

企业社会责任研究：基于中国情境的文献分析与启示^{*}

□ 尹珏林 胡又心 骆南峰 徐 渊

摘 要：Wang 和 Tong（2020）在其文章中探讨了几类普遍运用于企业社会责任（CSR）研究的中国情境，并呼吁未来研究更多关注中国情境下 CSR 研究的特点。基于此，本文对 2001~2019 年国际代表性学术期刊中基于中国情境的 CSR 研究进行内容分析，梳理了其中涉及的前置因素、影响结果、潜在机制（中介变量）以及权变因素（调节变量），并进一步分析了具有较高情境化取向的中国 CSR 研究的特征，以期对未来开展基于中国情境的 CSR 研究提供一些方向性建议。

关键词：CSR；中国情境；情境化

一、引言

“情境”一直是组织内部和管理学界探讨较多的话题（Whetten, 2009）。随着新兴经济体和转型经济体在国际商业环境中的作用日益凸显，越来越多的学者开始关注管理理论究竟是“普适的（context-free）”还是“独特的（context-specific）”。换言之，情境是否对管理理论的发展和修正产生影响（Tsui, 2004, 2007）。近年来，针对中国情境的管理研究呈现指数级增长（Bruton & Lau, 2008; Jiao et al., 2015），但也面临基于中国情境开发管理理论的瓶颈（任兵和楚耀, 2014）。如 Meyer（2006）所言，中国的管理研究过于关注“一般化理论（general theories）”，往往选择西方学者已经研究过的主题，或者将中国作为西方成熟理论的试验场。因此，不少学者呼吁对中国情境进行深入思考，寻找现象发生的中国式、嵌入式机制，把现有的普适化管理理论与中国特殊的管理情境结合起来以推动管理理论创新（Jia et al., 2012；

^{*} 本文受国家自然科学基金面上项目“在华跨国公司企业社会责任行为机制及其权变策略研究：基于组织合法性的视角”（71672146）、国家自然科学基金面上项目“社会企业使命漂移机制研究：基于制度复杂性的视角”（72072188）和国家自然科学基金面上项目“可持续供应链的战略匹配机制：环境、企业、个人跨层研究”（71672189）的资助。

李海洋和张燕, 2016)。

这种关注情境的研究趋势反映在管理学的各个分支领域。近年来, 有关中国企业社会责任 (CSR) 的研究大幅增加 (Wang et al., 2016; Yin & Quazi, 2018), 但很少有文章系统地分析中国情境是否以及怎样为 CSR 领域贡献管理新知。Wang 和 Tong (2020) 在《管理学季刊》的最新文章中对 CSR 研究的三类中国情境——文化情境、政治关联和披露制度进行了细致的总结, 并在文末提出了一个重要问题: 中国 CSR 研究的发展会与发达国家类似还是会因其独特的文化和制度情境而迥然不同?

为了回应 Wang 和 Tong (2020) 有关挖掘中国情境下 CSR 研究独特性的呼吁, 本文对过去 20 年间在国际代表性学术期刊上发表的专注于中国情境的 CSR 文章进行内容分析。我们参照现有相关主题的文献综述 (Aguinis & Glavas, 2012; Yin & Quazi, 2018), 总结了中国情境下 CSR 的主要前因变量、结果变量以及中介变量和调节变量; 在此基础上, 我们进一步识别了中国情境下 CSR 研究的独特之处, 并以具有较高情境化特征的中国 CSR 研究为样本, 分析了基于中国情境开展 CSR 研究的一些可能路径, 以期启发未来研究。

二、研究方法

(一) 研究范围

本文的搜索范围包括 2001~2019 年在国际代表性学术期刊上公开发表的 (in print)、经同

行评议的文章 (不包括社论、图书和书评等)。搜索的关键词包括: 企业社会责任、企业社会绩效、企业慈善、企业公民、可持续发展、企业捐赠、志愿服务、环境绩效; 中国、中国大陆、中国香港、中国澳门和中国台湾等。考虑到本文对“中国情境”的关注, 我们排除了不以中国样本为研究重心或只是略带提及中国的文章。

文献收集包括三类来源期刊^①: 首先, 我们纳入了全球管理研究的主流刊物, 这些期刊往往具有高质量和广泛影响 (Boyacigiller & Adler, 1991), 如 *Academy of Management Journal*, *Strategic Management Journal*, *Organization Science* 等。其次, 我们浏览了与 CSR 研究领域密切相关的核心期刊, 如 *Journal of Business Ethics*, *Business & Society*, *Business Ethics: A European Review* 等。最后, 鉴于本文以中国情境为重点, 我们还对具有地区倾向的期刊论文进行整理, 确定了三本关注亚洲或大中华地区的期刊: *Asia Pacific Journal of Management*, *Management and Organization Review*, *Asian Business & Management*。

(二) 编码方案

我们首先借鉴 Aguinis 和 Glavas (2012) 的分析框架, 分别从制度层面、组织层面以及个体层面划分了中国情境下 CSR 的前因变量、结果变量、中介变量和调节变量。除了对这些研究中的关键变量和潜在关系进行识别, 我们还注意判断这些研究是否反映了中国情境特征, 以及是否利用这些情境特征进行理论的验证、发展和/或修

^① 本文选择英文期刊的原因如下: 一方面, 现有基于中文期刊的 CSR 文献综述研究已较丰富; 另一方面, 考虑到与同主题的国际文献述评 (Aguinis & Glavas, 2012) 进行更好对话, 故以英文期刊作为样本。

正 (Colquitt & Zapata-Phelan, 2007)。我们主要应用 Jia 等 (2012) 提出的情境本位模型 (context-emic model) 来评估 CSR 理论的中国情境化, 该模型建立在 Whetten (1989) 对理论元素的经典分类基础之上, 即“是什么”(概念)、“怎么样”(关联) 和“为什么”(逻辑), 以及“何人、何时、何地”(情境因素、分析层次等) 作为该理论的适用情境与边界条件。简言之, 我们将分析在基于中国情境的 CSR 研究中, CSR 的概念、相关变量之间的关系以及这些关系背后的逻辑是否反映出中国独特性、具备理论建构的意义。

三、中国情境下的 CSR 研究述评

(一) 文献分布概况

表 1 显示了 2001~2019 年国际代表性学术期刊上基于中国情境的 CSR 研究的分布概况, 总共包含 153 篇文章。其中, 大部分文章发表于 2011~2019 年 (约占 87%), 可见中国情境下的 CSR 学术研究主要在近十年间得到快速发展。

表 1 基于中国情境的 CSR 研究检索结果汇总及分析
单位: 篇

	实证研究			理论研究		合计
	定量方法	定性方法	混合方法	规范性	非规范性	
发表时间						
2001~2005 年	1					1
2006~2010 年	12	4	1		2	19

续表

	实证研究			理论研究		合计
	定量方法	定性方法	混合方法	规范性	非规范性	
2011~2015 年	51	3	2	2		58
2016~2019 年	61	5	7	1	1	75
合计	125	12	10	3	3	153
分析层次						
制度层面	4	1	2		1	8
组织层面	60	3	4	1		68
个体层面	13					13
多元层面	48	8	4	2	2	64
合计	125	12	10	3	3	153

我们对样本文章的分析层次进行归类, 其中, 组织层面的研究占大多数, 约为 44%, 个体层面约占 9%, 制度层面约占 5%, 其余的 42% 是包含两个及以上层次的多层次分析。数据还显示, 样本文献中约 96% 为实证研究, 其中包括 82% 的研究采用定量方法, 8% 的研究采用定性方法, 以及 6% 的研究采用混合方法, 即同时使用了量化和质性两种及以上方法进行数据收集和分析。此外, 还有 4% 的研究为理论研究, 其中规范性理论研究 (包含规范性诉求, 通常给出“应该如何”的建议) 和非规范性理论研究 (未包含规范性诉求, 一般从“怎么样”和“为什么”的角度给出回应) 各占 2%。

(二) 基于多层次框架的中国 CSR 研究内容分析

本部分遵循 Aguinis 和 Glavas (2012) 的多层次分析框架, 分别从制度层面、组织层面和个体层面, 总结了中国情境下 CSR 研究中出现的前置因素和影响结果, 以及潜在机制 (中介变量) 与权变因素 (调节变量) (见表 2)。

表2 中国情境下CSR研究的关键变量

前因变量	中介变量	调节变量	结果变量
制度层面 · 社会文化环境 · 宗教文化, 包括儒教、道教和佛教 (Du et al., 2014; Wang & Juslin, 2009) · 社会信任 (Dong et al., 2018) · 商业文化 (Ip, 2008; Lam, 2009) · 法律与监管 (Chen et al., 2018; Kang & He, 2018; Wang et al., 2018) · 政策指示 (See, 2009) · 制度复杂性 (Luo et al., 2017) · 利益相关者的影响 · 媒体报道 (Jia & Zhang, 2015; Tang & Tang, 2016) · 公众反应 (Luo et al., 2016; Marquis & Bird, 2018; Zhang & Luo, 2013) · 顾客压力 (Wang et al., 2015) · 同行模仿 (Yin, 2017; Zuo et al., 2017) · 行业协会 (Chen et al., 2018)	利益相关者的影响 · 政府支持 (Marquis et al., 2017) · 消费者支持 (Pai et al., 2015) · 公众反应 (Tang & Tang, 2016) · 中国共产党的作用 (Hofman et al., 2017) · 声誉与合法性 · 企业声誉 (Zhu et al., 2014) · 政治合法性 (Wei et al., 2017)	社会文化环境 · 传统文化 (Wang et al., 2018) · 宗教氛围 (Jia et al., 2019) · 道德风气 (Zheng et al., 2014) · 监管强度 (Kim et al., 2016; Wang et al., 2018) · 法律效力 (Wei et al., 2017) · 媒体报道 (Dong et al., 2018) · 同行模仿 (Gao & Hafs, 2015) · 消费者感知 (Jiang et al., 2018)	· 企业声誉 (Shu & Wong, 2018; Zhang et al., 2016) · 获取合法性 (Leung & Snell, 2017; Zheng et al., 2014)
组织层面 · 所有权类型 · 国有制 vs. 私有制 (Marquis & Qian, 2014) · 机构持股 (Li & Lu, 2016; Song et al., 2016) · 家族持股 (Kim et al., 2016) · 高管团队的组成 (Lau et al., 2016; Luo et al., 2017) · 董事会特征 (Lau et al., 2016; Liao et al., 2018; Zhang et al., 2018) · 股权结构 (Lau et al., 2016; Li et al., 2017; Li & Zhang, 2010) · 道德领导 (Tourigny et al., 2019; Wu et al., 2015; Xing & Stark, 2017) · 政治关联 (Marquis & Qian, 2014; Zhang et al., 2016) · 国际化程度 (Cheung et al., 2015) · 组织文化 (Yin, 2017) · 竞争压力 (Duanmu et al., 2018; Tang & Tang, 2016)	组织文化 · 伦理文化 (Wu et al., 2015) · 组织氛围 (Shen & Zhang, 2019) · 营销能力 (Bai & Chang, 2015) · 创新能力 (Li et al., 2018) · 环保战略 (Chen et al., 2015) · 长期导向 (Dou et al., 2019)	所有权类型 · 国有制 vs. 私有制 (Chen et al., 2018; Cheung et al., 2015; Qian et al., 2015) · 家族持股 (Ge & Micelotta, 2019) · 公司治理质量 (Gong et al., 2018) · 内部控制 (Du et al., 2017) · 股权结构 (Chen et al., 2018; Peng & Yang, 2014) · 政治关联 (Luo et al., 2016; Marquis & Qian, 2014; Wang & Qian, 2011) · 行业类型 (Cheung et al., 2013; Luo et al., 2016) · 竞争压力 (Bai & Chang, 2015; Jiang et al., 2018) · 公司战略 (Duanmu et al., 2018) · 创新能力 (Kang & He, 2018)	商业利益 · 财务绩效 (Jia & Zhang, 2014; Wang & Qian, 2011; Wei et al., 2017; Wong et al., 2018; Zhu et al., 2014) · 商业信贷 (Zhang et al., 2014) · 融资成本 (Du et al., 2017; Gong et al., 2018; Ye & Zhang, 2011) · 政治资源 (Jia & Zhang, 2018) · 财务报告质量 (Qian et al., 2015; Wang et al., 2018) · 顾客满意度 (Zhang et al., 2016) · 减少大股东利益侵占 (Chen et al., 2018)

续表

前因变量	中介变量	调节变量	结果变量
个体层面 • 道德基础 (Wang et al., 2018) • 亲社会动机 (Hu et al., 2016) • 政治意识形态 (Jiang et al., 2018) • 个体的 CSR 认知 (Yin et al., 2016)	个体认知 • 效能感与自尊感 (Lin et al., 2012) • 组织认同感 (Shen & Benson, 2016; Tian & Robertson, 2019)	个人价值观 • 宗教信仰 (Li et al., 2015) • 社会环境意识 (Tsui et al., 2014) • 个人同理心 (Tian & Robertson, 2019)	员工的敬业度与忠诚度 • 工作绩效 (Hu et al., 2016; Shen & Benson, 2016) • 情感认同 (Tourigny et al., 2019; Zhang et al., 2014) • 员工的公民行为 (Tian & Robertson, 2019; Zhang et al., 2014)

1. 前因：中国企业为什么要承担 CSR?

(1) 制度层面。第一类制度性前因与中国独特的文化环境和社会环境相关。例如，Du 等 (2014) 发现，中国的佛教思想可以作为一种提升责任意识的社会规范，影响企业的环保参与。第二类制度性前因来自政治法律环境，包括法律制度、监管体系、政策指示以及制度复杂性。这类研究主要关注制度体系在促进企业履行社会责任方面是否有效。例如，See (2009) 发现，中国共产党建设“和谐社会”的号召能够促进企业承担社会责任。第三类制度性前因来自各利益相关者的影响，如媒体报道、同行模仿、顾客压力以及公众反应等。

(2) 组织层面。所有权是中国情境下 CSR 行为的重要预测指标，其中包括国有制与私有制 (Marquis & Qian, 2014)、机构持股 (Li & Lu, 2016; Song et al., 2016)、外资持股 (Kim et al., 2016) 以及家族持股 (Dou et al., 2019; Li et al., 2015)。需要注意的是，国家持股是中国和其他转型经济体的一个关键特征，中国国有企业肩负着特殊的社会责任。例如，Lau 等 (2016) 发现，具有较高政府持股比例的企业会努力履行 CSR，为同行业的其他企业树立榜样。另外，组织结构与治理因素，如高管团队的组成 (Lau et al., 2016; Luo et al., 2017)、董事会特征 (Liao et al., 2018; Zhang et al., 2018) 以及股权结构 (Li et al., 2017; Li & Zhang, 2010) 等，也是影响中国企业 CSR 行为的重要因素。

(3) 个体层面。现有研究多将个人价值观作为 CSR 行为的前因变量，同时还关注个体的价值基础如何与其他因素发生作用。例如 Hu 等 (2016) 发现，员工的 CSR 行为是个体亲社会动机

与周围环境因素共同作用的结果。Wang 等 (2018) 发现，道德基础是影响个体参与 CSR 的重要因素，同时在中国情境下，道德基础还会与儒家伦理相互作用，共同影响个体的社会责任取向。

2. 结果：中国企业是否受益于 CSR?

(1) 制度层面。履行社会责任可以改善企业声誉、塑造企业公民形象以及提升制度合法性 (Zhang et al., 2016; Zheng et al., 2014)。例如，Leung 和 Snell (2017) 发现，澳门的博彩业公司将 CSR 作为应对合法性缺口的战略回应，以此获得来自中央政府、当地政府、母国公司、社会公众以及雇员的支持。此外，Shu 和 Wong (2018) 基于 2008 年汶川地震的捐赠数据发现，污点企业可以通过捐赠行为进行声誉修复，在一定程度上改变利益相关者对企业的负面评价。

(2) 组织层面。首先，CSR 的履行有助于企业获取商业利益，包括改善财务绩效 (Wang & Qian, 2011; Wei et al., 2017; Wong et al., 2018)、获取商业信贷 (Zhang et al., 2014)、减少融资成本 (Gong et al., 2018; Ye & Zhang, 2011) 和开辟政治资源 (Jia & Zhang, 2018)。其次，CSR 的履行还有助于企业改进商业实践，如提高财务报告质量 (Qian et al., 2015; Wang et al., 2018)、提升顾客满意度 (Zhang et al., 2016) 等。

(3) 个体层面。CSR 的履行有助于提高员工的工作绩效 (Hu et al., 2016; Shen & Benson, 2016) 和情感认同 (Tourigny et al., 2019; Zhang et al., 2014)，以及促进员工的公民行为 (Tian & Robertson, 2019; Zhang et al., 2014)。

3. 机制：中国企业 CSR 实践的过程机制与权变因素

(1) 中介变量。制度层面的中介变量包括

利益相关者的影响，如党和政府的作用、消费者支持、公众反应等。例如，Tang 和 Tang（2016）研究发现，媒体通过政府和社会公众这两个主要的利益相关者对企业的污染行为产生影响。Hofman 等（2017）发现，政府和共产党在推进中国企业的 CSR 本土化实践中发挥着重要的中介作用。此外，企业的声誉（Zhu et al., 2014）和政治合法性（Wei et al., 2017）也在现有研究中有所体现。

组织层面的中介变量包含组织文化（Wu et al., 2015）、组织能力（Bai & Chang, 2015; Li et al., 2018）以及组织战略（Chen et al., 2015; Dou et al., 2019）等。例如，在 Chen 等（2015）的研究中，环保战略是市场导向与企业环境绩效的中介变量，具有市场导向的企业更加重视消费者的绿色需求，会通过实施环保战略来提高企业的环境绩效。

个体层面的中介变量主要包含员工对于组织的认知。例如，Lin 等（2012）发现，CSR 的履行可以提高员工的效能感和自尊感，进而促进组织绩效的提升。此外，Tian 和 Robertson（2019）发现，CSR 是一个重要的组织符号，它可以增进员工对于组织的认同感，促使其参与环保支持行为。

（2）调节变量。关于制度层面的调节变量，现有文献探讨较多的是社会文化环境。例如，Zheng 等（2014）发现，在一个道德氛围较差的社会环境中，CSR 更有助于企业与外部利益相关者保持良好关系。Jia 等（2019）发现，在宗教规范程度较低的地区，慈善捐赠是增进与地方官员交流互惠的重要策略。此外，政治法律环境中的法律效力（Wei et al., 2017）、监管

强度（Kim et al., 2016; Wang et al., 2018）以及其他利益相关者的影响，也是考虑较多的因素。

就组织层面而言，除了考察较多的所有权类型之外（Chen et al., 2018; Ge & Micelotta, 2019; Qian et al., 2015），现有研究中较常出现的调节变量还包括组织结构与治理因素，例如股权结构（Chen et al., 2018; Peng & Yang, 2014）、内部控制（Du et al., 2017）和政治关联（Marquis & Qian, 2014; Wang & Qian, 2011）等。此外，其他组织因素如行业类型（Cheung et al., 2013）、创新能力（Kang & He, 2018）、公司战略（Duanmu et al., 2018）等也均有提及。

个体层面纳入的调节变量主要包括个人价值观，如宗教信仰（Li et al., 2015）、社会环境意识（Tsai et al., 2014）以及同理心（Tian & Robertson, 2019）等。例如，Tsai 等（2014）基于认知理论发现，当个体具有较强的社会环境意识时，企业的社会责任绩效对个体求职意愿的促进作用更加显著。

四、中国情境下开展 CSR 研究的启示

CSR 的理论与实践已经在西方国家发展多年，许多学者习惯于直接将其运用于中国情境，或者将中国情境作为现有研究框架的试验场，忽略了中国的社会规范、历史文化背景和制度环境等情境因素对 CSR 活动的独特影响。Wang 和 Tong（2020）在其文章中提出可以通过三类中国情境来提升和拓宽 CSR 的学术知识，但对

于如何开展中国情境化的 CSR 研究并未进一步阐释。因此，在识别出中国情境下 CSR 研究的关键变量及其潜在关系的基础上，本部分根据 Jia 等（2012）对于“情境化研究”的论述，从上述 153 篇文章中选取具有较高情境化特征的文章，即在 CSR 概念的定义与测量（what）、

CSR 研究变量间的关系构建（how）以及关系背后的解释逻辑（why）三个方面具有情境独特性的文章，进行剖析与提炼，以期给未来基于中国情境从事 CSR 研究的学者提供方向和路径（见表 3）。

表 3 CSR 研究的中国情境取向与未来研究建议

情境化维度		情境化取向	情境化研究的方向与路径
“what”	概念的形成	· 基于中国情境对西方概念进行重新定义 · 发展具有中国特色的 CSR 概念维度	通过“定性+定量”的组合方式开发切合中国情境的 CSR 概念与测量方式
“how”	变量间的关系	纳入具有中国情境特征的 CSR 中介变量与/或调节变量	①制度层面：传统文化、政商互动、央地关系、制度差异、政党作用、行业/商业协会、重大事件冲击等； ②组织层面：不同类型的政治关联、公司治理结构以及高管团队特征等； ③个体层面：社会主义核心价值观、政治意识形态、文化宗教信仰、从政/从军经历等； ④跨层次研究：将制度及文化因素融入组织与个体的 CSR 动机决策分析，通过跨层次研究理解潜在机制
“why”	解释逻辑	清晰展示 CSR 与其他变量发生关联的中国嵌入式机制	①“理论创新”——引入中国哲学思想； ②“整合对比”——基于差异化结论提炼中国解释； ③“现象驱动”——挖掘中国独特现象背后的隐含逻辑

（一）概念形成与测量方面的中国情境化

企业社会责任（CSR）通常被视为“企业在特定情境下考虑利益相关者的期待以及维护经济效益、社会效益与环境效益三重底线的行动与策略”（Aguinis & Glavas, 2012）。这一定义既为我们认识 CSR 提供了一个普适范围，也暗示我们需要根据中国独特的社会文化和制度体系对 CSR 的概念内容和测量方式进行相应调整。Wang 和 Juslin（2009）曾指出，西方的 CSR 概念忽略了中国文化的影响，未能很好地揭示 CSR 在中国产生的原因。他们结合中国儒

家的“仁爱”思想以及道家“天人合一”的思想将中国情境下的 CSR 重新定义为和谐式企业社会责任（the harmony approach to CSR），强调企业应该以尊重自然、人际友好的方式开展业务。又如，Xu 和 Yang（2010）根据 630 位中国企业管理者关于 CSR 内容的开放式回答，提炼出三个中国独特的 CSR 概念维度：诚信经营、促进就业、维护社会稳定与发展。可见，不论是中国的传统文化，还是独特的发展背景，都包含着许多与 CSR 具有内在联系的内容。我们既可以基于中国情境对西方的 CSR 概念进行

重新定义，也可以扎根中国土壤发展情境化的 CSR 概念维度。

为了使 CSR 研究更加贴合中国社会，较高情境化的文章不会完全沿用西方情境的量表，而是采用一些符合中国情境的测量方式。例如 Ge 和 Zhao (2017) 指出，中国的 CSR 还处于发展初期，慈善活动是最明显和最受认可的企业社会责任实践。因此两人在测量 CSR 时选择了三类能够在中国社会引起特别关注的慈善活动指标：①是否向慈善机构进行捐赠；②是否举办社区福利活动或公益服务活动；③是否参与慈善项目，如乡村支教或以扶贫开发为主题的“光彩事业”。但总体来看，现有研究并没有对中国情境下的 CSR 进行太多情境化的测量，主要还是沿用西方的成熟量表或者将企业是否披露 CSR 报告作为单一衡量标准，究其原因，可能仍然是缺少对中国情境下 CSR 独特内涵的深度剖析。因此，学界未来有必要对中国本土的 CSR 实践进行探索性研究，采用扎根理论、案例研究等定性方法，尝试识别和开发真正反映中国 CSR 实践的概念和维度。同时，我们也应结合定量研究方法检验由探索性的定性研究所构建的基于本土化 CSR 实践的相关理论的可推广性，通过定量方法与定性方法的互补，获得对中国 CSR 更加深入和丰富的理解（陈春花和马胜辉，2017）。

（二）概念间关系构建方面的中国情境化

较高情境化的 CSR 研究往往纳入具有中国特色的中介变量和调节变量来阐释作用机制。例如，在中介变量方面，Wei 等 (2017) 将政治合法性作为企业环境责任与公司绩效的中介变量。在中国，政府决定了关键资源的分配

(Sheng et al., 2011)，政治合法性可以为企业提供进入许可、政策补贴、税收减免、土地使用和其他资源，是中国式 CSR 影响企业绩效的重要中介变量。类似地，Marquis 等 (2017) 基于对国家电网和中远集团的调查，也发现中国 CSR 实践偏离西方模板的原因在于独特的政治机制；换言之，CSR 在中国的落地可以被视为一种受国家调解的全球化过程 (state-mediated globalization)。相对而言，在一些情境化较低的研究中，组织伦理文化尽管作为道德领导和企业社会责任的中介变量 (Wu et al., 2015)，但其直接借鉴西方的组织理论与测量方式，没有考虑中国传统文化对于组织氛围的影响，因而难以准确揭示中国情境下两者的关系。

而在调节变量方面，Wang 等 (2018) 分别将儒家思想中的“仁”和“义”作为高管道德基础与企业社会责任取向之间的调节机制。而一些情境化较低的研究尽管考虑到宗教、文化对于企业社会责任的影响，但仅将其作为一个二元变量，并未细致考察中国文化特征的具体影响 (Li et al., 2015)。儒家思想是中国伦理价值观的重要载体，也是中国企业进行商业决策的道德基础，挖掘中国传统文化的典型特征维度是 CSR 研究情境化的重要方向。另外，Zheng 等 (2014) 将社会腐败风气作为企业社会责任与公司绩效的调节变量，从根植于“关系”土壤的中国社会和制度情境考察 CSR 活动带来的结果。又如，Marquis 和 Qian (2014) 将“政治嵌入”作为影响中国企业披露 CSR 报告质量的重要调节因素。在该研究中，政治嵌入被划分为两种类型：一类是象征性嵌入（高管是否为“两会”成员）；另一类是实质性嵌入

(高管是否担任过政府官员)。这两类“政治嵌入”考虑到中国政商间特有的关系特征及其对企业履行社会责任的复杂影响,有助于进一步挖掘中国社会中“关系”“人情”“靠山”等对CSR行为的独特作用。

可见,具有较高情境化特征的CSR研究在概念关系的构建上不仅选取具有中国特色的中介变量与调节变量,如政治关联、伦理文化等,更在此基础上将相关变量进一步精细化,关注各情境要素的具体表现与作用机制。正如Wang和Tong(2020)所强调的,我们还需要进一步探讨多元而矛盾的价值情境对于企业CSR行为的影响,像儒家经济伦理中存在“义利之辨”,政商关系中也存在依附与异化的动态情况,这些都是中国情境下拓展CSR研究的可能方向。此外,具有较高情境化特征的CSR研究通常镶嵌于多层次现象之中,关注制度层面、组织层面以及个体层面的系统联系。以Jiang等(2018)的研究为例,作者发现代理理论在中国情境下的解释力有限,尤其是当管理者具有强烈的社会主义意识形态时,他们不会狭隘地将自己视为企业股东的代理人,而是根据“毛泽东思想”为更广泛的社会利益而行事。因而未来研究可以将制度因素、文化因素融入组织与个体的CSR动机分析,通过跨层次模型理解现象及其发展脉络和原因。

(三) 逻辑解释方面的中国情境化

理论最核心的部分就在于其因果机制,这是理论内部逻辑自洽的基础(Makadok et al., 2018)。在“why”方面,较高情境化的研究往往基于中国情境提供了将CSR与其他变量联系起来的理论阐述和机制解释。这些研究不仅明

确地识别了中国情境下的独特前因变量、中介变量或调节变量,也清晰地展示了CSR与这些变量发生关联的中国嵌入式机制。相反,较低情境化的研究主要依赖现有的理论解释,对于CSR与其他变量之间关系的逻辑分析缺乏中国情境化的考虑。

首先,最常见的做法是将之前文献中较少或未曾提及的、基于中国情境的因果机制引入普遍性的CSR研究问题当中,如将中国的哲学思想引入理论分析。以Xing和Starik(2017)为例,在研究领导行为对员工绿色行为的影响过程中,作者从奥尔多·利奥波德的土地伦理学说出发,引入中国道家的哲学思想对其进行补充,提出道家领导力(Taoist leadership)里的忘我、逆向思维等元素可以培育员工的亲环境意识,进一步促进员工的绿色行为。该研究为理解个体的环保行为提供了来自中国道家哲学的独特解释机制。

其次,另一种较为常见的做法为:基于某一研究问题的不一致结论,比较和整合不同的因果机制,进而提出源于中国情境的合理解释。以Zhang等(2016)为例,该研究始于政治关联与CSR两者关系的不同结论,同时融合了中国社会的关系特征进行分析。作者选择中国私营上市企业为样本,提出需要区别政治连带的具体属性和功能性,即拥有先赋型(ascribed)政治关联的公司可以通过“关系”缓解来自政府的捐赠摊派,而拥有自致型(achieved)政治关联的公司会迫于合法性压力而进行更多的慈善捐赠。又如,Ge和Zhao(2017)也发现,当与政府保持官僚式联结(bureaucratic linkage)时,企业会将CSR作为应对外部制裁的方式;

而当与政府保持结社式联结 (associational linkage) 时, 企业会将 CSR 作为获取资源的途径。可见, 即使是针对同一类情境因素, 也能发掘出不同的作用机制, 现有 CSR 研究主题中未能形成一致结论的方面可以成为中国情境化研究的人手之处。

最后, 部分学者还从一些相对独特和有趣的中国情境现象出发, 尽管通过这种“由内而外”的情境化方法找出的研究问题来源于中国企业, 但得出的理论解释可以进一步扩展到其他情境。例如, 我国政府与企业间的特殊关系使 CSR 动机成为中国情境下的热点话题。以 Luo 等 (2017) 为例, 作者发现中国企业的社会责任行为是对制度复杂性的一种回应, 即为了同时满足中央政府追求社会绩效与地方政府追求经济绩效的要求, 一些企业会采取快速披露较低质量的 CSR 报告作为应对方式。关于这一现象, Wang 等 (2018) 在其研究中还提出了政策脱耦 (policy-policy decoupling) 的概念, 并指出中央政府与地方政府对于环保的不一致态度会导致企业的投机性环境行为, 但这种行为会进一步受到法规严苛程度以及环境监管力度的影响。该研究由中国突出的环保政策脱耦现象导出“政府间的行政层级距离对于企业环境行为的影响”这一独特问题, 进而为回答“政府如何影响企业的环境行为”这一理论问题提供了更为细致的解释机制。

五、结语

CSR 研究本质上关注的是商业与社会的关系, 这一主题为研究“情境”是否、何时以及

如何发挥作用提供了契机。正如 Wang 和 Tong (2020) 所述, 尽管诸多理论在 CSR 领域得到应用, 但该领域仍然缺乏内在一致的、能够为实证研究和管理实践提供基础的理论, 其原因就在于现有研究未能充分地展现企业所在社会的情境特征, 并利用情境的新颖性和独特性进一步发展、修正或检验理论 (Crane et al., 2016)。本文对过去近 20 年来基于中国情境的 CSR 研究进行总结, 尝试提炼中国情境下 CSR 研究的普适性和特殊性, 探讨了一些利用中国情境来推动 CSR 研究发展的方向和路径, 以期鼓励更多研究以情境化的方法丰富 CSR 领域, 为普适化的 CSR 理论提供新的见解。

接受编辑: Haiyang Li

收稿日期: 2020 年 8 月 7 日

接受日期: 2020 年 8 月 19 日

作者简介:

尹珏林, 中山大学管理学院副教授, 研究兴趣为企业社会责任和社会创业, 担任 *Business Ethics: A European Review* 期刊副主编, *Management and Organization Review* 编委会成员。

胡又心, 中山大学管理学院研究生, 研究兴趣为企业社会责任和社会创业。

骆南峰 (通讯作者, E-mail: nanfeng.luo@ruc.edu.cn), 中国人民大学劳动人事学院副教授, 研究兴趣为企业社会责任、组织理论和战略人力资源管理, 现为 *Asia Pacific Journal of Management* 编委会成员。

徐渊, 广东省社会科学院省人才发展中心助理研究员, 研究兴趣为人力资源管理和组织行为。

参考文献

- [1] 陈春花、马胜辉:《中国本土管理研究路径探索——基于实践理论的视角》,《管理世界》,2017年第11期。
- [2] 李海洋、张燕:《情境化知识与普适化理论的有机结合——探索中国管理学研究的理论创新之道》,《管理学季刊》,2016年第4期。
- [3] 任兵、楚耀:《中国管理学研究情境化的概念、内涵和路径》,《管理学报》,2014年第3期。
- [4] Aguinis, H., & Glavas, A. 2012. What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38: 932-968.
- [5] Bai, X., & Chang, J. 2015. Corporate social responsibility and firm performance: The mediating role of marketing competence and the moderating role of market environment. *Asia Pacific Journal of Management*, 32: 505-530.
- [6] Boyacigiller, N. A., & Adler, N. J. 1991. The parochial dinosaur: Organizational science in a global context. *Academy of Management Review*, 16: 262-290.
- [7] Bruton, G. D., & Lau, C. M. 2008. Asian management research: Status today and future outlook. *Journal of Management Studies*, 45: 636-659.
- [8] Chen, J., Dong, W., Tong, J., & Zhang, F. 2018. Corporate philanthropy and tunneling: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 150: 135-157.
- [9] Chen, Y., Tang, G., Jin, J., Li, J., & Paille, P. 2015. Linking market orientation and environmental performance: The influence of environmental strategy, employee's environmental involvement, and environmental product quality. *Journal of Business Ethics*, 127: 479-500.
- [10] Chen, Z., Fuller, D. B., & Zheng, L. 2018. Institutional isomorphism and Chinese private corporate philanthropy: State coercion, corruption, and other institutional effects. *Asian Business & Management*, 17: 83-111.
- [11] Cheung, Y. L., Jiang, K., Mak, B. S., & Tan, W. 2013. Corporate social performance, firm valuation, and industrial difference: Evidence from Hong Kong. *Journal of Business Ethics*, 114: 625-631.
- [12] Cheung, Y. L., Kong, D., Tan, W., & Wang, W. 2015. Being good when being international in an emerging economy: The case of China. *Journal of Business Ethics*, 130: 805-817.
- [13] Colquitt, J. A., & Zapata-Phelan, C. P. 2007. Trends in theory building and theory testing: A five-decade study of the Academy of Management Journal. *Academy of Management Journal*, 50: 1281-1303.
- [14] Crane, A., Henriques, I., Husted, B. W., & Matten, D. 2016. Publishing country studies in Business & Society: Or, do we care about CSR in Mongolia? *Business & Society*, 55: 3-10.
- [15] Dong, W., Han, H., Ke, Y., & Chan, K. C. 2018. Social trust and corporate misconduct: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 151: 539-562.
- [16] Dou, J., Su, E., & Wang, S. 2019. When does family ownership promote proactive environmental strategy? The role of the firm's long-term orientation. *Journal of Business Ethics*, 158: 81-95.
- [17] Du, X., Jian, W., Du, Y., Feng, W., & Zeng, Q. 2014. Religion, the nature of ultimate owner, and corporate philanthropic giving: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 123: 235-256.
- [18] Du, X., Weng, J., Zeng, Q., Chang, Y., & Pei, H. 2017. Do lenders applaud corporate environmental performance? Evidence from Chinese private-owned firms.

Journal of Business Ethics, 143: 179–207.

[19] Duanmu, J., Bu, M., & Pittman, R. 2018. Does market competition dampen environmental performance? Evidence from China. *Strategic Management Journal*, 39: 3006–3030.

[20] Gao, Y., & Hafsi, T. E. 2015. Government intervention, peers' giving and corporate philanthropy: Evidence from Chinese private SMEs. *Journal of Business Ethics*, 132: 433–447.

[21] Ge, J., & Micelotta, E. 2019. When does the family matter? Institutional pressures and corporate philanthropy in China. *Organization Studies*, 40: 833–857.

[22] Ge, J., & Zhao, W. 2017. Institutional linkages with the state and organizational practices in corporate social responsibility: Evidence from China. *Management and Organization Review*, 13: 539–573.

[23] Gong, G., Xu, S., & Gong, X. 2018. On the value of corporate social responsibility disclosure: An empirical investigation of corporate bond issues in China. *Journal of Business Ethics*, 150: 227–258.

[24] Hofman, P. S., Moon, J., & Wu, B. 2017. Corporate social responsibility under authoritarian capitalism dynamics and prospects of state-led and society-driven CSR. *Business & Society*, 56: 651–671.

[25] Hu, J., Jiang, K., Mo, S., Chen, H., & Shi, J. 2016. The motivational antecedents and performance consequences of corporate volunteering: When do employees volunteer and when does volunteering help versus harm work performance? *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 137: 99–111.

[26] Ip, P. 2008. Corporate social responsibility and crony capitalism in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 79: 167–177.

[27] Jia, L., You, S., & Du, Y. 2012. Chinese

context and theoretical contributions to management and organization research: A three-decade review. *Management and Organization Review*, 8: 173–209.

[28] Jia, M., & Zhang, Z. 2014. How does the stock market value corporate social performance? When behavioral theories interact with stakeholder theory. *Journal of Business Ethics*, 125: 433–465.

[29] Jia, M., & Zhang, Z. 2015. News visibility and corporate philanthropic response: Evidence from privately owned Chinese firms following the Wenchuan earthquake. *Journal of Business Ethics*, 129: 93–114.

[30] Jia, M., & Zhang, Z. 2018. The role of corporate donations in Chinese political markets. *Journal of Business Ethics*, 153: 519–545.

[31] Jia, M., Xiang, Y., & Zhang, Z. 2019. Indirect reciprocity and corporate philanthropic giving: How visiting officials influence investment in privately owned Chinese firms. *Journal of Management Studies*, 56: 372–407.

[32] Jiang, F., Zalan, T., Tse, H. H., & Shen, J. 2018. Mapping the relationship among political ideology, CSR mindset, and CSR strategy: A contingency perspective applied to Chinese managers. *Journal of Business Ethics*, 147: 419–444.

[33] Jiao, H., Cui, Y., Wang, Q., & Xu, S. 2015. High impact strategy research by overseas Chinese scholars in leading business journals: 1991–2011. *Asia Pacific Journal of Management*, 32: 1065–1082.

[34] Kang, Y., & He, X. 2018. Institutional forces and environmental management strategy: Moderating effects of environmental orientation and innovation capability. *Management and Organization Review*, 14: 577–605.

[35] Kim, N., Moon, J. J., & Yin, H. 2016. Environmental pressure and the performance of foreign firms in an emerging economy. *Journal of Business Ethics*, 137: 475–490.

- [36] Lam, M. L. 2009. Beyond credibility of doing business in China: Strategies for improving corporate citizenship of foreign multinational enterprises in China. *Journal of Business Ethics*, 87: 137-146.
- [37] Lau, C., Lu, Y., & Liang, Q. 2016. Corporate social responsibility in China: A Corporate governance approach. *Journal of Business Ethics*, 136: 73-87.
- [38] Leung, T. C., & Snell, R. S. 2017. Attraction or distraction? Corporate social responsibility in Macao's gambling industry. *Journal of Business Ethics*, 145: 637-658.
- [39] Li, D., Huang, M., Ren, S., Chen, X., & Ning, L. 2018. Environmental legitimacy, green innovation, and corporate carbon disclosure: Evidence from CDP China 100. *Journal of Business Ethics*, 150: 1089-1104.
- [40] Li, S., Wu, H., & Song, X. 2017. Principal-principal conflicts and corporate philanthropy: Evidence from Chinese Private Firms. *Journal of Business Ethics*, 141: 605-620.
- [41] Li, W., & Lu, X. 2016. Institutional interest, ownership type, and environmental capital expenditures: Evidence from the most polluting Chinese listed firms. *Journal of Business Ethics*, 138: 459-476.
- [42] Li, W., & Zhang, R. 2010. Corporate social responsibility, ownership structure, and political interference: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 96: 631-645.
- [43] Li, W., Au, K., He, A., & Song, L. 2015. Why do family-controlled firms donate to charity? The role of intrafamily succession intention, social status, and religiosity. *Management and Organization Review*, 11: 621-644.
- [44] Liao, L., Lin, T., & Zhang, Y. 2018. Corporate board and corporate social responsibility assurance: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 150: 211-225.
- [45] Lin, C., Baruch, Y., & Shih, W. 2012. Corporate social responsibility and team performance: The mediating role of team efficacy and team self-esteem. *Journal of Business Ethics*, 108: 167-180.
- [46] Luo, J., Xiang, Y., & Zhu, R. 2017. Military top executives and corporate philanthropy: Evidence from China. *Asia Pacific Journal of Management*, 34: 725-755.
- [47] Luo, X. R., Wang, D., & Zhang, J. 2017. Whose call to answer: Institutional complexity and firms' CSR reporting. *Academy of Management Journal*, 60: 321-344.
- [48] Luo, X. R., Zhang, J., & Marquis, C. 2016. Mobilization in the internet age: Internet activism and corporate response. *Academy of Management Journal*, 59: 2045-2068.
- [49] Makadok, R., Burton, R., & Barney, J. 2018. A practical guide for making theory contributions in strategic management. *Strategic Management Journal*, 39: 1530-1545.
- [50] Marquis, C., & Qian, C. 2014. Corporate social responsibility reporting in China: Symbol or substance? *Organization Science*, 25: 127-148.
- [51] Marquis, C., Yin, J., & Yang, D. 2017. State-mediated globalization processes and the adoption of corporate social responsibility reporting in China. *Management and Organization Review*, 13: 167-191.
- [52] Meyer, K. E. 2006. Asian management research needs more self-confidence. *Asia Pacific Journal of Management*, 23: 119-137.
- [53] Pai, D., Lai, C., Chiu, C., & Yang, C. 2015. Corporate social responsibility and brand advocacy in business-to-business market: The mediated moderating

effect of attribution. *Journal of Business Ethics*, 126: 685–696.

[54] Peng, C., & Yang, M. 2014. The effect of corporate social performance on financial performance: The moderating effect of ownership concentration. *Journal of Business Ethics*, 123: 171–182.

[55] Qian, C., Gao, X., & Tsang, A. 2015. Corporate philanthropy, ownership type, and financial transparency. *Journal of Business Ethics*, 130: 851–867.

[56] See, G. 2009. Harmonious society and Chinese CSR: Is there really a link? *Journal of Business Ethics*, 89: 1–22.

[57] Shen, J., & Benson, J. 2016. When CSR is a social norm: How socially responsible human resource management affects employee work behavior. *Journal of Management*, 42: 1723–1746.

[58] Shen, J., & Zhang, H. 2019. Socially responsible human resource management and employee support for external CSR: Roles of organizational CSR climate and perceived CSR directed toward employees. *Journal of Business Ethics*, 156: 875–888.

[59] Sheng, S., Zhou, K. Z., & Li, J. J. 2011. The effects of business and political ties on firm performance: Evidence from China. *Journal of Marketing*, 75: 1–15.

[60] Shu, H., & Wong, S. M. 2018. When a sinner does a good deed: The path-dependence of reputation repair. *Journal of Management Studies*, 55: 770–808.

[61] Song, Y., Gianiodis, P. T., & Li, Y. 2016. Institutional ownership and corporate philanthropic giving in an emerging economy. *Management and Organization Review*, 12: 357–385.

[62] Tang, Z., & Tang, J. 2016. Can the media discipline Chinese firms' pollution behaviors? The medi-

ating effects of the public and government. *Journal of Management*, 42: 1700–1722.

[63] Tang, Z., & Tang, J. 2016. The impact of competitors-firm power divergence on Chinese SMES' environmental and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 136: 147–165.

[64] Tian, Q., & Robertson, J. L. 2019. How and when does perceived CSR affect employees' engagement in voluntary pro-environmental behavior? *Journal of Business Ethics*, 155: 399–412.

[65] Tourigny, L., Han, J., Baba, V. V., & Pan, P. 2019. Ethical leadership and corporate social responsibility in China: A multilevel study of their effects on trust and organizational citizenship behavior. *Journal of Business Ethics*, 158: 427–440.

[66] Tsai, Y., Joe, S., Lin, C., & Wang, R. 2014. Modeling job pursuit intention: Moderating mechanisms of socio-environmental consciousness. *Journal of Business Ethics*, 125: 287–298.

[67] Tsui, A. S. 2004. Contributing to global management knowledge: A case for high quality indigenous research. *Asia Pacific Journal of Management*, 21: 491–513.

[68] Tsui, A. S. 2007. From homogenization to pluralism: International management research in the academy and beyond. *Academy of management Journal*, 50: 1353–1364.

[69] Wang, H., & Qian, C. 2011. Corporate philanthropy and corporate financial performance: The roles of stakeholder response and political access. *Academy of Management Journal*, 54: 1159–1181.

[70] Wang, H., Tong, L., Takeuchi, R., & George, G. 2016. Corporate social responsibility: An overview and new research directions thematic issue on corporate

social responsibility. *Academy of Management Journal*, 59: 534–544.

[71] Wang, L., & Juslin, H. 2009. The impact of Chinese culture on corporate social responsibility: The harmony approach. *Journal of Business Ethics*, 88: 433–451.

[72] Wang, R., Wijen, F., & Heugens, P. P. 2018. Government's green grip: Multifaceted state influence on corporate environmental actions in China. *Strategic Management Journal*, 39: 403–428.

[73] Wang, S., Gao, Y., Hodgkinson, G. P., Rousseau, D. M., & Flood, P. C. 2015. Opening the black box of CSR decision making: A policy – capturing study of charitable donation decisions in China. *Journal of Business Ethics*, 128: 665–683.

[74] Wang, X., Cao, F., & Ye, K. 2018. Mandatory corporate social responsibility (CSR) reporting and financial reporting quality: Evidence from a quasi – natural experiment. *Journal of Business Ethics*, 152: 253–274.

[75] Wang, X., Li, F., & Sun, Q. 2018. Confucian ethics, moral foundations, and shareholder value perspectives: An exploratory study. *Business Ethics: A European Review*, 27: 260–271.

[76] Wei, Z., Shen, H., Zhou, K. Z., & Li, J. J. 2017. How does environmental corporate social responsibility matter in a dysfunctional institutional environment? Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 140: 209–223.

[77] Whetten, D. A. 1989. What constitutes a theoretical contribution? *Academy of Management Review*, 14: 490–495.

[78] Whetten, D. A. 2009. An examination of the interface between context and theory applied to the study of Chinese organizations. *Management and Organization Review*, 5: 29–55.

[79] Wong, C. W., Miao, X., Cui, S., & Tang, Y. 2018. Impact of corporate environmental responsibility on operating income: Moderating role of regional disparities in China. *Journal of Business Ethics*, 149: 363–382.

[80] Wu, L., Kwan, H. K., Yim, F. H., Chiu, R. K., & He, X. 2015. CEO ethical leadership and corporate social responsibility: A moderated mediation model. *Journal of Business Ethics*, 130: 819–831.

[81] Xing, Y., & Starik, M. 2017. Taoist leadership and employee green behaviour: A cultural and philosophical microfoundation of sustainability. *Journal of Organizational Behavior*, 38: 1302–1319.

[82] Xu, S., & Yang, R. 2010. Indigenous characteristics of Chinese corporate social responsibility conceptual paradigm. *Journal of Business Ethics*, 93: 321–333.

[83] Ye, K., & Zhang, R. 2011. Do lenders value corporate social responsibility? Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 104: 197–206.

[84] Yin, J., & Quazi, A. 2018. Business ethics in the greater China region: Past, present, and future research. *Journal of Business Ethics*, 150: 815–835.

[85] Yin, J., Singhapakdi, A., & Du, Y. 2016. Causes and moderators of corporate social responsibility in China: The influence of personal values and institutional logics. *Asian Business & Management*, 15: 226–254.

[86] Yin, J. 2017. Institutional drivers for corporate social responsibility in an emerging economy: A mixed – method study of Chinese business executives. *Business & Society*, 56: 672–704.

[87] Zhang, J., & Luo, X. R. 2013. Dared to care: Organizational vulnerability, institutional logics, and MNCs' social responsiveness in emerging markets. *Organization Science*, 24: 1742–1764.

[88] Zhang, J., Kong, D., & Wu, J. 2018.

Doing good business by hiring directors with foreign experience. *Journal of Business Ethics*, 153: 859–876.

[89] Zhang, J., Marquis, C., & Qiao, K. 2016. Do political connections buffer firms from or bind firms to the government? A study of corporate charitable donations of Chinese firms. *Organization Science*, 27: 1307–1324.

[90] Zhang, M., Fan, D., & Zhu, C. J. 2014. High-performance work systems, corporate social performance and employee outcomes: Exploring the missing links. *Journal of Business Ethics*, 120: 423–435.

[91] Zhang, M., Jin, B., Wang, G. A., Goh, T. N., & He, Z. 2016. A study of key success factors of service enterprises in China. *Journal of Business Ethics*, 134: 1–14.

[92] Zhang, M., Ma, L., Su, J., & Zhang, W.

2014. Do suppliers applaud corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 121: 543–557.

[93] Zheng, Q., Luo, Y., & Wang, S. L. 2014. Moral degradation, business ethics, and corporate social responsibility in a transitional economy. *Journal of Business Ethics*, 120: 405–421.

[94] Zhu, Y., Sun, L., & Leung, A. S. 2014. Corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: The role of ethical leadership. *Asia Pacific Journal of Management*, 31: 925–947.

[95] Zuo, W., Schwartz, M. S., & Wu, Y. 2017. Institutional forces affecting corporate social responsibility behavior of the Chinese food industry. *Business & Society*, 56: 705–737.