

Literature Review of Corporate Social Responsibility, Media Attention and Green Innovation

Xu Xiong

School of Accounting, Yunnan University of Finance and Economics, Kunming, Yunnan, 650221, China

Abstract

With the report of the 20th Party Congress, it further highlights the need for enterprises to optimize the energy structure and develop green and low-carbon industries. Some scholars have conducted related studies on corporate social responsibility, media attention and green innovation respectively. Based on stakeholder theory, it is found that the fulfillment of corporate social responsibility will promote green innovation; based on agency theory, it is found that the fulfillment of corporate social responsibility will lead to the reduction of investment in innovation and research and development. Media reports will force enterprises to correct their behaviors to fulfill their social responsibility and green innovation, but when the media pursues profits and sensational effects, it will bring negative effects. In the face of the negative effects of the media, only by restraining the policy system, improving the legal awareness of the media industry, and improving the public's ability to recognize all kinds of information, can the media play its function of transmitting information and supervising more effectively.

Keywords

corporate social responsibility; media attention; green innovation; literature review

企业社会责任、媒体关注与绿色创新的文献综述

熊旭

云南财经大学会计学院, 中国·云南昆明 650221

摘要

随着党的二十大报告的召开,进一步突出强调企业要优化能源结构,发展绿色低碳产业。有学者分别对企业社会责任、媒体关注与绿色创新进行相关研究。基于利益相关者理论发现企业履行社会责任会促进企业绿色创新;基于代理理论发现企业履行社会责任会导致减少对创新研发的投入。媒体报道会迫使企业改正自身的行为从而履行社会责任与绿色创新,但当媒体为了追求利益与轰动效应反而会带来负面影响。面对媒体的负面效应只有从政策制度加以约束、媒体行业注重自身法律意识的提升与公众提高辨别各种信息能力,媒体才能更大地发挥自己传递信息与监督的功能。

关键词

企业社会责任; 媒体关注; 绿色创新; 文献综述

1 引言

党召开的二十大报告中指出要积极推动绿色发展,加快推动产业结构、能源结构调整优化,发展绿色低碳产业、加快节能降碳先进技术的研发与推广。企业进行绿色创新是解决保护环境与发展经济问题之间的有效手段,是积极响应国家号召发展绿色低碳。作为社会经济主体,企业进行绿色创新在短期来看无法带来经济利益但从长期来看有助于形成企业的核心竞争力,生产绿色产品注重产品的健康与安全会赢得消费者信任帮助企业开拓绿色市场,注重环境的保护,节约能源有助于企业正面形象的塑造。媒体作为信息的传递者与社会的监督者,近年来的影响力越来越不可

忽视,一方面为社会传递信息,能有效解决信息的不对称;另一方面作为一个监督者也密切地关注着企业社会责任的履行与绿色创新的情况,当一家企业积极履行社会责任与进行绿色创新时,媒体报道会放大企业的优点,这样有利于企业构建良好的政治关系、缓解融资约束、吸引优秀人才、股票价格上涨等优势,当媒体对企业进行负面报道时,公众的注意力更多地会放到被关注的企业身上,引起相关部门的介入,会迫使企业改变自己的行为。企业履行社会责任是兼顾相关者的利益,随着人们生活水平的提高,对环境的质量要求也提高,迫切要求企业履行社会责任,企业应当把履行社会责任纳入自身发展战略中。现有对企业社会责任与绿色创新的研究主要基于利益相关者理论与代理理论,大多数学者基于利益相关者理论得出企业履行社会责任是有益于绿色创新的,基于代理理论发现企业履行社会责任会造成成本增加从而减少绿色创新的投入。

【作者简介】熊旭(1998-),女,中国贵州铜仁人,硕士,从事公司治理与审计研究。

论文以当前要求企业节约资源、节能减排进行绿色创新为背景，在以往学者的研究基础上，总结企业履行社会责任对绿色创新的影响、媒体关注对绿色创新的影响以及三者之间的关系。

2 绿色创新相关研究

自工业革命以来带来经济的快速增长的同时也带来了严重的环境问题，当时人们的关注主要的是污染后的治理，没有关注到从企业的原材料的高效利用、生产技术、绿色流程以及产品的开发与利用来保护环境，直至后来人们才开始从污染的治理转而关注环境污染的防范，转向绿色流程、绿色产品的开发与利用、生产技术的改进以及产品的创新也就是绿色创新。在 21 世纪“绿色创新”成为主流的研究，但对绿色创新的含义不同的学者从不同的角度分析有不同的理解，关于绿色创新的范畴有学者认为不仅包括绿色产品、绿色生产与绿色技术创新还涉及绿色营销、塑造绿色品牌和打造绿色生活方式更大的范畴，还有学者认为绿色创新不仅包含末端治理技术创新、绿色产品创新与绿色工艺创新还包含绿色意识的创新。现有的研究文献中关于绿色创新的表述中指出绿色创新可以概括为环境观念的创新、环境治理技术的创新、符合环保要求的绿色产品的创新、无公害生产的创新以及环境-经济一体化制度的创新等（陈华斌，1999），Aguilera-Caracuel（2013）指出绿色创新包括节约能源、防止污染或使废物回收利用成为可能的技术改进，还包括绿色产品设计和企业环境管理。李旭（2015）认为绿色创新还被称为“可持续创新”“生态创新”或“环境创新”等。李青原和肖泽华（2020）发现绿色创新能够减少环境污染，节约能源，实现环境保护与企业竞争力相协调的绿色可持续发展。Chen（2008）指出投资发展绿色核心能力有助于企业提升绿色创新能力与绿色形象，Kemp（2011）将生态创新与绿色创新两者合二为一。张钢和张小军（2011）从环境经济学、创新经济学、战略管理、产业组织等四个视角来对绿色创新的研究进行梳理，指出尽管视角、学科不同但对绿色创新的内涵以及绿色创新对企业战略意义的理解基本上还是一致的。同时在之后两位学者还区分出与绿色创新相近的概念即生态创新、环境创新与可持续创新来重新确定绿色创新的定义与内涵中指出绿色创新拥有其他类型创新所不具备的“双重外部性特征”。

综上所述，学术界对绿色创新尚未得到一个统一的定义，但都普遍认同绿色创新能改善污染环境，提升企业的核心竞争力且将绿色创新与其他创新相关概念区分开来。目前很多文献从企业申请的绿色专利技术数量来进行绿色创新研究。

3 企业社会责任与绿色创新的研究

近年来，企业履行社会责任成为企业运营的重要组成

部分。Garel 等（2021）在研究新冠疫情冲击下，在环境问题上承担更多责任的公司会有更好的股票收益。李正（2006）指出从短期来看企业社会责任会降低企业价值，但从长期来看企业承担社会责任并不会降低企业价值。权小锋等（2015）研究指出在中国资本市场上企业社会责任体现的是管理层的“自利工具”而不是股东的“价值利器”。Barbarossa 等（2022）研究发现公司在不同领域参与社会责任时，基于消费者的焦点道德对不同领域的反应不同。在民营企业中履行社会责任程度越高，不仅容易获得贷款还有利于帮助企业建立政治联系（李姝、谢晓嫣，2014），企业履行社会责任的信息披露还能够带来融资便利，有助于股权再融资（何贤杰等，2012）。基于利益相关者理论，企业社会责任利于与外部利益相关者建立信任（Forcadell 等，2020）。相关文献都表明企业社会责任在建立政治关系、融资、企业价值等方面发挥了很多积极作用。

绿色创新是近几年理论界与实务界都关注的热点话题，尤其是在最近召开的二十大报告中再一次强调了企业要进行绿色转型创新。绿色创新明显改善环境保护和可持续业务发展，已成为企业社会责任战略的重要组成部分（Triguero 等，2013）。因此，研究企业社会责任的履行对绿色创新的影响具有重要意义。企业社会责任披露能促进企业绿色转型（王晓祺、宁金辉，2020；Mbanyele 等，2022）。杨冬云和谢杨（2019）研究企业社会责任、绿色创新能力和企业环境绩效的关系，企业社会责任可以加强绿色创新能力和企业环境绩效的正相关关系；肖小虹等（2021）指出企业社会资本与高管薪酬激励的调节效用更能够使企业社会责任促进绿色创新；Shahzad 等（2020）探讨企业社会责任的所有维度都对环境的可持续发展都有积极的作用进而影响到绿色创新。还有学者研究企业社会责任对环境绩效的影响，发现企业社会责任对环境绩效的影响是通过中介作用绿色创新来实现的，但也有学者基于代理理论分析企业开展社会责任会对企业绿色创新产生消极的影响。

企业社会责任与绿色创新关系如图 1 所示，学术界大多数都认为企业社会责任对绿色创新具有积极的影响作用符合利益相关者理论，将履行企业社会责任纳入对绿色产品的开发，资源的高效利用。另一部分学者认为企业履行社会责任会增加企业的成本，衡量企业进行绿色创新最具代表性的对绿色专利技术的投资与研发，企业履行社会责任会减少对绿色专利技术的研发投入，从而不利于企业绿色创新，得出两种不同的观点可能是因为还有其他影响两者关系的变量没有考虑。

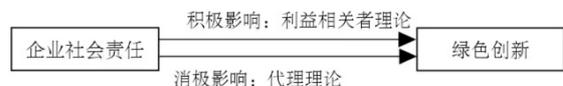


图 1 已有研究企业社会责任对绿色创新的影响

4 媒体关注与绿色创新关系的研究

媒体作为当代新型的传播与监督工具，一方面发挥着收集、传播信息的作用，另一方面通过频繁地关注一家企业可以对企业的行为起着规范作用，帮助政府、公众监督“看不见”的一面。当企业有不好行为发生时，通过频繁发布报道引起社会公众的广泛关注与相关监管部门的介入。研究发现如果媒体对一家公司进行正面报道可以带来为企业在公众心中树立良好的形象，构建良好的政企关系，减少融资约束，吸引优秀人才等好处。李培功和沈艺峰（2010）指出媒体对公司的治理发挥了积极作用，随着媒体曝光内容的深度、曝光的数量越多，越能使企业改变自己的行为，引起相关行政部门介入治理效果越明显，同时，相比政策导向性媒体市场导向性媒体的治理效果更明显。Chen等（2022）在数字经济背景下，媒体正面报道对绿色创新的推动作用更大，媒体关注可以通过给企业施加压力促使企业履行社会责任进行绿色创新，说明其发挥的作用在当今社会越来越不可忽视。从媒体环境治理视角出发，发现媒体关注能够促进企业加大绿色创新的投入，但对企业绿色技术创新的产出没有直接影响（赵莉和张玲，2020）；基于利益相关者理论与生态现代化理论发现，以负面报道为指标衡量的媒体关注对绿色创新能起到积极的作用，但如果环境规制政策严苛、市场竞争激励和微观控制松散的话反倒会减弱媒体关注的正向影响作用（张玉明等，2021）。王云等（2017）发现媒体对企业环境污染的负面报道会增加企业的环保投资。夏文蕾等（2020）以2010年至2018年重污染上市企业为样本，根据公司治理假说与创新补偿效应发现媒体环保监督能规范企业绿色创新行为的提升、减少信息不对称与企业绿色融资压力。对于重污染企业与资源浪费型企业媒体的监督促进其绿色转型的效果可能更加明显。上述学者大多研究发现媒体关注通过各种方式可以促进企业进行绿色创新。

并不意味着媒体始终发挥着积极的一方面，在利益的驱使下，为了迎合大众，媒体可能发布具有误导性的文章。Dai et al.（2015）用2001—2012年数据分析发现企业新闻媒体报道数据，分析发现媒体报道与企业创新之间是呈负向关系。杨道广等（2017）表明媒体关注的压力会导致企业或经理人过于短视，媒体负面报道的数量与企业创新水平呈负向关系。阳丹和夏晓兰（2015）认为媒体报道会使管理者更加注重短视行为减少创新活动的投入。两者关系如图2所示。



图2 已有研究媒体关注对绿色创新的影响

5 企业社会责任、媒体关注与绿色创新关系的研究

现有文献多研究企业社会责任能否促进企业绿色创新或媒体关注对绿色创新的影响。同时将企业社会责任与媒体关注纳入同一个研究框架去研究企业绿色创新的文献少，研究三者之间的关系都是将媒体关注作为一个调节作用。肖红军等（2022）就发现无论是政策导向型媒体还是市场导向型媒体都在企业社会责任与绿色创新之间起正向调节作用，企业履行社会责任会加强企业的环保投资从而促进绿色创新。虽然企业履行社会责任会占用企业的资源，短期来看增加了企业成本损害了所有者的利益，但长期看可以从利益相关者那里获取更多的好处，企业进行绿色创新是在发展绿色低碳经济背景下进行的，可以为企业减少一部分竞争对手。媒体发挥外部治理作用，当媒体对企业进行正面报道时可以放大企业的优点，同样当媒体对企业进行负面报道时也会无限放大企业的缺点，企业要利用媒体对自身的关注当作对自己形象进行宣传的渠道形成良好的声誉，充分利用社会资源进行绿色创新。媒体关注与企业社会责任两者都能有效缓解信息的不对称，企业通过履行社会责任向市场传递一种积极信号减少绿色融资约束。基于信息不对称理论与媒体治理理论，发现媒体关注与企业的竞争力正向相关，媒体可以规范企业行为，使企业关注自身形象并且还发现企业社会责任在媒体关注与企业竞争力之间作为中介作用，当企业面临舆论压力与市场压力的时候会更加主动地去承担社会责任（李子健和牛贵宏，2022）。徐珊和黄健柏（2015）基于利益相关者理论，得出媒体关注对上市公司的社会责任有显著的影响，且负面报道的影响更为显著。这是因为当媒体关注公司时，相比其他未被媒体关注的公司，会有更高的曝光度，政府、公众、投资者等利益相关者会将目光更多地聚焦到媒体关注的企业，企业会更加谨慎规范自己的行为，履行社会责任不仅仅是进行慈善捐赠等公益性行为也包括对环境的保护，生产绿色产品，改进自己的工艺技术，更多的就去进行绿色创新，显然这会增加利益相关者对企业的“好感”。

媒体关注总是会让企业履行社会责任进行绿色创新吗？吴德军（2016）指出在非国有企业中公司治理与企业社会责任呈正向影响，但在国有企业两者关系并不显著，这主要是由于政策与制度的约束；媒体关注对企业履行社会责任的影响也只有非敏感行业中才存在，因为敏感行业本身就受到了来自制度的压力。因此对于国有企业以及敏感行业来说可能媒体关注他们去履行社会责任去进行绿色创新没有影响。熊艳等（2011）基于传播学视角对“霸王事件”进行案例分析媒体为追逐轰动效应会给企业在短期内带来无法恢复的损失，甚至扭曲事实（Ahern和Sosyura，2015）政府只有对媒体进行正确的引导，媒体树立责任意识

以及投资者要能有辨别信息真假的能力,才能有效避免媒体给社会带来的负面影响,才会使媒体扮演好一个外部监督角色,在督促企业履行社会责任进行绿色创新方面发挥的作用才更大。图3表示了社会责任与作为调节变量的媒体关注对绿色创新的影响。



图3 已有研究对企业社会责任与媒体关注对绿色创新的影响

6 研究结论与启示

近几年由于对环境问题的密切关注兴起对绿色创新的关注,从企业社会责任出发研究其对企业绿色创新的影响,总结上述研究结论得出从利益相关者角度企业履行社会责任能够使企业建立良好的政治关联,带来融资便利增加企业股票价值与促进企业进行绿色创新。基于代理理论认为如果企业履行社会责任会导致企业成本增加,衡量企业进行绿色创新的一个重要方面就是企业对绿色研究技术的投入,企业履行社会责任会导致企业减少对绿色研发技术的投入。

媒体不管在中方还是在西方都发挥着重要的监督重要,媒体发布的消息有时候会对一个公司的生成经营造成重要的影响,学者们在研究企业社会责任、媒体关注与绿色创新之间的关系往往都是把媒体关注作为一个调节变量。关于媒体关注对企业社会责任与绿色创新的影响主要有两种不同观点,一种是媒体包括市场导向性媒体与政策导向性媒体,媒体关注发挥一个外部治理作用,能有效缓解市场信息的不对称,当媒体对企业进行更多的关注时,特别是对于一些表现“不好”的企业,会更加改正自己的行为,积极履行社会责任,利用媒体的优势放大自己的优点。还有一种就是媒体所带来的负面效应,媒体为追求轰动效应给企业带来短期的损失且媒体关注在国有企业与敏感行业中对企业社会责任与绿色创新的关系影响并不大。

论文认为在当今背景下相比于企业履行社会责任带来负面影响,履行社会责任为企业带来的好处远远超过给企业带来的坏处,企业不能仅仅考虑自己的利益诉求要更多关注利益相关方的利益,要把社会责任纳入自己的战略框架之中增加对绿色创新的投入,对于积极进行绿色创新的企业,政府应当给予企业政策补助。政府要加强对媒体的引导,对于捏造事实,追求轰动效应的媒体要建立惩罚机制。未来关于企业社会责任与绿色创新的研究除了考虑媒体关注这一个调节变量之外,应当更多地要看其他因素是否会影响两者之间的关系。

参考文献

[1] 陈华斌.试论绿色创新及其激励机制[J].软科学,1999(3):43-44.
 [2] 李旭.绿色创新相关研究的梳理与展望[J].研究与发展管理,

2015,27(2):1-11.

[3] 李青原,肖泽华.异质性环境规制工具与企业绿色创新激励——来自上市企业绿色专利的证据[J].经济研究,2020,55(9):192-208.
 [4] 张钢,张小军.国外绿色创新研究脉络梳理与展望[J].外国经济与管理,2011,33(8):25-32.
 [5] 张钢,张小军.绿色创新研究的几个基本问题[J].中国科技论坛,2013(4):12-15+20.
 [6] 李正.企业社会责任与企业价值的相关性研究——来自沪市上市公司的经验证据[J].中国工业经济,2006(2):77-83.
 [7] 权小锋,吴世农,尹洪英.企业社会责任与股价崩盘风险:“价值利器”或“自利工具”?[J].经济研究,2015,50(11):49-64.
 [8] 李姝,谢晓嫣.民营企业的社会责任、政治关联与债务融资——来自中国资本市场的经验证据[J].南开管理评论,2014,17(6):30-40+95.
 [9] 何贤杰,肖土盛,陈信元.企业社会责任信息披露与公司融资约束[J].财经研究,2012,38(8):60-71+83.
 [10] 温素彬,方苑.企业社会责任与财务绩效关系的实证研究——利益相关者视角的面板数据分析[J].中国工业经济,2008(10):150-160.
 [11] 王晓祺,宁金辉.强制社会责任披露能否驱动企业绿色转型?——基于我国上市公司绿色专利数据的证据[J].审计与经济研究,2020,35(4):69-77.
 [12] 杨冬云,谢杨.企业社会责任、绿色创新能力与企业环境绩效[J].财会通讯,2019(6):100-104.
 [13] 肖小虹,潘也,王站杰.企业履行社会责任促进了企业绿色创新吗?[J].经济经纬,2021,38(3):114-123.
 [14] 李培功,沈芝峰.媒体的公司治理作用:中国的经验证据[J].经济研究,2010,45(4):14-27.
 [15] 赵莉,张玲.媒体关注对企业绿色技术创新的影响:市场化水平的调节作用[J].管理评论,2020,32(9):132-141.
 [16] 张玉明,邢超,张瑜.媒体关注对重污染企业绿色技术创新的影响研究[J].管理学报,2021,18(4):557-568.
 [17] 王云,李延喜,马壮,等.媒体关注、环境规制与企业环保投资[J].南开管理评论,2017,20(6):83-94.
 [18] 夏文蕾,陈晓芳,李琴,等.绿色技术创新、媒体环保监督与企业绩效——来自重污染行业的经验数据[J].财会通讯,2020(16):38-42.
 [19] 阳丹,夏晓兰.媒体报道促进了公司创新吗[J].经济学家,2015(10):68-77.
 [20] 杨道广,陈汉文,刘启亮.媒体压力与企业创新[J].经济研究,2017,52(8):125-139.
 [21] 肖红军,阳镇,凌鸿程.企业社会责任具有绿色创新效应吗[J].经济动态,2022(8):117-132.
 [22] 徐珊,黄健柏.媒体治理与企业社会责任[J].管理学报,2015,12(7):1072-1081.
 [23] 李子健,牛贵宏.媒体关注、企业社会责任与企业竞争力——

- 基于中国A股上市公司的实证研究[J].常州工学院学报,2022,35(1):75-83.
- [24] 吴德军.公司治理、媒体关注与企业社会责任[J].中南财经政法大学学报,2016(5):110-117.
- [25] 熊艳,李常青,魏志华.媒体“轰动效应”:传导机制、经济后果与声誉惩戒——基于“霸王事件”的案例研究[J].管理世界,2011(10):125-140.
- [26] 龙成志,赵兴庐.CSR3.0与可持续创新创业[M].北京:中国经济出版社,2019.
- [27] 良虎.国际化视野下的创造、创新和创业[M].南京:东南大学出版社,2017.
- [28] Aguilera-Caracuel J, Ortiz-de-Mandojana N. Green innovation and financial performance: An institutional approach[J]. *Organization & Environment*, 2013, 26(4): 365-385.
- [29] Ahern K R, Sossyura D. Rumor has it: Sensationalism in financial media[J]. *The Review of Financial Studies*, 2015, 28(7): 2050-2093.
- [30] Barbarossa C, Chen Y, Romani S, et al. Not all CSR initiatives are perceived equal: The influence of CSR domains and focal moralities on consumer responses to the company and the cause[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2022, 380: 134949.
- [31] Chen Y S. The driver of green innovation and green image—green core competence[J]. *Journal of business ethics*,2008,81(3):531-543.
- [32] Chen Z, Jin J, Li M. Does media coverage influence firm green innovation? The moderating role of regional environment[J]. *Technology in Society*, 2022: 102006.
- [33] Dai L, Shen R, Zhang B. The dark side of news coverage: Evidence from corporate innovation[J]. unpublished wp, 2015.
- [34] Forcadell F J, Aracil E, Ubeda F. Using reputation for corporate sustainability to tackle banks digitalization challenges[J]. *Business Strategy and the Environment*, 2020, 29(6): 2181-2193.
- [35] Garel A, Petit-Romec A. Investor rewards to environmental responsibility: Evidence from the COVID-19 crisis[J]. *Journal of Corporate Finance*, 2021(68): 101948.
- [36] Kemp R. Innovation for sustainable development as a topic for environmental assessment[J]. *Journal of Industrial Ecology*, 2011, 15(5): 673-675.
- [37] Mbanyele W, Huang H, Li Y, et al. Corporate social responsibility and green innovation: Evidence from mandatory CSR disclosure laws[J]. *Economics Letters*, 2022(212): 110322.
- [38] Shahzad M, Qu Y, Javed S A, et al. Relation of environment sustainability to CSR and green innovation: A case of Pakistani manufacturing industry[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2020(253): 119938.
- [39] Triguero A, Moreno-Mondéjar L, Davia M A. Drivers of different types of eco-innovation in European SMEs[J]. *Ecological economics*, 2013(92): 25-33.