

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.20240621.101

董事长早期宗族嵌入与企业慈善捐赠

——基于烙印理论的视角

戚阳阳¹, 贺小刚^{1,2}, 李婧文¹

(1. 上海财经大学商学院, 上海 200433; 2. 上海财经大学浙江学院工商管理系, 浙江 金华 321000)

摘要: 本文以2008—2020年中国民营上市公司为样本, 考察董事长早期生活阶段嵌入宗族文化环境形成的宗族烙印如何影响企业的慈善捐赠表现。研究发现: 董事长宗族烙印显著降低了企业的慈善捐赠水平, 且该结果在利用工具变量法、倾向得分匹配法等多种稳健性检验后仍然成立。异质性分析发现, 董事长宗族烙印对慈善捐赠的负向效应在组织下滑状态和国有股权未参股的企业中更显著, 而企业所属行业是否直接面向消费者对上述关系的影响不存在显著差异。进一步分析显示, 董事长宗族烙印的持续性将受到本地文化与外来文化的动态调整, 即公司所在地的红色文化以及董事长的高慈善国家经历都将显著弱化宗族烙印对慈善捐赠的负向影响效应。作用机制分析表明, 董事长宗族烙印主要通过增强管理层的短视倾向, 并增加管理层的关系型交易程度, 进而降低企业的慈善捐赠水平。本文从个体烙印的角度拓展了宗族文化的研究范式, 也为有效识别企业慈善捐赠的前因, 推动民营企业高质量发展提供了实践参考。

关键词: 宗族嵌入; 宗族烙印; 慈善捐赠; 董事长; 烙印理论

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2025)04-0040-23

一、引言

党的二十大报告指出, 中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化。慈善捐赠是缩小贫富差距、促进社会公平、推进共同富裕的重要举措, 也是民营企业实现高质量发展的必由之路。“十四五”规划把公益慈善作为民营企业高质量发展的重要标志, 鼓励民营企业积极履行社会责任, 参与社会公益和慈善事业。《公益时报》发布的第十九届(2022)中国慈善榜数据显示, 民营企业上榜数量达958家, 占上榜企业总数的63.4%, 共计捐赠121多亿元, 超过企业总捐赠额

收稿日期: 2024-01-26

基金项目: 国家自然科学基金项目(72272096, 71972121); 上海财经大学研究生创新基金项目(CXJJ-2022-398)

作者简介: 戚阳阳(1997—), 女, 上海财经大学商学院博士研究生;

贺小刚(1971—), 男, 上海财经大学商学院教授, 博士生导师(通信作者, hxg@mail.shufe.edu.cn);

李婧文(1995—), 女, 上海财经大学商学院博士研究生。

的一半,表明民营企业逐渐成为中国慈善事业的中坚力量^①。

民营企业的慈善捐赠表现背后,源于哪些因素的影响?这一问题受到学者们的广泛关注。高阶理论和烙印理论的现有研究文献认为,企业决策者早期成长阶段经历的特定事件,比如贫困(许年行和李哲,2016)、饥荒(Han等,2022;吴宝等,2024)、灾难事件(O'Sullivan等,2021),将塑造决策者的认知模式,给决策者留下深刻的心理烙印,并最终影响其参与慈善捐赠和社会责任的意愿。然而,鲜有文献关注决策者早期生活环境中的社会文化特征如何给其认知留下烙印,但个体的认知系统离不开文化土壤的塑造(Gupta等,2017;Marquis和Tilcsik,2013;Liu,2016)。

基于此,本文重点关注的问题是,董事长早期嵌入在宗族环境下形成的宗族烙印如何影响其所在企业的慈善捐赠决策。绵延数千年的宗族文化既是中国传统文化的重要标志和传统社会治理的根基,也在现代经济活动中深刻影响着人们的价值观念和行为规范(Greif和Tabellini,2010,2017)。早期生活在宗族文化浓厚地区的个人,通过家族和宗族的教化、引导,以及个人模仿、学习等初级社会化过程,宗族文化的价值观、思维方式和行为规范等嵌入个体的思想,潜移默化地烙印在个人的认知模式和行为偏好中。对于企业的决策者而言,此类烙印一旦形成,则将对企业的决策活动,比如慈善捐赠产生直接的显著的影响。

利用2008—2020年沪深民营上市公司的数据,本文的检验结果表明:(1)董事长的宗族烙印越强,越可能因内外有别的身分认同和对外部社会网络的需求降低,而降低企业的慈善捐赠水平,且这一关系在经过工具变量法、倾向得分匹配法、调整变量测量方式、排除重大灾害潜在影响等一系列稳健性检验后仍然成立。(2)依据企业经营状况、股权结构、所属行业性质的异质性分析发现,董事长宗族烙印对慈善捐赠的影响在组织下滑状态和未包含国有股权的企业中更明显,企业所属行业是否直接面向消费者对上述关系的影响没有显著差异。(3)董事长早期宗族烙印的持续性将受到本地文化与外来文化的动态调整。一方面,公司所在地红色文化将增强董事长的爱国主义和奉献精神,削弱其原有的宗族烙印,进而弱化宗族烙印对慈善捐赠的负向影响。另一方面,由于国家之间文化背景和价值观存在显著差异,董事长具有高慈善国家经历会削弱其宗族烙印,进而弱化宗族烙印对慈善捐赠的负向影响。(4)作用机制分析发现,管理层短视倾向和管理层关系型交易是董事长宗族烙印阻碍企业慈善捐赠的两条作用机制。此外,通过引入小团体集体主义,本文间接验证了董事长宗族烙印会导致管理层短视倾向和管理层关系型交易增加,一定程度上说明作用机制分析的前提假设具有理论合理性。

本研究的理论贡献主要体现在以下三个方面:第一,在宗族文化的基础上提出宗族烙印的概念,拓展了公司决策者个体特征差异影响组织行为的研究视角。现有文献大多关注同一国家不同地区(徐细雄等,2020;Du等,2014)、不同国家之间(Elenkov等,2005;Dickson等,2012)当前的文化差异对公司治理和经济发展的影响,忽视了决策者成长早期沁润的文化环境如何给个体的认知留下烙印,进而对成年后所任职公司的决策行为的影响。公司决策者早期的社会化是在企业组织之外进行的,受早期生活地区的文化环境的长期熏陶。当地文化的价值观和认知模式往往被植入并内化到决策者的意识结构,并且泛化在组织中,表现为公司决策活动的差异。吴超鹏等(2019)和潘越等(2019b)的研究虽然关注决策者籍贯地文化特征对其认知和公司治理的影响,但对于该认知模式如何作用于企业的战略决策还缺乏系统的理论探讨和经验分析。本文关注董事长早期由宗族文化塑造的宗族烙印与企业决策之间的关系,这区别于制度理论视角下文化与组织行为的研究,丰富了高阶理论的研究成果。

第二,结合中国本土情境识别了宗族文化对个体的烙印效应,丰富了个体烙印的来源。个

^①数据来源:<http://www.gongyishibao.com/html/redian/2022/05/21276.html>

体烙印是烙印研究的一个重要主题,为理解个体价值观、认知模式、心理特征等的来源提供思路(Marquis和Tilcsik,2013)。现有研究已经从经济背景、制度环境、社会性冲击事件等宏观层面,以及组织情境、个体过往经历等中微观层面识别了多种反映环境特征的个体烙印形态(Kish-Gephart和Campbell,2015;Marquis和Qiao,2020;Han等,2022;Higgins,2005;田莉和张劼浩,2024)。然而,当前研究忽视了对中国本土情境下具有代表性的宗族文化的烙印效应的考察。本文识别了宗族文化对个体的烙印效应,即通过引导、模仿、学习等社会化过程,宗族文化的价值观和行为规范留存在董事长的认知观念中,并最终转化为董事长的宗族烙印,这拓展了个体烙印的来源。

第三,拓展了企业慈善捐赠前因研究的理论视角。已有文献大多基于制度逻辑考察影响企业慈善捐赠水平的宏观制度压力(张建君,2013;陈贵梧和胡辉华,2018),或者微观激励机制(山立威等,2008;朱丽娜和高皓,2020)。与之不同,本文突破传统的制度理论框架,从董事长个体烙印的视角,考察民营企业慈善捐赠的内在影响因素,为识别民营企业慈善行为差异性的来源开拓了新的研究思路,对于引导企业提升责任意识、促进经济高质量发展和社会共同富裕具有重要的现实意义。

二、理论分析与研究假设

(一)宗族与个体的宗族烙印

宗族是由父系家庭组成的以血缘关系为基础的社会组织(Greif和Tabellini,2017),起源于夏商时期,于宋代以后形成了聚族而居的宗族文化,族谱、祠堂、族规是宗族文化遗产的物质载体(Peng,2004)。宗族文化是同宗、同族在漫长历史发展过程中积淀和提炼出的一套宗族成员共同遵守的价值认同、思维模式和生活规范(Greif和Tabellini,2010),包含内外有别的身份认知,以血缘、地缘关系为基础的特殊信任,敬祖尊宗、光宗耀祖的道德价值观等,内涵十分丰富(刘冲等,2021;潘越等,2019b)。宗族文化虽然曾因市场化改革、外来文化冲击而逐渐衰败,但并未出现传承断裂,伴随近年来中国经济的复兴,宗族文化重新焕发活力(Peng,2004)。

宗族和宗族文化在社会经济的诸多方面扮演着重要角色。在公共生活中,宗族网络的互惠互助在赡济贫弱族人(吴祖鲲和王慧姝,2014)、保障农村公共用品供给(Xu和Yao,2015)、促进农村劳动力流动(郭云南和姚洋,2013)等方面发挥重要作用,宗族的传统观念影响计划生育政策的效力(Peng,2010)、生育的性别偏好(张川川和马光荣,2017)等;在商业活动中,宗族关系在资源提供和信息共享方面的优势可以缓解企业经营的融资约束(潘越等,2019a)、提高并购收益(王陈豪等,2020),宗族的道德教化功能有助于激发管理者的环境责任意识(Tang等,2024),而宗族的排外性、权威取向等则可能对私营企业和现代银行发展产生影响(刘冲等,2021;Zhang,2020)。

起源于生物学的烙印理论认为,组织或个体在其生命周期内存在若干个“敏感期”。在敏感期内,组织或个体发展出与外部环境相匹配的特征,即使随后外部环境变化,这些特征仍持续存在(Marquis和Tilcsik,2013;Marquis和Qiao,2020)。该定义反映了烙印过程的三个关键要素:敏感期、环境烙印、持续性影响。敏感期是组织和个体最容易受外部环境影响的时期。个体发展的特定生理阶段(比如童年期)和角色转换时期(比如职业生涯早期)是个体的关键敏感期(Malmendier等,2011;Schoar和Zuo,2017)。环境烙印是指环境因素对处于敏感时期的个体的塑造作用,促使个体形成与所在环境的核心特征相匹配的特质。现有研究识别了多种反映环境特征的个体烙印形态,比如社会阶层烙印(Kish-Gephart和Campbell,2015)、党员思想烙印(Marquis和Qiao,2020)、亲社会烙印(Han等,2022)、职业烙印(Higgins,2005)、创业经验烙印

(田莉和张劼浩,2024)等等。烙印的持续性影响意味着,即使个体脱离了敏感期的环境,先前形成的烙印仍然会被保留,并持续影响其行为。

综合上述分析,按照烙印理论的逻辑,具有广泛社会影响力的宗族文化可以通过烙印过程,在个人的价值取向上留下长期的认知残留,形成“宗族烙印”。具体来说,出生和成长于宗族文化浓厚地区的个人,幼年时期嵌入在宗族网络,不断接触宗族内的其他成员并与之互动。宗族既是个体发展的首要环境,也是与个体联系最为紧密的微观系统。通过宗族引导、模仿长辈、观察学习等初级社会化过程,个人学习宗族的态度、价值观、思维方式和行为习惯,并将其融入自己的认知模式,形成宗族烙印。比如,参与祭祖拜先、编纂族谱等集体活动能够强化个人血亲共祖的观念,提升个人对宗族的心理和情感认同;对贫弱族人的扶持增强了宗族成员的向心力和凝聚力;对族内优秀人物和事迹的颂扬则有助于激励宗族成员将“出人头地、光宗耀祖”作为人生努力的方向。

(二)董事长宗族烙印与企业慈善捐赠

现有研究表明,宗族文化对企业的影响利弊皆有。学者们主要从社会网络、信任与认同、道德规范的角度,探讨了宗族文化对企业经营的积极影响。王陈豪等(2020)发现,宗族的排他性社会网络有助于在社会关系中形成结构洞和弱连接,帮助企业获得更多社会资本,提高并购收益。潘越等(2019a)发现宗族文化通过增进信任,促进信息交流以及道德规范,显著缓解了民营企业的融资约束问题。Tang等(2024)发现宗族文化通过施加监督压力和道德声誉激励,促使高管提高信息披露质量。也有一些观点认为宗族文化的封闭性、短信任半径特征,会给企业带来负面影响。Li等(2021)发现宗族文化限制了企业在同姓氏网络之外的交易与合作。刘淑春等(2024)发现,宗族文化的圈层结构和宗法家长遗风会导致企业固守传统领域,抑制企业的数字化转型。Xion等(2021)发现对宗族的“无条件忠诚”会带来近亲繁殖和封闭的网络,最终降低了企业的财务绩效。宗族文化的双重影响引发了我们的思考:早年成长于宗族文化环境的董事长,其形成的宗族烙印是否会促进,抑或阻碍企业的慈善捐赠?

一方面,宗族文化对伦理道德的重视引导董事长关注道德声誉,提高慈善捐赠意愿。宗族历来强调道德规范的作用,并在族谱中详细记录宗族成员需要遵守的责任和义务,道德的约束和激励是宗族文化重要的文化内涵(Peng,2004)。个人的失德行为会受到宗族的道德惩罚,宗族内部的互惠互助和对外的慈善行为则为宗族所鼓励(Greif和Tabellini,2017)。对社会做出贡献的宗族成员会得到宗族的赞扬,并引为殊荣(Xu和Yao,2015),做出重大贡献的宗族成员甚至会被记载在族谱中,成为宗族后代学习的榜样(Maher,2000)。早年成长于宗族教化体系下的董事长,在社会交往中将以宗族的道德标准规范自己的行为,树立“光宗耀祖”的人生目标。已有研究表明,慈善捐赠不仅可以帮助企业在日常经营中获得良好的社会声誉和公众形象(高勇强等,2011),而且由于公众通常认为公司的善行与其有道德的高管密不可分(Chen和Meindl,1991),因此企业的慈善捐赠也有助于提升高管的社会地位和形象(Galaskiewicz,1997;Luo等,2017;Brown等,2006)。由此,在宗族烙印的影响下,董事长倾向于将慈善捐赠视为提升个人乃至整个宗族的道德声誉、光耀宗族门楣的重要途径,进而将增加慈善捐赠投入。基于上述分析,提出如下假设:

H1a:董事长的宗族烙印越强,民营企业的慈善捐赠水平越高。

另一方面,在宗族烙印的影响下,董事长也可能减少慈善捐赠。这是因为:第一,宗族文化塑造董事长内外有别的身份认知,对外部群体更低的认同感降低了董事长的慈善捐赠意愿。宗族成员基于血缘或地缘关系、共同遵守的价值规范和思维模式形成内群体,并在祭拜祖先、修缮族谱宗祠等宗族事务和密集的社会交往中,不断加深彼此的情感联结,进一步强化了对宗族

身份的认同(刘淑春等,2024;Su等,2011)。根据社会认同理论,人们会通过社会比较和群体标识进行自我归类,产生内外群体的身份意识,并且在态度和行为等方面具有明显的“内群体偏好”和“外群体歧视”(Tajfel等,1971)。宗族文化下,人们也会差别对待宗族内外成员,倾向于将更多的资源分配给内群体而将更少的资源分配给外群体,比如乡村公共资源仅供族人使用、土地买卖时族人优先等(王丹利,2023;洪名勇等,2021)。早期参与宗族集体活动或与族内成员互动的社会化过程,将持续强化董事长对宗族的归属感和身份认同,进而影响行为。在宗族烙印的影响下,董事长更加关注与自己联系紧密的内部群体,并对其展现更多的道德义务和利他主义(Zhang,2020;Yu等,2020),而对与自己关系距离较远的外部群体则因缺乏情感联结和身份认同,很难产生利他情感,因此董事长的慈善捐赠意愿较低。

第二,宗族文化的特殊信任规范强化董事长对宗族网络的依赖,降低向外扩张社会网络的意愿,从而阻碍企业参与慈善捐赠。宗族文化的一个显著特征是信任半径较短,对有血缘关系的亲戚、族人等内群体成员的信任度更高,对宗族外部的信任程度则较低(Greif和Tabellini,2010)。信任是人际交往中不可或缺的要素,当人们信任他人时,他们更愿意共享自己的资源和技能(祁玲玲和赖静萍,2014)。宗族成员之间基于相互信任能够互帮互助,促进资源共享,宗族网络内部的道德风险和交易成本也更低(张博和范辰辰,2019)。董事长早期嵌入在宗族网络中,耳闻目睹宗族网络在获取信息、资金、人力等资源的便利,对宗族产生极为深刻的依赖情感。在宗族烙印的持续影响下,董事长在企业经营中重视通过血缘、地缘或者“认本家”的方式构建关系网络,以此维系资源共享、风险分担和行为规范(潘越等,2019a),构筑的社会网络呈现内向性和封闭性的特点。然而,慈善捐赠侧重与“陌生人”建立普遍的社会联系,尽管这是企业向外扩张社会网络以及获取战略性资源的一种重要方式(李增福等,2016;Zhang等,2010),但对宗族的信任和依赖降低了董事长构建外部社会网络的需求(刘冲等,2021),因此董事长将减少慈善捐赠。基于上述分析,提出如下竞争性假设:

H1b:董事长的宗族烙印越强,民营企业的慈善捐赠水平越低。

三、研究设计

(一)样本选择和数据来源

本文选择2008—2020年沪深民营上市公司为研究样本。原因是,相比国有企业在慈善捐赠中受到的严格监管^①,民营企业的决策者在慈善捐赠活动中的自主权较大,企业捐赠水平更有可能是决策者个人意志的反映。对初始数据进行如下处理:(1)剔除金融行业样本;(2)剔除ST、*ST等经营异常的样本;(3)剔除数据严重缺失的样本;(4)对连续变量进行1%上下的Winsorize处理,以缓解极端值的潜在影响。最终获得1759家民营上市公司共计11024个观测值。本文将家谱数据与1990年《人口统计年鉴》中的各地市人口数量相结合,构建地市层面宗族文化指标。家谱数据来自上海古籍出版社2009年出版的《中国家谱总目》;董事长出生地市信息源于手工搜集和整理;其余数据来自CSMAR数据库。此外,也通过查询和讯新闻、新浪人物、百度百科等方式尽可能补充董事长个人信息缺失的样本。

(二)变量定义

1.被解释变量

慈善捐赠(Donation)。参考李雪等(2020)、许年行和李哲(2016)等学者的做法,本文采用如下两种方法度量民营企业的慈善捐赠水平:捐赠总额占营业利润的百分比(Donation1)、捐赠总额占总资产的百分比(Donation2)。

^①资料来源:<http://www.sasac.gov.cn/n2588035/n2588320/n2588335/c4259826/content.html>。

2.解释变量

董事长宗族烙印(*Clan*)。族谱是记载家世渊源、传承世系和宗族事迹的典章文献,中国宗族文化在微观层面的体现是个人和家庭对记载家族谱系的族谱的重视。宗族文化氛围越浓厚的地区会更多地保有家族族谱,并能经常性地“修续谱牒”。由于本文关注的是董事长早期生活经历形成的烙印,因此使用董事长出生地市每万人拥有的族谱卷数作为董事长宗族烙印的测度指标(潘越等,2019b)。族谱卷数和地市人数的统计截止年份为1990年,这是因为,1992年邓小平南方谈话后,中国进入高速发展阶段,人口开始大规模流动。为更好地识别各地区宗族文化的历史积淀,降低人口流动的影响,选择截至1990年的数据可能更适合反映当地文化和原住民状况。

3.控制变量

借鉴现有做法(许年行和李哲,2016;李雪等,2020),本文在回归模型中控制了以下可能影响企业慈善捐赠水平的因素:公司年龄(*Firmage*),观测当年减去公司成立年份,取对数;公司规模(*Size*),公司总资产的自然对数;净资产收益率(*Roa*),净利润与总资产的比值;现金比率(*Cash*),现金及现金等价物期末余额占流动负债的比例;公司价值(*TobinQ*);资产负债率(*Debt*),公司总负债占总资产的比率;杠杆比率(*Lev*),净利润、所得税费用、财务费用之和与净利润、所得税费用之和的比例;两职合一(*Dual*),董事长兼任总经理取值为1,否则为0;董事会规模(*Board*),董事会总人数;女性董事比例(*Female*),女性董事人数占董事会总人数的比例;独立董事比例(*Outside*),独立董事占董事会总人数的比例;董事长年龄(*Chairage*),观测当年减去董事长出生年份;董事长性别(*Chairgender*),男性记为1,女性为0。此外还控制了年份(*Year*)、行业(*Industry*)和省份(*Province*)固定效应。

(三)模型设计

为检验董事长宗族烙印对公司慈善捐赠的影响效应,本文采用OLS回归,构建回归模型(1):

$$Donation_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Clan_{i,t-1} + \alpha_2 Controls_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t-1} \quad (1)$$

其中,因变量 $Donation_{i,t}$ 表示公司慈善捐赠水平,自变量 $Clan_{i,t-1}$ 表示董事长在 $t-1$ 年的宗族烙印, $Controls_{i,t-1}$ 为公司 i 在 $t-1$ 年的一组控制变量。在进行回归分析之前,为了便于解释系数,将因变量慈善捐赠的数值扩大了100倍。此外,对变量进行了方差膨胀因子(*VIF*)检验,结果显示 VIF 的平均值为1.33,所有变量的 VIF 值远小于10,基本排除了研究模型的多重共线性问题。

四、实证分析

(一)描述性统计

表1列示了主要变量的描述性统计结果。其中, $Donation1$ 、 $Donation2$ 为公司的慈善捐赠水平,其均值分别为0.466%、0.023%,标准差为1.242、0.047,表明不同公司的慈善捐赠水平呈现较大差异。 $Clan$ 代表董事长宗族烙印,董事长出生地市每万人拥有的族谱卷数最少为0.015卷,最多为55.674卷,表明董事长宗族烙印的强度存在明显差异。其他控制变量详见表1。

(二)董事长宗族烙印对慈善捐赠的影响

1.基准回归结果分析

表2报告了董事长宗族烙印对企业慈善捐赠行为的影响。列(1)和列(3)仅包含控制变量,列(2)和列(4)是加入解释变量宗族烙印($Clan$)后的回归结果。由列(2)的检验结果可知,董事长宗族烙印与民营企业的慈善捐赠水平显著负相关($\beta=-0.159, p<0.01$),表明董事长的宗族烙印越强,企业的慈善捐赠水平越低。由列(4)的检验结果可知,在更换企业慈善捐赠水平度量方

表1 描述性统计

变量	观测值	平均值	标准差	最小值	25%	中位数	75%	最大值
<i>Donation1</i>	11 024	0.466	1.242	-1.570	0.000	0.084	0.429	10.086
<i>Donation2</i>	11 024	0.023	0.047	0.000	0.000	0.006	0.024	0.330
<i>Clan</i>	11 024	7.282	12.216	0.015	0.243	1.581	5.160	55.674
<i>Firmage</i>	11 024	2.700	0.396	1.386	2.485	2.773	2.996	3.401
<i>Size</i>	11 024	21.616	0.995	19.662	20.873	21.509	22.242	24.502
<i>Roa</i>	11 024	0.051	0.055	-0.183	0.024	0.049	0.079	0.211
<i>Cash</i>	11 024	1.340	2.409	0.029	0.235	0.504	1.246	15.737
<i>TobinQ</i>	11 024	2.695	2.105	0.343	1.289	2.072	3.423	11.921
<i>Debt</i>	11 024	0.354	0.187	0.040	0.200	0.337	0.491	0.816
<i>Lev</i>	11 024	1.199	0.667	-0.275	0.965	1.037	1.209	5.325
<i>Dual</i>	11 024	0.403	0.491	0.000	0.000	0.000	1.000	1.000
<i>Board</i>	11 024	8.250	1.491	4.000	7.000	9.000	9.000	17.000
<i>Female</i>	11 024	0.161	0.132	0.000	0.000	0.143	0.222	0.556
<i>Outside</i>	11 024	0.376	0.054	0.200	0.333	0.333	0.429	0.750
<i>Chairage</i>	11 024	53.453	8.146	22.000	48.000	53.000	58.000	88.000
<i>Chairgender</i>	11 024	0.938	0.242	0.000	1.000	1.000	1.000	1.000

式后,董事长宗族烙印与慈善捐赠水平的关系仍然显著为负($\beta=-0.007, p<0.01$)。该结果不支持假设1a,支持假设1b,即董事长的宗族烙印显著阻碍了民营企业的慈善捐赠决策。

2. 异质性分析

由于影响企业决策的因素十分复杂,除了董事长早期嵌入宗族文化环境的烙印效应,企业经营状况、企业股权结构、企业所属行业性质等因素也可能对董事长的决策活动产生影响,进而影响企业的慈善捐赠。该部分进行异质性检验,以分析其他可能的因素对本文研究结论的影响。

第一,慈善捐赠是企业将资源无偿投入社会公益,因此企业的资源占有量也在一定程度上制约着董事长的慈善捐赠决策。组织下滑是企业业绩连续两年及以上的下降,意味着企业出现了整体性的经营困境,陷入持续性的资源缺乏状态(McKinley等,2014)。在组织下滑的经营状况下,如果企业将现存的有限资源用于慈善捐赠,不仅会降低企业短期的财务灵活性和现金水平(许金花等,2018),而且可能会挤占投资机会,给企业经营带来不利影响,导致企业陷入更为严重的下滑状态,因此组织下滑将限制企业实施慈善捐赠的意愿和资源能力。基于此,本文预计,当公司面临组织下滑的经营状况时,董事长宗族烙印对慈善捐赠的负向影响将更加明显。

借鉴已有研究(贺小刚等,2017;Miller和Leiblein,1996),本文采用下滑风险(*RER*)作为组织下滑的代理变量,即以公司每年净资产收益率(*ROA*)相对于目标水平的变化来表示。计算公式如下:

$$RER_{i,t} = \begin{cases} \sqrt{\frac{1}{5} \sum_{t=1}^5 (ROA_{i,t-1} - iROA_{i,t-1})^2}, & \text{if } iROA_{i,t-1} \geq ROA_{i,t-1} \\ 0, & \text{if } iROA_{i,t-1} < ROA_{i,t-1} \end{cases} \quad (2)$$

其中, $ROA_{i,t-1}$ 表示企业*i*在*t-1*年的实际资产收益率, $iROA_{i,t-1}$ 表示企业*i*所在行业在*t-1*年的平均资产收益率,即目标值。为了反映组织下滑的持续性状态,本文以5年为界限,以过去5年内期望差距的根下二阶矩进行测量。在此基础上,如果 $RER>0$,则为组织下滑组($Decline=1$);如果 $RER=0$,则为非组织下滑组($Decline=0$)。检验结果如表3列(1)~(2)所示,董事长宗族烙印(*Clan*)的系数在组织下滑样本中显著为负,在非组织下滑样本中不显著。因此,在组织下滑情境下,董事长宗族烙印对慈善捐赠的负向影响更加明显。

表 2 董事长宗族烙印与慈善捐赠关系的检验结果

变量	Donation1		Donation2	
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Clan</i>		-0.159*** (0.050)		-0.007*** (0.002)
<i>Firmage</i>	2.273 (2.378)	2.202 (2.375)	0.312 (0.202)	0.309 (0.202)
<i>Size</i>	3.399 (2.282)	3.460 (2.288)	0.414*** (0.075)	0.417*** (0.075)
<i>Roa</i>	-73.773** (32.513)	-73.759** (32.637)	10.017*** (1.258)	10.018*** (1.252)
<i>Cash</i>	-0.391 (0.398)	-0.397 (0.394)	-0.038* (0.020)	-0.038* (0.020)
<i>TobinQ</i>	1.184* (0.589)	1.180* (0.589)	0.270*** (0.028)	0.270*** (0.028)
<i>Debt</i>	-18.112*** (6.158)	-18.016*** (5.992)	-1.908*** (0.132)	-1.904*** (0.133)
<i>Lev</i>	1.926*** (0.486)	1.882*** (0.483)	-0.126*** (0.033)	-0.128*** (0.033)
<i>Dual</i>	-2.582 (2.131)	-2.670 (2.080)	-0.110 (0.088)	-0.113 (0.089)
<i>Board</i>	2.443* (1.284)	2.393* (1.268)	0.141*** (0.034)	0.139*** (0.033)
<i>Female</i>	-6.943 (8.817)	-7.209 (8.825)	-0.254 (0.323)	-0.265 (0.323)
<i>Outside</i>	34.074 (23.045)	33.429 (22.842)	1.705** (0.623)	1.677** (0.618)
<i>Chairage</i>	0.005 (0.101)	0.010 (0.101)	-0.002 (0.004)	-0.002 (0.004)
<i>Chairgender</i>	-3.236 (5.031)	-3.305 (4.961)	-0.191 (0.248)	-0.194 (0.246)
<i>Constant</i>	-55.825 (36.321)	-55.238 (36.723)	-9.244*** (1.376)	-9.219*** (1.377)
<i>Year/Industry/Province</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	11 024	11 024	11 024	11 024
<i>Adj.R²</i>	0.026	0.026	0.098	0.098

注：*、**、***分别表示 $p<0.10$ 、 $p<0.05$ 、 $p<0.01$ ，括号内为经行业聚类的稳健标准误，下同。

第二，随着混合所有制改革的不断深入，越来越多的国有资本入股民营企业，影响着民营企业的治理和发展。国有股权参股民营企业虽然有助于民营企业依靠与政府的政治关联获取经济资源和发展机会(郝阳和龚六堂, 2017)，但同时国有股东也会对民营企业进行行政干预，要求其承担更多的社会责任，比如通过慈善捐赠的方式提供社会福利，从而帮助政府实现社会发展目标(黄阳等, 2024)。为了获取便利的资源，民营企业通常需要让渡部分决策权。因此，预期企业股权结构中包含国有股权将削弱董事长宗族烙印对慈善捐赠的负向影响。即，相比于股权结构中包含国有股权的民营企业，在不包含国有股权的民营企业中，董事长宗族烙印对慈善捐赠的阻碍作用将更加明显。

该部分依据企业股权结构中是否包含国有股权，将样本划分为包含国有股权组($State=1$)和不包含国有股权组($State=0$)，并进行分组检验，结果如表3列(3)~(4)所示。董事长宗族烙印($Clan$)的系数在包含国有股权组不显著，在不包含国有股权组显著为负。因此，董事长宗族烙印

表3 异质性分析检验结果

变量	(1) <i>Decline=1</i>	(2) <i>Decline=0</i>	(3) <i>State=1</i>	(4) <i>State=0</i>	(5) <i>Direct=1</i>	(6) <i>Direct=0</i>
<i>Clan</i>	-0.341*** (0.099)	0.082 (0.074)	-0.032 (0.122)	-0.157** (0.056)	-0.278*** (0.020)	-0.132* (0.071)
<i>Firmage</i>	1.228 (1.923)	4.608 (5.801)	-30.068*** (4.841)	4.321* (2.451)	-20.057 (19.490)	4.584 (3.424)
<i>Size</i>	5.975* (2.894)	1.711 (2.325)	1.667 (3.120)	3.580 (2.350)	8.436*** (0.715)	2.980 (2.598)
<i>Roa</i>	-9.310 (23.864)	-195.055*** (24.240)	-108.988** (44.381)	-76.000* (38.784)	-106.128** (23.024)	-69.929* (33.740)
<i>Cash</i>	-0.097 (0.982)	-0.141 (0.361)	0.668 (1.282)	-0.438 (0.455)	0.308 (1.280)	-0.493 (0.412)
<i>TobinQ</i>	1.637** (0.659)	2.344*** (0.707)	-1.243 (0.952)	1.414** (0.589)	4.679*** (0.092)	0.728 (0.628)
<i>Debt</i>	-29.361*** (4.877)	-3.262 (16.166)	48.098* (26.113)	-21.863*** (7.245)	-11.329 (5.220)	-19.389*** (6.279)
<i>Lev</i>	1.395* (0.746)	23.453 (13.729)	1.972 (4.033)	1.653*** (0.493)	-5.622 (3.300)	2.335*** (0.535)
<i>Dual</i>	-5.783** (2.133)	1.909 (3.217)	-3.890 (3.488)	-2.684 (2.323)	-19.054 (8.222)	-0.605 (1.694)
<i>Board</i>	1.488 (1.123)	3.175* (1.576)	4.820*** (1.483)	2.203 (1.351)	-0.212 (2.351)	2.412* (1.345)
<i>Female</i>	0.705 (6.734)	-17.283 (16.953)	41.829*** (9.819)	-9.659 (9.272)	30.733 (16.300)	-11.166 (8.886)
<i>Outside</i>	14.504 (24.780)	68.234* (34.883)	-4.117 (60.288)	33.239 (25.033)	-104.857 (50.504)	40.047* (21.997)
<i>Chairage</i>	0.246** (0.114)	-0.348** (0.143)	0.508* (0.278)	-0.026 (0.128)	-0.490 (0.286)	0.021 (0.095)
<i>Chairgender</i>	-9.564* (5.356)	4.123 (6.821)	22.742** (7.519)	-4.370 (5.213)	11.165 (19.806)	-7.147 (4.947)
<i>Constant</i>	-95.111 (55.057)	-55.606 (69.798)	-17.420 (82.401)	-57.232 (36.670)	-17.349 (36.966)	-49.945 (41.245)
<i>Year/Industry/Province</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	6922	4102	589	10431	892	10131
<i>Adj.R²</i>	0.022	0.063	0.019	0.026	0.026	0.030

注：表中检验结果均以*donation1*为因变量，以*donation2*为因变量的检验结果与此一致。囿于篇幅未列，留存备案。

印对慈善捐赠的阻碍作用在不包含国有股权的企业中表现得更加明显。

第三，企业所属行业与消费者的距离可能影响企业的捐赠决策。这是因为，慈善捐赠具有广告效应，能够帮助企业树立良好形象，从而对部分商品有促销作用(Strahilevitz和Myers, 1998)。对于产品直接接触消费者的企业而言，慈善捐赠的广告效应更强(山立威等, 2008)，因此这些企业也更有动机做出捐赠决策。根据该分析，预期在产品直接面向消费者行业的企业中，董事长宗族烙印对慈善捐赠的负向影响更弱。

参照山立威等(2008)的度量方法，根据企业所属的行业代码，将样本企业分为产品直接面向消费者组(*Direct=1*)和间接面向消费者组(*Direct=0*)，分别检验董事长宗族烙印对两组样本中慈善捐赠的影响。检验结果如表3列(5)~(6)所示，董事长宗族烙印对慈善捐赠的影响在直接面向消费者行业和间接面向消费者行业的样本中均显著。这一结果表明，在宗族烙印的影响

下,董事长通过捐款与外部网络建立联系的需求更低,因此无论企业产品是否直接面向消费者,董事长宗族烙印均显著负向影响企业慈善捐赠。

(三)内生性检验

由于宗族烙印是董事长早期在宗族文化环境的影响下形成的,且前文统计处理中已将进入回归模型的解释变量做滞后一期处理,因此由反向因果导致估计偏误的可能性很低。尽管如此,模型估计中仍然可能存在遗漏变量、样本选择偏差等内生性问题。为此,本文采取工具变量法(2SLS)、倾向得分匹配法(PSM)、控制随时间变化的行业固定效应对模型进行内生性控制。

第一,工具变量法。目前宗族文化差异的工具变量主要有水稻种植面积(潘越等,2019a)、地形坡度(王陈豪等,2020)、宋代战争数量(张川川和马光荣,2017)^①。本文采用董事长5~15岁出生地水稻平均种植面积(*Rice*)作为宗族烙印(*Clan*)的工具变量,进行内生性检验。原因是:一方面,地形坡度作为影响人类生产生活的重要环境因子,不仅直接影响到水稻生产活动的空间分布格局,而且还通过影响区域的水、热、养分的再分配,间接影响水稻的产量和物候(王琛智等,2018),因此地形坡度与水稻种植面积有较强的相关性,选择其一即可。此外,水稻种植是集体性活动,种植过程通常需要以小型社会群体,比如宗族,作为基本单位。因此与地形坡度相比,选择水稻种植面积作为工具变量更加合适。另一方面,战争作为一种社会性的破坏活动,会影响发生地区社会生活的稳定性,战乱会导致饥荒或难民人数增加,促使民间增加互助或者政府实施赈济。通过集体记忆的方式,某一地区历史上战争发生的频率可能影响当地的捐赠文化,从而对本文的因变量——企业慈善捐赠产生影响。因此,就本研究而言,宋代战争数量可能不满足“工具变量与结果变量不相关”的前提假设。

表4(1)~(2)列报告了工具变量法的检验结果。由列(1)第一阶段的回归结果可知,水稻种植面积对董事长宗族烙印的影响显著为正,即在水稻种植面积更大的地区,董事长的宗族烙印更强,符合本文的预期。同时,第一阶段回归中弱工具变量检验的结果大于10,拒绝了存在弱工具变量的原假设。列(2)为第二阶段的回归结果,可以看出,董事长宗族烙印对企业慈善捐赠的影响仍然显著为负,表明假设1b的结论稳健。

第二,倾向得分匹配法。前文对董事长出生地信息缺失的样本做剔除处理,这可能导致样本选择偏误的问题。为缓解该问题,本部分采用倾向得分匹配法进行检验。首先根据族谱册数的中位值将样本分组,然后分别按照1:1和1:3近邻匹配的方式进行样本配对,最后利用匹配后的样本对基本假说进行再检验。检验结果如表4(3)~(4)列所示,宗族烙印与慈善捐赠仍为显著的负相关关系,假设1b再次得到验证。

第三,控制随时间变化的行业固定效应。考虑到同行业其他公司的捐赠决策可能影响本公司的决策(吴超鹏等,2019),为了控制潜在的遗漏变量对结果的影响,在基准回归模型中加入行业×年份固定效应(*Industry×Year fixed effects*),重新进行回归分析。检验结果见表4第(5)列,可以发现,在模型中加入随时间变化的行业固定效应后,宗族烙印的回归系数仍然显著为负,表明在控制了随时间变化的行业固定效应后,假设1b仍然成立。

(四)稳健性检验

1.调整主要变量的度量方式

首先,改变董事长宗族烙印的度量方式,以董事长出生地市每万户拥有的族谱卷数(*ClanR*)度量董事长的宗族烙印强度,以减少自变量的度量误差。其次,研究样本中的因变量慈善捐赠存在缺失值,前文是将缺失值赋为零。稳健性检验中借鉴许年行和李哲(2016)的做法,剔除慈善捐赠(*Donation1*)缺失的样本后重新进行回归。检验结果如表5列(1)和列(2)所

^①感谢匿名专家提出关于工具变量选择的建设性意见。

表4 内生性检验结果

变量	2SLS		PSM		固定效应
	(1) <i>Clan</i>	(2) <i>Donation1</i>	(3) 1:1	(4) 1:3	(5)
<i>Rice</i>	1.832*** (0.386)				
<i>Clan</i>		-2.242** (0.950)	-0.223*** (0.034)	-0.179*** (0.046)	-0.159*** (0.052)
<i>Firmage</i>	-0.504 (0.434)	0.810 (1.827)	0.910 (1.609)	2.459 (1.983)	2.696 (2.154)
<i>Size</i>	0.228 (0.279)	4.633 (3.472)	2.569 (2.403)	3.244 (2.100)	3.423 (2.190)
<i>Roa</i>	2.872** (1.297)	-76.031*** (28.172)	-117.073*** (21.232)	-90.672** (32.996)	-71.975* (34.378)
<i>Cash</i>	0.009 (0.033)	-0.562 (0.359)	-0.463 (0.773)	-0.432 (0.547)	-0.402 (0.392)
<i>TobinQ</i>	0.020 (0.056)	1.670*** (0.620)	0.965 (0.784)	1.219* (0.629)	1.309** (0.536)
<i>Debt</i>	1.299 (0.862)	-13.417*** (3.861)	-20.409** (7.573)	-19.788*** (6.745)	-17.189** (6.227)
<i>Lev</i>	-0.364*** (0.130)	0.901 (0.774)	2.613*** (0.804)	0.566 (0.495)	1.736*** (0.498)
<i>Dual</i>	-0.440* (0.264)	-2.820 (1.889)	-3.834 (2.896)	-2.604 (2.339)	-2.522 (2.102)
<i>Board</i>	-0.287*** (0.100)	1.468 (1.175)	2.317*** (0.669)	2.542* (1.202)	2.306* (1.308)
<i>Female</i>	-0.811 (1.019)	-14.521 (10.418)	-5.441 (10.024)	-8.404 (8.759)	-6.568 (8.892)
<i>Outside</i>	-2.944 (4.280)	29.178 (22.691)	40.548*** (13.331)	35.736 (22.728)	35.074 (22.102)
<i>Chairage</i>	0.058** (0.028)	0.127 (0.114)	-0.043 (0.097)	0.040 (0.068)	0.011 (0.102)
<i>Chairgender</i>	-0.902 (1.040)	-7.287* (3.958)	1.961 (3.699)	-1.751 (4.030)	-3.712 (5.234)
<i>Constant</i>	-11.690 (11.611)	-26.381 (56.671)	-31.252 (50.536)	-52.830 (36.821)	-56.022 (34.242)
<i>Year/Industry/Province</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Industry×Year FE</i>	-	-	-	-	Yes
<i>N</i>	9689	9689	8388	10402	11007
<i>R²</i>	0.227	0.001	0.035	0.033	0.042

注：表中检验结果均以*donation1*为因变量，以*donation2*为因变量的检验结果与此一致。囿于篇幅未列，留存备索。

示，董事长的宗族烙印显著降低了企业的慈善捐赠水平，假设1b再次得到支持。

2. 排除重大灾害的潜在影响

诸如大地震等重大灾害期间企业的捐赠数额可能会显著提高，并影响后几期的支付能力和倾向。因此借鉴戴亦一等(2014)、许年行和李哲(2016)的研究，从如下两方面进行稳健性检验：一是剔除上市公司所在省份曾发生过大地震的样本，即剔除公司所在地为四川省、青海省的样本；二是剔除大地震年份(2008年、2010年、2013年)的样本，然后检验董事长宗族烙印与慈善捐赠的关系。检验结果见表5列(3)和列(4)。排除重大灾害的潜在影响后，董事长宗族烙印仍然显著负向影响企业慈善捐赠，再次验证了假设1b。

表5 稳健性检验结果

变量	调整变量度量方式		排除重大灾害		控制其他文化
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>ClanR/Clan</i>	-0.086** (0.033)	-0.161*** (0.048)	-0.156*** (0.053)	-0.160** (0.069)	-0.144** (0.055)
<i>Firmage</i>	2.342 (2.385)	2.303 (2.325)	2.315 (2.319)	1.815 (2.885)	1.885 (2.281)
<i>Size</i>	3.436 (2.258)	-2.317 (2.588)	2.868 (2.499)	3.269 (2.592)	3.273 (2.263)
<i>Roa</i>	-73.501** (32.759)	-169.580*** (46.279)	-63.891* (31.778)	-65.313* (34.535)	-74.261** (33.588)
<i>Cash</i>	-0.387 (0.391)	0.195 (0.769)	-0.243 (0.353)	-0.733* (0.393)	-0.297 (0.395)
<i>TobinQ</i>	1.166* (0.593)	2.844*** (0.752)	0.911 (0.622)	1.149* (0.627)	1.209* (0.597)
<i>Debt</i>	-17.948*** (5.978)	-10.629 (6.837)	-14.705** (5.455)	-23.786*** (7.487)	-16.304** (5.949)
<i>Lev</i>	1.846*** (0.491)	2.270** (0.859)	1.745*** (0.494)	3.353*** (0.439)	1.750*** (0.483)
<i>Dual</i>	-2.725 (2.060)	-2.695 (2.606)	-2.642 (2.081)	-2.487 (2.086)	-2.381 (2.055)
<i>Board</i>	2.384* (1.263)	1.814 (1.493)	2.222 (1.328)	1.846 (1.289)	2.458* (1.258)
<i>Outside</i>	-7.341 (8.811)	-12.168 (11.680)	-4.166 (9.241)	-9.402 (9.409)	-5.659 (8.709)
<i>Female</i>	32.907 (22.810)	33.356 (26.889)	39.062 (26.532)	19.016 (24.743)	39.101 (23.632)
<i>Chairage</i>	0.012 (0.101)	0.072 (0.188)	0.019 (0.122)	0.008 (0.105)	-0.034 (0.105)
<i>Chairgender</i>	-3.374 (4.926)	-7.681 (6.307)	-4.435 (4.602)	-2.796 (6.526)	-2.919 (5.518)
<i>Confu</i>					-1.644*** (0.136)
<i>MGC</i>					-0.089 (1.782)
<i>Buddhism</i>					0.019*** (0.003)
<i>Constant</i>	-54.352 (36.240)	86.533* (44.254)	-44.265 (38.869)	-40.681 (41.487)	-54.676 (36.396)
<i>Year/Industry/Province</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	11 024	8 617	10 624	9 815	11 010
<i>Adj.R²</i>	0.026	0.025	0.026	0.026	0.029

注：表中检验结果均以*donation1*为因变量，以*donation2*为因变量的检验结果与此一致。囿于篇幅未列，留存备案。

3.控制其他文化的潜在影响^①

已有研究发现，儒家文化、商帮文化等文化传统同样能够影响企业的治理特征和慈善捐赠等决策(徐细雄等, 2020; Du等, 2014; 王孝钰等, 2022)，为了突出董事长宗族烙印的差异性影响，本文进一步控制公司所在地的儒家文化(*Confu*)、商帮文化(*MGC*)、佛教文化(*Buddhism*)对企业捐赠决策可能产生的影响。参考现有研究，以公司注册地100千米范围内孔庙数量测量

^①感谢匿名专家提出关于控制其他文化潜在影响的建设性意见。

儒家文化;以取对数后的公司注册地与商帮发源地距离最小值的相反数测量商帮文化;以公司注册地100公里范围内佛教寺庙数量测量佛教文化。检验结果如表5列(5),控制其他文化传统的潜在影响后,董事长宗族烙印对慈善捐赠的负向影响仍然成立,假设1b得到验证。

五、进一步分析

(一)董事长宗族烙印的动态变化

不同于个体内在的性格特质,个体经由社会化过程形成的信念、价值观和倾向会在个体经历新事件、接触新环境后进行调整甚至改变(Parks和Guay,2009;田莉和张劫浩,2024)。因此烙印持续的影响并不意味着永久的影响(Marquis和Tilcsik,2013),个体烙印会随着持续接触与烙印形成时期不一致的环境特征而消退和衰减(Tilcsik,2014)。可以预测,随着董事长持续接触与宗族文化环境差异较大的外部环境,董事长的宗族烙印会逐渐衰弱。基于此,该部分从公司所在地红色文化、董事长高慈善国家经历的角度,探讨烙印与环境不匹配状态下董事长宗族烙印的衰减效应。

1.公司所在地红色文化

中国共产党团结带领中国人民在革命、建设、改革的百年征程中,形成了先进的红色文化(蓝贤发,2021)。红色文化传承了中华民族的道德精神,蕴含着爱国主义的民族情怀、责任义务的家国理想、集体主义的道德情结、艰苦奋斗的革命精神等丰富内涵(刘建荣,2022)。战争遗址、纪念馆、纪念仪式等是红色文化的载体,在红色文化浓厚的地区,人们通过瞻仰旧址、参观纪念馆、参加纪念仪式等实践过程,内心的责任感和集体主义得到有效激发。爱国主义、集体主义等价值内核渗透在社会活动的方方面面,在当地形成乐于助人、无私奉献的优良传统,影响着人们的行为(蒋志强等,2023)。

作为一种非正式制度,地区红色文化会影响嵌入其中的公司和个人的决策模式。当公司所在地的红色文化盛行,随着董事长脱离早期的宗族文化环境进入公司任职,公司与红色基地更近的地理距离使董事长和企业员工有更多机会参观纪念馆等红色基地,接受红色文化的熏陶,从而红色文化主导的价值观和行为模式渗透到公司内部。基于烙印——环境匹配的视角,原有烙印与当前环境的不匹配会导致烙印的衰退(Marquis和Tilcsik,2013)。当前的红色文化所倡导的国家和民族利益至上的集体主义观念,以及对国家和民族的高度责任感和使命感,与宗族烙印中以宗族为前提的身份认知和利益导向等存在明显不一致,预期能够修正董事长早期社会化过程中形成的以宗族为重、内外有别的观念,弱化董事长的宗族烙印,激励董事长将助人行为延伸到更广泛的社会公众。

为了检验公司所在地红色文化对董事长宗族烙印的影响,本文构建模型(3):

$$Donation_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 Clan_{i,t-1} + \beta_2 Red_{i,t-1} \times Clan_{i,t-1} + \beta_3 Red_{i,t-1} + \beta_4 Controls_{i,t-1} + \mu_{i,t-1} \quad (3)$$

其中, $Red_{i,t-1}$ 代表公司所在地的红色文化。为纪念革命战役、革命事件或在革命事业中牺牲的烈士而设立的纪念馆、纪念碑、烈士陵园等红色基地,是讲述红色故事、传承红色文化的有力载体。因此参考蒋志强等(2023)的研究,使用取对数后的公司所在地现存的红色基地数量,衡量地区红色文化。红色基地数据来源于中华英烈网和南京出版社2021年出版的《中国革命纪念馆概览》。

2.董事长的高慈善国家经历

随着近年来我国持续推进人才强国的顶层战略,海外人才归国就业创业的势头强劲,其中不少已成为企业的董事长或高管团队成员。不同国家在发展过程中会形成有差异的语言、风俗

习惯和价值观。海外工作或学习的经历,给个人提供了接触不同于本国的环境和价值理念的机会,当他们回国后仍然继续受到这些理念和在国外获得的经验的影响,带来决策偏好的变化(Luo等,2021)。比如柳光强和孔高文(2018)的研究就发现,具有海外经历的高管由于深入接触西方传统文化和价值观,能够认同西方文化的认知模式,从而企业内部薪酬差距更大。

董事长在高慈善国家留学或者工作的经历,将弱化其宗族烙印以及该烙印对企业慈善捐赠的影响。原因在于,高慈善国家对社会责任的认知由来已久。旨在培养学生利他主义的课程建设能够塑造个体换位思考和关注他人需求的思维模式,工作场所中企业对利益相关者的关注有助于激发个体将商业利益和社会利益相统一的商业认知,日常生活中社区的志愿服务和邻里互助活动对于提升个体的社会责任意识具有显著作用(Simpson和Willer,2015)。此外,高慈善国家具有更强的慈善导向和更浓厚的社会责任氛围。以培育参与者的同理心和亲社会导向为目标的慈善活动盛行于校园、社区、公司等众多场所(Penner等,2005;Bekkers,2006),海归高管或多或少参与其中,并受其影响。具有高慈善国家经历的董事长,在高慈善国家留学或工作的时期嵌入在与宗族文化环境明显不同的浓厚慈善氛围中,高慈善国家的信任规则、人际交往规范、利益导向等也与宗族文化的观念存在显著差异。因此,董事长的高慈善国家经历将对其认知和行为模式产生强烈的冲击,这将淡化董事长早先形成的具有宗族文化特征的价值观念,最终削弱董事长的宗族烙印。

为了检验董事长高慈善国家经历对其宗族烙印的影响,本文构建模型(4):

$$Donation_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 Clan_{i,t-1} + \beta_2 Abroad_{i,t-1} \times Clan_{i,t-1} + \beta_3 Abroad_{i,t-1} + \beta_4 Controls_{i,t-1} + \mu_{i,t-1} \quad (4)$$

其中, $Abroad_{i,t-1}$ 代表董事长高慈善国家经历。根据2019年世界慈善援助基金会(Charities Aid Foundation, CAF)发布的世界捐赠指数,如果董事长海外经历国家的捐赠指数高于或等于所有样本国家的中位数,则董事长具有高慈善国家经历, $Abroad$ 记为1,否则为0。

表6汇报了公司所在地红色文化和董事长高慈善国家经历的调节效应检验结果。列(1)是对公司所在地红色文化的调节效应检验,董事长宗族烙印($Clan$)与公司所在地红色文化(Red)的交互项系数显著为正($\beta=0.210, p<0.1$),表明公司所在地红色文化具有修正宗族烙印的作用,红色文化越浓厚,越将缓解宗族烙印对慈善捐赠的负向影响;列(2)更换慈善捐赠测量方式后红色文化对宗族烙印的弱化作用仍然成立。列(3)检验了董事长高慈善国家经历的调节效应,宗族烙印($Clan$)与董事长高慈善国家经历($Abroad$)的交互项系数为正,更换慈善捐赠测量方式后,交互项系数显著为正($\beta=0.056, p<0.1$),总体上可以说明,董事长的高慈善国家经历能够淡化其宗族烙印,弱化宗族烙印对慈善捐赠的负向影响。

(二)作用机制分析

1. 短视倾向

前文分析指出,董事长的宗族烙印强化了其对宗族身份的认同,董事长因对外部群体更低的利他情感而减少慈善捐赠。董事长宗族烙印降低慈善捐赠的作用路径可能是,由于董事长在企业中的强大影响力,董事长以宗族为中心的认知体系延伸到企业行为中,虽然有助于提升管理层的向心力,但可能加剧管理层的保守和封闭,降低管理层洞悉新思想、捕捉新机遇的能力(刘淑春等,2024)。在董事长宗族烙印的影响下,管理团队内部可能形成过度关注短期利益得失,忽视企业长期发展的决策偏好。慈善捐赠需要企业进行长期持续的资金投入,管理层短视倾向较强,则可能会减少慈善捐赠支出。基于上述分析,预计管理层短视倾向是董事长宗族烙印影响企业慈善捐赠的重要作用机制。

参考胡楠等(2021)的做法,对上市公司年度财务报告的管理层讨论与分析(MD&A)章节

表6 地区红色文化和高慈善国家经历的调节效应检验结果

变量	(1) <i>Donation</i> 1	(2) <i>Donation</i> 2	(3) <i>Donation</i> 1	(4) <i>Donation</i> 2
<i>Clan</i>	-0.695** (0.284)	-0.032*** (0.010)	-0.052 (0.061)	-0.012*** (0.003)
<i>Clan</i> × <i>Red</i>	0.210* (0.106)	0.010** (0.004)		
<i>Red</i>	-0.001 (1.866)	0.191*** (0.049)		
<i>Clan</i> × <i>Abroad</i>			0.375 (0.308)	0.056* (0.027)
<i>Abroad</i>			-7.046 (4.890)	-0.705* (0.387)
<i>Firmage</i>	2.218 (2.470)	0.315 (0.210)	2.110 (2.356)	0.639 (0.452)
<i>Size</i>	3.280 (2.296)	0.404*** (0.077)	3.450 (2.242)	0.857*** (0.173)
<i>Roa</i>	-73.308** (32.738)	10.054*** (1.240)	-74.170** (32.312)	10.506*** (1.595)
<i>Cash</i>	-0.370 (0.380)	-0.037* (0.020)	-0.369 (0.391)	0.104** (0.043)
<i>TobinQ</i>	1.155* (0.583)	0.267*** (0.027)	1.199* (0.586)	0.495*** (0.064)
<i>Debt</i>	-17.573** (6.019)	-1.857*** (0.140)	-18.194*** (6.165)	-5.957*** (0.285)
<i>Lev</i>	1.916*** (0.495)	-0.116*** (0.032)	1.923*** (0.484)	-0.058 (0.092)
<i>Dual</i>	-2.655 (2.028)	-0.110 (0.087)	-2.567 (2.085)	-0.158 (0.181)
<i>Board</i>	2.376* (1.219)	0.143*** (0.033)	2.473* (1.272)	0.246*** (0.078)
<i>Outside</i>	-6.549 (8.788)	-0.219 (0.321)	-7.220 (8.784)	0.118 (0.659)
<i>Female</i>	32.591 (21.113)	1.820*** (0.576)	34.619 (23.209)	4.531*** (1.352)
<i>Chairage</i>	0.023 (0.101)	-0.001 (0.004)	0.006 (0.099)	-0.008 (0.011)
<i>Chairgender</i>	-3.294 (5.018)	-0.214 (0.247)	-3.361 (4.932)	-0.584* (0.325)
<i>Constant</i>	-47.773 (39.215)	-9.474*** (1.376)	-56.236 (36.137)	-17.920*** (3.272)
<i>Year/Industry/Province</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	11 024	11 024	11 024	11 024
<i>Adj.R</i> ²	0.026	0.099	0.026	0.087

进行文本分析,得到“短期视域”词汇总词频占MD&A文本总词频的比例,度量管理层的短视倾向^①。管理层短视倾向的作用机制检验结果如表7列(1)~(3)所示。列(1)中,董事长宗族烙印(*Clan*)对管理层短视倾向(*Myopia*)的影响在1%水平上显著为正,表明董事长宗族烙印显著增加管理层短视倾向。列(2)中管理层短视倾向(*Myopia*)对慈善捐赠的影响在5%水平上显著为负,表明管理层短视倾向降低企业慈善捐赠。列(3)同时加入董事长宗族烙印(*Clan*)和管理层短视倾向(*Myopia*),对慈善捐赠进行回归,结果显示董事长宗族烙印(*Clan*)和管理层短视倾向

^①短视主义数据来源于WinGO财经文本数据平台: <http://www.wingodata.com>。

(*Myopia*)均在1%的水平上显著负向影响企业慈善捐赠。上述结果表明,董事长宗族烙印可以通过增强管理层短视倾向,进而降低企业的慈善捐赠水平。

表 7 作用机制检验结果

变量	短视倾向			关系型交易		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>Myopia</i>	<i>Donation1</i>	<i>Donation1</i>	<i>RC</i>	<i>Donation1</i>	<i>Donation1</i>
<i>Clan</i>	0.000*** (0.000)		-0.157*** (0.050)	0.042* (0.022)		-0.151*** (0.046)
<i>Myopia</i>		-39.195** (16.129)	-38.922*** (8.537)			
<i>RC</i>					-0.201*** (0.050)	-0.199*** (0.049)
<i>Firmage</i>	0.013*** (0.002)	2.774 (3.173)	2.701 (2.330)	-0.179 (0.496)	2.180 (2.317)	2.113 (2.316)
<i>Size</i>	-0.002* (0.001)	3.253** (1.649)	3.314 (2.243)	-3.736*** (0.499)	2.647 (2.334)	2.711 (2.338)
<i>Roa</i>	-0.004 (0.009)	-74.256*** (26.446)	-74.239** (32.315)	-25.627*** (4.823)	-77.434** (33.860)	-77.386** (33.955)
<i>Cash</i>	-0.000 (0.000)	-0.385 (0.558)	-0.391 (0.405)	0.318** (0.114)	-0.314 (0.370)	-0.320 (0.366)
<i>TobinQ</i>	-0.001*** (0.000)	1.112 (0.753)	1.108* (0.585)	0.554*** (0.155)	1.304** (0.594)	1.299** (0.594)
<i>Debt</i>	0.011** (0.005)	-17.467* (9.104)	-17.377** (6.103)	6.595** (3.049)	-16.732*** (5.648)	-16.654*** (5.503)
<i>Lev</i>	0.002*** (0.001)	1.988 (2.731)	1.944*** (0.495)	0.106 (0.224)	1.956*** (0.497)	1.914*** (0.494)
<i>Dual</i>	-0.004*** (0.001)	-2.779 (2.571)	-2.864 (2.098)	-0.306 (0.218)	-2.580 (2.118)	-2.663 (2.069)
<i>Board</i>	-0.001** (0.000)	2.429** (0.945)	2.379* (1.277)	-0.195** (0.082)	2.390* (1.290)	2.343* (1.276)
<i>Female</i>	-0.004 (0.005)	-7.113 (9.796)	-7.374 (8.849)	1.227 (2.684)	-6.915 (8.747)	-7.167 (8.748)
<i>Outside</i>	-0.046*** (0.006)	33.320 (26.781)	32.689 (22.999)	-3.429 (4.309)	33.776 (23.662)	33.166 (23.453)
<i>Chairage</i>	0.000*** (0.000)	0.013 (0.165)	0.018 (0.100)	-0.148** (0.070)	-0.025 (0.108)	-0.020 (0.107)
<i>Chairgender</i>	-0.005*** (0.001)	-3.377 (5.462)	-3.445 (5.006)	-2.836 (2.241)	-3.758 (4.774)	-3.819 (4.709)
<i>Constant</i>	0.096*** (0.029)	-51.012 (38.484)	-50.467 (36.104)	120.608*** (12.999)	-31.489 (37.644)	-31.161 (37.955)
<i>Year/Industry/Province</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	11 024	11 024	11 024	11 024	11 024	11 024
<i>Adj. R²</i>	0.068	0.026	0.026	0.137	0.025	0.027

注:以*donation2*为因变量的检验结果与此一致,囿于篇幅未列,留存备索。

2.关系型交易^①

根据前文分析,宗族烙印增加董事长对宗族网络的依赖,限制社会网络的向外扩张,是董事长宗族烙印降低慈善捐赠的另一个原因。以宗族为边界、相对封闭的社会网络带来“讲关系”“论圈子”等隐性契约模式(刘淑春等,2024),使得管理层在市场交易活动中更倾向于选择基于

^①感谢匿名专家提出以关系型交易作为作用机制的建设性意见。

信任、熟悉的关系型交易方式,即通过与少数几个主要供应商、客户建立长期的关系进行采购与销售活动(方红星和张勇,2016)。关系型交易可以节约大量交易成本,增强企业抵御外部风险的能力,管理层关系型交易的增加将降低其借助慈善捐赠向外扩张社会网络的动机。基于上述分析,预计管理层关系型交易的增加是董事长宗族烙印降低企业慈善捐赠的一个重要影响渠道。

参考方红星和张勇(2016)的研究,以企业前五名供应商采购比例和前五名客户销售比例之和的均值(RC)度量管理层关系型交易程度。关系型交易的作用机制检验结果如表7列(4)~(6)所示。列(4)中,董事长宗族烙印($Clan$)对管理层关系型交易(RC)的影响在10%水平上显著为正,表明董事长宗族烙印显著增加管理层的关系型交易程度。列(5)中管理层关系型交易(RC)对慈善捐赠的影响在1%水平上显著为负,表明管理层关系型交易导致企业的慈善捐赠水平下降。列(6)同时引入董事长宗族烙印($Clan$)和管理层关系型交易(RC),对慈善捐赠进行回归,结果显示董事长宗族烙印($Clan$)和管理层关系型交易(RC)均在1%的水平上显著负向影响企业慈善捐赠。上述结果表明,董事长宗族烙印通过增加管理层的关系型交易程度,降低了企业的慈善捐赠水平。

此外,上述作用机制分析的一个前提假设是:董事长宗族烙印表现出对宗族群体的身份认同和对宗族网络的依赖,这些宗族烙印特征导致了管理层的短视倾向和关系型交易的增加。限于数据,我们无法通过实验设计,直接证明管理层短视倾向和关系型交易的增加确实与董事长的宗族烙印特征有关,但可以借助小团体集体主义进行间接检验。根据GLOBE文化习俗研究,小团体集体主义(in-group collectivism)描述了个体对自己所在的组织和家庭感到骄傲、忠诚和有凝聚力的程度(赵向阳等,2015),显然,宗族烙印的身份认同、宗族网络依赖特征是小团体集体主义的体现。假如前述假设成立,那么可以推论,当其他条件类似时,公司所在地的小团体集体主义程度越高,董事长宗族烙印对管理层短视倾向和关系型交易的促进作用越强。

该部分利用分组回归检验上述推论。根据赵向阳等(2015)问卷调查得到的中国各省份小团体集体主义得分,计算小团体集体主义的均值,再结合公司所在地的小团体集体主义得分,将样本企业划分为高小团体集体主义组($IGC=1$)和低小团体集体主义组($IGC=0$),间接推测管理层短视倾向和关系型交易的增加是由于受到董事长宗族烙印的影响。检验结果如表8所示,列(1)~(2)的结果显示,在公司所在地小团体集体主义程度较高的子样本中,董事长宗族烙印显著增加管理层短视倾向,在小团体集体主义程度较低子样本中,董事长宗族烙印对管理层短视倾向的影响不显著;列(3)~(4)的结果显示,在小团体集体主义程度较高的子样本中,董事长宗族烙印显著增加管理层关系型交易的程度,在小团体集体主义程度较低子样本中,董事长宗族烙印对管理层关系型交易的影响不显著。这些结果一定程度上表明,董事长宗族烙印增加了管理层短视倾向和关系型交易,从而间接证明了作用机制分析中前提假设的理论合理性。

六、研究结论与实践启示

高管早期成长经历如何影响成年后进入企业的决策行为,这一问题已得到了部分学者的关注,但相关研究主要考察的是特定的创伤性经历,比如贫困(许年行和李哲,2016)、饥荒(Han等,2022)、灾难事件(O'Sullivan等,2021)等的影响作用,少有学者从早期生活环境中的社会文化特征塑造个人认知和行为规范,进而影响决策行为的视角展开分析。在此背景下,本文立足于在中国社会占据突出地位的宗族文化,关注董事长早期生活在宗族文化环境中形成

表 8 基于公司所在地小团体集体主义的分组检验

变量	短视倾向		关系型交易	
	(1) IGC=1	(2) IGC=0	(3) IGC=1	(4) IGC=0
<i>Clan</i>	0.000*** (0.000)	-0.000 (0.000)	0.055* (0.028)	0.009 (0.070)
<i>Firmage</i>	0.015*** (0.002)	0.013*** (0.002)	-1.166 (0.996)	0.614 (0.607)
<i>Size</i>	-0.001 (0.003)	-0.003*** (0.001)	-3.949*** (0.562)	-3.626*** (0.648)
<i>Roa</i>	0.015 (0.015)	-0.025** (0.011)	-8.534 (6.758)	-38.058*** (4.620)
<i>Cash</i>	-0.002*** (0.000)	0.001*** (0.000)	0.060 (0.224)	0.468*** (0.104)
<i>TobinQ</i>	-0.002*** (0.001)	-0.000 (0.000)	0.472*** (0.154)	0.665** (0.271)
<i>Debt</i>	-0.003 (0.004)	0.022*** (0.007)	8.360*** (0.793)	6.665 (4.413)
<i>Lev</i>	0.001 (0.001)	0.004*** (0.001)	-0.148 (0.134)	0.176 (0.321)
<i>Dual</i>	-0.006*** (0.002)	-0.002 (0.001)	0.041 (0.538)	-0.371 (0.703)
<i>Board</i>	-0.002** (0.001)	0.000 (0.000)	0.127 (0.206)	-0.364** (0.158)
<i>Outside</i>	0.000 (0.006)	-0.007 (0.006)	5.800*** (1.598)	-2.555 (3.972)
<i>Female</i>	-0.077*** (0.011)	-0.019 (0.013)	11.111** (4.875)	-13.337** (5.465)
<i>Chairage</i>	0.000 (0.000)	0.000*** (0.000)	-0.140** (0.062)	-0.120 (0.073)
<i>Chairgender</i>	-0.008* (0.004)	-0.003 (0.004)	-6.746*** (2.125)	0.364 (2.204)
<i>Constant</i>	0.102 (0.062)	0.078*** (0.021)	120.473*** (13.082)	118.226*** (15.187)
<i>Year/Industry/Province</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	5 122	5 902	5 122	5 902
<i>Adj.R²</i>	0.072	0.072	0.146	0.141

的宗族烙印对企业慈善捐赠的影响及其边界条件,得到如下结论:董事长宗族烙印强化了其内外有别的身份认知和对宗族网络的依赖,对外部群体更低的身分认同以及向外构建社会网络需求的下降,降低了企业的慈善捐赠水平。异质性分析结果表明,在组织下滑和国有股权未参股的企业中,董事长宗族烙印对慈善捐赠的负向影响更明显,但是企业所属行业是否直接面向消费者对上述关系的影响没有显著差异。进一步分析发现,董事长早期宗族烙印的持续性将受到本地文化与外来文化的动态调整,公司所在地红色文化和董事长高慈善国家经历都将削弱董事长的宗族烙印,进而弱化宗族烙印对慈善捐赠的负向影响。管理层短视倾向和管理层关系型交易是董事长宗族烙印阻碍企业慈善捐赠的作用机制,即董事长宗族烙印增强了管理层短视倾向和关系型交易程度,而管理层短视倾向和关系型交易的增加则会带来企业更低的慈善捐赠水平。

本文因循烙印理论的逻辑,考察董事长早期宗族嵌入形成的宗族烙印对企业慈善捐赠的影响作用,并进一步分析了烙印的动态变化以及作用机制。这不仅从个体烙印的角度扩展了宗

族文化的研究范式,也有助于加深对烙印—环境匹配状态下烙印动态演变过程的理解,丰富了烙印理论的研究成果。本文的结论也具有以下实践启示。

第一,本文从慈善捐赠的视角,关注和探讨了董事长个体的宗族烙印对公司决策活动的影响,启示企业决策者在公司治理过程中应意识到“烙印效应”的存在,并使自身携带的烙印朝着有利于企业发展的方向转化。一方面,企业决策者应承认自我的认知局限,理解自己的行为决策受制于过往经历塑造的认知和价值观的影响,并在决策过程中对这种影响保持警觉。另一方面,决策者也有必要主动适应一些新的情境,比如发展与公司当前外部环境相匹配的行为规范,在不断“接受”新的烙印中修正和完善自己的认知,以缓冲一些过时的、不合时宜的旧有烙印所带来的负面影响。

第二,需辩证地看待宗族文化的作用。虽然本研究发现,董事长在宗族文化熏陶下形成的烙印效应会降低公司慈善捐赠的动力,表明宗族文化中可能存在不符合时代和企业发展趋势的部分。但不能否认的是,宗族烙印可能对公司治理的其他方面产生促进作用,比如宗族的内群体偏好可能有助于董事长增加对企业员工福利水平的关注。因此,企业家们应以思辨的眼光看待宗族文化,结合中国实情加以利用和发展,构建具有中国特色的高效企业管理模式。

第三,发挥中国共产党在文化建设中的引领作用,同时适当借鉴有益的海外文化。文化要继承,也要变革。本文的研究表明,宗族文化过度渗入商业活动可能不利于公司社会责任意识的培养。但是中国共产党在革命、建设、改革时期形成的红色文化,是先进文化的代表,其蕴含的爱国主义和奉献精神,有助于引导树立正确的责任义务观念,约束不适应现代社会发展的价值理念。因此启示民营企业将党的思想文化和先进理念纳入公司治理的框架中,比如通过在公司设立党组织,引进党员参与公司治理,组织员工参观红色基地等强化公司内部的红色价值观,以推动公司高质量发展。此外,也应吸纳不同国家或地区的优秀文化,求同存异、取长补短。比如可以借鉴慈善水平较高国家在社会责任制度设计等方面的经验,与本国实践相结合,以此提升个人的责任担当意识,助力共同富裕目标的实现。

本研究还存在进一步深化的空间。比如本文的结论表明,董事长的宗族烙印越强,公司总体上表现越低的慈善捐赠水平。如果考虑慈善捐赠的具体流向,预期宗族烙印强的董事长可能会出于对宗族利益和宗族责任的关注,增加对家乡所在地的慈善捐赠。囿于数据获取的困难,本文未能检验这一猜想,未来研究可以尝试通过问卷调查或访谈的方式给出直接的证据。

主要参考文献

- [1]陈贵梧,胡辉华.加入行业协会的民营企业慈善捐赠更多吗?——基于全国民营企业调查数据的实证研究[J].财经研究,2018,44(1):33-46.
- [2]戴亦一,潘越,冯舒.中国企业的慈善捐赠是一种“政治献金”吗?——来自市委书记更替的证据[J].经济研究,2014,49(2):74-86.
- [3]方红星,张勇.供应商/客户关系型交易、盈余管理与审计师决策[J].会计研究,2016,(1):79-86,96.
- [4]高勇强,何晓斌,李路路.民营企业社会身份、经济条件与企业慈善捐赠[J].经济研究,2011,46(12):111-123.
- [5]郭云南,姚洋.宗族网络与农村劳动力流动[J].管理世界,2013,(3):69-81,187-188.
- [6]郝阳,龚六堂.国有、民营混合参股与公司绩效改进[J].经济研究,2017,52(3):122-135.
- [7]贺小刚,朱丽娜,杨婵,等.经营困境下的企业变革:“穷则思变”假说检验[J].中国工业经济,2017,(1):135-154.
- [8]洪名勇,杨雪娇,徐琰超.宗族网络与土地流转资源配置效应——锦上添花还是雪上加霜?[J].经济评论,2021,(3):145-164.
- [9]胡楠,薛付婧,王昊楠.管理者短视主义影响企业长期投资吗?——基于文本分析和机器学习[J].管理世界,2021,37(5):

139-156,11.

- [10]黄阳, 陈培培, 游夏蕾, 等. 民营企业“反向混改”的治理效应发挥几何?——基于监管问询的证据[J]. 管理工程学报, 2024, 38(1): 162-178.
- [11]蒋志强, 崔岩, 王莉, 等. 赓续红色血脉: 红色文化烙印与个人慈善捐赠[J]. 系统工程理论与实践, 2023, 43(11): 3129-3145.
- [12]蓝贤发. 用红色文化厚植大学生爱国主义情怀[J]. 人民论坛, 2021, (S1): 150-152.
- [13]李雪, 罗进辉, 黄泽悦. “原罪”嫌疑、制度环境与民营企业慈善捐赠[J]. 会计研究, 2020, (1): 135-144.
- [14]李增福, 汤旭东, 连玉君. 中国民营企业社会责任背离之谜[J]. 管理世界, 2016, (9): 136-148,160,188.
- [15]刘冲, 刘莉亚, 李庆宸. “排斥”还是“包容”: 传统宗族文化与现代银行发展[J]. 经济研究, 2021, 56(4): 110-125.
- [16]柳光强, 孔高文. 高管海外经历是否提升了薪酬差距[J]. 管理世界, 2018, 34(8): 130-142.
- [17]刘建荣. 红色文化的道德价值[J]. 湖南社会科学, 2022, (3): 24-29.
- [18]刘淑春, 林洲钰, 林汉川. 融合还是排斥: 宗族文化对企业数字化转型的影响研究[J]. 外国经济与管理, 2024, 46(4): 19-35,118.
- [19]潘越, 宁博, 纪翔阁, 等. 民营资本的宗族烙印: 来自融资约束视角的证据[J]. 经济研究, 2019, a,54(7): 94-110.
- [20]潘越, 翁若宇, 纪翔阁, 等. 宗族文化与家族企业治理的血缘情结[J]. 管理世界, 2019, b,35(7): 116-135,203-204.
- [21]祁玲玲, 赖静萍. 信任的差序格局与民主价值[J]. 江苏社会科学, 2014, (2): 112-120.
- [22]山立威, 甘犁, 郑涛. 公司捐款与经济动机——汶川地震后中国上市公司捐款的实证研究[J]. 经济研究, 2008, 43(11): 51-61.
- [23]田莉, 张劼浩. CEO创业经验与企业资源配置——基于烙印理论的实证研究[J]. 南开管理评论, 2024, 27(1): 190-201.
- [24]王陈豪, 王轶, 李红波. 宗族文化与企业并购收益[J]. 会计研究, 2020, (2): 101-116.
- [25]王琛智, 张朝, 张静, 等. 湖南省地形因素对水稻生产的影响[J]. 地理学报, 2018, 73(9): 1792-1808.
- [26]王丹利. 传统文化在现代经济中的顺应、阻碍与变迁[J]. 学术月刊, 2023, 55(3): 58-66.
- [27]王孝钰, 高琪, 邹汝康, 等. 商帮文化对企业融资行为的影响研究[J]. 会计研究, 2022, (4): 168-178.
- [28]吴宝, 王祺, 金陈飞, 等. 贫困烙印会促使家族企业参与第三次分配吗?——基于烙印“刺激-消逝”双重机制的解释[J]. 管理工程学报, 2024, 38(4): 36-54.
- [29]吴超鹏, 薛南枝, 张琦, 等. 家族主义文化、“去家族化”治理改革与公司绩效[J]. 经济研究, 2019, 54(2): 182-198.
- [30]吴祖鲲鹏, 王慧姝. 文化视域下宗族社会功能的反思[J]. 中国人民大学学报, 2014, 28(3): 132-139.
- [31]许金花, 李善民, 张东. 家族涉入、制度环境与企业自愿性社会责任——基于第十次全国私营企业调查的实证研究[J]. 经济管理, 2018, 40(5): 37-53.
- [32]许年行, 李哲. 高管贫困经历与企业慈善捐赠[J]. 经济研究, 2016, 51(12): 133-146.
- [33]徐细雄, 龙志能, 李万利. 儒家文化与企业慈善捐赠[J]. 外国经济与管理, 2020, 42(2): 124-136.
- [34]张博, 范辰辰. 宗族文化与微型金融机构发展: 以小额贷款公司为例[J]. 经济评论, 2019, (6): 134-147.
- [35]张川川, 马光荣. 宗族文化、男孩偏好与女性发展[J]. 世界经济, 2017, 40(3): 122-143.
- [36]张建君. 竞争—承诺—服从: 中国企业慈善捐款的动机[J]. 管理世界, 2013, (9): 118-129,143.
- [37]赵向阳, 李海, 孙川. 中国区域文化地图: “大一统”抑或“多元化”?[J]. 管理世界, 2015, (2): 101-119,187-188.
- [38]朱丽娜, 高皓. 家族控制、社会情感财富与企业慈善捐赠的关系研究[J]. 管理学报, 2020, 17(11): 1679-1687.
- [39]Bekkers R. Traditional and health-related philanthropy: The role of resources and personality[J]. *Social Psychology Quarterly*, 2006, 69(4): 349-366.
- [40]Brown W O, Helland E, Smith J K. Corporate philanthropic practices[J]. *Journal of Corporate Finance*, 2006, 12(5): 855-877.
- [41]Chen C C, Meindl J R. The construction of leadership images in the popular press: The case of Donald burr and people express[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1991, 36(4): 521-551.
- [42]Dickson M W, Castaño N, Magomaeva A, et al. Conceptualizing leadership across cultures[J]. *Journal of World Business*, 2012, 47(4): 483-492.

- [43]Du X Q, Jian W, Du Y J, et al. Religion, the nature of ultimate owner, and corporate philanthropic giving: Evidence from China[J]. *Journal of Business Ethics*, 2014, 123(2): 235-256.
- [44]Elenkov D S, Judge W, Wright P. Strategic leadership and executive innovation influence: An international multi-cluster comparative study[J]. *Strategic Management Journal*, 2005, 26(7): 665-682.
- [45]Galaskiewicz J. An urban grants economy revisited: Corporate charitable contributions in the twin cities, 1979-81, 1987-89[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42(3): 445-471.
- [46]Greif A, Tabellini G. Cultural and institutional bifurcation: China and Europe compared[J]. *American Economic Review*, 2010, 100(2): 135-140.
- [47]Greif A, Tabellini G. The clan and the corporation: Sustaining cooperation in China and Europe[J]. *Journal of Comparative Economics*, 2017, 45(1): 1-35.
- [48]Gupta A, Briscoe F, Hambrick D C. Red, blue, and purple firms: Organizational political ideology and corporate social responsibility[J]. *Strategic Management Journal*, 2017, 38(5): 1018-1040.
- [49]Han Y, Chi W, Zhou J Y. Prosocial imprint: CEO childhood famine experience and corporate philanthropic donation[J]. *Journal of Business Research*, 2022, 139: 1604-1618.
- [50]Higgins M C. Career imprints: Creating leaders across an industry[M]. San Francisco: John Wiley & Sons, 2005.
- [51]Kish-Gephart J J, Campbell J T. You don't forget your roots: The influence of CEO social class background on strategic risk taking[J]. *Academy of Management Journal*, 2015, 58(6): 1614-1636.
- [52]Li H Y, Liu H, Zhao H Q. Traditional culture echoes? The impact of clan culture upon partner surname sharing: Evidence from Chinese supply chains[J]. *Industrial Marketing Management*, 2021, 99: 40-53.
- [53]Liu X D. Corruption culture and corporate misconduct[J]. *Journal of Financial Economics*, 2016, 122(2): 307-327.
- [54]Luo J, Chen J, Chen D J. Coming back and giving back: Transposition, institutional actors, and the paradox of peripheral influence[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2021, 66(1): 133-176.
- [55]Luo J H, Xiang Y G, Zhu R C. Military top executives and corporate philanthropy: Evidence from China[J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2017, 34(3): 725-755.
- [56]Maher M A. Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework[J]. *Journal of Organizational Change Management*, 2000, 13(3): 300-303.
- [57]Malmendier U, Tate G, Yan J. Overconfidence and early-life experiences: The effect of managerial traits on corporate financial policies[J]. *The Journal of Finance*, 2011, 66(5): 1687-1733.
- [58]Marquis C, Qiao K Y. Waking from Mao's dream: Communist ideological imprinting and the internationalization of entrepreneurial ventures in China[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2020, 65(3): 795-830.
- [59]Marquis C, Tilcsik A. Imprinting: Toward a multilevel theory[J]. *Academy of Management Annals*, 2013, 7(1): 195-245.
- [60]McKinley W, Latham S, Braun M. Organizational decline and innovation: Turnarounds and downward spirals[J]. *Academy of Management Review*, 2014, 39(1): 88-110.
- [61]Miller K D, Leiblein M J. Corporate risk-return relations: Returns variability versus downside risk[J]. *Academy of Management Journal*, 1996, 39(1): 91-122.
- [62]O'Sullivan D, Zolotoy L, Fan Q L. CEO early-life disaster experience and corporate social performance[J]. *Strategic Management Journal*, 2021, 42(11): 2137-2161.
- [63]Parks L, Guay R P. Personality, values, and motivation[J]. *Personality and Individual Differences*, 2009, 47(7): 675-684.
- [64]Peng Y S. Kinship networks and entrepreneurs in China's transitional economy[J]. *American Journal of Sociology*, 2004, 109(5): 1045-1074.
- [65]Peng Y S. When formal laws and informal norms collide: Lineage networks versus birth control policy in China[J]. *American Journal of Sociology*, 2010, 116(3): 770-805.
- [66]Penner L A, Dovidio J F, Piliavin J A, et al. Prosocial behavior: Multilevel perspectives[J]. *Annual Review of Psychology*,

- 2005, 56: 365-392.
- [67]Schoar A, Zuo L. Shaped by booms and busts: How the economy impacts CEO careers and management styles[J]. *The Review of Financial Studies*, 2017, 30(5): 1425-1456.
- [68]Simpson B, Willer R. Beyond altruism: Sociological foundations of cooperation and prosocial behavior[J]. *Annual Review of Sociology*, 2015, 41: 43-63.
- [69]Strahilevitz M, Myers J G. Donations to charity as purchase incentives: How well they work may depend on what you are trying to sell[J]. *Journal of Consumer Research*, 1998, 24(4): 434-446.
- [70]Su F B, Ran T, Sun X, et al. Clans, electoral procedures and voter turnout: Evidence from villagers' committee elections in transitional China[J]. *Political Studies*, 2011, 59(2): 432-457.
- [71]Tajfel H, Billig M G, Bundy R P, et al. Social categorization and intergroup behaviour[J]. *European Journal of Social Psychology*, 1971, 1(2): 149-178.
- [72]Tang Y J, Li Q, Zhou F, et al. Does clan culture promote corporate natural resource disclosure? Evidence from Chinese natural resource-based listed companies[J]. *Journal of Business Ethics*, 2024, 192(1): 167-190.
- [73]Tilcsik A. Imprint-environment fit and performance: How organizational munificence at the time of hire affects subsequent job performance[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2014, 59(4): 639-668.
- [74]Xiong M N, Wang C L, Cui N, et al. The influence of clan culture on business performance in Asian private-owned enterprises: The case of China[J]. *Industrial Marketing Management*, 2021, 99: 97-110.
- [75]Xu Y Q, Yao Y. Informal institutions, collective action, and public investment in rural China[J]. *American Political Science Review*, 2015, 109(2): 371-391.
- [76]Yu X D, Stanley L, Li Y P, et al. The invisible hand of evolutionary psychology: The importance of kinship in first-generation family firms[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2020, 44(1): 134-157.
- [77]Zhang C C. Clans, entrepreneurship, and development of the private sector in China[J]. *Journal of Comparative Economics*, 2020, 48(1): 100-123.
- [78]Zhang R, Zhu J G, Yue H, et al. Corporate philanthropic giving, advertising intensity, and industry competition level[J]. *Journal of Business Ethics*, 2010, 94(1): 39-52.

Chairperson Early-life Clan Embeddedness and Corporate Philanthropy: A Perspective from the Imprinting Theory

Qi Yangyang¹, He Xiaogang^{1,2}, Li Jingwen¹

(1. *College of Business, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200433, China;*
2. *The Department of Business Administration, Shanghai University of Finance and Economics Zhejiang College, Jinhua 321000, China*)

Summary: This paper examines how clan imprints formed during the early life period of the chairperson, embedded in the clan cultural environment, affects the philanthropic donation performance of private listed companies in China from 2008 to 2020. The findings suggest that the chairperson's clan imprints significantly reduce corporate philanthropy, and this result remains valid after various robustness tests. Heterogeneity analysis finds that the negative impact of the chairperson's clan imprints on philanthropic donations is more significant in organizations with declining performance and non-participating state-owned shares, while the influence of the industry's proximity to consumers on this effect is not significantly different. Furthermore, the persistence of the chairperson's clan imprints will

be subject to dynamic adjustments between local and foreign cultures. Both the presence of red culture in the company's location and the chairperson's experience in high-philanthropy countries will significantly weaken the negative impact of clan imprints on philanthropic donations. Mechanism testing indicates that short-sighted tendency and relational transactions within the management teams are two mechanisms through which the chairperson's clan imprints prevent corporate philanthropy. This paper expands the research paradigm of clan culture from the perspective of individual imprints and provides practical references for effectively identifying the antecedents of corporate philanthropy and promoting the high-quality development of private enterprises.

Key words: clan embeddedness; clan imprints; philanthropic donations; chairperson; imprinting theory

(责任编辑:宋澄宇)