

中国企业社会责任文库

主 编 陈佳贵

副主编 彭华岗 黄群慧

中国企业社会责任报告 编写指南 (CASS-CSR1.0)

中国社会科学院经济学部
企业社会责任研究中心
钟宏武 孙孝文 张 蕙 张唐槟 著

经济管理出版社

中国企业社会责任文库

主 编 陈佳贵

副主编 彭华岗 黄群慧

中国企业社会责任报告 编写指南 (CASS-CSR1.0)

中国社会科学院经济学部
企业社会责任研究中心
钟宏武 孙孝文 张 蕙 张唐槟 著

支持机构：WTO 经济导刊

中国企业公民委员会

经济管理出版社

中国企业社会责任文库

编委会

主 编 陈佳贵

副主编 彭华岗 黄群慧

编 委 （以姓氏笔画为序）

马欣迎 孙孝文 李伟阳 李 文 李新娥

刘卫华 余 菁 陈 锋 陈 力 陈都伟

张克宗 张 葱 张唐槟 肖 锋 何 潮

郑若娟 徐 鹏 李玉华 钟宏武 殷格非

曹雪森 赖江杨 魏秀丽

《中国企业社会责任》文库总序

2006 年以来，我国企业社会责任运动进入一个新的历史阶段，呈现出全社会参与、全面加速和中心扩散的特征。首先，是全社会参与。政府部门、公众、媒体、员工、消费者、社会团体、社区、投资者、研究机构等企业利益相关方的社会责任意识开始觉醒，从各个角度以各种方式向企业施压，形成了形式多样的责任运动。在不平凡的 2008 年，先后发生了南方雪灾、5·12 汶川大地震、“三鹿奶粉事件”和国际金融危机等重大事件，2008 年 11 月胡锦涛主席在 APEC 会议上提出“企业应该树立全球责任观念，自觉将社会责任纳入经营战略，完善经营模式，追求经济效益和社会效益的统一。”社会责任已成为企业生存发展的必修课。

其次，企业社会责任运动呈现出全面加速的特征。目前，中国企业已经认识到社会责任的重要性和必要性，企业社会责任实践的重点不是“解释问题”而是“解决问题”，企业极为关注“怎么做”和“做得好”。截至 2009 年 10 月，超过 500 家企业发布了企业社会责任报告；不少企业还建立了社会责任部门，统筹推动企业社会责任工作；此外，部分先进企业还在积极探索将社会责任工作融入企业战略和日常管理，建立全面社会责任管理体系。

再者，企业社会责任运动呈现出中心扩散的特征。从产业层面来看，我国企业社会责任运动起源于能源、电力等公共事业，目前已逐步向采掘、制造、贸易、零售、通信、金融、房地产等各行各业扩散。从区域层面来看，企业社会责任运动的中心从北京、上海、广州等东部中心城市向中部、西部省份扩散。

企业社会责任实践的不断发展，繁荣了我国企业社会责任的理论研究。上个世纪 90 年代，中国期刊全文数据库收集的企业社会责任论文年均 20 余篇；21 世纪初，企业社会责任论文年均 800 余篇，2009 年达到 2900 余篇。

但遗憾的是，如此众多的理论成果并未对企业社会责任实践没有产生相应的影响力。一方面是因为一些理论工作者的研究题目过于西化，不太关注我国的现实问题，导致理论成果与具体实践“两张皮”；另一方面是缺乏一个集中展示优秀理论成果的平台，一些重大的研究成果散见在浩如烟海的普及性读物之中，增大了广大读者的甄别难度，减弱了此类成果的影响效力。

为了解决上述问题，中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心与经济管理出版社合作推出《中国企业社会责任》文库，为关注中国企业社会责任理论与实践的重大研究成果提供统一的出版平台，使得理论成果更快更好的指导具体实践。

《中国企业社会责任》文库将通过专家推荐、文库编委会评选的形式，每年向全社会精选 10 本重要研究成果出版发行、宣传推广。通过 3-5 年的运行，为中国企业社会责任贡献一批传世之作！

全国人大常委会委员
中国社会科学院学部主席团代主席
陈佳贵
2009 年 12 月

序 言

企业履行社会责任是对利益相关方负责，如同企业必须对股东披露财务报告，企业在履行社会责任的同时，必须向社会披露企业社会责任信息。放眼世界，企业自觉履行社会责任、积极与利益相关方开展沟通交流，已经成为经济全球化时代重要的商业准则。纵观中国，随着科学发展观与和谐社会理念的落实和普及，我国企业社会责任报告的编制和发布也取得了飞跃式的发展，从 2006 年到 2009 年，发布社会责任报告的中国企业从 32 家猛增 582 家，3 年时间增长了 15 倍。

但是，应该看到我国企业的社会责任信息披露还存在不少问题，很多报告篇幅过短、主线模糊、框架不清、内容随意，企业披露社会责任信息的时效性、客观性、平衡性、可读性亟待改进。一方面编制、发布企业社会责任报告是一个新生事物，我国企业有个认知、熟悉、掌握的过程；另一方面，我国企业编制社会责任报告欠缺可供借鉴和参考的指导手册。在国际上，全球报告倡议组织（GRI）有个 G3 标准，但与我国基本国情和企业发展阶段有较大差异，在指导中国企业编制报告时暴露出不少问题。因此，我们需要一本贴近中国实际的企业社会责任报告编写指南。

读者所见的《中国企业社会责任报告编制指南（CASS-CSR 1.0）》由中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心研发编制，WTO 经济导刊、中国企业公民委员会支持编写。这是我国企业社会责任理论研究的一项重大成果，是我国企业社会责任发展的里程碑，对于我国在国际企业社会责任领域取得话语权有重大意义。

《指南》积极借鉴国际通行标准和国外先进企业的最佳实践，立足我国企业实践，遵照我国法律法规的要求，充分考虑我国当前的社会议题，系统总结了领先企业社会责任报告的编制经验，提出了我国企业社会责任报告的编制原则、逻辑架构和内容体系，对规范我国企业社会责任报告编制、推动我国企业履行社会责任，必将产生积极的作用。《指南》具有以下五个特点：

一是《指南》的编制建立“四位一体”模型之上。在传统的“三重底线”和利益相关方理论的基础上，构建了一个以责任管理为核心、以市场责任为基石，以社会责任和环境责任为两翼的“四位一体”模型。

二是《指南》突出了责任管理的重要作用。有效的责任管理是企业履行社会责任的基石，没有健全的责任管理体系，企业的履责之路不会长久。《指南》根据我国企业发展实际，提出了 4 个方面、18 个责任管理指标，有助于引导企业建立责任管理体系。

三是《指南》对“三重底线”原则进行重新组合，打破了国际上通行的经济责任、社会责任和环境责任的初始划分，将客户责任、股东责任和伙伴责任重新组合为市场责任，结构更加平衡。

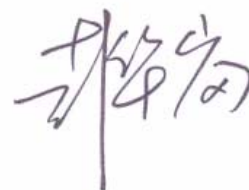
四是《指南》充分考虑到行业性质对企业履行社会责任的重大影响，除通用指标体系外，还包含了37个行业的补充指标体系，突出不同行业企业社会的特性。

五是《指南》在关键指标后面加入“指标解读”与“示例”，以及报告编制流程、报告质量提升方法，提高了可读性和可操作性。

中心的同志编写《指南》付出了艰苦的努力，过程不平凡、工作不容易、成果不简单。但这方面的研究仍处于初期探索阶段，在实践中进一步改进的空间还很大，希望今后更多地收集各方面意见，不断改进完善。

是为序。

国务院国有资产监督管理委员会研究局局长



2009年12月

内容框架

第一篇 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》介绍

- (一) 企业发布社会责任报告的作用
- (二) 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》介绍
 - 1. 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》研发技术路线
 - 2. 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》的理论基础
 - 3. 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》的创新与突破
 - 4. 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》应用
- 三、《CASS-CSR1.0 报告编写指南》应用级别与优秀报告报评
 - (一) 应用级别评定
 - 1. 应用级别评定方式
 - 2. 应用级别评定标准
 - (二) 优秀报告报评

第二篇 报告原则、边界和报告概述

一、报告原则

- (一) 报告内容原则
 - 1. 关键性原则
 - 2. 完整性原则
 - 3. 利益相关者参与原则
- (二) 报告质量原则
 - 1. 平衡性原则
 - 2. 可比性原则
 - 3. 时效性原则
 - 4. 易读性原则
 - 5. 可验证性原则

二、报告边界

三、报告概述

- 1. 报告结构
- 2. 信息分类
- 3. 指标分类

四、报告编写流程

- (一) 社会责任报告编制流程
- (二) 报告质量提升方法

第三篇 通用指标体系

一、报告前言（P 系列）

- 1. 报告规范（P1）
- 2. 高管致辞（P2）
- 3. 企业简介（P3）

4. 关键绩效表 (P4)

二、责任管理 (G 系列)

1. 责任治理 (G1)
2. 责任推进 (G2)
3. 责任沟通 (G3)
4. 守法合规 (G4)

三、市场绩效 (M 系列)

1. 股东责任 (M1)
2. 客户责任 (M2)
3. 伙伴责任 (M3)

四、社会绩效 (S 系列)

1. 政府责任 (S1)
2. 员工责任 (S2)
3. 安全生产 (S3)
4. 社区参与 (S4)

五、环境绩效 (E 系列)

1. 环境管理 (E1)
2. 节约资源能源 (E2)
3. 降污减排 (E3)

六、报告后记 (A 系列)

1. 展望
2. 报告评价
3. 参考索引
4. 读者意见反馈

通用指标体系一览表

第四篇 行业补充指标体系

一、农业

- (一) 农业界定
- (二) 农业社会责任特征议题
- (三) 农业责任特征指标
- (四) 农业社会责任指标概览

二、煤炭开采与洗选业

- (一) 煤炭开采与洗选业界定
- (二) 煤炭开采与洗选业社会责任特征议题
- (三) 煤炭开采与洗选业责任特征指标
- (四) 煤炭开采与洗选业社会责任指标概览

三、石油与天然气开采业

- (一) 石油与天然气开采业界定
- (二) 石油与天然气开采业社会责任特征议题
- (三) 石油与天然气开采业责任特征指标
- (四) 石油与天然气开采业社会责任指标概览

四、一般采矿业

- (一) 一般采矿业界定
- (二) 一般采矿业社会责任特征议题
- (三) 一般采矿业责任特征指标
- (四) 一般采矿业社会责任指标概览

五、金属冶炼及压延加工业

- (一) 金属冶炼及压延加工业界定
- (二) 金属冶炼及压延加工业社会责任特征议题
- (三) 金属冶炼及压延加工业责任特征指标
- (四) 金属冶炼及压延加工业社会责任指标概览

六、非金属矿物制品业

- (一) 非金属矿物制品业界定
- (二) 非金属矿物制品业社会责任特征议题
- (三) 非金属矿物制品业责任特征指标
- (四) 非金属矿物制品业社会责任指标概览

七、石油化工业

- (一) 石油化工业界定
- (二) 石油化工业的社会责任特征议题
- (三) 石油化工业责任特征指标
- (四) 石油化工业社会责任指标概览

八、交通运输设备制造业

- (一) 交通运输设备制造业界定
- (二) 交通运输设备制造业企业社会责任特征议题
- (三) 交通运输设备制造业责任特征指标
- (四) 交通运输设备制造业社会责任指标概览

九、通用及专用设备制造业

- (一) 普通机械及专用设备制造业界定
- (二) 普通机械及专用设备制造业社会责任特征议题
- (三) 普通机械及专用设备制造业责任特征指标
- (四) 普通机械及专用设备制造业社会责任指标概览

十、电力生产业

- (一) 电力生产业界定
- (二) 电力生产业社会责任特征议题
- (三) 电力生产业责任特征指标
- (四) 电力生产业社会责任指标概览

十一、电力供应业

- (一) 电力供应业界定
- (二) 电力供应行业企业社会责任特征议题
- (三) 电力供应行业社会责任特征指标
- (四) 电力供应行业社会责任指标概览

十二、电子元件及电子产品制造业界定

- (一) 电子元件及电子产品制造业界定
- (二) 电子元件及电子产品制造业社会责任特征议题
- (三) 电子元件及电子产品制造业责任特征指标
- (四) 电子元件及电子产品制造业社会责任指标概览

十三、食品和饮料业

- (一) 食品和饮料行业界定
- (二) 食品和饮料行业社会责任特征议题
- (三) 食品和饮料行业社会责任特征指标
- (四) 食品和饮料行业社会责任指标体系概览表

十四、纺织和成衣制造业

- (一) 纺织与服装行业界定
- (二) 纺织与服装行业社会责任特征议题
- (三) 纺织与服装行业社会责任特征指标
- (四) 纺织与服装行业社会责任指标体系概览

十五、木材与家具制造业

- (一) 木材加工与家具制造行业界定
- (二) 木材加工与家具制造行业社会责任特征议题
- (三) 木材加工与家具制造行业社会责任特征指标
- (四) 木材加工与家具制造行业社会责任指标体系概览

十六、医药制造业

- (一) 医药制造业界定
- (二) 医药制造业社会责任特征议题
- (三) 医药制造业责任特征指标
- (四) 医药制造业社会责任指标概览

十七、造纸业

- (一) 造纸业界定
- (二) 造纸业社会责任特征议题
- (三) 造纸业责任特征指标
- (四) 造纸业社会责任指标概览

十八、印刷业

- (一) 印刷业界定
- (二) 印刷业社会责任特征议题
- (三) 印刷业责任特征指标

(四) 印刷业社会责任指标概览

十九、废弃资源及废旧材料回收加工业

- (一) 废弃资源及废旧材料回收加工业界定
- (二) 废弃资源及废旧材料回收加工业企业社会责任特征议题
- (三) 废弃资源及废旧材料回收加工业企业社会责任特征议题
- (四) 废弃资源及废旧材料回收加工业社会责任指标体系概览

二十、其他制造业

二十一、建筑业

- (一) 建筑业界定
- (二) 建筑业社会责任特征议题
- (三) 建筑业社会责任特征指标
- (四) 建筑业社会责任指标概览

二十二、建筑装饰装修业界定

- (一) 建筑装饰装修业界定
- (二) 建筑装饰装修业企业社会责任特征议题
- (三) 建筑装饰装修业社会责任特征指标
- (四) 建筑装饰装修业社会责任指标概览

二十三、交通运输服务业

- (一) 交通运输服务业界定
- (二) 交通运输服务业社会责任特征议题
- (三) 交通运输服务业社会责任特征指标
- (四) 交通运输服务业社会责任指标概览

二十四、邮政快递业

- (一) 邮政快递业界定
- (二) 邮政快递业社会责任特征议题
- (三) 邮政快递业社会责任特征指标
- (四) 邮政快递业社会责任指标概览

二十五、互联网服务业

- (一) 互联网服务业行业界定
- (二) 互联网服务业社会责任特征议题
- (三) 互联网服务业社会责任特征指标
- (四) 互联网服务业社会责任指标概览

二十六、零售业

- (一) 零售业界定
- (二) 零售业社会责任特征议题
- (三) 零售业社会责任特征指标
- (四) 零售业社会责任指标体系概览

二十七、电信业

- (一) 电信业界定
- (二) 电信行业企业社会责任特征议题
- (三) 电信行业企业社会责任特征指标
- (四) 电信行业社会责任指标体系概览

二十八、银行业

- (一) 银行业界定
- (二) 银行业企业社会责任特征议题
- (三) 银行业社会责任特征指标
- (四) 银行业社会责任指标概览

二十九、保险业

- (一) 保险业界定
- (二) 保险业社会责任特征议题
- (三) 保险业责任特征指标
- (三) 保险业社会责任指标概览

三十、证券、基金及其他金融服务业

- (一) 证券、基金及其他金融服务业界定
- (二) 证券、基金及其他金融服务业社会责任特征议题
- (三) 证券、基金及其他金融服务业责任特征指标
- (四) 证券、基金及其他金融服务业社会责任指标概览

三十一、餐饮业

- (一) 餐饮业界定
- (二) 餐饮行业社会责任特征议题
- (三) 餐饮行业社会责任特征指标
- (四) 餐饮行业社会责任指标体系概览

三十二、住宿业

- (一) 住宿业界定
- (二) 住宿行业社会责任特征议题
- (三) 住宿行业社会责任特征指标
- (四) 住宿行业社会责任指标体系概览

三十三、房地产开发经营业

- (一) 房地产开发经营业界定
- (二) 房地产开发经营业社会责任特征议题
- (三) 房地产开发经营业责任特征指标
- (四) 房地产开发经营业社会责任指标概览

三十四、水的生产和供应业

- (一) 水的生产和供应业界定
- (二) 水的生产和供应业企业社会责任特征议题
- (三) 水的生产和供应业企业社会责任特征指标
- (四) 水的生产和供应业社会责任指标概览

三十五、燃气生产和供应业

- (一) 燃气的生产和供应业界定
- (二) 燃气生产和供应业社会责任特征议题
- (三) 燃气生产和供应业社会责任特征指标
- (四) 燃气生产和供应业社会责任指标概览

三十六、文化娱乐业

- (一) 文化娱乐业界定
- (二) 文化娱乐业社会责任特征议题
- (三) 文化娱乐业责任特征指标
- (四) 文化娱乐业社会责任指标概览

三十七、其他服务业

- (一) 其他服务业界定
- (二) 其他服务业社会责任特征议题
- (三) 其他服务业责任特征指标
- (四) 文化娱乐业社会责任指标概览

附录一：中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心简介

附录二：《WTO》经济导刊简介

附录三：企业公民委员会简介

参考文献

后记

意见反馈方式

第一篇 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》介绍

(一) 企业发布社会责任报告的作用

社会责任报告既是企业与利益相关方沟通和交流的平台，也是企业提升自身管理水平的工具。

作为沟通和交流平台，社会责任报告具有以下三个主要作用：

- 向社会公开说明企业履行社会责任的信息；
- 有助于利益相关方判断企业的履责表现；
- 通过企业和利益相关方的沟通共同推动企业履责行为。

作为内部管理工具，社会责任报告具有以下三个作用：

- 促进管理者和员工社会责任意识的提升，内部形成责任文化；
- 重新审视公司经营的理念、制度和方针，规避社会责任风险，发现新的增长机遇；
- 进行内外部对标，发现企业经营短板，以提高企业竞争力。

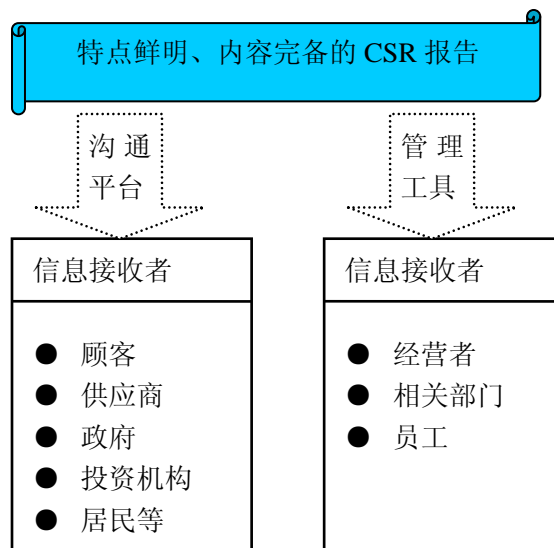


图 1-1 社会责任报告的作用

（二）《CASS-CSR1.0 报告编写指南》介绍

《CASS-CSR1.0 报告编写指南》由中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心研发，旨在为中国企业披露社会责任信息、编制社会责任报告提供一个完整的框架和指导。

1. 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》研发技术路线

《CASS-CSR1.0 报告编写指南》（以下简称指南）既继承与发展了国内外企业社会责任理论研究及信息披露的最新成果，又考虑了中国企业社会责任管理及信息披露现状。其研发路线如下：

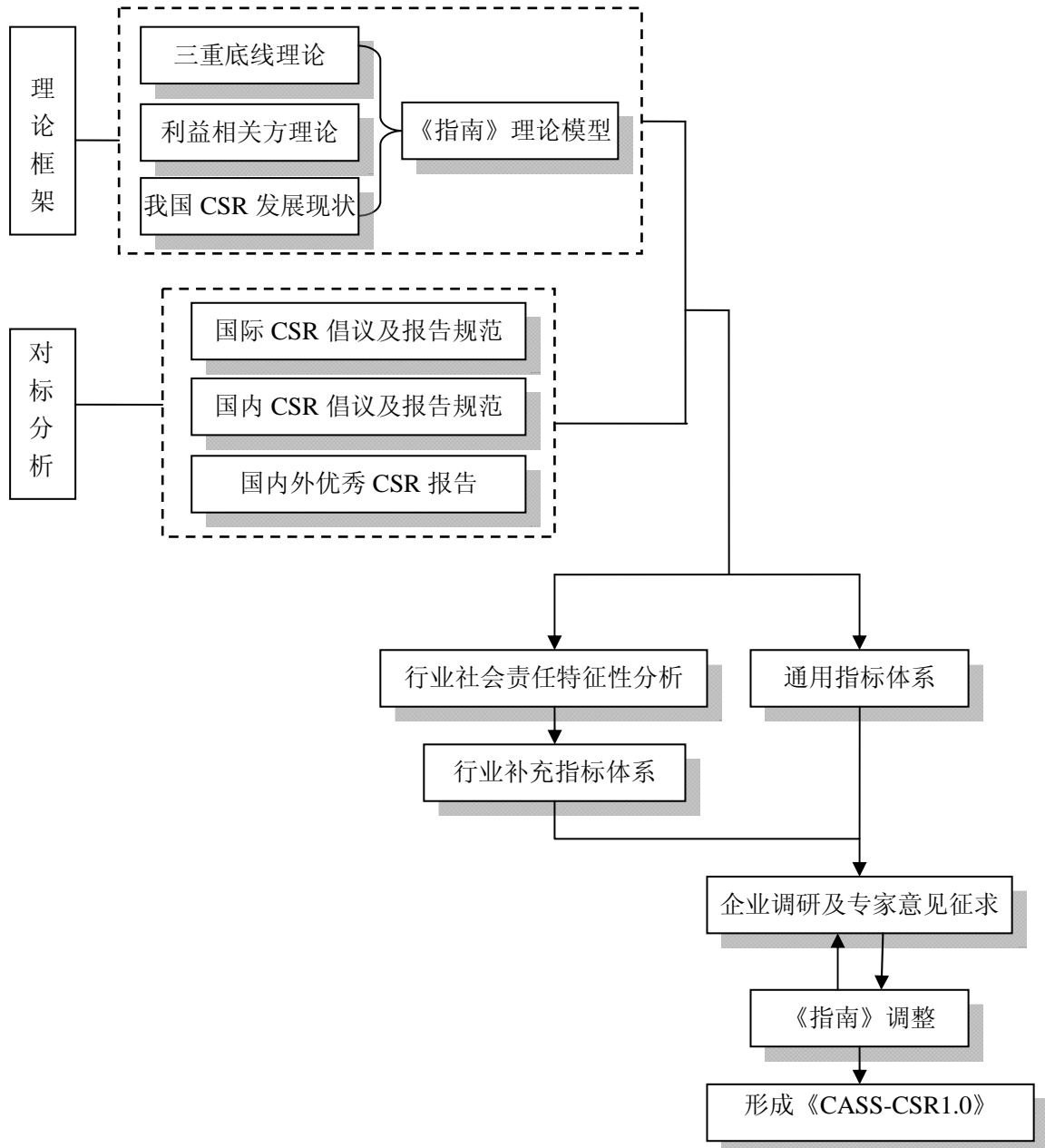


图 1-2 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》研发技术路线

2. 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》的理论基础

《CASS-CSR1.0 报告编写指南》的理论基础是三重底线观和利益相关方理论。三重底线观认为，企业行为要满足经济底线、社会底线与环境底线，企业不仅要为股东负责，追求利润目标，而且要对社会、环境负责（约翰·埃尔金顿，1997）。社会责任研究与实践的另一个重要理论基础是利益相关方理论。利益相关方理论认为，利益相关方是“能够影响企业目标的实现或受企业目标实现影响的团体或个人”（Freeman，1984），企业社会责任实质是企业对股东、客户、员工、供应商、社区等利益相关方和环境的责任。

基于上述理论，本书构建了一个新的社会责任理论模型（参见图 1-3）。居中的是责任管理，这是每个企业社会责任实践的原点，企业责任管理包括责任治理机制、责任推进工作、责任沟通机制和守法合规体系。市场责任居于模型的下方，企业是经济性组织，为市场高效率、低成本地提供有价值的产品/服务，取得较好的财务绩效是企业可持续发展的基础。市场责任包括客户责任、股东责任和合作伙伴责任等与企业业务活动和市场责任密切相关的责任。社会责任居于模型的左上方，包括政府责任、员工责任和社区参与。环境责任居于模型的右上方，包括责任管理、节约资源能源、降污减排等内容。整个模型围绕责任管理这一核心，以市场责任为基石，社会责任、环境责任为两翼，形成一个稳定的闭环三角结构。

可以看出，本书发展了三重底线理论，将经济、社会、环境改进为市场、社会、环境，其优越性在于：首先，将与企业经营业绩直接相关的股东、客户、商业伙伴责任区别于与经营业绩相关性相对较小的政府、员工、社区责任，逻辑更加清晰；其次，改变了传统的三重底线理论中社会责任内容过重而经济责任内容过轻，有利于各责任板块间内容的平衡。

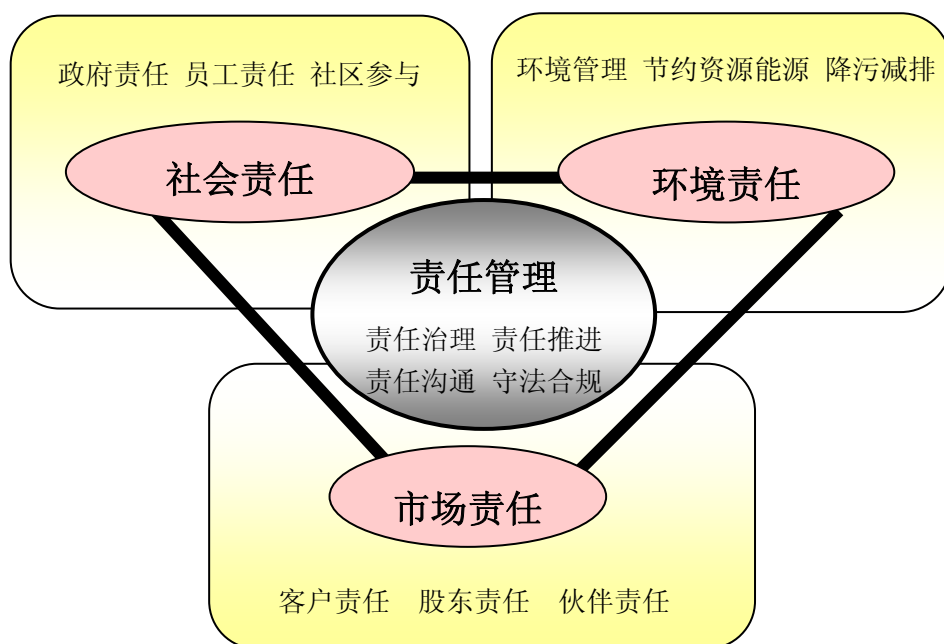


图 1-3 中国 100 强企业社会责任发展指数理论模型

3. 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》的创新与突破

(1) 突出了责任管理的重要作用。本书认为，责任管理是企业履行社会责任的原点与重要保障，是企业社会责任的重要内容。

(2) 对“三重底线”原则进行重新组合，将客户责任纳入市场绩效，同时用“市场、社会和环境”取代原来的“经济、社会和环境”，使新“三重底线”的内涵更加丰富。

(3) 除以制造业为蓝本建立通用指标体系外，研发了 37 个行业补充指标体系，以突出不同行业履行社会责任的特殊性。

(4) 每个议题的指标设计均按照“管理方针+绩效指标”的形式呈现，定性与定量相结合，使责任议题的表现更加丰富。

(5) 为提高《指南》的可操作性与易懂性，在关键指标后面加入“指标解读”与“示例”。

4. 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》应用

《CASS-CSR1.0 报告编写指南》为企业编制社会责任报告提供了基本框架，企业在应用《指引》进行社会责任报告编制的过程中，我们鼓励其在披露《指引》要求的基本内容之外进行创新，以期编制一份内容详实、特点鲜明的社会责任报告。

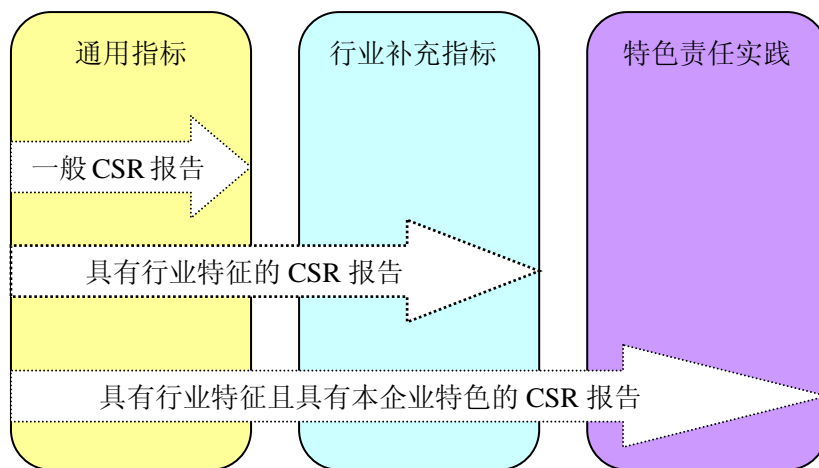


图 1-4 企业对《CASS-CSR1.0 报告编写指南》的灵活应用

三、《CASS-CSR1.0 报告编写指南》应用级别与优秀报告报评

企业应用《CASS-CSR1.0 报告编写指南》完成社会责任报告编制后，为便于读者了解其报告对《指引》的应用程度，我们鼓励企业进行应用级别自评以及申请中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心对其评定。应用级别评定是对企业在编制社会责任报告过程中对《指引》应用程度的简单声明，评定结果并不代表我们对其报告质量及报告价值的态度。

（一）应用级别评定

1. 应用级别评定方式

企业应用《CASS-CSR1.0 报告编写指南》完成社会责任报告编制后，可申请中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心对其应用级别进行评价，评价结果在中心网站进行公示 3 年。

2. 应用级别评定标准

企业在编制社会责任报告过程中对《CASS-CSR1.0 报告编写指南》的应用程度共分为五个星级，级别划分的依据是其对《指引》要求披露的指标进行披露的数量和全面性。具体级别划分标准如下：

	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
--	---	----	-----	------	-------

报告前言	仅披露 P3 部分的指标	披露 P3、P2 部分的指标	披露 P1、P2、P3 部分的指标	披露所有指标	在 B 的基础上进行相应创新
责任管理	披露 5 个以下指标, 且指标仅涉及 G1 到 G4 部分的两个或一个部分	披露 5~10 个指标, 且指标涉及 G1 到 G4 部分的三个以下(含三个)的部分	披露 10~15 个指标, 且指标涉及 G1 到 G4 部分的所有内容	披露 15 个以上指标, 且指标涉及 G1 到 G4 部分的所有内容	在 B 的基础上进行相应创新
市场绩效、社会绩效、环境绩效	仅披露了 30% 以下的指标	披露了 30% 到 50% 的指标, 且披露指标多为管理方针	披露了 50% 到 80% 的指标, 且较多披露绩效指标	披露 80% 的指标且披露了 50% 以上的绩效指标	在 B 的基础上进行相应创新

图 1-5 《CASS-CSR1.0 报告编写指南》应用级别评定标准

(二) 优秀报告报评

企业使用《CASS-CSR1.0 报告编写指南》编制社会责任报告后, 应向中国社会科学院经济学部企业社会责任中心提交电子版或印刷版(邮箱: cass_csr@sina.com), 在中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心数据库进行登记。

对于申请应用级别评定的, 由中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心负责进行应用级别审定或评定。

第二篇 报告原则、边界和报告概述

本部分对界定报告内容、确保报告信息的质量以及确定报告边界提供原则性指导。

一、报告原则

报告原则的作用是确保社会责任报告的质量，并为整个报告编制过程提供决策指引。报告原则按其作用可分为两类：

- **报告内容原则：** 界定企业应在社会责任报告中披露的内容及指标；
- **报告质量原则：** 确保企业社会责任报告中披露信息的质量。



图 2-1 报告原则

（一）报告内容原则

报告内容的确定直接影响报告质量。在编制社会责任报告的准备阶段和编制过程中要认真、审慎地确定报告内容。一般而言，报告内容的确定主要考虑以下三个方面的内容：

- 该议题对经济、社会和环境的影响；
- 利益相关者对该议题的关注度；
- 时代背景。

界定报告内容的主要有以下三个原则：

1. 关键性原则

定义：关键性原则是指报告所披露的议题对企业可持续发展以及利益相关方均有关键性影响。

解读：社会责任报告不可能面面俱到。企业在编制报告的过程中必须对所披露的议题按照关键性原则进行排序，优先披露关键性议题。

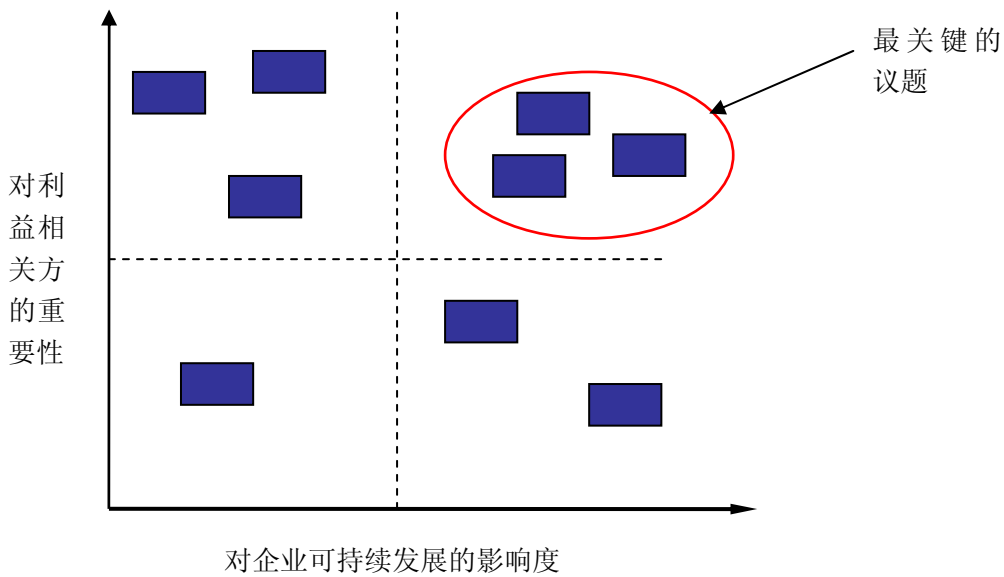


图 2-2 关键性议题选择

2. 完整性原则

定义：社会责任报告所涉及的内容应能完整地反映企业对经济、社会 and 环境的重大影响，利益相关方可以根据社会责任报告评估企业在报告期间的责任绩效。

解读：报告内容的完整性由以下三个方面进行保证：

- **范围：**指报告内容涵盖了企业有关社会责任的所有重大议题，报告对企业经济、社会和环境的影响的信息披露是充分的。
- **界限：**主要包括组织界限和运营界限。组织界限指企业所控制的组织，如子公司、合资企业和下级承包商；运营界限指企业所影响的组织，包括供应链的上下游，如

供应商和批发商。

- **时间：**指企业应当披露报告期内发生的所有重大社会责任事件。

3. 利益相关者参与原则

定义：企业在明确其利益相关者的基础上，就社会责任报告的内容及议题与利益相关者沟通，并在社会责任报告中说明利益相关者的期望及企业对其合理期望的回应。

（二）报告质量原则

社会责任报告所披露的信息质量对报告的使用价值具有直接影响。对报告信息质量的保证主要有以下五个原则：

1. 平衡性原则

定义：报告应中肯、客观地披露企业在报告期内发生的正面和负面信息，以确保利益相关方可以对企业的整体业绩进行正确的评价。

解读：平衡性原则的作用是确保企业在编制报告的过程中避免对信息进行主观性筛选或故意性遗漏，进而影响利益相关者对企业做出不准确的判断。

2. 可比性原则

定义：报告对信息的披露应有利于利益相关方对企业在报告期内的责任表现进行分析和比较。

解读：可比性原则主要表现为两个方面：纵向可比与横向可比，即企业在披露相关议题的绩效数据时既要披露历史数据，又要披露行业平均数据。

3. 时效性原则

定义：指企业应及时、有规律地通过社会责任报告披露其履责信息。

解读：所谓时效性主要指两个方面：一是社会责任报告发布的及时性，报告中披露的信息距

实际发生时间不要超过 1 年；二是报告发布的周期性，基本为年度发布。

4. 易读性原则

定义：指报告的信息披露方式易于阅读者理解和接受。

解读：为达到易读性，在报告的编制过程中可以采取以下工具或技术：

- 多使用流程图、数据表、图片或提供相关链接；
- 对术语、缩略词等陌生词汇做出解释；
- 采用简洁的语言进行叙述；
- 进行方便阅读的排版设计等。

5. 可验证性原则

定义：指报告中披露的信息，其收集、记录、整理、分析和披露应经得起审核验证，以确保披露信息的质量。

解读：报告中披露的数据应得到内部控制和文件的支持，未经证实的信息或绩效数据不应出现在社会责任报告中。

二、报告边界

企业在确定披露内容的同时应明确与企业相关的哪些组织被社会责任报告涵盖，亦即明确报告的组织边界。企业与社会责任报告中涵盖组织的关系主要有以下两种：

1. 企业控制该组织

即企业管制该组织的财务和运营政策，以从该组织的活动中获得收益，如子公司、合资企业等。对该类组织，**企业应披露其对该类组织的管理方针以及取得的绩效数据等所有关键指标。**

2. 企业对该组织有重大影响

即企业对该组织的财务和运营决策具有参与权，但没有控制权。该类组织主要是企业上游企业（如原材料生产商、供应商、服务商、物流企业等）及下游企业（如批发商、分销商、零售商和最终消费者）。企业对该类组织的信息披露视其对企业履行社会责任的影响程度而

定，如下图：

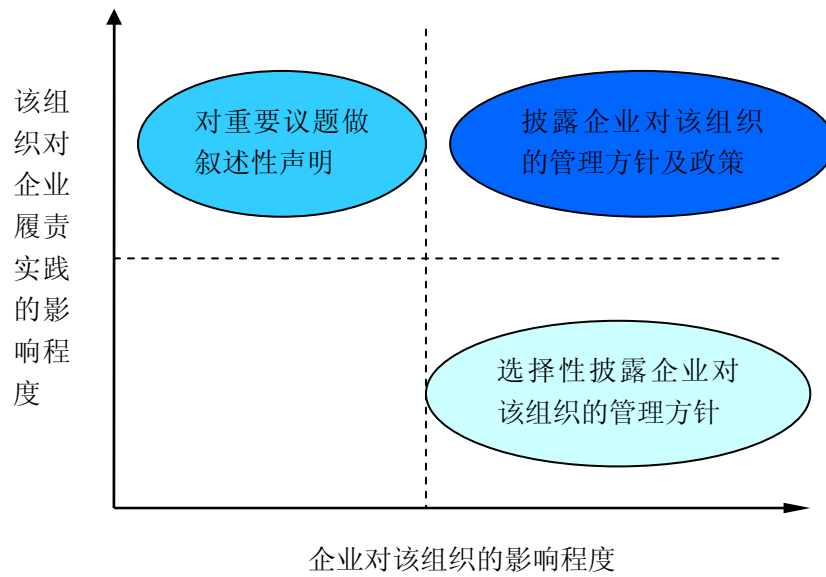


图 2-3 受企业影响的组织的信息披露类型

三、报告概述

1. 报告结构

一份完整的企业社会责任报告包括六大主体部分：

- **报告前言：**披露报告规范、高管致辞、企业概况（含企业治理）、关键绩效表等内容。
- **责任管理：**披露企业社会责任管理现状，包括社会责任治理、社会责任推进、社会责任沟通以及守法合规等方面的管理理念、制度、行为和绩效等。
- **市场绩效：**披露企业的市场责任绩效，包括股东责任、客户责任、伙伴责任等方面的管理理念、制度、行为和绩效等。
- **社会绩效：**披露企业的社会责任绩效，包括政府责任、员工责任、社区参与等方面的管理理念、制度、行为和绩效等。
- **环境绩效：**披露企业的环境责任绩效，包括环境管理、节约资源/能源以及降污减排等方面的管理理念、制度、行为和绩效等。
- **报告后记：**披露企业对未来社会责任工作的展望、内外部利益相关方对报告的点评、参考指标索引、报告反馈等内容。

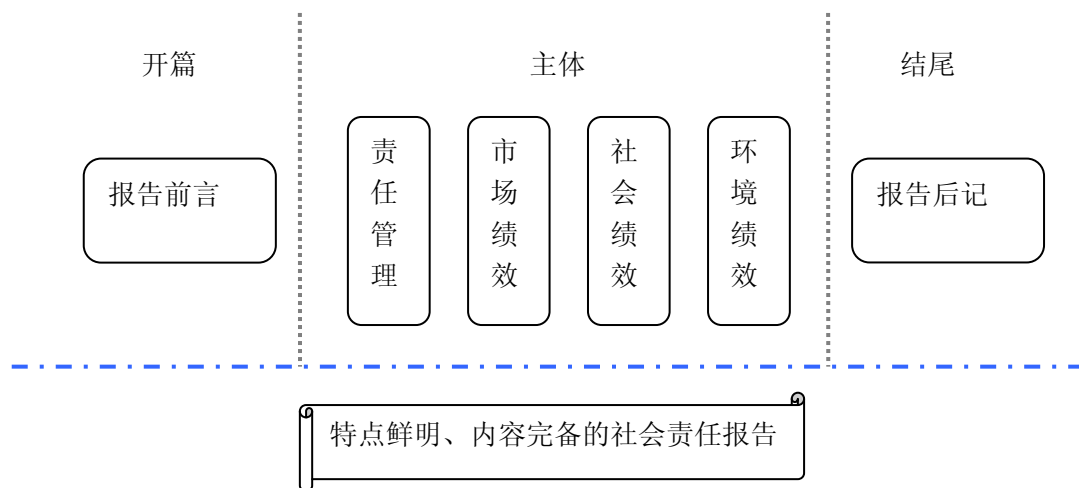


图 2-4 社会责任报告六大组成部分

2. 信息分类

按照性质不同，社会责任报告披露的信息可以分为六类：

- **理念：**主要描述企业对社会责任及各分项实践（如客户责任、员工责任、环保责任）的态度、认识以及信念等。
- **制度：**主要描述企业在社会责任管理以及各分项实践方面的规章、准则以及规范等（如研发管理制度、员工管理制度）。
- **措施：**主要描述企业在社会责任管理以及各分项实践方面所采取的具体规定、方针等（如节能、节水的措施）。
- **绩效：**主要描述企业在社会责任管理以及各分项实践方面所取得的工作成效，多用数据表示。
- **案例：**主要描述企业在社会责任管理以及各分项实践方面的典型案例。
- **图片：**与制度措施相关的管理示意图、流程图，与责任实践活动相关的照片等。

3. 指标分类

根据披露信息的性质，社会责任报告中披露的指标可以按以下两种标准进行分类：

按指标重要性分类：

- **核心指标—★**

该类指标反映企业履行社会责任基本要求的情况，一般而言，该类指标具有代表性、法律强

制性，是企业必须进行披露而且有能力进行披露的指标。

- **扩展指标—☆**

该类指标描述企业履行社会责任的更高要求，是对基本指标的补充，在现阶段不强制企业进行披露，但该类指标代表了企业社会责任活动发展的方向。

按指标性质分类：

- **管理方针—I**

该类指标主要描述企业社会责任理念、制度、措施等，一般表述为“企业建立了××制度”、“采取了××措施”等。

- **绩效指标—II**

该类指标主要描述企业社会责任活动目标的落实情况、建设成果和活动绩效，包括正面指标和负面指标。

第三篇 通用指标体系

一、报告前言（P 系列）

本板块依次披露报告规范、企业高层的社会责任声明、企业简介（含公司治理概况）以及关键绩效表。

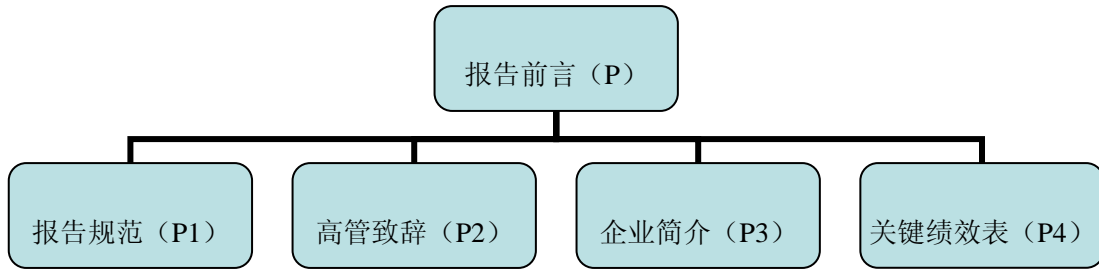


图 3-1 企业概述包括的二级板块

1. 报告规范（P1）

P1.1 报告可靠性保证，即在报告首页应标明“本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任”。

P1.2 报告的组织范围

P1.3 报告时间范围

P1.4 第几份社会责任报告

P1.5 报告发布周期

P1.6 报告数据说明

P1.7 报告参考标准

P 1.8 解答报告及其内容方面问题的联络人及联络方式

P 1.9 报告获取方式及延伸阅读

报告规范编写模板：

(1) 报告组织范围：**公司及下属机构。

(2) 报告时间范围：本报告为**公司第*份社会责任报告，报告时间范围为****年*月*日至*月*日，部分内容超出上述范围。

(3) 报告发布周期: **公司社会责任报告为年度报告(或半年度报告等)。

(4) 报告数据说明: 本报告披露的财务数据如与年报有出入, 以财务报告为准, 其他数据来自公司内部统计。本报告中所涉及货币金额以人民币作为计量币种, 特别说明的除外。

(5) 报告参考标准: 本报告编写参照《深证证券交易所社会责任报告编写指引》以及《***》, 同时突出**公司的企业特点和行业特色。

(6) 报告发布形式及解读: 本报告以印刷版和电子版两种形式发布, 欲获取报告电子版, 请登录**公司网站: www.***.com。

(7) 解答报告及其内容问题的联络人:

公司部门

联系人: ***

地址: ****

邮政编码: *****

电话: 86-**-*****

传真: 86-**-*****

E-MAIL: **@**.com

2. 高管致辞 (P2)

高管致辞是企业最高领导对企业社会责任工作的概括性阐释。包括以下两个方面的内容:

P2.1 企业与社会责任的声明, 即企业实施社会责任工作的战略考虑及企业实施社会责任为企业带来的发展机遇;

P2.2 企业年度社会责任工作成绩与不足的概括总结。

示例:

“对于关系中国国家能源安全与国民经济命脉的全球最大的公用事业企业, 仅仅做到保证电力的安全可靠供应是远远不够的。我们始终牢记, 电网不仅是连接电源和用户的电力输送载体, 而且是我国能源战略布局的重要内容、能源产业链的重要环节和国家综合运输体系的重要部分。我们深知, 积极转变电网发展方式, 加快建设以特高压电网为骨干网架、各级电网协调发展的坚强国家电网, 充分发挥电网大范围、大规模、高效率配置能源资源的强大功能, 对于推进中国能源可持续发展, 服务经济社会可持续发展具有重要意义。”

——《国家电网公司2008社会责任报告》(P3)

3. 企业简介 (P3)

P3.1 企业名称、所有权性质及总部所在地

P3.2 企业主要产品及服务

P3.3 企业运营地域及运营架构，包括主要部门、运营企业、附属及合营机构

P3.4 企业规模，包括：

- 员工总数；
- 营业收入及净利润；
- 所提供的产品或服务的数量。

P3.5 企业治理机构及各专业委员会的职权和影响描述；

P3.6 阐述企业董事会机构；应在报告提示“未尽内容，参见公司****年年报”。

4. 关键绩效表 (P4)

关键绩效表包括报告期内企业社会责任工作的年度绩效对比表、关键绩效数据表以及报告期内企业所获荣誉列表。社会责任工作绩效对比表主要从定性的角度描述企业社会责任管理及社会责任实践组织机构、规章制度的完善以及管理行为的改进等；关键绩效数据表从定量的角度描述企业社会责任工作取得的可以数量化的工作成效；报告期内公司荣誉表对报告期内企业所获荣誉进行集中展示。

P4.1 社会责任工作绩效对比表

责任领域		2008-2009 年表现	对比
责任管理	责任治理	建立社会责任领导机构;	▲
		加入国际社会责任机构;	=
	
	责任推进	组织社会责任培训	=
		推动下属企业履行社会责任	▲
	
	责任沟通	加强与利益相关方沟通	=
		建立内部社会责任沟通机制	▲
	
	守法合规	进一步完善守法合规体系	▲
		开展反商业贿赂审查	=
	
市场绩效	股东责任	积极与股东沟通	=
		销售收入大幅上升	▲
	
	产品责任	产品创新能力提高	=
		客户服务进一步规范	▲
	
	伙伴责任	进一步推进责任采购	=
		加强同业沟通	=
	
社会绩效	政府责任	依法纳税	▲
		带动就业	=
	
	员工责任	更重视员工身心健康	▲
		完善员工培训体系	=
	

	社区参与	积极投身社区参与	■
		鼓励员工志愿者活动	▲
	
环境绩效	环境管理	完善环境管理体系	■
		环保产品的研发与销售	▲
	
	节约资源、能源	环保设备引进	■
		开展循环经济	■
	
	降污减排	引进降污减排技术	■
		形成降污减排文化	■
		▲

备注：■代表不变，▲代表改善

P4.2 关键绩效数据表

市场绩效指标	2009	2008	2007
主营业务收入（万元）			
利润总额（万元）			
每股收益（元）			
资产负债率（%）			
研发投入（万元）			
产品合格率（%）			
客户满意度（%）			
合同履行率（%）			
社会绩效指标	2009	2008	2007
纳税额（万元）			
员工总人数（人）			
劳动合同签订率（%）			
社会保险覆盖率（%）			
工会覆盖率（%）			

女性管理者比例（女：男）			
残疾人雇佣率（%）			
员工体检覆盖率（%）			
职业病发生率（%）			
员工培训总投入（万元）			
员工培训覆盖率（%）			
人均培训时间（天）			
员工满意度（%）			
员工流失率（%）			
公益捐赠（万元）			
志愿者人数（人）			
环境绩效指标	2009	2008	2007
环保总投资（万元）			
单位产值能耗（吨标准煤/ 万元）			
单位产值水耗（吨水/万元）			
废气排放量（吨）			
废水排放量（吨）			
废渣排放量（吨）			
三废综合利用率（%）			
温室气体排放量（吨）			

P4.3: 报告期内公司荣誉表

荣誉类别	评奖机构	荣誉称号
责任管理类	人民日报社网络中心	人民社会责任奖
	WTO 经济导刊	金蜜蜂
市场绩效类	科技部	科技创新奖

社会绩效类	民政部	中华慈善奖
环境管理类	环保部	环保企业

二、责任管理（G 系列）

有效的责任管理是企业实现可持续发展的基石。本部分主要描述企业在社会责任管理方面的理念、制度、措施以及取得的绩效和典型案例。责任治理、责任推进和责任沟通是企业内部社会责任工作的推进力量，这三者从组织体系、企业理念及价值观、管理制度等方面保证企业社会责任工作的顺利进行；守法合规也是社会责任管理工作的重要内容，其作用是防止企业在社会责任工作方面出现违规行为。

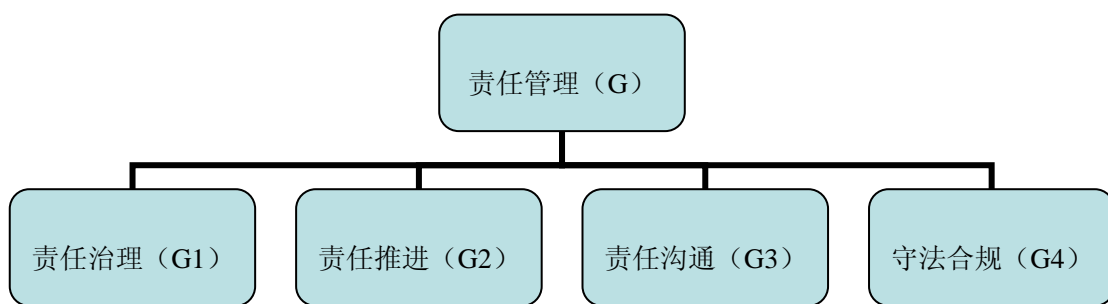


图 3-2 责任管理二级指标关系图

1. 责任治理（G1）

本板块主要从高层次、战略性的角度阐述企业对经济、社会和环境负责任的理念以及企业的价值观及愿景中对利益相关方利益的关注；阐明企业在经营过程中对企业利益相关方的影响以及可持续发展面临的外部风险和机遇；阐明企业的利益相关方的责任承诺。

核心指标 G1.1 企业理念、愿景及价值观

指标解读：该指标描述企业对经济、社会和环境负责任的经营理念、愿景及价值观。

示例：

企业使命——“三色企业”：为中国特色社会主义服务的“红色”企业；注重科技、保护环境的“绿色”企业；坚持与时俱进、学习创新、面向世界的“蓝色”企业。

——《中国华能集团企业 2008 年可持续发展报告》

核心指标

G1.2 风险、机遇及可持续发展分析

指标解读：该指标主要衡量企业发展的健康度，包括以下三个方面的内容：（1）企业核心经营业务对经济、社会和环境带来的积极作用（如提升生活质量、带动就业等）和消极影响（破坏环境等）；（2）企业实现可持续发展面临的内外部风险以及机遇描述；（3）企业应对上述风险和机遇的对策描述，即企业实现可持续发展的路径、规划。

示例：

“当今社会，环境和资源问题已经成为全球关注的焦点和经济社会发展的瓶颈。国家主席胡锦涛在 2007 年亚太经合组织会议演讲时指出：“建立适应可持续发展要求的生产方式和消费方式，优化能源结构，推进产业升级，发展低碳经济，努力建设资源节约型、环境友好型社会，从根本上应对气候变化的挑战”。作为一个负责任的企业，我们深刻认识到，因行业特性所致，发电企业为社会提供清洁电能的同时，大量消耗资源，对环境产生重大影响。为此，我们始终坚持以科学发展观为指导，在可持续发展框架内，努力实现发展速度与质量效益相统一、经济发展与资源环境相协调，牢固树立生态文明观念，不断完善节约环保机制，大力优化调整电源结构，扎实推进技术进步。通过不懈努力，不断提高资源利用效率，最大限度减少资源消耗和污染物排放，始终保持永续发展的能力。”

——《中国华能集团公司 2008 年可持续发展报告》（P3）

扩展指标

G1.3 企业参与的社会责任组织及责任承诺

指标解读：企业参与的社会责任组织包括国内外社会责任组织，如联合国全球契约（Global Compact）、世界可持续发展工商理事会（WBCSD）、中国可持续发展工商理事会、社会责任联盟等；责任承诺主要指遵守国际社会责任公约或标准，如全球契约十项原则、联合国关于环境、劳工的公约宣言等。

指标解读：社会责任领导机构是指由企业高层领导（通常是企业总裁、总经理等高管）直接负责的、位于企业委员会层面最高的决策、领导、推进机构，例如社会责任委员会、可持续发展委员会、企业公民委员会等。

示例：国家电网公司社会责任领导体系建设

公司主要领导小组和委员会	安全生产领导小组	保障供电安全、人身安全、环境安全等
	投资管理领导小组	全面评估投资项目的经济、社会和环境的综合效益
	预算管理领导小组	推行全面预算管理
	业绩考核领导小组	实施综合业绩考核
	特高压试验示范工程建设领导小组	发展特高压输电技术、建设特高压电网
	电力市场建设及优质服务领导小组	指导和组织电力市场建设、需求侧管理和优质服务工作
	社会责任工作委员会	统一领导公司社会责任工作
	创一流同业对标工作领导小组	进行国内外同行业企业最佳实践的对标和推广
	科技工作领导小组	推动公司科技创新
	招投标工作领导小组	推进公开、公平、公正招标
	信息化领导小组	领导和实施信息化建设
	人才工作领导小组	指导和协调人才培训和培养，加强人才队伍建设
	引进国外智力领导小组	指导和组织引进国际化人才
	离退休干部工作领导小组	管理离退休员工事宜，保障离退休员工权益
	精神文明建设指导委员会	弘扬高尚商业道德，服务创建和谐社会
	纠风和行风建设领导小组	指导、组织和监督行风建设
	维护稳定工作领导小组	维护职工的合法权益，关心员工生活
	援藏工作领导小组	研究和组织援藏工作
奥运合作伙伴工作领导小组	履行奥运合作伙伴的权利和义务	

——《国家电网公司 2008 年社会责任报告》(P14)

2. 责任推进 (G2)

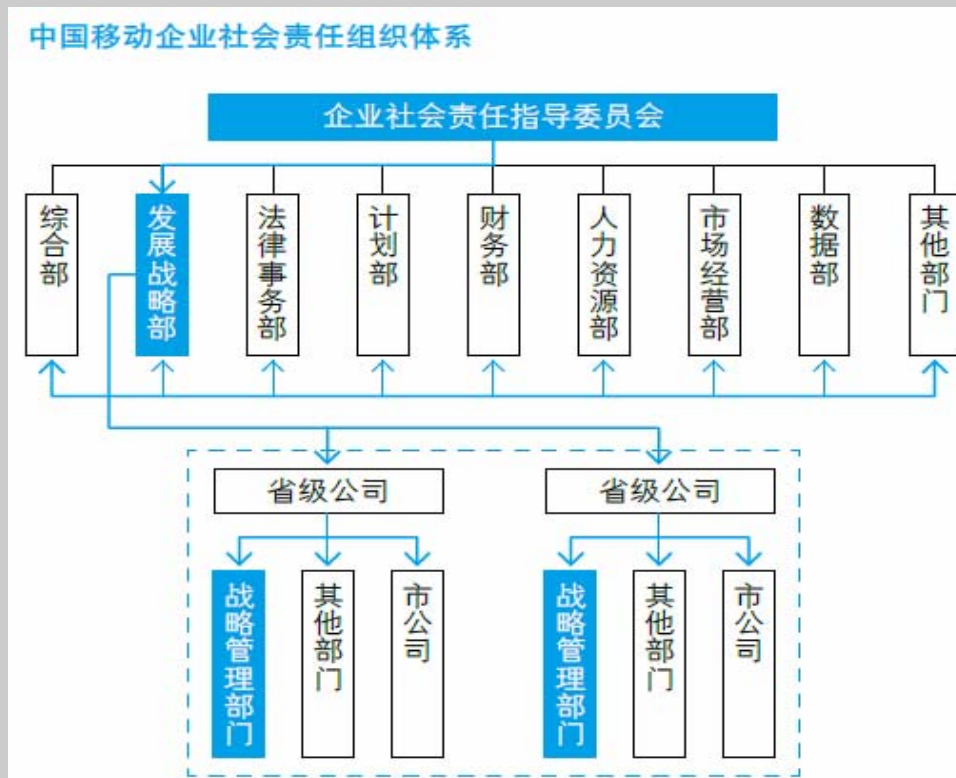
责任推进板块包括企业内部社会责任推进和企业外部社会责任推进两个方面，内部推进主要描述企业内部社会责任管理体系的建设情况、企业内部推动社会责任工作的制度及措施和内部推动社会责任工作取得的成效；外部推进主要描述企业对合作伙伴（主要指供应商）履行社会责任的倡议和制度规定。

扩展指标

G2.1 社会责任管理体系

指标解读：本指标主要包括以下四个方面的内容：（1）社会责任组织体系，明确或建立企业社会责任工作的责任部门；（2）企业社会责任工作部门的人员配置情况；（3）企业社会责任指标体系或专项管理体系（如社会责任风险管理）的建设情况；（4）社会责任工作考核的制度及措施。

示例：



——《中国移动通讯集团企业 2008 年企业社会责任报告》(P9)

扩展指标

G2.2 社会责任工作规划

指标解读：本指标主要描述企业社会责任工作的核心议题及社会责任工作要达到的总体目标及保障措施。

示例：美的集团 2008 年 CSR 规划

序号	分项	目标	主要实施项目
1	CSR 运作管理	构建 CSR 内部运作体系	制订《美的集团 CSR 运作管理管理办法》、完善《美的集团扶助基金管理办法》。
2	遵法管理	提升经营风险意识	1、风险教育培训； 2、遵法专项内审。
3	顾客权益维护	为顾客提供便利，提高顾客满意度	1、开展集团顾客满意度调查； 2、根据顾客等市场反馈意见，进行产品质量专项改善； 3、开展服务系统专项提升活动，包括人员素质提升，服务技巧培训，维修服务质量检查等。
4	员工权益维护	改善员工工作环境，扶助有困难员工	1、通过集团扶助资金，扶助集团内有需要的员工； 2、灵活安排员工工作时间及方式，全面实施员工工休制度； 3、通过美的学院平台，系统开展员工技能及素质培训。
5	股东权益维护	完善有效沟通机制，双方达致互信	1、通过公告、专题会、通讯等形式加强对股东的信息发布
6	供应商权益维护	建设供应链 CSR 一体化体系	1、推动供应商开展 CSR 管理； 2、完善采购遵法流程及机制； 3、加强对供应商的管理、技术等扶持输出； 4、通过恳谈会、问题协调机制等形式加强供应商沟通与协同。
7	社会公益扶助	积极参与各类社会活动	1、组织员工义务献血； 2、参与政府组织的科教文化民生公益活动； 3、实施有美的特色的各类公益活动。
8	环境管理	完善集团环境监控及改善体系	1、制定集团环境监控机制，选定课题进行专题改善； 2、配合政府及工厂扩能做好环境监测； 3、环境符合专项内审。
9	环境友好型产品和服务改善	提升产品的能效及环境绩效表现	1、推行 EUP、REACH 等专题改善项目； 2、导入绿色设计及清洁生产； 3、推进 TRIZ 创新设计； 4、扩大产品节能认证； 5、开展“一个点两个亿”生产节约活动。
10	内部交流	增进员工沟通，和谐劳资关系	1、举办 CSR 月活动（结合每年 9 月人才科技月进行）； 2、通过意见箱、座谈会、工会组织等定期例行沟通； 3、实行重大员工利益调研评议及公示制度。
11	社会交流	增进公众沟通，和谐发展环境	1、加强与股东、顾客以及各种社团组织的对话； 2、完善与社会公众的社会责任平台，包括专门网站建设链接、宣示等； 3、发行 CSR 报告； 4、举办 CSR 开放日活动（结合每年 9 月人才科技月活动进行）。

——《美的集团企业 2009 企业社会责任报告》（P5）

核心指标

G2.3 社会责任培训

指标解读：本指标主要描述企业组织进行的社会责任培训活动（包括社会责任理论宣讲、国际国内先进企业社会责任运动介绍以及如何把社会责任融入经营等）及取得的成效。

示例：

“开展员工安全培训、法律和人权培训、环境管理培训、企业社会责任和可持续发展培训。

2008年，企业总部社会责任专项培训超过1000人次，各单位社会责任专项培训超过3万人次。”

——《国家电网企业2008社会责任报告》(P64)

扩展指标

G2.4 推进下属企业社会责任工作

指标解读：本指标主要描述企业下属企业的社会责任工作情况，包括下属企业发布社会责任报告、对下属企业进行社会责任培训、在下属企业进行社会责任工作试点、对下属企业社会责任工作进行考核与评比等。

示例：

“中国移动2008年开展了优秀CSR实践评选活动，首次在全集团范围内选拔CSR优秀实践。……最终从109项申报成果中，产生了2008年度CSR十佳实践及最佳CSR创意、最佳员工参与、最佳CSR推广、最佳CSR组织等单项奖共计21个获奖成果和单位，……”

——《中国移动通讯集团企业2008年企业社会责任报告》(P9)

扩展指标

G2.5 推动合作伙伴履行社会责任

指标解读：本指标包括两个层次：描述企业对合作机构、同业者以及其他组织履行社会责任工作的倡议；推进其他企业的社会责任意识。

示例：

“2004年至2008年，我们共对417家关键供应商进行了CSR审核和改善推动工作。2008年我们重点对83家供应商进行了审核和改善跟踪，其中48家为供应商CSR稽查、问题跟踪回访，35家为新供应商的CSR认证。在华为的影响和推动下，通过SCAR跟踪管理系统，08年累计有77家供应商的CSR问题得到改善，CSR风险明显降低。”

——《2008年华为企业责任报告》(P35)

3. 责任沟通 (G3)

责任沟通版块包括企业内部社会责任沟通和企业外部社会责任沟通两个方面，内部社会责任沟通主要描述社会责任信息在企业内部的传播机制，外部社会责任沟通主要描述企业对外部利益相关方的信息披露机制及企业领导参与的责任沟通交流活动。

核心指标

G3.1 利益相关方对企业的期望以及企业的回应措施

指标解读：本指标包含三个方面的内容：（1）识别出企业的内外部利益相关方，如股东、监管者、政府、客户、供应商、员工、合作伙伴、社区、环境、媒体等；（2）对利益相关方的需求及期望进行调查；（3）阐述各利益相关方对企业的期望以及企业对利益相关方期望进行回应的措施。

模板: **公司利益相关方期望及回应措施

利益相关方	对**公司的期望	回应措施与成效
监管机构	合规经营与风险防范; 响应国家宏观调控政策。	依法诚信经营; 及时、准确的信息披露; 支持国家政策。
投资者	稳定的信用等级; 合理的收益回报。	严格的风险控制; 保持较高的盈利; 保持良好的信用等级。
客户	优质的产品; 良好的售后服务。	持续的产品创新; 加强客户关系管理; 客户满意度调查。
合作伙伴	优势互补; 诚信互惠; 信息共享。	坚持诚信、互利、平等协商原则; 合作领域和方式创新; 良好的合作关系。
供应商	公平采购、诚信履约; 战略合作、实现双赢。	坚持“三公”原则,严格履约; 较高的供应商满意度; 采购成本持续下降。
员工	保障合法权益; 满意的薪酬激励; 良好的工作环境与职业发展空间。	员工参与管理; 员工权益保障; 关注员工发展、改善薪酬激励; 较高的员工满意度; 较低的员工流失率。
社区	关注社会发展; 共建和谐社区。	社区文明共建; 公益捐赠; 志愿者服务; 支持教育与农村发展。
媒体	及时的信息披露; 良好的媒体关系。	新闻发布; 为媒体提供相关信息; 与媒体保持沟通与合作。

扩展指标

G3.2 企业内部社会责任沟通机制

指标解读: 本指标主要描述企业内部社会责任信息的传播机制及媒介。企业内部社会责任沟通机制主要有:

- 内部刊物，如《社会责任月刊》、《社会责任通讯》等；
- 在公司网站建立社会责任专栏；
- 社会责任知识交流大会；
- CSR 内网等。

扩展指标

G3.3 企业高层领导参与的内部社会责任沟通与交流活动

指标解读：高层领导参与的内部社会责任沟通交流活动主要有：

- 高层领导就社会责任工作与员工进行单独或会议的交谈；
- 职工大会中设立社会责任议题；
- 高层领导开通的社会责任专用电子邮箱等。

扩展指标

G3.4 企业外部社会责任沟通机制

指标解读：本指标主要描述企业社会责任信息对外部利益相关方披露的机制及媒介，如发布社会责任报告、召开及参加利益相关方交流会议、工厂开放日等。

示例：

“9月7日，我们举行了“提供清洁电力，点亮美好生活”企业开放日活动。集团公司系统共有17个省（区、市）的26家发电企业向社会开放，市民、学生和社会各界代表近万人走进他们陌生的电厂，与我们的员工进行面对面的交流，了解电力生产过程。”

——《中国大唐集团公司 2007 年社会责任报告》（P57）

扩展指标

G3.5 企业高层领导参与的社会责任沟通与交流活动

指标解读：本指标主要描述企业高层领导人参加的国内外社会责任会议，以及会议发言、责任承诺等情况。

示例：

“9月24日，应联合国秘书长潘基文的邀请，黄天文总裁在纽约联合国总部参加了联合国千年发展目标论坛，宣介了中钢集团发布可持续发展报告、推进环境保护、创造就业机会、

促进非洲经济发展、消除贫困等社会责任实践工作。会上，黄天文总裁做出庄严承诺……”

——《2008 中钢集团可持续发展报告》(P4)

4. 守法合规 (G4)

本板块主要从管理体系、制度保障的角度阐述企业守法合规工作的进展情况，包括守法合规组织体系建设、制度措施、行为规范、合规手册、合规培训以及企业在守法合规方面取得的工作成效。

核心指标 G4.1 企业守法合规体系

指标解读：本指标中主要描述企业的内控体系、法律合规体系、风险防范体系，包括守法合规理念、组织体系建设、制度建设等。

示例：

“2008 年，中国移动继续对企业运营进行了全面的法律风险评估，……针对识别的风险和相关评估结果，中国移动修订、完善了相关的管理制度，包括业务管理规范、……此外还组织开展了包括合同法、劳动合同法、反垄断法、商业秘密等的相关培训。”

——《中国移动通讯集团企业 2008 年企业社会责任报告》(P7)

核心指标 G4.2 守法合规措施

指标解读：本指标主要描述企业守法合规的措施，如反腐败、反商业贿赂措施、合规手册等。

示例：

“索尼为了加强集团整体的企业统辖以及全面开展遵守法律法规和道德规范的业务活动，于 2003 年 5 月制定了《索尼集团行为规范准则》。该准则明确规定了索尼集团所有董事、高级职员以及普通雇员都必须遵守的基本事项……”

——《索尼中国企业社会责任简报 2008》(P8)

核心指标

G4.3 守法合规培训

指标解读：本指标主要描述企业组织的守法合规培训活动，包括法律意识培训、行为合规培训、反腐败培训、反商业贿赂培训等。

示例：

“2008年宝钢认真贯彻落实中央纪委对国有企业领导人员提出的廉洁自律“七项要求”，把反腐倡廉教育纳入党委中心组学习、领导人员培训之中，开展了倾向性问题报告、典型案例剖析、“三不放过”教育以及廉洁双签、提醒谈话等教育活动。”

——《宝钢集团有限公司 2008 年社会责任报告》(P23)

核心指标

G4.4 重大守法合规负面信息

指标解读：报告期内如存在重大守法合规负面信息，则予以解释并提出改进建议；如没有，则承诺不存在重大守法合规负面信息。

三、市场绩效 (M 系列)

市场绩效描述企业在市场经济中负责任的行为。企业的市场绩效责任可分为对自身健康发展的经济责任和对市场上其他利益相关方（主要是客户和商业伙伴）的经济责任。股东责任包括两个部分，即投资者关系管理制度和财务绩效，财务绩效视为股东责任的绩效表现；客户责任主要描述企业向客户提供合格产品及满意服务的制度保障及取得的工作成效；伙伴责任主要描述企业对商业伙伴负责任的行为，如公平竞争、责任采购、合同履行及合作共赢等。

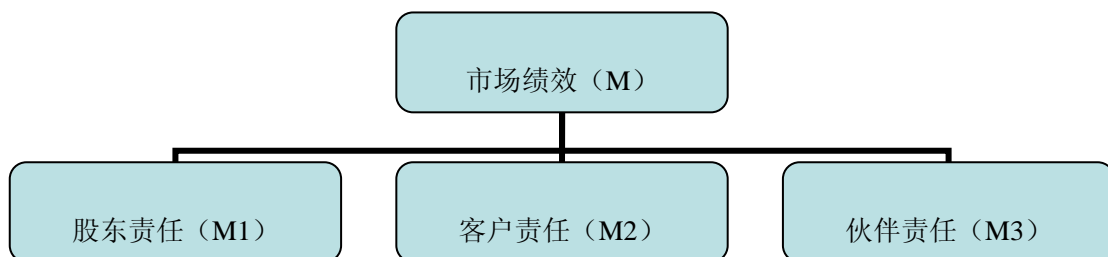


图 3-3 市场绩效二级指标构成

1. 股东责任 (M1)

股东责任主要包括投资者关系管理与资产保值增值两个方面，资产保值增值用资产的成长性、收益性和安全性三个指标进行表现。

核心指标 M1.1 投资者关系管理体系

指标解读：本指标主要描述企业投资者关系管理体系建设情况，包括对投资者负责的理念、专门的投资者关系管理机构、投资者关系管理制度以及投资者沟通机制。报告应提示“未尽内容，参见公司****年年报”。

指标示例：

“公司高度重视投资者关系维护，制定了《投资者关系管理制度》，专门设立了投资者关系处。……”

——《中国中铁股份有限公司 2008 年社会责任报告》(P43)

核心指标 M1.2 成长性，即报告期内营业收入及增长率等与企业成长性相关的其他指标

核心指标 M1.3 收益性，即报告期内的净利润增长率、净资产收益率和每股收益等与企业经营收益相关的其他指标

核心指标 M1.4 安全性，即报告期内的资产负债率等与企业财务安全相关的其他指标

2. 客户责任 (M2)

客户责任板块主要描述企业客户关系管理体系，以及企业在产品创新及产品质量管理方面的制度方针及取得的工作成效。

核心指标 M2.1 客户关系管理制度

示例：

“市场销售和服务部门从产品、服务方面对客户进行持续跟踪，获得及时和可用的反馈信息。”

建立和管理客户档案，完善客户意见反馈机制、投诉处理机制和快速响应机制。具体包括……”

——《中国国际海运集装箱（集团）股份有限公司 2008 年度社会责任报告》（P24）

核心指标

M2.2 售后服务体系

核心指标

M2.3 积极应对客户投诉

示例：

“民生银行积极应对客户投诉……民生银行电子银行部制定《中国民生银行95568 客户投诉处理管理办法》，持续编制《客户投诉分析月报》，投诉处理能力有效提升，客户投诉数量显著下降。”

——《中国民生银行 2008 年社会责任报告》（P18）

核心指标

M2.4 客户信息保护

指标解读：本指标主要描述企业保护客户信息安全的理念、制度、措施及绩效。如存在泄露客户信息事件，则予以解释并提出改进建议；如没有，则承诺“报告期内未发生泄露客户信息事件”。

示例：

“客户隐私保护是中国移动客户关系管理的重要组成部分。……企业通过了ISO27001等专业安全测试和认证，并制定且严格执行安全审计、帐号口令、远程接入、数据备份、机房管理等安全管理办法，严密保护客户的信息安全。”

——《中国移动通讯集团企业 2008 年企业社会责任报告》（P16）

核心指标

M2.5 客户满意度调查

核心指标

M2.6 产品质量管理体系

指标解读：本指标主要描述企业产品质量保障、质量改进等方面的政策与措施，例如 ISO9000 国际质量管理体系认证。

示例：

“借鉴丰田生产方式，通过建立可持续改进的质量管理体系，使产品实现各环节处于可控状态，并持续改善产品质量，……企业于 2002 年 12 月率先在行业内顺利通过了 ISO9001 国际质量管理体系集团统一认证，……。”

——《中国国际海运集装箱（集团）股份有限公司 2008 年度社会责任报告》（P19）

核心指标

M2.7 产品合格率

核心指标

M2.8 产品质量负面信息

指标解读：报告期内如存在产品质量事故，则予以解释并提出改进建议；如没有，则在报告中承诺不存在产品质量事故。

核心指标

M2.9 支持产品服务创新的制度

示例：

“加大技术创新的引导和支持。我们制定了《科技创新专项基金项目的管理办法》，从众多项目中遴选出 17 项作为集团的科技创新项目，……，计划安排科技创新基金 2939 万元。”

——《2008 中钢集团可持续发展报告》（P27）

核心指标

M2.10 研发投入

核心指标

M2.11 研发人员数量及比例

核心指标

M2.12 新增专利数

扩展指标

M2.13 新产品销售额

核心指标

M2.14 重大创新奖项

3. 伙伴责任 (M3)

企业的合作伙伴主要有债权人、上游供应商、下游分销商、同业竞争者及其他社会团体。伙伴责任主要包括企业的战略合作、责任采购、诚实守信以及公平竞争四个方面的理念、制度、措施、绩效及典型案例。

核心指标

M3.1 战略共享机制及平台

指标解读：本指标主要描述企业与商业伙伴建立的战略共享机制及平台，包括但不限于以下内容：

- 长期的战略合作协议；
- 共享的实验基地；
- 共享的数据库；
- 稳定的沟通交流平台等。

核心指标

M3.2 责任采购制度及（或）方针

指标解读：本指标主要描述企业从多个角度对供应商提出的责任要求，主要有遵守法规、保护环境、保护劳工权益、诚信经营等。此外，还包括对供应商的定期或不定期的责任经营情况的检查制度。

示例：

“华为一直重视全球供应商及合作伙伴的社会责任形象，……2003 年制定并发布了发布社会责任采购指南……；07 年开始，我们建立了供应商 CSR 风险评估系统，并根据 CSR 风险等级对供应商 CSR 进行分层分级管理……；2004 至 2008 年，我们共对 417 家关键供应商进行了 CSR 审核和改善推动工作……；04—08 年我们邀请了第三方和自行组织了 6 次 CSR 审核员培训，目前我们已经有 140 个工程师获得 CSR 内审员资格……”

——《2008 年华为企业责任报告》(P34-35)

扩展指标

M3.3 责任采购比率

报告期内企业责任采购数量占企业应实行责任采购的采购总量，公式为：责任采购比率=责任采购量/应实行责任采购的采购总量×100%。

核心指标

M3.4 诚信经营的理念与制度保障

示例：

“……始终坚持“诚实守信、依法经营”的经营理念，大力发扬“诚信、守约、协调、高效”的团队精神，严格履行对客户的承诺，……”

——《中国中铁股份有限公司 2008 年社会责任报告》(P18)

核心指标

M3.5 信用评估等级

扩展指标

M3.6 合同履约率

核心指标

M3.7 公平竞争的理念及制度保障

示例：

“2002 年，公司与相关企业一起发出诚信经营倡议，……，倡导明礼诚信、平等竞争、依法纳税，反对弄虚作假、坑蒙欺诈、假冒伪劣，树立起了企业良好的社会形象。”

——《武汉钢铁（集团）有限公司 2007 年社会责任报告》(P18)

四、社会绩效（S 系列）

社会绩效主要描述企业对社会责任的承担和贡献，主要包括政府责任、员工责任、安全生产和社区参与四个方面的内容。政府责任是现阶段我国企业履行社会责任的重要内容之一，主要描述企业响应政府号召、对政府负责的理念、制度、措施及绩效；员工责任主要描述企业对员工负责、促进员工与企业共同成长的理念、制度、措施、绩效及典型案例；社区参与主要描述企业对社区的责任贡献。

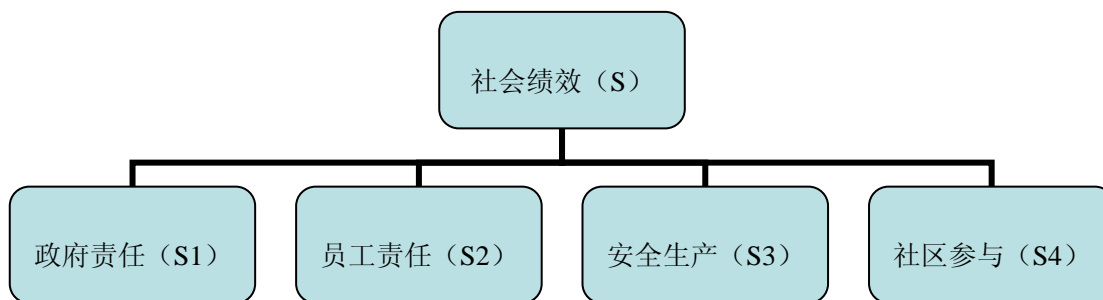


图 3-4 社会绩效二级指标构成

1. 政府责任 (S1)

政府责任主要包括政策响应、依法纳税以及带动就业三个方面。

核心指标

S1.1 响应国家政策

核心指标

S1.2 纳税总额

核心指标

S1.3 偷税漏税相关负面信息

指标解读：报告期内如存在偷税漏税行为，则提出相关改进措施；如果不存在该问题，则在社会责任报告中承诺未出现偷税漏税行为。

扩展指标

S1.4 确保就业及（或）带动就业的政策或措施

示例：

“……在这种情况下，中国移动以自身的良好发展与业务拓展，创造了大量的就业机会，2008年1-9月，因与中国移动发生业务往来而实现的带动就业人数已经超过220万。”

——《中国移动通信集团公司2008年社会责任报告》(P14-15)

核心指标

S1.5 报告期内吸纳就业人数

2. 员工责任 (S2)

员工责任主要包括员工基本权益保护、平等雇佣、职业健康、员工发展和员工关系管

理五大板块，每个板块又分为若干指标。

核心指标

S2.1 遵守国家劳动法律法规

核心指标

S2.2 劳动合同签订率/集体合同覆盖率

核心指标

S2.3 社会保险覆盖率

核心指标

S2.4 参加工会的员工比例

扩展指标

S2.5 为员工提供的有竞争力的薪酬

扩展指标

S2.6 每年人均带薪休假天数

核心指标

S2.7 劳动争议负面信息

指标解读：报告期内如发生劳动争议事件，则提出改进劳动关系管理的措施；如果不存在该问题，则在社会责任报告中承诺报告期内未发生劳动争议事件。

核心指标

S2.8 平等雇佣制度

示例：

“中国移动始终坚持同工同酬、男女平等、民族平等的原则，尊重工作场所机会均等和多元化，根据员工的能力和经历提供合适的岗位。2008年9月，中国移动少数民族员工比例由上年同期的4.55%增长到6.14%，……”

——《中国移动通信集团公司2008年企业社会责任报告》(P19)

核心指标

S2.9 男女员工工资比例

核心指标

S2.10 女性管理者比例

核心指标

S2.11 残疾人雇佣率或雇佣人数

核心指标

S2.12 职业健康管理制

核心指标

S2.13 员工心理健康援助

示例：

“2008 年，中国移动进一步在集团内部推广开展以缓解员工心理压力、改善员工心理健康为主要目的的员工帮助计划（EAP）。截至目前，已有 21 个省公司开展了 EAP 项目，并且取得显著成效。”

——《中国移动通信集团公司 2008 年企业社会责任报告》（P20）

核心指标

S2.14 体检及健康档案覆盖率

核心指标

S2.15 职业病发生次数

核心指标

S2.16 员工因工伤亡人数

核心指标

S2.17 员工培训管理体系

指标解读：本指标描述企业的培训管理体系，包括员工培训的组织机构、培训制度、培训类别、课程体系、培训考核等。

示例：

“……2008 年，中国移动将员工培训作为人力资源管理的重要工作，完善了培训机制，印发了《中国移动通信集团公司培训项目管理办法》，并开展了内部培训讲师队伍建设，实施了培训课程体系研究，推广应用了中国移动网上教育学院。”

——《中国移动通信集团公司 2008 年企业社会责任报告》（P20）

核心指标

S2.18 员工职业发展通道

指标解读：本指标描述员工在企业发展所具有的各种可能的通道及达到发展目标必须经历的过程、具备的条件等。

核心指标**S2.19 员工培训绩效**

指标解读：员工培训绩效，主要包括：

- 接受培训员工人数占员工总数的比例；
- 企业对员工培训的资金投入；
- 人均培训时间；
- 人均培训费用等。

核心指标**S2.20 员工意见或建议传达到高层的渠道**

指标解读：员工意见或建议传达到高层的渠道，包括但不限于以下方式：

- 员工提案制度；
- 总经理信箱；
- 总经理接待日；
- 员工满意度调查；
- 高层与员工的定期谈话制度等。

核心指标**S2.21 员工满意度****核心指标****S2.22 员工流失率****核心指标****S2.23 员工关爱**

指标解读：员工关爱，包括但不限于以下内容：

- 困难员工帮扶；
- 举办丰富多彩的文体活动；
- 改善员工工作生活环境；
- 丰富员工精神文化生活等。

3. 安全生产 (S3)

核心指标 S3.1 安全生产管理体系

指标解读：本指标主要描述企业在建立安全生产组织体系、制定和实施安全生产制度、采取有效防护措施等，以确保员工安全的制度和措施。

核心指标 S3.2 安全应急管理机制

指标解读：本指标主要描述企业在建立应急管理组织、规范应急处理流程、制定应急预案，开展应急演练等方面的制度和措施。

示例：

“一是建立了三个体系：由总体应急预案、专向应急预案、部门和单位应急预案、重点部位（岗位）应急预案等四个层次组成的应急预案体系；应急工作的运行、管理和考核体系；专家和应急队伍体系。二是全方位覆盖。……子公司，……也建立了突发事件应急救援体系，完善了公司安全生产应急管理机制。……重视对各级预案的演练工作，组织督促二级单位开展事故应急救援预案、岗位应急指南的演练工作。……”

——《2007年武汉钢铁（集团）公司社会责任报告》(P25)

核心指标 S3.3 安全教育与培训

指标解读：本指标主要描述企业在建立安全生产组织体系、制定和实施安全生产制度、采取有效防护措施等，以确保员工安全的制度和措施。

核心指标 S3.4 安全培训绩效

指标解读：本指标主要包括在安全培训覆盖面、培训次数等数据。

核心指标 S3.5 安全生产投入

指标解读：本指标主要包括在劳动保护投入、安全措施投入、安全培训投入等方面的费用。

核心指标 S3.6 安全事故伤亡人数

指标解读：本指标主要包括在员工工伤人数、员工死亡人数等数据。

4. 社区参与 (S4)

社区参与责任主要包括本地化运营、慈善捐赠以及员工志愿者三个主要方面。

核心指标 S4.1 评估企业运营对当地的影响

示例：

“……认真开展项目建设环境影响评价，在工程规划、勘测、设计、施工、运行管理等各个环节优先考虑生态环境保护问题，同步实施水土保持、生物多样性、植被保护等措施，并把生态环境保护作为工程达标投产验收和项目后评价的重要内容，实现了企业与自然的和谐发展。”

——《中国大唐集团公司 2008 年社会责任报告》(P40)

核心指标 S4.2 带动地区经济发展

指标解读：本指标描述企业运营对当地社区经济发展的促进作用，以及带动当地经济发展的政策、措施，如本地化采购政策、本地化雇佣政策等。

示例：

“……宝钢三十年的建设和发展在得到地方支持的同时也有力地促进了所在地宝山区的发展。宝山区依托宝钢已经形成以冶金及配套延伸业为特色的产业经济，……三十年来，宝山经济实力大幅提升，城乡面貌焕然一新，社会事业全面进步，人民生活显著改善，……”

——《宝钢集团有限公司 2008 年社会责任报告》(P21)

扩展指标

S4.3 本地化雇佣比例

扩展指标

S4.4 本地化采购比例

核心指标

S4.5 企业捐赠方针或捐赠制度

示例：

“……联想重点支持那些具有强烈创业意识的组织。联想将收入的 1%拿出来进行捐赠，在世界各地发展合作伙伴，扶助小企业发展，在需要帮助的社区建立“联想小企业孵化器”，还在中国建立了创新性的战略公益投资项目。”

——《联想（中国）2007 年企业社会责任报告》（P25）

扩展指标

S4.6 企业公益基金或基金会

示例：

“1990 年，宝钢教育基金成立，开创国有企业出资设立教育基金的先河。19 年来，宝钢教育基金用于奖励、支持教育的金额已超 1.1 亿元，累计获奖师生达 14198 名……”

——《宝钢集团有限公司 2008 年社会责任报告》（P20）

核心指标

S4.7 公益捐赠金额

扩展指标

S4.8 海外公益捐赠

核心指标

S4.9 支持志愿者活动的政策、措施

示例：

“……中国移动于 2008 年 6 月 2 日正式设立了中国移动员工志愿者协会，……制定并发布了《中国移动员工志愿者协会章程》，……中国移动编写了《志愿者手册》，……中国移动还建立起相关在线管理系统，方便员工更好地利用带薪公益服务时间。”

核心指标

S4.10 员工志愿者活动数据

五、环境绩效 (E 系列)

环境绩效主要描述企业在节能减排、保护环境方面的责任贡献，主要包括环境管理、节约资源能源和降污减排三大板块。环境管理主要描述企业的环境管理理念、制度、措施以及管理方针，是企业履行环境责任的制度保障；节约资源能源是人类社会可持续发展的基础，节约资源能源板块主要描述企业在节约资源能源方面的理念、制度、措施和绩效；降污减排主要描述企业在减少自身运营对环境负面影响方面的理念、制度、措施和绩效。

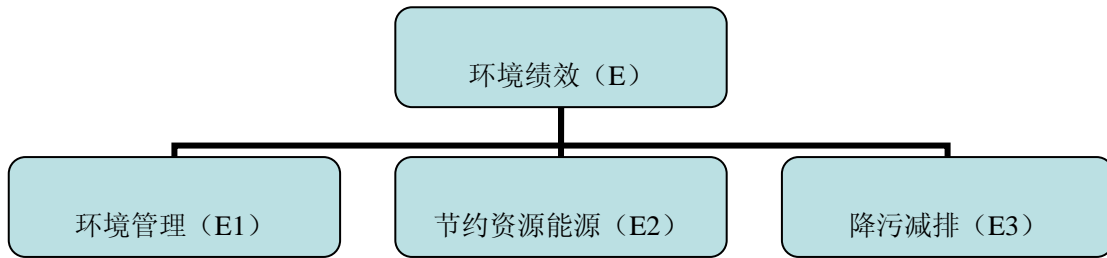


图 3-5 环境绩效二级指标

1. 环境管理 (E1)

环境管理主要包括企业环境管理的组织机构、管理体系、环保产品的研发与销售、环保培训、绿色采购、环保公益等 10 个方面。

核心指标

E1.1 环境管理体系

指标解读：本指标阐述企业在环境管理方面总的管理体系，包括环保组织机构、环境管理制度、环境管理方案、ISO14001 认证等。

示例：

“宝钢股份设有环境保护与资源利用委员会，是公司环境保护与资源利用工作的最高管理机

构，……各分（子）公司也相应建立了相关的环境保护与资源利用的管理委员会，设立了环境保护与资源利用相关管理部门，按照 ISO14001 环境管理体系要求协同推进公司环境能源管理。”

——《宝钢集团有限公司 2008 年社会责任报告》（P27-28）

核心指标

E1.2 环保培训制度

扩展指标

E1.3 绿色采购制度

示例：

“宝钢股份在国内钢铁行业资材备件采购领域率先启动《绿色采购行动计划》，……要求供应商逐步完成环境管理体系认证，并向 107 家耐材、化工、有色等行业的供应商提出在 2009 年底前通过 ISO14001 认证。”

——《宝钢集团有限公司 2008 年社会责任报告》（P32）

核心指标

E1.4 新投资项目的环境影响评估

示例：

“……认真开展项目建设环境影响评价，在工程规划、勘测、设计、施工、运行管理等各个环节优先考虑生态环境保护问题，同步实施水土保持、生物多样性、植被保护等措施，并把生态环境保护作为工程达标投产验收和项目后评价的重要内容，……”

——《中国大唐集团公司 2008 年社会责任报告》（P40）

核心指标

E1.5 环保产品的研发与销售体系

示例：

“宝钢坚持……大力开发环境友好型产品，实施“绿色经营”，建设“绿色宝钢”，坚持走绿色发展之路。……宝钢围绕清洁生产、生态建设、环境治理，全力打造绿色环保的新技术、新

工艺、新产品，是中国冶金行业第一家通过 ISO14001 环境贯标认证的企业。”

——《宝钢集团有限公司 2008 年社会责任报告》(P34)

核心指标

E1.6 环保技术、设备的研发与应用

示例：

“... 推广应用高频电袋除尘，干法、湿法脱硫，脱硝等技术，加强了对在役机组的环保技术改造和综合治理。全年共投入环保资金 15 亿多元，完成了脱硫、废水处理、除灰、除尘改造等 139 项环保技术改造，发电设备和设施的环保水平明显提高。”

——《中国大唐集团公司 2008 年社会责任报告》(P37)

扩展指标

E1.7 保护生物多样性

示例：

“为保护库区珍稀动植物资源，澜沧江公司先后建设占地 400 亩的珍稀植物移栽保护点 5 处，移栽千里榄仁、红椿等珍稀植物 35000 余株；建设占地 500 亩的大象饲料基地... ..”

——《中国华能集团公司 2008 年可持续发展报告》(P27)

核心指标

E1.8 环保总投资

核心指标

E1.9 环保公益

核心指标

E1.10 环保违规负面信息

指标解读：报告期内如存在环保违规事件，则提出相关改进措施；如果不存在该问题，则在社会责任报告中承诺报告期内未发生环保违规事件。

2. 节约资源能源 (E2)

节约资源能源责任主要描述节约能源、节约水资源、可再生能源利用、循环经济以及绿色办公五个方面的理念、制度、措施和绩效。

核心指标

E2.1 降低能耗的政策、措施或技术

示例：

“公司定期公布各级别燃煤机组能耗指标排序，鼓励先进，鞭策落后。以国内外同类型机组先进水平为标杆，寻找差距，制定措施，促进企业不断降低供电煤耗、厂用电率等指标。截至 2008 年底，公司 40%的燃煤电厂达到节约环保型电厂标准。”

——《中国华能集团公司 2008 年可持续发展报告》(P23)

核心指标

E2.2 单位产值能耗及能源节约量

核心指标

E2.3 节约水资源的政策、措施或技术

示例：

“宝钢股份在节水方面的主要举措是：对废水进行回收利用，推行水资源按质分配、合理使用、串接利用等一系列节水技术，减少对新水的取用，尽可能有效地节约水资源。以宝钢分公司为例，主要采用以下技术：……”

——《宝钢集团有限公司 2008 年社会责任报告》(P29)

核心指标

E2.4 单位产值水耗及水资源节约量

核心指标

E2.5 使用可再生能源的政策和措施

示例：

“华为已经在中国和中东地区的基站建设中广泛应用新能源解决方案。……太阳能解决方案，完全利用太阳光能转化的电能……；风光互补解决方案，利用当地太阳能、风能在白天和夜晚、晴天和阴雨天的互补性，为站点提供可靠的能源供应……；光油互补解决方案，在太阳能资源丰富，但连续阴雨天数较长，各月太阳能峰值日照波动较大的区域，可利用一

台油机作为太阳能方案的备份……”

——《2008 年华为企业责任报告》(P15)

核心指标

E2.6 可再生能源使用量或使用率

核心指标

E2.7 循环经济的政策、措施或技术

示例：

“宝钢按照国家发展循环经济和清洁生产的要求，采用了国际、国内先进的工业固体次生资源处理工艺和设施，……在管理体制、技术、人才、工艺设备和市场销售等方面已具备了规模化生产的条件，特别在新型建筑材料和磁性材料领域具备了一定的竞争优势。”

——《宝钢集团有限公司 2008 年社会责任报告》(P29)

核心指标

E2.8 能源资源循环利用率或利用量

核心指标

E2.9 绿色办公政策或措施

指标解读：绿色办公政策或措施，包括但不限于以下内容：

- 夏季空调温度不低于 26 度；
- 办公区采用节能灯具照明，且做到人走灯灭；
- 办公区生活用水回收再利用；
- 推广无纸化办公，且打印纸双面使用；
- 办公垃圾科学分类；
- 推行视频会议减少员工出行等。

核心指标

E2.10 绿色办公绩效

3. 降污减排 (E3)

降污减排责任主要描述企业在减少废气、废水、废渣以及温室气体排放方面的理念、制度、措施和绩效。

核心指标

E3.1 减少废气排放的政策、措施或技术

示例:

“为了有效实施 SO₂ 的减排，武钢于 2005 年投资 11000 万元，启动了烟气脱硫项目，采用湿式石灰石-石膏法工艺，……之后，其他烧结车间将陆续实施烟气脱硫措施。”

——《武汉钢铁（集团）公司 2007 社会责任报告》（P54）

核心指标

E3.2 废气排放量及减排量

核心指标

E3.3 减少废水排放的政策、措施或技术

示例:

“……从 2005 年开始，武钢自筹资金近 4 亿元建设北湖和工业港水处理厂，将武钢外排废水处理回用。北湖污水处理厂于 2007 年底建成投用，日处理废水 19.2 万吨。……”

——《武汉钢铁（集团）公司 2007 社会责任报告》（P53）

核心指标

E3.4 废水排放量及减排量

核心指标

E3.5 减少废渣排放的政策、措施或技术

示例:

“公司积极采用粉煤灰分选、磨细加工技术及开展脱硫石膏再利用，提高电厂灰渣、脱硫副产品等固体废物的综合利用率。2008 年，与中国建材集团签订脱硫石膏战略合作协议。”

核心指标

E3.6 废渣排放量及减排量

核心指标

E3.7 废渣综合利用率

核心指标

E3.8 减少温室气体排放的措施或技术

示例:

“2008 年, 公司建成北京热电厂 3000 吨/年二氧化碳捕集试验示范工程; 签约组建“华能上海电气温室气体减排研究中心”; 积极推进“北京温室气体减排实验室”的筹建工作。”

——《中国华能集团公司 2008 年可持续发展报告》(P24)

核心指标

E3.9 温室气体排放量及减排量

扩展指标

E3.10 因商务旅行产生的 CO₂ 排放量

六、报告后记 (A 系列)

报告后记部分主要包括对未来社会责任工作的展望、对报告的点评及评价、报告参考及索引、读者意见反馈四个方面。

1. 展望

本部分主要描述企业对公司社会责任工作四个方面(责任管理、市场绩效、社会绩效和环境绩效)的展望与规划。

示例: 展望 2009 之清洁发展

“目标: 完成供电煤耗 330.09 克/千瓦时; 完成节能减排三项责任书的年度目标; 建成 9-10

家节约环保型燃煤发电厂，主要技术经济指标达到国内领先和国际先进水平。

措施：落实主要领导为节能减排第一责任人的职责，严格执行“一票否决制”，加大监督考核和问责力度，扎实推进节约环保型企业创建工作。深入开展对标工作，对照先进、查找漏洞、落实措施、坚决整改，努力降低供电煤耗、厂用电率等能耗指标。……”

——摘自《中国华能集团公司 2008 年可持续发展报告》(P52)

2. 报告评价

本部分主要描述企业社会责任报告的可信性。报告评价主要有以下三种形式：

- **专家点评：**即由社会责任研究专家或行业专家对企业社会责任报告的科学性、可信性以及报告反映的企业社会责任工作信息进行点评；
- **利益相关方评价：**即由企业的利益相关方（股东、客户、供应商、员工、合作伙伴等）对企业社会责任报告的科学性、可信性以及报告反映的企业社会责任工作信息进行评价；
- **报告审验：**即由专业机构对企业社会责任报告进行审验。现阶段原则上不鼓励公司进行成本过高的社会责任报告审验，其报告欲获国际奖项（如联合国全球契约典范榜）的公司除外。

3. 参考索引

本部分主要描述企业对本报告编制参考指南的应用情况，即对本报告编制参考指南要求披露的各条信息企业进行披露的情况。

模板：《CASS-CSR1.0 报告编写指南》指标索引

	指标编号	指标描述	披露位置	披露情况
报告 前言	1.1	报告可靠性保证	封面	完全采用
	1.2	报告的组织范围	P1	完全采用

责任 管理	G1.1	企业理念、愿景价值观	P...	完全采用
	G1.2	风险、机遇及可持续发展分析	P...	部分采用

市场 绩效	M1.1	投资者关系管理体系	P...	完全采用
	M1.2.1	成长性	P...	完全采用

社会 绩效	S1.1.1	对国家经济、社会和环境政策的实施情况	P...	完全采用
	S1.2.1	企业纳税总额	P...	完全采用

环境 绩效	E1.1	企业环境管理体系	P...	完全采用
	E1.2	对员工进行培训的制度、措施与绩效	P...	部分采用

4. 读者意见反馈

本部分主要内容为读者意见调查表，以及读者意见反馈的渠道。

模板：

为了持续改进**公司社会责任工作及社会责任报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成意见反馈表中提出的相关问题，并传真到+86-**-*****。您也可以选择通过网络（http://www.***.com）回答问题。

1. 报告整体评价（请在相应位置打“√”）

选项	很好	较好	一般	较差	很差
----	----	----	----	----	----

1. 本报告全面、准确地反映了**公司的社会责任工作现状?					
2. 本报告对利益相关方所关心的问题进行了回应和披露?					
3. 本报告披露的信息数据清晰、准确、完整?					
4. 本报告的可读性,即报告的逻辑主线、内容设计、语言文字和版式设计?					

2. 您认为本报告最让您满意的方面是什么?

3. 您认为还有哪些您需要了解的信息在本报告中没有反映?

4. 您对我们今后的社会责任工作及社会责任报告发布有何建议?

如果方便,请告诉我们关于您的信息:

姓 名: _____ 职 业: _____
 机 构: _____ 联系地址: _____
 邮 编: _____ e-mail : _____
 电 话: _____ 传 真: _____

我们的联系方式是:

公司部门

中国**省(市)**区**路**号

邮政编码: *****

电话: +86-**-*****

传真: +86-**-*****

E-mail: **@**.com

通用指标体系一览表

指标	核心指标 (★)	管理指标 (I)	扩展指标 (☆)	绩效指标 (II)	页码
----	----------	----------	----------	-----------	----

指标	核心指标 (★) 扩展指标 (☆)	管理指标 (I) 绩效指标 (II)	页码
第一部分：报告前言 (P 系列)			
(P1) 报告规范			
P1.1 报告可靠性保证	★		
P1.2 报告组织范围	★		
P1.3 报告时间范围	★		
P1.4 第几份社会责任报告	★		
P1.5 报告发布周期	★		
P1.6 报告数据说明	★		
P1.7 报告参考标准	★		
P1.8 解答报告及其内容方面问题的联络人及联络方式	★		
P1.9 报告获取方式及延伸阅读	★		
(P2) 高管致辞			
P2.1 企业与社会责任的声明	★		
P2.2 企业年度社会责任工作成绩与不足的概括总结	★		
(P3) 企业简介			
P3.1 企业名称、所有权性质及总部所在地	★		
P3.2 企业主要产品及服务	★		
P3.3 企业运营地域及运营架构	★		
P3.4 企业规模	★		
P3.5 企业治理机构	★		
P3.6 企业董事会结构	★		
(P4) 关键绩效表			
P4.1 社会责任工作绩效对比表	★		
P4.2 关键绩效数据表	★		
P4.3 报告期内公司荣誉表	★		
第二部分：责任管理 (G 系列)			

指标	核心指标 (★) 扩展指标 (☆)	管理指标 (I) 绩效指标 (II)	页码
(G1) 责任治理			
G1.1 企业理念、愿景及价值观	★	I	
G1.2 风险、机遇及可持续发展分析	★	I	
G1.3 企业参与的社会责任组织及责任承诺	☆	I	
G1.4 社会责任领导机构	☆	I	
(G2) 责任推进			
G2.1 社会责任管理体系	☆	I	
G2.2 社会责任工作规划	☆	I	
G2.3 社会责任培训	★	I/II	
G2.4 推进下属企业社会责任工作	☆	I	
G2.5 推动合作伙伴履行社会责任	☆	I	
(G3) 责任沟通			
G3.1 利益相关方对企业的期望以及企业的回应措施	★	I	
G3.2 企业内部社会责任沟通机制	☆	I	
G3.3 企业高层领导参与的内部社会责任沟通与交流	☆	I	
G3.4 企业外部社会责任沟通机制	☆	I	
G3.5 企业高层领导参与的外部社会责任沟通与交流	☆	I	
(G4) 守法合规			
G4.1 企业守法合规体系	★	I	
G4.2 守法合规措施	★	I	
G4.3 守法合规培训	★	I	
G4.4 重大守法合规负面信息	★	I	
第三部分：市场绩效 (M 系列)			
(M1) 股东责任			
M1.1 投资者关系管理体系	★	I	

指标	核心指标 (★) 扩展指标 (☆)	管理指标 (I) 绩效指标 (II)	页码
M1.2 成长性	★	II	
M1.3 收益性	★	II	
M1.4 安全性	★	II	
(M2) 客户责任			
M2.1 客户关系管理制度	★	I	
M2.2 售后服务体系	★	I	
M2.3 积极应对客户投诉	★	I	
M2.4 客户信息保护	★	I	
M2.5 客户满意度调查	★	I/II	
M2.6 产品质量管理体系	★	I	
M2.7 产品合格率	★	II	
M2.8 产品质量负面信息	★	I	
M2.9 支持产品服务创新的制度	★	I	
M2.10 研发投入	★	II	
M2.11 研发人员数量及比例	★	II	
M2.12 新增专利数	★	II	
M2.13 新产品销售额	☆	II	
M2.14 重大创新奖项	★	II	
(M3) 伙伴责任			
M3.1 战略共享机制及平台	★	I	
M3.2 责任采购制度及（或）方针	★	I	
M3.3 责任采购比率	☆	II	
M3.4 诚信经营的理念与制度保障	★	I	
M3.5 信用评估等级	★	II	
M3.6 合同履约率	☆	II	
M3.7 公平竞争的理念及制度保障	★	I	
第四部分：社会绩效 (S 系列)			
(S1) 政府责任			

指标	核心指标 (★) 扩展指标 (☆)	管理指标 (I) 绩效指标 (II)	页码
S1.1 响应国家政策	★	I	
S1.2 纳税总额	★	II	
S1.3 偷税漏税相关负面信息	★	II	
S1.4 确保就业及（或）带动就业的政策或措施	☆	I	
S1.5 报告期内吸纳就业人数	★	II	
(S2) 员工责任			
S2.1 遵守国家劳动法律法规	★	I	
S2.2 劳动合同签订率/集体合同覆盖率	★	II	
S2.3 社会保险覆盖率	★	II	
S2.4 参加工会的员工比例	★	II	
S2.5 为员工提供有竞争力的薪酬	☆	I	
S2.6 每年人均带薪休假天数	☆	II	
S2.7 劳动争议负面信息	★	II	
S2.8 平等雇佣制度	★	I	
S2.9 男女员工工资比例	★	II	
S2.10 女性管理者比例	★	II	
S2.11 残疾人雇佣率或雇佣人数	★	II	
S2.12 职业健康管理制	★	I	
S2.13 员工心理健康援助	★	I	
S2.14 体检及健康档案覆盖率	★	II	
S2.15 职业病发生次数	★	II	
S2.16 员工因工伤亡人数	★	II	
S2.17 员工培训管理体系	★	I	
S2.18 员工职业发展通道	★	I	
S2.19 员工培训绩效	★	II	
S2.20 员工意见或建议传达到高层的渠道	★	I	
S2.21 员工满意度	★	II	

指标	核心指标 (★) 扩展指标 (☆)	管理指标 (I) 绩效指标 (II)	页码
S2.22 员工流失率	★	II	
S2.23 员工关爱	★	I	
(S3) 安全生产			
S3.1 安全生产管理体系	★	I	
S3.2 安全应急管理机制	★	I	
S3.3 安全教育与培训	★	I	
S3.4 安全培训绩效	★	II	
S3.5 安全生产投入	★	II	
S3.6 安全事故伤亡人数	★	II	
(S4) 社区参与			
S4.1 评估运营对当地的影响	★	I	
S4.2 带动地区经济发展	★	I	
S4.3 本地化雇佣比例	☆	II	
S4.4 本地化采购比例	☆	II	
S4.5 企业捐赠方针或捐赠制度	★	I	
S4.6 企业公益基金或基金会	☆	I	
S4.7 捐赠金额	★	II	
S4.8 海外公益捐赠	☆	II	
S4.9 支持志愿者活动的政策、措施	★	I	
S4.10 员工志愿者活动数据	★	II	
第五部分：环境绩效 (E 系列)			
(E1) 环境管理			
E1.1 环境管理体系	★	I	
E1.2 环保培训制度	★	I	
E1.3 绿色采购制度	☆	I	
E1.4 新投资项目的环境影响评估	★	I	
E1.5 环保产品的研发与销售体系	★	I	
E1.6 环保技术、设备的研发与应用	★	I	

指标	核心指标 (★) 扩展指标 (☆)	管理指标 (I) 绩效指标 (II)	页码
E1.7 保护生物多样性	☆	I	
E1.8 环保总投资	★	II	
E1.9 环保公益	★	I	
E1.10 环保违规负面信息	★	I	
(E2) 节约资源能源			
E2.1 节约能耗的政策、措施或技术	★	I	
E2.2 单位产值能耗及能源节约量	★	II	
E2.3 节约水资源的政策、措施或技术	★	I	
E2.4 单位产值水耗及水资源节约量	★	II	
E2.5 使用可再生能源的政策、措施	★	I	
E2.6 可再生能源使用量或使用率	★	II	
E2.7 循环经济政策、措施或技术	★	I	
E2.8 能源资源循环利用率或利用量	★	II	
E2.9 绿色办公政策或措施	★	I	
E2.10 绿色办公绩效	★	II	
(E3) 降污减排			
E3.1 减少废气排放的政策、措施或技术	★	I	
E3.2 废气排放量及减排量	★	II	
E3.3 减少废水排放的政策、措施或技术	★	I	
E3.4 废水排放量及减排量	★	II	
E3.5 减少废渣排放的政策、措施或技术	★	I	
E3.6 废渣排放量及减排量	★	II	
E3.7 废渣综合利用率	★	II	
E3.8 减少温室气体排放的措施或技术	★	I	
E3.9 温室气体排放量及减排量	★	II	
E3.10 因商务旅行而产生的 CO ₂ 排放量	☆	II	
第六部分：报告后记 (A 系列)			
(A1) 展望：公司对社会责任工作的规划	★	I	

指标	核心指标 (★) 扩展指标 (☆)	管理指标 (I) 绩效指标 (II)	页码
(A2) 报告评价：社会责任专家或行业专家、利益相关方或专业机构对报告的评价	★	I	
(A3) 参考索引：对本指南要求披露指标的采用情况	★	I	
(A4) 意见反馈：读者意见调查表及读者意见反馈渠道	★	I	

第四篇 行业补充指标体系（略）

具体内容详见经济管理出版社《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-CSR1.0），2009年12月出版。

附录一：中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心简介

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心（以下简称“中心”）成立于 2008 年 2 月，是中国社会科学院主管的非盈利性学术研究机构。全国人大常委、中国社会科学院学部主席团代主席、经济学部主任陈佳贵研究员任中心理事长，中国社科院经济学所钟宏武副研究员担任主任。

中心的最高权力机构是理事会，理事会设理事长一人，副理事长若干人。理事由从事企业社会责任领域的研究工作或实践工作的外部专家和企业管理人员构成，中国社会科学院、国务院国有资产监督管理委员会、人力资源与社会保障部、中国企业联合会、人民大学等数十位专家、学者担任中心理事。中心办事机构设主任一人，副主任若干人。

中心的定位是：

- 研究者：重大理论和实践问题的研究。中心将以我国企业社会责任理论创新为己任，积极开展中国企业社会责任问题的系统理论研究，促进中国特色的企业社会责任理论体系的形成和发展。中心将编撰《中国企业社会责任文库》，支持与企业社会责任相关的理论专著编写和出版，
- 传播者：宣传企业社会责任知识。中心将组织力量，编写一系列符合中国国情的企业社会责任培训教材。并组织、参加各种有关企业社会责任学习、交流、研讨活动，与社会分享中心研究成果。
- 推进者：为各类机构的社会责任实践提供意见和建议。中心将承担与企业社会责任领域有关的项目调研和研究服务，为政府部门、社会团体和企业等各类组织研究、解决应用性问题提供意见和建议。
- 观察者：跟踪记录中国企业社会责任理论和实践的最新进展。中心将每年出版一本《中国企业社会责任蓝皮书》，记录上一年度企业社会责任研究和实践的重大进展，并连续发布《中国企业社会责任发展指数》。

中国社科院经济学部企业社会责任研究中心

二 00 九年十二月

电话：010-60537905

传真：010-68032473

网站：www.cass-csr.org

E-mail：cass_csr@sina.com

地址：北京市阜外月坛北小街 2 号

邮编：(100836)

中心领导成员

理事长:

陈佳贵 全国人大常委、中国社会科学院原副院长、
中国社会科学院学部主席团代主席、经济学部主任、研究员

副理事长:

彭华岗 国务院国有资产管理委员会研究局局长
陈 英 联合国全球契约理事会理事
李汉林 中国社会科学院科研局局长、研究员
金 碚 中国社会科学院工业经济研究所所长，研究员
刘迎秋 中国社会科学院研究生院院长、研究员
王延中 中国社会科学院监察局局长、研究员
黄速建 中国社会科学院工业经济研究所副所长、研究员
黄群慧 中国社会科学院科研局副局长、研究员
冯 仑 万通集团董事局主席
刘 刚 中国人民大学 MBA 中心 主任

主任:

钟宏武 中国社会科学院经济研究所副研究员、博士

副主任:

余 菁 中国社会科学院工业经济研究所副主任、副研究员、博士
李伟阳 国家电网公司办公厅社会责任处处长、高级会计师

研究业绩

专著：

- 陈佳贵、黄群慧、彭华岗、钟宏武：《企业社会责任蓝皮书（2009）》，社会科学文献出版社 2009 年版。
- 钟宏武、孙孝文、张蕙、张唐槟：《中国企业社会责任报告编写指南》，收录于陈佳贵等主编：《中国企业社会责任》文库，经济管理出版社 2009 年版。
- 钟宏武、张蕙、张唐槟、孙孝文：《中国企业社会责任发展指数报告》，收录于陈佳贵等主编：《中国企业社会责任》文库，经济管理出版社 2009 年版。
- 钟宏武：《慈善捐赠与企业绩效》，经济管理出版社 2007 年版。

论文：

在《经济研究》、《中国工业经济》、《人民日报》、《人民日报（海外版）》发表论文数十篇。

课题：

- 国资委研究局、中国社科院经济学部企业社会责任研究中心：《中央企业社会责任推进机制研究》，（课题负责人：彭华岗、黄群慧），2009 年 3 月—现在；
- 深交所、中国社科院经济学部企业社会责任研究中心：《上市公司社会责任信息披露》，（课题负责人：钟宏武），2009 年 3 月—2009 年 12 月；
- 中国工业经济联合会、中国社科院经济学部企业社会责任研究中心：工信部制定《推进企业社会责任建设指导意见》前期研究成果，2009 年 10 月—2009 年 12 月；
- 中国社科院交办课题：《灾后重建与企业社会责任》，（课题负责人：韩朝华），2008 年 8 月—2009 年 8 月；
- 中国社会科学院课题：《海外中资企业社会责任研究》（课题负责人：钟宏武），2007 年 6 月—2008 年 6 月；
- 中国社科院经济学部企业社会责任研究中心：《中国企业社会责任发展指数研究》（课题负责人：钟宏武），2009 年 5 月—2009 年 10 月；
- 国资委课题：《中央企业社会责任理论研究》（课题负责人：彭华岗），2007 年 4 月—2007 年 8 月；
- 国家科技部课题：《企业社会责任指标体系研究》（课题负责人：王敏），2007 年 9 月—2008 年 9 月；

- 国家电网课题：《国有企业社会责任理论创新研究》（课题负责人：王敏），2006年6月—2007年6月；
- 福特基金会课题：《公司与社会公益III》（课题负责人：钟宏武），2006年6月—2007年6月。

附录二：《WTO 经济导刊》简介

《WTO 经济导刊》是由中华人民共和国商务部创办并主管，以 WTO 事务和企业社会责任（CSR）为主要报道内容的财经期刊，2002 年 11 月在北京创办。从创刊之日起，《WTO 经济导刊》坚持以全球化的视角，关注国际贸易规则变化，关注中国对外贸易发展，关注重点行业发展，关注企业国际竞争力的提升，始终秉持“全球视野，竞争共赢”的办刊方针。

自 2003 年聚焦企业社会责任领域以来，《WTO 经济导刊》在企业社会责任宣传报道、研究、培训研讨、国际交流等方面做了大量的工作，累计发表了 400 多篇企业社会责任的报道文章，是国内全面、持续关注企业社会责任研究动态、成果和实践的前沿媒体。并于期间编撰及出版了“金蜜蜂”企业社会责任丛书累计共 9 本，包括《企业社会责任行动指南》、《如何编制企业社会责任报告》、《企业社会责任管理基础教程》、《责任竞争力——企业社会责任优秀案例集》（2006 年版、2008 年版）、《国家责任竞争力（2007）》等。

自 2005 年以来每年举办以专业化和国际化为特色的企业社会责任论坛，并发布中国企业社会责任实践基准报告。与欧洲企业社会责任协会、日本 CBCC、AccountAbility、欧洲外贸协会、GRI 等一批国际企业社会责任组织建立广泛深入的合作关系。并为众多大型央企及世界 500 强企业提供了包括：制定企业社会责任战略与实施方案；企业社会责任报告的研究、编制、咨询、培训与设计；及企业社会责任品牌推广等在内的顾问服务。

经过多年的探索，《WTO 经济导刊》已经成为中国企业社会责任知识传播者，运动推动者、咨询开拓者、研究领先者和与国际交流合作的中國重要代表。

地址：北京市海淀区花园村 4 号 1508 室

邮编：100048

电话：010-62137913 62137912 传真：010-62137910

网址：<http://www.wtoguide.net> <http://www.csr-china.org>

附录三：企业公民委员会简介

中国社会工作协会企业公民工作委员会是经中华人民共和国民政部批准并主管，目前国内唯一一家致力于“企业公民”和“企业社会责任”理念普及和实施的全国性社团组织。

委员会成立于 2003 年 10 月，由国内具有一定影响力和强烈社会责任感的企业和企业家以及相关领域的权威人士联合组成，属于非盈利组织。其宗旨是宣传、推广现代企业公民理念，培育中国企业的社会责任感，塑造中国当代企业的良好形象，在企业与政府、企业与社会、企业与企业之间搭建一个融合通道和互惠平台，共同推动中国社会与经济的和谐发展。



地址：北京市朝阳区白家庄路甲 6 号

邮编：100020

电话：010-65088682 传真：65068848

网址：<http://www.c-c-c-c.org.cn/>

参考文献

1. 国资委 .《中央企业履行社会责任的指导意见》.2008 年 1 月
2. 中国纺织工业协会.《中国纺织企业社会责任管理体系》.2005 年
3. 国家电网公司《企业社会责任指标体系研究》课题组.《企业社会责任指标体系研究》.2009 年 3 月
4. 殷格非, 李伟阳.《如何编制企业社会责任报告》.2008 年
5. 全球报告倡议组织 (Global Reporting Initiative, GRI) .《可持续发展报告指南 (2006 年版)》.2006 年
6. 美国石油协会 (American Petroleum Institute, API) .《石油天然气行业可持续发展报告指南》.2005 年
7. 国家统计局.《国民经济行业分类》(GB/T4754-2002) .2002 年
8. 中国银监会.《中国银监会办公厅关于加强银行业金融机构社会责任的意见》.2007 年
9. 上海证券交易所.《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》.2008 年
10. 深圳证券交易所.《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》.2006 年
11. 《中华人民共和国保险法 (修订)》.2009 年 2 月 28 日
12. 中国保险监督管理委员会.《保险公司管理规定》.2004 年
13. 中国企业联合会可持续发展工商委员会.《中国企业社会责任推荐标准和实践范例》.2006 年。
14. 《中华人民共和国食品安全法》
15. 《中华人民共和国农产品质量安全法》
16. 《印刷业管理条例》
17. 《娱乐场所管理条例》
18. 《中华人民共和国专利法》
19. 《中华人民共和国产品质量法》
20. 《中华人民共和国反不正当竞争法》
21. 《中华人民共和国消费者权益保护法》
22. 《中华人民共和国劳动法》
23. 《集体合同规定》

24. 《中华人民共和国安全生产法》
25. 《中华人民共和国劳动合同法》
26. 《中华人民共和国职业病防治法》
27. 《中华人民共和国公司法》
28. 《上市公司信息披露管理办法》
29. 《中华人民共和国合同法》
30. 《中华人民共和国环境影响评价法》
31. 《中华人民共和国节约能源法》
32. 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》
33. 《中华人民共和国公益事业捐赠法》
34. 《中国注册志愿者管理办法》
35. 《中华人民共和国就业促进法》
36. 《中华人民共和国企业所得税法》

后 记

中心编写《中国企业社会责任报告编写指南》的计划由来已久。近年来，我国企业社会责任报告的数量高速增长，但报告的质量并未同步提升，一个很大的原因就是没有一个贴近中国实践、符合行业特性的企业社会责任报告编写指南。一些企业削足适履地参照一些国际指南，更多的企业则自定方圆，将社会责任报告编成了图文版的工作总结，报告的时效性、实质性、平衡性都亟需提高。经过两年的酝酿，中心研发推出了《中国企业社会责任报告编写指南》，以期推动中国企业社会责任信息披露的规范化、标准化，也为中国特色的社会责任体系添砖加瓦。

《中国企业社会责任报告编写指南》是集体智慧的结晶。中心理事长陈佳贵研究员、副理事长彭华岗局长和黄群慧副局长对指南写作予以了大力支持和直接指导。东海证券副总经理段亚林博士、深圳证券交易所公司管理部费加航高级经理对本书的结构、内容、形式提出了中肯的意见和建议。《指南》由钟宏武、孙孝文、张蕙和张唐槟共同撰写，孙孝文同志提出了诸多建设性的意见，并承担了主要的写作任务。在资料整理过程中，吴丹、牟文超、赵佳菲、杜蜀萍和李阔等同志做出了诸多贡献。全书由钟宏武、孙孝文、张蕙和张唐槟共同审阅、修改和定稿。《指南》的编写过程还得到了 WTO 经济导刊、中国企业公民委员会等相关机构的支持。

企业社会责任报告涉及面广、行业特性强，希望各行各业的专家学者、读者朋友不吝赐教，帮助改进完善《指南》，共同推动我国企业社会责任更好更快的发展。

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心

二零零九年十二月

意见反馈方式

感谢您对本《指南》的关注，我们十分希望了解您对本《指南》的意见和建议。如方便，请将您的意见和建议发送到中心邮箱：
cass_csr1.0@sina.com。