

城市声誉促进了企业社会责任履行吗?

——来自文明城市评选的自然实验

徐换歌¹,陈波²

(1. 西南交通大学 公共管理学院,四川 成都 610031;2. 暨南大学 经济学院,广东 广州 510632)

摘要:城市声誉是一种无形资产,能给城市发展带来机遇,增强城市内部利益相关者对城市的认可度和忠诚度。然而,目前学界关于城市声誉潜在影响的实证研究较少,作为城市综合类称号中的金字招牌,全国文明城市的评选能否带来“声誉效应”?基于2010—2019年中国A股上市公司的数据,运用双重差分的方法,将文明城市的评选作为准自然实验,分析了上市公司所在城市被评选为文明城市对企业社会责任的影响。研究表明,上市公司所在城市被评选为文明城市强化了企业社会责任,且从长期来看,作用效应不断增强。异质性分析结果发现,这种政策效应在国有企业以及东部地区更加显著。进一步的机制分析表明,文明城市的评选主要通过从内部激发企业家精神,以及从外部强化制度监管来提升企业社会责任。安慰剂检验等一系列的稳健性检验支持了上述结论。

关键词:城市声誉;文明城市评选;企业社会责任;双重差分

中图分类号:F830.91 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-6049(2022)04-0066-11

一、问题的提出

随着社会经济的不断发展以及信息技术的日新月异,城市问题也逐渐走向复杂化,而企业作为城市中的重要利益主体,对城市治理的意义不言而喻,促进其承担社会责任已经成为地方政府和社会公众的共识。企业社会责任要求企业必须超越把利润作为唯一目标的理念,强调企业生产过程中对人的价值的关注,强调对环境、消费者以及社会的贡献^[1]。为了促进企业更好地履行社会责任,中央政府和管理机构都开始引导企业披露社会责任。深圳证券交易所和上海证券交易所于2006年和2008年先后发布了《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》。2020年7月,习近平总书记在企业家座谈会上指出,企业既要有经济责任、法律责任,也要有社会责任、道德责任。这进一步说明了企业履行社会责任的必要性。

然而,《中国企业社会责任研究报告》显示(如图1所示),当前中国企业300强社会责任发展指数仍处于起步阶段,尚未建立完整的社会责任管理体系,社会责任各项指标的披露也较为零散。因而,如何鼓励企业积极履行社会责任、增进社会福利是一个亟须解决的问题。企业社会责任的履行不仅能够为企业创造价值,而且较高的社会责任能够转化为企业潜在的社会资本,当公司整体的信任水平受到负面冲击时,这种潜在社会资本的回报就会显现^[3]。此外,企业社会责任的履行也能够促进公司社会资本的积累

收稿日期:2021-11-24;修回日期:2022-06-11

基金项目:国家自然科学基金青年项目“绿色信贷政策的环境治理有效性、作用机制及撬杆效应研究”(71904115)

作者简介:徐换歌(1989—),女,河南平顶山人,经济学博士,西南交通大学公共管理学院助理教授,研究方向为环境政策、企业社会责任;陈波(1996—),男,江西萍乡人,暨南大学经济学院博士研究生,研究方向为企业社会责任。

和长期利润的增长^[4]。鉴于其重要性,学者们对企业社会责任的影响因素进行了较多的研究。一种观点认为,企业内部因素对企业社会责任具有重要作用,如创新等企业家精神^[5]、高管的性别^[6]、海归经历^[7]、股权结构^[8]等;另一种观点则认为,外部因素对企业社会责任具有促进作用,如政府补助^[9]、社会信任^[10]、政府外部的监管^[11]。尽管研究者们关注到了这些内外部因素对企业社会责任的影响,但较少关心企业所在城市的声誉对企业社会责任的影响。城市声誉是单个利益相关者对城市满足众多利益相关者需求和期望能力的看法的集合^[12],是一个城市的无形资产,彰显了城市在各方面的成熟度和价值。作为一种中国特色的城市治理方式,中央文明委牵头举办的全国文明城市评选活动在提升城市声誉以及城市整体素质方面发挥了重要作用。

更为重要的是,文明城市创建与企业发展息息相关。因为文明城市的创建为企业发展带来了良好的环境,而企业按照文明城市创建标准依法经营,争做有担当的企业,也是文明城市的基础工作。在现有的文献中,学者们从两个方面评估了入选文明城市的“城市声誉”效应。一方面,从宏观角度探究了文明城市对经济发展^[13]、产业结构^[14]的影响;另一方面,从微观角度探讨了入选文明城市对微观个体行为的影响,如企业排污^[15]、个体劳动力的流入选择^[16]等。然而,较少学者关注文明城市建设的“声誉效应”对企业社会责任的影响。文明城市评选对企业而言,既是一种强有力的激励,也是一种约束。其原因在于,一方面,文明城市称号因其“含金量高、创城难度大”成为地方官员竞争的目标,这必然会强化其监管的动力;另一方面,文明城市称号可能会激发企业的责任感和荣誉感。因此,文明城市建设究竟能否激发企业履行社会责任动力?如果答案是肯定的,那么,这其中的影响机制是什么?这些均未得到实证的检验。

鉴于企业在现代城市治理中的关键作用,引导和促进企业承担社会责任,共同推动城市价值提升,成为未来城市发展的关键。为此,本文利用2010—2019年中国A股上市公司的数据,考察了文明城市建设与企业社会责任之间的因果效应、机制以及异质性。本文的创新之处在于:(1)在研究内容上,借助于文明城市评选这一准自然实验,识别了城市声誉对企业社会责任的影响以及作用机理,有助于理解文明城市评选的理论和工具意义。(2)在研究方法上,与以往研究企业社会责任的方法不同,本文借助于双重差分这一因果识别方法,较为有效地评估了文明城市的“声誉效应”。(3)扩展了有关企业社会责任研究的文献,理清文明城市建设与企业社会责任之间的关系,有助于促进企业参与城市治理并积极履行社会责任。

本文结构安排如下:第二部分分析了上市公司所在城市被评选为文明城市对企业社会责任提升的作用机制,并提出了相应的研究假说;第三部分是数据介绍、方法与描述性统计;第四部分是实证结果分析,包括基准回归、异质性以及稳健性检验;第五部分则从影响机制的角度进一步分析了文明城市评选是如何影响企业社会责任的;最后是结论与政策建议。

二、作用机制与研究假说

(一) 文明城市评选对企业社会责任的影响

创建文明城市不仅是提高城市治理水平的速成机制,也是稳定城市治理质量的多功能机制^[17]。与其他的组织一样,城市也在区域间、国家间甚至世界范围内展开竞争。在这样的竞争环境下,城市声誉构

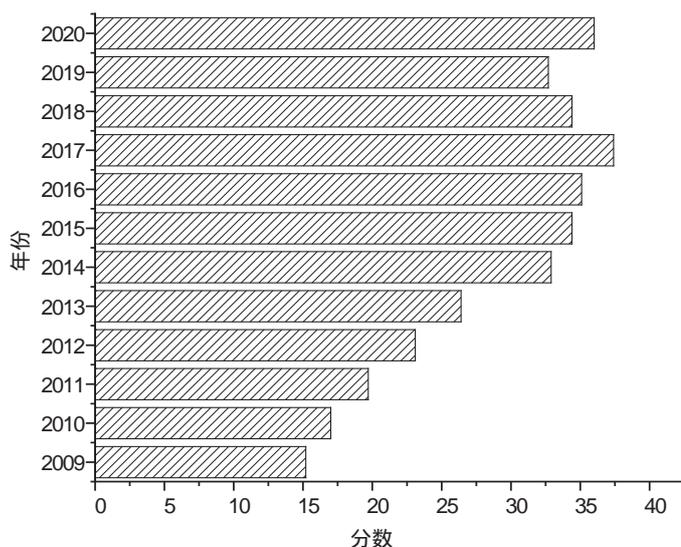


图1 2009—2020年中国企业300强社会责任发展指数

数据来源:2020年《中国企业社会责任研究报告》^[2]。

成了城市竞争力的重要资源。研究者们对城市声誉的潜在后果进行研究评估。Aula and Harmaakorpi^[18]对拉赫蒂市的研究表明,积极地发展声誉可以提高城市区域竞争力。朱金鹤等^[16]的研究表明,入选文明城市能够通过提升城市本身的价值,进而对劳动力的流入形成拉力作用。还有研究表明,良好的城市声誉有助于增加经济活动、降低失业率,但并未提升净迁移率^[12]。由此可知,城市声誉可能对企业行为带来良性的影响。

社会身份认同理论认为,社会成员倾向于执行与其社会身份一致的活动,并倾向于拥护支持其社会身份的组织。Baer *et al.*^[19]的研究表明,积极的组织声誉能够为在这些组织工作的员工带来好处,组织声誉可以通过员工对荣誉的感知,强化组织认同,减少情绪衰竭。上市公司所在城市被评选为文明城市会改善企业自身的行为,强化其对城市的认同、情感和承诺,进而影响其行为。湛仁俊等^[15]的研究发现,授予全国文明城市称号,这种荣誉的力量能够激励企业强化污染减排。此外,企业也有获得合法性身份的需求,政府和社会可对企业行为的适当性进行评价^[20-21]。一方面,企业和社会之间存在着超越普通合同规则的隐形契约,即社会支持企业,赋予其改变市场均衡的权力,但企业也必须以更负责任的方式行事,做到关怀员工、保护环境、投资教育等,以维护企业的组织合法性^[21-22];另一方面,政府在文明城市的评选标准中,在规范守信的市场环境模块对市场监管、社会诚信体系建设等都提出了一定的要求,而政府对这些评价指标达标的要求将转化为政府对企业行为规范性和适当性的要求。此外,企业也需要基于社会责任向多元利益相关主体释放积极的信号以缓解运营风险,缓解企业的政策不确定性^[23]。因此,为了获得合法性的身份,企业将不遗余力地改进自身行为,为达到文明城市的评选标准贡献自己的力量,以应对地方政府的行为适当性评价,同时满足自身的身份合法性需求。

此外,还有学者通过对4792宗公司并购案例的研究,证实了国家声誉对国际并购市场反应的影响,研究认为,来自声誉较好母国的公司被认为比来自声誉较差国家的公司具有更好的能力,从而提高并购成功的可能性^[24]。因此,本文认为,入选文明城市名单能够为城市带来良好的声誉,而企业作为城市内部的利益相关者,提高了其自身的责任感和荣誉感,也更有可能带有城市本身的积极烙印,主动提高其社会责任。据此,本文提出有待检验的假说1。

假说1:上市公司所在城市被评选为文明城市有助于提升企业社会责任。

(二) 文明城市评选影响企业社会责任的作用机理

企业社会责任弥补了企业产权关系模糊、政府监管不完善等缺陷,是构建和谐社会、实现社会全面协调发展的重要力量^[22]。Fox *et al.*^[25]认为,公共部门可以通过提升意识、促进、合作以及强制性要求这四种方法来改善企业社会责任建设。地方政府主导的文明城市建设从内外两个方面为企业社会责任的履行提供了动力机制。

从外部分析来看,地方政府被认为是推动企业社会责任承担的重要主体。沈奇泰松和蔡宁^[26]从企业社会责任的发生机制出发,认为政府条件完备型是地方政府激发企业承担社会责任的类型之一,也即地方政府能够依靠善治和法治的理念以及创新工作模式的方法推动企业承担社会责任。邓泽宏和何应龙^[27]认为,政府制定法律、法规也是促进企业履行社会责任的重要方式之一。在文明城市的评选过程中地方政府有充足的动力通过强化法律监管,迫使企业履行社会责任。一方面,2003年至今,中央政治局常委通常会兼任文明办主任,获奖城市的地方政府一把手会获得进京授奖的机会,这也是其他评比类活动所不具备的条件^[28],这种权威表彰能激发地方政府获取文明城市称号的动力;另一方面,文明城市的评选结果也与地方官员的晋升有很大的关联性。为此,地方政府一般会在文明城市建设过程中对标相关的评估标准,并通过健全法律体系、完善打击假冒伪劣的监督与投诉机制、开展整治虚假违法广告工作等,建立诚实守信的市场环境^[29]。这些执法与监管在一定程度上促进了企业对法律法规的遵从,并以更加符合社会责任的行为从事商业活动。

从内部分析来看,企业是否积极承担和履行社会责任,取决于利益相关者能否建立起一套关于企业道德、伦理信任和互助机制的行为规则,减少信息不对称和交易成本,改善企业的地位,引导企业优化其内在价值^[22]。与此同时,强烈的道德准则、伦理信任、创新精神、合作意识、济世精神等均属于企

企业家精神的内涵^[5,30-31]。在文明城市评估过程中,地方政府主要通过两个方面从内部激发企业家精神。一方面,在各界人士和企业家中开展“重修养、重社会责任”等的宣传活动,激发企业家内在的合作意识,激励企业家树立道德准则,增强企业家自身的荣誉感和使命感;另一方面,尽管文明城市建设从多方面对企业的行为进行了规范,但同时地方政府也采取缩短审批时间、维护企业合法权益等措施为企业服务,为企业创造了良好的营商环境,激发企业创新创业热情。

综上所述,当公共政策和自愿行动成为“合作型规制结合体”的一部分时,他们会相互强化并以积极的方式相互配合^[32-33]。也即文明城市评选所实施的监管与企业家精神的作用,这两种因素的内外耦合下共同以积极的方式作用于企业社会责任,为此,本文提出假说2。

假说2:文明城市评选主要通过强化外部监管压力以及从内部激发企业家精神来促进企业社会责任的提升。

三、数据、方法与描述性统计

(一) 数据来源

本文以2010—2019年中国A股上市公司作为样本,并从和讯网搜集了企业社会责任的数据。在本文的样本期内,共有五个批次的文明城市评选活动。本文将第二至第五批次的文明城市入选名单作为依据,并将各批次文明城市的名单与上市公司的数据相匹配。本文之所以把数据年份限定在2010—2019年,主要考虑到和讯网最早发布关于企业社会责任数据的年份为2010年,尽管该网站最新的数据已经更新到2020年,但考虑到2020年文明委又发布了新的文明城市名单,该批次的政策效应尚未显现。

企业的基本信息以及各项财务数据来自国泰安(CSMAR)数据库。需要说明的是,本文删除了ST、PT、金融类、保险类这些财务指标比较特殊的企业,以及资不抵债的企业。同时,为了降低极端值对回归分析结果的影响,本文还对所有的连续变量进行了上下1%的缩尾处理,以保障结果的稳健性。

机制变量的数据分别来自中国研究数据服务平台(CNRDS)以及樊纲等人编制的市场化指数。考虑到创新活动是一件投入大而收益难以预测的活动,因此,这需要企业家具有强烈的济世精神、合作意识、开拓能力,而这些都是企业家精神的重要维度。为此,本文参照李政和刘丰硕^[34]的研究,用CNRDS企业层面的申请专利数据作为企业家精神的代理变量。另一个机制变量为监管压力,本地区的法律化水平越高,被监管对象可能就会面临越高的监管压力。考虑到数据限制,本文以樊纲等人编制的市场化指数中的法律法规作为代理变量,该数据得到了大量研究者的认可。本文在原有数据的基础上借鉴马连福等^[35]的研究,按照历年市场化指数的平均增长幅度预测了2017—2019年的市场化指数,最终形成2010—2019年的面板数据,并与公司层面数据相匹配。

(二) 研究方法

文明城市的评选制定了详细的评估标准,并且通过设立退出机制以保障评选效果。与入选文明城市之前以及未能入选文明城市的城市相比,该地区的企业所受到的激励效应可能会产生差异,这就为我们运用双重差分的方法评估这种差异提供了实证研究的场域。借鉴Liu and Mao^[36]的做法,本文通过构造固定效应模型,识别入选文明城市名单这一重要的城市声誉对企业社会责任的激励效应,并设定如下基准模型。

$$CSR_{it} = \alpha_i + \beta_1 Post_{it} \times Treat_{it} + \lambda X_{it} + \tau_{year} + \mu_{industry} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, CSR 为企业社会责任, $Post$ 代表某个上市公司所在城市获得文明城市称号的时间变量, $Treat$ 为上市公司所在城市是否被选入文明城市名单。在本文选定的时间区间内,若上市公司所在城市入选了文明城市名单,则 $Treat$ 记为1,否则为0;同样,若在第 t 年上市公司所在城市入选了文明城市名单,则 t 年以及以后为1,否则为0。 X 为控制变量,下标 t 和 i 分别代表时间和公司, T_{year} 和 $\mu_{industry}$ 分别代表时间固定效应和行业固定效应。

(三) 变量的定义

1. 因变量:企业社会责任(CSR)

考虑到企业社会责任已得到广泛应用,而和讯网的企业社会责任数据较全,样本规模比较大,具

有典型的代表性。因此,本文搜集了和讯网企业社会责任数据,该数据主要从股东责任、员工责任、环境责任、社会责任以及供应商、客户和消费者权益责任5个方面来评估企业的社会责任,综合反映了企业在促进社会和企业的发展、维护员工权益等方面的表现,指标的设计较为全面和合理。

2. 自变量:城市声誉(*Treat × Post*)

本文借助于文明城市评选这一重要的自然实验,作为城市声誉的代理变量。全国文明城市每3年评选一次,我们从文明网搜集了相关的城市名单。基于自然实验现有的研究思路,将评为文明城市的城市作为处理组,未评选上文明城市的城市作为对照组,并将上述数据与上市公司的数据相匹配。在分组变量(*Treat*)的设置上,处理组的城市设置为1,对照组为0。政策冲击变量*Post*的设定则按照入选年份编码,需要说明的是,青岛、深圳、中山等城市在部分年份被剔除了文明城市名单,对此,我们将这些年份设置为0,以避免高估政策效应。

3. 控制变量

影响企业社会责任的因素有很多,参考现有文献^[6-7]中的做法,我们选取了企业的债务率(*Lev*)、盈利率(*Roa*)、第一大股东持股(*Topholder*)、独董比例(*Independ*)、企业的资产(*Lnasset*)、以及公司成立年限(*Establish*)等作为协变量,以控制其他因素对研究结果的干扰。表1为描述性统计结果。

表1 描述性统计结果

变量	样本量	均值	标准差	最小值	最大值	中位数
<i>CSR</i>	24 641	24.412	16.352	-18.450	90.870	21.790
<i>Treat</i>	24 641	0.802	0.399	0.000	1.000	1.000
<i>Post</i>	24 641	0.725	0.447	0.000	1.000	1.000
<i>Topholder</i>	24 618	35.456	15.142	8.800	75.840	33.570
<i>Lev</i>	24 641	0.424	0.212	0.047	0.892	0.415
<i>Roa</i>	24 641	0.042	0.054	-0.180	0.199	0.039
<i>Lnasset</i>	24 641	22.004	1.301	19.489	26.000	21.830
<i>Independ</i>	24 574	0.374	0.053	0.333	0.571	0.333
<i>Establish</i>	24 641	16.961	5.731	1.000	61.000	17.000

四、实证结果分析

首先对文明城市评选影响企业社会责任的基准回归进行了分析,然后对不同企业性质、规模以及地区的异质性分析,最后是基于不同方法和变量的稳健性检验。

(一) 基准回归

表2展示了双向固定效应下文明城市对企业社会责任影响的基准回归结果,第(1)列和第(2)列分别为未加入与加入控制变量之后的结果。可以看出,文明城市评选对企业社会责任的影响回归系数分别为1.9998、0.9339,且均在1%的水平下显著为正,也即文明城市评选促进了企业社会责任的提升。这说明了当上市公司所在城市被评选为文明城市的在一定程度上激发了企业的认同感,促进了其社会责任的履行。我们的假说1得到了证实。

(二) 异质性分析

1. 不同企业性质的异质性

我们按照企业性质的差异将样本分为国有企业组和其他组,从表3模型(1)和模型(2)来看,入选文明城市名单对企业社会责任的影响系数为1.1048,且在1%的水平下显著为正,而对非国有企业则不显著。这一结果可能是因为相对于非国有企业,国有企业对地方政府的依赖性更强,国有企业的产权形式不同于私人企业,政府往往借助于国有企业履行社会责任,实现公共利益的目的。

表2 文明城市对企业社会责任的影响分析

变量	(1)	(2)
	<i>CSR</i>	<i>CSR</i>
<i>Treat × Post</i>	1.9998*** (0.2421)	0.9339*** (0.2181)
<i>Topholder</i>		0.0393*** (0.0065)
<i>Lev</i>		-7.6127*** (0.5597)
<i>Roa</i>		80.0966*** (1.9862)
<i>Lnasset</i>		4.3667*** (0.0970)
<i>Independ</i>		1.5200 (1.7174)
<i>Establish</i>		0.0499*** (0.0172)
<i>_cons</i>	23.0527*** (0.1901)	-75.2945*** (2.1410)
观测值	24 641	24 572
行业效应	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes
R ²	0.0032	0.1851

注:***、**和*分别表示在1%、10%和5%的显著性水平下显著,括号内为稳健性标准误。

标^[37]。因而,在文明城市评选过程中,国有企业在政策执行方面受到地方的约束力度更大,因而承担的企业社会责任可能也就越多。

2. 不同企业规模的异质性

一般而言,相对于小公司,大公司在规模、盈利能力等方面都较强,因而,公众对大公司的社会期望也更加高,期望他们以更负责任的方式行事。为此,我们以企业资产的中位数作为分类依据,进行分组回归。从表3中列(3)和列(4)的结果来看,尽管入选文明城市对大公司和小公司的社会责任均显著为正,但对大公司的作用更强。这也与我们的预期相一致。

3. 不同地区的异质性

考虑到东部地区与中西部地区经济发展、制度水平的差异,入选文明城市之后带来的城市声誉效应可能也会有所差异,为此,我们根据公司所处地理位置将其分为东部地区和中西部地区。从表3中列(5)和列(6)的结果来看,入选文明城市更能促进东部地区所在城市的企业社会责任的增加。可能的原因是,在文明城市评选过程中,东部地区优越的制度发挥了更高的监管效力,从而增加了企业社会责任履行的压力。

表3 文明城市对企业社会责任影响的异质性

变量	(1) <i>SOE</i>	(2) <i>NSOE</i>	(3) <i>Small</i>	(4) <i>Big</i>	(5) <i>East</i>	(6) <i>Other</i>
<i>Treat × Post</i>	1.104 8*** (0.376 4)	0.353 9 (0.242 4)	0.680 9*** (0.243 2)	0.885 9*** (0.325 0)	0.943 0*** (0.268 8)	-0.330 5 (0.354 0)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>_cons</i>	-87.436 0*** (3.495 4)	-52.273 8*** (2.588 9)	-48.133 2*** (4.267 9)	-88.555 2*** (3.664 1)	-77.931 7*** (2.375 2)	-66.157 6*** (3.608 5)
观测值	9 274	14 548	12 288	12 284	16 677	7 894
行业效应	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.198 9	0.170 0	0.147 2	0.166 2	0.189 7	0.161 5

注:***、**和*分别表示在1%、10%和5%的显著性水平下显著,括号内为稳健性标准误。

(三) 稳健性检验

1. 平行趋势检验

本文参照 Beck *et al.*^[38]对文明城市评选影响企业社会责任的平行趋势进行检验。一方面,若处理组和对照组的变化趋势不一致就会违背双重差分方法运用的重要前提;另一方面,文明城市评选对企业社会责任的长期影响是动态变化的,观察其长期效应对评估政策的科学性、有效性大有裨益。为此,我们对文明城市评选影响企业社会责任的平行趋势和动态效应进行了估计,结果如图1所示。可以看出,在文明城市评选的前几年,政策处置效应的系数并不显著,这说明在未入选文明城市之前,处置组公司和对照组公司的平行趋势基本一致。在政策实施当年,政策处置效应也不显著,可能的原因是,文明城市评选对企业社会责任的影响存在滞后效应。反观政策实施之后的几年,尽管部分年份的影响效果有所波动,但文明城市评选对企业社会责任的影响呈现上升的趋势。这也从侧面说明了地方政府越来越重视自身的城市声誉建设,并希望通过城市声誉建设,有效吸纳各个城市治理主体参与城市治理,履行自身使命。

2. 安慰剂检验

为排除企业社会责任受到其他不能观测到的遗漏变量的影响,本文借鉴 Li *et al.*^[39]的做法,通过分步骤随机抽取与当年处理组相同的样本进行间接检验。同时使用基准回归结果作为比较对象。同时,为了提高估计的识别能力,本文采取随机抽取500次的方法,图2为安慰剂检验的

结果, X 轴代表“伪处理组”回归系数的大小, Y 轴为概率密度, 垂直的虚线代表真实的估计值。可以看出, 相对于随机抽取的估计系数, 真实的估计系数是一个明显的异常值。这表明本研究的估计结果不可能是随机得到的, 反之, 随机设置的政策样本并没有出现政策效应, 真实的政策效应来自本文的估计结果。文明城市评选对企业社会责任的正向影响并非来自遗漏变量的影响。

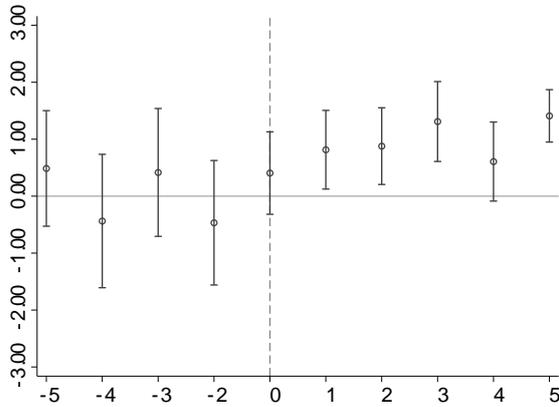


图1 平行趋势与动态效应

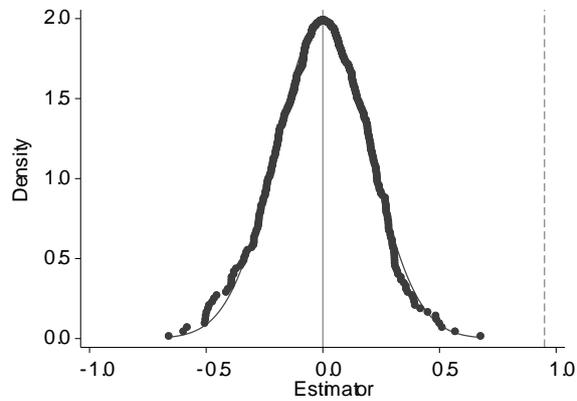


图2 安慰剂检验

3. 替换被解释变量

为进一步证明基准回归结果的稳健性,我们对被解释变量进行替换,在和讯网社会责任评估数据中,除了评分外,评估者还根据企业的评估结果将其分为 A、B、C、D、E 五个等级, A 级为最好, E 级为最差。我们对该结果进行重新正向赋值,并将评级的结果作为企业社会责任的替代变量进行回归。从表 4 的结果来看, 无论是否加入控制变量, 文明城市的评选对企业社会责任的影响均显著为正。这进一步说明了假说 1 结果的稳健性。

4. 工具变量估计

虽然本文使用了一系列控制变量与固定效应以降低估计偏误, 但仍然可能存在内生性问题, 尤其是企业社会责任与城市声誉之间的互为因果问题。一方面, 城市声誉会激励企业提高社会责任; 另一方面, 也可能正是由于企业具有良好的社会责任, 所在城市才有更高的概率获得全国文明城市荣誉。因此, 本文使用城市景区数量作为文明城市的工具变量, 以缓解可能存在的内生性问题。

合格的工具变量要满足相关性与排他性约束两个核心条件。从相关性来讲, 各个地区的景区数量, 尤其是名胜古迹的数量, 往往与城市的声誉水平有着很高的相关性。景区数量越多, 越能吸引更多的外地游客, 该城市的声誉也会越高。从排他性约束来讲, 各地景区多为历史人文景观与地理景观, 数量的多寡取决于该城市的历史底蕴与自然条件, 具有较高的外生性。具体来讲, 本文使用各城市 A 级景区数量之和作为工具变量^①, 进行两阶段最小二乘法 (2SLS) 估计, 其中景区所在城市与评定年份来源于中国文化和旅游部的旅游名录。

表 5 汇报了工具变量的估计结果。一阶段估计结果显示, 景区数量 ($Area$) 对全国文明城市评比具有显著的正向影响, 这一点与预期相符。一阶段回归的 F 值为 6 777, 远大于经验法则规定的 10, 说

表 4 替换被解释变量

变量	(1)	(2)
	<i>Level</i>	<i>Level</i>
$Treat \times Post$	0.0166*** (0.0039)	0.0083** (0.0038)
控制变量	No	Yes
$-cons$	0.0576*** (0.0030)	-1.0942*** (0.0398)
观测值	24 641	24 572
行业效应	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes
R^2	0.0009	0.0629

注: ***、** 和 * 分别表示在 1%、10% 和 5% 的显著性水平下显著, 括号内为稳健性标准误。

①具体包括 A、AA、AAA、AAAA、AAAAA 五级景区。

明不存在弱工具变量问题。二阶段估计中, Kleibergen-Paap rk LM 统计量也拒绝了工具变量识别不足的原假设。同时,交互项系数依然在 1% 的显著性水平下显著为正,且系数绝对值大于基准回归结果,说明文明城市确实可以有效提高企业社会责任,且 OLS 估计在一定程度上会低估这一效应。

五、影响机制分析

上述实证分析结果已经证实了文明城市的评选会显著提升企业社会责任,但是文明城市评选是如何影响企业社会责任的,其中间机制是什么?这是本部分关心的内容。为此,本部分主要从内部激励和外部监管两方面进行分析。

为了验证上述两条机制,在基准回归方程的基础上,借鉴温忠麟等^[40]检验中介效应的方法,在方程(1)的基础上发展出方程(2)和方程(3)。

$$M_{it} = \varphi_0 + \varphi_1 DID_{it} + \varphi_2 X_{it} + \tau_{year} + \mu_{industry} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$CSR_{it} = \phi_1 + \phi_1 DID_{it} + \phi_2 M_{it} + \phi_3 X_{it} + \tau_{year} + \mu_{industry} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

其中, M 为中介变量,分别代表企业家精神和地区的制度监管,其他变量的设定与公式(1)相同。表6的第(1)列和第(2)列为外部监管机制,可以看出,第(1)列中 $Treat \times Post$ 的系数显著为正,也即文明城市评选促进了地方政府对企业的外部监管。第(2)列中无论是 $Treat \times Post$, 还是监管变量系数均为正,这说明了地方政府强化监管又进一步促进了企业社会责任的提高。同理,从第(3)列和第(4)列的结果来看,文明城市评选从内部激发了企业家精神,而企业家精神又显著提升了企业社会责任。上述结论意味着文明城市的评选主要通过企业家精神和外部监管这两个机制提高了企业社会责任。这一结论验证了我们的假说2。

六、结论与政策建议

文明城市的评选是中央政府利用权威工具促进城市治理、提升城市品质的重要手段。与此同时,在文明城市创建过程中的督查、要求以及文明城市称号的动态管理等,是促进企业将自身的经营管理同城市建设相结合的过程,也是促进企业落实城市管理目标和履行社会责任的重要推力。企业作为城市内部的利益主体,只有积极参与城市治理,才有可能实现社会利益与企业利益的共同

表5 工具变量的估计结果

变量	(1)	(2)
	第一阶段	CSR
Area	0.0025*** (0.0000)	
$Treat \times Post$		2.7144*** (0.5736)
控制变量	Yes	Yes
$-cons$	0.4474*** (0.0546)	
观测值	24572	24572
行业效应	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes
Kleibergen-Paap rk LM		3.993*** [0.0000]
R ²	0.1471	0.1826

注:***、**和*分别表示在1%、10%和5%的显著性水平下显著,括号内为稳健性标准误。

表6 文明城市评选对企业社会责任的影响机制分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	Regulation	CSR	Entrepreneurship	CSR
$Treat \times Post$	1.0978*** (0.0225)	0.6091*** (0.2160)	0.0684*** (0.0180)	0.9013*** (0.2062)
Regulation		0.2958*** (0.0585)		
Entrepreneurship				0.4762*** (0.0733)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
$-cons$	7.5601*** (0.2143)	-77.5309*** (2.0113)	-10.9713*** (0.1711)	-70.0704*** (2.1198)
观测值	24572	24572	24572	24572
行业效应	Yes	Yes	Yes	Yes
年份效应	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.1049	0.1860	0.2447	0.1865

注:***、**和*分别表示在1%、10%和5%的显著性水平下显著,括号内为稳健性标准误。

增益的目标。然而,文明城市的建设对企业社会责任的影响究竟如何,需要进行有效的因果识别。

本文运用2010—2019年中国A股上市公司的面板数据,运用多期双重差分的方法,将文明城市的评选作为准自然实验,识别了上市公司所在城市被评选为文明城市对企业社会责任的影响。研究发现,上市公司所在城市被评选为文明城市有助于提升企业社会责任,且从长期来看,该作用效应不断增强。异质性分析表明,这种政策效应在国有企业、大公司以及东部地区更加显著。上市公司所在城市被评选为文明城市不仅从内部激发了企业家精神,而且强化了地方政府的外部监管,从而提升了企业社会责任。

基于以上分析结论,本文从政府和企业两个角度提出如下政策建议:(1)政府应有序推动文明城市建设,为企业社会责任的履行创造条件。企业社会责任的履行离不开政府“有形”之手的督促与支持^[41]。长期以来,城市建设都是以地方政府为主导,包括企业在内的其他治理主体的作用未能被有效发掘。因此,对于中央政府而言,应该严格把控文明城市的评选标准,严格退出机制,使文明城市建设成为提升城市声誉和品质的重要抓手。对于地方政府而言,要将文明城市建设与企业发展关联起来,对企业社会责任履行良好的企业给予相关的政策优惠,鼓励企业参与文明城市的创建工作,推动形成企业利益与社会利益“双赢”的局面。(2)企业应自觉将文明创建纳入企业管理的理念中,增强自身的荣誉感和责任感。一方面,企业应树立主人翁意识,将所在城市视为公司长远发展的重要支撑,并将文明城市建设同企业的发展战略、管理理念相结合,充分展示企业家精神;另一方面,企业应对照文明城市的标准,规范自身的营商行为,同时要激励员工提高个人素质,积极落实文明城市的创建工作,自觉遵守相关的制度规范,从而实现将城市声誉与企业社会责任融为一体的目标。

参考文献:

- [1]李增福,汤旭东,连玉君.中国民营企业社会责任背离之谜[J].管理世界,2016(9):136-148.
- [2]刘璐璐,李扬,彭华岗,等.中国企业社会责任研究报告2020[M].北京:社会科学文献出版社,2020.
- [3]LINS K V, SERVAES H, TAMAYO A. Social capital, trust, and firm performance: the value of corporate social responsibility during the financial crisis[J]. The journal of finance, 2017,72(4): 1785-1824.
- [4]DENG X, KANG J, LOW B S. Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: evidence from mergers [J]. Journal of financial economics, 2013,110(1): 87-109.
- [5]辛杰,吴创.企业家精神对企业社会责任的影响:领导风格的调节作用[J].财贸研究,2014(6):129-137.
- [6]吕英,王正斌,姚海博.女性董事、团体动力与企业社会责任——性别协同还是团体协同? [J]. 财经论丛,2021(4):94-105.
- [7]李心斐,程宝栋,许恒,等.高管“海归”背景有助于企业社会责任履行吗?——基于A股上市公司的经验数据[J]. 经济管理,2020(11):56-72.
- [8]冯晓晴,文雯,靳毓.多个大股东与企业社会责任[J].财经论丛,2020(10):64-74.
- [9]陈晓珊.政府补助与民营企业社会责任[J].财贸研究,2021(1):83-95.
- [10]CHEN S, CHEN Y, JEBRAN K. Trust and corporate social responsibility: from expected utility and social normative perspective[J]. Journal of business research, 2021,134(4): 518-530.
- [11]孙泽宇,齐保垒.放松卖空管制与企业社会责任——基于融资融券制度的准自然实验[J].当代财经,2020(2):125-137.
- [12]DELGADO-GARCÍA J B, DE QUEVEDO-PUENTE E, BLANCO-MAZAGATOS V. The impact of city reputation on city performance[J]. Regional studies, 2017,52(8): 1098-1110.
- [13]姚鹏,张泽邦,孙久文,等.城市品牌促进了城市发展吗?——基于“全国文明城市”的准自然实验研究[J]. 财经研究,2021(1):32-46.
- [14]刘哲,刘传明.文明城市对产业结构升级的影响效应研究——来自文明城市评选的准自然实验[J]. 产业经济研究,2021(1):43-55.

- [15] 谌仁俊,杨杰,戴成燕,等. 荣誉的力量:授予全国文明城市称号能否激励地方强化企业减排? [J]. 产业经济研究, 2021(2):71-84.
- [16] 朱金鹤,王雅莉,侯林岐. 文明城市评比何以促进劳动力流入? ——来自地级市的准自然实验证据[J]. 产业经济研究,2021(3):43-56.
- [17] 崔慧妹,周望. 城市治理的中国之道:基于“创城”机制的一项分析[J]. 学习论坛,2018(8):59-64.
- [18] AULA P, HARMAAKORPI V. An innovative milieu-a view on regional reputation building: case study of the Lahti urban region[J]. *Regional studies*, 2008,42(4): 523-538.
- [19] BAER M D, BUNDY J, GARUD N, et al. The benefits and burdens of organizational reputation for employee well-being: a conservation of resources approach[J]. *Personnel psychology*, 2018,71(4): 571-595.
- [20] ZHANG C, LIU Q, GE G, et al. The impact of government intervention on corporate environmental performance: evidence from China's national civilized city award[J/OL]. *Finance research letters*, 2022, [2022-0719]. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612319307275>.
- [21] MATTEN D, MOON J. “Implicit” and “Explicit” CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility[J]. *Academy of management review*, 2008,33(2): 404-424.
- [22] 苏冬蔚,贺星星. 社会责任与企业效率:基于新制度经济学的理论与经验分析[J]. 世界经济,2011(9):138-159.
- [23] 阳镇,凌鸿程,陈劲. 经济政策不确定性、企业社会责任与企业技术创新[J]. 科学学研究,2021(3):544-555.
- [24] LI C, SHENKAR O, NEWBERRY W E, et al. How country reputation differentials influence market reaction to international acquisitions[J]. *Journal of management studies*, 2021,58(6): 1609-1639.
- [25] FOX T, WARD H, HOWARD B. Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: a baseline study [M]. Washington: The World Bank, 2002.
- [26] 沈奇泰松,蔡宁. 地方政府推动企业社会责任承担的发生机制研究——基于浙江县(市、区)级数据的模糊集定性比较分析[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版),2021(3):208-223.
- [27] 邓泽宏,何应龙. 企业社会责任运动中的政府作用研究[J]. 中国行政管理,2010(11):45-48.
- [28] 黄少安,周志鹏. 非经济领域锦标赛与经济增长——基于“五连冠”全国文明城市的分析[J]. 财经问题研究,2020(7):3-13.
- [29] 石大千,胡可,陈佳. 城市文明是否推动了企业高质量发展? ——基于环境规制与交易成本视角[J]. 产业经济研究,2019(6):27-38.
- [30] DOLAN S L, GARCIA S. Managing by values: cultural redesign for strategic organizational change at the dawn of the twenty-first century[J]. *Journal of management development*, 2002,21(2): 101-117.
- [31] NORTH D C. Institution[J]. *Journal of economic perspectives*, 1991,5(1): 97-112.
- [32] 郝唯真,张华. 超越规则的治理:比较视角下的企业社会责任和政府角色[J]. 公共行政评论,2012(2):120-145.
- [33] TRUBEK D M, TRUBEK L G. New governance and legal regulation: complementarity, rivalry or transformation[J]. *Columbia journal of European law*, 2007,13: 539-564.
- [34] 李政,刘丰硕. 企业家精神提升城市全要素生产率了吗? [J]. 经济评论,2020(1):131-145.
- [35] 马连福,王丽丽,张琦. 混合所有制的优序选择:市场的逻辑[J]. 中国工业经济,2015(7):5-20.
- [36] LIU Y, MAO J. How do tax incentives affect investment and productivity? Firm-level evidence from China[J]. *American economic journal: economic policy*, 2019,11(3): 261-291.
- [37] 汤吉军. 国有企业性质再认识[J]. 江汉论坛,2021(7):48-53.
- [38] BECK T, LEVINE R, LEVKOV A. Big bad banks? The winners and losers from bank deregulation in the United States [J]. *The journal of finance*, 2010,65(5):1637-1667.
- [39] LI P, LU Y, WANG J. Does flattening government improve economic performance? Evidence from China[J]. *Journal of development economics*, 2016,123(C): 18-37.

[40] 温忠麟,张雷,侯杰泰,等. 中介效应检验程序及其应用[J]. 心理学报,2004(5):614-620.

[41] 刘春济,彭屹. 中国企业社会责任表现的制度环境效应:市场化、社会资本与行政监管的影响[J]. 南京财经大学学报,2018(1):77-88.

(责任编辑:王顺善;英文校对:葛秋颖)

Does City Reputation Promote Corporate Social Responsibility Fulfillment? Natural Experiment from Civilized City Selection

XU Huang¹, CHEN Bo²

(1. School of Public Administration, Southwest Jiaotong University, Chengdu 610031, China;

2. School of Economics, Jinan University, Guangzhou 510632, China)

Abstract: City reputation is an intangible asset that can bring opportunities for city development and promote recognition and loyalty among stakeholders within a city. However, there are few empirical studies on the consequences of city reputation. Can the selection of civilized cities, as the golden signboard of the comprehensive city designation, bring about the “reputation effect”? Based on the data of A-share listed companies from 2010 to 2019, using the difference-in-difference method and taking the selection of civilized city as a quasi-natural experiment, this paper examines the impact of location of listed companies being selected as a civilized city on corporate social responsibility. The study illustrates that location of listed companies being selected as a civilized city strengthens corporate social responsibility, and this trend shows continuous strengthening in the long run. The effect of being selected as a civilized city on CSR is more obvious in state-owned enterprises and in the eastern region. Further mechanism analysis shows that the selection of civilized cities enhances CSR mainly by stimulating entrepreneurship from inside and strengthening institutional regulation from outside. A series of robustness operations such as placebo tests support the findings of this paper.

Key words: city reputation; selection of civilized cities; corporate social responsibility(CSR); difference-in-difference

(上接第 32 页)

Development Strategy, Banking Structure and Income Distribution: Based on the Perspective of New Structural Economics

XIONG Debin^{1,2}, YANG Di¹

(1. School of Economics, Guizhou University, Guiyang 550000, China;

2. Center for the Application and Research of Marxist Economics, Guizhou University, Guiyang 550000, China)

Abstract: Common prosperity is a common expectation of the people and a major historical mission on the new journey of building a modern and powerful socialist country in an all-round way. To solidly promote common prosperity and give play to the important role of small and medium-sized enterprises in narrowing the urban-rural income gap, this paper builds a theoretical and logical mechanism for the development strategy and banking structure to influence the urban-rural income gap based on the perspective of new structural economics. The study shows that, following the development strategy of comparative advantage, the banking structure with small and medium banks as the mainstay has a direct effect on narrowing the income gap between urban and rural areas. By promoting the development of small and medium-sized enterprises, they will have an indirect negative impact on the urban-rural income gap. The influence of development strategy and banking structure on the urban-rural income gap is significantly heterogeneous in different regions. Development strategies that violate comparative advantages in the western region have the most significant effect on the expansion of the urban-rural income gap, while the banking structure dominated by small and medium-sized banks in the eastern region has the most strong negative driving effect on urban-rural income gap.

Key words: urban-rural income gap; development strategy; banking structure; development level of SMEs