

社会责任读本

SHEHUI ZEREN DUBEN

仲 里 张福生 主编

山西出版传媒集团

 山西人民出版社

社会责任读本

SHEHUI ZEREN DUBEN

仲里 张福生 主编

山西出版传媒集团



山西人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

社会责任读本 / 仲里、张福生主编. — 太原: 山西人民出版社, 2012.6

ISBN 978-7-203-07749-7

I. ①社… II. ①仲… ②张… III. ①社会责任 - 基本知识
IV. ①C91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 095572 号

社会责任读本

主 编: 仲 里 张福生

策 划: 姚 军

责任编辑: 樊 中

装帧设计: 王聚金

出 版 者: 山西出版传媒集团·山西人民出版社

地 址: 太原市建设南路 21 号

邮 编: 030012

发行营销: 0351-4922220 4955996 4956039

0351-4922127 (传真) 4956038(邮购)

E-mail: sxskcb@163.com 发行部

sxskcb@126.com 总编室

网 址: www.sxskcb.com

经 销 者: 山西出版传媒集团·山西人民出版社

承 印 者: 山西晋财印刷有限公司

开 本: 890mm × 1240mm 1/32

印 张: 12.625

字 数: 300 千字

印 数: 1-5000 册

版 次: 2012 年 6 月 第 1 版

印 次: 2012 年 6 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-203-07749-7

定 价: 32.00 元

如有印装质量问题请与本社联系调换

编委名单

主 编：仲 里 张福生

副 主 编：李小兵 赵兴国 叶 荃

苏 蓉 侯洪宇 丁汝春

夏晓佳 王旭明 王雅丽

编 委：王立武 张瑞刚 史 军

许云翔 宁慧清 张玉杰

姚 洪

序

当今中国，市场经济大潮席卷，经济成就举世瞩目，各种光环令人炫目迷离，但在这喧嚣纷杂中，社会责任的缺失也在不断质问着我们……赖账违约、价格欺诈、假冒伪劣、商业贿赂、财务造假、环境破坏，一桩桩、一件件，无不令人瞠目结舌！

2011年，中国社科院发布了《企业社会责任蓝皮书》。从调查结果看，在被选中评价的300家企业中，按百分制考评，所有企业平均得分不到20分。有近七成企业是旁观者，没有推动社会责任管理，社会责任披露十分缺乏。

据商务部的最新统计，我国企业每年因信用缺失导致的经济损失高达6000亿元，其中因产品质量低劣造成各种损失达到2000亿元。

.....

“心能化物”、“厚德载福”，企业的成长离不开社会提供的资源与机遇，离不开员工的心血与汗水，离不开消费者的支持与信赖，离不开今天良好的改革开放环境。而企业在发展过程中，也必须与社会、员工、消费者共同分享企业成长价值。

“失利是小，失信是大”，“小成凭智，大成凭德”，这些中

国传统的“仁”商之道一旦丧失，不仅会使企业最终失去立足之地，也会影响全社会的物质福祉，对改革发展起到错误的导向作用，甚至动摇整个国家的根基。

谁来拯救社会责任的缺失？全社会都在探求，殊途同归，只有加强教育，完善制度，强化监督，构建政府、企业、非营利组织和公民和谐共存的科学社会责任体系，才是最终解决之道。

令人可喜的是，近年来国家领导人高度重视，在多次会议上提到企业的社会责任；政府机关和行业机构共同努力，不断出台规章制度进行引导，我国的社会责任体系建设正朝着积极健康的方向发展，力求形成“以政府为主导，以企业为主体，以事业单位、社会团体为补充的社会各界积极参与”的社会责任运行体系。

本书旨在做社会责任的宣传者。全篇语言通俗易懂，笔调客观生动，将理论和实例紧密结合，深入浅出地探究了社会责任的概念、发展历程、适用对象、应有之义、战略管理等问题。但纵观全书，仍有许多不完善之处，望广大读者指正。

2012年5月于太原

（江波，中国电子科技集团公司第三十三研究所所长）

目 录

第一章 社会责任概述 / 1

第一节 社会责任释义 / 2

- 一、什么是责任 / 2
- 二、社会责任的定义 / 2
- 三、社会责任的本质 / 5
- 四、社会责任的内涵 / 6
- 五、南方电网公司——诠释社会责任 / 6

第二节 社会责任的主体 / 11

- 一、政府社会责任主体问题 / 11
- 二、企业社会责任主体问题 / 15
- 三、非营利组织社会责任主体问题 / 19
- 四、公民社会责任主体问题 / 20
- 五、霍英东——商界巨子，爱国典范 / 20

第三节 社会责任的功能 / 28

- 一、落实科学发展观、
构建和谐社会的客观要求 / 28
- 二、全社会可持续发展的客观要求 / 29
- 三、构建环境友好型、
资源节约型社会的客观要求 / 31

四、百事农场——让沙漠变良田 / 32

五、践行社会责任——浦发银行先行 / 35

第二章 社会责任发展史 / 45

第一节 社会责任的产生和发展 / 46

一、政府社会责任的产生和发展 / 46

二、企业社会责任的产生和发展 / 49

三、非营利组织社会责任的产生和发展 / 58

四、安德鲁·卡耐基

——企业家社会责任的践行者 / 59

第二节 中国社会责任的发展 / 65

一、基于纯粹政治目的驱使的社会责任
管理阶段 / 65

二、基于社会经济发展要求的社会责任
管理阶段 / 67

三、基于社会风险防范的社会责任
管理阶段 / 68

四、基于财务价值和综合价值创造的企业
社会责任管理阶段 / 68

五、汉阳铁厂

——华夏钢源凝结中华民族百年自强梦 / 70

第三节 社会责任的发展趋势 / 74

一、环境保护和节能减排成为
不可逃避的责任 / 74

二、政府的社会责任角色将被重新定位 / 75

三、创建和谐劳动关系成为社会责任的
基础 / 76

- 四、诚信问题将得到更加广泛的关注 / 77
- 五、建立全面有效的社会责任沟通机制 / 77
- 六、华能集团——践行企业社会责任 / 78

第三章 社会责任的组成 / 84

第一节 经济责任 / 85

- 一、经济责任的内涵 / 85
- 二、经济责任纳入社会责任的合理性分析 / 86
- 三、中兴通讯——走在企业社会责任前列 / 92

第二节 法律责任 / 98

- 一、什么是法律 / 98
- 二、法律责任的内涵 / 99
- 三、法律责任与道德责任的关系 / 100
- 四、三鹿集团——法律权威的挑战者 / 103

第三节 道德责任 / 108

- 一、什么是道德 / 108
- 二、道德责任的内涵 / 110
- 三、道德责任与社会责任 / 111
- 四、外白渡桥——100年后的提醒 / 112

第四节 可持续发展责任 / 115

- 一、可持续发展责任的产生和发展 / 115
- 二、环境保护责任 / 116
- 三、创新责任 / 118
- 四、坚守滇池 32 年
——忠诚的环保者张正祥 / 120
- 五、环境保护——瑞典政府与企业同行 / 127

第五节 慈善责任 / 134

- 一、慈善责任的特征 / 134
- 二、慈善责任的内涵 / 135
- 三、大连慈善义工——新时代的雷锋隊伍 / 136

第四章 政府的社会责任 / 139

第一节 政府的经济责任 / 140

- 一、政府的经济责任 / 140
- 二、我国政府承担的经济责任 / 143
- 三、美国政府的責任缺失——次貸危机 / 145

第二节 政府的法律责任 / 148

- 一、政府的立法責任 / 148
- 二、政府的守法責任 / 150
- 三、政府监督法律实施的责任 / 151
- 四、引导跨国公司履行社会责任 / 152

第三节 政府的道德责任 / 157

- 一、政府承担道德责任的必要性 / 157
- 二、政府承担道德责任的范围 / 158
- 三、太原——用文化之魂引领城市发展 / 161

第四节 政府的可持续发展责任 / 167

- 一、政府的环保責任 / 167
- 二、政府的创新責任 / 172
- 三、创新的国度——以色列 / 175

第五节 政府的慈善責任 / 181

- 一、政府承担慈善責任的原因 / 181
- 二、我国政府的慈善責任 / 181

第五章 企业的社会责任 / 186

第一节 企业社会责任概述 / 187

- 一、企业与社会 / 187
- 二、企业社会责任与企业经济利益 / 187
- 三、企业社会责任与和谐社会 / 194
- 四、五粮液——做社会责任信息披露模范 / 195

第二节 企业社会责任相关理论 / 201

- 一、企业公民 / 201
- 二、利益相关者理论 / 205
- 三、腾讯
——开放合作共赢,实现社会创新 / 211

第三节 企业的社会责任 / 216

- 一、企业的经济责任 / 216
- 二、企业的法律责任 / 220
- 三、企业的道德责任 / 223
- 四、企业的可持续发展责任 / 227
- 五、企业的慈善责任 / 235
- 六、大连万达集团
——五度获得“中华慈善奖” / 237

第六章 非营利组织的社会责任 / 244

第一节 非营利组织概述 / 245

- 一、事业单位 / 245
- 二、社会团体 / 248
- 三、非营利组织的典范

——阿拉善 SEE 生态协会 / 250

第二节 非营利组织的社会责任 / 257

- 一、非营利组织的经济责任 / 257
 - 二、非营利组织的法律责任 / 260
 - 三、非营利组织的道德责任 / 263
 - 四、非营利组织的可持续发展责任 / 266
 - 五、非营利组织的慈善责任 / 269
 - 六、中国宋庆龄基金会
- 用爱心温暖世界 / 270

第七章 公民的社会责任 / 276

第一节 公民的法律责任 / 277

- 一、公民守法的理由 / 277
- 二、公民守法的意义 / 279
- 三、公民守法责任的承担 / 280
- 四、12岁女孩的噩梦 / 282

第二节 公民的道德责任 / 284

- 一、公民承担道德责任的意义 / 284
- 二、公民道德责任的承担 / 286
- 三、感动中国的奥运冠军——栾菊杰 / 296

第三节 公民的环保责任 / 302

- 一、公民承担环保责任的意义 / 302
- 二、公民环保责任的承担 / 304
- 三、树神张侯拉 / 310

第四节 公民的慈善责任 / 315

- 一、公民承担慈善责任的意义 / 315

- 二、公民慈善责任的承担 / 317
- 三、“中国首善”曹德旺 / 321
- 四、南非妈妈——阿曼达 / 329
- 五、爱心照亮世界 / 331

第八章 社会责任的管理 / 335

第一节 社会责任战略管理 / 336

- 一、企业社会责任战略管理 / 336
- 二、政府社会责任战略管理 / 342
- 三、德国将企业社会责任提升至国家战略 / 345
- 四、中国电科：固责任之本，行科学管理 / 352

第二节 社会责任信息披露 / 360

- 一、社会责任信息披露的必要性 / 360
- 二、社会责任披露的国际经验 / 361
- 三、我国社会责任信息的披露 / 363
- 四、国家电网——中国企业发布
社会责任报告的先行者 / 366

第三节 社会责任标准——SA8000 / 369

- 一、SA8000 标准概述 / 369
- 二、SA8000 标准主要内容 / 371
- 三、SA8000 认证程序 / 373
- 四、SA8000 发展现状 / 375
- 五、SA8000 标准评析 / 378

第四节 社会责任指南——ISO26000 / 380

- 一、ISO26000 概述 / 380
- 二、ISO26000 的主要内容 / 382
- 三、ISO26000 标准与 SA8000 标准 / 383

四、中铝公司发布中国首份 ISO26000

社会责任报告 / 385

后记 / 388

第一章 社会责任概述

社会责任一词是 20 世纪初产生于发达资本主义国家学术界的一个重要概念，它修正了“追求利润最大化是企业存在的唯一目的”这一传统理念，并在与之对抗的过程中得到了发展与完善。随着社会的不断进步，社会责任这一概念被运用到政府、非营利组织和公民的责任承担上。什么是社会责任？社会责任的本质是什么？社会责任的内涵有哪些？社会责任的作用何在？谁应该承担社会责任？这些都是较为复杂和充满争议的问题，本章将对上述问题加以论述。

第一节 社会责任释义

一、什么是责任

“责任”一词的内涵十分丰富,大致有两个方面的意思:一是分内应做之事,即职责或责任关系,这是“积极责任”;二是没有做好应做之事而应承担的不利后果,这是“消极责任”。

按照是否具有强制的特性,可以将责任分为两类:一是强制性责任,它具有非如此不可的性质。社会主体不去履行这些责任,相应主体的存在、权益就会受到影响,可能是利益受到不同程度损害,甚至是面临灭亡的致命威胁;二是非强制性责任,这是出于社会主体意向而自愿承担,主体可以自由的决定,也可以称之为道义上的责任。如“路见不平,拔刀相助”的见义勇为行为,自愿捐出资金去帮助贫困人群、失学儿童等。

英文中有些单词如 duty, liability, obligation, responsibility 都有“责任”的含义,但它们的侧重点又各有不同。如 duty 侧重于职位的规定,liability 侧重于对不当行为承担责任,obligation 来源于法律、合同,侧重于对事情的负责, responsibility 的含义最广,包含责任、义务等。

二、社会责任的定义

什么是社会责任,到目前为止,学术界并没有给出一个权威性的定义,各组织以及众学者各抒己见,现行各国的社会责任标准表达也不一致。这一方面反映了社会责任赖以生存和发展的不同社会背景,另一方面也反映了社会责任在不同的人群中体现为不同意识形态。因此,在确定社会责任定义时不必追

求统一的标准和模式，而应允许对社会责任不同认识的存在。因为在很多情况下，不同的定义只是不同的社会背景、不同的个人意识的反映。

1. 中外学者关于社会责任的定义

简要地介绍一下中外学者对社会责任的不同定义，对于启发人们思考这一问题不无裨益。我们可以将学者的认识概括分为三类：

(1) 从纯粹经济利益的角度定义社会责任。

这类社会责任定义的特点在于将追逐利润作为社会责任的唯一内容，提出了对社会责任的认识。比如美国经济学家米尔顿·弗里德曼认为：“公司有且仅有一种社会责任，在法律和规章制度许可的范围之内，利用它的资源从事旨在增加其利润的活动。”他认为：“公司的社会责任就是为股东们赚钱。”美国著名管理学家彼得·杜拉克也认为：“企业首要的责任就是获取足够的利润以弥补将来的成本，如果这个社会责任没有实现，其他的社会责任也不可能实现。处于经济衰退中的企业不可能成为好邻居、好雇主，或者对社会负责。随着对资本需求的迅速增加，用于非经济目的尤其是慈善事业的企业收入盈余也不可能增加，它们几乎一定会缩减。”

(2) 从社会责任主要因素的角度定义社会责任。

这类社会责任定义的特点在于将道德责任作为社会责任体系中的主要因素，提出了对社会责任的认识。比如美国著名法学教授曼尼认为：“只有出于纯粹自愿的行为才算是合格的，对社会责任承担，并且为此而付出的必须是真实的企业支出而不是个人的慷慨捐助，法律等强制要求承担的责任不应包含在企业社会责任之列。”美国著名学者菲利普·科特勒及南希·李也认为：“企业社会责任是企业的一种自我承担，通过‘自愿’