

学校编码：10384

密级

学号：30620141153048

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

中国传媒上市公司高管政治关联对企业绩效影响的实证研究

Empirical Research on the Impact of Managers' Political Connections on Corporate Performance of Listed Chinese Media Companies

刘莉

指导教师姓名：殷琦 副教授

专业名称：新闻与传播

论文提交日期：2017年3月

论文答辩日期：2017年5月

2017年5月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。
2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

摘要

企业的政治关联普遍存在于各个行业。传媒天然的政治属性使得传媒产业不同于一般经济领域的其他产业，对传媒产业而言，政府的参与和干预较多，并实行较严格的规制。因此，传媒与政治之间的关系一直颇受关注。

政治关联作为考察企业与政治关系的重要视角，对我们理解政治对传媒业的影响颇有帮助。于是，传媒上市公司的高管政治关联程度如何，高管政治关联是否会对企业绩效产生影响，不同类型的高管政治关联影响是否一样，这些问题就成为本文的核心议题。为此，本研究以中国传媒上市公司高管的政治关联为自变量，以企业盈利指标作为衡量企业绩效的因变量，对中国传媒上市公司的高管政治关联与其绩效之间的内在联系进行了实证研究。

本文选取了 2012 年至 2016 年五个会计年度间正常经营的传媒上市企业 145 个平衡面板数据作为研究单位，收集整合了相关数据并用多元线性回归模型进行处理和解释。研究发现，大部分的中国传媒上市公司存在政治关联，虽然总体上中国传媒上市公司高管政治关联对公司绩效影响有限，但国有传媒上市公司委员代表类政治关联对企业绩效呈现显著的正效应。

本文认为这缘于两者内在关系的复杂性。一方面，政治关联在中国特殊的市场环境下，不区分政治联系的方式可能使得研究结果出现一定的偏差。将关键性高管政治关联划分为政府官员类政治关联和委员代表类政治关联能够较好地反映我国目前企业家参政议政或者企业聘请前任官员担任高管的现实实践：在市场化程度不断加大的背景下，代表委员类政治关联使得企业能够通过参政议政、协同监督的正规渠道争取最大利益。反之，政府官员类政治关联由于如今政务透明化的环境，高管政治人脉和关系对于企业规避风险、争取优惠的便利性不再显著。另一方面，国有传媒上市公司和非国有传媒上市公司由于不同的先天因素，不同类型的高管政治关联对二者产生不同的影响。国有传媒上市公司具有先天的政治依赖性，在政府官员类政治关联式微的情况下，委员代表类政治关联成为助力国有传媒上市公司绩效增长的强心针。而对于近几年市场下经济成长起来的非国有传媒上市公司来说，政治关联对其绩效的影响并不显著。

针对目前中国传媒上市公司的现状，笔者认为要从以下几个方面进行改革：
一、完善市场机制，建立公平竞争体制。二、鼓励参政议政，通畅政府和传媒企业信息交换渠道。三、分而治之，对非国有传媒公司予以政策关照，推进非公有制经济的平衡发展。

关键词：传媒上市公司 政治关联 企业绩效 实证研究

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

Political connections among enterprises are prevalent in various industries. The natural political properties of the media make the media industry different from other industries in the general economic field. For the media industry, the government's participation and intervention are more severe. Therefore, the relationship between media and politics has attracted considerable attention.

Political connections, as an important perspective to examine the relationship between enterprises and politics, are quite helpful for us to understand the political impact on the media industry. So, how about the political connections of senior executives in the media listed companies, whether the political connections of senior executives will have an impact on corporate performance, and whether the different types of executive political connections have the same impact, these problems become the core issues of this paper. Therefore, this study takes the political connections of senior executives of Chinese media listed companies as the independent variables, and the enterprise profit indicators as the dependent variables to measure the performance of the enterprises. The internal relations between the executive political connections of Chinese media listed companies and their performance are explored by empirical research.

In this paper, 145 balanced panel data of media listed companies, which are normally operated in the five fiscal years from 2012 to 2016, were selected as the research units, and the relevant data were collected, processed and explained by multiple linear regression models. It was found that most of the Chinese media listed companies have political connections. Although the political connections of Chinese media listed companies had limited influence on corporate performance, the political connections of state-owned media listed companies have significant positive effects on corporate performance.

This paper argued that this is due to the complexity of the intrinsic relationship between them. On the one hand, it may make a certain deviation if it does not distinguish between political connections in China's special market environment. The political connections of key senior executives divided into government officials type and committee members type can better reflect the executive practice of the current

entrepreneurs in China to participate in government affairs or to employ former officials as senior executives: In the background of increasing marketization, the committee members political connections make it possible for enterprises to strive for maximum benefits through formal participation in political affairs and coordinated supervision. On the contrary, the government officials political connections because of today's government transparency environment, are no longer significant for avoiding risks and get the convenience of preferential treatment .On the other hand, different types of executive political connections have different effects, due to the different congenital factors of state-owned media listed companies and non-state-owned media listed companies. State-owned media listed companies have inherent political dependence, in the case of declined government officials political connections, the committee members political connections restore confidence in the performance of state-owned media listed companies. For the non-state-owned media listed companies grown up in the market in recent years, the impact of political connections on their performance is not significant.

In view of the current situation of China's media listed companies, the author believes that the following aspects should be reformed: First, improve the market mechanism and establish a fair competition system. Second, to encourage political participation, open information exchange channels between government and media enterprises. Third, give policy support to non-state-owned media companies to promote the balanced development of non-public economy and public economy.

Keywords: media listed corporate; political connections; corporate performance

目 录

摘 要	I
ABSTRACT	III
图表目录	IX
第一章 绪论	1
1.1 研究背景和意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究意义	2
1.2 研究思路和研究方法	3
1.2.1 研究思路	3
1.2.2 研究方法	3
1.3 研究框架和研究内容	3
1.3.1 研究框架	3
1.3.2 研究内容	4
第二章 文献综述	6
2.1 政治关联和公司绩效关系研究现状	6
2.2 传媒改革视角下的传媒研究	8
2.2.1 传媒改革与政治关联	8
2.2.2 传媒公司治理与企业绩效关系的研究	12
第三章 研究问题和研究设计	16
3.1 研究问题	16
3.2 变量指标选择及衡量	17
3.2.1 政治关联的指标选择	17
3.2.2 政治关联的指标衡量	19
3.2.3 传媒上市公司绩效指标选择	20
3.2.4 传媒上市公司的绩效衡量	21
3.2.5 控制变量选择	23
3.3 模型构建	24
3.4 数据来源和样本选取	24
第四章 实证研究及结果分析	26
4.1 描述统计	26
4.2 相关分析	27
4.3 多元线性回归分析	28
4.4 稳定性检验	34
4.4.1 绩效指标替换	34

4.4.2 滞后性检验	37
4.4.3 虚拟变量替换	38
第五章 研究结论与讨论	39
5.1 研究结论	39
5.2 研究建议	41
5.3 研究不足	41
参 考 文 献	43
致 谢	50

厦门大学博硕士论文摘要库

Contents

ABSTRACT IN CHINESE	I
ABSTRACT IN ENGLISH	III
TABLE OF FIGURES	IX
Chapter 1 Introduction.....	1
1.1 Research Background and Significance	1
1.1.1 Reseach Bacground.....	1
1.1.2 Research Significance	2
1.2 ResearchThinking and Research Method	3
1.2.1 Research Thinking	3
1.2.2 Research Method	3
1.3 Research Framework and Research Contents.....	3
1.3.1 Research Framework	3
1.3.2 Research Contents.....	4
CHAPTER 2 Literature Review.....	6
2.1 Political Connections and Corporate Performances	6
2.2 Media Research under Media Reform.....	8
2.2.1 Media Reform and Political Connections	8
2.2.2 Media Corporate Governance and Corporate Performances	12
CHAPTER 3 Research Questions and Reasearch Design	16
3.1 Reseach Questions	16
3.2 Variables Design and Variable Definitions	17
3.2.1 Political Connections Variables Design	17
3.2.2 Political Conections Variables Definition	19
3.2.3 Media Corporate Performances Variables Design	20
3.2.4 Media Corporate Performances Variables Definitions.....	21
3.2.5 Controlled Variables Definitions.....	23
3.3 Research Model.....	24
3.4 Samples and Data Source.....	24
CHAPTER 4 Data Analysis and Results	26
4.1 Descriptive Statistics.....	26
4.2 Correlation Analysis	27

4.3 Multiple Regression Analysis	28
4.4 Robustness Test	34
4.4.1 Index Replacement.....	34
4.4.2 Hysteresis Test	37
4.4.3 Dummy Variable Replacement	38
CHAPTER 5 Conclusions and Discussion	39
5.1 Conclusions	39
5.2 Suggestions and Discussion	41
5.3 Limitations	41
References	43
Acknowledgment	50

图表目录

图 1.1 研究框架	4
表 2.1 1978 年至 2016 年中国传媒业改革大事记	10
表 3.1 解释变量定义及度量标准	20
表 3.2 被解释变量、控制变量定义及度量方法	24
表 3.3 传媒上市公司样本汇总表	25
表 4.1 传媒上市公司政治关联描述统计	26
表 4.2 不同主营业务传媒上市公司政治关联描述统计	26
表 4.3 传媒上市公司各变量描述统计	27
表 4.4 自变量与因变量、控制变量相关性分析 (N=145)	28
表 4.5 政治关联 PC 对企业绩效影响的回归分析	29
表 4.6 委员代表类政治关联 PC_{DIR} 对企业绩效影响的回归分析	29
表 4.7 政府官员类政治关联 PC_{GOV} 对企业绩效影响的回归分析	30
表 4.8 国有传媒上市公司政治关联对企业绩效影响的回归分析	31
表 4.9 国有传媒上市公司委员代表类政治关联对企业绩效影响的回归分析	31
表 4.10 国有传媒上市公司政府官员类政治关联对企业绩效影响的回归分析	32
表 4.11 非国有传媒上市公司政治关联对企业绩效影响的回归分析	32
表 4.12 非国有传媒上市公司委员代表类政治关联对企业绩效影响的回归分析	33
表 4.13 非国有传媒上市公司政府官员类政治关联对企业绩效影响的回归分析	33
表 4.14 国有传媒上市公司委员代表类政治关联对 ROA 影响的回归分析	34
表 4.15 非国有传媒上市公司委员代表类政治关联对 ROA 影响的回归分析	35
表 4.16 非国有传媒上市公司政府官员类政治关联对 ROA 影响的回归分析	35
表 4.17 国有传媒上市公司代表委员类政治关联对 ROE 影响的回归分析	36
表 4.18 非国有传媒上市公司委员代表类政治关联对 ROE 影响的回归分析	36
表 4.19 非国有传媒上市公司政府官员类政治关联对 ROE 影响的回归分析	36
表 4.20 国有传媒上市公司代表委员类政治关联对滞后一期企业绩效的回归分析	37
表 4.21 虚拟赋值委员代表类政治关联对企业绩效影响的回归分析	38

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库