



中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR3.0) 丛书

主 编：彭华岗

副主编：钟宏武 孙孝文 张蕙

中国企业社会责任报告编写指南 之 汽车制造业

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心

钟宏武 李平安 庄宇/顾问
孙孝文 汪波 刘鸿玉 叶云 王娅丽/等著

★
社会责任报告
全生命周期管理指南
★



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR3.0) 丛书

主 编：彭华岗

副主编：钟宏武 孙孝文 张 蕙

中国企业社会责任报告编写指南 之 汽车制造业

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心

钟宏武 李平安 庄宇/顾问

孙孝文 汪波 刘鸿玉 叶云 王娅娜/等著

★
社会责任报告
全生命周期管理指南
★



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业社会责任报告编写指南之汽车制造业/孙孝文等著. —北京: 经济管理出版社, 2014.7
ISBN 978-7-5096-3233-8

I. ①中… II. ①孙… III. ①企业责任—社会责任—研究报告—写作—中国 ②汽车工业—工业企业管理—社会责任—研究报告—写作—中国 IV. ①F279.2 ②H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 154657 号

组稿编辑: 陈 力

责任编辑: 陈 力

责任印制: 黄章平

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 三河市延风印装厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 12

字 数: 202 千字

版 次: 2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-3233-8

定 价: 68.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

《中国企业社会责任报告编写指南之 汽车行业》专家组成员

顾 问：钟宏武（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心主任）

李平安（东风汽车公司（党委）办公室副主任）

庄 宇（上海大众汽车有限公司公关与传播部高级总监）

组 长：孙孝文（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心常务副主任）

成 员：（按姓氏拼音排序）

陈正军（神龙公司公关行政部公关分部企业形象建设室经理）

金 吉（东风汽车有限公司总裁办公室倍受信赖推进办公室社会责任科副科长）

雷丰盛（东风本田汽车有限公司秘书科科长）

刘鸿玉（上海大众汽车有限公司公关与传播部企业品牌传播经理）

骆佳杏（东风本田汽车有限公司秘书科社会责任业务担当）

彭 雪（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心副部长）

沈瑞雯（上海大众汽车有限公司公关与传播部企业品牌传播主管）

汪 波（东风汽车公司（党委）办公室综合处副处长）

汪 杰（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心副主任）

王 晋（东风乘用车公司（党委）办公室文秘室主任）

王 宁（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心咨询师）

王娅邴（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心咨询部部长）

魏秀丽（北方工业大学经济管理学院副教授）

叶 云（东风汽车公司（党委）办公室综合处社会责任业务主任）

叶柳红（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心咨询师）

翟利峰（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心主任助理）

张 蓓 (中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心常务副主任)

张纪云 (东风汽车股份有限公司总经理办公室社会责任与企业形象科科长)

周渭华 (东风汽车股份有限公司总经理办公室社会责任与企业形象科科员)

开启报告价值管理新纪元

透明时代的到来要求企业履行社会责任，及时准确地向利益相关方披露履行社会责任的信息。目前，发布社会责任报告已日益成为越来越多的企业深化履行社会责任、积极与利益相关方沟通的载体和渠道，这对于企业充分阐释社会责任理念，展现社会责任形象，体现社会责任价值具有重要的意义。作为中国第一本社会责任报告编写指南，指南的发展见证了我国企业社会责任从“懵懂发展”到“战略思考”的发展历程。2009年12月，中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心发布了《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR1.0）》（简称《指南1.0》），当时很多企业对“什么是社会责任”、“什么是社会责任报告”、“社会责任报告应该包括哪些内容”还存在争议。所以《指南1.0》和2011年3月发布的《中国企业社会责任报告编写指南（CCASS-CSR2.0）》（简称《指南2.0》）定位于“报告内容”，希望通过指南告诉使用者如何编写社会责任报告、社会责任报告应该披露哪些指标。指南的发布获得了企业的广泛认可和应用，2013年，参考指南编写社会责任报告的企业数量上升到了195家。

5年过去了，我国企业社会责任报告领域发生了深刻变革，企业社会责任报告的数量从2006年的32份发展到了2013年的1231份；报告编写质量明显提高，很多报告已经达到国际先进水平。同时，企业在对社会责任内涵及社会责任报告的内容基本达成共识的基础上，开始思考如何发挥社会责任报告的综合价值，如何将社会责任工作向纵深推进。

为适应新时期新形势要求，进一步增强指南的国际性、行业性和工具性，中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心于2012年3月启动了《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR3.0）》（简称《指南3.0》）修编工作，在充分调研使用者意见和建议的基础上，对《指南3.0》进行了较大程度的创新。总体而言，与国内外其他社会责任倡议相比，《指南3.0》具有以下特点：

(1) 首次提出社会责任报告“全生命周期管理”的概念。企业社会责任报告既是企业管理的工具，也是与外部利益相关方沟通的有效工具。《指南 3.0》定位于通过对社会责任报告进行全生命周期的管理，充分发挥报告在加强利益相关方沟通、提升企业社会责任管理水平方面的作用，可以最大程度发挥报告的综合价值。

(2) 编制过程更加科学。只有行业协会、企业积极参与到《指南 3.0》的编写中，才能使《指南 3.0》更好地反映中国企业社会责任实际情况。在《指南 3.0》的修编过程中，为提升分行业指南的科学性和适用性，编委会采取“逐行业编制、逐行业发布”的模式，与行业代表性企业、行业协会进行合作，共同编制、发布分行业的编写指南，确保《指南 3.0》的科学性和实用性。

(3) 适用对象更加广泛。目前，我国更多的中小企业越来越重视社会责任工作，如何引导中小企业社会责任发展也是指南修编的重要使命。《指南 3.0》对报告指标体系进行整理，同时为中小企业使用指南提供了更多的指导和依据。

(4) 指标体系实质性更加突出。《指南 3.0》在编写过程中对指标体系进行了大幅整理，在指标体系中更加注重企业的法律责任和本质责任，将更多的指标转变为扩展指标，更加注重指标的“实质性”。《中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR3.0)》是我国企业社会责任发展的又一重大事件，相信它的推出，必将有助于提高我国企业社会责任信息披露的质量，有助于发挥社会责任报告的综合价值，也必将开启社会责任报告价值管理新纪元！

邵

2014 年 1 月

目 录

总 论 篇

第一章 汽车制造业社会责任	3
一、汽车制造业在国民经济中的地位	3
二、汽车制造业响应国家政策，履行社会责任	4
三、汽车制造业社会责任特征及要求	6
第二章 汽车制造业社会责任报告特征与趋势	11
一、国际汽车制造业社会责任报告特征	11
二、国内汽车制造业社会责任报告发展趋势	14
第三章 汽车制造业社会责任议题	17
一、市场绩效 (M 系列)	17
二、社会绩效 (S 系列)	18
三、环境绩效 (E 系列)	19

指 标 篇

第四章 报告指标详解	23
一、报告前言 (P 系列)	23
二、责任管理 (G 系列)	34
三、市场绩效 (M 系列)	52

四、社会绩效 (S 系列)	69
五、环境绩效 (E 系列)	94
六、报告后记 (A 系列)	111
第五章 指标速查	115
一、行业特征指标表 (23 个)	115
二、核心指标表 (109 个)	116
三、通用指标表 (202 个)	120

管理篇

第六章 报告全生命周期管理	129
一、组织	130
二、参与	132
三、界定	136
四、启动	140
五、撰写	141
六、发布	143
七、反馈	144
第七章 报告质量标准	145
一、过程性	145
二、实质性	146
三、完整性	147
四、平衡性	148
五、可比性	149
六、可读性	149
七、创新性	150

案例篇

第八章 东风汽车公司 CSR 报告管理	155
一、东风汽车公司简介	155
二、履责历程	156
三、责任报告	158
四、报告管理	158
五、评级报告	164
附 录	167
一、参编机构	167
二、支持单位	171
三、参考文献	174
后 记	179

第一章 汽车制造业社会责任

总论篇

第一章 汽车制造业社会责任

汽车是指以汽油、柴油、天然气等传统能源或者以电池、太阳能等新型能源为燃料，不依靠轨道或架线而在陆地行驶的交通运输工具。汽车制造业泛指所有生产各类汽车如乘用车、商用车及其零部件等汽车产品的企业的总和。

一、汽车制造业在国民经济中的地位

汽车是最终消费品，位于产业链条的末端，或者说位于产业金字塔的顶端。汽车制造业是产业关联度很高的产业，巨大的经济链条对国家和地区经济的发展具有巨大的拉动效应。汽车制造业的生产技术特点和其在需求结构中的位置，决定了其在国民经济中占有举足轻重的地位。具体表现在以下四个方面：

(1) 带动相关产业发展。汽车制造业的产品链在带动钢铁、电子、化工、纺织、轻工等相关工业的发展方面具有十分明显的作用。发达国家的经验表明，汽车制造业每增值 1 元，就会给上游产业带来 0.65 元的增加值，给下游产业带来 2.63 元的增加值。也就是说，汽车制造业每创造一个单位的增加值，就会带动相关产业创造 3 个单位以上的增加值。因此，汽车制造业具有链接工业和服务业的特点，不仅可以带动相关工业发展，对相关服务业也具有很大的带动作用，这就有利于实现我国工业稳定增长而服务业加快发展的结构调整目标。

(2) 促进产业升级。过去，汽车制造业属于技术密集的加工工业。未来的汽车产品会朝新型轻质材料、新能源和新型混合动力方向发展，汽车制造业将逐步成长为高新技术产业。其巨大的产业关联效应，将大幅度带动技术密集型的机械电子产业，很多高新技术成果能够很快得到应用，产生巨大的规模效益。因此，

汽车制造业的发展有利于带动工业结构的升级。

(3) 创造大量就业机会。作为国家的支柱产业之一，汽车制造业本身就创造了大量的就业机会，加上相关的科研、管理、销售、使用、维修与汽车产品生产用材料、能源等行业，对解决就业贡献极大。从发展趋势看，汽车制造业吸纳就业的人数占全国城镇就业人数的比例越来越大，其杠杆作用也极为明显，每增加一个汽车产业生产人员可产生 10 个就业机会。

(4) 满足公众需求。汽车具有快速、舒适、机动、灵活等优点，在全世界得到广泛的应用，成为现代生活的象征。在发达国家，汽车已成为千家万户的生活必需品。随着新一轮我国国民消费结构的升级，居民对汽车的需求也在不断扩大，汽车制造业的蓬勃发展将有助于满足此类需求。

二、汽车制造业响应国家政策，履行社会责任

中共十八届三中全会对企业履行社会责任提出了明确的要求。汽车制造业作为国民经济的支柱产业之一，响应国家政策，努力承担社会责任，对经济、社会的可持续发展具有十分重要的推动作用。

(一) 宏观层面——促进环境可持续发展

中共十八届三中全会提出紧紧围绕建设美丽中国、深化生态文明体制改革、推动形成人与自然和谐发展现代化建设新格局的要求。自 2011 年 3 月《国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》（以下简称《纲要》）发布以来，国家有关部门围绕贯彻落实《纲要》，制定并发布了若干与汽车产业相关的“十二五”发展专项规划和指导意见。主要有：《关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》、《工业转型升级规划》、《工业节能“十二五”规划》、《节能减排“十二五”规划》、《节能与新能源汽车产业发展规划》、《关于促进企业技术改造的指导意见》等。在这些规划和指导意见中，都明确要求汽车制造企业在产业发展的同时注重履行环境责任。

其中，国务院专门出台的《节能与新能源汽车产业发展规划》明确指出发展

节能与新能源汽车是降低汽车燃料消耗量、缓解燃油供求矛盾、减少尾气排放、改善大气环境、促进汽车产业技术进步和优化升级的重要举措。该规划明确了将在 2012~2020 年加快培育和发展节能汽车与新能源汽车的政策导向和具体举措。

与其他制造业相比，汽车制造业要履行的环境责任并不仅仅是要减少单位产出耗能或者改善生产设施、达到节能减排那么简单。汽车排放的以二氧化碳为主的温室气体对全球气候变化的影响已为人所熟悉。随着我国经济持续快速发展和城镇化进程加速推进，今后较长一段时期汽车需求量仍将保持增长势头，由此带来的能源紧张和环境污染问题将更加突出。所以，汽车制造企业履行环境责任的重点是研发生产满足生产生活需求的新能源和节能型汽车，为建设美丽中国贡献力量。

（二）中观层面——促进产业可持续发展

国发〔2012〕22 号文件《节能与新能源汽车产业发展规划（2012~2020 年）》（以下简称《规划》）指出，未来 10 年全球将迎来汽车产业转型升级的重要战略机遇。目前，我国汽车产销规模已居世界首位，预计在未来一段时期仍将持续增长。《规划》要求我国汽车产业发展必须坚持自主创新与开放合作相结合的理念。加强创新发展，把技术创新作为推动我国汽车产业发展的主要驱动力，加快形成具有自主知识产权的技术、标准和品牌。充分利用全球创新资源，深层次开展国际科技合作与交流，探索合作新模式。在产业培育期，坚持政府引导与市场驱动相结合，积极发挥规划引导和政策激励作用，聚集科技和产业资源，鼓励节能与新能源汽车的开发生产，引导市场消费。进入产业成熟期后，坚持培育产业与加强配套相结合，充分发挥市场对产业发展的驱动作用和配置资源的基础作用，营造良好的市场环境，促进节能与新能源汽车大规模商业化应用。

汽车制造业企业履行社会责任，要响应政府文件的要求，加强企业技术创新能力，加快自主品牌建设，利用政策引导与激励，积极配置新能源汽车资源，营造良好的市场环境。由于汽车产业的产业链很长，汽车制造企业履行社会责任，可以带动整条产业链，包括动力电池、电机、汽车电子、先进内燃机、高效变速器、售后服务等相关产业加快发展升级。

（三）微观层面——促进企业可持续发展

企业履行社会责任对于企业自身的价值很大，尤其对推动企业可持续发展有着重要的贡献。对于汽车企业而言，企业想要保持长期健康、持续、稳定发展，就必须坚持履行社会责任。

从企业内部看，汽车企业履行社会责任，对社会责任涉及的经济、社会、环境责任进行梳理，对企业社会责任的实践进行系统总结，明确企业的社会责任规划和实施细则，使履行社会责任成为企业的自觉行动和发展的内在动力。同时，企业想要系统地履行社会责任，就要对企业的社会责任的各个方面进行对标分析，发现企业可能存在的问题和经营短板，规避风险，发现机遇，从而提高企业的管理水平和竞争力。

从企业外部看，汽车企业履行社会责任，就需要将股东、员工、客户、政府等关键利益相关方放在重要位置考虑。汽车的安全和质量关系着千万个家庭的幸福，因此，汽车企业的客户责任最重要的就是生产高质量、安全性能好的汽车。此外，由于汽车产品的特殊性，服务也是客户责任中的重要体现，给客户id提供满意且价格合理的售前、售后服务都是汽车企业的责任所在。

综上所述，汽车企业履行社会责任，可以从内部和外部两个方面共同促进企业的可持续发展。

三、汽车制造业社会责任特征及要求

近年来，随着国家政策力度的加强、企业道德意识的不断提升以及社会舆论监督力度的加大，社会责任工作在企业，尤其是在大中型企业中普遍开展。在社会责任履行过程中，各行各业也表现出不同的社会责任特征，提出了不同的责任议题。汽车制造业尤其在产品质量与安全、新能源汽车、燃料高效利用、供应链管理、公益慈善等几个方面表现出不同的特征和要求。

（一）汽车质量与安全

尽管汽车行业发展迅速，安全与质量永远是不变的主题。一方面，汽车安全与千万个家庭的幸福息息相关，安全与质量是人们购买汽车的首要考虑因素；另一方面，由于汽车生产属于技术密集类产业，产业链长，生产工艺复杂，消费者个人难以了解汽车生产的每个环节，无法对某一辆汽车或某一型号汽车的质量做出准确判断，消费者与汽车厂商的信息是不对等的。

因此，汽车的安全与质量是汽车制造业社会责任的重点。汽车的安全与质量分为三个维度：第一是汽车本身的质量与安全，即车辆的制造材料不会危害人的身体健康，比如车身油漆、内饰材料等本身是安全无害的；第二是汽车正常行驶过程中，不出现系统性的安全隐患，比如油门踏板或制动系统故障导致制动系统失灵、车辆燃油系统缺陷等；第三是为了保障行驶安全，在汽车上安装安全装置。此类装置分为两大类：一类是主动安全装置，就是在车辆有撞击危险之前可以起到防患于未然的系统，其目的是提高汽车行驶的稳定性，减少操控的偏差。如常见的防抱死制动系统（ABS），具有防滑、防锁死功能，能有效提高制动性能，防止甩尾、侧滑；电子制动力分配系统（EBD），能自动调节前、后轴的制动力分配比例，提高制动效能，在一定程度上可以缩短制动距离，并配合 ABS 提高制动稳定性；还有驱动防滑装置（ASR），可以避免车辆加速时驱动轮打滑，维持车辆行驶方向的稳定性。另一类是被动安全装置，此类装置是指在交通事故发生后能尽量减小人身损伤的系统，包括对乘客和行人的保护，例如，安全带、车身钢架结构、安全气囊等发生事故后有效减轻人身伤害的装置。

（二）节能及新能源汽车

随着汽车制造业的发展、汽车消费量的激增，汽车产业带来的负外部性也越来越明显，其环境影响一直是社会关注的焦点。欧美各主要城市检测数据表明，城市的大气污染 40%~90% 来自于汽车尾气。我国部分大中城市深受雾霾困扰，汽车尾气是其主要成因之一已是不争的事实。因此，大力推广新能源汽车和节能汽车的研发和推广，是应对大气污染、气候变化的重要途径之一。

新能源汽车是指采用新型动力系统，完全或主要依靠新型能源驱动的汽车，通常意义上的新能源汽车主要包括纯电动汽车、插电式混合动力汽车及燃料电池