

# 产权性质、公司特征与企业社会责任信息披露

——基于制度同构理论的视角

殷红

**【摘要】** 本文运用制度同构理论,以2012~2014年我国在GRI数据库中发布的563份企业社会责任报告为样本,根据企业社会责任报告的“应用水平”、“报告频率”、“应用声明”、“是否鉴证”四个指标构建“披露水平(数量)”和“可信度(质量)”两个维度,将企业分为新手、吹嘘者、谨慎者、领导者四种类型。研究发现,在模仿同构、强制同构和规范同构三种力量的作用下,国有企业、跨国公司、大企业、上市公司、金融企业、物流企业和房地产企业的社会责任信息披露水平和可信度较高,属于领导者;其他企业大多属于新手,社会责任信息披露水平和质量有待提升。

**【关键词】** 产权性质; 公司特征; 社会责任信息披露; 制度同构

**【中图分类号】** F270

**【文献标识码】** A

**【文章编号】** 1004-0994(2016)11-0028-6

## 一、引言

企业社会责任信息披露是当前会计学界研究的一个热点领域。越来越多的企业认识到社会责任的履行对企业可持续发展具有重要意义,将社会责任融入企业战略。社会责任信息披露可能是企业社会责任履行情况的真实反映,因为虚假的信息迟早会被发现,而一旦被发现,企业的声誉将会受到极大损害(Brammer et al., 2004)。可见,社会责任履行良好的企业更倾向于披露更多的社会责任信息,从而向市场传递其是优质企业的信号。但社会责任履行较差的企业也可能会增加信息披露,通过选择性地披露有利信息、隐瞒或弱化不利因素的影响、操纵信息的可读性来管理公众印象、改善公司形象(李红、王建琼、屠嘉, 2009)。因此,对企业社会责任信息披露的研究应综合考虑数量和质量两个方面的因素,只有高质量的社会责任信息才能反映企业真实社会责任的履行情况,才有助于利益相关者做出正确的决策。

本文运用制度同构理论,以2012~2014年我国在GRI数据库(来自GRI网站www.globalreporting.org)中发布的563份企业社会责任报告为样本,根据企业社会责任报告的“应用水平”、“报告频率”、“应用声明”、“是否鉴证”四个指标构建了“披露水平(数量)”和“可信度(质量)”两个维度,研究了我国企业当前社会责任信息披露的现状和影响因素。研究结果表明,国有企业、跨国公司、大企业、上市公司的社会责任信息披露水平和可信度均较高,这一方面是由于当前我国企

业缺乏社会责任报告标准和规范,为了降低风险、获取合法性,往往会出现小企业模仿大企业、大企业模仿国际公司的信息披露模式(即GRI标准);另一方面是由于国有企业、跨国公司、大企业、上市公司掌握了更多的资源,受到政府部门、舆论媒体、社会公众的更多关注,再加上国资委、上交所、深交所等监管部门对其社会责任信息披露的强制性规定,导致国有企业、跨国公司、大企业、上市公司社会责任信息披露模式的强制同构和规范同构。但总体来看,我国企业社会责任信息披露质量仍然较低,对GRI标准的应用水平较低,提供鉴证的数量较少,社会责任信息披露的可信度有待提升。

本文的贡献在于:第一,从制度同构理论的视角解释企业社会责任信息披露的现状和影响因素,为自愿性信息披露领域的研究提供了新的理论视角;第二,以中国大陆地区的企业为样本,并与全球企业社会责任信息披露的研究结果进行对比,丰富了新兴市场国家社会责任信息披露国际比较领域的研究;第三,以往研究往往只针对上市公司,较少考虑非上市公司和中小企业,本文同时考察了上市公司和非上市公司、跨国公司、大企业和中小企业的社会责任信息披露,更全面地反映了我国企业社会责任信息披露的现状,同时为监管部门制定社会责任信息披露规范提供了理论支持。

## 二、理论分析与制度背景

以往学者从不同的理论视角如合法性理论、利益相关者理论、新制度主义理论、声誉风险管理理论等研究企业社会

**【基金项目】** 成都理工大学工程技术学院院级研究基金“西部地区环境治理与企业环境信息披露研究”(项目编号: C112015006)

责任信息披露的动因。本文主要研究我国企业社会责任信息披露制度的同构现象,因此以新制度主义理论为基础。

新制度主义理论认为,在不确定的环境下,当企业遇到外部压力时会采取一些规则或结构维持合法性(Deephouse, 1996),处在同一环境中的企业往往采取相似的规则或结构。DiMaggio 和 Powell(1983)将同构力量分为三种类型,即模仿同构、强制同构和规范同构。模仿同构来源于组织环境的不确定性。当组织面临不确定性、目标模糊时,往往以其他成功企业为标杆模仿其规则或结构。随后,政府、监管部门、公众等外部利益相关者意识到这种规则、结构的优越,于是给企业施加压力促使越来越多的企业同构。随着这种规则、结构被越来越多的企业采用以及教育培训的推广、相关法律法规的完善,该领域逐步成熟,规范同构日益重要。但要注意的是,模仿同构、强制同构和规范同构三种同构力量并非完全按照先后顺序发生,也可能同时进行。企业社会责任信息披露作为一种重要的制度安排被越来越多的企业所采用,正是由于三种同构力量的作用。

在我国,企业社会责任信息披露制度起步较晚,2008年之前,监管部门对企业是否披露以及如何披露社会责任信息未做强制性规定,企业主要处在模仿探索阶段。本文统计了截至2015年9月21日在全球报告倡议组织(GRI,由美国非盈利环境经济组织和联合国环境规划署共同发起成立)登记注册的所有中国大陆地区的企业发布的社会责任报告,如表1所示:

表1 2006~2015年我国企业发布GRI报告的分布

年份	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GRI报告	3	5	21	53	72	145	212	235	221	133
应用水平为A的报告	0	0	0	2	5	4	3	8	14	5
比重(%)	0.00	0.00	0.00	3.77	6.94	2.76	1.42	3.40	6.33	3.76

注:资料来源于GRI数据库。

2006年我国大陆地区仅有三家企业(中国移动、中远集团、福特六和)发布了独立的社会责任报告,其中还有一家是国内公司的子公司。在缺乏社会责任信息披露指引的情况下,中国移动明确指出其社会责任报告的编制依据是GRI发布的《可持续发展报告指南》(G3)以及国际石油业环保协会(IPIECA)与美国石油学会(API)发布的《油气行业可持续发展报告指南》。中远集团社会责任报告的编制则借鉴了G2标准。到目前为止,GRI发布的一系列《可持续发展报告指南》从2000年的G1标准到2013年的G4标准,得到了国际社会的广泛认可(Brown et al., 2009; KPMG, 2011),越来越多的企业将其作为参照来编制社会责任报告,我国在GRI注册并发布社会责任报告的企业数量也越来越多。

2008年12月上交所发布《关于做好上市公司2008年履行社会责任的报告及内部控制自我评估报告披露工作的通知》,要求“A+H股、公司治理、金融三大板块上市公司在发布年报的同时披露社会责任报告”。同年,深交所发布《关于做好上市公司2008年年度报告工作的通知》,要求“纳入深证100指数的上市公司披露社会责任报告”。两份通知的发布表明我国企业社会责任信息披露规范初步形成。法律的强制性规定给企业管理层施加了压力,披露社会责任报告的企业数量大幅上涨,2009年53家企业发布了GRI报告,与上年相比增加了152%,2013年更是多达235家。

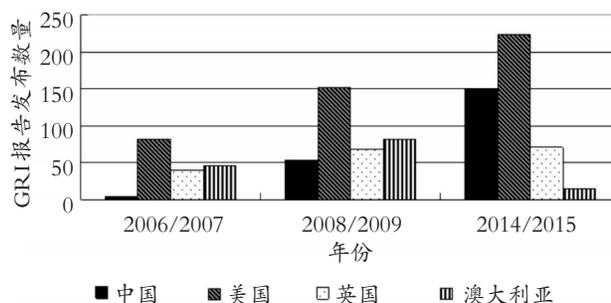


图1 我国企业GRI报告的国际对比

图1列示了我国企业社会责任报告的国际比较结果。由该图可见,与美国、英国、澳大利亚等成熟资本市场相比,我国企业在2007年发布的社会责任报告数量非常少,但是发展迅速,2015年已经超过了英国和澳大利亚。

值得注意的是,虽然发布社会责任报告的企业数量增长迅速,但是对GRI标准的应用水平仍然较低。GRI根据企业对《可持续发展报告指南》的遵循程度将企业社会责任报告分为高、中、低三个层次(G3标准分为A/B/C,G4标准分为In Accordance/Content Index/Preference Only,为了分析的方便,本文将应用水平为A或In Accordance的报告均视为应用水平为A)。表1显示,历年来我国企业社会责任报告应用水平为A的比重最高不超过7%,大部分企业仅仅是象征性的参照GRI标准,社会责任信息披露水平较低、规范不足,信息披露质量有待提升。

影响企业社会责任信息披露的因素有很多,有外部因素如法律制度(陶莹、董大勇,2013)、文化环境(Andrew、Gul、Guthrie和Teoh,1989)、媒体关注度(Islam和Deegan,2010)、利益相关者的权力(Lu et al.,2014)等,也有内部因素如公司规模(Perrini,2005)、治理结构(朱晋伟、李冰欣,2012)、行业特征(Fernandez-Feijoo et al.,2012)等。本文主要考察产权性质、公司特征对企业社会责任信息披露行为的影响。借鉴Fernandez-Feijoo等(2014)的研究,本文从企业社会责任信息披露水平和可信度两个维度将企业分为四种类型:新手(Novice)、吹嘘者(Chattering)、谨慎者(Cautious)、领导者(Leading),如下页图2所示。



图 2 企业社会责任信息披露的类型

其中,新手是指企业对社会责任的履行仅做出了较低的承诺,披露最少量的信息,不提供社会责任报告鉴证,社会责任信息披露数量较少、质量较差;吹嘘者是指企业管理层将社会责任信息披露视作营销战略,通过披露大量的社会责任信息管理和提升企业形象,但是很少提供或者不提供鉴证,信息可信度较差;谨慎者披露少量的社会责任信息但是质量较高;领导者将企业社会责任的履行提升到战略的高度,公开承诺履行社会责任,披露的社会责任信息的数量和质量均较高。Fernandez-Feijoo 等(2014)通过对全球 11 个国家 1122 家公司 2008~2010 年发布的社会责任报告的研究发现,上市公司、跨国公司、大企业社会责任信息披露水平较高但是可靠性较差,即处于吹嘘者的阶段;非上市公司、中小企业社会责任信息披露水平较低但可靠性较高,属于谨慎者;丹麦、西班牙、葡萄牙在社会责任信息披露方面处于领导者的地位,巴西、中国、日本、美国则属于新手,社会责任信息披露数量和质量均较低;此外,社会责任信息披露水平和可信度还存在着明显的行业差异。

作为一个新兴加转型的经济体,与西方发达国家相比,中国的法律法规不健全、监管不到位。社会责任信息披露在大多数国家属于自愿性信息披露的范畴,但在中国只有部分企业被强制要求披露社会责任信息,因此,有必要研究在中国这样一个特殊的制度环境下企业社会责任信息披露的动机和影响因素。

### 三、研究设计与分析

1. 样本的选取和数据的收集。本文从 GRI 数据库中收集了截至 2015 年 9 月 21 日中国大陆地区企业发布的 2012~2014 年社会责任报告,共 563 个样本。在此期间,适用 G3 标准和 G4 标准。样本公司的主要分布和行业分布见表 2。由该表可知,披露社会责任信息的企业以国有企业、大企业、上市公司以及金融、能源、设备、技术硬件等行业为主。本文所有的数据均来源于 GRI 数据库,通过手工收集完成。统计分析软件采用 Stata 12.0。

2. 变量的定义和描述性统计。借鉴 Fernandez-Feijoo 等(2014)的研究,本文通过对企业社会责任报告的“应用水平”和“报告频率”的因子分析构造“披露水平”这一变量,通过对“应用声明”和“是否鉴证”的因子分析构造“可信度”这一变量(两者 KMO 均为 0.7, Bartlett 检验的显著性水平均为 0.0000)。主要变量的定义见表 3。

表 2 样本公司的主要分布和行业分布

分类标准	公司性质	GRI 报告份数	比重(%)
产权性质	国有企业	363	64.48
	非国有企业	200	35.52
企业规模	跨国公司	30	5.33
	大企业	489	86.86
	中小企业	44	7.81
是否上市	上市公司	432	76.73
	非上市公司	131	23.27
分类合计		563	100

行业	电子通讯	房地产	纺织和服装	非营利组织	供水	航空	化工	技术硬件	计算机	家居个人产品
样本量	11	26	9	2	10	12	15	36	6	4
比重 (%)	1.95	4.62	1.60	0.36	1.78	2.13	2.66	6.39	1.07	0.71
行业	建筑	建筑材料	金融	金属产品	零售	旅游	煤矿	媒体	耐用消费品	能源
样本量	26	10	77	26	5	3	24	3	9	71
比重 (%)	4.62	1.78	13.68	4.62	0.89	0.53	4.26	0.53	1.60	12.61
行业	农业	其他	汽车	森林造纸	设备	食品饮料	铁路	物流	医疗保健	综合
样本量	4	24	21	8	38	24	11	22	19	7
比重 (%)	0.71	4.26	3.73	1.42	6.75	4.26	1.95	3.91	3.37	1.24

表 3 主要变量的定义

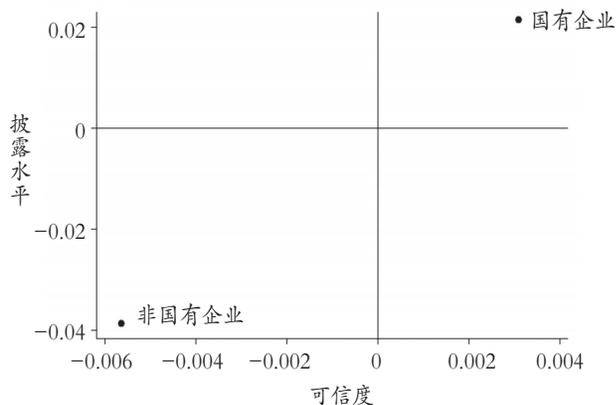
参数	变量	定义	
因变量	披露水平 DISCLOSURE	应用水平 APPLICATION	应用水平为 A 或 IA, 取值为 1, 否则为 0
		报告频率 FREQUENCY	发布报告的次数
	可信度 CREDITIBILITY	应用声明 DECLARATION	声明鉴证或者 GRI 审核取值为 1, 否则为 0
		是否鉴证 ASSURANCE	三年期间鉴证的次数
自变量	产权性质	国有企业 SOE	国有企业、非营利组织取值为 1, 否则为 0
		跨国公司 MNE	跨国公司取值为 1, 否则为 0
	企业规模	中小企业 SME	中小企业取值为 1, 否则为 0
		大企业 BIG	根据 GRI 划分标准定义
	是否上市	上市公司 LIST	上市公司取值为 1, 否则为 0
	行业特点	金融业 FINANCE	金融企业取值为 1, 否则为 0
其他行业		具体行业见表 2	

表4列示了主要变量的描述性统计结果。由该表可知,我国企业社会责任信息披露水平的最小值为0.7274,最大值为2.910,均值为1.636,说明我国企业社会责任信息披露水平的差异较小;可信度均值为0.5146,标准差为1.210,说明我国企业社会责任信息披露水平的波动较大;应用水平的均值为0.0551,说明仅有5.51%的企业GRI报告的应用水平达到A级;报告频率均值为2.188,说明大多数企业发布社会责任报告的连续性较强;应用声明均值为0.1492,说明仅有14.92%的样本提供了鉴证报告,比重较低,企业社会责任报告的可信度整体较差。

**表 4 各变量的描述性统计**

变量	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
DISCLOSURE	563	1.636	0.6176	0.7274	2.910
CREDITIBILITY	563	0.5146	1.210	0	3.915
APPLICATION	563	0.0551	0.2283	0	1
FREQUENCY	563	2.188	0.8158	0	3
DECLARATION	563	0.1492	0.3566	0	1
ASSURANCE	563	0.3766	0.9009	0	3

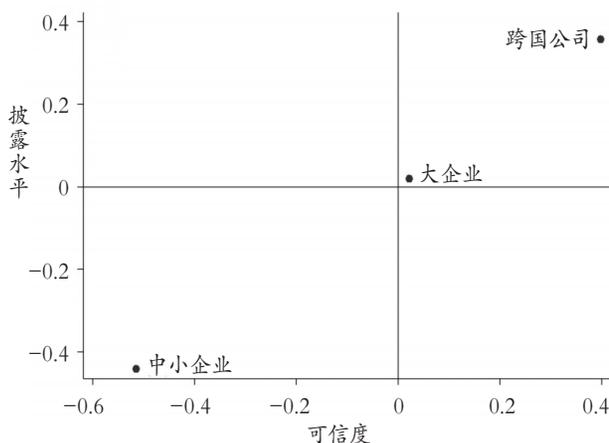
**3. 研究结果与分析。**



**图 3 产权性质与社会责任信息披露**

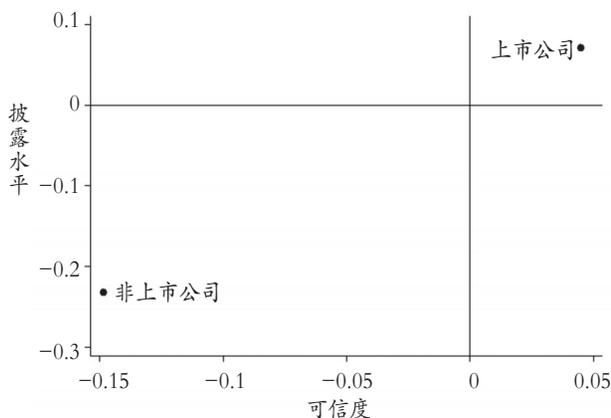
图3列示了产权性质对企业社会责任信息披露水平和可信度的影响。图3表明相对于非国有企业,国有企业的社会责任信息披露水平和可信度均较高,属于领导者。国有企业属于全民所有,其独特的所有权特性使国有企业除了盈利还承担着基础设施建设、引导社会投资、推行政府政策等职能,政府、公众等对其履行社会责任寄予更高的期望。2008年国资委发布了《关于中央企业履行社会责任的指导意见》(国资发[2008]1号),要求中央企业编写社会责任报告。法律的强制性和公众的较高关注给国有企业管理层施加了压力,促使其增加社会责任信息披露。

图4列示了企业规模与社会责任信息披露水平和可信度之间的关系。GRI数据库将企业按照规模分为跨国公司、大企业和中小企业三种类型。由该图可知,跨国公司社会责任



**图 4 企业规模与社会责任信息披露**

信息披露水平和可信度均最高,远远高于大企业和中小企业,属于领导者。跨国公司在不同的制度环境中经营,面临不同的集团压力、不同的信息披露需求,如果针对每个东道国的强势利益集团都制定相应的信息披露战略必然会增加其信息披露成本,因而跨国公司更倾向于采取一致的社会责任报告模式(如GRI标准)。此外,跨国公司的生产经营处于更加不确定的环境中,为了降低风险,跨国公司更倾向于模仿其他成功的跨国公司的社会责任报告模式,以此获取合法性。全球同构的压力促使企业最终采取了相似的社会责任报告模式(De Villiers, 2014)。中小企业面临的外部压力较小(杨汉明、吴丹红, 2015),因此,其社会责任信息披露水平和可信度均较低,在缺乏社会责任报告规范的情况下,中小企业往往会模仿大企业的报告模式,但是仅处于低水平的模仿阶段。



**图 5 是否上市与社会责任信息披露**

图5表明,与非上市公司相比,上市公司披露的社会责任信息更多且质量更高。上市公司受到监管部门、投资者、分析师、媒体、公众的更多关注,因此其披露更多的社会责任信息以改善公司形象、提高企业声誉。此外,我国深交所和上交所先后发布通知,要求部分企业披露社会责任报告,因此,强制同构是促使上市公司增加信息披露的一个重要因素。

□ 改革·发展

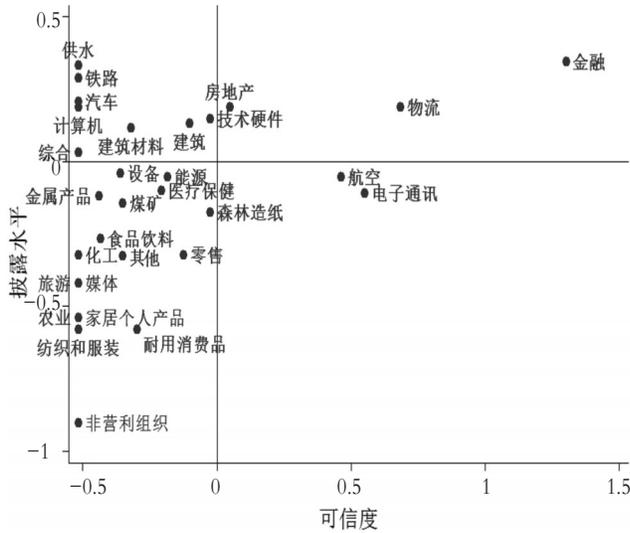


图 6 行业属性与社会责任信息披露

图 6 反映了企业社会责任信息披露的行业特点。在样本公司所属的 30 个行业中, 17 个行业 (56.66%) 为新手, 社会责任信息披露的数量和质量均较差; 8 个行业 (26.67%) 为吹嘘者, 披露信息较多但缺乏外部鉴证, 可信度较低; 2 个行业 (6.67%) 为谨慎者; 3 个行业 (10%) 为领导者。总体来看, 我国企业社会责任信息披露水平较低, 仍然处于低水平模仿阶段, 与 Fernandez-Feijoo (2014) 对中国企业样本的研究结论一致。

表 5 将本文的研究结论与 Fernandez-Feijoo (2014) 以全球为背景的研究结论进行了对比。Fernandez-Feijoo (2014) 研究了企业规模、是否上市、所属行业、所在国家对企业社会责任信息披露水平和可信度的影响, 研究结论与本文存在较大差异。Fernandez-Feijoo (2014) 认为, 跨国公司、大企业、上市公司属于吹嘘者, 社会责任信息披露的数量较多但质量较差; 本文则得出了跨国公司、大企业、上市公司属于领导者的结论, 与中小企业、非上市公司相比, 其社会责任信息披露数量和质量均较高。分歧的原因可能在于, 与西方发达国家相比, 我国的法律法规不健全, 企业管理层 (尤其是中小企业) 社会责任意识薄弱, 大多数企业处于低水平的价格竞争和成本竞争阶段, 对社会责任履行不够重视, 披露社会责任信息仅仅是为了应对某一重要利益相关者的需求, 缺乏披露高质量社会责任信息的动力。例如, 食品饮料行业近年来发生的食品安全问题促使食品企业改善产品质量、提高与产品有关的社会责任信息披露; 纺织和服装企业很多是出口导向型企业, 为了应对国外消费者的需求而披露社会责任信息。与 Fernandez-Feijoo (2014) 的研究相比, 我国更多行业的企业属于新手, 社会责任信息披露数量较少、可信度较差, 属于领导者的行业除了金融业和物流行业, 还有房地产行业, 原因可能在于房地产行业近年来在我国发展迅速并积累了大量的社会财富, 公众对其履行社会责任的期望较高, 因而房地产行业面临着较高的同构压力。

表 5 与 Fernandez-Feijoo (2014) 研究结论的对比

影响因素	本文研究结论				Fernandez-Feijoo (2014)			
	新手	吹嘘者	谨慎者	领导者	新手	吹嘘者	谨慎者	领导者
产权性质	非国有企业			国有企业	——	——	——	——
企业规模	中小企业			跨国公司、大企业		跨国公司、大企业	中小企业	
是否上市	非上市公司			上市公司		上市公司	非上市公司	
所属行业	能源、设备、医疗保健、金属产品、煤矿、化工、食品饮料、零售、旅游、媒体、农业、家居个人产品、森林造纸、纺织和服装、耐用消费品、非营利组织、其他	供水、铁路、汽车、计算机、建筑、建筑材料、综合、技术硬件	航空、电子通讯	金融、物流、房地产	农业、化工、耐用消费品、设备、食品和饮料、森林造纸、医疗保健、非营利组织、媒体、其他、技术硬件、纺织和服装、烟草、玩具、大学	汽车、计算机、建筑材料、能源、家居个人产品、金属产品	航空、商业服务、综合、保健服务、公共机构、房地产、旅游	建筑、能源、金融、物流、煤矿、铁路、零售、电子通讯、废弃物管理、供水

四、稳健性检验

为了进一步验证产权性质、公司特征对企业社会责任信息披露的影响, 本文分别对不同产权性质、不同规模、不同行业的企业社会责任信息披露水平 (DISCLOSURE) 和可信度 (CREDITIBILITY) 进行了 T 检验, 由于样本所涉及的行业较多, 本文仅选取了信息披露水平和可信度均较高的金融行业 (FINANCE) 进行了检验, 结果如下页表 6 所示。

对于社会责任信息披露水平, 除了是否国有企业这一变量不显著, 其他变量均在 1% 的水平上显著; 而对于社会责任信息披露可信度的 T 检验, 是否国有企业和是否上市均不显著, 原因可能在于非上市公司和非国有企业中有一部分是跨国公司或者跨国公司的子公司, 其相对较高的社会责任信息披露水平和可信度影响了 T 检验结果的显著性, 但总体而言, T 检验结果支持图 3~图 6 得出的结论。

表6 社会责任信息披露水平与可信度的T检验结果

Panel A: 因变量为 DISCLOSURE				
自变量	均值		差异符号	T 检验
	样本组 (=1)	对照组 (=0)		
SOE	1.6536	1.5934	+	-1.0925
MNE	1.9888	1.6697	+	-3.2342***
SME	1.1906	1.5780	-	4.9781***
LIST	1.7028	1.3597	+	-4.9577***
FINANCE	1.9749	1.5780	+	-5.2948***

Panel B: 因变量为 CREDITIBILITY				
自变量	均值		差异符号	T 检验
	样本组 (=1)	对照组 (=0)		
SOE	0.5177	0.5089	+	-0.0819
MNE	0.9135	0.4292	+	-1.8605*
SME	0	0.5518	-	2.9593***
LIST	0.5596	0.3661	+	-1.6062
FINANCE	1.8176	0.3081	+	-11.2548***

注:\*\*\*、\*\*和\*分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。

### 五、结论与局限性

综上所述,本文得出以下三点结论:

第一,我国企业发布的社会责任报告数量逐年增长,尤其是2008年上交所和深交所发布两份通知强制要求部分企业披露社会责任报告以来,强制性同构促使越来越多的企业披露社会责任报告。由于我国缺乏对社会责任报告模式的规范,相当一部分企业开始模仿优秀的国际公司采用GRI标准,模仿同构也成为推动我国企业社会责任信息披露的一股重要力量。

第二,相对于西方成熟资本市场的企业,我国大陆地区的企业社会责任信息披露数量和可信度整体较低,大多数企业的信息披露尚处于起步阶段,信息披露质量有待提升。

第三,不同产权性质、不同规模、不同行业企业的社会责任信息披露水平存在明显差异。国有企业、跨国公司、大企业、上市公司属于领导者,信息披露数量较多而且可靠性较高;金融企业、房地产企业受到政府、媒体、公众的更多关注,研究样本中的物流企业和银行业多为跨国经营、面临不确定的经营环境,为了降低风险,其更倾向于采用全球一致的社会责任报告模式即GRI标准披露社会责任信息,披露数量和质量均较高。自2008年以来中国银行业协会参照GRI标准、《金融服务业补充指南》以及银监会发布的《关于加强银行业金融机构社会责任的意见》,要求银行业金融机构连续每年编制并发布行业社会责任报告,极大地推动了我国银行业社会责任信息披露。

可见,模仿同构、强制同构是当前我国企业披露社会责

任信息的两股主要力量。为了进一步改善我国企业社会责任信息披露质量,有关监管部门应当参照GRI发布的《可持续发展报告指南》,依据我国国情和行业特点分行业制定社会责任报告指引,并鼓励有条件的企业实施社会责任报告鉴证。另外,相关机构也应在高校学历教育、会计类职业培训、后续教育中加大对企业社会责任信息披露和社会责任报告指引的教育和培训,加大规范同构的力度。

本文的局限性在于:第一,本文仅考察了产权性质、企业规模、是否上市和行业属性对企业社会责任信息披露水平和可信度的影响,对于法律制度、媒体监督、公司治理等其他影响企业社会责任信息披露的因素未做深入探讨,未来研究可以结合上述变量进行实证分析和检验;第二,本文仅对金融企业的社会责任信息披露进行了T检验,未对其他行业企业的社会责任信息披露进行实证检验,未来研究可以考察其他行业企业的社会责任信息披露水平和可信度以及不同行业社会责任信息披露的特点。

### 主要参考文献:

Brammer S., Pavelin S.. Voluntary Social Disclosures by Large UK Companies [J]. Business Ethics: A European Review, 2004(3).

李红,王建琼,屠嘉. 管理层印象管理行为与企业社会责任信息披露[J]. 财会通讯, 2009(21).

Brown H. S., Jong M. D., Levy D. L.. Building institutions based on information disclosure: lessons from GRIs sustainability reporting [J]. Journal of Cleaner Production, 2009(6).

KPMG International. KPMG International Survey of Corporation Sustainability Reporting [D]. Amsterdam: KPMG Global Sustainability Service, 2011.

陶莹,董大勇. 制度环境与企业社会责任信息披露关系的实证研究[J]. 中国注册会计师, 2013(12).

Islam M. A., Deegan C.. Media pressures and corporate disclosure of social responsibility performance: a case study of two global clothing and sports retail companies [J]. Accounting and Business Research, 2010(2).

Yingjun Lu, Indra Abeysekera. Stakeholders power, corporate characteristics, and social and environmental disclosure: evidence from China [J]. Journal of Cleaner Production, 2014(1).

杨汉明,吴丹红. 企业社会责任信息披露的制度动因及路径选择——基于“制度同形”的分析框架[J]. 中南财经政法大学学报, 2015(1).

作者单位:成都理工大学工程技术学院,四川乐山 614000