

企业社会责任：研究综述以及对未来研究的启示

□ Heli Wang (王鹤丽) Li Tong (童立)

摘要：企业社会责任（CSR）是管理学领域的重要研究内容，但受困于误解与争论。本文将简短回顾当前 CSR 研究的理论背景，并指出其理论和实证中的部分不足。我们进一步总结出中国情境下 CSR 研究的特点，例如中国文化、政治和制度演变对其的塑造或影响，并为未来的研究提供建议。我们希望本文能够指引研究者，特别是对中国情境下的 CSR 研究感兴趣的研究者，以更好地理解这个无所不在且日益重要的研究领域。

关键词：企业社会责任；文化价值观；政治关联；中国情境

自 20 世纪 60 年代以来，CSR 广受各国学术界及实务界的关注。在 CSR 获得企业、政府、非政府组织、媒体及活动家等各方面广泛关注的同时，学术界对该话题的兴趣也愈发浓厚。CSR 逐渐成为商业研究中的热门话题，它不仅在管理学领域得到研究，也受到经济、金融、营销、运营和社会学领域的欢迎。CSR 通常被视作满足社会需要，但超出典型商业范畴的企业行为。例如，Gottschalk (2016) 把 CSR 定义为“以增加社会福利目的，超出企业明确交易利益之外的非法律强制的企业行为”。与之相仿，Mackey 等 (2007) 把企业社会责任描述为“旨在改善社会或环境条件的自愿企业行动”。在 CSR 是否及如何影响企业绩效的问题上，现有研究尚未形成共识。一些研究认为，CSR 是企业盈利和实现价值的重要动因 (Flammer, 2015; Wang & Qian, 2011); 然而也有研究认为，CSR 会分散企业资源，且是一种不划算的投资 (Masulis & Reza, 2014; Wang & Bansal, 2012)。虽然对于“公司将其职权范围扩大到股东价值之外是否合适”这个问题，学术界尚存争议，但是越来越多的企业仍然选择积极应对更大的社会挑战。

在本文中，我们首先简要概述 CSR 研究的理论基础与局限性，并为未来研究提出一些建议。然后，我们将讨论重心放在中国情境下的 CSR 研究，对当前中国情境

下的相关研究进行总结，并对未来的研究提供建议。

一、企业社会责任研究的理论基础与局限性

现有的 CSR 研究提出了丰富的理论观点，不仅探讨 CSR 的前因后果，也探究了一些与之相关的、特殊的企业行为。例如，作为 CSR 规范视角的理论基础，利益相关者理论提出：CSR 可以帮助企业与各种利益相关者建立关系，从而提升企业绩效（Bansal & Roth, 2000; Flammer & Bansal, 2017; Jones, 1995; Jones et al., 2018）。资源基础理论认为，在一定条件下，CSR 可以成为企业竞争优势的重要来源（Barney, 2018; Frooman, 1999; Kassinis & Vafeas, 2006）。高阶理论更多地关注管理层的特质或价值观，以及这些特质或价值观会如何影响 CSR 行为（Chin et al., 2013; Petrenko et al., 2016; Tang et al., 2018; Tang et al., 2015）。

与之相对，代理理论则被应用于研究管理层自利动机和公司治理对 CSR 行为的影响（Masulis & Reza, 2014; Petrenko et al., 2016）。制度理论强调 CSR 如何受到合法性压力（或更广泛而言，是企业所依托的制度环境）的影响（Campbell, 2007; Jeong & Kim, 2018; Luo et al., 2017; Marquis & Tilsik, 2016）。还有研究以信息与激励经济学为基础，尝试去探讨企业 CSR 行为的动机，以及 CSR 行为中的信息不对称如何影响企业从中获益的程度（Barney, 2018; King, 2007; Luo et al., 2015; Wang & Qian, 2011）。此外，新近研究基于企业行为理

论，探讨对 CSR 行为表现的期望如何影响随后的企业社会行为（Nason et al., 2018）。

在更微观的层面，一些研究采用心理学理论去探讨员工在 CSR 中的参与度（包括当下和预期的参与度）的影响。诸多理论视角可被用于 CSR 研究，如动机理论与社会交换理论（Bingham et al., 2013; Mueller et al., 2012; Slack et al., 2015）、组织公平理论（Rupp et al., 2013）、与员工参与度相关的理论（Caligiuri et al., 2013），以及与能力发展和社会学习相关的理论（Bartel et al., 2001; Pless et al., 2011）。另外，有一些研究探讨了员工在参与 CSR 行动时领导者所扮演的角色（Chen & Hung-Baesecke, 2014），以及员工（作为一种自下而上的驱动力量）在促使领导者参与 CSR 行动时所扮演的角色（Sendlhofer, 2019）。诸如此类的、更微观层面的 CSR 及企业员工的相关研究发现，参与 CSR 行为改善了员工的态度、员工留职率和绩效（Lee et al., 2013; Lin et al., 2010; Mueller et al., 2012）。

尽管 CSR 研究提供了诸多理论视角，该领域仍然饱受批评：缺乏内在一致的理论，以及缺乏充分发展的、能够为实证研究和实践提供基础的理论（Aguinis & Glavas, 2012）。首先，作为一个广阔而多元的研究领域，CSR 难以在理论上剖析清楚。CSR 既可以被看作企业不得不关注的一种行为（即底线思维），也可以被认为是一种与企业财务目标共同存在的自身目标。这些理论视角大多来自其他研究领域或为其他目的而生。虽然 CSR 研究将其作为论据来解释研究发现，但若不对其做出实质性改进或调整，它们可能无法很好地契合 CSR 的情境。例如，

经济学和金融学领域的传统理论大多是基于股东利益至上的模型而发展起来的,更适合“以追求股东价值最大化为唯一目标”的情形,但不一定适合 CSR 这种需要关注多个利益相关者的情境。人们越来越意识到经济、社会和环境利益高度交织,要同时满足这三方面的要求,就需要理解它们的交集 (Hilliard, 2019),因而只应用这些单一聚焦的理论具有一定的局限性。虽然利益相关者理论旨在解决这一问题,并经常被认为是 CSR 研究的基石,但利益相关者理论本身也处在发展阶段,并且充满了争议 (Freeman et al., 2004; Laplume et al., 2008; Sundaram & Inkpen, 2004)。因此,囿于其自身的局限,将利益相关者理论应用于 CSR 研究中是非常具有挑战性的,CSR 领域也因此被批评为理论发展基础薄弱。

其次,CSR 有其现象学起源,并且在发展之初强调实践导向。虽然“实践导向”并非 CSR 理论发展欠缺的根本原因,但是这样的起源意味着,自发展之初,CSR 就没有被视作一个为发展理论而进行严肃知识探索的研究领域。因此,CSR 研究者们过分关注 CSR 的应用,而没有很好地推动对 CSR 研究的假设与边界条件的理论理解。实际上,诸多早期研究主要对 CSR 的履行与企业财务绩效之间的关系开展实证检验 (Margolis & Walsh, 2001; Orlitzky et al., 2003; Rowley & Berman, 2000),其主要目的是指导实践,而不是提出理论洞见。更普遍的情况是,在早期的研究中,理论经常被不严谨地运用,研究者也没有深入、细致地考虑其底层机制和边界条件。缺乏适当理论基础和指导的实证研究注定是有局限的,会造成实践者的困

惑。例如,尽管研究已经开展了数十年,CSR 和财务绩效之间的关系在学者间依然存在着激烈的争论 (Flammer, 2015; Ferrell et al., 2016; Wang & Bansal, 2012; Wang et al., 2008)。因此,尽管 CSR 有着现象起源和实践导向,但它终究难以对管理实践提供有效的、系统的指导。

二、未来的 CSR 研究

在本部分,我们将在最近发表的两篇述评的基础上进行拓展 (Wang et al., 2016; Wang et al., 2020),概括性地提出一些 CSR 研究的未来研究方向。我们首先提出几个可作为 CSR 研究方向的一般性话题 (包括理论话题和实证话题),接着提出针对中国情境的思考。上述话题要么受困于不一致的观点和视角,需要更综合、更有深度的研究;要么重要且富有前景,却尚未引起足够关注,因此都有待进一步研究。

利益相关者群体的相互依赖关系。鉴于 CSR 与企业多利益相关者紧密相关,利益相关者理论已经成为 CSR 研究的主导范式,且大大推动了 CSR 相关话题的发展 (Agle et al., 2008; Flammer, 2015; McWilliams & Siegel, 2001)。

CSR 研究在实证分析和理论分析的过程中应用利益相关者理论,要么默认将所有非股东的利益相关者归为一类,要么研究不同的利益相关者有无被区别对待,但是都没有考虑到不同利益相关者之间的关联。因此,在 CSR 领域应用利益相关者理论时,很少有研究考虑不同的非股东利益相关者 (包括员工、顾客、供应商、非政府组织、政府和监管机构、社区以及

公众等)之间的潜在冲突,以及与其他利益相关者群体相比,某个特定的利益相关者群体在面对不同的企业社会行动时,会产生怎样不同的反应。实际上,关键的CSR议题往往是纷繁复杂的,也需要集体行动。这些议题往往涉及利益相关者在诉求层面上的复杂的相互依赖关系。

因此,我们鼓励研究者推陈出新(包括突破“利益相关者群体是一个整体”的假设,以及突破“只关注特定的CSR维度及其与企业的相互关系”的惯例),来研究不同利益相关者诉求的相互关联。对于诸多关于股东与其他利益相关者关系的现有研究(Flammer, 2013; Gompulya & Boeker, 2014; Kang, 2008),它们通常基于“股东优先于其他利益相关者”的假设。未来的研究可以突破这一假设(即“股东利益至上”的假设)去研究股东与其他利益相关者的互动,以及企业如何解决他们之间的冲突。现有关于混合型组织(Almandoz, 2012; Elsbach & Sutton, 1992; Pache & Santos, 2013)和集体行动的研究(Howard-Grenville et al., 2014)涉及利益相关者诉求的复杂相互作用。这些研究被认为是利益相关者群体相互依赖关系的很好的尝试。

更广泛地说,从理论上探究如下话题将十分有趣:当公司对利益相关者群体进行差别对待时,特别是当我们所观察的利益相关者群体感觉受到了更糟糕的对待时,这些利益相关者将做出如何反应?例如,在一个利益相关者维度上“做得好”会影响公司在其他维度上的绩效吗?对于那些薪酬过低的员工,他们会对有益于社区或消费者的CSR行为做出消极反应

吗?总而言之,为了帮助管理者最有效地处理多个利益相关者群体的需求,未来的研究需要探讨相互竞争的目标之间的取舍问题。

(一) CSR 的社会影响

CSR本质上面向社会和其他非经济因素的影响。然而到目前为止,该领域主要聚焦于CSR的经济影响,忽视了其在诸多层面上的社会影响。Margolis和Walsh(2003)批评CSR领域忽视了CSR的社会影响、忽视了社会规则与经济规则之间的潜在张力。他们呼吁,未来的研究人员不应只关注CSR的工具价值,而是要研究社会从CSR中受益的条件和过程。从更广义的视角来看,这呼应了当前学者的呼吁:关注非市场策略(non-market strategies)的福利后果(Barnett, 2019; Ballesteros et al., 2017; Kaul & Luo, 2018; De Bettignies & Robinson, 2018),以及在混合型组织(其具有追逐经济利润、最大化社会福利的双重目标)背景下,实现更丰富的理论发展(Almandoz, 2012; Elsbach & Sutton, 1992; Pache & Santos, 2013)。

经过多年的研究,该领域取得了诸多进步。如今,CSR的实证情境变得更加多元,提出的问题已经深入高管正在面临的各种挑战。此外,文献也从“企业是否应该参与社会挑战”问题转变为“在应对非常棘手的挑战(如教育、健康、贫困、能源和环境等)时,社区能否以及如何从企业的参与中获益”。不过,虽有了一些进展,但我们依然未能很好地理解CSR的社会影响,也未能对企业的CSR行为提供建议。

因此,我们呼吁研究者关注CSR的非财务影响。例如,通过调查企业如何实际参与CSR

来制定描述性研究议程，然后对“企业应该如何参与社会行动”做出更好的阐释，从而为企业社会行动的规范性理论发展奠定基础（Hendry, 2001; Laplume et al., 2008; Margolis & Walsh, 2003）。

（二）社会行为背后的机制和动机

企业参与 CSR 有多种动机，例如，遵从合规性要求（Bansal & Roth, 2000; Marquis & Qian, 2014）、开展战略 CSR 行为以追求更大的利润（Porter & Kramer, 2002; Kaul & Luo, 2018; Flammer, 2018）、进行管理价值驱动的社会行为（Petrenko et al., 2016; Masulis & Reza, 2014）。然而早期研究在研究 CSR 对企业绩效的影响时，学者们的关注点主要在社会行为本身，而少有研究去关注社会行为背后的动机。不过出于以下原因，我们很有必要去对社会行为背后的机制和动机进行系统而深入的分析。

首先，CSR 行为的真实性（authenticity）或诚意（sincerity）可能会对 CSR 的效果产生重要影响。在一定程度上，CSR 往往通过与利益相关者增强合作与支持来创造价值，因此企业利益相关者对 CSR 行为的认知是尤为重要的。利益相关者的认知会受到对企业社会行动所感知到的诚意（perceived sincerity）的影响。尽管最近一些研究已经开始强调 CSR 背后的动机、诚意或可信度（credibility）的重要性（Cuypers et al., 2015; Hawn & Ioannou, 2016; Makov & Newman, 2016），在这一领域的理论探索仍然大有可为。未来的研究可以整合组织行为学或心理学理论，以更好地理解 CSR 背后的动机，以及在参与或观察 CSR 时所发生的社会和心理过程（Gibson, 2011, 2019）。同时我们

认为，如何将企业社会行动传达给利益相关者和公众也是至关重要的。与信号和沟通相关的理论将同样对 CSR 领域的理论发展大有裨益。

其次，当 CSR 的动机不止一种时，不同的动机之间可能会相互作用，从而产生意想不到的后果。例如，由于不少国家之中存在合法性压力，甚至有些国家法规要求企业对 CSR 活动进行投资，组织可能会采取不同的战略或反应去管理它们的 CSR 活动。这种对 CSR 的管理可能会造成意料之外的结果。例如，企业社会价值创造的动机被“挤出”，以至于其将资源分配到社会价值有限、符合企业所偏好的其他项目之中；更严重的后果可能是，企业会通过资助当地政治项目或组织，来掩盖贪污和腐败行为。类似地，“低调（quiet）” CSR 行为的价值动机可能被以声誉或者地位为驱动的社会媒体“挤出”。一般而言，组织开展 CSR 的背后动机往往会反映在它们如何执行和交付这些活动之中。这些动机、努力及其意外后果为未来研究铺设了坦途。

三、中国情境下的 CSR 研究

（一）背景

在过去十年中，中国情境下的 CSR 越来越多地受到了实务界和学术界的关注（Wang & Qian, 2011; Zhang et al., 2019; Chang et al., 2020），学者们热衷于研究中国情境下的现象。正如 Wang 等（2016）所指出的：“虽然直到 2011 年，中国情境下的 CSR 研究才开始出现在 AMJ 上，但在此之后，它们却占据了 AMJ 发表文章的 1/5。”在这个部分，我们发掘出一些普

遍应用于 CSR 研究的中国情境，分别体现在如下方面：①中国文化情境；②中国企业的政治关联；③中国 CSR 披露报告的演变。

首先，中国人深受佛教、道教和儒家哲学思想的影响（Wang & Qian, 2011; Jia et al., 2019; Chau, 2008; Du, 2013; Du et al., 2014; Huang, 1971）。佛教以恻隐、怜悯之心为根本，鼓励人们以慈悲为怀；道教主张济世利人；儒家以“仁”为核心思想，包括仁爱、仁慈和人道主义。因此，文化传统与 CSR 的理念是一致的。事实上近年来，研究者对研究中国文化传统对 CSR 的影响颇感兴趣。例如，有一些研究通过捕捉公司所在地区的佛寺和道教寺庙的密集程度（Du et al., 2014）与管理层的社会导向对 CSR 行为的影响（Jia et al., 2019），来探讨宗教氛围对慈善捐赠的直接影响。还有研究探讨了企业社会行动如何被“修身、齐家、治国、平天下”（Li & Liang, 2015: 594）和“达则兼济天下”等思想所影响（Liu et al., 2020: 1）。

其次，众所周知，中国政府可以通过鼓励（有时强制要求）CSR 行为来创造善举。由于缺乏完善有效的市场结构和合同法，中国企业需要政治盟友去推动合同的谈判和执行（Nee, 1992）、减少政治或政策的不确定性（Peng & Heath, 1996）。沿着这些思路，这些 CSR 研究的一个分支专门探讨了 CSR 如何帮助企业获得由政府控制和分配的重要资源，帮助企业获得合法性以缓冲政治的不确定性（Dickson, 2003; Bai et al., 2006; Ma & Parish, 2006）。除了研究企业如何通过 CSR 去获得政府相关的利益，研究者还持久地关注于政治关联何以反过来影响 CSR 的积极性。例如，Jia 和 Zhang（2010）

研究企业在汶川地震后的慈善活动，认为企业政治关联促进了企业的慈善行为。另外，一些学者进行了更细致的分析，认为政治关联所扮演的角色远比想象中复杂（Sun et al., 2012; Zhang et al., 2016）。例如，Zhang 等（2016）将政治关联分类，发现对于那些高管拥有官僚关系（bureaucratic connections）的企业而言，它们开展捐赠活动的可能性较小；而对于高管拥有政治关系（political connections）的企业而言，它们开展捐赠活动的可能性更大。此外，还有一些研究发现，当面临顺从政府期望和保持组织的自由裁量权之间的权衡压力时，获得政治支持的企业可能会选择性地参与 CSR 行动（Luo & Wang, 2019）。特别是，Luo 和她的合作者发现，拥有政治关联公司会更多地参与企业慈善活动，但较少参与环境行动，因为环境行动对组织自主权（如运营流程和现有惯例）施加了限制。

最后，2000 年末以来，深交所和上交所鼓励部分上市公司披露社会责任报告，并进一步强制要求其中部分类别的企业披露 CSR 报告。CSR 话题热度和数据可得性逐步提升，这在多个方面促进了有关 CSR 报告的影响的相关研究。一些研究探讨 CSR 报告的影响，如它对财务报告质量的影响（Wang et al., 2018）和其首次披露对市场反应的影响（Wang & Li, 2016）。此外，越来越多的研究使用 CSR 报告，去探讨披露 CSR 报告是象征性的还是实质性的。例如，Marquis 和 Qian（2014）研究指出，作为一种沟通工具，社会责任报告多大程度上象征性地与实际 CSR 行为脱钩，往往取决于政府的监管风险。Luo 等（2017）提出了一个框

架,将CSR报告的披露视作对(因中央与地方政府的冲突而产生的)制度复杂性的一种战略性回应。作者发现,企业会用快速、低质的CSR报告作为对制度冲突的回应。

(二) 研究启示

尽管中国学者对CSR研究的兴趣显著提升,顶级期刊中相关的文章发表数量也正在增加,但该领域依然还有很大的进步空间。此外,虽然有关CSR的理论往往较具普适性,上文提到的诸多未来研究方向也显然适用于中国情境,但是在中国情境下,依然存在不少与CSR相关的独特的研究议题。接下来,我们将提供一些中国情境下的CSR未来研究方向的建议,希望通过扩充这个重要但不同于西方情境的研究来提升和拓宽CSR的学术知识,同时帮助中国市场的高管和企业,以更好地应对实践中的各种挑战。

1. 中国独特的文化情境与CSR

诸多研究关注中国企业和CEO内含的传统价值观,以及它们对CSR的影响。然而,这些研究往往只是简单地认为,传统文化和CEO价值观通过影响CEO和企业亲社会倾向来影响CSR行为,而没有阐发新颖的理论见解。因此,未来的研究可以借鉴其他领域的理论,更深入地探索独特的文化背景或经历如何影响企业社会行为,从而更细致地理解企业和CEO为什么会以特定的方式行事。例如,CSR研究者能从Marquis和Qiao(2018)的研究中获得灵感,结合中国独特的文化背景(即共产主义意识形态)和印记理论去进行“印记—传递过程(imprint-transfer process)”的系统分析,研究其如何影响中国创业企业的国际化。虽然这项研究并不

是针对CSR本身,但是它可以将与中国情境有关的现有理论结合起来,去更好地了解企业社会行为的动机,从而为CSR学者提供思路。

此外,未来研究可以探究多元、冲突的中国文化或CEO价值观如何相互作用,或者CEO价值观如何与其他CSR动机相互作用。例如,中国价值导向的动机和政治或合法性基础的动机等不同的动机,预期将会影响社会行动,并产生不同影响。但是在两个动机同时存在的情形下,我们对企业或CEO们的CSR决策行为依然缺乏理解。此外,在研究独特的中国文化或价值情境的作用时,区分清楚内在动机及外在动机来进行系统分析,将会十分有趣(Frey & Oberholzer-Gee, 1997; Hewett & Leroy, 2019; Shi et al., 2017)。

2. 中国公司治理与CSR

与CSR有关的公司治理问题本身就极为复杂。早期的研究(Friedman, 1970)认为CSR是一种反映管理层自利的代理行为,这类研究发现CEO会个人利益而挪用企业资源。例如,Masulis和Reza(2014)发现,当CEO与慈善机构有关联且公司治理水平低时,企业对基金会的捐赠水平往往会上升。然而,这种情况现在已经发生了变化。更常见的情况是,股东和管理层在企业社会行为中的利益实际上是一致的。然而,两个群体之间的分歧依然存在,这些分歧通常出现在特定的环境下,如当企业受到更大的财务压力或市场压力,以及管理者还有其他的议程时(Petrenko et al., 2016; Tang et al., 2015)。

在中国的市场环境中,公司治理发挥着与经典的盎格鲁-撒克逊模型(Anglo-Saxon

model) 不同的作用——情况更为复杂。经典的盎格鲁-撒克逊模型强调经济活动中的监管、税收和政府干预水平要尽可能低。尽管中国采用了公司治理中的盎格鲁-撒克逊模型作为其经济改革的一部分，但是中国公司治理独具特色，反映了中国国情。一个突出的例子就是负责改革、约束和改善国企公司治理的国资委的作用（国资委的任务包括任命、更换国企高管和设定国企高管薪酬水平等）。此外，还有一些中国特有法规影响着公司治理。例如，中组发〔2013〕18号文（《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》^①）（Hope et al., 2019; Long et al., 2016）指出：所有党政领导干部（包括三年内辞职或退休的党政领导干部），不得在企业兼职（任职），或从企业（包括国有的和民营的）领取任何形式的报酬。此外，在董事会主席的角色上，中西方企业也有重大差异（Krause et al., 2019）。在西方，CEO是企业关键决策者。在英国，董事会主席主要都是独立董事，因此一般不参与企业的日常管理（Lorsch & Zelleke, 2005）。与之类似，普遍认为的是，美国CEO有责任代表董事会，去处理与公众和投资者打交道的非常规事件（Spencer Stuart, 2017）。相反，中国的董事会主席经常是企业创始人和大股东，他们是关键的决策制定者，并且相比企业CEO，他们往往拥有更大的权力（Krause et al., 2019）。总之，中国的公司治理的特点可归纳为以下两点：①国家力量通常在公司治理中发挥重要作用；②委托人和代理人之间缺乏明确的界限。因此，

这些不同的公司治理结构对CSR行为的影响会更加复杂。也正因如此，未来的研究应抓住机会积极关注公司治理对中国CSR研究的影响。

3. 不同制度下CSR的演变和差异

不同于经营或投资活动（它们对企业经营效率和业绩有着直接影响），CSR对企业的影响往往只能通过公司利益相关者和公众的反应来间接观察（Surroca et al., 2010; Flammer & Luo, 2017; Flammer, 2018; Wang & Qian, 2011）。利益相关者对CSR行为的反应又受其对CSR的看法的影响，不仅随着制度背景的变化而变化，还随着时间的推移而变化。在美国等发达国家，公众对于CSR的看法正在演变（Flammer, 2013; Ioannou & Serafeim, 2015）；与此同时，中国也正发生着更明显的动态变化。例如，随着时间的推移，特别是2008年汶川大地震之后，中国发生了两个主要变化：①中国政府更加重视中国的CSR实践；②随着公众更加关注CSR，中国企业越来越意识到CSR行为有利于收获公众的正面反应，这可能会对企业业绩产生积极作用，乃至形成竞争优势（Biswas, 2019; Biswas & Tortajada, 2020; McGinnis et al., 2009）。此外，中国企业还在全球范围内践行CSR。

但是，关于中国CSR的演变，还有很多值得我们研究的地方。例如，中国CSR的演变会与发达国家类似——代理人逻辑逐渐让位于对利益相关者的关注、市场对CSR的更正面的认知（Ioannou & Serafeim, 2015）——还是会因其

^① 资料来源：<http://www.nhc.gov.cn/renshi/jdgv/201503/124c1eea3b0d463588d49073152092e3.shtml>。

独特的文化和制度情境而迥然不同?汶川地震和新冠肺炎等突发事件是否会阻碍/推动这个演变进程 (Tilcsik & Marquis, 2013; Zhang & Luo, 2013)? 随着世界经济的互联互通日益紧密, 以及社会实践的全球化日益深入, 不同制度情境下的 CSR 观点会最终统一, 还是会形成新的均衡? 此外, 由于独特的社会和文化情境, 中国企业所关注的社会活动领域也与其他经济体有所不同。例如, 发达国家的企业往往承担着更大的环境和自然资源责任 (George et al., 2015), 而中国企业则致力于社会发展目标, 如扶贫、教育和健康 (Chang et al., 2020)。这些潜藏在 CSR 背后的不同假设和制度环境, 均为学者们提供了丰富的研究情境。

接受编辑: Haiyang Li

翻译: 罗银燕

校对: 田莉、黄乐维

收稿日期: 2020年6月23日

接受日期: 2020年7月8日

作者简介:

王鹤丽, 现任新加坡管理大学的 Janice Bel-lace 战略管理教授。她于俄亥俄州立大学获得战略管理博士学位。于 2012 年加入新加坡管理大学之前曾在香港科技大学任助理教授和副教授。研究领域包括资源基础理论、战略人力资本、利益相关者管理, 以及公司社会责任。她曾任 *Management Organization Review* 的咨询编辑 (2012 ~ 2013 年), *Academy of Management Journal* 副主编 (2013~2016 年), 以及 *Academy of Management Review* 副主编 (2017~2020 年)。

童立, 现任北京大学光华管理学院组织与战略管理系助理教授, 于新加坡管理大学获得哲学博士学位。研究兴趣为企业社会责任、企业并购等。童立博士已在 *Academy of Management Journal*, *Journal of Business Ethics* 等期刊发表论文多篇。

参考文献

- [1] Agle, B. R., Donaldson, T., Freeman, R. E., Jensen, M. C., Mitchell, R. K., & Wood, D. J. 2008. Dialogue: Toward superior stakeholder theory. *Business Ethics Quarterly*, 18: 153-190.
- [2] 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.
- [3] Almandoz, J. 2012. Arriving at the starting line: The impact of community and financial logics on new banking ventures. *Academy of Management Journal*, 55: 1381-1406.
- [4] Bai, C. E., Lu, J., & Tao, Z. 2006. The multi-task theory of state enterprise reform: Empirical evidence from China. *American Economic Review*, 96: 353-357.
- [5] Ballesteros, L., Useem, M., & Wry, T. 2017. Masters of disasters? An empirical analysis of how societies benefit from corporate disaster aid. *Academy of Management Journal*, 60: 1682-1708.
- [6] Bansal, P., & Roth, K. 2000. Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, 43: 717-736.
- [7] Barnett, M. L. 2019. The business case for corporate social responsibility: A critique and an indirect path forward. *Business & Society*, 58: 167-190.
- [8] Barney, J. B. 2018. Why resource-based theory's

model of profit appropriation must incorporate a stakeholder perspective. *Strategic Management Journal*, 39: 3305 – 3325.

[9] Bartel, C. A., Saavedra, R., & Van Dyne, L. 2001. Design conditions for learning in community service contexts. *Journal of Organizational Behavior*, 22: 367–385.

[10] Bingham, J. B., Mitchell, B. W., Bishop, D. G., & Allen, N. J. 2013. Working for a higher purpose: A theoretical framework for commitment to organization-sponsored causes. *Human Resource Management Review*, 23: 174–189.

[11] Biswas, A. K. 2019. *The Evolution of Chinese Corporate Social Responsibility*. <https://www.busiweek.com/the-evolution-of-chinese-corporate-social-responsibility/>.

[12] Biswas, A. K., & Tortajada, C. 2020. *Social Responsibility is Business of Business*. <https://global.chinadaily.com.cn/a/202001/04/WS5e0fe911a310cf3e355826d0.html>.

[13] Caligiuri, P., Mencia, A., & Jiang, K. 2013. Win-win-win: The influence of company-sponsored volunteerism programs on employees, NGOs, and business units. *Personnel Psychology*, 66: 825–860.

[14] Campbell, J. L. 2007. Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32: 946–967.

[15] Chang, Y., He, W., & Wang, J. 2020. Government initiated corporate social responsibility activities: Evidence from a poverty alleviation campaign in China. *Journal of Business Ethics*, 1–25.

[16] Chau, A. 2008. *Miraculous response: Doing popular religion in contemporary China*. Stanford, CA: Stanford University Press.

[17] Chen, Y. R. R., & Hung-Baesecke, C. J. F. 2014. Examining the internal aspect of corporate social responsibility (CSR): Leader behavior and employee CSR participation. *Communication Research Reports*, 31: 210–220.

[18] Chin, M. K., Hambrick, D. C., & Treviño, L. K. 2013. Political ideologies of CEOs: The influence of executives' values on corporate social responsibility. *Administrative Science Quarterly*, 58: 197–232.

[19] Cuypers, I. R., Koh, P. S., & Wang, H. 2015. Sincerity in corporate philanthropy, stakeholder perceptions and firm value. *Organization Science*, 27: 173–188.

[20] De Bettignies, J. E., & Robinson, D. T. 2018. When is social responsibility socially desirable? *Journal of Labor Economics*, 36: 1023–1072.

[21] Dickson, B. J. 2003. *Red capitalists in China: The party, private entrepreneurs, and prospects for political change*. Cambridge: Cambridge University Press.

[22] Du, X. 2013. Does religion matter to owner-manager agency costs? Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 118: 319–347.

[23] 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.

[24] Elsbach, K. D., & Sutton, R. I. 1992. Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions: A marriage of institutional and impression management theories. *Academy of Management Journal*, 35: 699–738.

[25] Ferrell, A., Liang, H., & Renneboog, L. 2016. Socially responsible firms. *Journal of Financial Economics*, 122: 585–606.

[26] Flammer, C. 2013. Corporate social responsibility and shareholder reaction: The environmental awareness

of investors. *Academy of Management Journal*, 56: 758 – 781.

[27] Flammer, C. 2015. Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? A regression discontinuity approach. *Management Science*, 61: 2549 – 2568.

[28] Flammer, C. 2018. Competing for government procurement contracts: The role of corporate social responsibility. *Strategic Management Journal*, 39: 1299–1324.

[29] Flammer, C., & Bansal, P. 2017. Does a long-term orientation create value? Evidence from a regression discontinuity. *Strategic Management Journal*, 38: 1827 – 1847.

[30] Flammer, C., & Luo, J. 2017. Corporate social responsibility as an employee governance tool: Evidence from a quasi-experiment. *Strategic Management Journal*, 38: 163–183.

[31] Freeman, R. E., Wicks, A. C., & Parmar, B. 2004. Stakeholder theory and “the corporate objective revisited”. *Organization Science*, 15: 364–369.

[32] Frey, B. S., & Oberholzer-Gee, F. 1997. The cost of price incentives: An empirical analysis of motivation crowding-out. *The American Economic Review*, 87: 746 – 755.

[33] Friedman, M. 1970. A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 13: 32–33.

[34] Frooman, J. 1999. Stakeholder influence strategies. *Academy of Management Review*, 24: 191–205.

[35] George, G., Schillebeeckx, S. J., & Liak, T. L. 2015. The management of natural resources: An overview and research agenda. *Academy of Management Journal*, 58: 1595–1613.

[36] Gibson, C. B. 2011. *Sustainability through syn-*

ergy: Collaborative capacity building across stakeholders to increase social impact. Presentation at the 2011 Academy of International Business Conference, Nagoya, Japan.

[37] Gibson, C. B. 2019. Corporate community investment: Forging new ground through psychological, social and relational pathways. *Working paper*, Pepperdine University.

[38] Gomulya, D., & Boeker, W. 2014. How firms respond to financial restatement: CEO successors and external reactions. *Academy of Management Journal*, 57: 1759–1785.

[39] Gottschalk, P. 2016. Fraud examiners in white-collar crime investigations. In *Research Handbook on Corporate Social Responsibility in Context*. Edward Elgar Publishing.

[40] Hawn, O., & Ioannou, I. 2016. Mind the gap: The interplay between external and internal actions in the case of corporate social responsibility. *Strategic Management Journal*, 37: 2569–2588.

[41] Hendry, J. 2001. Missing the target: Normative stakeholder theory and the corporate governance debate. *Business Ethics Quarterly*, 11: 159–176.

[42] Hewett, R., & Leroy, H. 2019. Well it’s only fair: How perceptions of manager discretion in bonus allocation affect intrinsic motivation. *Journal of Management Studies*, 56: 1105–1137.

[43] Hilliard, I. 2019. *Coherency management: An alternative to CSR in a changing world*. Cham, Switzerland: Palgrave MacMillian.

[44] Hope, O. K., Yue, H., & Zhong, Q. 2019. China’s anti-corruption campaign and financial reporting quality. *Contemporary Accounting Research*, 37: 1015 – 1043.

[45] Howard-Grenville, J., Buckle, S. J., Hoskins,

B. J., & George, G. 2014. Climate change and management. *Academy of Management Journal*, 57: 615–623.

[46] Huang, L. J. 1971. The role of religion in Communist Chinese society. *Asian Survey*, 11: 693–708.

[47] Ioannou, I., & Serafeim, G. 2015. The impact of corporate social responsibility on investment recommendations: Analysts' perceptions and shifting institutional logics. *Strategic Management Journal*, 36: 1053–1081.

[48] Jeong, Y. C., & Kim, T. Y. 2018. Between legitimacy and efficiency: An institutional theory of corporate giving. *Academy of Management Journal*, 2016. 0575.

[49] Jia, M., & Zhang, Z. 2010. Does political connection influence corporate philanthropy? *Management World*, 4: 99–113.

[50] 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.

[51] Jones, T. M. 1995. Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of Management Review*, 20: 404–437.

[52] Jones, T. M., Harrison, J. S., & Felps, W. 2018. How applying instrumental stakeholder theory can provide sustainable competitive advantage. *Academy of Management Review*, 43: 371–391.

[53] Kang, E. 2008. Director interlocks and spillover effects of reputational penalties from financial reporting fraud. *Academy of Management Journal*, 51: 537–555.

[54] Kassinis, G., & Vafeas, N. 2006. Stakeholder pressures and environmental performance. *Academy of Management Journal*, 49: 145–159.

[55] Kaul, A., & Luo, J. 2018. An economic case for CSR: The comparative efficiency of for-profit firms in meeting consumer demand for social goods. *Strategic Man-*

agement Journal, 39: 1650–1677.

[56] King, A. 2007. Cooperation between corporations and environmental groups: A transaction cost perspective. *Academy of Management Review*, 32: 889–900.

[57] Krause, R., Li, W., Ma, X., & Bruton, G. D. 2019. The board chair effect across countries: An institutional view. *Strategic Management Journal*, 40: 1570–1592.

[58] Laplume, A. O., Sonpar, K., & Litz, R. A. 2008. Stakeholder theory: Reviewing a theory that moves us. *Journal of Management*, 34: 1152–1189.

[59] Lee, C. K., Song, H. J., Lee, H. M., Lee, S., & Bernhard, B. J. 2013. The impact of CSR on casino employees' organizational trust, job satisfaction, and customer orientation: An empirical examination of responsible gambling strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 33: 406–415.

[60] Li, X. H., & Liang, X. 2015. A Confucian social model of political appointments among Chinese private-firm entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 58: 592–617.

[61] Liang, H., Wang, R., & Zhu, H. 2019. Growing up under Mao and Deng: On the ideological determinants of corporate policies. Available at SSRN 3494916.

[62] Lin, C. P., Lyau, N. M., Tsai, Y. H., Chen, W. Y., & Chiu, C. K. 2010. Modeling corporate citizenship and its relationship with organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*, 95: 357–372.

[63] Liu, Y., Dai, W., Liao, M., & Wei, J. 2020. Social status and corporate social responsibility: Evidence from Chinese privately owned firms. *Journal of Business Ethics*, 6: 1–22.

[64] Long, X., Zhang, X., & Yang, J. 2016. Economic effects of dual employment regulation during economic

transition. *China Industrial Economics*, 7: 40–56.

[65] Lorsch, J. W., & Zelleke, A. 2005. Should the CEO be the chairman? *MIT Sloan Management Review*, 46: 71.

[66] Luo, X. R., & Wang, D. 2019. Are politically endorsed firms more socially responsible? Selective engagement in corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 11: 1–21.

[67] 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.

[68] Luo, X., Wang, H., Raithel, S., & Zheng, Q. 2015. Corporate social performance, analyst stock recommendations, and firm future returns. *Strategic Management Journal*, 36: 123–136.

[69] Ma, D., & Parish, W. L. 2006. Tocquevillian moments: Charitable contributions by Chinese private entrepreneurs. *Social Forces*, 85: 943–964.

[70] Mackey, A., Mackey, T. B., & Barney, J. B. 2007. Corporate social responsibility and firm performance: Investor preferences and corporate strategies. *Academy of Management Review*, 32: 817–835.

[71] Makov, T., & Newman, G. E. 2016. Economic gains stimulate negative evaluations of corporate sustainability initiatives. *Nature Climate Change*, 6: 844.

[72] Margolis, J. D., & Walsh, J. P. 2001. *People and profits? The search for a link between a company's social and financial performance*. London: Psychology Press.

[73] Margolis, J. D., & Walsh, J. P. 2003. Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48: 268–305.

[74] Marquis, C., & Qian, C. 2014. Corporate social responsibility reporting in China: Symbol or substance? *Or-*

ganization Science, 25: 127–148.

[75] Marquis, C., & Qiao, K. 2018. Waking from Mao's dream: Communist ideological imprinting and the internationalization of entrepreneurial ventures in China. *Administrative Science Quarterly*, <http://doi.org/10.1177/0001839218792837>.

[76] Marquis, C., & Tilcsik, A. 2016. Institutional equivalence: How industry and community peers influence corporate philanthropy. *Organization Science*, 27: 1325–1341.

[77] Masulis, R. W., & Reza, S. W. 2014. Agency problems of corporate philanthropy. *The Review of Financial Studies*, 28: 592–636.

[78] McGinnis, A., Pellegrin, J., Shum, Y., Teo, J., & Wu, J. 2009. *The Sichuan Earthquake and the Changing Landscape of CSR in China*. <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/the-sichuan-earthquake-and-the-changing-landscape-of-csr-in-china/>.

[79] McWilliams, A., & Siegel, D. 2001. Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26: 117–127.

[80] Mueller, K., Hatrup, K., Spiess, S. O., & Lin-Hi, N. 2012. The effects of corporate social responsibility on employees' affective commitment: A cross-cultural investigation. *Journal of Applied Psychology*, 97: 1186.

[81] Nason, R. S., Bacq, S., & Gras, D. 2018. A behavioral theory of social performance: Social identity and stakeholder expectations. *Academy of Management Review*, 43: 259–283.

[82] Nee, V. 1992. Organizational dynamics of market transition: Hybrid forms, property rights, and mixed economy in China. *Administrative Science Quarterly*, 37: 1–27.

[83] Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. 2003. Corporate social and financial performance: A meta-

analysis. *Organization Studies*, 24: 403–441.

[84] Pache, A. C., & Santos, F. 2013. Inside the hybrid organization: Selective coupling as a response to competing institutional logics. *Academy of Management Journal*, 56: 72–1001.

[85] Peng, M. W., & Heath, P. S. 1996. The growth of the firm in planned economies in transition: Institutions, organizations, and strategic choice. *Academy of Management Review*, 21: 492–528.

[86] Petrenko, O. V., Aime, F., Ridge, J., & Hill, A. 2016. Corporate social responsibility or CEO narcissism? CSR motivations and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 37: 262–279.

[87] Pless, N. M., Maak, T., & Stahl, G. K. 2011. Developing responsible global leaders through international service learning programs: The Ulysses experience. *Academy of Management Learning & Education*, 10: 237–260.

[88] Porter, M. E., & Kramer, M. R. 2002. The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 80: 56–68.

[89] Rowley, T., & Berman, S. 2000. A brand new brand of corporate social performance. *Business & Society*, 39: 397–418.

[90] Rupp, D. E., Shao, R., Thornton, M. A., & Skarlicki, D. P. 2013. Applicants' and employees' reactions to corporate social responsibility: The moderating effects of first-party justice perceptions and moral identity. *Personnel Psychology*, 66: 895–933.

[91] Sendlhofer, T. 2019. Internal norm entrepreneurship: Employees' strategies for enacting responsibility. *In Academy of Management Proceedings*, 10627.

[92] Shi, W., Connelly, B. L., & Hoskisson, R. E. 2017. External corporate governance and financial fraud: Cognitive evaluation theory insights on agency theory pre-

scriptions. *Strategic Management Journal*, 38: 1268–1286.

[93] Slack, R. E., Corlett, S., & Morris, R. 2015. Exploring employee engagement with (corporate) social responsibility: A social exchange perspective on organizational participation. *Journal of Business Ethics*, 127: 537–548.

[94] Spencer Stuart. 2017. Spencer Stuart US board index. *Spencer Stuart*.

[95] Sun, P., Mellahi, K., & Wright, M. 2012. The contingent value of corporate political ties. *Academy of Management Perspectives*, 26: 68–82.

[96] Sundaram, A. K., & Inkpen, A. C. 2004. The corporate objective revisited. *Organization Science*, 15: 350–363.

[97] Surroca, J., Tribó, J. A., & Waddock, S. 2010. Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 31: 463–490.

[98] Tang, Y., Mack, D. Z., & Chen, G. 2018. The differential effects of CEO narcissism and hubris on corporate social responsibility. *Strategic Management Journal*, 39: 1370–1387.

[99] Tang, Y., Qian, C., Chen, G., & Shen, R. 2015. How CEO hubris affects corporate social (ir) responsibility. *Strategic Management Journal*, 36: 1338–1357.

[100] Tilsik, A., & Marquis, C. 2013. Punctuated generosity: How mega-events and natural disasters affect corporate philanthropy in US communities. *Administrative Science Quarterly*, 58: 111–148.

[101] Wang, T., & Bansal, P. 2012. Social responsibility in new ventures: Profiting from a long-term orientation. *Strategic Management Journal*, 33: 135–1153.

[102] 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.

[103] Wang, H., & Choi, J. 2013. A new look at the corporate social – financial performance relationship: The moderating roles of temporal and interdomain consistency in corporate social performance. *Journal of Management*, 39: 416–441.

[104] Wang, H., Choi, J., & Li, J. 2008. Too little or too much? Untangling the relationship between corporate philanthropy and firm financial performance. *Organization Science*, 19: 143–159.

[105] Wang, H., Gibson, C., & Zander, U. 2020. Editors' comments: Is research on corporate social responsibility undertheorized? *Academy of Management Review*, 45: 1–6.

[106] Wang, K. T., & Li, D. 2016. Market reactions to the first-time disclosure of corporate social responsibility reports: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 138: 661–682.

[107] 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.

[108] 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.

[109] 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.

[110] 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.

[111] Zhang, Y., Wang, H., & Zhou, X. 2019. Dare to be different? Conformity vs. differentiation in corporate social activities of Chinese firms and market responses. *Academy of Management Journal*, <http://doi.org/105465/amj>. 2017. 04.