

B 企业公民蓝皮书®

LUE BOOK OF ENTERPRISE CITIZENSHIP

中国企业公民报告 (2009)

权威机构 · 品牌图书 · 每年新版

ANNUAL REPORT ON ENTERPRISE CITIZENSHIP IN CHINA (2009)

名誉主编/蒋正华

主 编/邹东涛

执行主编/王再文 冯 梅



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2009
版



企业公民蓝皮书
BLUE BOOK
OF ENTERPRISE CITIZENSHIP

中国企业公民报告 (2009)

ANNUAL REPORT
ON ENTERPRISE CITIZENSHIP
IN CHINA
(2009)

名誉主编 / 蒋正华

主 编 / 邹东涛

执行主编 / 王再文 冯 梅



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

企业公民蓝皮书

中国企业公民报告 (2009)

名誉主编 / 蒋正华

主 编 / 邹东涛

执行主编 / 王再文 冯 梅

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 59367077

责任部门 / 财经与管理图书事业部 (010) 59367226

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

项目经理 / 周 丽

责任编辑 / 张景增 王莉莉

责任校对 / 南秋燕

责任印制 / 蔡 静 董 然 米 扬

品牌推广 / 蔡继辉

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 59367080 59367097

经 销 / 各地书店

读者服务 / 市场部 (010) 59367028

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 22.5

字 数 / 383 千字

版 次 / 2009 年 7 月第 1 版

印 次 / 2009 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 0844 - 6

定 价 / 58.00 元 (赠光盘)

本书如有破损、缺页、装订错误，
请与本社市场部联系更换



版权所有 翻印必究

企业公民蓝皮书编委会

顾问 蒋正华 黄孟复 高尚全 保育钧 陈佳贵
冯 并 支树平 申维辰

编委会主任 邹东涛

编委会委员 (按姓名拼音排序)

陈小洪	陈永杰	陈志楣	楚序平	冯 梅
胡 迟	姜爱林	梁 方	梁秀娟	李安民
刘东华	刘俊海	刘延平	黎友焕	孟志军
欧阳日辉		任晋阳	佘云霞	孙明泉
谭向勇	王 成	王再文	杨红灿	殷格非
张来民	赵 泳	钟宏武	朱中一	

《中国企业公民报告 (2009)》

编撰委员会

组 编 中央财经大学中国发展和改革研究院

名誉主编 蒋正华

主 编 邹东涛

执行主编 王再文 冯 梅

副 主 编 黎友焕 张俊发

撰 稿 人 (按撰写章节顺序排序)

宋瑞卿	王建功	蔚 真	李 刚	王再文
刘玉蓓	郭 毅	冯 梅	龚成威	郭文美
李双双	黎少荣	杜 彬	王 星	罗雅霞
黎友焕	尹丽文	胡 玫	姜艳庆	范炳龙
杭 宇	刘 方	李 梦	韩秀华	王玉珍
杨桂珍	郭晓宏	胡明区	王之泉	殷各非

英文翻译 柳青艳 范鹏辉

编辑部成员 郭晓宏 刘 方 范炳龙 姜艳庆 陈 曼

编辑部秘书 马 骁 王之泉

学术支持单位

(排名不分先后)

中国企业改革与发展研究会

中国企业联合会

中国企业家协会

中国消费者协会

中国民（私）营经济研究会

中国光华科技基金会

国务院发展研究中心企业研究所

中华全国工商业联合会研究室

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心

北京交通大学经济管理学院

广东省企业社会责任研究会

中国企业报社

中国企业家杂志社

中文摘要

“企业公民”是一个法律概念，是指在一个国家进行了正式注册登记，并根据该国法律，享有企业权利并承担企业责任和义务的法人。“企业公民”是对企业社会地位的一种全新认识，强调企业与社会对等，认为企业对社会作贡献的同时也应得到社会对企业的关注，这样才能形成企业责任与社会支持之间的良性循环。

近年来，随着人们对企业与社会关系的关注，国际国内有关企业社会行为的讨论和实践如火如荼，“企业社会责任”和“企业公民”的概念也因此更加盛行于政府、企业和学者之中。由于“企业社会责任”的内涵比较直观且易于把握，而“企业公民”的概念和内涵目前还比较模糊，因此，国外众多学者和组织把“企业公民”等同于“企业社会责任”，而国内“企业社会责任”的使用更为广泛。事实上，“企业公民”相对而言是一个内涵更宽、更能生动反映企业在社会和商业活动中的角色和身份的概念，它的出现是“企业社会责任”实践与研究的结果，是“企业社会责任”的进一步发展。

在增进“企业公民”意识的讨论和争做优秀“企业公民”的活动中，必须正确认识和处理好企业公民权利和社会责任的关系。既要克服轻视企业公民权利，片面强调企业公民社会责任的倾向；也要克服片面强调企业公民权利，而轻视企业公民社会责任的倾向。“企业公民”要服务于整个社会，整个社会也要善待“企业公民”。这才是在确保经济持续、高速、健康发展的前提下，构建社会主义和谐社会的正确道路。

《中国企业公民报告（2009）》从企业与社会相互关系角度出发，探索企业对社会进步的影响以及社会对企业发展的认识，力求建立一种企业自觉履行公民社会义务的机制和全面推动符合中国特色的企业公民建设。本书是“企业公民蓝皮书”系列的第一册，主要包括总报告、理论探索、专题研究、案例分析和附录几部分内容。总报告对整本书所涉及内容进行总揽性概括，并对中国企业

公民建设形势进行总体分析；理论探索部分介绍了企业与社会关系研究中的概念演化，并对企业公民建设的相关理论进行解释；专题研究从中国企业反腐败反商业贿赂、保护消费者责任、保护劳工责任、保护环境责任、社区服务行为、慈善行为等几个方面对中国企业公民建设进行分析和研究，同时分析了新闻媒体、个人意识对企业公民建设的引导、促进；案例部分则对中国远洋运输集团、国家电网公司、中国航天科工集团公司、山西临汾五洲集团的企业公民建设实践进行研究，同时对2008年发生的震撼国人的汶川大地震、“三鹿奶粉事件”中企业行为的典型事件进行分析和反思；最后的附录部分详细梳理了改革开放以来中国企业公民理论研究和实践的发展历程。

企业作为社会的“公民”，是推动社会进步的基本细胞和主要力量。加快推进企业公民建设，是全面落实科学发展观的要求，是提升企业竞争力的关键，是实现社会和谐与可持续发展的重要保障。希望《中国企业公民报告（2009）》的推出，能够为中国企业公民建设提供思路，为中国企业公民实践提供理论依据，为中国企业公民发展指明方向。

Abstract

Enterprise citizenship is a legal term which refers to the enterprise that has been officially registered. According to the law, it enjoys some rights and takes some responsibilities simultaneously. Enterprise citizenship is a brand new cognition of the enterprise's social status, and it stresses the equality of enterprise and society. It also assumes that the enterprises must make some contributions to society and at the same time, society should pay much attention to the enterprises. And this is the only way to form a virtuous cycle of enterprises and society.

In recent years, as people are becoming more concerned about the relationship between enterprises and society, there appear to be more discussions and practices about the social behavior of enterprises both at home and abroad. The terms, such as the social responsibilities of and enterprise citizenship become popular in the government, enterprises and with the scholars. Since the concept, the social responsibilities of enterprises, is more accessible compared with enterprise citizenship, many scholars and organizations of foreign countries normally treat them equally, while in China the social responsibilities of enterprises is preferred. Actually, enterprise citizenship is a concept with a broader sense and it can vividly reflect the role and status of enterprises from their social and business activities. It emerges as the result of the practice and the research on social responsibilities of enterprises, which represents the further development of the social responsibilities of enterprises.

Among the activities, such as the discussion about promoting the awareness of the enterprise citizenship and striving to be excellent enterprise citizens, an appropriate understanding and handling of the relationship between enterprise citizen rights and responsibilities should be emphasized, and not only the citizen rights the enterprise enjoys but the responsibilities it takes should be balanced. Enterprises citizenship must serve the whole society and it should be well treated in return. In order to establish a harmonious socialist society, we must foster a sustainable, fast and healthy economy system.

Based on the interrelationship between enterprises and the society, *Annual Report on*

Enterprise Citizenship in China explores the influence of enterprises on social development and the society's opinion about the development of enterprises, and it strives to establish a mechanism in which enterprises will take their citizen responsibilities consciously and foster an enterprise citizenship with Chinese characteristics. This book is the first volume of the enterprises citizenship construction series. It includes six parts: the general report, theoretical exploration, monographic study, social environment, case study and appendix. An overview of the contents of this book is given in the general report, in which an overall situation of the enterprises citizenship construction is analyzed. And then, in the theoretical part, the evolution of the concepts about the relationship between enterprises and society are explained, and so it is with some related theories. In the part of monographic study, the enterprise citizenship construction is analyzed from different perspectives, including anti-corruption & anti-commercial bribes, protection of consumers, protection of labor force, protection of environment, community service behavior and social charity. Meanwhile, the effect of news media, individual consciousness is also analyzed to guide and promote the construction of enterprise citizenship. In the part of case study, some typical events are selected, including the COSCO, the State Grid, the CASIC Group, Wuzhou Group of Shanxi, and the Wenchuan Earthquake and the Sanlu Incident are also analyzed in this part. Finally, in the appendix, a record of events of enterprises citizenship construction in China is offered.

As citizens of society, enterprises are the basic units and backbones in promoting social development. Therefore, fostering enterprise citizenship is essential to the scientific development notion. It is the key to improve the competitiveness of an enterprise, and it can ensure the society to develop sustainably and harmoniously. *Annual Report on Enterprise Citizenship in China* can provide theoretical references for the development of the enterprise citizenship in China.

序一

做优秀企业公民 促和谐社会建设

冯 并*

一 企业公民建设是时代发展的要求

“企业公民”是一个新词，却在描述一个久已存在的社会主体——企业的社会角色。企业是社会的企业，从产权方面来说，是企业所有者资产的凝结。从社会的角度看，企业是由各个主体以契约形式连接在一起并且内部有着科层结构的组织，企业要与社会各个利益相关者不断发生关系。从这一意义上讲，企业是社会关系连接的一个重要节点。这里面既有经济价值的实现，也是人们社会价值、文化价值的实现场所和中介。

从市场经济角度来看，企业发展基于特定的环境，与社会所处的发展阶段有着紧密的关系。把企业提高到公民的角度，就是要赋予企业更为丰富的内涵。“企业公民”强调企业的社会属性和社会规定，是在其法律规定和经济规定基础上进一步的补充。从企业公民的要旨来看，我们强调企业公民的权利与责任的对等，与对独立个体公民的要求是一致的。不过组织公民的角度会因为组织的特性而各有不同。企业是市场经济的微观主体，是社会生产组织。企业作为生产组织是生产力的承载者，是社会财富最集中的创造者，可以说，企业的生产力就是社会活力的源泉，企业尤其是具有企业行为的价值取向也会影响其他社会主体的行为。

企业公民建设是从微观层面落实构建和谐社会的思想。中共十六届六中全会

* 冯并，高级编辑，博士生导师，政府特殊津贴享受者，担任中国经济报刊协会会长、中国生产力学会副会长、中国作家协会会员等多项社会职务，著有《不落的琴声》、《九八抗洪曲》等著作多部，并获国家级奖励多项。现任中国企业联合会、中国企业家协会执行副会长、中国企业报社社长。研究领域：区域经济、中国经济体制改革。



通过的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》中，明确提出“加强社会管理，维护社会稳定，是构建社会主义和谐社会的必然要求”，要“健全社会组织，增强服务社会功能”。社会主义和谐社会必然是社会组织逐步发展壮大社会，社会组织也必然会在构建和谐社会中发挥重大的作用。这一重大历史责任如何实现是一个系统工程，从微观层面来看，企业公民的实践是和谐社会的体现与重要方面。借用经济学术语，和谐是社会不同组织之间进行博弈最终达到最优均衡的过程，它是动态发展的，在这一过程中，必须保证规则的认同与交易或交往过程的公平。

企业公民建设是我国企业发展历史的跨越。社会和谐是社会进步的重要方面，改革开放 30 年来，我国各项事业取得了快速发展，经济生活已接近世界中等水平，在物质文明不断繁荣的过程中，人们的精神追求也在不断提高。社会交往越来越频繁，市场活动越来越重要，企业公民的表现就关系到每一个人、关系到整个社会的和谐发展。我们可以从本书的“中国企业公民建设与研究大事记”中国回顾一下从 20 世纪 70 年代末至今企业公民发展的轨迹。企业公民意识在不断提升，企业公民行为在不断进步，与我国经济体制改革紧密关联。从改革初期的搞好企业需要解放思想，到新世纪强调企业社会责任，提出企业公民并逐渐为更多人所认同，这是一个很好的趋势。随着社会主义市场经济的建立和完善，有关企业的法律、政策也渐趋成熟，这为企业公民的实践提供了一个很好的外部环境。但是，仍然存在一些不尽如人意的地方。当然，改革要深入，生产关系随着生产力的发展也在调整。

对于企业自身来说，企业公民实践的关键是企业的财富观。从一些重大企业事故可以看出，一个重要的原因是企业没有树立正确的财富观，导致企业公民行为目标与社会价值的偏差。回到快速发展的过程中难免形成一种急功近利的财富观，短期行为与机会主义时刻存在，不断侵蚀着公共领域。这在高速工业化的国家都曾经出现过。我国改革开放 30 年，也是企业财富观发生变化的时期，企业的财富观要放眼长远。

从做好企业公民这一角度来看，我们要进行以企业为主体的思考。在市场环境日益完善的情况下，企业自身争做好公民，向社会提供更安全、更优质的产品，投入更多精力在创新方面，投入更多精力在企业文化建设上，更积极地参与社会活动，从中实现企业的价值。这既是提高生产力、促进社会进步的要求，也

是社会和谐的需要，更是企业自身发展的需要。和谐的生产环境下会有更高的生产力。从企业内部生产体系来说，和谐的企业公民实践，会使得员工心情愉悦舒畅，工作精神振奋，提高生产效率；从市场交易来说，节约了交易费用，缩短了讨价还价的时间，契约更为牢固，信任增加了，交易效率会提高；对于全社会来讲，社会通过企业公民这一环节密切了联系，假以时日，会凝聚成巨大的力量，这种力量就是社会资本。

长期来说，企业公民是各个主体共赢的结果。应当说，这是利益一致的诉求，应该不成问题。但仔细推究，短期利益与长期利益在很多情况下不可同时实现。而当企业行为更多由短期利益所主导时，长期目标可能并不会很好地实现。在企业治理结构尚不完善的情况下，作为企业的控制者有着更多选择并决定企业发展的方向，或者说决定着企业国民的人格化体现。所以，企业控制者的个体色彩会极大地影响企业组织化行为。尤其社会环境变动较快的时候，企业利用组织化的优势往往可以引导社会舆论取向。前述的和谐微观基础就在于此。在理想的世界里，所有个体力量均等，没有勾结，那是原子般的世界，没有以大欺小、弱肉强食。社会之所以存在并且发展就在于有一个良好的社会治理环境。我们不妨看看有关和谐的企业公民的方方面面。

(1) 企业与消费者。企业是具有相对优势的，尤其是在卖方垄断的市场条件下，企业会有一定的市场势力，会利用这种势力剥夺消费者的剩余。如果这是市场自然竞争的结果，尚可接受，但如何避免企业恶意侵犯消费者权益则是一个当代难题，不论是产品品质方面还是财产方面。从经济发展历程来看，立法、企业治理、社会监督都要起作用。

(2) 企业与政府。相对于政府而言，企业具有弱势。尤其是在政府管制较多的领域，企业和政府往往出现猫和老鼠般的对立关系。企业作为被监管者有俘获政府官员的诱因，以获得一种官员保护下的市场特权。可以说，二者关系主要是对政府行为的约束，将政府与企业之间的关系体现为基于一定规则的平等的主体交往。

(3) 企业与企业。在市场中，企业和上下游客户以及竞争对手之间会有力量对比，这些关系会随着市场竞争不断调整。

(4) 企业与非营利组织。企业作为经营性组织与非营利组织存在社会职能的分工，如何密切合作是解决许多社会问题的关键。

在上述的各种关系中，我们均是围绕企业的公民角色来分析的。稳定成熟的



市场规则是一个核心，企业对规则的尊重是一个理念上的支持，在此前提下的博弈均衡才可能是和谐的结果。当然，在各种力量对比中，有必要区分市场结果与非市场结果。既不能理想化地判断问题，也不可忽视由于市场基础建设不完整造成的秩序紊乱。毫无疑问，市场结构、企业治理结构以及企业家是影响企业公民实践的重要因素。

二 企业公民建设是全社会共同的事业

社会和谐是一个全局问题。除了企业角度的审视，我们尚需对社会各个方面在企业公民实践中的作用进行考察，公民意识是对企业人格化、社会化、责任与权利有机结合的良好结果。企业的权利规定往往是由外部制度所赋予的，企业行为的扭曲可能是政策不当的结果，企业价值取向在很大程度上由社会流行的文化所左右。我们依次来看这些因素对企业公民建设的基本功能。

在制度支持方面，建立公平的市场环境，在立法、执法方面，对不同所有制、不同规模的企业做到平等对待，不歧视。诸如《公司法》、《合同法》、《反不正当竞争法》、《反垄断法》等是从立法方面规范企业行为。在政策支持方面，支持民营企业、中小企业公民的发展，给予这类企业公民更多发展空间。减少不必要的管制，同时加强有关方面的管制。充分汲取全球经验教训，积极探索我国市场管制的有效方式。宏观政策要通过价格信号传导机制来影响微观行为，而不是直接干预企业行为。这些都是保障企业公民权利的关键。只有企业公民的权利有了保障，企业公民的责任才会更好地履行。文化支持要提供价值观支持。逐渐从农业社会时期轻商文化的积弊中走出来，对企业正当行为给予社会支持，敢于言利、勇于谋利。在全社会树立健康的财富观。对成功的评价要多元化，不宜简单地从一个方面品头论足，这对于有着较为浓厚“官本位”思想的社会尤其重要。社会要扶持幼小企业公民，因为它们在现实的市场竞争中处于劣势地位，但只要社会对其发展壮大创造机会与空间，今天的小企业明天也许就会成长为大企业，这也是市场保持竞争充满活力的关键。所以，对于弱势的企业公民要包容；对于有市场势力的公民来说，企业社会舆论和媒体监督的作用要突出。

改革开放 30 年，从经济史来看，中国企业走过了不平凡的历程。财富创造如泉涌般爆发，成为中国经济高速增长的微观基础，同时企业对社会的影响也逐

渐加深。企业的社会责任越来越受到全社会的关注。进一步强调企业权利与责任相统一的企业公民建设也已提上日程，企业公民角色受到广泛关注。深化改革在不断调整各种利益关系，一方面，通过产权改革和市场环境的改进，企业权利与责任得到了更好的界定；另一方面，消费者主权意识高涨，从不知情的简单消费到关注生产流程、市场过程的细节，消费者逐渐成熟，不仅仅是对价格敏感，他们同样关心产品是否环保，交易是否公平，人们主动拒绝购买破坏生态和自然的产品。全社会都在注视企业公民群体的行为，并体现在日常生活的方方面面，借助现代媒体，和谐、冲突都会很快被反映到全社会，成为天下公议。这是一股积极而宏大的力量。

我们应该看到企业公民建设的历史意义，它是我国企业健康发展和我国经济社会科学发展的一个基础性工程。正如本书所反映的，在短短的几年里，企业公民已经取得可喜的成绩，时间虽短，已见成效，逐渐为更多人所接受，这是一个广泛的社会理解、支持、行动的过程。应该说，企业公民的理论探讨与历史意义，重在实践。而从近些年的企业公民实践来看，每次针对企业的重大决策和立法往往是在企业责任事故酿成以后，这一事后弥补的做法虽有其道理，但更好的方法还是事先有效预防。所以，我们还有很多的事要做，任重道远。从积极的角度看，我们要树立正面典型，深刻挖掘企业公民中优秀的成员，发挥模范的力量。

2008 年度必将是我国历史上具有重要意义的一年，它留下了许多难忘的记忆。百年奥运梦想实现，“神舟”七号宇宙飞船上天。同时，令我们悲痛的是南方雪灾、汶川大地震这些自然灾害，在灾难中我们失去了同胞和亲人，举国上下都为此奉献着爱心。每逢国家有难的时候也是考验公民素质的时候，我们欣喜地看到，南方雪灾、汶川大地震中涌现出来许多良好的企业公民。我们应该大力宣传，以此推动企业公民在全社会范围内的积极实践，营造一个好的社会氛围。

实施企业公民建设的重点当然是广大的企业，如何做一个好的企业公民呢？企业要主动适应社会的需要，调整传统做法中落后的方面，建立企业内部良好的生产关系，大力促进企业的生产力，先做好企业的本分。这是企业奉献社会、创造社会财富的基础。财富是动态的，是智慧和勤奋劳动的结果，不是粗暴地攫取。我们鼓励企业的生产力、创造性、社会参与及价值实现，抑制企业对规则的破坏性、对公共利益攫取和无度的贪婪。

企业公民建设是企业自身的事业，也是全社会共同的事业！

全社会行动起来，为构建一个美好和谐的社会共同努力！

序二

“企业公民”：一个急需厘正的话语体系和社会实践

邹东涛*

近几年来，一个原来国人陌生的词语进入我国的社会经济生活，并得到广泛的宣传、报道和推进，这就是“企业公民”。增进“企业公民意识”的讨论和争做优秀“企业公民”的活动不断升温。然而，各种媒体及其文稿对“企业公民”的界定和论述参差不齐，甚至莫衷一是。因此，有必要对“企业公民”进行规范系统的研究，以便厘正“企业公民”活动的话语体系和社会实践。

一 “企业社会责任”：“企业公民”的缘起

在中国，先有“企业社会责任”概念的运用和推进，后有“企业公民”的跟进。

企业是社会财富的创造者，是一国物质产品和劳务的生产者，是大量就业岗位的提供者，是国家税收的缴纳者，也是资源的使用者。改革开放以来，我国的企业，为社会财富的生产和积累，为人民物质精神文化生活水平的提高，为国力的增强，为中国全面走向世界，为中华民族的复兴和崛起，作出了巨大的贡献。中国的经济总量在世界上排第四位，外汇储备高居世界第一。这一切，都离不开企业的努力和企业家的拼搏。

* 邹东涛，经济学教授，博士生导师，国务院特殊津贴享受者，世界生产力科学院院士，中组部直接联系知识分子。现任社会科学文献出版社总编辑，特聘中央财经大学中国发展和改革研究院院长。主要研究领域：制度经济学、中国经济体制改革、西部经济。



但是，由于我国法制不健全，市场秩序不完善，产生了一些严重问题，如：①“血汗工厂”和矿难事故；②伪劣奶粉、药品和有毒食品；③农民工讨薪难；④滥用自然资源和严重污染环境；⑤偷税漏税；⑥商业贿赂；⑦滥用公益活动进行欺诈。这些问题大大影响了企业的社会形象，甚至使社会产生“仇富”思想。

更有甚者，某些企业通过行贿等方式收买官员，形成“权贵资本”，而“权贵资本”在任何时代、任何国家，都是社会的大毒瘤，它下坑消费者和人民群众利益，上坑国家，导致国家公共权利腐败，从而激化社会矛盾和不稳定因素，又会使社会产生“仇官”思想。

以上问题产生了极大的外部负效应，造成了“四大危害”：危害国家，危害社会，危害消费者利益，危害自然环境。

这些问题的产生和严重化，使整个社会产生对企业的的不信任感，相当广泛的社会阶层和公众对企业的不良行为进行谴责。在这种情况下，国家和社会一方面加大了对企业的监管，另一方面也加大了对企业的正面教育和引导，这样就提出了“企业社会责任”问题。近几年来，政府、非政府组织和媒体，广泛开展宣传“企业社会责任”的活动。一方面，增强了企业的社会责任感；另一方面，也使企业面临着巨大的社会压力，处于“尴尬”的状态。

究竟怎样才能既保护企业的积极性，维护企业的合法权益；又使企业自觉关注和履行社会责任，改善企业的社会形象？人们又进一步探索对企业使用比较全面、中性和公正的概念，这样，“企业公民”的概念就应运而生了。

二 “企业公民”的界定和内涵

无论是“企业社会责任”（Corporate Social Responsibility，缩写为CSR），还是“企业公民”（Corporate Citizenship，也可译为“法律上的公民”或“法人”），都是“舶来品”，源自欧美。由于在欧美社会，“企业公民”往往是作为“企业社会责任”的同义词使用的，因此，在我国，这两个概念也是混同使用的。由于“企业社会责任”的内涵比较直观，便于人们理解和把握，而“企业公民”的内涵不够直观，不便于理解和把握，因此，在我国，“企业社会责任”使用得更为广泛。所以，有必要对“企业社会责任”和“企业公民”的概念进行科学的辨析和定位。