

环境成本对社会责任信息披露质量的影响分析

孟璐冰

沈阳理工大学

DOI:10.12238/ej.v7i11.2087

[摘要] 文章以2011–2021年沪深A股上市公司数据为研究样本,实证检验了环境成本对企业社会责任信息披露质量的影响,并进一步采用ESG进行稳健性检验。研究发现,环境成本能够提升社会责任信息披露质量,环境成本的增加也能够增强分析师关注,分析师关注在环境成本影响企业社会责任信息披露质量的过程中发挥中介作用。异质性分析表明,环境成本对社会责任信息披露质量的促进作用在国有企业中更显著。

[关键词] 环境成本; 分析师关注; 社会责任信息披露质量

中图分类号: C91 **文献标识码:** A

Analysis of the Impact of Environmental Costs on the Quality of Social Responsibility Information Disclosure

Lubing Meng

Shenyang Ligong University

[Abstract] Based on the data of A-share listed companies in Shanghai and Shenzhen from 2011–2021, this paper empirically tests the impact of environmental costs on the quality of corporate social responsibility information disclosure, and further uses ESG to conduct a robustness test. Research has found that environmental costs can improve the quality of social responsibility information disclosure, and an increase in environmental costs can also enhance analyst attention. Analyst attention plays a mediating role in the process by which environmental costs affect the quality of corporate social responsibility information disclosure. Heterogeneity analysis shows that the promoting effect of environmental costs on the quality of social responsibility information disclosure is more significant in state-owned enterprises.

[Key word] Environmental costs; Analyst Focus; Quality of social responsibility information disclosure

引言

中国进入全面现代化建设以来,环境问题与生态形势也日益严峻,进而绿色发展、可持续高质量发展应运而生,企业对于环境管理的实施,使企业环境成本增加,也为企业带来经济利益。从实践视角看,社会责任是企业提升声誉,获得市场竞争优势、实现长期可持续发展的一种路径,为促进经济社会健康发展,需规范企业行为,引导企业提高社会责任信息披露质量,积极履行社会责任。分析师作为企业发布的信息与外界接受信息的载体,填补市场交易双方之间的信息鸿沟,减少信息不对称问题,此监督效应对企业形成一定约束,倒逼企业加强自律。基于此背景,本文以2012–2021年沪深A股上市公司数据为研究样本,探讨环境成本对企业社会责任信息质量披露的影响及分析师关注发挥中介作用机制。

1 理论分析与研究假设

1.1 环境成本与社会责任信息披露质量

环境成本增加促使企业基于社会责任理论增强环保意识,包括股东、管理层及员工。企业披露环境成本相关信息后,公众和监管机构了解企业的环境表现,监督企业的环境管理措施,使企业遵守相关法规,避免因环境问题而面临罚款、诉讼等,从而增加企业社会责任信息披露质量。环境责任作为企业社会责任中的重要组成部分,环境成本的投入势必带来良好的企业社会责任表现。基于此提出以下假设:

H1: 环境成本会对社会责任信息披露质量产生正向影响

1.2 环境成本与分析师关注

环境成本增加会直接影响企业的财务表现,分析师关注这些额外的环境成本如何反映在企业的利润和损益表中,调整其财务预测和估值模型。随着社会对企业社会责任的关注增加,环境成本的增加也将引发投资者和公众对企业道德和环保行动的更多关注,会影响企业的声誉和品牌形象,分析师会增加对企业环保政策和实施情况的关注度。环境成本的增加意味着企业

面临更高的法规合规风险, 分析师会重点关注企业在适应新的环境法规和标准方面的能力和成本, 以及这些法规变化对企业的市场竞争力和长期可持续发展战略的长期影响。基于此提出以下假设:

H2: 环境成本会对分析师关注产生正向影响

1.3 分析师关注的中介作用

根据声誉理论, 拥有良好声誉的企业更容易获得竞争优势。当企业环境成本增加时, 利益相关者会考虑企业的长期经营状况和盈利能力, 分析师是资本市场中重要的信息中介, 能够向市场传递出有价值的信息。^[1]其会主动追踪企业履行社会责任的相关情况, 提高投资者对于企业履行社会责任认知度, 企业社会责任表现越好的企业往往在分析师投资建议中越有利。分析师关注度增加, 企业社会责任信息得到投资者、媒体甚至政府的广泛关注并暴露在社会公众监督之下, 在一定程度上约束企业和管理层以牺牲环境为代价获取经济利益等机会主义行为, 间接起到一定的监督治理作用^[2]。基于社会责任理论和信号传递理论, 环境成本的增加会引起分析师的关注度提高, 企业披露社会责任信息行为表明该企业不仅愿意积极承担社会责任, 而且是对诸多利益相关者信息需求的回应, 企业会维护形象和声誉^[3], 在分析师的监督下, 提高企业的社会责任信息披露质量, 会向供应商和投资者传递一种资金稳定、市场发展良好的信号。基于此, 本文提出以下假设:

H3: 分析师关注在环境成本对社会责任信息披露质量的影响中发挥中介作用

2 研究设计

2.1 样本选取与数据来源

本文以A股上企业为研究主体, 选取样本期间为2011-2021年, 样本数据中有关环境成本的数据来源于中国研究数据服务平台 (CNRDS) 数据库, 并手动进行整合, 社会责任信息披露质量来源于和讯网, 其余相关数据均来源于国泰安 (CSMAR) 数据库。

2.2 变量定义

(1) 被解释变量: 社会责任信息披露质量 (CSRQUA)。本文借鉴袁冬梅^[5]等、李云云等^[6]的研究, 采用和讯网每年公布的企业社会责任评分度量企业社会责任信息披露质量。

(2) 解释变量: 环境成本 (EC)。鉴于目前国内尚未有统一的环境成本披露标准, 本文采用中国研究数据服务平台中明确披露的企业环境保护税、环境治理费用中与环境管理相关的费用求和, 并且进行标准化处理来衡量环境成本。

(3) 中介变量: 分析师关注 (COV)。将一年内该企业分析师关注人数加1的自然对数值作为分析师关注度的代理变量, 不重复计算分析师团队中的人数。

(4) 控制变量: 为了控制其他可能对企业社会责任信息披露质量产生的影响, 本文在选择控制变量时参照了王秋莲^[9]已有研究成果, 选取企业规模 (Companysize)、流动比率 (Current)、独董比例 (ID)、企业性质 (State)、企业成长性 (GROW) 作为模型的控制变量, 并对年度虚拟变量 (Year) 和行业虚拟变量 (Ind) 进行控

制。其中: 企业规模采用年末总资产自然对数, 流动比率采用流动资产/流动负债, 独董比例为独立董事人数/董事会总人数, 企业成长性采用 (本期营业收入-上期营业收入)/上期营业收入。

2.3 模型设定

根据假设H1的分析, 构建模型 (1):

$$CSR = \alpha_0 + \alpha_1 EC + \alpha_2 Companysize + \alpha_3 Current + \alpha_4 ID + \alpha_5 State + \alpha_6 GROW + \sum Year + \sum Ind + \varepsilon \quad (1)$$

根据假设H2的分析, 构建模型 (2):

$$COV = \alpha_0 + \alpha_1 EC + \alpha_2 Companysize + \alpha_3 Current + \alpha_4 ID + \alpha_5 State + \alpha_6 GROW + \sum Year + \sum Ind + \varepsilon \quad (2)$$

根据假设H3的分析, 构建模型 (3):

$$CSR = \alpha_0 + \alpha_1 EC + \alpha_2 COV + \alpha_3 Companysize + \alpha_4 Current + \alpha_5 ID + \alpha_6 State + \alpha_7 GROW + \sum Year + \sum Ind + \varepsilon \quad (3)$$

模型 (1)-(3) 中各变量具体定义描述见表1, α_0 为常数项, α_1-7 为回归系数, ε 为随机误差。

3 研究设计

3.1 描述性统计

表1报告了本文主要变量的描述性统计结果, 其中企业社会责任信息披露质量的最小值为-8.74, 最大值为84.04, 说明样本企业在社会责任信息披露质量之间存在较大差异。环境成本标准化后的最大值为82578280, 最小值为23.89, 说明样本企业的环境成本变量的原始数据离散程度较大, 需要使用标准化方法减小极端值的影响。本文选择方差膨胀因子 (VIF) 多重共线性检验方法进行检验, 表明所选变量间不存在严重的共线性问题。

表1 描述性统计结果

变量	样本量	平均值	标准差	最小值	最大值
CSR	3258	24.347	13.744	-8.74	84.04
EC	3258	7720000	15800000	23.89	82578280
COV	3258	1.974	0.905	0.693	4.263
Companysize	3258	22.606	1.241	20.316	25.861
Current	3258	1.953	1.698	0.366	10.722
ID	3258	0.374	0.053	0.333	0.571
State	3258	0.4	0.49	0	1
GROW	3258	0.163	0.331	-0.389	1.812

3.2 回归分析

表2第2、3和4列报告了环境成本对企业信息披露质量影响的基准回归结果。第2列为模型 (1) 的回归结果, 显示环境成本 (EC) 在1%的水平上显著, 说明企业环境成本增加会提升社会责任信息披露质量, 假设H1得到验证。第3列为模型 (2) 的回归结果, 结果显示EC在1%的水平上显著, 假设H2得到验证。第4列为在控制变量的加入下, 中间检验的第三步, 结果表明, 分析师关注 (COV) 和环境成本均在1%的水平上显著, 可以认为企业环境成本对社会责任信息披露质量产生正向影响, 其中一部分影响是通

过增加分析师关注来实现的,满足中介检验的条件,说明分析师关注在环境成本对企业社会责任信息披露质量的影响中发挥着中介作用,假设H3得到验证。

表2 回归分析结果

变量符号	模型(1)	模型(2)	模型(3)	State=1	State=0	模型(1)	模型(2)	模型(3)
	CSR	COV	CSR	CSR	CSR	BloombergS	COV	BloombergS
EC	0.038***	0.044***	3.166***	1.356***	0.061***	0.369***	0.044***	1.443***
	-0.013	-0.014	-0.267	-0.335	-0.022	-0.116	-0.014	-0.148
COV			1.041***					0.305***
			-0.207					-0.115
Companysize	-0.005	0.317***	0.906***	2.533***	0.071***	4.160***	0.317***	3.703***
	-0.017	-0.017	-0.269	-0.517	-0.022	-0.144	-0.017	-0.149
Current	0.148***	0.038***	0.917***	2.222***	0.063***	0.343***	0.038***	0.289***
	-0.009	-0.009	-0.143	-0.422	-0.01	-0.08	-0.009	-0.079
ID	0.173	0.539*	3.697	-4.563	0.323	2.185	0.539*	1.407
	-0.271	-0.277	-4.166	-8.227	-0.351	-2.342	-0.277	-2.31
State	-0.219***	-0.294***	1.062*			0.389	-0.294***	0.814***
	-0.035	-0.036	-0.543			-0.303	-0.036	-0.301
GR0W	0.652***	0.273***	2.747***	3.328**	0.914***	1.079***	0.273***	0.686*
	-0.044	-0.045	-0.686	-1.366	-0.057	-0.384	-0.045	-0.38
_cons	-0.193	-5.394***	-6.646	-35.748***	-1.801***	-88.620***	-5.394***	-80.834***
	-0.39	-0.397	-6.148	-12.02	-0.531	-3.362	-0.397	-3.408
N	3255	3255	3255	1298	1949	3255	3255	3255
r ²	0.292	0.227	0.243	0.316	0.241	0.181	0.227	0.429
r ² _a	0.275	0.208	0.224	0.283	0.214	0.161	0.208	0.415

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

3.3 稳健性检验

为保证前文所述结论的可靠性,本文借鉴王爱萍(2024)^[4]的做法,将社会责任信息披露质量和和讯网的数据衡量替换为彭博指数ESG中代表社会的S指数(BloombergS),表2中第7、8和9列的结果再次说明环境成本会通过影响分析师关注进而影响企业社会责任信息披露质量,这与前文的结论一致,说明模型有较好的稳健性。

3.4 异质性分析

本文按产权性质将企业划分为国有企业和非国有企业,国有企业样本记为1,非国有企业样本记为0,进行分组回归,回归结果见表4第5列和第6列,显示国有企业中环境成本对社会责任信息披露质量的正向影响更大。出现上述结果的原因可能在于,国有企业背靠政府,能够更容易获得社会资源和投资者的青睐,

也导致利益相关者对国有企业在环境成本投入和环境治理上的行为更加重视,因此企业在环境成本方面的投入能明显促进企业社会责任信息披露质量。

4 结论与建议

本文实证检验了环境成本对企业社会责任信息披露质量的影响,得出环境成本增加能够提升企业社会责任信息披露质量,分析师关注在其影响过程中发挥着中介作用。基于此提出以下建议:(1)提高环保意识,增加环境成本投入。企业需采取长远视角,制定与自身可持续发展目标相契合的环保战略规划。通过积极采取环保措施,增强品牌形象,树立正面的社会责任形象,进一步赢得政府、消费者及其他利益相关者的信赖与支持。(2)提高分析师职业素养。提升分析师的专业能力,通过提高行业准入和定期培训,增强其对信息的准确识别与处理能力;加强分析师的独立性,解决利益冲突问题,防止发布歪曲事实报告。(3)加强社会责任理念。鼓励企业承担环保社会责任,将环境成本纳入生产经营成本,加大环保设施建设和运营投入,减少污染物排放,实现绿色生产,自觉践行环保责任。

【参考文献】

- [1]郭静.CEO薪酬、分析师关注与企业社会责任[J].西安建筑科技大学学报(社会科学版),2019(06):58-66.
- [2]程博.分析师关注与企业环境治理——来自中国上市公司的证据[J].广东财经大学学报,2019,34(02):74-89.
- [3]王秋莲,张应龙,赵睿影.环境成本、社会责任表现对重污染企业绩效的影响研究[J].西部经济理论论坛(原四川经济管理学院学报),2023,34(3):1-12.
- [4]王爱萍,胡海峰,郭兴方.数字化转型对企业社会责任的影响及其机制分析[J].北京师范大学学报(社会科学版),2024(02):119-129.
- [5]袁冬梅,王海娇,肖金利.机构投资者持股、信息透明度与企业社会责任[J].重庆社会科学,2021,323(10):82-107.
- [6]李兰云,王宗浩,阚立娜.内部控制与企业社会责任履行——基于代理成本的中介效应检验[J].南京审计大学学报,2019,16(01):28-36.

作者简介:

孟璐冰(2000--),女,汉族,河北邢台人,沈阳理工大学,硕士在读,会计学方向。