



# 社会责任信息披露质量对企业绩效的影响研究

李梦然

本博士论文提交博仁大学国际学院  
属博仁大学哲学博士学位工商管理专业课程学习的一部分  
二〇二二年

**RESEARCH ON THE INFLUENCE OF SOCIAL  
RESPONSIBILITY INFORMATION DISCLOSURE QUALITY  
ON CORPORATE PERFORMANCE**

**MENGRAN LI**

**A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Doctor of the Business Administration  
International College  
Dhurakij Pundit University  
Academic Year 2022**



## Certificate of Dissertation Approval to Doctoral's Student

College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

Doctor of Philosophy Program Business Administration

论文题目: 社会责任信息披露质量对企业绩效的影响研究  
Title of Thematic: RESEARCH ON THE INFLUENCE OF SOCIAL RESPONSIBILITY  
INFORMATION DISCLOSURE QUALITY ON CORPORATE  
PERFORMANCE  
Researcher 研究者: Ms. Mengran Li  
Program 课程: Doctor of Philosophy Program Business Administration  
Principal Supervisor: Dr. Mingming He

The Committee, the below signed, hereby state our full approval of the Thematic Paper submitted by the above student (researcher) in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy Program Business Administration in the College of Innovative Business and Accountancy.

Prof. Dr. Tienan Wang

Committee President

评审委员会主席

Dr. Mingming He

Committee Examiner / Principal Supervisor

委员会考官 / 首席导师

Asst. Prof. Dr. Chun-shuo Chen

Committee Examiner

委员会考官

Dr. Daoming Wang

Committee President

评审委员会主席

Dr. Shanshan Wang

Committee President

评审委员会主席

This is to certify the said Thematic Paper was approved by the College of Innovative Business and Accountancy(CIBA).

Asst. Prof. Dr. Siridech Kumsuprom

Dean of College of Innovative Business and Accountancy

创新商务管理与财会学院院长

Date | 日期: 1 March 2023

论文题目	社会责任信息披露质量对企业绩效的影响研究
作者	李梦然
主导师	贺明明教授
学系	工商管理哲学博士
学年	二〇二二年

## 摘要

随着中国市场经济的日趋成熟，利益相关者对企业的关注度也日益提高，加之企业规模的不断扩大，企业不仅仅是为了满足利润的获取而更多的上升到了企业社会责任的层面。近年来，社会责任信息披露质量成为了公众和舆论关注的焦点问题。但是，由于相关法律法规不够完善、监管力度不够强，目前中国上市企业社会责任信息披露质量整体不佳，如何激发公司披露社会责任信息的内在动力，加强引导公司披露行为，增加充分、准确、及时的信息供给，并解决公司面临的发展问题，已经成为资本市场稳健持续发展的必由之路。在中国推进共同富裕的战略目标下，企业作为社会组织，厘清社会责任信息披露质量与企业绩效之间的内在联系非常必要。因此，本文对社会责任信息披露质量与企业绩效的关系进行研究，并对他们之间的联系和作用机理进行探讨。

目前，学界对于社会责任信息披露质量与企业绩效的关系研究结果并不统一，大部分学者认为两者之间呈正相关关系，也有学者研究表明两者之间呈负相关或不相关关系。同时，是否存在关于社会责任信息披露质量和企业绩效关系的研究有被忽视的维度以及社会责任信息披露质量对企业绩效的影响过程中存在哪些因素会对这一过程产生影响。学者们对同一问题的分歧归根结底在于，大多数研究停留在对二者关系的直接探讨上，忽略了对社会责任信息披露质量影响企业绩效的内外部机制研究。只有打开两者关系的黑箱，明确社会责任信息披露质量究竟如何影响企业绩效，才能对目前学术界关于此问题的不一致论点给出令人信服的解释。

基于以上分析，对前人研究进行梳理，本研究基于利益相关者理论、信号传递理论、信息不对称理论以及社会资本理论，探索了社会责任信息披露质量对企业绩效影响的直接作用机理；在此基础上，研究了社会资本在其中的中介作用，同时进一步深

入挖掘了市场化进程和内部控制的调节作用机理以及含有调节的中介作用机理，探索了社会责任信息披露质量对企业绩效影响边界问题。基于 2011-2020 年沪深两市 A 股上市公司的面板数据，本文采用实证研究方法，利用 stata 对模型进行了实证检验。结果表明企业通过披露高质量的社会责任信息能够提升企业绩效；社会资本在社会责任信息披露质量与企业绩效之间起中介作用，企业通过披露高质量的社会责任信息可以获取更多的社会资本以更好地促进企业绩效提升。市场化进程对社会责任信息披露质量与企业绩效的关系发挥正向调节作用，也正向调节中介作用前半路径以及正向调节含有调节的中介作用，市场化进程高的地区，社会资本在社会责任信息披露质量影响企业绩效的过程中发挥的中介作用更强；内部控制对社会责任信息披露质量与企业绩效的关系发挥正向调节作用。研究结论可以帮助企业进一步认识社会责任信息披露质量的重要性，有利于企业的持续发展，提升企业绩效。

在借鉴学界研究的先进经验基础上，根据本文的研究结论，研究学者应加强社会责任信息披露质量对企业绩效影响等方面的学术研究，为企业管理者提高社会责任信息披露质量，提升企业绩效做更多的理论贡献；企业应加强提升社会责任信息披露质量，优化企业管理，提升企业绩效；政府应加强宏观调控，推动促使相关法规的完善和运行。

**关键词：**社会责任信息披露质量，企业绩效，社会资本，市场化进程，内部控制



---

（贺明明博士）

主指导教师

Dissertation Title	RESEARCH ON THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INFORMATION DISCLOSURE QUALITY ON CORPORATE PERFORMANCE
Author	Mengran Li
Dissertation Advisor	Dr. Mingming He
Program	Doctor of Philosophy in Business Administration
Academic Year	2022

### **ABSTRACT**

With the maturity of China's market economy, stakeholders are paying more and more attention to enterprises. In addition, with the continuous expansion of enterprise scale, enterprises are not only to meet the profit acquisition, but also to rise to the level of corporate social responsibility. In recent years, the quality of social responsibility information disclosure has become the focus of public attention. However, due to the lack of relevant laws and regulations and strong supervision, the quality of social responsibility information disclosure of listed enterprises in China is generally poor. How to stimulate the internal motivation of companies to disclose social responsibility information, strengthen the guidance of companies to disclose behavior, increase the supply of adequate, accurate and timely information, and solve the development problems faced by companies? Has become the capital market steady and sustainable development of the only way. Under the strategic goal of promoting common prosperity in China, it is necessary for enterprises, as social organizations, to clarify the internal relationship between the quality of social responsibility information disclosure and corporate performance. Therefore, this paper studies the relationship between the quality of social responsibility information disclosure and corporate performance, and discusses the relationship and mechanism between them.

At present, the academic research results on the relationship between the quality of social responsibility information disclosure and corporate performance are not uniform. Most scholars believe that there is a positive correlation between the two, while some scholars show a negative correlation or no correlation between the two. At the same time, whether there is a neglected dimension of research on the relationship between the quality of social responsibility

information disclosure and corporate performance, and what factors in the process of the impact of the quality of social responsibility information disclosure on corporate performance will have an impact on this process. The difference between scholars on the same issue boils down to the fact that most researches stay on the direct discussion of the relationship between the two and ignore the internal and external mechanism of the influence of the quality of social responsibility information disclosure on corporate performance. Only by opening the black box of the relationship between the two and clarifying how the quality of social responsibility information disclosure affects enterprise performance can we give a convincing explanation to the inconsistent arguments of the current academic circle on this issue.

Based on the above analysis, previous studies are sorted out. Based on stakeholder theory, signal transmission theory, information asymmetry theory and social capital theory, this study explores the direct mechanism of the impact of the quality of social responsibility information disclosure on corporate performance. On this basis, the mediating role of social capital is studied. At the same time, the mediating mechanism of marketization process and internal control and the mediating mechanism containing regulation are further explored, and the boundary issue of the influence of the quality of social responsibility information disclosure on enterprise performance is explored. Based on the panel data of A-share listed companies in Shanghai and Shenzhen from 2011 to 2020, this paper adopts the empirical research method and uses stata to test the model empirically. The results show that enterprises can improve their performance by disclosing high quality social responsibility information. Social capital plays an intermediary role between the quality of social responsibility information disclosure and corporate performance. By disclosing high-quality social responsibility information, enterprises can obtain more social capital to better promote the improvement of corporate performance. The marketization process has a positive moderating effect on the relationship between the quality of social responsibility information disclosure and corporate performance, as well as a positive moderating effect on the first half of the mediating effect and a positive moderating effect on the mediating effect. In regions with high marketization process, social capital plays a stronger mediating role in the process of the quality of social responsibility information disclosure affecting corporate performance. Internal control plays a positive role in regulating the relationship between the quality of social responsibility information disclosure and

corporate performance. The research conclusion can help enterprises further understand the importance of the quality of social responsibility information disclosure, which is conducive to the sustainable development of enterprises and the improvement of corporate performance.

Based on the advanced experience of academic research, according to the research conclusion of this paper, researchers should strengthen the academic research on the impact of the quality of social responsibility information disclosure on corporate performance, so as to make more theoretical contributions for corporate managers to improve the quality of social responsibility information disclosure and corporate performance. Enterprises should enhance the quality of social responsibility information disclosure, optimize enterprise management and improve enterprise performance; The government should strengthen macro-control and promote the improvement and operation of relevant laws and regulations.

Keyword: Quality of social responsibility information disclosure, Social Capital, Marketization process, Internal control



---

(Dr. Mingming He)

Dissertation Advisor



## 目录

	页
摘要.....	IV
ABSTRACT.....	VI
目录.....	IX
表格目录.....	XI
图目录.....	XII
第一章 绪论.....	1
1.1 研究背景与问题提出.....	1
1.2 研究目的与研究意义.....	4
1.3 研究内容及结构安排.....	5
1.4 研究方法与技术路线.....	7
1.5 研究创新点.....	9
第二章 理论基础与文献综述.....	10
2.1 相关概念界定.....	10
2.2 理论基础.....	17
2.3 文献综述.....	23
2.4 研究述评.....	32
第三章 假设提出与模型构建.....	34
3.1 研究假设.....	34
3.2 研究理论模型.....	45
第四章 研究设计.....	47
4.1 样本选取与数据来源.....	47
4.2 变量选取.....	48
4.3 计量模型设计.....	52
第五章 实证检验与结果分析.....	54
5.1 描述性统计分析.....	54
5.2 相关性统计分析.....	55
5.3 多元回归分析.....	56
5.4 稳健性检验.....	61
5.5 研究结果讨论.....	65
第六章 研究结论与展望.....	69
6.1 研究结论.....	69
6.2 对策建议.....	71
6.3 研究不足与展望.....	73

目录 (续)

	页
参考文献.....	75
致谢.....	91
声明.....	93
个人简历.....	94

表格目录

表	页
4.1 社会资本指标构成.....	49
4.2 变量名称和变量测量.....	51
5.1 总体样本变量描述性统计.....	55
5.2 变量相关系数.....	56
5.3 主效应与中介效应回归结果.....	58
5.4 市场化进程、内部控制的调节效应回归结果.....	59
5.5 主效应内生性问题讨论.....	62
5.6 主效应与中介效应稳健性回归结果.....	63
5.7 市场化进程和内部控制的调节作用稳健性回归结果.....	64

图目录

图	页
3.1 本研究的理论模型.....	46

# 第一章

## 绪论

本章节对本文的研究背景和研究问题进行了论述，并说明本文的研究目的和意义，介绍了本文的研究内容和结构安排，以及本文的研究方法和技术路线，并提出本文可能的研究创新点。

### 1.1 研究背景与问题提出

经济全球化进程的逐渐深化，资本的触角已经遍布到每一个角落，虽然中国的经济发展总值屡创历史新高，但是仍有许多不良现象让人颇为担忧，例如：低端劣质产品侵害消费者的利益，粗放的生产方式对生态环境的破坏，落后的生产过程导致的资源浪费，以及因为贫富差距较大而引发的各种社会矛盾等问题。随着公民权利意识的提高，这些问题也日益引起重视，消费者所代表的社会群体不再保持缄默，他们表达不满情绪，发出反对声音，呼吁企业加大对劳动者的保护力度，履行环保义务等，这些就是所谓的社会责任。社会责任观念起源于古希腊时期，而现代“企业社会责任”的概念则是在市场经济中诞生的。

中国现在正处于全面深化改革时期，中国上市企业的信息披露重要性也日益凸显。一直以来，中国企业都较为重视财务信息的披露，近年来由于国家的宏观调控和利益相关者需求，中国企业披露的非财务信息也越来越多。自 20 世纪末至今，全球越来越多的企业不断的扩大经营规模，其影响范围也逐渐扩大，企业生产和经营活动中出现了大量的产品质量不合格、非法用工、损害环境等一系列问题，带来了不可估量的损害。企业作为市场经济中的重要主体，在经济发展中扮演着重要角色，其自身的经营行为已经超出了市场经济的范畴，对整个社会发展产生了较大的影响。随着社会发展理念的转变，以及对“可持续发展”的需求，很多国家纷纷提出社会责任运动的倡议，号召企业能够尽其所能，充分履行其对各方面的职责，并将重心转向社会的可持续发展上来，积极的对自身生产经营活动进行相应调整，以更好的履行社会责任实践。这也成为了企业自身实现更好发展的主要内容和人们了解企业的重要途径。

自改革开放以来，随着供给侧改革持续深化，中国经济转型升级质量不断提升，

这也产生了一系列不良的社会问题：破坏生态环境、生产安全保障缺失、产品质量不过关、消费者信息泄露、劳工权益受损.....媒体对“湖南郴州的固体饮料冒充奶粉”、“墨迹天气滥用消费者私人信息”、长生生物“假疫苗”、“红黄蓝幼儿园虐童”、明星和影视公司偷税漏税事件等负面事件的曝光，说明了企业存在严重的社会责任缺失问题，激起了社会舆论对社会责任信息披露现状的广泛关注，另外，这也反映了部分企业未能对中小股东、职工、客户、社区、国家等进行全面客观的社会责任信息披露，这加剧了社会公众的质疑。企业社会责任意识的缺乏，不但对经济发展带来负面冲击，也引发了社会对企业社会责任问题的探讨和反思，公众也呼吁企业不要片面地只追求经济利益，而要注重相关方的合法权益诉求。但是，目前中国企业在这方面存在着很多问题，企业自身的经济实力较弱等问题，如何提高社会责任信息披露质量以提升企业绩效成为急需解决的问题。在企业的经营管理过程中，常常将社会责任信息披露制度作为公司治理体系中一个重要组成部分。2015年，社会责任系列标准——《社会责任报告编写指南》、《社会责任指南》以及《社会责任绩效分类指引》的颁布，为企业社会责任报告的编制、履行以及绩效的考核明确了方向。在当前新常态下中国经济发展面临着诸多的挑战，围绕供给侧改革艰难推进，在企业转型与发展的大环境下，必须要承担起自身的社会责任，顺应社会对于社会责任信息透明度的要求。

在追求高质量和可持续发展的新时代背景下，激烈的市场竞争环境促使企业更加重视社会责任信息披露，真心实意客观公布企业的真实社会责任情况，还是为了追求利润最大化，掩饰绩效不足实现自身短期利益而进行符合自身利益掩饰企业真实的社会责任情况呢？企业如果不受限制地追求利润最大化，则有倾向做出符合自身短期利益而伤害社会整体价值的行为（伊力奇等，2023）。因此，企业社会责任思想要求在追求经济利益的同时，谋求社会整体福利的最大化。但是，现今已有研究发现，中国企业的社会责任报告公布的内容主观随意性较大，甚至存在着企业管理者通过社会责任掩盖公司经营状况不足的现象（权小峰和吴世农等，2015），社会责任信息披露质量问题频出。总体来讲，在当前中国经济转型、市场监管还不够完善的背景下，企业能否客观高质量披露社会责任信息对企业的发展和经济环境至关重要。

社会责任信息披露质量如何影响企业绩效的研究一直是学者们关注的焦点问题。从企业外部视角来思考，无论是基于利益相关者理论、企业声誉理论、合法性理论、信息传递理论，还是基于资源冗余观进行理论分析，二者之间都存在着显著的正向

关系，相互促进。肖士盛等（2012）研究指出，企业通过积极的进行社会责任信息披露，可以有效地降低信息不对称问题，增加信息透明度，从而促使利益相关者更加积极地采取响应行为，进而帮助企业更好地融资。鞠芳辉等（2005）基于消费者选择分析框架，研究了社会责任标准、消费者补贴政策对企业策略和社会经济效果的作用，并在此基础上，对利益相关者的监督、投资决策、产品消费等行为提供更加全面可靠的信息基础。然而，从企业内部视角来看，根据新古典经济学和资源理论的观点，企业的经营目的在于实现利益最大化，以获取更多的资源等，Friedman 等学者（2009）认为企业唯一的社会责任就是追求股东利益最大化，披露社会责任信息，有助于与社会沟通，赢得政府信赖和投资者的关注，提高其社会声誉等，但是也同样会产生各种费用成本，如占用资源、消耗人力物力等，而如果披露的社会责任情况不能达到让监管部门、投资者、消费者等利益相关者满意的标准，甚至可能会造成负面影响，有损经济绩效。

目前，中国社会责任信息披露质量对经济绩效的作用机理的相关研究尚不够深入，而这些的研究大多是基于发达国家背景下得到的。由于中国的文化、市场制度、法律和公共政策、行业规范等方面的原因与其他国家有着很大的差异，这些会显著影响二者之间的关系，对发达国家市场主体的研究结果并不一定适用于中国的国情。同时，目前学术界对企业社会责任表现、披露、履行以及披露质量等概念在研究中存在混淆混用的现象。近年来，学界对新兴发展中国家社会责任披露质量研究增多，中国学者徐光华等(2014)对中国企业的这两者之间的关系、影响因素和作用机制进行了深入探讨。但是，目前基于中国背景下关于这一影响关系的科学性、系统性的研究，依旧缺乏考虑企业内外部因素的影响。这对进一步深化理论研究和社会实践指导都是不利的。因此，深入研究中国背景下社会责任信息披露质量与企业绩效之间的影响机制，在理论和管理实践层面都十分具有必要性和紧迫性。

基于以上背景分析，本文通过对社会责任信息披露质量对企业绩效的影响机制进行探索，探讨社会资本的中介作用，进而研究市场化进程和内部控制在两者间正向关系中发挥的调节作用，并考察含有调节的中介作用。笔者期望能够扩展社会责任信息披露质量对企业绩效影响的相关研究文献，为可能带来的经济后果研究提供更多的视角和观点，从而深化对这两者之间关系的认识和理解，以期能够为企业发展和经济社会发展有一定的现实意义，也能够给未来的社会责任信息披露质量研究提供更多的启示和理论参考。

## 1.2 研究目的与研究意义

### 1.2.1 研究目的

针对提出的研究问题，基于利益相关者理论、信息不对称理论、信号传递理论和社会资本理论，对社会责任信息披露质量与企业绩效的关系进行实证分析，目的在于丰富这两者之间关系影响的相关研究成果，希望解决以下几个问题：

(1) 探究社会责任信息披露质量对企业绩效的直接作用机理；

(2) 根据企业经营面临缺乏各种资源的问题，本研究引入社会资本作为中介变量，研究其在主效应之间的中介作用并进行实证检验；

(3) 根据当前的市场经济发展情况，本研究引入市场化进程作为调节变量，研究其对主效应关系的调节作用机理，对中介作用前半路径的调节作用机理以及含有调节的中介作用，并进行实证检验；

(4) 企业经营发展不仅要考虑外部情况，还要考虑自身问题，本研究引入内部控制作为调节变量，研究其在主效应之间关系的调节作用机理，对中介作用前半路径的调节作用机理以及含有调节的中介作用，并进行实证检验；

(5) 得出实证结论并根据实证结论提出具有现实意义的政策建议。

### 1.2.2 研究意义

#### (1) 理论意义

第一，目前关于社会责任信息披露质量与企业绩效之间关系的研究较为不足，且存在分歧。本文以此为研究方向基于利益相关者、信息不对称、信号传递和社会资本理论，深入探究社会责任信息披露质量对企业绩效的影响，从而为相关理论的发展提供进一步的实证证据，以期能够为今后学者们在研究相关领域时提供一定的参考和借鉴。

第二，社会资本作为企业拥有的一种独特稀缺资源，本文采用实证研究法，对社会资本在主效应中的中介作用机理进行深入研究，一定程度上丰富了相关的研究思路，拓宽了社会责任信息披露质量与企业绩效之间关系的研究。

第三，本文的研究结果表明在市场化水平较好的地区，提升社会责任信息披露质量，可以提高企业绩效，为国家市场经济政策制定提供了证据支持和经验参考；以及企业内部控制质量较高时，改善社会责任信息披露质量，可以提高企业绩效，这能够为完善中国信息披露制度提供理论基础。

第四，为社会责任信息披露质量的研究提供新的视角，尽管目前对这一相关问题进行了大量研究，但是从内外交互的视角进行研究的较少，本文研究不仅在变量选取上考虑内部因素的影响，在中介变量社会资本指标选取中也考虑到内外部因素可能带



来的影响，并创新研究了含有调节的中介作用。

## (2) 现实意义

第一，通过对社会责任信息披露质量与企业绩效之间关系的研究，有助于更好地了解社会责任信息披露质量对企业绩效的决定作用，并使企业意识到提高它的重要性，为提高社会责任信息披露质量提供参考依据。为了保持这种良性循环，经营者要从源头上想办法提高企业绩效，加强这种良性循环，同时保持较高的责任感和荣誉感，主动提高社会责任信息披露质量，来促进企业绩效的提升。

第二，随着中国市场经济环境的日益成熟完善，市场化进程对企业的发展带来深远影响，市场化进程的差异会给企业社会资本获取带来不同的影响，这就要求企业不仅仅要注重有形资源的获取，更要关注无形资源的获取，协同整合各方的资源力量，从而达到长期稳定发展的目的。本研究对市场化进程和社会资本的研究，通过理论和实证直观反映了市场化进程对社会资本中介作用的影响，使企业能够意识到社会资本的重要性，尤其是市场化进程相对较低的地区，更应该重视推进市场化进程的，企业也不能过分依赖政府给予的扶持，更应该注重其他社会资本对企业发展的重要性，改善与上下游流通主体间的合作关系，提升社会责任信息披露质量，降低企业财务风险，整合内外部资源，积累社会资本，进而对提升企业绩效起到积极作用。

第三，进一步加强企业对内部控制质量的认知，注重它的治理作用，为企业内部控制治理体系起到借鉴作用。鼓励企业加强对内部控制的投入和使用，以更好实现内部控制目标，帮助企业提高内部控制质量，促进企业实现良好的经营机制和可持续发展，有利于企业提高社会责任信息披露质量以提升企业绩效。

第四，对于相关政府部门而言，证明市场化进程、内部控制、社会责任信息披露质量与企业绩效之间存在的关系，可以为制订和完善政策制度的构建提供理论依据，以更好的提高市场化进程，同时也可以为政府监管企业经营活动提供理论指引，加强引导企业信息披露行为。

## 1.3 研究内容及结构安排

### 1.3.1 研究内容

通过对已有研究文献的梳理，在此基础上，本文将从社会责任信息披露质量来分析对企业绩效的影响情况，并实证检验社会资本对主效应的中介作用机理，用市场化进程和内部控制加以调节，提出相关假设，构建数据模型，揭示作用机理，提出建设性调整方案。

首先，在对相关文献进行分析梳理基础上，明确社会责任信息披露质量、企业绩效、社会资本、市场化进程和内部控制的概念。笔者从社会责任信息披露质量的视角出发，基于利益相关者理论、信息不对称理论、信号传递理论与社会资本理论，探究检验社

会责任信息披露质量对企业绩效的影响。

其次，基于社会资本理论，社会资本的积累可以帮助企业更好的发展，获得更多的资源应对市场竞争，有利于企业绩效的提升。因此，本文引入社会资本这个中介变量，分析社会资本的中介作用。

再次，目前中国正处于市场化进程不断推进的关键时期，区域市场化进程对经济发展有着重要影响。随着经济政策和法律法规的逐步调整和完善，市场化进程也随之逐渐提高。从长远来看，市场化进程高的地区有利于企业的良好发展，本文引入市场化进程这个调节变量，通过构建一个调节模型，分析市场化进程的调节作用以及含有调节的中介作用。

最后，在经营管理过程中，企业往往把信息披露制度作为公司治理体系中一项关键内容，当企业内部控制质量较高时，说明治理较好，会倾向于提高社会责任信息披露质量，以获得更多的社会资本，提升企业绩效。本文引入内部控制这个调节变量，分析内部控制的调节作用以及含有调节的中介作用。

### 1.3.2 结构安排

本文通过对以往的相关研究文献进行梳理，探讨社会责任信息披露质量对企业绩效的影响，引入社会资本作为中介变量，研究其在两者之间关系中发挥的中介作用；并引入市场化进程和内部控制作为调节变量，研究其在两者之间关系中起到的调节作用以及含有调节的中介作用，利用中国沪深两市上市公司面板数据对模型进行实证检验及分析，最后得出研究结论。全文共分为六章，具体内容包括：

第一部分为绪论，介绍了研究背景、研究目的和意义以及研究内容和方法，此外还阐述了本研究有可能的创新点。

第二部分理论基础与文献综述，对本研究相关的概念进行界定，并阐述相关理论基础，其次梳理相关研究文献，并对其分析进行述评。

第三部分理论模型与研究假设，通过查阅大量相关文献，在理论推演的基础上，首先分析研究社会责任信息披露质量与企业绩效的关系，其次研究社会资本对主效应的中介作用机理，市场化进程和内部控制对主效应产生的调节作用以及含有调节的中介作用。

第四部分样本选取与研究设计，本部分对实证研究的样本选择，变量的数据来源，关键变量的定义进行说明，并设计研究的计量模型。

第五部分实证检验结果分析，通过对研究假设进行实证检验，得出研究结果并进行讨论。

第六部分研究结论及展望。根据前文的实证结果总结本文的研究结论，根据研究结论得出相应的管理启示和政策建议，并指出本文的研究不足和对未来研究的展望。

## 1.4 研究方法与技术路线

### 1.4.1 研究方法

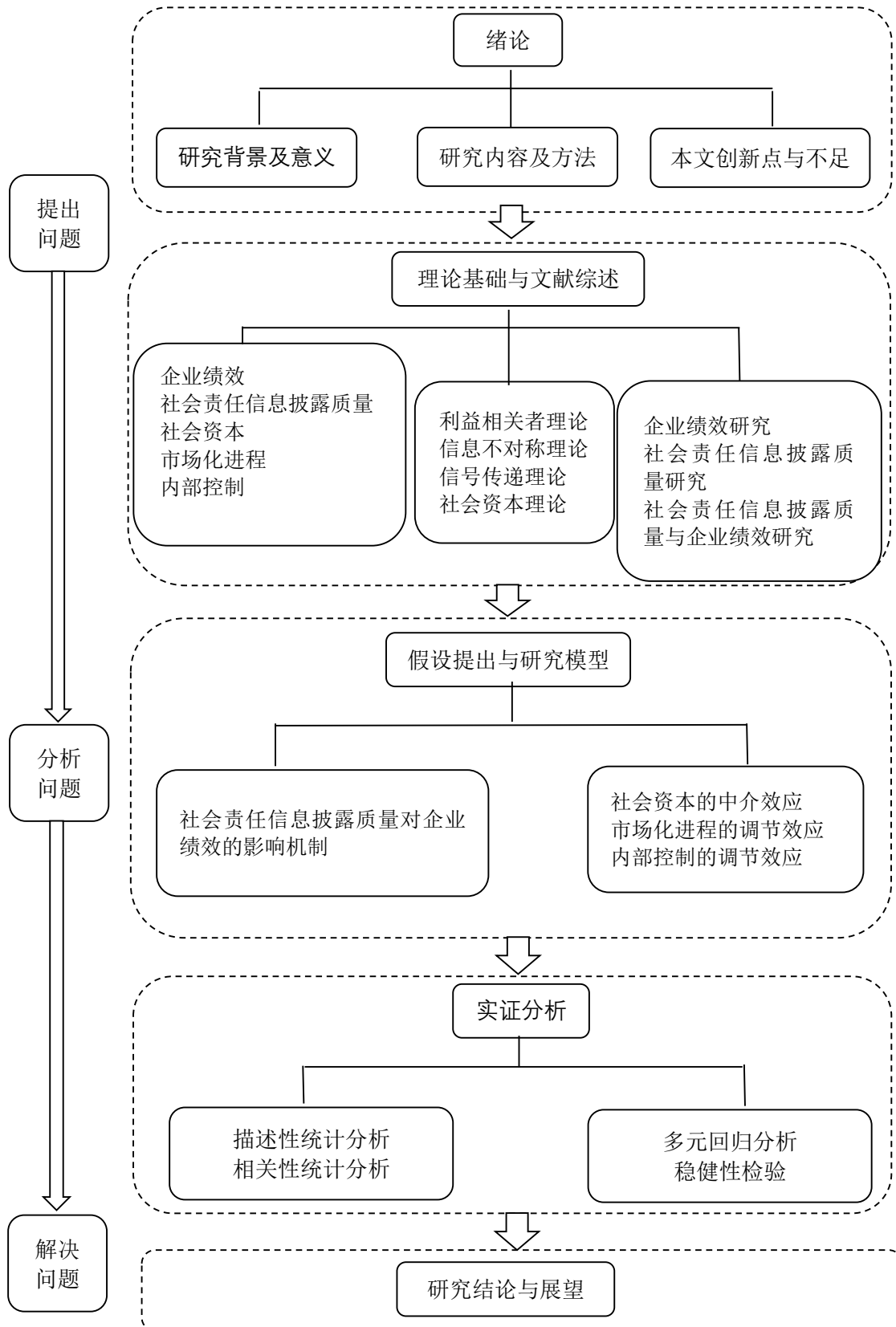
本文以社会责任信息披露质量为自变量，研究对企业绩效的影响，整合理论与研究与实证研究，也整合了定性研究与定量研究，具体主要采用了三种研究方法：

（1）文献研究法，通过对社会责任信息披露质量与企业绩效之间大量文献的查阅，了解该领域目前的研究动态，从研究内容和研究方法上分析整理，找到当前研究的缺口，提出本文要研究的问题，把握变量之间的相关关系，从而提出本文的研究思路，构建相应理论模型和计量模型。

（2）规范分析法。本文通过对相关文献的检索、阅读以及数据收集，梳理得到了社会责任信息披露质量、企业绩效、社会资本、市场化进程和内部控制的概念定义，为本文理论基础、假设提出和实证角度选择提供了理论基础和依据。

（3）实证研究法，在分析完假设后，通过查阅国泰安数据库进行数据的搜集，运用 SPSS 和 STATA 对数据进行实证分析，进行描述性统计分析和相关性分析等，验证社会责任信息披露质量对企业绩效的影响，再验证社会资本的中介效应；其次，验证市场化进程和内部控制对主效应的调节效应以及含有调节的中介作用，从而验证假设是否成立。

1.4.2 技术路线



## 1.5 研究创新点

与已有的相关研究文献相比，本论文可能的创新之处主要体现在以下几个方面：

第一，本文拓展了社会责任信息披露质量与企业绩效之间关系的研究。从利益相关者理论、信息不对称理论、信号传递理论和社会资本理论的视角出发，对两者之间的关系进行了探讨分析检验，为今后相关领域的研究提供一定的参考和借鉴作用。

第二，在对已有的研究成果进行总结分析后，发现社会责任信息披露质量的主要动机是对经济绩效影响动机，社会责任信息披露质量的高低会对企业绩效产生重要影响。因此，更加深入探究社会责任信息披露质量对企业绩效的直接影响作用。

第三，笔者在查阅相关研究文献后，引入了市场化进程的因素，研究了市场化进程的影响。在中国特色的市场环境中，对增进关于中国转型经济和新兴市场中的制度环境因素如何影响社会责任信息披露质量与企业绩效之间的关系进行积极探索，有利于丰富和发展相关的理论，是对企业社会责任研究的补充，为推进中国区域市场化进程及企业社会责任制度构建有着积极作用。

第四，在社会责任信息披露质量对企业绩效影响的研究中，本研究从企业内外部交互的视为切入点，引入社会资本中介变量，探讨了社会资本在两者之间关系中发挥的中介作用。引入市场化进程和内部控制作为调节变量，研究市场化进程和内部控制的调节作用机理。

第五，本文在大量阅读文献后，发现关于社会信息披露质量对企业绩效影响的论文中，虽有引入社会资本为中介变量的文章，但是少有对有调节的中介作用机理进行研究的，因此笔者围绕以社会资本作为中介变量的实证基础，从内外交互视角，对市场化进程和内部控制对中介作用前半路径的调节作用以及含有调节的中介作用进行研究。

## 第二章

### 理论基础与文献综述

基于第一章绪论部分，本章对研究中的相关概念进行解释界定，同时对本研究中所需要的理论基础加以阐释，并对已有的相关研究成果进行梳理分析，通过分析现有的相关研究文献对当前研究的情况进行述评。

#### 2.1 相关概念界定

为了更好的理解和研究，本文界定相关的概念，弄清它们的涵义，有利于理论研究和实证分析思路的清晰以及论文论述的严谨性。

##### 2.1.1 企业绩效

目前对企业绩效的定义尚无一个明确的概念，Bernardin（1988）将企业绩效分为狭义和广义的，狭义的企业绩效仅从财务方面来评价企业在生产经营活动中取得的成绩或业绩，而广义企业绩效还需要从财务指标外的非经济类成效来衡量。Campbell（1990）提出，绩效不是行为的同义词，而是行为本身，由个体控制下的与目标相关的行为组成，也就是指人们真实的、能够被观察到的行为表现。

在管理学的研究中，绩效是指组织期望达到的结果，也就是在达到某一特定目标所采取的行为的结果。中国财政部统计司在《企业绩效评价工作指南》指出，企业绩效是指企业在界定的某段经营期间的经营效益与业绩水平，这些都是管理当局在管理经营活动中对企业经营、发展等方面所做出的贡献和取得的成果来衡量的。企业绩效又称之为企业经济效益，是指在生产经营过程中投入人力、财力、物力等资源所取得的经济成绩。一般把企业绩效分为两类：一种是使用财务指标对企业的经营成果进行衡量，也就是财务绩效，其表现形式主要是企业的盈利能力、营运能力和偿债能力；一种则是使用一些非财务的绩效衡量指标来表示，也就是非财务绩效，比如公司的发展潜能等。

1999年中国发布的《国有资本金绩效评价规则》（后在2006年进行了修改）中提到了企业绩效定义：中国衡量企业绩效从盈利、偿债、营运和发展四个方面的能力综合考虑，即是企业一定经营期间的经营效益和业绩。对其进行衡量的指标有两类：第

一是以托宾 Q 值为代表的市场价值指标，第二是以资产收益率为代表的传统会计指标。与国际上其他国家的资本市场小脚，中国的仍然处于起步阶段，因此市场价值指标可能存在一定程度上的差异。

本文对企业绩效的观点是其主要反映了企业日常生产经营管理水平，所以文章从企业经营业绩的角度出发，使用净资产收益率作为考核企业绩效水平的指标。

### 2.1.2 社会责任信息披露质量

一般说来，社会责任信息披露质量与企业社会责任之间是又着密切联系的。Sheldon (1924) 率先提出了这一概念，并将其引入到企业管理中，企业作为一个社会组织，在生产经营活动中不仅要获取利润，还要使企业所在的社区也能获得利益。Bowen (1953) 首次系统性地提出了社会责任就是商人按照政策要求，根据主流社会价值和目标而做出的相应决策，通过采取实际行动以履行应承担的义务。Bowen 作为该概念的创造者，但是他片面地强调企业家伦理观、价值观的内容。这一概念的出现，引起了许多学者对企业社会责任问题的讨论和研究。深圳证券交易所 2006 年 9 月首次颁布了《上市公司社会责任指引》，目的在于推动中国上市公司建立健全的社会责任制度体系，并对其执行情况实施定期的检查，编制社会责任报告，并与年度报告一并披露。这也是中国资本市场监管方首次发布关于这一方面规范的文件。

社会责任信息披露是指在完成社会责任义务之后，企业通过大众媒体、单独报告、年报等披露手段，来披露企业的履行状况。由于披露该相关资料将对企业绩效产生不利的影响，从而使信息的使用者可以作出合理的抉择。当企业履行了其社会责任义务时，往往会通过社会责任信息披露的方式对其履行的情况公之于众，来增加社会公众的关注度。一般情况下，会采用特定方法和手段向利益相关者展现履行社会责任活动的过程，当前，大多数企业通常会以社会责任报告、财务报告附注、临时公告等形式，对社会公众公开企业履责情况及对经济产生影响等相关信息，其所体现的信息资讯是否符合利益相关者对信息的要求，已成为衡量社会责任信息披露质量的根本标准。企业履行与社会利益相关者之间的各种契约，以合法合规的方式高质量的披露相关信息，可以了解企业社会责任行为，还能够提高企业良好的社会形象和口碑。

本文旨在通过对社会责任信息披露质量进行分析，研究其对企业绩效的影响作用机理。社会责任信息就是企业社会表现的信息总和，通常是以财务报告或者独立社会责任报告的形式出现，该信息披露不仅有助于企业管理层的决策、企业资源的合理配

置、激励员工积极性，维护保障利益相关者权益，还有助于对企业有一些整体的把握与发展状态的认知。具体而言，就是将社会责任信息披露质量作为一种衡量标准，即一种信息披露所必须要具备的各项基本特征（完整性、平衡性、真实性和及时性）。前三个特点是对社会责任披露的内容所做出的规定，必须达到这三个条件，方能达到信息披露质量的标准，才能出具标准的报告，从而为利益相关者提供参考和政策依据。最后一项是对于报告的发布时间来说的，定期发布，不得延误，有利于利益相关者能够及时做出判断。

本文中的“社会责任信息披露质量”是“社会责任信息披露”概念的延伸。因此，本文将社会责任信息披露质量定义为：为了更好的满足利益相关者对企业信息需求，将承担社会责任活动的过程和结果通过信息披露的方式向利益相关者进行反馈。它通常代表对企业社会责任信息披露水平的评价，包括了这一行为的规范性、披露报告的真实性和披露内容的完整性，常用的计量方法主要有：社会责任会计方法、声誉评分法、内容分析法和指数法。

### 2.1.3 企业社会资本

要了解企业社会资本，首先要对社会资本的概念进行清晰的界定。法国学者 Pierre Bourdieu 在上世纪 70 年代，率先提出了“社会资本”对概念，他的代表作 *Distinction* 在 1984 年译成英文，他把社会资本看作是与经济资本、文化资本并列的一种资本，是与某种网络联系起来的一种实际资源或潜在资源集合的资本。他将社会资本置于社会环境下，并将社会关系看作是社会网络中每一个人的共同财富，社会网络中的成员相互信任可以有效的解决社会问题；另外，社会资本存在于相互了解、相互认识和相互认可的关系网络中，也存在于感激、尊重和友谊等感情产生的持久的责任义务，或者存在于家庭、班级或学校成员的制度保障，它存在于每一个关系的连结中；最后，像社会地位或声誉形式等重要的社会资本，可以通过特定的网络成员中获得，尤其是那些成员存在于相对受限的网络。帕特南（1995）认为与物质资本和人力资本相比，社会资本是个体与团体之间的一种关系表现，并由此带来互相帮助、彼此信任等好处，进而推动企业内部的协作，进而提高社会效率。布迪厄（1992）和帕特南（1995）从社会性角度出发进行的研究，把个体的积极参与、营造良好的信用环境、以及对相关制度的遵守等方面出发，将其与社会制度成果、经济发展水平联系起来，并认为其是一种重要的社会资源，是为了群体的共同利益。从关系视角来看，社会资本是指行动



者为了达到自己的目的而与内外部的人不断互动中发展形成的社会关系，具有多种不同的形式和功能，可以给其他行动者带来便利（Coleman, 1988；李惠斌，2000）。

总之，尽管学者们对于社会资本的概念存在着不同的看法，但是通过梳理已有的相关资料，认为在企业发展的进程中，社会资本反映了在生产和经营过程中所具有的可利用的资源，是一种具有重大意义的无形资产。在社会学的研究中，学术界对企业社会资本的概念从多个层次上进行了界定，归纳为两方面，一是将其定义为企业特定的社会结构的某一方面的特征；二是这些特征对企业产生了积极的外部效应，对经营发展起到了推动作用，从而达到了经营目标并获取了投资回报。Putnam（2000）认为，企业社会资本是通过建立社交网络来实现企业业务活动的目标所必需的各种社会关系和人际互动。Scrivens *et al.*（2013）认为，社会资本是一种可以在企业发展过程中提供信任与互利互惠的经济行为，特别是在经济交易活动中。信任作为企业社会责任的一个重要内容和关键因素，这对企业的价值来说尤其重要。此外，学者从不同的视角对其进行界定，但是均包含如信任、交往合作、价值规范、共同愿景等，这些均是社会资本的关键组成部分，（陈爽英等，2010）。通过对相关文献的整理，当前大部分的学者对社会资本的定义都是从资源视角出发的，万建香和汪寿阳（2016）的研究就是引入了“资源诅咒”的相关视角对社会资本概念进行分析，并研究了社会资本和技术创新的关系。当然也有其他学者，例如李文龙等（2019）从资源的视角出发首次提出了“社会资本可利用度”的概念。还有张敏等（2015）、万倩雯等（2019），以及张洁和蔡虹（2020）也都分别从资源视角对社会资本进行了界定，都认为其是存在于社会关系网络中的资源的总和。

本研究从利益相关者角度出发，将社会资本存在基础视为是社会网络，个体间通过建立关系而获得网络中的稀缺资源。因此，根据 Nahapiet *et al.*（1998）的观点，本研究认为社会资本既包含个人行为主体所具有的特殊的关系网络，也包含能够有网络成员动用的各种资源。企业在与利益相关者的社会网络作用下，形成良好的合作网络，从而为企业获得有利于企业发展资源的能力，也为企业提供诸如社会声誉、持续增长的市场需求等资源。同时，利用社会资本可以有效的增强双方的沟通与合作，从而降低交易费用，提升企业绩效。企业提高社会责任信息披露质量，加强了信息交互，从而获得更多的信息和资源，它们之间这种相互依存的关系是这一潜在互动关系的基础。

#### 2.1.4 市场化进程

在 2023 年 1 月 5 日，中国发布了《关于进一步防范化解地方政府隐性债务风险的提案》，其中指出要打破政府兜底预期和幻觉，建立市场化和法治化的债务违约处置机制，再次强调市场化对地区经济发展的至关重要作用。加之中国作为世界上最大的社会主义国家，市场体制较之其他国家有明显的不同。因此，研究市场化进程对企业发展也显得更加重要。在中国市场化问题研究的过程中，关于它的定义就有多种。中国市场化概念最早是在 1996 年由国家计委市场与价格经济所课题组提出，该研究课题组指出，中国的市场化问题主要就是资源配置的问题，应该由传统的政府行政干预方式向市场自主调节方式转变的问题；常修泽和高明化（1998）对中国现有的两种分配模式进行了分析，一个是政府干预，另一个就是市场调节，而市场化问题的本质是在于以何种资源配置方式为主导，并且市场化不仅意味着体制上的改变，还包括了其它市场参与者的行为方式的改变；陈宗胜（1999）认为市场化是一个过程概念，而非一个结果概念，在经济发展历程，市场在资源配置中逐渐成为主导的过程，也是市场在资源分配中逐步形成和完善的整个过程。可以看到，尽管学术界对市场化概念的界定不尽相同，但学者们一致认为，市场化就是改变资源配置方式的过程，也就是政府行政干预资源配置对市场自主调节资源配置的转变。樊纲等（2003）认为，市场化是反映了市场经济体制不断发展和完善的全过程，它具有特殊时代特色和地域特色，包含了由此导致的所有参与主体行为转变的整个过程。从这一结论可以看出，樊纲对市场化的界定已经超出了传统资源配置方式的范畴，它覆盖了每一个参与主体行为的转变过程，与传统的定义相比来说更加的完整准确，因此樊纲定义得到了学界广泛认可（孙晓华和李明珊，2014）。

自 1978 年改革开放以来，中国的市场经济体制发生了很大改变，经济体制改革也极大地激发了中国市场的活力，市场经济的发展在许多重要的领域取得了巨大的成效，使中国经济得以快速发展。但是，目前中国不同地区的经济发展水平、法治化水平还不均衡，尤其是在东部沿海地区，其市场化进程较高，而在中西部地区却相对较低，相比较起来差距较大，就使得在市场化进程较低的地区，市场不能够充分有效的进行资源配置。提高市场化程度，能够有效缓解信息不对称现象，引导资本在行业之间高效的运转。因此，在中国经济不断发展的过程中，如何推动市场化改革，促进资源的有效分配和经济发展的活力，已成为一项至关重要的问题。樊纲和王小鲁（2016）认为，

“市场化”是从计划经济走向市场经济的一个进程，但这并不只是法律法规的转变，更涉及到社会、经济和法律等多个层面的变革。市场化进程反映了包括市场的竞争强度、地区的法制环境情况等多方面的情况。通常制定一定的指标体系作为衡量相关区域市场化进程的标准，以此来判断和分析相关区域市场化进程的情况（Peter, 1994）。

目前，学术界对市场化进程的界定尚未形成统一的认识，对市场化进程指标的选取也不尽相同，主要以樊纲指数与北师大指数（樊纲等，2011；张文宏和张莉，2012）为代表，还有学者继续对现有市场化指数进行改进（曾学文等，2010；赵文军和于津平，2014）。然而，通过对中国各区域的市场化进程进一步剖析，其既可以衡量一种过程的测度，也可以是衡量一种结果的测度。本文旨在探索市场化进程对企业发展的影响，并对处于不同市场化进程的企业发展进行研究，因此本文参考樊纲和王小鲁（2016）的观点，将市场化进程定义为市场化的变革程度，即市场的开放度、各项制度法规的健全度。同时，樊纲指数与本文的研究情景相吻合，因此，本文使用樊纲指数对中国市场化进程进行度量。

#### 2.1.5 内部控制

美国审计准则委员会（ASB）于 1972 年发布了《审计准则公告》，该公告将内部控制界定为：“在一定的环境下，企业在内部实施各种制约和调节组织、计划、程序方法，旨在提高经营效率、充分有效地获得和使用各种资源，达到既定管理目标”。

1992 年，美国 COSO 委员会发布的《内部控制整合框架》，其中对其进行了明确的界定，即为企业经营减少相应风险的同时实现经营计划的目标，并将总目标分为三个子目标：经营效率效果、财务报告可靠性和遵纪守法。COSO 报告的颁布，提供了一套相对比较完善的内部控制评价体系作为内控制度建设的参照标准，目前仍然有很多国家和企业在使用这套内部控制评价体系，对于内部控制理论和实践研究史来说是一次重大的飞跃。COSO 报告的颁布并未彻底消除企业不规范的内部控制管理行为，而 2001 年发生的安然事件则让急需制定新型的公司治理法例条规。美国政府于 2002 年通过了《萨班斯法案》，它在某种程度上弥补了原有内部控制条例的不足，其中第 404 条例规定要求了内部控制披露评价标准，并加强公司管理人员在维护内部控制方面的责任。该法案的颁布，也为提高财务报告的真实性和内部控制体系的科学化提供了法律保障基础。2004 年，美国制定了《企业风险管理总体框架》，针对企业综合管理，它以《内部控制整合框架》和《萨班斯法案》为依据，对内部控制规定进行了扩展，把

《内部控制整合框架》主要理念融入到 ERM 架构中，并建立了一项独立的内部控制战略目标，提高了高管在企业内部控制工作的参与度，并且将其和战略风险管理结合起来，成为公司治理的一部分。

英国的内部控制发展历史相较于美国更加悠久，其发展健全与完善的公司制度是密不可分的。英国上市公司的内部控制理念充分的体现在英国的立法规章中，英国《公司法》规定作为内部控制的组成部分，在企业的经营活动中，要求董事长必须要履行在会计记录和财务报告工作中相应的管理职责，并重点监督企业披露真实和公允的财务信息，同时接受外部审计。伦敦股票交易所曾颁布过一条有关管理公司的规定，该法规要求企业要有健全的内控体系，并且要对企业的内控实施情况进行定期的检查，将其向股东等利益相关者各方进行公开的信息披露，以方便公众对其进行监督和关注；另外，原则上所有公司必须成立一个内部审计部门，在没有内审部门的情况下，内控人员就必须要随时对公司内审工作的需求度进行评估。之后，伦敦证券交易所对该项规定又做出了进一步的补充，要求上市公司在年度报告中必须将内控工作的执行情况进行披露，如果公司内控制度不健全，就必须向有关管理机构进行情况汇报。英国的内部控制工作主要通过采用风险管理方式进行，由董事会直接负责，这和美国的内控工作并不相同。这种方式通过让公司管理者有更多的决定权，来增强内部管理的机动性，使企业内部控制管理法更加注重经营风险的管理，从而有利于进一步扩展公司治理范围。

中国在 2008 年颁布了《企业内部控制基本规范》，对内部控制进行了界定：是由企业董事会、监事会、经理层以及全体员工实施的提高企业经营效率、实现企业的发展战略等控制目标的过程，其目的在于确保企业合法经营、财务报告及相关信息的真实完整。其质量是对企业内部控制有效性综合评价的结果，在此基础上，2010 年财政部《企业内部控制规范讲解》对其有效性又作出了补充，内部控制有效性是企业的内控系统对企业目标的实现提供的一个适当的保障。《企业内部控制配套指引》在国际上被誉为中国的“萨班斯”，成为了中国内部控制发展史上的一个转折点（朱华建等，2011）。

在市场竞争中，企业内部管理的增强，内部控制也在不断地发展和完善。学者对如何有效衡量企业内部控制质量进行了大量的研究，这也一直是相关研究领域的重难点问题，分析现有的相关研究文献可以发现，大多数研究是根据法律法规所公布的内

部控制相关信息来衡量其质量的高低。杨玉凤等（2010）通过参照《企业内部控制基本规范》对其各项指标进行评估，从而建立了一个内控信息披露指数。张兆国（2011）提出，基于目的的全面评估方法可以作为一种有效的方法来衡量公司的内部管理。总的来看，现行的评价内部控制的评价方法有：综合打分法（方红星等，2011）、采用与公司管理相关的指标度量法（Rice *et al.*, 2012）、利用相关数据库进行计量（林斌等，2016）等。本研究认为，内部控制就是指企业通过对组织内部进行各种约束和制约调节组织、计划、程序方法，从而提高企业的经营效率，获得和使用各种资源，达到企业的绩效管理目标。

## 2.2 理论基础

### 2.2.1 利益相关者理论

利益相关者理论是企业管理思想之一，是企业绩效评价和管理的中心，揭示了企业要实现的不单是单一个体的利益，而是全体利益相关者的利益。这一理论为本文社会责任信息披露质量和企业绩效关系研究奠定了核心理论基础。

利益相关者理论是二十世纪六十年代前后逐渐发展起来、进入八十年代之后，其影响力逐渐扩大，并对英美等国的公司治理模式产生了一定的冲击，推动企业管理方式的转变。这一理论的基本观点是：物质资本所有者在公司中地位随着时代的发展会呈现逐渐弱化的趋势。该理论是指企业的经营管理者以协调利益相关者各方的利益要求为目的而进行的经营管理活动。基于此，这一理论强烈地质疑“公司是由持有该公司普通股的个人和机构所有”这一传统观点。

1959年Penrose提出的“企业是人力资产和人际关系的集合”观点，成为了利益相关者的基础。自此以后，有关利益相关者理论的研究受到了越来越多的学者重视，对其进行了大量的探讨。在Freeman、Donaldson、Clarkson、Jones、Colons、Carroll以及Blair等学者们的共同努力下，利益相关者理论迅速发展起来，越来越多地的研究领域开始应用该理论，并取得了良好的成果。其中由美国学者Freeman于1984年在其代表性著作《战略管理者：利益相关者的分析方法》中提出的“将利益相关者定义为一个有能力影响企业实现经营目标或者受到经营目标影响的个人或者群体”的观点影响力最为广泛，也最具有代表性。该概念相对来说更加宽泛，拓展了其内涵，将对企业目

标达成影响的主体，比如当地社区、政府部门等都纳入到了利益相关者的范围之内，从而对学术界产生重大影响。此后，许多学者对这一概念进行了讨论，贾兴平（2016）等认为利益相关者是指能够影响企业发展或被企业运营影响的任何个人和群体。李卫宁（2013）等认为利益相关者主要有客户、供应商、潜在竞争者、政府、媒体、社会公众、环保团体。

利益相关者理论认为，企业是社会的重要组成部分，方方面面都需要利益相关者的关注和参与。因此，在这种情况下，必须妥善处理与利益相关者之间的种种关系，进行相应的信息披露是妥善处理这种种关系的有效途径。通常，利益相关者可以分为资本市场、产品市场和公司的利益相关者，比如：公司股东和股票投资者，公司产品的购买者，产品的供应商，当地社团和工会等，公司所有者，代理商和公司普通雇员等。若企业能与这些群体建立良好的合作关系，有助于实现共赢，既能促进企业自身的经营发展，又能使利益相关者获得相应利益。及时披露相关的信息能够树立良好形象，获得社会的认可，也可以从一定程度上体现企业的经营情况。因此，企业信息披露程度的变化影响着利益相关者的看法。管理层进行投资决策时必然会考虑到这个增强和稳定利益相关者信心的因素，由此调整企业策略，以保证企业能够主动披露相关信息，改善信息披露质量，增强对企业的信心。

该理论还认为，在企业的生产和运营中，必须以实现各方的共同利益为基础，明确的指出了社会责任信息披露的目标，并为其提供了理论依据。在此基础上，社会责任信息披露是企业向利益相关者做出的一份承诺，主要是体现在对投资人、供应商、顾客、员工及政府应承担信息披露的责任。企业管理者应该对企业的组织行为和结果有着直接联系的每一个团体充分了解，并尽可能地满足他们的要求。

## 2.2.2 信息不对称理论

信息不对称理论为本研究提供理论支持，企业与利益相关者之间的信息不对称会对企业绩效提升产生影响，与本文对社会责任信息披露质量和企业绩效关系的研究不谋而合，为进一步研究提供了可靠的理论依据。

信息不对称理论是美国著名学者乔治阿克洛夫最早研究的，它为市场经济研究提供了一个新的视角。20世纪70年代，由于美国在信息不对称方面的研究，三位美国学者在2001年度授予诺贝尔经济学奖，三位获奖人分别 G. Akerlof、M. Spence、J. E. Stiglitz，以表彰他们在这方面的卓越贡献。

这一理论是指市场中各种主体所拥有的有关信息有差别；拥有足够信息的人往往会有较大的优势，而缺少信息的人往往会处在劣势。这一理论观点认为，在市场交易中，卖方对相关产品信息的了解程度要多于买方；掌握更多信息的一方将信息给资源较少的一方，并从中获利；拥有信息越少就会越想从信息较多的一方获取；而通过市场的信息传递可以弥补这种信息不对称的现象。这一理论认为信息作为一项重要的因素，决定了市场运转，因此市场中，企业拥有比外界更多的资讯。而对外部利益相关者而言，企业传递的生产经营状况信息，能够增强企业应对经营风险的能力，获取的信息也会越多，能够在市场交易的激烈竞争中抢占更多的资源；然而，中国的证券交易制度还具有一定的缺陷，上市公司掌握的一手的财务与非财务信息等数据难以被证明，而当市场缺乏强有力的法律法规进行约束的时候，这些不对称的信息会给投资人带来负面的影响。另外，因投资者在投资目标和投资意图等方面存在差异，对信息的认识存在一定程度的偏差，导致其会做出不同的投资决定；为了缓解市场中信息不对称产生的消极影响，必须强化政府和具有权威的第三方对市场的监管，既要回应投资者的正当权益，也要规范和改进上市公司信息披露问题。

根据信息不对称理论，企业不仅仅要承担起对员工、消费者、社区及政府、经济、法律与环境等责任，也应履行社会责任以满足利益相关者的非财务信息需求。同时，积极披露社会责任信息，既可以消除内外部的信息不对称，也可以降低企业经营存在的潜在风险，并且能吸引投资者们更多的关注，提高投资者对企业投入资金的意愿。

对于企业来说，在获取利润的过程中，要充分利用各种优质资源来获取来吸引利益相关者，利益相关者也需要收集到企业多方面的信息，从而更加准确、完整的评价企业的风险和回报。由于企业管理者在披露相关的信息时，为了尽可能多的展现对企业有利的信息，而尽量减少披露企业的负面信息以防对企业发展不利，因此企业在披露相关信息时难免会有主观色彩；同时，利益相关者在信息收集方式和对经营情况的判断方面无法做到客观准确，因此外在信息披露对企业非财务信息产生的经济后果造成了负面影响。随着一些地区的市场化水平不断提高，这种社会责任信息不对称程度也不尽相同。一般情况下，当市场化程度越高时，市场上信息披露的范围越大，其可靠性也就越强，这种信息不对称的程度也会越小，而在市场上处于信息劣势的利益相关者也往往更愿意参考像社会责任信息类的非财务信息来衡量风险和利益。因此，在此背景下，企业更详细地披露社会责任信息也就更易降低经营风险，帮助企业带来利

益，以提升企业绩效。因此，本研究选择信息不对称理论为本文的调节作用和含有调节的中介作用作为理论支撑。

### 2.2.3 信号传递理论

信号传递理论契合了本文写作的出发点，在企业与其利益相关者之间存在信息不对称问题的情况下，加强信号传递，关注利益相关者权益，提高责任意识，为企业发展提供一个更好地信息传递环境，也为本研究提供了隐性的理论支撑。

在传统经济学理论的假设中，市场中的参与者在获得充足可靠的信息后，会基于信息做出理性的决定。然而在现实中并非如此，由于市场参与者们自身认知水平的有限，他们获取信息的能力也是千差万别，这也就意味着他们所了解的信息并不一样，不同的参与者之间享有的信息也不尽相同，这就说明信息不对称问题的存在。在这种现实背景下，经济学领域对信号传递理论的研究开始发展起来。

在1974年，Spence首次对信号传递理论进行研究。该理论认为：在各种商业活动中，卖方可以采取如展览活动、广告宣传等形式，将产品的良好品质和特定的性能表现出来，使之与其他品质较差或仅具有一般性能的产品区分开来，通过这种方式，可以将产品的优良品质货独特的性质传达给消费者，使其在一定程度上获益，并能够有效地解决因反向选择导致的资源的低效率分配问题。信号传递理论表明，拥有良好业绩记录的企业，会通过信号传递的方式向外界传达这种良好的业绩记录信息，以降低信息不对称，甚至会影响外界人士对企业信誉的认知。就像Eccles等人（2001）所说的，“一个对自身能力和战略都非常自信的管理团队不会羞于向市场传递它的未来计划和目前状况”。Deegan and Rankin（1996）研究认为由于违反环保条例而受到惩罚的企业，往往也会在其年报中披露更多积极的环保信息，以树立一个更加正面的良好的企业形象。

信号传递主要分为两部分，分别是信息传递方和信息接收方，通常情况下信号传递的一方是指企业，而信号接收的一方是指利益相关者。由于经营管理者与利益相关者之间的信息差异较为明显，因此经营管理者对企业的战略方向、投资计划、收益等信息的掌握程度要远远高于利益相关者。企业主动向外界传递企业经营情况的信号以取得更多的资金支持和良好的发展，同时，当投资者收到企业发出的信号后，也会根据企业的信息作出判断，并决定是否对其进行投资，那些具备较好的发展潜力和竞争



力的企业，会借由提高信息披露质量来展示企业的运营状态和竞争优势，进而赢得外部投资者的青睐。

虽然企业可以将对自身有利的信息透露给利益相关者，以此给市场传递一种企业运营状况良好的信号，但是这并不能有效地遏制信息不对称现象的产生，而且在资本市场中仍然会因此导致资本资源不匹配现象的存在。由于利益相关者在接收到企业传递的信号之后不能确认信号的真实性和准确性，因此他们要对企业传递出来的信息结合自身掌握的情况进行判断和筛选。在甄别信息的过程中，利益相关者往往更愿意相信声誉好的、曾经真正保护过利益相关者权益的企业。而企业在对自身履行社会责任行为情况进行披露的过程中，可以有效地缓解市场中的信息不对称，又能够维护企业的良好声誉。如果企业能做到提高信息披露质量，也就是说披露的信息更加全面、详细、专业和客观，那么利益相关者将会对企业传递的信号作出正面积积极的回应。

信号传递理论是基于信息不对称理论，企业的内部人员所掌握的信息要远远多于外界对企业信息的掌握程度，这就会导致企业内外部信息的不对称，由于个体差异的不同，投资者们所得到的信息也存在差异。但是对于利益相关者来说，只有掌握足够的全面客观的信息，才能有利于其更好的作出合理的决定。与此同时，企业也会根据自身的实际情况利用信息优势向社会传达相关的信息，以引导利益相关者作出相应的决策。当企业在经营管理中出现问题时，通过将企业的真实经营状况传达给市场，能够使各方的利益相关者及时准确的了解企业的实时经营状况，谨慎投资。当企业发展能力好、盈利能力强时，企业通过披露经营的真实状况，以此传递企业经营良好的信号，而良好的内部控制可以促进企业内部信息顺畅的流通，为利益相关者提供更多的信息，减缓信息不对称，从而让利益相关者看到企业发展的良好前景，增强利益相关者的信心，提升股价，使企业能够获得更多有利于企业发展的社会资本。因此，本研究选择信号传递理论为本研究的中介作用和调节作用以及含有调节的中介作用提供隐形理论支撑。

#### 2.2.4 社会资本理论

社会资本理论为本研究提供理论支持，社会资本的获取对企业绩效的提升产生影响，为本文研究社会资本在社会责任信息披露质量对企业绩效关系中的中介作用提供了可靠的理论依据。

在该理论发展的初期，社会资本理论的概念和研究还主要是对社会领域的认识。Jacobs（1965）的研究发现，一个强大的跨领域的个人关系网是伴随着时代的发展而形成的，这些个体联系营造了整个社区相互信任和友好互助的气氛，对于城市社区生存和运作有着举足轻重的重要性。早期观点还认为，社会交往和人际关系在个人发展过程中起着重大的作用。在早期的研究中，从个人主义角度出发，Lin（1988）和Graaf（1988）解释了在美国，非正式社会资源是怎样实现职业流动，通过搭建和投资自身关系来实现自身价值。Bourdieu（1992）从社会层次上来思考社会资本。他认为，社会关系是一个人在网络中的财产，能够与人共享，比如利用信任来解决社会问题；另外，它还存在于彼此的了解信任和认同的交流中，长期的义务来源于感激、尊重和友谊等感情，或者来自家庭、班级或学校成员的制度保障中；最终，通过特定网络的成员资格中获取社会地位或声誉形式的重要社会资本，特别是那些成员身份比较有限的网络中更需如此。也有学者有着相似的观点，比如 Putnam（1995）也提出，社会资本是个体和团体之间的社会性联系，并因此获得互助互惠和信任基础，从而促进企业之间更多的协作，并提升社会效率。Bourdieu（1992）和 Putnam（1995）的研究都建立在社会性的理论框架内，从个体的积极参与、营造诚信环境、共同遵守法律法规等角度思考，综合了社会的制度成果、经济发展水平，将社会资本视为为集体利益做出贡献。

随着时间的推移，社会资本理论的内涵和组织特性是伴随着时代发展而日益丰富起来的。其中，Coleman（1988）和 Burt（1997）对社会资本规范性都有着不同的看法。Coleman（1988）指出，如果参加社会活动的人之间的关系密切或者是“网络封闭”，就可以促进相互间的信心和帮助，降低沟通中的不确定性因素，增强自身的合作能力，从这个角度分析，认为一个行动者可以获得多少社会资本是它周围网络的封闭性函数。而与此形成鲜明对比的是，Burt（1997）把“经济机会”用于解释社会资本，以此来填补与其他无关成员之间的鸿沟，也就是弥补“结构性漏洞”，从而帮助自身获取更多的社会资本。他的研究发现显示，企业组织架构良好的管理者晋升速度更为迅速，得到的红利也更多，这也是反映企业创造更多利润的能力。Granovetter（1985）综合分析了各种类型的社会联系，按接触时间长短、是否建立亲密友谊、是否承担了更多的责任等进行了分类，并把它们分为强联系和弱联系。在个人的职业生涯发展情况中，弱关系会更容易让求职者获得非冗余的就业信息，特别是在联合第三方的存在这种作用会变

得更为显著，并且可以提高人们之间的信任、减少可能影响到合作关系的投机风险。Lin (1981) 也同样认为，通过不同的社交关系网络连接的资源是真正的价值所在，而非弱关系本身。

自上世纪九十年代以来，社会资本理论的发展逐渐的进入扩张阶段，在经济学上也开始使用该理论来反映更多更有趣的经济问题，其研究的主要对象也集中在某一个国家、地区的经济发展问题上，近年来又多被用来解释对企业成长的影响。在社会联系网络中，信用度越高的企业越能得到合作机会，越能加快信息交流，加快资源整合的速度，进而促进科学技术的发展。通过对以往研究的整理，Nahapiet and Ghoshal (1998) 提出，在个体间和社会组织或企业间都存在着社会资本。关系在中国社会运行过程中起着重要的作用，中国学者张其仔博士 (2000) 较早的进行了社会资本理论观念的研究，他将社会资本描述成企业搭建和发展的关系网络，并以此来检验其在劳动力迁移、技术的革新、国家的经济与体制发展中的作用和影响。在边燕杰等人 (2000) 看来，企业不是单独的个体，它们之间相互联系，是社会网络中的一个个细节。在调研和走访了众多企业之后，通过对外部的社会团体的沟通，可以为企业的经营活动带来宝贵的信息、提高办事的成功效率，进而对企业的管理水平产生积极的作用。高建 (1996) 通过研究，认为企业内部各个环节的合作、外部政府的支持、产学研合作、以及企业和供应商之间的关系等方面，都是企业社会资本的具体表现形式。

在以往的研究中，学者普遍认为社会资本是一个多层次概念，可以被划分为个体和企业两个层次。个体社会资本指个人在与他人的联系中获取的一种资源；而企业的社会资本，内涵更加丰富，涵盖了企业内外关系和各种资源。企业社会资本与个体社会资本往往是相互作用的，两者之间虽然紧密联系，但是其内容和性质仍然不相同。在社会资本的个体层面上，人们更多地关注于个人的社会性发展以获得发展利益，而在社会资本的公司层面上，则偏重于网络特征，强调提升企业的整体绩效。在本研究中主要指企业层面的社会资本，从社会资本理论出发，对社会资本在主效应的正向关系中发挥的中介作用进行研究。

## 2.3 文献综述

在本文的研究问题基础上进行文献梳理，相关文献的分析主要从以下几个方面进行：首先是社会责任信息披露质量的相关研究，其次是社会责任信息披露质量与企业绩效关系的相关研究，再次是社会资本与主效应之间关系的相关研究，然后是市场化

进程与主效应之间关系的相关研究，以及内部控制在主效应间关系的相关研究。最后综合述评引出本文研究主题。

### 2.3.1 社会责任信息披露质量的相关研究

信息披露是指公司根据相关规定对公司的相关财务和非财务信息进行披露，从而保障广大利益相关者的知情权，并接受社会公众监督的一种行为。按照时间节点来划分，信息披露主要分为上市前的披露（一般根据招股说明书的要求来）和上市后的持续信息公开披露（按定期报告和临时报告要求披露），按照披露内容来分，信息披露还可以分为定性信息和定量信息，定量主要是财务方面的数据信息，定性则是非财务信息，比如公司概况介绍和政策介绍。

信息披露就是企业向利益相关者传递所需的信息，可以有效解决信息不对称。陈平（2013）选取投资者信心为中介变量研究了信息披露与公司价值之间的关系，结果表明，信息披露质量的提高会增强投资者的信心以促使公司价值的提升。张晓林（2017）研究表明，企业信息透明度正向调节税收筹划与公司绩效之间的关系，说明信息披露透明度越高，通过提升税收筹划能够提升公司价值。张纯和吕伟（2009）认为改善信息披露质量可以降低信息不对称，促进投资人和企业之间的相互了解，从而提升投资效率。李志军和王善平（2011）提出，银企之间在信息披露方面可以加强信息的交流与合作，银行会倾向于信赖信息披露质量高的企业，那么即使在货币政策收紧时，银行也会优先考虑把资金投向优质企业。

对于企业信息披露质量的评价研究也有不同的观点。袁东仁和汪炜（2015）认为，非财务信息内容和形式的不规范，造成了实证研究的难度，那么就需要采用新的研究思路，目前使用较多的是内容分析法。崔学刚（2004）构造了一个透明度指数或信息披露指数，对每一项指标进行评分，给各个指标赋权计算得出信息披露质量的结果。还有一些学者在信息披露质量的相关研究时多直接将中国深交所的考评结果作为信息披露质量的替代性评价指标。张宗新等（2007）研究发现，信息披露质量与公司绩效之间呈现明显的正向关系，企业信息披露质量越高，其市场表现和财务绩效也会更好。王斌和梁欣欣（2008）研究发现信息披露质量正向影响企业独立董事在董事会中所占的比例、财务收益能力、资产规模等，而对资产负债率是负向影响，与股权结构没有明显关系。

社会责任信息披露是企业通过一定的途径（报告和文件等），对其社会责任履行情况进行阐述的行为（Gray, 2001）。Dhaliwal *et al.* (2011) 用企业是否发布社会责任报告、是否首次发布社会责任报告这一行为来衡量社会责任信息披露质量。也有学者采取评级机构的评级标准作为社会责任信息披露质量的定义，Wu 等（2014）在对台湾 2007-2010 年上市公司样本进行研究时，利用台湾《Common Wealth Magazine》发布的社会责任评级基础定义社会责任信息披露质量。

20 世纪 70 年代，许多企业出现了非法用工、商业欺诈、环境破坏等一系列问题，对经济社会的道德底线造成了极大的影响，但是由于缺少对社会责任缺失的有效监管和惩处，加之监管部门没有形成统一规范的信息披露制度，使得企业的信息披露方式完全由企业自己来决定。英国会计准则委员会（ASSC）在 1980 年颁布了《公司报告》，该报告要求企业必须使用与常规的财务报告相区别的独立报告来披露企业非经济职能信息，企业也要对就业、前景、增值、目标等方面进行详细报告。Zeghal *et al.* (1993) 研究发现，大部分企业通过三种途径来说明企业履行社会责任的情况，分别是年度报告、大众传媒、单独责任信息报告。Stephen *et al.* (2004) 探讨了英国大型公司社会责任信息的披露形式，发现与其他组织相比，主动进行信息披露的企业具有较好的社会效益。Birim (2016) 认为，新媒体是企业与外界交流联系的主要途径，利益相关者都把其视为企业进行社会责任信息披露的主要媒介。

20 世纪 90 年代以来，中国社会各界对企业社会责任开始逐渐的重视起来。中国传统文化中“义利观”理念，与中国提出的经济社会和谐发展的政策，都与企业承担社会责任的主张相契合。葛家澍等人（2002）建议企业不仅要企业的日常生产和运营活动情况公之于众，而且要为相关社会责任相关信息作出报告。冯丽艳（2017）指出，在企业发布了社会责任信息报告后，才能够评价社会责任信息披露质量，并可以将其理解为企业社会责任报告中社会责任信息的披露水平，应当要重视对披露的细节和详细情况，并从其细节的详尽和信息的完整性两个方面来对其进行评价。李进（2017）提出，社会责任信息披露质量的内涵既要包括披露内容，也要包括其披露的信息特征，在内容上还应当包括企业经济绩效、劳工与人权、环境、公平运营、消费者、社区参与及发展等六个层面，而在信息特征方面则要考虑其完整性、真实性、可比性、时效性，并将两者联系在一起，以评价社会责任信息披露质量的优劣。蒋亚苑（2014）认为社会责任信息披露质量的标准应该包括：披露信息是否满足完整性、平衡性、真实

性和及时性等方面的要求，以及质量上是否满足利益相关者进行决策的目的。她认为这些要求和质量恰恰是权威机构用以衡量社会责任信息披露质量的一个主要指标，权威机构的评分则是测量社会责任信息披露的质量。

韩芳和杨柳（2021）研究发现社会责任信息披露可以遏制财务风险，而且这一影响在非强制披露的企业对照组中更为明显。杨金坤（2021）发现强制性公开履行责任的信息能够有效的改善企业的创新绩效，进而促使企业发明专利数量的增长。也就是说，在技术创新开发中，强制性社会责任信息披露才能够有更好的降低信息不对称，并能够有效地降低企业的代理成本。然而，企业在进行社会责任信息披露时，可能会存在掩饰效应，追求利益最大化，在披露过程中企业可能存在报喜不报忧，只公布对自己有利的信息，不公布那些不利的信息，伊力奇和李涛等人（2023）通过研究发现，企业社会责任与环境绩效之间是负相关关系，中国企业社会责任实践存在掩饰现象，社会责任信息披露质量高的企业通过社会责任隐匿坏消息的可能性显著降低，他们还对本公司披露的社会责任报告是否依据全球报告倡议组织（GRI）发布的《可持续发展报告指南》为标准，以及企业审计机构是否为国际四大，进行分样本检验，结果也表明了规范性高和高质量审计可以抑制企业在披露信息过程中的掩饰现象。Mohamed *et al.*（2022）的研究中也发现高质量的审计能够正向影响社会责任信息披露。

### 2.3.2 社会责任信息披露质量与企业绩效关系的相关研究

信息披露制度是一种非常重要的解决信息不对称问题的有效方法，学者从不同的视角对信息披露质量与企业绩效两者的关系进行了大量的研究。Madhavan（1996）发现，上市公司信息披露质量对股票价格正向影响，信息披露质量和透明度的提高可以增加外部投资者的信心，公司股票价格也会随之提高。之后，学者开始研究信息披露与公司绩效的直接关系，他们普遍认为改善信息披露的质量有助于企业绩效的提升。Patel（2002）使用标普 500 指数来考评样本公司的披露水平，进一步扩展信息披露的研究，发现公司信息透明度与系统风险之间呈负相关关系，公司信息透明度越高，系统风险会随之降低，从而提高公司绩效。

根据已有的相关文献，学者的研究大都认为通过改善信息披露质量能够提升企业绩效。王茜（2008）认为，随着中国上市公司的信息披露水平日益提升，建立一个完善的信息披露考评制度将更有利于提高信息披露质量，改善企业绩效，减少信息不对称问题。张宗新等人（2007）研究认为，中国上市公司的信息披露质量和企业绩效之

间存在显著的正相关关系，这说明企业信息披露质量越高，企业的财务绩效与市场表现也会随之更好。相关研究文献从不同的视角对信息披露质量进行了研究，有助于向利益相关者传递有效信息，从而吸引投资，促进企业持续发展，对企业绩效产生正向影响。王勇（2009）以 2001 年至 2006 年这 6 年的中国深圳 A 股数据为样本，研究发现信息披露与公司绩效存在互为正向影响的关系，即两者可以互为因果，能够相互促进，从而形成良性循环。张晓林（2017）发现信息透明度正向调节税收筹划与公司绩效之间的关系，同时也表明，信息披露透明度的提高，企业通过提升税收筹划可以提高公司价值的作用越强。

然而，当前学者对于社会责任信息披露质量与企业绩效之间的关系仍有争议和分歧，有待深入探讨，这也为本研究提供了进一步探索的空间。中国是在 21 世纪初才开始对其进行研究，在 1999 年刘俊海就曾建议，在实现公司利润最大化的同时，企业还要承担相应的责任和义务，以能够兼顾到其他利益相关者的利益需求。这是中国最早涉足社会责任的学术研究，为此后的理论研究奠定了坚实的基础。

一些学者认为，社会责任信息的披露水平与企业财务绩效之间可能存在正相关关系。由于企业可以在发布社会责任报告和加强相关实践活动方面获得良好的声誉，从而以吸引投资者和其他利益相关者。Platonova *et al.*（2018）研究发现企业社会责任信息披露对海湾合作委员会国家伊斯兰银行的财务业绩呈现显著的正向影响关系，而且，目前该地区的伊斯兰银行开展的社会责任实践可能对其财务业绩产生长远的影响。肖红军等人（2010）从公社会影响的角度研究，如果企业能够积极披露社会责任实践，就可以传递出其良好的企业信息，反之，就有可能受到市场给企业的惩戒。杨红心（2014）从股东利益最大化的角度，证明了社会责任与财务绩效之间存在明显的正相关关系，但这种影响对财务绩效的作用存在滞后和长期效应。基于滞后性的考虑，郑培等（2020）研究认为企业社会责任对财务绩效有着积极影响，滞后一期的社会责任对当期的财务绩效有着积极作用，也说明了社会责任的履行能够为企业的长期收益提供持久的支持。

有部分学者对二者之间关系的研究有不同的观点。Soana（2011）发现在意大利银行业的社会责任表现与公司财务业绩在统计上并无明显关系，这主要是由于社会责任上的投资并没有使银行竞争优势提高。Denis Cormier（2014）认为企业在履行其社会责任时，必须要遵守适度原则，而过量的披露社会责任信息将会对企业财务绩效造成

负向影响。根据利益相关者理论，Usman and Amran（2015）发现上市公司通过企业社会责任行为向股东传递社会绩效，然而环境信息披露对财务绩效呈显著的负向影响。从公司声誉视角出发，周丽萍等（2016）发现财务绩效与社会责任之间具有很强的关联性，在短期时间中两者之间呈负相关关系，在长期时间中两者之间存在显著的正向关系。陈承等（2019）根据信号理论的观点，将社会责任信息类型划分为社会责任治理信息与社会产出信息，结果显示社会责任治理信息披露水平对财务绩效产生显著的消极影响，这种影响程度与制度环境呈反比例变化。

### 2.3.3 社会资本与社会责任信息披露质量、企业绩效关系的相关研究

近些年来，随着学术界对社会资本的研究越来越深入，其逐渐成为诸多领域中受到极大关注的概念。作为一种企业获得外部支持的关键资源，社会资本对企业的发展发挥着重要的作用。

拥有社会资本可以获得更多机会，能够在技术、情感、知识与信息等资源上得到支持，可以促进企业绩效的提升。学者关于社会资本对企业绩效的影响研究也是众说纷坛，部分学者认为是负相关关系，也有学者认为是复杂的线性关系，但是大部分学者认为二者具有正向的相关关系。Portes（1998）通过研究认为紧密的网络结构会造成组织的封闭性，这种强关系会使新成员无法进入，同时原有成员也会无法获得新的讯息，由于网络中的规则等因素也将制约个体的差异性，从而限制成员的自主决定和创造力，从而不利于绩效的提升。李永强等人（2012）从关系嵌入的视角，研究发现社会资本负向影响企业创新绩效，其主要原因在于维持强关系的投入过高、束缚创新思维、制约创新决策。Veronica et al.（2011）认为社会资本与企业绩效之间是倒 U 形的关系，主要是因为社会资本能够促进合作，帮助企业减少矛盾，然而当企业积累过多的社会资本时，企业就会无法很好的根据市场的需要而做出合理的有效的决策。石军伟等人（2007）认为企业社会资本会对企业的销售收入有很大的影响，但是对改善经营质量的影响作用却并不显著。同时，在推动企业的经营收益上，企业社会网络资本发挥着举足轻重的作用，而特有关系社会资本的贡献就相对较小。

值得注意的是，大部分学者认为社会资本显著正向影响企业绩效，Kemper et al.（2013）通过研究，认为可以利用自身的信息资源来提高组织的营销和研发能力，并在一定程度上提高企业绩效。陈汉辉（2016）以政治关联为切入点，研究结果表明了社会责任实践对社会资本产生了显著的正向影响。朱建民和王红燕（2017）的实证



研究发现，社会资本能够促进企业吸收能力的提高，也就是识别、获取、吸收知识的能力，同样的，也会促进积累更多的资源来进行创新研发，从而促进创新绩效的提升。叶传盛和陈传明（2019）认为社会资本在关系网络中可以促进资源的流通与共享，为组织学习提供有效的资源，而组织学习则可以促进知识获取和创造，进而推动企业创新，促进企业绩效的提升。王庆金等（2020）发现社会资本可以迅快速地为新兴企业提供创业资源，并且能够将这些资源进行整合重构，使其走出资源的窘境，并在一定程度上降低创业成本，从而提升企业绩效。基于制度理论和社会网络理论，于洪彦和黄晓治等（2015）在企业社会责任与企业绩效的关系研究中发现，企业社会资本在两者关系之间不是简单的线性调节作用，而是一个倒 U 型的调节作用，企业社会资本太多或者太少都会使社会责任活动对企业绩效之间的关系受到影响，只有在社会资本处在适度的程度时，社会责任活动对企业绩效才能发挥最优影响。魏卉和马晓柯（2019）基于利益相关者理论进行研究，发现企业通过履行社会责任构建自身的社会关系网络，积累社会资本，进而促进企业创新。陈钰芬和金碧霞等（2020）从利益相关者角度出发，使用泊松面板回归研究发现企业社会责任对技术创新绩效具有倒 U 型影响，社会资本在其中起中介作用。基于利益相关者和社会网络等理论，王凯和赵宇航（2022）采用 2015-2020 年 A 股互联网行业上市公司为研究样本，构建一个双向固定效应模型，研究发现企业社会责任对经营绩效的影响呈倒 U 型的关系，企业社会资本在社会责任对经营绩效的关系中起到部分中介效应。企业通过改善自身的管理模式，有效的利用社会资本，获得其他竞争者不能得到的资源以及信息，从而形成更为高效的协作模式，并与利益相关者建立良好的关系，从而使企业的竞争力得到提升，进而改善绩效。

#### 2.3.4 市场化进程与社会责任信息披露质量、企业绩效关系的相关研究

目前，学者关于市场化程度的研究相对较少，以往的研究文献多是集中在市场化程度的法制水平、政府干预以及市场竞争等方面的差异对社会责任所造成的影响展开。

在一定程度上，企业的各项经营活动都是在顺应市场客观环境下做出的合理决策，市场环境是影响企业决策的一个重要因素。随着地区市场化进程的提高，地区总体经济发展和法治建设也相应提高。区域经济发展水平会对企业的盈利能力和行业竞争程度产生影响，而法制水平的提升会使利益相关者的维权意识逐步提高，从而增加对企业的关注程度。因此，企业必须更加关注利益相关者的需求，通过规范自身行为和承担社会责任义务，以应对外部的挑战和监管。陈丽和胡树华等（2016）通过实证研究

中国 124 家制造业上市公司的面板数据，发现地区市场化水平越高，企业的社会责任履行状况也会更好；区域市场化进程的加快，使企业在战略制定和决策中对社会责任的考量更加重视；然而在政府及公众监督水平不高的背景下，市场化水平较低，企业对于社会责任没有足够重视，社会责任信息披露质量就会越低。

在改革开放后，中国经济逐步向市场经济转型，使市场在资源配置方面起到了很好的促进作用。许多学者的研究也表明，适当的政府管控可以起到很好的发挥其宏观调控和维护市场秩序的作用；相反，过多的地方政府干预会造成企业耗费大量的资源与精力，从而导致了资源的合理配置和企业的正常经营。基于信号传递理论分析，企业主动履行社会责任，将其积极负责的信息传递给利益相关者，可以以此获取有利的竞争地位。如果政府过多的干预，企业就会对政府产生依赖，企业通过履行社会责任提高企业竞争优势的意愿就会随之降低。万华林等人（2010）认为，政府过度的介入市场过会导致企业的非生产性支出增加。Besley and Part（2006）认为，在市场化水平不高的地区，地方政府可能会因为企业给政府带来的财政收入，而对本地企业的社会责任行为监管过于宽松，从而使企业履行社会责任的意识降低。肖海林和薛琼（2014）认为，市场化进程高的地区，企业对人力资源、金融资源等需求也会更大，有利于企业在为了关注自身声誉和形象的维持，而选择提高企业社会责任的履行水平。与此同时，一个具有良好的法治环境的地区，可以促进企业的履约行为，从而促使其积极主动的承担社会责任（肖作平和杨娇，2011；郭桂花等，2014）。彭珏等（2015）研究认为市场化进程越高的地区，市场竞争愈加激烈，企业更有动机去完善内部控制以提升风险管控能力，最终能够使企业有效的履行社会责任。赵秀云等人（2018）认为，在市场化进程较慢的地区，企业的客户集中度和社会责任信息披露质量存在着明显的负向关系，但是当其较高时，这种负向的显著关系就不存在了。黄国良等人（2019）研究发现，越是深受儒家文化影响的企业，其社会责任承担水平也会相应较高，尤其是在市场化进程高的地区更是如此。有学者也认为，在市场化程度较高的地区，公众的社会责任认知水平也会较高，企业也更愿意披露社会责任信息（张蕊，2019；胡公瑾，2021）。从这一角度来看，学术界对于市场化进程与企业社会责任两者之间的关系形成了共识，即认为市场化程度高的地区，政府的干预也会更少，地区的法制环境和市场环境也较好，公司的相关制度也更加完善，这也意味着企业之间更加激烈的竞争情况，因此，在市场化进程较高的地区，企业会积极主动维护与利益相

关者的关系。靳小翠（2016）还发现，企业社会责任会对社会资本的积累具有明显的积极影响，市场化程度也显著正向影响企业社会责任对社会资本的积累效果，也就是说市场化程度越高的地区，市场发挥的作用的也就越大，企业为了获得各利益相关者的支持，更加会遵循市场规律进行生产经营，通过履行社会责任积累更多的社会资本。

### 2.3.5 内部控制与社会责任信息披露质量、企业绩效关系的相关研究

美国在 2002 年颁布了《SOX 法案》，其中第 404 条规定要求企业要进行内部控制报告，自此在资本市场中对其就有了严格的法律规范。内部控制包括内部环境、风险评估、控制活动、信息沟通、控制监控等五个层面。目前大多数的理论都是从公司的管理层面上对企业的内部管理产生的各种影响。Agyei-Mensah（2016）研究发现，董事有助于改善信息披露质量和信息的透明度，并且可以帮助了解董事会的构成以及他们对自愿披露的影响，并且也可以为完善公司治理准则中的董事会准则提供佐证。Ogneva et al.（2007）从权益资本成本的视角进行了实证分析，结果发现披露内部控制缺陷的公司与没有披露缺陷的公司相比，他们融资所需的财务成本相差并不大，而内部控制缺陷的披露则会增加企业的权益资本成本。

通过监督、调整和完善等一系列内部控制管理方法，来达到企业的经营目标。因此，企业的经营状况受到内部控制带来的经济影响，这也成为了当前的一个焦点问题。在内部控制对社会责任信息披露作用的研究中，李兰云和阚立娜等人（2019）发现内部控制能够有效的减少企业代理成本，从而推动企业对社会责任的履责；而同时，在中国的非国有企业中，内部控制对降低代理成本进而以促进企业履行社会责任起到了积极作用。在企业财务绩效可能受到内部控制的影响视角下，王娟（2020）认为企业财务绩效可能会受到内部控制的左右，对此采用了倍差倾向性评价模型进行实证分析，结果也表明内部控制可以削弱企业融资规模和投资幅度下滑的可能性。

在公司的治理中，由于内部控制可以很好的保证会计报告的真实性和有效性，但是若运用不到位，则会导致内部控制出现问题。齐保垒和田高良（2012）研究认为，经营复杂性、会计风险和内部控制建设都会影响企业的内部控制缺陷，会使经营范围越广，内部控制就越有可能出现漏洞；在企业面对更多的兼并重组或其他重大事务时，企业将会有更大的经营风险，从而导致出现内部控制漏洞的机率也会更大；而越是健全的内控体系，就越可以降低出现漏洞的机率。在如何处理企业的内部控制方面，林钟高和赵孝颖（2019）从外部监管和独立董事的视角出发，认为分析师跟踪人数与企

业内部控制缺陷之间存在着显著的正相关关系，同时，拥有身份多样性的独立董事会的企业促进调节分析师跟踪人数对企业内部控制缺陷的正向影响。吾买尔江·艾山和娄小亭（2020）采用了 LSDV 模型对中国上市企业进行研究，发现内部控制质量越高时，社会责任信息披露对商业信用融资的负向影响就会越强。钟鹏等（2021）从社会责任信息披露质量的角度进行研究，发现内控质量对社会责任信息披露质量与财务绩效之间的关系有着显著的积极影响，对财务绩效也有着显著正向促进作用。张劲松等（2021）研究了社会责任与财务绩效的关系，他认为企业社会责任与财务绩效之间具有显著正相关关系，同时内部控制也正向影响企业绩效，也就是说，内部控制质量越高时，两者之间的正向影响就会越强。

## 2.4 研究述评

通过对各国学者相关研究资料进行整理和分析，目前对社会责任信息披露质量与企业绩效之间关系的研究进行了比较深入的探讨，从而为中国上市公司构建和健全社会责任信息披露制度和市场经济制度奠定了坚实的理论依据，具有重要的借鉴意义。总的来说，学者对二者之间的关系做了很多研究。多数观点认为，完善的信息披露制度是保障市场经济有效运行的前提。提高社会责任信息披露质量，有利于优化资金的合理分配，促进企业绩效的提升。同时，学者在研究中发现从上市企业自身角度分析，信息披露在市场经济活动中发挥了信息传递的作用，提高社会责任信息披露质量，可以有效的降低权益资本成本，并改善企业绩效。通过对学者们的研究进行剖析，得出结论：改善社会责任信息披露质量，既可以为企业及其利益相关者们创造较好的经济收益，也有利于维护和促进中国证券投资市场的良性发展；而绩效较好的企业则越来越注重提高社会责任信息披露质量，使二者能够形成良性循环。然而，通过梳理以往文献，发现仍旧存在一些不足：

第一，学者在对社会责任信息披露质量与企业绩效的关系研究中，并没有清晰地定义社会责任信息披露质量，对社会责任“履行”、“披露”和“披露质量”等概念存在着一些模糊不清的情况，而关于社会责任信息披露质量的界定也仅局限在描述下的层面上，例如从自愿性信息、财务信息、公司治理信息等方面进行研究，对于社会责任信息披露质量影响企业绩效的过程机理研究不足，特别是缺少在不同内外部条件下，不同影响路径的探讨。

第二，对于社会责任信息披露质量对企业绩效之间的关系，以往学者对于两者间的中介机制揭示不足，而社会资本作为企业所拥有的一种重要资源，在这个路径过程中起到了非常重要的桥梁作用，而以往的研究对社会资本的中介作用揭示的并不透彻，随着市场化经济的发展，在企业的经营管理对企业发展尤为重要的情况下，是否存在含有调节的中介作用机理的研究不够充分。

第三，通过对市场化进程和社会责任信息披露质量的研究相关文献进行梳理，发现相关研究主要是基于市场化进程导致的经济水平、法律水平等方面的差异对社会责任信息披露质量的影响，然而对这三者之间关系的研究却很少，对市场化进程是否存在对社会资本中介作用的调节作用机理研究相对缺乏。

第四，通过对内部控制与社会责任信息披露质量的相关研究进行分析，发现当前的研究重点在于财务报告中内部控制缺陷问题，以及从内部控制治理作用角度对这两者之间的关系进行了深入的探讨，而且目前的研究主要集中在两两关系上，但是对内部控制在社会责任信息披露质量与企业绩效影响中的调节作用机理的研究仍需进行深入的探讨，同时对于内部控制是否在社会资本的中介作用中发挥调节作用的研究较为欠缺。

综上所述，目前关于社会责任信息披露质量的研究已经有成效了，社会责任信息披露的实践也正在逐步地开展。然而，随着资本市场的发展和变化，信息披露制度的不断完善，社会责任信息披露质量的研究也应当与时俱进，顺应时代发展，不断地进行研究，更新研究数据，加入新的研究内容。基于上述的理论思考，本文结合目前的研究成果，选择中国沪深两市的上市公司为样本，研究社会责任信息披露质量对企业绩效的影响，探讨了社会资本在它们之间的中介作用机理，以及市场化进程和内部控制在二者之间正向关系中发挥的调节作用，和含有调节的中介作用机理。

## 第三章

### 假设提出与模型构建

本章节是本文研究的重点内容，基于上一章提出的本文研究的理论基础和相关概念，以及对已有研究文献的梳理，从内外交互视角出发分析社会责任信息披露质量对企业绩效的直接影响路径、中介作用机理、调节作用机理和含有调节的中介作用进行分析，提出本文的研究假设，根据研究假设绘制本研究的理论模型。

#### 3.1 研究假设

本文研究社会责任信息披露质量对企业绩效之间的影响机制，并引入社会资本作为中介变量，研究其发挥的中介作用，从企业发展的内外部因素视角出发，本研究引入市场化进程、内部控制两个调节变量，意在揭示这二者在社会责任信息披露质量与企业绩效之间发挥的调节作用以及含有调节的中介作用，分析如何有效地通过改善社会责任信息披露质量来提高企业绩效，为促进企业持续健康地发展提出一些针对性的建议。

##### 3.1.1 社会责任信息披露质量与企业绩效

根据利益相关者理论，企业的生存和发展与其利益相关者密切相关，因此，在获得利益相关者所提供的有效资源的同时，其所做出的决策就必须顾及到他们的利益，并加以制约。信息披露作为解决企业与利益相关者之间信息不对称的有效机制，会对利益相关者的治理作用产生积极影响。忽视利益相关者的权益，投资者对企业的资源分配必然会受到影响，进而对资金流产生一定的影响，对企业的可持续发展产生不利影响。

学者 Sheldon 首次提出“企业社会责任呢”这一概念，认为企业既要兼顾自身利益也要兼顾社会利益，要承担起对企业内外不同群体的责任，并且社会利益要比企业自身利益更加重要。要使社会和经济得到发展，就不能只看眼前利益，必须着眼于未来，而要实现社会的可持续发展，就必须要注重社会责任的实践。在经营管理的过程中，企业会因其所履行的社会责任和承担的义务而树立较高的声誉和形象，这也是一项无形资产，可以产生巨大的经济收益。企业主动进行社会责任实践时，提高社会责任信

息披露质量，进而提高企业声誉，从而可以提高企业竞争力，以有利于企业绩效的提升。

基于前文的文献回顾与理论分析，企业的本质是利益相关者的契约集合，向其传递承担社会责任的信号，较高的社会责任信息披露质量意味着企业具有相当优良的公司道德和文化，而社会责任的实践则有助于创造一个良好的商业环境，社会责任信息披露质量是企业转变大众对组织的合法性的认知（Deegan, 2000），建立良好公共关系，改善企业形象，更好地激励员工、降低成本（Porter, 1995）、增加收入，以及市场营销的有效战略手段（Gray, 1991），有助于企业建立长期竞争优势（Hooghiemstra, 2000）。不但有利于企业向利益相关者传递有效信息，还有利于企业吸引投资，促进企业持续发展，并有助于改善企业绩效。

在现代的市场竞争机制下，企业之间的竞争已不只是价格战和技术创新的竞争，通过长期经营而建立起来的品牌形象和形成的声誉等无形资产已经逐步成为了企业强有力的竞争优势。信号传递理论认为，通过披露社会责任信息可以将其良好的形象传递给利益相关者，使外界了解企业的发展和经营情况（董淑兰等，2018），企业通过提高社会责任信息披露质量向公众提供更客观的企业经营信息，加强企业与外界利益相关者的联系，增强与现有消费者之间的联系，并吸引更多的消费者，从而提升品牌知名度，塑造良好的企业形象，从而在激烈的市场竞争环境中，形成有效的市场屏障，进而改善企业绩效。

社会责任信息披露使企业非财务信息披露的方式，其能够有效的缓解企业内外部的信息不对称。通过对利益相关者诉求的回应，可以促进企业之间的长期合作，从而获得更多的支持与关注。利益相关者理论认为，企业的生存发展都依赖于利益相关者的支持，需要对利益相关者的期望和需求进行协调和处理，从而使其能够充分地回应利益相关者的需要。社会责任信息披露可以提供有关的活动信息，作为一种有效的沟通手段，对利益相关者的决策行为和对企业的公众形象带来一定的影响。因此，企业通过披露相关社会责任信息，在社会上树立起一个积极履约的良好形象，从而为企业长期稳定发展创造一个有利的外部条件。O'Dwyer（2005）认为，由于信息不对称问题，利益相关者为了更好的了解企业行为，必然要求公司定期公布社会责任履行信息。因而，通过改善社会责任信息披露质量，可以增加利益相关者各方对企业的信任基础，缓解信息不对称的情况，从而获得更多的社会资本，进而改善企业绩效。企业社会责

任要求在追求利润最大化的前提下，还要兼顾员工、客户、供应商和消费者等各方的权利利益。同时，高质量的披露社会责任信息能够更好的回应利益相关者的诉求，从而加强双方之间的长期合作关系，为自身发展争取更多的投资和关注。

企业提高社会责任信息披露质量，可以使企业内外部的利益相关者都能够接收到企业发送的讯息，并做出积极的解读，有助于树立良好的形象，从而提升消费者对品牌的认可度（田敏等，2014），提升消费者的忠诚度（齐丽云等，2016），降低企业风险（韩芳等，2021），增强企业的综合实力，从而提升企业绩效。因此，本研究认为，提高社会责任信息披露质量，能够向利益相关者传递企业经营良好的信号，得到各方的信赖和支持，进而提高企业绩效。如果社会责任信息披露质量偏低，将损害企业与利益相关者各方之间的利益与关系，利益相关者对企业的信任和支持会随之丧失，甚至增加相应风险，不利于企业长期可持续发展。因此，为了改善竞争环境，提升企业绩效，企业有动机提高社会责任信息披露质量。基于以上论述，本文提出如下假设：

假设 1：社会责任信息披露质量对企业绩效具有正向影响作用，即提高社会责任信息披露质量有利于改善企业绩效。

### 3.1.2 社会资本的中介效应

#### （1）社会责任信息披露质量与社会资本

社会资本是指企业从所在的社会关系网络中所积累的可动用或潜在的稀缺资源的总和，与人力资本和物质资本一样重要。社会资本是企业借助社会网络，与利益相关者建立良好的关系，进而从中获得能够帮助企业实现绩效提升的信息和资源。企业利益相关者掌握的资源不尽相同，这些资源以社会资本的形式存在，企业通过提高社会责任信息披露质量，与其建立良好的社会联系，从中获取资源，帮助企业获得更多的社会资本。拥有稀缺的资源、商业信息和足够的资金，企业就有可能获得持久的竞争优势（Barney, 1991; HillmanAJ, 2003）。Sacconi *et al.* (2011) 研究认为企业的社会责任实践是获得社会资本的最佳方式。企业和利益相关者普遍认为，社会责任活动可以产生社会资本和信任。

企业的网络联系愈广泛，则与节点之间的关系愈加密切，合作时间越长，获取资源的能力也会随之增强，更有利于积累更多的社会资本。这种契约关系是建立在长期的信任基础上，帮助企业获取更多的资源和商业资讯，进而提升企业绩效（买生等，2020）。郭洪涛（2014）从对社会资本的分析中得出结论，认为社会资本可以促进企



业社会责任价值产生，提高企业的竞争能力。利益相关者理论认为，企业与利益相关者之间存在着无形的契约关系，由于信息不对称，利益相关者对企业的经营和发展情况无法进行全面的了解和精准预测，因此，在与企业建立合作关系时需要其他相关信息的辅佐。而社会责任信息披露作为提升企业信誉的一项重要手段，能够让利益相关者从非财务视角全面了解企业的具体运营状况，从而能够获得相应的信赖和支持，进而提高企业获取资源的能力。企业通过提高社会责任信息披露质量，可以从外界获得有利于企业发展的社会资本。在这个飞速发展的信息时代，企业通过嵌入到社会网络中能够充分发挥企业获得各种优势资源的能力。同时，企业通过提高社会责任信息披露质量，能够与利益相关者建立坚实的信任基础，使企业能够在社会网络中建立广泛的联系和良好的信任，从而获得自身所需的资源，积累更多的社会资本。因此，本研究认为，提高社会责任信息披露质量，可以使利益相关者对企业更加信任，帮助企业获得更多的社会资本。基于此，本文提出如下假设：

假设 2：社会责任信息披露质量对社会资本具有正向影响作用，提高社会责任信息披露质量能够获取更多有利的社会资本。

## （2）社会资本与企业绩效

社会资本理论核心是各主体间通过构建关系网络为其成员提供了能够集体拥有的资源，企业拥有并充分利用社会资本有助于提高资源配置的能力，提升企业的治理效率，并最终转化为企业绩效的提升。边燕杰等（2000）和张其仔（2004）等都认为企业社会资本会对企业绩效会产生影响，但不同类型的社会资本对企业绩效的影响并不相同。通过充分利用内、外部社会资本能够促进知识的共享和信息的传播、加快企业技术创新降低企业交易费用拓宽企业融资渠道增强企业抵御风险的能力从而增强企业竞争力对企业绩效产生影响。行动者获取和使用好社会资本往往导致一个更好的结果，即行动的成功与社会资本正相关。由于社会资本中蕴涵着庞大信息流和商业机遇，因此它可以方便企业获取更多的信息。从社会资本理论的视角来看，社会资本在提高企业竞争优势中举足轻重。信息与知识是一个组织最重要的资源，在一定程度上，它可以有效地降低企业的信息成本，从而提升经营绩效。此外，石军伟等人（2007）研究了中国上市公司社会资本功效，发现随着企业拥有的社会资本增加，其财务绩效也会得到改善。

基于利益相关者角度出发，股东是企业的投资人，股东关系资本的积累可以帮助

企业现有股东增加对企业的投资，同时可以吸引更多潜在股东的投资，从而为企业提供更多的融资机会和渠道，为企业绩效的提升创造资金条件。企业拥有的员工关系资本是指员工对企业经营目标的认同程度，它会直接对企业目标的实现产生影响，从而促使员工的工作态度由消极工作转变为积极主动，为企业的发展作出贡献，促进企业成员协作，为企业带来更大的收益。企业用有的供应商关系资本可以在一定程度上确保原材料的货源稳定性，这是能够确保产品生产线高效畅通的第一步。如果企业与供应商之间关系不佳就会导致企业原料缺乏，没有稳定的原材料来源，将会对生产经营活动造成巨大的不利影响。消费者的购买意愿决定了企业能否获得经营利润，消费者关系资本可以使企业的产品在激烈的市场竞争中受到顾客的喜爱和欢迎，促进营业收入的增加，进而提升企业绩效。通过政企关系资本，可以在一定程度上为企业争取到可能的政策扶持和财政补贴等方面的有利条件。另外，企业和政府建立的良好关系有助于企业从政府处优先获取经营活动所必需的资讯和市场改革的新方向，从而使企业绩效得到提升。企业的社会关系资本主要体现在社会对企业的认知度与认可度，社会关系资本不仅可以提高企业的声誉，还可以吸引各类组织机构与企业进行合作，例如与学术机构合作进行产品研发，与金融机构合作获取低利率的信贷，可见社会关系资本对企业绩效具有积极的促进作用。

当前的市场环境已呈现出网络连接的态势、企业所嵌入的社会网络极大地影响了其利用资源的能力 (Fang *et al.*, 2016)。社会资本存在于社会网络关系中，因此社会资本中嵌入着丰富的信息流和业务机会，从而为企业获得信息提供便利 (James *et al.*, 1988)。对于企业而言，与利益相关者进行良好的联系和沟通，可以帮助企业更容易获取市场信息、行业发展趋势和其他有利的资源，并为企业积累更多的社会资本，通过社会网络企业的声誉也会在利益相关者之间相互传递，从而获得更多的支持。因此，本研究认为，企业拥有并充分利用社会资本，可以增强资源配置的能力，提升治理效率，增强企业竞争力，减少企业的交易成本，并最终促进企业绩效的提升。基于此，本文提出如下假设：

假设 3：社会资本对企业绩效具有正向影响作用，有助于提升企业绩效。

### (3) 社会责任信息披露质量、社会资本与企业绩效

作为社会大系统中的一部分，各个社会主体之间不断地交换各种资源和信息，通过这种交换，从而形成自身的社会关系网络，这种关系网络的节点愈多，合作时间也

会持续的越久，也更加有利于企业提升获取资源的能力，为企业积累更多的社会资本（徐尚昆、杨汝岱，2009），提供稀缺资源和商业资讯，取得政府补助，为消费者所信任、为公众所接受，进而更好地推动企业绩效的提升（Porter，2006）。在社会资本理论背景下，社会资本在积聚企业竞争优势中起到了关键作用。通过充分利用社会资本，企业可以降低信息交互的成本，继而提升经营绩效。通过提高社会责任信息披露质量，利益相关者对企业的信任，使企业能够在社会关系网络中建立广泛的联系，并从中获取自己需要的资源，同时可以积累更多的社会资本，这样既能增加企业的声誉，又能获得股东等利益相关者的认同，进而提升企业绩效。

企业与内外部利益相关者之间通过建立社会关系网络来获取即时的资讯信息，从而影响到资源流动的方式和效率（王凯等，2022）。基于利益相关者理论，它们之间是一种无形的契约关系。由于市场上信息的不透明、不规范和不对称等因素，使利益相关者不能很好的了解企业的经营和发展情况，更无从谈起对其有一个精确的判断，因此在与企业建立合作关系时，还必须要借助其他相关信息。李红玉和陆智强等（2009）从契约关系和利益一致性的角度出发，认为企业对利益相关者履行社会责任有利于搭建社会关系网络，建立良好的社会信任基础，形成社会资本，进而有助于提高财务绩效。而社会责任信息披露质量是企业提升声誉的关键性指标，它可以使利益相关者从非财务的角度对企业具体的经营状况有一个更为准确的认识，这样才能更好地获得利益相关者的支持，从而提高企业获取资源的能力。

企业改善社会责任信息披露质量，不仅可以增强企业利用社会化网络获得资源的能力，还可以为企业获取必需的资源信息。提高社会责任信息披露质量可以使企业与利益相关者各方形成良好的社会关系网络，从中获取即时的信息，从而转变资源的流动方式和效率，从而达到改善企业绩效的目的。在当前中国经济全面深化改革的过程中，企业社会资本对其发展有着重要的影响，企业拥有的社会资本越多，则越容易获取资源，对企业绩效的促进作用也就越大。因此，本研究认为，企业提高社会责任信息披露质量将会促使建立良好的社会网络，并从中获取社会资本，进而促进企业绩效提升，即社会资本在这二者关系中起中介作用。基于此，本文提出以下假设：

假设 4：社会资本在社会责任信息披露质量对企业绩效的影响中发挥中介作用，即社会责任信息披露质量的提高能够使企业获得更多的社会资本进而提升企业绩效。

### 3.1.3 市场化进程的调节效应

企业本质上是一个契约组合，由一系列隐性和显性的契约将企业管理者与利益相关者联系在一起，由于企业所处地区的市场环境有所差异，这种关系也会受到影响。各经济体之间的活动促使了不同的规则和市场的建立，并在持续的激烈竞争中推动市场规则的完善和发展。市场环境是受企业发展的影响，而企业内部活动也会受市场环境影响。市场化进程是衡量一个地区市场化水平和程度的一个重要指标，它因区域之间的资源差异和政策执行的不同而呈现显著的差别。

市场经济的本质是法制经济，构建一个健全的市场经济体制，必须以健全的法律制度为基础。随着中国市场化改革和法治体系的不断的完善健全，《公司法》、《证券法》等一系列法律相继出台，对中国企业的经济活动进行了严格的监管，对违法违规行为的识别度也在逐步提高。在中国，现行的市场经济体制仍然存在着许多问题。因此，企业会更全面地披露财务信息和非财务信息。来向外界证明自己的合法性。而在市场化程度不高的地方，由于监管制度的不完善，甚至是流于形式浮于表面，导致企业缺乏社会责任信息披露的动力，更不会有承担相应社会责任意识。在这种情况下，大部分企业发布社会责任报告仅仅是为了应付政府的要求，更无从谈起其披露的质量。健全的社会主义市场经济体制就意味着对各类不同的资源进行更加公平、公正、公开地分配。与计划经济体制不同，在市场经济体制环境中，资源配置是通过竞争达成的，政府干预的减少使市场自由度逐步提高，也使得市场竞争的维度日趋多元化。

市场化进程高的地区，政府政策的干预相对较少，市场自主竞争契约透明度高（陈承和万珊，2019），市场化进程在增强法律保护、降低交易成本、提高信息透明度等方面为企业发展创造了良好的制度条件。市场化进程高的地区，法制化水平较高，企业的监管压力也会更大，资本市场会对信息传递做出快速反应，因此市场化程度和法治环境会影响社会责任信息披露的意愿。市场化进程越高，就意味着市场竞争也更为激烈，资金等关键资源的重要性也会更加凸显，在激烈市场竞争状态下，社会公众对企业社会责任披露需求更高，提高社会责任信息披露质量可以向外部传达利好信息，是增加投资者投资信心的一种重要途径，能够让企业获得企业声誉等外部收益（谭瑾和罗正英，2017）。另一方面，市场化程度高的地区，法律制度体系也更加健全成熟，法律法规执行的效率也比较高（彭珏和陈红强，2015），郭桂花等人（2014）提出，法治化水平较高的地区，良好的法治环境和健全有效的市场机制降低投资者及生产者

的权益维护成本，提高社会责任信息披露水平与履约效果。肖作平和杨娇（2011）研究认为，完善的法制体系还能够促进公司承担更多的社会责任。法律明确了企业对其相关利益者的基本责任，是企业承担社会责任最强有力约束力。随着中国法制体系的不断健全，法制建设的不断发展，对企业披露社会责任信息的法律约束也愈加严格，相关投资者对其所提供的信息需求也不断增加，对企业信息透明度的要求也随之提高，而越是透明的市场环境，越能够促使企业提高企业社会责任行为水平，在法律强制性的信息沟通和市场自我约束的自主信息沟通之间进行平衡（姚海琳等，2012）。因此，本研究认为，在市场化进程高的地区，其法律制度和市场机制相对比较完善，市场竞争也更加激烈，企业为了使利益相关者能够更好地了解企业经营发展的情况，以缓解信息不对称的情况，通过提高社会责任信息披露质量，可以增加利益相关者对其的信赖与支持，提升企业的声誉，最终有助于改善企业绩效。基于此，本研究提出如下假设：

假设 5：市场化进程正向调节社会责任信息披露质量与企业绩效之间的关系。

市场化进程反映了市场在资源配置中发挥的作用，即把决策权从中央转移到各个经济主体手中。在市场化水平较低的地区，政府掌握着稀缺资源的分配权力，并且具有较强的干涉能力，对于企业经营活动的干预程度较高。在这种情况下，政府与企业之间的良好关系，可以帮助企业获得政府补贴（江雅雯和黄燕，2011），降低投资成本，促进政府采购、引导市场其他采购团队效仿政府采购，从而有利于降低企业的融资成本，并能够缓解融资约束（Faccio *et al.*, 2006），更好的取得更多长期信贷（邓建平，2009），可以减少企业在运营中遇到的金融风险，赢得更多的外部资源。因此，在企业经营过程中，势必会把与政府建立良好的合作关系放在首位，而这样就会使企业在一定程度上不愿意进行社会责任实践，那么就不能很好的通过披露社会责任信息来满足其他利益相关者的需求，获取社会资本的能力也会随之受到影响。

企业的发展依赖于一个公平公正的市场制度环境，可以促使企业提高社会责任信息披露质量，减少个体投机行为对整个社会造成的损害。首先，在市场化水平较高的地区，健全的法律制度体系可以有效的保障契约的执行，对违反法律的个体或组织给予适当的处罚，降低了市场上的投机性，并使其能够依法依规的披露社会责任信息。其次，在市场化程度高的地区，往往具有较高的法治化水平，经济发展程度较高，信息更加透明，人们的经济和法制意识也愈加强烈，对于企业的经营活动也更加重视，

整个社会对企业的经营行为反应也更为积极，要想获得利益相关者的支持，增强自身从外部获取资源的能力，就必须要考虑利益相关者的需要，更加严格遵守法律的规定披露社会责任信息。同时，为了在竞争激烈的市场上获得广大利益相关者的认可，企业就必须积极提高和改善社会责任信息披露质量，与利益相关者建立合作共赢的关系，从而促进企业社会资本的积累。因此，本研究认为，市场化进程越高的地区，相关的法律规章也更加健全，市场竞争也相对激烈，市场对社会责任信息披露的要求也会越高，企业也会通过提高社会责任信息披露质量，将良好的运营情况和企业形象传达给利益相关者，以此提高企业的声誉，帮助它们之间建立良好的信任基础，进而有利于获得更多的社会资本。基于此，本研究提出如下假设：

假设 6：市场化进程正向调节中介过程的前半路径，即市场化进程正向调节社会责任信息披露质量与社会资本之间的关系。

结合上述分析中社会资本的中介作用以及市场化进程的调节作用，则可认为变量之间的关系进一步表现为有调节的中介模型（Edwards & Lambert, 2007；温忠麟和叶宝娟，2014；仲理峰等，2019；杨林等，2020）。具体而言，市场化程度会影响社会资本在社会责任信息披露质量与企业绩效之间发挥的中介作用，即社会资本中介效应的发挥在一定程度上受到市场化进程调节作用的影响。社会责任信息披露质量与社会资本能够有效应对市场化进程，市场化进程是社会责任信息披露质量以及社会资本发挥更有效作用的催化剂，当市场化水平较高时，社会责任信息披露质量效用的充分发挥，将会极大促进企业获得更多的社会资本，进而会促进企业绩效提升，因此社会资本更多的传导了主效应之间的正向影响。当市场化程度较低时，企业所处地区的经营环境法律法规相对不完善，社会资本在二者间的传导作用相对较弱。基于此，本文提出以下有调节的中介效应假设：

假设 7：市场化进程正向调节社会资本的中介作用，即存在有调节的中介效应，当市场化程度较高时，社会资本在社会责任信息披露质量影响企业绩效的过程中发挥的中介作用越强。

#### 3.1.4 内部控制的调节效应

利益相关者们越来越意识到企业社会责任的重要性，企业在推动自身商业责任的同时，也要确保其供应链中的商业伙伴在经营业务时承担相应的社会责任。从组织角度来看，企业社会责任指的是有益于环境、社会和经济的商业管理为了承担社会责任

和可持续发展，企业在每一项商业实践中都要承受越来越大的压力，以保持高水平的道德标准和透明度（Jones, 1995; Mackey *et al.*, 2007; Jo and Harjoto, 2011; Kim *et al.*, 2012）。从财务报告的角度来看，企业社会责任信息披露的关键目标是确保公司的控制环境是合规的、有效的、高效的和可持续的。根据信号传递理论，企业向资本市场披露社会责任信息，可以吸引投资者的关注并获得良好的声誉（Verrecchia, 1983）。因此，这一观点认为，企业承担社会责任是为了促进股东的福利。基于利益相关者理论，承担社会责任的企业，其目标是以增加企业长期利润，通过社会责任信息披露建立利益相关者的信任。此外，企业管理者参与社会责任是为了解决与利益相关者之间的冲突，最终目的是股东财富最大化（Jensen, 2001）。此外，Dhaliwal *et al.* (2012) 发现，企业社会责任与较低的分析师预测误差相关，为投资者提供更多价值相关信息。积极参与企业社会责任活动可以降低企业的财务风险（Orlitzk and Benjamin, 2001），并在收购中创造股东价值（Deng *et al.*, 2013）。内部控制对企业绩效有着重要影响，信息对于企业履行内部控制责任进而促进目标实现而言是非常必要的（反虚假财务报告委员会发起人委员会，财政部会计司译，2014），通过内外部信息的交流，可以迅速精确地获取企业有关内部控制的消息，实现内部控制的有效开展。而缺乏信息与无效的沟通，包括自动化和人工程序，在处理与财务报告、企业经营有关的信息、捕捉对企业经营有关的事件或情况的变化方面都不能很好的进行，经营过程就不能得到很好的监督（Chen *et al.*, 2014）。

由于信息不对称的出现，使导致上市公司所有者与经营者之间的利益冲突，而信息披露就是有效化解这一冲突的有效办法。企业可以选择参与并披露企业社会责任活动，向市场发出自己优于其他企业的信号（Mahoney, 2012），并获得有道德责任感的消费者以及投资者的支持（Shea, 2010），以此来提升品牌口碑和企业绩效。朱永明和孙怡妮（2017）研究表明内部控制有助于企业绩效提升，但倾向于受企业社会责任的影响，社会责任和内部控制都正向影响企业绩效。

内部控制是一项根植于企业内部的全面规范的制度安排，对企业的一切活动起着监督和指导作用。李志斌（2013）将企业社会责任作为一项特殊的企业活动，受到内部控制的监督和指导，进而对绩效产出产生影响。钟鹏等（2021）认为防范金融风险问题的必要措施之一就是企业必须建立高质量的内控体系，它能够提升公司的治理水平，进而促进改善社会责任信息披露质量。具体来说，较高的内控质量可以保证企业

承担社会责任的过程，缓解企业与利益相关者之间的信息不对称，同时提高社会责任信息披露质量，可以增强企业与利益相关者之间的信任，改善经营效率，这表明内部控制在主效应的正向关系中发挥了积极的调节作用。企业自身较高的内部控制质量，有利于提高社会责任信息披露质量，来协调和维护各利益相关者之间的关系，以提升企业绩效。因此，本研究认为，健全的内部控制体系说明了企业较高的治理能力，更加会改善社会责任信息披露质量，以提升企业与利益相关者各方的信息透明度，让其更好的了解企业经营和发展的情况，更容易赢得支持和资源，进而促进企业绩效的提升。基于以上分析，本文提出如下假设：

假设 8：内部控制在社会责任信息披露质量对企业绩效的影响过程中发挥正向调节作用。

2008 年，中国《企业内部控制基本规范》将规范社会责任履行纳入到了社会责任范畴中，并兼顾了中国法律法规对上市公司社会责任方面的福鼎，使企业风险评估环节中着重关注安全、环保等社会责任风险。社会责任内部控制配套指引（2010）中，将构建社会责任报告制度体系作为企业履行社会责任的重要组成部分，并要求对其进行全面披露。COSO 报告（2013）将内部控制的作用范围从外部财务报告扩大到内外部的财务与非财务报告，企业外部非财务报告包含了内部控制报告和可持续发展报告等，而社会责任信息披露作为可持续发展报告，是对企业财务信息披露系统的延伸，同时也是对设计企业经济活动的利益相关者需求的回应。内部控制可以防范企业可能产生的经营风险，有效的内部控制能够提高公司治理水平，如果没有一个系统而高效的内部控制制度，那么公司治理就会出现问題。因此，内部控制作为公司权责关系的基础制度安排，如果企业内部控制得到改善，企业有了良好的治理，就会通过提高社会责任信息披露质量以获得更多的社会资本。通过建立健全而完善的内控制度，可以提高社会责任信息披露质量，减少企业与利益相关者之间的不信任问题，减少违规风险，从而帮助企业获得更多的社会资本。内部控制制度是企业能够正常运转与控制风险的一项制度保障，其可以表现出企业的治理能力如何。内部控制质量不佳的企业，会加重企业与利益相关者之间的不信任，提高经营风险，社会资本的积累可以使企业获得在社会网络中利用关系资源的能力，有助于在利益相关者等方面获得企业发展所需的信息和资源。因此，本研究认为，内部控制质量高的企业，会通过披露高质量的社会责任信息，向利益相关者传递企业的社会责任情况，以此来缓解这种信息不对称的情



况，增强利益相关者对企业的信任，以帮助企业获得更多的社会资本。基于此，本文提出如下假设：

假设 9：内部控制正向调节中介过程的前半路径，即内部控制质量正向调节社会责任信息披露质量与社会资本之间的关系。

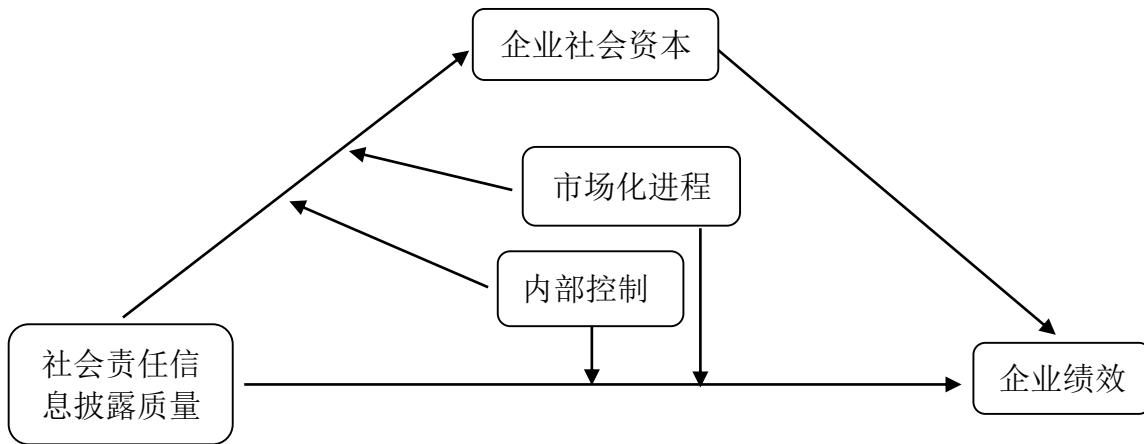
结合上述分析中社会资本的中介作用及内部控制的调节作用，则可认为变量之间的关系进一步表现为有调节的中介模型（Edwards & Lambert, 2007；温忠麟和叶宝娟, 2014；仲理峰等, 2019；杨林等, 2020）。具体而言，内部控制会影响社会资本在主效应之间发挥的中介作用，即社会资本中介效应的发挥在一定程度上受到内部控制调节作用的影响，是社会责任信息披露质量以及社会资本发挥更有效作用的催化剂，较高的内控质量，可以改善社会责任信息披露质量，减少企业与利益相关者之间的信息不对称情况，有利于获得更多的社会资本，推动企业绩效的提升，社会资本在二者间的传导作用相对较强。当企业内部控制质量较低时，企业对管理能力会随之下降，企业经营没有很好的监督和指导，就会使社会资本在二者间的传导作用相对减弱。本研究认为，企业内部控制质量的提高，可以使企业提高社会责任信息披露质量，有利于积累更多的社会资本，进而促进企业绩效的提升。基于此，本文提出以下有调节的中介效应假设：

假设 10：内部控制正向调节社会资本的中介作用，即存在有调节的中介效应，当内部控制质量较高时，社会资本在社会责任信息披露质量影响企业绩效的过程中发挥的中介作用越强。

### 3.2 研究理论模型

企业在经营和管理过程中，要面临各种复杂多变的环境，提升企业绩效的路径不尽相同，同样不同的影响路径其影响作用也有差异。基于上述的理论分析和假设提出，本研究构建出社会责任信息披露质量对企业绩效影响过程的整合模型如下图 3.1 所示。从上述分析可知社会责任信息披露质量对企业绩效的影响不仅存在直接效应，还存在通过中介变量企业社会资本带来的间接影响效应；以及市场化进程和内部控制对主效应的调节作用和含有调节的中介作用的影响，通过构建有调节的中介模型能够深入分析社会责任信息披露质量对企业绩效的具体影响机制。

图 3.1 本研究的理论模型



来源：本研究整理

## 第四章 研究设计

本章基于上一章的研究假设分析，为检验研究假设，阐述本文的样本选取以及相关变量的数据来源和相关变量的测量方式，并对本研究的数据收集过程进行说明。

### 4.1 样本选取与数据来源

#### 4.1.1 样本选取

目前中国在北京、上海，深圳等地都有证券交易所，但是鉴于上海和深圳证券交易所成立时间最早，发展比较成熟，而且在这两个证券交易所上市的企业相对较多，可供选择足够的样本量，因此本文选取中国沪深两市 A 股上市公司（包括主板、中小板和创业板）2011—2020 年相关面板数据进行研究，在样本的选取过程中，采取了以下处理：

- （1）剔除社会责任报告评分为负值的公司；
- （2）剔除标记为 ST、\*ST 企业样本以确保样本数据可靠性；
- （3）为保证样本数据的完整性，剔除数据缺失和数据异常的样本；

（4）由于金融行业从事的经营活动的特殊性，在资产、负债方面与大多数其他上市公司都不同，杠杆率普遍较高，没有较大的可比性，因此本研究剔除金融类上市公司、保险类企业的样本值。

（5）同时为了消除极端值对整体结果的影响，本文对所有连续变量 1%以下和 99%以上的分位数进行了 Winsorize 处理。

#### 4.1.2 数据来源

由于本文研究的是中国上市企业的情况，因此企业绩效、社会资本和控制变量数据都是来自于 CSMAR（国泰安数据库）。社会责任信息披露质量数据来源于和讯网的企业社会责任评测的总得分，以此来衡量社会责任信息披露质量。市场化进程指数来自樊纲、王小鲁编制的《中国分省份市场化指数报告（2021）》提供的各地区市场化指数来衡量。内部控制质量数据来自深圳市迪博企业风险管理技术有限公司发布

的“迪博·中国上市公司内部控制指数”。在数据搜集整理的基础上，本文主要利用 STATA 软件对所有数据进行分析与处理，对样本公司的数据进行描述性统计分析、相关性分析、回归分析等。

一直以来，上市企业是中国企业社会责任信息披露的主体，对于中国情境下企业社会责任的理解具有代表性。对选取的十年间的数据样本进行分析，并通过有条件的剔除和筛选，基本包括期间所有已公开披露的上市企业的社会责任报告。本研究于 2022 年 10 月进行数据收集，11 月份对数据进行初步的剔除和筛选，最终得到 1450 家企业的 4866 个样本观测值。

## 4.2 变量选取

### 4.2.1 被解释变量

衡量企业绩效的指标多种多样，主要有两种：一种是采用动态的市场价值来衡量，另一种则是使用静态的会计信息来衡量。学者依此选用各种会计指标如总资产报酬率、总资产净利率、资产收益率等来衡量，也有使用各种市场指标如累计异常收益率、托宾 Q 值等进行衡量。本文根据研究基础，最终选择以会计指标作为衡量方式，使用净资产收益率作为衡量企业绩效的指标，据此向公众提供客观公正的企业绩效信息。

### 4.2.2 解释变量

社会责任信息披露质量。近年来，学者多采用第三方机构的评级得分来衡量社会责任信息披露质量，其中相对权威、受到认可的是润灵环球（RKS）的社会责任评级得分和和讯网的企业社会责任总得分。本文参考了张方华等（2004）和赵瑞等（2012）关于社会责任信息披露质量测量方式，选取和讯网发布的中国上市公司社会责任评分数据来衡量社会责任信息披露质量。和讯网评分的数据来源是上市企业的社会责任报告和财务报告中的相关信息，对股东责任，员工责任，供应商、客户和消费者权益责任，环境责任，社会责任五项考察，各项又分别设立了不同指标对社会责任进行系统全面的评价，能够综合反映企业社会责任的情况，可以更好的用来衡量社会责任信息披露质量，为社会责任信息披露质量的实证研究提供了便利，这也与本文的研究需求一致。

### 4.2.3 中介变量

社会资本(CSC)。学界关于社会资本的测量目前仍然没有统一的测量方式。发放调

查问卷，采集数据的方式在以往研究中使用的较多，这种方式虽然能够得到更直接更接近问题本质的数据，但也存在着主观性强，数据准确不高的缺点。也有部分学者采用财务指标进行测算，本文的数据就是来源于上市企业公开的财务数据，采用与变量最接近的财务指标来测量，可以提高数据的可靠性、客观性与可操作性。基于利益相关者角度，本研究参考了张方华等（2004）和赵瑞等（2012）关于企业社会资本测量的相关文献，参考陈钰芬，金碧霞和任奕（2020）提出的社会资本指标选取模型，并使用变异系数法对指标进行赋权。本文认为对企业社会资本的测量应更多关注企业社会资本是否带来了经济利益，具体可从企业的各项财务指标中体现，主要综合考虑的对象主要是指与企业各个阶层可能存在利益联系的人员，如企业股东、营销客户、上游供应商、政府官员、企业员工等等。据此，社会资本的具体指标构成如表 4.1 所示。

表 4.1 社会资本指标构成

社会资本维度	指标名称	指标计算
股东	股东权益占比	股东权益/资产总额
客户	前 5 名客户合计销售金额占年度销售总额的比例	前 5 名客户合计销售金额/年度销售总额
员工	应付职工薪酬占主营业务收入的比 例	应付职工薪酬/主营业务收入
供应商	前 5 名供应商合计采购金额占年度采购总额的比例	前 5 名供应商合计采购金额/年度采购总额
政府	拥有政府背景的董监高比例	拥有政府背景的董监高人数/董监高总数
金融机构	拥有金融机构背景的董监高比例	拥有金融机构背景的董监高人数/董监高总数
学术机构	在高校、科研机构、协会从事研究的董监高比例	在高校、科研机构、协会从事研究的董监高比例/董监高总数

来源：本研究整理

表 4.1 的指标选取涉及企业内部和外部资本的概念范围，能够较好地反映企业的社会资本积累情况。陈钰芬和任奕等人（2020）是以赵瑞和陈金龙（2012）的研究为依据进行的指标选取，该研究指出企业对外部社会资本的测量应满足融资能力、投资能力、生产能力、销售能力和协调能力，而对内部社会资本应满足对企业家资本、管理层资本和员工资本的测量。关于外部社会资本的指标是客户和供应商，由其销售 / 采

购金额与总金额之比构成，能够很好地反映企业与供应商和客户的关系及密度，极大满足外部社会资本中对于生产能力和销售能力的衡量需求，这两项能力也是外部资本中至关重要的。内部社会资本指标是员工、政府、学术机构和金融机构，员工方面使用职工薪酬与营业收入的比值来体现员工对企业忠诚度，这是因为薪酬是激发员工工作的基本要素；政府、学术机构和金融机构指标是通过拥有某方面经历的董监高人数与总数的比值来衡量，跨职经历和政府关系是一种外部资源，这种计算方式能够较好地反映从内部的高管情况与外部的资源网络搭建联系指标，提高社会资本指数的充实度。

#### 4.2.4 调节变量

市场化进程。以樊纲、王小鲁等发布的《中国分省份市场化指数报告（2021）》中提供的相关指数来度量市场化进程，它系统地分析和评价了全国各省份的市场化相对进程，将市场化指数分为政府与市场的关系，非国有经济的发展、产品市场的发育程度、要素市场的发育程度、市场中介组织的发育和法治环境等五个方面。由于该研究报告提供的市场化进程数据截止到2019年，2020年的市场化进程数据还没披露，本研究基于研究的可行性，为了使研究样本数据更加连贯，参考陈旭东和杨兴全（2014）的做法，2020年的市场化指数采取上年指数加上前三年指数增加值的平均数的方法确定，由此得到完整年度的指标数据。

内部控制。深圳市迪博企业风险管理技术有限公司是中国第一家发布中国上市公司内部控制指数的独立第三方机构，从一定意义上确保了数据的客观性。近些年来，由于构建的内部控制指数内容充分、评价体系合理等，该公司发布的“迪博·中国上市公司内部控制指数”也被中国的学者们广泛使用。借鉴李志斌和彭珏等（2015）的研究方法，本文衡量内部控制质量的数据采用迪博大数据研究中心创设的迪博（DIB）内部控制信息数据库公布的内部控制指数。迪博研发团队根据中国及其他国家监管部门发布的内部控制权威标准与制度，基于上市公司年报、内部控制评价报告、审计报告、公告等公开发布的信息，从企业的内部环境、风险评估、控制活动、信息沟通、内部监督等五个方面对内部控制质量进行评分，分值的不同表示不同企业内部控制质量的差异，评分区间为（0,1000），对内部控制指数取自然对数，数值越大，表明内部控制质量越高，内部控制有效性越好。迪博（DIB）内部控制信息数据库在中国学术界和企业经营实践中有着广泛的影响，具有较强的权威性。用迪博内部控制指数来衡量企

业内部控制质量也受到广大学者的采纳。由于筛选后的数据中，部分企业内部控制数据的数值较大，为了保证实证结果的精准性，为避免数值过大的问题，在实证中，本文将对其进行对数化处理。

#### 4.2.5 控制变量

本研究控制对企业绩效影响的相关影响因素，参考以往文献的控制变量选取，本研究选择了资产负债率（lev）、现金持有量（cash）、企业规模（size）、企业上市年限（Age）等变量进行了控制，同时还控制了行业（Ind）和年份（Year），以确保实证结果客观精确。具体变量定义如表 4.2:

表 4.2 变量名称和变量测量

变量类别	变量名称	变量符号	变量度量
被解释变量	企业绩效	ROE	通过净资产收益率的计算结果来表示
解释变量	社会责任信息披露质量	CSR D	和讯网社会责任报告评分
中介变量	社会资本	CSC	社会资本综合指数，具体测量指标见表 4-1
调节变量	内部控制	IC	内部控制质量取内部控制指数的自然对数
	市场化程度	Mindex	根据樊纲（2021）编写的各地区市场化指数衡量
控制变量	资产负债率	Lev	总负债/总资产
	现金持有量	Cash	货币资产/总资产
	企业规模	Size	企业总资产的自然对数
	企业上市年限	Age	观测年度减去企业上市年份加上 1

来源：本研究整理

### 4.3 计量模型设计

由于本文使用的数据类型是面板数据，因此建立面板数据模型。为了验证本文的研究假设，构建以下四部分面板数据固定效应回归模型。

其一，为检验社会责任信息披露质量对企业绩效的影响（假设 1），结合理论分析，构建控制模型（1）和加入社会责任信息披露质量的基准回归模型（2）：

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 ROA_{it-1} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 ROE_{it} \quad (1)$$

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 ROA_{it-1} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 ROE_{it} + \beta_5 SD_{it} + \beta_6 ROA_{it-1} * SD_{it} + \beta_7 Size_{it} * SD_{it} + \beta_8 Leverage_{it} * SD_{it} + \beta_9 ROE_{it} * SD_{it} \quad (2)$$

其二，为进一步检验社会资本在社会责任信息披露质量对企业绩效影响中的中介效应（假设 2、假设 3 和假设 4），本文借鉴 Baron 和 Kenny（1986）提出的逐步回归法构建模型（3）和模型（4）：

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 ROA_{it-1} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 ROE_{it} + \beta_5 SD_{it} \quad (3)$$

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 ROA_{it-1} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 ROE_{it} + \beta_5 SD_{it} + \beta_6 SD_{it} * ROA_{it-1} + \beta_7 SD_{it} * Size_{it} + \beta_8 SD_{it} * Leverage_{it} + \beta_9 SD_{it} * ROE_{it} \quad (4)$$

其三：为检验内部控制和市场化进程在主效应之间发挥的调节作用（假设 5 和假设 8），以及在社会责任信息披露质量对社会资本影响中的调节效应（假设 6 和假设 9），在基准回归模型的基础上加入调节变量与社会责任信息披露质量的交乘项构建模型（5）和模型（6）：

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 ROA_{it-1} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 ROE_{it} + \beta_5 SD_{it} + \beta_6 SD_{it} * ROA_{it-1} + \beta_7 SD_{it} * Size_{it} + \beta_8 SD_{it} * Leverage_{it} + \beta_9 SD_{it} * ROE_{it} \quad (5)$$

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 ROA_{it-1} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 ROE_{it} + \beta_5 SD_{it} + \beta_6 SD_{it} * ROA_{it-1} + \beta_7 SD_{it} * Size_{it} + \beta_8 SD_{it} * Leverage_{it} + \beta_9 SD_{it} * ROE_{it} + \beta_{10} SD_{it} * ROA_{it-1} * Size_{it} + \beta_{11} SD_{it} * ROA_{it-1} * Leverage_{it} + \beta_{12} SD_{it} * ROA_{it-1} * ROE_{it} \quad (6)$$

其四，为检验市场化进程和内部控制对社会资本产生中介作用的调节效应（假设 7 和假设 10），本文借鉴参考温忠麟等（2004）与万良勇等（2020）提出的检验有调节的中介效应（调节前半路径）的步骤构建模型（7）：

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 ROA_{it-1} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 ROE_{it} + \beta_5 SD_{it} + \beta_6 SD_{it} * ROA_{it-1} + \beta_7 SD_{it} * Size_{it} + \beta_8 SD_{it} * Leverage_{it} + \beta_9 SD_{it} * ROE_{it} + \beta_{10} SD_{it} * ROA_{it-1} * Size_{it} + \beta_{11} SD_{it} * ROA_{it-1} * Leverage_{it} + \beta_{12} SD_{it} * ROA_{it-1} * ROE_{it} \quad (7)$$



上述模型中，下标  $f$  表示企业， $t$  表示年份。 $ROE_{ft}$  表示企业  $f$  在  $t$  年的净资产收益率， $SD_{ft}$  表示企业  $f$  在  $t$  年的社会责任信息披露质量， $IC_{ft}$  表示企业  $f$  在  $t$  年的内部控制水平， $X_{ft}$  为控制变量集合， $X_{ft}$  为控制变量集合，其中各变量定义如前文所述。 $\alpha_f$  表示随个体而异但不随时间而变的行业固定效应， $\alpha_t$  表示年份固定效应， $\epsilon_{ft}$  为随机误差项。

## 第五章

### 实证检验与结果分析

本章是实证分析部分，根据上一章说明的变量数据，使用描述性统计分析，相关性统计分析，多元回归分析，稳健型检验对上文提出的研究假设进行实证检验，验证其是否成立。

#### 5.1 描述性统计分析

表 5.1 是总体样本的变量描述性统计。可以看到，在总体样本中社会责任信息披露质量（CSR<sub>D</sub>）均值为 22.9622，标准差为 6.8614，说明样本企业的整体社会责任信息披露质量水平不高且他们之间的差距偏大。社会资本（CSC）均值为 0.2008，最小值和最大值分别是 0.0452 和 0.5800，说明各企业所拥有的内外部综合社会资本极端差异较大，但综合分布趋于对称。用于衡量企业绩效的指标是企业净资产收益率（ROE），其总体均值为 0.1173，最小值和最大值分别是-1.6974 和 1.3222，可以看出上市企业的盈利能力有很大差距，标准差为 0.1004，说明上市企业的企业绩效分布较为平稳，盈利能力需要整体提高。

从公司治理相关指标来看，内部控制（IC）均值为 6.4975，最小值和最大值分别是 5.4692 和 6.7798，说明各企业内部控制情况比较均衡，但仍有一定的上升空间；从公司经营相关指标来看，企业资产负债率（LEV）均值为 0.3265，最小值和最大值分别为 0.0198 和 1.0629，说明企业整体负债水平合理，但企业之间的情况差异仍然较大；企业现金持有量（Cash）平均水平为 0.2267，最小值为 0.0053，最大值为 0.9327，体现企业之间现金使用情况差距较大；体现企业规模（Size）的是总资产取自然对数，最大值为 27.3261，最小值为 19.5852，对数处理之后仍然存在一定差距，中位数为 21.2801，说明所研究上市企业的资产规模呈现轻微的右偏分布；企业年龄（Age）均值为 2.7376，最小值和最大值分别为 1 和 28，体现企业上市年限的差距很大，多数样本企业上市年限较短；从外部环境相关指标来看，用樊纲编制的各年份各地区市场化指数（Mindex）衡量市场化进程，其均值为 7.4947，标准差为 1.1483，反映不同企业

所在地区的市场化进程存在明显区别，多数地区市场化程度较高，但部分地区市场化进程缓慢，发展仍然不完善，这也使该地区的企业发展外部冲击不确定性较大。

表 5.1 总体样本变量描述性统计

变量名	样本量	平均值	标准差	中位数	最小值	最大值
ROE	4866	0.1173	0.1004	0.1092	-1.6974	1.3222
CSRD	4866	22.9622	6.8614	23.4350	0.0200	78.9700
CSC	4866	0.2008	0.0545	0.1971	0.0452	0.5800
IC	4866	6.4975	0.0688	6.5018	5.4692	6.7798
Mindex	4866	7.4947	1.1483	7.9500	1.3633	10.0000
LEV	4866	0.3265	0.1737	0.3032	0.0198	1.0629
Cash	4866	0.2267	0.1513	0.1852	0.0053	0.9327
Size	4866	21.4565	0.9837	21.2801	19.5852	27.3261
Age	4866	2.7376	1.8746	2.0000	1.0000	28.0000

来源：本研究整理

## 5.2 相关性统计分析

表 5.2 是变量之间的 Pearson 相关系数表。根据相关系数表可知，社会责任信息披露质量与企业绩效在 1% 的显著性水平上正相关，与假设 1 基本相符；社会责任信息披露质量与企业社会资本相关系数为 -0.009 但并不显著，不符合假设 2 描述，需要后续回归分析进一步判断；社会资本与企业绩效在 1% 的显著性水平上负相关，相关性分析某种程度上表明了变量之间的关系，但实际影响效果需要后文更严谨的回归分析进行讨论。控制变量部分，可以看到其与被解释变量 ROE 之间都存在着显著的相关关系，某种程度上说明了本文所选控制变量的合理性。

表 5.2 变量相关系数

	ROE	CSRD	CSC	IC	Mindex	LEV	Cash	Size	Age
ROE	1.000								
CSRD	0.644** *	1.000							
CSC	- 0.053**	-0.009	1.000						
IC	0.328** *	0.249** *	-0.043***	1.000					
Mindex	0.046** *	-0.002	-0.109***	0.026*	1.000				
LEV	- 0.106**	- 0.271**	-0.135***	0.015	-0.004	1.000			
Cash	0.243** *	0.248** *	0.052***	0.041***	0.034**	- 0.330**	1.000		
Size	0.118** *	0.061** *	-0.050***	0.119***	- 0.049**	0.498** *	-0.156***	1.000	
Age	- 0.259**	- 0.193**	-0.072***	- 0.102***	-0.018	0.232** *	-0.237***	0.228** *	1.000

注：\*\*\*、\*\*、\*分别表示在 0.01、0.05 及 0.1 统计意义上的显著。

来源：本研究整理

### 5.3 多元回归分析

#### 5.3.1 主效应检验

本文是基于非平衡面板数据的实证分析，模型选择需要借助 Hausman 检验判断使用固定效应或是随机效应，卡方检验统计量取值 34.40，在 0.01 的水平下显著，故拒绝原假设，使用控制时间与个体的双向固定效应模型进行回归分析。表 5.3 报告了社会责任信息披露质量、社会资本与企业绩效的回归结果，表中列（1）是控制模型，考虑年份与行业的影响，此时调整后 R<sup>2</sup> 为 0.1177，列（2）在控制模型的基础上加入解释变量社会责任信息披露质量（CSR D），同时考虑年份与行业的影响，CSR D 的估计系数为 0.0081，在 1%水平下显著，此时调整后 R<sup>2</sup> 增加为 0.3742，模型的解释力度有明显的提

升，说明社会责任信息披露质量与企业绩效之间呈显著正相关关系，因此假设 1 得到验证。

控制变量的回归结果也基本符合预期：资产负债率（LEV）的估计系数显著为负，表明企业负债程度越高，其绩效水平越会受到负向影响；现金持有量（Cash）的估计系数显著为正，说明企业货币资金占总资产的比例越高，企业绩效水平越高；企业规模（Size）的回归系数显著为正，表示拥有总资产越高，组织所能调动的资源与资金都相对更充分，企业绩效越会受到正向影响；企业年龄（Age）的回归系数显著为负，表明企业上市时间越长反而绩效会受到消极影响。

### 5.3.2 中介效应

中介效应检验参考温忠麟等（2004）经典的中介检验三步法：第一步，检验社会责任信息披露质量是否显著提升企业绩效，此结果已在前文进行验证；第二步，检验社会责任信息披露质量是否能够显著提高社会资本；第三步，检验社会责任信息披露质量和社会资本同时对企业绩效的作用。其中，社会资本（CSC）为中介变量，其他变量与前文保持一致。表 5.3 列（2）-（5）即中介效应的逐步检验结果，列（3）检验社会责任信息披露质量对社会资本产生的影响，CSR 的回归系数在 0.01 的水平下显著为正，取值 0.0002，说明社会责任信息披露质量显著正向影响社会资本，假设 2 得到验证；列（4）检验社会责任信息披露质量和社会资本对企业绩效产生的作用，研究结果显示社会责任信息披露质量仍然对企业绩效产生显著的积极影响，但是社会资本的正向作用不再显著，中介效应需要更进一步检验。

通过计算检验统计量 Z 执行 sobel 检验，其检验力度优于逐步回归法，对中介效应进一步分析。计算列（3）社会责任信息披露质量与列（5）社会资本的估计量乘积除以其标准差，得到检验统计量的值后进行判断。表 5.3 报告了 sobel 检验的结果，sobel Z 值 1.965，P 值 0.049 小于 0.05，证明社会资本的部分中介作用成立，即社会责任信息披露质量能够通过促进社会资本来提升企业绩效，假设 4 得到验证。

表 5.3 主效应与中介效应回归结果

	ROE (1)	ROE (2)	CSC (3)	ROE (4)	ROE (5)
CSR		0.0081*** (0.0002)	0.0002*** (0.0001)	0.0081*** (0.0002)	
CSC				0.0475 (0.0322)	0.1096*** (0.0392)
LEV	-0.0366*** (0.0141)	0.0414*** (0.0117)	-0.0463*** (0.0062)	0.0436*** (0.0117)	-0.0312** (0.0142)
Cash	0.0977*** (0.0110)	0.0677*** (-0.0090)	0.0048 (0.0048)	0.0675*** (0.0090)	0.0970*** (0.0110)
Size	0.0525*** (0.0038)	0.0197*** (0.0033)	-0.0088*** (0.0017)	0.0201*** (0.0033)	0.0534*** (0.0039)
Age	-0.0198** (0.0084)	-0.0290*** (0.0069)	0.0020 (0.0037)	-0.0291*** (0.0069)	-0.0201** (0.0084)
Year	是	是	是	是	是
Industry	是	是	是	是	是
Constant	-0.9645*** (0.0802)	-0.5168** (0.0667)	0.3944*** (0.0354)	-0.5356** (0.0679)	-1.0060** (0.0815)
Observation	4866	4866	4866	4866	4866
Adj-R <sup>2</sup>	0.1177	0.3742	0.1400	0.3707	0.1090
sobel Z-p 值			Z=1.965 (P=0.049<0.05)		

注：\*\*\*、\*\*、\*分别表示在 0.01、0.05 及 0.1 统计意义上的显著。

来源：本研究整理

### 5.3.3 调节效应

根据上文的研究聚焦于社会责任信息披露质量与企业绩效之间的关系，分析外部市场化进程和组织内部控制对两者关系产生的影响。表 5.4 结果显示，列（1）市场化进程对企业绩效的正向影响在 0.1 的统计水平下显著，其与社会责任信息披露质量的交

互项 (CSR×Mindex) 的估计系数在 0.05 的统计水平下也显著为正, 综合来看回归结果在一定程度上证实了假设 5, 当企业所在省份地区市场化进程增强时, 社会责任信息披露质量对企业绩效的促进作用更强。结合本文研究假设分析, 市场化进程高的地区, 法律法规更加完善, 竞争更加激烈。在网络技术飞速发展的时代, 企业进行信息披露无疑是拉近企业与利益相关者距离、增强信息实效性等较为便利的方式。因此, 当企业所处的地区市场化进程越高时, 企业披露高质量的社会责任信息, 可以使利益相关者更加迅速的识别信息了解企业, 增加对企业的信任, 企业可以从中获得效益提升企业绩效。

列 (4) 内部控制对企业绩效呈现显著正向影响, 其与社会责任信息披露质量的交互项 (CSR×IC) 的估计系数在 5%水平下显著为正, 综合看回归结果在一定程度上证实了假设 8, 当企业内部控制增强时, 社会责任信息披露质量对企业绩效的促进作用也会更明显。结合本文研究假设分析, 企业内部控制质量越高, 说明企业的管理更好, 可以给企业带来较好的发展, 企业会更加倾向于披露高质量的社会责任信息, 使利益相关者更好的了解企业的社会责任情况, 有利于企业发展, 以更好的提升企业绩效。

表 5.4 市场化进程、内部控制的调节效应回归结果

	ROE (1)	CSC (2)	ROE (3)	ROE (4)	CSC (5)	ROE (6)
CSR	0.008*** (0.000)	0.0003*** (0.000)	0.008*** (0.000)	0.008*** (0.000)	-0.0004** (0.002)	0.008*** (0.000)
Mindex	0.004* (0.002)	0.003*** (0.001)	0.003 (0.002)			
CSR× Mindex	0.0003** (0.000)	0.0003*** (0.0000)	0.0003** (0.000)			
IC				0.178*** (0.012)	-0.044*** (0.011)	0.175*** (0.013)
CSR× IC				0.004** (0.002)	-0.003 (0.002)	0.003** (0.002)
CSC			0.049* (0.032)			-0.052 (0.016)
LEV	0.042*** (0.012)	-0.047*** (0.006)	0.044*** (0.012)	0.054*** (0.006)	-0.048*** (0.006)	0.052*** (0.006)

Cash	0.068*** (0.009)	0.005 (0.005)	0.068*** (0.009)	0.059*** (0.006)	0.007 (0.006)	0.059*** (0.006)
Size	0.020*** (0.003)	-0.009*** (0.002)	0.020*** (0.003)	0.007*** (0.001)	0.003*** (0.001)	0.007*** (0.001)
Age	-0.027*** (0.007)	-0.001 (0.004)	-0.027*** (0.007)	-0.008*** (0.001)	-0.000 (0.001)	-0.008*** (0.001)
Year	是	是	是	是	是	是
Industry	是	是	是	是	是	是
Constant	-0.548*** (0.070)	0.358 (0.037)	-0.566*** (0.071)	-1.378*** (0.081)	0.463*** (0.075)	-1.354*** (0.082)
Observation	4866	4866	4866	4866	4866	4866
Adj-R <sup>2</sup>	0.3877	0.1449	0.3886	0.5027	0.1058	0.5037

注：\*\*\*、\*\*、\*分别表示在 0.01、0.05 及 0.1 统计意义上的显著。

来源：本研究整理

### 5.3.3 含调节的中介效应

社会资本在社会责任信息披露质量与企业绩效之间发挥了一定的中介作用，与此同时市场化进程与内部控制对两者的关系也产生了积极的调节作用，基于此可进一步探究市场化进程与内部控制对社会资本这一中介变量产生的调节作用。参考温忠麟等（2004）与万良勇等（2020）提出的检验有调节的中介效应（调节前半路径）的步骤，构造表 5.4 中的模型（1）-（3）与（4）-（6）检验市场化进程与内部控制是否影响了社会资本发挥的中介作用。

表 5.4 结果显示，列（1）结果已在上文论述，此处不再赘述。列（2）检验市场化进程在社会责任信息披露质量与社会资本之间发挥的调节作用，市场化进程对社会资本的正向影响在 0.1 的统计水平下显著，其与社会责任信息披露质量的交互项（CSR×Mindex）的估计系数在 1%水平下也显著为正，回归结果证实了假设 6，当企业所在省份地区市场化进程增强时，社会责任信息披露质量对社会资本的积极影响更强。结合本文研究假设分析，当企业所处地区的市场进程越高，说明该地区的法律法



规更加完善，有较为公平合理的市场制度环境，在这种环境下，可以减少企业的机会主义，企业会为了更好的发展，遵循法律法规披露高质量的社会责任信息，使利益相关者更加了解企业的发展情况，增进它们之间的信任，以有助于企业绩效的提升。

列（3）检验市场化进程对社会资本中介效应产生的调节作用，社会资本的估计系数在 10%的水平下显著为正，说明假设 7 成立，即企业所在省份市场化进程越高，社会责任信息披露质量通过影响社会资本进而作用于企业绩效的正向效应越积极。结合本文研究假设分析，社会资本中介效应的发挥在一定程度上受到市场化进程调节作用的影响。市场化进程较高的地区，企业更会因为市场的需求而改善社会责任信息披露质量，赢得利益相关者的信任，以获取更多有利于企业发展的社会资本，最终有助于提升企业绩效。

列（4）结果同上，不再赘述。列（5）检验内部控制在社会责任信息披露质量与社会资本之间发挥的调节作用，内部控制对社会资本的负向影响在 0.01 的统计水平下显著，但其与社会责任信息披露质量的交互项（ $CSR \times IC$ ）的估计系数取负值且不显著，表明假说 9 并不成立。结合本文研究假设分析，内部控制正向调节社会责任信息披露质量与社会资本之间关系的作用并不明显，可能存在的原因是因为，内部控制是组织、制约、考核和调节经营活动的方法、程序和措施，以达到经营管理目标和组织内部的经营活动，其对社会资本的反应上并不明显，而对企业绩效的影响较为明显。

列（6）检验内部控制对社会资本中介效应产生的调节作用，社会资本的估计系数并不显著，结合其社会责任信息披露质量与社会资本之间也并未产生调节作用的检验结果，表明假设 10 不成立。结合本文研究假设分析，内部控制并没有正向调节社会资本的中介作用，可能存在的原因是因为，内部控制最终更加关注实现经营管理目标，对社会资本的影响并不明显，因此通过社会资本作用于企业绩效的作用也并不显著。

## 5.4 稳健性检验

### 5.4.1 内生性问题讨论

（1）控制遗漏变量可能导致的内生性问题。本文采用面板数据固定效应模型进行实证检验，本身就在一定程度上避免了因遗漏变量产生的内生性问题。实证结果也说明了检验结果的可靠性。

（2）控制双向因果可能导致的内生性问题。由于本文所探究的被解释变量企业

绩效与解释变量社会责任信息披露质量之间可能存在互为因果的内生性问题，即有可能是企业绩效表现更好，而使得社会责任信息披露质量更高。为解决这一问题，参考李井林等（2021）的处理方法，在回归估计采用被解释变量企业绩效滞后一期的数据以有效缓解这一问题可能导致的研究结果失真，使得本文的研究结论更为可靠与稳健。表 5.5 列（2）-（3）为被解释变量滞后一期的情况，其他变量均保持不变的回归结果，可以看到社会责任信息披露质量仍然显著正向影响企业绩效，假说 1 依旧成立。

表 5.5 主效应内生性问题讨论

	ROE (1)	1ROE (2)	1ROE (3)
CSR	0.008*** (0.000)		0.005*** (0.0002)
LEV	0.059*** (0.010)	-0.079*** (0.013)	-0.007 (0.011)
Cash	0.060*** (0.009)	0.097*** (0.014)	0.057*** (0.012)
Size	0.008*** (0.002)	0.027*** (0.002)	0.016*** (0.002)
Age	-0.008*** (0.001)	-0.017*** (0.001)	-0.015*** (0.001)
Year	是	是	是
Industry	是	是	是
Constant	-0.266*** (0.039)	-0.429** (0.053)	-0.310** (0.045)
Observations	4866	3376	3376
Adj-R <sup>2</sup>	0.4843	0.2079	0.3409

注：\*\*\*、\*\*、\*分别表示在 0.01、0.05 及 0.1 统计意义上的显著，回归结果经过公司层面 cluster 调整。

来源：本研究整理

#### 5.4.2 变量替换

本研究为检验研究结果的稳健性，参考李茜等（2022）的指标选取方法，利用总

资产净利润率（ROA）作为企业绩效的替代变量进行变量替换，进一步检验了社会责任信息披露质量对企业绩效（ROA）的影响效应、社会资本在社会责任信息披露质量与企业绩效（ROA）之间关系中的中介作用，市场化进程和内部控制在社会责任信息披露质量与企业绩效（ROA）之间关系的调节作用，以及对社会资本中介效应的调节作用。

社会责任信息披露质量对企业绩效（ROA）的影响回归结果如表 5.6 列（2）所示，CSR 的回归系数在 1%的水平下显著为正，说明假说 1 稳健成立；表 5.6 列（3）说明社会责任信息披露质量对社会资本的正向影响在 1%的水平下显著为正，表明假说 2 稳健成立；同时 sobel 检验也说明社会资本在社会责任信息披露质量与企业绩效之间的中介效应依旧稳健成立，说明假说 4 成立。

表 5.6 主效应与中介效应稳健性回归结果

	ROA (1)	ROA (2)	CSC (3)	ROA (4)	ROA (5)
CSR		0.0046*** (0.0001)	0.0003*** (0.0001)	0.0046*** (0.0001)	
CSC				0.0189 (0.0153)	0.0536*** (0.0198)
LEV	-0.0833*** (0.0071)	-0.0395*** (0.0055)	-0.0463*** (0.0062)	-0.0386*** (0.0056)	-0.0807*** (0.0072)
Cash	0.0180*** (0.0055)	0.0010 (0.0043)	0.0049 (0.0048)	0.0001 (0.0043)	0.0176*** (0.0055)
Size	0.0147*** (0.0019)	-0.0039** (0.0015)	-0.0088*** (0.0017)	-0.0038** (0.0016)	0.0151*** (0.0019)
Age	-0.0066 (0.0043)	-0.0118*** (0.0033)	0.0020 (0.0037)	-0.0118*** (0.0033)	-0.0067 (0.0043)
Year	是	是	是	是	是
Industry	是	是	是	是	是
Constant	-0.2118*** (0.0406)	0.0427 (0.0317)	0.3944*** (0.0354)	0.0352 (0.0323)	-0.2321** (0.0412)

Observation	4860	4860	4866	4860	4860
Adj-R <sup>2</sup>	0.1673	0.3961	0.1400	0.3947	0.1514
sobel Z-p 值			Z=2.010 (P=0.044<0.05)		

注：\*\*\*、\*\*、\*分别表示在 0.01、0.05 及 0.1 统计意义上的显著。

来源：本研究整理

替换被解释变量后，继续检验市场化进程和内部控制对社会责任信息披露质量与企业绩效之间关系，以及社会资本中介效应的调节作用。

表 5.7 结果显示，列（1）市场化进程对企业绩效产生显著正向影响，其与社会责任信息披露质量的交互项 CSR<sub>D</sub>×Mindex 的估计系数在 10%水平下显著为正，稳健性回归结果进一步证实了假说 5。列（2）-（3）验证市场化进程对社会资本中介作用产生的调节效应，列（2）中交叉项系数显著为正以及列（3）中社会资本的估计系数在 10%水平下显著为正，说明假设 6 与假设 7 都是稳健成立的。列（4）内部控制对企业绩效呈现显著正向影响，其与社会责任信息披露质量的交互项 CSR<sub>D</sub>×IC 的估计系数为正且不显著，稳健性回归结果说明假说 8 仍然成立，这与净资产收益率（ROE）作为企业绩效指标的衡量结果保持一致。综合以上各类实证结果分析都说明，即使更换企业绩效的衡量指标，假说 1-6 都依然成立，实验结果保证了一定的稳健性。

表 5.7 市场化进程和内部控制的调节作用稳健性回归结果

	ROA (1)	CSC (2)	ROA (3)	ROA (4)	CSC (5)	ROA (6)
CSR <sub>D</sub>	0.005*** (0.000)	0.0003*** (0.000)	0.005*** (0.000)	0.005*** (0.000)	-0.0004** (0.001)	0.005*** (0.000)
Mindex	0.002** (0.001)	0.003*** (0.001)	0.003** (0.001)			
CSR <sub>D</sub> × Mindex	0.0001* (0.000)	0.0003*** (0.0000)	0.0002** (0.000)			
IC				0.102*** (0.008)	-0.044*** (0.011)	0.101*** (0.008)

CSRDX IC				0.001*** (0.001)	-0.003 (0.002)	-0.001 (0.001)
CSC			0.019* (0.015)			-0.019 (0.010)
LEV	-0.039*** (0.006)	-0.047*** (0.006)	-0.039*** (0.006)	-0.058*** (0.004)	-0.048*** (0.006)	-0.059*** (0.004)
Cash	0.001 (0.004)	0.005 (0.005)	0.001 (0.004)	0.002 (0.004)	0.007 (0.006)	0.002 (0.004)
Size	-0.004** (0.002)	-0.009*** (0.002)	-0.005** (0.002)	0.003*** (0.001)	0.003*** (0.001)	0.003*** (0.001)
Age	-0.011*** (0.003)	-0.001 (0.004)	-0.010*** (0.003)	-0.000 (0.000)	-0.000 (0.001)	-0.000 (0.000)
Year	是	是	是	是	是	是
Industry	是	是	是	是	是	是
Constant	0.023 (0.033)	0.358 (0.037)	0.016 (0.034)	-0.750*** (0.053)	0.463*** (0.075)	-0.741*** (0.053)
Observation	4860	4860	4860	4860	4860	4860
Adj-R <sup>2</sup>	0.4107	0.1449	0.4248	0.5027	0.1058	0.5029

注：\*\*\*、\*\*、\*分别表示在 0.01、0.05 及 0.1 统计意义上的显著。

来源：本研究整理

## 5.5 研究结果讨论

在中国的市场经济环境下，社会责任信息披露的机制发展任然不够完善，关乎企业发展问题，对于企业绩效的提升作用也成为学者、企业家们关注的热点问题。本研究通过理论分析进行实证检验。

### 5.5.1 主效应实证结果分析

本文实证研究的分析结果验证了社会责任信息披露质量与企业绩效之间呈显著的正相关关系，该实证分析结果验证了假设 1，企业通过改善社会责任信息披露质量可以促进企业绩效的提升。从上世纪 70 年代开始，学者们开始着手研究这二者之间的关系，基于不同的理论视角、方法和样本数据等，对二者之间的关系展开了深入的探讨，但

是一直没有统一的结论。本文通过对中国 2011 年到 2020 年十年间沪深两市上市公司 的面板数据进行实证研究，发现随着社会责任信息披露质量的提高，企业绩效也会随之得到改善。说明企业披露高质量的社会责任信息不但没有降低公司的收益，反而会促进企业绩效的提升，从而对企业的发展产生积极的推动作用。这也表明在做决策时，利益相关者会参考企业发布的社会责任信息，社会责任信息披露水平较高使其在政府、供应商、消费者和投资者等心中能树立了良好的企业形象，从而改善外部舆论环境，提高企业信誉。基于此，企业的形象和竞争力都会得到进一步提升，为企业的持续发展奠定坚实基础，最终实现提高企业绩效水平的目的。逐年增加的社会责任报告表明企业自身也意识到了这一点，随着中国企业社会责任信息披露质量的不断提高，这对构建企业和社会公众的和谐关系具有重要意义。

#### 5.5.2 中介效应实证结果分析

研究中提出了社会资本在主效应的正相关关系中发挥中介作用。研究通过对中介效应分析验证了假设 2、假设 3 和假设 4，即社会责任信息披露质量显著的正向影响社会资本，而通过改善社会责任信息披露质量，可以为其积累更多有利的社会资本；同时，社会资本也显著的提高对企业绩效，社会资本的积累能够改善企业绩效；社会资本在这二者之间的正向关系中发挥中介作用，企业提高社会责任信息披露质量，获取更多的社会资本，进而提升企业绩效。基于利益相关者理论，企业与利益相关者之间的信息不对称情况，是由于利益相关者不能全面的了解企业的实际运营情况，使二者之间的信任基础有所动摇，而改善社会责任信息披露信息披露质量，则可以使利益相关者对公司状况更为准确和完整的了解，夯实这种信任基础，使企业能够获得更多有利于企业发展的社会资本。在企业发展过程中，社会资本是一种有效的社会性资源，存在于企业发展的社会网络关系中，企业可以通过充分利用内外部社会资本，来提高企业间的相互交流，降低企业的融资成本，加强公司的抗风险的能力，可以有效地提高公司的竞争优势，进而使企业绩效得以增长。企业拥有并运用社会资本，可以优化资源的配置效率，改善其管理能力和效率，降低交易费用，推动企业绩效的提升。社会资本和社会责任信息披露质量二者都可以直接影响企业绩效。企业独有的社会资本是其他企业不具备或不能替代的，它们在一定程度上可以转变成企业的核心竞争优势，企业可以利用其获得的各种资源来制定出适合自身发展的、行之有效的、合理的经营战略，从而使企业对环境的认知能力和商业运营能力得到提高，降低交易成本，进而

促进企业绩效的提升。提高社会责任信息披露质量，可以有效地缓解这一信息不对称问题，加强与各利益相关者之间的联系和信任，推动企业的发展，提供更多的社会资本，以提升企业绩效。反之，社会责任信息披露质量降低时，会使利益相关者不能够全面精准的了解企业当前的情况，对企业的信任也会随之动摇，使企业无法获取更多有利于企业发展的社会资本，企业绩效也会随之受到影响。

### 5.5.3 调节效应实证结果分析

研究进一步提出了两个调节效应，研究结果分别是：

首先，本研究通过对市场化进程的调节效应进行多元回归分析，验证了假设 5。社会责任信息披露质量越高，越能提升企业绩效；在市场化进程高的地区，这种正向关系更加显著。进一步研究发现，社会责任信息披露质量高不仅可以向利益相关者传递相关的讯息，而且还可以释放出企业价值相关的信号并赢得利益相关者的青睐，以提升企业绩效。从市场化经济发展的宏观背景来看，在市场化进程不断提高的情况下，企业所处地区的市场化进程越高，提高社会责任信息披露质量，可以帮助企业获得更多利益相关者的信任，进而提升企业绩效；市场化进程越高，提高社会责任信息披露质量对企业绩效的促进作用也会更显著。

其次，本文利用中国沪深两市 A 股上市公司（包括主板、中小板和创业板）近十年的相关数据进行分析研究，验证了假设 8 成立。企业的内部控制质量越高，其经营管理状况也就更好，更会顾及到以股东为核心的企业内外部所有利益相关者的权益，改善社会责任信息披露质量，有利于它们之间的信任基础更加牢固，增强企业的信誉，促进企业绩效的提高。这表明内部控制在主效应的正向关系中发挥积极的调节作用，内部控制能够促进社会责任信息披露质量对企业绩效的正向影响。

### 5.5.4 含有调节的中介效应实证结果分析

首先，实证检验了假设 6 和假设 7 的成立，说明市场化进程较高的地区，市场的力量越强，企业就会更多地遵循市场规律进程生产经营，提高社会责任信息披露质量，以便于获得利益相关者的支持和信赖，提高企业的竞争力，促进企业积累更多的社会资本。基于此，在市场化进程高的地区，企业通过提高社会责任信息披露质量能够获得更多有利发展的社会资本，也更有利于企业绩效的提升，这表明市场化进程也正向调节社会资本的中介作用，当市场化程度较高时，社会资本在社会责任信息披露质量对企业绩效正向影响的过程中发挥的中介作用也就越强。

其次，实证检验假设 9 和假设 10 的不成立，说明内部控制不能正向调节社会责任信息披露质量对社会资本的影响，随之也不能正向调节社会资本中介效应，可能存在的原因内部控制的目的是使企业得到更好的发展，以获取最大的利润，因此其在社会资本的反应上并不明显，而对企业绩效的影响较为明显；而且，以往学者在验证内部控制与企业绩效的之间关系时，也发现内部控制显著的正向影响企业绩效，刘娅和干胜道（2021）从财务共享出发，研究发现内部控制质量显著的正向影响企业绩效。在钟鹏等（2021）也验证了内部控制不仅正向调节社会责任信息披露质量于财务绩效之间的关系，而且对财务绩效也有显著的促进作用。田力（2022）也认为企业的内部控制有助于提升企业绩效，也更加关注对绩效的提升，而不是对盈利的提升。因此，内部控制对企业绩效的促进作用更为明显，在社会责任信息披露质量与社会资本之间发挥的正向影响并不显著，对社会资本中介作用的调节作用也不显著。

以上研究结论在控制了内生性问题及经过其他稳健性检验后仍然成立。



## 第六章

### 研究结论与展望

改革开放四十多年以来，在中国经济快速发展的同时，社会责任问题也日益突出，大众对于企业的社会责任行为和信息披露质量等问题也日益重视。社会责任信息披露质量是不利于企业绩效的提升还是有助于企业绩效的提升？为此，本文结合中国目前的宏观经济政策背景出发，运用利益相关者理论、信息不对称理论、信号传递理论和社会资本理论等理论，研究这两者之间到底存在着什么样的关系，以及有哪些因素会影响这二者之间的关系。根据公司治理问题和当前经济发展环境，引入社会资本为中介变量，市场化进程、内部控制为调节变量，以理论分析和研究假设为前提，论文选取2011-2020年中国沪深两市A股上市公司的面板数据，对样本进行实证分析，探究社会责任信息披露质量和企业绩效的关系。最后得出研究结论，并针对当前存在的问题，提出可行的政策建议，阐述了本研究存在的不足之处和未来的研究方向。

#### 6.1 研究结论

随着国际上大力提倡可持续发展，同时众多著名企业相继推出可持续发展的方案，使企业也越来越认识到社会责任的重要性和必要性。虽然目前中国企业的社会责任实践起步较晚，但是近年来受到的关注越来越多。尤其是一些知名企业，由于其社会责任缺失问题，使得社会大众的社会责任意识日益增强，尤其是对中大型企业的关注，使得企业更加有必要进行信息披露。与此同时，政府对社会责任也愈加重视，国务院、上交所、深交所和一些行业协会等也相继发布了若干政策，以促进企业能够更加注重社会责任建设。企业的社会责任信息披露要受到各种因素的影响，其中既有利益相关者和社会公众的期望，也有监管机构和非政府组织的施压。但是，从公司的视角出发，如果社会责任信息披露质量对企业绩效产生正向影响，那么企业也会更加注重进行社会责任信息披露以及披露的质量。反之，若产生负面的影响，那么企业就会变得更为审慎、更为保守。因此，厘清这二者之间的关系，无论是在理论上还是在实践上都有着重大的指导作用。

本文以社会责任信息披露质量为核心研究对象，主要包括社会责任信息披露质量、

社会资本指标体系的建立和量化分析、市场化水平和内部控制的调节效应三个部分，主要研究方向是社会责任信息披露质量对企业绩效的影响。虽然学界已有大量研究就它们二者之间的关系进行了大量的实证研究，然而这些实证结果并不一致，现有研究也尚未就两者之间的关系达成共识。因此，本文对社会责任信息披露质量影响企业绩效的相关研究文献进行了整理和综述，与以往研究只关注其中的内部环境或外部环境的影响相比，本文从内外交互视角，对社会资本的中介作用以及市场化进程、内部控制的调节作用和含有调节的中介作用都进行了更加详细的研究，研究结果对丰富社会责任信息披露质量研究和市场化进程研究以及社会资本理论具有一定的意义。本文的研究结论分四个方面来展开论述，具体结论如下：

第一，本文探索了社会责任信息披露质量与企业绩效之间的正相关关系，扩展了社会责任信息披露质量的相关研究，揭示了社会责任信息披露质量中最重要的激励因素是经济绩效动机。本文的实证结果证明了提高社会责任信息披露质量，于企业长期发展是有益的，可以有助于企业绩效的提升。该研究结果对两者之间的正向关系提供了相关的参考，也具有一定的现实意义。

第二，本文考察了社会资本在主效应之间的中介作用，扩展了社会责任信息披露质量和社会资本的相关研究，构建了有中介的理论模型。通过检验，社会资本在社会责任信息披露质量对企业绩效的积极作用中发挥中介作用。根据社会资本理论的观点，揭示了社会资本是企业发展的核心竞争力，它可以为企业发展带来很多有益的资源，既可以在某种程度上对企业绩效起到一定的影响，同时社会责任信息披露质量也可以间接地通过社会资本对企业绩效起到积极作用。研究结果进一步为研究社会责任信息披露质量引入社会资本的影响提供实证支持，丰富了社会资本理论的相关研究。

第三，本文探索了市场化进程的调节作用以及含有调节的中介作用，扩展了社会责任信息披露质量对企业绩效的影响机理研究，构建了含有调节的中介模型，揭示了市场化进程对企业发展的深远影响。随着市场化进程的不断推进，社会责任信息披露质量对企业绩效的影响也随之发生变化，进一步反映出市场化进程高的地区，有着更为规范的市场，提高社会责任信息披露质量，也更加有助于提升企业绩效。与此同时，在市场化进程较高的地区，提高社会责任信息披露质量也更加有助于企业积累更多的社会资本，企业绩效也会得到更好地提升，即市场化进程对社会资本在主效应之间的中介效应起到调节作用。该研究结果为探讨社会责任信息披露质量与企业绩效之间关

系的影响机制提供了新的视角，并对推动市场化进程建设有着一定的理论意义。

第四，本研究对内部控制的调节作用以及含有调节的中介作用进行了探索，扩展了社会责任信息披露质量对企业绩效的影响机理，构建了含有调节的中介模型。研究揭示了企业内部控制质量的不同，也会使社会责任信息披露质量对企业绩效的促进作用有所不同，也验证了内部控制在主效应之间发挥正向调节作用，从实证结果来看，有着良好内部控制质量的企业，经营状况也相对较好，这样的企业更加会通过改善社会责任信息披露质量，使投资者等利益相关者对企业的信任增加，更愿意对其投资或是购买产品，以提升企业绩效。对于企业自身的管理能力和企业的发展都有着重要的现实意义，该研究结果对于社会责任信息披露质量的研究需要思考企业内部问题提供了新的视角。但是实证检验假设 9 和假设 10 并不成立。说明内部控制不能正向调节社会责任信息披露对社会资本的影响，也不能正向调节社会资本的中介效应。

## 6.2 对策建议

企业作为一个组织，它的生存和发展依赖于其所处的社会环境，其成功源与否取决于社会群体和政府等各方利益群体的支持。在当前中国市场经济体制改革持续深化、经济转型不断推进的背景下，许多企业只注重眼前的利益而不关注长久的效益，忽视企业社会责任，因而媒体和公众曝光的企业丑闻也日益增多。企业的不良信息报道将迅速被社会公众和政府所感知，同时，还有一些企业会为了短期的绩效利益选择虚假披露社会责任信息，这些行为都会引起社会公众的不满和抵制，以及政府部门的处罚，进而对企业绩效产生极为不利的影响；而相反的，企业不以自身的短期利益为代价，公布不真实的信息，而是选择改善社会责任信息披露质量，这将有利于提高企业在政府和公众中的良好形象，从而可以赢得政府部门和市场的信任，有助于降低企业与外部的信息不对称。

目前，中国政府应当继续加大监管力度和广度，完善社会责任信息披露工作，适时地修订相关的法律法规，为企业自觉提高其社会责任信息披露水平提供有效的制度保障。同时，要充分利用社会团体的资源，对加强对其开展的公益活动的指导和服务，并进一步完善中国社会责任信息披露标准与惩罚机制，推动这一体系的逐步完善。

作为社会责任实践活动的主体，企业必须履行相关的义务和责任。随着经济全球化进程的不断加深，企业社会责任已经成为不可阻挡的趋势，并逐渐渗透到各个领域。

企业为了自身更好的发展，就必须确立以社会责任为导向的发展方向和经营管理方式，积极主动履行应尽的社会责任义务，做好社会责任信息披露工作。这一举措既是企业对利益相关方和政策制度要求所必须做出的回应，也是赢得竞争优势的关键因素。因此，在今后的发展过程中，充分认识到企业要承担起社会责任、进行社会责任信息披露工作的重要性，更要深刻认识到，履行社会责任义务对于实现企业可持续健康发展的重大的实践作用。在企业承担社会责任义务和主动进行信息披露的过程中，既要重视企业经营成本的提高，而且要充分认识到其对企业的长远效益和长期发展的影响，从而提升企业的整体竞争能力。在这种情况下，企业必须将履行社会责任融入到日常工作中，而不仅仅是被动地服从上级指令或被动的听从相关主管部门的要求。其次，在企业管理中把社会责任信息披露制度纳入其中。

当前，企业的利益相关方对其所披露的社会责任信息越来越受到各方的关注，社会各界对社会责任信息披露状况愈加重视。在近日中国财政部的提案中，多次提到要打破中央政府兜底预期和幻觉，要进步推动市场化法治化来激活地方经济的发展。由此可讲，中国地方经济的发展对政府的依赖，企业对其他社会资本的重要性意识不强，使中国企业的社会资本缺失严重；同时这一提案也说明了市场化进程对区域经济发展和企业发展的重要性。本文分析了造成这种现象的主要原因可以归纳为二点，一是企业尚未认识到社会关系网络的重要性，二是由于利益相关者没有看到企业在社会责任信息披露方面的问题，尤其是外部利益相关者。因此，企业要把承担社会责任放在企业发展的战略层面，搭建并维护与利益相关者之间的关系，把内部人员团结在一起，保障供应商、消费者的合法权益，积极响应政府号召，尽力为社会做贡献；在此基础上，企业应建立起有效的信息披露途径以增强外部群体对企业的关注度，从而帮助企业积累社会资本。

政府部门在对社会责任信息披露质量的监管过程中，也要发挥其重要作用。首先，政府监管部门要加强企业内控体系的建立和健全，积极承担社会责任，提升社会责任信息披露质量。目前，中国企业的社会责任意识和实践能力还比较薄弱，与制定有关政策去引导社会责任信息披露的同时，还要推进企业内部控制的建立和完善：一方面健全的内控体系可以保障经营管理的合法合规性、资产安全、提高经营效率和效果和促进企业推进战略发展等；同时，完善的内部控制制度还可以维护股东等利益相关方的合法权益，保障了社会责任信息披露质量，降低潜在的社会责任风险。最后，必须

充分了解市场化进程这一外部因素对社会责任信息披露的影响，政府监管部门要积极推进市场化进程，促进区域经济的发展，并要着重关注在市场化进程水平较低地区的企业，其社会责任信息披露的情况。因此，政府部门应重点关注市场化进程水平较低地区的企业发展，强化内控体系建设与健全，提升社会责任信息披露质量，促进企业与经济市场的长远发展。

### 6.3 研究不足与展望

本研究虽然对社会责任信息披露质量与企业绩效之间的关系等进行了较为详细的探讨，但仍存在一些研究不足。

本文的第一个不足在于没有更深入的研究社会责任信息披露质量与企业绩效之间的关系、影响因素和机理。比如，从不同行业的角度考虑，这二者之间是否存在联系？有什么样的联系？并且，不同规模的企业在社会责任实践方面是否存在差异？又存在哪些差异？行业差异对二者关系的影响发挥了多大的作用？除了本研究中提出的中介变量和调节变量外，是否存在其他因素会影响二者关系？上市公司样本的实证结果是否具有总体代表性，而非上市公司的情况又如何呢？

本文的第二个不足在于社会责任信息披露质量缺少统一的计量方法。目前中国专业机构的评判标准相对权威，然而仅仅依赖于社会责任报告中的信息进行评价会有一些限制，缺少更为综合的研究。本文选取的社会责任信息披露质量计量方法可能会对研究结果产生一定影响。在未来的研究中，应该对社会责任信息披露质量的指标方面，获取更加全面准确的数据，构建一个较为完整和精确的社会责任信息披露指数体系，得到更为可靠的指数。

本文的第三个不足在于社会资本指标的选取，虽有以往文献作为参考，但是目前学界没有统一的测量标准，存在一定的主观性。本文选取的社会资本指标以及测算方式可能会对研究结果产生影响。在今后的探索中，对于社会资本指标的计量上，应全面获得企业社会资本的各种数据信息，构建系统完善的社会资本指数体系，得到更为准确可靠的指数。

本文的第四个不足在于影响社会责任信息披露质量的原因有很多，笔者仅选取了对企业发展影响较为突出的社会资本为中介变量，市场化进程、内部控制等作为调节变量，以及资产负债率、现金持有量、企业规模与企业上市年限作为控制变量，存在

忽视了其他因素带来的影响的情况。未来在变量的选择上，应该综合考虑内外部因素对社会责任信息披露质量的影响，使研究模型更加稳健。

笔者认为，除了上述的研究不足值得在后续研究中进一步探索外，还有许多有待于深入探讨的有价值的研究问题。例如，是否可以从社会责任信息披露质量视角着手，探讨企业履行社会责任的行为对企业带来哪些影响？以及社会责任信息披露是否存在“掩饰效应”？这又是否会对这两者之间的关系有影响？如果有，这种影响又是怎样的呢？再者，是否有其他因素影响社会责任信息披露质量，进而以影响企业绩效？或是是否存在其他因素会影响二者之间的关系？这些都是今后可以继续进一步研究分析的重点，也为继续研究提供一定的思路和想法。

## 参考文献

## 参考文献

- 边燕杰、丘海雄（2000）.企业社会资本及其功效。《*中国社会科学*》，2，87-99.
- 才国伟、吴华强、徐信忠（2018）.政策不确定性对公司投融资行为的影响研究。《*金融研究*》，3，89-104.
- 曾学文、施发启、赵少钦、董晓宇（2010）。中国市场化指数的测度与评价：1978-2008。《*中国延安干部学院学报*》，4，47-60。
- 曾颖、陆正飞（2006）。信息披露质量与股权融资成本。《*经济研究*》，2，69-79。
- 常修泽、高明华（1998）。中国国民经济市场化的推进程度及发展思路化经济研究。《*经济研究*》，11，48-55。
- 车笑竹、苏勇（2018）。企业违规对社会责任报告及其价值效应的影响。《*经济管理*》，40（10），58-74。
- 陈承、万珊、朱乐（2019）。国企高管薪酬与企业社会责任——组织冗余与市场化进程的调节作用。《*中国软科学*》，6，129-137。
- 陈承、王宗军、叶云（2019）。信号理论视角下企业社会责任信息披露对财务绩效的影响研究。《*管理学报*》，16（3），408-417。
- 陈汉辉（2016）。企业社会责任实践与社会资本关系研究——政治关联的中介效应检验。《*财贸研究*》，27（2），128-136。
- 陈丽，胡树林，牟仁艳（2016）。市场化进程与企业社会责任——基于 124 家制造业上市公司的面板数据。《*财会月刊*》，15，3-7。
- 陈平（2013）。信息披露质量、投资者信心与企业价值。《*财会通讯*》，36，53-56。
- 陈爽英、井润田、龙小宁、邵云飞（2010）。民营企业社会关系资本对研发投资决策影响的实证研究。《*管理世界*》，1，88-97。
- 陈旭东、杨兴全、曾春华（2014）。市场化进程、管理者权力与公司并购绩效。《*中国注册会计师*》，4，49-58。
- 陈钰芬、金碧霞、任奕（2020）。企业社会责任对技术创新绩效的影响机制——基于社会资本的中介效应。《*科研管理*》，41（9），87-98。
- 陈宗胜（1999）。《*中国经济体制市场化进程研究*》。上海：上海人民出版社，1999。
- 崔秀梅、刘静（2009）。市场化进程、最终控制人性质与企业社会责任——来自中国沪市上市公司的经验证据。《*软科学*》，22（1），30-38。
- 崔学刚（2004）。公司治理机制对公司透明度的影响——来自中国上市公司的经验数据。《*会计研究*》，8，71-79。
- 邓德军、刘志福、梁华钧（2010）。国有企业比非国有企业更具社会责任吗？——以 2008 年深市制造行业上市公司为例。《*会计之友（中旬刊）*》，6，78-80。
- 邓可斌、曾海舰（2014）。中国企业的融资约束：特征现象与成因检验。《*经济研究*》，



49 (2), 47-60。

邓新明、张婷、许洋、龙贤义 (2016)。企业社会责任对消费者购买意向的影响研究。*管理学报*, 13 (7), 1019-1027。

丁方飞、范丽 (2009)。我国机构投资者持股与上市公司信息披露质量——来自深市上市公司的证据。*软科学*, 23 (5), 18-23。

董淑兰、刘浩 (2018)。企业社会责任信息披露、媒体关注与绩效的关系研究。*会计之友*, 6, 72-77。

樊纲、王小鲁、胡李鹏 (2021)。《中国分省份市场化指数报告 2021》。北京：社会科学文献出版社。

樊纲、王小鲁、马光荣 (2011)。中国市场化进程对经济增长的贡献。*经济研究*, 9, 4-16。

樊纲、王小鲁、张立文、朱恒鹏 (2003)。中国各地区市场化相对进程报告。*经济研究*, 3, 9-18。

方红星、金玉娜 (2011)。高质量内部控制能抑制盈余管理吗?——基于自愿性内部控制鉴证报告的经验研究。*会计研究*, 8, 53-60。

方军雄 (2006)。市场化进程与资本配置效率的改善。*经济研究*, 5, 50-61。

高建、傅家骥 (1996)。中国企业技术创新的关键问题：——1051 家企业技术创新调查分析。*中外科技政策与管理*, 1, 24-33。

葛家澍、林志军 (2011)。《现代西方会计理论》。厦门：厦门大学出版社。

管凯、邱昊、张英 (2009)。影响企业绩效的外部因素分析。*S 统计与决策*, 22, 181-183。

郭桂花、池玉莲、宋晴 (2014)。市场化进程、会计信息质量与融资约束的相关性分析——基于最终控制人的视角。*审计与经济研究*, 29 (1), 68-76。

郭洪涛 (2014)。基于社会责任和社会资本相关性视角的企业竞争力培育研究。*北京工业大学学报 (社会科学版)*, 3, 21-26。

韩芳、杨柳 (2021)。社会责任信息披露与财务风险。*统计与决策*, 14, 165-168。

何贤杰、肖士盛、陈信元 (2012)。企业社会责任信息披露与公司融资约束。*财经研究*, 38 (8), 60-71。

胡公瑾 (2021)。市场化进程、信息环境与企业社会责任。*哈尔滨商业大学学报 (社会科学版)*, 4, 74-87。

黄国良、李妮妮 (2019)。儒家文化、市场化程度与企业社会责任。*财会月刊*, 20, 95-102。

贾兴平、刘益、廖勇海 (2016)。利益相关者压力、企业社会责任与企业价值。*管理学报*, 13 (2), 267-274。

姜珊、胡晓寒 (2021)。社会资本理论研究述评。*现代商贸工业*, 42 (5), 124-125。

蒋惠凤 (2016)。融资约束、投资-现金流敏感度与投资效率——基于中国制造业上市公司

- 司的实证研究。《商业经济研究》，18，177-179。
- 靳明、邓广华（2009）。上市公司多元化经营与绩效关系研究。《财经论丛》，6，86-94。
- 靳小翠（2016）。市场化程度、企业社会责任与企业社会资本研究。《财会通讯》，7，34-36。
- 鞠芳辉、谢子远、宝贡敏（2005）。企业社会责任的实现——基于消费者选择的分析。《中国工业经济》，9，91-98。
- 李海奇、李维、黄宇漩、何恭政（2021）。CEO 职业关注与企业会计信息披露质量。《财经理论与实践》，42（6），96-102。
- 李惠斌（2000）。社会资本与社会发展引论。《马克思主义与现实》，2，35-40。
- 李井林、阳镇、陈劲、崔文清（2021）。ESG 促进企业绩效的机制研究——基于企业创新的视角。《科学学与科学技术管理》，9，71-89。
- 李井阳、阳镇、陈劲、崔文清（2021）。ESG 促进企业绩效的机制研究——基于企业创新的视角。《科学学与科学技术管理》，42（9），71-89。
- 李茜、徐佳铭、熊杰、刘海鑫（2022）。企业社会责任一致性对财务绩效的影响研究。《管理学报》，2，245-250。
- 李万福、林斌、宋璐（2011）。内部控制在公司投资中的角色：效率促进还是抑制？《管理世界》，2，81-99。
- 李卫宁、吴昆津（2013）。企业利益相关者、绿色管理行为与企业绩效。《科学学与科学技术管理》，34（5），89-96。
- 李文龙、林海英、金桩（2019）。社会资本可利用度及其影响因素研究——来自内蒙古农牧民的经验发现。《经济研究》，54（12），134-149。
- 李亿、司有和（2008）。探索式创新、利用式创新与绩效：战略和环境的影响。《南开管理评论》，5，4-12。
- 李志斌（2013）。内部控制、股权集中度与投资者关系管理——来自 A 股上市公司投资者关系调查的证据。《会计研究》，12，72-78。
- 李志斌、章铁生（2017）。内部控制、产权性质与社会责任信息披露——来自中国上市公司的经验证据。《会计研究》，10，86-92。
- 李志军、王善平（2011）。货币政策、信息披露质量与公司债务融资。《会计研究》，10，56-62。
- 梁上坤、陈冬、胡晓莉（2015）。外部审计师类型与上市公司费用粘性。《会计研究》，2，79-86。
- 林斌、林东杰、谢凡、胡为民、阳尧（2016）。基于信息披露的内部控制指数研究。《会计研究》，12，12-20。
- 林钟高、赵孝颖（2019）。外部监管与内部控制缺陷修复——基于分析师跟踪与机构投资者双重视角。《财会月刊》，2，12-21。
- 刘春济、朱梦兰（2018）。谁影响了谁：产权性质、企业社会责任溢出与表现。《经济

- 管理, 40 (12), 105-122。
- 刘和旺、郑世林、王宇峰 (2015)。所有制类型、技术创新与企业绩效。《中国软科学》, 3, 28-40。
- 刘俊海 (1999)。金融危机的法律规范。《中国法学》, 2, 100-110。
- 刘芍佳、孙霏、刘乃全 (2003)。终极产权论、股权结构及公司绩效。《经济研究》, 4, 51-62。
- 刘娅、干胜道 (2021)。财务共享、内部控制质量与企业绩效。《财经问题研究》, 5, 93-101。
- 买生、张纹瑞、郑洁 (2020)。企业社会责任与企业社会资本——基于市场化程度与行业竞争地位的调节效应。《会计之友》, 2, 13-19。
- 孟晓骏、肖作平、曲佳莉 (2010)。T 企业社会责任信息披露与资本成本的互动关系——基于信息不对称视角的一个分析框架。《会计研究》, 9, 25-29。
- 彭珏、陈红强 (2015)。内部控制、市场化进程与企业社会责任。《管理理论与实践》, 6, 43-54。
- 齐保奎、田高良 (2012)。基于财务报告的内部控制缺陷影响因素研究。《管理评论》, 24 (4), 133-140。
- 齐丽云、张碧波、郭亚楠 (2016)。消费者企业社会责任认同对购买意愿的影响。《科研管理》, 5, 112-121。
- 乔旭东 (2003)。上市公司会计信息披露与公司治理结构的互动：一种框架分析。《会计研究》, 5, 46-49。
- 任秀梅、王玉新 (2013)。会计信息质量与银行长期借款成本——基于深市信息评级的经验研究。《国际商务财会》, 10, 85-89。
- 石军伟、胡立君、付海艳 (2007)。企业社会资本的功绩结构：基于中国上市公司的实证研究。《中国工业经济》, 2, 84-93。
- 宋献中、李诗田 (2009)。我国上市公司社会责任报告的统计分析。《中国注册会计师》, 6, 24-28。
- 宋哲、于可信 (2017)。资本结构、动态能力与企业绩效——基于西部资源型上市公司数据的研究。《经济问题探索》, 10, 57-63。
- 苏启林、朱文 (2003)。上市公司家族控制与企业价值。《经济研究》, 8, 36-45。
- 苏武康 (2003)。中国上市公司股权集中度与公司绩效实证研究。《经济体制改革》, 5, 46-48。
- 孙晓华、李明珊 (2014)。我国市场化进程的地区差异：2001-2011 年。《改革》, 6, 59-66。
- 谭瑾、罗正英 (2017)。高管变更、竞争战略与企业社会责任——基于战略耦合的视角。《山西财经大学学报》, 39 (5), 82-93。
- 谭庆美、孟丽、赵黎明、董小芳 (2015)。交叉上市、政治联系类型与内部控制质量

- 基于 A+H 上市企业的经验数据。《天津大学学报（社会科学版）》，17（6），486-492。
- 谭雪（2017）。行业竞争、产权性质与企业社会责任信息披露——基于信号传递理论的分析。《产业经济研究》，3，15-28。
- 唐跃军、程新生、吕斐适（2005）。中国上市公司信息披露机制评价及信息披露指数研究。《上海金融》，3，37-40。
- 唐跃军、李维安（2008）。公司和谐、利益相关者治理与公司业绩。《中国工业经济》，6，86-98。
- 陶岚、刘波罗（2013）。基于新制度理论的企业环保投入驱动因素分析——来自中国上市公司的经验证据。《中国地质大学学报（社会科学版）》，13（6），46-53。
- 田力（2022）。内部控制质量对零售企业绩效改善的影响——基于可持续发展视角的分析。《商业经济研究》，22，130-133。
- 田敏、李纯青、萧庆龙（2014）。企业社会责任行为对消费者品牌评价的影响。《南开管理评论》，6，19-29。
- 万华林、陈信元（2010）。治理环境、企业寻租与交易成本。《经济学季刊》，9（2），554-570。
- 万建香、汪寿阳（2016）。社会资本与技术创新能否打破“资源诅咒”？——基于面板门槛效应的研究。《经济研究》，51（12），76-89。
- 万良勇、查媛媛、饶静（2020）。实体企业金融化与企业创新产出——有调节的中介效应。《会计研究》，11，98-111。
- 万倩雯、卫田、刘杰（2019）。弥合社会资本鸿沟：构建企业社会创业家与金字塔底层个体间的合作关系——基于 LZ 农村电商项目的单案例研究。《管理世界》，35（5），179-196。
- 王爱群、阮磊、王艺霖（2015）。基于面板数据的内控质量、产权属性与公司价值研究。《会计研究》，7，63-70。
- 王斌、梁欣欣（2008）。公司治理、财务状况与信息披露质量——来自深交所的经验证据。《会计研究》，2，31-38。
- 王嘉伟（2014）。社会责任信息披露对财务绩效影响实证研究——基于生命周期理论。《财会通讯》，31，39-41。
- 王娟（2020）。融资信号冲击、内部控制与企业财务绩效——基于倍差倾向性评价模型的实证。《中国注册会计师》，6，62-68。
- 王茜（2008）。信息披露质量与公司业绩的关系研究。《财经理论与实践》，5，66-70。
- 王青云、王建玲（2012）。上市公司企业社会责任信息披露质量研究——基于沪市 2008-2009 年年报的分析。《当代经济科学》，34（3），74-80。
- 王辛平（2005）。企业绩效评价体系影响因素分析。《工业技术经济》，24（8），53-54。

- 王雄元、沈维成（2008）。公司控制结构对信息披露质量影响的实证研究。《中南财经政法大学学报》，3，44-50。
- 王勇（2009）。基于公司治理的信息披露质量与公司绩效关系研究——来自中国上市公司的经验证据。《财会通讯》，33，38-42。
- 温忠麟、张雷、侯杰泰、刘红云（2004）。中介效应检验程序及其应用。《心理学报》，5，614-620。
- 吾买尔江·艾山、姜小亭（2020）。企业社会责任呢真的能带来更多商业信用融资吗？——基于内部控制与企业异质性的实证。《财会通讯》，6，77-83。
- 吴娜（2013）。经济周期、融资约束与营运资本的动态协同选择。《会计研究》，8，54-61。
- 肖海林、薛琼（2014）。公司治理、企业社会责任和企业绩效。《财经问题研究》，12，91-98。
- 肖士盛、宋顺林、李路（2017）。信息披露质量与股价崩盘风险：分析师预测的中介作用。《财经研究》，43（2），110-121。
- 肖作平、杨娇（2011）。公司治理对公司社会责任的影响分析——来自中国上市公司的经验证据。《证券市场导报》，6，34-40。
- 徐光华、黄亚楠（2014）。影响企业绩效、企业声誉和决策有用性——社会责任信息披露效应研究综述。《会计之友》，11，8-12。
- 杨风、柯艳蓉、童飞（2018）。代理冲突与企业社会责任：基于内部人控制视角。《财会月刊》，1，47-54。
- 杨红心（2014）。基于多元回归模型的企业社会责任与财务绩效相关性研究。《会计之友》，5，105-108。
- 杨金坤（2021）。企业社会责任信息披露与创新绩效——基于“强制披露时代”中国上市公司的实证研究。《科学学与科学技术管理》，42（1），57-75。
- 姚海琳、王昶、周登（2012）。政府控制和市场化进程对企业社会责任的影响——来自中国沪市上市公司的经验证据。《现代财经》，32（8），58-69。
- 伊力奇、李涛、丹二丽、张婷（2023）。企业社会责任与环境绩效：“真心”还是“掩饰”？《管理工程学报》，37（2），1-10。
- 伊志宏、姜付秀、秦义虎（2010）。产品市场竞争、公司治理与信息披露质量。《管理世界》，1，133-141。
- 尹开国、刘小芹、陈华东（2014）。基于内生性的企业社会责任与财务绩效关系研究——来自中国上市公司的经验证据。《软科学》，6，98-108。
- 于洪彦、黄晓治、曹鑫（2015）。企业社会责任与企业绩效关系中企业社会资本的调节作用。《市场营销》，27（1），169-180。
- 喻雁（2014）。研发支出与企业绩效相关性的实证分析——以创业板上市公司为研究对象。《会计之友》，36，58-61。

- 袁东任、汪炜（2015）。信息披露、现金持有与研发投入。《山西财经大学学报》，37（1），81-91。
- 张爱辉（2017）。差异化战略、技术创新投入与企业绩效。《财会通讯》，30，41-44。
- 张传财、陈汉文（2017）。产品市场竞争、产权性质与内部控制质量。《会计研究》，5，75-82。
- 张纯、吕伟（2009）。信息披露、信息中介与企业过度投资。《会计研究》，1，60-65。
- 张洁、蔡虹（2020）。虚拟社区中顾客参与对新产品开发绩效的影响——虚拟社会资本的调节作用。《科技进步与对策》，37（7），16-25。
- 张劲松、李沐瑶（2021）。企业社会责任，内部控制与财务绩效关系研究：基于技术创新视角。《预测》，40（4），81-87。
- 张礼涛、王建玲（2016）。上市公司内部控制质量对企业社会责任履行水平的影响。《西北大学学报（哲学社会科学版）》，46（5），55-62。
- 张敏、童丽静、许浩然（2015）。社会网络与企业风险承担——基于我国上市公司的经验证据。《管理世界》，11，161-175。
- 张其仔（2000）。社会资本与国有企业绩效研究。《当代财经》，1，53-58。
- 张蕊、蒋煦涵（2019）。党组织治理、市场化进程与社会责任信息披露。《当代财经》，3，130-139。
- 张铁铸、金豪（2017）。融资约束视角下的企业信息披露行为研究——基于增值税转型自然实验的经验证据。《审计与经济研究》，32（6），102-115。
- 张文宏、张莉（2012）。劳动力市场中的社会资本与市场化。《社会学研究》，5，1-18。
- 张晓林（2017）。信息披露透明度、税收筹划与企业价值。《财会通讯》，27，50-53。
- 张兆国、靳小翠、李庚秦（2013）。企业社会责任与财务绩效之间交互跨期影响实证研究。《会计研究》，8，32-39。
- 张子文、李竹梅（2017）。内部控制、公司治理与会计信息披露质量——基于嵌合视角。《企业经济》，36（1），104-109。
- 张宗新、杨飞、袁庆海（2007）。上市公司信息披露质量提升能否改进公司绩效？——基于2002—2005年深市上市公司的经验证据。《会计研究》，10，16-23。
- 赵文军、于津平（2014）。市场化进程与我国经济增长方式——基于省际面板数据的实证研究。《南开经济研究》，3，3-22。
- 赵秀云、单文涛、刘李福（2018）。市场化进程、客户关系与企业社会责任披露质量——基于客户集中度的分析。《云南财经大学学报》，34（3），91-100。
- 郑培、李亦修、何延焕（2020）。企业社会责任对财务绩效影响研究——基于中国上市公司的经验证据。《财经理论与实践（双月刊）》，41（6），64-71。
- 钟鹏、吴涛、李晓渝（2021）。上市公司企业社会责任报告、社会责任缺失与财务绩效关系的实证研究。《预测》，40（1），17-23。

- 周丽萍、陈燕、金玉健（2016）。企业社会责任与财务绩效关系的实证研究——基于企业声誉视角的分析解释。《江苏社会科学》，3，95-102。
- 朱永明、祁亭亭（2018）。管理者过度自信、技术创新投入与企业绩效。《财会通讯》，9，56-59。
- 朱永明、薛文杰、安姿旋（2016）。融资约束、企业社会责任表现与企业绩效。《财会月刊》，29，27-31。
- Agyei-Mensah, B. K. (2016). Internal control information disclosure and corporate governance: evidence from an emerging market. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 16(1), 79-95.
- Akerlof, G. A. (1970). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of management*, 27(6), 643-650.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Becchetti, L., Di Giacomo, S., & Pinnacchio, D. (2008). Corporate social responsibility and corporate performance: evidence from a panel of US listed companies. *Applied Economics*, 40(5), 541-567.
- Belal, A. R., Cooper, S. M., & Roberts, R. W. (2013). Vulnerable and exploitable: The need for organizational accountability and transparency in emerging and less developed economies. *Accounting Forum*, 37(2), 81-91.
- Besley, T & Part, A. (2006). Handcuffs for the Grabbing Hand? Media Capture and Government Accountability. *American Economic Review*, 96(3), 720-736.
- Birim, B. (2016). Evaluation of corporate social responsibility and social media as key source of strategic communication. *Procardia-Social and Behavioral Sciences*, 235,70-75.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. University of Chicago Press.
- Bova, F., Dou, Y., & Hope, O. K. (2015). Employee ownership and firm disclosure. *Contemporary Accounting Research*, 32(2), 639-673.
- Brammer, S., & Pavelin, S. (2004). Voluntary social disclosures by large UK companies. *Business Ethics: A European Review*, 13(2-3), 86-99.
- Burt, R. S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 339-365.

- Bushman, R. M., J. Piotroski, & A. Smith. (2004). What Determines Corporate Transparency. *Journal of Accounting Research*, 42(2), 207-252.
- Campbell, M. (1990). Training and enterprise councils. *Local Economy*, 5(2), 159-163.
- Camphell, J. P., McCloy, R. A., & Oppler, S. H. (1993). A Theory of Performance. *Personnel Selection in Organizations*, 35-70.
- Chen, F., Hope O. K., Li Q., & Wang X. (2018). Flight to Quality in International Markets: Investors' Demand for Financial Reporting Quality during Political Uncertainty Events. *Contemporary Accounting Research*, 35(1), 117-155.
- Chen, J. & Roberts, R. (2010). Towards a More Coherent Understanding of the Organization-Society Relationship: A Theoretical Consideration for Social and Environmental Accounting Research. *Journal of Business Ethics*, 97(4), 651-665.
- Clarkson, M. (1994). *A risk based model of stakeholder theory: Proceedings of the Second Toronto Conference on Stakeholder Theory*. Toronto: Centre for Corporate Social Performance & Ethics, University of Toronto.
- Coleman, J. S & Jones, C. G. (1988). Plant stress and insect performance: cottonwood, ozone and a leaf beetle. *Oecologia*, 76(1), 57-61.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Cormier, D., & Magnan, M. (2014). The impact of social responsibility disclosure and governance on financial analysts' information environment. *Corporate Governance*, 14(4), 467-484.
- De Graaf, N. D., & Flap, H. D. (1988). "With a little help from my friends": Social resources as an explanation of occupational status and income in West Germany, The Netherlands, and the United States. *Social Forces*, 67(2), 452-472.
- De Souza, J. A. S., Rissatti, J. C., Rover, S., & Borba, J. A. (2019). The linguistic complexities of narrative accounting disclosure on financial statements: An analysis based on readability characteristics. *Research in International Business and Finance*, 48, 59-74.
- Deegan, C & Rankin, M. (1996). Do Australian Companies Report Environmental News Objectively? An Analysis of Environmental Disclosures by Firms Prosecuted Successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(2), 50-67.
- Deegan, C., Rankin, M., & Voght, P. (2000). Firm' Disclosure Reactions to Major Incidents: Australian Evidence. *Accounting Forum*, 24(1), 101-130.
- Deng, X., J. Kang., & B.S. Low. (2013). Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: Evidence from mergers. *Journal of Financial Economics*, 110, 87-109.
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The*



- Accounting Review*, 86(1), 59-100.
- Dhaliwal, D. S., Radhakrishnan, S., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2012). Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: International evidence on corporate social responsibility disclosure. *The Accounting Review*, 87(3), 723-759.
- Duff, A. (2016). Corporate social responsibility reporting in professional accounting firms. *The British Accounting Review*, 48(1), 74-86.
- Eccles Robert, G. (2001). *The ValueReporting™ revolution: Moving beyond the earnings game*. John Wiley & Sons Inc.
- Fang, E., Lee, J., Palmatier, R., & Han, S. (2016). If it takes a village to foster innovation, success depends on the neighbors: the effects of global and ego networks on new product launches. *Journal of Marketing Research*, 53(3), 319-337.
- Feng, C. L. & Cheng, Y. (2020). A Meta-analysis of open innovation and firm performance. *Science Research Management*, 41(1), 108-118.
- Fifka, M. S. (2013). Corporate responsibility reporting and its determinants in comparative perspective—a review of the empirical literature and a meta-analysis. *Business Strategy and the Environment*, 22(1), 1-35.
- Francis, J., LaFond, R., Olsson, P. M., & Schipper, K. (2004). Costs of equity and earnings attributes. *The Accounting Review*, 79(4), 967-1010.
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Pitman, Boston  
Freeman RE (1994) The politics of stakeholder theory: some future directions. *Bus Ethics Q*, 4(4), 409-421.
- Friedman, M. (2009). *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago press.
- Gallardo-Vazquez, D., Barroso-Mendez, M. J., Pajuelo-Moreno, M. L., & Sanchez-Meca, J. (2019). Corporate social responsibility disclosure and performance: A meta-analytic approach. *Sustainability*, 11(4), 1-33.
- Gibbons, R., & Murphy, K. J. (1990). Relative Performance Evaluation for Chief Executive Officers. *Industrial & Labor Relations Review*, 43(3), 30-51.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Gray, R. H., Javad, M., Power, D., & Sinclair, C. D. (2001). Social and Environment Disclosures and corporate characteristics: A Research Note and Extension. *Journal of Business Finance & Accounting*, 28(3-4), 327-356.
- Gray, R. H., Owen, D., & Adams, C. A. (1996). *Change and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Hemel Hempstead: Prentice Hall.
- Hay, D., Knechel, W. R., & Ling, H. (2008). Evidence on the impact of internal control and corporate governance on audit fees. *International Journal of Auditing*, 12(1), 9-24.

- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information Asymmetry, Corporate Disclosure, and the Capital Markets: A Review of the Empirical Disclosure Literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 405-440.
- Hillman, A. J., & Dalziel, T. (2003). Boards of directors and firm performance: Integrating agency and resource dependence perspectives. *Academy of Management Review*, 28(3), 383-396.
- Hitt, M. A., Xu, K., & Carnes, C. M. (2016). Resource based theory in operations management research. *Journal of Operations Management*, 41, 77-94.
- Hooghiemstra, R. (2000). Corporate Communication and Impression Management-new Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting. *Journal of Business Ethics*, 27(1/2), 55-68.
- Huang, J. J & Xiao, M. (2006). Information disclosure, earnings opacity and cost of equity capital. *China Accounting Review*, 1, 69-84.
- Ioannou, Dixon., & Marlene, A. (2008). The Degree of Internationalization and Constraints of Financing-focused on Mediate Effect of Corporate Social Responsibility. *International Journal of Accounting Information Systems*, 38(1), 285-310.
- Islam, M. A., & Deegan, C. (2008). Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(6), 850-874.
- Jaffee, D. M & T. Russell. (1976). Imperfect Information, Uncertainty, and Credit Rationing. *The Quarterly Journal of Economics*, 90(4)651-666.
- Jau-Yang, Liu. (2018). An Internal Control System that Includes Corporate Social Responsibility for Social Sustainability in the New Era. *Sustainability*, 10(10), 3382-3409.
- Jensen, M.C. (2001). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of Applied Corporate Finance*, 14, 8-12.
- Jo, H., & M, Harjoto. (2011). Corporate governance and firm valum: The impact of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 103, 351-383.
- Jones, T. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *The Academy of Management Review*, 20, 404-437.
- Joyce, V. D., & Ajay, A. H. (2005). Exploring differences in social disclosures internationally: a stakeholder perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 123-151.
- Khlif, H., Hussainey, K., & Achek, I. (2015). The effect of national culture on the association between profitability and corporate social and environment disclosure: A meta-analysis. *Meditari Accountancy Research*, 23(3), 296-321.
- Kim, Y. S., Kim, Y., & Kim, H. D. (2017). Corporate Social Responsibility and Internal Control Effectiveness. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 46, 341-372.

- Kim, Y., M, S, Park., & B. Wier. (2012). Is earning quality associated with corporate social responsibility? *The Accounting Review*, 87, 761-796.
- Knlif, H., & Samaha, K. (2019). "Board independence and internal control quality in Egypt: does CEO duality matter?". *International Journal of Law and Management*, 61(2), 345-358.
- Kolsi, M. C., Muqattash, R., & Al-Hiyari, Ahmad. (2022). How do external auditor attributes impact corporate social responsibility disclosures: empirical evidence from ADX-listed companies. *Social Responsibility Journal*, 2(18), 293-315.
- Lamont, O., C. Polk, J., & Saa-Requejo. (2001). Financial Constraints and Stock Returns. *Review of Financial Studies*, 14(2), 529-554.
- Lin, N. (1990). Social resources and social mobility: A structural theory of status attainment. *Social Mobility and Social Structure*, 3, 247-261.
- Lin, N. (2001). *Social Capital A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lukas, Setia-Atmaja., George, A. Tanewski., & Michael, Skully. (2009). The Role of Dividends, Debt and Board Structure in the Governance of Family Controlled Firms. *Journal of Business Finance & Accounting*, 36(7-8), 863-898.
- Luo, X. M., Hsu M. K., & Liu S. S. (2008). The Moderating Role of Institutional Networking in the Customer Orientation-Trust / Commitment Performance Causal Chain in China. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(2), 202-214.
- Mackey, A., T. B. Mackey., & J. B. Barney. (2007). Corporate social responsibility and firm performance: Investor preferences and corporate strategies. *The Academy of Management Journal*, 32, 817-835.
- Madhavan, A. (1996). Security Prices and Market Transparency. *Journal of Financial Intermediation*, 5(3), 255-283.
- Mahoney, L. S. (2012). Standalone CSR reports: A Canadian analysis. *Social & Environmental Accounting*, 6, 4-25.
- Marino, A. M., & Ozbas, O. (2014). Disclosure of status in an agency setting. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 105, 191-207.
- Mcp hail, J. (2014). ESG Disclosure, Corporate Governance and Firm Performance: Empirical evidence from UK, France, Germany, Japan and US markets 2008-2012. Masters Thesis University of East London Royal Docks Business School.
- Mohr, L. A., & Webb, D. J. (2005). The effects of corporate social responsibility and price on consumer responses. *The Journal of Consumer Affairs*, 39(1), 121-147.
- Moran, P. (2005). Structural vs. relational embeddedness: Social capital and managerial performance. *Strategic Management Journal*, 26(12), 1129-1151.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational

- advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Najah, A., & Jarboui, A. (2013). Non-Financial Disclosure and Value Creation through Consumer Satisfaction in France. *Journal of Academic Finance*, 3.
- Ndungu, J. N. (2013). *The relationship between transparency, disclosure and financial performance of insurance Companies in Kenya*. University of Nairobi.
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(3), 265-282.
- Ogneva, M., Subramanyam, K. R., & Raghunandan, K. (2007). Internal Control Weakness and Cost of Equity: Evidence from SOX Section 404 Disclosure. *Accounting Review*, 82(5), 1255-1297.
- Orlitzk, M., & J. D. Benjamin. (2001). Corporate social performance and firm risk: A meta-analytic review. *Business and Society*, 40, 369-396.
- Patel, S., Balie, A., & Dallas, G. (2002). *Transparency and disclosure: Overview of Methodology and study results-United States*. SSRN Working Paper.
- Peng, M. W., & Luo, Y. (2000). Managerial Ties and Firm Performance in a Transition Economy: The Nature of a Micro-Macro Link. *Academy of Management Journal*, 43(3), 486-501.
- Peter, J. Boettke. (1994). *The Market Process*. Edward Elgar Publishing.
- Peyer, U. C., & Shivdasani, A. (2001). Leverage and Internal Capital Market: Evidence From Leveraged Recapitalizations. *Journal of Financial Economics*, 59(3), 477-515.
- Pirvu, C., Domnisoru, S., & Vinatoru, S. (2018). Internal control and social responsibility. *Current Issues in Corporate Social Responsibility: An International Consideration*, 111-124.
- Pitelis, C. N. (2007). A behavioral resource-based view of the firm: the synergy of Cyert and March (1963) and Penrose (1959). *Organization Science*, 18(3), 478-490.
- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Mohammad, S. (2018). The impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance: Evidence from the GCC Islamic banking sector. *Journal of Business Ethics*, 151, 451-471.
- Podolny, Joel. M., & Page, Karen. L. (1998). Network forms of organization. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 57-76.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Porter, M. E., & Linder, C. (1995). Green and Competitive: Ending the Stalemate. *Harvard Business Review*, 73(5), 120-134.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6, 65-78.
- Rahman, A. R. (2002). Incomplete Financial Contracting, Disclosure, Corporate Governance and

- Firm Value -with Evidence from a Moderate Market for Corporate Control Environment. *Ssrn Electronic Journal*, 9,1-51.
- Rezaee, Z., & Tuo, L. (2019). Are the Quantity and Quality of Sustainability Disclosures Associated with the Innate and Discretionary Earnings Quality. *Journal of Business Ethics*, 155(3),763-786.
- Shea, L. J. (2010). Using consumer perceived ethicality as a guideline for corporate social responsibility strategy: A commentary essay. *Journal of Business Research*, 63(3), 263-264.
- Sheldon, O. (1924). *The social responsibility of management, the philosophy of management*. London: Sir Isaac Pitman and Sons Ltd.
- Shroff, N., Verdi, R. S., & Yu, G. (2014). Information environment and the investment decisions of multinational corporations. *The Accounting Review*, 89(2), 759-790.
- Soana, M. G. (2011). The Relationship Between Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance in the Banking Sector. *Journal of business ethics*, 104(1), 133-148.
- Spence, M., & Zeckhauser, R. (1971). Insurance, Information and Individual Action. *American Economic Review*, 61(2), 380-387.
- Steven, M. Fazzari., Glenn Hubbard R., & Bruce, C. Petersen. (1988). Financing constraints and corporate investment. *Brookings Paper on Economic Activity*, 1, 141-206.
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. *American Economic Review*, 71(3), 393-410.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy, strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Szymanski, D. M., Troy, L. C., & Bharadwaj, S. G. (1995). Order of entry and business performance: An empirical synthesis and reexamination. *Journal of Marketing*, 59(4), 17-33.
- Tilt, C. A. (2016). Corporate social responsibility research: the importance of context. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 1-9.
- Usman, A. B & Amran, N. A. B. (2015). Corporate Social Responsibility Practice and Corporate Financial Performance: Evidence from Nigeria Companies. *Social Responsibility Journal*, 11(4), 749-763.
- Waweru, F. W., Memba, F. S., & Njeru, A. (2016). Relationship between forward-looking information disclosure and financial performance of non-financial firms listed in Nairobi securities exchange, Kenya. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(11), 654-669.
- Wu, S. W., Lin, F. Y., & Wu, C. M. (2014). Corporate Social Responsibility and Cost of Capital: An Empirical Study of the Taiwan Stock Market. *Emerging Markets Finance & Trade*, 50(1), 107-120.
- Xin, X. Sean., Zhang, X. Q. (2013). Impact of Wikipedia on Market Information Environment:

Evidence on Management Disclosure and Investor Reaction. *Management Information Systems Quarterly*, 37(4), 1043-1068.

Zeghal, D., & Ahmed, S. A. (1990). Comparison of social responsibility information disclosure media used by Canadian firms. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 3(1), 38-53.

Zhang X., Zhang H., & Song M. (2019). Does social Capital increase innovation speed? empirical evidence from China. *Sustainability*, 11(22), 6432.

## 致谢

栉风沐雨，与跌跌撞撞中走过博士学习的这三年多时光，几多感怀，亦收获满满。时至今日，仍然记得 2019 年 8 月踏上前往泰国的那一刻，异国风情，不一样的学习环境，在这里让我受益良多。时光流逝，美好的时间总是短暂的，回忆这三年多来学习和研究过程，给我留下了深刻而难忘的回忆。记得图书馆里的经常坐的书桌，记得课堂上和同学们的每次分享，记得校园里的美景，也记得食堂里的珍馐.....，在校园里的每一刻在此时都显得那么的美好。

博士学习是我人生一段重要的经历，是我一生中珍贵的宝藏。感恩我的导师贺明明老师，她对我因材施教，亲和温暖。在学习和写作博士论文的过程中，我的导师总是不辞辛劳，一字一句地批阅我的博士论文，她严谨的学术作风和一丝不苟的学术态度深深的影响着我，将是我一生学习的楷模，她的谆谆教诲和悉心指导给予我动力和方向，在未来的工作和研究过程中，我会时刻牢记老师的教诲，保持严谨的学术作风。很幸运能够在博士学习期间遇见我的导师，您的治学精神是我继续畅游在学术研究中的动力，永远策我自省、催我奋进。

同时，我要感谢 Pattanant 教授，王珊珊老师以及我们 CIBA 学院的每一位老师，正是由于他们的认真栽培，我才能在博仁大学顺利完成学业，向我人生下一段旅程前行；更要感谢答辩委员会的每一位老师，您们的每一次审阅和中肯的意见让我在撰写论文的过程中有了更加明确的方向，我的论文书写和答辩过程才能如此顺利。

在这三年多的时间里，我经历了很多事，在这一边学习，一边照顾孩子的日子中，是我一生中非常一段幸福的时光，很庆幸在博士学习期间有孩子的陪伴，让我坚定地走完这一段人生重要的旅程，他每一句带着奶音说出的：“妈妈，加油哦”，都是对我最大的鼓励。以及我的李先生，从遇见他到有了我们的小家，一直以来他从未要求过我应该怎么样做，而是一直鼓励我去追求自己想要做的事情，他陪伴了我攻读硕士学位，又和孩子一起陪伴我攻读博士学位，感谢他对我的支持。还有我的父母，从小到大，无论发生任何事，妈妈的话总能让我冲散一切阴霾，爸爸的教诲总能让我更加清醒坚定，他们是我的避风港湾，是我前行的动力源泉。

最后，也要感谢我们班的每一位同学，在学习过程中给予我的帮助支持和鼓励，能够在博士学习期间遇到大家，我感到非常幸运。

行文至此，论文已接近尾声。老师的谆谆教导，同学们的关心鼓励，家人的支持，都让我难以忘怀。感谢在博士期间经历和遇见的一切人事物，每一份经历都弥足珍贵，这将是人生中一笔宝贵的财富，感谢大家！

李梦然

Dhurakij Pundit University, CIBA

2022年12月30日



## 声明

作者郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下进行研究工作所取得的成果。尽我所知，除文中已经注明引用内容和致谢的地方外，本论文不包含其他个人或集体已经发表的研究成果，也不包含其他已申请学位或其他用途使用过的成果。与我一同工作的同志对本研究所做的贡献均已在论文中做了明确的说明并表示了谢意。若有不实之处，本人愿意承担相关法律责任。

学位论文题目：社会责任信息披露质量对企业绩效的影响研究

作者签名： 李梦然

日期： 2023 年 2 月 28 日

## 个人简历

姓名： 李梦然

学历：

2018 硕士学位 法学，专业方向：马克思主义中国化研究  
华中师范大学

2012 本科学位 专业/方向：信息技术应用与管理  
中国解放军信息工程大学

职业： 无

E-mail: 756931097@qq.com