



中国企业社会责任文库

企业社会责任管理体系 研究

Research on CSR Management

主编●彭华岗 副主编●楚序平 钟宏武 张蕙



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



中国企业社会责任文库

企业社会责任管理体系 研究

Research on CSR Management

主编◎彭华岗 副主编◎楚序平 钟宏武 张茵



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任管理体系研究/彭华岗主编. —北京:
经济管理出版社, 2011.10

ISBN 978-7-5096-1636-9

I. ①企… II. ①彭… 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 (2011) 第 214586 号

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 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 三河市海波印务有限公司

经销: 新华书店

组稿编辑: 陈 力

责任编辑: 杨国强

责任印制: 木 易

责任校对: 李玉敏

720mm×1000mm/16

15.75 印张 262 千字

2011 年 10 月第 1 版

2011 年 10 月第 1 次印刷

定价: 36.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-1636-9

·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

《企业社会责任管理体系研究》 编委会

主 任：彭华岗

副主任：楚序平 钟宏武 张 蓊

成 员（按姓氏笔画排序）：

丁少忠	马欣迎	文雪莲	孙孝文	许英杰
何 潮	吴 哲	张 粲	张伟元	张克宗
张璟平	李伟阳	杨 永	杨 晖	杨丽丹
汪 杰	陈 锋	侯 洁	徐 鹏	曾四海
黄文生	龚鹤强	谢 璐	赖江杨	潘 登

《中国企业社会责任》文库总序

2006年以来,我国企业社会责任运动进入一个新的历史阶段,呈现出全社会参与、全面加速和中心扩散的特征。首先,是全社会参与。政府部门、公众、媒体、员工、消费者、社会团体、社区、投资者、研究机构等企业利益相关方的社会责任意识开始觉醒,从各个角度以各种方式向企业施压,形成了形式多样的责任运动。在不平凡的2008年,先后发生了南方雪灾、“5·12”汶川大地震、“三鹿奶粉事件”和国际金融危机等重大事件,2008年11月胡锦涛主席在APEC会议上提出“企业应该树立全球责任观念,自觉将社会责任纳入经营战略,完善经营模式,追求经济效益和社会效益的统一”。社会责任已成为企业生存发展的必修课。

其次,企业社会责任运动呈现出全面加速的特征。目前,中国企业已经认识到社会责任的重要性和必要性,企业社会责任实践的重点不是“解释问题”而是“解决问题”,企业极为关注“怎么做”和“做得好”。截至2010年12月,超过700家企业发布了企业社会责任报告;不少企业还建立了社会责任部门,统筹推动企业社会责任工作;此外,部分先进企业还在积极探索将社会责任工作融入企业战略和日常管理,建立全面社会责任管理体系。

再者,企业社会责任运动呈现出中心扩散的特征。从产业层面来看,我国企业社会责任运动起源于能源、电力等公共事业,目前已逐步向采掘、制造、贸易、零售、通信、金融、房地产等各行各业扩散。从区域层面来看,企业社会责任运动的中心从北京、上海、广州等东部中心城市向中部、西部省份扩散。

企业社会责任实践的不断发展,繁荣了我国企业社会责任的理论研究。20世纪90年代,中国期刊全文数据库收集的企业社会责任论文年均20余篇;21世纪初,企业社会责任论文年均800余篇,2009年达到2900余篇。

但遗憾的是,如此众多的理论成果并未对企业社会责任实践产生相应的影响力。一方面是因为一些理论工作者的研究题目过于西化,不太关注我国



的现实问题，导致理论成果与具体实践“两张皮”；另一方面是缺乏一个集中展示优秀理论成果的平台，一些重大的研究成果散见在浩如烟海的普及性读物之中，增大了广大读者的甄别难度，减弱了此类成果的影响效力。

为了解决上述问题，中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心与经济管理出版社合作推出《中国企业社会责任》文库，为关注中国企业社会责任理论与实践的重大研究成果提供统一的出版平台，使得理论成果更快更好地指导具体实践。

《中国企业社会责任》文库将通过专家推荐、文库编委会评选的形式，每年向全社会精选数本重要研究成果出版发行、宣传推广。通过3~5年的运行，为中国企业社会责任贡献一批传世之作！

全国人大常委会委员

中国社会科学院学部主席团代主席

陈佳贵

2009年12月

编者序

放眼世界，企业社会责任呈现全球化趋势，成为重要的时代潮流和商业规范。随着世界多极化和经济全球化日益深入，资源环境对经济可持续发展的压力越来越大，贫富差距、劳工权益等问题也日益突出。国际社会对企业履行社会责任的呼声越来越强、要求越来越高、约束越来越严。1999年，联合国前任秘书长安南发起全球契约行为（Global Compact），得到国际社会和跨国公司的广泛认同，影响力不断增强。2010年，国际标准化组织发布社会责任指引（ISO26000），ISO26000起草过程历时5年，参与国家99个，相关国际机构42个，专家450名，ISO26000的发布成为企业社会责任全球化趋势的重要标志。世界一流企业的竞争日益由价格竞争、质量竞争、技术竞争，更多地转向文化竞争、品牌竞争、责任竞争；由单纯注重企业竞争力，更多地转向企业竞争力与产业竞争力、价值链竞争力并重的新阶段。

回顾中国，企业社会责任高速发展，成为社会对企业的普遍期望和要求。进入21世纪，我国经济社会发展呈现新的阶段性特征，经济发展中的不平衡、不协调、不可持续问题依然突出，经济增长的资源环境约束强化，收入分配差距较大，社会矛盾明显增多，经济体制的深刻变革、社会结构的深刻变动、利益格局的深刻调整、思想观念的深刻变化，对构建和谐社会、满足人民群众日益增长的物质文化需求提出了新的更高的要求。企业作为经济社会的微观主体，也是社会主义市场经济中的资源配置主体，是推动社会进步的重要力量，对构建和谐社会具有重要作用。中央企业是国民经济的骨干和中坚，在构建和谐社会中担负着光荣的使命和责任，在履行企业社会责任方面也积极探索，认真贯彻落实国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，积极探索开展符合国情和中央企业实际的社会责任工作，做出表率。

中央企业领导人高度重视社会责任工作。中国移动、中远集团、中国华能集团、中国南方电网、中国石化集团等企业都是一把手推动社会责任工



作。部分中央企业建立了社会责任工作委员会和社会责任工作专门机构，国家电网、南方电网、中国电科、中国兵器装备等企业还建立了专门的社会责任部门。许多中央企业在总结提炼将社会责任融入企业使命、战略和日常运营的有效模式方面进行了积极探索。一些中央企业积极参与社会责任国际标准制定，深入开展社会责任国际交流，在国际社会中产生了积极影响。中央企业加强与利益相关方沟通，已有 55 家中央企业发布企业社会责任报告。

为了对中央企业社会责任管理模式进行理论探索和实践总结，国务院国资委研究局委托中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心研究《中央企业社会责任推进机制》（国资委 2010 年软课题）。课题组先后对国资委研究局和中国华能集团公司、国家电网公司、中国中钢集团公司、中国远洋运输集团公司、宝钢集团公司、中国移动通信集团公司、中国南方电网公司、中国石化集团等 8 家中央企业进行了深入的调研访谈，了解每个企业的社会责任概念体系、推进部署、组织架构、制度设计、培训宣导、对外沟通、工作规划，以及当前的困难、障碍和相应对策。

在文献研究和企业调研的基础上，课题组提出了中国企业社会责任管理体系的六维范式：明确责任战略、建立责任治理、推进责任融合、评估责任绩效、加强责任沟通、开展责任调研。上述六项管理工作构成一个周而复始的闭环改进过程，推动企业社会责任工作持续改进。以上述范式为基础，课题组构建了一套企业社会责任管理水平的评价指标体系，对 122 家中央企业的社会责任管理现状进行了定量研究，总结了中央企业社会责任管理的阶段性特征，并提出了相应的意见和建议。

为了与更多的企业社会责任研究者和实践者共享《中央企业社会责任推进机制》课题的研究成果，我们组织汇编了本书，包括课题总报告和 8 个企业案例。为了让国际社会了解中央企业社会责任的管理和实践，我们还将全书翻译为英文，另作单行本出版。

该书的出版得到了德国国际合作机构（GIZ）中德贸易可持续发展与企业行为规范项目的支持。

目前，中央企业正在部署落实《中央企业“十二五”和谐发展战略实施纲要》，本书作为《纲要》的重要参考材料，有助于企业从战略高度认识、部署和推进中央企业社会责任工作，实现与社会、环境的和谐发展。这既是中央企业以科学发展观为指导，开辟符合国情和中央企业实际的中国特色企业和谐发展道路，服务构建和谐社会和全面建设小康社会的战略选择，也是中



央企业适应新形势新变化，顺应新要求新期待，应对新挑战新问题，实现“做强做优中央企业、培育具有国际竞争力的世界一流企业”目标的现实需要。

分享责任，和谐发展！

2011 年 10 月

序 言

作为德国国际合作机构和国家商务部共同执行的中德贸易可持续发展与企业行为规范项目的项目主任，我非常高兴同国务院国资委和中国社会科学院合作出版《企业社会责任管理体系研究》一书。尽管在其他国家有许多企业社会责任管理体系的书出版，但这是中国出版的第一本系统描述和分析中国央企企业社会责任管理实践和体系的书籍。

在该书的第一部分，作者介绍了国际上企业社会责任管理的方法，提出了中国中央企业企业社会责任管理的框架模型。根据这个框架模型，作者从责任战略、责任治理、责任融合、绩效管理、责任沟通和责任调研6个方面，对中国中央企业过去几年企业社会责任实践进行了总结和分析。作者提出了中国中央企业企业社会责任的推进原则和指标体系。

根据上述分析，作者提出了中国中央企业推进企业社会责任的路线图，建议中央企业的企业社会责任工作要从目前“由易到难”的路径，改变为“企业社会责任工作开始时，就要重视战略规划制定和管理体系的建设”。最后对国务院国资委今后如何进一步推进企业社会责任工作提出了具体、专业和可行的政策建议。

本书还介绍了八个中央企业履行企业社会责任的实践以及取得的成绩，信息非常丰富。这些中央企业提高了企业社会责任意识，明确了企业社会责任领导机构的职责，建立了企业各部门的企业社会活动的协调机制。它们制定了清晰的企业社会责任战略和针对关键企业社会责任议题的实施计划。它们通过建立企业社会责任绩效指标和风险管理指标，正在把企业社会责任融入日常的经营管理。它们还以发布企业社会责任报告的方式积极地同其利益相关方沟通。这些中央企业的企业社会责任实践不仅表明了它们履行企业社会责任的努力和承诺，这些实践也将成为其他企业履行企业社会责任的榜样。



我相信这本书将是中国企业如何把企业社会责任融入其日常运营的一个很好的指南，同时它也是对中国企业社会责任感兴趣的国际上企业社会责任研究人员和实践者的一本很好的参考书。

鲁德福

德国国际合作机构 (GIZ)

中德贸易可持续发展与企业行为规范项目主任

目 录

第一章 总报告	1
第一节 导 论	1
第二节 企业社会责任管理体系：理论框架和应用工具	9
第三节 中央企业推进社会责任管理体系的现实选择	38
第四节 中央企业社会责任管理体系推进路线	45
第二章 中国华能集团社会责任管理与实践	51
第一节 完善责任管理体系	51
第二节 提升履责绩效	53
第三节 优秀实践	58
第三章 中国中钢集团社会责任管理与实践	75
第一节 把握重点，深化理念	76
第二节 突破难点，融入管理	77
第三节 打造亮点，重视发布	79
第四节 履行责任，提升绩效	81
第四章 国家电网公司全面社会责任管理	91
第一节 社会责任工作历程	91
第二节 全面社会责任管理模型	92
第三节 全面社会责任管理要点与实施步骤	93
第五章 中国远洋运输（集团）总公司社会责任管理与实践	111
第一节 企业社会责任的主要历程	111



第二节 责任管理	114
第三节 责任绩效	140
第六章 宝钢集团社会责任管理与实践	161
第一节 社会责任管理体系	161
第二节 社会责任实践	164
第七章 中国移动通信集团公司社会责任管理与实践	175
第一节 责任管理	175
第二节 责任实践	182
第三节 展望	195
第八章 中国南方电网公司社会责任管理与实践	199
第一节 系统推进公司社会责任管理	200
第二节 社会责任管理绩效	204
第三节 履行社会责任的实践	206
第九章 中国石油化工集团公司企业社会责任管理	215
第一节 责任模型	215
第二节 责任管理	217
第三节 欢迎社会监督：中国石化在行动	230
附录：中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心简介	235
后 记	239

第一章 总报告

第一节 导 论

一、研究背景

企业社会责任（Corporation Social Responsibility, CSR）管理是企业将社会责任理念与企业战略和日常经营相结合的过程，是企业推进社会责任的核心，也是企业转变经营理念、履行社会责任的重要举措。近年来，随着中国经济的腾飞和中央企业的发展壮大，国内外社会各界对中央企业的社会责任更加高度关注。作为中央企业社会责任工作的主管部门，国务院国有资产监督管理委员会（以下简称国资委）研究局以社会责任组织和制度建设为重点，以社会责任报告为抓手，积极推进中央企业社会责任管理工作（如表1-1）。

企业社会责任管理的外延广泛，包含理念树立、战略制定、公司治理、绩效考评、信息披露、利益相关方参与等诸多方面，如果缺乏科学范式的指导，将增大企业的探索成本，阻碍社会责任工作的健康发展。因此，国资委研究局有必要研究企业社会责任管理体系的一般范式，提供企业社会责任管理的主要框架和应用工具，指出中国企业推进社会责任管理体系的优化路径，以引领包括中央企业在内的中国企业的社会责任工作更快、更好地发展。



表 1-1 国资委推进中央企业社会责任工作的主要历程

时间	关键事件
2007 年 5 月	中组部、国资委共同举办中央企业社会责任高级研讨班，国资委原主任李荣融指出：中央企业要自觉履行企业社会责任，在构建社会主义和谐社会中发挥表率作用
2007 年 8 月	国资委研究室完成前期研究《中央企业社会责任研究课题报告》
2007 年 10 月	国资委组织部分中央企业代表前往欧洲考察先进跨国公司的社会责任实践
2008 年 1 月	国资委发布 1 号文《关于中央企业履行社会责任的指导意见》
2008 年 4 月	国务院国资委与瑞典政府联合举办中国—瑞典企业社会责任高层论坛
2008 年 7 月	国资委召开《中央企业社会责任工作座谈会》
2008 年 12 月	出版《国务院国资委五年回顾》，系统总结中央企业社会责任贡献
2009 年 7 月	出版《国务院国资委 2008 年回顾》，总结中央企业 2008 年社会责任贡献
2009 年 9 月	中央企业优秀社会责任实践征集活动
2009 年 11 月	国资委召开中央企业社会责任工作会议，总结交流中央企业社会责任工作的成效和经验，公布 2009 年度“中央企业优秀社会责任实践”征集活动结果，研究部署下一步中央企业社会责任工作
2009 年 12 月	新中国成立 60 周年阅兵保障服务表彰
2010 年 8 月	举办首届中央企业社会责任年会，对中央企业社会责任工作人员进行培训

资料来源：根据相关材料整理。

二、研究框架

本研究致力于研究以下问题：①企业社会责任管理体系的理论框架和工具选择；②中央企业社会责任管理工作的现状；③中央企业推进社会责任管理体系的现实路径和优化选择；④国务院国资委应如何进一步推进中央企业的社会责任工作。

本研究按以下技术路线展开（如图 1-1）：

第一节 导论。阐述研究背景，明确研究的主要问题，回顾企业社会责任管理相关文献，为研究奠定理论基础。

第二节 企业社会责任管理体系：理论框架与应用工具。在分析相关文献和总结中国企业社会责任管理体系实践的基础上，提出企业社会责任管理体系的理论框架，明确企业社会责任管理的具体工具，并提供相应的典型案例。

第三节 中央企业推进社会责任管理体系的现实选择。以企业社会责任管理体系为基础，构建中央企业社会责任管理水平评价指标体系，得出中央企业社会责任管理指数，以此划分中央企业社会责任工作推进的发展阶段，



进而比较分析各阶段的工作重点，推导出中央企业推进社会责任管理体系的现实路径。

第四节 中央企业社会责任管理体系推进路线。首先，分析中央企业推进社会责任管理体系的现实路径的合理性和局限性；其次，结合中国移动、国家电网、中远集团等具体指在中国企业社会责任发展指数中处于领先者和卓越者地位的中央企业^①的实践，提出了优化的企业社会责任管理体系推进路线；最后，对国资委进一步推动中央企业建构社会责任管理体系提出政策建议。

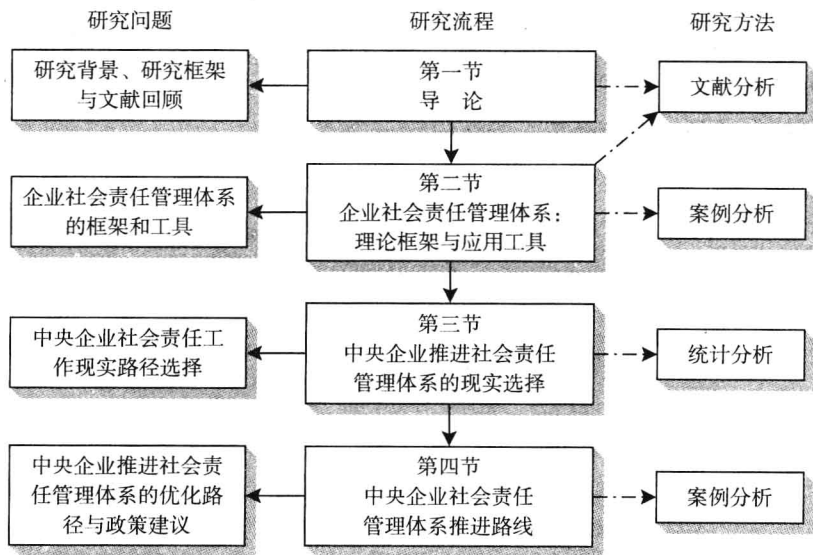


图 1-1 本研究的技术路线

三、文献综述

国际标准化组织（International Organization for Standardization, ISO）、欧美及日本的专家对社会责任管理体系做了较为系统的研究。

（一）ISO26000 社会责任指引

ISO26000 是由国际标准化组织（ISO）起草并制定的一部关于社会责任

^① 陈佳贵，黄群慧，彭华岗，钟宏武等著.《中国企业社会责任研究报告》（2010）[M]. 北京：社会科学文献出版社，2010年11月第1版，pp.269-285.



方面的重要标准。为确定组织的社会责任范围，ISO26000 认为组织宜正确对待七项核心社会责任主题，分别为：组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营实践、消费者问题和社区参与及发展。对于社会责任管理，ISO26000 开发出一个责任推进构图（如图 1-2）。构图由三个圆（两个小圆和一个大圆）构成。具体来看，上面的小圆包括社会责任组织、责任战略、行动计划、整合和沟通，这是内部责任管理的重要内容；下面的小圆是一个利益相关方，责任管理的整个过程需要由利益相关方来参与。从左向右，首先是识别社会责任，通过与利益相关方的充分沟通，确定核心议题；其次进入到责任战略、行动计划、整合、沟通这一个循环，最后为追求可持续发展的整个大的循环。外部的大圆是社会与环境，是社会责任的环境，是整个组织所处的包括社会的环境、内部员工等在内的一个体系。

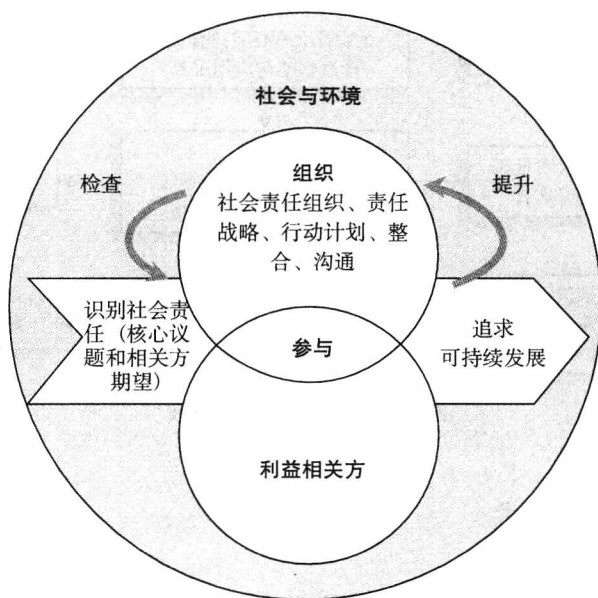


图 1-2 ISO26000 责任推进构图

ISO26000 提出将社会责任融入组织的经营过程需要经过六个步骤：^①

(1) 从社会责任角度理解组织的性质和特征。诸如组织经营所在地区的

^① ISO26000 对社会责任对象的界定是组织，包括政府、企业 and 非政府组织（NGO）。