

“十二五”国家重点图书出版规划项目

· 中/国/企/业/行/为/治/理/研/究/丛/书 ·

Research on Chinese Corporate Philanthropy Behavior
and Tax Policy

中国企业慈善捐赠行为 及其税收政策研究

葛笑春 黄靖 李明星 著

philanthropy behavior



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

“十二五”国家重点图书出版规划项目

中国企业行为治理研究丛书

社会责任卷

中国企业慈善捐赠行为及其税收政策研究

葛笑春 黄 靖 李明星 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中国企业慈善捐赠行为及其税收政策研究 / 葛笑春, 黄靖, 李明星著. —杭州: 浙江工商大学出版社, 2016. 12

(中国企业行为治理研究丛书)

ISBN 978-7-5178-1972-1

I. ①中… II. ①黄… ②李… III. ①企业—慈善事业—研究—中国②企业管理—税收管理—研究—中国

IV. ①D632.1②F812.423

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 304013 号

中国企业慈善捐赠行为及其税收政策研究

葛笑春 黄靖 李明星 著

责任编辑 谭娟娟 汪浩

封面设计 林朦朦

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排版 杭州朝曦图文设计有限公司

印刷 杭州五象印务有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 13

字数 201 千

版印次 2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-5178-1972-1

定价 42.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

目 录

第 1 章 研究背景与思路方法

- 1.1 研究背景与问题提出 / 001
- 1.2 相关概念界定 / 005
- 1.3 研究思路与技术路线 / 006
- 1.4 研究方法 / 006

第 2 章 相关理论研究

- 2.1 企业公民、企业社会责任与企业慈善捐赠 / 012
- 2.2 企业慈善捐赠行为动机和影响因素 / 017
- 2.3 企业慈善捐赠相关税收政策效应的研究 / 025
- 2.4 企业慈善捐赠相关所得税政策效应的研究 / 029
- 2.5 我国对企业慈善捐赠行为与政策关系的研究及存在的问题 / 031
- 2.6 小结 / 035

第 3 章 企业慈善捐赠行为与税收政策

- 3.1 我国企业慈善捐赠行为的现状 / 037
- 3.2 与企业慈善捐赠行为相关的税收政策 / 040
- 3.3 税收政策、企业利润与企业慈善捐赠行为的相关性 / 060
- 3.4 企业慈善捐赠行为对企业利润的影响分析 / 061
- 3.5 企业慈善捐赠行为对企业效用的影响分析 / 065

第 4 章	既定税收政策环境下,企业慈善捐赠行为生成机制和优化方法
4.1	企业慈善偏好的测度 / 070
4.2	企业的策略 / 075
4.3	跨期选择影响 / 084
第 5 章	企业慈善捐赠与税收政策关系的实证研究
5.1	变量的设定 / 086
5.2	数据的收集和处理方法 / 090
5.3	企业慈善捐赠与税收政策关联性的实证分析 / 091
5.4	税收价格弹性 / 105
第 6 章	多案例分析
6.1	研究方法 / 106
6.2	研究设计 / 107
6.3	多案例分析 / 110
第 7 章	运用 NetLogo 对我国企业慈善捐赠税收政策的仿真评估
7.1	复杂性系统仿真开发软件 NetLogo 的介绍 / 127
7.2	仿真基本思路 / 128
7.3	操作过程 / 129
7.4	结果分析 / 132
第 8 章	我国企业慈善捐赠税收政策的完善思路
8.1	我国企业慈善捐赠税收优惠政策的社会环境改进 / 133
8.2	我国企业慈善捐赠税收优惠政策的相关制度完善 / 134
第 9 章	结论与展望
主要参考文献 /134	
附 表 /155	

图目录

图 1-1	研究技术路线	006
图 3-1	2012 年我国慈善捐赠主体分布(亿元)	038
图 3-2	2012 年我国慈善捐赠在不同领域的比例分布	039
图 3-3	企业慈善捐赠、企业效用、税收政策关系图	061
图 3-4	利润与捐赠关系图 A	062
图 3-5	利润与捐赠关系图 B	062
图 3-6	利润与捐赠关系图 C	062
图 3-7	利润与捐赠关系图 D	063
图 3-8	利润与捐赠关系图 E	063
图 3-9	利润与捐赠关系图 F	064
图 3-10	效用曲线	066
图 4-1	企业效用对比图	072
图 4-2	效用曲线	072
图 4-3	慈善认知与营销效应二维图	075
图 4-4	跨期选择的影响	085
图 5-1	企业利润、慈善捐赠与税收关系图	087
图 5-2	企业指标	087
图 6-1	访谈涉及的问题及内容	109
图 6-2	振达集团 2006 年至 2012 年的慈善捐赠支出数据	112
图 6-3	无锡中南置业投资有限公司 2007 年至 2012 年慈善捐赠分布图 (单位:万元)	116
图 6-4	无锡中南置业投资有限公司 2007 至 2012 年慈善捐赠捐赠支出	116

图 7-1 实物捐赠与现金捐赠仿真效果	130
图 7-2 非营利组织数量变化仿真效果	131
图 7-3 税前抵扣比例变化仿真	131

表目录

表 1-1	案例研究的类型	008
表 3-1	我国 2007 年至 2011 年慈善捐赠总额变化	037
表 3-2	我国 2005 至 2010 年社会组织及基金会的变化情况	038
表 3-3	2010 及 2011 年我国各类系统慈善募资情况	040
表 3-4	我国内、外资企业的公益性捐赠所得税激励政策	048
表 3-5	我国 1999—2007 年间公益性捐赠税前扣除比例一览表	052
表 3-6	我国内、外资企业的公益性捐赠所得税激励政策	057
表 4-1	企业社会责任自评得分规模因素影响结构分析表	074
表 4-2	企业社会责任自评得分所有制因素影响结构分析表	074
表 4-3	捐赠方式对比	079
表 4-4	基于成本的比较	080
表 4-5	所得税情况下的比较	080
表 4-6	①条件下不同名义的捐赠比较	082
表 4-7	②条件不同名义的捐赠比较	083
表 4-8	③条件不同名义的捐赠比较	083
表 4-9	④条件不同名义的捐赠比较	083
表 4-10	总结表	084
表 5-1	慈善捐赠与所得税关系	088
表 5-2	解释变量指标口径	089
表 5-3	企业性质分类	093
表 5-4	对数线性模型的估计值	093
表 5-5	相关度参数估计值	094
表 5-6	行业分类数据	094

表 5-7	对数线性模型的估计值	095
表 5-8	相关度参数估计值	096
表 5-9	对于政策的相关度:参数估计值	097
表 5-10	相关度参数估计值	098
表 5-11	参数估计值	098
表 5-12	相关度参数估计值	099
表 5-13	经济性质与行业量化指标	099
表 5-14	OLS 模拟结果	100
表 5-15	面板数据回归结果	101
表 5-16	描述性统计值	101
表 5-17	加权固定效应	102
表 6-1	振达集团访谈记录整理	110
表 6-2	无锡中南置业投资有限公司访谈记录整理	114
表 6-3	江苏江达生态科技有限公司访谈记录整理	119
表 6-4	马应龙药业集团有限公司访谈记录整理	121
表 6-5	华能国际电力股份有限公司访谈记录整理	124
表 6-6	五个案例的比较分析及分析结论	125

第1章 研究背景与思路方法

1.1 研究背景与问题提出

现代意义上的企业慈善捐赠活动源于西方工业文明,随着经济全球化的发展和中国企业实力的壮大,越来越多的中国企业开始进行慈善捐赠活动,学术界也涌现了越来越多的相关研究。

(1)我国企业慈善热情高涨,但捐赠水平仍总体偏低

近年来,我国慈善事业发展逐步从起步阶段进入快速增长阶段。根据《2014 中国慈善发展报告》的调查数据^①显示:2014 年,我国境内接受国内外社会捐款捐物总额共计 1 042 余亿元,单笔大额捐赠突破百亿元,这也是全国捐赠总量在没有大灾的情况下首次突破千亿元。报告分析,这一数字较 2013 年增加近 53 亿元。值得关注的是,2008 年,我国慈善捐赠总量超过 1 000 亿元,但其中 700 多亿元是针对“汶川地震”的专项捐赠,常规捐赠只有 321 亿元。2014 年,常规捐赠量达到了 986 亿元,为历史最高。其中,马云[微博]和蔡崇信捐赠阿里巴巴[微博]2%的股权,按其时股价计算,捐赠金额达 245 亿元,成为我国有史以来最大单笔捐赠。报告显示,2014 年,企业捐赠约占捐赠总量的 7 成。在企业捐赠中,民营企业 and 外资企业是捐赠的主力军,占 76%;国有企业捐赠约 151 余亿元,占企业年度捐赠总额的百分比不到 21。与往年数据相比,2014 年全国企业捐赠、人民团体与社会组织捐赠、政府捐赠占比略有上升;而个人捐赠

^① 数据整理自 <http://news.cntv.cn/china/20120713/114808.shtml>,中国网络电视台,2012 年。

占比约为 11%，已连续 3 年下降。由此可见，我国企业界并没有受到经济下行压力的影响，参与慈善捐赠的热情日益增长。

然而，我国总体的慈善捐赠水平还相对偏低，数据显示，美国年慈善公益捐赠额高达 6 700 多亿美元，占 GDP 的 9%。据《2014 年度中国慈善捐助报告》显示，2014 年我国社会慈善捐赠总额仅占中国全年 GDP 的 0.16%，但这仍比 2013 年小幅增长了 5.3%。产生这一差距的原因来自多个方面，但税收政策作为重要的外部驱动因素对企业慈善捐赠行为产生的影响是不能忽略的。

(2) 税收政策对企业慈善捐赠行为具有明显导向作用

实际上，优惠的税收政策对于企业慈善捐赠资金流向具有非常明显的引导作用，我国历年的税收政策调整对捐赠数额的影响也能反映出这种政策引导效应。2003 年，我国发生严重的非典型肺炎(SARS)，国家税务总局及财政部于 4 月 29 日出台了《关于纳税人向防治非典型肺炎事业捐赠税前扣除问题的通知》，允许企业针对 SARS 进行的捐赠在缴纳所得税前全额扣除，该政策一经出台，仅北京民政局登记的捐赠额在 4 天之内就从 7 000 万元增加到 1.675 亿元^①。2008 年，我国出台的新《企业所得税》及其实施条例将企业捐赠的所得税前扣除比例从年度应纳税所得额的 3% 更改为年度利润的 12%，提高了行业利润率高的企业的捐赠热情，而且通过采取审核制使得更多的慈善组织能够申请税收减免资格，我国慈善捐赠数额激增，慈善组织数量也大幅增加。据我国民政部统计，2007 年，国内外公众和企业的慈善捐赠(款物)总额，约 309 亿元。2008 年，中国接收国内外各类社会捐赠款物共计 1 070 亿元，这约是 2007 年的 3.5 倍。(杨团，2010)上述实例都明确说明税收政策对于企业慈善捐赠具有巨大的导向作用。

(3) 我国企业慈善捐赠相关税收政策相对不够完善

包括中国在内，世界其他各国的慈善捐赠相关税收政策同样也是政府鼓励慈善捐赠的重要手段。当前，我国企业慈善捐赠的税收政策虽已涵盖所得税、流转税和行为税等税种，但比较美国在对慈善捐赠行为精细

^① 陈双全：《捐赠不仅是公关》，中国营销传播网，2003 年 8 月 7 日，<http://www.emkt.com.cn/article/116/11666.html>。

分类基础上所采取的差异化税收政策,例如抵扣、减免和递延等多种优惠方式并用,以及便捷的捐赠扣除程序,我国在税收政策适用范围、税种设置、捐赠扣除比例和税收管理等诸多方面都需要进一步完善。由此,在实现政策效用最大化的同时满足企业效用目标的前提下,如何进行税收政策的设计是现阶段推动我国企业慈善捐赠行为亟待解决的现实问题。然而,我国现行的税收政策始终跟不上慈善事业发展的步伐,具有明显的滞后性。因此,通过分析各种与慈善事业发展有关的税收政策,并进一步提出具有操作性和实践意义的税收优惠政策具有十分重要的意义。

当然,理论研究一直都与实践发展保持着重要联系,随着企业慈善捐赠行为日益受到关注,相关研究也呈现不断增长的趋势。目前,对企业慈善捐赠行为及其税收政策的研究主要体现在三个方面:

(4)企业慈善捐赠行为影响

很多学者认为,企业慈善捐赠行为对企业绩效能够产生正向影响,研究表明慈善捐赠可以从影响销售和成本两个角度实现企业利润最大化。一方面,慈善捐赠可以提升企业形象,促进产品销售,具有与广告类似的性质(Boatsman et al., 1996; Harvey, 2000);另一方面,慈善捐赠有助于降低企业用于保险、安全等方面的费用(Godfrey, 2005; 钟宏武, 2007)。此外,企业慈善捐赠还可帮助企业与政府建立和维持良好的关系,为企业赢得有利的经营环境。(Randolph, 1995; Cornwell et al., 2005)也有学者认为,慈善捐赠对于企业绩效的影响是负面的,认为慈善捐赠行为是企业的一种社会投资,当支撑慈善行为的价值观不能与受赠区域价值观一致,捐赠不仅不能给企业带来正向价值,反而会造成负面影响(Godfrey, 2005; 葛道顺, 2005)。并且企业捐赠行为短期内会侵蚀利润,降低绩效,而且捐赠风险会在一定程度上降低捐赠收益,从而更难以对企业绩效产生正向影响。(钟宏武, 2008)

(5)企业慈善捐赠行为的动机

学术界对企业慈善捐赠经济动因的研究主要集中在两方面:一是从企业慈善捐赠的收益效果出发,认为企业慈善捐赠是一种企业基于利润最大化的商业行为,包括广告效应、公关动机、税收减免考虑等,其目的是增进股东的利益;二是从委托—代理的角度出发,认为企业慈善捐赠是经理人为了满足自身私利而牺牲股东利益的表现,实质上是一种代理成本

(Navarro,1988; Brown et al. ,2006)。

(6)企业慈善捐赠的税收政策效应

Auten et al. (2002)和任浩等(2007)等利用经济学原理分析了税收的价格效应和收入效应,并通过利润最大化模型和效用最大化模型分析了企业所得税对慈善捐赠产生的短期效应和持久效应;黄桂香等(2008)考虑了完全税收优惠和部分税收优惠两种情形,对慈善捐赠的影响进行了分析,这些研究都为实证研究提供了理论依据。很多学者也进行了相关的实证研究,Katarina(2007)通过时间序列数据的调查和应用,将简单的线性模型或对数模型发展为混合模型、随机效应模型和固定效应模型,并研究了企业慈善捐赠所得税的政策效应;Navarro(1988)及 Auten et al. (2002)就不同税收政策对慈善捐赠产生的影响和作用机理、扣除政策的效率问题、企业慈善捐赠的短期效应与持久效应等进行了较为深入的分析研究;Clotfelter(1990)分析了税收激励对企业慈善捐赠水平的影响,并提出了政策建议;Auten et al. (2002)对慈善捐赠的经济学问题进行了研究,尤其是分析了税收因素对捐赠的影响,将税收价格变量运用到统计学模型中以测定其对捐赠额度的定量影响。

上述研究从不同理论视角和不同研究层次探讨了企业慈善捐赠行为与税收政策,为企业慈善捐赠行为与税收政策的研究奠定了良好的基础。但以上研究在下列几个方面还有待于进一步展开和深化:①税收政策与企业慈善捐赠行为的关联性研究仅限于政策分析,并没有建构系统的研究框架,由此相关政策难以实现协同性和针对性的目标。②有关税收政策对于企业慈善行为的影响研究,侧重于税收政策对企业慈善捐赠数量的影响,较少考虑企业慈善捐赠行为的成本和效益,难以兼顾社会效用和企业效用均衡的目标;同时,研究忽略了企业对既定税收政策的理性反应行为。③税收政策应该结合企业慈善捐赠行为的多样性进行差异化制定,因此,在区分企业慈善捐赠行为特征的基础上,研究税收政策对于各类捐赠行为的影响是亟需解决的难题。

1.2 相关概念界定

1.2.1 企业慈善行为

Collins(1993)曾这样定义企业慈善行为：“企业慈善行为是一种针对某一事件(或活动)进行的,能给社会带来效益并能为企业带来长远利益的投资活动。”Collins(1994)又为企业慈善行为下了一个较为宽泛的定义,即:企业慈善行为是不以获利为目的进行的现金或其他捐赠行为。在我国,杨团等(2003)认为企业慈善行为是企业向其所在地的社区和一些需要帮助的领域或社会群体提供资金、劳务或实物援助的行为。Roger(2002)提出了企业慈善行为分析矩阵,目的是在如何进行科学的战略慈善捐赠行为方面为管理者提供分析工具。黄靖(2012)认为,企业慈善行为指的是企业利用自有的现金及有价证券、实物或人力等资源,进行的保护或改善社会福利的各项活动。许多人将企业慈善行为等同于企业承担社会责任,Michael(2003)则不以为然,他指出了这两者之间的区别:企业承担社会责任是防御性的行为,目的是防止或减少损失,而企业慈善行为则是企业利用资金或自有的其他资源为社会创造价值的肯定性质的行为。

1.2.2 企业慈善捐赠

企业慈善捐赠是指企业所得税法中所说的公益性捐赠,它符合《中华人民共和国公益事业捐赠法》规定的向公益事业的捐赠,具体范围包括:救助灾害、救济贫困、扶助残疾人等困难的社会群体和个人的活动;教育、科学、文化、卫生、体育事业;环境保护、社会公共设施建设;促进社会发展和进步的其他社会公共和福利事业。^①胡光平(2011)认为,企业慈善捐赠就是企业旨在发展社会公共事业和提高社会整体福利(包括道德获得)而自愿将企业自有的现金、实物资产等资源无偿地赠送给无直接利益关

^① 《中华人民共和国公益事业捐赠法》第三条规定。

系的受赠人的行为。黄靖(2012)认为,所谓企业慈善捐赠,是指企业向特定对象进行的、无偿或以低于市场价转移其自有资金或实物资源的行为。这些概念都体现了企业慈善捐赠的利他主导性。

1.3 研究思路与技术路线

本书以政策分析—政策评估—政策管理为分析框架,在研究税收政策对于企业慈善捐赠行为影响的基础上,探讨企业慈善捐赠行为的生成机制及优化方法,并结合现有政策实施的实际效果,运用多案例研究与多元回归分析等实证方法,从均衡政策社会效用和企业效用出发,针对税收政策及其管理提出建议。

本书的技术路线见图 1-1。

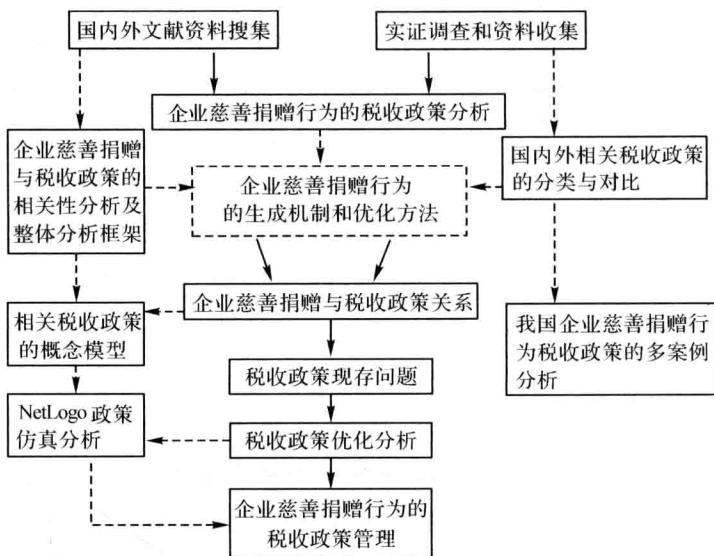


图 1-1 研究技术路线

1.4 研究方法

基于本书中被研究现象本身难以从其背景中抽象、分离出来的研究情境,本书共采用了四种研究方法,分别是:

第一,系统思维方法。遵循政策分析—政策评估—政策管理主线,构建政策分析的框架,对企业慈善捐赠的税收政策进行全面系统的分析。

第二,多案例研究方法。剖析所选的案例企业,对企业捐赠数量、方式、途径,以及税收对于企业慈善捐赠行为的影响效果等进行全面分析。

第三,大样本的实证研究方法。对企业慈善捐赠行为与税收政策之间的关系分行业、分性质、分阶段等进行了多因素、多水平的方差分析及多元线性回归分析。

第四,文献分析方法。厘清税收政策的政策制定、执行、评估整个过程中的经济、政治、社会、文化等环境要素,并研究国外慈善捐赠的税收政策、政策环境及其政策效用。

鉴于方法的复杂性,此部分特别介绍多案例研究方法和大样本的实证研究方法。

1.4.1 多案例研究方法

案例研究是在现象和其背景的界限不清晰时,使用多种资料来源调查现实世界中当前现象的一种实证(empirical)的探究。(Yin,2003)案例研究的目的是产生新理论和复证(replication)已有理论,而在复证已有理论的过程中,除了支持已有的理论有效性外,往往能够对已有的理论产生一些新的观点,这些观点扩展或者缩小了原有理论的使用范围。(项保华等,2005)案例研究是一种经验性的研究,而不是一种纯理论性的研究。案例研究的意义在于回答“为什么”和“怎么样”的问题。(Stake,2000)

(1)案例研究类型

案例研究既可以对已有的理论进行重新验证,也可以通过案例分析产生新的理论,也可以在证明已有理论的过程中产生新的理论。(Yin,2003)根据研究目的不同,案例研究可以分为探索性、描述性、解释性和评价性四类。(Bassey,1999;孙海法等,2004)各种案例研究方法的主要目的和研究侧重点如表 1-1 所示。

表 1-1 案例研究的类型

案例研究类型	主要研究目的	研究侧重点
探索性案例研究	寻找对事物的新洞察,或尝试新的观点去评价现象	侧重于提出假设
描述性案例研究	对人、事件或情景的概况做出准确描述	侧重于描述事例
解释性案例研究	对现象或研究发现进行归纳,并最终得出结论,对相关性或因果性的问题进行考察	侧重于理论检验
评价性案例研究	对研究的案例提出自己的意见和看法	侧重于对特定事例做出判断

资料来源:根据孙海法,刘运国和方琳(2004)的研究整理。

其中,解释性案例研究多用于在已有研究的基础上,对现有理论进行检验和证明。(Shavelson et al., 2002)所以,鉴于本文尝试对相关现象和研究发现进行归纳,并最终做出结论,对税收政策与企业慈善捐赠行为的相关性问题进行考察。

(2) 案例研究的步骤

Yin (2003)将案例研究分为五步,即研究设计、为收集数据而准备、收集数据、分析数据和撰写研究报告。其中,案例研究设计的基本模式是:确定要研究的问题;提出理论假设;确定分析单位;形成连接数据与假设的逻辑;解释研究结果的标准。

项保华等(2005)则把案例研究的步骤总结为:确定研究问题、理论抽象、收集资料、分析资料、研究结果比较及撰写研究报告,而撰写研究报告是贯穿在整个研究始终的。

(3) 案例的选择

根据实际研究中运用案例数量的不同,案例研究可以分为单一案例研究和多案例研究。(Eisenhardt, 1989; Meredith, 1998)单一案例研究主要用于证实或证伪已有理论假设的某一个方面的问题,它也可以用作分析一个极端的、独特的和罕见的管理情境。通常,单一案例研究不适用于系统构建新的理论框架。(余著, 2004)而多案例研究能通过案例的重复支持研究的结论,从而提高研究的效度(Eisenhardt, 1989);能增加研究结果的普适性(Johnston et al., 1999);能更全面地反映案例的不同方面,从而形成更完整的理论(陈国权等, 2002)。

所以,本书应用多案例研究来验证税收政策对企业慈善捐赠行为的