



可持续发展之路丛书

# 企业社会责任 理论与实践

THEORY AND PRACTICE OF  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

主编 陈 英

编委 孙玉萍 王晓光 李伟阳 钟宏武 肖红军 张 葱



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

本书由德慧信和(北京)咨询有限公司支持出版

# 企业社会责任 理论与实践

THEORY AND PRACTICE OF  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

主编 陈 英

编委 孙玉萍 王晓光 李伟阳 钟宏武 肖红军 张 葱



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

**图书在版编目 (CIP) 数据**

企业社会责任理论与实践/陈英主编. —北京:经济管理出版社, 2009. 2

ISBN 978 - 7 - 5096 - 0467 - 0

I. 企... II. 陈... III. 企业—社会—责任—研究—中国 IV. F279. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 192900 号

**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 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 陈 力

责任编辑: 张永美

技术编辑: 蒋 方

责任校对: 郭 佳

720mm × 1000mm/16

16.5 印张 337 千字

2009 年 4 月第 1 版

2009 年 4 月第 1 次印刷

定价: 35.00 元

书号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 0467 - 0

**· 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

# “企业可持续发展之路丛书”总序

当前，经济全球化在促进世界经济发展、加强国家之间的经济技术交流与合作的同时，也带来了很多的负面影响，生态环境恶化、贫富差距加大、失业和社会保障不完善等问题已经引起各国的严重关注和不安，通过企业社会责任促进上述问题的解决成为各方关注的焦点。正是在这样的背景下，联合国前秘书长安南于1999年提出了“全球契约”倡议，呼吁全球企业界坚持可持续发展的理念，以自主的行为，尊重人权，遵守商业道德、有关劳工公约与标准和环境方面相关国际原则，积极承担社会责任，树立有社会责任感的企业形象，推动建立一个自由、平等、繁荣的新世界。近年来，以联合国“全球契约”为代表的国际企业社会责任运动已经得到了越来越多的国家政府、企业、雇主组织和民间团体的积极响应。2002年初，我曾经专门拜访了联合国“全球契约”办公室，交换了在中国企业界开展工作的意见。同时，我曾经在“全国企业家活动日”大会上，号召中国的企业积极参与“全球契约”活动。

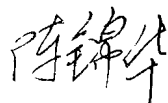
在当今激烈的市场竞争中，商业道德、社会责任已成为企业提高竞争力、实现可持续发展的重要因素。这就要求中国的企业和企业家必须坚持有鲜明时代特征的经营理念 and 经营行为，强化企业对经济、环境和社会发展应当担负的责任。企业的发展不仅要关注经济指标，而且还要关注人文指标、资源指标和环境指标。过去企业成功的主要标准是利润，今天企业成功的标准不仅要看企业盈利情况，还要看企业承担多少社会责任。企业的行为要符合广大人民群众的根本利益，满足社会的需要，造福社会，造福用户。增强社会责任意识是社会发展对企业和企业家的要求，也是推动企业持续发展和成功的核心战略。

中国企业素有“为商之道首先在于为人”、“重义轻利”、“生财有道”等中华民族优良传统和高尚价值观，这些在2008年的抗击冰雪灾害和抗震救灾中得到了集中体现。但也有少数企业见利忘义，缺乏基本的责任意识，给社会的和谐造成了严重危害，三鹿奶粉事件给我们的教训很深刻，应当重视，应当总结。

企业社会责任在中国还是新生事物，向广大企业宣传介绍社会责任基础知识和先进经验，对于推进我国企业社会责任工作具有十分重要的意义。为了适应中国企业社会责任发展的迫切需要，陈英女士组织企业社会责任领域的资深专家学者编写了“企业可持续发展之路”系列丛书，向企业全面介绍社会责任的理念、知识和国内外的成功经验，深入剖析社会责任的重大理论和现实问题，对企业的

社会责任实践具有很强的指导作用。这套系列丛书的出版，对于促进中国企业社会责任的推广和普及、推动企业社会责任工作的全面深化，都将产生十分深远的影响。

原全国政协副主席  
中国企业联合会会长



2009年2月

# 序 言

经济的持续发展使企业在社会生活中的作用日益重要，其影响也越来越大，担负更多的社会责任成为现代社会对企业的普遍期望和要求。进入 21 世纪以后，随着经济全球化的进一步发展，各国政府和社会各界都高度关注企业社会责任问题，将其作为实现经济社会可持续发展的重要内容，先后出台了多个与社会责任有关的指南、倡议和标准。联合国于 2000 年正式启动了“全球契约”计划，号召企业在各自影响范围内遵守、支持以及实施一套在人权、劳工标准、环境和反腐败等方面的基本原则，努力建立一个推动企业可持续发展和促进社会效益共同提高的全球框架。这一计划得到了全球各国政府和企业的积极响应，现在已经有企业和各类组织成员 8000 多个。

改革开放以后，企业社会责任理念和思想开始引入我国，随着我国经济体制改革的深入、市场经济体制逐步建立、经济发展水平不断提高，社会各界对企业社会责任问题的关注程度日益提高。新修订的《公司法》第五条明确要求，“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，履行社会责任”。

党中央提出树立和落实以人为本、全面协调可持续发展的科学发展观与构建社会主义和谐社会的重要战略任务之后，各有关方面认识到推动企业履行社会责任，是落实科学发展观的具体行动，也是企业参与和谐社会建设的根本途径。胡锦涛总书记在 2006 年底的中央经济工作会议上明确指出：“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”。2008 年初，国务院国资委出台了一号文件《关于推进中央企业履行社会责任的指导意见》，我国企业社会责任运动进入了快速发展的新阶段。

从实践中我们发现，企业社会责任在我国的全面推进还面临很多障碍和问题，主要有以下几个方面：

第一，有关方面对企业社会责任的认知存在问题。一方面，部分政府部门和官员对企业社会责任的重要性和作用认识不足，在推进企业履行社会责任方面持消极态度；另一方面，一些企业管理者片面理解企业社会责任，将其等同于社会公益或视为“形象工程”，使企业的社会责任工作无法有效推进。

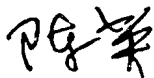
第二，亟待探索符合我国企业实际的社会责任推进模式。与欧美企业相比，我国企业无论在技术还是管理方面都存在一定的差距，它们的社会责任发展模式

难以适应我国企业社会责任发展的需要，而缺乏有效的推进模式，我国企业社会责任的全面推进也难以实现。因此，亟需探索、总结适合我国企业实际的社会责任推进模式。

第三，企业社会责任管理缺乏有效的工具和方法。企业社会责任管理是一项全新的课题，如何将社会责任理念有机地融入企业的战略和日常管理运营过程是所有企业都必须解决的现实问题，而目前多数企业的社会责任工作人员缺乏有效的管理工具和方法，在实际工作中往往不知如何下手，导致工作难以取得理想的成效。

为了帮助企业解决以上这些问题，我们组织联合国“全球契约”中国网络的企业社会责任知名专家，根据他们多年来在企业社会责任领域的研究成果和咨询经验，编写了本书的各章内容。力图从理论到实践全面系统地介绍企业社会责任的基础知识、成功实践、推进模式和未来趋势，为我国企业履行社会责任提供参考和借鉴，为推进我国企业社会责任的进一步发展贡献绵薄之力。

中国企业管理科学基金会副理事长  
联合国“全球契约”理事会理事



2009年2月1日

# 目 录

导 言 .....	1
<b>第一章 企业社会责任基础知识 .....</b>	<b>4</b>
第一节 企业社会责任概念 .....	4
第二节 企业社会责任的相关术语 .....	7
第三节 企业社会责任的理论基础 .....	12
第四节 儒家文化中的责任思想 .....	14
<b>第二章 西方企业社会责任的发展 .....</b>	<b>19</b>
第一节 美国企业社会责任的发展 .....	19
第二节 欧洲企业社会责任的发展 .....	23
第三节 日本企业社会责任的发展 .....	25
第四节 国际企业社会责任规则体系 .....	34
<b>第三章 我国企业社会责任的发展 .....</b>	<b>48</b>
第一节 我国企业社会责任发展的主要阶段 .....	48
第二节 影响我国企业社会责任发展的主要因素 .....	51
第三节 我国企业社会责任发展面临的挑战 .....	63
<b>第四章 企业社会责任实践 .....</b>	<b>69</b>
第一节 守法合规 .....	70
第二节 责任信息沟通 .....	76
第三节 股东责任 .....	85
第四节 消费者责任 .....	88
第五节 员工责任 .....	100
第六节 环境责任 .....	116
第七节 社区责任 .....	126
<b>第五章 企业社会责任推进 .....</b>	<b>137</b>
第一节 制定社会责任战略规划 .....	138
第二节 建立社会责任组织管理推进体系 .....	152
第三节 推进企业社会责任工作 .....	162
第四节 社会责任绩效评估与改进 .....	172
第五节 社会责任推进中的重点问题 .....	174
<b>第六章 企业社会责任报告 .....</b>	<b>176</b>



第一节	什么是企业社会责任报告 .....	176
第二节	企业社会责任报告的原则和构成要素 .....	181
第三节	企业社会责任报告现状与趋势 .....	187
第四节	编制企业社会责任报告 .....	196
<b>第七章</b>	<b>企业社会责任最新进展 .....</b>	<b>208</b>
第一节	社会责任投资 .....	208
第二节	企业社会责任会计 .....	221
第三节	公益营销 .....	229
第四节	责任采购 .....	233
第五节	清洁发展机制 .....	237
<b>附录</b>	<b>企业社会责任问答 .....</b>	<b>244</b>

# 导 言

2008年，是中国企业社会责任发展史上重要的一年！年初的抗击冰雪灾害和“5·12”汶川地震发生后的抗震救灾都彰显了中国企业的善心和责任，一些企业名垂青史，但也有企业应对不当，深陷“捐赠门”。“三鹿奶粉”事件和“问题鸡蛋”事件又暴露出严重的企业社会责任缺失问题，引起政府、大众、媒体和国际社会对中国企业社会责任的高度关注。放眼海外，美国次贷危机所引发的国际金融危机对全球金融业造成重大打击，使全球经济陷入几十年来最严重的衰退，也使全世界开始重视虚拟经济中的企业社会责任问题。“履行社会责任”业已成为全球企业管理中的一道必答题。

## 一、企业履行社会责任是人类经济社会发展到一定阶段的必然要求

企业是社会的经济细胞，企业社会责任是企业和社会经济发展到一定历史阶段的产物。企业影响力的扩大，使企业有必要也更可能承担社会责任。自从企业产生以来，其经济、文化、技术、环境和政治影响力不断增强。目前，世界排名前250名的大型跨国公司的总销售额大约相当于全球生产总值的1/3，有100多家跨国公司的年销售额超过500亿美元，全球230多个国家和地区，仅有60多个国家的国内生产总值达到这一水平。这些规模巨大的企业形成了雄踞社会之上的“公司帝国”，对政治、经济和社会生活构成了重大影响，企业影响力的扩大也意味着企业应当履行更大的社会责任，因而要求企业承担社会责任的呼声也愈来愈高。

社会责任运动的压力促使企业承担更多的社会责任。各国的政府部门通过立法、执法等手段向企业施加压力；消费者“用脚投票”，以“拒绝购买”作为手段，迫使企业为了市场份额而遵从消费者的价值取向；股东的“道德投资”和“环境投资”引导企业更加注重改善员工状况，增加环保投入；环境保护运动和劳工运动等企业社会责任运动都给企业施加了更大的内外压力；新闻媒体以独立的监督者身份存在，曝光企业无视社会责任的行为并宣扬积极履行社会责任的企业；商业伙伴通过供应链审查向上游企业施加责任影响；行业协会和企业组织的研究人员也通过多种形式促使企业履行社会责任。在这种情况下，履行社会责任

成为企业生存发展的必然要求。

企业价值观的变化使企业更为积极主动地承担社会责任，上述动因使企业改变了原来的行为表现。随着外部经济和社会结构的演变，传统的企业经营价值观也在变化，企业已经从单纯追求利润目标的营利组织发展到履行社会责任的企业公民——企业将社会基本价值与日常商业实践、运作和政策相整合。因此，它会全面考虑公司对所有利益相关方的影响，包括雇员、客户、社区、供应商和自然环境。

## 二、履行社会责任是我国企业落实科学发展观、构建和谐社会的内在要求和实现途径

“社会和谐，企业有责”，企业履行社会责任是贯彻科学发展观、构建和谐社会的内在要求。改革开放后，部分企业为了谋取最大利润，忽视自身的社会责任，致使职工权益受到侵害，产品质量下降，债权人利益受损，生态环境恶化，市场经济秩序也受到破坏。中央政府已充分意识到了这一问题，从党的“十六大”将“人与自然和谐发展”作为全面建设小康社会的重要指标，到十六届三中全会提出“坚持以人为本，树立全面、协调、可持续发展的科学发展观”，建立一个平衡、和谐、可持续发展的社会。

企业是社会的细胞，一个可持续发展的社会必须由有责任感的企业组成，因此，构建和谐社会与企业履行社会责任是相互依赖、密切关联的。一方面，企业在创造自身经济效益的同时，把社会责任理念融入企业的日常经营中，切实处理好与企业相关的各种利益群体的关系，必将有效促进和谐社会的发展；另一方面，和谐的社会又为企业的可持续发展提供了前提条件和良好的发展环境，企业与社会形成良性互动，不断向前发展。

企业履行社会责任作为推动企业与社会、环境和谐发展的时代潮流，得到政府的高度关注与支持。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”。2008年1月，国务院国资委发布了《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，积极引导和推动企业的社会责任实践。

## 三、履行企业社会责任是企业实现持续健康发展的必然选择

当今世界是一个责任竞争的时代，企业社会责任运动的深入发展不仅仅改变了全球思维和价值观念，而且成为一种新的企业管理理念，是企业运行管理模式的新的最佳实践。公司之间的竞争在某种程度上已经表现为公司的社会责任理念和道德水准的竞争，先进的公司社会责任理念是企业制胜的法宝，企业履行社会

责任有助于企业赢得竞争优势，提升企业竞争力。对内它可以提高员工士气，增强凝聚力，帮助企业规避社会和环境风险，增强员工满意度和忠诚度，提升企业运作效率，对外它可以提高企业美誉度，树立良好的企业形象，吸引责任消费和责任投资，赢得更大的市场份额和发展机遇，为企业带来持续竞争优势。

丰田汽车开发的油电混合动力车——普锐斯就是企业履行社会责任赢得竞争优势的典范。普锐斯排放的有害污染物仅相当于传统车辆的 10%，并且汽油消耗减少 50%，它为丰田公司赢得了显著的领先优势，在客户中创建了独一无二的地位，并且顺利地把它的技术发展成为世界标准，以至于福特和其他汽车公司都在引进这种技术。

加多宝集团在“5·12”汶川地震赈灾晚会上捐出了高达 1 亿元的善款，使得旗下的王老吉品牌瞬间成为民族品牌的骄傲，获得了无数企业梦寐以求的社会美誉，提升了消费者对于其品牌的忠诚度，大大促进了产品销售。

综上所述，企业是社会的细胞，它必须要与社会共同生存、共同发展、共同繁荣。当今的企业已不能简单依靠履行其经济责任、实现其经济任务而达到生存和发展。企业要想求得持续的发展，必须调整对企业社会责任的认识，履行社会责任，对社会作出更大贡献。这样企业才能得到社会的认可，实现可持续发展的目标。

# 第一章 企业社会责任基础知识

早在 20 世纪 20 年代英国学者就提出了企业社会责任的概念，经过了长期的争论，从 70 年代开始，企业社会责任运动进入快速发展的时期。随着研究和实践的深入，三重底线、金字塔模型、利益相关方、可持续发展、企业公民等相关概念和理论相继提出，丰富了企业社会责任的内涵，为企业社会责任的实践铺平了道路。虽然企业社会责任发源于西方，但是在东方儒家思想中也不乏社会责任思想的火花，将儒家文化与企业社会责任相联系，对于指导中国企业的社会责任理念和实践具有很重要的意义。

## 第一节 企业社会责任概念

### 一、什么是企业社会责任

企业社会责任是英文 Corporate Social Responsibility 的直译。虽然许多机构给出了自己的定义，但企业社会责任具体指什么，迄今为止却没有统一的定义。例如欧盟的定义为“企业社会责任是指企业在自愿的基础上，将对社会和环境的关注融入其商业运作以及企业与其利益相关方的相互关系中。”；学者们对于企业社会责任的定义更是五花八门，其中以美国佐治亚大学教授阿奇·卡罗尔（Archie B. Carroll）的企业社会责任金字塔（Pyramid of Corporate Social Responsibility）模型最为典型，他认为企业社会责任指某一特定时期社会对企业所寄托的经济、法律、伦理和自由决定（慈善）的期望。它包括经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任。

实践中，很多企业也提出了自己的企业社会责任感。例如，IBM 的社会责任感是“企业为了实现可持续发展，致力于获取社会信赖，成为‘社会期待的企业’”。日立的社会责任感是“通过技术为社会做贡献”。国家电网公司的企业社会责任感是“企业为实现自身与社会的可持续发展，遵循法律法规、社会规范和商业道德，有效管理企业运营对利益相关方和自然环境的影响，追求经济、社会和环境的综合价值最大化的行为”。联想（中国）的企业社会责任感是“坚持诚

信经营，持续学习，勇于创新，积极承担对价值链伙伴、环境和社会的责任。回报股东长远利益，给员工提供没有天花板的舞台，成就客户，尊重合作伙伴，保护环境，回馈社会。做优秀的全球企业公民，让世界因为联想更加美好！”

上述定义基本可分为两类：一类是狭义的企业社会责任，即企业社会责任是专指经济和法律以外的道德和慈善责任；而另一类则是广义的企业社会责任，即将经济和法律纳入企业社会责任的范畴，视为企业社会责任的一部分。

表 1-1 各种组织和个人对企业社会责任的定义

机构	有关企业社会责任的定义
一、国际机构的定义	
世界银行	企业与关键利益相关方的关系、价值观、遵纪守法以及尊重人、社区和环境有关的政策和实践的集合，是企业为改善利益相关方的生活质量而贡献于可持续发展的一种承诺。
欧盟	企业社会责任是指企业在自愿的基础上，将对社会和环境的关注融入其商业运作以及企业与其利益相关方的相互关系中。
日本经济同友会	所谓企业社会责任，是指通过构建企业和社会的互动发展机制，从而努力追求企业可持续发展和实现更美好社会的实践活动。核心关键词是可持续性，要求企业在经济、环境和社会三个方面（Triple Bottom Line）给予回答和应对。
二、学者的定义	
弗里德曼 (Milton Friedman)	企业的社会责任就是为股东赚取利润。
鲍恩 (H. Bowen)	企业社会责任是企业具有的一种以有利于社会整体目标和价值观的原则来拟定政策目标、制定政策和采取行为的义务和职责。
卡罗尔 (Archie B. Carroll)	企业社会责任指某一特定时期社会对企业所寄托的经济、法律、伦理和自由决定（慈善）的期望。它包括经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任。
三、企业的定义	
沃达丰	所谓企业社会责任，指的是从事富有成果和价值的商业活动，同时给人们的生活和工作以良好的环境。此概念中包含有妥善处理 and 评价公司与社会及环境的相互关系的内容，也含有明确理解主要利益相关方的课题的内容。
索尼	通过技术创新和健全的业务活动谋求企业价值的提高。

续表

机 构	有关企业社会责任的定义
国家电网公司	企业社会责任，是企业履行社会责任的简称，是指企业为实现自身和社会的可持续发展，遵循法律法规、社会规范和商业道德，有效管理企业运营对利益相关方和自然环境的影响，追求经济、社会和环境综合价值最大化的行为。
联想中国	坚持诚信经营，持续学习，勇于创新，积极承担对价值链伙伴、环境和社会的责任。回报股东长远利益，给员工提供没有天花板的舞台，成就客户，尊重合作伙伴，保护环境，回馈社会。做优秀的全球企业公民，让世界因为联想更加美好。

资料来源：根据相关文献整理。

## 二、西方企业社会责任概念的起源和发展

一般认为，企业社会责任（CSR）的概念始于英国学者谢尔顿（Oliver Sheldon），他于1923年对美国企业进行考察时提出了企业社会责任的概念。谢尔顿把企业社会责任与公司经营者满足产业内外各种人类需要的责任联系起来，并认为企业社会责任包含道德因素。1953年，霍华德·鲍恩（H. Bowen）在其著作《商人的社会责任》中正式提出了企业及其经营者必须承担社会责任的观点，由此开拓了现代企业社会责任研究领域。

鲍恩之后的20世纪60年代，更多学者参与了企业社会责任的研究，研究对象开始从关注商人个体转向关注企业经济组织，譬如戴维斯（K. Davis, 1960）提出了“责任铁律”，即“企业的社会责任必须与它们的社会权力相称”，企业“对社会责任的回避将导致社会所赋予权力的逐步丧失”；麦克盖尔（McGuire, 1963）明确地将企业社会责任概念延伸到经济和法律范围之外，指出企业应该承担除经济责任和法律责任之外的其他责任。但是，整个60年代，弗里德曼对企业社会责任的观点居于统治地位，即企业的责任就是股东利润最大化。弗里德曼认为企业有且仅有一个社会责任——在法律和规章制度许可的范围之内，利用它的资源从事旨在增加其利润的活动。在弗里德曼理论的影响下，企业的社会责任在很长一段时间被当作所谓的利他行为而被处理为“外部性”问题。

自20世纪70年代开始，“企业的社会责任就是利润最大化”的观点失去了统治地位。企业应该保护社会大众的利益并在改善社会的活动中发挥积极作用成为一种共识。现在只有很少的企业家和学者在继续反对企业社会责任，企业社会责任的研究也开始走出是否应该承担社会责任的争论，将研究的重点放在企业应当承担什么样的社会责任以及如何承担社会责任上来，也就是研究企业社会责任的具体内涵和履行方式。

### 小知识：关于企业社会责任的论战

企业社会责任概念包含着广泛的环境责任和社会性内容。简单来说，企业社会责任就是要求企业作为社会的一员，履行对社会的责任和义务。与之形成鲜明对比的是诺贝尔经济学奖得主弗里德曼的传统企业责任观——“企业的责任就是股东利润最大化”。弗里德曼认为企业有且仅有一个社会责任——在法律和规章制度许可的范围之内，为股东赚取尽可能多的利润，除此之外，企业并无其他社会责任。而诸多社会问题的责任主体是政府，由政府运用税收、财政在内的各种手段来解决社会问题。简而言之，企业履行经济责任，政府履行社会责任。

“哈佛论战”集中体现了上述两种观点的激烈交锋。20世纪30年代，美国哈佛大学的两位教授曾经就企业是否应该承担社会责任发生过一场辩论。伯利（Adolf A. Berle）教授代表了传统的企业理论观点，他认为企业的管理者受股东委托，是唯股东利益是从的股东权益受托人，所以应该只考虑股东利益。但多德（E. M. Dodd）教授则反对这一观点，他明确提出，企业是既具有营利功能又具备社会服务职能的一个经济机构，它既受托于股东，也受托于更为广泛的社会，企业对雇员、消费者和社会公众都应该承担相应的社会责任。这场论战在历经20多年之后，最终以多德教授的观点——企业应该承担相应的社会责任的获胜而告终。

## 第二节 企业社会责任的相关术语

### 一、利益相关方

利益相关方是指“影响企业目标的实现或受企业目标实现所影响的组织或个人”（Freeman, 1984）。企业在运营过程中必然要与社会打交道，但并不是和整个社会打交道，而是和特定的组织或者个人打交道，这些特定的组织或者个人，例如消费者、股东、员工、供应商、债权人、债务人、社区、政府、非政府组织等，都有可能影响企业目标的实现。例如，消费者可以通过购买或者抵制购买产品来影响企业销售目标；股东可以通过投资特别是近年来盛行的社会责任投资（SRI）来影响企业经营决策，甚至更换企业管理层等等。反过来，企业的经营



也会影响这些组织和个人。例如，员工可能因为企业的裁员或者扩员而失业或者升迁，企业所在地区也会因为企业目标的实现程度而受到影响……与企业之间具有互动关系的这些团体和个人，就是利益相关方。企业社会责任中的社会主要是指利益相关方这一特定的社会对象，社会责任也就被具体化为对利益相关方的责任。因此，欧盟 2003 年将企业社会责任定义为“企业要对利益相关方的影响负责任”。

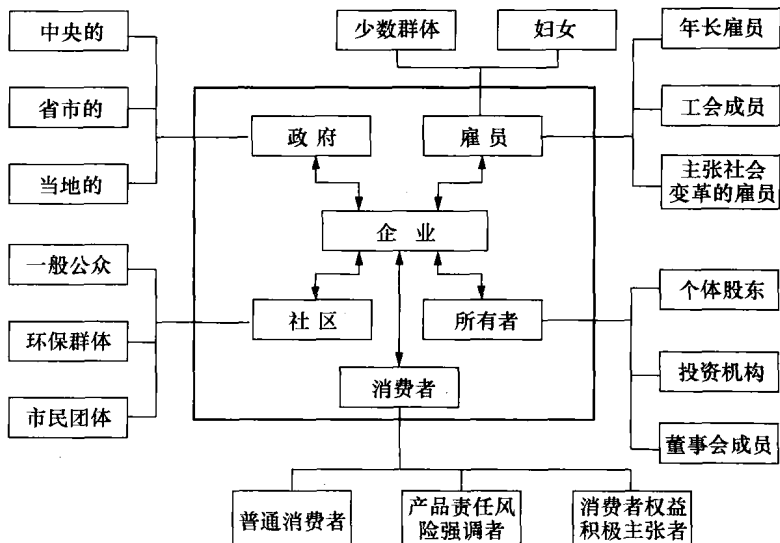


图 1-1 企业的利益相关方

资料来源：阿奇·B·卡罗尔、安·B·巴克霍尔茨著：《企业与社会：伦理与利益相关方管理》（原书第五版），黄煜平等译，机械工业出版社 2004 年版，第 47 页。

利益相关方可分为内部利益相关方（如员工）和外部利益相关方（如股东）。不同的利益相关方具有不同的期望，例如，股东希望企业创造最大利润、员工和社区希望保证就业、供应商希望提高供货价格等。在实践中要同时完全满足这些期望和要求是很难的，例如，为了减少亏损，有时候需要采取裁员、限产等措施来降低成本，这就有可能对员工和供应商的利益构成威胁。如何在利益相关方的要求之间进行平衡，成为企业社会责任实践成功与否的关键所在。

## 二、可持续发展

1989 年，第 15 届联合国环境规划署理事会通过了《关于可持续发展的声明》，将可持续发展定义为“满足当前需要而又不削弱子孙后代满足其需要之能力的发展”。这一定义是 1987 年挪威前首相布伦特兰夫人（Gro Harlem Brundt-