

谁影响了谁：产权性质、企业社会责任溢出与表现^{*}

刘春济¹ 朱梦兰²

(1. 上海师范大学商学院, 上海 200234;

2. 同策房产咨询股份有限公司, 上海 200333)

内容提要:众多政策性文件指出,在中国的企业社会责任建设过程中,国有企业要发挥表率作用。但是,在“二元所有制结构”下,国有企业和民营企业社会责任水平的显著差异性和演变趋势的“若即若离”性,似乎预示着中国企业社会责任表现的形成机制远比表率作用复杂。为了揭示其中的机理,本文按照“动机—态度—行为反应”的逻辑,围绕国有企业和民营企业之间的社会责任溢出效应展开了分析。分析表明,在当前的制度环境下,中国企业履行社会责任的动机具有寻租性,且国有企业对社会责任持有“欲迎还拒”态度,民营企业则持有“欲拒还迎”态度。受此影响,国有企业和民营企业之间的社会责任溢出效应具有多向度性:①当所有权性质相同时,周围企业的社会责任表现会正向显著影响焦点企业的社会责任表现;②当所有权性质不同时,周围企业的社会责任表现也会正向显著影响焦点企业的社会责任表现;③上述两种溢出性影响共存时,产生的交互效应则具有互替性。进而言之,国有企业和民营企业之间的社会责任溢出性影响是把“双刃剑”,并在制衡中推动着中国企业社会责任的演进。

关键词:二元所有制结构 企业社会责任 溢出效应

中图分类号:F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2018)12—0105—18

一、引言

进入21世纪以来,国务院与国务院国有资产监督管理委员会先后出台了《关于中央企业履行社会责任的指导意见》《关于全面深化改革若干重大问题的决定》《关于深化国有企业改革的指导意见》和《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》等文件。上述文件蕴含着这样一个共同的期望:在中国的企业社会责任建设过程中,国有企业要发挥表率作用。经过若干年发展,中国国有企业的社会责任建设成绩斐然(丁晓钦和陈昊,2015)^[1],但是,对于国有企业有没有发挥表率作用,国有企业究竟对谁发挥了表率作用这样的基础性议题,学术界尚未做出明确的回答。

虽然国有企业在承担和履行社会责任方面有了较大进步,但是,中国企业社会责任的整体水平并不高(周中胜等,2012^[2];唐鹏程和杨树旺,2016^[3])。事实上,即便是发展至2016年,中国的企业社会责任发展指数也仅为35.1分(黄群慧等,2016)^[4],且该指数还是根据“300强企业”数据计

收稿日期:2018-08-20

^{*} 基金项目:国家自然科学基金项目“我国上市公司透明度空间分布的非均衡性及其‘传染性’问题研究”(71573178)。

作者简介:刘春济,男(满族),副教授,研究领域是企业社会责任与企业成长,电子邮箱:lchunji@126.com;朱梦兰,女,助理经济师,研究方向是企业社会责任,电子邮箱:zml81314@163.com。通讯作者:刘春济。

算的。此外,近些年来,中国的企业社会责任发展指数确实也在增长,但其增速日渐趋缓(如图1所示)。承前所述,在中国的企业社会责任建设过程中,如果国有企业真的发挥了表率作用,那么,在基数并不大的情况下,为什么中国企业的社会责任水平仍会如此之低?

带着上述疑问,考虑到前述文件暗含的,国有企业表率对象的指向性,按照所有制结构二元性逻辑,本文将中国的企业社会责任发展指数拆分开来,结果发现(如图1所示):一方面,国有企业和民营企业社会责任发展具有明显的数量差异;但另一方面,二者的变化趋势又具有相似性($b=0.77, p<0.05$)。即,国有企业和民营企业社会责任表现,呈现出了既亲近又疏离的“若即若离”式特征。这种“若即若离”式特征形成的机制是什么?类似特征是否意味着,在中国企业社会责任发展过程中,国有企业和民营企业是相互影响的?如果相互影响是存在的,二者之间的发展水平差异是否还会产生一定的制衡性,并抑制了中国企业社会责任水平的优化?

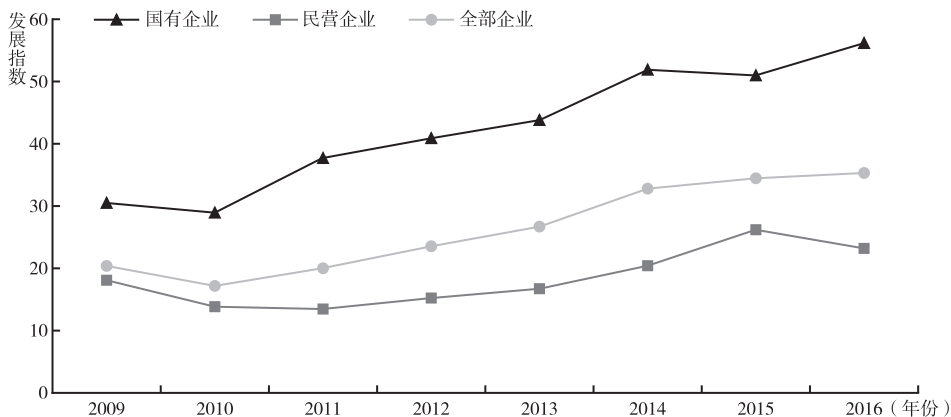


图1 国有企业和民营企业社会责任表现的差异与演变趋势^①

资料来源:根据中国社会科学院发布的《中国企业社会责任研究报告》(2009—2016)绘制

为了回答上述问题,本文拟结合中国的制度环境,从“二元所有制结构”入手,围绕企业社会责任的溢出效应展开分析。就行文结构而言,本文将沿着“动机—态度—行为反应”的逻辑展开。之所以采用上述逻辑,原因在于:第一,从组织管理的角度看,企业的社会责任行为是企业做出的一种决策(Galbreath, 2010)^[5],这种决策深受组织动机和态度的影响(Zu和Song, 2009^[6];朱斌, 2015^[7])。特别是,社会责任的基本思想是企业需要承担推动社会进步的多种义务(Frederick, 1994)^[8],面对义务性溢出,受益方吸收意愿的作用更加突出。第二,在当前的制度环境下,受二元经济体制的影响,我国企业履行社会责任的动机具有一定的特殊性,国有企业和民营企业持有的社会责任态度具有一定的分异性,并直接影响了不同所有制企业之间社会责任溢出的方向与效果。

与既有研究相比,本文可能的主要贡献在于:第一,根据“动机—态度—行为反应”这一逻辑,在“二元所有制结构”下,从理论层面系统地阐述了国有企业和民营企业社会责任表现形成的内在机制。特别是对国有企业和民营企业对待社会责任“迎”与“拒”态度的探讨,有助于深入认知所有制差异下企业的社会责任行为及其影响。第二,本文发现,国有企业与民营企业之间的社会责任溢出效应是多向度的,且具有制衡性,从而评估了“发挥国有企业社会责任表率作用”这一制度设计的实践效果,并解释了中国企业社会责任低水平演进的成因,相关结论可以为有关政策的制定提供理论依据。

① 样本为中国“300强企业”。

二、理论构建与研究假设

1. 寻租与被动回应:中国企业履行社会责任的动机与特征

对于企业履行社会责任的动机,早期研究将其归纳为“工具性”和“规范性”。具体而言,“工具性”观点认为,社会责任是一种实现企业价值创造目标的手段;但“规范性”观点则认为,企业履行社会责任主要是出于对道德伦理的追寻(Donaldson和Preston,1995)^[9]。此后,持“工具性”观点的相关研究越来越多,但侧重点又有所不同。其中,在企业内部利益相关者视角下展开的研究认为,企业承担社会责任主要是为了塑造战略地位、实现收益最大化,或代理人自利等(Porter和Kramer,2002^[10];Jha和Cox,2015^[11]);在企业外部利益相关者视角下展开的研究则认为,企业是为了回应公众和非政府组织的期望,并避免负面宣传等(Runhaar和Lafferty,2009^[12];Jamali和Karam,2018^[13])。进入21世纪以来,人们越发清晰地认识到企业行为往往内生于制度环境,此种状态下,如果忽略制度环境的作用,已无法有效解释企业社会责任的发展(Doh和Guay,2006^[14];Luo等,2017^[15])。

中国企业在履行社会责任时,当然也会受到道德伦理的驱动(许年行和李哲,2016)^[16],但从发展历程看,中国企业社会责任行为中的制度环境基因尤为突出。其中,在计划经济时代,企业附属政府,其基本责任就是完成指令性任务并替政府提供社会福利;在经济转型初期,商业伦理破坏殆尽、制度供给不足,企业追求的主要目标是经济利益而不是社会福利(黄晓鹏,2007)^[17];此后,伴随着转型的深入,政府开始关注社会责任制度建设,作为回应,增进社会福利重新成为了企业经营的目标。但是,中国作为最大的发展中转型经济体,市场的不完备程度尤为严重(王永钦,2010)^[18];计划体制和市场机制的交互式共存,也可能会带来制度空隙(石军伟等,2009)^[19]。特别是,在“地方分权的威权体制”改革中,尚缺乏一套有效的将商业与政府分开的机制(Detomasi,2008^[20];Xu,2011^[21]),这就为政企合谋,为企业社会责任寻租行为提供了空间。在上述情景下,绝大部分研究都认为中国企业履行社会责任的动机与公权力干预下的寻租行为有关,并导致了企业社会责任形式与实质的偏离(肖红军和张哲,2016)^[22],企业伪社会责任行为也随之泛滥。

其中,在自由裁量领域,通过文献回顾,学者发现中国企业捐款的目的具有典型“工具性”,如获取广告效用、建立政企纽带、发挥“政治献金”效应、实现避税等(李增福等,2016)^[23]。当然,慈善捐款并不能代表企业社会责任的全部,为此,陈钊等(2016)^[24]比较了具有“政治身份”的中国民营企业家在进行慈善捐款的同时,是否还会致力于改善员工福利?但答案是否定的,朱斌(2015)^[7]的研究也佐证了这一点。在更广义的社会责任行为中,中国企业的寻租动机也屡屡被揭示。仅以社会责任报告的发布为例,学者发现,为了获得额外的经济租,中国企业会采取断耦策略(decoupling)响应政府传递出的尽责信号(Marquis和Qian,2014)^[25],会积极利用中央政府与地方政府的制度压力冲突,并采取相机抉择式的社会责任报告发布策略(Luo等,2017)^[15]。在以多国企业为样本的研究中甚至发现,与非上市公司相比,上市公司披露了更多的社会责任信息,但是可信度更差,而中国样本的可信度最低(Fernandez-Feijoo等,2014)^[26]。

在寻租动机驱动下,面对社会期望,中国企业的社会责任行为特征,被动回应性有余而主动嵌入性不足,即多数情况下,企业将社会责任看作是负担而不是发展的动力(高汉洋,2012)^[27]。当然,在转型经济体中,回应本身也是企业社会责任行为的共性特征(Matten和Moon,2008)^[28]。不过,中国的企业社会责任回应更偏重反应性与防御性,而不是适应性与前瞻性。在寻租性动机和被动回应社会期望的共同作用下,即便企业已经认识到了自身对社会福利改进的责任,并做出了履行社会责任的承诺,但其承诺与行为也未必是一致的。自然地,企业的社会责任行为会出现背离,典型表现之一是,企业不断地对外部利益相关者展示善意,但又对部分内部利益相关者的福利漠不关

心(朱斌,2015^[7];陈钊等,2016^[24]);或者是,企业承认了履行环境责任的合法性地位,但又不断地实施着“漂绿”行为(Guo等,2018)^[29]。

2. “迎”与“拒”:“二元所有制结构”下企业的社会责任态度

改革开放以来,中国实施的是公有制经济和私有制经济共同发展的二元所有制体制。对于两种所有制,虽然有观点认为“公有制具有天然的向善性”“私有制是万恶之源”(刘长明,2017)^[30],但至少在当前阶段,“二元所有制结构”下的国有企业和民营企业,对社会责任重要性的看法并没有本质差异(杨力,2014)^[31],二者履行社会责任的动机均具有寻租性,行为也均具有被动回应性。当然,生产资料归谁所有、占有和支配,决定了它们根据谁的意愿使用、为谁的利益服务(吴宣恭,2016)^[32]。受该属性的影响,国有企业和民营企业对待社会责任的具体态度又有所不同。其中,国有企业的态度可以描述为“欲迎还拒”,民营企业的态度则可以归纳为“欲拒还迎”。

具体而言,公有制是新中国的立国之本,由国家创立和实际控制着的国有企业,自然而然地被赋予了承担社会责任的职能,或者说承担社会责任本身就是国有企业必须面对的、不可推卸的、与生俱来的分内职责(张建君,2013)^[33]。同时,国有企业高管多是由政府任命的,履行社会责任不仅仅是其获得职务晋升的必要条件(刘青松和肖星,2015)^[34],也是业绩不佳时高管卸责的借口(王新等,2015)^[35],因此,国有企业更有可能主动参与或配合政府完成相应的社会任务(唐鹏程和杨树旺,2016)^[3]。但是,在市场经济条件下,国有企业毕竟还是企业,是企业就有追求利润的先天动机。特别是,当企业业绩低于门槛值时,即便是承担了社会责任也不会降低国有企业高管降职的可能性(刘青松和肖星,2015)^[34];同时,由于政府干预的存在,市场也不一定会计入国有企业的社会责任行为(张胜等,2012)^[36],这意味着国有企业的社会责任投入不一定会产生相应的收益。因此,除非情况特殊,否则国有企业也不愿意过度地履行社会责任,以避免消耗太多的资源而对企业的业绩产生负面冲击。此外,在政府和国有企业之间还存在着信息不对称,这就是使得国有企业既有动机,又有机会在“欢迎”社会责任的同时,消极地对待政府摊派的任务,即“欲迎还拒”。

承担社会责任是国有企业与生俱来的职责,但不是民营企业天生的职责。特别是,按照马克思主义政治经济学的观点,民营企业反映的是资本主义生产关系,在资本主义生产关系下,企业经营的首要目标就是追求超额利润(吴宣恭,2016)^[32],企业的其他行为都是为这一目标服务的,民营企业天生不会关注社会责任问题(徐传谥和邹俊,2011)^[37]。事实上,发源于美国的企业社会责任思想,本身就是私营企业利益与社会利益发生冲突与对抗的背景下产生的,即从起源的角度看,私营企业本身就缺乏主动履行社会责任的历史性“基因”(谭克诚和张衔,2013)^[38]。受此影响,加之人们对民营经济的理论认知和政治认知并不完备(程承坪和邱依婷,2016)^[39],致使所有制歧视性管制现象较为普遍。在歧视性管制下,与国有企业相比,中国的民营企业天生就面临着合法性不足等问题。当然,随着改革的推进,由意识形态驱动的所有制歧视现象逐渐消失了,但是在市场准入、融资等领域,民营企业仍面临着不公平竞争(荣兆梓,2013)^[40];同时,民营企业创立与发展所需要的关键性经济资源与行政资源都掌握在政府的手中,并且这些资源的分配往往是不透明的且缺乏有效的司法监督(戴亦一等,2014)^[41]。此种背景下,虽然社会责任不是民营企业的天生职责,但是在现实中,民营企业有通过捐款等社会责任行为获取合法性、“购买”关键资源的强烈动机,即民营企业对社会责任持有“欲拒还迎”态度。“穷济天下”等违背国人传统处世观的行为(王鹏程和李建标,2015)^[42]、“内恶外善”式的企业社会责任行为(朱斌,2015)^[7]都是上述态度的典型表现。

3. 谁影响了谁:国有企业和民营企业面对社会责任溢出的行为反应

企业社会责任溢出是指企业社会责任表现跨越了企业边界,对其他企业产生了积极或消极的外部影响。虽然相关影响的作用不容低估,但就企业之间的社会责任溢出而言,学者关注的焦点主要是负面社会责任事件的溢出效应(Kang,2008^[43];费显政等,2010^[44])、社会责任行为诱发的社会

福利损失效应(Chen等,2016)^[45],以及制度等值体影响下的社会责任趋同效应(Marquis和Tilcsik,2016)^[46],却很少有文献关注“二元所有制结构”下的相关议题。此外,如前文所述,社会责任的基本思想是企业需要承担推动社会进步的多种义务(Frederick,1994)^[8],在义务属性下,企业社会责任溢出的方向也有别于知识和技术创新类溢出:在知识、技术创新溢出中,影响效应更多的是从优势方向劣势方传递(Gilbert等,2008)^[47];但是,在企业社会责任溢出中,受寻租性社会责任动机与相关态度的影响,影响效应则是多向度的。

为了阐明相关机制,根据溢出方和受益方的不同,本文将国有企业和民营企业之间的社会责任溢出性影响分成了两大类共四小类。其中,第一大类是所有权性质相同企业之间的影响,包括两小类:一是周围国有企业的社会责任表现对焦点性国有企业的影 响,二是周围民营企业的社会责任表现对焦点性民营企业的影响。第二大类是所有权性质不同企业之间的影响,同样包括两小类:一是周围国有企业的社会责任表现对焦点性民营企业的影响,二是周围民营企业的社会责任表现对焦点性国有企业的影 响。

(1)所有权性质相同时,企业社会责任的溢出性影响。基于中国企业履行社会责任的寻租性动机与被动回应性特征,结合不同所有制企业“迎”与“拒”的矛盾性态度,本文认为,对于所有权性质相同的企业而言,周围同类企业的社会责任表现构筑了本企业社会责任投入的基准,即焦点性国有企业会积极学习周围国有企业的社会责任表现;同样,焦点性民营企业也会积极学习周围民营企业的社会责任表现。

国有企业和民营企业之所以会主动吸收同类企业的溢出,相关机制主要包括:第一,根据溢出效应理论,企业社会责任表现会通过传染效应对其他相似企业产生类似的影响(费显政等,2010)^[44],而且相似性越大溢出效应越强(Aiello和Cardamone,2008)^[48]。在产权分异下,国有企业和民营企业遵从的制度逻辑存在明显差异(侯倩雯和蔡宁,2015)^[49],受体制临近性的影响,传染效应更容易发生在具有相同产权的企业之间。研究也表明,国有企业和民营企业的社会责任行为取向有所不同,如民营企业多热衷于通过捐款建立政治关联(戴亦一等,2014)^[41],国有企业更有动力承担政治任务以获得晋升或卸责等。第二,根据制度同构理论,当面对不确定环境时,在模仿性同构力作用下,企业会主动模仿其他企业的行为以降低不确定性。当前,中国的制度环境复杂多变,宏观环境具有高度的不确定性(石军伟等,2009)^[19],在寻租而不是主动增进社会福利这一社会责任动机下,为了避免在完成政治任务时因表现差异而被甄别开来,国有企业从众性模仿同样处于“体制内”的国有企业更具有工具理性,这一点在社会责任信息披露领域表现得特别明显(Luo等,2017)^[15];同样,民营企业与处于同一阵营的民营企业保持一致,也有利于降低被政府掠夺的风险。第三,社会公众对处于体制内外的国有企业和民营企业的期望有别,两类企业面临的制度压力有别,两类企业拥有的资源和能力也有别,因此,接收同类企业的社会责任溢出或模仿同类企业的社会责任行为更具有恰适性。因此,本文提出如下假设:

H₁:所有权性质相同时,周围企业的社会责任表现会正向显著影响焦点企业的社会责任表现。

在“二元所有制结构”下,假设H₁也可以分解为:

H_{1a}:周围国有企业的社会责任表现会正向显著影响焦点性国有企业的社会责任表现。

H_{1b}:周围民营企业的社会责任表现会正向显著影响焦点性民营企业的社会责任表现。

(2)所有权性质不同时,企业社会责任的溢出性影响。本文认为,受寻租性动机和“迎”与“拒”矛盾性态度的影响,对所有权性质不同的企业而言,周围企业的社会责任表现也是本企业社会责任投入的参照体,具体而言,国有企业在履行社会责任时,会有意识或无意识地参照周围民营企业的社会责任表现;同样,民营企业在履行社会责任时,也会有意识或无意识地参照周围国有企业的社会责任表现。

国有企业和民营企业之所以会有意识或无意识地参照彼此的社会责任表现,相关机制主要包括:第一,知识溢出理论认为,知识溢出过程是知识无意识传播的过程(Perri等,2013)^[50]。当国有企业与民营企业共存于同一空间时,即便两者持有的社会责任态度存在较大差异,企业社会责任知识特别是默会知识仍然会伴随着人员流动、贸易联系以及关系网络联结等,在所有权性质有别的企业之间流动。第二,新制度主义理论表明,制度逻辑是多元并存的,作为转型经济体,国有企业一方面会受到国家逻辑的主导;另一方面也会受到市场逻辑的影响(缙倩雯和蔡宁,2015)^[49]。在“欲迎还拒”社会责任态度下,不能排除国有企业有向底部竞争(race to the bottom)模仿民营企业社会责任表现的可能性,特别是在财政分权与政治集权相结合的威权体制中,中央政府和地方政府的制度压力存在冲突,企业采取断藕性社会责任策略可以获得良好绩效的情况下(Luo等,2017)^[15]。同样,虽然民营企业遵从的主要是市场逻辑,但在“欲拒还迎”社会责任态度下,民营企业也会积极响应政府提出的各类发展目标,以便获得公权力干预下的经济租。第三,决策理论中的参照点效应表明,决策过程往往隐含着参照标准(Lin等,2006)^[51],在寻租性动机作用下,在既“迎”又“拒”中,国有企业和民营企业的社会责任行为,很多时候都是基于对方的表现而调整的。利益相关者对国有企业社会责任的诉求也会以民营企业为参照,当然,对国有企业行为的观察也有利于民营企业解决自身的问题(潘奇等,2015)^[52]。因此,本文提出如下假设:

H₂:所有权性质不同时,周围企业的社会责任表现会正向显著影响焦点企业的社会责任表现。

在“二元所有制结构”下,假设 H₂ 也可以分解为:

H_{2a}:周围国有企业的社会责任表现会正向显著影响焦点性民营企业的社会责任表现。

H_{2b}:周围民营企业的社会责任表现会正向显著影响焦点性国有企业的社会责任表现。

(3)“二元所有制结构”下,企业社会责任溢出性影响的交互效应。假设 H₁ 和假设 H₂ 认为,企业所接收的社会责任溢出效应不仅来自周围所有权性质相同的企业,也来自周围所有权性质不同的企业。但客观情况是,在同一区域内,国有企业和民营企业是并存的,来自相同所有权企业的社会责任溢出与不同所有权企业的社会责任溢出也是并存的,两类溢出的并存对焦点企业的社会责任表现又会产生怎样的交互效应?

如前文所述,对于所有权性质相同的企业而言,周围同类企业的社会责任表现构筑了本企业社会责任投入的基准,这一基准界定了企业学习与模仿的对象;同时,对于所有权性质不同的企业而言,周围企业的社会责任表现是本企业社会责任投入的参照体,这一参照体扩展了企业处理“迎”与“拒”的比照对象。基准与参照体的并存,奠定了交互效应形成的基础:第一,从资源基础和吸收意愿的角度看,焦点性民营企业越是接收周围民营企业的社会责任溢出,对周围国有企业社会责任溢出的接收度就会越低,焦点性国有企业的行为反应也是如此。第二,从竞争取向的角度看,焦点性国有企业越是向底部竞争学习周围民营企业的社会责任表现,越会忽略周围国有企业的社会责任溢出;同样,焦点性民营企业越是向上竞争学习周围国有企业的社会责任表现,越会忽略周围民营企业的社会责任溢出。因此,本文提出如下假设:

H₃:所有权性质相同企业之间的社会责任溢出效应,与所有权性质不同企业之间社会责任溢出效应,二者之间存在互替关系。

在“二元所有制结构”下,假设 H₃ 也可以分解为:

H_{3a}:周围国有企业社会责任表现对焦点性国有企业的溢出效应,与周围民营企业社会责任表现对焦点性国有企业的溢出效应,二者之间存在互替关系。

H_{3b}:周围民营企业社会责任表现对焦点性民营企业的溢出效应,与周围国有企业社会责任表现对焦点性民营企业的溢出效应,二者之间存在互替关系。

三、研究设计

1. 变量定义与检验模型

(1) 因变量。对于企业社会责任表现(CSR), 本文使用和讯网研发的“上市公司社会责任报告专业评测体系”进行测度。其优点在于: 第一, 该测评体系覆盖股东责任、员工责任、供应商与客户及消费者权益责任、环境责任和社会责任, 共包含五个一级指标、13个二级指标和37个三级指标, 具有一定的全面性和权威性, 并获得了学界的认可(陈志军和闵亦杰, 2015^[53]; 唐鹏程和杨树旺, 2016^[3]); 第二, 与润灵环球责任评级等机构提供的几百家数据相比, 和讯网对所有上市公司的社会责任水平进行了评估, 样本覆盖面广, 可以有效避免样本的选择性偏误。值得注意的是, 和讯网在测度上市公司社会责任水平时, 已经根据企业所在行业类型的不同对一级指标的权重进行了调整。在分析时, 本文对CSR进行了自然对数变换。

(2) 自变量。一般而言, 从受溢方的角度看, 溢出效应多是从相关企业的作用跨越了企业边界, 进而对焦点企业产生影响的角度展开的(费显政等, 2010)^[44]。考虑到企业在空间上的分布不是均质的, 距离的空间阻碍效应也会提高交易成本(Degl'Innocenti等, 2017)^[54], 并削弱企业社会责任的溢出性影响(Wang和Wu, 2016)^[55], 因此, 本文参照Husted等(2015)^[56]的方法, 引入了局部企业社会责任密度(Den)这一概念, 以便将企业位置、企业数量及其社会责任表现同时纳入到溢出效应分析中。具体而言, 局部企业社会责任密度指的是焦点企业^①与其周围企业社会责任表现的空间分布(Husted等, 2015)^[56], 当焦点企业周围的企业数量增加, 或者具有更高的企业社会责任表现时, 局部企业社会责任密度便会增加, 相应地, 周围企业对焦点企业的溢出性影响也会增加。其计算公式为:

$$Den_{it} = \sum_j^n \frac{CSR_{jt}}{(1 + Dis_{ij})} \quad (1)$$

其中, Den_{it} 表示焦点企业*i*在*t*时刻的社会责任密度; CSR_{jt} 表示周围企业*j*在*t*时刻的社会责任表现; Dis_{ij} 表示企业*i*和*j*总部所在地之间的球面距离, 公式为:

$$Dis_{ij} = \arccos(deg_{location}^{ij}) \times \frac{2\pi r}{360} \quad (2)$$

其中, $deg_{location}^{ij} = \cos(lat_i) \times \cos(lon_i) \times \cos(lat_j) \times \cos(lon_j) + \cos(lat_i) \times \sin(lon_i) \times \cos(lat_j) \times \sin(lon_j) + \sin(lat_i) \times \sin(lat_j)$ 。其中, lat 、 lon 依次表示企业*i*和*j*的总部所在地的经度和纬度。 r 表示地球半径, 文中取值为6378千米。

同时, 在中国分权式框架下, 本文主要从省域范围而不是全国范围内考虑企业社会责任的溢出效应^②, 原因在于: 第一, 从制度环境角度看, 受“地方分权的威权体制”和“晋升锦标赛”的影响, 中国市场分割和地方保护主义的大致范围主要是根据省域行政边界界定的(曾冰等, 2016)^[57], 所以, 企业履行社会责任的制度压力主要来自省内的地方政府而不是中央政府。同时, 在面对社会责任这一义务时, 即便是中央企业, 也会积极利用中央政府与地方政府的制度压力冲突(Luo等, 2017)^[15], 并偏好更为松弛的地方监管。第二, 从知识溢出的角度看, 一方面, 在轨经济背景下, 中国地区间的劳动力流动存在很多障碍, 特别是省际边界壁垒对劳动力流动具有显著的阻碍作用(巫强等, 2016)^[58], 这就限制了由劳动力流动引发的隐性企业社会责任知识的跨省际传播; 另一方

① 在实证中, 本文将“焦点企业”界定为, 在一定的地域空间内, 某一个或有意识或无意识地接收周围企业社会责任溢出的企业。

② 作为证伪性检验, 本文也根据式(1)计算了全国范围内的企业社会责任密度, 但实证分析表明, 据此计算的溢出效应不具有统计上的显著性。受文章篇幅影响, 相关的内容将在题为《分权框架下区位对我国企业社会责任表现的影响》一文中论述。

面,对产品市场和要素市场的地方保护(李善同等,2005)^[59],在一定程度上提高了社会网络的封闭性,降低了社会资本的流动性,从而限制了企业社会责任溢出性影响的地域范围。第三,从企业社会责任竞争的地域范围看,在自上而下的标尺竞争中,地方政府有“以邻为壑”的冲动,传统产业结构和新兴产业结构趋同(王文举和范合军,2008)^[60],全国市场一体化不足,这就限制了凭借企业社会责任塑造竞争优势的地域范围。

(3)控制变量。为了防止虚假相关性干扰实证结果,本文参考既有文献选择了控制变量(潘奇等,2015^[52];Husted等,2015^[56]),主要包括企业规模(Size)、资产收益率(ROA)、资产负债率(Adr)、营业增长率(Growth)和企业上市年限(Age)等。其中,企业规模、资产收益率、资产负债率和营业增长率均使用滞后一期的数据(Chiu和Sharfman,2011)^[61],以降低可能存在的内生性;企业规模则使用总资产的自然对数进行衡量(李增福等,2016)^[23]。之所以使用企业上市年限而不是企业成立年限,主要是因为一些企业特别是国有企业成立于计划经济时期,成立年限不能反映市场对企业的影响(张建君和张闫龙,2016)^[62]。同时,为了控制宏观经济层面不明确因素对企业社会责任表现的影响,本文使用虚拟变量的方式控制了年度变量(Year)。此外,对于行业变量(Industry),由于和讯网“上市公司社会责任报告专业评测体系”在测度企业社会责任表现时,已经考虑了行业差异的影响,因此有研究认为不应该重复控制该变量(马胡杰等,2013)^[63],在实证研究中本文将对此进行比较。

(4)估计方法与模型设定。在相关研究中,多使用控制了年度与行业的混合 OLS 方法进行估计(周中胜等,2012^[2];戴亦一等,2014^[41];Husted等,2015^[56];李增福等,2016^[23])。但是,考虑到面板数据可能存在的异方差、时序相关和截面相关等问题,此时使用通常的面板数据估计方法会低估标准误,因此,本文使用潘奇等(2015)^[52]、贺小刚等(2016)^[64]推荐的 Driscoll-Kraay 标准差进行估计。为了检验前述假设,本文设定了六个基础性回归模型,其中,方程(3)~方程(6)用于检验假设 H_{1a}、假设 H_{1b}、假设 H_{2a}和假设 H_{2b},方程(7)和方程(8)用于检验假设 H_{3a}和假设 H_{3b}。

$$CSR_{s_{it}} = \alpha_i + \beta_1 Den_{s_{it}} + \sum \beta_2 control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$$CSR_{p_{it}} = \alpha_i + \beta_1 Den_{p_{it}} + \sum \beta_2 control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

$$CSR_{p_{it}} = \alpha_i + \beta_1 Den_{ps_{it}} + \sum \beta_2 control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

$$CSR_{s_{it}} = \alpha_i + \beta_1 Den_{sp_{it}} + \sum \beta_2 control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

$$CSR_{s_{it}} = \alpha_i + \beta_1 Den_{s_{it}} + \beta_2 Den_{sp_{it}} + \beta_3 Den_{s_{it}} \times Den_{sp_{it}} + \sum \beta_4 control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

$$CSR_{p_{it}} = \alpha_i + \beta_1 Den_{p_{it}} + \beta_2 Den_{ps_{it}} + \beta_3 Den_{p_{it}} \times Den_{ps_{it}} + \sum \beta_4 control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (8)$$

其中,CSR_{s_{it}}表示焦点性国有企业*i*在*t*时刻的社会责任表现,CSR_{p_{it}}表示焦点性民营企业*i*在*t*时刻的社会责任表现。Den_{s_{it}}表示在*t*时刻焦点性国有企业*i*周围国有企业的社会责任表现;Den_{p_{it}}表示在*t*时刻焦点性民营企业*i*周围民营企业的社会责任表现,Den_{ps_{it}}表示在*t*时刻焦点性民营企业*i*周围国有企业的社会责任表现,Den_{sp_{it}}表示在*t*时刻焦点性国有企业*i*周围民营企业的社会责任表现。control_{it}表示控制变量。

根据方程(7)和方程(8)判断 Den_{s_{it}}与 Den_{sp_{it}}、Den_{p_{it}}与 Den_{ps_{it}}的交互效应时,如果交互项回归系数β₃的符号为负,则意味着一个变量的边际效应会随着另一个变量的增加而递减,此时,二者之间的关系是一种互替关系,反之,两者之间的关系则属于互补关系(郑志刚和吕秀华,2009)^[65]。

2. 数据来源与描述性统计

考虑到数据的可得性,本文选取 2010—2016 年沪深两市所有 A 股上市公司为初始样本,并进

行了如下筛选:(1)剔除外资企业等不属于研究对象的企业;(2)剔除金融保险类企业;(3)剔除 ST 与 PT 类企业;(4)剔除企业社会责任值小于 0 的企业(唐鹏程和杨树旺,2016)^[3],最终获得 12096 个观测值。主要数据来源为:财务数据和企业基本特征数据取自 CSMAR 与 Wind 数据库,企业社会责任数据取自和讯网,经纬度数据取自百度 API。为了避免异常值的影响,本文对所有连续变量在 1% 水平上进行了缩尾处理。

表 1 列示了变量的描述性统计结果及其均值差异。结果显示,国有企业的社会责任表现均值显著大于民营企业,表明中国的企业社会责任表现,确实已经呈现出了国有企业优于民营企业的发展格局。在考虑距离影响的情况下,国有企业周围国有企业的社会责任表现(Den_s)的均值显著大于民营企业周围民营企业社会责任表现(Den_p)的均值,但国有企业周围民营企业的社会责任表现(Den_sp)与民营企业周围国有企业的社会责任表现(Den_ps)的均值差异并不显著。此外,从控制变量的角度看,国有企业和民营企业的经营状况与基本特征也存在显著差异,具体而言,国有企业的规模、资产负债率和上市年限均显著大于民营企业,民营企业的资产收益率和营业增长率则均显著大于国有企业。

表 1 变量均值的比较

解释变量	国有企业				民营企业				均值差异 (T 值)
	均值	标准差	最小值	最大值	均值	标准差	最小值	最大值	
CSR	3.2474	0.7392	0.5128	4.3556	3.0752	0.5981	0.5188	4.3193	13.6862 ^a
Den	116.2599 ^①	155.7742	0.3164	610.6740	70.8885 ^②	86.3217	0.1532	443.7760	18.8059 ^a
	68.5028 ^③	78.2054	0.1895	390.8760	68.1418 ^④	103.3313	0.1415	505.8430	0.2187
ROA	0.0442	0.0491	-0.1065	0.2210	0.0730	0.0713	-0.0923	0.3751	-26.2819 ^a
Adr	0.5092	0.1994	0.0839	0.9441	0.3766	0.2086	0.0303	0.9156	35.4294 ^a
Growth	0.1169	0.2739	-0.4986	1.2899	0.2107	0.3548	-0.5370	1.9546	-16.4015 ^a
Size	22.5074	1.3957	19.7154	26.6475	21.2813	1.1112	18.5862	24.4295	51.8778 ^a
Age	13.9232	5.6823	0	27	7.3661	5.9817	0	27	61.2945 ^a

注:①、②、③、④依次表示 Den_s、Den_p、Den_sp、Den_ps;^a表示在 1% 水平上显著

资料来源:本文整理

四、实证结果

1. 基本分析结果

在进行回归分析前,本文对模型中的交互项进行了中心化处理,以降低共线性问题的干扰。进一步对模型进行 F 检验、LM 以及 Hausman 检验,结果表明,固定效应模型更适用。使用 Driscoll-Kraay 固定效应估计方法对假设进行检验,结果如表 2 所示。其中,模型 1 ~ 模型 3、模型 7 ~ 模型 9 是未重复控制行业变量情况下的统计结果,模型 4 ~ 模型 6、模型 10 ~ 模型 12 是重复控制行业变量情况下的统计结果。结果表明,在以 CSR_s 为因变量的情况下,当重复控制行业变量时,部分主效应的统计显著性略有提高。从保守角度考虑,本文遵从马胡杰等(2013)^[63]的建议,以模型 1 ~ 模型 3、模型 7 ~ 模型 9 为准对假设进行统计推断,陈志军和闵亦杰(2015)^[53]的研究也采取了相似策略。

具体而言,模型 1 和模型 7 分析了所有权性质相同时,企业之间的社会责任溢出效应;模型 2 和模型 8 分析了所有权性质不同时,企业之间的社会责任溢出效应;模型 3 和模型 9 分析了企业社会责任溢出的交互性影响。其中,模型 1 表明,周围国有企业的社会责任表现(Den_s)与焦点性国有企业社会责任表现(CSR_s)的关系显著为正,模型 7 表明,周围民营企业的社会责任表现(Den_p)

p)与焦点性民营企业社会责任表现(CSR_p)的关系也显著为正,上述两个模型验证了假设 H_1 ,即对于所有权性质相同的企业而言,周围企业的社会责任表现会正向显著影响焦点企业的社会责任表现。模型 2 表明,国有企业周围民营企业的社会责任表现(Den_sp)与焦点性国有企业社会责任表现(CSR_s)的关系显著为正,模型 8 表明,民营企业周围国有企业的社会责任表现(Den_ps)与焦点性民营企业社会责任表现(CSR_p)的关系也显著为正,上述两个模型验证了假设 H_2 ,即对于所有权性质不同的企业而言,周围企业的社会责任表现会正向显著影响焦点企业的社会责任表现。可见,从溢出效应的角度看,在中国的企业社会责任发展过程中,国有企业确实发挥了表率作用,但是,这种作用不仅仅发生在国有企业和民营企业之间,也发生在国有企业与国有企业之间。同样,民营企业的社会责任表现不仅影响了民营企业的社会责任发展,也影响了国有企业的社会责任发展,虽然从发展水平差异的角度看相关作用未必是“表率”性的。

表 2 产权性质、企业社会责任溢出与企业社会责任表现的检验结果

解释变量	CSR _s						CSR _p					
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8	模型 9	模型 10	模型 11	模型 12
Den_s	0.0006 ^a (0.000)		0.0008 ^a (0.000)	0.0006 ^a (0.000)		0.0008 ^a (0.000)						
Den_sp		0.0022 ^a (0.001)	0.0018 ^c (0.001)		0.0023 ^a (0.001)	0.0018 ^c (0.001)						
$Den_s \times Den_sp$			-0.0000 [†] (0.000)			-0.0000 ^c (0.000)						
Den_p							0.0007 ^b (0.000)		0.0016 ^b (0.000)	0.0006 ^c (0.00)		0.0015 ^b (0.001)
Den_ps								0.0003 ^b (0.000)	0.0010 ^b (0.000)		0.0004 ^b (0.000)	0.0010 ^a (0.000)
$Den_p \times Den_ps$									-0.0000 ^a (0.000)			-0.0000 ^a (0.000)
ROA	1.6012 ^a (0.256)	1.6079 ^a (0.253)	1.6145 ^a (0.256)	1.5672 ^a (0.239)	1.5738 ^a (0.235)	1.5800 ^a (0.238)	1.2050 ^a (0.183)	1.2017 ^a (0.181)	1.1982 ^a (0.183)	1.1850 ^a (0.188)	1.1818 ^a (0.186)	1.1775 ^a (0.188)
Adr	-0.3841 ^a (0.069)	-0.3877 ^a (0.071)	-0.3816 ^a (0.069)	-0.3629 ^a (0.062)	-0.3997 ^a (0.064)	-0.3934 ^a (0.062)	-0.0473 (0.043)	-0.0453 (0.043)	-0.0471 (0.043)	-0.0386 (0.044)	-0.0361 (0.043)	-0.0379 (0.044)
$Growth$	0.1111 ^a (0.025)	0.1122 ^a (0.023)	0.1122 ^a (0.024)	0.1041 ^a (0.022)	0.1054 ^a (0.022)	0.1054 ^a (0.022)	0.0679 ^b (0.022)	0.0679 ^b (0.022)	0.0687 ^b (0.022)	0.0706 ^b (0.020)	0.0706 ^b (0.020)	0.0715 ^b (0.020)
$Size$	0.1674 ^a (0.028)	0.1677 ^a (0.028)	0.1670 ^a (0.028)	0.1591 ^a (0.029)	0.1593 ^a (0.029)	0.1585 ^a (0.029)	0.0955 ^a (0.018)	0.0965 ^a (0.018)	0.0958 ^a (0.018)	0.0928 ^a (0.029)	0.0939 ^a (0.018)	0.0932 ^a (0.020)
Age	-0.1753 ^a (0.044)	-0.1636 ^a (0.052)	-0.1727 ^a (0.049)	-0.1764 ^a (0.043)	-0.1647 ^b (0.050)	-0.1744 ^b (0.047)	-0.0695 [†] (0.040)	-0.0704 [†] (0.040)	-0.0707 [†] (0.040)	-0.0716 [†] (0.040)	-0.0724 [†] (0.041)	-0.0729 [†] (0.041)
$Year$	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Ind	NO	NO	NO	YES	YES	YES	NO	NO	NO	YES	YES	YES
$_Cons$	1.5842 (1.050)	1.3739 (1.129)	1.6574 (1.092)	1.5855 (1.042)	1.3797 (1.120)	1.6735 (1.081)	1.2535 ^e (0.514)	1.2588 ^c (0.528)	1.3378 ^b (0.521)	1.4718 ^b (0.557)	1.4692 ^b (0.572)	1.5517 ^b (0.567)
N	5101	5101	5101	5101	5101	5101	6977	6977	6977	6977	6977	6977
$Within_R^2$	0.1280	0.1277	0.1285	0.1345	0.1341	0.1350	0.0563	0.0564	0.0572	0.0600	0.0601	0.0609

注:^a、^b、^c 分别代表在 1%、5% 和 10% 水平上显著,[†] 表示在 0.1 左右显著;括号内为稳健标准误

资料来源:本文整理

在模型3中,国有企业周围国有企业的社会责任表现(Den_s)与周围民营企业的社会责任表现(Den_{sp})的交互项($Den_s \times Den_{sp}$)的系数在10%水平上显著为负;在模型9中,民营企业周围民营企业的社会责任表现(Den_p)与周围国有企业的社会责任表现(Den_{ps})的交互项($Den_p \times Den_{ps}$)的系数也显著为负,上述两个模型在一定程度上验证了假设 H_3 ,即所有权性质相同企业之间的社会责任溢出效应与所有权性质不同企业之间的社会责任溢出效应具有互替性。可见,在“二元所有制结构”下,国有企业和民营企业社会责任发展的水平差异确实相互削弱了彼此的社会责任溢出效应。

此外,模型4~模型6、模型10~模型12还显示,在重复控制行业变量情况下,上述影响依然具有稳健性。

2. 稳健性检验

(1)调整企业社会责任溢出范围的稳健性检验。在中国分权式框架下,前述分析主要是在省域范围内对中国企业社会责任表现的溢出效应进行了检验,但是从企业社会责任默会知识传播的角度看,面对面的交流和经验共享是不可或缺的,企业间距离的增加则可能会削弱默会知识的传播效果。从晋升锦标赛的角度看,省域内的各级政府也有发展地方经济、防止因落后而被“边缘化”的冲动(付强和乔岳,2011)^[66]。类似冲动会松弛企业社会责任监管、引发合谋行为,进而不利于企业社会责任溢出效应的发挥。考虑到企业社会责任溢出的空间范围具有局部性,所以有必要调整 Dis_{ij} 值,以检验相关关系的稳健性。

借鉴Husted等(2015)^[56]关于地理接近性与企业社会责任表现的论述,并参考上市公司所在地地域面积的分布情况,分别以 $Dis_{ij} < 100$ 千米和 $Dis_{ij} < 280$ 千米为界,根据方程(1)重新计算局部企业社会责任密度,并进行稳健性检验,结果如表3所示^①。其中,模型1~模型6为 $Dis_{ij} < 100$ 千米的统计估计结果,模型7~模型12为 $Dis_{ij} < 280$ 千米的统计估计结果,且参照前文均未重复控制行业变量。具体而言,模型1和模型7分析了国有企业周围国有企业的社会责任表现(Den_s)对焦点性国有企业社会责任表现(CSR_s)的影响,二者的关系均显著为正;模型4和模型10分析了民营企业周围民营企业的社会责任表现(Den_p)对焦点性民营企业社会责任表现(CSR_p)的影响,二者的关系均显著为正。上述四个模型表明,在调整企业社会责任溢出范围的情况下,假设 H_1 的估计结果具有稳健性。模型2和模型8分析了国有企业周围民营企业的社会责任表现(Den_{sp})对焦点性国有企业社会责任表现(CSR_s)的影响,二者的关系均显著为正;模型5和模型11分析了民营企业周围国有企业的社会责任表现(Den_{ps})对焦点性民营企业社会责任表现(CSR_p)的影响,二者的关系均显著为正。上述四个模型表明,在调整企业社会责任溢出范围的情况下,假设 H_2 的估计结果具有稳健性。模型3和模型9分析了交互项($Den_s \times Den_{sp}$)与焦点性国有企业社会责任表现(CSR_s)的关系,结果均显著为负;模型6和模型12分析了交互项($Den_p \times Den_{ps}$)与焦点性民营企业社会责任表现(CSR_p)的关系,结果均显著为负。同时,与表2中的模型3相比,表3中模型3和模型9交互项系数的显著水平更高。上述四个模型表明,在调整企业社会责任溢出范围的情况下,假设 H_3 的估计结果具有稳健性。

表3 调整企业社会责任溢出范围的稳健性检验结果

解释变量	CSR_s			CSR_p			CSR_s			CSR_p		
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6	模型7	模型8	模型9	模型10	模型11	模型12
Den_s	0.0007 ^a (0.000)		0.0010 ^a (0.000)				0.0006 ^a (0.000)		0.0008 ^a (0.000)			

① 限于篇幅,表3和表4仅列出了主要变量的回归系数,其他变量的回归系数备索。

续表 3

解释变量	CSR _s			CSR _p			CSR _s			CSR _p		
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8	模型 9	模型 10	模型 11	模型 12
<i>Den_{sp}</i>		0.0025 ^a (0.001)	0.0019 ^c (0.001)					0.0024 ^a (0.001)	0.0018 ^c (0.001)			
<i>Den_s × Den_{sp}</i>			-0.0000 ^b (0.000)						-0.0000 ^c (0.000)			
<i>Den_p</i>				0.0005 ^b (0.000)		0.0014 ^b (0.001)				0.0007 ^b (0.000)		0.0015 ^b (0.000)
<i>Den_{ps}</i>					0.0003 ^b (0.000)	0.0009 ^a (0.000)					0.0003 ^b (0.000)	0.0009 ^a (0.000)
<i>Den_p × Den_{ps}</i>						-0.0000 ^a (0.000)						-0.0000 ^a (0.000)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>_Cons</i>	1.3633 (1.106)	0.9016 (1.253)	1.2791 (1.204)	1.3187 ^c (0.574)	1.1370 [†] (0.574)	1.2083 ^c (0.579)	1.6541 (1.048)	1.4733 (1.192)	1.7847 (1.131)	1.2145 ^b (0.543)	1.0910 ^b (0.554)	1.2201 ^b (0.576)
<i>N</i>	4702	4646	4499	6560	6276	6206	4968	4982	4933	6805	6574	6553
Within R ²	0.1277	0.1275	0.1295	0.0565	0.0603	0.0608	0.1296	0.1259	0.1289	0.0570	0.0584	0.0589

注: ^a、^b、^c 分别代表在 1%、5% 和 10% 水平上显著, [†] 表示在 0.1 左右显著; 括号内为稳健标准误差

资料来源: 本文整理

(2) 考虑到国有企业异质性的稳健性检验。中央企业和地方国有企业在职能、规模和履行社会责任程度等方面存在较大差异(缙倩雯和蔡宁, 2015)^[49]。考虑到国有企业构成的异质性可能会影响企业社会责任溢出与企业社会责任表现的关系, 本文拟进一步使用样本分拆的方法进行稳健性检验。同时, 将因变量的衡量指标更换为 5 级排序数据, 并使用有序 Probit 方法进行估计, 结果如表 4 所示。具体而言, 模型 1 估计了中央企业周围中央企业的社会责任表现 (*Den_c*) 对焦点性中央企业社会责任表现 (*CSR_c*) 的影响, 二者的关系显著为正; 模型 7 估计了地方国有企业周围地方国有企业的社会责任表现 (*Den_l*) 对焦点性地方国有企业社会责任表现 (*CSR_l*) 的影响, 二者的关系显著为正; 模型 4 估计了民营企业周围民营企业的社会责任表现 (*Den_p*) 对焦点性民营企业社会责任表现 (*CSR_p*) 的影响, 二者的关系不显著但系数仍为正。上述三个模型在相当程度上说明假设 H_1 的估计结果具有稳健性。模型 2 估计了中央企业周围民营企业的社会责任表现 (*Den_{cp}*) 对焦点性中央企业社会责任表现 (*CSR_c*) 的影响, 二者的关系显著为正; 模型 5 估计了民营企业周围中央企业的社会责任表现 (*Den_{pc}*) 对焦点性民营企业社会责任表现 (*CSR_p*) 的影响, 二者的关系显著为正; 模型 8 估计了地方国有企业周围民营企业的社会责任表现 (*Den_{lp}*) 对焦点性地方国有企业社会责任表现 (*CSR_l*) 的影响, 二者的关系显著为正; 模型 10 估计了民营企业周围地方国有企业的社会责任表现 (*Den_{pl}*) 对焦点性民营企业社会责任表现 (*CSR_p*) 的影响, 二者的关系显著为正。上述四个模型说明假设 H_2 的估计结果具有稳健性。模型 3 分析了交互项 (*Den_c × Den_{cp}*) 与焦点性中央企业社会责任表现 (*CSR_c*) 的关系, 二者的关系显著为负; 模型 6 分析了交互项 (*Den_p × Den_{pc}*) 与焦点性民营企业社会责任表现 (*CSR_p*) 的关系, 二者的关系不显著但系数仍为负; 模型 9 分析了交互项 (*Den_l × Den_{lp}*) 与焦点性地方国有企业社会责任表现 (*CSR_l*) 的关系, 二者的关系不显著但

系数仍为负;模型 11 分析了交互项($Den_p \times Den_pl$)与焦点性民营企业社会责任表现(CSR_p)的关系,二者的关系显著为负。上述四个模型在相当程度上说明假设 H_3 的估计结果具有稳健性。

表 4 考虑到国有企业异质性的稳健性检验结果

解释变量	CSR_c			CSR_p			CSR_l			CSR_p	
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8	模型 9	模型 10	模型 11
Den_c	0.0006 ^a (0.000)		0.0007 ^c (0.000)								
Den_cp		0.0011 ^a (0.000)	0.0009 ^b (0.000)								
Den_c $\times Den_cp$			-0.0000 ^c (0.000)								
Den_p				0.0002 (0.000)		-0.0003 (0.000)					0.0002 (0.000)
Den_pc					0.0005 ^b (0.000)	0.0009 ^b (0.000)					
Den_p $\times Den_pc$						-0.0000 (0.000)					
Den_l							0.0007 ^a (0.000)		-0.0001 (0.000)		
Den_lp								0.0019 ^a (0.000)	0.0021 ^a (0.000)		
Den_l $\times Den_lp$									-0.0000 (0.000)		
Den_pl										0.0011 ^a (0.000)	0.0018 ^a (0.000)
Den_p $\times Den_pl$											-0.0000 ^a (0.000)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
N	1785	1785	1785	6977	6767	6767	3302	3302	3302	6956	6956
Pseudo_R ²	0.1017	0.1032	0.1042	0.0860	0.0889	0.0890	0.1210	0.1243	0.1244	0.0866	0.0875

注: ^a、^b、^c 分别代表在 1%、5% 和 10% 水平上显著, [†] 表示在 0.1 左右显著;括号内为稳健标准误

资料来源:本文整理

五、进一步讨论:在制衡中演进的企业社会责任表现

在“二元所有制结构”下,受寻租性动机和“迎”与“拒”矛盾性态度的影响,企业社会责任溢出效应不仅存在于所有权性质相同的企业之间(假设 H_1),也存在于所有权性质不同的企业之间(假设 H_2),国有企业和民营企业共同存在时的社会责任溢出效应则具有互替性(假设 H_3)。在上述结论中,蕴含着多重影响中国企业社会责任水平演进的制衡机制,有必要展开讨论。

首先,在国有企业和民营企业的社会责任水平存在显著差异的情况下,周围国有企业的社会责任表现对焦点性国有企业($Den_s \rightarrow CSR_s$)具有正向溢出效应,周围民营企业的社会责任表现对焦点性民营企业($Den_p \rightarrow CSR_p$)也具有正向溢出效应,说明中国企业社会责任水平的演进蕴含着一定的产权同构机制,即国有企业的社会责任表现会向周围国有企业靠拢,民营企业的社会责任表现会向周围民营企业靠拢。这种产权同构机制,一方面确立了国有企业和民营企业社会责任学习与模仿的基本对象,定位了两类企业社会责任投入的基准;但另一方面,也进一步引发了两类企业社

会责任水平的疏离,即:相对于民营企业,国有企业会将社会责任表现维持在较高水平;相对于国有企业,民营企业会将社会责任表现约束在较低水平。

其次,在国有企业的社会责任水平显著高于民营企业的情况下,周围国有企业的社会责任表现对焦点性民营企业($Den_{ps} \rightarrow CSR_p$)具有正向溢出效应,意味着在“欲拒还迎”中,民营企业会参照周围的国有企业,适度优化自身的社会责任表现;周围民营企业的社会责任表现对焦点性国有企业($Den_{sp} \rightarrow CSR_s$)具有正向溢出效应,意味着在“欲迎还拒”中,国有企业也会参照周围的民营企业,适度降低自身的社会责任水平。在不考虑交互作用的情况下,是国有企业带来的优化作用大($Den_{ps} \rightarrow CSR_p$),还是民营企业引发的抑制作用大($Den_{sp} \rightarrow CSR_s$),将取决于产权同构机制下企业社会责任溢出效应的大小。表2中模型1和模型2的系数显示,在具有相同量纲的情况下,周围民营企业社会责任表现对焦点性国有企业的溢出性影响($Den_{sp} \rightarrow CSR_s$)要大于周围国有企业对焦点性国有企业的溢出性影响($Den_{ps} \rightarrow CSR_p$),这表明民营企业吸收了更多处于较低水平的民营企业的社会责任溢出。即,国有企业在同时吸收周围国有企业和民营企业溢出的情况下,周围民营企业的抑制作用要大于周围国有企业的同构作用,其结果是,国有企业的社会责任水平降低了。从模型7和模型8的系数看,在具有相同量纲的情况下,周围民营企业社会责任表现对焦点性民营的溢出性影响($Den_p \rightarrow CSR_p$)要大于周围国有企业对焦点性民营企业的影响($Den_{ps} \rightarrow CSR_p$),这表明民营企业吸收了更多处于同一水平的民营企业的社会责任溢出。即,民营企业在同时吸收周围民营企业和国有企业溢出的情况下,周围民营企业的同构作用要大于周围国有企业的优化作用,其结果是,民营企业的社会责任表现并未获得太多的优化。上述溢出机制,是中国企业社会责任表现长期处于低水平演进的重要原因。

再次,在溢出效应的交互作用中,周围国有企业的社会责任表现向焦点性国有企业的溢出性影响($Den_s \rightarrow CSR_s$),会随着周围民营企业的社会责任表现向焦点性国有企业溢出($Den_{sp} \rightarrow CSR_s$)的增加而减少,从而制约了国有企业社会责任表现的同构性演进;周围民营企业的社会责任表现向焦点性民营企业的溢出性影响($Den_p \rightarrow CSR_p$),会随着周围国有企业的社会责任表现向焦点性民营企业溢出($Den_{ps} \rightarrow CSR_p$)的增加而减少,从而抑制了民营企业社会责任表现的低水平同构。上述规律不仅反映了“二元所有制结构”并存时,企业社会责任溢出性影响的复杂性,也呈现了中国企业社会责任表现低水平演进的又一机制。

总之,在“二元所有制结构”下,产权的异质性,不仅引发了国有企业和民营企业社会责任发展水平的差异,也通过溢出效应,在二者之间引发了制衡性互动。可见,产权分异下,国有企业和民营企业之间的社会责任溢出效应是一把“双刃剑”。

六、研究结论与启示

1. 研究结论

在中国的企业社会责任建设过程中,众多政策性文件指出,国有企业要发挥表率作用。但是,在“二元所有制结构”下,国有企业和民营企业社会责任水平的显著差距性和演变趋势的“若即若离”性,似乎预示着中国企业社会责任表现的形成机制远比表率作用复杂。为了揭示其中的机理,文章按照“动机—态度—行为反应”的逻辑,围绕所有权差异下的企业社会责任溢出效应展开了理论分析,并进行了实证检验,获得的主要理论推论与实证结果主要包括:

第一,在当前的制度环境下,中国企业对社会责任普遍抱有寻租性动机;同时,国有企业对社会责任持有“欲迎还拒”态度,民营企业对社会责任持有“欲拒还迎”态度。受上述动因和态度的影响,在“二元所有制结构”下,企业社会责任溢出在三个层面形成了互动:所有权性质相同时,企业社会责任的溢出性影响;所有权性质不同时,企业社会责任的溢出性影响;不同所有权企业并存时,国有企业和民营企业社会责任溢出的交互性影响。

第二,实证结果显示:对于所有权性质相同的企业而言,周围企业的社会责任表现正向显著影响了焦点企业的社会责任表现。对于所有权性质不同的企业而言,周围企业的社会责任表现正向显著影响了焦点企业的社会责任表现。所有权性质相同企业之间的社会责任溢出性影响,与所有权性质不同企业之间社会责任溢出性影响的共存,产生的交互效应具有互替性。

第三,国有企业和民营企业社会责任之间的溢出效应是把“双刃剑”,并在制衡中推动着中国企业社会责任的演进:对于所有权性质相同的企业而言,企业社会责任表现向焦点企业的正向溢出,奠定了该类企业社会责任同构性演进的基础。在国有企业和民营企业社会责任表现存在显著差异的情况下,国有企业和民营企业之间的社会责任溢出及其交互效应,对我国的社会责任建设既有促进作用又有抑制作用,是中国企业社会责任表现低水平演进的重要成因。

2. 主要启示

本文的政策含义主要体现在三个方面:

第一,实证研究表明,国有企业确实会通过溢出效应对民营企业起到“表率”作用,因此,通过国有企业的表率作用推动中国企业社会责任建设的制度设计具有现实意义。但是,在“二元所有制结构”下,国有企业和民营企业的社会责任发展具有相互参照性和制衡性,在寻租性动机与“欲迎还拒”态度的作用下,国有企业的社会责任发展也会受到民营企业社会责任表现的影响,在发展水平存在显著差异的情况下,这一影响类似于向底部竞争,从而拉低了国有企业的社会责任水平,阻碍了国有企业社会责任的优化与示范效应的发挥。因此,推动中国企业社会责任建设的制度设计不仅要重视国有企业的表率作用,还应该重点激发民营企业履行社会责任的热情、提升民营企业的社会责任水平,以便实现国有企业和民营企业社会责任发展的良性互动。

第二,考虑到国有企业和民营企业之间社会责任溢出的多向度性,为了更好地发挥国有企业社会责任表率作用这一制度设计的实践效果,除了需要提高民营企业这一参照体的社会责任水平之外,尚需要进一步引导国有企业向上竞争推动自身的社会责任发展,而不是向底部竞争过多吸收表现不佳的民营企业的社会责任溢出。当然,国有企业应该履行怎样的社会责任本身也是有争议的,特别是当国家逻辑与市场逻辑时常发生冲突的情况下。在当前阶段,将国有企业的经营目标定位为综合绩效最大化而不是利润最大化(戴锦和和军,2015)^[67],不失为一种有效手段。

第三,国有企业对社会责任持有的“欲迎还拒”态度,民营企业对社会责任持有的“欲拒还迎”态度,从表面看,是企业针对中国现阶段市场不完备、法制不健全这一制度环境所做出的调适性反应;但从根本上看,则是企业在比较履行社会责任的成本与收益的基础上做出的理性选择。事实上,在履行社会责任时,只有当企业付出的成本小于获得的收益时,企业特别是民营企业才会有动力主动承担社会责任。因此,对中国企业社会责任发展的治理,还是应该回归到成本与收益这一主线上来。具体而言,一方面应完善制度环境等外部约束机制,加大对侵害社会福利行为的惩罚,提高对维护社会福利行为的奖励;另一方面,则应积极发挥市场机制的作用,通过市场选择促进企业优胜劣汰。

参考文献

- [1] 丁晓钦,陈昊. 国有企业社会责任的理论研究及实证分析[J]. 北京:马克思主义研究,2015,(12):68-79.
- [2] 周中胜,何德旭,李正. 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[J]. 北京:中国软科学,2012,(10):59-68.
- [3] 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.
- [4] 黄群慧,钟宏武,张蕊,翟利峰. 中国企业社会责任研究报告(2016)[M]. 北京:社会科学文献出版社,2016.
- [5] Galbreath, J. Drivers of Corporate Social Responsibility: The Role of Formal Strategic Planning and Firm Culture[J]. British Journal of Management, 2010, (21): 511-525.

- [6]Zu, L., and L. Song. Determinants of Managerial Values on Corporate Social Responsibility: Evidence from China[J]. *Journal of Business Ethics*, 2009, 88, (1): 105 – 117.
- [7]朱斌. 自私的慈善家——家族涉入与企业社会责任行为[J]. *北京: 社会学研究*, 2015, (2): 74 – 97.
- [8]Frederick, W. C. From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought[J]. *Business and Society*, 1994, 33, (2): 150 – 164.
- [9]Donaldson, T., and L. E. Preston. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications[J]. *Academy of Management Review*, 1995, 20, (1): 65 – 91.
- [10]Porter, M. E., and M. R. Kramer. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy[J]. *Harvard Business Review*, 2002, 11: 5 – 16.
- [11]Jha, A., and J. Cox. Corporate Social Responsibility and Social Capital[J]. *Journal of Banking & Finance*, 2015, (60): 252 – 270.
- [12]Runhaar, H., and H. Lafferty. Governing Corporate Social Responsibility: An Assessment of the Contribution of the UN Global Compact to CSR Strategies in the Telecommunications Industry[J]. *Journal of Business Ethics*, 2009, 4, (4): 479 – 495.
- [13]Jamali, D., and C. Karam. Corporate Social Responsibility in Developing Countries as an Emerging Field of Study[J]. *International Journal of Management Reviews*, 2016, 20, (1): 32 – 61.
- [14]Doh, J. P., and T. R. Guay. Corporate Social Responsibility, Public Policy, and NGO Activism in Europe and the United States: An Institutional-Stakeholder Perspective[J]. *Journal of Management Studies*, 2006, 43, (1): 47 – 73.
- [15]Luo, X. R., D. Wang, and J. Zhang. Whose Call to Answer; Institutional Complexity and Firm's CSR Reporting[J]. *Academy Management Journal*, 2017, 60, (1): 321 – 344.
- [16]许年行,李哲. 高管贫困经历与企业慈善捐赠[J]. *北京: 经济研究*, 2016, (12): 133 – 146.
- [17]黄晓鹏. 演化经济学视角下的企业社会责任政策——兼谈企业社会责任的演化[J]. *武汉: 经济评论*, 2007, (4): 129 – 137.
- [18]王永钦. 市场、政府与适宜的制度: 对经济转型和制度变革的理论反思[J]. *哈尔滨: 学习与探索*, 2010, (5): 145 – 147.
- [19]石军伟,胡立君,付海艳. 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[J]. *北京: 中国工业经济*, 2009, (11): 87 – 98.
- [20]Detomasi, D. The Political Roots of Corporate Social Responsibility[J]. *Journal of Business Ethics*, 2008, (82): 807 – 929.
- [21]Xu, C. G. The Fundamental Institutions of China's Reforms and Development[J]. *Journal of Economic Literature*, 2011, 49, (4): 1076 – 1151.
- [22]肖红军,张哲. 企业社会责任寻租行为研究[J]. *北京: 经济管理*, 2016, (2): 178 – 188.
- [23]李增福,汤旭东,连玉君. 中国民营企业社会责任背离之谜[J]. *北京: 管理世界*, 2016, (9): 136 – 148, 160.
- [24]陈钊,王暘,黄伟. 中国的企业在尽怎样的社会责任——基于民营部分调查的证据[J]. *上海: 学术月刊*, 2016, (3): 37 – 47.
- [25]Marquis, C., and C. Qian. Corporate Social Responsibility Reporting in China: Symbol or Substance? [J]. *Organization Science*, 2014, 25, (1): 127 – 148.
- [26]Fernandez-Feijoo, B., S. Romero, and S. Ruiz. Commitment to Corporate Social Responsibility Measured through Global Reporting Initiative Reporting: Factors Affecting the Behavior of Companies[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2014, (81): 244 – 254.
- [27]高汉洋. 公司治理与社会责任: 被动回应还是主动嵌入[J]. *北京: 会计研究*, 2012, (4): 58 – 64.
- [28]Matten, D., and J. Moon. “Implicit” and “Explicit” CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility[J]. *The Academy of Management Review*, 2008, 33, (2): 404 – 424.
- [29]Guo, R., W. Zhang, T. Wang, and et al. Timely or Considered? Brand Trust Repair Strategies and Mechanism after Greenwashing in China—From a Legitimacy Perspective[J]. *Industrial Marketing Management*, 2018, (72): 127 – 137.
- [30]刘长明. 和谐伦理何以可能——一种基于所有制维度的研究[J]. *北京: 自然辩证法研究*, 2017, (12): 115 – 118.
- [31]杨力. 企业社会责任的制度化[J]. *北京: 法学研究*, 2014, (5): 131 – 158.
- [32]吴宣恭. 从所有制结构二元化出发认识当前中国经济面临的挑战[EB/OL]. http://www.guancha.cn/wuxuangong/2016_04_21_357691.shtml, 2016/04/21.
- [33]张建君. 竞争—承诺—服从: 中国企业慈善捐款的动机[J]. *北京: 管理世界*, 2013, (9): 118 – 129.
- [34]刘青松,肖星. 败也业绩,成也业绩? ——国企高管变更的实证研究[J]. *北京: 管理世界*, 2015, (1): 151 – 163.
- [35]王新,李彦霖,李方舒. 企业社会责任与经理人薪酬激励有效性研究——战略性动机还是卸责借口? [J]. *北京: 会计研究*, 2015, (10): 51 – 58.
- [36]张胜,张雯,于福生. 企业产权、社会责任信息披露与市场反应[J]. *北京: 经济管理*, 2012, (11): 44 – 52.
- [37]徐传谥,邹俊. 国有企业与民营企业社会责任比较研究[J]. *长春: 经济纵横*, 2011, (10): 23 – 26.
- [38]谭克诚,张衔. 解构企业社会责任自愿原则——兼论企业社会责任维度的重构[J]. *成都: 西南民族大学学报(人文社会科学版)*, 2013, (11): 101 – 106.
- [39]程承坪,邱依婷. 所有制歧视的政治经济学分析——兼论国有企业混合所有制改革[J]. *哈尔滨: 学习与探索*, 2016, (4):

101 - 107.

[40] 荣兆梓. 也论国有经济与私营经济的不平等竞争[J]. 北京: 政治经济学评论, 2013, (2): 85 - 100.

[41] 戴亦一, 潘越, 冯舒. 中国企业的慈善捐赠是一种“政治献金”吗? ——来自市委书记更替的证据[J]. 北京: 经济研究, 2014, (2): 74 - 86.

[42] 王鹏程, 李建标. 谁回报了民营企业的捐赠? ——从融资约束看民营企业“穷济天下”的行为[J]. 北京: 经济管理, 2015, (2): 41 - 52.

[43] Kang, E. Director Interlocks and Spillover Effects of Reputational Penalties from Financial Reporting Fraud[J]. *Academy of Management Journal*, 2008, (51): 537 - 555.

[44] 费显政, 李陈微, 周舒华. 一损俱损还是因祸得福? ——企业社会责任声誉溢出效应研究[J]. 北京: 管理世界, 2010, (4): 74 - 82, 98.

[45] Chen, Y. H., X. W. Wen, and M. Z. Luo. Corporate Social Responsibility Spillover and Competition Effects on the Food Industry[J]. *Australian Economic Papers*, 2016, 55, (1): 1 - 13.

[46] Marquis, C., and A. Tilcsik. Institutional Equivalence: How Industry and Community Peers Influence Corporate Philanthropy[J]. *Organization Science*, 2016, 27, (5): 1325 - 1341.

[47] Gilbert, B. A., P. P. McDougall, and D. B. Audretsch. Clusters, Knowledge Spillovers and New Venture Performance: An Empirical Examination[J]. *Journal of Business Venturing*, 2008, (23): 405 - 422.

[48] Aiello, F., and P. Cardamone. R&D Spillover and Firm's Performance in Italy: Evidence from a Flexible Production Function[J]. *Empirical Economics*, 2008, (34): 143 - 166.

[49] 缙倩雯, 蔡宁. 制度复杂性与企业环境战略选择: 基于制度逻辑视角的解读[J]. 北京: 经济社会体制比较, 2015, (3): 125 - 138.

[50] Perri, A., U. Andersson, P. CNell, et al. Balancing the Trade-off between Learning Prospects and Spillover Risks: MNC Subsidiaries' Vertical Linkage Patterns in Developed Countries[J]. *Journal of World Business*, 2013, 48, (4): 503 - 514.

[51] Lin, C. H., W. H. Huang, and Z. Marcel. Multiple Reference Points in Investor Regret[J]. *Journal of Economic Psychology*, 2006, 27, (3): 781 - 792.

[52] 潘奇, 朱一鸣, 林枫. 两难困境下国有企业最优捐款策略——基于产权性捐款差异及其绩效的实证发现[J]. 北京: 中国工业经济, 2015, (9): 145 - 160.

[53] 陈志军, 闵亦杰. 家族控制与企业社会责任: 基于社会情感财富理论的解释[J]. 北京: 经济管理, 2015, (4): 42 - 50.

[54] Degl'Innocenti, M., R. Matousek, Z. Sevic, and et al. Bank Efficiency and Financial Centers: Does Geographical Location Matter?[J]. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 2017, (46): 188 - 198.

[55] Wang, C. C., and A. Wu. Geographical FDI Knowledge Spillover and Innovation of Indigenous Firms in China[J]. *International Business Review*, 2016, (25): 895 - 906.

[56] Husted, B. W., D. Jamali, and W. Saffar. Near and Dear? The Role of Location in CSR Engagement[J]. *Strategic Management Journal*, 2015, (37): 2050 - 2070.

[57] 曾冰, 郑建锋, 邓波. 地方保护主义与我国省会城市发展: 理论与实证分析[J]. 南昌: 江西财经大学学报, 2016, (4): 12 - 22.

[58] 巫强, 朱姝, 安修伯. 中国劳动力流动存在省际边界壁垒吗? ——基于居住证数据的实证研究[J]. 厦门: 中国经济问题, 2016, (6): 3 - 13.

[59] 李善同, 侯永志, 刘云中, 陈波. 中国国内地方保护问题的调查与分析[J]. 北京: 经济研究, 2005, (11): 78 - 84.

[60] 王文举, 范合军. 我国地区产业结构趋同的原因及其对经济影响的分析[J]. 南昌: 当代财经, 2009, (1): 85 - 101.

[61] Chiu, S. C., and M. S. Sharfaman. Legitimacy, Visibility, and the Antecedents of Corporate Social Performance: An Investigation of the Instrumental Perspective[J]. *Journal of Management*, 2011, 37, (6): 1558 - 1585.

[62] 张建君, 张闰龙. 董事长 - 总经理的异质性、权利差距和融洽关系与组织绩效——来自上市公司的证据[J]. 北京: 管理世界, 2016, (1): 110 - 120.

[63] 马胡杰, 徐泰玲, 石岩然. 社会资本、制度环境与企业社会责任[J]. 北京: 首都经济贸易大学学报, 2013, (3): 85 - 94.

[64] 贺小刚, 朱丽娜, 杨婵, 王博霖. 经营困境下的企业变革: “穷则思变”假说检验[J]. 北京: 中国工业经济, 2017, (1): 135 - 154.

[65] 郑志刚, 吕秀华. 董事会独立性的交互效应和中国资本市场独立董事制度政策效果的评估[J]. 北京: 管理世界, 2009, (7): 133 - 144.

[66] 付强, 乔岳. 政府竞争如何促进了中国经济快速增长: 市场分割与经济增长关系再探讨[J]. 北京: 世界经济, 2011, (7): 43 - 63.

[67] 戴锦, 和军. 国有企业责任辨析[J]. 北京: 中国特色社会主义研究, 2015, (3): 27 - 33.

Who Influences Whom: Property Right, Corporate Social Responsibility Spillover and Performance

LIU Chun-ji¹, ZHU Meng-lan²

(1. Business School, Shanghai Normal University, Shanghai, 200234, China;

2. Tospur Real Estate Consulting Co. Ltd, Shanghai, 200333, China)

Abstract: Most policy documents point out state-owned enterprises should play an exemplary role in the process of corporate social responsibility construction of China. However, it seems to suggest the formation mechanism of corporate social responsibility of China is much more complex than its exemplary role, especially when there exist a significant difference in social responsibility performance between state-owned enterprises and private ones and a lukewarm relationship of their changing trends in the setting of dual ownership structure. To reveal the mechanism, according to the frame of “motivation, attitude and behavior reaction”, this paper studies the spillover effects of social responsibility performance between state-owned enterprises and private ones.

Our theoretical analysis shows that Chinese companies generally have rent-seeking motivations for corporate social responsibility. In addition, state-owned enterprises hold a “welcome but reluctant” attitude to it, while private enterprises hold a “rejective but reluctant” attitude. Under the influence of the above-mentioned motivations and attitudes, the spillover effects of social responsibility performance constituted interaction at three levels: (1) the spillover effects of social responsibility performance when the ownership is same; (2) the spillover effects of social responsibility performance when the ownership is different; (3) the interaction spillover effects of social responsibility performance when state-owned and private enterprises coexist.

The empirical results using data publicly listed firms in China between 2010 and 2016 show that: (1) for enterprises with the same ownership, the social responsibility performance of the surrounding firms has a significantly positive effects on the social responsibility performance of the focal enterprises; (2) for enterprises with different ownership, the social responsibility performance of the surrounding firms has a significantly positive effects on the social responsibility performance of the focal enterprises; (3) the spillover effects of social responsibility performance between enterprises with the same ownership and with different ownership coexist, and interaction effects that they produce have interchangeability.

It is visible that the spillover effects of social responsibility performance between state-owned enterprises and private ones is double-edged sword, and it promotes the development of corporate social responsibility of China with checks and balances. Besides, for firms with the same ownership, the spillover effects of social responsibility performance lay a foundation for their performance. At the same time, the spillover effects between state-owned and private enterprises and their interaction effects have both promoted and inhibited China's corporate social responsibility construction, which is an important cause of the low level evolution of China's corporate social responsibility.

The implication of this paper is: (1) in order to realize a benign interaction between state-owned enterprises and private ones, the institutional design to promote the corporate social responsibility construction of Chinese enterprises should not only pay attention to the exemplary role of state-owned enterprises, but also focus on stimulating the enthusiasm of private ones; (2) considering the multi-dimensionality of spillover effects between state-owned enterprises and private ones, it is necessary to furtherly guide state-owned enterprises to promote their corporate social responsibility rather than race to bottom to over-absorb the spillover from underperforming private enterprises. (3) profit-seeking enterprises will truly attach importance to corporate social responsibility only when they gain more than the cost paid, so the governance of China's corporate social responsibility should return to the main line of cost and benefit.

Key Words: dual ownership structure; corporate social responsibility; spillover effects

JEL Classification: M14, G30, G39

DOI: 10.19616/j.cnki.bmj.2018.12.007

(责任编辑:刘建丽)