

Bank



● SOCIAL RESPONSIBILITY OF COMMERCIAL BANK

商业银行的 社会责任

● 于东智 等著



中国金融出版社

Bank

商业银行战略管理丛书

商业银行的 社会责任

于东智 等著

 中国金融出版社

责任编辑：亓霞

责任校对：张志文

责任印制：程颖

图书在版编目 (CIP) 数据

商业银行的社会责任 (Shangye Yinhang de Shehui Zeren) / 于东智等著. — 北京: 中国金融出版社, 2011. 1

(商业银行战略管理丛书)

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5736 - 8

I. ①商… II. ①于… III. ①商业银行—社会—职责—研究
IV. ①F830. 33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 226697 号

出版
发行 **中国金融出版社**

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>
(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 北京松源印刷有限公司

装订 平阳装订厂

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 21

字数 346 千

版次 2011 年 1 月第 1 版

印次 2011 年 1 月第 1 次印刷

定价 55.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5736 - 8/F. 5296

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010)63263947

Shangye Yinhang de Shehui Zeren

本书作者

于东智

吴 羲 牛筱颖 邓 雄

前 言

在经济全球化的背景下，在现代工商文明发展的新阶段，国际银行间的竞争已经从主要是硬件的竞争上升到软件的竞争；从主要是技术、产品的竞争上升到理念以及道德水准的竞争。从这个角度来讲，积极承担社会责任与商业银行获取长久竞争力和股东的长期价值最大化之间是一致的。

商业银行既依赖于股东的资本投入，也得益于客户、员工和其他利益相关方以不同资源、不同形式为银行所付出的努力。商业银行的公众性质决定了其应发挥践行社会责任的示范作用，这不但有利于商业银行夯实经营基础，提升核心竞争力，也有利于促进银行业的可持续发展。商业银行不仅为社会和公众提供金融产品和金融服务，为客户、社区传递和增加价值，更由于其在配置资源中的独特作用，成为现代经济的核心和枢纽，从而对其社会责任的履行提出了更高的要求。商业银行履行社会责任就是以一种对股东、员工、客户、社区及其他利益相关方负责的态度开展业务运营，它展示了银行对风险控制、环境保护和责任营销的特有理解，从而创造出一种可持续性的经营模式。

顾及所有利益相关方的合法权益，赢得广泛的社会公信与支持，是银行业成就事业的根本。目前，“积极践行社会责任、做优秀的企业公民”已经成为诸多优秀国内外商业银行的共同价值观取向，商业银行发布社会责任报告也已成为中国企业社会责任发展的一道亮丽的风景线。扩展全球视野、提高战略思维能力、将社会责任纳入银行战略，开始成为境内银行提高国际竞争力的重要课题。

在这样的大背景下，一些商业银行从事战略管理研究的同志们结合工作实际，在工作之余倾注了大量心血，完成了《商业银行的社会责任》一书。该书试图回答：商业银行的社会责任主要体现在哪些方面？商业银行践行社会责

任的战略意义有哪些？商业银行的社会责任有标准吗？是否应该在银行内部设立企业社会责任部门？商业银行的社会责任与经营效益之间是一种什么样的关系？商业银行的社会责任报告应该如何撰写？商业银行的社会责任商机有哪些？这些问题的答案为中国商业银行优化战略目标、实现可持续发展提供了及时且宝贵的资料。

责任感是一个知名企业的灵魂。在中国的历史长河里，责任是支撑中华民族发展的脊梁。在中国未来的视野里，责任是推动中华民族奔跑的引擎。责任与贡献同在，新的责任激发新的贡献，更多的责任催生更多的贡献。

“不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。”单个企业的力量是微弱的，但所有微弱的力量加在一起就是巨大的。展望未来，如果中国银行业近万家法人金融机构都对社会承担一点责任，无论这种责任体现在什么方面，也无论其大小，社会都将受益巨大。但愿中国银行业都能够更多地承担一些社会责任，树立和落实全面发展、协调发展和可持续发展的科学发展观，让所有的利益相关方和全社会分享银行业发展的成果，走出自身的可持续发展之路！

于东智

2010年12月于北京

目 录

第一章 企业社会责任演进史	001
一、企业社会责任认识发展的两个阶段	001
二、企业社会责任运动发展的三个阶段	001
三、当代企业履行社会责任的特点	012
第二章 商业银行社会责任的理论框架	015
一、企业社会责任的定义概览	015
二、企业社会责任的理论依据	018
三、企业社会责任的相关概念释义	023
四、企业社会责任绩效的衡量方法	034
五、商业银行践行社会责任的特殊性	042
六、商业银行践行社会责任战略意义	043
七、商业银行社会责任的主要内容	046
八、商业银行社会责任战略的三个层次和四种形式	051
九、商业银行社会责任的最佳实践模型	053
第三章 商业银行的社会责任工作机制	058
一、商业银行的社会责任工作内容	058
二、建立社会责任工作机制的动因分析	064
三、各商业银行的社会责任委员会比较	065
四、各商业银行执行社会责任的工作机制比较	073
五、对我国商业银行社会责任工作的建议	087

第四章 商业银行社会责任行为准则	089
一、赤道原则：银行绿色信贷与可持续发展的“白皮书”	089
二、《联合国全球契约》：全世界企业的伦理规范	107
三、SA8000：全球首个可用于第三方认证的企业社会责任国际标准	114
四、ISO26000：第一个社会责任国际标准	123
五、国际劳工标准	140
六、《OECD 跨国公司指南》	144
七、ICCR 全球公司责任准则	147
第五章 商业银行社会责任披露准则——《可持续发展报告指南》	149
一、《可持续发展报告指南》的产生与发展历程	149
二、《可持续发展报告指南》的内容介绍及新旧版本差别	151
三、可持续发展报告的全球发展趋势及特点	161
第六章 商业银行社会责任审验准则——AA1000 系列标准	167
一、Account Ability 的简要介绍	167
二、AA1000 系列的由来与发展	168
三、《AA1000 原则标准》(2008) 简要介绍	169
四、《AA1000 审验标准》(2008) 简要介绍	173
五、AA1000 系列标准的重大意义	180
第七章 商业银行社会责任报告编制研究	182
一、全球主要商业银行社会责任报告的比较分析	182
二、商业银行如何用好社会责任报告	192
三、利益相关方如何用好社会责任报告	195
四、商业银行首次编制社会责任报告常见问题	197
第八章 社会责任投资：商业银行价值发现之旅的重要推手	219
一、社会责任投资的内涵	219
二、社会责任投资的起源与发展	220
三、社会责任价值贡献的实证发现	222
四、社会责任投资的市场主体与投资策略	224

五、社会责任投资的业绩基准	228
六、发展中国社会责任投资的政策建议	230
第九章 碳金融：从履行社会责任中创造商机	233
一、碳排放交易简介	233
二、全球 CDM 市场发展现状	238
三、清洁发展机制项目的特点	243
四、全球碳交易市场介绍	244
五、碳交易在中国	249
六、全球商业银行积极参与碳金融	258
第十章 全球商业银行社会责任发展趋势及未来挑战	264
一、商业银行社会责任发展趋势	264
二、商业银行履行社会责任面临的重大考验	279
附录一：榜样的力量	286
附录二：《关于加强银行业金融机构社会责任的意见》	298
附录三：《中国银行业金融机构企业社会责任指引》	301
附录四：《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》	305
附录五：《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》	310
参考文献	314
后记	323

第一章 企业社会责任演进史

从 20 世纪初开始，随着工业经济的迅速发展，许多工业巨头和跨国企业在企业合并的浪潮中产生。跨国企业追逐利润而不顾社会影响的经营活动造成了垄断和竞争限制，贫富差距开始加大，资源存量锐减，生态环境急剧恶化，假冒伪劣、商业欺诈不断发生，这些情况都使得人们开始对企业追逐利润最大化的单一经营目的的质疑，也使人们开始认识到企业对社会承担责任的重要性。

一、企业社会责任认识发展的两个阶段

按照企业承担社会责任的主动与否，对企业社会责任的认识大致经历了两个阶段。

第一阶段：企业基本上是社会责任的被动接受者。但是，劳动者一直为维护自身权益而斗争、公众对于自然资源和环境保护的呼声日益高涨以及消费者为保护自身权益展开不懈斗争等因素共同推动了企业对社会责任的认知。

第二阶段：企业逐步开始演变为社会责任的积极践行者。一方面企业开始主动承担社会责任；另一方面企业在社会责任领域的国际合作日益增强。企业社会责任运动开始逐步演变成为一种势不可当的国际潮流。

二、企业社会责任运动发展的三个阶段

在西方，从 20 世纪 60 年代对企业社会责任的纷争到 90 年代众多企业对企业社会责任的认同和支持，经历了三十多年的时间，到 90 年代末期，企业社会责任才逐步走上制度化的发展轨道。

（一）“盈利至上”思想的转变：20 世纪 50 年代至 70 年代

第二次世界大战后，西方国家经济高速发展，以弗里德曼为代表的自由主义经济学家认为企业唯一的社会责任就是追逐利润。弗里德曼明确地批评说：“有一种越来越被普遍接受的观点，认为公司的管理者和工会的领导人在满足他们的股东或成员的利益之外还要承担社会责任。这种观点在根本上错误地认

识了自由经济的特点和性质。在自由经济中，企业有且仅有一个社会责任——只要它处在游戏规则中，也就是处在开放、自由和没有欺诈的竞争中，那就是要使用其资源并从事经营活动以增加利润。”这种观点在当时占据了主流的思想地位。

时间跃至 20 世纪 60 年代，企业所处的外部环境开始发生巨大的变化，政府干预、外国竞争、消费者运动和环境保护运动等都给企业造成了巨大的压力，使得企业不得不对社会责任问题作出回应。

20 世纪 60 年代初，美国总统肯尼迪签署的《消费者权利法案》（*Consumer Bill of Rights*）直接在全美范围内引发了经久不衰的“消费者运动”，使得消费者主义几乎影响到了社会中的每一个消费行业。1973 年的能源危机最终不可避免地使得环境保护问题由若干个环境保护组织的活动锐变成席卷全美的“环境保护运动”。与此同时，形形色色的特殊利益团体（或称社会利益团体）就诸如反越战、枪支管制、堕胎、女权、种族歧视、老年化以及数以百计的特定议题不时向企业发难。

凡此种迫使许多企业必须重新思考其与社会之间的关系问题，社会环境的变化促使企业社会责任思想不能再只是停留在概念和争论上，而必须要解决危及企业生存的实实在在的问题。

1976 年，经济合作与发展组织（OECD）制定了《跨国公司行为准则》，这是迄今为止唯一由政府签署并承诺执行的多边、综合性跨国公司行为准则。这些准则虽然对任何国家或公司没有约束力，但其加强保护利害相关人士和股东的权利，提高透明度，并加强问责制等要求产生了广泛的影响。2000 年该准则重新修订，更加强调了签署国政府在促进和执行准则方面的责任。

（二）关注环境：20 世纪 80 年代至 90 年代

20 世纪 80 年代，企业社会责任运动开始在欧美发达国家逐渐兴起，它包括环保、劳工和人权等方面的内容，由此导致消费者的关注点由单一的产品质量，转向产品质量、环境、职业健康和劳动保障等多个方面。一些涉及绿色和平、环保、社会责任和人权等非政府组织（NGO）以及社会舆论也不断呼吁，要求社会责任与贸易挂钩。迫于日益增大的压力和自身的发展需要，很多欧美跨国公司纷纷制定对社会作出必要承诺的责任守则（包括社会责任），或通过环境、职业健康、社会责任认证以应对不同利益团体的需要。

1979 年，三英里岛核事故之后，美国核工业企业创建了核能运行协会，

在内部对这一行业制定标准和实施监督。1984年，印度旁遮普邦毒气事故发生后，美国成立了化工行业责任倡议会。1986年，切尔诺贝利核泄漏事故，导致了美国和欧洲一系列核能组织联合创建了世界核能发电站协会。

1987年2月，以挪威前首相布伦特兰夫人为主席的世界环境与发展委员会在日本东京召开的第八次委员会上通过了一份报告——《我们共同的未来》，即《布伦特兰报告》。该报告明确提出，环境问题只有在经济和社会持续发展之中才能得到真正的解决。该报告首次对可持续发展的定义进行了科学的论述：“是能够满足当前的需要又不危及下一代满足其需要的能力的发展。”这标志着可持续发展思想的成熟。

（三）全球化背景下社会责任运动的全面兴起：20世纪90年代至今

1. 随着全球化浪潮的推进，企业社会责任日益成为全球视野下的话题。一方面，各国企业纷纷走出国门，在不同的国家和地区进行资源配置和生产经营；另一方面，全球范围内的企业合作不断细致深入，一个巨大的价值链条正在形成。从全球经济贸易的发展来讲，随着经济全球化程度的加深，跨国公司通过向广大发展中国家进行直接投资，把大量的制造工厂转移到环境和劳动保护标准较低的国家，从而实现其生产成本的最小化。这种生产转移和直接投资促进了投资东道国经济的发展，但随之而来的是环境的恶化和东道国广大劳动者权益受到损害，并由此引发了许许多多的社会问题。这些问题被频繁揭发出来之后，极大地影响了跨国公司的发展及其在东道国的形象。长此以往，必将对全球经济贸易的发展构成障碍。企业如何履行不同地区、不同文化环境下的社会责任，如何应对跨国供应链对企业社会责任的挑战，是企业社会责任最为重要的议题之一。

20世纪90年代初期，美国劳工及人权组织针对成衣业和制鞋业发动反血汗工厂运动。利用“血汗工厂”生产产品的美国服装制造商 Levi - Strauss 被新闻媒体曝光后，为挽救其公众形象，制定了第一份公司生产守则。在劳工和人权组织等非政府组织和消费者的压力下，许多知名品牌公司也都相继建立了自己的生产守则，后演变为企业生产守则运动，又称企业行动规范运动或工厂守则运动。企业生产守则运动的直接目的是促使企业履行自己的社会责任。但这种跨国公司自己制定的生产守则有着明显的商业目的，而且其实施状况也无法得到社会的监督。在劳工组织、人权组织等非政府组织的推动下，生产守则运动由跨国公司自我约束（Self - regulation）的内部生产守则逐步转变为社会

约束 (Social Regulation) 的外部生产守则。这些生产守则主要分布于美国、英国、澳大利亚、加拿大、德国等国家。其中比较有影响的生产守则制定和监察认证的组织有美国的公平劳工协会 (Fair Labor Association, FLA)、社会责任国际 (Social Accountability International, SAI), 荷兰的洁净衣服运动 (Clean Clothes Campaign, CCC), 英国的道德贸易行动 (Ethical Trading Initiative, ETI) 以及地毯标志基金会 (Rugmark Foundation) 等。

1990 年 1 月, 安南在世界经济论坛上倡议, 呼吁世界工商领袖在全球化的过程中要关爱人文, 全面关注人权、劳工和环境三大问题, 为全世界人民谋幸福。时任联合国人权事务高级官员的玛丽·罗宾逊夫人提交了题为《商业与人权: 有关进步的报告》的文件, 该文件概括地指出了通过完善企业的可靠性和商业责任来实现对人权集体保护的必要性、挑战、机遇与成果。欧洲联盟在其地域范围内制定了完善的公司行为原则, 其中包括 1991 年关于社会政策的《马斯特里赫特条约》, 欧洲议会也在这方面提出了许多建议。北美地区的国家则通过了包含 1993 年劳工事务协议的《北美自由贸易协定》, 该协定确保了促进成员国国内法在北美自由贸易区的范围内实施。各种国际贸易与援助协议也开始采纳了有关的“社会条款”。这些条款在许多双边和多边协议以及几乎全部的欧盟协议中被接受为关于公司社会责任的法律规则标准。

1992 年, 在巴西里约热内卢召开的联合国环境与发展大会上, 来自 183 个国家的代表团和联合国及其下属机构等 70 个国际组织的代表商定了《关于环境与发展的里约宣言》这一界定国家权利和义务的原则, 并通过了《21 世纪议程》, 这是第一份可持续发展全球行动计划, 同时还议定了《森林原则声明》、《生物多样性公约》、《气候变化框架公约》。《21 世纪议程》是将环境、经济和社会关注事项纳入一个单一政策框架的具有划时代意义的文件, 后又经联合国关于人口、社会发展、妇女、城市和粮食安全的各次重要会议予以扩充并加强。同年 12 月, 联合国成立可持续发展委员会, 目的是监督并对各国执行里约热内卢会议各项协议的落实情况作出报告。

1995 年, 世界可持续发展工商理事会 (WBCSD) 成立。WBCSD 的宗旨在于促进企业、政府和社会组织间在可持续发展领域的对话、交流与合作, 并在此基础上推动整个社会更加开放和共同富裕的进程。

1997 年, 美国一家非政府组织社会责任国际咨询委员会以《国际劳工组织 (ILO) 宪章》和联合国的 13 个公约为依据, 起草了一份社会责任标准,

即 SA8000，以此为评价依据开展认证活动。

1997 年 12 月，160 个国家在日本京都召开的联合国气候变化框架公约第三次缔约方大会上通过《京都议定书》。本文件为发达国家温室气体排放的减少、排污权交易的建立和发展中国家清洁机制的建立制定了目标。

1999 年 2 月，在瑞士达沃斯召开世界经济论坛时，联合国秘书长安南提出了“全球契约”计划，要求企业界领导人在经营企业的同时，维护人权以及正当的劳工和环境标准。“全球契约”计划包含九个原则，这些原则取材于多项为各界所普遍接受的文件，例如《世界人权宣言》、国际劳工组织的《基本原则和权利的宣言》、《社会首脑会议宣言》和 1992 年全球首脑会议的《里约宣言》。

1999 年 11 月，《沙利文全球原则》在纽约联合国举行的一次仪式上正式宣布。这些原则包括传教士里昂·沙利文牧师所说的“对社会负责的公司，无论大小，都可以作为目标来调整内部政策和惯例的参照标准”。签署了这项原则的公司将密切关注本公司的业绩，并且就义务的实施情况发表年度报告。沙利文牧师曾在 1977 年为在种族隔离的南非经营业务的公司起草了一套有效的原则，帮助许多公司下决心撤出投资，对实现社会变革增加了压力。在一些跨国大公司高级代表的合作下，沙利文起草了一套旨在指导在全球经济发展过程中公司行为的新原则。

2000 年 7 月，“全球契约”论坛第一次高级别会议召开。参加会议的 50 多家著名跨国公司的代表承诺，在建立全球化市场的同时，要以“全球契约”为框架，改善工人工作环境，提高环保水平。“全球契约”行动计划已经有包括中国在内的 30 多个国家的代表、200 多家著名大公司参与。2002 年，联合国正式推出《联合国全球契约》（UN Global Compact）。

2001 年 12 月 2 日，美国最大的天然气采购商及出售商——安然公司，因公司管理层非法从事金融交易的丑闻被曝光，申请破产保护。2002 年 6 月 25 日，美国第二大长途电话和数据服务公司——世通公司宣布：公司虚报了高达 38 亿美元的利润，世通公司的造假丑闻成为美国历史上最大的会计欺诈事件之一。一个月后，世通申请破产保护，总资产金额高达 1 070 亿美元，是美国有史以来最大的破产案。紧步安然和世通后尘，美国一连串的公司丑闻在 2002 年接连暴露，并使得企业的诚信度再次受到公众的质疑，企业的社会责任和商业道德也再次成为社会关注的焦点。

2002年8月26日至9月4日在南非约翰内斯堡召开的可持续发展会议是里约热内卢会议以来最重要的一次会议。会上,包括104个国家元首和政府首脑在内,192个国家的1.7万名代表就全球可持续发展现状、问题与解决办法进行了广泛的讨论。大会通过了《政治宣言——约翰内斯堡可持续发展声明》和《可持续发展世界首脑会议实施计划》。其中后者提出了一些新的环境与发展目标,并设定了相应的时间表。约翰内斯堡首脑会议是一个重要的机会,它要求各国采取具体步骤,并更好地执行《21世纪议程》的量化指标。

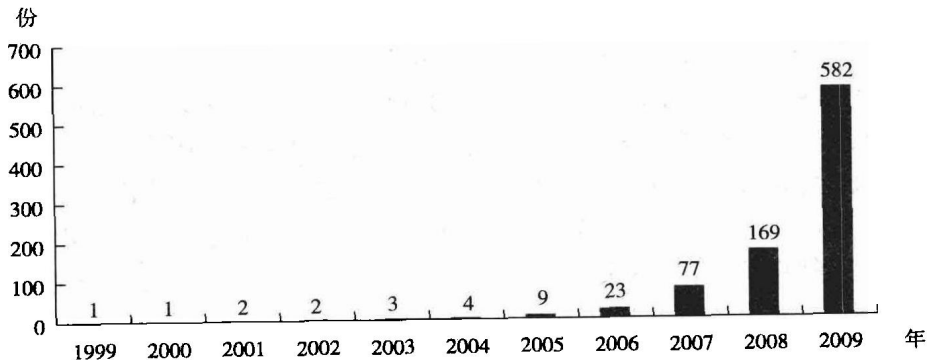
2. 自2002年开始,企业社会责任逐渐成为中国社会关注的热点话题。2002年8月,以“经济发展与企业社会责任”为主题的经济社会发展论坛在内蒙古召开。会上详细介绍了“企业社会责任”这个概念,以及联合国在企业社会责任方面的重要工作——《全球契约》。此后,企业社会责任潮流开始涌入中国,一系列与此相关的论坛、会议相继召开。同时,由于企业社会责任对劳工问题的关注,各类媒体调查行动涌现出来。中国是“世界加工厂”,服装、电子等加工企业的工人工资过低、工时过长、职业健康隐患等问题的报道不时出现。消费者对产品质量与安全的重视程度不断加深,关于食品、药品的产品安全问题,成为人们关注的焦点问题之一。2008年的“三鹿奶粉事件”使得公众对食品安全的关注达到高潮。

2006年3月,国家电网公司发布了《国家电网公司2005社会责任报告》,这是中国企业发布的首份企业社会责任报告。在中国,社会各界对企业社会责任的关注持续升温,连华尔街金融风暴触发的经济动荡也未能降低其热度。2008年,中国企业的可持续发展报告仍如雨后春笋般竞相出炉,就是最好的证明。^① 企业发布报告,本身的自觉意识固然是原因之一,此为内因;政府部门、民间团体、新闻媒体等多方形成的合力也是促进报告快速发展的关键,此为外因。政策引导是这股合力的核心。经过几年发展,中国企业社会责任的格局已经有了明显变化,政府伸出有形之手将企业社会责任从劳工问题延展到一个更为广阔的空间,并上升到构建和谐社会的高度。胡锦涛总书记在APEC会议上也明确指出,企业应该自觉将社会责任纳入经营战略,遵守所在国法律和国际通行的商业习惯,追求经济效益和社会效益的统一。

^① 关于中国企业可持续发展报告的发展特点和趋势主要参考商道纵横公司的《价值发现之旅2008——中国企业可持续发展报告研究》。

在这样的大背景下，中央及地方各级政府职能部门发布的一系列文件向企业发出了明确的信号，要求或鼓励企业发布可持续发展报告。面对这样的政策号召，不少中国企业（也包括跨国企业在华分支机构）便把发布企业可持续发展报告作为企业履行社会责任的一项重点工作，报告数量因此快速攀升。譬如，国资委下发的《关于中央企业履行社会责任的指导意见》就在中央企业中引起强烈反响，20家中央企业响应号召，在2008年发布了企业可持续发展报告，其中有不少是第一次发布报告的。证券交易所尽管不是政府职能部门，却具有浓重的政策引导色彩。深交所和上交所分别在2006年和2008年先后发布关于上市公司履行社会责任的文件，对推动上市公司发布企业可持续发展报告发挥了重大作用。

企业可持续发展报告数量的历年统计线是一条陡峭向上的曲线。2006年是这条曲线的拐点：此前的报告数量一直在低位徘徊，此后则迎来井喷式的增长。2006年全年报告数量超过了历年所有报告数量的总和；2007年报告数量继续稳步上升创出新高，为77份；2008年，报告数量再创新高，仅前11个月就达到了121份，全年达到了169份；2009年发布的各类社会责任报告达582份（见图1-1）。仅以2008年为例，有的企业就已经是第二次、第三次（甚至更多）发布企业可持续发展报告，譬如中国移动、中远集团、国家电网、中国石油等；有的企业是第一次发布可持续发展报告，譬如中国工商银行、南

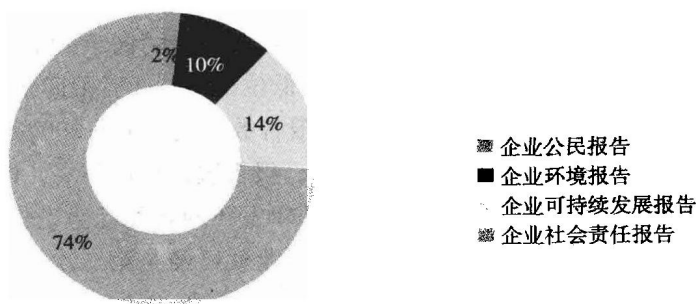


数据来源：商道纵横公司：《价值发现之旅 2008——中国企业可持续发展报告研究》，WTO 经济导刊《2001-2009 中国企业社会责任报告研究》。

图 1-1 中国企业可持续发展报告历年统计

方电网、南方航空、华电集团、中钢集团、武钢集团等。这些报告的涌现，使中国企业可持续发展报告领域呈现出一派百花齐放、百家争鸣的景象。

在2008年1月到11月发布的121份报告中，有89份报告的名称为“企业社会责任报告”，占发布报告总数的74%；其次是“企业可持续发展报告”，有17份，占14%；其他一些报告名称还有“企业环境报告”（占10%）和“企业公民报告”（占2%）（见图1-2）。企业在选择报告名称时，随意性较大，容易受到外部氛围、企业高管的左右。大连市企业的环境报告就是一个很好的例子。该市环保局在全国率先推行企业环境社会报告制，参加试点的企业全都将报告定名为“企业环境报告”。



数据来源：商道纵横公司：《价值发现之旅2008——中国企业可持续发展报告研究》。

图1-2 2008年中国企业可持续发展报告名称统计

目前发布的报告篇幅差异大，页数有增加趋势。首先，报告篇幅个体差异极大。在搜集到的报告中，最短的报告只有寥寥数页，如在深交所上市的安徽华星化工股份有限公司2008年2月发布的《2007年度社会责任报告》只有3页；最长的报告则过百页，如国家电网《2007社会责任报告》和招商银行《社会责任报告（1987~2007）》就分别达到117页和126页。经粗略统计，历年发布的中国企业可持续发展报告的页数平均约为30页。其次，报告的页数有增加趋势。譬如，国家电网从2006年到2008年三份企业社会责任报告的页数分别是57页、83页和117页，上海浦东发展银行从2006年到2008年的三份企业社会责任报告的页数则分别是34页、36页和43页。

商道纵横公司对40份抽样报告进行指标分析，并研究了报告得分与报告页数之间的关系。结果发现，在当前中国企业可持续发展报告中，质量与篇幅存在一定相关性：得分前10名的报告平均77页，而后10名的平均仅为13