

# 企业社会责任对创新绩效的影响研究

## ——基于社会资本的中介作用

张 玉, 邱 羚

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年8月29日; 录用日期: 2024年9月20日; 发布日期: 2024年11月6日

### 摘 要

企业承担社会责任(Corporate Social Responsibility)是企业实现可持续发展的重要途径之一。对于企业社会责任、企业社会资本以及创新绩效三者的作用机制, 以及市场竞争在其中的调节作用, 学术界并未得出统一的结论。本文选取2016~2022年我国全部A股上市公司作为研究对象进行实证分析, 并进一步探讨企业社会资本的中介作用以及市场竞争强度的调节作用。研究表明, 企业积极履行社会责任有助于提升创新绩效; 在企业履行社会责任对创新绩效产生影响的过程中, 企业社会资本发挥着中介作用; 市场竞争强度作为调节变量正向调节企业社会责任对创新绩效的影响。

### 关键词

社会责任, 创新绩效, 社会资本, 市场竞争

# Research on the Influence of Corporate Social Responsibility on Innovation Performance

## —Based on the Mediating Role of Social Capital

Yu Zhang, Ling Qiu

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Aug. 29<sup>th</sup>, 2024; accepted: Sep. 20<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 6<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the key pathways for enterprises to achieve sustainable development. The mechanism by which CSR, corporate social capital, and innovation performance

interact, along with the regulatory role of market competition, has not yet reached a consensus in academia. This study selects all A-share listed companies in China from 2016 to 2022 as research subjects for empirical analysis and further explores the mediating role of corporate social capital and the regulatory effect of market competition intensity. The research findings indicate that actively fulfilling CSR is conducive to enhancing innovation performance; in the process where CSR affects innovation performance, corporate social capital plays a mediating role; market competition intensity, as a regulatory variable, positively regulates the impact of CSR on innovation performance.

## Keywords

Social Responsibility, Innovation Performance, Social Capital, Market Competition

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着中国经济的不断深入发展,经济增长模式引发了一系列问题。在“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念的指引下,传统的粗放型经济发展方式不再可持续,追求经济、社会和环境效益的最大化已成为中国企业生存和发展的新常态。企业社会责任因此被赋予了新的目标和意义。

随着科学技术创新链条逐渐完善,技术优化日渐迅速,成果转化不断增加,企业提升自主创新能力已成为应对挑战、抓住机遇的关键所在。企业扮演“创新主体”的角色,同时承担社会责任,不仅能够增强其在公众心目中的形象,还能与各利益相关方构建起积极的互动关系,这有助于企业积累社会资本,从而可能推动企业在创新领域的表现。

学术界对于企业社会责任与创新绩效之间的联系及其内在机制仍存在不同观点和讨论。大多数研究者认为企业主动履行社会责任,对于激发企业的创新活力和提升创新成果具有显著的正面影响。如 Carmelo Reverte *et al.* (2016)认为企业通过积极承担社会责任,能够在实质上更好地响应社会期望,有助于企业与各利益相关者建立起更加牢固的联系,为企业的创新活动吸引更多有价值的资源,从而提高企业在创新过程中的成功率[1]。余浩和季琼岚(2021)的研究结果表明,当企业将社会责任的履行视作一项长期战略并予以坚定执行时,这种做法显著地推动企业创新绩效的提升[2]。聂军(2023)通过对2011~2020年中国上市公司数据检验发现,企业社会责任不仅影响企业技术创新的数量,还会影响企业技术创新的质量[3]。部分学者提出相反的观点,认为企业在社会责任上的投入可能并不会带来创新绩效上的正面效应,反而可能限制企业的创新能力。以 Hull 和 Rothenberg (2008)为代表,他们认为企业应该避免将有限的资源用于社会责任活动,因为这种行为违背了经济人追求利益最大化的原则,可能会导致资源的非最优配置,从而对企业的核心创新活动产生负面影响[4]。Isab *et al.* (2011)和 George (2018)同样认为,企业投身于社会责任实践可能并不总是必需的,这种履行可能会占用企业宝贵的研发资金和资源,进而对企业的创新能力和技术发展造成制约,有可能给企业的整体运营带来不利的影响[5]。

本文从理论和实证两个角度出发,探讨以下问题:企业履行社会责任是否能够提升其创新绩效?社会资本在这一关系中是否起到中介作用?在不同的市场竞争强度下,企业履责行为对创新绩效的影响是否存在显著差异?为了解企业社会责任与创新绩效之间的关系,并验证社会资本与市场竞争对这一影响的作用,本文借鉴现有研究成果,结合利益相关者理论等,选取企业社会责任、创新绩效、社会资本与市场竞争作为研究变量,以2016~2022年全部A股上市公司为样本,探讨企业社会责任对创新绩效的影

响机制, 分析社会资本的中介效应及市场竞争强度的调节作用。

## 2. 研究设计

### 2.1. 研究假设

#### 2.1.1. 企业社会责任对创新绩效的影响

本文认为企业社会责任在平衡企业效益、社会效益和环境效益方面发挥着重要的作用。从股东和债权人的角度, 企业通过积极履行对股东和债权人的社会责任, 建立起透明、互信的合作关系, 有效降低了与企业之间的信息不对称, 不仅增强了股东和债权人对企业的信任, 也为企业带来了更稳定的资金来源, 从而促进了创新活动的持续进行; 从员工的角度看, 企业通过积极履行社会责任, 不仅能够吸引那些富有创新精神的高素质人才, 还能增强员工对企业的归属感和忠诚度, 激励他们在工作中充分发挥自己的才智, 共同推动企业的创新发展; 从消费者的角度看, 企业通过提供优质的产品和服务增加企业收入, 为创新活动提供资金支持, 同时及时了解消费者的偏好, 并根据相关反馈以市场导向开发新产品, 提高企业创新的效率; 从政府视角出发, 企业通过积极承担社会责任, 能够提升其在政策层面的可见度, 从而增加获得政府补助和税收减免等激励措施的机会。综上分析, 企业积极履行社会责任有助于创新绩效的提升。故提出如下研究假设:

H1: 企业履行社会责任对企业的创新绩效的提升具有正向促进作用。

#### 2.1.2. 企业社会资本的中介作用

社会资本为企业在社会网络中拥有的各种资源的总和。当前市场环境竞争激烈, 企业与市场的网络连接态势逐渐清晰, 企业社会资本成为企业与社会各领域建立良好关系和信任的具体表现。

企业履行社会责任成为对外界释放的友好的信号, 维护并增进与企业社会网络中各伙伴的关系, 促进企业内部与外部信息知识的交流与共享, 有助于缓解企业信息的不对称, 进而提高企业的创新产出。Borgatti (2003)研究发现, 企业在获取社会资本的过程中可推动企业知识的累积并促进知识在企业内部的传播, 而知识的积累和传播有助于帮助企业完成创新活动[6]。Ahn 等学者(2018)认为企业社会资本内嵌于企业社会责任活动中, 企业积极履行社会责任的过程就是积累企业社会资本的过程[7]。Lin 和 Dong (2018)指出企业通过积极履行社会责任, 能够更容易地从其所在的社会网络中获取多样的资源。这种资源的累积构成了企业的社会资本[8]。故本文提出以下假设:

H2: 企业社会资本在企业社会责任对创新绩效的影响机制中起中介作用。

#### 2.1.3. 市场竞争强度的调节作用

在充满动态变化的市场环境中, 企业面临着持续不断的挑战与变革压力。为了在这样的环境中生存并获得竞争优势, 企业需要时刻调整其商业运营模式, 迅速制定并实施有效的发展战略, 同时合理配置资源。同时在竞争日趋激烈的市场环境中, 企业不仅要迅速适应技术的快速迭代, 还必须回应利益相关者日益多元化的需求, 这些促使企业在经营过程中要更为关注社会责任的履行。为应对这些挑战, 企业通常会更积极履行社会责任, 塑造正面的企业形象, 巩固其在市场中的地位, 进而获得信任与支持。这种通过履行社会责任所获得的信任和支持, 不仅能够提升企业的市场竞争力, 还能帮助企业获得战略性创新资源, 从而进一步推动企业的创新绩效。这种良性循环不仅提高了企业的生存能力, 更为长期发展奠定坚实的基础。

基于上述分析, 本文提出以下假设:

H3: 市场竞争强度对企业社会责任与创新绩效之间的关系具有正向调节作用。

故本文概念模型如图 1 所示:

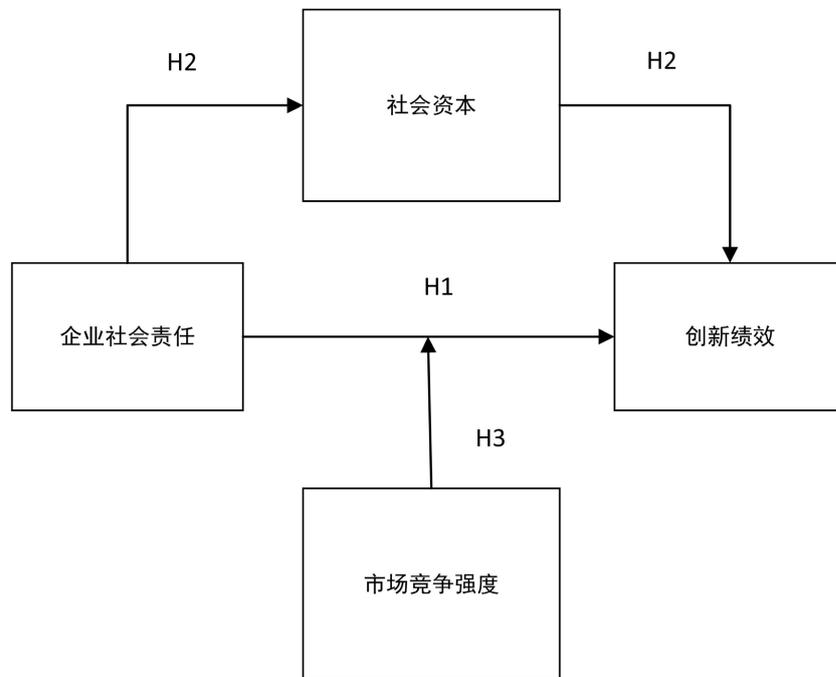


Figure 1. Conceptual model  
图 1. 概念模型

## 2.2. 研究方法

### 2.2.1. 变量选择与定义

(1) 被解释变量：创新绩效(Innovation)。通过文献梳理，部分学者使用单一指标如研发投入与营业收入之比、研发投入与总资产之比等指标进行衡量，本文则采用当年企业获得的发明专利、实用新型专利和外观设计专利的授权总数来衡量企业的创新绩效。

(2) 解释变量：企业社会责任(CSR)。本文参考杨戈宁(2024)学者选择第三方机构——华证 ESG 评级来衡量企业社会责任履行情况[9]。

(3) 中介变量：社会资本(CSC)。为使企业社会责任与社会资本之间形成一个完整的作用机理，本文基于利益相关者理论，参考张方华、赵瑞、陈钰芬等学者的研究[10]，从多维度构建社会资本指标体系，通过熵值法算出权重与综合得分，具体指标构成如表 1 所示。

Table 1. Enterprise social capital index system  
表 1. 企业社会资本指标体系

指标维度	指标名称	指标计算
股东	X1 股东权益占比	股东权益/资产总额
债权人	X2 银行信用借款占短期借款比例	银行信用借款/短期借款
供应商	X3 前 5 大供应商金额占总采购金额比例	前 5 大供应商采购金额/企业总采购金额
销售商	X4 前 5 大客户销售金额占总销售比例	前 5 大客户销售金额/企业总销售金额
员工	X5 应付职工薪酬占营业收入的比重	应付职工薪酬/营业收入
政府	X6 政府补助	国泰安数据库以及 wind 中公布的数据
金融机构	X7 拥有金融机构背景的董监高比例	拥有金融机构背景的董监高人数/董监高总数
学术机构	X8 拥有学术机构背景的董监高比例	在高校、科研机构、协会从事研究的董监高人数/董监高总数

(4) 调节变量: 市场竞争强度(Comp)。本文以企业运营过程中从市场获得的主营业务收益率作为衡量市场竞争强度的指标。

(5) 控制变量: 本文分别从公司治理和企业特征两个方面选取了资产负债率(Lev)、企业成立时间(Firmage)、独立董事占比(Indep)、净资产收益率(Roe)、企业规模(Size)、研发资金投入(Input)、账面市值比(Bm)、企业成长性(Gro)作为控制变量, 以减少遗漏变量带来的误差。

(6) 行业固定效应(Industry): 为了避免行业因素对实证结果的影响, 控制了行业固定效应。

(7) 年度固定效应(Year): 为了避免时间因素对实证结果的影响, 控制了时间固定效应。表 2 为上述指标的详细说明。

**Table 2.** Summary of variables

**表 2.** 各变量汇总表

变量类型	变量名称	变量符号	变量定义
被解释变量	创新绩效	Innovation	年度专利授权数量加一的对数值
解释变量	企业社会责任	CSR	华证 ESG 指数综合评分
中介变量	社会资本	CSC	社会资本综合指数
调节变量	市场竞争度	Comp	净利润/营业收入
控制变量	资产负债率	Lev	负债总额/资产总额
	企业成立时间	firmage	企业成立年限取自然对数
	企业规模	Size	企业年末总资产
	净资产收益率	Roe	净利润/股东权益平均值
	企业成长性	Gro	年度营业收入增长率
	研发资金投入	Input	年度研发资金投入
	账面市值比	BM	账面价值/市场价值
虚拟变量	独立董事比例	Indep	独立董事人数/董事会人数
	行业	Industry	行业虚拟变量
	年度	Year	年度虚拟变量

### 2.2.2. 样本选择与数据来源

本文选取我国 2016~2022 年 A 股上市的企业为研究样本, 为保证实证结果的有效与严谨, 对样本数据做如下处理: (1) 剔除样本中的 ST、\*ST 企业、金融行业; (2) 剔除资不抵债的上市公司; (3) 剔除主要变量缺失的样本; (4) 对所有连续变量做缩尾处理。本文企业年度专利获得数据来自中国研究数据服务平台(CNRDS), 企业社会责任数据来自 wind 数据库, 政府补助数据来自 CSMAR 数据库以及 wind 中公布的数据共同整理, 其余数据均来自 CSMAR 数据库。

### 2.2.3. 模型与方法

为了验证企业社会责任与创新绩效之间的关系, 构建模型如下:

$$Innovation_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_i \sum Control + \gamma_t + \gamma_j + \varepsilon_{i,t}$$

其中,  $\sum Control$  为控制变量,  $\gamma_t$  为时间固定效应,  $\gamma_j$  为行业固定效应,  $\varepsilon_{i,t}$  为随机扰动项。若  $\beta_1$  大于 0 且显著, 则假设 H1 成立。

为了验证社会资本的中介作用, 本文借鉴温忠麟等(2014)的检验步骤, 建立模型如下:

$$CSC_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_i \sum Control + \gamma_t + \gamma_j + \varepsilon_{i,t}$$

$$Innovation_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 CSC + \beta_i \sum Control + \gamma_t + \gamma_j + \varepsilon_{i,t}$$

为了验证市场竞争的调节作用, 针对假设 H3 构建模型如下:

$$Innovation_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 CSC + \beta_3 COMP * CSR + \beta_i \sum Control + \gamma_t + \gamma_j + \varepsilon_{i,t}$$

### 3. 实证分析

#### 3.1. 描述性分析

所有变量描述性统计结果见表 3。企业创新绩效的最大值为 6.349, 最小值为 0, 均值 1.588 个, 极差较大且分布左偏, 表明当前样本企业专利授权数总体偏低, 且不同样本企业之间的标准差较大, 各公司在创新水平上存在明显差异, 大多数企业的创新绩效仍需提升。此外, 企业社会责任的最大值为 85.68, 最小值为 54.61, 差异较大, 显示出不同公司在履行社会责任方面的差距, 各公司在履行社会责任的程度上仍有改进空间。

Table 3. Descriptive statistical results

表 3. 描述性统计结果

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Innovation	12,013	1.711	1.588	0	6.349
csr	12,013	73.013	5.532	54.61	85.68
lev	12,013	0.463	0.173	0.104	0.906
roe	12,013	0.038	0.177	-1.69	0.409
Firmage	12,013	2.973	0.284	2.079	3.611
bm	12,013	0.638	0.244	0.138	1.278
size	12,013	0.195	0.467	0.006	4.194
input	12,013	4.586	4.268	0	28
gro	12,013	0.283	0.657	-0.778	5.63
indep	12,013	37.889	5.561	33.33	60
csc	12,013	0.165	0.075	0.016	0.696
soe	12,013	0.343	0.475	0	1
comp	12,013	0.042	0.173	-1.219	0.465
ind	12,013	32.951	14.339	1	72

#### 3.2. 回归结果分析

##### 3.2.1. 企业社会责任对创新绩效的影响

所有模型回归结果如表 4 所示。模型(1)、(2)为企业社会责任对创新绩效进行回归, 模型(2)是在模型(1)的基础上加入控制变量。由表可知, 模型(1)、(2)企业社会责任对创新绩效的影响系数分别为 0.0648 和 0.0578, 无论是否加入控制变量均在 1%水平上显著为正, 表明企业履行社会责任促进创新绩效的提升, H1 得证。

**Table 4.** Regression result  
**表 4.** 回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Innovation	Innovation	csc	Innovation	Innovation	Innovation
csr	0.0648*** (25.4811)	0.0578*** (22.4878)	0.0006*** (5.6544)	0.0572*** (22.2793)		
c_csr					0.0578*** (22.4505)	0.0581*** (22.5543)
c_comp					-0.0540 (-0.4370)	0.0090 (0.0714)
lev		0.7827*** (9.0771)	-0.0163*** (-4.3229)	0.7975*** (9.2138)	0.7776*** (8.9506)	0.7890*** (9.0593)
roe		0.6203*** (7.4077)	0.0050 (1.4810)	0.6157*** (7.3657)	0.6596*** (5.0248)	0.6800*** (5.1424)
input		0.0451*** (11.7567)	0.0017*** (9.0382)	0.0435*** (11.3339)	0.0449*** (11.6624)	0.0447*** (11.6296)
Firmage		-0.3475*** (-7.0923)	0.0110*** (4.6889)	-0.3575*** (-7.3248)	-0.3479*** (-7.0980)	-0.3501*** (-7.1463)
indep		-0.0081*** (-3.4107)	0.0001 (0.9826)	-0.0082*** (-3.4659)	-0.0081*** (-3.4206)	-0.0081*** (-3.4148)
bm		0.0722 (0.9906)	-0.0176*** (-5.0921)	0.0883 (1.2030)	0.0701 (0.9610)	0.0789 (1.0808)
size		0.2429*** (5.1272)	0.0870*** (34.5699)	0.1638*** (3.1368)	0.2431*** (5.1317)	0.2372*** (5.0064)
gro		-0.0660*** (-3.4501)	-0.0011 (-1.2092)	-0.0650*** (-3.3806)	-0.0656*** (-3.4319)	-0.0655*** (-3.4234)
csc				0.9087*** (3.6929)		
c_csr*c_comp						0.0264** (2.2694)
_cons	-3.0232*** (-16.3647)	-1.8349*** (-7.1418)	0.0768*** (6.7503)	-1.9047*** (-7.3507)	2.3878*** (13.1273)	2.3793*** (13.0794)
N	12013	12013	12013	12013	12013	12013
adj. R <sup>2</sup>	0.248	0.271	0.360	0.272	0.271	0.271
year	YES	YES	YES	YES	YES	YES
industry	YES	YES	YES	YES	YES	YES

注: \*, \*\*, \*\*\*分别表示在 0.1、0.05、0.01 的水平上显著。

### 3.2.2. 社会资本的中介作用

中介效应的回归结果见表 4 中模型(3)和模型(4)。模型(3)验证企业社会责任对社会资本的作用,模型(4)验证加入社会资本后,社会资本对创新绩效以及企业社会责任对创新绩效的影响系数。由回归结果可知,企业社会责任与社会资本的系数为 0.0006,社会资本与创新绩效的影响系数为 0.9087,二者均在 1%水平下显著为正,即履行社会责任正向促进企业社会资本的积累,社会资本的积累也正向促进创新绩效的增加。对比模型(2)与模型(4)结果,加入中介变量 CSC 后,企业社会责任对创新绩效的影响系数由 0.0578

变为 0.0572, 系数略有减小但仍在 1%水平下显著, 表明了企业社会资本在企业社会责任对创新绩效的影响机制中起部分中介作用。故企业积极履行社会责任可促进社会资本的积累进而促进创新绩效的提升, 即社会资本在社会责任与创新绩效的作用机制中发挥中介作用, H2 得证。

### 3.2.3. 市场竞争强度的调节作用

为验证市场竞争的调节作用, 本文对解释变量和调节变量进行中心化处理[11], 构建市场竞争以及市场竞争与企业社会责任交互项对企业创新绩效的回归模型, 回归结果如表 4 中模型(5)和(6)所示。交互项系数为 0.0264, 且在 5%水平显著为正, 说明市场竞争正向调节企业社会责任对创新绩效的作用, H3 得证。

## 3.3. 稳健性检验

Table 5. Robustness test

表 5. 稳健性检验

	(1)替换被解释变量		(2)滞后变量			(3)工具变量法	
	Innovation	Innovation	L. Innovation	L2. Innovation	L3. Innovation	First csr	Second Innovation
csr	0.0720*** (26.2817)	0.0639*** (23.0376)	0.0570*** (20.1405)	0.0552*** (17.8763)	0.0512*** (14.1949)		0.0848*** (0.00688)
IV						0.641*** (0.00787)	
lev		0.8635*** (9.4102)	0.7920*** (8.1688)	0.8407*** (7.8485)	0.8341*** (6.8046)	-1.130*** (0.270)	0.925*** (0.177)
roe		0.8463*** (9.7358)	0.5138*** (6.0543)	0.3937*** (4.4838)	0.3587*** (3.2920)	2.841*** (0.282)	0.500*** (0.115)
input		0.0509*** (12.0618)	0.0429*** (10.1996)	0.0407*** (8.7765)	0.0363*** (6.8884)	0.0269** (0.0116)	0.0413*** (0.00741)
Firmage		-0.3181*** (-6.0803)	-0.3642*** (-6.4303)	-0.3795*** (-5.8345)	-0.4235*** (-5.5070)	0.433*** (0.144)	-0.350*** (0.114)
indep		-0.0090*** (-3.5441)	-0.0071*** (-2.7055)	-0.0056* (-1.9314)	-0.0055* (-1.6608)	0.0218*** (0.00713)	-0.00790* (0.00461)
bm		0.0460 (0.5987)	0.0694 (0.8660)	0.0423 (0.4944)	0.0824 (0.8770)	0.0778 (0.198)	0.00420 (0.137)
size		0.2227*** (4.6440)	0.2184*** (4.4039)	0.2174*** (4.2239)	0.2296*** (4.0896)	1.027*** (0.0861)	0.157 (0.105)
gro		-0.0921*** (-4.4730)	-0.0470* (-1.9062)	-0.0489* (-1.8393)	0.0034 (0.1068)	-0.128 (0.0782)	-0.0640* (0.0353)
_cons	-3.4456*** (-17.3254)	-2.2821*** (-8.2525)	-1.7682*** (-6.1267)	-1.6592*** (-5.1621)	-1.2549*** (-3.3090)		
N	12,013	12,013	9528	7645	5918	9528	9528
adj. R <sup>2</sup>	0.234	0.259	0.272	0.276	0.269	0.430	0.081
year	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
industry	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES

注: \*, \*\*, \*\*\*分别表示在 0.1、0.05、0.01 的水平上显著。

本文通过更换被解释变量、滞后被解释变量、以及工具变量法进行稳健性检验。检验结果见表5。具体而言：1、更换被解释变量。本文在参考曾辉翔(2020)等人研究的基础上，以企业年度专利申请数量代替企业年度专利授权数量衡量企业创新绩效水平[12]。回归结果显示企业社会责任对创新绩效的影响系数在1%水平上显著为正，即积极履行企业社会责任确实提升了创新绩效，本文结论可靠。2、滞后被解释变量。考虑到企业的授权专利从研发到最终授权通常需要经历较长时间且伴随许多不确定性，本文借鉴了Fang等学者的研究方法，将企业创新绩效指标分别进行了滞后1期、滞后2期和滞后3期的处理，通过推迟创新绩效的观测时间，分析企业社会责任对创新绩效的影响，验证这种影响是否存在滞后效应[13]。模型(2)结果显示与基准回归结果一致，进一步说明企业社会责任的履行对创新绩效具有持续性和长期性影响。3、工具变量法。为避免内生性问题对研究结果的干扰，本文选择滞后一阶社会责任评分作为工具变量。结果如模型(3)所示，企业社会责任对创新绩效的影响系数在1%水平下显著为正，验证了前文研究结果的稳健性。

#### 4. 主要研究结论和启示

本文对企业社会责任与创新绩效之间的作用机制进行研究，得出主要结论如下：(1) 企业社会责任的履行能够帮助企业提升创新绩效，将社会责任理念整合至企业发展战略成为一种理性且必要的选择。(2) 企业社会资本在企业社会责任对创新绩效的影响中发挥中介作用。企业可以通过积极履行社会责任与各利益相关者建立并强化良好的社会网络关系，获取保持竞争优势的稀缺资源，积累一定的社会资本来促进创新活动。(3) 市场竞争度能正向调节企业社会责任与创新绩效的关系。积极履行社会责任不仅能够为企业带来差异化优势，还能通过吸引和留住更多优质客户、人才和合作伙伴，从而为企业的创新活动提供更为丰富的资源支持。

基于以上结论本文提出建议如下：(1) 企业应树立履行社会责任的意识，积极履行社会责任并将其融入到企业文化与发展战略中，促进社会责任发挥最大化作用。(2) 企业应将社会资本积累融入发展战略，强化利益主体交流互动，建立长期信任合作关系，在完善社会关系网络的基础上加快培育内外部社会资本，为企业创新发展提供支持。(3) 市场环境的外部因素对企业社会责任的成效具有显著影响。企业需要更加重视社会责任的实践，以保持与各方利益相关者的良好关系，通过这种方式积累社会资本，进而推动企业的创新表现。

本文的研究不足如下：(1) 被解释变量的衡量方式不够全面，还需要进一步完善对于创新的衡量方式。未来研究可以构建综合性的指标评价体系深入探讨。(2) 在数据获取方面，为确保研究结果的可靠性，本文使用了公开发布的二手数据。未来研究可以在此基础上，结合问卷调查和深入访谈等方式收集相关数据，以进一步提升研究的可靠性。

#### 参考文献

- [1] Reverte, C., Gómez-Melero, E. and Cegarra-Navarro, J.G. (2016) The Influence of Corporate Social Responsibility Practices on Organizational Performance: Evidence from Eco-Responsible Spanish Firms. *Journal of Cleaner Production*, **112**, 2870-2884. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.128>
- [2] 余浩, 季琼岚. 企业社会责任对创新绩效的影响研究——基于合法性的中介作用[J]. 现代管理科学, 2021, 9(7): 83-93.
- [3] 聂军. 数字化转型、社会责任履行与企业技术创新绩效[J]. 技术经济与管理研究, 2023(1): 50-54.
- [4] Hull, C.E. and Rothenberg, S. (2008) Firm Performance: The Interactions of Corporate Social Performance with Innovation and Industry Differentiation. *Strategic Management Journal*, **29**, 781-789. <https://doi.org/10.1002/smj.675>
- [5] Gallego-Álvarez, I., Manuel Prado-Lorenzo, J. and García-Sánchez, I. (2011) Corporate Social Responsibility and Innovation: A Resource-Based Theory. *Management Decision*, **49**, 1709-1727.

<https://doi.org/10.1108/00251741111183843>

- [6] Borgatti, S.P. and Cross, R. (2003) A Relational View of Information Seeking and Learning in Social Networks. *Management Science*, **49**, 432-445. <https://doi.org/10.1287/mnsc.49.4.432.14428>
- [7] Ahn, S. and Park, D. (2016) Corporate Social Responsibility and Corporate Longevity: The Mediating Role of Social Capital and Moral Legitimacy in Korea. *Journal of Business Ethics*, **150**, 117-134. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3161-3>
- [8] Lin, K.C. and Dong, X. (2018) Corporate Social Responsibility Engagement of Financially Distressed Firms and Their Bankruptcy Likelihood. *Advances in Accounting*, **43**, 32-45. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2018.08.001>
- [9] 杨戈宁, 万泳淇, 杨浩昌. 制造业数字化转型与企业创新绩效[J]. 统计与决策, 2024, 40(11): 168-172.
- [10] 陈钰芬, 金碧霞, 任奕. 企业社会责任对技术创新绩效的影响机制——基于社会资本的中介效应[J]. 科研管理, 2020, 41(9): 87-98.
- [11] Toothaker, L.E. (1994) Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions. *Journal of the Operational Research Society*, **45**, 119-120. <https://doi.org/10.1057/jors.1994.16>
- [12] 曾辉祥, 陈佳纯, 周志方. 创新能力与企业社会责任的交互跨期影响——非正式制度调节效应视角[J]. 研究与发展管理, 2020, 32(5): 111-125.
- [13] Fang, V.W., Tian, X. and Tice, S. (2014) Does Stock Liquidity Enhance or Impede Firm Innovation? *The Journal of Finance*, **69**, 2085-2125. <https://doi.org/10.1111/jofi.12187>