

中国民营企业的社会责任

李 通

四川省社会科学院法学研究所, 四川 成都

收稿日期: 2026年8月21日; 录用日期: 2026年9月1日; 发布日期: 2026年10月23日

摘 要

改革开放以来, 随着中国经济不断发展, 经济不断转型升级, 民营经济已经成为国民经济的重要组成部分, 是推进中国式现代化和高质量发展的生力军, 在推动国家建设, 增进人民福祉等方面, 民营企业发挥着不可替代的作用。在高质量发展的新形势下, 民营企业面临的竞争不再仅限于质量、价格等传统方面, 品牌、文化、信用也逐渐成为民营企业的竞争焦点。而积极承担社会责任, 不但是民营企业提升自己综合实力的必经之路, 我国《民营经济促进法》也对其进行相应规定。因此, 民营企业是否承担社会责任、是否具有可持续发展的意识, 将直接决定其能否行稳致远, 实现企业的高质量发展。通过对民营企业社会责任相关理论进行梳理, 结合利益相关者理论, 在阐述民营企业应当承担的社会责任的基础上, 以民营企业履行社会责任存在的问题为指引, 提出有针对性的建议, 从而促进民营企业履行社会责任。

关键词

民营企业, 企业社会责任, 利益相关者理论

Social Responsibility of Private Enterprises in China

Tong Li

Institute of Law, Sichuan Academy of Social Sciences, Chengdu Sichuan

Received: August 21, 2026; accepted: September 1, 2026; published: October 23, 2026

Abstract

Since the reform and opening up, with the continuous development and transformation and upgrading of China's economy, the private economy has become an important component of the national economy and a vital force in promoting the Chinese path to modernization and high-quality development. Private enterprises play an irreplaceable role in promoting national construction and enhancing people's well-being. Under the new situation of high-quality development, the competition

faced by private enterprises is no longer limited to traditional aspects such as quality and price. Brands, culture, and credit have gradually become the focus of competition for private enterprises. Actively assuming social responsibility is not only a necessary path for private enterprises to enhance their comprehensive strength, but also stipulated in China's "Private Economy Promotion Law". Therefore, whether private enterprises assume social responsibility and have a sustainable development awareness will directly determine whether they can maintain stability and achieve long-term success, realizing high-quality development of the enterprise. By sorting out the relevant theories of social responsibility of private enterprises and combining the stakeholder theory, this paper expounds on the social responsibilities that private enterprises should assume. Based on the problems existing in private enterprises' fulfillment of social responsibility, targeted suggestions are proposed to promote private enterprises to fulfill their social responsibility.

Keywords

Private Enterprise, Corporate Social Responsibility, Stakeholder Theory

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

作为企业的一种类型,我国社会对于民营企业承担社会责任的呼声越来越高。经历了自改革开放以来数十年的发展,中国的民营企业已经逐渐不再是单纯意图实现盈利的经济体,其影响范围也不再仅限于民营企业内部,而是逐渐向外扩散,对生态环境、利益相关者等方面都具有不可忽视的影响。此时,企业社会责任这一概念就在民营企业与社会之间发挥了桥梁的作用,对于社会来说,民营企业承担社会责任能够推动社会进步与发展。对于民营企业来说,承担社会责任固然会形成对应的成本,但不可否认的是承担社会责任也有利于民营企业声誉和形象的提升,这对于增强企业综合竞争力具有不可忽视的积极作用。《中华人民共和国民营经济促进法》(后文简称《民营经济促进法》)第三十五条也对民营企业承担社会责任作出相关规定[1]。作为我国专门促进民营经济发展的综合性立法,《民营经济促进法》的制定不仅填补了我国社会主义市场经济法律体系在民营经济促进与保障方面的制度空白,更标志着民营经济治理体系迈向法治化的关键进程[2]。这表明,民营企业承担社会责任既是现实需要,也是制度要求。

2. 民营企业社会责任的理论基础

任何市场主体的法律地位都是由权利、义务与责任组合而成的统一体。市场主体权利的兑现需要体现权利义务的对等性[3]。对于民营企业而言,是否承担社会责任更多时候是民营企业以自己的意愿决定的。对于一个不承担社会责任的民营企业,往往不能用法律的方式进行制裁或者督促。因此,对民营企业为何需要承担社会责任和民营企业承担社会责任的可能性进行探讨研究就十分有必要。

(一) 企业影响作用理论

企业影响作用理论对于民营企业承担社会责任的必要性和可能性的阐述是基于民营企业在社会中具有举足轻重的地位这一客观事实。经济基础决定上层建筑,民营企业经济实力的增强为其履行社会责任提供了物质基础[4]。我国民营经济已经形成相当的规模、占有很重的分量。截至2024年9月底,我国实有民营经济主体超1.8亿户,[5]是市场经济的微观基础,也是中国经济的鲜活呈现。在社会发展的过程

中,民营企业作为经济活动的重要主体,正越来越多地占据和使用社会资源,这些社会资源能够增强民营企业的实力,而基于民营企业实力日益雄厚这一客观事实,其影响力也逐渐从市场经济领域向政治、文化、教育、生态等领域扩散,民营企业在社会各领域能够作用的范围和对象也随之扩大。基于此,人们希望企业担负起与其社会地位相适应的社会责任,发挥自己对社会积极的影响作用[6]。

(二) 社会权理论

对于民营企业而言,社会责任是一种社会义务,而相对于义务就会有权利的存在,义务的履行与权利的享有也是相辅相成的。尽管国家在保护社会权方面的积极作用不可忽视,但不能不注意到,即使是强大如国家,在实现其中一些具体权利方面也显得力不从心,这时就需要民营企业发挥其在促进社会就业方面的积极作用。民营企业承担社会责任,可以帮助政府解决这些社会发展中的问题,有利于促进社会权的实现。[7]民营企业承担的每一项社会责任都将为利益相关者社会权的实现注入强劲动力。

(三) 资源基础理论

资源基础理论强调可持续竞争力对民营企业的重要作用。1959年 Penrose 肯定了企业资源异质性在创造竞争优势中的积极作用[8],而 Barney 提出企业若要保证持续的竞争力,应该具有稀缺性资源并能因此创造价值,其他企业无法以较低的成本获得或者替代该资源[9]。资源基础理论认为企业是由各种不同资源构成的,企业之间的竞争实际就是企业之间资源的竞争。对于企业而言,任何有形的、物质的资源都容易为其他企业学习模仿,而一个企业的文化、声誉、形象必定是在一定的时间和环境条件下,依赖资源专用性,通过长期复杂的过程建立起来的,而其中的企业声誉更是利益相关者在与企业的长期互动中形成的价值判断,因此企业声誉是最难以被模仿的[10]。因此,面对激烈的市场竞争,企业培养正面的企业声誉就成了增强企业综合竞争力的必然选择。

而企业承担社会责任对于培养企业声誉、提升企业形象具有强大的积极作用。Branco 和 Rodrigues 从资源基础观视角分析了企业参与社会责任实践的动机,其认为企业社会责任在公司内部方面提供了良好的文化和人力资源,而在公司外部方面提供了良好的声誉和企业形象[11]。Moon 通过企业资源基础理论解释了企业承担社会责任对实现企业可持续发展的积极作用,但其同时也指出企业社会责任这一可持续发展工具受制于法律环境、概念模糊而不能充分发挥作用[12]。杨家宁也指出企业社会责任可以成为企业获得持续竞争力的手段,企业承担社会责任能够为其创造稀缺资源[13],邵兴东和孟宪忠则认为战略性企业社会责任给企业带来的品牌、企业家精神和声誉对于企业长期可持续发展具有积极作用[14]。

(四) 利益相关者理论

利益相关者最早由斯坦福研究所提出,其认为利益相关者就是那些会影响到企业生存和发展的群体。Freeman 将利益相关者理论引入企业社会责任研究,其将利益相关者定义为影响组织目标实现的群体或个体,同时企业的运营也会对利益相关者造成影响[15]。这一定义展现了利益相关者与企业之间既相互牵制又相辅相成的关系。Clarkson 认为利益相关者是以某种形式向企业投入专有性资源,包括财务资本、人力资本、实物资本等,并具有对企业的所有权,企业也因此而承担相应的风险[16],这其实是对利益相关者的狭义定义。而 Hahn 等认为企业的责任不局限于财务业绩和股东利益,企业应该关注相互竞争的社会和环境问题,通过考虑各方面利益相关者的关切来实现企业的内在价值[17],这是对利益相关者的范围扩张。值得注意的是,利益相关者理论认为企业的发展不能离开利益相关者的支持,企业是由平等的利益相关者组成的,股东只是利益相关者的其中一类。鲍恩指出:“企业被股东、员工、消费者、政府、供应商等各种利益相关方所环绕。企业除了要为股东赚取合理利润外,也应履行其应负的社会责任。如果企业在决策中认清了这一更广泛的社会目标,那么其商业行为就会为广大社会带来更多的社会和经济效益。”[18]利益相关者理论要求企业在制定目标时,不能仅仅以保护股东的利益为出发点,还应当考虑其他利益相关者的诉求,而这实际上就是企业在承担社会责任。

通过对以上四种企业社会责任理论的分析阐述,可以得出,民营企业承担社会责任既是必要的,也是可能的。“当企业担负起社会责任时,它便可以改善企业所处的环境,从而有利于企业的长期发展,最终并可为企业带来利益。”^[19]

3. 民营企业社会责任的具体内容

对于民营企业社会责任的具体内容,理论界存在不同观点。而随着利益相关者理论的提出,这一理论因其与社会实际相适应而广泛传播,在我国《民营经济促进法》中对于民营企业社会责任的相关规定也是建立在利益相关者理论的基础上。基于利益相关者理论,从不同主体出发对民营企业社会责任的内容进行界定划分,更清晰,更具有可操作性。

(一) 向股东履行的社会责任

股东作为股份持有者或者出资者,其权益又称为净资产。股东的权益基本上都依赖于民营企业的行为,因此民营企业对股东承担的社会责任最主要的便是诚信责任,股东需要民营企业承担诚信责任以保护自己的权益。

在“股东中心主义”模式下,民营企业被视为股东的“所有物”,股东与其投资企业之间存在界限不明的问题。而随着“董事中心主义”的提出与广泛传播,以“股东中心主义”为基础构建的企业理论也逐渐失去市场。在“董事中心主义”模式下,股东不再被视为具有特殊地位的利益相关者,而是与其他利益相关者处于平等的地位,民营企业也不再以股东利益的实现为唯一目的。但需要注意的是,民营企业相对于股东的独立地位必然会加剧股东对企业的不信任,尤其是中小股东。对于中小股东而言,其在企业决策和管理活动中本就时常因为受到来自大股东的压力而不能实现其权益,而“董事中心主义”模式下股东权利和地位的弱化就更不利于保护中小股东权益。因此民营企业需要对股东积极履行诚实责任,及时进行信息披露,如实汇报经营状况,最大程度保障股东知情权。

(二) 向员工履行的社会责任

民营企业需要认识到,利润并不是影响企业生存发展的唯一要素,甚至不是决定性要素。人才是民营企业最宝贵的资源。日本的丰田企业集团就曾明确指出,企业由人、财、物三要素组成,第一是人,人就是财产^[20]。而以人为本不能仅仅呈现在字面上,更好发挥人的作用应当以企业中关心人、尊重人、重视人的和谐环境为基础。依据《民营经济促进法》第三十六条规定:民营经济组织从事生产经营活动应当遵守劳动用工、安全生产、职业卫生、社会保障、生态环境、质量标准、知识产权、网络和数据安全、财政税收、金融等方面的法律法规;不得通过贿赂和欺诈等手段牟取不正当利益,不得妨害市场和金融秩序、破坏生态环境、损害劳动者合法权益和社会公共利益。国家机关依法对民营经济组织生产经营活动实施监督管理^[1]。民营企业对员工的保障应当分为以下几个方面:第一是依法签订劳动合同,劳动合同是确立劳动关系、明确双方权利义务的法律依据,依法与劳动者签订劳动合同是实现其他一切权益的法律基础;第二是依法依规按时足额发放薪酬;第三是依法确定劳动时间,不得随意延长工作时间,对确实需要加班的应当依法依规发放加班费;第四是依法依规为员工提供基本社会保障,养老、失业、医疗三方面的社会保障作为员工权益的兜底措施,民营企业都应当积极办理、按时缴纳;第五是妇女权益的保障,民营企业有责任为妇女提供与男性平等的就业机会,同时对于工作期间怀孕的妇女,民营企业应当保障其法定权益。

(三) 向消费者履行的社会责任

消费者是企业提供的商品或服务的接受者,民营企业首先应当为消费者提供安全、合格、优质的产品。其次民营企业在提供产品信息时,应当始终坚持真实有效、公开透明,保障消费者的知情权,不能采用虚假广告等形式欺骗消费者。最后民营企业应当为消费者提供可靠、专业的服务,民营企业应当始

终以打造“百年老店”的经营理念为指引，坚持以用户为中心的观念，以用户的需求为导向，思用户之所思，为用户提供高质量的产品服务。

(四) 向政府履行的社会责任

依据《民营经济促进法》第四十条：民营经济组织应当依照法律、行政法规和国家统一的会计制度，加强财务管理，规范会计核算，防止财务造假，并区分民营经济组织生产经营收支与民营经济组织经营者个人收支，实现民营经济组织财产与民营经济组织经营者个人财产分离^[1]。可以看出，对于民营企业而言，其对政府的社会责任可以主要分为两大部分，其一是对政府的诚实责任，其二是积极参与公共事业的责任。

民营企业作为国家经济活动的重要主体，其日常生产经营活动能够为社会创造财富，为中央和地方政府提供正常运转所需的物质基础。同时，民营企业通过依法依规对国家及各级地方政府缴纳税款为国家建设事业的发展提供了坚实的物质基础。因此，民营企业对政府首先应当承担的社会责任便是诚实责任，不得利用法律法规与国家政策漏洞，逃避税收以及社保费征缴。对于民营企业而言，其在日常经营活动中享受由社会提供的水电、医疗服务等公共资源，同时其产品服务的售卖也有赖于当地政府与社会的支持。因此民营企业应当通过为利益相关者提供高质量的社会服务，积极参与公共事业，构建起和谐的社会关系。

(五) 向生态环境履行的社会责任

对于生态环境，民营企业应当履行两重社会责任，其一是合理利用的社会责任，其二是积极保护的社会责任。所谓合理利用，是由于民营企业的生产经营活动往往以使用自然资源为物质基础，为了保护生态环境，必然要求民营企业合理有效利用获得的自然资源，提高利用效率，并推动实现资源的循环利用。所谓积极保护，是由于民营企业在生产经营活动中，往往会产生废水、废气等污染物，形成对生态环境的破坏，因此需要民营企业通过排除落后的生产工艺，选用绿色生产技术，实现环保化生产和管理等方式实现绿色发展，从而保护生态环境。同时需要注意，民营企业对于环境的社会责任不应局限在自己所能够影响的环境中，要放眼于更广阔范围内的生态环境保护工作，积极参与生态环境公益事业，为保护更大范围的生态环境作出民营企业应有的贡献。

2025年10月，新疆维吾尔自治区塔城地区裕民县人民检察院(以下简称“裕民县检察院”)在履行公益诉讼检察职责中，通过实地走访、现场勘查、摸排调研，发现辖区内某服务有限公司、某汽车维修服务中心等汽修经营户未在塔城地区生态环境局裕民县分局进行危废管理计划备案，其产生的废机油、含油滤芯等危险废物脱离生态环境部门监管范畴，极易出现危废随意堆放、渗漏流失等现实危害，可能造成土壤、地下水等生态环境污染，致使社会公共利益受到侵害。该院于2025年10月30日立案调查。同年11月24日，裕民县检察院依法向某生态环境部门制发检察建议，建议其督促相关汽车维修经营户按照法律法规规定处置废机油，并加大对汽车维修行业危险废物处置的日常监管力度。2025年12月15日，某生态环境部门复函，反映其已向上述两家汽车维修经营户下达《整改通知书》，要求全面整改违法处置行为，消除危废乱堆乱放、非法处置引发的土壤、地下水及大气污染隐患；已开展行业治理，引导汽车维修行业树立环保意识，建立健全危险废物管理台账，规范废机油的贮存和处置行为，促进民营企业规范经营、绿色转型，有效防范生态环境损害风险。在这一案件中，检察机关通过行使行政公益诉讼职能，督促行政机关纠正民营企业违规行为，推动企业遵守生态环境保护法律法规，守护生态安全底线，同时促进行业规范治理，维护公平竞争秩序，引导民营企业走绿色发展之路，实现“生态保护，营商优化”的效果，为民营经济高质量发展提供有力司法保障^[21]。

4. 促进民营企业履行社会责任的建议

民营企业履行社会责任是实现自身长期发展的必经之路。下面将从完善法律规范、严格执法、构建

正反馈机制三个方面阐述如何促进民营企业履行社会责任。

（一）立法机关要完善民营企业社会责任的法律规范

我国民营企业社会责任的制度规范都分散规定在不同的部门法中，缺乏对民营企业社会责任的权利义务的统一性要求。例如当前国内的环保法律并没有具体限定企业的环境保护社会责任，且在企业环境法律责任的履行上，还没有一部专门法律规制企业行为，大多是一些散见的条文，这对于实现对企业履行环保方面社会责任的有效监管是相当不利的。这些分散的法律条文不但表达得较为概括，缺乏可操作性，其中还存在许多空白与盲点，而部分民营企业则很容易利用这些漏洞，成功地逃避责任，这还会对积极履行社会责任的民营企业造成不良影响，消解其主动性与积极性。因此，应当以高质量发展为指导思想，完善环保方面的法律法规，对民营企业应当承担哪些生态环境方面的社会责任，如何承担这些社会责任进行明确规定，使民营企业明确具体履行社会责任。

（二）政府要针对民营企业履行社会责任存在的问题严格执法

政府作为监督企业社会责任履行的最具强制性、权威性的组织，在监管企业履行社会责任上具有不可推卸的责任。但在目前的情况下，政府对企业监管乏力，不能及时发现问题，也缺乏解决问题的能力。由于国内企业社会责任运动起步较晚，在监督民营企业履行社会责任这方面政府的职权界定不够明确，缺乏坚实的法律支撑必然会导致实践中政府无法可依、怠于执法。因此首先应当完善政府监督民营企业的相关法律法规。有了明确的条文规定，当企业不自觉履行社会责任时，政府就能够有法可依地对这些企业采取相应的惩罚。对于强制性较高的社会责任，例如法律责任，政府应建立健全严格有效全方位的监督机制，通过行政手段的强力干预，减少企业因逐利而产生的偏差行为，提高企业守法意识和规则观念；对于强制性较低的社会责任，诸如伦理责任、慈善责任等，政府应综合配套相应的激励政策，诸如税收减免、产业准入、融资信贷等，引导企业积极承担社会责任，并结合宣传、教育、文化传播等软约束手段，营造利于企业履行社会责任的良好氛围[22]。

（三）社会要构建民营企业履行社会责任的正反馈机制

激发民营企业履行社会责任的内生动力，必须要构建一套民营企业履行社会责任情况的评价体系，通过对民营企业履行社会责任的情况进行科学合理的评价，让民营企业能够通过履行社会责任获得来自社会的赞扬和肯定，以发挥这一正反馈机制对民营企业履行社会责任的推动作用。“从人类商业发展历史来看，企业家精神是商事组织发展壮大核心动能”[23]，民营企业与民营企业是共生共荣的价值共同体，民营企业把握民营企业发展方向，其战略决策的塑造直接影响企业核心竞争力；民营企业则通过商业势能的不断增强反哺民营企业[24]。企业家精神是市场与政府双重机制衔接中的重要桥梁，是引领民营企业高质量发展的内生力量[25]，通过弘扬企业家精神，能够使民营企业认识到企业的高质量发展必须以我国经济高质量发展为基石，认识到民营企业与我国经济之间相辅相成的紧密联系，民营企业和民营企业必将奋发向上、积极进取，以更加主动的姿态回报社会，从而为民营企业和民营企业积极主动履行社会责任提供不竭的精神动力。

5. 结语

以民营企业为代表的民营经济已经成为国民经济的重要组成部分。在理解民营企业的地位作用时，需要清楚地认识到，民营企业与中国经济之间是紧密联系的整体与部分的关系，民营企业的健康可持续发展需要来自我国经济的强大支撑，我国经济高质量发展也离不开在国家经济中占比较大、为数众多的民营企业，因此，民营企业履行社会责任不单是实现自身健康高质量发展的必经之路，也是我国经济发展的必然要求。民营企业应当以国家的发展重心与未来前景确定自身的发展战略，针对社会中出现的堵点痛点，主动履行社会责任。同时立法机关、政府、社会也应当发挥引导、监督和激励作用，为民营企业

履行社会责任提供完善的法律制度, 营造积极向上的社会环境, 同时合理有效发挥监督职能, 激发民营企业履行社会责任的主动性。

参考文献

- [1] 中国法治出版社. 中华人民共和国民营经济促进法(实用版) [M]. 北京: 中国法治出版社, 2025.
- [2] 李曙光. 民营经济促进法的立法理念与制度安排[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2025, 40(3): 1-10.
- [3] 张力. 民营经济促进法“促进”民营企业高质量发展的规范要义[J]. 社会科学辑刊, 2025(3): 154-163.
- [4] 李子彪, 刘顺强. 民营企业履行社会责任: 生成依据、时代内涵及实践进路[J]. 统战理论与实践, 2025(1): 32-36.
- [5] 我国实有民营经济主体超 1.8 亿户[EB/OL]. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202411/content_6985952.htm, 2024-11-10.
- [6] 周友苏. 新公司法论[M]. 北京: 法律出版社, 2006: 90-91.
- [7] 刘俊海. 关于企业社会责任的若干问题[J]. 理论研究, 2007(22): 19-22.
- [8] Penrose, E.T. (1959) *The Theory of the Growth of The Firm*. Oxford University Press.
- [9] Barney, J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, **17**, 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- [10] Devine, I. and Halpern, P. (2001) Implicit Claims: The Role of Corporate Reputation in Value Creation. *Corporate Reputation Review*, **4**, 42-49. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540131>
- [11] Branco, M.C. and Rodrigues, L.L. (2006) Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives. *Journal of Business Ethics*, **69**, 111-132. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9071-z>
- [12] Moon, J. (2007) The Contribution of Corporate Social Responsibility to Sustainable Development. *Sustainable Development*, **15**, 296-306. <https://doi.org/10.1002/sd.346>
- [13] 杨家宁. 资源基础理论视角下的企业社会责任[J]. 理论导刊, 2007(9): 91-94.
- [14] 邵兴东, 孟宪忠. 战略性社会责任行为与企业持续竞争优势来源的关系——企业资源基础论视角下的研究[J]. 经济管理, 2015(6): 56-65.
- [15] Freeman, R.E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing Inc.
- [16] Clarkson, M.B.E. (1995) A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, **20**, 92-117. <https://doi.org/10.2307/258888>
- [17] Hahn, T., Figge, F., Pinkse, J. and Preuss, L. (2017) A Paradox Perspective on Corporate Sustainability: Descriptive, Instrumental, and Normative Aspects. *Journal of Business Ethics*, **148**, 235-248. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3587-2>
- [18] 吴知峰. 企业社会责任思想的起源、发展与动因分析[J]. 企业经济, 2008(11): 18-22.
- [19] 刘连煜. 公司治理与公司社会责任[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2001: 3.
- [20] 张雅光, 李秀玲, 肖继新. 日本企业教育培训的特色[J]. 教育与职业, 2002(5): 45-47.
- [21] 国家发展改革委 最高人民检察院关于印发贯彻实施民营经济促进法典型案例(第二批)的通知[EB/OL]. https://www.spp.gov.cn/xwfbh/dxal/202607/t20260722_732532.shtml, 2026-07-22.
- [22] 王书柏, 马力. 共同体视角下民营企业履行社会责任的机制研究[J]. 重庆社会科学, 2021(6): 117-123.
- [23] 唐旭. 应然与实然: 国有企业形塑企业家精神的路径探索[J]. 重庆社会科学, 2025(2): 92-108.
- [24] 崔亿久. 企业家精神赋能民营经济高质量发展: 逻辑基点、现实堵点与纾解之策[J]. 当代经济管理, 2025, 47(6): 34-41.
- [25] 蒲传新, 周明莉. 价值引领民营企业高质量发展探赜——基于企业家精神的视角[J]. 产业经济评论, 2025(4): 128-142.