

企业社会责任：文献综述和研究展望

李新健

(湖南师范大学, 湖南省, 长沙市, 410000)

摘要：企业社会责任与企业可持续发展、企业创新、企业价值等诸多方面密切相关，得到了理论界和实务界的极大重视。本文围绕企业社会责任的内涵、度量、动机、影响因素及经济后果等主题，对企业社会责任的中英文文献进行梳理，进行理论探索。研究发现：（1）企业社会责任的内涵、度量、动机、影响因素、经济后果的研究文献逐渐丰富。（2）现有的研究大多集中在企业对社会责任的承担如何影响其日常管理决策和绩效指标，以及企业社会责任履行情况的影响因素。未来关于企业社会责任的研究仍集中于这两个方面，需要根据新的宏观环境变化发现新的视角。企业在制定发展战略时，应对社会责任给予足够的重视，并积极地构建相应的组织机构，确保社会责任可以有效地履行。

关键词：企业社会责任；影响因素；经济后果

中图分类号：F230

文献标识码：A

一、引言

企业在生产运营过程中，除了考虑到自己的利益外，还要考虑到与公司有紧密联系的其他利益相关者的需要。企业应该对股东，债权人，消费者，雇员，供应商，政府机构，社会，环境等利益相关者的需求进行合理协调。这些利益相关者既对公司的运营行为和目标实现产生了直接或间接的影响，又受公司运营行为的影响。在实际意义上，每个利益相关者都与公司的发展历程和经营活动有着紧密的关系，他们既要为公司的运作承担风险，又要为公司的运作承担责任，同时也要享受公司盈利所带来的红利。同时，各利益相关方又对公司的生产运营起到了监督与管理的作用。在一定程度上，企业和各利益相关者之间存在着一种利益捆绑的关系，甚至是一种利益共同体的关系。所以，企业应该主动承担起与之相对应的社会责任，比如法律义务、经济义务、道德义务和慈善义务等^[1]。在企业的各项运作过程中，资源是一个整合的整体，是一个不可或缺的组成部分。企业在参与社会责任活动之后，可以从不同的利益相关者处获得对企业创新有利的资源，还可以对各个利益相关者的要求进行权衡，去进行管理活动。李文茜等人（2018）认为，企业在履行社会责任过程中，能够得到很多无形资产，如企业声誉、优秀文化、员工能力提升和资源^[2]。这样，企业就能通过履行社会责任，与各利益相关者建立起良好的关系，进而获取更多有价值的资源，如自身的生产运作等。例如，对相关信息进行及时的披露，可以降低信息不对称程度，提高企业的财务绩效，帮助企业获得更多股东的资源投入，提高企业的产品质量，提高消费者的认可度和满意度，提高员工的待遇，从而获得创新型人才的青睐等。

自从改革开放之后，我国的经济得到了快速的发展，人们的生活水平也得到了逐步的提升，人们的需求也变得越来越多样化，这也促使了很多新兴产业的产生和发展。在经济繁荣发展的背后，实则存在形形色色的问题。从三聚氰胺引发的“毒奶粉”事件，到虚假的疫苗，到某品牌女性卫生用品中有虫卵，再到最近发生的“老坛酸菜”事件，双汇火腿肠事件，这些事件都表明，一些公司的产品中有很多未知的问题，这些问题严重影响了消费者的合法权益，影响了他们的身心健康；另外，有些企业压榨员工的劳动，拖欠工资，不顾员工的生命安全，对员工的合法权益和身体健康造成了极大的损害；更有一些企业在施工过程中，因为偷工减料，造成了严重坍塌事件，造成了人员伤亡。此外，还有违法排放工业废气和污水，造成了污染问题。这不仅对社会公众的正常生活产生了影响，还对他们的身心健康造成了威胁。这些接二连三的事件，突出了很多企业的社会责任缺失问题，并给社会和人民带来了不容忽视的负面影响，这也就导致了政府各个部门对相关问题进行治理和控制。

在经济制度的推动下，公司的目的就不再局限于盈利，而是注重环境、公众和社会的贡献。在 2012 年，国资委下发了一份文件，要求中央企业必须编制发行社会责任报告，并

将社会责任的执行情况纳入对央企的考核；《中国中小企业社会责任指南》于 2013 年出版，并在此基础上提出：“企业社会责任”不仅是上市公司应该主动承担的义务，也是其它中小企业应该主动承担的义务；十八届“四中全会”提出了“强化企业社会责任”的要求，并将其法制化。2021 年 12 月 24 号，全国人民代表大会将公司社会责任的有关规定纳入修改后的《公司法》草案，向公众征求意见。沪深证券交易所于 2022 年 1 月将企业社会责任的规定写入了《上市规则》。在此背景下，企业的社会责任越来越为人们所关注。比如鸿星尔克，白象等公司在洪灾中的积极捐助。总体而言，伴随着市场经济的不断发展，以及各组织利益相关者的作用日益加强，履行社会责任在企业发展中发挥着极其重要的作用，相关研究也应应运而生。

在这样的背景下，重新审视企业社会责任既有重要的现实意义，也可以丰富理论的发展。本文围绕企业社会责任的内涵与衡量、动机、影响因素及经济后果等主题，对企业社会责任的中英文文献进行梳理，进行理论探索。本文其余部分安排如下：第二部分是企业社会责任的内涵和度量，第三部分是企业社会责任的动因和影响因素、第四部分是企业社会责任的经济影响，最后一部分是对文献的总结和展望。

二、企业社会责任的内涵与衡量

（1）企业社会责任的内涵发展

企业社会责任（CSR）这个概念最初是由一位西方学者 Sheldon 在 1924 年首先提出的。自从 CSR 被提出以来，已经有很多的学者对 CSR 进行了深入的研究，CSR 的概念也在不断的发展。Sheldon 认为，企业社会责任既包括了社会道德，也包括了对行业内外人群的需求，也就是，企业在追求经济效益的同时，还应该关注到社会价值。Howard R. Bowen（1953）在其《商人的社会责任》中，将公司社会责任定义为“商人根据自己的政策与社会目标，做出与之相关的决定与行为”。Carroll（1979）从经济、法律、道德和企业义务四个层次构建了企业社会责任金字塔模型，并对 CSR 进行了界定。Jones（1980）指出，CSR 是指企业除了承担对股东的义务外，还应承担对员工、消费者、供应商与社区等社会群体的义务，而且，企业社会责任行为应该是自愿的^[3]。Mohr et al.（2001）将社会责任视为一种可持续的活动来降低环境风险和不确定性^[4]。Newell et al.（2007）将 CSR 界定为：企业在进行经营活动的过程中，同时对社会、环境的关注和投资行为，它是自愿和利益相关者产生交互作用的过程^[5]。基于这一点，Carroll（2015）提出，除了与利益相关方的互动之外，CSR 还必须将诸如道德、员工、发展可持续性和分享理念等概念融入其中^[6]。从企业社会责任定义的演变过程中可以看出，CSR 分为狭义与广义两种类型。前者非常强调，企业在追求利润最大化的同时，还应该对股东之外的员工、客户、供应商、社区、环境以及其他利益相关方承担相应的责任。因此，狭义的企业社会责任需要承担诸如保护环境、关注员工福利、支持社区发展等方面的责任；后一种观点强调，尽管公司是一家以盈利为目的的公司，但它必须对所有的利益相关者，包括股东发挥积极的作用。随着社会对 CSR 的重视和对 CSR 研究的深入，CSR 这一宽泛的定义也得到了越来越多的学者的认同。

（2）企业社会责任的度量

量化 CSR，最重要的是找到一个适当的维度指标。由于衡量一个公司的社会责任表现，的确有一些主观的趋势，因此不同的学者对公司社会责任的研究，从切入点和评价标准上，常常是不一样的。对现有文献中对 CSR 的度量研究进行归纳，结果表明，CSR 的度量方法大致可分为四类：调查问卷法、年报分析法、指数法和专业机构数据库法^[38]。其中，调查问卷法指的是通过围绕“企业社会责任”这一核心关键词，设置相关问题，如“您认为企业社会责任的主要目的是什么？”“您认为企业社会责任包括哪些方面？”“您认为企业社会责任应该由谁来监督？”等，根据这些问题，制作调查问卷，对不同类别的企业利益相关方进行调研，获得不同群体的评分，再根据权重相加，获得总的 CSR 得分。年报分析法则主要以公司的年报为基础，由于公司的年报经常会详细地记载公司的财务和经营状况，因此这种方法的

核心就是，用人工的方式，将公司的年报中的资产负债表、利润表、现金流量表等，这些可以直接或间接地体现出公司的社会责任的信息，对这些信息进行量化，并得到与之对应的 CSR 分数。此外，指数法是一种被用来评价企业社会责任绩效的方法，它的基本思想是：按照不同的利益相关者，将企业社会责任信息进行分类，得出不同的指标，并对其进行赋值，对每一项指标进行打分，最终将其加总，就可以得出企业总的 CSR 评分。所谓“专业的数据库法”，就是建立在专门收集并发布公司社会责任信息的基础上，通过数据库中的信息，来为公司社会责任的定量评价提供参考。比较有代表性的就是美国 KLD 数据库，润灵全球数据库，和讯网上市公司社会责任数据库。在对公司社会责任进行量化研究方面，国外的研究主要是基于 KLD 第三方评价机构。因为这个资料库没有测量中国的上市公司，所以不适合在中国进行实证研究。在我国，对企业社会责任进行测度的方法主要有两种，一是内容分析方法，二是指标方法。内容分析法是以企业自己所披露的社会责任报告的内容丰富度和信息披露的质量为标准，对其进行评分。公司的年报是由公司自己发布的，它有可能会为了得到一个好的名声，用文字来对自己的社会责任履行情况进行修改，所以在某种程度上，它存在着一定的主观性；指标评价有两种方式，一种是第三方评价系统，另一种是学者自己建立评价系统。从客观角度出发，大部分学者都认为第三方评估是可信的，其中就有“和讯网 CSR”、“润灵环球 CSR”等。

三、企业社会责任的动机和影响因素研究

（1）企业社会责任的动机

企业社会责任被提出以来，得到了各界学者的广泛关注。利益相关者理论认为，企业不仅要向股东负责，而且要对所有其他利益相关者负责。企业承担社会责任的动机也成为了学术界研究的焦点。关于公司社会责任的动因，可以分为利他动机与非利他动机。最初，多数学者认为，企业承担社会责任都是出于利他的动机，是一种道德行为^{[7][8][9]}，这是一种企业主动考虑到其他利益相关者的利益，并与他们一起分担地方政府负担的表现。积极参加社会责任活动的企业，因其拥有更好的责任意识，从而降低了实施机会主义行为的可能性。但是，在进一步的研究中，发现了非利他动机在企业承担社会责任中的作用^[10]，即企业承担社会责任的行为并不完全是出于自身的责任，而仅仅是出于对自身利益的考虑。比如，企业主动承担社会责任，可以减少风险，有助于公司应对金融危机^[11]，能够减少公司的融资成本^[12]，还有利于提高公司的核心竞争力，让公司获得更好的财务绩效^[13]。

非利他型 CSR 动机是建立在三个方面的理论基础之上的：一是“合法性理论”，即企业通过承担社会责任来表现自己的生产和运营行为符合社会总体的价值和目标，进而得到社会的认同和赞誉，在社会上取得合法的位置^{[14][15]}，保证自己的自主运营权利不被侵犯^[16]，为公司的未来发展打下坚实的基础。二是声誉资本理论。主动承担社会责任能够提高企业的声誉^{[17][18]}，有助于企业树立良好的社会形象，还能起到广告效应的作用^[19]，有助于有效提升消费者对品牌的评价^[20]，提高顾客忠诚度^{[21][22]}，吸引优质人才加入^[23]。公司的信誉不仅能赢得市场和社会对公司的信赖，而且能为公司带来竞争优势^[24]，还能为公司吸引高质量的资金^[25]，从而提高公司的经营业绩^[26]。李文茜和刘益（2017）认为，企业主动承担社会责任能够提高科技企业员工创新能力，保持顾客正向反馈，提高企业竞争能力^[27]。三是信号传递理论。通过提升社会责任的承担水平，可以向各利益相关者发出一个信息，即企业可以依照合同约定履行合同义务，从而在某种程度上减轻了委托代理问题，并获得了其它利益相关者的信任^[28]。完善的社会责任披露体系能够有效地改善信息不对称^[29]，向外部传递正面信号，从而有效地降低公司债券的信用利差^[12]，抑制公司的无效率投资^[30]，降低公司的融资成本，缓解公司的融资约束^{[31][32]}。

（2）企业社会责任的影响因素

在企业社会责任的动机的研究基础上，国内外学者从多个角度研究了关于企业社会责任的影响因素，现有文献主要从外部因素和内部因素两方面进行分析。（一）外部因素：现有

研究发现,外部监管、市场环境、社会文化和媒体监管是影响企业社会责任的主要外部因素。随着法律和法规日趋成熟和完善,社会法制化程度不断提高,以及国家清楚地表明了社会责任承担的必要性,公司将会采取一系列的措施来提升其社会责任的履行程度^[33];在激烈的市场竞争中,公司更倾向于通过承担社会责任来提升公司的形象与信誉,以提高公司的竞争力^[34];社会舆论和媒体关注度也是一个重要的外部影响因素,在社会公众的过度关注和舆论的压力下,企业必须注重自己的行为 and 形象。而舆论的压力越大,媒体对其的关注就越紧密,企业和社会责任活动中的投入也就越大^{[35][36]}。因为与正面报道相比,媒体的负面报道会对企业产生更为严重的影响^[37]。另外,最近几年,一些学者也开始关注文化对于公司社会责任行为的影响。毕茜等(2015)着眼于中国传统文化,认为中国传统文化所蕴含的“天人合一”,“因果报应”,“先义后利”,“修身正心”,“普度众生”,这些都将在潜移默化中对公司文化,对公司管理人员和员工的行为方式产生深远的影响^[38]。邹萍与李谷成(2022)从儒学的思维特征出发,提出了弘扬儒学文化可以激发民众的道德自觉,形成舆论导向,从而引导企业把握民意,提高其承担社会责任的动力^[39];同理,如果一家企业可以主动地承担起社会责任,那么它就可以体现出一种良好的文化氛围,以及一种较高的道德水准^[40]。

(二)内部因素:现有文献主要从公司治理的角度分析了企业社会责任的内在影响因素,并对其进行了分析。首先,已有学者提出,公司规模、盈利能力与公司社会责任绩效之间存在着显著的正向关系^{[41][42]},盈利能力高的公司通常具有较大的规模和较高的社会责任绩效。越是大规模的公司,其品牌效果就越是好,受到更多的社会关注,公司就会自然而然地更加注重自己的形象,更加主动地承担起社会责任。其次,公司内部治理结构与程度也是影响公司社会责任履行的关键因素,更高的公司治理透明度与更高的公司社会责任信息披露效率具有更大的相关性^{[43][44]}。此外,公司的股权集中度^{[45][46]}、外部董事比例^[47]、公司的产权特征^{[48][49]}以及公司的内部控制^[50]也与公司的社会责任密切相关。伴随着高层梯队理论的应用及发展,不少学者针对高层管理者的背景特征与企业社会责任之间的相关关系这一议题展开了研究和探讨。大多数学者认为高层管理者可以引导与组织企业进行社会责任活动的实施。沈华玉等人(2018)发现,大学学历的高管更注重信誉,更具前瞻性,更能感知到公司所承担的社会责任^[51]。而且,具有海外背景的高管所拥有的不同的学习和工作经历,会导致他们的认知能力和价值观念发生变化,从而对企业社会责任的思维和理念有更多的认可,并能掌握企业社会责任履行的相关运作模式和实践操作,这是由于欧美等发达国家在社会责任培养与管理上都比较成熟,早在20世纪就有了比较完备的发展策略与体制^[52],经过这方面的培训,他们对于社会责任行为也会有很高的认同度,从而激励中国公司去实践。而和中国本地的主管相比,中国对CSR的认识和关注还比较晚,社会公众对CSR的认识和执行能力还比较低。除此之外,金融背景也是高管的一个重要特点,一方面可以给企业带来声誉、获得更多的资源,另一方面还可以帮助企业改善财务状况,保持企业的健康发展。企业只有在维持了一定的发展水平之后,才有了更好地发挥社会责任的基础。

四、企业社会责任的经济后果

作为与各利益相关者建立联系、交流的关键环节,CSR所产生的经济后果受到了广泛关注,并且主要关注其对经济效益的影响作用。虽然已有大量的经验研究,但对得出的结论还没有统一的认识。

迄今为止,国内外大多数学者对公司的社会责任履行和信息披露的正面效应持肯定态度。以公司治理视角为基础,Hasan(2016)和Malik(2020)分别提出,实施社会责任可以通过显著提升企业的生产率^[53]或缓解企业的信息不对称^[54],进而提高企业的财务绩效。基于风险控制的视角,Hadjikhani(2016)认为,社会责任可以减少企业的环境和制度的不确定性^[55];Dumitrescu(2019)认为,社会责任也可以帮助企业在复杂的市场环境中获取竞争优势^[56]。但是,也有一些学者得出了与此截然相反的结论。比如,Clarkson(2019)通过实证分析,发现企业披露社会责任信息越多,股东期望回报率就会略有提高^[57]。Sun(2010)

研究则没有发现企业承担社会责任对经营过程及成果造成明显影响^[58]。

在经济后果的研究中,国内的学者大多认为,企业履行社会责任可以在企业的日常运营过程中起到积极的作用,可以降低信息不对称程度,提高企业的声誉,降低企业的资本成本,降低股价崩盘风险。沈洪涛(2011)的研究结果显示,CSR信息是一种信誉资源,有信誉保险作用^[59];何贤杰(2012)还认为CSR的履行和披露可以降低公司对外融资的成本,减轻公司的运营财务限制^[60];与此同时,戴亦一(2014)指出,品牌影响力也是一种重要的战略资源,它不仅能够帮助公司树立良好的声誉,还能够获得政治资源^[61]。从长远来看,王站杰(2019)认为,社会责任是一种战略性资源,在一定的情况下,它可以成为扭转企业形象,提高市场份额的重要资源。他建议,应该将社会责任的执行策略提升到顶层,以便对企业各种战略规划的执行进行有效的引导^[62]。与此形成鲜明对比的是一些专家和学者,权小锋(2015)认为,实施和披露可以降低公司的信息透明度,但也会导致公司的管理层持有更多的股票,因此,目前我国公司普遍将社会责任作为一种“自利工具”,从而加大了公司股票市场崩溃的风险^[63]。

五、总结和展望

目前关于企业社会责任的研究立足于两个方面:一方面是研究内容上,国内外的研究主要集中在企业社会责任的概念、度量、动机、影响因素和经济后果的方面。其中,企业对社会责任的承担如何影响其日常管理决策和绩效指标,以及企业社会责任履行情况的影响因素,是国内外学者关注的热点问题。另一方面是研究方法上,国内外学者多采用实证研究分析方法研究企业社会责任的影响因素和经济后果。

当前,我国经济增速放缓,许多公司都面临着生存的压力。企业在制定发展战略的时候,对社会责任给予足够的关注,这有利于企业协调各种资源来实现其战略目标,有助于企业与各个利益相关者之间产生凝聚力,可以帮助企业度过经营危机,可以形成良好的企业文化。此外,企业负责人要从思想上对企业履行社会责任的意义进行高度重视,并积极构建相应的组织机构,确保社会责任可以有效地履行。

参考文献

- [1]Carroll A B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance [J]. The Academy of Management Review, 1979, 4:497-506.
- [2]李文茜, 贾兴平, 廖勇海, 刘益. 多视角整合下企业社会责任对企业技术创新绩效的影响研究[J]. 管理学报, 2018, 1502:237-245.
- [3]Jones T M. Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined [J]. California Management Review, 1980, 22(3):59-67.
- [4]Mohr L A, Webb D J, Harris K E. Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior[J]. Journal of Consumer Affairs, 2010, 35(1):45-72.
- [5]Newell P, Frynas J G. Beyond CSR? Business, Poverty and Social Justice: An introduction [J]. Third World Quarterly, 2007, 28(4):669-681.
- [6]Carroll A B. Corporate Social Responsibility: The Centerpiece of Competing and Complementary Frameworks [J]. Organizational Dynamics, 2015, 44(2):87-96.
- [7] Jones, T. M. Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics [J]. Academy of management review, 1995, 20(2):404-437.
- [8] Lanis, R., Richardson, G. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis [J]. Journal of Accounting and Public Policy, 2012(31): 86-108.
- [9]吉利, 何熙琼, 毛洪涛. “机会主义”还是“道德行为”?——履行社会责任公司的盈余管理行为研究[J]. 会计与经济研究, 2014, 28(05):10-25.
- [10] Campbell, J. L. Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility [J]. Academy of management Review, 2007, 32(3): 946-967.
- [11]冯丽艳, 肖翔, 程小可. 社会责任对企业风险的影响效应——基于我国经济环境的分析[J]. 南开管理评论, 2016, 19(06):141-154.
- [12] Cheng, B., Ioannou, I., Serafeim, G. Corporate Social Responsibility and Access to Finance [J]. Harvard Business School Working Paper. Strategic Management Journal, 2014, 35(1):1-23.
- [13]骆嘉琪, 匡海波, 沈思祎. 企业社会责任对财务绩效的影响研究——以交通运输行业为例[J]. 科研管理, 2019, 40(02): 199-208.
- [14] Panwar, R., Paul, K., Nybakk, E., et al. The Legitimacy of CSR Actions of Publicly Traded Companies Versus Family-Owned Companies [J]. Journal of Business Ethics, 2014, 125(3):481-496.
- [15] Benites-Lazaro, L.L., Mello-Thery, N.A. CSR as a legitimatizing tool in carbon market: Evidence from Latin America's Clean Development Mechanism [J]. Journal of Cleaner Production, 2017(149): 218-226.
- [16]钟宏武. 企业捐赠作用的综合解析[J]. 中国工业经济, 2007(02):75-83.
- [17] Navarro, P. Why Do Corporations Give to Charity? [J]. Journal of Business, 1988(61):65-93.
- [18]李茜, 徐佳铭, 熊杰等. 企业社会责任一致性对财务绩效的影响研究[J]. 管理学报, 2022, 19(02):245-253.
- [19] Brown, w., Helland, E, Smith, J. Corporate Philanthropic Practices [J]. Journal of Corporate Finance, 2006:855-877.
- [20] Mohr, L. A., Webb, D. J., Harris, K. E. Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior [J]. Journal of Consumer Affairs,

2001, 35 (1):45-72.

[21] Calabrese, A., Costa, R., Rosati, F. Gender differences in customer expectations and perceptions of corporate social responsibility[J]. Journal of Cleaner Production, 2016(116): 135-149.

[22] Islam, R., Islam, R., Pitafi, A.H., et al. The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust [J]. Sustainable Production and Consumption, 2021(25): 123-135.

[23] 张麟, 王夏阳, 陈宏辉等. 企业承担社会责任对求职者会产生吸引力吗——一项基于实验的实证研究[J]. 南开管理评论, 2017, 20(05):116-130.

[24] 张兆国, 梁志钢, 尹开国. 利益相关者视角下企业社会责任问题研究[J]. 中国软科学, 2012(02):139-146.

[25] 尹开国, 刘小芹, 陈华东. 基于内生性的企业社会责任与财务绩效关系研究——来自中国上市公司的经验证据[J]. 中国软科学, 2014(06):98-108.

[26] Zhou, G.Y., Sun, Y.K., Luo, S.M., et al. Corporate social responsibility and bank financial performance in China: The moderating role of green credit [J]. Energy Economics, 2021:105190.

[27] 李文茜, 刘益. 技术创新、企业社会责任与企业竞争力——基于上市公司数据的实证分析[J]. 科学学与科学技术管理, 2017, 38(01):154-165.

[28] 张兆国, 靳小翠, 李庚秦. 企业社会责任与财务绩效之间交互跨期影响实证研究[J]. 会计研究, 2013(08):32-39+96.

[29] Dhaliwal, D., Li, O., Zhang, A., et al. Voluntary Nonfinancial Disclosure and the Cost of Equity Capital: The Initiations of Corporate Social Responsibility Reporting [J]. The Accounting Review, 2011, 86(1):59-100.

[30] 杨淼, 陈艳. 企业社会责任披露对非效率投资的影响——基于权变的观点分析[J]. 财经论丛, 2022(01):79-87.

[31] 何贤杰, 肖土盛, 陈信元. 企业社会责任信息披露与公司融资约束[J]. 财经研究, 2012, 38(08):60-71+83.

[32] 李姝, 谢晓嫣. 民营企业的社会责任、政治关联与债务融资——来自中国资本市场的经验证据[J]. 南开管理评论, 2014, 17(06):30-40+95.

[33] 刘传俊, 王慧敏. 税费负担、市场环境与企业社会责任履行[J]. 会计之友, 2020(02):81-89.

[34] 万寿义, 李新丽. 媒体关注、市场化进程与企业社会责任[J]. 东北财经大学学报, 2019(04):30-38.

[35] 徐珊, 黄健柏. 媒体治理与企业社会责任[J]. 管理学报, 2015, 12(07):1072-1081.

[36] 唐亮, 林钟高, 郑军, 彭琳. 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[J]. 中国软科学, 2018(12):165-177.

[37] 吴德军. 公司治理、媒体关注与企业社会责任[J]. 中南财经政法大学学报, 2016(05):110-117.

[38] 毕茜, 顾立盟, 张济建. 传统文化、环境制度与企业环境信息披露[J]. 会计研究, 2015(03):12-19+94.

[39] 邹萍, 李谷成. 儒家文化能促进企业社会责任吗?[J]. 经济评论, 2022(02):154-170.

[40] Grayland J., Bert V. D. V. Strategic and Moral Motivation for Corporate Social Responsibility [J]. Journal of Corporate Citizenship, 2006,: 111-123.

[41] Knox, S., Maklan, S., French, P. Corporate social responsibility: exploring stakeholder relationships and programme reporting across leading ftse companies. Journal of Business

Ethics, 2005, 61 (1), 7-28.

[42] 沈洪涛. 公司特征与公司社会责任信息披露——来自我国上市公司的经验证据[J]. 会计研究, 2007 (03): 9-16+93.

[43] Nazli A. Mohd Ghazali. Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: some Malaysian evidence. Corporate Governance, 2007, 7 (3), pp. 251-266.

[44] 赖妍, 张帆, 刘俊. 企业社会责任信息披露影响因素研究综述与展望[J]. 会计之友, 2021 (15): 60-64.

[45] Godos-Díez et al. Determinants of CSR practices: analysis of the influence of ownership and the management profile mediating effect [J]. Spanish Journal of Finance and Accounting / Revista Española de Financiación y Contabilidad, 2014, 43 (1): 47-68.

[46] 坚瑞, 戴春晓. 股权结构特征对社会责任信息披露质量的影响研究——基于我国家族上市公司的数据分析[J]. 科学决策, 2019 (04): 41-57.

[47] 朱晋伟, 李冰欣. 食品企业社会责任信息披露影响因素研究[J]. 经济与管理研究, 2012 (05): 123-128.

[48] Kathy Gibson and Gary O' Donovan. Corporate Governance and Environmental Reporting: an Australian study[J]. Corporate Governance: An International Review, 2007, 15 (5): 944-956.

[49] 尹开国, 汪莹莹, 刘小芹. 产权性质、管理层持股与社会责任信息披露——来自中国上市公司的经验证据[J]. 经济与管理研究, 2014 (09): 114-120.

[50] Zeng Ziyi and Zhang Xi. Internal Control Quality, Corporate Social Responsibility Fulfillment and Enterprise Performance: Evidence from Listed Companies in China's pharmaceutical Manufacturing Industry. 6th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2021).

[51] 沈华玉, 张军, 余应敏. 高管学术经历、外部治理水平与审计费用[J]. 审计研究, 2018 (04): 86-94.

[52] 文雯, 宋建波. 高管海外背景与企业社会责任[J]. 管理科学, 2017, 30 (02): 119-131.

[53] Hasan Rashedul, Yun Tee Mei. Theoretical Linkage between Corporate Social Responsibility and Corporate Reputation [J]. Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 2017, 1 (2).

[54] Fizzah Malik, Fangjun Wang, Muhammad Akram Naseem, et al. Determinants of Corporate Social Responsibility Related to CEO Attributes: An Empirical Study [J]. SAGE Open, 2020, 10 (1).

[55] Amjad Hadjikhani, Joong Woo Lee, Sohee Park. Corporate social responsibility as a marketing strategy in foreign markets [J]. International Marketing Review, 2016, 33 (4).

[56] Ariadna Dumitrescu, Menatalla El Hefnawy, Mohammed Zakriya. Golden geese or black sheep: Are stakeholders the saviors or saboteurs of financial distress? [J]. Finance Research Letters, 2019.

[57] Peter Clarkson, Yue Li, Gordon Richardson, Albert Tsang. Causes and consequences of voluntary assurance of CSR reports: International evidence involving Dow Jones Sustainability Index Inclusion and Firm Valuation [J]. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 2019, 32 (8).

[58] Nan Sun, Aly Salama, Khaled Hussainey, Murya Habbash. Corporate environmental disclosure, corporate governance and earnings management [J]. Managerial Auditing Journal, 2010, 25 (7).

[59] 沈洪涛, 王立彦, 万拓. 社会责任报告及鉴证能否传递有效信号?——基于企业声誉理论的分析[J]. 审计研究, 2011 (04): 87-93.

[60] 何贤杰, 肖土盛, 陈信元. 企业社会责任信息披露与公司融资约束[J]. 财经研究, 2012, 38 (08): 60-71+83.

[61] 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].

经济研究, 2014, 49 (02) : 74-86.

[62] 王站杰, 买生. 企业社会责任、创新能力与国际化战略——管理层薪酬激励的调节作用[J]. 管理评论, 2019, 31 (03) : 193-202.

[63] 权小锋, 吴世农, 尹洪英. 企业社会责任与股价崩盘风险: “价值利器”或“自利工具”?[J]. 经济研究, 2015, 50 (11) : 49-64.

Corporate Social Responsibility: A Literature Review

Li Xinjian

(Hunan Normal University, Changsha, Hunan Province, 410000, China)

Abstract: Corporate Social Responsibility (CSR) is closely related to many aspects of corporate sustainable development, corporate innovation, and corporate value, and has been greatly emphasized in both theoretical and practical circles. In this paper, the Chinese and English literature on CSR is sorted out and theoretically explored around the themes of connotation, measurement, motivation, influencing factors and economic consequences of CSR. It is found that (1) the research literature on the connotation, measurement, motivation, influencing factors, and economic consequences of CSR is gradually enriched. (2) Most of the existing research focuses on how a company's commitment to social responsibility affects its daily management decisions and performance indicators, as well as the factors influencing the fulfillment of CSR. Future research on CSR still focuses on these two aspects, and new perspectives need to be discovered in light of new macro and micro environmental changes. Enterprises should pay enough attention to social responsibility when formulating development strategies, and actively build corresponding organizations to ensure that social responsibility can be effectively fulfilled.

Keywords: corporate social responsibility; influencing factors; economic consequences