

The
Corporate Social
Responsibility Management
in Food Supply
Chain

食品供应链
社会责任管理

姜启军 / 著



上海人民出版社

the
Corporate Social
Responsibility Management
in Food Supply
Chain

食品供应链 社会责任管理

姜启军 / 著

图书在版编目(CIP)数据

食品供应链社会责任管理/姜启军著.—上海:
上海人民出版社,2014

ISBN 978-7-208-12571-1

I. ①食… II. ①姜… III. ①食品企业-工业企业管理-供应链管理-社会责任-研究 IV. ①F407.826

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 225349 号

责任编辑 刘林心

封面装帧 人马艺术设计工作室·储平



食品供应链社会责任管理

姜启军 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.co)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 635×965 1/16 印张 17 插页 4 字数 217,000

2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-208-12571-1/F·2256

定价 48.00 元

教育部人文社会科学研究规划基金
“全球供应链下企业社会责任管理研究”
(编号: 12YJA630043)

前 言

食品产业是世界第一大产业,也是我国第一大产业,食品产业在国民经济发展中发挥着举足轻重的作用,食品行业越来越受到社会的广泛关注。食品行业是与人民的生活息息相关的行业,食品安全问题涉及面广,涉及的国家 and 地区众多。食品行业是道德度要求很高的行业,其社会的关注度往往比其他行业要高。

近年来,中国食品产业在高速发展的同时,企业社会责任问题不断曝光,一些食品企业利用企业和消费者之间的信息不对称获取不当收益,为了赚钱不择手段,无视利益相关者的利益,导致企业社会责任缺失。食品企业一旦在社会责任方面出现问题,引起的社会高度关注,影响深远,其后果是企业和社会要付出很高代价。企业诚信缺失,食品安全事件频出,食品行业出现信用危机,使国家法律的公信度受到质疑,消费者的信心受损,例如“苏丹红”、“三聚氰胺”、“瘦肉精”等事件,企业社会责任问题严重影响了企业生存和食品产业的健康发展。而工业化、城市化和市场化又不断推动新的食品安全问题产生。

从已发生的食品安全事件看,企业社会责任的边界早已从过去的单个企业,延伸到了食品供应链的各个环节,企业社会责任不仅包括企业自身的责任,还包括供应商或原材料采购过程中的责任。一般来说,一个单独的企业可以较为容易地实现自身的食品安全和环境保护,但可能把对环境和对社会危害的责任推卸给供应链中的上下游企业,甚

至遗留给其他供应链。食品安全是供应链全过程管理和综合性概念,从食品原料种植、养殖和采购,到生产、流通、加工和配送,供应链的每一环节都会影响到食品安全,食品供应链作为食品安全与监督管理体系中的重要组成部分,是食品安全影响因素的载体。食品供应链各环节的生产和经营相互影响,任何企业不能孤立存在,企业社会责任已从单个企业转向整个供应链体系,企业社会责任不再是企业的个体行为,而是整个供应链的整体行为,如果供应链成员企业无视伦理行为,企业的长期持续经营就很难保证,而且这种风险会很快蔓延到整个供应链,个别企业的不道德行为,极易导致供应链成员企业一损俱损的现象,最终使整个产业链遭受毁灭性打击。很多“涉案企业”在出现食品安全问题时,下游企业往往把责任推诿给供应商,以此来推脱责任。

企业社会责任成为社会关注的焦点,现代社会各利益相关群体、非政府组织及消费者对社会的关注意识不断增强,对企业履行社会责任的要求越来越高,企业不仅要管理好自身的社会责任,也要关注和管理供应链上与自身企业有关的其他企业的社会责任,那些漠视企业社会责任、单纯谋求利润最大化的企业难以可持续发展。

随着企业管理理论不断发展,企业社会责任管理不再是企业管理的辅助措施,而是企业管理的重要手段。供应链社会责任管理是个系统问题,如何有效地进行供应链社会责任管理是食品行业和企业持续健康发展的保证。在全球化时代,食品的供应、贸易和运输越来越国际化,如何对待食品供应链社会责任问题,如何管理全球化下食品供应链社会责任和控制风险,促进整个供应链健康发展,是每个企业必须面对的问题,也是本书需要解决的问题。

本书的研究以食品产业为研究对象,针对经济全球化条件下,以食品企业为例,从供应链核心企业的角度探讨全球化下食品供应链社会责任管理问题,提出中国食品企业提升社会责任管理水平的措施,及其实现途径和策略,以促进企业社会责任建设,实现食品产业健康可持续发展。

目 录

前言	1
第一章 解读食品供应链	1
第一节 食品供应链	1
第二节 核心企业在食品供应链管理中的地位和作用	19
第三节 食品供应链参与主体的经济学分析	28
第二章 食品供应链社会责任分析	43
第一节 全球供应链社会责任	43
第二节 食品供应链社会责任	57
第三节 食品供应链社会责任现状分析	65
第三章 食品供应链核心企业与成员企业的共生关系分析	88
第一节 共生理论	88
第二节 食品加工制造企业和供应链成员企业共生关系的形成	97
第三节 食品加工制造企业与供应链成员企业的互动共生关系	102
第四节 食品加工制造企业和供应链成员企业的嵌入共生关系	110

第五节 食品加工制造企业对供应链成员企业的管理	114
第四章 食品供应链社会责任管理	124
第一节 影响企业社会责任的制度因素和组织因素分析	124
第二节 供应链社会责任履行的驱动力分析	136
第三节 供应链社会责任管理现状	147
第四节 基于核心企业的供应链社会责任管理	157
第五章 食品供应链社会责任风险管理	177
第一节 食品供应链社会责任风险分析	177
第二节 食品供应链社会责任风险源和风险成因	194
第三节 食品供应链社会责任风险的传导	210
第四节 食品供应链社会责任缺失的风险规避	217
第六章 食品供应链社会责任管理创新保障分析	237
第一节 企业角度	237
第二节 行业角度	240
第三节 政府角度	243
参考文献	253
后记	265

第一章

解读食品供应链

第一节 食品供应链

一、食品供给体系和食品供应链

(一) 现代食品工业

现代食品工业起源于 19 世纪,由于食物保存和加工技术的不断创新,如巴氏消毒法和罐头制作等技术,以及运输业如公路、铁路和空运的快速发展和冷藏技术的突飞猛进等,使食品可以进行大规模的加工和分发。同时,社会进步和人民生活水平的提高也促进了现代食品工业的发展。食品生产是由一系列与食品有关的生产部门构成,从最初等的生产活动、种养殖业、自然资源的开发、食品加工制造、流通,直到最终的消费环节,形成完整的食品产业链。

(二) 食品供给体系

食品供给体系与国土、生态系统治理、公众福利和健康等密切相关。无论在中国还是在欧洲,食品生产部门的可持续性是关键问题。食品供给体系的参与主体涉及食品原料的供应者,包括初级原料供应者和半成品原料供应者等。食品供给体系包括“上游”的农牧渔业、“中游”的食品加工制造业和批发业、“下游”的食品零售业、“外食”餐饮业

和食品消费者,以及政府监管部门等构成,见图 1.1。政府监管部门作为独立的主体,参与整个食品供给体系的信息交换,对上、中、下游的参与主体起监管作用。在整个食品供给体系中,原料供应者组成了食品供应链的上游,食品加工制造企业位居中游,消费者处于整个食品供给体系的下游。三者的作用流程是从上游到中游再到下游单方向传导。如果以农作物或动物为起点,食品来源于栽培者或养殖者,栽培者或养殖者把食品出售给食品加工商,或通过其他途径直接到达经销商或零售商甚至是消费者。

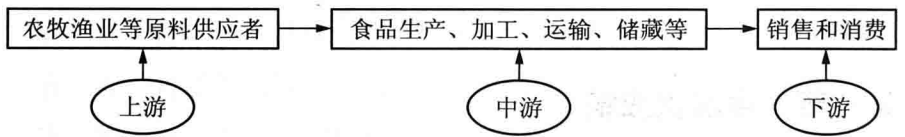


图 1.1 食品供给体系的“上游”、“中游”和“下游”

食品链(food chain),是一个包括种植、养殖、生产、加工、运输、储藏、销售以及消费者对食品的处理等多环节的链条,从“上游”的农牧渔业经“中游”、“下游”到食品消费。食品链又称饲料和食品链(feed and food chain), ISO22000 将其定义为“从初级生产直至消费的各环节和操作顺序,涉及食品及其辅料的生产、加工、分销、贮存和处理”,包括用于动植物饲料生产,也包括与食品接触材料或原材料的生产。这些构成主体是“纵向”的关系,“食物”的流向从“上游”的生产者流向“下游”的消费者,并不断改变其形态,但信息的流动是可以逆向的。例如:当了解消费者的需求后,有关企业迅速开发适应市场需求的产品,同时及时提供相应的原辅料,这一“信息”的流动就是逆向的,其来源于消费者,经“下游”捕捉,然后再反馈给“中游”和“上游”。

在全球食品供给体系下,世界三分之一的人口靠小规模种植维持生计,生活在饥饿中的绝大多数人是小农户和工人,而他们为全球 20 亿到 30 亿人提供食品,多达 60% 的农业工人生活在贫困之中。与此同

时,温室气体排放导致气候不断变化——其中很大一部分排放来源于农业生产。粮食价格不断波动,高收入者为满足饮食需要对大豆、玉米及糖的需求不断上升,这让脆弱的贫困农户和农场工人处于更加不利的地位。吉百利朱古力、立顿茶(联合利华)、箭牌口香糖、雀巢咖啡等这些在 20 世纪早期新兴的品牌产品在全球不断扩张,这些食品企业对种植其产品原料的热带土地的需求与日俱增。发达地区(如欧洲)的糖果来自贫困地区的土地,加勒比海地区和古巴的庄园大量生产糖,成为欧洲人口中的糖果;英国消费的茶叶种植于印度和斯里兰卡;联合利华在西非经营油棕种植园,为欧洲各地人造牛油原料提供了新的货源。

现代跨国食品企业很少直接拥有土地,它们基本上依靠供应商提供原料,而供应商一般拥有土地。跨国公司在扩张和兼并过程中,对搬迁安置和侵犯土地权益等事件的责任,由负责收购的公司如供应商来承担。在一些国家,政府为了发展经济,也让一些食品企业很容易获得土地和劳动力,保证企业可以获得便宜的食品原料,而随着各企业成功游说政府实行更低的关税和其他税项,一些奢侈食品如朱古力、茶叶等的生产成本下降。跨国食品企业不断争夺农场和种植园土地。而私有化往往意味着最有权势的人夺得土地的控制权,并不富裕的居民特别是妇女等,往往失去了对公共及私有财产的拥有权。时至今日,有关土地的租赁和出售争议依然存在,而且与日俱增。

在巴基斯坦,雀巢公司在当地农村社区村子附近灌装并售卖珍贵的地下水,但这些村子已经用不起清洁的饮用水。2009 年,有人指责卡夫食品公司从巴西供应商处购买牛肉,而这些供应商通过砍伐亚马逊热带雨林中的树木来养牛。可口可乐因其在菲律宾的供应商使用童工面临指控。一些跨国食品和饮料公司依靠便宜的土地和劳动力生产出廉价的产品并获取了巨额利润,但是这些利润往往以消耗环境和遍布全球的社区利益为代价,加剧了整个食品供给体系的危机,全球食品

体系的基石——肥沃的土地、清洁的水源和可靠的气候条件正日益稀缺,影响国家的粮食安全。在许多情况下,一些农作物并没有加工成食品,而是制作成燃料,2000年至2010年间,这些交易所收购的土地可以生产足以养活10亿人的粮食。

(三) 主流的食品供给体系

国外研究者将主流食品体系描述为:由少数大型农业企业垄断,大量流通、零售部门参与形成的大规模的、工业化的农业、资本密集型的、长距离的、商业化的全球食品供应系统(Hinrichs, 2003; Goodman, 2003; Higgins et al., 2008),这种食品供给体系超越了生产与消费活动的生态网络界限,依靠资本运营、体系认证、标签管理和专家系统来实施(Feagan, 2007),这种食品供给体系极易导致生产过剩、生态环境恶化、农业吸纳就业能力减弱等负面效应(Woods, 2005)。我们走进任何一家超市,都会被琳琅满目的食品所包围,燕麦片、各种口味的酸奶酪、调味品和速冻食品等。单纯从商品数量看,消费者拥有许多选择,但大多数的罐装、盒装及瓶装食品越来越向少数几家食品生产企业集中,市场集中度越来越高,消费者很难清楚了解哪家公司生产了何种产品,以及品牌背后的价值,消费者对主流食品供给体系的信任度在降低。

“饮食”与“农业”的物理和空间距离不断扩大。一桌丰盛的菜肴,有来自非洲海域捕获的鱼、印度尼西亚产的虾、阿根廷产的小麦、美国大豆制成的食用油、新西兰产的南瓜等,食品供给的全球化使饮食消费的各类农产品来自于遥远国家,与遥远的农业生产发生着紧密的联系。

主流食品供给体系导致时间距离上的扩大。随着贮藏技术的发展和进步,农副产品采收后,经过相当长时间的加工保存后才到达消费者的餐桌,这已成日常化。我们可以在任何季节享用到各种各样的菜肴,这一局面的形成一方面需要克服原料的时间距离问题,同时也面临着

采后损失问题和农药残留问题,这也是农业生产与饮食消费距离扩大后所发生的新的问题。

随着人们收入水平的不断提高,人们日常消费的食物中精加工部分不断增大,农民生产的农产品由中间商或流通企业进行专门收购和贮藏,再卖给食品加工制造企业;有的中间还要经过多道生产环节的加工,最终达到消费者所在地的批发和零售企业。在农业生产与饮食消费之间介入了食品制造业、食品流通业、外卖餐饮业等其他的经济主体,这与以往的农副产品直接进入家庭消费不同,农业生产的产品经过各类加工过程以加工食品、外卖餐饮的形式提供于消费者,在农业与饮食中间形成了多层化社会性距离的扩大。

食品的多样化与产品差异化。我们的饮食生活已由温饱向着小康型转变,食品的功能也由原来的满足生命活动的基本营养功能向着时尚化、休闲化和饮食娱乐化方向发展。随着新产品销售活动越来越活跃,食品市场竞争加剧,企业把促销作为产品销售的重要手段,努力提高产品的消费者品牌忠诚度,通过广告宣传积极开展产品差异化战略。

(四) 替代的食品供给体系

与主流食品供给体系相反,直销本地化有机食品的模式被称为替代食物网络(Alternative Agri-food networks, AFNs)或替代的食品供给体系,这种食品供给体系强调本地化而不是全球化。AFNs 与农村区域发展紧密相连,例如,一些非主流的渠道形式,包括社区支持农业(Community Supported Agriculture, CSA)、农夫市场(farmer's market)、提携系统(Teikei)、箱式计划(box scheme)等。以有机食品为例,本地化的、生产者与消费者存在互动的、直销形式的,非主流的渠道成为了有机食品的主要流通渠道。例如,中国台湾的农夫市场、市民农园(Community Garden)和地理标示等模式。城市的扩张带来了有机农产品的需求;乡村重建思潮兴起,直销本地化有机食品,小规模的家

庭农场成为参与的主体。尽管城市化带来了需求的增加,但是并非所有的小规模农场都能通过直销网络(AFNs)来维持运营(Lucy Jarosz, 2008)。直销网络包含了生态和社会等因素,是一种环境意识和社会发展的进步(Watts et al., 2005; Hassanein, 2003),直销网络指出食物不单纯是商品,更是人权的一部(Goodman, 2004; Slocum, 2006),通过强调食物供给体系的本地化和社会镶嵌重构食品供给体系(Feagan, 2007),把责任、信任和关心等理念嵌入食物生产加工过程,强调在生产和消费过程总要有责任,关心地方社区的可持续问题,强调产销之间的互动以增强双方的信任,促进地方社区和当地的食品供给体系之间的和谐关系(Hendrickson and Heffernan, 2002)。梁炳琨(2008)指出,中国台湾的农业食物系统面临质量安全、乡村再发展、全球农业食物系统挑战等复杂问题,直销网络的出现是对全球主流食物供给体系的反叛,是对工业食物系统的不信任和乡村后生产主义的转型。

需要说明的是,本书的研究以主流的食品供给体系为研究对象。通常情况下,食品供给体系并不是由相同规模的企业组成,而是大、中、小企业及不同的生产经营方式并存。随着食品产业的高速发展,食品的生产方式多种多样,专业化分工越来越细,食品产业链条不断延长,使整个食品供给体系非常复杂。这一特征不只是“上游”的农牧渔业存在,“中游”的食品加工制造业、食品批发业以及“下游”的食品零售业、“外食”产业也同样存在。它们彼此之间既有“横向”的竞争关系,也有大企业与中小企业之间的合作关系,围绕某一品牌或者渠道销售等交易能力形成的大企业与小企业之间的纵向一体化关系。这使得食品供给体系关系错综复杂。而食品生产的专业化和产业链的不断延长,使食品的生产能力越来越强,市场的供给能力越来越大。但是,食品可能由于市场的多变无法及时销售而过期,也可能由于气候不稳出现变质,

食品本身的特殊性使得我们对食品的仓储、运输、加工等运营提出了更高的要求,在整个供给体系中,任何一个环节的企业不负责任行为都可能增加整个供应链的安全隐患。

从广义的角度看,食品供给体系除了从上游的生产、加工、制造到下游的消费者等主体之外,还包括与食品产业相关的其他主体,譬如印刷业、包装业、广告业等。这些行业对食品供给体系产生间接影响,如承担食品广告的广告公司、信息咨询公司等,还包括自动售货机的生产厂商等,这些主体在广义的食品供给体系中都是食品产业中的一员。

食品供给体系的外部环境受多种制度制约,食品行业是典型的政府严格管制的行业,食品供给体系的发展受法律、法规、制度的影响很大,例如,《酒税法》、《粮食管理法》、《食品卫生法》、《食品安全法》等。有关食品供给的管理制度的调整及新法规的建立,导致食品供给体系的结构发生了很大的变化。罗思等人(Roth et al., 2008)指出,市场环境的商品化、合作化和全球化影响食品链的发展,商品化指的是区别不同的食品产品是产品附加值;合作是指食品供应链成员间的合作趋势,供应链中的不同食品类别以及供应链追求更高的边际效益需要成员企业间的合作;全球化不仅是食品原料供给的全球化,还有生产过程、包装和运输的全球化。因此,食品供给体系是非常复杂的体系,而且全球食品供给系统越来越复杂,食品企业对自己的供应链所知甚少,很少有企业能准确回答诸如某种产品在何处、由谁、在何种条件下种植和加工等问题,更谈不上将答案告知消费者。我国已逐步建立起大规模标准化生产为特征的食品供给体系,尤其是肉类和乳品业已进入食品工业化时代。以肉类、乳品为代表的众多食品行业横跨农业、工业和流通业,大豆、玉米等食品加工业还牵扯到国际贸易、农产品期货乃至国际政治。

阅读材料

社区支援农业

社区支援农业模式(Community Supported Agriculture,简称 CSA),20 世纪 70 年代起源于瑞士,是消费者为了寻找安全的食物,与那些希望生产有机食品并建立稳定客源的农民达成供需协议,并直接由农场送上门。后来,这种模式在日本得到最初的发展,目前在欧洲、美洲、澳洲及亚洲都有了一定发展,仅北美就有上千个 CSA 农场,为超过 10 万户家庭提供服务。

CSA 没有固定的经营模式,有些规定消费者在年初就预先支付购买有机农产品的费用;有些则让消费者成为“股东”,不仅分摊成本,还要承担自然灾害等风险;有些规定“股东”可以投入现金,也可投入劳力。CSA 注重环保,提倡健康生产、生活方式:一切农活都是手工操作;禁止使用化肥、农药以及除草剂、催熟剂等影响庄稼正常生长的化学药物,等等。

CSA 提倡本地生产、新鲜消费。大部分 CSA 为顾客提供多种季节性的蔬菜。有些会提供一系列农产品,包括鸡蛋、肉类等。有些农场只会生产单一食品,或者与其他农场合作,使会员几乎一年四季都可买到不同产品。有些会致力为社区某些需要服务,例如为无家可归的人提供食物。

CSA 在推行有机食物生产及健康生活方式的同时,在以下几方面进行了努力:一是促进城乡互动,让城里人与农民直接见面,从而建立起相互支持、平等友好的关系。也让消费者了解农民的生存压力、农民生产的艰辛、农作物的生产方式、有机农产品的生产成本,以及这些产品与自己的环境、健康之间的联系,以便接受高于一般农产品的价格,并愿意与农民承担气候的变数所带来的风险。二是农业生产与社区居民需要直接挂钩,可以避免生产的盲目性,造成农产品损失和浪费。三是不通过中间商,使农民得到公平贸易的权利,从而增加农民

的收入,改善农民的生活条件,并调动有机食品生产者的积极性,形成良性循环。

(资料来源:新浪网。)

日本提携体系

日本有机农业协会(Japan Organic Agriculture Association, JOAA)成立于1971年,属于非营利性组织,主要由热心发展及推广有机农业活动的生产者及其顾客所组成。在20世纪70年代,日本经济飞速增长,工业化带来环境污染及破坏,因工业化学品而引起的疾病及中毒事件接二连三地发生。当时,食品中的化学添加剂,农业大量使用化学产品等问题,使人民生活及自然环境开始受到极大的破坏。

有些消费者,尤其是城市居民,对食物安全感到焦虑,他们要求不受污染的粮食,例如蛋、牛奶及其他没有加入化学添加剂的副食品。有些农民意识到农业化学产品对人体及牲畜造成的伤害,明白这会损害土壤的肥力,开始实践有机耕种。JOAA就是在这一背景下成立的。JOAA的一个原则是在生产者与消费者之间建立一个提携(Teikei)系统,提携不只是一个实践的理念,而是透过互动而创造出来的动态哲学(dynamic philosophy)。“提携”的思想是要创造一个特别的分销系统,而不依赖常规的市场。虽然它可以有不同的模式,但基本上都是直接分销系统。为实践这个原则,生产者与消费者会直接地对话与接触,加深互相的了解;双方都要付出人力及资金去支援本身的运输系统。在这个系统里,他们通常会设立运输站,使差不多3至10个家庭的消费者都可以取得已运抵的产品。日本有机农业运动就是由提携系统开始的。

有机意味着在自然现象的动态背后有着规律和法则。它形成一个信念:农夫们必须顺应这些规律与法则来帮助自己工作。还有,这个词又多了一重意义,那就是生产者与消费者之间应该建立“有机的人际关系”。