



中国企业管理研究会年度报告(2005-2006)

中国企业管理研究会
中国社会科学院管理科学研究中心



中国

企业社会责任
报告



中国财政经济出版社



中国企业管理研究会年度报告 (2005—2006)

中国企业社会责任报告

中国企业管理研究会 编
中国社会科学院管理科学研究中心

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业社会责任报告/中国企业管理研究会, 中国社会科学院管理科学研究中心编. —北京: 中国财政经济出版社, 2006.5

ISBN 7-5005-9089-X

I. 中… II. ①中…②中… III. 企业-社会功能-研究报告-中国 IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 043244 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 33 印张 498 000 字

2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月北京第 1 次印刷

印数: 1—1 500 定价: 66.00 元

ISBN 7-5005-9089-X/F·7908

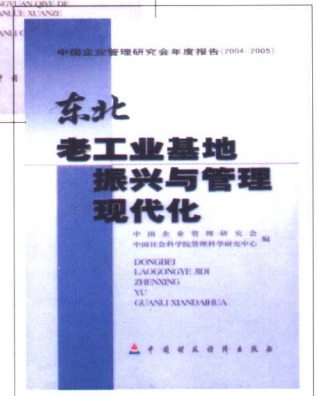
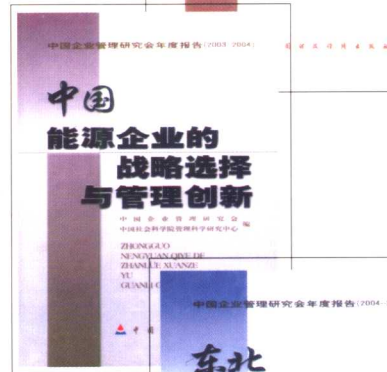
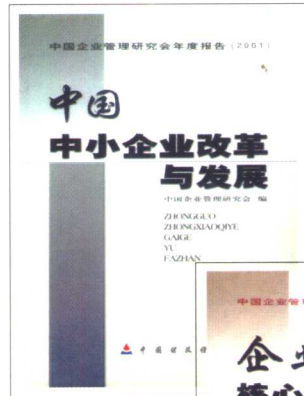
(图书出现印装问题, 本社负责调换)

中国企业管理研究会简介

中国企业管理研究会（英文名：the Chinese Institute of Business Administration），原名中国工业企业管理教育研究会，创建于1981年。1995年3月经国家民政部批准，改名为中国企业管理研究会。作为全国性的社团组织，研究会承担的任务包括：向政府反映企业管理中出现的問題，提出企业管理政策建议；总结和推广企业的先进管理经验，开展管理咨询服务；进行企业管理理论研究和学术交流；组织协调全国大专院校企业管理教材的编写和教学经验的交流；对企业家进行经营管理知识培训和国际间的学术交流，等等。我国著名经济学家马洪担任研究会名誉会长，中国社会科学院副院长陈佳贵担任研究会会长，中国社会科学院工业经济研究所副所长黄速建担任研究会理事长。

中国企业管理研究会成立以来，已组织召开学术研讨会27次，年会15次，顾问理事会议11次，组织编写企业管理教材20本。研究会在会员单位所在地举办全国性企业管理理论与实践研讨会15次，向会员单位提供管理咨询50次。研究会已组织培训中层以上管理干部3万多名，组织企业家出国考察12次，组织国际学术交流上百人次。研究会不仅为我国大中型企业培训了许多优秀的经营管理人才，而且还曾就高等管理教育的改革、成人教育的发展等问题向国务院和中央有关部委提出了一些重要建议，受到了中央有关领导同志的好评。

中国企业管理研究会现设有研究咨询部、教育培训部、会员协作部、国际交流部和秘书处五个职能部门。研究会现有理事单位230多家，其中：企业145家，大专院校80多所，新闻出版单位5家。理事会力争把研究会办成管理科学的发展中心、企业管理理论与实践的交流中心、企业经营管理人才的活动中心。



《中国企业社会责任报告》

编委会主任 陈佳贵

编委会委员（按姓氏笔画排列）

王锡林	王煌今	王天义	刘兴汉	刘如军	刘迎秋	刘晓明
李维安	李海婴	杜自弘	吴照云	吴易	陈建成	郑文平
张国有	赵纯均	郑海航	林健	徐二明	席酉民	党兴华
高闯	黄速建	黄群慧	傅育宁	廖元和		

主 编 陈佳贵

副 主 编 黄速建 黄群慧 王 钦

作 者（按姓氏笔画排列）

孔令锋	王幼军	王关义	王丽伟	王春和	王 钦	王铁男
王晶晶	王煌今	卢昌崇	甘元霞	白永秀	刘文彬	刘 立
刘立燕	刘 刚	刘 莉	刘家顺	吕立伟	许晓明	何心展
余芸春	余 菁	吴照云	张小宁	张双全	张文胜	张英华
张 娜	张晓峰	张 蕙	李艾明	李好好	李春琦	李 钢
李海婴	杨克泉	杨 洁	沈维涛	肖海林	苏 勇	陈传明
陈 君	陈松涛	陈贵民	陈 啸	周运锦	孟大文	林志扬
罗 珉	郑文全	金 磊	赵 勇	钟和隼	倪燕翎	徐向艺
徐 炜	高 楠	崔新健	黄桂红	黄继刚	黄速建	黄群慧
谢 军	谢 维	韩晓东	韩福明	楼 茵	赖国伟	雷造民
韵 江	熊胜绪	翟运开				

序言

中国企业管理研究会会长

陈佳贵

中国社会科学院副院长

伴随着我国工业化和现代化进程的不断推进，中国经济发展取得了举世瞩目的成绩，但同时在社会和环境等方面也面临许多问题和挑战。国际经验表明，当一个国家人均 GDP 进入 1000 美元到 3000 美元的时期，既是黄金发展期，也是经济、社会和环境等方面问题的凸显期。目前，我国已进入人均 GDP 1000 美元这一关键时期。中共十六届五中全会以及《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》都明确提出，推进经济、社会和环境的和谐发展，构建社会主义和谐社会，是我们推进经济社会全面发展的重要目标。

在新的时代背景下，我国企业也就被赋予了新的历史使命。企业已经不仅仅是作为经济活动的基本组织出现在人们的面前，而且还是社会活动的基本组织，更是一个维持人类可持续发展环境的重要组织。从频频发生的矿难到阜阳毒奶粉事件，再到近日哈尔滨市发生的停水事件。可以说，“企业社会责任”问

题已经引起了社会各界的广泛关注。

“企业社会责任”运动源于欧美国家，与国际劳工运动、消费者运动、环保运动、女权运动有着密切的联系，是在一系列社会问题日趋严重背景下发展起来的。世界银行定义企业社会责任为：企业与关键利益相关者的关系、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。它是企业为改善利益相关者的生活质量而贡献于可持续发展的一种承诺。目前国际上普遍认同的社会责任理念是：企业在创造利润、对股东利益负责的同时，还要承担对员工、对社会和环境的社会责任，包括遵守商业道德、生产安全、职业健康、保护劳动者的合法权益、节约资源等。我们在探讨中国企业社会责任问题时，不仅要考虑到上述一般意义的社会责任问题，还要考虑其特殊性，那就是必须将中国企业社会责任问题同中国国情的变化相结合，同改革开放相结合，同经济和社会转型相结合。在这里，我想谈几点不成熟的看法。

第一，强化企业社会责任是构建和谐社会的重要内容。改革开放以来，我国的企业得到很大的发展，为社会、为人民群众提供了丰富的产品和服务，为市场繁荣、经济增长和人民生活显著改善做出了巨大贡献，并通过税收等形式履行着社会责任。但同时，我们也应该看到一些企业，不讲社会责任，急功近利、过度开发、污染环境、逃避税收、财务欺诈、拖欠工资、忽视安全、坑害顾客，如此等等。事实上，这些行为不仅造成了企业与员工之间、企业与消费者之间、企业与投资者之间、企业与自然环境之间的不和谐，更为我们构建和谐社会设置了重重障碍。因此，有必要采取政府引导、法律保障、社会监督、企业自身规范相结合的办法，通过建立企业履行社会责任激励约束机制，来实现构建和谐社会这一重要目标。同时，还需要特别指出的是，强化企业履行社会责任不是新的“企业办社会”，也不能等同于公益事业和社会捐赠，同时也是不可能“一蹴而就”的。

第二，强化企业社会责任是中国企业走向世界的必要环节。面对全球化的浪潮，中国企业在积极参与全球生产体系的同时，也必须遵守国际准则和全球协定，这是我们在进入国际市场中无法回避的。事实上，跨国公司的“生产守则”运动，目前已经来到了中国。一批著名跨国公司，包括麦当劳、耐克、迪斯尼、沃尔玛等都相继对中国供应商和分包商，实施以劳工标准检

查为内容的社会责任运动，相应的认证和监督工作也都在展开。另外，一些国家也要求中国的纺织、成衣、玩具、鞋类生产企业，必须事先通过 SA8000 标准认证，否则就要联合抵制进口。可以说，企业社会责任问题已经同国际贸易问题紧密地交织在一起，成为中国企业进入世界市场的必要环节。

第三，强化企业社会责任是实现自身可持续发展的有效途径。从理论上讲，企业可以被看成一个能动的生命体。早在上个世纪 80 年代末，我就对企业生命周期问题进行过研究，并将企业生命周期划分为孕育期、求生存期、高速发展期、成熟期、衰退期和蜕变期等阶段。实际上，追求“基业常青”、“永续经营”和“可持续发展”是所有企业的愿望。而这个愿望背后的含义，就是企业自身同外部社会适应和匹配的过程，企业不断得到外部社会认同的过程。归结起来讲，就是企业从自身能力出发持续履行社会责任的过程。

具体而言，企业在不同阶段，所拥有的资源和能力条件不同，自然，履行企业社会责任的方式和内容也不同。在孕育期和求生存期，由于所掌握资源较少，能力较弱，社会压力较大，企业就更应该从树立社会责任理念做起，承担法律框架下的社会责任；在高速成长期，伴随着自身实力的增强，企业在承担社会责任的同时，更应从企业战略发展的角度，思考更广泛利益层面的社会责任，包括对消费者、员工、供应商利益满足的问题。当进入成熟期，企业已经积累了相当资源，并拥有了一定的能力，企业也就更应该承担起资源节约、社区服务、慈善和公益事业等道义层面的社会责任，塑造良好的社会形象。当进入衰退期，企业必须思考和面对的一个问题就是，如何真正有效地履行社会责任，换言之，如果企业失去了社会意义，那么就必然会走向生命的终结。当进入蜕变期，如何进行企业社会责任理念的升华就成为企业必须思考的问题。

本报告是“中国企业社会责任问题学术研讨会”暨中国企业管理研究会 2005 年年会会议论文集，这次学术会议是由中国企业管理研究会、中国社会科学院管理科学研究中心于 2005 年 12 月 18 日至 19 日在中国无锡召开的。本报告的具体编辑工作是由黄速建、黄群慧、王钦三位同志完成的。我们相信这些研究成果能够对中国企业社会责任问题的研究和实践起到一定的促进作用。



目 录

总论 中国企业社会责任：理论基础、实践分

析与相关研究..... (1)

第一篇 中国企业社会责任的理论基础

第一章 企业社会责任的界定..... (15)

第二章 企业社会责任边界的分析..... (28)

第三章 理性看企业社会责任..... (40)

第四章 企业社会责任：法律与道德责任
的统一..... (52)

第五章 企业社会责任的经济分析..... (62)

第六章 企业生命周期框架下的企业社会
责任..... (74)

第七章 企业社会责任的本质：基于资源
配置效率的解说..... (83)

第八章 企业社会责任的管理观点及其战略
演化..... (99)

第九章 制度安排对企业承担社会责任的影
响..... (108)

第十章 企业需求、企业能力与企业社会
责任的匹配探讨..... (113)

——一种新的企业履行社会责任

的理论分析框架·····	(117)
第十一章 理性、激励机制与企业社会责任构建·····	(138)

第二篇 中国企业社会责任的实践分析

第十二章 中国企业社会责任公众调查·····	(151)
第十三章 中国企业发展环境的测评 ——基于 AHP 方法合成的指数 ·····	(167)
第十四章 企业社会责任评价模式与指标体系研究·····	(187)
第十五章 动态视角下的中国企业社会责任实践·····	(198)
第十六章 构建企业社会责任的微观评价体系·····	(210)
第十七章 企业社会责任标准 (SA8000) 与认证问题探究 ——以珠三角地区为例·····	(220)
第十八章 中国企业税收保值信息披露社会责任履行实证分析·····	(232)
第十九章 企业社会责任实践中的几个关系·····	(244)
第二十章 社会转型期的企业社会责任·····	(248)
第二十一章 中国上市公司股权分置改革过程中的企业社会责任 问题·····	(258)
第二十二章 企业社会责任实践的五维分析 ——以中国通用技术集团为例·····	(269)
第二十三章 中国企业社会责任管理体系建设的途径·····	(274)
第二十四章 企业的社会责任及全面社会责任管理·····	(284)
第二十五章 企业社会责任的培养路径选择·····	(293)

第三篇 中国企业社会责任的相关研究

第二十六章 国有企业的性质、目标与社会责任·····	(303)
第二十七章 跨国公司社会责任的特殊性及其成因·····	(320)
第二十八章 企业社会责任与公司治理·····	(334)
第二十九章 公司价值最大化与公司社会责任·····	(345)
第三十章 现代企业的社会责任与永续经营·····	(356)
第三十一章 循环经济发展模式与企业社会责任实践·····	(365)

第三十二章	企业治理污染的经济学分析·····	(374)
第三十三章	企业社会责任与企业品牌建设·····	(383)
第三十四章	品牌运营中的社会责任·····	(395)
第三十五章	商学院教育与企业社会责任·····	(404)
第三十六章	企业商业伦理：发展状况、难题与未来的展望·····	(414)
第三十七章	企业社会责任会计的理论研究·····	(433)
第三十八章	高层管理团队战略调整能力研究 ——认知的视角·····	(442)
第三十九章	供应链管理中信任关系的形成与强化路径·····	(459)
第四十章	外商投资企业逆向避税及其防范·····	(471)
第四十一章	企业管理主题的演进与管理范式的变革 ——由管理时尚与管理学尴尬引起的思考·····	(479)
第四十二章	中外企业文化及伦理比较与融合 ——中国惠普有限公司企业文化案例分析·····	(495)
第四十三章	社会舆论对强化企业社会责任的作用 ——对日本的个案分析·····	(505)
附录	光辉的足迹 ——中国企业管理研究会大事记·····	(514)

总 论

中国企业社会责任：理论基础、 实践分析与相关研究

在国外，有关企业社会责任问题并不是一个新的研究论题，企业的社会责任问题已经从单纯的学术探讨转向实践操作，但是在我国，无论是有关企业社会责任的理论研究，还是关注中国企业社会责任实践问题，都是新的课题。客观地说，经过了20余年的快速工业化进程和市场化经济体制改革，我国经济取得了巨大的成功，但在中国出现“经济奇迹”的同时，也产生了许多社会问题，如环境污染、能源浪费、重大安全事故频发以及侵害劳动者权益等。在这种背景下，作为市场经济中最活跃的主体——企业，已经不能够仅仅局限于关注自己的经济目标，同时必须重视自己的社会责任。因此，企业的社会责任，在我国虽然是一个新的问题，但已经不是一个单纯的理论问题，而是对我国具有重要的现实意义的论题。

企业的社会责任是一个复杂的问题：如何理解和界定企业社会责任？企业社会责任的经济理论基础是什么？企业成长与企业社会责任的关系是什么？影响企业社会责任的因素是什么？如何评价企业社会责任实践？企业如何有效履行自己的社会责任？如何理解企业社会责任的标准？中国企业社会责任实践的特征是什么？国外企业社会责任实践的经验和教训有什么？国有企业应该承担什么样的社会责任？企业承担社会责任会对我国企业和社会经济发展有怎样的影响？等等，这些问题都是有待研究和回答的。归结起来，可以把这些相关问题分为中国企业社会责任的理论基础、实践分析和相关研究三个大的方面。本研究报告各章就是围绕着这三个方面展开论述的。这里的总论，试图按照这三大主线对本书各章有关企业社会责任不同角度的论述进行综述，从而给出中国企业社会责任的问题的全景描述。

一、企业社会责任的理论基础

有关企业社会责任的理论研究，大多都围绕着以下三方面相互关联的内容展开：一是如何理解和界定企业社会责任这个概念？企业社会责任的内涵是什么？二是企业是否应该承担社会责任？企业为什么要承担社会责任？企业承担社会责任的动机是什么？三是什么东西影响企业承担社会责任以及企业承担社会责任对企业有何影响？应该说，迄今为止的理论文献，在上述三方面内容上并没有相对一致的共识。本书第一篇的作者们，从不同的角度对这三方面的问题表达了自己的看法。

（一）如何理解企业的社会责任

陈贵民、雷造民在《企业社会责任的界定》一章中指出，企业社会责任是在经济全球化背景下企业对其自身经济行为的道德约束，它既是企业的宗旨和经营理念，又是企业用来约束内部包括供应商生产经营行为的一套管理和评估体系。企业社会责任守则不同于其他的技术标准，它超越了以往企业

只是强调技术性指标，只是把赚取利润作为惟一目标这样的传统理念，而更强调在生产过程中对人的价值的关注，注重生产过程中人的健康、安全和应该享有的权益。企业社会责任还强调企业对消费者、对环境的社会价值，注重企业对社会的贡献。刘文彬、林志扬则更强调企业社会责任的边界问题，在《企业社会责任边界的分析》一章中，他们认为企业社会责任的边界是研究企业社会责任问题的基础，含混不清的企业社会责任边界论将有碍于其在实践过程中的具体操作。基于对企业效率内涵本质的分析，他们认为，企业社会责任的边界理应囿于法律责任和道德责任之内。而在这一边界内有着如此众多的、可以清楚描述的具体责任需要企业履行，但不能要求所有的企业都承担同样的社会责任，应针对不同企业的具体情况提出有针对性并且有操作性的社会责任要求。王春和、张娜则认可了企业社会责任的边界理应囿于法律责任和道德责任之内的观点，在《企业社会责任：法律与道德责任的统一》一章中，他们提出企业从法律的角度来说是一个法人主体，同时从社会的角度来看也是一个集体性的道德主体。企业所应承担的社会责任，主要是以法律为基础的法律底线，及在此之上的道德责任的不断延伸和扩展。吴照云进一步明确了企业社会责任的分类，在《理性地看待企业社会责任》一章中，企业的社会责任被分为两大类：第一类是企业应承担的法律义务，对社会所造成影响的责任，称之为消极责任。第二类是企业对社会自身问题的责任。这一类是出于道德良知而自觉承担的积极责任，比如做一个“企业公民”。一个企业是否承担积极责任，完全是企业的自由选择，而消极责任是不可推卸的义务。

（二）企业承担社会责任的动机

有关企业为什么和是否应该承担社会责任本质问题的研究，长期以来是以企业为本位的，讨论的焦点是承担社会责任是否会影响企业的经济绩效，存在“古典观”的否定与“社会经济观”的肯定两种相反的看法。杨洁、刘家顺在《企业社会责任的经济分析》一章中，认为两者之间并不是完全对立的，原因是他们对这一问题的研究选择的时间点不同。“古典观”是通过分析年度财务报表内容来研究社会责任与企业绩效的关系的，得出的是企业

短期财务绩效与社会责任之间的矛盾冲突。而“社会经济观”研究的是一个企业长期发展过程中企业社会责任与经济绩效之间的关系，由此得出两者呈现正相关关系。他们认为，应从更长时间跨度和更大空间领域来研究企业经济绩效与社会责任的相互关系。社会为企业的生存和发展提供了基本条件，企业是依托社会而存在的，企业只有履行自己的社会责任，才能获得社会的认可，树立企业的形象，才能获得持续的发展，也才能有长久的经济绩效。张蕙、黄群慧则从企业成长角度探讨了企业承担社会责任的意义，在《企业生命周期视角下的企业社会责任》一章中，认为履行社会责任对于企业跨越生命周期各个阶段的陷阱，实现可持续发展具有重要意义，同时，企业社会责任的履行步伐与企业所处的生命周期阶段也有着紧密的相关性。企业履行社会责任既有自身价值观的主动因素，也有来自内外部压力的被动因素，通过探讨各阶段企业履行社会责任的能力与企业面临的社会压力二因素，可确定企业在每一阶段应当履行和适合履行的社会责任，以与企业发展战略相配合。

卢昌崇、郑文全则在《企业社会责任的本质：基于资源配置效率的解说》一章中，突破了传统的基于企业内部成本收益的比较来分析企业应否承担社会责任的思路，从三种组织资源配置效率的比较这一新的角度来认识企业的社会责任本质，将企业社会责任本质观由“企业本位主义”、“利润中心主义”拓展为“社会本位主义”和“资源配置效率主义”。指出仅仅基于企业自身的成本收益的比较分析是无法说明企业是否应该承担社会责任的，只有上升到社会层面，通过比较企业、政府和第三方组织谁承担某一社会责任更有利于提高社会资源配置效率，我们才能够说明企业承担社会责任的本质问题。当企业承担某一社会责任的资源配置效率在三种组织中是最高的，即使企业承担该社会责任的成本大于收益，企业也应该承担该社会责任。

韵江、刘立在《企业社会责任的管理观点及其战略演化》一章中，认为企业社会责任的承担已经从一种学术问题的争论转变成为每个企业持续成长所难以回避的实践问题。强调整合地和动态地去审视企业社会责任问题，强调将社会责任视为一个综合体系动态地纳入企业实践中，强调建立社会责任体系基础上的战略管理，这些正是管理观点的关注重点。他们认为，企业社会责任体系的演化和企业的战略适应模式的演化是协同发展的。从管理观点

来看，应该明确企业社会责任的承担是一个“异质性”活动或过程，特别是从中国转轨进程来看，社会责任的承担更具多样性和复杂性，因此，对于社会责任问题，应尽可能从企业战略过程来考虑，应尽可能通过社会责任引导企业可持续发展，应尽可能通过构建基本性原则而不是一些时髦标准来促使企业走向最佳实践的道路。

（三）影响企业承担社会责任的因素

显然影响企业承担社会责任的因素有很多，王晶晶在《制度安排对企业承担社会责任的影响》一章中分析了制度安排的作用。作者认为，由于企业与它的利益相关者追求的利益函数是不同的，通过社会呼吁、舆论宣传或者指望企业家道德良心发现来激励企业实施社会责任行为是不会有持久性的。在现实社会中，经济法律制度安排对企业承担社会责任具有重要影响。而白永秀、赵勇则具体分析了建立企业承担社会责任的激励机制问题，他们在《理性、激励机制与企业社会责任构建》一章中，通过个体理性与集体理性冲突与平衡的分析，得出企业承担社会责任的动因和机理在于企业受到习俗、惯例等非正式制度以及由此逐渐演化为以标准、法律等为形式的正式制度的约束，并通过激励机制的传递使个体利益与集体利益趋于一致从而使企业在实现自身利益时自发考虑非股东利益的内生行为。个体理性与集体理性的冲突与平衡即企业利润目标和社会利益目标的冲突与平衡，作为企业社会责任理论提出和构建的出发点和归宿，要求企业应该按照自身的情况承担相应层次的社会责任。其政策含义是：一方面，政府应该加强法律的执行和监督力度，使企业不承担社会责任的否定性后果具有可置性，同时，应该加大宣传企业社会责任理念，形成强势舆论道德压力，通过正式和非正式制度的约束促使企业承担所应尽的社会责任；另一方面，建立包括经济、社会激励在内的有效激励机制，促使企业利益实现机制的转变，从而引导企业把承担社会责任作为一项内生的行为。

许晓明、陈啸在《企业需求、企业能力与企业社会责任的匹配探讨——一种新的企业履行社会责任的理论分析框架》一章中，从一个新视角分析了企业社会责任问题。一个企业能够确实履行起社会责任一定有其需求，同时