

21世纪海上丝绸之路协同创新中心智库丛书

商学院企业国际化研究系列

当代企业社会责任国别与 行业维度研究

Country-specific and Industrial Dimensions of
Corporate Social Responsibility

朱文忠 / 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

21世纪海上

书
列

当代企业社会责任国别与 行业维度研究

Country-specific and Industrial Dimensions of
Corporate Social Responsibility

朱文忠 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

当代企业社会责任国别与行业维度研究/朱文忠著. —北京: 经济管理出版社, 2015. 12

ISBN 978 - 7 - 5096 - 4147 - 7

I. ①当… II. ①朱… III. ①企业责任—社会责任—研究—中国 IV. ①F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 000255 号

组稿编辑: 张 艳

责任编辑: 杜 菲

责任印制: 黄章平

责任校对: 车立佳

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 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 16

字 数: 329 千字

版 次: 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 4147 - 7

定 价: 48.00 元

· 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

前 言

近年来，我国食品安全问题频发、假冒伪劣商品屡禁不止、员工利益受侵害事件层出不穷、污染环境问题久治不愈等问题均表明：在我国经济快速发展的同时，企业的商业道德价值观还普遍不高，人们对企业的信任感似乎在不断下降。这种不良现象的存在正在给我国经济建设和社会稳定带来严峻的挑战。另外，伴随着“一带一路”战略中国企业越来越多地走向全球化，企业的社会责任问题也变得更加复杂和紧迫。如果企业不能很好地应对企业社会责任“壁垒”，将会直接影响企业的国际竞争力和长期可持续发展。因此，深入开展企业社会责任问题研究具有十分重大的现实意义。

本研究涉及哲学（伦理学）、管理学、经济学、文化学等跨学科的研究领域，采用理论演绎、对比分析、案例实证分析、定量与定性分析等多种研究方法，从行业与国别等多个维度，创新性地全面、深入探讨了当代中国企业社会责任面临的主要问题，并提出了一些原创性的观点和结论。

第一，企业社会责任理论发展相关研究表明：企业社会责任是指企业在管理决策中兼顾经济效益和社会福利的经营理念，或指企业在追求股东利润最大化过程中平衡利益相关者利益的做法。在过去一百多年中，企业社会责任的理论发展经历了从以斯密和弗里德曼等著名学者为代表的纯粹经济学古典观，到以梅奥和波顿等学者为代表的社会经济学现代观两个基本阶段。其中，社会经济学的社会责任观点众多，也更加贴近当代企业社会责任实际，如企业社会互利观、伦理道德观和企业公民观等，虽然它们是从不同角度分析企业社会责任的概念和意义，但事实上它们传达了同一个主题，即企业的

经营目的不仅只是追求自身的经济效益，还须注重广泛的社会效益。或者说，一个对社会负责任的企业应努力使其对社会的正面影响最大化，而使其对社会的负面影响最小化。只有这样，企业才能保持长期竞争力，实现可持续发展。同时，全球企业社会责任的制度化建设实践也经历了从经济合作与发展组织（OECD）的《跨国公司行为准则》到 SA8000 和 ISO26000 社会责任指南标准的发展历程。伴随着时代的发展，企业社会责任运动风起云涌，企业社会责任制度化建设日益完善，企业社会责任的概念正在变成越来越多企业的经营理念和实际行动。

弗里曼利益相关者理论和卡罗企业社会责任等级理论构成了分析和研究当代中国各个行业企业社会问题的最重要理论基础。基于这两个理论框架分析，企业社会责任的内涵不仅包括对所有权人投资利益的关注，而且还包括对雇员、消费者、债权人、当地社区、社会公众、供应商以及小型竞争者等更广泛利益相关者利益的关注。企业社会责任可以被划分成经济、法律、道德和慈善四大层次以及所有权人与管理层、雇员、特定环境成员和更广泛社会四个阶段。虽然企业社会责任具有层次性和阶段性特征，但它绝对不是一个一次性的观念，而是一个没有结尾的、始终贯穿于一切经营活动的管理过程。

第二，将理论与实践结合起来进行反思，本研究认为：人们对企业社会责任问题的认识通常存在一些误区，如只有企业自身经济实力强大时才能承担社会责任。事实上，企业在任何时候都必须承担法律责任和道德义务，只是说，伴随着经济实力增强，企业可以承担更多的慈善责任而已，而慈善责任仅仅是企业社会责任的一个组成部分。

另外，企业社会责任的驱动力包括企业内部的战略性经济利益驱动力以及企业外部的制度压力。本研究发现：战略性企业社会责任是指企业将承担企业社会责任（如慈善活动）视为有利于实现商业战略目标（如扩大销售和增加利润）的经营行为或营销理念。但因它所带来的经济回报不能立等可见，因此战略性经济利益考量在驱动企业承担社会责任方面远远弱于制度压

力。所以,企业社会责任建设的核心任务在于完善企业内外部治理机制,强化企业社会责任制度化建设,如政府完善法律法规制度,行业组织完善行业道德规范,企业完善公司治理结构、企业社会责任稽查制度等。

第三,基于国别对比维度分析,本研究发现:在美国过去约150年的商业发展历史中,伴随着不同重大历史事件的发生或特定道德困境的出现,商业道德规范也随之得以发展和完善。美国商业道德规范化发展总体上呈现出一种与时俱进的时代性特征。即在很大程度上,可以说美国企业社会责任的发展历程就是相关商业道德法规制度的完善过程。同样,加拿大作为重要的西方发达国家在企业社会责任制度化建设方面取得了令人瞩目的成效。加拿大政府和国会制定了保护环境、劳工、消费者权益等企业社会责任的法规和政策制度,同时积极激励和发挥非政府组织和民间组织推进企业社会责任事业的主导作用,取得了很好的成效。加拿大的经验对中国具有借鉴意义。

相比之下,中国传统儒家文化价值观虽然是现代企业社会责任价值观发展和完善的思想源泉,但绝非一种企业社会责任的规则或制度安排。传统儒家文化价值观所推崇的人治主义与西方文化价值观所推崇的法治主义存在矛盾。西方文化假设人性本恶,所以强调法治和契约对人的规范作用,而中国儒家文化假设人性本善,因此强调和谐关系和面面对人的教化作用,这种人治主义观点可能对中国现代企业家依法合规经营、公平竞争的市场意识产生负面影响。

第四,基于热点行业实证维度分析,本研究表明:跨国公司在企业社会责任表现方面存在国别差异性,特别是在一些法规制度尚不完善的欠发达国家市场,可能执行明显低于母国的企业社会责任标准。也就是说,跨国公司在海外市场从事经营活动时,面对不同国家的道德文化环境倾向于选择遵守东道国较低的道德法规,做到入乡随俗,实施差异化社会责任战略以提高当地竞争力。另外,食品企业、商业银行和服务外包企业均存在内涵独特的企业社会责任问题。虽然不同行业的企业社会责任问题存在差异性,但解决这些行业商业道德缺失的对策建议具有相似性,即需要完善相关企业组织的内

外部公司治理机制，强化企业社会责任的制度化建设。

第五，对未来企业社会责任建设分析，本研究认为：ISO26000 标准是全球企业社会责任制度化建设进程中具有划时代意义的最新成果，它将成为一个真正意义上全球统一、适应面广泛的社会责任国际标准指南。因此，建议我国政府、行业协会和企业应该依据 ISO26000 国际社会责任统一标准指南，分别修订和完善企业社会责任相关法律、行业商业道德规范和企业社会责任稽查制度，从而进一步强化企业社会责任制度化建设，实现企业的健康、可持续发展。

本书的编写经历了一个较长的过程，其中的一些章节成果已经以不同形式发表过，一些章节内容还得到过不同学者的指导和帮助，如有关加拿大企业社会责任国别问题研究的部分内容，沈蕊学者就做出了积极贡献。在此向所有参与者一并表示感谢。另外，因作者水平有限，本书难免有不足之处，请读者不吝指教。谢谢！

目 录

第一章 企业社会责任概念与定义	1
一、国内外组织对企业社会责任的定义	2
二、知名企业家或学者对企业社会责任的定义	5
三、比较简化的企业社会责任定义	6
第二章 企业社会责任理论发展历程	9
一、企业社会责任与商业伦理	9
二、企业社会责任的理论脉络	11
三、企业社会责任的发展历程	15
第三章 企业社会责任主要理论框架	21
一、弗里曼利益相关者理论	21
二、卡罗企业社会责任等级理论	26
三、本章小结	31
第四章 企业社会责任认识误区分析	33
一、企业不违法经营就等于承担了企业社会责任	34
二、企业社会责任就等于一次次的慈善捐款活动	35
三、履行企业社会责任的前提条件是企业自身具备经济实力	37

四、履行企业社会责任就等于获得 SA8000 等各种国际认证	38
五、履行企业社会责任只会加大企业经营成本	40
六、企业社会责任审核是企业参与国际竞争的新型贸易壁垒	41
第五章 战略性企业社会责任分析	43
一、战略性企业社会责任的定义与重要性	43
二、战略性企业社会责任概念的界定	45
三、战略性企业社会责任产生的动因	46
四、战略性企业社会责任存在的问题	50
五、战略性企业社会责任的发展趋势	51
六、本章结论与启示	52
第六章 企业社会责任制度化驱动力分析	55
一、制度压力理论的提出	55
二、制度化驱动力的内涵与来源	57
三、本章结论与反思	61
第七章 美国商业道德规范与企业社会责任	63
一、美国商业道德与企业社会责任问题的提出	63
二、美国企业社会责任发展与商业道德规范的时代性	65
三、本章小结	69
第八章 加拿大社会责任制度化与企业社会责任	71
一、加拿大企业社会责任政府法规建设	71
二、加拿大非政府组织企业社会责任推进机制	90
三、加拿大企业内部社会责任公司治理机制	97
四、本章小结	100

第九章 中国传统儒家文化与现代企业社会责任	105
一、传统儒家文化价值观简述	105
二、现代企业社会责任价值观简述	107
三、儒家文化价值观与企业社会责任价值观的联系	110
四、本章小结	112
第十章 跨国公司与企业社会责任	115
一、研究跨国公司企业社会责任问题的意义	115
二、研究跨国公司企业社会责任问题的理论基础	116
三、跨国公司企业社会责任问题实证分析	121
四、跨国公司企业社会责任问题的原因与对策	128
五、本章小结	132
第十一章 食品行业与企业社会责任	135
一、研究食品企业社会责任问题的理论基础	136
二、食品企业社会责任存在的问题及原因	137
三、解决食品企业社会责任问题的对策建议	146
第十二章 商业银行与企业社会责任	151
一、商业银行承担企业社会责任的意义	151
二、商业银行企业社会责任的内涵	157
三、国外知名商业银行企业社会责任表现	161
四、我国商业银行企业社会责任问题与原因	165
五、构建我国商业银行企业社会责任文化的对策建议	169
六、《多德—弗兰克法案》对我国未来商业银行监管的启示	175

第十三章 房地产与企业社会责任	189
一、研究我国房地产企业社会责任问题的意义	189
二、我国房地产企业社会责任的内涵及问题	190
三、英国房地产企业社会责任做法	192
四、本章结论与启示	197
第十四章 国际服务外包与企业社会责任	199
一、研究国际服务外包企业社会责任问题的意义	199
二、国际服务外包企业社会责任问题的研究现状综述	202
三、国际服务外包企业社会责任问题的系统分析	204
四、解决国际服务外包企业社会责任问题的对策建议	207
五、本章小结	209
第十五章 ISO26000 与未来企业社会责任建设	211
一、研究 ISO26000 与企业社会责任建设问题的背景和意义	211
二、ISO26000 与企业社会责任制度化驱动力	213
三、国际社会企业社会责任制度化建设的历程	219
四、ISO26000 主要内容及对未来企业社会责任建设的影响	222
五、本章结论与对策建议	226
第十六章 结语	229
一、主要结论与发现	229
二、研究局限性与未来研究方向	232
参考文献	235

第一章 企业社会责任概念与定义

食品安全问题频发、假冒伪劣商品屡禁不止、员工利益受侵害事件层出不穷、污染环境问题久治不愈等问题均表明：在我国经济快速发展的同时，企业的商业道德价值观还普遍不高，而且在某种程度上似乎还在逐步弱化之中。这种现象正在给我国经济社会建设带来严峻挑战。回顾和反思中外社会责任理论概念和定义，本书认为：企业社会责任就是管理者在商业决策中同等考虑经济效益和社会效益的经营理念或管理实践。从战略的高度积极承担社会责任，努力构建与广泛利益相关者的和谐关系，是企业实现可持续发展和长期保持竞争力的关键之所在。

随着国际社会责任运动在全球的广泛开展，企业社会责任概念的内涵日趋复杂，标准日益繁多。到底什么是企业社会责任，即使到现在，国际上也一直没有一个公认的标准。但企业社会责任的基本要素除了股东、客户和员工利益外，还需要坚持可持续性发展，不破坏环境，为社区和更广泛区域内的人们服务，重视企业在非商业层面的社会贡献。从另一个角度讲，企业社会责任并不意味着捐捐物款，或者不歧视任何群体，从而树立公众形象，而且意味着企业与利益相关者之间的和谐关系，它是指在可持续发展的框架内，用创造性的方式调动包括客户在内的所有相关利益者的参与，来满足全人类的需要和解决其所面临的问题。归纳起来，企业社会责任的定义大致如下。

一、国内外组织对企业社会责任的定义

1. 联合国全球契约

企业社会责任，应遵循“全球契约”十项原则，包括人权、劳工、环境和反腐败四个方面。该定义强调企业社会责任的内容，体现联合国推崇的价值观、关注重点和新千年目标。

2. 联合国贸易和发展会议（UNCTAD）

社会责任是企业如何与社会需求和目标联系起来，并对其造成影响。具体而言，企业社会责任涉及跨国公司的社会责任标准和表现，以及他们在发展一个稳定、繁荣和公平的全球社会方面所扮演的角色。

3. 世界银行

企业社会责任是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。

4. 商务社会责任国际协会（BSR）

社会责任是企业的业务运作达到或超过社会对工商机构在道德、法律、商业和公众等方面的期望。企业社会责任的成分包括社会活动、雇员关系、创造和维持就业机会、环境管理和财政表现。

5. 欧盟委员会（European Commission）

其在一份绿皮书中把社会责任定义为：“企业在商业运作中以及在自愿

的基础上与相关利益者接触时，须融合社会及环境方面的考虑因素。”

6. 世界可持续发展工商理事会（WBCSD）

企业社会责任是“企业承诺为可持续经济发展做出贡献，与雇员及家庭、本地社区及整个社会合作，提高他们的生活素质”。

7. 世界经济论坛

企业社会责任包括四个方面：一是良好的公司治理和道德标准，主要包括遵守法律、道德准则、商业伦理等；二是对人的责任，主要包括员工安全、平等就业、反对歧视等；三是对环境的责任，主要包括保护环境质量，应对气候变化和保护生物多样性等；四是对社会进步的广义贡献，如参与社会公益事业、服务消除社会贫困等。该定义强调企业社会责任的内容，认为企业在性质上要承担法律、道德和伦理责任；要对员工、环境和社会承担责任。

8. 维基百科

企业社会责任（CSR）并无公认定义，但一般泛指企业的营运方式达到或超越道德、法律及公众要求的标准，而进行商业活动时亦考虑到对各相关利益者造成的影响。企业社会责任的概念是基于商业运作必须符合可持续发展的想法，企业除了考虑自身的财政和经营状况外，也要加入其对社会和自然环境所造成的影响的考虑。利害关系人是指所有可以影响或会被企业的决策和行动所影响的个体或群体，包括但不限于：员工、顾客、供货商、社区团体、母公司或附属公司、合作伙伴、投资者和股东。在这种情况下，企业与相关利益者接触时，试图将社会及环境方面的考虑因素融为一体。

9. 美国国际商务委员会

企业社会责任是公司承诺以负责的可持续的方式管理其在社会中的角色，如作为生产商、雇主、销售商、顾客和公民等。

10. 国际标准化组织

国际标准化组织正在积极推进社会责任标准 ISO26000 的实施工作，目前提出了社会责任的最新定义：组织社会责任，是组织对运营的社会和环境影响采取负责任的行为，即行为要符合社会利益和可持续发展要求；以道德行为为基础；遵守法律和政府间契约；并全面融入企业的各项活动。

11. 中国人力资源研究会

企业捐资修路、捐资办学、创办希望学校等慈善事业活动本身并不是企业和企业家最主要的社会责任。就我们企业来讲，主要的社会责任有两项：一是有效地利用社会资源；二是为社会培养和输送优秀的中产分子和高素质的人才。

12. 中国国家电网公司

企业社会责任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、社会和环境综合价值最大化的行为。

13. 中国南车股份有限公司

企业社会责任是指企业在创造利润，对股东负责的同时，还应承担起对劳动者、消费者、环境、社区等利益相关方的责任，其核心是保护劳动者合法权益，包括不歧视、不使用童工，不使用强迫性劳动，安全卫生工作环境和制度等。

二、知名企业或学者对企业社会责任的定义

1953 年, Howard Bowen 发表了《商人的社会责任》一书, 在文中把企业社会责任定义为, 商人按照社会的目标 and 价值, 向有关政策靠拢、做出相应的决策、采取理想的具体行动的义务。

1961 年, Eells 和 Walton 认为, “当人们谈论有关企业社会责任时, 他们正在考虑的是公司、企业给社会带来的负面影响, 以及在处理公司与社会之间关系时应当遵循的伦理准则”。

1975 年, Davis 和 Blomstrom 在《经济与社会: 环境与责任》一书中, 把企业社会责任定义为: 决策制定者在促进自身利益的同时, 采取措施保护和增进社会整体利益的义务。

1979 年, Carroll 认为, 企业社会责任是指在给定的时间内社会对组织所具有的经济、法律、伦理、慈善方面期望的总和。

2002 年, Boone 和 Kurtz 认为, 企业社会责任可简单地定义为: 企业既关注经济效益又关注社会效益的管理理念和经验实践。企业社会责任是指企业除了为股东追求利润外, 还应根据商业道德和相关法律的要求, 向其他利益相关者承担道义和法律责任, 包括维护消费者合法权益、对企业雇员劳动权的保护、同其他竞争者进行公平的市场竞争、保护生态环境、促进社区发展等。

2008 年, 中国学者刘兆峰认为, 企业社会责任是指企业在创造利润、对股东承担法律责任的同时, 还要承担对员工、消费者、社区和环境的责任。企业的社会责任要求企业必须改变把利润作为唯一目标的传统理念, 强调要在生产过程中对人的价值的关注, 强调对消费者、对环境、对社会的贡献。

另外, 从企业社会责任具体内容看, 日本享誉全球的著名企业家松下幸

之助认为，企业的社会责任大致可以分为三项：一是企业须透过本来的事业，对提升社会生活和为人们创造幸福而有所贡献，企业应视此使命为其基本的使命。二是从所营运的事业活动中产生适当的利润，并将利润以各种各样的形式反馈给国家和社会。三是在社会进行活动的过程中，包括企业所产生的公害问题在内，须在社会中保持调和。企业应对所有相关者，以调和的精神，寻求共存共荣。各行各业都要恪守本分，透过所属行业，把为社会做贡献作为基本使命（李海明，2003）。

美国著名企业家、美国商业银行前总裁路易斯·龙伯格（Louis B. Lund Borg）认为：人们期待企业的活动能够对社会有所贡献。因此，企业必须获得生存的权利，以及发挥其机能的权利。一是企业在市场能够接受的价格和品质之下，制造产品，提供优质服务。二是在运营上，以公正的方法对待从业人员、顾客以及供应商。而且，在营运的作业中，不能对环境造成破坏。三是不仅注意地区社会的问题，也应注意整个社会的各种问题，并应协助解决这些问题。

三、比较简化的企业社会责任定义

笔者在总结和反思过去众多学者或组织有关企业社会责任定义的基础上，提出如下不同视角的不同定义：

1. 作为企业管理理念

企业社会责任是指企业在管理决策中兼顾经济效益和社会福利的经营理念。一个对社会负责任的企业应努力使其对社会的正面影响最大化，而对社会的负面影响最小化。