

# 政治关联、慈善捐赠与企业绩效

## ——来自我国民营上市公司的经验证据

袁放建 陈思同

(陕西师范大学国际商学院,陕西 西安 710119)

**【摘要】** 近年来,我国民营企业慈善捐赠金额已经超过国有企业,其后是否和增强政治关联、提高企业绩效有关?在对我国民营上市公司 2010-2013 年连续 4 年有捐赠行为发生的企业实证分析发现,我国民营企业政治关联对企业慈善捐赠具有促进作用,具有政治关联的民营企业慈善捐赠水平要高于没有政治关联的民营企业。民营企业慈善捐赠和企业绩效同样具有显著的正相关关系,具有政治关联的民营企业慈善捐赠对企业绩效的正向影响作用要显著高于没有政治关联的民营企业。

**【关键词】** 企业绩效;慈善捐赠;政治关联;民营企业

**【DOI 编码】** 10.13962/j.cnki.37-1486/f.2016.02.005

**【中图分类号】**F275.5 **【文献标识码】**A **【文章编号】**2095-3410(2016)02-0041-07

### 一、引言

中国是一个自然灾害频发,社会贫富差距较大,资源分配不均的国家,慈善捐赠在当今社会发挥着扶危帮困、调解社会收入分配以及缓冲社会矛盾的重要作用<sup>[1]</sup>。随着企业管理理念的不断发展进步,企业公民意识和社会责任意识不断增强,中国的慈善事业发展呈现出蒸蒸日上的景象。2008 年被称为中国“公益元年”,汶川地震的发生让更多的企业开始积极参与慈善活动并推动了慈善捐赠事业的发展。目前来自企业尤其是民营企业的捐赠成为我国慈善事业发展的中坚力量。据《2011 年度中国慈善捐助报告》统计资料显示,2011 年全国总共接收各类企业捐款 485.75 亿元人民币,其中民营企业以 281.1 亿元捐赠数额(占各类企业总捐款的 57.9%)位居第一,而国有企业捐赠数额不到民营企业捐赠数额的一半,仅为 115.63 亿元。据 2013 年《中国慈善发展报告》统计的进行大额慈善捐赠(指数额超过 1000 万元及以上)企业数量,民营企业以 149 家遥遥领先国有企业的 19 家。这一系列数据让我们意识到不能否定民营企业在推动我国慈

善事业发展中的巨大作用。然而企业毕竟是以营利为目的,过高的捐赠可能会给企业带来沉重的负担,当民营企业一波又一波地涌入到慈善捐赠的浪潮中时,慈善捐赠在民营企业发展中到底发挥何种作用呢?

近年来学者们致力于探究企业慈善捐赠的动机,主要可以分为自利性动机和利他性动机。自利性动机又可分为经济目的和政治目的两种不同动机理论。现有的研究大多是从单方面动机去讨论民营企业的慈善捐赠是为了获取经济收益或者为了增强政治关联。在我国,民营企业在长期发展中受到不公平的待遇,如今大量的民营企业家走向了政治舞台,民营企业也更愿意聘请曾经有过政治背景的人担任企业高层管理者。那么民营企业在慈善公益事业中的突出表现是否为了达到政治目的同时又兼顾经济收益呢?

本文将利用民营企业良好的自然实证样本,逐一研究民营企业慈善捐赠是否受到政治关联的影响,慈善捐赠是否对企业绩效的提升有帮助以及在不同的政治关联下,慈善捐赠对企业绩效的影响又

**【作者简介】**袁放建(1958-),男,陕西兴平人,陕西师范大学国际商学院教授。主要研究方向:会计信息化、财务管理决策支持。

有何变化。

## 二、文献回顾与研究假设

根据资源依赖理论的观点,企业在生存发展过程中并不能自给自足,需要依靠外部环境获取相关资源。目前我国仍处于经济转型时期,市场及法律体系尚不完善,缺乏一套将商业和政府分开的有效机制,因而导致政府手中仍掌握着企业发展所需的一些稀缺资源的配置权力。我国民营企业缺乏国有企业与生俱来的政治关系优势,因而民营企业与其高管具有强烈的动机通过各种手段与政府建立起良好密切的关系来弥补先天不足,以此获得企业发展所需的资源<sup>[2]</sup>。Detomasi(2008)指出制度环境的不同决定了企业将采取不同的方式来获取政府所控制的资源<sup>[3]</sup>。由于我国并不存在竞选捐款、公关广告等机制,因而部分民营企业为了与政府建立有效沟通渠道,常采取贿赂官员的不正当方式,然而此种方式的法律风险和道德风险都很高,也始终被社会所唾弃。在这种情况下,慈善捐赠就成了既合法又符合社会公众价值观的变通手段被越来越多的民营企业所采纳。慈善捐赠成为民营企业维护和增强与政府关系的重要手段<sup>[4]</sup>。

企业的政治关联是依附于企业管理者的,当企业的高层管理人员现在或者曾经具有政治背景时,我们就认为这个企业和政府有着密切的联系。政治关联不仅是企业的关键资源,也是管理者个人的重要资源。民营企业家通过政治参与提高了自己的社会地位,在社会中受到的关注就会增多,被赋予的道德要求就越高,当有灾难发生或者其他公益领域需要进行慈善捐赠时,具有政治关联的民营企业就更容易做出企业慈善捐赠的决定,企业慈善捐赠的水平也会更高。

根据以上分析,提出假设1:民营企业政治关联促进了企业慈善捐赠,即具有政治关联的民营企业慈善捐赠水平比没有政治关联的民营企业慈善捐赠水平高。

慈善捐赠是企业履行社会责任的一种重要方式,如今已经被越来越多的企业提升到了战略发展的高度来实现经济效应和社会效应双赢的目标。慈善捐赠行为帮助企业树立了良好的形象,收获了竞争对手难以复制和模仿的声誉资本,对消费者、供应

商、企业员工等内外部相关主体的行为产生积极影响,对提升企业竞争力起到重要作用。当消费者在接收到企业慈善捐赠信号后会增加对企业的关注,进而加深受企业的认知、对企业品牌的肯定以及对产品质量的信任,消费者会更加钟情于该企业生产的产品,对产品和服务进行重复性购买,销售额随之增加,卢正文等(2012)研究得出企业的慈善捐赠对销售增长率具有明显的促进作用<sup>[5]</sup>。当企业员工在接收到企业慈善捐赠的信号后会对企业文化会产生新的认识,企业心系天下的情怀增加了员工的忠诚度,提高员工的生产效率,减少了研发成本,由此带来利润的增加<sup>[6]</sup>。当供应商在接收到企业慈善捐赠的信号后会对企业财务状况做出健康良好的判断,有利于企业和供应商建立长期互信合作联盟,Godfrey(2005)认为企业慈善捐赠行为促进了相关利益者之间的合作<sup>[7]</sup>。当政府接收到企业慈善捐赠的信号后会对企业产生好感,提供更宽松的经营环境。李维安等(2015)通过实证研究指出民营企业的慈善捐赠能够帮助企业获取债务融资<sup>[8]</sup>。这些路径下的慈善捐赠使得企业营业收入增加,销售费用、人力成本、交易成本及费用等减少,最终促进了企业绩效的提升。当企业绩效提升后,良好的财务状况和充足的冗余资金又会促进企业进行慈善捐赠,形成慈善捐赠与企业绩效相互促进的良性循环。

根据以上分析,提出假设2:民营企业的慈善捐赠对企业绩效具有正向的影响作用。

政治关联有助于民营企业获得发展所必须但却掌握在政府手中的稀缺资源,比如税收优惠、财政补贴、融资便利以及进入限制性行业,这些资源提高了企业在市场中的竞争能力,降低了企业经营风险,而企业在获取这些资源的时候是要付出代价的。政府的财政预算是有计划的,当突如其来的自然灾害需要应对但又超出财政预算之时,政府和企业之间就会形成一种政治互惠关系。在这种关系作用下,一方面,具有政治关联的企业更愿意主动配合、帮助政府解决困难,通过慈善捐赠行为回应政府和社会的预期和需求,以期增强政府对企业的信任从而使企业获得政府长期支持。另一方面,当政府有求于民营企业或者进行慈善劝募时,那些有政治关联的民

营企业往往更容易被政府所选择<sup>[9]</sup>,当慈善捐赠带来的收益高于企业承担的政治成本时,企业自不会排斥政府的干预。当然,政府事后会对企业在政策和经济上进行补偿。企业通过慈善捐赠换取的经济实惠最终将促进企业绩效的提升。

由此提出假设3:相比于没有政治关联的民营企业,有政治关联的民营企业慈善捐赠对企业绩效的正向影响作用更大。

### 三、研究设计

#### (一)样本选择

本文选取沪深两市2010~2013年连续4年均具有捐赠行为发生的民营企业,并对样本进行了如下筛选操作:(1)剔除ST、\*ST和PT企业;(2)剔除金融保险行业;(3)剔除实际控制人不是自然人或者家族的企业;(4)剔除相关控制变量值有缺失的样本,最终得到271家民营上市公司,4年一共1084个有效观测样本。本文所有数据均来自于国泰安数据库(GSMAR),其中民营企业的政治关联数据和慈善捐赠数据均通过excel手工整理得到。本文利用SPSS19.0软件对截面数据进行了统计分析。

#### (二)变量界定及度量

##### 1. 被解释变量

企业绩效的衡量主要有财务类指标和市场类指标。财务类指标主要有总资产回报率(ROA)、净资产收益率(ROE)和每股收益(EPS),市场类指标主要为托宾Q(Tobin'Q)。市场类指标主要用来反映企业的市场价值,但是由于目前我国资本市场还不够完善,该类指标的说服力并不强。财务类指标中每股收益是衡量企业获利能力的一个重要指标,是相关利益者据以分析投资风险、预测企业成长能力的重要依据。每股收益指标也常被学者用来作为企业绩效的替代变量,因此,本文也将使用每股收益作为民营企业绩效的衡量指标。具体计算公式为:每股收益=净利润/发行在外普通股加权平均数。

##### 2. 解释变量

慈善捐赠是指企业将有形和无形的资源用于保护和改善社会福利的一种活动<sup>[10]</sup>。赵琼、张应祥(2007)认为慈善捐赠是企业在履行社会基本责任的基础之上,将一定数额的资金、实物或者服务捐赠给需要帮助的对象<sup>[11]</sup>。本文对慈善捐赠的定义为

企业自愿、无偿地将企业所拥有的部分资金、实物等资源捐赠给非营利机构或组织用于公益慈善事业。本文用民营企业慈善捐赠收入比来衡量企业慈善捐赠水平的大小。主要计算公式为慈善捐赠收入比=(本年慈善捐赠金额/本年营业利润)100+1,其中,企业的慈善捐赠数据是通过报表附注“营业外支出”项目中的“对外捐赠”进行收集。由于部分企业将公益慈善捐款项目和非公益慈善捐款项目(如赞助、罚款等)混合在一起进行了披露,同时,罚款不属于捐赠,赞助不具备捐款的公益慈善性质,因而本文剔除了捐赠项目中混有“捐赠赞助支出”、“非公益性捐赠”、“捐赠及罚款支出”等的项目,保证了企业慈善捐赠数据的准确性。

政治关联是指公司与拥有政治权利的个人之间所形成的隐性政治关系<sup>[12]</sup>。王利平等(2010)指出政治关联表现为公司的董事长、CEO和董事以及大股东现在或者曾经在政府部门任职<sup>[13]</sup>。本文认为企业的政治关联是指企业董事会成员(除独立董事)现任或者曾任政府官员、人大代表或者政协委员。为了研究政治关联对民营企业慈善捐赠的影响,及在企业慈善捐赠对企业绩效影响的过程中调节效应如何,我们将具有政治关联的民营企业政治关联变量赋值为1,没有政治关联的民营企业政治关联变量赋值为0。这也是目前大多数学者在政治关联研究方面的主要做法。

##### 3. 控制变量

企业的财务绩效和企业的慈善捐赠可能会受到企业规模、资本结构、股权结构等方面的影响,为了更严谨地对假设进行检验,保证实证研究中回归结果不受影响,在参考已有文献的基础上,本文将企业当期期末资产总额的自然对数作为企业规模的代理变量,并预期民营企业的规模越大,企业绩效越佳;将企业当期期末的资产负债率作为企业资本结构的代理变量,并预期资产负债率和企业慈善捐赠负相关;用企业期末现金/总资产来表示企业现金持有量,该项指标值越大代表企业现金越充裕,并预期现金持有量越多的企业慈善捐赠的倾向越大;用第一大流通股股东持股比例反映企业的治理情况,营业收入增长率((年末营业收入-上年末营业收入)/本年营业收入)作为企业成长性的代理变量,当营

业收入增长率越高时,企业的业绩就越佳,慈善捐赠的可能性加大。

表 1		变量定义表	
变量类型	变量名称	变量符号	变量定义
被解释变量	企业绩效	EPS	净利润/流通在外普通股加权平均股数
解释变量	慈善捐赠收入比	Don	(本年慈善捐赠金额/本年主营业务收入)×100+1
	政治关联	PC	当企业高管具有政治关联时为 1,否则为 0
控制变量	企业规模	Size	企业期末资产总额的自然对数
	资本结构	Lev	期末负债总额/期末资产总额
	现金持有量	Cash	期末货币资金/期末总资产
	股权结构	Top1	第一大流通股股东持股比例
	企业成长性	Growth	(本期末营业收入-上期末营业收入)/上期末营业收入
	年度虚拟变量	Year	4 年,3 个年度虚拟变量

(三)模型构建

基于前文的理论分析和变量设计,我们构建了模型 1 用于检验政治关联对慈善捐赠的影响(即假设 1),构建了模型 2 用于检验慈善捐赠对企业绩效的影响(即假设 2),构建了模型 3 用于检验不同的政治关联下,慈善捐赠对企业绩效的影响又是如何(即假设 3)。同时,需要说明的是,假设 3 的检验我们在模型 2 的基础上将样本按照政治关联的有无进行了区分,分为有政治关联组(PC=1)和没有政治关联组(PC=0),利用模型 2 做进一步验证分析。

$$Don = \alpha_0 + \alpha_1 PC + \alpha_2 Size + \alpha_3 Lev + \alpha_4 Cash + \alpha_5 Top1 + \alpha_6 Growth + \sum_7^9 \alpha_i Year + \varepsilon$$

(1)

$$EPS = \beta_0 + \beta_1 Don + \beta_2 Size + \beta_3 Lev + \beta_4 Cash + \beta_5 Top1 + \beta_6 Growth + \sum_7^9 \beta_i Year + \varepsilon$$

(2)

$$EPS = \gamma_0 + \gamma_1 Don + \gamma_2 PC + \gamma_3 Don \times PC + \gamma_4 Size + \gamma_5 Lev + \gamma_6 Cash + \gamma_7 Top1 + \gamma_8 Growth + \sum_9^{11} \gamma_i Year + \varepsilon$$

(3)

其中,Don 表示企业慈善捐赠收入比,EPS 为企业绩效,PC 为政治关联虚拟变量,Size 表示企业规模,Lev 表示企业资产负债率,Top1 为企业第一大流通股股东持股比例,Growth 表示企业营业收入增长率,衡量企业成长能力,Year 为年度虚拟变量,由于选取了 4 年的数据,因而设置 3 个年度虚拟变量。

四、实证检验

(一)描述性统计分析

我们首先对 2010~2013 年中连续 4 年有捐赠的 271 家民营上市公司采集的数据进行了描述性统计分析,结果见表 2。从每股收益(EPS)来看,其均值为 0.5086,最大值为 18.5007,最小值为 0.1910,

标准差为 1.6484,说明 271 家民营上市公司每股收益水平存在较大差异,企业经营获利能力参差不齐。政治关联(PC)的均值为 0.72,表明在进行连续慈善捐赠的民营企业中,有超过 7 成的企业具有政治关联,可见政治关联已经成为一项重要资源在民营企业中存在。慈善捐赠收入比(Donation)的均值为 1.1302,反映出我国民营企业的企业公民意识和社会责任意识较为强烈,在慈善事业中的表现积极。在区分政治关联有无之后的样本中,慈善捐赠收入比的均值表现出明显不同,有政治关联的民营企业慈善捐赠收入比均值为 1.1355,而没有政治关联的民营企业该项指标均值为 1.1165,初步可以看出我国民营上市公司慈善捐赠受到了企业政治关联的影响。企业规模的替代变量总资产的对数(Size)、资本结构替代变量资产负债率(Lev)、企业成长性替代变量营业收入增长率(Growth)、股权结构替代变量第一大股东持股比例(TOP1)以及现金持有量(Cash)的标准差都较大,说明样本企业在这些方面都存在明显的差异,因而控制这些变量是必要的。

表 2		主要变量描述性统计分析表			
变量	均值	最大值	最小值	标准差	
EPS	0.5068	2.5410	-0.9142	0.4141	
PC	0.72	1	0	0.4490	
Don	1.1302	3.9285	1.1302	0.2137	
Don(PC=0)	1.1165	2.5200	1.0001	0.1820	
Don(PC=1)	1.1355	3.9300	1.0001	0.2246	
Size	21.7584	25.1330	19.6916	0.9579	
Lev	0.4436	1.7377	0.0071	0.2149	
Cash	0.2042	0.9283	0.0012	0.1399	
Growth	0.1200	0.9776	-3.7816	0.2829	
Top1	32.4580	80.6000	4.4900	14.1059	

(二)变量相关性检验

表 3 为变量间的相关性分析,可以看出无论是 Pearson 检验还是 Spearman 检验,绝大多数变量间的相关系数都很小,因而变量间不存在较为严重的

多重共线性问题,满足之后进行多元回归的条件。从表 3 可知,慈善捐赠收入比和每股收益正相关且在 1% 水平下显著,初步证明了民营慈善捐赠对企业绩效具有促进的作用。政治关联和慈善捐赠的相关系数为正,说明政治关联对企业做出慈善捐赠的

决策起到了积极影响作用,即有政治关联的企业更容易进行慈善捐赠,这与预期基本相符,但由于结果不显著,仍需要借助多元回归分析进一步地验证。企业绩效和控制变量具有较高的显著性,控制变量的选取是合理的。

表 3 主要变量 Pearson 检验和 Spearman 检验的相关系数								
	EPS	Don	PC	Size	Lev	Cash	TOP1	Growth
EPS	1	0.155 **	0.013	0.257 **	-0.170 **	0.226 **	0.182 **	0.082 **
Don	0.155 **	1	0.040	0.005	-0.088 **	0.090 **	0.041	-0.179 **
PC	0.013	0.040	1	0.072 *	0.071 *	-0.101 **	0.030	-0.027
Size	0.257 **	0.005	0.072 *	1	0.557 **	-0.255 **	0.134 **	0.008
Lev	- .170 **	- .088 **	0.071 *	0.557 **	1	-0.502 **	0.056	0.001
Cash	0.226 **	0.090 **	-0.101 **	-0.255 **	-0.502 **	1	0.104 **	0.153 **
TOP1	0.182 **	0.041	0.030	0.134 **	0.056	0.104 **	1	0.102 **
Growth	0.082 **	-0.179 **	-0.027	0.008	0.001	0.153 **	0.102 **	1

注: \*\* 在 0.01 水平(双侧)上显著相关; \* 在 0.05 水平(双侧)上显著相关。表左下部分为 Spearman 检验,右上部分为 Pearson 检验。

(三)多元回归分析

表 4 是假设 1、假设 2 和假设 3 的多元回归结果。其中,为了进一步检验假设 3 的结果,我们又将

全部样本公司按照有政治关联和没有政治关联进行了分组回归。

表 4 假设 1 至假设 3 的多元回归结果					
	模型 1	模型 2	模型 3		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Don	EPS	EPS	EPS( PC = 1 )	EPS( PC = 0 )
Don		0.218 *** (4.175)	0.140 ** (2.260)	0.290 *** (4.874)	0.014 (0.119)
PC	0.031 ** (2.109)		0.346 ** (2.542)		
Don · PC			0.024 ** (2.450)		
Size	0.021 ** (2.532)	0.217 *** (15.180)	0.194 *** (11.476)	0.212 *** (13.548)	0.182 *** (5.875)
Lev	-0.137 *** ( -3.022 )	-0.887 *** ( -11.389 )	-0.860 *** ( -10.970 )	-0.757 *** ( -9.245 )	-0.643 *** ( -4.834 )
Cash	0.093 * (1.675)	0.300 *** (3.153)	0.298 *** (3.136)	0.419 *** (3.325)	0.325 ** (2.102)
Top1	0.001 (1.203)	0.003 *** (4.242)	0.003 *** (4.336)	0.005 *** (4.729)	0.001 (0.444)
Growth	-0.169 *** ( -7.263 )	0.096 *** (2.335)	0.096 *** (2.335)	0.125 ** (2.449)	0.165 ** (2.265)
Year	控制	控制	控制	控制	控制
N	1084	1084	1084	782	302
调整的 R <sup>2</sup>	0.061	0.256	0.268	0.291	0.169

1. 政治关联与慈善捐赠实证分析

表 4 的第一列数据为民营企业的政治关联对慈善捐赠影响的实证分析结果,结果显示政治关联(PC)和民营企业慈善捐赠收入比的回归系数为 0.031,在 5% 水平上显著,说明我国民营企业慈善捐赠水平受到了企业政治关联的影响。有政治关联的企业在慈善捐赠中的表现要好于没有政治关联的企

业。假设 1 得到了验证。

从其余变量的回归结果可以看出,民营上市公司的资产规模与慈善捐赠呈显著正相关关系,这与前文预期相同,说明规模越大的民营上市公司捐赠的力度越大。民营上市公司资产负债率与慈善捐赠在 1% 水平下显著负相关,可以看出民营企业资产负债率越高相应的财务风险就越大,企业慈善捐赠

将会受到较大债务资本支出的影响,资产负债率越高企业慈善捐赠比例越小。营业收入增长率与慈善捐赠显著负相关,

2. 慈善捐赠与企业绩效实证分析

表4第二列数据是民营企业慈善捐赠对企业绩效影响的回归结果。从显示结果来看,慈善捐赠收入比(Don)和企业绩效(Lev)的回归系数为0.218,在1%水平上显著,说明了民营企业的慈善捐赠确实显著促进了企业绩效的提升,本文假设2得到了验证。

从其余变量的回归结果可以看出,民营上市企业的资产规模、现金持有量、第一大股东持股比例以及营业收入增长率都和企业绩效显著正相关,而资产负债率和企业绩效的相关系数为-0.887,且在1%水平下显著,说明民营企业在经营过程中应当合理利用财务杠杆,避免过高的财务风险所引发的企业绩效的下降。

3. 不同政治关联下的慈善捐赠与企业绩效实证分析

表4第3列到第5列数据是在政治关联作用下,企业慈善捐赠对企业绩效影响的回归结果。回归(3)是在回归(2)的基础上加入了政治关联项和政治关联与慈善捐赠乘积项,是模型2的结果,我们可以看出,加入政治关联因素后,民营企业的慈善捐赠和企业绩效的回归系数仍为正,且在5%水平下显著,同时慈善捐赠(Don)与政治关联的乘积项(Don \* PC)和企业绩效在5%水平下显著正相关,这说明具有政治关联的民营企业的慈善捐赠对企业绩效的提升作用更加明显,本文假设3得到了验证。

接着我们进一步按照样本中的企业是否具有政治关联,将民营企业分为有政治关联组和没有政治关联组,利用模型3进行多元回归,结果分别显示在表4中的(4)和(5)。在政治关联组中,回归结果显示企业的慈善捐赠收入比(Don)和企业绩效显著正相关,回归系数为0.290,显著性为1%,而在没有政治关联组,企业慈善捐赠收入比(Don)和企业绩效(EPS)的回归系数并不显著,因而可以看出民营企业的慈善捐赠对企业绩效的影响主要是发生在具有政治关联的企业中。

五、研究结论与政策建议

实证研究发现,民营企业政治关联有助于企业慈善捐赠的决策,而慈善水平的提高又进一步促进了企业绩效的提升。然而不同的政治关联下,慈善捐赠对企业绩效又呈现出不同的影响效果,没有政治关联的民营企业进行慈善捐赠带来的企业绩效的提升要显著低于有政治关联的企业,原因可能有两点,一方面没有政治关联的民营企业慈善捐赠受到社会的关注较低,由慈善捐赠带来的声誉资本的增加较小,导致企业绩效的提升不明显;另一方面政府手中的资源总是有限的,政府在分配时考虑的因素较多,没有政治关联的民营企业进行捐赠获得政府的认可度较低,政府更倾向于把资源分配给进行慈善捐赠且有政治关联的企业,这就形成后者在进行慈善捐赠后企业绩效的提升要比前者更加明显。

在转型时期的中国特殊制度环境下,民营企业的发展仍然面临着巨大的挑战,为了获取企业发展所需的稀缺资源,大量民营企业投身到了与政府建立关联的事业中,慈善捐赠作为一种合法有效的手段被很多企业所采纳。慈善捐赠本应是一种高尚的道德行为,然而在现实的经济环境中,我国民营企业的慈善捐赠具有很强烈的政治动机,主要是为了维护和增强与政府间的关系,以此获得市场效应和政府支持的双赢。因此政府应当正确引导民营企业的慈善捐赠,为民营企业提供更加宽松的经营环境,让慈善事业回归其应有的道德水准。对于企业,应当正确认识、合理安排企业的慈善捐赠,根据企业实际情况进行捐赠,不能盲目跟风,加强慈善捐赠的管理以及跟踪评价,避免成本付出大于经济收益的负面效应。

参考文献:

[1] 张同龙. 企业捐赠动机考察: 自利, 还是利他——来自中国12个城市1268家企业调查数据的实证研究[J]. 制度经济学研究, 2011, (02): 28-42.

[2] 罗党论, 唐清泉. 中国民营上市公司制度环境与绩效问题研究[J]. 经济研究, 2009, (02): 106-118.

[3] Detomasi D., 2008, The Political Roots of Corporate Social Responsibility[J]. Journal of Business Ethics, 2008, 82: 807-819.

[4] 汪佑德, 汪攀攀. 我国民营企业捐赠的政治动机研究[J]. 求索, 2013, (08): 229-231.

[5] 卢正文,刘春林.慈善捐赠对企业绩效影响的研究——基于消费者视角[J].山西财经大学学报,2012,(03):81-88.

[6] Smith, C. The New Corporate Philanthropy [J]. Harvard Business Review,1994,42:16-21

[7] Paul C. Godfrey. The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk management Perspective [J]. Academy of Management Review,2005,30(4)

[8] 李维安,王鹏程,徐业坤.慈善捐赠、政治关联与债务融资——民营企业与政府的资源交换行为[J].南开管理评论,2015,(01):4-14.

[9] 薛爽,肖星.捐赠:民营企业强化政治关联的手段?

[J]. 财经研究,2011,(11):102-112.

[10] 徐雪松.企业慈善行为研究[D].同济大学,2007.

[11] 赵琼,张应祥.跨国公司与中国企业捐赠行为的比较研究[J].社会,2007,(05):144-161.

[12] 吴文锋,吴冲锋,刘晓薇.中国民营上市公司高管的政府背景与公司价值[J].经济研究,2008,(07):130-141.

[13] 王利平,高伟,张学勇.民营企业政治关联:一个多视角的分析[J].商业经济与管理,2010,(12):18-23.

(责任编辑:刘 军)

## Political Connection, Philanthropy and Enterprise Performance: The Empirical Evidence from China's Private Listed Companies

YUAN Fangjian, CHEN Sitong

(School of International Business, Shaanxi Normal University, Xi'an 710119, China)

**Abstract:** In recent years, the charitable donation from private enterprises has exceeded the state-owned enterprises. Is it related to improve political connection and business performance? An empirical analysis of the Chinese listed companies who have charity behaviors for the last 4 years from 2010 to 2013 shows that political connection has a promoting effect on the charitable donation behaviour of the private enterprises. The politically associated enterprises have a higher level of charitable donation than those non-politically associated enterprises. Charitable donations and enterprise performance also have significant positive correlation. The positive effect of charitable donations on corporate performance for those politically associated enterprises is much higher than for those non-politically associated private enterprises.

**Key Words:** Business performance; Charitable donations; Political Connection; Private Enterprises

