

# 中国A股上市家族企业 社会责任报告研究 2021

联合发布：  **CEIBS** | 中欧家族传承研究中心  
CEIBS Center for Family Heritage

  
中国管理研究中心  
CENTER FOR  
WEALTH MANAGEMENT

企业支持单位：  秋林里道斯®  
— ZHENGJIN #7900 —

智慧支持机构：  家族企业 杂志  
CHINA FAMILY BUSINESS REVIEW

## 目录

序言	2	二、对环境的责任	18
亮点发现	3	1. 环境有益 & 节约能源 & 循环经济	18
概述	4	2. 绿色办公 & 环保公益 & 环境认证	20
研究目的	4	3. 环境处罚	21
研究对象	4		
数据来源	5	三、对员工的责任	22
数据处理	5	1. 薪酬激励与补充福利	22
研究依据	5	2. 职业培训	24
2019 年度 A 股上市家族企业		3. 员工沟通	24
社会责任报告主体分析	6	4. 平等就业机会	25
		5. 安全管理体系与职业健康安全认证	26
A 股上市家族企业社会责任报告披露概况	8		
		四、消费者责任	28
A 股上市公司家族企业社会责任		1. 产品与服务质量	28
报告指标分析	10	2. 满意度调查与售后服务	29
一、对社会的责任	10	3. 诚信经营	30
1. 社会公益支出	10	4. 专利	31
2. 支持教育	12	5. 研发投入	31
3. 志愿者活动	14		
4. 促进经济与带动就业	15	总结与未来指导建议	34
5. 反贿赂反腐败	17	图表索引	38
6. 会计规范	17	研究报告撰写及发布单位	39
		关于作者	40

## 序言

改革开放四十年来，中国诞生了一大批具有影响力的家族企业。它们以蓬勃的生命力根植于各行各业，以非凡的行动力活跃于时代的浪潮之中。经过多年的发展，中国家族企业已经在民营经济，甚至于整个国民经济中扮演了重要的角色。相当数量的家族企业已经成为了自己行业的翘楚，引领整个行业的发展。

随着中国家族企业的经济实力不断增强，大部分家族企业已经具备了承担企业社会责任的能力和条件。越来越多的中国家族企业领导者也已经意识到，家族企业不能忘记自身的社会角色和社会责任。另外，家族企业的发展和传承，不仅仅限于财富的积累，也在于家族精神和文化的传承。正因如此，越来越多的家族企业积极参与到社会慈善、扶贫、教育、医疗卫生和环保等事业中，为改善人类生存环境和生活质量而积极努力。这些勇于承担社会责任的非常优秀的家族企业家群体正是需要我们大力支持和推崇的。

作为长期关注中国家族企业管理和发展的研究者，我们非常高兴能够见证中国家族企业从起步到发展壮大，再到回馈社会的过程。更令我们欣喜的是中国家族企业在这个过程中展现出来的责任感，以及为此所做的努力和尝试。越来越多的中国家族企业不仅把履行社会责任作为自身可持续发展的重要任务，更在履行社会责任方面不断寻求创新与突破。

过去几年间，我们和研究团队持续关注了中国上市家族企业在履行社会责任，发布社会责任报告的趋势和特征，也从中总结出一些值得参考借鉴的实践经验。此次发布的白皮书就是对于以上这些调查研究的主要发现和分享。

我们希望通过《中国 A 股上市家族企业社会责任报告》白皮书的发布，能够为家族企业在履行社会责任方面带来一些思考和启示。希望中国的家族企业在自身发展的同时，积极推动我们的社会朝着可持续发展的方向前进，也衷心祝愿中国的家族企业能够生机勃勃，基业长青。



李秀娟  
中欧国际工商学院管理学教授  
米其林领导力和人力资源管理教席教授  
副教务长（研究事务）  
中欧家族传承研究中心联合主任



芮萌  
中欧国际工商学院金融与会计学教授  
鹏瑞金融学教席教授  
中欧财富管理研究中心主任  
中欧家族传承研究中心联合主任

## 亮点发现

**1** 从 2009 年至 2019 年，发布社会责任报告的 A 股上市家族企业数量逐年增长，由 54 家增长到 198 家，十年年均增长率为 13.9%。但社会责任报告的全面性还有待加强，2019 年，A 股上市家族企业发布的社会责任报告中，46.5% 的报告不足 20 页，74.3% 的报告不足 40 页。仅有 5.5% 的社会责任报告超过 80 页。

**2** 在履行对社会的责任时，进行公益捐赠和支持教育事业的发展，是最普遍的履行对社会的责任的方式。虽然其社会捐赠总数仍低于非家族企业，但是家族企业在参与公益捐赠和教育支持捐赠这两方面的比率都高于非家族企业的比率。在 2019 年，有超过 90% 的家族企业进行过公益捐赠，有 74.2% 的家族企业进行过捐资助学的活动。

**3** 对企业最为基础的社会责任——促进经济发展，创造就业岗位，家族企业的重视程度还不够。例如在 2019 年，只有约三分之一的家族企业提到了自身在促进经济发展中产生的作用，不到六成的家族企业提到了自己的企业在提供就业岗位上起到的作用。

**4** 虽然家族企业在履行与报告自身社会责任方面正在稳步提升，但在生产运营的合规性上仍然有较大的提升空间。例如，家族企业因会计违规被处罚的企业占到 11.1%，而所有披露社会责任报告的企业中，这个比率为 9%。另外，43.9% 的家族企业在 CSR 报告中提到反贿赂、反腐败措施，低于上市公司平均水平的 51.6%。

**5** 环境责任是企业社会责任的一个重要维度。2019 年，约 95% 的家族企业和 90% 的非家族企业，至少实施过一项履行环境责任的措施。在各项环境责任指标中，企业最为热衷的是进行环保公益，参与比率超过 50%。

**6** 在履行环境责任方面，每个行业热衷的环境责任行为有所不同。例如：制造业企业最为重视的是节约能源和环境认证，医药行业最为重视的是环保公益和节约能源，而信息传输、软件和信息技术服务业的企业最热衷于绿色办公和环保公益。

**7** 对于员工，上市民营企业更关注于员工的薪资待遇、福利、培训和安全生产。但是关注员工沟通和职业健康的企业则均不足 50%。对家族企业而言，对员工薪资、员工培训、员工沟通、安全生产和职业健康等几个维度上的关注度都要高于民营非家族企业。

**8** 家族企业对自身产品和服务的质量更为看重。在 2019 年，超 6 成的家族企业报告了自身在质量管理方面所做的努力，近三成的家族企业报告了在满意度调查和售后服务方面的措施，比例均略高于民营非家族企业。

**9** 2015 至 2019 年，虽然平均每一家上市家族企业获得的专利数量略高于非家族企业，但两者之间的差距在逐年缩小。另外，在研发投入方面，家族企业的平均投入也低于非家族企业，且差距在逐渐扩大。2019 年，家族企业的平均研发投入为 4.8 亿元，而非家族企业的平均研发投入为 5.4 亿元。

## 概述



### 研究目的

本白皮书通过家族企业与民营非家族企业，多维度、多指标对 A 股上市公司家族企业与民营非家族企业的社会责任履行及社会责任报告披露情况进行对比。本白皮书在第一部分对分析的企业主体的特征进行了描述和介绍。第二部分对近五年来，家族企业对社会责任报告的披露情况的总体情况进行分析和总结。在第三部分，我们从四个维度对比家族企业与民营非家族企业在履行社会责任和披露社会责任报告上的特点。最后，我们会总结我们对研究对象的观察和分析。

### 研究对象

本白皮书的研究对象，为 2015 年 -2020 年已发布年度社会责任报告的中国 A 股上市公司中的家族企业与民营非家族企业（注：不含国有企业与外资企业）。我们选取 A 股上市企业中的家族企业作为研究样本，有两个原因。首先，经过三十多年的发展，中国家族企业发展迅速，虽然数量众多，但目前还缺乏获取家族企业相关信息的有效方法。而上市企业，由于监管的要求，必须定期披露大量信息，这为我们的研究提供了便利。第二，上市的家族企业多是家族企业中的领先者，因此他们对研发的决策能够有效地反映整体家族企业在研发方面的现状和未来走向。

家族企业样本的界定分两步，我们首先从所有 A 股上市企业中选取民营企业，其标准是上市公司的实际控制人是自然人或者民营企业。接下来，我们进一步界定民营企业中的家族企业：实际控制人之间存在亲属关系或者实际控制人的亲属在公司担任高管或董事。其他的民营企业，如实际控制人无亲属在公司内任职、几位控制人之间是创业合作关系则不被界定为家族企业。



## 数据来源

该研究报告中所涉及的数据主要来源为各上市公司于巨潮信息网发布的电子版社会责任报告及年报，部分数据来源于 CNRDS 平台上市公司研究数据库中的“企业社会责任数据库”“家族企业研究库”“上市公司治理数据库”“违规处罚数据库”，“诉讼仲裁数据库”，CSMAR 社会责任数据库，Wind 数据库的“上市公司实际控制人”“A 股上市公司基本信息”栏目以及百度和巨灵财经数据库中的相关新闻。

## 数据处理

在本报告指标形成中，我们应用了大量的大数据研究方法与技术，通过数据采集、数据清洗、数据挖掘、数据交叉比对等一系列大数据研究和人工校正相结合的方法：

- (1) 数据采集：**采用了分布式爬虫的方法从公司官网、监管机构网站、主流网络搜索引擎等渠道采集了大量原始数据；
- (2) 数据清洗：**基于设置的规则，对数据进行了深度清洗，包含纠正错误值，剔除重复、异常值，统一规格等；
- (3) 数据匹配：**从大量的社会责任报告文本、海量的新闻报道和公告中精确匹配出所需要的信息；
- (4) 数据挖掘与可视化：**通过人工处理和机器学习相结合，从海量数据（如文本信息）中提取、挖掘数据，并可视化呈现相关研究结果。

## 研究依据

《中国 A 股上市公司家族企业社会责任报告 2021》主要参考了国内外企业社会责任数据指标设计方法、权威机构发布的企业社会责任报告编写指南，并结合中国社会关注热点，采用大数据研究技术，形成一套具有特色的企业社会责任指标体系。

## 2019 年度 A 股上市家族企业社会责任报告主体分析

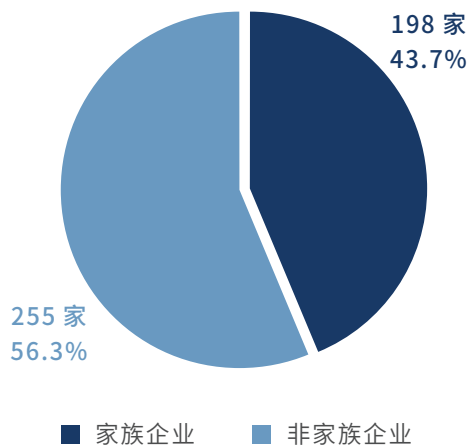
### 报告主体数量

根据本白皮书的样本统计，2019 年共有 991 家上市公司披露了企业社会责任报告，占 3833 家上市公司总数的 25.9%。在 991 家披露企业社会责任报告的上市公司中，国有企业 513 家，占 51.8%，外资企业 25 家，占 2.5%，而民营企业则有 453 家，占到 45.7%。

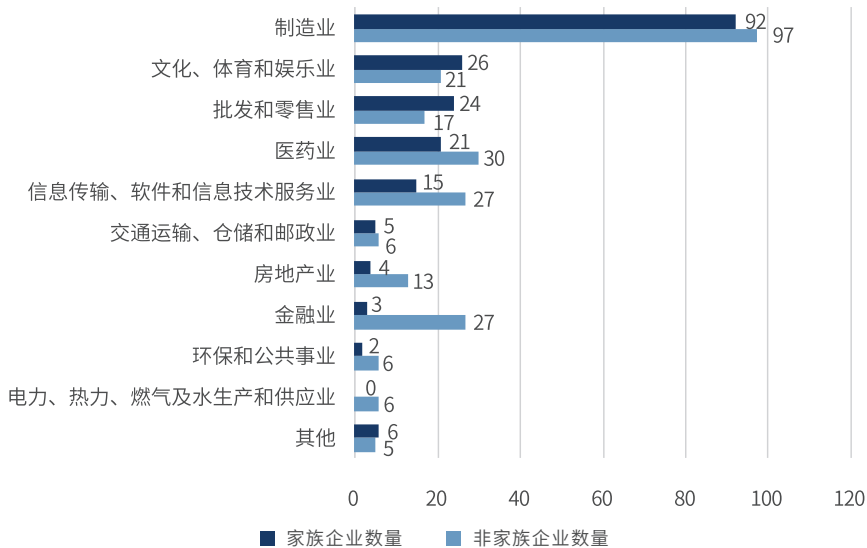
由于民营企业与国有企业，外资企业之间对于社会责任的履行有着较大的不同，因此，在比较家族企业与非家族企业履行社会责任的差异性时，我们仅比较了家族企业与民营非家族企业之间的差异。在剔除了国有企业与外资类企业后，2019 年度 A 股有 453 家上市公司披露了年度 CSR 报告，其中有 198 份归属于家族企业，占比为 43.7%，有 56.3% 为非家族企业，共 255 家（图表 1）。

**报告主体行业分布** 从我们最终得到的样本来看，披露社会责任报告的家族企业来自不同的行业。其中，来自制造业的企业最多，占到 92 家，约 46%。文娱、体育和娱乐业，批发和零售业，医药业，信

图表 1 2019 年 A 股已披露 CSR 报告的家族企业与民营非家族企业的比率

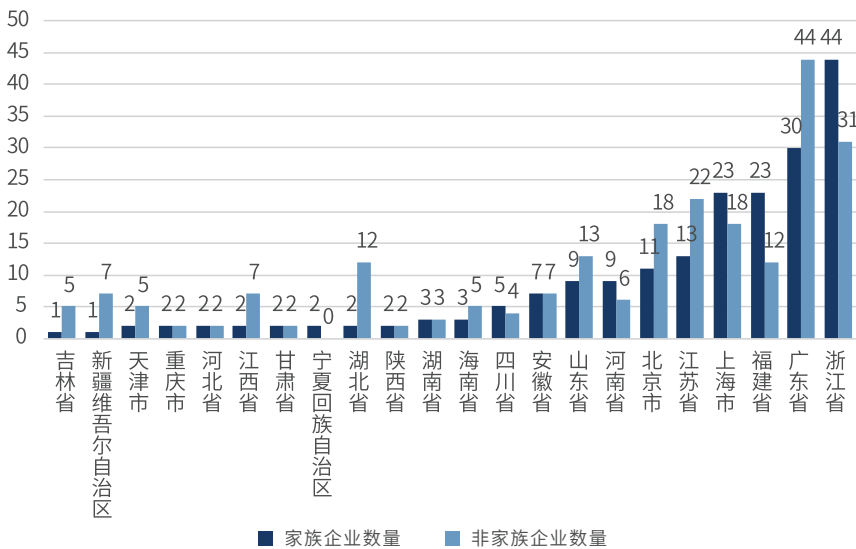


图表 2 2019 年 A 股披露 CSR 报告的上市公司数量（分行业）



息传输、软件和信息技术服务业处于第二梯队，分别占到 26 家，24 家，和 21 家。来自其余行业的企业数量则较少，为 2 家到 6 家不等。而对于民

图表 3 2019 年 A 股披露 CSR 报告的上市公司数量（分省份）

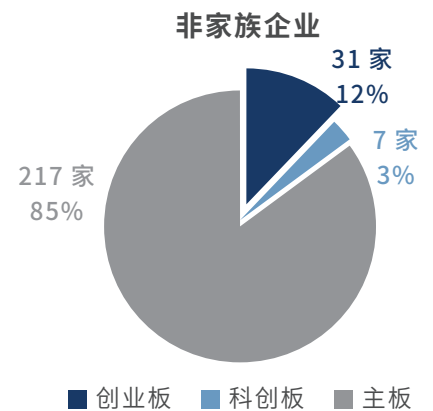
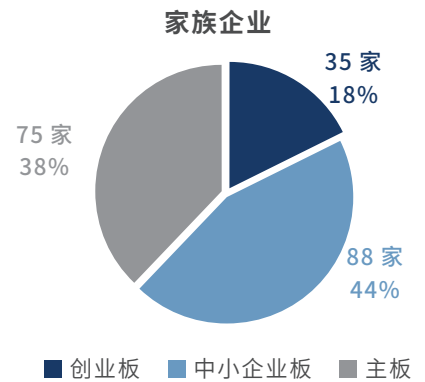


营非家族企业而言，同样是制造业企业最多，占到 97 家，其次是医药业、信息传输和服务业、金融业，分别有 30 家，27 家和 27 家。对比来看，民营非家族企业在金融、信息传输和服务以及医药行业，数量都明显多于家族企业。而家族企业在文化、体育和娱乐业，批发和零售业的数量，则要多于非家族企业（图表 2）。

**报告主体省份分布** 从省份分布上看，披露 CSR 报告的上市家族企业主要分布在浙江、广东、上海和福建四个省市。而对于非家族企业来说，披露 CSR 报告的上市企业则主要分布在广东、浙江、江苏、北京和上海这几个省市（图表 3）。

**报告主体上市板块分布** 从上市的板块来看，披露 CSR 报告的上市家族企业大多数在中小企业板上市，共 88 家企业，占到 44%。其次是主板上市企业，共 75 家，占到 38%。其余为创业板上市公司，共 35 家，占 18%。而对于非

图表 4 2019 年 A 股披露 CSR 报告的上市家族企业数量（分板块）



家族企业来说，披露 CSR 报告的企业中，主板上市的企业最多，共 217 家，占 85%。其次是创业板企业，共 31 家，占 12%。其余为科创板，共 7 家，占 3%（图表 4）。



## A 股上市家族企业社会责任报告披露概况

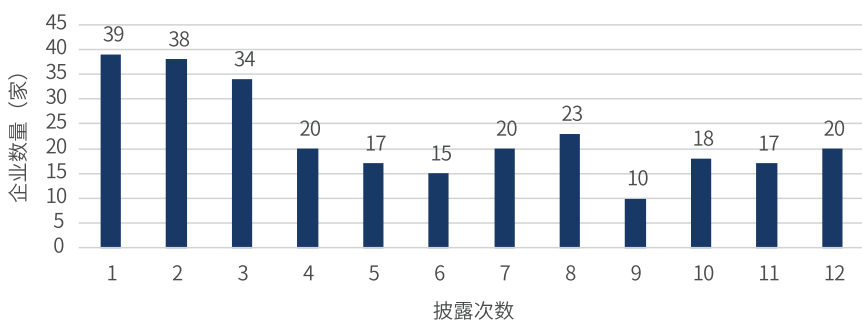
随着社会的进步和企业的发展，公众对企业在非财务方面的披露预期越来越高。而企业社会责任报告就是这种非财务报告中的重要一项，对于上市公司的社会责任报告，众多机构已经发布了较多的研究报告。但目前，针对上市家族企业社会责任报告的研究，却非常少。因此，本白皮书将通过分析上市公司家族企业的社会责任报告，描绘中国家族企业在履行社会责任时的特征及其与民营非家族企业的区别。

**报告披露数量** 过去十年 A 股上市公司家族企业 CSR 报告披露数量递增趋势明显。自 2006 年证监会、沪深交易所等权威机构陆续发布社会责任相关指引开始，中国企业对 CSR 进行披露的数量逐年递增。受政策影响，即 2008、2009 年上交所要求三类公司强制披露报告，因此 2007-2008 年度中国 A 股

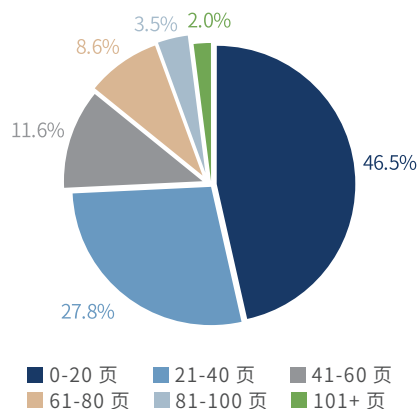
图表 5 2006-2019 年 A 股上市公司家族企业 CSR 报告披露数量



图表 6 2006-2019 年 A 股上市公司家族企业 CSR 报告披露次数分布



图表 7 2019 年度 A 股上市公司家族企业 CSR 报告披露页数比率分布



上市公司家族企业披露 CSR 报告的新增数量为近 15 年以来最高。2019 年度 A 股上市的 3833 家公司中，披露社会责任报告的，总计有 991 家，占 25.9%。其中家族企业总计有 198 家披露了 CSR 报告，相比上一年度增加了 18 家，增长率为 10%。2009 至 2019 这十年时间里，披露 CSR 报告的企业数量总体上逐年递增，十年期年均增长率为 13.9%（图表 5）。

**报告披露次数** 2006-2019 年，总计有 271 家上市家族企业对外披露过 CSR 报告，其中绝大多数家族企业披露次数少于 4 次，该部分家族企业数量占比约为 41%（图表 6）。



**报告披露页数** 2019 年度 A 股上市公司家族企业披露 CSR 报告的 198 家企业当中，最少的披露页数为 5 页，最多的披露页数为 144 页，相差 139 页。平均披露页数约为 31 页，中位数为 23 页。总体上，随着披露页数的增加，家族企业的数量呈递减趋势。从分布上来看，报告页数为 0-20 页的企业占比将近一半，为 46.5%；21-40 页的企业数量占比为 27.8%，两部分加起来总占比超过了 7 成。报告页数在 41-60 的占比为 11.6%，61-80 页的占比为 8.6%，81-100 页的数量占比为 3.5%，100 页以上的仅有 6 家家族企业，占比仅有 2%。报告页数超过 40 页的家族企业数量总占比为 25.47%，通过参阅这 198 家家族企业披露的 CSR 报告内容，我们发现 CSR 报告披露页数低于 20 页的企业多倾向于使用文字进行简单直白表述且涵盖维度较为单一。披露页数在 60 页以上的企业，我们可以直观地看到 CSR 报告内容具体程度、整体报告的设计、排版、报告的吸引力以及相应的实施举措都侧面体现了相应企业对社会责任的重视程度。也就是说，随着披露页数的增加，社会责任报告的内容更加广泛，质量更优（图表 7）。

## 观察与建议

1 随着家族企业的发展，其对社会责任的重视程度也越来越高，开始披露社会责任报告的家族企业数量逐年增长。虽然在一定程度上，是由于国

家法规的要求和社会公众对企业履行社会责任的期望，但也体现出了家族企业的成熟度越来越高，开始关注自身社会责任的履行。

2 虽然披露社会责任报告的家族企业数量越来越多，但是披露报告的质量还有很大的提升空间。例如在 2019 年，A 股上市公司所披露的社会责任报告的页数还比较少，40 页以下的社会责任报告占到七成以上，而 80 页以上的社会责任报告仅占 5.5%。这种现象在一定程度上说明家族企业社会责任报告的深度和广度还有提升的空间。一方面，家族企业在履行社会责任方面仍然不够具体，缺乏实质性的内容，另一方面，家族企业在履行社会责任的时候还聚焦在单一的维度，不够全面。家族企业在今后披露社会责任报告的时候，可以从以下几个方面来提升报告的质量。首先，在披露社会责任报告的时候，尽量覆盖到社会责任报告的各个维度与指标。另外，可以采取图文并茂的方式，充实报告呈现的信息。例如增加企业在履行社会责任时的具体举措及优秀案例。

## A 股上市公司家族企业社会责任报告指标分析

不管是业界还是学界，对于家族企业承担企业社会责任的行为逻辑仍然存在争论。一方面，从社会情感财富的视角看，家族企业的决策目标不仅在于追求自身经济利益的最大化，而且在于对社会情感财富等非经济目标的追求，如维护家族影响，实现家族代际传承，积累家族社会资本等。企业负责任的社会行为有助于树立家族形象和声誉。因此，家族企业对于履行社会责任更为积极。另一方面，从经济学的理性人假设看，家族企业与非家族企业中的管理者没有本质区别，都是追求经济利益的最大化。家族控制者掌握了一半以上的企业所有权，因而比一般的管理者更看重经济效益，更容易出现委托代理问题，为家族利益而牺牲其他利益相关者的利益。因此，家族企业对履行企业社会责任会更为消极。

出现这样的争论，一个重要的原因是没有细分不同的利益相关者群体。对于与自身关系不同的利益相关者，家族企业的决策行为可能并不相同。因此，本报告将针对性地分析家族企业在面对不同利益相关者时，其具备的行为特征。结合现有数据库，

《中国 A 股上市家族企业社会责任报告 2021》针对四个不同的利益相关方进行分析，包括对社会的责任，对环境的责任，对员工的责任，和对消费者的责任。其中每一个利益相关方又包含 5-7 个细分指标（图表 8）。指标数据与信息经爬虫大数据采集、清洗、挖掘、深度交叉比对等流程进行收集分析，最终形成现有指标，下表为各类指标的体系构成，我们将在每个指标下对家族企业与非家族企业社会责任履行及披露情况进行统计对比：

图表 8 A 股上市公司家族企业社会责任指标体系

对社会的责任	对环境的责任	对员工的责任	对消费者的责任
(1) 企业公益支出 (2) 支持教育 (3) 志愿者活动 (4) 促进经济，带动就业 (5) 反贿赂，反腐败 (6) 会计规范	(1) 环境有益 (2) 节约能源 (3) 循环经济 (4) 绿色办公 (5) 环保公益 (6) 环境认证 (7) 环境处罚	(1) 薪酬激励与补充福利 (2) 职业培训 (3) 员工沟通 (4) 平等就业机会 (5) 安全管理与职业健康	(1) 产品与服务质量 (2) 售后服务 (3) 诚信经营 (4) 专利 (5) 研发投入

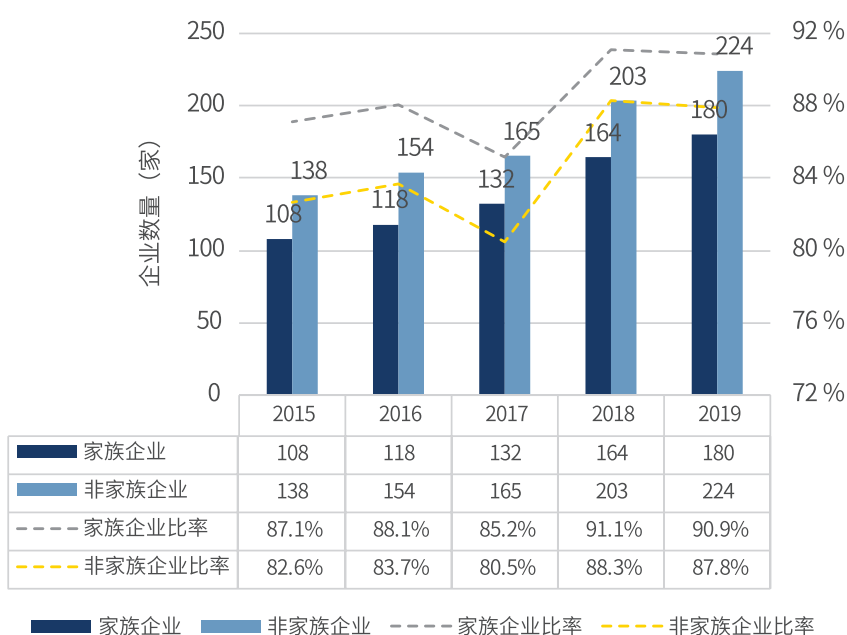
### 一、对社会的责任

企业对社会的责任往往包含：（1）社会公益支出，（2）支持教育，（3）志愿者活动，（4）促进经济、带动就业，（5）反贿赂、反腐败，（6）会计规范。共计 6 项指标，体现报告主体在对广泛的社会关怀方面的措施与表现。

#### 1. 社会公益支出

过去 5 年时间里，参与慈善捐赠的非家族企业与家族企业数量都呈现出明显上升趋势，非家族企业 5 年年均增长率为 13%，家族企业年均增长率为 14%。从 2015 年到 2019 年，参与社会公益捐赠的家族企业的比率全部高于非家族企业的比率。2019 年度 A 股上市公司家族企业共有 180 家披露了其参与

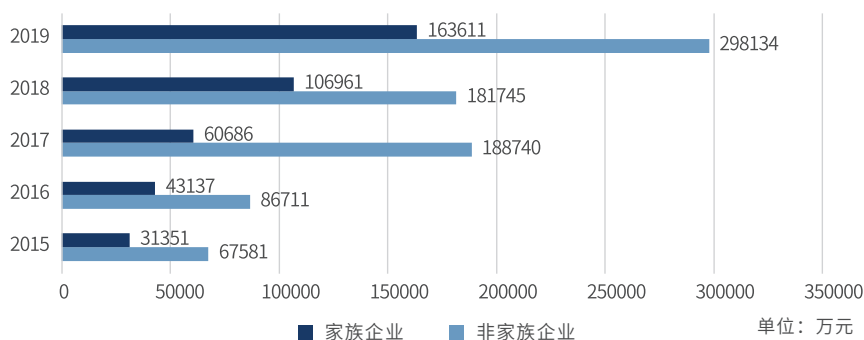
图表 9 2015-2019A 股上市公司社会公益捐赠披露数量



非家族企业的捐赠总额由 2015 年的 6.8 亿元增长到 29.8 亿元，增长了约 4 倍多。比较来看，家族企业的捐赠总额和非家族企业相比还有一定的差距，其中一个重要的原因是因为家族企业的规模相对比较小，营业收入相对少（图表 10）。

在 2019 年，对于进行过社会公益捐赠的家族企业，其平均捐赠总额为 909 万元，低于非家族企业的 1336.9 万元。非家族企业的平均捐赠额是家族企业的近 1.5 倍。从行业来看，在房地产业、交通运输邮政业、文化体育娱乐业中，家族企业的平均捐赠额都比较高，且较大幅度领先于非家族企业的平均捐赠额。在房地产业，平均每家家族企业的捐赠额约为 1.3 亿元，而非家族企业约为 7443.7 万元。在文体和娱乐业中，平均每家家族企业的捐赠额为 923.4 万元，而非家族企业则为 335.6 万元。在交通运输和邮政业中，家族企业的平均捐赠额约为 1068.2 万元，而非家族企业约为 691.5 万元。对比之下，在金融业，环保和公共事业中，非家族企业的平均捐赠额则要远远超过非家族企业。对于金融业企业，平均每家

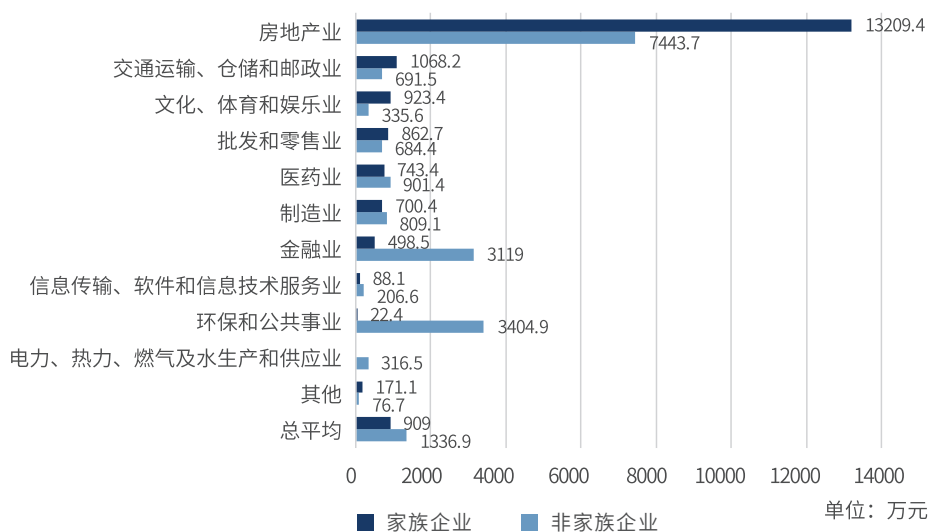
图表 10 2015-2019A 股上市公司社会公益捐赠统计



社会公益慈善与捐赠，占到家族企业的 90.9%，非家族企业则有 224 家进行过相关披露，占到非家族企业的 87.8%（图表 9）。

2015-2019 年非家族企业和家族企业在公益捐赠总额方面都有稳步的提升。家族企业的捐赠总额由 2015 年的 3.1 亿元提升到了 16.4 亿元，增长了 5 倍多。

图表 11 2019 年 A 股上市公司平均每家公司公益捐赠额（按行业分）

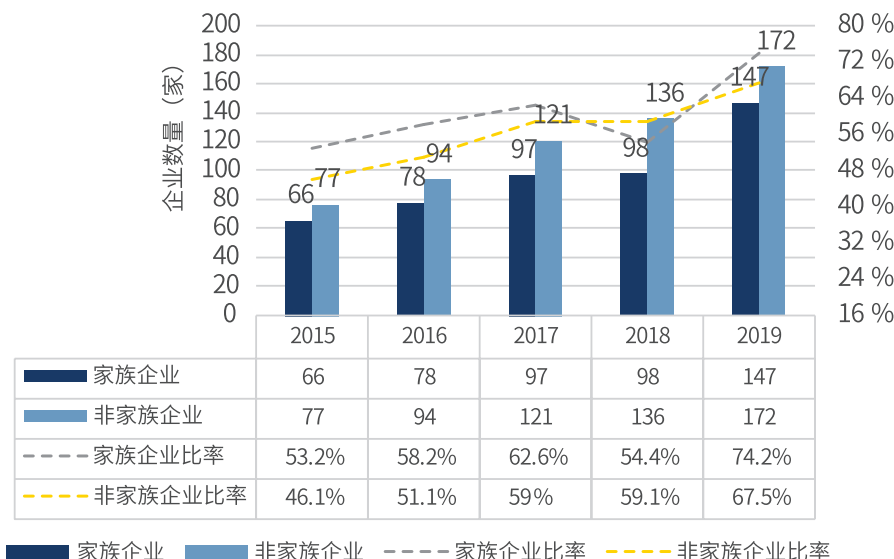


族企业则约为 22.4 万元（图表 11）。

## 2. 支持教育

支持教育指标指的是公司有支持教育的行为，如创办学校，为希望工程捐款，资助贫困学生等。从 2015-2019 年统计数据来看，家族企业与非家族企业，不论是企业数量的绝对值，还是所占比率，对教育支持投入热情都呈明显上升趋势。在五年间，除 2018 年外，家族企业参与教育支持的比例都要高于非家族企业。到 2019 年度已披露 CSR 报告的企业中共有 147 家家族企业明确将教育支持作为企业履行社会责任的一部分，占到家族企业总数的 74.2%，有 172 家非家族企业有披露教育支持的行为，占到非家族企业总数的 67.5%（图表 12）。

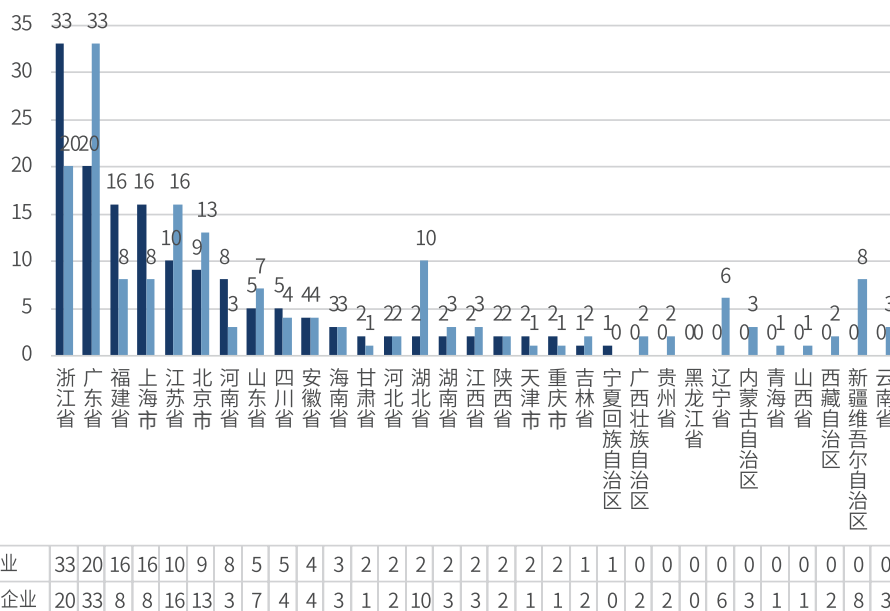
图表 12 2019A 股上市公司支持教育捐赠统计



非家族企业在 2019 年的公益捐赠额达到了 3119 万元，而家族企业平均捐赠额约为 498.5 万元。在环保业和公共事业中，非家族企业的平均捐赠额为 3404.9 万元，家

从参与支持教育企业分布的省份来看，2019 年度来自浙江省、广东省和上海市的家族企业更为支持教育，非家族企业则来自广东省、浙江省和江苏省较多（图表 13）。

图表 13 2019 年 A 股上市公司教育支持统计（分省份）



### 实例参考 碧桂园控股捐资助学

从 1997 年第一笔大额捐款算起，杨国强先生、杨惠妍女士及国强公益基金会为全社会捐款累计超过 67 亿元，直接受益人数超过 36 万人次。2019 年国强公益基金会在教育慈善和乡村振兴等领域持续发力，设立 20 多项教育专项基金，覆盖全国 40 所高校、3 所慈善学校。

**慈善学校** 国强公益基金会创办了国华纪念中学、广东碧桂园职业学院以及国强职业技术学校，以接受贫困学生和退伍军人为主，通过授人以渔，让知识改变命运。2019 年 8 月，甘肃国强职业技术学校开工奠基。学校由国强公益基金会捐赠约 3 亿元资金建设，建成后能容纳 2500 多名学生就读，学校坚持公益属性，将对贫困家庭学生免除一切费用，以帮助其掌握就业技能，实现“一人成才，全家脱贫”。

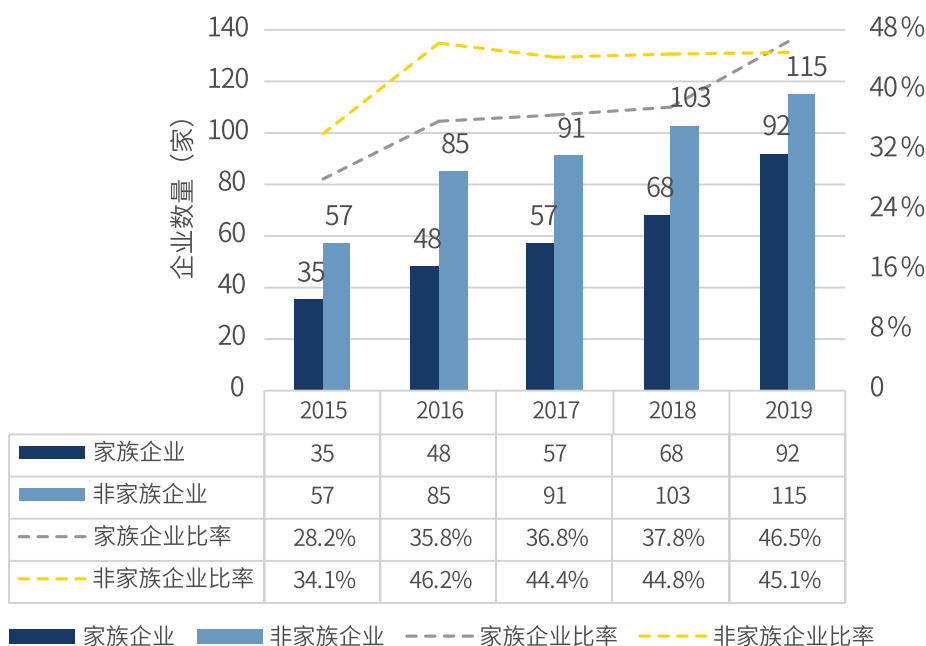
**教育专项基金** 国强公益基金会目前设立有仲明大学生助学金、惠妍教育助学基金、国华杰出学者奖等二十余项

教育助学专项基金，助力国家科教兴国。截至 2019 年，国强公益基金会仲明大学生助学金共捐赠 3800 万元，受助学生达到 10750 名。

**教育扶贫** “授人以鱼不如授人以渔”。碧桂园一直聚焦教育扶贫，大力开展助学捐款、家教帮扶等，让贫困学子接受公平、有质量的教育，阻止贫困现象的代际传递。2019 年，中国光华科技基金会、碧桂园集团、国强公益基金会合作正式上线“碧桂园·光华助学金”网络众筹活动，通过“心愿 100”教育扶贫助学捐款行动、公益徒步等多种方式，向集团员工、全社会爱心人士发起助学捐款活动，截至活动结束，共有 176 个单位、爱心团体参与，累计捐款人次 142204 人，筹集到善款 1060.25 万元，碧桂园集团另捐赠 289.6197 万元，用于资助 9 省 14 县 7500 名贫困学子完成学业及微心愿。

——《2019 年度可持续发展报告——碧桂园控股有限公司》

图表 14 2015-2019A 股上市公司志愿者活动统计

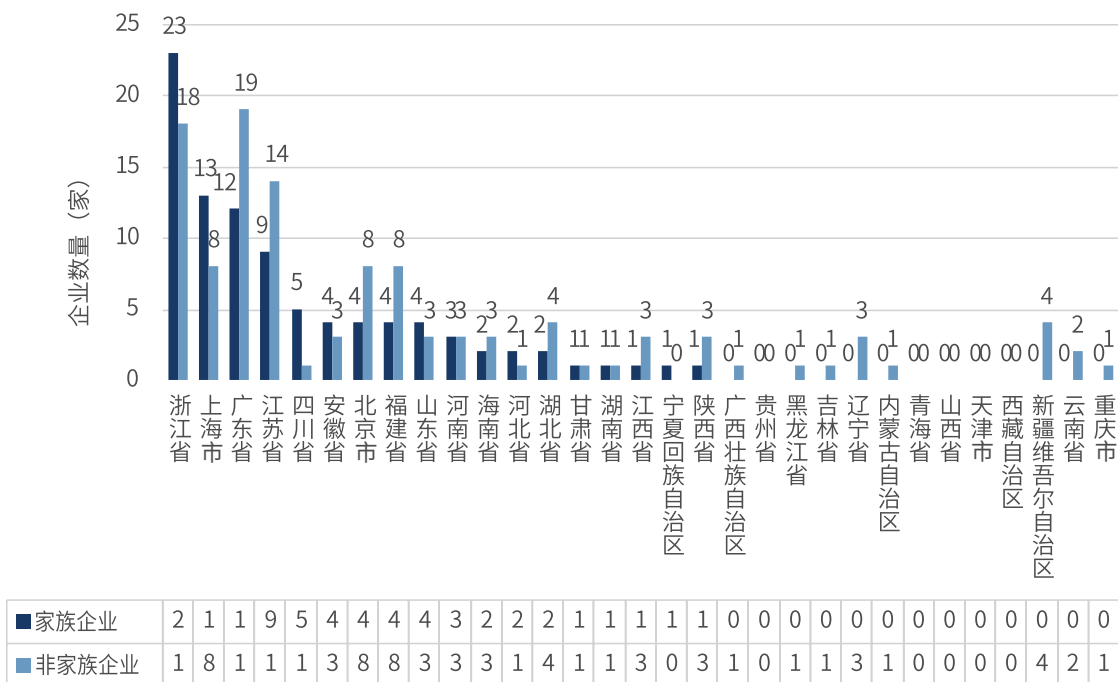


### 3. 志愿者活动

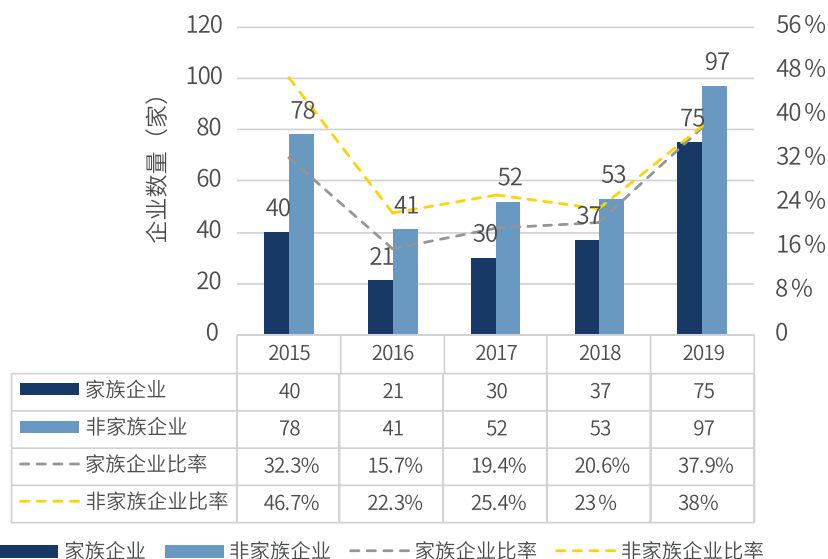
2015 至 2019 年，家族企业参与志愿者活动的数量和比例都有所提升，并在 2019 年，参与志愿者活动的家族企业的比例超过了非家族企业。2019 年度有 92 家家族企业披露了其有举办过志愿者活动，占到家族企业的 46.5%，非家族企业则有 115 家，占到非家族企业的 45.1%（图表 14）。

分省份来看，广东省、浙江省和江苏省举办志愿者活动的非家族企业数量相对较多，

图表 15 2019A 股上市公司志愿者活动统计（分省份）



图表 16 2015-2019A 股上市公司促进经济统计

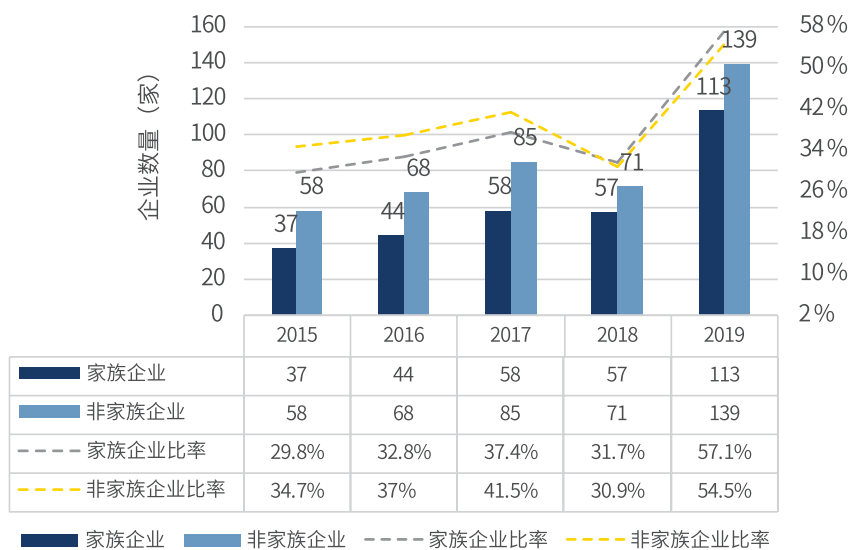


#### 4. 促进经济与带动就业

在 2015 至 2019 年之间，在促进当地经济发展方面，非家族企业的数量和比例明显多于家族企业。但是两者的差距在逐步缩小，到 2019 年，在社会责任报告中明确提到自身运营对当地经济发展起到促进作用的非家族企业有 97 家，占到非家族企业总数的 38.0%。而家族企业明确促进当地经济发展的有 75 家，占到 37.9%（图表 16）。

在带动就业方面，2015 至 2019 年度，两类企业在社会责任报告中，明确自身运营带动了当地就业的企业呈现上升趋势，其中 2018-2019 年度上升幅度较大。在 2018 年和 2019 年，明确报告带动当地就业的家族企业的比率超过了非家族企业的比率。2019 年度，共有 113 家（57.1%）家族企业披露了其在带动当地就业方面有相应的政策或措施，而非家族企业则有 139 家（54.5%）（图表 17）。

图表 17 2015-2019A 股上市公司带动就业统计

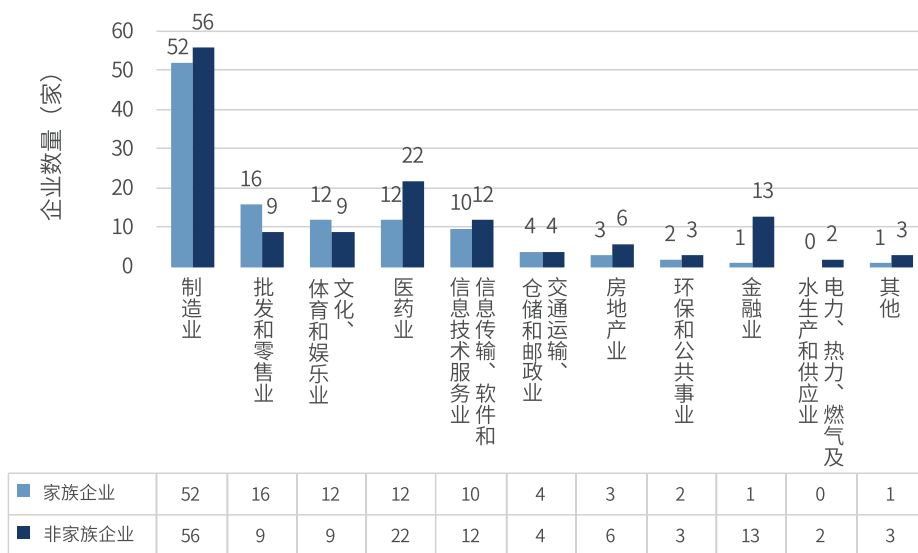


分别为 19 家、18 家和 14 家。该指标下的家族企业则主要集中在浙江省、上海市和广东省，分别为 23 家、13 家和 12 家（图表 15）。

分行业来看，在 CSR 报告中披露带动就业的非家族企业多来自于制造业，其次是医药业和金融业，分别为 56 家，22 家和 13 家。该指标下家族企业则多来自于制造业，批发和零售业与医药业，分别为 52 家，16 家和 12 家（图表 18）。



图表 18 2019A 股上市公司带动就业统计（分行业）



**实例参考：新希望六和精准扶贫，带动当地就业：**

**基本方略** 以产业扶贫为主，教育扶贫、就业扶贫、捐助扶贫等其他扶贫为辅。以着眼于“产业为基，多方共赢”为原则，向帮助贫困户增收的目标倾斜。总体目标在 2018 年至 2020 年三年期间，帮助至少 5000 名建档立卡贫困人口实现脱贫，帮助实现增收人数不设上限。2019 年帮扶目标不少于 2000 人。

**实施路径**

**产业依托、稳定脱贫** 在政府各项扶贫政策支持下，新希望六和依托公司养殖、饲料、屠宰等产业优势，通过“3+N”“4+N”等扶贫模式，将建档立卡户与公司养殖基地结成利益共同体，为贫困户带来稳定收益，实现了国家、企业、大户与贫困户多方共赢的局面。

**优势互补、合作扶贫** 为了带动更多的贫困户脱贫，公司联合第三方企业、金融机构及其他社会力量发挥各自

的优势，开展合作扶贫，将产业落地贫困地区，贫困人员将获得持续的收益，助其稳定持续脱贫。

**模式创新** 公司创新出政府投资+公司租赁运营+N个贫困户的“2+N”模式，在湖南等地区探索就业扶贫，结合公司食品产业，通过线上线下采购农副产品等方式帮扶建档立卡贫困人员。

**典型案例** 新希望六和在陕西宜君县发展生猪养殖扶贫项目，新建育肥场 11 个，进苗 22 批，共计 28617 头，已经出栏 14 批 18056 头，累计为农户结算代养费 325 万元，另开展技术培训 226 人次，带动就业人数 115 人。全县在册建档的 3591 户 10333 名贫困人员，其中 77% 将受惠于该扶贫项目，两年来带动 2544 户 7980 人增收。2019 年 5 月，宜君县正式退出贫困县序列。

——《新希望六和 2019 社会责任报告》

## 5. 反贿赂反腐败

在反贿赂和反腐败方面，除 2016 年家族企业在这方面的数量出现了明显下滑以外，总体还是呈现上升趋势。而在最近的三年间，报告自身具有反贿赂反腐败措施的家族企业与非家族企业，在比率上基本相等（图表 19）。但是，对于所有披露 CSR 报告的 A 股上市公司（含国有企业和外资企业），2019 年报告了反贿赂反腐败政策的企业占总量的 51.6%。可以看出，民营企业，包括家族企业在这方面的关注度还远远低于上市公司的平均水平。

## 6. 会计规范

我们通过数据库中的公开违规处罚信息，统计了报告公司的会计违规行为。整体来看，在 2015-2019 年间，家族企业与非家族企业出现会计违规的现象都呈现出波动状态，其比率都在 8% 到 12% 之间，处于比较稳定的水平。在 2019 年度共有 22 家家族企业有会计违规（11.1%），非家族企业则有 27 家（10.6%）（图表 20）。对于所有披露 CSR 报告的 A 股上市公司（含国有企业和外资企业），出现会计违规的企业数量为 90（9%）。这也反映出，家族企业出现会计违规的次数要略高于整个 A 股上市公司的平均水平 2 个百分点。

### 观察与建议

1 以往受到中国传统文化的影响，以家族控股为特征的中国民营企业被认为是只注重自身经济利益，而缺乏社会责任感。例如，民营企业一度被贴上了“为富不仁”“唯利是图”的标签。然而，从横向对比和纵向数据来看，新时期的中国家族企业社会责任履行整体向好。不管是家族企业还是非家族企业，对于企业社会责任都是越来越重视。参与社会公益，支持教育和志愿活动的公司数量每年都在稳步增长。

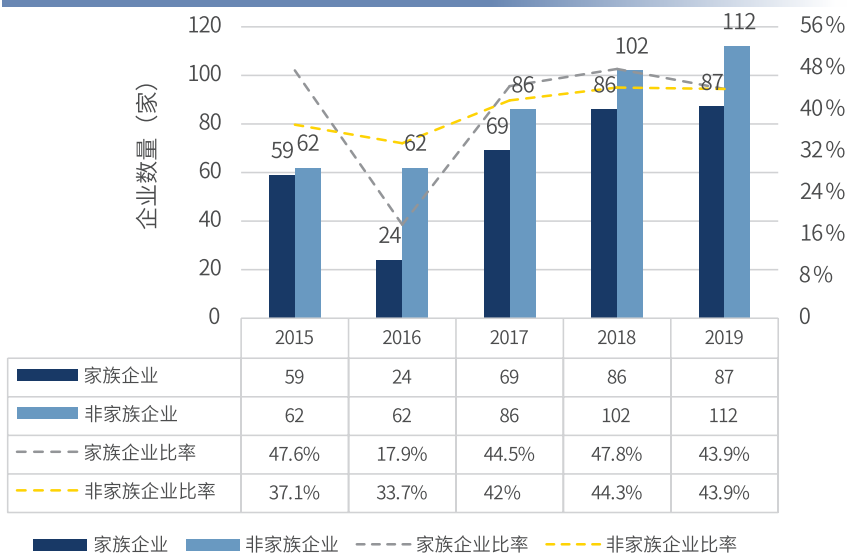
2 不论是家族企业还是非家族企业，进行公益捐赠和支持教育事业的发展，是最普遍的履行对社会的责任的方式。例如社会公益捐赠，有超过 90% 的家族企业，在 2019 年进行过公益捐赠。有 74.2% 的家族企业进行过捐资助

学的活动。这种现象也在一定程度上印证了，公益捐赠和支持教育事业是最能够吸引到公众关注的企业行为。

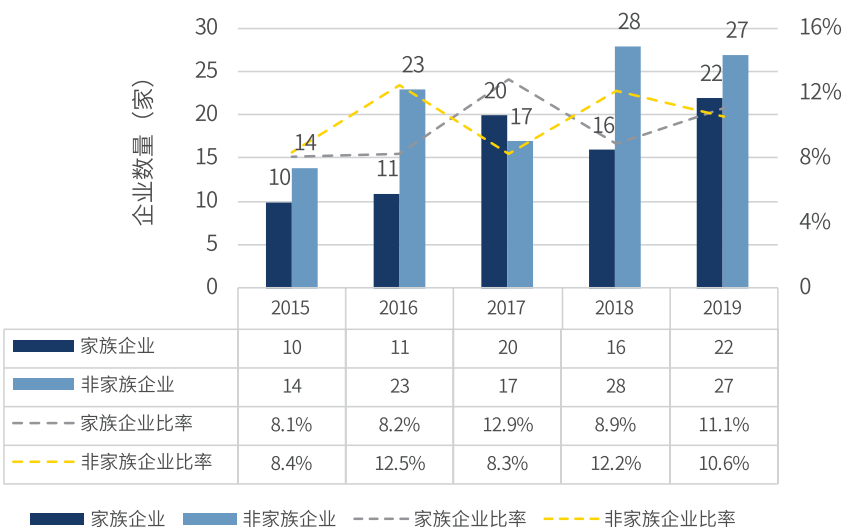
3 对于家族企业，在履行社会责任的时候，更加重视可以吸引社会关注的行为，例如社会捐赠和教育支持。但是对企业最为基础的社会责任——促进经济发展，创造就业岗位的重视程度还不够。例如在 2019 年，只有约三分之一的家族企业提到了自身在促进经济发展中产生的作用。只有不到六成的家族企业提到了自己的企业在提供就业岗位上的作用。根据美国佐治亚大学卡罗尔教授提出的企业社会责任金字塔理论，企业社会责任的发展顺序应该为：经济责任 - 法律责任 - 伦理责任 - 慈善责任。企业在关注自身的慈善责任之前，需要更加关注于履行自身的经济责任。其中最重要的，就是促进经济发展，创造税收以及稳定的就业岗位。因此，不论是家族企业还是非家族企业，在履行和报告自身社会责任的时候都应该注重企业社会责任的全面性，应该平衡发展，而不是顾此失彼。

4 虽然家族企业在履行与报告自身社会责任方面正在稳步提升，但

图表 19 2015-2019A 股上市公司反贿赂反腐败统计



图表 20 2015-2019A 股上市公司会计违规统计



是在一些指标上，仍然有较大的提升空间。例如在会计违规方面，家族企业因会计违规被处罚的企业占到 11.1%，而所有披露社会责任报告的企业中，这个比例为 9%。另外，43.9% 的家族企业在 CSR 报告中提到反贿赂、反腐败措施，低于上市公司平均水平的 51.6%。因此，家族企业应该更加关注自身在经营活动中的规范性。

## 二、对环境的责任

环境责任方面，共包含 7 项指标：  
(1) 环境有益，(2) 节约能源，(3) 循环经济，(4) 绿色办公，(5) 环保公益，(6) 环境认证，(7) 环境处罚。

### 1. 环境有益 & 节约能源 & 循环经济

环境有益指标指的是开发或运用对环境有益的产品服务、设备或技术。2019 年度家族企业报告该项措施的比率为 40.4%，非家族企业为 41.3%。而从行业来看，对于家族企业来说，制造业企业从事环境有益的比率最高，50% 的制造业家族企业有环境有益的措施。对于非家族企业来说，从事环境有益比率最高的行业是电力、燃气及水生产和供应业，交通运输、仓储和邮政业，均有 83.3% 的相关企业进行过环境有益的相关活动（图表 21）。

在节约能源措施方面，2019 年度有 47.5% 的家族企业报告了自己有节约能源的措施，而非家族企业仅有 38.2% 的企业报告其有节能措施。从行业方面看，对于家族企业来说，房地产业、金融业，医药业和制造业更为注重节约能源，分别有 75%、

66.7%、57.1% 和 53.3% 的相关企业报告了自身节约能源的措施。对于非家族企业来说，则是交通运输业和医药业最为注重节约能源，分别有 66.7% 和 50% 的相关企业在 CSR 报告中提到了节约能源的措施（图表 21）。

循环经济指的是企业使用可再生能源或采用可持续的循环经济政策或措施。在该指标下，2019 年度

图表 21 2019 年 A 股上市公司环境责任履行统计 1（分行业）

所处行业	环境有益		节约能源		循环经济	
	家族企业	非家族企业	家族企业	非家族企业	家族企业	非家族企业
电力、热力、燃气及水生产和供应业	0	83.3%	0	16.7%	0	16.7%
房地产业	25%	61.5%	75%	46.2%	0	15.4%
环保和公共事业	0	66.7%	50%	16.7%	0	16.7%
交通运输、仓储和邮政业	20%	83.3%	40%	66.7%	60%	66.7%
金融业	33.3%	29.6%	66.7%	22.2%	0	14.8%
批发和零售业	33.3%	17.6%	33.3%	29.4%	50%	0
文化、体育和娱乐业	30.8%	23.8%	30.8%	38.1%	11.5%	23.8%
信息传输、软件和信息技术服务业	20%	37%	40%	44.4%	0	22.2%
医药业	28.6%	26.7%	57.1%	50.0%	33.3%	13.3%
制造业	50%	46.9%	53.3%	38.5%	28.3%	28.1%
其他	100%	80%	50%	40.0%	50%	20%
汇总	40.4%	41.3%	47.5%	38.2%	27.3%	21.7%

图表 22 2019 年 A 股上市公司环境责任履行统计 2（分行业）

所处行业	绿色办公		环保公益		环境认证	
	家族企业	非家族企业	家族企业	非家族企业	家族企业	非家族企业
电力、热力、燃气及水生产和供应业	0	33.3%	0	33.3%	0	0
房地产业	75%	30.8%	50%	69.2%	0	0
环保和公共事业	0	33.3%	0	50%	0	16.7%
交通运输、仓储和邮政业	20%	83.3%	40%	66.7%	20%	16.7%
金融业	100%	74.1%	66.7%	66.7%	0	0
批发和零售业	41.7%	23.5%	50%	64.7%	12.5%	0
文化、体育和娱乐业	30.8%	38.1%	42.3%	57.1%	19.2%	28.6%
信息传输、软件和信息技术服务业	86.7%	63%	46.7%	44.4%	20%	22.2%
医药业	47.6%	30%	57.1%	60%	52.4%	30%
制造业	32.6%	28.1%	52.2%	39.6%	56.5%	35.4%
其他	33.3%	0	66.7%	60%	33.3%	40%
汇总	40.4%	38.6%	50.5%	51.2%	38.9%	23.2%

有 27.3% 的家族企业和 21.7% 的非家族企业提到了自身在循环经济上的成绩。从行业来看，对于家族企业来说，交通运输、仓储邮政业和批发零售业交通对于循环经济最为积极，分别有 60% 和 50% 的该行业家族企业报告了循环经济的措施。而对于非家族企业来说，交通运输业、仓储邮政业披露循环经济的比例最高，达到了 66.7%（图表 21）。

## 2. 绿色办公 & 环保公益 & 环境认证

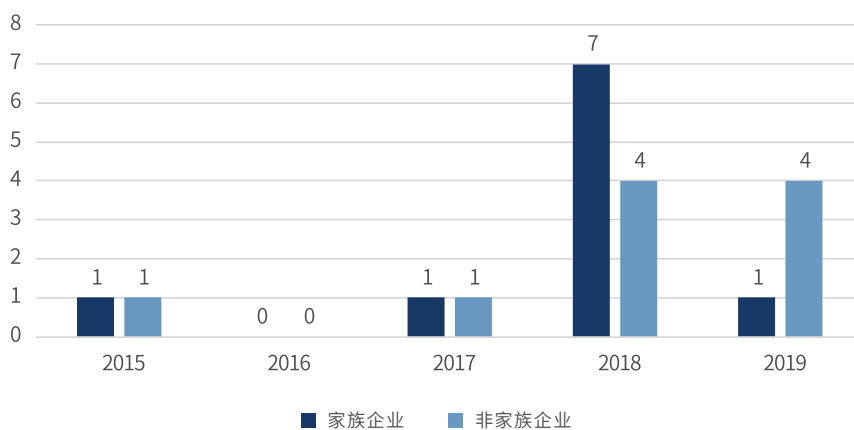
绿色办公指的是企业在日常工作中采取的绿色环保措施，如栽种绿植、垃圾分类、节水节电措施、推行无纸化办公等。2019 年度，共有 40.4% 的家族企业和 38.6% 的非家族企业在社会责任报告中提到了其在绿色办公方面的措施。从行业方面来看，家族企业中的金融业，信息传输、软件和信息技术服务业，以及房地产业最为重视绿色办公，分别有 100%，86.7% 和 75% 的该行业家族企业报告过绿色办公方面的措施。对于非家族企业而言，交通运输、仓储和邮政业，金融业，以及信息传输、软件和信息技术服务业更加注重绿色办公，

分别有 83.3%，74.1% 和 63% 的该行业非家族企业报告了自身绿色办公的举措（图表 22）。

环保公益指的是企业在环境保护方面进行的公益活动，如企业举办植树造林、清理垃圾等活动。2019 年度有 50.5% 的家族企业和 51.2% 的非家族企业报告了自己在环保公益方面的措施。就行业而言，家族企业中的金融业和医药业报告自身环保公益的比率较高，分别占到该行业家族企业的 66.7% 和 57.1%。对于非家族企业来说，房地产行业最为关注环保公益，有 69.2% 的非家族房地产企业提到了环保公益的措施。其次是交通运输、仓储和邮政业、以及金融业，均有 66.7% 的该行业非家族企业报告了自身在环保公益方面的举措（图表 22）。

环境认证，即企业环境管理体系是否通过 ISO14001 认证上，2019 年度家族企业在社会责任报告中提到比率要高于非家族企业的比率，分别为 38.9% 和 23.2%。其中，对于家族企业而言，制造业和医药业在环境认证方面最为积极，有 56.6% 和 52.4% 的该行业家族企业在 CSR 提到了环境认证的成绩。对于非家族行业而言，同样是制造业和医药业对于环境认证最为关注，但是比例相对家族企业较低，分别有 35.4% 和 30% 的该行业非家族企业在 CSR 报告中提到了环境认证的措施（图表 22）。

图表 23 2015-2019A 股上市公司环境处罚统计



### 实例参考 顺丰控股铺就绿色低碳之路

**绿色运营** 2019 年，（顺丰）公司实现了销售合同电子签约，实现零纸张、无寄递、高效快速签约，累计节约纸张费用 113 万余元，年均减少 5145 万单位的排放因子；合同无需寄递，电子审核生效，年均减少寄递费用 367 万余元，仅运单和文件封年均减少 184.8 万单位排放因子。

**绿色包装** 经连续三年“顺丰杯”包装设计大赛累积的高校和专家资源，2018 年至 2019 年间，公司与六所高校就包装材料测试、设计系统开发、包材的用户体验提升、材料基础研究、生鲜机理研究等方向开展了七个项目。公司利用学校的知识沉淀、专业研究积累、优质的师生专家资源等，助力顺丰包装提升基础研究的效率，双方优势互补结合，提升理论知识转化成应用和生产力的速度，让高校师生透过企业项目了解市场需求，研究方向更加清晰明确，在双方间形成良性互动循环。

2019 年，公司已申请包装相关专利 340 余项，涉及重复使用、塑料减量、绿色印刷等领域；参与修订国家标准、行业标准、企业标准等数十项。在 DIA 中国智造大赛中，丰 BOX 获得佳作奖。（注：丰 BOX 终端循环包装箱是物流运输包装的聚变升级，取代现有一次性包装的整体解决方案，包括产品设计、系统监控管理、相关配套流程等模式创新，致力于打造全新的循环包装模式，减少快递过度包

装与浪费，促进环保生态圈，与国家倡导绿色发展战略需求相呼应。丰 BOX 获得 15 项国家专利，行业首创 PP 板热压技术。）

**环保活动** 作为物流行业的领导品牌，顺丰致力于倡导和推动绿色物流的发展，让绿色物流从梦想照进实现。公司通过广泛深入的行业调查，发现延长包装的使用寿命是当前最具可行性的绿色物流解决方案。在 2019 年 4 月至 5 月期间，通过一系列主为“环保重生，创益再生”的绿色包装公益活动，结合公益与环保的创意，通过装置艺术展的形式，改造快递包装，以艺术美感激发大众参与，传递品牌绿色循环理念。不仅发现了绿色物流新可能，也为大众启发了一种绿色生活的新方式，实现顺丰企业文化价值与实用价值的有机统一。“环保重生，创益再生”项目获得中国创新传播大奖（蒲公英奖）可持续发展类奖项金奖。

2019 年 4 月 22 日世界地球日，联动顺丰公益在全国顺丰莲花小学举办了“顺丰莲花小学百变快递箱创意绘画赛”。同学们变身小小设计师，通过想象力实现“变废为宝”，将快递纸箱改造为有趣、实用的创意绘画设计。在帮助孩子们树立环保意识的同时，也让装置艺术展的设计作品更具感染力，实现 1+1>2 的效果。

——《顺丰控股 2019 年社会责任报告》

### 3. 环境处罚

环境处罚方面，从过去五年时间统计数据来看，非家族企业和家族企业受到的处罚总数是相等的，都为 10 起。

除了 2018 年度，家族企业被处罚数量略高之外，其他年份家族企业在环境方面受处罚的数量较少，每年不超过 1 起处罚事件（图表 23）。



### 观察与建议

1 从企业社会责任 (CSR) 诞生之日起, 企业环境责任 (CER) 就是其中的重要内容。环境责任是企业社会责任的一个重要维度, 也是企业必须履行的责任之一。根据我们的统计, 大约 95% 的家族企业和 90% 的非家族企业, 至少实施过一项履行环境责任的措施。在各项环境责任指标中, 企业最为热衷的是进行环保公益。超过 50% 的企业进行过环保公益。

2 总的来看, 家族企业在履行环境责任方面更为积极。除了环境有益和环保公益两个维度, 家族企业参与的比率略低于非家族企业外, 其余几个维度上, 家族企业参与的比率都要高于非家族企业。尤其是在环境认证和节约能源方面, 家族企业参与的比率远远高于非家族企业参与的比率。

3 通过数据可以看出, 企业在履行环境责任的时候具有明显的行业特征。对于家族企业来说, 医药业、金融业和制造业最为注重履行环境责任。对于非家族企业来说, 交通运输、仓储和邮政业, 信息技术服务业在履行环境责任时最为积极。另外, 每个行业热衷的环境责任行为有所不同。例如: 制造业企业最为重视的是节约能源和环境认证, 医药行业最为重视的是环保公益和节约能源, 而信息传输、软件和信息技术服务业的企业最热衷于绿色办公和环保公益。因此, 我们建议家族企业在履行环境责任的过程中, 应该结合自身的行业特征和地域特征, 有特色地履行自身的环境责任。

4 虽然受到环境处罚的企业数量整体较少, 但从趋势来看, 2018 年和 2019 年明显高于 2015 至 2017 年。因此, 不论是家族企业还是非家族企业, 仍需要在自身在生产运营过程中, 严格遵守保护环境的相关法律法规。

## 三、对员工的责任

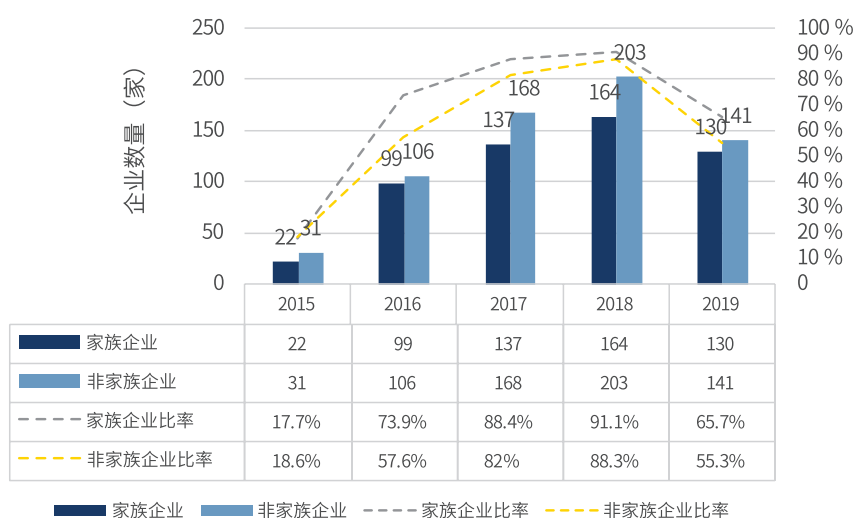
该部分共由五个细分指标构成, 包括: (1) 薪酬激励与补充福利, (2) 职业培训, (3) 员工沟通, (4) 平等就业机会, (5) 安全管理体系与职业健康。

### 1. 薪酬激励与补充福利

薪酬激励主要统计了企业是否有设立员工薪酬激励机制, 例如强烈鼓励员工通过股票期权的形式参与或拥有公司所有权、与员工分享收益, 分享财务信息或者参与管理决策的制定等。整体来看, 上市家族企业更为重视员工的薪酬激励, 除 2015 年, 家族企业中报告薪酬激励措施的比率低于非家族企业外, 接下来的四年时间, 家族企业在社会责任报告中提及员工薪酬激励措施的比率都高于非家族企业。2019 年, 共有 141 家非家族企业设立了薪酬激励制度, 占到家族企业总量的 65.7%, 比家族企业多出 10 个百分点 (图表 24)。

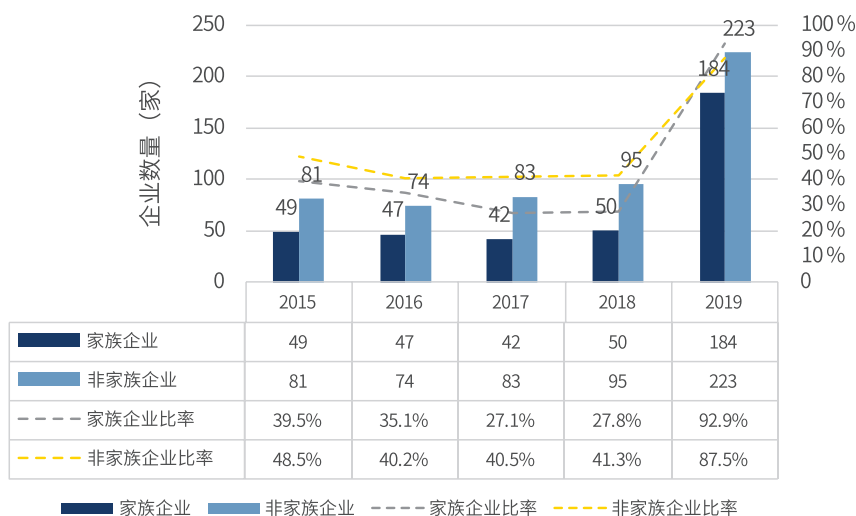
员工福利是指除薪酬股权外, 企业给予员工的额外福利, 例如子女教育、商业医疗保障、退休福利计划等等。从五年间的趋势来看, 2015-

图表 24 2015-2019A 股上市公司薪酬激励统计



2018 年间，非家族企业在这个维度上，表现得比家族企业积极。至 2019 年度，家族企业和非家族企业在员工福利上都有了显著的提升，且家族企业践行这一维度的比率第一次超越了非家族企业。2019 年，家族企业有 184 家设有相应的员工福利计划，占家族企业的 92.9%；非家族企业共有 223 家，占比 87.5%（图表 25）。

图表 25 2015-2019A 股上市公司员工福利统计





### 实例参考：美的集团多元化员工福利

**员工福利** 公司提供面向全体员工的多元化福利政策,包含法定福利和公司福利。其中,公司福利由“享工作”“乐生活”、“爱家人”“有关爱”“专项福利”五大类目组成。具体包括膳食补贴、住房补贴、交通补贴、医疗体检、商业保险、节日慰问、旅游补贴、退休补助、困难补助、员工假期等。

**扶助基金** 为构建友爱型企业,扶难助困,帮助因重大疾病或死亡导致家庭陷入困境的员工度过难关,公司设立了美爱扶助基金。该基金面向集团内所有员工,针对需要扶助的员工本人,以及员工的配偶、父母、子女,单笔扶助金额最高可达 30 万元。2019 年,美爱扶助基金共援助 104 名员工及其家属,扶助总金额超 900 万元。

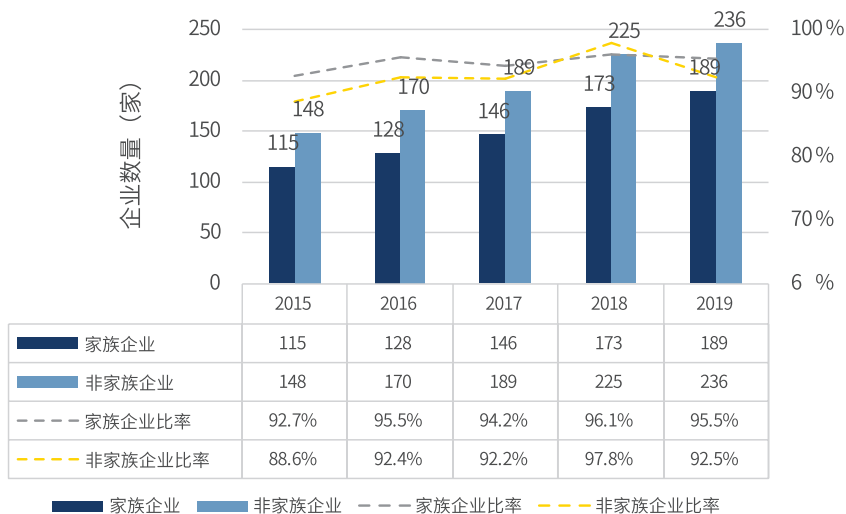
美爱扶助基金成立以来,一直履行传递爱心、扶贫济困的使命。为能让更多有需要的员工受惠,美的集团建立扶助基金资源长期运营机制,将每年 12 月 30 日集团扶助基金总额的 8% 作为下一年度集团扶助基金预算总额。同时,公司下发了审批权限,精简审批流程,10 万及以下的扶助基金由事业部审批,员工申请扶助基金变得更简单高效。

——《美的集团 2019 年社会责任报告》

## 2. 职业培训

在企业对员工提供职业培训方面,从图表上可明显看到,2015-2019 年,该指标下家族企业和非家族企业的数量呈现出上升趋势,且除了 2018 年非家族企业报告公司进行职业培训的比率(97.8%)高于家族企业进行职业培训的比率(96.1%)外,其余几年家族企业报告员工职业培训的比率都稍高于非家族企业。至 2019 年,95.5% 的家族企业有在社会责任报告中提到员工的职业培训,而非家族企业的这一比率为 92.5% (图表 26)。

图表 26 2015-2019A 股上市公司职业培训统计

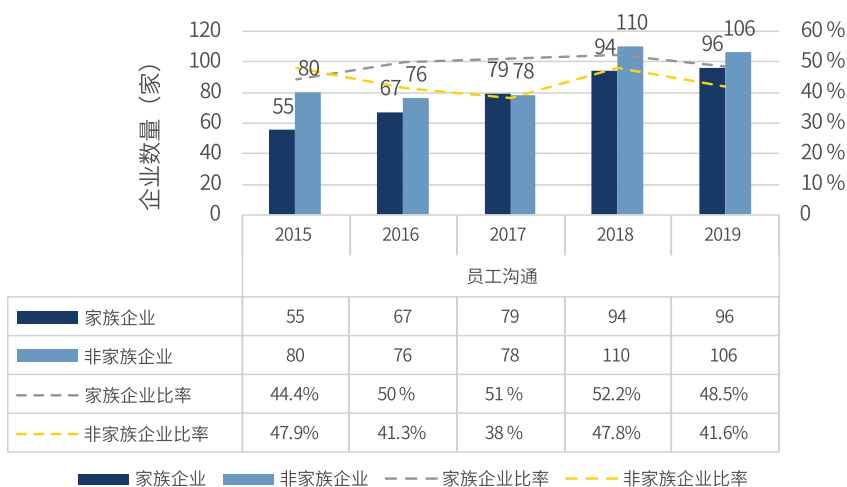


## 3. 员工沟通

员工沟通渠道建设方面,家族企

业的积极性也略高于非家族企业。从过去五年统计数据来看，家族企业在打通管理层与员工层之间沟通上做了功课。除了 2015 年以外，报告具有员工高效沟通措施的家族企业的比率都略高于非家族企业。以 2019 年为例，有 48.5% 的家族企业和 41.6% 的非家族企业提到了管理层和员工之间有高效沟通的渠道（图表 27）。

图表 27 2015-2019A 股上市公司员工沟通统计



#### 实例参考：顺丰控股四大沟通平台促进民主沟通

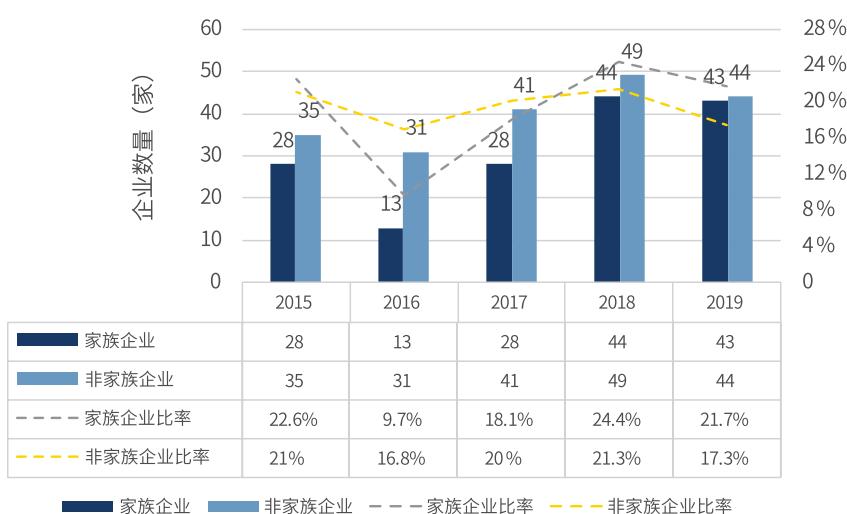
员工事无小事，公司认真对待每一起员工声音。公司搭建了四大沟通平台，采取“主动 + 被动”“线上 + 线下”等相互补充的方式，多渠道、全方位用心聆听员工声音，并全力解决员工需求。每年，公司受理员工声音约 1.8 万起，员工评价解决率约 93%，沟通渠道价值成效显著。

——《顺丰控股 2019 年社会责任报告》

#### 4. 平等就业机会

该指标主要统计了企业在强调雇佣不同民族、宗教、国别间的机会平等。总体来看，家族企业与非家族企业对于平等就业机会的关注都相对较少。五年间，两类企业在社会责任报告中提到自身在平等就业举措的比率均在 20% 上下。2019 年度，家族企业中 21.7% 的企业报告了平等就业机会，而非家族企业中，比率为 17.3%（图表 28）。

图表 28 2015-2019A 股上市公司机会平等统计



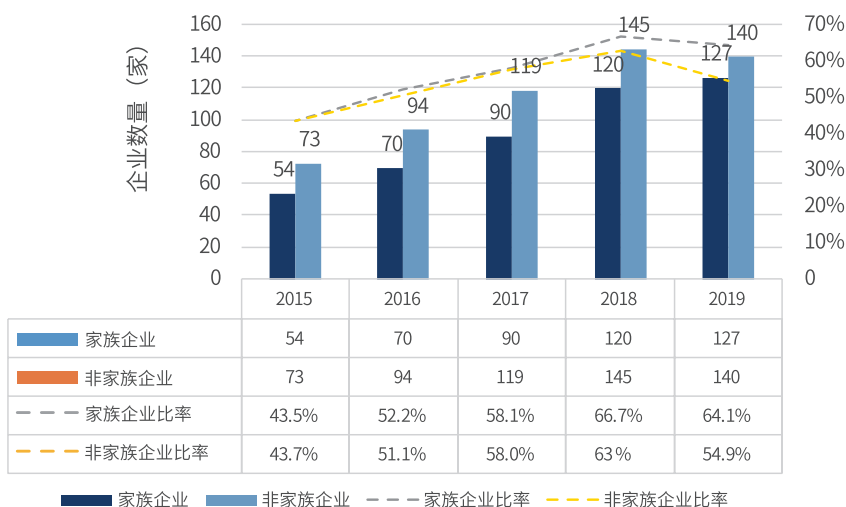
### 5. 安全管理体系与职业健康安全认证

整体来看，2015-2019 年之间，除了 2019 年有小幅回落外，家族企业与非家族企业在安全管理体系上的重视程度都有所增加。前三年，家族企业与非家族

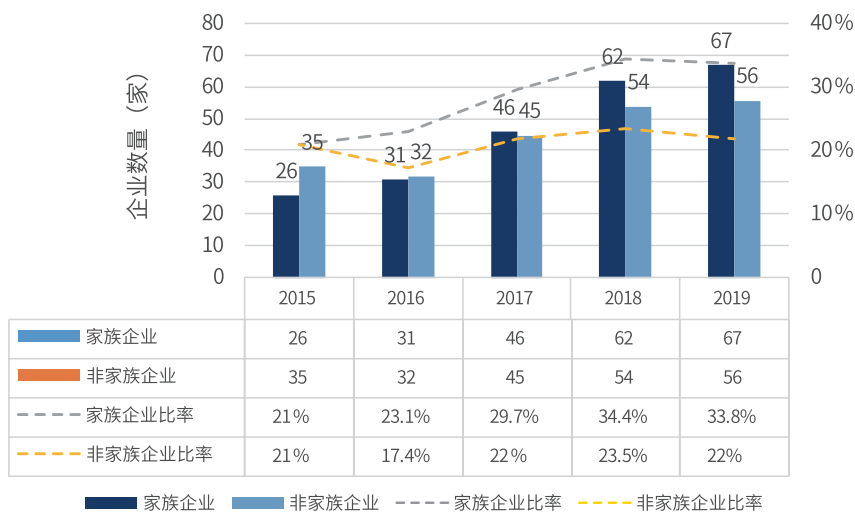
企业报告安全管理体系的比率基本持平，但最近两年，家族企业报告的比率已经超过了非家族企业。至 2019 年，有 64.1% 的家族企业报告了自身在安全管理体系建设方面的措施，超越了非家族企业近 10 个百分点（图表 29）。

从整体上看，2015-2019 年间，进行过职业健康安全认证的非家族企业与家族企业在比率上均呈上升趋势。但是家族企业在该维度上的增长速度高于非家族企业，两者之间的差距有扩大的趋势。至 2019 年，有 33.8% 的家族企业报告了自身进行过职业健康安全认证，而非家族企业报告该项措施的比率，为 22%，比家族企业低 11.8 个百分点（图表 30）。

图表 29 2015-2019A 股上市公司安全管理体系统计



图表 30 2015-2019A 股上市公司职业健康安全认证



### 实例参考：比亚迪的职业健康与安全

**职业健康管理体系建设** 比亚迪一直致力于改善和提升员工的工作环境，保护员工的健康安全。比亚迪开展职业健康安全管理体系建设，积极开展场所检测和员工的三期职业健康体检监护，采取职业卫生防护措施。落实职业健康三同时要求，通过优化人机工程，降低人员工作强度，提升自动化生产水平，从材料选用和替代、生产工艺等环节的优化和严格把控，以实际行动付诸健康中国建设。

**提升安全管理** 比亚迪通过体系完善及对各园区有效性审核，有效减少安全管理盲区，提升安环管理成熟度。完善并强化高危作业审批许可及监护管理，有效遏制高危作业、零散作业时的安全风险，预防事故发生。

公司通过驻点工作组模式的开启，对新建基地进行专业辅导，对管理薄弱地区进行“帮服”，使得各基地安全管理快速提升，筑牢基层安全防线。对重点项目、重点工程安全管理进行总结与交流，编制安全管理指导手册和专项方案，沉淀安全生产的方法。评优创先，季度性地发掘优秀项目、优秀人员，设立标杆和典型，带动全员参与安全管理，搭建分享经验的交流平台。

**创新安全教育** 基本安全知识和技能普及，是预防事故的基础。公司开展典型事故教育和反思，通过创建安全警示教育屋和“班前五个一分钟安全思考”区活动，提高全员的安全意识。开创“启明星”培训班和注册安全工程师辅导班，培养职业健康安全管理的新生力量。并通过筹建安全教育实训基地，改变以往说教式的被动灌输安全教育模式，采用比亚迪云轨为设计元素的涵盖四个展厅 24 项互动和 VR 等浸入式的安全体验项目，为员工带来更好的安全教育体验。

——《比亚迪 2019 年社会责任报告》

### 观察与建议

1 企业的员工责任，是指企业对员工应该承担的责任，大致包括经济责任和法律责任。法律责任包括提供安全健康的工作环境以及提供平等就业机会等。经济责任则包括提供员工相应的福利待遇，给予员工职业发展与提升的机会等等。整体来看，在对待员工的责任方面，企业最为重视的是员工的薪酬、福利以及职业培训。而对于平等就业、员工沟通和职业健康安全认证等方面，企业履行的比率则比较小。

2 在对待员工的法律责任方面，家族企业略好于非家族企业。在安全管理体系方面，家族企业和非家族企业参与的比率几乎相等。在职业健康安全认证方面，家族企业所履行的责任则要高于非家族企业，尽管如此，家族企业在 CSR 报告中展现出来，履行这些员工责任的内容还是较少。因此，家族企业在履行对员工的责任的时候，也应该更加全面，平衡地关注员工工作和发展的方方面面，尤其是在职业健康等方面，需要投入更多的关注。

3 在对待员工的经济责任方面，家族企业与非家族企业各有侧重点。例如：在员工薪酬待遇方面，家族企业重视的程度要高于非家族企业；而在员工补充福利方面，家族企业的重视程度虽然略低于非家族企业，但是增长速度很快，已经有超过非家族企业的趋势。

4 有批评认为家族企业不是很好的职业选择也正是基于此。家族企业在员工的薪资待遇，补充福利和职业发展方面还有很大的提高空间。这种现象在社会责任报告中也有所体现。一方面，家族企业为了吸引优秀的人才，在薪酬待遇方面也给予了较大的重视；但在另外一方面，家族企业在员工的其他福利的重视程度，例如股权激励方面，则要略低于非家族企业。因此，家族企业在关注自身利益，尤其是家族控制，代际传承等社会情感财富之外，还要将员工的利益融入进来，将员工自身的发展和企业的发展进行结合。

## 四、消费者责任

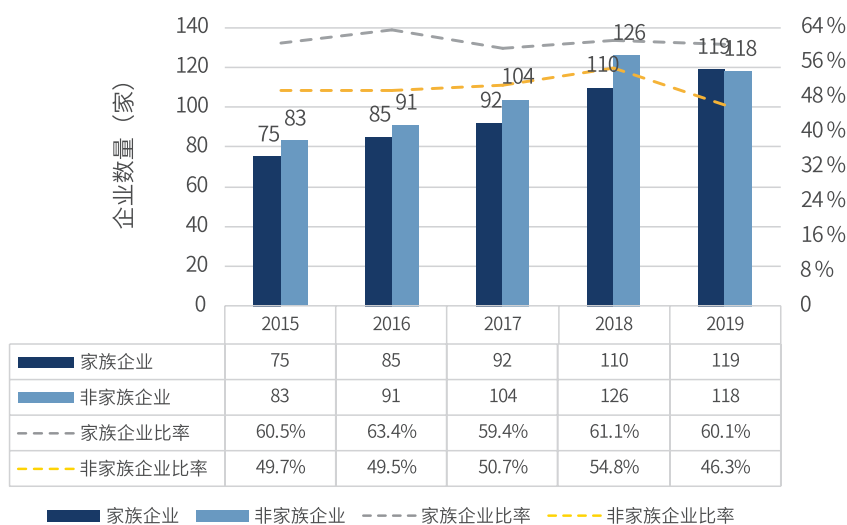
该部分包括五个方面：(1) 产品与服务质量，(2) 售后服务，(3) 诚信经营，(4) 专利，(5) 研发投入。

### 1. 产品与服务质量

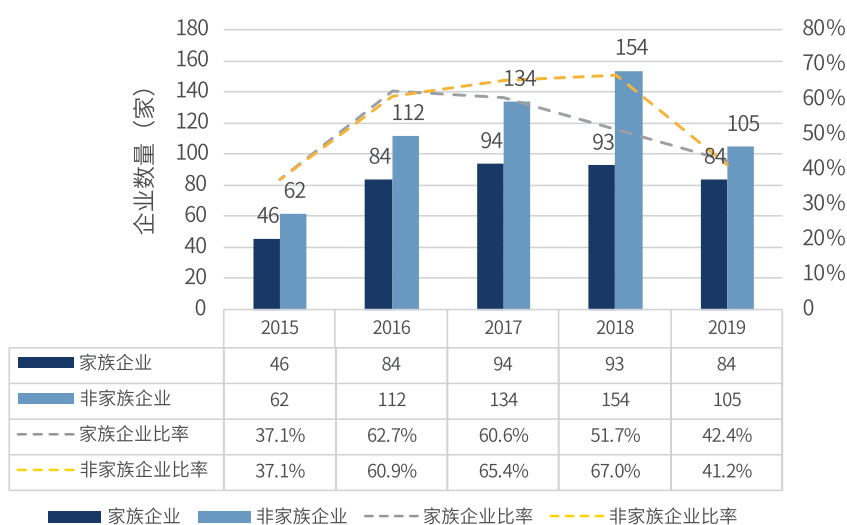
从整体上看，2015-2019 年间家族企业对于内部质量管理体系的重视程度要高于非家族企业。每年报告自身在质量管理方面举措的企业比例趋于稳定，对于家族企业而言，每年约有 60% 的企业会在社会责任报告中提到自身对产品和服务质量的管理体系，对于非家族企业，每年约有 50% 的企业报告了自身的质量管理体系。至 2019 年，有 60.1% 的家族企业和 46.3% 的非家族企业报告了自身质量管理的举措（图表 31）。

对于自身获得的，在产品和服务质量上的荣誉的披露。除了在 2018 年以外，家族企业与非家族企业之间没有显著的差异。2017 年至 2019 年，家族企业对

图表 31 2015-2019A 股上市公司质量管理统计



图表 32 2015-2019A 股上市公司质量荣誉统计

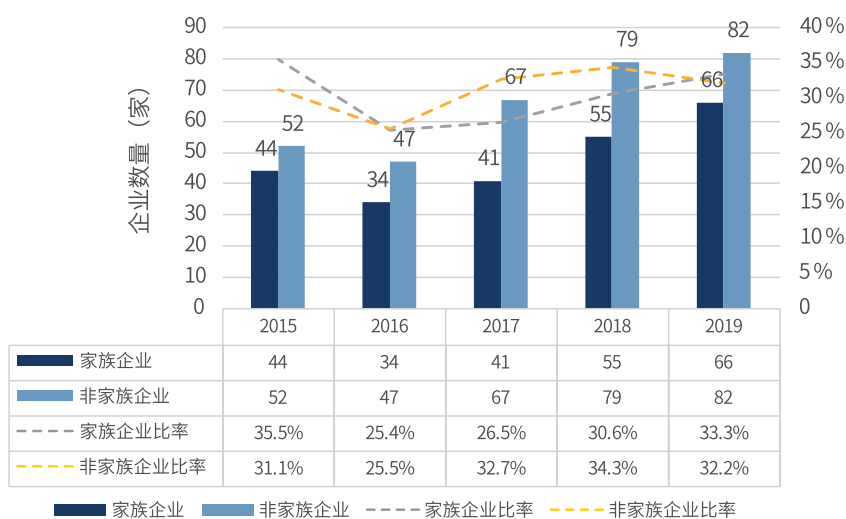


质量荣誉的披露呈现明显的下降趋势，2017 年有 60.6% 的家族企业报告了自身在产品和服务方面的荣誉或认证，而 2019 年，仅有 42.4% 的家族企业对该项信息进行了披露（图表 32）。

## 2. 满意度调查与售后服务

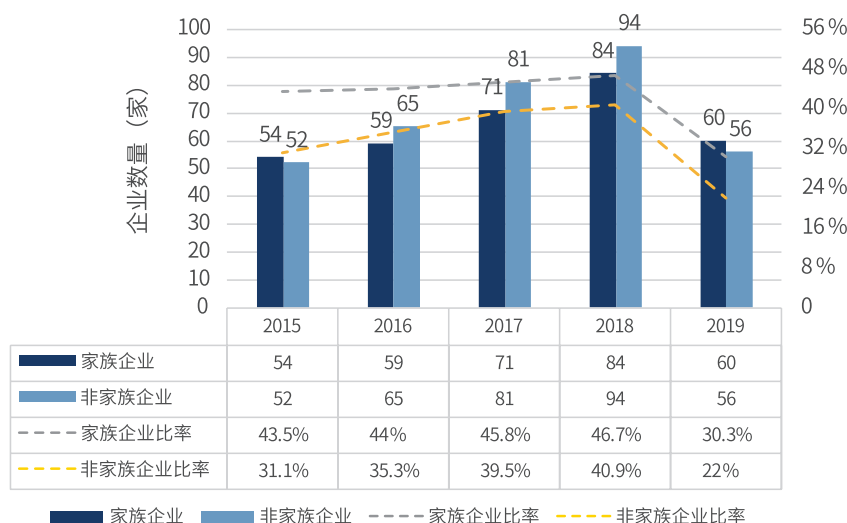
满意度调查是指，公司通过电话、发放问卷调查、电子邮件等方式与客户展开了产品与服务的调查。从整体上看，除了在 2016 年，报告自身满意度调查措施的企业比率有所下降以外，企业对于客户满意度的关注正在逐步提升。家族企业与非家族企业在该项指标上的差异并不大，至 2019 年，有 33.3% 的家族企业和 32.2% 的非家族企业在社会责任报告中，提及了自身对客户进行过满意度调查（图表 33）。

图表 33 2015-2019A 股上市公司满意度调查统计



在不断提升售后服务水平方面，2015-2018 年家族企业和非家族企业在重点关注企业的售后服务质量方面都有提升，呈缓慢上升趋势且家族企业的比例要高于非家族企业的比率。但在 2019 年两类企业在该维度的数量和比率上略有下滑，家族企业的比率为 30.3%，非家族企业的比率为 22.0%（图表 34）。

图表 34 2015-2019A 股上市公司售后服务统计



### 3. 诚信经营

整体上看，不论家族企业还是非家族企业，对于诚信经营的重视程度都非常高。尤其是家族企业，除了 2019 年之外，报告诚信经营的企业比率都维持在 82% 以上。且在统计时段内，报告诚信经营举措的家族企业的比率每年都比非家族企业要高。在 2019 年，74.7% 的家族企业报告了自身在诚信经营方面所做的努力和取得的成绩，高于非家

#### 实例参考：赣锋锂业服务创造价值

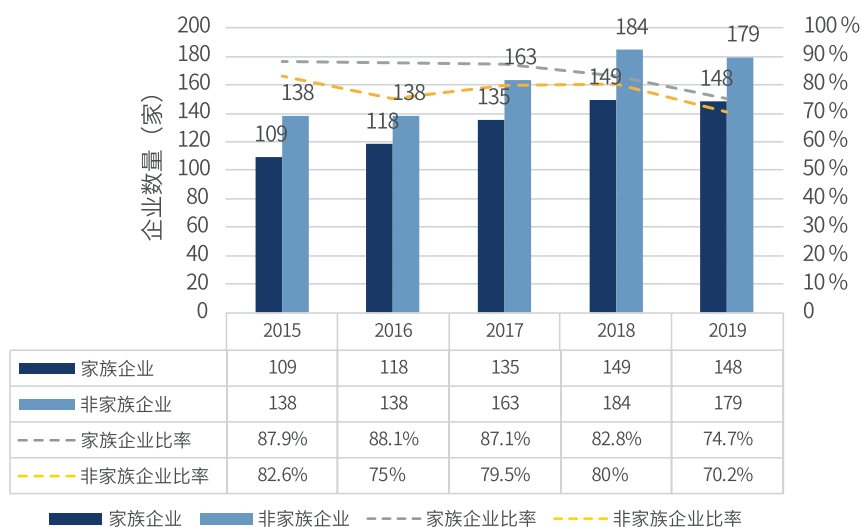
公司在产业纵向快速发展、横向布局的同时，坚守产品质量，并不断提升客户服务水平，定期进行客户满意度调查，跟踪并改进服务质量，完善客户投诉处理机制，为顾客提供最优质产品和服务，创造最大价值。

公司制定严格的产品生产工艺流程和质量管控制度，将质量管控责任落实到基层操作层面，与员工日常绩效考核直接挂钩，确保产品质量的有效管控。2019 年，公司继续严格执行《质量管理制度》《设计和开发控制程序文件》《生产过程控制程序文件》《过程和产品的监视和测量控制程序文件》《不符合、纠正和预防措施控制程序文件》等规范化文件，从工艺研发、工程设计、产品生产、分析检测到验收阶段层层把关，降低致错风险，把控产品质量。

为保障产品售后服务水平，公司建立《交付后相关管理规定》《客户投诉管理》《客户退换货管理规定》《顾客满意度调查程序文件》等制度。在客户投诉处理方面，公司及时分析原因并安排专人跟进落实整改工作，要求从接收、处理到反馈结果的整个流程在 3 日内完成，及时消除客户顾虑，并对投诉问题进行分析 and 持续改进。2019 年，公司共接到投诉 95 件，均及时妥善处理；未发生因健康或安全隐患引起的产品回收事件。

2019 年，公司从产品质量、发货质量、包装质量、服务态度等九个层面对客户满意度进行全面的调查，客户满意度得分为 93.04 分，较去年提升 0.17%。此次客户满意度调查及时发现了公司潜在的不足与风险，提供防范和纠正的机会，有效帮助公司持续改进，提供更加优质的产品与服务。

图表 35 2015-2019A 股上市公司诚信经营统计

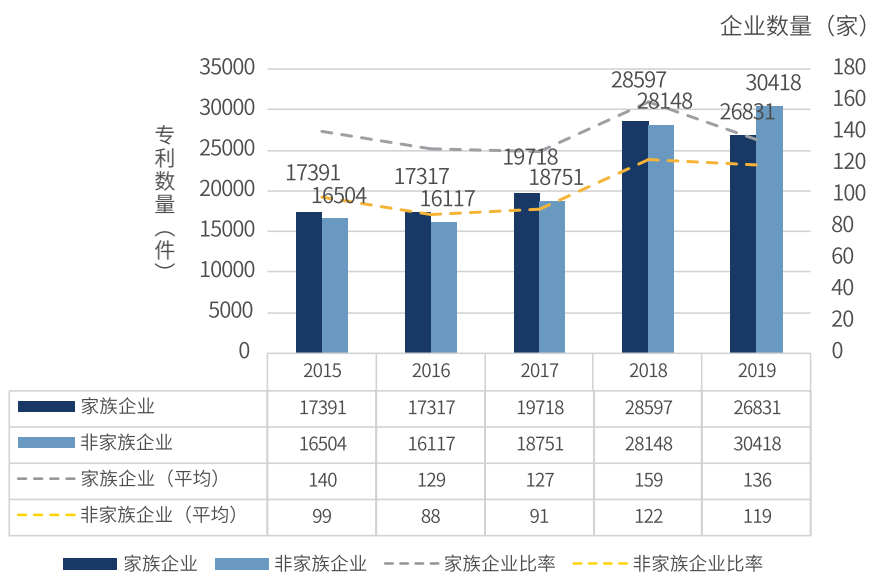


族企业的 70.2%（图表 35）。

#### 4. 专利

2015-2018 年四年间，家族企业在获得的专利数目上略高于非家族企业获得专利的数量，在平均每家公司获得的专利数量方面，家族企业也多于非家族企业。但二者之间的数量差距在逐渐缩小。2015 年，平均每家家族企业获得的专利数量为 140 个，比平均每家非家族企业多 41 个。到 2019 年度，平均每家家族企业获得的专利数量为 136 个，而非家族企业的数量则是 119 个，两者的差距缩小为 17 个（图表 36）。

图表 36 2015-2019A 股上市公司专利数目统计

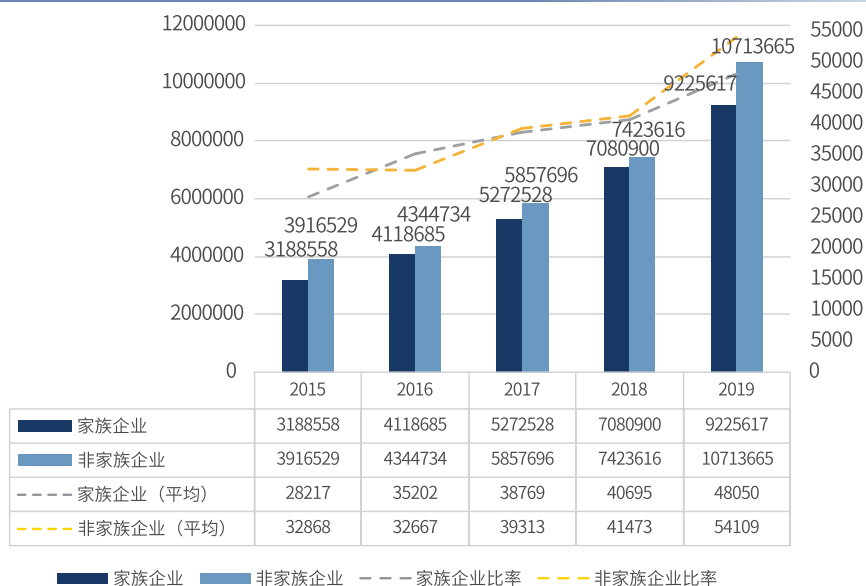


#### 5. 研发投入

研发支出方面，从图表 37 中信息可明显看出 2015-2019 年家族企业与非家族企业在对研发的投入力度上均呈明显的上升趋势，其中非家族企业的增速要高于家族企业的增速。从 2017 年到 2019 年，平均每家家族企业的研发投入都要高于非家族企业，且这个差距在逐步拉大。到 2019 年，平均每家家族企业的研发投入为 48050 万元，低于非家族企业的 54109 元（图表 37）。



图表 37 2015-2019A 股上市公司研发支出统计



### 实例参考：美的集团以消费者为中心的科技创新

美的集团以消费者为中心，持续加大研发投入与产品开发，构建具备全球竞争力的研发体系。围绕产品领先战略，公司创新性地建立了“三个一代”的研发模式，即“研究一代”“储备一代”和“开发一代”，围绕创新产品开发、先行平台研究、关键零部件研究、差异化卖点布局以及基本性能提升，开展创新研究布局，通过全球产品群开发，搭建全球产品平台，构建产品领先能力。

2019年，在专利质量提升工程的政策背景下，公司扎实推进专利“提质控量”工作，并取得显著效果。公司全年获得中国发明专利授权2704件，位居家电行业第一，国内外专利申请共计13525件，其中发明专利申请占比超过50%，海外专利申请数量同比增幅超过100%。截至2019年底，公司（包含东芝家电）累计专利申请量突破14万件，授权维持量5.7万件。在2019年发布的“第二十一届中国专利奖评审结果公示”中，美的“空调高频速冷技术”

荣获中国专利奖金奖，另有“智能功率模块”等技术荣获两项银奖和15项优秀奖，以及第六届广东专利奖发明金奖两项。

在智能家居技术创新方面，美的OT针对智能家电配网难、等待时间长等痛点自行研发Wi-Fi、蓝牙、NB-IoT等一系列连接模组，率先将配网连接缩短至4.62秒，并通过优化M-smart协议、重构代码和修复兼容性问题等手段，提高连接稳定性和开发效率，并在业内率先推出直连5G网络的家电。

保障用户隐私和数据安全是智能化的优先要务，美的IoT平台率先通过TRUSTe国际隐私数据合规认证，并符合欧盟通用数据保护条例(GDPR)及其他业界数据保护规范，在整体信息安全管理方面还通过ISO27001信息安全管理体(SMS)认证。此外，美的美居APP也实现对用户隐私数据的多重保护，并取得全球权威机构ePrivacy的隐私保护认证美的数据安全保护已达到国际领先水平。

——《美的集团2019年社会责任报告》



## 观察与建议

**1** 对于企业而言，对于消费者的社会责任主要包括：提供安全可靠的产品、如实披露产品信息、满足消费者日益增长的需求等等。因此，企业应保障产品的安全性；应为消费者在选择商品时提供真实的产品信息供其参考，不得提供虚假信息或夸大产品效果来侵犯消费者的知情权或者强买强卖危害其自由选择的权利。

**2** 在履行对消费者的责任时，不论家族企业还是非家族企业，最关注的都是诚信经营的问题。在 CSR 报告中，关注到诚信经营的企业比率都很高。但是，对于家族企业而言，自 2016 年起，报告自身诚信经营举措的企业比率有所下降。至 2019 年，报告中在诚信经营方面采取措施的企业，首次低于 80%。

**3** 家族企业 and 非家族企业都非常重视产品和服务的质量，关注产品服务质量的家族企业比率还要高于非家族企业。例如在 2019 年，有 60.1% 的家族企业报告了自身在质量管理方面的举措，高于非家族企业的 46.3%。另外，家族企业对于售后服务的关注也要略高于非家族企业，有 30.3% 的家族企业提到在提升售后服务方面所做的努力，高于非家族企业的 22%。

**4** 在产品研发与专利申请方面，家族企业相比于非家族企业还有一定的差距。以专利申请为例，家族企业的增长率低于非家族企业。虽然平均每家公司获得的专利数量仍然高于非家族企业，但差距在不断被缩小，而在研发投入上，虽然家族企业的增长率与非家族企业相当。但是因为家族企业的基数相对低，所以与非家族企业的绝对差异仍在扩大。

## 总结与未来指导建议



本白皮书系统地研究了 A 股上市家族企业与上市民营非家族企业对社会责任的履行以及社会责任报告的披露情况，通过多维度、多指标对全国各地区的 198 家家族企业和 255 家民营非家族企业进行对比分析，可以看到，这两类企业在履行社会责任时均有对不同方面的关注和侧重。整体来说，上市家族企业对于社会责任的重视程度日益增强，在对社会责任的各个维度上的参与和资金投入方面都呈明显增长的趋势。以下是主要的发现：

**1** 不论是家族企业还是非家族企业，进行公益捐赠和支持教育事业的发展，是最普遍的履行对社会责任

的方式。例如，在 2019 年，有超过 90% 的家族企业进行过公益捐赠；有 74.2% 的家族企业进行过捐资助学的活动。考虑到上市家族企业的规模相比民营非家族企业较小，虽然其社会捐赠总数仍低于非家族企业，但是家族企业在参与公益捐赠和教育支持捐赠这两方面的比率都高于非家族企业的比率。同时在行业上有明显的差异，例如，在房地产业、交通运输邮政业、文化体育娱乐业中，家族企业的平均捐赠额都比较高，且较大幅度领先于非家族企业的平均捐赠额。对比之下，在金融业、环保和公共事业中，非家族企业的平均捐赠额则要远远超过非家族企业。

**2** 家族企业与民营非家族企业在对志愿者活动的整体参与程度相比于公益捐赠和教育支持这两方面都相对较低。在 2015 年至 2019 年间，家族企业参与志愿者活动的数量和比率在逐年提升，并于 2019 年，参与志愿者活动的家族企业的比率超过了非家族企业。

**3** 在经济责任上，在促进经济和带动就业方面，2015 至 2019 年度，虽然非家族企业的数量和比率多于家族企业，但是两类企业在社会责任报告中对于该方面的披露呈上升趋势，两者的差距在逐步缩小。

**4** 在法律责任上，报告自身具有反贿赂反腐败措施的家族企业与非家族企业，在比率上基本相等（平均 40%）。在会计违规方面，家族企业因会计违规被处罚的企业占到 11.1%，比所有披露社会责任报告的企业中的违规比率（9%）高了 2 个百分点，家族企业仍需注重企业运营的合规性。

**5** 在环境责任的维度下，总体来说，上市家族企业比非家族企业更注重对自然的保护。大约 95% 的家族企业和 90% 的非家族企业，至少实施过一项履行环境责任的措施。在环境认证和节约能源方面，家族企业参与的比率远远高于非家族企业参与的比率。在各项环境责任指

标中，企业最为热衷的是进行环保公益，超过 50% 的企业进行过环保公益。

**6** 两类企业在履行环境责任的时候具有明显的行业特征。对于家族企业来说，医药业、金融业和制造业最为注重履行环境责任。对于非家族企业来说，交通运输、仓储和邮政业，信息技术服务业在履行环境责任时最为积极。另外，每个行业热衷的环境责任行为有所不同。例如：制造业企业最为重视的是节约能源和环境认证，医药行业最为重视的是环保公益和节约能源，而信息传输、软件和信息技术服务业的企业最热衷于绿色办公和环保公益。

**7** 相对上市民营非家族企业，上市家族企业更为重视员工的薪酬激励以及职业培训；同时其报告中具有员工高效沟通措施的企业比率也相对较高。在员工补充福利方面，家族企业的重视程度略低于非家族企业，但是增长速度很快，已有超过非家族企业的趋势。

**8** 在保证员工拥有平等的就业机会方面，家族企业与非家族企业对其的关注都相对较少。这可以看出，两类企业更关注于对员工责任中“看得见”的部分的责任履行，对于“看不见”的部分有所忽略。

**9** 家族企业与非家族企业在员工安全管理体系上的重视程度都有所增加，且差距不大。而在职业健康安全认证方面，家族企业的重视程度则高于非家族企业，且家族企业在该维度上的增长速度明显高于非家族企业，两者之间的差距有扩大的趋势。

**10** 从对消费者的责任履行的整体情况来看，家族企业对于内部质量管理体系的重视程度要高于非家族企业；较高比率的家族企业都在报告中涉及诚信经营的举措进行了披露。两类企业在该满意度调查和售后服务的指标上虽无明显差异，但是仍需加强重视程度。

**11** 在产品研发与专利申请方面，家族企业相比于非家族企业还有一定的差距。虽然家族企业在获得的专利总数目上略高于非家族企业获得专利的数量，但是家族企业的增长率低于非家族企业。

通过本次研究，我们希望为上市家族企业在社会责任履行和责任报告披露方面带来一些启示，为企业在践行可持续发展提供参考。

随着家族企业的发展，对社会责任的重视程度也越来越高，开始披露社会责任报告的家族企业数量逐年增长。但是披露报告的质量和次数还有很大的提升空间：40 页



以下的社会责任报告占到七成以上，而 80 页以上的社会责任报告仅占 5.5%。一方面，家族企业在履行社会责任方面仍然不够具体，缺乏实质性的内容，另一方面，家族企业在履行社会责任的时候还聚焦在单一的维度，不够全面。家族企业在今后披露社会责任报告的时候，可以在内容和形式上进行完善。在披露社会责任报告的时候，尽量覆盖到社会责任报告各个维度与指标，并添加实践的具体举措，以提高报告的信息有效性。另外，可以采取图文并茂的方式，增加报告的可读性。

对于家族企业，在履行社会责任的时候，目前更为关注社会捐赠和教育支持，以吸引社会关注，树立良好的企业形象。但是对企业最为基础的社会责任——促进经济发展，创造就业岗位的重视程度还不够。

在 2019 年，只有约三分之一的家族企业提到了自身在促进经济发展中产生的作用。只有不到六成的家族企业提到了自己的企业在提供就业岗位上的作用。根据美国佐治亚大学卡罗尔教授提出的企业社会责任金字塔理论，企业社会责任的发展顺序应该为：经济责任 - 法律责任 - 伦理责任 - 慈善责任。企业在关注自身的慈善责任之前，需要更加关注履行自身的经济责任。其中最重要的，就是促进经济发展，创造税收以及稳定的就业岗位。因此，不论是家族企业还是非家族企业，在履行和报告自身社会责任的时候

都应该注重企业社会责任的全面性，应该平衡发展，而不是顾此失彼。

企业在履行环境责任中，我们可以看出很明显的行业特征。此维度包含多重指标，绝大多数企业都在致力于完善公司环境，改善生产技术以减少对生态环境的负面影响，以及进行环保公益行为。我们建议企业应该结合自身的行业特征和地域特征，有特色地履行自身的环境责任，以创造性地与战略相结合，致力于企业的可持续性发展。

在对待员工的责任方面，整体来看，企业最为重视的是员工的薪酬、福利以及职业培训，而对于平等就业，职业健康安全认证等方面，企业履行的比率则比较小。家族企业在关注自身利益，尤其是家族控制，代际传承等社会情感财富之外，还要将员工的利益融入进来，将员工自身的发展和企业的发展进行结合。家族企业在履行对员工的责任的时候，也应该更加全面、平衡地关注员工工作和发展的方方面面，尤其是在职业健康等方面，需要投入更多的努力。

在消费者责任方面，在“顾客至上”的经营理念的影响下，企业在产品质量控制方面已有足够的关注。但是企业仍需在满意度调查和售后服务上提高重视度，持续提升后续服务质量，保证消费者的最大利益和提高顾客忠实度和满意度。此外，在专利和研发方面，家族企业需要进一步提高研发投入，吸引高质量技术人才，并在技术方面寻求进一步突破。

## 图表索引

图表 1: 2019 年 A 股已披露 CSR 报告的家族企业与民营非家族企业的比率	6
图表 2: 2019 年 A 股披露 CSR 报告的上市公司数量 (分行业)	6
图表 3: 2019 年 A 股披露 CSR 报告的上市公司数量 (分省份)	7
图表 4: 2019 年 A 股披露 CSR 报告的上市家族企业数量 (分板块)	7
图表 5: 2006-2019 年 A 股上市公司家族企业 CSR 报告披露数量	8
图表 6: 2006-2019 年 A 股上市公司家族企业 CSR 报告披露次数分布	8
图表 7: 2019 年度 A 股上市公司家族企业 CSR 报告披露页数比率分布	8
图表 8: A 股上市公司家族企业社会责任指标体系	10
图表 9: 2015-2019A 股上市公司社会公益捐赠披露数量	11
图表 10: 2015-2019A 股上市公司社会公益捐赠统计	11
图表 11: 2019 年 A 股上市公司平均每家公司公益捐赠额 (按行业分)	12
图表 12: 2019A 股上市公司支持教育捐赠统计	12
图表 13: 2019 年 A 股上市公司教育支持统计 (分省份)	13
图表 14: 2015-2019A 股上市公司志愿者活动统计	14
图表 15: 2019A 股上市公司志愿者活动统计 (分省份)	14
图表 16: 2015-2019A 股上市公司促进经济统计	15
图表 17: 2015-2019A 股上市公司带动就业统计	15
图表 18: 2019A 股上市公司带动就业统计 (分行业)	16
图表 19: 2015-2019A 股上市公司反贿赂反腐败统计	18
图表 20: 2015-2019A 股上市公司会计违规统计	18
图表 21: 2019 年 A 股上市公司环境责任履行统计 1 (分行业)	19
图表 22: 2019 年 A 股上市公司环境责任履行统计 2 (分行业)	19
图表 23: 2015-2019A 股上市公司环境处罚统计	20
图表 24: 2015-2019A 股上市公司薪酬激励统计	23
图表 25: 2015-2019A 股上市公司员工福利统计	23
图表 26: 2015-2019A 股上市公司职业培训统计	24
图表 27: 2015-2019A 股上市公司员工沟通统计	25
图表 28: 2015-2019A 股上市公司机会平等统计	25
图表 29: 2015-2019A 股上市公司安全管理体系统计	26
图表 30: 2015-2019A 股上市公司职业健康安全认证	26
图表 31: 2015-2019A 股上市公司质量管理统计	28
图表 32: 2015-2019A 股上市公司质量荣誉统计	29
图表 33: 2015-2019A 股上市公司满意度调查统计	29
图表 34: 2015-2019A 股上市公司售后服务统计	30
图表 35: 2015-2019A 股上市公司诚信经营统计	31
图表 36: 2015-2019A 股上市公司专利数目统计	31
图表 37: 2015-2019A 股上市公司研发支出统计	32

## 研究报告撰写及发布单位

### 中欧家族传承研究中心

中欧家族传承研究中心是由中欧国际工商学院成立的研究中心，旨在成为中国家族企业面向国际，国际企业了解中国家族企业的知识中心。家族企业管理研究和教育是中欧国际工商学院的发展重点，在日益全球化的背景下，中心尤其专注于家族在企业发展和永续传承中的力量。中心将基于中欧国际工商学院的平台，凭借强大的学术研究与教育资源，与数以千计的校友企业家交流合作，并与海外家族企业和学术机构进行联盟与协作，共同打造家族企业精神与财富的创造、传扬和承载的平台。

### 愿景

成为领先的家族企业学术研究机构，创造、分享家族企业在新兴市场的相关资源及知识，并为东西方家族企业提供交流平台。

### 使命

- 原创并丰富中国家族企业相关的理论、方法论和最佳实践
- 影响华人家族企业的长远发展
- 关注家族在商业、传承和全球化中的软实力

### 价值观

知识创造 知识共享 知识传承

---

### 中欧财富管理研究中心

财富管理研究中心经中欧国际工商学院批准设立。中心基于严谨的学术观和教学观，通过创造、分享现世金融知识理论不懈致力于金融财富管理领域的知识探索、创新研究，推动行业的标准化与专业化，为金融领域创造可持续价值。同时，中心也积极培养良善和富有责任感的高净值个人、家族、专业财务顾问及财富管理实践人士，赋能实现人心向善、资本向善、社会向善。



中欧家族传承研究中心



中欧财富管理研究中心



### 学术顾问

李秀娟 中欧国际工商学院管理学教授、米其林领导力和人力资源管理教席教授、副教授长（研究事务）  
中欧家族传承研究中心联合主任  
芮 萌 中欧国际工商学院金融与会计学教授、鹏瑞金融学教席教授、中欧财富管理研究中心主任  
中欧家族传承研究中心联合主任

### 白皮书撰写

许东杰 中欧国际工商学院中欧家族传承研究中心研究助理  
尹文强 中欧国际工商学院中欧财富管理研究中心研究助理

### 鸣谢

中欧国际工商学院研究助理郑欣对本白皮书进行了校对，特此感谢。

### 企业支持单位



### 秋林里道斯企业简介

哈尔滨秋林里道斯食品有限责任公司始建于 1900 年，是一家有着 121 年历史的老字号知名企业。企业目前拥有三大生产园区，员工近 3000 余人，形成了年生产肉灌制品 1 万吨，糖果及休闲熏酱食品 500 吨，格瓦斯饮料 50000 吨的综合生产能力，旗下生产肉灌制品、熏酱制品、格瓦斯饮料、糖果、面包等五大系列 100 多个品种的产品。目前拥有线下连锁店及流通合作通路 1500 余家，产品销售网络覆盖东三省、华东地区及北上广深等一线城市，预计带动上下游就业近万人。

品牌因城市而生，城市以品牌为荣，百余年来秋林里道斯与哈尔滨相生相伴，已成为黑龙江的一块金字招牌，“来哈必吃，离哈必带”的城市名片。作为肉灌制品相关领域的标准制定者、红肠品类的领军企业，秋林里道斯先后获得“中华老字号”、“中国驰名商标”、“中国肉类食品行业强势企业”和“首届黑龙江省人民政府质量奖提名奖”、2021 年秋林里道斯荣获中国食品行业最具影响力奖项——七星奖等荣誉称号；“秋林里道斯”红肠技艺、“秋林糖果”和“秋林格瓦斯饮品”相继被评为“省级非物质文化遗产”。

对于哈尔滨来说，它是来哈游客必吃的地标美食；是离哈游客、亲友归途必带的伴手特产；对于中国来说，秋林里道斯不单是一个品牌，它更是百年历史和民族自信在舌尖上的表达。