

儒家文化与企业环境信息披露质量

杨忠海¹, 刘金奇²

(1. 哈尔滨工程大学 经济管理学院, 黑龙江 哈尔滨 150001; 2. 黑龙江财经学院 经济学院, 黑龙江 哈尔滨 150025)

[摘要] 基于2010—2022年A股上市公司的研究样本, 实证分析了儒家文化对企业环境信息披露质量的影响。研究表明, 儒家文化显著提升了企业环境信息披露质量, 这一结论在经过一系列稳健性检验后未发生变化。机制检验发现, 儒家文化通过促进企业责任履行、抑制代理问题、提升动态能力来提升其环境信息披露质量, 且儒家文化对企业环境信息披露质量的提升在劳动密集型企业、重污染行业、“汉地十八省”与中西部地区更显著。进一步研究表明, 绿色金融制度与媒体关注度在儒家文化对企业环境信息披露质量的影响上分别发挥了替代与强化机制, 而在儒家文化影响下, 提供高质量的环境信息会促使企业扩大环保投资, 最终在“言”与“行”两个维度实现绿色转型。

[关键词] 环境信息披露质量; 儒家文化; 绿色金融; 非正式制度; 媒体关注度; 环境治理

[中图分类号] F205; B222; F832.5 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 2096-3114(2024)05-0037-13

一、引言

为贯彻落实党的二十大精神, 2024年5月27日, 财政部发布《企业可持续披露准则——基本准则(征求意见稿)》, 对我国企业的可持续信息披露提出了一般要求, 其中明确指出环境信息披露作为企业可持续信息披露的重要组成部分, 对于贯彻绿色发展理念、推动高质量发展具有重要意义。根据信号传递理论, 当企业提供高质量的环境信息时, 能缓解企业与外部的信息摩擦, 降低信息不对称性, 从而向利益相关者传递积极形象, 并在稳定企业现金流、降低外部融资成本以及改善企业绩效等多方面发挥作用^[1]。因此, 着力提升企业的环境信息披露质量, 既是构建并完善绿色金融体系与环境治理体系的重要环节, 也是推进企业现代化治理与高质量发展的重要举措。

学界对于环境信息披露质量的影响因素研究可以分为内部与外部两个维度。其中, 内部驱动以信号传递理论为基础, 认为通过披露环境信息可以缓解信息不对称从而在环境表现上助力企业取得区别于其他对手的竞争优势, 即提供高质量环境信息的目的在于传递积极信号, 企业规模^[2]、公司治理与代理行为^[3]、数字化技术应用^[4]等因素均能从内部驱动企业提供高质量的环境信息。但由于环境信息披露存在内驱力不足的情况^[5], 因此合法性管理理论为环境信息披露的外部动机提供了理论指导。在政策压力、规范压力与监督压力的作用下, 企业可能通过披露环境信息影响社会公众对企业环境表现的认识, 此时环境信息披露是企业自身合法性管理的工具。“波特假说”是合法性管理理论的典型代表, 认为外界的环境规制会对包括环境信息披露在内的企业绿色行为产生影响^[6]。此后的各种研究表明, 税收政策^[7]、绿色信贷政策^[8]、资本市场开放程度^[9]等各种外部制度因素都是促使企业提升环境信息披露水平的重要驱动力。

[收稿日期] 2024-05-07

[基金项目] 国家社会科学基金项目(15BGL068); 黑龙江省哲学社会科学研究规划项目(23JLC093); 教育部产学研合作协同育人项目(22097096304028)

[作者简介] 杨忠海(1972—), 男, 黑龙江泰来人, 哈尔滨工程大学经济管理学院教授, 博士生导师, 主要研究方向为公司财务与治理、资本市场与会计信息, 邮箱: yzhedk@126.com; 刘金奇(1996—), 男, 黑龙江鸡西人, 黑龙江财经学院经济学院助教, 初级会计师, 主要研究方向为公司财务与治理、资本市场与会计信息。

与理论研究相呼应,我国相关政府部门曾分别推出《环境信息公开办法(试行)》《企业环境信息依法披露管理办法》等制度文件,试图通过政策制定与法规运行等方式提升企业的环境信息披露质量。然而,当前以中国为代表的一系列发展中国家正处于经济发展与可持续发展的重大转型阶段,相关正式制度建设仍有待完善。对此,制度经济学认为除了正式制度,伦理道德规范以及地方习俗、文化等自发形成的非正式制度往往通过事前机制也会对个体或组织的经济行为产生重大影响^[10]。就中国而言,习近平总书记曾明确指出:“孔子创立的儒家学说以及在此基础上发展起来的儒家思想,对中华文明产生了深刻影响,是中国传统文化的重要组成部分”^①。作为一种典型的非正式制度,在经历了春秋战国时提出、汉代确立统治地位、唐宋时期不断丰富、明清时期达到顶峰等一系列的悠久传承发展后,儒家文化深刻地影响着大众的思维方式和行为选择,并不断以中国为中心,向东亚、东南亚以及欧美地区传播,产生了广泛的世界影响力。而在新时代新征程下,儒家文化又历久弥新地汲取着时代营养与先进理念,具备了新的历史使命和独特内涵。已有文献表明,儒家文化不仅可以提升宏观区域信誉度与公平感^[11]、推进市场经济的法治建设^[12],而且可以在微观上通过促使企业积极承担社会责任^[13]、缓解代理问题^[14]、激发内部能力与活力^[15]等方式影响现代企业的决策与治理行为。

那么,在高质量发展背景下,儒家文化是否能够作为重要的非正式制度力量对企业环境信息披露质量发挥影响?如果是,两者间的作用机制是什么?更进一步地,这种影响会不会因不同特质而产生异质性结论?又会带来哪些后果?鉴于此,本研究基于儒家文化的非正式制度视角,聚焦其对环境信息披露质量的影响、机制及经济后果。

本文可能的边际贡献在于:第一,基于儒家文化的角度丰富企业环境信息披露质量影响因素的研究。如上文所述,已有文献分别基于信号传递与合法性视角对企业的环境信息披露质量展开了研究,并发现各种政策和法规等正式制度对于提升企业环境信息披露质量具有一定影响,而在非正式制度方面,毕茜等认为中国的传统文化能提升企业环境信息披露质量^[16],但其实证结果并未具体指出儒家文化是否能发挥重要作用。本文则在此基础上具体针对儒家文化这一非正式制度探索企业提供环境信息的行为规律。第二,从环境信息披露质量的角度丰富儒家文化微观经济后果的研究。现有研究认为儒家文化能改善信息环境并缓解资本市场的信息不对称程度^[17],降低企业信息披露违规的概率和频次^[18],从而对财务信息披露^[19]和社会责任信息披露^[20]产生积极影响。本文进一步在绿色发展背景下为儒家文化如何影响环境信息披露提供新的证据。第三,为处于不同情境的企业提供环境信息披露的决策建议,并进一步突出绿色金融等正式制度以及外界的媒体关注度在儒家文化对企业环境信息披露质量影响中的不同作用机制,同时基于企业环保投资数据从绿色环保行为是否“言行一致”的角度对儒家文化与环境信息披露质量的经济意义进行扩展性分析。

二、理论分析与研究假设

烙印理论认为,成长经历和文化土壤会对企业个体认知与价值偏好产生深刻的环境印记,这些印记会持续影响组织和个体的决策行为^[21],即使外部环境发生改变,这种影响也依然存在,从而形成地缘文化与企业经济行为之间的基本逻辑^[22]。作为中国传统文化的重要组成部分与核心内容,儒家文化构成了最底层的价值观体系和道德伦理规范,并内化成为中华民族“日用而不知”的纲常伦理,深刻地烙印在受其影响的组织与个体的意识和行动之中。因此,儒家文化能通过价值导向来影响企业的绿色行为活动,这种价值导向深刻地烙印于企业内部的管理者及员工的脑海中,其所蕴含的责任观、治理观与能力观成为促使企业提供高质量环境信息的不竭动力。

儒家文化的责任观能够以促进企业履行责任的方式对环境信息披露质量发挥积极作用。儒家文化

①习近平总书记在纪念孔子诞辰 2565 周年国际学术研讨会暨国际儒学联合会第五届会员大会开幕会上的讲话。

所提出的“义利之辨”是中国古代对于商业伦理的早期探讨。“天时不如地利,地利不如人和”“不义而富且贵,于我如浮云”等主张认为追求个体的利益不如探讨普遍和谐,这种和谐不仅是个人或组织的,更是全社会的,因此儒家文化一直强调积极承担责任,加强社会表现。而“万物各得其和以生,各得其养以成”的朴素环境责任观在新时代又与社会责任理论相结合,对于环境与自然的推崇已成为儒家文化中责任履行的重要组成部分。“天下兴亡,匹夫有责”,受到儒家文化熏陶的企业家们会更自觉地遵循社会规范、贯彻责任履行,进而提升企业的环境信息披露质量。原因在于:一方面,“天人合一”的宇宙观在环境规制不断完善和监管要求日益严格的背景下,会促使管理者更加敬畏自然、做出更多符合规范的行为以获取合法性支持,而积极履行责任的企业通常会主动超越最低合规标准,在环境方面提供更多深入、全面的信息,以彰显自身对于法律与规范的承诺。另一方面,即使没有强制性要求或合规性压力,受儒家文化影响而深刻理解责任的企业管理者也会基于商业伦理与职业道德而选择披露更高质量的环境信息以试图成为“布道者”。另外,“成己成物,立身扬名”,信奉儒家文化的管理者更重视企业的名声与形象,积极履行责任有助于提升企业的社会认可度和品牌声誉,这使得企业无形中受到了更多的外界关注与监督,此时为了满足各方对企业透明度和可持续性的期待,企业也会更有提升自身环境信息披露质量的动力,从而达到激浊扬清的效果。因此,儒家思想可以体现一种“以人为本,追求自然”的价值理念,其“修身齐家治国平天下”的高远志向促使管理者积极承担责任^[20],提升企业环境信任度和信息的传递效率^[23]。综上所述,在责任观的引导下,儒家文化通过促使企业积极履行责任提高了环境信息披露质量。

儒家文化的治理观能够以缓解代理问题的方式对环境信息披露质量发挥积极作用。作为公司信息的发布者,环境信息披露行为会受到管理层动机的深刻影响^[3]。根据理性经济人假设与委托代理理论,管理层可能会通过权力寻租的方式来获取短期的个人私利,这与其他利益相关者所追求的长远发展目标相违背,使环境信息公开的内容和程度受到影响,增加了信息摩擦,不利于公司的绿色可持续发展。而儒家文化曾是封建社会下统治者教化百姓、治理官员的重要手段,通过与现代管理思想相结合,儒家文化构建了一套秩序规则以约束个体行为和协调人际关系^[14],其治理功能在新时代具备了缓解代理问题、约束管理层的新作用。通过与管理实践相结合,代理人受到儒家文化的长期熏陶,会自觉地严于律己,以谋求可持续的长远发展,从而在环境信息披露方面付出努力。第一,“儒有不宝金玉,而忠信以为宝”,儒家文化所倡导的忠信理念以尽己守约的方式强化契约缔结方的道德行为,推崇儒家文化的管理者应当遵守与企业所有者的契约,认真履行职责,为股东谋求长远的环境价值并认真披露环境信息。第二,君子人格的“慎独”品质主张即使没有外部监督,管理者也应当有自律意识,减少自利行为并谨言慎行。受到儒家文化感染的管理者会表现出更强的自我修养和道德领导力,在管理中通过模范行为发挥带动作用,减少对于监督与激励机制的依赖,从而降低代理成本。第三,儒家所倡导的内部秩序稳定与等级观也能够促使企业建立起有效的治理结构,形成对管理者的制度约束。第四,推崇儒家文化的企业对于持续学习也会更重视,尤其是在“和为贵”的理念下,会更积极地开展各种教育培训与团队建设活动,既有利于管理者和员工的行为符合公司的长期目标和道德规范,也有助于团队价值观与集体利益的维护,从而减少代理问题。综上所述,在治理观的引导下,儒家文化通过抑制管理者与所有者的代理问题提高了环境信息披露质量。

儒家文化的能力观能够以形成动态能力支撑的方式对环境信息披露质量发挥积极作用。区别于传统的财务信息披露,环境信息披露受环境外部性特征影响对于技术与资源的依赖更强,因此更需要动态能力作为支撑。动态能力是企业组织能力的重要构成,是指通过重构和整合资源来帮助企业适应动态变化环境的能力^[24],是改变能力的能力。企业动态能力越强,其知识转化能力、应变能力以及快速调整能力越强^[25]。因此企业可以凭借动态能力对外界的环境信息透明度需求变化建立起快速响应机制,及时调整其信息披露策略和内容,确保披露的信息符合最新的要求和期待。而动态能力下的资源整合与创新可以优化企业的环保行为,这为高质量的环境信息披露提供了实质内容。强大的动态能力还有助于企业养成持续学习的氛围,通过知识资源积累与打破技术壁垒等手段提高环境信息披露的准确性和完整性。“择其善

者而从之,其不善者而改之”,受儒家文化影响的企业会不断提升自身的动态能力。从管理者的角度看,贯彻“仁者爱人”精神的管理者在对待员工与团队时会更具人本主义精神,进而激发员工的积极性与创造力,促进整个团队的合作与沟通,为动态能力的提升奠定创新和变革基础。从员工的角度看,在“仁”的氛围与“忠”的准则下,企业的员工会更具归属感与责任感,而“君子人格”的主张则有助于公司内部良好人际关系和员工道德修养的养成,并通过内部沟通机制和团队协作精神来提升其快速响应能力和协同创新能力。从企业整体来看,首先,作为儒家五常中的一种重要理念,“智”鼓励内部人员不断追求知识和技能的提升,促进知识资源在组织内的有效传播,推动企业适应市场和技术变革,进而在学习与适应性创新方面增强动态能力建设。同时,“与时偕行”的中庸思想在企业战略决策中则体现为追求稳健而适度的发展,这种思维方式有助于企业在变化中保持平衡,并根据外在环境变化灵活调整策略。综上所述,在能力观的引导下,儒家文化通过提升企业的动态能力提高了环境信息披露质量。

基于以上理论分析,本文提出如下假设:

H:儒家文化提升了企业的环境信息披露质量。

三、研究设计

(一) 样本选择与数据来源

本文选取 2010—2022 年中国 A 股上市公司为研究样本,并进行如下筛选:(1)剔除金融与保险类公司;(2)剔除 ST 与 *ST 公司;(3)剔除数据缺失的公司。为进一步防止异常值对结果的影响,在经过上述处理后对连续型变量实施前后 1% 的缩尾处理。最终共得到 20319 个有效观测样本。其中孔庙遗存数据来自 CNRDS 数据库,环境信息披露质量与其他变量数据来自 CSMAR 数据库。

(二) 变量定义

1. 被解释变量:环境信息披露质量(*Eidq*)

参考孔东民等的研究^[7],利用内容分析法对 CSMAR 数据库中的环境研究数据进行分析,按照是否货币化对企业披露的信息进行分类,从环境管理、环境认证、环境信息披露载体、环境负债、环境业绩与治理等五个维度共 25 项指标进行打分,并将总得分取自然对数。

2. 解释变量:儒家文化(*Confu*)

由于文化的影响往往润物无声、潜移默化,因此直接衡量儒家文化的影响比较困难,需要其他层面的数据进行辅助。目前学界关于儒家文化的测度方法尚未达成一致,既有文献主要有两种思路:第一种思路认为,儒家文化的传播具备区域中心化集中的特征,经过几千年的不断发展,儒家文化在我国已经形成了不同的文化中心,越靠近中心的企业,受到的影响越大。因此 Du、潘子成等采用地理距离测量法^[14,18],在相应研究中选取公司注册地与儒家文化中心的距离来度量儒家文化。但该方法并未考虑到在儒家文化中极其重要的教育和传道的潜移默化作用,换言之,即使一家公司距离儒家文化中心较远,其也可能受到其他途径传播(如书籍、先贤等)的儒家文化影响。第二种思路在此基础上有所改进,认为企业文化属性与外部文化环境往往具有地缘相似性,企业周边文化传播场所的数量可以表征企业所受的文化影响。因此,部分学者利用企业区域内分布的儒家文化相关历史数据来度量儒家文化,他们采用的数据主要有两种:其一是利用企业所在地一定半径范围内的儒家学校数量进行衡量,但官学和私学的办学理念与教学内容并不一致,尤其是在“化民成俗”后,官办儒家学校可能难以准确刻画相应的文化内涵;其二则采用企业周边的孔庙数量作为儒家文化的代理指标,作为儒家思想传播的重要载体,孔庙分布是儒家文化传播在历史层面的现代映射,同时由于现存孔庙大部分被公布为各级文物保护单位,因此孔庙遗存也体现了新时代各级政府对于优秀传统文化的重视程度,更能体现文化作为非正式制度对于企业的影响。基于此,考虑到儒家文化的历史传播以及当代演变,本文从儒家文化传播途径与场所上寻找切入点,参考侯世英等的研究^[22],使用地理分布模型构建儒家文化强度指标。具体而言,通过

CNRDS 数据库分别获取上市公司注册地经纬度、孔庙遗存数量及其经纬信息,计算上市企业当年度注册地半径 200km 范围内的孔庙数量,将其加 1 后取自然对数作为儒家文化的代理变量(Confu)。单位距离内分布的孔庙数量越多,表明该企业受到儒家文化的影响程度越大。同时,本文还根据第一种思路下的地理距离测量法,在稳健性检验部分对儒家文化在企业层面用中心距离的测量来替代该指标以保证两种思路所构建的儒家文化对企业环境信息披露质量的影响结论一致。

3. 其他控制变量

为了提高准确性、减少遗漏变量以及个体差异对实证结果的影响,本文在孔东民等研究^[7]的基础上,纳入可能会影响企业环境信息披露质量的其他因素作为控制变量。同时,由于企业的环境信息披露质量可能还会受到其所在行业的影响,因此本文加入年度(Year)和行业(Ind)虚拟变量以控制时间和行业固定效应。各变量具体说明见表 1。

表 1 变量定义

变量类型	变量名称	变量代码	变量定义
被解释变量	环境信息披露质量	Eidq	25 项披露数据得分加总后的自然对数,计算方法见上文
解释变量	儒家文化	Confu	企业当年度注册地半径 200km 范围内的孔庙数量加 1 后的自然对数
	企业规模	Size	总资产的自然对数(百万)
	成立年限	Age	考察年份与企业成立年份差值再加 1 的自然对数
	成长性	Growth	营业收入增长额/上年营业收入总额
	资本结构	Lev	总负债/总资产
	盈利能力	ROA	净利润/总资产
	资产有形性	Tangible	(资产总计 - 无形资产净额 - 商誉净额)/(总资产)
	现金流量	CF	经营活动净现金流量/总资产
	非债务税盾	NDTS	固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧/总资产
控制变量	股权制衡度	Balance	第 2 至第 5 大股东持股比例/第 1 大股东持股比例
	股权集中度	TOP10	前十大股东持股比例
	机构持股占比	Inshare	机构投资者持有的上市公司股份比例
	董事会规模	Board	董事会总人数取自然对数
	信息透明度	Opacity	以深交所、沪交所披露为准: A = 优秀, B = 良好, C = 及格, D = 不及格,从 D 到 A 分别取分为 1、2、3、4
	两职合一情况	Dual	董事长与总经理兼任时取 1,否则为 0
	四大所审计	BigFour	审计师来自境内四大会计师事务所时取 1,否则为 0
	审计意见	Audit	出具无保留意见时取 1,否则为 0
虚拟变量	行业虚拟变量	Ind	属于某行业时,取值为 1,否为 0
	年度虚拟变量	Year	处于某年时,取值为 1,否为 0

(三) 模型设计

为检验儒家文化与环境信息披露质量之间的关系,本文构建如下模型:

$$Eidq_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Confu_{i,t} + \alpha_n Controls_{i,t} + Ind + Year + \varepsilon_{i,t} \tag{1}$$

其中,Eidq_{i,t} 为企业 i 在第 t 年的环境信息披露质量,Confu_{i,t} 表示企业 i 在第 t 年的受儒家文化影响程度;Controls 表示可能会影响企业环境信息披露质量的其他控制变量;Ind、Year 分别表示行业 and 年度固定效应;ε_{i,t} 为随机干扰项。本文重点关注模型(1) 中系数 α₁ 的方向与显著性,若 α₁ 显著为正,则证明假设 H 成立,即儒家文化提升了企业环境信息披露质量。考虑模型中的异方差情况,在回归时选取异方差稳健标准误。

四、实证结果与分析

(一) 描述性统计

表 2 为主要变量的描述性统计结果。环境信息披露质量(Eidq)的中位数为 1.946,均值为 1.951,

标准差为 0.974,最小值 0.000 与最大值 3.638 相差较大,说明中国上市公司的环境信息披露质量分布较为集中且仍有较大的上升空间,这与孔东民等的统计结论^[7]基本一致。儒家文化(Confu)的最小值为 0.000,最大值为 4.007,均值为 2.709,标准差为 0.720,说明不同企业受儒家文化影响的程度有较大差异,这与卢宏亮等的研究^[23]趋于一致。此外,主要变量的方差膨胀因子 VIF 值均小于 5,表明变量间不存在严重的共线性问题。其余控制变量的描述性统计结果均在合理的取值范围内,与现有文献基本一致,限于篇幅其结果均留存备索。

(二) 基准回归分析

表 3 汇报了儒家文化与环境信息披露质量的基本回归结果。其中,列(1)只控制了年度和行业固定效应,列(2)未控制年度和行业固定效应但考虑了其他的控制变量,列(3)则是引入了模型中的全部控制变量并控制了相应的固定效应。可以发现,儒家文化的回归系数在 1%的水平上显著为正,表明企业受儒家文化的影响越强烈,其环境信息披露质量越高,即儒家文化显著提升了企业的环境信息披露质量,假设 H 得到验证。在考虑模型中所有的控制变量和固定效应后,儒家文化每增加一个单位的标准差(0.720),企业披露的环境信息质量会平均上升 1.550% ($=0.720 \times 0.042/1.951$),说明这一结论也具有较强的经济意义。

(三) 内生性检验

1. 控制公司与省份的固定效应模型。企业个体因素以及宏观的地区因素可能都会对环境信息披露质量产生影响,为解决遗漏变量问题,将基准回归中的控制行业与年度固定效应替换为控制年度、公司个体与省份层面的多维固定效应模型进行内生性检验。从表 4 中的列(1)可以看出,相应固定效应下儒家文化的回归系数在 5%水平上显著为正,与基本回归结果保持了一致结论。

2. 倾向得分匹配(PSM)。为解决儒家文化的自选择差异问题,本文采用倾向得分匹配法,按照儒家文化的中位数分组,将全部控制变量作为协变量进行半径为 0.05 的 1:1 近邻匹配,匹配后 ATT(平均处理效应)的 T 值为 3.92,在 1%的水平上显著,表明本文处理组与控制组之间的差异是显著的。匹配后变量的标准化偏差均小于 5%,说明匹配效果较好,匹配后的协变量 T 检验结果均不显著,说明处理组与控制组的差异在匹配后不明显,平行假设得到验证。利用匹配样本进行回归,回归结果见表 4 中列(2),儒家文化的回归系数仍显著为正,证明本文研究结论稳健成立。

3. Heckman 两阶段处理效应。由于是否进行环境信息披露并非强制行为,因此为减少环境信息披露存在样本选择性偏误所致的内生性问题,采用 Heckman 两阶段回归模型进行内生性检验。第一阶段,按照上市企业是否在当年年度报告、社会责任报告中披露了环境信息或单独披露了环境报告来构建虚拟变量 *Eid*,将其作为被解释变量并引入企业环境信息披露质量同年份的行业均值作为排他性约束变量,在模型(1)的基础上构建 Probit 模型从而计算出逆米尔斯比率(*IMR*);第二阶段,将第一阶段回归生成的 *IMR* 比率作为控制变量代入主回归模型重新回归。从表 4 中列(3)所列示的回归结果可以看出,儒家文化和 *IMR* 比率的系数均显著为正,说明在纠正环境信息披露行为的样本选择性偏误问题后结论仍稳健成立。

4. 工具变量法。为更谨慎地应对以上内生性问题并控制其他内生因素,本文采用工具变量法对基

表 2 主要变量的描述性统计结果

变量	总数	均值	标准差	最小值	中位数	最大值
<i>Eidq</i>	20319	1.951	0.974	0.000	1.946	3.638
<i>Confu</i>	20319	2.709	0.720	0.000	2.773	4.007

表 3 儒家文化对环境信息披露质量的检验结果

	(1)	(2)	(3)
<i>Confu</i>	0.030 *** (3.766)	0.035 *** (4.233)	0.042 *** (5.552)
<i>_cons</i>	0.401 *** (5.974)	-2.845 *** (-23.311)	-2.654 *** (-20.623)
<i>Controls</i>	No	Yes	Yes
<i>Industry/Year</i>	Yes	No	Yes
<i>N</i>	20319	20319	20319
<i>Adj-R²</i>	0.316	0.262	0.410

注:***、**、* 分别表示在 1%、5%、10% 水平上显著,括号中为 t 值,限于篇幅,控制变量结果均留存备索。下同。

准回归进行进一步的检验。目前关于儒家文化的工具变量有以下几种做法：一是以现代地区的受教育水平或学历结构作为代理变量,但对本文而言,受教育水平或学历结构除了与儒家文化相关外,对于企业的环境信息披露质量也存在显而易见的影响,因此作为本研究的工具变量并不合适;二是用地区或企业层面的历史数据,如贞节牌坊数量、明清进士数量、到官办书局或印刷局的距离、汉族人数等。由于理想的工具变量需满足相关性、外生性等条件,因此本文选择明清进士数量与企业到官办书局或印刷局的最小距离两个工具变量一起构成非线性工具变量组来检验内生变量儒家文化,原因主要有:第一,中国古代科举考试通过儒学经典来选拔进士,地区范围内的进士数量越多,说明该地儒家之风愈盛,而各地学子在书籍获取的难易程度与成本方面,也是影响儒家文化传播的重要因素,因此满足相关性要求。第二,明清进士人数、企业到官办书局或印刷局的最小距离作为历史的截面数据,与现代企业的环境信息披露质量之间并无直接因果关系,是通过儒家文化而间接影响的,这有助于满足外生性要求。第三,其他工具变量的支持力度存在问题,如贞节牌坊数量、企业所在区域内汉族人数等,仅仅是对儒家文化中某一部分(如女性贞烈观、汉民族观)的概括,可能并不准确或存在误差。第四,通过不同维度的两个工具变量的组合可以提高模型的识别度,以减少单一工具变量可能存在的测量误差,并增强回归分析的稳健性。因此,本文借鉴杜兴强等、汤旭东等的做法^[26-27],选取企业注册地所在 200km 范围内的明清进士人数以及上市公司注册地到官办印刷局或书局的最小距离共同作为工具变量,二阶段最小二乘法下的回归系数如表 4 中列(4)所示,工具变量法下回归系数仍显著为正,进一步对工具变量组进行弱相关变量检验及过度识别检验,检验结果显示工具变量的选择满足相关性及外生性条件(限于篇幅检验结果未列示,留存备案),以上回归及检验结果说明在选择恰当的工具变量后结论仍保持不变。

5. 系统 GMM 估计。进一步采用系统 GMM 的动态广义矩方法进行参数估计,由于企业的行为决策很可能会具有与过去相似的一致性,因此出于处理内生性和动态性问题以及对参数估计提供更多矩条件的角度考虑,将儒家文化、环境信息披露质量及相应控制变量的滞后一、二期同时纳入动态回归方程以构建系统 GMM 回归模型。回归结果及相关检验结果见表 4 中的列(5):首先儒家文化的系数仍然显著为正,而序列相关检验结果显示,模型残差存在一阶自相关,但不存在二阶自相关,表明模型扰动项无自相关问题;Hansen 检验下的 P 值结果大于 0.1,表明接受原假设,即 GMM 模型中工具变量满足外生性条件。因此通过系统 GMM 方法控制模型内生性问题后结论依旧成立。

表 4 内生性检验分析

	(1) 控制公司与省份 的固定效应模型	(2) 倾向得分匹配 (PSM)	(3) Heckman 两阶段回归	(4) 工具变量法	(5) 系统 GMM 估计
<i>Confu</i>	0.138 ** (2.349)	0.051 *** (4.993)	0.036 *** (5.246)	0.042 *** (4.063)	0.236 ** (2.128)
<i>IMR</i>			0.974 *** (4.724)		
<i>L. Eidq</i>					0.422 *** (3.355)
<i>L2. Eidq</i>					0.080 * (1.780)
<i>_cons</i>	-1.097 ** (-2.386)	-2.578 *** (-14.612)	-1.882 *** (-10.332)	-2.684 *** (-19.988)	-2.630 ** (-2.372)
<i>Controls</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Industry/Year/Province/Firm</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	20319	11261	17436	19799	12474
<i>Adj-R²</i>	0.683	0.409	0.351	0.410	
<i>AR(1)</i>					0.042
<i>AR(2)</i>					0.636
<i>Hansen-P</i>					0.219

(四) 其他稳健性检验

本文所做的其他稳健性检验包括:(1)替换被解释变量。借鉴张梓靖等的研究^[28],依据环保部关于《环境信息公开办法(试行)》第十九条相关规定,对企业从环境信息管理内容、环境监管与认证情况、环境污染物情况、环境业绩与治理情况等方面共 27 项指标进行内容分析评分,将总得分取对数来重新定义环境信息披露质量。(2)替换解释变量。考虑到不同历史交通和通信条件对儒家思想传播范围的影响,更换单位范围,分别计算公司注册地 100km、300km 半径范围内孔庙数量加 1 后的自然对数作为儒家文化的替代变量。(3)儒家文化的中心距离检验。参考 Du、潘子成等的研究^[4,18],选取公司注册地与中国现存的 7 个儒家文化中心的距离来进行儒家文化的中心距离检验^①。(4)公司层面聚类稳健标准误。将异方差稳健标准误改换为公司层面的聚类稳健标准误并再次进行回归。(5)Tobit 模型。由于内容分析法下企业环境信息披露质量的取值大于等于 0 导致存在归并与截断数据的情况,使用 OLS 回归得到的一致估计可能并不准确,因此采用下限为 0 的 Tobit 模型重新回归。(6)改换样本区间。2014 年习近平总书记首次提出经济新常态的概念,认为我国经济增速放缓,经济增长结构面临转型升级。鉴于此,将样本分为经济高速增长时期(2010—2014 年)与经济增速放缓(2015—2022 年)两个阶段,考察在不同样本区间内儒家文化对环境信息披露质量的提升作用是否一致。以上检验结果均与基准回归保持相同的结论,证明结论较为稳健,限于篇幅未报告具体结果,留存备索。

(五) 作用机制分析

如理论分析与研究假设部分所述,儒家文化所蕴含的责任观、治理观、能力观成为驱使企业披露高质量环境信息的思想动力与源泉。本文构建模型(2)和模型(3)以检验上述机制是否在儒家文化对环境信息披露质量的影响过程中发挥中介作用:

$$M_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Confu_{i,t} + \beta_n Controls_{i,t} + Ind + Year + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

$$Eidq_{i,t} = \gamma_0 + \gamma_1 Confu_{i,t} + \gamma_2 M_{i,t} + \gamma_n Controls_{i,t} + Ind + Year + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

$M_{i,t}$ 代表中介变量,分别用责任履行(RF)、代理成本(AC)、动态能力(DC)来对儒家文化与企业环境信息披露质量的影响路径进行刻画。其中,参考高杰英等的研究^[29],责任履行(RF)选取华证 ESG 指标体系中关于社会责任(S)的评价结果,将其得分从 C 至 AAA 的九个等级分别赋值为 1—9,数值越大证明公司越积极履行责任。借鉴 Ang 等的研究^[30],代理成本(AC)以管理费用率来衡量管理层的自利行为与代理问题。参考 Wang 和 Ahmed 的研究^[31],从创新能力、吸收能力和适应能力 3 个维度对动态能力(DC)进行测量。

从表 5 中列(1)、列(3)、列(5)可见,儒家文化显著促进了企业的责任履行程度、降低了企业的代理成本、提升了企业的动态能力。进一步观察列(2)、列(4)和列(6)则可以发现,儒家文化以及相关中介变量对于环境信息披露质量的回归系数也仍然保持显著。在以上逐步回归的基础上再使用抽样 1000 次的 Bootstrap 检验,检验结果显示经偏差调整后,RF、AC、DC 的 95% 置信区间均不包括 0 (限于篇幅检验结果未列示,留存备索)。以上回归及检验结果表明,责任履行、代理成本、动态能力分别在儒家文化对环境信息披露质量的提升作用中发挥了部分中介效应,即儒家文化所蕴含的责任观、治理观、能力观分别通过促进责任履行、抑制代理问题、提升动态能力的路径提升了企业的环境信息披露质量。

① 7 个儒家中心分别是山东曲阜、河南洛阳、四川成都、福建三明、江苏东台、江西抚州、浙江东部(如绍兴和宁波等地)。

表5 作用机制分析

	(1) <i>RF</i>	(2) <i>Eidq</i>	(3) <i>AC</i>	(4) <i>Eidq</i>	(5) <i>DC</i>	(6) <i>Eidq</i>
<i>Confu</i>	0.052 *** (5.237)	0.033 *** (4.553)	-0.005 *** (-4.782)	0.041 *** (5.425)	0.016 *** (8.893)	0.039 *** (5.205)
<i>RF</i>		0.160 *** (30.581)				
<i>AC</i>				-0.197 *** (-3.566)		
<i>DC</i>						0.160 *** (5.259)
<i>_cons</i>	0.997 *** (5.807)	-2.813 *** (-22.270)	0.459 *** (25.232)	-2.564 *** (-19.555)	-0.132 *** (-4.449)	-2.633 *** (-20.448)
<i>Controls</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Industry/Year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	20319	20319	20319	20319	20319	20319
<i>Adj-R²</i>	0.224	0.436	0.443	0.410	0.362	0.411

(六) 异质性分析

1. 劳动密集型企业与非劳动密集型企业。不同于资产密集型与技术密集型企业,由于技术装备和资产投入水平较低,劳动密集型企业需雇用大量劳动力来保证生产效率,因此员工数量较多,生产中劳动消耗比重较大。如果企业受儒家文化的影响较强烈,能够积极关爱员工、关心社会、承担责任,就会使员工产生更强的企业认同感和使命感,从而提升生产效率。此外,由于进入门槛相对较低,劳动密集型企业竞争通常较为激烈。而随着监管者与消费者越来越关注企业的环境行为,公开其环境表现会使劳动密集型企业区别于竞争对手从而取得长期发展优势。本文将样本企业按照生产要素的密集程度分为劳动密集型企业与非劳动密集型企业,分组后的回归结果列示于表6中的列(1)和列(2),劳动密集型企业的回归系数更大。为验证分组回归后的组间差异,采用了1000次随机可重复抽样条件下的费舍尔组合检验,结果显示相关P值通过检验。因此,相较于非劳动密集型企业,儒家文化对劳动密集型企业环境信息披露质量的提升作用更明显。

2. 重污染行业与非重污染行业。与非重污染行业相比,重污染行业中的企业面临着更大的环境压力与公众监督,因此在儒家文化的价值观念导向下,当企业从事重污染行业时,会摒弃短期的高污染、高排放模式而向长期可持续发展转型,因此更有动力通过环境信息披露来展现自身的绿色转型与环保业绩。而对于非重污染行业来说,是否提供高质量环境信息披露的可选择性更强,也更容易在经营时偏向短期决策而非长期的绿色投入。本文根据环保部2008年发布的《上市企业环境核查分类管理名录》对14个重污染行业的认定,将企业分为重污染行业和非重污染行业,具体回归结果如表6中列(3)、列(4)所示。不论企业是否处于重污染行业,儒家文化均显著提升了企业的环境信息披露水平,但重污染行业组中儒家文化的回归系数更大。对该分组同样采用了1000次随机可重复抽样条件下的费舍尔组合检验,相关P值结果显示核心变量儒家文化的回归系数在两组分组样本中存在显著差异。因此,相较于非重污染行业,儒家文化对重污染行业企业环境信息披露质量的促进作用更明显。

3. “汉地十八省”与边疆省份。儒家文化在中国的传播和影响具有深远的历史意义,中国是一个幅员辽阔且有着厚重历史的文明古国,几千年来的政权更迭下不同王朝掌控的地理位置有所不同,导致文化传播的地域差异性。在传统意义上的中原及周边汉族聚居区,儒家文化是社会秩序、道德伦理、教育制度以及国家治理理念的核心组成部分,因此会深深植根于社会的各个方面。但边疆地区由于文化传播、政治整合、民族认同等方面的原因,受到儒家文化的影响可能较为有限。这种历史地理观下造就的儒家文化不同影响可能仍持续至今。区分“汉地十八省”^①与边疆省份后的分组回归结果如表6中列

^①“汉地十八省”也称“内地十八省”,是历朝历代都控制的中国本部地区,包括:江苏(及上海)、浙江、安徽、江西、湖北、湖南、四川(及重庆)、福建(及台湾)、广东(及海南、香港和澳门)、广西、云南、贵州、直隶(包括北京、天津两市、河北长城南部地区和河南、山东的小部地区)、河南、山东、山西、陕西、甘肃(及宁夏)。

(5)、列(6)所示。“汉地十八省”的回归结果与基准回归保持一致,而边疆省份的系数则显著为负。组间检验结果表明对应各组间回归系数存在显著差异。因此,相较于边疆省份,儒家文化对“汉地十八省”地区企业环境信息披露质量的促进作用更明显。

4. 东部地区与中西部地区。由于中国不同区域的经济发展水平、市场化程度、环境保护等方面具有显著不同,因此儒家文化对于环境信息披露质量的影响可能存在经济发展的地区性差异。相比于中西部地区,东部地区由于地理位置和政策因素,具备更强的市场开放程度,因此受到外来文化冲击与市场观念作用的程度更大,儒家文化的影响会相对弱化。而中西部地区拥有丰富自然资源的同时也面临较为严峻的环境挑战,其在经营管理上也更侧重于家族式与乡情式经营,与传统儒家文化的联系会更加紧密。本文根据企业所属省份将样本分为东部地区和中西部地区,分组回归结果如表6中列(7)、列(8)所示。不论处于何种地区,儒家文化均能驱使企业提供高质量的环境信息,但相关结果表明中西部地区较东部地区更加显著,且组间回归系数存在显著差异。因此,相较于东部地区,儒家文化对中西部地区企业环境信息披露质量的促进作用更明显。

表6 异质性分析

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	劳动密集型企业	非劳动密集型企业	重污染行业	非重污染行业	“汉地十八省”	边疆省份	东部地区	中西部地区
<i>Confu</i>	0.058 *** (3.874)	0.036 *** (4.144)	0.059 *** (4.561)	0.027 *** (2.905)	0.027 *** (2.791)	-0.108 ** (-2.565)	0.025 ** (2.350)	0.063 *** (5.810)
<i>_cons</i>	-2.786 *** (-8.380)	-2.761 *** (-18.664)	-1.097 *** (-4.020)	-2.753 *** (-19.012)	-2.650 *** (-19.678)	-2.270 *** (-4.515)	-2.694 *** (-17.905)	-2.479 *** (-9.216)
<i>Controls</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Industry/Year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	5640	14679	4633	15686	19161	1158	15064	5255
<i>Adj-R²</i>	0.405	0.414	0.338	0.385	0.412	0.502	0.408	0.419
组间系数差异检验	(2) - (1) = -0.022		(4) - (3) = -0.032		(6) - (5) = -0.135		(8) - (7) = 0.037	
<i>P</i> 值	0.064		0.038		0.000		0.021	

五、进一步研究

(一) 替代机制:绿色金融制度

制度经济学认为,非正式制度与正式制度作为制度体系的两个重要方面,可能既存在着强化效应,也存在着挤出效应。前文的结论表明,作为非正式制度在中国的典型代表,儒家文化一直在无形中通过道德准则与行为规范不断影响着个体或组织的行为决策,对企业环境信息披露质量发挥治理作用。而已有研究也证实,环境立法、执法等正式制度规则同样能够影响企业的绿色行为^[32]。区别于命令型规制和市场型规制,绿色金融政策正通过建立有效的创新性制度引导资源配置向可持续发展产业聚集从而发挥生态环境治理作用。那么作为我国生态文明建设的重要抓手,绿色金融制度体系是否会影响儒家文化作为非正式制度的功能与效用?本文借鉴李素峰等的思路^[33],根据央行发布的《关于构建绿色金融体系的指导意见》,分别从绿色信贷、绿色投资、绿色保险、绿色债券、绿色支持、绿色基金、绿色权益等维度建立综合评价指标体系,应用熵值法对绿色金融制度水平(*GF*)进行测算,并在模型中加入儒家文化与绿色金融制度水平的交互项(*Confu* × *GF*)来验证二者之间的关系,回归结果见表7中列(1),儒家文化的系数与基准回归仍保持一致,但交互项的回归系数显著为负。该结论表明,绿色金融制度负向调节了儒家文化与企业环境信息披露质量的关系,即正式的环境制度与儒家文化这一非正式制度在促进企业环境信息披露质量的提升方面形成了相互的替代与补充机制。

(二) 强化机制:媒体关注度

作为另一种非正式制度,媒体关注不仅能够对管理者的决策产生影响,也能够影响儒家文化与环境信

息披露质量的作用关系。一方面,孔子有云“唯器与名,不可以假人”,儒家文化不仅倡导内在道德修养,而且高度重视外在的声誉与社会评价。由于企业获得媒体关注的程度与公司或管理层的声誉息息相关,因此越受儒家文化影响的企业,越会在意媒体关注度,这使得企业在主观上更有动机提升环境信息披露质量以获取声望。另一方面,媒体关注与报道有效缓解了资本市场上的信息不对称程度,能够帮助利益相关者发挥监督效应,尤其是基于可持续发展理念深入人心的前提下,在客观上形成了外部环境治理机制进而迫使企业披露环境信息。本文参考王福胜等的研究^[34],用各公司年度媒体报道数量加1后取自然对数来衡量企业的媒体关注度(*Media*),并重点关注儒家文化与媒体关注度的交互项(*Confu* × *Media*),以此来分析媒体关注度所发挥的作用。从表7中列(2)可见,儒家文化、儒家文化与媒体关注度的交互项的回归系数均显著为正,说明企业受到的媒体关注程度越高,儒家文化对环境信息披露质量的提升效应越强,即媒体关注度正向调节了儒家文化与环境信息披露质量的关系,从而形成了一种强化机制。

(三) 经济后果:环保“言行”是否一致

如前文所述,儒家文化能促使企业对外提供高质量的环境信息,从而在“言”的维度推动自身绿色转型。那么进一步从“行”与“言行一致”的角度来看,儒家文化对于环境信息披露质量的驱动作用是否会驱使企业在环境投入方面有所实质行动而非仅仅停留于披露信息?本文参考于连超等的研究^[35],构建变量环保投资(*EPIInvest*),为企业当年环保投资支出额加1后的自然对数,以分析经济后果。表7中列(3)可见,从“行”的维度考虑,儒家文化对于企业环保投资具备显著的促进作用。而列(4)则表示,当同时考虑企业的绿色“言”与“行”时,儒家文化对于企业环保投资具备正向影响但不显著,而环境信息披露质量能显著提升企业的环保投资规模。以上结果表明,儒家文化自身对于企业的环保投资行为具备正向影响,而环境信息披露质量在儒家文化对于企业环保投资的影响中发挥了完全中介效应,当企业对外提供高质量的环境信息时,也更有意愿实现绿色投入。因此,儒家文化有助于推动企业的绿色行为“言行一致”。

表7 替代机制、强化机制与经济后果分析

	(1) <i>Eidq</i>	(2) <i>Eidq</i>	(3) <i>EPIInvest</i>	(4) <i>EPIInvest</i>
<i>Confu</i>	0.024 ** (2.386)	0.042 *** (5.587)	0.068 * (1.880)	0.039 (1.093)
<i>Confu</i> × <i>GF</i>	-0.289 *** (-5.179)			
<i>GF</i>	-0.417 *** (-8.014)			
<i>Confu</i> × <i>Media</i>		0.014 * (1.685)		
<i>Media</i>		0.029 *** (4.094)		
<i>Eidq</i>				0.690 *** (21.952)
-cons	-2.332 *** (-17.078)	-2.724 *** (-21.067)	-7.138 *** (-13.332)	-5.307 *** (-10.091)
Controls	Yes	Yes	Yes	Yes
Industry/Year	Yes	Yes	Yes	Yes
N	18238	20319	20319	20319
Adj-R ²	0.417	0.410	0.115	0.137

六、结论性评述

本文选取2010—2022年中国A股上市公司为研究样本,对儒家文化与环境信息披露质量之间的关系与作用机制进行了研究。实证结果表明:儒家文化显著提升了企业环境信息披露质量,其所蕴含的责任观、治理观与能力观通过促进责任履行、抑制代理问题、提升动态能力从而对企业的环境信息披露质量发挥正向影响。儒家文化对企业环境信息披露质量的提升在劳动密集型企业、重污染行业、“汉地十八省”与中西部地区更显著。进一步研究发现,正式制度与儒家文化在对环境信息披露质量的影响上存在替代机制,而媒体关注度则强化了儒家文化与环境信息披露质量的正向关系。经济后果表明,在儒家文化的影响下,提供高质量的环境信息会促使企业扩大环保投资,最终在“言”与“行”两个维度实现绿色转型。

本文的研究启示主要有以下三点:第一,中华文明历来强调天人合一、尊重自然。本文的结论则表明儒家文化能显著提升企业的环境信息披露质量,进一步说明在新时代新征程下,儒家文化作为中华民族的“精神命脉”对中国生态文明建设以及现代绿色金融体系构建具有重要的战略意义与发展内涵。其“内儒外商,兼济商贾,为富当仁”的优秀思想内核对于建构中国特色社会主义先进文化具有重要影

响。而在儒家文化的驱动下,当企业提供高质量的环境信息时既可以降低信息不对称,也能督促自身实现绿色行为的“言行一致”。因此,要认识到儒家文化的积极作用,紧扣时代脉搏厚植中华传统美德,深耕儒学“两创”“六进”工程,用文化自信助力经济高质量发展。第二,制度经济学对正式制度与非正式制度之间的关系进行了深刻的探讨,而本文的研究结论进一步验证了就环境信息披露这一问题来说,以儒家文化为代表的非正式制度和以绿色金融为代表的正式制度之间存在着替代关系。因此,一方面要在经济转型中不断推进正式制度建设,积极探索“有效市场,有为政府”相结合的协调发展新格局,使环境信息披露行为和体系逐渐正规、完善;另一方面在制度建设稍显落后的地区,或制度建设仍不完善时,应当积极发挥儒家文化的替代作用,通过儒家文化所蕴含的先进思想使企业明晰其环境信息披露的主体角色,以非正式制度的文化感染来弥补正式制度上的暂时短板。第三,本文的结论还表明,在声誉机制与监督机制的作用下,媒体关注度能强化儒家文化对于环境信息披露质量的积极作用。因此,媒体应当将企业环境责任、绿色发展等议题置于重要位置,通过专题报道、深度分析等方式提高公众对于环境信息披露的关注度。而政府也应当加强与媒体的跨界合作,建立联动机制,疏通媒体报道渠道,共同构建以儒家文化为指导的环境信息披露制度体系,形成有效的市场和社会约束机制并推动相关政策与法规的进一步完善。

本文基于非正式制度视角对儒家文化在企业环境信息披露质量上的提升作用做了初步的探索。未来的研究除了对研究样本和研究区间的普适性扩展外,也可以根据不同理论来探讨二者间其他可能的影响机制。同时,针对不同制度,可以进一步明晰在双重规制视角下企业环境信息披露的行为逻辑,或是引入市场资源配置的影响,抑或分析其他优秀传统文化或独特企业文化的影响,并以此为出发点,对企业的绿色行为展开研究,不断追踪理论实践前沿。

参考文献:

- [1] Zhang Z Q, Su Z, Wang K, et al. Corporate environmental information disclosure and stock price crash risk: Evidence from Chinese listed heavily polluting companies[J]. *Energy economics*, 2022, 112: 106116.
- [2] Prasad M, Mishra T, Kalro D A. Environmental disclosure by Indian companies: An empirical study [J]. *Environment, Development and Sustainability*, 2017, 19 (5): 1999-2022.
- [3] 黄珺,周春娜. 股权结构、管理层行为对环境信息披露影响的实证研究——来自沪市重污染行业的经验证据[J]. *中国软科学*, 2012(1): 133-143.
- [4] 曹翠珍,张越,郭金花. 数字技术赋能企业提升环境信息披露质量实证研究[J]. *统计与信息论坛*, 2023(12): 37-49.
- [5] 吴杨. 完善公司环境信息披露机制的合规路径[J]. *中南民族大学学报(人文社会科学版)*, 2022(6): 130-136.
- [6] Porter M E, Linde C V D. Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship[J]. *Journal of Economic Perspectives*, 1995, 9(4): 97-118.
- [7] 孔东民,韦咏曦,季绵绵. 环保费改税对企业绿色信息披露的影响研究[J]. *证券市场导报*, 2021(8): 2-14.
- [8] 占华. 绿色信贷如何影响企业环境信息披露——基于重污染行业上市企业的实证检验[J]. *南开经济研究*, 2021(3): 193-207.
- [9] 王婉菁,朱红兵,张兵. 资本市场开放与环境信息披露质量[J]. *管理科学*, 2021(6): 29-42.
- [10] Williamson E O. The new institutional economics: Taking stock, looking ahead [J]. *Journal of Economic Literature*, 2000, 38 (3): 595-613.
- [11] 居来提·色依提,张传兵,葛力铭. 儒家文化降低企业内收入不平等了吗——基于区域信任度与公平感的视角[J]. *科学决策*, 2022(5): 15-34.
- [12] 王福波. 传统儒家文化对推进我国市场经济法制建设的积极作用[J]. *探索*, 2014(3): 188-192.
- [13] 邹萍,李谷成. 儒家文化能促进企业社会责任吗? [J]. *经济评论*, 2022(2): 154-170.
- [14] Du X. Does confucianism reduce minority shareholder expropriation? Evidence from China[J]. *Journal of Business Ethics*, 2015, 132(4): 661-716.
- [15] 张璇,束世宇. 儒家文化、外来文化冲击与企业创新[J]. *科研管理*, 2022(9): 194-200.

- [16] 毕茜, 顾立盟, 张济建. 传统文化、环境制度与企业环境信息披露[J]. 会计研究, 2015(3): 12-19.
- [17] 程博, 潘飞, 王建玲. 儒家文化、信息环境与内部控制[J]. 会计研究, 2016(12): 79-84.
- [18] 潘子成, 易志高, 柏淑嫒. 儒家文化能抑制企业信息披露违规吗? [J]. 管理学报, 2022(1): 102-123.
- [19] Chen L, Jin Z, Ma Y, et al. Confucianism, openness to the west, and corporate investment efficiency [J]. European Financial Management, 2019, 25 (3): 554-590.
- [20] 邹萍. 儒家文化能促进企业社会责任信息披露吗? [J]. 经济管理, 2020(12): 76-93.
- [21] Marquis C, Tilcsik A. Imprinting: Toward a multilevel theory [J]. The Academy of Management Annals, 2013, 7 (1): 195-245.
- [22] 侯世英, 宋良荣. 儒家文化会影响企业审计行为吗? [J]. 南京审计大学学报, 2020(6): 28-36.
- [23] 卢宏亮, 马泽恩, 许潇月. 儒家文化、内部控制与企业商业信用融资[J]. 经济与管理评论, 2023(2): 83-94.
- [24] Teece D J, Pisano G, Shuen A. Dynamic capabilities and strategic management[J]. Strategic Management Journal, 1997, 18(7): 509-533.
- [25] 杨林, 和欣, 顾红芳. 高管团队经验、动态能力与企业战略突变: 管理自主权的调节效应[J]. 管理世界, 2020(6): 168-188.
- [26] 杜兴强, 谢裕慧, 赖少娟, 等. 儒家文化与会计稳健性[J]. 会计研究, 2023(1): 57-72.
- [27] 汤旭东, 王琳, 宁博, 等. 君子取财有道: 儒家文化对企业避税的影响研究[J]. 管理学报, 2024(3): 445-453.
- [28] 张梓靖, 黄福宁, 宋明勇. 机构投资者网络中心性与企业环境信息披露[J]. 证券市场导报, 2023(7): 3-13.
- [29] 高杰英, 褚冬晓, 廉永辉, 等. ESG 表现能改善企业投资效率吗? [J]. 证券市场导报, 2021(11): 24-34.
- [30] Ang S J, Cole A R, Lin W J. Agency costs and ownership structure [J]. The Journal of Finance, 2000, 55 (1): 81-106.
- [31] Wang L C, Ahmed K P. Dynamic capabilities: A review and research agenda [J]. International Journal of Management Reviews, 2007, 9 (1): 31-51.
- [32] 翟华云, 高蔚然, 李岱玲, 等. 地方环境立法、环境司法与企业绿色创新——基于立法与司法协同视角[J]. 审计与经济研究, 2024(1): 106-116.
- [33] 李素峰, 杨蕾, 冯鸿雁. 绿色金融、环境规制与经济高质量发展——基于京津冀协同发展战略对比分析[J]. 中央财经大学学报, 2024(3): 3-15.
- [34] 王福胜, 王也, 刘仕煜. 媒体关注、管理者过度自信对盈余管理的影响研究[J]. 管理学报, 2022(6): 832-840.
- [35] 于连超, 张卫国, 毕茜. 环境保护费改税促进了重污染企业绿色转型吗? ——来自《环境保护税法》实施的准自然实验证据[J]. 中国人口·资源与环境, 2021(5): 109-118.

[责任编辑: 高 婷]

Confucian Culture and the Quality of Corporate Environmental Information Disclosure

YANG Zhonghai¹, LIU Jinqi²

(1. School of Economics and Management, Harbin Engineering University, Harbin 150001, China;

2. School of Economics, Heilongjiang University of Finance and Economics, Harbin 150025, China)

Abstract: The article empirically analyses the impact of Confucian culture on the quality of corporate environmental information disclosure based on a research sample of A-share listed companies from 2010 to 2022. The study shows that Confucian culture significantly enhances the quality of corporate environmental information disclosure, a finding that remains unchanged after a series of robustness tests. The mechanism test finds that Confucian culture enhances the quality of corporate environmental disclosure by promoting corporate responsibility fulfillment, inhibiting agency problems, and enhancing dynamic capabilities, and the above relationship is more pronounced in labour-intensive enterprises, heavily polluting industries, the eighteen provinces of Han and the central and western regions. Further research shows that the green financial system and media attention play alternative and strengthening mechanisms respectively, in the influence of Confucian culture on the quality of corporate environmental information disclosure, and that the provision of high-quality environmental information under the influence of Confucian culture motivates firms to expand environmental protection investment and ultimately achieve green transformation in the two dimensions of both word and deed.

Key Words: quality of environmental information disclosure; Confucian culture; green finance; informal system; media attention; environmental governance