

股权激励对企业绩效的影响

——基于管理者短视主义的中介效应

杨凤仪

上海理工大学管理学院, 上海

收稿日期: 2025年4月16日; 录用日期: 2025年6月3日; 发布日期: 2025年6月10日

摘要

本研究聚焦于2014年至2023年期间中国所有A股上市的非金融、非房地产公司, 致力于探究股权激励对企业绩效的作用及其内在机理, 采用多元回归分析和双向固定效应模型, 通过实证分析, 检验了股权激励、管理者短视主义与企业绩效这三者之间的关系。研究结果显示: 股权激励与企业绩效之间存在着显著的正相关, 即随着股权激励的实施, 企业的经营绩效也会随之提高。此外, 管理者短视主义在股权激励与企业绩效之间扮演着部分中介作用。具体而言, 股权激励能够抑制管理者过度关注短期利益的倾向, 促使其更多地关注企业的长期发展目标, 从而提升整体企业绩效。研究还发现, 股权激励在提高企业绩效的同时, 有助于缓解管理者短视主义带来的负面影响, 增强企业的持续竞争力。本文的结论为理解股权激励在提升企业绩效中的作用提供了新的视角, 并为企业制定更加有效的激励机制提供了理论依据。

关键词

股权激励, 企业绩效, 管理者短视主义, 中介效应

The Impact of Equity Incentives on Corporate Performance

—Mediating Role of Managerial Short-Termism

Fengyi Yang

Business School, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: Apr. 16th, 2025; accepted: Jun. 3rd, 2025; published: Jun. 10th, 2025

Abstract

This study focuses on all non-financial and non-real estate A-share listed companies in China from 2014 to 2023, aiming to explore the effect of equity incentives on corporate performance and its

underlying mechanism. By employing multiple regression analysis and a two-way fixed effects model, this paper empirically examines the relationship among equity incentives, managerial short-termism, and corporate performance. The research findings reveal a significant positive correlation between equity incentives and corporate performance, indicating that the implementation of equity incentives leads to an improvement in business performance. Additionally, managerial short-termism plays a partial mediating role between equity incentives and corporate performance. Specifically, equity incentives can curb managers' excessive focus on short-term interests, encouraging them to pay more attention to the long-term development goals of the enterprise, thereby enhancing overall corporate performance. The study also finds that equity incentives not only improve corporate performance but also help alleviate the negative impacts of managerial short-termism, strengthening the enterprise's sustained competitiveness. The conclusions of this paper provide a new perspective for understanding the role of equity incentives in enhancing corporate performance and offer a theoretical basis for enterprises to formulate more effective incentive mechanisms.

Keywords

Equity Incentives, Corporate Performance, Managerial Short-Termism, Mediating Effect

Copyright © 2025 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

在现代企业治理中，股权激励作为一种重要的激励手段，广泛应用于提升管理层的工作能力和企业绩效。股权激励使得管理层与股东的利益紧密联系在一起，激励管理者努力推动企业长期发展目标的实现。然而，在现实中，股权激励制度的实践效果并非总能与预期的理想状态一样令人满意。管理者在追求短期目标时，可能会忽视长期战略规划，甚至采取短期主义的策略，这种现象被称为“管理者短视主义”[1]。因此，研究股权激励是如何通过改变管理者行为，进而促进企业绩效的提升，是当前学术界与企业界亟待攻克的难题。本研究聚焦于 2014 年至 2023 年期间中国所有 A 股上市的非金融、非房地产公司，通过实证分析，检验了股权激励与企业绩效两者之间的关系，并且引入管理者短视主义作为中介变量，深入剖析了股权激励是如何通过改变管理者行为，进而促进企业绩效提升的路径。研究结果显示，股权激励与企业绩效之间存在着显著正相关，这表明股权激励的实施在一定程度上促进了企业经营绩效的提升。然而，股权激励并非直接作用于企业绩效，而是通过抑制管理者的短视主义行为，进而促进企业绩效的提升。具体来说，股权激励能够促使管理者关注长期目标，从而减少短期业绩驱动的决策，避免因追求短期利益而损害公司的长期发展潜力。

本研究的贡献在于：本文引入管理者短视主义作为中介变量，拓展了股权激励对企业绩效影响机制的理论体系。通过对中国上市公司的分析，本文揭示了股权激励在实际操作中可能遇到的管理者行为偏差，以及这些偏差如何通过影响决策过程进而影响企业绩效。因此，本研究不仅为股东和管理层设计更加科学和高效的股权激励方案提供了理论支持，同时也为企业改善治理结构、缓解管理者短视倾向提供了实践层面的指导。

2. 文献回顾与研究假设

2.1. 股权激励与企业绩效

作为一种长期激励机制[2]，股权激励已经成为现代企业治理结构中不可或缺的关键要素。股权激励

的研究最早受到了委托代理理论[3]的启发。根据委托代理理论,企业内部的股东(作为委托人)与管理层(作为代理人)之间,由于目标差异及信息不对称等问题,从而会引发代理冲突。为了解决这一问题,股东通过股权激励机制将管理层的利益与股东利益对接,从而减少代理问题,激励管理层致力于提升企业绩效。股权激励一直都是国内外学者研究的热门话题,学者们普遍认为,股权激励能够有效提升企业绩效。Jensen & Meckling (1976)指出,实施股权激励,可以有效缓解管理者与股东之间的代理冲突[3]。Core & Guay (1999)通过实证研究发现,股权激励能够显著提升管理层的工作积极性,从而进一步提升企业绩效[4]。国内学者陈文强等(2015) [5]与王春雷等(2020) [6]通过分析我国上市公司数据,实证检验发现高管股权激励能够显著提高公司绩效,且代理成本在其中起到了部分中介作用。此外,也有研究表明高管持股比例的增加与企业绩效之间存在着正相关关系[7][8]。本文认为,股权激励能够激发管理者的工作动力和责任感,使得管理层在决策时更加关注企业的绩效表现和长期价值的增长,从而有效提高企业的整体绩效。基于上述分析,本文提出以下假设:

H1: 股权激励能够显著提升企业绩效。

2.2. 管理者短视主义的中介作用

过去数十年间,管理学领域的学者一直将管理者短视主义(Managerial Myopia)视为一个重要的研究课题。管理者短视主义指的是管理者在决策过程中,由于过度地关注短期利益和即时回报,从而忽视公司长期战略目标和可持续发展的一种倾向[9][10]。这种短视行为不仅严重影响公司的创新能力和战略决策质量,还可能从根本上削弱通过股权激励机制来对齐股东与管理者利益的效果。根据高层梯队理论[11],高层管理团队的多样性对组织的决策有重要影响,高层团队的经验、知识和视野影响着企业的长期发展方向。管理者的短视主义行为会影响其在战略决策中的选择,导致过度关注短期绩效,牺牲长期目标[12],最终会削弱企业的长期绩效表现和市场竞争能力。代理理论[3]指出,股东与管理层之间利益的不一致是导致代理成本产生的根本原因。为了降低这些成本并协调双方利益,股东采取了股权激励的策略,通过将管理者的个人利益与公司长期价值增长相连接,旨在激发管理者为公司创造更大价值的动力。然而,管理者短视主义的出现表明,股东的短期价值最大化可能会导致管理者在实际决策中过度注重短期绩效指标,这与代理理论中追求长期利益一致性的核心目标产生了严重冲突。管理者的短视主义行为可能会从多个维度削弱股权激励的预期激励效果。首先,当管理者专注于短期指标时,可能会降低对长期项目的投资和研发力度;其次,为了提升短期绩效,管理者可能会采取一系列不利于企业可持续发展的策略;最后,短视主义还可能导致管理者忽视市场环境的长期变化趋势和产业发展方向。这些行为最终将减少股权激励对企业长期绩效的正面促进作用。基于上述分析,本文提出以下假设:

H2: 股权激励通过抑制管理者短视主义,进而促进企业绩效的提升。

3. 研究设计

3.1. 样本选取与数据来源

本研究聚焦于2014年至2023年期间中国所有A股上市的非金融、非房地产公司,同时剔除ST、*ST以及含有变量缺失值的企业样本,为了降低异常值对实证结果的干扰并增强其解释性,本研究对于连续型变量的数据实施了上下1%的缩尾处理。数据处理通过Excel软件得到实现,实证分析的部分则通过Stata17统计软件得到完成。本文的数据来源为CSMAR数据库。

3.2. 变量设定

3.2.1. 被解释变量

企业绩效。本文借鉴了陈文强等[5](2015)的研究,采用净资产收益率(Roe)作为企业绩效的衡量标准。

Roe 通过衡量公司净利润在股东权益中的占比,可精准反映公司利用股东资本获取利润的效能。Roe 数值越高,表明公司盈利水平越高,对股东的回报也越丰厚。此外,为了评估模型的稳定性和提高研究结论的可信度,在稳健性的验证阶段,本文选用了总资产收益率(Roa)作为 Roe 的替代指标,从而增强结论的适用性。

3.2.2. 解释变量

股权激励。本文借鉴徐宁等[13](2014)的研究,具体是通过计算企业高管所持股份数量占公司总股本的比例来界定股权激励水平(Ehr)。

3.2.3. 中介变量

管理者短视主义。本文借鉴胡楠等[1]的研究,通过对 A 股上市公司年报进行细致分析和词频统计,将管理者短视主义关键词在年报 MD&A 中的词频占比*100 来量化管理者短视主义程度(Myopia)。

3.2.4. 控制变量

参考现有研究,本文选取资产负债率、股权集中度、两职合一、独董比例、营业收入增长率、现金流比率、托宾 Q 值、企业规模、企业年龄九个变量作为控制变量。所有变量如表 1 所示。

Table 1. Variable definition table

表 1. 变量定义表

变量类型	变量名称	变量符号	变量定义与计算方式
被解释变量	企业绩效	Roe	净利润/股东权益余额
		Roa (用于稳健性检验)	净利润/总资产平均余额
解释变量	股权激励	Ehr	高管持股数量/总股数
中介变量	管理者短视主义	Myopia	通过对 A 股上市公司年报进行细致分析和词频统计,将管理者短视主义关键词在年报 MD&A 中的词频占比*100 来量化管理者短视主义程度
控制变量	企业规模	Size	Ln(企业资产总额)
	企业年龄	FirmAge	Ln(当年年份 - 公司成立年份 + 1)
	资产负债率	Lev	负债总额/资产总额
	股权集中度	Top	公司排名前 10 位的大股东持股比例之和
	两职合一	Dual	当董事长与总经理职务由同一人担任时,该变量赋值为 1;若两者由不同人担任,则赋值为 0
	独董比例	Indboard	独立董事人数/董事会人数
	营业收入增长率	Growth	(营业收入本年本期金额 - 营业收入上年同期金额)/(营业收入上年同期金额)
	现金流比率	Cashflow	经营活动产生的现金流量净额/总资产
	托宾 Q 值	TobinQ	市值/总资产

3.3. 研究模型

为了验证假设 1,同时考虑到研究对象可能会受到行业层面与时间层面等不可观测因素的干扰,因此对样本数据进行 F 检验、LM 检验和 Hausman 检验,确定选取双向固定模型,为此构建模型(1):

$$Roe_{i,t} = \alpha_1 + \beta_1 Ehr_{i,t} + \sum \gamma_j Control_{i,t} + \sum Industry + \sum Year + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

在模型(1)中, $Roe_{i,t}$ 表示企业绩效, $Ehr_{i,t}$ 表示股权激励, $Control_{i,t}$ 表示一系列控制变量, $\sum Industry$ 与 $\sum Year$ 分别表示行业固定效应和年份固定效应, $\varepsilon_{i,t}$ 表示随机扰动项。

为了验证假设 2, 在模型 1 的基础上, 参考温忠麟等[14] (2004)的三步法, 构建模型(2)与(3):

$$Myopia_{i,t} = \alpha_1 + \beta_1 Ehr_{i,t} + \sum \gamma_j Control_{i,t} + \sum Industry + \sum Year + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

$$Roe_{i,t} = \alpha_1 + \beta_1 Ehr_{i,t} + \phi_1 Myopia_{i,t} + \sum \gamma_j Control_{i,t} + \sum Industry + \sum Year + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

上述模型中, $Myopia_{i,t}$ 表示管理者短视主义。

4. 实证结果与分析

4.1. 描述性统计

表 2 展示了本文变量的描述性统计结果, 具体而言, 净资产收益率(Roe)的取值范围在-0.756 至 0.308 之间, 其标准差达到 0.138, 这揭示了不同企业间在净资产收益率上存在显著的波动性, 反映出不同企业之间盈利能力的显著差异。对于股权激励, 其平均值为 0.093, 意味着大部分企业的管理层股权激励程度相对较低。值得注意的是, 中位数远低于平均值, 这可能表明在我国, 仅有少数企业实施了高水平的股权激励, 或者股权激励的覆盖面相对狭窄。此外, 股权激励的标准差为 0.151, 表明企业在股权激励这方面的实践存在较大的差异性。管理者短视主义均值为 0.038, 说明大多数企业管理者在决策中表现出一定程度的短视行为, 但总体水平较低。换句话说, 虽然短视主义存在, 但它可能不是普遍现象, 可能受限于行业、治理结构等因素。

Table 2. Descriptive statistics

表 2. 描述性统计

VarName	Obs	Mean	Median	SD	Min	Max
Roe	31,307	0.050	0.068	0.138	-0.756	0.308
Ehr	31,307	0.093	0.006	0.151	0.000	0.621
Myopia	31,307	0.038	0.030	0.034	0.000	0.166
Size	31,307	22.162	21.984	1.240	19.908	26.059
Lev	31,307	0.396	0.384	0.198	0.054	0.886
Growth	31,307	0.142	0.091	0.350	-0.542	1.999
Dual	31,307	0.335	0.000	0.472	0.000	1.000
Top	31,307	0.589	0.597	0.152	0.237	0.903
Indboard	31,307	0.377	0.364	0.052	0.333	0.571
TobinQ	31,307	2.075	1.657	1.311	0.845	8.579
Cashflow	31,307	0.050	0.049	0.066	-0.148	0.240
FirmAge	31,307	2.973	2.996	0.305	2.079	3.555

4.2. 多元回归分析

表 3 展示了模型的基准回归, 其中列(1)仅包含了股权激励作为解释变量, 用于直观地表现解释变量股权激励对被解释变量企业绩效的影响。列(2)中加入了多个控制变量, 综合考察股权激励以及控制变量与企业绩效的关系, 两列均控制了行业和年份固定效应。回归结果显示: 股权激励与企业绩效之间存在着显著的正相关关系, 且在 1%的显著性水平上显著。这一结果有力地支持了假设 1, 即股权激励对于推动企业绩效的提升具有积极的影响。具体而言, 股权激励制度通过将管理者的利益与公司的长期发展目标紧密相连, 进而提升了企业的绩效表现。企业应当致力于构建合理且高效的股权激励机制, 以充分激

发管理层的潜能和动力，从而实现企业价值的最大化。

Table 3. Benchmark regression results

表 3. 基准回归结果

	(1)	(2)
	Roe	Roe
Ehr	0.077*** (12.03)	0.046*** (7.65)
Size		0.024*** (22.09)
Lev		-0.204*** (-23.46)
Growth		0.088*** (31.03)
Dual		-0.003 (-1.50)
Top		0.108*** (15.90)
Indboard		-0.039** (-2.25)
TobinQ		0.004*** (4.37)
Cashflow		0.551*** (34.15)
FirmAge		0.004 (1.25)
_cons	0.043*** (28.10)	-0.514*** (-19.72)
Industry	Yes	Yes
Year	Yes	Yes
N	31,307	31,307
F	144.831	367.194
R ²	0.028	0.284
Adj. R ²	0.027	0.283

注：括号内数据为t值；***、**、*分别代表1%、5%、10%的显著性水平。

4.3. 稳健性检验

4.3.1. 替换被解释变量

为了进一步检验结果的有效性，参考陈文强等[5] (2015)的研究使用总资产收益率(Roa)来替换原被解释变量净资产收益率(Roe)，来对企业绩效进行衡量，这一替换的主要目的在于验证原模型所得结论是否稳定、可靠。通过对股权激励与总资产收益率之间的关系建立固定效应模型并进行回归分析检验，我

们发现两者之间存在显著的正相关关系，且这种关系在 1%的统计水平上具有显著性，研究结果如表 4 显示，这一研究结论进一步证实了原模型的稳健性。

4.3.2. 缩减样本

剔除 2020 年~2022 年样本通常是为了评估疫情期间特殊经济环境对模型结果的影响。疫情期间，全球经济经历了重大波动，许多行业、公司和市场面临前所未有的挑战或变革。剔除疫情期间的数据，能够帮助检验变量在不同的经济环境下是否保持一致。研究结果显示：股权激励与企业绩效之间仍存在显著正相关，这表明原模型的结果是稳健的。

Table 4. Robustness test
表 4. 稳健性检验

	(1)	(2)
	Roa	Roe
Ehr	0.034*** (10.89)	0.051*** (7.38)
Size	0.010*** (20.07)	0.023*** (19.58)
Lev	-0.124*** (-41.29)	-0.198*** (-21.31)
Growth	0.049*** (36.59)	0.078*** (22.51)
Dual	-0.003*** (-2.95)	-0.004 (-1.58)
Top	0.067*** (20.60)	0.104*** (13.89)
Indboard	-0.025*** (-3.05)	-0.036* (-1.87)
TobinQ	0.004*** (9.02)	0.003*** (2.75)
Cashflow	0.352*** (40.83)	0.532*** (27.64)
FirmAge	0.000 (0.06)	0.006* (1.67)
_cons	-0.189*** (-16.12)	-0.500*** (-17.72)
Industry	Yes	Yes
Year	Yes	Yes
N	31,307	19818
F	773.561	241.091
R ²	0.440	0.257
Adj. R ²	0.439	0.256

注：括号内数据为 t 值；***、**、*分别代表 1%、5%、10%的显著性水平。

4.4. 内生性建议

在回归分析中,股权激励与企业绩效之间可能存在内生性问题。为解决这一问题,本文引入滞后一期的股权激励(L.Ehr)作为工具变量进行内生性检验。表5呈现了内生性检验的实证结果:不可识别检验显示,Kleibergen-Paap rk LM 统计量为 1017.59,在 1%水平上显著;在弱工具变量检验中,Kleibergen-Paap Wald rk F 统计量为 18822.50,远大于 Stock-Yogo 弱工具变量临界值(10%显著性水平下为 16.38),拒绝弱工具变量的原假设,进一步验证了所选取的工具变量是合理的。第一阶段回归结果表明,工具变量的系数为 0.835,且在 1%水平上显著;在第二阶段中,股权激励的系数在 1%水平上显著为正,这一系列检验结果表明,在考虑到内生性的情况下,股权激励对企业绩效的积极影响仍然稳健成立,为本研究的核心假设提供了有力支持。

Table 5. Endogeneity test

表 5. 内生性检验

VARIABLES	(1)	(2)
	first	second
	Ehr	Roe
L.Ehr	0.835*** (137.195)	
Ehr		0.035*** (4.315)
Size	-0.002*** (-5.571)	0.027*** (22.660)
Lev	-0.008*** (-3.773)	-0.219*** (-22.407)
Growth	0.001 (0.825)	0.096*** (29.202)
Dual	0.027*** (19.573)	-0.002 (-0.954)
Top	0.027*** (12.040)	0.103*** (13.831)
Indboard	-0.006 (-0.942)	-0.027 (-1.415)
TobinQ	-0.001*** (-4.690)	0.004*** (5.000)
Cashflow	0.006 (1.013)	0.573*** (32.240)
FirmAge	0.001 (0.511)	0.006 (1.395)
Observations	24,973	24,973
R-squared	0.791	0.282
Kleibergen-Paap rk LM statistic	1017.59***	
Cragg-Donald Wald F statistic	94300.37 > 16.38	
Kleibergen-Paap Wald rk F statistic	18822.50 > 16.38	

注:括号内数据为 t 值;***、**、*分别代表 1%、5%、10%的显著性水平。

5. 机制分析

本文采用温忠麟等[14] (2004)的中介效应三步法进行回归分析, 结果表 6 所示: 从列(2)的回归结果可以看到: 管理者短视主义与股权激励的回归系数为-0.015, 且在 1%的显著性水平上成立, 表明了股权激励(Ehr)对管理者短视主义(Myopia)具有显著的负向影响, 这意味着随着股权激励强度的增加, 管理层展现出的短视主义行为会减少, 这可能是由于股权激励机制激励了管理者追求公司的长期发展目标。列(3)中引入中介变量——管理者短视主义, 其与企业绩效之间的回归系数为-0.158, 且在 1%的显著性水平上成立, 说明其对企业绩效产生了显著的负向影响, 这表明管理者的短期主义行为会对企业的长期绩效造成损害。此外, 无论是在列(1)还是列(3)中, 股权激励与企业绩效之间均呈现出显著的正向关系, 回归系数由列(1)的 0.046 下降为列(3)的 0.043, 这些研究结果共同表明, 管理者短视主义在股权激励与企业绩效之间起到了部分中介作用, 即股权激励通过减少管理者的短视主义行为, 进而促进了企业价值的提升。

Table 6. Mechanisms analysis
表 6. 机制分析

	(1)	(2)	(3)
	Roe	Myopia	Roe
Ehr	0.046*** (7.65)	-0.015*** (-6.61)	0.043*** (7.24)
Myopia			-0.158*** (-5.73)
Size	0.024*** (22.09)	-0.001*** (-2.59)	0.024*** (22.05)
Lev	-0.204*** (-23.46)	0.007*** (3.75)	-0.203*** (-23.35)
Growth	0.088*** (31.03)	-0.007*** (-13.10)	0.087*** (30.79)
Dual	-0.003 (-1.50)	-0.001 (-1.47)	-0.003 (-1.58)
Top	0.108*** (15.90)	-0.001 (-0.58)	0.108*** (15.84)
Indboard	-0.039** (-2.25)	-0.009 (-1.62)	-0.041** (-2.34)
TobinQ	0.004*** (4.37)	-0.001*** (-4.07)	0.004*** (4.17)
Cashflow	0.551*** (34.15)	-0.005 (-1.32)	0.551*** (34.16)
FirmAge	0.004 (1.25)	0.008*** (6.73)	0.006 (1.61)
_cons	-0.514*** (-19.72)	0.041*** (4.82)	-0.507*** (-19.53)

续表

Industry	Yes	Yes	Yes
Year	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	31,307	31,307	31,307
<i>F</i>	367.194	35.200	334.653
<i>R</i> ²	0.284	0.084	0.285
<i>Adj. R</i> ²	0.283	0.083	0.284

注：括号内数据为 t 值：***、**、* 分别代表 1%、5%、10% 的显著性水平。

6. 结论与展望

6.1. 结论

本研究聚焦于 2014 年至 2023 年期间中国所有 A 股上市的非金融、非房地产公司，运用多元回归分析方法和双向固定效应模型，通过实证分析，检验了股权激励、管理者短视主义与企业绩效三者之间的关系。研究结果表明：股权激励与企业绩效之间存在着显著的正相关，即股权激励策略对企业经营效果的改善起到了积极作用。此外，管理者短视主义在股权激励与企业绩效之间起到了部分中介作用。具体而言，股权激励能够抑制管理者过度关注短期利益的倾向，促使其更多地关注企业的长期发展目标，从而提升整体企业绩效。

6.2. 展望

6.2.1. 优化股权激励机制，减少短视主义行为

企业在制定股权激励政策时，应当注重设计合理的激励机制，使其不仅能够关注短期经济利益，还要鼓励管理层关注企业的长期发展。例如，通过长期股权激励计划、绩效股权、股票期权等工具，推动管理者在战略决策时考虑更长远的目标，减少因短期业绩考核压力而导致的“短视行为”。

6.2.2. 增强股权激励的多元化效果

尽管本研究验证了股权激励在一定程度上通过减少短视主义行为促进了企业绩效的提升，但股权激励的作用不仅仅依赖于短视主义的中介作用。在企业绩效的实现过程中，股权激励还可能通过优化资源配置、推动战略决策、提升组织执行力等其他渠道起到积极作用。因此，企业在制定股权激励方案时，应当全面考量激励机制的多维度影响，不仅要考虑如何减少短期行为，还要关注如何通过股权激励引导管理者制定更具战略眼光的决策。股权激励的设计要以企业的长远发展为目标，避免过于单一的短期激励，力求综合发挥股权激励的最大效应。

6.2.3. 完善企业政策与政府监督作用

企业合理地设计相关政策对于股权激励的成功实施至关重要。政府监管可以在此过程中发挥积极作用，特别是在防止过度短视行为和激励滥用方面。政策制定者可以考虑制定相关法律法规，确保企业的股权激励方案不仅符合法律要求，还能够促进企业的长期健康发展。此外，政府可以通过提供税收优惠、激励创新等手段，鼓励企业采用更加有效的股权激励方案，推动整体经济效益的提升。

6.2.4. 加强文化建设，倡导长期价值观

企业应通过文化建设，引导管理层和员工树立长期价值观，培养重视企业未来发展的责任感和使命感。例如，可以通过定期的战略规划会议、长远目标设定、长期项目的实施等方式，强化管理层对公司

未来发展方向的关注。此外,企业还应注重人才的培养和价值观的传递,特别是在高管选拔和培训中,选择那些具备战略眼光、能够站在长远角度做决策的管理者。长期价值创造意识的培养,不仅仅体现在股权激励的设计上,更应融入到企业的日常运营中,成为企业管理的核心理念之一。

参考文献

- [1] 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+19-21.
- [2] 倪艳,胡燕.股权激励强度对企业绩效的影响——以A股上市公司为例[J].江汉论坛,2021(4): 17-27.
- [3] Jensen, M.C. and Meckling, W.H. (1976) Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405x\(76\)90026-x](https://doi.org/10.1016/0304-405x(76)90026-x)
- [4] Core, J. and Guay, W. (1999) The Use of Equity Grants to Manage Optimal Equity Incentive Levels. *Journal of Accounting and Economics*, 28, 151-184. [https://doi.org/10.1016/s0165-4101\(99\)00019-1](https://doi.org/10.1016/s0165-4101(99)00019-1)
- [5] 陈文强,贾生华.股权激励、代理成本与企业绩效——基于双重委托代理问题的分析框架[J].当代经济科学,2015,37(2): 106-113+128.
- [6] 王春雷,黄庆成.高管股权激励对企业绩效的影响研究——基于中介效应模型[J].会计之友,2020(3): 89-96.
- [7] 范晓旭.高管股权激励、研发投入强度与企业绩效——以A股上市公司为例[J].商业会计,2018(5): 33-37.
- [8] 王秀芬,徐小鹏.高管股权激励、经营风险与企业绩效[J].会计之友,2017(10): 84-89.
- [9] Stein, J.C. (1988) Takeover Threats and Managerial Myopia. *Journal of Political Economy*, 96, 61-80. <https://doi.org/10.1086/261524>
- [10] Laverly, K.J. (1996) Economic “Short-Termism”: The Debate, the Unresolved Issues, and the Implications for Management Practice and Research. *Academy of Management Review*, 21, 825-860. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9702100316>
- [11] Hambrick, D.C. and Mason, P.A. (1984) Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers. *The Academy of Management Review*, 9, 193-206. <https://doi.org/10.2307/258434>
- [12] Narayanan, M.P. (1985) Managerial Incentives for Short-Term Results. *The Journal of Finance*, 40, 1469-1484. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1985.tb02395.x>
- [13] 徐宁,任天龙.高管股权激励对民营中小企业成长的影响机理——基于双重代理成本中介效应的实证研究[J].财经论丛,2014(4): 55-63.
- [14] 温忠麟,张雷,侯杰泰,等.中介效应检验程序及其应用[J].心理学报,2004(5): 614-620.