



基于三重盈余架构的 企业社会责任研究

The Study of Corporate Social Responsibility Based on
the Framework of Triple Bottom Line



符 刚 著

资本有伦理，商业有道德
企业社会责任与企业价值之间存在矛盾性
与统一性的双重特性



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都



本书受到教育部人文社会科学研究项目(13XJC630005)、
四川省社会科学高水平研究团队、四川省农村发展研究中心资助

基于三重盈余架构的 企业社会责任研究

The Study of Corporate Social Responsibility Based on
the Framework of Triple Bottom Line

符 刚 著



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

图书在版编目(CIP)数据

基于三重盈余架构的企业社会责任研究/符刚著. —成都:西南财经大学出版社,2018.7

ISBN 978-7-5504-3373-1

I. ①基… II. ①符… III. ①企业责任—社会责任—研究
IV. ①F272-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 004294 号

基于三重盈余架构的企业社会责任研究

JIYU SANCHONG YINGYU JIAGOU DE QIYE SHEHUI ZEREN YANJIU

符 刚 著

责任编辑:廖术涵

责任校对:廖 庆

封面设计:杨红鹰 张姗姗

责任印制:朱曼丽

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookej.com
电子邮件	bookej@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028-87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川五洲彩印有限责任公司
成品尺寸	170mm × 240mm
印 张	14.75
字 数	273 千字
版 次	2018 年 7 月第 1 版
印 次	2018 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-3373-1
定 价	78.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

作者简介



符刚（1977—），汉族，民盟盟员，四川内江人，博士、教授、博士生导师，四川农业大学管理学院副院长、四川省农村发展研究中心主任，中共四川省首批新型智库“农业农村改革发展研究智库”专家，四川省社科联第七届理事会理事，四川省学术与技术带头人后备人选，民盟四川农业大学总支委员会副主委、温江区人大代表，纽约城市大学访问学者（2011—2012年），主持和主研国际、国家及省部级课题10余项，在国内外期刊发表学术论文70余篇，撰写专著和教材10部，获四川省社会科学优秀成果奖、四川省高等教育教学成果奖等8项。

摘要

在“可持续发展”与“全球契约计划”这一国际背景的影响下，传统的“股东中心主义”经济理论受到越来越多的质疑，基于三重盈余的“企业社会责任”理论应运而生。党的十八大提出，“必须更加自觉地把全面协调可持续作为深入贯彻落实科学发展观的基本要求，全面落实经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设五位一体总体布局”。我国正处于企业社会责任发展的黄金时代，企业作为推动社会经济发展的最直接力量，其能否承担社会责任对企业的可持续发展和建设社会主义和谐社会具有十分重要的意义。本书旨在构建一套科学的适用于我国的企业社会责任评价指标体系，通过探讨企业社会责任与企业价值的相互关系，研究企业社会责任与企业价值的影响机理，以期提出强化企业社会责任、提高企业价值的策略。本书丰富了企业社会责任评价标准的理论研究，而且结合我国企业实际情况进行了研究，得出的成果既有利于指导企业的社会责任实践，为政府完善企业社会责任评价标准和企业切实履行社会责任提供理论指导和现实依据，又对构建社会主义和谐社会、推动社会文明发展具有重大的现实意义，对推动企业自身发展、树立良好的品牌形象与形成良好的社会效应具有积极作用。

本书的核心思路是建立一套涵盖经济、社会、环境三重绩效的企业社会责任评价指标体系，并结合具体数据进行应用性研究，再分析企业社会责任与企业价值的互动关系、企业社会绩效与财务绩效的相互影响，以此发现企业社会责任与企业价值的协调机理，根据研究结论提出强化企业社会责任、提高企业价值的策略。具体内容有：一是借鉴相关理论基础，包括利益相关者理论、宽裕资源理论、良好管理理论、企业价值理论、可持续发展理论，对企业社会责任、企业价值、社会绩效、财务绩效做出概念界定，阐述企业社会责任与企业价值两者的本质特性；二是对国内外有关专家学者在相关领域的研究进行深入分析和总结，选取符合我国实际情况的涵盖经济绩效、社会绩效、环境绩效的

共8个一级指标和10个二级指标,从三重盈余视角构建一套立足我国国情的企业社会责任评价指标体系;三是选取沪深证券交易所A股上市企业作为研究样本,利用因子分析法进行应用性分析,即先利用SPSS软件对样本数据进行处理,对所选取的指标进行归纳和提取,再以此为基础对样本企业于研究年度的综合情况进行分析和评价,反映我国企业履行社会责任的现状;四是把企业社会责任和企业价值分别作为因变量和自变量,以风险、产业类型、企业规模、产权结构为控制变量,运用两阶段最小平方方法和多元回归分析法实证分析企业社会责任与企业价值的相互影响,找出其因果关系;五是采用问卷调查法,分析企业履行社会责任的活动对利益相关者投资决策与行为选择的影响;六是运用我国上市公司数据,研究企业社会绩效与财务绩效的关系,包括两者之间的交互影响、滞后影响;七是深入分析企业社会责任与企业价值之间存在矛盾性与统一性的双重特性,提出强化企业社会责任、提高企业价值的策略。

本书通过研究得到如下结论:

第一,运用本书构建的基于三重盈余架构的社会责任指标体系,对我国上市公司面板数据进行分析后发现:①行业之间履行情况差异较大;②不同行业之间各因子履行情况差异较大;③同一行业之间不同因子的履行情况差异较大。

第二,对企业社会责任与企业价值的互动关系进行实证分析后发现:①我国上市公司当期企业社会责任评分与当期企业价值呈显著正相关关系;②我国上市公司当期经济绩效、社会绩效和环境绩效与当期企业价值呈显著正相关关系;③我国上市公司企业社会责任评分与滞后期企业价值呈显著正相关关系;④我国上市公司经济绩效、社会绩效和环境绩效与滞后期企业价值呈显著正相关关系。

第三,对企业社会责任履行情况的问卷调查进行分析后发现:①企业经营者对履行企业社会责任的赞同度很高,意识到履行企业社会责任能够提高企业价值;②企业对经济责任履行情况较好;③企业对社会责任的履行情况有待改善;④企业对环境责任履行情况相对较差。

第四,通过构建公司社会绩效与财务绩效关系的交互影响模型和滞后影响模型进行实证分析后发现:①中国上市公司的财务绩效与社会绩效之间具有负向影响,基于市场的财务绩效指标托宾Q和公司社会绩效存在显著的负向关系;②基于不同利益相关者的社会绩效对财务绩效的影响不同,政府责任绩效,供应商责任绩效,员工、顾客、金融机构和社会公益责任绩效分别对公司财务绩效有积极影响、消极影响和不显著影响。研究表明,企业社会责任与企

业价值的关系存在矛盾性与统一性，即在企业短期的经营中，企业社会责任与企业价值具有矛盾性，企业承担社会责任与企业价值呈负相关关系；在企业的长期经营中，企业承担社会责任与企业价值具有统一性，即企业承担社会责任能提升企业价值。

资本有伦理，商业有道德。本书提出，我国的企业、监管部门、投资者和其他利益相关者都积极参与到企业社会责任的履行和监督中，他们应充分意识到企业承担社会责任，不仅对企业具有重大意义，也与各利益相关者的利益紧密相关。企业、政府和社会公众在履行社会责任、增加社会福祉中都大有可为。具体而言，企业应提高社会责任意识、增加社会责任资金投入、规范社会责任信息披露、依靠先进科技发展生态环保型产业、全方位提升发展能力；政府应建立健全相关法律法规和激励机制、加强企业社会责任宣传、构建完善的社会责任信息披露体系、强化企业社会责任履职监管、以制度创新助推企业发展；社会公众、投资者等应培养自己的企业社会责任意识，发挥作为利益相关者的监督作用。

关键词：三重盈余；企业社会责任；经济效绩；社会绩效；环境绩效；评价体系；企业价值；公司财务绩效；上市公司

Abstract

Under the international background of “sustainable development” and “global compact plan”, the traditional theory of “shareholder centralism” has been questioned more and more, and the theory of corporate social responsibility (hereinafter referred to as CSR) based on triple bottom line (hereinafter referred to as TBL) was put forward. The 18th congress of CPC proposed that all of the people “must more consciously take overall coordination and sustainability as the basic requirements of thoroughly practicing scientific view of development, and fully implement the five in one overall layout about the economic construction, political construction, cultural construction, social construction, ecological civilization construction”. China is in a golden age in the development of corporate social responsibility, and the enterprises are the most direct force in promoting economic and social development, and undertaking the social responsibility, and is of great significance to the sustainable development of enterprises and the construction of socialist harmonious society. The goal of the study is to construct a scientific evaluation index system of corporate social responsibility in China. And it discusses the relationship between corporate social responsibility and corporate value, studies the influence mechanism of corporate social responsibility and corporate value, in order to put forward the strategy of strengthening corporate social responsibility and improving corporate value (hereinafter referred to as CV). This study enriches the theory of corporate social responsibility evaluation standard, and is combined with the actual situation of Chinese enterprises to carry out the study, the results are not only conducive to guide the practice of corporate social responsibility, provide theoretical guidance and practical basis for the government to improve the evaluation standards of corporate social responsibility and for enterprises to effectively fulfill their social responsibility, but also has great practical significance to build a socialist

harmonious society and to promote the development of social civilization, and plays a positive role to promote the development of the enterprises, to establish a brand image and a good effect.

The core idea of this study is to establish a set of CSR evaluation index system which includes economic, social and environmental performance, and apply the evaluation index system to research CSR with specific data, analyzes the relationship between CSR and CV, the interact between corporate social performance (hereinafter referred to as CSP) and financial performance (hereinafter referred to as CFP), in order to find the mechanism of coordination of CSR and CV. Then this study puts forward to the strategies to strengthen the social responsibility of enterprises and to improve the CV according to the conclusions. The main contents are as follows: Firstly, the study analyzes the basic theories, such as stakeholders theory, slack resources theory, good management theory, corporate value theory, and sustainable development theory, to define the concept of CSR, CV, CSP and CFP, and to expound the essential characteristics of CSR and CV. Secondly, the study reviews the literature about both CSR and CV, and constructs a set CSR evaluation index system from the TBL perspectives based on the actual situation of China, which includes 8 level-1 indexes and 10 level-2 indexes covering economic, social and environment performance. Thirdly, the study selects A share listed companies in Shanghai and Shenzhen Stock Exchange as the sample data, analyzes the total CSR situation by using factor analysis method. The study uses SPSS software for processing the sample data, the selected indicators are summarized and extracted, then based on the sample of enterprises to research the annual comprehensive performance, and analyzes and evaluates the CSR status in China. Fourthly, the study employs CSR and CV as dependent variables and independent variables, risk, industry type, firm size, ownership structure as a control variable, and uses two stage least square method and multiple regression analysis method to analyze the mutual influence of CSR and CV, to find the causal relationship. The fifth is to analyze the influence of corporate social responsibility on the investment decision and behavior choice of stakeholders. The sixth is to use the data of listed companies in China to research the relationship between CSP and CFP, including the interaction and the lag effect. The seventh is to analyze the dual characteristics of contradiction and unity between CSR and CV, and to put forward the strategy of strengthening corporate social responsibility and improving corporate value.

The conclusions are as follows: ① the study applies the evaluation index system of CSR based on the TBL framework to analyze the listed companies and we find that there is a large difference of the CSR in different industries, a large difference between the factors of the CSR in different industries, a large difference between the factors of the CSR in same industry; ② By empirical analysis of the interactive relationship between CSR and CV, the study finds that the listed company's current corporate social responsibility score and current corporate value is positively related, the listed company's current economic performance, social performance and environmental performance and the current enterprise value is positively related, the relationship between social responsibility score of listed companies in China and the lag of corporate value is positively related; the economic performance, social performance and environmental performance and the lag of corporate value of listed companies in China have a significant positive correlation; ③ the study analyzes the questionnaire about fulfilling the social responsibility of the enterprise, and finds the enterprises' operators have a high degree of awareness to fulfill CSR, and knows that fulfilling CSR is helpful to improve the CV, the performance is better for the economic responsibility, the social responsibility fulfillment situation needs to be improved, the performance for the environmental responsibility is relatively poor; ④ with the interaction models and the lead-lag models about the correlation between CSP and CFP, the empirical analysis finds that the CSP-CFP relationship is negative in China and Tobin's Q and CSP exists a significantly negative relationship; CSP based on different stakeholders has different impacts on CFP based on market. CSP based on government has a positive impact on CFP, CSP based on suppliers has a negative impact on CFP, and CSP based on employees, customers, creditors and social philanthropy has no significant impact on CFP. The study shows that there are the dual characteristics of contradiction and unity between CSR and CV, which is that in the short-term management of enterprises, corporate social responsibility and corporate value are contradictory, however, in the long-term operation of the enterprise, corporate social responsibility and corporate value are unified.

Capital operation abides by ethics, and business follows moral principles. The study proposes that China's enterprises, regulators, investors and other stakeholders should be actively involved in the implementation of corporate social responsibility and the supervision, and they should be fully aware that the corporate social responsibility

is not only of great significance to the enterprises, but also is closely related with various stakeholders' interests. Enterprises, government departments and the public might go far in the fulfillment of social responsibility and increasing social welfare. Specifically, the enterprises should enhance the sense of social responsibility, strengthen capital investment for social responsibility, improve social responsibility information disclosure, develop ecological environmental protection industry by depending on the advanced science and technology, and enhance the ability of comprehensive development; the government should establish and improve laws and regulations and incentive mechanism, strengthen corporate social responsibility publicity, establish and perfect the information disclosure system of social responsibility, strengthen the supervision to fulfill corporate social responsibility, boost development of enterprise by system innovation; the public and investors should form the cultivation of the consciousness of corporate social responsibility, and play the supervision role as stakeholders.

Key words: Triple Bottom Line; Corporate Social Responsibility; Economical Performance; Social Performance; Enviromental Performance; Evaluation System; Corporate Value; Corporate Financial Performance; The Listed Company

目 录

第一章 导论 / 1

第一节 研究背景 / 1

第二节 研究目的与意义 / 4

一、研究目的 / 4

二、研究意义 / 4

第三节 研究的主要内容与思路 / 7

一、研究的主要内容 / 7

二、研究思路 / 8

第四节 研究方法 with 框架 / 8

一、研究方法 / 8

二、研究框架 / 10

第五节 创新之处 / 11

案例 中国企业履行社会责任现状 / 11

第二章 国内外研究动态及述评 / 14

第一节 国外研究进展 / 14

一、企业社会责任的定义及内容 / 14

二、企业社会责任评价 / 16

三、三重盈余的研究 / 17

四、可持续报告指南 / 19

第二节 国内研究动态 / 22

一、企业社会责任的基本内涵 / 22

二、企业社会责任评价 / 25

三、三重盈余与企业社会责任评价 / 27

四、企业社会责任与企业价值 / 29

第三节 述评 / 32

案例 企业应承担的八大社会责任 / 33

第三章 研究的相关概念与理论基础 / 36

第一节 研究的相关概念 / 36

一、企业社会责任 / 36

二、三重盈余 / 38

三、公司社会绩效 / 39

四、公司财务绩效 / 42

第二节 研究的理论基础 / 43

一、利益相关者理论 / 43

二、宽裕资源理论 / 45

三、良好管理理论 / 46

四、企业价值理论 / 47

五、可持续发展理论 / 49

案例 不尽社会责任，企业将难立足 / 50

第四章 三重盈余与企业社会责任的本质特性 / 53

第一节 三重盈余的本质特性 / 53

第二节 企业社会责任的本质 / 55

案例 中国移动的社会责任理念和实践 / 57

第五章 基于三重盈余架构的企业社会责任评价指标

体系与方法 / 61

第一节 基于三重盈余架构的企业社会责任评价指标体系设计 / 61

一、设计的原则 / 61

二、具体的指标体系 / 62

第二节 企业社会责任评价的计算方法 / 68

一、企业社会责任评价指标体系指标权重的确定 / 68

二、企业社会责任评价的计算方法 / 70

案例 《中国企业社会责任评价准则》隆重发布 / 70

第六章 基于三重盈余架构的企业社会责任评价体系的应用 / 73

第一节 我国 A 股上市公司社会责任履行情况评价 / 73

一、样本选取与数据来源 / 73

二、应用性研究 / 74

三、因子分析结果评价 / 78

四、应用性研究结论 / 89

第二节 我国农业上市公司社会责任履行情况评价 / 92

一、指标体系设计 / 92

二、样本选取与数据来源 / 92

三、应用性研究 / 94

四、结果分析与评价 / 98

五、研究结论 / 101

案例 食品企业社会责任建设路径 / 103

第七章 企业社会责任与企业价值的互动关系研究 / 106

第一节 我国 A 股上市公司履行社会责任与企业价值的互动关系 / 106

一、文献回顾 / 106

二、理论分析与研究假设 / 108

三、研究设计 / 109

四、描述性统计分析 / 112

五、实证结果分析 / 114

六、小结 / 124

第二节 我国农业上市公司履行社会责任与企业价值的互动关系 / 126

一、理论分析与研究假设 / 126

二、研究设计 / 127

三、实证分析 / 131

四、研究发现 / 143

案例 履行社会责任应成为化工企业的价值追求 / 145

第八章 基于三重盈余架构的企业社会责任履行情况

调查统计与分析 / 148

第一节 调查问卷的设计 / 148

一、调查问卷的设计原则 / 148

二、调查问卷的设计内容 / 149

第二节 调查过程 / 149

一、确定调查对象 / 149

二、调查问卷的发放与回收 / 149

三、整理调查问卷 / 150

第三节 调查问卷结果统计与分析 / 150

一、对股东的责任履行情况统计与分析 / 150

二、对债权人的责任履行情况统计与分析 / 151

三、对供应商的责任履行情况统计与分析 / 152

四、对员工的责任履行情况统计与分析 / 153

五、对消费者的责任履行情况统计与分析 / 154

六、对政府的责任履行情况统计与分析 / 156

七、对公益事业的责任履行情况统计与分析 / 157

八、对社会组织责任履行情况统计与分析 / 158

九、对环境的责任履行情况分析 / 159

第四节 调查结果总结 / 160

一、企业经营者对履行企业社会责任的赞同度很高,意识到履行企业社会责任能够提高企业价值 / 160

二、企业对经济责任履行情况较好 / 160

三、企业对社会责任履行情况有待改善 / 161

四、企业对环境责任履行情况相对较差 / 162

案例 七成企业履行社会责任的主要动因是提升企业品牌形象 / 163

第九章 公司社会绩效与财务绩效关系的实证研究 / 165

第一节 引言 / 165

第二节 研究假设和模型构建 / 166

一、理论分析与研究假设 / 166

二、模型构建 / 168

第三节 资料来源与描述性统计分析 / 172

一、样本选取和资料来源 / 172

二、描述性统计 / 173

第四节 实证结果分析 / 175

一、相关性分析 / 175

二、回归分析 / 175

第五节 进一步的研究 / 179

一、公司社会绩效对财务绩效影响模型的进一步细化 / 179

二、相关性分析 /	180
三、回归分析 /	180
第六节 研究发现 /	183
案例 企业履行社会责任的水平和绩效的不断提升 /	184
第十章 企业社会责任与企业价值协调机理与策略 /	186
第一节 企业社会责任与企业价值的两重特性：矛盾性与统一性 /	186
一、企业社会责任与企业价值的矛盾性 /	186
二、企业社会责任与企业价值的统一性 /	187
第二节 强化企业社会责任、提高企业价值的策略 /	189
一、提高责任意识，强化企业的使命与担当 /	189
二、发挥引导作用，健全政府责任监管 /	192
三、推动全员参与，完善社会公众监督 /	194
案例 国有企业承担社会责任的战略价值 /	194
第十一章 研究结论与展望 /	198
第一节 研究结论 /	198
第二节 研究展望 /	199
第三节 研究的不足 /	200
参考文献 /	201
附录 /	207
附录 1 有关组织发布的中国企业社会责任报告介绍 /	207
附录 2 2014 年农业上市公司的各因子得分和 CSR 得分 /	215
附录 3 100 家涉农上市公司样本的基本信息 /	218