

学院研究生院MBA系列教材

火 副主编●黄速建 黄群慧 文学国

分享责任

中国社会科学院研究生院MBA“企业社会责任”必修课程

Share CSR-Coporate Social Responsibility Course of MBA of GSCASS

主 编 / 彭华岗
副主编 / 钟宏武



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中国社会科学院研究生院MBA系列教材

主编●刘迎秋 副主编●黄速建 黄群慧 文学国

分享责任

中国社会科学院研究生院MBA“企业社会责任”必修课程

Share CSR-Corporate Social Responsibility Course of MBA of GSCASS

主
编／彭华岗
副
主
编／钟宏武



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

分享责任：中国社会科学院研究生院 MBA “企业社会责任” 必修课程 / 彭华岗主编. —北京：经济管理出版社，2011.11

ISBN 978-7-5096-1646-8

I. ①分… II. ①彭… III. ①企业责任：社会责任—中国—文集 IV. ①F279.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 223142 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：陈 力 李晓宪

责任印制：杨国强

责任校对：超 凡

720mm×1000mm/16

25.5 印张 541 千字

2012 年 3 月第 1 版

2012 年 3 月第 1 次印刷

定价：56.00 元

书号：ISBN 978-7-5096-1646-8

·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

CSR 宣言

我们不仅学习知识，更要传承文化；
我们不仅关注经济，更要播种文明；
我们不仅管理企业，更要履行责任。
CSR，我们勇往直前。

——中国社会科学院研究生院 MBA2010 级学员

《中国社会科学院研究生院 MBA 系列教材》 编委会

主 编：刘迎秋

副主编：黄速建 黄群慧 文学国

编 委（按姓氏笔画排序）：

毛振华 冯 仑 江时学 张车伟 李 周

李雪松 杜莹芬 杨春学 陈东升 荆林波

殷剑峰 彭华岗 董明珠 潘家华

总 序

中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心自成立以来,就秉承“人文兴民族兴,教育强中华强”的办学理念 and “笃学、慎思、明辨、尚行”的校训精神,致力于培养具有世界眼光、本土经验、人文素养、社会责任的商界领袖和企业高级经营管理人才。通过依靠中国社会科学院各个研究院所的师资和科研资源,在中国社会科学院研究生院领导的关怀和相关部门的支持下,在中国社会科学院研究生院 MBA 教育指导委员会的正确指导下, MBA 教育中心正持续健康稳步发展。

与学术型硕士研究生相比,工商管理硕士的培养更加强调理论水平与案例分析能力,更加强调理论对现实问题的分析和解决能力。为此,中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心为学生实行校内导师和特聘导师的双导师制,试图从理论、现实、政策等方面全面培养 MBA 学员的案例分析能力。目前,中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心拥有 154 名掌握工商管理相关理论的副高级职称及以上的校内导师,拥有 95 名具备实践经验的特聘导师。随着 MBA 教育中心的发展,校内导师和特聘导师的数量还将持续增加,学科体系建设也将继续不断完善,与之相对应的教材建设尤其是能够体现中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心特色的精品教材建设也需要继续加强。

中国社会科学院研究生院曾围绕着研究生教学是否需要教材的问题展开过激烈的争论,为了解决这个问题,中国社会科学院组织和实施了“中国社会科学院研究生重点教材工程”,其基本任务就是经过几年时间的努力,先期研究、编写和出版 100 部左右研究生专业基础课和专业课教材,力争使全院教材达到“门类较为齐全、结构较为合理”、“国内同行认可、学生比较满意”、“国内最具权威性和系统性”的要求。

中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心自成立之初,就强调要打造具有中国社会科学院特点、体现中国社会科学院三大定位的智囊型 MBA,并始终注重对 MBA 学科体系的建设。为此,在中国社会科学院研究生院 MBA 教育指导委员会的指导下, MBA 教育中心根据全国 MBA 教育指导委员会制定的教材大纲,结合中国社会科学院的师资优势,对课程体系进行了持续优化。并通过制定实施课程首席专家制度,整合校内导师和特聘导师的资源,组织了一批优秀授课教师对相关课程进行了实际调研,在坚持学科理论前沿、注重知识系统性和完整性、坚



持学术性与应用性统一的前提下，强调理论的原创性和前瞻性，强调案例的现实性和代表性，坚决避免出现将学术专著或论文代替教材的现象，坚决避免出现学术型教材代替案例研究型教材的现象。

为了加强对中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心精品课程教材工作的领导，MBA 教育中心专门成立了教材编审委员会，负责统揽 MBA 教材总体规划、立项与资助审批、教材编写成果验收，同时还负责按照规定邀请国内 2~3 位同行专家，负责对每个立项申请进行严格审议和鉴定，以及对已经批准立项的同一项目的最后成稿进行质量审查、提出修改意见等。

为加强对 MBA 教育中心精品课程教材编写与出版工作的管理和监督，MBA 教育中心教材编审委员会专门制定了《中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心精品课程教材工程实施和管理办法（暂行）》和《中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心精品课程教材工程编写规范和体例》，从而确保教材研究以及编写质量。

尽管我们前期做了大量的工作，但精品课程教材工程仍然是一项艰巨的任务，而且 MBA 教育中心仍然处于发展的前期阶段，从师资队伍培养到课程体系建设都需要进一步加强，而且由于是体现中国社会科学院特色同时又符合工商管理培养特点，使得精品课程教材工程可以借鉴的经验不多。这就决定了目前呈现给大家的这套教材还难免存在着一些缺点和不足，甚至是疏漏或错误。在此，我们诚恳地希望得到 MBA 校内导师和特聘导师、MBA 学员和社会各界的理解和支持，更热切地欢迎大家对我们的组织工作以及教材本身提出批评意见和改进建议，以便今后进一步修改、完善、提高。

刘迎秋

2011 年 10 月



序

企业社会责任是中国社会科学院研究生院 MBA 项目与生俱来的核心课程，其宗旨是“培养具有世界眼光、本土经验、人文素养、社会责任的商界领袖和企业高级经营管理人才”，这一定位是符合国际趋势和国内现状的。

从国际来看，履行社会责任已经成为跨国公司的普遍共识，与之相适应，各国商学院纷纷设立企业社会责任课程。从国内来看，企业社会责任也引起了 MBA 教学机构的关注。2009 年 5 月，全国 MBA 教育指导委员会做出决定，修订《关于工商管理硕士（MBA）研究生培养过程的若干基本要求》，规定 MBA 教育项目的“课程设置、教育环节或课程内容中应包含有企业社会责任和商业伦理教育方面的具体内容和明确要求”，国内诸多 MBA 项目都在探索将企业社会责任引入教学环节。

在参考学习国内外同行教学经验的基础上，中国社会科学院经济学部企业社会研究中心与中国社会科学院研究生院 MBA 中心共同开设了中国 MBA 第一个“企业社会责任”必修课，作为中心常务副理事长，我受邀担任课程首席专家。必修课将努力培养学员的社会责任感，授予学员管理复杂的社会、环境议题的技巧，应对多元的挑战。

这是多方共建、名家荟萃的课程。企业社会责任内容广泛，专业性强，一两个人很难讲透讲好。因此，课程邀请了多个机构的专家参与。我们邀请国务院国资委研究局楚序平副局长、环保部宣教司贾峰副司长、中山大学岭南（大学）学院副院长陈宏辉教授、国际劳工组织培训师穆晓军等专家为学员讲授各自领域的专业知识。

这是校企合作、中外交汇的课程。社会责任是实践性很强的课程，企业的现实作法有很强的说服力和示范性。因此，我们邀请了 9 位国有企业、民营企业和外资企业的讲师。广百集团荀振英董事长、中国石化黄文生主任、中国移动王红梅主任、南方电网甘霖主任、宝钢集团何潮总监、中国华电集团袁明刚主任等是国有企业的代表，Bodyshop 全球总裁 Sophie Gasperment，欧莱雅（中国）副总裁兰珍珍是外资企业的代表，中国民生银行社会责任中心主任曹雪森是民营企业的代表。

这是内外结合、创新创造的课程。为了增强学员对社会责任实践项目的切身



感受，我们开设了“校外课堂”，组织学员前往中国民生银行捐助的炎黄艺术馆参观敦煌艺术展，考察中国华电集团下属的北京第二热电厂生产车间，有效地将理论知识与企业实践结合起来，学员反响热烈。在学员的考试考核上，我们也做了相应创新，将所有学员编为5人一组，写作课程论文，由任课老师进行考核，从中甄选出5篇优秀论文，进行专项奖励。

出版《分享责任》教材，是为了总结《企业社会责任》，也是为了传播和分享企业社会责任。我们记录整理了主要讲师的讲义，还收纳了5篇优秀的学生论文。这虽然是一本教材，但我们希望，读者不局限于中国社会科学院研究生院MBA学员，而是关心、致力于中国企业社会责任事业的所有人。

分享责任，和谐发展！

课程首席专家

2011年10月

目 录

上篇 必修课教程

第一讲 企业社会责任概论	3
一、为什么开设《企业社会责任》必修课	4
二、什么是企业社会责任	5
三、为什么要履行企业社会责任	17
四、中国企业社会责任发展指数	25
第二讲 企业社会责任管理	45
一、文献回顾	46
二、中国企业的探索	51
三、社会责任管理体系	53
四、企业社会责任报告	81
五、结束语	92
第三讲 企业社会责任挑战	93
一、企业需要承担社会责任	94
二、社会责任是对绝对营利性的修正	98
三、承担社会责任不一定是经济的	99
四、员工利益与企业社会责任	101
五、社会责任，君子好逑	109
六、社会型企业和企业公益行为	109
七、社会责任是一个历史进程	111
第四讲 社会责任：未来议题	112
一、企业社会责任的定义	113



二、企业社会责任的发展历程	114
三、企业社会责任现状及问题	117
四、企业社会责任未来议题	123
第五讲 中央企业社会责任	138
一、中央企业履行社会责任规章出台的背景	139
二、我们对中央企业履行社会责任概念的理解	140
三、中央企业在履行社会责任的实践探索	141
四、中央企业履行社会责任应该成为表率	142
五、中央企业履行社会责任的原则	143
六、中央企业履行社会责任的主要内容	143
七、中央企业履行社会责任的五大措施	145
第六讲 中国石化社会责任	146
一、中国石化简介	147
二、企业社会责任的管理	153
三、企业社会责任实践	156
四、企业的危机与控制	159
第七讲 中国移动社会责任	171
一、对企业社会责任的认识	172
二、中国移动的企业社会责任实践	185
第八讲 南方电网社会责任	195
上半部分 课堂内容讲解	196
一、南方电网公司概况	196
二、南方电网公司的社会责任工作	197
三、南方电网公司社会责任工作的有关绩效	203
下半部分 互动式案例讨论	205
一、发电侧的节能减排	205
二、电网自身的节能减排	208
三、客户侧的节能减排	209
第九讲 宝钢集团社会责任	215
一、宝钢简介	216



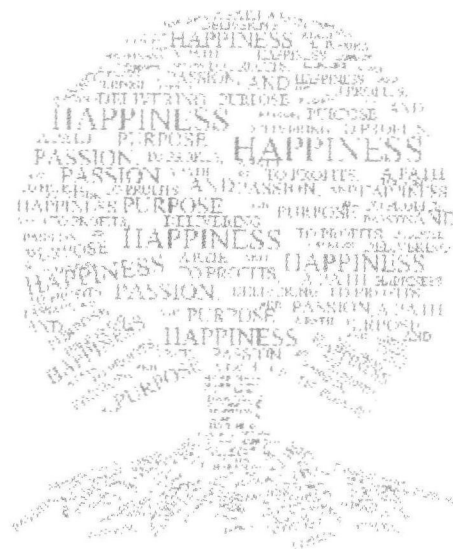
二、宝钢社会责任体系	217
三、宝钢社会责任实践	221
四、社会责任与环境经营	225
第十讲 中国华电社会责任	229
一、相关背景	230
二、乌江公司鱼类生态保护案例	234
三、金沙江公司移民安置案例	239
四、结论：绿色开发，和谐共赢	242
第十一讲 广百集团社会责任	244
一、相容共生——社会发展的基因	245
二、社会责任——企业的生命力	249
三、广百的选择——先导型社会责任战略	251
第十二讲 民生银行社会责任	263
一、社会责任基本知识	264
二、民生银行社会责任情况	268
第十三讲 欧莱雅社会责任	287
一、走进欧莱雅	288
二、欧莱雅的可持续研发	290
三、收效分析	302

下篇 学员优秀论文

论文一 石油行业原油泄漏事故处理研究	305
一、石油行业简介	305
二、石油行业面临的主要社会责任议题和挑战	307
三、石油行业海上原油泄漏事故处理定义和内涵	309
四、国内外现状	310
五、大连油管爆裂案例分析	317
六、结论与建议	321



论文二 公益保险社会责任研究	324
一、行业简介	325
二、保险行业面临的主要社会责任议题和挑战	326
三、公益保险的定义和内涵	327
四、公益保险国内外运作现状	329
五、典型案例	335
六、结论和建议	339
论文三 化肥企业在解决水富营养化问题过程中应尽的企业社会责任	341
一、企业情况简介	341
二、企业面临的社会责任问题	342
三、企业社会责任实践	349
论文四 对包钢集团尾矿的调查研究	355
一、包头钢铁集团有限公司介绍	356
二、包钢集团尾矿相关情况调查分析	358
三、尾矿事件解决方案	363
四、经验总结	368
论文五 高安屯生活垃圾焚烧发电厂的社区责任问题分析及解决	371
一、高安屯生活垃圾焚烧发电厂项目概况	372
二、对高安屯发电厂的三重底线分析	373
三、利益相关方分析	378
四、意见和建议	381
附录一 中国社会科学院研究生院 MBA 教育中心简介	384
附录二 中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心介绍	386
后 记	389



上篇 必修课教程



第一讲 企业社会责任概论

钟宏武*

责任寄语：

企业社会责任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 的基础是个人社会责任 (Personal Social Responsibility, PSR)，希望《分享责任》不仅是我们的一小步，也是中国社会的一大步。

——中国社科院企业社会责任研究中心 钟宏武

* 钟宏武，1977年生，男，四川省简阳人，管理学博士，中国社科院社会发展战略研究院副研究员，中国社科院经济学部企业社会责任研究中心主任，中国社科院研究生院 MBA“企业社会责任”必修课主讲教师。毕业于中国社会科学院研究生院，获管理学博士学位。2007年9月至2008年2月，受日立奖学金 (Hitachi Fellowship) 资助，前往日本三井全球战略研究所访学半年，研究日本的企业社会责任。访问英国、瑞典、南非等国家，研究企业社会责任。主持《中央企业社会责任推进机制研究》(国资委 A 类课题)、《上市公司社会责任信息披露》(深交所委托课题)、《海外中资企业社会责任》(中国社科院课题) 等课题。出版《企业社会责任蓝皮书》(2009/2010)、《中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-CSR 1.0/2.0)》、《政府与企业社会责任：国际经验与中国实践》、《慈善捐赠与企业绩效》等专著，在《人民日报》、《经济研究》、《中国工业经济》等刊物上发表论文数十篇。



一、为什么开设《企业社会责任》必修课

MBA 是学习赚钱的项目，为什么还要开设《企业社会责任》这样看似与赚钱没有关系的课程呢？我觉得原因有三个：首先，企业社会责任是一个时代命题，没有企业能绕行；其次，企业管理人员会面临更多的社会、环境挑战，需要转变意识、储备知识、掌握工具；最后，企业社会责任管理/咨询自身是一个朝阳职业，可以作为 MBA 的就业选择。下面，我们列举一些 MBA 走上工作岗位后将遇到的新挑战。

(1) 你与外方进行商业谈判，对方不仅要看你的财务报告，还要看企业社会责任报告、合规报告、验厂报告。在现实商业环境中，企业社会责任报告已经与企业年报一样普遍，成为企业的又一张“名片”，绝大多数 MBA 同学没有读过企业社会责任报告。

(2) 近年来，我国自然灾害频发，企业要不要捐助灾区？如果捐赠，多少为好？捐赠给谁？（政府、慈善组织、灾区群众、媒体……）何时捐赠？捐赠以后，又如何评估捐赠效果？如何保证善款到位？最后，企业要不要宣传这些公益行为，又该怎样宣传？这中间有很多管理的技巧。

(3) 如果你是一个食品公司的主管，收到了一个动物保护组织的邮件，他们要求拜访，并希望你们签署一个保护动物权益的宣言，^① 你如何应对？随着经济的发展，企业的经营环境愈加复杂，多元化的价值观和非正式组织不断涌现，对企业提出各种挑战。

案例 1：美公司用动物尸体当酒瓶

据英国《每日电讯报》7 月 22 日报道，以酿制烈性酒闻名的英国苏格兰 BrewDog 酿酒厂日前宣布，他们将用完整动物尸体制作酒瓶，以每瓶 500 英镑（5175 元人民币）的价格出售。BrewDog 酿酒厂目前已经制成 12 个尸体酒瓶，包括 7 只白鼬、4 只松鼠以及 1 只野兔。这些动物都不是人为杀死的，而是在公路上被撞死的。尸体酒瓶上还被围上极具英国特色的苏格兰方

^① 动物权益：享有不受饥渴的自由，享有生活舒适的自由，享有不受痛苦、伤害和疾病的自由，享有生活无恐惧和无悲伤的自由，享有表达天性的自由。