

管理者背景特征与企业捐赠行为

李四海

(暨南大学管理学院, 广东 广州 510632)

内容提要:本文以我国 2006 ~ 2009 年在沪深交易所上市的公司为样本, 实证检验了管理者背景特征对企业捐赠行为的影响。研究结果表明, 在管理者背景特征变量中是否有政治背景和政治背景类型对企业捐赠行为具有显著影响, 学历背景仅在低社会信任环境下对企业捐赠行为具有显著的影响, 其他背景特征变量与企业捐赠行为都不存在显著的一致相关性。在进一步区分企业产权性质后的研究发现, 在国有产权企业和私有产权企业中, 管理者政治背景类型对企业捐赠行为的影响具有显著差异。本文的研究反映了在我国的制度环境下, 影响企业捐赠行为的因素中, 政府因素起着重要作用, 企业的捐赠行为更多地受到高管政治背景关系的影响, 在我国的企业捐赠中存在着基于互惠交换的理性捐赠行为, 传统的慈善捐赠行为受到了一定的冲击。

关键词: 社会信任; 产权性质; 背景特征; 企业捐赠

中图分类号: C939 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002—5766(2012) 01—0138—15

一、引言

捐赠是企业履行社会责任的重要组成部分, 在西方发达国家, 捐赠已成为企业向社会提供公共产品和公共服务的重要方式, 分担了政府作为公共产品和公共服务提供者的责任。近年来, 特别是在 5·12 汶川大地震后, 捐赠更是成为我国公众的热门话题, 各种各样有关捐赠的排行榜不断涌现。同时, 公众对不同企业的捐赠也是褒贬不一。在强调企业公民社会责任的时代背景下, 不同的企业对于捐赠的反应和态度引起了理论界的关注。许多学者基于企业内部资源能力的视角研究了企业的捐赠。Berman(1999)、Seifert(2003) 等从企业现金流与经营业绩角度实证研究了企业的慈善捐赠; Hess(2002)、Brammer & Millington(2005) 从企业的规模、形象、生命周期、行业等角度研究了企业的捐赠行为。也有学者基于外部环境的视角, 研究了政府行为(税收优惠政策和行政动员) 对企业捐赠的影响(Schwartz, 1968; Boatsman & Gupta, 1996; 葛道顺, 2004; 张传良, 2005; 张馨, 2006)。

这些研究文献都是基于企业的层面来进行的,

它们存在的一个主要问题是, 它们忽略了企业管理者的异质性, 而把管理者视为同质的。无疑, 这与现实是不相符的。现实中的企业管理者由于性别、学习背景、年龄以及经历等各方面的差异, 导致他们的行为选择具有较大的差异性。捐赠作为企业的一种道德慈善行为, 更容易受到管理层认知和情绪等的影响。事实上, 国外很多学者已经关注这个问题, 克姆拜尔(Campbell) 等人通过调查数据对企业捐赠行为和决策者社会意识的关系进行了论证。Browne(2003) 在其博士论文中运用多元线性回归检验了高层管理人员人口统计变量、薪酬、权力对企业捐赠的影响, 而国内很少有文献关注管理层的异质性对企业捐赠的影响。由于社会文化上的巨大差异, 西方的研究能否反映中国的现实是值得商榷的, 唯有针对中国本土化的研究才能真实地反映管理者认知、情绪、价值观等的差异对我国企业捐赠行为的影响。

高层管理者的情绪和价值观是心理学因素, 不易于进行测度, 即使直接测量也很难经得起检验。而高阶理论认为, 一个人的认知基础和价值观是背景、经验和训练的产物, 可观测的管理者背景特征

收稿日期: 2011-10-11

作者简介: (1984-), 男, 湖南邵阳人。博士研究生, 研究领域是社会资本与公司财务。E-mail: lisihai0420@yahoo.

com. cn。

是其质量的投射指标,即人口统计特征,如年龄、性别、教育、职业经历等能部分地预测高层管理者的认知基础和价值观。这在前人的研究中已经得到了大量的支持,如人口统计学特征被用于研究商科毕业生的价值观、非管理工作的偏好、管理者与蓝领工人对工作所持有的信仰等多个方面(孙德升,2009)。

很多研究论述并证实了高层管理者对企业战略选择、企业表现的影响,支持了“高阶理论”。这类研究一部分探讨高层管理团队的作用,另一部分则把重点放在董事长(CEO)个人的作用上。我们的研究主要讨论后者,尽管高层管理团队对企业行为选择的影响力比董事长个人要显著,但考虑到中国企业的实际情况,在股权高度集中、一股独大的治理结构下,不管是在民营上市公司还是国家控股的上市公司中都存在着“一把手”问题,权利过于集中,缺乏制衡。在这种背景下研究董事长或总经理个人对企业战略决策的影响力是有现实基础的。因此,本文从董事长或总经理的背景特征角度,研究了其年龄、性别、教育、政治背景等特征对企业捐赠这种慈善行为的影响。同时,考虑到中国经济发展以及市场化进程存在着明显地区性差异(樊纲,2006),这种差异必然会反映在文化上,特别是市场经济基础的信任文化。文化上的差异会在一定程度影响组织、个人的行为模式,而捐赠作为一种道德行为同样会受到文化的影响。本文在研究管理者的情绪、价值观对企业捐赠行为的影响时,进一步考虑到了社会信任文化的作用。

二、理论分析与研究假设

企业管理者的年龄与企业捐赠等慈善行为的关系还没有成为研究的主题,但在已有的伦理学规范性研究中取得了比较一致的结果:似乎年龄大的管理者社会责任表现更好。例如,Kohlberg提出了道德认知发展的六阶段模型。他认为,随着年龄的增大,人们越来越愿意遵守普遍的伦理原则,而且这一发展的过程是不可逆的(孙德升,2009)。根据马斯洛的需求层次论,年龄大的企业高管一般由于在企业中处于较高位置,收入较高,就会不再关注较低层次的需求,可能会追逐个人的社会声望、自我社会价值的实现等更高的需求目标,从而他们可能会利用企业的资源来从事社会责任活动,为自己

获得慈善家的美名。不仅企业高管的年龄会影响企业捐赠等慈善行为,高管的性别同样会影响企业的慈善行为。女性由于其天生的母性,让她们更加关注一切需要帮助的人群,普遍的看法是女人比男人更有爱心。甚至有人说“女人是天生的慈善家”。一系列最新调查用数字也证明了这一点。研究公司Ledbury Research为Barclays Wealth进行的研究发现,美国的女性平均捐出了其财富的3.5%,而男性平均为1.8%。他们认为,这并不是美国才存在这种现象。美国富达公益捐赠基金的一项针对捐赠与性别的报告显示,富裕女性的捐款占其财富的比例是男性的两倍,女性已经越显举足轻重。印第安纳大学公益研究中心副主任安德里亚·帕克特也认为,女性比男性更有可能进行慈善捐赠,而且捐赠数额也高于男性,尤其是最高收入人群。这些发现证实了人们的传统看法。因此,我们提出如下假设:

假设1:企业高管年龄越大,参与捐赠的可能性越大,捐赠水平越高。

假设2:女性高管相比于男性高管参与捐赠的可能性更大,捐赠水平更高。

一个人正式的教育背景可能产生丰富但复杂的信息(张建君、李宏伟,2007)。受教育的水平、所学的专业,乃至毕业的院校都可能影响一个人价值观的形成,进而影响其对社会责任问题的态度。如果大部分人严肃地对待自己的教育决策,则教育在一定程度上可以反映一个人的价值观、认知和偏好等。此外,在中国,一个人的教育背景往往还是一个家庭经济状况的反映,而家庭经济状况毫无疑问对其性格、能力的形成存在影响(张建君、李宏伟,2007)。一般认为,管理者所接受的教育水平越高,越有可能承担企业社会责任,主要的原因可能包括以下几点:一是学校承担着教书育人的功能,一般从小学到大学都要开设思想品德、劳动、法律、大学生修养甚至伦理教育等课程,这些对学生的人生观、价值观的形成有着重要的影响。管理者的学历越高,代表其在学校受教育的时间越长,从而受到的影响就越大;二是学历高的人,一般社会地位和收入就会比绝大多数学历低的人高,在解决了温饱等较低层次的需要之后,他们更容易关心慈善、环境保护等社会问题;三是学历高的人,社会公众会赋予较之普通人更高的道德要求,他们为了维护

自身的形象,会以更积极的行为来履行社会责任,以回应社会大众对其的道德诉求。

不仅管理者的学历会影响企业社会责任的履行,管理者所学的专业同样也会对企业社会责任产生影响。不同的专业教育背景会使受教育者的人文素养和人文精神存在一定差异,理工科专业由于其专业特性以及专业培养的着重点,使得其人文教育相对薄弱,受教育者的人文精神相比之下会有所欠缺,在我国的高等教育中就存在着理工科学生人文素养缺失的问题,并引起了教育相关部门的重视。而相比之下,人文社科类专业的学生由于其专业属性,可能更关注各种各样的社会问题和现象,相比之下,他们的人文知识和人文素养更高一些,同时,这些学生在富有人文特色的环境中受到熏陶渐染,会更加具有人文关怀的理念和精神。因此,我们提出如下假设:

假设3:高学历背景的高管参与捐赠的可能性更大,捐赠水平更高。

假设4:人文社会类专业教育背景的高管相比于其他专业教育背景的高管参与捐赠的可能性更大,捐赠水平更高。

中国社会的根本特点,正如费孝通先生所说,是一个“关系”型社会,人们依据关系的亲疏远近不同而采取不同的对待方式,不像西方社会那样以普遍性的原则对待所有人。基于这种社会现实,企业家都非常注重发展自身的社会关系,增加自身的社会资本,通过各种社会关系网络获取企业发展所需要的资源。而在中国社会,政府在社会关系网络中处于绝对的强势地位,控制着大量企业发展所需要的资源。根据资源依赖理论,企业对政府具有强烈的依赖,这些特点决定了在中国企业家发展与政府(官员)的特殊关系的重要性(张建君、张志学,2005)。就现实来看,现在越来越多的企业家积极参与政治,其中很多人成为各级人大代表或政协委员。企业家通过政治参与和政府之间建立联系,确实为企业带来了更多的稀缺资源。已有的研究发现,政治关系能给企业带来更多更长期的贷款、更优惠的税率、更高的市场占有率等(Faccio,2006);在面临困境时,更容易获得政府的帮助(Faccio等,2006);更容易进入高壁垒行业,提升企业的经营业绩和企业价值(罗党论,2009)。政治关系已成为企业重要的社会资本。

J. H. 特纳把人类的社会交换活动分为“市场交换”、“再分配交换”和“互惠交换”三种,并认为企业和政府、市民即消费者、员工及其他利益相关者之间必定存在着第三种交换形式,即所谓“互惠交换”。企业通过企业家与政府之间的关系在资源的获得方面得到了政府部门的“偏爱”,基于互惠交换原则,一旦政府基于社会稳定或政府官员为了个人政绩希望有企业承担社会责任时,就自然会对那些因为政治关系而在资源的分配方面给予“偏爱”的企业产生期望和要求。而企业为了维护和发展与政府的关系,以便持续地得到政府的支持和保护,必然会以实际行动来满足政府的期望和要求。而捐赠作为企业承担社会责任的一种有效表现形式,具有很强的公众效应,往往能引起社会公众的关注。如在2008年5·12地震中生产王老吉饮料的香港加多宝集团在第一时间捐出1亿元善款之后好评如潮。同样,天津市荣程联合钢铁集团有限公司董事长张祥青在中央电视台募捐晚会现场捐款1亿元人民币,也使他和他的企业成为媒体焦点。捐赠的社会公众效应更能使企业赢得政府的认同,因此,捐赠自然也就成为企业满足政府期望和要求的一种行动方式。

上面的分析是基于“战略性慈善”的观点,认为高管层通过企业的捐赠行为能维护、提升企业与政府之间的关系,为企业争取更多的稀缺资源,提高企业的竞争力,这符合投资者的利益要求。但是,区别于“战略性慈善”的观点,代理成本理论认为,企业高管层可能为了获得私人收益而推动企业慈善捐款,慈善捐款成为高管享受在职消费的一种方式。

在中国,企业高管想要担任政府官员、政协委员、人大代表,必须首先得到社会认同和政府认可。而具有政治背景的高管,有着代表国家、政府和公众利益的形象,社会地位比较高(Battilana,2007; Ma & Parish,2006)。社会公众对于具有政治背景的高管在社会责任和道德标准方面有更高的预期,而且政治背景级别越高,这种预期也越高(Hoogh & Hartog,2008),希望其所在的公司能够更为积极地参与捐赠等慈善行为。高管为了满足社会公众对自身更高的道德要求,提升自己的社会声誉,赢得政府的认可,保持在政府部门席位,为自己争取更多的社会资源,会以一定的行动来满足公众、政府的期

望。因此,无论是基于“战略性慈善”的视角还是代理成本理论视角,在中国的制度环境下,高管的政治背景身份会在一定程度上影响其行为,尤其是具有公众效应的行为,如捐赠。据此,我们提出如下假设:

假设 5: 有政治背景的高管相比于没有政治背景的高管,参与捐赠的可能性更大,捐赠水平更高。

假设 6: 高管的政治背景级别越高,参与捐赠的可能性越大,捐赠水平越高。

在我国当前的制度背景下,企业高管的政治背景大体可以分为两类: 第一类是高管进入人大或政协,担任人大代表或政协委员,我们称之为“代表委员类政治背景”; 第二类是高管担任政府官员,我们称之为“政府官员类政治背景”。两类政治背景不能完全划等号,其高管身份和动机有明显不同,所起的作用可能也存在差异(杜兴强、雷宇、郭剑花,2009)。代表委员类政治背景往往是企业高管主动争取的结果,表明企业高管具有很好的社会声誉,得到了社会和政府的认可,从而向外界传递了一种良好信号(罗党论、唐清泉,2008)。因此,具有这类政治背景的企业高管往往会非常注重自身的声誉和公众形象,形象越佳,代表委员类政治背景的高管越有可能获得好评,从而越有可能维持或提升其政治级别,因而会更多地选择捐赠这种具有良好社会公众效应的方式来争取社会和政府的认可。而政府官员类政治背景的高管一般都是“曾任”而非“现任”,曾任政府官员的高管,其“关系网络”在其从政时已经建立并维持,所以,他们能够利用从政时的关系网,为企业争取稀缺资源。他们往往并不像代表委员类高管那样具有强烈的动机和激励去塑造良好的公司、个人形象,而会更加注重处理与政府官员的个人关系,并在这方面投入更多的资源,如“重要场合请有关官员出席”或“经常走访有关政府官员”。相反,政府官员类政治背景这一“关系”可能成为捐赠行为的一种替代机制(杜兴强、郭剑花、雷宇,2010)。虽然按照 Porter 等(2002) 的观点,公司通过捐赠等方式履行社会责任,可以形成竞争优势或提高公司形象,最终实现公司“增值”,但企业已具有的政府官员类政治背景,是一种有价值的“租”,能够为企业获得稀缺资源,从而在一定程度上减弱了企业进行公益性捐赠的动机(杜兴

强、郭剑花、雷宇,2010)。因此,高管的政府官员类政治背景会削弱其进行公益性捐赠的动机,从而降低公司的公益性捐赠金额。因此,我们提出如下假设:

假设 7: 具有代表委员类政治背景的高管相对于政府官员类政治背景的高管,参与捐赠的可能性更大,捐赠水平更高。

三、研究设计

1、样本选择和数据来源

本文的研究样本为我国沪深股市的全部上市公司,研究区间为 2006 ~ 2009 年。同时,我们依据以下标准对原始样本进行了筛选: (1) 剔除年报中未单独披露企业捐赠的样本; (2) 剔除当年 IPO 上市的公司; (3) 剔除公司董事长、总经理的背景披露不详的样本; (4) 剔除数据缺少以及数据极端异常的样本。最终,本文的研究得到 1835 个样本。其中,捐赠金额大于 0 的样本 1548 个。本文所使用的数据包括企业管理者背景特征数据、社会信任度数据和企业特征数据。其中,管理者背景特征数据来自 CSMAR 中的公司治理数据库以及巨潮资讯中的企业年报; 社会信任度数据来自张维迎和柯荣柱中国跨省信任调查; 企业特征数据中的捐赠数据来自锐思(RESSET) 数据库、CSMAR 数据库以及巨潮资讯中的企业年报,其他企业特征数据来自 CSMAR 的公司财务年报数据。

2、模型设定和变量定义

为了检验假设 1 ~ 假设 5,我们将待检验的回归方程设定为:

$$Donation = a + \beta_1 Sex + \beta_2 Age + \beta_3 Degree + \beta_4 Dedu + \beta_5 CPC + \beta_6 X + \beta_7 Industry + \beta_8 Year + \varepsilon \quad (1)$$

在方程(1) 中, *Donation* 是被解释变量,表示企业的捐赠情况,具体是以代表捐赠意愿的 *Donation₀*(是否参与捐赠) 以及代表捐赠水平的 *Donation₁*(捐赠额) 、*Donation₂*(捐赠支出资产比) 和 *Donation₃*(捐赠支出收入比) 来度量。对于方程(1) 中 *CPC* 为管理者政治背景特征,根据已往的文献(Bertrand,2004; Faccio,2006; Fan,2006; 陈冬华,2006; 罗党论,2008), 结合我国的实际情况,如果企业的董事长或总经理只要满足以下条件之一,我们就将其定义为有政治背景: 现任或前任的政

府官员; 现任或前任的人大代表; 现任或前任的政协委员。

在方程(1)中, X 是由多个控制变量构成的向量, 根据已往的文献(Pamela Greene & Robert McClelland, 2001; Charles T. Clotfelter, 2002; Helland & Smith, 2006), 我们控制了影响企业捐赠的一些因素: 捐赠的税收价格、内部治理以及股权结构。其中, 捐赠的税收价格是由于捐赠可以在公司缴纳所得税之前扣除, 从而减少了公司的应纳税所得额以及相应的应纳税额, 即公司每捐赠 1 元钱而需要实际付出的“税收价格”等于 $(1 - \text{边际税率})$ 。从 2008 年开始, 我国一般企业所得税税率由原来的 33% 降到 25%, 同时, 我国企业用于公益、救济性的捐赠准予扣除比例由年度应纳税所得额的 3% 上升到 12%。2008 年税收政策的改革不但扩大了捐赠

扣除的范围, 也调整了税率, 这两方面对企业的捐赠税收价格都会产生影响。理论上, 捐赠的税收价格越高, 公司捐赠支出会越低, 两者存在负相关。此外, 我们还控制了公司基本面的情况, 包括资产规模($Size$)、盈利情况(ROE)、资产负债率(Lev) 以及行业($Industry$) 及年度($Year$) 等相关因素。

为了检验假设 6 和假设 7, 我们将待检验的回归方程设定为:

$$\begin{aligned} Donation = & a + \beta_1 Sex + \beta_2 Age + \beta_3 Degree + \\ & \beta_4 Dedu + \beta_5 ICPC + \beta_6 DCPC + \beta_7 X + \\ & \beta_8 Industry + \beta_9 Year + \varepsilon \end{aligned} \quad (2)$$

在方程(2)中, ICPC 是虚拟变量, 表示企业的管理者政治背景类别, 如果是官员类政治背景为 1, 代表委员类政治背景为 0。以上模型中各变量的定义见表 1。

表 1 变量的定义

变 量	简 写	定 义
是否参与捐赠	Donation ₀	虚拟变量, 当参与捐赠时为 1, 反之为 0
捐赠额	Donation ₁	捐赠金额(单位: 千万元)
捐赠支出资产比	Donation ₂	捐赠支出 / 总资产 $\times 1000$
捐赠支出收入比	Donation ₃	捐赠支出 / 营业收入 $\times 1000$
性别	Sex	董事长性别为男则取 1, 性别为女取 0
年龄	Age	董事长的年龄
学历	Degree	中专及以下赋值为 1、大专为 2、本科为 3、硕士为 4、博士为 5
专业教育	Dedu	根据学科门类, 如果是人文社科类专业则为 1, 否则为 0
政治背景	CPC	虚拟变量, 董事长有政治背景时为 1, 反之为 0
政治背景类型	ICPC	虚拟变量, 官员类政治背景为 1, 代表委员类政治背景为 0
政治背景级别	DCPC	虚拟变量, 具有中央政治背景为 1, 地方政治背景为 0
社会信任度	Trust	指数越大, 表示社会信任度越高
产权性质	CC	虚拟变量, 如果是国有产权控股则为 1, 否则为 0
公司成立时间	Time	企业成立的年龄
公司规模	Size	总资产的自然对数
公司业绩	ROE	净利润 / 所有者权益
资产负债率	LEV	负债总额除以总资产
现金净流量	FCF	经营、投资、筹资活动产生的现金净流量之和(单位: 千万元)
独立董事比例	Outsize	独立董事人数除以董事总人数
董事长与总经理兼任	Cirplurm	是否有董事长与总经理的兼任情况, 兼任取 2, 不兼任取 1

变 量	简 写	定 义
第一大股东持股比例	Shrer1	公司第一大股东持股比例
股权制衡	IndexZ	第一大股东持股比例/第二大股东持股比例
捐赠税收价格	Taxprice	$1 - \text{公司适用所得税税率} \times (1 - \text{公司不可在税前扣除捐赠数额} / \text{公司捐赠总额})$
年份	Year	当处于该年份时为 1, 否则为 0
行业	Industry	当处于该行业时为 1, 否则为 0

四、中国上市公司管理者背景特征

利用本文的研究样本,我们对研究区间内中国上市公司的董事长背景特征做描述性统计分析,以揭示中国上市公司的管理者特征情况。我们首先对全部样本公司的董事长的背景特征进行了考察,接着根据企业产权性质将全部样本分为国有产权和私有产权两组,分别对董事长的特征进行考察,所得结果见表 2、表 3、表 4。可以看出,上市公司董事长一般为男性,而且无论是国有产权企业还是私有产权企业都存在这一现象;董事长的学历水平为本科以上,而且国有产权企业董事长的学历水平要高于私有产权企业;全部样本公司董事长的平均年龄在 50 岁,国有产权企业董事长的平均年龄要比私有产权企业董事长平均年龄要稍大一点;董事长教育背景为人文社科类专业的比重为 60% 左右,与私有产权企业相比,国有产权企业的董事长为人文社科类专业教育比重稍高一些;样本公司中董事长是有政治背景的比重近 35.6%,反映我国上市公司的政治参与还是相当普遍的,从这些有政治背景的董事长背景类型来看,官员类政治背景和代表委员类政治背景的董事长各占有一定的比重,但在产权性质不同的企业中又存在着显著差别,在国有产权企业中,董事长政治背景以官员类为主,而在私有产权企业中,董事长政治背景以代表委员类为主,这也反映了我国的实际情况。

表 2 全样本董事长背景特征描述统计

变量	观测值	均值	中位数	最大值	最小值	标准差
Sex	1835	0.962	1	1	0	0.190
Age	1835	50.552	50	72	31	6.975
Degree	1835	3.420	4	5	1	0.905
Dedu	1835	0.620	1	1	0	0.486
CPC	1835	0.356	0	1	0	0.479
ICPC	653	0.511	1	1	0	0.500
DCPC	653	0.276	0	1	0	0.447

表 3 国有产权样本董事长背景特征描述统计

变量	观测值	均值	中位数	最大值	最小值	标准差
Sex	1153	0.961	1	1	0	0.194
Age	1153	50.961	51	72	36	6.491
Degree	1153	3.567	4	5	1	0.806
Dedu	1153	0.622	1	1	0	0.485
CPC	1153	0.355	0	1	0	0.479
ICPC	409	0.702	1	1	0	0.458
DCPC	409	0.274	0	1	0	0.446

表 4 私有产权样本董事长背景特征描述统计

变量	观测值	均值	中位数	最大值	最小值	标准差
Sex	682	0.965	1	1	0	0.184
Age	682	49.859	49	71	31	7.682
Degree	682	3.172	3	5	1	1.004
Dedu	682	0.616	1	1	0	0.487
CPC	682	0.359	0	1	0	0.480
ICPC	244	0.193	0	1	0	0.395
DCPC	244	0.279	0	1	0	0.449

五、实证结果及分析

在本文在实证分析中,根据因变量的数据特征,当因变量为是否参与捐赠(Donation_0)虚拟变量时,我们采用 LOGIT 模型进行回归分析;当因变量为捐赠额(Donation_1)、捐赠支出资产比(Donation_2)、捐赠支出收入比(Donation_3)时我们采用 TOBIT 模型进行回归分析。

1、管理者背景特征与企业捐赠

我们首先对全样本进行了回归分析,表 3 的回归结果表明,在控制企业规模、盈利能力、负债率、现金净流量、成立时间等因素后,在高管背景特征变量中只有政治背景变量与企业参与捐赠的可能性及捐赠水平之间呈显著的相关性,即有政治背景的高管所在企业参与捐赠的意愿更强、捐赠水平更高,并且同样是具有政治背景的高管,代表委员类政治背景高管相比于政府官员类政治背

景的高管会有更强的捐赠意愿和更高的捐赠水平,而其他高管背景特征变量与企业捐赠都不存在显著的一致相关性。这反映了在我国的制度环境下,影响企业捐赠行为因素中政府因素起着重

要作用,企业的捐赠更多的是受到管理者政治背景关系的影响,传统的慈善捐赠行为受到了一定的冲击。

表 5 基于全部样本的回归分析

	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)
Intercept	-6.970*** (-3.990)	-7.939*** (-9.810)	-0.117 (-0.140)	2.531 (1.030)	-6.015* (-1.830)	-7.579*** (-3.870)	0.700 (0.260)	9.362 (1.190)
Sex	0.032 (0.080)	0.010 (0.060)	0.028 (0.160)	0.396 (0.780)	0.547 (0.930)	0.056 (0.200)	0.224 (0.600)	0.910 (0.820)
Age	-0.017 (-1.590)	-0.009* (-1.900)	-0.002 (-0.400)	-0.003 (-0.190)	-0.058** (-2.510)	-0.014 (-1.440)	-0.002 (-0.150)	-0.022 (-0.550)
Degree	0.061 (0.750)	-0.021 (-0.560)	0.061 (1.520)	0.222* (1.880)	0.076 (0.450)	-0.015 (-0.210)	0.081 (0.830)	0.305 (1.060)
Dedu	0.160 (1.120)	0.050 (0.730)	0.034 (0.480)	0.137 (0.660)	0.220 (0.690)	0.179 (1.280)	0.168 (0.890)	0.670 (1.200)
CPC	0.663*** (4.100)	0.286*** (4.270)	0.414*** (5.960)	1.023*** (5.010)				
ICPC					-0.796** (-2.190)	-0.193 (-1.220)	-0.498** (-2.320)	-2.135*** (-3.360)
DCPC					0.106 (0.280)	-0.071 (-0.470)	-0.166 (-0.810)	-0.111 (-0.180)
CC	-0.082 (-0.510)	-0.121 (-1.600)	-0.332*** (-4.230)	-0.594*** (-2.580)	-0.097 (-0.270)	-0.041 (-0.260)	-0.363* (-1.700)	-0.111 (-0.180)
Time	-0.022 (-1.300)	0.001 (0.150)	0.011 (1.330)	0.023 (0.910)	-0.034 (-0.900)	0.010 (0.600)	0.048** (2.220)	0.103 (1.610)
Size	0.417*** (5.180)	0.450*** (13.610)	0.044 (1.270)	0.040 (0.400)	0.564*** (3.570)	0.526*** (8.620)	0.077 (0.930)	-0.069 (-0.280)
ROE	0.914*** (2.860)	0.048 (0.320)	0.120 (0.860)	-1.604*** (-5.130)	0.235 (0.620)	-0.243 (-1.250)	-0.115 (-0.500)	-2.268*** (-4.000)
LEV	-0.082 (-0.200)	-0.833*** (-4.310)	-0.513*** (-2.570)	-0.604 (-1.030)	-0.857 (-1.060)	-1.750*** (-4.650)	-1.497*** (-2.940)	-0.813 (-0.540)
FCF	0.000 (-0.420)	0.000 (-0.280)	0.000 (0.120)	0.000 (0.310)	0.000 (-0.270)	0.000 (-0.070)	0.000 (0.310)	0.000 (0.400)
Outsize	-0.179 (-0.120)	-1.130* (-1.850)	-0.774 (-1.220)	-2.220 (-1.190)	-1.495 (-0.550)	-3.341*** (-2.950)	-1.916 (-1.250)	-6.117 (-1.350)
Cirplurm	-0.108 (-0.580)	-0.180** (-2.090)	-0.086 (-0.960)	-0.619** (-2.360)	-0.033 (-0.080)	-0.334* (-1.950)	-0.100 (-0.430)	-0.919 (-1.340)
Shrcr1	0.000 (-0.040)	-0.002 (-0.840)	0.000 (-0.140)	-0.013* (-1.800)	-0.009 (-0.780)	-0.001 (-0.260)	-0.001 (-0.190)	-0.027 (-1.420)
IndexZ	0.000 (0.230)	0.000 (-0.160)	0.000 (-0.140)	0.000 (-0.100)	0.001 (0.150)	-0.003 (-1.070)	-0.001 (-0.420)	0.000 (-0.010)
Taxprice	0.895*** (5.870)	-0.642*** (-5.650)	-0.745*** (-6.320)	-2.198*** (-6.330)	0.482 (1.440)	-0.551*** (-2.590)	-1.336*** (-4.610)	-3.852*** (-4.510)
Year	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Industry	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	1835	1835	1835	1835	653	653	653	653
PseudoR ²	0.0842	0.0905	0.0429	0.0252	0.0960	0.1630	0.0310	0.0249
LogLikelihood	-702.70	-2645.04	-2728.51	-4360.95	-183.89	-1064.56	-1248.16	-1872.06

注: ***、**和* 分别表示 1%、5%和 10% 的显著性水平。

在研究的过程中,我们发现,有些年度亏损的上市公司也有一定的捐赠支出。根据经典的企业理论,现代企业的经营目标是追求股东利益最大化。然而,捐赠行为却意味着企业要将其一部分资源用于不以获利为目的的活动中,这无疑会增加企业的运营成本,成本与利润之间的相互矛盾似乎隐喻着企业不应进行捐赠(燕波、王然、张耀辉,2009)。特别是对于这类亏损的上市公司,在股东的利益都没有得到合理保证的情况下选择捐赠,让人觉得不可思议。本文利用上述回归方程对年度亏损企业样本进行了分析,通过回归结果与表 5 的比较(回归结果未列出,可根据需要提供),我们发现,这类企业的捐赠意愿与捐赠水平同样仅与高管的政治背景特征变量呈显著的相关性,与其他背景特征不存在显著相关性,与控制变量也不存在一致性的显著性相关关系。可见,在我国的制度环境下,政治关联因素对企业行为的影响。企业或高管个人为了得到政府与社会的认同,维护和发展与政府之间建立的政治联系,在自身经营业绩亏损的状况下而选择捐赠支出,显示出政治联系对企业以及高管个人的重要性。

为了考察研究结果的可靠性,本文还进行了稳健性检验。基于前面的实证分析中所有被解释变量和企业特征变量均为年度末的存量,为了测试上述检验结果的稳健性,我们将模型中的被解释变量和企业特征变量替换为年度的增量,以进一步检验高管背景特征对企业捐赠的年度增加值的影响。检验结果表明,董事长政治背景特征变量与企业的增量捐赠同样具有显著的相关性。2008 年被称为是中国的企业社会责任元年,考虑到 2008 年特殊的环境(汶川大地震)是否会影响到前面的检验结果,本文做了进一步的检验,把研究样本分为特殊年份组(2008 年)和普通年份(2006、2007、2009 年)组进行检验。检验结果表明,董事长政治背景特征变量不管在特殊年份还是普通年份对企业捐赠都具有显著的影响,但是在特殊年份中影响的显著性有所降低,高管的其他背景特征变量与企业捐赠同样都不存在显著的一致相关性。此外,为了避免内生性问题,我们将模型中的解释变量和控制变量都滞后一期,以研究其对企业捐赠的影响,结果也没有太大差异。

2、社会信任环境影响下的管理者背景特征与企业捐赠

埃里克·尤斯拉纳(Eric. M. Uslaner)认为,只有信任他人会强有力地支持那些面临歧视的群体,只有具有信任感的社会更有可能对资源进行从富人向穷人的再分配。慈善捐赠作为“善”的一种表达方式,它需要社会文化的孕育,而信任就是这种文化中的重要元素。只有在信任的环境下,社会成员才能真诚、友好地协作和交往,也只有在信任的环境下才能激发个体更多“善”的行为。

马克思·韦伯认为,中国人的信任不是建立在信仰共同体基础上的普遍信任,而是建立在血缘关系共同体基础之上的特殊信任,属于低信任度的社会(信任仅存在于血缘关系)。这种基于血缘关系的特殊信任是建立在儒家文化和农耕文化交互作用基础之上的(赵延东、杨俊,2007),而随着中国市场经济发展,作为市场经济基础的信用经济必然会对中国传统的基于血缘关系的信任文化产生冲击。传统的仅存在于血缘关系的信任必然会得以扩散,中国传统的低信任度社会也将逐渐向高信任度社会过渡。但是考虑到中国经济发展以及市场化进程存在着明显地区性差异(樊纲,2006),这种差异必然会反映在文化上,特别是信用经济相关的信任文化。文化上的差异会在一定程度上影响组织、个人的行为模式,而捐赠作为一种道德行为同样会受到文化的影响。因此,研究管理者的情绪、价值观对捐赠行为的影响必然要考虑社会文化的作用。

本文借鉴张维迎和柯荣柱通过中国跨省信任调查得出的我国各地区(包括 31 个省、自治区和直辖市)信任度指数,将信任度指数高于中位数定义为高社会信任度,低于中位数定义为低社会信任度。通过高低社会信任文化下管理者背景特征对企业捐赠(意愿、水平)影响的差异比较来研究管理者哪些背景特征对企业捐赠的影响会受到社会信任文化的作用。表 6、表 7 分别列出了低社会信任环境和高社会信任环境的回归结果。不管是在低社会信任环境下还是在高社会信任环境下,管理者政治背景特征(是否有政治背景、政治背景类型)与企业捐赠(意愿、水平)都呈显著的相关性。而在其他背景特征变量中,通过比较发现,在

高社会信任环境下,管理者的学历背景与企业捐赠(意愿、水平)不存在显著一致的相关性,而在低社会信任环境下,管理者的学历背景与企业捐赠(意愿、水平)呈显著的正相关,即在低社会信任环境下,高管学历越高参与捐赠的可能性越大,捐赠

水平越高。这反映了在文化越差的地区,教育对个人(价值观、情绪)的改变、影响更为显著和深远,在社会文化比较落后的地区,只有通过更多的教育才能改变人的行为包括捐赠这种慈善行为,越是在社会落后的地区,教育显得尤为重要。

表 6 基于低社会信任环境的回归分析

	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)
Intercept	-5.196 (-1.430)	-1.985 *** (-6.420)	2.955 *** (2.900)	9.436 * (1.760)	-0.580 (-0.090)	-2.568 *** (-4.160)	5.384 ** (2.520)	28.962 ** (2.570)
Sex	0.019 (0.020)	-0.004 (-0.060)	-0.529 ** (-2.380)	-0.572 (-0.490)	0.165 (0.130)	0.035 (0.320)	-0.360 (-0.950)	0.808 (0.400)
Age	-0.004 (-0.220)	0.000 (0.080)	0.002 (0.370)	0.010 (0.290)	-0.039 (-0.930)	0.002 (0.360)	-0.010 (-0.660)	-0.008 (-0.100)
Degree	0.293 * (1.720)	0.039 ** (2.430)	0.083 (1.560)	0.638 ** (2.290)	0.390 (1.170)	0.071 ** (2.030)	0.033 (0.280)	0.837 (1.320)
Dedu	0.095 (0.350)	-0.025 (-1.000)	-0.001 (-0.010)	0.146 (0.340)	-0.426 (-0.700)	-0.104 * (-1.790)	-0.174 (-0.870)	-0.140 (-0.130)
CPC	0.466 * (1.610)	0.098 *** (3.920)	0.355 *** (4.310)	1.471 *** (3.400)				
ICPC					-0.554 (-0.870)	-0.111 * (-1.750)	-0.426 * (-1.960)	-2.411 ** (-2.090)
DCPC					0.567 (0.720)	-0.046 (-0.650)	-0.132 (-0.540)	-0.753 (-0.580)
CC	0.069 (0.230)	-0.076 *** (-2.590)	-0.415 *** (-4.320)	-0.631 (-1.250)	0.623 (0.990)	-0.004 (-0.050)	-0.300 (-1.280)	1.422 (1.140)
Time	-0.053 (-1.580)	0.000 (0.010)	-0.005 (-0.470)	-0.008 (-0.140)	-0.046 (-0.670)	0.006 (0.850)	0.040 (1.580)	0.003 (0.030)
Size	0.366 ** (2.210)	0.094 *** (6.650)	-0.061 (-1.310)	-0.180 (-0.740)	0.402 (1.270)	0.122 *** (4.030)	-0.116 (-1.110)	-0.883 (-1.610)
ROE	0.366 (0.960)	-0.030 (-0.700)	-0.719 *** (-5.050)	-8.630 *** (-11.570)	0.113 (0.190)	-0.074 (-1.100)	-0.989 *** (-4.250)	-11.083 *** (-9.020)
LEV	-0.761 (-0.960)	-0.080 (-1.100)	-0.337 (-1.410)	-0.266 (-0.210)	-1.676 (-0.980)	-0.285 * (-1.740)	-0.471 (-0.830)	3.013 (1.010)
FCF	-0.002 (-0.540)	0.001 *** (3.290)	0.001 (0.620)	0.005 (1.010)	0.001 (0.170)	0.003 *** (4.590)	0.003 (1.380)	0.009 (0.900)
Outsize	-3.181 (-1.250)	0.146 (0.640)	-1.795 ** (-2.370)	-8.326 ** (-2.090)	-8.297 * (-1.760)	0.084 (0.170)	-3.512 ** (-2.110)	-15.938 * (-1.810)
Cirplurm	-0.021 (-0.060)	-0.080 ** (-2.500)	-0.239 ** (-2.280)	-1.880 *** (-3.410)	-0.133 (-0.210)	-0.133 ** (-2.070)	-0.318 (-1.440)	-3.329 *** (-2.850)
Shrcr1	0.012 (1.020)	0.002 * (1.920)	0.008 *** (2.600)	-0.003 (-0.170)	-0.023 (-1.050)	0.002 (0.980)	0.013 * (1.710)	-0.016 (-0.420)
IndexZ	-0.002 (-0.330)	0.001 (1.300)	-0.001 (-0.360)	-0.005 (-0.650)	0.004 (0.320)	0.001 (1.210)	-0.001 (-0.140)	0.004 (0.190)
Year	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Industry	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	510	510	510	510	191	191	191	191
PseudoR ²	0.0575	0.4189	0.0671	0.0552	0.1286	0.3190	0.0751	0.0842
LogLikelihood	-198.60	-76.85	-586.90	-1280.05	-58.80	-68.07	-272.87	-541.89

注: ***、**和* 分别表示 1%、5%和 10% 的显著性水平。

表 7

基于高社会信任环境的回归分析

	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)
Intercept	- 7. 703 *** (- 3. 840)	- 8. 227 *** (- 4. 840)	- 0. 909 (- 0. 530)	- 0. 475 (- 0. 120)	- 7. 032 * (- 1. 750)	- 5. 913 *** (- 3. 750)	- 2. 349 (- 0. 740)	- 1. 810 (- 0. 250)
Sex	- 0. 020 (- 0. 050)	0. 014 (0. 060)	0. 217 (0. 980)	0. 540 (1. 060)	0. 762 (1. 110)	- 0. 064 (- 0. 260)	0. 509 (1. 000)	1. 009 (0. 860)
Age	- 0. 014 (- 1. 110)	- 0. 013 ** (- 1. 970)	0. 003 (0. 420)	0. 002 (0. 120)	- 0. 060 ** (- 2. 070)	0. 009 (0. 950)	0. 005 (0. 290)	0. 004 (0. 090)
Degre	0. 065 (0. 700)	- 0. 052 (- 1. 040)	0. 049 (0. 980)	0. 115 (0. 980)	0. 045 (0. 230)	0. 041 (0. 670)	0. 126 (1. 020)	0. 269 (0. 940)
Dedu	0. 201 (1. 200)	0. 042 (0. 460)	0. 047 (0. 500)	0. 047 (0. 210)	0. 416 (1. 030)	0. 101 (0. 800)	0. 241 (0. 940)	0. 456 (0. 770)
CPC	0. 789 *** (4. 010)	0. 404 *** (4. 480)	0. 458 *** (5. 040)	0. 950 *** (4. 500)				
ICPC					- 0. 870 * (- 1. 870)	- 0. 164 (- 1. 120)	- 0. 424 (- 1. 430)	- 1. 113 * (- 1. 630)
DCPC					0. 005 (0. 010)	- 0. 107 (- 0. 810)	- 0. 171 (- 0. 640)	- 0. 028 (- 0. 040)
CC	- 0. 263 (- 1. 410)	- 0. 118 (- 1. 170)	- 0. 281 *** (- 2. 770)	- 0. 550 ** (- 2. 330)	- 0. 247 (- 0. 540)	- 0. 029 (- 0. 200)	- 0. 379 (- 1. 300)	- 0. 635 (- 0. 940)
Time	- 0. 018 (- 0. 940)	0. 006 (0. 550)	0. 017 (1. 580)	0. 030 (1. 220)	- 0. 018 (- 0. 400)	0. 011 (0. 830)	0. 047 * (1. 670)	0. 076 (1. 170)
Size	0. 453 *** (4. 930)	0. 499 *** (11. 770)	0. 052 (1. 220)	0. 054 (0. 550)	0. 557 *** (2. 980)	0. 270 *** (5. 060)	0. 066 (0. 620)	- 0. 027 (- 0. 110)
ROE	1. 142 *** (2. 980)	0. 272 (1. 090)	0. 935 *** (3. 670)	0. 959 * (1. 700)	0. 517 (0. 670)	0. 655 * (1. 790)	1. 545 ** (2. 100)	1. 364 (0. 820)
LEV	- 0. 024 (- 0. 050)	- 0. 867 *** (- 3. 350)	- 0. 475 * (- 1. 820)	- 0. 922 (- 1. 520)	- 0. 870 (- 0. 870)	- 0. 471 (- 1. 390)	- 1. 412 ** (- 2. 070)	- 1. 836 (- 1. 160)
FCF	0. 000 (- 0. 310)	0. 000 (- 0. 720)	0. 000 (- 0. 020)	0. 000 (- 0. 010)	0. 000 (- 0. 200)	0. 000 (- 1. 550)	0. 000 (0. 210)	0. 000 (0. 240)
Outsize	1. 909 (1. 070)	- 1. 551 * (- 1. 900)	- 0. 356 (- 0. 430)	0. 375 (0. 200)	3. 094 (0. 800)	0. 063 (0. 060)	- 0. 817 (- 0. 390)	0. 615 (0. 130)
Cirplurm	- 0. 176 (- 0. 790)	- 0. 177 (- 1. 520)	0. 005 (0. 050)	- 0. 037 (- 0. 140)	- 0. 039 (- 0. 070)	- 0. 142 (- 0. 880)	0. 133 (0. 410)	0. 440 (0. 580)
Shrer1	- 0. 004 (- 0. 740)	- 0. 004 (- 1. 460)	- 0. 004 (- 1. 170)	- 0. 009 (- 1. 200)	- 0. 009 (- 0. 650)	- 0. 007 (- 1. 630)	- 0. 007 (- 0. 850)	- 0. 017 (- 0. 860)
IndexZ	0. 000 (0. 250)	0. 000 (- 0. 060)	0. 000 (- 0. 030)	0. 000 (0. 030)	0. 000 (0. 030)	0. 001 (0. 290)	0. 000 (0. 010)	0. 001 (0. 090)
Year	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Industry	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	1325	1325	1325	1325	462	462	462	462
PseudoR ²	0. 0764	0. 1032	0. 0447	0. 0252	0. 1097	0. 3460	0. 0343	0. 0189
LogLikelihood	- 514. 11	- 2036. 58	- 2064. 22	- 2982. 85	- 120. 42	- 636. 90	- 930. 17	- 1277. 20

注: ***、**和* 分别表示 1%、5% 和 10% 的显著性水平。

3、产权性质影响下的管理者背景特征与企业捐赠

我国的制度背景下,产权性质在一定程度上会影响企业在社会经济发展中的活动方式。国有产权和私有产权的企业由于控制人性质的不同,在许多方面存在显著差异。譬如,在我国特殊背景下,国有产权企业的董事长一般是由政府任命的,他们的职位具有一定的行政级别,这种行政色彩会

影响企业的行为。而私有产权企业的董事长一般是由大股东出任,其行为会更多地代表出资者的利益,管理层代理成本相对于国有产权企业要低。对此,我们区分了企业的产权性质,进一步研究了企业董事长背景特征对企业捐赠行为的影响。

表 8 和表 9 的结果表明,不论在什么产权性质的企业中,高管的政治背景特征对企业捐赠(意愿、水平)都具有显著的影响,但是,高管的政治背景特

征类型对企业捐赠(意愿、水平)的影响在产权性质不同的企业中存在着显著差异。在私有产权企业中,董事长的政治背景类型与企业的捐赠(意愿、水平)具有显著的相关性,代表委员类政治背景相比于官员类政治背景,有更强的捐赠意愿和更高的捐赠水平,而在国有产权企业中这种差异并不显著。对其可能的解释是,国有产权企业的董事长一般是由政府任命的,他们的职位本身就具有一定的行政级别,他们往往会更多地关注自身的仕途。他们在研究企业发展战略、改善企业经营环境、提高经济效益的同时,会将更多的精力放在如何博取政府的好感,寻求自身仕途的更好发展。因此,国有产权的企业不论其董事长具有何种政治背景,其自身仕途得到更好的发展动机会使他们在赢得政府的认

同、密切与政府之间的关系上所采取的行动方式不会存在显著差异。而那些私有产权的企业,由于其董事长或总经理经营企业的目的就是提高企业的经济效益和企业价值,其形成、建立与政府之间的政治背景的目的也就是为企业的发展服务、更多的获得政府资源。因而,他们在赢得政府认同、维护与发展与政府之间的联系时,会根据自己的身份、地位选择有针对性的行为方式,充分发挥资源的公关效应。如代表委员类政治背景的企业高管会选择捐赠这种具有良好社会公众效应的方式,而政府官员类政治背景的企业高管可能会采取密切发展与政府部门官员之间的个人关系,并在这方面投入更多的资源。

表 8 基于私有产权的回归分析

	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)
Intercept	-8.498 *** (-2.580)	-2.480 *** (-4.070)	-0.335 (-0.160)	-3.826 (-0.760)	-2.388 (-0.370)	-2.538 * (-1.670)	2.586 (0.530)	4.015 (0.340)
Sex	0.011 (0.010)	0.062 (0.490)	-0.017 (-0.040)	0.321 (0.310)	0.000 (0.000)	0.059 (0.230)	-0.079 (-0.100)	0.162 (0.080)
Age	-0.010 (-0.650)	0.001 (0.280)	0.004 (0.420)	0.009 (0.330)	-0.032 (-0.910)	0.001 (0.080)	0.003 (0.100)	0.001 (0.020)
Degree	0.111 (0.940)	0.017 (0.730)	0.078 (0.980)	0.260 (1.350)	0.331 (1.310)	0.026 (0.440)	0.139 (0.740)	0.462 (1.020)
Dedu	0.403 * (1.700)	0.052 (1.090)	0.194 (1.200)	0.417 (1.060)	-0.013 (-0.030)	0.082 (0.660)	0.259 (0.650)	0.366 (0.380)
CPC	0.686 *** (2.580)	0.138 *** (2.930)	0.560 *** (3.520)	1.158 *** (2.990)				
ICPC					-1.411 ** (-2.280)	-0.323 * (-1.700)	-0.889 * (-1.680)	-1.348 ** (-2.060)
DCPC					-0.100 (-0.160)	0.065 (0.460)	0.376 (0.830)	1.466 (1.350)
Time	-0.013 (-0.570)	0.005 (0.990)	0.019 (1.200)	0.071 * (1.840)	0.011 (0.190)	0.018 (1.440)	0.089 ** (2.170)	0.174 * (1.770)
Size	0.545 *** (3.610)	0.121 *** (4.220)	0.038 (0.390)	0.224 (0.960)	0.415 (1.260)	0.137 * (1.780)	-0.037 (-0.150)	-0.047 (-0.080)
ROE	1.672 *** (2.650)	0.301 ** (2.360)	1.057 ** (2.480)	1.304 (1.300)	1.209 (0.700)	0.600 (1.320)	2.043 (1.410)	1.513 (0.460)
LEV	-0.659 (-0.930)	-0.175 (-1.240)	-0.960 ** (-2.020)	-2.530 ** (-2.180)	-1.517 (-0.940)	-0.479 (-1.220)	-2.281 * (-1.810)	-4.564 (-1.510)
FCF	0.004 (0.790)	0.001 ** (2.000)	0.000 (-0.050)	-0.001 (-0.170)	0.001 (0.160)	0.001 (1.290)	0.000 (-0.150)	-0.001 (-0.160)
Outsize	-3.124 (-1.450)	-0.704 (-1.600)	-2.433 (-1.640)	-5.924 (-1.640)	-6.594 (-1.510)	-1.499 (-1.420)	-5.443 (-1.600)	-12.497 (-1.530)

	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)
Cirplurm	-0.151 (-0.550)	-0.018 (-0.330)	-0.023 (-0.130)	-0.288 (-0.640)	-0.336 (-0.470)	-0.008 (-0.050)	-0.008 (-0.020)	-0.069 (-0.060)
Shrcr1	0.007 (0.700)	0.001 (0.380)	0.005 (0.840)	0.007 (0.470)	0.007 (0.350)	0.001 (0.330)	0.010 (0.730)	0.021 (0.680)
IndexZ	0.002 (0.220)	-0.001 (-0.790)	-0.003 (-0.700)	-0.005 (-0.510)	0.023 (0.760)	-0.003 (-0.740)	-0.008 (-0.640)	-0.017 (-0.540)
Year	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Industry	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	682	682	682	682	244	244	244	244
PseudoR ²	0.1108	0.0668	0.0165	0.0089	0.1786	0.0405	0.0177	0.0100
LogLikelihood	-257.67	-511.69	-1186.37	-1672.90	-63.11	-284.50	-539.66	-730.36

注: ***、** 和 * 分别表示 1%、5% 和 10% 的显著性水平。

表 9 基于国有产权的回归分析

	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)
Intercept	-6.446 *** (-2.980)	-10.654 *** (-9.910)	-0.294 (-0.460)	0.825 (0.360)	-6.424 (-1.510)	-8.634 *** (-3.320)	-0.298 (-0.190)	5.664 (1.060)
Sex	0.024 (0.060)	-0.026 (-0.100)	0.024 (0.150)	0.286 (0.520)	1.165 * (1.740)	0.078 (0.180)	0.273 (0.750)	1.306 (1.040)
Age	-0.013 (-0.900)	-0.018 ** (-2.180)	0.000 (0.000)	-0.001 (-0.060)	-0.062 * (-1.920)	-0.024 (-1.480)	-0.006 (-0.440)	-0.041 (-0.890)
Degre	0.103 (0.900)	-0.038 (-0.560)	0.037 (0.910)	0.165 (1.150)	-0.136 (-0.540)	-0.112 (-0.930)	0.020 (0.190)	0.109 (0.310)
Dedu	0.043 (0.240)	-0.022 (-0.210)	-0.006 (-0.090)	0.218 (0.970)	0.359 (0.790)	0.189 (0.850)	0.084 (0.460)	0.960 (1.520)
CPC	0.649 *** (3.190)	0.345 *** (3.250)	0.340 *** (5.340)	1.141 *** (5.040)				
ICPC					-0.612 (-1.230)	-0.295 (-1.290)	-0.144 (-0.870)	-1.743 (-1.370)
DCPC					0.316 (0.620)	-0.106 (-0.460)	-0.288 (-1.480)	-0.749 (-1.120)
Time	-0.040 (-1.620)	-0.023 (-1.630)	-0.001 (-0.100)	-0.028 (-0.940)	-0.070 (-1.240)	0.009 (0.300)	0.008 (0.350)	-0.058 (-0.750)
Size	0.377 *** (3.990)	0.610 *** (13.040)	0.034 (1.230)	0.071 (0.720)	0.599 *** (3.120)	0.600 *** (6.850)	0.092 (1.390)	0.149 (0.650)
ROE	0.430 (1.360)	-0.033 (-0.150)	-0.273 ** (-2.040)	-5.699 *** (-12.130)	0.134 (0.240)	-0.391 (-1.280)	-0.685 *** (-2.620)	-9.660 *** (-10.760)
LEV	0.139 (0.280)	-1.294 *** (-4.520)	-0.483 *** (-2.820)	-0.655 (-1.080)	-0.300 (-0.290)	-1.962 *** (-3.590)	-1.269 *** (-2.940)	-1.375 (-0.930)

	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)	Donation ₀ (LOGIT 模型)	Donation ₁ (TOBIT 模型)	Donation ₂ (TOBIT 模型)	Donation ₃ (TOBIT 模型)
FCF	0.000 (-0.380)	0.000 (-0.520)	0.000 (-0.430)	0.000 (0.170)	0.000 (-0.230)	0.000 (-0.150)	0.000 (-0.090)	0.000 (0.170)
Outsize	2.854 (1.490)	-0.428 (-0.450)	0.139 (0.250)	0.351 (0.170)	1.113 (0.310)	-3.561** (-2.110)	0.293 (0.210)	1.078 (0.220)
Cirplurm	-0.168 (-0.640)	-0.206 (-1.390)	-0.139 (-1.560)	-1.045*** (-3.300)	0.240 (0.430)	-0.347 (-1.250)	-0.241 (-1.020)	-1.928** (-2.370)
Shrcr1	-0.004 (-0.630)	-0.003 (-0.780)	-0.001 (-0.570)	-0.012 (-1.590)	-0.034** (-2.080)	-0.004 (-0.570)	-0.005 (-0.710)	-0.040* (-1.750)
IndexZ	0.000 (0.190)	0.000 (-0.060)	0.000 (0.050)	0.000 (-0.050)	0.001 (0.140)	-0.002 (-0.740)	-0.001 (-0.480)	-0.004 (-0.440)
Year	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Industry	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	1153	1153	1153	1153	409	409	409	409
PseudoR ²	0.0504	0.0513	0.0156	0.0328	0.0903	0.1718	0.0154	0.0552
LogLikelihood	-453.22	-1933.77	-1462.85	-2680.00	-113.87	-713.58	-675.33	-1115.81

注:***、**和* 分别表示1%、5%和10%的显著性水平。

六、结论

捐赠作为私人提供公共产品的一个重要渠道,是企业履行社会责任的重要组成部分。作为收入“第三次分配”的捐赠具有重要的社会意义,它救济了社会弱势群体、提升社会整体福利、减轻国家经济负担。随着经济的发展以及企业公民社会责任理论的兴起,社会公众对企业的捐赠越来越关注。已有的文献对于企业捐赠行为的研究往往都是基于企业的层面来进行的,它们存在的一个主要问题是,忽略了企业管理者的异质性,而把管理者视为同质的。无疑,这与现实是不相符的。现实中的企业管理者由于性别、学习背景、年龄以及经历等各方面的差异,导致他们的行为选择具有较大的差异性。捐赠作为企业的一种道德慈善行为,更容易受到管理层认知和情绪等的影响。

本文以我国2006~2009年在沪深交易所上市的公司为样本,从董事长或总经理的特征角度,研究了其教育背景、政治背景、年龄、性别等背景特征对企业捐赠行为的影响。研究结果表明,在管理者背景特征变量中,是否有政治背景和政治背景类型对企业捐赠行为具有显著的影响,学历背景仅在低社会信任环境下对企业捐赠行为具有显著影响,其

他背景特征变量与企业捐赠行为都不存在显著的一致相关性。在进一步区分企业产权性质后的研究发现,在国有产权企业和私有产权企业中,管理者政治背景类型对企业捐赠行为的影响具有显著差异。本文的研究反映了在我国的制度环境下,影响企业捐赠行为的因素中政府因素起着重要作用,企业的捐赠行为更多地受到高管政治背景关系的影响,在我国的企业捐赠中存在着基于互惠交换的理性捐赠行为,传统的慈善捐赠行为受到了一定的冲击。

本文的研究贡献及研究意义可能体现在如下几个方面:(1)针对以往文献在研究企业捐赠行为中将管理者视为同质的,没有考虑企业管理者的异质性,本文选择从管理者认知、情绪、价值观角度研究了管理者的教育背景、政治背景、年龄、性别等背景特征对企业捐赠行为的影响,为企业的捐赠行为提供了一个更为基础性的解释,丰富了企业捐赠研究的相关文献;(2)从管理者政治背景特征对企业捐赠行为的影响这个角度揭示了在我国的企业捐赠中存在着基于互惠交换的理性捐赠行为,传统的慈善捐赠行为受到了一定的冲击;(3)本文在研究管理者的背景特征对企业捐赠行为的影响时结合了我国当前的制度背景,考虑了产权和社会信任文

化的作用,研究了文化和产权上的差异对组织、个人行为的影响,有利于我们进一步认识我国企业捐赠的现实状况。

本文的局限性在于未能对整个管理层的背景特征进行考察,这也是下一步研究需要考察的问

题。同时,由于数据收集的局限性,未能将没有披露年度捐赠数据的公司未纳入研究样本中,虽然对于本研究不存在系统性偏差,但也可能对我们的分析结果有影响,这也是利用公开数据对企业捐赠的研究中不可避免的问题。

参考文献:

- [1] Bartels, Larry M. Brady, Henry E. Economic Behavior in Political Context [J]. American Economic Review, 2003, (2).
- [2] Che Jiahua, Qian Yingyi. Institutional Environment, Community Government and Corporate Governance: Understanding China's Township - Village Enterprises [J]. Journal of Law, Economics & Organization, 1998, (1).
- [3] Churchill G. A. A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs [J]. Journal of Marketing Research, 1979, (1).
- [4] Claessens S. , L. Laeven. Financial Development, Property Rights and Growth [J]. Journal of Finance, 2003, (6).
- [5] Faccio, Mara, Ronald W. Masulis, John J. Mc - Connell. Political Connections and Corporate Bailouts [J]. Journal of Finance, 2006, (6).
- [6] Faccio, Mara. Politically Connected Firms [J]. American Economic Review, 2008, (5).
- [7] Fisman Raymond. Estimating the Value of Political Connections [J]. American Economic Review, 2001, (4).
- [8] Getz K. A. Research in Corporate Political Action: Integration and Assessment [J]. Business and Society, 1997, (1).
- [9] Hay J. , A. Shleifer. Private Enforcement of Public Laws: a Theory of Legal Reform [J]. American Economic Review, 1998, (2).
- [10] Rajan. Financial Dependence and Growth [J]. American Economic Review, 1998, (2).
- [11] Schuler. Corporate Political Strategy and Foreign Competition: The Case of the Steel Industry [J]. Academy of Management Journal, 1996, (3).
- [12] Sethi. Corporate Political Activism [J]. California Management Review, 1982, (3).
- [13] Wernerfelt. From Critical Resources to Corporate Strategy [J]. Journal of General Management, 1989, (3).
- [14] 杜兴强,雷宇,郭剑花. 政治联系、政治联系方式与民营上市公司的会计稳健性 [J]. 北京: 中国工业经济, 2009, (7).
- [15] 杜兴强,郭剑花,雷宇. 政治联系方式与民营企业捐赠: 度量方法与经验证据 [J]. 蚌埠: 财贸研究, 2010, (1).
- [16] 韩东才. 和谐社会的信任文化因素研究 [J]. 广州: 学术研究, 2006, (9).
- [17] 姜付秀,伊志宏. 管理者背景特征与企业过度投资行为 [J]. 北京: 管理世界, 2009, (1).
- [18] 贾明,张吉吉. 高管的政治关联影响公司慈善行为吗? [J]. 北京: 管理世界, 2010, (4).
- [19] 罗党论. 民营企业的政治关系与企业价值 [J]. 哈尔滨: 管理科学, 2008, (12).
- [20] 罗党论,唐清泉. 中国民营上市公司制度环境与绩效问题研究 [J]. 北京: 经济研究, 2009, (2).
- [21] 罗党论,唐清泉. 政治关系,社会资本与政策资源获取: 来自中国民营上市公司的经验证据 [J]. 北京: 世界经济, 2009, (7).
- [22] 李四海. 制度环境、政治关系与企业捐赠 [J]. 北京: 中国会计评论, 2010, (2).
- [23] 梁建,陈爽英,盖庆恩. 民营企业的政治参与、治理结构与慈善捐赠 [J]. 北京: 管理世界, 2010, (7).
- [24] 潘红波,夏新平,余明桂. 政府干预、政治关联与地方国有企业并购 [J]. 北京: 经济研究, 2008, (4).
- [25] 皮天雷. 社会资本、法治水平对金融发展的影响分析 [J]. 成都: 财经科学, 2010, (1).
- [26] 孙德升. 高管团队与企业社会责任: 高阶理论的视角 [J]. 天津: 科学学与科学技术管理, 2009, (4).
- [27] 王琳芝. 从韦伯的社会行动理论看我国企业慈善捐赠行为 [J]. 齐齐哈尔: 理论观察, 2009, (2).
- [28] 徐莉萍,辛宇,祝继高. 媒体关注与上市公司社会责任之履行 [J]. 北京: 管理世界, 2011, (3).
- [29] 余明桂,潘红波. 政治关系、制度环境与民营企业银行贷款 [J]. 北京: 管理世界, 2008, (8).
- [30] 张维迎,柯荣住. 信任及其解释: 来自中国的跨省调查分析 [J]. 北京: 经济研究, 2002, (10).
- [31] 张建君,张志学. 中国民营企业家的政治战略 [J]. 北京: 管理世界, 2005, (7).
- [32] 张建君,李宏伟. 私营企业的企业家背景、多元化战略与企业业绩 [J]. 天津: 南开管理评论, 2007, (5).

Background Feature of Manager and Corporate Donation

LI Si-hai

(School of Management, Jinan University, Guangzhou, Guangdong, 510632, China)

Abstract: As an important channel for the provision of public goods, the corporate donation takes an important part in the corporate social responsibility. With the emergency of the CSR theory, corporations' different reactions and attitudes to donation has been of intense interest as a topic of public debate and academic research. A number of recent papers have focused on documenting the corporate donation in perspective of internal resource capacity. See for example Berman (1999) , Seifert (2003) , these papers have focused on documenting the corporate donation from the view of the firms' cash flow and operating performance. Hess (2002) , Brammer and Millington (2005) did the research from the perspective of the firms' scale, image, life cycle and industry. Also, some scholars analyze the connection between government behaviors (Preferential tax policy and Administrative mobilization) and corporate donation from the view of external environment.

However, it is at variance with the reality that they treat managers from different corporations in a homogenous way. In reality, the difference in sex, age, education background and some relevant experience may lead to great differences in their behavior choice. Particularly, as a kind of charity, corporate donation is more susceptible by the managers' awareness and emotions. Though many foreign scholars have been concerned about this issue, there are few researches about it in our country. Considering the huge differences in social culture at home and abroad, it is necessary to research the connection between corporate donation and the managers' awareness, emotion and values on the basis of China's domestic characteristics.

It is hard to measure and check the managers' emotions and values, which appears as psychological factors. The high-order theory suggests that people's awareness and values are the products of their backgrounds, experience and trainings. So the managers' measurable characteristics, namely demographic characteristics, such as age, sex, education and occupational experience, can be the projection index of its quality. This alternative index has been widely used in previous studies, for instance, the demographic characteristics have been incorporated into the analysis of the values of business students, the preference of the non-management work and the beliefs managers and blue-collar workers held on their job.

On the basis of above analysis, we study the connection between the managers' background and the corporate donation by using the data of enterprises listed during 2006 to 2009 in Shanghai Stock Exchange or in Shenzhen Stock Exchange. Our results provide support for the hypothesis that managers' political background has remarkable effect on the corporate donation, that is the firms whose manager gets a political background are more likely to have the higher probability and larger quantity of corporate donation, the managers' education background only in the low degree of social trust environments has remarkable influence to the corporate donation. Besides, the other variables about the managers' background and the corporate donation have not significant correlation. Lastly, we distinguish the nature of property rights to explore if the managers' political background in firms with different property rights has different connection with the corporate donation, we find that in the enterprises of different nature of property rights, the types of managers' political relationship have different influences to the corporate donation.

These results of our study indicate that under the system background of China, the government plays an important role in corporate donation, the managers' political background affects the corporate donation significantly. It shows a rational donation behavior based on reciprocal exchange in the corporate donation, which shocks the traditional charitable donation. In this paper we offer a basic explanation of the corporate donation and enrich the related literature, this paper also helps us to make a better understanding of the reality of corporate donation in China.

Key Words: social trust; nature of property rights; background feature; corporate donation

(责任编辑: 鲁 言)