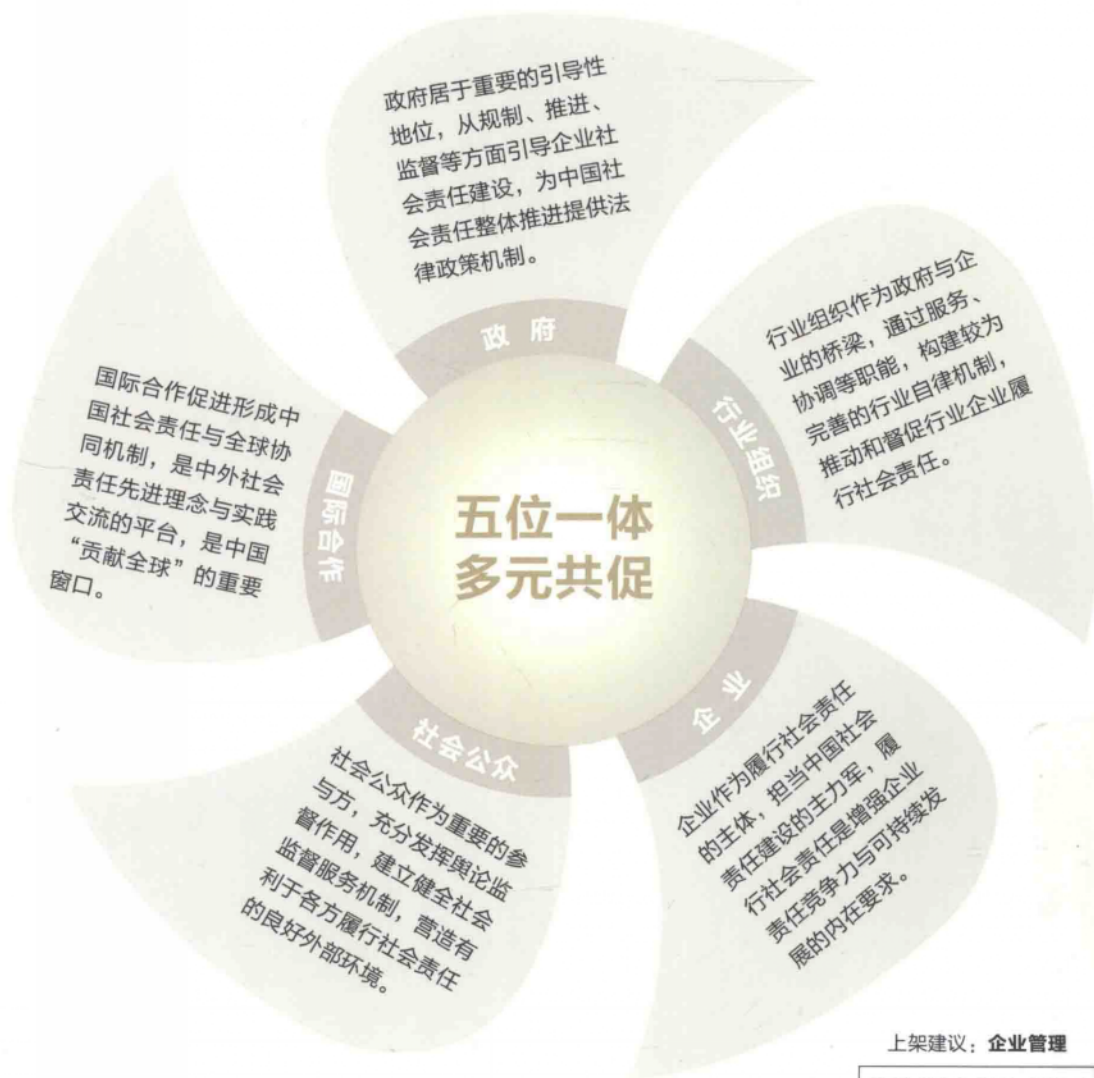


# 中国企业社会责任 发展报告 (2006-2013)

《中国企业社会责任发展报告 (2006-2013)》编写组 著

2006至2013年的8年间，中国企业社会责任理念探索和实践推进继往开来，逐步由基本达成社会共识阶段进入到社会责任管理的新阶段，并在总体上形成了政府引导、行业推动、企业实践、社会参与、国际合作五位一体、多元共促的社会责任推进格局。



上架建议：企业管理

ISBN 978-7-5164-0859-9



9 787516 408599 >

定价：48.00元

# 中国企业社会责任 发展报告 (2006-2013)

Zhong Guo Qi Ye She Hui Ze Ren Fa Zhan Bao Gao

《中国企业社会责任发展报告 (2006-2013)》编写组 著

图书在版编目 (C I P) 数据

中国企业社会责任发展报告. 2006~2013 / 《中国企业社会责任发展报告》编写组著. -- 北京 : 企业管理出版社, 2014.6

ISBN 978-7-5164-0859-9

I. ①中… II. ①中… III. ①企业责任—社会责任—研究报告—中国—2006~2013 IV. ①F279.2  
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 107718 号

---

书 名: 中国企业社会责任发展报告 (2006~2013)

作 者: 本书编写组

责任编辑: 杜敏

书 号: ISBN 978-7-5164-0859-9

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701816 编辑部 (010) 68414643

电子信箱: 80147@sina.com

印 刷: 北京市兰翎印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 185 毫米 × 260 毫米 16 开本 13.5 印张 200 千字

版 次: 2014 年 6 月 第 1 版 2014 年 6 月 第 1 次印刷

定 价: 48.00 元

---

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

# 报告摘要

当今，经济全球化的浪潮带来了世界财富的巨大增长，也带来了经济发展不平衡、资源枯竭、环境恶化、贫富差距加大、信息鸿沟等严峻的问题。在这种形势下，现代企业社会责任理念逐步兴起，并正在成为全球趋势和时代潮流。企业社会责任促使企业在发展过程中，不再盲目追求单一的经济价值，而要主动承担社会责任，以实现经济、社会、环境综合价值最大化为目标，实现企业营利性和社会性的统一，推动整个社会的可持续发展。

随着经济全球化的深入，中国企业在参与全球资源配置、加入世界经济分工、加快经济发展的过程中，逐步走上承担社会责任之路。自2006年起，我国企业社会责任实现跨越式的发展，在企业社会责任管理、实践和传播工作中，收获了诸多的经验和成果，中国企业社会责任呈现出显著的阶段性特征。

第一，中国企业社会责任的发展总体上呈现“政府引导、行业推动、企业实践、社会参与、国际合作”五位一体、多元共促的社会责任推进格局，这种格局奠定了中国企业社会责任快速发展的基础。

第二，社会各界对企业社会责任内涵的理解逐步达成共识，明确企业社会责任的定义，为企业对社会所承担经济、环境和社会全方面责任；企业社会责任议题更加明确，核心议题范畴更具有实质性。这种共识为中国企业社会责任发展提供了明确的方向。

第三，企业在社会责任报告发布、社会责任战略、管理、实践和传播领域取得了实质性的发展。这些进展成为中国企业社会责任发展的主体内容。

第四，中国已经开始进入社会责任管理时代，主动履行社会责任，获得利益相关方认可和支持，构建与利益相关方的和谐共生关系，成为企业实现持续发展的外在约束和现实选择。对社会责任管理的探索将成为中国企业对全球企业管理发展的重要贡献。

第五，中国企业在不断探索企业社会责任价值过程中，充满着责任感，这种责任感既体现在一批优秀的企业身上，也体现在一批社会责任工作推进者身上。这是中国企业社会责任快速发展的精神动力。

与此同时，我们也应该看到，中国企业社会责任发展中也存在着诸多不足，有待建立企业主动承担社会责任的内部机制，有待健全政府和社会对企业有效监督、激励的外部机制，有待通过各方面工作的衔接和配合，促进企业社会责任健康发展。

2006年，是中国企业社会责任元年。本报告以2006年为起始点，详细回顾企业社会责任在中国发展的历程，旨在初步归纳出中国企业社会责任的阶段性特征，分析中国企业社会责任的发展特色，向全球社会责任发展分享中国经验。面向未来，本书也希望对中国企业社会责任发展所面临的现实环境和未来趋势加以分析，并提出相关建议。

鉴于以上考虑，本报告以中国社会责任发展形成的“五位一体、多元互促”推进格局为脉络，分为以下六章展开：

## **第一章 总论**

主要介绍中国企业社会责任总体发展状况，包括中国企业社会责任的发展背景和历程，中国企业社会责任的推进模式，现阶段中国企业社会责任发展成效与不足，中国企业社会责任的发展趋势和对中国企业社会责任的发展建议。

## **第二章 政府篇：政府引导**

主要介绍政府在企业社会责任发展过程中所扮演的角色，包括政府引导企业社会责任的内容、特点、评价、趋势和建议，企业社会责任相关法律法规的制定，如何落实战略推动社会责任，国务院各有关部门推动企业社会责任的相关部署，地方政府在推动企业社会责任的相关工作。

## **第三章 行业篇：行业推动**

主要介绍行业组织对我国企业社会责任的发展推动作用，包括行业组织推进工作的概述，企业社会责任行业指南分析，行业社会责任能力建设状况和行业社会责任行动内容。

## **第四章 企业篇：企业实践**

主要介绍不同类型企业的社会责任实践，包括中国企业履行社会责任概述和特点，中国企业的海外责任，企业社会责任信息披露现状和企业社会责任倡议。

## **第五章 社会篇：社会参与**

主要介绍社会各界在企业社会责任领域的参与现状，包括社会参与的内容、特点、评价和建议，社会各界在企业社会责任研究与教育的领域的参与，企业社会责任领域的传播与咨询，企业社会责任的认证与审验，企业社会责任的激励与监督以及责任消费和责任投资现状分析。

## **第六章 国际篇：合作与交流**

主要介绍中国在社会领域展开的国际交流合作，包括政府间国际合作项目和与国际社会责任组织合作的主要内容与形式，全球社会责任的优秀理念和做法在中国的传播与落地，以及推动中国本土企业社会责任思想与优秀实践“贡献全球”的经验。

对2006年至2013年间中国企业社会责任发展进行回顾和分析，可以帮助现阶段积极参与社会责任工作的各个利益相关方，更加清晰地了解中国企业社会责任现状和未来的发展趋势，为下一步行动提供参考和依据。我们希望通过本报告，为各方提供有建设性的意见和建议，能够对未来中国企业社会的健康发展起到积极的推动作用。

由于时间仓促、能力有限，对于我们在本报告中所进行的回顾和探索工作中存在的偏颇或遗漏，恭请读者不吝指正。

# 目 录

## 第一章 总论

|     |                          |    |
|-----|--------------------------|----|
| 第一节 | 中国企业社会责任发展历程 .....       | 3  |
| 第二节 | 中国企业社会责任推进“五位一体”模式 ..... | 10 |
| 第三节 | 中国企业社会责任发展成绩与不足 .....    | 14 |
| 第四节 | 中国企业社会责任的发展趋势 .....      | 18 |
| 第五节 | 中国企业社会责任的发展建议 .....      | 19 |

## 第二章 政府篇：政府引导

|     |                        |    |
|-----|------------------------|----|
| 第一节 | 概述 .....               | 27 |
| 第二节 | 法律法规规范企业社会责任行为 .....   | 34 |
| 第三节 | 企业社会责任成为国家发展议题 .....   | 36 |
| 第四节 | 中央政府部门推进企业社会责任工作 ..... | 37 |
| 第五节 | 地方政府的企业社会责任工作 .....    | 47 |

## 第三章 行业篇：行业推动

|     |                  |    |
|-----|------------------|----|
| 第一节 | 概述 .....         | 57 |
| 第二节 | 企业社会责任行业指南 ..... | 61 |
| 第三节 | 能力建设 .....       | 66 |
| 第四节 | 行业行动 .....       | 73 |

## 第四章 企业篇：企业实践

|     |                    |     |
|-----|--------------------|-----|
| 第一节 | 概述 .....           | 85  |
| 第二节 | 中央企业履行社会责任 .....   | 96  |
| 第三节 | 在华跨国公司履行社会责任 ..... | 103 |



|     |                   |     |
|-----|-------------------|-----|
| 第四节 | 民营企业履行社会责任 .....  | 112 |
| 第五节 | 中国企业的海外社会责任 ..... | 116 |
| 第六节 | 企业社会责任倡议 .....    | 127 |

## 第五章 社会篇：社会参与

|     |                 |     |
|-----|-----------------|-----|
| 第一节 | 概述 .....        | 131 |
| 第二节 | 研究与教育 .....     | 134 |
| 第三节 | 传播与咨询 .....     | 139 |
| 第四节 | 认证与审验 .....     | 142 |
| 第五节 | 激励与监督 .....     | 145 |
| 第六节 | 责任消费与责任投资 ..... | 150 |

## 第六章 国际篇：合作与交流

|     |                       |     |
|-----|-----------------------|-----|
| 第一节 | 概述 .....              | 159 |
| 第二节 | 政府间国际合作项目 .....       | 161 |
| 第三节 | 与国际社会责任组织的合作与交流 ..... | 170 |
| 第四节 | 与其他国际组织开展社会责任合作 ..... | 177 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 中国企业社会责任大事记 (2006—2013) ..... | 179 |
| 中德贸易可持续发展与企业行为规范项目主要活动 .....  | 201 |
| 后 记 .....                     | 207 |

# 第一章

## 总论

进入21世纪以来，企业社会责任作为一种社会思潮和运动席卷全球，影响着思想和表达的所有领域，也对我国可持续发展事业产生了重要的推动作用，为经济社会的发展注入了新的竞争活力和发展红利。

2006年，堪称中国现代企业社会责任元年。企业社会责任发展自此渐入快车道，社会责任的参与主体、推进范式、企业实践、行为绩效等方面都取得了长足进步，企业社会责任在中国逐步形成了基本共识。

2012年，企业社会责任在中国的发展呈现深刻变化，成为中国具有里程碑意义的社会责任管理元年。将社会责任理念融入运营管理的全过程和全周期，逐渐成为一些中国先锋企业与国际一流企业开展综合竞争、塑造比较优势，进而通过社会责任管理实现弯道超车的新进展和新趋势。

2006至2013年的8年间，中国企业社会责任理念探索和实践推进继往开来，逐步由基本达成社会共识阶段进入到社会责任管理的新阶段，并在总体上形成了政府引导、行业推动、企业实践、社会参与、国际合作五位一体、多元共促的社会责任推进格局。

具体表现在：一是企业对社会责任的认识发生全面转变的特征逐渐明显，即其关注的重点逐渐从履行必尽责任、回应必尽义务，发展到将社会责任作为企业运营的新方式、竞争的新规则和塑造竞争力的新途径。二是企业社会责任实践内容和推进方式正在发生趋势性转变，即逐渐从关注界定具体内容，发展到进一步建立健全有效的责任落实和推进机制；从关注社会责任信息披露、创新利益相关方沟通，发展到进一步深化管理创新、推进品牌塑造，进而推进企业发展方式的转变。三是企业开展社会责任管理的动力正在发生根本性转变，即从外部力量推动和倒逼，发展



成为企业主动追求和提升可持续发展能力，将企业社会责任作为加快理念创新、制度创新、管理创新和业务创新的重要驱动力。

社会责任正成为可持续发展背景下新的全球共识和话语环境，这一现实既伴随着经济全球化所带来的进步与冲突而来，同时也伴随着企业社会责任思想与传统经济学中企业是盈利最大化经济组织思想的争辩而来，而正是在这种冲突与争辩中社会责任逐渐成为一种全球共识。

与社会责任的全局共识形成呼应的是，企业社会责任在中国的发展还呈现出与改革开放的进一步深化、与经济社会发展的多次重大调整和深度转型同步同脉、密切相连的特点。当发展过程中的冲突无法回避，尤其是在持续发展成为共识和目标的大背景下，中国企业社会责任的发展逐渐汇入全球潮流之中，并扮演着具有鲜明特征的重要角色。

在新的历史起点上，党的十八届三中全会明确将履行社会责任作为国有企业进一步深化改革的六项重点工作之一，社会责任在中国的发展也达到前所未有的高度。在这种情况下，回顾企业社会责任在这一重要阶段的发展脉络，研判其最新发展趋势，既有利于我们在这种新的发展潮流中更好地参与国际经济合作和友好对话，充分利用它提供的机遇与有利条件来加快发展自己，又要清醒地认识到它对于社会和经济开展所可能带来的新变化、新挑战和新要求。

《中国企业社会责任发展报告（2006—2013）》即是基于上述想法的阶段性研究成果。本书以“五位一体”作为全书的主体和主线，其意便是在回顾近年来企业社会责任在中国发展的历史的基础上，尝试总结中国企业社会责任的阶段性特征，分析具有中国特色的企业社会责任对于全球社会责任发展的中国贡献。尤其是伴随着我国各项改革渐入深水区，有关社会责任管理在改革发展过程中的地位和作用受到了特别关注，本书也希望借此对我国企业社会责任发展所面临的现实环境和未来趋势加以分析。



## 第一节 中国企业社会责任发展历程

20世纪80年代以来,伴随着经济全球化的进一步发展,尤其是全球可持续发展压力愈发严峻的背景下,社会责任作为企业未来发展的大潮流、大趋势,引起了越来越多国家、经济体、社会组织和先锋企业的关注和重视,并成为引领和规范新一轮商业竞争和贸易往来的新语言和新规制。

尽管理论界对企业社会责任正当性的争论从未停息过,但企业在自身发展的同时承担社会责任的主张却得到了日益广泛的认同。社会责任的发展可以说既是新一轮经济贸易全球化的重要特征和新的要求,反过来也有利于以可持续发展为目标的企业发展机制、市场竞争机制、政府服务机制以及社会管理机制的最终形成。

随着中国日益融入到经济全球化的潮流中,现代企业社会责任的理念也伴随着全球供应链的发展对中国企业产生了重要影响。特别是中国科学发展观与建设和谐社会目标的提出,中国经济社会发展方式的重大转变,也对企业发展方式的变革提出了明确要求。与企业社会责任的发展逐步进入到内优管理、外塑品牌的阶段相对应,企业社会责任在中国的发展也从基本共识逐渐进入到以社会责任管理为显著特征的新阶段。

### 一、企业社会责任在全球的发展

社会责任的概念早已有之,但逐渐成为全球范围广泛认可的价值理念和话语体系,则是伴随经济全球化进程而来。总的来看,企业社会责任在全球大致经历了“企业社会责任概念的提出(1916-1970)”“企业社会责任概念的界定和认可(1971-1999)”“企业社会责任概念的全球化发展(2000年至今)”三个阶段。早期的社会责任理念一定程度上为企业社会责任得以成为全球共识奠定了理论基础,而到了20世纪中后期,企业社会责任逐步成为真正意义上的国际潮流。其所关注的问题也更具广泛性和全局性,除传统的劳动者和消费者权益保障、生态环境和自然资源保护等目标外,诸如维护人权、反对商业腐败、促进社会公平等也开始被纳入



到企业社会责任的范畴之中。

作为这种趋势和共识的集成和发展，国际标准化组织于2010年11月1日正式发布了社会责任国际标准（ISO26000：2010《社会责任指南》，以下简称“ISO26000”）。该标准除了第一次在全球范围内形成对社会责任概念的共同理解，同时还第一次将全球范围的社会责任理念和实践进行系统总结，实现了将已有社会责任概念、倡议、标准、指南等工具的协调统一，建立了国际各利益相关方表达成社会责任全球共识的基本平台。

## 二、社会责任全球共识的因素分析

社会责任全球共识既源于经济全球化的进一步深化，同样也与企业管理变革、市场健康发展的内生需求和未来趋势相生相伴、互相促进。具体来看，社会责任全球共识的形成主要基于：

**其一，全球化的整体推进。**伴随着经济全球化的深入推进，越来越多的组织认识到，要实现全球经济沿着负责任、可持续的方向发展，社会责任作为企业规制的基础性作用必须得到高度重视和充分发挥。伴随着各国、各经济体及各类组织在跨境贸易往来与国际对话合作中履行社会责任主动性和积极性的逐步提升，社会责任在全球的理念认识逐渐统一，社会责任的全球沟通渠道逐渐多元，社会责任的全球共享机制逐渐建立。

**其二，市场经济的优化再造。**近年来，市场资源配置公平和效率缺失现象时有发生。这些社会问题常常被认为不能通过市场机制的作用得到解决，但社会责任这一新的竞争规制和市场规制却为弥补市场失灵提供了新的可能性。在融入各利益相关方诉求及约束的同时，综合引入社会和环境等其他方面的多种约束，也逐渐成为实现市场经济持续、健康发展的普遍共识和内生要求。

**其三，企业竞争的内生驱动。**可持续发展的市场机制直接引发了企业竞争机制的变化。企业竞争逐渐进入到以质量改进、成本降低、环境改善和人本关怀为管理目标的全面责任竞争阶段。越来越多的企业通过对组织治理、组织战略、组织行为及竞争方式的社会责任重塑，围绕社会责任打造企业核心竞争力，同时注重通过全球产业链的有效传递，在更大的范围内寻求共识、施加影响，实现自身更好、更



快、且可持续的发展。

**其四，政策机制的有效引导。**近年来，越来越多的国家开始有意识地通过针对性的顶层设计和制度引导，将社会责任和可持续发展的理念贯穿到法律规制、战略规划和政策制定等各个方面，通过成立国家层面的社会责任推进机构、制定社会责任推进规划、强化社会责任监管和评价等举措，适时介入社会责任的实施推进和系统建设，不仅为社会责任建设提供了有利的政策环境和制度支持，同时也进一步促进了社会责任理念国际交流和全球共识的形成。

**其五，社会公众的共筹共建。**社会责任的性质便决定了其全球共识的形成也将是不同国家性质、不同文化背景 and 不同价值体系冲突、平衡和融合的过程。在这个过程中，政府、产业界、消费者、非政府组织等利益相关方参与社会责任建设的积极性和主动性显著提升，逐渐形成了多元促进、共同推动的主体格局。与此相适应，不同社会责任主题领域内一些反映公众现实期望、体现公众现实利益（如节能减排、能效管理、水资源保护、劳工权益保障等）的自愿性标准、社会责任倡议等也都取得了重大进展。

### 三、企业社会责任在中国的发展

最近十年是我国企业社会责任蓬勃发展的十年。尤其自2006年始，无论是在认识水平上，还是在实践程度上，抑或是在推进模式上，一些具有标杆型领先意义的先锋企业不断涌现。与此前相比，这些新的理念、新的实践一经检验往往便能在社会责任学科领域和企业实践层面迅速得到推广与应用，并以前所未有的速度转化为贡献中国经济社会又好又快发展的责任竞争实力和可持续发展能力。

#### 中国企业社会责任发展的基本共识阶段（2006—2011）。

2006年作为“中国企业社会责任元年”，主要基于以下两个事件的推动：其一是2006年1月1日正式实施的《中华人民共和国公司法》修订案，其总则中明确规定公司要“承担社会责任”；其二是2006年10月，党的十六届六中全会通过的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》中，明确提出要增强包括企业在内的公民和各种组织的社会责任，参与和谐社会构建。正是上述从法律、党的纲领两个层面对企业承担社会责任问题的明确肯定，企业社会责任从学术辩论、舶



来品中走出来，通过法律政策登上社会关注的前台，逐渐得到各界普遍认同。

因而从这个意义上，2006年代表着中国企业社会责任发展的新起点，2006年到2011年则代表着中国企业社会责任发展形成广泛共识并且实践不断深入的阶段。具体表现在：

从政府层面来看，自2006年以来，社会责任作为转型期内我国推进可持续发展事业的主要抓手和现实路径得到了我国各级政府部门的广泛认可。各级政府相关部门在从各自职能出发，一方面作为履责主体，不断从组织培训、体制建设、专题研究等方面推进自身的社会责任理念普及和实践探索；另一方面，通过完善法律法规，发布相关通知、意见、办法、标准和指南等方式，通过营造宽松环境和创造有利条件，引导和规范企业负责任的行为、促进企业履责意识和能力全面提升。如2006年起，国务院国有资产监督管理委员会（以下简称国资委），针对中央企业履行社会责任展开研究；中国国家标准化管理委员会（以下简称标准委）、中华人民共和国人力资源和社会保障部（以下简称人力资源和社会保障部）、中华全国总工会（以下简称全国总工会）、中华人民共和国环境保护部（以下简称环境保护部）等部委分别从企业员工责任和环境责任等方面开展专题研究、指导企业实践。

从行业层面来看，2006年以来，作为介于政府与企业之间的桥梁和纽带，行业协会首先从提升自身、规范自身、优化自身着手，通过建立社会责任推进制度、构建社会责任组织体系、建立社会责任专职部门等方式，推进组织内部不断增进对于社会责任的认识，并积极尝试将社会责任工作与行业具体工作相结合；与此同时，以中国工业经济联合会、中国对外承包工程商会等为代表的行业组织，积极打造平台、系统优化资源，行业协会通过组织社会责任相关理论与实践知识的培训、机制化的社会责任研讨与交流会议、系统化的社会责任绩效评价，对行业企业的社会责任意识、管理和实践进行全面推进和监督，同时围绕行业自律、行业诚信等方面从行业整体层面为企业提供社会责任专项服务。如上海市经济团体联合会先后举办了5期企业“社会责任培训班”，共有500名企业管理者接受专家培训、辅导和咨询。

从企业层面来看，从2006年至今，中国企业对企业社会责任认识从陌生到熟悉，从浅显到深入；对企业社会责任实践，从被动到主动，从自发到自觉。无论是以中央企业为代表的国有企业，还是在华跨国公司和民营企业，在公司内部一方



面通过开展社会责任培训、建立社会责任工作部门、制定社会责任推进制度和总体规划等方式做到对社会责任从认识上普及、从理念上提升；另一方面在生产运营中有意识加强员工关爱、低碳运营等方面的社会责任建设。而在公司外部，越来越多的企业在开展社会责任实践层面逐渐突破了传统的慈善公益领域，而开始与供应链管理、社区发展、环境保护等领域结合起来。尤其是随着新一轮经济全球化的浪潮到来，中国企业在社会责任国际交流与合作中所发挥的作用也越来越大。如，在积极参与社会责任国际标准和指南的制定，参加全球企业社会责任的交流与对话的同时，重视应用企业社会责任国际标准，积极加入社会责任国际组织。

从社会层面来看，近年来，教育科研机构、咨询服务机构、认证服务机构、媒体和民间组织等社会各方力量的支持、服务、促进和监督，成为中国企业社会责任近年来快速发展的重要保障。总体来看，这些社会力量基本都能做到从各自组织特点出发，发挥自身资源优势，选择通过开展社会责任研究、开展社会责任教育、提供社会责任咨询服务、开展社会责任评价、推进社会责任消费、促进社会责任投资等方式，一方面增进对于社会责任的感性认识，形成有利于社会责任传播和实践的良好氛围，提升社会公众的社会责任素养；另一方面，通过选择用脚投票、发出声音、参与治理等方式加强对企业社会责任建设的监督，从而有利于对企业及各类组织形成倒逼压力，促进社会责任建设沿着透明、规范、持续的方向发展。如2006年起，越来越多的研究人员参与到企业社会责任研究中，发表的企业社会责任方面的学术文章及出版的著作数量也大幅增长。这些文章及著作分别从不同的视角研究并阐述了企业应承担的社会责任以及企业如何履行社会责任。

从国际合作层面来看，伴随着全球经济贸易合作的不断深入，企业社会责任领域的国际交流与合作逐渐得到各国的普遍重视，国际上一些优秀的社会责任理念及实践案例由此传入中国，有效带动了中国社会责任事业的发展。具体表现就是，在社会责任实践领域、社会责任标准领域、社会责任理念领域，包括中国各级政府、中国企业、科研机构等在内的各类组织近年来开始与其他国家、跨国公司开展互动合作，在寻求共识中互相补益、互相促进、共同发展。在这个过程中，一大批中国本土企业优秀社会责任实践案例及先进思想不断涌现，并通过多种形式多样的社会责任国际交流和对话，在推动中国社会责任事业不断进步的同时，也为全球社会责任思想和实践的发展贡献出了中国的力量。



## 中国企业社会责任进入管理发展新阶段（2012年至今）。

2012年是中国企业社会责任发展进入到社会责任管理发展的里程碑年。对于中国企业来讲，社会责任管理是中国企业管理发展的一次新机遇。对正处于新一轮经济贸易全球化浪潮中的中国企业来讲，如果说社会责任为中国企业的转型升级和持续发展提供了新的可供借鉴的现实路径的话，那么社会责任管理则为中国企业提供了一次与国际一流企业在同一起跑线上发展新型经营管理之道的难得机遇，并成为一些先锋企业探索实践社会责任的新内容和新课题。<sup>①</sup>

所谓企业社会责任管理，是指有目标、有计划、有执行、有评估、有改进的系统性开展社会责任实践的活动。作为一种全新的企业管理理念，社会责任管理要求企业做到将社会责任和可持续发展理念贯穿于企业创新研发、安全生产的全流程，企业运营管理、品牌塑造的全周期，以及企业文化与价值体系的整个系统，进而达到提升经营理念，转变管理方式，实现企业与社会共同可持续发展。之所以将2012年视为中国企业社会责任管理元年，其主要依据在于：

**政府引导社会责任管理。**2012年，国资委明确提出中央企业要加强社会责任管理，并采取了一系列的举措：2012年2月，国资委研究局召开中央企业社会责任指引研讨会，将社会责任管理课题作为下一步中央企业社会责任工作的推动重点，将中央企业社会责任工作向纵深推进；同年3月，国资委将加强社会责任管理作为中央企业管理提升十三项专项内容之一；同年6月，国资委开展2012年中央企业社会责任管理提升培训活动，国家电网、中远集团和中国移动三家中央企业在会上交流了开展社会责任管理的经验和体会。

**行业推动社会责任管理。**更多的行业组织主动推进自身及行业内企业开展社会责任管理和实践，要求将社会责任融入行业组织日常工作，强调社会责任绩效与日常考核的结合；建立对行业企业社会责任管理和实践的监督和激励机制，不断完善社会责任绩效评价指标体系，对企业社会责任工作进行评价。2012年，中国工业经济联合会发布了《中国工业企业社会责任指南实施细则》，中国银行业协会在其最新发布行业社会责任报告中也明确提出银行业金融机构要加强社会责任管理。

2006年以来，已有40余家行业协会（联合会）发布了行业社会责任指南或公

<sup>①</sup> 参见股格非：《中国企业管理新机遇》，载《WTO经济导刊》，2013（01）。



约。为行业企业履行社会责任提供框架和指引，规范、指导和监督行业企业履行社会责任情况，鼓励企业结合自身特点和行业特色开展社会责任实践，探索社会责任管理推进模式，推进企业积极主动披露社会责任信息，充分发挥社会责任信息披露对社会责任管理的促进作用。

**企业探索社会责任管理。**以社会责任重塑企业管理理念、管理目标、管理对象和管理方法为核心的企业社会责任管理正成为一种新的管理范式。这种新的管理模式和方法得到了越来越多中国企业的认可和实践。特别是社会责任管理已经成为中央企业管理提升的重要内容。短短几年时间，中国企业就进入到对于社会责任管理深入探索阶段，是企业社会责任在中国发展的一大特色。

特别是一些中央企业在社会责任管理方面的探索，已经取得了阶段性、系统性的成绩，形成了包括理念深化、战略融入、组织建设、制度完善、能力提升、管理对标、运营改进、产业链责任延伸等在内的社会责任管理体系建设，为更多的企业提升社会责任管理积累了宝贵的经验。同时，一些企业还加强社会责任管理模式的探索，实现社会责任从企业内部逐渐向全产业链、全价值链不断延伸。

**社会服务社会责任管理。**中国社会责任的发展，带动了一批专业社会责任咨询机构的成长。他们通过提供社会责任管理专业咨询服务，由外而内地深入审视企业与社会的关系，引入社会责任理念帮助企业重塑管理模式，激发企业对责任价值的追求，推动企业提升责任竞争力，以获得更为持久的商业成功，实现企业与社会的可持续发展。

近年来重视企业社会责任教育，已成为全球商学院的共识。中国的商学院积极引入和传播社会责任，增加社会责任方面的专门方向和课程，特别是在MBA教育中引入了企业社会责任课程。与此同时，一些专门探讨社会责任管理的书籍专著也开始相继涌现。

**国际合作提升社会责任管理。**国际合作项目在中国开展了内容丰富形式多样的社会责任培训，尤其是对中小企业和供应链上的企业进行的培训，直接提升了中国企业的社会责任意识水平。国际合作项目开展的试点工作，有利于吸取国际上行业协会推进企业履行社会责任的经验，不断完善具有行业特色的社会责任指南和指标体系，提升了试点企业的社会责任能力，很多企业在国际项目的帮助下加强了与