 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目  
中国企业管理研究会社会责任专业委员会


# 企业社会责任议题管理： 理论建构与实践探索

Corporate Social Responsibility Issue Management:  
Theory Development and Practice Exploration

肖红军 著



 经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目  
中国企业管理研究会社会责任专业委员会

# 企业社会责任议题管理： 理论建构与实践探索

Corporate Social Responsibility Issue Management:  
Theory Development and Practice Exploration

肖红军 著

 经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任议题管理：理论建构与实践探索/肖红军著. —北京：经济管理出版社，2017.3

ISBN 978 - 7 - 5096 - 4972 - 5

I. ①企… II. ①肖… III. ①企业责任—社会责任—研究 IV. ①F272 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 036128 号

组稿编辑：申桂萍

责任编辑：侯春霞

责任印制：黄章平

责任校对：超凡 王纪慧

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](http://www.E-mp.com.cn)

电 话：(010) 51915602

印 刷：玉田县昊达印刷有限公司

经 销：新华书店

开 本：710mm × 1000mm/16

印 张：18.75

字 数：317千字

版 次：2017年3月第1版 2017年3月第1次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5096 - 4972 - 5

定 价：69.00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

“这是最好的时代，也是最坏的时代；是智慧的时代，也是愚蠢的时代；是信仰的时代，也是怀疑的时代；是光明的季节，也是黑暗的季节；是充满希望的春天，也是令人绝望的冬天；我们的前途拥有一切，我们的前途一无所有；我们正走向天堂，我们也正直下地狱。”英国作家狄更斯的这一犹如晨钟暮鼓般的警世恒言，不仅是对随后一个世纪里世界发展潮流的印证，而且是对当前企业社会责任发展形势的写照。无论是经久不衰的企业社会责任运动，还是日益壮大的世界可持续发展网络；无论是颇具变革性的联合国2030年可持续发展议程生效，还是全球瞩目的社会责任国际标准发布；无论是欧盟持续发布企业社会责任战略，还是中国将企业社会责任上升为国家意志、国家政策和国家战略……所有这些似乎都表明，这是企业社会责任发展的“最好的时代”、“充满希望的春天”。然而，频繁发生的企业社会责任重大缺失事件、屡见不鲜的企业伪社会责任行为、日益泛滥的企业社会责任设租寻租现象、严重滞后的企业社会责任理论发展、外热内冷的企业社会责任实践、曲高和寡的企业社会责任推进群体、矛盾重重的企业履行社会责任环境、甚嚣尘上的企业社会责任发展悲观论……所有这一切似乎又表明，这是企业社会责任发展的“最坏的时代”、“令人绝望的冬天”。

世界潮流，浩浩荡荡，顺之则昌，逆之则亡。企业社会责任作为推动全球可持续发展的时代潮流，无论是笑迎“春天”的乘势而上，还是苦度“冬天”的砥砺前行，都将继续前行、势不可当，这是所有企业需要认清和顺应的“大势”。然而，企业社会责任发展要走出当下困境和实现持续健康推进，需要不忘初心、重温道路、不断自省、去伪存真，需要回归理性、去除浮华、真抓实干、开拓创新，需要层层落地、大众参与、多方合作、广泛认同。特别是，企业社会责任发展涉及企业、政府、公民社会等多元社会主体，既是所有社会主体行为与经济社会发展相互作用的宏观共同演化结果，也是不同社会主体行为之间互动影响的微观共同演化结果，因此企业、政府、公民社

会等多元社会主体共同推动着企业社会责任生态系统的自组织、自进化和自发展。从现实运作来看，企业社会责任的落实主体是不计其数的企业，落实基础是科学理性的认知，落实关键是不折不扣的实干，落实机制是高效规范的管理，落实重点是多元议题的落地。对于特定企业来说，“千里之行，始于足下”、“不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海”，实践企业社会责任的切入点和主要抓手是要对一个个企业社会责任议题进行落实，进而渐进式地实现由量变到质变，这是因为企业社会责任作为一种具有普适性的价值观和理念，其最终落地完全取决于构成企业社会责任内容构面的一个个社会责任议题是否得到有效落实。

综观国内外企业对社会责任的落实实践，不难发现处于“必然王国”的企业占据绝大多数，而迈入“自由王国”的企业则少之又少，社会责任议题落实结果更是“少数欢乐多数愁”、“喜少忧多”。究其原因，主要是绝大多数企业没有掌握企业社会责任议题的运行规律，缺乏对企业社会责任议题的主动性管理，企业社会责任议题的落实带有严重的经验主义色彩、零敲碎打痕迹和无意识行为倾向。显然，随意的、凭经验的、零星的、无意识的企业社会责任议题落实方式，必然会引致企业落实社会责任议题的失败，给企业带来危机，对社会造成危害。近年来，企业因对环境保护、食品安全、公共安全、用户信息保护等关系公众基本权益和健康安全的社会责任议题落实不到位，导致了诸如“农夫山泉”标准门事件、携程用户信用卡信息泄露、上海福喜过期肉事件、西门子被曝在华行贿、天津港“8·12”瑞海危险品仓库特别重大火灾爆炸事故、百度“魏则西”事件等许多危及社会和企业的恶性事件发生，引发了全社会对企业如何有效落实社会责任议题、真正做到对社会负责这一问题的高度关注。

企业是兼具经济属性与社会属性的主体，落实社会责任议题也必然涉及经济利益与社会利益的双重考量。正如德鲁克指出的，在市场经济体制下，企业利益与社会利益之间并不存在根本的冲突，但也并不能像新古典经济学家所想象的那样能够自动地实现，而是要依靠管理。也就是说，企业落实社会责任议题要最大限度地增进社会福利，其实现机制归根结底只能是管理，即开展有效的企业社会责任议题管理。然而令人遗憾的是，与企业社会责任领域普遍存在有效知识供给不足相一致，企业社会责任议题管理的理论研究、方法探寻和工具开发都相当匮乏，基本上处于空白，这无疑会使企业开展社会责任议题管理的实践探索缺乏理论指引、方法指导和工具运用。鉴于此，

本书首次尝试对企业社会责任议题管理进行理论建构，力图从理论上回答企业社会责任议题管理的基本问题，同时对企业开展社会责任议题管理的实践构造方法、探索范式、寻找对策，以便为企业成功开展社会责任议题管理和有效落实社会责任议题提供有益指导。

本书沿着“提出问题—解释问题—解决问题”的脉络，对企业社会责任议题管理的概念、价值、理念、方法和误区进行了系统研究。第一，本书从议题视角和企业社会责任视角分别对企业社会责任议题进行了理解和界定，刻画出企业社会责任议题的特征与类型，分析了企业社会责任议题的生命周期；在此基础上，从作为议题管理的一个分支、作为企业社会责任管理的组成部分、作为对企业社会责任议题的管理活动三个视角对企业社会责任管理的内涵进行了分析，提出企业社会责任议题管理的四类功能，即更加有效地开展社会压力回应的“外部—直接”功能、更加高效地落实社会责任议题的“内部—直接”功能、增进利益相关方关系与社会形象的“外部—间接”功能、提升价值创造能力与责任竞争力的“内部—间接”功能。第二，本书构建了由理念目标模块、核心过程模块、工作机制模块、协同互动模块、支撑保障模块组合而成的企业社会责任议题管理框架体系，对企业社会责任议题管理的收集与识别、优先级评估、分类管理策略、策划与实施、绩效评价与改进等全过程以及企业社会议题管理的日常工作机制进行了详细分析。第三，本书构建了“2+7”的企业社会责任议题管理理念画卷模型，并对外部视野、守法合规、社会与环境风险防范、综合价值创造、透明运营、利益相关方参与和合作、社会资源整合与优化配置、健康生态圈和可持续性九大理念的涵义及其在社会责任议题管理中的应用进行了详细阐述。第四，本书对企业社会责任议题管理的方法进行了研究，重点阐述了责任边界管理、战略融合、全生命周期管理、跨界合作、平台化履责、“互联网+”、社会化沟通、品牌化运作八种方法，分别对它们的涵义或核心思想、主要做法、实现方式和社会责任议题落实中的应用进行了论述。第五，本书对企业社会议题管理中可能出现的40种典型误区进行了识别和分析，包括20种认知误区和20种行为误区，以便正本清源，防止企业社会责任议题管理落入相应的陷阱。

本书的写作缘于笔者协助国网辽宁朝阳供电公司编制《供电企业社会责任议题管理手册》，思于笔者最近三年协助国家电网公司开展社会责任根植项目制，升于与企业社会责任领域众多从业人员的思想碰撞和学术交流，成于企业界和学术界诸多有识之士的无私帮助和鼎力支持。在此，要特别感谢国

网能源研究院李伟阳副院长，国家电网公司刘心放处长、谭同江副处长和浮婷博士，国网浙江省电力公司余兆忠主任和董毓华副主任，国网辽宁省电力公司褚佳峰处长，国网辽宁朝阳供电公司刘志伟书记、孙国权副总经济师和窦靖波副主任，他们在社会责任议题管理和社会责任根植项目制上的许多真知灼见与实践心得为本书的构思提供了重要启发，可以说，如果没有国家电网公司开创性的社会责任根植项目制探索并且笔者有幸参与其中，那么也就不会有本书的诞生。在本书的写作与出版过程中，中国企业管理研究会社会责任专业委员会的张力女士、华夏银行的姜静女士、中国社会科学院研究生院的阳镇同学提供了文献查阅归类、案例收集整理等工作帮助，经济管理出版社申桂萍编辑为本书的出版付出了辛勤劳动，在此表示由衷的感谢。

本书作为对企业社会责任议题管理进行专门研究的首次尝试，目的是希望起到抛砖引玉的作用，由于笔者水平限制，书中难免存在各种各样的不足，恳请各位专家与读者批评和指正。

# 目 录

<b>第一章 企业社会责任议题管理的概念体系</b> .....	1
第一节 正确理解企业社会责任议题 .....	1
第二节 正确理解企业社会责任议题管理 .....	15
第三节 正确理解企业社会责任议题管理的功能 .....	22
<b>第二章 企业社会责任议题管理的基本内容</b> .....	29
第一节 企业社会责任议题管理的框架体系 .....	29
第二节 企业社会责任议题的收集与识别 .....	31
第三节 企业社会责任议题的优先级评估 .....	41
第四节 企业社会责任议题分类管理策略 .....	56
第五节 企业社会责任议题的策划与实施 .....	63
第六节 企业社会责任议题的绩效评价与改进 .....	69
第七节 企业社会责任议题管理的日常工作机制 .....	74
<b>第三章 企业社会责任议题管理的基本理念</b> .....	80
第一节 企业社会责任议题管理的理念模型 .....	80
第二节 外部视野理念 .....	82
第三节 守法合规理念 .....	87
第四节 社会与环境风险防范理念 .....	93
第五节 综合价值创造理念 .....	99
第六节 透明运营理念 .....	105
第七节 利益相关方参与和合作理念 .....	111
第八节 社会资源整合与优化配置理念 .....	119
第九节 健康生态圈理念 .....	125



第十节 可持续性理念 .....	132
<b>第四章 企业社会责任议题管理的基本方法</b> .....	<b>139</b>
第一节 责任边界管理 .....	139
第二节 战略融合 .....	148
第三节 全生命周期管理 .....	160
第四节 跨界合作 .....	172
第五节 平台化履责 .....	183
第六节 “互联网+” .....	197
第七节 社会化沟通 .....	210
第八节 品牌化运作 .....	224
<b>第五章 企业社会责任议题管理的典型误区</b> .....	<b>237</b>
第一节 认知误区 .....	237
第二节 行为误区 .....	261
<b>参考文献</b> .....	<b>287</b>

# 第一章 企业社会责任议题管理的概念体系

由于企业社会责任议题管理是企业社会责任与企业管理的新领域和新分支，目前尚未引起研究者的关注，更没有得到系统的研究，因此正确理解和合理界定企业社会责任议题管理的相关概念，形成这一新领域和新分支的概念体系，将是深入研究企业社会责任议题管理问题的前提，也是在实践中科学推进企业社会责任议题管理的基础。

## 第一节 正确理解企业社会责任议题

虽然企业社会责任议题这一术语经常被人们使用，但却鲜有人对其进行概念界定，更没有人对其特征、类型和生命周期进行系统性研究，其结果是人们对企业社会责任议题这一术语并没有真正理解，因此亟须进行开创性探索和深入研究。

### 一、理解企业社会责任议题的两种视角

企业社会责任议题这一术语是由“企业社会责任”和“议题”两个术语组合与交叉而成的（见图 1-1），因此可以从议题视角和企业社会责任视角分别对这一概念进行理解。

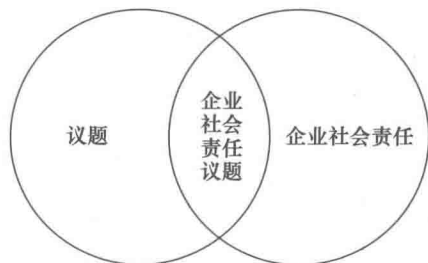


图 1-1 企业社会责任议题和议题与企业社会责任的关系

## 1. 基于议题视角理解企业社会责任议题

议题 (Issue) 最早是公共关系与公共政策领域的术语, 后来经过发展逐步被引入组织与管理领域中。也正因如此, 目前学者们对议题概念的界定也主要从这两个视角予以展开。从公共关系与公共政策视角来看, 议题通常被界定为“一个关于事实、价值观或者政策的可辩论的问题” (Heath 和 Nelson, 1986), 往往被认为是公共政策的前身。从组织与管理视角来看, 议题源于企业与社会的互动, 当企业与利益相关方和社会公众之间在期望满足上出现较大差距时, 公共议题或社会议题就会产生。表 1-1 归纳了对议题概念界定的代表性观点。

表 1-1 对议题概念界定的代表性观点

视角	学者	概念界定
公共 关系 与 公共 政策	Gruning 和 Hunt (1984)	议题是一个有争议且可供公众讨论的话题, 公众特指参与并围绕这个涉及公共利益的话题进行讨论的利益相关方
	Crable 和 Vibbert (1995)	只要某些团体或组织意识到某些社会问题的存在, 议题就已经产生了; 议题能够成为议题, 就是不同群体对于有限利益的竞争, 以及对于问题解决之道的争论
	Heath (1997)	议题产生于各方对事实、真相、价值观、政策和组织行为的争论, 当争论和冲突越来越剧烈, 就可能需要通过立法或者修正公共政策加以解决
	廖为建 (2000)	议题是一种悬而未决, 没有固定方案, 又有广泛社会影响的问题, 这种问题叫议题
	胡百精 (2008)	议题是针对特定公共利益问题产生的讨论和纷争, 它可以被认为是常态与危机相互转化的中介地带, 但更多地反映为公共意见的集合及其趋势
组 织 与 管 理	Buchholz (1988)	公共议题的产生, 是由于社会价值观的改变, 或因企业的运作与社会中既存的价值发生抵触, 这两种情况都足以造成公众期望与企业表现的差距, 而对企业形成一种压力
	Frederick (1992)	社会议题的产生, 通常是因为企业表现无法满足利益相关方或公众的期望, 也就是二者之间出现了差距; 而当企业表现与利益相关方的期望差距变大时, 议题就会出现, 这时利益相关方或公众可能会采取行动要求企业加以改善

资料来源: 根据相关文献整理。

议题可以有很多种分类方式, 既可以按照内容性质分为政治议题、经济

议题、科技议题、社会议题、环境议题，也可以按照影响范围分为国际性议题、国内议题、地方性议题和社区议题。无论按照何种方式分类，每一类议题均可以按照是否涉及伦理问题而进一步划分为伦理性议题和非伦理性议题，企业社会责任议题则是每一类中的伦理性议题，如图 1-2 所示。

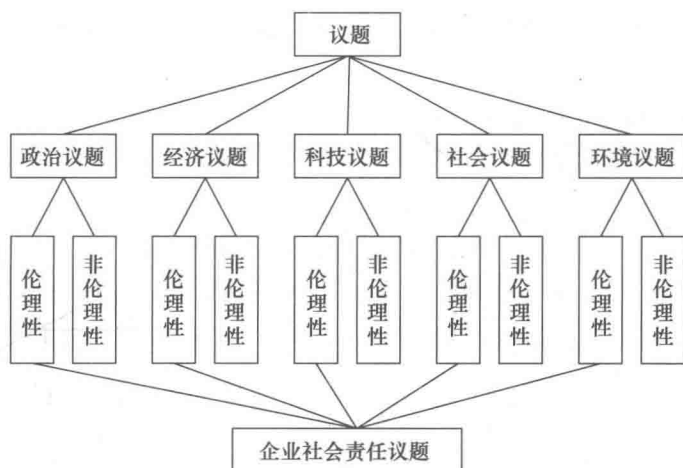


图 1-2 议题与企业社会责任议题的关系

## 2. 基于企业社会责任视角理解企业社会责任议题

企业社会责任是在特定的制度安排下，企业通过透明和道德的行为，有效管理自身决策和活动对社会、利益相关方、自然环境的影响，追求在预期存续期内最大限度地增进社会福利的意愿、行为和绩效（李伟阳和肖红军，2010）。企业社会责任总体上可以分为两个层次：思想理念与行为实践。在思想理念层面，企业社会责任本身是一种可持续发展观，意味着企业行为必须能够最大限度地增进社会福利；在行为实践层面，企业社会责任要求企业必须落实对社会负责任的思想理念，以透明和道德的方式有效管理自身决策和活动对社会、利益相关方、自然环境的影响。企业社会责任思想理念在现实中要真正转化为企业对社会负责任的行为实践，首先需要确定企业履行社会责任的内容边界，而企业社会责任主题则是企业社会责任内容边界的重要反映。在企业社会责任主题之下，则是一个个具体的企业社会责任议题。当然，企业社会责任议题仍然可以继续分解成多个子议题或社会责任项目，形成从企业社会责任理念到社会责任项目的概念伞状图，如图 1-3 所示。

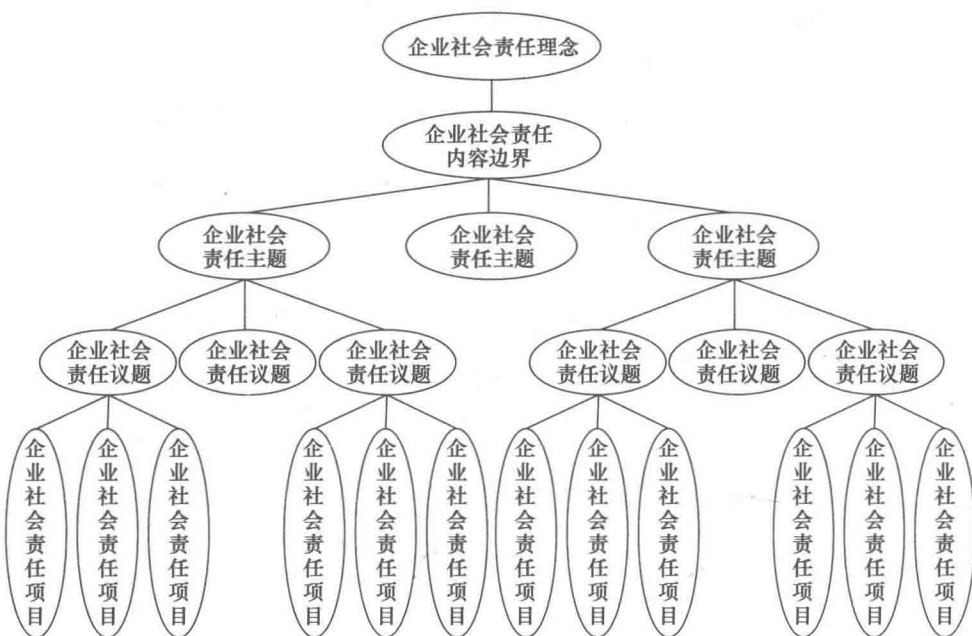


图 1-3 企业社会责任与企业社会责任议题的关系

## 二、企业社会责任议题的内涵与特征

从议题视角与企业社会责任视角结合来看，企业社会责任议题是对企业社会责任主题的分解与落实，属于伦理性议题，这意味着我们首先需要正确理解企业社会责任主题，并充分考虑其伦理属性，从而正确理解企业社会责任议题。

### 1. 企业社会责任主题的概念理解

企业社会责任主题是企业履行社会责任的核心领域，它界定了企业社会责任的内容边界与范围。企业社会责任主题之间既相互独立又相互依存，共同构成了一个完整系统的企业社会责任观。

企业社会责任主题有多种划分方式，包括基于社会责任理论的主题划分方式和基于社会责任标准倡议的划分方式。从前者来看，最具代表性的划分依据是三重底线理论、金字塔理论和利益相关理论；从后者来看，最具代表性的划分依据包括社会责任国际标准 ISO26000、联合国可持续发展目标（2030 年）、联合国全球契约十项基本原则、可持续发展报告编写

标准（GRI4.0）、社会责任国家标准 GB/T 36000 - 2015《社会责任指南》、《关于中央企业履行社会责任的指导意见》。具体内容如表 1-2 所示。

表 1-2 企业社会责任主题划分依据

社会责任主题划分依据		社会责任主题
理论依据	三重底线理论	经济责任、社会责任、环境责任
	金字塔理论	经济责任、法律责任、伦理责任、慈善责任
	利益相关方理论	股东责任、政府责任、客户责任、员工责任、伙伴责任、社区责任……
政策标准依据	社会责任国际标准 ISO26000	组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营实践、消费者问题、社区参与和发展
	联合国可持续发展目标（2030 年）	消除贫困；消除饥饿；良好健康与福祉；优质教育；性别平等；清洁饮水与卫生设施；廉价和清洁能源；体面工作和经济增长；工业、创新和基础设施；缩小差距；可持续城市和社区；负责任的消费和生产；气候行动；水下生物；陆地生物；和平、正义与强大机构；促进目标实现的伙伴关系
	联合国全球契约十项基本原则	人权、环境、劳工、反腐败
	（可持续发展报告编写标准 GRI 4.0）	经济、环境、劳工实践、人权、社会、产品责任
	社会责任国家标准 GB/T 36000 - 2015《社会责任指南》	组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营、消费者问题、社区参与和发展
	《关于中央企业履行社会责任的指导意见》	坚持依法经营诚实守信、不断提高持续盈利能力、切实提高产品质量和服务水平、加强资源节约和环境保护、推进自主创新和技术进步、保障生产安全、维护职工合法权益、参与社会公益事业

资料来源：根据相关资料整理。

除了依据一般性的社会责任政策标准进行企业社会责任主题界定外，很多行业也制定了自身的社会责任标准倡议，并在其中明确了本行业企业社会责任主题，如中国工业经济联合会制定的《中国工业企业社会责任管理指南（2015）》、中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会编制的《中国

电子信息行业社会责任指南》、中国纺织工业协会制定的《中国纺织服装企业社会责任管理体系总则及细则（2008年版）》（CSC9000T）、中国建筑业协会等编制的《关于建筑业企业履行社会责任的指导意见》、中国有色金属工业协会编制的《中国有色金属工业企业社会责任指南》、中国五矿化工产品进出口商会编制的《中国对外矿业投资行业社会责任指引》、中国对外承包工程商会编制的《中国对外承包工程行业社会责任指引》、中国乳制品工业协会编制的《乳制品企业社会责任指南》、中国皮革协会编制的《中国皮革行业社会责任指南》、中国银监会制定的《关于加强银行业金融机构社会责任的意见》、中国银行业协会制定的《中国银行业金融机构企业社会责任指引》、国家工商总局制定的《直销企业履行社会责任指引》、中小企业合作发展促进中心与中小企业全国理事会编制的《中国中小企业社会责任指南》等。具体内容如表1-3所示。

表1-3 行业性企业社会责任主题

社会责任主题划分依据		社会责任主题
行业	标准规范	
工业	《中国工业企业社会责任管理指南（2015）》	公平运营、顾客与消费者权益、绿色制造、安全生产、技术创新与运用、和谐劳动关系、可持续供应链管理、社区参与和发展
电子信息	《中国电子信息行业社会责任指南》	责任治理、技术创新与应用、员工权益、安全与健康、资源节约与环境保护、诚信运营、供应链合作、消费者关系、虚拟社区管理、社区参与和发展
纺织工业	《中国纺织服装企业社会责任管理体系总则及细则（2008年版）》	歧视、工会组织与集体协商、童工与未成年工、强迫或强制劳动、劳动合同、工作时间、薪酬与福利、骚扰与虐待、职业健康与安全、环境保护、公平竞争
建筑业	《关于建筑业企业履行社会责任的指导意见》	诚实守信，依法经营；保障生产安全；保证工程质量和服务质量；推进自主创新和技术进步；节能减排，保护环境；维护职工合法权益；不断提高持续盈利能力；积极参与社会公益事业
有色金属	《中国有色金属工业企业社会责任指南》	提高经营业绩、加强环境保护、依法诚信经营、推进自主创新和技术进步、维护员工合法权益、积极参与公益事业
矿业	《中国对外矿业投资行业社会责任指引》	组织治理、公平运营实践、供应链管理、人权、劳工实践、职业健康安全、环境、社区参与
工程承包	《中国对外承包工程行业社会责任指引》	质量安全、员工发展、业主权益、供应链管理、公平竞争、环境保护和社区发展

续表

社会责任主题划分依据		社会责任主题
行业	标准规范	
乳制品	《乳制品企业社会责任指南》	组织治理、消费者关系、供应链管理、员工权益、环境保护、诚信运营、社区参与和发展
皮革	《中国皮革行业社会责任指南》	构建和谐劳动关系，保障员工的合法权益；构建资源节约型、环境友好型的皮革产业
银行业	《关于加强银行业金融机构社会责任的意见》	维护股东合法权益，公平对待所有股东；以人为本，重视和保护员工的合法权益；诚信经营，维护金融消费者合法权益；反不正当竞争，反商业贿赂，反洗钱，营造良好市场竞争秩序；节约资源，保护和改善自然生态环境；改善社区金融服务，促进社区发展；关心社会发展，支持社会公益事业
	《中国银行业金融机构企业社会责任指引》	经济责任、社会责任、环境责任
直销行业	《直销企业履行社会责任指引》	法律社会责任、经济社会责任、道德社会责任
中小企业	《中国中小企业社会责任指南》	责任管理、员工责任、环境责任、市场责任、社区责任

资料来源：根据相关资料整理。

表 1-2 中的理论与标准给出的只是一般性的社会责任主题，表 1-3 中列出的也仅仅是行业性的通用社会责任主题，而单个企业在确定自身的社会责任主题时，通常需要在识别企业的行业特性和核心社会功能的基础上，综合一项或多项社会责任理论和标准，从而制定出既满足理论与标准要求又符合自身特点与价值观的社会责任主题。以国家电网公司为例，国家电网公司的社会责任主题经历了从 12 项责任内容到四大责任领域的演变过程（见表 1-4）。其中，12 项责任内容是国家电网公司依据利益相关方理论以及众多社会责任标准倡议确定而成，分别包括科学发展、安全供电、科技创新等 12 项社会责任主题。后来，随着对公司价值的深入思考和对企业核心社会功能的分析，以及借鉴 ISO26000 对于社会责任的定义、主题、议题的界定，国家电网公司从外部视角将 12 项责任内容整合归纳为四大责任领域，即保障可靠可信赖的电力供应、企业与社会和谐发展、企业与环境和谐发展、保证透明运营和接受社会监督，使得国家电网公司的社会责任主题更能契合社会的需求



和期望。

表 1-4 国家电网公司社会责任主题的演变

公司视角的责任主题	外部视角的责任主题
科学发展	保障可靠可信赖的电力供应
安全供电	
卓越管理	
科技创新	
全球视野	
优质服务	企业与社会和谐发展
服务三农	
员工发展	
伙伴共赢	
企业公民	企业与环境和谐发展
环保低碳	
沟通合作	保证透明运营和接受社会监督

资料来源：根据国家电网公司历年社会责任报告整理。

## 2. 企业社会责任议题的定义

企业社会责任议题是企业社会责任主题下的关键性问题，是对企业社会责任主题的任务分解。这些议题如下：

- 对经济、社会、环境可持续发展有重要影响；
- 对利益相关方或公众有重要影响并受到利益相关方或公众广泛关注；
- 涉及道德伦理或价值观的悬而未决的问题；
- 与企业有直接或间接关联，受到企业影响或对企业产生影响。

企业社会责任议题应当隶属于企业社会责任主题，并同时满足以上四个属性。特别需要指出的是，企业社会责任议题必须是“涉及道德伦理或价值观的悬而未决的问题”，如果仅仅是纯粹性的技术问题或商业性问题，那么就难以成为真正意义上的企业社会责任议题。例如，对于人工智能问题，如果仅仅是纯粹的人工智能技术研发，那么它就不能成为企业社会责任议题；但如果是人工智能的技术伦理问题，就是一个有效的企业社会责任议题。

按照以上的定义，一些企业社会责任标准规范均列出了一般性的企业社会责任议题，为企业寻找和实践企业社会责任议题提供了指引。例如，社会