

跨国公司新战略

社会责任研究

KUAGUO GONGSI XINZHANLÜE
SHEHUI ZEREN YANJIU

龙云安 著



西南财经大学出版社

跨国公司新战略

社会责任研究

KUAGUO GONGSI XINZHANLÜE
SHEHUI ZEREN YANJIU

龙云安 著



Southwestern University of Finance & Economics Press
西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司新战略:社会责任研究/龙云安著. —成都:西南财经大学出版社,2014. 2

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1292 - 7

I. ①跨… II. ①龙… III. ①跨国公司—社会责任—研究—世界 IV. ①F276. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 296857 号

跨国公司新战略——社会责任研究

龙云安 著

责任编辑:王正好

助理编辑:廖术涵

封面设计:穆志坚

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	148mm × 210mm
印 张	7.5
字 数	185 千字
版 次	2014 年 2 月第 1 版
印 次	2014 年 2 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1292 - 7
定 价	26.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

目 录

第一章 导论 1

- 第一节 选题的背景和意义 2
 - 一、公司社会责任的兴起 2
 - 二、研究跨国公司社会责任的原因和意义 3
- 第二节 公司社会责任研究现状 11
 - 一、国外学者研究企业社会责任的现状 11
 - 二、我国学者研究企业社会责任的现状 19
- 第三节 本书研究的思路、结构和方法 22
 - 一、本书研究的思路 22
 - 二、结构安排 24
 - 三、研究方法 27
 - 四、本书的理论创新 28

第二章 跨国公司社会责任的内涵 31

- 第一节 企业社会责任概念 32
 - 一、国外学者有关企业社会责任的定义 32

二、国内学者有关企业社会责任的定义 38

三、本书作者对社会责任的定义 39

第二节 跨国公司社会责任的客体、内容、范围 42

一、跨国公司社会责任3W分析——3W的内在机制 42

二、跨国公司社会责任的客体 45

三、跨国公司社会责任内容体系 53

四、跨国公司社会责任的范围 64

五、3W分析模型与跨国公司战略的拟合 69

第三章 跨国公司社会责任的经济学分析 73

第一节 规范经济学的理论内核 74

一、规范经济学的理论渊源 74

二、伦理经济学是规范经济学的核心 75

三、社会责任理论是伦理经济学的中心 77

第二节 商业伦理与社会责任 77

一、伦理导向的企业目标 78

二、企业行为的道德规范 81

三、商业伦理是企业社会责任的核心内容 84

第二节 跨国公司社会责任与社会力理论分析 86

一、传统跨国公司理论——经济力理论的局限 86

二、跨国公司理论新发展——社会力理论分析框架 89

三、跨国公司经营管理实践与社会力理论的拟合 102

第四章 跨国公司承担社会责任的动力系统 105

第一节 跨国公司强制性承担社会责任——外生力量 106

一、作为法人企业承担社会责任的法律义务 106

二、市场环境的促动性 107

- 三、全球性国际规则的强制 108
- 第二节 跨国公司主动承担社会责任——内生力量 110
 - 一、主动承担社会责任以提高社会形象 110
 - 二、跨国公司增强国际竞争力的有力武器 111
 - 三、跨国公司新的竞争战略 113
- 第三节 跨国公司商业伦理和道德规范的约束——伦理太极 114
 - 一、公共商业伦理规范的约束 114
 - 二、行业道德规范的约束 115
 - 三、公司道德规范的约束 115

第五章 跨国公司全球性社会责任运动的客观必然性 117

- 第一节 经济全球化与企业社会责任运动 118
- 第二节 跨国公司生产守则运动 121
 - 一、生产守则运动的兴起 122
 - 二、生产守则运动的内容实质对跨国公司的效用 124
 - 三、跨国公司的新角色——经济贡献率和社会贡献率 133
- 第三节 SA8000 标准与跨国公司 135
 - 一、SA8000 标准的提出 135
 - 二、SA8000 标准的内容实质与作用 137
 - 三、SA8000 标准的实施和执行 138
 - 四、SA8000 标准对跨国公司角色转换的效应——促进、强化 139
- 第四节 《全球协议》与跨国公司 (1999) 140
 - 一、《全球协议》的提出 140
 - 二、《全球协议》的内容 141
 - 三、《全球协议》的实施 142
 - 四、《全球协议》对跨国公司的行为约束 143

第六章 跨国公司社会责任现状分析 145

第一节 跨国公司社会责任现状不容乐观 146

- 一、跨国公司社会责任明显的全球差异 146
- 二、跨国公司开始重视社会责任 149
- 三、跨国公司在发展中国家的社会责任实践 151

第二节 跨国公司在中国的社会责任实践 153

- 一、跨国公司在中国社会责任的一般现状 153
- 二、典型跨国公司在中国的社会责任实践 159
- 三、中国跨国企业的社会责任问题 176

第七章 跨国公司社会责任运动对我国的启示及其 对策 181

第一节 跨国公司社会责任运动的启示 182

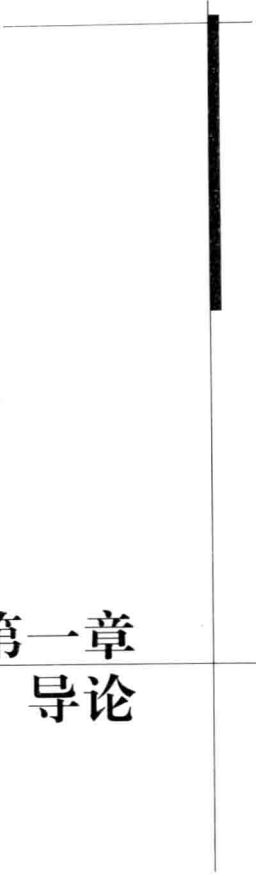
- 一、跨国公司社会责任运动对我国的启示 182
- 二、中国企业跨国经营社会责任实践 187

第二节 对策建议 188

- 一、中国企业跨国经营履行社会责任的政策建议 188
- 二、积极应对跨国公司针对中国企业的社会责任行为 195
- 三、中国企业跨国经营履行社会责任的具体对策 198

参考文献 210

后记 217



第一章 导论



第一节 选题的背景和意义

一、公司社会责任的兴起

公司社会责任是第二次世界大战结束后在西方国家的工商企业中逐渐兴起的。社会责任的兴起预示着企业角色和企业使命的转化,从纯粹的经济营利组织,到具有社会责任的经济组织,企业性质发生了变化,这就对西方经济学的厂商理论形成了挑战。所以,分析和研究社会责任的兴起不仅具有重要的现实意义,而且对社会责任理论和整个经济学的研究提出了新的要求。

1950—1973年,西方发达资本主义国家在20余年间持续稳定增长,年平均增长率达4.9%,远远超过了1870—1913年2.6%的增长率。资本主义工商企业如雨后春笋般迅速崛起,大批的新兴工业企业不断壮大,并成为世界经济的主要力量。尤其在世界贸易、投资、金融等领域成为最主要的有生力量,在资本主义发展的黄金时代,为人类创造了巨大的物质财富和精神财富。然而,正由于企业规模的不断扩大,跨国公司实力的不断增强,人们对跨国公司的要求更高了,不仅要求跨国公司能为人们提供更多更好的产品与服务,而且还应承担更多的社会责任,为顾客、员工、供货商、股东、社区、政府等利益相关者承担一定的社会责任。

1970年9月13日,诺贝尔奖获得者、经济学家米尔顿·弗里德曼在《纽约时报》刊登了题为《企业的社会责任是增加利润》的文章,指出公司主管人员除了为股东尽量赚钱之外,不再承担社会责任,彻底破坏了自由社会本身的基础,企业的一

项、也是唯一的社会责任是在比赛规则范围内增加利润。社会经济观认为,利润最大化是企业的第二目标,企业的第一目标是保证自己的生存。为了实现这一点,他们必须承担社会义务以及由此产生的社会成本。他们必须以不污染、不歧视、不从事欺骗性的广告宣传等方式来保护社会福利,他们必须融入自己所在的社区及资助慈善组织,从而在改善社会中扮演积极的角色。

1976年,经济合作与发展组织(OECD)制定了《跨国公司行为准则》,这是迄今为止唯一由政府签署并承诺执行的多边、综合性跨国公司行为准则。这些准则虽然对任何国家或公司没有约束力,但要求更加保护利益相关人士和股东的权利,提高透明度,并加强问责制。2000年,该准则重新修订,更加强调了签署国政府在促进和执行准则方面的责任。

二、研究跨国公司社会责任的原因和意义

1. 研究跨国公司社会责任的原因

真正的跨国公司理论从其产生、发展到现在也不过半个世纪,然而,无论是以海默为代表的主流学派,还是以小岛清为代表的非主流学派,他们的重点都是侧重于跨国公司对外投资的动机、目标、规律和机制的研究,这些跨国公司理论学派是把跨国公司作为经济人身份来研究其经济属性的,对跨国公司的研究只注重经济效用,忽视了跨国公司作为社会人身份的责任和义务的研究,因此把传统的跨国公司理论称为经济力理论。当然,第二次世界大战后,跨国公司在恢复全球战争创伤、促进世界经济发展方面作出了巨大的贡献,并逐渐成为世界经济主流,但随着世界经济的恢复,跨国公司在世界经济乃至各东道国经济发展过程中,不断暴露出其与社会发展不相协调的非经济现象。在劳工权利保护方面存在着诸如非法雇佣童工、限

制人身自由、侮辱体罚工人、工资低于最低工资标准、不依法支付加班费、社会保险覆盖率太低、没有福利待遇、工人宿舍条件太差、厂房安全出口不够、工作条件太差、没有工会组织、就业的性别和学历等歧视突出、女职工的“三期”保护落实差及对员工冷漠和缺乏人文关怀等一系列问题。针对跨国公司在追求经济效益时严重缺乏商业伦理和社会责任的情况，西方一些国家在20世纪70年代率先掀起了跨国公司生产守则和社会责任运动，理论界也从20世纪80年代起开始研究跨国公司多元目标体系，研究跨国公司新的使命、新的目标和新的运行机制，认为跨国公司除了追求经济效益，还应该把承担相应的社会责任和保护环境作为企业目标。因此，把跨国公司行为的经济属性和社会属性有机结合起来，以跨国公司社会责任为中心的理论研究在20世纪90年代起才逐渐成为活跃的研究方向。

从我国的研究情况来看，随着20世纪90年代之后跨国公司对我国大规模投资的开展，跨国公司全球战略及其在华投资发展对中国经济的影响日益显著，对跨国公司在华经营的各个角度和各个层面的研究尤其是对跨国公司在对待中国员工所承担的社会责任现实方面逐渐成为理论研究的热点。这实际上是我国经济发展和社会文明的进步、是建立和谐社会的客观必然，也是理论与实践要求相交汇的必然。纵观我国对跨国公司社会责任的现有研究成果，一方面，理论研究的总量不够；另一方面，现有研究的重点主要围绕着跨国公司承担社会责任的外在动因，即国际标准的强制作用和部分西方跨国公司率先承担社会责任的表面现象，在实证研究方面也主要停留在个案性、多数性的描述性研究上，缺乏对跨国公司社会责任的系统研究。真正系统研究跨国公司商业伦理与社会责任，并将其有机结合起来，从“动力系统”研究跨国公司承担社会责任的外在和内在动因；从“三维体系”研究跨国公司承担社会责任的客体、

内容、范围,进而研究跨国公司新的历史使命、新的目标体系和新的运行机制,从而开辟跨国公司理论研究的新领域,提出跨国公司理论演进的新理论——社会力理论,在国内乃至西方跨国公司理论中都尚属空白。这就是本书研究的中心和主攻方向。

为了对跨国公司社会责任进行系统研究,并对跨国公司对外投资的目标体系、动力机制及其在实践中的运用进行有效的探索和研究,本书在广泛研究有关跨国公司社会责任理论中有价值的观点及学术成果、国内外有关企业伦理的理论基础上,通过对世界生产守则运动和社会责任国际标准的内容和实质的分析,将跨国公司社会责任体系和动力系统作为研究重点,并以此为基础探寻了21世纪跨国公司对外投资的新变化,即目标多元化(利益相关者与社会力)、运行社会化(TNC与社会的和谐共生),系统介绍了社会力理论的内容和作用,并把逻辑的结论应用到中国跨国经营的实践中,为中国企业的新发展提出了战略和策略建议。本书力图在研究的深度、广度和方法上进行拓展和创新,使之成为一个理顺和剖析跨国公司社会责任理论体系和对外投资理论的新发展。

2. 研究跨国公司社会责任的意义

(1) 理论价值

纵观国内外跨国公司研究文献,本书首次对跨国公司社会责任体系和承担社会责任的动力系统作了全面、系统、深入的研究,并形成跨国公司社会力理论。本书的理论价值主要体现在以下几个方面:

①第一次对传统跨国公司理论作了经济力理论分析,剖析了传统跨国公司理论的历史局限性,为跨国公司理论与实践的发展找到了新的出路,开辟了新的领域。

对传统跨国公司理论进行了经济力理论分析,传统跨国公

司理论无论是“主流学派”还是“非主流学派”；无论是人们所总结的“个论”还是“通论”，在解释跨国公司对外投资和跨国经营行为时，从来就没有摆脱过经济力理论的束缚。首先，他们从“产业组织”的角度去寻找出路，这就是“海默—金德尔伯格传统”以及尼克博克的“寡占效应”、哈利伯的“货币优势”等众多学者追随货币优势理论进行的理论研究；其次，他们又从“贸易与产业区位结合”的领域去独辟蹊径，这就是威尔士和弗农的“产品周期”、小岛清的“边际产业”所开辟的新天地；再次，他们走“折中”之路企图概括全部，这就是邓宁的理论成就，先是“三优势理论”，后又补充为“阶段发展理论”，从微观上升到宏观；最后，他们干脆回避外部市场的风险和高成本，转而关注企业内部并形成所谓的“内部化理论”，这就是卡森和巴特利等大师们的杰作，人们称它为“通论”。后来诸如桑杰亚·劳尔代表的“市场力量学派”和“小技术理论”、呵哈隆尼代表的“投资行为过程学派”、坎度威尔代表的“演进学派”，还有迈克尔·波特的“战略竞争理论”，凡此种种，他们的理论内核无不是围绕着跨国公司的“利益中心”和“经济目标”进行的。所以，传统跨国公司理论对其行为的解释从没走出过企业“经济利益”的概念范畴，始终在为跨国公司对外投资的原因、动机、目的寻找经济利益的源泉，始终是围绕“培育、利用优势，尤其是垄断优势，获取高额利润”这一教条来探索跨国公司垄断优势来源以及如何利用，进而解释跨国公司行为，所以传统的跨国公司理论本质上属于经济力理论。

本书用道德哲学的基本方法来研究跨国公司经济人身份的外在意义，真正回到了企业行为的经济本源和社会本源。管理学大师德鲁克认为企业不仅是经济公民，还是社会公民。社会公民与自然公民一样，都是权利和义务的统一体。从现实实践来看，跨国公司在新的历史时期为什么不把经济利益作为唯一

目标，而是在实现经济目标的同时，还要实现社会目标、环境目标等多元目标体系呢？这就是传统跨国公司理论——经济力理论所不能回答的问题，所以本书提出了社会力理论，该理论的提出为跨国公司的理论与实践都开辟了崭新天地。

②运用道德哲学的分析工具研究了跨国公司行为伦理。

本书采用了道德哲学的分析工具来研究跨国公司行为伦理。其实道德哲学本来就是经济理论研究的基本手段，经济学原本就出于哲学。众多经济学家都是哲学大师，如《人性论》作者，哲学家大卫·休谟（1711—1776）；亚当·斯密（1723—1790）的第一部著作就是《道德情操论》，然后才是《国富论》；八岁之前就可以阅读柏拉图、亚里士多德等大家原著的英国天才约翰·穆勒（1806—1873）首先出版的书就是《逻辑系统》，随后才是经济学著作。还有许多经济学家有深厚的哲学功底。萨缪尔森在《经济学》中，教导学生注意哲学在经济学中的应用，还有应用哲学的方法研究经济的著作如《有闲阶级论》、《新教伦理学》等。然而，哲学的逻辑理性在研究哲学时突出因果关系，不能因果倒置，但是，那些抛弃哲学研究的经济学，一会儿说价格决定供求，一会儿说供求决定价格，总无定论。实际上对于价值、等价交换、自由、所有权、公平等基本概念，如果离开哲学就不叫科学的经济学了。人们在抛弃哲学的研究方法以后又试图求援数学，使经济学数学化，在数学工具的选用上几乎涵盖了一切数学领域。然而，这其中充满了对数学的误用，甚至借数学的科学名义进行虚假的伪科学的传销。数学本身和哲学有着内在的渊源联系，如果认为应用了数学就是科学而忽略了与哲学的一致性，那么任何学科都因此无法取得科学的地位。目前，经济学离数学和哲学的结合还相距甚远。当经济成分中精神产品的总量超过物质产品时，经济学的理论对精神产品的解释就显得苍白无力；一切经济学的基本概念都针对

纯物质商品定义，需求理论对最能反映交换本质的非货币交换自然也就找不到合理的解释了。

其实，经济学与哲学本来应该是紧密联系的。最基本的概念“价值”原本就是哲学概念，从经济学建立以来就应该保持与哲学的一致性，可惜的是经济理论研究偏离了哲学的本源。俗话说从哪里来就要回哪里去，任何学科发展到极致，都必然会回归到哲学。经济学也必须要回到与它的出发点相一致的道路上来，否则就是经济学的终结。

跨国公司理论是企业经济学的分支，它的发展完全应该回到经济学的基本方法——哲学上来。其实，反映跨国公司交换本质的非货币交换，本身就是企业的社会伦理关系，也只能由道德哲学来解释，并运用道德哲学的基本分析手段来研究跨国公司新变化，形成本原经济学的跨国公司理论，从而走出传统跨国公司理论研究的俗套。因此这也是本书研究的理论价值之一。

③研究了跨国公司社会责任动力系统，在实践中为跨国公司新战略找到力量源泉。

跨国公司为什么要承担社会责任？现有的研究成果对此都没有做出系统的论述，有的研究则集中在某一个方面，而缺乏全面系统和深度的分析。本书将跨国公司承担社会责任的原因归纳为“三力合一”的动力系统，也就是说跨国公司之所以要承担社会责任，是因为在三种力量作用下的自觉行为和强制行为。本书分别研究了跨国公司承担社会责任的外生力量（强制力），即来自法人企业的义务、市场竞争的促动、国际法律准则；内生力量（自觉自愿），这种力量主要因跨国公司为树立形象、构筑核心竞争力和新的竞争战略之所需而形成的内在动力；第三种力量来自于社会的商业伦理规范所施加的道德压力。这三种力量的共同作用促使跨国公司在跨国经营实践中改变了经

营战略、调整了公司使命、确立了多元目标体系，同时也形成了企业行为新的价值取向。所以，本书对跨国公司为什么要承担社会责任所作出的系统分析和由此提出的“动力系统论”在跨国公司理论研究上和跨国公司经营实践上都有着十分重要的意义。

④提出社会力理论为跨国公司新变化找到了理论基础。

本书通过对传统跨国公司理论的透视，分析了经济力理论的局限，逻辑地推出了跨国公司社会力理论。社会力理论就是研究企业在多元目标体系下，赢得社会尊重和赞誉的能力以及与社会协调一致、与环境相容共生的能力，并解释了跨国公司关注社会、环境的新经营战略和行为的理论体系。该理论的任务是应用道德哲学的基本方法、探索跨国公司实现新的目标体系的动力源泉，并合理解释了跨国公司行为和价值观的新变化。社会力理论的产生不仅是跨国公司理论的必然演进，更是跨国公司实践的客观要求。跨国公司在实现多元化目标的过程中逐渐形成了三种力量，把这三种力量有机结合起来形成跨国公司的社会力并构成跨国公司发展的动力系统，这就是社会力理论的核心。跨国公司社会力理论的意义，主要在于它适用于当代的所有跨国公司，可以用来解释在新的历史时期中跨国公司行为的新变化。当今，无论是发达国家的跨国公司，还是发展中国家的跨国公司，它们的国际经营行为都会遵循一个标准，那就是承担社会责任、与人文社会自然环境和谐共生，因此，社会力理论的诞生不仅合理解释了跨国公司的行为，而且为跨国公司的发展指明了方向。

（2）现实意义

近年来跨国公司在世界经济中的地位越来越重要，在世界 100 个包括国家在内的经济组织中第 49 位就是公司，可见第 49 位的跨国公司超过了世界 150 个国家的经济实力。跨国公司在

世界经济中有着如此高的地位，对世界经济、对投资各国会产生什么样的影响，是不言而喻的。随着人类物质文明程度的提高，人们对企业的要求也更高了，环境、社会对企业的要求也不同了，在社会、公众、环境等因素的促动下，跨国公司改变了全球经营战略，近年来出现了许多新变化，尤其是把承担社会责任纳入了跨国公司的战略目标体系中。跨国公司对华投资急剧增加，它们在中国的社会责任状况如何？中国企业也开始了跨国经营活动，面对全球性的社会责任运动，中国企业该如何行动？在这种特殊背景下对跨国公司社会责任的研究，具有十分重要的现实意义。

①有助于剖析跨国公司经营战略的发展变化。

跨国公司的规模巨大，但依然是微观经济主体，它依然要遵循市场经济的基本规律、依然要接受政府及国际政治的宏观调控。近年来跨国公司所作出的调整中出现了一系列的新变化：确立新的企业使命，建立多元目标体系，树立新的价值标准，构造新的核心竞争力。但是，跨国公司在华经营的过程中，承担了怎样的社会责任呢？它们对中国员工担负起了社会责任吗？中国廉价的劳动力什么时候才不廉价？它们对维护中国政治经济主权担负了什么样的责任？以商业为幌子的政治间谍、经济间谍什么时候消失？资源浪费、环境破坏的现实与跨国公司无关吗？这些问题的回答唯有通过深入的调查和细致的研究才能了解。所以，对跨国公司社会责任的深入研究，对剖析跨国公司经营战略的发展变化实质具有十分重要的现实意义。

②有助于中国企业跨国经营战略的调整。

随着全球社会责任运动的深入，跨国公司首先成了主动承担社会责任的表率，它们制定的“SA8000 社会责任标准”，不仅是西方跨国公司自身的要求，更是对它们供应链的判断标准，而中国企业很多是属于跨国公司原材料、产品的供应商或合作