

捐赠：民营企业强化政治关联的手段？

薛 爽¹, 肖 星²

(1. 上海财经大学 会计与财务研究院, 上海 200433;

2. 清华大学 经济管理学院, 北京 100084)

摘要: 文章研究了政治关联对民营企业在汶川地震后捐赠行为的影响, 以及捐赠后民营企业从政府获得的支持。研究发现, 已有政治关联显著影响了民营企业的捐赠行为, 即具有政治关联的民营企业更倾向于在地震后进行捐赠。从经济后果看, 捐赠后捐赠民营企业在获得银行贷款和税收方面比未捐赠企业获得了更多的优惠。文章研究表明, 在中国现阶段, 民营企业的捐赠行为是策略性的, 其利用捐赠巩固政治关联, 从而进一步获得政府的支持。

关键词: 政治关联; 民营企业; 捐赠; 贷款; 税率

中图分类号: F275 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-9952(2011)11-0102-11

一、引言

虽然几乎在任何社会, 民众都期待着企业更多的捐赠行为, 并以此作为企业履行社会责任的一种表现, 但是很多研究都表明, 企业的捐赠行为可能是带有特定动机的一种策略性行为。

在中国, 对于通过捐赠建立并维持政治关联的研究非常少, 只有田志龙等(2003)和卫武(2006)在对一些民营企业的问卷调查中涉及这个问题。但是却有大量的研究讨论政治关联对企业产生的影响。这方面研究的结论比较一致, 即民营企业会主动建立政治关联, 并通过政治关联获得政府的某些支持, 如降低税率、获得贷款或进入管制行业等。

基于上述分析, 民营企业有动机建立或强化政治关联, 以获得政府的某些支持, 而捐赠很可能是众多途径中的一种。那么, 民营企业是否普遍存在通过捐赠建立并维持政治关联, 从而获得政府持续支持的动机呢? 本文采用汶川地震后中国 A 股民营上市公司的捐赠数据对此进行了实证研究。我们的研

收稿日期: 2011-07-19

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71172143); 教育部重点研究基地重大项目(2009JJD790031); 上海市哲学社会科学课题资助项目(2009BJB025)

作者简介: 薛 爽(1971—), 女, 辽宁昌图人, 上海财经大学会计与财务研究院研究员, 会计学院教授;
肖 星(1971—), 女, 北京人, 清华大学经济管理学院副教授。

究发现:(1)政治关联对民营企业的捐赠行为产生了显著影响,具有政治关联的企业更倾向于在地震后进行捐赠。(2)进行捐赠的民营企业在捐赠后获得的银行短期贷款显著增加、税率显著低于未捐赠的民营企业。本文研究表明,在中国现阶段,民营企业的捐赠行为是策略性的,其利用捐赠巩固政治关联,并进一步获得政府的支持。

现有关于政治关联的研究更多的是关注企业如何建立政治关联和政治关联所引发的后果,对于民营企业如何维持或强化政治关联却缺乏实证研究。因此,本文的研究是对这一领域的有益补充。此外,本文进一步深化了对于企业捐赠行为的研究,为捐赠行为的政治动机提供了实证证据,也为前人研究(Zhang等,2009)发现的民营企业在汶川地震后进行了更多捐赠的现象提出了一种可能的解释。本研究结果对现实也有重要的指导意义。从经济的角度来说,那些对捐赠持观望态度的民营企业在考虑企业社会责任的同时,可以更好地权衡捐赠的利弊得失。对于政府来说,了解企业捐赠的动机有利于更好地引导企业理性的捐赠行为。

本文余下部分的安排为:第二部分是文献回顾和假说发展,第三部分为研究设计,第四部分是样本和描述性统计,第五部分对实证结果进行分析,第六部分总结全文。

二、文献回顾和假说发展

(一)捐赠的动机

国外关于捐赠行为的研究可以追溯至20世纪80年代。大量研究表明,捐赠行为是策略性的。如广告效应(Navarro,1988;Brown等,2006;山立威等,2008;Zhang等,2010)、提高企业声誉(Cornell和Shapiro,1987)以及与政府建立和维持良好关系从而赢得有利的经营环境(Navarro,1988;Willams等,2000;Correia,2009)。

国内关于捐赠政治动机的研究只有田志龙等(2003)和卫武(2006)基于问卷的调查。因受调查数据的限制,他们的研究只是从企业家的主观意愿上表明这种动机存在的可能性,却无法回答其普遍性,以及客观效果如何。

本文试图从政治动机的角度研究企业的捐赠行为。在中国经济体制中,政府仍然扮演着比较重要的角色,在这种情况下,建立和维持政治关联以获得政府更多的支持很可能成为中国企业捐赠的动机之一。“5·12”汶川地震中,数以万计的企业和个人为灾区捐款捐物。在这个特殊的历史时刻,捐赠无疑是企业为政府分忧解难的重要举措。但是在“5·12”汶川地震中,进行捐赠的企业众多,且是一次性的捐赠。通过这种一次性捐赠建立政治关联的可能性较小,企业更可能通过捐赠来强化已有的政治关联,即那些已经建立政治关联的企业为了维持或强化既有的政治关联,捐赠的力度会更大。这一方面是因

为企业对是否建立政治关联具有自主选择权,已经建立政治关联的企业往往对“政治关联”的需求更大,因此,为了维持或强化现有政治关联,企业会进行更多的捐赠;另一方面,当政府有求于企业时,有较大政治关联需求的企业更容易被政府选择,也更容易为政府所用。^①当“5·12”汶川地震来临之时,基于以上两方面的原因,我们提出假说1。

假说1:相对于没有政治关联的民营企业,具有政治关联的民营企业为了维持或者加强既有的政治关联,捐赠的力度更大。

(二)政治关联的作用

国外许多研究发现,政治关联可以帮助企业获得一些有利的经营条件,这种作用在政府管制比较强的发展中国家尤其明显。Johnson和Mitton(2003)、Mian和Khwajia(2006)、Faccio(2006)以及Claessens等(2008)针对印度尼西亚、马来西亚、巴基斯坦、巴西等发展中国家的研究都发现,具有政府背景的董事或管理层能够使公司更容易地获得债务融资、享受更低的税率。即使在美国,也有研究表明,具有政治关联的企业可以获得明显的政策性好处(Roberts,1990)。

虽然国内关于捐赠的政治动机的研究很少,但是对政治关联作用的研究却很丰富,并且得到了基本一致的研究结果。很多研究都发现,民营企业的政治关联有助于其获得更宽松的经营条件,从而取得更好的经营业绩(吴文锋等,2008;余明桂等,2008;胡旭阳,2006)。

综上所述,现有文献表明企业之所以建立或维持政治关联是为了获得更有利的经营环境或经营条件,包括从银行获得更多的贷款、享受更低的税率,以及获得进入政府管制行业进行经营的许可等,甚至获得财政补贴。其中,获得管制行业的许可是一个长期的过程,而财政补贴通常在公司陷入亏损或财务困境时才会发生,不具有普遍性。因此,限于时间窗口和样本特征(进行捐赠的企业基本都是盈利企业),我们主要考察捐赠后贷款的增加和税收负担的变化。在假说1中,我们预期公司捐赠的目的是为了加强与政府间的政治关联,而加强政治关联是为了获得上述利益。由此,我们可以推断,与未捐赠的民营企业相比,进行捐赠的民营企业由于政治关联得到强化,会从政府支持中获得更多的好处。

假说2:与未捐赠的民营企业相比,进行捐赠的民营企业会获得更多的贷款,税收方面也获得更多优惠。

三、研究设计

为了检验本文的假说1,具有政治关联的民营企业捐赠力度更大,我们采用如下的模型。

$$\text{Donation} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{PC_Dummy} + \alpha_2 \text{Disclosure} + \alpha_3 \text{SiChuan} + \alpha_4 \text{Cash}$$

$$+\alpha_5 \text{CROA} + \alpha_6 \text{Size} + \alpha_7 \text{Lev} + \alpha_8 \text{SaleFee} + \epsilon \quad (1)$$

因为相当一部分民营企业没有捐赠,因变量 Donation 在“0”处聚集了大量样本,即因变量是在“0”处截断的,所以我们采用 Tobit 模型对(1)式进行估计。被解释变量 Donation 为捐赠的力度,具体有两种定义方式:一种是以包括现金和实物在内的所有捐赠占营业利润或销售收入的比重;另一种是只计算现金捐赠,即现金捐赠金额占营业利润或销售收入的比重。

PC_Dummy 表示是否具有政治关联的哑变量。董事长或总经理只要有任何一人曾经担任政府官员、人大代表或政协委员即表示有政治关联。当按照上述定义公司有政治关联时 PC_Dummy 为 1,否则为 0。

Disclosure 表示是否发布了临时公告的哑变量,如果有临时公告为 1,否则为 0。发布临时公告的公司更有可能追求广告效应,因此我们预期发布临时公告的公司捐赠幅度较大。其他控制变量定义见表 1。

为了检验假说 2,本文采用模型(2)和模型(3)进行分析,即民营企业在进行捐赠之后是否获得更多的贷款和相对更多的税收好处。

$$\begin{aligned} \text{Loan} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Donation_Dummy} + \beta_2 \sigma[\text{CROA}] + \beta_3 \text{FixAssets} \\ & + \beta_4 \text{SalesGrowth} + \beta_5 \text{CROA} + \beta_6 \text{PC_Dummy} + \beta_7 \text{LogTA} \\ & + \beta_8 \text{Lev} + \epsilon \end{aligned} \quad (2)$$

$$\begin{aligned} \text{Tax} = & \gamma_0 + \gamma_1 \text{Donaiton_Dummy} + \gamma_2 \text{CROA_Dummy} \\ & + \gamma_3 \text{CROA_Dummy} \times \text{Donation_Dummy} + \gamma_4 \text{CROA} \\ & + \gamma_5 \text{LogTA} + \gamma_6 \text{Lev} + \gamma_7 \text{Donation} + \epsilon \end{aligned} \quad (3)$$

模型(2)中,因变量为捐赠后贷款的增加额(均用期初总资产进行平减),具体回归时,我们分别取 2008 年末相对捐赠前 3 年(2005—2007 年)的短期贷款增加额、长期贷款增加额、短期与长期贷款增加额之和,以及现金流量表中借款收到的现金减去偿还借款支付的现金后的净额。Donation_Dummy 为捐赠哑变量,有捐赠时为 1,否则为 0。

模型(3)主要考察捐赠对企业税负水平的影响。其中,因变量是税负水平的变化。我们用两个指标计算税负水平的变化:一是(营业税金及附加+所得税费用)/销售收入这一比率在 2008 年相对于捐赠前 3 年平均数的变化,二是应交税金/销售收入这一比率在 2008 年相对于捐赠前 3 年平均数的变化。自变量中,除了与模型(2)中相同的变量之外,还包括 CROA_Dummy,这是表明公司业绩水平的哑变量,在 $\text{CROA} > 2\%$ 时取 1,否则为 0。设置这一变量的原因是所得税是一个重要的税种,而只有业绩较好的公司才需要通过改善与政府的关系降低其所得税水平。我们预期由于捐赠带来的税收好处在业绩较好的公司中体现较为明显,因此 CROA_Dummy 与 Donation_Dummy 的交叉项系数应该显著为负。最后,我国《企业所得税法》第九条规定,公益性捐赠支出在年度利润总额 12% 以内的部分,计算所得税时可以扣除。因此,模型中加

入 Donation 变量(捐赠总额/利润总额)来控制捐赠对所得税的影响。

表 1 变量定义

变量	定义	变量	定义
Donation	衡量捐赠力度。两种定义方式:(1)现金捐赠和实物捐赠占营业利润或销售收入的比重;(2)现金捐赠金额占营业利润或销售收入的比重。	LogTA PC_Dummy	总资产自然对数 董事或高管中有曾在政府部门任职或是人大代表的为 1, 否则为 0
Tax_R	(营业税金及附加+所得税)/销售收入	Donation _ Dummy	捐赠为 1, 否则为 0
Tax_Payable_R	应交税金/销售收入	CROA	营业利润/上期末总资产
Loan	(长期借款+短期借款)/上期末总资产	Cash	货币资金/捐赠金额
SLoan	短期借款/上期末总资产	SiChuan	注册地是四川的为 1, 否则为 0
Lloan	长期借款/上期末总资产	Lev	总负债/总资产
Ch_Tax_R	2008 年 Tax_R 减去捐赠前 3 年平均 Tax_R	Disclose	发布捐赠临时公告为 1, 否则为 0
Ch_Taxpayable_R	2008 年 Tax_Payable_R 减去捐赠前 3 年平均值	CROA_Dummy	CROA>0.02 时为 1, 否则为 0
Ch_Loan	2008 年 Loan 减去捐赠前 3 年平均 Loan	σ [CROA]	过去 3 年 ROA 的方差
Ch_SLoan	2008 年 SLoan 减去捐赠前 3 年平均 SLoan	SalesFee	销售费用/销售收入
Ch_LLoan	2008 年 LLoan 减去捐赠前 3 年平均 LLoan	FixAssets	固定资产/总资产
Net Debt	(借款收到的现金一偿还借款支付的现金)/总资产	SalesGrowth	2008 年销售收入相对于 2007 年销售收入的增长率

四、数据来源和描述性统计

根据 Wind 数据库、巨潮资讯网和新浪网的统计,我们手工收集企业捐赠数据,最终确认有 426 家上市公司在“5·12”汶川地震后第一时间进行了捐赠。进一步去除金融类上市公司 12 家、捐赠时上市不到 1 年的上市公司 58 家,再剔除其中的国有企业 186 家,最终获得捐赠的民营企业上市公司共 179 家。

表 2 对企业的捐赠情况进行了简单的描述性统计。为了便于了解民营企业捐赠的普遍性和捐赠力度,我们将其与国有企业的捐赠情况进行了对比。从表 2 可以看出,在捐赠的积极性上,523 家民营企业中有 179 家进行了捐赠,捐赠企业占 34.2%。国有企业本应捐赠更多,但可能由于主动建立政治关联的动机不强,因此,捐赠的公司比例反而远低于民营企业,为 24.7%。在捐赠的力度上,民营企业捐赠幅度显著大于国有企业。民营企业捐赠总额占销售收入的 0.259%,占上年营业利润的 2.751%,分别显著高于国有企业的 0.101%和 1.621%。

表2 描述性统计

		以民营企业总数为基础计算的均值				以民营企业中捐赠企业数为基础计算的均值			
		企业总数	现金	实物	现金+实物	捐赠企业数	现金	实物	现金+实物
民营企业	金额(万元)	523	66.8	24.43	91.23	179	195.17	71.38	266.55
	捐赠/销售收入(%)		0.056	0.033	0.089		0.163	0.096	0.259
	捐赠/营业利润(%)		0.505	0.436	0.942		1.477	1.274	2.751
国有企业	金额(万元)	753	126.8	12.81	139.61	186	513.32	51.88	565.2
	捐赠/销售收入(%)		0.02	0.004	0.025		0.083	0.018	0.101
	捐赠/营业利润(%)		0.320	0.080	0.400		1.296	0.325	1.621
民营 vs 国有 (t值)	金额(万元)		-1.32	1.3	-1.03		-1.78*	0.63	-1.64
	捐赠/销售收入(%)		5.46***	2.45**	4.67***		7.80***	2.33***	4.27***
	捐赠/营业利润(%)		2.11***	2.57***	3.31***		0.59	2.36***	2.32***

注:***、**和*分别表示在1%、5%和10%水平上显著。

五、实证结果及其解释

(一)捐赠动机(假说1)的检验

根据假说1,捐赠是民营企业强化政治关联的手段之一。因此,我们预期,已有政治关联的民营企业捐赠力度更大。模型(1)估计结果见表3。在第1列和第2列中我们分别用捐赠总额与营业利润比率和捐赠总额与销售收入的比率衡量捐赠力度。在自变量中,我们关心的自变量是政治关联哑变量PC_Dummy的系数分别在1%和10%的水平上显著。在第3列和第4列中,我们只用现金捐赠比率衡量捐赠力度,PC_Dummy的系数为正,与预期相同,但显著性有所下降。

表3 政治关联与企业捐赠

变量/参数	总捐赠力度				现金捐赠力度			
	捐赠总额/营业利润 (1)		捐赠总额/销售收入 (2)		现金捐赠/营业利润 (3)		现金捐赠/销售收入 (4)	
	系数	P值	系数	P值	系数	P值	系数	P值
PC_Dummy	0.454	0.002	0.303	0.100	0.281	0.097	0.261	0.170
Disclosure	0.236	0.181	0.064	0.773	-0.188	0.369	-0.215	0.330
SiChuan	-0.255	0.375	-0.244	0.489	-0.375	0.187	-0.356	0.292
Cash	0.052	0.001	-0.024	0.205	0.048	0.120	-0.009	0.772
CROA	2.665	0.055	4.052	0.037	-1.464	0.345	4.407	0.025
LogTA	-0.218	0.018	-0.125	0.251	-0.357	0.000	-0.246	0.020
Lev	1.178	0.027	-0.916	0.174	0.734	0.224	-1.504	0.033
SalesFee	5.387	<0.0001	5.667	<0.0001	-0.007	0.995	-0.598	0.563
截距	-0.492	0.797	-3.766	0.096	3.100	0.139	-0.576	0.794
Log likelihood	-241.94		-265.25		-236.24		-231.92	

注:***、**和*分别表示在1%、5%和10%水平上显著。

另外,从其他控制变量的影响看,是否发布了捐赠临时公告与捐赠力度没有显著相关性。销售费用比率与捐赠力度显著正相关,支持了捐赠的广告效应理论,这与现有文献结果一致。

(二)捐赠利益(假说2)的检验

表4中我们对比了地震后实施捐赠与未实施捐赠的民营企业在2008年获得的银行贷款和税收负担方面的变化。

首先,考察银行贷款的增量。 Ch_SLoan 为2008年末短期借款(以期初总资产平减,下同)减去2005—2007年短期借款的均值。该指标衡量了2008年企业获得银行短期借款的变化。类似地,我们计算了 Ch_Loan 以衡量获得银行总借款水平的变化。^②从这两个指标看,进行捐赠的民营企业在2008年短期借款平均增加0.3%,未进行捐赠的民营企业短期借款则平均减少1.7%,且两组样本之间银行短期借款变化的差异在1%水平上显著。从获得银行借款总水平看,进行捐赠的企业获得银行总借款水平平均下降0.6%,下降幅度在10%水平上,而且显著低于未进行捐赠的企业(平均下降1.9%)。短期借款和总借款变化的中值均通过了1%的显著性检验。我们还利用现金流量表信息计算了银行借款的增量,即用取得借款收到的现金减去偿还借款支付的现金再除以总资产。使用该指标与前两个指标得到的结论一致。

其次,我们考察了两个税负水平指标。第一个指标是利用利润表信息计算营业税金及附加与所得税之和占销售收入的比率(Tax_R)。2008年捐赠企业这一比率的平均水平为2.69%,未捐赠企业为3.63%。前者显著低于后者。第二个指标是应交税金占销售收入的比率($Tax_Payable_R$)。2008年捐赠企业这一指标平均为2%,显著低于未捐赠民营企业的5.1%。

从假说1的分析和检验中可以看出,已有政治关联的企业更倾向于进行捐赠,因此,上述借款和税负水平的差异可能是由于在捐赠前既有的政治关联造成的影响,而不是由于当年的捐赠引起的。为了更好地衡量捐赠这一用来加强政治关联的手段对贷款和税负水平的影响,我们主要观察了捐赠前后借款和税负水平的变化。表4中列示了税负水平的变化。对于税负水平的两个指标,我们分别计算了与2005—2007年平均水平相比,2008年税负水平的变化值。比如, Ch_Tax_R 为2008年的 Tax_R 减去2005—2007年 Tax_R 的均值。总体上,地震后的2008年公司的税负水平变化为正,说明整体税负水平有所上升。未捐赠企业 Ch_Tax_R ($Ch_Taxpayble_R$)的平均值为0.8%(1.3%),捐赠企业只有0.3%(0.1%),差异显著。

综合表4的结果,地震后2008年进行捐赠的民营企业获得了更多的银行贷款,且税负的变化整体上优于未进行捐赠的民营企业。

为了控制捐赠以外其他因素对借款和税负变化的影响,我们进行了多变量分析,即对模型(2)和模型(3)进行了回归。

表 4 民营企业捐赠的经济后果

变 量	均 值			中 值		
	未捐赠 N=344	捐赠 N=179	T 值	未捐赠 N=344	捐赠 N=179	Z 值
Ch_Loan	-0.019	-0.006	-1.70*	-0.009	0.001	-2.879***
Ch_SLoan	-0.017	0.003	-3.07***	-0.012	0.002	-3.530***
NetDebt	0.003	0.036	-4.31***	0.0058	0.0297	-2.955***
Tax_R	0.036	0.027	2.64***	0.0238	0.0204	0.780
Tax_Payable_R	0.051	0.020	4.11***	0.017	0.014	2.270**
Ch_Tax_R	0.008	0.003	2.16**	0.001	0.001	0.923
Ch_Tax_Payable_R	0.013	0.001	1.99**	0.005	0.002	2.788***

注:Ch_表示 2008 年指标减去 2005—2007 年对应指标的均值。***、**和* 分别表示在 1%、5%和 10%水平上显著。

模型(2)的回归结果见表 5。除了长期借款变化不受捐赠影响外,在其他 3 个回归中,捐赠哑变量的系数在统计上均显著为正,即地震后有捐赠行为的民营企业银行贷款增量显著较大,这与单变量分析结果一致。

表 5 捐赠后的贷款变化

	Ch_SLoan (1)	Ch_LLoan (2)	Ch_Loan (3)	Net Debt (4)
Donation_Dummy	0.032*** (4.73)	-0.007 (-1.58)	0.025*** (3.72)	0.036*** (3.98)
σ [CROA]	0.013 (0.24)	-0.009 (-0.24)	0.005 (0.08)	-0.051 (-0.66)
FixAsset	0.003 (0.15)	-0.009 (-0.64)	-0.005 (-0.24)	-0.020 (-0.66)
SalesGrowth	0.019** (2.04)	-0.021*** (-3.55)	-0.002 (-0.17)	0.029** (2.29)
CROA	-0.229*** (-9.84)	-0.011 (-0.76)	-0.240*** (-10.25)	-0.050 (-1.59)
PC_Dummy	-0.003 (-0.48)	-0.006 (-1.27)	-0.009 (-1.26)	-0.003 (-0.28)
Log TA	-0.003 (-0.93)	0.006** (2.54)	0.002 (0.65)	0.015*** (2.97)
Lev	0.060*** (4.26)	0.004 (0.45)	0.064*** (4.51)	0.015 (0.81)
截距	0.029 (0.37)	-0.116** (-2.40)	-0.088 (-1.12)	-0.317*** (-3.01)
N	448	448	448	448
adj.R ²	0.23	0.03	0.24	0.08
F	17.334	2.723	18.301	5.893

注:***、**和* 分别表示在 1%、5%和 10%水平上显著。

模型(3)的回归结果见表 6。表 6 中分别以 Ch_Tax_R 和 Ch_Taxpayable_R 为因变量,考察捐赠对民营企业税负变化的影响。从表 6 结果看,捐赠哑变量对税负水平的变化没有显著影响,但是捐赠哑变量 Donation_Dummy 与业绩哑变量 CROA_Dummy 的交叉项系数显著为负,这说明捐赠对税负的影响主要体现在业绩较好(CROA>2%)的公司,捐赠可以显著降低这些公司的税负水平的变化。

表6 捐赠与税收变化

变量/参数	Ch_Tax_R	Ch_Taxpayble_R
Donation_Dummy	0.005 (0.79)	0.007 (0.61)
CROA_Dummy	0.011*** (3.36)	0.016** (2.52)
CROA_Dummy×Donation_Dummy	-0.014** (-2.04)	-0.016** (-1.97)
CROA	0.006 (0.60)	0.011 (0.58)
LogTA	0.003** (2.08)	0.002 (0.81)
Lev	0.003 (1.16)	0.018*** (3.21)
Donation	0.007 0.99	0.011 0.86
截距	-0.065** (-2.16)	-0.063 (-1.11)
N	521	521
adj.R ²	0.03	0.04
F	3.587	4.470

注：***、**和* 分别表示在1%、5%和10%水平上显著。

综上所述,表4至表6的实证结果支持了假说2,即相对于未进行捐赠的民营企业,进行捐赠的民营企业更易获得银行借款,特别是短期借款。同时,进行捐赠的民营企业在税负方面也获得了比未捐赠民营企业更多的优惠。上述证据支持了捐赠是民营企业强化政治关联进而从政府争取更多支持或优惠的手段之一。

六、结 论

2008年5月12日汶川地震后,社会各界纷纷伸出援助之手。在捐赠的队伍中,民营企业尤其引人注目。从整体上看,在地震中进行捐赠的民营企业比国有企业比例更高,而民营企业的捐赠成本本质上是个人股东承担,国有企业的捐赠成本则是国家买单。为此,本文对汶川地震过程中民营企业的捐赠行为及其后果进行了研究。我们的研究表明,已经建立了政治关联的民营企业比未建立政治关联的民营企业捐赠更多;进一步的研究表明,在控制了已有的政治关联之后,进行捐赠的民营企业在捐赠后,仍然表现出银行借款水平的显著提高和相对较低的税收负担。

本文的贡献主要体现在以下几个方面:首先,本文从一个新的视角研究了公司捐赠的动机,提出民营企业为加强政治关联进行捐赠的可能,丰富了现有关于捐赠行为的研究文献。其次,本文丰富了政治关联的研究。以往的文献表明,企业建立政治关联的途径往往是通过雇用有政府背景的高管,或者公司

创始人自己进入人民代表大会或担任政协委员。因此,都是从“用人”的角度考察政治关联,本文则从“做事”的角度研究上市公司如何通过做“投政府所好”之事来维护或加强政治关联。再次,捐赠后企业经营环境的改善表明,政治关联的确可以给企业带来实实在在的好处,进一步印证了我们对捐赠动机的推断。最后,本文研究结果对实务也有一定的指导意义。那些对捐赠持观望态度的民营企业可以更全面、更综合地考量捐赠的成本与收益,做出更理性的捐赠决策。对政府来说,也可以更有的放矢地引导民营企业的捐赠行为,使企业与社会共赢。

注释:

- ①第一层原因是“主动”的,即企业的自我选择;第二层原因是“被动”的,即政府在有需求时选择的企业。两层原因导致相同方向的结果,因此本文中我们不考虑是主动还是被动原因占优。
- ②表2显示,政治关联对长期借款没有影响,这可能是因为长期借款合同的更新需要更长时间,因此表4没有考察长期贷款的变化。

参考文献:

- [1]胡旭阳.民营企业家的政治身份与民营企业的融资便利——以浙江省民营百强企业为例[J].管理世界,2006,(5):107—113.
- [2]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,(11):51—61.
- [3]田志龙,高勇强,卫武.中国企业政治策略与行为研究[J].管理世界,2003,(12):98—106.
- [4]卫武.中国环境下企业政治资源、政治策略和政治绩效及其关系研究[J].管理世界,2006,(2):95—109.
- [5]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,(7):130—141.
- [6]余明桂,潘红波.政治关系、制度环境与民营企业银行贷款[J].管理世界,2008,(8):9—21.
- [7]Brown W O, Helland E, Smith J K. Corporate philanthropic practices[J]. Journal of Corporate Finance, 2006, (5): 855—877.
- [8]Claessens S, Feijen E, Laeven L. Political connections and preferential access to finance: The role of campaign contributions [J]. Journal of Financial Economics, 2008, (3): 554—580.
- [9]Cornell B, Shapiro A. Corporate stakeholders and corporate finance[J]. Financial Management, 1987, 16 (Spring): 5—14.
- [10]Correia M M. Political connections, SEC enforcement and accounting quality[R]. Working Paper, Stanford University, 2009.
- [11]Faccio M. Politically connected firms [J]. American Economic Review, 2006, (1): 369—386.
- [12]Johnson S, Mitton T. Cronyism and capital controls: Evidence from Malaysia [J]. Jour-

- nal of Financial Economics, 2003, (2): 351—382.
- [13] Mian A, Khwaja A I. Tracing the impact of bank liquidity shocks: Evidence from an emerging market [J]. American Economic Review, 2008, (4): 1413—1442.
- [14] Navarro P. Why do corporations give to charity? [J] Journal of Business, 1988, 61(1): 65—93.
- [15] Roberts B E. A dead senator tells no lies: Seniority and the distribution of federal benefits [J]. American Journal of Political Science, 1990, (1): 31—58.
- [16] Williams R J, Barrett J D. Corporate philanthropy, criminal activity, and firm reputation: Is there a link? [J]. Journal of Business Ethics, 2000, (4): 341—350.
- [17] Zhang R, Zhu J, Yue H, et al. Corporate philanthropic giving, advertising intensity, and industry competition level [J]. Journal of Business Ethics, 2010, (1): 39—52.
- [18] Zhang R, Rezaee Z, Zhu J. Corporate philanthropic disaster response and ownership type: Evidence from Chinese firms' response to the Sichuan earthquake [J]. Journal of Business Ethics, 2009, (1): 51—63.

Donation: Is It a Way to Strengthen Political Connections in Private Enterprises?

XUE Shuang¹, XIAO Xing²

(1. Institute of Accounting & Finance, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200433, China; 2. School of Economics and Management, Tsinghua University, Beijing 100084, China)

Abstract: This paper investigates the effect of political connections on the donation behavior of private enterprises after Wenchuan earthquake and the governmental support to private enterprises after the donation. The results confirm the significant effect of political connections on the donation behavior of private enterprises, namely politically connected private enterprises are more apt to donate after the earthquake. As for economic consequence, compared to private enterprises without donation behavior, the ones with donation behavior gain more benefit in terms of bank loans and taxation. At present, the donation behavior of Chinese private enterprises is strategic. Private enterprises strengthen their political connections by donation in order to obtain further governmental support.

Key words: political connection; private enterprise; donation; loan; tax rate

(责任编辑 金 澜)