

【农业经济】

# 党建对民营企业参与贫困治理及其效应的影响

——以农业产业为例

陈秋红<sup>1,2</sup>,马倩<sup>2</sup>,王书柏<sup>3</sup>

(1.中国社会科学院 农村发展研究所,北京 100732;2.中国社会科学院大学 应用经济学院,北京 102488;  
3.全国工商联人才交流服务中心,北京 100088)

**摘 要:**巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,在脱贫地区长期培育和发展产业进而促进实现内生性持续发展,需要民营企业的积极参与。本文以农业产业为例,基于全国工商联第十四次中国民营企业调查中的 4788 个样本,分析了党组织建设对农业民营企业贫困治理参与及其扶贫效应的影响。研究结果显示,设立党组织既能促进农业民营企业参与贫困治理,还能助推参与贫困治理的农业民营企业有效构建企业与政府的关系、获得政策优惠、促进企业文化建设以及改善企业形象。同时,当企业主要出资人具有党员身份时,农业民营企业更倾向于参与贫困治理;当企业党组织负责人为董事长或总经理时,农业民营企业参与贫困治理的企业形象提升效应、企业文化效应、政策优惠效应以及政企关系效应均会得到强化。为了激发民营企业持续乡村振兴的内生动力,应加强农业民营企业党建工作,加大力度在农业民营企业发展党员尤其是将其董事长或总经理发展为党员并进一步发展为所在党组织负责人,提高党组织在农业民营企业中的覆盖率。

**关键词:**民营企业;农业产业;党组织;贫困治理;乡村振兴

**中图分类号:**D267; F279.23      **文献标志码:**A      **文章编号:**1671-7465(2023)04-0178-13

## 一、引言

2020 年中国如期实现脱贫攻坚目标任务,历史性地解决了绝对贫困问题,为全球减贫事业作出了重大贡献。与此同时,党和国家领导人进一步提出“把巩固拓展脱贫攻坚成果作为乡村振兴的基础性工程”。这意味着,消除绝对贫困并不是中国减贫事业的终极目标,而是通过实施乡村振兴战略持续巩固拓展脱贫攻坚成果,实现共同富裕的目标。在中国贫困治理工作中,作为中国促进经济发展和吸纳就业的主力军,民营企业一直在以适应性的方式参与贫困治理工作,直接或间接地促进了贫困民众收入的提高和农村经济社会的发展。在面临新的历史任务的发展阶段,民营企业是助力实现乡村全面振兴、推进共同富裕的重要实践者。习近平总书记在 2023 年全国两会上强调,无论是国有企业还是民营企业,都是促进共同富裕的重要力量,都必须担负起促进共同富裕的社会责任。同时,习近平总书记提出,民营企业家要“增强先富带后富、促进共同富裕的责任感和使命感”,做到富而有责、富而有义、富而有爱。如何有效激发民营企业担负促进乡村振兴和共同富裕的社会责任,这是新发展阶段亟待研究的重要问题。而参与贫困治理同样是民营企业担负社会责任的表现,探索党组织建设对农业产业领域民营企业(以

收稿日期:2023-02-15

基金项目:中国社会科学院新时代党建研究中心 2023 年度课题“新时代农村党组织创新发展及其在乡村振兴中的作用”(DJZX2023011)

作者简介:陈秋红,女,中国社会科学院农村发展研究所研究员;马倩,女,中国社会科学院大学应用经济学院硕士生;王书柏,男,全国工商联人才交流服务中心办公室(党建办)主任、研究员。

下简称“农业民营企业”)贫困治理参与及其扶贫效应的影响,有关观点能为从党组织建设角度来推动民营企业促进乡村振兴和共同富裕提供重要借鉴。

民营企业在党和政府的号召下踊跃投身于乡村振兴事业中。根据《中国民营企业社会责任报告(2021)》,截至2020年12月底,进入“万企帮万村”精准扶贫行动台账管理的民营企业有12.7万家,精准帮扶13.91万个村(其中建档立卡贫困村7.32万个),产业投入1105.9亿元,公益投入168.64亿元,安置就业90.04万人,技能培训130.55万人,共带动和惠及1803.85万建档立卡贫困人口<sup>[1]</sup>。民营企业在参与贫困治理方面的成就取得,很大程度上得益于党和政府有效的制度安排,尤其是党建引领作用的积极发挥。加强民营经济领域(重点是民营企业)党建工作是党根据民营经济发展而主动采取的组织调适行动,是党建的重要组成部分。民营经济领域党建的核心目标在于引导、帮助和监督民营经济健康发展。2002年,党的十六大正式确立了民营经济领域党建的合法性,提高民营经济领域党组织的覆盖率成为首要工作。根据中组部党内统计公报,2002—2012年,民营经济领域党组织数量从9.9万个增加至147.5万个,实现了量的飞跃。党的十八大以来,民营经济领域党建工作强调通过完善领导体制和运行机制来协调企业发展,扩大党的阶级基础和群众基础,进而发挥民营经济领域党建的实质性作用<sup>[2]</sup>。其中,民营企业积极承担社会责任就是党组织在企业治理和决策上实现了有效嵌入的表现。

那么,从微观角度看,民营企业设立党组织以及相关党建工作在多大程度上推动了民营企业参与乡村振兴?参与乡村振兴本身能否为民营企业带来积极作用?又产生了哪些方面的积极效应?在推进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的当下,回答上述问题,既能从基层党组织建设角度丰富中国特色贫困治理理论,又对推动民营企业在全面推进乡村振兴和逐步实现共同富裕中持续发挥作用具有一定借鉴意义。

当前,有关民营企业参与贫困治理的研究主要包括以下三个方面:一是在宏观层面研究民营企业参与贫困治理的机理与路径<sup>[3]</sup>、理论内涵<sup>[4]</sup>、困境<sup>[5]</sup>等;二是基于典型案例来分析民营企业参与贫困治理的模式<sup>[6]</sup>、经验<sup>[7]</sup>等;三是探讨民营企业参与贫困治理的效应,包括资本市场溢出效应<sup>[8]</sup>、投资效率与绩效方面的效应<sup>[9]</sup>、融资方面的效应<sup>[10]</sup>。现有相关文献为本研究的开展提供了良好基础,但存在以下不足:第一,关于民营企业参与贫困治理效应的研究,仅涉及部分经济效应,对企业发展其他方面的效应关注不足,更缺乏调查数据基础上的实证分析;第二,多数相关研究虽然肯定了基层党组织建设对企业履行社会责任行为的促进作用<sup>[11]</sup>,但专门从党组织建设角度来研究民营企业贫困治理参与的文献很少,仅谢建等<sup>[12]</sup>以2016—2018年沪深两市A股民营企业为研究对象考察了党组织建设对民营企业精准扶贫的影响,对其具体的参与效应缺乏分析,更缺乏以农业民营企业(指以农业、林业、牧业、渔业、副业等农业产业为主营业务的民营企业)为研究对象的相关研究。

巩固拓展脱贫攻坚成果,全面实施乡村振兴战略,仍需在地域、经营业务上与欠发达地区有着广泛而深入联系的农业民营企业进一步发挥作用。研究党组织建设对民营企业参与贫困治理及其效应的影响,农业民营企业具有典型性。鉴于此,本文以农业民营企业为研究对象,基于第十四次全国民营企业调查数据来开展研究。本研究的贡献主要是:从政府与民营企业的关系(下文简称“政企关系”)、政策优惠、文化嵌入、社会形象、产业转型、市场下沉等维度具体阐释党组织建设对农业民营企业参与贫困治理及其效应的影响。

## 二、理论分析与研究假说

企业履行社会责任、加强基层党组织建设都属于企业“政治行为”的范畴<sup>[13]</sup>。根据资源依赖理论<sup>[14]</sup>,政府与企业之间是彼此支持且相互依赖的。对政府而言,受政府官员寻租行为以及

地方政府强烈的发展动机等影响,政府需要企业提供部分资源,帮助达成促进经济增长、稳定就业、保障财政收入、缩小贫富差距等目标<sup>[15]</sup>。对企业来说,企业需要通过政治参与、政治关联、提供信息和物质刺激等途径提高对外部环境的控制能力<sup>[16]</sup>,获得有利的竞争地位,以保障生存并获得发展。从“政治行为”的划分来看,企业履行社会责任属于企业政治行为中的“政治参与”,而党组织建设属于“政治嵌入”,这两类政治行为都能在不同程度上影响政企之间的互动及其关系调整<sup>[17]</sup>。同时,它们之间又相互联系、相互作用,已有研究发现设立党组织是民营企业参与光彩事业的重要驱动力<sup>[18]</sup>。

参与贫困治理是时代赋予民营企业的一项特殊的社会责任。理论上而言,民营企业因党组织建设而在贫困治理参与中获得了政企关系效应、政策优惠效应、企业文化效应、企业形象效应、市场下沉效应以及产业转型效应。

第一,构建良好政企关系。中国的特殊性在于党政一体,不同层级的党组织与政府组织相依并存、多元共生<sup>[19]</sup>。作为政治嵌入的主体,基层党组织的存在能有效增强所在企业与政府联系的紧密性和契约的稳定性<sup>[20]</sup>。上级党组织也能更好地发挥政治引领作用,鼓励引导民营企业积极承担贫困治理责任,强化政企间的联系<sup>[11]</sup>。通过参与贫困治理,民营企业回应且践行了政府“先富带动后富”的号召,促进了地方政府部分政治目标的实现,有利于与地方政府形成良好关系。同时,民营企业党组织与上级党组织围绕贫困治理参与相关事宜的沟通与互动,能使政府推进贫困治理的诉求和具体需要更及时、准确地传达到企业层面,进而增强企业参与贫困治理的意愿;也能促进企业更及时向政府部门展示相关成效,并获得有关方面的肯定与反馈,强化其贫困治理参与效应。

第二,获得相关优惠和扶持。2014年《关于进一步动员社会各方面力量参与扶贫开发的意见》发布后,中央和地方各级政府出台了促进民营企业参与扶贫优惠政策,涉及财政、税收、土地、用工、信贷等方面。作为一种组织嵌入式的政企沟通渠道,党组织是政企间有效的政策畅通渠道和信息交流渠道<sup>[21]</sup>。民营企业党组织能够利用党组织系统将政府决策信息及时传递企业,使民营企业及时准确地知晓相关政策补贴、税收优惠、融资扶持等扶贫参与利好政策,从而促进民营企业参与贫困治理。同时,在民营企业参与贫困治理的过程中,党组织能够进一步强化政企双方的联系和企业受关注程度,能为民营企业按照相关扶持政策切实获得相关优惠或补贴在信息、协调、落实等方面发挥便利作用,增加民营企业获得政府相关资源和扶持的可能。

第三,促进企业文化建设。《中国共产党章程》关于“党的基层组织的基本任务”的第一条明确指出:“……充分发挥党员的先锋模范作用,积极创先争优,团结、组织党内的干部和群众,努力完成本单位所担负的任务。”从文化嵌入视角来分析,企业的基层党组织能够充分发挥舆论宣传的导向作用,广泛宣传党的路线、方针、政策,并将“为人民服务”“多做贡献”等思想内化于企业内部,促进民营企业形成健康向上、能自觉承担社会责任的良好企业文化,塑造包括“回馈社会”意涵的企业精神,并通过党组织特色活动和组织生活等强化成员对企业优良文化的认识与认同<sup>[19]</sup>。而民营企业参与贫困治理的实践会进一步强化员工对具有“回馈社会”意涵的企业文化的理解,推动民营企业内部对此形成更广泛意义上的共识,使员工产生较强的组织认同感,并进一步促进企业自身优良文化的塑造和凝聚力的提升。

第四,推动企业形象改善。一方面,民营企业设立党组织会增强公众对民营企业的认同。出于提升社会声誉以及塑造品牌影响力的考虑,民营企业会倾向于积极主动地履行社会责任,参与贫困治理这一伟大事业;另一方面,参与贫困治理行为本身就是民营企业塑造公共形象并实现公共传播的过程,能进一步提升民营企业的社会关注度,影响社会大众对其作为社会责任履行者这一社会角色的感知,促进民营企业塑造良好声誉、增加企业美誉并构建良好公共关系。同时,通过设立党组织、参与贫困治理所获得的社会期望、良好声誉,会反向带给民营企业来自



公众和社会的压力,促使民营企业更多地践行社会责任<sup>[17]</sup>,更积极地参与贫困治理等社会公益事业。

第五,助力企业实现市场下沉。党建对于民营企业获得市场竞争优势起着重要作用。一方面,设立党组织有助于培养公众对民营企业经营合法性和正当性的感知<sup>[22]</sup>,扩大民众对民营企业品牌的认同;另一方面,党组织系统能加强设立党组织的民营企业同其他各领域组织的联系和互动,夯实民营企业在庞大的组织生态体系中的信任基础,为企业赢得社会资源和合作机会<sup>[23]</sup>,助推企业掌握更完备的行业信息,进而拓展市场。就设立党组织的民营企业参与贫困治理这方面的效应而言,中国的贫困人口在脱贫攻坚完成之前大多分布在深山区、石山区、高寒山区和偏远山区,后续巩固脱贫攻坚成果、确保不发生规模性返贫的重点地区也是这些地区,民营企业参与贫困治理,在开发、盘活脱贫地区资源的同时,也有利于在脱贫地区开拓市场,将区域市场进一步向基层延伸,从而促进市场下沉。

第六,助益企业产业转型。通过发展特色产业来扶贫是民营企业参与农村贫困治理的重要形式之一。民营企业通过“公司+合作社+贫困户”“公司+基地+贫困户”等模式,在培育农村特色产业核心竞争力的过程中,推动企业所涉产业向更多元的方向发展,部分民营企业甚至在这一过程中实现了其主导产业的转型。而推进农村产业化发展是党关于农村发展战略中的一个非常重要的发展方向,农业农村部等部委和地方政府出台了包括金融、科创等在内的一系列推动乡村特色产业发展的扶持政策。党组织建设通过推动企业和国家政策对接,有利于民营企业在产业扶贫中争取到实质性的支持,优化资源投入结构,降低民营企业创新风险和投入成本,加大民营企业产业转型的可能性。

同时,作为企业治理结构组成部分的基层党组织,其负责人与企业业务或战略决策者的统一,有利于企业在实质运行中将党建目标和企业运行目标、战略目标相结合,从而更好地发挥党组织作用。因此,可以认为,在已经设立党组织的民营企业中,相较于党组织负责人不是董事长或者总经理的企业,党组织负责人是董事长或总经理的企业党组织建设程度更深,进而在企业治理效应的影响程度上更强。

基于上述分析,本文提出以下假说:

假说 1a:设立党组织能促进民营企业参与贫困治理。

假说 1b:企业党组织负责人是企业负责人时,能促进民营企业参与贫困治理。

假说 2:企业党组织负责人是企业负责人时,民营企业贫困治理参与效应越强。

### 三、数据来源、变量选取与研究方法

#### (一)数据来源

数据来源于中央统战部、全国工商联、中国社会科学院、中国民(私)营经济研究会联合成立的私营企业研究课题组在 2020 年开展的第十四次全国大规模私营企业抽样调查。调查样本涵盖 31 个省(自治区/直辖市)不同规模、不同行业的民营企业,在全国范围内按 0.55%的比例对民营企业进行多阶段抽样。对样本进行了如下筛选:第一,选取行业类型为农、林、牧、渔业的样本;第二,剔除被访者对“贵企业在近 5 年里有没有参与贫困治理”这一问题的回答是“不知道”的企业样本;第三,对样本中企业净资产、主营业务收入进行首尾 1%水平的缩尾处理,从而剔除离群值影响。最后得到农、林、牧、渔业 4788 份民营企业有效样本数据。

#### (二)变量选取及测量

##### 1. 因变量

本文旨在研究民营企业党组织建设对其参与贫困治理及其效应的影响,其中,企业贫困治

理参与状况(FP)用“企业是否参与扶贫”来测量;根据前文的理论分析,企业的贫困治理参与效应(GE<sub>i</sub>)则用“政企关系改善效应”“政策优惠效应”“企业文化建设效应”“企业形象提升效应”“市场下沉效应”以及“产业转型效应”测量,以上效应选项包括完全不明显、比较不明显、一般、比较明显、非常明显。

## 2. 核心自变量

本研究核心自变量为“党组织设立状况”和“党组织建设程度”,均为虚拟变量。其中,用“企业党组织负责人是否为企业负责人”来测量“党组织建设程度”,将选项“企业党组织负责人不为董事长或总经理”赋值为0,将选项“企业党组织负责人为董事长或总经理”赋值为1。

## 3. 控制变量

本研究引入的控制变量包括企业主要出资人特征和企业特征两类。企业主要出资人特征变量包括其性别、受教育水平、政治面貌和政治联系。参考既有研究<sup>[24]</sup>,当选人大代表或政协委员是企业主要出资人实现政治参与的最主要方式,因此,在本研究中,当企业主要出资人为工商联执常委或某一级人大代表、政协委员时,将政治联系变量取值为1,反之为0。

本文引入的企业特征变量包括企业社会责任部门设立、企业规模、企业年龄、主营业务收入、营收变化、资产负债率、二职合一,以及是否为家族企业、政府财政补贴状况、企业数字化水平、企业所在地区等<sup>[25]</sup>。

考虑到贫困治理参与和贫困治理参与效应的影响因素存在差异,本文在具体方程中引入的控制变量也存在差异,具体如下:

(1)企业贫困治理参与模型(即下文的模型1—2)。参考既有企业社会责任承担相关文献<sup>[31]</sup>,在分析党组织设立状况影响企业贫困治理参与状况时,选取企业主要出资人的性别、受教育水平、政治面貌、政治联系、二职合一这5个个人特征变量,以及企业社会责任部门设立、企业规模、主营业务收入、营收变化、企业年龄、企业所在地区这5个企业特征变量,作为控制变量。

(2)贫困治理参与效应模型(即下文的模型3—8)。6个贫困治理参与效应方程的控制变量构成为:

① 政企关系改善效应。参考李姝、谢晓嫣究<sup>[25]</sup>的研,引入以下9个变量作为控制变量,即政治面貌、政治联系、社会责任部门设立、企业规模、企业年龄、主营业务收入、营收变化、资产负债率 and 是否为家族企业。

② 政策优惠效应。借鉴邓博夫等<sup>[9]</sup>的研究,政策优惠效应方程中引入的控制变量包括政治面貌、政治联系、受教育水平、社会责任部门设立、企业规模、企业年龄、营收变化、资产负债率 and 是否为家族企业。

③ 企业文化建设效应。企业文化建设是企业内部管理的重要内容。借鉴陈仕华、卢昌崇<sup>[26]</sup>的研究,在对企业文化建设效应影响因素的分析中控制了性别、受教育水平、政治面貌、政治联系、二职合一、社会责任部门设立、企业规模、企业年龄、主营业务收入、营收变化、资产负债率 and 是否为家族企业的影响。

④ 企业形象提升效应。参考周丽萍针<sup>[27]</sup>对民营企业慈善捐赠与声誉的研究,引入政治联系、社会责任部门设立、企业规模、企业年龄、主营业务收入、营收变化、是否为家族企业作为企业形象提升效应方程中的控制变量。

⑤ 市场下沉效应。市场下沉状况在很大程度上反映了企业竞争力的强弱。参考李文茜和刘益<sup>[28]</sup>有关企业社会责任与企业竞争力关系的研究,本文研究中选取性别、受教育水平、政治面貌、政治联系、二职合一、社会责任部门设立、企业规模、企业年龄、营收变化、资产负债率 and 是否为家族企业作为控制变量。

⑥ 产业转型效应。借鉴孔伟杰<sup>[29]</sup>的研究,在这一方程中引入的控制变量包括性别、受教育水平、政治面貌、政治联系、二职合一、社会责任部门设立、企业规模、企业年龄、主营业务收入、营收变化、资产负债率、是否为家族企业、获财政补贴状况和数字化水平。

实证分析所涉变量的具体含义和描述性统计分析结果见表 1。

表 1 变量含义及描述性统计结果

变量类型与名称	变量含义与测量	均值	标准差
贫困治理参与	贵企业在近 5 年里有没有参与贫困治理? 有=1,没有=0	0.844	0.363
政企关系改善效应	参与扶贫是否给贵企业带来了政企关系的改善? 完全不明显=1,比较不明显=2,一般=3,比较明显=4,非常明显=5	3.952	1.116
政策优惠效应	参与扶贫是否给贵企业带来了政策优惠? 完全不明显=1,比较不明显=2,一般=3,比较明显=4,非常明显=5	3.567	1.266
企业文化建设效应	参与扶贫是否有助于贵企业的精神和文化建设? 完全不明显=1,比较不明显=2,一般=3,比较明显=4,非常明显=5	3.964	1.098
企业形象提升效应	参与扶贫是否带来了贵企业形象的改善? 完全不明显=1,比较不明显=2,一般=3,比较明显=4,非常明显=5	3.952	1.116
市场下沉效应	参与扶贫是否有利于贵企业拓展市场、下沉市场? 完全不明显=1,比较不明显=2,一般=3,比较明显=4,非常明显=5	3.450	1.255
产业转型效应	参与扶贫是否有利于贵企业实现产业转型? 完全不明显=1,比较不明显=2,一般=3,比较明显=4,非常明显=5	3.401	1.272
党组织设立	企业是否设立党组织? 是=1,否=0	0.361	0.480
党组织建设程度	企业党组织负责人为董事长或总经理=1,企业党组织负责人不为董事长或总经理=0	0.468	0.499
性别	男性=1,女性=0	0.648	0.478
受教育水平	大专、本科及以上=1,高中及以下=0	0.788	0.409
政治面貌	中共党员=1,其他=0	0.312	0.463
政治联系	是否为工商联执常委,或某一级人大代表或政协代表? 是=1,否=0	0.346	0.476
二职合一	企业董事长与总经理是否由一人担任? 是=1,否=0	0.061	0.239
社会责任部门设立	企业是否设立了单独的社会责任部门? 是=1,否=0	0.273	0.446
企业规模	截至 2020 年 10 月企业净资产(单位:万元),取对数	6.875	2.310
企业年龄	2020 减去企业成立年份后取对数	2.266	0.669
主营业务收入	2020 年前三季度企业主营业务收入(单位:万元),取对数	6.550	2.417
营收变化	2020 年前三季度企业营收同比变化情况:增长=1,下降或持平=0	0.290	0.454
资产负债率 1(对照组)	企业资产负债率为 0~20%时为 1,否则为 0	0.500	0.500
资产负债率 2	企业资产负债率为 21%~50%时为 1,否则为 0	0.329	0.470
资产负债率 3	企业资产负债率为 51%~80%时为 1,否则为 0	0.129	0.335
资产负债率 4	企业资产负债率 81%~100%时为 1,否则为 0	0.042	0.200
是否为家族企业	企业是否为家族企业? 是=1,否=0	0.313	0.464
获财政补贴状况	2020 年企业获得的政府财政补贴总额(单位:万元),取对数	2.366	7.439
数字化水平	2020 年企业的数字化程度:有数字化=1,无数字化=0	0.658	0.475
地区变量(东部)	企业所在地区为东部:是=1,否=0	0.344	0.475
地区变量(中部)	企业所在地区为中部:是=1,否=0	0.228	0.419
地区变量(西部)	企业所在地区为西部:是=1,否=0	0.428	0.495

注:地区变量包含东部、中部和西部,具体参照中国三大经济带来划分。

(三) 计量模型设定

1.党组织建设对贫困治理参与的影响模型。本文从“党组织设立状况”和“党组织建设程度”两个方面考察党组织建设对民营企业参与贫困治理状况的影响。本文将选择 Logistic 模型

来研究,具体设定如下:

$$FP=\alpha_0+\alpha_1Party+\lambda_1Controls_1+\zeta$$

(1)

$$FP=\beta_0+\beta_1CL+\varphi_jControls_2+v$$

(2)

式(1)和式(2)中, $FP$ 为企业贫困治理参与状况; $Party$ 和 $CL$ 为核心自变量,分别表示“党组织设立状况”以及“党组织建设程度”; $Controls_1$ 和 $Controls_2$ 分别为两个模型的控制变量组; $\lambda_1$ 和 $\varphi_i$ 为各控制变量的回归系数, $\alpha$ 和 $\beta$ 为待估系数, $\zeta$ 和 $v$ 为误差项。

2.贫困治理参与效应模型。考虑到因变量政企关系改善效应、政策优惠效应、企业文化建设效应、企业形象提升效应、市场下沉效应、产业转型效应为有序变量,本文将采用多元有序Logit模型(简称“Ologit”)来估计党组织建设对民营企业贫困治理参与效应的影响。设定模型的基本形式如下:

$$GE_k=\delta_0+\delta_1CL+\eta_1Controls_3+\tau$$

(3)

式(3)中, $GE_k$ 为贫困治理效应( $k=1,2,3,4,5,6$ ), $GE_1$ 表示政企关系改善效应, $GE_2$ 表示政策优惠效应, $GE_3$ 表示企业文化建设效应, $GE_4$ 表示企业形象提升效应, $GE_5$ 表示市场下沉效应, $GE_6$ 表示产业转型效应; $CL$ 为核心自变量; $Controls_3$ 为控制变量组; $\eta_1$ 为各控制变量的回归系数; $\tau$ 为误差项。

四、结果与分析

(一)描述性统计与差异性检验

1. 农业民营企业党组织建设现状

由表2计算可知,农业民营企业样本中,参与贫困治理的企业所占比例为84.4%,设立基层党组织的民营企业占36.1%。而2019年全国工商联发布的《我国民营企业党组织建设现状分析报告》显示,非公有制企业(大多是民营企业)党组织设立比例为48.3%,制造业企业中党组织覆盖率为61.7%。经比较后可以看出,农业产业民营企业设立党组织的比例仍相对较低。根据表2计算可得,在设立党组织的民营企业中,党组织负责人为董事长或总经理的企业占比为46.8%(表2),略低于党组织负责人不为董事长或总经理的企业占比(53.2%)。

表 2 民营企业党组织建设和贫困治理参与状况

党组织建设状况	未参与贫困治理		参与贫困治理		整体	
	数量(家)	比例(%)	数量(家)	比例(%)	数量(家)	比例(%)
未设立党组织	588	19.2	2472	80.8	3060	63.9
设立党组织	159	9.2	1569	90.8	1728	36.1
党组织负责人不为董事长或总经理	87	9.5	832	90.5	919	19.2
党组织负责人为董事长或总经理	72	8.9	737	91.1	809	16.9

贫困治理参与方面,根据表2数据计算,84.4%的农业民营企业参与了贫困治理,这与近年来党对扶贫事业的大力支持和全面推进有密切关系,也体现了党和政府引导民营企业参与贫困治理事业取得了积极进展,更是农业产业扶贫要求更高比例的农业民营企业参与的必然结果。

2. 农业民营企业参与贫困治理的现状

表2结果表明,在未设立党组织和设立党组织的农业民营企业中,分别有80.8%和90.8%的企业参与了贫困治理。表2的统计结果显示,对已设立党组织的企业作进一步分类:在党组织负责人为董事长或总经理的企业中,有91.1%的企业参与了贫困治理;在党组织负责人不为董事长或总经理的企业中,有90.5%的企业参与了贫困治理,两个数值较为接近。

基于企业是否参与贫困治理的分组t检验结果显示,党组织设立、企业主要出资人的政治面



貌、政治联系以及社会责任部门设立、企业规模、主营业务收入等变量均值,在参与贫困治理和不参与贫困治理两类样本企业间存在差异,且这一差异在 1%的置信水平下显著<sup>①</sup>。这表明,这些因素对农业民营企业参与贫困治理可能具有重要影响。

3. 农业民营企业贫困治理参与效应现状

对比表 1 中 6 种企业贫困治理参与效应的均值,政企关系改善效应、企业形象提升效应、企业文化建设效应的均值都大于 3.900,而政策优惠效应、市场下沉效应、产业转型效应的均值分别为 3.567、3.450、3.401,从整体上看,民营企业参与贫困治理所获得的 6 种效应在程度上存在差异。表 3 结果显示,政策优惠效应、市场下沉效应以及产业转型效应的“非常不明显”占比较高,约 10%;而企业文化建设效应和企业形象提升效应的“非常明显”占比较高,超过 40%。

表 3 企业贫困治理参与效应占比情况(%)

效应	非常不明显	比较不明显	一般	比较明显	非常明显
政企关系改善效应	5.24	6.05	26.40	25.67	36.64
政策优惠效应	9.58	9.20	28.81	21.40	31.01
企业文化建设效应	4.84	5.42	24.77	24.84	40.14
企业形象提升效应	5.17	5.65	24.88	23.99	40.32
市场下沉效应	10.06	10.05	32.50	20.59	26.80
产业转型效应	10.66	11.13	32.09	19.71	26.41

(二) 回归结果分析

1. 党组织建设对农业民营企业参与贫困治理的影响

表 4 分别汇报了“党组织设立状况”和“党组织建设程度”对农业民营企业参与贫困治理的影响回归结果。模型 1 和模型 2 的调整 R<sup>2</sup>分别为 0.136 和 0.106,表明两个模型整体拟合效果均良好。模型 1 回归结果显示,党组织设立状况对企业贫困治理参与的影响在 1%的置信水平显著且系数为正,表明设立党组织能够促进农业民营企业参与贫困治理。根据模型 2 结果,“党组织建设程度”的系数为 0.326,这说明,在企业设立党组织的基础上,若企业党组织负责人为董事长或总经理,则更有利于企业参与贫困治理。自此,本文研究假说 1a 和假说 1b 得以验证。

从控制变量的影响看,两个模型各控制变量系数符号与显著性状况一致。企业主要出资人的政治面貌以及政治联系在 1%的置信水平上显著正向影响企业贫困治理参与,这表明,主要出资人的党员身份以及当选工商联执常委,或某一级人大代表、政协委员所在的农业民营企业更倾向于参与贫困治理。在企业特征变量的影响方面,社会责任部门设立、企业规模、企业主营业务收入对农业民营企业贫困治理参与的影响在 1%的置信水平显著且系数为正;企业年龄在 5%的置信水平下负向影响农业民营企业的贫困治理参与。相对于东部地区,分布在西部和中部地区的农业民营企业更倾向于参与贫困治理,这可能是因为中西部地区是中国脱贫攻坚战重点开展区域,当地的农业民营企业参与贫困治理有更大的便利性,积极的政策导向促使中西部地区农业民营企业有更大概率参与贫困治理。企业主要出资人的性别、受教育水平、二职合一对企业贫困治理参与的影响不显著。这一结果与部分文献<sup>[15]</sup>的相关结论存在差异,其原因可能是:相较于企业的其他履行社会责任的行为(例如慈善捐赠),企业参与贫困治理状况更多取决于外部制度力量<sup>[30]</sup>。

① 受篇幅限制,企业是否参与贫困治理的分组 t 检验结果用文字形式汇报。



表 4 党组织建设影响农业民营企业贫困治理参与的模型回归结果

变量	模型 1	模型 2
党组织设立状况	0.439 *** (0.104)	/
党组织建设程度	/	0.326 * (0.178)
性别	0.062 (0.092)	0.118 (0.192)
受教育水平	0.012 (0.103)	0.041 (0.226)
政治面貌	0.464 *** (0.111)	0.385 ** (0.191)
政治联系	0.703 *** (0.104)	0.565 *** (0.212)
二职合一	0.233 (0.203)	0.024 (0.399)
社会责任部门设立	0.975 *** (0.127)	0.870 *** (0.229)
企业规模	0.129 *** (0.028)	0.195 *** (0.055)
主营业务收入	0.096 *** (0.027)	0.026 (0.052)
营收变化	0.041 (0.047)	0.027 (0.094)
企业年龄	0.116 ** (0.058)	0.028 (0.126)
地区变量(中部)	0.783 *** (0.119)	0.926 *** (0.237)
地区变量(西部)	0.931 *** (0.098)	0.856 *** (0.198)
常数项	-1.300 *** (0.292)	0.163 (0.673)
观测值	4788	1728
调整 R <sup>2</sup>	0.136	0.106
卡方统计值	552.590	114.620
卡方值的显著性概率	0.000	0.000
对数似然值	-1757.670	-482.964

注：\*\*\*、\*\*和\* 分别表示 1%、5%和 10%的显著性水平,下同。

2. 党组织建设对农业民营企业参与贫困治理效应的影响

表 5 汇报了党组织建设程度对农业民营企业参与贫困治理效应影响的估计结果。根据调整 R<sup>2</sup>和卡方值的显著性概率可知,效应模型整体显著,拟合效果良好。结果显示,“党组织建设程度”回归系数在模型 3—6 均显著为正。这表明,党组织建设程度对企业参与贫困治理的政企关系改善、政策优惠、企业文化建设、企业形象 4 类效应的提升发挥着重要作用。

具体分析,“党组织建设程度”在 1%的置信水平下正向影响农业民营企业参与贫困治理的政企关系改善效应和企业形象提升效应,在 5%的置信水平下正向影响政策优惠效应和企业文化建设效应,对市场下沉效应和产业转型效应无显著影响。这意味着,在从企业只设立党组织到企业设立党组织且负责人为董事长或总经理的发展过程中,农业产业民营企业贫困治理参与的政企关系改善效应、政策优惠效应、企业文化建设效应和企业形象提升效应均将增强,验证了本文假说 2。

控制变量中,企业特征方面,“社会责任部门设立”以及“营收变化”对 6 类企业贫困治理参与效应均有显著影响,农业民营企业参与贫困治理的 6 种效应在单独设立社会责任部门、营收变化水平较低的企业更明显。单独设立社会责任部门能强化农业民营企业参与贫困治理所获得的效应很好理解;对于“营收变化”的影响结果,即企业营收同比下降时,农业民营企业参与贫困治理所获得的 6 种效应会增强,其原因可能是营收下降会使企业多途径谋求发展,政企关系改善效应、政策优惠效应、企业形象提升效应、企业文化建设效应、市场下沉效应以及产业转型效应的增强正是农业民营企业在营收下降不利形势下通过积极探索参与贫困治理的结果。另外,“企业年龄”负向影响政企关系改善效应;相较于其他属性的企业而言,“家族企业”在贫困治理参与中能够获得更显著的政企关系改善效应、政策优惠效应、企业形象提升效应、市场下

沉效应以及产业转型效应。企业主要出资人个人特征方面,“政治面貌”正向影响政企关系改善效应、市场下沉效应;“政治联系”正向促进市场下沉效应和产业转型效应。产生前述结果的原因可能是:成立时间短、主要出资人为党员的农业民营企业在参与贫困治理时更易改善其在政府相关部门工作人员心中的形象,有利于改善自身与政府的关系。相比其他属性的企业,家族企业通过参与贫困治理更能树立自身在政府及公众前的形象,从而获得更多来自政策、市场等方面的收益。企业负责人是工商联执委、副主席或某一级人大代表或政协委员时,他们的政治影响力更强,从而更有利于企业实现市场下沉和产业转型。

表 5  党组织建设程度对农业民营企业参与贫困治理效应的影响

变量	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8
	政企关系 改善效应	政策优惠 效应	企业文化 建设效应	企业形象 提升效应	市场下沉 效应	产业转型 效应
党组织建设程度	0.191 * *(0.099)	0.171 * *(0.094)	0.194 * *(0.093)	0.197 * *(0.097)	0.111(0.101)	0.091(0.096)
性别	/	/	-0.075(0.109)	/	0.153(0.101)	0.044(0.104)
受教育水平	/	0.165(0.130)	0.067(0.137)	/	0.215 *(0.130)	0.032(0.133)
政治面貌	0.160 *(0.099)	-0.060(0.094)	0.027(0.101)	/	0.251 * * *(0.094)	-0.094(0.097)
政治联系	-0.044(0.098)	-0.127(0.094)	0.068(0.107)	-0.085(0.099)	0.168 *(0.100)	0.207 * *(0.102)
二职合一	/	/	-0.105(0.194)	/	-0.142(0.181)	-0.101(0.184)
社会责任部门设立	0.414 * * *(0.103)	0.497 * * *(0.097)	0.562 * * *(0.106)	0.479 * * *(0.105)	0.587 * * *(0.097)	0.597 * * *(0.101)
企业规模	0.016(0.033)	-0.002(0.024)	0.003(0.034)	0.018(0.034)	-0.001(0.023)	0.022(0.033)
企业年龄	-0.175 * *(0.081)	-0.078(0.076)	-0.127(0.082)	-0.119(0.081)	-0.076(0.072)	-0.101(0.082)
主营业务收入	0.049(0.032)	/	0.050 *(0.033)	0.046(0.032)	/	-0.044(0.032)
营收变化	-0.132 * * *(0.050)	-0.211 * * *(0.047)	-0.135 * * *(0.050)	-0.177 * * *(0.050)	-0.211 * * *(0.047)	-0.24 * * *(0.049)
资产负债率 2	-0.128(0.111)	-0.099(0.106)	-0.065(0.113)	/	-0.273 * * *(0.106)	-0.176(0.109)
资产负债率 3	0.038(0.147)	0.013 *(0.136)	0.001(0.149)	/	-0.197(0.136)	-0.029(0.141)
资产负债率 4	-0.322(0.243)	-0.402(0.227)	-0.354(0.250)	/	-0.207(0.235)	-0.328(0.239)
是否为家族企业	0.299 * * *(0.105)	0.33 * * *(0.101)	0.165(0.107)	0.408 * * *(0.108)	0.237 * *(0.101)	0.317 * *(0.103)
获财政补贴状况	/	/	/	/	/	0.000(0.000)
数字化水平	/	/	/	/	/	-0.029(0.041)
地区变量	控制					
调整 R <sup>2</sup>	0.135	0.149	0.139	0.167	0.184	0.144
卡方统计值	104.33	127.18	143.58	116.86	121.70	134.52
卡方值的显著性概率	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
观测值	1529	1601	1529	1529	1523	1601

边际效应估计结果显示,党组织建设程度的深化能使农业民营企业参与贫困治理中的政企关系改善效应、政策优惠效应、企业文化建设效应、企业形象提升效应在“非常明显”水平上分别提高 0.427、0.331、0.274 和 0.475,这进一步证实党组织建设程度的强化能够促进农业民营企业在参与贫困治理时获得更有利的回报<sup>①</sup>。

(三) 稳健型检验<sup>②</sup>

1. 变量替代

参考高勇强等<sup>[31]</sup>、胡珺等<sup>[32]</sup>的方法,本文使用因变量替代的方法对模型 1 进行稳健性检验。“企业贫困治理参与”与“企业慈善捐赠”同属于企业承担社会责任的具体形式。因此,本

① 受篇幅限制,党组织建设程度对贫困治理参与效应的边际效应结果用文字汇报。  
② 受篇幅限制,本小节采用文字汇报结果。

文使用“企业当年社会捐赠额”替换“企业是否参与贫困治理”,在引入相同控制变量的情况下考察模型1结果的稳健性。由于捐赠额度为限值因变量,因此,使用Tobit方法进行回归拟合(观测值为4211)。其回归结果为,党组织设立状况在1%的置信水平上显著影响企业当年社会捐赠额,且系数为5.279。所得观点与表4所得结论一致,可见前文基准回归结果较为稳健。

参考相关文献<sup>[17]</sup>,利用“党组织设立状况”替换“党组织建设程度”检验贫困治理参与效应模型拟合结果的稳健性。回归结果显示,6个效应模型卡方值显著性概率均为0,说明模型整体显著。其中,“党组织设立状况”在6个效应回归中系数均为正,且对政企关系改善效应、政策优惠效应、企业文化建设效应、企业形象提升效应的影响在5%的置信水平下显著,系数分别为0.127、0.117、0.126、0.129。有关影响及其方向结果与表5效应模型结果一致。

## 2. 倾向得分匹配(PSM)

对倾向得分匹配后的控制变量进行t检验的结果显示,所有变量的标准化偏误均小于10%,说明匹配效果较好。PSM一对一匹配报告中ATT值为0.038,对应t值为2.52,说明党组织的设立显著促进了农业民营企业参与贫困治理,与模型1回归结果所体现的结论一致。为了进一步确定检验结果,本文还使用了四阶匹配、核匹配、卡尺匹配、局部线性匹配三种方法确定检验结果,其ATT值均大于0,且对应的t值均大于1.96,综合体现了模型1回归结果的稳健性。

# 五、结论与启示

本文在进行理论分析的基础上,利用农业产业领域4788家民营企业样本数据,采用Logistics和Ologit方法实证检验了农业民营企业党组织建设对企业参与贫困治理及其6类效应的影响。研究主要得到了以下结论:第一,设立党组织能够有效促进农业民营企业参与贫困治理。进一步,在设立党组织的企业中,将企业负责人(董事长或总经理)发展为党组织负责人更有利于促进农业民营企业参与贫困治理。第二,当党组织建设程度较深,即当企业党组织负责人为董事长或总经理时,农业民营企业参与贫困治理的政企关系改善效应、政策优惠效应、企业文化建设效应和企业形象提升效应均能够显著得到提升。第三,企业主要出资人具有党员身份时,农业民营企业更倾向于参与贫困治理。

做好巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接是当前“三农”工作的重点。推动民营企业尤其是与农村、农民息息相关的农业民营企业积极参与其中并充分发挥积极作用,对于巩固脱贫攻坚成果、推动乡村振兴具有重要意义。基于本文研究结论,可以从以下方面促进民营企业参与其中并发挥积极作用:第一,大力加强农业民营企业党建工作。相较于民营企业整体的党组织覆盖率,农业民营企业的这一指标明显更低,且具有党员身份的民营企业主要负责人所占比例还不高,这在一定程度上影响了民营企业对贫困治理、乡村振兴等事业的参与和社会责任的履行及其积极效应的发挥。因此,应加大力度在农业民营企业发展党员尤其将其董事长或总经理发展为党员,并提高党组织在农业民营企业中的覆盖率,发挥党员和党组织的引领、凝聚、感召作用,强化相关效应的发挥,激发民营企业参与贫困治理、乡村振兴的内生动力。第二,强化相关支持促使农业民营企业更大程度地获得参与农村公共事业的积极效应。通过强化党政系统信息报送、官方媒体宣传等方式,加强对民营企业参与贫困治理、乡村振兴等行动的肯定、奖励和宣传,为农业民营企业参与贫困治理、乡村振兴等行动提供更多政策优惠和扶持举措,使参与其中的民营企业获得更显著的政企关系改善效应、政策优惠效应、企业形象提升效应和企业文化建设效应等。第三,引导支持农业民营企业董事长或总经理兼任企业党组织负责人,从而强化企业在贫困治理参与中的获得感,推动企业在践行社会责任过程中得到更好的发展。

# 参考文献:

- [1]高云龙,徐乐江,谢金荣.中国民营企业社会责任报告(2021)[M].北京:中华工商联合出版社,2022:17-21.
- [2]付佳迪,邱观建.从组织覆盖到工作覆盖:非公党建的制度变迁[J].江汉论坛,2017(2):45-48.
- [3]黄承伟,周晶.共赢-协同发展理念下的民营企业参与贫困治理研究[J].内蒙古社会科学(汉文版),2015,36(2):144-149.
- [4]陆继霞.中国扶贫新实践:民营企业参与精准扶贫的实践、经验与内涵[J].贵州社会科学,2020(3):154-160.
- [5]徐绍成,李立群,王彪.民营企业扶贫的困境与对策[J].现代农业科技,2017(20):294-296.
- [6]黄悦.金融支持民营企业发展模式探析——以毕节市大方县为例[J].时代金融,2020(30):37-39.
- [7]人民智库课题组,王虹,杨阳,等.民营企业精准扶贫:碧桂园的初心、使命与启示[J].人民论坛,2019(35):122-123.
- [8]杨国成,王智敏.民营企业参与扶贫能抑制其股价崩盘风险吗[J].广东财经大学学报,2021,36(2):86-101.
- [9]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.
- [10]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.
- [11]万攀兵.基层党组织制度的社会治理作用——基于企业社会责任的视角[J].经济评论,2020(3):3-20.
- [12]谢建,方亚俊,王秋霞.党组织建设与民营企业精准扶贫[J].财会月刊,2021(10):129-136.
- [13]田志龙,高勇强,卫武.中国企业政治策略与行为研究[J].管理世界,2003(12):98-106.
- [14]Pfeffer J, Salancik G R. The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective[J]. Contemporary Sociology, 1978, 8(4):612.
- [15]梁建,陈爽英,盖庆恩.民营企业的政治参与、治理结构与慈善捐赠[J].管理世界,2010(7):109-118.
- [16]朱斌.自私的慈善家——家族涉入与企业社会责任行为[J].社会学研究,2015,30(2):74-97.
- [17]张川,娄祝坤,詹丹碧.政治关联、财务绩效与企业社会责任——来自中国化工行业上市公司的证据[J].管理评论,2014,26(1):130-139.
- [18]原东良,周建.非公党建能够促进民营企业参与光彩事业吗——基于第十一次全国私营企业调查的微观数据[J].当代财经,2020(5):123-134.
- [19]付佳迪,邱观建.融合与超越:非公有制企业党的建设中的文化自信[J].学校党建与思想教育,2017(1):51-54.
- [20]何轩,马骏.被动还是主动的社会行动者?——中国民营企业参与社会治理的经验性研究[J].管理世界,2018,34(2):34-48.
- [21]赵晶,孟维烜.官员视察对企业创新的影响——基于组织合法性的实证分析[J].中国工业经济,2016(9):109-126.
- [22]邓理峰,涂胜彬.CSR实践如何影响企业品牌及声誉?——近十年来相关研究的评估与展望[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021,43(5):125-131.
- [23]吴军民.行业协会的组织运作:一种社会资本分析视角——以广东南海专业镇行业协会为例[J].管理世界,2005(10):50-57.
- [24]李维安,王鹏程,徐业坤.慈善捐赠、政治关联与债务融资——民营企业与政府的资源交换行为[J].南开管理评论,2015,18(1):4-14.
- [25]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.
- [26]陈仕华,卢昌崇.国有企业党组织的治理参与能够有效抑制并购中的“国有资产流失”吗?[J].管理世界,2014(5):106-120.
- [27]周丽萍,陈燕,金玉健.企业社会责任与财务绩效关系的实证研究——基于企业声誉视角的分析解释[J].江苏社会科学,2016(3):95-102.



- [28] 李文茜,刘益.技术创新、企业社会责任与企业竞争力——基于上市公司数据的实证分析[J].科学与科学技术管理,2017,38(1):154-165.
- [29] 孔伟杰.制造业企业转型升级影响因素研究——基于浙江省制造业企业大样本问卷调查的实证研究[J].管理世界,2012(9):120-131.
- [30] 李晓园,钟伟,滕玉华.互联网赋能如何影响政府相对贫困治理绩效?——开放式创新的中介作用[J].公共行政评论,2022,15(3):161-178.
- [31] 高勇强,陈亚静,张云均.“红领巾”还是“绿领巾”:民营企业慈善捐赠动机研究[J].管理世界,2012(8):106-114.
- [32] 胡珺,彭远怀,宋献中,等.控股股东股权质押与策略性慈善捐赠——控制权转移风险的视角[J].中国工业经济,2020(2):174-198.

(责任编辑:蒋玮)

## The Impact of Private Enterprises' CPC Party Organization Construction on Their Participating in Poverty Governance and Its Effects: Taking Agriculture Industry as an Example

CHEN QiuHong, MA Qian, WANG Shubai

**Abstract:** The active participation of private enterprises is needed to consolidate the achievements of poverty alleviation and effectively link up with rural revitalization, cultivate and develop industries in poverty alleviation areas for a long time, and then promote endogenous sustainable development. Taking agricultural industry as the example, this paper analyzes the influence of CPC Party organization construction on the participation of agricultural private enterprises in poverty governance and the effects on themselves based on 4788 samples from the 14th China Private Enterprises Survey of the All-China Federation of Industry and Commerce. The results show that, the establishment of CPC party organizations can not only promote the participation of private agricultural enterprises in poverty governance, but also help them effectively build the relationship between enterprises and the government, obtain preferential policies, promote the construction of corporate culture and improve their corporate image. Meanwhile, private agricultural enterprises are more inclined to participate in poverty management when the main investor is a CPC Party member. When the person in charge of the CPC party organization of an enterprise is the chairman or general manager, the effect of enhancing the corporate image, corporate culture, preferential policies and the relationship between government and enterprise will be strengthened. In order to stimulate the endogenous motive force of private enterprises to participate in poverty governance and rural revitalization, we should strengthen the work of CPC Party building in agricultural private enterprises, intensify efforts to develop party members in agricultural private enterprises, especially develop their chairmen or general managers to be party members and further develop them into the leaders of their party organizations, and enhance the coverage of CPC party organizations in agriculture field.

**Keywords:** Private Enterprise; Agriculture Industry; CPC Party Organization; Poverty Governance; Rural Revitalization