



中国企业公民委员会致力于倡导企业公民社会责任理念，促进企业、社会与环境的可持续发展

中国企业公民

简报

China Corporate Citizenship

内容提要：

- 企业公民领袖

荣誉副会长陈一丹捐赠 25 亿港币提升教育福祉

副会长单位珍奥集团陈玉松：“我”与 DNA 的缘分故事

- 企业公民典范

GDP 亚太峰会蒙牛鲜声夺人：创新引领中国乳业消费 3.0

从京东的精准扶贫说到企业社会责任

- 企业社会责任实践

- 企业社会责任报告

- 企业社会责任热点

- 企业社会责任探索

- 委员会动态

《中国企业公民（简报）》

China Corporate Citizenship

2016 第 2 期 总第 11 期

准印证号：京内资准字 1315——L0036 号
主办单位：中国社联企业公民委员会

企业公民委员会副会长单位

（以下按拼音顺序）

宝健（中国）有限公司
北京科怡辰业投资管理有限公司
广州王老吉大健康产业有限公司
霍普金斯医药集团
蒙牛乳业（集团）股份有限公司
内蒙古金宇集团股份有限公司
软通动力信息技术（集团）有限公司
腾讯控股有限公司
香港中华煤气有限公司
雅昌文化集团
亿达中国控股有限公司
英特尔（中国）有限公司
珍奥集团股份有限公司

《中国企业公民（简报）》编辑部

主 编：刘卫华
副 主 编：张少平
编 辑：祝绮纹 任东 来长柱 冯国文

地 址：北京市朝阳区白家庄路甲 6 号
513.521 室

邮政编码：100020
电 话：86-10-65080626/65088682
传 真：86-10-65080626
网 址：www.chinacc.org
电子邮箱：qygmcccc@163.com

名誉会长

陈昌智 全国人大常委会副委员长
蒋正华 第十届全国人大常委会副委员长
顾秀莲 第十届全国人大常委会副委员长

会长

曹志斌 原习仲勋秘书
黑龙江省原副秘书长

顾问（部分）

谢安山 原最高人民法院副院长、大法官
原 焘 原国务院外事办公室副主任
解思忠 原国务院国资委监事会主席
孙晓华 原全国工商联副主席
张凤楼 原中纪委委员、国家卫生部副部长
李振东 原建设部副部长
武春河 原经济日报社社长
杨朝飞 原环保部总工程师
黄健全 原陆航部副参谋长
任玉岭 原全国政协常委、国务院参事

专家（部分，拼音排序）

陈红兵 中央电视台财经频道总监助理
陈元桥 中国标准化研究院研究员、《社会责任国标》起草组组长
丁雪峰 中国企业联合会管理现代化工作委员会副主任
郭沛源 商道纵横企业社会责任指南创始人
韩 斌 联合国全球契约组织中国网络执行秘书长
李伟阳 中国企业管理研究会常务副理事长
刘俊海 中国人民大学商法研究所所长
刘力纬 华北电力大学企业发展与社会责任研究所所长
林 彬 全国工商联民营企业社会责任报告执行主编
殷格非 商务部《WTO 经济导刊》副社长、企业社会责任发展中心主任
翟 齐 中国可持续发展工商理事会秘书长
张继焦 国际企业人类学委员会主席
张峻峰 原人保部国际劳工研究所副所长
张学珊 内蒙古金融网企业公民活动创始人
钟宏武 社科院企业社会责任研究中心主任
朱勇国 国际人力资源管理协会副会长

钱为家先生，天堂还做 CSR

惊悉钱为家先生仙逝，不禁愕然。55岁，还是男人的盛年，怎么就走了。不敢相信，更不愿相信。

钱先生的大名早有耳闻。与之相识却是在“2015 首届中国 CSR 经理人研讨会”上，这是企业公民委员会专门为全国 CSR 经理人搭建的舞台，东南西北中，百多位 CSR 经理人从全国各地（包括香港）聚集北京瑞安宾馆，聆听了钱先生关于“企业社会责任战略和创新的社会责任”演讲，其思想前卫、学风严谨、激情奔放、风采卓然，至今仍铭记于脑海。

一个时期以来，委员会一直在倡议筹备“中国企业社会责任智库”，钱为家先生是“当然的智库专家”；还想着筹备“中国企业社会责任促进会”和“2017 社会工作亚太区域联合大会—企业社会责任与社会工作服务论坛”，都期待着他的智力支援。

然而，看到企业社会责任领域那么多先生的同道、同仁、朋友和学生，铺天盖地的追思、悼念、悲痛和惋惜，钱先生真的走了。当听到先生的家人说：“即使在他生命中最后时刻，他仍在为 CSR 理想努力着”。看到他对 CSR 事业的孜孜追求，每一位 CSR 的从业者、坚守者无不为之动容。

钱先生的离去，是 CSR 领域的一大憾事。但我们相信，逝去的只是一个鲜活的生命，留下的将是一种不朽的精神。

CSR 事业任重道远，惟愿同仁们彼此珍重；并以钱先生的努力和执著精神，激励在 CSR 岗位上勇于开拓，不断进取，尽到我们应尽的责任。

愿钱先生一路走好。就是在天堂，我们还是去做 CSR。

(作者：企业公民委员会专职副会长兼总干事 刘卫华)

目录

1 / 钱为家先生，天堂还做 CSR
.....

3 / 企业公民领袖
.....

8 / 企业公民典范
.....

13/ 企业社会责任实践
.....

17/ 企业社会责任报告
.....

19/ 企业社会责任热点
.....

23/ 企业社会责任探索
.....

34/ 委员会动态
.....

企业公民领袖

荣誉副会长陈一丹：

捐赠 25 亿港元提升教育福祉



2016 年 5 月 22 日，香港九龙香格里拉酒店，企业公民委员会荣誉副会长、腾讯主要创始人陈一丹先生宣布捐赠 25 亿港元（约 3.2 亿美元）设立全球最具规模的教育奖项“一丹奖”，有关款项已于奖项成立之前完成捐赠。“一丹奖”由独立慈善信托基金运作及管理，确保此奖永续经营。陈一丹因热衷于公益活动，被视为当代中国互联网慈善家的佼佼者。他曾是腾讯控股有限公司主要创始人兼前首席行政官，现为腾讯终身荣誉顾问、腾讯公益慈善基金会荣誉会长。陈一丹曾于 2013 年荣获第八届中华慈善奖“最具爱心慈善楷模”，是首位获得中华慈善奖的互联网企业家，同年被中国社会工作协会评为“中国十大慈善家”。2016 年，陈一丹在《公益时报》第十三届中国慈善榜上位列榜首，成为新一届中国首善。

高达 25 亿港元的“一丹奖”堪称全球迄

今为止奖金金额最高的教育类奖项。“一丹奖”奖项设立的初衷在于希望表彰为教育作出卓越贡献的个别人士或不超过三人组成的跨界团队——包括教师、研究人员、学者、政策决策者及社会运动家等，并根据创效投资的原则向得奖人授予项目奖金。首届“一丹奖”已正式接受提名，得奖者将于 2017 年 9 月公布，颁奖典礼及国际教育论坛将于 2017 年 12 月举行。

“一丹奖”每年度颁发“一丹教育研究奖”及“一丹教育发展奖”两大奖项，各奖项得奖人将被授予 3000 万港元奖励（约 380 万美元），其中 1500 万港元为奖金（约 190 万美元），剩余 1500 万港元（约 190 万美元），基金会会根据创效投资的原则，将于三年内分三期发放给得奖者以资助其研究或推动项目。得奖人将于首届颁奖典礼上获赠一枚纯金奖牌。一丹奖基金会还将就得奖人的成果及项目制作纪录短片。

“一丹教育研究奖”、“一丹教育发展奖”将由两个独立的评审小组各自审阅提名及选出得奖人。其中，“一丹教育研究奖”表彰对教育研究有杰出贡献的人士，而“一丹教育发展奖”表彰具创新性，并持续有效地应对迫切教育议题的人士。“一丹教育研究奖”评审小组由美国普林斯顿大学天体物理系讲座教授朱经武担任主席；“一丹教育发展奖”评

审小组由加纳-印度安南资讯及通讯科技卓越中心先进资讯科技研究所总干事 DorothyK. Gordon 女士担任主席。

“一丹奖”创办人陈一丹先生表示：“‘一丹奖’旨在表彰及支持教育界的创革者。这些先行者以其远见及创新精神，为教育研究及发展带来深远持久的影响。我们亦希望透过此奖项平台，致力凝聚各方展开富有建设性、包容性的对话，聚焦教育议题的解决方案。教育能提升教育的福祉，让世界的下一代受益无穷。”

未来，“一丹奖”将邀请政府团体、非政府组织、专业组织、社团以及个人社会领袖为奖项作出提名。于特殊情况下，自荐提名亦可被接纳。被提名的研究或项目应满足以下四项评审标准：具远见、富创新精神、具改革能力、具可持续性。“一丹奖”董事会将按照评审委员会的建议，审议并通过得奖名单，领导国际顾问委员会及评审委员会。

“一丹奖”国际顾问委员会负责拟定“一丹奖”的评审准则及程序，主席为唐虔博士（联合国教科文组织（UNESCO）教育助理总干事），召集人为香港大学荣誉退休教授程介明，成员包括 ManzoorAhmed 博士（达卡 BRAC 大学退休教授、孟加拉儿童早期发展网络网主席及教育普及运动委员会副主席）、JamilSalmi（前世界银行高等教育统筹、智利 DiegoPortales 大学高等教育荣誉退休教授）、MarcS. Tucker（美国全国教育与经济研究中心主席兼行政总裁）、DankertVedeler

（挪威教育及研究部政策分析处（终身学习及环球事务）助理总干事）。“一丹奖”国际顾问委员会主席、联合国教科文组织（UNESCO）教育助理总干事唐虔表示：“全球人类正面临一个重大挑战——如何为各地公民提供包容和平等的优质教育以及终身学习的机会。推动所有利益相关者为此目标献策，确实攸关重要。我相信刚成立的一丹奖，正能够为这宏大的理想作出贡献。透过奖励最具影响力的教育创新项目，一丹奖旨在为儿童、年青人及成年人提供学习知识和技能的机会，让他们能活出有尊严的生活及发挥个人潜力。”

评审委员会由七位评审组成的评审委员会负责审阅提名及选出得奖人。主席为 KoichiroMatsuura 博士（前联合国教科文组织（UNESCO）总干事），成员包括朱经武教授（美国休斯顿天普科学讲座物理系教授）担任“一丹教育研究奖”评审小组主席、DorothyK. Gordon 女士（加纳-印度安南资讯及通讯科技卓越中心先进资讯科技研究所总干事）担任“一丹教育发展奖”评审小组主席、BruceM. Alberts 教授（美国加州大学旧金山分校校长嘉许与教育领导主席（生物化学及生物物理学）、PhillipA. Griffiths 教授（美国新泽西州普林斯顿高等研究院数学系荣誉退休教授）、StevenCohen 博士（美国哥伦比亚大学地球研究中心执行总监及国际和公共事务学院专研公共事务的教授）、AllanE. Goodman 博士（国际教育协会会长兼

行政总裁)。“一丹奖”评审委员会主席、前联合国教科文组织总干事 oichiroMatsuura 博士表示：“我深信，一丹奖能就联合国于《2030 年可持续发展议程》中所提出的教育目标作出重要的贡献。该议程于去年的联合国峰会上获得通过，并确定教育为其主要目标之一。”

在“一丹奖”成立典礼上，超过二百名教育专家到场，包括诸多位政策决策者、商业领袖、慈善家、外交官以及国际媒体等。香港特别行政区政府财政司司长、大紫荆勋章曾俊华表示：“教育无疑是推动社会均衡发展、维持现代经济持续增长的重要工具。无论就整体或就个人而言，教育是对人力资本重要的投资，亦对促进人类进步、提升人类福祉具有相当深远的影响。我很高兴见到一丹奖基金会将由 2017 年开始表扬及支持全球教育领袖，以及他们的卓越成就。”

此外，“一丹奖”还特别委任《经济学人》智库撰写名为《一丹奖前瞻：2030 年教育》。这份报告围绕五大全球性的教育指标，量化了全球 25 个经济体各自教育发展及改善受教育机会、提供学生所需的技能以及通过科技提升教育质量过程中所面临的挑战及机遇。在成立典礼上，经济学人智库高级编辑 ChristopherClague 先生还将展开一场以“未来教育”为主题的专题研讨会。

副会长单位珍奥集团陈玉松：

“我”与 DNA 的缘分故事



在 4 月 25 日下午举行的第七届国际 DNA 和基因组活动周分论之一“科技与财富论坛”上，企业公民委员会副会长单位珍奥集团陈玉松主席以自己的创业经历和与 DNA 之间的不解情缘，用幽默风趣的语言与听众们分享了题为“我与 DNA”的演讲——

1952 年，我以一个生命的资格来到这个世界，我父母告诉我，那一天自然界很平静，没有发生任何特异征象，因为我不是什么神下凡，而只是一个普通人降生。然而，当时的我却不知道，从那一刻起 DNA 就开始执掌着我的生命。

1953 年 4 月 25 日，美国人沃森和英国人克里克发现了 DNA 双螺旋结构，破译了生命的密码。这一伟大发现标志着现代分子生物学时代的开启。

1962 年，在我上小学时，这两位科学家双双因 DNA 领域的成就而获诺贝尔奖。这一切都是在冥冥中发生存在着的，他俩没告诉我，我也不知道，因为曾经我们没有任何

交集。直到 20 年后的七八十年代，我通过阅读科技杂志，才真正了解两位科学家历经的艰辛，这加深了我对他们的崇敬，更增加了我对 DNA 的了解。这就是我和 DNA 缘分的开始。

80 年代末到 90 年代初，各类报纸不断发起的民意测验中，科学家总是获得“最受尊重、最受崇拜”的殊荣。这又让我又不由自主想起那两位科学家，DNA 一词也同时浮现脑海。当时的我已经投身于市场经济的海洋，而当时的联想则激发了我参与探究及推广 DNA 知识的激情。

1992 年 12 月 2 日，是我和我们的事业——珍奥、双迪都应铭记和纪念的日子。那一天，我在美国朋友钟立涛博士的陪同下，专门拜访了因研究疯牛病病因而获得诺贝尔医学奖的美国科学家普鲁西纳，他告诉我，核酸是比蛋白质还重要的生命要素，DNA 是基因载体，是生命化学过程的总设计师，基因是 DNA 的一个分子片段。也就是从那一刻起，我与核酸结了缘，核酸注入了我的生命，更注入了我的事业，它成为我生命的 DNA，亦成为我事业的 DNA。

2001 年 3 月 15 日，我给诺贝尔医学奖获得者巴尔的摩教授写信，向他请教核酸营养的吸收问题，很快得到他的回信；2001 年 4 月 17 日，我又专程到瑞士巴塞尔拜会了诺奖科学家维尔纳·阿尔伯教授，他们的认同和鼓励坚定了我的 DNA 情结。

2002 年 7 月 22 日，珍奥迎来了第一位

诺奖科学家，位于大连双 D 港的珍奥科技馆落成，诺奖科学家罗伯茨博士亲自剪彩。

2004 年 6 月 18 日，诺奖科学家、世界免疫学会主席青克纳格尔博士与我在北京人民大会堂见面，我们正式签约，合作研发核酸项目。这一年，珍奥创造了优异的营销业绩，登陆了央视春晚。所有这一切让我感悟到，企业家离不开科学，也离不开科学家，否则将一事无成。也就是怀着对科学家由衷的敬意，我萌生了在大连发起一个节日礼敬科学的想法。我的这个创意与梅晓丹博士一拍即合，但他对我说：“大哥你晚了，2003 年美国已经举办过 DNA 节。”我坚定地说，只要做就不晚。

几经酝酿，在推动中国 DNA 领域的探索与进步使命的召唤下，2005 年 4 月 25 日，中国第一届 DNA 节隆重举行，并得到大连市委市政府的有力支持，这个科技盛会的会址得以永久留在美丽的大连。

这实在是非常值得纪念的一季轮回，更是不同凡响的一季轮回。屈指数来，七届 DNA 节共有相继有 26 位诺贝尔奖科学家、38 人次、40 余位院士、6000 余位科技精英来到这个舞台进行交流、合作，一场国际生物技术与生命科学领域的达沃斯盛会，给这座城市赢得了无上荣光。

也是借助这个平台，珍奥同双迪与世界 80 多个国家和地区、数万家行业组织、学术团体和企业联合组建了庞大的高端人才资源库；建立了超过 1200 万条的专家人才智库，

为中国政府、企业、科研院所、大专院校的招商引资、引进智力、对接项目、寻求投资、学术交流提供了有效的服务。

珍奥和双迪也因此有幸站到了巨人的肩膀上，有机会围绕当代科学前沿、热点、高端课题和技术，将细胞工程、基因工程、蛋白质工程、发酵工程、酶工程五大生物技术，运用到生物制造、生物制药、生物制品、生物农业等领域，提升人类的生命和生活质量。通过核酸产业化与应用，引发一场功及当代、泽及子孙的保健革命；通过酵母肽提取技术的成果转化，引发更深层次的营养革命；通过基因检测技术的推广与应用，引发医疗系统史无前例的诊断革命；通过细胞治疗、靶向治疗，引发最具前沿水准的治疗革命；通过生物技术与物联网技术结合，引发了领衔时代风尚的健康管理革命……

要把 12 年的经历和感悟浓缩在短短十几分钟的时间内说透，实在不易。之所以要与各位分享我与 DNA 的故事，就是想告诉大家：凡事不怕做不到，就怕想不到；凡是想到，而且坚持做到就会有收获，不坚持做肯定没收获。就如阿里耶·瓦谢尔这位诺奖得主今天上午说的：“我的成功原因，就是始终没有停

止过眺望和坚持做”。

我因为核酸、因为 DNA 创办了珍奥与双迪企业。经过二十多年的努力，如今在很多人的印象中，提到珍奥就会想到核酸、想到 DNA；提起核酸、DNA，就自然联想到珍奥。这两家企业也犹如 DNA 双螺旋结构一样，传承着生生不息的健康基因，复制着孝爱家和文化内涵，合成着亘古流芳的本源营养，在生长、发育、裂变过程中正螺旋上升，不断更新对生命最精彩的礼赞。

“功崇惟志，业广惟勤”，要成就一番事业，必须有“千磨万击还坚劲，任尔东西南北风”的意志与耐力。我打造这样的平台，是想成就一番厚德载物的好人事业，它是造福人类健康的大计，创造的将是我们每一个人的美好未来！

“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”！

谢谢大家！

企业公民典范

GDP 亚太峰会蒙牛鲜声夺人

创新引领中国乳业消费 3.0



全球乳业论坛组织（Global DairyPlatform，简称 GDP）第三届亚太乳业峰会 26 日在京启幕。作为 GDP 在中国的第一个成员，本届 GDP 亚太峰会的协同举办方，企业公民委员会副会长单位蒙牛乳业和丹麦 Arla Foods、美国奶农等各国乳企代表、行业专家以及相关机构代表共赴盛会，共同探讨全球乳业未来发展趋势。大会还特邀“中国乳都”呼和浩特市常委、副市长康存耀参会，他在开幕致辞中表示“呼和浩特作为‘中国乳都’，促进可持续发展的乳制品营养是我们的使命，我们将大力推进创新”。

会议当天，蒙牛乳业总裁孙伊萍作为唯一中国 CEO 代表发表了“中国乳业新消费时代”的主题演讲，孙伊萍对中国乳品消费市场精准细致的分析吸引了各国嘉宾的关注和积极互动。她分享了中国乳业发展经历的三个时代，“如今消费形态正在从大众产品向

高端产品升级，消费者会从质量、价值、品牌三个方面重新定义高品质。”

面对消费升级带来的机遇和挑战，孙伊萍表示：“我们需要更加了解我们的消费者，更加专注于创新。蒙牛具有国际化的股东治理结构、牧场管理标准、研发技术、生产管理及合作伙伴，我们有能力整合全球最好的资源提升品质和营养。同时，我们也借助数字化的工具和方式实现系统化管理和创新消费体验。通过国际化和数字化双轮驱动，蒙牛正不断向‘以消费者为中心，成为创新引领的百年营养健康食品公司’的愿景靠近。”

洞察消费需求，蒙牛的产品创新与升级一直走在市场变化之前。年内，蒙牛高端品牌特仑苏实现 3.6g/100ml 乳蛋白的品质升级，不断挑战营养新高度；嗨 Milk 作为蒙牛首款高品质互联网牛奶，不但乳蛋白含量高达 3.6g/100ml，续写行业新高，更以极致的包装设计捧得设计界奥斯卡 iF 国际设计奖“DesignAward2016”大奖，成为蒙牛的一个热门 IP，获得消费者的追捧。

每一个创新高度背后，是蒙牛为构建“国际化+数字化”的品质和营养生态圈，不断挑战、与国际标准接轨所做的努力。依托中粮的资源平台，蒙牛一方面夯实品质基础，引入法国达能、丹麦 ArlaFoods、新西

兰 Asure Quality 等战略合作伙伴，对接国际标准、优化奶源、完善端到端的质量管理体系；另一方面加强顶层设计，与美国 WhiteWave、UC Davis 合作，探索未来乳品的营养创新，与 IBM、SAP 等领先品牌合作，加速建设大数据时代的智能乳企。

当蒙牛遇上“互联网+”，人们和牛奶便有了更多元、更立体、更直接的连接方式。蒙牛与百度合作打造“云端牧场”，通过天猫平台引进进口品牌鲜语牧场 MouMilk，与滴滴出行合作推出牛运专车、吃货专车等服务，从产品到沟通，刷新消费者的体验。而“蒙牛生活体验馆”在全国大悦城的轮回上演，更突破了传统的消费模式，以各种时尚有趣的互动深度链接了消费者。

从品质、营养创新到品牌价值的全面提升，让蒙牛晋升为“全球乳业 11 强”，成为上海迪士尼度假区唯一官方乳品合作伙伴。“蒙牛要做一个有温度的品牌”，孙伊萍说，“我们创新搭建‘美食、运动、娱乐’三大幸福平台，整合各方优质的资源，希望在为消费者提供高品质牛奶产品的基础上，更给他们带去高品质的牛奶生活体验”。以成为“最具中国活力的国际化公司”为动力，蒙牛将不断践行“专注营养健康，每一天每一刻为更多人带来点滴幸福”的使命。

GDP 是全球最具影响力的乳品行业非盈利组织之一，成员包括麦 ArlaFoods、新西兰恒天然、德国 DMK 等世界领先的乳制品公司和机构。蒙牛首次作为 GDP 亚太峰会的协

同举办方参会，显示出一个中国乳品企业的实力与活力，也代表着中国乳品品牌在世界范围内的影响力与日剧增。

从京东的精准扶贫说到企业社会责任



5 月 13 日，由中国扶贫开发协会与京东集团联合主办的互联网+精准扶贫高峰论坛在人民大会堂举行。据悉，本次论坛旨在响应国家《关于打赢脱贫攻坚战的决定》的号召，推动政府、企业及社会各界通力合作，将互联网与脱贫工作紧密结合，助力国家精准扶贫、精准脱贫战略。

论坛期间，京东集团还和与会企业代表一起，共同发布了社会企业扶贫联盟倡议书，号召更多的企业加入到扶贫工作中来，积极促进企业体现自身的社会责任。

不仅仅是捐款，企业社会责任到底是什么？

以往说起企业社会责任，普通消费者总是想到企业捐款，特别津津乐道的是当年加多宝在汶川地震时捐款一个亿的善举。这表明企业敢于承担社会责任，也是提升自身市场竞争能力的一个方面。但事实上，我们也

要认识到，企业社会责任的体现并不仅仅只是捐款一种作法。在说明问题之前，一起来看目的地企业社会责任到底是什么呢？

按照百度百科的解释，所谓企业社会责任，是指企业在创造利润、对股东承担法律责任的同时，还要承担对员工、消费者、社区和环境的责任。企业的社会责任要求企业必须超越把利润作为唯一目标的传统理念，强调要在生产过程中对人的价值的关注，强调对环境、消费者、对社会的贡献。大体上，企业社会责任可分成以下四个层面：

首先，企业作为经济法人，应当为股东负责，尽可能地降低成本、扩大销售，实现利益最大化，保证利益相关者的合法权益。

其次，企业在遵纪守法方面做出表率，遵守国家法律、法规，包括环境保护法、消费者权益法和劳动保护法。完成所有的合同义务，带头诚信经营，合法经营，承兑保修允诺。

第三，伦理责任是社会对企业的期望，企业应努力使社会不遭受自己的运营活动、产品及服务的消极影响。加速产业技术升级和产业结构的优化，大力发展绿色企业，增大企业吸纳就业的能力，为环境保护和社会安定尽职尽责。

最后，是企业的慈善责任。企业发挥自身优势，在力所能及的情况下，支援社区教育、支持健康、人文关怀、文化与艺术、城市建设等项目的发展，帮助社区改善公共环境，努力成为优秀的企业公民。

对于企业来说，对股东负责、守法经营是企业最基本的社会责任。在现阶段诚信缺失、市场秩序混乱的中国，能够恪守这两点即可成为合格的企业公民，便是对社会的莫大贡献。在此前提下，如果企业有能力，能够再进一步，像京东它们那样帮助弱残、促进社区和谐，对社会有更多的贡献，当然是更好不过。

但也不可因此对企业进行道德绑架，毕竟慈善并不是企业的法定义务，更多是社会和政府的责任范围。如果慈善成为对企业的道德绑架，无疑会加大企业的经营成本，影响企业经营的效率和正常运营，反而不利于社会和经济的整体发展。

互联网+精准扶贫，授人以渔落到实处在不发达地区，贫困几乎是所有问题和矛盾的根源。因此，国家对扶贫工作非常重视，甚至上升到国家重要战略的高度。经历多年的努力摸索，我国的扶贫战略从早年粗放式扶贫，发展到现有的精准扶贫新阶段。扶贫计划合作的主体企业，也从传统国企变成了像京东这样的民企。这表明了中国民企无论在经济实力和社会责任上都有了很大的成长，为社会做出了越来越大的贡献。

自2016年1月与国务院扶贫办签约以来，京东发挥自身电商流量和用户的优势，从产业扶贫、用工扶贫、创业扶贫和金融扶贫等多方面展开扶贫工作。建立起培训、金融、农资、安全、运输、销售、品牌、招工等八个环节的帮扶体系，并把重心放在“农产品

进城”上，以农副产品、生鲜冷链物流为突破口，给予流量资源支持，帮助帮扶对象把优质农副商品以最快的速度卖给城市消费者，从而带动脱贫。

京东实施的“互联网+”精准扶贫战略，不仅是对国家既有扶贫路径的有效补充，也是在企业 and 市场层面构建了全新的精准扶贫平台和渠道，形成了政府、市场、社会互促共进、协同发力的大扶贫格局，是电商扶贫模式的全新升级，提供了精准扶贫的综合解决方案。京东“互联网+”精准扶贫模式通过提供丰富的培训支持，有效增强贫困农户能力；通过与政府扶贫举措有效协同，实现扶贫的“乘数效应”；通过有效统筹社会帮扶资源，构建起一个社会帮扶网络。

在京东发布的互联网精准扶贫研究报告的封面上，明确地写着一句话：“京东集团履行社会责任，践行国民企业的扶贫战略与实践”。整体而言，京东的扶贫战略可谓是举集团之力，从CEO刘强东到各大事业部，都非常重视。同时不喊口号，行动落到实处，保持着京东一贯的雷厉风行高效作风。以招工扶贫为例，截止到2016年4月27日，在短短的三个月内，京东就在全国各区域迅速开展28场招工扶贫活动，应聘3832人。

从京东的精准扶贫计划中，不难看出几个特点：一是互联网+特点明确，充分发挥了自身的特长，又结合了当地的优势资源，实现了资源互补。二是授人以鱼，不如授人以渔，不做一时救急，而是设法帮助扶贫对象

实现长久脱贫。

前者创造性地把扶贫工作和自身的特长相结合，使用新技术、优质流量资源盘活了扶贫对象的优势资源，更加具有可发展性。而后者则着眼于扶贫实效的长期性，真正实现以就业、创业来帮助贫困人口、地区的发展。这种创新性的做法，值得其他有能力的企业借鉴和参考。

新时代呼唤企业勇于承担社会责任

自古以来，由于中国商人的地位较低，除了交纳捐税外，他们往往非常低调，尽量不介入社会事件中。因此中国有句古话，叫闷声发大财。而解放后中国的公有制企业改造，也使得中国企业成为计划经济下的工具，失去了主动经营权。中国企业的真正繁荣发展，是在改革开放之后，特别是近年来的发展，使得一批有实力的民营企业得到长足发展，成为行业和国民经济中不可忽视的重要力量。企业社会责任一词，也才真正成为我们关心的问题。

近来随着热点事件的影响，探讨企业社会责任问题的讨论比较多。企业社会责任的范围有多大，如何才能让企业主动承担起自己的社会责任，等等这些，都是人们关心的问题。

在这里，想到了一句动漫电影中的名言“能力越大、责任越大”。这句斯坦·李和史蒂夫·迪特科借由蜘蛛侠之口说出的话，不止适用于超级英雄，同样适用于企业的行业巨头们。与普通企业相比，行业巨头从社会获

得的利益大得多，能力也要强大的多，相应地所承担的社会责任也就越大。同时作为行业的标杆企业，一举一动也影响着更多的中小企业。

这方面，京东通过实实在在的行动，做出了自己的表率。作为扶贫工作的倡议者，京东还积极关注着其他公益活动，全面履行自己的社会责任。5月15日，京东携手“梦无缺”工程共同举办“消费即慈善”515助

残购物节，中国首家“网络助残公益商城”也正式登陆京东，京东以“互联网+公益”的创新形式开启了电商助残的新篇章。

因此，在新时代之下，希望更多的企业能重视自己的社会责任，在力所能及的范围积极行动起来。呼唤企业勇于承担社会责任时，行业巨头的表现尤其重要，毕竟“能力越大、责任越大”！

企业社会责任实践

企业家该怎样承担社会责任

企业家该如何承担社会责任？尤其是在一些成功的企业家眼中，什么是企业的社会责任？在近日中国企业家俱乐部媒体座谈会上，中国经济时报记者聆听了联想控股董事长柳传志和阿里巴巴董事局主席马云对企业社会责任以及中国企业如何“走出去”等问题的一些看法，这些或许可以给其他企业家一些思考。

“首富”首先是负责任的“负”

“企业家主要的社会责任是要弘扬社会商业正气，按章纳税，扩大就业机会，湿润社会空气等。”柳传志称。柳传志曾经和海底捞董事长张勇有过一番交流。在对员工的责任方面，柳传志非常赞赏张勇。

“海底捞的很多员工都是四川人，而四川人喜欢打麻将。张勇有一项规定，坚决不许员工打麻将。他说，好不容易挣了钱，一打麻将，就一发而不可收拾。只要打麻将就立刻开除，回家打麻将也得回来汇报。这给了我们很大的启发。”柳传志说。

柳传志称，他担任中国企业家俱乐部主席期间的最大贡献是严格执法，比如不能迟到，迟到了就要罚款。再比如，在美国进行访问期间，从一站到另一站连着走，一开始的时候，迟到的企业家大概有十几个，连续罚了几天以后，大家全都不迟到了。

“媒体不要老搞‘首富’之类的评比。‘首富’首先是负责任的‘负’，这是最关键的。有资源、有钱就得担当这个责任。”刚刚从柳传志手中接过中国企业家俱乐部主席身份的阿里巴巴董事局主席马云说。马云称，“如果你有100万元，那可以是你自己的钱。如果你有两三千万，那就麻烦了，千万别认为这是你的钱。社会公众相信你可以比其他人的钱管得更好一点，这些是他们的钱，而你只是担当责任而已。”

在回忆自己从老师到商人的角色转换和对商人的认识变化后，马云说，“希望孩子们未来在写长大的理想时，除了科学家、市长、艺术家外，也能说长大想当个商人。”

企业家需要处理好四个关系

对中国企业家这个群体，马云认为需要处理好四个关系：企业家跟钱的关系、企业家与政府的关系、中国企业跟世界的关系、过去跟未来的关系。

“中国社会确实需要三样东西：第一，商业社会解决的是结果导向，商业一定要结果。第二，商业社会解决的是效率导向。第三是公平导向，商业一定没办法强迫你干什么事，强迫做生意，肯定没法做。结果导向、效率导向和公平导向正是中国社会需要的。中国的企业家希望创造价值，让社会认识价值，不断提升自己。”马云说。

刚开始创业时，企业家更多考虑的是活下来，希望能够过得好一点。但是到今天，不少企业家已经跨过这个阶段。马云说，要看清楚钱的本质。钱是资源，是完善社会、让社会稳定的资源。企业家要讲四个不：不行贿、不欠薪、不逃税、不侵权。

在马云看来，全球化绝不意味着在国外开几个工厂，全球化也不等于英文好。“中国企业家要走向全球化，不是远征全球，而是如何融入全球，如何参与全球化的发展，融入到当地发展过程中，为当地创造价值，并在当地成为真正能够受人尊重的企业。中国作为世界第二大经济体，我们必须参与全球化，创造当地的价值，创造当地的税收，因为只有这样，中国企业才能受人尊重，中国才能受人尊重。”

“以前我们‘走出去’的时候，考虑到税收、市场等问题。但是中国企业家今天和未来在与世界的交流过程中，需要担当起中国的文化、价值体系。中国迟早会成为世界第一大经济体，作为这个经济体中的最大的经济群体——企业家群体，要问的问题就是如何担当世界经济的发展，不仅在国内赢得尊重，在世界上也赢得尊重。”马云说。

没有过去的积累，不可能有今天。马云建议企业家群体要有信念：对昨天充满感恩、对未来充满敬畏、对今天充满珍惜。“经济好的时候有烂企业，经济不好的时候也有好企业。无论是互联网企业还是制造业企业，大家都会有一个学习成长的过程。各国现在最大

的问题都是经济问题，而经济问题的第一担当者、第一个责任人是企业家群体，所以企业家必须要有担当，必须要学习，由内而外，为自己成长创造价值，为社会进步创造价值。”

2016 中国金融教育嘉年华

全国巡回正式拉开帷幕

2016年5月14日，Visa公司宣布，在中国银监会公众教育服务中心指导下，由多家“中国金融教育合作伙伴计划”成员联合发起的“2016中国金融教育嘉年华全国巡回”（下称‘嘉年华’）在中国儿童中心拉开帷幕。借此契机，Visa公司与中国儿童中心正式缔结金融教育战略合作伙伴关系，双方将共同探索通过创新社会教育模式来提升中国少年儿童金融素养，提高校外教育工作者和家长对金融教育的认知与重视。

该“金融教育嘉年华全国巡回活动”是国内首个以青少年金融教育为主题的全国巡回活动。在“一带一路”国家战略构想的背景下，今年的中国金融教育Visa流动宣传车作为嘉年华活动的载体，将重走丝绸之路，探寻商贾穿梭于道的繁忙贸易景象；同时，带着启发中国青少年金融理念的美好愿望，为青少年带去实用、丰富的金融知识，激发他们的学习兴趣，提升其金融素养。

在全国巡回期间，中国银监会公众教育服务中心与Visa还将在西安和兰州等地举行“中国青少年金融教育座谈会”，向当地相

关政府部门、金融服务机构和媒体分享与交流国内外青少年金融教育的现状与趋势。

中国银监会公众教育服务中心负责人张永军表示：“少年强，则中国强。青少年经济金融教育是一项普及性、整体性、全面性的系统工程，任重道远，需要社会各方的共同努力。在今后的工作安排中，我们将着力加强公众咨询服务，继续丰富常态化的宣传内容，完善银行业金融机构金融普及工作的评估激励机制，不断提升金融知识宣传教育活动的覆盖面和有效性，让孩子们既能加强财务管理和风险防范的能力，又能充分感受到现代金融带给他们的便利。”

Visa 中国区总经理于雪莉认为：“金融普惠，教育先行。金融教育需要从娃娃抓起。今年，我们非常高兴能继续携手合作伙伴开展嘉年华活动，重新踏上“丝绸之路”这条对人类文明进步、文化交流、贸易互通有着卓越贡献的古老商路，将金融知识、多元文化带给丝路沿线的青少年，鼓励他们心驰所向，探索更广阔的世界。我们希望此次活动不仅通过寓教于乐方式传递金融知识，而且向世界介绍丝路沿途的美好山河和人文景观。”

中国儿童中心副主任李忠明表示：“中国儿童中心近年来率先在培养儿童的社会能力、媒介素养、财经素养等方面开展研究和实践。在培养儿童财经素养方面，我们已经连续开展了6年小小跳蚤市场活动，深受家长和少年儿童欢迎，惠及上万名少年儿童。”

今年的嘉年华活动将通过金融知识讲堂、理财足球体验、互动游戏等寓教于乐的形式展开，并充分展示“丝路”主题。嘉年华将为孩子们重现古丝路“集市”情景，由象征北京、西安、兰州、乌鲁木齐不同城市特点的活动小站组成，每个小站设有适合青少年参与的趣味互动游戏，并以金融知识和丝路沿线城镇的历史地理文化为题进行问答，让青少年在玩乐的过程中获取知识，引导他们养成良好的财富管理习惯。

作为2016中美旅游年的战略合作伙伴之一，Visa还希望通过推动中美两国之间的文化与经济交流，为中美两国间提供更多的发展机遇；此次嘉年华巡回也将是推广“美丽中国”旅游形象的又一举措。Visa将在国内外知名社交平台上分享金融教育嘉年华丝绸之路沿途的美丽风光，并与粉丝互动沿线城市的旅行预算管理攻略，鼓励青少年去远方，通过旅行开阔眼界，倡导运用金融知识制定合理的旅行预算，充分感受不同地域的独特旅行体验和文化魅力。

此外，Visa与漫威漫画(Marvel Comics)还联合推出了全新理财教育漫画书《银行护卫队：火箭浣熊的宏大计划》中文版，并将其作为嘉年华的精美礼品，赠予参与活动的青少年。这本漫画以火箭浣熊和蚁人等为主角，将预算、储蓄、金融理财等基础金融知识鲜活地融入到故事情节中，激发广大青少年学习金融知识的兴趣，同时提升其理财与

风险意识，通过养成良好的理财习惯达成美好的生活目标。

中国金融教育 Visa 流动宣传车已是连续第四年开往全国各地，有近万名青少年登上过大巴车学习金融知识，这间“流动金融教室”每到一处都受到了当地青少年热烈的欢迎。此次金融教育巡回嘉年华活动还得到中国农业银行、中国金融教育发展基金会、上海真爱梦想基金会，以及新浪公益、网易公益、优酷公益等合作伙伴的大力参与和支持。

蒙牛牛奶盒助力寻亲让家团圆

众所周知，儿童失踪后的 72 小时为黄金搜救时间，在第一时间求助警方搜救儿童之外，QQ 全城助力利用移动互联网定位技术，会在失踪事件发生后向所在城市数千万网友推送寻人启事，帮助寻找失踪儿童；而在 72 小时之外，QQ 与蒙牛乳业、纷美联合开展“奶盒寻亲”，将大量不同的失亲信息和儿童防拐知识印刷在未来星牛奶盒上，联合线下消费者共同为寻找儿童出一份力，庞大的社会力量充分运转，才能有效帮助失踪儿童获救；同时，我们也呼吁全社会广泛传播寻找失踪儿童的科普知识，如一旦发现被拐儿童警察会立刻录入小孩的 DNA，也希望越来越多的被拐儿童父母有这个意识，去录入自己的 DNA 信息，增大寻回孩子的概率。同时

也希望父母们能通过扫描奶盒知识和其他途径获取防拐知识，保护孩子的安全。

未来 5 年时间内，蒙牛将联手 QQ 全城助力、纷美包装、数码通公司，通过在未来星、新养道的牛奶盒包装上印刷寻亲信息、普及儿童防拐知识，将线上线下寻亲打拐宣传有机结合，呼吁社会公众帮助失踪儿童回家。

未来，消费者购买的未来星、新养道产品上将印有失踪儿童的简要信息，同时附有二维码。扫描包装盒二维码可链接寻亲平台，提高失踪儿童寻找到的概率。



(示意图)

蒙牛呼吁全社会都能参与到这项活动中来，72 小时内，我们一起努力找寻任何一点线索；72 小时外，我们决不放弃找寻的可能性，用每个人一点一滴的力量，汇聚成寻亲的海洋。

5 月 25 日，是世界寻亲日，这些走失的孩子们渴望回到爸爸妈妈的怀抱，他们的父母也无时无刻不盼望见到孩子的归来。愿在全社会的共同努力下，失踪的孩子们最终都能找回自己的家，也希望每个家庭的“未来星”，都能在爸爸妈妈的呵护下幸福成长！

企业社会责任报告

中国煤炭工业协会

近日在京发布煤炭行业企业社会责任报告

神华集团等 8 家企业代表现场发布了 2015 年社会责任报告，13 家优秀企业受表彰。中国煤炭工业协会副会长王虹桥宣读了《中国煤炭工业协会关于表彰 2015 年度全国煤炭工业社会责任报告发布优秀企业的决定》，发布了 13 家优秀企业名单，分别是神华集团有限责任公司、中国中煤集团有限责任公司、大同煤矿集团有限责任公司、开滦（集团）有限责任公司、陕西煤业化工集团有限责任公司、冀中能源集团有限责任公司、山西潞安矿业（集团）有限责任公司、内蒙古伊泰集团有限公司、江苏长江地质勘查院、甘肃煤炭地质勘查院、神华神东煤炭集团有限责任公司、神华准能集团有限责任公司、朔黄铁路发展有限责任公司。这些受表彰的企业是煤炭行业履行企业社会责任的先进典型，在行业中起到了示范引领作用。

中国煤炭工业协会党委书记、副会长兼秘书长梁嘉琨表示，一份份沉甸甸的社会责任报告体现了煤炭行业企业勇于承担、认真履行社会责任，在困境中仍然攻坚克难，自强不息。煤炭行业企业在保障煤炭稳定供应的同时，更加注重以人为本，安全发展，并取得了历史性进步；更加注重矿区生态文明

建设与区域经济协调发展，在保护环境、清洁生产方面取得了新进展。煤炭行业企业更加注重维护矿工的权益，关心职工生活，改善工作环境，加强素质教育，加快了棚户区改造，许多矿区旧貌换新颜，不断提升煤矿工人的幸福感。不仅如此，煤炭行业企业还不断加大公益事业投入，开展对口支援，扶贫济困，修楼建桥，为所在社区提供水、电、气及物业服务。

据悉，2015 年煤炭行业企业社会责任调查得出煤炭行业企业社会责任综合评分为 41.3 分，整体达到三星级水平，处于良好阶段。

杭州发布企业社会责任建设报告

173 家企业达到 A 级标准

近日，杭州发布企业社会责任建设报告，对全市企业社会责任建设工作进行了通报。

据了解，早在 2009 年，为应对国际金融危机组织开展“不裁员、不减薪”共同约定行为，杭州在全国地市级以上城市中率先开展企业社会责任建设，将企业社会责任建设作为塑造杭州企业良好形象和品牌竞争力的重要工作之一。

值得一提的是，杭州先行先试、创新机制，走出了一条企业社会责任建设的新路子。

通过借鉴 SA8000、ISO26000 国际通行标准，杭州建立“数字化”评价体系。从市场责任、环境责任、用工责任和公益责任四个方面，设基本指标、进步指标和个性指标共 50 项指标，分通用类、服务业、建设业三个类别，采用量化标准评估企业社会责任履行情况。

此外，“杭州标准”还明确要求企业不断优化能源使用结构，逐步降低综合能耗，完善污染物处理设施，大力推进清洁生产。同时，鼓励企业采用先进的工艺技术与设备，从源头削减污染，打造环境监管最严格城市。

同样，在通报会上，一些企业践行社会责任的有效实践也被用来分享。比如万事利

集团有限公司的一个做法，传播中华丝绸文化。企业录制播出《字说丝绸》《私行天下》等丝绸类文化电视节目，每年主办中华丝绸文化论坛，成立中国首家民营企业成立的丝绸文化博物馆等等，都是在践行社会责任。

截至目前，全市已开展四轮企业社会责任建设评估，申报评估企业达 4123 家，其中 173 家达到 A 级标准，2696 家达到 C 级以上标准。

企业社会责任热点

八大网址导航网站联合发起倡议 呼吁全国网址导航网站积极承担社会责任

5月19日国搜导航、hao123导航、114啦网址导航、2345网址导航、UC网址导航、360导航、QQ导航、搜狗网址导航等国内八大网址导航网站今天发出联合倡议书，呼吁全国网址导航网站坚持正确导向，积极承担社会责任，共同促进互联网健康发展。

倡议书称，网址导航网站是网民上网的重要入口，是获取信息的重要渠道，具有很强的引导作用。只有牢固树立为国家服务、为人民服务意识，切实增强使命感、责任感，守住“七条底线”，才能促进互联网持续健康发展。

倡议书呼吁，全国网址导航网站积极承担让网络信息传播更好服务人民的责任，承担坚持正确导向的责任，承担传播正能量的责任，承担内容传播把关人的责任，承担回报社会的责任，承担自律自净的责任，承担保障网民权益的责任，共同营造天朗气清生态良好的网络空间。

倡议书全文如下：

坚持正确导向 承担“七个责任”

共同营造天朗气清生态良好的网络空间

——全国网址导航网站倡议书

网址导航网站是网民上网的重要入口，是获取信息的重要渠道，具有很强的引导作

用。我们深知，只有牢固树立为国家服务、为人民服务意识，切实增强使命感、责任感，守住“七条底线”，才能促进互联网持续健康发展。为此，我们向全国网址导航网站同仁发出如下倡议：

一是承担让网络信息传播更好服务人民的责任，自觉践行新发展理念，适应网民的期待和需求，推进内容、形式、技术等全方位创新，提供更加安全便捷的信息服务。

二是承担坚持正确导向的责任，把导向要求落实到网站推荐、内容展示等各个方面，优先推荐权威网站，优先推送权威信息，推动网上网下形成同心圆，共同为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

三是承担传播正能量的责任，培育积极健康、向上向善的网络文化，用社会主义核心价值观和人类优秀文明成果滋养人心、滋养社会，做到正能量充沛、主旋律高昂。

四是承担内容传播把关人的责任，坚守法律法规底线，自觉抵制和打击网络谣言、网络诈骗、网络色情、网络暴力等有害信息，不给非法网站提供导航，不给违法信息提供传播平台。

五是承担回报社会的责任，始终把社会效益放在首位，不片面追求商业利益，不以给钱多少、流量高低作为排位标准，自觉肩负起社会责任、道德责任，饮水思源，回报

社会。

六是承担自律自净的责任，强化网站自我净化、自我约束、自我管理，提高从业人员素质，规范网站经营活动，为广大网民特别是青少年营造风清气正的网络空间。

七是承担保障网民权益的责任，自觉接受网民监督，畅通网民举报渠道，提高对网民举报的受理处置效率，建立完善网民权益保护机制，加强网民个人隐私保护，不断提高网站社会公信力。

联合倡议网址导航网站(排名不分先后):

国搜导航

hao123 导航

114 啦网址导航

2345 网址导航

UC 网址导航

360 导航

QQ 导航

搜狗网址导航

履行社会责任，不只是做慈善

（新理念引领新实践·共享发展）

106家中央企业，已有47家进入世界500强。经营业绩做大做强的央企，履行社会责任状况如何？让更多人分享企业发展成果，央企又将从何着力？日前记者进行了采访。

所有央企定期发布社会责任报告

截至2015年底，所有中央企业都定期发布了社会责任报告。中国社科院发布的报告

显示，央企社会责任发展指数持续增长，显著领先于其他企业。这让长期推动央企社会责任工作的国务院国资委副秘书长彭华岗深有感触，“10年前，国资委刚刚在中央企业全面推行社会责任时，只有4家央企发布年度社会责任报告，内容也限于公益慈善等几项。”

今天，中央企业履行社会责任的触角不断延伸，社会责任的内涵日益丰富。

企业是从事生产经营的经济主体，社会责任首先体现在企业于日常运营中与社会环境和谐相处、释放正能量。“诚信央企、平安央企、绿色央企”成为央企社会责任建设的基本内容。2015年，中央企业在利润下降的背景下，上交国家财政收入同比增长4.7%。“十二五”期间，央企万元产值综合能耗、二氧化硫排放量及化学需氧量排放量连年下降，降幅超过全国平均水平。央企安全生产状况不断提升，其中神华集团作为全球最大的煤炭企业，原煤生产百万吨死亡率从2005年的0.02下降为0.004，达到世界先进水平。

央企在维护国家经济安全、实现国家战略等方面更是主动作为，成为中国经济社会发展的“稳定器”。2011年利比亚撤侨，国航、东航、南航无偿组织包机，迅速投入撤离工作。汶川地震、玉树地震，中央企业第一时间奔赴抗灾一线，抢修电网、通讯、交通设施，以最快速度打通“生命通道”。中央企业成为“中国创造”的核心力量。神九飞天、蛟龙下海、高铁奔驰……历年国家科

科技进步特等奖及绝大部分的国家技术发明一等奖均由中央企业获得。

更重要的是，中央企业履行社会责任的制度建立起来。2008年，国务院国资委发布了《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，要求所有央企建立和完善履行社会责任的体制机制，做“依法经营、诚实守信的表率，节约资源、保护环境的表率，以人为本、构建和谐企业的表率，努力成为国家经济的栋梁和全社会企业的榜样”。同时，央企履责方面的表现纳入企业负责人经营业绩考核。制度的完善，使履行社会责任成为每个央企的分内之事。

社会责任不是负担，履行责任是多赢之举

“10年间，最大的变化还是企业社会责任理念的变化。”国资委研究局副局长侯洁这样认为。央企社会责任建设刚起步时，有人以为“社会责任就是多搞搞慈善、多捐款”，有人担心“搞社会责任会加重企业负担”。

“社会责任不完全等同于做慈善。”侯洁说。公益慈善是社会责任的重要组成，央企对此领域一直在投入，长年主动参与扶贫助教、慈善捐助，90多家中央企业定点帮扶着189个国家扶贫工作重点县。不过，央企运营的是国有资产，从事公益慈善、特别是直接对外捐赠，少了易被指责“没责任感”，多了容易引来“花国家的钱不心疼”的议论。为此，国资委专门出台相关规范性意见，明确了央企参与公益慈善要“统筹兼顾、专业

科学”。统筹兼顾是指央企参与“救急难”等公益慈善事业，应在实现国有资产保值增值、提供优质产品和服务的基础上，合理确定公益慈善的内容和规模。专业科学强调央企合理选择慈善领域、项目和形式，鼓励央企设立慈善组织。目前央企已出资设立了10家非公募基金会。

社会责任更不是重新走到“企业办社会”的老路上。很多央企经历过“企业办社会”，学校医院甚至公园道路都要自己建，负担很重。现在，企业普遍认识到，企业的社会责任不是过去“企业办社会”的那种责任。企业一方面要轻装上阵，剥离办社会的职能，另一方面也要在经营中处理好经济效益、社会效益统一的问题，不能因为追求利润而污染环境、浪费能源，不能为了降低成本而不给职工依法缴纳社保。中航油用3年时间，与为企业服务多年的劳务派遣人员直接签订劳动合同，实现同工同酬。“员工队伍更稳定了，劳动生产率更高，安全状况也更好了。我们感到，履行社会责任于企业是多赢之举。”中航油负责人说。

“企业已经认识到社会责任不是额外的工作，主动将社会责任理念融入价值观和愿景，积极回应并吸纳来自社会的需求，让更多人分享企业发展成果。”彭华岗表示。

能力越大，责任越大

经济增速放缓，央企履行社会责任也面临新挑战。产能过剩、产品卖出白菜价，一些企业正处于10年来的最低谷。在经营遇难

的情况下，能否在履行社会责任方面坚持投入财力、物力，考验着央企。

更大的考验来自社会认同。尽管央企履行社会责任水平不断提高，但与公众期望值之间，始终存在着一定偏差。央企是大型国企，运营着大量国有资产，有的还占有一定数量的公共资源，公众对其社会责任的期望值往往高于其他类型的企业。同时，基于央企的国有性质，公众对其履行社会责任常常会有完全不同甚至相互矛盾的要求。例如，央企改善员工待遇，会被质疑“薪酬高、花钱不心疼”，反之又会被批评“不关心员工”。

“能力越大，责任越大。”侯洁说，公众对央企社会责任的高要求是正常的，企业要充分重视。一方面，企业不能满足于现有的成绩和水平，要把社会责任融入管理运营，向全产业链、全价值链延伸，不断提升可持续发展能力。国资委已提出，央企要积极将社会责任指标与国际一流企业对标，及时发现自身存在的弱项和短板。国资委同时按照“央企达标、央企领先和国际先进”三个层面，设立了社会责任管理指标。另一方面，要完善社会责任沟通机制，“既要做好，也要说好”。国资委提出，央企要建立社会责任信息交流平台，广泛利用微博、微信等新兴媒体，加强日常社会责任信息披露，传播企业社会责任理念、实践和成效，争取最大程度的认同。“更加强调社会责任，也是企业发展到高级阶段的标志。”侯洁说。

【延伸阅读】

国家电网公司发布的企业社会责任根植项目，有不少已经初见成效。比如，南京地区钓鱼爱好者众多，经常发生甩钓鱼竿碰上高压电线致人伤亡的事件，2013—2014年间共发生29起，25人死亡。国家电网南京供电公司的工作人员把钓鱼爱好者、渔具店、沿线企业、鱼农蟹农、巡线工等分片聚集到一起，在微信群里分享防范常识，相互提醒。去年，再没发生过一起此类事故。

——国家电网公司新闻发言人王延芳

中国五矿集团公司有超过40%资产在海外，在秘鲁的拉斯邦巴斯铜矿项目，给当地创造了大量就业岗位，为当地搬迁的居民建了现代化社区，大大改善社区条件。社区里有3所学校，一所医院，还修了教堂、赛马场和斗牛场，并提供技能培训，为每户人家至少提供1个就业岗位。

——五矿集团公司董事会秘书周巍

中国移动努力寻找自身业务专长和社会发展议题的最佳结合点，提出解决方案。例如，在贵州等省与卫生部门合作搭建新农合信息系统，借助覆盖至边远山村的移动通信网络，让农民在村卫生室就能直接实时获得国家新农合医疗补贴，实现小病不出村。农民可以省去到上级医院申请报销的路费和时间，国家惠农资金也可以得到全程、透明监管。

——中国移动发展战略部企业策划处副经理文雪莲

企业社会责任探索

难以孵化的中国社会责任投资

如果你是一位投资人，是否希望你的每一笔投资都用在正道上，兼顾了股东、顾客、员工、社会、环境等多方利益？近日在一场中国公益金融论坛上，多米尼投资创始人、哈佛大学社会责任投资促进项目创始总监史蒂夫·莱登伯格(Steve Lydenberg)介绍，和传统“只认钱不认人”的投资行为不同，如今，在评估企业价值时，全球投资人正越来越多地融入一些“社会因素”，而非仅关注企业的财务指标。

国务院参事汤敏对《第一财经日报》记者表示，社会责任投资是介于过去“做企业赚大钱和做慈善光投钱”这两者之间的概念，既实现了一定的社会公益目标，又获得了一定的回报、具有可持续性，也就是“做了好事不吃亏”。

公益金融解决草根阶层信贷需求北京师范大学社会发展与公共政策学院副院长张强在会上介绍，“社会责任投资”尚没有统一的定义。美国社会投资论坛认为“社会责任投资”是在精确财务分析的背景下，将正面及负面因投资所造成的社会或环境结果加以考虑的投资过程。

史蒂夫·莱登伯格介绍，作为一种综合考虑投资的环境、社会和治理因素的投资门类，社会责任投资自2006年以来，年均增长率20%

以上，目前在全球50多个国家总体规模近4兆美元。

从美国的变化就可以看出世界金融发展的一个趋势。据美国社会投资论坛的统计，1995年全美社会责任投资涉及的资产规模为6390亿美元，2007年其规模已经达到了2.71万亿美元，增幅为324%。而在同期，美国基金资产规模增长了260%，从7万亿美元上升至25.1万亿美元，社会责任投资的资产规模占比超过了其中1/10。这其中，社会责任投资基金的增长尤为迅猛。社会责任共同基金与交易所交易基金的数量在过去12年间增长了约5倍。

史蒂夫·莱登伯格介绍，按照社会责任投资标准筛选出的31家共同基金，其平均表现优于其他未进行筛选的共同基金。在1990年5月1日~2010年4月30日的20年时间里，投资这一指数获得的年化收益率为9.7%。而相比之下，同一时期投资标准普尔500指数获得的年化收益率为8.88%。

“但这一优势在数据方面的表现并不显著。”史蒂夫·莱登伯格说，2001年，一份总结了80项针对企业社会责任与财务表现关系的学术研究报告显示，58%的研究发现企业社会责任与财务收益呈正相关，24%发现没有关系，19%发现关系不明，仅有5%发现呈负相关。

张强介绍，在我国，慈善捐助和传统金

融行为仍是主导。但一些企业已开始不同层面的公益金融创新实践，如从 2003 年开始成立的 YBC（中国青年创业国际计划）公益项目为缺乏条件启动创业和发展企业的创业青年提供专业化的公益帮扶。南都公益基金会 7 年来也一直资助优秀公益项目，推动民间组织的社会创新。

汤敏对记者表示，微型企业和农民等“草根阶层”的贷款匮乏问题一直是世界各国面临的一个难题，对于拥有 9 亿农民的中国而言，更是迫切需要解决。要解决微型企业和农民贷款匮乏的问题，将公益和投资相结合的“公益金融”是一个有意义的探索。社会责任投资规模有待扩大张强介绍，虽然国内的社会责任投资已获得一定成绩，但与国际成熟的社会责任投资资本市场比起来，还存在很多不足。其中最大的制约因素是投资总体规模发展滞后。

中国号称全球第二大股票市场，但社会责任投资规模同美国和欧洲相比，差距非常明显。以美国为例，截至 2010 年底，美国社会责任基金数量已增至 200 多只，规模由 1995 年的 0.6 万亿美元膨胀至 3.07 万亿美元，增长幅度超过 400%，占同年美国名义国内生产总值的 20.93%。

而在我国，国内开放式基金近千只，以责任投资命名的基金只有不过十只，在资金

规模上，截至 2011 年底，国内基金资产规模超过 2 万亿元，而社会责任投资基金规模不过 100 亿元。

北京师范大学社会发展与公共政策学院的研究显示，社会责任指数的计算难以对社会贡献进行准确的估量，如“每股社会贡献值”。上市公司年度内因环境污染等造成的其他社会成本在现实中却又是很难准确量化计算的。

史蒂夫·莱登伯格也对记者表达了同样的疑问，“究竟该如何对社会效益进行定义、测量和报告呢？如何在社会收益和经济收益之间权衡？是否真的能做到平衡？”

国内的社会责任投资虽然强调希望投资具有社会责任的上市公司做到资本逐利和社会责任兼顾，但是在某种意义上，国内社会责任投资是市场细分和基金产品多元化的产物，换句话说，为了吸引更多的投资者，需要有更多概念的投资产品，社会责任投资只是其中一类。

目前国内的社会责任投资基金的投资主体 90%以上为散户，即个体投资者，很难形成规模效应。19 日，中国社会科学出版社出版的《社会责任投资实践指南》认为，国家应出台相关政策，鼓励社保基金、养老金、教育基金、公益慈善资金等进入社会责任投资市场，为该市场注入丰富的血液。

郭毅：

中小企业是中国企业社会责任发展重点



中小企业的发育和发展程度,是一个国家或地区市场化水平的重要标志。在很多国家,中小企业数量庞大,社会影响面广泛,在解决就业、创造税收、丰富市场等诸多方面发挥重要作用。比如在欧盟,中小企业占企业总量的 95%以上,提供超过 66%的就业岗位,欧盟国家经济增长一半源自中小企业的贡献。在中国,中小企业占企业总数量的 99.6%。因此,引导中小企业持续健康良性发展,促进中小企业的社会责任建设意义重大。然而,无论是在理论研究还是在实际操作中,中小企业的履责问题却一直是企业社会责任建设中的难点。这既与中小企业群体自身的特点有关,也与中小企业社会责任的推进机制建设有密切联系。

1 履责与收益外溢

相对于大型企业而言,中小企业规模较小,资金薄弱,产品市场占有率低,并且单个中小企业往往不具备广泛的社会影响,社会责任行动对企业品牌声誉方面的回报并不明显。因此单个中小企业并不像大型企业那样,具有明确的承担社会责任

的动力。就单个中小企业而言,个别企业的社会责任行动相当于企业向社会免费提供了公共产品,产生“正外部性”经济效应,即收益归社会,成本归企业,也就是出现“收益外溢”现象,因此企业履行社会责任的动力不足。并且,由于单个中小企业的社会影响面小,企业的社会责任行动并不能像大型公司制企业那样获得社会关注、产生社会影响并实现经济绩效方面的回报。

就能力而言,中小企业履责所面临的重要问题在于掌握的资源较少,从而致使其履行社会责任的能力较弱。美国学者 Jenkins 认为,中小企业履行社会责任主要面临三方面的资源约束。首先,资金来源渠道不足。相对于大型公司制企业而言,中小企业获取银行贷款和其他社会融资的途径较少。其次,社会责任行动必然增加企业的运行成本,加重了中小企业的负担。再次,中小企业社会责任行动面临时间的约束,不论是服务社区,还是教育、培训都需要占用员工大量的工作时间,从而对企业经营和绩效产生一定的影响。

2 传统责任标准不适用

传统企业社会责任的研究对象主要是“Corporate”,即公司制企业,这类企业一般规模较大,控制和支配着大量的经济资源和社会资源,企业的生产经营行为不仅影响了经济生活本身,而且还对企业所在地的环境、资源、劳动就业、产品安全

等社会生活诸多方面乃至政治活动、文化生活等层面产生影响。因此，公众也相应对企业社会责任意识和社会责任行动寄予较高的期待。

然而，传统企业社会责任行动要求和推行模式并不能直接适用于中小企业。中小企业不仅规模上区别于大型公司制企业，而且在产权结构、治理模式、运行特点以及所面临的市场状况等诸多方面和大型公司制企业存在差异，企业在承担社会责任的意愿、能力、决策机制和声誉回报等方面也与大型企业明显不同。例如，针对大型公司制企业进行的企业社会绩效和企业财务绩效的相关性测量，无论是在指标选择、模型设计、测量方法和基本结论等方面，都不适合于中小企业。

此外，当前国际企业社会责任运动中存在一种倾向，即力求建立某种统一的企业社会责任标准，适用于不同国家、不同地区、不同行业的各类企业。从早期的SA8000到新推出的国际标准化组织ISO26000社会责任标准，都致力于实现这一目标。

然而，企业社会责任是以企业为主体，参与社会问题的解决。不同国家、地区在不同发展阶段下所面临的社会问题差异很大，社会责任指南的一般化容易造成对不同企业所处的社会文化背景和所面临的具体社会问题的忽略，既可能导致企业履责边界不清，造成社会责任资源的“误用”

或浪费，也不利于激励企业自觉、能动履责的积极性。

这一点在中小企业群体中体现得尤其明显。中小企业群体的内在差异性较大，企业与企业之间在产业领域、规模大小、治理方式等诸多方面存在差别。不同行业、不同规模以及处于不同发展阶段的中小企业，其关键资源和核心利益相关者各不相同，因此简单设定某种中小企业社会责任绩效的统一标准，并不能科学合理地引导中小企业的企业社会责任行动。相反，由于这类标准忽视了中小企业的具体差异，因此也往往无法得到中小企业的认同和认可，不利于企业在自愿、自觉、自律基础上履行企业社会责任。

3 欧美国家的探索

在欧美发达国家，公众和政府对于推进企业社会责任的关注重点开始转向数量庞大的中小企业群体，中小企业社会责任问题也引起越来越多国际相关领域研究学者的关注，有许多学者甚至提出，应当开辟专门的中小企业社会责任，即“SBSR” (Small Business Social Responsibility) 研究领域，以区别于传统的CSR研究。

当前，欧洲一些国家推行的“Award Schemes”，引起许多研究中小企业社会责任学者的关注。所谓“Award Schemes”，是指政策制定部门和公共机构通过商业联合会之类的组织，设定共识性企业社会责任核心准则，并为中小企业创造向其他成

功履行社会责任企业学习和获取专家建议的机会，在中小企业群体内部形成一种同伴激励、经验分享、相互促进的积极反馈系统。

这一准则充分考虑了中小企业群体的内在差异，为中小企业提供了根据自身特点自愿选择的空间，同时还降低了中小企业模仿行为的进入壁垒。企业管理者有机会接近履行企业社会责任较好的其他企业，了解它们是如何面对资金、人员等方面的约束，建立企业社会责任和企业财务绩效之间的正向联系，也将自身成功的经验与别的企业分享。

意大利被称为“中小企业王国”。2002年，意大利政府发起“企业社会责任——社会承诺”计划。在这个项目中，意大利劳动事务部提出，将积极构建适用于中小企业的企业社会责任执行标准，项目的目标是传播企业社会责任文化，制定中小企业普遍认同的社会责任原则和标准；同时项目支持中小企业发展适合自身特点的社会责任项目，进行企业社会责任的自我评估、测量，鼓励中小企业将履行企业社会责任与其发展战略相结合，通过社会责任行为提高企业竞争力。

不仅如此，针对意大利中小企业产业集群明显的特点，政府部门还积极为中小企业社会责任项目的建立和实施搭建沟通、交流与合作的平台。2005年，意大利政府成立了“意大利社会责任中心”，目的是促

进意大利中小企业与相关公共机构、行业协会、大学、科研团体以及其他相关人员的对话，推动同行业、同地区中小企业针对共同企业社会责任目标形成联合行动。

4 抱团履责共享收益

与意大利中小企业十分相似的是，我国中小企业的区域产业集群特点十分明显，如福建晋江的制鞋产业、浙江永康小五金产业、广东东莞的电子产业，都是由处于同一产业链上的许多规模相当的中小企业，区域性相对集聚形成的。

同一行业的中小企业之间存在着一定的竞争关系，但从集群特点上看，又存在着规模经济和范围经济优势。共同的社会资源是产业集群形成的纽带，集群产业内各中小企业往往拥有共同的利益相关者。

所以，各企业之间应该建立履行社会责任战略联盟，即抱团合力对共同的利益相关方负责。这样，一方面避免了单个企业在履行社会责任时可能产生的“收益外溢”等外部性问题，也相应增强企业的履责意愿和能力。

其次，中小企业应该辨识自己的当务之急，选择有利于提高自身竞争力的履责内容，并将其纳入企业长期发展战略，通过社会责任行动构建良好的运营环境。

（作者：郭毅中国工业企业社会责任研究智库）

杨力：

中国企业社会责任立法的三个基本立场问题

中共十八届四中全会决定提出了“加强企业社会责任立法”，这是在中国第一次以执政党的最高决策文件形式，指出了推动企业社会责任的基本路径。企业社会责任在中国发轫于 2006 年政府“自上而下”的强力拉动。之后，无论是国家部委和地方经验，还是行业协会、样板央企或部分跨国公司，已有了碎片化的责任试验基础。然而，至今整体水平低下、上下不统一、平行差异大、前后不一致等的责任承担状况，根本决定了推动企业社会责任立法将会成为真正让这只“猪”能飞起来的风口。它是越来越多的中国企业乃至整个产业链实现可持续发展，以及迈向具备世界一流竞争力的关键环节。

企业社会责任立法的矩阵格局

整体而言，责任立法应当形成社会组织、企业利益相关方之间的“横向”激励和监督，以及政府的“纵向”管理交错架构的“矩阵格局”。

1 横向激励和监督应当成为立法导向

应在近似的完全可竞争的市场里，自由放任的政策又比政府的规制更为有效，让具有不同市场力量的利益相关方与企业实现外部交易，借助于相互的激励和监督，使得责任承担的利益相关方之间能够制定出一种各方可接受的利益均衡，而不是倾

斜地让责任制度化设计无度地偏袒任何一方。从这个意义上，推动责任制度化与其说是关注市场的竞争结构，莫如说更应高度重视缓释企业承担社会责任过程中涉及利益相关方之间的潜在竞争压力，即大幅度降低所谓“沉没成本”。

2 纵向的政府监管仍在立法中不可或缺

因为责任承担完全交由市场机制促成的交易费用过高，同时纯粹交由社会组织或企业来协调则又会产生规模不经济。所以，庞德意义上指向“公共利益”的责任承担，比如，企业社会责任涉及的政府税收、社区安全等提供公共产品的责任，以及资源使用、环境保护等带有自然垄断性质的责任，在立法设计上更宜交由作为公权力组织中具有权威界定职能的政府，借助于法律、政策、命令等加以调整，毕竟这样可以减少公共性、专用性产权的界定费用，并能从公共利益出发，与作为买方的企业签订价格合理且保障供给的合约，以避免或降低买卖双方因机会主义而引发的交易费用。

接下来的问题是，深入评估矩阵责任立法在横、纵两个轴线之间如何合理构建，以达到立法效益的最大化。毕竟多元化的责任利益所实现的，绝不是非此即彼的“零和游戏”，而是走向“策略性的纳什均衡”，目标是所有责任利益输出总量应该有所增长。

责任立法的矩阵格局决定了作为规制者的政府、被规制者的企业、企业利益相关方之间的激励和监督构造了一个交叉博弈

模型。责任立法的目标就是应使每个参与人的策略，是对其他参与者策略的最优反应，以达到“纳什均衡”的最佳策略组合。根据这样的制度安排，推动责任承担的链条上所有参与者为了自身利益的最大化，没有任何单独一方可以独立行动而增加收益。它不仅涉及“纵向”的规制双方在刺激企业责任担当控制权上的配置比例，而且关系到责任立法的方案到底又在“横向”多大程度上，需要采取责任成本补偿机制、激励性税收优惠安排、责任产品溢价政策、产业采购链倒逼机制等责任承担的激励和监督手段。

企业社会责任的入法标准和变量

基于以上的矩阵立法格局，企业社会责任立法的入法标准就有了两种相应的方式：一种是从纵向角度，把企业社会责任理想视为一种完美主义，推行“硬法”意义上的责任入法；另一种是从横向角度，不问什么是完美责任承担，而是立足于阿马蒂亚·森的立场，以通过企业社会责任入法来达到消除“不道德”的目标，即以权威责任评估标准、行业性自律、NGO 组织规则和企业内部章程、内在治理结构规制等“软法”，全面推动企业社会责任的制度化。

更进一步的问题是，推动“降低不道德”的责任立法过程，能否找到一个远离不道德目标的判断标准？

通常会立即想到责任指数、权利状况、资源利用、环境保护、自由程度等，但在中国责任立法的“软法”领域，还应

关注到这样一些新的变量：

1 责任兴起的“中国背景”

主要有国际金融危机的倒逼、虚拟资本主义的失灵、国内政府高层的关注、央企责任样板的效应，以及一连串的食品安全事故的源起、GSK 商贿丑闻的波澜、电讯寡头联盟的垄断等。

2 责任融入的“内延发展”

规制当下的企业更多承担社会责任，并不是鼓吹过度让之背离于赢利的目的，而是把社会需要转化为企业内在战略，尤其是把责任视为是企业与利益连接伙伴，甚至映射社会生态的独立符号系统，它不是被迫、外在的，而是主动、内生的。

3 责任推广的“个性多元”

责任承担与互联网的联姻势不可挡，互联网的介入让责任开始变得无所不在、且更精准化、个性化。互联网逐渐让社会的构建方式发生了根本变化，网联式的社会让社会更具张力和弹性，企业社会责任将会在这种背景下兴盛，甚至裂变。

4 责任衡量的“机会公平”

责任的担负还应考虑整体经济的转型，以及原子企业所处行业、规模、区域等差异，所以责任标准设定上不宜“一刀切”。毕竟所谓社会公正、道德与否的判断，还在于个性化企业是否拥有平等能力，其代表公平的起点、均等的机遇和正当的过程。这样判定法律之外的何种责任宜纳入软法规制，就不是单纯考虑责任的一次分配，

而是需要结合不同企业中利益相关方的责任承担能力差异性,进行适度的二次分配。责任立法应避免“萨班斯法案”教训以上推动责任立法进路,采取“硬法的审慎介入”和“软法的适度扩张”路线,其实是在小心谨慎地回应这样一种责难:责任立法是公权向私域扩张的行动。一旦责任制度化过程中对企业社会责任的最佳经济与制度智识运用不够精熟,甚至流于表面和粗糙,极可能会事倍功半,甚至适得其反。2002年美国为了应对“安然”丑闻,以及接踵而至的“世通”凋敝,曾经罕见地以极短时间内、全票通过率颁行了“姿态空前严厉”的《萨班斯—奥克斯莱法案》(以下简称“萨班斯法案”),原本旨在挽救“瘟疫般”日益泛滥的美国公司严重不负责任的诚信危机,但又被指责犯下一个“昂贵的错误”。今天中国推行责任立法之初,当年美国的这场“责任硬化”试验,颇为值得反复揣摩和镜鉴。

“萨班斯法案”的反面教训在于,立法者过分受到政治因素主导,导致对建立独立审计委员会、禁止公司向高管提供贷款等条款,不加讨论就匆促入法,根本没有触及安然、世通的症结所在;同时,法案中对有效的问责机制,以及狂放不羁的金融衍生工具等这些根本的症结问题,反而未给予回应,甚至在国会辩论中没有涉及;同时法案中的许多所谓“制度创新”,其实在倒闭的安然公司中早已付诸实施,

但收效甚微。另外,从法案的实施效果上看,不少管制性条款的执行代价惊人,比如,高管被禁止向公司获取贷款后,又转向以其他方式获取更大补偿;除此之外,法案实施由于强化监管大幅提升公司的合规成本,不仅让许多小微企业不堪重负,而且削弱了美国证券市场对外国融资者的吸引力,让投资者的信心走低,导致像英国电信、德国巴斯夫这样的巨型公司最终选择了退出美国。更为严重的是,萨班斯法案实际上成为另一个责任利益相关方比拼“立法游说能力”的名利场。其中,实力派利益相关方的俘获立法者、权力寻租者、搭便车者、丛林法则的弱肉者,甚至浓烈的政治性角力粉墨登场,成为了该法案彻底受到质疑的命门所在。

有鉴于此,中国企业社会责任立法应汲取教训,既要避免过于自信而染指过度,监管之手伸得过长,又要防止由于刻意缩短民主进程,行事仓促而南辕北辙。毕竟良好责任秩序的形成,仍主要是通过灵活自由的市场竞争来完成的,因此一旦责任立法过度,将会降低企业的市场适应度,甚至抑制市场的竞争。

(作者:杨力 中国工经联中国工业企业社会责任研究智库)

完善中小企业社会责任法律制度的建议

强化和落实中小企业社会责任势在必行。中小企业不仅在数量上占我国企业的绝对比重,而且在促进国民经济增长、扩大就业、提供消费品等方面贡献巨大。然而,我国中小企业在蓬勃发展的同时,也引发了一些亟待解决的问题,这其中尤其值得关注的是中小企业社会责任角色普遍缺失。相较于诸多大企业更倾向于将履行社会责任作为增加其社会信誉、凝聚竞争优势的一条路径而言,中小企业囿于自身生存压力、监管缺位、制度缺失等原因,更易于实施短期行为、投机行为,损害劳动者、消费者、债权人等利益相关者的权益。我国近年来频繁发生的食品安全事故、环境污染、资源过度开发、安全生产事故、劳资纠纷、偷税漏税等,大都是由中小企业引发或与中小企业难脱干系,这不仅严重影响了中小企业自身的可持续发展,而且造成诸多严重的社会问题。可以说,我国中小企业社会责任缺失已十分突出,当下加强中小企业社会责任研究,寻求促使中小企业承担社会责任的路径,具有很强的紧迫性。

中小企业社会责任的履行,仅仅寄希望于企业自身的道德良知、消费者的权利意识、雇员的自我保护、市场的约束机制等,是远远不够的。中小企业社会责任的实施,需要针对其特殊的行为取向,兼顾其成长性与社会性,将其社会责任的底线法制

化,用国家强制力保证实施。同时,通过完善监管体系、激励机制等配套制度,多维度保障中小企业社会责任的落实。

落实中小企业社会责任应注重差异性和针对性。现实中,可以说绝大多数中小企业都认识到履行社会责任有利于树立企业良好的社会形象,有利于增强企业的市场竞争力,有利于企业的长远可持续发展。但是,中小企业实际履行社会责任的状况不容乐观。总的来看,中小企业对社会责任的重要性认知程度与实践程度并不匹配,中小企业履行社会责任更多是少数企业的行为。之所以出现此种局面,有诸多原因:

首先,与大型企业相比,我国中小企业面临着更大的生存压力,当其自身利益与商业伦理发生冲突的时候,为了避免在激烈的竞争和尚待改善的经营、制度等环境中被淘汰,便有可能舍弃商业伦理以保全自身利益;其次,我国中小企业一般都面对众多分散、流动的客户而经营,很少有较为固定的供销网络,且奉行“船小好调头”的经营理念;再次,中小企业抗风险的能力较差,业主对未来的预期具有很大的不确定性,故而对现期利润评价高,对远期利润评价低,难免产生“捞一把再说”的心理;最后,我国虽有关于企业社会责任的一般性立法,但未考量中小企业的特殊行为取向而在企业社会责任上做出有针对性的法律制度安排,这亦是一个不容忽视的因素。

值得特别指出的是,企业社会责任理

论最初是为了解决企业日益巨型化所引发的一系列社会问题而提出来的一种理论,随着企业社会责任获得社会的普遍认同,所有企业都应当承担社会责任观念在不知不觉中逐步深入人心,一度被认为是大型企业应承担的社会责任,也被套用在中小企业身上。然而,这样的认识是失之偏颇的,因为虽然每个企业都应当承担社会责任,但中小企业与大企业相比,无论是所处的成长阶段还是综合实力,都存在较为明显的差异,它们各自承担社会责任的大小、重点等都应有所不同。

完善中小企业社会责任法律制度的几点建议

一、总的指导思想。完善中小企业社会责任法律制度,应当在总体上把握以下指导思想:其一,促进中小企业发展与推动中小企业履行社会责任相结合。其二,中小企业承担的社会责任应与其实力相匹配。其三,强化并严格落实中小企业法律意义上的社会责任。

二、妥当厘定中小企业法律意义上的社会责任的范围。综合《ISO26000 社会责任指南》等标准以及我国既有研究成果,企业社会责任在总体上包括政府责任、员工责任、安全责任、社区责任、消费者责任、市场责任、公益责任、环境责任等。我们认为,中小企业应当承担的法律意义上的社会责任的种类包括员工责任、消费者责任、市场责任和环境责任,而不包括政

府责任、安全责任、公益责任。其一,将政府应当承担的事情交给企业承担,甚至视为企业应尽的义务,进而等同于企业社会责任,是不适当的,容易造成“企业办社会”的现象。其二,安全责任可以包括在员工责任和消费者责任中,没有必要单独列明。员工责任主要是指企业保证员工在工作时具有必要的安全措施,维护员工的人身安全。消费者责任则主要指企业生产的产品或提供的服务必须符合国家的安全标准等。其三,公益责任本身是一种道德责任,大型企业对于公益责任的承担也是自愿的。如果强制要求中小企业承担公益性捐赠,那么会加重中小企业的负担,难以保证社会收益会大于社会成本,与国家促进中小企业快速发展是相违背的,并且,在立法上也不宜过度引导中小企业承担道德意义上的公益责任。其四,将中小企业社会责任的种类确定为“员工责任、消费者责任、市场责任、环境责任”,主要有两个方面的原因:一是中小企业社会责任缺失引发的社会问题,集中体现在侵犯员工利益、损害消费者权益、破坏市场竞争秩序、侵害其他经营者的权益和严重污染环境与破坏资源等方面;二是基于中小企业仅承担最低限度的社会责任的考量。

三、建立健全中小企业社会责任集中履行制度。目前,企业社会责任的履行基本都由各个企业单独进行,这对大企业而言具有效率。但是,中小企业资金实力弱,其

独立履行社会责任的难度相对较大,且可能因市场竞争力在短期内急剧下降而遭致“灭亡”,因此,企业社会责任的独立承担方式,难免打击中小企业履行社会责任的积极性。为了解决既要中小企业履行社会责任、又不能过于加重中小企业的负担的问题,针对中小企业的特殊性实行集中履行制度,是一种可选择的途径。

四、强化中小企业社会责任履行的监督机制。针对中小企业履行社会责任积极性不高、自觉性不强等现状,有必要通过政府的适度干预,强化对中小企业履行社会责任的监督机制。

第一,明确监督主体分工。中小企业社会责任履行的监督应当发挥政府、社会中介组织、消费者、职工、新闻媒体等各方面的作用,建立一个全方位的监督体系。在这个监督体系中,须明确各监督主体的位置,既发挥其监督的作用,又节约成本。就此,比较妥适的做法是,区分政府与非政府监督主体,明确监督职责。

第二,畅通监督渠道。这方面最重要的是保障非政府监督主体能够及时有效地将发现的违法情况反映到政府相关部门,并及时采取处置措施。为此,需要建立一套有效的监督信息交流机制。

第三,监督机制与政府奖惩激励措施实现无缝衔接。其一,保证只要监督主体将

发现的中小企业未履行社会责任的情况反映到了政府部门,那么该行为就一定要得到相应的处理,不会不了了之。其二,将中小企业未履行社会责任而受到惩罚的情况进行披露,达到一定的警示作用。

五、健全中小企业社会责任履行的激励机制。可以将国家对中小企业的促进扶持措施与企业履行社会责任相结合,形成激励机制,这样既促进中小企业的健康持续发展,也有利于中小企业社会责任的落实。为此,可以尝试建立中小企业社会责任评分机制。包括:其一,每一个中小企业建立一个社会责任评分账户;其二,评分采用扣减的方式。中小企业存在未履行社会责任情况的,则根据违反项目类别、造成损害的程度、主观是否恶意、初犯还是累犯等因素扣减一定分值。此外,若中小企业未履行相关社会责任的行为得到了改正,那么扣减的分又根据具体情况追加回来,但是不能高于因此所扣分数的最大值;其三,建立有针对性的评分体系。该评分标准需要事前制定并公布,可以参考 ISO26000、ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系等社会责任指南而制定;其四,具体的激励办法。在实际操作中可规定不同的分数段,对不同的分数段进行不同的评价。

(作者:卢代富西南政法大学经济法学院教授)

委员会动态

2月17日,企业公民委员会理事单位睿智健康投资股份有限公司与美国睿智健康集团在休斯敦举行会议。会议主要听取睿智健康公司在中国的业务开展情况和2016年计划,并就具体合作项目进行了讨论。美国睿智集团董事会主席法兰克·睿智先生、睿智集团首席执行官艾伦·帕先生、睿智健康公司董事长张磊先生等参加了会议。

会议上睿智健康公司董事长张磊先生介绍了公司在中国业务开展情况和2016年计划,并向美国睿智集团就配合公司参与潍坊投资建设高端健康养老项目的总体规划设计,争取获得潍坊市重点项目等事宜提出了要求。

美国睿智与会人员一致表示了对睿智健康公司业务开展情况和发展计划的赞赏,并表示美国睿智将一如既往地支持和鼓励睿智健康公司的发展。法兰克·睿智先生、艾伦·帕先生愉快地接受了张磊董事长的要求,同意在2016年6-7月前后派遣项目规划设计专家团队到潍坊实地考察,配合睿智健康公司投资建设潍坊高端健康养老项目示范基地,规划设计出国际一流的健康养老项目,并在老年管理人才培养、运营管理系统建立、老年用品研发等方面给予睿智健康公司全力配合和支持。

4月27日下午,委员会执行总干事祝绮纹出席北京工业大学人文社科学院社会实践与专业学习基地签约仪式。

本次签约仪式在北工大人文楼召开,由人文院副院长杨荣主持,来自人文院的领导、各系主任、教师代表、学生代表以及相关签约单位30余人参加了本次签约会。

5月14日,企业公民委员会常务总干事张少平应邀出席“北京新昌商会成立大会暨新商回归项目推介会”。

北京新昌商会的成立,旨在加强浙江新昌籍工商业人士之间的联系、打破行业领域界限,实现信息和资源共享,共同谋求事业发展;打造沟通交流平台、维护企业合法权益,开展社会公益活动。帮助新昌企业,提升新昌地域影响力。

5月19日,企业公民委员会常务总干事张少平应邀出席由中国乳制品工业协会组织的《乳制品企业社会责任指南》讨论会,社会责任领域专家和相关企业代表就《指南》进行认真详实的研讨。

乳制品行业与公众的饮食安全与健康息息相关,同时也是一个产业链长、涉及面广、科技含量高的产业,对推动农业发展、增加农民收入、改善国民营养和健康水平,推动

国民经济持续、稳定、健康发展具有重要意义。

张少平在发言中表示，十八届四中全会明确提出加强重点领域的立法，其中一条是加强企业社会责任立法，现在各个行业也都在筹备起草本行业的社会责任指南，中国乳制品工业协会组织起草编写《乳制品企业社会责任指南》恰逢时机。他从三个方面提出建议：首先《指南》要围绕乳制品行业的特色和特性来编写；二是明确《指南》的目的和用途；三是《指南》逻辑关系要清晰，整体结构要严谨。

5月22日，香港九龙香格里拉酒店，企业公民委员会荣誉副会长、腾讯主要创始人陈一丹先生宣布捐赠25亿港元（约3.2亿美元）设立全球最具规模的教育奖项“一丹奖”，有关款项已于奖项成立之前完成捐赠。“一丹奖”由独立慈善信托基金运作及管理，确保此奖永续经营。陈一丹因热衷于公益活动，被视为当代中国互联网慈善家的佼佼者。他曾是腾讯控股有限公司主要创始人兼前首席执行官，现为腾讯终身荣誉顾问、腾讯公益慈善基金会荣誉会长。陈一丹曾于2013年荣获第八届中华慈善奖“最具爱心慈善楷模”，是首位获得中华慈善奖的互联网企业家，同年被中国社会工作协会评为“中国十大慈善家”。2016年，陈一丹在《公益时报》第十三届中国慈善榜上位列榜首，成为新一届中国首善。

5月27日，企业公民委员会会长曹志斌、专职副会长刘卫华、常务总干事张少平、企业公民社会责任资深专家/美国哈佛大学访问学者刘力纬教授等领导专家走访考察广州王老吉大健康总部，受到广药集团总经理/广州王老吉大健康产业有限公司董事长陈矛、党委副书记巫辉南、副总经理赵敏等领导的热情接待。同时，在广州王老吉大健康总部召开“中国百年企业与社会责任感交流会”。

曹志斌会长也表示，王老吉作为老字号的排头兵，要加强科技创新，承担企业社会责任，跨出国门，早日打造成为国际市场知名品牌的领头羊！

刘卫华专职副会长介绍了企业公民委员会2016年的工作计划，和拟定开展的多项活动，旨在为副会长单位搭建展示社会责任的平台。

5月27日，企业公民委员会会长曹志斌、专职副会长刘卫华、常务总干事张少平、企业公民社会责任资深专家/美国哈佛大学访问学者刘力纬教授一行参观考察广药集团，并与集团董事长李楚源、党委副书记巫辉南、市场策划部部长陈志钊、副部长赵敏一起进行热情洋溢的座谈。

曹志斌会长表示，当年在广东工作，经历了广东改革开放的筹备和发展。广药集团作为改革开放的先行者和践行者，艰苦创业、勤俭办企业。实现了“诚信、稳健、创新、

共赢”的核心价值观，希望广药集团继续积极倡导企业公民理念，自觉履行社会责任，再接再厉，再创辉煌。

5月28日，企业公民委员会会长曹志斌、专职副会长刘卫华、常务总干事张少平、企业公民社会责任资深专家/美国哈佛大学访问学者刘力纬教授一行考察珠海恒隆集团。

集团总裁苏枝桓深知，只有建立经济与社会效益双赢的发展模式才是企业迅速成长、品牌持续发展之道。因此，恒隆集团时刻都在关注社会、回报社会，长期坚持参加各类慈善捐赠，履行着社会责任。

5月28日，企业公民委员会会长曹志斌、专职副会长刘卫华、常务总干事张少平、企业公民社会责任资深专家/美国哈佛大学访问学者刘力纬教授一行在珠海市委秘书长郭才武和恒隆集团董事长苏枝桓的陪同下，考察珠海横琴新区。

5月29日，企业公民委员会会长曹志斌、专职副会长刘卫华、常务总干事张少平、企业公民社会责任资深专家/美国哈佛大学访问学者刘力纬教授一行到广东深圳走访副会长单位--港华集团，受到公司高级副总裁杨松坤、公共事务经理孙林涛的热情接待。

刘卫华介绍了委员会2016年的工作和下一步计划；征求意见和建议；商定合作项目和活动。

5月30日，企业公民委员会专职副会长刘卫华在走访南方片副会长单位期间，在深圳参观考察副会长单位--雅昌文化集团的艺术中心“全球最大艺术图书书墙”，一睹这雄伟震撼的“丰碑式建筑”，以及全球精品艺术图书的浩瀚之美，其中许多珍贵限量版西洋古典艺术藏书更是首次展出。

通知公告

《中国企业公民（简报）》征稿函

各会员单位：

《中国企业公民（简报）》是企业公民委员会秘书处面向各会员单位推出的一份内部刊物。刊物定位为会员信息交汇平台、企业公民案例的研究平台、企业公民热点的共享平台。简报为月刊，每月第一周出版，通过邮寄和电子邮件等形式发送给会员企业。为了更好了解各会员单位动态，展现会员单位的企业公民实践，本刊特向各会员单位征集稿件。

稿件内容：可以是企业新闻通讯、企业公民社会责任研究文章、企业公民优秀案例等。

稿件要求：

1. 新闻通讯 500 字以内；研究文章 3000 字以内；企业公民案例 2500 字以内。

2. 文章既可以是原创作品，也可以是企业公民相关文摘、译作，若非原创文章请在来稿中注明原作者、出处。

投稿邮箱：qygmcccc@163.com

联系人：任东

电话：010-65080626

传真：010-65080626

企业公民是优质企业和最受尊敬企业的代名词

企业公民是企业社会责任的高级阶段

企业公民是企业可持续发展的必由之路

联系我们

地 址：北京市朝阳区白家庄路甲 6 号

电 话：010-65080626

邮 编：100020

网 址：www.chinacccc.org

新浪微博：中国企业公民

腾讯微博：中国企业公民委员会

微信账号：中国社联企业公民委员会

