

企业社会责任能力成熟度评价*

——以中国上市公司为例

肖红军¹, 胡叶琳², 许英杰³

(1. 中国社会科学院工业经济研究所, 北京 100836;

2. 北京融智企业社会责任研究所, 北京 100044;

3. 中国社会科学院研究生院, 北京 102488)

内容提要:企业社会责任能力成熟度是企业实现社会责任目标或构想所具有的知识、技能和意愿水平的综合度量,它揭开了企业社会责任从构想到行为、投入到结果的黑箱,并可划分为无能级、弱能级、本能级、强能级和超能级五个等级。本文通过构建企业社会责任能力成熟度评价的“钻石模型”和指标体系,对 2013 年中国上市公司市值最大的前 200 家公司的社会责任能力成熟度进行了评价,结果发现,中国上市公司社会责任能力成熟度整体较低,处于无能级。实证结果还显示,上市公司的规模、盈利性对企业社会责任能力成熟度具有显著的正向影响,上市公司的成长性和管理人员持股比例对企业社会责任能力成熟度具有显著的负向影响,上市公司的财务安全性对于企业社会责任能力成熟度没有显著的影响。

关键词:企业社会责任;企业社会责任能力;成熟度;上市公司

中图分类号:C270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2015)02—0178—11

随着人类社会进入“问题时代”,资本及劳动力在企业竞争中的重要地位逐渐丧失,企业社会责任已经被认为是获取商业成功及赢得竞争优势的重要工具。这意味着,社会责任绝不是企业用来规避政府管制和社会批评的“救命稻草”,而是能给企业带来“甜美果实”的必不可少的优秀基因。然而,社会责任并不是一种适用于任何企业的预先设定好的模式,每一个企业都必须建立起自己对社会责任的构想,并将其转化为具体的政策和实践(Lozano, Albareda & Ysa, 2008),才可能将社会责任内化为价值追求和外化为自觉行动。而从构想到政策与实践的转化并不能自动实现,而是要依靠管理。对于

任何特定个体企业来说,社会责任构想、社会责任政策、社会责任实践和社会责任管理,实际上均是企业社会责任能力的重要反映,也深受企业社会责任能力的影响。从另外的视角来看,按照管理学中的企业能力理论,企业在本质上是一个能力体系或能力的集合,包括配置和整合内外部的组织技能、资源和职能能力。由于企业社会责任是一种重要的道德资源、思想资源、组织资源和制度资源(李伟阳,肖红军,2011),因此,对这些资源的配置和整合能力即企业社会责任能力,就成为责任竞争时代新的企业核心能力和动态能力。无论是从企业社会责任运行规律视角,还是从企业能力理论视角,都

收稿日期:2014-12-10

* 基金项目:国家社会科学基金青年项目“中国企业社会责任评价与推进机制研究”(12CGL039)。中国社会科学院马克思主义理论学科建设与理论研究项目“马克思主义价值创造理论在中国的新发展”。

作者简介:肖红军(1977-),男,湖南郴州人。副研究员,管理学博士,研究领域是企业社会责任和企业成长。E-mail:xi-aohjxiaohj@hotmail.com;胡叶琳(1991-),女,湖南娄底人。助理咨询顾问,研究领域是企业竞争力与社会责任。E-mail:511150361@qq.com;许英杰(1986-),男,河南鹿邑人。博士研究生,研究领域是企业跨国经营与社会责任。E-mail:yingjiexu@foxmail.com。

表明现实中口号式、运动式、表面化、高大上化的社会责任推进方式必须转型,必须转型到将企业社会责任建设成为一种新的资源整合配置机制,深入到企业社会责任能力的培育与打造,以提升企业的社会责任能力成熟度,保证企业能够有效地将社会责任构想转化为具体的社会责任政策与实践。

一、企业社会责任能力成熟度的概念界定与等级划分

企业社会责任能力并不是一个“非无即有”的矛盾体,而是一个涵盖从弱到强的连续体,不同的企业因为社会责任能力的强弱不同而分布在这一连续体的不同位置。而对于特定的个体企业来说,沿着这一连续体的社会责任能力建设路径,实际上就是企业社会责任能力成熟度的深刻变化过程。然而,非常遗憾的是,尽管理论界和企业界都意识到企业社会责任能力成熟度的存在,但在整个成熟度理论体系中,却鲜见对企业社会责任能力成熟度的研究,即使有零星学者将成熟度概念引入到企业社会责任研究领域(朱永明,2009),这些研究也显得非常的浅显而未能抓住企业社会责任能力成熟度的本质,甚至连企业社会责任能力成熟度最基本的涵义也未能清晰地界定,更谈不上对企业社会责任能力成熟度等级的科学定义。因此,有必要对企业社会责任能力成熟度的概念界定和等级划分进行正本清源与创新研究。

1. 企业社会责任能力成熟度的内涵与特征

成熟度是对能力的度量。企业社会责任能力成熟度就是对企业社会责任能力的度量,是企业实现社会责任目标或构想所具有的知识、技能和意愿水平的度量。企业社会责任能力成熟度具有三个方面的明显特征:一是综合性。企业社会责任能力涵盖企业社会责任总结传播、企业社会责任实践和企业社会责任管理等方面的能力,因此,企业社会责任能力成熟度是衡量单个企业社会责任总结传播水平、社会责任实践水平和社会责任管理水平的综合性指标,它受到企业履行社会责任的意愿、投入和制度安排影响,并通过企业的社会责任管理、实践、传播行为表现出来,而这一行为结果即企业社会责任结果性绩效,则反映出能力成熟度水平。二是层级性。企业社会责任能力成熟度可以划分

为不同的级别,不同级别的社会责任能力成熟度标识了企业社会责任管理水平的高低、社会责任实践能力的强弱和社会责任总结传播水平的高低。三是指向性。企业推进社会责任发展的目的是要提高自身的社会责任管理水平、实践能力和总结传播绩效,而企业社会责任能力成熟度的不同级别则反映出企业如何在社会责任管理水平、实践能力和总结传播绩效上实现由低层次向高层次的演进,从而为企业推进自身社会责任发展提供了路线图。四是动态性。企业社会责任能力随着时间的演进而不断变化。特别是,企业处于生命周期的不同阶段时,社会责任能力成熟度也会相应地发生较大变化。

企业社会责任能力成熟度概念揭开了企业社会责任从构想到行为、投入到结果的黑箱。从前者来看,人们往往将企业从公开的社会责任承诺与声明到所表现出来的社会责任行为看作顺其自然的过程。也就是说,将企业社会责任构想转变为企业社会责任行为看作一个黑箱,没有去解释其内在的过程与机理。但现实是,拥有同样或类似社会责任构想的企业,它们在社会责任行为表现中却千差万别,既有对社会高度负责任的行为,也有严重社会责任缺失的行为,更有多种多样的伪社会责任行为。显然,企业社会责任能力成熟度为这一现象的解释和打开社会责任构想与社会责任行为之间的黑箱提供了重要视角。从后者来看,人们也经常认为,社会责任高投入的企业会具有更好的社会责任绩效,是对社会更负责任的企业。也就是说,将企业社会责任投入转变为企业社会责任绩效结果看作一个黑箱,没有去寻找二者之间的内在规律。但现实中有大量社会责任投入与社会责任绩效结果不匹配的现象,一些企业的社会责任投入很大,但社会责任绩效结果并不好,而一些企业的少量社会责任投入,却产生了远超预期的社会责任绩效结果。要解释这一现象,打开社会责任投入与社会责任绩效结果之间的黑箱,企业社会责任能力成熟度无疑提供了重要线索。

2. 企业社会责任能力成熟度的等级划分

自成熟度理论提出以来,成熟度的等级划分就是其核心内容。根据已有能力成熟度的研究成果以及企业社会责任能力成熟度的概念界定,可以将

企业社会责任能力成熟度划分为五个级别,分别是无能级、弱能级、本能级、强能级和超能级,它们的特征如表 1 所示。

表 1 企业社会责任能力成熟度等级划分

级别编号	级别名称	基本特点
I	无能级	缺省无序
II	弱能级	启蒙跟随
III	本能级	整合赶超
IV	强能级	优化提升
V	超能级	创新拓展

当企业社会责任能力成熟度处于无能级时,企业内部根本没有明确的社会责任管理活动,企业社会责任实践处于无序状况,在这种无序状态下,企业所开展的社会责任实践往往不是置于企业社会责任的“名号”之下,而是企业所开展的具有社会责任特征的活动而已。当企业社会责任能力成熟度处于弱能级时,企业的社会责任的社会责任管理和实践处于启蒙状况,在这种状态下,企业对社会责任的认知处于初级阶段,企业所开展的社会责任活动也是跟随其他企业开展。当企业社会责任能力成熟度处于本能级时,企业开始着手整合自身的社会责任管理和实践资源,谋求实施对社会责任中等水平的企业进行赶超,具备这种能力的企业往往具备了开展企业社会责任的基本能力。当企业社会责任能力成熟度处于强能级时,企业开始着手在赶超的基础上优化提升自己的社会责任管理和实践,这时的企业社会责任对社会责任管理水平提出了更高的要求。当企业社会责任能力成熟度处于超能级时,企业开始在社会责任和实践之路上“游刃有余”,企业常常开展创新性的社会责任管理和实践。不仅如此,具有这种能力的企业往往能够发挥自身在企业社会责任领域的领军作用,带动其他企业更好地履行社会责任。

二、企业社会责任能力成熟度的评价模型与指标构建

现代管理中有一句经典之言,“如果你不能度量它,那么你就不能管理它”(Norman & MacDon-

ald,2004),企业社会责任能力成熟度亦是如此。无论是准确把握企业社会责任能力成熟度的现实状况,还是寻找企业社会责任能力成熟度的提升之道,都需要对企业社会责任能力成熟度进行恰如其分地度量,这要求构建合意的企业社会责任能力成熟度评价体系。

1. 企业社会责任能力成熟度评价的理论基础:企业社会责任内容边界的再界定

对企业社会责任能力成熟度的评价,首先需要明确企业应该具备哪些社会责任领域的的能力,这意味着需要确定企业社会责任的内容边界。从已有研究来看,无论是国外还是国内,都有不少学者对企业社会责任的内容边界进行了界定,建立了多个企业社会责任内容边界模型,但深入研究发现,隐藏在 这些模型背后的企业社会责任观要么是仁慈的利他行为,要么是工具理性的社会责任行为,属于传统的企业社会责任观。也就是说,他们对企业社会责任的理解都未能揭示企业社会责任的综合价值创造本质,也难以清晰地反映出企业社会责任内容的多层次性。因此,科学界定企业社会责任的内容边界,要求以对企业社会责任概念的再理解为基础,必须从传统的企业社会责任观的认知转向社会价值本位的企业社会责任观,由工具理性向价值理性转变。实际上,企业社会责任指的是在特定制度安排下,企业通过透明和道德的行为,有效管理自身决策和活动对利益相关方、社会和环境的影响,追求经济、社会和环境综合价值最大化的意愿、行为和绩效(李伟阳、肖红军,2011)。根据对企业社会责任的这一理解,并基于企业履行社会责任内容的强制性程度,可以将企业社会责任的内容划分为五个层级:守法合规、风险防范、价值创造与共享、透明运营以及利益相关方参与。这五个层次就像阶梯一样,对于企业的要求逐级提高,因此,将其定义为企业社会责任内容边界的“阶梯模型”,如图 1 所示。

2. 企业社会责任能力成熟度评价模型的构建:基于规范主义与经验主义结合的视角

从规范主义角度来看,按照企业社会责任内容边界的“阶梯模型”,企业社会责任的内容包括守法合规、风险防范、价值创造与共享、透明运营以及利益相关方参与等五个层级,相应地,企业社会责任

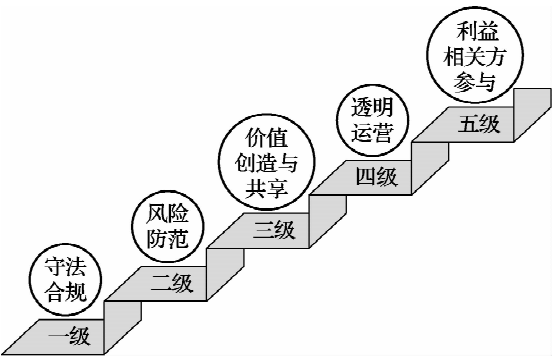


图 1 企业社会责任内容边界的“阶梯模型”

能力也应该涵盖守法合规能力、风险防范能力、价值创造与共享能力、透明运营能力以及利益相关方参与能力五个方面,其中,价值创造与共享能力可进一步细分为经济价值创造与共享能力、社会价值创造与共享能力、环境价值创造与共享能力,风险防范能力也可进一步细分为经济方面消极影响的防范能力、社会方面消极影响的防范能力和环境方面消极影响的防范能力。从经验主义角度来看,守法合规能力与透明运营能力密切联系,因此,可将二者合为一个评价维度,即合规透明运营能力;风险防范能力属于企业有效管理自身运营对经济、社会、环境的消极影响范畴,在实践中也分别在经济价值创造能力、社会价值创造能力和环境价值创造能力中统筹考虑,只是将“价值创造”拓展到涵盖增加正向价值与减少负向价值,即风险防范能力分别在经济价值创造能力、社会价值创造能力、环境价值创造能力等维度中评价;利益相关方参与涉及到企业运营和管理的各个领域,在实践中也是从不同领域考虑利益相关方参与的可能性、方式、程度和效果,因此,在企业社会责任能力成熟度评价中将其分散到其他各维度中,不单独列出维度进行评价。

表 2 企业社会责任能力成熟度不同等级在各评价维度上的特征

级别名称	责任理念和战略	社会责任推进管理能力	经济价值创造能力	社会价值创造能力	环境价值创造能力	合规透明运营能力
无能级	没有社会责任理念和战略	尚未开展企业社会责任推进管理	开展一定程度的独立的经济价值创造	无意识创造社会价值	无意识创造环境价值	开展一定程度的独立的合规透明
弱能级	没有社会责任理念和战略	尚未开展企业社会责任推进管理	将经济创造与社会责任建立初步联系	初步开展社会价值创造	初步开展环境价值创造	初步建立合规透明与社会责任的认识联系

基于以上分析,反映行为和绩效的经济价值创造能力、社会价值创造能力、环境价值创造能力和合规透明运营能力构成了企业社会责任能力成熟度评价的基础维度。此外,企业社会责任能力深受企业履行社会责任的意愿的影响,也与企业社会责任推进管理密切相关,前者是形成企业社会责任能力的前提,后者是企业社会责任能力的构成要素,因此,企业社会责任理念与战略、企业社会责任推进管理能力是企业社会责任能力成熟度评价的两个辅助性维度。综合四个基础性评价维度和两个辅助性评价维度,并考虑它们之间的互相作用,就可构建企业社会责任能力成熟度评价的“1 + 1 + 4”钻石模型,如图 2 所示。

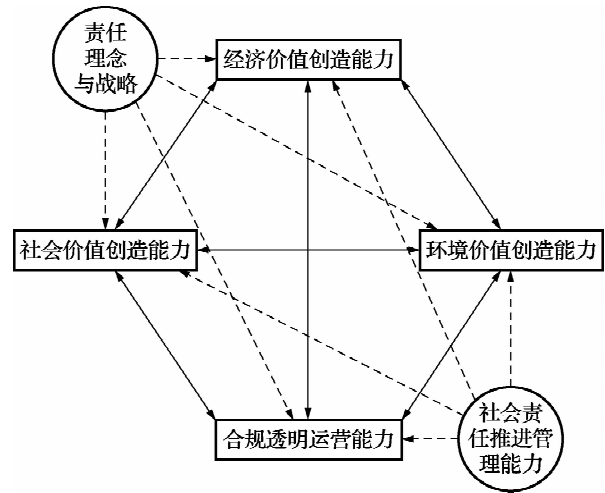


图 2 企业社会责任能力成熟度评价的“钻石模型”

进一步来看,企业社会责任能力成熟度处于无能级、弱能级、本能级、强能级和超能级等不同级别时,它们在社会责任理念与战略、社会责任推进管理、经济价值创造、社会价值创造、环境价值创造和合规透明运营等维度上具有不同的特征,如表 2 所示。

级别名称	责任理念和战略	社会责任推进管理能力	经济价值创造能力	社会价值创造能力	环境价值创造能力	合规透明运营能力
本能级	初步具有社会责任理念,无战略	初步开展企业社会责任推进管理	从社会责任角度看待经济价值创造	创造了基本的社会价值	创造了基本的环境价值	建立起合规透明与社会责任之间的联系
强能级	具有较好社会责任理念和初步的战略	建立了一定的社会责任推进管理体系	较好地创造了经济价值	较好地创造了社会价值	较好地创造了环境价值	从社会责任的角度推进合规透明运营
超能级	具有较好社会责任理念和战略	建立了完善的社会责任推进管理体系	创造了卓越的经济价值	创造了卓越的社会价值	创造了卓越的环境价值	建立完善的合规透明运营体系

3. 企业社会责任能力成熟度评价指标体系构建:正向开发与经验参考相结合

按照企业社会责任能力成熟度评价的“1 + 1 + 4”钻石模型,并以社会责任相关理论、标准、案例和以往评价经验为依据,遵循科学系统、全面完整、可衡量、可获得、可比较、持续性和前瞻性的体系构建原则,在社会责任理念和战略、社会责任推进管理、经济价值创造、社会价值创造、环境价值创造和合规透明运营六大领域,细化并筛选出各个领域企业社会责任能力成熟度具体指标,形成了包括 23 个二级指标和 112 个三级指标在内的企业社会责任能力成熟度评价指标体系,如表 3 所示。

表 3 企业社会责任能力成熟度评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标数量
责任理念与战略	责任理念	3 个
	责任战略	2 个
社会责任推进管理能力	责任治理	3 个
	能力建设	5 个
	制度建设	2 个
	责任绩效评估	2 个
	社会责任管理投入	2 个
经济价值创造能力	直接经济价值	3 个
	间接经济价值	4 个
社会价值创造能力	为客户创造价值	8 个
	为伙伴创造价值	8 个
	为员工创造价值	18 个
	为社区创造价值	3 个
	公益慈善	5 个
	安全生产运营	7 个

一级指标	二级指标	三级指标数量
环境价值创造能力	环境管理	4 个
	污染减排	8 个
	资源可持续利用	4 个
	应对气候变化	3 个
	生态环境保护	3 个
合规透明运营能力	合规运营	4 个
	信息披露	5 个
	沟通参与	6 个

三、中国上市公司社会责任能力成熟度评价

运用企业社会责任能力成熟度评价指标体系对中国上市公司社会责任能力成熟度状况进行评价。由于中国上市公司数量庞大,对所有上市公司的社会责任能力成熟度进行评价不仅需要耗费巨大的人力、物力和财力,而且还可能由于研究数量的增加导致研究结果误差出现的概率提高,因此,本研究通过选择中国上市公司的部分样本企业开展社会责任能力成熟度的评价。选择的样本为中国上市公司中 2013 年市值最大的前 200 家企业,样本筛选所依托的数据来自于“Wind 咨询”所涵盖的中国上市公司市值数据,通过对中国上市公司 2013 年的市值水平进行排名,直接选择前 200 家公司作为研究样本。也就是说,本研究的样本企业为“2013 年中国市值最大的前 200 家 A 股上市公司”。本研究的信息来源主要有三个渠道,分别为“国泰安数据服务中心”中国上市公司研究系列数据库,“Wind 咨询”中国上市公司数据库,企业年度报告、社会责任报告和官方网站以及权威组织平台。

1. 中国上市公司社会责任能力成熟度指数

根据收集到的相关信息,通过综合评价最终得到了 2013 年中国上市公司市值最大的前 200 家公司的社会责任能力成熟度指数,如表 4 所示。同时,本文还根据企业社会责任能力成熟度指数对企业社会责任成熟度的五个等级进行了界定。鉴于具备不同级别的社会责任能力成熟度所需要的资源和能力不同,而较高级别的社会责任能力成熟度往往需要企业具备更为优良的资源和更强的能力,所以,处于较低级别的社会责任能力成熟度往往指数分数跨度较大,处于较高级别的社

会责任能力成熟度则往往指数分数跨度较小。根据这一思路,将企业社会责任能力成熟度指数分数处于 0~30 分(不包括 30 分)的企业划归为无能级,将指数分数处于 30~60 分(包括 30 分,不包括 60 分)的企业划归为弱能级,将指数分数处于 60~80 分(包括 60 分,不包括 80 分)的企业划归为本能级,将指数分数处于 80~90 分(包括 80 分,不包括 90 分)的企业划归为强能级,将指数分数处于 90 分以上(包括 90 分)的企业划归为超能级。

表 4 2013 年中国上市公司社会责任能力成熟度指数

市值排名	成熟度排名	公司名称	综合得分	市值排名	成熟度排名	公司名称	综合得分	市值排名	成熟度排名	公司名称	综合得分	市值排名	成熟度排名	公司名称	综合得分
超能级(0 家,0%)				46	49	青岛啤酒	35.69	65	100	华泰证券	25	72	152	万华化学	18.05
强能级(0 家,0%)				39	50	广发证券	34.08	188	101	华电国际	24.96	141	153	中金黄金	17.8
本能级(4 家,2%)				84	51	潍柴动力	34.07	29	102	海螺水泥	24.76	82	154	百视通	17.58
31	1	中国建筑	65.35	168	52	燕京啤酒	33.62	140	103	中航飞机	24.72	105	155	乐视网	17.56
103	2	中国远洋	64.88	25	53	长江电力	33.31	114	104	海南橡胶	24.71	195	156	泛海控股	17.33
12	3	民生银行	60.66	175	54	欧菲光	32.98	170	105	桑德环境	24.65	171	157	信立泰	17.3
9	4	中国神华	60.64	71	55	广汇能源	32.84	138	106	金螳螂	24.52	24	158	海通证券	16.84
弱能力级(64 家,32%)				126	56	金隅股份	32.74	119	107	特变电工	24.36	179	159	金风科技	16.8
13	5	兴业银行	58.83	149	57	潞安环能	32.6	77	108	洋河股份	24.19	112	160	光大证券	16.79
15	6	浦发银行	58.66	127	58	光明乳业	31.78	30	109	中海油服	24.14	129	161	华夏幸福	16.69
2	7	工商银行	57.22	143	59	新希望	31.38	169	110	汇川技术	24.07	98	162	海油工程	16.58
83	8	中国铝业	56.51	190	60	九州通	31.14	180	111	国金证券	24.04	67	163	三一重工	16.57
47	9	宝钢股份	55.64	178	61	科伦药业	30.99	147	112	兴业证券	23.45	75	164	天士力	16.39
4	10	农业银行	55.13	136	62	东阿阿胶	30.86	32	113	海康威视	23.21	125	165	上海机场	16.32
11	11	招商银行	55.01	51	63	中国铁建	30.78	85	114	国电电力	23.16	99	166	中国国旅	16.03
8	12	平安保险	54.7	34	64	中国重工	30.6	128	115	大北农	23.15	93	167	方正证券	15.91
74	13	中兴通讯	54.2	52	65	五粮液	30.57	192	116	江铃汽车	23.1	153	168	凤凰传媒	15.86
14	14	太平洋保险	52.93	61	66	青岛海尔	30.56	144	117	城投控股	23.05	166	169	川投能源	15.84
10	15	交通银行	51	41	67	云南白药	30.22	184	118	五矿稀土	23.02	198	170	奥飞动漫	15.81
116	16	上海石化	50.72	193	68	航空动力	30.04	60	119	歌尔声学	22.85	104	171	宏源证券	15.76
177	17	武钢股份	50.37	无能级(132 家,66%)				133	120	国海证券	22.84	137	172	中航资本	15.58
135	18	南方航空	49.62	89	69	深圳华侨城	29.83	26	121	双汇发展	22.55	199	173	浙江龙盛	15.47

市值 排名	成熟 度排 名	公 司 名 称	综 合 得 分	市值 排名	成熟 度排 名	公 司 名 称	综 合 得 分	市值 排名	成熟 度排 名	公 司 名 称	综 合 得 分	市值 排名	成熟 度排 名	公 司 名 称	综 合 得 分
6	19	中国石化	49.46	172	70	科大讯飞	28.57	146	122	鞍钢股份	22.44	115	174	外高桥	15.33
1	20	中国石油	49.31	109	71	宁沪高速	28.49	132	123	盐湖股份	22.23	186	175	人民网	15.26
102	21	东方航空	48.65	155	71	南京银行	28.49	70	124	大华股份	22.13	63	176	恒瑞医药	14.63
17	22	上汽集团	48.05	154	73	蓝色光标	28.24	22	125	长城汽车	21.89	173	176	西山煤电	14.63
106	23	中国中冶	47.48	68	74	中集集团	28.15	182	126	中国卫星	21.87	21	178	上港集团	14.62
5	24	中国银行	46.77	101	75	中国船舶	28.12	40	127	华能国际	21.82	187	179	海思科	14.54
90	25	兖州煤业	46.61	111	76	威孚高科	28.02	165	128	西南证券	21.77	118	180	重庆水务	14.3
3	26	建设银行	46.48	150	77	东方电气	27.69	158	129	华数传媒	21.7	110	181	金地集团	14.19
62	27	大唐发电	46.1	48	78	苏宁云商	27.64	59	130	长安汽车	21.63	108	182	东方明珠	13.63
96	28	招商地产	45.88	156	78	辽宁成大	27.64	139	131	中海集运	21.4	148	182	海南航空	13.63
20	29	光大银行	45.55	81	80	中航电子	27.6	94	132	三安光电	20.67	37	184	伊利股份	13.44
33	30	万科企业 股份	44.48	164	81	双鹭药业	27.57	97	133	白云山	20.52	151	185	山东黄金	13.29
45	31	中国联通	43.36	35	82	美的集团	27.55	28	134	格力电器	20.47	19	186	贵州茅台	13.2
16	32	中信银行	43.18	91	83	碧水源	27.38	107	135	宁波港	20.26	167	187	康得新	12.91
42	33	中国交建	42.6	142	84	正泰电器	27.31	69	136	杰瑞股份	20.25	176	188	同方股份	12.69
152	34	华润三九	42.32	38	85	华夏银行	26.99	174	137	宇通客车	20.12	117	189	上海家化	12.36
185	35	永辉超市	42.31	92	86	国电南瑞	26.86	120	138	泸州老窖	20.07	183	190	东方园林	12.34
27	36	平安银行	41.85	44	87	新华保险	26.79	124	139	洛阳钼业	19.98	157	191	汤臣倍健	11.8
131	37	宁波银行	41.59	80	88	中联重科	26.45	191	140	河北钢铁	19.71	159	192	东华软件	11.63
7	38	中国人寿	41.4	58	89	包钢稀土	26.39	123	141	同仁堂	19.7	162	193	上海莱士	11.32
54	39	中国中铁	41.1	121	90	京东方	26.11	161	142	海宁皮城	19.63	100	194	华谊兄弟	11.01
57	40	中国国航	40.83	134	91	华域汽车	26.09	130	143	国投电力	19.52	50	195	浙能电力	10.55
64	41	中国北车	40.77	55	92	保利地产	26.01	86	144	上海医药	19.36	194	196	申能股份	9.47
53	42	招商证券	40.3	145	93	长江证券	25.89	163	145	电广传媒	19.28	196	197	掌趣科技	8.82
56	43	中煤能源	40.24	200	94	广东电力 发展	25.79	36	146	比亚迪	18.89	197	198	北大荒	8.78
78	44	复星医药	38.81	76	95	紫金矿业	25.65	181	147	华闻传媒	18.78	95	199	包钢股份	7.02
66	45	广汽集团	38.58	49	96	北京银行	25.5	73	148	江西铜业	18.56	122	200	陆家嘴	6.68
79	46	上海电气	38.21	160	97	金钼股份	25.31	18	149	中信证券	18.5				
43	47	中国南车	36.88	87	98	康美药业	25.18	88	150	中国化学	18.35				
189	48	环旭电子	36.19	113	99	中国电建	25.04	23	150	大秦铁路	18.35				

2. 中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果分析

根据对 2013 年中国市值最大的前 200 家上市公司社会责任能力成熟度评价结果,可以得到以下几个方面的研究发现:

(1)中国上市公司社会责任能力成熟度整体较低。200 家市值最大的上市公司社会责任能力成熟度指数平均得分仅为 28.08 分,整体处于无能级。从具体分布来看,在市值最大的 200 家上市公司中,企业社会责任能力成熟度处于无能级的公司数量最多,有 132 家,接近总数的三分之二;企业社会责任能力成熟度属于弱能级的公司数量次之,有 64 家;企业社会责任能力成熟度属于本能级的公司有 4 家,即排名前四位的中国建筑、中国远洋、民生银行和中国神华。没有任何上市公司的企业社会责任能力成熟度属于强能级或超能级。

(2)中国上市公司在社会责任能力成熟度六个评价维度上的表现呈现出较大差异。在企业社会责任能力成熟度评价的六个维度中,评价对象的经济价值创造能力相对最好,平均得分为 58.17 分,整体属于弱能级,表明上市公司对于经济价值创造能力最为重视;合规透明运营能力评价得分为 34.76 分,居于第二位,也处于弱能级,这显示上市公司将合规和透明运营作为社会责任管理和实践的重要领域。企业社会责任能力成熟度评价的其他维度得分均低于 30 分,整体处于无能级水平。其中,处于最低得分的评价维度为社会责任推进管理能力,显示上市公司较为忽视企业社会责任推进管理。另外,社会责任理念与战略、社会价值创造能力以及环境价值创造能力的评价得分依次下降,分别为 28.02 分、23.11 分以及 14.80 分。

(3)中国上市公司的市值排名与社会责任能力成熟度排名呈现较大的不匹配性。在市值排名的前十位公司中,只有排名第 2 位、第 4 位和第 9 位的工商银行、农业银行和中国神华进入社会责任能力成熟度排名前十位,分别为第 7 位、第 10 位和第 4 位;在社会责任能力成熟度排名前十位公司中,排名第 2 位的中国远洋市值排名第 103 位,排名第 8 位的中国铝业市值排名第 83 位,而排名第 1 位的中国建筑市值排名也仅为第 31 位。

(4)两个交易所的上市公司社会责任成熟度整体均处于无能级水平,上交所上市公司社会责任能力成熟度整体水平优于深交所上市公司。上交所和深交所的上市公司社会责任能力成熟度指数得分分别为 29.86 分和 24.65 分,均低于 30 分,处于无能级水平。其中,上交所上市公司的社会责任能力成熟度指数得分高于深交所上市公司的社会责任能力成熟度指数得分,表示上交所上市公司的社会责任能力成熟度好于深交所上市公司。不仅如此,在企业社会责任能力成熟度的各评价维度上,上交所上市公司的水平普遍高于深交所上市公司。

(5)企业社会责任能力成熟度随企业成立时间呈“U”型变动规律。成立时间为 10 年以下的年轻公司以及成立时间处于 25 年以上的年长公司,其社会责任能力成熟度整体水平相对较好,其中,成立时间处于 25 年以上的上市公司社会责任能力成熟度指数平均得分为 31.85 分,整体处于弱能级水平;成立时间处于 10 年以下的上市公司社会责任能力成熟度指数平均得分为 31.53 分,也处于弱能级水平。成立时间在 10~25 年之间的上市公司的社会责任能力成熟度均处于无能级水平,其中,成立时间处于 10~15 年的上市公司的社会责任能力成熟度指数得分为 29.62 分,成立时间处于 16~20 年之间以及 21~25 年之间的上市公司的社会责任能力成熟度指数得分分别为 26.01 分和 26.63 分。

(6)金融行业的上市公司社会责任能力成熟度平均水平相对最好,综合性行业的上市公司社会责任能力成熟度平均水平相对最差。金融行业的上市公司社会责任能力成熟度指数得分相对最高,平均得分为 36.34 分,整体处于弱能级水平。综合性行业的上市公司社会责任能力成熟度指数得分相对最差,仅为 19.34 分,整体处于无能级水平。房地产、商业、工业以及公用事业等行业的上市公司社会责任能力成熟度指数得分依次下降,分别为 29.84 分、27.23 分、26.70 分和 24.25 分。

(7)中央企业的社会责任能力成熟度水平相对最好,民营企业和地方国有企业的社会责任能力成熟度水平相对较差。国有企业中的中央企业社会责任能力成熟度指数平均得分为 36.31 分,高于地方国有企业以及民营企业的企业社会责任能力成熟度

指数平均得分,说明中央企业的社会责任能力成熟度水平相对最好,并且整体处于弱能级水平。地方国有企业和民营企业社会责任能力成熟度指数平均得分均低于 30 分,分别为 23.34 分和 25.49 分,同处于无能级水平,说明民营企业和地方国有企业社会责任能力成熟度水平均相对较差。

(8)东部地区企业的社会责任能力成熟度水平相对较好,西部地区和东北地区企业的社会责任能力成熟度水平相对较差。总部位于东部地区的上市公司社会责任能力成熟度指数平均得分为 29.91 分,高于总部位于东北地区、西部地区和中部地区的上市公司。总部位于西部地区和东北地区的上市公司社会责任能力成熟度指数得分相对较低,分别为 21.90 分和 21.27 分,说明总部位于西部地区和东北地区的上市公司社会责任能力成熟度水平相对较差。不过,需要指出的是,无论是总部位于东部地区、中部地区,还是总部位于东北地区和西部地区的上市公司,每一区域的企业社会责任能力成熟度整体上均处于无能级水平。

四、中国上市公司社会责任能力成熟度影响因素的实证研究

科学把握企业社会责任能力成熟度影响因素,是寻找企业社会责任能力建设、提升企业社会责任能力成熟度的前提和基础。本研究通过构建经济计量模型,对中国上市公司的社会责任能力成熟度与其影响因素之间关系的显著性和方向性进行实证研究。

1. 研究假设

(1)企业规模与社会责任能力成熟度。按照“责任铁律”理论,企业在社会上的影响力和权力越大,其所应承担的社会责任越大。通常来说,规模越大的企业,在社会上的影响力和权力也越大,所能配置的社会资源也越多,因此,也会拥有较强的社会责任管理与实践能力。为此,提出假设 H_1 :上市公司规模越大,企业社会责任能力成熟度越高。

(2)企业盈利性与社会责任能力成熟度。冗余资源理论认为,较好的财务绩效使得企业可以利用更多的资源开展社会责任实践。也就是说,较好的

盈利性为企业利用更多的资源开展社会责任管理和实践创造了潜在可能性,由此也使得企业拥有更强的社会责任管理与实践能力。为此,提出假设 H_2 :上市公司盈利性越强,企业社会责任能力成熟度越高。

(3)企业成长性与社会责任能力成熟度。成长性是企业发展能力的象征,成长性好的企业,发展能力也就较强,由此,企业开展社会责任管理和实践的能力也会较强。为此,提出假设 H_3 :上市公司成长性越好,企业社会责任能力成熟度越高。

(4)企业安全性与社会责任能力成熟度。企业运营的安全性也称为企业运营的稳健性或风险性,反映了企业运营过程中的企业财务风险。安全性高的企业,运营较为稳健,更可能重视履行社会责任,企业开展社会责任管理和实践的能力也会越强。为此,提出假设 H_4 :上市公司财务安全性越高,企业社会责任能力成熟度越高。

(5)公司治理与社会责任能力成熟度。具有良好公司治理的企业能够降低管理层的自利行为,最大限度地促进管理层通过履行社会责任创造利益相关方价值,提高企业自身的社会责任能力。为此,提出假设 H_5 :上市公司的组织治理越完善,企业社会责任能力成熟度越高。

2. 变量衡量

根据各影响因素的特征,本文选择总资产(*Scale*)、净利润(*profitability*)、总资产增长率(*growth*)、财务杠杆系数(*safety*)、管理人员持股比例(*governance*)分别作为企业规模、企业盈利性、企业成长性、企业财务安全性、公司治理的衡量指标,选择企业社会责任能力成熟度指数(*MDCSR*)作为企业社会责任能力成熟度的衡量指标。同时,根据以往的研究,选择行业敏感性(*industry*)、控股股东性质(*shareholder*)、企业总部所在地域(*location*)、上市公司上市地点(*exchange*)、公司成立时间(*establishing*)以及上市时间(*listing*)作为控制变量。

3. 模型构建与参数估计

为检验企业社会责任能力成熟度与其影响因素之间关系的假设,构建如下的多元线性回归模型。

$$MDCSR_i = \beta_0 + \beta_1 \times industry_i + \beta_2 \times shareholder_i +$$

$$\beta_3 \times location_i + \beta_4 \times exchange_i +$$
$$\beta_5 \times establishing_i + \beta_6 \times listing_i + \beta_7 \times$$
$$scale_i + \beta_8 \times profitability_i + \beta_9 \times growth_i +$$
$$\beta_{10} \times safety_i + \beta_{11} \times governance_i$$

进一步,通过对各变量的描述性统计与相关性分析,发现控制变量公司成立时间 (*establishing*) 和上市时间 (*listing*) 具有一定程度的显著性正相关关系。为此,本文将两个变量分别进入模型,形成回归模型一和回归模型二。依据所构建的经济计量模型,以 2013 年中国市值最大的前 200 家上市公司数据对模型一和模型二进行回归分析,参数估计结果如表 5 所示。

4. 模型检验与主要结论

(1)模型检验。在拟合优度检验方面,由表 5 的回归结果可以看到,两个多元线性回归经济计量修正后的可决系数均为 0.31,较低,说明这两个多元线性回归经济计量模型对样本的拟合较差,解释变量不能从整体上解释对于被解释变量的具体数量变化关系。在显著性检验方面,在给定的显著性水平下, $F(11,188)$ 的取值范围在 1.55 ~ 1.60 之间,由表 5 的回归结果可以看到,两个多元线性计量经济模型的 F 统计量数值分别为 10.12 和 10.08,显著大于 1.60。显而易见,本研究两个多元线性回归经济计量模型联合起来对相应的被解释变量具有显著的影响。

(2)主要结论。从两个经济计量模型可以看到,在显著性水平为 1% 的水平下,上市公司总资产规模和净利润对企业社会责任能力成熟度具有显著的正向影响,证实了假设 H_1 和假设 H_2 。在显著性水平为 5% 的水平下,企业总资产增长率对企业社会责任能力成熟度具有显著的负向影响,证实了假设 H_3 。在显著性水平为 10% 的水平下,随着管理人员持股比例的提高,企业社会责任能力成熟度反而降低,说明管理人员持股比例的提高未必是良

好公司治理的标志。同时,企业社会责任能力成熟度与上市公司的财务杠杆系数呈正相关关系,但在统计意义上不显著,未能证实假设 H_4 。

表 5 企业社会责任能力成熟度与影响因素模型回归结果

	模型一	模型二
C(常量)	17. 99 *** (3. 50)	19. 39 *** (3. 01)
<i>industry</i>	3. 82 * (1. 97)	3. 82 * (1. 98)
<i>shareholder</i>	2. 38 (1. 68)	2. 40 (1. 70)
<i>location</i>	6. 44 *** (1. 86)	6. 28 *** (1. 89)
<i>exchange</i>	2. 57 (1. 71)	2. 55 (1. 72)
<i>establishing</i>	0. 07 (0. 14)	
<i>listing</i>		- 0. 004 (0. 14)
<i>scale</i>	0. 20 *** (0. 04)	0. 19 *** (0. 04)
<i>profitability</i>	0. 01 *** (0. 00)	0. 01 *** (0. 003)
<i>growth</i>	- 0. 08 ** (0. 04)	- 0. 09 ** (0. 04)
<i>safety</i>	0. 11 (0. 29)	0. 10 (0. 29)
<i>governance</i>	- 0. 13 * (0. 07)	- 0. 12 * (0. 07)
<i>R - sq</i>	0. 31	0. 31
<i>F</i>	10. 12	10. 08

注:*** 表示在 .01 水平上显著;** 表示在 0.05 水平上显著;* 表示在 0.10 水平上的显著性

参考文献:

[1] Lozano J. M. , Albareda L. & Ysa T. Governments and Corporate Social Responsibility Public Policies beyond Regulation and Voluntary Compliance[M]. Palgrave Macmillan, 2008.

[2] Norman W, MacDonald C. Getting to the Bottom of “Triple Bottom Line”[J]. Business Ethics Quarterly,2004,4,(2):243 - 262.

[3] 李伟阳,肖红军. 企业社会责任的逻辑[J]. 北京:中国工业经济,2011,(10).

[4] 朱永明. 企业社会责任履行能力成熟度研究[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版),2009,(6).

A Study on the Mature Level of Corporate Social Responsibility Ability: An Empirical Research on Listed Companies

XIAO Hong-jun¹, HU Ye-lin², XU Ying-jie³

(1. Institute of Industrial Economics of CASS, Beijing, 100836, China;

2. Beijing Rongzhi Institute of Corporate Social Responsibility, Beijing, 100044, China;

3. Graduate School of CASS, Beijing, 102488, China)

Abstract: The mature level of corporate social responsibility is a comprehensive measurement of knowledge degree, skill degree, and willingness degree possessed by company in the process of realizing corporate social responsibility aim or conception. The concept which can be divided into five levels, namely no-ability level, weak-ability level, basic-ability level, high-ability level, and super-ability level, reveals the black-box of corporate social responsibility from conception to action and from input to result.

Firstly, based on the understanding to the corporate social responsibility boundary which includes legal compliance, risk prevention, value creation and sharing, transparent operation, and stakeholder involvement, and the perspective of combination between normativism and empiricism, which indicates that legal compliance ability and transparent operation ability can be merged into legal compliance and transparent operation ability, risk prevention ability can be integrated into economic value creation ability, social value creation ability, and environmental value creation ability, stakeholder involvement can be embodied in other ability dimensions, and corporate social responsibility idea and strategy and corporate social responsibility management promoting ability are the two auxiliary dimensions of evaluation of the mature level of corporate social responsibility, diamond model of evaluation of the mature level of corporate social responsibility which includes economic value creation ability, social value creation ability, environmental value creation ability, legal compliance and transparent operation ability, corporate social responsibility idea and strategy, and corporate social responsibility management promoting ability is built.

Secondly, based on the diamond model of evaluation of the mature level of corporate social responsibility, evaluation index system of corporate social responsibility is established. Utilizing the evaluation index system of corporate social responsibility, 200 largest companies listed in the Shanghai Stock Exchange and Shenzhen Stock Exchange are selected as samples in accordance to the market value in 2013.

And then, evaluation is conducted of 200 largest companies on the basis of market value in 2013, and then is the empirical study. Conclusions are as follows, the mature level of corporate social responsibility of listed companies as a whole in China in 2013 is low, and the average level of the mature level of corporate social responsibility of listed companies is no-ability level. The location of listed companies, the scale identified by total assets, profitability identified by net return, sensitivity of industry have positive impacts on the mature level of corporate social responsibility ability significantly, the impact on the mature level of corporate social responsibility ability by the growth identified by total assets growth rate and shareholding ratio of management is negative markedly, the ownership of listed companies, the listing location, the founded time, the financial leverage coefficient have positive and unremarkable impact on the mature level of corporate social responsibility ability, the longer of the time-to-market, the lower of the mature level of corporate social responsibility ability, although this impact is not significant.

Finally, four implications are put forward that the government should create a good institutional environment for listed companies to conduct CSR, social atmosphere of practicing corporate social responsibility should be constructed to produce a good social environment for CSR, the exchange should increase dynamics to advance CSR, and the companies should also changing old concept on the CSR.

Key Words: corporate social responsibility; corporate social responsibility level; mature degree; listed company

(责任编辑:舟 山)