

2006年山东省社会科学规划研究重点项目

“彩虹”连着 你我他

刘德龙 李学广 等著

山东人民出版社

2006年山东省社会科学规划研究重点项目(06BSJ002)

“彩虹”连着 你我他

刘德龙 李学广 等著

山东人民出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

彩虹连着你我他/刘德龙, 李学广等著. —济南: 山东人民出版社, 2009. 1

ISBN 978 - 7 - 209 - 04732 - 6

I. 彩… II. ①刘…②李… III. ①电力工业—工业企业管理—山东省②报告文学—中国—当代 IV. F426. 61 I25

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 004888 号

责任编辑: 麻素光

彩虹连着你我他

刘德龙 李学广 等著

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址: 济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编: 250001

网 址: <http://www.sd-book.com.cn>

发行部: (0531) 82098027 82098028

新华书店经销

肥城新华印刷有限公司印装

规 格 16 开 (170mm × 240mm)

印 张 9.5

字 数 110 千字 插 页 2

版 次 2009 年 1 月第 1 版

印 次 2009 年 1 月第 1 次

印 数 1—5000

ISBN 978 - 7 - 209 - 04732 - 6

定 价 26.00 元

如有质量问题, 请与印刷厂调换。电话: (0538) 3463349

序

傅玉凯

值此改革开放三十周年之际,《“彩虹”连着你我他》结集成书,这是一件值得庆贺的事。

《“彩虹”连着你我他》一书,系在《构建和谐社会的成功探索——山东电力集团公司实施“彩虹工程”的社会学研究》课题的基础上形成的。本书收录的文稿,真实记录了山东电力实施“彩虹工程”的全过程,是对山东电力服务宗旨、诚信品质和奉献情怀的具体写照。

“彩虹工程”实施之初,山东电力就将其固化为一种制度,作为一项永不竣工的工程,通过“彩虹条”、服务热线、监督电话以及客户关系委员会等渠道,对外重奖举报与合理化建议,对内重罚违反服务与行风规定的行为,建立起了全社会宽带监督网络。

“彩虹工程”实施以来,先后建立健全了保障、服务、监督、评价与奖惩机制,实现日常化、制度化、规范化,形成了保持行业先进性的长效机制;确立了“服务党和国家工作大局、服务发电企业、服务电力客户、服务经济社会发展”的宗旨,使“真诚服务,共谋发展”的理念成为山东电力与客户合作共赢、与社会和谐发展的共识。

实施“彩虹工程”解决了影响行风的突出问题,提升了山东电力的社会形象,为推进和谐社会建设发挥了良好的作用。“彩虹”在齐鲁家喻户晓,在全国产生了一定的影响。《人民日报》、中央电视台等媒体均对“彩虹工程”进行了深入报道。行家们普遍认为,“彩虹工程”走出了一条新形势下为社会提供优质服务的新路子,在企业与客户之间架起了一座连心桥、信任桥。“彩虹工程”已成为山东电力优质服务的代名词。

2008年是我国改革发展史上极不平凡的一年,也是山东电力史上至关重要的一年。驰援三湘抗冰抢险,奔赴四川抗震救灾,北上京华奥运保电,搞好夏季移峰供电,“彩虹工程”都发挥了巨大影响力。山东电力已走过110年的历程,现又走在全面建设小康社会的宽广大道上。“彩虹”连着你我他,电力服务进万家。愿“彩虹工程”在我省科学发展、和谐发展、率先发展的伟大征程中,放射出更加绚丽的光彩!

(本文作者韩喜凯原为山东省人大常委会主任,现为中国孔子基金会会长)

二〇〇八年十一月二十三日

目 录

探 索 篇

构建和谐社会的成功探索

——山东电力集团公司实施“彩虹工程”的社会学研究

(“彩虹工程”社会学研究课题组)

引 言	(2)
第一章 “彩虹工程”的缘起与理论依据探索	(8)
一、企业社会责任运动的产生与发展	(9)
二、企业社会责任理论的概念和内容	(16)
三、企业承担社会责任的意义	(19)
四、中国企业履行社会责任的任務.....	(21)
第二章 “彩虹工程”	
——山东电力履行企业社会责任的有效载体	(24)
一、“彩虹工程”的决策背景	(25)
二、“彩虹工程”的实施过程	(30)
三、“彩虹工程”的运行体系	(33)

四、“彩虹工程”的运行结构分析	(38)
五、“彩虹工程”的实践效果	(41)
第三章 “彩虹工程”对公共服务类企事业单位构建和谐社会 的重要启示	(48)
一、必须确立构建和谐社会的价值取向	(48)
二、必须树立高度自觉的社会责任感	(49)
三、必须增强服务公众服务社会的意识	(50)
四、必须创新社会监督机制	(52)
五、必须建立标本兼治的工作机制	(54)
六、通过履行社会责任增强持续竞争能力	(55)
附录一 山东电力集团公司实施“彩虹工程”的社会学研究课 题工作报告	(60)
附录二 山东电力集团公司实施“彩虹工程”的社会学研究课 题研究鉴定意见	(67)
附录三 刘振亚同志在山东电力实施“彩虹工程”加强行业作 风建设新闻发布会上的讲话	(70)
附录四 山东电力集团公司关于实施“彩虹工程”常态运行的 意见	(80)
附录五 山东电力集团公司实施“彩虹工程”常态运行考评 办法	(87)

彩虹赋

——山东电力集团公司实施“彩虹工程”纪实

(李学广)

第一章 历久弥新	(92)
第二章 深谋远虑	(96)
第三章 实施突破	(106)
第四章 清醒面对	(114)
第五章 常态运行	(124)
第六章 融入和谐	(131)
第七章 永不竣工	(136)
后 记	(143)

探索篇

构建和谐社会成功探索

——山东电力集团公司实施“彩虹工程”的社会学研究



引 言

一、选题主旨及研究的意义

党的十六届六中全会通过的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》明确指出,要广泛开展和谐创建活动,增强公民、企业、各种组织的社会责任。党的十七大明确提出了加快推进和谐社会建设的任务,要求着力保障和改善民生,扩大公共服务,促进社会公平正义,推动和谐社会建设。在这里,企业被赋予新的历史使命。2008年1月,国务院国资委发布了《关于中央企业履行社会责任的指导意见》,与此同时,国家电网公司、中石油、中远集团等企业公开发布的企业社会责任报告或可持续发展报告,在社会上引起了积极反响。企业是社会的重要组成部分,企业的社会责任感是构建和谐社会的一个重要元素,积极履行社会责任已经成为我国社会各界对企业的殷切期望和广泛要求,也是推进和谐社会构建的重要举措。

企业履行社会责任,是当今世界企业发展的重要潮流。社会责任竞争,是跨国公司继价格竞争、质量竞争之后,新一轮国际竞争的重要标志。近年来,我国也越来越重视企业履行社会责任工作。《公司法》第5条明确规定,公司从事经营活动,必须诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任。在当前我国社会主义市场经济体系不断完善,全面建设小康社会进入新的阶段,党中央提出落实科学发展观

和构建社会主义和谐社会的背景下,企业社会责任得到了政府和社会越来越多的关注。

但是从我国企业界的情况看,目前真正把履行社会责任纳入企业战略管理体系,组织带领全体员工,自觉树立社会责任感,主动对客户负责,尽心为社会服务的企业,尚属少数。绝大多数企业的社会责任状态还处于“初级阶段”。一些企业甚至不讲社会责任,急功近利、唯利是图、污染环境、逃避税收、财务欺诈、拖欠工资、忽视安全、坑害顾客等等。这些行为造成了企业与企业、企业与员工、企业与消费者、企业与投资者、企业与社会以及企业与自然环境之间的不和谐,甚至其中某些现象往往又同社会腐败紧紧相联系,对构建和谐社会造成了阻碍。而在整个社会层面,公众与企业对于社会责任的认识也存在着较大差异。同时,企业的行为选择与生存环境密切相关。目前中国不完善的市场经济与法律制度环境的限制,以及部分企业社会责任的缺失,也是国内企业很难在履行社会责任方面“高尚”起来的重要原因。

要彻底改变这种状况,需要通过广泛宣传引导、加强责任义务教育、创新制度安排、强化法律规范等多措并举,为企业履行社会责任创造良好环境。同时,认真总结那些在自觉履行社会责任方面先行一步并且取得显著成效的企业的经验,十分必要。山东电力集团公司就是这样一个自觉履行社会责任的难能可贵的先行者。尤其山东电力集团公司从2000年开始实施的“彩虹工程”,是我们国内较早地自觉履行企业社会责任的积极而成功的探索。

长期以来,山东电力集团公司深刻理解所承担的经济、政治和社会责任,把“服务党和国家工作大局、服务电力客户、服务发电企业、服务经济社会发展”作为企业的最高宗旨,不断创新服务模式,全过程、全员化、全天候、全方位对客户负责,积极履行社会责任。在建设和运

营电网的全过程中,贯彻落实安全、高效、绿色、和谐的要求,保障更安全、更经济、更清洁、可持续的能源供应,协调推进企业与社会可持续发展,实现企业发展的经济、社会和环境综合价值的最大化。

“彩虹工程”的要旨,是广泛接受社会监督,主动承担社会责任,加强行业作风建设,提高优质服务水平,密切电力企业与客户的关系,在电力企业与客户之间架起沟通、理解、信任和满意的“彩虹”。它强调内外监督,设立奖励基金,花钱买批评、买意见,把解决和整改群众反映的问题作为供电优质服务的大事来抓,先后实施了“彩虹工程”常态运行、诚信服务年、“爱心彩虹齐鲁行”等各具特色的优质服务活动。通过实施“彩虹工程”,山东电力行业作风建设进一步加强,供电优质服务水平全面提升。山东电力集团公司优质服务工作也得到了各级党委、政府的充分肯定和社会各界、广大客户的普遍好评。“彩虹工程”已经成为全省著名以至全国电力系统知名的服务品牌。山东电力各供电单位连续多年在全省行风评议中名列前茅。在 2001 年召开的全国民主评议行风经验交流会上,山东电力集团公司作为出席会议的唯一一家企业单位作大会发言,介绍了实施“彩虹工程”的经验,并引起良好反响。2004 年国务院纠风办在《纠风工作动态》上,以《山东电力集团公司将“彩虹工程”转入常态运行,进一步加强行风建设,提高优质服务水平》为题,向全国推广了山东电力集团公司实施“彩虹工程”常态运行的经验和做法。全国供电系统先后在山东省召开过四次现场经验交流会,推广山东电力集团公司的经验。2006 年 9 月,国家电网公司又专门召开会议推广“彩虹工程”行风建设的经验。为丰富“彩虹工程”的内涵,2007 年,山东电力集团公司党委作出了《关于创建和谐企业的决定》,研究制定了创建和谐企业的实施方案,要求系统各单位以创建“安全可靠、诚信负责,团结协作、民主公正,节能环保、

山东电力实施的“彩虹工程”，抓住营造企业服务文化这个关键，把优质服务作为企业核心能力进行培育和建设，努力做到服务理念追求真诚，服务内容追求规范，服务形象追求品牌，服务品质追求一流，推进服务规范化、精细化、常态化和人性化。大力倡导关爱企业、关爱

客户、关爱社会的良好风尚,积极营造“以人为本、忠诚企业、奉献社会”的文化,进一步增强服务的能力和意识,拓展服务的手段和载体,提高服务的水平和质量。可以说,“彩虹工程”是对推进和谐社会建设的成功探索。这一持续多年的著名服务品牌,取得了明显成效,积累了丰富经验,具有重要的示范和推广作用。

尽管当前学术界和有关方面对于新的经济体制和社会结构中的企业社会责任,对于国内外企业履行社会责任的现状,对于国际上企业社会责任浪潮的方方面面,还缺乏系统而深入的研究,但是,通过总结和研究山东电力“彩虹工程”这样的自觉履行社会责任的先行者的经验、做法,探索这个典型的动力机制、社会环境、良好成效和运行规律,及对其他企业的借鉴意义,是十分必要的。

二、研究方法 & 研究目的

本项课题研究,将沿着从理论性分析到经验性分析再到对策建议的思路进行。在总体上以科学发展观及社会学的相关理论为指导,借鉴国际上主要是西方发达国家现在通行的“企业社会责任”理论,在分析企业承担社会责任背景的基础上,运用课题组在山东电力集团公司总部,以及济南、日照、青岛、潍坊、滨州等市供电公司和一大批电力客户调研座谈中获取的大量实证资料,结合文献分析,展开课题研究。通过理论与实践相结合的分析,探讨山东电力集团公司以自觉履行社会责任为出发点,通过实施“彩虹工程”,加强供电企业行业作风建设、建立优质服务长效工作机制和体系、适应电力体制改革和市场经济新形势的要求、提高优质服务水平、树立供电企业良好的社会形象、为企业持续健康发展创造良好的内外部环境的做法,总结山东电力集团公司通过“彩虹工程”提升企业和员工社会责任感、推进社会主义和谐社

会构建的经验,为其他企业提供学习借鉴的榜样,并丰富具有中国特色的“企业社会责任”理论。

从建设和谐社会的高度,总结“彩虹工程”对推动企业履行社会责任的意义和实践经验,营造新形势下企业自觉履行社会责任的良好舆论氛围,为不同行业、社会组织,特别是社会公用类企事业单位履行社会责任提供借鉴,是本课题研究的核心。

第一章 “彩虹工程”的缘起与理论依据探索

山东电力集团公司从企业自身实际出发规划和实施的“彩虹工程”，尽管并不是按照国际上特别是西方发达国家通行的企业社会责任理论设计的，但实际上与企业社会责任理论是相当吻合的。

在经济全球化的背景下，国际社会兴起了一场企业社会责任运动，并在世界范围内产生了广泛的影响。它给我们的启示是：对政府来说，要倡导和鼓励企业承担起社会责任，发挥法律在强化企业社会责任方面的推动和规范作用；对于企业来说，要切实承担起社会责任，建立社会责任管理体系，与其他企业、社会团体、社会公众建立伙伴关系，并增加企业的透明度，以有助于企业与社会各界的沟通、协作。

从中国经济社会发展和企业改革、企业管理、企业发展的现状来看，国际上的企业社会责任运动的核心内容，与构建社会主义和谐社会过程中企业要承担相应社会责任的理念有很多共通之处，是企业价值观和企业文化的重要内容，实际上也可以作为研究探索山东电力集团公司实施“彩虹工程”的经验和规律，并提供给全社会尤其是公共服务类企业参考借鉴的理论依据。

山东电力集团公司在国内较早地感悟到了企业社会责任与企业竞争力之间的密切联系：通过履行企业社会责任，有助于提升企业“生产力”、“文化力”、“公信力”和“品牌力”。改革开放之后，山东电力集团公司已经从企业自身的发展以及与社会、与客户的关系中认识到，

企业责任价值既有付出价值,更有收益价值。通过履行企业社会责任,有利于和谐企业的逐利活动与社会相关人利益、社会整体利益间的关系;有利于和谐企业与当地政府、与所在社区的唇齿关系;有利于和谐企业团队,改善人力资源管理;有利于提升企业品牌形象和产品品牌形象;有利于企业获得优质的经济社会资源;有利于企业开辟新的经营生产领域;有利于企业赢得客户,赢得社会公信,赢得经济社会双重利益,增强持续发展能力。总之,履行企业社会责任,是全面提升企业竞争力和社会影响力的高效途径。

一、企业社会责任运动的产生与发展

1. 企业社会责任运动的历史与现状

企业是社会发展尤其是生产力发展到一定历史阶段的产物,它本身是个历史的概念。企业社会责任运动也是在历史演进中逐渐形成的。

1923年,英国学者欧利文·谢尔顿(Oliver Sheldon)最早提出了“企业社会责任”这个概念。受自由资本主义条件下自由放任经济学思潮的影响,国家“守夜人”角色的不作为和鼓吹公司自由、市场自由导致了资本家的盲目追逐私利,从而引发了一系列社会问题,特别是周期性的经济危机的出现,公司对社会的负面影响也日益严重。于是从美国开始,越来越多的西方国家纷纷对公司法进行修改,加强对公司行为的限制,那种漠视劳动者、消费者、债权人等利益相关者的做法受到一些大公司的经营人员和立法者的抛弃,越来越多的经营者主张引入利益关系者参与公司的管理。资本不断扩张而引起的一系列社会矛盾,诸如贫富分化、社会穷困,特别是劳工问题和劳资冲突等,也需要公司履行社会责任才能解决。最早以法律形式将公司社会责任