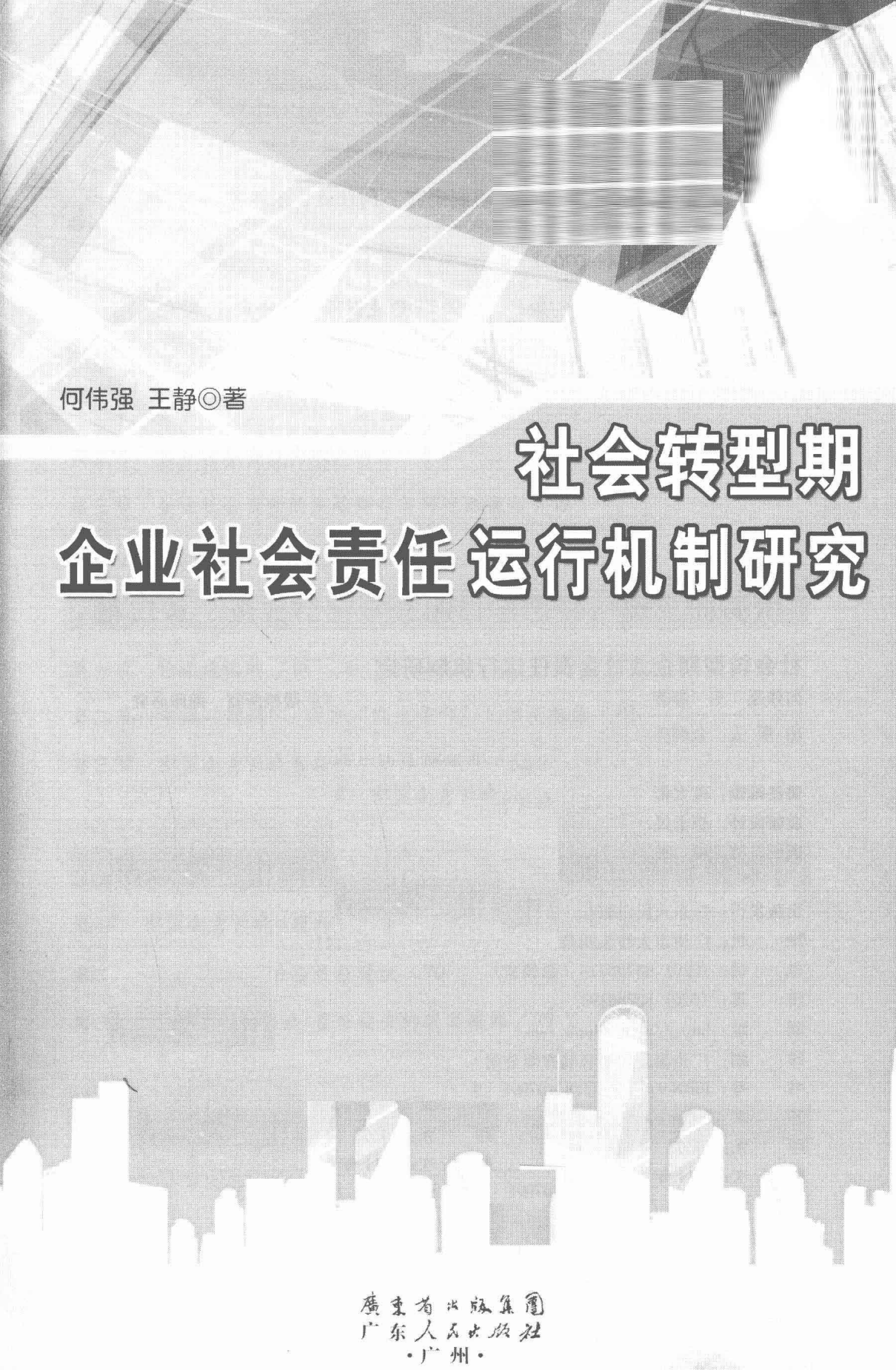




社会转型期 企业社会责任运行机制研究

何伟强 王静◎著

广东省出版集团
广东人民出版社



何伟强 王静◎著

社会转型期 企业社会责任运行机制研究

广东省出版集团
广东人民出版社
·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

社会转型期企业社会责任运行机制研究 / 何伟强, 王静著. —广州: 广东人民出版社, 2011. 4

ISBN 978 - 7 - 218 - 07091 - 9

I. ①社… II. ①何… ②王… III. ①企业责任: 社会责任-研究
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 049313 号

社会转型期企业社会责任运行机制研究

何伟强 王 静著

版权所有 翻印必究

出 版 人: 金炳亮

责任编辑: 段太彬

装帧设计: 崔士民

责任技编: 周 杰

出版发行: 广东人民出版社

地 址: 广州市大沙头四马路 10 号 (邮政编码: 510102)

电 话: (020) 83798714 (总编室)

传 真: (020) 83780199

网 址: <http://www.gdpph.com>

印 刷: 广州嘉正印刷包装有限公司

书 号: ISBN 978 - 7 - 218 - 07091 - 9

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 14.75 插 页: 2 字 数: 270 千字

版 次: 2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020 - 83795749) 联系调换。

售书热线: (020) 83790604 83791487 邮购: (020) 83781421



目 录

CONTENTS

第一章 企业社会责任：理论与实践

- 第一节 企业社会责任运动的缘起与发展 / 1
- 第二节 企业社会责任的理论沿革 / 6
- 第三节 企业社会责任的发展趋势与研究新视角 / 19

第二章 企业社会责任的哲学思辨：历史的视角

- 第一节 伦理道德的“恒”与“动” / 32
- 第二节 中国“商道”、西方“商业信仰”的演变脉络 / 41
- 第三节 中国企业社会责任缺失的伦理根源 / 55

第三章 中国企业社会责任的反思：实证研究

- 第一节 企业社会责任履行的内外关联因素 / 64
- 第二节 珠三角企业社会责任现状 / 70
- 第三节 珠三角企业社会责任缺失的现实根源 / 79

第四章 企业社会责任运行体系的构建

- 第一节 企业社会责任行为的演变过程 / 91
- 第二节 中国企业社会责任运行体系 / 101
- 第三节 中国企业社会责任运行机制 / 110

目 录

CONTENTS

第五章 企业社会责任宏观运行机制：价值引导

- 第一节 价值引导体系中三大伦理的作用特点 / 123
- 第二节 思想道德教育双因素结构模型及其导引机理 / 130
- 第三节 重树精神殿堂：三大伦理体系发挥正向拉力 / 137

第六章 企业社会责任中观运行机制：制度环境

- 第一节 企业社会责任中观运行机制概述 / 148
- 第二节 企业社会责任中观运行机制的动力因素 / 160
- 第三节 中观运行机制的基础动力 / 167

第七章 企业社会责任微观运行机制：组织履行

- 第一节 企业社会责任微观运行机制概述 / 176
- 第二节 企业社会责任基本职能实现机制 / 184
- 第三节 企业社会责任保障机制 / 197
- 第四节 企业社会责任发展机制 / 210

主要参考文献 / 223

后记一 / 229

后记二 / 231



第一章 企业社会责任：理论与实践

第一节 企业社会责任运动的缘起与发展

企业社会责任概念首先在 20 世纪 20 年代由美国人谢尔顿提出，但在全球范围内引起广泛影响，则是在 20 世纪 80 年代。随着经济全球化和跨国公司的对外扩张，各国劳资关系处于一种极端不平衡的状态，劳工权益保障日益成为全球性的社会伦理问题。在这一背景下，企业社会责任运动在欧美发达国家发起，逐渐演变成一股世界性的潮流。

一、国际企业社会责任运动产生的背景

经济全球化推动了全球范围内“市场经济、自由贸易”的实现，将市场经济的规则推向了全球。在经济全球化的浪潮中，世界经济社会的发展呈现出三个明显特征：

一是贸易、投资和金融的国际间流动加速，相互依存度日益增强。贸易自由化、生产一体化、金融国际化是经济全球化的主要内容。经济资源跨越国界在全球范围内自由、全面、大量流动，并得到优化配置。国际资本流动加快，国际投资、贸易额急剧增长，国际金融业迅猛发展，各国之间、各跨国经济组织之间的竞争加剧。

二是跨国公司的经济力量和作用异常突出。跨国公司是推动经济全球化的主要力量，是国际生产活动和国际投资的主要载体，在经济全球化中扮演着重要角色，具有越来越广泛的影响力。以 2002 年为例，据联合国贸易会议有关数据统计，全球跨国公司有 6.4 万家，年销售额超过 18 万亿美元，是全球出口的两倍多。它们控制了 50% 的全球产出、60% 的世界贸易、70% 的技术转让和 90% 的国际直接投资。2002 年全球公司 200 强的销售总额达到 7.1 万亿美元，几乎是世界上 45 亿人口收入总额 3.9 万亿美元的两倍。

三是社会矛盾日益加剧。资本不断扩张所引发的一系列社会矛盾和社会问题日益严重。在全球化的浪潮中，在工业化、城市化的口号下，环境破坏、资源浪费、社会腐败等扩展成为全球性的社会问题。尤其是劳资冲突严重，



劳工问题突显。资本的集中与扩张在全球内形成了对于劳动力的压制与剥夺,使劳资关系力量对比处于一种极端不平衡的状态。跨国公司等世界大企业在全球范围内“赚钱”,追逐超额利润,而世界欠发达国家工人却在“工资和劳动条件向下竞争”的驱使下,就业日益困难,生活越来越贫困,劳动环境恶劣。

尽管经济全球化在更大范围内和更高层次上以更快的速度优化了资源配置,促进了经济繁荣,但同时也打破了既往的利益格局,加剧了社会矛盾。人与自然之间、资本与劳工之间、发达国家与发展中国家之间、发展中国家相互之间多重矛盾的聚合,对新的国际经济贸易秩序和规则提出了强烈要求。尽管新的国际经济贸易规则如国际货币基金组织(IMF)、世界银行(WB)、世贸组织(WTO),从WTO总协议到多边货物贸易协议、服务贸易总协定、保护知识产权协议等基本确立,但劳工标准仍然成为不同利益集团争夺的焦点。从WTO的“社会条款”之争到国际劳工组织“体面劳动”、联合国“全球协议”的提出,围绕劳工标准问题,各国政府和不同利益集团在各种舞台上展开了长达数十年的博弈,但由于利益冲突明显,至今未能达成共识。另一方面,在政府间谈判相持不下的情况下,由于跨国公司实力不断扩张,社会控制力不断加强,有关各方对劳工标准的诉求由政府逐渐扩展到跨国公司,要求跨国公司承担更多社会责任的呼声越来越高。与此同时,跨国公司自身也意识到最终将无法摆脱责任,与其任由政府间交涉最终达成强制规定,不如自身主动承担社会责任,因为主动承担可以通过责任下移方式减轻自己的实际支出。

随着20世纪60年代环保主义思想运动蓬勃兴起,70年代中叶消费者权益运动的高涨、人权运动、绿色和平组织运动等大规模社会团体运动的进行,加上当前全球范围内要求改善劳工条件、维护劳工权益的呼声与利益集团的劳工标准之争相交织的背景,企业社会责任运动应运而生,迅速蔓延为全球性的社会运动。

二、国际企业社会责任运动的兴起与发展

企业社会责任运动的兴起直接源于消费者运动的压力,而其迅速发展则是由劳工组织、消费者团体、人权组织和环保组织、非政府组织等多重力量互相联系应援、共同推动的结果。

第一,企业社会责任运动发端于消费者运动的压力,以跨国公司“内部生产守则”为最初表现形式。由于跨国公司经济力量的崛起,其经济行为不仅对本国,而且对多国都产生了广泛的社会影响,所以成为消费者、劳工团体、人权组织、环境保护者的直指矛头。1991年,美国牛仔裤品牌商 Levi-



Strauss 因利用海外的“血汗工厂”生产产品被新闻媒体曝光后，成为舆论和消费者运动关注的焦点，为挽救其公众形象，该企业草拟了世界上第一份企业内部生产守则。随后，在人权组织、劳工组织、环保组织、道德投资机构以及各类非政府组织的应援支持下，消费者运动的视线转向一系列大型跨国公司，促使更多的跨国企业制定了企业内部生产守则，由此产生了一场广泛的企业生产守则运动。该运动要求跨国企业在参与市场竞争过程中必须以国际劳工标准为依据来制定和实施工资、劳动时间、安全卫生等劳工标准，维护劳工的基本权利。迫于内外压力，很多欧美跨国企业纷纷制定可以对社会做出必要承诺的责任守则，或通过认证，以应对不同利益相关团体的要求；同时设立专门机构、配备专职人员，使内部生产守则贯彻实施于包括跨国公司本部及供应商、分包商在内的供应链全过程，从而将生产守则运动扩展到作为生产制造基地的包括中国在内的广大发展中国家，企业社会责任运动由此进入快速发展阶段。

第二，企业社会责任运动随着“内部生产守则”向“外部生产守则”转变而迅速发展。尽管很多知名企业相继建立起自己的内部生产守则，但这种跨国公司自己制定的生产守则有着明显的商业动机，其行为表现为一种策略性的行为选择，最终服从于其商业利益，而且其实施状况也无法得到社会的监督。在多重力量的推动下，生产守则运动变成由第三者对企业进行社会责任认证的运动，逐步将由跨国公司“自我约束”（self-regulation）的“内部生产守则”转变为“社会约束”（social regulation）的“外部生产守则”。所谓“社会约束”的生产守则，其实是一种“对跨国企业施压来建立跨国劳动检查的制度”。在1995年召开的世界社会发展首脑会议上，联合国秘书长安南曾提出“全球协议”的设想。1999年1月在达沃斯世界经济论坛年会上，联合国正式提出了企业界的《全球契约》（Global Compact），直接鼓励和促进了“企业生产守则运动”的推行。2000年7月，《全球契约》论坛第一次高级别会议召开，参加会议的50多家著名跨国公司的代表承诺，在建立全球化市场的同时，要以《全球契约》为框架，改善工人工作环境、提高环保水平。《全球契约》行动计划得到包括中国在内的30多个国家的代表、200多家著名大公司的积极响应。据经济合作与发展组织（OECD）统计，到2000年为止，全球共有246个生产守则，其中有118个由跨国公司制订，92个由行业协会和贸易协会制订，32个由非政府组织制定，4个由国际组织制订。如今，全球各种类型的生产守则已经超过400多个。由商贸协会、多边组织或国际机构制定的生产守则主要在美国、英国、澳大利亚、加拿大、德国等地。其中比较有影响的生产守则制定和监察认证的组织有美国“公平劳工协会”（Fair Labor Association，简称FLA）、荷兰的“洁净衣服运动”（Clean Clothes Cam-

paign, 简称 CCC)、英国的“道德贸易行动”(Ethical Trading Initiative 简称 ETI)及“地毯标志基金会”(Rug mark Foundation)等。最有影响的是由“国际社会责任组织”(Social Accountability International, 简称 SAI)1997 年制定、在 2004 年开始由美国和欧洲等一些国家强制推行的 SA8000 标准认证, SA8000 标准涵盖人群、劳工标准、环保三个主要领域,把抽象的商业伦理指标化,体现了当今社会对企业发展趋势的一种期望,并提供了一个企业承担社会责任的运作模式,但同时也使包括中国在内的发展中国家企业在全球化竞争中面临着更大的挑战。

第三,企业社会责任运动随着各国法案的出台和企业社会责任报告的发布而不断强化。1937 年,德国的《股份公司法》最早对公司社会责任做出明确的法律规定,强调公司董事“必须追求股东的利益、公司雇员的利益和公共利益”。1968 年,欧共体发布了公司法第一号指令,要求成员国对股东、债权人和其他与公司从事交易的利益相关者提供切实保护。英国也在 1980 年修改公司法,规定董事必须考虑雇员的利益。英国的《城市法典(City Code)》第九条规定,“在董事向股东提供建议时,董事应当考虑股东的整体利益和公司雇员以及债权人的利益”。1984 年 4 月,美国法律研究所发表一份关于《公司治理原则:分析与劝告》的建议,对“公司的目的与行动”作出规定,公司不仅具有追逐利润和股东利益的经济目的,还要对社会负担一定的责任,在追求营利目标的同时,必须受社会责任或社会需要的制约。1989 年,美国宾夕法尼亚州率先修正其公司法,将美国法律研究所的建议赋予了法律效力,要求公司经营者对公司的“利益相关者”负责,而不仅仅是对股东一方利益负责。至今,美国已有近 30 个州(超过半数的州)相继在公司法中加入了企业社会责任内容,要求公司经理为公司的“利益相关者”服务,而不仅为股东服务。1976 年经济合作与发展组织(OECD)制定了《跨国公司行为准则》,该准则虽然对任何国家或公司没有约束力,但要求加强保护利益相关者的权利,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。2004 年,OECD 在《公司治理原则》的“董事会的责任”一节中将“董事会应该保证遵守适当的法律,并充分考虑到股东的利益”修改为“董事会应该具有很高的伦理标准,它应该考虑到利益相关者的利益”。这种修改明确反映出国际上的一种主流趋势:公司应该主动承担起对利益相关者的责任。另外,澳大利亚、日本以及欧盟等国家,也相继出台了有关企业社会责任的法案。我国《公司法》也于 2005 年 10 月做出了重大修订,新《公司法》第 5 条明确要求公司从事经营活动,必须“承担社会责任”。公司理应对其劳动者、债权人、供应商、消费者、公司所在地的居民、自然环境和资源、国家安全和社会的全面发展承担一定责任。



随着企业社会责任运动的深入开展，实业界也纷纷响应，世界范围内的著名公司在制定全球发展战略时越来越重视企业的社会责任，设立企业社会责任委员会或类似机构来专门处理企业社会责任事项，并公开发表社会责任报告。“英国企业社会责任网络”（CSR Network）咨询公司在对美国《财富》杂志选出的全球百强企业进行社会责任评估时发现，企业对社会责任越来越重视，主动提交可持续发展报告的世界百强企业数目不断增加。

随着企业社会责任运动的蓬勃发展，企业社会责任已从当初以处理劳工冲突和环保问题为主要目的，上升到实施企业社会责任战略提升企业国际竞争力的层面。

三、国际企业社会责任运动迅速发展的内在逻辑

国际企业社会责任运动的兴起与迅速发展并非偶然，而是有着深刻的社会基础。

第一，西方社会价值观念的转变为企业社会责任运动奠定了思想基础。中世纪以后，从封建枷锁中解脱出来的西方社会，产生了以保护个人权利、崇尚个人自由、尊重个人意识自治的个人本位中心观念，个人利益作为一种绝对的利益受到法律的尊重和保护。个人权利本位思想是资本主义上升时期的自由主义思想和自由放任经济政策的产物，通过保护个人财产权、刺激自由竞争，促进了资本主义市场经济的发展，但这种思想的泛滥最终也导致了劳资关系严重对立等社会后果。19世纪末期西方社会利益理论的诞生昭示着个人本位思想向社会本位思想的转变，法律设计也开始矫正过去过于强调个人利益而忽视社会利益的偏差，社会利益引起人们的广泛关注。1924年由美国人谢尔顿首先提出的企业社会责任概念，使企业经营中的股东本位思想开始受到质疑，谋求股东利益不再是企业存在的唯一目的，企业还应该关注和促进其他社会利益，对社会承担责任。企业社会责任的提出与社会本位思想有着密切的关系，可以说，社会本位思想的兴起为企业社会责任概念的形成奠定了思想基础。^①

第二，企业经济力量的急剧壮大形成企业社会责任运动的社会基础。在市场经济条件下，企业以其天然优势在商业领域里通过有效地配置资源而创造巨额财富，对社会产生了巨大的影响力，并且通过对各个领域的渗透和扩张，实现了对社会的政治、经济、文化、科技等方面相当程度的控制和干预。从整个世界的发展趋势看，企业经济力量的壮大也引发了一系

^① 臧志、高磊：《公司社会责任之理论与实践发展》，载《湖北广播电视大学学报》，2005（5）：96。



列严重的社会问题，如劳工问题、环境问题、贫富悬殊等，问题的不断累积必然引起社会的激烈反应，人们理所当然地同时产生一种担忧与期待：担心企业经济力量被人为地滥用来损害社会利益，期待企业在利用社会资源创造财富的同时应该以某种方式回报社会、实现社会进步。而通过多重社会力量、多种手段促进企业社会责任运动正是对日益壮大的企业经济力量的有效制衡。

第三，公司治理结构的变化是企业社会责任运动的组织基础。随着企业规模的扩大、股东的增多、股权的分散，股东与企业之间的紧密关系日渐松散，以董事为代表的群体取代股东成为企业的实际经营者已是大势所趋。企业权力的转移意味着在公司治理中，股东丧失了主张只为自身的利益运营公司的权利，不再直接参与企业经营管理而仅成为企业利益相关者之一，股东利益当然不可能成为企业实际掌门人考虑的唯一目标，企业的目标由股东向更为广泛的非股东群体转移，使企业承担社会责任成为必然。

第四，公司持续发展的需要是企业社会责任运动的行动基础。美国著名学者弗里曼（Freeman, 1984）在《战略管理：利益相关者分析方法》一书中指出，任何一个健康的企业必然要与外部环境的各个利益相关者之间建立一种良好的关系，从而达到一种双赢的结果。首先，企业作为社会系统中一个独立的子系统，必然要与其边界之外的社会系统如人文社会环境、自然环境发生密切联系。为了保护自然环境、保护生活质量、维持社会稳定和发展，政府、社会团体等都会向企业提出种种行为要求与限制，企业要获得生存与发展的空间，其经营行为必须主动适应社会的期望。其次，实证研究表明，企业社会责任行为与企业经营绩效呈现正相关关系。企业所付出的社会责任成本，将以良好的企业形象、强大的品牌效应、顾客与员工的忠诚度等无形资产的获得而得到回报，为企业带来持续的长远的利益。此外，企业社会责任行为是提高企业国际竞争力的有效途径。尤其是对于中国企业而言，能否承担社会责任已成为能否进入国际市场的通行证。在企业社会责任已转化为一种市场力量与盈利法则的经济全球化背景下，企业唯有积极承担社会责任才能实现持续发展。

因此，企业社会责任运动的迅速发展是一种逻辑的必然。

第二节 企业社会责任的理论沿革

尽管企业社会责任是一个现代的概念，但对经济行为是非或规范的讨论可以追溯到几千年前，在中西方文化中都有悠久的历史。然而，在企业社会



责任的概念提出之后却引起了长久的争论，著名的“伯利—多德”之争、“伯利—曼恩”之争、主张自由经济的学者如弗里德曼、哈耶克^①、波斯纳^②等对企业社会责任的观点表示反对和批判，都是该领域的经典争论。要理解企业社会责任的内涵，与其从理论和逻辑的层面来争论某一种社会责任观的对错，不如从历史的视角来剖析企业社会责任观的演进。

一、西方企业社会责任观

传统经济理论认为，企业如果尽可能高效率地使用资源以提供社会需要的产品和服务，并以消费者愿意支付的价格销售它们，企业就尽到了自己的社会责任^③。虽然这一来源于古典主义经济学的企业行为标准的假设在亚当·斯密之后 200 多年的时间里依然稳立不倒，但从来就没有在企业的实践中被无条件地实行过，在现实中企业往往不得不考虑其应有的社会责任。

（一）西方早期消极的企业社会责任观

18 世纪末期，西方企业的规模普遍都还很小，企业家们行为节俭。但与此同时，也有一些小企业的业主们经常捐助学校、教堂和穷人们。随着工业革命的产生和发展，导致了西方现代企业的出现，企业在积累巨大财富的同时，社会活动开始持续增加。进入 19 世纪以后，已经有一些企业初具规模，进而可以在一定程度上影响当地的经济、政治和文化生活，参与社区建设、向穷人捐款、兴办教育等慈善活动。这些早期的社会责任实践主要来自宗教信仰的影响，特别关注三方面的伦理行为，一是商业交易中的诚实与公正，二是通过慈善捐赠将自己的财富与社区分享，三是对弱势群体利益的关照。但这一时期的社会责任行为更多的是企业个人行为而非企业行为。应该说，在整个 19 世纪人们对企业的社会责任观是持消极态度的。在“社会达尔文主义”主流思潮统领下，许多人认为弱肉强食、适者生存是社会生活中的普遍规律，企业捐款资助弱者是与自然进化过程相违背的，由此造成的社会保护只会降低人类的适应能力。赫伯特·斯宾塞（1850）指出：“这看起来很残酷，一个劳动者生了病，就丧失了与其他强壮竞争对手进行竞争的能力，就

① F. A. Hayek. *The Corporation in a Democratic Society: In Whose Interest Ought It and Will It Be Run?* H. I. Ansoff, *Business Strategy*. Harmondworth, 1969: 266.

② 理查德·A·波斯纳：《法律的经济分析》，蒋兆康译，中国大百科全书出版社 1997 年版，第 544—547 页。

③ [美] 乔治·斯蒂纳、约翰·斯蒂纳：《企业、政府与社会》，张志强、王春香译，华夏出版社 2002 年版，第 544—547 页。



必须遭受穷困，那些寡妇和孤儿必须自己为生或死而挣扎。虽然如此，如果不是孤立地看，而是与整个人类的利益联系起来看，这些无情的命运就充满了最高的仁慈，正是这种仁慈使得那些父母患病的孩子早早入土为安，也正是这种仁慈使得意志消沉者、酗酒者以及那些受流行疾病折磨的虚弱者早早告别人间”^①。在这种思潮的影响下，许多企业不仅不主动地承担社会责任，而且对那些与企业有密切关系的供应商、分销商、员工极尽盘剥，以求尽快变成社会竞争的强者。在早期消极的企业社会责任观的影响下，企业认为它与其利益相关者之间是一种赤裸裸的市场竞争关系。至于众多利益相关者的非经济性的利益要求，企业是不需要过多考虑的，即使加以考虑，那也是出自于企业主的怜悯之心。

（二）西方近代积极的企业社会责任观

进入 20 世纪以后，工业的发展对社会产生的负面影响开始凸现。批评家们开始指责“社会达尔文主义”的残酷和冷漠，并意识到企业必须对那些与其有关联的群体负起责任。到 20 世纪 20 年代，共出现了三种支持扩大企业社会责任的观点^②。第一种观点是“受托人观”，即认为管理者是受托人（Trustee），公司赋予他们相应的权力和地位，他们的行为不仅要满足股东的权益，而且要满足顾客、雇员和社会的需要。第二种观点是“利益平衡观”，即管理者有义务来平衡（Balance）那些与企业有关联的集团之间的利益，成为各种互相冲突的利益团体之间的利益协调人。第三种观点是“服务观”，企业有义务承担社会项目去造福或服务于公众，而管理者个人也可以通过成功地运营企业来减少社会不公、贫穷、疾病，从而为社会做出贡献（Lunden, 1988）。这些观点的迅速传播促进了一些企业领导人在实践中开始实施完全不同于以往的社会责任活动。在一些先行者的带领下，20 世纪早期的西方企业普遍已经不再对其社会责任抱着冷漠的态度，它们开始主动捐款，资助社区活动和红十字会事业，帮助当地政府完善义务教育和公共健康制度。而企业经营活动中最大的转变是开始真正地重视与其有密切关系的各种利益相关者的利益要求，许多企业都设立了正式的工会组织，建立起专门的组织机构来处理供应商、分销商、贷款人、特殊团体、社区的意见和建议。同时，许多大公司还设立了慈善基金，并取得了相应的免税特权。企业积极从事社会责任活动已经不再是个别现象，反而成了企业拥有远大抱负的象征。

^① Spence, H., 1970/1850. *Social Statics*. New York: Robert Schalkenbach Foundation.

^② [美] 乔治·斯蒂纳、约翰·斯蒂纳：《企业、政府与社会》，张志强、王春香译，华夏出版社 2002 年版。



（三）西方现代企业社会责任观的确立

20 世纪中期以后，不断加速的大规模工业活动给社会带来的外部负效应非常明显，企业活动对社会产生了前所未有的巨大影响。管理学大师彼得·德鲁克（Drucker, 1973）曾指出：“一个健康的企业和一个病态的社会是很难共存的”，况且社会之所以进入“病态”，企业本身负有不可推卸的责任。

虽然一些崇尚自由经济主义的学者仍然拒绝承认企业的社会责任^①，但随着利益相关者理论的迅速发展，广义企业社会责任的观念继续得到发展和扩大，并且得到了学术界的广泛支持。同时，现实中的企业开始积极地承担起各种社会责任，主动地甚至是前瞻性地考虑利益相关者的利益要求，履行多种社会责任成为企业应有之义。

1953 年，鲍恩（Bowen）在其著作《商人的社会责任》中给出了商人社会责任的最初定义，提出“商人有义务按照社会的期望的目标和价值，来制定政策、进行决策或采取某些行动”^②，正式提出了企业必须承担社会责任的观点，开创了企业社会责任研究领域。其后，围绕着“企业为什么要负社会责任”、“企业应该履行什么社会责任”以及“企业如何履行社会责任”的问题，学者从不同角度分别提出了各种观点，形成了企业社会责任观的“丛林”，比较有代表性的观点如下：

“责任铁律观”认为，商人或企业所承担的社会责任必须与社会赋予他们权利相称，强调权利对等和平衡。^③

“社会回应观”则将企业社会责任的研究从道德争论引向企业管理过程，主张企业在实践中必须对外部社会压力作出回应，控制外部社会压力对企业的影响，降低企业的社会风险。^④

“企业伦理观”提出企业可以作为道德代理人，与个人一样秉持一定的道德规范和准则，遵从一定的商业伦理。

“企业社会绩效观”通过全面考察企业社会责任的动机、过程和结果，

① 陈宏辉：《企业利益相关者理论与实证研究》，浙江大学 2003 年博士论文。

② Bowen, H. R. *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harpor & Row, 1953.

③ Davis, K. *Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities*. *California Management Review*, 1960, 2 (3): 70-76.

④ Frederic, W. C. . *From CSR1 to CSR2: The maturing of business and society thought*. Working Paper, No. 279, Pittsburg, PA: University of Pittsburg, Graduate School of Business, 1978.



描述、衡量和分析了企业与其他社会因素之间的关系,指出公司应如何作为。^①

“利益相关者观”指明了企业社会责任管理的对象及其相关责任,突破了股东利益至上的传统观点,为企业社会责任的实施提供了一个新的分析平台。^②

“综合性社会契约观”从社会契约的传统角度来考虑企业与社会的关系,认为企业与社会存在一个社会契约,企业应对为它的存在而提供条件的社会履行责任,社会也应对企业的发展承担责任。^③

“三重底线观”认为企业的行为不仅要考虑经济底线,还要考虑社会底线与环境底线,企业必须尽可能减少其活动带来的危害,同时创造经济、社会和环境价值。^④

“企业公民观”则从法学的角度强调企业作为社会经济的主体,与自然人类类似,是社会的法人公民,在享有权利的同时,必须对企业的行为负责、担负社会责任。^⑤

以亚当·斯密的自由市场经济为基本的传统西方经济思想问世以来,倡导对个人利益追求的合理性,正如弗里德曼所主张的,股东利益最大化是企业经营者的唯一目的。但通过两个多世纪的企业发展实践,最终在 20 世纪 50 年代开始至今形成了西方企业社会责任观的发展脉络。这一过程经历了从最初对企业是否应当承担社会责任的争论到逐渐认同,从企业应当承担对雇员、社区的责任,逐步扩大到对环境、消费者等多元利益相关者的责任,最终形成经济、社会和三方面的责任(图 1.1)。企业社会责任思想的演变,还经历了从概念、理念的讨论到对企业社会责任实践的过程管理和方法所进行的探索。这一过程最终达成一种共识,企业经营的目的是实现合理利润最大化而不是股东利润最大化,合理利润是建立在企业对经济、社会和环境等利益相关者负责的基础上所获得的利润。

① Carroll, Archie B. *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, *Academy of Management Review*, 1979; 4 (4).

② Donaldson, T., Dunfee, T. *Toward a unified conception of business ethics: integrative social contracts theory*, *Academy of Management Review*, 1994; 19 (2).

③ Donaldson, T., Dunfee, T. *Toward a unified conception of business ethics: integrative social contracts theory*, *Academy of Management Review*, 1994; 19 (2).

④ 环境与发展研究所:《企业社会责任在中国》,经济科学出版社 2004 年版。

⑤ Wood, Donna J. *Corporate Social Performance of Management Review*, 1991, 16 (4): 696.

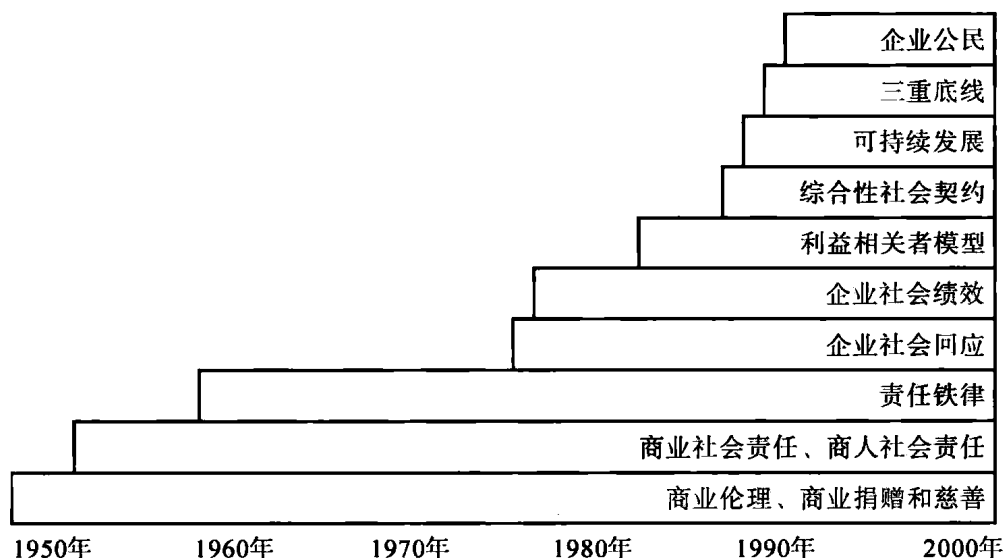


图 1.1 西方企业社会责任观的发展

资料来源：Frank G. A. et al. *A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance*, *Business and Society Review*, Sept. 2005, 44 (3): 283-317.

二、中国企业社会责任观

（一）中国传统文化中的商人社会责任观

中国传统文化中，长期以来以基于儒家学说的伦理道德观对社会问题作出价值判断。其特点是以“义利之辩”为核心、以“重义轻利”的价值取向为主流，涉及生产、交换、分配和消费等经济活动。可以说，企业社会责任思想在中国的源流，更多来自传统文化中对个人商业行为的伦理和道德规范的阐释，主要体现在三个层面：

一是以“仁”为核心的经营理念。将“仁者爱人”的伦理思想引入商业领域，沉淀出以“仁”为核心的经营理念，该理念进一步细化为“内求仁心，外求仁政”，即对内主要行仁道，对雇员要时刻关心，增加雇员凝聚力，营造商家内部的有序关系与和谐氛围；对外着重塑造商家的仁慈形象，如参与赈灾、乐善好施等，树立商家良好名声和仁者风范，通过让渡个人利益从而升华主体的社会责任感。

二是“义”、“礼”统一的营商原则。“义”指社会公利或个人符合社会公利的道德行为准则，主张在价值认识上“见利思义”，在行为准则上“取之有义”，在实际效果上“先义后利”，在价值评判上“义利合一”。“礼”则泛



指各类典章制度和行为规范,相对于内在的“仁”与“义”而言,“礼”是硬性的外在规约。中国传统的社会责任观主张对不能树立优秀商业道德的人,要用行为规则来约束,即“守礼”,通过“礼”调节人际关系,实现社会和谐安宁;同时强调杜绝商业欺诈行为,建立交易契约制度,禁止不合格的商品上市,对违反商业规范者进行惩治等,使经营活动有法可依。“义”、“礼”的统一使以“仁心”、“思义”为特征的经营理念借助“礼”这一硬约束世代相传。

三是以“信”为立身之本。“信”指诚实不欺、讲信义,儒家思想把“信”作为立身之本,认为在经商中“无信不立”,强调在交易过程中保质、保量,讲信用、重承诺,坚信以诚待人才能取得顾客的信任和悦服,“惟以至诚待人,人亦不欺君,久之渐盈余。”

总之,中国传统文化中的商人社会责任观主张在商业活动中,经商不仅仅是谋利,而是作为实现“经世济民”目的的手段,商人应该通过发展商业提高社会福祉以获取社会认同。

(二) 计划经济时代的企业社会责任观

新中国成立后,逐步建立了以公有制为基础的社会主义计划经济体制,大量的国有企业成为社会经济生活中的重要组织。但这一阶段并不存在真正意义上的企业,国家是生产资料的唯一所有者,企业一切决策权集中在各级政府主管部门手里,企业只是政府部门的行政附属物,其生产和销售活动都是由行政计划所调控,所形成的“企业办社会”模式也是计划的一部分,并没有真正意义上的现代企业社会责任。首先,国有企业的经济责任被弱化。新中国成立后企业的生产经营要承担国家实施工业化战略的基本责任,其生产经营主要是服务于国家战略,企业没有独立的人格,没有生产经营自主权;其次,企业的法律责任基本上被行政指令所代替,各级政府对企业的管理是采取行政指令的方式,企业没有相关法律可循;此外,企业要承担各种社会负担和成本,企业在经营活动之外,还要办学校、建医院,职工的生老病死无所不包,企业负担起了本来应由政府承担的社会职能,企业和政府职能严重错位。“企业办社会”使企业承担了不应该承担的社会成本,导致社会成本企业化,这与真正意义上的“企业社会责任”有着本质的区别,因为企业社会责任的重要目标是要纠正企业成本社会化的局面。所以说,计划经济时代的“企业办社会”并不等同于企业社会责任。

(三) 改革开放以来的中国企业社会责任观

改革开放以来,中国企业社会责任观的形成与发展大致经历了四个阶段。

一是企业社会责任观的真空阶段(20世纪70年代末到80年代中期)。改革开放尤其是党的十二届三中全会确立社会主义市场经济体制以来,企业逐