

# 自恋型领导的双刃剑：CEO 自恋研究综述与展望

汪 弘

东南大学 江苏省南京市 210096

**摘 要：**管理者的个人特性对企业的决策具有非常重要的影响，本文从 CEO 自恋这一特质出发，探究了自恋型人格的起源、CEO 自恋的特征及度量方式，分析了 CEO 自恋对于企业的影响，最后提出研究展望。

**关键词：**CEO 自恋；测量指标；经济后果

高层梯队理论模型的雏形早在 1959 年 Penrose 关于行政资源重要性的研究就已形成，他的研究成果中说明了管理者的自身经历、价值观念和个人性格等在选择公司战略方向方面的重要作用。其后，Hambrick and Mason (1984) 首次提出了这一概念，他们将战略选择和绩效水平看作高管行为的反映。CEO 作为企业中拥有最高的决策权和领导力的高层管理者，其个人行为对于企业的决策可以有着最直接的影响。自恋这个词起源于希腊神话，年轻的美少年纳西索斯爱上了他在水池中倒影，最终变成了水仙花。“自恋”这个词在心理学中，最早被定义为一种负面的反复自爱的心理疾病。Freud 认为，自恋人格具有独立意识强、自信心强、难以被说服、强烈的追求权利和荣誉的特性，可视为一种人格障碍。目前，许多的国内外学者针对于 CEO 自恋对于企业经济后果的影响研究已有一些成果。本文将基于已有的研究成果对 CEO 自恋进行梳理，希望对相关领域的研究提供一定指导与帮助。

## 1. CEO 自恋特征

Emmons(1987) 研究发现，自恋的个体主要有以下特点：领导力与权威、优越感与傲慢、自我陶醉与自我欣赏以及剥削性与对权力的渴望。一方面，自恋型 CEO 喜欢采取能吸引注意力的大胆行动 (Chatterjee and Hambrick, 2007)。Gerstner et al. (2013) 发现自恋型 CEO 为获得群众的赞赏而做出了一些影响着企业的决策。自恋的 CEO 非常渴望获得大众的关注，因此他们会使用相应的战略策略来赢得关注 (Resicket al., 2009)。Back et al. (2013) 提出，自恋的个体寻求钦佩和赞美，将任何威胁自我的事件降到最低。另一方面，自恋的 CEO 通常也是自私的，忽略下属的感受，独断专行，通过侵略性的方式追求自身的利益最大化。

## 2. CEO 自恋的测量

目前 CEO 自恋数据测量主要有两种方式：直接法和间接法。直接法是直接向被调查者进行询问或调查，通过使用 Raskin 等人创建的自恋人格量表 (NPI)。这个量表主要是面向 CEO 或者 CEO 的身边同事与亲属的直接调查，具有很强的代表性和权威性。但是这个表主要是针对本人的问卷，具有一定的主观性，而且关系到敏感性的问题的时，CEO 及其周边的人可能会隐瞒或给出有偏见乃至错误的回答。

为了避免上述问题，并为客观全面地刻画自恋 CEO 的四大特点，国内外学者采用实验的研究方法，通过使用间接法的测量方法对 CEO 的自恋情况加以测量。其中 Chatterjee and Hambrick (2007) 采用的测量指标：CEO 照片在年度报告中的突出位置、CEO 在新闻稿中的突出位置、CEO 在采访中使用时第一人称单数代词的频率、CEO 现金薪酬第二高薪酬的公司高管的现金薪酬比值和 CEO 非现金薪酬第二高的公司高管的非现金薪酬比值，受到国内外学者普遍认可，同时也有一些学者基于不同国家的上市公司信息披露的特点做出了一些测量指标的改进。

另一种间接的衡量指标为使用 CEO 的签名大小来衡量自恋。中国有一句古话叫做“见字如见人”，这句话很大程度上说明了一个人的书写签名与其性格特点有很强的联系，表明一个人签名的大小与自恋存在一定的关系。目前，国内外有一些学者研究了签名大小与 CEO 自恋情况之间的关系。安素霞和赵德志 (2020) 使用潜意识理论，分析得出 CEO 签名的大小与自恋程度成正相关关系，进一步得到 CEO 自恋程度对企业研发投入的影响以及作用路径。Ham et al. (2018) 通过实验验证了签名大小是自恋的衡量标准，而不是过度自信的衡量标准。

### 3. CEO 自恋对企业的影响

目前学者针对 CEO 自恋对企业的影响尚未达成统一的观点,有学者认为自恋的 CEO 会对企业产生积极的影响,也有学者发现自恋的 CEO 会对企业产生消极的影响。

#### 3.1 CEO 自恋对企业的积极影响

Gerstner et al. (2013) 研究发现,自恋的 CEO 由于其具有较高的自信心,渴望追求外界的关注,会倾向于投资创新技术,进而促进了企业的创新发展。而且自恋的 CEO 拥有较强的探索精神和渴望追求新鲜事物的特质可以帮助企业解决资金不足的问题,对企业的价值提升有着积极促进作用。王维等(2018)认为自恋的 CEO 会高度相信自己的能力,认为自己在竞争中一定能获得优势,并且会为博取关注,会尽可能地实现自我超越,促使企业成长。白云霄(2016)认为自恋型 CEO 渴望外界的赞许与鼓励以满足自身的自恋需求,因此他们会选择较为合理的会计估计和政策来实现较好的财务绩效表现。自恋的 CEO 不仅会关注企业的财务指标,同时也会关注企业的社会责任,从而树立良好的自身形象。赵琳等(2024)研究发现自恋的 CEO 渴望得到外界的关注,希望获得多数人的赞赏,从而会积极履行 ESG 相关责任。Al-Shammari(2019)研究发现自恋的 CEO 渴望获得外界媒体的关注和个人形象提升,因此相较于内部导向的企业社会责任活动,他们会更愿意参与外部导向的企业社会责任活动。

#### 3.2 CEO 自恋对企业的消极影响

Chatterjee and Hambrick (2007) 研究发现自恋的 CEO 会采取浮夸多变的战略行动,不仅会导致业绩极端化,还会导致业绩大幅波动。宁博等(2023)认为自恋的个体有特权意识、低共情和剥削性的特点,因此他们采取非道德的措施,同样自恋的 CEO 也会在公司中做出违规的事件。Ham et al. (2018) 研究发现自恋的 CEO 喜欢更高曝光率和自我提升机会的投资,因此可能会造成资源的浪费和过度投资。Rijsenbilt et al. (2013) 发现自恋的 CEO 对未来积极的财务业绩抱有不切实际的信念,因此他们便会采取财务舞弊和财务欺诈的行为来达到自己的不切实际的目标。而且自恋的 CEO 认为他们凌驾于法律之上,缺乏道德感,并且积极追求他们认为属于自己的东西,进而会采取积极的避税政策,将资源控制在企业内部(Olsen and Stekelberg, 2016)。尹奎等(2025)发现自恋的 CEO 存在利己主义和欺骗动机等问

题,会将员工的成就归功于自己,而且会向员工宣泄负面的情绪,因此会对高管团队成员工作幸福感产生负面的影响。文东华等(2015)研究发现,在非国有企业中 CEO 自恋会导致公司战略和业绩的不稳定性明显升高,主要原因是自恋的 CEO 渴望较高的投资回报,因此会一定程度增加企业的风险。

### 4. CEO 自恋的研究展望

国外对于 CEO 自恋对企业的影响研究已经非常丰富,但是由于国内对于 CEO 自恋的研究数量相对较少。因此,未来的国内对于 CEO 自恋的研究可以关注以下方面:

第一,目前的对于 CEO 的研究大多从全部上市公司进行研究,缺乏针对性。未来的研究可以聚焦于某一行业进行分析,细化具体的研究对象。

第二,CEO 自恋衡量方式大多采用 Chatterjee and Hambrick (2007) 的测量方法,然而有些方法并不适用于中国的上市公司,如上市公司的年报中很少出现 CEO 与其他高管的照片,且他们所站的位置不受 CEO 的控制。因此,我们国家的学者应该寻找全新的测量指标和开发出一套适用于我们国家的测量自恋量表。

#### 参考文献:

- [1] Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2007). It's All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351 - 386.
- [2] 安素霞,赵德志.CEO 签名特征与企业创新投入:基于管理者自恋视角[J].*外国经济与管理*,2020,42(09):121-135.
- [3] Ham, C., Seybert, N., & Wang, S. (2018). Narcissism is a bad sign: CEO signature size, investment, and performance. *Review of Accounting Studies*, 23(1), 234 - 264.
- [4] 王维,李娜,薛程月,等.CEO 自恋对企业成长的作用机制研究——二元创新的中介效应[J].*科技进步与对策*,2018,35(23):113-120.
- [5] 宁博,戴亦一,蒋敏.自恋的董事长更可能违规吗?——来自中国上市企业的经验证据[J].*管理科学学报*,2023,26(08):16-34.
- [6] 白云霄.创业板上市公司 CEO 自恋人格与公司绩效关系研究[D].北京理工大学,2016.
- [7] 赵琳,王骄阳,孙衬杰.自恋型 CEO 对企业 ESG 责

任履行的影响研究 [J]. 生产力研究 ,2024,(08):107-112.

[8] 尹奎, 赵景, 宋萌, 等 .CEO 自恋对高管团队成员工作幸福感的影响 :CEO 谦卑与领导关系认同的作用 [J]. 管理工程学报 ,2025,39(02):206-220.

[9] Olsen, K. J., & Stekelberg, J. (2016). CEO Narcissism

and Corporate Tax Sheltering. *Journal of the American Taxation Association*, 38(1), 1 - 22.

[10] 文东华, 童卫华, 彭希 .CEO 自恋、所有权性质和组织后果——来自中国上市公司的证据 [J]. 经济管理 ,2015,37(08):65-75.