

# 《中国主要城市民营企业企业家家庭关系现状研究报告》发布 企业家普遍存在代际沟通问题

“中国传统节日依然是加强家庭关系的纽带,以春节为最。”

“企业家对家风传承的正确性、重要性认知水平超越了父辈。”

2019年12月6日,健坤慈善基金会在北京发布《中国主要城市民营企业企业家家庭关系现状研究报告》。报告以中国传统十大“商帮”为脉络,对中国十个具有深厚商帮文化底蕴地区的民营企业家的家庭关系现状进行了较为系统的研究。

据介绍,该报告研究人员访问了558名民营企业负责人,全面了解民营企业家们对家庭关系现状的评价,以及他们在家庭上的时间分配、金钱花费,以及家庭活动的类别等;从家庭的核心关系入手,深入分析了民营企业企业家与父母、子女以及伴侣之间关系现状和影响因素;通过不同区域的比较分析,较为全面地分析了基于地缘、血缘和业缘关系缔结的商帮文化对企业家家庭关系的影响。

该报告也是目前为数不多的由公益组织支持、针对民营企业企业家家庭关系进行研究的报告,对于公众深入了解民营企业群体、解决家庭代际传承等问题具有一定的借鉴意义。

## 将感性认知转化为理性调研

作为该研究的主办方,健坤慈善基金会理事长乔迁表示,基金会以“弘扬优良家风,让中华好家风引领社会风气”为己任,倡导通过陪伴和聆听促进家庭代际沟通、和睦聚心、亲人相爱、向上向善,为下一代健康成长、



健坤慈善基金会理事长乔迁

老年人老有所养,共同创造美好幸福家庭,凝聚社会和谐。

为了解中国企业家家庭关系现状,健坤慈善基金会委托国广市场调查(北京)有限公司对中国主要城市民营企业家的家庭关系进行了系统调研,并邀请社会学、统计学、中国传统文化等领域专家担任顾问,通过量化指标对企业家家庭关系进行深入研究,为优化企业家家庭关系、塑造企业家优良家风提供决策依据。

乔迁告诉记者:“我身边有很多企业家朋友,在跟他们交流的过程中我有一种感觉,企业家把大量的时间和精力投入到事业中,因此他们往往无法顾及家庭关系,使得家庭代际沟通出现一定问题。当然,这只是一种感性认知,要搞清楚问题出在哪里、找到解决问题的根源,就需要理性调研,在科学研究的基础上对症下药。”

报告显示,中国民营企业家是构成商帮的主体,对家庭关系总体满意度评价较高;行业、性别、企业规模特征不明显,婚姻

状况和收入对家庭关系满意度的影响较为显著,对与父母的关系满意度最高。数据表明,企业家对与子女关系的满意度随年龄增加递减,青年企业家对子女满意度最高(8.64)。家庭最幸福的时刻,首先来自“父母健康”(61%),其次是“子女的关爱”和“爱人的浪漫”,均超过了“生意上的成功”。企业家对家风传承的正确性、重要性认知水平超越了父辈,收入愈高的家庭对“价值观”的传承就愈重视。

“家庭成员在一起的时间太少”,是家庭关系中最困扰企业家的因素,除此之外依次是父母子女的身体健康状况、与子女的关系和配偶/伴侣之间的关系、与父母之间的关系。调查显示,企业家对家庭成员之间互动的认同度较高,相知、信任、责任、情感、互助和包容性是构成家庭成员认同的基石。

## 为解决社会问题提供参考

不论是从经济地位还是社

会地位来说,企业家都是社会上最为成功的群体之一。但在乔迁看来,由于企业家大部分精力都用在发展事业上无法顾及家庭关系,工作与家庭关系之间的冲突不仅会影响他们事业的发展,也会对企业家自身的身心健康产生很大负面影响,“从这个层面来讲,企业家也是‘弱势群体’”。

乔迁表示:“对一些企业家来说,可能他们个人在事业上非常成功,但家庭关系比较糟糕,他们在跟子女沟通方面也存在很大问题。因为父母跟子女情感的沟通是需要时间来沉淀的,陪伴时间少了,父母子女沟通自然会出现问题。因此我们希望通过中国主要城市民营企业家家关系现状研究获得科学理性的数据,并作为基金会想解决代际沟通问题的重要依据,并找到针对性的解决方法,从而更有效地实践基金会的使命。”

调查显示,受访企业家想传承下去的家风顺序排名最高的是为人处事(约占33%),其次是自身性格(约占24%),再次是价值观(约占22%),最后是学习工作(约占18%)。但和父母辈相比,价值观的重要性超过了工作学习,且占比是父母传承内容的两倍多,企业家对家风建设的认知水平显著超越上一辈,其中高收入家庭对价值观的传承相对来说更重视。

“我们想做的其实是社会倡导,当基金会发现某个社会问题时,希望拿出一些精力和资金去做一个试点,通过试点去寻找解决问题的方法,同时把公益的理念植入更多人心,从而影响更

多人。”乔迁谈道。

据了解,截至目前健坤慈善基金会已累计实施、资助“中华家文化口述-《我的爸爸妈妈》丛书”“70年70家·她力量好家风中国梦——女企业家眼中的爸爸妈妈”“亲子话家微视频”“家庭公益梦想计划”“百家春秋口述历史计划”“科技与慈善可持续发展研究”“中华家风善本阅读”“中国慈善进步指数研究(2017)”以及“雁行励学成长计划”等16个公益慈善项目。

其中,“家庭公益梦想计划”通过公益这一纽带将父母和子女很好地连接起来,成为企业家和子女互动的一个良性尝试,也成为解决代际沟通的一个成功探索。

在乔迁看来,企业家有回报社会的诉求,而现在的孩子们天然有一种向上向善的心理和利他的想法。这一点,孩子和他们的父母是相同的,这也是父母和孩子沟通的一个纽带。通过公益的方式,将家长的价值观和孩子进行良好互动,一方面能够在孩子幼小的心灵上植入公益的种子,同时也能够帮助社会上其他需要帮助的孩子。

“当然,由于这是我们第一次尝试做这样的研究,采样量还不够丰富,数据还需要完善,但出来的结果还是很有意义的。后续我们也会加大采样量,我们希望这个调研不仅能够帮助基金会解决企业家群体子女代际沟通问题,也希望对社会及其他公益机构产生一定的帮助。”乔迁表示。

(皮磊)

## 设计向善 共创未来 创基金5周年发布全新使命愿景

“设计向善,共创未来!”这是在刚刚谢幕的深圳市创想公益基金会(以下简称“创基金”)5周年慈善之夜上,由该中国设计界第一家自发性公益基金会正式发布的全新使命,“人人都是设计师”的美好愿景被同时“官宣”。

2019年12月10日,近百位企业家、专家学者、设计师、媒体人、志愿者代表,与创基金在深圳重温过去5年的设计公益时光,为未来蓄力赋能。

## 以数据和人心为尺度

“40年前,改革开放的第一声春雷在这里打响。5年前,创基金在深圳成立,设计公益的生命线,也从此开始。”创基金秘书长秦丹枫代表基金会,郑重地交上了一份5周年公益成绩单。

5年间,创基金自主运作了2个品牌活动、3个系列公益项

目,资助31个项目落地生长,公益支出达30,761,344.45元,足迹跨越海峡两岸与海内外,持续助力中国设计行业发展。基金会集结了233位以青年设计师为主体的志愿者,得到了38位专家顾问的点津指导、78家企业和爱心人士解囊支持以及92家媒体的报道传播。

除荣膺17项公益奖、行业推动奖外,创基金在不久前还获得了深圳市社会组织等级评估4A级,印证了基金会管理运作的规范性和透明度。

耕耘梦想,五度春秋,一个漫长事业的初创期,决非以一己之力一蹴而就。捐赠企业、专家顾问、设计师、公益人、受益人、志愿者、媒体代表分别分享了他们寻梦与追梦的故事,这些故事与创基金的公益之路逐渐连接、交织,编织成一个设计公益生态的雏形,并在不断成长、繁盛。

## 凭信任和参与前行

听到众位分享人表达的支持、感激、期望和祝福,创基金2017-2019年度执行理事长梁建国用朴实无华的语言,向所有参与者致以深情谢意:“5年来,如果没有大家的支持和参与,没有彼此的相信和包容,创基金走不到现在。”

为表诚挚感谢,创基金理事特为专家顾问、媒体、志愿者、捐赠企业代表颁发创想白兰奖、创想朱瑾奖、创想青藤奖、创想翠竹奖、创想金桔奖、创想银杏奖。正因为有这些越来越多的公益同行者,设计公益生态才越发生机盎然。

## 人人都是设计师

在众人见证下,创基金理事邱德光接过象征着执行理事长

重任的“小燕子”水晶杯,就职2020年度执行理事长,并发表任职感言。

“我过完年就70岁了。以前人说,70古来稀,但是现在,70才正开始。我因为创基金这个平台,重新开始我的人生!”他徐徐而坚定地说。

在就职仪式上,邱德光发布了创基金全新使命——“设计向善,共

创未来”,并代表创基金首度宣布基金会愿景——“人人都是设计师”。

为什么要提出“人人都是设计师”?邱德光表示,在一切皆可被设计的时代,创基金相信,人人都是设计师。“我很荣幸,也很高兴,希望在坐的以及未能在现场的所有朋友,可以与我们一起共创未来,把公益之路做得更深入,共生共荣。”他表示。(高文兴)

## 创基金2020年工作计划



执行理事长邱德光

创基金新任执行理事长邱德光宣布基金会新的使命愿景