



中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR3.0) 丛书

主 编：彭华岗

副主编：钟宏武 孙孝文 张蕙

中国企业社会责任报告编写指南 之 家电制造业

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心

钟宏武/顾问

孙孝文 王爱强 张闽湘 解一路/等著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR3.0) 丛书

主 编：彭华岗

副主编：钟宏武 孙孝文 张 蕙

中国企业社会责任报告编写指南 之 家电制造业

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心

钟宏武/顾问

孙孝文 王爱强 张闽湘 解一路/等著

★
社会责任报告
全生命周期管理指南
★



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业社会责任报告编写指南之家电制造业/孙孝文等著. —北京: 经济管理出版社, 2014.10
ISBN 978-7-5096-3447-9

I. ①中… II. ①孙… III. ①企业责任—社会责任—研究报告—写作—中国 ②日用电气器具—工业企业管理—社会责任—研究报告—写作—中国 IV. ①F279.2 ②H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 243985 号

组稿编辑: 陈 力

责任编辑: 陈 力

责任印制: 司东翔

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 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 三河市延风印装厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 13

字 数: 218 千字

版 次: 2014 年 10 月第 1 版 2014 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-3447-9

定 价: 68.00 元

·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

《中国企业社会责任报告编写指南之 家电制造业》专家组成员

顾问：钟宏武（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心主任）

组长：孙孝文（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心常务副主任）

王爱强（松下电器（中国）有限公司公共关系部 CSR 高级经理）

成员：（按姓氏拼音排序）

陈爱琴（厦门建松电器有限公司制造支援部副经理）

陈冬庚（厦门建松电器有限公司总务环安部副经理）

陈木秀（厦门建松电器有限公司家电调理科技事业部部长）

程多生（中国企业联合会企业创新工作部主任）

单惠德（LG 电子（中国）有限公司对外合作部总监）

范丽艳（松下电器（中国）有限公司家电营销公司综合 CS 中心系长）

高树煜（厦门建松电器有限公司家电调理科技事业经理）

高冬梅（LG 电子（中国）有限公司对外合作部主管）

洪神助（厦门建松电器有限公司总务环安部副经理）

黄文贤（厦门建松电器有限公司副总经理）

节 婧（松下电器（中国）有限公司公共关系部项目主管）

解一路（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心咨询部部长）

金 英（中国三星社会责任事务局经理）

林永良（厦门建松电器有限公司家电调理科技事业副厂长）

刘凤荣（厦门建松电器有限公司人事部副经理）

施人恺（厦门建松电器有限公司人事总务环安中心经理）

孙贵峰（中国三星社会责任事务局总监）

汪 杰（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心副主任）

王雅萍（厦门建松电器有限公司总务环安部副经理）

王娅邛（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心咨询部部长）

小川雅美（松下电器（中国）有限公司公共关系部部长）

熊华俊（中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会秘书长）

翟利峰（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心主任助理）

张 蓊（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心常务副主任）

张闽湘（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心咨询师）

张明艳（松下电器（中国）有限公司公共关系部项目经理）

赵向东（松下电器（中国）有限公司环境推进部部长）

郑若娟（厦门大学经济学院副教授）

钟存德（厦门建松电器有限公司经营战略室经理）

钟桂荣（厦门建松电器有限公司工会主席）

开启报告价值管理新纪元

透明时代的到来要求企业履行社会责任，及时准确地向利益相关方披露履行社会责任的信息。目前，发布社会责任报告已日益成为越来越多的企业深化履行社会责任、积极与利益相关方沟通的载体和渠道，这对于企业充分阐释社会责任理念、展现社会责任形象、体现社会责任价值具有重要的意义。作为中国第一本社会责任报告编写指南，指南的发展见证了我国企业社会责任从“懵懂发展”到“战略思考”的发展历程。2009年12月，中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心发布了《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR1.0）》（简称《指南1.0》），当时很多企业对于“什么是社会责任”、“什么是社会责任报告”、“社会责任报告应该包括哪些内容”还存在争议。所以《指南1.0》和2011年3月发布的《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR2.0）》（简称《指南2.0》）定位于“报告内容”，希望通过指南告诉使用者如何编写社会责任报告、社会责任报告应该披露哪些指标。指南的发布获得了企业的广泛认可和应用，2013年，参考指南编写社会责任报告的企业数量上升到了195家。

5年过去了，我国企业社会责任报告领域发生了深刻变革，企业社会责任报告的数量从2006年的32份发展到了2013年的1231份；报告编写质量明显提高，很多报告已经达到国际先进水平。同时，企业在对社会责任内涵及社会责任报告的内容基本达成共识的基础上，开始思考如何发挥社会责任报告的综合价值，如何将社会责任工作向纵深推进。

为适应新时期新形势要求，进一步增强指南的国际性、行业性和工具性，中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心于2012年3月启动了《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR3.0）》（简称《指南3.0》）修编工作，在充分调研使用者意见和建议的基础上，对《指南3.0》进行了较大程度的创新。总体而言，与国内外其他社会责任倡议相比，《指南3.0》具有以下特点：

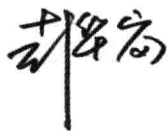
(1) 首次提出社会责任报告“全生命周期管理”的概念。企业社会责任报告既是企业管理的工具，也是与外部利益相关方沟通的有效工具。《指南 3.0》定位于通过对社会责任报告进行全生命周期的管理，充分发挥报告在加强利益相关方沟通、提升企业社会责任管理水平方面的作用，可以最大程度发挥报告的综合价值。

(2) 编制过程更加科学。只有行业协会、企业积极参与到《指南 3.0》的编写中，才能使《指南 3.0》更好地反映中国企业社会责任实际情况。在《指南 3.0》的修编过程中，为提升分行业指南的科学性和适用性，编委会采取“逐行业编制、逐行业发布”的模式，与行业代表性企业、行业协会进行合作，共同编制、发布分行业的编写指南，确保《指南 3.0》的科学性和实用性。

(3) 适用对象更加广泛。目前，我国更多的中小企业越来越重视社会责任工作，如何引导中小企业社会责任发展也是指南修编的重要使命。《指南 3.0》对报告指标体系进行整理，同时为中小企业使用指南提供了更多的指导和依据。

(4) 指标体系实质性更加突出。《指南 3.0》在编写过程中对指标体系进行了大幅整理，在指标体系中更加注重企业的法律责任和本质责任，将更多的指标转变为扩展指标，更加注重指标的“实质性”。

《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR3.0）》是我国企业社会责任发展的又一重大事件，相信它的推出，必将有助于提高我国企业社会责任信息披露的质量，有助于发挥社会责任报告的综合价值，也必将开启社会责任报告价值管理新纪元！



2014 年 1 月

目 录

总 论 篇

第一章 家电制造业社会责任	3
一、家电制造业在国民经济中的地位	3
二、家电制造业履行社会责任的意义	5
三、家电制造业社会责任特征及要求	7
第二章 家电制造业社会责任报告特征	13
一、国际家电制造业社会责任报告特征	13
二、国内家电制造业社会责任报告特征	22
第三章 家电制造业社会责任议题	29
一、市场绩效 (M 系列)	29
二、社会绩效 (S 系列)	30
三、环境绩效 (E 系列)	31

指 标 篇

第四章 报告指标详解	35
一、报告前言 (P 系列)	35
二、责任管理 (G 系列)	45
三、市场绩效 (M 系列)	58

四、社会绩效 (S 系列)	80
五、环境绩效 (E 系列)	103
六、报告后记 (A 系列)	121
第五章 指标速查	125
一、行业特征指标表 (20 个)	125
二、核心指标表 (115 个)	126
三、通用指标表 (180 个)	131

管理篇

第六章 报告全生命周期管理	141
一、组 织	142
二、参 与	144
三、界 定	148
四、启 动	152
五、撰 写	153
六、发 布	155
七、反 馈	156
第七章 报告质量标准	157
一、过程性	157
二、实质性	158
三、完整性	159
四、平衡性	160
五、可比性	161
六、可读性	162
七、创新性	163

案例篇

第八章 践诺履责，真诚沟通

——中国松下企业社会责任报告管理	167
------------------------	-----

一、中国松下集团简介	167
------------------	-----

二、履责历程	168
--------------	-----

三、责任报告	170
--------------	-----

四、报告管理	171
--------------	-----

五、评级报告	181
--------------	-----

附 录	185
-----------	-----

一、参编机构	185
--------------	-----

二、支持单位	189
--------------	-----

三、参考文献	191
--------------	-----

后 记	195
-----------	-----

总论篇

第一章 家电制造业社会责任

家用电器（以下简称“家电”）制造指使用交流电源或电池的各种家用电器的制造，包括制冷电器具制造、空气调节器制造、通风电器具制造、厨房电器具制造、清洁卫生电器具制造、美容/保健电器具制造、家电专用配件制造等。

一、家电制造业在国民经济中的地位

家电制造业是我国改革开放后发展起来的新兴产业，是国民经济的重要产业，在轻工业中居于支柱地位。经过 30 多年的发展，我国家电工业的生产规模已居世界首位，是具有较强的国际竞争力的产业之一。2013 年，中国家电全行业主营业务收入达到 1.28 万亿元，同比增长 14.2%；出口额为 553 亿美元，同比增长 9.3%；实现利税 1177 亿元，利润总额为 784 亿元，增幅超过 25%。家电行业主要经济指标居轻工业的前列。

近年来，家电制造企业规模与实力明显提高，产业竞争力不断增强，吸纳就业和惠农作用显著。目前，家电制造业逐渐形成了完善的产业链和相关产业体系，家电制造和家电消费市场等相关产业链不断发展，家电制造业在促进国民经济发展起到了重要的作用。

（一）家电产品在工业生产与消费中占据重要地位

家电是居民生活中重要的耐用消费品，承担着繁荣市场和增加出口的重要任务，对国民经济和社会发展具有举足轻重的作用，如表 1-1、表 1-2 所示。

表 1-1 我国工业主要产品产量及增长速度（2013 年）

单位：万台

产品名称	产量	较 2012 年增长 (%)
彩色电视机	12776.1	-0.4
其中：液晶电视机	12290.3	4.5
家用电冰箱	9261.0	9.9
房间空气调节器	13057.2	5.3

数据来源：国家统计局，工业主要产品产量及增长速度（2013 年）。

表 1-2 城镇居民家庭平均每百户年底耐用品拥有量（1990~2012 年）

年份 指标	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	涨幅 (%)
洗衣机（台）	78.41	88.97	90.50	95.51	96.92	97.05	98.02	20.00
电冰箱（台）	42.33	66.22	80.10	90.72	96.61	97.23	98.48	57.02
彩色电视机（台）	59.04	89.79	116.60	134.80	137.43	135.15	136.07	56.61
组合音响（套）	—	10.52	22.20	28.79	28.08	23.97	23.63	55.48
空调（台）	0.34	8.09	30.80	80.67	112.07	122.00	126.81	99.73
淋浴热水器（台）	—	30.05	49.10	72.65	84.82	89.14	91.02	66.99
微波炉（台）	—	—	17.60	47.61	59.00	60.65	62.24	71.72

数据来源：《中国统计年鉴》（2013）。

据国家统计局公布的《工业主要产品产量及增长速度（2013 年）》统计数据显示，2013 年我国彩色电视机产量比 2012 年下降 0.4%，减少到 12776.1 万台，其中，液晶电视机比 2012 年增长 4.5%，产量增长到 12290.3 台；家用电冰箱同比增长 9.9%，达到 9261.0 万台；房间空气调节器同比增长 5.3%，达到 13057.2 万台。据《中国统计年鉴》（2013 年）公布的“1990~2012 年城镇居民家庭平均每百户年底耐用品拥有量”统计数据显示，1990~2012 年，我国城镇居民家庭家电产品拥有量逐年增长，除洗衣机外，涨幅均为 50%以上。其中，空调涨幅最高，达 99.73%，达到平均每百户拥有量 126.81 台。同时，彩色电视机平均每百户拥有量超过百台，达到 136.07 台。可见，家电产品在工业生产与消费中占据重要地位。

（二）家电制造业是国民经济实现可持续发展的中坚力量

家电制造业作为轻工业中的支柱产业，还承担着扩大就业和服务“三农”的重要任务，是国民经济实现可持续发展的中坚力量。2008 年 11 月，为扩大国内

需求、改善民生、拉动消费带动生产、促进经济平稳较快增长，国务院在全国推广“家电下乡”活动；2009年6月，为进一步促进扩大内需，保持经济平稳较快发展，促进节能减排和循环经济发展，国务院办公厅印发了《关于转发发展改革委等部门促进扩大内需鼓励汽车家电以旧换新实施方案的通知》，拟在北京、天津、上海等省市开展家电“以旧换新”试点工作；2012年6月，国务院启动了节能产品惠民工程，推动了家电产业结构的优化和升级，也带来了家电制造企业产品销量迅速提升。“家电下乡”、“以旧换新”和节能补贴三大政策的出台，是扩大农村消费、拉动消费带动生产、统筹国内外市场的一项重要举措，也是促进社会主义新农村建设、提高农民生活质量、实现惠农强农目标的需要。可见，家电制造业已经成为国民经济实现可持续发展的中坚力量。

2009年12月，工业和信息化部发布《加快我国家用电器行业转型升级的指导意见》，到2015年，自主品牌产品在国际市场中比重达30%，培育5个左右具有综合竞争实力的国际化企业集团，家电行业的自主创新能力、国际化程度和行业竞争力全面提升。2011年11月，中国家用电器协会发布《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》，将未来十年中国家电业的目标定为由家电大国发展成为家电强国。家电制造业的发展在国民经济长期发展中将占据着重要的战略地位。

二、家电制造业履行社会责任的意义

家电制造业作为国民经济的重要产业和轻工业的支柱产业，积极承担企业社会责任，对推动经济、社会和环境的可持续发展具有重要意义。

（一）助力社会可持续发展

家电产品在我国工业生产与消费中占据重要地位，家电制造业是国民经济实现可持续发展的中坚力量，保障家电制造业健康稳定发展，对促进我国社会发展有重要意义。

中共十八届三中全会作出了全面深化改革的重大战略部署，其中对国有企

业、混合所有制企业和民营企业提出了要承担社会责任的共同要求。可见，企业社会责任已经上升到国家战略层面，履行社会责任是适应国内外经济社会发展趋势的必然要求，也是推动家电制造业可持续发展的必然选择。

家电制造业发展离不开利益相关者的支持，因此要与社会各界共享发展成果、和谐相处；家电制造企业的运营离不开对资源环境的利用，因此要加强环境管理、倡导节能减排。家电制造企业通过践行社会责任，实现经济、社会和环境综合价值的最大化，营造和谐商业环境，实现社会的可持续发展。

（二）推动行业可持续发展

家电制造业由于行业的特殊性，容易产生一些社会问题，如废弃家电回收不科学会对环境造成一定破坏，不合规产品会给消费者的安全与健康带来威胁。当前，我国家电制造企业在制造和生产环节仍存在质量合规、节能减排等有待完善等问题。近年来，家电制造企业更是由于产品质量和安全、产品销售和维修服务等备受质疑，履行企业社会责任任重道远。

2011年11月，中国家用电器协会发布了《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》（以下简称《建议》）。《建议》指出，“强化企业社会责任，提升行业形象”，并对家电制造业履行社会责任提出六个方面要求：坚持诚信经营的理念，重承诺、守信誉，树立家电工业良好的整体形象；要规范竞争行为，自觉维护公平竞争秩序；履行社会责任，建立健全劳动保护措施，维护劳动者权益；遵守有关环境保护和循环经济的法律、法规，关注节能减排、低碳环保等热点问题，为创建资源节约型和环境友好型社会做出贡献；加强与企业各相关利益方的交流与合作，听取利益方的诉求，邀请公众参与到企业的社会责任活动中；适时开展企业的社会责任评估和报告发布。“十二五”时期，家电工业将面临制造成本上升、国际竞争环境变化、技术升级压力和对外依存度过高的严峻挑战，这对家电制造业履行社会责任提出了新的、更大的挑战。因此，家电制造企业只有强化社会责任意识，全面履行经济、员工、客户、供应链、环境和公共责任，才能更好地推动行业的可持续发展。

（三）促进企业可持续发展

企业社会责任已经成为全球企业提升竞争力和企业品质的核心要素，是实现

企业自身创新与可持续发展的客观要求。新时期，企业应义不容辞地加强对人的价值和社会影响的关注，责无旁贷地重视对环境和社会的贡献与责任，在生产经营、对股东承担法律责任的同时，还要承担对员工、消费者、社区和环境的责任。

对企业内部管理而言，家电制造企业通过履行社会责任，全面梳理企业在履行经济、社会和环境责任的绩效，分析履责实践过程中的不足和经验，将企业社会责任管理纳入企业日常生产经营活动中，纳入企业管理中，真正将履行企业社会责任变成企业的内在的自觉的行动，从而为企业发现问题、规避风险、寻求机遇和迎接挑战提供新的视角，进一步提升企业的软实力和竞争力。

对企业外部管理而言，家电制造企业要积极回应股东、客户和员工等关键利益相关方的期望，如企业对客户承担社会责任，要做到确保产品达到质量要求，确保产品的人性化设计，设计过程中要充分考虑产品安全，同时确保产品和服务信息的真实性和完整性。企业作为社会的一分子，还应积极参与到慈善公益事业，在节能环保、绿色经济方面发挥主导作用，做到不以损害环境为代价而争取自身经济利益。

综上所述，家电制造企业在企业内外部管理中履行好社会责任，才能真正促进企业永续发展。

三、家电制造业社会责任特征及要求

在社会责任履行过程中，各行各业呈现出不同的履责特征和要求，提出了差别化的社会责任议题。家电制造业发展离不开利益相关者的支持，家电制造企业的运营也离不开对资源环境的利用，在产品质量与安全、环境及健康家电、销售及售后服务、供应链责任、研发创新、互联网和智能家电等方面表现出了不同的特征和履责要求。

（一）产品质量与安全

产品是企业的生命力，做好产品以满足消费者需求并保证产品质量，是家电制造业最应该关注和持续履行的企业社会责任。近些年，家电行业频频爆出“质