

法治化营商环境媒体关注对企业社会责任的影响研究

韩爱华 刘嘉颖

摘要：本文运用文本挖掘技术测度城市法治化营商环境媒体关注指数，了解我国法治化营商环境媒体关注指数的地区差异程度，并运用经济计量模型探究法治化营商环境媒体关注指数与企业社会责任之间的关系，探索如何更好利用媒体宣传这一工具来促进法治化营商环境的建设，降低政企间的信息不对称程度，增强企业市场和立法参与感，进而促进企业社会责任的履行和企业高质量发展。研究发现：我国法治化营商环境新闻数量呈现增长趋势，而新闻发布城市的数量增长趋势并不显著，我国法治化营商环境媒体关注指数呈现增长趋势，北上广等经济发达地区的媒体关注指数排名前列。法治化营商环境媒体关注能够显著提升企业社会责任表现，且媒体关注在非国有产权、沿海地区 and 市场化程度更高的样本中具有更明显和更大社会责任改善效应。法治化营商环境媒体关注可以通过强化企业内部控制情况来促进企业社会责任的履行，而高管约束会弱化媒体关注的促进效应，企业上市时间则会强化这种促进作用。此外法治化营商环境媒体关注可以通过改善企业社会责任绩效来提升企业创新水平和减缓企业融资约束。本文的研究结论有助于厘清法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间的关系，为政府法治化营商环境相关政策的制定及企业社会责任的履行的发展提供重要的政策指引和借鉴。

关键词：法治化营商环境；媒体关注；企业社会责任；文本挖掘

中图分类号：F272 文献标识码：A 文章编号：

The Influence Path of Legalized Business Environment on Corporate Social Responsibility

Abstract: This paper uses text mining technology to measure the media attention index of the rule of law business environment in cities, to understand the degree of regional differences in the media attention index of the rule of law business environment in China, and uses an econometric model to investigate the relationship between the media attention index of the rule of law business environment and corporate social responsibility, to explore how to make better use of the media publicity as a tool for promoting the construction of the rule of law business environment, and to reduce the degree of information asymmetry between government and enterprises, thus promoting the fulfillment of corporate social responsibility and the high-quality development of enterprises. The study explores how to better utilize media publicity as a tool to promote the construction of a business environment under the rule of law, reduce the degree of information asymmetry between government and enterprises, enhance the sense of participation in the market and legislation, and thus promote the fulfillment of corporate social responsibility and high-quality enterprise development. The study found that: the number of news about the rule of law business environment in China shows a growing trend, while the growth trend of the number of cities where

the news is released is not significant, the media attention index of the rule of law business environment in China shows a growing trend, and economically developed regions such as North, Shanghai, Guangzhou and other economically developed regions are ranked at the top of the media attention index. Rule of law business environment media attention can significantly improve CSR performance, and media attention has a more obvious and greater social responsibility improvement effect in the sample of non-state-owned property rights, coastal areas and higher degree of marketization. Rule of law business environment media attention can promote CSR performance by strengthening firms' internal controls, while executive discipline weakens the promotional effect of media attention, and time-to-market strengthens the promotional effect. In addition rule of law-based business environment media attention can enhance corporate innovation and mitigate corporate financing constraints by improving CSR performance. The findings of this paper help to clarify the relationship between media attention in the rule of law business environment and CSR, and provide important policy guidance and reference for the formulation of government policies related to the rule of law business environment and the development of CSR performance.

Key Words: Legal business environment; Media attention; Corporate Social Responsibility; Text Mining

一、引言

2020年7月21日,习总书记强调“企业既有经济责任、法律责任,也有社会责任、道德责任”。企业社会责任正越来越受到党和国家的关注,成为中国高质量发展进程的重要一部分,我国正积极推进企业社责任的建设。企业是具有社会性的组织,在市场经济下的企业与社会有着紧密的联系,企业的生存与发展依赖于社会的健康发展,因此其在追求自身利益的时候,还要重视社会利益,承担社会责任。企业社会责任的雏形概念是由 Sheldon 在 1924 年提出的, Adolf 与 E.Merrick 于 1932 年在企业是否应该服务于社会的辩论中也提出了企业的社会责任问题。但最早系统性地对企业社会责任进行定义的是 Bowen (1953), 他明确指出企业所有的商业决策都应该考虑到社会的需求,企业应进行与社会价值观相符的活动。在国内,袁家方(1990)最早开始了中国企业社会责任的摸索,其在《企业社会责任》一书中描述了企业需履行的责任,包括保护环境、节约资源等。金碚和李钢(2006)则调查发现劳工社会保障投入、纳税额和生产性环保支出是最能体现中国 CSR 的指标。我国企业社会责任的现状研究方面,肖红军等(2015)首先对 2013 年中国上市公司进行了社会责任能力成熟度评价,对我国四十年来国有企业的社会责任发展(肖红军 2018)和平台型企业社会责任的生态化治理进行了研究(肖红军和李平, 2019)。针对企业社会责任的影响因素,国内外学者也在微观(Banerjee, 2001; Cruz 等, 2014)和宏观(周中胜等, 2012)层面积累了一些研究成果。在企业社会责任建设的不断摸索中,政府逐渐认识到营商环境特别是法治化营商环境的改善对于企业社会责任的履行具有重要意义,其不仅可以保障企业在市场主体中得到公平对待,激发市场活力和发展内生动力,进而促进企业创新和高质量发展,还可以有效降低企业的制度性成本(解洪涛等, 2018),减少企业寻租动机,进而培养企业承担企业社会责任的企业家精神。

自 2013 年党的十八届三中全会提出要“推进国内贸易流通制度改革,建设法治化营商环境”以来,建设法治化营商环境成为了新时代中国经济高质量发展的重要内容。2019 年 2 月,习近平总书记在中央全面依法治国委员会第二次会议中提到“法治是最好的营商环境”,2019 年年末《优

化营商环境条例》正式颁布,进一步促进了法治化营商环境的建设。同时,党的二十大报告提出,要营造市场化、法治化、国际化一流营商环境。法治化营商环境是一个复杂的概念,是由一套行之有效、公平公正透明的具体法律、法规和监管程序构成的市场环境。国内外学者主要从其内涵与机制路径、影响效应、指标体系构建三个方面开展研究。学者立足不同视角展开了对法治化营商环境的内涵和机制路径研究,包括立足政府视角强调建设法治政府、树立政府诚信品牌和法治文化的重要性(Liu, 2019; 刘俊海, 2019),关注市场主体规则平等理念(刘大洪, 2019),阐述税收立法、税收政策、税收征管改革与优化纳税营商环境的高度相容性(许多奇, 2022)。随着相关理论的完善,近年来对其内涵的研究由单一视角转变为多维视角结合,如从政府和市场两个层面关注外商投诉协调处理机制(张德淼和赵健雅, 2020),从价值导向、逻辑机理和实现模式三个维度展开解析(石佑启和陈可翔, 2020),合规计划与法治化营商环境的建设相结合(李本灿, 2021),聚焦于政府、市场与社会多元合作(石佑启和陈可翔, 2021),营商实践评估与制度机制塑造(Zhang & Chen, 2021)等。在法治化营商环境的影响效应研究方面,大部分学者聚焦于其对民营企业的影响,如FDI流入规模(Das, 2018)、中小企业盈利能力(Gaganis等, 2019)、民营经济活力(于文超和梁平汉, 2019)、民营企业高质量发展(邵传林, 2021)、民营企业竞争力(张菀洺和杨广钊, 2022)。由于其内涵的复杂性,多数学者选用综合评价的方式构建指标体系对其展开测度,世界银行于2022年发布了新的营商环境(BEE)指标体系,涉及商业准入、税收、争端解决、市场竞争和企业破产等内容。此外,当前国内学者建立的法治化营商环境指标体系大多包含营商立法、执法和司法这三个维度(冯向辉和李店标, 2021; 郑方辉等, 2019; 冯焯, 2020)。

企业承担和履行社会责任不仅能够促进企业与国际经济接轨,降低对外贸易的困难,还可以提升企业竞争优势,促进企业蓬勃发展。履行社会责任已经成为企业发展中的一种共性,而法治化营商环境建设不仅影响着企业的生存和市场上的竞争,还影响着企业的社会责任行为。与此同时,媒体关注的影响力在我国也愈发显著,媒体对法治化营商环境高度关注,都能在一定程度上体现一个地区对于法治化营商环境的重视程度,也能够侧面表现该地区法治化营商环境的建设进展。当前,依据新闻文本来构建媒体关注指数的研究大多聚焦于金融市场,蒋翠清等(2015)、顾文涛等(2020)、姜富伟等(2021)、沈艳和王靖一(2021)、王靖一和黄益平(2018)、Zou等(2019)均对新闻进行文本分析,构建媒体文本情绪指标,用于股票行为、金融市场收益率和股票回报等方面的预测,也有部分学者选用百度新闻(张宗新和吴钊颖, 2021)、新浪微博(罗琦等, 2021)等平台文本展开研究。

法治和经济是相互促进相辅相成的整体,法治对营商环境以及经济增长具有正面促进作用,经济的发展也能促进全面依法治国战略的推进。法治化营商环境的建设已经成为经济高质量发展和全面依法治国的重要内容,而企业作为重要的微观经济活动主体意义重大。目前关于法治化营商环境、企业社会责任和媒体关注的研究仍有需要拓展和深入分析的地方,主要表现在以下几个方面:其一,当前法治化营商环境的内涵和机制路径的分析较多从法治政府建设、市场主体平等及合规规则建立等方面展开,基于客观的经济指标分析其对企业高质量发展的影响,但从文本数据出发基于媒体关注视角来探究法治化营商环境改善对企业社会责任的影响研究较少。其二,企业社会责任的内涵随着时间推移、经济发展和社会进步在不断完善,呈现出可持续发展的成长性。而当下企业社会责任影响因素的研究主要关注微观因素如企业规模、财务绩效、政治关系和企业

性质等。虽然也有研究试图从宏观视角展开分析，但大多只考虑了单一特征，较少文献涉及营商环境相关内容。其三，现有文献大多探究财经类新闻的媒体关注对于股票价格和资本市场之间的关系，虽也有涉及其他领域的研究，但相对较少。

因此，本文的边际贡献主要是将媒体关注应用于法治化营商环境领域，测度法治化营商环境媒体关注指数，并探究法治化营商环境媒体关注与企业社会责任的关系，这拓宽了媒体关注的应用领域、扩大了法治化营商环境和企业社会责任的研究范畴。具体而言，本文首先收集法治化营商环境的相关新闻，并对新闻进行词频统计。其次，从法治化营商环境政策文本中提取高频词并与众多学者指标体系中的指标进行对应，进而筛选出法治化营商环境的关键词，并利用这些关键词测度不同城市不同年份新闻文本中的媒体关注指数。最后，通过企业所在地区对城市的媒体关注指数进行匹配，探究两者之间的关系，期望得到较为有用的研究结果。

二、理论分析与研究假设

法治化营商环境是一个国家为市场主体开展投资和生产经营活动所提供的一种完善且有效的制度安排。现有理论表明，法治化营商环境的建设能够稳定投资者市场预期、促进市场主体活力的激发以及构建“清”“亲”政商关系（刘大洪，2019；刘俊海，2019；彭向刚和马冉，2020）。稳定投资者市场预期又分为稳定投资者对市场规则稳定的预期和经营收益的预测，市场规则的稳定具体表现在市场主体的地位平等，而经济收益则表现在企业稳定发展。激发市场活力具体表现在激发企业的创新活力和市场主体的竞争力。“清”“亲”政商关系的构建则要求政府减少对市场的干预，进一步压缩权力寻租的空间，进而保障企业在市场上的公平竞争。

（一）法治化营商环境媒体关注对企业社会责任的影响效应

首先，在稳定投资者市场预期的宣传方面，基于利益相关者理论，利益相关者会围绕自身的利益，根据底线来决定企业行为。具体而言，利益相关者进行投资时会承担着某种风险，若当前市场规则和企业经营收益预期稳定，利益相关者为保障自身利益，会对企业进行监督和制约，为企业履行社会责任提供了动力。因此，法治化营商环境新闻对于稳定市场预期方面的宣传能够促进企业社会责任的履行。

其次，市场主体活跃会激发企业创新活力。营商环境优化可以显著提升企业创新绩效（王磊等，2022）。而创新行为是维持企业生存的关键，也是提高企业盈利能力的关键。基于可持续发展理论，较高盈利能力是企业实施可持续发展战略的重要支撑。因此，法治化营商环境媒体关注对于激发市场主体活力方面的宣传，可以增强企业盈利能力，进而促进企业社会责任的履行。

最后，政府减少对市场的干预是“清”“亲”政企关系的关键，若政府对市场干预过度，将增加企业的寻租动机，进而滋生腐败。基于利益相关者理论，腐败会减弱企业承担社会责任的动机，降低企业生产效率、削弱企业运营能力、重创企业家创新积极性及阻碍企业创新，甚至会降低地区产能利用率（Fisman 和 Svensson，2007；何轩等，2016；李双燕和苗进，2018；董斌和张兰兰，2020），而反腐败和地区廉洁则能促进企业创新，甚至促进市场化进程和增强市场信心（王健忠和高明华，2017；黄亮雄等，2019）。媒体对于这方面的宣传不仅体现当前政府支持市场决定资源配置这一经济规律，降低政企间信息不对称程度，促进良好政企关系的建立，还能够作为一种外部监管手段，监督当前营商环境的优化情况以及政企之间是否存在寻租行为。因此，法治化营商环境媒体关注对于“清”“亲”政企关系的宣传，可以减少政府干预，减少企业寻租动机，降低政

企间信息不对称程度，进而促进企业社会责任的履行。

基于以上分析，本文提出如下研究假设：

H_1 ：在其他条件不变的情景下，法治化营商环境媒体关注能够有效促进企业社会责任的履行

（二）企业内部控制的中介效应

内部控制是企业控制环境、风险评估、控制管理决策活动、信息与沟通、监督的制度性体系（李志斌等，2020）。法治化营商环境建设不只是企业快速平稳发展的机遇，也是对于企业合法经营的监管，强调组织体行为的合规性（李本灿，2021）。因此，法治在企业层面的表现就是内部合规治理和外部合法经营，外部合法经营主要表现在企业的生产经营活动要符合国家的相关法律，要符合市场的发展规律，而内部合规治理则主要表现在股东、董事会、高管等内部治理主体之间权责配置和互相制衡。内部治理制度是企业应对制度环境的重要载体，能够将制度环境中的“合法性要求”落到实处。法治化营商环境媒体关注对于企业合法合规方面的宣传，势必会督促企业完善自身内部治理体系，提高企业与外部利益相关方的沟通效率和信息透明，推进企业与利益相关者价值互动与价值互惠透明空间的搭建。而企业披露信息的增加，能降低管理层的自利倾向，进而促进企业社会责任履行。此外，法治化营商环境新闻对于法治的宣传还能够推进地区制度环境的改善，基于战略性企业社会责任观，地区制度环境越好，企业履行社会责任就能带来更好的价值互惠，进而更有意愿推进企业社会责任的建设。基于以上分析，本文提出如下研究假设：

H_2 ：在其他条件不变的情景下，法治化营商环境通过提升企业内部控制水平来促进企业社会责任的履行，即企业内在法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间中介效应。

（三）高管股权激励的调节效应

当前对于高管股权激励和企业社会责任之间的关系主要有两种观点。一种观点认为，高管股权激励通过使高级管理人员在一定时期内持有股权并承担风险，可以使高级管理人员和股东的利益追求基本趋于一致，更关心企业的长期价值。而企业社会责任一般被认为是具有长期导向的企业战略抉择。另外，高管也可能出于合法合规、自身职业生涯风险规避以及自身利益的考量，进一步减少机会道德问题，从而为了保障企业的长远发展而履行企业社会责任。另一种观点则从高管权力视角出发，高管持股的增加也会强化高管在企业经营和战略决策中的个人权力。基于掘壕自守理论，当高管个人权力增大时，管理者受到当外部约束作用会相对减小，高管以权谋私的个体机会主义动机会增加，从而导致严重的寻租行为甚至滋生企业内部腐败，在财务保护动机主导下做出的战略决策行为很难符合企业可持续发展的导向。且由于外部制约较少，高管在极度关注私利的情况下会忽视法治化营商环境媒体关注中合法合规经营的内容，因此高管股权激励会弱化法治化营商环境媒体关注下企业社会责任的履行情况（阳镇等，2021；肖红军等，2021）。为了验证以上两条截然不同的观点，本文提出如下研究假设：

H_{3-1} ：在其他条件不变的情景下，高管股权激励在法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间产生负向调节作用，即在具有高管股权激励的企业呈现出对法治化营商环境媒体关注的替代效应。

H_{3-2} ：在其他条件不变的情景下，高管股权激励在法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间产生正向调节作用，即在具有高管股权激励的企业呈现出对法治化营商环境媒体关注的互补效应。

（四）企业上市时间的调节效应

企业上市时间越长，也代表着企业管理者注重企业的可持续发展，而企业为了自身的永续发展和长盛不衰，会积极履行企业社会责任，进而保障自身的行为符合利益相关方的要求，符合市场的要求。因此上市企业会注重法治化营商环境中市场公平竞争和知识产权保护的内容。此外，基于企业生命周期理论，随着上市时间增加，企业逐渐度过了初创期并进入了成熟期甚至后续阶段，企业盈利能力逐渐稳定，且建立了较为完善的内部治理机制和信息披露机制，在市场上建立了良好的声誉，同时也受到了利益相关者的关注与监督，被要求承担企业社会责任的外部压力。此时企业对于法治化营商环境媒体关注中的合法合规经营以及信息公开透明会十分关注，而企业内部治理机制和信息披露机制的完善以及外部利益相关者和社会监督机构的监督压力也会促进企业社会责任的履行。基于以上分析，本文提出如下研究假设：

H_4 ：在其他条件不变的情景下，企业上市时间在法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间产生正向调节作用，即上市时间越长的企业呈现出对法治化营商环境媒体关注的互补效应。

三、法治化营商环境媒体关注测度及特征

(一) 法治化营商环境新闻文本发展趋势

法治化营商环境自 2013 年在党的十八届三中全会明确提出后，逐渐成为我国经济高质量发展以及法治化建设的重要内容。与此同时，随着信息化时代的发展，新闻媒体扮演着越来越重要的角色，通过对信息的披露和传播，新闻媒体既有助于企业充分了解现有的政策和法规，又能对公司管理者起到监督作用，并且在一定程度上还能够反映当前国家和政府的关注重点。本文通过分析法治化营商环境相关的新闻文本，测度各个城市的法治化营商环境媒体关注指数，进而分析不同城市的法治化营商环境重视程度。其中，法治化营商环境相关的新闻文本均来自锐研数据库，由于法治化营商环境包含的内容较多，故选择“法治化营商环境”、“市场主体”、“市场&监管”、“市场&法治”和“市场&退出”等关键词在锐研数据库中检索，同时确定新闻发布时间范围为 2013 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。在通过其他互联网新闻平台进行补充之后，本文最终得到 102153 条法治化营商环境相关的新闻数据。

通过对法治化营商环境相关新闻的年度发布数量和发布新闻的城市数量的分析，可以发现我国法治化营商环境的发展趋势和发展特征。按照年度进行划分，年度新闻发布数量和发布新闻城市数量的变化结果如图 1 所示。法治化营商环境自 2013 年成为我国经济高质量的重要内容之后，在我国呈现出高速发展的趋势。并且在 2015-2017 年期间，李克强总理多次在“放管服”改革电话会议中提到《营商环境评估报告》中的中国排名，并基于此来评估我国的“放管服”改革进程。习近平总书记也在 2017 年强调要“营造稳定公平透明、可预期的营商环境”。因此，营商环境优化和法治化营商环境的建设在 2017 年之后蓬勃开展，相关新闻的发布数量和发布城市也表现出骤增的趋势。2019 年年初“法治是最好的营商环境”这一重要论断的提出以及年末《优化营商环境条例》的正式颁布，代表着法治化营商环境建设成为我国制度性改革的重中之重，新闻发布的数量再一次暴涨，发布城市由于城市数量本身的限制，增长的数量并非很多。而 2021 年作为“十四五”开局之年，李克强总理在年初的《2021 年政府工作报告》中就指出，要加快营造市场化、法治化、国际化营商环境，且 8 月份国务院印发的《法治政府建设实施纲要（2021-2025 年）》也注重法治化营商环境的优化，因此相关新闻发布量再次猛增。2022 年新闻发布量有所下降的原因可能在于相关政策发布相较 2021 年有所减少，且疫情封控形式进行了调整，媒体的关注重点有所偏移。但习近平总书记在党的二十大报告中再次强调了“营造市场化、法治化、国际化一流营商环境”，法治化营商环境的建设仍是我国经济高质量发展和统一大市场构建的重要方向。

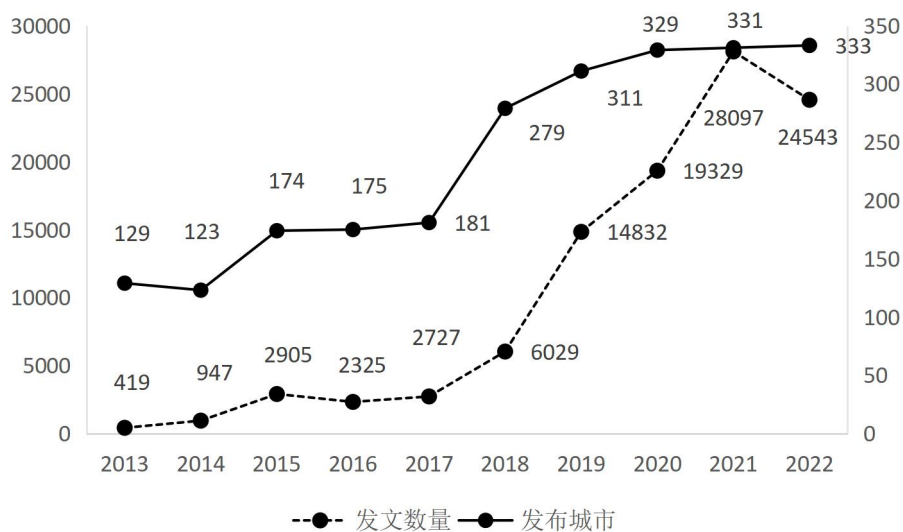


图 1 2013-2022 年法治化营商环境新闻发文数量和发布城市数量变化图

(二) 法治化营商环境新闻文本词频统计

词频分析是对文本中出现的重点词汇数量进行统计，该方法重点关注词汇数量排名靠前的词语。词频分析的关键是词频统计，词频统计需要对文本内容进行分词处理。第一，本文采用 python 中的 jieba 库对法治化营商环境相关文本进行分词。第二，法治化营商环境领域存在部分法治化营商环境相关的专业词汇，在查阅目前学者构建的法治化营商环境评价指标体系后，本文构建了由法治化营商环境专业词汇组成的词典作为 jieba 库分词的补充，词典内容包括审慎监管、放管服、公平竞争审查、非诉执行监督等词汇。第三，在停用词处理上，本文将哈工大、川大和百度停用词表进行汇总作为分词的停用词表。第四，在具体分词过程中，推进、推动、提升、加快等常用动词和特别、非常等程度副词以及一批、万吨、亿元等量词没有明显含义，也需在后续分析中进行剔除。最终整理获得法治化营商环境新闻文本词汇的词云图：



图 2 法治化营商环境新闻词云图

由图 2 可见，发展和法治是法治化营商环境新闻中核心词汇。发展是党执政兴国的第一要务，是解决中国所有问题的关键，法治化营商环境的优化也是为了高质量发展。法治是最好的营商环境，只有通过法治才能依法保护各类市场主体产权和合法权益，才能规范政府和市场的边界，更好发挥市场在资源配置中的决定性作用。企业则是新闻中的重点主体，法治化营商环境的建设重点在于完善各类市场主体公平竞争的法治环境，依法保护企业和企业家的合法权益，营造良好的企业家创业氛围，而企业合规经营与法治化营商环境建设具有价值一致性，甚至可以助推法治化营商环境的优化，因此企业是优化的出发点和落脚点。此外，法治化营商环境新闻文本还涉及营商立法、执法、司法和守法等内容。新闻文本的关键词与当前众多学者构建的法治化营商环境评价指标体系相呼应，说明法治化营商环境新闻文本能够有效体现国家对于法治化营商环境建设的重点内容，进而后续测度的法治化营商环境媒体关注指数更能体现政府进行营商环境优化的决心。

（三）法治化营商环境的特征词库的构建

政府出台的政策是指社会公众权威在特定情境中，为达到一定的目标而制定的行动方案或行动准则。其作用是规范和指导有关机构、团体或个人的行动，其表现形式包括法律、法规、行政法规等(谢明，2014)。通过政策文本可以有效了解各项政策关注的重点所在，并为完整识别法治化营商环境的治理特征提供基础。

法治化营商环境的特征词库的构建需要相应的政策文本，本文通过网络爬虫和人工搜索相结合的方式获取中国国家级和省级层面出台的法治化营商环境相关政策，爬虫关键词为“法治化营商环境”、“营商环境”、“民间投资”“市场主体”、“市场监管”和“措施”、“通知”、“规划”、“方案”的组合，爬虫网站为国务院和 31 个省市自治州政府门户，此外通过锐研数据库和国研网政策数据库中的法治化营商环境政策作为补充。在收集到大量的政策文件后，为确保收集的政策与法治化营商环境高度相关，本文对其进行了二次筛选，最终得到我国 2015-2022 年发布的 245 项政策，表 1 为收集到的部分国家级政策，这些政策涉及营商立法、执法、司法和守法等多个方面。

表 1 部分国家级法治化营商环境相关政策信息

政策名称	发布部门	发文时间
关于进一步深化跨境贸易便利化改革优化口岸营商环境的通知	海关总署发展改革委、财政部、交通运输部、商务部等部门	2021.8.20
国家知识产权局关于深化知识产权领域“放管服”改革优化创新环境和营商环境的通知	知识产权局	2021.5.10
国务院关于开展营商环境创新试点工作的意见	国务院	2021.11.25
文化和旅游部关于进一步优化营商环境推动互联网上网服务行业规范发展的通知	文化和旅游部	2020.12.4

优化营商环境条例	国务院	2019.10.23
关于印发《全国税务系统进一步优化 税收营商环境行动方案（2018年 —2022年）》的通知	税务总局	2018.9.8
国务院关于推进国内贸易流通现代 化建设法治化营商环境的意见	国务院	2015.8.28

政策文本高频词的确定，需要对文本进行词频统计。因此，本文基于 python 的 jieba 库对政策文本进行分词，并按照上述词频统计方式进行词频处理。在词频统计后，本文需要对政策文本中高频词的界限进行确定，根据根据 Donohue J C (1973) 提出的高低频词界分公式： $T = \frac{-1 + \sqrt{1 + 8I_1}}{2}$ ，其中 I_1 为出现一次的词的数量，本次政策的词频分析中 $I_1 = 5545$ ，因此高低频词分界线 $T=105$ ，最终得到 820 个高频词。在政策高频词的基础上，本文参考中国城市营商环境评价研究课题组（2021）等学者以及重庆市、苏州市、温州市、江西省和辽宁省等地区的法治化营商环境评价体系，将指标体系内各个指标名称与高频词进行对照筛选，并将意义相近的词语进行合并，如“市场监管”、“监管部门”、“监管局”统一合并为“监管”，最终得到了如表 2 所示的法治化营商环境特征词库，其中包括 107 个文本特征关键词

表 2 法治化营商环境文本指数特征词库

法治化营商环境特征词库
企业、公开、依法、小微、法律法规、公示、高效、效率、透明、保护、要素、公平竞争、合规、权益、规范、便利化、督促、合一、政策、行业、出台、条例、信贷、规则、规章、立法、科学、权利、监管、审批、事项、办理、政务、信息、责任、登记、政府、流程、环节、行政、项目、清单、口岸、知识产权、执法、申报、监督、备案、便利、证照合一、办事、投诉、开办、放管服、抽查、纠纷、市场准入、营业执照、缴费、专利、市场化、通报、行政处罚、壁垒、职能、网办、许可、业务、不动产、破产、受理、案件、审查、涉企、担保、司法厅、违法、合同、司法、法院、违规、公平、诉讼、审判、仲裁、维权、公证、审理、公正、平等、法定、立案、放宽、公安、产权、市场、信用、职责、市场主体、风险、失信、诚信、履行、资质、档案、资格、审慎

（四）法治化营商环境媒体关注指数测度

政策文本和新闻文本虽然主要以文字的形式构成，数字方面的信息较少，但 Li (2010) 指出除了具体的数字化信息，隐藏文本中的信息对理解动机、目的等方面具有同样甚至更重要的作用。常见文本之间相似度的计算有余弦相似度，但考虑到政策文本天然的严肃性和规范性，而新闻文本一般不具备这样的特性，因此本文不采用余弦相似度这样的测度方式，而是参考吴非等 (2021) 测度企业数字化的方法，计算新闻文本中出现的法治化营商环境相应关键词数量与总词数之比，作为法治化营商环境媒体关注的代理指标。

为测度各个城市的法治化营商环境媒体关注指数，本文根据新闻发布媒体的所属地区来判断法治化营商环境相关新闻归属的城市。采用 Python 的 jieba 库对每一条法治化营商环境相关新闻的文本内容进行分词处理，并加载自定义词库，从而避免特征关键词被分词。之后基于表 2 的特征关键词对新闻文本内容进行搜索、匹配和词频计数，进而得到每篇法治化营商环境新闻文本的特征关键词加总量，并计算每篇新闻文本特征关键词的词频数占总词数的比重，进而得到每篇法治化营商环境新闻的媒体关注指数。最后根据新闻归属的城市进行汇总，得到各个城市各年的法

法治化营商环境媒体关注指数，具体计算公式如下所示：

$$w_{mt} = \sum w_{mtn} \quad (1)$$

$$media_index_{it} = \sum_{m \in i} \frac{w_{mt}}{W_{mt}} \quad (2)$$

其中， w_{mtn} 为每篇法治化营商环境新闻中对应特征关键词的数量， w_{mt} 为每篇新闻的特征关键词加总量， W_{mt} 为每篇新闻分词后的总词数， $media_index_{it}$ 则是各个城市各年的法治化营商环境媒体关注指数。图 3 为各个城市汇总后 2013-2022 年中国法治化营商环境媒体指数的条形图。

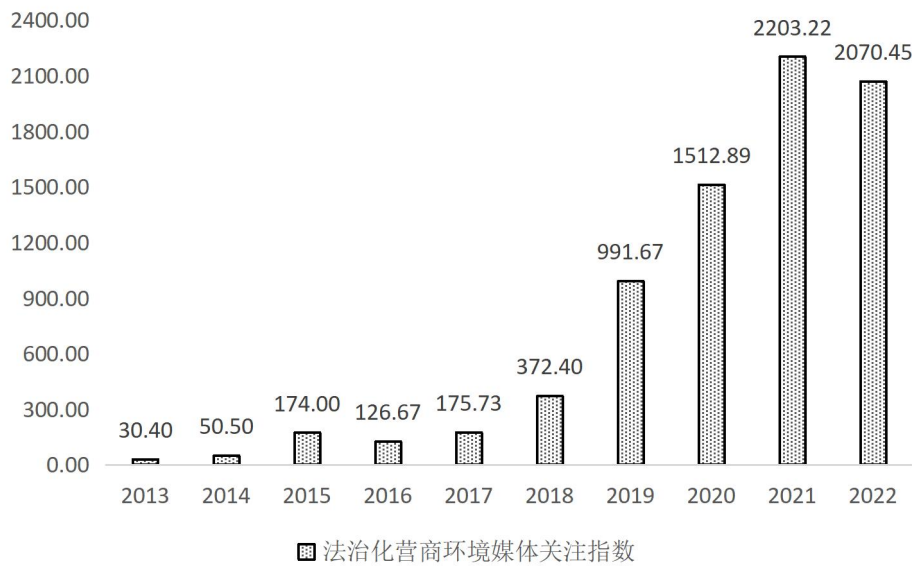


图 3 2013-2022 年法治化营商环境媒体关注指数变化情况

（五）法治化营商环境媒体关注趋势特征

从法治化营商环境媒体关注指数年度变化来看，自 2013 年首次提出“建立法治化营商环境”目标后，法治化营商环境开始进入大众的视线，也逐渐成为我国经济发展和改革的重要目标。在提出当年，法治化营商环境的媒体关注指数为 30.40，说明部分媒体开始关注这一方面的内容，但后续的政策文件还未具体跟进，因此媒体关注指数呈现较低水平。2015 年，国务院发布了《国务院关于推进国内贸易流通现代化建设法治化营商环境的意见》，随着法治化营商环境的具体建设目标和意见的落地，其媒体关注指数也表现出迅速上升的趋势，相较于 2014 年上涨了 245%。2016 年法治化营商环境媒体关注指数有所下降，可能原因是当时的营商环境改造主要关注“放管服改革”，重点强调“简政放权”、“放管结合”和“优化服务”三个方面，因而新闻文本中对于法治方面的“合规”、“审查”、“司法”、“仲裁”和“破产”等关键词涉及较少。2017 年习总书记在中央财经领导小组上对于营造稳定公平透明、可预期的营商环境的强调，再次使法治化营商环境媒体关注指数呈现出上升的趋势。2019 年，随着习总书记“法治是最好的营商环境”这一重要论断的提出以及年末《优化营商环境条例》的出台，法治化营商环境在 2019 年成为我国现代化建设的重点内容，这一词语也成为热门词语，进而媒体关注指数骤增，相较于 2018 年的 372.40，上涨了 166.29%。此后，各级政府开始意识到优化营商环境需要发挥法治固根本、稳预期、利长远的保障作用，而

且法治化营商环境的建设不能只靠政府单方面的努力，需要立法、司法等部门的共同协作，此外企业方面的普法和守法也不容忽视，因此 2019 年之后法治化营商环境的媒体关注指数也呈现快速上升的趋势，表现了我国对于法治化营商环境的建设越来越重视。2021 年作为“十四五”开局之年，政府出台了市场监管现代化、行政许可事项清单管理等一系列强调法治化营商环境建设的政策，并且《法治政府建设实施纲要（2021-2025 年）》的出台进一步强调了法治和营商环境的结合，因此新闻中的法治化营商环境特征关键词大量增加，促进了法治化营商环境媒体关注指数的大幅上涨。2022 年的法治化营商环境媒体关注指数较 2021 年略微降低，主要原因是新闻发布数量有所下降，但 12.65%新闻量的差距只带来了 6.03%的媒体指数差异，这进一步表明我国法治化营商环境相关新闻开始注重营商立法、执法、司法、普法和守法等内容，新闻中涵盖了这些方面的大量关键词。

从我国 2013-2022 年法治化营商环境媒体关注指数排名前十的城市来看（表 3）。北京市作为我国首都，是接收国家政策方针的一线，对于国家各项政策方针天然较为敏感。法治化营商环境自 2013 年提出至今，北京出台的法治化营商环境相关的政策数量最多，法治化营商环境媒体关注指数排名也始终占据我国各城市的第一位，且领先较多。石家庄的媒体关注指数排名较高且稳定，石家庄作为京津冀一体化的一份子，会随时跟随北京对于政策变化的反应，进而对于法治化营商环境的关注程度也会较高。而天津仅在 2016 年排名第六，可能原因在于天津和北京距离较近，大部分的新闻媒体均将总部设在了北京，导致归属于天津的法治化营商环境新闻较少，从而排名较低。广州和上海的媒体关注指数排名同样前列，作为我国 GDP 排名前四的两个城市，一座城市经济的增长离不开这座城市内企业的发展，而企业的高质量发展又离不开完善的市场竞争环境，这就需要强调法治化营商环境的建设，因此这两座城市的法治化营商环境媒体关注指数较高。温州、济南和南宁等城市在 2013-2016 年进入了法治化营商环境媒体关注指数排名前十的行列，说明这些城市能够在国家发布建设法治化营商环境的目标后，积极对此做出回应，并在新闻媒体中进行着重的宣传，但随着法治化营商环境在全国各地变成重点关注对象后，这些城市受限于经济发展水平和新闻媒体数量，从而掉出了媒体关注指数前十的行列。内蒙古自治区自始至终都高度关注法治化营商环境的建设，近两年还接连出台了相关政策来确保营商环境的优化，进而呼和浩特的媒体关注指数在前十的行列，甚至呼和浩特的媒体关注指数在 2022 年排名第二。此外，近几年郑州、贵阳和昆明等城市的媒体关注指数快速上升，并进入各城市前十的行列，表明了这些城市对于法治化营商环境建设的决心，这些城市近几年在中国营商环境报告中的评级更能体现其建设成果。

表 3 2013-2022 年每年法治化营商环境媒体关注指数排名前十城市

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
北京	北京	北京	北京	北京	北京	北京	北京	北京	北京
广州	石家庄	石家庄	广州	广州	广州	广州	广州	上海	呼和浩特
杭州	广州	广州	石家庄	石家庄	上海	石家庄	南京	沈阳	昆明
温州	上海	合肥	合肥	贵阳	石家庄	上海	昆明	昆明	上海
重庆	重庆	福州	福州	合肥	西安	合肥	上海	武汉	南京
济南	温州	温州	天津	福州	哈尔滨	深圳	贵阳	南京	乌兰察布

东莞	合肥	上海	济南	深圳	深圳	南京	西安	郑州	包头
上海	济南	厦门	海口	西安	南京	重庆	合肥	广州	沈阳
南宁	杭州	南宁	深圳	青岛	福州	沈阳	郑州	贵阳	石家庄
呼和 浩特	呼和浩 特	重庆	温州	南京	贵阳	福州	沈阳	济南	郑州

四、数据、变量与模型

（一）数据来源

考虑到企业社会责任评分的连续性以及各个城市每年法治化营商环境相关新闻的发布情况。由于 2013 和 2014 年法治化营商环境新闻发布的城市数量较少，在样本匹配过程中会剔除大量的企业样本，因此为保证研究样本量较大，本文的研究时间不包括 2013 年和 2014 年，又由于润灵环球企业社会责任报告在 2019 年之后不再公布，因此本文在第二部分法治化营商环境媒体关注指数测度的基础上，选择了 2015-2019 年披露了企业社会责任报告且连续五年均入选润灵环球企业社会评价体系的上市公司作为研究对象。将第二部分构建的城市法治化营商环境媒体关注指数作为主要解释变量，并与各个上市企业的注册地所属城市相匹配，其中主要被解释变量企业社会责任得分基于润灵环球社会责任 CSR 评级数据¹，财务杠杠、净资产收益率、现金流动率等数据均通过 CSMAR 数据库进行整理和匹配。此外，本文借鉴现有研究的处理方法对样本进行了筛选，主要是剔除金融保险类行业样本、剔除资产负债率大于 100% 的样本、剔除标注 ST 和 *ST 的相关样本以及相关变量数据缺失的样本，最终得到 404 家公司的五年观测数据，并组成 2020 个观测值的面板数据集。

（二）变量选择

（1）被解释变量。本文的被解释变量为企业社会责任得分（ $LnCSR$ ）。国内现有研究对于企业社会责任行为的度量主要有润灵环球社会责任评级（阳镇等，2021；周中胜，2012）、和讯网社会责任得分（肖红军和阳镇，2021；张可云和刘敏，2021；林宏妹等，2020）、每股社会贡献值（王雅莉等，2022；祁怀锦和刘艳霞，2018；）、企业捐赠金额（步丹璐等，2021）。其中，润灵环球社会责任评级与和讯网社会责任得分，都是第三方机构根据企业的社会责任报告和企业年报数据等方面进行的综合测评结果，第三方机构的评分数据可以有效避免采用企业捐赠金额进行衡量的维度单一化的问题。此外由于原始数据变化的原因，2017 年之后和讯网社会责任得分数据中消费者权益责任与环境责任的得分变为了 0，导致 2017 年后的总得分相较以往低 30 左右，因此本文参考王馨和王莹（2021）和阳镇（2021）等人的研究，采用润灵环球社会责任评级数据来衡量企业社会责任行为。润灵环球社会责任评价体系由整体性、内容性、技术性和行业性四部分构成，其中整体性包括战略有效性、相关方参与性、内容平衡型、信息可比性、整体创新性、可信度与透明度等指标；内容性包括责任战略阐述、责任管理、经济责任绩效、环境责任绩效，社会责任绩效、绩效质量等指标；技术性包括报告政策，编写规范以及表达的形式等指标；行业性则是针对行业差异性设置的指标。此外，本文在稳健性检验中采用每股社会贡献值作为替换变

¹ 数据来源：润灵环球 <http://www.rksratings.cn/>

量进行检验，确保本文结论的可靠性。

(2) 解释变量。本文的解释变量为法治化营商环境媒体关注 (*media_index*)。目前，新闻媒体关注指数的构建大多应用于金融市场，且指数的构建是从情感分析的方法入手，此外还有通过使用官方媒体的新闻发布量来研究媒体宣传的作用。本文则基于文本挖掘的视角测度法治化营商环境的媒体关注指数，首先梳理我国 2015-2022 年发布的法治化营商环境专项政策文件，基于政策文本内容提取政策高频词；其次，将政策高频词与目前应用广泛的法治化营商环境评价体系内的指标名称对照筛选，进而选取被各界高度关注的法治化营商环境关键词；进一步，采用 Python 软件对 2015-2022 年法治化营商环境新闻文本中出现的关键词进行抓取，其中按照新闻媒体的所属地区进行区域划分，并对提取的数据进行清洗；最后，按城市汇总年度媒体关注指数，并对指数进行对数化处理，进而衡量各城市的法治化营商环境媒体关注情况。

(3) 中介和调节变量。本文的中介变量为企业内部控制指数²，参考肖红军和阳镇（2021）、李志斌和章铁生（2017）、权小锋等（2015）的研究，基于迪博数据库得到内部控制指数，该指数旨在衡量企业内部控制规范实施的效率和效果，其最低值为 0，最高值为 1000，指数越大说明企业的内部控制规范程度越高。而本文选取的调节变量为高管股权激励和企业上市时间。当前高管股权激励的衡量方式主要有是否实施高管激励计划（刘艺林等，2022；潘星宇和沈艺峰，2021）和高管股权激励份额（赵世芳等，2020）两种方式，本文采用第二种方式，以高管持股比例作为高管股权激励的代理变量，进而反应股权激励情况。而企业上市时间则是将今年时间与上市时间相减加 1 得到，高管持股比例和企业上年份数据均来自 CSMAR 数据库。

(4) 控制变量。本文参考斯丽娟和曹昊煜（2022）、韩旭和武威（2021）、阳镇等（2021）、林宏妹等（2020）、周中胜等（2012）的研究，选取财务杠杆、净资产收益率、净资产流转率、成长能力、现金流比率、股票集中度和股票每股收益等作为控制变量。

综上，本文主要涉及的模型变量如表 4 所示。

表 4 变量定义表

类型	名称	符号	定义
被解释变量	企业社会责任得分	<i>LnCSR</i>	ln（润灵环球企业社会责任得分）
解释变量	法治化营商环境媒体关注	<i>media_index</i>	ln（1+第二部分得出的媒体关注指数）
中介变量	内部控制指数	<i>inner control</i>	迪博数据库中的内部控制指数
调节变量	高管股权激励	<i>Mshare</i>	高管持有的股权比例
	企业上市时间	<i>ln age</i>	ln（2022-上市年份+1）
控制变量	财务杠杆	<i>lev</i>	期末资产负债率
	总资产净利润率	<i>ROA</i>	净利润除以总资产平均余额
	净资产流转率	<i>ROE</i>	净利润除以股东权益平均余额
控制变量	成长能力	<i>growth</i>	本年营业收入与上一年营业收入之比 减 1*100%
	现金流比率	<i>cashflow</i>	经营活动产生的现金流除以总资产
	股票集中度	<i>top5</i>	前五大股东持股总和

² 数据来源：迪博数据库 <http://www.dibdata.cn/>

（三）模型设定

为检验本文提出的研究假设，构建了如下五个模型。

$$LnCSR_{it} = \lambda_i + \gamma_t + \beta_0 + \beta_1 media_index_{it} + \beta_i \sum Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$$inner_control_{it} = \lambda_i + \gamma_t + \beta_0 + \beta_1 media_index_{it} + \beta_i \sum Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

$$LnCSR_{it} = \lambda_i + \gamma_t + \beta_0 + \beta_1 media_index_{it} + \beta_2 inner_control_{it} + \beta_i \sum Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

$$LnCSR_{it} = \lambda_i + \gamma_t + \beta_0 + \beta_1 media_index_{it} + \beta_2 Mshare_{it} + \beta_3 media_index_{it} \cdot Mshare_{it} + \beta_i \sum Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

$$LnCSR_{it} = \lambda_i + \gamma_t + \beta_0 + \beta_1 media_index_{it} + \beta_2 \ln age_{it} + \beta_3 media_index_{it} \cdot \ln age_{it} + \beta_i \sum Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

其中，模型（3）主要是检验假设 H_1 ，被解释变量为企业社会责任（ $LnCSR$ ），核心解释变量为法治化营商环境媒体关注（ $media_index$ ）；模型（4）和（5）为中介效应的检验步骤，主要检验假设 H_2 ，模型（4）为中介因子检验，主要检验法治化营商环境媒体关注（ $media_index$ ）对内部控制指数（ $inner_control$ ）的影响效应，而模型（5）则是在模型（3）的基础上加入了中介因子内部控制指数，同时检验两者对企业社会责任的影响；模型（6）和（7）为调节变量的检验过程，模型（6）被解释变量是企业社会责任，解释变量为法治化营商环境媒体关注，调节变量为高管股权激励（ $Mshare$ ），主要检验假设 H_{3a} 和 H_{3b} ，模型（7）的调节变量为企业上市时间（ $\ln age$ ），主要检验假设 H_4 。

五、法治化营商环境媒体关注对企业社会责任的直接影响

（一）基准回归结果

表 5 是各主要变量的描述性统计结果，在被解释变量中，企业社会责任得分（ $LnCSR$ ）的均值为 3.7440，标准差为 0.2830，最大值为 4.4920，最小值 2.7665，说明不同上市企业的社会责任履行情况有较大差距，整体上呈现中等水平。在解释变量中，法治化营商环境媒体关注（ $media_index$ ）的均值为 1.6782，标准差为 1.9847，最大值为 5.7021，最小值为 -3.9890，说明不同城市不同年份的法治化营商环境新闻发布差异极大，这也与近年来法治化营商环境话题逐步热门有关。在中介变量中，内部控制指数（ $inner_control$ ）的均值为 650.8387，标准差为 137.1872，最大值为 941.3100，最小值为 0，说明不同上市企业内控水平和风险管控能力差距较大。在调节变量中，高管股权激励（ $Mshare$ ）的均值为 1.9324，标准差为 7.3852，最大值为 80.9617，最小值为 0，说明不同企业的高管股权激励情况有较大的异质性。而企业上市时间的均值为 3.0294，标准差为 0.3215，最大值为 3.4965，最小值为 2.0794，说明参与回归的 404 家企业上市时间差别不大，大多为老牌上市企业。在企业特征变量方面，成长能力（ $growth$ ）和股票每股收益（ $stock_profit$ ）存在较大差别，企业社会责任可能会受这两个变量的较大影响。

表 5 变量描述性统计分析

变量	均值	标准差	最大值	最小值
$LnCSR$	3.7440	0.2830	4.4920	2.7665
$media_index$	1.6782	1.9847	5.7021	-3.9890

<i>lev</i>	0.5218	0.1965	1.0340	0.0370
<i>ROA</i>	0.0343	0.0553	0.3351	-0.6089
<i>ROE</i>	0.0638	0.1783	1.7262	-3.3396
<i>growth</i>	0.0017	0.0156	0.6795	-0.0086
<i>top5</i>	0.5557	0.1712	0.9923	0.0695
<i>cashflow</i>	0.0634	0.0612	0.6066	0.0000
<i>stock profit</i>	0.4738	0.7656	8.9915	-6.4638
<i>lnage</i>	3.0294	0.3215	3.4965	2.0794
<i>inner conrol</i>	650.8387	137.1872	941.3100	0.0000
<i>Mshare</i>	1.9324	7.3852	80.9617	0.0000

本文利用面板数据模型来揭示法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间的关系，基准回归模型的估计结果如表 6 所示。在对面板数据进行处理分析前进行 Hausman 检验，结果拒绝了随机效应模型的原假设，因此本文采用行业、时间双固定的固定效应模型进行回归处理。表 6 列 (1) 仅将法治化营商环境媒体关注纳入双固定模型，结果表明法治化营商环境媒体关注的系数为正，在 1% 显著性水平上正相关，这表明法治化营商环境媒体关注的提高能够有效提升上市公司的企业社会责任履行情况。继续向基准回归模型中加入控制变量，同时也考虑省份、行业和年份固定效应，回归系数的符号和显著性并没有发生改变，但模型的拟合优度更高，见表 6 列 (2)，说明回归结果具有一定的稳健性，同时也验证了企业在平稳发展的过程中，为了保障自身后续可持续发展，企业会更有意愿与动力履行企业社会责任，研究假设 H_1 得以验证。

表 6 法治化营商环境媒体关注对企业社会责任影响的基础回归结果

变量	(1)	(2)
	LnCSR	LnCSR
<i>media_index</i>	0.0174*** (5.20)	0.0091*** (2.87)
<i>lev</i>		0.2747*** (6.83)
<i>ROA</i>		-0.1208 (-0.61)
<i>ROE</i>		0.0187 (0.37)
<i>growth</i>		-1.3753*** (-9.31)
<i>cashflow</i>		-0.1697** (-2.01)
<i>top5</i>		0.3897*** (10.13)
<i>stock_profit</i>		0.0771***

		(6.87)
_cons	3.7147*** (472.44)	3.3483*** (116.11)
行业效应	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes
R ²	0.2221	0.3330
观测值 N	2020	2020

注：*、**、***分别表示 10%、5%和 1%的显著性水平，括号内为 t 值，下同。

（二）内生性检验

为缓解内生性问题对结论的影响，即法治化营商环境媒体关注与企业社会责任的实证研究中可能存在遗漏变量和互为因果的关系问题。即企业社会责任履行情况越好，企业对于优质法治化营商环境的需要也越高，法治化营商环境的优化能多方面促进企业发展，因此企业也希望提高地区法治化营商环境的建设水平，进而促进法治化营商环境媒体关注的提高。本文进一步采用工具变量法进行内生性检验，在参考何欢浪等（2022）的基础上，选取每年参与法治化营商环境相关新闻报道的官方媒体数量作为工具变量，即企业同年度所属地区报道法治化营商环境相关新闻的官方媒体数量与该地区的法治化营商环境媒体关注高度相关，且更能展现政府对于这一块内容建设的决心，同时在一定程度上可以避免企业自行宣传的反向因果关系。因此，基于二阶段回归的方式，本文再次对研究假设 H_1 进行了检验，回归结果如表 7 所示。由表 7 列（1）可以看出，法治化营商环境媒体关注与新闻报道的官方媒体数量呈现显著的正向影响关系，第二阶段回归的结果在表 7 列（2）中，法治化营商环境媒体关注仍对企业社会责任产生了显著的正向影响，且通过了 1%的显著性水平检验，表明假设 H_1 仍然成立。

表 7 内生性检验结果

变量	(1)	(2)
	media_index	LnCSR
media_index		0.0106*** (2.85)
number	1.2148*** (97.24)	
lev	-0.2574** (-2.24)	0.2763*** (6.97)
ROA	-1.9429*** (-4.35)	-0.1152 (-0.59)
ROE	0.0681 (0.63)	0.0187 (0.38)
growth	-0.8689** (-2.08)	-1.3672*** (-9.33)
cashflow	0.2304	-0.1702**

	(0.87)	(-2.05)
top5	0.1533	0.3862***
	(1.33)	(10.21)
stock_profit	0.1029***	0.0768***
	(4.25)	(6.97)
_cons	-1.0696***	3.3253***
	(-12.26)	(94.85)
行业效应	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes
Kleibergen-Paap rk LM statistic		681.510
Kleibergen-Paap rk Wald F statistic		9465.781
Stock-Yogo weak ID test critical		16.38
values: 10% maximal IV size		
R ²	0.8721	0.3330
观测值 N	2020	2020

（三）稳健性检验

1、变换估计模型

基准回归结果表明法治化营商环境媒体关注对企业社会责任具有显著的促进作用，为保证研究结论的稳健性，进一步采用变换估计模型的方式进行检验。采用面板分位数回归模型进行处理，拟合数据的全部分布信息，进而考察不同分布数据下两者之间的关系。由表 8 列（1）回归结果所示，法治化营商环境媒体关注的正向影响效应显著，且该正向影响对社会责任处于中等层次的企业影响更大。

2、替换自变量

本文进一步采用替换自变量的方式进行检验，考虑到本文构建法治化营商环境媒体关注指数时，选取的政策关键词可能是近几年才逐步热门的词语，这种情况可能导致在 2015、2016 年部分城市虽然发布了大量的法治化营商环境相关新闻，但由于涉及的关键词内容较少，从而导致媒体关注指数较低，因此本文使用法治化营商环境相关新闻发布数量进行替换。表 9 列（2）的回归结果表明，法治化营商环境媒体关注依然产生显著的正向促进效应。

3、增加控制变量

进一步控制城市层面变量，一方面考虑到城市之间制度建设水平的差异，大城市可能拥有更好的市场环境、法律环境和竞争强度，且大城市企业集聚和人才集聚现象更为明显，大城市中的企业可能会受到更多的监督与制约，进而导致这些企业对于社会责任履行更为积极，另一方面大城市中的媒体数量也可能较多，导致法治化营商环境媒体关注天然较多。因此为避免城市规模层面的差异的影响，本文参考张可云和刘敏（2021）的做法，选取建设用地占比（construct）、绿化覆盖率（green）、财政收入占比（finance）和人均 GDP（per_gdp）作为城市层面的控制变量。表 9 列（3）的回归结果显示，法治化营商环境媒体关注对企业社会责任的影响依然为正，说明在控制城市层面相关变量后，本文的研究结论依然成立。

4、替换因变量

基于对衡量指标权威性、普适性的考虑，以及第三方机构评分和财务指标计算的指数之间的差异性，本文参考刘柏和王一博（2020）和王雅莉等（2022）的研究，根据上交所在 2008 年发布的《关于加强上市公司社会责任承担工作的通知》中关于每股社会捐赠值的定义，来计算和度量企业的社会责任，并将其与润灵环球的社会责任得分进行替换，其中每股社会捐赠值的具体计算方式如公式（1）所示。表 9 列（4）在仅控制行业效应时的结果显示，法治化营商环境媒体关注对企业社会责任的影响系数依然为正，说明法治化营商环境媒体关注对企业社会责任的改善效应依然稳健。最后一种方式是重新匹配企业和地级市法治化营商环境媒体关注数据，本文在前面的数据匹配过程中剔除了 2015-2019 年媒体关注缺失的城市，但考虑到媒体关注从 0 开始的增长变化也能体现政府对于法治化营商环境建设的目标，因此在重新匹配相关数据之后，得到 575 家企业 2015-2019 年的数据集。表 9 列（5）的回归结果显示，在重新匹配样本数据集之后，法治化营商环境媒体关注的影响依然为正，且媒体关注的正向影响效应更为显著，说明在增加相关城市和企业数据后，本文的研究结论依然成立。

$$\text{每股社会捐赠值} = (\text{净利润} + \text{所得税费用} + \text{营业税金及附加} + \text{支付给职工以及为职工支付的现金} + \text{本期应付职工薪酬} - \text{上期应付职工薪酬} + \text{财务费用} + \text{捐赠排污费与清理费}) / [(\text{期初总股数} + \text{期末总股数}) / 2] \quad (8)$$

表 8 稳健性检验结果 1

变量	(1) 变换估计模型		
	LnCSR (p=0.25)	LnCSR (p=0.5)	LnCSR (p=0.75)
media_index	0.0083** (22.66)	0.0123*** (17.68)	0.0073*** (24.00)
lev	0.2947*** (14.83)	0.3166*** (21.96)	0.2574*** (91.16)
ROA	-0.0901*** (-3.06)	-0.2011*** (-4.39)	-0.1096*** (-2.73)
ROE	-0.0086 (-1.07)	0.0348 (1.55)	0.0304*** (5.21)
growth	-1.4279*** (-91.62)	-1.4330*** (-228.06)	-1.4205*** (-202.07)
cashflow	-0.2238*** (-15.50)	-0.2038*** (-15.18)	-0.2512*** (-23.77)
top5	0.4417*** (23.20)	0.4157*** (34.49)	0.4714*** (76.28)
stock_profit	0.0748*** (18.54)	0.0884*** (20.62)	0.0729*** (84.71)

行业效应	Yes	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes	Yes
观测值 N	2020	2020	2020

表 9 稳健性检验结果 2

变量	(2)	(3)	(4)	(5)
	LnCSR 替换自变量	LnCSR 控制城市变量	LnCSR 替换因变量	LnCSR 重新匹配样本
media_index		0.0086** (2.27)	0.0239** (2.21)	0.0125*** (3.32)
news_number	0.1002*** (3.03)			
lev	0.2753*** (6.84)	0.0734* (1.81)	1.5730*** (7.33)	0.2296*** (7.10)
ROA	-0.1146 (-0.58)	0.2159** (1.98)	-0.2873 (-0.29)	-0.1864 (-1.15)
ROE	0.0187 (0.37)	-0.0194 (-0.82)	-0.1208 (-1.07)	0.0340 (0.74)
growth	-1.3703*** (-9.29)	-0.8305*** (-4.88)	0.4729 (0.45)	-1.2637*** (-4.92)
cashflow	-0.1701** (-2.01)	-0.0351 (-0.75)	-0.0235 (-0.15)	-0.1614** (-2.18)
top5	0.3877*** (10.06)	0.2247*** (4.10)	0.5345** (2.05)	0.3591*** (10.81)
stock_profit	0.0768*** (6.85)	0.0066 (0.81)	1.3100*** (9.83)	0.0645*** (7.52)
construct		0.0012* (1.92)		
green		-0.0003 (-0.35)		
finance		0.0026** (2.37)		
per_gdp		0.0767*** (3.13)		
_cons	3.3192*** (104.67)	2.6042*** (6.99)	-0.7080*** (-3.55)	3.3804*** (145.53)
行业效应	Yes	Yes	Yes	Yes

时间效应	Yes	Yes	No	Yes
R ²	0.3330	0.3160	0.7646	0.2774
观测值 N	2020	2020	2020	2875

六、法治化营商环境媒体关注影响企业社会责任的异质性分析

（一）产权性质

国有企业与非国有企业对于社会责任的履行的关键驱动因素有所不同（李志斌和章铁生，2017），国有企业由于其特殊的产权制度，其社会责任会受到上级部门的监管和考核，甚至有相关规章制度的出台和委员会的成立来进行约束，例如 2008 年《关于中央企业履行社会责任的指导意见》的发布和 2012 年中央企业社会责任指导委员会的成立。然而非国有企业对于社会责任的履行，更多的则是出于自身利益考虑和企业内部规范的约束，主要是为了获得更多的市场竞争优势或者满足利益相关者的需要。表 10 的列（1）和列（2）对于国有产权和非国有产权的回归结果表明，法治化营商环境媒体关注对于非国有产权具有显著的正向影响效应，但对于国有企业却没有产生显著的提升效应。这说明，在产权异质性的情况下，非国有企业受到外部市场环境的影响较大，且法治化营商环境媒体关注的提高和营商环境的优化能够有效改善非国有企业的政企关系，进一步保障企业的公平竞争发展，此外也会督促企业合规经营，促使企业在满足利益相关者需要的同时，积极的履行企业社会责任。而国有企业由于天然的政企关系以及强制要求的社会责任履行，使得法治化营商环境媒体关注的提高对其没有显著影响。

（二）地理区位

由于法治化营商环境的推进是全国性的建设趋势，且法治化营商环境的改善对于企业外部发展和内部合规都有良好的促进作用，因此法治化营商环境媒体关注对于不同区位法治化营商环境的影响应该差异不大。本文参考中国海洋统计年鉴的沿海行政区划，将样本中涉及的城市划分为沿海城市和非沿海城市。表 10 列（3）和列（4）的回归结果表明，法治化营商环境媒体关注对沿海地区企业的社会责任影响系数为 0.0276，而对于内陆地区的影响系数为 0.0144，均通过了 1% 显著性检验，说明法治化营商环境媒体关注的提高和内容的建设会显著提高各个地区企业的社会责任履行情况。而内陆地区影响效应偏小的原因可能在于内陆地区的资金存量较少、技术水平较低和创新能力偏弱，虽然法治化营商环境缓解了企业融资约束问题，但资金的缺乏在一定程度上限制了企业的发展，使得企业社会责任的履行并没有沿海企业积极。

（三）制度环境差异

由于我国各地市场化情况程度差异较大，不同城市对于法治化营商环境媒体关注和法治化营商环境建设的理解与市场响应存在差异，不同城市的企业对于法治化营商环境的反应也有所不同。因此，本文以王小鲁与樊纲编制的市场化指数作为制度环境的差异指标，并按照 2015-2019 年市场化指数均值的中位数将样本划分为高市场化区域与低市场化区域进行分组回归。表 10 的列（5）和列（6）的回归结果表明，高市场化区域法治化营商环境对企业社会责任的影响系数和显著性均大于低市场化区域。可能的原因是高市场化区域的地方法制更为健全，政府治理效能更高，企业对于法治化营商环境的相关内容更为重视，反应也更快。而低市场化区域，对于法治化

营商环境相关内容的建设可能存在困难，导致相关措施无法快速执行，相关企业对于这块内容的反应也有些迟缓。

表 10 法治化营商环境媒体关注对企业社会责任异质性分析结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	LnCSR 国有产权	LnCSR 非国有产权	LnCSR 沿海地区	LnCSR 非沿海地区	LnCSR 高市场化区域	LnCSR 低市场化区域
media_inde	0.0068	0.0158**	0.0276***	0.0144***	0.0476***	-0.0045
x	(1.39)	(2.11)	(3.81)	(3.06)	(7.49)	(-1.08)
lev	0.0534	0.1217	0.3755***	0.2110***	0.1426**	0.3387***
	(0.83)	(0.98)	(5.186)	(4.67)	(2.30)	(6.57)
ROA	0.0260	0.5114***	0.1105	0.1197	-0.4075	0.1095
	(0.10)	(2.86)	(0.41)	(0.50)	(-1.41)	(0.42)
ROE	-0.0078	-0.1258*	-0.0448	0.0350	0.0791	-0.0211
	(-0.24)	(-1.82)	(-0.69)	(0.67)	(1.14)	(-0.31)
growth	-0.5591	-0.8277***	-2.6448**	-1.1883***	-1.3150***	-1.2784
	(-0.83)	(-14.64)	(-2.03)	(-8.33)	(-7.62)	(-0.54)
cashflow	-0.0573	0.0274	-0.1417	-0.1935*	-0.3215**	-0.0568
	(-0.94)	(0.39)	(-1.07)	(-1.94)	(-2.49)	(-0.56)
top5	0.2143***	0.1953*	0.4780***	0.2590***	0.4754***	0.4358***
	(2.61)	(1.77)	(7.99)	(5.25)	(7.88)	(8.27)
stock_profit	0.0124	0.0104	0.0580***	0.0482***	0.0848***	0.0686***
	(1.02)	(0.70)	(3.96)	(2.75)	(5.05)	(4.77)
_cons	3.5443***	3.5358****	3.2700***	3.4239***	3.3427***	3.3064***
	(54.61)	(41.82)	(70.65)	(92.84)	(78.59)	(82.09)
行业效应	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.3201	0.3416	0.4479	0.3817	0.3911	0.4351
观测值 N	1375	645	945	1075	1010	1010

七、法治化营商环境媒体关注对企业社会责任影响机制分析

(一) 中介机制检验

为进一步检验本文提出的假设 H_2 ，即法治化营商环境媒体关注是否会通过改善企业内部控制规范程度，进而提升企业社会责任的履行情况。本文采用依次检验方法（温忠麟和叶宝娟，2014）。表 11 的列（1）是本文的基准模型，法治化营商环境媒体关注（*media_index*）对企业社会责任（*LnCSR*）的影响系数为 0.0091，衡量的是两者之间的总效应。表 11 列（2）显示，法治化营商环境媒体关注对企业内部控制规范（*inner_conrol*）的影响系数为 4.4431，并通过了 5%显著性检验，说明法治化营商环境媒体关注能够提升企业对于合规方面的重视程度，进而

强化了企业内部控制的规范程度。更进一步地将内部控制指数纳入基准模型，得到表 11 列 (3) 的回归估计结果，法治化营商环境媒体关注对企业社会责任的影响系数为 0.0087，相较于基准模型 0.0091 略有下降，且通过了 1% 的显著性水平检验，这表明内部控制程度在法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间起部分中介效应的作用。这也说明法治化营商环境关注度的提高，可以强化企业对于自身合规经营状况的重视并提高企业的内部控制水平，进而促进企业社会责任的履行。

表 11 内部控制指数中介效应检验结果

变量	(1)	(2)	(3)
	LnCSR	inner_control	LnCSR
media_index	0.0091** (2.87)	4.4431** (2.52)	0.0087*** (2.72)
Inner_control			0.0001*** (2.20)
控制变量	Yes	Yes	Yes
_cons	3.3483*** (116.11)	665.4532** (17.51)	3.2599*** (28.65)
行业效应	Yes	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes	Yes
R ²	0.3330	0.2644	0.3347
观测值	2020	2020	2020

(二) 调节效应检验

为进一步检验本文提出的研究假设 H_{3a} 、 H_{3b} 和 H_4 ，即探究企业内的高管股权激励制度和上市时间是作为法治化营商环境媒体关注的互补机制还是替代机制，进而对企业社会责任产生影响，本文采取调节效应的检验方法来探究它们的关系。

针对高管股权激励，表 12 列 (1) 为基准回归模型，而列 (2) 则是将高管股权激励和股权激励与媒体关注的交叉项纳入模型的回归情况，结果表明高管股权激励与法治化营商环境媒体关注的交叉项 ($media_index \cdot Mshare$) 的系数为 -0.0010，通过了 5% 的显著性水平检验，表明高管股权激励在法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间产生负向影响作用，研究假设 H_{3a} 得到证实。模型结果说明，高管股权激励在一定程度上会弱化法治化营商环境媒体关注对于企业社会责任的推进效应。高管股权激励虽然能通过减少代理人之间的代理成本，进而增强高管与委托人目标的一致性，但股权激励制度同样会强化企业高管在公司战略与运营决策时的个人权利。基于掘壕自守理论，当企业高管持有较高公司股份时，其个人权利增强的同时，受到外部制约的影响也逐渐减小，导致企业高管可能会基于自身利益最大化做出不符合企业可持续发展的决策，并逐渐影响企业合规情况以及忽视利益相关方的价值诉求。因此，高管股权激励在弱化企业合规经营和内控规范的基础上，对法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间产生负向替代影响。

针对企业上市时间。表 12 列 (3) 是将企业上市时间与及其与媒体关注的交叉项纳入模型的回归情况，结果表明企业上市时间与法治化营商环境媒体关注交叉项 ($media_index \cdot lnage$)

的系数为 0.0199，通过了 5% 的显著性检验，说明企业上市时间在法治化营商环境媒体关注与企业社会责任之间产生正向影响。法治化营商环境的建设对企业外部环境发展和内部规范建设均有较大的影响，而且一家公司得以长久上市，其必然也建立了相应的规范机制和完善的社会责任履行机制，他们对于法治化营商环境中市场公平竞争、知识产权保护和信息透明公开的内容会十分看重，对于促进企业稳健发展的内容会极为关注，也会自发推进法治化营商环境的建设，而企业的平稳发展又能进一步促进企业社会责任的履行。

表 12 高管激励和企业上市时间的调节效应检验结果

变量	(1)	(2)	(3)
	LnCSR	LnCSR (高管激励)	LnCSR (企业上市时间)
media_index	0.0091*** (2.87)	0.0128*** (3.15)	-0.0485 (-1.61)
Mshare		0.0007 (0.58)	
media_index·Mshare		-0.0010** (-2.01)	
lnage			-0.0201 (-0.49)
media_index·lnage			0.0199** (1.99)
控制变量	Yes	Yes	Yes
_cons	3.3483*** (116.11)	3.5122*** (76.49)	3.5801*** (32.82)
行业效应	Yes	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes	Yes
R ²	0.3330	0.2930	0.2844
观测值 N	2020	2020	2020

(三) 进一步分析

基于战略性企业社会责任理论，企业社会责任的履行不仅是一种被动承受的社会回应和风险管理，更是企业为了获取市场上的可持续发展优势而做出的主动承担。企业通过履行企业社会责任可以获取政府的创新资源支持，为企业降低创新风险提供保障。法治化营商环境建设着重强调知识产权保护，媒体关注对于法治化营商环境媒体关注的宣传也可以进一步降低政企间信息不对称程度，并提升企业对于政府保护知识产权的信任度，进而激励企业创新行为。因此本文进一步检验企业社会责任在法治化营商环境媒体关注与企业创新绩效间的中介效应。对于企业创新绩效，本文使用企业发明专利的申请量（包括联合申请的专利）进行衡量，并采用中介效应的依次检验法进行处理。在法治化营商环境媒体关注显著正向影响企业社会责任的基础上，表 13 列(1)表明，法治化营商环境媒体关注会显著正向影响企业创新绩效，影响系数为 14.1946。而将法治

化营商环境媒体关注与企业社会责任同时纳入模型时，法治化营商环境媒体关注与企业创新绩效之间的影响系数变为 12.5942，通过了 5%显著性检验，相较于列（1）的 14.1946 有所降低，说明企业社会责任在两者之间产生部分中介效应。这表明，法治化营商环境媒体关注可以通过促进企业社会责任的履行，让企业获取创新资源支持，进而提升企业创新绩效。

表 13 企业社会责任在法治化营商环境媒体关注与企业创新绩效内中介效应检验结果

变量	(1)	(2)	(3)
	Inv	lnCSR	Inv
media_index	14.4946** (2.46)	0.0091*** (2.87)	12.5942** (2.31)
LnCSR			208.4224*** (3.31)
控制变量	Yes	Yes	Yes
_cons	-54.4974** (-2.31)	3.3482*** (116.11)	-752.3524*** (-3.48)
行业效应	Yes	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes	Yes
R ²	0.2552	0.3330	0.2740
观测值 N	2020	2020	2020

更进一步来看，法治化营商环境对于企业社会责任履行的促进，不仅表现在更为公平、公正和透明的外部发展环境，也表现在企业的合规经营与内部控制规范。企业合规经营与内部控制规范意味着企业与利益相关方能够进行更为透明的交流，利益相关方可以更加详细地了解企业的发展情况。同时，基于价值互惠效应，当利益相关方能够详细了解企业的发展状况，且其价值诉求可以得到满足时，其往往会缓解企业的融资约束，并为企业提供更多的融资支持。同时，法治化营商环境的建设强调发挥市场主体活力，为企业提供良好的融资营商环境，缓解企业的融资困难情况，因此法治化营商环境新闻对于这一方面的关注，可以让企业更为快捷地了解当前的融资政策，减少政企间的信息不对称程度，进而缓解企业的融资约束。因此，本文进一步检验企业社会责任在法治化营商环境媒体关注与融资约束之间的中介效应。本文选用 CSMAR 数据库中 SA 指数³作为融资约束的衡量指标，SA 指数越大，企业受到的融资约束越低。在法治化营商环境媒体关注显著正向影响企业社会责任的基础上，表 14 列（1）显示，法治化营商环境媒体关注对融资约束产生了显著的正向影响，且影响系数为 0.0432。将媒体关注与企业社会责任同时纳入模型的时候，法治化营商环境媒体关注的影响系数为 0.0412，通过了 1%显著性水平检验，但相较于 0.0432 有所降低，说明企业社会责任在法治化营商环境媒体关注与融资约束之间发挥部分中介效应。这表明法治化营商环境媒体关注能够通过强化企业社会责任来缓解融资约束。

表 14 企业社会责任在法治化营商环境媒体关注与企业融资约束内中介效应检验结果

变量	(1)	(2)	(3)
	SA	LnCSR	SA

³ SA 指数：SA 指数是融资约束的衡量指标，主要根据企业资产规模计算所得，一般为负数

media_index	0.0432*** (11.42)	0.0091*** (2.87)	0.0412*** (11.27)
LnCSR			0.2181*** (7.89)
控制变量	Yes	Yes	Yes
_cons	-4.2340*** (-132.16)	3.3482*** (116.11)	-4.9643*** (-50.42)
行业效应	Yes	Yes	Yes
时间效应	Yes	Yes	Yes
R ²	0.5138	0.3330	0.5320
观测值 N	2020	2020	2020

八、研究结论与政策建议

本文首先通过锐研数据库并结合其他互联网新闻平台的方式获取我国法治化营商环境相关新闻，其次通过文本分析与词频统计对新闻文本进行剖析，进而利用关键词依托文本挖掘技术测度不同城市不同年份新闻文本中的媒体关注指数。最后，根据企业所在地区对城市的媒体关注指数进行匹配，探究法治化营商环境媒体关注对企业社会责任的影响作用和传导机制。主要研究结论如下：第一、从法治化营商环境新闻发布量和城市发布数量来看，法治化营商环境自 2013 年提出之后，其发文数量和发布城市数量呈上升趋势，而发布城市由于我国城市总数的限制，增长逐渐放缓。发展和法治是法治化营商环境新闻中的核心关键词。第二、媒体关注指数自 2013 年法治化营商环境提出后就不断上升，其中 2016 年有所回落。北京作为政治文化中心，在媒体关注指数排行中一直排名第一；石家庄、广州、上海排名前列；呼和浩特、郑州、贵阳和昆明等城市的媒体关注指数快速上升，体现了中西部地区对于法治化营商环境建设的决心。第三、法治化营商环境媒体关注能够显著促进企业社会责任的履行。法治化营商环境媒体关注在非国有产权、沿海地区和市场化程度更高的样本中具有更显著的社会责任改善效应。第四、法治化营商环境媒体关注通过强化企业内部控制情况来促进企业社会责任的履行。而高管股权激励会在弱化企业合规经营和内控规范的基础上，弱化了两者之间的正向促进效应；而企业上市时间则会强化两者之间的正向影响效应。法治化营商环境媒体关注通过改善企业社会责任绩效可以提升企业创新水平和减缓企业融资约束，具有融资支持和创新赋能两种经济效应。

结合前文的研究，本文提出以下政策建议：

首先，政府应当注重营商立法和普法教育内容的宣传，进一步完善法治化营商环境优化的相关政策。各级地方政府应当在完善地方立法以及保障政策法规延续性和稳定性的同时，加大对营商立法民主性的宣传，让企业意识到自身能够参与政策法规制定的民主讨论活动，从而保障政府出台的法规政策符合当前市场和经济发展状况。此外，政府也需加强企业普法教育活动，特别是帮助中小微企业普法教育，避免中小微企业不懂法或不知法而失去发展机会。

其次，市场化程度较低地区更应注重法治化营商环境的建设。市场化程度较低城市的政府更应在加大宣传力度的基础上，开展法治化营商环境优化的切实行动，减轻干预市场力度，进一步

加强“放管服改革”，在改善政府服务水平和服务效率的同时，降低企业制度性交易成本，从而降低企业在非生产领域的支出，进而可以将更多的资源用于社会责任的履行中。此外，内陆城市企业则更需转变经营观念，注重企业社会责任的践行，摆脱利润至上思想，加强企业社会责任的履行，进而保障企业可持续发展。

再次，面对法治化营商环境优化带来的企业发展机遇，企业需要降低自身寻租动机，结合自身情况将资源和精力放到切切实实的发展之中，保障企业的可持续发展，进而促进企业社会责任的进一步完善。此外，企业对于社会责任的践行在一定程度上可以保障企业在市场上的行为规范，进而促进营商环境的优化。最终形成稳定的法治化营商环境优化、企业发展和企业社会责任实践的循环促进效应，实现法治化营商环境、企业和社会责任的共同进步。

最后，企业需要优化自身内部治理结构，提升自身内部治理水平，将合规这一概念深化到企业内部高管股权激励、企业发展和利益相关方治理体系中，并不断向利益相关方公开自身的经营情况，进而打造价值透明的交流体系。此外，针对企业可能出现的机会主义，也要加强外部监管机构的监督力度，进而抑制内部高管的机会主义倾向，不断注重自身合规经营状况，进而促进自身的可持续发展。

参考文献

- [1]步丹璐,贺晨,文彩虹.外资持股与企业社会责任表现[J].会计研究,2021(02):86-101.
- [2]董斌,张兰兰.地区腐败对企业经营效率的影响研究[J].经济与管理评论,2020,36(03):127-139.
- [3]顾文涛,王儒,郑肃豪,杨永伟.金融市场收益率方向预测模型研究——基于文本大数据方法[J].统计研究,2020,37(11):68-79.
- [4]郭海,王超,房唯佳.政治关联能持续改善企业绩效吗——企业发展阶段与行业环境的作用研究[J].经济理论与经济管理,2019(12):45-58.
- [5]韩旭,武威.政府采购能够促进企业履行社会责任吗——基于精准扶贫视角[J].会计研究,2021(06):129-143.
- [6]何欢浪,任岩,章韬.媒体宣传、知识产权保护与企业创新[J].世界经济,2022,45(01):57-81.
- [7]何轩,马骏,朱丽娜,李新春.腐败对企业家活动配置的扭曲[J].中国工业经济,2016(12):106-122.
- [8]黄亮雄,孙湘湘,王贤彬.反腐败与地区创业:效应与影响机制[J].经济管理,2019,41(09):5-19.
- [9]姜富伟,孟令超,唐国豪.媒体文本情绪与股票回报预测[J].经济学(季刊),2021,21(04):1323-1344.
- [10]蒋翠清,梁坤,丁勇,刘士喜,刘尧.基于社会媒体的股票行为预测[J].中国管理科学,2015,23(01):17-24.
- [11]解洪涛,张薇,张建顺.法治政府建设降低了企业制度性成本吗——基于世界银行营商环境调查数据的实证研究[J].财经科学,2018(10):84-95.
- [12]金碚,李钢.企业社会责任公众调查的初步报告[J].经济管理,2006(03):13-16.
- [13]李本灿.法治化营商环境建设的合规机制——以刑事合规为中心[J].法学研究,2021,43(01):173-190.
- [14]李双燕,苗进.地区腐败、市场化程度与产能过剩[J].当代经济科学,2018,40(02):94-103+127-128.
- [15]李祥进,杨东宁,雷明.企业社会责任行为对员工工作绩效影响的跨层分析[J].中国管理科学,2012,20(S1):132-137.
- [16]李志斌,阮豆豆,章铁生.企业社会责任的价值创造机制:基于内部控制视角的研究[J].会计研究,2020(11):112-124.
- [17]李志斌,章铁生.内部控制、产权性质与社会责任信息披露——来自中国上市公司的经验证据[J].会计研究,2017(10):86-92+97.
- [18]林宏妹,陈选娟,吴杰楠.高管任期与企业社会责任——基于“职业生涯忧虑”的研究视角[J].经济管理,2020,42(08):51-67.

-
- [19]刘柏,王一博.股价高估与企业社会责任的关系研究[J].经济管理,2020,42(01):76-92.
- [20]刘大洪.市场主体规则平等的理论阐释与法律制度构建[J].中国法学,2019(06):184-201.
- [21]刘俊海.营商环境法治化的关键[J].中国流通经济,2019,33(08):3-10.
- [22]刘新荣.企业社会责任与我国民营企业可持续发展[J].经济管理,2007(08):22-26.
- [23]刘艺林.IPO的外部治理效应:高管激励的视角[J].中国软科学,2022(01):111-120.
- [24]罗琦,吴乃迁,苏愉越,喻天琦.投资者盈余乐观情绪与管理者迎合——基于社交媒体情感分析的证据[J].中国工业经济,2021(11):135-154.
- [25]潘星宇,沈艺峰.股权激励、企业并购与利润管理[J].经济管理,2021,43(10):99-118.
- [26]彭向刚,马冉.政企关系视域下的营商环境法治化[J].行政论坛,2020,27(02):91-98.
- [27]祁怀锦,刘艳霞.管理者自信会影响企业社会责任行为吗?——兼论融资融券制度的公司外部治理效应[J].经济管理,2018,40(05):141-156.
- [28]权小锋,吴世农,尹洪英.企业社会责任与股价崩盘风险:“价值利器”或“自利工具”?[J].经济研究,2015,50(11):49-64.
- [29]邵伟林.地区营商环境与民营企业高质量发展:来自中国的经验证据[J].经济与管理研究,2021,42(09):42-61.
- [30]沈艳,王靖一.媒体报道与未成熟金融市场信息透明度——中国网络借贷市场视角[J].管理世界,2021,37(02):35-50+4+17-19.
- [31]石佑启,陈可翔.法治化营商环境建设的司法进路[J].中外法学,2020,32(03):697-719.
- [32]石佑启,陈可翔.合作治理语境下的法治化营商环境建设[J].法学研究,2021,43(02):174-192.
- [33]斯丽娟,曹昊煜.绿色信贷政策能够改善企业环境社会责任吗——基于外部约束和内部关注的视角[J].中国工业经济,2022(04):137-155.
- [34]陶欣欣,江轩宇,谢志华,马丽伟.社会责任履行影响企业劳动投资效率吗[J].会计研究,2022(06):120-133.
- [35]王健忠,高明华.反腐败、企业家能力与企业创新[J].经济管理,2017,39(06):36-52.
- [36]王靖一,黄益平.金融科技媒体情绪的刻画与对网贷市场的影响[J].经济学(季刊),2018,17(04):1623-1650.
- [37]王馨,王营.绿色信贷政策增进绿色创新研究[J].管理世界,2021,37(06):173-188+11.
- [38]王雅莉,侯林岐,朱金鹤.文明城市创建如何“催生”企业“道德血液”?——基于企业社会责任视角的分析[J].财经研究,2022,48(06):64-78.
- [39]温忠麟,叶宝娟.中介效应分析:方法和模型发展[J].心理科学进展,2014,22(05):731-745.
- [40]吴非,胡慧芷,林慧妍,任晓怡.企业数字化转型与资本市场表现——来自股票流动性的经验证据[J].管理世界,2021,37(07):130-144+10.
- [41]肖红军,胡叶琳,许英杰.企业社会责任能力成熟度评价——以中国上市公司为例[J].经济管理,2015,37(02):178-188.
- [42]肖红军,李平.平台型企业社会责任的生态化治理[J].管理世界,2019,35(04):120-144+196.
- [43]肖红军,阳镇,凌鸿程.企业社会责任具有绿色创新效应吗[J].经济学动态,2022(08):117-132.
- [44]肖红军,阳镇,刘美玉.企业数字化的社会责任促进效应:内外双重路径的检验[J].经济管理,2021,43(11):52-69.
- [45]肖红军.国有企业社会责任的发展与演进:40年回顾和深度透视[J].经济管理,2018,40(10):5-26.
- [46]许多奇.纳税营商环境优化与税收法治化变革——世界银行纳税营商环境指标不适用性反思[J].法学家,2022(03):120-131+194-195.
- [47]许正良,刘娜.基于持续发展的企业社会责任与企业战略目标管理融合研究[J].中国工业经济,2008(09):129-140.
- [48]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,2021,39(03):544-555.
- [49]阳镇,凌鸿程,陈劲.社会信任有助于企业履行社会责任吗?[J].科研管理,2021,42(05):143-152.
- [50]于文超,梁平汉.不确定性、营商环境与民营企业经营活力[J].中国工业经济,2019(11):136-154.

-
- [51]张德淼,赵健雅.法治营商环境下外商投诉协调处理机制的实践困境与出路(英文)[J].*China Legal Science*,2020,8(04):48-72.
- [52]张可云,刘敏.媒体关注与企业社会责任履行——基于城市规模的调节作用[J].*学术月刊*,2021,53(09):57-71.
- [53]张菡洺,杨广钊.营商环境对民营企业竞争力的影响[J].*财贸经济*,2022,43(10):119-133.
- [54]张宗新,吴钊颖.媒体情绪传染与分析师乐观偏差——基于机器学习文本分析方法的经验证据[J].*管理世界*,2021,37(01):170-185+11+20-22.
- [55]赵世芳,江旭,应千伟,霍达.股权激励能抑制高管的急功近利倾向吗——基于企业创新的视角[J].*南开管理评论*,2020,23(06):76-87.
- [56]"中国城市营商环境评价研究"课题组,李志军,张世国,牛志伟,袁文融,刘琪.中国城市营商环境评价的理论逻辑、比较分析及对策建议[J].*管理世界*,2021,37(05):98-112+8.
- [57]周中胜,何德旭,李正.制度环境与企业社会责任履行:来自中国上市公司的经验证据[J].*中国软科学*,2012(10):59-68.
- [58]Banerjee S B. Managerial perceptions of corporate environmentalism: interpretations from industry and strategic implications for organizations[J]. *Journal of Management Studies*, 2001, 38(4): 489-513
- [59]Carrasco-Monteaudo I, Buenda-Martnez I. Corporate social responsibility: a crossroad between changing values, innovation and internationalisation[J]. *European Journal of International Management*, 2013, 7(3): 295-314.
- [60]Cruz C, Larraza-Kintana M, Garcés-Galdeano L, et al. Are Family Firms Really More Socially Responsible?[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2014, 38(6): 1295-1361.
- [61]Deng X, Xu Y. Consumers' responses to corporate social responsibility initiatives: the mediating role of consumer-company identification[J]. *Journal of Business Ethics*, 2017, 142(3):1-12.
- [62]Donohue J C. Understanding Scientific Literatures: A Bibliometric Approach[M]. Cambridge: The MIT Press, 1973: 49-50
- [63]Fisman R., Svensson J. Are corruption and taxation really harmful to growth? firm level evidence[J]. *Journal of Development Economics*, 2007, 83(1):63-75.
- [64]Gaganis C, Pasiouras F, Voulgari F. Culture, business environment and SMEs' profitability: Evidence from European Countries[J]. *Economic Modelling*, 2018, 78: 275-292.
- [65]Hemingway C, Maclagan P. Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility[J]. *Journal of Business Ethics*, 2004, 50(1): 33-44.
- [66]Jensen M C, Meckling W H. Theory of the firm: Managerial behavior agency costs and ownership structure[J]. *Journal of financial economics*, 1976, 3(4): 305-360.
- [67]Liu J H. The Key for the Rule of Law Business Environment[J]. *China Business and Market*, 2019.
- [68]Das P K. Macroeconomic uncertainty and FDI in developing countries[J]. *Theoretical & Applied Economics*, 2018, 25(1).
- [69]Zhang P, Chen W. The Rule of Law for Business and the Construction of a High-Quality Business Environment[J]. 2021 4th International Workshop on Advances in Social Sciences, 2021, 72.
- [70]Zou L, Cao K D, Wang Y. Media Coverage and the Cross-Section of Stock Returns: The Chinese Evidence[J]. *International Review of Finance*, 2019, 19(4): 707-729.