

商事法
专题研究文库

商事法

王保树/主编

公司的社会责任

刘俊海/著

法律出版社

■ 商事法专题研究文库

中国社会科学院
法学研究所

商事法研究中心 / 王保树

主编

公司的社会责任

刘俊海 著

法律出版社

图书在版编目(CIP)数据

公司的社会责任/刘俊海著. - 北京:法律出版社,1999
(商事法专题研究文库/王保树主编)

ISBN 7-5036-2496-5

I. 公… II. 刘… III. 公司-权利与义务-研究 IV. D912.29

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 02437 号

出版·发行/法律出版社

经销/新华书店

责任印制/陶松

责任校对/何平

印刷/北京宏伟胶印厂

开本/850×1168毫米 1/32 印张/9.75 字数/259千

版本/1999年3月第1版

1999年4月第1次印刷

印数/0,001—5,000

社址/北京市广外六里桥北里甲1号八一厂干休所(100073)

电话/63266794 63266796

出版声明/版权所有,侵权必究。

书号:ISBN 7-5036-2496-5/D·2111

定价:16.00元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

前 言

公司社会责任(Corporate social responsibility)是当今各国公司法学者、立法者、公司经营者、股东和社会各界都十分关注的一个热点问题,是传统公司法理论面临的一个挑战。到底什么是公司社会责任,为什么要强调公司社会责任,公司社会责任与传统公司法确认的公司作为营利法人的本质之间是什么关系,如果公司社会责任具有其相当的合理性,那么应当如何去设计富有实效的制度安排,如此等等,都急需从理论上得到回答。

公司社会责任的现代观念牢牢扎根于人们对公司在社会中的角色的认识。过去,我国政府在社会中扮演主角,甚至达到了政府就是社会,社会即是政府的地步。随着小政府、大社会格局的逐步形成,公司在社会中的角色必将日趋活跃。我国当前正处于经济起飞阶段,公司制度的巨大推动力已经并正在释放出来。外商投资公司纷纷到我国安家落户,乡镇企业异军突起,不少国有企业在“抓大放小”的政策指导下正逐步向公司制并轨,传统的股份有限公司特别是上市公司也风起云涌。虽然我国的公司在全球公司 200 强中榜上无名,但可预言,我国的公司将在资本规模、雇工规模、世界市场份额占有量、赢利水平、纳税水平诸方面都将在下个世纪迈上一个新台阶。社会的经济力量将进一步向少数大公司集中,公司的存在和经营不仅将会极大地影响人们的经济生活,而且将进一步影响到人们的社会文化生活。

公司制度是市场机制中的核心,公司的发展和壮大完全符合“三个有利”的原则,因为公司能够吸纳劳动力、资本和经营者并将其融

于一炉,能够最有效地配置资源,能够鼓励人们的创业与冒险精神,能够帮助投资者、经营者和劳动者实现人生价值,能够向政府纳税,还具有促进社会整合和精神文明建设的社会功能。我国是发展中国家。因此,从总体上看,不同的社会利益集团和公司利害关系人都能在发展市场经济、提高公司效率上找到共同语言。

但公司的出现也带来了一些消极现象。一些公司只顾追求股东和经营者的利益,而漠视甚至肆无忌惮地侵害劳动者、消费者、债权人、竞争者和社会公众的利益(尤其是环境利益)。在公司经营中忽视对劳动者的保护、疯狂地制造和贩卖假冒伪劣商品、肆无忌惮地污染空气和水源,都是利欲熏心、见利忘义、唯利是图的经营哲学在实践中的必然反映。这种消极现象概括起来就是公司社会责任松懈。最大限度地克服法律本身所固有的止恶有余、扬善不足的弱点,适当纠正过分强调以公司营利为本、以股东利益为重的传统公司法理念,谋求一套适当的因应理论和制度以强化公司社会责任,已经迫在眉睫。

公司社会责任是公司法学中的一个重要课题。在我国强调建立现代企业制度、加强企业职业道德、防范金融风险、加强社会主义精神文明建设的今天,借鉴国外先进的立法例、判例与学说,发扬我国社会主义制度的优越性,加强对公司社会责任的理论研究,提出先进、可行的立法建议和法理解释,是公司法学者义不容辞的一项社会责任。本书主要运用法解释学、比较法学、历史考察等研究方法,提出了公司社会的法律问题,并试图就其中一些基本问题作答,但仍有不少问题没有来得及进行深入探讨。

在本书付梓之际,想起了许多为我写作本书而给予鼓励、贡献良言、发表评论、提供资料的师长和朋友们。公司社会责任是我在挪威奥斯陆大学从事博士后研究的主攻课题之一。许多热情、友好的挪威学者对我研究公司社会责任提出了宝贵意见。原奥斯陆大学挪威人权研究所所长、联合国防止歧视与保护少数者小组委员会委员艾德(A·Eide)教授,挪威人权研究所安德森(Bard Anders Andreassen)

教授和挪威人权研究所副所长豪斯特麦灵根(Njal Hostamalingen)对我的研究提纲进行了认真讨论。挪威应用社会科学研究所副所长乌尔比(Einar Overbye)教授还专门就我的研究提纲作了书面评论。奥斯陆大学法学院公法与国际法学部主任雅凯伦(Henning Jakhelln)教授慷慨地向我提供了他尚未出版的《挪威劳动法》书稿和新近修改的《挪威股份公司法》。挪威劳动法院院长艾夫裕(Stein Evju)曾向笔者详细介绍了挪威劳动诉讼的审判实践。挪威地方政府与劳动部的官员麦尔道女士(Hanne M. Meldal)、麦勒沃德先生(Kjetil Myhrvold)和雷百斯特先生(Espen Rebbestad),挪威工商业联合会(NHO)的国际部主任永维(Jonvea)先生、国际雇主关系部主任林德菲尔德(Vidar Lindfeld)先生,挪威工会(LO)的赛普(Karl Seip)先生,挪威外交部政策规划与研究司司长、挪威前驻华大使贺贝克(Jan Tore Holvik)先生等专门抽出时间与笔者座谈挪威的经济民主与公司社会责任问题。需要特别指出的是,挪威人权研究所《中国与法治》的项目主任丽莎·斯得恩(Lisa Stearns)女士,她帮助我安排了许多富有建设性的专题座谈与研讨会,并为我的研究工作提供了许多周到的支持与帮助。对于他们以及所有支持和帮助我从事本研究的挪威朋友们致以衷心的感谢和谢意。

为了研究公司社会责任,我曾于1997年8月下旬抵达日内瓦,访问了联合国人权中心与国际劳工组织,并与经济、社会和文化权利委员会秘书亚历山大·提克诺夫(Alexander Tikhonov)先生和国际劳工组织平等与人权协调部主任李·斯卫普森(Lee Sweepson)先生等专家和官员举行了学术座谈。与他们的座谈深化了我对公司社会责任与社会权紧密相联的认识。在此对他们表示衷心的感谢。

我在挪威写作本书过程中,得到了我国驻挪威大使馆朱应鹿大使和梁友平一等秘书的关心和帮助。本书写作还得到了中国社会科学院法学所谢怀栻教授、王家福教授、王保树教授、梁慧星教授和崔勤之教授的指点;得到了中国社会科学院法学所所长刘海年教授和副所长信春鹰教授的关心与鼓励。在此一并致谢。

我的妻子徐海燕在攻读博士研究生的同时,承担了不少琐碎而繁重的家务,保障了这本书的顺利写作。对她的感激之情自不待言。

有人说,电影是遗憾的艺术。其实,电影艺术如此,法学研究的著作又何尝不是如此?!我自知本书也不例外。尚望国内外法学贤达有以教之,此乃深幸。

刘俊海

1999年元月20日

序

“公司的社会责任”，这是一个崭新的论题。虽然，本书的作者曾在我主编的《商事法论集》第二卷(1997年)中发表了一篇题为《强化公司的社会责任》的论文，对公司的社会责任作过阐述，但该领域仍有待人们去开垦。

我本人对于“公司的社会责任”知之不多，很难对该问题说出妥贴的话。但是，我从实践中感到：深化此领域的研究很有必要，发表此类著作很有意义。因为：第一，此书发表之前，人们普遍对什么是公司的社会责任不甚了了。第二，公司是营利性的经济组织，但该种定性是否意味公司只是为了营利？需要有一个明确的回答。第三，国外提出公司社会责任的背景是什么？公司社会责任的本质特征是什么？当股东利益、公司利益的实现与社会责任的实现发生矛盾时，应如何处理？其答案为人们所迫切需要获得。

从现有可查阅的资料可以看到，“公司的社会责任”早于1924年就被美国的谢尔顿提出，但至今仍未被立法所充分表述。无疑，这是与“公司的社会责任”的多义和弹性化有关系。学者对公司社会责任具体内容的概括各式各样，可谓仁者见仁，智者见智。然而，人们仍可以从五彩缤纷的见解中抽象出它的本质。大而言之：一是公司伦理的维持；二是期待公司对社会的善行。以此而论，人们对公司社会责任的要求早已超过法律对公司义务规定的水准。其中，有些是商法学者的研究对象，有些则是经营学者和伦理学者的研究对象，商法学者不可能包打解决“公司社会责任”的天下。但毋庸置疑，属于商法学者研究的尚未开始充分研究。基于这一点，刘俊海所著《公司的

社会责任》是具有开拓意义的。该著作借鉴国外相关理论,结合中国的实践,着重论述了公司社会责任的立法论和解释论、公司对消费者的责任和公司对劳动者的社会责任,为人们认识公司的社会责任开辟了一条思路,值得学界和实际工作者重视。此书提出了一些见解,其意义不仅仅在于使人们了解这些见解本身,而在于引发人们思考,去创造更多的见解,形成中国的“公司社会责任论”。为此,特作此序。

王保树

1999年元月25日于清华园

目 录

第一章 强化公司社会责任的基础理论	1
第一节 公司社会责任的含义.....	1
第二节 强化公司社会责任的理论依据	14
第三节 国外公司社会责任运动的理论与实践	39
第四节 美国有关公司社会责任的判例与立法	56
第二章 强化公司社会责任的若干立法论和解释论	71
第一节 强化公司社会责任的立法指导思想	71
第二节 股东利益最大化的理念及其对公司社 会责任的制约	75
第三节 营利性并承担社会责任并重——公司 目标的重新定位	82
第四节 廓清公司利益与股东利益之间的法律 边界	87
第五节 制约公司社会责任广泛而深入推行的 理论障碍及评析	94
第六节 董事践行公司社会责任的义务亟需落实.....	105
第七节 导入社会公开法律机制的思考.....	110
第八节 强化公司社会责任监督的法律思考.....	117
第九节 政府在强化公司社会责任方面大有可为.....	131
第三章 公司对消费者的社会责任	153
第一节 概述.....	153
第二节 保护惩罚性赔偿请求权,鼓励消费者	

	疑假买假打假·····	156
第三节	保护消费者监督权,鼓励消费者对商家进行社会监督·····	172
第四节	某饮料消费者中奖8万元引发的法律问题·····	176
第四章	强化公司对劳动者社会责任的民主化措施 ·····	184
第一节	概述·····	184
第二节	确保公司经济民主的四项劳动者共益权·····	186
第三节	职工参与公司机关制度的基本理论·····	198
第四节	挪威的职工参与机关制度·····	214
第五节	德国公司法中的职工等额或接近等额参与公司机关制度·····	224
第六节	其他主要欧洲国家有关公司职工参加公司机关的立法例·····	240
第七节	欧盟的立法努力·····	248
第八节	对公司职工参加公司机关制度的评价·····	261
第九节	完善我国职工参加公司机关制度的法学思考·····	266
第十节	积极鼓励职工之外的非股东社会利益代表参加公司机关·····	282
第五章	结论:强化公司社会责任的法律对策 ·····	286
参考文献	·····	294

Content

Chapter 1	The basic theory for strengthening corporate social responsibility	1
Section 1	The definition of corporate social responsibility	1
Section 2	The justification for strengthening corporate social responsibility	14
Section 3	The theory and practice of corporate social responsibility in the Western world	39
Section 4	The case law and legislation concerning corporate social responsibility in the USA	56
Chapter 2	The legislation reform and proper interpretation of current legislation in strengthening corporate social responsibility	71
Section 1	The philosophy for reforming legislation on corporate social responsibility	71
Section 2	Conventional formula of profit maximization in the interest of shareholders and its constraints on corporate social responsibility	75
Section 3	The reorientation of corporate goal: focusing on both profit optimization and fulfilling corporate social responsibility	82
Section 4	The relationship and distinction between corporate interest and shareholders' interest	87

Section 5	Analysis of the arguments against enforcing corporate social responsibility	94
Section 6	The director's duties to enforce corporate social responsibility	105
Section 7	Institutionalization of social disclosure of corporate affairs	110
Section 8	Improving social audit of corporate social performance	117
Section 9	The proper governmental intervention to promote corporate social responsibility	131
Chapter 3	Corporate social responsibility toward the consumers	153
Section 1	Introductory remarks	153
Section 2	Protection of the consumers' right to punitive compensation from the corporate wrong doers	156
Section 3	Protection of the consumers' right to monitor corporations	172
Section 4	The legal issues arising from the disputes about a consumer's right to be rewarded by a drink producer	176
Chapter 4	Corporate social responsibility toward the workers	184
Section 1	Introductory remarks	184
Section 2	Four collective labor rights in ensuring corporate economic democracy	186
Section 3	The theoretical basis of employee representation on corporate governance structure	198
Section 4	Norwegian legislation and practice of employee	

	representation on corporate governance structure	214
Section 5	German legislation and practice of employee representation on corporate governance structure	224
Section 6	The different types of legislation on employee representation on corporate governance structure in other European countries	240
Section 7	The legislation efforts regarding employee representation on corporate governance structure at EU level	248
Section 8	The evaluation of employee representation on corporate governance structure	261
Section 9	Improving Chinese legislation on employee representation on corporate governance structure	266
Section 10	Encouraging other non – shareholders’ representation on the corporate governance structure	282
Chapter 5	Conclusions: legal strategies to strengthen corporate social responsibility	286
Reference	294

第一章 强化公司社会责任的基础理论

第一节 公司社会责任的含义

一、公司社会责任的含义

(一) 国外学者的观点的评价

“公司社会责任”一语起源于美国,而且在美国商业界和公司法学界使用频率很高。只要你打开电脑,进入国际互联网,键入“Corporate social responsibility”一词,就会找到许多具有同一抬头的文件,就会发现不少美国公司号称自己十分赞同承担公司社会责任。与“公司社会责任”相关的民间组织也相当之多。在美国的影响下,英国的公司法学界也早已引入这一词汇。70年代日本在讨论修改其《商法典》时,学者们对于公司社会责任亦多有议论,虽终未在立法中采用,但学界对该词汇却相当熟悉。

而在欧洲大陆特别是在北欧国家,这一词汇却使用的不多。笔者曾与不少挪威学者探讨该国公司社会责任,不少人流露出了对该词汇的不熟悉,甚至以为笔者要以“公司社会责任”取代“国家的社会责任”,以“福利公司”取代“福利国家”。但当我谈及公司社会责任的一些具体内容,特别是现代公司不应仅仅追求股东利益,而且应当适当考虑非股东利益的观点,以及该国为保护劳动者而确认劳动者参加公司的经营管理机构时,却能找到共同话题。这当然反映了不同国家语言文字上的差异、法律文化传统的差异以及社会立法特别是社会保障立法的差异。但不能忽视的是,尽管一个市场经济国家不

经常使用“公司社会责任”一词,却很可能有实质上强化公司社会责任的具体法律制度,如德国与荷兰的劳动者参加制度即其适例。

什么是公司社会责任?美国学者对此进行了有益探讨。但是,公司社会责任在美国的历史上的理论根基并不厚实。大众传媒、大学和商界推出的文章具有一个共同的问题,那就是对公司应当承担什么样的社会责任没能达成共识。美国学者早期对公司社会责任定义的讨论侧重于道德伦理的层次。之后,美国学者对公司社会责任定义的讨论转向法律层次。

早在1924年,谢尔顿(Oliver Sheldon)就把公司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,并认为公司社会责任含有道德因素在内。这种崭新的哲学思想主张,公司经营战略对社区提供的服务有利于增进社区利益,社区利益作为一项衡量尺度,远远高于公司的盈利。^①伯文(H. Bowen)在1953年时,曾对公司社会责任定义为:商人按照社会的目标 and 价值,向有关政策靠拢、作出相应的决策、采取理想的具体行动的义务。^②

虽然美国对公司社会责任的定义仁智互见,但通常认为:公司社会责任是指公司董事作为公司各类利害关系人的信托受托人,而积极实施利他主义的行为,以履行公司在社会中的应有角色。该定义包括两项基本原则:利他主义原则(philanthropy principle)与信托原则(trusteeship principle)。所谓利他主义原则,是指公司在履行其社会服务角色时,为社会公众解决了某些社会问题,但自己并不直接从中获取经济上的好处。如果说利他主义原则体现了公司在社会大系统中的应有角色,那么信托原则体现了董事对于公司各类利害关系人的社会责任感的觉醒。简言之,信托原则指董事所扮演的角色是公司股东、债权人、职工、消费者和广大社会公众的受托人。当然,公司各类利害关系人的利益也是分层次的。其中,公司股东、债权人对

① Oliver Sheldon, *The philosophy of Management*(1924), p. 74.

② Howard Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*(1953), p. 31.

公司的请求权主要具有财产内容,也容易被量化;而职工、消费者和广大社会公众对公司的请求权则内容丰富,很难用金钱去衡量。^①

斯通认为,公司社会责任的含义固然模糊不清;但恰恰由于该词模糊不清而获得了社会各界的广泛支持。^②佛陶(Votaw)盛赞公司社会责任是个“绝妙的词汇”。这个词有含义,但因人而异。许多人把它与慈善捐款等同起来;有人认为它意味着公司要有社会良心;很多人认为它是正当性的同义语;少数人主张公司社会责任作为一种信托义务,要求商人比普通老百姓要遵守更高的道德标准。^③

但是,这个定义也受到许多人的指责。鲁瑟福特·施密斯(Rutherford Smith)认为,公司社会责任的含义模糊不清,“只不过是一种宣传工具而已。这个概念从来没能准确规定公司的行为标准,只不过是公司、政府和消费者团体互相斗争的工具”。^④冈尼斯(Gunness)指出:有人批评公司社会责任反映了公司对解决困扰社会的诸多问题负有直接责任,也有能力单独担当此任的信念。其实,这种信念是一种不切实际的空想。^⑤

有学者甚至公开反对对公司社会责任所下的任何定义。美国经济学家佛里德曼就不无恐惧地说:“没有什么趋势能像公司的经营者接受社会责任、而非尽最大可能为股东们赚钱那样,能够从根本上破坏我们自由社会所赖以存在的基础”;并用他的一句名言道出了他的

① Saleem Sheikh, Corporate Social Responsibilities; Law and Practice, Cavendish Publishing Limited(1996) p. 15.

② C Stone, Where the Law Ends(1975)p. 71.

③ D Votaw, Genius Becomes Rare in The Corporate Dilemma; Traditional Values and Contemporary Problems, edited by D Votaw(1975) p. 11.

④ R Rutherford Smith, "Social Responsibility: A Term We Can Do Without", Business and Society Review(1988) p. 31.

⑤ R Gunness, "Social Responsibility: The Art of Possible", Business and Society Review(1986)p.25.