholson, 2007) ➢ Stewardship behavior (Henssen et al., 2014) ➢ High performance working system (Peláez León, 2018) ➢ Organizational commitment to employees (Miller et al., 2009) ➢ Maintenance of job positions and improvement of labor climate (Cruz et al., 2019) ➢ Labor training (Peláez León, 2018) ➢ Labor protection/disclosure score (Song et al., 2015) ➢ Employee perceived organizational caring (Christensen-Salem et al., 2021) ➢ Distributive justice perceptions (Madden, T. M., et al., 2017) ➢ 员工福利 (叶艳等, 2019)

续表

变量	定义	测量示例
外部企业社会责任	外部企业社会责任是指企业为维护当地社区、消费者等外部利益相关者的利益而采取的管理实践 (Jia et al., 2019)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Public/external/outside's CSR (Zhou, 2014; García-Sánchez et al., 2021; 周立新, 2014) ➢ External stakeholder goal (Déniz-Déniz et al., 2018) ➢ Responsible behavior toward society (Bernhard & Labaki, 2021) ➢ Ecological innovation/绿色创新 (Bammens & Hünermund, 2020; 马骏等, 2020) ➢ Donation/corporate philanthropy/捐赠 (Li et al., 2015; Song, et al., 2015; 程晨和李宛蓉, 2019) ➢ Pollution prevention (Berrone & Gomez-Mejia, 2010; Zhu & Lu, 2020) ➢ Environmental Performance/environmental protection/ environmental management practices/ 环境治理 (Basco, 2017; Graafland, 2020; Uhlaner et al., 2012; 许金花等, 2018) ➢ Sustainable products/ eco-certified production (Dayan et al., 2019; Delmas & Gergaud, 2014) ➢ Consumer services (Kabbach de Castro et al., 2016) Tax aggressiveness/tax evasion (Eddleston & Mulki., 2021; Sánchez-Marín et al., 2016) ➢ Community strengths/community relations (Bingham et al., 2011; Block & Wagner, 2013) ➢ Corporate misconduct (Ding & Wu, 2014)

附录 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:《家族企业代际传承对企业社会责任的影响》,《财会月刊》,2022年第3期。

[3] 何轩、李新春:《中庸理性影响下的家族企业股权配置:中国本土化的实证研究》,《管理工程学报》,2014年第1期。

[4] 李新春、马骏、何轩、袁媛:《家族治理的现代转型:家族涉入与治理制度的共生演进》,《南开管理评论》,2018年第2期。

[5] 李新春、任丽霞:《民营企业的家族意图与家族治理行为研究》,《中山大学学报(社会科学版)》,2004年第6期。

[6] 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。

[7] 许金花、李善民、张东:《家族涉入、制度环境与企业自愿性社会责任——基于第十次全国私营企业

调查的实证研究》,《经济管理》,2018年第5期。

[8] 叶艳、李孔岳、胡桂梅:《家族企业社会责任的选择性参与》,《北京理工大学学报(社会科学版)》,2019年第3期。

[9] 周立新:《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》,《统计与信息论坛》,2014年第6期。

[10] 周立新:《家族涉入与企业社会责任——来自中国制造业的经验证据》,《经济管理》,2011年第9期。

[11] Ahmad, S., Siddiqui, K. A., & AboAlsamh, H. M. 2020. Family SMEs' survival: The role of owner family and corporate social responsibility. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27: 281-297.

[12] Arena, C., & Michelon, G. 2018. A matter of control or identity? Family firms' environmental reporting decisions along the corporate life cycle. *Business Strategy and the Environment*, 27: 1596-1608.

[13] Bammens, Y., & Hünermund, P. 2020. Non-financial considerations in eco-innovation decisions: The role

of family ownership and reputation concerns. *Journal of Product Innovation Management*, 37: 431–453.

[14] Basco, R. 2017. “Where do you want to take your family firm?” A theoretical and empirical exploratory study of family business goals. *BRQ Business Research Quarterly*, 20: 28–44.

[15] Bernhard, F., & Labaki, R. 2021. Moral emotions in family businesses: Exploring vicarious guilt of the next generation. *Family Business Review*, 34: 193–212.

[16] 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.

[17] 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.

[18] 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.

[19] Björnberg, Å., & Nicholson, N. 2007. The family climate scales—Development of a new measure for use in family business research. *Family Business Review*, 20: 229–246.

[20] Block, J. H., & Wagner, M. 2014. The effect of family ownership on different dimensions of corporate social responsibility: Evidence from large US firms. *Business Strategy and the Environment*, 23: 475–492.

[21] Cabrera-Suárez, M. K., & Martín-Santana, J. D. 2012. Successor’s commitment and succession success: dimensions and antecedents in the small Spanish family firm. *The International Journal of Human Resource Management*, — 120 —

23: 2736–2762.

[22] Campopiano, G., Calabrò, A., & Basco, R. 2020. The “most wanted”: The role of family strategic resources and family involvement in CEO succession intention. *Family Business Review*, 33: 284–309.

[23] Chrisman, J. J., Chua, J. H., Pearson, A. W., & Barnett, T. 2012. Family involvement, family influence, and family-centered non-economic goals in small firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36: 267–293.

[24] Chrisman, J. J., Sharma, P., & Taggar, S. 2007. Family influences on firms: An introduction. *Journal of Business Research*, 60: 1005–1011.

[25] Christensen-Salem, A., Mesquita, L. F., Hashimoto, M., Hom, P. W., & Gomez-Mejia, L. R. 2021. Family firms are indeed better places to work than non-family firms! Socioemotional wealth and employees’ perceived organizational caring. *Journal of Family Business Strategy*, 12: 100412.

[26] Cruz, C. C., Gómez-Mejia, L. R., & Becerra, M. 2010. Perceptions of benevolence and the design of agency contracts: CEO-TMT relationships in family firms. *Academy of Management Journal*, 53: 69–89.

[27] Cruz, C., Justo, R., Larraza-Kintana, M., & Garcés-Galdeano, L. 2019. When do women make a better table? Examining the influence of women directors on family firm’s corporate social performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43: 282–301.

[28] 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.

[29] Dayan, M., Ng, P. Y., & Ndubisi, N. O. 2019. Mindfulness, socioemotional wealth, and environmental strategy of family businesses. *Business Strategy and the*

Environment, 28: 466–481.

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

[31] Ding, S., & Wu, Z. 2014. Family ownership and corporate misconduct in US small firms. *Journal of Business Ethics*, 123: 183–195.

[32] 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.

[33] 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.

[34] Déniz-Déniz, M. D. L. C., Cabrera-Suárez, M. K., & Martín-Santana, J. D. 2018. Family firms and the interests of non-family stakeholders: The influence of family managers' affective commitment and family salience in terms of power. *Business Ethics: A European Review*, 27: 15–28.

[35] Eddleston, K. A., & Mulki, J. P. 2021. Differences in family-owned SMEs' ethical behavior: A mixed gamble perspective of family firm tax evasion. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45: 767–791.

[36] García-Sánchez, I. M., Martín-Moreno, J., Khan, S. A., & Hussain, N. 2021. Socio-emotional wealth and corporate responses to environmental hostility: Are family firms more stakeholder oriented?. *Business Strategy and the Environment*, 30: 1003–1018.

[37] Graafland, J. 2020. Family business ownership and cleaner production: Moderation by company size and family management. *Journal of Cleaner Production*, 255: 120120.

[38] Hauck, J., & Prügl, R. 2015. Innovation activities during intra-family leadership succession in family firms: An empirical study from a socioemotional wealth perspective. *Journal of Family Business Strategy*, 6: 104–118.

[39] Henssen, B., Voordeckers, W., Lambrechts, F., & Koiranen, M. 2014. The CEO autonomy-stewardship behavior relationship in family firms: The mediating role of psychological ownership. *Journal of Family Business Strategy*, 5: 312–322.

[40] Herrero, I., & Hughes, M. 2019. When family social capital is too much of a good thing. *Journal of Family Business Strategy*, 10: 100271.

[41] Jia, Y., Yan, J., Liu, T., & Huang, J. 2019. How does internal and external CSR affect employees' work engagement? Exploring multiple mediation mechanisms and boundary conditions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16: 1–17.

[42] Kabbach de Castro, L. R., Aguilera, R. V., & Crespi-Cladera, R. 2016. Family firms and compliance: Reconciling the conflicting predictions within the socioemotional wealth perspective. *Family Business Review*, 30: 137–159.

[43] La Rocca, M., La Rocca, T., & Cariola, A. 2011. Capital structure decisions during a firm's life cycle. *Small Business Economics*, 37: 107–130.

[44] Li, W., Au, K. Y. F., He, A., & Song, L. 2015. Why do family-controlled firms donate to charity? The role of intrafamily succession intention, social status, and religiosity. *Management and Organization Review*, 11: 621–644.

[45] Madden, T. M., Madden, L. T., Strickling, J. A., & Eddleston, K. A. 2017. Psychological contract and social exchange in family firms. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 16: 109–127.

- [46] Martín-Santana, J. D. , Cabrera-Suárez, M. K. , & de la Cruz Déniz-Déniz, M. 2020. Familiness, social capital and market orientation in the family firm. *European Journal of Marketing*, 54: 1731-1760.
- [47] Martínez-Romero, M. J. , Martínez-Alonso, R. , & Casado-Belmonte, M. P. 2020. The influence of socio-emotional wealth on firm financial performance: Evidence from small and medium privately held family businesses. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 40: 7-31.
- [48] Meier, O. , & Schier, G. 2021. CSR and family CEO: the moderating role of CEO's age. *Journal of Business Ethics*, 174: 595-612.
- [49] Miller, D. , Lee, J. , Chang, S. , & Le Breton-Miller, I. 2009. Filling the institutional void: The social behavior and performance of family versus non-family technology firms in emerging markets. *Journal of International Business Studies*, 40: 802-817
- [50] Mustakallio, M. , Autio, E. , & Zahra, S. A. 2002. Relational and contractual governance in family firms: Effects on strategic decision making. *Family Business Review*, 15: 205-222.
- [51] Ng, P. Y. , Dayan, M. , & Di Benedetto, A. 2019. Performance in family firm: Influences of socioemotional wealth and managerial capabilities. *Journal of Business Research*, 102: 178-190.
- [52] Peláez León, J. D. 2018. *Linking socioemotional wealth, human resource management, and performance in family firms*. Proyecto de Investigación.
- [53] Ruf, P. J. , Graffius, M. , Wolff, S. , Moog, P. , & Felden, B. 2021. Back to the roots: Applying the concept of individual human values to understand family firm behavior. *Family Business Review*, 34: 48-70.
- [54] Sanchez-Famoso, V. , Akhter, N. , Iturralde, T. , Chirico, F. , & Maseda, A. 2015. Is non-family social capital also (or especially) important for family firm performance? . *Human Relations*, 68: 1713-1743.
- [55] Song, L. , Zou, L. , & Li, X. 2015. Do family firms invest more on CSR? The role of entrepreneurs' social context. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 11: 129-165.
- [56] Sánchez-Marín, G. , Portillo-Navarro, M. J. , & Clavel, J. G. 2016. The influence of family involvement on tax aggressiveness of family firms. *Journal of Family Business Management*, 6: 143-168.
- [57] 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.
- [58] Wu, B. , Fang, H. , Jacoby, G. , Li, G. , & Wu, Z. 2022. Environmental regulations and innovation for sustainability? Moderating effect of political connections. *Emerging Markets Review*, 50: 100835.
- [59] Zhou, L. 2014. Social responsibility and employees' organizational identification in Chinese family firms: Influence of family ownership and family commitment. *Chinese Management Studies*, 8: 683-703.
- [60] Zhu, Z. , & Lu, F. 2020. Family ownership and corporate environmental responsibility: The contingent effect of venture capital and institutional environment. *Journal of Risk and Financial Management*, 13: 110.

A Meta-Analysis of the Relationship between Family Involvement and Corporate Social Responsibility: A Socioemotional Wealth Perspective

Xue Peng¹ Meishi Liao¹ Jun Xie² Lin Wang¹

(1. School of Business, Sun Yat-sen University;

2. School of Business, Guangdong University of Foreign Studies)

Abstract: Although the relationship between family involvement and corporate social responsibility (CSR) has attracted much academic attention, there is no consistent conclusion yet. Drawing upon the socioemotional wealth perspective, we investigate how and when family involvement impacts CSR (i. e. , internal CSR and external CSR) . We propose that family involvement has a significant influence on CSR through socioemotional wealth (i. e. , family identity, social ties, emotional attachment, and succession intention) . Meanwhile, families' ability and willingness to fulfill CSR vary across different corporate life cycles. Therefore, we consider the corporate life cycle as a moderator in the relationship between family involvement and CSR.

Adopting meta-analysis techniques, we aim to make a comprehensive investigation of how family involvement indirectly impacts CSR through socioemotional wealth and its boundary condition. We first search relevant literature using multiple approaches (i. e. , Google Scholar, Web of Science, ProQuest Dissertations & Theses Database, CNKI, and relevant review papers) . Then, Then, we coded qualified papers following Lipsey and Wilson's (2001) procedure. . Finally, we used Hunter & Schmidt's random effect model to conduct meta-analyses. Besides, we used meta-analytic structural equation modeling and subgroup analysis to test our hypotheses.

The results show that: ①Family involvement had a significant indirect effect on internal and external CSR through the dimensions of socioemotional wealth (family identity, emotional attachment, social ties, and succession intention) except the indirect effect of family involvement on internal CSR through succession intention. ②Corporate life cycle strengthened the indirect effect of family involvement on corporate social responsibility via social ties and succession intention. Specifically, compared with the growth stage and the decline stage, when the family business enters the mature stage and the, the indirect effect of family involvement on internal corporate social responsibility via social ties and succession intention would be strong.

This study contributes to the literature on family involvement and CSR in several ways. First, our study uncovers the underlying mechanism between family involvement and CSR by exploring the indirect effect of socioemotional wealth. Second, this study explores the moderating role of the corporate life cycle, which responds to the call of the previous studies and enhances our understanding of the boundary conditions of the relationship between family involvement and CSR. Third, our study further clarified the relationship between family involvement and CSR by dividing CSR into internal CSR and external CSR. Finally, by adopting the meta-analysis technique, this study made a comprehensive comparative analysis of previous domestic and foreign studies, and uncover the underlying mechanism. In addition to the theoretical contributions, this study also provides valuable suggestions for management practice.

Key Words: family involvement; socioemotional wealth; corporate social responsibility; corporate life cycle; meta-analysis