



■ 本版撰文 本报记者 陶海青

践行企业社会责任 共筑美丽中国梦

2013年,在“建设美丽中国、共筑中国梦”的宏伟蓝图下,绿色低碳、生态文明、幸福和谐等作为社会责任、可持续发展领域的关键词,受到全社会空前关注。自5月底以来,电力、煤炭、钢铁、石化、有色、矿业等领域的80多家企业集中发布了企业社会

责任报告。报告显示,中国企业正从战略层面认识到社会责任的重要性,企业履行社会责任的水平和绩效不断提升。

种种迹象表明,社会责任将成为未来企业发展的核心竞争力。捐钱、捐物,这是低层次的

社会责任。高层次的社会责任,如保护和尊重员工权益、保护环境、节约资源、为当地产业结构优化和技术进步作出贡献等方面,中国企业做得如何?遇到了哪些困难?在履行社会责任过程中,中国企业有必要直接套用新的国际标

准吗?谁来规范企业社会责任报告?谁来认证企业社会责任的实践效果?国内外企业社会责任的未来趋势又是什么?对于这些问题,《中国贸易报》记者对相关官员、学者、企业家进行了采访。

企业履行社会责任将制度化

记者:企业社会责任既是一个理论问题,也是一个实践问题,更是一个无法回避的国际性问题。中国企业社会责任处于初级发展阶段,请问政府如何履行社会责任,是否有政策对其实施硬约束?

商务部世贸司副司长刘毓骅:中国政府高度重视企业社会责任建设,已经出台了一系列引导性政策和自愿性标准,同时不断完善相关法律法规,引导并鼓励企业积极承担社会责任。同时,商务部重视企业社会责任建设,已与德国、瑞典等国开展了企业社会责任合作项目;相继出台了《对外投资合作环境保护指南》、《中国对外承包工程行业社会责任指南》等一系列文件,积极引导企业加强社会责任建设,推进中国企业履行社会责任制度化与长效化。

国务院国有资产监督管理委员会研究局局长彭华岗:下一步,国资委将深入贯彻落实党的十八大精神,通过进一步落实中央企业“十二五”和谐发展战略实施纲要,发布中央企业社会责任管理指引,推动中央企业与经济社会环境的和谐发展。同时,企业也应该建立一种机制,使企业在运营的整个过程中时刻考虑到利益相关方,把这种理念融入到企业的战略、决策、运营的全过程。通过这种制度建设,让社会责任成为企业的习惯。

点评:企业履行社会责任,离不开政府的大力支持和推动。

反观国外:法国政府有专门的部门负责包括企业社会责任在内的可持续发展事务;意大利成立了由政府、企业、工会、社会团体代表参加的关于企业社会责任的多边对话机制;西班牙每年为社会责任工作突出的企业颁奖;丹麦实行积分卡制度,为企业在社会责任方面的成绩打分并向公众公布。

与发达国家相比,中国政府在推动企业社会责任方面还存在差距。比如,在《公司法》中,中国明确了企业要承担社会责任,但仍缺乏具体可操作的细则。企业社会责任不能仅靠某个企业通过制定某种责任规范来达成,还需要客观约束和监督,政府需要成为其中占主导地位的力量。政府发挥其引导能力,与企业合力运作,方能形成良性循环。

社会责任报告看起来很美

记者:企业如何把社会责任的理念导入公司内部,如何让全公司人都能接受?导入后,用什么衡量这种改变和效果呢?

李锦记健康产品集团企业传讯部总监麦兴桥:管理学家认为,在知识经济时代,人已经不能被管理了,而只能去引导和影响。我们发现,今天或者未来,影响企业发展的最重要因素是人。需要强调的是,这里所关注的是一个人,不是人力资源,是每一个人对责任、工作的认知和了解。我们把责任和员工的工作连接起来,专门做了一本关于责任的小册子,让员工在生活化的语境里感受到责任并不遥远。这本小册子就是企业给员工的一个责任视角、一个共同目标、一把丈量标尺。员工通过努力,就会创造一个崭新的企业。

每一个企业都想可持续发展,社会责任也是这个追求,大家的道是相同的,那么障碍在哪里?答案是视角语言不同,所以难在转换。真正的实践没有那么简单,因为转变观念、转换语境是很难的,这时候就要多沟通、多交流。

中国铝业公司改革发展中心副主任赵富强:我常要给总经理写工作报告,利用这个便利条件,表面上看,我是把企业的社会责任工作写到给总经理的工作报告里了,但实际上,这并不是容易的事。首先,要让总经理知道社会责任是什么、明白社会责任对公司到底有什么价值;其次,公司做社会责任会为我们自己带来什么。这些都要进行灌输,通过介绍企业社会责任领域的正面例子、反面例子,也可以与总经理多进行沟通。

中国社会科学院企业社会责任研究中心主任钟宏武:央企想做强做优、世界一流,社会责任是不可或缺的核心要素,是企业发展到高级阶段的标志。社会责任管理是系统理念,绝不是单一的写写报告,它已经成为一种发展模式、竞争方式和管理策略,是提高企业竞争力的有效途径。中央企业不能把社会责任当作企业的一项额外工作。社会责任的核心是以一种新的理念和方法来指导企业开展工作。一个真正负责任的企业,要把社会责任融入到企业发展战略和日常经营管理中去。中国企业,包括央企在内,绝大多数的履责水平离卓越水平还有相当距离。要想推进,一方面要靠外部体制机制的改进,另一方面要靠企业进一步深化认识,提升责任感,健全责任管理体系。

点评:在中国企业社会责任报告发布数量高速增长、质量大幅提高的同时,非企业组织发布社会责任报告呈现井喷之势,这一趋势促进了中国社会责任报告进入一个新的历史发展时期,标志着中国社会责任进入企业、社会和政府共同发展的新阶段。

但事实上,发布企业社会责任报告是一回事,履行社会责任的行为又是一回事。多数企业发布的报告突出宣传与广告效用,更像制作精美的“宣传手册”。目前的问题是:履行社会责任,由谁评判?无论是自评还是他评,中国都迫切需要一套具有权威性的、统一的企业社会责任国家标准,使评价行为有“法”可依、有章可循。但中国迄今还没有关于企业社会责任的国家标准,不得不说是个缺憾。

节能减排实践为“美丽”买单

记者:社会责任喊了许多年,取得了一些进展,但企业不负责任的事情时有发生。近日,《WTO经济导刊》发布了《2012中国企业社会责任实践基准报告》,其中指出,2007年至2012年,中国企业社会责任实践平均得分率从50.81%增长到61.41%。不过,社会责任管理水平还有待进一步提高。企业在履行社会责任过程中遇到了哪些困难?是如何解决的?

南方电网综合能源有限公司副总经理张伟:电网企业帮助企业省电,企业不一定都能理解。对此,南方电网认为,建设美丽中国、实现中国梦是所有企业公民的共同责任和历史使命。中国南方电网公司关注的不仅是电力带来的经济价值,更关注电力给整个社会带来的影响。

作为南方电网专门成立的服务全社会节能减排的控股子公司,南方电网综合能源有限公司在走向市场的过程中,被问得最多的是:卖电的帮我们节电,南方电网是不是在赔本赚吆喝。

以美的集团下属电饭煲公司为例,为成为这家企业的节能服务商,我们一线项目人员吃了十多次闭门羹。我们的具体做法是:让美的人自己装电表检验节能效果,让美的先免费享受节能服务,取得节电效果后,再收回项目成本。最终,我们以一年节电310万度、平均节电率55%的节电效果赢得了美的这一忠实客户。

在服务大企业的同时,我们也积极帮助中小企业转型升级。以东莞致丽模塑制品有限公司为例,我们采用合同能源管理模式,不用企业掏一分钱,我们先行垫资购买节能设备。改造后,该公司每年节省电费63万元,更多资金投入新产品研发。

如今,南方电网综合能源有限公司已拥有自主知识产权的新产品,发展面貌焕然一新。

中国社会科学院企业社会责任研究中心主任钟宏武:讲到节能减排,电网是一个二传手,核心部分在前后两端。在节能减排过程中,企业是主体。我们总讲“美丽中国”,其实,“美丽”是有代价的,并不是所有企业都乐意节电节能,因为在初始阶段,这会增加很多成本。谁都希望享受美丽的成果,但谁来为美丽买单,这是一个很复杂的问题。

3年前,国资委研究局和社科院企业研究中心前往贵州参观了贵州井南燃煤机组。这套系统承担了减排检查的职能,按照脱硫合格的电量每度加价2%。调查中,我的一个感受就是——爱不是一件容易的事。你想给企业提供免费帮助,但企业有一些复杂的心态:为什么你要爱我?不爱别人?你爱我有什么动机?会不会有什么风险?爱很复杂。

点评:节能节电设备推广难,最明显的问题就是成本。虽然节电设备能为企业节省20%,甚至是50%以上的耗电量,但在初期,企业必须购买节电设备,即为以后的省电买单,这就意味着企业的生产成本要增加。成本增加,企业不能接受,如何破解这一僵局?国家政策补贴或许能有效推动节电设备的普及。2012年3月21日,国家发改委和财政部共同下发了节能产品惠民工程高效电机第四批推广目录。虽然高效电机补贴政策依旧给力,但是,补贴问题始终让企业很纠结。

据了解,补贴政策在实施过程中存在资金占用周期长、补贴实施的节点无法落实等具体问题。在企业来看,补贴政策是一块看得见摸不着的蛋糕,要把政策补贴吃到口非常难,比如,有的企业申请的补贴款项已经通过审批,但所在省政府却不下发,原因是当地政府没有相应的资金。所以,众多企业都在观望。

企业社会责任新趋势

记者:社会责任是跨越国界的,国内外企业社会责任的未来趋势是什么?

北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心主任殷格非:我认为中国企业社会责任未来的趋势有四大特征。

第一,中国企业履行社会责任的政策机制将持续优化,这个政策机制反映的是激励和约束的政策机制和监督服务的社会机制。政府可能出台越来越多的政策和法规进行约束,也可能出台一系列相关政策,对履行社会责任的企业和组织提供政策优惠。

第二,社会各界的监督力量将越来越强,同时,社会的服务能力也将越来越强。社会各方面的力量,一方面可能加强对各个组织,特别是企业履行社会责任的监督力量。同时,社会各种组织对企业履行社会责任的服务能力也会加强。从广度上来讲,企业目前还主要关注与生产经营极为相关的环节,比如说科研、研发、采购、生产、销售,可能也包括环境,但慢慢地可以延伸为整个供应链的社会责任管理,包括延伸到对社区的社会责任关系管理,以及对公共政策制定的积极参与,企业履行社会责任的面会越来越广。

第三,企业社会责任管理将更加系统化。未来将出现一批企业典型,总结出如何把企业社会责任管理的新型理念和方法导入自己公司的一种特定的路径和方法。

第四,政府、行业、社会、企业四位一体的良性格局将确立。之前讲社会责任是指企业社会责任,其他的主要是监督和服务。未来,政府机构、社会组织,包括一些事业单位也会参与到履行社会责任的行列中,成为履行社会责任的主体。所以,中国将会形成一个政府、行业、社会、企业各自积极主动履行社会责任的氛围,也会进入到一个相互促进、相互帮助、相互监督的新的发展阶段。

中德贸易可持续发展与企业行为规范项目主任鲁德福:在德国,企业社会责任报告的透明度越来越重要,因为德国的网民越来越多,而他们中的许多人就是利益相关方。另外,企业希望为整个社会的繁荣贡献力量,他们在为股东、员工、客户等创造价值的同时,也愿意为整个社会的发展带来更多价值。

另外,还有一个很大的变化就是,企业社会责任已经从倾向于慈善转向纳入到企业的发展和管理策略中。

点评:社会责任是一个外来词,发展初期比较盲目,也比较自我,先是一些个体对企业的行为不满而发出的道德呼声。目前,国际上的许多标准、倡议对中国企业也是适用的,尤其是参与国际经营的大企业、大集团。但一个新标准不可能适合于所有的国家和所有的企业。中国有自己的国情,要具体情况具体分析。比如,在国际贸易交往中和国际市场上,出口企业和代工企业肯定要执行国际标准。中国企业“走出去”,必须更好地实施社会责任,回馈当地,投身公益,这无疑也是企业社会责任的未来趋势。中国企业要维护和改善国际形象,显然要关注国内外企业社会责任的未来趋势。