

国家标准化管理委员会统一宣贯教材

社会责任系列国家标准

理解与实施

陈元桥 主编

GB/T 36000 族

 中国质检出版社
中国标准出版社

国家标准化管理委员会统一宣贯教材

社会责任系列国家标准 理解与实施

陈元桥 主编

中国质检出版社
中国标准出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

社会责任系列国家标准理解与实施/陈元桥主编. —北京:中国标准出版社, 2016. 7

ISBN 978-7-5066-8286-2

I. ①社… II. ①陈… III. ①企业责任—社会责任—国家标准—研究—中国 IV. ①F279.2-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 128125 号

中国质检出版社 出版发行
中国标准出版社

北京市朝阳区和平里西街甲 2 号(100029)
北京市西城区三里河北街 16 号(100045)

网址: www.spc.net.cn

总编室: (010)68533533 发行中心: (010)51780238

读者服务部: (010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

*

开本 787×1092 1/16 印张 17.5 字数 401 千字
2016 年 7 月第一版 2016 年 7 月第一次印刷

*

定价 56.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话: (010)68510107

社会责任系列国家标准理解与实施

编委会名单

主 编：陈元桥

编写组：陈元桥 殷格非 李 丽 韩 斌
程多生 管竹笋 于 帆

编 委：（按汉语拼音排序）

程多生	陈 锋	陈 胜	陈健洲
陈元桥	郭 军	管竹笋	韩 斌
侯 洁	郝 琴	林 峰	李 丽
刘卫华	李伟阳	唐伯超	涂 玮
王小蓓	王晓光	于 帆	殷格非
原 野	张峻峰	张 旺	

本书是国家标准化管理委员会为配合 GB/T 36000—2015《社会责任指南》(ISO 26000: 2010)、GB/T 36001—2015《社会责任报告编写指南》以及 GB/T 36002—2015《社会责任绩效分类指引》的实施而编写的统一宣贯教材。编写本书的主要目的是帮助我国各类组织正确认识和理解 GB/T 36000 系列国家标准,并有效地开展社会责任活动,加强社会责任管理,更好地履行社会责任,从而为推动可持续发展做出自己的最大贡献。

本书是 GB/T 36000 社会责任系列国家标准的主要培训教材,亦可作为组织按照 GB/T 36000 系列标准开展社会责任实践,编写和发布社会责任报告,以及教育培训机构用于普及和传播社会责任相关知识和技术的主要参考书。

全书共分 4 章。这 4 章各自的主要内容分别如下:

- 第一章主要介绍社会责任相关概念、知识和背景。在介绍相关概念和知识时,主要从社会责任概念的起源及演化发展过程进行了阐述。在介绍相关背景时,主要阐述了社会责任标准化的相关背景情况,如,国外主要社会责任标准、工具或倡议发展概况;社会责任国际标准化发展状况等;
- 第二章主要介绍了 GB/T 36000 系列国家标准的制定背景及过程。对于制定背景,主要阐述了我国社会责任相关政策、社会和环境发展问题、社会责任实践状况等。对于制定过程,主要介绍了 GB/T 36000 系列国家标准的制定原则,以及标准制定工作的全过程。本章着重介绍

了 GB/T 36000 与 ISO 26000 间的技术差异；

——第三章主要阐述对 GB/T 36000 的理解。全章共分 8 节，分别对标准总体结构和标准文本各章条的技术内容进行了详尽阐述和诠释。对应于标准文本各章条的技术内容，首先列出了 GB/T 36000 中的相应“标准原文”，然后再具体阐明对该原文的理解，最后根据实际需要，有的还给出了相关的“应用示例”；

——第四章主要阐述对 GB/T 36001 的理解。全章共分 5 节，分别对标准文本各章条的技术内容进行了详尽阐述和诠释。对应于标准文本各章条的技术内容，首先列出了 GB/T 36001 中的相应“标准原文”，然后再具体阐明对该原文的理解，最后根据实际需要，有的还给出了相关的“应用示例”。

由于 GB/T 36002—2015《社会责任绩效分类指引》所述的社会责任绩效分类及其结构完全与 GB/T 36000 第 7 章所述的社会责任主题、议题及其相关行动和期望相对应，反映了与组织社会责任核心主题和议题有关行动的实施进展和期望的实现程度，包括所采取的措施及相关成果，因此，读者在理解 GB/T 36002 各章条时，完全可以全部参考本书第三章所述的对 GB/T 36000 的理解。为此，本书未就对 GB/T 36002 的理解另外单独进行诠释和阐述。

由于本书编写组成员及编委会成员均为 GB/T 36000 系列国家标准的起草组成员，因此，作为中国国家标准化管理委员会统一宣贯教材，对于理解和实施 GB/T 36000 系列国家标准，可以说，本书具有一定的权威性。

本书各章、节的编写人员及其任务分工如下：

——第三章的第三节、第五节由陈元桥、程多生和韩斌共同编写；

——第三章第七节的“三、人权”和“四、劳工实践”由韩斌编写；

——第三章第六节、第七节的“五、环境”和“六、公平运行实践”，第八节的“三、理解组织的社会责任”由李丽编写；

——第三章第七节的“八、社区参与和发展”，第八节的“四、将社会责任融入整个组织的实践”“五、社会责任沟通”和“六、增强关于组织社会责

任的可信性”，第四章第三节的“一、概述”和“二、报告方式”以及第四、五节由殷格非和管竹笋共同编写；

——第四章第三节的“三、报告内容”由陈元桥、殷格非和管竹笋共同编写；

——其他各章节由陈元桥和于帆共同编写。

由于社会责任是一项新生事物，对其理解和认识还需进一步的深入，标准本身也尚需在实践中进一步完善；另外，由于时间仓促，我们的水平和经验有限，因此，对于本书的疏漏、不足和不妥之处，恳请读者予以指正。

编 者

2016 年 5 月

目 录

CONTENTS

第一章 社会责任概念、知识和背景	1
第一节 社会责任概念的起源和演化	1
第二节 社会责任标准化	6
第二章 GB/T 36000 系列国家标准制定背景及过程	26
第一节 制定背景	26
第二节 制定过程	28
第三节 GB/T 36000 与 ISO 26000 的技术差异	29
第三章 GB/T 36000—2015 的理解与实施	33
第一节 标准总体结构	33
第二节 范围	36
第三节 术语和定义	37
第四节 理解社会责任	54
第五节 社会责任原则	66
第六节 社会责任基本实践	74
第七节 组织社会责任核心主题及相关议题	93
第八节 关于将社会责任融入整个组织的指南	206
第四章 GB/T 36001—2015 的理解与实施	237
第一节 范围、术语和定义、概述	237
第二节 基本原则	240
第三节 报告策划	247
第四节 报告编制	258
第五节 提升社会责任报告的可信性	267

第一章 社会责任概念、知识和背景

第一节 社会责任概念的起源和演化

一、“责任”理念

说起社会责任,让人不得不首先关注到其核心词汇——“责任”。究竟何谓“责任”,汉语词典中有着明确的定义和解释。“责任”一词,作为一种常用词汇,通常意指以下两种含义:一是分内应做的事;二是没做好分内事而应承担的过失¹。自人类开始群居生活起,“责任”便深深地刻在每个成员的脑海里,成为每个成员的一种本能、自觉和部分强制性义务,这是因为:每个社会(包括家庭)成员为社会担负起各自的“责任”,是人类社会赖以存在并不断蓬勃向前发展的前提和基础;自负其责是毋庸置疑的普遍真理,甚至是人人无师自通的本能。正因如此,就某种程度而言,“责任”一词才成为古往今来世人议论最多、使用频次最多、使用范围最广的词汇之一。

以“责任”为核心所衍生出来的其他词汇不胜枚举,如“国家责任”“家庭责任”“社会责任”“环境责任”“政府责任”“企业责任”“岗位责任”等。它们各自对“责任”的范围、对象、领域做出某种限定,使“责任”的对象更加具体、内容更加丰富、外延更加广泛,由此而共同形成了人类有关“责任”的一系列思想、态度、观念和法则,这便是人类社会最基本的责任理念。

责任理念强调做好“分内应做的事”(即职责之所在)。这是一种自觉,出于自愿和本分,基于自身道德操守来引领并受到约束。

同时,责任理念还强调“没做好分内事而应承担过失”(即因失职而担过)。这里既包含了一种“因未做好分内事而甘愿承担过失(如受罚、赔偿等)”的自觉和自愿(即自律,主动担过),也包含了一种“应”承担过失(如受罚、赔偿等)的强制性义务(即他律,法定强制担过)。

责任既包含自律,也包含他律;既属于道德范畴,也属于法律范畴;既是人类基本伦理形成的核心要素;也是法治秩序得以建立并赖以持久保持的基石。对责任的理解不应偏废,否则将无法真正完整、准确地理解“责任”,这是因为:无担过的职责,将使“责任”虚无化;无作为衡量标准的职责,“过失”将无以度量,“责任”更无从谈起。

责任理念是人类社会共有且自然形成的、最基本的价值观。但是,基于不同的文化背景视角,有关责任的诠释和分析将可能会带有鲜明的文化差异性,例如:在东方文化背景下,人们往往倾向于对更大范围的事件和行为结果承担责任,不仅承担最直接结果的责任,

¹ 参见《现代汉语词典》。

而且还承担间接结果的更多责任,而在西方文化背景下,人们则倾向于对最直接结果承担更多的责任;在东方文化背景下,人们往往倾向于对更多的人和事承担责任,而在西方文化背景下,人们则倾向于仅为自己的行为结果承担责任;在内集团与外集团成员发生冲突时,在东方文化背景下,人们倾向于把更多的责任归因于外集团成员,而在西方文化背景下,人们不太可能有这种倾向(如对于服务提供者处理顾客投诉的情景,以顾客身份定位的东亚人比西方人更可能责备服务提供者,并把更多责任归因于服务提供者)。

二、企业社会责任

1. 企业及其属性

何谓企业?在现代汉语中,“企业”一词虽然是一个极为常用的词汇,但其实是一个源于西方的外来语。在清末变法之际,随着西方企业制度传入我国,我国便开始将日语中的“企业”一词直接移植到汉语中,以作为这一新生事物的称谓。

在日本,“企业”一词从西文“enterprise”翻译而来,意指作为一种社会组织,应用资本赚取利润的经济组织实体。在西文中,美国《现代经济词典》将“enterprise”(企业)定义为:设在一定地点、拥有一个或一个以上的雇员的工厂、商店或办事机构。随着企业制度在我国的蓬勃发展,“企业”一词在汉语中也出现了各种各样的定义,例如《中国企业管理百科全书》将“企业”定义为:从事生产、流通等经济活动,为满足社会需要并获取盈利,进行自主经营,实行独立核算,具有法人资格的基本经济单位。

就“企业”这一概念而言,一直以来,国内外并未形成统一的定义,这主要是因为对“企业”概念的理解直接源于人们对企业组织形态及其属性的认知;企业制度和行为的不断发展和演化及其所造成的社会反应等均直接影响到人们的认知;在不同发展时期和不同政治经济制度下,企业制度可能存在显著差异,企业也可能具有不同的组织形态和属性。

尽管有关“企业”的定义林林总总、莫衷一是,但仅就企业的组织属性而言,至少有一点已得到社会各界的共同认可,这便是“企业是以盈利为目的的经济组织”。换言之,“经济性是企业的—个重要组织属性”,这是毫无争议的普遍认知。事实上,正是为了更多、更好的盈利,企业这一新兴组织形态才得以应运而生;也正因为能够更多、更好地盈利,企业这一组织形态才能得以生存下来并持续蓬勃发展。由此看来,经济性是企业与生俱来的固有属性,亦可视为企业的本能。

关于“企业”概念的理解,仅就企业的组织属性而言,其重大分歧在于企业这一组织形态是否应具有和如何展现其社会性。企业的社会性属性—方面源于对企业盈利目的的质疑,即“企业发展的唯一目的是否仅为盈利”;另—方面,则源于对企业盈利手段或方式的质疑,即“企业盈利的手段或方式是否应受和如何受到社会道德和法律的严格制约”。

对于前者,其质疑导致了企业公民概念和企业社会价值观念的出现,并愈来愈得到社会各界(包括企业界)的广泛认可。企业公民概念认为:企业作为社会成员之一,不应仅以盈利为其唯一目的,而应如个体公民—样承担其社会成员的公民责任和义务。企业社会价值观念认为:创造企业综合价值(包括社会价值和经济价值)才是企业发展的真正目标;唯如此,企业的发展才具有可持续性,否则,任何仅考虑经济价值而忽视社会价值的企业发展,均不会被社会所接受,且无法长久得到保持。



对于后者,其质疑导致了企业相关道德和法律体系的建立和不断完善,以通过规制企业的行为来保护社会公共利益。这些企业行为规范既反映了社会对企业行为的期望,同时也是社会对企业愈演愈烈的不择手段谋利行为的坚定回应。它们要求企业不应以损害利益相关方利益和社会公共利益为代价而不择手段地谋求自身利益,而应以法律为底线、以合乎道德的方式、在尊重利益相关方利益和社会公共利益的前提下追求企业经济利益。

无论是前者还是后者,其质疑均导致了社会各界去更深入、全面、系统和准确地认识和理解企业这一组织形态及其所应具有的属性,从而对“企业”这一概念逐步形成统一的共识。这一认识过程之所以较为漫长,主要是因为对企业社会属性的认知是一个随企业从诞生到蓬勃发展、从传统到现代、从原始野蛮到现代高度文明而需长期不断发掘的人类认识发展过程;各项具体的企业社会属性的确立正是因企业各类“恶行”的不断暴露(不该如此)而促使人们由其危害而不断反推的结果(应该如此),例如人们从血汗工厂的存在和蔓延反推出一系列规范企业行为的劳动法规要求(企业社会性方面的责任和义务);对企业社会属性认识的不断完善是社会各界(包括企业界自身)的认识水平随社会经济的不断发展和人类文明的不断进步而逐步提高的漫长发展过程。

直到 20 世纪末,在人类进入到可持续发展理念广为普及的时代,可持续发展理念已深入人心,并成为人类社会经济发展的基本价值观。在此背景下,致力于可持续发展已成为包括企业界在内的社会各界的普遍共识,关于企业社会属性的争议至此随之烟消云散,“企业是一个经济性和社会性相统一的组织”的观念也随之成为普遍的共识。

2. 企业社会责任的由来

从企业概念的认识发展过程来看,企业的社会属性并非像企业的经济属性那样自企业诞生之日起便为社会所认识和接受,而是随经济社会的不断发展和企业文明的不断进步,在经历一个漫长的历史发展过程之后才逐步为社会所认识和接受。事实上,正是因为企业的社会责任被不断认识和发掘出来,所以企业的社会性才逐渐为社会所确立,因此,企业社会属性的认知过程同时也可视为企业社会责任的认知过程。

作为一种特殊的组织形态,企业是社会生产高度发展的产物,并随生产力的发展、社会的进步,其所含属性(包括经济性和社会性)也得到了不断发展与完善。纵观企业发展历程,企业的演进主要经历了以下 3 个阶段:

- 工场手工业时期。16 世纪至 17 世纪,一些西方国家开始从封建社会制度向资本主义制度转变,资本主义原始积累加快,农民的土地被大规模剥夺,以家庭、手工工场为单位的社会基本生产组织形式开始急剧瓦解并向资本主义工场制转变。此时期的工场手工业可视为企业组织形态的原始雏形;
- 工厂制时期。18 世纪,西方各国相继开展了工业革命,工厂制成为了社会基本生产组织形式。一般认为,工厂制的出现是企业组织形态产生的显著标志。在此时期,机器代替手工操作,生产效率迅速提高;生产规模迅速扩大,实行大规模集中劳动和雇用工人制度;劳动分工深化,生产走向社会化。企业的诞生意味着人类有史以来最高效的生产组织方式从此正式创立起来;
- 现代企业时期。19 世纪末 20 世纪初,随着自由资本主义向垄断资本主义过渡,工

厂制发生了复杂而又深刻的变化,企业发展日益成熟并普遍建立起现代企业制度。现代企业制度是指以市场经济为前提,以规范和完善的企业法人制度为主体,以有限责任制度为核心,适应社会化大生产要求的一整套科学的企业组织制度和管理制度。在此时期,新技术的广泛采用使得社会生产得到迅速发展;生产规模的不断扩大和市场竞争的日益加剧,导致了愈来愈多的大规模垄断企业的产生;经营权与所有权的分离,促进了职业化管理阶层的形成;科学的企业组织和管理制度开始在企业内普遍建立,一系列科学的企业管理理论得以形成并不断发展和完善。

在企业诞生之初,人们很快就发现,企业是一种极为高效地创造财富的先进组织形态。正因如此,在工厂制初期,愈来愈多的企业才得以建立并蓬勃发展,不断获取更高利润成为了企业创立和发展的目的和动力。随着企业的不断发展,尤其是工厂制中后期,人们对企业这种“高效创造财富”的经济本性逐渐有了越来越深刻的认识并由此而加以充分利用,越来越多的人通过兴办企业而开始获得越来越多的财富。

随着人们的物质和财富欲望的不断膨胀,当起初社会仅认识到企业创造财富的经济性而缺乏对企业行为加以约束的时候,企业天然具有的经济本性就会肆无忌惮、不加克制地充分表现出来,“不断赚取更高利润”的贪欲促使企业的经济属性发挥得愈加淋漓尽致,以致后来疯狂到不择手段的地步,从而对社会和环境造成长久而巨大的伤害,例如:

- 长达 300 年之久的、以制造史上有名的“羊吃人”凄惨景象的英国“圈地运动”为典型代表的暴力掠夺农民土地的运动;
- 以剿灭、掠夺和奴役印地安人和土著民族以及贩卖黑人奴隶为典型代表,由资本为主力所推动的,欧洲殖民者对亚洲、美洲和非洲殖民地国家和人民所进行的长达几百年、全球性、大规模的血腥殖民抢劫和掠夺(包括掠夺财富、资源和劳动力);
- 许多工厂成为残酷剥削工人的“血汗工厂”,工人在监工的监视下从事高强度机械化劳动,工作环境恶劣,劳动时间长,工资低廉,得不到必要的教育;
- 为取得高额利润,精于算计的资本家大量雇佣女工和童工,干成年男人同样的活但却拿着更为低廉的工资,处境更加悲惨;
- 工厂肆意向空中、水中和土壤中排放有毒有害的废气、废水和废物,以致:以“雾都”伦敦、芝加哥等为典型代表的城市空气污染极为普遍和严重;1892 年的汉堡发生了因水污染而致霍乱流行、7 500 余人丧生;明治时期的日本发生了因铜矿排出的毒屑、毒水污染农田、森林而酿成田园荒芜、几十万人流离失所的足尾事件;20 世纪 40~50 年代美国先后发生严重危害民众健康的洛杉矶光化学污染事件和多诺拉烟雾事件。

上述事例清晰表明,企业自诞生之日起,其天然的经济属性决定了企业始终具有“以最小成本或代价获取最大利润”的“动物本能”,以及无时无刻怀有更快、更多地获取利润(财富)的强烈欲望和冲动。当社会压力和法律约束缺乏或者较弱时,将使得企业的“动物本能”便全部释放出来,表现为贪婪、残暴、血腥和掠夺。当社会压力和法律约束取来更强时,企业的“动物本能”将会慢慢收敛起来,但并不会消失。由此可见,企业的经济性是企业内



生的一种本性,而企业的社会性则是在社会认识到企业的“动物本能”并希望对其加以约束和管制时共同从外部强加于企业的一种属性。这些约束和管制一方面表现为反映社会期望的道德和法律,另一方面表现为企业应必须履行的社会责任。

企业社会属性的外部性并不否定,源自宗教价值观或深受其影响,早期的个别企业也会发自内心、自愿自觉地做出某些“超法律”行为,例如根据道德要求(即“理应如此”)而非法律要求(“必须如此”),诚实公平地对待交易对象;慈善事业,即富有的生意人与全社会分享其财富;家长观念,即拥有权势或财富的人应当为无权无势、较为贫穷的人着想,并努力维护弱势群体的利益。虽然这些行为与企业社会责任观念有共同之处,但这些早期行动却常常只是一些个别的、“例外的”行为,而非一种制度,也不是一种不证自明的、可以辨识的统一协调的行动。

虽然按照责任理念,任何社会成员(包括个人和组织)均应承担各自的责任和履行各自的义务,但究竟需担负起哪些责任,对于企业来说,其仅依靠企业的自省和自觉是难以确立和实现的。只有当大量的唯利是图和不择手段坑害社会和环境的企业恶行不断出现并引起社会高度关注且强烈要求加以约束和管制时,社会才开始共同认识到:企业除具有经济属性外还应具有社会属性,是经济性和社会性有机结合的统一体;企业在创造财富的同时,还应承担起社会责任。从此,有关企业行为的各类规范(尤其是道德和法律规范)便逐渐建立起来,企业社会责任观念也随之得到逐步发展和完善,从而促使企业发展慢慢从原始野蛮逐步走向现代文明。企业社会责任观念主要关注于企业实现其经济属性的方式和手段,亦即:如何以对社会负责任的方式去实现而非不择手段,甚至违法或违反伦理道德。这既非对企业经济属性的否定,亦不与此相矛盾和冲突。恰恰相反,通过履行社会责任而完善企业的社会属性以使企业人格特征更加健全,这将更有利于企业能够长久、可持续地实现其经济属性。

虽然有关“企业社会责任”的观念很早就已形成并随企业文明的发展而逐步丰富起来,但直到 20 世纪末,“企业社会责任”才作为一个专有词汇正式提出并在全球迅速推广开来。“企业社会责任”概念之所以一经推出便能迅速得到世界各国的广泛认可和推广,主要是因为:在 20 世纪末,人类文明的发展已全面进入可持续发展时代,在全球化浪潮的带动下,可持续发展理念已广泛深入人心,以促进可持续发展为目的“企业社会责任”概念随之为社会各界(包括国际组织、各国政府、企业、非政府组织、媒体和学术界等)普遍认可并给予大力支持,企业社会责任实践成为了有效促进可持续发展的重要途径。在跨国公司的引领带动下,在非政府组织的技术支持和帮助下,在国际组织和各国政府的大力支持下,以制定和实施各类企业社会责任标准为主要形式的企业社会责任实践便在全球迅速推广和争相开展,“企业社会责任”概念也随之在世界各国普及开来。直到 2010 年 10 月国际标准化组织(ISO)制定并发布 ISO 26000:2010《社会责任指南》,企业社会责任实践可谓进入到一个崭新的发展时期。在 ISO 26000 中,“企业社会责任”概念已扩展到组织的社会责任,这意味着社会责任实践不再只是企业的事情,而是所有组织的事情。ISO 26000 不仅为社会责任的概念在国际层面确立了统一的定义,而且还为社会责任领域确立了统一的原则、主题和实践方法。

三、社会责任内涵的丰富和发展

正如前文所述,企业的社会属性源于企业外部的各类社会力量(包括舆论、道德和法律等)经过漫长的斗争而共同促成的结果,因而企业社会责任的内涵在漫长的斗争中才得以不断丰富和发展,例如:最初,工会运动通过长期不断的斗争而迫使企业不得不认可和保障工人的各种工作权利以及改善工人的工作条件,随之有关劳动关系、职业健康安全和劳动保障等方面的法律便建立起来,企业社会责任内涵由此而包含了劳动关系、职业健康安全和劳动保障等方面的议题;后来,环保运动通过长期不断的斗争而迫使企业不得不减少和避免环境污染及其他危害环境的行为,随之有关环境污染、环境保护等方面的法律便建立起来,企业社会责任内涵由此而包含了环境污染、环境保护等方面的议题。

从漫长的企业发展历程来看,促进社会责任内涵丰富和发展的主要社会力量当之无愧应属各类形形色色的社会责任运动(亦称社会运动)。这些社会责任运动包括人权运动、工会运动、环保运动、消费者运动以及反腐败等政治运动。这些运动主要由非政府组织领导和推动,反映了广大民众权益意识的觉醒和对维护美好社会和环境的期望。当然,政府的作用亦不可小视,其主要作用在于在社会责任运动的推动和促进下制定了一系列的相关法律,迫使企业不得不关心社会和环境并严格遵守法律。

如今,在 ISO 26000 中,社会责任内涵被确立为 7 大核心主题(即组织治理、人权、劳工实践、环境、消费者问题、公平运行实践、社区支持和发展),每个核心主题又涉及若干议题。这些主题和议题的确立是社会责任内涵丰富和发展至今的成果,但并不是固定不变的。随着社会的发展和文明的进步,一些新的议题在未来也可能会逐渐加入进来,将会使得社会责任内涵得到更进一步丰富和发展。

第二节 社会责任标准化

一、标准化是社会责任发展的显著特征

纵观社会责任发展历程,社会责任的发展主要表现为两大基本特征:一是社会责任法制化;二是社会责任标准化。

社会责任法制化意指社会责任所包含的各方面(如人权、劳工和环境等)通过相应专项法律法规的制定和实施而得以强制推行。在社会责任发展的前期和中期,法制化是社会责任发展的最主要特征。通过法制化,广泛的社会期望和社会公共利益被法律法规正式明确固定下来,作为强制性义务成为各组织社会责任的底线要求。

社会责任标准化意指将社会责任领域的相关术语和概念、原理和方法、技术内容和指标、主题和议题、实施原则和要求等系列化、统一化和规范化,制定相关标准并予以实施。在 20 世纪 90 年代初期,社会责任标准化才开始出现,并得到迅速发展。在此阶段,由于社会责任的法制化已基本成熟,因此,其标准化发展特征则显得尤为显著。随着 ISO 26000:2010《社会责任指南》国际标准的制定和出版,世界各国纷纷采用 ISO 26000 而制定和发布本国社会责任国家标准,社会责任标准化发展达到了一个新的高潮。一般地,社会责任标准属于自愿性标准,其本身并无强制性要求,各类组织可根据自身需要自愿选择采用。通



过标准化,社会责任理念、相关技术和知识得以广为传播,社会责任实践得以有效开展。实践证明,标准化是推动社会责任发展的有效工具和手段,也是促进社会责任相关法律法规有效实施的重要技术支撑。

目前,社会责任标准主要包括以下几类:

1. 国际标准

国际标准是指国际标准化组织(ISO)、国际电工委员会(IEC)和国际电信联盟(ITU)所制定的标准,以及《国际标准题内关键词索引(KWIC Index)》²中收录的其他国际组织制定的标准。到目前为止,有关社会责任的国际标准主要包括:

- ISO 26000:2010《社会责任指南》;
- ISO 20121:2012《大型活动可持续性管理体系要求及使用指南》。

2. 国家标准

国家标准是指国家标准化主管机构³经法定授权所制定和发布的、在全国范围内统一的标准。通常,这些国家标准化主管机构同时也代表该国作为ISO/IEC/ITU的成员参与国际标准化活动。到目前为止,我国有关社会责任的国家标准主要包括:

- GB/T 36000—2015《社会责任指南》;
- GB/T 36001—2015《社会责任报告编写指南》;
- GB/T 36002—2015《社会责任绩效分类指引》;
- GB/T 31598—2015《大型活动可持续性管理体系要求及使用指南》。

3. 行业和地方标准

在我国,行业标准是指行业标准化行政主管部门经法定授权所制定和发布的、在本行业内统一的标准,地方标准是指地方标准化行政主管部门经法定授权所制定和发布的、在本行政区域内统一的标准。根据相关法律法规要求,所有行业标准和省级地方标准须经国家标准化行政主管部门备案确认。其他任何机构无权发布行业和地方标准。到目前为止,我国各行业标准化行政主管部门还未发布有关社会责任的正式行业标准,已发布的有关社会责任的地方标准主要包括:

- 上海市地方标准 DB31/T 421—2008《企业社会责任》;
- 深圳市标准化指导性技术文件:SZDB/Z 133—2015《企业社会责任要求》、SZDB/Z 134—2015《企业社会责任评价指南》;
- 山东省地方标准:《企业社会责任指标体系》《企业社会责任报告编写指南》;

² 《国际标准题内关键词索引(KWIC Index)》是ISO为促进《关贸总协定——贸易技术壁垒协议(GATT—TBT)》(即标准守则)的贯彻实施而专门制作并公开发行的一个出版物。该《索引》明确指出,所有列入其中的标准是经ISO认可并被确认为国际标准。这些标准除绝大部分为ISO、IEC和ITU制定的标准之外还包含其他国际组织制定的标准。需注意的是,该《索引》中所列国际组织均属于国际标准化机构,但其所发布的文件并非一定均为国际标准。

³ 在我国,经《标准化法》授权,国家质量监督检验检疫总局(内设国家标准化委员会)是我国唯一的国家标准化主管机构。其他国家的国家标准化主管机构如:美国标准化协会(ANSI)和英国标准化协会(BS)等。

- 河南省地方标准《民营企业社会责任评价与管理指南》；
- 杭州市地方标准：DB 3301/T 0032.1—2014《企业社会责任评价规范第1部分：总则》、DB 3301/T 0032.2—2014《企业社会责任评价规范第2部分：服务业》、DB 3301/T 0032.3—2014《企业社会责任评价规范第3部分：建设业》；
- 南京市地方标准《企业社会责任》。

4. 企业标准

企业标准是指企业所制定和发布的、用于指导企业生产经营活动的标准。通常，为了加强企业社会责任工作管理，促进企业社会责任活动正常有序且持续有效地开展，企业有必要在其内部将社会责任工作统一化和规范化，为此，国内外大量企业制定并发布了适合企业自身实际需要的有关社会责任的企业标准。

5. 各类组织的相关工具和倡议

在社会责任领域，国内外许多组织开发了大量的相关工具和倡议，以帮助和指导组织开展社会责任活动。尽管有人误将这些工具和倡议称谓“标准”，但从标准化专业视角来看，这些相关工具和倡议并非严格意义上的“标准”。作为社会责任领域的特有现象，社会责任工具和倡议在促进社会责任发展方面发挥了重要的积极作用。

到目前为止，国内外有关社会责任的工具和倡议主要包括(但不限于此)：

——政府间倡议(由政府间机构负责运行的倡议和工具)：

- 经济合作与发展组织(OECD)《在弱治理区运营的跨国企业风险防范工具》；
- 联合国环境规划署(UNEP)《气候中和商业网络》；
- 联合国环境规划署(UNEP)《生命周期倡议》；
- 联合国全球契约办公室(UNGC)《联合国全球契约》；
- 联合国开发计划署(UNDP)联合国培训与研究所(UNITAR)《联合国伙伴关系评估工具》；
- 联合国工业发展组织(UNIDO)《成为负责任企业家的计划》；

——多利益相关方倡议(由多利益相关方制定和管理的倡议或工具)：

- 担责(AccountAbility)：《AA1000APS 担责基本原则》《AA1000AS 可持续保证要求》《AA1000SES 利益相关方参与框架》；
- 大赦国际(AI)《公司的人权原则》；
- 商业社会符合倡议组织(BSCI)《商业社会符合倡议》；
- 商业道德中心(ZfW)《价值管理体系》；
- 环境责任经济联盟(Ceres)《CERES 原则》；
- 企业社会责任 360(CSR360)《全球伙伴网络》；
- 欧洲质量管理基金会(EFQM)《企业社会责任框架和杰出典范》；
- 道德贸易倡议组织(ETI)《欧洲商业伦理网络(EBEN)》；
- 弗雷特管理体系(FORÉTICA)SGE 21《道德和企业社会责任管理体系》；
- 全球报告倡议组织(GRI)《可持续性报告指南》；
- 丹麦人权研究所《人权符合性评估》；



- 社会担责国际(SAI)《SA8000 社会担责》;
- 透明国际(TI)《多样化工具》;
- 单利益相关方倡议(由单利益相关方制定或管理的倡议和工具):
 - 考克斯圆桌会议(Caux Round Table)《商业原则》;
 - 国际消费者协会(Consumer International)《全球商业宪章》;
 - 社会风气研究所(Ethos Institute)《Ethos 企业社会责任指标》;
 - 国际商业领导人论坛(IBLF)《人权影响评估指南》;
 - 国际商会(ICC)《多种工具和倡议》;
 - 反腐败伙伴倡议(PACI)《反贿赂商业原则》;
 - 世界可持续发展工商理事会(WBCSD)《各种倡议与工具》;
- 行业倡议:
 - 农业:
 - 咖啡共同体共同准则(4C)协会《行为准则》;
 - 国际公平贸易标签组织(FLO)认证标准;
 - 全球良好农业实践(GLOBALG. A. P.)标准;
 - 国际可可倡议组织(ICI)《国际可可倡议》;
 - 雨林联盟《可持续农业网络(SAN)标准》;
 - 优质咖啡认证(UTZ CERTIFIES)标准;
 - 服饰:
 - 清洁成衣运动(CCC)《基本准则》;
 - 公平服装基金会(FWF)《劳工实践准则》;
 - 零售商拒用皮毛倡议组织《拒用毛皮政策倡议》;
 - 建筑:
 - 联合国环境规划署(UNEP)《可持续建筑和气候倡议》;
 - 化学:
 - 化学协会国际理事会(ICCA)《责任关怀》;
 - 电子:
 - 电子业公民联盟《电子业行为准则》;
 - 德国电气电子行业协会《企业社会责任行为准则》;
 - 能源:
 - 国际水电协会(IHA)《IHA 可持续性指南》;
 - 冶炼:
 - 国际石油工业环境保护协会(IPIECA):油气业人权培训工具包;油气业可持续性自愿报告指南;石油业温室气体排放报告指南;油气业在冲突地区运行指南;
 - 国际采矿与金属理事会(ICMM)《可持续发展框架》;
 - 金融/投资:
 - 《赤道原则》;