

# 利益相关者显著性的整合研究框架

## ——主观感知与主体属性

盛 亚<sup>1</sup>, 李春友<sup>1,2</sup>

(1. 浙江工商大学 工商管理学院, 浙江 杭州 310018; 2. 浙江工商大学 杭州商学院, 浙江 杭州 310018)

**摘 要:** 利益相关者显著性研究经历了“基于身份”静态观到基于“主观感知”和“主体属性”动态观的转变过程。静态观的利益相关者显著性研究已不能帮助焦点企业管理者在一个动态复杂环境中有效识别出显著的利益相关者,但动态观在“谁是显著的利益相关者”问题上仍争议颇多。鉴于此,以动态观为切入点,把利益相关者显著性的影响因素分为焦点企业的主观感知和利益相关者的主体属性这两大研究视角,提炼出一个识别利益相关者显著性的整合研究框架。

**关键词:** 利益相关者; 显著性; 影响因素; 感知; 属性

**中图分类号:** F270.7    **文献标识码:** A    **文章编号:** 1000-2154(2016)01-0036-07

## An Integrated Framework of Stakeholder Salience Identification

### ——Subjective Perception and Objective Attribute

SHENG Ya<sup>1</sup>, LI Chun-you<sup>1,2</sup>

(1. School of Business Administration, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China;

2. Hangzhou College of Commerce, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China)

**Abstract:** Stakeholder salience identification has undergone a transformation from static perspective to dynamic perspective. Under static perspective, salient stakeholders are identified by their identities, under dynamic perspective, by subjective perception or objective attributes. Static perspective can't help firm managers effectively identify the salient stakeholders in a dynamic and complicated environment, while dynamic perspective about 'who are salient stakeholders' is still disputed. In view of this background, from the breakthrough point of dynamic view, the influencing factors of salient stakeholder identification are divided into firm subjective perception and stakeholder objective attribute in this paper, and an integrated framework of stakeholder salience identification is set up.

**Key words:** stakeholder; salience; influencing factor; perception; attributes

## 一、问题提出

利益相关者的显著性(Salience)是指利益相关者的优先次序(Priority)<sup>[1]854</sup>。利益相关者显著性研究是利益相关者五大研究主题之一<sup>[2]</sup>,用来解释哪些因素使焦点企业管理者把利益相关者视为优先次序高的利益相关者<sup>[3]176</sup>。

**收稿日期:** 2015-05-08

**基金项目:** 国家自然科学基金项目“CoPS 创新风险的生成机理及控制策略研究”(71272142);国家自然科学基金青年项目“集群内领先企业知识网络架构与创新能力演进关联研究”(71402166)

**作者简介:** 盛亚,男,博士,教授,主要从事技术创新管理、战略管理研究;李春友,男,博士研究生,讲师,主要从事技术创新管理、战略管理研究。

利益相关者显著性研究源于学者们对 Freeman 利益相关者概念的质疑。Freeman<sup>[4]55</sup>认为利益相关者是“任何能够影响公司目标的实现,或者受公司目标实现影响的团体或个人”。Phillips 等<sup>[5]479</sup>认为这是一个容易被泛化,进而使焦点企业管理者无所适从的概念。简化广义利益相关者概念,使焦点企业管理者把有限的资源和精力放在优先次序高的利益相关者/显著的利益相关者身上,是提高利益相关者理论实践意义的重要途径<sup>[1]853</sup>。

学者们关于利益相关者显著性的认识经历了一个从静态观到动态观的转变过程。利益相关者显著性的大多数早期成果都属于静态观,例如,竞争性利益相关者和合作性利益相关者<sup>[4]171</sup>、直接的利益相关者和间接的利益相关者<sup>[6]146</sup>、首要的利益相关者和次要的利益相关者<sup>[7]</sup>以及主要的社会性利益相关者、次要的社会性利益相关者、主要非社会性利益相关者和次要非社会性利益相关者<sup>[8]</sup>。静态观立足于焦点企业,视焦点企业为稳定的且同质的,把利益相关者作为研究对象,显著性由其身份(如供应商、债权人、消费者等)决定<sup>[9]</sup>。

早期的静态观受到了学者们的强烈质疑,Mitchell 等<sup>[1]854</sup>认为早期的利益相关者显著性属于类型学研究,忽视利益相关者理论的动态性本质,尤其是没有考虑焦点企业的管理者感知及其利益相关者的独特性,自此,利益相关者显著性的研究由静态观阶段逐渐过渡到动态观阶段。动态观研究沿袭 Mitchell 的思路,把研究重点或者放在焦点企业管理者的动态感知上,或者放在利益相关者的动态属性上。

以动态观为切入点,本研究将学者们关于利益相关者显著性的影响因素研究划分为两大研究视角,即焦点企业的主观感知视角和利益相关者的主体属性视角。首先基于焦点企业的主观感知视角,从宏观、中观和微观等三个层面归纳了影响焦点企业管理者主观判断的因素。其次,基于利益相关者的主体属性视角,从利益相关者的主体属性、主体属性的维度及测量、测量结果的使用等方面对利益相关者显著性进行了总结。最后,本文提炼出了一个识别利益相关者显著性的整合研究框架,以期推动利益相关者显著性研究的深入发展。

## 二、焦点企业的主观感知与利益相关者的显著性

焦点企业的主观感知视角立足于焦点企业的管理者,重点研究焦点企业的管理者对利益相关者显著性的判断受到哪些因素的影响以及如何影响,划分为宏观、中观和微观三个层面展开。

### (一) 宏观层面

宏观层面的研究主要关注焦点企业的行业特性、外部关系网络等因素对管理者判断的影响。Fineman 和 Clarke<sup>[10]</sup>认为焦点企业对利益相关者显著性的判断与其所属行业政治框架相关。他们对英国超市、汽车、发电和化工等四个产业的调查发现,不同产业对利益相关者的威胁程度和合法性的感知是不同的,进而导致同一利益相关者(如监管部门)在不同的产业中的显著性存在明显差异。Rowley<sup>[11]</sup>认为焦点企业对利益相关者显著性的判断与焦点企业所处的网络结构有关。若网络紧密但焦点企业中心度低,则焦点企业更容易把利益相关者视为显著的利益相关者,若网络疏松但焦点企业中心度高,则焦点企业可以忽视利益相关者的影响。

### (二) 中观层面

中观层面主要关注公司文化、组织身份定位、公司生命周期和企业战略等因素对管理者判断的影响。Jones 等<sup>[12]145</sup>认为利益相关者显著性的判断离不开焦点企业的企业文化。他们按照道德水平的高低,把焦点企业的企业文化划分为三大类五小类:非道德型(代理文化)、有限道德型(企业自我中心型和工具主义型)、和泛化道德型(道德型和利他型)。他们认为随着焦点企业从自利型企业文化逐渐过渡到利他型企业文化,焦点企业更容易把利益相关者视为显著的利益相关者,焦点企业与利益相关者的关系也会逐步得以改善。Brickson<sup>[13]871</sup>认为利益相关者的显著性是焦点企业组织身份定位的函数。他把焦点企业的组织身份定位分为三类:利己主义型、关系主义型和集体主义型。利己主义型焦点企业与利益相关者保持弱关系,把

这种关系视作达到企业目标的手段。关系主义型焦点企业与利益相关者保持强的双向关系,把这种关系建构在双向的关心和信任的基础上。集体主义型焦点企业与利益相关者保持小集团关系,并把这种关系建立在共同议程之上。Jawahar 和 McLaughlin<sup>[14]</sup>指出焦点企业的生命周期与利益相关者显著性的界定密切相关。不同发展阶段对利益相关者所提供的资源依赖程度不同,因此,焦点企业管理者应首先界定企业所处周期和与之相对应的显著利益相关者,进而选择合适的管理策略。Buisse 和 Verbeke<sup>[15]</sup>分析了企业环保战略与利益相关者显著性的关系,他们按照主动性由低到高把焦点企业的环保战略分成反应战略、防御战略、适应战略和主动战略,对197家比利时企业的实证研究发现,焦点企业战略的主动性越强,越容易把利益相关者视为显著的利益相关者。江若尘<sup>[16]</sup>的研究显示,不同规模及经营目标的焦点企业对利益相关者显著性的判断存在明显差异。

### (三) 微观层面

微观层面的研究主要关注焦点企业管理者的道德、责任、思维逻辑等因素对其判断的影响。Buchholz 和 Rosenthal<sup>[17]</sup>认为,离开焦点企业管理者的道德愿景和特定问题的背景而去研究谁是利益相关者和如何确定显著的利益相关者,无异于缘木求鱼,因为焦点企业管理者的道德是处理焦点企业与利益相关者这种复杂关系问题的关键。与 Buchholz 和 Rosenthal 观点相似,Phillips 等<sup>[5]489</sup>认为在影响焦点企业的利益相关者中,区别显著和非显著利益相关者的关键在于焦点企业管理者是否承担直接道德责任,若焦点企业管理者对某类利益相关者承担直接道德责任,那么这类利益相关者被称为规范利益相关者,若焦点企业对某类利益相关者没有承担直接道德责任,那么这类利益相关者被称为派生利益相关者。显然,规范利益相关者是显著的利益相关者。Crilly 和 Sloan<sup>[18]</sup>把焦点企业管理者的企业逻辑(Enterprise Logic)视作判断利益相关者显著性的关键因素。企业逻辑是焦点企业管理者的一种思考问题的方式,即在经济和社会政治环境下如何定义焦点企业以及如何定义焦点企业和利益相关者的关系。他们把企业逻辑分为三种类型:股东攫取价值的企业中心型、与利益相关者共创经济价值并获取关系租金的产业网络型、与利益相关者共创社会价值的扩展型。显然,产业网络型和拓展型更易把利益相关者视为显著的利益相关者。

可以看出,学者们基于不同理论对影响焦点企业高层管理者判断的因素进行了研究。大多数学者基于战略管理,例如:Jawahar 和 McLaughlin、Buisse 和 Verbeke、Crilly 和 Sloan 等,其他学者或基于社会责任理论,如 Fineman 和 Clarke;或基于社会网络,如 Rowley;或基于伦理理论,如 Jones 等;或基于组织理论,如 Brickson,等等。

## 三、利益相关者的主体属性与利益相关者的显著性

利益相关者的主体属性视角认为利益相关者内生的某些属性及其动态变化,是利益相关者显著的最重要原因,识别利益相关者的属性、测量属性的变化情况是利益相关者显著性研究的核心问题。利益相关者的主体属性视角重点关注利益相关者的主体属性、主体属性的维度及测量、测量结果的使用等问题。

### (一) 利益相关者的主体属性

学者们对利益相关者的主体属性观点各异,Munzer<sup>[19]</sup>认为利益相关者的主体属性是财产属性,以 Mitchell 为代表的学者把资源视为利益相关的主体属性,周其仁<sup>[20]</sup>、杨瑞龙和周业安<sup>[21]</sup>、陈宏辉<sup>[22]</sup>、盛亚等<sup>[23]43</sup>则将专用性资产作为利益相关者的主体属性。

20世纪80年代,利益相关者研究逐渐升温,但是,传统企业理论学者坚持认为拥有焦点企业所有权的组织或个人才具有企业利润的支配权,利益相关者若不拥有焦点企业所有权,当然也不应享有焦点企业利润的支配权,现实中即使有焦点企业拿出一定利润分配给利益相关者,那也纯属道德行为而非责任或义务。Munzer<sup>[19]349</sup>是第一位从主体属性出发为利益相关者辩护的美国经济学家,他认为利益相关者不具有法律意义上的所有权,但是,拥有事实上的财产权并把部分财产投入到了焦点企业,只要焦点企业对利益相关者财产的使用满足三项基本原则,即:功利和效率、正义和平等、劳动和应得,利益相关者对焦点企业

的利润享有一定的支配权就是完全具有合法性的。因此, Munzer<sup>[19]349</sup>认为利益相关者的主体属性是财产属性。

Munzer<sup>[19]349</sup>的理论基础是利益相关者拥有财产,但是,他没能指明顾客、社区等利益相关者的财产是什么。在这一点上, Donaldson 和 Preston<sup>[24]83</sup>对 Munzer 的理论进行了完善,他们指出财产是一组权力和责任束,员工的努力、社区的需要、顾客的满意都是财产的具体表现形式。因此, Donaldson 和 Preston 也坚持认为利益相关者的主体属性是财产属性。

Mitchell 等<sup>[1]863</sup>认为利益相关者的第一主体属性是资源属性,由于利益相关者掌握了焦点企业生存与发展所必需的资源,利益相关者就获得了权力,当这种资源越是稀缺时,利益相关者的权力也就越大。除 Mitchell 外, Jones 等<sup>[12]141</sup>、Brickson<sup>[13]869</sup>、Crilly<sup>[25]</sup>、Pandher 和 Currie<sup>[26]</sup>、Mori 和 Mersland<sup>[27]</sup>也持有相同观点。周其仁<sup>[20]71-80</sup>、杨瑞龙和周业安<sup>[21]38-45</sup>、陈宏辉<sup>[22]18-22</sup>、盛亚等<sup>[23]43</sup>的思想基本一致,他们都认为专用性资产是利益相关者的主体属性,因为利益相关者向焦点企业投入了专用性资产并承担了经营风险,所以,焦点企业应该由利益相关者共同治理,并让其共享剩余索取权。

虽然学者们对利益相关者主体属性的认识存在一定差异,但是他们的理论基础都是资源依赖理论<sup>[5,25,28,29,30]</sup>。因为企业的生存和发展必须依靠环境,所以外部环境影响和控制企业行为就成必然<sup>[31]1</sup>。Pajunen<sup>[29]1263</sup>认为,资源依赖理论中的环境就是利益相关者,本质上,利益相关者与焦点企业之间的关系就是资源的不对称交换关系,利益相关者会根据焦点企业对其资源的依赖情况动态地选择影响和控制策略。盛亚等<sup>[23]43</sup>进一步指出,利益相关者对焦点企业的影响程度取决于利益相关者与焦点企业所投入专用性资产的比例关系,影响程度随比例关系的变化而变化。

## (二) 利益相关者主体属性的维度

关于利益相关者主体属性的维度, Mitchell 等<sup>[1]869</sup>的划分方式最具代表性。Mitchell 等<sup>[1]869</sup>把利益相关者属性分为权力性、合法性和紧急性等三个维度,并根据占有维度的个数,把利益相关者划分为仅有一个维度的潜在型利益相关者(根据维度不同又可细分为静态型、自主性和苛求型)、占有两个维度的预期型利益相关者(根据维度不同又可细分为支配性、危险型和依赖型)和占有三个维度的确定性利益相关者。

Mitchell 等<sup>[1]869</sup>关于利益相关者三个维度的划分得到了学术界广泛认可,后来很多学者在此基础上对三个维度进行了深入研究。Parent 和 Deephouse<sup>[32]</sup>通过案例研究发现,在现实情境下,对于利益相关者显著性的判断,权力性要明显优先于合法性和紧急性。Mitchell 等<sup>[33]</sup>在家族企业背景下探讨了权力性、合法性和紧急性的适用性问题,认为利益相关者的精神身份(Spiritual Identity)在家族企业中具有特别重要的作用,并将家族企业的利益相关者的维度调整为规范的权力性、基于遗产权的合法性和基于继位权的紧急性。

也有学者对 Mitchell 等<sup>[1]869</sup>的研究提出了质疑。Eesley 和 Lenox<sup>[34]767</sup>认为 Mitchell 等<sup>[1]869</sup>的三个维度无法解释很多现实问题,例如,有的公司把环保组织视作显著的利益相关者,但是,依然可能采取污染环境的做法。他们构建了利益相关者“要求属性”的三个维度:相对权力、要求合法性和要求紧急性,并通过600个利益相关者行动对这三个维度进行了实证研究。Driscoll 和 Starik<sup>[35]</sup>则认为 Mitchell 等<sup>[1]869</sup>的三个维度是不充分的,他们建议把邻近性作为判断标准的第四个属性。

与 Mitchell 等<sup>[1]869</sup>创造性地构建三个全新维度不同,杨瑞龙等<sup>[21]38-45[36]</sup>、陈宏辉<sup>[22]18-22</sup>和盛亚等<sup>[23]43</sup>学者则从产权理论中借用了两个经典维度——剩余索取权和剩余控制权,来刻画利益相关者的主体属性。他们认为最有效的公司治理结构应该是剩余索取权和剩余控制权分散对称分布于利益相关者,而不是传统企业理论所主张的,剩余索取权和剩余控制权集中对称分布于物质资本所有者。

## (三) 主体属性维度的测量及结果应用

主体属性维度的测量方法包括客观统计法和主观评分法。Eesley 和 Lenox<sup>[34]770</sup>用焦点企业和利益相关者的总金融资产比值测量相对权力的大小,盛亚等<sup>[23]43</sup>主张用利益相关者专用性资产投资比例测量其剩余索取权的大小。其他学者均采用主观评分法对主体属性维度进行测量。所谓主观评分法就是向特定人

群发放调查问卷,由其主体属性的各个维度进行主观打分,根据每个维度的得分情况确定利益相关者的显著性。

具体分值计算,现有的研究可以分为求和法和比值法。Mitchell 是求和法的典型代表,求和法对利益相关者显著性的判断基于以下两点:一是占有维度的多少;二是维度值的高低。一般地讲,拥有维度越多且每个维度值都较高的利益相关者为显著的利益相关者。所谓的比值法就是计算二元维度(剩余索取权和剩余控制权)的比值是否接近于1,接近1代表对称状态,远离1代表非对称状态。盛亚等<sup>[37-38]</sup>和陈宏辉<sup>[39]</sup>是比值法的代表学者,他们认为求和法容易导致焦点企业的管理者关注规模大的利益相关者而忽视规模小的利益相关者,因为只有规模大的利益相关者才可能同时满足上述条件。他们的研究显示,主体属性的维度是否对称才是判断利益相关者是否显著的关键,因为无论利益相关者规模的大小,只要存在非对称情况,利益相关者实施机会主义行为的概率就会提高。

## 四、结论与展望

从上文可以看出,学者们放弃了原有的基于身份的类型学研究方式之后,利益相关者显著性的研究进入动态观阶段。在这一阶段,学者们做了大量研究工作,他们或聚焦于焦点企业的动态性,从焦点企业管理者主观感知视角进行研究,或聚焦于利益相关者的动态性,从利益相关者的主体属性视角进行研究,都取得了丰富的研究成果。但是,仍存在以下两大问题。

### (一) 人为地割裂焦点企业和利益相关者之间的动态关系

利益相关者理论把焦点企业及其利益相关者视作一个利益相关者网络<sup>[40]</sup>,这个网络要想获得繁荣,网络成员必须放弃原子化的个人主义,在尊重关系的基础上相互交流,达成谅解,采取共同行动<sup>[17]137-148</sup>。然而,从现有研究看,大多数关于利益相关者显著性的研究,无论从焦点企业的主观感知视角还是利益相关者的主体属性视角,都是人为地割裂焦点企业与利益相关者之间的互动关系,选择单一主体进行研究,这忽视了利益相关者的网络特性及丰富的双向互动关系,大大降低了理论对实践的解释能力。

### (二) 对利益相关者主体属性研究较多,对焦点企业的主体属性研究较少

从利益相关者主体属性视角研究利益相关者的显著性而忽视焦点企业的主体属性,暗含这样一个前提:焦点企业占优。但焦点企业占优前提值得质疑,Eesley 和 Lenox<sup>[34]767</sup>指出,焦点企业对于利益相关者的权利是基于资源依赖程度的相对权力而非假定的绝对权力。因此,仅研究利益相关者的属性而不研究焦点企业的属性,就失去了在利益相关者与焦点企业权力、利益等维度基础上进行比较研究的可能性,进而可能导致利益相关者显著性研究仅停留在描述性层次,而无法深入到工具性和规范性层次<sup>[24]71</sup>。

利益相关者与焦点企业是两个对应存在却又不可分割的概念。只谈利益相关者而避谈焦点企业,会使利益相关者研究无的放矢;只谈焦点企业而避谈利益相关者,也只是传统的企业理论而非利益相关者理论。因此,判断利益相关者的显著性一定要立足于焦点企业,通过焦点企业管理者的主观感知而实现,而焦点企业的感知离不开对自身与利益相关者主体属性的认识以及基于主体属性的对比分析。按照这种思路,本文提炼出了一个整合的研究框架(图1)。

图1提炼出的整合研究框架突破了上述两大问题对利益相关者显著性研究的制约。一方面,关于焦点企业的主观感知视角,学者们越来越依靠战略管理的研究思路和实证方法,强调焦点企业的利益相关者文化、战略和思维方式的重要性,这使主观感知视角有重回 Freeman<sup>[4]55</sup>研究框架之嫌而无突破创新之意。另一方面,关于利益相关者的主体属性视角,学者们对主体属性认识各异,进而导致主体属性的维度、测量等后续研究进展缓慢。针对此框架,本文强调以下两点:

一是要注重主观感知视角与主体属性视角的融合。现有研究已经处于动态观阶段,但是,学者们或关注于焦点企业的动态性,或关注于利益相关者的动态性,这是一种不完全的动态性。可在焦点企业的动态性和利益相关者的动态性之间建立一种联系,实现完全的动态性。在这一方面,已有学者做过初步尝试,例

如,Pajunen<sup>[29]</sup><sup>1265</sup>把焦点企业中的网络结构和利益相关者的资源属性联系起来,对利益相关者的显著性进行了研究,他把占有关键资源多且处于网络中心位置的利益相关者定义为显著的利益相关者,把占有资源少且处于网络边缘的利益相关者定义为次要利益相关者,处于两者之间的利益相关者是潜在的利益相关者。Valk等<sup>[41]</sup>从创新角度出发,把创新网络和创新资源有机地联系起来,并对荷兰两个医药研发项目进行了实证研究。上述两位学者的研究具有启发性,学者们可以尝试把主观感知要素与利益相关者主体属性结合起来,在焦点企业和利益相关者之间的动态关系中研究利益相关者的显著性问题。

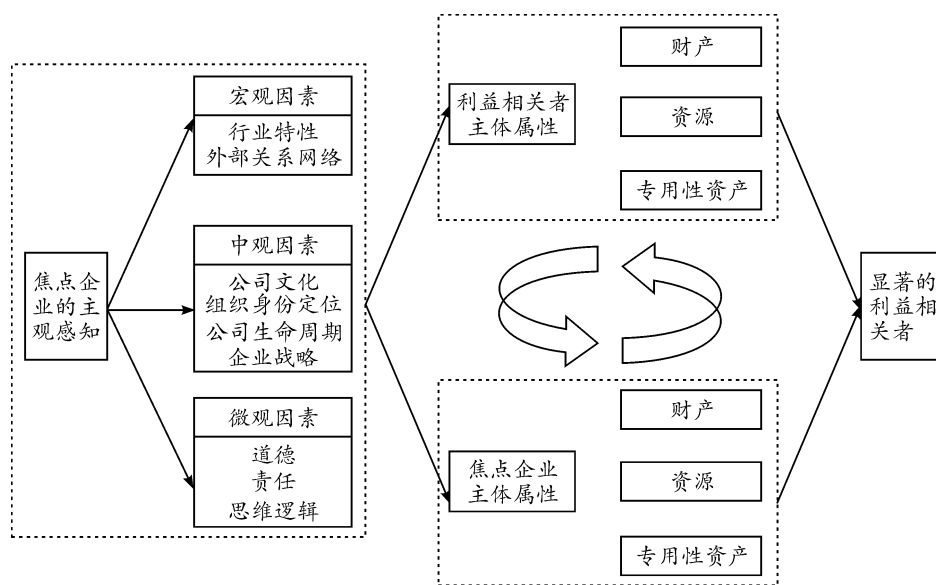


图1 一个整合的利益相关者显著性研究框架

二是要注重焦点企业主体属性与利益相关者主体属性的对比分析。同一个利益相关者在实力不同的焦点企业面前,显著的程度是有差异的,由此可见,焦点企业占优这个现有研究暗含的前提不一定成立,因此,焦点企业主体属性与利益相关者主体属性的对比分析就成为研究的关键点。要突破这个关键点,有三个问题必须回答:主体属性的内核是什么;主体属性的维度及测量方法;如何使用测量结果。学者们对这三个问题的回答存在较大差异,但是大致可以分为资源流派和产权流派。资源流派从资源依赖理论出发,把资源视为主体属性的内核,这奠定了利益相关者动态观的理论基础,但是资源依赖理论难于实证和操作的缺点也限制了对主体属性维度及其测量方法的研究,Michell等的研究是这方面的一种尝试,但是,之后的近二十年,其他学者的研究成果乏善可陈。鉴于上述情况,产权流派寄希望于产权理论,试图借用剩余索取权和剩余控制权的概念推进利益相关者显著性的实证研究,但是这里还有一个根本性的理论问题尚未得到有效解决。产权流派认为剩余索取权和剩余控制权应该分散对称分布于利益相关者,但是,Hart和Moore<sup>[42]</sup>已经证明对称分布这种最优产权安排是不可实现的,人们只能追求把剩余控制权配置给重要的专用性资产投资方这样一个次优产权安排。资源流派的实证问题和产权流派的理论基础问题都是亟待解决的难题,任何一方面的突破都会有力地推进焦点企业主体属性与利益相关者主体属性的对比分析。

#### 参考文献:

- [1] MITCHELL R K, AGLE B R, WOOD D J. Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts[J]. *Academy of Management Journal*, 1997, 22(4): 853-886.
- [2] LAPLUME A O, SONPAR K, LITZ R A. Stakeholder Theory: Reviewing a Theory That Moves Us[J]. *Journal of Management*, 2008, 34(6): 1152-1189.
- [3] 爱德华·弗里曼,杰弗里·哈里森,安德鲁·威克斯,等. 利益相关者理论:现状与展望[M]. 盛亚,李靖华,译. 北京:知识产权出版社,2013:176.

- [4] 爱德华·弗里曼. 战略管理:利益相关者方法[M]. 王彦华,梁豪,译. 上海:上海译文出版社,2006:55.
- [5] PHILLIPS R A, FREEMAN R E, WICKS A C. What Stakeholder Theory is Not[J]. *Business Ethics Quarterly*, 2003, 13(4):479-502.
- [6] KEITH D. *Business and Society: Corporate Strategy, Public policy, Ethics*[M]. New York: McGraw-Hill Book Co, 1988:146.
- [7] CLARKSON M B E. A Stakeholder Framework of Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance[J]. *Academy of Management Review*, 1995, 20(1):92-117.
- [8] WHEELER D, MARIA S. Including the Stakeholders: The Business Case[J]. *Long Range Planning*, 1998, 31(2):201-210.
- [9] WOLFE R A, PUTLER D S. How Tight are the Ties That Bind Stakeholder Groups? [J]. *Organization Science*, 2002, 13(1):64-80.
- [10] FINEMAN S, CLARKE K. Green Stakeholders: Industry Interpretations and Response[J]. *Journal of Management Studies*, 1996, 33(6):715-730.
- [11] ROWLEY T J. Moving Beyond Dyadic Ties: A Network Theory of Stakeholder Influences[J]. *Academy of Management Journal*, 1997, 22(4):887-910.
- [12] JONES T M, FLEPS W, EIGLEY G A. Ethical Theory and Stakeholder Related Decisions: The Role of Stakeholder Culture[J]. *Academy of Management Journal*, 2007, 32(1):137-155.
- [13] BRICKSON S L. Organizational Identity Orientation: The Genesis of the Role of the Firm and Distinct Forms of Social Value [J]. *Academy of Management Review*, 2007, 32(3):964-999.
- [14] JAWAHAR I M, MCLAUGHLIN G L. Toward a Descriptive Theory of Stakeholder Theory: An Organizational Life-cycle Approach[J]. *Academy of Management Journal*, 2001, 26(3):397-414.
- [15] BUYSSE K, VERBEKE A. Proactive Environmental Strategies: A Stakeholder Management Perspective [J]. *Strategic Management Journal*, 2003, 24(5):453-470.
- [16] 江若尘. 企业利益相关者问题的实证研究[J]. *中国工业经济*, 2006(10):67-74.
- [17] BUCHHOLZ R A, ROSENTHAL S B. Toward a Contemporary Conceptual Framework for Stakeholder Theory[J]. *Journal of Business Ethics*, 2005, 58(1):137-148.
- [18] CRILLY D, SLOAN P. Enterprise Logic: Explaining Corporate Attention to Stakeholders From the 'Inside-Out' [J]. *Strategic Management Journal*, 2012, 33(10):1174-1193.
- [19] MUNZ S R. *A Theory of Property*[M]. New York: Cambridge University Press, 1992:349.
- [20] 周其仁. 市场里的企业:一个人力资本与非人力资本的特别合约[J]. *经济研究*, 1996(6):71-80.
- [21] 杨瑞龙, 周业安. 论利益相关者合作逻辑下的企业共同治理机制[J]. *中国工业经济*, 1998(1):38-45.
- [22] 陈宏辉. 企业剩余权的分布:基于利益相关者理论的重新思考[J]. *当代经济管理*, 2006, 28(4):18-22.
- [23] 盛亚. 企业技术创新管理:利益相关者方法[M]. 北京:光明日报出版社, 2009:43.
- [24] DONALDSON T, PRESTON L E. The Stakeholder Theory and the Corporation: Concepts, Evidence and Implications[J]. *Academy of Management Review*, 1995, 20(1):65-91.
- [25] CRILLY D. Recasting Enterprise Strategy: Towards Stakeholder Research That Matters to General Managers [J]. *Journal of Management Studies*, 2013, 50(8):1427-1447.
- [26] PANDHER G, CURRIE R. CEO Compensation: A Resource Advantage and Stakeholder-Bargaining Perspective [J]. *Strategic Management Journal*, 2013, 34(1):22-41.
- [27] MORI N, MERSLAND R. Boards in Microfinance Institutions: How Do Stakeholders Matter? [J]. *Journal of Management & Governance*, 2014, 18(1):285-313.
- [28] FROOMAN J. Stakeholder Influence Strategies[J]. *Academy of Management Journal*, 1999, 24(2):191-205.
- [29] PAJUNEN K. Stakeholder Influences in Organizational Survival[J]. *Journal of Management Studies*, 2006, 43(6):1261-1288.
- [30] BARNETT M L. Why Stakeholders Ignore Firm Misconduct: A Cognitive View[J]. *Journal of Management*, 2014, 40(3):676-702.
- [31] PFEFFER J, SALANCIK G R. *The External Control of Organizations*[M]. New York: Harper & Row, 1978:1.
- [32] PARENT M M, DEEHOUSE D L. A Case Study of Stakeholder Identification and Prioritization by Managers[J]. *Journal of Business Ethics*, 2007, 75(1):1-23.
- [33] MITCHELL R K, ROBINSON R E, MARIN A, et al. Spiritual Identity, Stakeholder Attributes, and Family Business Workplace Spirituality Stakeholder Salience[J]. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 2013, 10(3):215-252.