



中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0)

丛书

# 中国企业社会责任报告指南4.0

之

## 食品行业

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心  
内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

钟宏武 吴文婷 李鹏程/顾问  
汪 杰 钱申乔 王梦娟 梁佐红 等/著



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0) 丛书

# 中国企业社会责任报告指南4.0

之

## 食品行业

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心  
内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

钟宏武 吴文婷 李鹏程/顾问  
汪杰 钱申乔 王梦娟 梁佐红 等/著

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业社会责任报告指南 4.0 之食品行业/汪杰等著. —北京: 经济管理出版社, 2018.11  
ISBN 978-7-5096-6224-3

I. ①中… II. ①汪… III. ①食品行业—企业责任—社会责任—研究报告—中国 IV. ①F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 285956 号

组稿编辑: 陈 力  
责任编辑: 陈 力  
责任印制: 司东翔  
责任校对: 王纪慧

出版发行: 经济管理出版社  
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: [www.E-mp.com.cn](http://www.E-mp.com.cn)

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京玺诚印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 12.5

字 数: 210 千字

版 次: 2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-6224-3

定 价: 68.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

# 《中国企业社会责任报告指南 4.0 之食品行业》专家组成员

## 顾 问：

钟宏武（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心主任）

吴文婷（蒙牛集团党委书记、副总裁）

## 组 长：

李鹏程（蒙牛集团副总裁）

汪 杰（中国企业社会责任报告指南 4.0 专家委员会秘书长）

## 成 员：

钱申乔（蒙牛集团企业社会责任总监）

王浩杰（蒙牛集团健康安全环保中心高级总监）

贾艳华（蒙牛集团企业社会责任经理）

王梦娟（中星责任云社会责任机构项目经理）

梁佐红（中星责任云社会责任机构咨询顾问）

# 开启报告价值管理新纪元

本土标准是引领中国企业社会责任报告发展的重要工具。2009年,《中国企业社会责任报告指南》(简称《指南1.0》)发布,此后两次升级到3.0版本。2016年,400余家中外大型企业参考了《指南3.0》,《指南3.0》成为全球报告倡议组织(GRI)官方认可的全球唯一国别报告标准,有力提升了中国在国际社会责任运动中的话语权。在“共建共享”的理念指导下,经过两次升级,报告编写指南不断与时俱进,完成了从“基本可用”到“基本好用”的转变。

过去三年,企业社会责任报告实践发生深刻变化。一方面,编写社会责任报告的企业数量仍在稳步增长,总量接近2000家,但增长幅度较之前有了明显下降;另一方面,从技术上讲,我国社会责任报告的质量越来越高,在报告框架结构、主题内容、语言风格、表现形式等各方面取得长足进步。与此同时,一些企业却打破每年发布社会责任报告的“惯例”,终止发布报告或延长报告发布周期,甚至出现“报告无用论”。报告价值何在,成为亟待回答的问题。

为适应新形势、新要求,进一步提升指南适用性和解释力,推动我国企业社会责任报告在更大程度、更广维度发挥价值,2016年9月,中国社科院企业社会责任研究中心启动《指南4.0》修编工作。在充分研究和讨论基础上,对《指南3.0》进行较大程度创新。总体而言,《指南4.0》具有以下特点:

第一,定位由“报告编写指南”到“报告综合指南”。《指南1.0》《指南2.0》解决了报告内容管理问题,《指南3.0》解决了报告流程管理问题,《指南4.0》解决了报告价值管理问题。“三位一体”的管理体系,使得《指南4.0》对社会责任报告的指引超出了报告编制范围,成为一本全方位综合指南。

第二,首倡社会责任报告价值管理。社会责任报告究竟有什么价值,这些价值是如何发生的,应该通过什么手段更好地发挥报告价值仍然困扰着中国企业。《指南4.0》明确加强报告价值管理,使报告真正起到对内强化管理、对外提升品

牌的作用。

第三，构建“1+N+M”指南家族。在《指南 4.0》修编过程中，将继续采取“逐行业编制、逐行业发布”模式；同时，在当前部分社会责任议题重要性凸显和越来越多企业发布社会责任议题报告的背景下，在《指南 4.0》修编过程中，还将采取“逐议题编制、逐议题发布”模式，从而构建“1（基础框架）+N（分行业指南）+M（分议题指南）”指南系列。进一步提升指南系统性和适用性。

第四，内容更科学适用。《指南 4.0》对理论框架进行了重新梳理，对每个维度下的具体指标进行了增、删、合并调整，着重吸纳了社会责任最新政策和最新标准，同时提升了指标展开的逻辑性和内容的准确性；同时，指南还进一步优化了报告流程，并根据全书体系需要对流程进行增、删调整。对每一个流程下的方法论进行了更细化的描述，可操作性进一步增强。

把握大势，应运而生。《中国企业社会责任报告指南(CASS-CSR4.0)》在继承了《指南 1.0》~《指南 3.0》的优秀成果，吸纳了最新社会责任政策、标准、倡议和广大社会责任同仁的思想智慧后，正式推出。我们相信，更加与时俱进的《指南 4.0》必将在内容上、流程上给社会责任报告带来更大提升。更重要的是，帮助企业更好地发挥报告价值，开启报告价值管理新时代，让社会责任报告焕发新的生命力！

钟宏武

2018 年 1 月

# 目 录

第一章 《中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0)》简介 .....	1
一、理论基础 .....	1
二、新版特点 .....	3
三、指南使用 .....	4
四、第三方质量保证 .....	5
五、指南生态 .....	8
六、与《指南 3.0》对应表 .....	17
第二章 食品行业社会责任 .....	25
一、食品行业在国计民生中的地位 .....	25
二、食品行业履行社会责任的意义 .....	27
三、食品行业社会责任特征及要求 .....	29
第三章 食品行业社会责任报告特征与现状 .....	31
一、国际食品行业社会责任报告特征 .....	31
二、国内食品行业社会责任报告发展现状 .....	35
第四章 报告指标详解 .....	41
一、报告前言 (P 系列) .....	41
二、责任管理 (G 系列) .....	48
三、本质责任 (F 系列) .....	58
四、市场绩效 (M 系列) .....	66

五、社会绩效 (S 系列)	77
六、环境绩效 (E 系列)	95
七、报告后记 (A 系列)	108
八、指标速查表	112
<b>第五章 报告过程管理</b>	<b>121</b>
一、组织	122
二、策划	124
三、界定	127
四、启动	130
五、研究	131
六、撰写	134
七、发布	136
八、总结	137
<b>第六章 报告价值管理</b>	<b>139</b>
一、价值生态	140
二、重点回应	142
三、过程参与	145
四、影响传播	149
<b>第七章 报告质量标准</b>	<b>153</b>
一、内容标准	154
二、流程标准	156
三、价值标准	161
四、创新标准	163
<b>第八章 天生要强，共赢冠军</b>	<b>165</b>
一、公司简介	165
二、履责历程	166

三、责任报告 .....	167
四、报告管理 .....	168
附 录 .....	177
一、参编机构 .....	177
二、参考文献 .....	184
后 记 .....	189

# 第一章 《中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0)》简介

## 一、理论基础

《中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0)》创造性地提出企业社会责任“方圆模型”(见图 1-1),对过往的“四位一体”企业社会责任模型(见图 1-2)进行了较大幅度改造。没有规矩,不成方圆,模型名称寓意塑造企业社会责任的基本范式。模型外圆内方,内部是责任管理及其构成要素,外部是责任实践及其构成要素。

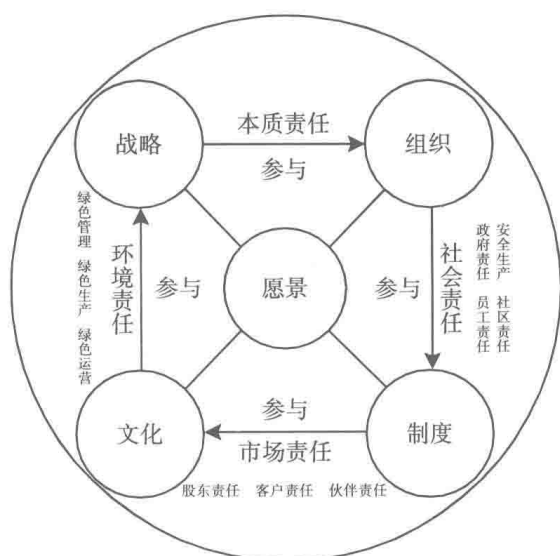


图 1-1 《中国企业社会责任报告指南 4.0》——企业社会责任“方圆模型”

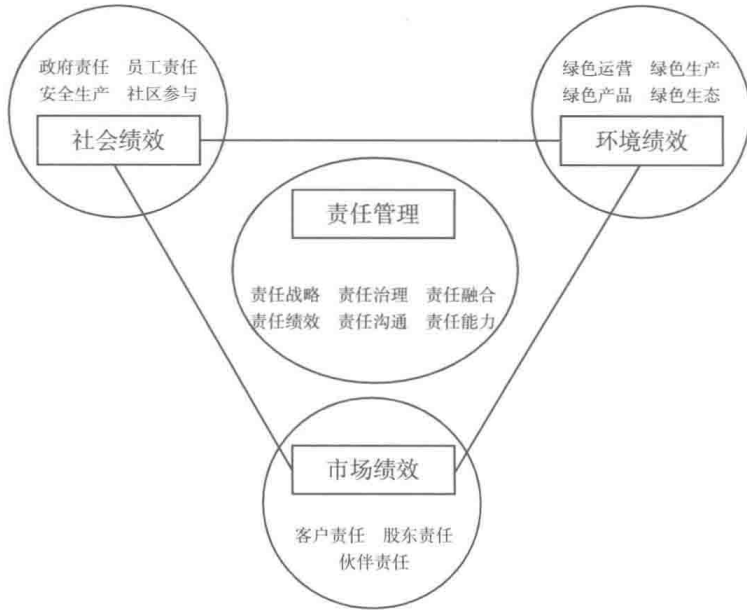


图 1-2 “四位一体”传统企业社会责任理论模型

该模型一如既往突出了责任管理的重要作用，认为责任管理是企业履行社会责任的重要保障，是企业社会责任的重要内容。责任管理包括愿景、战略、组织、制度、文化和参与。其中，愿景是原点和初心，也是目标和归属；战略、组织、制度和制度文化是实现愿景的四大管理支柱；参与贯穿于社会责任管理的全流程。

该模型对“四位一体”模型中的责任实践部分进行了丰富，纳入了“本质责任”。“四位一体”模型及其背后的“三重底线”理论，只规定了社会责任实践的基本领域，却没强调社会责任实践的重点方向。本质责任不是新的责任领域，而是具体到特定企业，在国家战略、社会需求、行业定位、企业禀赋等综合因素决定下，原有的、归属到市场、社会或环境领域的某些责任议题对国家、社会和企业可持续发展的战略意义凸显。本质责任因企业所处的行业不同而各不相同，因此，在一般框架中，将不纳入本质责任的指标。在分行业社会责任指南修订的过程中，将详细研发该行业的本质责任指标。

“方圆模型”以责任愿景为原点，明确企业社会责任工作目标；以责任管理为重点，夯实企业社会责任工作基础；以本质责任为牵引，以市场责任为依托，以社会责任和环境责任为两翼，构成了企业社会责任的行动逻辑和完整生态。

## 二、新版特点

### （一）范围更全面

按照工作推进逻辑，围绕企业社会责任报告有四个核心问题：第一，为什么需要编制社会责任报告（价值）？第二，报告该披露哪些内容（指标）？第三，如何高效开展报告编制工作（流程）？第四，报告是否达到预期，值得编制（价值）？《指南 1.0》和《指南 2.0》解决了第二个问题，即明确在编写社会责任报告过程中应考虑哪些内容和指标。《指南 3.0》解决了第三个问题，即明确社会责任报告编写的全过程包含哪些主要环节，在不同的环节应该如何开展工作。《指南 4.0》则明确了社会责任报告包含哪些价值，企业如何更好地发挥报告价值。因此，《指南 4.0》已经由编写指南升华为报告内容、流程、价值综合指南。

### （二）亮点更突出

中国企业编制社会责任报告的历史可追溯到十多年之前。时至今日，企业对于社会责任报告应该披露哪些内容、社会责任报告应该按照什么流程编制已经有了较为清楚的认识。但是，社会责任领域一直探索的社会责任报告的价值问题却仍然困扰着绝大多数的中国企业。社会责任报告究竟有什么价值，这些价值是如何发生的，应该通过什么手段更好地发挥报告的价值是现阶段社会责任报告发展过程中亟待解决的问题。价值是社会责任报告编制的出发点和落脚点。《指南 4.0》明确加强社会责任报告价值管理，通过系统分析，利用专业手段，使报告真正达到对内强化管理、对外提升品牌的作用，赋予报告“生命力”。

### （三）领域更系统

鉴于不同行业社会责任内涵和外延的显著差异，为提升分行业指南的科学性和适用性，在《指南 4.0》的修编过程中，将继续采取“逐行业编制、逐行业发布”的模式；同时，在当前企业社会责任向纵深发展，部分社会责任议题重要性

凸显和越来越多企业发布社会责任议题报告的背景下，在《指南 4.0》的修编过程中，还将采取“逐议题编制、逐议题发布”的模式。从而构建“1（基础框架）+ N（分行业指南）+ M（分议题指南）的指南”系列，进一步提升指南的系统性和适用性。

#### （四）内容更科学

指标上，《指南 4.0》在编写过程中对指标体系进行了大幅更新，合并《指南 3.0》中重复的指标，精减《指南 3.0》冗杂的指标，更新部分指标的描述解释。对原有标体系中的报告前言、责任管理、环境绩效三个板块子指标进行重新调整分类；广泛吸纳社会责任最新倡议、指标或指南，融合了包括全球报告倡议组织（GRI）社会责任指标 GRI-Standards、联合国可持续发展目标（SDGs）和香港联交所《环境、社会及管治报告指引》（ESG）等国内外最新主流指标体系，并结合了中国社会责任政策趋势。

流程上，企业社会责任在中国经过十多年发展，发布社会责任报告的企业逐年增加。作为社会责任管理体系中的重要专项工作，部分企业却仍然对如何科学、系统地编制一本社会责任报告存在疑惑。因此，在《指南 3.0》中我们首次提出通过对社会责任报告进行全生命周期管理，充分发挥报告在加强利益相关方沟通、提升企业社会责任管理水平两方面的作用。在《指南 4.0》中，我们进一步优化报告过程管理，将原有的 7 过程要素变更为 8 过程要素，进一步厘清报告编写脉络，并明确各阶段任务和目标，以期有效提升社会责任报告质量。

### 三、指南使用

#### （一）参考《指南 4.0》的指标体系编写报告

企业在编写社会责任报告过程中，按照《指南 4.0》确定的议题和指标确定本企业社会责任报告框架和内容，并提供报告内容与《指南 4.0》指标体系的索引表。

## （二）严格按照《指南 4.0》的流程编写报告

企业在编写社会责任报告的过程中，严格按照《指南 4.0》确定的报告流程编写报告，扎实完成报告编写各个环节，重视流程管控，提升报告质量。

## （三）严格按照《指南 4.0》的方法提升报告价值

企业在编制报告的过程中和报告编制完成后，严格按照《指南 4.0》确定的方法管理报告的价值。做好利益相关方的重点回应、过程参与和影响传播，实现报告价值。

## （四）申请参加“中国企业社会责任报告评级”

报告评级是对企业社会责任报告的第三方认证，鼓励企业按照《指南 4.0》编写报告后向中国企业社会责任报告评级专家委员会申请评级。

# 四、第三方质量保证

第三方质量保证的目的是改善社会责任报告的可信度，弥合报告企业与报告读者之间的信任鸿沟，最终提升社会责任报告的有用性。第三方质量保证根据保证提供的主体不同，通常有以下三种方式：

● 由有影响力的利益相关方或者社会责任领域专家发表的第三方评论。评论的内容主要包括对企业管理、业绩和社会责任进展的意见和建议，但不包括对报告信息的质量等问题发表正式结论。

● 由行业协会、咨询机构等非专业机构提供的第三方评论。评论的内容主要包括对企业管理、业绩和社会责任进展的意见和建议，有些评论包括对企业社会责任报告质量的评论，但这些结论通常是非正式的。

● 由专业验证机构提供的正式验证声明，并出具验证报告。该声明是系统的、以证据为基础的结果，验证人员根据报告质量和数据得出正式结论。

目前，国际上应用最为广泛、影响力最大的标准是由国际审计与鉴证准则委

员会（International Auditing and Assurance Standard Board, IAASB）发布的 ISAE3000 和 Accountability 发布的 AA1000 审验标准。在国内，应用最为广泛的第三方质量保证标准是由中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心发布的《中国企业社会责任报告评级标准》。

### （一）ISAE3000 标准

ISAE3000 标准主要指“适用于对历史信息以外的其他财务资料的审验的验证服务国际标准”。该标准主要有如下特点：

第一，将审验保证程度分为合理保证和有限保证。标准规定，所有的外部审验活动都应说明其程序的保证程度，以减少信息使用者对审验可靠性的期望与其实际效力之间的差距，允许审验人员在合理保证或有限保证两个不同层次的保证基础上对报告信息做出保证。

第二，取消对报告标准的限制。由于社会责任报告在国际上并未形成强制性标准，不同国家和地区的社会责任标准也不尽相同，所以 ISAE3000 取消了对报告标准的限制，即当审验人员不清楚报告编制标准或标准不充分的情况下也可以接受该验证任务。

第三，审验声明的形式。审验人员在签署最后声明时应清楚阐述他们从被审验文件的信息中所得到的结论。在有限保证时，这一判断必须用消极方式表述，即：对所收集要素的测试并不意味着该公司完全真实准确地报告了其业绩；在合理保证时，则应采取积极方式描述。

### （二）AA1000 系列标准

AA1000 系列标准的目的是提高组织在可持续发展方面的业绩表现，它包括一套创新性的标准、指引和使用者附注。现行的 AA1000 系列标准由三个标准组成：AA1000 原则标准（AA1000APS）、AA1000 审验标准（AA1000AS）和 AA1000 利益相关方参与标准（AA1000SES）。AA1000 审验标准具有如下特点：

第一，将利益相关方置于审验的核心。AA1000 审验标准是评价一个组织是否对其利益相关方尽责的有力衡量标准，把利益相关方置于审验的核心，并特别关心他们的意见和反馈。审验程序所带来的价值增值无论对内部管理者还是外部利益相关者来说都是至关重要的。

第二，具有充分的灵活性。AA1000 审验标准为社会责任审验提供了一个严格的框架，同时又为其适应不同组织机构环境提供了充足的灵活性。

第三，全方位的审验标准。AA1000 审验标准为组织机构提供了在不同认证体系内获取信息并起作用的途径，这些体系包括可持续发展的一些特定方面，比如可持续森林管理认证体系、公平贸易标签体系或环境管理体系。它提供了一个可信而又客观的平台，这个平台使可持续的非财务因素与传统的财务报告和审验联系起来。

### （三）《中国企业社会责任报告评级标准》

《中国企业社会责任报告评级标准》是由中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心联合国内社会责任研究专家共同研发的报告评级标准。自 2009 年中国企业社会责任报告评级专家委员会成立以来，迄今为包括中央企业、地方企业、民营企业和外资企业在内的 400 份社会责任报告进行了评级。特别是 2016 年评级企业突破 65 家，五星级报告由 2015 年的 23 家增至 31 家，评级专家委员会“科学、公正、开放”的评价结果和工作模式得到了社会各界的一致好评。

#### 【评级主体】

中国企业社会责任报告评级专家委员会是企业社会责任报告评级的领导机构与执行机构，是由中国企业社会责任研究及实践领域的专家组成的开放性机构。委员会采取开放、灵活的工作模式，根据申请报告评级企业的行业属性等特征，选取 3 名委员组成评级专家委员小组。报告内容评级之前，由评级事务联络人组成的资料审核小组赴企业所在地，对企业社会责任报告的流程和价值做实地评估，将评估结果与企业社会责任报告一并提交专家，专家委员小组对报告分别进行总体评级，由评级小组组长综合专家意见确定报告最终级别、出具评级报告。根据企业要求，委员会可组织专家与企业就提高社会责任报告质量、规范社会责任报告编制流程等问题进行深入沟通。

#### 【评级流程】

（1）企业根据自愿原则向中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心提出正式的报告评级申请，并与中心达成报告评级协议。

(2) 在评级专家委员会中抽取专家成立报告评级小组，报告评级小组由专家委员和评级事务联络人组成，联络人一般由中心工作人员组成，完成实地评估。

(3) 评级事务联络人赴企业所在地对其社会责任报告流程和价值进行评估，评估结果交评级小组参考。

(4) 专家委员小组成员根据评级标准和《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR 4.0）》对企业社会责任报告分别进行打分。

(5) 评级小组组长综合专家意见后形成评级报告，委员会主席审签。

(6) 组织专家与企业进行后续沟通及报告改进。如图 1-3 所示。

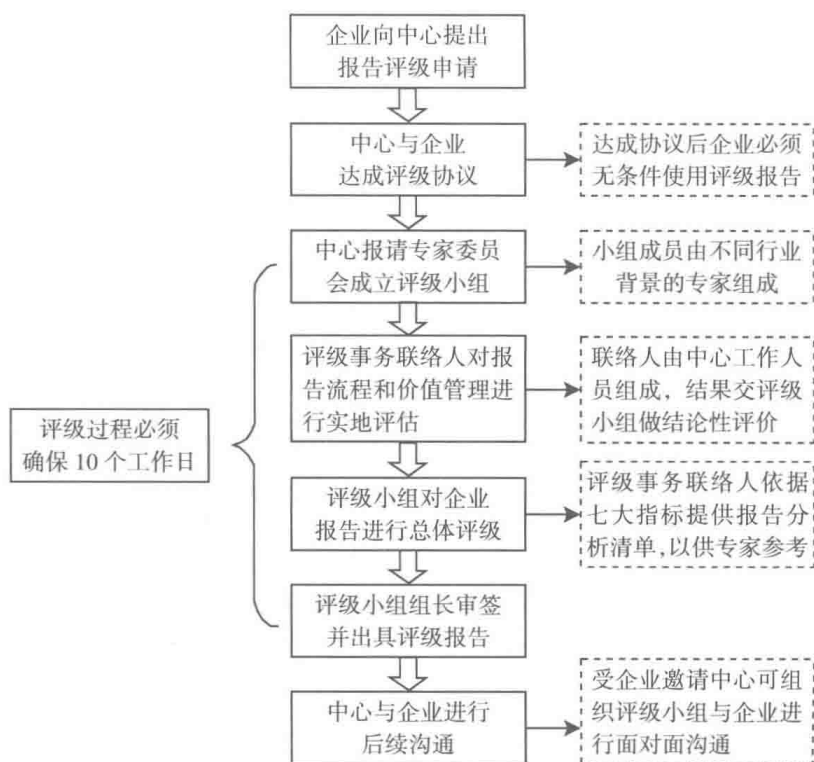


图 1-3 中国企业社会责任报告评级流程

## 五、指南生态

中国社科院企业社会责任研究中心自 2009 年推出《指南 1.0》以来，以指南为基础，已经衍生研发出《中国企业社会责任蓝皮书》《中国企业社会责任报告白