

战略差异与企业社会责任信息披露

李 路¹, 左沂湘²

¹长芯盛(武汉)科技有限公司, 湖北 武汉

²中南财经政法大学, 湖北 武汉

Email: 7467580@qq.com

收稿日期: 2021年5月18日; 录用日期: 2021年6月16日; 发布日期: 2021年6月24日

摘 要

本文结合企业的战略选择和发展需要, 从企业战略差异这一独特视角, 系统分析与检验了企业战略差异影响社会责任信息披露的影响, 实证研究发现企业战略差异度越大, 其社会责任信息披露质量越差。在进一步研究中, 本文对战略差异影响企业社会责任信息披露的作用机制进行了初步的探讨, 发现战略差异可以通过现金持有水平和和应计盈余管理对社会责任信息披露的质量产生影响, 本文的研究结论具有重要的理论和实践意义。

关键词

战略差异, 企业社会责任信息披露, 盈余管理

Strategic Differences and Corporate Social Responsibility Information Disclosure

Lu Li¹, Yixiang Zuo²

¹EverPro Technologies Ltd., Wuhan Hubei

²Zhongnan University of Economics & Law, Wuhan Hubei

Email: 7467580@qq.com

Received: May 18th, 2021; accepted: Jun. 16th, 2021; published: Jun. 24th, 2021

Abstract

Based on the strategic choice and development needs of enterprises, this paper systematically analyzes and tests the impact of corporate strategic differences on social responsibility information disclosure from the unique perspective of corporate strategic differences, and finds that the greater the corporate strategic differences, the worse the quality of social responsibil-

ity information disclosure. In the further research, this paper makes a preliminary discussion on the mechanism of strategic differences affecting corporate social responsibility information disclosure, and finds that strategic differences can affect the quality of corporate social responsibility information disclosure through the level of cash holdings and accrual earnings management. The research conclusions of this paper have important theoretical and practical significance.

Keywords

Strategic Difference, Corporate Social Responsibility Information Disclosure, Earnings Management

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,越来越多的企业开始选择差异化战略,以期从竞争日益激烈的“红海”产业中获取超额利润和新的增长点。以拼多多为例,这家上线于2015年的公司依靠C2B“拼团”的方式,目光瞄准于四五线城镇的下沉市场,在当时已经是一片“红海”的电商市场中突出重围并在纳斯达克成功上市。但在拼多多饱受“假货”诟病的同时,北京师范大学互联网发展研究院发布的《2019中国互联企业社会责任研究报告(I)》中显示,拼多多位列电子商务行业企业社会责任指数排名倒数第一。一个选择与同行业普遍战略措施不同的企业,是否会因为其战略的创新而“无暇顾及”企业社会责任,还是因“另辟蹊径”而增加其社会责任信息披露以期获得更多主流的认可?到底战略差异度与企业社会责任信息披露是否具有因果关系?

本文运用2011~2018年中国A股上市公司样本,研究企业战略差异对企业社会责任信息披露质量的影响。实证发现,企业战略差异度越大,其社会责任信息的披露质量越差。在进一步研究中,本文还对战略差异影响社会责任信息的披露质量的作用机制进行了探讨。本文的创新点和贡献在于,本文站在企业战略的角度,运用战略偏移程度的指标测度方法来衡量战略差异度,探讨了社会责任信息披露的影响因素。通过进一步分析,本文研究指出战略差异带来的现金持有量和应计盈余管理活动的增加是导致社会责任信息披露质量变差的内在机理,初步探讨了企业战略对于社会信息披露质量的影响机制。

2. 文献综述、理论分析与研究假设

(一) 企业社会责任的文献综述

企业社会责任的信息披露质量是企业履行社会责任的外在表现,企业既需要“做的好”也要“说的好”才能提升企业社会正面影响,树立良好的企业形象。从企业内部因素出发,现有研究表明,经济绩效越好,发展能力越强,盈利能力越好的企业其社会责任信息披露的质量越高[1]。优秀的经营能力体现出企业对资源的掌控力度和对前景的乐观态度,企业能够拥有承担社会责任的能力和意愿。同时,Gray *et al.* [2]认为,管理层对于企业社会责任的权衡利弊决定企业如何披露社会责任的重要因素,王士红[3]则研究发现高管团队的女性比例越大,企业社会责任的信息披露质量越高,而高管团队平均任职年限为显著的负向影响。除此之外,客户集中度、企业产权性质等因素也会通过改变企业经济绩

效、风险从而影响企业社会责任披露质量[4]。从企业外部因素来看, 政府、媒体的监督管控也是决定企业如何披露社会责任的重要因素[5] [6]。

(二) 企业战略差异的文献综述

前人围绕战略差异的经济后果研究主要关注于企业的创新活动、经营风险、成本结构、会计信息和企业业绩等方面。现有的经济形势下, 根据生命周期理论, 处于成熟期的产业中有越来越多的企业开始发掘主营业务以外的利润增长点, 这需要企业在现有资源的基础上重新开辟技术、寻找顾客资源, 意味着企业需要更多的创新投入以获得和维持新的竞争优势。同时, 一个制定并遵循了偏离行业内大部分企业战略的公司, 其经营风险往往较大, 因为选择战略差异的企业无异于在“摸着石头过河”。从公司管理层角度思考, 选择较大企业战略差异的管理层为了获取更多的利润, 提升其个人价值, 也更可能选择“急功近利”的激进投资方式, 进而增加企业经营风险[7]。这种管理层权力膨胀以及过度自信, 在成本结构方面, 会造成企业业绩波动, 产生成本粘性[8]。同时, 段然和韦宇飞[9]发现国有企业相比于民营企业, 其成本粘性更重, 但政治关联可以通过增加资源获得的便利性从而减小成本粘性, 降低经营风险。在企业业绩方面, Tang [7]研究发现战略偏离常规的企业, 往往会因此获得超额收益或者承担更多的损失。而这种偏离也会对企业的会计信息产生影响, 罗忠莲等[10]发现战略偏离度越大, 其会计信息的可比性就越差, 叶康涛等[11]的研究也指出战略差异会提高企业的经营风险与融资成本, 战略差异与企业所有者权益的价值相关性呈正相关, 而与净利润的相关性是负向关系。

(三) 理论推演与假设提出

企业在选择偏离常规的战略时, 面临着一系列的经济后果。现有研究表明, 战略偏差度高的企业其经营风险增大, 使企业更有可能获得超额利润或超额损失。这种战略的创新与激进将导致企业的业绩波动性变大, 企业更可能对此进行盈余管理, 而盈余管理活动的增加, 使企业的会计信息质量下降。同时, 从战略差异影响会计信息可比性的影响来看, 战略差异使得企业的经营活动和投资活动更难以被人理解和认可, 其会计信息与行业中其他企业的可比性也会下降。选择偏离常规战略的公司在行业内往往“独树一帜”, 投资者很难将其信息与其他企业做有效的对比, 企业进行盈余管理活动也更不容易被监管部门发现。因此, 企业无需通过社会责任披露来掩盖其盈余管理等活动, 也无需与行业中其他企业进行比较, 社会责任披露作为“自利工具”的作用减弱。同时, 战略差异度大的公司其往往专注于其创新点的发展, 创新投入成本将增多, 而战略越激进的企业, 现金持有水平会显著上升, 企业会选择优先将现金大量投入于战略中某个产品和服务中, 而非关注于企业的社会责任整体形象。

从融资的角度看, 企业选择与行业普遍战略不同企业战略, 其战略的创新性与偏差度会增大外部投资者与企业之间的信息不对称程度, 投资者为了保护自身利益, 往往会对战略差异度较大的企业要求更高的投资回报率, 使得企业的权益资本成本提高。同时, 战略差异化导致企业的融资需求增大, 激进的战略需要企业进行更多的创新投入和广告投入, 但商业银行进行审核时, 并不能有效的识别出企业为通过资格审核进行的盈余管理, 为了防控风险, 战略差异大的公司获得银行贷款的可能性降低, 其债务融资的难度加大, 债务资本成本上升。战略差异度高的企业为了缓解信息不对称所造成的融资成本, 往往会提升企业的信息披露质量, 则企业更有可能提升企业社会责任的披露质量来维持良好的企业形象。同时, 对于选择“非常规”战略的企业来说, 其发展或许会得不到政府的支持, 市场认可度降低, 由于不符合政府与行业的规范要求, 企业获取资源的渠道变少, 便捷性不复存在, 企业更可能通过提升企业社会责任信息的披露质量以重新获得认可。除此之外, 从分析师的角度出发, 战略差异度越大的公司, 分析师获得信息的成本越高, 企业的业绩波动使得分析师的盈余预测精准度越低, 也更容易做出“悲观”的预测, 公司为了改变这一现状, 更有可能主动披露企业内部信息以降低其与分析师之间的信息不对称, 因此企业可能会提高社会责任信息的披露质量。

据此提出本文的假设:

H1: 企业越偏离行业常规战略, 其企业社会责任信息披露的质量越好。

H2: 企业越偏离行业常规战略, 其企业社会责任信息披露的质量越差。

3. 研究设计

(一) 样本与数据来源

本文的研究样本为 2011~2018 年 A 股上市公司。研究数据来源于和讯网社与 CSMAR 数据库。本文遵循以下常规处理方法: 1) 剔除 ST 以及 ST* 公司的样本。2) 剔除数据缺失公司的样本。3) 剔除金融类、保险类行业公司的样本。4) 剔除周收益数据少于 15 个的样本。经过处理后本文样本一共有 15,724 个, 对连续变量进行 1% 的缩尾处理, 实证部分结果均在 Statal6.0 中处理获得。

(二) 模型设定

为检验企业战略差异对企业社会责任的影响, 借鉴前人研究, 本文加入企业战略差异指标, 设定基本回归模型 1 如下。

$$CSR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 SD_{i,t} + \beta_2 Controls + \beta_3 \sum Year + \beta_4 Indr + \varepsilon \quad (1)$$

其中, CSR 代表社会责任信息披露指标。SD 为衡量公司战略差异的指标, 用企业偏离行业一般战略的差异化程度衡量。

(三) 关键变量衡量

1、社会责任披露指标的衡量

社会责任数据采用 2011~2018 年和讯网的社会责任评级数据, 该评分数据采用从股东责任、供应商、员工责任、客户和消费者权益责任、环境责任和社会责任五个方面反映企业社会责任履行以及披露情况。和讯网的社会责任评分 CSR 越高, 则企业的社会责任表现越优秀。

2、战略差异度指标的衡量

Mintzberg [12]认为, 企业的战略差异最终会体现在企业对于资源配置的结构性差异上。为此, 借鉴施先旺和刘会芹[13]的计量方法, 我们用以下六个指标来反映企业的资源配置结构:

首先, 计算如下指标: 1) 广告强度(广告费用/营业收入); 2) 研发强度(研发支出/收入); 3) 资本密集度(固定资产/雇员人数); 4) 固定资产更新度(固定资产净值/固定资产原值); 5) 期间费用投入(管理费用/营业收入); 6) 企业财务杠杆((短期借款 + 长期借款 + 应付债券)/净资产)。其中, 广告和宣传投入、研发投入、资本密集度和固定资产更新程度分别代表着企业在营销、创新和生产能力扩张方面的行为, 而管理费用占比代表着企业的费用结构, 财务杠杆代表着企业的资本运营方式。由于我国上市公司较少单独披露广告费用和研发费用, 为此我们分别采用销售费用和无形资产净值来近似代替广告费用和研发费用。

其次, 我们将各企业这六个战略维度指标分别减去同行业当年该指标的平均值, 再除以该指标的标准差予以标准化, 并取绝对值。这样, 我们就得到了各企业在每一个战略维度上偏离行业平均水平的程度。最后, 我们对每个公司标准化后的六个战略指标取平均值, 得到战略差异度指标 DS。该指标越大, 说明企业与同年度同行的战略差异越大。

3、控制变量

借鉴已有研究成果, 本文控制了以下变量: 1) SIZE, 为公司规模, 等于公司年末总资产的自然对数。2) ROA, 等于公司当年净利润除以年末总资产。3) LEV, 代表公司的资产负债率。4) SMTH, 衡量利润平滑度, 等于每股收益变动/年初股票开盘价。5) TU 用 N, 代表资产周转率。6) EXCP, 等于前 3 名高管薪酬总额的自然对数。7) LIST, 等于公司的上市年份。8) MB, 代表公司的成长性, 等于年末净资产的

市场价值/年末净资产的账面价值。9) MANSHARE, 代表管理层持股比例。最后, 我们还在模型中加入了行业、年度固定效应。

(四) 描述性统计

表1报告了主要变量的描述性统计结果。从衡量企业社会责任信息披露质量的指标CSR的均值来看, 我国上市公司CSR的信息披露质量较差, 平均只有27分, 而标准差为17.45, 说明上市公司之间的社会责任披露质量相差较大, 这样也和前人研究相近, 我国大部分企业对于社会责任的重视度还有待提升。企业战略差异指标的均值(0.524)和中位数(0.451)相差不大, 说明大部分企业间战略差异的偏差并不多, 而从最大值(1.987)和最小值(0.132)差异大于10倍的现象发现, 的确有少数企业的战略模式较行业平均战略模式偏差较大。其他控制变量的描述性统计情况也与相关文献中的数据基本相近。

Table 1. Descriptive statistics of main variables

表 1. 主要变量的描述性统计

variable	均值	标准差	中位数	最小值	最大值
Score	27.030	22.50	17.45	0.01	77.19
SD	0.524	0.451	0.307	0.132	1.987
SIZE	22.38	22.15	1.410	19.96	27.35
ROA	0.0551	0.0503	0.0545	-0.150	0.227
LEV	0.451	0.446	0.213	0.0560	0.935
SMTH	-4.49e-05	2.41e-05	0.0343	-0.151	0.135
TURN	0.616	0.521	0.440	0.0274	2.499
EXCP	14.36	14.33	0.710	12.71	16.43
LIST	10.70	10	6.892	1	25
MB	0.635	0.640	0.245	0.130	1.129
MANSHA	0.105	0.000823	0.179	0	0.663

4. 实证检验结果与分析

(一) 研究假说的实证检验

表2显示了企业战略差异度与企业社会责任信息的披露质量的多元回归结果, 其中列(1)只添加了因变量和自变量, 列(2)显示的加入控制变量后的回归模型, 列(3)是控制了年度和行业固定效应后的最终回归模型。由结果看出, 在控制了其他因素的情况下, 战略差异(SD)的回归系数分别在1%和5%的水平上显著为负, 验证了假设2, 说明企业战略差异越大社会责任信息的披露质量越小。结果揭示, 随着企业战略差异的增加, 企业社会责任的“自利工具”效果减弱, 企业社会责任披露的动机和能力减弱, 社会责任披露质量变差。从控制变量方面看, 资产负债率(Lev)与企业社会责任披露(CSR)在1%水平上显著负相关, 说明企业的财务杠杆增大导致财务风险增大, 而企业在面对较大风险时倾向于减少企业在社会责任方面的支出。而企业规模(Size)则与企业社会责任披露(CSR)在回归方程(2)和(3)中均为1%水平上显著正相关, 说明企业的规模越大, 其掌握的资源越多, 越有能力承担社会责任, 同时收到公众媒体的关注度也越高, 更有动机提高社会责任信息的披露质量, 其他控制变量的回归结果和前人的研究也基本保持一致。

Table 2. The regression results of strategic differences and corporate social responsibility information disclosure
表 2. 战略差异与企业社会责任信息披露回归结果

	(1)	(2)	(3)
SD	-2.451*** (-3.701)	-1.310** (-2.248)	-1.404** (-2.408)
SIZE		4.911*** (11.565)	4.829*** (11.084)
ROA		87.962*** (24.760)	87.804*** (24.813)
LEV		-7.565*** (-5.507)	-7.354*** (-5.307)
SMTH		-3.428 (-0.883)	-3.861 (-0.987)
TURN		-0.331 (-0.430)	-0.394 (-0.509)
EXCP		1.928*** (4.372)	1.924*** (4.400)
LIST		2.684 (1.430)	2.987+ (1.764)
MB		-3.818*** (-3.268)	-3.892*** (-3.340)
MANSHAE		-4.326** (-2.358)	-4.585** (-2.526)
_cons	27.462*** (79.130)	-119.490*** (-7.709)	-116.983*** (-7.891)
Year	No	Control	Control
Industry	No	No	Control
N	15724	15167	15167
adj.R ²	0.001	0.264	0.264

注：*、**、***分别表示在 10%、5%、1%的显著水平上显著。

(二) 进一步分析

1、战略差异对企业社会责任的影响机制：基于现金持有路径分析

关于企业战略差异度影响现金持有水平从而影响企业社会责任这一渠道，现有研究表明，企业战略激进程度与公司现金持有水平正相关，越容易出现现金积累的倾向，这一结论也支撑了 Keynes [14]提出的现金持有的预防性动机。战略差异度高的公司需要维持比行业均值更高的现金持有水平，从而应对未来高不确定性所带来的风险。同时，出于谨慎性动机，公司管理层也倾向于提升企业现金持有水平，这一点也在处于高竞争度行业的企业中被验证[15]。战略差异度越高，企业的经营风险越大，保守的财务政策就越有必要，持有较高水平的现金有利于防范市场掠夺风险，也可以满足企业战略差异所需要的大量创新投入。所以，本文

从战略差异—现金持有—企业社会责任的角度出发, 对其作用机制进行验证。

本文用现金及现金等价物之和与非现金资产的比率计算企业的现金持有水平, 回归结果如表 3 的(1)和(2)列所示。回归模型(1)表明, 在控制了其他影响因素后, 企业战略差异度与现金持有水平的回归系数为 0.020, t 值为 3.853, 在 1% 的程度上显著正相关, 这说明企业战略差异度越大, 企业现金持有水平就越高。回归模型(2)是加入企业现金持有指标后的回归结果, 结果表明现金持有与企业社会责任披露指标显著负相关, 公司战略差异可以通过现金持有水平这一路径影响企业社会责任信息的披露质量。

2、战略差异对企业社会责任的影响机制：基于应计盈余管理路径分析

目前大多数学者都同意战略差异会导致企业盈余管理增加。从经营的角度出发, 战略差异会使得企业经营风险的增加, 从而增加企业盈利的不确定性, 使得公司更可能进行盈余操纵; 从监管的角度出发, 战略差异使得企业的业绩偏离行业常规水平, 企业的会计信息可比性下降, 信息不对称程度增加, 企业被发现进行盈余管理的风险就越低, 公司也更容易进行盈余操纵。所以, 本文从战略差异—盈余管理—企业社会责任的角度出发, 对其作用机制进行验证。

本文采用修正的琼斯模型对企业的应计盈余科目进行了计算, 其中: $TAC_t = E_t - CFO_t$, E_t 为第 t 期的净利润, CFO_t 为第 t 期的经营活动现金净流量, TA_{t-1} 为第 t-1 期期末总资产; $\Delta SALES_t$ 为主营业务收入的变动额, ΔAR_t 为应收款项的变动额, PPE_t 为第 t 期期末的固定资产总额。计算公式如下:

$$\frac{CACC_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \gamma_0 \frac{1}{TA_{i,t-1}} + \gamma_1 \frac{\Delta SALES_t - \Delta AR_t}{TA_{i,t-1}} + \gamma_2 \frac{PPE_t}{TA_{i,t-1}} + \omega_{i,t}$$

表 3 的回归模型(3)显示了战略差异(SD)对企业应计盈余管理(ABDA)影响的回归结果。在控制了其他影响因素后, 两个变量在 1% 的水平显著正相关, 说明企业战略差异越高, 企业进行盈余操纵的可能性越大。回归模型(4)是加入应计盈余管理指标后的回归结果。虽然在控制了其他因素的影响后, 回归结果表明盈余管理与企业社会责任披露指标不显著正相关, 但在一定程度上可以表明公司战略差异可以通过应计盈余管理这一路径影响企业社会责任信息的披露质量。

Table 3. Further analysis

表 3. 进一步分析

	(1)	(2)	(3)	(4)
	CASH	CSR	ABDA	CSR
SD	0.020*** (3.853)	-1.478** (-2.529)	0.016*** (4.496)	-1.360** (-2.335)
CASH		-1.646 (-1.076)		
ABDA				-2.786 (-1.441)
EU	(0.406)	(11.023)	(1.849)	(11.096)
ROA	0.152*** (5.187)	88.275*** (24.968)	-0.023 (-0.925)	87.739*** (24.811)
LEV	-0.228*** (-16.687)	-7.663*** (-5.351)	0.040*** (5.063)	-7.242*** (-5.193)

Continued

SMTH	-0.044** (-2.186)	-3.553 (-0.909)	0.006 (0.290)	-3.845 (-0.982)
TURN	-0.036*** (-5.648)	-0.454 (-0.582)	0.009+ (1.922)	-0.370 (-0.476)
EXCP	0.003 (0.955)	1.855*** (4.243)	-0.003 (-1.328)	1.916*** (4.378)
LIST	-0.019* (-1.648)	2.633 (1.557)	-0.004 (-0.545)	2.975* (1.750)
MB	0.037*** (4.490)	-3.850*** (-3.302)	-0.015*** (-2.878)	-3.933*** (-3.374)
MANSH	0.105*** (5.203)	-4.314** (-2.379)	0.013 (1.151)	-4.550** (-2.506)
_cons	0.307*** (2.607)	-112.406*** (-7.584)	-0.008 (-0.099)	-117.006*** (-7.873)
Year	Control	Control	Control	Control
Industry	Control	Control	Control	Control
N	15133	15133	15167	15167
adj.R ²	0.159	0.263	0.019	0.264

注: *, **, ***分别表示在 10%、5%、1%的显著水平上显著。

(三) 稳健性检验

针对本文的内生性问题,对于企业战略实施的经济效果可能存在的滞后性,本文采用滞后一期的企业战略差异度,从表 4 的回归方程(1)可以看出,滞后了一期的战略差异与企业社会责任披露在 10%的水平上显著为负,结果支持了原假设 2。同时,由于计算战略差异度时本文参考了前人文献以无形资产净值替代研发支出,用销售费用替代广告支出,在稳健性检验时,本文选择剔除了这两个维度的战略差异度进行重新回归。实证结果如回归(2)所示,用四个维度衡量的企业战略差异度与企业社会责任信息的披露质量仍为显著负相关,与前文一致。最后,本文用企业捐赠额作为企业社会责任的替代变量,进行回归分析,结果发现:战略差异与企业社会责任信息的披露质量仍然呈现负相关关系,但是并不显著,由于本文研究的是企业社会责任信息披露的质量,与企业社会责任水平还有一定的差异,所以认为不显著具有一定合理性,仍然支持本文的原假设。这说明了本文实证结果的稳定性。

Table 4. Robustness check

表 4. 稳健性检验

	(1)	(2)	(1)
	CSR	CSR	Donation
SD_f	-1.239* (-1.821)		
SD_ST		-0.9470697** (-2.30)	

Continued

SD			-0.150 (-0.693)
SIZE	4.697*** (9.647)	4.089*** (9.936)	0.757*** (4.115)
ROA	92.861*** (21.882)	93.726*** (26.950)	4.436** (2.294)
SMTH	-1.368 (-0.302)	-1.895 (-0.481)	-0.371 (-0.214)
TURN	-0.724 (-0.844)	-0.924 (-1.204)	0.494 (1.636)
EXCP	2.366*** (4.611)	2.034*** (4.632)	0.006 (0.035)
LIST	7.525* (1.787)	3.132* (1.805)	0.197 (0.288)
MB	-5.394*** (-3.886)	-3.028*** (-2.627)	-0.220 (-0.515)
MANSHAE	-2.754 (-1.307)	-4.108** (-2.251)	-0.701 (-0.724)
_cons	-158.809*** (-4.794)	-107.442*** (-7.240)	-13.946* (-1.806)
Year	Control	Control	Control
Industry	Control	Control	Control
N	11599	15167	1926
adj.R ²	0.240	0.262	0.047

注：*、**、***分别表示在 10%、5%、1%的显著水平上显著。

5. 结论

针对我国上市公司的企业社会责任问题，本文研究的是战略差异与企业社会责任信息披露质量的关系。以 2011~2018 年期间 15,724 个公司年度观察结果为样本，本文通过实证研究发现企业的战略差异程度与企业社会责任信息披露的质量呈负相关。从企业现金持有和应计盈余管理的角度出发，由于差异化战略的实施，企业中的代理问题和信息不对称问题进一步加深，企业的应计盈余管理行为增加，融资的成本和难度加大，但对现金的需求及现金持有量增多。同时，信息不对称使企业社会责任的“自利工具”效用减少，企业在利用社会责任掩盖盈余管理方面的需求减少，企业对现金的预防性需求增多的同时对创新投入所需要的资金需求也增多，多重的压力使企业没有能力也“无暇顾及”履行企业社会责任，企业社会责任信息披露质量变差。

本文首先丰富了对企业的社会责任披露质量的影响因素的相关理论研究，创新性的从公司战略的角度考虑企业社会责任信息的披露质量的影响因素。其次，对本文的研究提出以下建议：上市公司的战略

不仅影响了企业的经营活动和筹资、融资活动, 还影响着企业的社会责任披露和企业的整体形象, 企业应当慎重选择合适的战略, 尤其要对选择偏离行业普遍战略的发展策略进行全方面的筹划和评估。尽管企业实施战略差异模式可能会给企业带来新的利润增长点 and 创造“蓝海”, 但是这种战略也会对企业造成诸多负面的影响, 企业战略越偏离常规, 信息不对称问题就越严重, 造成企业的社会责任披露质量的下降, 这对企业的长远发展具有参考价值。

参考文献

- [1] 毛洪涛, 张正勇. 企业社会责任信息披露影响因素及经济后果研究述评[J]. 科学决策, 2009(8): 87-94.
- [2] Gray, R. (2001) Thirty Years of Social Accounting, Reporting and Auditing: What (If Anything) Have We Learnt? *Business Ethics: A European Review*, **10**, 9-15. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00207>
- [3] 王士红. 所有权性质、高管背景特征与企业社会责任披露——基于中国上市公司的数据[J]. 会计研究, 2016(11): 53-60+96.
- [4] 赵秀云, 单文涛, 刘李福. 市场化进程、客户关系与企业社会责任披露质量——基于客户集中度的分析[J]. 云南财经大学学报, 2018, 34(3): 91-100.
- [5] 贾兴平, 刘益. 外部环境、内部资源与企业社会责任[J]. 南开管理评论, 2014, 17(6): 13-18+52.
- [6] 倪恒旺, 李常青, 魏志华. 媒体关注、企业自愿性社会责任信息披露与融资约束[J]. 山西财经大学学报, 2015, 37(11): 77-88.
- [7] Tang, J. and Crossanm, R. (2011) Dominant CEO, Deviant Strategy, and Extreme Performance: The Moderating Role of a Powerful Board. *Journal of Management Studies*, **48**, 1479-1503. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00985.x>
- [8] 车嘉丽, 段然. 战略差异度、女性高管与企业成本粘性——来自制造业上市公司的经验证据[J]. 广东财经大学学报, 2016, 31(6): 64-74.
- [9] 段然, 韦宇飞. 战略差异、产权性质与成本粘性[J]. 财会通讯, 2017(3): 26-30+35+129.
- [10] 罗忠莲, 田兆丰. 上市公司战略差异度、高质量审计与会计信息可比性[J]. 山西财经大学学报, 2018, 40(8): 109-124.
- [11] 叶康涛, 张姗姗, 张艺馨. 企业战略差异与会计信息的价值相关性[J]. 会计研究, 2014(5): 44-51.
- [12] Mintzberg, H. and Shakun, M.F. (1978) Strategy Formulation—Introduction to a Grouping on Strategy Formulation. *Management Science*, **24**, 877-975. <https://doi.org/10.1287/mnsc.24.9.920>
- [13] 施先旺, 刘会芹. 企业战略差异对股价崩盘风险的影响[J]. 会计之友, 2019(8): 83-88.
- [14] Keynes, J.M. (1936) *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. Macmillan, London.
- [15] 吉瑞, 陈震. 产品市场竞争与企业现金持有水平[J]. 财经问题研究, 2020(9): 122-129.