

■ 王卉彤 高 岩◎著



# 商业银行 社会责任研究

---

SHANGYE YINHANG  
SHEHUI ZEREN YANJIU

知识产权出版社

本书得到教育部社科规划项目

“构建上市公司社会责任机制研究”(项目 06JD63009) 的资助



■ 王卉彤 高 岩◎著

# 商业银行 社会责任研究

SHANGYE YINHANG  
SHEHUI ZEREN YANJIU



知识产权出版社

## 内容提要

本书在分析一般意义上的企业社会责任基础上,重点分析了现代金融业主体——商业银行的社会责任,突出强调了现代商业银行履行其社会责任对现代社会经济生活健康发展的重要影响,因为金融企业的服务是现代社会健康发展的血液,为现代企业的持续创新提供动力。金融企业作为经济主体和社会主体在为消费者和社会提供产品和服务的过程中,和它的内外部利益相关者形成了一定的伦理关系,商业银行按照这种相互作用的伦理关系提出的理论要求来规范自己的经营行为,由此形成企业的伦理道德。金融企业的伦理道德构成现代社会道德伦理和社会诚信的主要内容。在此基础之上,作者进一步提出了以制度建设为重点的完善商业银行社会责任的主要路径。

责任编辑:兰涛

图书在版编目(CIP)数据

商业银行社会责任研究/王卉彤,高岩著. —北京:

知识产权出版社, 2009. 12

ISBN 978-7-80247-648-6

I. 商… II. ①王…②高… III. 商业银行—社会—  
职责—中国 IV. F832.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 220356 号

## 商业银行社会责任研究

王卉彤 高 岩 著

---

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京海淀区马甸南村 1 号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102

责编电话: 010-82000860 转 8325

印 刷: 知识产权出版社电子制印中心

开 本: 880mm×1230mm 1/32

版 次: 2010 年 1 月第 1 版

字 数: 146 千字

ISBN 978-7-80247-648-6/F·298(2788)

邮 编: 100088

邮 箱: [bjb@cnipr.com](mailto:bjb@cnipr.com)

传 真: 010-82005070/82000893

责编邮箱: [lantao@cnipr.com](mailto:lantao@cnipr.com)

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 6.5

印 次: 2010 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 20.00 元

---

出版版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

鸣 谢

江西三源集团公司的资助

# 创新和社会责任：企业核心竞争力 的两个轮子

——《商业银行社会责任研究》序

张曙光

—

自从科斯“企业的性质”一文被重新发现以来，企业理论得到了很大的发展，企业“黑箱”也被逐渐打开，其内部结构和运作机理也逐渐为人们所认识。然而，不论是企业的契约理论的各个流派，还是企业的企业家理论的各家学说，都把企业的研究主要局限于企业内部的各种关系和各种安排，很少讨论企业的外部关系和环境因素，都把企业的职能聚焦于经济价值的创造，很少论及企业的社会责任和社会担当。其实，企业和人一样，人不是一个孤立的自然存在，而是一个社会关系的产物，作为一个法人，企业也是一个社会存在，处于复杂的社会关系网络之中。因此，处理好企业内外的各种关系，是企业理论和企业实践的主要任务。

企业的生存和发展取决于企业的竞争能力，而企业的竞争能力一方面取决于企业和企业家的创新活动和创新组织，另一方面取决于企业对社会责任的履行和担当情况，二者之间存在着密切的关系。如果说创新主要在于发现和发挥各个方面的潜

力，突破企业发展的各种瓶颈约束，拓展企业价值的增长空间，那么，承担社会责任在于协调好各方面的关系，为企业的发展创造一个良好的环境和和谐的秩序。创新自然包括在履行社会责任方面的创新，社会责任也不能丢掉在创新过程中承担的社会责任。因此，二者并不矛盾，而是可以相互促进、共同发展的。如果能够在同一个过程中把二者结合起来，企业的竞争力就会源源不断，这样的企业可能是无往而不胜的。

企业创新包括思想理论创新、组织制度创新和技术方法创新，而企业的社会责任既包括企业对内部利益相关者（股东、经营者和职工）的社会责任，也包括对外部利益相关者（债权人、供应商、消费者、社区和社会组织、政府和公共机构）的社会责任，还包括企业对社会慈善事业的自愿捐赠。企业的创建和活动把所有方面都处理得很好是相当困难的，但尽可能多地考虑到各个方面的利益则是可以做到的。这里，笔者想起了张贤亮创办“镇北堡华夏西部影视城”的例子。虽然几年前笔者曾经讨论过这个案例，今天从一个新的角度来观察，觉得有进一步讨论的必要。张贤亮的口号是“出卖荒凉”。这就是一大创意，且意境的高下非同一般。荒凉就是荒凉，既荒无人烟，又贫寒凄凉，一般人避之不及、躲之嫌远，而他则饱含深情、寄予厚爱，居然看出荒凉有价，可以出卖，而且价格还不菲。不仅如此，张贤亮创办的是影视城，这在当时的中国也属首创。今天有了涿州影视城、无锡影视城等，人们看到它平淡无奇，没有什么了不起，可在当时的中国却是前所未闻未见的新鲜玩意。就社会责任而言，涿州和无锡地处东部发达地区，而镇北堡却建在西部荒漠之中，是当年牧羊人避风蔽雨的地方，这就为西部落后地区的发展作出了重要贡献，此其一；第二，无锡和涿州影视城的建设有很多已经现代化了，而镇北堡

则是就地取材，因陋就简，但各种影视道具做得惟妙惟肖，足以以假乱真。其性价比堪称第一，从这里人们可以大开眼界，看到影视中的各种场景是如何构造出来的；第三，镇北堡影视城前后共拍摄了包括《红高粱》在内的 56 部电影，中国电视就是从这里走向世界的，其在中国影视业的发展中立下了汉马功劳；第四，镇北堡不仅是影视城，也是一个参观旅游的好景点和好去处。其中的工作人员都是经过训练的当地农民。其对当地的经济、社会、文化的发展和进步起了重要的推动作用。应当说，镇北堡影视城的开发、建设和运营，创新和社会责任是结合得很好的。

## 二

王卉彤和高岩的新著《商业银行社会责任研究》（以下简称《责任》）是这一领域不多的几本著作之一。其特点在于立足于企业社会责任的一般讨论，更深入地研究了商业银行的社会责任。《责任》全书由 7 章构成，除第 1 章对企业的社会责任及其相关概念作出界定以外，其余 6 章不仅分析了商业银行履行社会责任的动因，而且说明了商业银行履行社会责任必须遵守的行为规范；不仅选择世界上 103 家大商业银行作为样本，进行了社会责任的实证分析，而且以摩根大通集团和荷兰合作银行集团为例，对之进行了案例研究；不仅一般地分析了商业银行的社会责任，而且讨论了气候变化视角下商业银行开展“碳中和”实践的意义和做法；不仅介绍了发达国家商业银行社会责任的缘起和发展，而且考察了中国商业银行履行社会责任的现状及其面临的挑战。读过以后，使我们对商业银行履行社会责任的理论和实践有了一个比较全面和深刻的理解和认识，值得读者特别是商业银行的经营者和从业人员阅读和

参考。

商业银行由于其特殊性质及其在社会经济发展中的地位和作用，使其对社会责任的担当和履行更加重要、更加迫切，也更需要研究。银行业是一个特殊产业，其经营的对象不是一般的物质产品和服务，而是货币及其衍生品，经营的方式是一些格式化的合约交易，从事的是一种特殊的服务活动。一方面，它是一个企业，因而与所有企业一样，具有市场主体的全部特征和要求，甚至由于经营对象和经营活动的特点，更需要一个市场化和自由化的环境和发展；另一方面，由于银行金融活动在现代社会经济生活中扮演着一个类似于人体中血液循环和神经系统的角色，具有牵一发而动全身的作用，特别是商业银行资产负债结构决定了高负债和高杠杆经营的特点，一头是无数的小债权人和投资者，一头是无数的债务人和客户；一方面是连接债权债务和沟通资金供求的高效率，另一方面是货币运动和资金运营的巨大的外部性，再加上货币借贷和资金融通过程中在时间、数量和方式等方面的错位，不仅需要加强制度规范和法律监管，而且更应当承担和履行应有的社会责任。对于整个社会来说，如果其他行业的风险是局部性的，那么银行业的风险就可能是全局性的；其他行业社会责任的缺失，其损害可能是结果性的，一般不会扩散得太大，而银行业社会责任的缺失，其损害可能是原发性，有可能造成整个社会经济系统的污染和瘫痪。这方面的分析既需要有高度的概括，又需要有深入的探讨。在这方面，《责任》还可以更进一步。

《责任》用了很大的篇幅讨论了气候变化条件下，商业银行的社会责任问题，这是非常必要的，也是本书的特色之一。它突显了作者关注当代世界前沿理论和实践的勇敢和努力。《责任》介绍了《恩斯特报告》、布莱尔白皮书，IPCC关于气

候变化的四个评估报告等国际上在这方面的进展，使人们了解到这方面的最新情况，在目前情况下，其意义是很大的。如果能够增加一些分析和比较，也许更有意义。如比较一下各种低碳贷款业务和低碳投资产品的优劣，讨论一下商业银行在这方面可能进行的合作，可能使内容更为丰富。还有，最近有人提出了“碳金融”的概念，也是一个值得重视的问题。既然有汽车金融、房地产金融，它们在汽车业和房地产业的发展中起了重要作用，也开发出了一系列新的金融产品和金融工具，美国的次贷危机就与房地产金融密切相关，应当总结和记取，但其中金融创新的观念和努力却不应简单否定。与此相比较，碳金融的内容性质、活动范围、运营特点可能更丰富、更宽广、更复杂。如能在“碳金融”的概念下，将上述的内容作出更集中的概括和进一步的讨论，《责任》的理论水平和实践价值还可以进一步提升。

总之，《责任》虽然有一些可改进的地方，但还是一本值得阅读的著作，是以为序。

2009年12月15日  
于北京方庄芳城园

# 目 录

|                                      |       |
|--------------------------------------|-------|
| <b>第 1 章 企业社会责任的相关概念界定</b> .....     | (1)   |
| 1.1 社会责任、社会义务和社会响应 .....             | (1)   |
| 1.2 责任、企业责任与道德责任 .....               | (2)   |
| 1.3 伦理、道德和企业伦理道德 .....               | (3)   |
| 1.4 企业社会责任 .....                     | (4)   |
| <b>第 2 章 商业银行履行企业社会责任的动因及</b>        |       |
| <b>主要内容</b> .....                    | (26)  |
| 2.1 商业银行的特征及其利益相关者.....              | (27)  |
| 2.2 商业银行履行企业社会责任的动因.....             | (36)  |
| 2.3 商业银行履行企业社会责任和商业银行利润              |       |
| 最大化.....                             | (43)  |
| 2.4 商业银行社会责任的主要内容.....               | (48)  |
| <b>第 3 章 商业银行履行企业社会责任的实证研究</b> ..... | (52)  |
| 3.1 数据来源说明.....                      | (53)  |
| 3.2 评价结果及比较分析.....                   | (60)  |
| 3.3 气候变化视角下商业银行开展“碳中性”实践             |       |
| 的动因.....                             | (64)  |
| 3.4 商业银行“碳中性”实践的主要内容.....            | (84)  |
| <b>第 4 章 商业银行履行企业社会责任遵循的规范</b> ..... | (93)  |
| 4.1 金融界履行企业社会责任规范.....               | (93)  |
| 4.2 商业银行履行企业社会责任应用的管理                |       |
| 体系 .....                             | (100) |

|                                                   |       |
|---------------------------------------------------|-------|
| 4.3 商业银行发布可持续发展报告的规范 .....                        | (113) |
| <b>第5章 商业银行履行社会责任的典型案例</b> .....                  | (123) |
| 5.1 摩根大通集团 .....                                  | (123) |
| 5.2 荷兰合作银行集团 .....                                | (137) |
| <b>第6章 中国商业银行履行企业社会责任现状</b> .....                 | (149) |
| 6.1 中国银行业现状 .....                                 | (149) |
| 6.2 中国银行业社会责任发展历程及现状 .....                        | (152) |
| <b>第7章 气候变化挑战下的中国商业银行社会责任</b> .....               | (172) |
| 7.1 气候变化及其主因 CO <sub>2</sub> 高排放带给中国的<br>挑战 ..... | (172) |
| 7.2 商业银行积极履行环境责任，建立健全低碳<br>经济支持体系 .....           | (177) |
| <b>参考文献</b> .....                                 | (185) |

# 第 1 章 企业社会责任的相关概念界定

在西方，企业社会责任观念可以追溯到古希腊时期，那时社会就要求商人在经商时关注社会福利和公共道德。在中国，早在春秋时期，诸子百家所进行的“义利之辩”，就已经涉及了商人在个人私利和社会公益之间的取舍问题。从广义上看，这些都可以理解为企业社会责任的萌芽。不过，比较严格意义上的企业社会责任（CSR，Corporate Social Responsibility），或者说企业社会责任真正作为一种理念被提出，却是 20 世纪二三十年的事情。1924 年，美国学者谢尔顿首先提出了企业社会责任概念，但并没有引起人们的关注；直到 1953 年，随着 R. 鲍恩《企业家的社会责任》一书的出版，企业社会责任才正式为人所知。在国内外的企业社会责任研究文献中，有不少专业术语经常被混淆，从而引发了很多争论。因此，在深入开展对企业社会责任研究时，有必要对这些与企业社会责任相关的基本概念进行辨析。

## 1.1 社会责任、社会义务和社会响应

社会责任（Social Responsibility）是指“一定的社会历史条件下社会成员对社会发展及其他成员的生存与发展应负的责任”。社会义务（Social Obligation）是指“一个企业承担其经济的和法律的义务”。社会响应（Social Responsiveness）是指

“一个企业适应变化的社会状况的能力”<sup>①</sup>。

社会责任与社会义务和社会响应的区别，主要在于社会参与程度（斯蒂芬·P. 罗宾斯，玛丽·库尔特，1997），“若只是以社会义务作为对自己的要求，那么企业追求的社会目标将仅限于有利于其经济目标的程度。与社会义务相对照，社会责任和社会响应均超越了只是符合基本的经济标准和法律标准的限度。社会责任加入了道德的要求，促使人们从事使社会变得更美好的事情，而不做那些有损于社会的事情。一个具有社会责任感的组织从事有助于改善社会的事情，绝不只限于法律要求必须做的或经济上有利的东西。一个具有社会响应能力的组织之所以采取某种行为方式，是因为它希望满足某种普遍的社会需要。社会响应是由社会准则（Social Norms）所引导的”<sup>②</sup>。

## 1.2 责任、企业责任与道德责任

责任（Responsibility）是指“职务和任务，是一种普遍存在的社会关系、行为要求和心理体验”；<sup>③</sup>或者“分内应做的事，以及因为没有做好分内应做的事而应当承担的过失”<sup>④</sup>。“责任所包含的道德强制力和道德理性，是所有道德规范中最多的，也是社会的道德要求和个人的道德信念结合得最紧密的。从这个意义说，责任在道德规范的整个体系中，是处于最高层次的道德规范。”<sup>⑤</sup>

① 中国社会科学语言研究. 现代汉语词典 [M]. 北京: 商务印书馆, 1973.

② 斯蒂芬·P. 罗宾斯, 玛丽·库尔特. 管理学 [M]. 孙健敏, 等, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.

③ 罗国杰. 中国伦理学百科全书 [M]. 长春: 吉林人民出版社, 1993.

④ 李国炎等编著. 新编汉语词典 [M]. 长沙: 湖南出版社, 1996.

⑤ 罗国杰. 伦理学 [M]. 北京: 人民出版社, 1999.

企业责任 (Corporate Responsibility) 是指企业作为市场主体, 在社会体系运行中应该承担的义务以及对其经营活动的不良行为所引起的一切后果应当承担的责任。

道德责任 (Ethics Responsibility) 是指一个组织或个人能否根据道德风俗规范, 合理地承担维护其利益相关者权益的责任。道德责任是超越于经济目标和法律义务的无形的、抽象的责任, 而企业责任是有明确方向和范围的有形的、具体的责任。道德责任存在于一切的社会关系之中, 任何责任包括企业社会责任的履行都离不开道德责任, 道德责任是履行其他各项责任包括企业责任的基础和动力。

道德责任有别于社会责任, 企业责任也不同于社会责任, 但道德责任、企业责任和社会责任三者有直接的渊源关系。它们都认同企业除了利润之外, 必须关心利益相关者的合法、合理权益, 它们都以企业道德规范为出发点。

### 1.3 伦理、道德和企业伦理道德

道德是指“一定文化领域内占实际支配地位的现存规范”; 伦理是指“对道德规范的严密方法性思考”。<sup>①</sup> 霍尔斯特·施泰因曼 (Steinmamm Horst) 和阿尔伯特·勒尔 (Lohr Albert, 1994) 认为: “伦理具有客观存在的科学内涵, 作为道德哲学它应该是一种理论, 用来论证伦理道德规范。”

企业作为经济主体和社会主体在为消费者和社会提供产品和服务的过程中, 和它的内外部利益相关者形成了一定的伦理

<sup>①</sup> 霍尔斯特·施泰因曼, 阿尔伯特·勒尔. 企业伦理学基础 [M]. 李兆雄, 译. 上海: 上海社会科学院出版社, 2001.

关系，企业按照这种相互作用的伦理关系提出的理论要求来规范自己的经营行为，由此形成企业的伦理道德。企业伦理道德包括企业伦理道德规范、企业伦理道德意识和企业伦理道德活动。企业伦理道德规范是指企业用来评判其自身经营行为好与坏的一系列标准；企业伦理道德意识是指企业由自身经营行为或伦理道德品质所形成的内部心理上的因素，它是企业在进行自身经营活动的时候所具有的对企业伦理道德规范的心理反应；企业伦理道德活动是指企业在从事经营活动中表现出来的伦理道德行为。

道格拉斯·诺斯（North Douglass，1990）认为：“自由市场经济制度本身不能保证效率，一个有效率的自由市场经济制度，除了需要一个有效的产权和法律制度相配合外，还需要在诚实、正直、公正、正义等方面有良好道德的人和企业去运作这个市场。”也就是说，一个企业，如果缺乏企业伦理道德感和人文关怀意识，缺乏对经济规律和社会秩序的尊重，那么这个企业就必然很难跟其利益相关者有和谐的相处关系，从而也必然会影响其有效的运行。<sup>①</sup>因此，企业伦理道德规范意味着一系列改良企业伦理道德的科学理论指导，但它又是在特定文化界内发挥其作用，同特定的历史现实状况相适应。

## 1.4 企业社会责任

### 1.4.1 企业社会责任的定义

随着企业社会责任运动在全球的广泛开展，已有许多学者

---

① 霍尔斯特·施泰因曼，阿尔伯特·勒尔. 企业伦理学基础 [M]. 李兆雄，译. 上海：上海社会科学院出版社，2001.

分别提出企业社会责任的各种不同的定义（见表1-1）。

表1-1 国内外学者提出的各种企业社会责任定义

| 学者或机构                                                             | 时间   | 企业社会责任的定义                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 弗里德曼<br>(Friedman)                                                | 1970 | 企业的社会责任就是增加利润。                                                                                   |
| 美国经济开发<br>委员会                                                     | 1971 | 企业的职责要得到公众的认可，企业的基本目的就是积极地服务于社会的需要——达到社会的满意。                                                     |
| 赛希 (Sethi)                                                        | 1975 | 企业社会责任是企业符合现行社会规范、价值和期望的行为。                                                                      |
| 基思·戴维斯<br>(Keith Davis) 和<br>罗伯特·布洛姆<br>斯特朗 (Robert<br>Blomstrom) | 1975 | 企业社会责任是决策者在考虑自己利益的同时，也有义务采取措施保护和改善社会福利。                                                          |
| 卡罗尔 (Carroll)                                                     | 1981 | 企业社会责任的定义指某一特定时期社会对组织寄托的经济、法律、伦理和自由决定（慈善）的期望。完整的企业社会责任是企业经济责任、法律责任、伦理责任与其自主决定其履行与否的责任（指慈善责任）之总和。 |
| 伍德 (Wood)                                                         | 1991 | 企业社会责任定义体现的是“社会是企业和社会互动”的基本理念。企业社会责任的三项原则为：制度层次的合法性、组织层次的公共责任与个人层次的管理自主等原则。                      |
| 社会责任商业<br>联合会 (BSR)                                               | 1992 | 企业社会责任是企业的运营达到或超越社会对商业组织在道德、法律、商业和公众等方面的期望，其内容包括员工关系创造及（BSR）维持就业机会、投资于社区活动、环境管理及经营业绩等方面。         |
| 世界银行                                                              | 2003 | 企业社会责任是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，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。              |

## 商业银行社会责任研究

### 第1章 企业社会责任的相关概念界定

续表

| 学者或机构     | 时间   | 企业社会责任的定义                                                                           |
|-----------|------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 世界银行      | 2003 | 企业社会责任是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,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。 |
| 欧洲委员会     | 2003 | 企业社会责任是指公司在自愿的基础上,把社会和环境密切整合到它们的经营运作,以及与其利益相关者的互动中。                                 |
| 世界经济论坛    | 2003 | 企业社会责任包括四个方面:一是好的公司治理和道德标准;二是对人的责任;三是对环境的责任;四是对社会发展的广义贡献。                           |
| 张彦宁       | 1990 | 企业社会责任是指企业为所处社会的全面和长远利益而必须关心、全力履行的责任和义务,表现为企业对社会的适应和发展的参与。                          |
| 中国劳动科学研究所 | 2004 | 企业社会责任是指企业在为股东谋取最大利润的同时,应当充分考虑的利益相关者的利益。                                            |
| 高尚全       | 2004 | 企业对社会有两类责任:第一类是基础责任,第二类是在第一类基础上连带产生的其他责任。                                           |
| 李立清、李燕凌   | 2005 | 企业社会责任最本质的特征在于它的内生性,即这种责任是由于企业和社会领域内自身行为引起的必然结果,而非外在压力推促下的企业义务。                     |
| 周祖城       | 2005 | 企业社会责任是指企业应该承担的,以利益相关者为对象,包含经济责任、法律责任和道德责任在内的一种综合责任。                                |
| 田虹        | 2006 | 企业社会责任的本质是在经济全球化背景下,企业除了为股东追求利润外,也应该考虑相关利益人,即影响和受影响于企业行为的各方的利益。                     |
| 黎友焕       | 2007 | 企业社会责任是指在某特定社会发展时期,企业对其利益相关者应该承担的经济、法规、伦理、自愿性慈善以及其他相关的责任。                           |