

# 企业社会责任

## 多视角透视



QIYE SHEHUI ZEREN  
DUOSHIJIAO TOUSHI

任荣明 朱晓明 ◎主编



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

# 企业社会责任

## 多视角透视

主 编 任荣明 朱晓明

副主编 邝保华 胡贵毅

编 委 (以姓氏笔画为序)

王启洋 王漫天 孔 捷 邬一欣 官群凯

姜 涛 赵晶晶 徐建敏 钱 洁 黄 政



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

企业社会责任多视角透视/任荣明,朱晓明主编. —北京:北京大学出版社, 2009. 1

ISBN 978 - 7 - 301 - 14899 - 0

I. 企… II. ①任… ②朱… III. 企业 - 社会 - 责任 - 研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 006526 号

书 名: 企业社会责任多视角透视

著作责任者: 任荣明 朱晓明 主 编 邝保华 胡贵毅 副主编

责任编辑: 刘秀芹 朱 彦 王业龙

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 14899 - 0/F · 2118

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: [law@pup.pku.edu.cn](mailto:law@pup.pku.edu.cn)

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

出版部 62754962

印 刷 者: 涿州市星河印刷有限公司印刷

经 销 者: 新华书店

730 毫米 × 980 毫米 16 开本 20.75 印张 384 千字

2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010 - 62752024 电子邮箱: [fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)

# 前 言

---

自 1924 年英国学者欧利文·谢尔顿 (Oliver Sheldon) 第一次从学术角度提出“企业社会责任”的概念以来,关于企业要不要承担社会责任、承担哪些社会责任、如何承担社会责任的争论,从来没有停止过。总的趋势是,人们对企业社会责任的认识,由模糊到逐步清晰,由不被企业家、经济学家认同到被社会各界广泛接受。

随着经济的高速发展,企业为了追逐高额利润,实现自身利益最大化,不断做出污染环境、损害社会公共利益的行为。整个社会为企业的这种行为付出了沉重的代价。发达国家的学者、政府及社会各界人士越来越认识到企业的经营行为不再是企业个体的行为,而是与社会公众利益休戚相关的事。由此,学者在学术上探讨企业承担社会责任的必要性 with 理论依据,政府通过干预市场、干预企业行为的方式加强企业的社会责任,以期消除企业的经营行为给社会造成的危害。经过半个多世纪的努力,企业社会责任的观念已深入人心。

1999 年 1 月,时任联合国秘书长安南在达沃斯世界经济论坛年会上提出“全球契约”(Global Compact),要求跨国公司和私营企业在各自的影响范围内重视劳工标准、人权和环境保护等问题。该契约致力于在人权、劳工权利、环境保护和反腐败等领域推行一套共同的准则,旨在消除经济全球化的负面影响,在全球范围内推广企业社会责任。因此,我们可以称其为联合国关于企业社会责任的全球宣言。

我国引入西方国家的“企业社会责任”概念的时间比较晚。随着改革开放的深入,企业大量引进外资,各种经济成分的中小企业竞相发展,企业忽视社会责任的现象十分严重。企业为了追逐高额利润,浪费资源,污染环境,违法经营,损害消费者和社会公众利益的事件层出不穷,引起了政府和社会各界对企业社会责任问题的重视。近几年,各种研究企业社会责任的学术团体与社会组织蓬勃兴起,一股探讨企业社会责任理论与实践的热潮在我国掀起。

2008 年是我国历史上不平凡的、具有重大历史意义的一年。改革开放 30 周年,奥运会、残奥会在北京隆重举行,这是一个多么振奋人心的年份。但是,这一年我国遇到了历史性的灾难,伴随着一场“雨雪冰灾”和一场“大地震”,股市股价暴跌 70% 以上。两场巨大的自然灾害与人为的股灾叠加,这对政府、企业、社会公众都是一场重大考验。在我们克服这些灾难的同时,企业社会责任方面也出现了三起引发社会震动的事件:其一为“平安圈钱门”事件;其二为“万科捐款门”事件;其三为“三鹿毒奶粉”事件。这三起事件引起的社会争论和社会震动也是史无前例的,而它们都与企业社会责任有关。因此,如果我们称 2008 年为我国的企业社会责任元年,也不为过。

我们重视企业社会责任,并不说明我们对企业社会责任已经有一个清晰的认识。恰恰相反,我们在争论中所表达的观点,说明我们对于企业社会责任的认识存在不少误区。例如,在“万科捐款门”事件的争论中,不少网民以捐款的多少衡量企业承担社会责任的多少,将企业社会责任等同于慈善捐款,这本身就是一个认识上的误区。又如,在“平安圈钱门”事件中,平安公司高管在不适当的时机提出不适当的巨额融资案,引发股市暴跌,股民称其为“只知圈钱,不知回报”,是一种恶意圈钱的行为,结果招来一片骂声。平安公司高管在作这个决定时没有想到股民的反应会如此激烈,这表明上市公司高管没有认清企业与股东及利益相关者之间的关系,在企业社会责任方面存在认识不足或认识偏差。“三鹿毒奶粉”事件则是某些企业为了谋求自身利益,漠视消费者生命安全的恶性案件,是一个严重违背企业社会责任的典型案例。此外,2008 年下半年,在中央有关部门三令五申强调安全生产之时,矿难仍然不断,我们必须考量这些企业的社会责任的何在。由此,我们得出一个结论:我国的企业社会责任,其路漫漫也。

前几年,我和中欧工商学院院长朱晓明教授一直关注我国的企业社会责任问题。我们合作策划编写本书,目的在于弄清企业社会责任的一些理论与实践问题。现在,我们将它贡献给对企业社会责任感感兴趣的学者与企业界,希望对大家探讨此问题有所帮助。新加坡南洋理工大学教授邝保华博士对发达国家的企业社会责任问题有一定的研究,他参加本书的编写,为本书提供了不少资料。胡贵毅是我的博士生,在跨国公司工作多年,有丰富的企业实践经验,他除了参加部分章节初稿的写作外,在协助我统稿的过程中也投入了很多精力。我的学生王漫天、姜涛、徐建敏、钱洁、赵晶晶、黄政、孔捷、官群凯、邬一欣、王启洋等参加了本书初稿的撰写。我的学生侯兴政、刘金波、严炳祥、季成、蒋雪根、王道臻、梁罗、江敏华、李创、杨海、周明垒等参加书稿的专题讨论和资料收集工作。全书由我和朱晓明教授修改定稿。

值此书稿完成付印之时,总感到有不尽如人意之处。由于国内关于企业社会责任的理论研究与社会实践尚处于起步阶段,此书的研究尚属粗浅。望广大读者多多指教。

任荣明

2008 年 9 月于上海交通大学法华苑

# CONTENTS 目 录

## 第一部分 理 论 篇

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>第一章 企业社会责任的产生和发展</b>       | <b>3</b>  |
| 第一节 企业社会责任产生的历史背景             | 3         |
| 第二节 企业社会责任理论的产生和发展            | 12        |
| 第三节 企业社会责任表现形式的不同发展阶段         | 23        |
| 第四节 企业承担社会责任的对象和内容            | 33        |
| <br>                          |           |
| <b>第二章 企业社会责任的经济学分析</b>       | <b>37</b> |
| 第一节 传统经济学对企业承担社会责任的解释         | 37        |
| 第二节 现代企业理论对企业承担<br>企业社会责任的解释  | 38        |
| 第三节 基于成本效益分析的企业社会责任理论         | 49        |
| 第四节 其他经济学理论关于企业社会责任的解释        | 52        |
| 第五节 基于利益相关者理论的企业<br>社会责任经济本质说 | 60        |
| 第六节 对企业社会责任的经济学实证分析           | 63        |
| <br>                          |           |
| <b>第三章 企业社会责任的法学分析</b>        | <b>67</b> |
| 第一节 法学理论对企业社会责任思想的影响          | 67        |
| 第二节 企业社会责任的法学理论基础             | 71        |
| 第三节 企业社会责任的法律价值               | 81        |
| 第四节 企业社会责任引入公司法的正当性           | 89        |

## CONTENTS 目 录

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| <b>第四章 企业社会责任的管理学分析</b> | <b>93</b> |
| 第一节 从管理学角度分析企业社会责任的理论   | 93        |
| 第二节 企业战略管理与企业社会责任       | 98        |
| 第三节 企业竞争力与企业社会责任        | 102       |
| 第四节 人力资源管理与企业社会责任       | 105       |
| 第五节 风险管理与企业社会责任         | 108       |

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| <b>第五章 对企业承担社会责任的质疑的辨析</b>      | <b>112</b> |
| 第一节 认为企业承担社会责任有悖于<br>企业利润最大化的目标 | 112        |
| 第二节 认为企业社会责任概念模糊而难于执行           | 115        |
| 第三节 认为企业承担社会责任会损害消费者利益          | 116        |
| 第四节 从正反两方面推进企业社会责任理论的完善         | 117        |

## 第二部分 实 践 篇

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| <b>第六章 企业社会责任在美国</b>            | <b>121</b> |
| 第一节 美国企业社会责任形成的背景               | 121        |
| 第二节 美国政府与法律对企业社会责任的影响           | 126        |
| 第三节 美国企业履行社会责任的现状               | 134        |
| 第四节 美国非政府组织在企业社会<br>责任实践中的作用和影响 | 141        |
| 第五节 SA8000 的主要内容                | 145        |
| 第六节 美国企业社会责任案例——惠普              | 146        |

CONTENTS 目 录

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>第七章 企业社会责任在欧洲</b>        | <b>151</b> |
| 第一节 欧洲政府机构的作用               | 151        |
| 第二节 欧洲非政府组织的行动              | 163        |
| 第三节 欧洲企业界的行动                | 170        |
| 第四节 欧洲社会责任运动的兴起             | 177        |
| <b>第八章 企业社会责任在日本</b>        | <b>181</b> |
| 第一节 日本企业社会责任的定义             | 181        |
| 第二节 日本企业社会责任的特点             | 184        |
| 第三节 日本企业社会责任的发展历程           | 188        |
| 第四节 企业社会责任在日本的实施            | 191        |
| 第五节 日本企业社会责任的发展趋势           | 196        |
| 第六节 日本企业社会责任面临的问题           | 198        |
| 第七节 日本企业社会责任案例分析            | 200        |
| <b>第九章 企业社会责任在发展中国家的现状</b>  | <b>208</b> |
| 第一节 发展中国家与发达国家的企业<br>社会责任差异 | 208        |
| 第二节 发展中国家开展企业社会责任<br>的目的和意义 | 209        |
| 第三节 发展中国家政府在 CSR 中所起到的作用    | 213        |
| 第四节 案例研究——印度的 CSR 开展情况      | 214        |
| 第五节 案例研究——尼日利亚的 CSR 开展情况    | 217        |

## CONTENTS 目 录

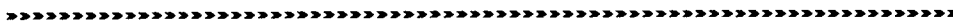
## 第三部分 专 题 篇

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>第十章 企业社会责任对我国的影响和对策</b>  | <b>223</b> |
| 第一节 近代中国企业社会责任的传统           | 223        |
| 第二节 经济全球化对我国企业社会责任的影响       | 226        |
| 第三节 我国企业履行社会责任的现状           | 229        |
| 第四节 企业社会责任与建设和谐社会           | 234        |
| 第五节 当前改善企业社会责任状况的对策         | 237        |
| <b>第十一章 社会责任投资的发展与趋势</b>    | <b>247</b> |
| 第一节 社会责任投资的发展和现状            | 247        |
| 第二节 社会责任投资在美国、欧洲和亚洲的发展状况    | 255        |
| 第三节 社会责任投资指数                | 260        |
| 第四节 社会责任投资的企业社会责任评价         | 265        |
| 第五节 社会责任投资在我国的实践及展望         | 268        |
| <b>第十二章 跨国公司的企业社会责任</b>     | <b>273</b> |
| 第一节 跨国公司在企业社会责任运动中的重要性      | 273        |
| 第二节 跨国公司企业社会责任的特殊性          | 275        |
| 第三节 跨国公司企业社会责任实践现状          | 277        |
| 第四节 跨国公司在发展中东道国加强社会责任管理的必要性 | 278        |
| 第五节 跨国公司在发展中东道国应如何承担社会责任    | 279        |

# CONTENTS 目 录

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 附录                   | 282 |
| 一、全球契约的内容以及日内瓦宣言     | 282 |
| 二、责任投资原则             | 286 |
| 三、SA8000 标准          | 288 |
| 四、沃尔玛供货商手册中的道德标准(ES) | 294 |
| 主要参考文献               | 310 |

# 第一部分



## 理论篇



# 第一章 企业社会责任的产生和发展

---

## 第一节 企业社会责任产生的历史背景

### 一、古已有之的伦理道德孕育着企业的社会责任

企业社会责任,广义地说,就是企业对社会承担的责任,包括法律责任、经济责任、道德责任等。

企业社会责任是从商业伦理发展起来的。早在古代的商业活动中,就有“童叟无欺”、“买卖公平”、“诚实守信”等基本道德要求。在商品经济尚不发达、商业活动影响范围较小的古代社会,虽然企业在社会经济中不占据主导地位,商人在社会伦理道德框架下却有商业道德的自律意识,这可以视为企业社会责任的最早发端。

在我国汉代就成为正统国学的儒家思想倡导“重义兼利”、“重义尚利”的“义利统一”价值观,把信用和信誉看成是除了自然变故之外最重要的经商条件。<sup>①</sup>在以儒家伦理规范为主导的价值体系下,社会对商人有仁、义、礼、智、信、诚、孝、俭和以德服人等道德修养方面的要求。商人普遍追求“名利双收”,耻于“见利忘义”,以成为“儒商”为荣。我国的儒商文化对东方各国的历代商人一直有着深远的影响,在儒学思想熏陶下成长起来的我国商人很多都怀有强烈的秉持大义、经世济民的报国助人情怀。<sup>②</sup>

在西方,近代文艺复兴后兴起的新教伦理是其商业伦理思想的主要起源。新教提倡“理性追求社会财富是光荣的”,并重视信誉和诚信,认为“信用就是金

---

① 参见杨晓智:《儒家伦理与企业社会责任》,载《经济论坛》2006年第12期。

② 参见白明东、李青:《以晋商常家为个案探讨“儒商”商业伦理特质》,载《山西青年管理干部学院院报》2007年第2期。

钱”。<sup>①</sup> 西方社会推崇勤俭节约、乐善好施的品德,也有着慈善的传统美德。在企业社会责任发展较早的西方国家,慈善是企业承担社会责任的最早方式,在很长一段时间里都被认为是企业重要的社会责任。

20 世纪 20 年代以前,在西方社会,企业的规模普遍较小,企业家的企业社会责任多是自发的,是社会伦理道德在商业行为中的折射和反映,是企业家意识到自己和社会的关系后自发的道德自律。它体现的往往是企业家自身的人文素质和价值理念,是一种自我承担的自愿行为,是企业家的一种精神信仰,认为企业在赚取利润的同时,也应回报社会和公众。有些企业家乐善好施,以慈善捐助的形式回报社会;有些企业家通过采取改善工作条件、提高工资待遇等措施承担社会责任。例如,在当时的美国,一些企业家以慈善为荣,其中最著名的是石油大亨洛克菲勒(Rockefeller),他一生中捐款总额约达 5.5 亿美元。他创建了芝加哥大学和洛克菲勒医学研究院,并在 1902 年创立大众教育委员会,通过它的捐款建立了 1600 所新学校。他还设立了旨在“提高全世界人民福利水平”的洛克菲勒基金会。<sup>②</sup> 另外一位有名的慈善企业家钢铁大王卡内基(Carnegie)在他有生之年共向社会捐款 3.5 亿美元,创建了 2811 个公共图书馆,向美国的教堂捐了 7689 架风琴。<sup>③</sup>

## 二、经济发展到一定阶段催生了企业社会责任

开始于 19 世纪 70 年代的第二次工业革命在世界范围内确立了资本主义制度,促使技术和生产力得到迅速发展,垄断和垄断组织形成。经历了两次工业革命之后,在西方,企业社会责任已经不仅仅是伦理道德要求在企业界的副产品,它更是随着生产力的发展,经济发展到一定阶段的产物。

首先,社会经济状况发生了重大变化。在早期资本主义社会,竞争是完全自由的竞争,不管是人与人还是企业与企业间的竞争都是关系到个人和企业生死存亡的激烈竞争,恶劣的生存环境迫使企业不择手段地追求以利润为首的经济目的。19 世纪,在以亚当·斯密(Adam Smith)为首的古典经济学派的自由竞争和自由放任理论和政策的指导下,资本主义经济得到长足发展。但是,19 世纪中期以来,经过两次工业革命和资本的积累,社会经济有了很大飞跃,企业面临的竞争不再像动物界的生存斗争,而是有了更加宽松的生存环境和更加广阔的发展空间,企业抵抗风险的能力极大地增强,开始有能力追求和实现利润之外的

<sup>①</sup> 参见张红明、朱丽贤:《商业伦理的中西方比较研究》,载《经济经纬》2005 年第 6 期。

<sup>②</sup> 参见王成军:《第三次分配中慈善捐赠的经验性探讨》,载《合肥工业大学学报》(社会科学版)2006 年第 5 期。

<sup>③</sup> 同上。

目标。正如曾任 OECD 秘书长的克里斯滕森(Thorkil Kristensen)所言,鉴于我们已经掌握了经济增长的奥秘,所以我们应该将注意力从经济生产转移到教育和环境之类的质量提高等问题上来。<sup>①</sup>虽然他这个观点发表于 1969 年,但是很好地解释了经济的长足发展促使人们将注意力转移到企业社会责任上来的现象。

其次,19 世纪末期以来,随着社会经济的发展和工业产能的增加,企业规模急剧扩大,对社会的影响也日益增大。自由资本主义经过一段时间的发展,使得企业能够在更广阔的范围内发展,但是同时也带来许多社会问题。特别是在第二次工业革命之后,经济权利与政治权力相结合,政府权威丧失,公司享有资源霸权,公司管理者的行为权限、自由度日益扩张,垄断资本主义逐渐形成。据估计,在 1929 年,200 家最大的企业拥有了所有公司财富的 49%。<sup>②</sup>寡头垄断和公司日益巨型化给社会造成了很多负面影响,大型垄断企业甚至已经可以控制国民经济命脉。例如,在美国,J. P. 摩根于 1901 年以卡内基钢铁公司为基础,合并 10 家钢铁公司组成的美国钢铁公司,其拥有的现金足以应付美国政府 1880 年度的全部开支。<sup>③</sup>同时,自 19 世纪以来,由于受“社会达尔文主义”思潮的影响,许多企业为了在激烈的竞争中获胜,对与企业有密切关系的供应商和员工等极尽盘剥,不顾公共利益地追逐自身利益。他们不择手段的逐利行为给社会造成很多负的外部性并产生一些社会不公现象,如贫困和财富的两极积累、种族主义、工伤、职业病、环境污染、交易不公、产品质量不安全、消费者利益受损等,企业给社会造成的新旧社会问题时有发生。尤其是进入 21 世纪,很多大企业滥用自己的经济优势,违背道德责任的现象屡见不鲜。例如,安然等美国公司爆出一系列财务丑闻,在全球范围内引发了诚信危机,公众对企业的信任度降低。大型企业在全球范围内对社会产生了越来越多、越来越大的影响,也带来了社会对企业承担社会责任越来越迫切的要求。

最后,社会经济发展到一定水平,人们的物质积累达到一定程度,教育水平与文明程度不断提高,消费观念和价值观念都发生了变化,对生活的质量要求更高,其社会关注意识也逐渐增强。同时,随着经济的发展,社会的教育、生活水平逐步提高,导致企业之外的社会其他群体力量日渐壮大。消费者的关注点开始转向产品质量、安全、环境、职业健康和劳动保障等多个方面,社会对企业有了除

① 转引自沈洪涛、沈艺峰:《公司社会责任思想起源与演变》,世纪出版集团、上海人民出版社 2007 年版。

② See John, C. C. Macintosh(1999), The Issues, Effects and Consequences of the Berle-Dodd Debate, 1931—1932, Accounting, Organizations and Society, Vol. 24, pp. 139—153.

③ 参见[美]卡罗兰·卡尔金斯主编:《美国扩张与发展史话》,王岱等译,人民出版社 1984 年版,第 244 页。

经济效益之外的更高期望,消费者在购买商品时也会对企业有所挑选。人们开始对企业活动造成的负外部性日益不满,意识到要保护人类赖以生存的环境,保护自身利益以及子孙后代的长远利益。社会舆论开始抨击企业因对自身利益的无度追求而造成的社会问题,并对公司的非道德性提出质疑,有人提出应对企业违反社会公益的行为进行约束。

在企业社会责任发展初期,捍卫推动企业社会责任发展的三股主要力量是劳工运动、消费者运动以及后来进一步推动了企业社会责任发展的环保运动。这一系列运动相互呼应,它们的发展代表着许多新的价值观念和发展观念,这种新的价值观又形成一种社会力量,推动企业跟上企业社会责任发展的步伐。<sup>①</sup>这一系列运动最终也成为企业社会责任运动的核心内容。

自从有了资本主义和劳资关系以来,处于劣势的劳动者就面临着对劳动力的一次性使用、工作环境恶劣、待遇低下等问题,劳动者为反抗资本家的剥削、改善自己的劳动条件和劳动待遇进行着长期不懈的斗争。经过第二次工业革命,生产关系得到进一步调整,无产阶级队伍日渐壮大,劳资冲突引发的劳工运动在18、19世纪逐渐走向高潮,并于20世纪取得了明显成就。在20世纪五六十年代,西方各国工会发展迅速,成为广大劳工争取权益的重要途径。20世纪70年代以来,随着经济全球化的发展,资本可以自由流动,流向生产成本低廉的国家和劳工标准相对较弱的国家,引发劳工标准向下看齐、“血汗工厂再现”等问题,原本平衡的劳资关系被打破。在这种背景下,劳工组织和劳工运动也开始跨越国界,开展了全球性的“反血汗工厂/公司行为守则运动”。<sup>②</sup>

消费者运动的出现是由于在近现代商品经济条件下,有些企业无视消费者利益,生产和推销劣质产品,使消费者利益受到了损害。随着经济的发展和人们生活水平的提高,消费者对自己所购买的商品在质量和功能上更加挑剔,并有了更高的要求,他们开始以人权标准和环保标准要求生产商。消费者从自发地争取自身利益开始,发展到有组织地维护社会公正、同损害消费者利益行为进行斗争的消费者运动。消费者运动促使企业更加重视社会责任。1899年,世界上第一个全国性的消费者组织——美国消费者联盟诞生。1962年3月15日,时任美国总统约翰·F·肯尼迪(John Fitzgerald Kennedy)在《关于保护消费者利益的总统特别国情咨文》中率先提出“消费者权利”的概念。在20世纪70年代,消费者运动此起彼伏。到1984年,全世界已有九十多个国家和地区设立了消费者保

① 参见股格非、崔征、吴福顺:《跨国公司:企业社会责任实践的急先锋》,载《WTO经济导刊》2005年第9期。

② 参见余晓敏:《经济全球化背景下的劳工运动:现象、问题与理论》,载《社会学研究》2006年第3期。