

◎ 国家科技部国家软科学研究计划项目 (2007GXQ4B114)

Research on
Indicator System of the
Corporate Social Responsibility

企业社会责任 指标体系研究

国家电网公司《企业社会责任指标体系研究》课题组



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

◎ 国家科技部国家软科学研究计划项目（2007GXQ4B114）

企业社会责任 指标体系研究

国家电网公司《企业社会责任指标体系研究》课题组



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任指标体系研究 / 国家电网公司《企业社会责任指标体系研究》课题组编. —北京: 中国电力出版社, 2009.3

ISBN 978-7-5083-8562-4

I. 企… II. 国… III. 企业—社会—职责—研究—中国
IV. F279.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第031173号

中国电力出版社出版、发行
(北京三里河路6号 100044 <http://www.cepp.com.cn>)
北京丰源印刷厂印刷
各地新华书店经售

*

2009年3月第一版 2009年3月北京第一次印刷
710毫米×980毫米 16开本 17.25印张 252千字
印数0001-5000册 定价38.00元

敬告读者

本书封面贴有防伪标签, 加热后中心图案消失
本书如有印装质量问题, 我社发行部负责退换
版权专有 翻印必究

国家电网公司《企业社会责任指标体系研究》

课 题 组

组 长 王 敏

副 组 长 周永兴 贺锡强

学术秘书 李伟阳 黄效喜

成 员 伍 莹 张徐东 赵九斤 陈葛松 王子建

 王晓光 钟宏武 肖红军 殷格非 孙玉萍

 张 蒨 杨小科 高 峰 崔 征 丁少中

 俞国勤 金嘉民 唐跃中 高 蕾

代 序

企业社会责任是世界企业发展的重要时代潮流。推动我国企业自觉履行社会责任是落实科学发展观和服务和谐社会建设的重要举措。国家电网公司认真贯彻国务院国资委2008年1号文《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，积极发挥中央企业的履责表率作用，承担国家科技部国家软科学研究项目，深入研究企业社会责任绩效衡量，对促进我国企业社会责任理论与实践的进一步发展具有重要意义和积极作用。

《企业社会责任指标体系研究》课题立足国情和我国企业实际，充分借鉴国际通行标准和最佳实践经验，系统总结我国企业社会责任绩效衡量的实践做法，提出了我国企业构建社会责任指标体系的一般原则、逻辑框架和应用社会责任指标体系的基本模式，初步探索了充分考虑国际惯例又紧密结合国情的我国企业社会责任指标体系的一般模型。作为弥补我国企业社会责任研究空白的原创性研究，国家电网公司承担的企业社会责任指标体系研究课题达到了预期的研究目的，为我国企业在了解国际标准和国内外一流企业最佳实践的基础上，结合自身特点构建符合国情的社会责任指标体系提供了十分重要的指导。

课题评审委员会认为，本课题研究以借鉴国际经验为基础，以服务我国企业实践为导向，在多个方面实现了创新和突破：

一是报告创造性地提出了我国企业构建社会责任指标体系的五维框架模型，为企业从利益相关方、社会责任内容、管控功能、组织层级和指标作用等五个维度构建社会责任指标体系提供了基本思路和实践指导。

二是报告系统提出了构建企业社会责任指标体系的2S5C原则（一致性、科学性、系统性、全面性、可行性、可比性、持续性）、四方面依据（国际公约、国内有关的法律法规或

* 本序为国家电网公司承担的国家科技部软科学研究计划项目(2007GXQ48114)的课题评审意见。课题评审组由国务院国资委、人力资源和社会保障部及挪威船级社的8位专家组成，评审组组长由国务院国资委研究局局长彭华岗同志担任。

行业规范、国内外关于企业社会责任或可持续发展的指导性文件和企业自身特点)以及与企业其他管理体系的关系,为企业构建社会责任指标体系提供了重要指引。

三是报告全面分析了国际上主要的企业社会责任指南、标准、倡议以及国际一流企业的社会责任指标体系,对其构建逻辑和特点以及对我国企业的启示进行了评价。

四是报告全面梳理了我国企业社会责任相关文件、倡议,以及国内领先企业的社会责任指标体系,分析了现阶段我国企业社会责任指标体系的四种模式,提出了我国企业构建社会责任指标体系面临的困难、不足与发展方向。

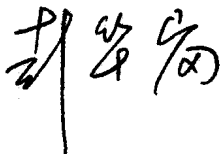
五是报告提出了我国企业社会责任指标体系的一般架构,按照利益相关方划分为8个子指标体系,提供了151个指标的基本定义、应用范围、数据来源、性质和作用。

六是报告深入研究了我国企业如何应用社会责任指标体系,分别对不同功能和不同组织层级的指标体系的应用方法进行了详细解释,提出了对指标体系进行动态管理与维护的重要思路。

评审委员会对修改完善报告提出如下建议:一是进一步深化研究企业社会责任基础理论,为企业构建社会责任指标体系提供更坚实的理论支撑;二是进一步完善我国企业社会责任指标体系的一般框架;三是进一步总结提炼我国企业社会责任指标的数据收集、处理程序和披露方法;四是进一步对部分指标进行修改完善,将指标适当简化并在实际应用中就将其纳入企业管理体系,同时研究相应的评价标准;五是如有可能,可以考虑增加案例说明企业社会责任指标体系的构建与运用。

评审委员会认为,《企业社会责任指标体系研究》课题内容丰富、研究深入,具有较强的理论创新性和实践指导性,达到了课题研究的目的和要求,同意通过评审验收。

评审委员会主席



2008年12月31日

目 录

代 序

第一章 导 论/1

- 第一节 研究背景与问题提出2
- 第二节 研究思路与主要内容9
- 第三节 研究方法 with 主要创新12

第二章 企业社会责任指标体系概述/14

- 第一节 企业社会责任指标体系的涵义15
- 第二节 企业社会责任指标体系构建的原则与依据22
- 第三节 企业社会责任指标体系构建的总体思路33
- 第四节 企业社会责任指标体系与企业其他管理体系45

第三章 企业社会责任指标体系的国际考察/54

- 第一节 国际组织倡议的企业社会责任指标体系55
- 第二节 国际企业社会责任评价指标体系73
- 第三节 评价与启示82

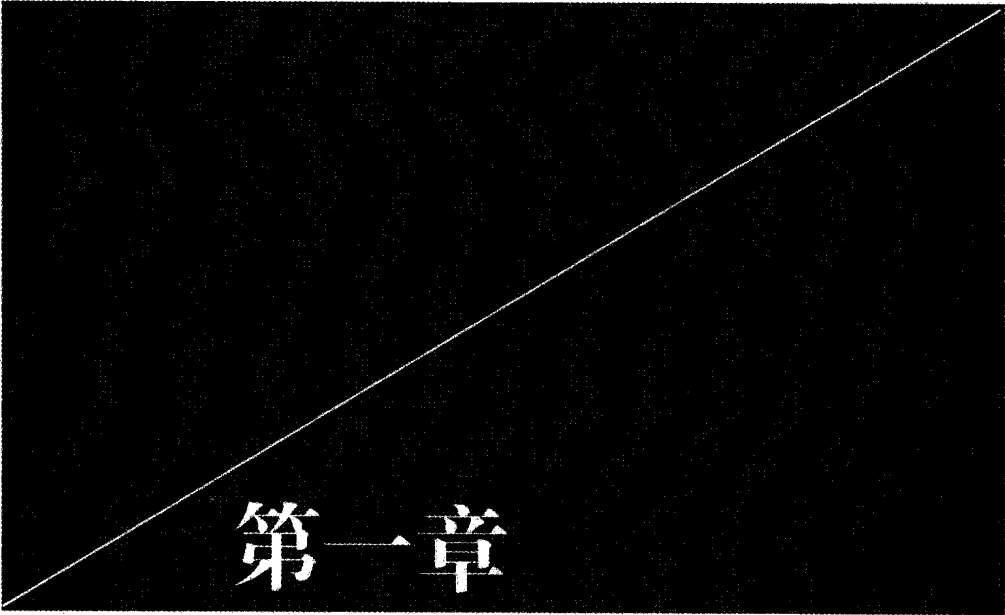
第四章 企业社会责任指标体系的国内考察/87

- 第一节 政府文件与相关标准、指南的社会责任指标体系88
- 第二节 主要企业社会责任评价指标体系98
- 第三节 评价与启示108

第五章 企业社会责任指标体系的国际企业案例/111

- 第一节 法国电力集团112
- 第二节 英国石油公司123
- 第三节 英国沃达丰公司130
- 第四节 英国汇丰银行134

第五节 评价与启示	138
第六章 企业社会责任指标体系的国内企业案例/141	
第一节 国内企业社会责任指标体系发展现状	142
第二节 国家电网公司	149
第三节 中远集团	158
第四节 中国石油	161
第五节 中国移动	165
第六节 评价与启示	168
第七章 企业社会责任指标体系的构成/171	
第一节 企业社会责任指标体系的基本结构	172
第二节 客户责任指标体系	180
第三节 员工责任指标体系	185
第四节 股东责任	198
第五节 商业伙伴	201
第六节 环境责任	208
第七节 社区责任	218
第八节 政府责任	225
第九节 责任管理	228
第八章 企业社会责任指标体系的应用/238	
第一节 企业社会责任指标体系的构建和完善	239
第二节 不同功能的企业社会责任指标体系	246
第三节 不同层级的企业社会责任指标体系	253
第四节 企业社会责任指标体系的管理与维护	260



第一章 导 论

- 第一节 研究背景与问题提出/2
- 第二节 研究思路与主要内容/9
- 第三节 研究方法 with 主要创新/12

在现代市场经济体制下,企业不仅是最主要的经济资源配置主体,其影响力还广泛地深入到各个社会领域。推动企业科学地履行社会责任是一个事关企业与社会协调健康可持续发展的重大理论和实践问题。正如胡锦涛主席在APEC会议上所强调的,“当前的金融危机给我们的一个重要启示就是,企业在追求经济效益的同时,应该在市场运作中采取谨慎、稳妥、负责任的态度,充分顾及整个经济平稳运行,认真应对各种风险和隐患,主动防止因自己经营不当给经济发展和人民生活带来冲击。这是每一个企业特别是跨国企业对社会应尽的责任。企业应该树立全球责任观念,自觉将社会责任纳入经营战略,遵守所在国法律和国际通行的商业习惯,完善经营模式,追求经济效益和社会效益的统一。”发展和制定出一套能够有效推动企业加强社会责任管理,不断提升履责绩效的企业社会责任指标体系是全球企业社会责任研究的重要任务,尤其对我国而言,系统开展基于国情和企情的企业社会责任指标体系研究目前尚属空白。国家电网公司作为我国企业社会责任发展的领先企业,一直致力于企业社会责任的理论研究与实践创新。本书作为国家电网公司所承担的国家科技部国家软科学研究项目“企业社会责任指标体系研究”的主要成果之一,是公司自觉发挥中央企业履行社会责任表率作用的重要体现。

第一节 研究背景与问题提出

一、企业社会责任理论研究的不断深化为企业社会责任指标体系的构建提供了理论基础

20世纪50年代,美国学者霍华德·R·鲍恩(Howard·R·Bowen)出版了《商人的社会责任》一书,指出“企业具有按照社会的目标和价值观确定政策、做出决

策和采取行动的义务”，^①宣告了现代企业社会责任理念的诞生。企业社会责任思想自诞生之日起一直充满争议与辩论。众多学者主要围绕企业社会责任的定义、企业是否应该承担社会责任、企业需要承担哪些社会责任、企业利益与社会利益的关系、企业承担社会责任对企业竞争力的影响等问题展开了激烈的争论。^②

最具影响力的争论是20世纪30至50年代伯尔(Berle)与多德(Dodd)关于管理者受托责任的论战以及20世纪60年代伯尔与梅恩(Manne)关于现代公司作用的论战。伯尔认为管理者只是公司股东的受托人，而股东利益总是置于其他对公司有要求权的人的利益之上，因此管理者的权利只能用于为全体股东谋求利益；多德则指出法律允许公司开展经济活动是因为它能服务于社会，管理者的权利是对整个社会的受托责任，因此公司在创造利润的同时也有服务社会的功能，这场论战以伯尔赞同多德的观点而结束。在后一场可谓充满着火药味的论战中，则完全没有达成共识。梅恩强调企业社会责任思想危及自由市场经济，损害企业效率，造成垄断和政府管制的增加，驳斥了伯尔的现代公司需要承担社会责任的观点。崇尚自由经济的著名经济学家弗里德曼(Friedman)始终对企业社会责任持反对态度。

尽管争论一直存在，但是，20世纪60年代以后，企业社会责任理念逐步得到越来越多的学者的认同，他们开始致力于建立和发展企业社会责任的概念，相关理论不断丰富和拓展。1971年，美国经济发展委员会在《工商企业的社会责任》报告中提出“三个同心圆”理论，认为企业社会责任的内涵是要求企业在履行经济责任的基础上，履行多层次的社会责任，如对员工权益、客户期望、环境保护等社会问题进行管理，并为消除社区贫困、防止城市衰败等作出贡献。1979年，卡罗尔(Carroll)提出了公司社会责任的四维“金字塔”模型，认为“公司社会责任(Corporate Social Responsibility, CSR1)是指某一特定时期社会对组织所寄托的经济、法律、伦理和慈善方面的期望。”其中，经济责任是指企业的盈利性，几乎所有活动都建立在盈利基础上；法律责任是指遵守法律，因为法律是社会关于对错的

① Howard·R·Bowen, 1953, Social Responsibilities of the Businessman, New York: Harper& Row, p6.

② 黎友焕：《企业社会责任研究》，第12页，西北大学博士学位论文，2007年6月。

规则集成；伦理责任包括行事合乎伦理要求、有责任做正确公正公平的事以及避免损害利益相关方的利益；慈善责任是指成为好的企业公民，为社区捐献资源，改善其生活质量等。这一框架对企业社会责任的概念、类型和层次等进行了总结和概括。20世纪70年代，企业社会回应(Corporate Social Responsiveness, CSR2)成为了企业社会责任理论研究的主流，它实现了企业社会责任理论研究从理念和伦理概念向行为导向的管理概念的转变，使企业社会责任从理论研究走向企业的管理实践。发展到20世纪80年代，“企业社会绩效(Corporate Social Performance, CSP)”成为企业社会责任研究的主流。卡罗尔率先整合了企业社会责任和企业社会回应以往的研究成果，提出了企业社会绩效的三维概念模型，指出企业社会责任包括经济责任、法律责任、道德责任和自愿责任；提炼了企业必须或者可能会面临的社会责任议题；并且从管理的角度说明了企业应当如何对社会责任议题作出回应。在卡罗尔模型的基础上，沃特克(Wartick)和科克伦(Cochran, 1985)，伍德(Wood, 1991)以及斯旺森(Swanson, 1995)分别对企业社会绩效模型进行了修正，其中，伍德给出了企业社会绩效的完整定义，即“企业社会绩效，是指特定企业的社会责任原则、社会回应过程、社会回应政策与方案的组合，以及当它们与企业的社会关系相联系时所产生的可观察结果”。企业社会绩效模型与伍德的定义为企业管理和评价社会责任提供了有效的指引。^① 20世纪90年代以来，企业社会责任思想与利益相关方理论的全面融合成为企业社会责任研究的新的主流。利益相关方理论产生于20世纪60年代，20世纪80年代以来，其影响力不断扩大。它与企业社会责任思想的融合，极大地促进了企业社会责任理论的发展。英国学者埃尔金顿(Elkington)提出了影响较大的“三重底线(经济、社会和环境)”概念，认为企业必须承担最基本的经济、社会与环境方面的底线责任。2001年，欧盟发布了题为“推动欧洲企业社会责任框架”的绿皮书，将公司社会责任定义为：“公司在自愿的基础上，将社会和环境问题融入公司经营活动，并与公司和利益相关方的合作相结合。” 欧盟的

① Wood, Donna J., 1991, Corporate Social Performance Revisited, Academy of Management Review, Vol.16(4), 691-718, p693.

定义在理论上建立了公司社会责任与可持续发展的有机联系,涵括了企业社会责任的经济、社会和环境三角模型,同时融合了利益相关方理论。

经过半个多世纪的争论、探索与发展,企业社会责任理论研究日趋成熟,为企业构建社会责任指标体系提供了利益相关方管理和社会责任内容等理论基础。

二、企业社会责任管理实践的蓬勃发展对企业构建社会责任指标体系提出了现实要求

20世纪中后期以来,国际企业社会责任运动在多重力量推动下得到了蓬勃发展。20世纪80年代以来,欧美等发达国家掀起的消费者运动、环保运动、女权运动、可持续发展运动等促使新的企业经营理念和价值观逐步形成,推动企业履行社会责任。联合国、经济合作与发展组织(简称经合组织)、国际标准化组织、世界银行等国际组织也纷纷提出有关社会责任的标准、守则和倡议,并成立相关机构,在全球积极推行企业社会责任。联合国提出“全球契约”计划,号召公司遵守在人权、劳工、环境和反贪污方面的十项基本原则。经济合作与发展组织制定了《跨国公司行为准则》,对跨国公司的经营行为提出了明确要求。世界银行把公司治理、问责制、透明度、道德义务等明确作为国际金融政策讨论中的重要问题,积极倡导企业更好地理解自身在社会中的作用,切实开展负责任的运营,并且认为这有助于提高企业的经济竞争力。国际标准化组织自2004年底开始了社会责任国际标准ISO26000的制定进程。欧盟自20世纪90年代以来,一直把推动企业社会责任作为一项重要工作。目前,欧盟各国联合制定企业社会责任推广战略,发表政策声明,明确提出把推动企业履行社会责任和推进可持续发展作为经济增长和就业发展战略的核心内容,将其作为营造友好的欧洲商业环境的重要举措。

作为对国际企业社会责任运动的有力回应,跨国公司开始将企业社会责任纳入经营理念、发展战略和日常管理,直接产生了声势浩大的企业生产守则运动。跨国公司为应对日益高涨的国际社会压力,纷纷制定或实施各种生产行为守则,承诺保护员工权益和消费者权益,关注环境保护和人权;实施供应链社会责任管理,

促进上下游企业积极履行社会责任；开展公益事业，进行慈善捐赠，塑造负责任的企业形象；建立社会责任报告定期发布机制，发布社会责任报告。通过发布报告，企业向利益相关方阐述自身社会责任理念，展示企业履责行动和所取得的业绩，并对未来履责行动和目标作出展望与规划。据相关统计，目前全球已有近万家企业和机构编制和发布了类似的报告。全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)发布的《可持续发展报告指南》为企业编制和发布社会责任报告提供了有益的指导。在建立社会责任报告定期发布机制的同时，跨国公司探索实施社会责任管理，在企业内部成立了专门的社会责任管理机构，建设社会责任管理体系，努力提升企业履行社会责任绩效。比如，汇丰银行在集团董事会下设公司社会责任委员会，审查责任履行情况、制定可持续发展政策；社会责任委员会下设社会责任工作部，贯彻公司的社会责任政策，对公司的社会责任绩效进行评价，并进行内外部社会责任沟通。多家日本企业建立了“CSR推进委员会+CSR推进部”的社会责任推进工作架构，推进委员会是社会责任的高层管理和协调机构，一般由总裁负责；推进部则是一个日常办事机构，典型的内部组织包括业务规划室、环境管理室、社会贡献室和责任沟通室。

企业社会责任管理实践的不断深入对企业社会责任指标体系的构建提出了现实的要求。无论是企业与利益相关方的履责绩效沟通，发布社会责任报告，还是企业内部加强社会责任管理和考核，都需要构建一套系统的企业社会责任绩效指标体系。目前，国际上出台了多种社会责任标准，里面往往内涵着系统的或者集中反映特定主题履责绩效的社会责任指标体系。英国石油公司(BP)、沃达丰公司(Vodafone Group PLC)、法国电力集团(EDF)等众多一流跨国企业纷纷从企业社会责任管理实际的需要出发建立了比较系统的社会责任指标体系。

三、我国企业社会责任指标体系研究亟须加强

近年来，企业社会责任在我国的发展日益深入。这首先得益于我国经济社会发展方式的重大转型，得益于贯彻落实科学发展观和构建和谐社会的深入人心，

得益于追求经济、社会和环境协调发展的社会共识的形成。同时,这也是我国企业更深层次融入经济全球化、更好地参与国际竞争与分工的客观要求。2006年是我国企业社会责任发展具有里程碑意义的一年。在法律层面上,2006年1月1日生效的《中华人民共和国公司法》(修订案)第五条规定“公司从事经营活动,必须遵守法律、行政法规,遵守社会公德、商业道德,诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任”,明确要求公司承担社会责任。党的十六届六中全会明确提出“广泛开展和谐创建活动,形成人人促进和谐的局面。着眼于增强公民、企业、各种组织的社会责任”,不但对企业履行社会责任提出了明确要求,而且要求“公民、各种组织”都要增强社会责任。胡锦涛总书记在2006年底中央经济工作会议上指出:“既要继续健全企业激励机制,也要注重强化企业外部约束,引导企业树立现代经营理念,切实承担起社会责任”。温家宝总理在国家电网公司2006年3月发布的我国首份企业社会责任报告上批示:“这件事办得好。企业要向社会负责,并自觉接受社会监督。”至此,企业是否要承担社会责任已从学术辩论和舶来品,走到了社会关注的前台。我国企业社会责任运动不断向纵深发展。2006年9月,深圳证券交易所制定并发布实施《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》。2007年7月,上海市浦东新区等11个有关部门和行业协会联合发布了《浦东新区企业社会责任导则》。2008年初,国务院国资委发布1号文《关于中央企业履行社会责任的指导意见》,在国内外产生了积极影响。中国纺织工业协会建立了《中国纺织企业社会责任管理体系》(CSC9000T)。各种企业社会责任论坛、评比表彰等大量出现。有关国际组织也在我国积极开展社会责任的宣传与推广,如联合国“全球契约”中国网络正式建立并开展了卓有成效的工作,到目前已经有170多家中国企业和组织加入了联合国“全球契约”。中国可持续发展工商理事会开展了社会责任供应链推广的“1+3”项目,吸引了许多中国企业参加。国家电网公司、中国移动通信集团公司(简称中国移动)、中国远洋运输(集团)总公司(简称中远集团)、联想集团有限公司等一批走在中国企业社会责任发展前列的企业在发布社会责任报告的同时,探索建立社会责任组织管理体系,推动企业将履行社会责任、推进可持续发展的理念融入公司价值观、发展战略和日常管理。特别是国家电

网公司在企业社会责任领域不断创新突破,继发布我国首份社会责任报告之后,又发布了我国第一个企业履行社会责任指南,率先提出探索实施全面社会责任管理,创造了中国企业社会责任发展的新高度。

企业社会责任发展到今天,已经从单纯的外部压力推动演变到外部压力与内部管理需要共同推动。我国企业社会责任也正从解释问题向解决问题转变,日益向深化企业社会责任管理,提升企业履责绩效,促进企业与社会的协调可持续发展的方向发展。企业社会责任指标体系作为切实有效的社会责任管理工具,受到了国际社会的广泛关注,并在国际一流企业中得到了有效的应用。充分借鉴国际经验,结合国情和企业实际构建一套系统的社会责任指标体系是当前我国企业社会责任理论研究和实践创新的迫切任务。

虽然我国企业构建社会责任指标体系已有一些探索和实践,但总体而言,我国企业对社会责任的内涵、外延、框架、模型等的了解还十分有限,这种情况在很大程度上影响了我国企业社会责任管理实践的深化。从社会责任管理实践出发,清楚界定企业社会责任指标体系的概念和框架模型对于建立和完善有中国特色的企业社会责任管理理论体系,全面促进和提升我国企业社会责任管理水平有着重要的现实意义。

首先,企业构建社会责任指标体系有利于明确企业社会责任管理的内容。建立符合国情和企业实际的社会责任指标体系可以推动企业明确社会责任管理的总体思路、管理重点和具体内容,切实把履行社会责任、协调推进企业与社会可持续发展的理念及要求融入企业日常运营,实施全面社会责任管理。

第二,企业构建社会责任指标体系有利于强化企业的社会责任沟通功能。作为有效实施社会责任沟通的重要管理工具,建立起一套适应不同利益相关方需要的社会责任指标体系,有助于提高利益相关方对企业的信任度,充分发挥利益相关方参与创造企业发展的经济、社会 and 环境的综合价值的积极性、主动性以及潜能和优势,为企业发展建立起良好的发展环境。

第三,企业构建社会责任指标体系有利于企业内部强化社会责任管理工作考

核。通过设定关键绩效指标体系,可以为企业实施内部社会责任绩效评价与考核提供依据和支撑。推动企业内部各个部门、各个层级和各位员工切实认识到提高履责绩效与本部门、本单位和个人日常工作的紧密联系,不断提升自觉履行社会责任、推进可持续发展的能力和水平。同时,有效的企业社会责任指标体系能够客观地反映企业实施全面社会责任管理的成果和不足,督促企业从各个方面实施管理创新和持续改进。

第四,企业构建社会责任指标体系有利于推动企业加强社会责任推进制度建设。企业社会责任指标体系既包括反映结果绩效的绩效指标,也包括重在控制履责过程的制度指标。通过构建有效的社会责任制度指标体系,有利于企业全面提升全面社会责任管理水平,有效管理好自身运营对利益相关方和自然环境的影响,最大限度地创造企业发展的经济、社会 and 环境的综合价值最大化。

第二节 研究思路与主要内容

一、研究思路

本书研究企业社会责任指标体系的立足点是企业。从企业实施全面社会责任管理的实践视角研究企业构建社会责任指标体系的总体框架,以确保企业社会责任指标体系的构建和运用工作可部署、可操作、可控制,充分发挥社会责任指标体系的企业社会责任管理和沟通功能,实现社会责任管理实践的动态优化。也就是说,本书立足于从企业的最高管理层角度出发,提供企业部署构建和运用系统的社会责任指标体系的总体思路和通用模型。

首先,本书从实现社会责任指标体系的企业内部管理和沟通功能出发,充分运用企业社会责任的理论研究成果特别是利益相关方的理论研究成果和企业组织管