

第1章 引言

1.1 选题背景

自工业革命以来,人类的生产生活诱发了诸多的生态环境问题,包括不可再生资源的枯竭、生物多样性的降低、全球气温的上升和极端天气事件的频繁发生等,这些问题反过来又对人类的经济活动造成了灾难性的影响,甚至一定程度上威胁到了人类的生存。以当前国际社会十分关注的气候变化问题为例,比尔·盖茨就曾指出,在不久的将来,“气候变化所造成的经济损失将相当于每10年发生一次与新冠疫情规模相当的流行病”。研究表明,如果各大经济体保持如今的排放水平,到21世纪末,全球平均气温将上升4~5℃,这意味着格陵兰岛冰盖、北极夏季海冰和南极西部冰盖将全部融化,亚马孙雨林也将彻底退化(Lenton et al., 2019)。这些后果将超出人类的承受能力(Parmesan et al., 2003)。在此背景下,世界各国环境保护意识逐渐觉醒,越来越多的国家走上了环境治理、生态保护和绿色转型的道路。改革开放之后,中国的经济社会发展显示出举世瞩目的活力,而这也同时伴随着不可再生资源的过度消耗、大量污染物质的排放,以及温室气体排放量的逐年攀升。中国自2013年起碳排放量就位居全球各国之首;2019年,中国的碳排放量占全球的27.9%,为排名第二的美国的两倍^①。2020年9月,习近平主席宣布了中国“二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值,努力争取2060年前实现碳中和”的目标(后文简称“3060双碳目标”)。这是中国在应对气候和生态变化方面对国际社会所做出的坚定承诺,体现了中国的责任与担当,也是建设美丽中国的新方向。

为实现“3060双碳目标”、加快环境治理和绿色转型的步伐,需要从“排放源头”加强管理和控制(郑慧瑾等, 2021)。这也说明,企业肩负着重要的

^① 资料来源: <http://finance.sina.com.cn/zl/china/2021-04-20/zl-ikmxzfmk7891284.shtml>。

历史使命和责任,是生态文明建设的重要力量。事实上,在可持续发展压力下,企业是一类很特殊的经济主体,它们一方面在自身的生产经营活动中消耗了资源,增加了污染和碳排放;另一方面也在研发、创新活动中不断提供节能减排的创新解决方案(Wright et al., 2017)。2021年10月26日,国务院印发《2030年前碳达峰行动方案》,要求企业主动向绿色低碳发展转型,对工业(制造业)企业的碳达峰行动明确提出了六条要求^①。因此,从企业层面着眼,分析企业绿色转型过程并明确企业绿色转型路径,对推动中国实现“3060双碳目标”具有决定性的意义(贾明等,2022)。

同时,实现社会经济的整体绿色转型,依靠的是多产业部门的协同并举。然而,不同部门企业绿色转型的方式和路径、所依赖的技术基础和所面临的机遇与挑战完全不同。如果不能针对单一部门进行系统、深入的分析,而是简单地对所有部门企业进行泛化讨论,将无益于学术界加深对企业绿色转型的理解,更无益于指导政策制定和企业实践。从“排放主体”的角度考虑,我国能源部门和工业部门合计贡献了80%的污染和碳排放量(王奕兴,2021),其中工业(制造业)部门企业数量众多且其组织管理过程更具代表性(Yang et al., 2018),因此,本研究将针对制造业部门这一“排放大户”,对制造业企业的绿色转型实践进行讨论。

从当前研究进展中可以发现,既有研究已经对制造业企业绿色转型问题展开了初步探索,并对促进制造业企业绿色转型的宏观、中观因素进行了较为深入的分析(汤维祺等,2016;陈诗一等,2018;徐佳等,2020;陶锋等,2021)。但是,无论是目前的理论研究还是企业实践,很多都未脱离传统的企业社会责任框架和思维。在这样的框架下思考制造业企业绿色转型,强调绿色转型作为社会责任投资的“功利性”(Porter et al., 2011; Vishwanathan et al., 2020),很容易观察到企业绿色行为的“片面性”和扭曲行为。例如,企业会象征性地进行环保投资并发布环境报告、重量不重质(陶锋等,2021)、“漂绿(green washing)”(Wu et al., 2020)等。而这样的绿色转型并无益于企业的长期高质量发展,更不符合国家整体绿色转型的原则和目标。这些现象同时也表明,当前,大量的制造业企业没有明确的绿色转型思维和清晰的转型路径,也尚未全面、深入地理解绿色转型在企业层面的意义,还未能探索出从绿色转型中建立长期、可持续竞争优势的方式。

^① 国务院. 国务院关于印发2030年前碳达峰行动方案的通知 [EB/OL]. [2021-10-26]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2021-10/26/content_5644984.htm.

本书则试图聚焦于这一具有重要理论、实践意义的研究目标,在“3060双碳目标”的大背景下,构建制造业企业绿色转型由因及果的完整过程框架(即“注意力—行为—绩效”框架),并剖析该路径背后的企业认知和行为机制,从而指导制造业企业主动投身绿色转型,并在绿色转型中增强竞争力。对这一研究问题的深入探究,可以深化和丰富企业绿色转型的相关理论研究,并将为激励制造业企业持续参与绿色转型实践提供重要的实践启示,进而助力中国“3060双碳目标”的实现,使中国能够在有效应对全球环境问题的同时推动经济整体高质量发展。

1.2 选题意义

1.2.1 理论意义

本书将从以下三个方面对既有研究做出理论贡献。

第一,本书旨在建立制造业企业绿色转型“注意力—行为—绩效”理论框架,从而厘清制造业企业绿色转型从“组织注意力(战略意识)”层面落实到企业具体的“战略行为”层面进而影响企业绩效的过程,搭建制造业企业绿色转型由因及果的战略过程框架,该过程主要体现在以下两方面。

一方面,本书深入分析了制造业企业绿色转型从战略意识层面落实到具体行为层面的过程。笔者认为,制造业企业绿色转型本身是一个综合的、过程性的概念(中国社会科学院工业经济研究所课题组、李平,2011)。因此,不应该将“绿色转型”作为一个单一的“变量”或“要素”进行讨论,而应该基于更加全面、动态的视角,刻画其“中间过程”。所以,在本书中,笔者从“绿色战略意识:绿色注意力”和“绿色战略行为”两个方面解构制造业企业“绿色转型”概念,以期分解制造业企业绿色转型的过程。在既有研究中,研究者会将绿色注意力与绿色战略行为建立直接的线性关系(Bansal et al., 2000; Chang, 2011; 胡珺等, 2017),多数研究背后的基本假定是如果企业高管拥有绿色注意力,企业就会主动投身环保与绿色战略行为。然而,现实中可以注意到,对于一些高能耗、重污染的企业,尽管包括政府在内的利益相关者始终对其有很高的环保约束,这些企业对于排污、环保相关信息的敏感度(注意力)也较其他企业更高,但这些企业主动投身绿色战略行为的意愿并不强。制造业企业绿色注意力与企业绿色战略行为之间究竟是何种关系?企业绿色转型是如何从战略意识(组织注意力)层面落实到企业行为层面的?本书试图从企业的绿色注意力入手,通过深入的案例研究和严谨的定量分析,区分不同情境下企业不同的绿色注意力如何具体影响企业的绿

色战略,从而解构制造业企业绿色转型的过程。

另一方面,本书将制造业企业绿色战略行为与企业绩效和竞争优势联系起来,跳出传统的企业社会责任研究视角探讨企业绿色转型问题,扩展已有绿色转型研究的思路和框架。相较于一般的企业社会责任行为,企业绿色战略行为的“自利性动机”更弱,且一部分绿色战略行为(例如创新性绿色投资)对企业的资源、能力要求更高。这就导致传统企业社会责任模式下的管理和激励方法不能简单运用于制造业企业绿色转型情境之中(Porter et al., 2011; 贾明等, 2020),针对制造业企业绿色转型的战略管理研究也需要在传统理论的基础上产生突破。因此,笔者提出如下问题:除去组织合法性获取、形象管理或利益相关者管理等视角的影响,制造业企业绿色转型实践能否真正带动企业能力提高,进而助力企业实现经济绩效的提高?对这一问题的回答,将更有助于理解制造业企业绿色转型战略的意义,也将更好地指导制造业企业从绿色转型过程中获取竞争优势。

本书在企业绿色战略意识(注意力)和绩效之间,探索并发现了一组“行为机制”。具体来说,在第3章的分析中,笔者构建了“绿色注意力—绿色战略行为—企业绩效”的关系框架。具体到实证检验的过程中,笔者以企业的“二元绿色投资”为中间行为机制的测量方式,以慷慨性绿色投资代理衡量企业的愿景驱动式绿色战略,以创新性绿色投资代理衡量企业的价值重构式绿色战略,进一步对企业绿色注意力和绩效之间的行为机制进行量化分析。本书的研究结论帮助厘清了制造业企业绿色转型从“组织注意力(战略意识)”层面落实到具体的“战略行为”层面进而影响企业绩效的完整过程。

第二,本书从企业认知视角着眼,在注意力基础观的基础上,进一步探索制造业企业绿色转型过程框架背后的认知(注意力)基础。在这一过程中,本书也对组织的注意力基础观(ABV)研究作出了理论贡献。事实上,在制造业企业绿色转型的过程背后,“企业认知”是一个非常重要的影响因素(Staub et al., 2016; Yang et al., 2018),企业需要对绿色/环保问题有更加清晰的认识,在绿色/环保领域分配注意力,才有可能在绿色转型中投入足够的资源,并发掘绿色发展机遇;而绿色注意力的不同也将导致企业具体绿色战略行为的差异,并进一步影响企业绩效。因此,从注意力基础观视角剖析企业绿色转型过程背后的认知基础,可以为制造业企业绿色转型过程框架构建更扎实的微观基础。

具体而言,借鉴注意力基础观研究思路,在本书中,笔者将企业“绿色注意力”定义为:企业管理者将其时间和精力分配于一系列绿色/环保问题和战略行动的过程。只有当组织注意力被有选择性地分配到了绿色/环保领

域中,组织才有可能在这一领域进行信息搜索和资源分配,从而引发组织变革和绩效改变。然而,既有的组织注意力研究在讨论“注意力—绩效”关系时,往往会假定组织注意力是一个主动的(proactive)过程。结合理论分析和案例观察,笔者认为,既有研究的“主动性假设”在一些特殊情况下可能会不成立。例如,在某些情况下,当引发组织注意力的控制点在组织外部时,组织的注意力过程未必是主动的,而有可能是被动的、反应型的(reactive),这种“被动的组织注意力”会导致与传统理论思路预测不同的企业行为和绩效。笔者对“被动绿色注意力”的关注,反思了既有的组织注意力研究普遍采纳的“主动性假设”,扩展了既有研究的理论框架,从而为注意力基础观研究注入更多元的视角,提高了注意力基础观的理论预测力。

此外,在传统的注意力基础观研究中,在“注意力—绩效”中间存在多条可能的影响路径。例如,注意力是企业搜索的基础(Li et al., 2013),而企业搜索则会影响到企业很多方面的具体行为,包括企业的机会识别和开发(Eklund et al., 2021; Shepherd et al., 2016)或企业的资源配置(Barnett, 2008; Eklund et al., 2021),进而改变企业绩效;同时,企业搜索又是企业获取知识、进行组织学习的重要基础,所以和企业的创新与研发行为也会产生直接联系(Li et al., 2013),并最终影响企业竞争力。不过,值得注意的是,在传统的注意力基础观研究中,“注意力—绩效”中间的过程机制始终是一个潜在假定,既有研究对这一过程的中间机制只有理论上的说明(Brown et al., 2017; Yu et al., 2016),但并未针对中间机制建立理论模型并提出假设,从而揭示、检验“注意力—绩效”之间的过程黑箱。本书首先通过深入的案例研究,构建了企业“绿色注意力—绿色战略行为—绩效”的完整理论框架;并进一步以企业的“二元绿色投资”为中间行为机制的测量方式,以慷慨性绿色投资代理衡量企业的愿景驱动式绿色战略,以创新性绿色投资代理衡量企业的价值重构式绿色战略,对企业绿色注意力和绩效之间的行为机制进行量化分析。本书的研究结论将进一步揭开“注意力—绩效”之间的行为机制,打开其内部过程黑箱。

第三,基于“制度—产业—企业资源”战略三脚架框架,本书进一步建立了制造业企业绿色“注意力—行为—绩效”理论框架的制度基础、产业基础和组织资源基础。事实上,无论从制度基础观、产业基础观还是组织资源基础观的单一视角分析企业战略都是不全面的,因此,有学者考虑将三者有机融合起来,提出更全面的分析框架。Peng等提出战略管理研究的“战略三脚架”框架(strategy tripod framework)(Peng et al., 2008; Peng et al., 2009),用以分析企业的战略过程。该理论框架认为,战略的选择和实施不

仅受到行业竞争和企业特有的资源和能力的影响,还受制度因素的约束,因此,应将制度基础观、产业基础观和资源基础观相结合,以宏观、中观、微观三个层面的综合性视角,观察企业认知、行为和绩效(张敬等,2021)。因此,笔者认为,结合了制度、产业、企业资源三个视角的“战略三脚架”框架对于分析制造业企业绿色转型具有突出的指导意义。具体而言,本书首先通过案例分析,发现政府、公众、企业同行和竞争行业从业者以及企业自身情况对企业绿色注意力和绿色战略行为具有重要影响;进一步,在本书的第5章中,笔者从制度压力、产业竞争和企业资源基础三个维度探讨影响重污染制造业企业“绿色注意力—二元绿色投资—绩效”之间关系的权变因素。旨在回答:哪些因素能够调整企业的绿色注意力过程,即改变企业绿色注意力的“主动性/被动性”和在绿色注意力引导下绿色行为的真诚性,进而改变企业绿色注意力、绿色行为、绩效之间的关系?回答这一问题,不仅补充和明确了本书所提出的制造业企业绿色“注意力—行为—绩效”框架的边界条件和权变机制,还帮助构建了制造业企业绿色转型的制度基础、产业基础和组织资源基础。

基于上述思路,最终,本书将建立制造业企业绿色转型“注意力—行为—绩效”的过程模型,从组织注意力的视角分析该过程背后的认知和行为机制,并基于“制度—产业—企业资源”战略三脚架框架进一步构建该过程的权变机制。

1.2.2 实践意义

本书的研究结论对企业管理实践与政策制定具有重要的实践意义。

首先,对于制造业企业管理者而言,如何有效分配有限的企业资源,使企业效益最大化,一直是需要首要考虑的问题。而投资绿色转型,往往被视作一种额外的社会成本,管理者会认为这笔花费与其经济效益相冲突,对于资源不充裕的企业而言尤是。本书则指出企业绿色转型的一个重要意义——不应仅仅把绿色转型视为“社会责任投资”,而是应该将其看作企业能力开发的机会,关注创新性绿色投资这类能够解决多元社会问题的“价值重构式绿色战略”,注重其带来的长期收益和价值。

本书的研究结论说明,企业绿色转型不仅能带来良好的企业形象或声誉、更好的利益相关者关系等,更能进一步培养企业的技术能力,进而为企业长期可持续发展带来收益。本书的案例研究部分更是进一步说明,如果企业“绿色注意力”仅停留在企业战略层,企业的绿色战略仅以“战略愿景”

的形式存在于企业内部,将不利于企业真正从绿色发展中提升竞争力,其内部的脱耦现象甚至会加重组织成本。因此,制造业企业管理者应当重新审视绿色转型为企业带来的战略意义,关注绿色转型的长期价值,引导企业更好地学习和积累绿色知识,鼓励企业内部研发人员调整对绿色/环保的认知(鼓励中层管理者的长视主义并引导基层员工的绿色意义建构),从而在绿色转型中助力企业的长期成长。环境敏感型企业(例如重污染企业)由于发生各种污染事故/舆论危机的概率很高,因此更应当注重“绿色—长期价值”的关系,通过创新性绿色投资预防可能发生的污染。

其次,政策制定者应当更有针对性地干预企业的绿色/环保行为。本书认为,政府的干预(例如环境规制的制定)应当匹配企业对环境的理解和认知,才能够更好地激励企业的绿色转型行为。政府应当注重一些相对“软性”的、激励性的政策规制以及政策环境的建设,这将有助于激励企业的长期导向,指导制造业企业关注绿色转型的长期价值。

总之,本书的研究结论将为激励企业持续参与绿色转型实践提供重要的实践启示,进而助力中国“3060 双碳目标”的实现。

1.3 研究内容与技术路线

从整体研究内容的角度,本书将构建制造业企业绿色转型由因及果的完整过程框架(即“注意力—行为—绩效”理论框架),并剖析该过程背后的企业认知和行为机制,从而指导制造业企业主动投身绿色转型,并在绿色转型中增强竞争力。

在这一整体思路的基础上,具体而言,本书将分为两个子研究,从而针对制造业企业的绿色转型过程进行分析。在第一个子研究中,笔者试图通过案例研究的方法,探究制造业企业的绿色转型过程,建立制造业企业绿色转型过程的整合型框架(即“绿色注意力—绿色战略行为—绩效”框架),并发现不同发展阶段制造业企业的差异化绿色注意力、绿色战略行为以及企业绩效之间的联结过程,展示制造业企业逐步深入、主动的绿色转型路径。在案例研究所提出的理论命题和框架的指导下,第二个子研究将基于制造业上市公司大样本,量化分析制造业企业绿色转型“注意力—行为—绩效”这一关系。具体到实证操作过程中,笔者希望以企业的“二元绿色投资”为中间行为机制的测量方式(通过慷慨性绿色投资和创新性绿色投资分别代理衡量案例研究中提出的愿景驱动式绿色战略和价值重构式绿色战略),进

一步对企业绿色注意力和绩效之间的行为机制进行量化分析。子研究二旨在具体回答：制造业企业的“绿色注意力”是否会带动企业产生不同的绿色投资行为，进而影响企业的绩效？更为重要的是，如果企业的绿色注意力是被动的、响应型的，那企业的“被动绿色注意力”又如何影响企业的二元绿色投资行为，进而影响企业绩效？其中，本书第4章旨在厘清制造业企业“绿色注意力—企业绩效”关系背后的行为机制，并着重刻画重污染制造业企业的“被动绿色注意力—二元绿色投资—企业绩效”之间的关系。本书第5章则针对第4章所提出的“被动绿色注意力—二元绿色投资—企业绩效”关系，基于“制度—产业—企业资源”战略三脚架框架，剖析制度压力、产业竞争和组织资源基础的调节作用。

本书的技术路线如图 1.1 所示。研究模型如图 1.2 所示。

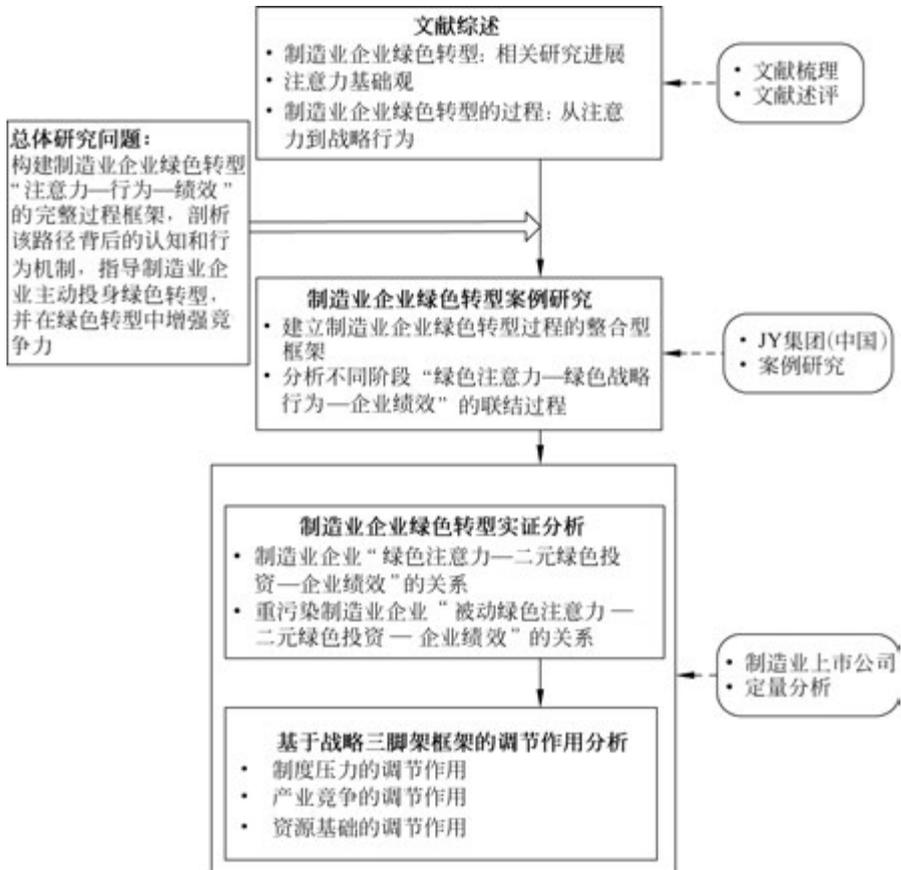


图 1.1 技术路线图

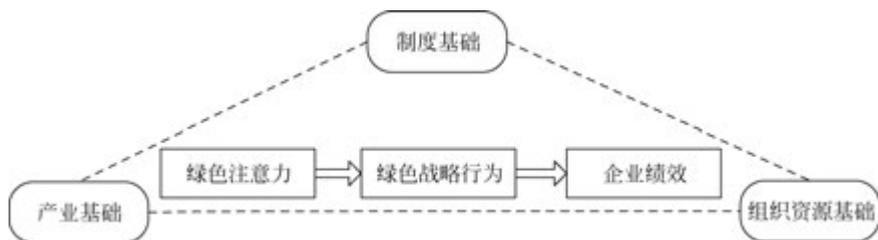


图 1.2 研究模型图

1.4 研究方法

在研究方法上,本书主要采用的是文献研究、定性研究(案例研究)和定量研究的方法,旨在充分阐释和总结现状,并探究其背后的理论原理。具体方法如下。

1.4.1 文献研究

运用文献检索、阅读和梳理分析的方式,可以更便利、全面地了解国内外制造业企业绿色转型研究领域的文献,理解该领域的研究发展现状,并找到既有研究的局限之处。以文献的检索、阅读和梳理述评为基础,本书将形成具体的研究思路以及理论逻辑,为提出理论模型、建立理论框架和后续的实证分析提供强有力的支持。本研究的文献阅读和梳理主要包括两个方面:一个是对经典文献的回顾和整理,以此为基础,可以对相关经典理论有更加充分的基础性认识;另一个是对最新文献的阅读和提炼,以此为基础,可以了解制造业企业绿色转型研究的最新方向。具体而言,文献研究的过程将按理论发展过程以及实际应用方向进行阅读、梳理和述评。

1.4.2 案例研究

本书将通过案例研究的方法完成子研究一(第3章),即建立制造业企业绿色转型过程的整合型框架。此外,在子研究二的理论建构过程中,笔者也将以访谈资料补充与完善基于文献分析法建立的理论模型与研究框架。

案例研究适合探索现象背后的“Why”和“How”问题,对于过程和机制的理解更为深入。本研究聚焦传统制造业企业绿色转型的路径,本质上是一个聚焦过程的案例研究,旨在剖析一个尚未被充分探索的过程和现象

(Marshall et al., 2014), 因此采用案例研究这一研究方法比较合适 (Marshall et al., 2014; 毛基业, 2020)。而且, 当“生动的叙述、动态的框架和人的价值观”能够在研究中起到重要作用时 (Lee, 1999), 也更适合采用案例分析方法进行研究。子研究一的研究目标在于建立制造业企业绿色转型过程的整合型框架, 并发现不同阶段制造业企业的差异化绿色注意力、绿色战略行为以及企业绩效之间的联结过程。目前, 学术界对于“企业因何绿色转型、如何绿色转型”问题的思考和探索仍处于初期阶段, 针对企业绿色转型过程的研究需要情景化的故事叙述以辨识核心过程, 并考虑企业内外部各种身份角色的价值观差异给企业战略带来的影响以及时间维度的动态性, 因此, 本书最终采用案例分析这一方法。

根据案例选取的典型性原则, 笔者选取 JY 集团案例样本进行讨论。案例研究需要案例企业满足“稀少且独特”的特征; JY 集团符合这一标准, 同时也具有“启示性个案”的基本特征 (Eisenhardt, 1989; Yin, 1994)。JY 集团是一家总部位于新加坡的大型跨国集团, 其业务板块涵盖纤维产业、棕榈油产业和清洁能源开发三大领域。集团于 1995 年进入中国市场后, 将三大业务板块中首要的纤维产业 (包括中游的纸浆、下游的造纸和纤维素纤维) 布局于中国。旗下的纤维素纤维生产部门 SDL (福建) 工厂和浆纸制造部门 YTSB (山东) 公司是 JY 集团 (中国) 的两个主要生产部门, 也是 JY 集团在中国市场上的主体运营单位。子研究一以 JY 集团的绿色转型过程为最终分析对象。

笔者遵从“三角验证”的建议 (Glaser et al., 1968), 多渠道数据来源包括: 与公司内部人员的结构化和半结构化访谈、公司官网与公司年报、公司内部文件、实地参观访问体验和媒体新闻等 (Eisenhardt, 1989; Yin, 1994)。分三个阶段完成数据的收集: 第一阶段, 基于既有的二手资料、企业年报与企业官网等公开信息来源梳理出案例企业的组织架构、治理模式、绿色/环保相关的战略行为 (例如其对外披露的环境信息)、经济绩效等, 初步总结案例企业的绿色转型发展历程。第二阶段, 对案例企业进行结构化与半结构化访谈, 并进行实地参访。自 2022 年 4 月起, 笔者先后对案例企业进行了 11 次正式的半结构化访谈和多次非正式的访谈, 受访者包括 JY 集团 (南京、北京、上海) 企业资讯部的总经理、副总经理, YTSB 的总经理和公共事务部负责人, SDL 的厂长、企业资讯部和安全环保部的负责人, 以及厂区周围的社区居民代表。第三阶段, 对所有访谈资料进行整合与分析, 并且与受访者保持持续沟通以补充缺失的案例细节信息。在案例数据收集完成后,