

**REPORT ON VALUE OF WEALTH
FOR FOUNDERS OF CHINESE
LISTED COMPANIES**

中国上市公司创始人财富价值管理

白皮书



中国上市公司创始人
财富价值管理

白皮书

总 编: 刘 敏
副 总 编: 王 亚 程慧心
主 编: 刘小瑞

编辑委员会: 中国银行私人银行中心
谭志慧 张羽鸣 李昱昱 付文静
张雪玲 夏 炎 陈 诚 俞锡平
杨嘉燕 陈亚丽 林 娜 杜剑敏
严梦蝶 朱 蓓 洪蔚翔 王嘉仪
董一明

特别顾问:
侯燕鹏 李建国 马 萌 张 瑾
康 勇 朱文伟 支宝才 唐艳茜
周 博 赵 苗

联系电话: 010-66595474
电子邮箱: grszjrsryh_hq@bank-of-china.com



扫描二维码
获取中银私行最新资讯



目 录

前言	02
调研核心发现	04

概览篇 积极与多元: 群体概览与分析框架

第一章 上市公司群体画像: 蓬勃发展, 市场活力持续激发	08
第二章 创始人群体画像: 奋楫者先, 上市发展信誉为重	10
第三章 三维角色分析框架: 家企社会, 透视财富多维价值	12

第一篇 富足与安心: 创始人对家的守护与责任

第一章 现状洞悉: 资产配置稳中求进, 家庭保障尚需加强	16
第二章 发展建议: 科学规划财富管理, 全面布局平衡风险	26

第二篇 奋进与创新: 创始人对企业的缔造与使命

第一章 现状洞悉: 引领创新激发活力, 企业家精神代相传	34
第二章 发展建议: 着眼未来顶层规划, 家业企业持续发展	46

第三篇 当下与未来: 创始人对社会的担当与价值

第一章 现状洞悉: 创造社会价值是创始人长远的价值追求	56
第二章 发展建议: 视野与机制是创始人实现恒久价值的保障	65

展望篇 中国企业家财富价值管理倡议

附录: 研究方法	74
风险提示及免责声明	75

2021年是具有历史里程碑意义的一年。站在“两个一百年”的历史交汇点，面对百年变局和世纪疫情，中国经济迈向高质量发展的步伐如此坚定而自信。北京证券交易所成立，开启深化资本市场改革新篇章，科技进步和自主创新正成为推动经济社会发展的重要力量。

时代赋予了企业家新的使命。作为创业创新的重要主体，企业家们聚焦技术，攻坚克难，整合要素，开拓市场，努力成为新时代构建新发展格局、推动高质量发展的生力军。其中，上市公司创始人作为企业家中的领先群体，更是为中国经济发展带来了蓬勃的生机，承载着强化科技创新力量、增强产业自主可控能力的时代期许。

时代又为企业家的价值追求注入了更加生动的内涵。从私人企业走向公众企业，从小家愿景走向社会期望，上市公司创始人肩负着来自家庭、企业和社会的多重责任。他是家庭财富的守护者，稳健经营，洞察价值，寄望家庭和谐与长久发展；他是企业价值的创造者，锐意创新，拼搏奋进，为提升产业竞争力注入持久动能；他是社会责任的担当者，力行大爱又诚恳务实，追求超越财富的最大价值。与此同时，企业家精神生发于业，传承于家，又得以在经济社会发展中久远弘扬。

财富越多，责任越大。企业家的价值观不仅深刻影响着企业的发展方向，也影响着产业发展的质量与未来；企业家精神不仅在企业文化家风中代代相传，也成就着和谐美好、致富思源的社会风尚。

2020年，中国银行私人银行发布《中国企业家家族财富管理白皮书》，从数字、时间、空间、价值四维度洞悉财富的内涵。2021年，我们进一步聚焦上市公司创始人群体，对超过300位上市公司创始人进行了问卷调查和深度访谈。通过“家庭—企业—社会三维角色”分析框架，近距离解读企业家品格内涵，探寻财富的价值所在，为企业家财富价值管理提供更多的思考和启迪，帮助财富管理机构更好地以金融力量引导价值创造。

正如访谈中创始人所言，上市只是企业创新发展的新起点。这是中国企业家的自信，也是生生不息的时代脉搏。2007年，中国银行成为首家推出私人银行服务的中资商业银行，十五年成长，如今也站在了新的起点，正以更加成熟和全面的服务能力，承载着服务企业家的时代担当。坚守初心，中国银行私人银行以服务实体经济为己任，激发企业活力，守护家业长青，弘扬新时代企业家精神。致敬专业，中国银行私人银行聚合集团力量，以“商行+投行”“境内+境外”多元化金融服务，促进“科技—产业—金融”良性循环，服务更多民族企业走向世界前沿。在“十四五”新征程上，中国银行私人银行愿以精益求精的匠人精神，陪伴时代奋进者左右，以专业广博的金融之力，助中国力量前行！



中国银行总行大厦



概况



家庭

家庭保障尚需加强
资产配置稳中求进

为更好了解上市公司创始人群体的财富价值管理需求，本报告调研组以全国300余位上市公司创始人为样本开展问卷及访谈调研，并从“家庭—企业—社会三维角色”分析框架出发对调研数据进行分析，获得了创始人财富价值管理的一些关键发现，希望对创始人及财富管理机构提供有意义的参考。

45% 的受访创始人¹表示提高企业信誉和知名度是上市最重要的动力，其次是融资需求（31%）。77% 的受访创始人认为上市成功提高了企业的品牌形象。

上市公司股权是受访创始人家庭财富的主要形式，在家庭资产中的平均占比达到90%。也正因如此，受访创始人其他类型资产的配置和管理更趋稳健。

受访创始人个人和家庭首要的财富服务诉求是保值增值（71%），其次为税务合规、资产顶层设计、资产隔离及传承方案定制。

61% 的受访创始人青睐安全性高的投资标的。随着年龄增长，相比收益性和流动性，他们对安全性的诉求明显提高。

71% 的受访创始人在公司上市后未减持过股份，73% 的受访创始人积极参与一级市场股权投资。

从整体资产配置看，受访创始人保险产品配置占比平均不足5%。其中，60岁以上的受访创始人配置保险比例较低（4%），30-40岁配置比例相对较高（5%）。

中国经济稳定增长，资本市场改革持续深化，受访创始人看好中国投资前景，超过62% 的受访创始人计划增加境内投资，持有境外资产的受访创始人占比为33%。

45%
提高企业信誉和形象是创始人上市的第一动力。

90%
上市公司股权贡献了创始人最主要的资产价值。

71%
财富保值增值是创始人对财富管理服务的首要诉求，同时也关注家庭资产顶层设计。

61%
创始人注重投资安全性。

73%
创始人对股权投资充满信心，积极参与一级市场投资，多数长期持有上市公司股权。

5%
创始人保险产品配置占比不足5%，保险保障显著不足。

62%
全球投资趋于理性，未来投资聚焦本土。

创始人将创新视为企业发展壮大和持久传承的源动力。

51%

创始人普遍认同员工激励的必要性，多元化、全周期的员工激励机制尚未建立。

70%

家族治理从意识走向机制，年长创始人治理需求更为强烈。

21%

创始人的接班人选择理念开放。

53%

企业家精神和家族价值观是传承的真正核心。

67%

创始人乐于主动参与公益慈善，参与方式以捐赠为主，尚未形成多元化的公益慈善机制。

94%

公信力是创始人选择慈善机构的首要关注因素。

56%

创始人社会责任意识朴素务实，将提供就业、帮扶员工和缴纳税款视为践行社会责任的基础。

77%

创始人认为创新产业孵化可实现财富久远价值，产业创新投资是创始人关注的影响力投资方向。

34%

上市是企业创新的新契机。51% 的受访创始人认为企业要以开放姿态迎接未来的挑战，通过创新应对危机和拥抱机遇，在革新中谋发展。

70% 的受访创始人企业已实施员工激励计划，其中，接近七成在上市前实施，62% 的受访创始人考虑进一步扩大股权激励对象范围。也有部分受访创始人对初始激励计划的持久效果表示担忧，期望探索多元化、全周期的员工激励机制。

47% 的受访创始人已形成家族文化和价值观，21% 的受访创始人已形成固定家族治理机制。年龄是受访创始人考虑传承问题的关键因素，50岁之后建立家族治理机制和使用传承工具的比例更高。

在有明确的接班人选择意向的受访创始人中，53% 考虑未来由职业经理人执掌企业。然而，后代接班更容易在家族内达成一致。

67% 的受访创始人表示企业家精神是其最关注的传承内容，53% 的受访创始人表示家族价值观是家族传承的核心。

94% 的受访创始人积极参与慈善公益活动，慈善行为以捐赠为主。仅有16% 的受访创始人开始尝试设立慈善信托或基金会。

慈善机构作为创始人与受益方之间的桥梁，承载着创始人回报社会美好愿景的责任嘱托。56% 的受访创始人认为，公信力是其选择慈善机构的首要关注因素。

多数受访创始人把经营好企业视为践行社会责任的基础。企业经营得当可带动就业，积极纳税可以为国家财政做贡献。除了基本的劳动就业，77% 的受访创始人在企业内部开展过公益活动，例如困难员工帮扶等。

34% 的受访创始人考虑参与产业创新投资，占比仅次于“无贫穷、零饥饿、良好健康与福祉”。部分受访创始人开始关注ESG投资。

1. 如无特别标注，本报告所称受访创始人指参与本次调研的上市公司创始人。



企业



社会

创造社会价值是创始人
长远的价值追求



概 览 篇

REPORT ON VALUE OF
WEALTH FOR FOUNDERS
OF CHINESE LISTED
COMPANIES

中国上市公司创始人
财富价值管理

白皮书

积极与多元： 群体概览与 分析框架

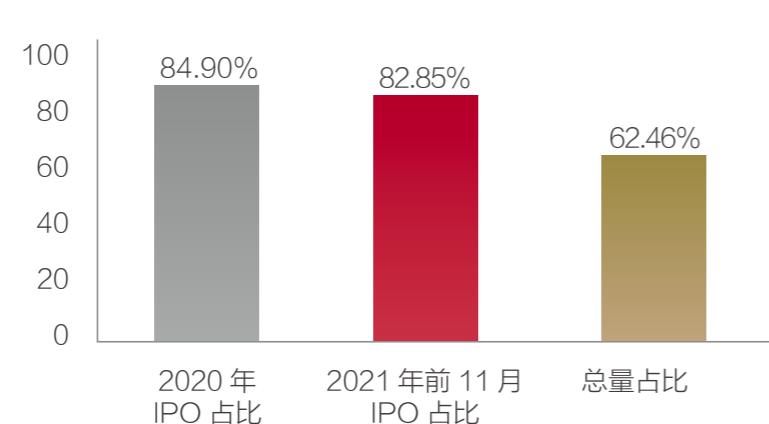
本篇从资本市场发展情况出发，以 A 股上市公司创始人数据为样本，分析创始人特征和角色定位，为本报告从“家庭—企业—社会三维角色”分析框架下探索创始人财富价值管理打下基础。

第一章 上市公司群体画像：蓬勃发展，市场活力持续激发

1.1 资本市场蓬勃发展，民营公司成为首主力

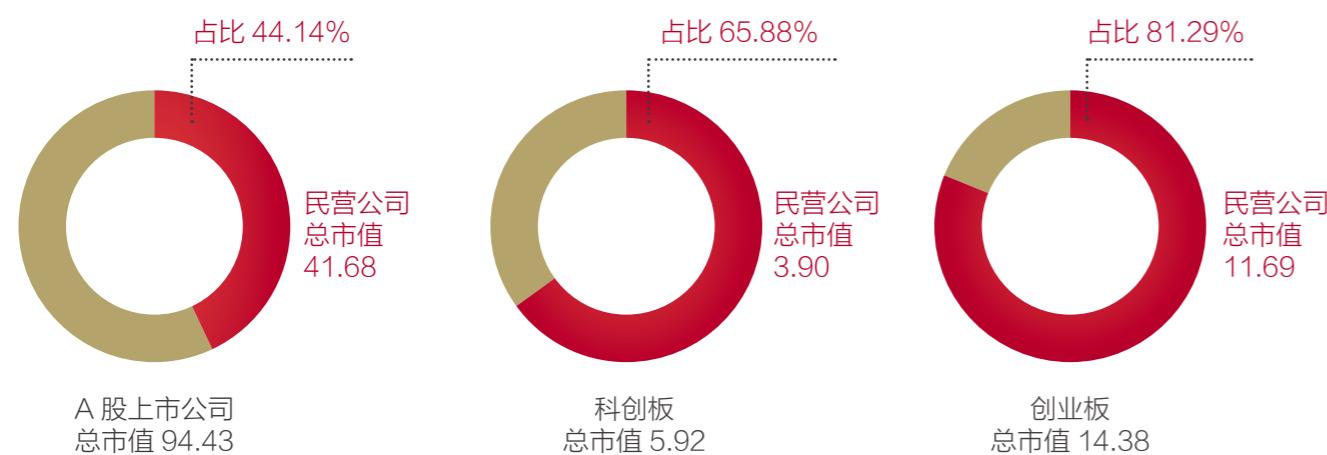
A股首发市场表现活跃，近两年民营公司占比超八成。截至2021年11月30日¹，A股首次公开发行(IPO)上市公司478家，超过2020年全年总数。其中，民营公司占比82.85%，连续两年超过八成。从总量看，民营公司占全部A股上市公司的62.46%，成为中国境内资本市场中的重要组成部分。

图表 1. A股民营上市公司占比(单位：%)



公司规模普遍较小，超过七成的公司市值在百亿以下。全部A股上市公司总市值94.43万亿元。其中，民营公司总市值41.68万亿元，占比44.14%。科创板和创业板上市公司中，民营公司总市值占比更高。在民营上市公司中，千亿以上市值的公司占比仅1.90%，百亿以下市值的公司占比71.77%。

图表 2. A股民营上市公司总市值(单位：万亿元人民币)

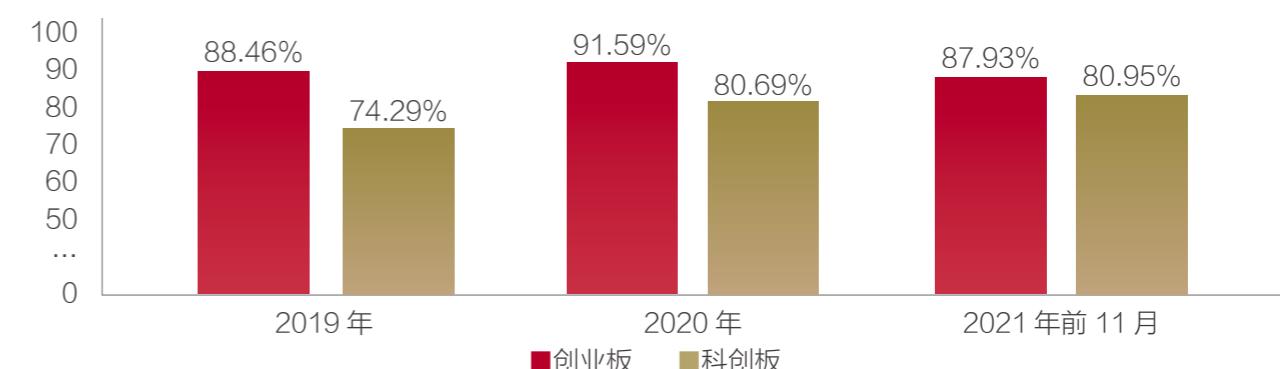


1. 本章数据来源为Wind数据库截至2021年11月30日的数据。

1.2 集聚板块：科创板和创业板

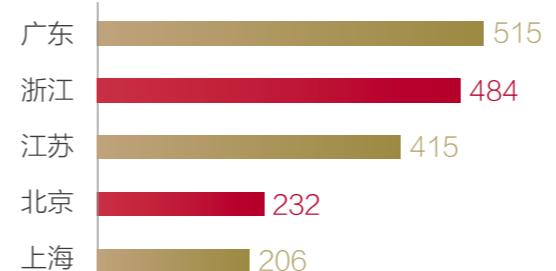
科创板和创业板成为该企业群体集聚中心。自2019年以来，在科创板和创业板上市的公司中，民营公司数量占比已经连续三年超过七成。其中，2020年创业板上市的公司中，民营公司占比高达91.59%。科创板和创业板已实施注册制，发行条件更加精简优化，财务指标上更关注成长潜质，对存在不同投票权架构的企业作出更具包容性的制度安排，更受成长性强的小规模公司青睐。

图表 3. 近三年科创板和创业板上市公司中民营公司占比(单位：%)



1.3 集中地区：粤浙苏京沪

图表 4. A股民营上市公司前五大来源地分布(单位：家)



截至2021年11月30日，A股民营上市公司来源地集中在粤浙苏京沪，前五省市占比达到63.91%，与我国高净值人群聚集地高度重合。

1.4 主力行业：高端工业、媒体及信息技术和医疗保健

2021年A股IPO申请前三大行业为高端工业、媒体及信息技术和医疗保健，占2021年上市申请的66.80%。创始人积极响应创新发展战略，为社会创造更大价值的同时也更能得到资本市场认可。

图表 5. 2021年前11月，A股申请上市公司所在行业占比(单位：%)

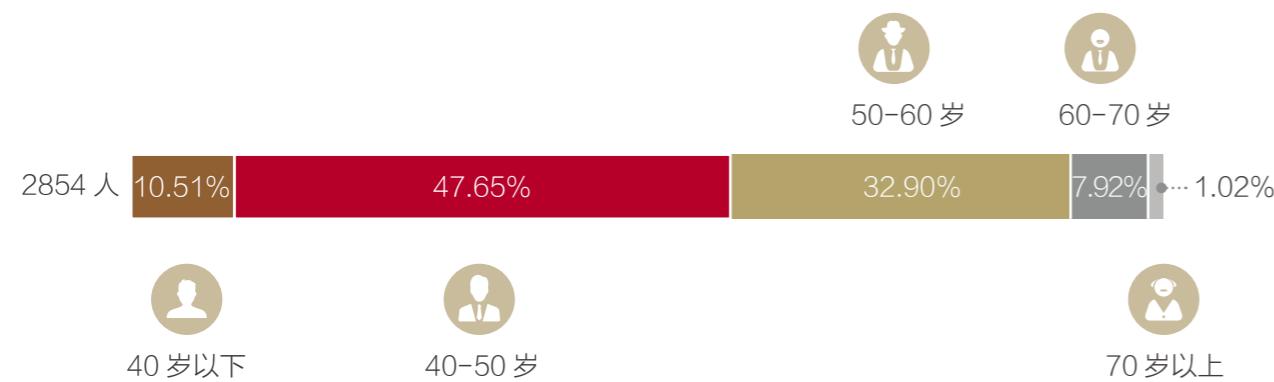


第二章 创始人群体画像：奋楫者先，上市发展信誉为重

2.1 年龄跨度大，行业特点鲜明

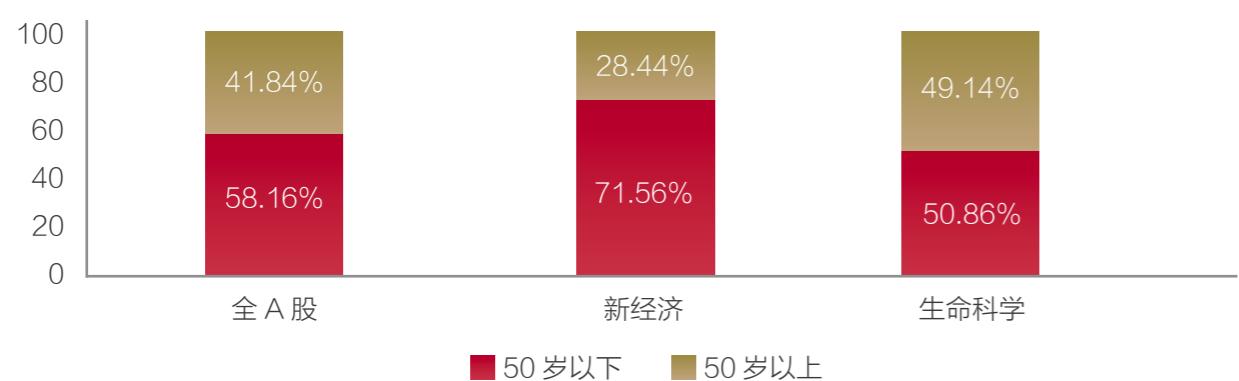
A股民营上市公司创始人¹年龄段集中在40岁至60岁之间，占比80.55%，最大82岁，最小19岁。创始人年龄超过60岁的企业有255家，占比8.94%，或将面临企业交接挑战。

图表 6. A股创始人年龄分布（单位：%）



新经济行业²创始人相对年轻，生命科学领域年资厚重。创始人年龄分布按行业呈现不同特点。在新经济及信息技术领域，50岁以下的创始人占比高达71.56%，显著高于生命科学领域50岁以下创始人占比（50.86%）。

图表 7. A股不同板块上市公司创始人年龄分布（单位：%）



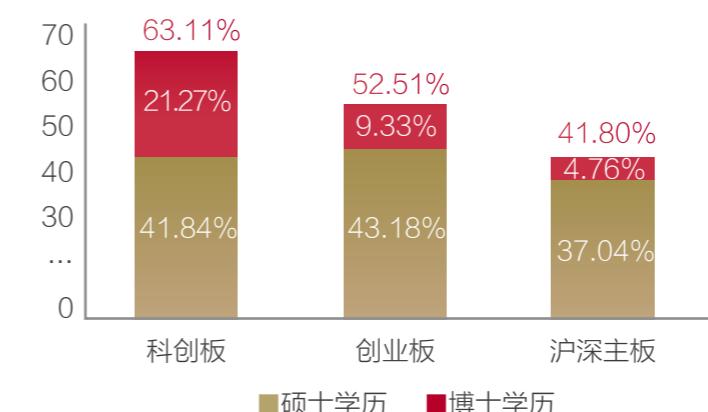
1. 本章数据来源为 iFinD 数据库。相关数据库缺乏创始人词条和数据，且一般民营企业上市初期，董事长即为创始人，故用第一任董事长数据进行分析。

2. 新经济行业：数据依据 HSI 恒生中国新经济指数成份、华兴新经济陆港 300 指数成份、华兴新经济价值指数成份、华兴新经济成长指数成份、华兴新经济 A 股 100 指数成份综合整理。

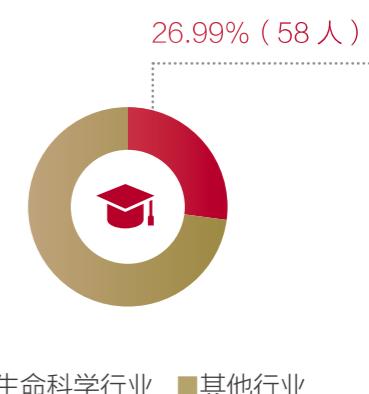
2.2 高学历创始人集聚科创板

从创始人最高学历来看，科创板创始人中硕士学历和博士学历占比达到63.11%，明显高于创业板（52.51%）和沪深主板（41.80%）。生命科学行业博士学位创始人占全部A股博士学位创始人总数的26.99%。

图表 8. A股上市公司创始人学历特点（单位：%）



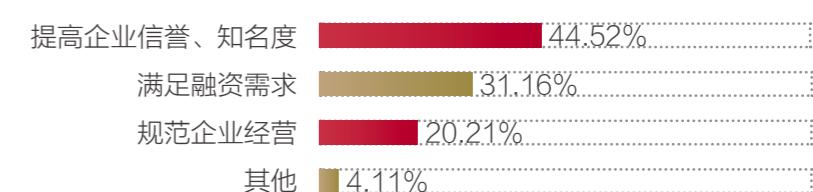
图表 9. A股上市公司博士学位创始人所在行业人数占比（单位：%）



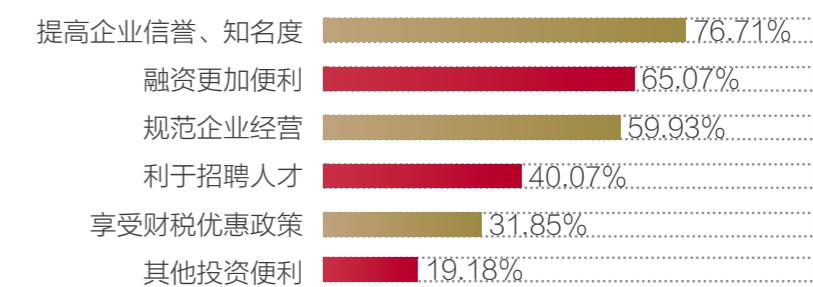
2.3 提高信誉是上市第一动力

44.52% 的受访创始人表示提高企业信誉和形象是上市最主要的动力，第二位才是融资需求（31.16%）。76.71% 的受访创始人认为上市成功提高了企业品牌形象。信誉和认可度的提高对于企业至关重要，上市促使企业运行更合规，透明度更高，更易获得投资者和合作者的信任支持。

图表 10. 上市的主要动因分布（单位：%）



图表 11. 上市后带来的积极效应分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为100%。

第三章 三维角色分析框架：家企社会，透视财富多维价值

改革开放深入推进，资本市场逐渐发展壮大。中国上市公司数量稳步增长，上市公司质量不断提高，为中国经济增添活力，离不开创始人的努力和拼搏。我们注意到，相比其他高净值人群，创始人具有许多独特的特征，这些特征来自于他们多重身份下更加多层次的价值追求。基于此，调研组建立了“家庭—企业—社会三维角色”分析框架，希望以此透视创始人的财富管理行为模式和价值追求，尝试梳理多元角色定位下财富价值管理的解决方案。

我们认为，上市公司创始人是家庭财富的守护者，是企业价值的创造者，也是社会责任的担当者。

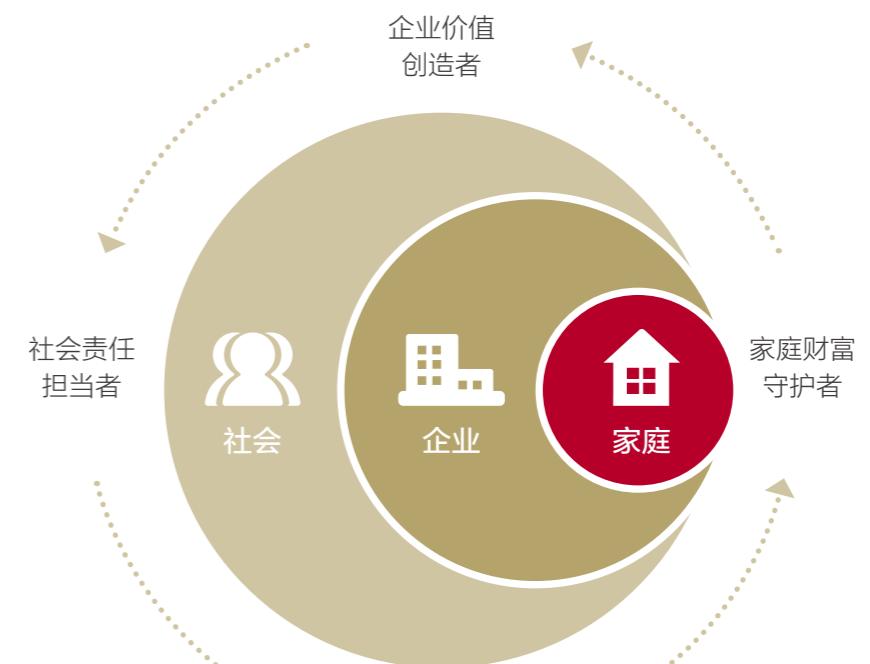
家庭财富守护者 创始人关注家庭财富安全与增值，他们注重规划家人生活保障，选择合适投资方向，通过科学的方法和模型工具，提升财富规划的专业性。同时，创始人关注促进家庭成员间沟通与家族文化建立，推动家族成员团结一致，和谐前进。

企业价值创造者 创始人关注企业创新发展与可持续增长，他们带领企业响应宏观政策导向，结合上市公司生命周期持续创新，运用合适的融资方式和工具，助力企业把握发展机会。同时，创始人关注接班人选择和培养，健全接班人制度，实现可持续经营。

社会责任担当者 创始人关注财富的久远价值和社会贡献。他们关注环境、社会及治理机遇和风险，探索多元化参与公益慈善的路径，实现企业形象和价值的提升。



图表 12. “家庭—企业—社会三维角色”分析框架



“家庭—企业—社会三维角色”分析框架是一个有力的工具，清晰定义出创始人在家庭、企业和社会中承担的不同角色。

三维角色分析框架下，创始人与外界的连接不断扩大，关心和关注的群体更加广泛。从核心家庭成员，到跨代际的家族成员；从企业员工、合伙人、专业投资人，到公众股东、消费者、供应商，再到社会责任承担过程中的公众和社会。由己及人，从家庭到企业到社会，创始人的价值视野更加广阔，从家庭的守护和价值发现，到企业创新与可持续发展的价值创造，再到为社会进步和未来发展的责任担当，他们的影响力范围亦不断扩大。

三维角色分析框架下，家庭守护是基石，企业创造是动力，社会担当是使命。家庭的和谐稳定，为创始人全力投入企业发展经营提供保证；创始人企业持续创新增长，为其承担社会责任提供经济支持；创始人积极承担社会责任，缔造了家庭生活、企业成长的良好社会环境。三维角色交织融合，形成上市公司创始人的独特角色定位，令我们可以揭示其更加复杂的价值管理诉求。

第一篇

富足与安心： 创始人对家的 守护与责任

本篇分析了创始人作为家庭守护者的财富价值观和财富配置现状。创始人对于家庭财富管理更加追求安全和稳健，同时偏好通过多元化投资分散风险，分享经济增长的红利。

本篇也探索了未来创始人借力专业机构，实现资产科学配置、全面覆盖家庭多重需求的规划方案。



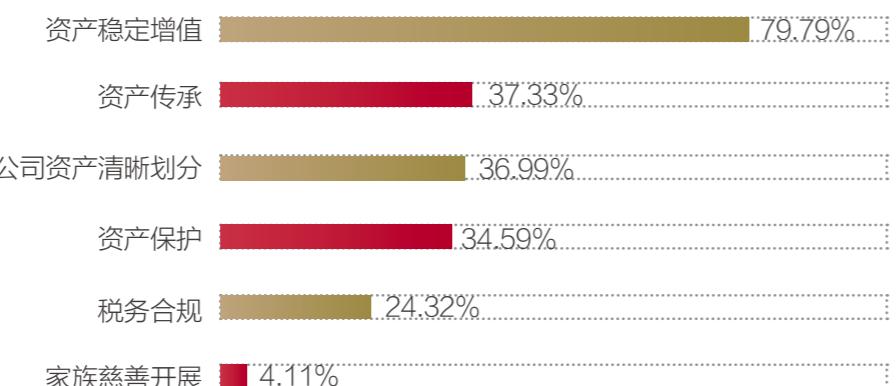
第一章 现状洞悉：资产配置稳中求进，家庭保障尚需加强

1.1 稳健是创始人对家庭财富的追求

1.1.1 稳健安全是财富管理的首要目标

资产稳定增值是受访创始人最关注的财富管理目标。调研发现，79.79% 的受访创始人认为资产稳定增值是首要的财富管理目标。

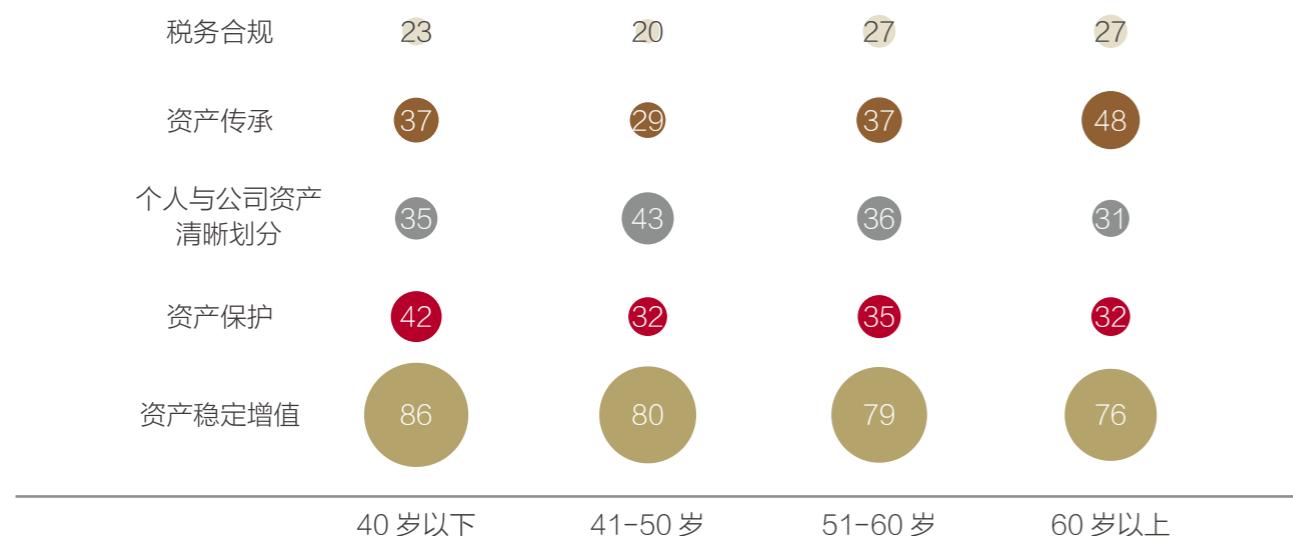
图表 13. 创始人的财富管理目标分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

随着年龄的增长，创始人对稳定增值以外的目标关注度提升。40岁以下更关注“资产保护”；41-50岁更关注“个人与公司资产清晰划分”；50岁以上更关注“资产传承”。

图表 14. 各年龄层财富管理目标分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

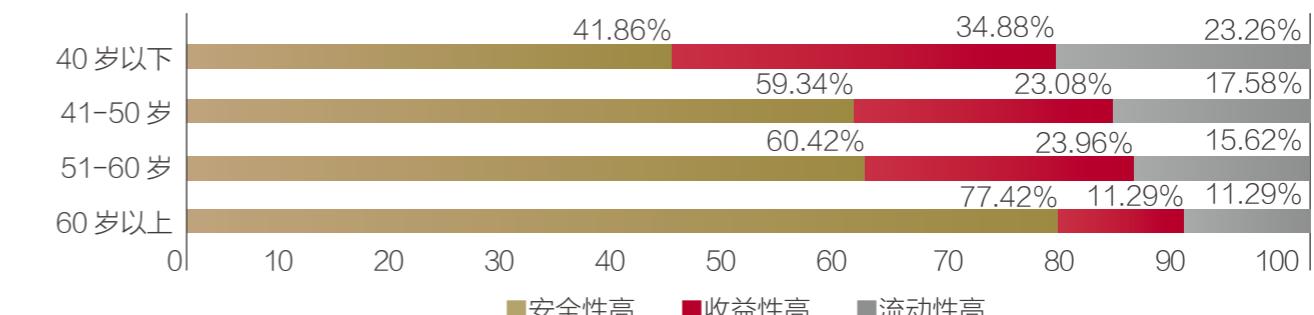
安全性是受访创始人在投资决策中最显著的投资偏好。60.96% 的受访创始人青睐安全性高的投资标的。注重安全不等于不能承受风险，而是投资风险可控。这也解释了为什么受访创始人在重视安全性的同时，乐于投资自己熟悉行业的股权。

图表 15. 创始人投资偏好分布（单位：%）



不同年龄层创始人的投资偏好略有差异。调研发现，年轻受访创始人对收益性和安全性的关注相对均衡，年长受访创始人更关注安全性。40岁以下的受访创始人对收益性和安全性的关注度均较高。随着年龄增长，受访创始人对安全性的诉求明显提升，77.42% 的60岁以上受访创始人关注投资的安全性。

图表 16. 各年龄段投资偏好分布（单位：%）

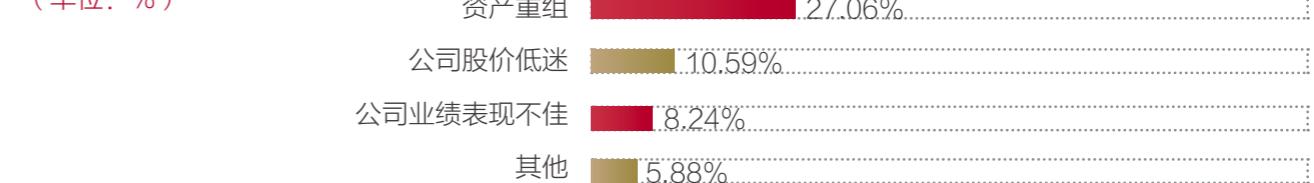


1.1.2 上市公司股权是财富的主要形式

上市公司股权市值在创始人总资产中占比超九成。虽然上市公司市值在变现前不是创始人的可投资资产，但实际上构成了创始人家庭财富的主要部分，成为未来可投资资产。

创始人对上市公司经营有信心，愿意长期持有股权，理性对待减持。调研发现，70.89% 的受访创始人在上市后没有减持过股份；在不足三成的减持者中，有 54.12% 的减持比例在 5% 以下，且减持的主要原因是应对自身流动资金需求。72.26% 的受访创始人表示，不会因公司业绩表现和股价波动而增持或减持。创始人长期持有上市公司股权有利于上市公司股价稳定，也有利于一以贯之执行公司长期战略，实现公司可持续发展。

图表 17. 减持股份的原因分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

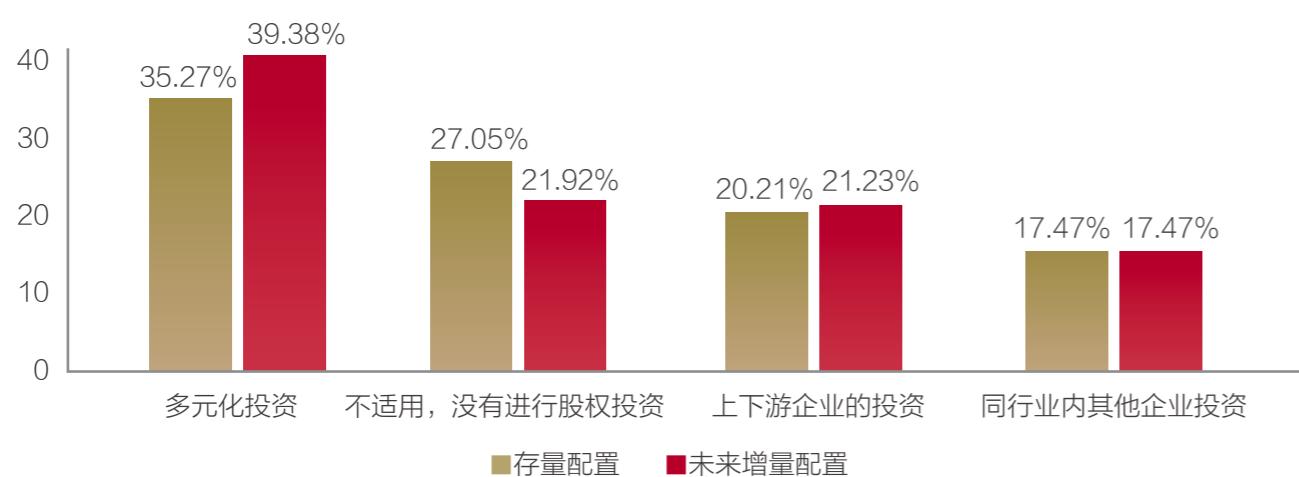
1.2 股权投资探寻多元价值

调研发现，72.95% 的受访创始人积极参与一级市场股权投资。考虑到受访创始人资产高度集中于上市公司股权，投资其他股权时，也需要关注行业风险分散。

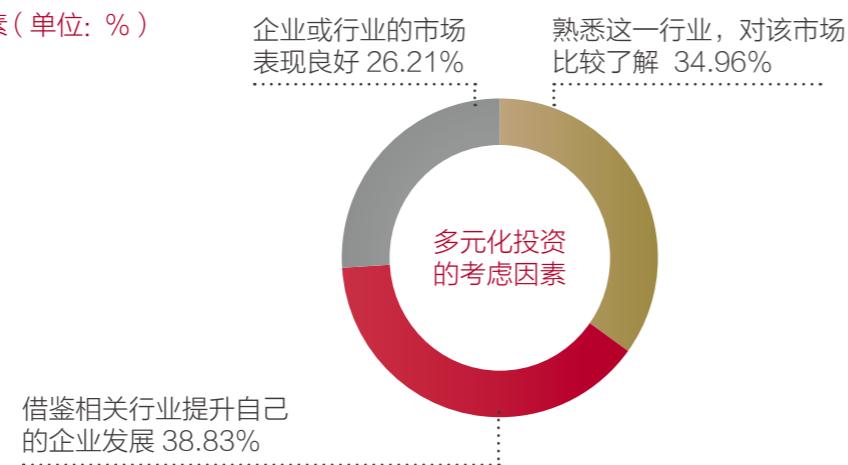
1.2.1 股权投资方向多元

创始人股权投资的主要方向是多元化投资。受访创始人存量配置和未来增量配置中，占比最多的都是多元化投资（分别为 35.27% 和 39.38%）。在投资过程中看中投资项目品质和发展前景。24.99% 的受访创始人表示只要看好项目，对投资门槛没有限制。同时，受访创始人会充分借鉴相关行业的经验（38.83%），优先关注熟悉的行业和市场（34.96%）。

图表 18. 存量配置和未来增量配置的股权投资方向（单位：%）

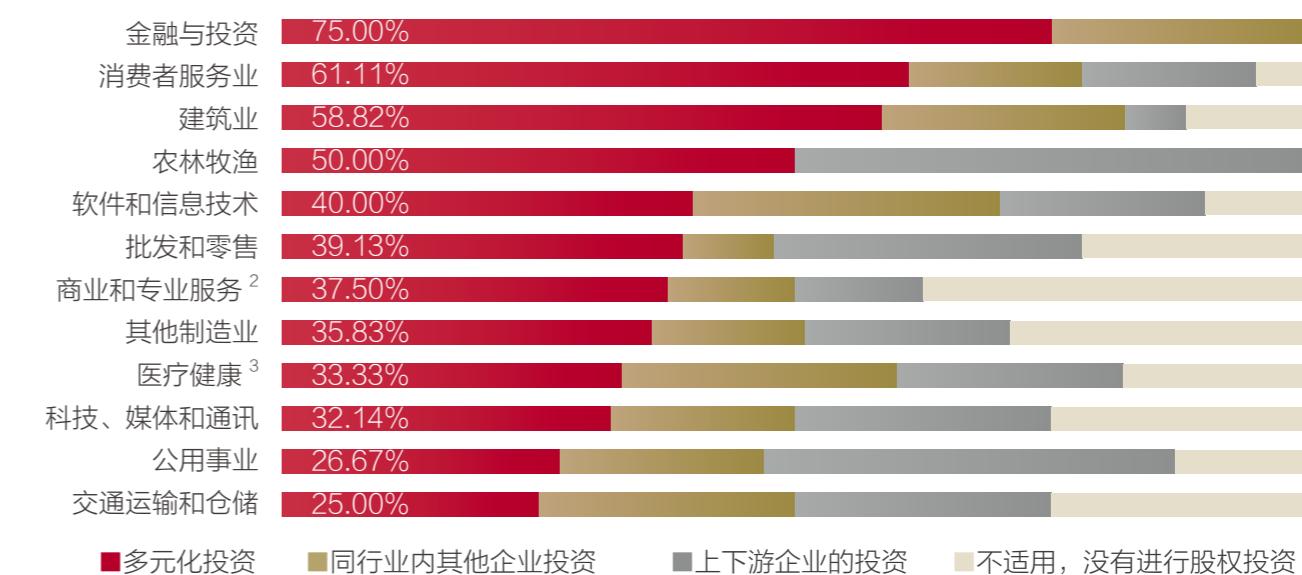


图表 19. 多元化投资的考虑因素（单位：%）



受疫情或政策影响较大行业的创始人多元化投资意愿尤为强烈。消费者服务业¹、建筑业等行业的受访创始人有多元化投资意愿的超过 50%，行业转型需求迫切。这一方面是创始人不断创新、保持企业竞争力实现财富持续增长的内在驱动使然，另一方面也与国家引导产业升级转型的政策导向一致。

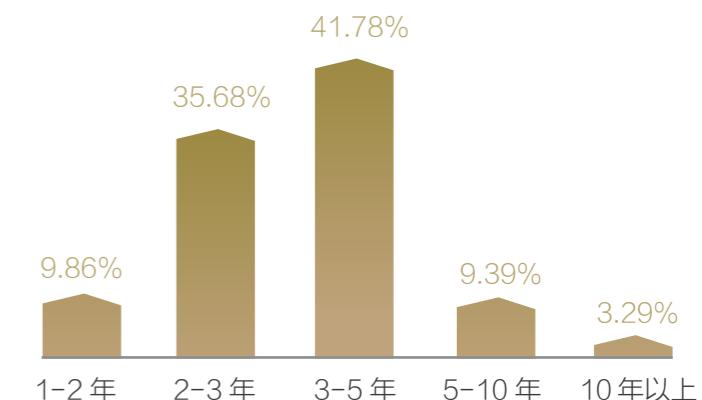
图表 20. 各行业投资方向分布（单位：%）



1.2.2 股权投资期限偏短

可接受的股权投资期限以 3-5 年为主，随着投资规模扩大，期限相应延长。调研发现，受访创始人的股权投资期限以 3-5 年为主（41.78%），接受 5 年以上投资期限的受访创始人占比仅 12.68%。这和相关调研数据⁴相吻合，但和国际上私募股权投资（PE）的一般投资期限（7 年）相比仍然偏短。当投资规模在 1000 万元以下时，可接受的投资期限集中在 1-3 年；投资规模超过 1000 万元时，可接受的投资期限集中在 3-5 年。

图表 21. 可接受的股权投资期限分布（单位：%）



1. 消费者服务业是指居民服务、住宿餐饮、文娱教育。

2. 商业和专业服务是指租赁、环境和设施管理及其他商业服务业。

3. 医疗健康是指医疗设备制造和生物医药。

4. 数据来源：黄奇帆，《PE 行业已融入经济主战场，能有力支持科技创新作用》，2020 年当年新增退出的私募股权投资基金的平均投资期限为 39.9 个月。

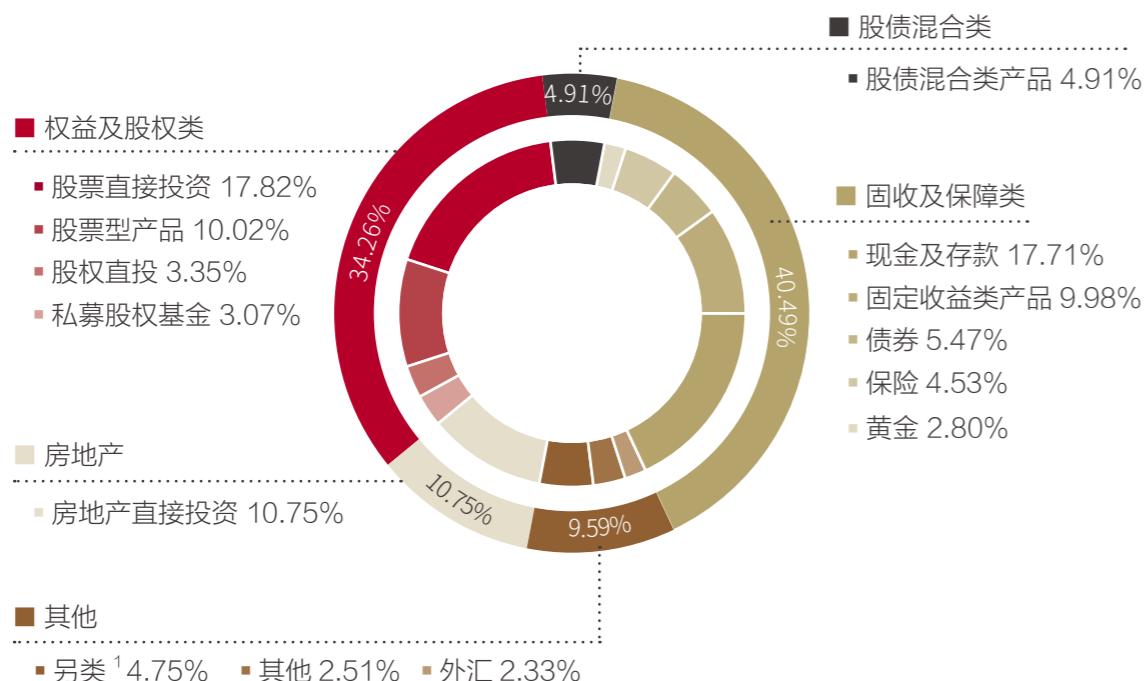
1.3 资产配置立足稳中求进

受访创始人在直接股权投资之外，也十分注重配置金融资产以平衡风险，愿意通过金融工具投资股权和权益类产品，分享经济发展红利。

1.3.1 注重配置固收及保障类资产

创始人的资产组合中固收及保障类资产配置比例最高，达到其总资产的 40.49%，而其中现金、存款及固收类产品占比过半。

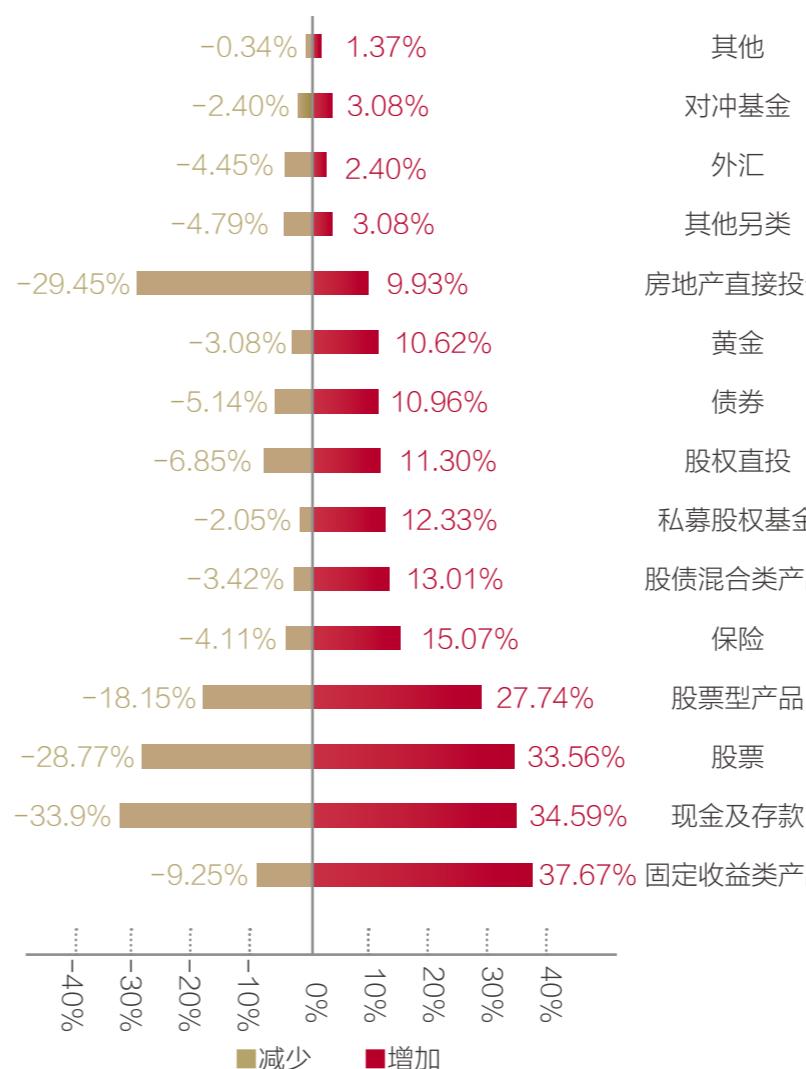
图表 22. 创始人资产配置比例（单位：%）



创始人资产组合中固收类资产未来净增的占比最高。受访创始人未来净增加投资（增加投资减去减少投资）最多的单项资产依次是固定收益类产品（28.42%）和保险（10.96%）。受访创始人增加此类投资的主要原因为未来市场预判（33.57%）和资产保值增值（17.14%）。创始人在经营企业的过程中对于市场风险有更加深刻的认知，作为家庭财富的守护者也会更加关注市场风险对家庭财富的影响，重视稳健固收类资产对家庭财富保值的作用。

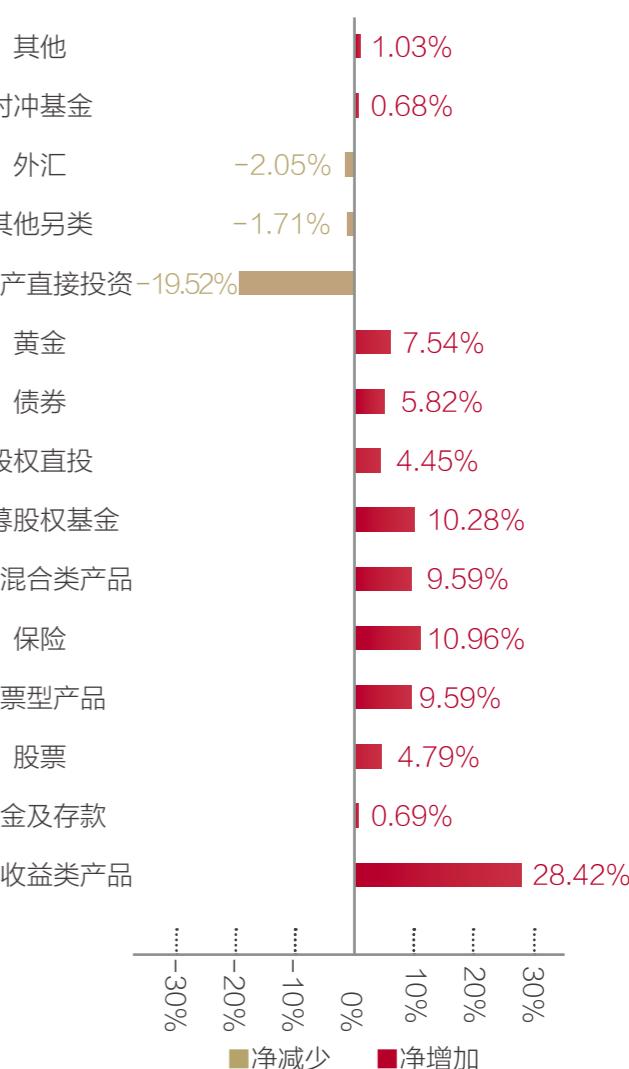
1. 另类是指对冲基金及古玩、艺术品等。

图表 23. 减少 / 增加投资的类别（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

图表 24. 净减少 / 净增加投资的类别（单位：%）



1.3.2 积极参与权益及股权类投资

创始人配置权益及股权类产品比例仅次于固收和保障类。调研发现，受访创始人资产组合中权益及股权类产品的配置比例为 34.26%，仅次于固收和保障类产品，这体现了创始人对经济的乐观态度。

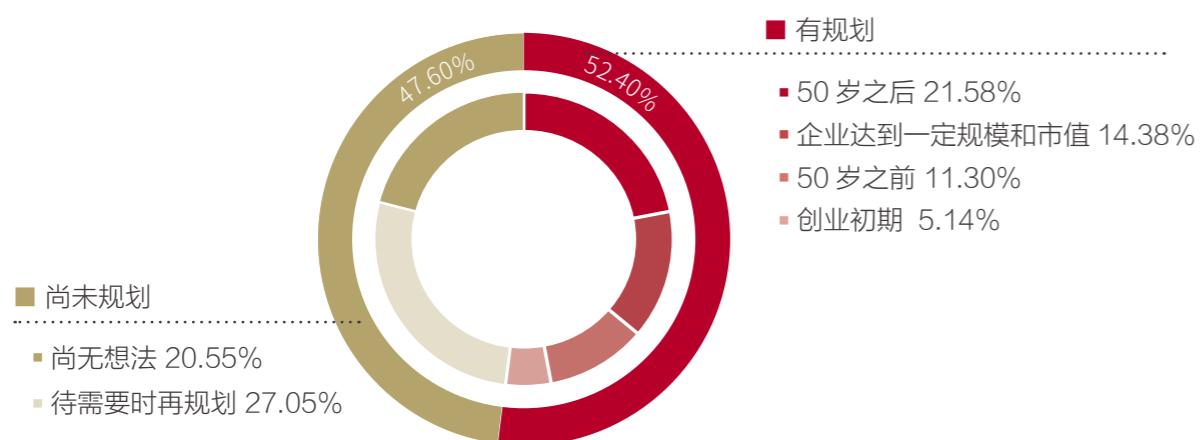
未来净增加投资权益及股权类产品，对经济前景有信心。调研发现，私募股权基金（10.28%）和股票型产品（9.59%）位列受访创始人净增加投资的前五位，体现出受访创始人对权益及股权类产品的偏好，也说明受访创始人看好境内实体经济的发展，对权益及股权类资产增值抱有信心。

而受访创始人净减少最多的投资方向是房地产直接投资（19.52%），表明了在国家“房住不炒”政策下，受访创始人对房地产投资意愿不强。

1.4 家庭风险管理规划不足

创始人是家庭财富最主要的创造者，但创始人业先于家，全情投入企业而对自身和家庭风险管理不足。调研发现，仅 11.30% 的受访创始人会在 50 岁之前进行寿险规划，47.60% 的受访创始人至今尚未开始规划。

图表 25. 寿险规划时点分布（单位：%）



同时，创始人对家庭风险的保障安排也不够充分，资产配置中保险比例偏低。调研发现，受访创始人资产配置中保险占比仅为 4.53%。其中，60 岁以上受访创始人配置保险的比例较低，仅为 3.51%；31-40 岁的受访创始人对保险的认知度最高，但也只有 5.30%。相比之下，2019 年日本居民金融资产中保险配置占比就已经达到了 28.14%，美国则高达 32.46%¹。



人寿保险产品以寿命为标的，通过投保人、被保险人和受益人的灵活设置，帮助创始人进行身后财富安排，在风险隔离、财富传承等方面发挥着重要作用。但受访创始人中已购买人寿保险产品的人数比例仅占 15.75%，有 30.48% 的受访创始人还未意识到需要配置人寿保险产品。

1. 数据来源：中金公司，《中国寿险长期增长空间还有多大？》。

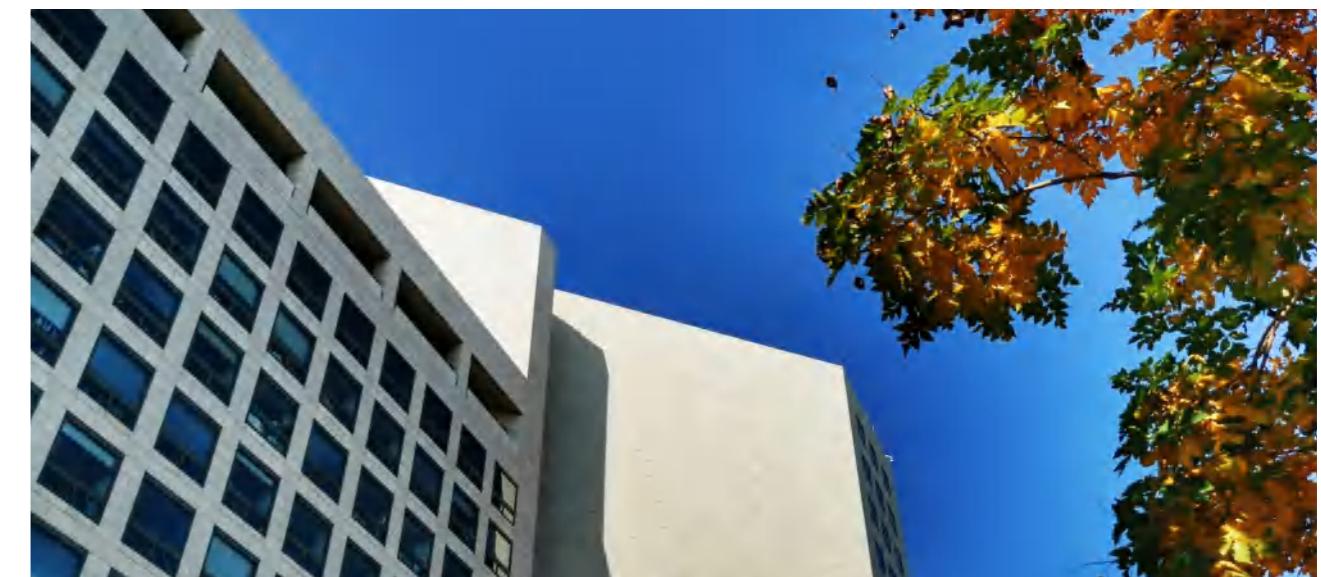
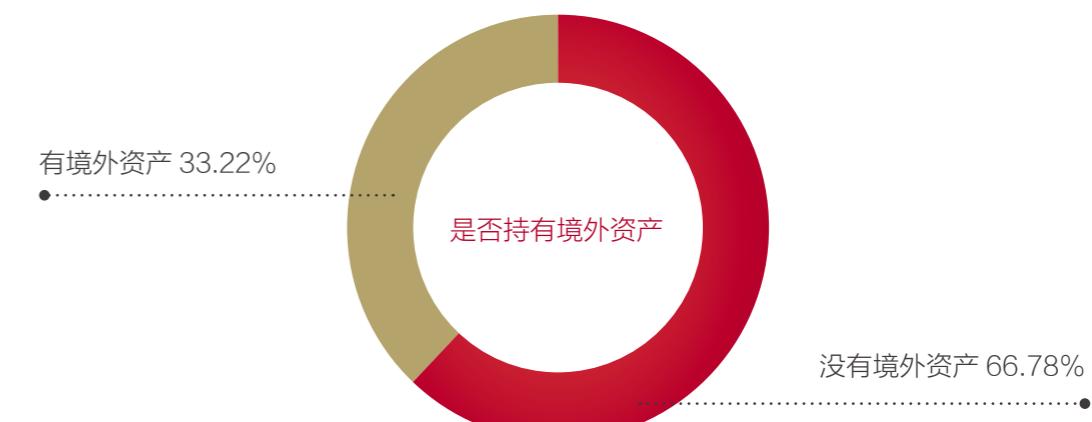
1.5 全球投资配置更趋理性

1.5.1 境外资产配置比例不高，愿意增持境内投资

大部分受访创始人目前境外资产的配置比例不高，未来也没有配置的计划。调研发现，66.78% 的受访创始人未持有境外资产。受访创始人对跨境金融服务的需求也不高（仅 8.56%），61.72% 的受访创始人表示将来会增加境内投资比重。

受访创始人表示，制约其跨境资产配置的最主要原因是对境外环境和政策等方面不熟悉，在国外有过生活经历的受访创始人对资产跨境配置意愿相对较高。

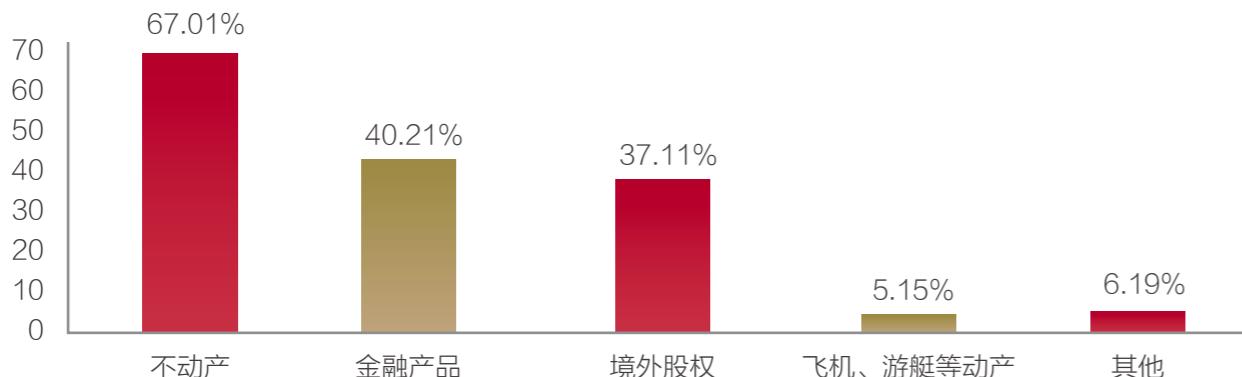
图表 26. 是否持有境外资产（单位：%）



1.5.2 境外资产配置出于家庭生活需要

从境外资产类别上看，受访创始人持有资产种类相对集中，主要为不动产(67.01%)和金融产品(40.21%)。

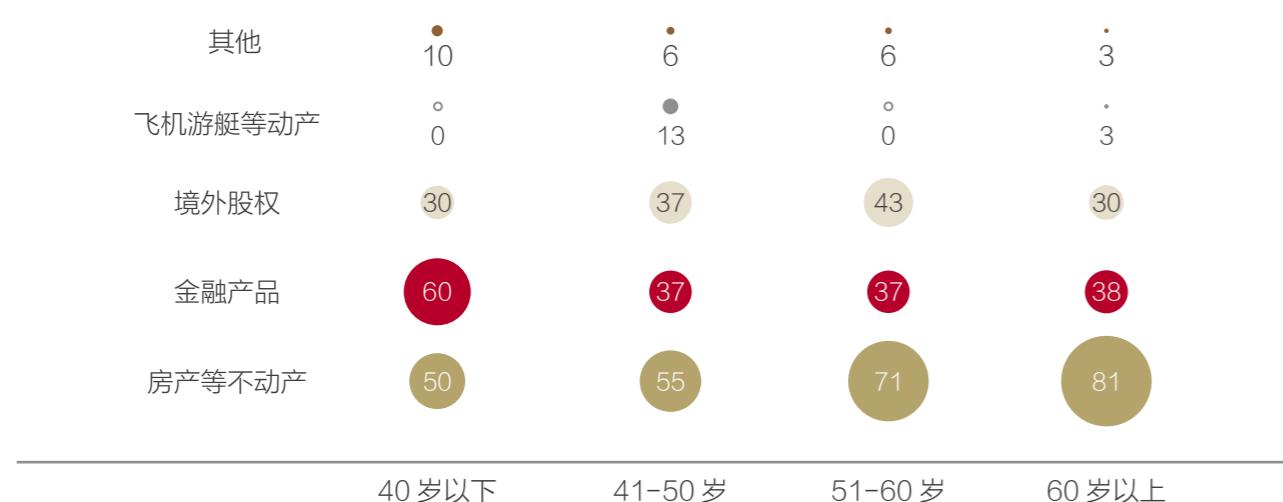
图表 27. 境外资产配置类别分布 (单位: %)



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

不同年龄层的创始人境外投资的品种有明显差异。60岁以上受访创始人中境外投资不动产占比高达80.77%，40岁以下的受访创始人投资金融产品的占比明显更多（60.00%）。年轻一代创始人更加深度融入全球化市场，对国际市场金融产品有更多认知，境外配置理念由单一房产向更加多元的金融产品转换。

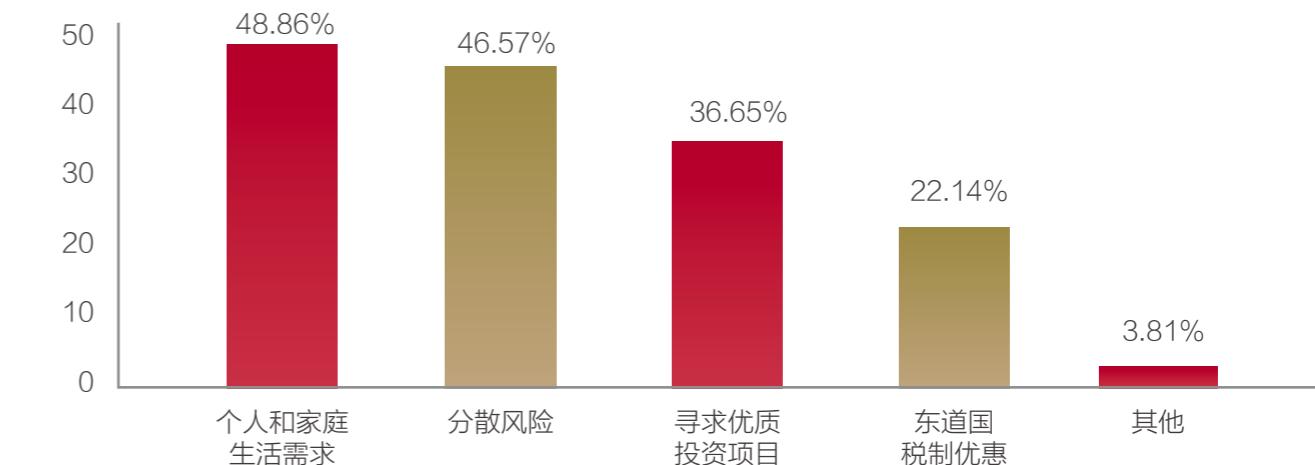
图表 28. 各年龄段境外配置资产不同种类占比分布 (单位: %)



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

从境外资产配置原因上看，受访创始人配置境外资产主要为了满足个人和家庭的生活需求（48.86%）以及分散风险（46.57%）。

图表 29. 境外资产配置原因分布 (单位: %)

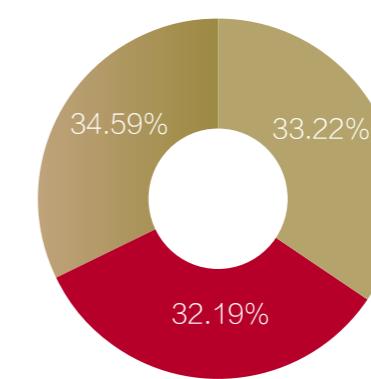


注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

1.5.3 关注境外资产配置税务合规

约三分之二的受访创始人了解或认为应当了解涉外业务的税务问题。调研发现，67.81% 的受访创始人了解或认为应当了解境外资产配置中的税务合规问题，其中，34.59% 受访创始人已经了解，33.22% 的受访创始人不了解但希望加深了解。除了税务合规之外，创始人也关注境外投资对上市公司的影响及其个人所需履行的披露义务和全球汇率风险。

图表 30. 是否了解境外资产配置相关税务合规问题 (单位: %)



■了解 ■不了解，希望加深了解 ■不了解，不考虑

第二章 发展建议：科学规划财富管理，全面布局平衡风险

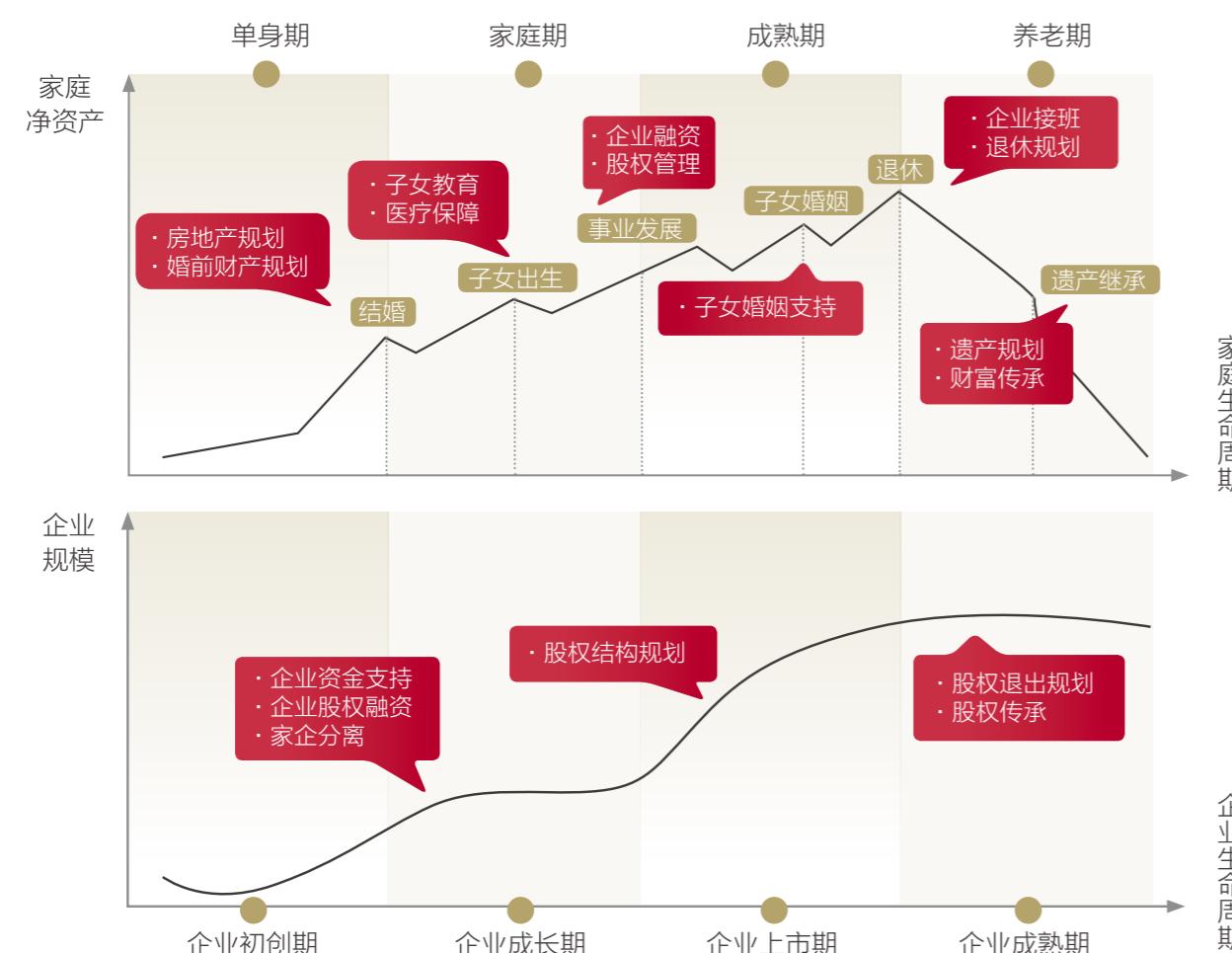
2.1 全面科学开展长期财富规划

调研发现，受访创始人的资产配置和财富管理目标较为独特，股权资产比重较高，多元化投资意愿强烈，境外投资更加理性，家庭风险保障有所不足。与此同时，受访创始人对财富服务的需求丰富多维，看重财富保值增值（70.55%）、关注税务合规（54.79%）和资产顶层设计（44.52%），对资产隔离与传承方案定制（32.19%）也表现出较强的需求。总体上，受访创始人的财富管理规划更加复杂，应当利用科学的方法和工具，借助专业机构力量，尽早开始覆盖全生命周期和全方位需求的多元配置，做好风险管理。

2.1.1 统筹考虑家庭与企业全生命周期财富规划

资产配置应贯穿创始人家庭整个生命周期。生命周期理论是当前应用于财富规划的常用理论之一。家庭所处的生命周期阶段不同，收入支出的特征不同，财富管理目标和风险偏好也会变化。这就需要制定差异化的投资策略和资产配置方案，选择合适的工具和产品，从整个人生的视角选择财富规划的最优解，最终实现家庭财富目标。

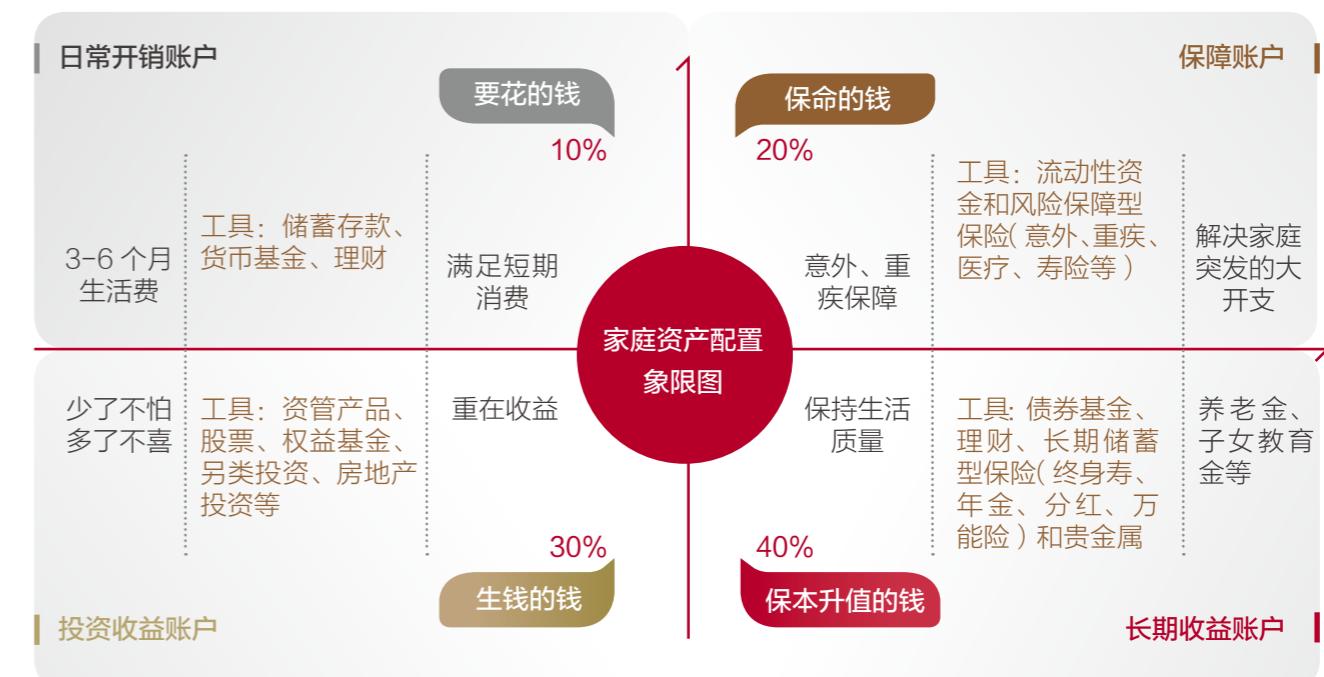
图表 31. 家庭企业生命周期在财富规划中的应用示例



企业发展同样具有生命周期。创始人在制定财富规划过程中，不仅需要考虑家庭的生命周期，还需要考虑企业的生命周期。例如，在企业初创期，创始人可将一部分个人财富用于支持企业发展；伴随企业成长，创始人需要及时规划企业股权结构，例如进行家企财产隔离安排，实现有效的风险隔离；在企业成熟期，创始人则需进一步完善家族治理机制，提早就股权传承进行布局等。

资产配置应满足家庭全面需求。根据用途不同，我们可以将家庭资产分为四个账户。其中，日常开销账户是“要花的钱”，满足短期消费需求；保障账户是“保命的钱”，满足基本保障需求；长期收益账户是“保本升值的钱”，满足保持生活质量的需求；投资收益账户是“生钱的钱”，满足收益增长的需求。根据“一二三四”的分配原则，资产在不同账户间按照比例分配，分配比例可以结合自身特征进行调整。例如，创始人股权资产占比较高，那么投资收益账户的比例就会比较高，在资产配置过程中，可以考虑适当提高保障账户的比例。

图表 32. 家庭资产配置象限图示例



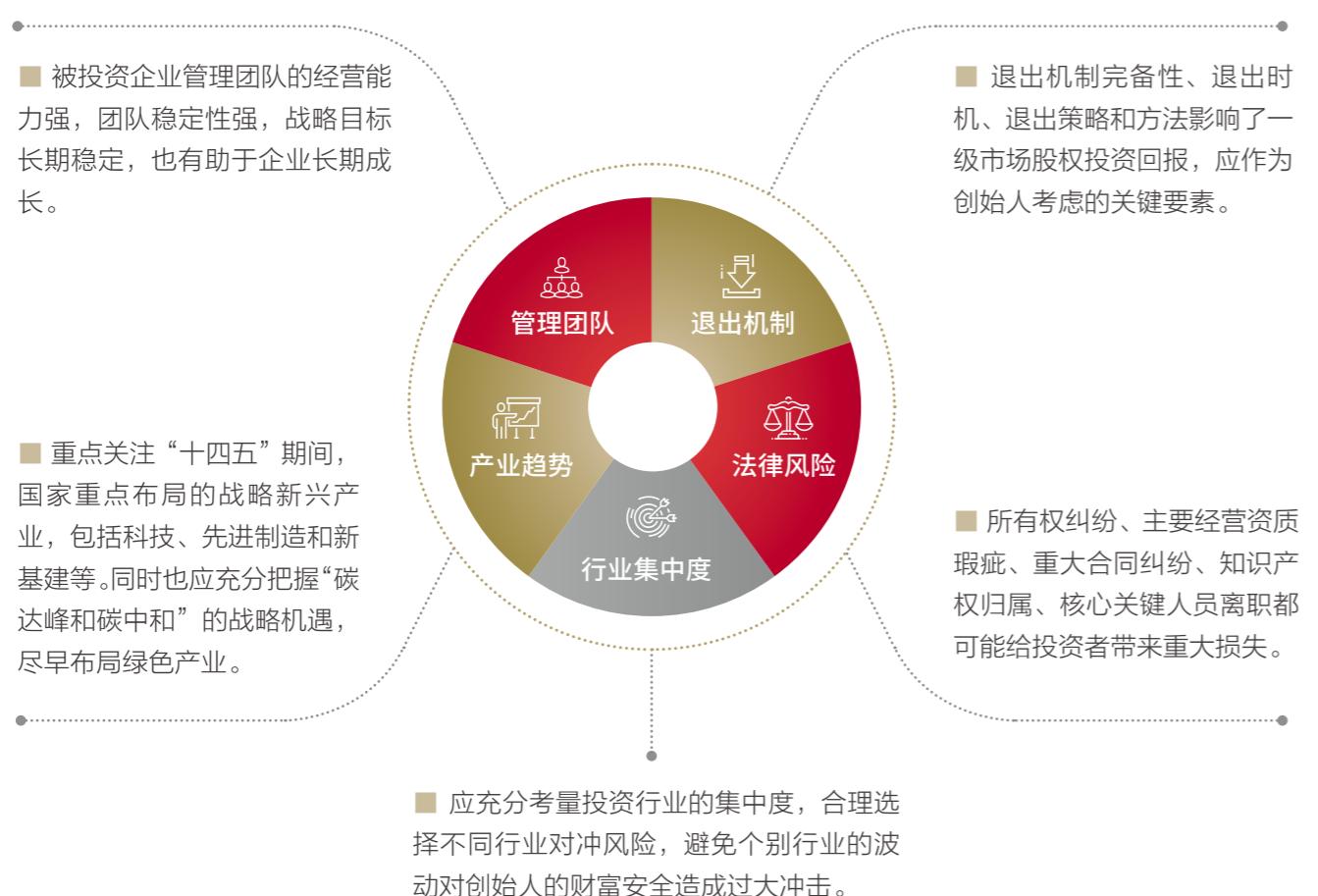
注：图表中的分配比例、产品工具等仅为原则上的推荐，在应用过程中应根据个人实际情况定制化调整。

2.1.2 合理分散风险，开展股权投资

创始人在进行股权投资时，可以通过投资不同行业来有效分散风险。在“双循环”的新发展格局下，国家大力推动科技创新，出台了一系列鼓励政策。创始人开展股权投资应重点关注符合国家政策导向或国家重点扶持的战略新兴行业。借“科技自立自强”的发展东风，挖掘科技领域、医疗领域和先进制造业的股权投资机会。

相比二级市场投资，创始人在一级市场投资时更要树立长期投资理念，在投资分析决策时更要重视与企业长期发展和成长有关的因素。

图表 33. 股权投资的关注点



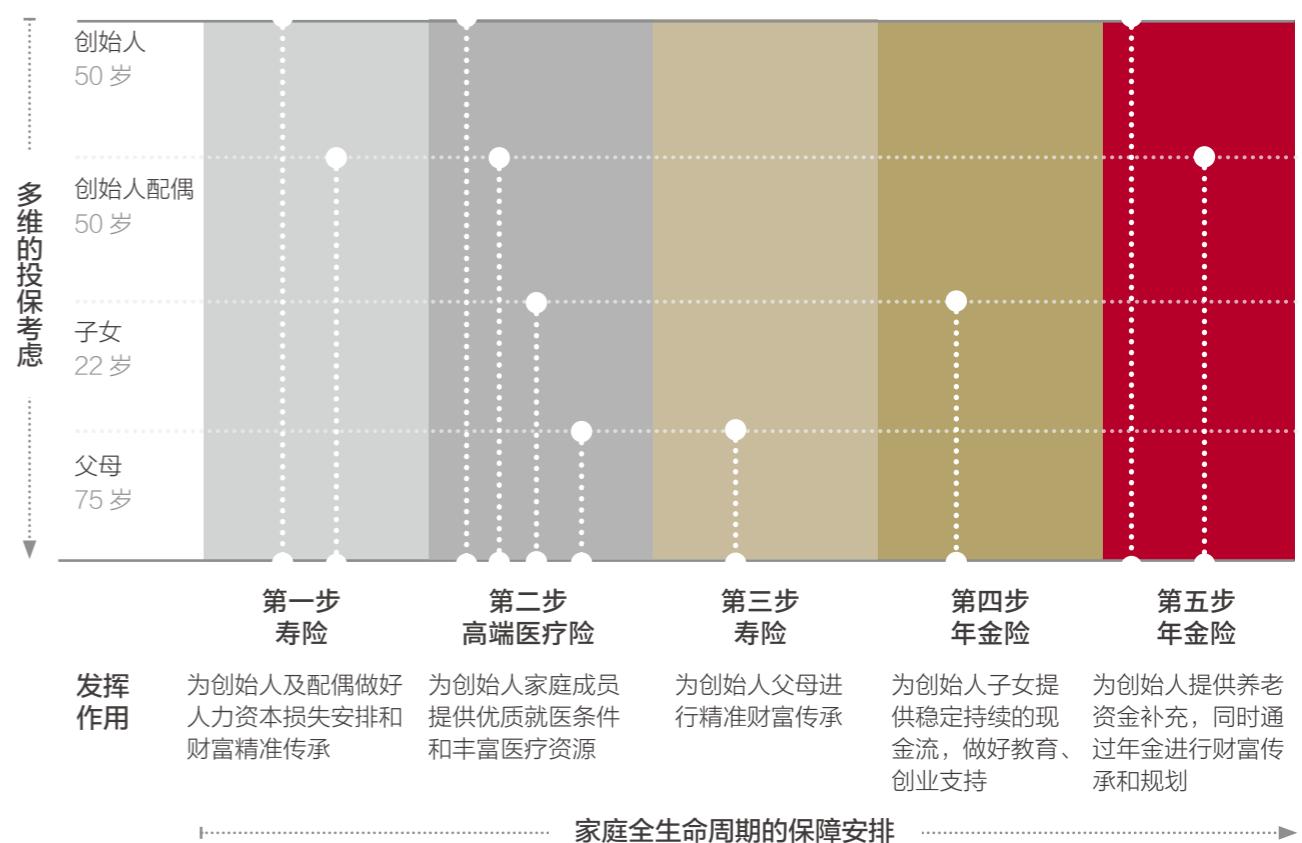
2.1.3 重视家庭财富保障

调研发现，受访创始人配置保险等保障类资产的比例并不高。但实际上，创始人承受着超高的工作强度和压力，更应该通过制定突发事件的应对方案，保障家庭财富长期安全。

保险配置不仅关乎个人，更要着眼于整个家庭；不仅关乎当下，更应从家庭全生命周期角度来考量。同时，由于家庭成员在家庭中的角色不同，保障需求也不同。同一类型的产品，结合不同成员的生命阶段，发挥的作用也不同。

如下图所示，在创始人家庭中，可首先为家庭经济支柱、财富主要创造者及其配偶配置保险产品；其次为子女配置，也就是未来支柱；并结合实际情况为父母补充配置。

图表 34. 创始人家庭全生命周期保险规划示例



在配置过程中，可结合家庭风险管理的紧迫性，优先针对出险时对整个家庭影响最大的成员配置保险。同一种保险产品在配置给不同家庭成员时也会发挥差异化作用。举例来说，寿险可以弥补创始人家庭经济支柱的人力资本损失，也可以用来规划创始人及其父母的财富传承；高端医疗险可以改善创始人家庭的医疗条件，应对大额就医支出；年金险可以为创始人子女提供求学和创业的持续、稳定现金流，而对于年纪偏大的创始人及其配偶，年金险的作用更侧重于补充养老资金，以及通过年金分配进行财富的精准传承。

2.2 充分借助服务机构专业力量

复杂的投资环境和多元的财富规划目标，对创始人投资能力和精力均提出了更高的要求。创始人受限于时间精力、投资经验和信息壁垒，自主管理时可能受市场情绪影响，未能理性止盈止损或盲目频繁交易，一定程度上增大了投资风险。但调研发现，在管理财富时，28.77% 的受访创始人倾向于自主管理，32.88% 的受访创始人愿意咨询专业人士，仅 0.34% 的受访创始人选择全权委托财富管理机构管理。

创始人及其家庭的财富管理是多层次、全方位的。单一领域的机构恐难以有效发挥不同财富管理服务之间的协同效应。因此，对于创始人来说，更需要合理借助综合能力突出的专业机构优势，获取“端到端”“一站式”的综合财富管理服务，把更多的精力释放到企业和家庭中。

2.2.1 降低信息不对称，获悉专业洞见

创始人的股权类资产占比高，行业风险相对集中。当受政策导向或疫情影响较大时，创始人会期望通过多元化投资来实现转型或分散风险。但股权投资的高风险高收益特征非常明显，跨领域投资时，信息不对称与不充分的风险不可忽视。所以，要借助专业机构在相关产业领域的投研能力，使用专业的股权投资模型和工具，对拟投资标的的市场规模、财务状况和估值水平进行分析，全面深入地了解投资标的价值。

除了股权投资外，在进行其他类别资产投资时，专业机构的投研和信息资源也能为创始人及其家庭的决策提供支持。在进行投资配置时，专业机构的市场研究能力、产品遴选能力、优质产品供给能力和资产配置能力都非常重要。创始人理性选择适合的专业机构，有利于为实现家庭财富管理目标保驾护航。

2.2.2 获取跨领域专业支持

创始人在规划资产配置投资时，还需考虑监管、法律等各方面问题。专业财富管理机构能发挥资源整合优势，为创始人提供及时的跨领域专业支持。例如，我们在访谈和调研中注意到创始人比较关注境外资产配置的税务合规。



世界不同地区税收政策与征管环境存在广泛差异，国际反避税机制持续完善升级，创始人应借助专业机构力量，实现税务合规。在境外资产配置和跨境投资前，认真了解各地区政策与实践，对投资架构、利益分配、退出路径进行分析，及时足额完成税务申报缴纳。



全球税务透明化

至今，在 CRS 共同申报准则框架下，我国已和超过 100 个国家 / 地区进行账户信息交换。



个人所得税申报

积极了解所在国本土税制及双边税收协定，及时进行税收申报。



全球差异化财富管理税收政策

在不同国家 / 地区以固定收益类产品、权益类产品、年金、保险等多种方式进行资产配置，会涉及不同法域资产监管和税务规定。

第二篇

奋进与创新： 创始人对企业的 缔造与使命

本篇从探索企业长远发展出发，阐述了创始人在业务创新、员工激励、企业传承方面推动企业高质量发展的努力，以及在企业层面和家庭层面致力于将企业家精神赓续传承的愿景。

创新需要资金支持，吸引和挽留人才依赖正确策略，企业传承和家族治理讲究工具和方法，本篇第二章分析探索了企业发展和传承痛点的破题之法。

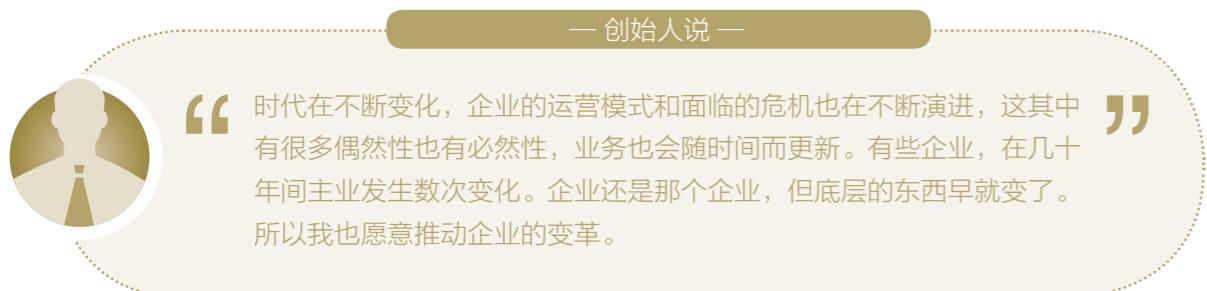
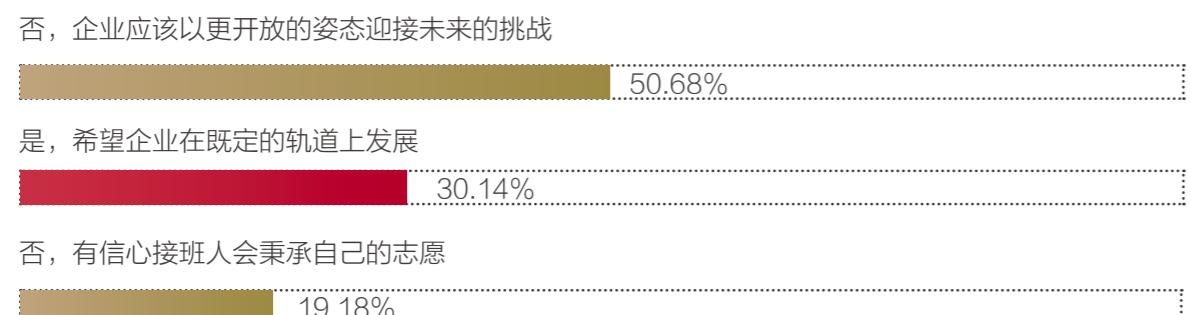
第一章 现状洞悉：引领创新激发活力，企业家精神代相传

1.1 创新是引领企业发展的第一动力

1.1.1 创新带来企业新发展

面对发展路径和战略目标的变化，无论是定量问卷还是定性访谈，受访创始人都表现出“拥抱变化、迎接挑战”的开放情怀。50.86% 的受访创始人愿意积极推动创新和改革，探索更加多元的发展可能。

图表 35. 是否担心企业未来偏离现在的发展路径和战略目标评估（单位：%）



在很多受访创始人身上，我们发现了“不懈创新，以创新谋求发展”的眼界和格局。通过持续创新，企业不断突破发展瓶颈，赢得产品升级和市场地位提升的同时，更易受到投资机构和市场青睐，通过上市获得更大的发展空间。

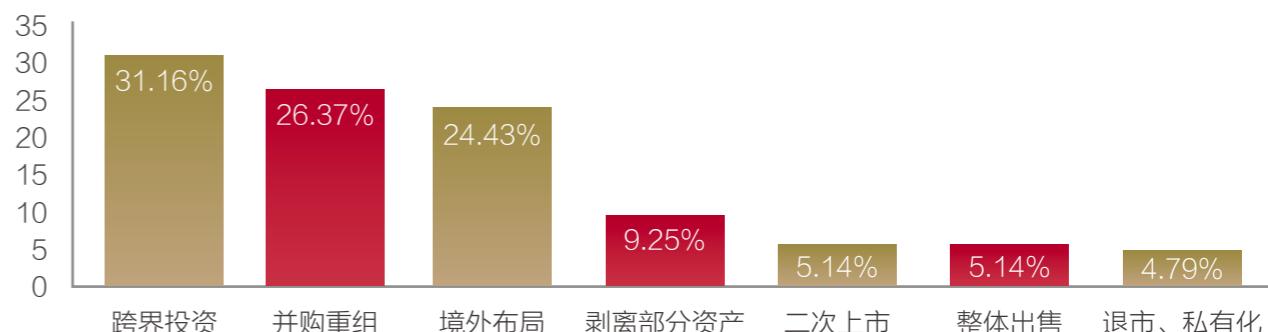
案例

A 公司的创始人怀揣着“打破进口依赖，引领世界标准”的家国情怀，多年致力于研发可替代进口的产品组件。经过不断升级，终于实现了重大超越，打破国外技术垄断。随之而来的是多家投行与 A 公司主动联系，辅导其成功上市，A 公司由此迈入新的发展阶段。

1.1.2 上市为创新注入新动力

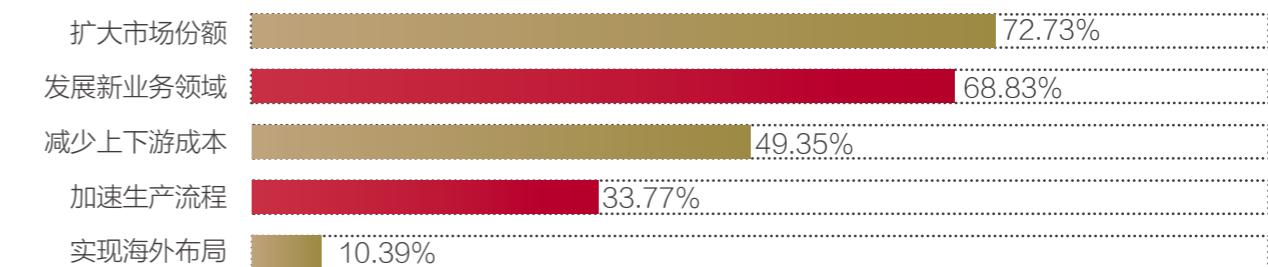
上市后，一方面，企业有更多精力投向其他业务，创始人也更有信心在其他领域复制成功经验。31.16% 的受访创始人在上市后有跨界投资规划，26.37% 的受访创始人有并购重组的计划，且企业并购重组更多是为了发展新业务领域（68.83%）和扩大市场份额（72.73%）。

图表 36. 现阶段上市公司的发展规划分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

图表 37. 并购重组的目标分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

另一方面，上市带来的大量资金涌入为创新提供了资金支持。这一点在科创企业中体现得尤为突出，相较其他行业，科创企业核心技术或产品研发资金投入比例更高，上市后稳定的资金支持成为其不断创新创造的重要依托。

案例

医药行业的 B 公司长期处于研发阶段，在研发成功前，难以通过销售实现盈利。研发资金投入大，融资战线长，速度跟不上研发消耗。上市后，融资能力和效率显著提升，医药研发和实验得到保障，确保了企业持续发展。

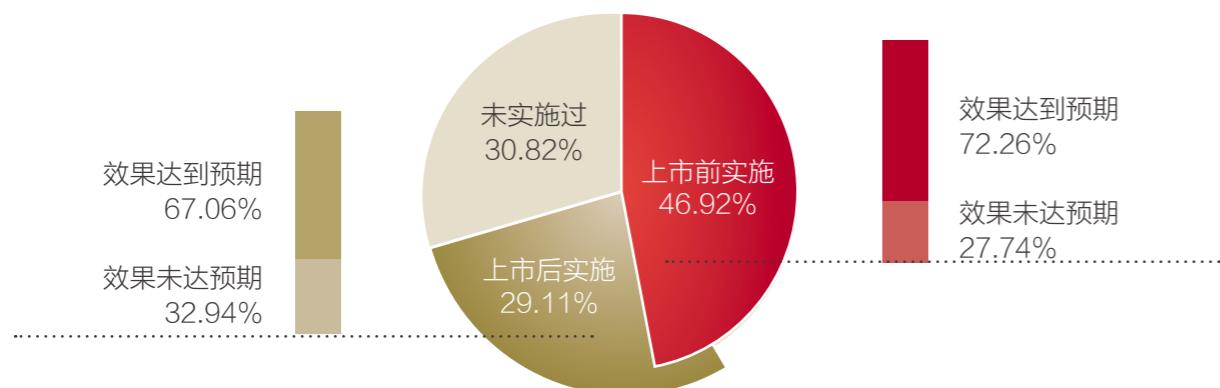
1.2 员工激励是激发企业活力的关键路径

人是企业的核心，对员工的调动与激励直接关系着企业的生存与发展。开展员工激励是创始人的普遍共识，股权激励更是创始人普遍关注的话题。

1.2.1 创始人普遍认同员工激励，多在上市前实施

受访创始人普遍认同开展员工激励的必要性，69.18% 的受访创始人曾实施过员工激励。其中，67.82% 的受访创始人在上市前实施过员工激励。就效果而言，受访创始人认为上市前实施激励效果达到预期的比例是 72.26%，高于上市后的 67.06%。以股权激励为例，上市前的股权激励在授予价格、增值空间等方面对员工更具吸引力。

图表 38. 员工激励实施时点和激励效果评估（单位：%）

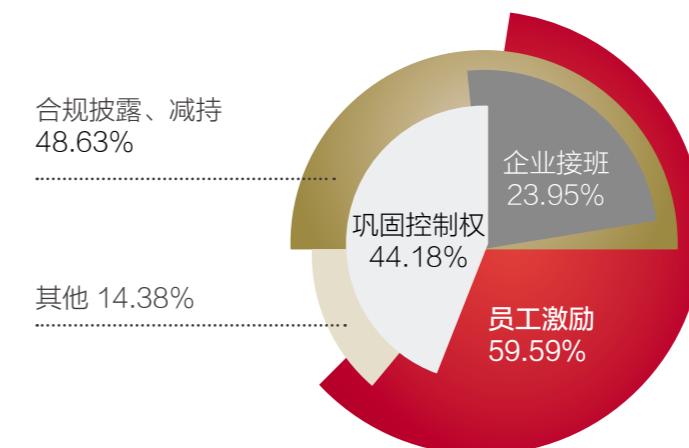


注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

1.2.2 员工激励尚需动态调整，既要激励又需留住员工

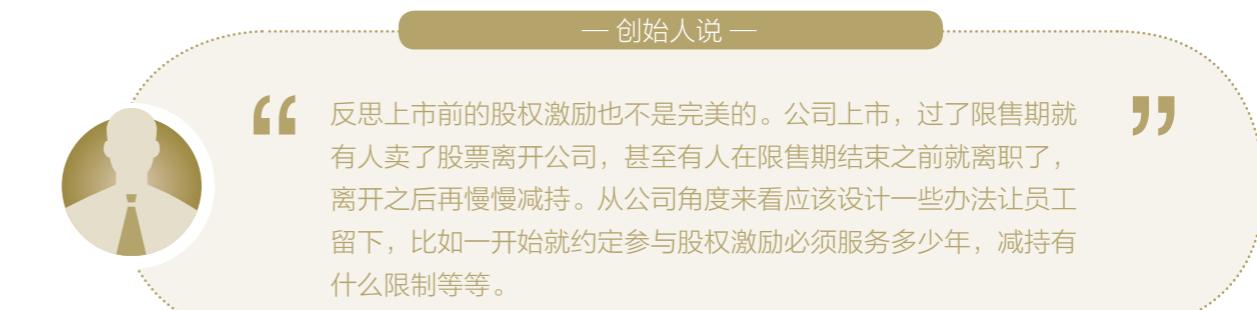
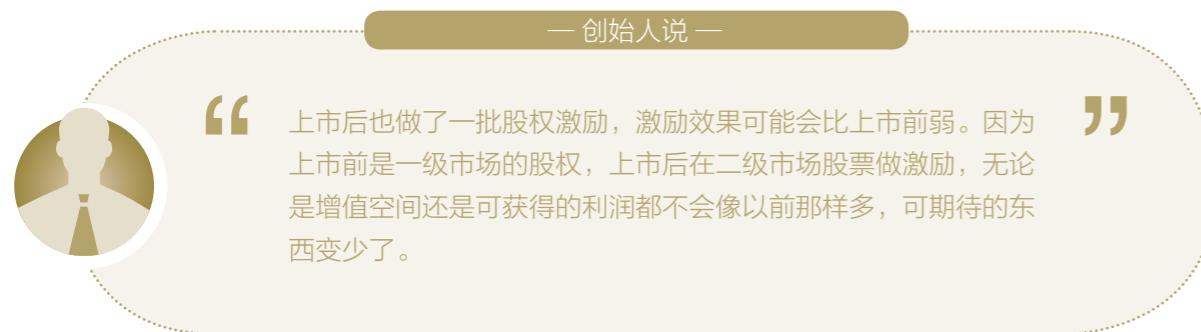
受访创始人认同员工激励是动态和持续过程，不是一次性动作。接近 6 成受访创始人认为上市后最亟需解决的问题是员工激励，高于合规披露、减持、巩固控制权等事项。

图表 39. 上市后亟待解决的事项评估（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

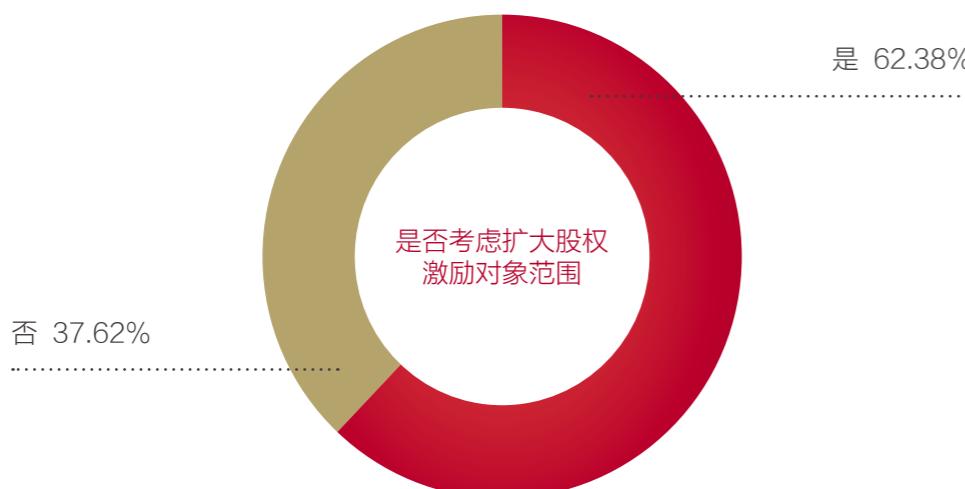
首先，随着企业发展，核心员工“有进有退”，且员工预期和诉求变动，这要求创始人推进灵活适当的激励计划。其次，创始人开展员工激励既是希望奖励有功之臣，同时也期待留住人才，如何能够既激励员工，又留住员工，成为很多受访创始人思考的问题。



1.2.3 激励范围相对集中，扩大激励意愿明显

股权激励是员工激励的重要内容。从实施过员工股权激励的受访创始人情况看，员工股权激励的覆盖范围相对集中。约 85.00% 的受访创始人企业的股权激励范围限于总员工的五分之一。但越来越多的创始人认识到，员工股权激励不仅仅是满足员工个人利益的管理机制，还是让更多员工享受企业发展红利、构建企业利益共同体的有力工具。为此，有 62.38% 的受访创始人考虑扩大股权激励对象范围。

图表 40. 是否考虑扩大股权激励对象范围占比（单位：%）

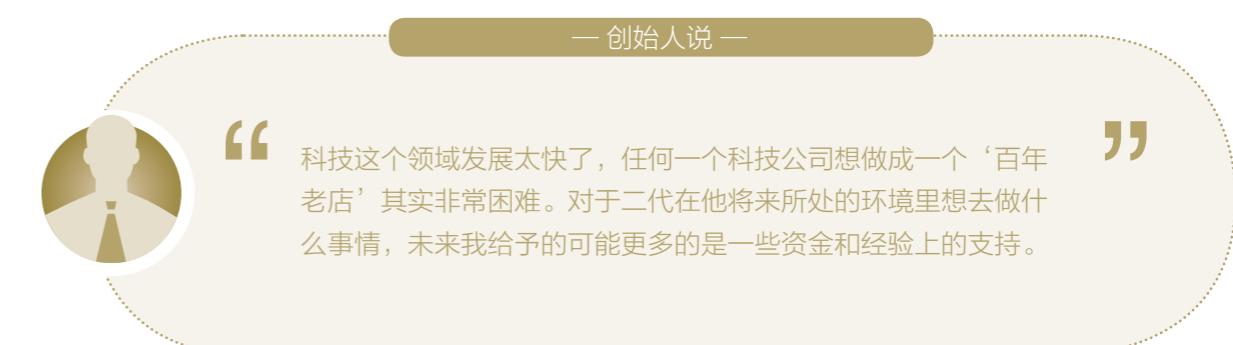


1.3 企业家精神是企业传承的核心价值

1.3.1 企业可持续发展是企业传承的基础

存续率低、生命周期短是企业传承过程中的重大挑战。上海证券交易所统计，1999 至 2001 年间在美国纽约证券交易所和美国纳斯达克证券交易所上市的 899 家科技公司中，到 2019 年 11 月底存续的仅有 61 家，838 家已退出资本市场，存续率仅为 6.79%。¹

企业可传承性越来越受到企业家的重视和关注，特别是对科创企业来说，市场环境日新月异、技术理念迭代频繁，企业发展面临极大不确定性，企业必须保持持续竞争力才能在激烈的市场环境中生存和胜出。

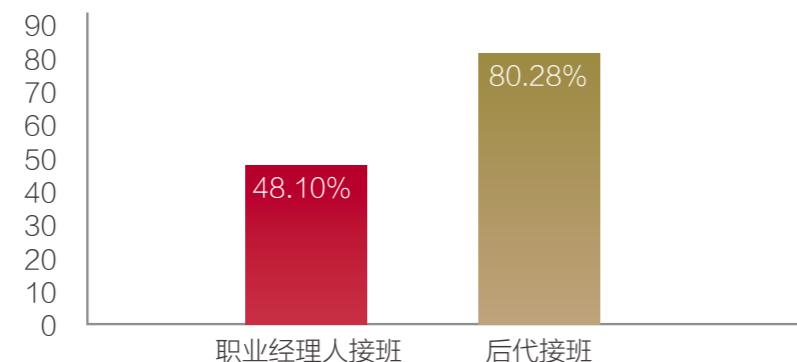


1. 数据来源：上海证券交易所，《资本市场大浪淘沙后留下了哪些公司？——以美国 2000 年左右上市的科技公司为例》。

1.3.2 创始人的接班人选择超越代代相传的初心

从主观上讲，由于担心职业经理人可能拼搏精神不足、与企业感情不够深厚等原因，创始人有安排后代接班的期许。在家庭内部，由后代接班（80.28%）比由职业经理人接班（48.10%）更容易达成一致。受访创始人也希望以此在后代中营造积极向上、追求卓越的氛围，在竞争中择优或由多个后代通力合作助力企业传承发展。

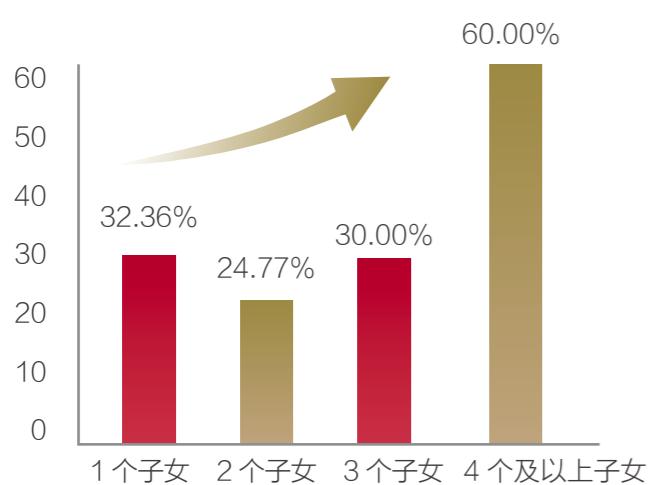
图表 41. 家庭内部对接班达成一致的比例（单位：%）



注：因调研数据由交叉分析得出，数据总和不为 100%。

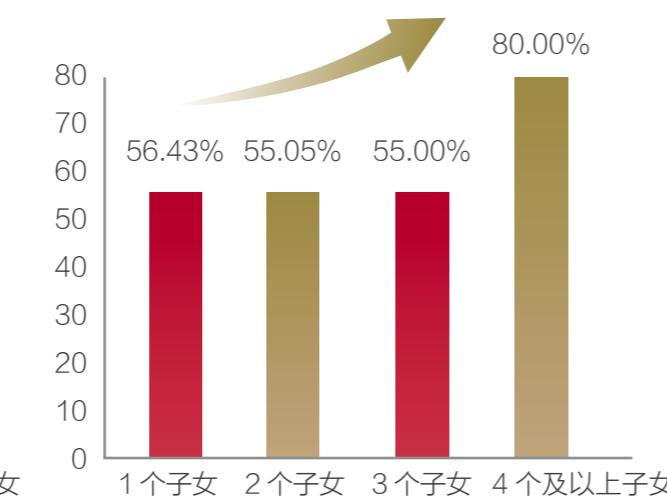
但客观事实是，子女数量有限，使后代接班具有了极大不确定性。子女数量越多，受访创始人选择后代接班可能性越高，选拔和评估制度也更完善。调研发现，拥有 4 个及以上子女的创始人家庭，由后代接班的可能性占比 60.00%，建立了完善继任者选拔和评估机制的比例达到 80.00%。

图表 42. 由后代接班可能性（单位：%）



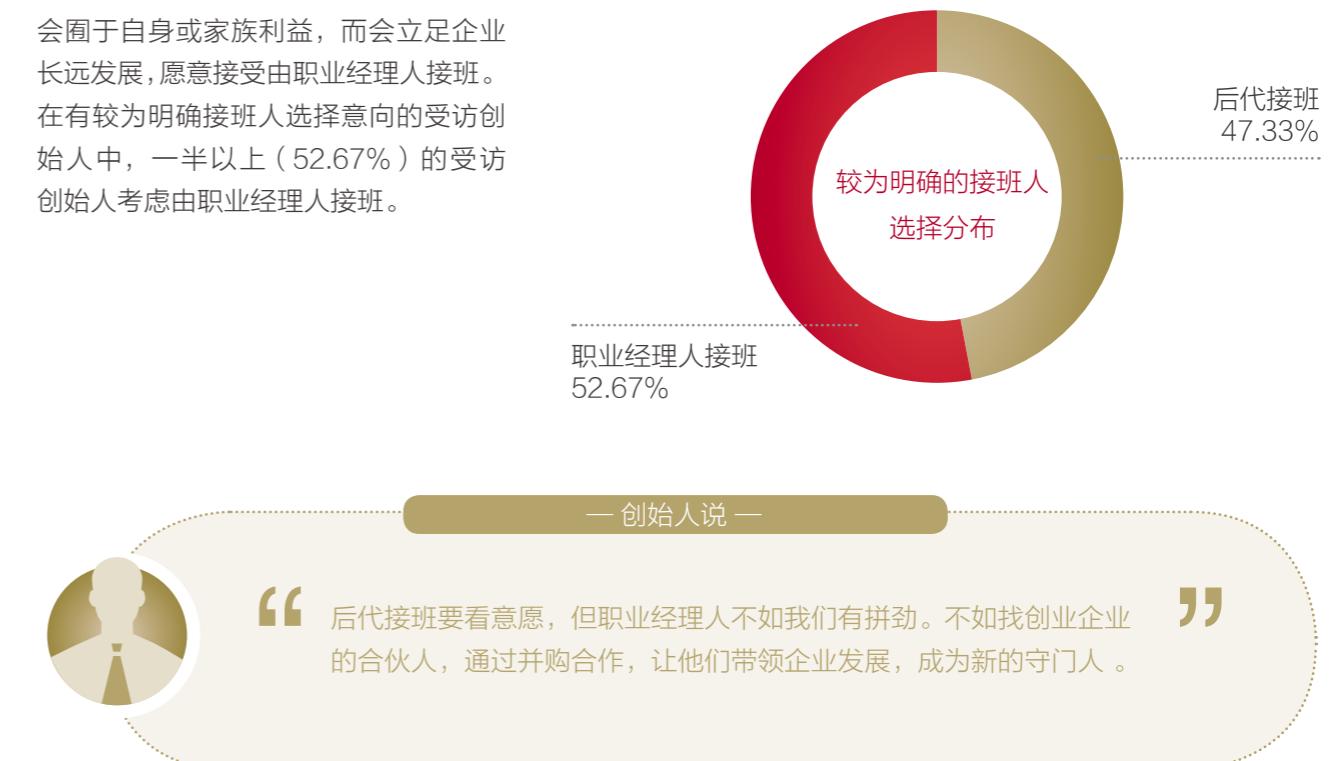
注：因调研数据由交叉分析得出，数据总和不为 100%。

图表 43. 有完善继任者选拔和评估机制的比例（单位：%）



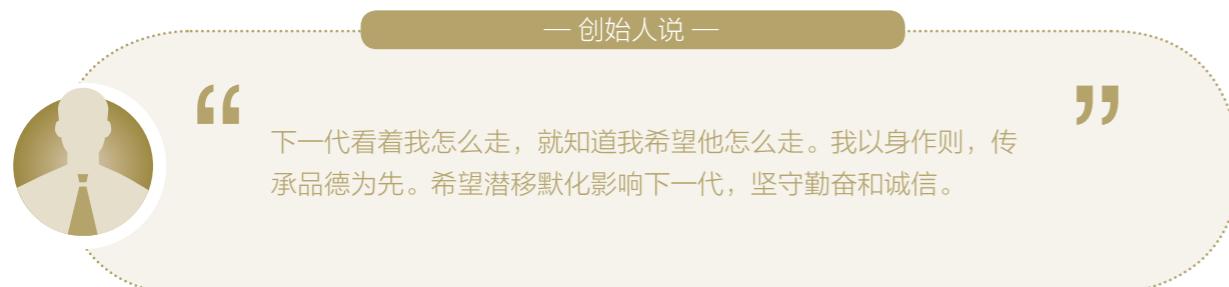
如后代的志向、能力等因素导致其并非最优的接班人选，受访创始人也不会囿于自身或家族利益，而会立足企业长远发展，愿意接受由职业经理人接班。在有较为明确接班人选择意向的受访创始人中，一半以上（52.67%）的受访创始人考虑由职业经理人接班。

图表 44. 较为明确的接班人选择分布（单位：%）



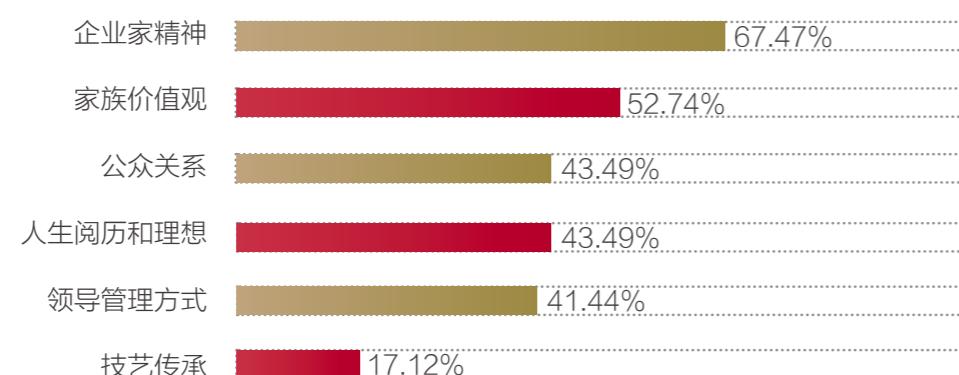
1.3.3 言传身教，传承企业家精神

在希望后代接班的受访创始人中，84.31% 的受访创始人已经安排后代进入公司任职，通过言传身教，引领其在实践中成长。而在表示考虑由职业经理人接班的企业中，仅有 30.00% 企业中有创始人后代任职。



企业传承过程中，创始人不仅关注有形资产的传承，也关注无形资产的传承。其中，关注企业家精神传承的受访创始人占比 67.47%，其次是家族价值观和公众关系等。

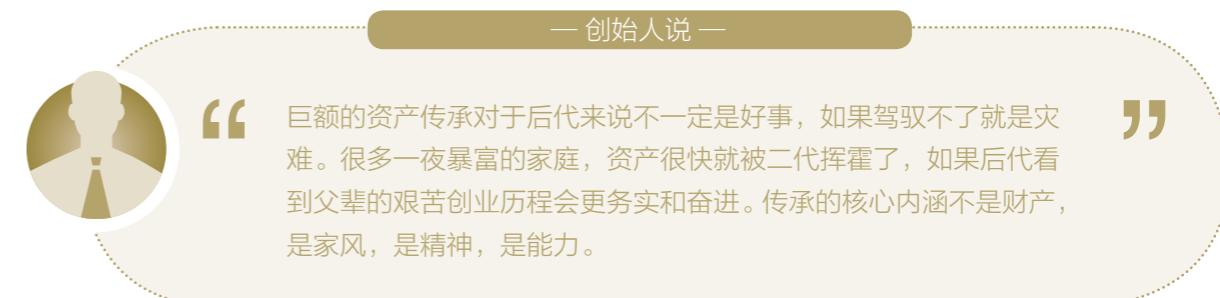
图表 45. 创始人关注的无形资产传承分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

1.4 企业家精神融入家族价值观

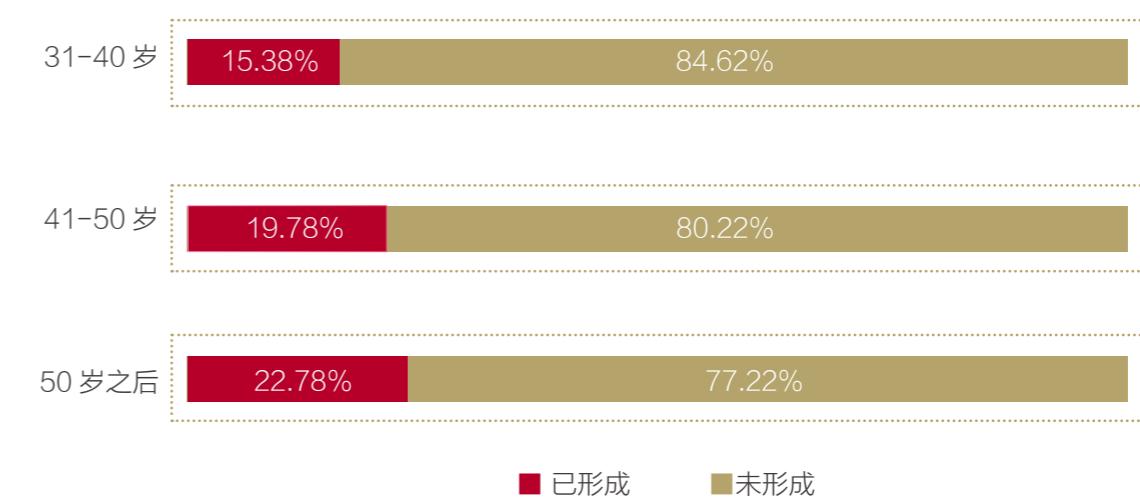
在考虑企业传承问题的同时，创始人的家庭财富传承与家族治理意识也开始觉醒。52.74% 的受访创始人希望家族价值观在后代身上延续。



1.4.1 家族文化逐渐形成，家族治理机制尚需建立

企业和企业家精神不但在企业发展中形成和沉淀，也逐渐融入创始人的家族价值观。有 46.58% 的受访创始人认为已经形成了特定的家族文化和价值观，但只有 21.13% 的受访创始人已形成了固定的家族治理机制，且家族治理机制的建立呈现出随年龄增长逐步增加，50 岁之后建立家族治理机制的比例已经达到 22.78%。

图表 46. 是否形成固定家族治理机制（单位：%）



1.4.2 家庭关系是家族文化和价值观的基础

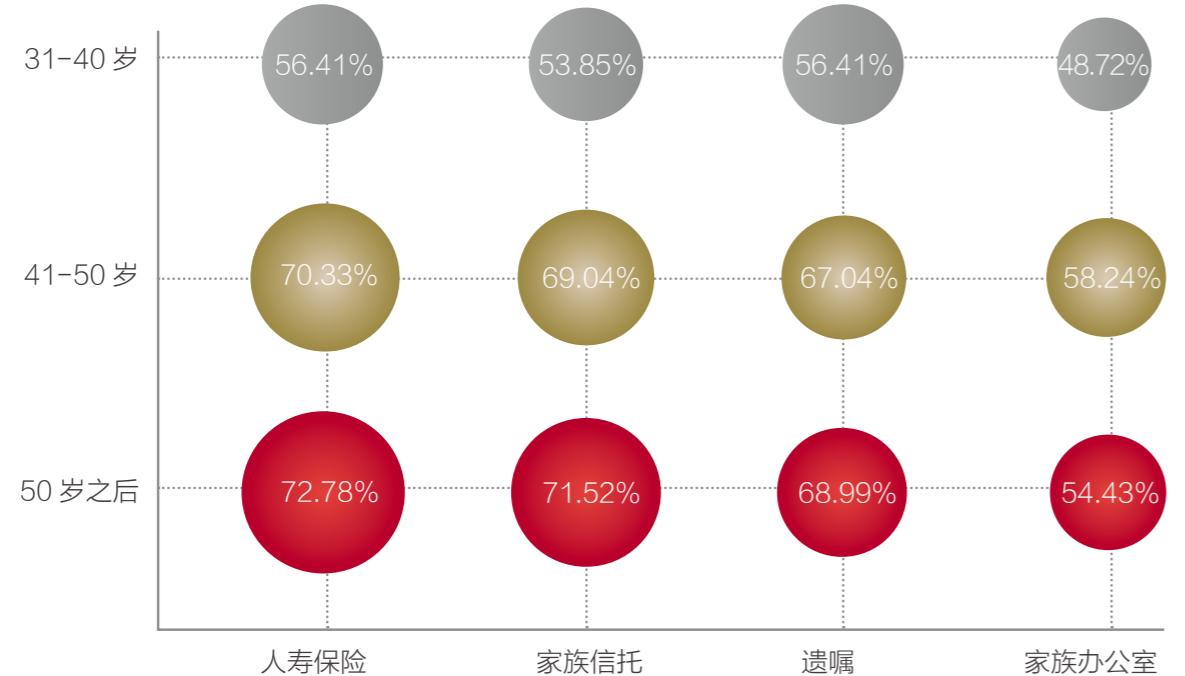
受访创始人意识到，过往更注重企业发展而对家庭亲密关系有所疏忽，特别是缺少对子女的陪伴、关注和了解。这可能导致后代抵触创始人事业而不愿接班，同时可能造成家庭关系不稳定、家族共同价值观难以形成，家族治理成本和难度因此提高。



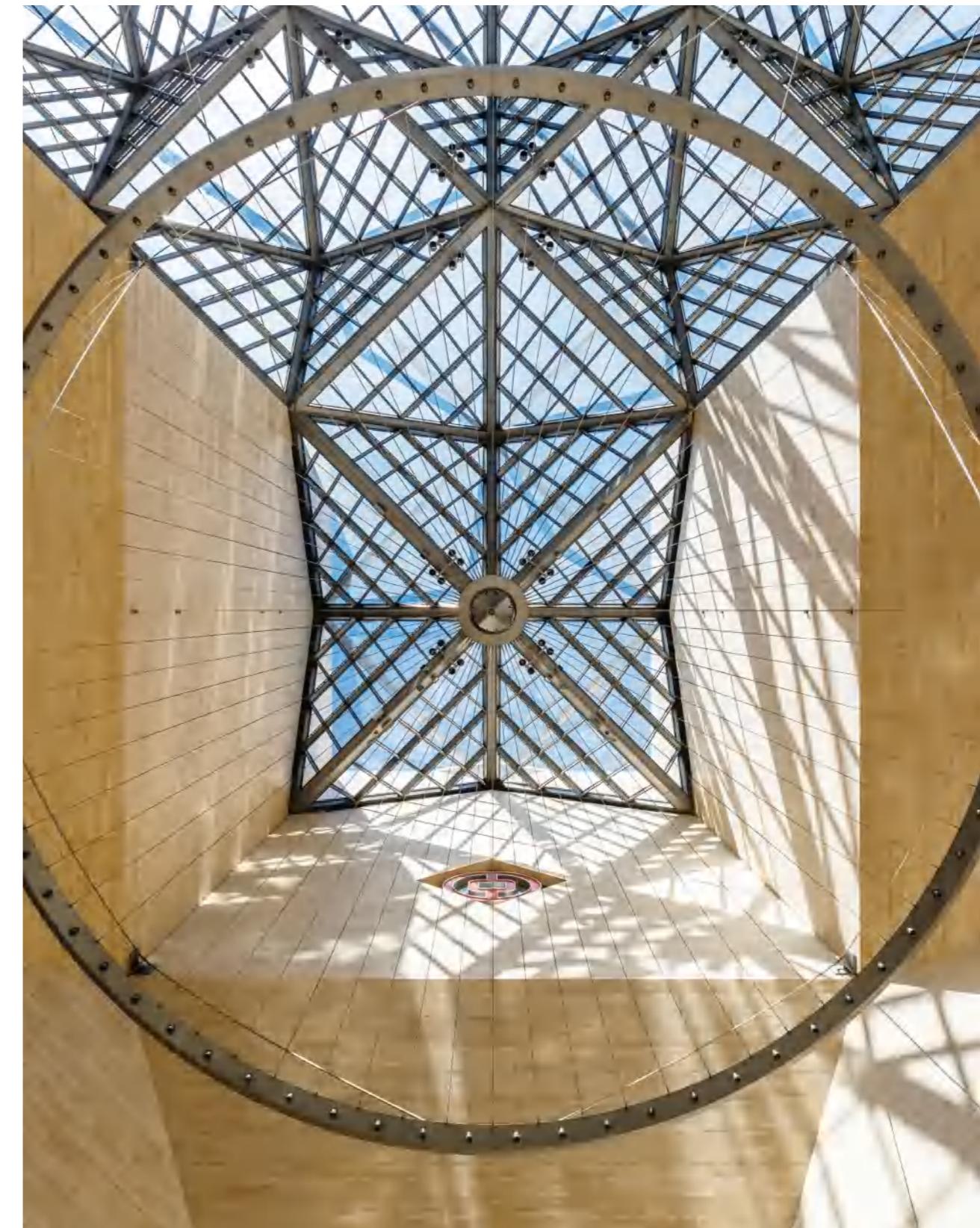
1.4.3 年龄是家庭财富传承规划的触发因素

调研发现，64.95% 的受访创始人在 50 岁之后开始规划家庭财富传承，他们已经使用或可能使用人寿保险产品、家族信托、遗嘱和家族办公室，比例分别为 72.78%、71.52%、68.99% 和 54.43%

图表 47. 家庭财富传承工具的使用分布（单位：%）



注：因调研数据由交叉分析得出，数据总和不为 100%。



第二章 发展建议：着眼未来顶层规划，家业企业持续发展

2.1 面向未来的发展策略：新发展格局下的企业融资

为深入实施创新驱动发展战略，供给侧结构性改革不断走向深化。金融机构积极响应政策引导，加强对企业的信贷支持，增强多层次资本市场融资服务能力，提升直接融资比重，促使资金流向科技、创新、绿色产业，提高融资创造能力。

《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》明确指出，完善资本市场基础制度，健全多层次资本市场体系，大力发展战略投资者，提高直接融资特别是股权融资比重。

《关于银行业保险业支持高水平科技自立自强的指导意见》要求，银行保险行业充分发挥服务科技创新的积极作用，支持商业银行具有投资功能的子公司、保险机构、信托公司等出资创业投资基金、政府产业投资基金等，为科技企业发展提供股权融资。

2.1.1 借力金融工具，实现科技—产业—金融良性循环

受访创始人提出，在企业创新发展时期，对融资的需求会更急迫和个性化。企业投身科技创新，将带动产业高质量发展，而金融工具的配套升级与深度介入，将大大提升企业融资效率，进而提高创新速度，实现“科技—产业—金融”良性循环。企业需要金融机构通过设计产品结构、安排融资周期、丰富融资层次等方式提供多维度、多元化、多区域、全周期的融资平台。

2.1.2 结合企业生命周期，选择合适融资工具

企业不同生命周期具有不同特征，影响企业的融资工具选择。创始人应基于企业所处阶段、融资优劣势等综合分析，选择最适宜的融资工具。其中，上市公司对股权融资工具的关注度日益提升。

■ 上市前，以技术为核心的成长期企业往往收入规模较小，传统抵质押物不足，财务表现难以达到传统融资要求，更加需要 VC/PE 融资支持。也有金融机构创新推出知识产权质押融资等一系列融资工具，助力科创企业发展初期的成长。

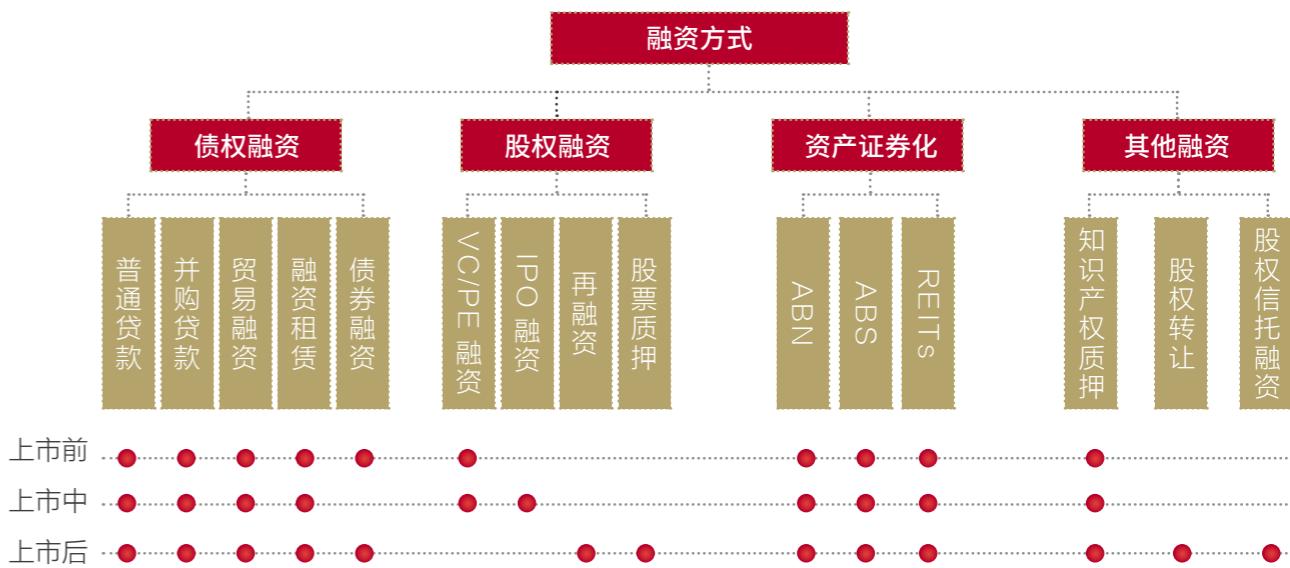
■ 企业成长到一定阶段，可以通过 IPO 融资上市获得大量低成本长期稳定资金。但 IPO 融资标准高，准备周期长，企业也应充分关注流动性需求。近年来，越来越多的券商和银行加强“投贷联动”，通过“股权+债权”组合工具的融资方式，在帮助企业 IPO 融资的同时解决企业上市过程中的其他资金需求。

■ 上市后，创始人还可以通过股票质押进行融资，这是当前使用效率较高的股权融资方式之一。相较债券融资工具，股票质押融资成本更低，业务周期更短，但需要充分关注股价波动下的市场风险。

知识产权质押融资

知识产权质押融资，是指企业以自身拥有的专利权、商标权、著作权等知识产权作为质押物，向金融机构获得资金支持。中小科技企业往往缺乏足够的有形资产作为抵质押担保标的，因此较难通过传统方式获得融资。在当今鼓励科技创新的“双循环”新发展格局下，知识产权质押融资成为科技与金融结合的最好纽带与桥梁，市场也积极探索该类融资的风险控制和处置问题。未来，随着制度体系和市场实践的不断完善，知识产权质押融资或将成为科技企业最重要的融资手段之一。

图表 48. 多元化融资方式示例





2.2 正确的人才策略：激励员工参与企业创新创造

“积力之所举，则无不胜也；众智之所为，则无不成也。”科学合理的员工激励，可以使员工成长与企业发展融为一体，激活员工的内生动力，促进企业价值创造。

2.2.1 小步快跑、长期持续，激发员工活力

设计上，可遵循“分批授予、长期持有”的原则，灵活设置行权限制，即每批次授予的股权限定在一定范围，设置间隔的时间行权。如分三批次，每次授予员工1万股，第一批可以变现后，再授予第二批。这样，第一批解禁变现的资金可以恰好作为第二批股权激励的买入资金。

执行上，可以通过协议约定或设置不同的架构，实现分批次减持。如在授予股权时通过协议约定，激励对象持有的激励份额须分两次减持，第一部分上市满1年后即可减持，用于改善激励对象生活条件，第二部分上市满3年后才能减持，以实现长效激励效果。

2.2.2 精准发力，源于对员工诉求的深刻理解

员工激励包括工资、绩效、年终奖等中短期激励和股权激励等长期激励。员工层级不同，对激励的需求和敏感度也不同。年轻的中层和基层员工正处于职业成长期，需要满足基本生活需求，注重个人发展，希望有学习和晋升的空间，因此对工资、绩效、年终奖等中短期激励更敏感；而资深员工往往更希望把职业做成事业，成为真正的“事业合伙人”，与企业利益融合程度更高，因此对股权激励等长期激励更敏感。

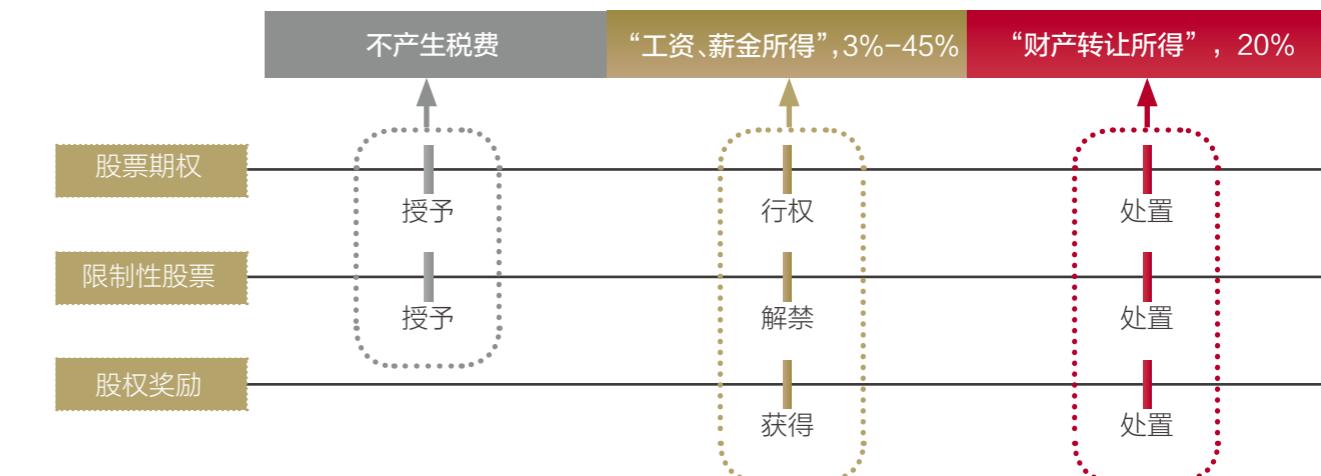
2.2.3 深入人心，助力激励政策发挥作用

调研发现，虽然激励政策与员工息息相关，但很多企业的宣导工作不到位，使得员工认为激励政策和自身关系不大，对激励政策理解不充分。

激励宣导过程分为两个层面。一是激励政策本身的宣导，可以让员工更加深刻地理解激励与自身的相关性，使“努力方向”与“企业导向”契合度提高，将“员工激励”转化为“员工动力”。二是激励政策的宣导过程本身也是一个企业和价值观的传播过程，通过宣导增强企业凝聚力和员工归属感，形成积极向上的企业氛围。

在激励政策的宣导过程中，可关注员工合理权益，例如普及股权激励的税务处理，提示员工在行权或解禁及处置时的纳税义务，提升员工对股权激励的全面认知。

图表 49. 股权激励个人所得税简述



股权激励有三种常见的激励方式，分别为股票期权、限制性股票和股权奖励，均是因任职受雇而获得。

- 在期权行权、限制性股票解禁以及获得股权奖励时，按照公平市场价格（行权价格）与股权实际购买价格（授予价格）之间的差额，根据“工资、薪金所得”项目（适用3%-45%的超额累进税率）缴纳个人所得税。
- 在股票（股权）转让时，按照处置价格与行权价格之间的差额，根据“财产转让所得”项目（适用20%税率）缴纳个人所得税。



2.3 开放的企业传承：提前培养和有节奏放权

2.3.1 关注家庭陪伴，提前布局能力培养

创始人对子女的培养是立体而长期的，创始人的言传身教，并非只是“传”和“教”，双向沟通更重要。陪伴、倾听与沟通能够让孩子理解父母在做什么，理解拼搏奋斗背后的意义。

观察一些家庭内部传承较成功的案例，后代接触企业的时间都很早，例如在子女青少年时期就开始接受商业礼仪教育，接触商务谈判和商事活动等，有助于培养子女对企业的归属感和认同感；参加青年企业家商会，有助于打造同龄人朋友圈，减少商业的陌生感，帮助建立未来网络。

2.3.2 适时退位放权，给予接班人足够信任

实践能带来最有效的成长。创始人需逐渐放手，也可以在一段时间内引入职业经理人协助后代接班，给予充分信任，过程中提升接班人的话语权，帮助接班人树立威信，获取员工认可，更快进入角色。有些受访创始人已经将企业的日常经营管理交给后代，自己负责企业的投资事项，分工明确，仅在后代举棋不定的时候给予适当提点。

2.4 系统的家族治理：实现家庭价值传承

家庭财富管理的核心是通过财务、法律、资产配置等合理规划，为家庭实现风险隔离，继而实现企业家精神及家庭财富传承。

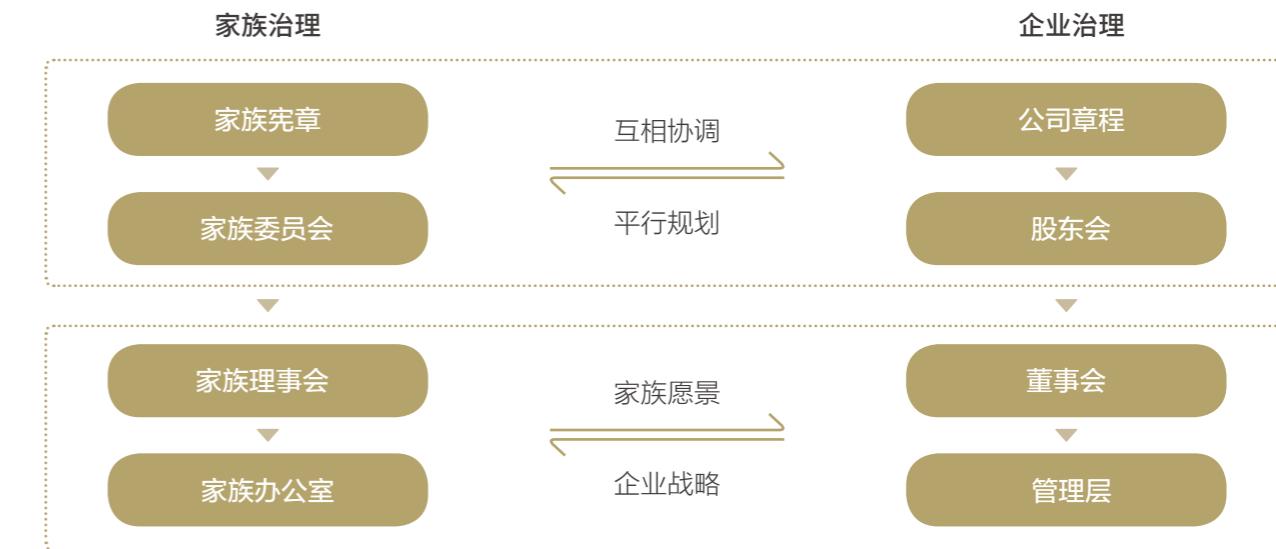
家庭传承是一个系统工程，不仅涉及财富的传承，也涉及到接班人培养、价值观和文化传承。及早引入家族办公室、家族宪章，利用好家族信托服务，可以更顺利地让家庭财富跨越周期与代际。

24.1 顶层设计培养家族使命

家族办公室：是家族管理与传承的顶层架构设计与综合平台。可以根据个性化需求，围绕财务规划、家族与企业治理、专项咨询、商业策略等四大核心服务进行定制化综合服务，实现家族和企业利益的平衡。

家族宪章：是家族内部对家族的愿景、价值观以及行为准则的总体规定。由专业人员和家庭成员共同制定，需要了解分析家族历史现状，讨论记录家族愿景、使命和价值观，还应结合家族办公室、家族信托、股权结构等顶层设计，综合考虑财务、法律、投资和企业运营等多方面因素。通常，家族宪章内容包括家庭成员权利和责任承担、冲突解决、企业接班人制度、利益分配原则、家庭教育和职业规划等。

图表 50. 家族治理和企业治理顶层规划简述



2.4.2 家族信托赋能创始人多元规划

家族信托可基于家族传承和企业长远发展，通过家庭财富的集中化、个性化管理，实现财产规划、风险隔离、资产配置、子女教育、家族治理、多代传承等需求。受访创始人股权财产占比较高，可将持有的股权纳入信托，充分发挥专业功能。

- **财产保护** 避免因家庭成员个人能力、债务、婚姻、突发意外等因素对家庭财富的冲击风险。
 - **股权稳定** 避免因家庭成员分别持有股权后出现控制权争端，导致股权分散，影响企业平稳经营。
 - **企业治理** 建立更适合企业传承的治理模式和传承方式。
 - **灵活分配** 制定灵活的受益人利益分配机制。
 - **家族治理** 为受益人利益分配设置限制性条款或激励性条款，辅助进行家族治理。

案例

C先生是A股上市公司科创企业的创始人，今年60岁，有两个儿子，大儿子已经工作，小儿子仍在读大学，两个儿子目前都不持有公司股份，也没有在公司任职。C先生开始考虑传承及企业接班计划。

C先生需求：将上市公司股权传承给两个儿子，同时保证公司经营不受股权传承的影响。最好有一个儿子能接班，如果都不接班，也希望后代努力上进、拼搏奋斗。

C 先生上市公司股权传承的四种方式：



设置激励机制鼓励后代拼搏上进

结合 C 先生案例，家族信托是实现后代激励的有效机制。如需借本次规划之机，形成明确的家族精神和文化，则可以将家族宪章和家族信托结合。以家族宪章规划家族愿景、价值观、参与方式和行为准则，设定有效的激励机制及限制规则。C 先生在设定家族信托条款中，可以根据家族宪章确定的原则，在信托文件中清晰地约定触发相关条款的各类条件，确保激励目的得以实现。

股权家族信托传承的披露义务

设立股权家族信托，可能涉及股权结构变更、实际控制人变化，上市公司需依据不同的行为按监管要求履行披露义务。



第三篇

当下与未来： 创始人对社会 的担当与价值

本篇从创始人的社会担当出发，讲述创始人将经营好企业视为践行社会责任的途径，通过投资和公益行为实现个人价值和社会价值的串联，以及对环境、社会和治理理念的认知。

契合创始人将公益做成长期事业的期冀，本篇提示了长远公益的可选方式，介绍了如何降低风险，并将环境、社会及治理和慈善的新挑战转化为新机遇。



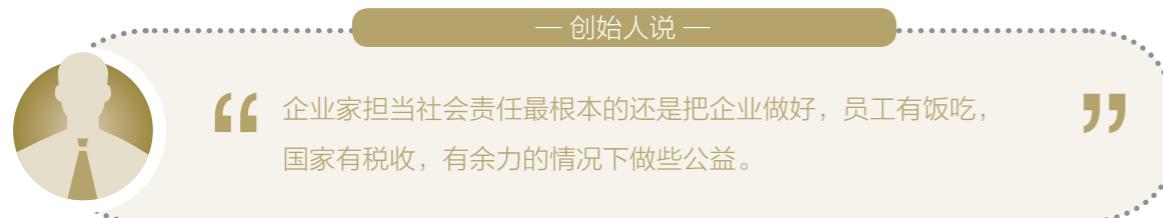
第一章 现状洞悉：创造社会价值是创始人长远的价值追求

1.1 经营好企业是履行社会责任的根基

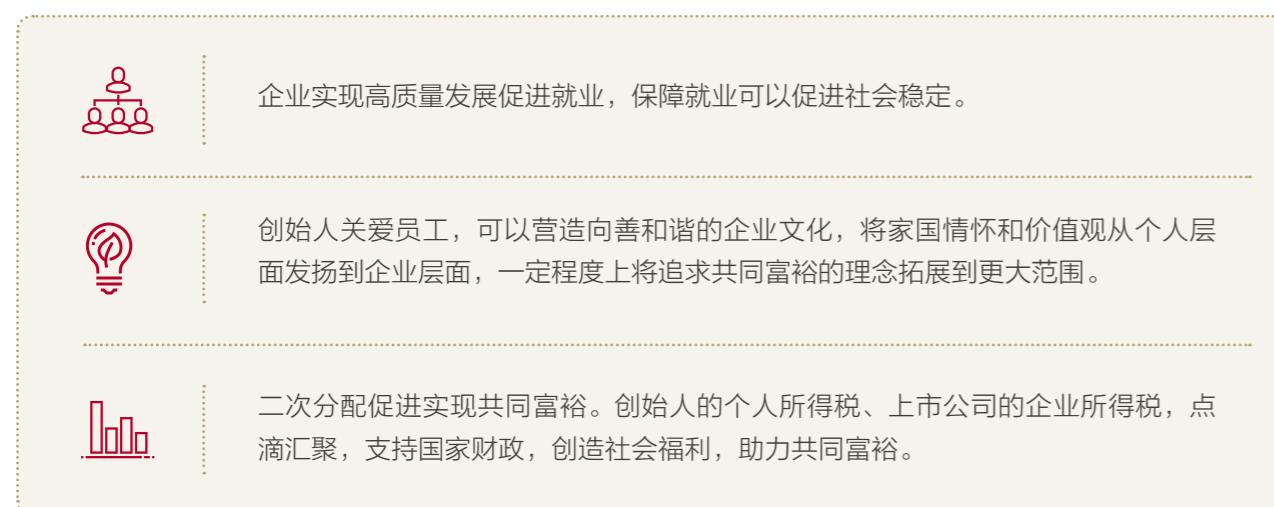
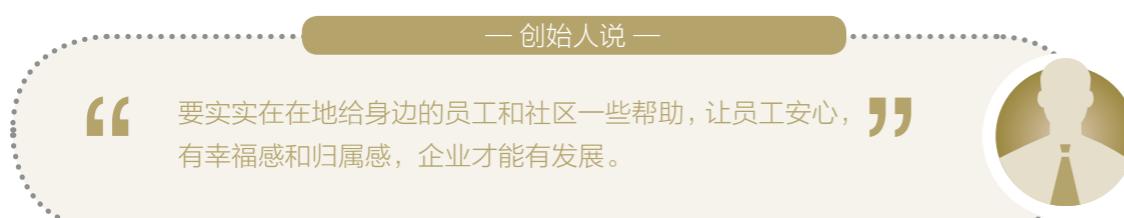
企业发展是经济发展的基础，既能保障居民就业，又能贡献财政收入。创始人对社会责任的理解既包括经营好企业，也包括积极践行环境、社会和治理的理念。

1.1.1 根本：提供就业、关爱员工、缴纳税款

多数受访创始人把经营好企业视为践行社会责任和共同富裕的根本。企业经营得当，就能保障就业；积极缴纳税款，就能为国家财政做贡献。



76.72% 的受访创始人开展过员工帮扶活动。例如给予受灾地区员工经济支持，春运期间包车送员工回家等。帮扶活动既体现了企业对员工的关爱，也折射了创始人对践行社会责任的思考。



1.1.2 延展：扎实实践 ESG，投身绿色金融



ESG 指关注企业的环境、社会和治理三方面绩效，各个方面都蕴含着丰富的内容，国际组织、全球 ESG 评级公司、全球知名交易所均对 ESG 的内容进行阐释，以此评估企业可持续性发展的投资理念，推动企业从单一追求自身利益最大化到追求社会价值最大化。



环境 (E)

- 温室气体排放
- 污染物排放
- 包装材料管理

- 对应气候变化
- 能源使用与消耗
- 生物多样性

- 环境及自然资源
- 水资源管理
- 水资源管理



社会 (S)

- 员工薪酬与福利
- 绿色供应链管理
- 知识产权管理
- 社会公益活动

- 员工发展与培训
- 产品质量管理
- 客户隐私保护

- 员工职业健康安全
- 客户服务管理
- 公平的劳动实践



治理 (G)

- 公司治理
- 贪污受贿处理
- 道德行为准则

- 合规及风险管理
- 税收透明

- 反不正当竞争
- 公平的劳动实践

由于强调经济、社会、环境的综合价值，有助于引导企业创造经济价值、关注社会环境，ESG 理念近年来越来越受到国家的关注和重视。尤其是其中的绿色发展主题，已成为我国经济高质量发展的重要方向，实现“双碳”战略目标，更是我国现阶段经济转型升级的必然要求。“十三五”“十四五”规划中对 ESG 重视程度提升，提出把握新发展阶段，贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，加快构建以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局。

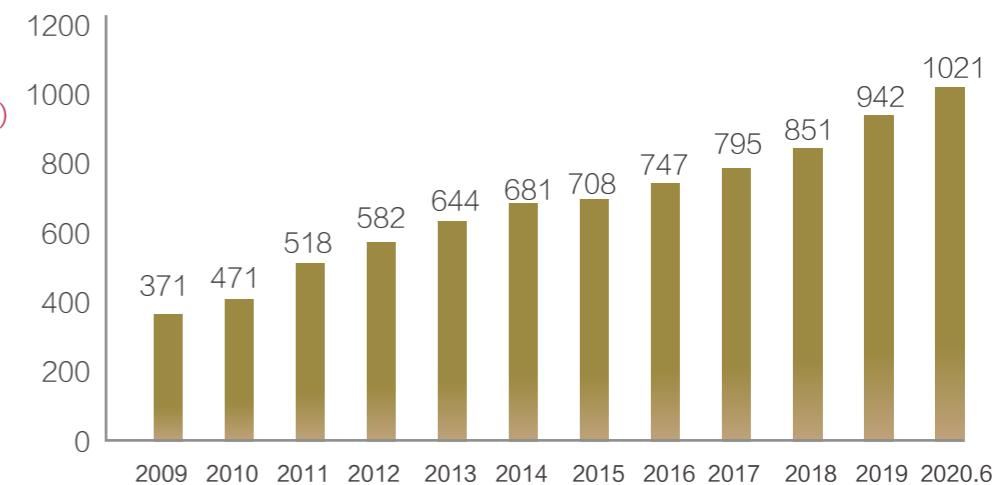
政策名称	ESG 绿色发展相关内容
“十三五”规划	绿色发展被首次写入国家的五年规划，污染防治力度加大，资源利用效率显著提升，生态环境明显改善。
“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要	推动绿色发展，促进人与自然和谐共生。到 2025 年，生态文明建设实现新进步，生态环境持续改善。到 2035 年，生态环境根本好转，美丽中国建设目标基本实现。
“双碳”战略目标	提高国家自主贡献力量，采取更加有力的政策和措施，二氧化碳排放力争于 2030 年前达到峰值，努力争取 2060 年前实现碳中和。

同时，监管部门也通过政策引导加强对 ESG 的重视，出台 ESG 相关指引政策，沪深和香港资本市场也逐步推进建立 ESG 信息披露制度。

资本市场	ESG 信息披露要求
A 股	沪深交易所：已制定 ESG 指引草案并进行征求意见工作，鼓励主动披露。
H 股	香港联交所：从“建议披露”升级为“不遵守就解释”，再到部分“强制披露”，ESG 披露质量要求显著提升。

市场数据也显示，发布 ESG 报告的 A 股上市公司数量逐年上升，到 2020 年 6 月 15 日，已多达 1021 家，是 2009 年的近 3 倍，且保持持续增长，近 3 年平均增速超过 8%。企业形成和发布 ESG 报告的过程，也是进行 ESG 评估的过程，既可以有效发现 ESG 的挑战与风险，也可以更深挖掘 ESG 政策中蕴含的发展机遇。

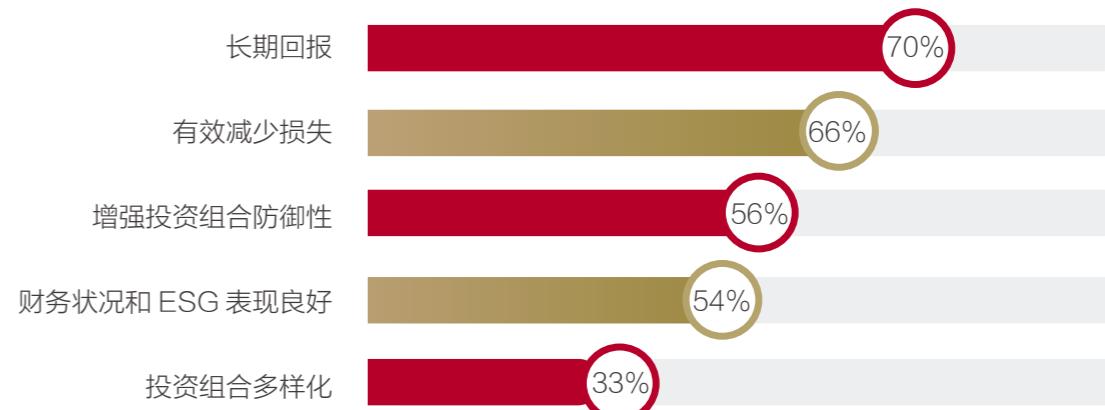
图表 51.
发布 ESG 报告的 A 股上市公司数量(单位:家)



数据来源：商道融绿，《A 股上市公司 ESG 评级分析报告》。

参与 ESG 投资是创始人进行长期投资的有效途径。ESG 投资的本质是选择出真正高质量可持续发展的公司，而非依靠短期资源消耗作为商业模式的公司。ESG 表现差，短期表现再好也要谨慎。根据毕马威最新报告，企业在决定投资 ESG 时，期望从中获得长期回报，有效减少损失，增强投资组合防御性，实现良好的财务状况和 ESG 表现等。

图表 52. 在决定 ESG 投资时，企业的关注点分布(单位: %)



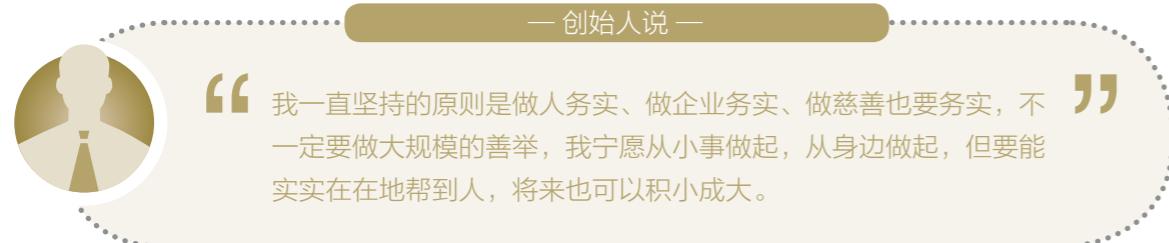
注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

数据来源：毕马威，Can capital markets save the planet?

1.2 慈善与投资是担当社会责任的有益实践

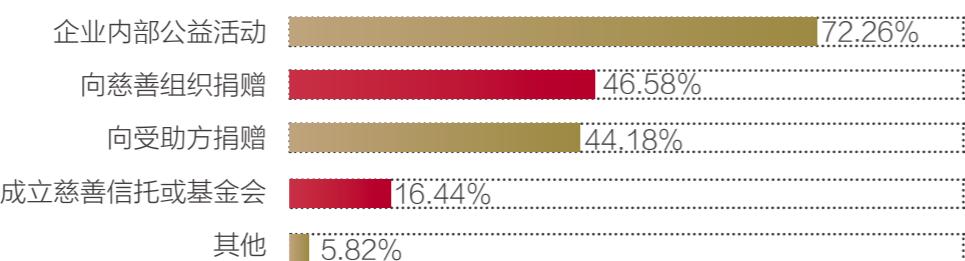
1.2.1 朴素务实，多元化的公益慈善机制尚未形成

94.18% 的受访创始人积极参与慈善公益活动。调研发现，受访创始人对慈善的态度务实，主张脚踏实地做慈善。



同时，受访创始人的慈善行为以零散的直接捐赠为主，慈善行为体系化和常态化的意识有待加强，成立慈善信托或基金会是部分受访创始人关注的体系化慈善公益方式之一。

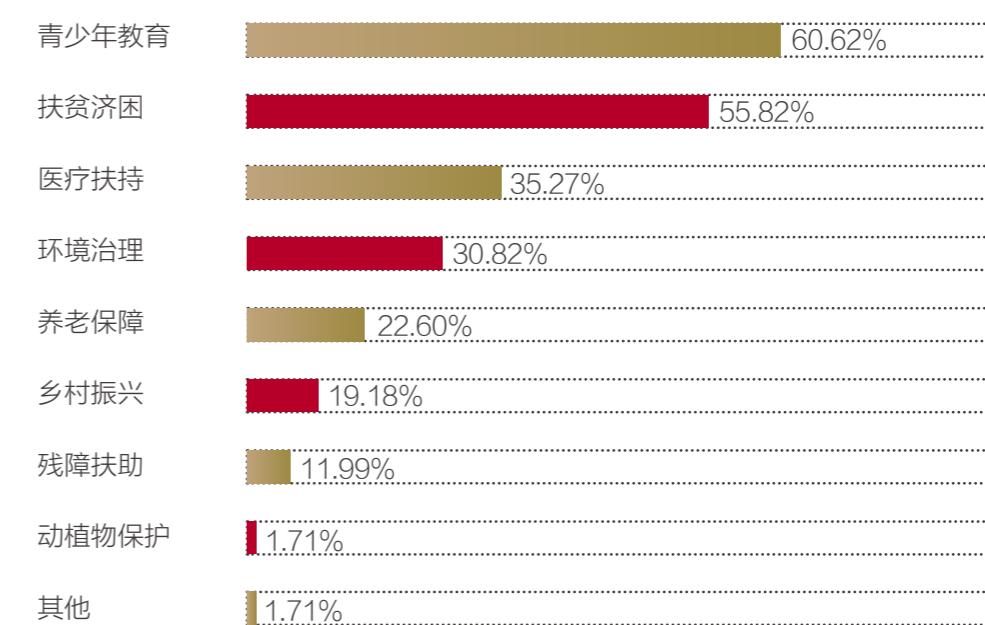
图表 53. 创始人参与慈善公益的方式分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

在慈善方向上，受访创始人特别关注青少年教育领域（60.62%）。通过资助行为，将有限的资金用于人才培养，进而创造无限的可能，实现财富价值的质变和飞跃。

图表 54. 创始人关心的慈善方向分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

案例

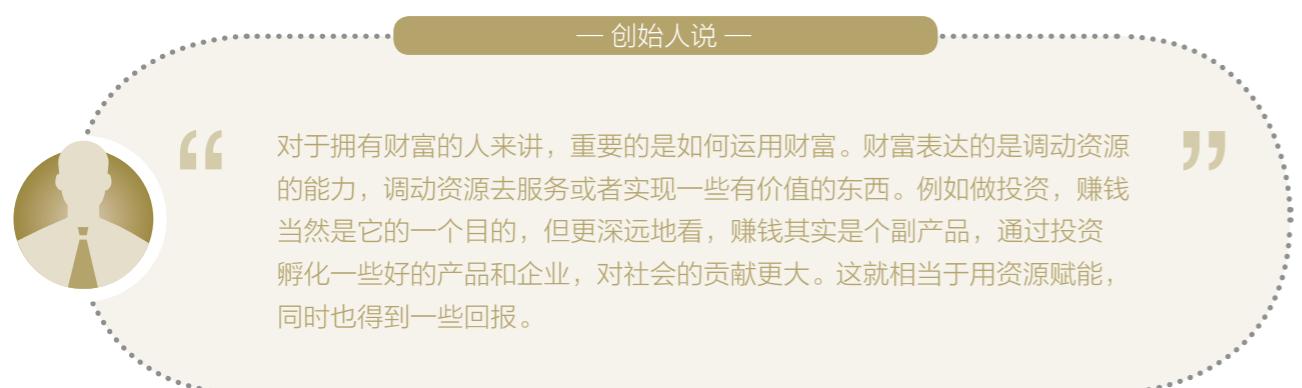
2021 年，中国银行私人银行协助企业家 D 成立了一个以乡村振兴为目的的慈善信托。企业家 D 为某乡村建造基础设施后，注资成立慈善信托，信托初始资金及收益将用于设施的后续维护和修缮。中国银行担任信托财务顾问，为了保障资金支持长期稳定，将信托资金投资于稳健类金融产品，与企业家 D 长远做慈善的美好愿景高度契合。

案例

2017 年，中国银行私人银行协助企业家 E 先生成立了一个以支持青少年教育为目的的慈善信托。早年，由 E 先生家族宗亲共同筹集了善款资金，定期将投资收益用于支持家乡教育事业。随着 E 先生年逾古稀，担忧如何延续和传承善举。E 先生最终决定成立慈善信托，由中国银行担任信托财务顾问，将每年收益用于奖励当地优秀教师员工及品学兼优的学生，改善教学条件，促进基础教育发展。

1.2.2 投资反哺，追求社会价值升华

虽然受访创始人有一定的财富积累，但很多人有这样的共识：个体一生用到的财富是有限的，用财富进行投资，享受的是价值创造的成就感。



事实上，已有 34.25% 的受访创始人对产业创新这一影响力投资方向展现了兴趣，占比仅次于“无贫穷、零饥饿、良好健康与福祉”。除了通过投资反哺社会，创始人也通过公益行为，串联起个人价值和社会价值。

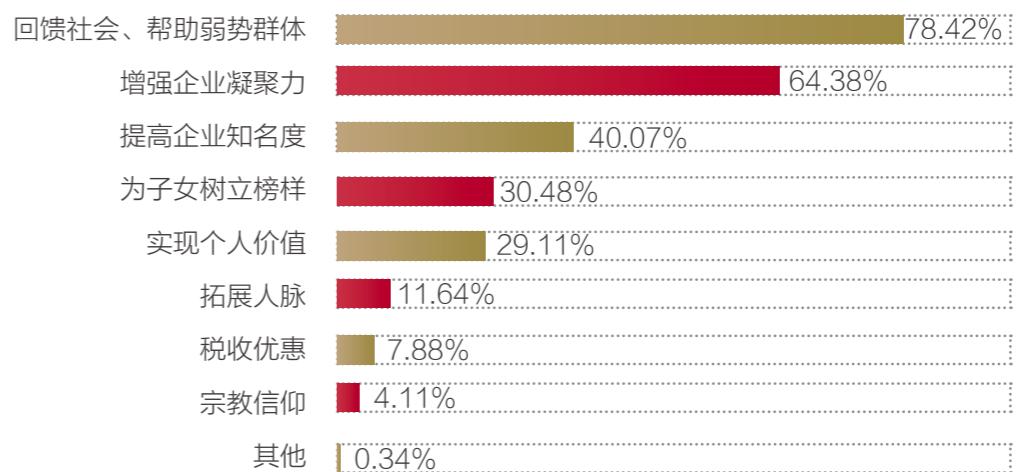
案例

受访创始人 F 在企业经营过程中非常重视创新研发，近年来财富有所积累，但消费需求一直不高。F 利用过往积累的财富和人脉，组建了一支科研小团队，专攻清洁能源，团队的研发成员由国内外顶尖院校相关领域博士组成。而团队组建的机缘，正是由于团队成员之一是 F 多年前资助的高中生，学成后帮助 F 组建了这支高素质的创新团队，与 F 共同投身于“中国智造”的梦想。

1.2.3 回报社会是主要动因，公信力是首要考虑

调研发现，受访创始人参与慈善事业的首要目标是回馈社会、帮助弱势群体（78.42%），其次是增强企业凝聚力（64.38%）和提高企业知名度（40.07%）。

图表 55. 参与慈善公益的目标分布（单位：%）



注：因受访者可选多个选项，数据总和不为 100%。

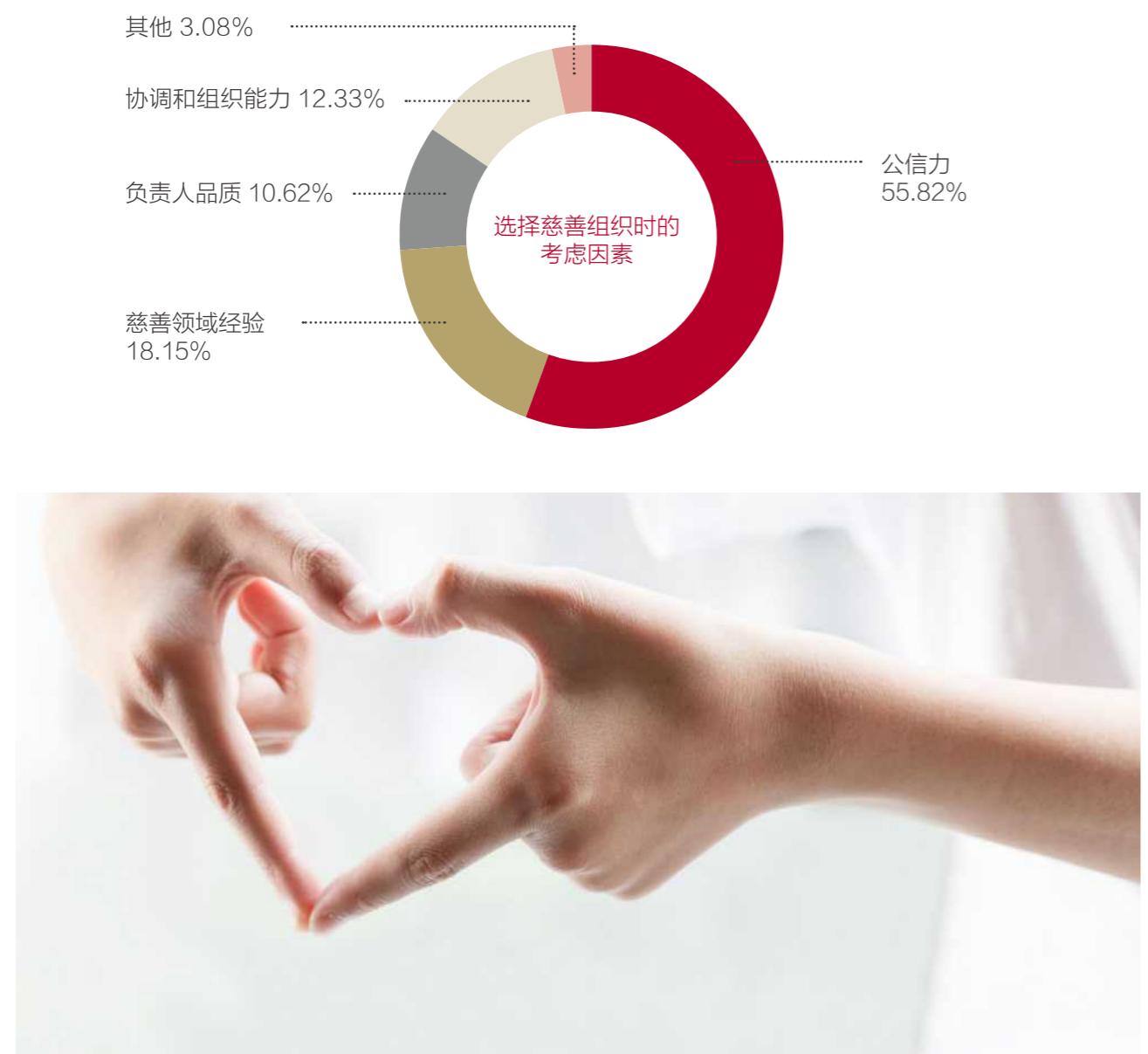
《慈善法》规定，自然人、法人和其他组织捐赠财产用于慈善活动的，依法享受税收优惠。结合现行税法，由于受赠方、捐赠方式、捐赠财产的差异，相应的税收政策也不相同。总体而言，税收对慈善活动的促进作用主要通过所得税的减免体现。

所得税法中限额扣除公益性捐赠的税收政策

法律法规	《企业所得税法》	《个人所得税法》
捐赠目标	用于符合法律规定的慈善活动、公益事业的捐赠	向教育、扶贫、济困等公益慈善事业的捐赠
可扣除的上限	年度利润总额 12%	纳税人申报的应纳税所得额 30%
不可扣除的部分	准予结转至以后三年内，在计算应纳税所得额时扣除	无
可扣除的前提	获得由财政部或省、自治区、直辖市财政部门监（印）制的公益事业捐赠票据	

对于借力慈善组织进行公益慈善活动¹的受访创始人而言，在机构选择上，公信力是其首要关注的因素。公益慈善牵动千万家庭的未来，是企业家的美好愿景，更是一份责任嘱托。因此，企业家对慈善组织及相关机构更看重品牌信誉与责任意识等。

图表 56. 选择慈善组织时考虑的因素分布（单位 %）



1. 借力慈善组织进行公益慈善活动包括：向慈善组织捐赠、和慈善组织联合举办公益活动或委托慈善组织作为信托受托人等。

第二章 发展建议：视野与机制是创始人实现恒久价值的保障

2.1 慈善信托助推公益愿景恒久流长

2.1.1 慈善信托是实现公益目的的有效工具

越来越多的创始人开始期望将公益做成长期事业，从偶发捐赠到系统规划，从生前捐赠至永续安排。长久的慈善目标需要持续的管理运作和资金支持。零散捐赠因其发生的不确定性，以及捐赠端和受赠端的信息不对称，难以满足长远公益的愿景。慈善信托得益于法律机制的稳定性，可以实现公益长期目标，并进一步与基金会及其他专业机构结合，发挥各自优势，提升慈善整体效率。



2.1.2 股权慈善信托是创始人实现慈善目的的选择之一

近年来，突破传统的资金和物资捐赠，创始人捐赠股权的实践逐渐增多。主要基于以下考虑：

第一，创始人的资产主要集中在公司股权，对于大笔慈善投入，直接捐赠股权而非将股权变现，在时间和成本上更高效。

第二，股权可以通过分红持续产生收益，为慈善信托产生稳定现金流，契合创始人长久做慈善的愿望。

慈善信托作为公众参与公益慈善的一种创新途径和方式，将是助力共同富裕的一个重要工具。创始人以股权类财产参与公益事业，通过信托架构的合理设计，在不影响企业继续经营和控股权的基础上，实现精神财富的恒久价值传承。

2.2 提升 ESG 管理能力，甄别 ESG 投资机遇

在 ESG 转型过程中，需要投入较大人力、财力，可能造成企业业绩短期承压，但从长远看，有利于提升公司对长期风险的防范能力，形成行业竞争优势。“危”和“机”互为表里，适应时代变革的 ESG 管理和 ESG 投资可以转“危”为“机”，成为企业的发展之源、长青之本。

2.2.1 强化 ESG 系统管理能力，构建可持续未来

ESG 是一个复杂的系统化工程，涉及内容广泛，企业在自身 ESG 管理方面具有很大挑战，需要统筹安排。目前，企业通过招聘人才组建自己的团队，或聘请第三方机构进行咨询等方式，对企业 ESG 管理进行综合评估。



2.2.2 鉴别 ESG 投资机遇，创造长期价值

ESG 投资让金融机构、投资者从关注传统的财务指标到综合衡量社会效益，使兼顾财务和社会收益逐渐成为一种投资取向。企业应尽早开始规划并落实投资 ESG 发展的总体战略部署，有效整合资源，为政府、市场与企业带来潜在的规模经济与正外部性，达到“1+1>2”的效果。ESG 投资具有长期性，通过 ESG 投资增加长期投资机会，打造更长远的价值创造过程。

ESG 评价较高的企业具有更好的投资价值和发展潜力。长期践行可持续投资，不仅能够推动企业环境和社会发展的进步和变革，更能直观地为企业带来良好收益。明晟（MSCI）的研究分析显示投资 ESG 评价较高的企业将获得更高收益。自 2007 年 9 月至 2020 年 10 月明晟（MSCI）ACWI ESG 领先指数—累积指数表现高于明晟（MSCI）ACWI 指数。

图表 57. 明晟（MSCI）全球 ESG 领先指数—累积指数表现



数据来源：明晟，ESG 排名，MICI ESG Ratings。

在 ESG 投资过程中，对于企业的筛选主要有以下两种方式：



负面筛选

在投资组合中尽量减少或排除具有负面 ESG 特性的资产，以此有效避免有声誉风险的公司或行业。



正面筛选

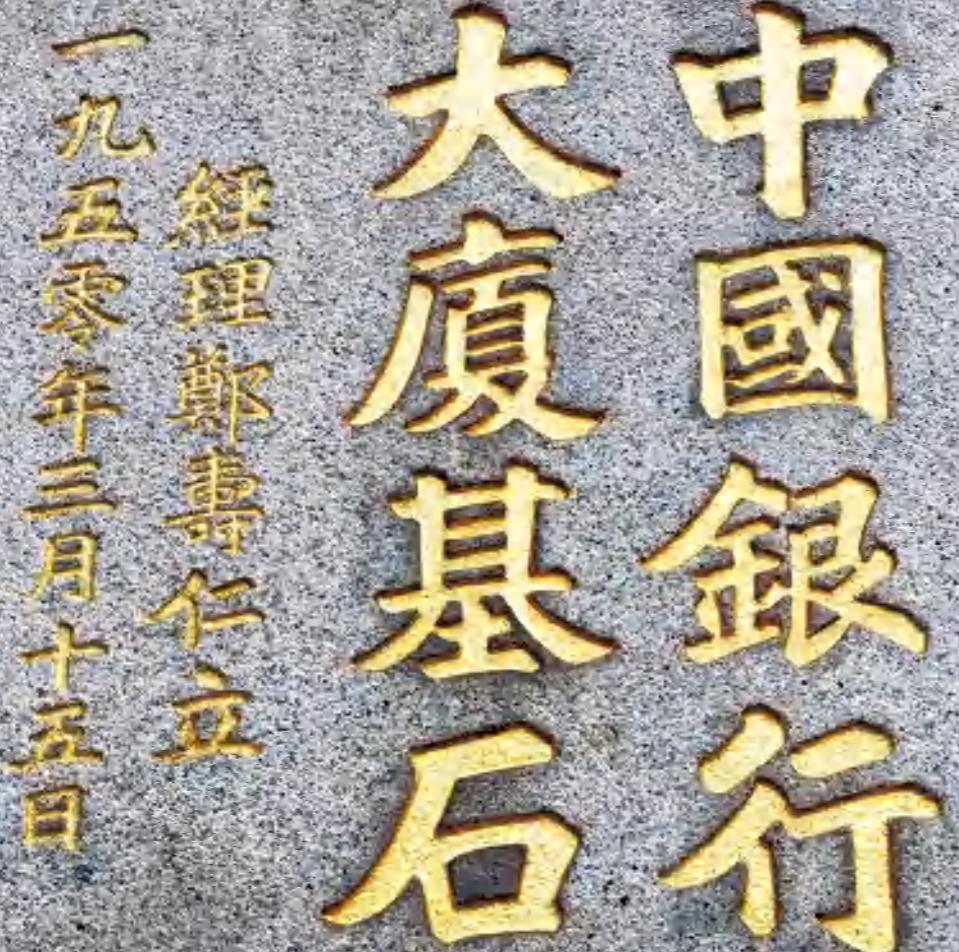
专注于 ESG 指标绩效良好的公司或行业，能够帮助企业或投资者在不牺牲传统财务目标的前提下提高投资组合的可持续性。

企业主动进行 ESG 管理，积极开展 ESG 投资，不仅在于适应市场标准，增强社会约束，发现投资机遇，更是对绿色低碳可持续发展观的认同与实践。正如慈善公益事业，始于个人，惠及社会，始于当下，造福未来。践行社会责任，专业的工具和完善的机制固然重要，但更核心的在于企业家拥有开阔的视野，长远的定力，以及对未来强烈的责任感。



展望篇

中国企业家
财富价值管理倡议



THE ABOVE STONE WAS LAID
BY
MR. SHOU J. CHEN
MANAGER BANK OF CHINA
15TH MARCH 1950

展望篇 中国企业家财富价值管理倡议

不断完善的市场机制，多层次资本市场发展，鼓励科技创新的政策支持，推动中国经济巨轮转向高质量发展新航道。调研发现，受访创始人对中国经济普遍抱有信心，对企业发展前景充满期待。通过“家庭—企业—社会三维角色”分析框架的构建和透视，本报告对创始人财富价值管理需求进行了深入分析。这些需求对财富管理机构全面服务企业家，深度融入新发展格局提出了新的挑战。

从家庭财富守护者角色出发，创始人性先于家的拼搏历程，使得部分创始人家庭保障有所不足；上市公司股权占其财富价值的绝大部分，家庭财富价值管理的首要追求为稳健成长。创始人们需要通过科学的方法和模型工具，提升长期财富价值管理的专业性，有效提升家庭保障充足率，合理配置股权和权益性投资。

从企业价值创造者角色出发，创始人认同创新是企业发展的第一动力；他们希望改善激励机制，激发员工参与企业创新创造；他们愿意探索技术革新、模式创新和产业升级，实现可持续经营；他们认为企业家精神是企业传承的核心，希望通过言传身教，培养下一代接班人。创始人需要结合企业生命周期，探索不同阶段的恰当融资安排、人才策略及传承交接，实现企业的和谐发展及健康传承。

从社会责任担当者角色出发，创始人具有朴素而务实的消费观，他们笃信经营好企业支撑

万千小家是本分，积极参与慈善公益是有益实践，他们意识到孵化创新投资是担当社会责任的新途径。创始人需要进一步探索多元化参与公益慈善的路径，加强对环境、社会及治理机遇和风险的认识，实现社会价值的最大化。

深入微观视角，创始人在家庭—企业—社会的三维角色中，蕴含着更加多元的发展目标，对财富有着不同的价值诉求。**于家庭**，财富的价值在于构筑更加全面的保障，促进家业稳健成长、妥善传承，营造和美家风。**于企业**，财富的意义在于促进创新创造，激发企业活力，实现产业升级与可持续发展。**于社会**，财富的责任在于调动资源回馈社会，成就致富思源的社会风尚，传递时代正能量。对于企业家而言，只有对中华民族伟大复兴抱有强烈的责任感，才能实现更大的影响力，更久远的社会价值。

惟创新者进，惟持久者强，惟信念者胜，惟开放者远。

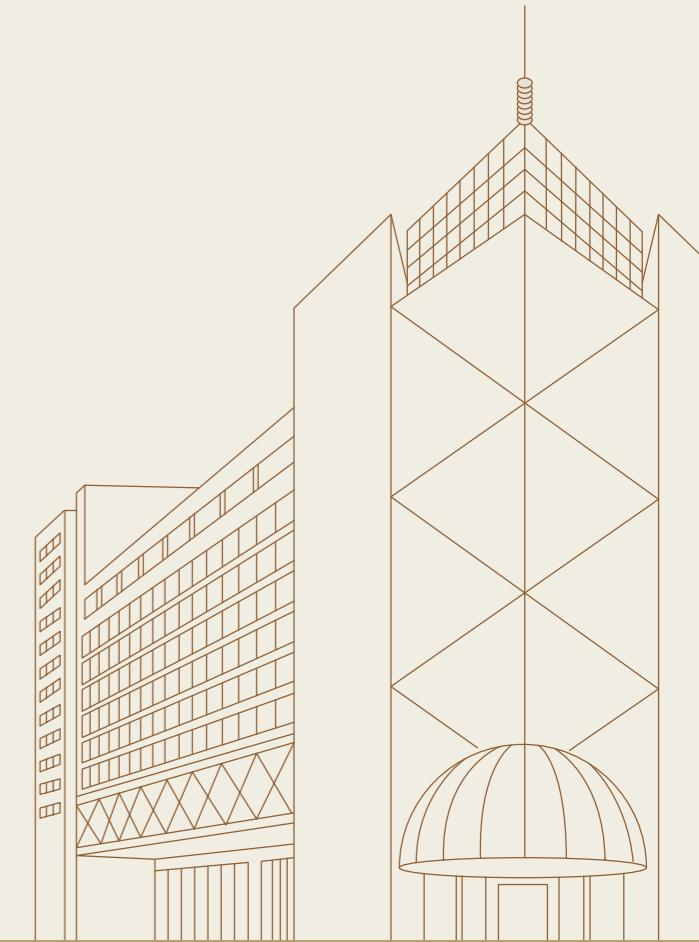
创始人希望保持创新活力，笃信行稳致远，守护家国情怀，拥抱开放视野，令我们深受启迪。事实上，当把创始人在不同维度角色的行为模式和价值追求汇集在一起，我们欣喜的发现，其底色正是具有鲜明特点的中国企业家精神——爱国、创新、诚信、社会责任和国际视野。大力弘扬企业家精神是活力之源，对于促进经济高质量发展有着重要的意义。

上市公司创始人作为优秀中国企业家的代表，处于财富价值管理的前沿。通过报告分析，展望中国企业家财富价值管理的未来，我们有如下倡议：

企业家正确认识财富的价值所在，妥善处理好三维角色关系，推动家业企业和持续发展，实现财富在家庭、企业与社会维度的长远价值。财富越多，意味着越大的责任和担当。对于企业家而言，要树立明确目标，争做创新发展的探索者、组织者、引领者，通过财富价值管理实现家风和美、企业进步和社会贡献。重视系统规划，统筹考虑家庭生命周期与企业生命周期需要，及早进行财富顶层设计和全面布局。尊重专业意见，综合运用金融和非金融工具，实现财富管理的科学安排。坚持可持续发展，将创新意识融入企业治理，将企业家精神融入家业企业的发展传承，以开放的视野和广阔的胸怀，迎接未来挑战。

财富管理机构积极协同企业家步伐，打造综合化的财富价值管理能力，实现产业金融高度融合，践行社会责任。企业家财富价值管理目标多元，服务需求跨越资产配置、财富传承、实业投融资、社会责任等领域，要求财富管理机构提供更加个性化和综合化的规划，打造全周期、多场景、可持续的财富价值管理方案。财富管理机构要积极整合资源，加快产品创新，支持企业发展，促进科技创新，推动经济金融良性循环。助力家业企业稳健传承，支持企业家安心创业，实现更大的事业发展。合理运用专业工具，建立体系化、制度化的慈善安排，支持推动 ESG 投资，帮助实现家庭财富和企业发展的绿色转型，提升财富的价值内涵。

正如习总书记所言，“市场活力来自于人，特别是来自于企业家，来自于企业家精神。”企业家是推动企业创新发展的关键因素，也是经济活动的重要主体。中国银行私人银行作为服务企业家的银行，将以服务国家发展战略为使命，坚守社会责任，践行金融担当，在新发展格局的浪潮中与企业家并肩前行，促进财富实现更为广深的社会价值，为实体经济高质量发展和全体人民共同富裕贡献力量。



附录：研究方法

《中国上市公司创始人财富价值管理白皮书》主要研究了上市公司创始人群体，从家庭、企业和社会三维角色对创始人财富价值管理需求进行了深入的分析。

在定性调研阶段，调研组精心设计访谈问题，对30余位上市公司创始人进行了一对一访谈。访谈使得调研组对上市公司创始人人群财富特点及关注重点有了系统的和深入的了解。针对定性调研的结果，调研小组从多个角度进行了分析、综合、比较和归纳，为白皮书的写作打下坚实的实证基础。

在定量调研阶段，调研组根据定性调研的分析结果设计了用于深度和广泛调研的定量问卷。针对上市公司创始人的独特性，问卷内容涵盖了家庭财富资产配置、家庭投资偏好、家庭财富传承、家族治理与家族精神、上市公司企业治理、企业创新发展、监管合规、企业传承和上市公司社会责任等与创始人家庭及企业紧密相关的问题，由300余位上市公司创始人进行作答。

在完成调研问卷回收及数据整理后，调研组对有效样本信息进行了深度挖掘。通过直接分析整理原始数据；通过交叉分析进行深度研究，剔除部分存疑的结论，形成核心发现；通过整理归类，搭建问题模块；通过参阅可靠资料对数据进行对比和补充，让数据更有说服力，得出的结论更加准确。

风险提示及免责声明

《中国上市公司创始人财富价值管理白皮书》秉承独立客观公正的分析立场，以勤勉尽责的职业态度，坚持专业和深度价值研究，但不能保证报告所述信息的准确性和完整性。本报告内容及观点仅供交流使用，对任何个人和机构均不构成任何投资建议。对于本报告所提供之信息导致的任何直接或者间接的投资盈亏后果不承担任何责任。本报告中包含的观点或估计谨代表调研组迄今为止的判断，不得视为中国银行股份有限公司发布的意见或观点。本报告作者可以不经通知加以改变，且没有对此报告更新、修正或修改的责任。

本报告版权仅为中国银行股份有限公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式对外翻版、复制和发布。不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。中国银行股份有限公司保留对任何侵权行为和有悖报告原意的引用行为进行追究的权利。



采用国际 FSC 认证，可回收分解循环再利用
纸浆源自 100% 人造林，绿色环保用纸



北京西交民巷 17 号，中国银行总行旧址，北京市文物保护单位



