

王志乐/主编 王倩/副主编

Corporate Responsibility

Challenge and Opportunity



公司责任

——挑战还是机遇



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

王志乐/主编 王倩/副主编

Corporate Responsibility

Challenge and Opportunity

公司责任

——挑战还是机遇



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目(CIP)数据

公司责任:挑战还是机遇 /王志乐主编. —北京:中国经济出版社, 2006.6

ISBN 7-5017-7586-9

I. 公... II. 王... III. 上市公司—企业管理—研究—中国
IV. F279.246

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 049618 号

公司责任:挑战还是机遇

王志乐 主编

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑:孟庆玲(电话:13801106990)

责任印制:石星岳

封面设计:白朝文

经 销:各地新华书店

承 印:北京地矿印刷厂

开 本:787mm×1092mm 1/16

印张:16.5

字数:300千字

版 次:2006年5月第1版

印次:2006年5月第1次印刷

印 数:1-4000册

书 号:ISBN 7-5017-7586-9/F·6304

定价:38.00元

版权所有 盗版必究

举报电话:68359418 68319282

服务热线:68344225 68369586 68346406 68309176



▲ 2006年2月16-17日，“2006 跨国公司中国论坛——中国企业，公司责任与软竞争力峰会”于北京召开

▼ 互动论坛一：强化公司责任与企业竞争力



2006' 跨国公司中国论坛

Transnational Corporations China Forum 2006

“中国企业，公司责任与软竞争力”峰会 Chinese Corporations, Corporate Responsibility, Soft Competitiveness

2006年2月15-17日(周四-周五)

Pfizer

Microsoft

微软(中国)有限公司

PONT

创造科学奇迹

NOVARTIS

诺华公司

GM

主办机构：中华人民共和国商务部国际贸易经济合作研究院
跨国公司研究中心 / 北京新世纪跨国公司研究所

联合主办：联合国秘书长办公厅全球契约办公室 中国集团公司促进会 人民
中华全国工商业联合会经济部 中国社科院世经政所全球并购研究
智囊传媒 《当代经理人》 人民日报社经济部

支持机构：中央电视台 凤凰卫视 投资协会 投资委员会 光



▲互动论坛二：强化公司责任与政府和社会组织

▼互动论坛三：强化公司责任与安全健康

2006' 跨国公司中国论坛

Transnational Corporations China Forum 2006

“中国企业，公司责任与软竞争力”峰会 Chinese Corporations, Corporate Responsibility, Soft Competitiveness

2006年2月15-17日(周四-周五) / 15-17 February 2006 (Thursday-Friday)

er

Microsoft

微软(中国)有限公司

科学奇迹

诺华公司

Johnson Med

GM

主办机构：中华人民共和国商务部国际贸易经济合作研究院
跨国公司研究中心 / 北京新世纪跨国公司研究所

办：联合国秘书长办公厅全球契约办公室 中国集团公司促进会
中华全国工商业联合会经济部 中国社科院世经政所全球并购研
智囊传媒 《当代经理人》 人民日报社经济部

中央电视台 凤凰卫视 投资协会 投资委员会 光





2006' 跨国公司中国论坛 Transnational Corporations China Forum 2006

“中国企业，公司责任与软竞争力”峰会 Chinese Corporations, Corporate Responsibility, Soft Competitiveness

赞助方：



Microsoft
微软(中国)有限公司



创造科学奇迹



主办机构：中华人民共和国商务部国际贸易经济合作研究院
跨国公司研究中心 / 北京新世纪跨国公司研究所

联合主办：联合国秘书长办公厅全球契约办公室 中国集团公司促进会 人民网
中华全国工商业联合会经济部 中国社科院世经政所全球并购研究中心
智慧传媒 《当代经理人》 人民日报社经济部
中央电 凤凰卫视 中国投资协会外商投资分会 光利传媒

▲ 互动论坛四：强化公司责任与环境保护

▼ 互动论坛五：承担公司责任与公司责任报告



2006' 跨国公司中国论坛 Transnational Corporations China Forum 2006

“中国企业，公司责任与软竞争力”峰会 Chinese Corporations, Corporate Responsibility, Soft Competitiveness

赞助方：



Microsoft
有限公司



主办机构：中华人民共和国商务部国际贸易经济合作研究院
跨国公司研究中心 / 北京新世纪跨国公司研究所

联合主办：联合国秘书长办公厅全球契约办公室 中国集团公司促进会 人民网
中华全国工商业联合会经济部 中国社科院世经政所全球并购研究中心
智慧传媒 《当代经理人》 人民日报社经济部

支持机构：中央电 凤凰卫视 中国投资协会外商投资分会 委员会 光利传媒



◀ 参会代表掠影



▶ 参会代表掠影



◀ 王志乐教授与
Fred Dubee
先生共同宣布
大会圆满结束

进入新世纪以来,强化公司责任成为一个热门话题。

上个世纪 80 年代,由于雇员、银行或供应商等股东以外的利益相关者参与公司治理,在促进长期投资、增进信赖和合作、提高经济效益方面起到了积极效果,强调利益相关者利益的日本和德国的企业管理模式受到推崇。在我国改革开放初期,大量引进或者学习的对象是日本企业的管理经验。德国的社会主义市场经济理论也得到理论界的重视。

上个世纪 90 年代初,随着经济全球化潮流的真正形成,随着信息技术、数码技术的广泛应用,企业竞争环境发生了急剧变化。强调股东价值的经营理念、注重公司市值的美国公司治理管理模式率先适应急剧变化的竞争环境,领先进行了适应全球化和信息化时代的战略、结构的调整。由于美国企业的成功和美国经济力量增强,国际舆论逐渐趋向于认为惟有美国模式才是出色的企业管理基准。股东价值成为投资家的口号,股东价值最大化成为企业管理者的目标。

进入新世纪后,新的经济泡沫破灭,安然公司和 WorldCom 的丑闻给美国模式投下了阴影。人们开始重新思考,在经济全球化背景下企业经营目标究竟何在,企业应当承担何种责任。在经济全球化背景下,在国际组织及非政府组织推动下,在全球著名跨国公司带动下,全球范围兴起了强化公司责任的潮流。

跨国公司在阐述公司责任时使用的概念有所不同,有的用“公司社会责任”(Corporate Social Responsibility, CSR),有的用“企业公民”(Citizenship),也有的用“可持续发展”(Sustainable Development),还有的用公司责任(Corporate Responsibility, CR)的概念。但是,当把这些不同概念所述说

的内容进行归纳时,我们不难发现,这些跨国公司所理解公司责任的原则基本是一致的,都包含了企业的经济责任(股东责任),社会责任和环境责任(生态责任)。许多跨国公司把这三个责任称之为“三重底线”,即企业不可逾越的行为标准。

公司责任包括了股东责任、社会责任和环境责任三个方面,或者说三个层面。这三个方面形成了跨国公司公司责任体系。人们使用的概念不同,事实上强调的却是共同的内容,即企业在为股东负责的同时,也要为企业其他利益相关者即社会负责,还要为环境负责。企业应当为股东、社会和环境负责,追求经济、社会和环境三者利益动态的平衡。

大量跨国公司关于公司社会、环境责任与股东利益关系的论述和学者研究的结果都表明,跨国公司强化公司责任不仅不是公司的负担,而且有助于增强他们的竞争力。在全球化时代,跨国公司之间的竞争已经从过去主要是硬件竞争上升到软件的竞争,从过去主要是技术、产品的竞争上升到公司责任理念以及公司道德水准的竞争。先进的公司责任理念成为企业制胜的不可或缺的软竞争力。

没有先进的理念的企业在市场竞争中可能获得一时的成功或一时的赢利,但是,难以取得可持续的发展。那些历经百年而不衰的企业一定是理念先进道德高尚的企业。正是从这个意义上我们说,先进的公司责任理念是公司的软竞争力。企业要做大、做强、做久,不仅需要有正确清晰的战略和合理高效的组织结构,而且需要有先进的公司责任理念。

强化公司责任是经济全球化时代企业经营理念的新提升,也是企业管理理论的新发展。现代企业出现以来,每一次企业管理理论的创新最终都会超越国界,波及全世界。但是,没有一次像强化公司责任的潮流那样如此迅速、如此广泛地为人们接受。

跨国公司新一轮发展趋势表明,现代工商文明发展新时期市场竞争规则正在出现重大改变。

在早期市场经济时期,企业参与竞争的目标往往是唯利是图的,不考虑对方利益;竞争的方式往往是弱肉强食,大鱼吃小鱼;竞争结果必然是你死我活,或者两败俱伤。但是,在全球化时代,在现代工商文明发展新时期,跨国公司之间的竞争规则已经发生了重要的改变。参与市

市场竞争不仅仅为股东利益最大化负责，而且要为股东之外的企业利益相关者负责，为企业利益相关者创造利益；参与竞争的目标不仅为企业的生存和发展，而是把企业发展与社会与环境的发展协调起来。参与市场竞争的方式已经从弱肉强食变成合作竞争。竞争的结果也从你死我活变成互利共赢。

熟悉市场经济早期阶段竞争规则的中国企业面临的挑战是如何适应现代工商文明发展新时期正在改变的竞争规则。

值得关注的是，近年来强化公司责任的潮流已经延伸到中国。跨国公司首先强化他们在华企业的公司责任，进而加强在华供应商的社会和环境责任管理。国际组织也积极推进中国企业增强责任意识。跨国公司在中国强化公司责任对中国企业以及中国经济的发展带来了深远的影响。

强化公司责任带给中国企业的到底是挑战还是机遇？

强化公司责任带给中国企业的是挑战，它要求中国企业按照工商文明新阶段的新规则参与全球竞争。

强化公司责任带给中国企业的也是机遇，它给企业指明了提升竞争力的途径。

摆在中国企业面前的问题不是要不要强化公司责任的问题，而是如何尽快适应竞争新局面问题。与其被动地承受跨国公司强化公司责任的冲击，不如主动调整公司经营理念，强化公司责任，迎接跨国公司的挑战。

在强化公司责任的潮流中，我们应当看到中国企业与国际著名跨国公司处在不同的发展阶段，也应该看到中国与其他国家不同的国情。我们应当根据中国企业的实际情况以及中国国情开展强化公司责任的活动，使强化公司责任为提升中国企业竞争力所用，使强化公司责任为我国转变增长方式和构建和谐社会所用。

2006年2月16-17日，商务部国际贸易经济合作研究院与北京新世纪跨国公司研究所主办了2006年“跨国公司中国论坛”。论坛的主题

确定为“中国企业,公司责任与软竞争力”。作为大会的主办方,我们的目的是搭建一个平台,使中外政府官员、学者和企业家同台探讨在中国如何强化公司责任、如何迎接强化公司责任潮流的挑战,如何抓住机遇通过强化公司责任增强企业软竞争力。

联合国秘书长办公厅全球契约办公室、中国集团公司促进会、人民日报经济部和人民网、中华全国工商业联合会经济部、中国社会科学院世经政所全球并购中心、智囊传媒、《当代经理人》作为联合主办,积极参与了该峰会。

本次论坛共邀请了 50 余位演讲嘉宾。商务部领导、国资委领导、联合国办公室代表、全国工商联的领导热情致辞;近 20 位政府部门的高级官员和专家学者在大会中发言,30 多位来自跨国公司、国有企业和民营企业的领袖同台交流。整个峰会历时两天,共有 400 多位政府部门、国际组织、中外企业界、行业协会、媒体的代表出席。

论坛中有许多发人深省的观点和可以借鉴的经验。我们将这些讲演或论文汇集成书,希望与更多的人分享。

在此,作为大会的主办方,我们诚恳地向支持论坛的中外企业表示衷心的感谢。辉瑞、微软、杜邦、通用汽车、强生、诺华、毕马威等世界著名跨国公司对我们的论坛提供了支持,使得我们能够成功地进行强化公司责任的讨论。我们对所有演讲嘉宾致以衷心的感谢。我们还要向所有联合主办方致以诚挚地谢意。此外,我们要对参与论坛筹备的工作人员表示感谢。

最后,我们真诚地希望所有中国企业,包括外资企业、国有企业和民营企业能够融入强化公司责任的潮流,成为负责任的企业,成为中国转变经济增长方式和构建和谐社会的推动力量。

王志乐

商务部研究院跨国公司研究中心主任

北京新世纪跨国公司研究所所长

2006 年 4 月

目 录

前言 \ 1

一、致辞

正确认识公司责任 努力构建和谐社会 \ 3

中华人民共和国商务部副部长 易小准

认真履行公司责任 促进企业与社会和谐发展 \ 6

国务院国资委副主任 王瑞祥

打造中国企业的核心竞争力 \ 10

全国工商联副主席 孙晓华

二、主题报告

The Responsibility of Transnational Corporation (跨国公司的责任) \ 15

*Frederick C. Dubee, Senior Advisor, Global Compact,
Executive Office of the Secretary-General of United Nations*
(联合国秘书长办公厅 全球契约 高级顾问 杜晖贤)

公司“软实力”与社会责任 \ 31

国务院发展研究中心党组书记、副主任 陈清泰

一、必须突破“软实力瓶颈”

中国企业与优秀跨国公司相比,不仅硬实力有很大的差距,而且更加难以逾越的是由企业文化构成的“软实力”的差距。

二、可持续发展中的企业社会责任

现代企业是一个“多面体”。作为经济范畴的企业,它追求利润最大化;作为法律范畴的企业,要作好的“企业公民”;作为道德范畴的企业,它要承担社会责任。

Pfizer's Global Corporate Citizenship Approach: Towards a Healthy Society and Enterprise (辉瑞全球公民义务的实践:为了健康的社会与企业) \ 37

Jeffrey B. Kindler, Vice Chairman, Pfizer Inc (辉瑞公司副董事长 杰夫·金德勒)

我们的目标是要达到这样一种境界,企业中的每个成员,以及每个受到该企业影响的人能站在一起,同时企业的利益是不以牺牲社会为代价的,因为归根结底商业活动的良性发展取决于它所服务的社会的良性发展。

您的潜力 我们的动力——助力中国知识经济发展 \ 53

微软(中国)有限公司副总裁 刘凤鸣

如果用一个房子来形容,房子下的三大支柱就构成了微软在全球企业公民理念的框架。概括来说,我们的目标就是通过企业公民的行为,通过微软的技术,通过我们和合作伙伴的协作,为我们的客户、用户带来经济的实力,带来价值,为我们的投资者带来回报,为我们的员工提供良好的发展空间。

民营企业要成为民心企业 \ 57

蒙牛集团总裁 牛根生

红色责任代表生产力,蓝色责任代表文化力,绿色责任代表公信力,橙色责任代表品牌力,当一个民营企业同时履行好“四色责任”的时候,也就是同时具备四轮驱动的时候,这时候他不仅是一个民想企业,而且还是一个民心企业,也就是赢得了民心的企业,经营人心的企业。

强化公司责任 提升企业软竞争力 \ 62

商务部研究院跨国公司研究中心主任 王志乐

1. 跨国公司经营理念的新发展
2. 强化公司责任与全球契约
3. 强化公司责任与公司责任报告
4. 强化公司责任与三重底线
5. 强化公司责任与企业软竞争力
6. 强化公司责任与市场竞争新规则
7. 强化公司责任与影响中国的途径
8. 强化公司责任与外资企业
9. 强化公司责任与内资企业
10. 强化公司责任与政府职责

企业社会责任与公司治理 \ 76

杜邦中国集团有限公司总经理 方梅殊

杜邦公司作为一家有203年发展历史的公司,怎么能够从一个单纯制造黑火药的企业发展成为现在跨多个领域的科学公司,为什么能够持续发展两百多年?我们认为公司的使命、愿景和价值观是基础。

公司有很好的理念,有很好的架构,当然也要有很好的治理机制和程序来确保它的落实。

Promoting the Increase of Organizational Capital, Boosting Soft Competitiveness 促进企业组织资本增长,提升软竞争力 \ 83

Danlong Feng, Da Lian University Of Technology, School Of Management

大连理工大学管理学院 冯丹龙

- 一、重视人才培养,提升个体人力资本
- 二、塑造企业形象,增强组织软竞争力
- 三、从个体人力资本到企业组织资本,促进企业软竞争力持续增长

社会责任 中海油的实践 \ 90

中国海洋石油总公司总经理 傅成玉

由于资本市场、投资者和公众形象对企业的发展起到的作用越来越重要,所以中国大批走向海外、走向资本市场的企业,已经把社会责任作为企业发展的重要条件和目标。

“我到个国家见了他的总统、总理或者部长,我先问他们的需求是什么,而不是我的需求是什么。我们在解决他需求的同时,才能考虑解决我的需求。”

加强法制 促进中国企业依法强化公司责任 \ 96

全国人大法律委员会副主任委员 蒋黔贵

“公司从事经营活动,必须遵守法律、行政法规,遵守社会公德、商业道德,诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任。”这是我国第一次在《公司法》里以法律的形式明确的提出企业社会责任的概念。

“如果不惩治不负责任的企业,不打击违法乱纪的企业,就是对负责任企业的伤害。”

公司责任在通用汽车 \ 103

通用汽车亚太区副总裁 魏积安

我们用核心的价值观统领公司的方向，用这些价值观制定更为详细的原则和政策指导我们公司的运作，并依据这些原则和政策制定我们的战略和行为，从而实现业绩或者是绩效，以及可见、可评估的结果。这也意味着将我们的原则付诸于行动，正如我们前任董事长杰克·史密斯所说“重要的是行动，而不是说。”

公司治理与公司责任 \ 110

中国证券业协会副会长兼秘书长 聂庆平

我想中国目前对于公司治理的理解和讨论存在着误区。现在谈起公司治理的时候往往只是谈要增加多少独立董事，如何把董事长和总经理的权力分割，更多地研究公司组织结构问题。当然，这是公司治理的一个方面。但是，对中国的企业和中国的上市公司而言，这并不是公司治理的全部内容。

税收政策与公司责任 \ 116

全国政协委员、中国国际税收研究会会长 郝昭成

要让企业真正肩负起责任，必须依赖企业的内在动力，比如说企业的文化等，更重要的是还要有来自于外部相关制度的引导、激励和约束。税收制度和税收政策就是其中必不可少的一个方面，至少有四个方面值得思考和探索。

三、互动论坛

主题论坛一：强化公司责任与企业竞争力 \ 123

公司责任具体包括那些内容？为什么近年来跨国公司纷纷强化公司责任？公司责任与企业竞争力的关系？公司责任是不是先进跨国公司设立的“标准”和“屏障”？处在目前阶段的中国是不是针对公司责任可以有不同的理解和看法？

主持人： 智囊传媒总裁

讨论嘉宾： 巴斯夫中国有限公司董事长

爱立信(中国)有限公司副总裁

微软(中国)有限公司高级经理

NEC中国常务副总裁

蒙牛集团总裁

傅强

关志华

屠敏

洪军

杜军

牛根生

强生大中华区总裁	艾文邦
诺华中国区总裁兼首席代表	李振福
中集集团副总裁	吴发沛
远大空调有限公司副总经理	余为峰

主题论坛二：强化公司责任与政府和社会组织 \ 146

在中国特殊国情下，政府在推动企业强化公司责任中的地位和作用。政府应该采取什么样的措施推动企业强化公司责任？国际、国内各种行业组织、非政府组织及其它社会力量如何发挥积极作用？

主持人：	中华全国工商业联合会经济部副部长	侯志锐
讨论嘉宾：	商务部政策研究室助理巡视员	于培伟
	国资委分配局局长	熊志军
	世界银行驻中国代表处首席代表	杜大伟
	美国商务社会责任中国与香港行政区总监	周卫东
	中国纺织工业协会主任	孙瑞哲
	中国华文教育基金会秘书长	周中栋

主题论坛三：强化公司责任与安全生产 \ 169

在中国加强企业产品和生产安全责任的迫切性。企业如何预防和避免安全事故发生？企业如何应对突发事件？如何保证员工的职业健康？如何联合供应链的上下游企业共同应对安全问题？

主持人：	《当代经理人》杂志社出版发行人	吕传明
讨论嘉宾：	杜邦中国集团有限公司总经理	方梅珠
	中国安全生产科学研究院安全管理技术研究所副所长	王宇航
	Adidas社会及环境部北亚洲区域经理	邓立汉
	奥的斯电梯北亚太区公共事务总监	马 涛
	壳牌中国公司健康安全环保经理	董伯昌

主题论坛四：强化公司责任与环境保护 \ 193

企业环境保护责任的具体措施？如何落实国务院关于建设节约型社会和加快发展循环经济的指导思想？企业如何结合自身优势、能力和特点，强化企业环境责任？

主持人：	国家统计局发言人	郑京平
讨论嘉宾：	诺维信集团中国区总裁	蒋惟明
	3M中国区市场与公关总监	曹忠伟
	东风汽车公司副总经理	李绍烛

商务部外资司司长
利乐中国企业传播事务总监
国务院研究室综合司司长
首钢集团总经济师
新奥集团副总经理

胡景岩
杨 斌
陈文玲
毛 武
胡晓明

主题论坛五：承担公司责任与公司责任报告 \ 216

中国企业如何建立完整的公司责任体系？建立什么样的组织机构保证落实公司责任？如何将强化公司责任与公司的企业文化建设结合？如何在供应链中强化公司责任？中国企业如何建立公司责任报告制度？

主持人： 商务部研究院跨国公司研究中心主任
讨论嘉宾： 中国安全生产科学研究院副院长
中国平安养老保险股份有限公司北区总经理
毕马威华振会计师事务所合伙人
BP企业社会责任部门经理
拜耳大中华企业公关传媒总经理
联合国秘书长办公厅高级顾问
中华全国工商业联合会经济部部长

王志乐
吴宗之
高 菁
高智伟
毕 雅
华威廉
杜晖贤
欧阳晓明

附 录

中国公司责任报告编制大纲(草案) \ 241

Editing Outline of China Corporate Responsibility Report (Draft) \ 246