

义利能否两全？ 民营上市公司精准扶贫的动因及后果研究

——以中国平安为例

熊艳, 王靖雯

(华东理工大学商学院, 上海 200237)

摘要: 以中国平安为例, 探究民营上市公司精准扶贫的动因及后果, 试图揭示逐利动机的民营上市公司能否通过精准扶贫实现“义利合一”。研究发现: (1) 中国平安的扶贫模式涵盖产业扶贫、医疗扶贫和教育扶贫, 其参与精准扶贫的动因除了响应国家政策号召、改善保险行业形象的利他动因, 更多的是享受税收优惠、维系政企关系、完善 ESG 体系、布局金融科技和布局医疗科技的利己动因。(2) 中国平安在完成精准扶贫这一利他行为的同时, 实现了积极的利己后果。一是积累声誉资本, 包括获得扶贫奖项、提升 ESG 评级、吸引国际资本; 二是获取政治资源, 扶贫后政府补助增加、政企合作加深、税负水平降低; 三是推动产业布局, 参与扶贫的核心平台金融壹账通、平安健康业绩显著提升。研究结论从利己和利他的视角丰富了民营上市公司精准扶贫动因与后果的研究, 可为企业将精准扶贫与公司战略有机结合、建立精准扶贫的长效机制提供参考和借鉴。

关键词: 精准扶贫; 动因; 经济后果; 民营上市公司

中图分类号: F275.2

文献标识码: A

DOI 编码: 10.7511/JMCS20240608

0 引言

精准扶贫的实质是解决扶贫资源的配置问题, 政府需要将扶贫资源进行全面有效的整合, 同时, 除政府以外的市场主体也需要积极参与。精准扶贫作为中国特色减贫道路上的一项重要战略, 也是中国企业履行社会责任的一次机遇, 可以彰显中国企业的使命担当^[1]。民营企业作为推动国家经济社会发展的重要力量, 有望成为精准扶贫与乡村振兴的生力军^[2]。

在国家政策的引导下, 企业尤其是上市公

司对精准扶贫的参与度正在逐步提升, 根据 CSMAR 数据库, 参与精准扶贫的上市公司占比由 2016 年的 20.96% 上升至 2020 年的 35.26%。在这些扶贫的上市公司中, 民营企业占比由 2016 年的 38.17% 上升至 2020 年的 48.45%, 与国有企业扶贫参与度比较接近。上市公司参与精准扶贫这一举动, 本身存在着公益无偿性与资本逐利性之间的矛盾, 民营企业在这方面的矛盾可能更为突出。研究表明, 民营主体参与脱贫攻坚的意愿不尽相同^[2]。有的研究认为, 尽管民营企业的扶贫行为会产生一

收稿日期: 2023-07-03

基金项目: 国家社会科学基金一般项目“数字鸿沟视角下另类数据对企业信息披露的影响、路径及后果研究”(22BGL076); 国家自然科学基金青年项目“社交媒体的情绪波动与股价行为研究”(71702056); 教育部人文社会科学研究规划基金项目“重大突发公共卫生公共事件下的企业信息披露行为研究: 基于风险感知的视角”(21YJA630101)

作者简介: 熊艳, 女, 江西上饶人, 华东理工大学商学院副教授, 博士, 研究方向为资本市场的财务与会计; 王靖雯, 通讯作者, 女, 江苏镇江人, 华东理工大学商学院硕士研究生, 研究方向为财务会计理论与实务, E-mail: 1050047760@qq.com。

定的货币支出,但企业也会因涉足新产业获得更多的营业收入,在一定程度上促进企业经济目标的实现^[3]。有的研究则认为企业的财务资源有限,精准扶贫会挤占企业营销、研发等职能性资源,加剧企业运营的资源约束^[4-6]。中国儒家思想强调“仁义为先,功利居后”,但功利居后不意味着不谈功利,而是主张“以义主利,以利佐义,合而相成,通为一脉”,强化“义”“利”的嵌入关系^[7]。尽管我国主张的是道义责任规则导向下的价值选择,强调个体对群体、社会的责任,但现代企业尤其是民营企业秉持企业价值最大化和利益相关者价值最大化的原则^[8],需要最大限度地保证经济效益的实现。因此,采用兼顾经济目标和非经济目标的“义利合一”扶贫模式将极大地提升民营企业的扶贫意愿。

中国平安开始精准扶贫的时间较早、扶贫覆盖面较广、扶贫成效较显著,其扶贫模式既典型又特殊,寓自身业务发展需求于精准扶贫项目之中,有效整合了企业与当地产业的优势资源,兼顾了推动扶贫地区发展的社会效益与加快新业务成长的经济效益。本文选取中国平安为案例研究对象,分析了其精准扶贫的动因、模式及后果,试图探究三个主要问题:①以实现股东利益最大化为目标且本身财务资源有限的民营上市公司为何有意愿参与无偿的精准扶贫活动?②民营上市公司投入大量资源进行精准扶贫后给企业各方面带来了哪些影响?③民营上市公司要采取怎样的扶贫模式才能兼顾经济目标与企业社会责任,实现“义利合一”?本文从利己和利他的视角拓展了民营上市公司精准扶贫动因与后果的研究,探寻了精准扶贫与公司战略有效结合的“义利合一”扶贫模式,丰富了有关企业精准扶贫模式的研究,为企业建立精准扶贫的长效机制提供有益的参考和借鉴。

1 文献综述

1.1 精准扶贫的动因

精准扶贫的动因一般分为道德动因、利益动因和政治动因,其中利益动因与政治动因都是利己层面的动因。基于此,本文将精准扶贫的动因划分为利他动因和利己动因两类。

其一,有研究指出,许多企业出于利他动因参与精准扶贫。原东良和周建^[9]研究发现,女性高管的亲社会性和高教育水平管理者的高道德感,是企业参与精准扶贫的道德动因。也有一些研究指出,早期有贫困经历的高管更富有同理心,会更积极地承担精准扶贫责任,并重视企业慈善文化的建设^[10-12]。

其二,部分研究表明,企业参与精准扶贫是出于利己考虑。企业通过精准扶贫来实现获取政治资源、获得消费者支持、构建社会合作网络等长期收益。杨义东和程宏伟^[13]认为,政治资源是企业精准扶贫的驱动因素,政治资源价值越高,对企业的驱动力越强。参与精准扶贫有助于企业获取融资便利、税收优惠等政治资源。任长秋和王钊^[14]从注意力视角研究发现,重污染或高消费敏感度的企业会更积极地参与精准扶贫,通过履行社会责任来改变企业形象或者赢得消费者信赖。祝丽敏等^[15]认为,由于外界对企业的信心增强有助于企业构建社会合作网络,从而获得更多稀缺资源,因此,企业会出于提升外界对自身信心的动机主动参与精准扶贫。同时,民营企业市场性较好、决策机制简洁,在决定是否参与精准扶贫时更具灵活性^[16],能制定更契合长期收益的扶贫模式。此外,民营企业能通过精准扶贫降低与外部利益相关者的信息不对称程度,从而与利益相关者建立良好的合作关系,进而获得政府补贴、融资便利、税收优惠等政治资源^[6],以及低资本成本等经济资源^[16]。

其三,也有研究认为,企业参与扶贫活动是出于“利己且利他”的双重考虑。潘健平等^[17]研究发现,管理者单纯的利己动机并不能解释企业的精准扶贫行为,企业参与精准扶贫是利他性动机和利己性动机结合的结果。精准扶贫能够使企业、社会与环境三者实现共赢。

1.2 精准扶贫的经济后果

第一,企业参与精准扶贫有利于其获得更多的政治资源。民营企业通过履行社会责任来维系政治关联,从而获得融资便利^[18]。该经济后果对于非国有、资产负债率高、发达地区的企业的作用更明显^[19]。严若森和唐上兴^[20]研究

发现,上市公司积极参与精准扶贫有利于其获得政府补贴等政府资源的支持。黄玉菁等^[21]研究发现,地方国有企业参与精准扶贫能够提升高管晋升的概率。从地区层面看,如果企业所在地区的领导刚上任或有意谋求晋升,该地区的企业更有可能参与精准扶贫^[22];财政压力较大地区的企业更可能被政府动员参与精准扶贫^[23]。然而,也有一些研究指出,政治资源并不易获得。例如,刘春等^[24]研究发现,精准扶贫并未直接给企业带来更多的政府补助和贷款优惠。曹光远等^[25]认为,参与精准扶贫的上市公司并没有获得充足的税收优惠以减轻其税负。

第二,企业参与精准扶贫有利于积累良好的声誉资本。胡浩志和张秀萍^[26]认为,当企业参与扶贫的消息传递给外界的利益相关者后,会提升企业的声誉资本软实力。这不仅有助于企业维系现有的社会关系,还能吸引更多新的合作伙伴。企业参与精准扶贫大大提高了企业声誉和资源获取能力,降低了信息不对称,从而有助于降低企业风险^[27],改善外部市场环境^[28]。

第三,企业尤其是民营企业参与精准扶贫会提升经营绩效。企业参与精准扶贫不仅能获得更多的稀缺资源、提升社会责任绩效、改善公司治理、促进绩效增长^[26,29-31],还能够通过资源效应和声誉效应显著提高创新产出和创新效率^[32-33]。企业披露精准扶贫信息向消费者和投资者传递了企业富有社会责任感的信号,使企业容易得到社会认可并影响消费者购买决策。因此,披露精准扶贫信息的公司有更高的资产周转率、总资产营业利润率和总资产收益率,这也能进一步促进基金投资^[1]。此外,精准扶贫解决了民营企业信息不对称问题并吸引了媒体关注,还提高了高管薪酬契约的有效性^[34]。

第四,企业参与精准扶贫还将促使宏观层面的社会福利提升^[35]。文雯等^[36]研究发现,企业积极参与精准扶贫能调动同行业企业的扶贫积极性,进而巩固脱贫攻坚成果。关静怡等^[37]研究发现,企业参与精准扶贫不仅有助于其在供应链关系中成为优势方,还有助于提升社会福利,实现公平与效率的一致性。张京心

等^[38]研究发现,企业“造血型”扶贫能显著提升财务绩效和扶贫绩效,形成企业效益和社会效益双赢的局面。

1.3 研究问题的明确

少量文献从纯粹的利他动因视角关注了企业的精准扶贫行为,更多的研究发现企业进行精准扶贫是出于获取政治资源、获得消费者支持、构建社会合作网络等长期收益的考虑,其中民营企业的长期收益获取动机尤为强烈。有关上市公司精准扶贫的经济后果研究表明,企业参与精准扶贫对其获取政治资源、积累声誉资源等具有积极作用,并且最终有利于企业财务绩效、创新绩效和治理绩效的提升。但当前研究较少从兼顾利己和利他的视角来考虑企业与社会的双赢选择,也鲜少有研究探讨能给企业和社会带来长期收益的扶贫模式。本文主要探索这两方面的问题。

2 研究设计

2.1 研究方法 with 案例选择

本文采用探索性单案例研究方法对议题展开探讨,试图回答民营上市公司为何有意愿参与无偿的精准扶贫活动,以及民营上市公司能否通过精准扶贫实现“义利合一”的问题。本文选取中国平安作为案例公司,主要原因有三点。①行业的典型性。金融类上市公司是精准扶贫事业的中坚力量,有着积极的意愿和雄厚的经济实力,其精准扶贫投入在上市公司精准扶贫投入中的占比最高^[39],且扶贫参与度高、扶贫连续性强、扶贫效率高。保险行业作为高度依赖信用经营的特殊金融行业,整体的低声誉一直是阻碍其健康发展的关键问题,因此,保险行业通过精准扶贫来获取声誉资本的利他动机较为强烈。保险行业的扶贫投入远高于证券行业、期货行业,仅次于银行业。同时,保险行业扶贫的连续性较强,在连续5年参与扶贫的金融类上市公司中,保险公司占比最高,且这些公司均有后续扶贫计划,扶贫覆盖面也最广。②企业的典型性。中国平安上市时间超过20年,其扶贫行动在保险行业内开展得较早(2016年)、扶贫投入较多(累计扶贫投入在民

营保险企业中排名第一，仅次于央企中国人保）、扶贫覆盖面较广、扶贫成效较显著，且较早地将精准扶贫融入公司战略，扶贫行为对公司经营运作的影响也相对更大。此外，中国平安的产权性质发生过改变。2006年，中国平安从国有企业转变为民营企业，政治资源的变动使其深知政治资源对公司的重要影响，因此，其政治资源获取动机也较为强烈。③扶贫模式的典型性。中国平安的扶贫模式既典型又特殊，其将业务资源与扶贫资源进行了有机结合，兼顾了推动扶贫地区发展的社会效益与加快新业务成长的企业效益。

2.2 数据来源

本文主要从四个渠道获取数据：①从中国平安官网收集公开披露的年度报告、可持续发展报告等信息；②从国泰安数据库获取中国平安及同行业公司精准扶贫的相关数据；③从Choice金融终端数据库获取金融壹账通及平安健康的业绩信息等；④从政府官方网站获取相关资料，如税务局、消费者权益保护局的公开信息等。

3 案例介绍

3.1 中国平安公司简介

中国平安成立于1988年，2004年6月在港交所上市，2007年3月在上交所上市。中国平安的经营业务为保险业务（寿险、健康险、财险）、银行业务、资产管理业务及科技业务。保险业务是中国平安的核心业务，“金融+健康”“金融+科技”隶属于科技业务，近年来逐步成为中国平安产业布局的重要发力方向。

中国平安在成立之初是一家国有控股企业。2002年，汇丰入股中国平安，原先的国有资本因政策限制和市场下行撤出中国平安。2006年，中国平安彻底从国有企业变为非国有企业。

3.2 精准扶贫模式分析

3.2.1 精准扶贫模式介绍

2018年初，中国平安在原有的扶贫行动的基础上启动“三村工程”精准扶贫项目，该扶贫项目分为村官工程、村医工程、村教工程三种模式（表1）。

表1 中国平安精准扶贫模式

Tab.1 The targeted poverty alleviation model of Ping An

扶贫模式	实质	核心企业/平台	具体措施
村官工程	产业扶贫	金融壹账通	“扶贫贷”助力 推出低/免息贷款业务，支持核心农业企业发展，紧密连接核心农业企业与贫困户
			“扶贫债”帮扶 投资地方政府扶贫债券，将扶贫资金用于贫困县的基础设施建设等
			“扶贫保”保障 用“保险+科技”的方式为贫困户提供扶贫保障，借助互联网电商平台扩大扶贫产品销售范围
村医工程	医疗扶贫	平安健康	改善村卫硬件 改善村卫硬件设备，依托平安健康为村民建立健康档案，提高诊断准确率
			赋能村医诊疗 依托平安健康APP，汇集全国名医在线诊疗，推进优质医疗资源下沉
			提供义诊服务 在贫困一线开展村民义诊活动，降低因病返贫风险
村教工程	教育扶贫	三村晖	打造智慧教育平台 依托AI和大数据，利用互动直播设备，缩小城乡教育差距，开发“三村晖”智慧教育平台

数据来源：中国平安《可持续发展报告》。

“村官工程”的实质是产业扶贫。中国平安推出核心农业企业贷款,为核心扶贫项目提供低息甚至免息的贷款优惠,让更多的贫困户参与到生产工作中来。金融壹账通在产业扶贫中扮演着重要的角色,其利用前沿技术为上下游农户提供智能贷款解决方案,缓解了当地农牧养殖业的融资压力。中国平安借助精准扶贫大范围地应用金融壹账通的智能贷款解决方案,不仅直击乡村产业扶贫贷款难、贷款慢的痛点,同时也为金融壹账通积累了大量数据。此外,中国平安还通过投资地方政府债券、为扶贫产品提供“平安扶贫保”等方式,全方位助力贫困户实现可持续性脱贫。

“村医工程”的实质是医疗扶贫。其一,中国平安向村卫生室或村诊所捐赠检测一体机医疗设备,并利用平安健康村医版 APP 智能辅助诊疗工作。其二,中国平安汇集全国名医在线协助村医解决疑难问题,推动优质医疗资源下沉。其三,中国平安在一线贫困地区开展村民体检、义诊活动,帮助村民“早发现、早治疗”,降低因病返贫的风险。中国平安借助精准扶贫深入医疗条件较落后的地区,一方面发挥互联网

医疗优势,为贫困地区的村民带来了更优质的就诊体验,另一方面也为平安健康 APP 积累了数据与用户。

“村教工程”的实质是教育扶贫。中国平安利用先进技术打造“三村晖”线上智慧教育平台,面向村小、村教、学生,通过远程方式将城市优质教育资源输送到贫困地区,缩小城乡教育差距。同时在教学端统筹优质师资,拓宽公益教育渠道,致力于提升贫困地区的教育水平。

3.2.2 精准扶贫投入及成效

截至 2021 年,“三村工程”已在 21 个省区市落地,其中,“村官工程”是中国平安扶贫的重点项目,中国平安在“村官工程”上投入的扶贫资金在波动中呈现总体增长态势。2020 年中国平安的扶贫资金投入高达 140.89 亿元,2021 年因受疫情影响,其扶贫资金投入略微下降。此外,中国平安的扶贫效率也在不断提升,帮扶建档立卡贫困户的数量从 2018 年的 1.50 万增加至 2020 年的 9.62 万。相较而言,中国平安在“村医工程”和“村教工程”上的投入较少且扶贫信息披露也较少。2018—2021 年中国平安精准扶贫投入及成效见表 2。

表 2 2018—2021 年中国平安精准扶贫投入及成效

Tab. 2 The investment and effectiveness of Ping An's targeted poverty alleviation from 2018 to 2021

扶贫模式	项目	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
村官工程	扶贫资金/亿元	53.94	103.51	140.89	120.16
	惠及贫困人口/万	33	17	23	—
	帮扶建档立卡贫困户/万	1.50	3.90	9.62	—
村医工程	升级村卫/所	400	549	279	—
	培训村医/人	5 702	5 473	668	—
	移动健康监测/场	109	445	172	69
村教工程	体检义诊覆盖/人	19 271	70 729	20 000	9 483
	升级村小/所	391	663	—	119
	培训村师/人	4 819	7 007	2 284	—
	平安小学覆盖学生/万	23	—	7	—

数据来源:中国平安 2018—2021 年度《可持续发展报告》。

注:“—”代表数据缺失。

4 扶贫的动因分析

4.1 外部动因

4.1.1 利他动因：响应精准扶贫号召

2016年，中国证监会发布《关于发挥资本市场作用 服务国家脱贫攻坚战略的意见》，国务院印发《“十三五”脱贫攻坚规划》，动员国有企业承担扶贫开发任务，并鼓励引导民营企业和其他所有制企业参与精准扶贫、履行社会责任、服务国家脱贫攻坚战略。同年，上交所和深交所分别发布了扶贫信息披露的通知，要求上市公司对精准扶贫情况进行充分披露，并统一披露标准，强化企业披露精准扶贫信息的意愿^[1]。在政府连续出台的各项政策的指导下，中国平安作为一家大型民营上市保险公司，一举一动都受到政府和社会公众的密切关注，其积极响应精准扶贫号召是一项双赢的举措。

4.1.2 利他动因：改善保险行业形象

2021年，保险行业发生了多起重大声誉事件。保险公司的声誉和保险行业的声誉是“一荣俱荣，一损俱损”的关系，两者相互影响^[40]。此外，中国银保监会消费者权益保护局数据显示，在2022年第一、二季度被投诉量排名前十的寿险公司名单中，平安人寿排在首位。现有研究表明，保险公司积极参与精准扶贫，能够通过信号传递机制改善公司和行业的形象，进一

步降低声誉风险发生的可能性。上市公司承担社会责任虽然不能直接创造经济价值，但可以通过信息披露降低信息不对称，为行业积累正向声誉资本^[41]。因此，中国平安无论是为了提高自身声誉，还是为了改善保险行业形象，都有足够的动力积极参与媒体关注度较高的精准扶贫活动。

4.1.3 利己动因：享受税收优惠政策

为了鼓励更多的上市公司参与到脱贫攻坚事业中，国家会给予积极参与精准扶贫的上市公司一些资源，例如，税收优惠、政府补助、市场准入资格等。2018年，国家税务总局正式发布《支持脱贫攻坚税收优惠政策指引汇编》（简称《指引》）。《指引》从促进农业生产税收优惠、促进农牧保险业务税收优惠、鼓励社会力量加大扶贫捐赠等六个方面，制定了110项推动脱贫攻坚的税收优惠政策。中国平安参与精准扶贫也享受到了许多税收优惠政策（表3），例如，中国平安联动当地政府、扶贫企业、农村合作社，将产业扶贫的农产品进行精准的渠道销售，形成了一个由产到销的闭环，同时，中国平安在扶贫地区保护性回购当期农户的免税扶贫产品，使其享受到了抵扣进项税额的税收优惠。此外，中国平安提供的农牧保险业务使其享受到了免征增值的税收优惠，其扶贫捐赠支出也可以在税前据实扣除。这些税收优惠政策不仅

表3 中国平安精准扶贫可享受的税收优惠政策汇总

Tab. 3 A summary of preferential tax policies available to Ping An for targeted poverty alleviation

所属模块	税收优惠政策	中国平安扶贫举措
促进农业生产 税收优惠	纳税人购进农业生产者销售自产的免税农业产品可以抵扣进项税额(2019年4月1日起)	保护性回购乌兰察布的阴山优麦、采购湖南花垣油茶等扶贫产品、保价收购陕西佛坪蜂蜜等
	农牧保险业务免征增值税(2023年12月31日前)	
农牧保险业务 税收优惠	保险公司种植业、养殖业保险业务企业所得税可以减计收入	为贵州台江菌菇赠送种植保险及价格保险等
	农牧业畜类保险合同免征印花税	
鼓励社会力量 加大扶贫捐赠	企业符合条件的扶贫捐赠所得税税前据实扣除(2019年1月1日—2022年12月31日)	为安徽宿松县捐赠医疗物资、为甘肃临洮太石小学捐赠校园基础设施等
	符合条件的扶贫货物捐赠免征增值税	

数据来源：国家税务总局《支持脱贫攻坚税收优惠政策指引汇编》及中国平安相关资料。

有助于降低企业精准扶贫的成本,还有助于调动企业精准扶贫的积极性。

4.1.4 利己动因:维系良好政企关系

中国平安在成立之初是一家国有控股企业,2006年才由国有企业转变为非国有企业,企业性质变化后的中国平安更有动机去维系原来的政企关系。参与精准扶贫这类符合政策导向的活动无疑是企业维系政企关系的重要途径。从表4可以看出,2006年以前,中国平安

承保的政府项目数量较多,当时的中国平安与政府的关系紧密,能独家承保国家重点行业项目。而在2006年到2016年,原先的国有资本陆续退出,中国平安和政府关系的紧密度随之下降,承保的政府项目数量减少、项目险种范围缩小、合作频率降低。企业性质在很大程度上影响了企业对政府资源的获取,民营企业主动承担社会责任,有利于其获得政府的支持,从而增加获取政治资源的可能性。

表4 中国平安企业性质转变前后承保的政府项目对比

Tab. 4 A comparison of government projects insured before and after the transformation of Ping An's corporate nature

企业性质:国企(2006年以前)	企业性质:非国企(2006年以后)
1988年4月,深圳招商局旗下房地产公司为中国平安提供了第一笔保险业务,保费为43 998元	2007年,中国平安承保海南航空飞机险,机队总价值40亿美元
1992年8月,中国平安独家承保“长征二号”卫星项目	2009年,中国平安被列为中国海事局认可的船舶燃油污染责任人(全国仅2家)
1996年6月,中国平安承保中海油“流花11-1”油田项目,总保费达1 120万美元	2012年,中国平安承保深圳地铁9号线项目,保额约为154亿元
1997年4月,中国平安与中国海油签订保险战略合作协议,承保其石油险、船舶险	2016年3月,中国平安与云南省政府签订战略合作协议
1999年7月,中国平安与中国银行、招商银行签订保险战略合作协议,开创了银保合作的新模式	
2000年5月,中国平安独家承保上海浦东国际机场项目	
2001年,中国平安与其他保险公司共同承保南京地铁项目,总保险金额达40亿元	
2003年,中国平安独家承保北京市政车险采购项目	
2005年,中国平安参与承保“亚太6号”卫星发射及在轨险	

数据来源:中国平安官网。

4.2 内部动因

4.2.1 利己动因:完善ESG披露体系

2018年,中国平安在开展“三村工程”精准扶贫项目的第一年首次发布了《可持续发展报告》,并制定了ESG议题体系(图1)。从图1可以看出,越靠近图中右上方位置的议题,越是涉及企业战略规划及社会活动的核心议题,对公司战略运营和利益相关者的影响程度越深。

可见,精准扶贫项目刚开展就占据了ESG议题体系的关键位置,并成为ESG披露体系S(社会)方面的重要组成部分(表5)。中国平安完善ESG披露体系,一方面可以继续提升其在保险行业的认可度和影响力,积累正向声誉资本;另一方面可以接轨国际ESG标准,提升ESG评级和表现,吸引更多责任投资。

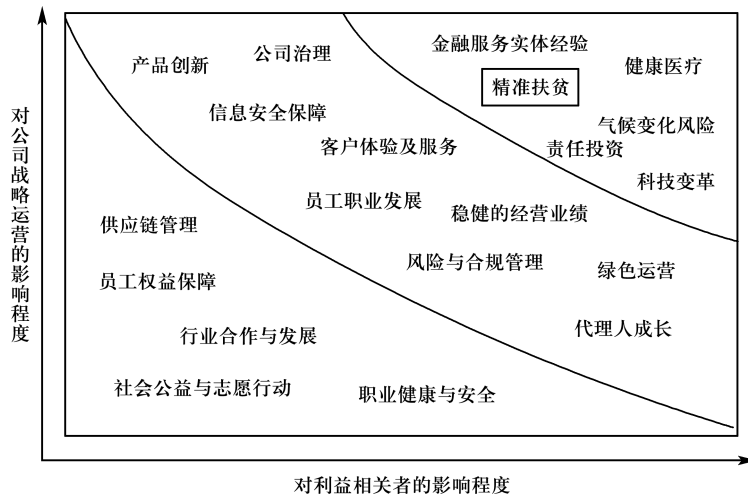


图1 中国平安2018年版ESG议题体系

Fig.1 The 2018 ESG issue system of Ping An

表5 中国平安2018版ESG披露体系

Tab.5 The 2018 ESG disclosure system of Ping An

E: 环境	S: 社会	G: 公司治理
气候变化风险	精准扶贫	稳健的经营业绩
责任投资	健康医疗	代理人成长
绿色运营	社会公益与志愿行动	员工职业发展

数据来源：中国平安2018年度《可持续发展报告》。

4.2.2 利己动因：金融壹账通助力产业扶贫

出于推动金融科技布局的考虑，中国平安借助精准扶贫大范围实施金融壹账通的智能贷款解决方案。金融壹账通主营业务为数字化存款、数字化贷款、传统贷款及支付，主要解决本次“三村工程”产业扶贫的资金问题。金融壹账通于2015年成立，2017年11月其推出伽马(Gamma)智能贷款解决方案，2018年该方案开始运用在精准扶贫的实践中，2019年，金融壹账通在纽交所上市。伽马实现了贷款的高度智能化，大幅简化了贷款申请流程并缩短了小额贷款审核时间。这一方案运用在乡村产业扶贫的贷款实践中，不仅能够解决贷款难、贷款慢的问题，还能为平台积累大量数据，加强机器学习，不断提高平台智能化程度，持续推进平台自我更新。中国平安利用金融壹账通推动其产业扶贫项目开展，实际上也推动了其金融科技的生态圈布局，同时，在扶贫实践中不断提高金融

壹账通的曝光度，也可以吸引更多如银行、保险等潜在用户。

4.2.3 利己动因：平安健康助力医疗扶贫

为进军互联网医疗领域，中国平安借助精准扶贫为平安健康收集医疗数据。平安健康于2014年成立，主营业务为家庭医生服务、消费型医疗服务、健康商城服务、健康管理及互动服务。2015年，平安健康APP上线，并于2018年在港交所上市。作为此次“三村工程”医疗扶贫板块的主要平台，平安健康通过医疗检测一体机为每名村民建立了专属健康档案，并将档案信息同步至平安健康村医版APP。这种模式不仅能够帮助贫困地区改善医疗服务水平，也为平安健康收集了多样化的医疗数据，提升平安健康在线医疗诊断的准确度和专业度，还能增强平安健康的广告效应，吸引更多注册用户。中国平安利用平安健康助力医疗扶贫，与其发展医疗科技的战略方向一致。

5 扶贫的经济后果分析

民营企业精准扶贫这一行为本身是利他的,但行为带来的经济后果也可以是利己的。图2反映了中国平安精准扶贫模式与经济后果的互动机制。中国平安采用了教育扶贫、医疗扶贫与产业扶贫三位一体的扶贫模式,主要从三个方面影响扶贫的经济后果:一是按照信号传递理论,这些扶贫模式均有助于中国平安向社会公众释放其担当社会责任的信号,有利于企业积累声誉资本并获取声誉资源这一隐性利益。二是按照利益相关者理论和资源依赖理论,中国平安的精准扶贫行为不仅满足了政府这一利益相关者的利益需求,更与政府形成了资源依赖的紧密协作关系,这有助于其积累政治资本,并获得政府补助、政企合作等一系列隐性利益。三是按照利益相关者理论,消费者是

一个特别容易受到企业社会责任影响的重要利益相关者群体,企业的精准扶贫行为会对消费者的购买行为产生重要影响,进而使企业获得推动产业布局的显性利益。首先,中国平安的医疗扶贫和产业扶贫分别依托于平安健康和金融壹账通,中国平安通过为扶贫贷款用户等搭建便捷平台,直接积累了用户资源和数据资源。其次,受益于前述的声誉资本,中国平安的扶贫形象也间接为其积累了用户资源,使更多的消费者了解并选择中国平安。最后,根据资源依赖理论,中国平安同样受益于前述的政治资本,政企合作项目为其带来了更多的用户,从而有助于其进一步拓展业务资源。由此可见,声誉资本、政治资本、用户资本等隐性利益最终也会助力中国平安获得更多的显性利益。正是通过上述各类资本的积累,中国平安最终得以成功构建从“义”举到“利”果的扶贫作用机制。

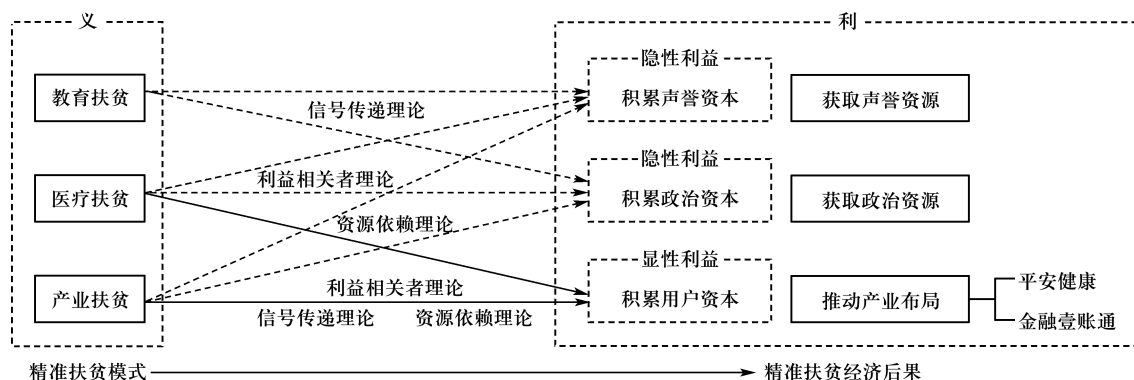


图2 中国平安精准扶贫模式与经济后果的互动机制

Fig. 2 Mechanisms of the interaction between the model of targeted poverty alleviation and economic consequences

5.1 积累声誉资本

根据信号传递理论,民营企业参与精准扶贫会受到社会多方关注,包括媒体、中介机构、投资者、消费者等。媒体宣传中国平安精准扶贫的事迹,可以为企业树立正面形象,传递积极的声誉信号,参与社会责任评估的中介机构也会因此给予企业更积极的指数评级,从而吸引高质量的投资者和更多的资本流入。中国平安也得以从声誉资本中获取隐性的经济利益。不仅如此,这种声誉的提升,也会进一步给企业带来后续的政治资本及用户资本。

5.1.1 获得扶贫奖项

为了鼓励更多的上市公司参与精准扶贫,国家扶贫组织与官方媒体都设立了精准扶贫相关的奖项。这些奖项代表了国家对上市公司精准扶贫成效及影响力的高度认可。表6为中国平安2018—2022年因精准扶贫而获得的奖项汇总。中国平安从2018年入选官方媒体《人民日报》的精准扶贫推荐案例,到2021年获得我国公益慈善事业最高级别的国家政府奖——“中华慈善奖”,其精准扶贫行为的传播范围越来越广,企业自身的媒体曝光度也越来越高。

表6 2018—2022年中国平安所获精准扶贫奖项

Tab. 6 Targeted poverty alleviation awards won by Ping An from 2018 to 2022

时间	主办单位	奖项
2018年	《人民日报》	精准扶贫“要素投入模式”推荐案例
2018年	国务院扶贫办社会扶贫司	企业优秀扶贫案例(2018)
2018年	人民网	人民企业社会责任年度扶贫奖(国家级)
2019年	《国际金融报》	年度扶贫企业奖(国家级)
2020年	中国保险业协会	全国保险业助力脱贫攻坚优秀组织案例
2020年	国务院扶贫开发领导小组	全国脱贫攻坚奖奉献奖·马明哲(国家级)
2021年	民政部	第十一届中华慈善奖(国家级)
2021年	首都公益慈善联合会	第三届首都慈善奖
2022年	深圳市精神文明建设委员会	深圳“十佳爱心企业”

数据来源：中国平安历年《可持续发展报告》及公司官方网站。

这一系列奖项引起了社会的广泛关注，在一定程度上弥补了负面评价给中国平安带来的消极影响，有利于企业积累声誉资本。

5.1.2 提升 ESG 评级

表7展示了2019—2022年MSCI、DJSI及HSSUS针对中国平安给出的ESG评级情况^①。2019年，中国平安首次被纳入DJSI，当年的HSSUS评级为A+，并入选“恒生A股可持续发展企业指数”。从表8可以看出，虽然中国平安的MSCI评级处于波动状态，但其凭借“负责任投资”方面领先行业的高分表现，在

MSCI评级中一直保持着行业领先地位。在五家上市保险公司中，只有中国平安在过去四年里有两次评级为A，其余公司的MSCI评级均在B~BBB等级之间。尽管这些上市保险公司均有不同程度地参与精准扶贫，但扶贫投入水平与规划体系参差不齐。中国平安是扶贫投入水平较高的上市保险公司之一，其ESG的评级也随之较高。这进一步说明，精准扶贫这类社会活动有利于提高企业在ESG披露体系S(社会)方面的得分，从而提升企业ESG评级的整体得分。

表7 2019—2022年中国平安 ESG 评级

Tab. 7 The ESG rating of Ping An from 2019 to 2022

类别	2019年	2020年	2021年	2022年
MSCI	BBB	A	BBB	A
DJSI	首次纳入评级范围	保持	保持	保持
HSSUS	A+	A	A	—

数据来源：中国平安历年《可持续发展报告》及公司官方网站。

注：“—”为数据缺失。

^①MSCI(明晟指数)是由摩根士丹利编制的一系列股价指数，评估范围包括所有A股、有一定影响力的港股和美股上市公司，是全球影响力最大的股票指数。DJSI(道琼斯可持续发展指数)是全球第一个可持续发展指数，由在可持续发展方面表现最好的5%的公司组成。HSSUS(恒生可持续发展企业指数)是香港股票市场中的重要指标，只有在可持续发展评审中评分最高的30只港股才能被纳入。MSCI、DJSI、HSSUS均在2018年底至2019年初将A股纳入其指数体系，因此文中未包含2019年以前的ESG评级数据。

表 8 2019—2022 年 A 股上市保险公司 MSCI 评级对比

Tab. 8 The MSCI rating comparison of A-share listed insurance companies from 2019 to 2022

公司	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
中国人保	BB	BB	BBB	BBB
中国人寿	BB	BB	BB	BBB
中国平安	BBB	A	BBB	A
中国太保	BB	BB	BB	B
新华保险	B	B	B	B

数据来源:各公司历年《可持续发展报告》及公司官方网站。

5.1.3 吸引国际资本

上市公司通过 ESG 实践提升企业价值的途径之一就是吸引机构投资者增持股份^[42]。中国平安在 ESG 实践中的良好表现提升了其对 H 股机构投资者的吸引力。2019 年 1 月,贝莱德集团、瑞银集团、摩根大通全球三大资管机构在 16 天内 18 次增持中国平安 H 股,令中国平安成为最受外资青睐的保险股之一。伴随着国际资本的涌入,中国平安的股价在半月内也有近 10% 的涨幅。2020 年 3 月,港交所披露信息显示,摩根大通先后对中国平安股票进行多次增持,合计持股量约为 2.95 亿股。中国平安通过提升 ESG 评级引入更多国际资本,有助于企业的可持续发展,为企业带来了稳定的资金流入,也有利于企业拓宽海外市场,发现新的业务增长点。

5.2 获取政治资源

根据利益相关者理论,企业在制定经营目标时既要考虑股东、债权人、上下游合作方等直接相关者的利益,也应当考虑消费者、政府、媒体等间接相关者的利益。精准扶贫这种覆盖范围较广、整合资源较密集的社会责任活动,较大程度地满足了政府这一利益相关者的利益需求。政府虽然在扶贫事业中扮演主导角色,但是也离不开企业尤其是上市公司的支持。根据资源依赖理论,任何组织都不能独立地生产所有其需要的资源,组织需要通过和周围的环境交换资源,来获取自身缺少的资源。这种资源交换往往建立在良好合作的基础上。企业为政府扶贫工作提供了人力资源、经济资源、技术资源等,政府作为鼓励和支持也会给予企业一定

的政治资源倾斜,例如,政府补助、政企合作项目、税收优惠等,这些资源均构成了企业扶贫的隐性收益。当然,企业获得的政企合作项目越多,积累的用户资源就越多,也更有助于其获得推动产业布局这类显性收益。

5.2.1 获得政府补助

政府对企业参与精准扶贫最直接的鼓励方式为政府补助,这也是企业获得的能够直接量化的显性收益。根据 2017 年财政部新修订的《企业会计准则第 16 号——政府补助》,企业精准扶贫属于社会责任活动,获得的政府补助属于与企业日常活动无关的收入,取得时可直接计入营业外收支。因此,本文在收集各上市公司的政府补助数据时,重点参照了企业年度报告中披露的营业外收入项目明细。表 9 为 A 股上市保险公司 2017—2021 年政府补助的对比,获得相关政府补助最多的保险公司是中国人保,年均政府补助金额为 10 440 万元,中国平安紧随其后,年均获得政府补助金额达 3 900 万元。中国人保作为国有控股中规模最大的保险公司,在获得政府补助方面具有先天优势,而中国平安是混合所有制的民营保险公司,其需要付出更多努力去换取政治资源。值得注意的是,中国平安启动“三村工程”精准扶贫项目的第一年(2018 年)获得的政府补助为五年内最高,达 6 500 万元。除中国人保和中国平安外,其他三家保险公司每年获得政府补助金额均未超过 5 000 万元。这说明保险行业整体获得的政府补助金额偏低,但中国平安精准扶贫项目的开展使其获得了超出行业平均水平的政府补助。

表9 A股上市保险公司2017—2021年政府补助对比

Tab.9 A comparison of government subsidies for A-share listed insurance companies from 2017 to 2021

公司	企业性质	政府补助/百万元					平均值
		2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	
中国人保	国企	129	90	86	102	115	104.4
中国平安	民企	10	65	34	59	27	39.0
新华保险	民企	0	0	50	13	8	14.2
中国太保	国企	37	26	15	12	25	23.0
中国人寿	国企	10	17	33	24	8	18.4

数据来源：根据各公司年度报告整理计算。

5.2.2 加深政企合作

企业参与精准扶贫后，地方政府可能会在合作项目上对其提供更多的政策支持，如降低扶贫企业在该地区的市场准入门槛等。中国平安精准扶贫行动中最具代表性的“村官工程”就与当地的产业发展息息相关，中国平安想要顺利展开“村官工程”，首先就要和当地政府签订扶贫战略协议。2018年开始，中国平安先后与全国各地重点扶贫地区政府签订了“三村工程”扶贫战略协议。2018年5月，中国平安与广西壮族自治区人民政府签订“三村工程”扶贫战略协议，累计发放1.3亿元扶贫贷款。2022年

10月，中国平安旗下的平安银行南宁分行又与广西壮族自治区百色市人民政府签订战略合作协议，协议进一步深化了双方的合作关系，拓宽了原先的合作领域，扩大了合作规模，是中国平安金融下乡战略的又一成功案例。这同时也说明，民营上市公司可以通过精准扶贫直接有效地与当地政府部门建立联系，为进一步深入合作打下基础。如果民营上市公司能在扶贫项目中展现出自身的实力和社会责任感，当地政府也会更倾向于与这样的企业合作。2018—2022年中国平安与扶贫地区政府合作情况见表10。

表10 2018—2022年中国平安与扶贫地区政府合作情况

Tab.10 Cooperation between Ping An and governments in poverty alleviation areas from 2018 to 2022

时间	中国平安与扶贫地区政府合作项目
2018年3月	中国平安与内蒙古自治区乌兰察布市人民政府签订“三村工程”扶贫战略协议
2018年4月	中国平安与江西省人民政府签订“三村工程”扶贫战略协议
2018年5月	中国平安与广西壮族自治区人民政府签订“三村工程”扶贫战略协议
2018年9月	中国平安与重庆市奉节县人民政府签订“三村工程”扶贫战略协议
2019年8月	中国平安受邀参加中国国际智能产业博览会(重庆)
2021年5月	中国平安与湖南省人民政府签订战略合作协议
2021年7月	中国平安与甘肃省人民政府签订战略合作协议
2022年10月	中国平安与广西壮族自治区百色市人民政府签订战略合作协议

数据来源：中国平安的《可持续发展报告》。

5.2.3 降低税负水平

2019年5月，由于财政部、国家税务总局

发布的《关于保险企业手续费及佣金支出税前扣除政策的公告》，大幅提高了保险企业所得税

税前扣除比例,2019年,保险行业的税负水平整体呈下降趋势,但相比于其他企业,中国平安的税负水平下降得幅度更大。这是因为一方面,中国平安在精准扶贫中获得的农牧保险业务免征增值税等政策优惠使其进一步降低了税负水平。另一方面,扶贫捐赠也减轻了企业的税负^[43]。为使全国统一税收优惠政策带来的减税影响降至最低,本文选取与中国平安营收规模最为接近的中国人寿作为比较对象,对二者2017—2021年的税负情况进行对比分析(图

3)。根据两个公司历年年度报告整理计算,中国平安支付的各项税费与营业收入的比率(简称税率)均高于中国人寿。但中国平安在2018年启动精准扶贫项目后,往后年间其税率下降明显,从2018年的7.13%下降至2021年的4.85%,下降了2.28%。中国人寿的税率表现相对稳定,2018年到2021年仅下降了0.62%。可见,中国平安通过精准扶贫在一定程度上降低了自身的税负水平。

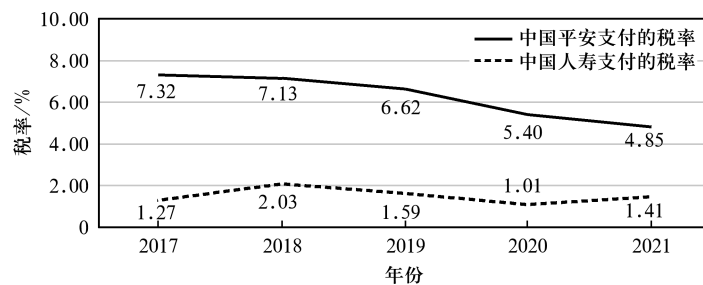


图3 2017—2021年中国平安与中国人寿的税负对比

Fig. 3 A comparison of the tax burden between Ping An and China Life from 2017 to 2021

5.3 推动产业布局

在所有的企业利益相关者中,消费者是一个特别容易受到企业社会责任影响的重要群体^[44],而企业通过年报披露的精准扶贫信息会向消费者释放出强烈的企业社会责任感信号,进而对消费者的购买行为产生影响^[1]。良好的企业形象能够吸引潜在用户并提升用户忠诚度。企业参与精准扶贫,会产生天然的广告效应,特别是对于依赖口碑的平台型企业而言,树立正面的品牌形象有利于增强客户黏性,提升业绩指标。中国平安参与精准扶贫后新增的用户资源可能来源于三个方面:一是平安健康和金融壹账通平台上的直接扶贫用户;二是中国平安拓展的政企合作项目中的用户;三是社会层面的潜在消费者。用户群体的不断扩大使中国平安可以更好地拓展相关业务。

2019年,中国平安在传统的保险、银行和资产管理业务基础上新增了科技业务。根据中国平安历年年度报告整理计算,以2019年为例,传统保险业务(寿险、健康险、财产险)依旧

是中国平安业务收入的主要来源,占总体收入的75%左右,银行及资产管理业务约占总体收入的17%,新兴的科技业务提供剩余约8%的收入(图4)。在随后几年中,中国平安的传统保险业务收入占比持续下降,科技业务的收入占比持续增长,2021年科技业务的收入较2019年增长20.90%(表11)。中国平安科技业务收入的增长,离不开金融壹账通、平安健康等平台的助力。从表12可看出,金融壹账通和平安健康的业务收入在中国平安2018年启动精准扶贫项目之后增长迅速,2021年二者收入之和在主要科技业务收入中占比达到14.23%。2018—2021年,平安健康收入复合增长率约为30%,金融壹账通的收入复合增长率约为43%。中国平安在传统保险业务进入成熟期后积极寻求新的收入增长点来推动产业布局的优化。科技业务正是中国平安产业新布局的重要发力点,中国平安借助精准扶贫的机遇,顺势推广了旗下两家科技公司(金融壹账通和平安健康)的业务,是其实现“义利合一”的重要途径。

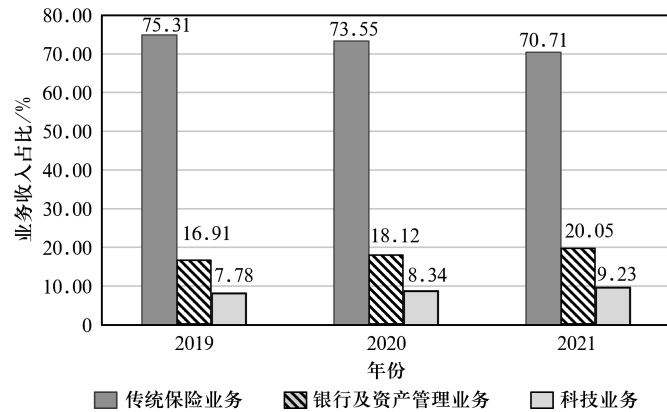


图4 2019—2021年中国平安各业务板块收入占比及变动情况

Fig. 4 Revenue shares and changes of various business sectors of Ping An from 2019 to 2021

表11 2017—2021年中国平安各业务板块收入

Tab. 11 Income from various business sectors of Ping An from 2017 to 2021

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
寿险及健康险业务收入/亿元	3 886.42	4 717.99	5 236.72	5 114.87	4 902.90
财产保险业务收入/亿元	2 159.84	2 474.44	2 709.30	2 858.54	2 700.43
银行业务收入/亿元	1 057.86	1 167.16	1 379.58	1 535.42	1 693.83
资产管理业务收入/亿元	244.90	327.31	404.42	428.88	462.22
科技业务收入/亿元	—	—	821.09	903.75	992.72

数据来源：根据中国平安历年年度报告整理计算。

注：“—”为数据缺失

表12 2017—2021年中国平安主要科技业务收入

Tab. 12 Revenues from main technology business of Ping An form 2017 to 2021

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
汽车之家业务收入/亿元	—	72.33	84.21	86.59	72.37
陆金所控股业务收入/亿元	—	—	478.34	520.46	618.35
金融壹账通业务收入/亿元	—	14.13	23.28	33.12	41.32
平安健康业务收入/亿元	18.68	33.38	50.65	68.66	73.34

数据来源：中国平安2017—2021年年度报告。

注：“—”为数据缺失。

5.3.1 推广金融壹账通

2020年6月，金融壹账通被《瞭望》新闻周刊的专题报道称为“决胜全面小康的金融科技主力军”。《瞭望》是新华社主管主办的大型时事政经新闻周刊。这无疑为金融壹账通打造了良好的形象，引起政府部门和社会群体的广泛关注，从而为公司业务带来了新的增长点。截

至2021年，金融壹账通优质客户（为财年收入贡献10万元以上的客户）的数量约是2017年的20倍。金融壹账通能积累如此多的忠实客户，离不开过硬的业务实力和良好的企业形象。此外，金融壹账通的资产和收入规模保持稳定增长，净亏损的情况有所缓解。对中国平安而言，借助扶贫项目推广金融壹账通，不仅为自身平台

积累了大量用户,提升了企业知名度,还顺势推动了公司在金融科技领域的战略布局。2017—2021年金融壹账通业绩信息见表13。

5.3.2 推广平安健康

平安健康凭借其在“村医工程”项目中的突出贡献,荣获2022年第六届金港股中的“最佳ESG奖”和“最具社会责任上市公司”称号。截至2021年,平安健康的累计注册用户数达

4.2亿,约是2017年的2.2倍;日均咨询量达98.63万,约是2017年的2.7倍。同时,从2018年起,平安健康的资产规模和收入规模也大幅增长。平安健康是中国平安在医疗扶贫项目中的主力军,其参与精准扶贫使中国平安获得了更多潜在用户的关注,也推动了中国平安在医疗科技领域的产业布局。2017—2021年平安健康业绩信息见表14。

表13 2017—2021年金融壹账通业绩信息

Tab. 13 Performance information of the Financial One Account from 2017 to 2021

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
优质客户数/家	40	221	473	594	796
合作机构数/家	2 675	3 289	3 700	—	—
总资产/亿元	—	—	99.27	108.85	93.41
营业收入/亿元	—	14.13	23.28	33.12	41.32
净利润/亿元	—	—	-16.88	-14.14	-14.05

数据来源:根据Choice金融终端及公开资料整理。

注:“—”为数据缺失。

表14 2017—2021年平安健康业绩信息

Tab. 14 Performance information of Pin An Healthcare and Technology from 2017 to 2021

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
注册用户数/百万	192.8	265.2	315.0	373.0	420.0
日均咨询量/万	36.8	53.5	72.9	90.3	98.63
付费用户数/万	126.6	235.7	296.9	398.0	—
全年平均付费用户转化率/%	2.7	3.6	4.0	4.9	—
总资产/亿元	59.72	123.74	123.79	185.63	178.81
营业收入/亿元	18.68	33.38	50.65	68.66	73.34

数据来源:根据Choice金融终端及公开资料整理。

注:“—”为数据缺失。

6 研究总结

6.1 研究结论

中国平安的扶贫模式包括产业扶贫、医疗扶贫和教育扶贫,分别对应“三村工程”项目的村官、村医、村教板块。中国平安参与精准扶贫的动因虽然有响应精准扶贫号召、改善保险行业形象的利他动因,但更多的是享受税收优惠

政策、维系良好政企关系、完善ESG披露体系、布局金融科技和布局医疗科技的利己动因。在以上动因中,推动金融科技、医疗科技布局的动因最为重要,这也是中国平安此次精准扶贫中最具特色和创新的扶贫策略。

中国平安在完成精准扶贫这一利他行为的同时,实现了积极的利己后果。一是积累声誉资本,包括获得扶贫奖项、提升ESG评级、吸引

国际资本。二是获取政治资源,扶贫后,政府补助增加、政企合作加深、税负水平降低。三是推动产业布局,中国平安在积极履行社会责任的同时推动了扶贫核心平台金融壹账通、平安健康的业绩提升,为企业可持续发展助力,同时,产业扶贫也提升了贫困地区的“造血”能力,有利于贫困地区实现可持续脱贫。中国平安的此番举措真正做到了“义利合一”。

6.2 实践启示

其一,“义利合一”是企业尤其是民营上市公司参与精准扶贫的优选模式。民营上市公司在推进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的过程中,应充分了解自身的资源优势,有计划、有步骤地参与精准扶贫。扶贫企业可以将贫困地区的资源与自身优势进行战略匹配,选择既能够充分开发贫困地区能力,又能够促进自身业务发展的扶贫模式,这样更有利于实现乡村可持续发展与企业的长远发展。

其二,政府作为精准扶贫政策的制定者,应充分发挥带头和引导作用,强化企业精准扶贫的“义”和“利”的效果。例如,积极建立民营企业参与精准扶贫工作的长效机制,特别是将民营企业逐利动机与乡村振兴进行科学整合。在实践中可以针对不同类型民营企业、不同区域乡村社会的发展状况,以及不同省市民营企业的资源禀赋情况,合理构建出以乡村全面振兴为根本导向,以“政府-民营企业-乡村”为多元主体的价值共创途径^[3]。对于有着不同发展需求的企业,政府也可以通过采取不同的激励措施鼓励其参与扶贫,一是可以为扶贫企业提供政治资源等经济层面的“利”,二是可以加强官方媒体的舆论引导,完善扶贫类相关荣誉奖项的评选机制,强化扶贫给企业带来的声誉层面的“义”。

其三,监管部门需要加速完善精准扶贫信息的披露机制和沟通机制,为“义利合一”的实现提供制度保障。监管部门应当尽快规范精准扶贫信息的披露内容、披露格式及披露方式,完善扶贫企业与社会公众、扶贫地区的信息沟通机制。此外,监管部门也可以及时公开披露扶贫信息较为完善的民营上市公司的信息,发挥

其榜样作用,营造扶贫氛围,激发社会各界的扶贫意愿。

6.3 研究局限与展望

受限于数据资源和研究水平,本文仍有不足之处,主要体现在三个方面:第一,有关精准扶贫动因的研究有待进一步深入。不同行业的民营上市公司的经济需求不同,所处环境不同,形成扶贫动机的因素众多。同时,目前国内精准扶贫的信息披露体系尚不健全,限制本文准确了解民营上市公司的扶贫项目,进而影响了本文对企业扶贫动因的进一步挖掘。随着未来信息披露体系的不断完善,该部分研究有望得到进一步的拓展。第二,精准扶贫的经济后果有待进一步探究。从前文的分析看,精准扶贫确实会影响民营上市公司的产业布局、声誉资本及政治资源,但还需要控制其他因素来进行进一步检验,使研究结论更具说服力。同时,精准扶贫带给企业的影响往往是长久而深远的,可能需要进一步研究未来多年案例公司的相关表现,以得出更为可靠的结论。第三,经验启示能否适用于其他行业的民营上市公司还有待考量。本文具有案例研究的普遍局限性,单个案例无法代表整体,同样案例研究的结论也难以归纳为普适的结论。对于其他民营上市公司精准扶贫的动因是否也是出于“义利合一”这一问题,未来研究仍需要通过更多的案例进行验证。

参考文献:

- [1] 张学勇,冯盼盼,魏旭.上市公司精准扶贫信息披露对基金投资的信号作用[J].经济研究,2023,58(4):152-170.
- [2] 张恒源,刘益,夏成程.是什么阻碍了民营企业参与扶贫?——基于管理层注意力的视角[J].商业经济与管理,2023(2):17-36.
- [3] 唐欣,谢诗蕾,周雁.基于精准扶贫与经营绩效空间分异的民营企业参与乡村振兴长效机制研究[J].西南大学学报(社会科学版),2023,49(3):142-153.
- [4] 牛枫,张刘臻,肖作平.国有股权参股对民营企业风险承担水平的影响——基于上市民营企业的数据研究[J].商业经济与管理,2022(9):72-89.
- [5] 岳佳彬,胥文帅.贫困治理参与、市场竞争与企

- 业创新——基于上市公司参与精准扶贫视角[J]. 财经研究, 2021, 47(9): 123-138.
- [6] 王帆, 陶媛婷, 倪娟. 精准扶贫背景下上市公司的投资效率与绩效研究——基于民营企业的样本[J]. 中国软科学, 2020(6): 122-135.
- [7] 胡国栋, 王天娇. “义利并重”: 中国古典企业的共同体式身股激励——基于晋商乔家字号的案例研究[J]. 管理世界, 2022, 38(2): 188-207+239+12.
- [8] 袁振兴. 财务目标: 最大化还是均衡——基于利益相关者财务框架[J]. 会计研究, 2004(11): 38-42.
- [9] 原东良, 周建. 高管团队认知多样性与上市公司精准扶贫行为[J]. 华东经济管理, 2020, 34(11): 107-115.
- [10] 李雪, 孙玉楚. 高管早期贫困经历与企业精准扶贫——基于企业慈善文化的中介效应检验[J]. 商业会计, 2021(7): 24-28.
- [11] 谭庆美, 李姝凝. 董事长早期贫困经历与企业精准扶贫——基于中国 A 股上市企业的实证研究[J]. 系统管理学报, 2023, 32(1): 178-191.
- [12] 何康, 项后军, 方显仓. 参与精准扶贫有助于企业获得政府补助吗——基于高管经历视角[J]. 财经论丛, 2022(3): 15-25.
- [13] 杨义东, 程宏伟. 政治资源与企业精准扶贫: 公益项目下的资本性考量[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2020, 40(9): 64-82.
- [14] 任长秋, 王钊. 企业介入精准扶贫的影响因素研究——基于注意力视角的实证分析[J]. 软科学, 2020, 34(6): 72-78.
- [15] 祝丽敏, 赵晶, 孙泽君. 社会责任承担能提升企业信心吗? ——企业参与精准扶贫的实证研究[J]. 经济管理, 2021, 43(4): 71-87.
- [16] 黄珺, 李云, 段志鑫. 媒体关注、产权性质与企业精准扶贫[J]. 华东经济管理, 2020, 34(6): 112-120.
- [17] 潘健平, 翁若宇, 潘越. 企业履行社会责任的共赢效应——基于精准扶贫的视角[J]. 金融研究, 2021(7): 134-153.
- [18] 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.
- [19] 印重, 孙萌晨, 吴艺博. 精准扶贫政策能否缓解中国企业的融资约束? ——基于政策导向的企业社会责任视角[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2021, 23(6): 32-39.
- [20] 严若森, 唐上兴. 上市公司参与精准扶贫能获得政府资源支持吗?[J]. 证券市场导报, 2020(11): 2-10.
- [21] 黄玉菁, 余明桂, 张庆. 企业精准扶贫的激励机制——基于地方国有企业高管的研究[J]. 管理评论, 2021, 33(10): 263-272.
- [22] Chang Y Y, He W, Wang J L. Government initiated corporate social responsibility activities: Evidence from a poverty alleviation campaign in China [J]. Journal of Business Ethics, 2021, 173: 661-685.
- [23] 聂军, 冉戎, 唐源珑. 地方政府财政压力与企业精准扶贫投入[J]. 商业研究, 2020(3): 104-112.
- [24] 刘春, 孙亮, 黎泳康, 等. 精准扶贫与企业创新[J]. 会计与经济研究, 2020, 34(5): 68-88.
- [25] 曹光远, 黄相宁, 曹敏. 上市公司参与精准扶贫降低企业税负研究[J]. 财务管理研究, 2021(12): 99-105.
- [26] 胡浩志, 张秀萍. 参与精准扶贫对企业绩效的影响[J]. 改革, 2020(8): 117-131.
- [27] 甄红线, 王三法. 企业精准扶贫行为影响企业风险吗?[J]. 金融研究, 2021(1): 131-149.
- [28] 岳佳彬, 叶颖孜, 孙艺雯. 参与贫困治理与企业风险水平[J]. 当代财经, 2021(10): 79-91.
- [29] 张玉明, 邢超. 企业参与产业精准扶贫投入绩效转化效果及机制分析——来自中国 A 股市场的经验证据[J]. 商业研究, 2019(5): 109-120.
- [30] 张曾莲, 董志愿. 参与精准扶贫对企业绩效的溢出效应[J]. 山西财经大学学报, 2020, 42(5): 86-98.
- [31] 王嘉鑫, 陈今, 刘志宇. 精准扶贫、政策惠企与企业价值[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2022, 42(7): 74-93.
- [32] 易志高, 柏淑嫒, 孔悦欣. 企业参与精准扶贫能促进企业创新吗?[J]. 财政研究, 2021(10): 103-113.
- [33] 董竹, 张欣. 参与精准扶贫与企业创新——基于外部融资视角的分析[J]. 南方经济, 2021(10): 48-65.
- [34] 李世刚, 鲁逸楠, 章卫东. 企业参与精准扶贫与高管薪酬契约有效性[J]. 证券市场导报, 2023(4): 24-32+41.
- [35] 邓博夫, 陶存杰, 吉利. 企业参与精准扶贫与缓解融资约束[J]. 财经研究, 2020, 46(12): 138-151.
- [36] 文雯, 朱沛青, 宋建波. 近朱者赤: 上市公司精准扶贫行为的同群效应[J]. 上海财经大学学

- 报, 2021, 23(4): 63-75+106.
- [37] 关静怡, 刘娥平, 秦浩原. 精准扶贫提升了企业供应链关系中的竞争优势吗? [J]. 证券市场导报, 2021(6): 57-69.
- [38] 张京心, 秦帅, 谭劲松. 公司业务与“造血型”扶贫: 可持续减贫效应和公司战略效应 [J]. 当代财经, 2022(2): 138-148.
- [39] 黄晓蓓, 钟宏武. 我国上市公司精准扶贫投入与成效现状研究——基于2017年度精准扶贫信息的分析 [J]. 财务与会计, 2019(9): 21-25.
- [40] 仲赛末, 赵桂芹. 我国保险行业声誉风险的形成、评估及其经济影响 [J]. 保险研究, 2020(11): 3-18.
- [41] 吕卓. 保险行业声誉风险监管与企业社会责任关系研究 [J]. 求是学刊, 2016, 43(3): 67-72.
- [42] 白雄, 朱一凡, 韩锦绵. ESG表现、机构投资者偏好与企业价值 [J]. 统计与信息论坛, 2022, 37(10): 117-128.
- [43] 刘春济, 杜威, 高静. 扶贫政策响应的回报: 捐赠、避税与区域内向性 [J]. 南京财经大学报, 2021(2): 67-76.
- [44] Sen S, Bhattacharya C B. Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility [J]. Journal of Marketing Research, 2001, 38(2): 225-243.

Can Righteousness and Benefit be Combined? Research on the Causes and Consequences of Targeted Poverty Alleviation in Private Listed Company: A Case of Ping An

XIONG Yan, WANG Jing-wen

(School of Business, East China University of Science and Technology, Shanghai 200237, China)

Abstract: This article takes Ping An as an example to explore the causes and consequences of targeted poverty alleviation in private listed companies, attempting to reveal whether profit-driven private enterprises can achieve the righteousness and benefit through targeted poverty alleviation. The study finds that: (1) Ping An's poverty alleviation model covers industrial, medical and educational poverty alleviation. Its participation in poverty alleviation is driven by altruistic factors such as responding to national policies and improving the image of the insurance industry, but more importantly, it is driven by self-interest factors such as obtaining tax dividends, maintaining the relationship with government, improving the ESG system and laying out financial and medical technology strategies. (2) while achieving the altruistic act of poverty alleviation, Ping An has also realized positive self-interest consequences. Firstly, it has accumulated reputation capital, including winning poverty alleviation awards, improving ESG ratings and attracting international capital. Secondly, obtain political resources, increase government subsidies after poverty alleviation, deepen cooperation between government and enterprises, and lowering the level of tax burden. The third is to promote the improvement of industrial layout and enhance the performance of the core platforms for poverty alleviation. This article enriches the research on the causes and consequences of targeted poverty alleviation in private listed companies from the perspectives of self-interest and altruism. This can provide reference for enterprises to organically combine targeted poverty alleviation with corporate strategies and establish a long-term mechanism for targeted poverty alleviation.

Keywords: targeted poverty alleviation; cause; consequence; private listed company