

共同富裕目标下企业社会责任响应策略*

——基于社会责任报告的 LDA 主题分析

李四海^{1,2} 马文琪¹

(1. 中南财经政法大学会计学院,湖北 武汉 430073;

2. 滇西应用技术大学会计学院,云南 大理 671000)



内容提要:共同富裕实现需要充分发挥微观主体力量,企业社会责任作为企业参与价值创造与分配的重要方式,对新发展阶段推进共同富裕具有重要意义。本文在对社会责任报告文本进行 LDA 主题分析的基础上,捕捉企业社会责任关注,对当前共同富裕背景下企业社会责任信息披露关注的动态演变进行了分析。研究发现,共同富裕程度相对低的地区,在制度动因驱动下,企业相对增加了股东之外利益相关者责任关注,而股东之外利益相关者责任关注的相对增加主要表现为对象型社会责任信息披露的增加,而非泛主体社会责任信息披露的增加。进一步结合关注演变下的社会责任行动表现发现,受到可利用资源水平的限制,社会责任信息披露与行动表现解耦发展,社会责任信息披露关注的演变更多呈现形式演变。该研究揭示了现阶段企业面对推进共同富裕的制度压力做出的行动反应,对于科学引导企业共同富裕导向的社会责任变革,合理优化共同富裕背景下企业社会责任行为具有重要意义。

关键词:共同富裕 文本主题分析 LDA 社会责任关注度

中图分类号:F270;F275 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2023)08—0184—25

一、引言

实现共同富裕是人民群众的共同期盼,也是中国共产党矢志不渝的奋斗目标。对此,党和国家对共同富裕思想与实践体系展开了接续探索。党的十八届五中全会提出了新发展理念,从创新、协调、绿色、开放、共享五个方面阐释了共同富裕的推进思路,构建了新发展阶段推进共同富裕的顶层设计,在全面建成小康社会的决胜阶段,把逐步实现全体人民共同富裕摆在了更加重要的位置。新发展理念指导下的共同富裕越来越注重高质量发展与共享发展的有机统一。企业作为助力共同富裕的重要力量,其经济社会行为也需要兼顾共创与共享,其中企业的社会责任行为作为推进共同富裕目标实现的关键环节,也需要进行以综合价值共创与共享为导向的战略更新(肖红军,2020)^[1]。具体而言,企业既需要通过社会责任战略部署与更多利益相关者进行价值共创、共享,激发市场活力,创造更多综合价值,“做大蛋糕”;也需要依靠科技创新、稳定就业、绿色发展等一系列社会责任举措助力共同

收稿日期:2022-11-17

* 基金项目:国家自然科学基金项目“高管职场晋升经历与企业决策行为:基于行为经济学跨期选择理论研究”(72072183);教育部人文社会科学研究项目“CEO 职场晋升经历与跨期财务决策——基于行为经济学跨期选择理论研究”(20YJC630063);云南省高等学校科技创新团队项目“企业家特质与企业决策行为研究”(4301502030094)。

作者简介:李四海,男,教授,博士生导师,管理学博士,研究方向为财务与组织行为、企业战略的学科交融,电子邮箱:lshhy0420@163.com;马文琪,女,博士研究生,研究方向为公司财务与企业战略,电子邮箱:631493612@qq.com。

富裕,“做好蛋糕”;还需要通过社会责任战略实施平衡好不同利益相关者之间的关系,“分好蛋糕”。

如何在共同富裕背景下推动企业进行以综合价值共创与共享为导向的战略更新,学界、业界尚处于探索阶段,其中如何配置有限的社会责任资源是企业面临的重大挑战。依据利益相关者理论,股东、员工、供应商、客户、环境、社会等都属于企业社会责任的对象范畴,企业社会责任对象表现出多样性,并且不同利益相关者提供的资源不同。其中,股东提供企业生存发展所必需的财务资源,现代公司治理体系以股东利益至上,但面向共同富裕,以股东责任为主导的企业社会责任模式已经不能满足新的发展要求(唐鹏程和杨树旺,2016)^[2]。就股东外利益相关者而言,员工、消费者、供应商等社会责任对象面向企业内部,直接参与企业生产经营、价值创造,并且有明确的对象指向性,能够凸显企业共同富裕目标下的主体责任承担。而环境、社会等社会责任对象面向企业外部,不直接参与企业价值创造,没有明确的对象指向性,但能促进企业经济发展与社会发展相统一。面对有限的社会责任资源与多样、多层次的社会责任对象,企业会如何权衡社会责任资源的分配比重?企业对不同利益相关者社会责任注意力的分配反映了企业的社会责任战略选择,其中社会责任信息披露作为外界可观察企业社会责任行为的“直接窗口”,为捕捉企业的社会责任关注提供了有效参照。

已有研究发现,企业披露的社会责任文本信息具有丰富的信息含量,围绕报告文本的可读性(吉利等,2016^[3];Hummel等,2022^[4];Wang等,2018^[5])、语调(Muslu等,2017^[6];张继勋等,2019^[7];黄萍萍和李四海,2020^[8])、相似度(Huang等,2022)^[9]等展开分析,但鲜有区分社会责任对象的多样性与关联性,挖掘企业社会责任文本主题相关信息。对于文本主题分析方法,部分文献进行手工提取,但手工成本高,重复难度大,不适合大样本研究(Li,2010)^[10]。部分文献采用字典法(Campbell等,2014)^[11],字典法适用大样本研究,可以规避研究者主观性的影响,但是会忽略句子所处情景。部分文献采用贝叶斯方法(Li,2010)^[10]、支持向量回归(SVR)(Frankel等,2016)^[12]等有监督的机器学习方法,可以挖掘出文本中的实质信息,但是,这些方法需要大量的人工标注数据,同时人工标注受主观影响较大。部分文献采用 latent Dirichlet allocation(LDA)(Dyer等,2017^[13];Huang等,2018^[14])等无监督学习的方法,既能克服人工标注数据的局限,又能自动归纳出文本中的主题信息,为社会责任文本主题分析提供了一种有效方法。

基于此,本文选取 2009—2020 年已披露社会责任报告的公司作为研究样本,在对社会责任报告文本进行 LDA 主题分析的基础上,构建双重差分模型,捕捉共同富裕背景下企业社会责任信息披露关注的演变。具体而言,按照企业社会责任对象的差异性与层次性,将其分为股东、对象型社会责任主体、泛社会责任主体,发现共同富裕背景下,在共同富裕程度相对低的地区,企业社会责任关注对象发生了演变,相对减少了股东责任关注而相对增加了股东之外利益相关者责任关注,对股东之外利益相关者责任关注的相对增加主要表现为对象型社会责任信息披露的增加,而非泛主体社会责任信息披露的增加,披露关注的演变受到了制度动因的驱动。进一步结合对象型社会责任行动表现研究发现,受到可利用资源水平的限制,社会责任信息披露与行动表现出解耦发展趋势,当前社会责任信息披露关注的演变更多呈现形式演变,未获得更多企业社会责任行动的支持,也未获得来自市场的积极反馈。

二、理论分析与研究假设

实现共同富裕,首先要把握共同富裕的两大内涵:富裕、共享。富裕是指人民有较高的物质财富水平与精神财富水平,共享是指人民在权利平等、机会均等的基础上合理、有差别地进行财富分配。因此,既要有高质量的经济增长,又要有健全的收入分配机制。以发展促成共享,以共享推动发展,发展与共享的有机统一是实现共同富裕的重要保障。企业作为微观经济主体,兼具价值创造与资源分配两大职能,企业社会责任作为企业参与价值创造与分配的重要方式,与共同富裕的目标

及内涵也表现出了一致性。首先,企业可以通过社会责任战略部署与供应商、客户等多元利益相关者进行价值共创、共享,充分激发市场活力,创造更多综合价值,在实现企业财富价值持续创造的同时,也通过“做大蛋糕”促进了共同富裕。其次,企业可以通过创新、完善环保机制、提升产品质量、保障员工权益等一系列社会责任措施促进企业高质量发展,在“做好蛋糕”的同时也推进了共同富裕。此外,企业可以通过社会责任战略实施平衡好不同利益相关者之间的关系,积极参与社会公益事业助力第三次收入分配,在完善收入分配实现共益共享的同时促进共同富裕。因此,企业积极承担社会责任对于实现发展与共享的有机统一,对于在高质量发展中促进共同富裕具有重要意义(张玉卓等,2021)^[15]。

企业社会责任是推进共同富裕的重要方式,面向共同富裕,企业社会责任被赋予了新的内涵与使命。但是,在中国处于转轨期的情境下,企业社会责任仍然以股东责任(经济责任)为主导(唐鹏程和杨树旺,2016^[2];肖红军等,2021^[16]),这种社会责任模式已经不能满足新的发展要求,需要由单一的股东维度向多元利益相关者的综合维度转变。突破企业当前以股东责任为主导的社会责任模式,进行社会责任战略的调整与变革,才能推进共同富裕目标的实现。现实中,企业社会责任战略变革缺乏持续动力,仅靠自我社会责任管理可能会导致企业社会责任行为的缺失或者异化,需要政府的引导推动企业社会责任实践(肖红军等,2021)^[16]。2015年,面对新的经济社会发展使命,在全面建成小康社会的决胜阶段,党的十八届五中全会提出了新发展理念,构建了新发展阶段推进共同富裕的顶层设计,把逐步实现全体人民共同富裕摆在了更加重要的位置。面对外部制度环境的变化,企业必须进行内部制度的相应调整,使企业合法或“看起来合法”,否则企业就会失去其存在的基础(Nielsen等,2014)^[17]。合法性不是一种客观标准,而是一种广义的感知,即一个实体的行为在某些社会建构的体系中是可取的、或适当的(Suchman,1995)^[18]。在推进共同富裕的政策目标下,政府和非政府利益相关者都会提高企业评价体系中的共同富裕权重,特别是提高企业社会责任评价中的共创、共享权重,基于此形成对企业的合法性感知。寻求合法性的管理者发现,最简单的方法就是将他们的组织置于既存的制度体系中(Suchman,1995)^[18]。寻求合法性支持的企业会积极承担多元社会责任。

习近平总书记强调,“我们要实现共同富裕是全体人民的共同富裕,是面向全社会而言的,不要将共同富裕分成城市一块、农村一块,或者东部、中部、西部地区各一块,各提各的指标,要从全局上来看”。由于地区之间地理位置、资源禀赋、中央优惠政策、开放程度等的差异,我国区域间发展并不平衡,一些地区的共同富裕水平相对较高,一些地区的共同富裕水平则相对较低。面对逐步实现全体人民共同富裕的政策目标,共同富裕水平相对低的地区企业面临的合法性压力相对较大。一方面,共同富裕程度相对低的地区,政府面临提升地区共同富裕程度的政治任务越重,政府对于企业参与共同富裕实践的要求也相应提高,会增大企业的合法性压力;另一方面,在共同富裕程度相对低的地区,非政府利益相关者更容易感知到与共同富裕目标之间的差距,面对共同富裕目标描绘的美好蓝图,会激发人民群众对共同富裕目标的关注与追寻,对于以共同富裕为导向的社会行为的关注也会随之提高,进一步增大了企业面临的合法性压力。沈洪涛等(2014)^[19]研究发现,通过信息披露可以帮助企业与利益相关者进行沟通对话,影响其对企业行为的评价,提高利益相关者对于企业的合法性感知。Tata和Prasad(2014)^[20]研究发现,企业社会责任报告使公司能够解决利益相关者的期望并管理其合法性。在共同富裕程度相对低的地区,企业积极披露对于多元利益相关者责任的关注,向利益相关者展示以共同富裕为导向的社会责任行为,可以提高利益相关者对于企业的合法性感知,既可以展现自身的政策响应,降低政府关注,构建一个更加宽松的经营环境,获得来自政府被动支持的合法性;又可以塑造良好的品牌形象,提升企业声誉,提高非政府利益相关者的认可和关注,获得来自非政府利益相关者主动支持的合法性(Hoefler和Green,2016)^[21]。因此,

企业会积极披露对多元利益相关者的社会责任。因此,本文提出如下假设:

H₁:共同富裕目标下,企业社会责任关注对象存在演变,会相对减少股东责任的关注而相对增加股东之外利益相关者责任的关注,演变效应在共同富裕程度相对低的地区更为显著。

企业社会责任对象具有多样性,并且表现出一定的层次性。依据利益相关者理论,股东、员工、供应商、客户、环境、社会等利益相关者都属于企业社会责任的对象范畴,就股东之外利益相关者而言,员工、消费者、供应商等社会责任对象面向企业内部,直接参与企业生产经营、价值创造,并且有明确的对象指向性,为对象型社会责任主体。而环境、社会等社会责任对象面向企业外部,不直接参与企业价值创造,没有明确的对象指向性,为泛社会责任主体(Salvatore 等,2021^[22];朱焱和杨青,2021^[23])。

共同富裕目标下,追求合法性认同是企业社会责任关注由股东向非股东利益相关者演变的主要动机,具体到不同的非股东利益相关者,Suchman(1995)^[18]认为,三种形式的合法性与理解企业和利益相关者之间的关系相关:务实合法性、道德合法性与认知合法性。当企业有效地回应了利益相关者的合法性要求,就获得了务实的合法性;当利益相关者认为企业的行为有效地促进了社会福利时,就获得了道德合法性;当利益相关者根据一些自我原则和文化偏好,认为企业的某种行为是必要的,就获得了认知合法性。在三种合法性类型中,务实合法性是组织合法性的基础,对组织的成功影响最大(Suchman,1995^[18];Tornikoski 和 Newbert,2007^[24]),因此,企业可能会优先争取务实合法性。

企业积极承担对于对象主体的社会责任有助于与企业价值链进行密切互动,在利益相关者之间进行价值共创、共享,整合社会资源,激发市场活力,创造更多综合价值与竞争优势,提升企业市场地位,其核心目的是基于企业价值创造,是更基础的社会责任,可以帮助企业获得务实合法性。企业积极承担对于泛主体的社会责任有助于快速彰显企业的社会形象,建立良好的品牌声誉,促进企业经济发展与社会发展相统一,其则为相对广义的社会责任,基于前者但又超越了前者,核心目的上升到了社会问题解决层面,可以帮助企业获得道德合法性。对象型社会责任作为相对基础的社会责任,具有明确的承担主体,更能凸显共同富裕目标下企业主体责任承担,是企业的立足之本,表现出责任承担的相对强制性。泛社会责任作为相对广义的社会责任,不具备明确的承担主体,表现出责任承担的相对自愿性。因此,企业会优先增加对于对象主体社会责任的关注。此外,Sabrina 等(2019)^[25]发现,企业偏袒环境、社会等外部而非员工、客户、供应商等内部利益相关者,会引发员工对于虚伪的感知。Wang 等(2021)^[26]发现,当企业未充分履行对于员工或者股东的责任时,为了避免利益相关者虚伪的感知,会对其慈善捐赠行为保持战略沉默。同样,企业在对象主体社会责任缺失的情形下积极履行泛主体社会责任,可能会引起利益相关者的负面反应(Barnett 和 Salomon, 2012)^[27]。为了规避这种潜在的风险,企业也会优先增加对于对象主体社会责任的关注。

目前我国正处于社会主义初级阶段和共同富裕的探索与推进阶段,总体来看,全体人民的富裕程度并不高,共享程度更不高(李实,2021)^[28]。首先,从富裕程度来看,中国人均国民收入、人均国内生产总值、人均国民财富一直低于世界平均水平,截至 2020 年才略高出世界平均水平^①。从共享程度来看,中国居民收入差距程度居高不下,一直处于高位状态(李实,2021^[28];罗楚亮等,2021^[29])。共同富裕背景下,在共同富裕程度较低的地区,企业会增加对其他利益相关者责任的关注,但结合中国共同富裕所处的基础条件,企业可能更加偏好追求务实合法性,增加对象型社会责任主体关注,通过向明确的对象主体展现企业的社会责任承担,与其建立良好的关系,增加财富创造,提升企业价值,同时也向政府与社会传递出企业助力共同富裕的决心。对于泛社会责任主体信息,由于其面向大众,缺乏明确的对象主体,受外部性影响,其对利益相关者产生的价值冲击较弱,不恰当的披露甚至会引起利益相关者的负面反应,因此,企业在增加股东外利益相关者责任关注时

① 数据来源于 <http://wid.world/> 数据库。

会优先增加对象型社会责任信息的披露。因此,本文提出如下假设:

H₂:共同富裕目标下,相比于共同富裕程度较高的地区,在共同富裕程度较低的地区,企业对股东之外利益相关者责任关注度的相对增加主要表现为对象型社会责任信息披露的增加,而非泛社会责任主体信息披露的增加。

上文研究发现,在实现共同富裕的政策目标下,企业面临的合法性压力增大,特别是共同富裕程度相对较低地区的企业。为了提高合法性,企业会选择对企业社会责任信息披露关注进行调整,相对减少股东责任关注而相对增加股东之外利益相关者责任关注,以展现企业对于共同富裕目标的政策响应,同时考虑到合法性的层次性与信号释放的一致性,企业会相对增加对象型社会责任信息披露而非泛主体社会责任信息披露。社会责任信息披露作为外界观察企业社会责任行为的“直接窗口”,可以帮助企业与利益相关者进行沟通对话,帮助其认识和了解企业的社会责任行为,但 Neu 等(1998)^[30]发现,信息披露在不改变企业经济模式的情况下就可以提高企业的合法性,现有关于企业社会责任的研究也发现,在压力驱动下,企业演变出了“漂绿”“辩白”“诈捐”等言行不一的社会责任解耦现象(肖红军等,2013^[31];Graafland 和 Smid,2019^[32])。因此需要进一步结合社会责任行动表现剖析企业面对推进共同富裕的制度压力做出的行动反应。

相比于社会责任信息披露的低成本,企业社会责任行动需要切实的资金投入,虽然现有研究发现,社会责任具有经济价值,企业参与社会责任活动可以实现积极的财务成果(Chernev 和 Blair,2015^[33];Porter 和 Kramer,2006^[34]),但是这项投资能够给企业带来的回报不论是金额还是期限都具有不确定性,特别是对于微利企业或者受到资金约束的企业来说,其缺乏将企业社会责任信息披露转化为企业社会责任实践的动力(Graafland 和 Smid,2019)^[32],面对推进共同富裕的制度压力,企业履行社会责任可能更多是为满足利益相关者的期望,适应社会价值观和规范体系,向外界释放出合法性信号(Petersen 和 Vredenburg,2009^[35];Marquis 和 Qian,2014^[36])。同时,由于企业对于社会责任信息披露保有较大自由裁量权,而且社会责任报告往往缺乏专业第三方机构审计或者鉴证,所以,企业可能仅仅增加对象型社会责任信息披露作为对共同富裕政策目标的响应,而不会相应增加对象型社会责任实践,出现社会责任信息披露与行动表现相背离的解耦^①现象。因此,本文提出如下假设:

H₃:共同富裕目标下,企业社会责任信息披露与行动表现解耦发展,信息披露关注演变是一种形式演变。

三、研究设计

1. 样本选择与数据来源

本文选取 2009—2020 年沪深 A 股披露社会责任报告的上市公司作为研究样本。在此基础上剔除了以下样本:(1)金融行业上市公司。金融行业的盈利模式与其他行业存在差异,导致其财务指标的可比性不强。(2)被特别处理(ST)的公司。ST 公司的盈余质量较低,公开披露的财务信息难以满足利益相关者的信息需求。(3)数据缺失的公司。数据缺失会降低数据分析结果的可靠性。最终得到了 6004 个有效研究样本。企业社会责任关注度相关信息采用 Python 文本分析技术从企业社会责任报告中获取,企业社会责任报告采用网络爬虫技术从巨潮网与和讯网上抓取,其他数据来源于国泰安数据库(CSMAR)。同时,本文对所有连续变量进行了上下 1% 的缩尾(Winsorize)处理,以规避异常数值对数据分析结果的影响。采用的数据处理软件为 Stata16.0、Excel2016。

2. 变量定义

(1)被解释变量。本文旨在研究共同富裕背景下企业社会责任信息披露关注度的变化,具体

^① 耦合是指事物之间相互影响、相互作用的一种紧密关系,当这种关系减弱或者消失就称其为解耦。

而言,即企业对股东责任、股东之外利益相关者责任、对象主体社会责任、泛主体社会责任关注度的变化。企业对利益相关者责任关注度体现在企业公开的社会责任报告中。本文采用主题模型分析方法,提取企业社会责任报告中关于各个利益相关者责任相关主题的描述,并进一步统计分析,得到其关注度变量指标。

主题模型(topic model)是自然语言处理领域中用于文本主题分析,获取文本中抽象主题的一种统计模型。主题模型能够将文本中高维的词向量空间映射到低维主题向量空间,从而得到文本的主题分布表示,用于概括文本的主题信息,从而能更好地获取文本的主要信息,并快速准确地理解文本所讨论的主题内容。

早期的主题模型主要有潜在语义分析模型(latent semantic analysis,LSA)和概率潜在语义分析模型(probabilistic latent semantic analysis,PLSA)。但都有局限,其中,LSA 模型存在“一词多义”和“多词一义”等问题,而 PLSA 模型没有假设文本中主题的比例权重,易出现过拟合的情况(韩亚楠等,2021)^[37]。Blei 等(2003)^[38]提出的潜在狄利克雷分布模型(latent dirichlet allocation,LDA),采用了无监督机器学习技术,能有效刻画文档中的主题信息。

LDA 是一种文本主题生成模型,采用了服从 Dirichlet 分布的 K 维隐含随机变量来表示文档的主题概率分布,能够从文本语料词汇的共现中学习文本潜在的语义信息。LDA 是一种三层的贝叶斯模型,描述了“文档-主题”“主题-词汇”的关系。也就是说,将语料库中的每篇文档表示为特定数量主题的概率分布,将一篇文档中的每个主题表示为各个词语的概率分布。在 LDA 模型中,假设文本集合数目为 D ,文本可能出现的主题数为 K ,那么文本集中一篇文档 d 生成的方式如下:(1)从狄利克雷分布 α 中取样生成文档的主题分布 $\theta_d: \theta_d = \text{Dirichlet}(\alpha)$,其中, α 是一个维度为 K 的向量,是狄利克雷分布的超参数。(2)从主题的多项式分布 θ_d 中取样主题 k 。(3)从狄利克雷分布 β 中取样生成主题 k 对应的词语分布 $\varphi_k: \varphi_k = \text{Dirichlet}(\beta)$,其中, β 是一个维度与词表大小相同的向量,是狄利克雷分布的超参数。(4)从词语的多项式分布 φ_k 中采样最终生成词语 w 。(5)重复以上步骤,构造整个文档。

LDA 模型结构如图 1 所示:

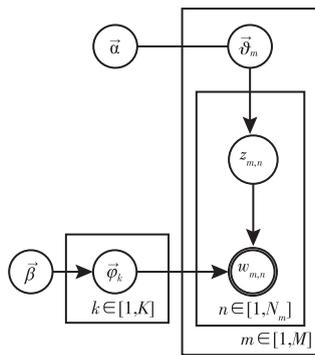


图 1 LDA 模型结构

LDA 模型联合概率分布函数如下所示:

$$\rho(\beta, \theta, z, w) = \left(\prod_{d=i}^D \rho(\theta_d | \alpha) \right) \cdot \left(\prod_{n=i}^N \rho(z_{d,n} | \theta_d) \prod_{d=i}^D \rho(z_{d,n} | \beta_{i,k}, z_{d,n}) \prod_{i=i}^k \rho(\beta_i | \eta) \right) \tag{1}$$

本文利用 LDA 模型分析主题的过程如下:

文本预处理。本文对得到的研究样本企业社会责任报告进行文本预处理。首先,将社会责任报告文档拆分为长句,一方面是因为本文研究目标是社会责任报告中句子的主题分类;另一方面是为了克服社会责任报告文档主题分类时受到的行业信息的干扰。尽管对文档的主题建模要优于对句子的主题建模,但在从本文的结果分析来看,对句子进行主题建模依旧有效。然后,对文本句子

进行清洗,去除句子中的标点符号、停用词等。最后,采用结巴分词(Jieba)对文本句子进行分词,作为 LDA 模型的训练数据。

LDA 主题分析。本文基于 Python 机器学习库 Sklearn 提供的 LDA 工具对研究样本进行主题建模,该算法主要采用了以变分推断 EM 算法求解文档的主题分布以及主题中词分布。在本文中,根据经验,LDA 的参数 α 和 β 设置为 0.1 和 0.01。

在 LDA 主题模型分析中,需要确定主题的数量。本文采用困惑度(Perplexity)指标,并结合可视化分析实际主题分类结果来确定最优的主题数量。困惑度是用于评价文本所属的主题的不确定性的指标,困惑度越低,表明模型的聚类效果越好,当困惑度下降趋势不再明显或处于拐点处时,此时的主题数可以作为最优主题数。如图 2 所示,当主题数(number of topics)在(0,5)范围内,困惑度指标下降趋势明显,当主题数在(5,15)范围内,困惑度指标趋于平缓。

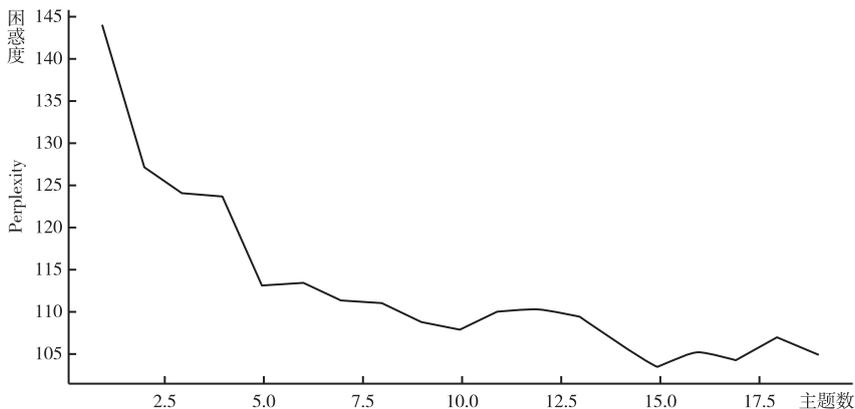


图 2 LDA 困惑度结果

在此基础上,进一步对 LDA 主题分类结果利用 LDAvis 工具可视化,如图 3 所示,圆圈大小表示各主题的频率分布大小,圆圈与中心之间的距离表示主题之间相似度的大小,当主题数量为 6 时,主题相对分布均匀,综合困惑度表明,此时主题分类较好。并进一步分析每个主题下的前 25 个关键词,此时已经能够较好的分类出本文所研究的利益相关者主题。

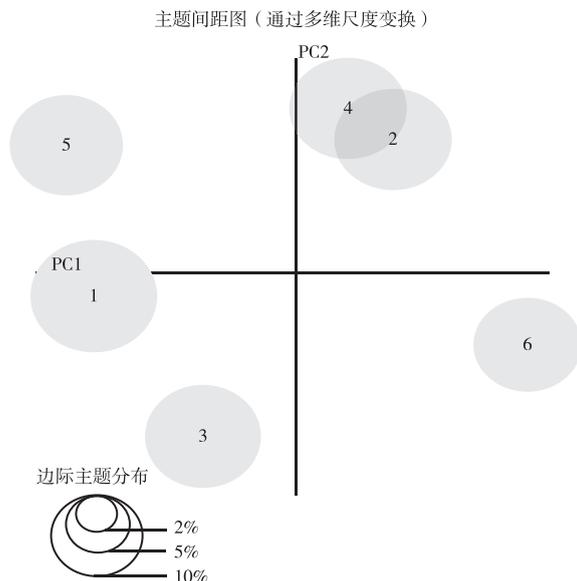


图 3 LDA 主题分类可视化

表 1 LDA 主题分类结果

Topic 1	发展 服务 客户 产品 市场 企业 业务 合作 平台 行业 产业 战略 技术 品牌 建设 国际 人才 领域 能力 核心 全球 模式 销售 优势 项目
Topic 2	员工 培训 活动 工作 职工 教育 职业 企业 岗位 人员 应急 劳动 文化 生活 技能 管理 宣传 生产 薪酬 疫情 领导 工会 制度 能力 计划
Topic 3	社会 责任 企业 发展 报告 年度 有限公司 股份 利益 环境 经济 理念 经营 价值 建设 公益 社区 文化 工作 贡献 环境保护 方面 诚信 公益事业 绿色
Topic 4	管理 生产 质量 供应商 工作 体系 风险 管理体系 制度 环境 建设 规范 经营 评价 检查 标准 部门 流程 过程 目标 全面 监督 客户 企业 考核
Topic 5	项目 有限公司 技术 生产 能源 工程 设备 绿色 系统 国家 股份 企业 建设 利用 集团 单位 产品 全国 工业 环境 研究 设施 中心 设计 材料
Topic 6	信息 投资者 股东 董事会 报告 股东大会 委员会 经营 关系 规定 规范 年度 制度 情况 董事 机构 运作 会议 法律法规 有关 债权人 监事会 现金 事项 合法权益

结果统计。利用 LDA 主题模型得到了研究样本文档的主题分类结果,并进一步得到每一个样本句子所属的主题。结果如表 1 所示。基于模型(2)进一步统计样本文档中每个主题所占的篇幅,作为本文的关注度变量指标:

$$Z_i = \frac{\sum word_sen_i}{word_doc} \tag{2}$$

其中, Z_i 表示第 i 个主题所占的篇幅, $word_sen_i$ 表示属于第 i 个主题的句子字数, $word_doc$ 表示该文档总字数。并进一步分行业统计各研究主题的分布情况。

股东责任关注度指标即为 Z_6 ,与股东责任有关的主题占整个篇幅的比例。

其他利益相关者责任关注度指标即为 $Z_1 + Z_2 + Z_3 + Z_4 + Z_5$,与供应商、员工、消费者、环境、社会责任有关的主题占整个篇幅的比例。

对象型社会责任关注度指标即为 $Z_1 + Z_2 + Z_4$,与供应商、员工、消费者责任有关的主题占整个篇幅的比例。

泛社会责任主体关注度指标即为 $Z_3 + Z_5$,与环境、社会有关的责任主题占整个篇幅的比例。

对象型社会责任行动表现:借鉴张昭等(2020)^[39]、叶胥等(2021)^[40]的研究,采用员工责任得分(*staff*),供应商、客户和消费者责任得分(*SAC*)来对企业对象主体的社会责任行为表现进行评价。员工责任得分、供应商、客户和消费者责任得分采用和讯网公布的企业社会责任得分衡量。

(2)解释变量。

时间变量。2009—2015 年,定义为 0;2016—2020 年,定义为 1。

分组变量。首先,借鉴韩亮亮等(2023)^[41]的研究,采用主成分分析法,计算各个省份共同富裕综合得分(*CP*)。第一步,构建共同富裕指标体系,如表 2 所示;第二步,对各个指标进行无量纲化处理(采用均值化方法);第三步,采用主成分分析法确定各个指标的权重,并以基础指标的协方差矩阵作为输入;第四步,根据指标权重,计算共同富裕度的主成分综合得分。

其次,构建分组变量。若企业所在地区的共同富裕综合得分低于全国平均水平,则为低共同富裕地区,定义为 1;若企业所在地区的共同富裕综合得分高于全国平均水平,则为高共同富裕地区,定义为 0。

表 2 共同富裕指标体系

发展性	人均国民收入(元)
	城镇居民人均可支配收入(元)
	社会消费品零售总额(亿元)
	城镇化率(%)
	城乡居民收入倍差
共享性	人均受教育年限(年/人)
	每千人口医疗卫生机构床位数(张)
	城市每万人拥有公共交通工具(台)
	每万人拥有公共厕所(座)
	每百人中移动电话用户数
	城镇居民家庭人均教育文化娱乐服务消费支出(元)
可持续性	研究与试验发展经费支出(亿元)
	产业结构高级化
	城市人均公园绿地面积(平方米)
	森林覆盖率
	城镇登记失业率(%)
	社会保障和就业支出(亿元)

(3)控制变量。借鉴 Huang 等(2022)^[9]的研究,控制了企业规模、盈利能力、资产负债率、二职合一、营业收入增长率、营业收入现金净含量、董事会规模、独立董事占比等公司层面的影响因素,以及地区生产总值、政府与市场关系等地区层面影响因素,还控制了是否经第三方机构审验、社会责任报告披露意愿等企业社会责任报告层面的影响因素,此外,还控制了年份、行业的影响。变量定义与说明如表 3 所示。

表 3 变量定义

被解释变量	股东责任关注度(<i>shareholders</i>)	详见上文被解释变量定义
	其他利益相关者责任关注度(<i>others</i>)	详见上文被解释变量定义
	对象型社会责任关注度(<i>object</i>)	详见上文被解释变量定义
	泛社会责任主体关注度(<i>extensive</i>)	详见上文被解释变量定义
	对象型社会责任行动表现(<i>staff</i> 、 <i>SAC</i>)	详见上文被解释变量定义
解释变量	时间变量(<i>post</i>)	2009—2015 年,定义为 0;2016—2020 年,定义为 1
	分组变量(<i>treat</i>)	上市公司注册地为低共同富裕地区,定位为 1;若否,定义为 0
控制变量	企业规模(<i>size</i>)	期末总资产的自然对数
	盈利能力(<i>roa</i>)	企业总资产收益率
	资产负债率(<i>lev</i>)	总负债/总资产
	二职合一(<i>combined</i>)	董事长与总经理相互兼任定义为 1,若否定义为 0
	营业收入增长率(<i>growth</i>)	(本期营业收入 - 上期营业收入)/上期营业收入
	营业收入现金净含量(<i>OCF</i>)	(经营活动产生的现金流量净额)/(营业总收入)
	董事会规模(<i>board</i>)	董事会董事数量的自然对数
	独立董事占比(<i>inddirector</i>)	独立董事数量占董事数量的比例
	地区生产总值(<i>GDP</i>)	地区生产总值取自然对数
	政府与市场关系(<i>RBCM</i>)	依据樊纲市场化指数计算
	是否经第三方机构审验(<i>authentication</i>)	社会责任报告经第三方机构审验定义为 1,若否定义为 0
	社会责任报告披露意愿(<i>will</i>)	应规披露定义 1,自愿披露定义 0
	行业(<i>Industry</i>)	依据 2012 版证监会行业分类标准
	年份(<i>Year</i>)	年份虚拟变量

3. 模型设定

2015 年,面对新的经济社会发展时期,在全面建成小康社会的决胜阶段,党的十八届五中全会提出了新发展理念,从创新、协调、绿色、开放、共享五个方面阐释了共同富裕的推进思路,构建了新发展阶段推进共同富裕的顶层设计,在全面建成小康社会的决胜阶段,把逐步实现全体人民共同富裕摆在了更加重要的位置。以此为背景,构建双重差分模型进行回归分析(模型(3)),研究共同富裕背景下企业社会责任信息披露关注度的变化。模型定义如下:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 post \times treat + \beta_2 post + \beta_3 treat + \sum controls + \sum Year + \sum Industry + \delta_i \quad (3)$$

其中, Y 代表所要研究的被解释变量,包括股东责任关注度、其他利益相关者责任关注度、对象型社会责任关注度、泛社会责任主体关注度、对象型社会责任行动表现。 $post \times treat$ 为构建的双重差分项,记为 did ,其系数反应了政策效果的影响,若 β_1 为正,说明共同富裕背景下,相比高共同富裕度地区,低共同富裕度地区企业增加了所对应社会责任的关注;若 β_1 为负,说明共同富裕背景下,相比高共同富裕度地区,低共同富裕度地区企业减少了所对应社会责任的关注。

四、实证分析

1. 描述性统计

表 4 是对主要变量的描述性统计结果。可知,企业社会责任报告对于股东责任的关注度最高达到了 41.6%,最低仅为 1.5%;对于对象主体的社会责任关注度最高达到了 77.6%,最低仅为 25.4%;对于泛主体的社会责任关注度最高达到了 57.8%,最低仅为 13.5%。由此可知,不同企业对于不同利益相关者社会责任关注度存在较大差别,有的企业更重视对于股东的社会责任,有的企业更重视对于对象主体的社会责任,还有的企业更重视对于泛主体的社会责任。进一步结合图 4,企业对社会责任的平均关注度的变化趋势可知,2016 年开始,企业对股东责任的关注度整体呈下降趋势,对股东之外利益相关者责任的关注度整体呈上升趋势,说明 2016 年企业社会责任行为受到了某些因素的影响,也间接说明,文中构建的双重差分模型的时间变量选择具有合理性。地区共同富裕程度的最大值为 2.287,最小值为 0.52,说明地区共同富裕程度存在一定水平差异。其余变量的描述性统计结果与现有研究基本一致(Huang 等,2022)^[9]。

表 4 描述性统计

变量	样本量	均值	标准差	最小值	中位数	最大值
shareholders	6004	0.159	0.091	0.015	0.149	0.416
others	6004	0.841	0.091	0.584	0.851	0.985
object	6004	0.514	0.112	0.254	0.514	0.776
extensive	6004	0.326	0.094	0.135	0.318	0.578
staff	5340	5.664	4.560	0.000	4.000	15.000
SAC	5340	6.209	7.203	0.000	0.000	20.000
did	6004	0.155	0.362	0.000	0.000	1.000
post	6004	0.518	0.500	0.000	1.000	1.000
treat	6004	0.507	0.500	0.000	1.000	1.000
CP	6004	1.444	0.400	0.520	1.443	2.287
size	6004	22.762	1.296	20.186	22.653	26.064

续表 4

变量	样本量	均值	标准差	最小值	中位数	最大值
<i>roa</i>	6004	0.046	0.051	-0.133	0.039	0.211
<i>lev</i>	6004	0.471	0.199	0.061	0.481	0.865
<i>combined</i>	6004	0.190	0.392	0.000	0.000	1.000
<i>growth</i>	6004	0.148	0.298	-0.462	0.106	1.622
<i>OCF</i>	6004	0.117	0.174	-0.488	0.092	0.711
<i>board</i>	6004	2.184	0.205	1.609	2.197	2.708
<i>inndirector</i>	6004	0.375	0.054	0.333	0.364	0.571
<i>GDP</i>	6004	10.383	0.644	8.434	10.379	11.615
<i>RBCM</i>	6004	6.871	1.223	4.110	6.970	8.960
<i>authentication</i>	6004	0.015	0.120	0.000	0.000	1.000
<i>will</i>	6004	0.500	0.500	0.000	0.000	1.000

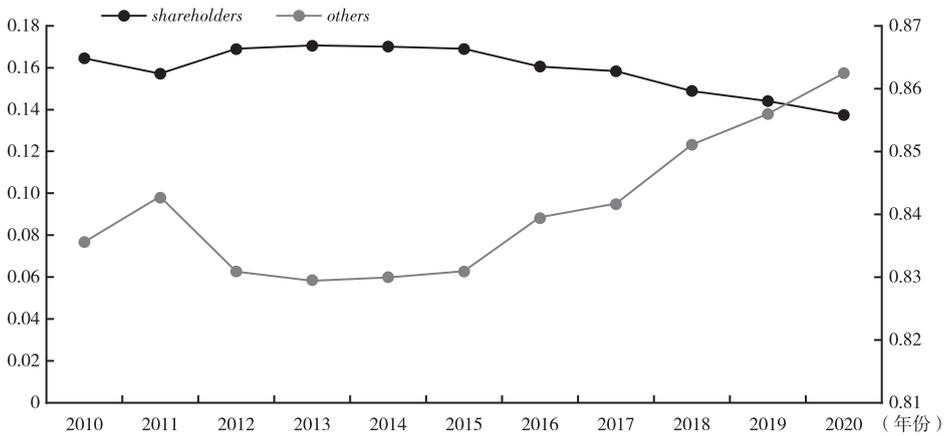


图 4 社会责任关注度年度变化趋势

2. 回归分析

(1) 共同富裕目标下企业社会责任信息披露关注。分别以股东责任关注度、其他利益相关者责任关注度作为被解释变量,基于回归模型(3),研究共同富裕背景下企业社会责任关注度的变化。首先,对双重差分模型进行平行趋势检验,结果如图 5、图 6 所示,可知十八届五中全会前,不同共同富裕程度地区的企业对于股东责任关注度、其他利益相关者责任关注度具有相似的变化趋势,说明回归模型通过了平行趋势检验,双重差分模型的设定具有合理性。其次,采用双重差分法对模型(3)进行回归分析,结果如表 5 所示。由列(1)、(2)可知,在不存在其他因素干扰的情况下, β_1 为 -0.017 ,在 1% 水平上显著负相关;在控制了相关因素影响的情况下, β_1 为 -0.01 ,在 5% 水平上显著负相关。由列(3)、(4)可知,在不存在其他因素干扰的情况下, β_1 为 0.017 ,在 1% 水平上显著正相关;在控制了相关因素影响的情况下, β_1 为 0.01 ,在 5% 水平上显著正相关。说明受共同富裕政策目标影响,企业会相对减少对股东责任的关注而相对增加对股东之外利益相关者责任的关注,关注演变效应在共同富裕程度低的地区更加显著,研究假设 H_1 得到验证。

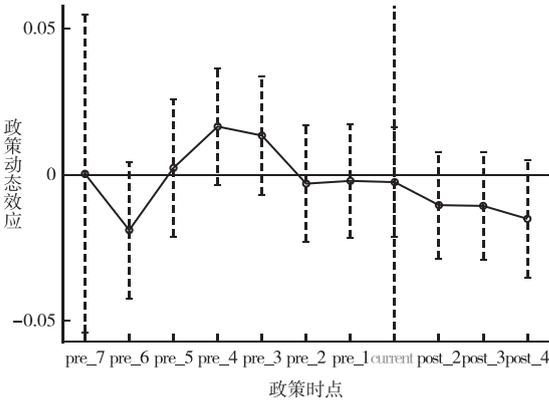


图5 基于 *shareholders* 的平行趋势检验

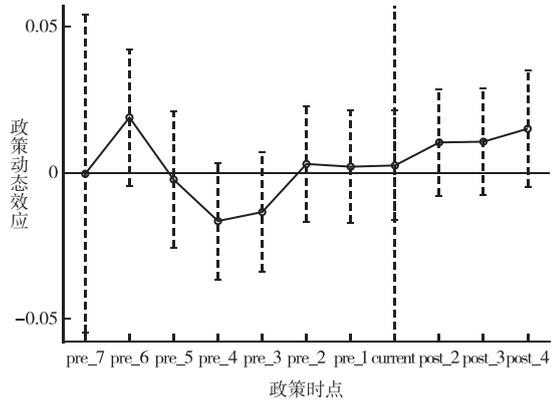


图6 基于 *others* 的平行趋势检验

表5 共同富裕目标下企业社会责任信息披露关注

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>shareholders</i>	<i>shareholders</i>	<i>others</i>	<i>others</i>
<i>did</i>	-0.017 *** (-3.39)	-0.010 ** (-2.05)	0.017 *** (3.39)	0.010 ** (2.05)
<i>post</i>	-0.029 *** (-3.30)	-0.030 *** (-3.41)	0.029 *** (3.30)	0.030 *** (3.41)
<i>treat</i>	0.018 *** (4.83)	0.015 *** (4.26)	-0.018 *** (-4.83)	-0.015 *** (-4.26)
<i>size</i>		-0.021 *** (-18.56)		0.021 *** (18.56)
<i>roa</i>		-0.126 *** (-4.61)		0.126 *** (4.61)
<i>lev</i>		-0.063 *** (-7.94)		0.063 *** (7.94)
<i>combined</i>		0.017 *** (5.81)		-0.017 *** (-5.81)
<i>growth</i>		0.006 (1.48)		-0.006 (-1.48)
<i>OCF</i>		0.030 *** (4.01)		-0.030 *** (-4.01)
<i>board</i>		-0.036 *** (-6.28)		0.036 *** (6.28)
<i>inndirector</i>		-0.043 ** (-2.07)		0.043 ** (2.07)
<i>GDP</i>		0.009 *** (3.66)		-0.009 *** (-3.66)
<i>RBCM</i>		-0.001 (-0.89)		0.001 (0.89)

续表 5

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>shareholders</i>	<i>shareholders</i>	<i>others</i>	<i>others</i>
<i>authentication</i>		-0.047*** (-7.79)		0.047*** (7.79)
<i>will</i>		-0.007*** (-2.98)		0.007*** (2.98)
常数项	0.161*** (11.67)	0.657*** (20.33)	0.839*** (60.76)	0.343*** (10.62)
年份/行业固定效应	是	是	是	是
样本量	6004	6004	6004	6004
R ²	0.134	0.274	0.134	0.274
调整 R ²	0.122	0.263	0.122	0.263

注: * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, 下同

(2)共同富裕目标下股东外利益相关者责任信息披露关注。分别以对象型社会责任关注度、泛社会责任主体关注度作为被解释变量,基于回归模型(3),研究共同富裕背景下企业社会责任关注度的变化。首先,对双重差分模型进行平行趋势检验,结果如图7、图8所示,可知十八届五中全会前,不同共同富裕程度地区的企业对于对象型社会责任关注度、泛社会责任主体关注度具有相似的变化趋势,说明回归模型通过了平行趋势检验,双重差分模型的设定具有合理性。其次,采用双重差分法对模型(3)进行回归分析,结果如表6所示。由列(1)、(2)可知,在不存在其他因素干扰的情况下, β_1 为0.025,在1%水平上显著正相关;在控制了相关因素的影响下, β_1 为0.021,在1%水平上显著正相关。由列(3)、(4)可知,在不存在其他因素干扰的情况下, β_1 为-0.008,在10%水平上显著负相关;在控制了相关因素的影响下, β_1 为-0.011,在5%水平上显著负相关。说明受共同富裕政策目标影响,相比于共同富裕程度较高的地区,在共同富裕程度较低的地区,企业对股东之外利益相关者责任关注度的相对增加主要表现为对象型社会责任信息披露的增加,而非泛社会责任主体信息披露的增加,研究假设H₂得到验证。

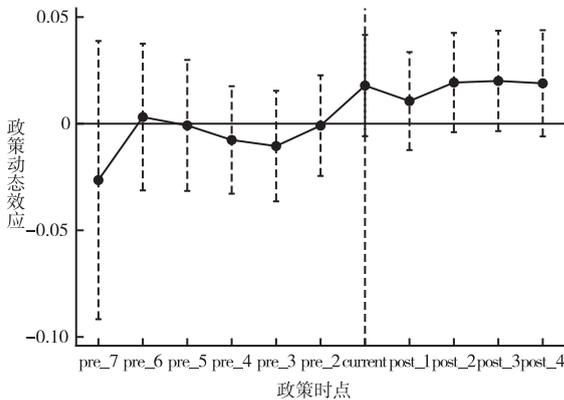
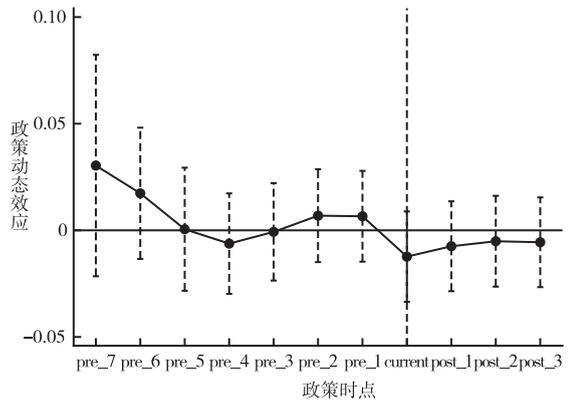
图7 基于 *object* 的平行趋势检验图8 基于 *extensive* 的平行趋势检验

表 6 基于股东外利益相关者责任的进一步分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>object</i>	<i>object</i>	<i>extensive</i>	<i>extensive</i>
<i>did</i>	0.025 *** (4.26)	0.021 *** (3.56)	-0.008 * (-1.67)	-0.011 ** (-2.14)
<i>post</i>	0.074 *** (7.13)	0.080 *** (7.20)	-0.044 *** (-4.70)	-0.049 *** (-4.97)
<i>treat</i>	-0.018 *** (-4.01)	-0.015 *** (-3.38)	-0.000 (-0.12)	-0.000 (-0.03)
<i>size</i>		0.014 *** (9.35)		0.007 *** (5.39)
<i>roa</i>		0.091 *** (2.92)		0.032 (1.33)
<i>lev</i>		0.042 *** (4.38)		0.021 *** (2.61)
<i>combined</i>		-0.011 *** (-3.08)		-0.007 ** (-2.56)
<i>growth</i>		-0.001 (-0.12)		-0.005 (-1.27)
<i>OCF</i>		-0.039 *** (-4.47)		0.008 (1.02)
<i>board</i>		0.048 *** (6.23)		-0.011 * (-1.77)
<i>inndirector</i>		0.053 * (1.90)		-0.002 (-0.08)
<i>GDP</i>		-0.005 * (-1.78)		-0.002 (-0.84)
<i>RBCM</i>		0.002 (1.43)		-0.001 (-1.05)
<i>authentication</i>		0.064 *** (6.27)		-0.018 * (-1.75)
<i>will</i>		0.011 *** (3.75)		-0.004 (-1.57)
常数项	0.479 *** (25.94)	0.073 * (1.72)	0.358 *** (28.51)	0.259 *** (7.13)
年份/行业固定效应	是	是	是	是
样本量	6004	6004	6004	6004
R ²	0.210	0.270	0.266	0.275
调整 R ²	0.199	0.258	0.256	0.264

(3)关注演变下的社会责任行动表现。分别以员工责任得分(*staff*)、供应商、客户和消费者责任得分(*SAC*)作为被解释变量,基于回归模型(3),研究关注演变下的社会责任行动表现。首先,对双重差分模型进行平行趋势检验,结果如图9、图10所示,可知,回归模型未通过平行趋势检验,说明十八届五中全会前后,不同共同富裕程度地区的企业,其对象型社会责任行动表现具有相似的变化趋势,说明该行为很可能未受到共同富裕政策目标的影响。进一步采用双重差分法基于模型(3)进行回归分析,结果如表7所示。可知,回归结果均不显著,说明,共同富裕目标下,企业社会责任信息披露与行动表现解耦发展,信息披露关注演变是一种形式演变,假设 H_3 得到验证。

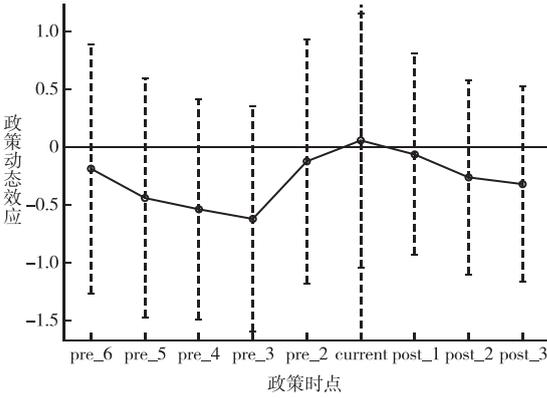


图9 基于 *staff* 的平行趋势检验

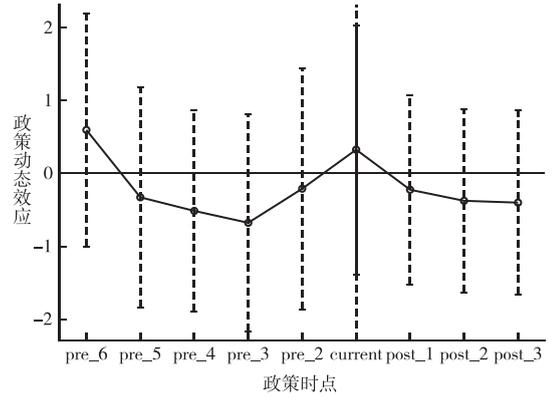


图10 基于 *SAC* 的平行趋势检验

表7 关注演变下的社会责任行动表现分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>staff</i>	<i>staff</i>	<i>SAC</i>	<i>SAC</i>
<i>did</i>	0.025 (0.13)	0.138 (0.70)	-0.050 (-0.17)	0.076 (0.25)
<i>post</i>	-6.160*** (-18.63)	-6.426*** (-16.84)	-10.496*** (-23.77)	-10.723*** (-17.87)
<i>treat</i>	-0.334** (-2.16)	-0.244 (-1.57)	0.161 (0.68)	0.216 (0.92)
<i>size</i>		0.144*** (3.03)		-0.032 (-0.46)
<i>roa</i>		3.292*** (3.45)		6.359*** (4.28)
<i>lev</i>		0.068 (0.22)		-0.881* (-1.95)
<i>combined</i>		0.045 (0.41)		0.217 (1.30)
<i>growth</i>		0.342** (2.23)		0.259 (1.18)

续表 7

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>staff</i>	<i>staff</i>	<i>SAC</i>	<i>SAC</i>
<i>OCF</i>		0.119 (0.40)		-0.151 (-0.36)
<i>board</i>		-0.330 (-1.33)		-0.157 (-0.43)
<i>inddirector</i>		-0.565 (-0.64)		-0.893 (-0.69)
<i>GDP</i>		0.341 *** (3.59)		0.211 (1.45)
<i>RBGM</i>		-0.061 (-1.38)		0.039 (0.60)
<i>authentication</i>		0.351 (0.88)		0.681 (1.27)
<i>will</i>		-0.038 (-0.39)		-0.633 *** (-4.50)
常数项	8.460 *** (17.32)	3.211 ** (2.32)	15.077 *** (14.12)	14.602 *** (6.63)
年份/行业固定效应	是	是	是	是
样本量	5325	5245	5325	5245
R ²	0.591	0.595	0.630	0.638
调整 R ²	0.584	0.588	0.625	0.632

3. 稳健性检验

(1) 替换分组变量的稳健性检验。借鉴韩亮亮等(2023)^[41]的研究,采用熵值法,重新计算各个省份共同富裕度综合得分(*CPa*)。第一步,对共同富裕指标体系(详见表 2)内各个指标进行正规化处理,得到各个指标正规化值(x_{ij});第二步,分年度计算各个指标所占比重($\bar{\omega}_{ij}$), $\bar{\omega}_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^m x_{ij}}$;第三步,计算

各个指标的信息熵(e_j)以及冗余度(w_j), $e_j = -\frac{1}{\ln m} \sum_{i=1}^m (\bar{\omega}_{ij} \times \ln \bar{\omega}_{ij})$, $0 \leq e_j \leq 1$, $d_j = 1 - e_j$, m 为评价年数。第四步,计算指标的权重, $w_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^m d_j}$;第五步,计算共同富裕度的熵值综合得分, $s_{ij} = w_j \times x_{ij}$ 。

依据熵值法计算的各个省份共同富裕度综合得分,重新构建双重差分模型的分组变量,基于模型(3)进行回归分析,由回归结果可知^①,股东责任关注度、对象型社会责任关注度、泛社会责任主体关注度的回归系数分别为 -0.011、0.021、-0.009,回归结果均显著,员工责任得分、供应商、客

① 受篇幅限制,稳健性检验部分的回归结果未列示,备索。

户和消费者责任得分的回归系数均不显著。说明共同富裕背景下,相比于共同富裕程度较高的地区,在共同富裕程度较低的地区,企业相对减少了对股东责任的关注,相对增加了对对象主体的社会责任关注而相对减少了对泛主体的社会责任关注,但是这种信息披露的关注演变仅仅是一种形式演变。回归分析结果与前文保持一致,结论具有稳健性。

已有文献对于共同富裕指标体系的构建,或基于地区发展性、共享性、可持续性维度(韩亮亮等 2023)^[41],或基于地区富裕度、共同度(李季刚和郝福莱,2022)^[42],为排除指标体系构建偏误对于实证研究结果的影响,借鉴李季刚和郝福莱(2022)^[42]的研究,重新构建共同富裕指标体系,如表 8 所示,采用主成分分析法计算地区共同富裕度综合得分,并以此为依据重新构建分组变量,基于模型(3)进行回归分析,由回归结果可知,共同富裕背景下,相比于共同富裕程度较高的地区,在共同富裕程度较低的地区,企业相对减少了对股东责任的关注,相对增加了对对象主体的社会责任关注而未增加泛主体的社会责任关注,但是这种信息披露的关注演变仅仅是一种形式演变。回归分析结果与前文保持一致,结论具有稳健性。

表 8 共同富裕指标体系(重新构建)

富裕度	居民人均可支配收入(元/人)
	居民人均消费支出(元/人)
	恩格尔系数
共同度	基尼系数
	城乡居民收入倍差
	城镇化率(%)

(2) 替换回归模型的稳健性检验。为了进一步减轻遗漏变量偏误,构建面板双重差分模型(4),研究共同富裕背景下企业社会责任关注度的变化。其中, Y 代表所要研究的被解释变量, $post \times treat$ 为构建的双重差分项 did , λ_i 为公司固定效应的影响, ν_i 为年份固定效应的影响。由回归结果可知,股东责任关注度、对象型社会责任关注度的回归系数分别为 -0.006 、 0.01 ,回归结果均显著,泛社会责任主体关注度的回归系数虽不显著,但也未表现出显著正相关关系,员工责任得分、供应商、客户和消费者责任得分的回归系数均不显著。说明共同富裕背景下,相比于共同富裕程度较高的地区,在共同富裕程度较低的地区,企业相对减少了对股东责任的关注,相对增加了对对象主体的社会责任关注而未增加对泛主体的社会责任关注,但是企业社会责任信息披露与行动表现解耦发展,这种信息披露的关注演变仅仅是一种形式演变。回归分析结果与前文保持一致,结论具有稳健性。

$$Y = \beta_0 + \beta_1 post \times treat + \sum controls + \lambda_i + \nu_i + \delta_i \quad (4)$$

(3) Heckman 检验。文章选取已披露企业社会责任报告的公司作为研究样本可能会导致样本选择偏差问题,基于此,本文采用 Heckman 二阶段法重新进行回归分析,以缓解可能产生的内生性问题。首先,对研究样本进行扩充处理,选取 2009—2020 年沪深 A 股上市公司作为基础样本,剔除金融行业上市公司、被特别处理(ST)的公司、数据缺失公司的影响,得到一个包含 25595 个研究样本的全样本。其次,进行 Heckman 第一阶段回归分析,以公司是否披露企业社会责任报告(D_{csr})作为被解释变量,以企业规模、盈利能力、资产负债率、营业收入现金净含量、二职合一、高管持股比例($executive$)、董事会规模、企业产权性质(soe)作为解释变量,构建基于全样本的 Probit 回归模型(5),根据模型(5)计算每一个研究样本的逆米尔斯指数(imr)。最后,进行 Heckman 第二阶段回归分析,在模型(3)的基础上加入逆米尔斯指数作为新的控制变量,重新对模型进行回归分析。由回归结果可知, $shareholders$ 、 $object$ 的逆米尔斯指数的回归系数均在 1% 水平上显著,说明原回归模

型存在一定程度样本选择偏差问题,在控制样本选择偏差问题后,回归结果仍与上文保持一致,说明回归结果具有稳健性。

$$D_{CSR} = \beta_0 + \beta_1 size + \beta_2 roa + \beta_3 lev + \beta_4 OCF + \beta_5 soe + \beta_6 combined + \beta_7 executive + \beta_8 board + \sum Year + \sum Industry + \delta_i \quad (5)$$

五、进一步分析

1. 关注演变的制度动因

企业处于制度环境之中,在特定制度逻辑下,企业需要以外部制度接纳的组织形式或者行为运营,以获得合法性认同(Suchman,1995)^[18]。企业感受到的制度环境的影响即为制度压力,由于企业自身特征属性的差异,以及企业所处宏观环境的差异,其会感知到不同的制度压力(涂智苹和宋铁波,2016)^[43]。从微观企业层面看,由于企业产权性质不同,承担的政策性任务存在差异,因此感知到的制度压力存在差异。从宏观层面上看,由于地区市场化发展水平不同,政府对地方经济的干预程度存在差异,因此企业面临的制度压力也存在差异。Li 和 Lu(2020)^[44]认为,在不同制度压力下,企业社会责任会表现出异质性。那么共同富裕背景下,不同制度压力会对企业社会责任信息披露关注演变产生怎样的差异影响?

(1)微观层面制度动因分析。产权属性是企业独特的身份特征,国有企业与非国有企业因产权性质的差异而面临着不同的发展要求,国有企业作为我党执政兴国的重要依靠力量,相比于非国有企业承担了更多政策性任务,弥补市场失灵、调控宏观经济、优化资源配置、社会慈善等都是企业“国有”身份而必须承担的责任。共同富裕背景下,面临企业所在地区较低的共同富裕水平以及地方政府推进共同富裕的政策目标,国有企业应责无旁贷肩负起“做大蛋糕”“做好蛋糕”“分好蛋糕”的时代使命,依据共同富裕目标进行社会责任战略更新(靳小翠,2017)^[45],承担起对多元利益相关者的社会责任。同时,相比于非国有企业,国企高管具有政府官员的身份特征,社会绩效也是高管评价体系中的重要一环,在地方政府对社会责任绩效高度重视的社会环境中,国企高管会更加关注企业社会责任表现,借力多元利益相关者的社会责任行为快速彰显自身政绩,助力政治晋升锦标赛。因此,相比于非国有企业,国有企业在共同富裕背景下面临着更大的制度压力,会更加重视对多元利益相关者社会责任的承担。基于此,构建企业产权性质(soe)虚拟变量,若企业为国有企业定义为1,若企业为非国有企业定义为0,构建三重差分模型(6),研究共同富裕背景下,企业产权性质对企业社会责任关注度的影响。其中,post × treat × soe 为三重差分项 ddd,post × treat 为双重差分项 did,λ_i 为公司固定效应的影响,v_i 为年份固定效应的影响,β₁ 反映了政策效果的影响。回归结果如表 9 所示,可知,在共同富裕背景下,相比于非国有企业,国有企业相对增加了对股东之外利益相关者责任的关注,其主要表现为对象型社会责任关注度的增加,而非泛社会责任主体关注度的增加。说明国有企业感知到了更大的制度压力,在制度动因驱动下,企业强化了社会责任信息披露关注的演变。

$$Y = \beta_0 + \beta_1 post \times treat \times soe + \beta_2 post \times treat + \sum controls + \lambda_i + v_i + \delta_i \quad (6)$$

表 9 基于制度动因的分析:微观层面

变量	(1)	(2)	(3)
	shareholders	object	extensive
ddd	-0.008* (-1.82)	0.013** (2.17)	-0.005 (-0.84)

续表 9

变量	(1)	(2)	(3)
	<i>shareholders</i>	<i>object</i>	<i>extensive</i>
<i>did</i>	-0.000 (-0.02)	0.001 (0.24)	-0.001 (-0.24)
控制变量 ^①	控制	控制	控制
常数项	0.484 *** (4.59)	0.471 *** (3.28)	0.023 (0.17)
年份/公司固定效应	是	是	是
样本量	6004	6004	6004
R ²	0.807	0.753	0.702
调整 R ²	0.768	0.704	0.643

(2) 宏观层面制度动因分析。市场化程度反映了地方政府对地方经济的干预程度。市场化程度低的地区, 政府会表现出对经济的强干预, 由于政府掌握着企业生存发展所需的稀缺资源, 地方企业会受到政府的强约束, 感知到的制度压力相对较大。市场化程度高的地区, 地方经济会表现出更强市场主导性, 政府对地方企业的约束度相对较低, 企业感知到的制度压力相对较小。基于此, 采用樊纲市场化指数来对地区市场化程度进行衡量 (*market*), 替换模型 (6) 中的 *soe* 变量, 重新构建三重差分项 $post \times treat \times market$, 记为 *ddda*, 研究共同富裕背景下, 地区市场化进程对企业社会责任关注度的影响。回归结果如表 10 所示, 可知, 在共同富裕背景下, 随着地区市场化程度的降低, 企业相对增加了对股东之外利益相关者责任的关注, 其主要表现为对象型社会责任关注度的增加, 而非泛社会责任主体关注度的增加。说明共同富裕背景下, 在市场化程度低的地区, 企业感知到了更大的制度压力, 在制度动因驱动下, 企业强化了社会责任信息披露关注的演变。

表 10 基于制度动因的分析: 宏观层面

变量	(1)	(2)	(3)
	<i>shareholders</i>	<i>object</i>	<i>extensive</i>
<i>ddda</i>	0.005 *** (3.63)	-0.003 * (-1.70)	-0.001 (-0.53)
<i>did</i>	-0.040 *** (-3.99)	0.033 ** (2.31)	0.003 (0.20)
控制变量	控制	控制	控制
常数项	0.453 *** (4.27)	0.502 *** (3.49)	0.022 (0.16)
年份/公司固定效应	是	是	是
样本量	6004	6004	6004
R ²	0.807	0.753	0.702
调整 R ²	0.769	0.704	0.643

① 受篇幅限制, 进一步分析部分的控制变量回归结果未列示, 备案。

2. 社会责任解耦现象的成因分析

共同富裕背景下,企业社会责任信息披露关注演变可能因企业面临的制度压力而异,但将企业社会责任披露转化为实施方案和影响可能因企业资源而异 (Brammer 和 Pavelin, 2006) [46]。Graafland 和 Smid(2019) [32] 研究发现,较高的利润更容易将企业社会责任政策转化为企业社会责任实施计划。Waddock 和 Graves(1997) [47] 发现,冗余资源为公司投资 CSR 提供了机会。受限于可利用资源水平,在面对利益相关者压力时,企业最终可能会有正式的政策和声明的承诺,而这些政策和承诺在实践中无法维持 (Graafland 和 Smid, 2019) [32]。借鉴肖红军和李井林(2018) [48] 的研究,采用流动比率衡量企业非沉淀性冗余资源 (AS),采用管理费用与营业收入的比值衡量企业沉淀性冗余资源 (RS),冗余资源反映了企业可利用的资源水平,基于此,对企业社会责任信息披露与企业社会责任行动解耦发展的原因进行分析。分别用 AS、RS 替换模型(6)中的 *soe* 变量,重新构建三重差分项 $post \times treat \times AS$, 记为 *dddb*,重新构建三重差分项 $post \times treat \times RS$, 记为 *dddc*,分别以 *staff*、*SAC* 作为被解释变量基于模型(6)进行回归分析。回归结果如表 11 所示,可知,在共同富裕背景下,随着企业可利用资源水平的增加,企业的员工责任评分提高,供应商、顾客和消费者责任评分未发生显著变化。说明企业可利用资源水平在一定程度上导致了企业社会责任信息披露与企业社会责任行动解耦发展,使当下企业社会责任信息披露关注演变更多呈现形式演变,并且随着可利用资源水平的增加,企业会优先增加对于员工责任的履行。

表 11 社会责任解耦现象的成因分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	AS	AS	RS	RS
	<i>staff</i>	<i>SAC</i>	<i>staff</i>	<i>SAC</i>
<i>did</i>	-0.377* (-1.91)	-0.351 (-1.06)	-0.574*** (-2.91)	-0.317 (-1.07)
<i>dddb</i>	0.090* (1.67)	0.165 (1.42)		
<i>dddc</i>			4.692*** (2.88)	3.289 (1.49)
控制变量	控制	控制	控制	控制
常数项	4.444 (0.80)	37.402*** (3.87)	4.217 (0.75)	36.453*** (3.79)
年份/公司固定效应	是	是	是	是
样本量	5245	5245	5260	5260
R ²	0.613	0.635	0.613	0.634
调整 R ²	0.612	0.633	0.611	0.633

3. 社会责任响应策略的经济后果分析

上文研究发现,当前社会责任信息披露关注的演变更多呈现形式演变,并未得到企业社会责任行动的支持,企业社会责任信息披露与企业社会责任行动表现出解耦发展趋势。在这种解耦发展趋势下,企业积极的社会责任信息披露是否可以替代企业积极的社会责任行动表现,获得积极的市

场反馈,提升企业市场价值,这对于检验当前社会责任评价体系的科学性与有效性具有重要意义。基于此,使用托宾 Q 来衡量每个企业的市场价值,其计算方法为权益市场价值与债务账面价值之和除以总资产的账面价值(Wernerfelt 和 Montgomery, 1988)^[49]。构建模型(7),以未来一期的托宾 Q 来衡量企业社会责任的市场反馈,分别以社会责任信息披露维度的 *others*、*object*,社会责任行动表现维度的 *staff*、*SAC* 作为解释变量(即,CSR 包括 *others*、*object*、*staff*、*SAC*),对于社会责任响应策略的经济后果进行研究,回归结果如表 12 所示。可知,随着其他利益相关者责任关注度、对象型社会责任关注度的提高,企业没有获得未来积极的市场反馈,而随着员工责任得分、供应商、客户和消费者责任得分的提高,企业获得了未来积极的市场反馈。说明企业社会责任关注的形式演变是企业 在制度压力与资源约束下产生的社会责任应对策略,这种应对策略不会替代企业积极的社会责任行动表现,也不会实质性提升企业未来价值,间接说明当前社会责任评价体系具有一定的科学性,能够有效识别企业的机会主义行为。

$$TobinQ = \beta_0 + \beta_1 CSR + \sum controls + \sum Year + \sum Industry + \delta_i \quad (7)$$

表 12 社会责任响应策略的经济后果分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>TobinQ</i>	<i>TobinQ</i>	<i>TobinQ</i>	<i>TobinQ</i>
<i>others</i>	-0.266 (-1.45)			
<i>object</i>		0.124 (0.90)		
<i>staff</i>			0.008* (1.85)	
<i>SAC</i>				0.009*** (2.72)
控制变量	控制	控制	控制	控制
常数项	7.871*** (19.62)	7.824*** (19.77)	8.142*** (19.26)	8.007*** (18.57)
年份/行业固定效应	是	是	是	是
样本量	4744	4744	4249	4249
R ²	0.448	0.448	0.454	0.455
调整 R ²	0.438	0.438	0.443	0.444

六、研究结论

共同富裕与企业社会责任在目标与内涵上表现出一致性,企业积极履行社会责任是推进共同富裕的重要保障,但如何在共同富裕背景下推进企业积极的社会责任承担尚处于探索阶段。正确认识、科学分析当前企业在共同富裕背景下的社会责任行为,对于推动以共同富裕为导向的企业社

会责任变革,实现国家2035远景目标具有重要意义。本文采用无监督的机器学习方法(LDA)对企业社会责任报告进行文本主题分析,并以此为基础度量了企业对不同利益相关者社会责任的关注度,以社会责任关注度为切入点,对共同富裕背景下企业的社会责任信息披露特征进行分析。研究发现,共同富裕背景下,在共同富裕程度相对低的地区,基于制度动因驱动,企业社会责任关注对象发生了演变,相对减少了股东责任关注而相对增加了股东之外利益相关者责任关注,企业通过社会责任信息披露对合法性实施了管理,在合法性管理过程中,企业会考虑合法性的层次性与信号释放的一致性,所以企业对股东之外利益相关者责任关注的相对增加主要表现为对象型社会责任信息披露的增加,而非泛社会责任主体信息披露的增加。进一步结合对象型社会责任行动表现研究发现,受到可利用资源水平的限制,企业社会责任信息披露未获得企业社会责任行动的支持。当下,企业社会责任活动更多是由合法性动机主导而非经济动机,被动性的社会责任履行导致了社会责任信息披露与行动表现的解耦发展,使得当前社会责任信息披露关注的演变更多呈现形式演变。

本文研究可能的贡献如下:首先,为捕捉共同富裕背景下企业社会责任注意力分配,本文采用无监督机器学习法(LDA)对企业社会责任报告的文本主题进行了归纳分析,并以此为基础对企业不同利益相关者社会责任关注度进行了衡量。相比已有文献围绕社会责任报告的可读性、语调、文本相似度等特征挖掘报告增量信息,本文采用文本主题分析方法对社会责任报告文本展开研究,拓展了社会责任报告文本分析的研究视角,也丰富了文本主题分析的研究话题。同时,本文采用了无监督机器学习法对文本主题进行分析,克服了手工提取法的高成本与低重复性,克服了字典法的情境脱离与专业字典依赖,克服了有监督机器学习法人工标注的局限,实现了文本主题信息的自动归纳,提高了社会责任报告文本主题分析的科学性。第二,基于社会责任对象层次划分发现了共同富裕目标下企业社会责任信息披露关注的演变特征:更多的股东外利益相关者责任关注,而股东外利益相关者又聚焦于对象型社会责任主体。系统呈现了合法性寻求在企业社会责任决策中的作用路径,也在企业微观层面上揭示了共同富裕可能推进的路径。第三,基于制度理论,发现了共同富裕目标下企业社会责任关注演变的根本动因,推进了企业社会合法性研究的深入,丰富了制度理论在企业社会责任领域研究中的成果。同时也说明,发挥政府力量,科学引导企业社会责任变革助力共同富裕成为重要的推动因素。第四,研究发现,受到可利用资源水平的限制,共同富裕目标下企业社会责任信息披露关注演变更多呈现形式演变,表现出了企业社会责任信息披露与企业社会责任行动解耦发展趋势,基于企业社会责任的视角丰富了解耦现象的研究,揭示了现阶段企业面对制度压力做出的行动反应,对企业在共同富裕目标下社会责任行为的纠偏与优化提供了启示意义。

本文的政策建议:推进共同富裕是一项长期、复杂的系统工程,需要发挥政府、企业等多方力量。从政府层面讲,其作为企业社会责任履行的主要驱动力,要科学引导企业以共同富裕为导向推动社会责任变革,既要通过授予称号、降低壁垒、税收优惠等奖励措施调动企业的积极性,防止社会责任行为的缺失,也要通过监督、管理、处罚等措施跟踪企业的社会责任行为,防止社会责任行为的异化。特别是对于积极响应共同富裕政策号召参与社会责任实践的企业,政府可以通过隐性担保、税收优惠、政府补贴等方式给予其一定资金上的扶持,缓解企业参与社会责任实践的资源压力,提高企业实际社会贡献。从企业层面讲,企业既要充分认识到社会责任承担对于共同富裕目标实现的积极作用,推动以共同富裕为导向的社会责任变革,也要认识到不同社会责任主体对实现共同富裕的不同价值贡献,不断提升企业参与社会责任的水平与层次,在落实好对象主体社会责任的同时,也要逐步提高泛主体社会责任的履行,还要认识到社会责任行动的经济价值,提高社会责任决策中的经济因素考量,推进社会责任信息披露与

行动表现的耦合发展。此外,监管机构要进一步完善企业社会责任报告披露规范,提高对社会
责任报告的审计与鉴证要求,增强社会责任信息的可靠性,抑制企业以披露代替执行的机会主
义行为。

参考文献

- [1] 肖红军. 共享价值式企业社会责任范式的反思与超越[J]. 北京:管理世界,2020,(5):87-115,133,13.
- [2] 唐鹏程,杨树旺. 企业社会责任投资模式研究:基于价值的判断标准[J]. 北京:中国工业经济,2016,(7):109-126.
- [3] 吉利,张丽,田静. 我国上市公司社会责任信息披露可读性研究——基于管理层权力与约束机制的视角[J]. 上海:会计与经济研究,2016,(1):21-33.
- [4] Hummel K., H. S. Mittelbach, C. Cho, and D. Matten. Corporate Social Responsibility Disclosure: A Topic-based Approach[J]. *Accounting and Business Research*,2022;1-38.
- [5] Wang Z., T. S. Hsieh, and J. Sarkis. CSR Performance and the Readability of CSR Reports: Too Good to Be True? [J]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*,2018,25,(1):66-79.
- [6] Muslu V., S. Mutlu, S. Radhakrishnan, and A. Tsang. Corporate Social Responsibility Report Narratives and Analyst Forecast Accuracy[J]. *Journal of Business Ethics*,2017,154,(4):1119-1142.
- [7] 张继勋,蔡闫东,倪古强. 社会责任披露语调、财务信息诚信与投资者感知——一项实验研究[J]. 天津:南开管理评论,2019,(1):206-212,224.
- [8] 黄萍萍,李四海. 社会责任报告语调与股价崩盘风险[J]. 南京:审计与经济研究,2020,(1):69-78.
- [9] Huang P. P., Y. H. Jiao, and S. H. Li. Impact of Internal Control Quality on the Information Content of Social Responsibility Reports: A Study Based on Text Similarity-Evidence from China[J]. *International Journal of Accounting Information Systems*,2022,45:1-20.
- [10] Li F. The Information Content of Forward-Looking Statements in Corporate Filings-A Naive Bayesian Machine Learning Approach [J]. *Journal of Accounting Research*,2010,48,(5):1049-1102.
- [11] Campbell J. L., H. Chen, D. S. Dhaliwal, H. M. Lu, and L. B. Steele. The Information Content of Mandatory Risk Factor Disclosures in Corporate Filings[J]. *Review of Accounting Studies*,2014,19,(1):396-455.
- [12] Frankel R., J. Jennings, and J. Lee. Using Unstructured and Qualitative Disclosures to Explain Accruals[J]. *Journal of Accounting & Economics*,2016,62,(2-3):209-227.
- [13] Dyer T., M. Lang, and L. Stice-lawrence. The Evolution of 10-K Textual Disclosure: Evidence from Latent Dirichlet Allocation [J]. *Journal of Accounting & Economics*,2017,64,(2-3):221-245.
- [14] Huang A. H., R. Lehavy, A. Y. Zang, and R. Zheng. Analyst Information Discovery and Interpretation Roles: A Topic Modeling Approach[J]. *Management Science*,2018,64,(6):2833-2855.
- [15] 张玉卓,姜辉,白永秀,赖德胜,刘友金. 研究阐释党的十九届六中全会精神笔谈[J]. 北京:经济管理,2021,(12):5-23.
- [16] 肖红军,阳镇,姜倍宁. 企业社会责任治理的政府注意力演化——基于1978—2019 中央政府工作报告的文本分析[J]. 西安:当代经济科学,2021,(2):58-73.
- [17] Nielsen J., L. Mathiasen, and S. Newell. The Orization and Translation in Informatio Technology Institutionalization: Evidence from Danish Home Care[J]. *MIS Quarterly*,2014,38,(1):165-186.
- [18] Suchman M. C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches[J]. *The Academy of Management Review*,1995,20,(3):571-610.
- [19] 沈洪涛,黄珍,郭昉汝. 告白还是辩白——企业环境表现与环境信息披露关系研究[J]. 天津:南开管理评论,2014,(2):56-63.
- [20] Tata J., and S. Prasad. CSR Communication: An Impression Management Perspective[J]. *Journal of Business Ethics*,2014,132:765-778.
- [21] Hoefler R. L., and S. E. Green. A Rhetorical Model of Institutional Decision Making: The Role of Rhetoric in the Formation and Change of Legitimacy Judgments[J]. *The Academy of Management Review*,2016,41,(1):130-150.
- [22] Salvatore E. D. F., G. Scandurra, and A. Thomas. How Stakeholders Affect the Pursuit of the Environmental, Social, and Governance. Evidence from Innovative Small and Medium Enterprises[J]. *Corporate Social-responsibility and Environmental Management*,

2021,28,(5):1528-1539.

[23]朱焱,杨青.企业社会责任活动对负面事件应对策略有效性的跨情境调节效应研究[J].北京:会计研究,2021,(2):120-132.

[24]Tornikoski E. T., and S. L. Newbert. Exploring the Determinants of Organizational Emergence: A Legitimacy Perspective [J]. J. Bus. Venturing,2007,22,(2):311-335.

[25] Sabrina S., L. M. Edinger-Schons, J. Spanjol, and J. Wleseke. Scrooge Posing as Mother Teresa: How Hypocritical Social Responsibility Strategies Hurt Employees and Firms[J]. Journal of Business Ethics,2019,157,(2):339-358.

[26]Wang H.,M. Jia,and Z. Zhang. Good Deeds Done in Silence:Stakeholder Management and Quiet Giving by Chinese Firms[J]. Organization Science,2021,32(3):649-674.

[27]Barnett M. L.,and R. M. Salomon. Does It Pay to Be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance[J]. Strategic Management Journal,2012,33,(11):1304-1320.

[28]李实.共同富裕的目标和实现路径选择[J].北京:经济研究,2021,(11):4-13.

[29]罗楚亮,李实,岳希明.中国居民收入差距变动分析(2013—2018)[J].北京:中国社会科学,2021,(1):33-54.

[30]Neu D., H. Warsame, and K. Pedwell. Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports [J]. Accounting, Organizations and Society,1998,23,(3):265-282.

[31]肖红军,张俊生,李伟阳.企业伪社会责任行为研究[J].北京:中国工业经济,2013,(6):109-121.

[32]Graafland J.,and H. Smid. Decoupling among CSR Policies, Programs, and Impacts: An Empirical Study[J]. Business & Society, 2019,58,(2):231-267.

[33]Chernev A., and S. Blair. Doing Well by Doing Good: The Benevolent Halo of Corporate Social Responsibility [J]. Journal of Consumer Research,2015,41:1412-1425.

[34]Porter M. E., and M. R. Kramer. The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility [J]. Harvard Business Review,2006,84:78-92.

[35]Petersen H. L., and H. Vredenburg. Morals or Economics? Institutional Investor Preferences for Corporate Social Responsibility [J]. Journal of Business Ethics,2009,90:1-14.

[36]Marquis C., and C. Qian. Corporate Social Responsibility Reporting in China: Symbol or Substance? [J]. Organization Science, 2014,25:127-148.

[37]韩亚楠,刘建伟,罗雄麟.概率主题模型综述[J].北京:计算机学报,2021,(6):1095-1139.

[38]Blei D. M.,A. Y. Ng, and M. I. Jordan. Latent Dirichlet Allocation[J]. Journal of Machine Learning Research,2003,3,(1):993-1022.

[39]张昭,马草原,王爱萍.资本市场开放对企业内部薪酬差距的影响——基于“沪港通”的准自然实验[J].北京:经济管理, 2020,(6):172-191.

[40]叶胥,杨荷,毛中根.消费者权益保护、企业社会责任与居民消费[J].北京:经济管理,2021,(12):150-169.

[41]韩亮亮,彭伊,孟庆娜.数字普惠金融、创业活跃度与共同富裕——基于我国省际面板数据的经验研究[J].成都:软科学, 2023,(3):18-24.

[42]李季刚,郝福莱.数字普惠金融服务共同富裕效率测度[J].武汉:统计与决策,2022,(17):140-144.

[43]涂智苹,宋铁波.制度压力下企业战略反应研究述评与展望[J].上海:外国经济与管理,2016,(11):101-114.

[44]Li S., and J. W. Lu. A Dual-Agency Model of Firm Csr in Response to Institutional Pressure: Evidence from Chinese Publicly Listed Firms[J]. Academy of Management Journal,2020,63,(6):2004-2032.

[45]靳小翠.企业文化会影响企业社会责任吗?——来自中国沪市上市公司的经验证据[J].会计研究,2017,(2):56-62,97.

[46]Brammer S., and S. Pavelin. Corporate Reputation and Social Performance: The Importance of Fit[J]. Journal of Management Studies,2006,43:435-455.

[47]Waddock S., and S. Graves. The Corporate Social Performance——Financial Performance Link[J]. Strategic Management Journal, 1997,(8):303-319.

[48]肖红军,李井林.责任铁律的动态检验:来自中国上市公司并购样本的经验证据[J].北京:管理世界,2018,(7):114-135.

[49]Wernerfelt B., and C. A. Montgomery. Tobin's Q and the Importance of Focus in Firm Performance[J]. The American Economic Review,1988,78:246-250.

Corporate Social Responsibility Response Strategy under the Common Prosperity Goal: Topic Analysis of LDA based on Social Responsibility Report

LI Si-hai^{1,2}, MA Wen-qi¹

(1. Accounting School, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan, Hubei, 430073, China;

2. Accounting School, West Yunnan University of Applied Sciences, Dali, Yunnan, 671000, China)

Abstract: Realizing common prosperity is the common aspiration of the Chinese people and the unwavering goal of the Communist Party of China. To this end, the Party and the country have continued to explore the ideology and practical system of common prosperity. The Fifth Plenary Session of the 18th Central Committee of the Communist Party of China put forward a new development philosophy, which explained the promotion of common prosperity from five aspects: innovation, coordination, green development, opening up, and sharing. It established a top-level design for promoting common prosperity in the new development stage. In the decisive stage of building a moderately prosperous society in all respects, the gradual realization of common prosperity for all has become even more critical. The new development philosophy places great emphasis on the organic unity of high-quality development and shared development. As an important force to promote common prosperity, enterprises need to balance co-creation and sharing in their economic and social behavior. Among them, the social responsibility behavior of enterprises, as a critical link in achieving the goal of common prosperity, also needs to be updated strategically based on comprehensive value co-creation and sharing.

The academic and business circles are still exploring how to promote strategic updates of enterprises that focus on comprehensive value co-creation and sharing under the background of common prosperity. How to allocate limited social responsibility resources is a major challenge that enterprises face. According to stakeholder theory, shareholders, employees, suppliers, customers, environment, and society are all objects of corporate social responsibility, showing diversity, and providing different resources for different stakeholders. Faced with limited social responsibility resources and diverse and multi-level social responsibility objects, how will enterprises balance the allocation proportion of social responsibility resources? The distribution of corporate social responsibility attention to different stakeholders reflects the strategic choice of the enterprise's social responsibility, among which social responsibility information disclosure, as a "direct window" for observing corporate social responsibility behavior, provides an effective reference for capturing the enterprise's social responsibility attention.

Based on this, this study selected companies that have disclosed social responsibility reports between 2009 and 2020 as research samples. Based on LDA topic analysis of social responsibility report text, a DID model was constructed to capture the evolution of corporate social responsibility information disclosure attention under the background of common prosperity. Specifically, according to the differences and levels of corporate social responsibility objects, they were divided into shareholder responsibilities, object-type social responsibility subjects, and general social responsibility subjects. The study found that under the background of common prosperity, the focus of corporate social responsibility has evolved in areas where the level of common prosperity is relatively low. There has been a relative decrease in shareholder responsibility attention and a relative increase in attention to stakeholders outside of shareholders. The relative increase of responsibility concern to non-shareholder stakeholders is mainly reflected in the increase of object-type social responsibility information disclosure, rather than the increase of general social responsibility information disclosure. The evolution of disclosure concerns is driven by institutional motivations. Further research combining object-type social responsibility action performance reveals that due to the limitation of available resources, there has been a decoupling development trend between social responsibility information disclosure and action performance. At present, the evolution of the attention of social responsibility information disclosure is more of a form evolution, and it has not received more support from corporate social responsibility actions, nor has it received positive feedback from the market. This study reveals the action response of enterprises facing institutional pressure to promote common prosperity, and has important implications for scientifically guiding social responsibility changes that lead to common prosperity, and rationally optimizing corporate social responsibility behavior under the background of common prosperity.

Key Words: common prosperity; textual theme analysis; LDA; social responsibility concern

JEL Classification: M21, M49

DOI: 10.19616/j.cnki.bmj.2023.08.010

(责任编辑:刘建丽)