

A Basic Examination on CSR Aspects

主 编 崔江水
副主编 高文志 赵金旗

CSR

企业社会责任导论

河北人民出版社

企业社会责任导论

A Basic Examination on CSR Aspects

主 编 崔江水

副主编 高文志

赵金旗

河北人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任导论 / 崔江水主编. — 石家庄: 河北人民出版社, 2007. 2

ISBN 978-7-202-04522-0

I. 企… II. 崔… III. 企业-社会功能-研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 019181 号

主 编: 崔江水

副 主 编: 高文志 赵金旗

顾 问: 于刃刚 陆长福

总撰稿人: 赵金旗

撰 稿 人: (以姓氏笔画为序)

王利军 叶金国 李万县 陈会芳 赵金旗

编 辑: (以姓氏笔画为序)

王 岚 刘 云 孙英涛 张友发 唐 伟

书 名 企业社会责任导论

主 编 崔江水

副 主 编 高文志 赵金旗

责任编辑 张 琦 王 琳

美术编辑 李 欣

封面设计 张楠楠

责任校对 丁 清

出版发行 河北人民出版社 (石家庄市友谊北大街 330 号)

印 刷 石家庄陆军指挥学院印刷厂

开 本 787 × 1092 毫米 1/16

印 张 14.5

字 数 164000

版 次 2007 年 2 月第 1 版 2007 年 2 月第 1 次印刷

印 数 1 - 5000

书 号 ISBN 978-7-202-04522-0 / F · 482

定 价 25.00 元

版权所有 翻印必究



序

随着经济全球化的加深加快，我国开放型经济的蓬勃发展，依靠国际供应链的传导机制，企业社会责任（CSR）理念正在走进国人的视野、思维和行动。

党的十六大针对当代中国和当今世界经济社会发展的现实、趋势和问题，高瞻远瞩，深谋远虑，适时提出科学发展观这一重大战略思想和指导方针，由此在事实上奠定了我国启动社会责任建设特别是企业社会责任建设的根本性制度平台。

我国改革开放近 30 年来，特别是加入世界贸易组织以来，我国经济已经而且继续在深层次、宽领域、大范围内融入全球经济，同时吸收跨国公司产业和服务转移的步伐加快。2005 年，我国对外贸易总值达到 14221.2 亿美元，为世界第三大贸易国；利用外商直接投资 603.3 亿美元，



为全球第三大 FDI 流入国；“走出去”对外直接投资（FDI 流出）达到 69.2 亿美元，我国直接资本已遍布全球 149 个国家和地区。我国经济与世界经济广而深的融合，使我国在全球供应链上占据了举足轻重的位置，也使我国在诸多领域与国际接轨，其中包括企业社会责任领域。

党的十六届四中、五中全会分别作出构建和谐社会和建设“两型社会”（资源节约型、环境友好型社会）的重大战略决策，为我国推行以保障员工权益、保护生态环境、减少贫困人口、实现企业与社会共赢、促进经济可持续发展为终权关切的会业社会责任理念与实践，提供了历史性契机与条件。

国内各种类型、各种所有制企业中，可以说目前都存在一定比例的社会责任“问题企业”，突出表现在劳动权益、生态环境、自然资源和商业道德等四个方面。这四个方面以及其他有关方面的问题，日益彰显出企业社会责任行动的缺发和企业社会责任建设的缺位。会业在上述道德和法律两个层面上暴露出的问题，也使国民对企业社会责任的诉求日益强烈。据《中国经济时报》2005 年 6 月 21 日报导，搜狐财经进行的一项旨在了解消费者对企业公众形象评价的调查显示，95% 的人从不同角度表达了对企业各与社会公益事业的诉求；99% 的人认为企业应当具有环保意识；60% 的人认为“好企业”的核心评价标准应该是有可持续发展规划，履行基本社会责任包括关注公众安全、热心公益事业、讲求商业诚信和保护生态环境、尊重职工权益和消费者权益，等等。



另一方面，具有远见卓识和战略眼光的企业和企业家，开始意识到“奶酪”已经被移动，企业利益实现机制正在发生改变，企业有责任才有竞争力，只有融入了责任的财富才真正具有意义。他们开始将社会责任纳入企业核心价值观，由单纯追求经济利益向追求经济、社会、环境全面协调发展转变。总之，企业社会责任事故/事件的频发，国民意识的觉醒，以及有战略眼光企业的率先行动，昭示出我国推行企业社会责任建设的必要性、紧迫性以及现实可行性。

我国已然进入社会责任时代。在这个时代，政府部门、非政府组织、企业及个人等社会利益相关方都有其应该履行的社会责任。在这个时代，不同责任主体的责任差异性显而易见。企业，作为国民经济的微观基础和社会财富的最大创造者、社会资源的最大耗费者，其应该履行的社会责任更宽泛（既有内部性的又有外部性的，既有强制性的又有非强制性的）、更厚重（可分为高端、中端和基端三个层面）。是故，企业之社会责任主体地位更凸显、更紧要。

时代的召唤，经济的发展，社会的进步，吹响了在我国推行企业社会责任战略的号角。

中央政府有关部门在行动，国家国资委将企业社会责任建设列入重点工作之一，今年3月支持成立了“中国企业社会责任联盟”；国家商务部在2006年度镁砂、氟石、滑石、碳化硅、矾土、甘草及甘草制品等6种工业品出口招标中，首次将“履行社会责任”条款列入投标资质标准。河北省在行动，省商务厅正在有条不紊、卓有成效地执行由欧盟资助



的“河北省出口型企业社会责任战略试点及推广项目”(简称中欧 CSR 项目)。产业界在行动,中国纺织工业协会今年 3 月正式启动了“中国纺织企业社会责任管理体系 CSC 9000T 试点”工作,并组建了专门的社会责任建设推广委员会,成员企业及合作伙伴已发展到近 200 家。企业在行动,河北圣仑进出口集团、河北五矿进出口股份集团公司、河北威远生物化工股份有限公司积极参加省商务厅中欧 CSR 项目试点,认真制定社会责任行动守则并开始实施;2005 年 9 月,海尔集团、红豆集团、嘉陵集团、长安汽车集团等十几家企业共同发出《中国企业社会责任建设北京宣言》;中国资产规模最大、经营范围覆盖面最广、对国民经济和社会发展最具影响力的国家电网公司,今年 3 月 10 日在北京正式发布《2005 社会责任报告》,开启了我国企业发布“社会责任报告”的先河。总之,企业社会责任潮流正在涌动,企业社会责任时代正在悄然来临。有责任才有竞争力、有责任才有可持续、有责任才有和谐共赢,正在逐渐成为全社会的共识。

为适应我国推行企业社会责任建设以及开展企业社会责任教学的迫切需求,我们组织专门人力、物力、财力,对企业社会责任的理论与实践问题,进行了专题研究,形成《企业社会责任导论》一书。《企业社会责任导论》在研究和编著会程中,始终把握了四个统筹,即:统筹理论体系构建与行动指南设计;统筹历史渊源与当代发展;统筹国际国内两方面情势;统筹务虚与务实。由此,《企业社会责任导论》



形成了其独特的视角、独特的观点、独特的风格和独特的体系。尽管她可能还很稚嫩，但她毕竟开了在我国全面系统地而不是仅就一个侧面研究与论述企业社会责任的先河。相信她的面世，将有建树于我国企业社会责任建设的理论与实践。

河北省商务厅厅长

2006年3月于石家庄



前言

作为一个时期以来我们对企业社会责任问题进行专题研究的重要产出,《企业社会责任导论》(*A Basic Examination on CSR Aspects*)已经呈现在您的面前。《企业社会责任导论》在孕育和诞生的全程中,她的意象和语境始终力求伸向更辽阔的界面和更遥远的旷野:为中国企业社会责任建设的航船加油呐喊,并为有朝一日横空出世的诸如“企业社会责任学”、“社会责任学”抑或“责任经济学”之类的新生边缘学科增砖添瓦。这,就是她与生俱来的愿景。

—

“企业社会责任”(Corporate Social Responsibility)这个概念的形成在国际上已有近百年的历史,传入我国也有数载光阴。但,企业社会责任到底是什么?我们为什么要推行企业社会责任?怎样实践企业社会责任?这一系列问题,对大多



数甚或绝大多数国人来说，恐怕还是谜一样的困惑。比较全面、系统、清晰、准确地回答这些问题的国内著述，目前尚属罕见。是故，当我们凝神聚力研著这部书的时候，强烈的责任意识令我们树立的目标是：力求最终走进读者视野的这部书能够成为一部比较系统、比较立体、比较实用的 CSR 专著，力求以历史的、务实的和宽阔的眼光引领读者置身于 CSR 思辨世界和 CSR 学术语境。

当我们的方向已经清晰、目标已经明确的时候，这部书的绿图设计也就完成了——她试图回答“是什么”、“为什么”和“做什么”的问题。于是，本书的体系框架也就形成了：全书共设六章，第一章和第三章回答“是什么”的问题；第二章回答“为什么”的问题；第四章、第五章和第六章则回答“做什么”以及“谁来做”的问题。最后，随附 10 则 CSR 真实案例，以期帮助读者加深对上述三个问题的感性认识。这样一种结构安排，使理论章节和实践章节相互呼应，使全书既有理论品质的支撑，更有指导实践的考量。由此，学术性与实用性融为一体。

二

我们体会，从本质意义上说，研究企业社会责任的学问，是研究企业与利益相关方之间如何展开博弈的学问。这种研究表明，由于企业与利益相关方之间存在多次反复博弈，博弈的结果是完全能够达成博弈均衡即博弈论中的纳什均衡的。因为，在博弈过程中，双方都要有所妥协，也都会有所妥协：作为企业方，应该明白所谓企业或股东（资本所有者）利益最大化，其实是一种“条件极值”，不可能无穷大，你获取的利益太多，利益相关方就会“反弹”，到头来你损失的就会更多。作为利益相关方（社会），对企业不能苛求过甚、索取过

多，不能“竭泽而渔”、“杀鸡取卵”，而应“放水养鱼”、“先予后取”，着力营造有利于企业不断生成“责任能力”的制度环境和社会基础。这就是说，在这场博弈中，双方都不能走极端，而是都应追求一种“可持续的均衡”。这种“可持续的均衡”就是纳什均衡，就是企业与社会和谐共赢，就是企业社会责任经济学。

三

在本书研著过程中，我们收获了一系列探索与发现。我们发现了有趣的“企业社会责任生态链”。这一重要发现，帮助我们理解了许多相关企业社会责任的深奥哲理与纷繁问题，如：企业社会责任是如何在价值链上跨国界传导的、企业社会责任是如何制造多方共赢局而的、企业如何对利益相关方产生影响并受到利益相关方影响的，以及为什么当数以万计的德国人在消费生态牛奶时就已经在为保护巴西的热带雨林做出贡献和为什么当数以万计的比利时人在消费贴有“公正标签”的巧克力时就已经在为改善非洲某可可生产地居民的生存状况和保护那里的生态环境做出贡献，等等。“企业社会责任生态链”理论，完全有资格成为 CSR 理论的一块基石。

与此同时，我们在企业社会责任之法律责任和道德责任以外，还发现了企业（或企业家）信念责任。就是说，有些社会责任，履行者将之付诸履行，并非基于法律的强制或道德的约束，而是基于一种信念即一种对快乐与幸福体验的追求。有些社会公益活动和社会捐助活动实质上就属于这一种。我们发现了企业社会责任的三种型态即高级型态（高端责任）、中级型态（中端责任）和基本型态（基端责任）。企业积极践行国家经济发展战略思想和战略方针，自觉顺从国家宏观调控，为国民经济整体带来“责任效应”，属于高端责任；企业出资



发展所在地区的电力、交通、通信等基础设施，“责任效应”惠及本社区广大居民，属于中端责任；企业保障员工权益和顾客权益，营造友好型工作环境，“责任效应”惠及本企业特定相关方的同时，也符合企业本身的基本生存需求，属于基端责任。这些以及其他一系列创新和发现，相信能够帮助本书实现其美丽愿景。

四

本书由崔江水任主编，统揽指导协调全书的研著，审阅确定全书编著大纲，对全书终审定稿，并作序。本书由高文志、赵金旗任副主编，协助主编工作。本书聘请于刃刚、陆长福为顾问。

本书由赵金旗任总撰稿人，负责对全书统稿总纂。本书先后历经5次统稿。统稿过程中，对各章节内容均作了调整或较大幅度调整，对有些内容甚至推倒重筑。

本书撰稿人分工如下：赵金旗，撰写前言和第一章，并负责案例选录和封面创意；叶金国，撰写第二章和第三章；陈会芳，撰写第四章；李万县，撰写第五章；王利军，撰写第六章。

本书编辑人员包括（以姓氏笔画为序）：王岚、刘云、孙英涛、张友发、唐伟。编辑人员负责书稿录入整合、协助统稿、编辑校对及出版印务工作。

五

先后历经半年多的潜心劳作，我们方成就《企业社会责任导论》。然而，当我们徜徉神游于“企业社会责任”这个美轮美奂的殿堂时，不间断地生出高山仰止的感慨。它的构造系统如此复杂，它的内涵信息如此丰富，它的学术语境如此渊博，远非表面看上去那么貌不惊



人。欣赏它，解读它，贡献它，哪怕只是为它雕梁画栋，也需要具备经济学、发展经济学、劳动经济学、社会学、法学、企业管理学、组织行为学、环保学乃至博弈论等诸多学科的知识。哪怕只是对这些学科浅尝辄止，也是得“尝”过。我们颇感英雄气短。有些我们“尝”过，有些我们没有“尝”过，还有些则“尝”犹未“尝”。知识的贫乏性、资料的稀缺性和时间的仓促性，令本书局限、缺憾乃至舛误在所难免。对此，敬祈读者不吝赐正。

编 著 者

2006 年 3 月



第一章 企业社会责任理念 /1

第一节 企业社会责任内涵 /3

- 一、企业履行社会责任属于企业危机管理的组成部分 /4
- 二、企业履行社会责任因为企业发展给利益相关方带来影响 /6
- 三、企业履行社会责任因为企业发展受到利益相关方的影响 /8
- 四、企业与利益相关方之间因企业社会责任的存在而形成多方
共赢局面 /9

第二节 企业社会责任的缘起与发展 /13

- 一、企业社会责任产生的时代背景 /13
- 二、企业社会责任迅速发展的主要原因 /18

第三节 企业社会责任标准 /23

- 一、企业社会责任理念与企业社会责任标准的区别 /23
- 二、国际上尚无统一的企业社会责任标准 /25

第二章 中国推行企业社会责任的必要性和紧迫性 /35

第一节 推行企业社会责任是增强企业核心竞争力的要求 /37

第二节 推行企业社会责任是构建和谐社会的要求 /42



一、和谐社会的内涵与外延 /42

二、企业社会责任与和谐社会建设的内在联系 /43

三、社会主义和谐社会需要企业履行社会责任 /45

四、企业社会责任贡献于和谐社会构建的途径 /49

第三节 推行企业社会责任是落实科学发展观的要求 /51

一、通过推行企业社会责任促进可持续发展因素的化解 /52

二、通过推行企业社会责任促进企业与资源环境的和谐 /53

第三章 中外企业社会责任实践 /57

第一节 欧美国家和地区的实践 /59

一、欧美国家和地区企业社会责任法律制度 /59

二、欧美国家和地区企业履行社会责任的实践 /64

三、欧美国家和地区企业社会责任审计实践 /66

第二节 跨国公司在发展中国家的实践 /67

一、跨国公司履行社会责任的背景与发展 /68

二、跨国公司在发展中国家的实践 /70

三、跨国公司的企业社会责任实践带给我们的思考 /73

第三节 中国的实践 /76

一、多角因素促成企业社会责任实践在中国的启动 /76

二、党中央在宏观层面上构筑了 CSR 建设的制度平台 /80

三、官产企在行动 /82

第四章 企业社会责任与利益相关方 /89

第一节 概述 /91

一、利益相关方的内涵与外延 /91

二、企业与利益相关方的互利共赢关系 /93

三、企业对利益相关方履行社会责任的意義 /95



第二节 企业社会责任与员工	/96
一、企业与员工的关系	/97
二、企业对员工履行社会责任的方式	/98
第三节 企业社会责任与供应商	/105
一、企业与供应商的关系	/105
二、企业对供应商履行社会责任的方式	/107
第四节 企业社会责任与消费者	/109
一、企业与消费者的关系	/110
二、企业对消费者履行社会责任的方式	/111
第五节 企业社会责任与社区	/114
一、企业与社区的关系	/114
二、企业对社区履行社会责任的方式	/116
第六节 企业社会责任与政府	/119
一、企业与政府的关系	/119
二、企业对政府履行社会责任的方式	/121
第七节 企业社会责任与非政府组织	/123
一、企业与非政府组织的关系	/123
二、企业对非政府组织履行社会责任的方式	/126
第八节 企业社会责任与环境	/128
一、企业与环境的关系	/128
二、企业对环境履行社会责任的方式	/130
第五章 实施企业社会责任战略的路径选择	/133
第一节 宣传教育达成企业社会责任共识	/135
一、企业社会责任感性教育	/135
二、企业社会责任通识教育	/141



第二节 组建企业社会责任战略发展机构 /145

- 一、政府社会责任督察机构 /145
- 二、非政府组织社会责任服务机构 /147
- 三、企业内部社会责任管理机构 /148

第三节 构建企业社会责任愿景 /148

- 一、创建企业社会责任文化 /149
- 二、培育企业社会责任精神 /151
- 三、塑造企业社会责任形象 /153

第四节 制定企业社会责任行动守则 /155

- 一、将自身的优势资源与社会某一问题的解决有机地结合起来 /155
- 二、实现人力资源管理与社会责任的履行两者的互动与融合 /156
- 三、贯彻供应链社会责任原则和制度 /156
- 四、精心谋划在实施 CSR 行动中与公共部门的合作 /157
- 五、确立社会责任监督评价机制 /158

第六章 官产学非政府组织在企业社会责任建设中的作用 /161

第一节 政府在企业社会责任建设中的作用 /163

- 一、完善与企业社会责任相关的法律制度 /163
- 二、加强对企业践行社会责任的科学引导 /169
- 三、建立企业社会责任履行的支持促进体系 /173
- 四、为推动企业履行社会责任提供公共产品 /175

第二节 产业界在企业社会责任建设中的作用 /177

- 一、实施行业企业社会责任发展战略 /178
- 二、推动全行业践行重要社会责任 /180

第三节 学术界在企业社会责任建设中的作用 /181