



中央企业发展系列报告
Development Reports on Central State-Owned Enterprises

中央企业 履行社会责任报告

——2010——

王再文 赵 杨 主编

Report on Fulfillment Social Responsibility
of Central State-owned Enterprises



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



中央企业发展系列报告
Development Reports on Central State-Owned Enterprises

中央企业 履行社会责任报告

——2010——

王再文 赵 杨 主编

Report on Fulfillment Social Responsibility
of Central State-owned Enterprises



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中央企业履行社会责任报告. 2010/王再文, 赵杨主编. —北京:
中国经济出版社, 2010. 3

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9799 - 8

I. ①中… II. ①王… III. ①国有企业—社会—职责—研究报告—
中国—2010 IV. ①F279. 241

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 036982 号

丛书策划 乔卫兵 李祥柱 崔清北
责任编辑 乔卫兵 郑 潇
责任印制 石星岳
封面设计 大象设计

出版发行 中国经济出版社
经 销 者 各地新华书店
承 印 北京市人民文学印刷厂
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 18.5
字 数 381 千字
版 次 2010 年 7 月第 1 版
印 次 2010 年 7 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5017 - 9799 - 8/F · 8278
定 价 150.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037
本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

中央企业履行社会责任报告（2010）

编委会

顾问：邹东涛 孟育健

主编：王再文 赵 杨

副主编：孙秀亭 李 刚

撰稿人：（按照撰稿顺序排名）

王再文 赵 杨 孙秀亭 李 刚 靳 乾 费松婷
张继德 张雅桦 李 侃 梁玉萍 李 琳 孙 尧
程艳玲 蒋旭东 张 柳 李 梦 曲永祥 穆拉提
周清杰 杜树雷 徐振宇

参编人员：

马 骁 陶双桅 毛毓婉 董晶晶 高 欣 刘书琼
康雯星 徐菲菲 车 依 杨 云

总 序

改革开放作为一场经济转型和社会转型的伟大变革，历经艰辛曲折，成就举世瞩目。30多年来，包括中央企业在内的国有企业，肩负国家经济社会建设的重任，其改革始终是经济体制改革的中心环节，贯穿于全过程，经历了三个阶段。一是从改革开放初期到党的十四届三中全会，为国有企业扩大经营自主权阶段。国有企业先后开展扩大经营自主权、利润递增包干和承包经营责任制的试点，与国家的责权利关系得到调整，企业的利益主体地位进一步明确。二是从党的十四届三中全会到党的十六大之前，为制度创新和结构调整阶段。国有企业实施了抓大放小、鼓励兼并、规范破产、下岗分流、减员增效和再就业工程。国有大中型企业推进建立现代企业制度试点，国有中小企业采取改组、联合、兼并、租赁、承包经营和股份合作制、出售等形式放开搞活。特别是国有企业通过国家实施的改革脱困三年攻坚，债转股、技改贴息、政策性关闭破产等一系列政策措施，负担得到减轻，技术进步和产业升级得以推进，国有企业整体实现扭亏为盈。三是以党的十六大为标志，国有企业改革发展进入以国有资产管理体制改革推动阶段。中央、地方国有资产监管机构相继组建，相关法规规章相继出台，国企改革与国资监管概括起来就是“三分开、三统一、三结合”。即：政企分开，政资分开，所有权与经营权分开；权利、义务和责任相统一；管资产和管人、管事相结合。国有企业逐步实施企业负责人经营业绩考核，国有资产得以保值增值，国有企业改革迈上新台阶。

按照政府的管理权限划分，我国的国有企业分为中央企业和地方企业。通常而言，中央企业是指由国务院国资委监督管理的重点骨干企业。2003年国资委成立之初，中央企业数量达到196户，经过兼并重组，至2010年6月底，减少至125户。为使国有资本向重要行业和关键领域集中，进一步增强国有经济活力、控制力、影响力，国资委明确到2010年底，中央企业数量将调整至80户至100户。2003—2009年，中央企业资产总额平均每年增加1.8万亿元，主营业务收入平均每年增加1.4万亿元，实现利润平均每年增加700多亿元，上缴税金平均每年增加1000多亿元。7年累计实现利润4.7万亿元，上缴税金5.1万亿元。进入《财富》全球500

强的中央企业由 2003 年的 6 户增加到 2010 年的 30 户。

不仅如此，在取得优异经营业绩的同时，中央企业在完善公司治理结构、董事会试点、绩效考核、市场化聘用高管、整体上市、联合重组、做强主业、企业文化建设等方面也取得重大进展。并且加快实施“走出去”战略，一些中央企业加大海外资源开发力度，发挥技术和成本优势，争得了一批大型海外工程项目。近年来，中央企业积极履行社会责任，在抗击自然灾害、保障国家重大活动、维护市场稳定、吸纳社会就业、落实节能减排责任等方面发挥了重要作用。特别是 2009 年，面对全球金融危机的严峻考验，在国民经济向“保八”目标迈进的过程中，在保增长、保民生、保稳定的关键时期，分布在关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域的中央企业作为国民经济“顶梁柱”，充分发挥了骨干和中坚的力量。2009 年，129 户中央企业资产总额 21 万亿元，主营业务收入 13 万亿元，实现利润 7977 亿元，上缴税费 10876 亿元，为中国经济企稳回升做出重要贡献。

在中央企业效益大为好转、实力迅速壮大的同时，来自于社会各界针对中央企业的质疑和非议也多了起来，诸如“千万吊灯”、“团购住房”、“高管高薪”、“央企地王”、“与民争利”、“行业垄断”、“国进民退”等现象，屡屡受到公众的热议，成为社会关注的焦点。

那么，如何正确评判中央企业在经济社会发展中的地位和作用？中央企业在发展过程中还需要解决哪些问题？中央企业今后的发展将要朝哪个方向迈进？当今世界，经济全球化日益加深，科学技术突飞猛进。加快经济发展方式转变已成为我国经济领域一场深刻变革。中央企业更应站在新的起点上，审时度势，未雨绸缪，与时俱进。正如《易经》所说：日新之谓盛德。管理大师德鲁克也说：明天总会到来，又总会与今天不同，如果不着眼于未来，最强有力的公司也会遇到麻烦。没有人能够左右变化，惟有走在变化之前。国资委主任李荣融近日指出：尽管现在央企总体上效益还不错，但持续发展的后劲不足，核心竞争力有待进一步增强。中央企业一定要创新，要做自主创新的表率，这是中央企业做强主业的主要手段之一。中央企业作为国民经济的骨干力量，要充分认识后国际金融危机时期增强自主创新能力、抢占科技制高点的重要意义。不难看出，李荣融主任从战略的高度为中央企业明确了定位和今后发展路向。另一方面，站在历史的角度看，从我国的国情和经济社会发展的要求出发，不管是过去、现在和将来，国有企业特别是中央企业，在我国不仅要承担经济责任，而且要更多地承担社会责任和政治责任，并在一定程度上体现国家的战略目标和意图，成为推动社会文明与进步的重要力量。这既是现实需

要，更是历史必然。但同时，中央企业的改革和发展历程又始终是一个不断积极探索、不断大胆实践、不断深化改革、不断自我完善的过程。

鉴于此，中国经济出版社利用多年积累的资源 and 优势，会同清华大学、中国人民大学、北京交通大学、北京工商大学、中央财经大学、吉林大学等高等院校的研究机构，共同编纂出版中央企业发展系列报告。该系列报告针对每年中央企业改革、发展与创新的重大问题，进行系统总结、深度挖掘和专题阐述，力求全面、客观地分析中央企业年度经济运行状况，深入研究中央企业在改革与发展中出现的新情况、新问题以及解决的新途径、新方法，为中央企业与社会各界搭建一个增进了解、加强沟通的平台。

经过编者与作者近一年的策划、组稿、撰写、编审，中央企业发展系列报告的第一批成果：《中央企业并购重组报告（2010）》《中央企业企业文化建设报告（2010）》《中央企业应对金融危机报告（2010）》《中央企业履行社会责任报告（2010）》《中央企业对外直接投资报告（2010）》终于得以顺利付梓出版。

该系列报告突出客观性、学术性、实用性、前瞻性。报告秉持客观、公正的原则，在总体情况概述的基础上，按照国资委对中央企业所在行业划分标准，突出以板块为单元，选定若干指标进行同类行业企业之间的比较以及与国际上同类企业的比较。同时，积极探索利用符合学术规范的数学模型，据此科学地编制企业所在行业业绩指标排行。报告不仅注重对中央企业不同行业、不同领域、不同问题的探索与研究，而且还对中央企业未来发展趋势给予预测与分析，是目前学术界、出版界惟一一套成系列成规模专门研究中央企业的学术专著。我们期望，报告无论是对促进有关中央企业的学术研究，还是对促进中央企业的科学发展，都具有借鉴意义和参考价值。

该系列报告是开放式、可扩展的，欢迎社会各界和中央企业把认为合适题材的研究成果纳入报告体系，使报告能够连续、适时出版。由于时间关系和水平所限，报告中所涉及的观点、资料、数据难免会有不够完善或不妥之处，敬请广大读者给予批评指正！

编者
2010年7月

目 录

总 序	(1)
-----	-----

第一篇 总 论

一、国外企业社会责任的演变与实践	(4)
(一)企业社会责任在国外的产生与演变	(4)
(二)国外大型企业社会责任实践的现状	(6)
(三)国外企业社会责任实践的发展趋势	(8)
二、我国企业履行社会责任现状	(12)
(一)我国企业对社会责任的认知	(12)
(二)我国企业履行社会责任现状概述	(13)
(三)我国国有企业履行社会责任实践概述	(15)
三、中央企业履行社会责任概述	(19)
(一)中央企业履行社会责任的重要意义	(19)
(二)国务院国资委对中央企业履行社会责任的指导	(21)
四、中央企业履行社会责任总体评价	(24)
(一)投资者	(24)
(二)劳动关系	(24)
(三)消费者	(25)
(四)社会公众	(25)
(五)纳税贡献	(26)
(六)所在社区	(26)
(七)节能环保	(26)

第二篇 中央企业履行社会责任情况及分析

一、投资者	(29)
(一)引言	(29)
(二)评估方法简介	(34)
(三)总体排行表及相关分析	(35)

(四)行业间分析	(38)
(五)行业内分析	(42)
(六)主要结论	(59)
二、劳动关系	(61)
(一)引言	(61)
(二)评估方法简介	(66)
(三)各类指标分析	(68)
(四)分析与总结	(98)
三、消费者	(100)
(一)引言	(100)
(二)评估方法简介	(108)
(三)2008~2009年中央企业履行消费者社会责任举措	(109)
(四)总结与展望	(116)
(五)典型案例分析	(117)
四、就业贡献	(120)
(一)引言	(120)
(二)评估方法简介	(122)
(三)总体状况分析	(124)
(四)各类指标分析	(131)
(五)主要结论	(142)
(六)典型案例分析	(143)
五、慈善捐赠	(145)
(一)引言	(145)
(二)近年来我国各界慈善捐赠的总体状况分析	(151)
(三)近年来中央企业慈善捐赠的总体状况分析	(158)
六、社区服务	(165)
(一)引言	(165)
(二)中央企业近年参与社区服务的相关举措	(169)
(三)典型案例分析	(176)
七、纳税贡献	(180)
(一)引言	(180)
(二)评估方法简介	(183)
(三)总体状况分析	(185)
(四)各类指标分析	(192)
(五)主要结论	(203)

八、环保节能	(206)
(一)引言	(206)
(二)评估方法简介	(213)
(三)总体状况分析	(214)
(四)典型案例分析	(228)

第三篇 中央企业履行社会责任总体分析及展望

(一)存在的问题	(233)
(二)政策建议	(234)
(三)未来展望	(237)

附 录

附录一:关于印发《关于中央企业履行社会责任的指导意见》的通知	(243)
附录二:中央企业产业行业分类说明	(246)
附录三:2003~2009 年中央企业履行社会责任大事记	(250)
附录四:中央企业履行社会责任评价体系及发展指数设计简介	(262)
参考文献	(277)
后 记	(281)

第一篇

总 论

2008 年以来，美国的金融危机演变为一场风暴，席卷全世界。有人指责这场金融危机的重要起因是企业，尤其是金融企业对社会责任的漠视。金融危机的冲击，也使社会各界对企业的社会责任形成了广泛认同。进入 2009 年，我国一系列影响社会公众利益的事件使我们不得不重提企业社会责任这个话题。比如，郑州的“开胸验肺”事件，长沙的镉污染，赤峰的水污染，以及“三鹿奶粉事件”……

这些事件都体现了企业唯“股东”利益是从，而不顾雇员和社会公众的利益，对社会责任的漠视。如此继续，必将像美国金融危机一样，造成不良的社会后果，而最终也会影响到“股东”的利益，使企业难以独善其身。

“天下兴亡，匹夫有责”。作为社会经济体系的重要主体，企业在履行经济职能，追求自身利润最大化的同时，也必须承担相应的社会责任。企业是社会的经济细胞，与整个社会的方方面面有着千丝万缕的联系，履行社会责任是其生存与发展的根本理由，是推动经济发展与社会进步的世界潮流，是促进社会与世界更加和谐的时代动力。

企业社会责任是企业与社会经济发展到一定历史阶段的产物。随着经济发展、社会进步和企业规模的不断扩大，企业对社会生活的影响日益深入，企业在经济社会发展中发挥着越来越为重要的作用，担负更多的社会责任成为现代社会对企业的普遍期望和要求。

中央企业是国民经济的重要支柱，是全面建设小康社会和构建和谐社会的重要力量，是党执政的重要基础。中央企业大多处于关系国家安全和国民经济命脉的重要行业与关键领域，企业规模大，综合实力强，对经济社会发展具有重要而特殊的社会影响力。中央企业履行社会责任的能力和水平事关中央企业核心竞争力的提升和经济社会的可持续发展。切实履行好社会责任，对转变发展方式，保护资源和环境，提高发展质量和效益，实现经济社会可持续发展，具有十分重要的示范意义。

本报告基于企业社会责任利益相关者理论，结合中国实际，从投资者、劳动关系、消费者、社会公众、纳税贡献、所在社区、环保节能等七个方面构建出一套中央企业履行社会责任的综合评价体系。并以 132 家中央企业为研究对象，从企业社会责任报告、财务报告、企业官方网站等公开渠道搜集企业主动披露的社会责任信息，评价企业社会责任履行状况，对 132 家中央企业 2008 ~ 2009 年的社会责任履行现状进行了全方位的研究，形成了中央企业履行社会责任报告。

一、国外企业社会责任的演变与实践

(一) 企业社会责任在国外的产生与演变

“企业社会责任”(Corporate Social Responsibility, CSR)的概念,自20世纪初期提出以来,出现了各种不同的定义,其内涵和外延随着企业的经营环境的变迁而不断发展。企业社会责任概念在欧美国家的演进过程,按照社会关注的范围和程度,分为三个阶段:

1. 第一阶段(1930年以前)

一般认为,英国学者欧利文·谢尔顿于1923年提出了企业社会责任的概念。他把企业社会责任与企业满足产业内外人们需要的责任相联系,认为企业社会责任含有道德因素。在1930年之前,对企业社会责任内涵公认的看法是通过管理获取最大利益。如1919年美国密歇根法院就曾宣称,企业生产经营活动的主要目标就是为股东赚取利润,增加企业的市场价值。这种观点明确地确认了企业的经济功能在社会进步中的作用,并得到了企业界的普遍认同。

2. 第二阶段(1930~1960年)

自1930年到1960年初期,人们对企业社会责任的认识出现了两种相互联系的观点:第一种观点认为管理者对企业的管理不仅要满足股东的权益,而且要满足各个利益相关者的权益;第二种观点认为管理者有义务协调各个利益关系者之间的矛盾。在这一阶段,公众要求企业管理者更多地关注员工和顾客的利益诉求,更多地注重改善工作条件和消费环境,为经济社会的发展发挥更加重要的作用。如果一个企业家能积极响应公众的这种要求,就会取得公众的支持。这种支持的取得表现为员工的工作效率提高及消费者对企业的产品的认可。良好的社会响应带来了经济收益的增长。在利益的驱动下,越来越多的企业主动承担起相应的社会责任,并形成新的社会经济伦理。

在这一阶段,企业社会责任作为仁慈的利他行为而被处理为“外部性”问题置身于人们的视野之外。社会普遍认为在自由市场经济条件下,企业的责任就是追求利润最大化。

3. 第三阶段(1960年以后)

1960年以后,企业社会责任的内涵在更为广泛的意义上取得突破性的发展,“企业的社会责任就是追求利润最大化”的观点逐步失去了统治地位,陆续出现了“三个同心圆”、“金字塔”、“三重底线”等比较有代表性的概念。

“三个同心圆”理论是指内圆是指企业履行经济功能的基本责任，即为投资者提供回报，为社会提供产品，为员工提供就业，促进经济增长；中间圆是指企业履行经济功能要与社会价值观和关注重大社会问题相结合，如保护环境、合理对待员工、回应顾客期望等；外圆是企业更广泛的促进社会进步的其他无形责任，如消除社会贫困、防止城市衰败等。

卡罗尔“金字塔”理论认为企业社会责任是指社会期望企业在经济、法律、伦理和自愿决定（慈善）方面履行的义务。企业社会责任，是指企业的经济责任、法律责任、伦理责任和自愿责任（慈善责任）之和。经济责任是指公司股东要求投资的合理收益；员工要求稳定且收入相当的工作；客户要求产品质量好且价格公道等。经济责任是企业作为经济单位生存与发展的根本理由与原因，也是履行其他责任的基础；法律责任要求企业遵守法律规定，是企业必须履行的责任；道德责任要求企业行为正确、公正和合理，符合社会准则、规范和价值观；慈善责任包括慈善捐助，为员工及家属提供生活设施，支持当地学校，支持文化体育活动等。

英国学者约翰·埃尔金顿提出三重底线理论，认为企业行为要满足经济底线、社会底线与环境底线。满足三重底线，不仅是衡量和报告企业的经济、社会和环境业绩，而且包括一系列的价值观、问题和过程，企业要考虑利益相关方与社会的期望，控制业务活动对社会和环境可能产生的不良影响，追求经济、社会和环境价值的基本平衡。三重底线理论提出之后，逐渐成为理解企业社会责任概念的共同基础。即从企业与社会的关系出发，企业要承担最基本的经济责任、社会责任和环境责任。企业不仅要为股东负责，追求利润目标，而且要对社会负责，追求经济、社会和环境的综合价值。

上述理论的提出，为企业与社会之间的角色关系重新进行了定位，催生出诸如“企业的利益必须服从和服务于社会利益”理念。这种思想直接提出了“企业要服务社会”的口号，并作为个体的企业有义务履行社会责任去造福或服务于大众。如果说1960年前人们认为企业家负责的对象是与之相关的利益相关者的话，那么在1960年后企业家负责的对象则扩展到与企业没有直接联系的大众。由于大众对企业的生存和发展有着重要的影响，并且他们对企业的期望也在不断向更广阔的范围伸展，所以获得了企业的普遍响应。这一方面是企业成长的结果，另一方面也说明企业社会责任的内涵的扩大。它已经成功地从社会响应转化为社会责任。

从60年代中期到80年代末期是企业社会责任进一步完善和快速发展时期。主要表现在三个方面。第一，企业社会责任涉及的范围进一步扩大，企业参与和支持的社会责任项目不仅包括公共健康、教育、住房改善、就业福利、环境保护、家庭护理、城区改造、资源保护等传统项目，而且还包括对战争、种族主义问题、暴力、失败的学校教育、以及传染病等更广范围内的社会问题的关注；第二，虽然支持和鼓励企业承担社会责任的法律法规仍在发挥作用，但是大量强制性专门法律法规逐步取代一般法律成为推动企业履行社会责任的主导力量，比如60年代到80年

代末期美国国会通过的消费者权益保护、雇员权益保护以及大量有关生态环境保护等方面的法律法规；第三，企业不断地将履行社会责任与赢得商业利益紧密结合起来。企业履行社会责任不仅仅被认为是经济资源的无偿付出，而是认为适时地履行企业社会责任行为常常给企业带来巨大的商业利益。

到了 80 年代末期，企业社会责任逐步发展成熟并呈现出国际化的趋势。在企业社会责任国际化运动的推动下，从 90 年代中后期开始，企业对于履行社会责任的认识和履行方法也出现了重要变化。主要表现为：第一，企业承担社会责任活动和履行企业社会责任成效逐步成为企业对公众展示企业形象和企业综合竞争能力的重要内容。许多的著名企业每年都像公布企业主要财务状况一样公布当年企业社会责任活动和社会责任业绩。研究显示：2002 年全球前 250 家大企业中有近 50% 都发布企业社会责任状况，世界各国前 100 家大企业中发布企业社会责任承担状况的比例超过了 1/5。到了 2005 年，这两个数据分别上升到 52% 和 33%。如果采用另一种计算方法，即把包含了企业责任信息的年终财务报告算在内，则这两个数据分别上升为 64% 和 41%^①。第二，企业社会责任管理逐步成为企业经营管理活动不可或缺的有机组成部分。自 90 年代中后期以来，越来越多的企业，特别是跨国公司，均在企业内部设立企业社会责任董事会或专门管理机构，负责企业履行社会责任方面的事务；这些专业董事会或专门机构不仅负责公司一般公共关系事务，而且还把工作重点放在企业社会责任发展策略制定和实施上。

（二）国外大型企业社会责任实践的现状^②

国外大型企业的社会责任出于经济社会发展的需要，欧美发达国家至今仍保留有相当数量的国有企业，尤其是在电力、通讯等具有自然垄断特性的产业中。

1. 政府和社会各界对企业社会责任要求明确

企业社会责任运动产生于西方发达资本主义国家，这些国家的政府和社会各界对企业社会责任已经基本形成了较为清晰、全面的认识，因此对国有企业的社会责任也有着明确的要求。这些要求对于指引企业更好地承担社会责任，实现经济社会目标有着非常重要的作用。

如根据新西兰 1986 年《国有企业法》，国有企业需要实现三个方面的目标：第一，在利润和效率方面达到私营部门企业的水平；第二，成为一个“好雇主”；第三，应当关注企业所在社区的需求和利益，表现出社会责任感。新西兰政府还每年公布《企业目标报告》，用于指导和监督国有企业。为了确保国有企业实现其利润、

^① 张志强，王春香．西方企业社会责任的演化及其体系 [J]．北京：宏观经济研究，2005（9）：19-24.

^② 王晓光．树立负责任的大国企业形象——中央企业社会责任探析 [J]．WTO 经济导刊，2007，4：71-73.

效率和社会责任目标，政府建立了一个国家监督、控制和激励的框架，由财政部和行业管理部门负责监督和控制国有企业的经营和绩效，并核查企业是否遵守《企业目标报告》的要求。

芬兰、瑞典等国按设立的目标和宗旨将国有企业分为两类：一类是以利润最大化为主要目标、完全按市场化运作的企业；另一类是以为社会提供特定目的的公共服务为主要任务，不完全按市场化运作的企业。政府对承担特殊职责、为社会提供重要公共服务的企业如能源、电力、电信企业的要求是能够创造更大的社会效益，企业的利润不是考察的重点，因为这类企业的存在能够促进政府更好地履行公共服务的职能、弥补市场经济的缺陷。

2. 树立了前瞻性的社会责任理念思想

先进的、具有前瞻性的社会责任理念是企业能够站在社会责任潮流的前列，在经营中充分体现社会责任，获得消费者和社会各界认可的重要条件。国外大型企业在社会责任理念方面一般都有其独特的理解和认识，并成功地用来指导企业的社会责任实践。

法国电力公司（EDF）是负责全法国发、输、配电业务的国有企业。公司2004年向社会公布了“公共服务20项承诺”，涉及尊重环境、信息透明等8个方面。公司分别于2002年和2003年成立了欧洲企业工作委员会和美洲共同协商委员会，并在亚太地区成立了亚太区共商委员会。2005年，法国电力公司管理层代表和集团员工、全国工会和国际工会组织代表共同、自愿签署了《法国电力集团社会责任协议》，承诺加强“社会责任方面的参与”。

3. 建立了较完善的社会责任管理体系

社会责任管理体系是企业承担社会责任的组织保证。很多国外企业都建立了社会责任管理体系，将社会责任融入企业的日常管理活动中，成为企业整体战略的一个有机组成部分。在这个管理体系作用下，企业的社会责任行动真正达到了提升企业管理水平，促进企业的可持续发展的目标。

拜耳公司建立了产品的可持续性生态检查系统。该系统是企业的产品评价体系，针对产品特性进行全面、有效的评估，所涉及到的检查范围包括经济、健康、环境、生命周期、技术和公共价值。拜耳公司还开发了综合的HSE（健康、安全和环境）管理系统，将国际标准与拜耳的政策原则相结合，将每一个目标通过事实和数字来反映，涵盖了集团所有员工及工厂周边居民的安全保健以及与排放有关的工厂。

4. 社会责任服务于企业的经营和战略

国外企业的社会责任行动通常与企业的经营战略有着密切的联系，企业根据所在国家的社会责任要求制定有针对性的行动方案，并体现在企业的生产经营的全过程中。如瑞典企业强调在产品的整个生命流程和周期乃至在企业的全部供应链中都贯彻社会责任思想。