

教育部人文社会科学重点研究基地郑州大学公民教育研究中心重点科研项目



· 经济管理学术文库 ·

王金辉 / 著

# 企业公民教育研究

——企业公民、企业自生能力与企业社会责任

企业公民建设已成为推动企业与社会、环境和谐发展的重要因素，已经得到政府、社会和企业的高度关注和支持。但是，迄今还没有一本专门研究企业公民教育的著作。本书填补了这一方面的缺憾。本书包括企业自生能力和企业社会责任两章，详细介绍了企业自生能力和企业社会责任的内涵、理论基础和相关研究，分析了企业自生能力、企业社会责任与企业公民教育的辩证关系，提出了培养企业自生能力、促进企业社会责任发展的建议和对策，给出了关于企业公民与企业社会责任的有关案例，可为进行企业公民研究和建设的科研、教学机构提供参考。



• 经济管理学术文库 •

# 企业公民教育研究

——企业公民、企业自生能力与企业社会责任

The Impact of Sports Sponsor Marketing on  
Brands Equity

王金辉 / 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

**图书在版编目 (CIP) 数据**

企业公民教育研究——企业公民、企业自生能力与企业社会责任 / 王金辉著. —北京: 经济管理出版社, 2010.11

ISBN 978-7-5096-1157-9

I. ①企… II. ①王… III. ①企业—社会—职责—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 218509 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: 世界知识印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 徐 雪

责任编辑: 徐 雪

技术编辑: 杨国强

责任校对: 郭 佳

720mm×1000mm/16

28 印张 518 千字

2011 年 1 月第 1 版

2011 年 1 月第 1 次印刷

定价: 56.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-1157-9

**·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

# 序

## ——读出来的学问

知识有两个来源，一个是做实验干科研干出来的，另一个是读书读出来的。读书真能读出来学问吗？能，而且能读出来大学问，能读出有创意又有创造性的学问。

读书人，沉潜乐学，不浮不躁，坐在书斋里，清心寡欲，安静下来，打开书本，一行一行地读，一页一页地读，读完这本再读另外一本。并且，边读边想，“是什么”，“为什么”，“怎么办”；用自己做人做事的经验去理解书中的概念、理论和技术；又用书中的思想和方法去梳理自己的所见所闻、所思所想。书真正读进去了，理解了作者，把握了主旨与意图，明白了微言大义，有了若干心得体会，这或许就是原作者不曾发现，未曾想到，来不及理论的。这不就是创新吗？

摆在我们面前的这本书，就是王金辉读书读出来的大学问。书中讨论的是企业社会责任与自生能力。这两个课题是作者有浓厚兴趣、长期关注的问题，也是企业界、学界及社会经常热议的问题。作者大学毕业后，就投身商海，创办了民营企业，从事小麦、大豆和棉花等农副产品交易。像投放了酵母的面团一样，公司很快做大了，虽然没有国有公司那般强大，但是，在同业同行心目中也算是榜上有名了。他自己总结道：公司迅速发展，一不是靠钱，二不是靠权。这两项他都不具优势。他的优势就是读书学习。他爱读书、爱学习，爱把书本上写的变成公司的经营管理实践，是名副其实的学习型企业，其公司是名副其实的学习型企业组织。

王金辉先生学习有三个特点：

锲而不舍、坚持不懈，是他学习的第一个特点。他读了一个学校又一个学校，学习了一个专业又一个专业。北京大学、清华大学、中国社会科学院研究生院、香港中文大学、英国温布尔大学，校校都有他的课桌，到处都有他的足迹。生产、经营、管理、金融、投资、物流，他都饶有兴趣地涉猎，孜孜不倦地研习。笔者是在北京大学教组织行为学时与其相遇相识的。他给笔者留下了

深刻印象。与其他学员不大相同，他听课十分认真，一直保持倾听姿态，不时做笔记，善于目光交流，能及时抓住课间时间提些很有质量、很有深度的问题，可见其边听边思考着许多问题，并力图在学习中解决。

认真选择图书文献，是王金辉读书的第二个特点。眼下，信息洪水汹涌澎湃，大有淹没一切的势头。报纸、杂志、广播、电视、短信和博客所传播的信息令人应接不暇。读什么与不读什么，常常使人无从选择。这不仅因为我们的选择能力有限，而且还因为我们用于阅读的时间并不是无限的。企业家没有不喊忙的，王金辉也不例外。但是，我们除了听到他喊工作忙碌之外，还听到他阅读的消息。为了集中解决一个问题，他广泛涉猎，搜集大量文献，一一阅读。为写这本讨论社会责任与自生能力的书，他检索了中文文献164个，英文文献95个。它们多来源于核心刊物，撰稿人多具代表性和权威性。

深思熟虑、质疑批评，是王金辉读书的第三个特点。他总是以敬佩的心情，虚怀若谷的态度去阅读，像海绵一样吸纳书中的思想、理论、方法和技术。但是，他从来不死读书，不迷信、不盲从，坚持质疑、批评。就拿讨论企业社会责任来说吧，他介绍了道义论、自利论、战略论以及其他一些理论。对每种理论，都指出其优点、优势和长处，同时又指出它的弱点、缺点和错误，充满了批判精神。没有批判就没有创新，批判是创新的开始。作者在对文献的品头论足当中提出并论证了自己的观点和主张，从而彰显了大胆创新的精神。愿作者的创新精神在广大读者中传播，盼一个个充满批判创新精神的学习型企业在中国大地上崛起。

李庆善  
2010.10.12. 于北师北公宿

(李庆善，中国社会科学院研究生院教授，博士生导师。  
中国社会心理学会秘书长，中国社会科学院社会学所研究员。  
享受政府特殊津贴。)

# 目 录

导 论 .....	1
-----------	---

## 上篇 企业自生能力

<b>第一章 企业自生能力的内涵和理论演化 .....</b>	<b>19</b>
第一节 企业自生能力的内涵 .....	19
第二节 企业自生能力的支撑理论 .....	21
第三节 企业自生能力的基础理论 .....	28
第四节 企业自生能力的核心理论综述 .....	33
本章小结 .....	38
<b>第二章 企业自生能力的经济分析 .....</b>	<b>41</b>
第一节 反思新古典经济学 .....	41
第二节 经济增长理论与发展 .....	44
第三节 企业自生能力是经济内驱力 .....	47
第四节 要素禀赋与企业性质 .....	52
第五节 要素禀赋结构与企业自生能力 .....	54
本章小结 .....	57
<b>第三章 核心竞争力是企业自生能力的原动力 .....</b>	<b>61</b>
第一节 盈利能力与企业竞争力 .....	61
第二节 企业核心竞争力的特征和构成要素 .....	66
第三节 企业核心竞争力模型评述 .....	70
第四节 企业核心竞争力的监测与评估 .....	73

本章小结 .....	78
<b>第四章 企业自生能力的动力机制 .....</b>	<b>81</b>
第一节 企业自生能力的动力机制构成 .....	81
第二节 企业自生能力外在动力机制 .....	82
第三节 企业自生能力内生动力机制 .....	92
第四节 科学构建企业自生能力动力机制 .....	108
本章小结 .....	114
<b>第五章 企业自生能力的主要内容 .....</b>	<b>117</b>
第一节 再造转型背景下的无限生机——企业家禀赋 .....	117
第二节 重塑企业自生能力的前提——企业发展战略 .....	122
第三节 企业自生能力的核心因素——技术创新能力 .....	125
第四节 一种新的能力再造视角——企业文化 .....	130
第五节 一扇重新审视世界的窗口——五项修炼 .....	136
本章小结 .....	144
<b>第六章 培育企业自生能力的建议 .....</b>	<b>145</b>
第一节 培育企业家的创新禀赋 .....	145
第二节 构建比较优势发展战略 .....	150
第三节 增强企业引进和创新技术的能力 .....	158
第四节 孕育中国本土化的企业文化 .....	162
本章小结 .....	173

## 下篇 企业社会责任

<b>第七章 企业社会责任的国内外研究 .....</b>	<b>177</b>
第一节 企业社会责任思想的产生 .....	177
第二节 国外学者对企业社会责任的研究 .....	180
第三节 中国企业社会责任研究现状 .....	189
本章小结 .....	199

---

---

<b>第八章 企业社会责任的界定、性质和内容</b> .....	201
第一节 企业社会责任的界定 .....	201
第二节 企业社会责任的性质与特征 .....	205
第三节 企业社会责任的分类及内容 .....	210
第四节 中国企业社会责任的发展与挑战 .....	219
本章小结 .....	226
<b>第九章 企业社会责任的理论依据及多学科分析</b> .....	229
第一节 企业社会责任的理论依据 .....	229
第二节 企业社会责任的经济学分析 .....	235
第三节 企业社会责任的法学分析 .....	240
第四节 企业社会责任的管理学分析 .....	246
本章小结 .....	252
<b>第十章 国际企业社会责任的实践与经验借鉴</b> .....	255
第一节 美国企业社会责任的发展及其法律约束 .....	255
第二节 英国企业社会责任的形成与实践 .....	263
第三节 欧盟企业社会责任理论和实践 .....	267
第四节 日本企业社会责任的内容与拓展 .....	272
第五节 发展中国家企业社会责任的实践 .....	280
第六节 国际企业社会责任规则体系 .....	287
本章小结 .....	293
<b>第十一章 中国企业社会责任发展对策</b> .....	297
第一节 企业社会责任与可持续发展 .....	297
第二节 推进企业社会责任的关键举措 .....	303
第三节 实现企业社会责任的法制化 .....	315
第四节 企业社会责任与政府公共管理 .....	321
本章小结 .....	327
<b>第十二章 企业公民与企业社会责任案例分析</b> .....	329
案例一：国家电网公司企业社会责任状况与评价 .....	329
案例二：丰田召回事件的企业社会责任分析 .....	343



案例三：力拓“间谍门”的企业公民责任反思 .....	348
案例四：汶川大地震中企业社会责任行为分析 .....	352
案例五：整治涉黄网站的电信企业企业社会责任剖析 .....	356
附录一 中国 100 强企业社会责任发展指数 .....	363
附录二 2009 年中国企业公民十大新闻 .....	371
附录三 企业公民与企业社会责任的相关契约与指引 .....	381
参考文献 .....	421

# 导 论

企业公民不仅是一个理论研究的热点问题，而且企业公民建设已经成为一种全球性的社会运动，它将企业经济行为与企业社会责任联系起来，从而实现了理论与实践的融合。外国企业特别是 500 强企业在其长期的发展历史中深刻地体会到社会需求、社会环境对企业健康发展的重要性，因而逐渐形成了非常成熟的企业公民理念，进而成为全球企业好公民的样板企业。在当今世界范围内，企业公民建设作为推动企业与社会、环境和谐发展的重要动力，已经得到政府、社会和企业的高度关注和支持，成为构建和谐世界的重要力量，符合新形势下企业发展的需要。

## 一、问题的提出和意义

近年来，随着全球化进程的加快和跨国投资力度的加大，企业公民理念在中国得到较为广泛的传播，与之相关的理论、政策法规和监督评价体系日趋完善，企业公民的社会组织机构基本建立，企业从事社会责任实践活动的形式、内容日益多样化，范围逐步扩大，发布企业社会责任报告的企业数量日益增加，中国企业公民建设取得了阶段性成果。但由于中西方文化差异较大，社会经济发展背景不同以及中国经济发展阶段和层次的限制，中国企业公民建设还处于较低的水平，法律和体制保障尚未健全，企业社会责任缺失情况较为普遍，甚至一些恶性事件还时有发生。为了进一步推动企业公民建设，我们要科学地界定企业公民的内涵，厘清认识上的误区，建立合理的企业公民治理机制，完善服务机构，这样才能为企业公民建设创立良好的外部环境。

无论是在古代还是在近现代，中西方的经济思想家们在主张经济利益的同时，也非常重视道义，即经济利益的获取手段和方式。早在 2000 年前，中国西汉史学家司马迁就提出“礼生于有而废于无”、“富者，人之情性，所不学而俱欲者也”<sup>①</sup>，作出了“天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往”的著名论

---

<sup>①</sup> 司马迁：《史记·货殖列传》，中州古籍出版社，1994 年。

断，表明司马迁已朦胧地意识到了物质利益规律是人类社会正常运行的第一驱动力，反映其财富观的唯物主义倾向；同时他指出“求富有正道，奸富不可取”，对通过作奸犯科、杀人越货等非法手段得来的不义之财予以坚决否定。亚当·斯密的《国富论》虽然以“经济人”假设为立论基础，指出每个人都是自己利益的最好判断者，人们从事经济活动无不以追求自己的最大利益为动机。但斯密也反对损人利己、道德沦丧。他公开抨击了商人只考虑自身利益的极端自私心理，认为唯有互利才能使每个人的自利追求得以实现。司马迁的财富观和斯密的“经济人”假设有着异曲同工之妙，二者都肯定“利己”，并认为这是社会经济发展的内在驱动力，其思想见解闪烁着唯物主义的光辉；都反对“损人”，体现了“利己”和“利他”的统一，司马迁的“致富层次论”与斯密的“道德人”所体现的人文关怀，折射出两位巨人经济思想中浓厚的辩证色彩。<sup>①</sup>

企业是社会的细胞，企业是经济的灵魂。传统意义上的经济学把企业仅仅看成一个以盈利为目的的生产经营单位，利润最大化是其追求的永恒主题，它没有责任也没有义务去完成本应由政府或社会完成的工作，其行为只要不违法，以何种手段和方式去追求利润都无可厚非。几十年前，美国经济学家米尔顿·弗里德曼就撰文指出：“企业负有一种并只有一种社会责任，那就是遵守职业规则，在拒绝诡计和欺诈的前提下，充分利用其资源从事公开的、自由的竞争而增加其利润。”1920年，福特的创始人就说过这样一句话：“经营一个企业要赚钱，如果不赚钱企业就会死掉，但是如果只关心赚钱，而对社会规律不闻不问，那么这个企业也会死掉，因为它失去了存在的价值。”现代管理学的奠基人彼得·德鲁克也认为，单纯追求利润最大化的企业会忽视非常重要的领域，比如研究、培训和福利，只要它的竞争对手在这些领域倾注全力，就会轻易将它击败。

美国理安·艾斯勒在《国家的真正财富：创建关怀经济学》一书中提出，<sup>②</sup>我们最重要的经济资产不是财经方面的，而是人的贡献和自然环境的贡献。该书构建了关怀经济学体系的6个基础：基础一：全方位的经济图景。全方位的经济图景包括家庭经济、无报酬社区经济、市场经济、非法经济、政府经济与自然经济。基础二：重视和支持关怀与给予关怀的文化观念与体制。观念与体制伙伴以伙伴关系而不是统治关系为取向，并且在亲子关系与两性关系形成时从统治关系转为伙伴关系。基础三：政府经济规章、政策和措施。政府与企业的规章、政策与措施鼓励和奖励关怀和给予关怀，满足人类的基本需求——物质需求与人类发展需求，用以维护生命的直接技术突破；并考虑对未来世代的

<sup>①</sup> 景春梅：《司马迁与亚当·斯密若干经济思想之比较》，《生产力研究》，2008（15）。

<sup>②</sup> 理安·艾斯勒：《国家的真正财富：创建关怀经济学》，社会科学文献出版社，2009年。

影响。基础四：完备且准确的经济指标。这些指标包括传统上由妇女在家从事的和其他非货币化的经济活动，以及大自然维护生命的进程，它们不包括伤害我们和自然环境的活动。基础五：伙伴关系的经济与社会结构。更加平等和更加参与性的结构促进互惠、负有责任和义务的关系，而不是使经济资产和权力集中于领导。基础六：演进中的伙伴主义经济理论。这种经济理论结合了资本主义和社会主义的伙伴关系因素，并且超越了它们，认识到关怀我们自己、他人与大自然的重要经济价值。这6项基础，其实反映的是一个全社会的公民意识：人与社会、大自然的和谐共存。该理论基础也是对企业公民理论与实践探索的一种新的突破，通过人文关怀实现对企业公民所富有的情怀进行阐释。

在大自然生态活动中，有一个能够显而易见地诠释企业公民的道理：蜜蜂为了酿蜜，必须从各种植物与花草中采集花蜜，这可以看作是蜜蜂对自然资源的索取，而它在采蜜的同时也因为翅膀上粘附了花粉而给花授粉，从而实现其对大自然的回报。人比蜜蜂更为聪明的是，人们从一开始就将责任放在首位：一旦做起了企业，不是做成后顺带做了什么，而是自始至终去维护整个社会的人文与生态和谐。而与之相反的是竭泽而渔的赚钱、唯利是图的商战，然后终于大功告成，最后是所谓的慈善——这种逻辑的反动，恰恰是企业“非公民”思维的结果，这不仅是对企业公民、责任与慈善的玷污，而且是对企业的慢性扼杀。

在一个开放、竞争的市场中，一个正常管理的企业，必须有能力获得投资者可以接受的预期利润率，这样的企业才会有人去投资设立；一个企业投资设立后，在未来的经营中也必须能获得投资者可以接受的预期利润率，这样的企业才会被继续经营下去。要是正常经营的企业不能获得市场上大家可以接受的预期利润率，就会失去自生能力，它的设立和继续经营就只能靠外力的支持，主要是政府给予的政策性补贴、保护。在此需要指出的是：一个正常运转的市场必须允许新企业自由进入、企业间竞争以及在竞争中落败的企业被淘汰出局。

本书之所以选择从企业自生能力和社会责任两个方面来集中研究企业公民问题，主要因为在深入系统研究企业如何打造自生能力，如何履行社会责任的同时，还想就以下两个方面做出阐释和厘清：一是理清企业公民的理念。一般而言，谈到企业公民，人们仅仅想到企业为社会做了什么，回报社会多少，给社会捐献多少金钱和物资，往往忽视了我们社会和政府应为企业生存与发展创造怎样的环境和条件。其实，社会和政府要携起手来，按照我国社会主义市场经济的要求，共同构建符合企业成长的体制环境，让企业立足国内放眼世界，使其充分利用国内外两种资源、两个市场，争取取得更好的业绩。二是改革开

放以来,随着我国社会主义市场经济的建立和发展,很多人极端夸大了企业作为“经济人”的作用,乃至信用缺失、职业道德败坏、只求利己而不惜损人的见利忘义行为广泛存在,严重制约着市场经济的健康发展。通过对企业公民理念的重塑,让我国企业重温“以义取利”、“义利兼得”的优良传统,正确解读斯密“经济人”假设的丰富内涵,对企业树立新时期社会主义荣辱观,切实履行社会责任和义务,推动我国转轨时期市场经济的健康发展,构建和谐社会有着重要的启迪意义。

《福布斯》文章曾指出,在20世纪70年代,美国国务卿亨利·基辛格曾经请中国总理周恩来对法国大革命对世界造成的重要影响发表看法。周恩来总理当时回答他说:“现在来说这个还为时过早。”西蒙·谢玛(Simon Schama)在其杰作《法国革命》前言中也提到了周恩来总理对法国革命的重要评价。周恩来总理的评价很耐人寻味,一个政治事件的发生有其历史的必然性,也有其现实的合理性,没有历史的检验是很难盖棺定论的。这种回答方式,显现出周恩来总理既审慎又超然的态度。我想,人类历史中发生的重大历史事件,到底对历史进程产生何种重大作用和重要影响,的确是在短时间内难以认识清楚的。200年在历史长河中也不过是个片段而已,更何况是刚刚过去几十年,甚至几年的重大历史事件。我们探讨企业公民问题,对企业界来讲是一个思维革命的问题,可以说算得上是对一个较大的问题的研讨,但有一点与政治探讨有所不同,经济发展是有规律可以遵循的、企业自生能力是可以按经济规律来培育的,而政治事件的发生具有一定的偶然性,是与人民对统治阶级的拥护程度密切相关的,与政党以民为本的理念有关,二者具有本质性的差异。所以,我们可以对一个企业是否是一个合格的企业公民下个结论:只要一个企业能够不断创新,开拓市场,培育好自生能力,履行好应承担的社会责任,那么这个企业就是一个良好的企业公民,值得受到社会的尊重和支持。

既然可以对企业公民下结论性的评价,那么就可以沿着这一思路进行研究和探讨,首先企业必须在一个竞争性的市场环境里生存和发展。竞争性的市场环境至少需要如下几个条件:第一,必须存在足够的企业或者产业的潜在进入者;第二,这些企业不能私下缔结合谋契约;第三,假如一家企业获得了主导地位,那么它不能滥用这种地位;第四,市场是免受政府庇护的,起码是适度竞争的;第五,技术或产品是多元的,是通过市场发现而催生的。<sup>①</sup>企业只有在上述的市场环境下,通过自身努力,培育立足于市场的自生能力,才能享有企业公民的权利并承担相应的责任。

<sup>①</sup> 让-雅克·拉丰:《规制与发展》,中国人民大学出版社,2009年。

相应地，哈佛大学经济学家科尔耐认为，<sup>①</sup>自主经营是产权和协调机制的一种特定组合，其基本原则是企业领导由企业的工人选举产生，而不像国有企业的领导人那样自上而下产生；而且工人可以分享企业利润。科尔耐教授仅仅分析了与国企相对应的一种自主经营状态，是狭义的自主经营。本书谈到的自主经营，是企业市场竞争环境下依法经营、自主决策、自由联合、合法缴税、合理分红的一种自由状态，是广义的自主经营。

## 二、企业公民：责任与权利的统一

伴随着企业社会责任与可持续发展等理念成为国际上的一股主流思潮，企业公民一词得到了广泛的传播。这一名词脱胎于商业道德和企业社会责任，从法学的角度强调了企业的社会公民身份，扩展了传统商业道德涉及的领域，丰富了公司治理的内容，几乎涉及了企业与社会相关的方方面面。进入 21 世纪，人们对企业的期望，已经不仅仅是解决就业、赚取利润和缴纳税收了，人们更希望企业能有效地承担起推动社会进步、关心环境和生态、维护市场秩序、扶助社会弱势群体、参与社区发展、保障员工权益等一系列社会问题上的责任和义务。于是，企业公民这一反映这种期望的概念便应运而生了。

企业公民概念属于社会文化范畴，是指一个公司将社会基本价值与日常经营实践、运作和策略相整合的行为方式。社会是企业利益的源泉，企业在享受社会赋予的条件和机遇时，也应该以符合伦理、道德的行动回报社会、奉献社会。企业公民这一概念蕴涵着社会对企业提出的要求，意味着企业是社会的公民，应承担起对社会各方的责任和义务。如，为员工提供更好的工作环境和福利，为社会创造就业机会和为社会发展做贡献，为消费者提供安全可靠的产品，同经营合作伙伴建立良好的关系，关注环境和社会公益事业，等等。企业公民不仅仅要从事公共慈善事业，更重要的是要把本职工作做好，确保企业遵纪守法，不骗人，不做假账，不生产伪劣产品，等等。实际上，能否做一个合格的企业公民体现了一个企业的价值取向和长远追求。

关于企业公民，西方研究者给出 3 个不同的回答：企业是公民、企业像公民、企业管理公民权。<sup>②</sup>持“企业是公民”观点的学者认为，企业是有权利和义务的法人，是它们所在国家的公民，企业伦理的首要原则就是：“企业本身就是公民，是一个大型社区的成员。”这种观点是企业公民研究中的重要转折点。持“企业像公民”观点的学者认为，企业像公民一样参与社会和治理，与政府和社

<sup>①</sup> 雅诺什·科尔耐：《社会主义体制：共产主义政治经济学》，中央编译出版社，2007 年。

<sup>②</sup> 湛远知：《企业公民：策问与策辩》，社会科学文献出版社，2009 年。

会组织合作，并管理个人公民权利。而持“企业管理公民权”的学者则认为，企业公民既不是“企业是公民”，也不是“企业像公民”，而是说企业在公民管理中能起到积极作用，并把其定义为“企业公民描述了企业管理个人公民权利的作用”，指出企业进入公民领域是由于传统的政府角色出现失灵，国家不再是公民权的唯一担保人，企业接管了某些原先完全由政府履行的保护公民权的职能，企业与公民的结合，即企业公民的出现，正是这种情形的反映，而这一重要变化在全球化过程中表现得尤为明显（霍季春，2008）。不管何种说法，都说明企业作为一个社会的公民主体，是责任与权利的统一体。

对于企业公民与企业社会责任的关系，目前学界存在3种不同的看法：一是认为企业公民是企业社会责任的一部分，二是认为企业公民与原来的企业社会责任概念是等同的，三是认为企业公民概念是对企业社会责任概念的延伸和拓展。爱泼斯坦认为，好的企业公民意味着企业与利益相关者之间有良好的合作，而这些利益相关者并不仅仅指那些与企业有着密切的、长期的经济利益联系的群体。企业公民行为涉及与企业之外的、超越法律或商业关系的利益相关者有关的行为。这些行为包括为社区提供经济和非经济支持、工作培训，制定超出法定要求的环境标准，促进当地政治经济文化发展等。爱泼斯坦主张的企业公民行为是指企业在其经济责任、法律责任和伦理责任之外自愿承担的责任。

对于此类问题，西方学者给予充分的关注和研究。卡罗尔认为，企业公民行为不仅包括企业与社区之间的关系，还应包括企业对其他重要的利益相关者的回应。他提出了企业公民“四面说”，即每个企业公民均有经济面、法律面、伦理面和慈善面四面。对于不同的“面”而言，企业公民均应满足不同的要求。如经济面要求企业公民赚取利润，法律面要求企业公民遵守法律，伦理面要求企业公民的行为要符合道德伦理标准，慈善面要求企业公民需要为公共目的做出贡献，包括自愿服务、自愿交往和自愿捐赠等。范·卢杰克（Van Lujik，2001）解答了使用企业公民概念缘由，他认为，企业社会责任概念暗含了企业有可能出现不负责任的情况而将企业看作是经常违反道德和伦理的群体，而企业公民概念更有利于正确认识企业和社会中的位置，标志着企业在承担社会责任的同时也像普通自然人公民一样拥有相应的权利。沃德尔（Waddell，2000）亦表示，企业公民重在强调由企业组织的社区中所有相互联系和相互依赖的成员的權利和义务。瓦洛（Valor，2005）认为，企业公民是一个比企业社会责任更积极的概念，它提供了通过借鉴对自然人公民的分析来完善企业公民理论的途径。韦多克（Waddock）认为，企业公民体现在“企业与相关利益者和自然环境的关系以及企业对相关利益者和自然环境的做法”之中，强调企业行为的社会影

响,并将企业表现与利益相关者和自然环境结合在一起,企业公民是企业社会责任思想与利益相关者理论的融合。

随着市场经济的深入发展,企业以“社会公民”身份履行社会责任的观念和现实越来越得到政府、市场和公众的认同和提倡,这从某种意义上已经超越了慈善家的个人行为,而是企业理性选择的存在方式。企业公民和企业社会责任理念的推广和影响力的扩大衍生出了众多的定义和标准,既有政府及政府间组织制定的标准,如国际劳工组织的有关公约、联合国人权宣言等;也有非政府组织制定的民间标准,包括联合国全球契约(GC)、道德贸易行动(ETI)准则、SA8000等;很多跨国公司自身也制定了很多供应链行为准则,这些公司有迪斯尼、沃尔玛、耐克、宜家等。

### 三、企业公民的理论综述

早在1993年,德鲁克就提出:“企业公民意味着积极的贡献,意味着责任,意味着为社区带来变化,为社会和国家带来变化。”美国波士顿学院对企业公民的权威定义为:“企业公民是指一个公司将社会基本价值与日常商业实践、运作和政策相整合的行为方式。一个企业公民认为公司的成功与社会的健康和福利密切相关。因此,它会考虑公司对所有利益相关人的影响,包括雇员、客户、社区、供应商和自然环境。企业公民是关于企业、政府和社会的新的契约关系,它代替了以往争议的企业社会责任。”2003年世界经济论坛认为“企业公民”应包括4方面的内容:第一,企业的基本价值观,主要包括遵守法律、现存规则以及国际标准,拒绝腐败和贿赂,倡导社会公认的商业道德和行为准则。第二,对利益相关群体负责,其中雇员、顾客和股东是最基本的,主要包括安全生产、就业机会平等和薪酬公平,反对性别、种族等歧视,注重员工福利;保护消费者权益,保证产品质量;维护股东权益,重视投资者关系等。另外,还包括企业对所在社区的贡献等。第三,对环境的责任,主要包括维护环境质量,使用清洁能源,共同应对气候变化和保护生物多样性等。第四,对社会发展的贡献,如救助灾害、救济贫困、扶助残疾人等困难的社会群体和个人,赞助教育、科学、文化、卫生、体育、环保、社会公共设施建设,或其他促进社会发展和进步的社会公共事业和福利事业。

宗晓兰在《企业公民——理论探索与经验研究》中指出,企业公民实质上意味着企业是“平衡各方利益关系的企业实体”。<sup>①</sup>李抗美认为:“强调社会责任,是发展社会化大生产和市场经济的道德要求,反映了商品经济发展的一般规律,

<sup>①</sup> 宗晓兰:《企业公民——理论探索与经验研究》,苏州大学硕士学位论文,2005年。



具有鲜明的时代性”，“履行社会责任，是独立市场主体对自身行为自主选择的结果，是企业在对自身社会道德关系正确认识的基础上的自由活动，具有高度的自觉性。”同时“承担社会责任，是提高劳动生产率和经济效益的有效途径，是企业在市场竞争中生存发展的可靠保证，具有明显的功利性”。因此，“企业社会责任是企业利益与社会利益的统一，企业承担社会责任的行为，亦是维护企业长远利益、符合社会发展要求的一种‘互利’行为。这种行为对于企业而言，不仅仅是一种付出，同时也是一种获取”。<sup>①</sup>

企业已经是社会的企业，企业公民概念是对传统企业社会责任概念的超越，深化了企业与社会之间的关系，是“关于企业与政府和社会的健康关系，是企业对承担和不承担社会责任的社会理性选择”。从必要性层面讲，企业应该将“公民责任放入企业的长远规划中”。而在可行性层面，学者们认为“企业公民是战略要素”是“将社会问题转化为创新和商业机会”。<sup>②</sup>一些学者从公民一词的法律起源角度重新审视企业公民，认为“企业不仅仅应该是法律范围内的独立主体，还应该是国家范围内的公民”。邵炜在《从“社会责任”到“企业公民”思维转型》一文中指出：“如果说‘企业社会责任’是社会对企业的期望的话，那么‘企业公民’则意味着法律保障下的权利和义务。”<sup>③</sup>对承担社会责任的企业的权利的尊重和保障也是企业公民概念的内在含义，我们应当尊重企业在承担社会责任中的自主权利和自觉意愿，避免出现“逼捐”之类的“责任暴力”，社会责任的履行应该得到相应的对其权利的尊重。

关于企业公民的进一步研究涉及企业公民行为的衡量，在这方面做出贡献的主要有美国学者 S. 韦多克 (Sandra Waddock) 和英国学者马斯登 (Chris Marsden)。韦多克 (2000) 对企业公民行为的评价方式进行了归纳，将其分为外部评价和内部评价。所谓外部评价包括各种社会投资对企业在企业公民方面表现的评价，以及从不同积极利益相关者角度对公司进行的排名。内部评价是用责任审计或者社会审计的方式，来评价企业公民方面的表现。

在外部评价方式中，社会投资主要包括社会甄别、股东积极主义、社会项目投资和小企业创业投资 4 种。社会甄别通常指根据利益相关者或社会投资者的关注点，由专门的投资机构和研究机构制定的评价企业公民表现的指标，如 KLD 公司创设的纳斯达克上市公司社会表现指数。股东积极主义是指股东通过使用表决权或董事会决议等方式来纠正企业在企业公民方面的不当行为的做法。

① 李抗美：《论企业的社会责任》，《江淮论坛》，1994 年第 3 期。

② 霍季春：《企业公民：对企业社会责任的匡正与超越》，中共中央党校博士学位论文，2008 年。

③ 邵炜：《从“社会责任”到“企业公民”思维转型》，《合作经济与科技》，2008 年 1 月号上（总第 336 期）。