



中国环境与发展国际合作委员会
专题政策研究

中国绿色发展中的企业社会责任

摘要报告

中国环境与发展国际合作委员会 2013 年年会

2013.11.13-15

项目组成员

中外组长*:

郝芳华	北京师范大学，副校长、教授
华威廉	北京师范大学社会发展与公共政策学院社会责任研究院，副院长、教授

副组长*:

李海生	环境保护部环境工程评估中心，主任
-----	------------------

中外成员*:

彭华岗	国务院国有资产监督管理委员会研究局，局长；央企社会责任指导委员会，副主任
钟宏武	中国社科院经济学部企业社会责任研究中心，主任
任洪岩	环境保护部环境工程评估中心，副主任
迪特马	中德联合企业社会责任项目，总监
霍夫曼	诺丁汉大学商学院，副教授
胡 涛	世界资源研究所，高级研究员

支持专家:

齐 晔	清华大学气候政策中心，主任；清华大学公共管理学院，教授
张秀兰	北京师范大学社会发展与公共政策学院院长、教授
程红光	北京师范大学环境学院，副教授
张 强	北京师范大学社会发展与公共政策学院副院长、副教授
陈 峰	国务院国有资产监督管理委员会研究局，处长
张 蓊	中国社科院经济学部企业社会责任研究中心副主任
张信芳	海南省环保厅，总工程师

赵立建	美国能源基金会，环保项目主管
杨洪斌	三峡集团科技环保部，副主任部长
于晓东	中国国际工程咨询公司资源与环境业务部，副主任
陈 程	中国国际工程咨询公司资源与环境业务部
张小丹	中环联合(北京)认证中心有限公司，副总经理
刘清芝	中环联合(北京)认证中心有限公司，部长
薛靖华	中环联合(北京)认证中心有限公司
杨力超	北京师范大学社会发展与公共政策学院中非发展研究中心，主任
谢 坚	北京师范大学社会发展与公共政策学院中非发展研究中心，副主任
李远香	北京师范大学中国社会责任研究院，院长助理
欧阳威	北京师范大学环境学院，副教授
张 璇	北京师范大学经济与工商管理学院

协调员：

李元实	环境保护部环境工程评估中心，办公室主任助理
张 蕾	环境保护部环境工程评估中心
王冰妍	北京师范大学中国绿色发展协同创新中心运营总监

***本专题政策研究项目组中外组长、成员以其个人身份参加研究工作**

主要研究成果

世界范围内，企业社会责任的发展经历了三个阶段：企业慈善为特征的第一阶段，合规经营的第二阶段，以及绿色发展背景下的自觉阶段。绿色发展中的企业社会责任，可以概括为企业环境社会责任。

企业履行环境社会责任有三个层次：基础层次的遵纪守法者、超越合规的积极合作者以及处于引领层次的未来领导者。针对不同层次的企业，政府应制定相应的策略和政策调节，其目标是严惩基础层次之下的企业，在保证基础层次的企业社会责任的基础上，推动企业社会责任向中间和引领层次发展。

从中国环境保护和绿色发展现状来看，企业环境社会责任意识缺乏、履责能力不足；政府监管不力、社会外部压力不够。因此，我国企业的整体履责情况是：丧失底线和在法律遵从线上挣扎的企业数量多，而超越合规和处于引领层次的企业少。这既是中国企业面临的巨大挑战，同时也蕴含着前所未有的绿色发展机遇。

在面对企业守法经营程度较低的状况下，中国政府首当其冲的是构建企业社会责任法律体系，加强环境法律法规的执行力度，重视政府企业环境责任工作的总体协调机制，建设政府企业环境责任工作的长效机制。将政府职能从主要是监控和检查转变为更为服务型的模式，建立持续监测和评估流程，协助评估相关政策措施的影响，否则会影响到地方公共政策的有效性，以及推进企业环境社会责任方式的创新性。

地方政府就如何促进企业履行环境社会责任而言，虽然地方保护主义普遍存在，但也不乏良好实践。尤其是上海浦东、山东烟台、江苏常州等地的政府，综合运用执法监督、政策促进、能力建设等活动，将地区的环境责任竞争力纳入到政府有效的治理体系之中，体现了有力的引领作用。

企业环境社会责任的履行不仅仅是企业内部的问题，也需要其他社会主体的关注、承诺以及积极参与，构成促进企业履行责任的外部环境。社会其他组成部分引导、激励或者施压，以促使企业主动承担起相应的责任，从而构成了“企业环境社会责任三圆环框架”。

根据发达国家政府经验，为推动企业履行环境责任，需要政府在充分理解政府、企业和社会相互关联的基础上，在国家层面建立应对本地经济、环境和社会情况的有效框架，并最终形成公共政策体系，如在国家层面制定企业履行环境社会责任的战略与行动方案，加强政府协调和社会合作，为企业提供支持与服务，创新企业履责的激励与约束机制，完善企业环境信息披露制度和提升企业透明度。

主要政策建议

一、尽快制定国家层面的企业环境社会责任战略和行动方案

尽快形成有中国特色的企业环境社会责任战略，制定《国家企业环境社会责任发展战略和行动计划》。完善环境公益诉讼，充分发挥司法体系如地方环保法庭的促进作用。制定国家推行企业环境社会责任的路线图，如在政府相关部门发起“企业环境社会责任行动倡议”，提升部门和工作人员的企业环境社会责任意识；在中央政府层面甄别企业环境社会责任优先事项，优先考虑针对中小企业的相关公共政策，为中小企业履行环境责任提供有利环境；重视中国海外企业的环境责任建设，增强企业的国际竞争力。

二、积极推动企业环境社会责任工作中的政府协调和社会合作

加强政府部门横向和纵向之间的协调，加强和其他利益相关方的合作。成立“企业环境社会责任协调委员会”，推进企业环境社会责任，履行制定战略、组织协调、提供建议等多方面职能。搭建多方利益相关者参与平台，充分发挥行业协会、社会团体、新闻媒体、网络平台在绩效评价、信息公开、行为监督和社会反馈方面的作用，扩大社会参与，加强社会合作。加强国际合作，积极参与国际企业环境社会责任治理，引入重要的国际标准，学习优秀国际案例，同时分享中国企业国际扶贫中的环境保护经验。

三、加强能力建设为推进企业环境社会责任提供服务和支持

建立“企业环境社会责任评价体系”，将企业环境社会责任作为一个制度化和规范化的管理体系来建设。支持社会组织的广泛参与，对其相关研究和培训成果予以激励，增强知识创新及管理创新的活力。鼓励教学科研机构发挥人才培养、基础研究和政策咨询方面的作用，建立以大学为依托的专业学术研究机构，为国家提供企业环境社会责任方面的智力支持。

四、在强制企业合规的基础上创新企业履责的激励与约束机制

加强公司法、环境保护法、消费者权益保护法以及劳动法等多种法律机制之间的兼容性和实用性，加强执法和对违法行为的处罚。积极构建促进企业履责的金融投资环境，推进责任投资和责任信贷，鼓励投资基金对环境社会责任绩效良好的企业给予贴息和补助，运用绿色评级实现税收、信贷、价格方面的差异化管理。建立企业环境社会责任标识，促进责任消费，推行绿色公共采购，鼓励消费者和政府部门优先采购社会责任绩效良好的企业产品，切实发挥政府的社会责任示范引领作用。

五、完善企业环境社会责任信息披露制度，提高透明度

进一步修订《环境信息公开办法》和加大执行力度，对企业环境信息披露进行监管，加强企业信息公开的奖惩措施。重视环境信息的储备、整理和分析基础工作，建立企业社会环境信息平台，例如建立“国家企业环境社会责任信息中心”；尤其需要重视中小企业的环境社会责任信息公开。强调企业社会环境责任报告的标准及认证，鼓励专业机构开展审计和认证业务，以确保企业传递的环境责任信息是真实可信的。

项目背景及实施过程简介

经济全球化的发展和加入世界贸易组织（WTO）使我国企业在海内外市场的运营环境发生了深刻的变化：不仅要符合当地的法律法规，接受政府的审批和检验，还要面对公众的监督，考察对社会和环境的影响。这不仅影响企业产品的市场表现，也影响企业在银行和其他金融机构的评级和融资。企业社会责任（CSR）已成为一个涵盖企业表现和社会形象的常用术语，联合国的全球契约、国际劳工组织、世界可持续发展工商理事会、国际金融公司等机构都对此提出一系列倡议，在环境保护方面要求企业的运营必须符合可持续发展的原则，支持采用预防性方法和主动行动应付环境挑战，鼓励开发和推广环境友好型技术、强化环境管理系统。在发达国家，由于股民和各种公共机构的监督，大型跨国企业都非常重视社会形象工作，竭力推动绿色发展。在我国国内市场，多数企业仍只看到环保工作给企业造成的成本负担，而没有看到履行社会责任带来的发展机会；部分国有和私营企业甚至在实现“走出去”，进入海外市场后仍未能及时重视可持续发展形象和社会责任的经营，严重削弱了企业的竞争力，也有损我国的国际形象。

党的十八大报告将生态文明建设放在突出位置，要强化公共安全体系和企业安全生产基础建设，把资源消耗、环境损害、生态效益纳入经济社会发展评价体系，同时要提高大中型企业核心竞争力，加快走出去步伐，增强企业国际化经营能力。在上述宏观背景下，中国环境与发展国际合作委员会（简称国合会）设立了《中国绿色发展中的企业社会责任》专题政策研究项目，希望针对当前企业履行社会责任与绿色发展的现状和问题，研究分析影响企业绿色发展和履行社会责任的因素、政策需求与存在问题，提出提高企业社会责任感，推动企业履行社会责任的对策和建议，为中国绿色发展和生态文明做出贡献。本项目的研究目标与内容是：

1. 阐述中国企业社会责任与绿色发展现状并分析存在的问题；
2. 分析绿色发展与企业社会责任的国际趋势和发展方向；
3. 构建绿色发展中的企业社会责任总体框架及政府工作路线图；
4. 提出促进绿色发展企业社会责任的政策建议。

鉴于时间和研究力量的协调，本研究主要采用资料调研、走访调研、组织专家研讨等形式开展研究。项目实行组长负责制，由组长统筹项目的实施和协调进展。项目由中外方专家联合研究，为中方团队和外国团队，内部分工协作明确。通过召开研讨会、日常电话、邮件等交流等方式，讨论形成最终观点。项目同时设立专家指导组，负责解决专题实施中的技术问题，并对政策与技术方面提供咨询、指导，以确保研究工作圆满完成质量。在项目实施过程中共组织各种专家研讨会、协调会、报告集中撰写讨论会等共计 20 余次，其中包含两次中外联合工作会议。项目组全程与国合会秘书处保持沟通，在关键时间点均及时进行进展汇

报，确保按委托方要求顺利实施并完成研究任务。

关键词：绿色发展、企业社会责任、企业环境社会责任、企业环境社会责任政策、企业环境社会责任框架、政策制度创新

目 录

主要研究成果	I
主要政策建议	II
项目背景及实施过程简介	IV
第一章 引言	1
一、研究背景	1
二、企业社会责任与绿色发展	2
三、企业履行环境社会责任的层次	3
第二章 中国企业履行环境社会责任的现状与评估	3
一、中国企业环境社会责任现状梳理	4
二、企业环境社会责任分析	7
三、从多方利益相关者视角看待环境问题	8
四、企业履行环境社会责任从法律遵循到获取竞争优势	10
第三章 中国政府促进企业履行环境责任的政策法规分析	10
一、中央政府推进企业履行环境责任政策分析	11
二、地方政府的角色和建议	15
第四章 企业社会责任与绿色发展的国际视野	15
一、企业社会责任的国际化与本土化	16
二、案例概要：世界各国的绿色发展公共政策	18
第五章 绿色发展中的企业环境社会责任框架构建	19
一、企业环境社会责任层次框架	19
二、绿色发展下企业履行环境社会责任的框架	20
第六章 促进企业环境社会责任发展的政策建议	22
一、尽快制定国家层面的企业环境社会责任战略和行动方案	22
二、积极推动企业环境社会责任工作中的政府协调和社会合作	22
三、加强能力建设为推进企业环境社会责任提供服务和支撑	23
四、在强制企业合规的基础上创新企业履责的激励与约束机制	24
五、完善企业环境社会责任信息披露制度，提高透明度	24
致谢	26

第一章 引言

本研究的背景是中国过去三十多年史无前例的快速增长所带来的环境挑战，以及中国面临的前所未有的绿色发展机遇。研究的核心是企业的社会责任和绿色发展，重点在于剖析企业如何实现人、地球和利益三方面的平衡。在分析企业可持续发展和绿色发展的驱动力的基础上，提出推动中国企业走绿色发展之路的切实措施。

目前我们正面临着这样一个历史机遇，即通过构建企业履行环境社会责任的机制来遏制环境恶化的趋势，进而使中国走向绿色发展之路。为此，本研究的目的包括：1. 评估企业环境社会责任的状况；2. 综述国家促进企业环境社会责任的政策和制度；3. 分析绿色发展与企业社会责任的国际趋势和发展方向；4. 构建绿色发展中的企业社会责任总体框架；5. 提出在绿色经济背景下全面促进企业环境社会责任的制度体系和政策建议。

一、研究背景

环境约束，如空气污染和水资源匮乏，对中国的可持续发展和稳定造成严重威胁。这种挑战将中国置于通向可持续发展的十字路口，是走可持续发展之路，还是继续“先污染——后治理”的传统经济增长方式。后者在过去三十年的经济飞速发展中占据主要地位，并越来越成为当前经济发展的束缚。因为中国的发展对于全球稳定至关重要，中国发展道路的选择无疑具有更加深远的意义。在这一背景下，近年来，政府、社会及研究机构更加重视环境问题，努力探索一条更可持续的发展道路。

中国史无前例的快速经济发展和现代化进程，难以从其它国家获得成熟的经验与现成的模式。实施绿色发展和建立“生态文明”在中国面临着巨大挑战，需要对法律、政策和活动进行综合规划，这不仅极为复杂，还需要在战略上认真思考，周密规划和审慎实施。尽管近年来，中国社会各方面对此认识不断增强，但是当前仍然需要在经济、社会和环境可持续性的背景下为实现绿色发展做出战略抉择。

企业社会责任在中国乃至全球日益主流化，同时企业社会责任对环境问题的关注推动了一种共识，即环境保护是企业可持续发展应采取的必要措施。这种共识有助于促进企业更加主动地参与环境发展和保护。近年来政府和企业都已认识到环境保护和经济增长并不总是存在矛盾，企业也开始认识到履行社会责任也可能成为企业发展的一种契机。

企业社会责任在中国的实践已经逐步显现出中国的特色。在中国，企业社会

责任是对“不惜一切代价保增长”发展思路的摒弃，转而寻求一种均衡增长和社会和谐的可持续发展模式，这是“十二五”规划的核心思想之一。这是一个在过去十年始终浮现在中国最高领导人的思想和政策中的主题，并被提炼成概念和政策框架，如：“和谐社会”、“科学发展观”、“循环经济”、“低碳经济”和“绿色 GDP”，在习近平主席的“中国梦”和“中华民族的伟大复兴”中继续得以阐释。

企业社会责任不再局限于企业这一单一主体。主要利益相关者，如政府、公众和民间团体认识到全社会应当共同推动企业界采取更主动的措施，积极做出社会贡献，降低环境影响。企业社会责任应当超越公司范围成为多方利益相关者行动框架，使政府和民间团体能够与企业通过公私合作模式（PPP）和其他机制积极地接洽和合作，为可持续发展、社会创新和绿色经济共同努力。

二、企业社会责任与绿色发展

“企业社会责任”概念的提出隐含着思想观念上的一个基本认识或基本假定：企业对社会负有责任。这个认识与“企业公民”的概念是完全一致的——正如一个公民对社会负有责任，一个企业对社会也负有不可推卸的责任。

世界范围内，企业社会责任的实践发生了较大变化。早期的企业社会责任也可以看作是企业主的慈善。这是企业社会责任发展的第一阶段。

由于企业经营活动可能对环境造成负面影响，进而对生活于其中的人群带来危害。随着企业规模增大，负外部性不能忽略时，企业就需要为此负责。一般而言，企业不会主动支付其成本，往往需要政府规制，迫使企业将外部成本内部化。遵守政府规制是企业承担社会责任的重要体现。这是企业社会责任发展的第二阶段。

随着全球环境变化的制约，在绿色发展和孕育新的产业革命的新背景下，一些企业认识到自身的盈利目标与环境保护可以统一。甚至，绿色发展的模式有可能帮助提高企业的利润。通过有利于环境和社会的经营模式实现企业目标，那么企业社会责任不再成为负担，不再是外在的、强加的，而成为内在的、自觉的、主动的行为。这是企业社会责任发展的新阶段。

企业社会责任是一个现代概念。它是随着现代企业制度的建立而出现的。没有现代意义上的企业概念，企业社会责任也就无从谈起。现代企业和企业制度发源于西方，中国的现代企业制度建立较晚，在这个意义上而言，中国企业社会责任的发展仍处在初期。

企业是现代经济体系的核心组成单元，在环境治理中企业具有如下特征：在许多情形下，企业是社会必须产品和服务的生产者，是就业、税收的创造者，同时也是污染者和资源消耗者。

面向未来，企业是绿色经济发展的主角。因此，无论在经济发展，还是在环境保护，乃至绿色创新中，企业应该发挥核心作用。这个核心作用发挥得好，社会和自然将向和谐的方向发展，反之，社会和自然将被迫承担更大的实际损失和机会成本。

三、企业履行环境社会责任的层次

绿色发展中企业社会责任的一个重要内容体现为企业环境社会责任，主要表现为三个层次：

基础层次：遵纪守法者。企业的环境社会责任首先在于遵纪守法。企业的经济活动必须符合国家法律，遵守环境标准，满足规制要求。遵纪守法首先是企业的法律义务，也是企业社会责任的最低标准。目前，在我国仍存在大量不遵守环境法律、法规、制度和标准的企业，实际是沦为基础层次之下的。这些企业必须承担其相应的法律责任。

中间层次：超越合规，为积极合作者。作为企业公民，企业应主动承担环境社会责任，促进经济、环境和社会的可持续发展。具有社会责任感的现代企业应具备良好的可持续发展观念，对自身的环境影响和社会影响敏感。积极响应国家要求和社会期望，在环境保护与可持续发展方面积极努力。

引领层次：将社会责任与企业发展战略融合，是未来领导者。在全球绿色经济转型的背景下，企业要面向未来、抓住机遇、主动适应、积极引领经济转型。

针对不同层次的企业，政府应制定相应的策略和政策调节，其目标是严惩基础层次之下的企业，在保证基础层次的企业社会责任的基础上，推动企业社会责任向中间和引领层次发展。

第二章 中国企业履行环境社会责任的现状与评估

改革开放 35 年以来，中国经济保持平稳较快增长。2003 至 2011 年，中国经济年均增长 10.7%，经济总量占世界比重也由 4.4% 提高到 10% 左右¹。目前，

¹国家统计局. 2012-08-15. 从十六大到十八大经济社会发展成就系列报告之一. http://www.stats.gov.cn/tjfx/ztfx/sbdcj/t20120815_402827873.htm

中国国内生产总值（GDP）超过日本居美国之后排名世界第二²。

但经济高速增长的另一面则是：中国高消耗、高排放和高污染的粗放工业模式尚未根本改变。2011 年，GDP 占世界 1/10 的中国消耗了世界近 60% 的水泥，49% 的钢铁和 20.3% 的能源；碳排放总量世界第一；30% 的河流水质属于 IV—V 类和劣 V 类，76% 的重点监控城市空气质量不达标³。

严重的环境污染产生的高额治理费用直接制约了中国经济的发展；此外，还引发了民众情绪对立和群体事件等社会问题。作为经济发展的主要载体，企业的发展既带来了中国经济的腾飞，也成为当前环境问题的主要制造者。如何协调自身发展与环境保护，走一条绿色和可持续的道路，已成为所有中国企业面临的一个巨大挑战。

一、中国企业环境社会责任现状梳理

应对挑战的策略应建立在当前中国企业环境社会责任的客观梳理之上。参考 ISO26000：2010《社会责任指南》，本报告对环境社会责任的核心主题（污染防治、资源可持续利用、气候变化等）和普遍原则（承担责任、遵守法律、运营透明、尊重利益相关方等）进行了定量和定性的梳理。

（一）污染防治

近年来，中国企业在防治污染方面付出了很大努力，并取得了一定成绩，就像《中国环境状况公报》和其他政府报告中所说的——“污染虽仍在继续，但情况在好转中”。

“十一五”以来，工业企业的废水、COD（化学需氧量）、氨氮、重金属及其他有毒有害污染物的排放量，及占总排放量的比重均呈总体稳步下降趋势，企业控制废水排放的力度不断加强；工业企业废气中二氧化硫、烟（粉）尘排放量均呈现逐年下降趋势，但氮氧化物有小幅增加（2006 年开始统计的新指标）；随着经济的发展，尽管全国工业企业固体废物产生量一直呈上升趋势，但工业固体废物排放量呈现逐年下降的趋势，此外固废综合利用量和处置量也相应大幅提高。工业污染治理投资及达标情况：2011 年，工业污染源治理投资 444.4 亿元，比上年增加 11.9%。近年来，工业污染源治理的总投资额度，以及废水、废气、固废、噪声和其他污染要素治理投资，都呈增长态势。其中，废水和废气仍是工业污染治理的重点。2010 年，全国工业废水、二氧化硫、烟粉尘、氮氧化物、

²新华社. 2011-12-29. 新华社评出 2011 年国际十大新闻.
http://news.xinhuanet.com/newmedia/2011-12/29/c_122502425.htm

³国家环境保护部，2012 年中国环境状况公报.

固体废物的达标率较上一年度均有小幅提升或基本持平，工业企业噪声排放基本达标⁴。

近几年来企业重大环境事故频发，说明企业在污染防治方面还存在很大问题。通过梳理近五年来企业污染引发的重大环境事件发现，水、气、固废和危险化学品污染均有发生，如广西龙江镉污染、哈药总厂废水、废气和废渣污染门、云南曲靖铬渣事件等。涉事企业既有众多不知名的中小企业也有知名国企和跨国公司；一些是突发事件、有些污染问题是长期存在的。上述事件中几乎都存在企业瞒报和政府袒护等现象。除此之外，未引发关注的污染事故亦大量存在，一些地区的污染甚至呈常态化，央视对四川醴江沿岸的污染披露即属于此种情况。

（二）资源利用情况

“十一五”期间，能源消费增长（7%）低于经济增长速度（10%）。我国通过节能、提高能效减少能源消耗 6.3 亿吨标准煤，全国单位 GDP 能耗下降约 19.10%，基本完成或超额完成“十一五”规划纲要确定的目标⁵。中国企业积极投资新能源和可再生能源领域，如：风电、光伏、生物质发电。新能源和可再生能源的发展速度远高于中国政府的五年规划。

但是，在能源效率和材料利用率方面，中国企业目前还未摆脱高能耗、低效率、粗放经营的困境。能耗总量仍然显著增加，能源效率提高不大。2011 年中国能源消耗总量比 2010 年增长 7%（34.8 亿吨标准煤），煤炭、原油、天然气、电力消费量均在增加。单位工业增加值的平均能耗下降幅度只有 2.01%，与“十二五”规划制订的 4.5% 节能目标相差甚远。部分行业（电力、钢铁、建材等）单位工业增加值的能源消耗不降反升。考虑到中国工业化改造还远未完成，在保持经济以较快速度增长的情况下，能耗、原材料消耗增长趋势还将持续。

（三）应对气候变化

中国企业应对气候变化方面承担的责任是融入到其节能减排活动中的。“十一五”期间，中国通过节能减排活动，减少了 14.6 亿吨的二氧化碳排放。许多传统的重点耗能行业节能减排成果显著，如电力、煤炭行业。以神华公司为例：公司制定了“绿色清洁发展战略”，加强节能减排统计、监测和考核三大体系的能力建设；2012 年，公司吨原煤生产能耗降到 2.65 千克标准煤/吨，引入碳交易机制——清洁发展机制（CDM）获得签发减排总量 211.75 万吨 CO₂，建设了我国首套二氧化碳捕集与封存（CCS）工业示范项目。政府主导的一些行动取得较显著的成效，如：“十一五”的“千家企业节能行动”如今扩大到了万家。企业

⁴国家环境保护部，2011 年环境统计年报。

⁵国家发展改革委员会能源研究所，《中国能源发展报告 2013》。

的节能减排强度由低到高可分为适应性的、主动性的和战略性的三个层次（见图 2-1）。

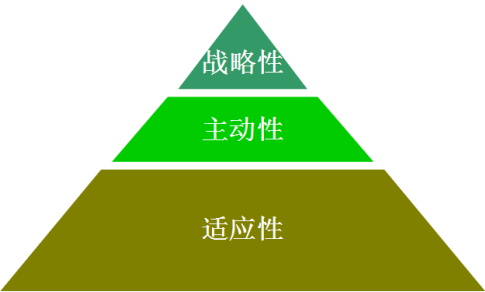


图 2-1 企业节能减排活动的三个层次

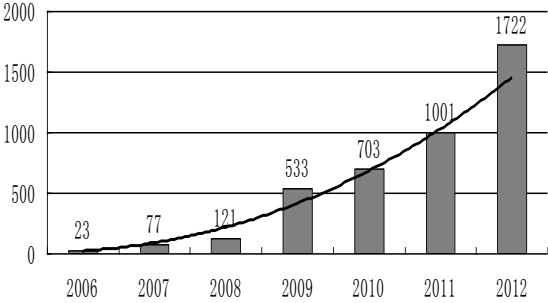


图 2-2 可持续发展报告增长趋势（单位：份）

中国企业的节能减排活动为减缓气候变化做出了直接贡献，但还很少有企业从应对与适应气候变化两个方面来审视其节能减排活动，而针对气候变化的专门措施则更少采用。因此，在应对和适应气候变化这一领域，中国企业还存在：缺乏总体思路、与战略融入的认知和意识、能源使用的监管、碳排放的计算及温室气体排放的披露等一系列问题。

（四）企业环境社会责任信息披露

就企业的环境信息披露方面，其主要渠道是企业非财务报告（社会责任报告、可持续发展报告、环境报告）和公司网站。2006 年至 2011 年，企业的可持续发展报告增长迅速（见图 2-2）。

在发布可持续发展报告的企业中，国企和央企占据了大半壁江山，是因为国企和央企受政府政策影响，为了满足政策合规要求，营造良好的企业-政府关系，而积极发布可持续发展报告。

在可持续发展报告中，环境相关信息均有涉及，但作为公司环境履责乃至整体运营情况重要依据的定量数据（如：温室气体排放量、能源消耗量、耗水量、废气排放量、污水排放量、固废总量等）披露明显不足。比如：在研究的 574 份可持续发展报告中：有接近 1/3 的企业给出了“温室气体排放数据”，但仅极少数能披露公司层面的 CO₂ 排放当量。

此外，报告中的定量信息亟待规范，数据披露随意性强，单位和口径不统一，数据整体缺乏可比性，即使在同一行业中也无法比较。而通过网站披露环境信息

也整体表现不佳：信息量少、过于简单，仅是最低限度的满足相关规定，并未形成通过网站披露环境信息的自主和常态意识。无论是报告还是网站，均极少披露企业的环境违法等负面信息（如：企业日常超标、违规、事故记录）。而面对突发环境事件，企业在环境信息公开方面做得则是非常差，甚至存在事故迟报和瞒报情况（如：蓬莱溢油事件、紫金矿业泄漏事件），即便公开的信息也可以总结为：不及时、不完整、和不真实。

总的来说，企业的环境信息公开尚处于起步阶段，众多企业尝试披露一些常规的环境信息。企业环境信息披露存在的问题与当前国家立法规定不足有关。

二、企业环境社会责任分析

（一）企业环境社会责任意识

这里需要区分两个概念“企业的环境意识”与“企业的环境社会责任意识”。前者是指企业对环境污染现状以及污染造成的危害的认知。事实上，企业从不缺乏环境意识，他们清晰地认识到自己是污染的制造者，同时也在抱怨深受环境污染之害。甚至一些企业在偷偷排放污染的同时，还会参与一些环境保护的公益项目。而企业真正缺乏的是在经济利益驱动之下，对污染防治和环境保护采取行动的自觉——即环境社会责任意识。这种行动包括企业应对环境问题的自身努力——如：减少排放、资源可持续利用、应对和适应气候变化等，同时还包含为满足各利益相关方期望所采取的措施以及与他们沟通。

（二）企业环境社会责任履行能力

当前，企业除了缺乏环境社会责任意识之外，还在如何管控企业自身环境影响，如何承担环境社会责任方面缺乏相应能力。我国中小企业占全国企业总数的99%，他们生产技术水平低、管理方式粗放，是一种低水平的生存经济，无法或者很难去考虑对环境的负面影响。显然，中小企业亟待技术和管理创新，转变发展方式，增强他们的履责能力。对于已经有环境责任意识的国企和大型民营企业，仍然需要进行相关的能力建设，如提升企业环境信息收集能力，企业环境影响管控能力以及企业环境技术创新能力。

（三）企业履行环境社会责任的制度性障碍

当前，企业履行环境社会责任的约束机制主要来自政府层面和执法机构。但是对于以GDP为核心政绩、以财政收入为导向的地方政府，其利益是与企业发展绑在一起的，很难真正监管企业。在紫金矿业的案例中，企业对上杭县的财政贡献率近60%。紫金矿业在一系列污染事故发生的当年还获得了“诚信企业”的

称号。正如媒体评论的：“上杭就是紫金，紫金就是上杭”。以 GDP 考核为中心的政绩观、碎片化的体制下，政府在面对这些重大污染事件时，从某种意义上说，已不仅是监管失灵了，而是袒护和纵容。

另外，对企业缺乏环境社会责任约束还有中央-地方政府环保责任不明晰的原因。其中，大型国有企业或者中央企业不受所在地基层政府约束最为典型。比如，2013 年 6 月，中石化下属公司安庆石化因大气排放超标，建厂 40 年来第一次收到当地环保局开出的罚单，凸显出全国众多大型国企驻地“强企业、弱政府”的现象，说明地方政府还未真正负起环境保护主体的责任。

（四）企业履行环境社会责任面临的外部压力

企业缺乏外部压力团体监督其履行环境社会责任。在国外，企业运营过程中的压力团体包括政府、媒体、环保组织、当地民众以及消费者。而在国内，企业的环保压力主要来自政府环保部门和媒体。但如前所述，在大力促进经济发展的导向下，环保执法力度和媒体监督都遭到了弱化，他们往往顶不住来自行政层面的压力。而环保组织在中国，相对于国外，数量较少、发展较慢、能力较弱。

（五）关注中小企业及海外企业的环境社会责任

中小企业的环境社会责任需要予以特别的关注。不仅因为中小企业的数量多，经济贡献大——中小企业占全国企业总户数的 99.6%（4153.1 万户，2009 年）。他们创造了 60% 的国内生产总值，50% 的税收，75% 以上的就业机会，但数量庞大、经营水平参差不齐的中小企业也是环境污染的主要制造者。多数中小企业面临的还是生存问题，因此对环境成本非常敏感，他们缺乏污染防治的能力与志愿减排的动力。中小企业体积小，经营分散，不容易进入政府、媒体和环保组织的视野，因此不易监管或者监管的效率较低。

关注海外中资企业的环境社会责任。随着海外投资企业的数量、规模和投资领域大幅增加，他们的环境社会责任问题需要引起特别关注。部分中资企业在一些生态环境敏感的区域投资，确实由于经验缺乏出现了一些问题。此外，加上西方媒体的关注，容易被贴上“中国环境威胁论”、“生态倾销”等标签。这对我国国际形象，进一步的海外投资带来了不利影响。中资企业需要加以引导，强化环境社会责任实践，并积极与当地利益相关方沟通。

三、从多方利益相关者视角看待环境问题

（一）政府

政府是企业最重要的利益相关方之一。中国政府在推动企业环境社会责任方面非常积极，但也因为法律体系不完善而存在监管不力。政府在企业履行环境社会责任方面应发挥四个方面的作用：规制（法律法规和标准的出台、过程监督和结果的惩戒），激励（经济刺激、认可与奖励），引导（规划、指南发布、信息公开、标识、研究资助）及合作（与其他利益相关方如媒体、环保组织共同推动企业环境社会责任）。

（二）媒体

媒体也是企业环境社会责任的重要推手。大众传媒对企业的环境绩效和决策都产生重要的监督与约束作用。媒体的曝光树立了污染企业“反面典型”，促使中央和地方政府集中力量解决了因多方利益长期纠结而产生的“老大难”问题。当前自媒体兴起，企业环境污染问题披露速度更加迅捷，议题更加广泛，分析更加深入，批评也更加犀利。

（三）投资者

投资者逐渐将企业环境议题纳入到投资风险中予以评估，负责任的投资理念已经部分付诸行动，如将环境污染作为投资决策的否定因素，一些绿色项目更加受到青睐。未来，在全球责任投资和绿色投资的影响下，中国投资市场势必会加大责任投资比例。

（四）行业协会

行业协会通过制定标准、提升意识等方式对行业内企业履行环境社会责任提供指引，为企业社会责任报告的发展产生促进作用。比如：中国企业联合会积极推进联合国“全球契约”行动，纺织协会制定的 CSC9000T 行业企业社会责任标准等。

（五）环保组织

环保组织是企业环境社会责任的重要推动者。他们通过环境教育、宣传、倡导活动，努力倡导企业的环境社会责任感。一些环保组织逐渐转向对污染企业采取积极行动，施加压力，以促使企业正视自己的污染问题并承担其环境社会责任。还有些环保组织向污染企业发起了环境公益诉讼。同时，国内的环保组织采用了非对抗工作方式，展现出了温和与合作的精神，可以成为政府的合作伙伴或者作为政府与企业之间的中间层，积极推动企业环境社会责任。

（六）学术机构

学术机构和民间智库对企业环境社会责任关注度逐年上升。领域内的相关研究数量节节攀升，一系列研究报告有较大影响力，如《环境绿皮书》、《气候变化与中国企业》、《绿色发展指数年度报告》、《中国低碳发展报告》等。

（七）民众

随着环境意识的提高，民众对企业污染的关注度也不断加大。但由于企业对此认识不足，因而经常会导致环境污染群体事件的发生。另外当前普通民众对企业环境社会责任的关注，具有明显的污染驱动特征，抗争活动中出现“邻避政治”和“补偿政治”两种模式，还需要进一步“有序参与社会事务”，才能最终形成企业环境社会责任的外部监督力量。

四、企业履行环境社会责任从法律遵循到获取竞争优势

环境问题日益成为整个社会的关注点。企业作为环境社会责任的主体，承受着越来越大的社会压力，必须首先做出改变。新一届政府已出台强硬的政策，比如《关于实行最严格水资源管理制度的意见》，释放出了非常明确的信号；公众再也不会对身边的水污染忍气吞声，将有更多的人会在污染企业周边“散步”；环保组织正在积极地投入到环境诉讼，更加专业地对企业排污进行监控；媒体加大对污染企业的曝光力度，出现了更多和更有深度的报道；无论是出于风险规避还是道义考量，投资者将会越来越多地把资金投入绿色项目。

当整个社会行动起来时，企业经营的外部环境就发生了巨大的改变：对于企业而言，伴随着环境危机接踵而至的一定是更加高昂的环境成本、更加严格的排污约束条件和更沉重的社会压力。企业初始的经营方式必须改变：严格遵守法规避免风险，采用节水、减排和治污新技术降低成本。从这个角度来说，企业需要将环境保护的责任主动融入到企业发展战略中，将履行环境责任的压力转化为绿色技术创新的动力，在此过程中实现创新驱动、产业升级，带动社会整体绿色发展，以获得未来的竞争优势。

第三章 中国政府促进企业履行环境责任的政策法规分析

企业社会责任在中国是一个舶来品，是随着中国改革开放浪潮，由跨国公司逐渐引入的概念。在西方市场经济比较发达的国家里，由于法治基础比较完善，企业社会责任是建立在企业守法基础上的企业自律和政府适度干预的产物，也是企业、政府和社会各个主体之间产生良性互动的结果。因此，政府在企业社会责任发展中的路径是由企业自主逐渐过渡到政府适当干预，甚至成为国家治理体系的有效组成部分，如欧盟很多国家，在此过程中，政府与企业在企业社会责任的议题上形成了社会合作关系。

相反，中国是一个由计划经济转型到市场经济的国家，法治基础不够完善，政府的领导和管理对社会经济发挥很大影响，相应地，现阶段中国政府就如何促进企业履行社会责任而言，将不同于西方发达国家。尤其是在面对企业守法经营程度较低的状况下，中国政府首当其冲的是构建企业社会责任法律体系，因此，中国政府促进企业履行社会责任的路径最终形成一种完善相关法律体系的倒逼机制。

面对日益严峻的环境问题，以及自下而上的民众环境诉求，中国政府必须承担相应的环境治理责任，并致力于统筹规划、协调各方，提供有效的制度安排和政策安排，为其他主体履行环境社会责任创造良好的制度环境。这就要求政府在促进企业履行环境社会责任过程中，不仅要考虑对企业的有效倡导和规制，架构政府-企业的双边关系；还要在政府-企业-其他社会主体的多元关系之中思考和创新推动企业履行环境社会责任的机制和方式。

一、中央政府推进企业履行环境责任政策分析

（一）中央政府推进企业履行环境社会责任制度的路径分析

中央政府推动企业履行环境责任最初以单一的行政规制为起点，试图以垂直的法律体系和行政系统来解决企业环境违法；之后逐渐加重经济政策比例，强化企业环境责任；同时以信息公开和社会监督为契机，鼓励社会力量参与环境保护，营造科学环境决策的公共空间；最后通过最根本的立法改革，开启了近年来环境立法和环境公益诉讼之路。

1. 规制对象“抓大放小”

中央政府对企环境社会责任的行政规制是有重点地抓大放小，强调对央企、上市公司、以及“走出去”中企的监管。国资委 2008 年发布《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，要求央企履行环境社会责任并发布社会责任报告；2007 年深圳证券交易所发布《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》，2008 年 5 月，上交所发布《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》，分别要求上市公司披露相关环境信息、环保投资和环境技术开发情况。针对中国企业的国际环境社会责任，2013 年年初，商务部、环境保护部联合发布《对外投资合作环境保护指南》，倡导企业履行环境保护社会责任；要求企业遵守东道国环境保护法律法规。与此相对的是，针对中小企业的监管手段单一，缺乏相关指南，导致其能力建设被忽视，使得中小企业履责困难。

2. 多元化的经济政策激励

随着中国环境问题的日益突出,单一行政监管越来越难以遏制企业环境违法行为,加之行政监管成本较大,进入二十世纪 90 年代后,政府逐步采取了一系列经济政策以激励企业消除外部性,承担环境社会责任,包括:节能减排政策,清洁生产政策,绿色信贷,环境污染强制险,培育和发展战略新兴产业等。2012 年 2 月,中国银监会发布《绿色信贷指引》,加强绿色信贷的组织管理,有效控制环境和社会风险,支持绿色经济、低碳经济和循环经济。使中国在全球范围内一跃成为首先在银行部门施行环境标准及准则的国家。

3. 逐步开放社会参与

政府通过颁布《环境影响评价公众参与暂行办法》和《环境信息公开办法(试行)》,营造社会合作氛围,鼓励公众、媒体、民间环保组织、研究机构、行业协会等各利益相关群体积极参与监督企业环境行为,推动企业履行社会责任,同时为政府科学环境管理与决策提供多方视角。

4. 立法改革的倒逼机制

中国的环境立法自二十世纪 80 年代经历了三个阶段,即恢复立法、健全立法至完善立法,目前具有中国特色的环境与资源保护法律体系已基本形成。为适应环境保护形势需要,《水污染防治法》、《大气污染防治法》等有关环境保护单项法律不断修改,《环境保护法》的修改议程已列入了十一届全国人大常委会 2011 年立法计划,以推进环保法律、政策制度和标准建设。伴随着公民意识的觉醒,加之环境侵害事件频发,明确和扩大环境公益诉讼主体的呼声日益高涨,多地成立了环保法庭,环境诉讼案件逐年上升。

(二) 中央政府推动企业履行环境社会责任的机制分析

政府作为企业的最重要的利益相关方,在推动企业环境社会责任方面扮演着极其重要的角色。2005 年的诺贝尔经济学奖得主之一托马斯·谢林(Thomas Schelling)提出的“冰球运动员”理论诠释了政府推动企业共同承担社会责任的重要性:在冰球运动的发展过程中,运动员虽然意识到头盔会有助于安全,但最初几乎没有人愿意使用它,因为使用头盔会影响运动员的灵活性。所以单个运动员和运动队都无法以失去竞争力为代价而做出这种变革,这种情况一直持续到冰球大联盟组织做出规定——所有冰球运动员都必须佩戴头盔参与比赛。从某种意义上说,重视环境社会责任的公司就是戴着头盔的冰球运动员。在竞争的环境中,只有政府能扮演冰球大联盟组织的角色,它有义务制定一些规则、要求来规范所有的企业,从而使他们能够共同承担环境保护责任。

根据世界银行学者福克斯等(2002)所建立的“角色-企业社会责任主题”

模型，政府在推动企业环境社会责任方面可以承担规制、激励、引导和合作四种角色。

表 3-1 “政府角色-企业社会责任主题”象限图

规制（法律法规、标准的出台、过程监督 and 结果的惩戒）	激励（经济刺激、认可与奖励）
引导（规划、指南发布、信息公开、标识、研究资助）	合作（与其他利益相关方如媒体、环保组织的共同推动企业环境社会责任）

根据以上四种角色区分，中国中央政府在推动企业履行环境社会责任的已有工作基础和发展状况可以用下表来总结：

表 3-2 中央政府推动企业环境社会责任的现状分析

政府角色	内容描述	现有基础	发展状况
政府规制企业履行环境责任	环境社会 责任 法律	已建立法律法规体系，环境保护已经成为基本国策	“不惜一切代价保增长”的发展方式未得到根本改变
	正式批准国际法、公约	政府积极履行相关国际法及国际公约，并在国家和地方层面均有相应机构推进履约等工作	在推行国际法和国际公约方面开展已经建立了一套有效机制，并效果良好
	强制性环境评估	建设项目环境影响评价及“三同时”工作成为企业立项重要内容	存在大量不经环境评估的项目，且对企业环境行为缺乏持续性评估
	环境“举报”者的法律保护	建立了相应环境举报制度，且近年来环境举报和诉讼案例不断增加	环境公益诉讼不完善，举报者举证限制了环境违法行为的查处，事前法律保护空白，缺乏保护举报人立法
	养老金的环境社会责任投资的强制性报告	尚无养老金环境社会责任投资强制性报告	《社会保险法》中规定了养老金可以投资运营。我国“十二五”规划纲要也对养老金的投资运营、保值增值提出了明确要求。
	将环境保护纳入企业治理和行为准则之中	央企、上市公司必须报告环境影响	环境保护在企业决策中地位不高，主动开展环境保护的意识不足，中小企业环境保护工作缺失情况普遍
政府激励企业履行社会责任	减免税收	建立了企业排污收费制度	企业排污收费返还等降低了这一制度的激励效果，除排污外缺乏对企业其他环境社会行为在税收方面的激励
	贷款优惠	颁布了《关于落实环境保护政策法规防范信贷风险的意见》、《绿色信贷指引》	绿色信贷及绿色金融在我国才刚刚起步，且执行的范围和力度有限

政府角色	内容描述	现有基础	发展状况
	环境社会责任奖项	针对企业环境行为，有国家、地方政府等设置的不同奖项	相关奖项设置涵盖面不足，且企业参与的积极性有限
	政府优先公共采购	《政府采购法》对绿色采购具有原则性规定，并初步形成了中国绿色产品标准体系和技术规范，并定期发布环境标识认证产品	缺乏专门法律法规体系，缺少完善的采购清单，采购主体的绿色采购意识不强，绿色产品市场不成熟，信息沟通不畅
	减少或免于政府检查	不同政府部门对企业检查频繁	缺少相关政策，且常常出现企业环境行为越好，检查越多的情况
	对企业环境社会责任研究项目的资助	已建立针对企业污染治理、节能、清洁生产等方面的资助机制	缺少针对企业环境社会责任其他方面的研究项目资助
	资助企业环境社会责任相关课程	对企业的环境管理、节能降耗等方面开展培训	尚未系统针对企业环境社会责任的相关课程
政府引导企业履行环境社会责任	发布环境保护规划	国家环境保护“十二五”规划	环境保护规划工作得到重视，且环境相关指标已作为国家规划中的约束性指标
	鼓励媒体和民众监督	公众对环境问题关注度提高，新闻媒体和NGOs已经成为公众监督环境的重要渠道	有关环境公益诉讼和环境赔偿等尚未在法律中予以明确和规定
	企业环境社会责任信息公开	《环境信息公开办法(试行)》	目前该项工作尚处于推进过程中，部分地区已经开始发布企业环境行为，但在总体上企业信息公开程度较低
	企业履行环境责任指南	仅限于上市公司、国有企业	对大量中小企业无约束力，缺乏中小企业CSR指南
	国际标准本土化、能力建设与咨询	已形成环境标准体系，涵盖企业的排污、清洁生产等方面内容	就企业社会责任方面尚无相关的标准和内容，能力建设有待提高
	环境标识	1994年成立环境标识产品认证委员会，建立了认证程序，作为政府绿色采购的重要指标	尚缺乏直接规制环境标志的法律或法规；缺乏程序方面的法律规定，在管理中存在一定的问题
	政府推广良好实践	针对企业在环境方面的行为，陆续开展了“百佳工程”“环境友好工程”等工作	针对企业履行环境社会责任效果评估、推广方面缺乏系统和有针对性的工作，所开展的工作对企业的示范作用有限。
政府推动企业环境责任合作	利用私营咨询机构、学术界和非政府组织的专业知识	政府利用相关专业知识的主动性较低	随着“科学决策”战略实施，政府决策中越来越注重纳入其它方面的意见和知识
	多方利益相关者参与制定规范和	规范和准则的制定过程透明度较差，大多参与多流于形式	在制定相关规范和标准过程中，广泛征求不同机构的意见

政府角色	内容描述	现有基础	发展状况
	准则	而难以真正深入参与	
	建立企业环境社会责任网络	行业协会等为企业交流与合作搭建了平台和网络	尚无针对企业环境社会责任的中心网络
	与国际组织展开对话	与国际组织交流与合作越来越多	与企业社会责任相关的国际组织在中国尚影响力有限，缺少与政府沟通
	推动和促进多方利益相关者会议	个别案例中（如昆明石化项目），政府推进了政府—企业—利益相关者之间的对话	典型案例很少，多方利益相关者参与大多流于形式且有效性不足

从中国政府的情况来看，目前在四方面均存在不同程度的问题。因此，政府在推进企业环境社会责任过程中，应针对不同层级的企业，从四个方面各有侧重地予以加强和完善，从而使得政策更加有针对性，例如对丧失底线企业以规制为主，并辅以激励、引导和合作；对法律遵从层次的企业，应逐步扩大激励等手段的作用；对志愿行动的企业除了激励以外，还应通过引导和合作，提升企业履责能力；对战略融入层次的企业则主要以合作形式，共同探索企业环境社会责任的实践，并促进其经验在整个社会的推广和示范。

二、地方政府的角色和建议

中国环境保护“十二五”规划，明确地方政府是环保规划实施的责任主体，明确了“部门协同推进环境保护”的原则。在 2013 年和 2015 年年底，中央政府分别对地方规划执行情况进行中期评估和终期考核，作为对地方政府政绩考核的重要内容，因此，企业环境责任将成为地方政府环境治理工作的重要组成部分。

就如何促进企业履行环境社会责任而言，虽然地方保护主义普遍存在，但也不乏良好实践，尤其是上海浦东、山东烟台、江苏常州等地的政府，综合运用执法监督、政策促进、能力建设等活动，将地区的环境责任竞争力纳入到政府有效的治理体系之中，体现了有力的引领作用。

未来地方政府需要加强环境法律法规的执行力度，重视政府企业环境责任工作的总体协调机制，建设政府企业环境责任工作的长效机制。将政府职能从主要是监控和检查转变为更为服务型的模式，建立持续监测和评估流程，协助评估相关政策措施的影响，否则会影响到地方公共政策的有效性，以及推进企业环境社会责任方式的创新性。

第四章 企业社会责任与绿色发展的国际视野

企业社会责任和绿色发展不仅仅在商业领域得到重视，而且也成为政府追求

地区、国家乃至全球可持续发展目标的核心理念。这两个理念作为可持续发展的基石，在当今世界已经深入到了经济学家、政治家，企业家，社会活动家，环保主义者、以及普罗大众的头脑中，并日益成为商业管理和公共治理的主流化战略。

一、企业社会责任的国际化与本土化

在全球领域，企业社会责任被描述为欧美、西方发达国家的想法。这不仅是因为大量的学术文献源于此，同时也是因为这些地区有着成熟经验。国际组织在构建企业社会责任框架方面扮演了重要的角色。跨国公司会参考或遵循这些机构制定的指南或者原则。比如：经济与合作组织制定的跨国企业指南、联合国契约十项原则、国际标准化组织的 ISO26000《社会责任指南》、全球报告倡议组织的《可持续发展指南》等。所有这些指南或原则都明确阐释了企业在防治污染、资源可持续利用、应对气候变化等方面的责任。

同时，企业社会责任也深深根植于本土知识与文化背景之中，例如，日本文化中的“三方皆好”（Sanpo Yoshi，包含了人、企业、社会三方互益），南非的“乌邦图”（Ubuntu，提倡相互依赖、共荣、和谐、尊重的社区文化），中东伊斯兰教文化的“施天课”（Zakat，以慈善为核心内容）以及中国的“和谐社会”都对本土的企业社会责任思想产生了影响。

（一）全球企业社会责任的区域视角

企业社会责任不仅是理论，也包含着一系列具体的方法和实践，大致可根据不同区域划分为以下两类：发达国家的企业社会责任与发展中国家的企业社会责任。

以美国为例的商业体系和社会制度崇尚对个人自由和权利的最大认可。因此，许多社会问题，例如教育、医疗保障和社区投资等，自然就成为企业社会责任的核心。另外，慈善也是美国企业社会责任的重要组成部分之一。而欧洲的情况与美国不同，在欧洲，政府一直承担着提供医疗保障、应对气候变化和其他社会问题的职责和功能，因此“企业社会责任”的概念引入欧洲之后，更强调环境议题。在亚洲的发达国家，如日本和韩国，企业社会责任通常与欧洲类似，也非常强调环境方面的议题。在全球化的背景下，来自西方的跨国企业把企业社会责任的理念和方法推向世界，成为企业社会责任全球化最重要的驱动力。

在发展中国家，企业履行社会责任还存在巨大的努力空间。例如，极低的劳工条件、缺失的环境保护措施、腐败、极差的医疗保障和教育水平等方方面面。这些国家围绕企业社会责任的对话从“一种援助和慈善”转向了“负责任的行为与发展”。近年来，发展中国家越来越关注企业社会责任，将其视为可持续发展

的重要策略、提高国家竞争力的关键决策和海外战略的重要组成部分。

（二）企业社会责任的区域比较

企业社会责任是全球化思维与本土化实践的结合，具体地区和国家的企业社会责任都根源于本土的经济社会发展状况。

在北美，企业社会责任是企业展示自身社会责任的工具，也是多方利益相关者推动企业实现核心价值的常用方式。为了构建良好形象，企业通过慈善和志愿者服务来向社区输送资源。企业总是强调他们超越生产促销之上的社会责任。北美企业社会责任的主要关注点是社区福利、教育、生活质量、文化与环保议题，如全球变暖和气候变化。

在很多欧洲国家，都有企业在法律合规之外服务于社会福祉的传统。欧洲企业社会责任是商业创新、政府机构规制，以及投资者和公民社会多方利益相关者共同努力的产物。虽然欧洲企业社会责任运动是由大企业发起的，但是欧洲 99% 的企业是中小企业。伴随着企业社会责任创新的商业机会，以及企业面临的欧洲内外的多方利益相关者的期望，是推动企业社会责任向前发展的动力。欧洲企业社会责任的优先事项反映了欧洲社会面临的经济、社会和环境挑战。

亚洲社会的多样性注定了亚洲企业社会责任不存在某种单一方式。亚洲有悠久的慈善传统，而且已经根植于亚洲商业实践和制度框架之中。亚洲企业社会责任的驱动力有如下方面：社会中的宗教传统、信托理念、家庭慈善，企业对社会规制的响应，NGO 与公民社会压力，全球化背景下的国际国内商业伙伴诉求等。在以上驱动力促使下，亚洲企业社会责任对内表现为员工福利和工作场所条件，对外表现为环境保护和社区教育健康议题，其中，环保逐渐成为优先考虑的议题。

（三）企业社会责任政策——以欧盟为例

欧盟委员会于 2001 年呼吁企业“在自愿的基础上，在商业运营中及与利益相关方的互动中融入社会与环境诉求”。2011 年 10 月，欧盟委员会颁布了一项企业社会责任的新政策，新政策将企业社会责任定义为“企业对社会造成影响所负的责任”。为了履行社会责任，企业“应该在商业运营和核心策略中，与其他利益相关方通力合作，整合社会、环境、人权和消费者权益等多方面的要素”。

新政策将企业社会责任的目标定义为“将企业主、股东、其他利益相关方和整个社会的价值最大化”。新政策还强调法律法规，欧盟将出台一系列配套的法律法规配合新政策的执行。在承认企业是履行社会责任主体的前提下，新政策强调政府规制的重要性，提出“为负责任的商业行为创造透明性和市场激励机制，

确保企业履行社会责任。”在国家层面上，新政策要求每一个欧盟成员国必须在 2012 年前制定配套的实施计划，鼓励各国按照欧盟的模板，结合各国实际，制定切实可行的实施计划。

欧盟委员会颁布了 2011-2014 年的企业社会责任行动计划，包括：提高企业社会责任的可见度，推广优秀做法；提高企业信任水平；促进自我和共同规制；提高企业社会责任的市场回报；鼓励社会环境信息披露；将企业社会责任与教育、培训和研究进行深度整合；强调国家和地区层面企业社会责任策略的重要性；欧盟委员会邀请成员国于 2012 年上半年底，陈述、更新各自的企业社会责任规划；优化欧盟和全球企业社会责任战略等八项内容。

2011 年，欧盟委员会在修订企业社会责任战略时也强调，各成员国政府应该“推动立法，在中学和大学的现有课程中融入企业社会责任、可持续发展和负责任的公民的相关内容。鼓励欧洲商学院签署《责任管理教育准则》的承诺”（EC，2011：12）。

二、案例概要：世界各国的绿色发展公共政策

在全球化背景下，绿色发展逐渐成为一种重要的经济增长模式，许多推行绿色发展的国家都找到了快速发展的新途径，例如通过低碳技术的商业化实现增长。低碳发展正在成为一种最受欢迎的增长方式。目前，推行绿色发展的国家已经在经济、社会各个领域实施了最严格的环境标准。这些国家的目标是在采购、消费和再生产的整个链条中，实现资源使用的效益最大化。

德国“新能源计划”：2011 年 5 月，德国决定于 2022 年之前关闭所有的核电站，旨在通过增加可再生能源、提高能源使用效率，从而实现向清洁能源转型。为了填补停用核电站之后的能源空缺，德国计划大力开发风能、太阳能和生物能源；制定建筑物热效率的新标准；建立洲际超级智能电网（包括从太阳能丰富的北非输入电能）。

韩国是实施绿色发展的首个亚洲国家：2008 年全球金融危机之后，韩国开始向绿色发展转型，致力于实现以下三个目标：1）绿色发展应对经济危机；2）减少能源依赖；3）从长远来看，以绿色产业平衡其整体经济发展。韩国 96% 的能源依靠进口，占进口总额的三分之二。为了改变这一局势，韩国计划在 2030 年前降低 46% 的能源强度，增加可再生能源的份额。最近的五年计划将依赖十条绿色增长措施实现 2% 的 GDP 增长，每条措施都包括定量目标和周密计划。韩国的目标是将其绿色技术出口的全球市场份额从 2009 年的 2% 增长到 2020 年的 10%。

日本的能源效率计划：1980-2009 年间，日本的能源强度下降了 26%，成为世界上能源效率最高的国家之一。2006 年，日本进一步制定了“能源保护法”，承诺在 2030 年前，能源效率比 2006 年再提高 30%。项目的实施策略是鼓励节能科技的发展，并开发了基准参照方法，评估节能情况。除了在能源领域推动高科技以外，项目还计划于 2020 年前，在所有建筑中引入综合能源消耗标准和净能零耗建筑（2030 年，标准在全国推广）。日本的“领跑者计划”测试了 21 种电器来识别最节能的方式，并将此方式设为节能的新标准，制造商必须在四到八年间达到此标准。最近的“智能社区”概念，依赖超级智能电网实现可再生能源最大化利用。

在全球化的背景下，在环境退化、资源枯竭等人类面临的共同问题之下，越来越多的国家已经摒弃了单纯追求经济增长的发展模式。绿色发展议题下的企业社会责任已经成为全球发展的最新议题，各国都在纷纷探索适合自己的发展路径与模式，在这样的国际背景下，中国应该积极吸取其他国家的经验，创造有中国特色的新模式。

第五章 绿色发展中的企业环境社会责任框架构建

一、企业环境社会责任层次框架

根据第一章的定义，企业环境社会责任可以分为三个层级：以守法为特征的基本层次、以志愿行动为特征的中间层次和融入战略的引领层次。其中，“法规遵从”是最基本的环境社会责任，即要求企业应恪守环境法规，运营过程满足基本的行为规范和环境标准。在法律遵从之上的责任是“志愿行动”，这一层级要求企业能在更高水平上主动采取措施，如：更严格的污染排放标准，采用更高的技术水平合理利用资源，以及更加清洁的方式组织生产。环境社会责任的“战略融入”，则是要求企业将环境问题融入到企业的发展战略中去，构建企业绿色发展文化，走低碳和循环经济发展之路，担任社会发展的绿色先锋。

中国众多企业还处在最基本层级之下——无法遵守基本的环境法规、成为底线丧失者，这些企业为了追求经济利益，肆意排污，如蓄电池厂造成儿童血铅超标等。当然在中国也存在一些良好的企业实践，如中国移动、国家电网等企业的社会责任实践案例入选哈佛商学院、剑桥大学的教材案例，中国移动连续四年入选道琼斯可持续发展指数（DJSI），中国五矿获得联合国全球契约组织环境先锋企业荣誉。这种多层级企业同时存在表现出中国企业环境社会责任的复杂性和艰巨性。

从所处责任层级的企业数量上来说，理想情况应是一个纺锤形，即：丧失责任底线的企业和能做到战略融入的先锋企业都应较少，而能做到法律遵从和自愿

采取环保行动的企业数量最大。但就中国当前环境形势来看，该形状为花瓶状，即：底线丧失和在法律遵从线上挣扎的企业数量多，其他两个层次的企业少。因此，在中国，一方面需要政府完善企业环境社会责任的法律体系，构建良好的制度环境，促使法律遵从线下的企业做到合规经营；另一方面需要政府大力倡导绿色发展理念，创新绿色发展的政策激励机制，让一部分中国企业发挥绿色先锋的作用，成为中国绿色经济体的引领者。

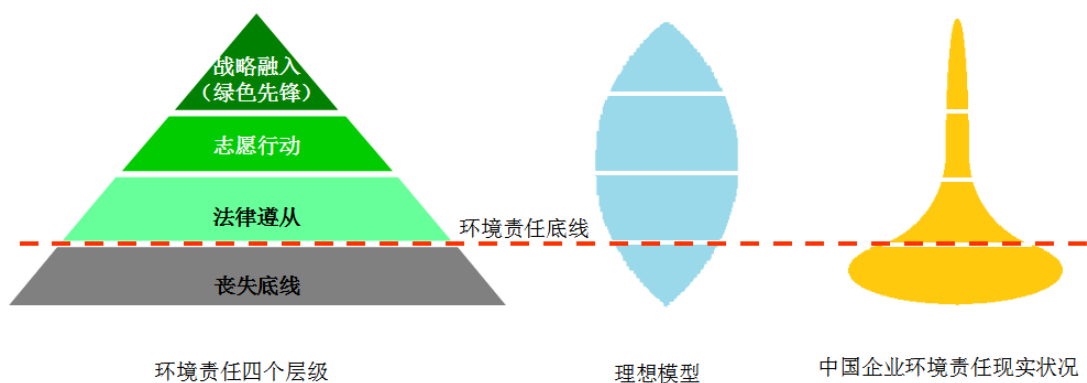


图 5-1 企业环境社会责任层级的概念框架

二、绿色发展下企业履行环境社会责任的框架

融入企业战略的环境社会责任观是企业绿色发展（或者可持续发展）的核心。只有当企业的环境社会责任与发展目标一致的时候，履行环境社会责任才会不再是被动的、附加的和成本消耗的因素，而成为主动的、内生的和带来竞争优势的驱动力。围绕这个融入了环境社会责任的企业发展战略，企业需要构建正确的环境社会责任理念（认知和学习），并建立相应的责任管理体系（如同质量管理一样），在科学系统的管理体系指导下积极履行环境社会责任，同时很重要的一点是在履行责任的过程中要有透明度和注重与各利益相关方的沟通。

此外，企业环境社会责任的履行不仅仅是企业内部的问题，也是全社会的共识。在企业的外部，社会需要构建一种促进企业履行责任的外部环境。社会的其他组成部分（企业的利益相关方：政府、社会团体、社区民众、媒体等），应该通过引导、激励或者施予压力的方式促使企业主动承担起相应的责任。

基于社会责任战略理论和利益相关方理论，本报告构建了一个“企业环境社

会责任三圆环框架”⁶。

该框架由三个同心圆组成（如图 5-2）。其核心层是融入了环境社会责任/绿色发展理念的企业战略：企业的环境社会责任与企业经营有机结合起来。

第二层由四个部分组成：①企业对环境社会责任的认知，包含：对环境社会责任的认知、相关信息收集、特色的责任观、优先领域等；②责任管理，这里提出了责任管理概念，即环境社会责任的实施需要系统性地推进，它包括：管理体系、组织架构、制度（或行为准则）、考核体系；③具体的环境社会责任实践，如：污染防治、应对气候变化、生物多样性等；④透明度与利益相关方沟通，即：环境信息的透明，就环境议题建立起的与相关方沟通的渠道和报告制度。虽然对企业环境社会责任做了四部分的划分，但部分与部分之间的边界并非如线条般的明显，其内容会有很多的交叉和渗透，如每部分都存在着相应的认知。

以上两层是企业内部的环境社会责任推进机制，或者说是企业履行环境社会责任的内部环境。最外层则是企业承担责任的外部环境，即各利益相关方与企业就环境社会责任议题的相互作用，这些利益相关方包括：政府、环保组织、媒体、普通民众、行业协会、研究机构和智库、同行企业、消费者等等。而这种互动的的作用在于对企业履行社会责任进行约束与引导。

从这样一个框架可以看出，企业在感知外部支持和约束的情况下，通过提升认知，实施管理进而开展实践，并利用利益相关方的反馈不断提升，最终形成企业战略，实现对外部压力的响应。这个框架为政策建议提供了切入点，即衡量相关政策的效果要看其是否能够提升企业在认知、管理、实践及外部沟通方面的能力。



图 5-2 企业环境社会责任三圆环框架

⁶谢坚，蒋楚麟，2009.资源型企业社会责任研究（贵州省科技厅软科学课题）

第六章 促进企业环境社会责任发展的政策建议

现代国家提供社会服务是各方主体博弈的基础，因此，国家制度和政府政策是企业履行环境社会责任的环境和前提。但是，企业社会责任的主体依然是企业，而非政府，政府是在推动企业社会责任的机制中起主导作用，但并不必要也不能完全控制企业。企业社会责任需要企业自治与政府干预的有效结合。为此，中国政府除了需要颁布法律法规和制定公共政策明确要求企业履行法定环境责任之外，还应该通过引导、激励、合作等多种方式为企业营造良好的制度环境，特从以下方面提出政策建议：

一、尽快制定国家层面的企业环境社会责任战略和行动方案

将企业环境社会责任提升为国家战略的重大意义。此举一方面明确国家需要承担企业环境社会责任领域的规则制定者责任，在企业环境社会责任方面发挥领导、主管、协调和表率作用；另一方面可以提升企业环境社会责任在公众心目中的认知程度，明确企业社会责任的含义和目标，加强企业社会责任的宣传和推广。此外，尽快形成有中国特色的企业社会责任战略，有助于为实现全球化背景下生态环境保护与经济社会的协调发展做出贡献。中国是发展中大国，中国企业积极承担环境社会责任不仅有助于企业在国际竞争中立于不败之地，也是提升中国“负责任大国”形象的重要策略。

(一) 制定《国家企业环境社会责任发展战略和行动计划》。立足于政府、企业和社会三位一体的总体布局，确定国家总体目标，明确重点任务、保障措施、能力建设等内容，给予一定资金支持，建立相应的监督跟踪与评价机制，以保障行动效果。

(二) 完善企业环境社会责任的法律体系，构建良好的制度环境，促使法律遵从线下的企业做到合规经营，尤其需要**重视环境公益诉讼的作用**，充分发挥司法体系如地方环保法庭的执法效力。

(三) 制定国家推行企业环境社会责任的路线图，如在政府相关部门发起“企业环境社会责任行动倡议”，提升部门和工作人员的企业环境社会责任意识；在中央政府层面甄别企业环境社会责任优先事项，优先考虑针对中小企业的相关公共政策，为中小企业履行环境责任提供有利环境；重视中国海外企业的环境责任建设，增强企业的国际竞争力。

二、积极推动企业环境社会责任工作中的政府协调和社会合作

由于企业环境社会责任涉及环境保护、劳动关系、产品质量和安全、商业道德和慈善等多个领域，涉及到多个政府部门，因此政府部门之间的协调十分必要。

各部门设计方案要形成良好的协调和沟通机制，避免重复和重叠现象，以节约时间和资源，使企业更加明晰所在行业和企业对应的政府规制和行为准则，从而专注于经营活动。除了要加强政府部门横向和纵向之间的协调之外，政府部门还需要加强和其他利益相关方的合作，发挥他们的社会监督功能，有利于科学决策和相关法规的落实。

(一) 为了成功制定企业环境社会责任政策和推动政策实施，建议成立“企业环境社会责任协调委员会”。该机构的职责主要是在国内以及全球范围内推进企业环境社会责任，制定国家层面的战略，组织、协调、监督相关战略和政策的实施，协调各政府部门之间的沟通，以及向国家决策层提供多方面的建议。

(二) 搭建多方利益相关者参与平台，使各利益相关方充分交流、共同提高。充分发挥行业协会、社会团体、新闻媒体、网络平台在绩效评价、信息公开、行为监督和社会反馈方面的作用，扩大社会参与，在建设性对话的基础上加强社会合作。

(三) 在企业环境社会责任领域加强与国际社会的合作，积极参与国际企业社会责任治理，引入重要的国际标准，学习优秀国际案例；另一方面，分享中国企业国际扶贫中的环境保护经验，彰显发展中大国的国际责任，争做发展中国家的国际典范。

三、加强能力建设为推进企业环境社会责任提供服务和支持

针对我国目前经济转型和政府职能转变的大背景，以及企业履责能力程度不一，总体履责水平低的现实，要解决企业“无压力、无动力、无能力”的履责难题，需要推动针对政府、企业和利益相关者的能力建设；需要营造支持性环境，提升企业履责的专业能力，包括环境管理能力、多方利益相关者的沟通能力和企业环境影响信息收集能力等；此外，还应加大对企业社会责任教育和研究的投入，重视学术机构的创新能力和牵头作用，发挥政府、企业和大学的协同创新优势，从人力资源的源头上强化企业社会责任能力建设。

(一) 基于国内发展实际，借鉴国际成熟经验，建立“企业环境社会责任评价体系”。将企业环境社会责任作为一个制度化和规范化的管理体系，设置专门的负责部门，进行标准制定和推广工作。

(二) 支持社会组织的广泛参与，对其相关研究和培训成果予以奖励，增强知识创新及管理创新的活力。例如，英国政府正是认识到处于政府机构和企业之间的独立机构的重要性，充分调动他们沟通、对话、提议和传播良好实践的作用，以确认问题、提出议案、发布政策、实施政策和评估效用。

(三) 鼓励教学科研机构发挥人才培养、基础研究和政策咨询方面的作用，建

立以大学为依托的专业学术研究机构，为国家提供企业环境社会责任方面的智力支持。例如荷兰政府开展了一项关于企业社会责任的大学研究计划，由大学组织各相关研究机构，从而保持政府政策与企业实践的良性互动。我国也应鼓励在大学成立企业社会责任机构，开展科学研究、人才培养和技能培训等，为政府、企业和各利益相关方提供服务和支撑。

四、在强制企业合规的基础上创新企业履责的激励与约束机制

通过法律制度推进企业社会责任运动是政府采用的通用手段。例如法国政府在 2001 年颁布了《新经济规制法》，要求所有上市企业必须将其社会环境影响信息纳入可持续发展报告中。鉴于我国目前企业环境社会责任的重点是法律责任的遵从，必须有效实施企业社会责任立法和司法监管。另外，政府还需建立和完善企业环境社会责任的激励机制，运用政策和经济杠杆，从投资、信贷、税收、土地、市场准入、政府采购等方面入手，制定一系列的激励性政策措施，营造企业环境社会责任的良好发展环境。

- (一) 加强公司法、环境保护法、消费者权益保护法以及劳动法等多种法律机制间的兼容性、实用性、针对性和创新性，同时加大对违规企业的惩戒力度。
- (二) 积极构建促进企业履责的金融投资环境，推进责任投资和责任信贷，鼓励环境社会责任投资基金对环境社会责任绩效良好的企业给予贴息和补助，**运用绿色评级实现税收、信贷、价格方面的差异化管理**。例如，《英国养老金法修正案》中要求退休金托管机构在投资时必须考虑社会和环境的影响，此举拉动了社会责任投资资本市场的蓬勃发展，成为很多国家效仿的榜样。
- (三) 建立企业环境社会责任标识，促进责任消费，推行绿色公共采购，鼓励消费者和政府部门优先采购社会责任绩效良好的企业产品，切实发挥政府的社会责任示范引领作用。例如，瑞典政府实行环保标签、“绿色”公共采购评估、投资环保技术中心等多种手段促使企业在国际和国内履行环境社会责任。

五、完善企业环境社会责任信息披露制度，提高透明度

企业环境信息公开不仅是公众参与环境保护的前提和基础，也是促进企业完善社会责任制度的有力手段。只有企业环境影响信息透明化，公众才能更有效地行使监督权，政府部门才能在污染治理中有的放矢，投资者才能全面了解企业环境绩效。目前，我国企业社会责任信息披露机制还很不健全。企业社会环境责任信息披露质量低，政府和公众对信息披露的监管途径少。企业往往为了满足政府强制性披露要求，重形式，轻质量，未能将信息披露的价值内化到企业运营中。

(一) 进一步修订《环境信息公开办法》和加大执行力度。修改《办法》中不适合条文，扩大信息获取渠道；对企业环境信息披露进行监管，加强企业信息公开的奖惩措施。

(二) 强调企业社会环境责任报告的标准及认证。根据不同行业特征，制定相应的行业报告规范，同时鼓励专业机构开展审计和认证业务，让企业明晰报告标准，确保社会公众获取真实的企业环境信息。

(三) 重视环境信息的储备、整理和分析基础工作，建立“国家企业环境社会责任信息中心”，鼓励专门成立以中小企业为重点的企业环境社会责任信息中心。例如，奥地利的企业社会责任协会是由企业倡导、政府出资建立的交流平台，聚集了所有利益相关方的知识、信息和案例，推动了信息公开与传播，提升了企业环境社会责任信息透明度。

致谢

中国环境与发展国际合作委员会《中国绿色发展中的企业社会责任》专题政策研究项目，在此特别对参与本项目的中外方专家组所有成员及协调员表示衷心感谢，对中方组长郝芳华教授、外方组长华威廉教授（William Valentino）为项目所做出的重要贡献表示由衷谢意。

我们还要特别感谢国合会中外首席顾问沈国舫院士、汉森博士（Dr. Arthur Hanson）以及各位专家委员对项目各阶段性研究给予的宝贵指导。感谢国合会秘书处李永红处长、李海英副处长、李勇先生、董琳女士等在项目进行过程中所给予的大力支持与推动。此外，我们还要感谢德国国际合作机构 Ursula Becker 女士和代敏女士对项目的支持与帮助。

此报告由“中国绿色发展中的企业社会责任”专题政策研究项目组提供