

革命历史与企业社会责任履行*

——来自中国上市公司的经验证据

李 嫻 把宇婷 薛 畅

(摘 要)非正式制度对企业社会责任履践的影响已被广泛认知,但鲜有研究从地区革命历史的角度进行分析,本文基于各地级市革命烈士纪念设施的数据对革命历史在企业社会责任履行中的作用进行了实证检验。研究发现,企业所处地区革命记忆越深刻,其社会责任履行越好;革命历史的作用与正式制度存在替代关系,并通过改善社会信任水平对企业社会责任履行产生推动作用;革命历史与高管受教育水平、海外背景和平均任职年限对企业社会责任履行的促进作用存在替代性;相较于国有企业,非国有企业对社会责任的承担更多地是基于经济动机的寻租行为。上述结论在进行关键指标替换和安慰剂检验后依然保持稳健。本文揭示了中国情境下特殊的非正式制度对企业社会责任承担行为的促进作用,并对我国企业社会责任承担的可能动机进行了新的探索。

关键词:企业社会责任 革命历史 非正式制度

JEL 分类号: D22 M14 N45

一、引 言

在实现中国经济由高速增长转向高质量增长的过程中,如何树立责任意识和有效推进企业社会责任的切实履行,是一个非常重要的问题。习近平总书记在2016年网络安全和信息化座谈会上指出“最具生存能力和竞争优势的企业势必是积极承担社会责任的企业”^①。这从战略意义上指明了企业履行社会责任的重要性。然而近年来食品安全、环境污染等非伦理商业行为频发,揭示了国内企业社会责任(Corporate Social Responsibility, CSR)的缺位。因此,对于影响我国企业履行社会责任的因素进行探讨具有理论价值和现实意义。

企业社会责任是指企业在为股东创造利润的同时,还应履行对员工、客户、供应商、慈善和环境等内外部利益相关者的社会责任。从现有关于企业社会责任的研究来看,学者们更多关注企业履行社会责任的影响和后果,如对市场份额的扩大、员工稳定以及对财务价值的创造等(沈艳和蔡剑,2009)。部分研究企业社会责任成因的文章也较多着眼于微观视角,论证高管团队的价值观、

* 李嫻,华东师范大学经济学院、上海并购金融研究院,助理教授,经济学博士;把宇婷,复旦大学管理学院,硕士研究生;薛畅(通讯作者),武汉大学经济与管理学院,特聘副研究员。本文得到国家自然科学基金青年项目(71803048)和中央高校基本科研业务费项目华东师范大学引进人才启动费项目(2018ECNU-HLYT010)的资助。作者感谢匿名评审专家的宝贵修改意见,文责自负。

① 习近平《在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话》,《人民日报》2016年4月26日,第2版。

李嫦等: 革命历史与企业社会责任履行

认识导向、海归背景乃至年龄薪酬等企业内部特征对企业履行 CSR 的影响(Choi and Wang, 2007; 孙德升和尹珏林 2014; 徐细雄等 2018)。事实上, 企业行为是在既定的制度背景下经过理性选择和环境适应后的结果和表现(周中胜等 2012), 因此企业在动机和决策方面的偏好会显著地受到正式制度和非正式制度环境的影响。相比于企业自身的特征, 地区层面的非正式制度因素会长久且全面地影响企业行为。

制度环境的发展有其历史延续性, 各个国家(地区) 不尽相同。一直以来, 西方国家的正式制度(如法律) 在社会发展中占据着主导地位, 因此受西方学术界影响, 目前国内相关研究多关注法律制度建设对企业决策或是金融发展的影响(Campbell, 2007; Detomasi, 2008; 罗煜等 2016)。然而, 在拥有丰富文化习俗和深刻革命历史的中国, 依靠群体达成某种心理共识而发挥作用的非正式制度, 同样是企业选择的支撑和依据, 并且非正式制度是通过意识内化而非外力施加发挥作用, 其产生的影响将更具有持续性。在近年制度经济学兴起的大背景下, 儒家文化、佛教等作为中国精神文明根基的非正式制度成为了研究热点。如徐细雄和李万利(2019) 的研究发现, 地区的儒家文化可以改善委托代理冲突, 从而使得企业有更强的意愿进行创新活动; 同时在企业过度投资的行为方面, 儒家文化也能够起到显著的约束作用, 提高投资效率。

除了宗教和文化, 中国在近代历史上经历过的深刻革命历史, 其背后承载的革命精神孕育、教化了无数华夏儿女, 对当今社会中国各方各面的发展都起着重要作用: 宏观层面, 李飞跃等(2019) 的研究表明抗日战争的历史记忆对新中国的国家能力、经济转型和发展产生了系统性的影响; 中观层面, 刘明兴等(2013) 发现浙江地区解放前建立地方革命武装的地区更加积极地推行保护产权和市场的经济政策, 进而取得经济的快速发展; 而微观层面, 革命历史所承载的精神风范和价值观念内嵌到企业成员思想和行为中, 在企业中发挥着“认知地图”的作用, 对管理者行为产生“社会控制”效果, 从而对企业行为决策产生显著影响(O'Reilly and Chatman, 1996)。

在非正式制度对于企业社会责任的效用方面, 倪昌红(2016) 的研究表明高管的宗教虔诚通过道德教化正向影响企业社会责任行为; 黄国良和李妮妮(2019) 以及邹萍(2020) 发现儒家文化通过发挥“道德约束”功能和“行为引导”功能对企业社会责任产生促进作用。事实上无论是宗教虔诚、儒家文化还是革命历史过程中凝练出的革命精神都是通过道德洗礼和信仰传递达到人们对真善美的“理想社会”的追求, 这与企业通过履行相应行为达到增进利益相关者福利有异曲同工之处。既然非正式制度都是通过形成心理契约和集体共识对企业行为发挥作用, 那么理论上非正式制度之间的效力发挥应具有协同性, 而与以强制约束力为作用机制的正式制度之间存在交互作用。反观现实, 虽然目前我国通过信息披露、法律法规等正式制度已经在一定程度上改善了企业的社会责任履行行为, 但是毒奶粉事件等非伦理商业行为仍然普遍存在。因此在继续加强正式制度对于企业社会责任的约束作用的同时, 认识非正式制度对企业社会责任意识树立的作用机制及其与正式制度的交互, 不仅是对现有关于企业社会责任社会性影响因素、非正式制度如何影响企业行为等相关文献的有效补充, 也将有助于责任相关者进一步促进企业社会责任履行的自觉性和积极性, 从而在根源上解决企业的社会责任履践问题。

基于此, 本文从宏观层面出发, 基于“利益相关者理论”, 从地区层面考察革命历史这一中国情境下特殊的非正式制度对企业社会责任的履践行为产生的影响。本文研究在学术层面拓宽了社会责任承担这一企业行为影响因素的视角, 弥补了张兆国等(2018)、鲁悦和刘春林(2018) 等文献将企业对于社会责任的承担行为视为纯理性利益决策, 而忽视其社会性的缺陷。其次, 通过实证分析, 本文全面探究革命历史与企业社会责任承担行为的关系, 丰富了非正式制度的研究领域, 增进了学术界对于非正式制度对企业决策发挥效力的作用机制的认识。再次, 本文通过尝试探索国内企业社会责任承担的动机, 为能从根本上解决我国企业社会责任的履践问题提供了一定的政策启

示。例如,目前我国企业的社会责任履行质量存在问题,多数企业仍然是出于经济或政治动机,且这种情况在非国有企业中更多普遍。基于此,相关责任方一方面可以制定面向企业弘扬革命历史与其承载的革命精神的相关举措,以促使企业将社会责任担当内化为自身企业文化,充分发挥具有“中国特色”的非正式制度对于企业决策的影响力,另一方面可以进一步平衡资源在不同产权性质企业之间的分配,改善非国有企业的经营环境,以促使企业基于慈善动机履行社会责任。以上构成了本文在学术和政策两方面的主要贡献和创新之处。

本文余下部分的安排结构如下:第二部分对于现有相关文献进行梳理和总结,并从中演绎出本研究的基本假设;第三部分主要从变量、样本、模型以及数据预处理的角度介绍了本研究的关键设计;第四部分报告和分析了基准及深入研究的实证结果;第五部分进行稳健性检验;第六部分对全文进行总结。

二、文献综述与假设演绎

(一) 革命历史与企业社会责任履行

企业社会责任,是指企业除了以股东价值最大化为目标,还兼顾员工、产业链上下游等的利益时,做出的行为,体现了公司治理视角从股东(shareholder)这一单一群体向更广泛的利益相关者(stakeholder)范畴的延伸和转变(张兆国等,2013)。也就是说,企业承担社会责任的过程实质上就是企业所关注的利益相关者范围的扩大及其各自利益关系的协同(李心合,2001)。企业社会责任承担的决定因素,既包括经济、正式制度等因素,也包括非正式制度因素,特别是事关人们社会责任意识的道德、宗教信仰和意识形态等因素。Auriol et al.(2020)基于在加纳开展的随机试验,发现宗教信仰和信徒捐赠存在很强的相关性,并随着社会保障的变化而发生捐赠意愿的改变;在中国情境下,邹萍(2020)发现作为传统文化重要组成部分的儒家文化与企业社会责任理论存在相似之处,指出儒家文化可以促进企业进行社会责任的披露并提高其质量。企业社会责任作为企业文化的要素之一,是根植于企业家与高管心中的内在价值观和行为准则聚合,常常以企业的核心经营理念等形式通过公司章程等途径内嵌到员工的意识行为中(姜付秀等,2015)。企业文化只有与本国主流道德观和意识形态有机地结合、交互,才能真正成为一种“集体无意识”,始终内嵌和贯穿于企业的责任价值文化中,最大程度地对企业行为发挥道德约束和行为指导两大功能。

在众多的非正式制度中,革命历史这一要素尚未得到现有文献的关注。什么是革命精神?习近平总书记在党的十九大报告的开篇中鲜明指出“不忘初心,方得始终。中国共产党人的初心和使命,就是为中国人民谋幸福,为中华民族谋复兴”^①。革命历史记忆作为一种非正式的道德规范和约束机制,主要可以从以下两个方面推动企业履行社会责任。

第一,革命精神和企业社会责任理论具有很多契合之处,使得长期受到革命精神熏陶的企业主动将社会责任履行内化为行为准则。企业履行社会责任是在实现股东利润最大化之外,进一步保障各利益相关者的权益,并承担一定的社会公益责任(Grey et al.,1996)。因此,社会责任要求企业不仅追求金钱的利益,还要对消费者、员工、环境等方面做出一定的贡献,具有较强的利他性动机。共产党人领导革命、为革命的一切牺牲奉献,最终目的是实现民族独立和人民解放,践行其最根本的社会责任。近代中国革命历史中所体现的爱国主义精神和共产主义道德,首先就体现为个体对于国家、集体和社会的责任意识与行动。具体而言,井冈山精神中依靠群众、无私奉献的精神,延安精神中全心全意为人民服务的精神,这都是共产党人革命年代社会责任意识的体现。革命精神在

^① 习近平《习近平谈治国理政(第三卷)》,外文出版社,2020年6月版,第1页。

实现个人追求的同时极大地体现了利他性动机。

已有研究认为中国管理者的价值观受到中国传统文化的影响较深,这些价值观也会反映在企业的经营决策上(Fu and Tsui, 2003),特别是管理者的价值观是企业社会责任履行的重要决定因素(Hemingway and Maclagan, 2004; 邹萍, 2020)。中国自鸦片战争之后经历了百余年的战乱,在这一过程中逐渐形成的革命记忆同样也可以作为一种近代文化的载体,对企业的管理者产生影响。更为直接和形象的机制在于,新中国成立后民政部门在各地建设或维护了大量的革命烈士纪念设施,在革命经历丰富的地区,会有较多的革命烈士纪念设施、较隆重的革命烈士纪念活动。这种当代人对历史的建构和解读行为,是制造和维护社会成员的共同身份感和共同历史意识,从而增进社会认同与团结的重要方式,而承载历史记忆的地域或场所是进行建构与解读的基础(Friedman, 1992; Escobar, 2001)。革命精神浓厚、革命记忆深刻的地区,管理者对于社会偏好和利他动机的认同度也会较高,这一价值观会进一步推动企业内部形成承担社会责任的伦理氛围,激励员工愿意进行为社会奉献的活动(李诗田和宋献中, 2015)。因此,在革命历史深刻的地区,企业会内化其道德规范进而形成承担社会责任的经营规范,一方面诚信经营、保证本企业产品和服务的质量以及保障本公司员工利益,另一方面将这一责任范畴外延,在社会和环境保护等方面奉献社会。

第二,革命精神的传播客观上可以对企业形成外部压力,通过声誉机制和信号传递机制迫使企业经营行为遵循当地的价值观,从而积极履行企业社会责任(石军伟等, 2009; Elfenbein et al., 2012)。这一客观社会压力所带来的影响与企业社会责任理论中的“工具性观点”相契合。该观点的主要思想是企业履行社会责任主要是为了满足利益相关者的需求,从而保障自我的利益(Jones, 1995; 周中胜等, 2012)。当人们大都认可革命传统中的奉献精神 and 为人民服务的精神时,企业履行社会责任会产生一种声誉,与当地的消费者、员工、政府等利益相关者形成良好的关系,从而促进企业经营绩效的提高、融资成本的降低并获得竞争优势(Goss and Roberts, 2011)。相反,如果企业选择机会主义、放弃诚信经营,如生产假冒伪劣产品、排放污水等行为,在经营地会形成道德舆论对企业施压,降低企业拥有的社会资源,提高企业经营风险。因此,在革命历史深刻的地区,“为人民谋幸福”的文化内核会促使在当地经营的企业尊重并遵守这一规范和准则,有助于企业更好地承担企业社会责任。

由此,本文提出如下假设:

H1: 企业所在地区的革命历史越深刻,企业承担社会责任的积极性越高。

(二) 革命历史、正式制度和企业社会责任履行

制度是人们对于行为规范普遍认可并达成共识、共同遵守的标准和安排。在经济活动中,行为规范的内涵具化为经济单位之间的合作与竞争。因此,制度会对企业活动形成支配。其内容很广泛,既包括以书面形式约定的、具有强制性的正式制度,如成文的法律规章等,也包括作用于内心、无强制力的非正式制度,如意识形态、道德、价值观等(Davis and North, 1971)。通常,市场化程度越高的地区法律等正式制度通常越完善,因正式制度具有强制力,企业将不得不承担更多的社会责任(崔秀梅和刘静, 2009)。

目前,制度经济学的兴起让更多学者对制度环境与企业行为决策之间的关系产生兴趣。在中国,正式制度势必对企业社会责任行为产生作用,但仍有较大的提升空间(倪昌红, 2016),有关CSR的制度建设仍需继续进行。根据Matten and Moon(2008)对明晰CSR(explicit CSR)与内隐CSR(implicit CSR)的划分,中国企业对社会责任的履行更多是内隐的,且与中国人对CSR的认知关联紧密。Matten and Moon(2008)认为这种认知体现在对正式制度的认知上,而Scott(1995)则认为这种制度认知差异体现在规范、文化等非正式制度的认知差异上。非正式制度和正式制度势必会对企业的决策和行为产生交互影响。王艳和李善民(2017)的研究发现在对并购绩效的影响方面,法律制度和作为最主要非正式制度之一的社会信任之间存在着替代关系;而黄国良和李妮妮

(2019)的研究发现,儒家文化对企业社会责任的影响与正式制度为互补关系。

革命历史作为涉及道德观和意识形态的非正式制度因素,对企业社会责任的影响必然会在某种程度上受正式制度影响,然而这种交互作用究竟是互为替代还是相互补充,则取决于企业对于责任履行伴随的社会成本的权衡(陈冬华等,2013)。因此研究法律制度干预下,革命历史促进社会责任的履践效力的发挥将有助于我们认识当下国内企业履行社会责任的真正动机。如果企业履行社会责任仅是制度动因下的强制性行为,那么在既定成本约束的前提下,非正式制度将很难发挥作用,市场化程度与革命历史对企业社会责任的影响更多表现为替代关系;如果企业履行社会责任更多是出于道德动因,非正式制度潜移默化地影响了企业的效用函数和承担社会责任的态度,企业愿意支付额外成本以满足利益相关者的诉求,那么二者将呈现互补关系。因此,为探究革命精神影响下企业承担社会责任的真正动机,本文提出如下竞争假设:

H2a: 革命历史对企业社会责任履践的促进作用在市场化程度所体现的正式制度较欠发达地区更为明显,二者呈替代关系。

H2b: 革命历史对企业社会责任履践的促进作用在市场化程度所体现的正式制度较为发达地区更为明显,二者呈互补关系。

三、研究设计

(一) 样本选择和数据来源

本文选取样本位2010-2016年我国A股上市公司,并剔除如下条件的数据:①革命历史、CSR评分数据缺失的公司样本,②PT、S、ST、*ST公司样本,③金融保险类公司样本。最终共获得了2524家公司16173条公司年度观测值。本文分析中所用CSR评级,选用和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系公布的CSR评分;革命历史由手动搜集整理得到的我国各地级市革命烈士纪念馆(纪念馆)数量和革命老区数量刻画;其他数据来自CSMAR数据库。同时,对模型中的连续性变量进行了1%的双向缩尾处理以尽可能地降低异常值对于结果的影响。

(二) 关键变量定义和解释

1. 革命历史(Revol)

由于尚未有文献系统性地分析革命历史对企业经营的影响,因此本文借鉴黄国良和李妮妮(2019)和邹萍(2020)运用公司注册地孔庙数量衡量儒家文化这另一非正式制度的做法,根据民政部编纂的《境内烈士纪念设施统计图册(2011)》整理我国各地级市设置的革命烈士纪念设施数量以衡量该地的革命记忆和公司受到的革命历史熏陶。同时,为使得研究结论更加稳健,本文基于各省政府公布的革命老区县市名单,手动搜集整理了各地级市所含革命老区数量(Revol_Region),亦作为衡量革命历史的解释变量进行稳健性检验。

2. 企业社会责任(CSR)

本文参考孙志宏(2018)、邹萍(2018)等的方法,选用和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系公布的CSR评分来衡量企业社会责任承担水平,该评测体系囊括了股东责任(Shareh)、员工责任(Employee)、供应商、客户和消费者权益责任(External)、环境责任(Environ)和社会责任(Social)五个方面,且分别设立了二级指标13个和三级指标37个,并对默认行业、消费、制造、服务行业赋予差异性权重比例分配,从而对企业社会责任进行全面的直接评价。

(三) 回归模型

为检验革命历史对企业承担社会责任总体行为的影响同时通过考察对细分项的影响探究企业社会责任的履践动机,构建如下模型

李嫦等: 革命历史与企业社会责任履行

$$CSR_{i,j,t} = \alpha + \beta Revol_j + \gamma Controls_{i,j,t} + \delta_t + \varphi_i + \varepsilon_{i,j,t} \quad (1)$$

模型中的下标 i 表示公司,下标 j 表示各公司所在地级市,下标 t 表示年份。由于革命历史和企业社会责任的地域性,本文在模型中同时控制了地区和企业层面的影响因素。其中,企业层面的控制变量包括公司规模(Size)、盈利水平(Roe)、董事会规模(Board)、董事会独立性(Ind)、股权集中度(Top1)和产权性质(State);地区层面变量包括人口(Pop)、全社会固定资产投资(Fixed)、就业率(Employ)、文化程度(Book)以及外商投资情况(Foreign)。模型同时控制了年份(Year)和行业(Industry)固定效应。此外,由于和讯网中对公司各年的社会责任评分(CSR)是由五个细分方面的得分加权平均得出,因此本文分别用这五个细分项作为因变量进行回归以探究革命精神对企业社会责任履践的具体影响及逻辑动机。各变量具体定义见表 1。

表 1 变量及定义

变量名称	变量符号	变量定义
企业 社会责任	CSR	和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系中公司各年评分总分
	Shareh	和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系中公司各年股东责任得分
	Employee	和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系中公司各年员工责任得分
	External	和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系中公司各年供应商、客户和消费者权益责任得分
	Environ	和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系中公司各年环境责任得分
革命 历史	Social	和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系中公司各年社会责任得分
	Revol	公司注册地革命烈士纪念设施数量
	Revol_Region	公司注册地革命老区数量
Revolution	Revol_r	随机匹配的各公司对应的烈士纪念设施数量
市场化程度	Market	王小鲁等(2018)编制的中国各省市市场化指数排名前 1/2 地区取 1,后 1/2 取 0
公司规模	Size	总资产的自然对数
盈利水平	Roe	净资产收益率
董事会规模	Board	董事会人数
董事会独立	Ind	独立董事人数/董事会总人数
股权集中度	Top1	第一大股东持股比例
产权性质	State	国企取 1,非国企取 0
固定资产	Fixed	全社会固定资产投资
人口情况	Pop	年末总人口
就业情况	Em	年末就业率
文化程度	Book	人均图书馆藏量
国际投资	Foreign	外商实际投资额

四、实证结果分析

(一) 描述性统计

表 2 列示了本文选取的变量的描述性统计。Revol 的均值为 2.779,最大值为 18.000,最小值

为0,说明企业注册地所在地级市平均设有革命烈士纪念设施3座,但地区间仍存在较大差异,这为探究革命记忆对于当下企业社会责任承担提供了良好的实证环境。CSR的平均值为26.389,最大值为92.090,最小值为-19.750,标准差为17.796,说明我国企业整体社会责任承担水平仍有待提高。总体来说,地区和企业间的差异提供了被研究样本的区分度。

表2 描述性统计

变量	观测值	均值	标准差	最小值	中值	最大值
Revol	13292	2.814	3.639	0.000	1.000	18.000
CSR	13292	27.613	18.855	-19.750	22.670	92.090
Shareh	13292	13.907	6.138	-11.690	14.440	28.190
Employ	13292	3.166	3.770	-0.130	1.550	15.000
External	13292	2.670	5.624	0.000	0.000	20.000
Environ	13292	2.741	6.064	0.000	0.000	30.000
Social	13292	5.130	4.738	-15.000	4.590	30.000
Fixed	13292	0.362	0.245	0.007	0.317	1.537
Pop	13292	7.611	5.294	0.557	6.534	33.752
Em	13292	0.345	0.306	0.024	0.235	1.473
Book	13292	2.526	2.591	0.021	1.506	14.386
Foreign	13292	12.291	1.588	5.242	12.717	14.564
Size	13292	8.063	1.364	-0.740	7.898	14.693
Roe	13292	0.229	9.159	-20.737	0.082	713.204
Board	13292	8.783	1.753	4.000	9.000	18.000
Ind	13292	37.274	5.638	9.091	33.333	80.000
Top1	13292	36.618	15.719	0.290	34.900	99.000
State	13292	0.434	0.496	0.000	0.000	1.000
Market	13292	7.943	1.601	2.530	8.070	10.460

(二) 回归结果分析

1. 革命历史和企业社会责任

表3报告了革命历史对企业社会责任总体及其细分项的回归结果。列(1)表明,在控制了一系列可能对企业社会责任产生影响的因素后,革命历史(Revol)对我国上市企业社会责任(CSR)的系数为0.356,达到1%显著性水平,即革命历史与企业社会责任之间呈现显著的正向关系,企业所在地深刻的革命记忆对企业社会责任的履践起到促进作用。可能的原因有:①基于高阶理论,公司高管受革命精神熏陶后,具备更多的奉献精神与社会关怀在企业管理行为上的体现,即慈善动机;②企业所在地级市由于革命历史深刻,更加认可和偏好具社会责任担当的企业,因而当地企业加强社会责任履践这一寻租行为,即经济动机。

进一步地,本文遵循徐细雄和李万利(2019)对于儒家文化的度量方式,利用Google-Earth搜集了各上市公司注册地址的经纬度数据,计算其100公里半径范围内的纪念设施数量作为革命历史强度的又一代理指标。因《境内烈士纪念设施统计图册》无法提供每个设施的具体位置,我们采用市级政府机关的经纬度坐标进行替代,对处于100公里半径范围内的纪念设施进行加总^①。列(2)

^① 采用革命历史的这一代理变量后观察值的数目少于基准回归,原因是(1)部分上市公司100公里半径以内并没有市级政府机关;(2)公司注册地址不详细,无法计算经纬度指标。如果把半径扩展到200公里计算代理指标,回归结果依然稳健。

李嫦等: 革命历史与企业社会责任履行

报告了这一回归结果。同样, 结果显示革命历史记忆越深厚的地区, 企业的社会责任履践越好。

表3的列(3)-(7)报告了革命历史对和讯网上市公司社会责任报告专业评测体系给出的CSR评分中的5个细分项的回归结果。其中股东责任(Shareh)主要衡量了企业在盈利、分红、信批等方面的表现, 员工责任(Employ)针对员工的绩效、关爱等进行作出评价, 供应商、客户和消费者权益责任(External)主要对产品质量、客户满意度和诚信互惠综合考量, 环境责任(Environ)和社会责任(Social)则分别对企业的环境治理、缴税以及公益捐赠行为进行评价。革命历史(Revolution)对上述5个细分项的回归系数皆显著为正, 表明企业所关注的利益相关者范围由股东向雇员、供应商、消费者及自然和社会环境延伸。黄国良和李妮妮(2019)认为企业承担社会责任的过程实质上就是利益相关者之间相互协同的过程。可见在革命历史的影响下, 当地企业的社会责任承担水平有所提升。

表3 革命历史与企业社会责任

	CSR (1)	CSR (2)	Shareh (3)	Employ (4)	External (5)	Environ (6)	Social (7)
<i>Revol</i>	0.356*** (0.095)	0.225*** (0.072)	0.066* (0.035)	0.053*** (0.020)	0.092*** (0.030)	0.068** (0.030)	0.077*** (0.023)
<i>Fixed</i>	2.555 (2.290)	0.000 (0.000)	0.526 (0.906)	0.838* (0.457)	0.906 (0.731)	0.308 (0.700)	-0.023 (0.548)
<i>Pop</i>	-0.197** (0.084)	0.001 (0.001)	-0.020 (0.034)	-0.043** (0.018)	-0.058** (0.028)	-0.047* (0.027)	-0.029 (0.022)
<i>Employ</i>	6.703*** (1.419)	7.919*** (1.569)	1.419*** (0.535)	1.665*** (0.296)	1.626*** (0.434)	1.597*** (0.453)	0.396 (0.361)
<i>Book</i>	-0.006** (0.002)	-0.006** (0.002)	-0.001 (0.001)	-0.001** (0.000)	-0.002** (0.001)	-0.002** (0.001)	-0.000 (0.000)
<i>Foreign</i>	0.257 (0.320)	-0.310 (0.406)	0.230** (0.111)	-0.004 (0.062)	-0.051 (0.095)	0.010 (0.101)	0.073 (0.076)
<i>Size</i>	5.146*** (0.263)	5.574*** (0.332)	0.871*** (0.098)	0.984*** (0.057)	1.335*** (0.079)	1.474*** (0.089)	0.483*** (0.061)
<i>Roe</i>	0.009 (0.013)	0.000 (0.000)	-0.007* (0.004)	0.007*** (0.002)	0.005** (0.002)	0.005* (0.003)	-0.001 (0.003)
<i>Board</i>	0.342* (0.196)	0.665*** (0.244)	0.121* (0.068)	0.053 (0.042)	0.127** (0.058)	0.116* (0.064)	-0.076* (0.042)
<i>Ind</i>	0.007 (0.052)	0.038 (0.061)	-0.041** (0.018)	0.011 (0.011)	0.020 (0.016)	0.020 (0.017)	-0.003 (0.013)
<i>Top1</i>	0.033* (0.019)	0.036 (0.022)	0.052*** (0.006)	-0.008** (0.004)	-0.008 (0.006)	-0.005 (0.006)	0.003 (0.005)
<i>State</i>	-0.821 (0.687)	-1.531* (0.799)	-2.61*** (0.234)	0.598*** (0.141)	0.484** (0.211)	0.847*** (0.219)	-0.134 (0.157)
年度	Yes						
行业	Yes						
R ²	0.205	0.202	0.102	0.205	0.158	0.182	0.222
N	13292	9617	13292	13292	13292	13292	13292

注: * 为在 10% 水平下显著, ** 为在 5% 水平下显著, *** 为在 1% 水平下显著; 括号内为标准误。下表同。

2. 市场化程度、革命历史和企业社会责任

企业承担社会责任的动机主要有道德动机、经济动机、政治动机和制度动机四类。其中,道德动机强调企业的社会责任履践行为并非全然以经济利益为主要目的,仅是为回馈社会的利他行为(周秋光和曾桂林 2006);而制度动机则意味着企业通过主动承担社会责任的行为,提高其在某一既成的制度、规范、价值或信仰环境中的适应性,以求取生存(葛建华和王利平 2010)。

为探究革命历史影响下我国企业社会责任履践行为背后的真正动机,本文采用王小鲁等(2018)的中国分省份市场化总指数评分衡量正式制度环境的完善程度。该指数与市场化程度同向变化,即该指数越大,该地区制度越完善。本文参考金智等(2017)的研究,对于各地区的市场化指数进行逐年降序排列,令每年前 1/2 的地区的 Market 等于 1,为市场化程度较高组后 1/2 的地区 Market 等于 0,为市场化程度较低组,进行分样本回归。回归结果如表 4 所示。

表 4 革命历史、市场化程度与企业社会责任

	CSR		Shareh		Employ	
	低 (1)	高 (2)	低 (3)	高 (4)	低 (5)	高 (6)
<i>Revol</i>	0.504*** (0.128)	0.035 (0.177)	0.092** (0.045)	-0.016 (0.069)	0.090*** (0.027)	-0.008 (0.036)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
年度	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
行业	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
组间系数检验(SUEST)	p = 0.0069		p = 0.0303		p = 0.0005	
R ²	0.219	0.201	0.122	0.082	0.222	0.198
N	7079	6213	7079	6213	7079	6213
	External		Environ		Social	
	低 (7)	高 (8)	低 (9)	高 (10)	低 (11)	高 (12)
<i>Revol</i>	0.126*** (0.040)	0.020 (0.054)	0.118*** (0.043)	0.005 (0.054)	0.071** (0.028)	0.038 (0.041)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
年度	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
行业	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
组间系数检验(SUEST)	p = 0.0902		p = 0.2934		p = 0.7062	
R ²	0.161	0.163	0.193	0.174	0.218	0.239
N	7079	6213	7079	6213	7079	6213

从分样本结果来看,市场化程度较低的样本中 *Revol* 对企业社会责任总体及其 5 个细分项目的系数均为正,除股东责任和社会责任在 5% 水平保持显著外,其他系数的显著性水平平均达到 1%;与之对比,市场化程度较高的样本组,各系数皆未有统计显著性。为进一步说明分样本之间存在差别,本文对组间系数的差异性进行基于似无相关模型的检验(SUEST 检验),将系数差异的 p-value 列于表 4 中。检验结果显示,有 4 组市场化程度高与市场化程度低的分样本系数均存在显著差异,特

别是革命历史对于企业社会责任总分这一基准回归中的分样本系数在 1% 的显著性水平上存在差别。

可见,市场化程度所代表的正式制度与革命历史这一非正式制度对企业社会责任的影响间存在替代效应,战争所带来的革命记忆主要在制度环境较差的地区发挥其约束作用,有效树立企业的责任意识。因此,我们认为中国企业社会责任的履践更多出于制度动机而非道德动机,即企业履行社会责任更多地可理解为是正式制度动因下的强制性行为,企业的主观社会责任意识并不高,这与我国非伦理商业行为频发的社会现实相符。该结论支持本文的研究假设 H2a。

3. 革命历史、地区信任和企业社会责任: 中介效应检验

本文认为革命历史主要从主观和客观两方面对企业社会责任履践进行推动,一是革命精神所蕴含的价值观与企业社会责任理论的相契合,使得当地企业的高管充分受到革命精神的熏陶,对其个人价值观进行了塑造,这一价值观会进一步推动企业内部形成承担社会责任的伦理氛围,激励员工愿意进行为社会奉献的活动,因此企业会内化其道德规范进而形成承担社会责任的经营规范;二是革命精神的熏陶会在当地形成一种潜移默化的道德规范,对于企业产生一种客观上的舆论压力,企业因声誉机制和信号传递机制去主动地适应当地的价值观,促进企业履行社会责任。

这两个方面的推动作用都来源于革命精神对社会个体的文化熏陶作用,即对企业内部员工和企业外部社会人员的价值观进行了塑造,反映到个体和组织行为中,进而对企业社会责任的决策产生影响。为了探究这一价值观的传导机制,本文将视角转向非正式制度,检验革命历史记忆是否会对一个地区的非正式制度环境产生影响,是否确实产生了一种社会规范和道德意识从而影响企业社会责任的履践。

在转型经济环境下,非正式制度影响着经济运行中资源的配置和企业行为,成为公司治理和企业行为研究领域不容忽视的因素之一(Stulz and Williamson, 2003)。然而,大多已有文献中的非正式制度主要是文化因素,如宗教文化(李摇琴和徐细雄, 2016)和儒家文化(徐细雄和李万利, 2019)这些文化因素属于传统的力量,很难在当代社会因革命历史的传播得到进一步的塑造。因此,本文选择了社会信任这一在地区层面和时间层面均具有差异性的非正式制度。信任作为一种依靠人们自觉性的非正式契约,是社会进步最重要也是最核心的社会资本,在道德层面为市场经济的有效运行奠定重要基石(张维迎和柯荣住, 2002)。正如囚徒困境,交易对手往往因信息不对称产生猜忌、怀疑等造成心理预期波动的消极意识,从而与“共赢”局面擦肩而过,信任则可以通过消解这些负面情绪而降低信任成本,促进个人或企业之间交易的实现。唐亮等(2018)验证了社会信任对企业社会责任的履行具有促进作用,社会信任高的地区,道德约束水平高,企业的不诚信行为和机会主义行为一旦被发现,会遭到外部舆论的严厉谴责,从而使得企业自觉地履行社会责任。

革命历史则承载着共产党人带领人民向着实现共产主义迈进的漫漫长路上呼吁发扬的,大家共同接受、认可、推崇的伦理道德和价值信念,包括无私奉献的精神、为人民服务的精神和舍身为社会的精神。我们认为革命历史是当代社会人与人之间的信任形成的原因和根源之一,也是社会信任的内容载体。为了验证这一机制效应的存在,我们参考 Sobel(1982)建立以下中介效应模型

$$CSR_{ijt} = cRevol_{jt} + e_1 \quad (2)$$

$$Trust = aRevol_{jt} + e_2 \quad (3)$$

$$CSR_{ijt} = c'Revol_{jt} + bTrust + e_3 \quad (4)$$

本文参考曹春方等(2015)的方法,选取中国城市商业信用环境指数(CEI)来衡量地区信任水平,构建中介变量 Trust。CEI 指标从信用投放、征信服务、政府信用监管等 7 个维度对中国各主要城市遵守信用的状况进行衡量,反映了城市信用经济发展状况、信用体系的健全水平等方面内容,取值越高表明该地区信任环境越好。表 3 基准回归结果显示革命历史对企业社会责任存在显著效应,满足中介效应检验前提条件,因此直接对式(3)和(4)进行检验,结果列于表 5 中。由列(1)可

知革命历史与地区信任水平呈显著正相关,即革命历史记忆深刻的地区,社会信任水平较高。列(2)中将 *Revol* 和 *Trust* 同时加入回归方程,发现 *Revol* 回归系数显著为正,*Trust* 回归系数不显著。基于此进行 Sobel 检验 Z 值远大于 5% 显著性水平上的 0.97,中介效应显著。检验结果证明革命历史可通过提高当地人与人之间的信任水平、改善遵守信用的状况这一渠道影响企业的社会责任履践。受到深刻革命历史教化的高管将更积极地履行企业社会责任,以满足社会期待、提高企业美誉度并从中获利。

表 5 革命历史和社会信任

	(1) Trust	(2) CSR
<i>Revol</i>	0.866 ^{****} (0.011)	0.311 ^{****} (0.078)
<i>Trust</i>		0.059 (0.120)
R^2	Yes 0.722	Yes 0.150
N	13162	13162
Sobel	$Z = 7.026 > 0.97$	

4. 革命历史、高管特质和企业社会责任

高阶理论认为管理者是非完全理性的经济人,因此管理者的不同特征,如知识结构、价值观、任期、职业背景等,会在企业的战略决策中发挥重要作用,进而影响企业的经营绩效(Hambrick and Mason, 1984)。具体到企业社会责任领域,现有文献对不同的 高管特质对企业社会责任这一经营决策的影响进行了较为充分的探讨,发现高管的学术背景、年龄、任期年限、性别、海外背景、宗教信仰、种族特征以及公益经历等都存在显著的作用(如 Haniffa and Cooke, 2005; 王文龙等 2015; 陈丽蓉等 2015; 王士红 2016; 文雯和宋建波 2017)。通过基准回归分析,我们发现地区革命历史记忆对于企业社会责任履践存在积极的推动作用后,但更值得探讨的是革命历史这一外部因素如何影响企业内部的社会责任决策机制,即这一因素与存在重要影响的这些高管特征是否存在一定的互补或替代作用;当高管团队具备不利于企业去履行社会责任的特质时,革命历史能否抑制这些内部因素所带来的负面效应。

为了进一步探寻革命历史对企业社会责任履践的影响机制,本节研究首先关注于高管的教育和工作背景。高阶理论指出,高管的受教育程度可以反映其处理复杂问题的能力。企业社会责任这一决策涉及诸多利益相关者,受教育程度越高的高管在当前复杂的经济形势和社会状况下能够具备更好的能力进行科学判断。从长期来看,企业经营可以从社会责任履行中受益良多(张兆国等 2013)。因此,高管受教育水平对于企业社会履行应存在积极影响,在表 6 的列(1)中,我们构建了企业层面的高管受教育水平变量(*Edu*),并将其与社会责任总分进行回归,发现当高管团队中拥有本科以上学历的人数越多,企业社会责任履行越好,这一点发现与王士红(2016)相吻合。列(2)中,进一步纳入了革命历史变量以及革命历史与高管受教育水平的交乘项进行回归,结果显示革命历史和受教育水平均提高了企业社会责任水平,但两者之间存在显著的替代关系,交叉项 $Revolution \times Edu$ 的系数为 -0.032 ,在 1% 的水平上显著为负。这一回归结果表明,革命历史熏陶

李嫦等: 革命历史与企业社会责任履行

主要作用于受教育水平较低的高管,增强其对于利他性动机的认知,提高其道德规范。换言之,当受教育水平较低的高管较多使得企业社会责任履行较差时,革命历史可以缓解这一高管特质所带来的负面作用,促进企业更好地履行社会责任。

为了印证这一结论,我们构建了另一变量高管学术背景(Academic),即高管是否在高校、科研机构或协会进行研究工作,这一变量进一步提高了对高管受教育程度的要求。具有学术背景的高管,思维更加理性,强调合作精神,具备奉献社会的认知;特别是在中国,教育长期受到儒家文化的影响,尤其强调家国情怀,教师这一职业在主观上和客观上对道德规范的要求较高,因此具备学术背景的高管应具有更强的社会偏好,列(3)结果验证了这一推论。列(4)回归结果与列(2)相一致,革命历史和高管受教育程度存在替代作用,即革命历史的熏陶作用主要作用于高管缺乏学术背景的企业,地区深刻的革命历史记忆可以抑制高管教育背景较差对企业社会责任履行的负面作用。

高管的海外背景是企业战略决策的又一重要因素,对于企业的对外投资和融资、经营绩效和公司治理都存在显著影响(Giannetti et al., 2015)。在企业社会责任领域,文献发现具备海外背景的高管对于企业社会责任意识的认同感更高,在西方社会感知了较为成熟的社会责任履行制度后,可以引领企业在社会责任方面与国际接轨(文雯和宋建波, 2017)。列(5)中我们构建了拥有海外背景高管人数这一变量(Oversea),即曾在海外求学或工作过的高管,回归结果显示高管的海外背景对于企业社会责任履行存在积极作用。同样在列(6)中,回归分析纳入了革命历史变量和革命历史与高管海外背景的交乘项,结果表明革命历史会削弱高管海外背景的影响。换言之,当企业拥有海外背景的高管较少而企业社会责任履行较差时,革命历史可以通过对本土高管的熏陶作用改善企业的社会责任履行质量。

已有文献中对于高管的任职年限和企业社会责任履行的关系并无定论。Le et al. (2015)发现高管任期越长,企业社会责任表现越好;王士红(2016)发现高管平均任职年限对于企业社会责任披露存在负向作用,但在国有企业中任职年限存在正向作用。本文对企业每年的高管平均任职年限进行计算,并将其与社会责任总分进行回归。列(7)结果显示,高管任职年限提高会改善企业社会责任履行的质量;随着高管在企业工作时间的增加,更加有能力顾忌各种利益相关者,决策也更为理性。革命历史是否会影响到高管任职年限作用的回归结果如列(8)所示。由Revolution和Duration显著为正的估计系数和Revolution × Duration显著为负的回归系数可知,革命历史和高管任职年限对企业社会责任的促进作用存在替代性,革命历史可以缓解企业高管团队任职时间短而忽视社会责任履行这一现象。

列(1)-(8)的回归结果表明,革命历史可以作为高管特征的一种替代机制对企业社会责任履行产生影响,这是一种长期的作用力量。企业经营会面临重大的战略调整或是一些突发事件,如董事长或总经理的变更,在调整期内高管往往更关注于自身的经济利益而忽视企业的长远利益。革命历史能否对于这些短期事件所带来的负面作用进行缓解,可从列(9)和(10)的检验结果中看到。基于企业-年份的维度,本文构建了董事长或总经理变更的虚拟变量(Change),将企业社会责任总分值对其进行回归,发现高管变更弱化了当期企业社会责任履行状况,这一发现与陈丽蓉等(2015)一致。进一步地,列(10)中加入了革命历史及其交叉项,Revolution × Change的回归系数为正但不显著,表明革命历史无法削弱高管变更给当期企业社会责任带来的负面影响^①。

^① 考虑不同原因的高管变更,如死亡或是工作调动,对公司经营造成的影响不同。本文采用陈丽蓉等(2015)的方法,进一步构建了高管常规变更和非常规变更两个变量,回归结果与采用高管变更变量一致。

表6 革命历史和高管团队特征

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
<i>Revolution</i>		0.582*** (0.079)		0.470*** (0.085)		0.422*** (0.067)		0.559*** (0.114)		0.345*** (0.058)
<i>Edu</i>	0.128*** (0.036)	0.246*** (0.045)								
<i>Revolution</i> × <i>Edu</i>		-0.032*** (0.009)								
<i>Academic</i>			0.242*** (0.061)	0.326*** (0.077)						
<i>Revolution</i> × <i>Academic</i>				-0.024* (0.015)						
<i>Oversea</i>					0.429*** (0.096)	0.557*** (0.123)				
<i>Revolution</i> × <i>Oversea</i>						-0.043* (0.023)				
<i>Duration</i>							0.455*** (0.144)	0.624*** (0.171)		
<i>Revolution</i> × <i>Duration</i>								-0.069** (0.034)		
<i>Change</i>									-2.071*** (0.362)	-2.226*** (0.460)
<i>Revolution</i> × <i>Change</i>										0.050 (0.097)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
行业	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
年度	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
N	11526	11526	11526	11526	11526	11526	11526	11526	12673	12673
R ²	0.192	0.196	0.193	0.196	0.193	0.196	0.192	0.195	0.204	0.207

5. 企业产权性质、革命历史和企业社会责任

在我国,国有企业与民营企业面临着不同的经营环境,中国经济结构的二元分化明显,不同产权性质的企业的经营条件差异化明显,因而在国有企业与民营企业的生产经营行为背后是因寻租条件与空间、政治干预强度不同导致的截然不同的效用函数(张维迎和柯荣住,2002)。国有企业由于股权结构天然的国有化性质,对于政府资源具备非常高的可触达性,而民营企业在融资条件及额度审批、政府支持与行业壁垒等方面都面临着与国有企业截然不同的不平等待遇(王艳和李善民,2017)。

黎文靖(2012)指出,当前中国企业对于社会责任的承担水平虽然有所提高,但是其背后的动机并非源于自发的文化价值认同,而仍然是以利益最大化为最终目标的企业寻租获利行为。此外,国企与非国企在对于社会责任义务的履行这件事上所考虑的角度以及最终做出决策的依据上,都存在很大差异,应当分别进行讨论。一般而言,由于国有企业的股东就是以社会利益为最大的国家,因此企业利益最大化的目标与社会责任承担所承载的社会利益最大化理念是一致的;然而非国有企业股东的企业和社会利益之间是相互分离且存在冲突矛盾的,因此它们履行社会

李嫦等: 革命历史与企业社会责任履行

责任可能仅仅是出于意图利用环保支出扣税等政策优惠条件来实现自身经济利益最大化下的寻租行为。

因此, 本文将样本企业分为国企、非国企两组进行分样本回归以探究革命精神对具不同产权性质的企业社会责任的履践的异质性作用, 回归结果如表 7 所示。虽然革命历史对国有及非国有企业社会责任的承担都具有推动作用, 且对国有企业的影响略大于非国有企业, 但是通过观察 *Revol* 对国有和非国有企业 CSR 各细分项的系数, 结合和讯网披露的二级三级指标, 可以发现, 国企组具统计显著性的系数分别是 *Revol* 对 Shareholder 的 0.113 和对 Social 的 0.108; 而非国企组具统计显著性的系数是 *Revol* 对 Employee 的 0.040、对 External 的 0.065 和对 Environment 的 0.056, 正好与国企组“互补”。

据此, 革命历史对国有企业社会责任承担的影响更多体现在对其股东(即国家)以及社会(即捐赠额)责任上, 即国有企业在革命历史驱动下的社会责任履践行为更多地体现为基于社会关怀与救助的传统意义上的慈善动机; 而革命历史对非国有企业社会责任承担的推动更多体现在员工、供应商、客户和消费者权益以及环境责任三个方面, 其分别涵盖了员工绩效、产品质量、环境治理等与企业盈利高度相关的细化指标, 可见在市场竞争越发激烈, 与国企相比与政府的关系等方面压力更大的当下, 非国有企业对社会责任的承担鲜少源于革命历史熏陶下出自崇尚诚信经营的道德观念, 更多地是基于经济动机的“战略慈善”需求所致的寻租行为。私有化的产权性质会降低革命历史对于企业社会责任履践推动作用的质量。非国有企业由于与社会利益存在矛盾冲突的程度更深、经营环境更艰难, 更容易由寻租倾向驱动而有选择性地承担对其有利的社会责任。

表 7 革命历史、企业产权性质与企业社会责任

	CSR		Shareh		Employee	
	国企 (1)	非国企 (2)	国企 (3)	非国企 (4)	国企 (5)	非国企 (6)
<i>Revol</i>	0.382** (0.164)	0.214** (0.105)	0.113** (0.056)	0.011 (0.041)	0.038 (0.034)	0.040* (0.022)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
年度	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
行业	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
组间系数检验(SUEST)	p = 0.0923		p = 0.0055		p = 0.9091	
R ²	0.236	0.157	0.133	0.105	0.218	0.136
N	5772	7520	5772	7520	5772	7520
	External		Environ		Social	
	国企 (7)	非国企 (8)	国企 (9)	非国企 (10)	国企 (11)	非国企 (12)
<i>Revol</i>	0.081 (0.052)	0.065* (0.034)	0.042 (0.054)	0.056* (0.029)	0.108*** (0.036)	0.042 (0.027)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
年度	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

续表

	External		Environ		Social	
	国企 (7)	非国企 (8)	国企 (9)	非国企 (10)	国企 (11)	非国企 (12)
行业	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
组间系数检验(SUEST)	p = 0.6431		p = 0.6842		p = 0.0147	
R ²	0.177	0.111	0.209	0.097	0.259	0.202
N	5772	7520	5772	7520	5772	7520

五、稳健性检验

(一) 替换关键指标

1. 替换因变量——企业社会责任(CSR)

已有文献对于企业社会责任业绩的衡量主要包括直接衡量和间接代理两种方法(刘慧龙等, 2010)。直接衡量方法主要是使用公开的第三方社会责任评级得分, 比如本文所采用的和讯网上上市公司社会责任报告专业评测体系公布的CSR评分或润灵全球的RKS社会责任评分(曹春方等, 2015); 间接代理衡量企业社会责任承担的指标主要是企业慈善捐赠支出金额(许年行和李哲, 2016)。为进一步验证结论的稳健性, 本文将原本使用的和讯网企业社会责任评分分别替换为润灵全球的RKS社会责任评分(CSR_RL)以及企业慈善捐赠支出加1的自然对数(Donation)重新进行回归, 其中企业慈善捐赠数据来自CSMAR数据库。由表8中的回归结果可见, 替换关键因变量后革命历史(Revol)对企业社会责任(Donation、CSR_RL)的系数仍然在1%的水平上显著为正, 且在加入公司及地区层面控制变量后仍能保持5%的显著性水平, 分析结果仍与主分析结果保持一致。

表8 稳健性检验: 替换CSR的衡量指标

	Donation (1)	Donation (2)	CSR_RL (3)	CSR_RL (4)
<i>Revol</i>	0.061 *** (0.021)	0.064 ** (0.026)	0.479 *** (0.132)	0.331 ** (0.150)
控制变量	No	Yes	No	Yes
年度	Yes	Yes	Yes	Yes
行业	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.152	0.211	0.237	0.283
N	1639	1639	3428	3423

2. 替换自变量——革命历史

革命老区是指在中国共产党的领导下为全国人民的解放以及共产主义的全面实现而长期斗争

李嫦等: 革命历史与企业社会责任履行

所扎根的核心地区, 这片土地为革命的成功贡献了无数资源, 是新中国的摇篮, 是新中国社会主义大厦的牢固基石。我们认为, 革命老区相比其他城市承载着更加渊远深厚的革命历史。因此, 本文通过手动搜集各省公布的革命老区名单^①, 整理出各地级市革命老区数量(Revol_Region), 以此代替革命烈士纪念设施数量(Revol)作为关键解释变量衡量企业所在地革命历史深刻程度, 再次进行回归, 回归结果见表9。Revol_Region对和讯网企业社会责任总分及其细分项的系数全部为正, 且除了对Social的系数统计显著性为5%外, 其余均达到1%的显著性, 即革命老区数量所衡量的革命历史对企业社会责任的履践具有积极影响, 与主分析结果保持一致。

表9 稳健性检验: 替换革命历史的衡量指标

	CSR (1)	CSR (2)	Shareh (3)	Employee (4)	External (5)	Environ (6)	Social (7)
<i>Revol_Region</i>	0.301 *** (0.069)	0.365 *** (0.085)	0.081 *** (0.030)	0.065 *** (0.017)	0.095 *** (0.025)	0.080 *** (0.026)	0.044 ** (0.019)
控制变量	No	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
年度	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
行业	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
R^2	0.092	0.203	0.100	0.204	0.157	0.180	0.218
N	16606	13668	13668	13668	13668	13668	13668

(二) 地区经济和旅游业发展

革命烈士纪念设施的建立主要是为了纪念在长期革命斗争和社会主义建设中牺牲的奋斗者, 是牢记历史和缅怀先烈的载体。但是, 随着一些地区经济发展程度的提高和财政收入水平的提高, 当地政府可能会力主推进革命烈士纪念设施的建立从而寻求一定的政治目标。此外, 当地区旅游业成为支柱产业时, 当地政府有较强的动机去兴建纪念设施从而创造新的旅游增长点。这些新建的革命遗迹所带来的“新”革命历史对于当地社会文化的塑造有限, 对于企业社会责任承担的影响也较弱。

因此, 我们在基准回归模型中加入衡量地区经济发展的GDP指标这一变量, 并将其与革命历史变量进行交互, 回归结果见表10的列(1)-(2)。可以看到, 企业所处的地区经济发展程度越高, 其社会责任履践越好, 但控制这一变量并不影响革命历史对于社会责任履践的积极效应; 交互项的回归系数并不显著, 说明地区经济发展程度并不会对革命历史的积极作用产生削弱或是增强的效应。在列(3)-(4)中, 我们进一步加入地区旅游业收入占GDP比重这一变量, 并将其与革命历史变量进行交互。结果显示, 旅游业的发展程度对企业社会责任履践并未产生直接影响, 也未对革命历史和企业社会责任的关联性产生影响。这些结果进一步增强了本文基准回归结果的稳健性。

^① 革命老区名单来源于各省级政府公布, 如湖北省政府提供的相关链接如下: http://www.hubei.gov.cn/govfile/ezbf/201507/t20150716_1034128.shtml.

表 10 地区经济发展和旅游业发展

	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Revolution</i>	0.329*** (0.095)	0.490 (0.884)	0.373*** (0.094)	0.336** (0.140)
<i>GDP</i>	1.521** (0.603)	1.551** (0.631)		
<i>Revolution × GDP</i>		-0.018 (0.094)		
<i>Travel</i>			0.018 (0.046)	-0.123 (0.426)
<i>Revolution × Travel</i>				0.036 (0.107)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
行业	Yes	Yes	Yes	Yes
年度	Yes	Yes	Yes	Yes
N	13666	13666	13666	13666
R ²	0.201	0.201	0.200	0.200

(三) 安慰剂测试

考虑到模型可能存在遗漏变量等内生性问题,为确保研究结果的可靠性,本文参考黄国良和李妮妮等(2019)和周泽将等(2019)的方法,进行了革命历史的安慰剂测试。具体方法是:本文通过将革命烈士纪念设施数量在样本公司之间随机分配并形成新的随机模拟解释变量 *Revol_r*,以达到解释变量与其他控制变量错配的效果,并使用 *Revol_r* 对企业社会责任承担水平(CSR)进行回归分析。如果革命历史深刻程度确实会对企业社会责任的承担水平产生影响,那么该回归中 *Revol_r* 的系数理论上应该不具备统计显著性。为确保结果的准确性,本文进行了1000次的安慰剂检验,得到了1000个相应的 *Revol_r* 系数的T值,其分布情况如图1所示。

从图1可以看出,1000次回归中 *Revol_r* 对CSR系数大部分t值分布在0附近,说明系数并不具备统计显著性,即随机分配的企业所在地革命历史将不再显著促进当地企业对于社会责任的承担。可以认为,本文的回归结果并不是由不可观测因素导致的,遗漏变量问题未导致研究结论发生实质性变化,相关研究结论具有较好的稳健性。

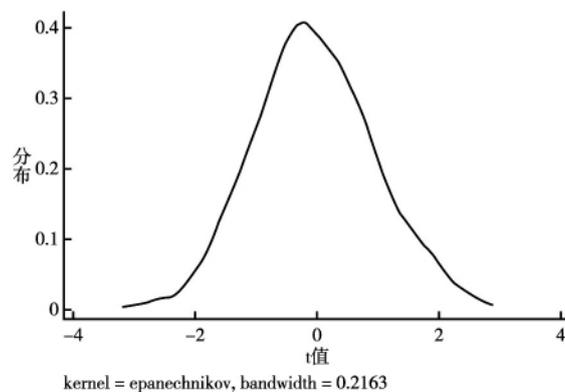


图 1 安慰剂测试 *Revol_r* 回归系数 t 值分布图(N = 1000)

(四) 采用截面数据结构

本文采用革命烈士纪念设施数量对革命历史进行度量,这一数据提取自民政部于2011年编撰的《境内烈士纪念设施统计图册》,该变量并不具有时间上的变化性^①,因此在模型中加入城市固定效应并不可行。为了验证本文结论的稳健性,我们对样本数据进行逐年回归,观察革命历史记忆是否对于企业社会责任履行存在持续性的推动作用。表11列示了回归结果。可以看到在分年份的回归结果中,Revol对企业社会责任总评分回归系数均保持正的显著性(除2010年),革命历史对企业社会责任的履践具有积极影响,与基准结果保持一致。

表11 截面数据逐年回归

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>Revol</i>	0.189 (0.170)	0.380** (0.148)	0.484*** (0.158)	0.400*** (0.149)	0.158* (0.100)	0.328** (0.128)	0.339** (0.135)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
行业	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
R^2	0.310	0.257	0.235	0.254	0.081	0.122	0.160
N	1190	1805	1873	1949	2062	2160	2253

六、研究结论

本文以2010-2016年我国上市公司的社会责任承担为研究对象,从具有中国特色的非正式制度——革命历史的视角,分析公司所在地区革命历史的丰富、深刻程度是否会影响到企业对于社会责任的承担积极性。本文的研究发现,企业所在地区革命历史越深远、革命记忆越深刻,企业对于社会责任的履践程度越高。进一步研究发现,革命历史这一非正式制度对企业社会责任承担的影响与法律制度存在替代关系,并通过改善社会信任水平对企业社会责任履践产生积极推动作用;具体到微观企业层面,革命历史与高管受教育水平、学术背景、海外背景和高管平均任职年限对企业社会责任履行的促进作用存在替代性;而相较于国有企业,非国有企业对社会责任的承担更多地是基于经济动机的寻租行为。

本文研究具有学术和实践的双重作用,具体体现在以下方面。

在学术层面,本文首先拓宽了社会责任承担这一企业行为影响因素的视角,考察了革命历史这一具有中国特色的非正式制度对企业履行社会责任积极性的影响,丰富了企业社会责任影响因素相关文献。现有研究普遍将企业对于社会责任的承担行为视为纯理性利益决策,而往往忽视其社会性,本研究弥补了因此形成的社会视角真空。此外,通过实证分析,本文全面探究革命历史与企业社会责任承担行为的关系,丰富了非正式制度的研究领域,增进了学术界对于非正式制度对企业决策发挥效力的作用机制的认识。最后,通过考察革命精神对企业社会责任履行的异质性影响,不仅有助于更好地了解企业行为与非正式制度环境的互动,且从正式制度和非正式制度的交互作用对于企业行为的影响这一角度丰富了相关领域的文献。

^① 该图册提供了全国不同时间阶段设立的纪念设施数量,但并未提供地级市层面的细分数据。

在实践层面,本文初步探索了国内企业社会责任承担的动机,为从根本上解决我国企业社会责任的履践问题提供了一定的政策启示。首先,基于革命历史对于企业承担社会责任存在推动作用的结论,相关责任方应进一步制定面向企业弘扬革命历史与其承载的革命精神的相关举措,以促使企业将社会责任担当内化为自身企业文化,充分发挥具有“中国特色”的非正式制度对于企业决策的影响力。其次,目前我国企业的社会责任履行质量存在一定问题,除去满足信息披露等硬性要求外,多数企业仍然是出于经济或政治动机,将社会责任履行视作获得融资优惠等利益的寻租行为,且这种情况在非国有企业中更为普遍。针对此,相关责任方应该适度制定社会责任的相关激励政策,并进一步平衡资源在不同产权性质企业之间的分配,改善非国有企业的经营环境,以促使企业基于慈善动机履行社会责任。

参考文献

- 曹春方、周大伟、吴澄澄(2019):《信任环境、公司治理与民营上市公司投资-现金流敏感性》,《世界经济》,第5期。
- 陈冬华、胡晓莉、梁上坤、新夫(2013):《宗教传统与公司治理》,《经济研究》,第9期。
- 陈丽蓉、韩彬、杨兴龙(2015):《企业社会责任与高管变更交互影响研究:基于A股上市公司的经验证据》,《会计研究》,第8期。
- 崔秀梅、刘静(2009):《市场化进程、最终控制人性质与企业社会责任——来自中国沪市上市公司的经验证据》,《软科学》,第1期。
- 葛建华、王利平(2010):《财富、权利与声望:民营企业行动的制度分析与实证研究》,《经济理论与经济管理》,第10期。
- 黄国良、李妮妮(2019):《儒家文化、市场化程度与企业社会责任》,《财会月刊》,第20期。
- 金智、徐慧、马永强(2017):《儒家文化与公司风险承担》,《世界经济》,第11期。
- 姜付秀、石贝贝、李行天(2015):《“诚信”的企业诚信吗?——基于盈余管理的经验证据》,《会计研究》,第8期。
- 李飞跃、张冬、刘明兴(2019):《抗日战争的经济遗产:国家能力、经济转型与经济发展》,《南开经济研究》,第3期。
- 李诗田、宋献中(2015):《亲社会偏好、合法性压力和社会责任信息披露——基于中国民营上市公司的实证研究》,《学术研究》,第8期。
- 李心合(2001):《儒家伦理与现代企业理财》,《会计研究》,第6期。
- 黎文靖(2012):《所有权类型、政治寻租与公司社会责任报告:一个分析性框架》,《会计研究》,第1期。
- 李瑶琴、徐细雄(2016):《宗教传统、制度环境与地区官员腐败》,《南方经济》,第10期。
- 刘慧龙、张敏、王亚平、吴联生(2010):《政治关联、薪酬激励与员工配置效率》,《经济研究》,第9期。
- 刘明兴、张冬、钱滔、章奇(2013):《地方政府的非正式权力结构及其经济影响》,《社会学研究》,第5期。
- 鲁悦、刘春林(2018):《期望绩效反馈对企业社会责任行为的影响——基于利益相关者视角》,《经济与管理研究》,第5期。
- 罗煜、何青、薛畅(2016):《地区执法水平对中国区域金融发展的影响》,《经济研究》,第7期。
- 倪昌红(2016):《高管的宗教虔诚对企业社会责任行为的影响——基于制度观与计划行为理论整合的视角》,《山西财经大学学报》,第11期。
- 沈艳、蔡剑(2009):《企业社会责任意识与企业融资关系研究》,《金融研究》,第12期。
- 石军伟、胡立君、付海艳(2009):《企业社会责任、社会资本与组织竞争优势:一个战略互动视角》,《中国工业经济》,第11期。
- 孙德升、尹珏林(2014):《高管团队特征与企业慈善捐赠关系的实证研究——基于高阶理论的视角》,《南方论丛》,第3期。
- 孙志宏(2018):《金融生态环境、民营企业社会责任与债务融资成本》,《会计之友》,第16期。
- 唐亮、林钟高、郑军、彭琳(2018):《非正式制度压力下的企业社会责任抉择研究——来自中国上市公司的经验证据》,《中国软科学》,第12期。
- 王士红(2016):《所有权性质、高管背景特征与企业社会责任披露》,《会计研究》,第11期。
- 王小鲁、樊纲、胡李鹏(2018):《中国分省份市场化指数报告(2018)》,社会科学文献出版社。
- 王文龙、焦捷、金占明、孟涛、朱斌(2015):《企业主宗教信仰与企业慈善捐赠》,《清华大学学报:自然科学版》,第4期。
- 文雯、宋建波(2017):《高管海外背景与企业社会责任》,《管理科学》,第2期。
- 王艳、李善民(2017):《社会信任是否会提升企业并购绩效》,《管理世界》,第12期。
- 徐细雄、李万利(2019):《儒家传统与企业创新:文化的力量》,《金融研究》,第9期。
- 徐细雄、朱红艳、涂未宇、李万利(2018):《海归高管回流与企业社会责任绩效改善——基于文化趋同视角的实证研究》,《外国经济与管理》,第5期。
- 许年行、李哲(2016):《高管贫困经历与企业慈善捐赠》,《经济研究》,第12期。
- 张维迎、柯荣住(2002):《信任及其解释:来自中国的跨省调查分析》,《经济研究》,第10期。

李嫦等: 革命历史与企业社会责任履行

- 张兆国、靳小翠、李庚秦(2013):《企业社会责任与财务绩效之间交互跨期影响实证研究》,《会计研究》,第8期。
- 张兆国、向首任、曹丹婷(2018):《高管团队异质性与企业社会责任——基于预算管理的行为整合作用研究》,《管理评论》,第4期。
- 邹萍(2018):《“言行一致”还是“投桃报李”?——企业社会责任信息披露与实际税负》,《经济管理》,第3期。
- 邹萍(2020):《儒家文化能促进企业社会责任信息披露吗》,《经济管理》,第12期。
- 周秋光、曾桂林(2006):《中国慈善简史》,人民出版社。
- 周泽将、罗进辉、李雪(2019):《民营企业身份认同与风险承担水平》,《管理世界》,第11期。
- 周中胜、何德旭、李正(2012):《制度环境与企业社会责任履行:来自中国上市公司的经验证据》,《中国软科学》,第10期。
- Auriol, E., J. Lassébie, A. Panin, E. Raiber and P. Seabright (2020): “God Insures Those Who Pay? Formal Insurance and Religious Offerings in Ghana”, *Quarterly Journal of Economics*, 135, 1799–1848.
- Campbell, J. (2007): “Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility”, *Academy of Management Review*, 32, 946–967.
- Choi, J. and H. Wang (2007): “The Promise of a Managerial Values Approach to Corporate Philanthropy”, *Journal of Business Ethics*, 75, 345–359.
- Davis, L. and D. North, (1971): *Institutional Change and American Economic Growth*, Cambridge University Press.
- Detomasi, D. (2008): “The Political Roots Of Corporate Social Responsibility”, *Journal of Business Ethics*, 82, 807–819.
- Elfenbein, D., R. Fisman and B. Mcmanus (2012): “Charity as a Substitute for Reputation: Evidence from An Online Marketplace”, *Review of Economic Studies*, 79, 1441–1468.
- Escobar, A. (2001): “Culture Sits in Places: Reflections on Globalism and Subaltern Strategies of Localization”, *Political Geography*, 20, 139–174.
- Friedman, J. (1992): “The Past in the Future: History and the Politics of Identity”, *American Anthropologist*, 94, 837–859.
- Fu, P. and A. Tsui (2003): “Utilizing Printed Media to Understand Desired Leadership Attributes in the People’s Republic of China”, *Asia Pacific Journal of Management*, 20, 423–446.
- Giannetti, M., G. Liao and X. Yu (2015): “The Brain Gain of Corporate Boards: Evidence from China”, *Journal of Finance*, 70, 1629–1682.
- Goss, A. and G. Roberts (2011): “The Impact of Corporate Social Responsibility on the Cost of Bank Loans”, *Journal of Banking and Finance*, 35, 1794–1810.
- Grey, R., D. Owne and C. Adams (1996): *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*, Prentice Hall Press.
- Hambrick, D. and P. Mason (1984): “Upper Echelons: The Organization as a Reflection of its Top Managers”, *Academy of Management Review*, 9, 193–206.
- Haniffa, R. and T. Cooke (2005): “The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting”, *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391–430.
- Hemingway, C. and P. Maclagan (2004): “Managers’ Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility”, *Journal of Business Ethics*, 50, 33–44.
- Jones, T. (1995): “Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics”, *Academy of Management Review*, 20, 404–437.
- Le, S., B. Fuller, S. Muriithi, B. Walters and M. Kroll (2015): “The Influence of Top Managers’ Values on Corporate Social Performance: A Meta-Analysis”, *Journal of Managerial Issues*, 27, 9–27.
- Matten, D. and J. Moon (2008): “Implicit” and “Explicit” CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility, *Academy of Management Review*, 33, 404–424.
- O’Reilly, C. and J. Chatman (1996): “Culture as Social Control: Corporations, Cults, and Commitment”, *Research in Organizational Behavior*, 18, 157–200.
- Scott, W. (1995): *Institutions and Organizations*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sobel, M. (1982): “Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models”, *Sociological Methodology*, 13, 290–312.
- Stulz, R. and R. Williamson (2003): “Culture, Openness, and Finance”, *Journal of Financial Economics*, 70, 313–349.

(责任编辑:张 策)

Digital Inclusive Finance , Entrepreneurship and Income Distribution: An Empirical Research from the Perspective of Urban-rural Differences in China

ZHANG Biqiong WU Wanting

(Institute of Finance , Central University of Finance and Economics , Beijing , 102206 , China)

Abstract: The inclusiveness of digital financial inclusion lies in its promotion of equal opportunities and fair income distribution. Based on the matching data of digital financial inclusion index , the registration data of enterprises and the urban-rural income gap from 2011 to 2017 , the paper empirically tests the impact and mechanism of digital inclusive finance on income distribution from the perspective of urban-rural differences. The empirical result shows that digital financial inclusion has a significant positive impact on residents' income , especially for rural residents , which helps to narrow the urban-rural income gap. In terms of the impact mechanism , this paper finds that the development of digital financial inclusion improves income distribution by promoting rural residents' entrepreneurship. The effect of digital inclusive finance on rural residents' entrepreneurship is mainly reflected in small and micro businesses or labor-intensive entrepreneurship. The paper reveals that digital inclusive finance exhibits the characteristics of "Pro-poor Growth" and can promote rural residents' entrepreneurship and income increase.

Key Words: Digital Finance; Income Distribution; Entrepreneurship

JEL Classification: D33; E30; M13

Impact of Revolutionary History on Corporate Social Responsibility: Evidence from Chinese Listed Firms

LI Chang BA Yuting XUE Chang

(School of Economics & Shanghai Merger & Acquisition Financial Research Institute ,
East China Normal University , Shanghai , 200062 , China; School of Management ,
Fudan University , Shanghai , 200090 , China; Economics and Management School ,
Wuhan University , Wuhan , 430071 , China)

Abstract: The impact of informal institutions on corporate social responsibility (CSR) is well recognized in existing literature , but the studies from the perspective of revolutionary history are rarely scant. By drawing on the data of martyr memorial facilities , this paper empirically examines the role of revolutionary history in CSR. The results show that , (i) local revolutionary history has a positive effect on CSR , and the effect is more pronounced for firms with political connections; (ii) the revolutionary history substitutes for the role of formal institution and increases the level of social trust to promote CSR;

(iii) the revolutionary history could alleviate the adverse effect of directors with weak education background or short working duration on the CSR; (iv) compared with state-owned enterprises (SOEs) , the CSR by non-SOEs are more likely to be driven by rent-seeking. Our findings are robust to alternative measures of key variables and placebo tests. This paper uncovers the positive influence of a special informal institution in China and explores potential motivation behind the CSR of Chinese listed firms.

Key Words: Corporate Social Responsibility; Revolutionary History; Informal Institutions

JEL Classification: D22; M14; N45

D&O Insurance Purchasing and Firms' Strategic Change

LIANG Shangkun^[a] YU Junli^[b] SONG Shunlin^[c]

(School of Accountancy , Central University of Finance and Economics , Beijing , 100081 , China^[a, c];

School of International and Public Affairs , Shanghai Jiao Tong University , Shanghai , 200030 , China^[b])

Abstract: Using Chinese listed firms from 2002 to 2014 as the sample , this paper studies the effect of D&O insurance purchasing on firms' strategic change. The results show that D&O insurances purchasing can promote firms' strategic change. Firms' strategy becomes more aggressive with the purchasing of D&O insurance. The above effect mainly exists in firms with higher financial risk and lower managers' shareholding. The results also show that there is a significant raise in strategic aggression when firms begin to purchase D&O insurances , but there is no significant decline when firms stop to purchase D&O insurances. In addition , only those defined as Prospectors improve their strategic aggression when D&O insurances are purchased. D&O insurance benefits firms' value. The findings of this paper enrich the literature both on the consequences of D&O insurance purchasing and the determinants of firm strategic change.

Key Words: D&O Insurance; Strategic Change; Financial Risk; Managers' Shareholding

JEL Classification: G32; G34; M41

Do Investor Relations Officers from Investment Banks Facilitate SEOs Timing

SUN Qian^[a] CHENG Xiaoke^[b] GAO Shenghao^[c]

(School of Economics and Management , Beijing Jiaotong University , Beijing , 100044 , China^[a, b];

School of Accounting , Southwestern University of Finance and Economics , Chengdu , 611130 , China^[c])

Abstract: Based on the sample of all Chinese uniform-price auction SEOs from 2006 to 2017 , this study investigates the relationship between the investment banking experience of investor relations officers and SEOs Timing. Our findings show that