

## 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](http://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

# 前 言

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. Dubeé, 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 方梅珠

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一个重要条件和目标。

“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	傅强
讨论嘉宾：	巴斯夫中国有限公司董事长	关志华
	爱立信(中国)有限公司副总裁	屠敏
	微软(中国)有限公司高级经理	洪军
	NEC中国常务副总裁	杜军
	蒙牛集团总裁	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健康 \ 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？企业如何结合自己优势、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	李绍焜

商务部外资司司长	胡景岩
利乐中国企业传播事务总监	杨斌
国务院研究室综合司司长	陈文玲
首钢集团总经济师	毛武
新奥集团副总经理	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	王志乐
讨论嘉宾：	中国安全生产科学研究院副院长	吴宗之
	中国平安养老保险股份有限公司北区总经理	高菁
	毕马威华振会计师事务所合伙人	高智纬
	BP企业社会责任部门经理	毕雅
	拜耳大中华企业公关传媒总经理	华威廉
	联合国秘书长办公厅高级顾问	杜晖贤
	中华全国工商业联合会经济部部长	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
--	-------

# 致 辞

- 正确认识公司责任 努力构建和谐社会 易小准
- 认真履行公司责任 促进企业与社会和谐发展 王瑞祥
- 打造中国企业的核心竞争力 孙晓华

# 正确认识公司责任 努力构建和谐社会

中华人民共和国商务部副部长 易小准



易小准  
商务部副部长

各位来宾,女士们、先生们大家早上好!

进入新世纪以来,全球范围出现了强化公司责任的潮流。越来越多的跨国公司在调整全球战略和管理架构的同时,强调做一个良好的企业公民,承担更多的社会责任和环境责任,强调可持续发展。这些跨国公司把股东责任、社会责任和环境责任看作是公司行为的三重底线。他们不仅积极提倡公司责任,而且积极实践这些原则。

强化公司责任潮流的出现有着深刻的经济全球化背景。上个世纪90年代以来,经济全球化潮流席卷全球。全球化在带来人类社会发展的同时也带来了经济、社会和政治的失衡。国际有识之士提出,人类需要一个具有人性化的全球市场,一个为每一个人都提供富足健康生活环境的社会,一个不仅为当代而且为后代创造价值的可持续发展的经济模式。

强化公司责任潮流的出现是企业历史发展的必然。跨国公司的公司责任理念不是一朝一夕形成的。公司责任理念的形成经历了许多企业几十年的发展。美国杜邦和德国西门子等百年老店能够基业常青,与他们形成的先进公司责任理念密切相关。他们的经验证明,为了自身的生存和发展,企业家完全有可能接受并且提升公司责任理念以及公司道德水准。

强化公司责任潮流的出现是市场经济体制不断完善的结果。在市

场经济发展的早期阶段,企业仅仅以“股东利益最大化”为目标,为了获取利润往往牺牲其他利益相关者的利益。早期市场竞争虽然促进了经济发展,但同时也带来了贫富差距扩大、社会不平衡与环境恶化等等负面的后果。这样的经济发展是不可持续的。强化公司责任的潮流充分体现了跨国公司以及国际组织在国际范围内积极完善市场机制的努力。

全球范围强化公司责任的潮流应该引起我们的高度关注。中国经济从1978年改革开放以来经历了二十多年的高速发展,我们的综合国力日渐增强,人民生活水平不断提高。在经济发展的同时,政府、企业和人民都逐渐认识到经济与社会、环境和谐发展的重要性。为此,中国政府提出了“科学发展观”和“构建和谐社会”的目标。强调公司责任与我们正在推进的“以人为本、全面协调可持续发展”的战略目标以及构建和谐社会的目标是一致的。

中国企业是我国落实可持续发展战略和实现和谐社会目标的积极力量。企业承担包括股东、社会和环境三重责任在内的公司责任,既是企业应尽的义务,也是自身发展的需要。

外商投资企业是中国企业的重要组成部分。我们高兴地看到外商投资企业已经认识到履行公司责任的重要性,并且在技术转让、促进就业、环境保护等方面做出了积极的贡献。许多外商投资企业还热心于社会公益事业,积极参加捐赠、救灾等活动,我们希望跨国公司进一步加强在华企业的管理,更加充分地发挥跨国公司强化公司责任的示范作用,纠正少数在华企业责任弱化的不良倾向。

中国建立社会主义市场经济体制的时间虽然还不长,但是中国的企业已经取得了引人注目的发展。一批中国企业“走出去”,积极开拓全球市场,他们不仅建立了比较完善的公司治理结构,而且把承担公司责任作为企业的发展目标。像出席这次会议的中国海洋石油总公司、中国国际集装箱公司、国家开发投资公司等,他们都在公司责任方面制定了管理目标。令人高兴地是,在市场竞争中也涌现了一批公司责任感很强的民营企业,像出席本次大会的远大集团、蒙牛集团、新奥公司等。我们希望中国企业能够在市场竞争中进一步强化公司责任,增强企业

软竞争力,为中国经济可持续发展和构建和谐社会发挥积极作用。

中国政府正在制定适合国情的企业社会责任标准。商务部把推进公司责任作为2006年“转变外贸增长方式”的一项重要工作。我们将和其他部门一起,鼓励和促进包括外资企业在内的中国企业积极承担公司责任。

女士们,先生们!我希望大家在两天的会议中通过交流和沟通,了解全球范围内企业发展的新趋势,也通过这次大会促进中国的企业强化公司责任。

最后,我预祝大会取得圆满成功!

谢谢大家!

# 认真履行公司责任 促进企业与社会的和谐发展

国务院国资委副主任 王瑞祥



王瑞祥  
国资委副主任

女士们、先生们、朋友们：

很高兴参加“中国企业，公司责任与软竞争力”峰会，与大家共同学习和研讨公司责任问题。这次峰会，将进一步深化我们对公司责任问题的理解和认识，对推进中国企业的责任体系建设，提升企业竞争力，促进构建社会主义和谐社会，都具有积极意义。在此，我代表国务院国资委向这次峰会的召开表示祝贺！

在经济全球化的今天，强调履行公司责任，日益成为企业提升自身品牌和形象、开拓国际国内市场的重要手段，也日益为社会各界广泛关注，这也是构建我国社会主义和谐社会不可回避的重要话题。国有企业特别是中央企业是我国国民经济的骨干力量和重要支柱，是引领我国先进生产力发展的重要主力军，在履行应尽的社会责任方面也做出了重要贡献，起到了应有的表率作用。一是坚持严格落实对国有资产保值增值的责任，以良好经济业绩来推动我国经济发展和社会进步。近年来国资委监管的169户中央企业，始终保持了销售收入和实现利润大幅提高、资产质量改善的良好局面。2005年实现销售收入6.73万亿元，同比增长19.8%；实现利润6276.5亿元，增长27.9%；去年12月底资产总额达到10.6万亿元，净资产4.6万亿元，分别增长15%和18.1%。全年总资产报酬率可达7.3%，同比提高0.5个百分点；净资产收益率9.7%，同比提高1.2个百分点。从2003年国资委成立到2005年，中央企业的销售额和资产总额年均增加1

万亿元,上缴税金和实现利润年均增加1000亿元。中央企业的快速健康发展,保证了国家宏观调控政策的顺利实施,推动了我国的科技创新,稳定了市场秩序,为人民生活水平的提高和社会进步做出了积极贡献。二是坚持立足科学发展,促进企业发展与社会进步、与员工发展、与生态环境的相和谐。2004年,中石油等6家中央企业在全社会率先倡议创建资源节约型企业,2005年又有17家中央企业带头向全社会做出节约资源的承诺,目前中央企业的安全生产、环境保护等内容已纳入了业绩考核体系。重视社会发展对企业的要求,节约资源、保护环境已成为中央企业的自觉意识和行动。中央企业落实国资委《关于加强中央企业企业文化的指导意见》的要求,更加强化了以人为本、关爱职工的观念,更加强化了回报股东、报效国家的理念,更加强化了诚信经营、服务社会的意识,以优质商品和服务来满足广大用户需求、提升生活品质,来承担国家重点项目和重大工程,在促进我国经济社会发展中发挥了重要骨干作用。三是坚持服务回报社会,积极奉献社会公益事业。无论是扶贫开发、1998年的抗洪抢险和2003年的非典时期,还是2005年的东南亚海啸,中央企业和广大国有企业总是走在捐款赠物、奉献爱心的最前列,树立了富有道德感和正义感的企业形象,赢得了社会赞誉,也进一步增强了企业软竞争力。中石油、中石化、中远集团、中国航天等许多中央企业的产品不仅成为可以信赖的品牌,而且由这些企业所展示出的对社会、对民众、对环境的人文关怀精神,一定程度上也代表了我国和平崛起、对世界负责任的大国形象。

实践使我们体会到,随着社会经济的发展,企业与外部环境、与其他相关者日益成为利益共同体。一个重视并切实履行社会责任的企业,同时也是对自己前途命运负责任的企业;企业履行社会责任的过程,同时也是树立自身良好的公众形象、增强市场竞争力的过程。对于国有企业而言,深化国有资产管理体制改革和国有企业改革,完善体制机制,努力建设具有国际竞争力、拥有知名品牌的大企业大集团,本身也是与国际通行规则接轨、全面履行社会责任的过程,体现了国家的要求、社会的需要、人民的希望、企业自身利益的需要。

今年是贯彻党的十六届五中全会精神,全面落实科学发展观,实