

企业社会责任 与市场竞争力

企业社会责任在提升中国私营部门竞争力
以及可持续发展中的作用

沈 艳 姚 洋 著

 外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

企业社会责任与市场竞争力

企业社会责任在提升中国私营部门竞争力
以及可持续发展中的作用

沈 艳 姚 洋 著

 外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目(CIP)数据

企业社会责任与市场竞争力：企业社会责任在提升中国私营部门竞争力以及可持续发展中的作用 / 沈艳, 姚洋著. —北京：外文出版社，2010

ISBN 978-7-119-06263-1

I. ①企… II. ①沈… ②姚… III. ①企业—社会—职责—研究—中国 ②企业—市场竞争—研究—中国 IV. F279.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第024507号

责任编辑 王蕊

封面设计 吴涛

印刷监制 张国祥

企业社会责任与市场竞争力：

企业社会责任在提升中国私营部门竞争力以及可持续发展中的作用

作者 沈艳 姚洋

©2010外文出版社

出版发行 外文出版社

地址 中国北京西城区百万庄大街24号 邮政编码 100037

网址 <http://www.flp.com.cn>

电话 (010) 68995875/68996075(编辑部)

(010) 68320579/68996067(总编室)

(010) 68995844/68995852(发行部)

(010) 68327750/68996164(版权部)

印制 北京中达兴雅印刷有限公司

经销 新华书店/外文书店

开本 1/16

印张 13.75

印数 1000

装别 平

版次 2010年3月第1版 2010年3月第1版第1次印刷

书号 ISBN 978-7-119-06263-1

定价 50.00元

版权所有 侵权必究

如有印装问题本社负责调换(电话：68995852)

致谢

这份报告是国际金融公司中国项目开发中心组织的“中国私营部门的可持续性发展”项目的成果。在这个研究项目推行的过程中，我们得益于许多机构和个人的支持与帮助。

中国项目开发中心在组织和管理这个项目上起到了核心的作用。在项目的整个实施过程中，该中心的赖金昌先生和黄琳女士给予了我们大力的支持和建议。丹麦政府给予这个项目资金上的支持。国家发展与改革委员会中小企业司和国家统计局在调研中给予了巨大的协助。我们尤其要感谢狄娜女士、张海鹰先生和周学文先生，他们在案例研究和企业调研中完成了出色的领导工作。在我们调研12个城市的过程中，当地政府大力协助我们组织了小组访谈和调研，并积极参与其中，我们对此也表示感谢。

这个项目也受益于国内相关研究机构与人员的帮助。在张峻峰先生的领导下，劳动与社会保障部国际劳工与信息研究所完成了补充性的个人调研，并基于调研结果为我们提供了一篇背景报告。郭军先生就我国的劳工保护状况提供了一篇背景性的文章。童昕教授就环境标准及其对我国出口的影响方面提供了一篇背景性文章。Stoyan Tenev、郭军、李路路、顾强、戴建忠、郑易生、徐忠、王世汶、唐海滨、陈蓉、童昕等官员和学者参与了项目的初期准备会议和中期会议，并给予了建设性的意见。

我们感谢简练、胡微微、杨希和钟宁桦为本报告做出的出色助理研究工作。我们对北京大学国家发展研究院（中国经济研究中心）在管理上给予这个项目的支持表示衷心的感谢。

本报告中的观点不代表北京大学国家发展研究院（中国经济研究中心）或者国际金融公司。由于本报告中文版是从英文版翻译而来的，尽管我们花费了很多时间进行修订，但语言仍然显得生硬，敬请读者原谅。我们对报告中的观点和可能出现的错误承担全部责任。

目 录

第一章 引言	1
1.1 企业社会责任的概念	1
企业社会责任的定义	2
企业社会责任的内涵	3
企业社会责任的国际标准	4
1.2 企业社会责任与商业机会	4
1.3 关于企业社会责任的讨论	6
1.4 推动企业社会责任的因素	7
1.5 企业社会责任在中国的发展阶段	8
1.6 国内有关企业社会责任的争论	10
企业社会责任在中国的定义	10
企业社会责任可以提供商业机会吗?	12
1.7 报告的安排	14
第二章 抽样和统计概览	15
2.1 调查和访谈的架构	15
企业调查	15
访谈	16
城市调查	16
个人调查	16
2.2 样本城市概述	17
地理位置	17
人口统计	18
经济指标	20
2.3 样本企业概述	23
地理分布	23
企业规模	24
行业分布	25
所有制	26

出口	27
财务表现	29
2.4 总结	35
第三章 样本企业对CSR的认知	36
3.1 CSR认知	37
何为企业社会责任	37
影响企业CSR认知的因素	39
(a)所有制结构	40
(b)出口	40
(c)规模	41
(d)市场竞争	41
(e)管理层的教育水平	43
(f)地区	43
3.2 CSR的执行	43
3.3 参加与CSR有关的社会活动	44
3.4 总结	49
第四章 中国的劳动保护：历史沿革、立法和当前问题	50
4.1 九十年代以来中国的就业情况	51
4.2 社会保障体系的停滞和重建	53
4.3 劳动保护的制度框架	57
4.4 法律框架的问题	59
4.5 工厂层面的劳动保护问题	61
4.6 总结	64
第五章 样本企业的劳动保护	65
5.1 劳动合同	65
样本企业的合同覆盖率	65
影响签订书面合同的因素	67
合同的内容	70
合同的终止	72
5.2 工作时间和工资	72
工作时间	73
工资	75

工资拖欠	81
5.3 养老保险、医疗保险和工作场所	82
养老金	82
医疗保险	87
工作场所安全及便利设施	91
5.4 劳动纠纷及其解决	91
劳动纠纷	91
纠纷解决	93
政府的努力	94
5.5 工会以及集体谈判	95
国家层面的工会组织	95
样本中的工会	97
工会及集体谈判对工人权益的保护	99
5.6 总结	102
 第六章 环保标准	 104
6.1 环境保护的现状	105
环境保护的措施	105
环境达标率、环境/生态标识和ISO14000认证	107
达标困难	111
6.2 影响企业环保行为的因素	112
竞争和企业环保战略	112
企业社会责任认知和企业的环境保护战略	115
地区和企业环保战略	118
行业和企业的环境保护战略	119
政府政策和企业的环保战略	121
6.3 清洁生产	124
6.4 总结	125
 第七章 产品质量	 127
7.1 产品质量现状	127
产品质量：企业的自我评价	128
产品质量认证：ISO9001认证	130
国家标准和企业具体标准	131
产品安全	132

7.2	管理产品质量的措施	134
	质量管理部门	134
	质量检查	137
	品牌	141
7.3	影响产品质量的因素以及企业对产品质量管理的努力	142
	竞争	142
	企业社会责任认知	145
7.4	总结	148
 第八章 企业治理结构		150
8.1	样本企业的所有制结构一览	150
8.2	改制的影响	152
8.3	管理体系	159
	各参与方的重要程度	159
	总经理	159
	公司章程	161
	审计和信息披露	163
	风险控制和受教育水平	163
8.4	影响治理结构的因素	167
	竞争	167
	企业社会责任意识	169
8.5	政府和工会	172
8.6	总结	173
 第九章 市场、法律环境和企业社会责任		174
9.1	样本企业的市场地位	175
9.2	供应链和CSR	176
	客户和CSR要求	176
	样本企业对供应商的CSR要求	178
9.3	商业交易和纠纷	182
	合同和账期	183
	商业纠纷及其解决	183
9.4	总结	185

第十章 企业社会责任和企业绩效	187
10.1 CSR记录与企业绩效	188
10.2 供应链与企业绩效	192
10.3 CSR正向影响的原因	195
劳动标准和人力资本	195
波特假说	196
CSR和外部融资	198
10.4 总结	199
第十一章 总结和政策建议	202
11.1 研究成果总结	202
企业社会责任意识	202
劳工标准	202
环境标准	203
质量控制	203
公司治理	203
供应链与企业社会责任	204
企业社会责任和财务绩效	204
11.2 对于政府的建议	204
11.3 对企业的建议	205
参考文献	207

第一章 引言

十年前（1999 年），国际金融公司（IFC）开展了一项对中国私营部门的研究并发表报告《中国新兴的私营部门：对新世纪的展望》（IFC, 1999 年），该报告已成为国内外学者研究中国私营部门时广泛引用的文献。十年以来，我国私营部门增长迅速，目前产值已占工业生产总值的三分之二以上。然而，私营部门增长的质量参差不齐。随着中国在国际商品贸易份额的扩大并逐渐成为世界工厂，这个问题已经引起国际社会的广泛关注。中国部分出口产品存在质量低劣或存在有毒物质的现象于 2008 年在国际上遭到曝光，就是其中的一个例子。国际社会以及国内学者和决策者也日益关注如何解读私营部门发展的对于经济发展可持续性的影响。另外，气候变化已经成为国际经济、政治和外交领域的重要话题，于 2009 年 11 月在哥本哈根召开的全球气候会议是一个重要的标志性事件。作为世界第二大碳排放国，中国如何面对日益增强的国际挑战，做到在减排的同时不损失中国企业的国际竞争力，是一个摆在我们面前的急迫课题。与此同时，企业社会责任（Corporate Social Responsibility，缩写为 CSR）的概念已经获得了公众和企业的日渐认同。在这个背景下，中国经济研究中心在国际金融公司下属中国项目开发中心（China Project Development Facility，缩写为 CPDF）的帮助下开展了本项题为“中国私营部门的可持续性发展”的研究。

这项新的研究调查了 12 个城市的 1200 多家企业，其中大部分为私营企业。本研究的目的是有几个方面。第一，本研究致力于刻画私营企业社会责任的现状，并将其与国有企业、外资企业以及中外合资企业作比较。第二，本研究着重考察企业社会责任表现和企业绩效之间的关联，也就是说，本研究希望证明，企业担当社会责任是为企业提供一个商业机会，有利于企业的可持续发展。第三，本研究希望为中国政府和企业提供一些具体的建议，使私营部门对中国经济的可持续性发展可以发挥越来越重要的作用。最后，本研究也希望可以为其他新兴经济体的可持续发展战略提供一个案例。

在下面的引言里，我们将讨论企业社会责任的概念、企业社会责任作为商业机会（business case）的可能性、关于企业社会责任的争论、推动这一概念产生的背后动力以及它在中国的引入与争议。在本章的结尾，我们给出整个报告的纲要。

1.1 企业社会责任的概念

企业社会责任这一概念源自发达国家。这一章节将回顾它的定义，它与可持续发展的关联，它的内涵，相关国际标准，以及在发达国家中围绕企业社会责任而展开的辩论。中国处在与发达国家不同的发展阶段，因此，企业社会责任的概念在中国与在发达国家中可能有所不同。我们将在 1.5 小节讨论

有关概念的差异。

企业社会责任的定义

虽然企业社会责任这一概念可以追溯到 1924 年奥利弗·谢尔顿 (Oliver Sheldon) 首次提出的时候, 但它在最近二十年才成为国际商业界的一个重要概念。企业社会责任主要源自于消费者和市民社会向企业的施压, 要求它们以一种对社会负责的方式追逐利润。在发达国家, 这等同于要求企业承担法律规定之外的更多责任。以下是国际上对企业社会责任所下的几种定义, 根据这些定义, 企业社会责任是:

“对社会负责不仅意味着履行法律职责, 更要求除了遵守法律之外投资于人力资本、环保以及维系与利益相关者的关系。”(欧洲联盟, EU, 2001)

“企业一贯承诺其行为符合道德准则, 对经济发展做出贡献, 同时提高员工、员工家人、地方社区以及全社会的生活质量。”(世界可持续发展工商理事会, WBCSD, 2001)

“以符合或超越社会对于企业的伦理、法律、商业和公共要求的方式运营企业。”(商业社会责任协会, BSR, 2006)

这些定义的核心在于利益相关者的广泛性。这些概念中的利益相关者不仅包括股东, 还包括员工、当地社区、乃至整个社会。股东只关心企业的利润, 但其他利益相关者则会更关注劳工待遇、环境、社会和谐以及产品质量等问题。在许多情况下, 这两股利益是互相冲突的。

尽管守法的企业会与员工签订合理的雇佣合同, 但合同本身并不能保证工人能得到人道的对待。譬如, 在劳动力市场较灵活的经济中, 经济衰退会导致大量的裁员。企业辞退员工是在法律框架内允许的行为。但是, 对于许多工人、尤其是对那些大龄雇员而言, 遭到解雇会让他们颜面尽失, 许多情况下, 解雇带来的影响甚至可能是毁灭性的。由于经典的外部性问题, 企业很有可能会忽视它们的生产过程以及它们的产品会给环境和生态系统带来的损害。政府管制虽然在一定程度上能够解决这种负外部性, 但是, 由于缺乏足够的知识、缺乏政府方面的足够关注和措施, 或者由于企业的推托、逃避行为, 这些问题依然存在。比如, 在政府要求清洁生产之前, 企业很少会在产品设计阶段就开始关注环境问题。另一个例子是全球气候变暖。虽然科学家们早在二十年前就开始给予警告, 但直至各种证据确凿无疑的时候, 世界各国的领袖才开始商议采取切实的举措来降低温室气体排放。同样值得关注的是, 政府管制随着发展的阶段而变化。因为北方国家的政府管制更为宽松, 许多北方国家的企业就将它们的生产转移到南方国家去, 以避免母国严厉的管制。

企业是社会不可或缺的组成部分。因此, 不受监管的企业行为, 哪怕这类行为看似合法, 也很可能会损害维系社会和谐和纽带的纽带。传播色情就是这类行为的一个例子。在一些法制不是非常健全的国家里, 企业行为可能侵害了普通民众福祉, 但却仍然是合法的。

最后同样值得一提的是产品的质量。和消费者相比, 厂商往往拥有更多的信息, 也更能决定产品质量的优劣。由于政府往往不可能有足够的信息和资源来监控每个企业的产品质量, 在这种情形下, 保证它们的产品对于消费者无害的任务实际上就完全落到了企业身上。

企业社会责任要求企业除了遵守法律规定之外, 还能够自觉自愿地承担劳工、环境等方面的职责,

也就是说，企业社会责任是一种自愿承担的责任，而不是一种法律责任。这是因为企业社会责任没有清晰的边界，也就无法将其列为法律责任的范畴。企业可以自主地决定它们希望承担哪一类责任并对这类责任承担到何种程度。这一安排看似不完美，但其实却有一定的优势，因为它可以通过平和的谈判以及商议帮助企业与社会公众之间建立相互合作的关系。

与企业社会责任相关的概念是可持续性发展。根据布伦特兰委员会(Brundtland Commission)的定义，“可持续性发展”是指可以“满足当代人的需求，且不损害未来的人们满足他们的需求的能力”的发展模式。如果将该概念延用到商业领域，“可持续性”意味着企业应该对社会的持续发展做出贡献。换言之，“‘可持续性’关注的是如何在确保长期商业成功的同时，企业还能够对经济与社会的发展、维护健康的环境以及社会稳定做出贡献。”(Developing Value, 2005)。可持续性有三个组成部分，经常被称之为“三P”，即“民众、地球与利润”(“People, Planet, and Profits”),或者称为“三重底线”(Developing Value, 2005)。广义地来看，可持续性的含义与企业社会责任的内涵高度重合。本报告使用企业社会责任一词来指代企业对于社会应尽的责任，但偶尔也会使用可持续性一词。

企业社会责任的内涵

根据联合国工业发展组织的一份报告(UNIDO, 2002)，企业社会责任这个概念的发展可分为三代。第一代关注的是慈善活动。在这个阶段，企业将企业社会责任视为一种止痛剂，仅仅用它来博得公众的好感。第二代则将企业社会责任整合到企业的整体商业策略之中，以求利用企业社会责任来给企业带来切实的收益。换言之，这一代企业社会责任的概念为企业社会责任寻找一个商业机会，使它真正成为企业自愿的行为。第三代的概念更进了一步，要求企业积极地追逐公共利益，即将对于社会公益的追逐视为企业目标的固有的一部分。当前，企业正处在从第一代向第二代转型的过程中，而第三代还尚未到来。

表 1.1

不同时代的企业社会责任的内涵

项 目		第一代		第二代		第三代
负责的对象	从	法律上的和传统的利益相关者	到	直接的利益相关者，短期影响	到	广义的利益相关者，长期影响
商业因素	从	减缓痛苦	到	符合成本-收益原理	到	战略整合
参与程度	从	遵守法律责任	到	损害最小化	到	创造社会价值
影响的程度	从	市场行为	到	市场重塑	到	政策影响

资料来源：联合国工业发展组织(UNIDO, 2002)

联合国工业发展组织报告同时列出了三代企业社会责任的内涵(表 1.1)。其内涵可以归结为四个项

目，即对责任的关注、商业机会、参与程度和影响程度。这里，第一个项关心的是企业责任感的来源；第二项关心的是如何将企业社会责任整合入企业的商业战略；第三项是关于企业参与社会的程度；第四项考察其行为对于社会的影响。第一代企业社会责任被视为企业的被动反应；第二代需要更多的有意识的行为来实现对于不同的利益相关者的关心，将企业社会责任与一个精心设计的商业策略相整合，使企业行为对社会的损害最小，并重新塑造市场；而第三代要求企业有意识地采取给公众带来福利的行为。

企业社会责任的国际标准

全球对企业社会责任和跨国审计工作的关注呼唤有关企业社会责任的国际标准。在现有的国际标准中，有些标准为企业将企业社会责任自愿纳入企业管理体系提供指导性意见，而另外一些国际标准则需要鉴定和证明。联合国工业发展组织报告提供了几个企业社会责任标准：

全球可持续报告倡议（Global Report Initiative, GRI）：“GRI 是一项长期的、涉及多方利益的国际性努力，其目标是开发并传播全球适用的可持续性报告准则，以便于各个组织自愿地在它们的报告中使用，倡议涉及企业的经济和环境以及它们的活动、产品和服务行为的社会影响。”（GRI, 2000）GRI 是环境责任经济联盟（CERES）与联合国环境项目合作的成果。

SA8000：是由社会责任国际（Social Accountability International）开发的。其全称为社会责任 8000，它有一套关于劳动场所条件的标准和一套独立审核企业是否达标的体系。除了一些通常的确保产品质量的产业标准之外，它还加入了有关人权的几个要素。

道德贸易组织（ETI）基本守则：这是一个关于雇员与生产条件的全球性标准，和《国际劳工组织公约》（ILO Conventions）、《联合国人权宣言》以及《儿童权利宣言》的关联性较强。它涉及三种形式的利益相关者：企业、工会以及非盈利组织，守则要求它们共同签署。签署者可以规定自己实施守则的范围，但如果自己的守则和 ETI 不同，就必须将两者的不同之处向社会公布。

AA1000：这是一个由英国社会和伦理责任研究所（Institute of Social and Ethical Accountability）发展起来的责任标准。其关注点在于确保社会核算且符合伦理的会计、审计以及财务报告。

ISO（尤其是 14000 和 9000）：国际标准化组织（ISO）监督着超过 11000 条标准的实施。与企业社会责任相关的标准关注在生产高质量产品的体系中消费者、员工和供应商的作用（ISO9000），以及环境监督标准（ISO14000）。

经济合作与发展组织（OECD）对于跨国企业的指导方针：这些方针提供了自愿的原则和标准，指导负责任的企业确保它们的行为符合适用的法律。这些方针旨在确保跨国企业的运营符合政府的政策，增强企业和社会之间的联系，帮助改善外国投资环境，并增强它们对于可持续发展的贡献。

1.2 企业社会责任与商业机会

由于大部分企业仍处于从第一代企业社会责任向第二代企业社会责任的转型过程中，清楚地阐释为何开始转型有利于企业发展就显得尤为重要。这里的关键是为转型提供一个合适的商业机会，换而

言之，合适的商业机会必须能使企业社会责任相关的活动与盈利这一动机相一致。联合国工业发展组织（UNIDO）报告列出了有关企业社会责任的商业机会的六个理由：

节省成本。企业投资于提高环境利用效率的举措，诸如污水处理设施和节能设备，往往能够通过节约成本而带来高回报率。这类投资比通常商业投资效果要好。这点尤其适合于参与到清洁生产的那些企业。

提高声誉。如果企业在和可持续发展相关诸方面表现良好，那么企业也可由此积累良好的声誉；而这方面的不良表现一旦公之于众，就会损害其品牌价值。这对于品牌价值较高的零售型企业尤其重要，因为它们经常是媒体、社会活动者以及消费者关注的焦点。

增强企业招募、培训以及挽留雇员的能力。这些能力可能是引入‘家庭友好’政策的直接结果——这些政策通过自愿参与的项目来提高职员技能，也可能是高昂的士气或者较高忠诚度的间接效果，而忠诚度提高意味着职员对于成为他们企业的一部分而感到自豪。

与政府部门保持更为良好的联系。对于许多希望寻求业务扩展或者在前景不明朗的环境中运作的企业而言，获得正式或非正式的‘经营执照’是关键。企业勤于满足社会以及环境的标准能够使企业和政府部门有更好的合作关系，减少官僚主义造成的延误。

对于风险更为准确的预期和管理。在一个日趋复杂的市场环境下，通过增强监管以及增强利益相关者对于公司行为的监督来管理风险，是企业成功的关键。聆听来自利益相关者和专家们的看法和关注点是极其重要的。

学习和创新。学习和创新不只是身处知识密集、发展迅速行业的企业、而且也是所有企业成功和生存的关键。可持续发展要求企业与许多个人以及组织打交道，其范围远超出传统商业的联系。

另外，可持续发展（Sustain Ability）、国际金融公司（IFC）以及伦理组织（the Ethos Institute）几年前联合发布了一份报告，名为《发展价值》（Developing Value）。该报告中也提出可做为企业社会责任的商业机会的六项要素，即节省成本、增加收入、降低风险、建立声誉、开发人力资本以及增加获得资本的渠道（Developing Value, 2005）。显然，其中有些要素与联合国工业发展组织（UNIDO）报告中提出的要点重合，但新添入了两点，即增加收入以及提高获得资本的渠道。

有一点上述两份报告中都没涉及，即所谓的波特假说。迈克尔·波特（Michael Porter）和范德林德（van der Linde）（Porter and van der Linde, 1995）提出，因为惰性、管理失误以及不确定性会阻碍企业的创新，而政府实施的较高的环保标准将刺激创新，故而创新不仅能抵补符合这些标准的成本，且能为企业创造新的利润。然而，对于大部分的经济学家来说，波特假说是值得商榷的。因为在理论上，理性的企业不会错过任何能带来利润的创新机会。当然，如同大部分的社会、经济以及政治变革一样，危机感可以促使企业改变其行为。施加较高的环境标准提升了生存的门槛，因此也可能如同催化剂一样，促使企业寻找更好的技术。从企业的角度来看，遵循更为严格的环境标准能通过创新带来更高的利润。另一个潜在的收益是，符合更高的环保标准的企业能吸引更多偏好清洁环境的消费者。譬如，一个总部设在英国的企业在一个社区中做了一项调研，发现86%的消费者认为，如果他们看到某企业在做一些“使世界更美好”的事的话，他们会对该企业会有一个更加正面的印象（UNIDO, 2002）。结果是，

满足了较高的环境标准能潜在地提升企业的销售量。

1.3 关于企业社会责任的讨论

如同其他激进的观念一样，企业社会责任并不能免于批评，米尔顿·弗里德曼经典的判断时常在我们的耳边响起：“企业有且只有一个责任，就是在游戏规则规定的范围之内，利用它们的资源参与到提高利润的活动中去。”（弗里德曼，1972）。对于新古典经济学家而言，企业社会责任从本质上说并不能成为企业商业目标的一部分，因为它对企业而言意味着成本。这点在波特、范林德与主流经济学家有关波特假说的讨论中得到了生动的体现。《经济学展望杂志》(*Journal of Economic Perspectives*) 在刊登波特和范林德文章的同一期还发表了主流环境经济学家的论文，他们猛烈地批评了波特和范林德的观点，他们怀疑严厉的环境管制能够带来创新，而创新所带来的利润又将超过遵从管制所造成的成本。新古典经济学认为，如果存在获得净利润的机会的话，企业一定已经把它们都利用尽了；企业没有自愿地遵从更加严格的环境标准这一事实，本身就说明遵守标准的成本必定高于潜在的利润，也就是说，企业社会责任是不存在商业机会的。然而，这个推理假设了经理人员拥有高度理性，这点遭到了波特和范林德的反对。除此之外，这个推理还忽略了企业决策的动态本质（Bromley, 2006）。商业机会不是业已存在于市场之中的，如果是这样的话，就不会有任何创新。商业机会的出现是企业积极寻求的结果，而企业的寻求改变它们运行的环境，这样，新古典经济学的最大化决策因为参数的无法确定而失去了分析基础。

以上的分析可能显得过于学术化和技术化。在一个更宽泛的框架内，有两个因素有助于企业将其社会责任视为企业商业战略不可分割的一部分。一是社会要求企业承担起责任，以使我们的世界变得更美好。这些责任不能直接纳入法律，或者是因为这些责任难以在法律框架中加以界定，或者因为司法体系还没有意识到它们对于社会的价值，但市民社会能够通过反抗、抵制、以及媒体的报道对企业的商业行为施加压力，用经济学的术语来说，市民的行动可以改变企业利润最大化问题的参数，其结果是，关注企业社会责任能够成为企业的一个真实的商业机会。除了改变企业的偏好之外，还存在另外一个有利于企业社会责任的理由。显然，不同国家内的生产行为是由不同的环境标准与劳工标准决定的，而环境和劳工保护在全国范围内的执行是不一致的。然而，国际商品市场对商品质量的评价标准却是高度一致的，因此，那些产品达到较高环境和劳工标准的企业在国际市场上有更大的优势来获得更大的市场份额。

更进一步，人们有权问，为什么社会不能要求企业以一种对社会更加负责任的方式来运转，哪怕企业需要付出更高的成本？毕竟，企业是社会不可或缺的一个重要组成部分。值得一提的是，要求企业承担更多的社会责任与要求其纳税相似，但在许多情况下，前者又超越了后者。许多有关企业社会责任的问题不能简单地通过花钱来解决。例如，对于那些在存在有毒物质的危险工作场所中工作的工人，货币补偿也许不能将他们的健康恢复到原来的水平。在这个问题上，经济学家的社会成本效益一分析是失效的，因为受到损害的群体，或者“沉默”的群体，将不会再保持沉默。

然而，上述论断绝不意味着要将企业推向濒临破产的边缘，企业社会责任的自愿性质阻止了这种可能性。企业社会责任的支持者应该牢记在心的是，企业与社会之间保持一种可协商的伙伴关系是实

现“建立一个更美好且可持续的世界”这一目标的最好方式。

1.4 推动企业社会责任的因素

虽然企业社会责任的概念可以追溯到 20 世纪 20 年代，但是，是过去二十多年的全球化浪潮以及全球化政治和公民运动将这一概念推到了商界前沿。在许多国家，商界有着悠久的慈善传统，第一代的企业社会责任概念有着长久的历史渊源。相对而言，第二代的企业社会责任概念是一个比较新的现象，是对于社会和商界变化的一种反应。

迫使企业严肃对待企业社会责任概念的第一个推动因素，是公民社会日益增强的环保的意识。这不仅发生在发达国家，而且也发生在发展中国家。实际上，环保问题在发展中国家显得更为迫切，因为快速的工业化给当地的环境和全球生态系统带来了严峻的挑战。这一次，全世界团结在一起，共同关心我们这个星球的未来。在环保问题中，全球气候变暖是关注的焦点。在引起国际关注之前，环境恶化在很大程度上被视为一个地区性事件，因而对全球环境的影响也是非常有限的（Lomboger, 2001）。最近的研究（如斯特恩报告）所给出的确凿证据决定性地改变了人们的思维方式。在遏制全球气候变暖这件事上，任何国家都不能视自己为一个孤立的存在从而免于承担责任，跨境索赔已经获得了越来越大的合法性。

第二个推动力与跨国企业有关。这些企业在不同的国家经营，因此它们常常通过将它们的生产转移到管制松散的国家来逃避严格的劳动和环保法规。这同时引起了它们的母国及接受国公民社会的忧虑，尤其是在它们发达的母国，更是如此，部分原因是那里的公民意识较强。国际劳工权利基金（International Labor Rights Funds, ILRF）2006 年针对沃尔玛公司的诉讼便是一个例子。国际劳工权利基金这一诉讼的主要内容，是沃尔玛没有要求发展中国家的供应商遵守相关的劳工待遇准则。国际劳工权利基金的律师代表，特里·克来因斯沃斯说，该诉讼的目的是要求公司实施自己行为准则中的条款。此外，如果成功的话，该诉讼将会要求沃尔玛更深入地实施它向客户和其他人做出的承诺，即，沃尔玛将监督其供应商遵守该守则，并采取有效的措施来反对违反守则的供应商（Kleinworth, 2006）。

这种看法受到了来自伦理领袖组织（Ethical Leadership Group）的菲利普·鲁道夫的挑战。在评论该事件时，他认为：“将责任全归于公司是不公平和不现实的。……沃尔玛已经将它的准则写入到与供应商的合同中，但这并不意味着责任在沃尔玛一方，责任应当归属沃尔玛的供应商。”（Rudolf, 2006）。但是，国际劳工权利基金的目的正是为了打破沃尔玛转移责任的链条。鲁道夫先生和克来因斯沃斯女士的不同之处在于，前者认为，沃尔玛虽然有责任要求供应商遵从自己的行为准则，而且它也这么做了，但不对这些准则是否被执行负责；而后者认为，沃尔玛必须是执行这些行为守则的机制的一部分，因为它向它的客户做出了承诺。虽然国际劳工权利基金的诉讼是否合理仍然有待商榷，该诉讼带来的意义是，发达国家的公民社会团体已经行动起来，反对跨国公司简单地将它们的社会责任转移给发展中国家的企业。

第三个推动力来自于社会和环境中的风险。一方面，全球化有着放大效应，因为它增加了世界市场的流动性和波动性；另一方面，它将环境危害传递至各个国家，并使得整个世界面临更大的不确定性。这种全球化进程的放大效应在国际金融市场上是显而易见的。华尔街的主宰人物之一乔治·

索罗斯也警告，大量不规范的跨境资本流动会给世界带来巨大的风险，虽然他本人在资本市场的投机活动中曾是大赢家（Solos, 2005 年），而此次金融危机正是他的警告的一个很好的注脚。在环境方面，国际社会已经开始认识到，即使在世界最偏远的角落发生的小事件也能够积累起来而产生巨大的影响。人们认识到，环境危机会波及全世界每一个国家。所有这些元素都促使公民社会要求企业、尤其是跨国公司采取更负责任的方式运作它们的业务，以使世界免于重大的社会和环境灾难。

第四个推动力来自于企业商业模式的范式转换。全球化开辟了新的竞争前沿。作为对日益增长的全民社会觉醒的回应，企业可以围绕着企业社会责任构建自己的商业机会，并利用它作为争夺市场份额、获得更好的公共关系以及更有效地处理风险的工具。此外，全球化也使顶尖人才参与到国际竞争之中，为劳动力提供更好的待遇可以作为吸引最优秀员工的竞争工具。

1.5 企业社会责任在中国的发展阶段

在中国，企业社会责任是一个比较新的概念。显然，这一概念的引入与中国融入新一轮的全球化浪潮紧密相联。作为一个依靠大量出口的发展中大国，中国提供了一个有趣的研究机会，使人们可以更深入地考察中国企业中对 CSR 的抵制、认可以及争论。

商业社会责任（Business Social Responsibility, BSR）中国区总监周卫东将中国引入企业社会责任的进程总结为三个阶段（Zhou, 2006）。第一阶段是从 1996 年至 2000 年，此时中国开始引入企业社会责任这一概念，主要的途径是通过跨国公司对它们的中国供应商的审核。1993 年，深圳一家外资企业深圳致丽玩具厂发生了火灾，这一事件引起国际商界的关注。国际劳工权利基金、全球交流委员会（Global Exchange）以及 19 个其他国际劳工、消费者和人权组织制定了《中国商业原则》章程，许多跨国公司签署了这个章程（郭军，2006）。不过，当时这些只限于与外界接触频繁的有限数量的企业，政府机构、学者和媒介整体上并不知晓这一概念。第二阶段，从 2000 年至 2004 年，是周先生称为“等着瞧”的阶段。在此期间，中国供应商忙于应付国外企业频繁甚至重复的审计要求，同时还要满足发达国家的客户的其他需求。这引起了几个关键政府部门的注意，包括劳动与社会保障部和商务部。不过，这些部门最主要的担心，是企业社会责任会被用来作为阻碍中国出口的非关税壁垒，结果，中国官员和学者对企业社会责任采取了观望的态度。

第三个阶段从 2004 年开始，在这个阶段里，企业、政府、媒体和学者致力于将企业社会责任介绍到中国并在中国实施企业社会责任，其中最引人注目的是社会各方面都开始采取主动的措施。政府机构和商业界携手合作以加强企业社会责任，并使之成为商业策略中不可分割的一部分。好几个政商联合的组织成立，它们致力于促进并加强中国企业在企业社会责任方面的表现。除此之外，商务部着手制定中国自己的企业社会责任标准。在 2005 年，纺织行业开始实施一项行业标准，“中国纺织企业社会责任管理体系”，或 CSC9000T（框图 1.1 对该标准做了介绍）。纺织业是最早感到来自国外巨大压力的行业，因为它是中国最大的出口部门，所以它成为第一个采取行动的行业也合乎情理。一些中国的大型公司，包括三个石油公司以及中国最大的钢铁公司宝钢，定期发布它们的企业社会责任或可持续性报告已达数年之久。