

大连理工大学
管理论丛

战略视角下的企业 社会责任信息披露研究

齐丽云 郭亚楠/著



科学出版社

大连理工大学管理论丛

战略视角下的企业 社会责任信息披露研究

齐丽云 郭亚楠 著

国家社会科学基金 (17BGL261)

国家自然科学基金 (71202105)

教育部人文社会科学研究项目 (16YJC630095)

辽宁省教育厅一般项目 (W2014022)

资助

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书由企业社会责任信息披露概述、企业社会责任的发展趋势——基于 GRI 指南的分析、企业社会责任信息体系的构建、基于意义建构的企业社会责任驱动因素、企业社会责任信息披露的系统动力学模型构建五部分构成。本书将探究企业社会责任信息披露问题作为出发点，基于系统动力学方法，首先对企业社会责任的内涵进行梳理，对企业社会责任的发展趋势进行描述，其次基于 ISO 26000 与 GRI 4.0 标准进行企业社会责任信息体系的构建，探究企业社会责任的驱动因素，最后构建企业社会责任信息披露的系统动力学模型，并提出改善企业社会责任信息披露的意见与建议，整个过程以企业社会责任信息披露作为主线推动，希望能够为企业社会责任信息披露方面的深入研究做出一定程度的贡献。

本书适合企业管理者、企业社会责任实践者、企业社会责任研究者、政府相关管理部门以及相关专业的研究人员阅读。

图书在版编目 (CIP) 数据

战略视角下的企业社会责任信息披露研究 / 齐丽云, 郭亚楠
著. —北京: 科学出版社, 2017.9

(大连理工大学管理论丛)

ISBN 978-7-03-054364-6

I. ①战… II. ①齐…②郭… III. ①企业责任-社会责任-信息管理-研究-中国 IV. ①F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 215825 号

责任编辑: 马 跃 李 莉 / 责任校对: 王晓茜

责任印制: 吴兆东 / 封面设计: 无极书装

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京京华虎彩印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2017 年 9 月第 一 版 开本: 720×1000 1/16

2017 年 9 月第一次印刷 印张: 9 3/4

字数: 198 000

定价: 62.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

丛书编委会

编委会名誉主任 王众托
编委会主任 苏敬勤
编委会副主任 李延喜 李文立

编委会委员 (按姓氏笔画排序)

王尔大	王延章	王国红	朱方伟	仲秋艳
任曙明	刘凤朝	刘晓冰	安 辉	苏敬勤
李文立	李延喜	迟国泰	陈艳莹	胡祥培
秦学志	原毅军	党延忠	郭崇慧	逯宇铎
董大海	戴大双			

总 序

编写一批能够反映大连理工大学管理学科科学研究成果的专著，是几年前的事情了。这是因为大连理工大学作为国内最早开展现代管理教育的高校，早在 1980 年就在国内率先开展了引进西方现代管理教育的工作，被学界誉为“中国现代管理教育的先驱，中国 MBA 教育的发祥地，中国管理案例教学法的先锋”。大连理工大学管理教育不仅在人才培养方面取得了丰硕的成果，在科学研究方面同样取得了令同行瞩目的成绩。例如，2010 年时的管理学院，获得的科研经费达到 2 000 万元的水平，获得的国家级项目达到 20 多项，发表在国家自然科学基金委员会管理科学部的论文达到 200 篇以上，还有两位数的国际 SCI、SSCI 论文发表，在国内高校中处于领先地位。在第二轮教育部学科评估中，大连理工大学的管理科学与工程一级学科获得全国第三名的成绩；在第三轮教育部学科评估中，大连理工大学的工商管理一级学科获得全国第八名的成绩。但是，一个非常奇怪的现象是，2000 年之前的管理学院公开出版的专著很少，几年下来却只有屈指可数的几部，不仅与兄弟院校距离明显，而且与自身的实力明显不符。

是什么原因导致这一现象的发生呢？在更多的管理学家看来，论文才是科学研究成果最直接、最有显示度的工作，而且论文时效性更强、含金量也更高，因此出现了不重视专著也不重视获奖的现象。无疑，论文是重要的科学研究成果的载体，甚至是最主要的载体，但是，管理作为自然科学与社会科学的交叉成果，其成果的载体存在方式一定会呈现出多元化的特点，其自然科学部分更多的会以论文等成果形态出现，而社会科学部分则既可以以论文的形态呈现，也可以以专著、获奖、咨政建议等形态出现，并且同样会呈现出生机和活力。

2010 年，大连理工大学决定组建管理与经济学部，将原管理学院、经济系合并。重组后的管理与经济学部以学科群的方式组建下属单位，设立了管理科学与工程学院、工商管理学院、经济学院以及 MBA/EMBA 教育中心。重组后的管理与经济学部的自然科学与社会科学交叉的属性更加明显，全面体现学部研究成果的重要载体形式——专著的出版变得必要和紧迫了。本套论丛就是在这个背景下

产生的。

本套论丛的出版主要考虑了以下几个因素：第一是先进性。要将学部教师的最新科学研究成果反映在专著中，目的是更好地传播教师最新的科学研究成果，为推进管理与经济学科的学术繁荣做贡献。第二是广泛性。管理与经济学部下设的实体科研机构有 12 个，分布在与国际主流接轨的各个领域，所以专著的选题具有广泛性。第三是纳入学术成果考评之中。我们认为，既然学术专著是科研成果的展示，本身就具有很强的学术性，属于科学研究成果，有必要将其纳入科学研究成果的考评之中，而这本身也必然会调动广大教师的积极性。第四是选题的自由探索性。我们认为，管理与经济学科在中国得到了迅速的发展，各种具有中国情境的理论与现实问题众多，可以研究和解决的现实问题也非常多，在这个方面，重要的是发动科学家按照自由探索的精神，自己寻找选题，自己开展科学研究并进而形成科学研究的成果，这样的一种机制一定会使得广大教师遵循科学探索精神，撰写出一批对于推动中国经济社会发展起到积极促进作用的专著。

本套论丛的出版得到了科学出版社的大力支持和帮助。马跃社长作为论丛的负责人，在选题的确定和出版发行等方面给予了自始至终的关心，帮助学部解决出版过程中的困难和问题。特别感谢学部的同行在论丛出版过程中表现出的极大热情，没有大家的支持，这套论丛的出版不可能如此顺利。

大连理工大学管理与经济学部

2014 年 3 月

目 录

第 1 章 企业社会责任信息披露概述	1
1.1 研究背景与意义	1
1.2 企业社会责任的内涵与外延	5
1.3 企业社会责任披露研究评述	11
1.4 企业社会责任研究的综合视角	18
1.5 内容安排与主要观点	22
1.6 理论基础	25
第 2 章 企业社会责任的发展趋势——基于 GRI 指南的分析	33
2.1 认识的“单一”到“全面”	34
2.2 CSR 的“链化”	36
2.3 融入战略中去	40
第 3 章 企业社会责任信息体系的构建	45
3.1 现有企业社会责任评价体系	45
3.2 社会期望主题的界定标准	53
3.3 基于社会期望主题的企业社会责任信息体系构建	60
3.4 企业社会责任信息体系的验证	63
3.5 结果与启示	74
第 4 章 基于意义建构的企业社会责任驱动因素	78
4.1 理论框架	78
4.2 研究方法	80
4.3 壳牌石油企业社会责任意义建构的过程	81
4.4 壳牌石油企业社会责任意义建构过程的驱动因素分析	84

第 5 章 企业社会责任信息披露的系统动力学模型构建·····	90
5.1 企业社会责任信息披露的概念模型构建·····	90
5.2 企业社会责任信息披露的量化模型构建·····	104
5.3 企业社会责任信息披露的模型模拟和结果讨论·····	120
参考文献·····	133

第 1 章 企业社会责任信息披露概述

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

近年来，随着美国安然事件、墨西哥湾漏油事件，中国三鹿毒奶粉事件、紫金矿业污染事件、“达芬奇”家具造假事件等的曝光，公众对企业社会责任（corporate social responsibility, CSR）的关注度也空前提升。CSR 的研究始于 Bowen（1953）《商人的社会责任》一书，自此成为一个“兼收并蓄”的领域。20 世纪 70 年代之前对 CSR 的研究主要集中在“企业是否应当承担 CSR”和“CSR 概念的辩论”上。70 年代以后，CSR 才作为学术理论被广泛关注（Gallo, 2004）。首先是 Sethi（1975）提出了企业行为的“社会义务、社会责任和社会响应”三阶段模型，将研究注意力从 CSR 概念的讨论转移到企业的社会表现上。之后，Carroll（1979）提出了 CSR 的“经济责任、法律责任、伦理责任和自由决定的责任”金字塔模型，后在 1991 年，Carroll 在研究中将“自由决定的责任”更改为“慈善责任”，得到学术界一致认可，至今广为采用。80 年代，学者开始更多地关注 CSR 工具理论的发展，Aupperle 等（1985）实证探寻了 CSR 与营利性的关系，Wartick 和 Cochran（1985）把 Carroll 的结构进一步拓展为“原则—过程—政策”的模型，表明了 CSR 理论研究向实践应用的发展。90 年代，利益相关者理论、商业伦理理论及企业公民理论等许多新理念的出现使 CSR 研究外延逐渐扩大。21 世纪开始，学术界更多地关注 CSR 的管理应用，从 Freeman（1999）的利益相关者分类，Arlow（1991）的 CSR 评价，Porter（1980）、Davis 和 MacDonald（2010）的 CSR 管理，到 2011 年 ISO26000《社会责任指南》的发布，CSR 的研究已经形成较为完整的理论体系。

国内 CSR 的研究大都建立在欧美国家学术研究的基础上，21 世纪开始，很多学者从不同的研究视角对中国 CSR 的理论和实践进行了有益探索。例如，高敬忠

和周晓苏(2008)利用1999~2006年我国上市公司的面板数据,研究了经营业绩、终极控制人性对CSR履行度的影响,结果显示,每股收益高的上市公司在社会责任履行度方面没有高于每股收益较低的公司,同时社会责任履行随着企业资产经营规模的增长而提高,随着主营业务规模的扩大而下降;徐尚昆和杨汝岱(2009)对我国12个城市1268家工业企业进行了问卷调查,从社会资本的角度来研究企业承担CSR的内在动因及作用机制;李伟阳和肖红军(2011)在研究中提出了全面社会责任管理的“3G+3T”模型,建立了全面的社会责任管理的思想体系和实施体系;李彬等(2009)则从制度理论的视角,以对404家旅游企业高管的调研为基础,探究了不同制度压力对企业的社会责任影响程度;刘凤军等(2012)从消费者的视角对CSR与品牌影响力关系进行了实证研究;尹开国等(2014)通过中国上市公司的经验证据,研究了CSR与财务绩效的关系;王清刚和李琼(2015)不再局限于研究单个企业的CSR履行状况,而是从供应链视角探究了CSR价值创造的机理。从学者的现有研究来看,大部分研究仍然是建立在西方国家CSR理论基础上的检验。

近40年来,国内外学者在CSR研究方面取得了许多创造性成果。从CSR研究的地域范围来看,将从“以西方为中心”向各个国家转移,成为一个全球范围的研究领域。从CSR理论发展趋势来看,初步形成了理论框架,利益相关者理论成为CSR研究的重要理论基石。从CSR研究的外延来看,将形成一个多学科交叉的研究领域,尤其是与人力资源管理、战略管理、营销管理的交叉研究。从CSR实践发展来看,如何推动CSR实践将会成为该领域未来研究的重点,并将会出现多样化的局面,如关注不同情境、不同类型的CSR问题等。

在过去十年中,越来越多的学者和CSR倡导组织将企业是否应当承担社会责任的辩论焦点转向如何促进企业承担社会责任的重点上来,希望能够找到引导企业积极履行社会责任的动机和促进CSR实践发展的机制。各国政府也越来越多地融入CSR有关政策制定中,一些非政府和非营利组织也积极参与到设计和维护CSR管理标准、标识制度和报告制度当中,目的就是人类社会可持续发展带入企业的经营目标和运营过程当中,使之成为企业社会属性的基本组成部分。

根据学者刘怡君对社会公众行为的梳理,“从上”行为涉及人的道德观念,受到千百年来中华文化的影响,不愿意冲破道德的束缚;“从利”行为受人的价值观的驱动,面对利益时,人们的言行往往会受自我利益驱动;“从众”行为取决于人的心理层面,愿意少数服从多数。对于企业来说,具有基本的道德观念,在能力范围内愿意承担起企业同社会共同发展的责任,并通过信息披露的方式在公众中树立起良好的企业形象,属于“从上”行为;市场化改革的进行使中国市场竞争机制日臻完善,卖方市场逐渐向买方市场转化,消费者对企业兴衰的影响力越来越

越大,企业为了赢得消费者对企业的好感而发布 CSR 信息,属于“从利”行为;信息透明是社会公众及各类组织机构监督企业行为、维护自身权益的前提条件和有效保障,公众及相关组织有强烈的获取 CSR 信息的诉求,是“从众”行为,因此,基于“从上”“从利”“从众”方面的考虑,企业普遍都面临着 CSR 信息披露的问题。基于此,各国政府和相关的管理部门都在积极出台各种政策、文件等,以推动企业进行 CSR 信息披露。例如,英国、法国、加拿大、澳大利亚等国家相继通过相关立法,要求企业就其社会责任的具体表现披露相关信息。英国的 Johannesburg 证券交易所于 2002 年发布公告,要求在该所上市的所有公司披露综合的可持续发展报告,并在进行报告披露时要参考国际报告倡议组织颁布的《可持续发展报告指南 4.0》(简称 GRI 4.0)。法国政府于 2001 年颁布的 Nouvelles 经济管制条例也要求,所有在第一股票市场上市的公司从 2002 年开始必须披露劳工、健康与安全、环境、社会、人权、社区参与问题等信息。我国的深圳证券交易所和上海证券交易所分别于 2006 年和 2008 年出台《上市公司社会责任指引》和《上市公司环境信息披露指引》,对上市公司披露 CSR 信息提出了明确要求。国务院国有资产监督管理委员会(简称国资委)也分别于 2007 年和 2011 年下发文件,鼓励有条件的中央企业定期发布社会责任报告或可持续发展报告,向社会和利益相关者公布企业履行 CSR 的现状、规划和措施。2015 年 12 月 21 日,香港交易及结算有限公司正式发布了《环境、社会及管治报告指引》(即 ESG 报告指引),对部分报告披露项的要求提升为“不披露就解释”,客观上将带动大量的内地公司发布企业的 CSR 报告。这些都极大地促进了 CSR 信息披露的发展。

随着外部压力的增加,在政府部门的指引和推动下,越来越多的企业开始发布独立的 CSR 报告或通过其他形式进行 CSR 的信息披露,以满足利益相关者的诉求。美国一家 CSR 报告网站 CorpoarteRegister.com 发布的数据统计显示,1995 年以前只有少数的几家美国公司会就其 CSR 实践发布相应的报告。而在 1995 年以后,这一数量大幅度上升,仅在 2007 年,就有约 300 家公司发布了 CSR 报告。国内权威的 CSR 第三方组织商道纵横数据显示,我国企业发布 CSR 报告的数量从 2001 年的 1 份增长为 2013 年的 1 819 份。其中,2009 年和 2012 年 CSR 报告的发布数量有大幅度增加,其他年间的增长都较为平稳。

可以看出,进行 CSR 信息披露正在为越来越多的企业所接受和实施。然而,现阶段的 CSR 信息披露更多地关注的是“量”,而非“质”。中国社会科学院发布的《中国企业社会责任报告白皮书 2015》指出,在最终分析的 1 027 份中国企业 CSR 报告样本中,获得五星级企业的仅有 23 家。笔者所在课题组通过对 2015 年度交通运输行业 42 家上市公司的 CSR 报告进行质量评价发现,76%的企业所发布的 CSR 报告得分都处于及格线 60 分之下,说明 CSR 信息披露实践还存在着严重

不足。

针对 CSR 信息披露的繁荣以及尚存在的问题，国内外学者进行了大量的研究，以期找到促进企业进行 CSR 信息披露的关键驱动因素，进而提出有效的改进措施。在研究方法上，国内外大量的研究都是基于数据的实证，以此对影响 CSR 信息披露的因素进行相关性的探讨。在研究内容上，主要涉及以下几个方面。

首先，经济动机是企业大多数行为选择的重要因素，企业进行 CSR 信息披露的行为并不总是由外部激发的，也可能是由企业对外部经济目的的追求而引起的；其次是来自外部的压力，来自外部利益相关者的压力是促使企业进行相关信息披露的主要因素；最后，公司的治理对 CSR 信息披露也有一定的影响，主要集中在股权结构、控股股东性质、董事会等方面与 CSR 信息披露的相关性。此外，不同性质的企业，CSR 信息披露的水平也不同，规模大的企业水平更高，而敏感行业因为受到的社会关注度更高，其面临的 CSR 信息披露的要求也高于非敏感行业。对于 CSR 信息披露，现有研究仍然存在着很大的研究空间，主要表现在：第一，现有的实证研究只能够回答哪些因素影响 CSR 信息披露，却很难回答这些因素的影响机制问题。第二，现有研究鲜有立足信息披露的过程进行探讨的，缺乏系统性的思考，且少有考虑利益相关者对 CSR 信息的接收、理解能力对 CSR 信息披露的影响问题，从而依据研究结果给出的政策建议在可行性上有些许欠缺。

本书引入系统动力学模型，从信息的需求和供给的角度出发，以企业对 CSR 信息披露的预期收益-成本为约束，构建 CSR 信息披露的系统动力学模型，分析 CSR 信息披露中的影响因素及其作用机理，并据此提出推动完善 CSR 信息披露的管理建议，促进 CSR 信息在企业与利益相关者之间的有效传播。

1.1.2 研究意义

本书通过探讨 CSR 信息披露问题为该领域理论与实践发展提供新的思路、方法、工具。在思路，重新审视利益相关者的地位，强调企业与利益相关者的互动学习和共同意义建构的过程，有效地调动利益相关者的积极性；在方法上，从系统动力学的角度探讨 CSR 的相关问题，促进两个领域的交叉融合；在工具上，采用内容分析、问卷调查、系统动力学等研究方法，丰富该领域的量化研究，同时有助于指导企业更加客观、公正地发布 CSR 报告，提高 CSR 信息披露的质量。研究意义具体表现为以下几个方面。

(1) 清晰明晰地界定 CSR 信息体系结构，使 CSR 的研究和实践边界更加清晰，为该领域的深入研究奠定基础，为 CSR 的发展提供一个有力的支撑点。首先，可以辅助相关监管部门指导市场决策和社会公开评定标准的制定，为将 CSR 纳入规范的公共管理范畴提供帮助，促进 CSR 从“企业自我约束”向“社会约束”的

转变,同时加大舆论宣传导向,提高整个行业乃至全社会对企业承担社会责任的关注度和认知度。其次,可以方便企业进行CSR实践的自评,有助于更好地履行社会责任,提高CSR实践的实质性。最后,为CSR报告的系统性和规范性提供新的思路。

(2)对系统动力学在CSR研究领域的应用进行有益的探索,为该方法在CSR领域中的进一步应用提供“去粗取精”的样本。研究构建了CSR信息披露的动力学模型,为更好地把握不同变量的变化对整个系统的作用提供了简单、直观的研究方式。CSR具有非常丰富的内涵,涉及的利益相关者也十分广泛,从而影响CSR发展的因素是多方面的,因素之间的相互作用关系错综复杂,这就决定了CSR问题的研究具有复杂性和系统性的特征。受时间和能力的限制,本书构建的仿真模型在变量设计上没有能够实现全面的涵盖,未来的相关研究可以直接在本书模型的基础上添加变量并检验变量的影响作用。

(3)通过提出CSR信息披露的促进机制为该领域的实践发展提供保障。在理论研究基础上,充分结合中国CSR实践现状,采用案例研究方法,以“天津塘沽大爆炸”和“长江客轮翻沉”事件为例,探究CSR信息披露过程及其影响因素的作用机制,加强理论与实践的联系,对社会监管工作的开展以及相关政策的制定具有很强的指导和借鉴作用。

1.2 企业社会责任的内涵与外延

1.2.1 企业社会责任的内涵

CSR 是任何企业都不可逃避的“强制性”责任,具有普适性,同时又“与时俱变、因地制宜、因企而异”,具有动态性。CSR 内涵的变化反映了人们认知水平及价值标准的变化。其内涵的日益丰富以及包容性的增强也说明着人们对企业功能及使命的认识由狭隘走向全面。至今,关于 CSR,学界还没有统一的定义。然而,对其基本原则却有共同底线,即 CSR 不具有排他性,而是讲求多方利益相关者的和谐,不以某一方的利益为牺牲,也不以某一方的利益为唯一追求。CSR 的发展过程实际上是多方利益相关者诉求趋向一致的过程,是从单独地或重经济或重环境或重社会的发展理念转变为支持协调推进经济、环境、社会和谐发展理念的过程,是企业和利益相关者共同意义建构的过程。为了对 CSR 的内涵有较为全面的认识,本节系统梳理了国内外学者的研究中关于 CSR 的定义,以及一些权威性机构和企业对 CSR 的理解。

1. 国外学者的观点

CSR 的概念最早由美国学者 Sheldon 于 1924 年提出,而真正让关于 CSR 的研究开始变得广泛的是两次大论战。第一次论战是 20 世纪 30~50 年代 Dodd 和 Berle 关于企业是否只应对股东负责的争论,第二次论战是 20 世纪 60 年代 Berle 和 Manne 关于现代公司作用的争论。正是这些争论,使 CSR 的发展能够更加地符合众多利益相关者的诉求,不再单一地强调某一个利益相关者的利益,在对立中获得了统一。

CSR 的两次著名论战

Berle VS Dodd 论战: 20 世纪 30 年代关于企业经营者职能问题的讨论。

哥伦比亚大学法学院教授 Berle 认为企业管理者只能作为企业股东的受托人,其权力都是为股东利益而委托的权力,企业的唯一目的在于为股东赚取利润,股东的利益始终优于企业的其他潜在利益者的利益。而哈佛法学院教授 Dodd 则认为公司是既有社会服务功能又有营利功能的经济机构,其权力是为整个社会的利益而委托的权力。公司经营者的应有态度是树立自己对职工、消费者和社会大众的社会责任感。

Berle VS Manne 论战: Dodd 与 Berle 之争的延续。

Manne 批评了 Berle,同意 Dodd 将企业经营者视为企业所有利益相关者的受托人的说法,他认为 Berle 没有讲清楚为何经营者的职责是在企业利益相关者之间分配企业财富。Berle 对此进行了反驳,他认为早年没有将企业经营者作为企业所有利益相关者的受托人和财富分配者看待,是担心企业的经营者的会变成政治活动家或对学校及慈善机构起决定作用的资金供应者,而不是认为企业经营者不适合担当这种角色。

资料来源:郑海东(2007)

总结、对比国外学者的研究,其中影响较大的主要有以下几种观点。Bowen (1953)在《商人的社会责任》中提到,商人的社会责任是指商人有责任根据社会价值观和目标的要求来拟定政策、制定决策或遵守行动规则。商人要在一个比损益表更广的范围内,为他们的行为后果负责。他甚至认为,即使社会责任活动会对企业的利润造成负面影响,商人也应当自觉地以对社会负责任的态度进行经营活动。Bowen 的观点是把商人作为 CSR 的承担方,具有一定的时代局限性,但对其后的 CSR 研究具有十分重大的影响,被一些学者认为是真正的 CSR 定义之端。Davis

(1960)提出了著名的“责任铁律”，认为商人应当关注被企业行为影响的其他人的利益和需求，并将社会责任视为“企业直接利益以外的因素”。同时期的学者 Frederick (1960)则认为，社会责任就是商人要有这样一种意愿，将企业的资源应用于广泛的社会目的，而不是仅仅限制在对个人和企业利益的追求上。

在早些时候，商人的社会责任的提法多于 CSR 的提法，企业被视为商人的私有财产，因而其行为决策主要受商人的决策影响，其目的应是为商人谋利。随着企业理论的发展，人们逐渐认识到商人不再是企业的唯一主人，企业的社会责任也就不再仅仅是商人的社会责任。到了 20 世纪 70 年代，商人的社会责任的提法逐渐为 CSR 所取代。这一转变是 CSR 理念发展上的重要突破。

很长一段时期，CSR 都被放在了股东利益的对立面，受到一些著名学者的反对和排斥。诺贝尔奖经济学家 Friedman (1962) 就认为，企业管理者履行社会责任会极大地毁坏自由社会的基础。但归根结底来看，Friedman 并不是反对现代意义上的 CSR，只是在他的那个年代，他听到的关于 CSR 的观念是对立于追求经济发展的，是有损于股东利益的，因而是欠妥的。

在不断的争论中，人们对 CSR 的认识不断改变，学者们所下的定义也逐渐地摆脱了“排他性”。Carroll (1979) 提出的 CSR 定义是迄今为止最为广泛认可的。他认为，CSR 包括社会在某一时点上对组织的经济、法律、伦理和慈善期望。具体来说就是，第一，经济责任。经济责任是企业最基本也是最重要的社会责任，是企业一切其他行动的基础。第二，法律责任。企业要在法律允许的范围内行动，否则就会受到法律的制裁。第三，伦理责任。企业应该遵循那些受到社会公众普遍遵从的伦理规范。第四，慈善责任。企业作为社会的组成成员，必须为社会的繁荣、进步和人类生活水平的提高做出自己应有的贡献。后续日益增多的 CSR 定义，虽具体的形式、表达有所差异，但都没有能够突破他的框架。

2. 国内学者的观点

我国的 CSR 实践和理论研究都较国外晚一些。其中，最早对 CSR 进行定义的是袁家方 (1990)，他认为 CSR 是企业 在争取自身生存与发展的同时，面对社会需要和各种社会问题，为维护国家、社会和人类的根本利益，必须承担的义务。刘俊海 (1999) 则对袁家方提到的“社会和人类的根本利益”做了进一步的划分，认为这些利益包括雇员、消费者、中小竞争者、债权人、当地社区等的利益。

卢代富 (2002) 将 CSR 视作企业的维护和增进社会公益的义务，并从四个方面对其特点进行阐述：第一，是一种关系责任。第二，是对非股东利益相关者的责任。第三，是企业的法律或道德要求下的责任。第四，是对股东利润最大化原

则的改进。谭深和刘开明（2003）则认为，CSR 是指公司不能仅仅以股东利益最大化为唯一目的，也应当考虑股东之外的其他群体的利益。相较而言，本书认为谭深和刘开明的观点更具有包容性。其他学者的观点大致与上述观点相似，这里不再赘述。

3. 国际上权威机构的观点

国际上一些关注 CSR 问题的权威组织，如美国经济发展委员会（Committee for Economic Development, CED）、世界可持续发展商业委员会、英国的“企业公民会社”、国际标准化组织（International Organization for Standardization, ISO）等给出的关于 CSR 的定义对于人们理解 CSR 也具有十分重要的意义，详见表 1-1。

表 1-1 国际组织的 CSR 定义

国际组织	CSR 定义
美国经济发展委员会	“三个同心圆”定义：内圈圆环包括清晰的基本责任，即高效地履行经济功能；中间圆环责任是通过敏锐感知社会价值观和优先次序的变化来履行经济功能，如保护环境、协调劳资关系、满足顾客更高的知情期望、公平待遇和安全保护等；外圈圆环责任包括新近出现但尚未确定的责任，企业应当积极承担更广泛的责任以改善社会环境（如贫困和城市衰退）
世界可持续发展商业委员会	CSR 是企业承诺持续遵守道德规范、为经济发展做出贡献并且改善员工及其家庭、当地社区、社会的生活品质
英国的企业公民会社	CSR 有以下四点含义：第一，企业是社会的一个主要部分；第二，企业是国家的公民之一；第三，企业有权利也有责任；第四，企业有责任为社会的可持续发展做出贡献
国际标准化组织	组织对运营的社会和环境影响采取负责任的行为，即行为要符合社会利益和可持续发展要求；以道德行为为基础；遵守法律和政府间契约；全面融入企业的各项活动
社会责任国际机构	企业通过尊崇伦理价值和尊重人、社区以及自然环境而取得商业成功
国际商业领袖论坛	企业以伦理价值为基础，坚持开放透明运营，尊重员工、社区和自然环境，致力于取得可持续的商业成功

1.2.2 企业社会责任的外延

1. 企业社会责任的范围

随着 CSR 内涵的演变，出现了不同的责任范围。美国经济发展委员会在 1971 年将 CSR 分为三个同心圆，分别代表了三个层次的社会责任。

（1）内圆责任（inner circle）：最基本的企业责任，即有效执行企业的经济功能。

（2）中圆责任（inter mediate circle）：企业应在考虑和配合社会价值变化的前提下，运作经济功能。

（3）外圆责任（outer circle）：强调企业应主动积极地改善社会环境。

学者 Sethi (1975) 则依据不同时代中社会产生的不同需求, 将 CSR 区分成三等级, 即社会义务 (social obligation)、社会责任 (social responsibility) 和社会回应 (social responsiveness)。

(1) 社会义务: 意即企业的行为或决策主要是回应法律及市场规则。

(2) 社会责任: 指企业的行为规范以企业所处社会的道德、价值及期望为依据。

(3) 社会回应: 企业要做出长远的决策及行为, 包括企业的各种前瞻性规划及各种预防性规范。

Steiner 依据 CSR 对内外部环境的影响将其分成内在社会责任和外在社会责任。

(1) 内在社会责任: 包含改善员工的工作环境及合理公正地选择和教育员工。

(2) 外在社会责任: 包括训练及雇用残障者, 改善公平给付。

美国会计协会 (National Association of Accountants, NAA) 的企业社会行动委员会提出企业承担社会责任应涵盖以下四个范畴。

(1) 人力资源的开发: 给员工提供教育训练、最低基本工资的保障、舒适安全的工作环境以及让员工有工作满足感和实现自我愿景的机会, 提供平等雇佣的机会, 没有性别歧视和种族歧视等。

(2) 参与社区活动: 赞助或举办社区教育、文化、公益活动, 即结合社区民众参与社区建设发展计划, 以提升社区的生活品质等。

(3) 自然资源的效率及环境保护: 包括妥善有效地利用自然资源, 注重环保, 减少空气、水、噪声及固体废弃物的污染。

(4) 提供商品与服务: 此部分涉及企业与顾客间的关系, 以及产品或服务对社会所造成的影响。例如, 制造安全、可信赖及高品质的产品, 提供完善的服务, 与消费者建立良好的互动关系等。

哈佛商学院教授 Porter 和 Kramer (2006) 则将 CSR 分为两种类型。

(1) 回应式 CSR: 回应式 CSR 包括扮演好企业公民的角色 (应处理好利益相关者关心的社会议题) 以及降低公司活动目前和未来可能会对社会造成的负面影响。

(2) 策略性 CSR: 并不是要成为优良的社会公民 (即降低价值链对社会造成的影响), 而是为社会和公司创造明确利润的计划。虽然策略性 CSR 计划的数量可能会比回应式 CSR 计划少, 但其能共享的价值会更高。

2. 企业社会责任的维度划分

通过对国内外机构和学者对 CSR 的维度划分进行梳理和分析, 整体来看, 可以