



经济管理学术文库·管理类

我国上市公司社会责任 信息披露实证研究

Research on Corporate Social Responsibility
Disclosure of Chinese Listed Companies

蔡 刚 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



经济管理学术文库·管理类

我国上市公司社会责任 信息披露实证研究

Research on Corporate Social Responsibility
Disclosure of Chinese Listed Companies

蔡 刚 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

我国上市公司社会责任信息披露实证研究/蔡刚著. —北京: 经济管理出版社, 2015. 3
ISBN 978 - 7 - 5096 - 3673 - 2

I. ①我… II. ①蔡… III. ①上市公司—社会责任—信息管理—研究—中国 IV. ①F279. 246

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 055526 号

组稿编辑: 王光艳

责任编辑: 王光艳

责任印制: 黄章平

责任校对: 赵天宇

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京银祥印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 11

字 数: 210 千字

版 次: 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 3673 - 2

定 价: 48.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

摘 要

企业社会责任（CSR，Corporate Social Responsibility）活动是 CSR 信息披露的基础。近年来，在国资委、沪深交易所等机构的推动和媒体、民间团体、学术机构的共同参与下，CSR 在中国迅速成为一个炙手可热的流行词汇。在此背景下，我国发布的各类社会责任报告在数量上迅速增长，从 2005 年之前的不到 10 份，到 2006 年的 23 份、2007 年的 77 份，再到 2008 年的 169 份、2009 年的 582 份，增长之快令人瞩目。

CSR 报告是企业非财务报告的一种，是企业全面、定期地将其对投资者、员工、供应商、消费者、社区、环境等利益相关者所承担的责任进行的报告。目前已成为企业社会责任信息披露的主要形式，但是 CSR 报告还不是 CSR 信息披露的全部。除了这种定期、全面的 CSR 披露形式之外，公司还有其他多种方式披露 CSR 信息。

本书的研究思路是，基于组织社会学中的合法性理论并结合利益相关者理论，在对我国上市公司 2009 年发布的近 500 份 2008 年 CSR 报告进行内容分析、采集大量第一手数据的基础上，采用多元逐步回归分析法、多样本均值检验等实证分析方法，考察 CSR 报告的各个维度——披露与否、披露多少、披露的内容结构、披露的行业特征等，从而了解我国合法性压力对上市公司 CSR 行为的影响，了解我国上市公司企业社会责任的发展状况，有利于制定出适合国情的企业社会责任信息披露政策。

本书的研究目的主要在两个方面：①对社会而言，一方面，CSR 有助于社会各方阅读和使用报告。在报告质量良莠不齐的现实情况下，尤其是许多报告“报喜不报忧”的情况下，报告读者只有在科学评价 CSR 报告的基础上，才能够充分利用报告，并结合其他信息评价企业的 CSR 绩效。另一方面，本研究有助于考察我国社会在经济、政治、文化等方面的特点对于 CSR 的影响，从而有助于塑造既适应全球发展趋势，又符合中国国情的 CSR 发展路径和营造 CSR 的发展环境。②对企业而言，有助于编好报告和“以报促管”。CSR 报告是企业对外加



强沟通、提升声誉的工具和平台，也是企业对内加强 CSR 管理的组成部分。企业不仅应当编好报告，避免落入形式主义的窠臼，更应充分利用报告编制过程提升 CSR 事务的管理水平。本研究不仅有助于企业提高报告质量，还有助于透过报告考察我国企业在 CSR 管理上的特点和不足，为企业推行全面责任管理、构建和谐企业提供参考。

我国上市公司社会责任信息披露是本研究的主题，本书主要从七个方面展开研究，具体为：第一部分介绍研究背景及研究意义，并简要论述本研究的研究方法与技术路线、研究内容及不足。第二部分对 CSR 进行实践和理论分析并对相关文献进行综述，为下一章实证研究奠定基础。第三部分实证分析企业社会责任信息披露的总体特征，该部分是本研究的核心，主要研究了以下三个问题。第一，CSR 信息披露的发布动机。哪些企业更愿意或不愿意发布 CSR 报告？这些企业的哪些特征显著地影响了其发布动机？从理论上讲，探讨发布动机的研究是研究 CSR 报告的起点。第二，CSR 信息披露篇幅的影响因素与现有的 CSR 报告差异。与国际先进水平相比，我国 CSR 报告也存在较大差异。因此，需要研究影响报告篇幅的因素。第三，CSR 信息披露的内容结构分析。除了考察报告的总体特征外，还必须深入报告的具体内容，即 CSR 各个主题的研究。在第三部分研究的基础上，第四部分对企业社会责任信息披露中的自愿披露与强制性披露进行对比研究，进一步剖析“应规披露”与“自愿披露”在披露主体、披露篇幅、披露结构上的差异。第五部分通过对 CSR 报告中的环境责任信息披露内容的统计，分析影响企业环境责任信息披露的影响因素，重点研究“轻污染”的金融保险业和几个“重污染”行业的环境信息披露的结构特征。第六部分采用规范研究的方法，对 CSR 信息披露机制进行研究，主要研究政府规制与自愿规制问题。第七部分对本研究进行小结，并提出强化企业社会责任信息披露的具体政策建议，从而有助于塑造和增强合法性压力，以实现促使企业拥有履行社会责任的足够动力和压力的目标。

本书与现有文献的不同之处主要在于：①在研究对象上，以单独披露的 CSR 报告为主。现有文献侧重于年报内披露的 CSR 信息，而本书以单独披露的 CSR 报告为主，这是由于最近我国 CSR 报告实践发展非常迅速，之前的 CSR 报告还非常少。②在研究主题上，重点研究信息披露。许多文献将 CSR 信息披露作为 CSR 绩效“最接近的近似”。本书则明确、严格区分两者，并重点研究信息披露。因为，“说得好”和“做得好”存在明显不同，尽管二者也存在一定的联系。③在研究方法上，采用大样本进行研究。过去对 CSR 报告的研究还难以采用基于大样本数据的实证方法，更多的是案例研究。本研究采用大样本进行研究，使研究更具说服力，可信度更高。

本书的创新具体体现在以下四个方面:

其一,构建了我国企业社会责任信息披露的理论框架。本书引入组织社会学中的合法性理论,并与利益相关者理论、企业信息披露策略以及信息披露评价研究结合,将 CSR 信息披露理论具体化为信息披露的动机理论、企业信息披露策略理论和信息披露结果评价三个方面,并在此逻辑分析框架下,系统实证检验合法性压力的主体特征、压力幅度和压力结构,从而为研究我国 CSR 信息披露的表征、内在动因以及解决当前我国诸多的 CSR 信息披露问题奠定了理论基础。

其二,完善了信息披露评价维度。本文明确提出披露与否、披露篇幅和披露内容结构的三大评价维度,从公司是否披露或有无披露开始,渐次研究了公司披露的多与少、哪部分披露得更多或更少,使评价研究层次更加深入具体,从而摆脱了已有的评价研究文献局限于信息披露总体水平、侧重评价披露完整性的单一维度局限,强化了社会责任信息披露的评价效果。

其三,建立了信息披露样本和信息披露内容的分类。对 CSR 信息进行结构性解剖,按照一定标准将总体样本分类,并进行分类比较。同时,对总体信息依据某种标准划分大类,并进一步细分子项进行专题研究,如对环境信息细化,从而为信息披露的全方位、多层次和多角度的全面考察与评价提供了可能,这显著区别于以往单一全样本的总体水平研究。

其四,提出构建企业社会责任信息披露的自我规制系统。在借鉴西方发达国家市场规制理论基础上,结合中国 CSR 信息披露的发展国情,从系统论的角度,审视企业、政府与社会三者之间的关系,提出构建企业社会责任信息披露的自我规制系统,从而为企业社会责任信息披露管理提供了新的模式和思路。

本研究仅仅是个开始,还有许多地方需要继续研究和完善。一是关于研究内容,除企业环境责任外,其他主题还需作更深入的研究;二是关于数据问题由于跨年度的研究数据搜集和整理的难度大。不能序时跨年度地考察分析信息披露的发展及变化,同时,有些指标不易进行量化,不能对企业社会责任信息披露进行全面而完整的定量分析,因而在实证分析方面尚需进一步研究。希望在未来的学术生涯中,能够弥补这些缺陷,持续并深入地研究 CSR 信息披露问题,为推动我国 CSR 的发展起到一定促进作用。

关键词: 社会责任报告;披露主体;披露篇幅;披露内容结构;应规披露;环境信息披露

前 言

长期以来，大多数企业一直将其目标局限于“自身经济利益最大化”，由此带来了一系列的社会问题和经济问题。随着经济发展方式的转变，公众社会责任意识的进步和企业管理水平的提高，企业履行社会责任的状况受到了政府、公众和媒体越来越多的关注。近年来，在国资委、沪深交易所等机构的推动和媒体、民间团体、学术机构的共同参与下，企业社会责任（Corporate Social Responsibility, CSR）在中国迅速发展起来。在此背景下，我国发布的各类社会责任报告在数量上迅速增长。

CSR 报告是企业非财务报告的一种，是企业全面、定期地将其对投资者、员工、供应商、消费者、社区、环境等利益相关者所承担的责任进行的报告。企业社会责任报告是企业非财务信息披露的重要载体，是企业与利益相关方沟通的重要桥梁，但是 CSR 报告还不是 CSR 信息披露的全部，只是目前已成为企业社会责任信息披露的主要形式，除了这种定期、全面的 CSR 披露形式之外，公司还有多种其他方式披露 CSR 信息。

我国企业的社会责任信息披露存在以下特点：企业社会责任信息披露程度明显不足，很多企业没有披露社会责任报告或信息；很多报告篇幅过短、主线模糊、框架不清、内容随意，企业披露社会责任信息的时效性、客观性、平衡性、可读性亟待改进；对于社会责任的评价方面，社会责任行为评价和社会责任信息披露评价往往混淆不清，显然分清“说”与“做”是评价的前提和基础，评价依据、标准及其过程以至结果存在着过多的主观性，缺少权威性的评价依据和参照，所以评价结果也往往难以获得社会的认同。

企业履行社会责任的表现与企业社会责任信息披露是两个概念，企业社会责任活动是 CSR 信息披露的基础。本书明确了分析的对象就是企业社会责任信息披露。通过运用组织社会学中的合法性理论并结合利益相关者理论，在采集我国上市公司大量第一手数据的基础上，考察 CSR 报告的各个维度——披露与否、披露多少、披露的内容结构、披露的行业特征等，在研究对象上，以单独披露的



CSR 报告为主；在研究主题上，重点研究信息披露；在研究方法上，采用大样本进行研究，使研究更具说服力，可信度更高。同时，在借鉴西方发达国家市场规制理论基础上，结合中国 CSR 信息披露的发展国情，从系统论的角度提出了构建企业社会责任信息披露的自我规制系统，从而为了解我国合法性压力对上市公司 CSR 行为的影响，了解我国上市公司企业社会责任的发展状况，有利于制定适合国情的企业社会责任信息披露政策，也为企业社会责任信息披露管理提供了新的模式和思路。

我国企业社会责任信息披露研究起步较晚，企业对 CSR 的信息披露还存在许多问题，对 CSR 信息披露的研究在我国尚处于有待深化阶段，因此，本书的出版将有以下理论意义和现实意义：①从微观上讲，在报告质量良莠不齐的现实情况下，尤其是许多报告“报喜不报忧”的情况下，报告读者只有在科学评价 CSR 报告的基础上，才能够充分利用报告，并结合其他信息评价企业的 CSR 绩效。借助本书的分析，将有助于社会读者阅读、分析和使用报告。对于企业来说，将有助于企业提高报告质量，有助于通过报告考察我国企业在 CSR 管理上的特点和不足，为企业推行全面责任管理。②从宏观上讲，对企业社会责任信息披露的研究不仅有利于促进企业对社会责任的履行，推动社会责任理论的发展，而且可以丰富和扩充会计理论，为会计相关领域的发展提供理论工具。③从现实上讲，社会责任信息披露的研究有利于推动我国经济发展方式的转变，促进构建和谐社会的实现。同时，社会责任信息理论的发展有助于推动我国企业观念的转变，为我国企业“走出去”铺平道路，从而增强企业的国际竞争力。

蔡 刚

2015 年 1 月

目 录

1 绪 论	1
1.1 本书研究主题与意义	1
1.1.1 研究背景与主题	1
1.1.2 研究目的与意义	3
1.2 研究方法与技术路线	4
1.3 研究内容与本书结构	5
1.4 研究特色、创新及局限	7
2 理论分析与文献综述	9
2.1 企业社会责任的概念	9
2.1.1 企业社会责任的定义	9
2.1.2 企业社会责任概念解析	12
2.2 国内外企业社会责任信息披露的发展	13
2.2.1 国内企业社会责任信息披露的发展	13
2.2.2 国外企业社会责任信息披露的发展	21
2.3 企业社会责任信息披露的动机理论	22
2.3.1 公司治理与信号理论	22
2.3.2 声誉与沟通理论	23
2.3.3 战略管理与组织变革理论	24
2.3.4 合法性理论	25
2.3.5 利益相关者理论	32
2.4 上市公司社会责任信息披露策略的理论分析	41
2.4.1 不披露社会责任信息的企业策略	42
2.4.2 披露社会责任信息的企业策略	43



2.5 企业社会责任信息披露实证研究文献综述	44
2.5.1 企业社会责任信息披露实证研究的发展过程	45
2.5.2 我国企业社会责任信息披露实证研究现状	46
2.5.3 上市公司企业社会责任信息披露的评价方法综述	48
3 企业社会责任信息披露总体特征实证研究	53
3.1 理论基础与假设构建	53
3.2 数据来源和变量设计	57
3.3 企业社会责任信息披露主体特征实证研究	57
3.3.1 描述统计	58
3.3.2 单变量回归	60
3.3.3 多元回归分析	62
3.3.4 小结与讨论	64
3.4 企业社会责任信息披露数量及其影响因素实证研究	65
3.4.1 描述统计	65
3.4.2 回归分析	69
3.4.3 小结与讨论	71
3.5 企业社会责任信息披露内容结构的影响因素研究	75
3.5.1 描述统计	75
3.5.2 公司特征对企业社会责任信息披露内容结构的影响	76
3.5.3 企业社会责任信息披露篇幅对披露内容结构的影响	78
3.6 本章小结	82
4 企业社会责任信息披露：自愿与强制的对比研究	86
4.1 自愿性信息披露与企业社会责任信息披露研究的关系	86
4.2 样本的确定	87
4.3 自愿披露企业社会责任信息的公司特征研究	89
4.4 应规与自愿：披露主体对比	91
4.4.1 公司规模	91
4.4.2 公司盈利性	92
4.4.3 公司性质	92
4.4.4 公司行业类型	93
4.4.5 公司上市地点	95
4.4.6 小结	95

4.5 应规与自愿：披露数量对比	95
4.6 应规与自愿：披露结构对比	96
4.7 本章小结	98
5 企业社会责任信息披露的特定内容：环境信息披露专题研究	99
5.1 上市公司环境信息披露的现状与问题	100
5.1.1 企业环境信息披露规范及实践	100
5.1.2 上市公司环境信息披露的行业与地区差异	105
5.1.3 上市公司环境信息披露内容的描述统计与分析	106
5.1.4 上市公司环境信息披露内容的影响因素研究	108
5.2 金融保险业公司环境信息披露研究	116
5.3 重污染行业公司环境信息披露研究	119
5.3.1 重污染行业的界定	120
5.3.2 重污染行业公司的环境信息披露研究	121
5.4 本章小结	123
6 企业社会责任信息披露：政策与自我规制	125
6.1 政府视角下企业社会责任的作用	125
6.2 信息披露与政府的企业社会责任政策	127
6.3 企业社会责任信息披露的自我规制系统	128
6.3.1 企业社会责任信息披露的传统模式	128
6.3.2 系统观下的企业社会责任信息披露模式	130
6.4 小结	135
7 研究结论和政策建议	137
7.1 本书研究结论	137
7.2 强化上市公司企业社会责任信息披露具体政策	139
附 录	143
附录1 关于发布《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》的通知	143
附录2 国务院国有资产监督管理委员会关于印发《关于中央企业履行社会责任的指导意见》的通知	148
附录3 关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布《上海	



证券交易所上市公司环境信息披露指引》的通知	152
附录 4 沪深交易所《关于做好上市公司 2008 年年度报告 工作的通知》(节选)	156
参考文献	157
后 记	164

1 绪 论

企业社会责任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 活动是 CSR 信息披露的基础。近年来,在政府推动和媒体、民间团体、学术机构的共同参与下,CSR 在中国迅速成为一个炙手可热的流行词汇。企业发布社会责任报告(本书简称 CSR 报告或报告)也成为一种新现象。此前,公司的 CSR 信息只是零星地出现在以财务信息为主的年报或有关公告之中。

CSR 报告是企业非财务报告的一种,是企业全面、定期地将其对投资者、员工、供应商、消费者、社区、环境等利益相关者所承担的责任进行的报告。在西方发达国家,自 20 世纪 90 年代起兴起了企业环境报告。目前,国际上最通行的非财务报告是“企业可持续发展报告”。在我国,在沪深交易所、国资委等机构的推动下,“社会责任报告”^①自 2006 年起取得了迅猛的发展。

1.1 本书研究主题与意义

1.1.1 研究背景与主题

1.1.1.1 研究背景

企业的责任不是什么新鲜事物。从公平诚信、防止腐败、维护人权、保护环

^① 在商道纵横公司对 2008 年 1~11 月发布的 121 份报告的统计,报告名称采用由多至少依次是“企业社会责任报告”(89 份,74%)、“企业可持续发展报告”(14%)、“企业环境报告”(10%)和“企业公民报告”(2%)。在 2009 年发布的 500 多份报告中,超过九成的报告采用了“社会责任报告”的名称。但在国际上,据 Corporate Register 统计,企业一般使用三种报告名称,按使用率排序,依次为企业可持续发展报告、企业责任报告、企业环境报告。

报告名称实际上反映了报告范围。可持续发展报告涵盖了企业的三种责任:环境责任、社会责任、经济责任。取名为社会责任报告,可能遇到社会责任包括环境责任、经济责任。我国惯用的报告名称可能是由于有关机构的影响。在沪深两市的文件中,都采用了“社会责任报告”的说法。而因为大连市环保局推行“企业环境社会报告制”,参加试点的企业全都将报告命名为“企业环境报告”。将来,我国外向型企业仍宜采用国际通行称呼,改称“可持续发展报告”。



境等国际热议话题，到矿难、食品安全、救灾捐赠等，都涉及企业社会责任。在经济全球化浪潮的推动下，社会责任成为继资金、成本、技术和人才之后企业竞争的新要素。以责任管理为核心的管理创新正在构成企业软竞争力的重要组成部分。由此，企业社会责任正在成为继消费者运动、劳工运动、环保运动和反腐败运动之后，在西方掀起、进而影响全球的一场影响广泛而持久的社会运动，并呈现出波及范围全球化、促进力量多元化、审验评估标准化的崭新特点。具体表现如下：

一是伴随着全球化的发展，企业社会责任逐渐通过跨国公司的产业链条向全球延伸。近二十年来，企业社会责任在欧美国家获得了蓬勃发展，并快速扩展到亚洲、拉美和非洲，目前已发展成为全球性的企业社会责任运动。

二是进入 21 世纪之后，联合国设置专门机构（全球契约），敦促商业界通过强化社会责任来实现可持续发展。政府、非政府组织、社区、媒体和企业，以及在欧美日渐发育的公民社会都成为推动企业履行社会责任的重要力量。

三是围绕企业社会责任制定的相关标准和指南纷纷出台，成为企业提升社会责任管理和实践的重要工具，使企业社会责任进入全面、理性和量化发展阶段，构成了 21 世纪企业社会责任运动的重要标志性特点。

毋庸置疑，企业社会责任正在重塑市场，全球企业都将面临企业理念的一次大提升。自 20 世纪 90 年代以来，在可持续发展的背景下，企业的竞争环境和竞争规则发生了重要变化。企业实力的概念、经营管理的内涵和企业文化与价值的内涵扩充了，好企业的概念和标准也改变了。围绕这些变化，履行企业社会责任，并创造新的商务模式，以重新认识企业竞争力的潮流正在兴起。越来越多的跨国公司每年都通过发布企业社会责任报告、可持续发展报告或企业公民报告，向世人表明这种转变。

在这一背景下，中国企业要在国际市场上参与竞争，仅仅遵守一般的国际标准和运行规则是远远不够的，还要对新兴的企业社会责任相关国际规则予以关注、了解和把握。中国企业需要新思想和新理念，并以实际行动投入这场新的变革当中，迎接全球企业社会责任运动带来的机遇和挑战，使我国构建和谐社会的战略指导思想在企业层面上得到落实。

1.1.1.2 信息披露、报告与沟通

CSR 信息披露与 CSR 报告是包含与被包含的关系。报告是披露的一种表现方式，披露不一定采取报告的形式。在 20 世纪 80 年代以前，CSR 信息只是零星地出现在公司年报之中，尤其是其中的“管理层讨论与分析（MD&A）”部分。随着 CSR 信息披露内容增多，公司才开始逐步将其独立出来，采取独立报告的形式披露 CSR 信息。较之年报中披露，CSR 报告的特点是系统、全面，披露内

容覆盖范围广；定期披露，通常是每年披露一次；可以与年报披露时间不一致。

而且，CSR 报告还不是 CSR 信息披露的全部。除了这种定期、全面地就公司的 CSR 表现进行披露之外，公司还需要以多种方式、用多种媒体灵活地进行专项披露。有时，CSR 信息可能融入各种各样的披露载体中。比如，在员工手册中，需要明确叙述公司的 CSR 政策、宗旨。

CSR 报告也不是 CSR 信息披露的最终发展阶段。目前，部分跨国公司开始将 CSR 报告视为商务沟通的一部分。披露通常强调由公司向利益相关者单向地发送信息，而沟通更强调双向的、互为接收者与发送者的信息传递与反馈。不过，这种理念还远未占据主流。

从国际经验来看，CSR 报告使企业能够发挥对外沟通、对内自查的作用，有助于提升企业形象、促进 CSR 管理。但是，与传统财务报告相似，只有符合相关性、可靠性等原则的高质量报告才能起到这些作用。那么，对现阶段我国的 CSR 报告进行科学评价，并在此基础上提出改进方向与意见，就成为一项具有现实意义的研究任务，此即本书的写作初衷。

1.1.1.3 本书研究主题

作为学术研究，本书拟站在客观中立的立场，尽量避免主观倾向，采用实证方法，评价 CSR 报告的各个维度——披露与否、披露多少、披露的内容结构、披露的行业特征等。如果对报告的评价达到中立、科学、可信，那么，依据评价结果进行统计分析，就可以考察影响披露水平的显著因素。这样，本书的应用价值将更广泛，评价结论将可供多方参考。

需要说明的是，本书主题是从信息披露的角度出发，研究企业发布的社会责任报告，而非对企业社会责任的评价。正如研究财务报告的水平并非研究财务业绩水平一样。而且，该研究的现实意义最终取决于 CSR 报告的发展状态^①。

完善的信息披露有利于形成良好的 CSR 氛围，最终有利于落实科学发展观、建设和谐社会。本书的落脚点正是为企业提出完善 CSR 报告的对策建议，为 CSR 报告读者评价 CSR 报告提供参考，为政府和其他社会主体建立健全 CSR 的促进机制提供帮助。

1.1.2 研究目的与意义

本书从报告的披露比例、披露篇幅、披露结构等角度，对我国 2009 年发布的 2008 年 CSR 报告进行了全面、深入的统计分析，为提高报告水平、发挥报告

^① 国际权威机构全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI，《可持续发展报告指南》的制定者）曾雄心勃勃地展望，在未来，CSR 报告很可能成为与财务报告一样的惯例。



作用做出了一些贡献。

本书的研究意义主要包括对社会和对企业两个方面。

(1) 对社会而言,有助于社会各方阅读和使用报告。在报告质量良莠不齐的现实情况下,尤其是许多报告“报喜不报忧”的情况下,报告读者只有在科学评价 CSR 报告的基础上,才能够充分利用报告,并结合其他信息评价企业的 CSR 绩效。只有利益相关方借助报告区分不同企业的 CSR 绩效,在此基础上形成全社会对 CSR 的激励机制,才能改变企业行为,形成 CSR 公共治理的信息机制。

另外,本书还有助于通过报告,考察我国社会在经济、政治、文化等方面的特点对于 CSR 的影响,从而有助于塑造既与全球趋势相适应,又符合中国国情的 CSR 发展路径与发展环境。

(2) 对企业而言,有助于编好报告和“以报促管”。CSR 报告是企业对外加强沟通、提升声誉的工具和平台,也是对内 CSR 管理的组成部分。企业不仅应当编好报告,避免落入形式主义的窠臼,更应利用报告编制过程提升 CSR 事务的管理水平。本书不仅可以帮助企业提高报告质量,还将通过报告考察我国企业在 CSR 管理上的特点和不足,为企业推行全面责任管理、构建和谐企业提供参考。

1.2 研究方法与技术路线

本书采用规范和实证相结合、以实证为主的研究方法;理论基础主要是合法性理论、利益相关者理论等;采用的技术方法主要是对报告的内容分析法、实证分析的描述统计法、多元逐步回归法和均值检验法;数据来源以手工采集、因特网下载为主,结合访谈。

本书的主要研究程序如下:

(1) 资料搜集。搜集和整理国内外学术文献、CSR 报告和相关规范(包括指南、标准、法规等),对我国近年发布的报告及其发布者进行描述性研究。

(2) 披露主体研究。采用实证分析方法,考察所有 A 股上市公司(1603 家)中,披露 CSR 报告的 471 家公司在规模、盈利性、性质、上市地点、行业等方面有何特征。

(3) 披露篇幅研究。分别按照页数和字符数,统计已披露的 CSR 报告篇幅;考察披露篇幅的影响因素。



(4) 披露结构研究。将报告披露的内容按照利益相关者的不同,分为若干责任主题(如投资者保护、环境保护、员工利益等),考察各个主题披露篇幅占报告总篇幅的比重(简称披露比重)的影响因素。

(5) 披露动机研究。将“应规披露”的 CSR 报告与自愿披露的报告进行对比,考察其披露主体、披露篇幅、披露结构三个方面有何特征。

(6) 环境信息披露研究。鉴于企业环境责任在 CSR 各主题中的独特性,拟专门考察 CSR 报告中环境信息披露的状况。将企业披露的环境信息细分为若干子议题(如三废排放、环保公益、环保宣传等),分别进行统计,根据统计结果展开讨论。此外,专门研究金融保险业公司和重污染行业公司的环境信息披露在内容结构上的特点。

(7) 披露机制研究。对基于信息披露的 CSR 培育机制进行研究,并对建立这一机制提出政策建议,重点是政府、市场与公民社会这三种力量的作用机制及其协调;对企业提高报告水平也提供参考。

1.3 研究内容与本书结构

信息披露是公司治理的重要机制,而环境信息披露被称作“第三波”污染控制政策(Tietenberg 和 Wheeler, 1998)。因此,信息披露可以成为一种有效的 CSR 培育机制。信息的背后是权力,透明才能孕育公平。“阳光是最好的防腐剂”。通过降低企业与社会在 CSR 上的信息不对称程度,就可能改变企业行为。CSR 的实质是社会结构中隐性契约的变革,是利益集团力量的动态博弈与重新均衡。信息,则是促成变革的“催化剂”。考察不同企业发布的 CSR 报告所表现出的披露数量、披露结构的差异,也就是考察这些隐性契约的具体内容,考察影响利益博弈的具体因素。因此,本书将在科学评价我国 CSR 报告水平的基础上,识别并解释其影响因素,从而为我国 CSR 培育机制提供参考。

我国上市公司社会责任信息披露是本书的主题,本书主要从七个部分展开研究,具体为:第一部分介绍研究背景及研究意义,并简要论述本研究的研究方法与技术路线、研究内容及不足。第二部分对 CSR 进行实践和理论分析并对相关文献进行综述,为下一章实证研究奠定基础。第三部分实证分析企业社会责任信息披露的总体特征,该部分是本部分的核心,主要研究了以下三个问题。第一,CSR 信息披露的发布动机。哪些企业更愿意或不愿意发布 CSR 报告?这些企业的哪些特征显著地影响了其发布动机?从理论上讲,探讨发布动