



吕秋发 编著

电力企业 社会责任及文化建设研究



河北科学技术出版社



吕秋发 编著

电力企业 社会责任及文化建设研究

河北科学技术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

电力企业社会责任及文化建设研究/吕秋发编著. —
石家庄:河北科学技术出版社,2009.4
ISBN 978-7-5375-3983-8

I. 电… II. 吕… III. ①电力工业—工业企业—社会
—职责—研究—中国②电力工业—工业企业—企业文化
—研究—中国 IV. F426.61

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 056336 号

电力企业社会责任及文化建设研究

吕秋发 编著

出版发行 河北科学技术出版社

地 址 石家庄市友谊北大街 330 号(邮编:050061)

印 刷 石家庄燕赵创新印刷有限公司

开 本 850×1168 1/32

印 张 5

字 数 108000

版 次 2009 年 4 月第 1 版

2009 年 4 月第 1 次印刷

印 数 1000

定 价 15.00 元

内容提要

本书以电力企业数十年来的发展历程和相关数据作为基础，以企业社会责任和企业文化建设理论作为依据，研究电力企业，特别是发电企业（以西柏坡电力为例）在不断的市场竞争中如何在企业理念、制度安排、行为规范等文化建设方面保持合理的、内外部相关方满意的社会责任。

第一章：绪论。本章的内容包括研究的背景与问题的提出、研究的目的和意义、研究的主要内容和方法以及创新之处。

第二章：我国电力行业的特点分析。本章首先介绍电力产品的特殊属性：自然属性与社会属性，在剖析电力产品的刚性需求的基础上，阐述了我国电力行业的发展历程及市场机制特点。

第三章：电力行业在国民经济中的作用和社会责任。承接上一章的分析，本章主要论述国有电力企业在国民经济发展中应承担的角色、肩负的责任及发挥的作用。从新的视角剖析了电力企业的使命观。



第四章：基于国有企业社会责任的发电企业文化。为科学合理地履行国有企业的社会责任，必须构建以社会责任为导向的企业文化。本章论述了基于国有企业社会责任的发电企业文化构建的原则、理念及举措。

第五章：实证研究：西柏坡电力企业文化建设。以河北西柏坡发电有限责任公司为例，应用上述各章的理论，阐述了构建以社会责任为导向的企业文化的实践过程与经验。

前 言

20 世纪 80 年代以来，随着我国社会主义市场经济体系的逐步建立和完善，作为市场经济的主体——企业及其所应承担的社会责任问题，逐渐成为理论界和社会各界人士讨论关注的热点。企业社会责任的概念，也由最初的尊重员工拓展到企业所在的社区乃至社会；从最初的劳动保护、工作环境拓展到企业的诚信义务、公益事业、环境保护、社会发展等领域。但从总体上看，我国目前对企业履行社会责任的研究、实施、推进，仍处在前进过程中的起步阶段。

电力工业是国民经济发展的“先行官”，是事关国计民生、千家万户重要的基础产业和公用事业。进入新世纪以来，我国对电力工业管理体制实施了以市场化为取向的“厂网分开、竞价上网，打破垄断，引入竞争”的重大改革，并引发了电力行业在激烈的市场竞争中，如何正确履行企业经济责任、政治责任、社会责任，推进企业文化建设向纵深开展的广泛讨论。

本书以国内外企业社会责任的研究现状为背景，以电力工



业的发展历程、特点为基础，以企业社会责任和企业文化理论为依据，全面剖析了我国电力企业的社会属性和社会责任，提出了发电企业以履行社会责任为导向的企业文化建设的基本内容和内涵，并以全国企业文化建设先进单位——河北西柏坡发电有限责任公司（简称西柏坡电力）多年来开展企业文化建设大量翔实的实例进行实证，具有较强的针对性和实用性。

本书对我国电力企业开展社会责任和企业文化建设的研究与实践，具有一定的参考价值。

编 者

2009 年 1 月

目 录

第一章 绪 论	(001)
第一节 研究背景	(001)
第二节 企业社会责任的研究现状	(009)
第三节 研究的目的地意义	(012)
第四节 研究的主要内容和技木路线	(018)
第五节 研究的方法	(021)
第二章 我国电力行业的特点分析	(022)
第一节 电力产品的特殊属性	(022)
第二节 我国电力行业的发展历程	(028)
第三节 我国现行电力行业宏观政策及其影响	(035)
第四节 我国电力市场的供求形势	(055)
第三章 电力行业在国民经济中的作用和社会责任	(062)
第一节 电力行业在国民经济中的作用	(062)
第二节 国有电力企业令人关注的政治责任、经济 责任与社会责任	(071)



第四章 基于国有企业社会责任的发电企业文化	(091)
第一节 国有企业的企业文化建设	(091)
第二节 发电企业基于社会责任的企业文化建设的 基本内容及特点	(104)
第五章 实证研究：西柏坡电力企业文化建设	(131)
第一节 提炼企业理念，铸造企业灵魂	(132)
第二节 加强制度建设，引导企业文化	(136)
第三节 挖掘文化载体，树立良好形象	(138)
第四节 不断创新，走可持续发展之路	(141)
第五节 以履行社会责任为导向，不断丰富企业文化 建设的内涵	(144)
第六节 西柏坡电力实施企业文化建设的效果	(145)
后 记	(149)

第一章 绪 论

关于企业社会责任的研究由来已久，特别是自 20 世纪 80 年代以来，该问题更成为各界人士研究的热点。为了进一步研究这一问题，本章将阐述研究企业社会责任的背景；国内外企业社会责任的研究现状；并论述我国加强以社会责任为导向的企业文化建设研究的意义。最后，给出了本书研究的主要内容、研究方法及技术路线。

第一节 研究背景

一、企业社会责任含义的发展演变

企业社会责任问题自 19 世纪末在西方国家被提出以来，对于该问题的研究是随着社会化大生产的发展而产生和发展的，其含义大致经过三个时间发展阶段。

(1) 19 世纪末至 20 世纪初。资本主义尚处于发展阶段，社会财富十分缺乏，社会的首要目标是经济增长和财富的积累，企业的目标也确定为实现利润最大化。在法律许可的范围内，为社会生产出更多的财富，成为当时赋予企业的主要责任。早期企业中“成本”的定义是指资本家必须支付的款项，如：原材料、工资、设备折旧等。在这一时期，生产经营者对企业活动会带来什么伤害，并没有明确的意识和防范措施。因此，企业认为：凡是对企业有利的事情，对国家也必然有利，追求利润最大化最为重要，劳动力是用于买卖的商品之一；管理人员只对企业的所有者负责，雇员的个人问题和少数民族问题与企业无关；人们只能被动地适应环境，而不能控制改造环境。然而，伴随着城市化的进程产生的种种社会问题，如：人口过分集中在新的聚集地，生产和生活的垃圾造成的祸患成倍增加；恶劣的劳动条件，高强度的体力劳动，微薄的收入，肮脏的居住环境等等随处可见。但是，企业因避免了自身的损失，给社会带来种种的损害并没有引起全社会的重视。虽然工业化和随之而来的严重污染遭到劳动阶级的强烈反对，尽管国家对企业行为引发的社会问题采取了立法和政府管制，

但企业的社会责任并没有明确突出地摆在社会生活的重要位置。

(2) 20 世纪 20 年代至 50 年代。由于企业所有权同经营权逐步分离, 股权日益分散, 社会日益向多元化发展。面对这种情况, 管理者除了对企业的所有者负责之外, 还必须向相关的影响群体负责, 如: 顾客、雇员、原材料供应商、债权人和所在地区。管理者的责任除了要经营所管理的企业之外, 还要在这些利益群体之间保持平衡, 处理好与各方面的关系。日本著名的经济学家涩泽荣一 (1840 - 1931) 早在 19 世纪 70 年代就提出了工商企业同国家的利益关系、企业需要与个人道德的关系等问题。德国政治家和社会哲学家沃尔特·拉特瑙 (1867 - 1922) 曾广泛地论述了企业、特别是大企业同周围社会之间的关系, 率先提出了“企业社会责任”的概念, 并指出用责任来代替利润的观点。此时, 企业认为: 对公司有利的事情, 必然对国家也有利; 追求满意的利润, 而不是仅仅寻求利润最大化; 资金、技术固然重要, 但人的因素同样值得重视, 雇员除了经济方面的需要外, 还有其他方面的需求; 对顾客应当诚实无欺; 政府的管理必不可少, 人类除了适应环境之外, 还

能够控制、改造环境等。在此期间，人的价值和尊严、雇员的社会需求、消费者的利益、生态环境等问题引起了重视，企业承担的社会责任范围日益拓宽。

(3) 20 世纪 60 年代以来。随着科学技术的高速发展，西方一些发达国家的社会财富急剧增长，人民生活水平大幅度提高。但是经济的成功所直接或间接引发的一些社会问题，如：环境的污染、土地的破坏和消费者利益的侵害，迫使人们思考经济繁荣背后的问题。人们希望企业作为社会的主要机构和社会器官能够利用现有的技术和资金等资源，解决社会问题，进一步承担社会责任。因此，企业认为：企业利益和社会利益必须兼顾；利润必不可少，但人比技术和金钱更重要；对顾客应当以诚相待；管理者应对企业所有者、相关利益群体和社会负责；对环境的保护和控制，应同政府密切合作加以解决。

二、企业社会责任研究引起关注的原因

“企业社会责任”概念早在 19 世纪末 20 世纪初就已由西方发达国家提出，自 60 年代以来对该问题的研究越来越热。近些年来这一思想更是广为流行，连《财富》和《福布斯》这样的著名商业杂志在企业排名评

比时都加上了“社会责任”标准，可见西方社会对企业社会责任的重视。联合国前秘书长安南上任后，鉴于全球化的脆弱性和国家间越拉越大的差距，鉴于国家内部差距的拉大以及财富分配不公和不平等，特别是鉴于某些企业不合理的发展对世界安全和生态环境带来巨大威胁，安南向国际商界领袖提出了挑战，那就是呼吁企业约束自己自私的牟利行为，并担负起更多的社会责任。1999年1月，在瑞士达沃斯世界经济论坛上，联合国秘书长安南正式提出了“全球协议”计划，并于2000年7月在联合国总部正式启动。该协议号召公司遵守在人权、劳工标准和环境方面的九项基本原则。2001年12月，中国企业联合会和联合国在北京首次举办了题为“新世纪的中国企业”研讨会，成为国际上第一个参加“全球协议”的国家级雇主组织。随后在中国推行了一系列企业社会责任以及“全球协议”的活动。中国企业联合会还和英国政府合作，对中国企业履行“全球协议”的情况进行了调查，编写了《中国企业社会责任案例》。

企业社会责任问题的研究在20世纪特别是80年代后引起了企业界、理论界和国际社会的广泛关注，其原因可归纳如下：

(1) 买方市场的出现。从产业革命直到 20 世纪 50 年代, 资本主义工业获得了飞速发展, 但由于严重的经济危机和频繁战争等原因, 使得商品在总体上仍然供不应求, 卖主处于优势地位的“卖方市场”。在这种形势下, 企业是无需考虑“社会责任”的, 公众对企业的指责也是无济于事。然而进入 20 世纪 50 年代后, 市场逐渐转化为买方市场, 商品供过于求使得卖主间竞争激烈。为此, 企业管理当局开始转变观念, 开始考虑企业同社会的关系, 公众的利益也逐渐得到体现。

(2) 企业的大规模化。二战以前, 小企业占绝大多数, 各自参加市场竞争, 不具备左右市场的力量, 对社会的压力不大。当企业实现大规模化时, 它对社会的干预能力迅速增强。例如, 一个垄断企业或集团, 它对社会的影响绝不仅仅是劳资和产销关系, 而是涉及整个社会各个方面。当该企业或集团同社会发生纠葛时, 必然会受到来自全社会的压力而做出妥协, 承担某种责任。此时国家和政府也会针对新问题制定政策和法律, 要求企业承担社会责任。

(3) 企业相互关系的广泛和深化。随着社会生产力的发展, 社会分工越来越细, 企业相互依赖关系也随之

变得更加广泛和深化。可以说每个企业都以其他社会机构为自己存在的条件，同时又为对方的生存提供条件。这种关系网络的形成和发展，必然要求加强企业社会责任研究。

(4) 经济活动中的丑闻曝光。企业失信、欺诈行为危害社会，极大地增加了经济生活中的交易成本，败坏了商业风气和市场环境，影响到企业甚至一个国家的经济发展。无论是过去和现在，即使在信用制度较为发达的国家，也不断发生违背商业道德和法律的欺诈行为。尽管资本主义国家制定了种种法规用以规范企业行为，但在竞争的压力和利润的诱惑下仍然爆出种种丑闻。这使得人们不得不反思，人们针对法律对企业行为的规范作用产生了怀疑。在此状况下，美国于 20 世纪 70 年代提出经营伦理观念，最近几年日本也开始对经营伦理问题进行研究。企业社会责任、伦理规范便成为人们关注的焦点。

(5) 经济发展与环境污染、生态失衡的矛盾。人类进入工业革命以来，在创造了巨大物质财富的同时，也带来了严重的环境破坏和资源的过度消耗。在全球范围内，温室气体大量排放导致气候系统紊乱，洪水、干

旱、赤潮、荒漠化等自然灾害剧增，酸雨加剧，南极出现臭氧空洞等等，引起了越来越多的关注、忧虑和抗议。大气污染、水污染、城市垃圾、工业废弃物排放、水土流失、土地沙化和沙尘暴等环境问题已经成为经济社会发展中要着力解决的突出问题。人们对工业文明带来的结果开始反思，开始重新考虑人与自然的关系。而企业作为社会器官扮演着工业革命的主要角色，其生产经营活动与自然的关系最为直接，环境污染、生态失衡的主要影响者是企业。因此在处理人与自然的关系上，自然特别强调企业的责任，并且探讨企业的职责。

（6）社会经济化。企业对整个社会生活的作用越来越重要，企业作为商品经济社会的主角，使得社会经济化。为了顺应这种趋势，就需要研究企业的社会责任，需要为社会设立行为准则。

总之，在高度发达的当今世界，“一方面是我们自豪地夸耀社会的光明灿烂，另一方面则是我们交替地贬低和担心的社会阴暗面”。为此，进一步研究企业社会责任，有着深远的现实意义。