

企业漂绿行为文献综述

吴思阳

云南民族大学管理学院, 云南 昆明

收稿日期: 2023年10月27日; 录用日期: 2023年11月8日; 发布日期: 2023年12月19日

摘要

企业漂绿行为极大地阻碍了生态文明建设, 对企业与社会的发展都产生不利的影响。本文通过整理近年来国内外重要文献, 梳理漂绿行为的概念、形式、动因以及产生的经济后果的研究脉络, 列举出漂绿的概念及形式, 并将其驱动因素分为外部因素与内部因素进行文献整理, 最后讨论了漂绿行为曝光的经济后果及影响, 分别从漂绿行为对企业价值、市场、资本市场方面进行文献梳理。结尾基于本文梳理脉络, 做出总结并给出了未来研究展望。

关键词

漂绿, 环境信息披露, 公司治理, 文献综述

A Literature Review on Enterprise Greenwashing Behavior

Siyang Wu

School of Management, Yunnan Nationalities University, Kunming Yunnan

Received: Oct. 27th, 2023; accepted: Nov. 8th, 2023; published: Dec. 19th, 2023

Abstract

The greenwashing behavior of enterprises greatly hinders the construction of ecological civilization and has adverse effects on the development of both enterprises and society. This article summarizes the research context of the concept, form, motivation, and economic consequences of greenwashing behavior by organizing important domestic and international literature in recent years. It lists the concept and form of greenwashing behavior, and divides its driving factors into external and internal factors for literature review. Finally, it discusses the economic consequences and impacts of greenwashing behavior exposure, and conducts literature review from the aspects of corporate value, market, and capital market. At the end, based on the organization of this article,

a summary is made and future research prospects are provided.

Keywords

Greenwashing, Environmental Information Disclosure, Corporate Governance, Literature Review

Copyright © 2023 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

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把生态文明建设作为统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局的重要内容。我国企业在环保方面意识已经日渐增强并在环保领域取得初步成效，但在树立绿色理念、培养绿色生活方式的过程中一些企业还是出现了漂绿现象。在国外，从上世纪90年代“Greenwashing”一词被正式提出后，企业漂绿行为渐渐成为各国学者研究的焦点，企业漂绿行为的形式在不断变化，研究漂绿行为的动因以及其造成的经济后果有关的文献也日益增多。

近年来，国内外有关企业漂绿研究的文献不断涌出并产生重大影响，却鲜有文献对该领域进行文献梳理，因此对企业漂绿研究进行梳理迫在眉睫，本文通过使用关键词在知网和谷歌学术上进行文献检索，从漂绿的概念、形式、动因以及造成的经济后果四大部分进行文献梳理，最后进行总结并对该领域未来研究做出展望。

2. 漂绿的概念

目前国内外对于漂绿尚无统一定义和分类标准。吴红军等[1]在进行文献梳理时将漂绿概念大致归纳为虚假披露、选择性披露以及象征性与实质性行为之间的解耦三类。从虚假披露来看，此类漂绿企业往往希望通过虚假披露自己“绿色功绩”来吸引绿色消费者与投资者。TerraChoice [2]认为漂绿是指企业不仅会在环保实践中漂绿，还会在产品或服务的环保效益中对消费者进行欺诈。而Szabo和Webster [3]的观点认为漂绿是企业为了获取竞争优势并吸引具有生态意识的消费者而采用的欺骗性绿色营销策略。从选择性披露来看，漂绿企业在向公众披露环境信息时，往往总是夸大在环保绿色方面的“好消息”而有意掩饰在该方面的“坏消息”，其目的旨在将漂绿作为粉饰性工具提高企业自身的绿色形象。Marquis等[4]认为，选择性披露是企业的一种策略，即企业通过仅披露相对靓丽的指标来掩盖不太理想的整体业绩，以寻求或维持合法性。从象征性与实质性行为之间的解耦来看，这类漂绿企业往往寻找低成本、见效差的环保实践，而抗拒那些高成本且高效的环保实践。Ashforth和Gibbs [5]认为企业在面对环保实践时会象征性地做出改变，以在制度环境变化时博取信任。而Walker和Wan [6]认为漂绿就是实质性绿色行为与象征性绿色行为之间的脱钩，实质性绿色行为指能够切实有效地降低污染、改善环境绩效的行为，象征性绿色行为则是表面功夫，仅为了树立良好形象，并不能真正代表企业的环保态度。

3. 漂绿的形式

美国TerraChoice公司将漂绿行为归纳为“证据缺乏”、“撒谎欺骗”、“模糊不清”、“隐瞒实际”、

“避重就轻”、“崇尚认证”及“无关紧要”七宗罪。Lyon 和 Montgomery [7]研究后发现,随着时间推移企业漂绿有了更新的形式,分别是:“倾向性披露”、“伪善宣传”、“误导性绿色标签”等。Siano 和 Vollero [8]发现漂绿企业往往“夸大企业做得好的方面,隐瞒做得差的方面”或者“说得多,做得少”,甚至还有可能采取“欺骗性操纵”。Pizzetti 等[9]认为企业漂绿形式可以分为三类,即直接漂绿、替代漂绿和间接漂绿。该分类主要表现为:企业在环境行动方面言行不一;企业供应商的环境实践与企业声称不一致;企业供应商的环境实践与供应商自身声称不一致。观之国内,李大元[10]将漂绿企业大致分类两大类:“傍绿”和“伪绿”两大类。“傍绿”主要指漂绿企业想尽办法将自己与“绿色”联系起来,从而达到混淆视听的目的,误导绿色消费者与投资者。“伪绿”是指通过欺诈等方式,用一些虚假的“绿色”产品、证书等以假乱真,有意坑害消费者。

通过以上对漂绿的概念与形式文献的梳理可以看出,目前界内对于漂绿的定义界定与形式标准存在多口径、多维度的特点,因此也建议有关学者在研究漂绿问题时能准确把握漂绿概念与形式,避免概念不清、分类不准等情况发生。

4. 漂绿的动因

根据现有的研究,大致将漂绿动因分类为制度环境、市场环境、组织文化以及管理者偏好。其中制度环境与市场环境是漂绿行为的外部驱动因素;组织文化与管理者偏好是漂绿行为的内部驱动因素。

4.1. 外部因素

4.1.1. 制度环境

从制度经济学视角看,企业天生就偏好机会主义,在环境治理方面也存在着惰性,因此环境规制与外部监管也就起到了掣肘作用。若监管不到位,就会为企业漂绿提供可乘之机,企业就会利用“漂绿行为”来为自身谋取利益。环境规制不仅要有良好的政策制定,还要有利的政府监管。政府监管的缺位必定导致环境规制的效力下降。外国学者 Ackerstein 和 Lemon [11]都认为监管环境的好坏对企业漂绿行为的治理起到至关重要的作用。此外, Wolfgang 和 Manfred [12]也同样认为,有效的政府监督和制度设计能够有效地抑制漂绿这种机会主义行为。综上观点可以看出,政府的监管不利可能给企业漂绿动机提供充分条件。在外部监管环境宽松时,企业更倾向于通过漂绿行为来顺应环境规制要求,以达到满足自身合法性的目的。观之国内,黄中伟[13]利用博弈模型研究发现政府的环保处罚与企业漂绿程度负相关。但实际情况是环境规制宽松、政府监管不力以及惩处力度不够,这导致了通过漂绿获得的利润更大,所以企业在逐利的驱使下,往往会选择进行漂绿。此外,潘安娥、余林秀和郭秋实[14]发现强制性制度压力会显著抑制企业漂绿行为,而模仿性制度压力却会激发企业漂绿行为。

4.1.2. 市场环境

就市场而言,绿色市场存在典型的信息不对称。一方面,消费者日渐树立起绿色理念,对于绿色商品的需求不断增加,但由于客观原因,对于绿色认知还只能停留在表面,不能真正识别绿色产品的真伪,很容易被漂绿企业误导性宣传欺骗,从而给企业漂绿提供了机会。另一方面,越来越多的投资者聚焦 ESG 投资,企业往往会通过漂绿行为给企业树立更好的绿色形象,同时获得更高的 ESG 评分,达到吸引投资的目的。Kelly 和 Aseem [15]认为绿色产品具备信任品的属性,消费者只能通过企业的宣传间接了解产品,不能真正识别“真绿”还是“假绿”。同时,他们还发现漂绿企业推出的虚假“绿色产品”,反而往往更加得到市场青睐。这是因为消费者无法通过环境报告中的信息来判断企业绿色宣传。Nylasy 等[16]认为当企业向外传递环境绩效不佳时会降低消费者的购买意愿,所以企业使用漂绿这一“粉饰性”工具来掩饰自己在环保实践方面的不足。此外, Brandon 等[17]认为投资者需要通过了

解碳信息来进行投资决策，所以企业为了吸引投资会披露更多利于企业的环境信息，但这种信息的真实性无法得到证实。

4.2. 内部因素

4.2.1. 组织文化

企业的社会责任行为受到符合伦理道德标准的公司治理和公司文化影响。在环境方面也是如此，企业环保的观念对于环境绩效起着举足轻重的作用，当企业内部重视环保观念时，企业对环保实践会采取积极态度，倡导“真绿”；但当企业环保意识薄弱、利己主义盛行时，企业就会通过“扬长避短”甚至欺诈的方式披露环境信息，来达到印象管理等目的。黄溶冰等[18]认为，企业漂绿属于典型的非道德行为，如果企业缺乏环境伦理意识和良好的治理氛围，为了吸引外界关注，可能随意作出环保承诺，但最终因资源有限、执行水平低下或者绿色资源整合能力不足导致环境保护实践中“多言寡行”。

4.2.2. 管理者偏好

由于理性经济人假设，管理层作为有限理性的经济人是漂绿行为的最终实施者，因此管理者的个人追求会影响企业漂绿行为。企业高管的价值观、个人偏好以及自利性对企业漂绿发挥着重要作用。黄溶冰等[19]认为，管理层作为有限理性的经济人，其个人价值偏好也将影响企业环境战略的选择。因为企业环保实践往往要花费大量的物力、财力，且有着成本高、见效慢等特点。而管理层通过漂绿行为可以达到降低成本、更快获得较高的环保声誉，达成个人环保业绩等个人目的，从而选择走此“捷径”。因此，当管理者因为个人利益而不顾企业利益追逐虚假的绿色形象时，企业就有了更大的漂绿动机。在环境信息披露方面，通过一系列操作，例如表述性操纵与象征性披露等方式，为企业来带伪装过的“绿色”形象。此外，刘昱沛等[20]认为不恰当的管理者激励和不对称的信息环境更可能导致漂绿。管理者会利用企业社会责任信息披露的“掩饰效应”和“工具性”来提升职业声誉和个人利益，造成企业社会责任披露和社会责任绩效之间的差距。

5. 漂绿行为的经济后果

分析现有文献，企业漂绿行为会产生诸多后果，如对企业本身的影响、对消费者认知的影响、对环境的影响，以及造成其他经济性后果。本文将重点讨论经济后果的影响，分别从漂绿行为对企业自身、市场、资本市场等方面进行梳理探讨。

5.1. 漂绿对企业价值的影响

漂绿行为一旦曝光，消费者与市场会迅速做出反应，消费者购买意愿会大幅下降，企业声誉与价值也会受到影响。Jahdi 和 Acikdilli [21]认为企业的漂绿行为的曝光会使得消费者失去信心，同时使得企业建立的社会责任形象受损。此外，漂绿行为的曝光还将使企业面临巨额处罚，企业可能会遭到重大的财务损失。Flammer [22]发现，漂绿企业更有可能面临监管罚款和其他制裁，从而降低企业价值。同时，由于消费者的强烈反对、抵制和负面宣传，公司可能会遭受财务损失。

5.2. 漂绿对资本市场的影响

资本市场稳定运行对于企业的发展至关重要，Frooman [23]研究指出社会责任缺失行为被曝光后，资本市场会迅速做出反应，从而对股东财富造成显著的负面影响，并且这种反应不仅仅是短期的。漂绿行为一旦曝光后，投资者为了“及时止损”，纷纷抛售股票，从而造成企业股价崩盘，给企业带来不可估量的损失。此外，Du [24]研究发现，漂绿曝光前后累计超额收益率(CAR)与企业漂绿程度显著

负相关。我国学者也进行了一些讨论。王欣等[25]研究发现不同漂绿行为的曝光会导致资本市场不同程度的反应。资本市场对“公然欺骗”、“本末倒置”、“空头支票”以及“政策干扰”曝光反应更为强烈，而对“前松后紧”等其余六种漂绿行为则不太敏感。叶建木和潘媛[26]研究发现三次漂绿曝光后资本市场均做出了负面反应，并且漂绿程度越高、媒体关注度越高、政府惩处力度越大资本市场的负面反应越强烈。

5.3. 漂绿对市场的影响

漂绿行为会引发“柠檬市场”。由于信息的不对称，消费者更难识别绿色产品的真伪以及企业的绿色宣传，这会使得真正那些高价、绿色产品慢慢退出市场，而那些漂绿产品肆意泛滥，最终形成劣币驱逐良币的市场现象。杨波[27]指出，企业的漂绿行为会产生“逆向选择”，最终导致市场失灵。其次，漂绿行为会削弱环境监管。政府监管部门会花费时间跟金钱制定相关政策措施治理企业的漂绿行为，而这些人、物力、财力原本可以用于改善企业的环境绩效。Delmas 和 Montes-Sancho [28]研究指出企业的漂绿行为不但不能被有关政府监管部门加以重视，反而会对相关政策措施的出台起到阻碍作用。最后，Lyon 和 Montgomery [29]认为漂绿曝光会降低消费者信任度。漂绿企业虚假宣传绿色理念或环保承诺，但实际行动却往往南辕北辙，消费者对言行不一的漂绿企业会抱有更强烈的负面情绪。

6. 总结与展望

由上分析可知，本文通过整理国内外学者对漂绿行为的研究，从漂绿的概念、漂绿的形式、漂绿的动因以及造成的经济后果进行了梳理，旨在完善该领域研究的文献综述。通过梳理文献希望能使得该领域学者对于漂绿的概念及形式有更为明确的界定与区分。同时，根据前人的研究结果，将漂绿的动因分为外部动因与内部动因。制度环境与市场环境构成了漂绿行为的外部驱动因素，组织文化与管理者偏好构成了漂绿行为的内部驱动因素。最后本文还梳理了漂绿行为造成的经济后果。一是，漂绿行为会通过消费者与市场对企业自身价值造成损害，同时也会给企业带来重大的财务损失；二是，漂绿行为曝光会极大影响资本市场的稳定运行，漂绿行为的曝光会给股东带来财富损失，企业也会面临股价崩盘的风险；三是，漂绿行为会影响市场，会造成劣币驱逐良币的市场现象，同时也会导致市场的逆向选择，最终导致市场失灵。此外，漂绿行为还会削弱环境监管和降低消费者信任度。

虽然关于漂绿行为的研究日益增多，关注度也不断提高，但目前国内外对于漂绿行为的研究仍处于起步阶段。漂绿的概念、形式以及衡量方法等方面的研究仍不足构成标准的体系，仍有待各位学者的潜心研究。但关于漂绿行为的未来研究方向，本文也给出了一些展望。

6.1. 环境规制与监管因素

企业所处的制度环境很大程度上决定了企业漂绿程度。从宏观来说，如何制定合适且有效的反漂绿制度以及政府相关部门该如何监管等问题是治理漂绿十分重要的话题。从微观来说，相关监管机构如何制定更严格的法规，对于环境信息强制披露的标准等都是值得研究的重要课题。同时，还可以研究相关监管制度的制定以及监管力度对企业漂绿程度的影响。

6.2. 公司治理因素

公司治理角度研究漂绿有许多可挖掘的研究点。从组织因素入手，可研究企业治理结构与漂绿行为之间的关系。或者更微观来说，可以研究会计的治理功能与漂绿行为的关系，例如会计稳健性对漂绿行为(程度)的影响；从管理者因素入手，可以考察管理者宗教、信仰、文化水平以及是否有留学经历等与企业漂绿行为的关系。

参考文献

- [1] 吴红军, 徐寅寅, 江怡. 企业漂绿研究综述[J]. 会计之友, 2023(22): 53-60.
- [2] TerraChoice (2010) *The Sins of Greenwashing: Home and Family Edition*.
- [3] Szabo, S. and Webster, J. (2021) Perceived Greenwashing: The Effects of Green Marketing on Environmental and Product Perceptions. *Journal of Business Ethics*, **171**, 719-739. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04461-0>
- [4] Marquis, C., Toffel, M.W. and Zhou, Y. (2016) Scrutiny, Norms, and Selective Disclosure: A Global Study of Greenwashing. *Organization Science*, **27**, 483-504. <https://doi.org/10.1287/orsc.2015.1039>
- [5] Ashforth, B.E. and Gibbs, B.W. (1990) The Double-Edge of Organizational Legitimation. *Organization Science*, **1**, 177-194. <https://doi.org/10.1287/orsc.1.2.177>
- [6] Walker, K. and Wan, F. (2012) The Harm of Symbolic Actions and Green-Washing: Corporate Actions and Communications on Environmental Performance and Their Financial Implications. *Journal of Business Ethics*, **109**, 227-242. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1122-4>
- [7] Lyon, T.P. and Montgomery, A.W. (2015) The Means and End of Greenwash. *Organization & Environment*, **28**, 223-249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- [8] Siano, A., Vollero, A., Conte, F., et al. (2017) "More than Words": Expanding the Taxonomy of Greenwashing after the Volkswagen Scandal. *Journal of Business Research*, **71**, 27-37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.002>
- [9] Pizzetti, M., Gatti, L. and Seele, P. (2021) Firms Talk, Suppliers Walk: Analyzing the Locus of Greenwashing in the Blame Game and Introducing Vicarious Greenwashing. *Journal of Business Ethics*, **170**, 21-38. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04406-2>
- [10] 李大元, 贾晓琳, 辛琳娜. 企业漂绿行为研究评述与展望[J]. 外国经济与管理, 2015, 37(12): 11-19.
- [11] Ackerstein, D.S. and Lemon, K.A. (1999) Greening the Brand: Environmental Marketing Strategies and the American Consumer. In: Charter, M. and Polonsky, M.J., Eds., *Greener Marketing: A Global Perspective on Greening Marketing Practice*, Routledge, London, 233-254. https://doi.org/10.9774/GLEAF.978-1-907643-20-0_17
- [12] Wolfgang Kasper, Manfred Estreit, 韩朝华. 制度经济学: 社会秩序与公共政策[M]. 北京: 商务印书馆, 2001: 32-35.
- [13] 黄中伟. 对我国企业实施绿色营销的思考[J]. 管理科学文摘, 2004(4): 36-38.
- [14] 潘安娥, 余林秀, 郭秋实. 制度压力抑制了企业环境信息漂绿吗——基于 A 股市场的证据[J]. 财会月刊, 2019(22): 105-114.
- [15] Kollman, K. and Prakash, A. (2001) Green by Choice? Cross-National Variations in Firms' Responses to EMS-Based Environmental Regimes. *World Politics*, **53**, 399-430. <https://doi.org/10.1353/wp.2001.0010>
- [16] Nylasy, G., Gangadharbatla, H. and Palandino, A. (2014) Perceived Greenwashing: The Interactive Effects of Green Advertising and Corporate Environmental Performance on Consumer Reactions. *Journal of Business Ethics*, **125**, 693-707. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1944-3>
- [17] Stewart, B.D. (2020) Business as Usual: The Limited Influence of Climate Change Disclosure and Fiduciary Duties on the Low Carbon Investment Practices of Canada's Big 10 Public Pension Funds. *Journal of Environmental Law and Practice*, **33**, 93-132. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3572113>
- [18] 黄溶冰, 储芳. 中央环保督察、绩效考核压力与企业漂绿[J]. 中国地质大学学报(社会科学版), 2023, 23(1): 70-86. <https://doi.org/10.16493/j.cnki.42-1627/c.20221124.001>
- [19] 黄溶冰. 企业漂绿问题及其治理[J]. 湖湘论坛, 2022, 35(5): 98-107. <https://doi.org/10.16479/j.cnki.cn43-1160/d.2022.05.009>
- [20] 刘昱沛, 孟乾坤. 两权分离与企业漂绿: 基于社会责任报告披露与环境违规的研究[J]. 未来与发展, 2023, 47(3): 72-79+56.
- [21] Jahdi, K.S. and Acikdilli, G. (2009) Marketing Communications and Corporate Social Responsibility (CSR): Marriage of Convenience or Shotgun Wedding? *Journal of Business Ethics*, **88**, 103-113. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0113-1>
- [22] Flammer, C. (2013) Corporate Social Responsibility and Shareholder Reaction: The Environmental Awareness of Investors. *Academy of Management Journal*, **56**, 758-781. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0744>
- [23] Frooman, J. (1997) Socially Irresponsible and Illegal Behavior and Shareholder Wealth: A Meta-Analysis of Event Studies. *Business & Society*, **36**, 221-249. <https://doi.org/10.1177/000765039703600302>
- [24] Du, X.Q. (2015) How the Market Values Greenwashing? Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, **128**, 547-574. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2122-y>

-
- [25] 王欣, 郑若娟, 马丹丹. 企业漂绿行为曝光的资本市场惩戒效应研究[J]. 经济管理, 2015, 37(11): 176-187.
- [26] 叶建木, 潘媛. 中国石油漂绿事件及其市场反应分析——基于事件研究法[J]. 财会月刊, 2017(7): 100-104.
- [27] 杨波. 中国消费品市场中漂绿的治理分析: 基于信任的视角[J]. 财贸研究, 2012, 23(5): 33-37.
- [28] Delmas, M.A. and Montes-Sancho, M.J. (2010) Voluntary Agreements to Improve Environmental Quality: Symbolic and Substantive Cooperation. *Strategic Management Journal*, **31**, 575-601. <https://doi.org/10.1002/smj.826>
- [29] Lyon, T. and Montgomery, A. (2013) Tweetjacked: The Impact of Social Media on Corporate Greenwash. *Journal of Business Ethics*, **118**, 747-757. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1958-x>