

企业社会责任、媒体报道与诉讼风险

黄 珺, 尹 婧

(湖南大学, 长沙, 410082)

摘要: 随着针对上市公司相关诉讼案件日益增加, 诉讼风险成为影响企业持续经营的重要因素。结合 2011-2018 年间我国非金融类 A 股上市公司的样本数据, 基于声誉保险效应理论探究了企业社会责任对企业诉讼风险的影响。研究发现 (1) 企业社会责任能够降低企业诉讼风险; (2) 正面媒体报道在企业社会责任与企业诉讼风险之间的负相关关系中起到中介作用。研究结果为企业社会责任及媒体报道在公司治理中的作用提供了进一步的经验证据。

关键词: 企业社会责任; 诉讼风险; 媒体报道; 声誉保险效应

中图分类号: F275.1 **文献标识码:** A

随着我国资本市场相关法律制度的不断完善以及利益相关者维权意识的逐渐提高, 针对企业的各类诉讼案件日益增加。据国泰安数据库 (CSMAR) 统计, 2018 年我国 A 股上市公司共发生各类诉讼案件 11456 起, 总金额约 5321 亿元, 其中不乏一些涉案金额巨大的案件。企业的诉讼案件往往发生于企业与消费者、投资者、供应商等利益相关者之间。利益相关者理论认为, 企业是由多个利益相关者联合构成的利益共同体, 而维护利益相关者的共同利益则是企业社会责任的主要内容。有研究表明, 企业社会责任报告作为向利益相关者披露企业社会责任履行情况的载体, 其披露能够缓解企业与其他利益相关者的契约摩擦、降低诉讼风险 (张俊瑞等, 2017)。根据声誉保险理论, 企业通过积极主动地承担企业社会责任, 能够产生声誉资本, 对股东财富起到保险作用 (刘媛媛等, 2018; 李井林等, 2019)。那么企业社会责任的履行是否也能通过声誉保险效应, 降低企业的诉讼风险呢? 此外, 媒体报道作为企业社会责任宣传的重要渠道, 同时也会对企业不良行为起到监督作用, 那么媒体在企业社会责任与诉讼风险的关系中会起到什么作用呢?

基于此, 本文以 2011-2018 年我国 A 股上市企业为研究样本, 依靠声誉保险效应理论, 加入正面媒体报道的中介作用, 研究了企业社会责任和诉讼风险之间的关系。本文的实证结果表明: 企业社会责任能够降低企业的诉讼风险, 且正面媒体报道在企业社会责任与诉讼风险之间的负相关关系中起到中介作用。本文的结论在进行稳健性检验以及对内生性问题进行控制后仍然成立。本文的可能贡献在于: (1) 以往文献对于企业社会责任的声誉保险后果主要围绕股东财富展开研究, 本文基于声誉保险效应对企业社会责任与诉讼风险之间的关系展开研究, 因此为企业社会责任在公司治理中的作用提供了进一步的经验证据。(2) 验证了媒体报道在企业社会责任与诉讼风险关系中起到的中介作用, 丰富了媒体报道对企业治理机制影响的研究。

1. 文献回顾与假设提出

已有文献对影响企业诉讼风险的因素展开了研究。从高管个人特征方面来看, 周萍等 (2018) 认为女性高管降低企业诉讼风险的作用显著存在。胡国柳等 (2016) 发现董事高管责任保险的引入会助长企业诉讼风险, 且这种关系只在非国有企业中显著。林斌 (2015) 研究发现企业内部控制质量与企业诉讼风险呈正相关关系。企业的信息披露制度也会对诉讼风险产生一定影响 (Francis, 1994; Fieldl, 2005), 企业社会责任报告的披露可以降低诉讼风险 (张俊瑞, 2017)。Klein 等 (2016) 提出, 企业社会责任可以通过作为应对企业负面

事件的保险策略为企业带来价值。当企业出现安全问题或其他可能对企业声誉造成损失的不当行为时,企业社会责任可以凭借利益相关者的信任和良好的企业形象缓解相关风险。已有文献利用事件研究法,以企业的股票异常回报率证明了企业社会责任的声誉保险效应确实存在,当企业面临重大负面事件时,履行企业社会责任的企业股东财富损失较少(Shiu 等, 2016; 刘媛媛等, 2018)。

诉讼是解决利益冲突的一种高成本方式,且通常被认为是一种次优的冲突解决方案,因为往往会耗费诉讼双方大量时间和精力,且破坏诉讼双方之间的正常关系。当上市公司与利益相关者之间发生利益冲突时,往往可以首先通过沟通交流达到和解,只有在和解难以达成时,才会利用法律诉讼手段解决问题。具有良好企业形象的公司利益相关者中更值得信赖,因此在面临纠纷时利益相关者可能更愿意与公司进行合理交涉,而尽量避免采用法律诉讼手段;而企业形象较差的公司发生负面事件时,由于其在利益相关者认知里具有负面印象,利益相关者很可能不愿意与其私下交流沟通解决而直接采取法律手段,这样的公司往往就会面临较大的诉讼风险。根据声誉保险效应,企业可以通过履行企业社会责任产生声誉资本,这种声誉资本可以提高企业在利益相关者中的形象,帮助企业获取利益相关者的信任,对企业形成一定的保护作用,从而在企业降低企业产生诉讼风险的可能性。因此本文提出如下假设:

H1: 其他条件不变的情况下,企业社会责任能够降低企业诉讼风险。

随着科技手段的进步,媒体报道越来越成为当今社会信息传递的重要手段,在公司治理中的作用也得到了广泛认同。媒体的聚光灯效应,使被报道企业成为利益相关者以及外界的关注焦点,加速了信息传播,同时也促进了企业信息的透明化。媒体报道是有关企业履行社会责任的信息的载体,也是企业声誉资本累积的途径之一,企业积极履行社会责任会引起媒体的关注,其正面报道有利于企业声誉的积累。Dyck 和 Zingales (2008) 通过实证证实了媒体的公司治理作用是通过影响企业和经理人员的声誉实现的。Johnson (2003) 的研究表明,新闻媒体的报道量与上市公司下一期绩效的改善程度存在正相关关系。Carmelo (2009) 认为媒体对企业的正面报道在提高企业知名度的同时,也会使企业面临更大的公众关注压力,进而使得企业采取符合公众需要的经营措施来提高公司业绩,从而避免与利益相关者产生利益冲突,降低产生诉讼的可能性。如果企业具有良好的企业社会责任绩效,那么该企业也会更加受到媒体报道的关注,进而通过媒体的关注提升企业形象。因此,企业履行企业社会责任能够帮助企业获得更多的正面媒体报道,而正面的媒体报道能帮助企业向利益相关者发出利好的信号,增进企业的声誉资本,提升利益相关者的信任,从而利用企业的声誉保险效应降低企业可能面临的诉讼风险。因此,本文提出如下假设:

H2: 其他条件不变的情况下,正面媒体报道在企业社会责任与诉讼风险的关系中起到中介作用。

2. 研究设计

2.1 样本选取

本文选取 2011-2018 年间沪、深上市 A 股公司做为初始研究样本。企业社会责任数据来自和讯网企业社会责任评级,主要是因为和讯网的评级标准更多地是考虑企业社会责任绩效,据此能更好地反映企业履行社会责任情况对企业诉讼风险的影响。其余所有财务数据和诉讼数据均来自国泰安金融研究数据库(CSMAR)。另对初始样本进行如下处理:(1)剔除金融行业公司;(2)剔除 ST 及 ST*公司;(3)剔除数据存在缺失或空白值的样本;(4)对所有数据都在双侧 1%分位数处做了缩尾处理,以消除极端值的影响。经过筛选,最终得到样本数据观察值 15114 个。本文主要使用 Excel 和 Stata 两个软件进行数据处理和实证分析。

2.2 研究变量

本文企业社会责任变量选取自和讯网企业社会责任评级公布的年度企业社会责任评级报告中的等级得分,该得分的数据来源是企业已披露的社会责任报告和公司年报。考虑到企业履行企业社会责任形成声誉资本需要一定时间,因此使用相滞后一年的数据。本文采用诉讼涉案总金额作为企业诉讼风险的代理变量。同时为了消除规模效应的影响,对所有数据进行取对数处理。借鉴以往文献,本文使用以下变量作为控制变量:公司规模(Size)、资产负债率(Lev)、销售增长率(Growth)、资产收益率(Roa)、是否为国有企业(Soe)、董事长和总经理两职合一(Dual)、董事会规模(Board)、董事会会议次数(Meeting)、是否亏损(Lost)、每股收益(Eps)。此外,本研究还设置了行业、年度虚拟控制变量来控制行业、年度对诉讼风险可能产生的影响,公司行业分类参照2012年中国证监会的行业分类标准。变量定义与说明见表1。

表1 变量定义

变量名称	变量定义和计算方法		
解释变量	Csr	企业社会责任	和讯网公布的的年度企业社会责任评级报告中的得分总分
被解释变量	Litigation	诉讼风险	诉讼涉案总金额取对数处理
中介变量	Media	正面媒体报道	企业每年正面媒体报道总数取对数处理
	Size	公司规模	总资产的自然对数
	Lev	资产负债率	总负债/总资产
	Growth	销售增长率	(本年销售收入-上年销售收入)/上年销售收入
	Roa	资产收益率	税后净利润/总资产
控制变量	Soe	是否为国有企业	国有企业取值为1, 否则为0
	Dual	董事长和总经理两职合一	董事长兼任总经理取1, 否则为0
	Board	董事会规模	董事会总人数
	Meeting	董事会会议次数	年度董事会会议次数
	Lost	是否亏损	公司当年亏损取1, 否则为0
	Eps	每股收益	税后利润/股本总数
	Year	年度	年份虚拟变量
	Industry	行业	行业虚拟变量, 根据2012年证监会行业分类标准定义

2.3 模型设计

本文构建以下模型来检验假设H1和H2,其中模型(1)是对假设H1的验证,模型(2)和模型(3)是对假设H2的验证。由于企业社会责任产生的声誉保护效应需要一定时间来实现,因此对企业社会责任评分做滞后一期处理。Year和Industry分别控制年度和行业效应, ε 为残差项。

$$Litigation_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{i,t-1} + \sum \alpha_i Controls_{i,t} + \sum Year + \sum Industry + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$Media_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{i,t-1} + \sum \alpha_i Controls_{i,t} + \sum Year + \sum Industry + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

$$Litigation_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Media_{i,t} + \sum \alpha_i Controls_{i,t} + \sum Year + \sum Industry + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

3. 实证结果分析

3.1 描述性统计与相关性分析

表 2 给出了样本变量的描述性统计结果。从表 2 可以看出, Litigation 的最大值为 6.884, 最小值为 0, 标准差为 1.728, 说明不同企业之间的诉讼风险呈现出较大的差异性。Csr 的标准差为 0.159, 最大最小值差异也表明了不同企业之间企业社会责任绩效的差别, 其平均值为 0.251, 表明我国企业社会责任绩效相对来说总体水平较低。Media 的最大值为 8.077 而最小值为 2.398, 说明企业的媒体正面报道数量存在一定差异。Size 的最大值为 26.105, 最小值为 19.78, 表明各企业规模大小不一。Lev 的最大值为 0.887, 最小值为 0.05, 表明各企业负债水平高低不同。34.3%的样本企业是国有企业, 28.7%的样本企业存在董事长和总经理两职合一的情况, 8.5%的样本企业在当年发生了亏损。Eps 的最大值为 2.701, 最小值为-1.218, 标准差为 0.527, 反映了不同企业之间盈利能力的差异。根据以上描述性统计可以看出, 样本的选择具有一定的合理性和代表性。

相关系数反映了变量之间相关性的强弱, 其绝对值越大表明变量之间的相关性越强。本文对主要变量进行了 Pearson 相关性分析, 结果如表 3 所示。绝大部分变量之间的相关系数的绝对值小于 0.5, 表明本文研究模型中的各个变量之间不存在严重的多重共线性问题。Litigation 与 csr 的相关系数为-0.062 且显著, 说明企业社会责任绩效与企业的诉讼风险呈负相关关系, 初步验证了假设 1。绝大多数控制变量都与被解释变量 Litigation 显著相关, 说明控制变量的选取较为合理。

表 2 主要变量描述性统计

	N	Mean	Std. Dev.	min	Median	max
Litigation	15114	0.788	1.728	0	0	6.884
Csr	15114	0.251	0.159	-0.03	0.223	0.752
Media	15114	5.041	1.096	2.398	5.05	8.077
Size	15114	22.143	1.285	19.78	21.969	26.105
Lev	15114	0.413	0.207	0.05	0.402	0.887
Growth	15114	0.204	0.465	-0.548	0.12	3.082
Roa	15114	0.039	0.055	-0.216	0.037	0.191
Soe	15114	0.343	0.475	0	0	1
Dual	15114	0.287	0.452	0	0	1
Board	15114	8.545	1.709	0	9	18
Meeting	15114	10.057	4.023	4	9	25
Lost	15114	0.085	0.279	0	0	1
Eps	15114	0.375	0.527	-1.218	0.279	2.701

表 3 相关性分析

	Litigation	Csr	Media	Size	Lev	Growth	Roa	Soe	Dual	Board	Meeting	Lost	Eps
Litigation	1.000												
Csr	-0.062***	1.000											
Media	0.032***	0.199***	1.000										

Size	0.145***	0.280***	0.397***	1.000									
Lev	0.209***	-0.011	0.211***	0.542***	1.000								
Growth	-0.005	-0.057***	0.039***	0.043***	0.039***	1.000							
Roa	-0.159***	0.255***	0.044***	-0.019**	-0.352***	0.178***	1.000						
Soe	0.089***	0.105***	0.106***	0.376***	0.301***	-0.089***	-0.102***	1.000					
Dual	-0.024***	-0.050***	-0.039***	-0.176***	-0.129***	0.023***	0.040***	-0.275***	1.000				
Board	0.019**	0.121***	0.131***	0.289***	0.157***	-0.027***	0.020**	0.274***	-0.177***	1.000			
Meeting	0.116***	0.012	0.219***	0.262***	0.258***	0.133***	-0.081***	-0.046***	0.002	-0.021***	1.000		
Lost	0.114***	-0.155***	0.004	-0.052***	0.168***	-0.151***	-0.638***	0.035***	-0.012	-0.035***	0.013	1.000	
Eps	-0.088***	0.307***	0.157***	0.250***	-0.072***	0.161***	0.723***	0.012	-0.003	0.067***	0.004	-0.474***	1.000

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

3.2 回归分析

为了检验 H1，通过对企业社会责任得分和诉讼风险的回归，检验企业社会责任对企业诉讼风险的影响，回归结果见表 4 的模型（1）。企业社会责任与诉讼风险在 1%的水平上显著负相关，这表明企业进行企业社会责任活动能够显著降低企业的诉讼风险，支持假设 H1。控制变量方面，公司资产负债率与企业的诉讼总金额显著正相关，说明公司的资产负债率越高，企业面临的诉讼风险会越大。资产收益率与诉讼风险呈显著负相关关系，说明企业的资产收益率越高，越能抑制企业面临的诉讼风险。企业的每股收益也与诉讼风险呈显著负相关关系，表明每股收益越高的企业诉讼风险会越低。另外，企业如果发生了亏损，其面临的诉讼风险也会越高。

为了验证 H2，将媒体报道作为中介变量引入回归模型，检验媒体报道在企业社会责任与诉讼风险关系中起到的作用，回归结果见表 4 的模型（2）（3）。模型（2）显示，企业社会责任评分变量 *csr* 的系数为 0.447，并且在 1%的水平上显著，说明企业社会责任绩效能够正向作用于正面的媒体报道数量。模型（3）的结果显示，企业社会责任评分和整箱的媒体报道与企业诉讼风险分别在 1%和 5%的水平上呈显著负相关，因此，假设 H2 得到支持。也就是说，正面媒体报道在企业社会责任绩效与企业诉讼风险的负向作用机制中发挥部分中介作用。

表 4 多元回归模型结果

	(1) Litigation	(2) Media	(3) Litigation
Csr	-0.412*** (-3.841)	0.447*** (8.538)	-0.393*** (-3.673)
Media			-0.042** (-2.497)
Size	0.068*** (3.792)	0.368*** (40.435)	0.083*** (4.360)
Lev	0.833*** (8.131)	0.066 (1.371)	0.835*** (8.158)
Growth	-0.002 (-0.061)	0.031* (1.899)	-0.001 (-0.025)
Roa	-1.161** (-2.177)	1.543*** (5.928)	-1.096** (-2.043)

Soe	0.100 ^{***} (2.750)	-0.108 ^{***} (-5.966)	0.095 ^{***} (2.627)
Dual	0.037 (1.231)	0.088 ^{***} (5.540)	0.041 (1.354)
Board	-0.005 (-0.505)	0.017 ^{***} (3.770)	-0.004 (-0.425)
Meeting	0.025 ^{***} (6.093)	0.029 ^{***} (15.287)	0.026 ^{***} (6.353)
Lost	0.298 ^{***} (4.100)	0.225 ^{***} (6.597)	0.308 ^{***} (4.219)
Eps	-0.138 ^{***} (-2.995)	0.202 ^{***} (8.270)	-0.129 ^{***} (-2.818)
Year	Yes	Yes	Yes
Industry	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	15114	15114	15114
<i>r</i> ²	0.098	0.475	0.098

t statistics in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

3.3 稳健性检验

3.3.1 替换诉讼风险指标

为了验证设计模型的稳健性,将主回归中的解释变量诉讼风险的替代变量涉案总金额替换为企业的诉讼涉案件数(Litigation_1)和企业是否发生诉讼案件(Litigation_2)进行回归,其中Litigation_1取企业诉讼案件总数的对数,Litigation_2是虚拟变量,当企业本年度存在诉讼案件时取1,否则为0,回归结果如表5所示。结果显示,当解释变量为诉讼涉案件数或是否发生诉讼时,企业社会责任仍在1%的水平上与企业的诉讼风险显著负相关。也就是说,企业社会责任能够降低企业发生诉讼案件的数量和可能性,在替换了被解释变量后,假设H1仍然成立。

表5 替换被解释变量的回归分析

	(1) Litigation_1	(2) Litigation_2
Csr	-0.170 ^{***} (-4.188)	-0.434 ^{***} (-2.705)
Size	0.002 (0.293)	-0.083 ^{***} (-3.689)
Lev	0.342 ^{***} (8.135)	1.306 ^{***} (9.258)
Growth	0.008 (0.522)	0.083 [*] (1.842)
Roa	-0.385 [*] (-1.758)	-0.635 (-0.903)
Soe	0.030 ^{**} (2.142)	0.205 ^{***} (4.129)

Dual	-0.001 (-0.064)	-0.010 (-0.215)
Board	-0.002 (-0.705)	0.006 (0.505)
Meeting	0.008 ^{***} (5.227)	0.033 ^{***} (6.270)
Lost	0.105 ^{***} (3.697)	0.289 ^{***} (3.201)
Eps	-0.066 ^{***} (-3.696)	-0.237 ^{***} (-3.540)
Year	Yes	Yes
Industry	Yes	Yes
<i>N</i>	15114	15114
<i>r</i> ²	0.090	0.068

t statistics in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

3.3.2 取消对企业社会责任变量的滞后处理

声誉的产生以及企业形象的树立需要一定时间,因此在主回归中对企业社会责任变量进行了滞后一期处理。为了排除时间上的偶然性,检验主回归的稳健性,取消对企业社会责任变量的滞后处理再进行回归分析。回归结果如表 6 所示,企业社会责任与诉讼风险仍然在 5%的水平上呈显著负相关,说明主回归的结果不受时间上的偶然性的影响,结果仍然是稳健的。

表 6 取消滞后处理的回归分析

	(1) Litigation
Csr	-0.225 ^{**} (-1.988)
Size	0.057 ^{***} (3.180)
Lev	0.868 ^{***} (8.460)
Growth	0.011 (0.305)
Roa	-1.205 ^{**} (-2.236)
Soe	0.101 ^{***} (2.777)
Dual	0.037 (1.225)
Board	-0.005 (-0.561)
Meeting	0.025 ^{***} (6.098)

Lost	0.269*** (3.689)
Eps	-0.145*** (-3.143)
Year	Yes
Industry	Yes
<i>N</i>	15114
<i>r</i> ²	0.097

t statistics in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

3.3.3 内生性问题

主回归结果证明了企业社会责任能够减轻企业的诉讼风险,具体表现在诉讼涉案金额的减少。已有研究表明,企业可能会因为诉讼风险的存在而进行更多的慈善捐赠行为,二者之间可能存在反向因果关系。因此,本文采用工具变量法来进一步修正可能存在的内生性问题。参照 Ghoul et al. (2011) 的研究,本文选取企业社会责任评分的年度-行业均值 (Csr_mean) 作为 Csr 的工具变量。因为企业社会责任评分的年度-行业均值与每个企业自身的企业社会责任水平有关,而与单个企业的诉讼风险相关的可能性较小,符合作为工具变量的要求。实证回归结果见图 7。在第一阶段中以 Csr 作为被解释变量、Csr_mean 作为解释变量进行回归;在第二阶段中以 Litigation 做为被解释变量、以 Csr 的拟合值作为解释变量进行回归。回归结果显示,在第二阶段中,Csr 与 Litigation 之间的关系显著为负,说明本文的实证结果仍然是稳健的。

表 7 内生性检验回归结果

VARIABLES	Fist-stage	Second-stage
	Csr	Litigation
Csr		-1.705*** (-3.452)
Csr_mean	0.759*** (24.818)	
Size	0.043*** (35.099)	0.126*** (4.674)
Lev	-0.115*** (-15.434)	0.675*** (6.193)
Growth	-0.037*** (-15.119)	-0.052 (-1.458)
Roa	0.418*** (11.281)	-0.580 (-1.148)
Soe	0.002 (0.799)	0.105*** (3.099)
Dual	-0.000 (-0.155)	0.037 (1.180)
Board	0.001 (1.358)	-0.003 (-0.318)

Meeting	-0.001** (-2.001)	0.024*** (6.524)
Lost	0.021*** (4.124)	0.330*** (5.124)
Eps	0.031*** (9.447)	-0.092** (-2.086)
Year	Yes	Yes
Industry	Yes	Yes
N	15,114	15,114
R2	0.280	0.087
F-value	154.1	

t-statistics in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

4. 研究结论

随着我国资本市场的健全以及法律制度的完善,诉讼风险成为我国上市企业持续经营的重要影响因素。本文以 2011-2018 年 A 股上市公司为研究对象,探究了企业社会责任对企业诉讼风险的影响。研究结论如下:(1) 企业社会责任与企业诉讼风险之间存在显著负相关关系,表明企业可以通过履行企业社会责任来产生声誉资本,使企业能够利用声誉保险效应来缓解自身可能面临的相关诉讼风险。(2) 正面媒体报道在企业社会责任与企业诉讼风险之间的负相关关系中起到中介作用。媒体报道作为现代社会信息传递的重要手段,在现代公司治理中起到重要作用。

本文对资本市场有如下政策启示:(1) 企业社会责任的履行可以帮助上市公司树立良好的企业形象,赢得利益相关者的信赖,在发生经济纠纷时可以帮助企业与利益相关者之间更加有效地沟通,从而减少诉讼案件的发生。(2) 企业履行社会责任通过媒体的正面报道对企业的诉讼风险起到保险作用,这说明媒体是公司治理的重要信息传播手段,企业在进行企业社会责任战略布局时应当合理利用媒体关注对于公司治理的影响。

参考文献

[1] 李井林,董方红,阳镇.企业社会责任的“类保险”作用情境——基于“疫苗门”事件的研究[J].消费经济,2019,35(02):51-61.

[2] 周萍,赵康生,唐翌.女性董事与公司诉讼风险——基于中国上市公司的实证分析[J].管理学季刊,2018,3(03):87-104+108-109.

[3] 刘媛媛,徐沛钰,薛凯文.企业社会责任负面事件的股东财富减损效应研究[J].财经问题研究,2018(10):89-96.

[4] 赵康生,周萍,刘玉博.管理层持股、所有权性质与公司诉讼风险[J].软科学,2017,31(05):60-65.

[5] 单春霞,仲伟周,蔡元.企业社会责任的公关危机与股东价值--基于上证上市公司的实证研究[J].河南社会科学,2014,000(008):46-50.

- [6] 张俊瑞,刘慧,李彬.企业社会责任报告降低企业的诉讼风险了吗?[J].预测,2017,36(01):34-40.
- [7] 胡国柳,秦帅.抑制还是助长?董事高管责任保险与企业诉讼风险[J].商业经济与管理,2016(11):86-97.
- [8] 江炎骏,徐勇.企业社会责任对负面事件发生时股东财富的影响[J].中大管理研究,2012,7(1):102-120.
- [9] 林斌,周美华,舒伟.内部控制、公司诉讼与债务契约——基于A股市场的经验研究[J].审计与经济研究,2015,30(03):3-11.
- [10] 黄怡.负面事件中企业社会责任对企业价值变化的缓冲作用[J].闽南师范大学学报(哲学社会科学版),2018,32(01):7-14.
- [11] 吴华,张爱卿,唐擎.企业社会责任行为会促进组织污名管理吗?——基于归因理论视角[J].管理评论,2018,30(07):218-230.
- [12] 醋卫华.公司治理、声誉机制与权益资本成本[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2013,37(05):57-61.
- [13] 李秀玉,李倩雯,史亚雅.媒体监督对社会责任报告鉴证的影响研究[J].经济与管理评论,2019,35(06):81-92.
- [14] 傅超,吉利.诉讼风险与公司慈善捐赠——基于“声誉保险”视角的解释[J].南开管理评论,2017,20(002):108-121.
- [15] 张丽.有关媒体的公司治理作用的文献述评[J].经济论坛,2016(07):55-57.
- [16] 戴亦一,彭镇,潘越.企业慈善捐赠:诉讼风险下的自我救赎[J].厦门大学学报(哲学社会科学版),2016(2):122-131.
- [17] 孔东民,刘莎莎,应千伟.公司行为中的媒体角色:激浊扬清还是推波助澜?[J].管理世界,2013,000(007):145-162.
- [18] Yung - Ming Shiu,Shou - Lin Yang. Does engagement in corporate social responsibility provide strategic insurance - like effects?[J]. John Wiley & Sons, Ltd,2017,38(2).
- [19] Ghoul S E , Guedhami O , Kwok C , et al. Does corporate social responsibility affect the cost of capital?[J]. Journal of Banking & Finance, 2011, 35(9):2388-2406.
- [20] Dyck A , Volchkova N , Zingales L . The Corporate Governance Role of the Media: Evidence from Russia[J]. The Journal of Finance, 2008.
- [21] Johnson,Homer H. Does it pay to be good? Social responsibility and financial performance[J]. Business horizons,2003,46(6):34-40.
- [22] Laura Field,Michelle Lowry,Susan Shu. Does disclosure deter or trigger litigation?[J]. Elsevier B.V.,2005,39(3).
- [23] Klein, J. , Dawar, N. Corporate Social Responsibility and Consumers ' Attributions and Brand Evaluation in a Product - Harm Crisis[J]. International Journal of Research in Marketing, 2004, 21(3) : 203-217.

Corporate Social Responsibility, Media Coverage and Litigation Risk

Huang Jun , Yin Jing

(Hunan University, Changsha ,410082)

Abstract: With the increasing number of litigation cases against listed companies, litigation risk has become an important factor affecting the continued operation of enterprises. Based on the sample data of my country's non-financial A-share listed companies from 2011 to 2018, this paper explores the impact of corporate social responsibility on corporate litigation risks based on the theory of reputation insurance effects. The study found that (1) corporate social responsibility can reduce corporate litigation risks; (2) positive media reports play an intermediary role in the negative correlation between corporate social responsibility and corporate litigation risks. The research results provide further empirical evidence for the role of corporate social responsibility and media reports in corporate governance.

Keywords: corporate social responsibility; litigation risk; media reports; reputation insurance effect