

产品市场竞争、控股股东倾向和公司现金股利政策

曹裕

中南大学商学院, 湖南 长沙 410083

Product Market Competition, the Tendency of Controlling Shareholders and Cash Dividends Policy

CAO Yu

School of Business, Central South University, Changsha 410083, China

- [摘要](#)
- [参考文献](#)
- [相关文章](#)

Download: [PDF \(893KB\)](#) | [HTML \(1KB\)](#) | Export: [BibTeX](#) or [EndNote \(RIS\)](#) | [Supporting Info](#)

摘要 利用我国沪深两市的4093个公司年非平衡面板数据, 实证检查了公司产品市场竞争程度、控股股东现金股利分配倾向与公司现金股利政策之间的关系。结果表明, 控股股东具有偏好现金股利的显著倾向, 并且这种倾向不受股东性质的显著影响。进一步的研究发现, 控股股东偏好现金股利的倾向在高产品市场竞争的环境下更加显著, 控股股东要求支付更多现金股利的倾向随产品市场竞争程度的增加而增加。通过运用代理成本理论和股利“掏空”理论对结论进行分析, 表明产品市场竞争起到了良好的外部治理机制作用, 可以较好地抑制经理层的道德风险和控股股东通过其他方式对公司进行“掏空”。

关键词: [产品市场竞争](#) [股利政策](#) [控股股东](#) [自由现金流假说](#) [“掏空”假说](#)

Abstract: Relationship between product market competitions, controlling shareholders cash dividend distribution tendency and cash dividend policy are empirically studied in this paper by taking unbalanced panel data of 4093 companies listed on Shanghai and Shenzhen Stock Exchanges as experiment data. The results show that controlling shareholder has a significant tendency of cash dividend distribution and the tendency is not impacted by nature of shareholders significantly. However, further studies show that the tendency is significant under the high-level of product market competition condition. The controlling shareholders tend to pay more cash dividends with the increase of product market competition. The result is explained by agency theory and dividend "hollowed out" theory and it implies that the product market competition plays a good role of external governance mechanism, which can effectively inhibit the moral hazard of managers and the controlling shareholders' tunneling behaviors of the other forms except dividend distribution.

收稿日期: 2011-08-03;

基金资助:

湖南省自然科学基金重点项目(12JJ2042); 国家自然科学基金青年基金资助项目(71001108); 国家自然科学基金资助项目(71272067, 71171202)

作者简介: 曹裕(1985-), 女(汉族), 湖南桃江人, 中南大学商学院副教授, 博士生导师, 研究方向: 可持续供应链管理、企业生命周期。

引用本文:

曹裕. 产品市场竞争、控股股东倾向和公司现金股利政策[J]. 中国管理科学, 2014, V22(3): 141-148

- [1] La Porta R, Lopez-de-Silanes F, Shleifer A, et al. Agency problems and dividend policies around the world[J]. Journal of Finance, 2000, 60(1): 1-33.
- [2] 雷光勇, 刘慧龙. 市场化进程、最终控制人性质与现金股利行为——来自中国A股公司的经验证据[J]. 管理世界, 2007, (7): 120-128.
- [3] 俞红海, 徐龙炳, 陈百助. 终极控股股东控制权与自由现金流过度投资[J]. 经济研究, 2010, (8): 32-43.
- [4] Lee Chiwen, Xiao Xing. Cash Dividends in China: Liquidating, Expropriation and Earnings Management[C]. Proceedings of EFMA Annual Meeting, Helsinki, June 25-28, 2003.

Service

- [把本文推荐给朋友](#)
- [加入我的书架](#)
- [加入引用管理器](#)
- [Email Alert](#)
- [RSS](#)

作者相关文章

曹裕

- [5] 黄娟娟, 沈艺峰. 上市公司的股利政策究竟迎合了谁的需要——来自中国上市公司的经验数据[J]. 会计研究, 2007, (8): 36-43. 
- [6] Grullon G, Michaely R. Corporate payout policy and product market competition[R]. AFA 2008 New Orleans Meetings Paper.
- [7] Miller M, Rock K. Dividend Policy under Asymmetric Information[J]. Journal of Finance, 1985, 40(4): 1031-1052. 
- [8] Garrett I, Priestley R. Dividend behavior and dividend signaling[J]. Journal of Financial and Quantitative Analysis, 2000, 35: 173-189. 
- [9] Benartzi S, Michaely R, Thaler R. Do changes in dividends signal the future or the past?[J]. Journal of Finance, 1997, 52(3): 1007-1034. 
- [10] Jensen M. Agency cost of free cash flow, corporate finance and takeovers[J]. American Economic Review, 1986, 76: 323-329.
- [11] Faccio M, Lang L H P, Young L. Dividends and expropriation[J]. American Economic Review, 2001, 91: 54-78. 
- [12] 陈浪南, 姚正春. 我国股利政策信息传递作用的实证研究[J]. 金融研究, 2000, (10): 69-77.
- [13] 朱云, 吴文锋, 吴冲锋. 中国上市公司股利的信息含量研究[J]. 中国管理科学, 2004, (12): 218-222.
- [14] 陈信元, 陈东华, 时旭. 公司治理与现金股利: 基于佛山照明的案例研究[J]. 管理世界, 2003, (8): 118-126.
- [15] 谢军. 股利政策、第一大股东和公司成长性: 自由现金流理论还是掏空理论[J]. 会计研究, 2006, (4): 51-57. 
- [16] 张海燕, 陈晓. 从现金红利看第一大股东对高级管理层的监督[J]. 南开管理评论, 2008, 11(2): 15-21. 
- [17] 吕长江, 周县华. 公司治理结构与股利分配动机——基于代理成本和利益侵占的分析[J]. 南开管理评论, 2005, 8(3): 9-17. 
- [18] 刘志强, 余明桂. 投资者法律保护、产品市场竞争与现金股利支付力度——来自中国制造业上市公司的经验证据[J]. 管理学报, 2009, 6(8): 1090-1097.
- [19] Shleifer A. Theory of Yardstick competition[J]. Rand Journal of Economics, 1985, 16(3): 319-327. 
- [20] Schmidt K. Managerial incentives and product market competition[J]. Review of Economics Studies, 1997, 64(2): 191-213. 
- [21] 谭云清, 刘志刚, 朱荣林. 产品市场竞争、管理者激励与公司绩效的理论及实证[J]. 上海交通大学学报, 2008, 42(11): 1823-1826.
- [22] Fee C E, Hadlock C J. Management turnover and product market competition: Empirical evidence from the US newspaper industry[J]. The Journal of Business, 2000, 73(2): 205-243. 
- [23] 蒋荣, 陈丽蓉. 产品市场竞争治理效应的实证研究: 基于CEO变更视角[J]. 经济科学, 2007, (2): 102-111.
- [24] Januszewski S I, Ke J, Winter J K. Product market competition, corporate governance and firm performance: an empirical analysis for Germany[J]. Research in Economics, 2002, 56(3): 299-332. 
- [25] 贺建刚, 孙铮, 李增泉. 难以抑制的控股股东行为: 理论解释与案例分析[J]. 会计研究, 2012, (3): 20-27.
- [26] 白重恩, 刘俏. 中国上市公司治理结构的实证研究[J]. 经济研究, 2005, (2): 81-91.
- [27] 高雷, 何少华, 黄志忠. 公司治理与掏空[J]. 经济学(季刊), 2006, 5(4): 1157-1178.
- [28] 马曙光, 黄志忠, 薛云奎. 股权分置、资金侵占与上市公司现金股利政策[J]. 会计研究, 2005, (9): 44-50. 
- [29] 苏力勇, 石柱峰, 欧阳令南. 产品市场竞争强度对公司现金股利分配的影响[J]. 上海管理科学, 2009, 31(1): 27-33.
- [1] 肖明, 吴慧香, 张群, 颜瑞. 基于宏观经济视角的我国上市公司现金持有量研究[J]. 中国管理科学, 2013, 21(3): 28-34
- [2] 陈伟, 刘星, 杨源新. 上海股票市场股利政策信息传递效应的实证研究[J]. 中国管理科学, 1999, (3): 56-62