

BLUE BOOK 2010

中国企业社会责任建设

蓝皮书 (2010)

ZHONGGUO QIYE SHEHUI ZEREN JIANSHE

顾问兼名誉主编：陈宗兴

主编：黎友焕 刘延平



人民教育出版社

中国企业社会责任建设

蓝皮书 (2010)

顾问兼名誉主编：陈宗兴

主 编：黎友焕 刘延平

副主编：曹明福 王 凯

人 民 大 学 出 版 社

责任编辑:李椒元

装帧设计:徐 晖

责任校对:高 敏

图书在版编目(CIP)数据

中国企业社会责任建设蓝皮书(2010)/黎友焕,刘延平主编.

—北京:人民出版社,2010.6

ISBN 978-7-01-008845-7

I. 中… II. ①黎… ②刘… III. 企业-社会-职责-研究报告-中国-2010 IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 064180 号

中国企业社会责任建设蓝皮书(2010)

ZHONGGUO QIYE SHEHUI ZEREN JIANSHE LANPISHU

黎友焕 刘延平 主编

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京世纪雨田印刷有限公司印刷 新华书店经销

2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月北京第 1 次印刷

开本:700 毫米×1000 毫米 1/16 印张:35

字数:534 千字 印数:0,001-3,000 册

ISBN 978-7-01-008845-7 定价:66.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

《中国企业社会责任建设蓝皮书(2010)》

编撰委员会

顾问兼名誉主编:陈宗兴

编委会主任:刘延平 黎友焕

主编:黎友焕 刘延平

副主编:曹明福 王 凯

撰稿人(以姓氏笔画为序)

王 星 王 凯 刘藏岩 李双飞

李双双 余立明 杜 彬 余鸿华

姜 甜 郭文美 龚成威 戚志敏

程 昂 路 媛 黎友焕 黎友隆

编辑部主任:龚成威

编辑部成员:王 星 李双双 余立明 戚志敏 路 媛

《中国企业社会责任建设蓝皮书》

编辑委员会

顾问兼名誉主编:陈宗兴(全国政协副主席)

编委会主任:刘延平 黎友焕

编辑委员会委员:(以姓氏笔画为序)

丁慧平 北京交通大学经济管理学院教授、博士生导师

万俊毅 华南农业大学经济管理学院副院长、教授

王再文 中央财经大学企业公民研究中心主任、教授

叶 龙 北京交通大学经济管理学院副院长、教授、博士生导师

叶祥松 广东商学院经济贸易与统计学院院长、教授、博士生导师

刘纪显 华南师范大学经济管理学院教授、博士生导师

刘延平 北京交通大学经济管理学院院长、教授、博士生导师

孙红梅 陕西科技大学管理学院院长、教授

孙明泉 光明日报理论版副主任

向晓梅 广东省社会科学院产业经济研究所所长、研究员

陈宏辉 中山大学岭南学院副院长、教授、博士生导师

陈德萍 广东外语外贸大学副校长、教授

李 业 华南理工大学工商管理学院教授

李树民 西北大学经济管理学院教授、博士生导师

吴克昌 华南理工大学公共管理学院副院长、教授

张 群 北京科技大学经济管理学院院长、教授、博士生导师

张明玉 北京交通大学经济管理学院党委书记、教授、博士生导师

赵景峰 西北大学经济管理学院教授、博士生导师

贾明德 陕西省商务厅副厅长、教授、博士生导师

- 高 闯 首都经贸大学校长助理、教授、博士生导师
- 曹明福 天津工业大学经济学院教授
- 喻卫斌 广东商学院教授
- 黎友焕 北京交通大学经济管理学院博士后、《企业社会责任》杂志社社长兼总编辑、广东省企业社会责任研究会会长、广东省社会科学综合开发研究中心主任、广东省社会科学院研究员

前 言

20 世纪 70 年代以来,企业与社会的互动关系日趋明显,企业不仅是经济社会的基本经济组织,还是一个可以直接贡献或破坏人类生存发展环境的社会组织。企业在追求自身利润最大化的同时,还必须承担一定公共性的社会责任,企业的发展实际上是在社会提供的时空范围内不断地拓展。尤其是随着经济全球化运动的持续深入和系统展开,企业之间的竞争已日益白热化,企业社会责任正在成为企业取得新的竞争优势的一种手段。世界大型跨国公司几乎都把企业社会责任问题明确列入公司的议事日程,就连《财富》和《福布斯》这样的商业杂志在企业排名评比时也都增加了“社会责任”因素。我国企业在对国际企业社会责任运动长时期的漠视之后,近年来却突然掀起了来势凶猛的社会责任商业化浪潮,各种媒体论及社会责任的文章和新闻报道铺天盖地,在跨国公司发布企业社会责任年度报告的引领下,一些大型国有、民营企业也争先恐后地相继发布企业社会责任建设报告,积极规范自身的企业社会责任行为。《中国企业社会责任建设蓝皮书(2010)》,正是在这种时代背景下为我国的企业界、政府和社会其他各界出版的一本规范的、全面的关于企业社会责任的解析报告。

本蓝皮书深入探讨了国际企业社会责任运动的产生与发展,系统地阐述了企业社会责任的基本内容,综述评价了国内外学术界关于企业社会责任研究的理论文献,全面论证了企业社会责任的各种指标体系、强化企业社会责任的路径、国际企业社会责任生产守则对我国外贸企业作用机理,深刻解析了各类企业、组织的社会责任报告、企业社会责任建设的特点、存在的问题以及改进的建议等,明确指出了中国企业社会责任存在的种种误区和发展途径,廓清了当前对企业社会责任理解上的混乱,为我国企业的社会责任建设提供了基本框架和路径启发。这本蓝皮书的出版,使我国企业的社会责任建设有了赖

以参考的行动指南。

具体来说,本蓝皮书的出版,适应了三种需要、突出了三个特点。

第一,适应了我国构建和谐社会、树立科学发展观的需要。作为市场经济主体,企业在建设和谐社会、树立新的科学发展观和建设节约型社会等重大国家发展战略中处于举足轻重的地位。可以说,企业承担社会责任是实现企业与社会、经济、生态可持续发展相统一的关键。我国构建和谐社会的战略决策预示着企业经济活动的行为和方式必须从以牺牲自然环境和忽视人力资本为代价的传统的外延式的发展模式向以数量增长、质量效益、生态平衡、劳动保护、人文关怀相协调的可持续发展模式转变。企业必须超越把利润作为唯一目标的传统理念,强调再生产过程中对人文精神价值的关注,强调对消费者、环境和社会的贡献,构建起新型的企业与自然和谐相处和企业内人与人的和谐关系,最终达成企业与社会和谐。

第二,适应了我国企业可持续发展的需要。企业社会责任建设不是发达国家强加给中国、中国企业被迫接受的“社会标准”,而是我国企业可持续发展的内在要求。目前我国绝大多数企业把履行社会责任仅仅当成实现企业利润的一种工具,还没有上升到企业战略的高度。《中国企业社会责任建设蓝皮书(2010)》的基本思想就是要求我国企业努力提升道德指数,从战略上、整体上系统全面地进行企业社会责任建设,推进企业的永续发展。

第三,适应了我国外向型企业进行国际化建设的需要。在国际贸易领域,企业社会责任一度成为发达国家保护人权、维护道德准则、借以对发展中国家设置贸易壁垒的借口。在我国外贸依存度高达60%—70%、反倾销案日益增多的今天,能否获得企业社会责任建设被国际社会认可,对我国的外向型企业具有特殊而又重大的意义。而我国企业目前对企业社会责任的了解还有待深入,对企业社会责任建设的条件、程序、指标等相关问题还知之甚少,《中国企业社会责任建设蓝皮书(2010)》,可以作为企业进行国际社会责任建设的重要参考和行动指南。

纵览全书,有三个比较突出的特点:

一是“新”。近几年,对企业社会责任的研究已经成为社会热点。除了媒体和报刊外,学术期刊也发表了大量的学术论文。这本书的内容在不少方面都有学者不同程度地做过相关研究或者在研究中有所涉及。但是,这本书与

众不同的是,它不仅建立了中国企业社会责任综合评价体系,还对各类不同性质的企业、境内外社会组织的企业社会责任建设做了全面、认真的评述,其中探讨的内容在国内外目前的文献中还相当少见。

二是“全”。该书的主体部分是中国企业社会责任建设的分析报告,内容全面、资料翔实,不仅包括对企业社会责任本身的分析,还融进了企业社会责任建设涉及的方方面面的变革。不仅可作为企业了解、认识企业社会责任的材料,还可以当作企业系统建设企业社会责任,调和与自然、社会关系,保证企业可持续发展的指导用书。

三是“实”。作为一种普及读物,该书在写作风格上讲究平实自然,没有难以通读的学术语言,也没有深奥枯燥的理论分析,贴近企业操作,适合社会一般人群阅读。务实的写作态度,平实的语言,将是它拥有广大读者的一个重要因素。

当然,本书的缺点也相当明显。比如对企业社会责任的理论探讨还没有结构性的突破;本书的结构还略显松散,各章之间还不够紧凑等。

由于编者学识有限,本书在体系设计、理论阐述和研究方法上肯定还有不少不妥当、不准确的地方,衷心期盼学术界、企业界、政界以及广大读者批评指教。

编者

2010年5月

目 录

前言	(1)
第一章 中国国内企业社会责任理论研究的最新进展	(1)
第一节 企业社会责任的定义及维度	(3)
第二节 企业社会责任与可持续发展	(5)
第三节 企业社会责任评价体系	(9)
第四节 企业社会责任水平与消费者	(12)
第五节 企业社会责任与企业绩效	(15)
第六节 企业社会责任管理	(19)
第七节 企业社会责任的实现机制与模型	(22)
第八节 企业社会责任的信息披露	(27)
第九节 民营企业社会责任	(28)
第十节 企业社会责任、和谐社会与科学发展观	(30)
小结	(31)
参考文献	(32)
第二章 中国企业社会责任建设实践研究	(39)
第一节 中国企业社会责任建设的主要成就	(40)
一、企业经济责任的成就	(40)
二、企业伦理责任的成就	(44)
三、企业慈善责任的成就	(45)
四、企业环境责任的成就	(48)
第二节 中国企业社会责任建设的主要问题	(50)

一、企业经济责任的问题·····	(50)
二、企业伦理责任的问题·····	(52)
三、企业慈善责任的问题·····	(59)
四、企业环境责任的问题·····	(61)
第三节 中国企业社会责任缺失的原因分析·····	(62)
一、企业违规成本不能形成刚性约束力,执法不力·····	(62)
二、地方政府片面注重企业的利润和税收·····	(64)
三、慈善体制尚不完善,慈善活动形式比较单一·····	(64)
四、社会的维权意识薄弱·····	(65)
五、企业缺乏履行社会责任意识,企业经济效益放大化·····	(66)
六、企业缺乏环境保护责任,环境污染现象日益严重·····	(67)
第四节 强化中国企业社会责任的路径分析·····	(67)
一、宏观上,要加强政府在推进企业社会责任中的地位和作用·····	(68)
二、中观上,充分发挥社会的监督作用·····	(70)
三、微观上,企业加强自律,主动承担社会责任·····	(71)
参考文献·····	(74)
 第三章 中国企业社会责任综合评价指标体系研究·····	(76)
第一节 国内外主要企业社会责任评价标准简介·····	(77)
一、国际有关企业社会责任的评价标准·····	(77)
二、国内有关企业社会责任的评价体系·····	(85)
第二节 国内外有关企业社会责任综合评价指标体系文献综述·····	(88)
一、国外企业社会责任评价指标体系文献回顾及总结·····	(89)
二、国内企业社会责任评价指标体系文献回顾·····	(93)
第三节 中国企业社会责任评价指标体系设计的原则·····	(98)
一、全面性与系统性相结合的原则·····	(98)
二、财务指标与非财务指标相结合的原则·····	(98)
三、定量指标与定性指标相结合的原则·····	(99)
四、简明性与重要性相结合的原则·····	(99)

五、相关与无关相结合的原则	(99)
六、可比性与可控性相结合的原则	(100)
七、创新性与可操作性相结合的原则	(100)
八、科学性与可评价性相结合的原则	(100)
第四节 中国企业社会责任评价指标体系的理论依据	(101)
一、层次责任理论和利益相关者理论	(101)
二、中国企业社会责任层次责任理论和利益相关者理论	(102)
第五节 中国企业社会责任评价指标体系指标的选择	(104)
一、核心利益相关者的要求	(104)
二、蛰伏利益相关者的要求	(106)
三、边缘利益相关者的要求	(108)
第六节 综合评价指标体系的建立和指标权重	(109)
一、关于指标体系的说明	(109)
二、指标体系及权重表	(110)
第七节 中国企业社会责任综合评价指标体系的实施	(140)
一、调查问卷的设计	(140)
二、各指标的社会责任值确定方法	(141)
三、模型的确定	(141)
第八节 结论、不足及进一步的研究方向	(142)
参考文献	(142)

第四章 国际企业社会责任运动发展回顾、展望及对中国的

启示	(147)
----------	-------

第一节 企业社会责任发展历史回顾	(148)
------------------------	-------

一、企业社会责任的起源和定义	(148)
----------------------	-------

二、企业社会责任三个辩论观点:经济、战略和伦理	(151)
-------------------------------	-------

三、企业社会责任国际化	(157)
-------------------	-------

第二节 国际企业社会责任发展现状和展望	(160)
---------------------------	-------

第三节 国际企业社会责任运动对中国的启示	(164)
----------------------------	-------

一、中国转型经济的作用和负面外部效应	(164)
--------------------------	-------

二、中国跨国公司与全球经济	(165)
三、中国政府的作用	(167)
四、中国利益相关群体的作用	(169)
五、中国伦理的作用	(170)
第四节 中国企业社会责任发展的建议	(173)
一、积极参与全球对话,发展战略性企业社会责任	(174)
二、培养道德领导,促进社会道德文化	(174)
三、提高利益相关者的权力,建立新的商业道德和社会规范	(175)
参考文献	(175)

第五章 国际企业社会责任生产守则对我国外贸企业作用机理

分析	(190)
第一节 国际企业社会责任生产守则概况	(191)
一、生产守则基本概念	(191)
二、生产守则的分类	(192)
三、跨国公司推行生产守则的方式	(193)
第二节 国际企业社会责任生产守则对我国外贸企业作用机理	
分析	(195)
一、负作用的机理分析	(195)
二、正作用的机理分析	(202)
第三节 我国外贸企业应对生产守则运动的对策思路	(206)
一、加快行业协会的国际化接轨	(206)
二、完善政策法规,加大执法力度	(206)
三、加强对生产守则有效实施的监督	(207)
四、制定我国的生产守则标准	(207)
五、企业要积极推行企业社会责任建设	(208)
参考文献	(208)

第六章 中国国有企业社会责任建设分析报告

第一节 国有企业社会责任概述	(213)
----------------------	-------

一、国有企业社会责任相关概念	(213)
二、国有企业社会责任的具体内容	(216)
三、国有企业社会责任发展历程	(219)
第二节 国有企业社会责任的现状及问题分析	(222)
一、国有企业社会责任建设现状	(222)
二、国有企业社会责任建设存在问题分析	(226)
第三节 加强国有企业社会责任建设的必要性和必然性分析	(228)
一、必要性	(228)
二、必然性	(231)
第四节 推进国有企业社会责任建设的对策建议	(233)
一、国有企业提高自身认识、切实履行社会责任	(234)
二、国有企业完善制度建设、建立激励机制	(234)
三、政府正确引导监督	(237)
四、要强化各界力量的激励和约束	(237)
小结	(238)
参考文献	(239)
 第七章 中国民营企业社会责任建设分析报告	(241)
第一节 民营企业基本情况	(242)
一、民营企业发展呈现不同以往的新态势	(243)
二、民营企业发展增速下降	(244)
第二节 民营企业社会责任发展的四个阶段	(245)
一、萌芽阶段	(245)
二、成长阶段	(245)
三、发展阶段	(246)
四、壮大阶段	(246)
第三节 民营企业社会责任建设现状和问题	(247)
一、民营企业社会责任意识和理念有所提高	(247)
二、民营企业社会责任问题依然严重	(247)
三、关于民营企业实证调查数据	(250)

第四节 民营企业社会责任缺失原因	(263)
一、国家体制机制原因	(263)
二、法制不健全原因	(264)
三、企业自身原因	(264)
四、价值链的制约	(264)
五、中国员工的在业压力及自身素质原因	(265)
六、中国消费者追求层次、消费观念原因	(265)
七、媒体监督乏力	(265)
八、NGO 不够成熟	(266)
第五节 民营企业社会责任建设对策建议	(266)
一、多策并举,提升民营企业社会责任管理水平	(266)
二、扶持社会力量,加大民营企业社会责任的社会推力	(268)
三、完善企业社会责任立法,强制推进民营企业社会责任建设	(269)
四、发挥企业社会责任的最大效用价值,激发民营企业社会责任的内驱力	(270)
小结	(271)
参考文献	(271)
 第八章 中国外资企业社会责任建设分析报告	 (274)
第一节 中国外资企业的概念界定	(275)
第二节 中国外资企业履行社会责任的必要性	(276)
一、中国建设小康社会的要求	(277)
二、中国构建和谐社会的要求	(277)
三、中国实施可持续发展的要求	(278)
第三节 中国外资企业社会责任的内涵	(278)
一、外资企业的经济责任	(279)
二、外资企业的法规责任	(280)
三、外资企业的伦理责任	(281)
四、外资企业的慈善责任	(283)

第四节 中国外资企业社会责任建设的现存问题及原因分析	(284)
一、现存问题	(284)
二、原因分析	(288)
第五节 推进中国外资企业社会责任建设的措施	(290)
一、政府的调节和干预	(290)
二、社会的监督和认证	(292)
三、企业的自愿和自律	(293)
参考文献	(295)
 第九章 国内企业发布《社会责任年度报告》分析报告	(298)
第一节 国内企业发布《社会责任年度报告》现状分析	(298)
一、综合分析	(299)
二、对比分析	(301)
第二节 国内企业发布《社会责任年度报告》存在的问题	(307)
一、企业发布社会责任报告自愿性差	(307)
二、社会责任范围界定不一致	(308)
三、报告编制没有统一的标准	(309)
四、报告内容披露主次不分	(309)
五、披露内容报喜不报忧	(309)
六、社会责任指标及考核有待统一	(310)
七、报告披露未能与信息获取者有效沟通	(311)
第三节 完善企业社会责任报告的建议	(311)
一、健全法制法规	(311)
二、保证报告的完整性	(312)
三、发展独立第三方审验	(313)
四、掌握披露技巧	(315)
五、强化舆论监督	(316)
第四节 国内企业发布《社会责任年度报告》展望	(317)
一、发布报告的企业数量将不断增长	(317)
二、报告的质量将不断提升	(318)

三、与国际惯例接轨	(318)
参考文献	(318)
第十章 在华跨国企业发布《社会责任年度报告》分析报告	(321)
第一节 在华跨国企业发布社会责任报告现状	(322)
一、报告数量分析	(322)
二、报告名称分析	(322)
三、报告质量	(323)
第二节 在华跨国企业社会责任报告存在的问题	(327)
一、报告本土化程度低	(327)
二、报告质量“双重标准”	(329)
三、部分报告编制无章可循	(329)
第三节 对策建议	(330)
一、建立健全相关法规和监督机制	(330)
二、重视政策引导	(330)
三、加大宣传教育力度,增强舆论监督	(331)
第四节 在华跨国企业社会责任报告展望	(331)
一、发布中国报告的在华跨国企业必将增长	(331)
二、摒弃“双重标准”,提高报告质量	(332)
参考文献	(333)
第十一章 境外社会组织在我国境内开展企业社会责任活动	
分析报告	(335)
第一节 境外民间组织	(336)
一、境外民间组织定义	(336)
二、境外民间组织在我国境内展开的企业社会责任活动	
简介	(336)
第二节 境外政府组织	(343)
一、境外政府组织简介	(343)
二、境外政府组织在我国境内展开的企业社会责任活动	