

# 金蜜蜂中国企业社会责任报告研究2012

GoldenBee Research on Corporate Social Responsibility  
Reporting in China 2012



WTO经济导刊  
China WTO Tribune



责扬天下（北京）管理顾问有限公司  
GoldenBee (Beijing) Management Consulting Co., Ltd.



北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心  
International Research Center for Social  
Responsibility & Sustainable Development of Peking University

2012-12-04

# 《金蜜蜂中国企业社会责任报告研究2012》 说 明

《金蜜蜂中国企业社会责任报告研究2012》（以下简称《报告研究2012》）是由《WTO经济导刊》、责扬天下（北京）管理顾问有限公司和北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心共同实施研究，就中国企业社会责任报告整体发展状况第四次发布的研究报告。相关说明如下：

## ■ 研究对象

2012年1月1日-10月31日在中国大陆发布的各类中文社会责任报告。

## ■ 研究依据

《报告研究2012》以“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2012”（简称“GBEE-CRAS2012”）为主要依据，同时借鉴和参考了国内外部分社会责任报告评估体系。

## ■ 数据来源

研究中所涉及的数据及案例均来自于企业（或组织）发布的印刷版、PDF版或网页版社会责任报告。

《报告研究2012》以中、英文两种文字同时向全球发布，若有歧义，按中文版释义。《报告研究2012》电子版可在“企业社会责任报告网”（<http://www.csrreport.cn>）或“企业社会责任中国网”（<http://www.csr-china.net>）下载阅读。

欢迎各界与我们沟通交流：

《WTO经济导刊》

中国 北京市 海淀区 中关村南大街12号百欣科技楼402甲室

邮编：100081

电 话：+86 10 62160423 转 8003

传 真：+86 10 62137910

电子邮件：[csrreport@goldenbeechina.com](mailto:csrreport@goldenbeechina.com)

# GoldenBee Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2012 Introduction

GoldenBee Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2012 (hereafter referred as Reporting Research 2012) is the fourth research report covering the overall development situation of corporate social responsibility (CSR) reporting in China, which is co-compiled by the China WTO Tribune, GoldenBee (Beijing) Management Consulting Co., Ltd. and the International Research Center for Social Responsibility & Sustainable Development of Peking University. The introduction of this reporting research is as follows:

## Research Object

Various kinds of CSR reports released in mainland China from January 1st to October 31st of 2012.

## Research Basis

The Reporting Research 2012 is compiled mainly based on the GoldenBee Corporate Social Responsibility Report Assessment System 2012 (GBEE-CRAS2012 for short). It also referred to some social responsibility assessment systems both in China and abroad.

## Data Source

The data and cases involved in the Reporting Research 2011 are all from the CSR reports (printed version, PDF version and web version) released by enterprises/non business organizations.

The Reporting Research 2012 is released worldwide both in Chinese version and English version. In case of any discrepancy, the Chinese version shall prevail. The electronic version of the Reporting Research 2012 can be downloaded at the website of <http://www.csrreport.cn> or <http://www.csr-china.net>

People from all circles of society for exchanges and communication would be welcomed.

China WTO Tribune

Room 402 A, Baixin Building, No. 12 Zhongguancun South Street, Haidian District, Beijing, China

Postal Code: 100081

Tel.: +86 10 62160423 ext. 8003

Fax: +86 10 62137910

Email: [csrreport@goldenbeechina.com](mailto:csrreport@goldenbeechina.com)

## 前 言

2009年以来，我们每年对中国大陆发布的各类社会责任报告（中文版，下同）进行全面的搜集、整理、统计、分类和入库。依据“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系”对报告进行了系统评估和研究，相继完成了《中国企业社会责任报告研究（2001-2009）》、《中国企业社会责任报告研究2010》和《金蜜蜂中国企业社会责任报告研究2011》，引起了社会各界的广泛关注和重视，得到了许多积极反馈和支持。

2012年，在总结前几年报告研究经验并结合今年中国企业社会责任报告实际的基础上，我们依据“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2012”，从报告的结构参数、技术参数和主体参数等三大类别、16方面参数对报告进行定位和分类，从报告的结构完整性、报告可信性、报告可读性、绩效可比性、报告创新性和内容实质性六个维度对中国大陆2012年前十个月发布的社会责任报告进行评估和分析，完成了《金蜜蜂中国企业社会责任报告研究2012》。

《金蜜蜂中国企业社会责任报告研究2012》将为社会各界了解中国社会责任报告最新发展状况和趋势提供交流和展示的窗口和平台，推动中国企业和非企业组织更好地发挥社会责任报告在传播理念、提升社会责任管理、树立形象方面的重要价值，助力中国先进企业和组织进一步提升社会责任报告编制水平、更好地实现可持续发展目标。

《WTO经济导刊》、赞扬天下（北京）管理顾问有限公司和北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心多年来坚持开展社会责任报告的系统研究工作，先后发布了《中国企业社会责任报告研究（2001-2009）》、《中国企业社会责任报告研究2010》和《金蜜蜂中国企业社会责任报告研究2011》。2012年，我们在系统搜集、分析、整理和研究本年度所发布的社会责任报告的基础上，完成了本研究报告《金蜜蜂中国企业社会责任报告研究2012》。

## Preface

Since 2009, we collected, computed, classified and putting into database the CSR reports of mainland China released in 2001-2009, 2010 and 2011 respectively and, completed the Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2001-2009, Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2010 and Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2011 in accordance with the GoldenBee Corporate Social Responsibility Report Assessment System, based on systematic assessment and research, catching extensive attention and recognition and receiving positive feedbacks and support from various circles of society.

In 2012, based on the reports research experience of the last few years and combined the actual situation of CSR reporting in China in 2012 and in accordance with the GBEE-CRAS2012, we positioned and classified the CSR reports from 16 aspects of three categories, such as structural parameter, technical parameter and main body parameter and, assessed, verified, computed and analyzed the CSR reports released in the first 10 months of 2012 from six dimensions of structural integrity, report creditability, report readability, performance comparability, report originality and content substantiality, finally completing the Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2012.

The Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2012 is a showcase for various circles of society to gain insight of the latest development of CSR reporting in China. It promotes enterprises/non-business organizations in China to better exert the important role of CSR reporting in such aspects as broadcasting ideas, improving management and setting examples and helps them to improve reporting and achieve a better future in the road to sustainable development.

China WTO Tribune, GoldenBee (Beijing) Management Consulting Co., Ltd. and the International Research Centre for Social Responsibility & Sustainable Development of Peking University have been systematically researching social responsibility reports for years, and have successively published Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2001-2009, Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2010 and Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2011. In 2012, we systematically collected , analyzed, classified and researched CSR reports released this year, based on which we completed GoldenBee Research on Corporate Social Responsibility Reporting in China 2012.

## 主要发现

### 发现一：报告数量呈现高速增长，比2011年同期增长超过六成。

2012年前十个月发布了1337份社会责任报告，比2011年同期增加了520份，增长63.6%，是继2009年中国社会责任报告发布数量出现“井喷”之后，中国社会责任报告发布数量再次出现较快速度增长的一年。

### 发现二：不同地区、不同行业、不同性质主体发布报告的数量均有明显增长，其中西部地区报告数量增长了50%，建筑业报告数量增长了1.5倍，国有企业报告数量增长了1.36倍。

东部地区发布报告数量达到687份，占68.6%，比2011年同期增加了207份；中、西部地区报告数量较2011年同期分别增加了21份和37份，增长了18.4%和50%。各行业发布报告数量均有一定幅度增长，其中建筑业和社会服务业报告数量分别增长了154%、113%。国有企业报告数量增长了1.36倍，国有控股企业、外资及港澳台企业和民营企业报告数量分别增长了4.7%、47.1%和3.2%。

### 发现三：行业组织的平台和示范带动作用日益凸显。

行业组织发挥行业沟通交流平台的作用，支持行业成员发布社会责任报告，示范带动作用明显。中国工业经济联合会、中国纺织工业联合会、中国林产工业协会、陕西工业经济联合会等行业组织共带动273家企业集中发布报告，占全国同期报告发布总量的20.4%，成为中国社会责任报告发展的重要推动力量。

### 发现四：政府部门引导成为企业发布报告的重要动力。

政府部门发挥指导职能，积极引导企业发布报告。国务院国资委管理的中央企业中有103家发布了社会责任报告；上海市精神文明建设委员会办公室要求全市文明单位率先发布社会责任报告；天津经济技术开发区环保局统一组织发布了30份社会责任报告。

### 发现五：公司总部引导分子公司发布报告成为重要趋势。

在公司总部的引导下，分子公司纷纷加入到发布社会责任报告的行列，共带动分子公司发布报告69份。国家电网公司首次要求省级电力公司都应发布社会责任实践报告，南方电网公司所属省级电网公司全部发布社会责任实践分册，华润集团、三星中国等明确要求分子公司发布社会责任报告。

### 发现六：报告整体质量全面提升，高水平报告比重明显增加，中央企业报告质量明显高于中国企业社会责任报告平均水平。

评估样本报告平均得分率较去年同期增加5.64个百分点，报告的绩效可比性、内容实质性、创新性、可读性和结构完整性的平均得分率均有较为明显的提高。处于“起步”阶段报告比重大幅降低，处于“发展”、“追赶”、“优秀”和“卓越”阶段的报告比重均明显增加。中央企业报告平均得分率为71.27%，是中国企业社会责任报告平均得分率的1.44倍，也是质量最高的报告群体。

### 发现七：报告编制更加规范，参照国内外主要社会责任报告编制指导的报告比重明显增加。

报告发布主体更加注重采用多个编制依据，披露履行社会责任的核心指标。依据多个标准的报告比重为28.8%，同比增长7.5个百分点。参考反映企业运营特点的行业指引和其他（地方性指引等）的报告比重分别增加1.5%和11.5%。参考GRI、全球契约、ISO 26000等国际性标准的报告比重分别增长4.5%、0.7%和3.5%。

**发现八：报告内容实质性增强，更加注重与利益相关方的沟通，展示对利益相关方的履责绩效。**

识别利益相关方期望和要求的报告越来越多，特别是识别出出资人、员工、客户、环境、社区、政府、供应商等利益相关方的报告显著提升；披露与员工、客户、环境、社区、政府、供应商、社会组织、监管机构等利益相关方沟通渠道和方式的报告明显增加；接近半数的报告披露了对利益相关方履行社会责任的绩效，比2011年有显著增加。

**发现九：报告重视创新，部分先进报告披露了企业在社会责任理念和实践方面的创新。**

企业重视报告理念的创新，披露理念创新相关内容的报告有423份，占42.3%。通过“点石成金造福人类”、“汇聚能源 延长价值”、“万家灯火 南网情深”、“热爱能源 驱动变革”等形象、易于传颂的形式，在报告中披露自身对社会责任的认知和理解，为企业履行社会责任提供重要指导。

**发现十：报告信息的平衡性不足，不能在报告中正视运营中出现的负面信息及影响。**

企业普遍注重披露履行社会责任的绩效，对于运营中存在的问题披露不足。部分企业的重大负面信息已经在社会上广泛传播，但是在报告中却忽视披露，包括重大负面事件的影响、改进措施和取得成效等。

## Main findings

**Finding 1: The number of CSR reports released rapidly grew, up by over 60% compared with the same period in 2011.**

In the first ten months of 2012, a total of 1337 CSR reports were released, an increase of 63.6% over the same period of last year, which has been a second booming development followed 2009.

**Finding 2: There was significant growth in the number of reports released by various types of enterprises in different industries and regions, with 50% growth in the western regions, an increase of 1.5 times in the building industry, and 1.35 times in the state-owned enterprises.**

In east area of China, the number of released reports came to 687, accounting for 68.6% in the total number of reports, increasing by 207 over the same period in 2011, and by 1.0% in the growth rate. The number of reports in central and west area of China increased by 21 and 37 respectively, up by 18.4% and 50% in the growth rate. Various industries achieved a certain growth in the number of reports, with 154% and 113% respectively in the building industry and social service industry. Different types of enterprises achieved different growth rate in the number of reports, with an increase of 1.36 times in state-owned enterprises, and 47.1% in foreign-funded, Hong Kong, Macao and Taiwan enterprises.

**Finding 3: The industrial organizations increasingly showed demonstration effect.**

Industrial organizations played the role of communication platform and showed demonstration effect to support their members to release CSR reports. Industrial organizations have become the important driving force in the development of CSR reports in China. They lead 237 enterprises to collectively release their CSR reports, accounting for 20.4% of the total amount over the same period of last year, including China Federation of Industrial Economics, China Textile Industry Association, China National Forest Products Industry Association, and Shaanxi Industrial Economic Federation.

**Finding 4: Governmental guidance become the important driving force for enterprises to release CSR reports.**

The government plays its guiding role to actively guide enterprises to release their reports. 103 central enterprises under the management of SASAC released reports; Shanghai Spiritual Civilization Construction Committee Office required citywide civilization units to take the lead in releasing CSR reports; and 30 CSR reports were released by the Environmental Protection Bureau of Tianjin Economic and Technological Development Zone.

**Finding 5: Headquarters guiding subsidiaries to release CSR reports become an important trend.**

Under the guidance of headquarters, the subsidiaries joined the team to publish CSR reports, and released a total of 69 reports. The State Grid for the first time required all its subsidiary provincial power companies to release CSR practice reports and China Southern Power Grid achieved the publications of CSR practice reports in their provincial subsidiaries, and moreover, Huarun Group and Samsung (China) made clear requirements for their subsidiaries to publish CSR reports.

**Finding 6: The quality of reports got fully improved, the proportion of high-quality reports got a striking increase, and the reports of central enterprises were above average level.**

The average score rate of the sample reports increased by 5.64% over the same period of last year. The average score rate of the reports increased markedly in its performance comparability, substantiality, originality, readability, and structural integrity. There was a significant reduction in the proportion of reports at the beginning stage, and a striking increase in the proportion of reports at the stages of developing, improving, excellent and outstanding. The average score rate of central enterprises was 71.27%, 1.44 times of the general average score rate, which were among the highest level of reporting group.

**Finding 7: The reports compiled in a more standard way, and a greater proportion according to both domestic and foreign guidance on CSR reporting.**

The releasing subject of reports paid more attention to using several references to disclose the core targets with regard to the implementation of social responsibility. 28.8% of reports were based on several standards, up by 7.5% over the previous year. The reports based on the industrial guidance and other local guidance increased 1.5% and 11.5% respectively. Additionally, 4.5% of the reports were compiled by GRI, 0.7% by the Global Compact, and 3.5% by ISO 26000.

**Finding 8: The reports were more substantial, paying more attention to the communication with stakeholders, and showing the performance in the implementation of responsibility to stakeholders.**

More and more reports focused on the identification of stakeholders' expectations and demands. In particular, there was a significant increase in the number of reports that identified investors, employees, customers, environment, communities, governments, suppliers and other stakeholders. There was also a striking increase in the number of reports that disclosed the communication channels and methods with employees, customer, environment, communities, governments, suppliers, social organizations, regulatory agencies and other stakeholders. Nearly half of reports disclosed the performance in the implementation of responsibility to stakeholders, which increased markedly over 2011.

**Finding 9: The reports focused on innovation while some excellent reports disclosed the corporate innovation in CSR concepts and practices.**

Enterprises attached importance to innovation in the concept of their reports. The reports which disclosed concept innovation came up to 423, accounting for 42.3% among assessment samples. By means of some vivid slogans like "Performing wonders for the benefit of people", "Gathering energy to show Yanchang's value", "A myriad of twinkling lights, the great rapport of CSG", and "Loving the Energy and driving its transformation", the reports provided important guidance for enterprises to fulfill their social responsibilities while disclosing their own understanding of social responsibility.

**Finding 10: The reports were short of balance in information disclosure while the negative information and impacts were neglected in the report.**

Enterprises generally focused on the disclosure of performance in the implementation of social responsibility, while disclosed less information about their problems in operations. Some enterprises' significant negative information was widely disseminated in the society, but this kind of information was neglected in the reports, including the impact of significant adverse events, its improvement measures and its achievements.

# 目 录

**报告说明**  
**前言**  
**主要发现**

|   |     |
|---|-----|
| <b>一、引言</b> .....                         | 1   |
| (一) 研究背景与目的 .....                         | 1   |
| (二) 研究方法和技术路线 .....                       | 2   |
| <b>二、2012年中国企业社会责任报告概况</b> .....          | 8   |
| (一) 报告结构化参数分析 .....                       | 8   |
| (二) 报告主体参数分析 .....                        | 10  |
| (三) 报告技术参数分析 .....                        | 13  |
| (四) 小结 .....                              | 17  |
| <b>三、2012年中国企业社会责任报告分析</b> .....          | 18  |
| (一) 结构完整性 .....                           | 18  |
| (二) 报告可信性 .....                           | 28  |
| (三) 报告可读性 .....                           | 29  |
| (四) 绩效可比性 .....                           | 29  |
| (五) 报告创新性 .....                           | 31  |
| (六) 内容实质性 .....                           | 32  |
| (七) 小结 .....                              | 56  |
| <b>四、主要发现和建议</b> .....                    | 57  |
| (一) 主要发现 .....                            | 57  |
| (二) 建议 .....                              | 59  |
| <b>附录1 中国非企业组织社会责任报告研究2006-2012</b> ..... | 60  |
| <b>附录2 2012年中国社会责任报告发布企业名单</b> .....      | 76  |
| <b>附录3 2012年中国社会责任报告发布非企业组织名单</b> .....   | 91  |
| <b>附录4 社会责任报告编制经验交流</b> .....             | 94  |
| <b>附录5 机构简介</b> .....                     | 104 |

## 案例一览

|   |    |
|---|----|
| 案例1 中国海洋运输(集团)总公司——公司简介 .....                       | 19 |
| 案例2 伊顿中国——报告参数说明 .....                              | 20 |
| 案例3 中国华能集团公司——公司战略 .....                            | 21 |
| 案例4 神华集团有限责任公司——社会责任模型 .....                        | 21 |
| 案例5 无限极(中国)有限公司——社会责任管理机制 .....                     | 22 |
| 案例6 国家电网公司——责任落实机制 .....                            | 22 |
| 案例7 华衍水务集团——发展战略 .....                              | 23 |
| 案例8 中国石油化工集团公司——发展战略 .....                          | 23 |
| 案例9 佳能(中国)有限公司——利益相关方的集中说明 .....                    | 25 |
| 案例10 中国中化集团公司——集团风险树 .....                          | 26 |
| 案例11 戴姆勒东北亚——风险管理圆桌会议 .....                         | 26 |
| 案例12 中国华电集团公司——展望 .....                             | 27 |
| 案例13 BP集团——继墨西哥湾漏油事件之后,促进当地经济和环境恢复 .....            | 28 |
| 案例14 锦江之星旅馆有限公司——财务绩效 .....                         | 30 |
| 案例15 英特尔(中国)有限公司——责任目标总结 .....                      | 30 |
| 案例16 中国铝业公司——公司能耗对比行业水平 .....                       | 31 |
| 案例17 中国南方电网公司——创新报告编制模式,融入管理发挥作用 .....              | 31 |
| 案例18 中国广东核电集团公司——安全管理体系 .....                       | 39 |
| 案例19 上海复星医药(集团)股份有限公司——培训发展中心定位 .....               | 40 |
| 案例20 太原钢铁(集团)有限公司——实行职业健康监护制度 .....                 | 40 |
| 案例21 上海海立(集团)股份有限公司——开展“新生代农民工生存现状、需求与发展”专题调研 ..... | 40 |
| 案例22 上海浦东发展银行股份有限公司——多渠道构建,优化服务流程 .....             | 43 |
| 案例23 苏宁电器股份有限公司——保障消费者权益 .....                      | 43 |
| 案例24 中国普天信息产业集团公司——客户服务体系 .....                     | 43 |
| 案例25 可口可乐大中华区——“健康承诺” .....                         | 44 |
| 案例26 中国电信集团公司——虚拟化养老院 .....                         | 44 |
| 案例27 中国有色矿业集团有限公司——建设绿色矿山 .....                     | 46 |
| 案例28 万科企业股份有限公司——住宅产业化 .....                        | 47 |
| 案例29 中国化学工程股份有限公司——开展生态保护 .....                     | 47 |
| 案例30 中国建筑股份有限公司——推行绿色办公 .....                       | 47 |
| 案例31 北京东方雨虹防水技术股份有限公司——建立定期抄表制度 .....               | 47 |
| 案例32 远洋地产控股有限公司——保护老城区 .....                        | 48 |
| 案例33 中国国际航空股份有限公司——贡献社会和谐2011年履责亮点 .....            | 48 |
| 案例34 中国港中旅集团公司——九年定点扶贫历程 .....                      | 49 |
| 案例35 中国石油天然气集团公司——2011年度公司社会公益投入一览表 .....           | 49 |
| 案例36 中国医药集团总公司——供应链一站式整体化集成服务平台 .....               | 52 |
| 案例37 中国商用飞机有限责任公司——“主制造商-供应商”模式 .....               | 52 |
| 案例38 中国长江三峡集团公司——推行责任采购 .....                       | 52 |
| 案例39 巴斯夫大中华区——实施“1+3”社会责任项目,推动化工行业价值链可持续发展 .....    | 53 |



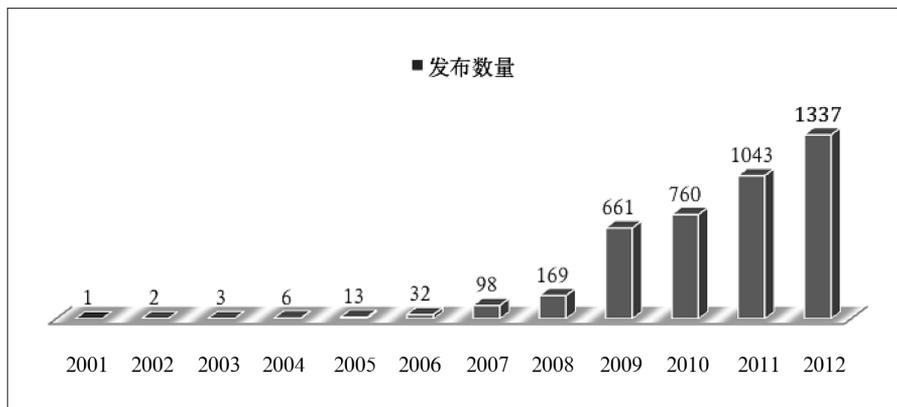
# 一、引言

## （一）研究背景与目的

### 1. 调查研究的背景

2012年是中国企业社会责任管理元年<sup>1</sup>，中国企业社会责任进入管理发展的新阶段。社会责任报告作为企业推进社会责任管理的重要工具，以报告促进社会责任管理、以报告推动社会责任实践日益受到企业的认可和重视。

根据监测数据统计，2012年1月1日至10月31日，发布了1337份社会责任报告，比2011年同期增加了520份，增长63.6%，是继2009年中国社会责任报告发布数量出现“井喷”之后，中国社会责任报告发布数量再次出现较快速度增长的一年（图1-1）。



注：2012年报告发布数量数据截至到2012年10月31日。

图1-1 中国企业社会责任报告数量年度统计（2001-2012）<sup>2</sup>

具体分析，这主要得益于政府、社会组织、企业等多方力量的共同努力：

一是从政府层面来看，中央政府和地方政府已针对特殊企业或组织群体提出了发布社会责任报告的明确要求。2011年11月11日，国务院国资委副主任黄淑和提出中央企业要进一步完善社会责任报告发布制度，明确要求所有的中央企业要在2012年底前发布社会责任报告；国家认监委于2012年6月21日发布《认证机构履行社会责任指导意见》，要求认证机构建立社会责任报告公开发布制度，鼓励认证机构从2012年起发布社会责任报告，从2014年起，要求所有认证机构每年都发布社会责任报告；上海市精神文明建设委员会办公室于2012年2月24日宣布，上海已决定在全市3000多家文明单位中率先开展社会责任报告工作，以此倡导“公正、包容、责任、诚信”的价值取向，促进全社会核心价值体系建设。

1 殷格非：《2012：中国企业社会责任管理元年》，《WTO经济导刊》，2012年第7期。

2 2011年以前数据在前两份报告研究发布后，经企业提交、网络搜索等方式发现了新增的社会责任报告，数据有所更新，如有差异，以本研究报告数据为准。

二是从社会组织层面来看，集中发布社会责任报告的平台越来越多。中国工业经济联合会、天津经济技术开发区、上海市期货同业公会、海南省企业社会责任报告联合发布会等平台组织企业发布社会责任报告已成为惯例。2012年，上海市经济团体联合会、中国林产工业协会、常州市工商联（总商会）、丽水市信用担保行业协会等组织也加入到集中组织发布社会责任报告的行列。例如，2012年7月25日，常州市工商联（总商会）召开全体主席（会长）会议时推出一项新举措：在全市民营企业中推动社会责任报告发布工作，并向民营企业发出“积极履行社会责任，争做优秀企业公民”的倡议。

三是从企业层面来看，以国家电网公司、南方电网公司、华润（集团）有限公司等为代表的中央企业，将社会责任报告向公司系统深入推动，对下属机构发布社会责任报告提出了明确要求。例如，2012年国家电网公司首次要求省级供电公司发布社会责任报告；南方电网公司的省级电网公司全部发布社会责任实践分册。

## 2. 调查研究的目的

### (1) 构建一个功能完善的中国企业社会责任报告数据库系统

中国社会责任报告数据库系统收集了近年来我国企业发布的各类社会责任报告，包括企业社会责任报告、可持续发展报告、企业公民报告、环境报告等，着眼于构建最全面、功能最完善的中国企业社会责任报告数据库系统，为深入研究中国企业社会责任报告发展历程及现状和分析预测其发展趋势提供有力支撑。

### (2) 提供一个企业研究、学习和交流社会责任信息披露的平台

本研究依据“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2012”从多个维度对报告进行全面分析，为企业评估自身报告的质量提供参照，对于企业学习先进社会责任报告编制经验，提升社会责任报告编制水平具有一定推动作用。

### (3) 为政府和其它相关机构提供参考

《报告研究2012》在一定程度上反映了中国企业社会责任报告的发展水平和现状，为政府加强企业社会责任建设和制定完善的社会责任报告信息披露制度提供一定参考；同时也有助于监管机构、商业机构、行业组织以及NGO等相关机构有针对性地引导、服务、支持或监督企业更好地履行社会责任。

### (4) 提供一个与国际社会沟通和交流的窗口

《报告研究2012》为国际社会及时了解中国企业社会责任报告的最新发展状况提供了一个便捷的方式，是在社会责任报告领域与国际社会开展沟通、交流的窗口和平台。

## (二) 研究方法和技术路线

### 1. 理论模型

中国企业社会责任报告研究体系的理论基础是“三重底线”理论、利益相关方理论和责任层次理论。其中，责任层次理论应用于社会责任报告中，可理解为企业披露的社会责任信息应包括：必尽责任方面的信息、应尽责任方面的信息和愿尽责任方面的信息。

基于上述理论，我们构建了“中国社会责任报告研究理论模型”（图1-2）。

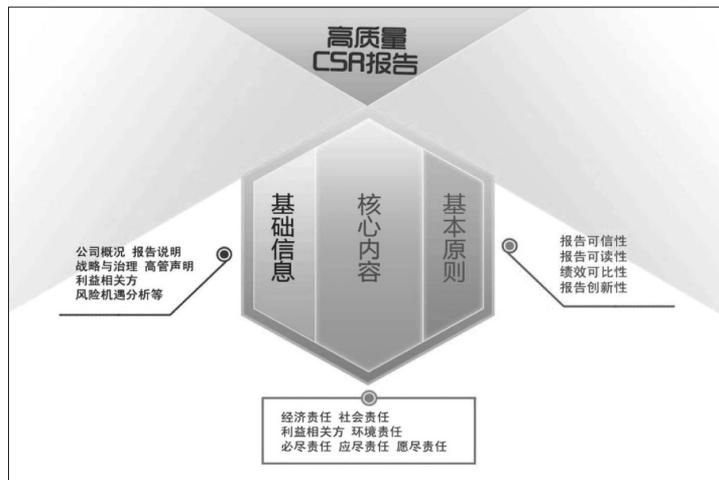


图1-2 中国社会责任报告研究理论模型

该模型的目标是实现编制高质量的社会责任报告，符合这一目标的报告应包括核心内容、基础信息，并满足基本原则。其中，核心内容从经济、社会和环境三重底线出发，研究报告发布主体对出资人、员工、客户、环境、社区和政府等利益相关方披露社会责任信息的广度和深度；基础信息主要指报告的完整性，包括公司概况、报告说明、战略与治理、高管声明、利益相关方、风险机遇分析、实践内容和计划内容等；基本原则包括可信性、可读性、可比性和创新性等四个方面。符合核心内容、基础信息和基本原则三个方面的要求，是编制高质量企业社会责任报告的基础。

## 2. 技术路线

在理论模型的基础上，我们明确了研究的技术路线（图1-3）。

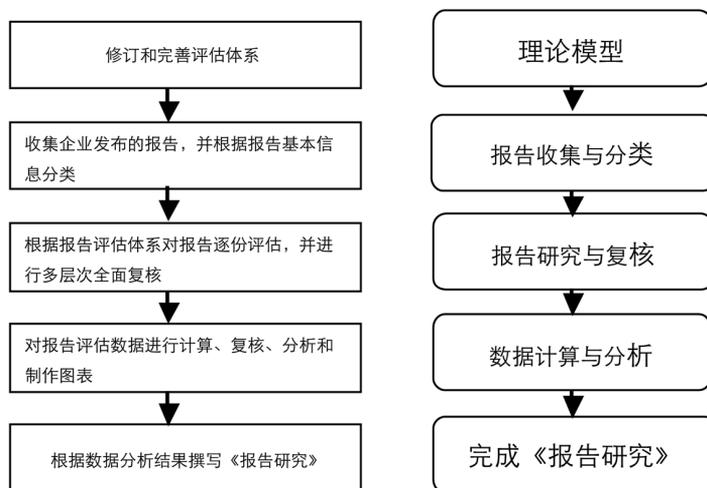


图1-3 中国社会责任报告研究技术路线

### 3. 评估流程

依据对社会责任报告研究的技术路线，报告评估流程如下(图1-4)。



图1-4 评估流程

### 4. 研究体系

2012年，在“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2011”的基础上，我们参考国内外社会责任报告编制指南和相关文件，对报告质量部分的指标进行了完善，制定了“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2012”。“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2012”由两大部分构成：一是分类参数，用来对报告进行定位；二是质量指标，用来对报告质量进行测量。在具体指标方面，新增客户信息保护和促进行业发展等方面的内容，以更好地评估组织对利益相关方履行社会责任的情况。

#### (1) 报告参数部分

综合参考国内外社会责任报告研究和评价系统，选取了16个参数，从不同角度定位报告,并对报告进行有效分类，最大程度满足不同使用目的和使用对象便捷查询报告的需要（表1-1）。

表1-1 报告研究体系参数构成

| 报告类别参数       | 参数名称        | 参数说明                                 |
|--------------|-------------|--------------------------------------|
| I1<br>报告结构参数 | I11 发布报告的次数 | 报告主体发布报告的次数                          |
|              | I12 发布周期    | 报告是年度报告或跨年度报告                        |
|              | I13 报告篇幅    | 报告的页码数                               |
|              | I14 报告时效    | 报告发布日期距财年截止日期的时间                     |
| I2<br>报告主体参数 | I21 总部所在地   | 报告主体总部所在地                            |
|              | I22 所在行业    | 报告主体所在行业                             |
|              | I23 企业规模    | 报告主体规模的大小                            |
|              | I24 企业性质    | 由股本结构所决定的报告主体的性质                     |
|              | I25 企业上市情况  | 报告主体的上市情况                            |
| I3<br>报告技术参数 | I31 报告名称    | 报告的名称，如“企业社会责任报告、可持续发展报告”等           |
|              | I32 编制依据    | 报告编制过程所采用的标准，如《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》等 |
|              | I33 报告审验    | 报告是否邀请专业机构审验，并出具独立审验报告               |
|              | I34 反馈意见渠道  | 报告读者（利益相关方）向报告主体反馈意见的方式              |
|              | I35 内容覆盖区域  | 报告的范围是否限于某个具体国家                      |
|              | I36 报告介质    | 报告的载体为纸质或电子介质形式                      |
|              | I37 语言类型    | 报告所采取的语言，如中文、英文等                     |

## (2) 报告质量指标部分

根据“中国社会责任报告研究理论模型”，从结构完整性、报告可信性、报告可读性、绩效可比性、报告创新性和内容实质性六个维度对报告进行综合评价（表1-2）。

表1-2 报告研究体系研究指标构成

| 一级指标      | 二级指标                    | 三级指标                                  |
|-----------|-------------------------|---------------------------------------|
| B<br>基础信息 | B1 公司概况                 | 由30个指标构成                              |
|           | B2 报告说明                 |                                       |
|           | B3 战略与治理                |                                       |
|           | B4 高管声明                 |                                       |
|           | B5 利益相关方                |                                       |
|           | B6 风险机遇分析               |                                       |
|           | B7 实践内容                 |                                       |
|           | B8 计划内容                 |                                       |
| P<br>基本原则 | P1 报告可信性                | 由23个指标构成                              |
|           | P2 报告可读性                |                                       |
|           | P3 绩效可比性                |                                       |
|           | P4 报告创新性                |                                       |
| C<br>核心内容 | C1 利益相关方群体识别            | 覆盖经济、社会和环境三大方面、<br>12个利益相关方，由166个指标构成 |
|           | C2 利益相关方的要求与期望          |                                       |
|           | C3 沟通的渠道和方式             |                                       |
|           | C4 与利益相关方相关的内容          |                                       |
|           | C5 针对利益相关方议题披露的程度       |                                       |
|           | C6 对利益相关方的责任理念与方针       |                                       |
|           | C7 对利益相关方的责任绩效          |                                       |
|           | C8 对利益相关方的责任理念是否与机构战略相关 |                                       |

### 5. 指标权重与评分统计

“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2012”的指标权重与评分分为五个步骤：

- 第一，根据专家意见确定一级指标三个组成部分的权重并赋分。
- 第二，根据专家确定的权重，对各部分的二级、三级指标进行等权赋分。
- 第三，根据具体指标权重，对报告披露的信息逐项评分。
- 第四，对报告进行逐份复核，包括全面复核和抽样复核。
- 第五，根据复核结果，确定报告最终得分。

## 6. 研究的局限性

我们通过采取系统、严谨的研究方法和技术路线尽可能地保证《报告研究2012》的科学性和专业性，但是在具体的研究过程中，我们发现现有研究仍客观存在一定局限：

一是受“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2012”评估指标的通用性制约，不同行业的特色难以得到有效评估和反映，只能得出不同行业在一些基本面的差异，却无法进一步深入比较和分析。

二是随着越来越多的非企业组织（包括行业协会、医院、学校等）纷纷加入到发布社会责任报告的行列，非企业组织的报告在研究对象中的占比日益加重，现有评估体系的适用性受到一定制约，制定专门针对非企业组织社会责任报告的评估体系十分迫切。

## 7. 报告来源

报告来源方式：企业主动寄送、企业官方网站下载以及网络查询。

## 二、2012年中国企业社会责任报告概况

《报告研究2012》的研究对象是2012年1月1日至2012年10月31日期间中国大陆发布的各类企业社会责任报告。在2012年前10个月中国大陆发布的1337份社会责任报告中，企业发布报告1156份，占86.5%；非企业组织发布报告181份，占13.5%。通过企业主动寄送、网络搜索、与企业直接联系等方式，共收集报告1143份，另有194份报告未能在2012年11月1日前获取，其中多数报告为非企业组织报告，因而本研究实际分析的样本报告数量为1001份。<sup>3</sup>

### （一）报告结构化参数分析

#### 1. 发布报告的次数

本次研究对象中，第四次发布的社会责任报告的数量最多，为351份，其次是首次发布的报告，为267份（图2-1）。

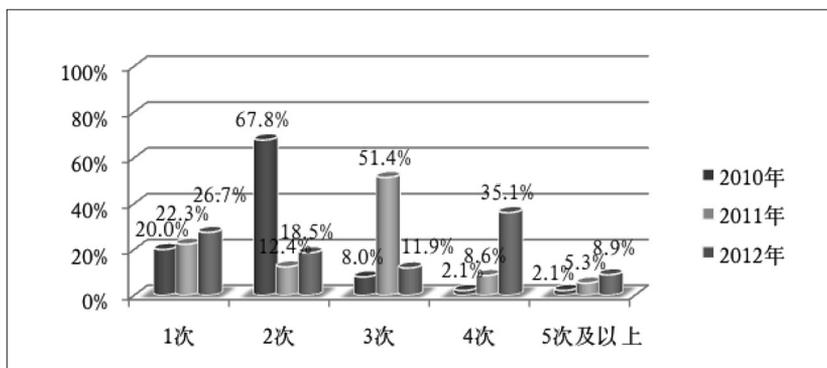


图2-1 发布次数

图2-1显示：研究对象中，第四次发布的社会责任报告所占比重最高，为35.1%，其次是首次发布的报告，占比为26.7%。从近三年报告发布情况看，一是首次发布的报告占比逐年提高；二是近三年发布次数占比最高的分别为第2次、第3次、第4次，表明各类组织更加重视报告发布的连贯性。

<sup>3</sup> 本样本报告包括中国大陆发布的各类社会责任报告以及在华外资企业专门针对中国发布的各类社会责任报告。各类社会责任报告包含所有类别的关于社会责任信息的非财务报告，如社会责任报告、可持续发展报告、企业公民报告、环境报告、履行社会责任报告、社会与环境报告书等。

## 2. 发布周期

2012年发布的社会责任报告以年度报告为主，也有少部分为非年度报告，而且主要为跨年度报告（图2-2）。

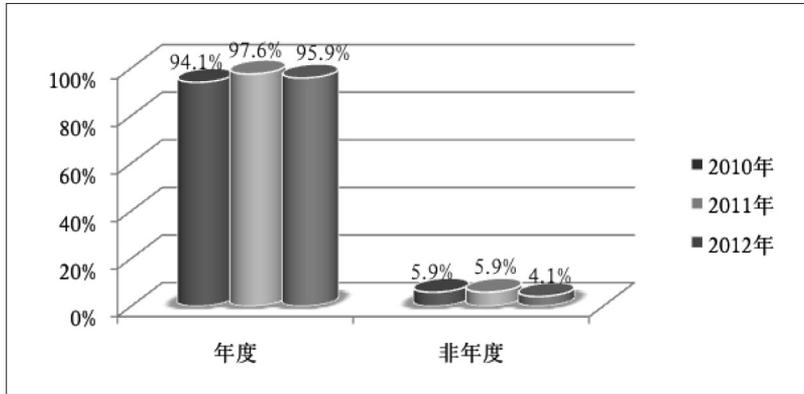


图2-2 报告发布周期

图2-2显示：95.9%的报告是年度报告，同比略有降低；非年度报告占比4.1%。但从近三年的报告发布周期情况看，绝大部分企业选择以年度报告的形式发布社会责任报告，表明报告主体普遍按年度发布社会责任报告。

## 3. 报告篇幅

报告篇幅长短不一，篇幅在11至30页的报告数量最多，为359份；其次是超过50页的报告，为310份（图2-3）。

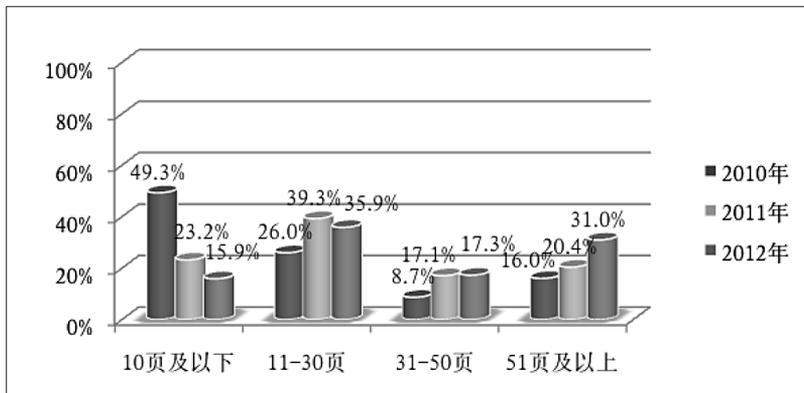


图2-3 报告篇幅

图2-3显示：30页以上的报告数量占比将近1/2。从近三年的报告篇幅情况看，10页及以下的报告连续两年呈下降态势，篇幅在30页以上的报告数量连续两年呈现增长趋势，特别是50页以上的报告所占比例增幅加大，表明2012年发布的报告披露的整体信息量更加充实。

#### 4. 报告时效

多数报告发布及时，能够在上财年结束后4个月内发布报告，少数报告则在财年截止日6个月以上发布（图2-4）。

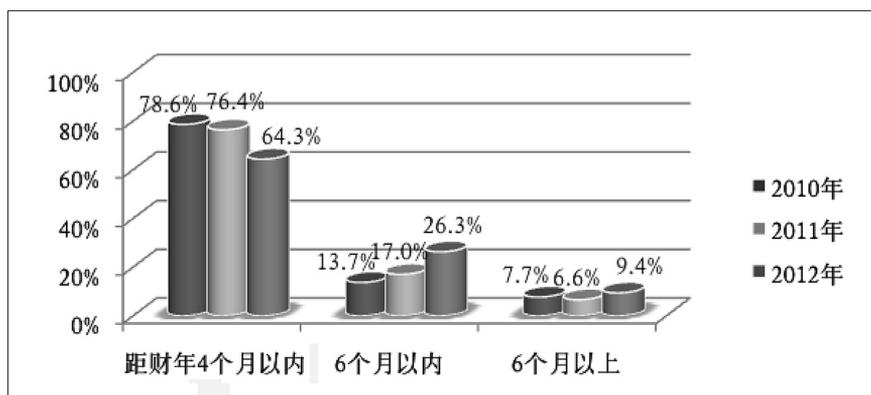


图2-4 报告时效

图2-4显示：64.3%的报告在距财年4个月以内发布，同比下降12.1%。从近三年的报告发布时效情况来看，在距财年4个月以内发布的报告比重连续两年下降，在4-6个月内发布的报告数量比重则连续两年增长，9.4%的报告在上财年结束后6个月以上发布报告，同比增长1.8个百分点，表明报告主体注重保持报告的时效性，尽可能在财年结束后6个月以内发布报告。

## （二）报告主体参数分析

### 1. 行业分布

报告发布主体以上市公司为主，《报告研究2012》主要参照《上市公司行业分类指引》对报告发布主体所在的行业进行分类（图2-5）。

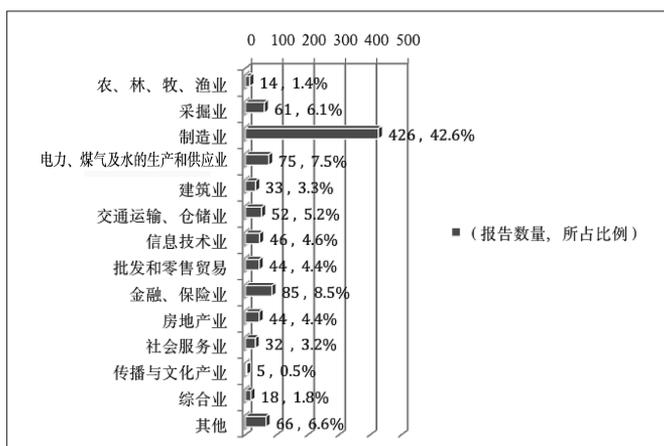


图2-5 报告主体行业分布

图2-5显示：报告主体行业分布呈现如下特点：一是报告主体在覆盖上市公司行业分类指引中13个行业类别的基础上，新增其他行业类别，不同行业间发布报告的数量差异较大，制造业企业发布社会责任报告数量最多，达426份，占评估报告的42.6%；二是从报告数量上看，相比2011年所有行业企业发布报告数量均有不同程度的增长；三是非制造行业发布的报告所占比例更加均衡化，去年发布报告数量较多的金融、保险业和交通运输、仓储业分别降低了0.9和1个百分点，而电力、煤气及水的生产和供应及采掘业比重增长较大，分别增长1.6和1.2个百分点，去年发布报告数量较少的建筑业和社会服务业，今年分别上升了1.5、和1.1个百分点。

## 2. 区域分布

根据企业总部所在地，《报告研究2012》将发布报告的企业分为东部、中部、西部<sup>4</sup>、港澳台地区 and 国外进行统计（表2-1）。

表2-1 报告发布主体区域分布

| 区域     | 省、直辖市、自治区 | 企业数量（份） | 所占比重   |
|--------|-----------|---------|--------|
| 东部     | 北京        | 159     | 15.9%  |
|        | 上海        | 165     | 16.5%  |
|        | 广东        | 114     | 11.4%  |
|        | 浙江        | 58      | 5.8%   |
|        | 福建        | 63      | 6.3%   |
|        | 江苏        | 44      | 4.4%   |
|        | 山东        | 31      | 3.1%   |
|        | 辽宁        | 17      | 1.7%   |
|        | 天津        | 19      | 1.9%   |
|        | 河北        | 11      | 1.1%   |
|        | 海南        | 6       | 0.6%   |
| 东部小计   |           | 687     | 68.6%  |
| 中部     | 湖北        | 21      | 2.1%   |
|        | 安徽        | 18      | 1.8%   |
|        | 河南        | 21      | 2.1%   |
|        | 山西        | 20      | 2.0%   |
|        | 湖南        | 14      | 1.4%   |
|        | 广西        | 8       | 0.8%   |
|        | 江西        | 9       | 0.9%   |
|        | 吉林        | 12      | 1.2%   |
|        | 内蒙古       | 6       | 0.6%   |
|        | 黑龙江       | 6       | 0.6%   |
| 中部小计   |           | 135     | 13.5%  |
| 西部     | 四川        | 24      | 2.4%   |
|        | 云南        | 17      | 1.7%   |
|        | 新疆        | 13      | 1.3%   |
|        | 陕西        | 14      | 1.4%   |
|        | 贵州        | 13      | 1.3%   |
|        | 重庆        | 12      | 1.2%   |
|        | 青海        | 7       | 0.7%   |
|        | 宁夏        | 5       | 0.5%   |
|        | 甘肃        | 3       | 0.3%   |
|        | 西藏        | 3       | 0.3%   |
| 西部小计   |           | 111     | 11.1%  |
| 港澳台及国外 |           | 68      | 6.8%   |
| 总计     |           | 1001    | 100.0% |

4 将我国划分为东部、中部、西部三个地区的时间始于1986年，由全国人大六届四次会议通过的“七五”计划正式公布。东部地区包括北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南等11个省（市）；中部地区包括山西、内蒙古、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北、湖南、广西等10个省（区）；西部地区包括四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆等9个省（区）。1997年全国人大八届五次会议决定设立重庆市为直辖市，并划入西部地区后，西部地区所包括的省级行政区就由9个增加为10个。

表2-1显示：报告主体区域分布呈现如下特点：一是东部仍是社会责任报告发布最为集中的区域，占全国发布报告企业数量比例超过2/3，其中，上海超过北京，有165家，报告发布数量居各省市之首，报告发布数量排名前七位的省市均分布在东部；二是大部分省、市、自治区报告的发布数量都有不同程度的增长，东部报告发布的绝对数量增长最多，西部次之；三是中部报告发布数量虽有一定增加，但所占比重同比下降2.5个百分点。

### 3. 企业规模分布

本研究参考中国企业联合会和中国企业家协会发布的“2011中国企业500强榜单”的标准对企业规模进行划分。以年销售收入141.99亿元为界，年销售收入超过141.99亿元的报告发布主体为领袖型企业，其余为成长型企业。依照该标准，在本次研究的报告发布主体中，领袖型企业占29.3%，较2011年有所增长；成长型占70.7%，同比降低2.4个百分点（图2-6）。

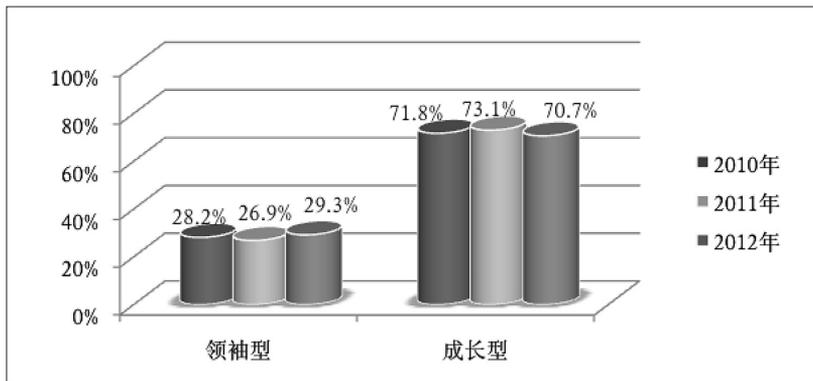


图2-6 企业规模分布

### 4. 企业性质分布

综合考虑国家工商局关于企业性质的分类以及报告发布主体的实际情况，本研究将企业性质分为国有企业、国有控股企业、外资及港澳台企业、民营企业和其他等五类（图2-7）。

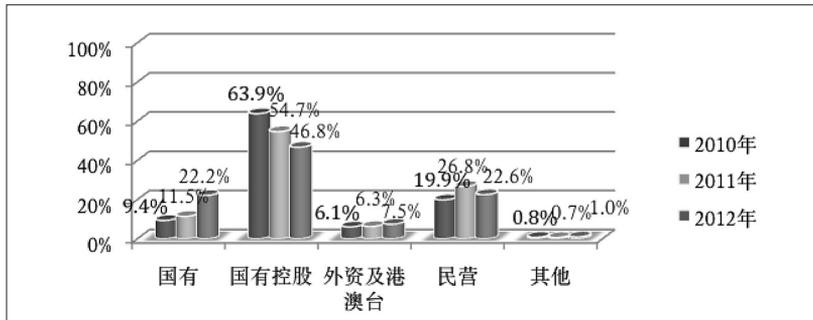


图2-7 企业性质分布

图2-7显示：报告发布主体中，国有企业占22.2%，国有控股企业占46.8%，二者比重之和将近70%；民营企业占22.6%，外资及港澳台企业发布报告的数量相对偏少。从近三年的企业性质情况来看，国有、外资及港澳台企业比重连续两年增长；国有控股企业比重连续两年下降，但仍是发布报告的重要力量。

### 5. 上市情况

报告发布主体中，上市公司仍是报告发布的主要力量。其中，上交所上市公司发布报告366份，占36.6%，同比减少9.3个百分点；深交所上市公司发布报告252份，占25.2%，同比减少4.5个百分点；境外上市公司发布报告16份，同比增长1.2个百分点；非上市公司发布报告367份，占36.7%，同比增长12.7个百分点（图2-8）。

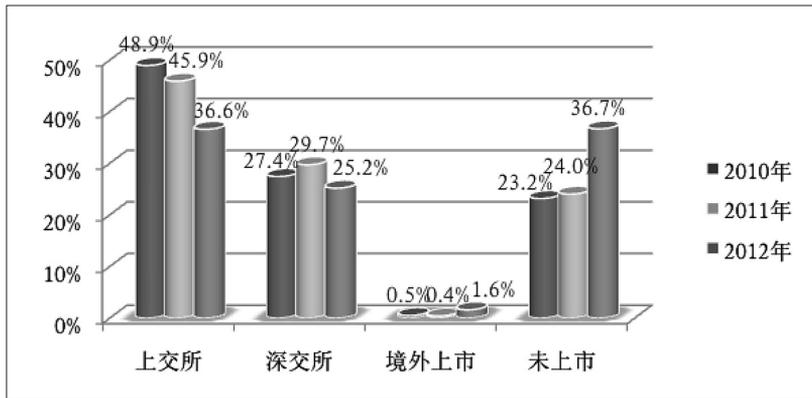


图2-8 报告主体上市情况

## （三）报告技术参数分析

### 1. 名称分布

绝大多数报告的名称为“企业社会责任报告”。

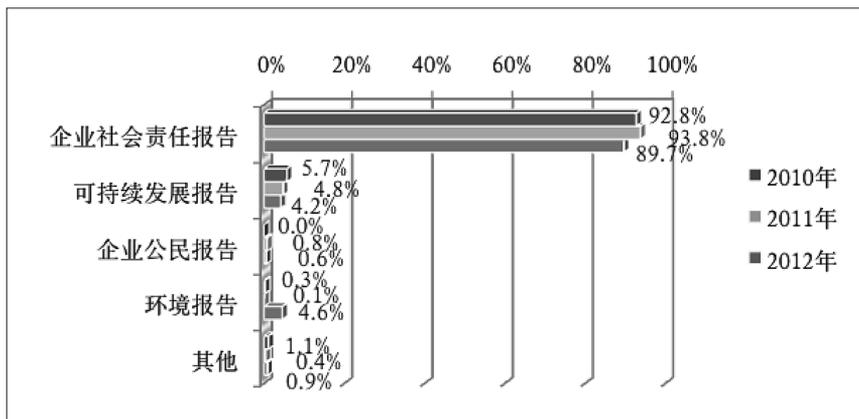


图2-9 报告名称分布

图2-9显示：本次研究对象中，89.7%的报告名称为“企业社会责任报告”，4.2%的报告为“可持续发展报告”，“环境报告”占比4.6%，“企业公民报告”的数量最少。从近三年的报告名称情况来看，名称为“环境报告”和“其他”的报告比重先降后升，名称为“企业社会责任报告”和“企业公民报告”的比重先升后降，名称为“可持续发展报告”的比重逐年下降；名称为“环境报告”的比重增长幅度最大，由0.1%增长到4.6%。

## 2. 编制依据<sup>5</sup>

68.2%的报告说明了编制的参考依据，并且28.8%的报告采用了多种编制依据，其中证券交易所的相关要求和全球报告倡议组织（GRI）的《可持续发展报告指南》为主要参考依据。

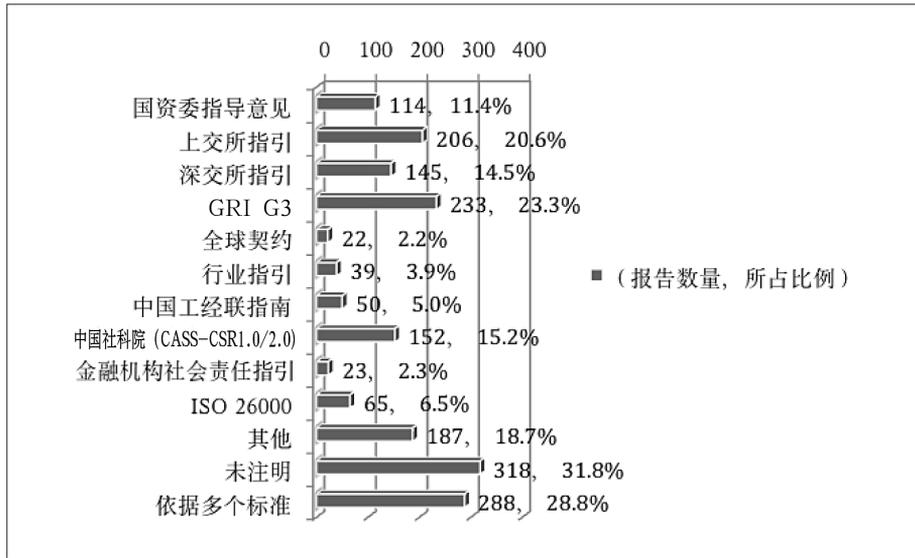


图2-10 报告编制参考依据

图2-10显示：大多数报告说明了报告编制参考依据，但仍有超过31.8%的报告没有说明。注明参考依据的报告中，依据GRI G3、参考国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》、《中国企业社会责任报告编写指南》多个标准进行编制的报告达到288份，占全部报告数量的28.8%，同比增加了89%；参考GRI G3编制的报告有233份，同比增加了74%；参考国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》的报告有114份，同比增加了75%；参考中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》的报告有152份，同比增长了198%；参考《中国工业企业及工业协会社会责任指南》的报告有50份，比2011年增长了108%；另外，有部分报告参考了本行业制定的报告编制标准或指引。

<sup>5</sup> 部分报告在编制中参考了多种依据，因此关于报告编制依据的统计存在交叉情况。

### 3. 报告审验

经第三方专业机构审验的报告占5.7%，同比略有下降。

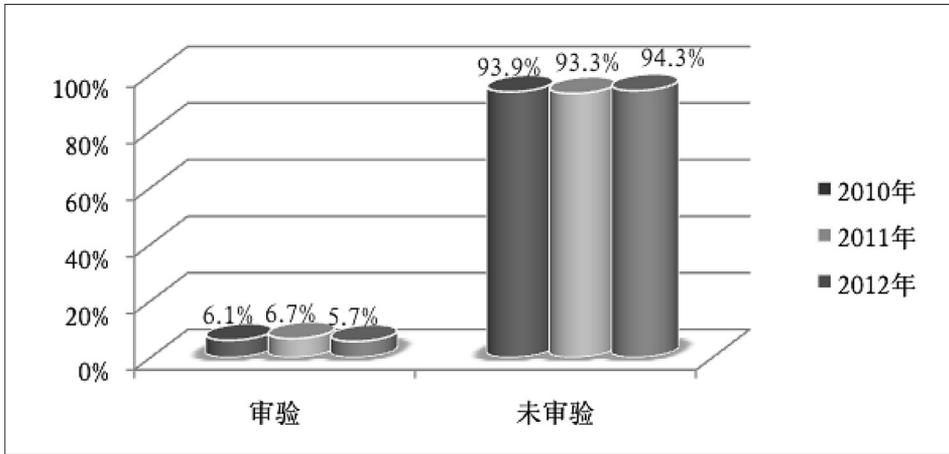


图2-11 报告审验

图2-11显示：经由独立的第三方机构审验的报告占5.7%，同比下降1个百分点，但绝对数量略有增长。

### 4. 反馈意见渠道

42.5%的报告注明了反馈意见渠道，同比增加11.9个百分点。从近三年的情况来看，注明反馈意见渠道的报告数量呈持续增长的态势，且增长幅度逐年提高。

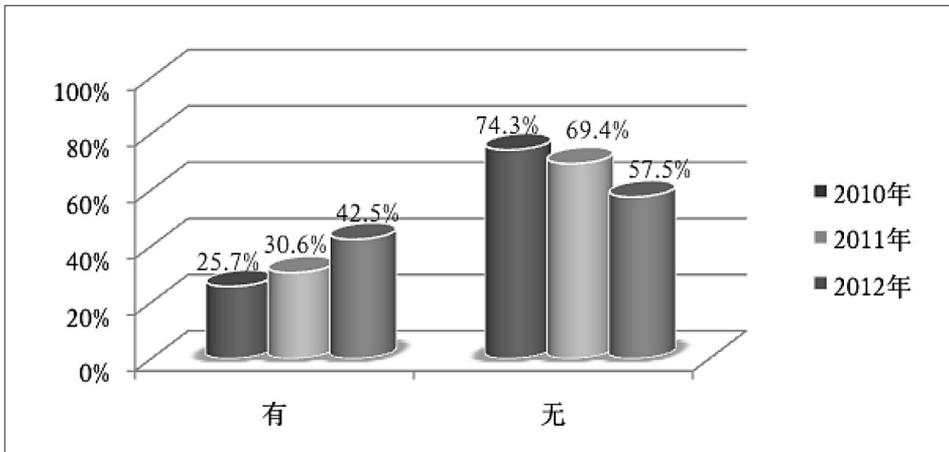


图2-12 反馈意见渠道

### 5. 报告覆盖区域

报告以非国别报告为主，占95.1%；国别报告占4.9%，同比降低0.3个百分点。

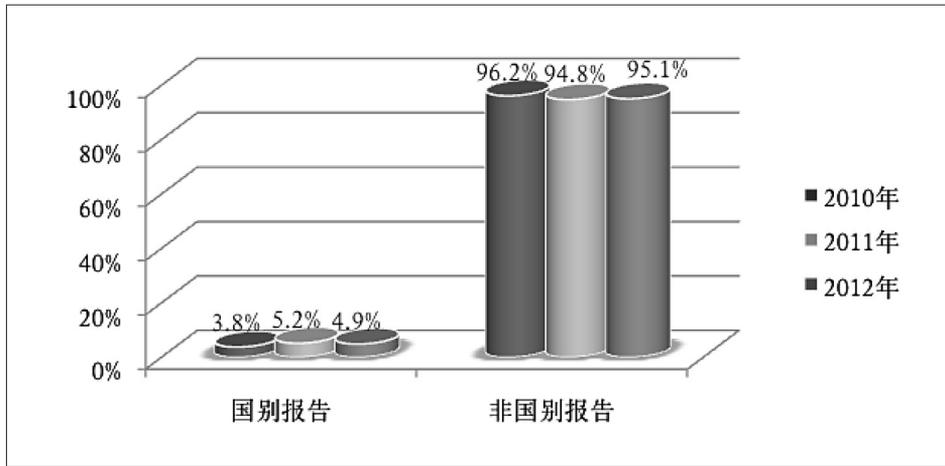


图2-13 报告覆盖区域

### 6. 报告介质

电子版仍是报告发布的主要形式。相比2011年，纸质版和电子版报告数量均有增长，纸质版报告比重同比增加了9.1个百分点，电子版报告比重同比下降幅度较大，降低了27.3个百分点。

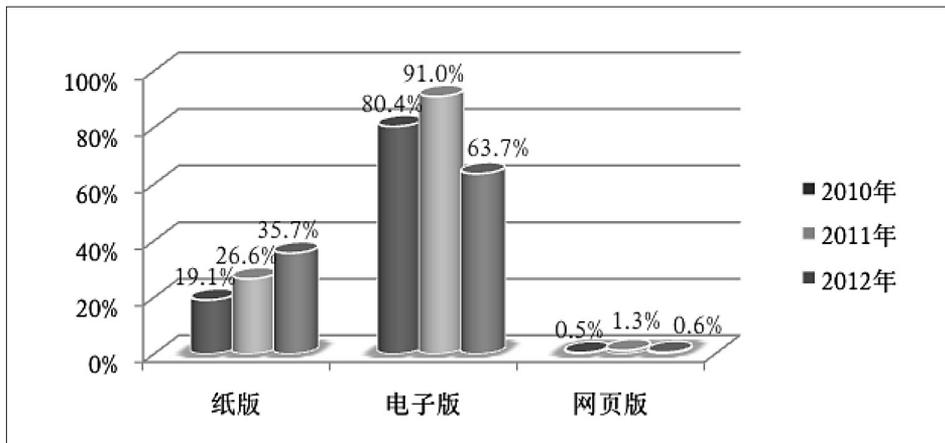


图2-14 报告介质

### 7. 语言类型

本次研究对象以中文报告为主，也有少量中英文报告。其中，中英文报告有58份，占评估报告数量的5.8%。与2011年相比，中英文报告数量有所增长，但比重同比下降1.6个百分点。

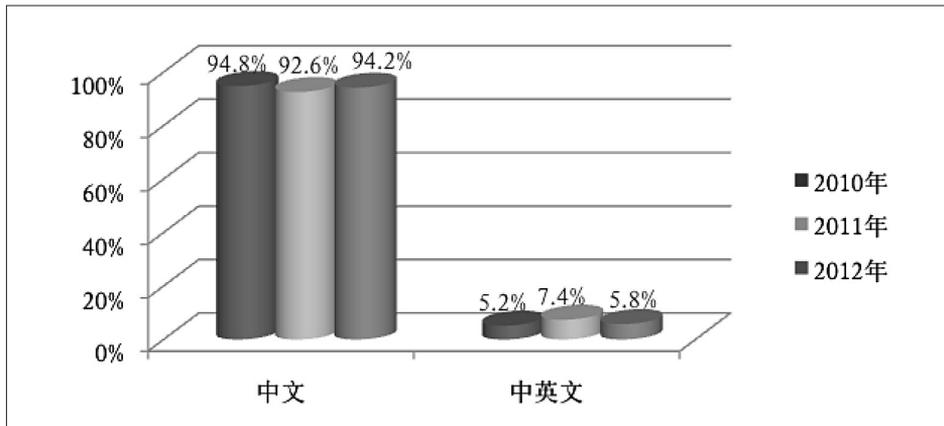


图2-15 报告语言类型

### 8. 报告的独立性

本次研究对象中，独立发布的报告占99.1%，部分集团公司要求其子公司联合发布社会责任报告。

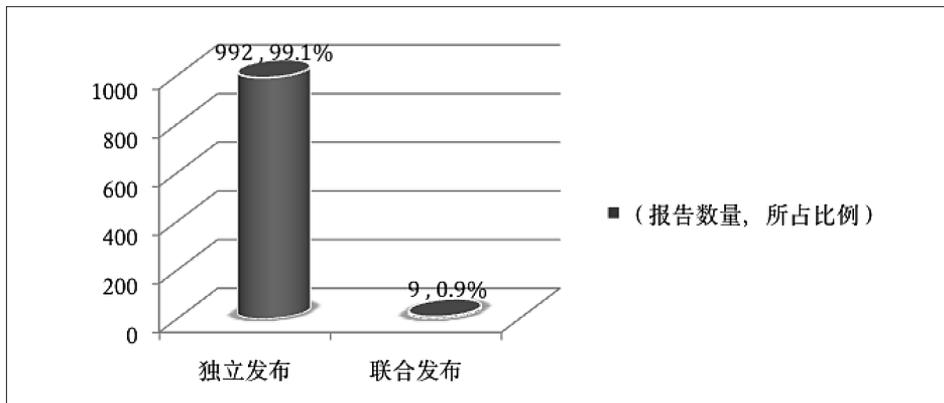


图2-16 报告独立性

### (四) 小结

第一，2012年发布的社会责任报告中，超过1/3的报告为第四次发布，首次发布报告的绝对数量比2011年增加108份，除第三次发布报告的比重大幅下降外，其他发布报告的次数比重均有所增加，其中以第四次发布的报告比重的增幅最大；多数企业能够按照年度周期定期发布报告；报告整体篇幅有较大幅度增加；发布报告的时间主要集中在距财年结束后4个月以内。

第二，制造业仍是发布报告数量最多的行业，金融保险、电力、采掘业等行业是报告发布较为集中的行业，与2011年相比，非制造行业报告发布数量趋向均衡化；东部地区发布报告的数量最多，除中部地区报告比重有所下降外，其他区域报告比重均有所增加；领袖型企业报告数量有所增加，成长型企业报告数量仍超过报告发布数量的2/3；国有控股企业是发布报告的主力军，有近1/2的报告为国有控股企业所发布；61.8%的报告为上交所和深交所的企业所发布，同比下降13.8个百分点。

第三，报告名称仍以“企业社会责任报告”为主，多数企业能够结合自身性质及所属行业选择一种或多种标准作为报告编制依据；有反馈意见渠道的报告明显增多，企业更加注重借助报告来与利益相关方进行交流沟通；国别报告、中英文报告比例略有降低；纸质版报告也连续两年呈现大幅度增长，表明企业更加重视读者对纸质报告的需求。

### 三、2012年中国企业社会责任报告分析

本次研究的1001份报告，整体平均得分为49.63分，平均得分率为49.63%，同比增长5.64个百分点。尤其是中央企业报告平均得分率为71.27%，是评估样本整体得分率的1.44倍。在所有的评估样本中，内容实质性得分为35.58分，得分率为53.91%，同比增长6.71个百分点；结构完整性得分为9.15分，得分率为50.85%，同比增长3.05个百分点；报告可信性得分为1.13分，得分率为28.32%，同比下降1.95个百分点；报告可读性得分为1.31分，得分率为32.75%，同比增长4.59个百分点；绩效可比性得分为1.58分，得分率为39.46%，同比增长8.58个百分点；报告创新性得分为0.88分，得分率为21.95%，同比增长5.38个百分点（表3-1）。

表3-1 2011年和2012年企业社会责任报告各部分得分情况

| 类别<br>得分情况 |      | 实质性    | 完整性    | 可信性    | 可读性    | 可比性    | 创新性    | 总体情况   |
|------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|            |      | 得分     | 2012   | 35.58  | 9.15   | 1.13   | 1.31   | 1.58   |
|            | 2011 | 31.15  | 8.6    | 1.21   | 1.13   | 1.24   | 0.66   | 43.99  |
| 得分率        | 2012 | 53.91% | 50.85% | 28.32% | 32.75% | 39.46% | 21.95% | 49.63% |
|            | 2011 | 47.20% | 47.80% | 30.27% | 28.16% | 30.88% | 16.57% | 43.99% |

#### （一）结构完整性

社会责任报告的结构完整性主要从公司概况、报告参数、战略与治理、高管声明、利益相关方明确说明、风险机遇分析、实践内容和计划内容八个方面进行评价（表3-2）。

表3-2 结构完整性各部分得分情况

| 指标<br>得分情况 |  | 公司概况   | 报告参数   | 战略与治理  | 高管声明   | 利益相关方<br>明确说明 | 风险机遇分析 | 实践内容   | 计划内容   |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|---------------|--------|--------|--------|
| 得分         |  | 1.71   | 1.25   | 0.89   | 0.89   | 0.89          | 0.47   | 2.1    | 0.95   |
| 得分率        |  | 75.90% | 55.50% | 39.50% | 39.50% | 39.50%        | 21.10% | 93.50% | 42.00% |

总体来看，“实践内容”得分情况最好，得分率为93.5%，说明大部分报告能够完整披露企业在经济、社会和环境三方面的履责信息。“风险机遇分析”得分率最低，得分率为21.1%，表明大多数报告普遍缺乏对企业面临风险机遇的分析。与2011年相比，报告的“风险机遇分析”和“实践内容”得分略有减少，其它指标得分均有不同幅度的提高，其中，“报告参数”和“高管声明”得分率同比分别增加7.6和7.8个百分点。

#### 1. 公司概况

公司概况是利益相关方了解企业的基础。该部分平均得分为1.71，得分率为75.9%，得分情况优于除“实践内容”之外的其它指标，表明多数企业重视披露关于公司概况的信息，但披露内容还不够全面，形式有待进一步规范。2012年，该部分得分率同比增加5.2个百分点。

表3-3 “公司概况”得分情况

| 企业性质<br>得分情况 | 国有    | 国有控股  | 民营    | 外资及港澳台 | 其他    |
|--------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 平均得分         | 2.07  | 1.62  | 1.47  | 1.89   | 1.67  |
| 得分率          | 92.0% | 72.1% | 65.2% | 84.0%  | 74.0% |

参照2011年不同性质企业社会责任报告在该部分的得分情况，今年各类社会责任报告在该部分得分差距扩大，2012年除其他企业报告得分率同比降低6个百分点外，其他性质企业的报告得分率均有不同程度的增长，其中得分最高的国有企业（含中央企业及其子公司、地方国有企业）报告的得分率增长幅度最大，为3.7个百分点。中央企业报告平均得分率为71.27%，是中国企业社会责任报告平均得分率的1.44倍，也是质量最高的报告群体。

### 案例1 中国海洋运输（集团）总公司——公司简介

中国海运（集团）总公司（简称“中国海运”）成立于1997年7月1日，在上海海运（集团）公司、广州海运（集团）有限公司、大连海运（集团）公司、中国海员对外技术服务公司和中交船业公司等五家交通部直属企业的基础上组建，总部设在上海市。

中国海运是中央直接领导和管理的重点国有骨干企业之一，是以航运为主业的跨国经营、跨行业、跨地区、跨所有制的特大型综合性企业集团。

中国海运主营业务由集装箱运输、油品运输、散杂货运输、旅客运输、汽车船运输、特种运输等构成，LNG（液化天然气）运输业务也正在快速推进。集团的航运业务与码头经营、综合物流、船舶代理、环球空运、船舶修造、集装箱制造、船员管理、供应贸易、金融投资、信息技术等相关业务共同构成了涵盖航运业上下游的完整产业体系。

中国海运在全球90个国家和地区设有分支机构，并在香港、北美、欧洲、东南亚、西亚设有五个控股公司；境外产业下属超过100家公司、代理、代表处，营销网点总计近400个。

资料来源：《中国海运（集团）总公司社会责任报告2011》

## 2. 报告参数

报告参数是利益相关方准确获取报告信息的前提。2012年，该部分平均得分为1.25分，得分率为55.5%，得分率同比增长7.6个百分点。

表3-4 “报告参数”得分情况

| 企业性质<br>得分情况 | 国有    | 国有控股  | 民营    | 外资及港澳台 | 其他    |
|--------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 平均得分         | 1.88  | 1.13  | 0.94  | 1.08   | 1.40  |
| 得分率          | 83.4% | 50.0% | 41.9% | 48.0%  | 62.0% |

与2011年相比，民营企业报告在该部分的得分率下降13.3个百分点，其他性质企业报告得分率均有所提高，其中，国有企业和国有控股企业报告的得分率分别增长了6.6和6.3个百分点。

### 案例2 伊顿中国——报告参数说明

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>报告发布周期</b><br>每年一次。  | <b>第几份可持续发展报告</b><br>本报告是伊顿中国发布的第四份可持续发展报告。  | <b>报告时间范围</b><br>2011年1月1日-2012年4月30日。                  |
| <b>关键议题的界定</b><br>全球可持续发展重要领域，中国可持续发展背景趋势，伊顿可持续发展基本方向   | <b>报告参考标准</b><br>参考全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》（G3.1）和国际标准化组织（ISO 26000：社会责任指南（2010））编写。 | <b>报告可靠性保证</b><br>不存在有意虚构事实、误导性陈述及重大事项遗漏，保证其内容的准确性、真实性。 |
| <b>数据来源</b><br>报告所有数据均来自伊顿中国正式文件和统计报告且通过相关部门审核。   | <b>报告缩略语说明</b><br>为便于表述，报告中“公司”、“我们”、“伊顿中国”指代“伊顿（中国）投资有限公司”；“集团”、“伊顿”指代“伊顿公司”。       | <b>组织范围</b><br>与伊顿中国业务覆盖区域一致，并涉及伊顿在全球的部分业务。             |
| <b>报告改进</b><br>旨在发挥报告的对话作用，通过传递伊顿可持续发展理念，阐释伊顿业务带来的价值和影响，和利益相关方共同探讨在可持续发展过程中面临的机遇和挑战，进而寻求解决之道。   |  |   |
| <b>报告获取方式和延伸阅读</b><br>您亦可通过网站阅读本报告的电子版。 <a href="http://www.eaton.com.cn/EatonCN/可持续发展/下载报告/index.htm">http://www.eaton.com.cn/EatonCN/可持续发展/下载报告/index.htm</a> |  |   |

资料来源：《2011年伊顿中国可持续发展报告》

### 3. 战略与治理

“战略与治理”部分平均得分为0.89分，得分率为39.5%，较2011提高2.8个百分点。大部分报告未披露社会责任管理机构及管理机制的信息。

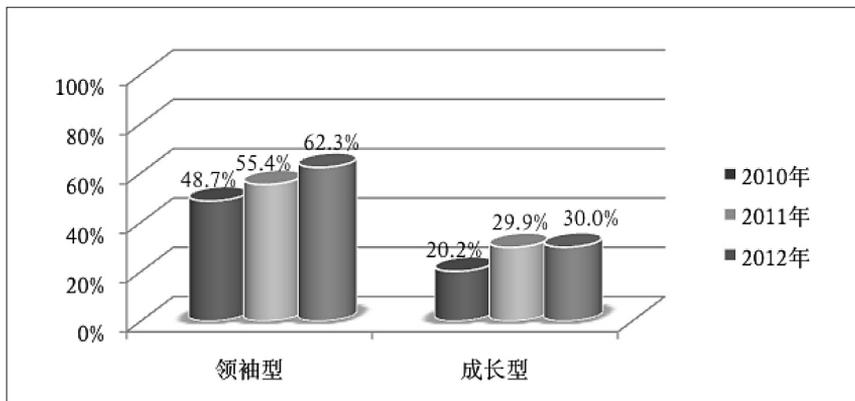


图3-1 “战略与治理”得分情况

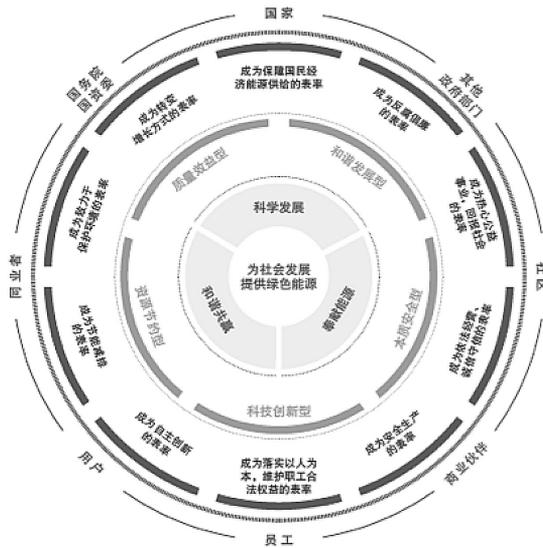
图3-1显示：领袖型企业“战略与治理”信息披露情况明显优于成长型企业，得分率是成长型企业的2倍多。与2011年相比，领袖型企业在该部分的得分率增幅较大，为6.9个百分点，成长型企业在该部分的得分略有增长。

案例3 中国华能集团公司——公司战略



资料来源：《中国华能集团公司2011可持续发展报告》

案例4 神华集团有限责任公司——社会责任模型



资料来源：《神华集团有限责任公司2011年度社会责任报告》

### 案例5 无限极（中国）有限公司——社会责任管理机制

#### 邀请专家开展社会责任访谈——社会责任管理逐步细致化与日常化

2011年8月22-24日，公司邀请了国内专业企业社会责任研究机构的专家，对公司各部门的日常工作进行深入访谈，了解公司各部门社会责任管理现状，对公司现阶段社会责任管理执行情况进行“自诊”，并为未来形成更完整的社会责任管理系统提供依据。

#### 探索企业社会责任管理系统——迈出科学丈量责任的脚步

2011年，公司开启了企业社会责任管理系统的建立工作，研讨、策划企业社会责任评价指标体系与管理手册方案，迈出通过完整的企业社会责任管理模式与系统科学地丈量责任绩效的步伐。

资料来源：《无限极2011年度企业社会责任报告》

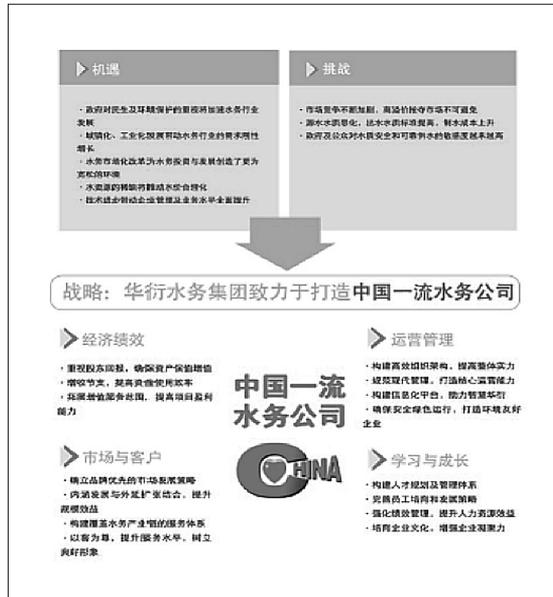
### 案例6 国家电网公司——责任落实机制

#### 以科学的责任落实机制（九步骤）实践公司使命

- 选择优先议题：综合考虑资源和能力，选择对可持续发展贡献最大的社会责任议题。
  - 确定履责理念：统筹考虑经济、社会和环境因素，保证透明度和利益相关方参与。
  - 制定履责战略：确定实现经济、社会和环境综合价值最大化的战略路径。
  - 完善制度保障：确保针对优先议题的履责理念和战略得以落实。
  - 规划履责行动：规划和实施重大履责行动项目，并保证足够的资源投入。
  - 明确绩效标准：明确衡量和监测履责议题绩效的指标体系和有效标准。
  - 定期对标反馈：及时了解和监测议题进展、成效及存在的问题与挑战。
  - 保证运营透明：保证利益相关方的知情权、参与权和监督权。
- 坚持持续改进： 议题选择更科学、议题落实更完善、议题沟通更有效。

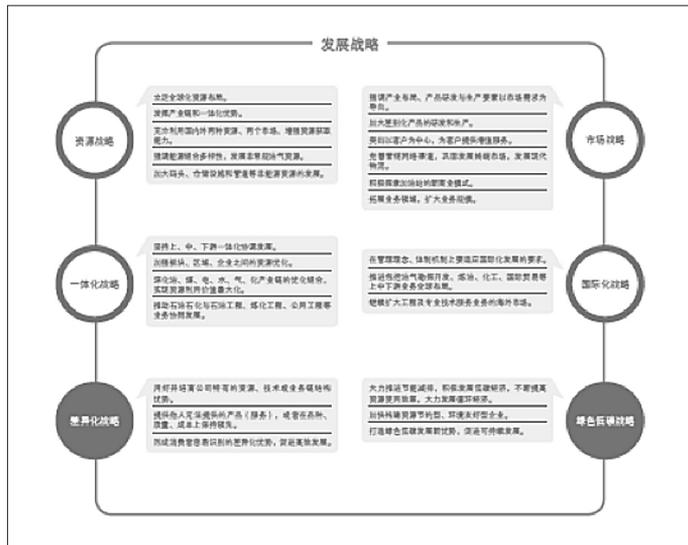
资料来源：《国家电网公司社会责任报告2011》

### 案例7 华衍水务集团——发展战略



资料来源：《华衍水务集团2011年企业公民社会责任报告》

### 案例8 中国石油化工集团公司——发展战略



资料来源：《中国石油化工集团公司2011社会责任报告》

#### 4. 高管声明

高管声明是企业高层管理者对社会责任的认知、承诺、主要实践及计划的集中阐述，高层管理者尤其是决策者的社会责任意识对公司履行社会责任具有重大影响。2012年，该部分平均得分为0.89分，得分率为39.5%，同比增长7.8个百分点。

表3-5 “高管声明”得分情况

| 企业性质<br>得分情况 | 国有    | 国有控股  | 民营    | 外资及港澳台 | 其他    |
|--------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 平均得分         | 1.59  | 0.66  | 0.48  | 1.45   | 1.07  |
| 得分率          | 70.6% | 29.4% | 21.2% | 64.3%  | 47.5% |

国有企业和外资及港澳台企业的社会责任报告在该部分得分较高；国有控股和民营企业得分相对较低。相比2011年，除国有控股企业得分小幅增长外，其他各类组织在该部分得分均有一定幅度的下降。

#### 5. 利益相关方明确说明

利益相关方是企业履行社会责任的对象，识别利益相关方也是企业编制社会责任报告的关键步骤。2012年，该部分平均得分为0.89分，得分率为39.5%，同比增长1.4个百分点。

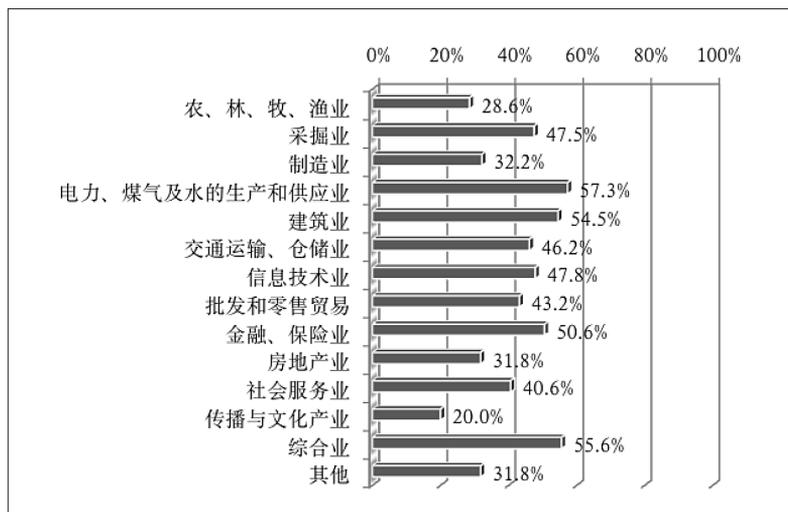
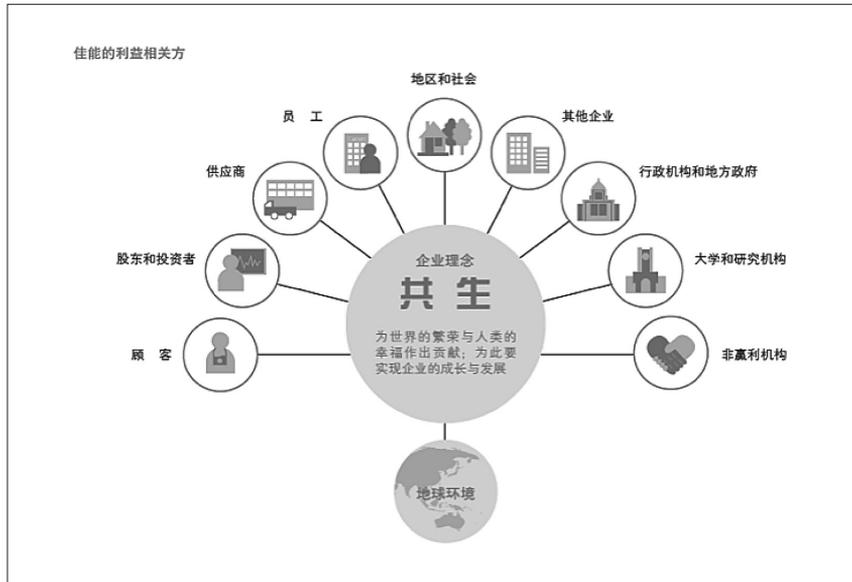


图3-2 “利益相关方”得分情况

图3-2显示：不同行业在该部分的得分情况参差不齐。电力、煤气及水行业、建筑业、金融保险业及综合业得分相对较高，有超过50%的报告主体能够识别自身的利益相关方并对其进行集中表述；传播与文化产业得分则相对较低。与2011年相比，制造业、金融保险业、房地产业、社会服务业、传播与文化产业及综合业得分略有下降，其他行业得分均有增长，其中批发和零售贸易业增长幅度最大，增长27.2个百分点，综合业增长幅度最小，为2.7个百分点。

### 案例9 佳能（中国）有限公司——利益相关方的集中说明



资料来源：《佳能（中国）企业社会责任报告2011-2012》

### 6. 风险机遇分析

风险机遇分析是企业对自身所处发展环境的认识及思考。2012年，该部分平均得分为0.47分，得分率为21.1%，同比下降0.3个百分点。

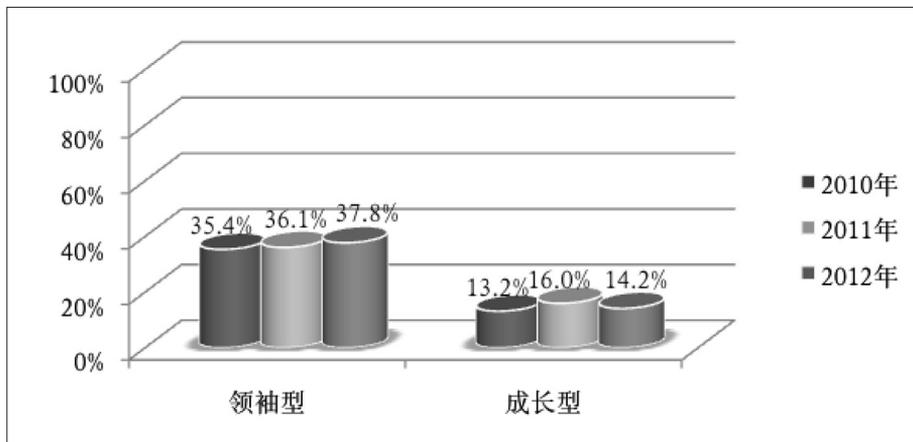
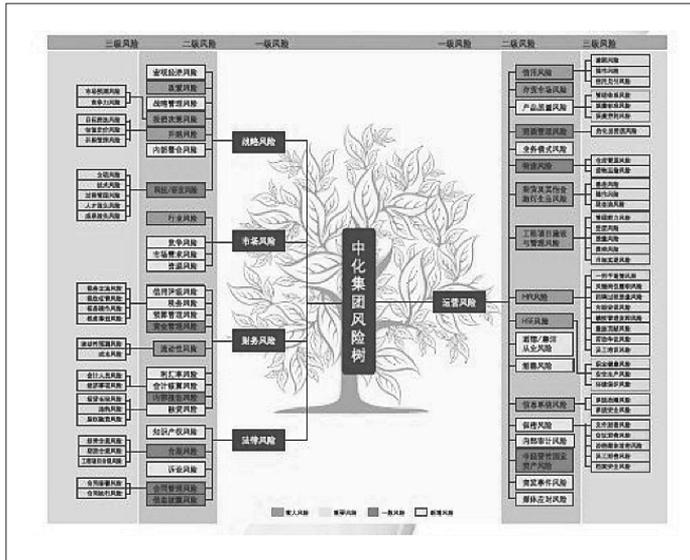


图3-3 “风险机遇分析”得分情况

图3-3显示：领袖型企业在该部分的得分情况明显优于成长型企业，得分率几乎是成长型企业的3倍。与2011年相比，领袖型企业的报告在该部分的得分略有提高，成长型企业的报告在该部分的得分则略有下降。

案例10 中国中化集团公司——集团风险树



资源来源：《中国中化集团公司2011年可持续发展报告》

例11 戴姆勒东北亚——风险管理圆桌会议

商业活动不可避免地会与各种风险有着千丝万缕的联系，我们的经营管理活动同样也会受到各种风险的影响。我们逐步建立起检测和控制系统，以便能够识别、评估和及早处理这些风险。这些系统的设置符合法律规定，并被纳入整个戴姆勒集团的标准化管理系统。

戴姆勒东北亚为了及时了解并处理运营中可能面临的各种风险，建立起风险评估圆桌会议机制。该会议每月召开一次，针对腐败、违反信托、贪污、洗钱、违反数据保护条例等议题进行现状介绍、沟通交流和经验分享。

资源来源：《戴姆勒·中国可持续发展报告2011》

7. 实践内容

实践内容是企业履行社会责任的核心表现。2012年，该部分得分整体情况较好，平均得分为2.1分，得分率为93.5%。

表3-6 “实践内容”得分情况

| 企业性质<br>得分情况 | 国有    | 国有控股  | 民营    | 外资及港澳台 | 其他    |
|--------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 平均得分         | 2.17  | 2.15  | 2.12  | 1.63   | 1.65  |
| 得分率          | 96.4% | 95.6% | 94.4% | 72.4%  | 73.3% |

国有、国有控股及民营企业得分相对较高，表明这三类企业的报告内容都涵盖了经济、社会和环境三方面的履责信息，而外资及港澳台和其他的得分相对较低，表明这两种性质的报告主体在披露经济、社会及环境信息方面的完整性还有待提高。

## 8. 计划内容

计划内容是企业对未来社会责任工作所做的规划。2012年，该部分平均得分为0.95分，得分率为42%，同比增加1.7个百分点。

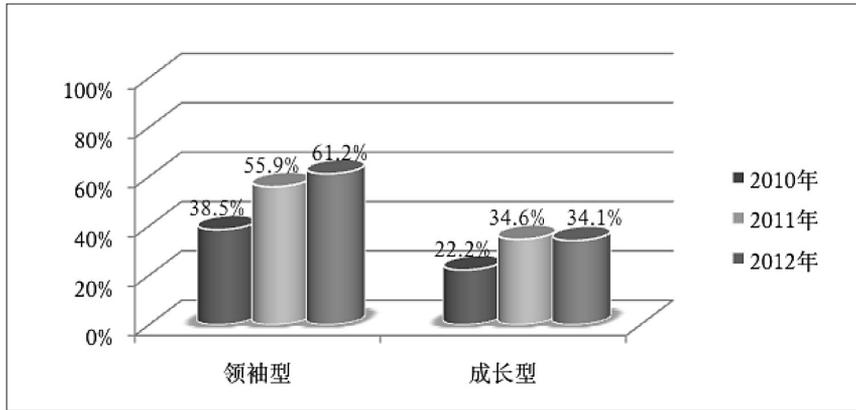


图3-4 “计划内容”得分情况

图3-4显示：领袖型企业报告的得分率相对较高，为61.2%，成长型企业报告的得分率则相对较低，为34.1%。与2011年相比，领袖型企业报告在该部分的得分略有提高，成长型企业报告在该部分的得分则略有下降。

### 案例12 中国华电集团公司——展望



资料来源：《中国华电集团公司2011社会责任报告》

## (二) 报告可信性

报告可信性从表述的客观性（含负面信息披露和中立、客观的表达两个指标）、利益相关方评价、CSR专家评价、第三方审验和信息来源等五个方面考察（表3-7）。

表3-7 报告可信性各项指标得分情况

| 具体指标<br>得分情况 | 负面信息披露 | 中立、客观表达 | 利益相关方评价 | CSR专家评价 | 第三方审验 | 标注信息来源 |
|--------------|--------|---------|---------|---------|-------|--------|
| 得分           | 0.10   | 0.26    | 0.59    | 0.06    | 0.04  | 0.08   |
| 得分率          | 24.9%  | 65.9%   | 73.7%   | 7.2%    | 5.2%  | 10.1%  |

表3-7显示：各项指标得分情况相差悬殊。多数报告都有来自政府、员工、媒体及行业机构等不同利益相关方的评价，该指标得分情况较高，得分率为73.7%；65.9%的报告能够客观、中立地表述企业的履责实践，有24.9%的报告平衡性较好，向利益相关方披露自身的负面信息；10.1%的报告标注了信息来源；聘请CSR专家和第三方机构对报告进行评价或审验的情况，得分率均不到10%。

表3-8 报告可信性行业差异性分析

| 行业<br>得分情况 | 农林牧渔  | 采掘业   | 制造业   | 电煤水   | 建筑业   | 交通运输  | 信息技术  | 批发零售  | 金融保险  | 房地产   | 社会服务  | 传播与文化产业 | 综合业   | 其他    |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|
| 得分         | 0.66  | 1.47  | 0.97  | 1.28  | 1.44  | 1.25  | 1.15  | 1.01  | 1.41  | 0.90  | 1.13  | 0.64    | 1.40  | 1.38  |
| 得分率        | 16.4% | 36.7% | 24.3% | 32.0% | 36.1% | 31.3% | 28.7% | 25.2% | 35.2% | 22.5% | 28.1% | 16.0%   | 35.0% | 34.5% |

表3-8显示：各行业报告的可信程度相差较大，新增的其他可信性相对较高，但农林牧渔业和传播与文化产业得分略低。相比2011年，除采掘业、建筑业、金融保险业和综合业等四个行业的可信性略有增长外，其余各类企业的可信性均有不同程度的降低，特别是电力及社会服务业的得分率分别下降了6和5.9个百分点。

### 案例13 BP集团——继墨西哥湾漏油事件之后，促进当地经济和环境恢复

**150+**  
为评估墨西哥湾沿岸地区自然资源受损情况而正在进行或已完成的研究

使我们的工作**更强大和更安全**，同时恢复环境和经济

**5亿美元**  
在10年期间出资支持独立研究，以更好理解墨西哥湾生态系统

展望未来  
至2013年，BP将向阿拉巴马州、佛罗里达州、路易斯安那州和密西西比州提供1.79亿美元用于推广旅游业，3350万美元用于检测和监测海鲜安全，4850万美元用于宣传墨西哥湾海鲜。

资料来源：《BP集团2011年可持续发展报告概要》

### （三）报告可读性

报告可读性从信息清晰定位、信息清晰表达、信息饱和度、色彩和版式等五个方面进行考察（表3-9）。

表3-9 报告可读性各项指标得分情况

| 具体指标<br>得分情况 | 信息定位清晰 | 信息清晰表达 | 信息饱和度 | 色彩    | 版式    |
|--------------|--------|--------|-------|-------|-------|
| 得分           | 0.19   | 0.26   | 0.28  | 0.25  | 0.33  |
| 得分率          | 23.6%  | 32.7%  | 35.4% | 30.8% | 41.4% |

表3-9显示：32.7%的报告运用图片、表格等丰富的表达形式展现履责绩效，41.4%的报告颇为重视字体及其大小、行间距和页面布局，版式指标得分明显高于可读性的其它指标。相比2011年，报告可读性整体得分有所增加。

具体来看，经过设计并印刷的纸质版报告可读性得分率明显高于其他两种介质的报告，与2011年相比，网络版报告得分率降幅最为明显（图3-5）。

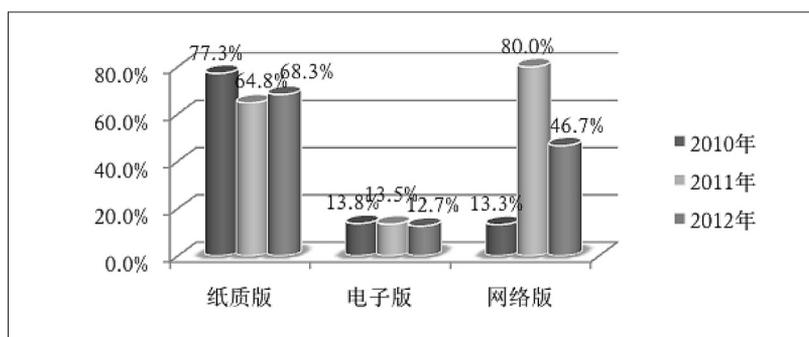


图3-5 报告可读性比较

### （四）绩效可比性

绩效可比性从纵向可比（含跨年度绩效对比和绩效实现程度对比两个指标）、行业内可比和跨行业可比等三个方面进行考察（表3-10）。

表3-10 “绩效可比性”各指标得分情况

| 具体指标<br>得分情况 | 跨年度绩效对比 | 绩效实现程度 | 行业内可比 | 跨行业可比 |
|--------------|---------|--------|-------|-------|
| 得分           | 0.45    | 0.20   | 0.62  | 0.30  |
| 得分率          | 67.4%   | 30.5%  | 46.7% | 22.8% |

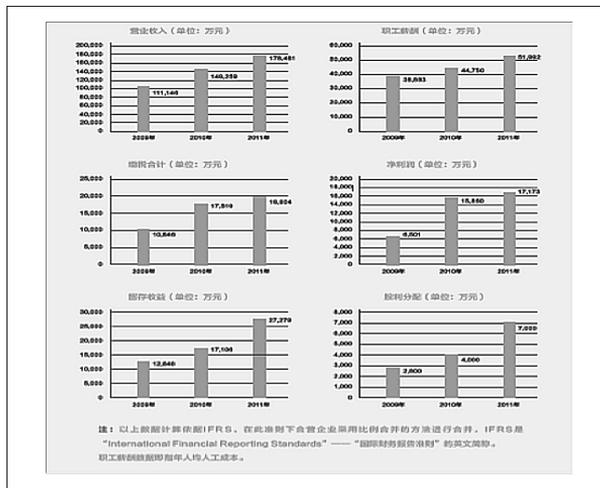
表3-10显示：在纵向可比性方面，有67.4%的报告对履责绩效进行了跨年度对比，30.5%的报告描述了目标的实现程度。与2011年相比，跨年度绩效对比得分略有增加，绩效实现程度得分有所降低。行业可比性指标同比增加19.1个百分点，跨行业可比得分同比增加7.1个百分点。

表3-11 “绩效可比性”行业差异性分析

| 行业得分情况 | 农林牧渔  | 采掘业   | 制造业   | 电煤水   | 建筑业   | 交通运输  | 信息技术  | 批发零售  | 金融保险  | 房地产   | 社会服务  | 传播与文化产业 | 综合业   | 其他    |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|
| 得分     | 0.67  | 2.02  | 1.46  | 2.25  | 2.04  | 1.56  | 1.57  | 1.38  | 1.76  | 0.80  | 1.54  | 0.80    | 2.11  | 1.52  |
| 得分率    | 16.7% | 50.5% | 36.5% | 56.2% | 51.0% | 39.1% | 39.1% | 34.5% | 43.9% | 20.1% | 38.5% | 20.0%   | 52.8% | 37.9% |

表3-11显示：采掘业、电力、建筑业和综合业在绩效可比性方面，要优于其他行业，与2011年情况大致相同。相比2011年，除房地产和传播与文化产业绩效可比性得分率有所降低外，其他所有行业绩效可比性得分率均有所提高，特别是采掘业绩效可比性得分率同比增长15.7个百分点，同时，各行业间绩效可比性的差距扩大。

案例14 锦江之星旅馆有限公司——财务绩效



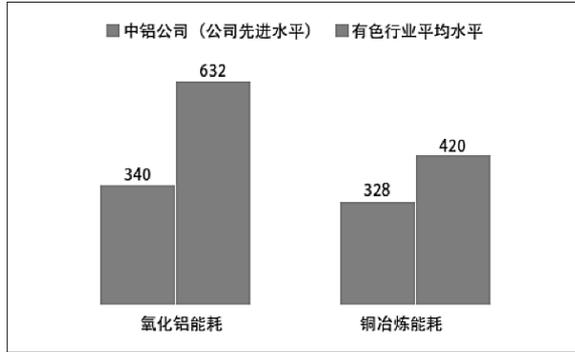
资料来源：《锦江之星2011年企业社会责任报告》

案例15 英特尔（中国）有限公司——责任目标总结

| 报告部分 | 英特尔中国2010年责任目标完成情况   | 英特尔2011年责任目标  |
|------|--|---|
| 环境   | 2009年初，制定了与温室气体排放、能源、用水、废物减排、循环利用、产废能效相关的第一期五年目标。可在节能减排方面取得了一定成效，但是在一些减排目标和化学废弃物处理等领域，仍需继续努力。  | 相对于2007年，在2012年实现：降低单位芯片功耗；减少产生的温室气体对排放量的减排20%，单位芯片能耗降低10%，化学废物产生量降低10%；降低的化学废物和固体废物的回收利用率达到90%，在工程制造上采用具有环保意义的做法，以确保英特尔芯片向绿色产品能够在电子行业领先。                   |
| 工作场所 | 员工敬业度调查 (QES) 结果显示公司在工作场所方面的绩效一直在提高。2010年，英特尔中国实现了员工多元化的部分目标，女性员工人数在总员工人数比例已达到英特尔全球设定的目标，在高管领导岗位上，女性员工的比例也有所提高。另外，与同行相比，员工安全绩效仍处于领先地位。 | 在员工多元化方面，不能错过一些关键性交流，以确保管理层持续关注少数族裔和少数族裔员工和女性员工，还将继续员工敬业度调查 (QES)，不断提高敬业度水平，在工作场所安全方面，将继续致力完善工作安全流程，并进一步减少工伤事故。   |
| 教育   | 截至2011年5月，英特尔通过英特尔“未来教育项目”在中国总共培训了180万位中小学教师，占中国全部中小学教师总数的15.3%，通过高等教育项目，英特尔与100多所中国顶尖大学开展合作，与30多家高校开展了联合研究项目，将最新技术的使用推广到了学校。          | 展望未来以及以后，将通过战略合作，继续支持中国教育事业，与中国教育部、教育界、及产业界一起，共同建设教育创新生态系统。在教师专业发展、高等教育、职业教育、青少年体育教育及科学教育、教育科学等研究领域开展合作，并继续支持教育创新。  |
| 社区   | 英特尔中国员工积极参与了超过90%这一目标，达到56%，志愿服务小时数达到2000小时以上，并启动志愿者小时数更有保障，继续支持英特尔“让世界”公益项目计划。2010年共有32个公益项目成员“让世界”公益项目研究。12个公益项目研究。                  | 全新启动“英特尔”活动，继续支持中国公益事业，员工参与率至少保持50%，继续实施“让世界”公益项目计划，吸引更多的公益组织参与，为促进中国公益事业的发展发挥更大的作用。  |
| 供应链  | 实施了供应商多元化的目标，重新启动了供应商的第三方审查。2010年中国相关的供应链进行了现场审查，以确保中国工厂不会用于英特尔的工厂制造之中。  | 继续对供应链的第三方审核计划，在2011年内至少完成《英特尔中国供应链》500家审核，审核的供应商中至少完成20家。此外，还将继续审核英特尔的2011年供应链目标，继续提高在供应链的透明度，并继续对供应链企业社会责任进行跟踪。在2011年供应链上，将保持的透明度提高，通过供应链方案解决供应链“绿色采购”问题。 |

资料来源：《2010-2011英特尔中国企业社会责任报告》

案例16 中国铝业公司——公司能耗对比行业水平



资料来源：《中国铝业公司2011社会责任报告》

(五) 报告创新性

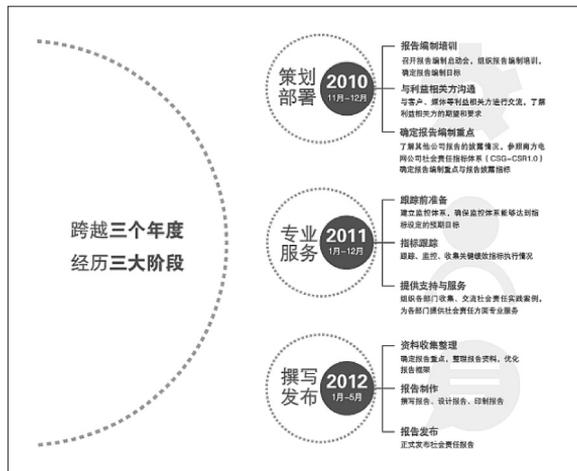
报告创新性从理念、结构和形式等三个方面进行考察（表3-12）。

表3-12 “报告创新性”各项指标总分评分情况

| 具体指标<br>得分情况 | 理念创新  | 结构创新  | 形式创新  |
|--------------|-------|-------|-------|
| 得分           | 0.36  | 0.29  | 0.23  |
| 得分率          | 26.7% | 21.9% | 17.2% |

表3-12显示：该部分得分整体较低，除理念创新得分与去年持平外，其他两项指标得分相比2011年均有明显提高，表明部分企业开始注重通过报告结构和形式上的创新来提高报告质量。

案例17 中国南方电网公司——创新报告编制模式，融入管理发挥作用



资料来源：《中国南方电网2011企业社会责任报告》

表3-13 “报告创新性”的行业差异性比较

| 行业得分情况 | 农林牧渔  | 采掘业   | 制造业   | 电煤水   | 建筑业   | 交通运输  | 信息技术  | 批发零售  | 金融保险  | 房地产   | 社会服务  | 传播与文化产业 | 综合业   | 其他    |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|
| 得分     | 0.57  | 1.22  | 0.64  | 1.71  | 1.00  | 0.93  | 1.16  | 1.05  | 1.16  | 0.41  | 1.18  | 0.27    | 1.39  | 0.53  |
| 得分率    | 14.3% | 30.5% | 16.0% | 42.8% | 25.0% | 23.2% | 29.0% | 26.3% | 28.9% | 10.2% | 29.4% | 6.7%    | 34.7% | 13.3% |

表3-13显示：电力、综合和采掘业的报告在创新性方面得分高于其他行业。相比2011年，除房地产业得分率略有下降外，其他各行业得分率均有所提高，特别是农林牧渔、电力及批发零售行业得分率增长均超过10个百分点。

## （六）内容实质性

### 1. 内容实质性评价的整体情况

根据研究体系，报告内容实质性包括利益相关方群体识别、利益相关方的要求与期望、沟通的渠道和方式等八个方面，其中每个方面都涉及出资人、员工、客户、环境、社区、政府、供应商、同行、社会组织、媒体、金融机构、监管机构十二个利益相关方（图3-6）。

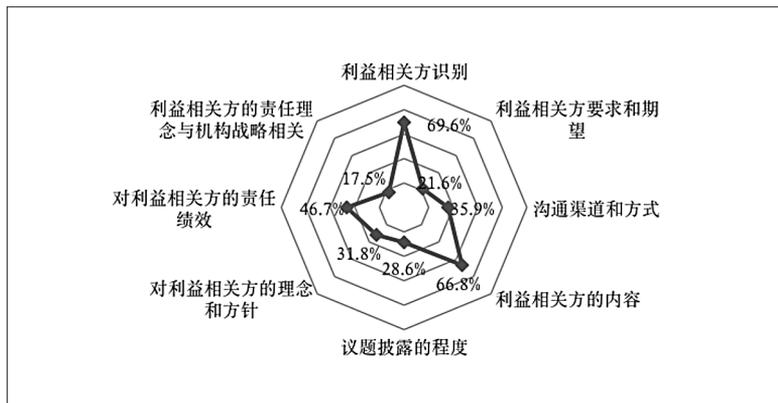


图3-6 内容实质性指标覆盖率（分类别）

图3-6显示：利益相关方识别和包含利益相关方内容两项指标覆盖率较高，利益相关方要求和期望以及对利益相关方的责任理念与机构战略相关两项指标的覆盖率则相对较低。与2011年相比，除议题披露的程度覆盖率略微降低外，其他各指标覆盖率均有不同程度的提高。其中对利益相关方的责任绩效覆盖率增长11.5个百分点。

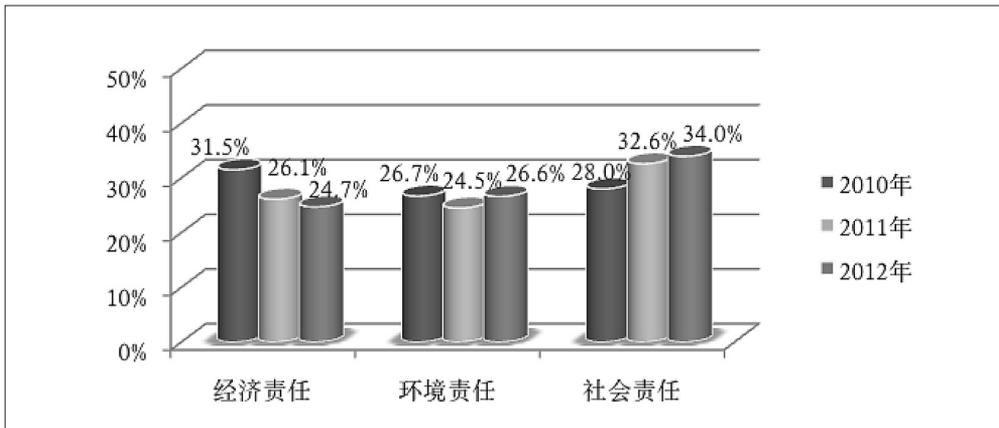


图3-7 内容实质性指标覆盖率（分责任领域）

图3-7显示：在各责任领域中，报告在社会责任方面的披露情况相对较好，经济责任和环境责任披露情况相对较差。从近三年的情况来看，经济责任指标覆盖率连续两年下降，社会责任指标覆盖率则连续两年增长。

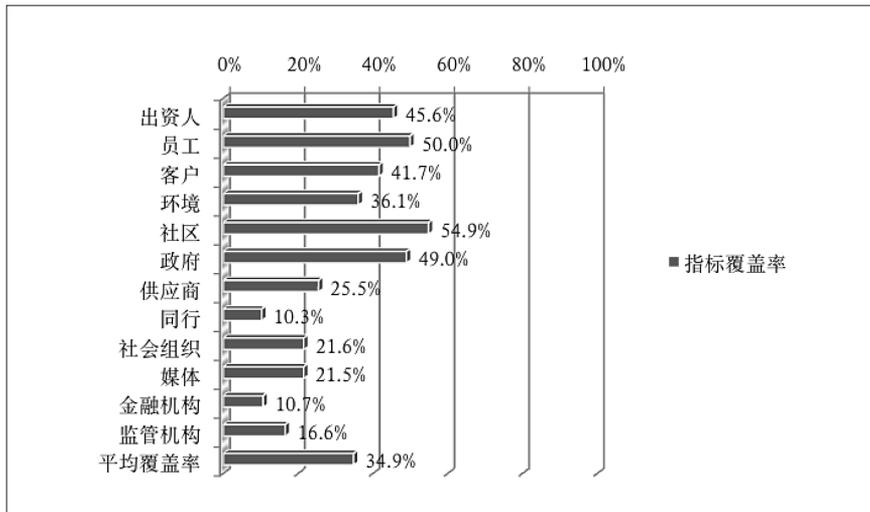


图3-8 内容实质性指标覆盖率（分利益相关方）

图3-8显示：报告在社区、员工、政府、出资人、客户、环境方面的指标覆盖率较高，表明报告对这六个利益相关方披露的信息比较全面；与2011年相比，除政府方面的指标覆盖率略有降低外，其他所有利益相关方的信息披露覆盖率均有不同程度的增加，其中出资人部分的指标覆盖率增幅明显，几乎增长一倍；同行的指标覆盖率仍为最低，但同比增长5.7个百分点，首次超过10%，达到10.3%。

## 2. 内容实质性评价的具体情况

报告在识别利益相关方群体方面的平均覆盖率为69.6%，其中识别出员工、客户、环境、社区和政府的报告均在93%以上，相比之下，识别出同行、金融机构的报告较少（图3-9），表明绝大多数报告都能识别自身的传统利益相关方，而对同行、金融机构等利益相关方的认识略显不足。与2011年相比，各个利益相关方识别情况大体相同，增减幅度均不大，平均覆盖率同比增长0.1个百分点。

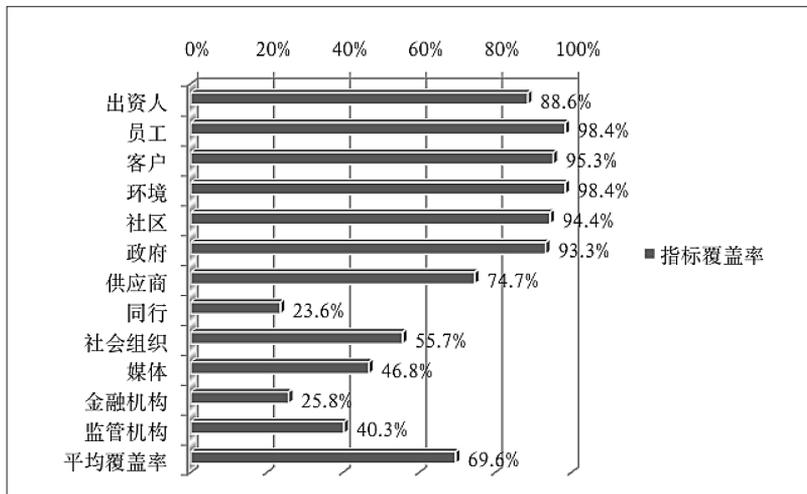


图3-9 识别利益相关方群体情况

### (1) 识别利益相关方群体

表3-14显示：各个行业在对利益相关方识别方面的整体表现差异不大；其他对出资人和金融机构的识别情况相对较差，农林牧渔业相比其他所有行业对同行和监管机构的识别情况较差。

表3-14 不同行业识别利益相关方群体情况

| 行业\利益相关方 | 出资人    | 员工     | 客户     | 环境     | 社区     | 政府     | 供应商   | 同行    | 社会组织  | 媒体    | 金融机构  | 监管机构  |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 农林牧渔     | 100.0% | 100.0% | 92.9%  | 92.9%  | 85.7%  | 85.7%  | 64.3% | 7.1%  | 42.9% | 28.6% | 28.6% | 14.3% |
| 采掘业      | 95.1%  | 96.7%  | 86.9%  | 100.0% | 93.4%  | 93.4%  | 77.0% | 26.7% | 59.0% | 53.3% | 46.7% | 43.3% |
| 制造业      | 89.9%  | 97.9%  | 96.0%  | 99.5%  | 92.7%  | 89.9%  | 84.3% | 21.6% | 48.6% | 33.8% | 22.0% | 35.5% |
| 电煤水      | 97.3%  | 98.7%  | 90.7%  | 97.3%  | 98.7%  | 96.0%  | 74.7% | 26.7% | 54.7% | 60.0% | 30.7% | 42.7% |
| 建筑业      | 100.0% | 100.0% | 93.9%  | 100.0% | 97.0%  | 97.0%  | 72.7% | 28.1% | 69.7% | 46.9% | 26.7% | 35.5% |
| 交通仓储     | 100.0% | 100.0% | 98.1%  | 100.0% | 94.2%  | 96.2%  | 67.3% | 21.2% | 42.3% | 36.5% | 36.5% | 34.6% |
| 信息技术     | 97.8%  | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 97.8%  | 95.7%  | 76.1% | 28.3% | 58.7% | 54.3% | 23.9% | 34.8% |
| 批发零售贸易   | 86.4%  | 97.7%  | 93.2%  | 95.5%  | 93.2%  | 95.5%  | 79.5% | 18.2% | 52.3% | 45.5% | 23.3% | 34.1% |
| 金融保险     | 96.5%  | 100.0% | 100.0% | 94.1%  | 95.3%  | 98.8%  | 39.3% | 34.5% | 73.8% | 68.2% | 38.1% | 62.4% |
| 房地产业     | 97.7%  | 100.0% | 93.2%  | 100.0% | 95.5%  | 90.9%  | 75.0% | 15.9% | 45.5% | 36.4% | 31.8% | 31.8% |
| 社会服务     | 84.4%  | 96.9%  | 90.6%  | 90.6%  | 90.6%  | 90.6%  | 51.6% | 37.5% | 65.6% | 62.5% | 19.4% | 35.5% |
| 传播文化     | 80.0%  | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 80.0%  | 100.0% | 40.0% | 20.0% | 60.0% | 40.0% | 20.0% | 40.0% |
| 综合业      | 94.4%  | 100.0% | 94.4%  | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 83.3% | 29.4% | 66.7% | 55.6% | 17.6% | 52.9% |
| 其他       | 27.3%  | 97.0%  | 98.5%  | 98.5%  | 100.0% | 100.0% | 71.2% | 16.7% | 81.8% | 87.9% | 4.5%  | 62.1% |

### （2）识别利益相关方的要求与期望

识别出利益相关方的要求和期望，是有效回应利益相关方的前提。2012年，该部分平均覆盖率为21.6%，较2011年增长5.9个百分点，其中，出资人、员工、客户、社区及政府的要求和期望指标识别率相对较高，均在25%以上；同行、媒体、金融机构和监管机构的要求和期望识别率略低，均在10%以下，但与2011年相比，均有所增加。

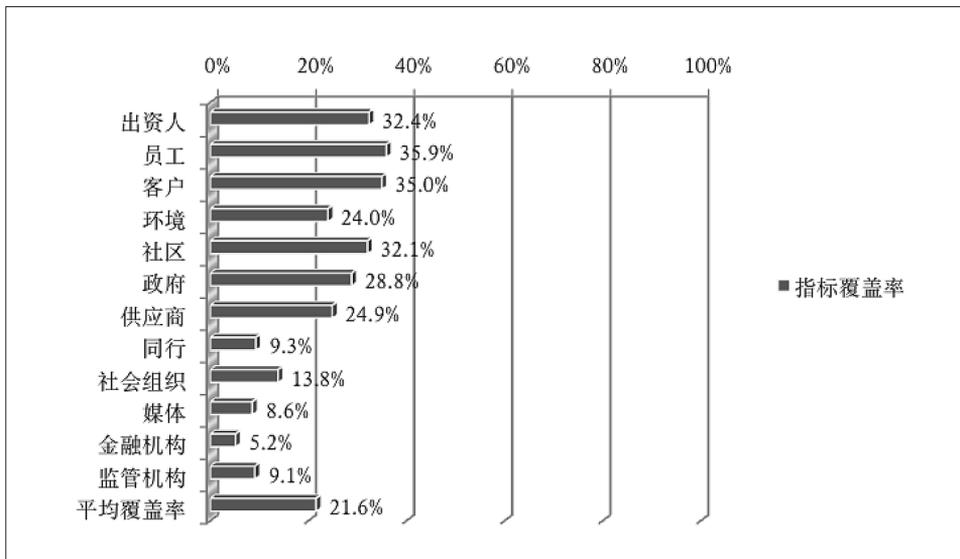


图3-10 识别利益相关方要求与期望情况

### （3）与利益相关方沟通的渠道和方式

报告在披露与利益相关方沟通的渠道和方式方面，各指标的平均覆盖率为36.4%，其中，指标覆盖率排前三位的依次是出资人、员工和客户，分别为69.1%、74.9%和65.9%；指出与环境、社区、政府、供应商沟通的渠道和方式的报告所占比重在30%-50%之间；指出与同行、媒体、监管机构沟通的渠道和方式的报告均超过10%，相比2011年均在10%以下，情况略有好转，与2011年相比，指出与环境、社区、政府沟通的渠道和方式的报告比例的增长超过15个百分点。

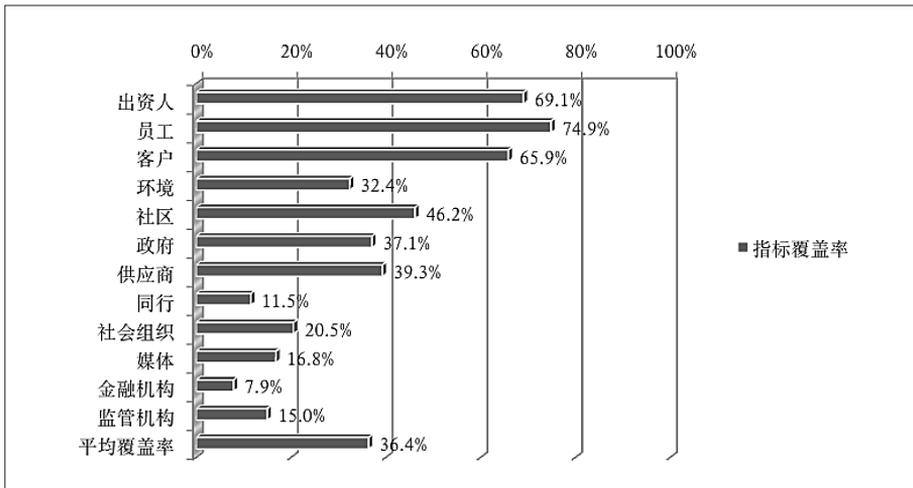


图3-11 与利益相关方沟通的渠道和方式情况

(4) 与利益相关方的相关内容

2012年，报告在披露利益相关方的相关内容方面，指标的平均覆盖率为66.8%，其中，披露员工、客户、环境、社区、政府相关内容的报告较多，比重均在90%以上；披露同行和金融机构相关内容的相对较少，比重均在30%以下。

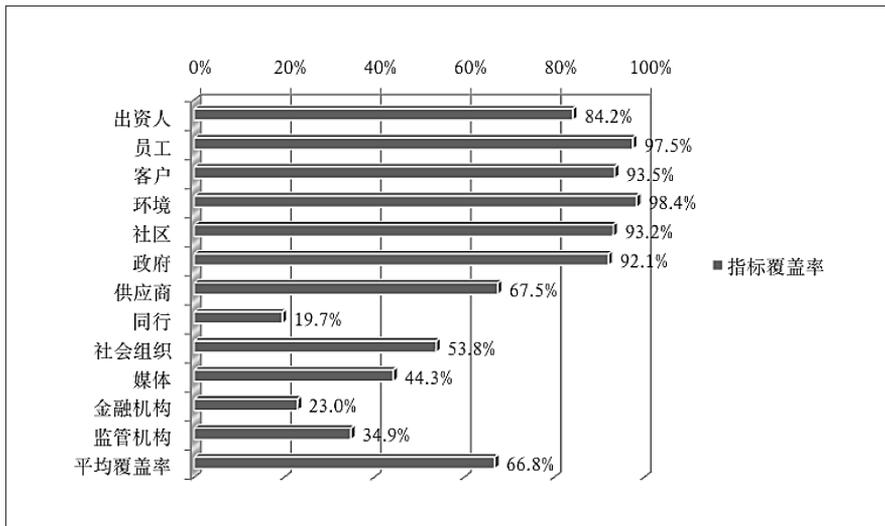


图3-12 与利益相关方的相关内容

## (5) 针对利益相关方议题披露的程度

## ——出资人

在出资人方面，从是否发生法律纠纷、为出资人带来利润情况等四个方面对报告进行评价（图3-13）。

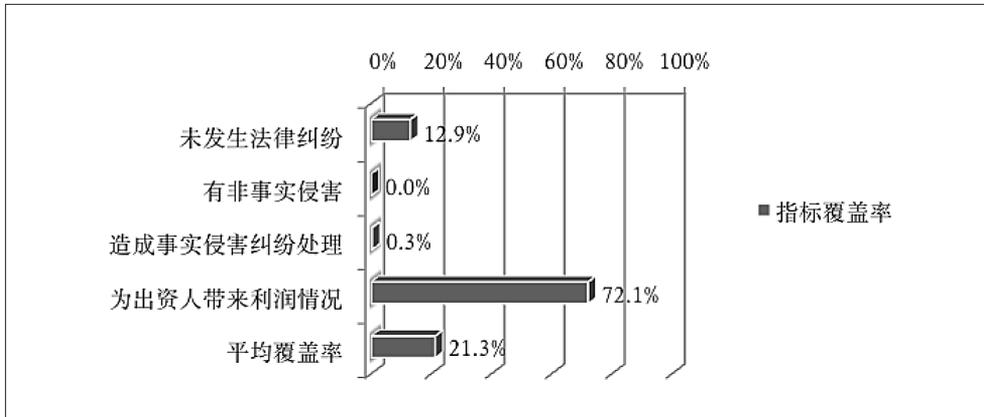


图3-13 出资人议题披露情况

图3-13显示：2012年，该部分指标平均覆盖率为21.3%，其中，报告在为出资人带来利润情况方面的披露明显优于其它指标，为72.1%，有非事实侵害和造成事实侵害纠纷处理两项指标的覆盖率为0.0%和0.3%。

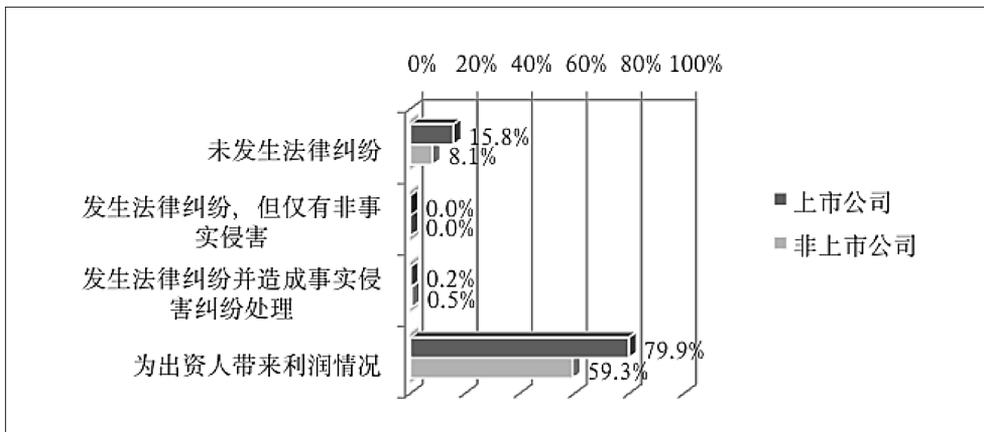


图3-14 出资人议题披露情况（是否上市）

图3-14显示：上市公司与非上市公司在出资人议题上的披露情况有所差异，其中，79.9%的上市公司报告披露了为股东带来利润的情况，高于非上市公司20.6个百分点；上市公司的未发生法律纠纷指标覆盖率也高于非上市公司7.7个百分点；两类公司均未对有非事实侵害进行披露；在造成事实侵害纠纷处理指标上，上市公司的覆盖率水平略低于非上市公司。

## —员工

在员工责任方面，从劳资、职业健康与安全、社会保障、工会、培训与发展等5个议题和20项指标对报告信息披露情况进行评价（表3-15）。

表3-15 员工责任指标覆盖率

| 员工责任议题      | 具体指标                  | 平均覆盖率 |
|-------------|-----------------------|-------|
| 劳资          | 劳动合同签订情况              | 64.5% |
|             | 工资支付情况                | 33.6% |
|             | 薪酬增加制度建设情况            | 42.8% |
|             | 员工薪酬合理规划倡导情况          | 7.3%  |
|             | 平均指标覆盖率               | 37.0% |
| 职业健康与安全     | 提供健康安全用具、设施           | 49.7% |
|             | 健康安全设施、劳保用品的预算和支出     | 18.5% |
|             | 职业健康安全管理体系            | 44.4% |
|             | 研发降低健康安全风险的技术或设施      | 36.2% |
|             | 平均指标覆盖率               | 37.2% |
| 社会保障        | 依法参与社会保障情况            | 72.4% |
|             | 缴纳社会保障费用              | 45.8% |
|             | 符合当地文化习俗的必要福利         | 21.4% |
|             | 对困难员工提供额外帮助           | 61.7% |
|             | 平均指标覆盖率               | 50.3% |
| 工会          | 成立工会                  | 60.1% |
|             | 工会经费                  | 3.1%  |
|             | 保障工会在民主管理、重大问题决策方面的权益 | 46.0% |
|             | 分享工会活动经验              | 26.8% |
|             | 平均指标覆盖率               | 34.0% |
| 培训与发展       | 国家规定的特定岗位技能培训         | 39.2% |
|             | 员工培训发展经费              | 26.5% |
|             | 员工技能培训，升迁制度           | 85.1% |
|             | 职业生涯规划，学历教育           | 46.1% |
|             | 平均指标覆盖率               | 49.2% |
| 员工责任指标平均覆盖率 |                       | 41.6% |

表3-15显示：在员工责任方面，指标平均覆盖率为41.6%，比2011年高1.2个百分点。在员工责任所涉及的五个议题中，指标覆盖率从高到低依次为社会保障、培训与发展、职业健康安全、劳资、工会，与2011年相比，职业健康安全指标覆盖率超过劳资指标。

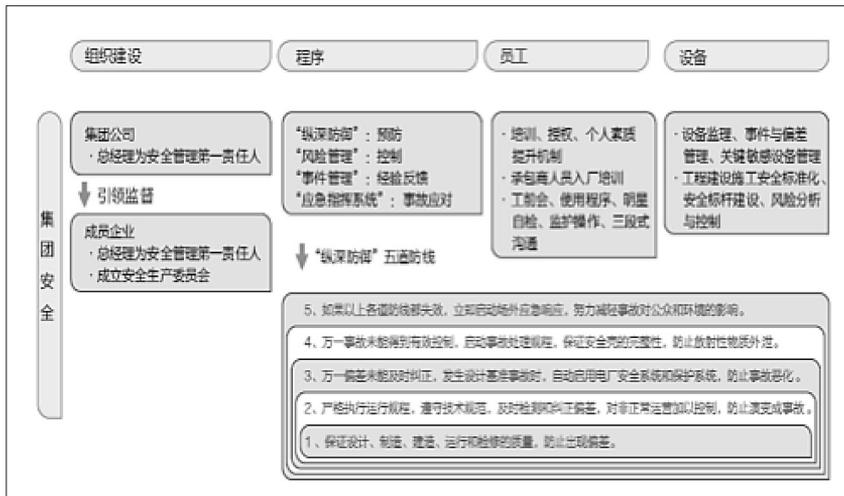
具体来看，劳动合同签订、依法参与社会保障、对困难员工提供额外帮助、成立工会、员工技能培训和升迁制度5项指标的覆盖率在60%以上；薪酬增加制度建设情况、提供健康安全用具和设施、职业健康安全管理体系、缴纳社会保障费用、保障工会在民主管理及重大问题决策方面的权益、职业生涯规划 and 学历教育等6项指标的覆盖率在40%-60%之间；工会经费、员工薪酬合理规划倡导情况的2项指标的覆盖率在10%以下；其余7项指标的覆盖率均在10%-40%之间。与2011年相比，研发降低健康安全风险的技术或设施、分享工会活动经验指标覆盖率增长均超过10%，缴纳社会保障费用指标覆盖率同比降幅较大，下降了9.5个百分点。

表3-16 劳资各指标覆盖率

| 劳资<br>企业性质 | 劳动合同签订 | 工资支付  | 薪酬增加制度 | 薪酬合理规划 | 指标平均覆盖率 |
|------------|--------|-------|--------|--------|---------|
| 国有企业       | 74.7%  | 30.3% | 45.7%  | 2.3%   | 38.2%   |
| 国有控股       | 64.7%  | 37.0% | 41.9%  | 9.9%   | 38.4%   |
| 外资及港澳台     | 25.0%  | 16.2% | 31.1%  | 0.0%   | 18.1%   |
| 民营         | 66.7%  | 35.8% | 45.6%  | 8.9%   | 39.2%   |
| 其它         | 60.0%  | 20.0% | 50.0%  | 10.0%  | 35.0%   |

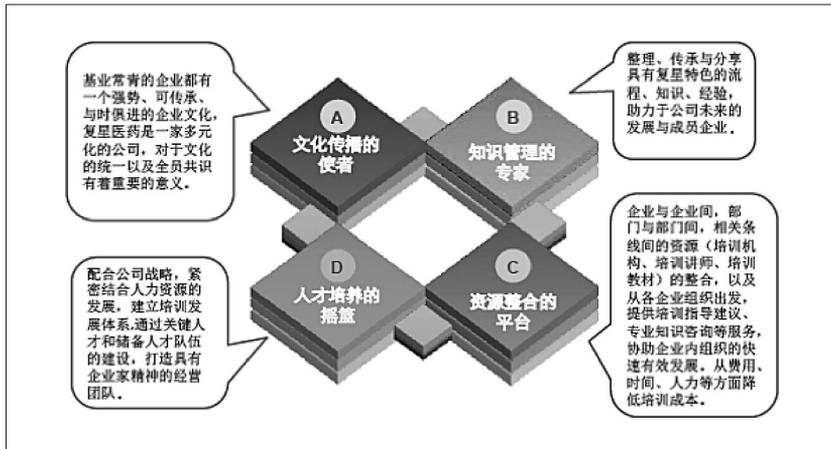
表3-16显示：不同性质企业的报告在劳资方面的信息披露情况存在差距。其中，国有、国有控股、民营、其他的各指标覆盖率高于外资及港澳台的指标覆盖率。所有性质的企业指标平均覆盖率普遍变化不大，国有企业指标覆盖率同比增长1.8个百分点，其他的指标覆盖率同比减少6.7个百分点。

### 案例18 中国广东核电集团公司——安全管理体系



资料来源：《中国广东核电集团有限公司2011企业社会责任报告》

### 案例19 上海复星医药（集团）股份有限公司——培训发展中心定位



资料来源：《上海复星医药（集团）股份有限公司2011年度社会责任报告》

### 案例20 太原钢铁（集团）有限公司——实行职业健康监护制度

依法实行职业健康监护制度，建立员工职业健康监护个人档案，上（转）岗前职业健康体检率 100%，职业病危害因素监测率 100%；在岗期间员工体检率 99.97%，离岗体检率 100%。

报告期内，粉尘监测 3244 点次、毒物监测 1972 点次、噪声监测 4217 点次、高温监测 312 点次、放射线监测 476 点次，岗位粉尘合格率为 90.84%。

资料来源：《太原钢铁（集团）有限公司2011年社会责任报告》

### 案例21 上海海立（集团）股份有限公司——开展“新生代农民工生存现状、需求与发展”专题调研

上海日立农民工人数已占到了制造现场人数 73%，其中 95%为新生代农民工。企业的技术进步和产业升级对劳动力提出了更高的技能、知识和综合素质要求，同时产品质量的稳定很大程度上取决于农民工队伍的稳定和发展。

公司高度重视这支新兴队伍的建设。2011 年，上海日立成立了农民工队伍现状调研工作小组，开展近千人次的问卷及面谈调研，以科学、严谨的调研方法，从更细分的人群定位、多角度的分析梳理，客观反映新生代农民工的真实现状，了解他们的关注点及心理诉求，深度剖析表现行为背后的深层次动因。专题调研系统全面地回顾梳理了企业农民工管理工作的成效，以点带面，就提升农民工队伍管理效率提出了更细化的管理措施建议。

资料来源：《上海海立（集团）股份有限公司2011社会责任报告》

## —客户

在客户责任方面，从产品/服务、营销信息和客户信息与隐私保护3个议题和12项具体指标对报告信息披露情况进行评价（表3-17）。

表3-17 客户责任指标覆盖率

| 客户责任议题      | 具体指标                              | 覆盖率   |
|-------------|-----------------------------------|-------|
| 产品和服务       | 产品/服务质量                           | 81.5% |
|             | 产品/服务价格                           | 9.5%  |
|             | 产品/服务质量的制度体系                      | 57.5% |
|             | 研发可持续的产品/服务                       | 46.9% |
|             | 指标平均覆盖率                           | 48.8% |
| 营销信息        | 提供产品/服务信息的情况                      | 61.4% |
|             | 向客户提供产品/服务信息的营销成本情况               | 2.5%  |
|             | 向客户（包括特殊人群，如盲人、聋哑人）提供产品/服务信息的渠道情况 | 33.6% |
|             | 引导客户责任消费                          | 7.2%  |
|             | 指标平均覆盖率                           | 26.2% |
|             | 通过合法且公正的方式获取客户信息                  | 3.3%  |
| 客户信息与隐私保护   | 明确说明信息收集目的，仅收集提供产品和服务的必需信息        | 1.7%  |
|             | 建立客户信息获取、使用和保护制度                  | 14.7% |
|             | 客户信息保护负责联系方式的可获取性                 | 1.3%  |
|             | 指标平均覆盖率                           | 5.3%  |
| 客户责任指标平均覆盖率 |                                   | 26.8% |

表3-17显示：在客户责任方面，指标平均覆盖率为26.8%，较2011年下降7.8个百分点。在客户责任包含的三个议题中，产品/服务方面的指标覆盖率明显高于产品/服务营销信息和客户信息与隐私保护，客户信息与隐私保护方面的平均覆盖率不到10%。

具体来看，产品/服务质量、提供产品/服务信息的情况、产品/服务质量的制度体系的指标覆盖率排名前三，依次为81.5%、61.4%和57.5%；研发可持续的产品/服务的覆盖率和向客户提供产品/服务信息的渠道情况超过30%，建立客户信息获取、使用和保护制度的指标覆盖率均接近15%；其余6项指标的覆盖率均低于10%，其中除产品/服务价格指标的覆盖率超过5%以外，其余5项指标的覆盖率均低于5%。

表3-18 不同行业具体指标覆盖率（产品/服务）

| 行业 \ 指标 | 产品/服务质量 | 产品/服务价格 | 产品/服务质量的制度体系 | 研发可持续的产品/服务 | 指标平均覆盖率 |
|---------|---------|---------|--------------|-------------|---------|
| 农林牧渔    | 85.7%   | 0.0%    | 85.7%        | 42.9%       | 53.6%   |
| 采掘业     | 83.6%   | 8.3%    | 58.3%        | 46.7%       | 49.2%   |
| 制造业     | 81.4%   | 2.6%    | 66.7%        | 48.4%       | 49.8%   |
| 电煤水     | 78.7%   | 21.6%   | 29.3%        | 61.3%       | 47.7%   |
| 建筑业     | 84.8%   | 10.0%   | 63.6%        | 60.6%       | 54.8%   |
| 交通仓储    | 78.8%   | 3.8%    | 48.1%        | 40.4%       | 42.8%   |
| 信息技术    | 84.8%   | 6.5%    | 58.7%        | 54.3%       | 51.1%   |
| 批发零售贸易  | 81.8%   | 9.3%    | 59.1%        | 38.6%       | 47.2%   |
| 金融保险    | 78.8%   | 14.1%   | 35.7%        | 60.0%       | 47.2%   |
| 房地产业    | 72.7%   | 6.8%    | 31.8%        | 25.0%       | 34.1%   |
| 社会服务    | 78.1%   | 18.8%   | 65.6%        | 46.9%       | 52.3%   |
| 传播文化    | 100.0%  | 20.0%   | 60.0%        | 20.0%       | 50.0%   |
| 综合业     | 77.8%   | 11.8%   | 72.2%        | 58.8%       | 55.1%   |
| 其他      | 90.9%   | 39.4%   | 62.1%        | 18.2%       | 52.7%   |

表3-18显示：各行业在该部分的指标平均覆盖率相差不大，除房地产业在该部分的指标平均覆盖率低于40%外，其余所有行业在该部分的指标平均覆盖率均高于40%；农林牧渔业对产品/服务质量、产品/服务质量的制度体系2项指标的披露较好，但对研发可持续产品/服务的相关情况披露不够，未对产品/服务价格进行披露；其他的产品/服务价格的指标覆盖率最高，为39.4%，但仍有待进一步提高；相比2011年，除采掘业在该部分的平均覆盖率下降0.1个百分点外，其余所有行业在该部分的平均覆盖率均有所提高，特别是房地产和传播与文化产业，平均覆盖率的增加均超过20个百分点。

案例22 上海浦东发展银行股份有限公司——多渠道构建，优化服务流程

2011年，浦发银行围绕客户体验和客户需求，着力改善营业场所服务环境、优化服务布局、改进服务流程、加强服务监督。

| 责任议题           | 责任举措  | 责任价值   |
|----------------|---|--|
| 努力提高网点服务的科技化水平 | 2010年启动“新一代网点平台与服务流程建设”项目，至2011年末，该项目已在全行656家网点成功上线运行，整体上线率达到95.07%。  | <ul style="list-style-type: none"> <li>有效提升了网点的服务效能，构建起客户体验、员工体验和风险管控良好的前台系统和服务流程。</li> <li>以6S管理为抓手，浦发银行出色完成了世界园艺博览会、世界大学生运动会和第七届全国城市运动会期间的服务工作。</li> </ul> |
| 全面优化运营业务流程     | <ul style="list-style-type: none"> <li>对公司、个人和外汇支付结算业务操作流程进行了全面的梳理，提高柜面业务办理效率，全年业务操作规程更新率达到24.24%。</li> <li>将柜面个人业务常用的存取款凭条、收费凭证等8张凭证整合为“个人业务凭证”，方便了客户办理业务。</li> <li>优化开户流程，有效减少了客户办理业务的等候时间，改善了客户的服务体验。</li> </ul> |  |
| 建立健全营业网点质量管理体系 | 率先在业内将广泛应用于制造业的6S管理引入银行现场管理，截至2011年末，6S管理已在全行96%以上的营业网点施行，取得了较好的管理成效，被业内誉为浦发服务名片。   |  |

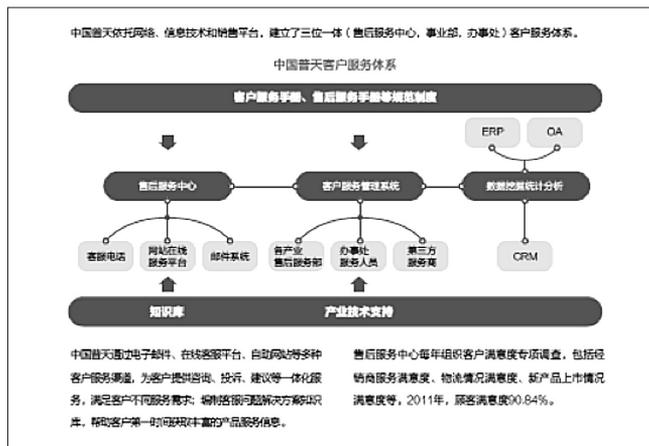
资料来源：《浦发银行2011年度企业社会责任报告》

案例23 苏宁电器股份有限公司——保障消费者权益

- **质量保证：**从采购到店面销售，苏宁严格检查产品质量。通过二次回访和不定期上门访检工作的开展，实现对商品和服务质量的多重管控；设立客服理赔基金，在出现产品质量问题而厂商反应不及时情况下，启用先行赔付机制。
- **透明消费：**苏宁一直致力于营造透明、诚信、公平的消费环境。2011年年初，率先在全国连锁店全面推进“明码实价”销售，并在3月份推行售后服务项目“明码标价”，消费者可电话热线查询服务费用。2011年，苏宁世界易找实现优化升级，可提供商品安维上门服务费和远程服务相关费用的明细查询，方便用户多渠道查询服务价格。
- **延时赔偿：**客户在苏宁购买大件配送类产品后，在送货之前苏宁会提前发送确认短信并告知货物送到时间，若出现延时，将赔偿客户50元。  
即使在消费旺季，我们也坚持做守时的服务提供者。2011年5-6月期间，苏宁在全国范围内开展“准时服务延时赔付”活动，保障配送、安装、维修及回复环节的准时性，若在承诺的服务时间段后完成服务，即一次性赔付客户50元。
- **选择权和隐私权：**我们尊重客户的选择，注重保护客户隐私，绝不透露客户个人信息。2011年，会员账户安全系统上线，在会员密码设定、密码重置及会员积分使用时，实现手机短信即时提醒，有效地加强了对会员个人信息的风险管控。

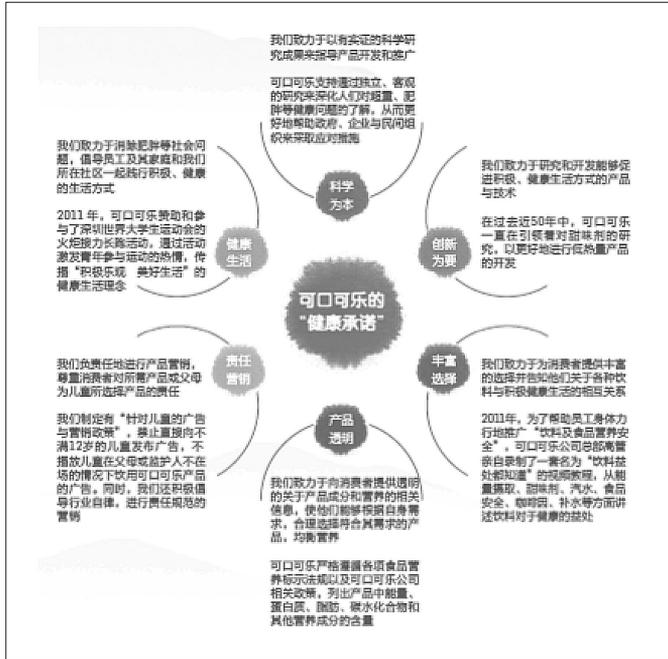
资料来源：《苏宁电器企业社会责任报告2011》

案例24 中国普天信息产业集团公司——客户服务体系



资料来源：《中国普天2011年社会责任报告》

案例25 可口可乐大中华区——“健康承诺”



资料来源：《可口可乐中国系统可持续发展报告2010-2011》

案例26 中国电信集团公司——虚拟化养老院



资料来源：《中国电信集团公司社会责任报告2011》

## —环境

在环境责任方面，从环境管理、环境保护意识和能力建设、降污减排、资源节约与利用、生态系统保护等5个议题和20项具体指标对报告信息披露情况进行评价（表3-19）。

表3-19 环境责任指标覆盖率

| 环境议题        | 指标 | 具体指标              | 指标覆盖率 |
|-------------|----|-------------------|-------|
| 环境管理        |    | 实施环境影响评价          | 26.6% |
|             |    | 实施环境成本核算          | 29.2% |
|             |    | 建立环境管理体系          | 47.9% |
|             |    | 为行业提高环境管理水平贡献经验   | 13.8% |
|             |    | 指标平均覆盖率           | 29.4% |
| 环境保护意识和能力建设 |    | 环境保护意识培训          | 30.7% |
|             |    | 设立环保培训经费          | 2.2%  |
|             |    | 建立环保培训制度          | 3.9%  |
|             |    | 倡导公众参与环保公益活动      | 27.5% |
|             |    | 指标平均覆盖率           | 16.1% |
| 降污减排        |    | 减少垃圾和废弃物的排放       | 81.0% |
|             |    | 有控制废弃物排放的资金       | 23.7% |
|             |    | 降污减排制度            | 38.7% |
|             |    | 追求生产和运营的零排放       | 13.6% |
|             |    | 指标平均覆盖率           | 39.3% |
| 资源节约与利用     |    | 资源使用和能耗符合国家规定     | 41.3% |
|             |    | 有支持资源节约与利用的专项资金   | 19.6% |
|             |    | 资源、废弃物品综合再利用制度及措施 | 62.3% |
|             |    | 使用新材料、新能源         | 38.9% |
|             |    | 指标平均覆盖率           | 40.5% |
| 生态系统保护      |    | 依法保护珍稀动植物物种       | 12.2% |
|             |    | 生态保护资金            | 5.2%  |
|             |    | 生态系统保护制度          | 5.9%  |
|             |    | 倡导公众采取恢复生态系统的行动   | 8.2%  |
|             |    | 指标平均覆盖率           | 7.9%  |
| 环境责任指标平均覆盖率 |    |                   | 26.6% |

表3-19显示：在环境责任方面，指标平均覆盖率为26.6%。在环境责任5个议题中，指标覆盖率由高到低排序依次为资源节约与利用、降污减排、环境管理、环境保护意识和能力建设、生态系统保护。

具体来看,减少垃圾和废弃物的排放、资源、废弃物综合再利用制度及措施、建立环境管理体系三项指标的覆盖率位列前三位,依次为81.0%、62.3%和47.9%;指标覆盖率排后三位的指标与2011年相同,分别是设立环保培训经费、建立环保培训制度、生态系统保护制度,依次为2.2%、3.9%和5.2%。

表3-20 不同行业环境责任议题覆盖率

| 行业 \ 指标 | 环境管理  | 环境保护意识和能力建设 | 降污减排  | 资源节约与利用 | 生态系统保护 | 平均覆盖率 |
|---------|-------|-------------|-------|---------|--------|-------|
| 农林牧渔    | 30.4% | 17.9%       | 39.3% | 39.3%   | 12.5%  | 27.9% |
| 采掘业     | 44.2% | 17.1%       | 52.8% | 52.6%   | 22.1%  | 37.7% |
| 制造业     | 35.1% | 14.3%       | 45.2% | 44.3%   | 4.7%   | 28.7% |
| 电煤水     | 38.1% | 15.5%       | 37.1% | 43.4%   | 10.1%  | 28.8% |
| 建筑业     | 39.7% | 17.8%       | 39.4% | 45.9%   | 13.6%  | 31.3% |
| 交通仓储    | 29.8% | 16.3%       | 38.9% | 43.8%   | 11.5%  | 28.1% |
| 信息技术    | 20.7% | 16.8%       | 31.0% | 33.7%   | 7.1%   | 21.8% |
| 批发零售贸易  | 20.0% | 16.7%       | 27.4% | 37.6%   | 5.8%   | 21.5% |
| 金融保险    | 7.7%  | 16.8%       | 28.0% | 24.7%   | 8.3%   | 17.1% |
| 房地产业    | 15.3% | 10.8%       | 24.4% | 30.1%   | 6.3%   | 17.4% |
| 社会服务    | 27.4% | 17.5%       | 33.8% | 32.7%   | 8.9%   | 24.0% |
| 传播文化    | 15.0% | 20.0%       | 35.0% | 35.0%   | 5.0%   | 22.0% |
| 综合业     | 37.5% | 22.1%       | 53.1% | 57.9%   | 5.9%   | 35.3% |
| 其他      | 12.5% | 25.4%       | 28.8% | 30.3%   | 8.7%   | 21.1% |

表3-20显示:从行业来看,不同行业报告的环境责任议题的指标覆盖率差异显著,采掘业、建筑业、综合业等行业环境议题的指标平均覆盖率较高,金融保险业、房地产业等行业的指标覆盖率较低。

从指标上来看,金融保险业在环境管理方面的指标覆盖率相对较低,新增的其他在环境管理和生态系统保护方面的指标覆盖率均不高,各行业在生态系统保护方面的指标覆盖率均较低。

### 案例27 中国有色矿业集团有限公司—建设绿色矿山

我们致力于维护矿山的生态系统,建设生态恢复与保育模式。根据矿山所在的地质条件,边开采边绿化,实施矿山裸露场地覆土绿化,还原矿山开采时的原貌,保护矿山的生物多样性。平桂飞碟积极推进矿山地质环境的综合治理与生态恢复,加强绿色矿山建设,积极开展矿山复垦、植树工程,绿化总面积达到48803.6平方米,珊瑚矿申报国家级绿化矿山已通过初审。中色镍业有限公司在开采矿山前已建成两个苗圃基地,为复垦做准备,得到缅甸地方政府的认同和支持。

由于部分矿山在收购前开采时间较长,遗留下来的尾矿库对环境曾造成无法逆转的影响。面对遗留的历史问题,中国有色集团加强尾矿库的整治,减少尾矿占地,扩充库容、循环利用尾矿,努力修复历史遗留问题对环境的创伤。

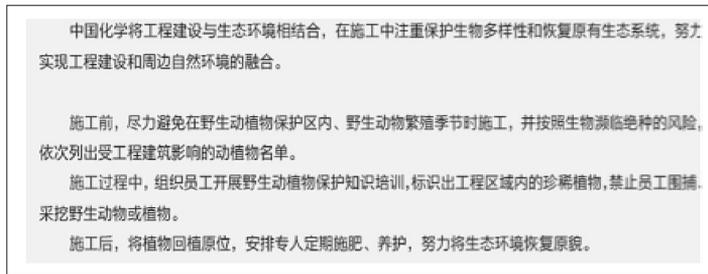
资料来源:《中国有色矿业集团有限公司2011社会责任报告》

### 案例28 万科企业股份有限公司——住宅产业化

| 项目                 | 传统施工项目 | 工业化项目 | 相对传统项目降低 |
|--------------------|--------|-------|----------|
| 每平米能耗 (千克标准煤/平米)   | 19.11  | 15    | - 20 %   |
| 每平米用水量 (立方米/平方米)   | 1.43   | 0.53  | - 63 %   |
| 每平米木模板量 (立方米/平方米)  | 0.015  | 0.002 | - 87 %   |
| 每平米产生垃圾量 (立方米/平方米) | 0.022  | 0.002 | - 91 %   |

资料来源：《万科企业股份有限公司2011年度企业社会责任报告》

### 案例29 中国化学工程股份有限公司——开展生态保护



资料来源：《中国化学工程股份有限公司2011社会责任报告》

### 案例30 中国建筑股份有限公司——推行绿色办公



资料来源：《中国建筑股份有限公司2011可持续发展报告/社会责任报告》

### 案例31 北京东方雨虹防水技术股份有限公司——建立定期抄表制度

完善二、三级能源计量器具配备，同时建立定期抄表制度，并对计量数据进行统计分析，从中及时发现异常并找出规律，解决出现的问题，采取改进措施，为定额管理提供科学的依据。

资料来源：《东方雨虹企业社会责任报告（2011年）》

——社区

在社区责任方面，从对社区资源利用的补偿情况、为社区发展捐款捐物和提供志愿者服务等4项具体指标对报告信息披露情况进行评价（图3-15）。

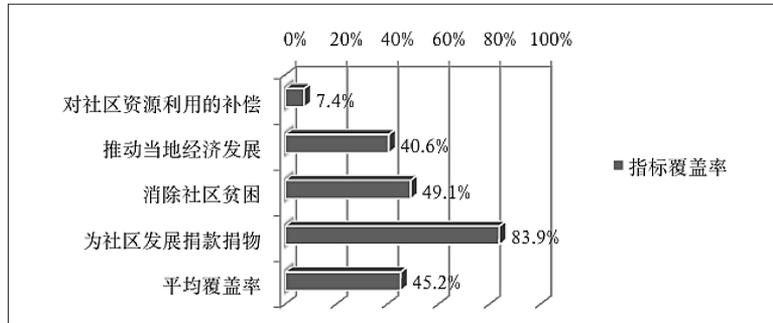


图3-15 社区责任指标覆盖率

图3-15显示：在社区责任方面，指标平均覆盖率为45.2%，同比下降0.5个百分点。其中，对社区资源利用补偿和消除社区贫困的指标覆盖率略有增长，其余2项的指标覆盖率略有降低。

案例32 远洋地产控股有限公司——保护老城区

远洋地产项目开发过程中，坚持舊區改建和新區建設相結合的原則，保護和改善城市生態環境，保護歷史文化遺產。以北京遠洋山水小區為例，“崇興庵”座落在魯毅村遠洋山水小區東側，該建築為明代建築，系石景山區文物保護單位，占地1200平方米。在小區建設過程中，遠洋地產對項目進行了細致規劃，嚴格按照相關文物法律規定，對現有用地內綠化古樹、文物進行保護與利用，甚至嚴格到崇興庵周邊二十米之內無建築物。小區竣工交付後，仍配合石景山區文物局進行崇興庵日常看護。隨着區文化委對崇興庵大修工程的啓動，遠洋地產也將積極配合維修實施單位開展各項工作，實現社區可持續發展。

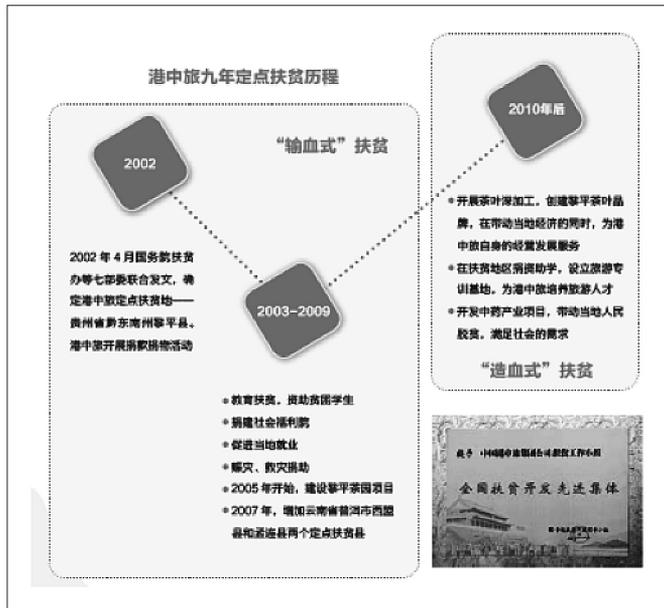
资料来源：《远洋地产企业社会责任报告2011》

案例33 中国国际航空股份有限公司——贡献社会和谐2011年履责亮点

| 议题     | 主要行动   |
|--------|--|
| 重大活动保障 | <ul style="list-style-type: none"> <li>圆满完成特殊时期航空运输和专包机任务。</li> </ul>  |
| 紧急救援   | <ul style="list-style-type: none"> <li>承担中国援助斯里兰卡洪灾的人道主义救灾物资运输。</li> <li>作为唯一飞入利比亚境内接回中国公民的航空公司，被民航局授予“紧急撤侨突出贡献集体奖”。</li> <li>向日本地震灾区民众运送急需的物资。</li> </ul> |
| 关爱儿童   | <ul style="list-style-type: none"> <li>连续三年向“中国儿童保险专项基金”捐款，持续支持儿童大病医疗保险专项慈善项目。</li> </ul>  |

资料来源：《中国国际航空公司2011年度社会责任报告》

### 案例34 中国港中旅集团公司——九年定点扶贫历程



资料来源：《中国港中旅集团公司2011企业社会责任报告》

### 案例35 中国石油天然气集团公司——2011年度公司社会公益投入一览表

| 类别   | 项目                               | 投入金额(万元)                      | 小计(万元) |
|------|----------------------------------|-------------------------------|--------|
| 扶贫帮困 | 定点扶贫新疆、河南、贵州、江西<br>对口支援西藏、青海、重庆等 | 23963                         | 23963  |
| 支持教育 | 援建学校<br>助学金<br>奖学金<br>科研开发       | 16536<br>1134<br>1113<br>225  | 19008  |
| 赈灾捐赠 | 为云南盈江地震、南方洪涝灾害、日本东部大地震等捐助        | 18481                         | 18481  |
| 公益捐赠 | 公共设施建设<br>医疗卫生<br>文化艺术<br>体育事业   | 24329<br>2832<br>3090<br>1993 | 32244  |
| 环保公益 | 植树造林<br>其他环境公益                   | 3336<br>3616                  | 6952   |
| 总计   |                                  |                               | 100648 |

资料来源：《中国石油天然气集团公司2011企业社会责任报告》

#### ——政府

在对政府的责任方面，从遵守法律法规及政策情况等4项具体指标对报告信息披露情况进行评价（图3-16）。

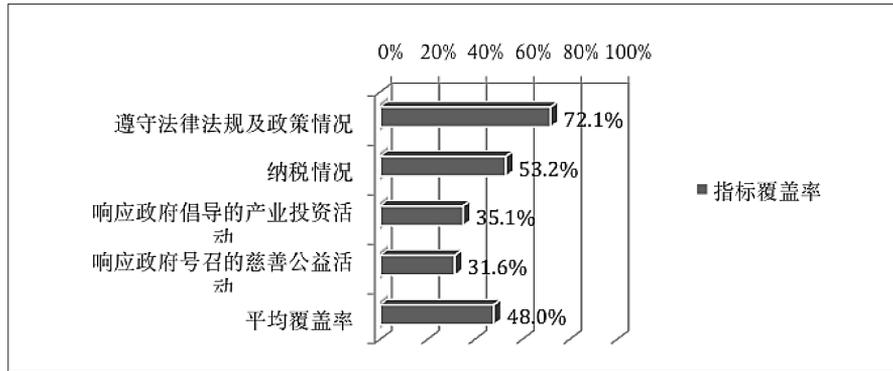


图3-16 政府责任指标覆盖率

图3-16显示：在对政府责任方面，指标平均覆盖率为48.0%，同比下降5.2个百分点。其中遵守法律法规及政策情况的覆盖率最高，为72.1%，同比下降16.5个百分点；响应政府倡导的产业投资活动的覆盖率最低，为31.6%，同比下降7.7个百分点；有超过半数的企业在报告中披露了具体纳税数额，但同比下降7.4个百分点；有超过1/3的报告对响应政府倡导的产业投资活动进行了披露，同比增长10.8个百分点。

——**供应商**

在供应商责任方面，从采购原则、供应商资质、供应商管理3个议题和11项具体指标对报告信息披露情况进行评价（表3-21）。

表3-21 供应商责任指标覆盖率

| 供应商责任议题             | 具体指标                          | 指标覆盖率 |
|---------------------|-------------------------------|-------|
| 采购原则                | 采购原则公开，合同签订执行                 | 38.3% |
|                     | 采购价格，及付款                      | 10.0% |
|                     | 采购合同对道德、环境的考虑                 | 18.2% |
|                     | 鼓励负责任的供应商                     | 16.2% |
|                     | <b>指标平均覆盖率</b>                | 20.7% |
| 供应商资质               | 对供应商资质要求                      | 29.0% |
|                     | 对供应商因社会责任审核认证所增加的成本的分担        | 0.5%  |
|                     | 提高供应商的社会责任水平的做法，包括审核、培训、辅导等活动 | 21.9% |
|                     | 为行业内供应链社会责任水平提高贡献经验的情况        | 7.5%  |
|                     | <b>指标平均覆盖率</b>                | 14.7% |
| 供应商管理               | 供应商社会责任管理制度                   | 10.9% |
|                     | 供应商社会责任管理机制                   | 17.3% |
|                     | 供应商社会责任管理信息披露                 | 3.6%  |
|                     | <b>指标平均覆盖率</b>                | 10.6% |
| <b>供应商责任指标平均覆盖率</b> |                               | 15.8% |

表3-21显示：在供应商责任方面，指标平均覆盖率为15.8%，同比有所下降，其中采购原则的指标覆盖率最高，为20.7%，供应商管理的指标覆盖率最低，为10.6%。

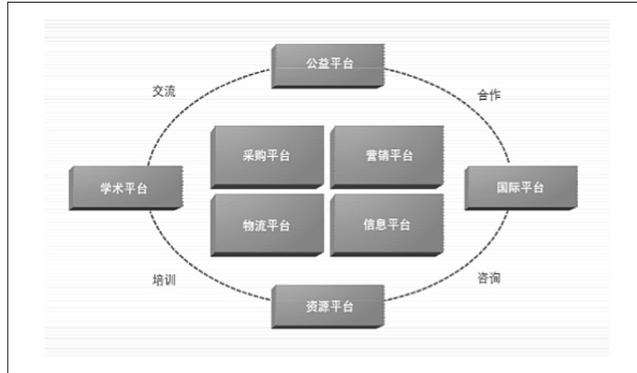
具体来看，“采购原则公开，合同签订执行”、“对供应商资质要求”、“提高供应商的社会责任水平的做法”3项指标的覆盖率排前三位，依次为38.3%、29.0%和21.9%；“对供应商因社会责任审核认证所增加的成本的分担”、“供应商社会责任管理信息披露”和“为行业内供应链社会责任水平提高贡献经验”3项指标的覆盖率较低，反映出企业供应链的社会责任建设水平仍有待提高。

表3-22 不同行业供应商责任指标覆盖率（采购原则）

| 行业 \ 指标 | 采购原则公开 | 采购价格  | 对道德、环境的考虑 | 鼓励负责任的供应商 | 平均覆盖率 |
|---------|--------|-------|-----------|-----------|-------|
| 农林牧渔    | 28.6%  | 14.3% | 0.0%      | 14.3%     | 14.3% |
| 采掘业     | 49.2%  | 13.3% | 25.0%     | 21.7%     | 27.3% |
| 制造业     | 42.9%  | 11.1% | 20.0%     | 18.9%     | 23.2% |
| 电煤水     | 40.0%  | 9.5%  | 17.6%     | 13.5%     | 20.1% |
| 建筑业     | 36.7%  | 22.6% | 18.8%     | 25.8%     | 26.0% |
| 交通仓储    | 30.8%  | 7.7%  | 17.3%     | 13.5%     | 17.3% |
| 信息技术    | 26.1%  | 2.2%  | 19.6%     | 21.7%     | 17.4% |
| 批发零售贸易  | 40.9%  | 7.0%  | 18.6%     | 15.9%     | 20.6% |
| 金融保险    | 15.5%  | 4.8%  | 16.7%     | 15.5%     | 13.1% |
| 房地产业    | 34.1%  | 13.6% | 13.6%     | 9.1%      | 17.6% |
| 社会服务    | 25.8%  | 3.2%  | 12.9%     | 6.5%      | 12.1% |
| 传播文化    | 40.0%  | 40.0% | 20.0%     | 20.0%     | 30.0% |
| 综合业     | 35.3%  | 5.9%  | 17.6%     | 11.8%     | 17.6% |
| 其他      | 50.0%  | 9.1%  | 12.1%     | 3.0%      | 18.6% |

表3-22显示：不同行业在采购原则的平均指标覆盖率差异显著，采掘业、建筑业、传播文化业的指标覆盖率相对较高，超过25%，农林牧渔业、交通仓储业、信息技术的覆盖率较低，均低于20%。

### 案例36 中国医药集团总公司——供应链一站式整体化集成服务平台



资料来源：《中国医药集团企业社会责任报告2011》

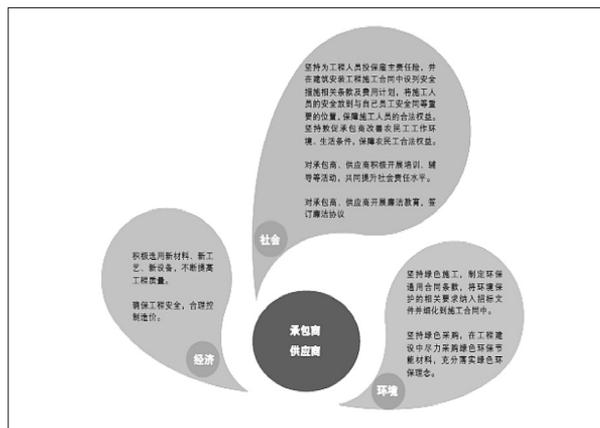
### 案例37 中国商用飞机有限责任公司——“主制造商-供应商”模式

**“主制造商-供应商”模式**

“主制造商-供应商”模式是民用航空产业普遍采纳的最优模式。公司作为主制造商，重点加强研发设计、总装制造、市场营销、客户服务、适航取证、供应商管理等重点环节，同时广泛吸引国内外供应商的参与，建立风险共担、利益共享的合作机制，培育和形成稳定的国际国内供应商队伍，实现最大化降低企业资源占用，最大化提高企业资源产出。

资料来源：《中国商用飞机有限责任公司2011年企业社会责任报告》

### 案例38 中国长江三峡集团公司——推行责任采购



资料来源：《中国长江三峡集团公司2011年社会责任报告》

### 案例39 巴斯夫大中华区——实施“1+3”社会责任项目，推动化工行业价值链可持续发展

巴斯夫依托中国可持续发展工商理事会的平台发起了“1+3”项目。根据“1+3”项目的理念，每个公司带动其供应链上的三大业务合作伙伴，以“1家中国可持续发展工商理事会会员企业（如巴斯夫）+3类其供应链上的合作企业——供应商+客户+物流服务供应商（其中大多数为中小企业）”的理想模式，与他们分享环境、健康和安全的最佳实践。

资料来源：《巴斯夫大中华区2011年度报告》

#### ——同行、社会组织、媒体、金融机构和监管机构

在同行、社会组织、媒体、金融机构、监管机构5个利益相关方方面，涉及14项具体指标（表3-23）。

表3-23 同行、社会组织、媒体、金融机构、监管机构指标覆盖率

| 利益相关方   | 具体指标            | 覆盖率   |
|---------|-----------------|-------|
| 同行      | 依法公平竞争，杜绝价格联盟   | 6.4%  |
|         | 尊重竞争对手，维护公平竞争环境 | 7.1%  |
|         | 指标平均覆盖率         | 6.7%  |
| 社会组织    | 行业标准与规范的遵守情况    | 16.0% |
|         | 实施行业标准和规范的预算    | 1.1%  |
|         | 行业标准与规范制定的参与情况  | 16.2% |
|         | 促进行业发展的活动情况     | 28.1% |
|         | 回应民间组织的诉求       | 12.6% |
|         | 与民间组织合作         | 29.1% |
| 指标平均覆盖率 | 17.2%           |       |
| 媒体      | 主动向媒体公开信息       | 26.9% |
|         | 重视媒体监督，关注媒体评价   | 33.2% |
|         | 指标平均覆盖率         | 22.1% |
| 金融机构    | 对金融机构的履约情况      | 10.3% |
|         | 与金融机构建立战略合作关系   | 8.7%  |
|         | 指标平均覆盖率         | 9.5%  |
| 监管机构    | 主动接受监管部门的监督     | 16.5% |
|         | 配合监管部门的检查       | 17.2% |
|         | 指标平均覆盖率         | 16.9% |

表3-23显示：报告中各利益相关方的指标覆盖率普遍不高，具体来看，报告对行业标准与规范的遵守情况、行业标准与规范制定的参与情况、促进行业发展的活动、与民间组织合作、主动向媒体公开信息、重视媒体监督和关注媒体评价及主动接受监管部门的监督和检查的披露相对较多，各指标覆盖率均在15%以上；而对同行的2项指标及与金融机构建立战略合作关系指标的披露较少，指标覆盖率均低于10%。与2011年相比，除行业标准与规范的遵守情况、行业标准与规范制定的参与情况和对金融机构的履约情况三项指标覆盖率略有下降外，其余11项指标覆盖率均有不同程度的增长，其中主动向媒体公开信息指标覆盖率的增长超过了10个百分点，主动接受监管部门监督的增长最低，为0.1个百分点。

#### （5）对利益相关方的责任理念与方针

报告在披露对利益相关方的责任理念和方针方面，各项指标的平均覆盖率为31.8%，其中员工、客户和环境的责任理念与方针指标的覆盖率排前三位，与前三年情况相同。由于大量报告未能对同行、社会组织、媒体、金融机构和监管机构等利益相关方进行识别，因此相应的责任理念与方针披露也较少，各指标覆盖率均不到5%（图3-17）。

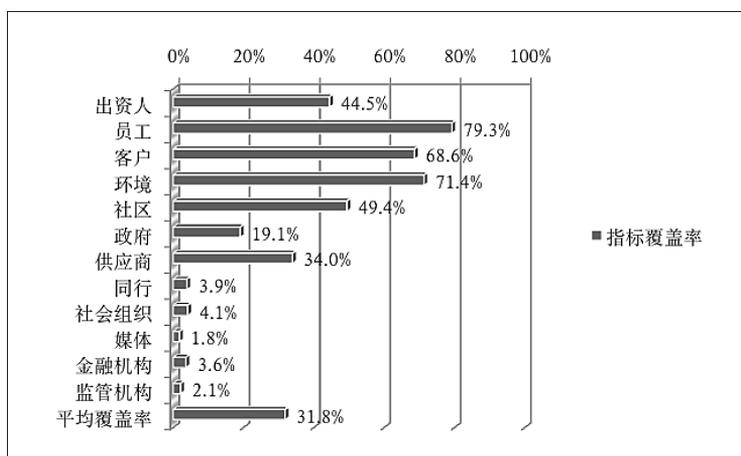


图3-17 对利益相关方责任理念与方针的覆盖情况

#### （6）对利益相关方的责任绩效

报告在披露对利益相关方的责任绩效方面，各项指标的平均覆盖率为46.7%，其中员工、环境和社区的责任绩效指标覆盖率排前三位；对出资人、客户和政府的披露情况也较好，指标覆盖率均超过60%；供应商、同行、社会组织、媒体、金融机构和监管机构等责任绩效的指标覆盖均低于30%，但增幅都比较大，特别是社会组织责任绩效的指标覆盖率同比增长19.9个百分点，媒体的指标覆盖率同比增长超过5倍（图3-18）。

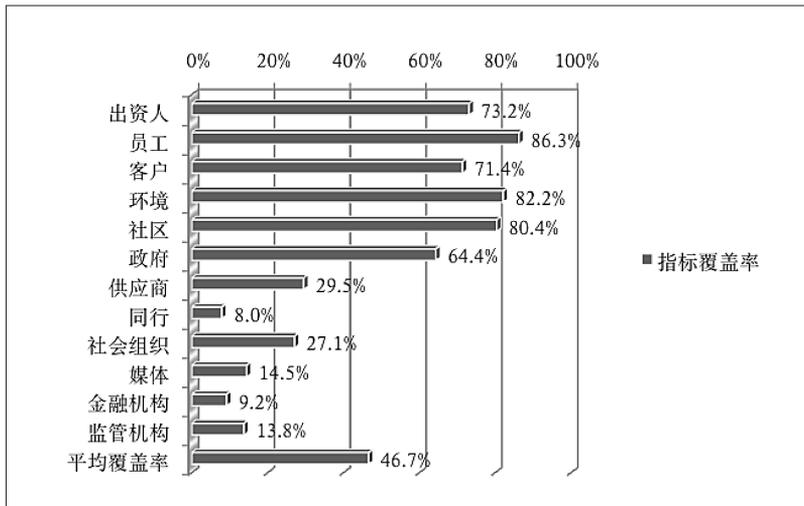


图3-18 对利益相关方责任绩效的覆盖情况

## (7) 对识别出来的利益相关方的责任理念是否与机构战略相关

报告在披露对利益相关方的责任理念是否与机构战略相关方面，各项指标的平均覆盖率为17.5%，其中员工、客户和环境指标的覆盖率排前三位，与前三年情况相同，说明报告中披露的员工、客户和环境的责任理念与机构战略的相关度相对较高；出资人、社区和供应商、政府的理念与战略的相关度次之；同行、金融机构、社会组织、监管机构和媒体的相关度最低，特别是监管机构仅为0.5%；除监管机构在该部分的指标覆盖率同比下降外，其他各项指标的覆盖率均有不同程度的增长（图3-19）。

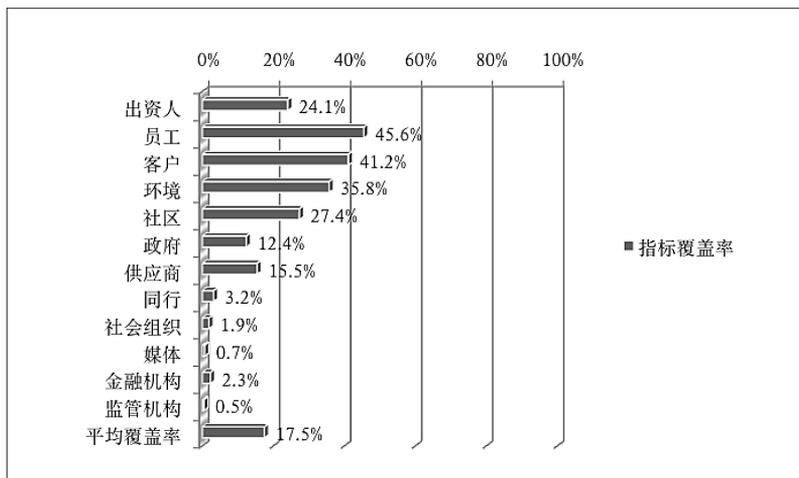


图3-19 对识别出来的利益相关方的责任理念与机构战略的相关度

## （七）小结

第一，报告结构完整性有所增强。除公司概况、报告参数和实践内容3项指标披露的相对较多外，其它各项指标的得分率均不到50%，尤其在风险机遇分析方面，绝大多数报告未能对其进行披露。

第二，报告可信性有待增强。多数报告引用来自政府、员工、媒体及行业机构等利益相关方的评价增强可信度。但除CSR专家评价和标注信息来源2项指标的覆盖率略有增长外，其它各项指标的覆盖率均有所下降，特别是披露负面信息的报告比率较2011年下降幅度较大。

第三，报告可读性有所增强，但还有待提高。报告可读性的各项指标均有不同程度的增长，但是得分率仍有较大的提升空间。

第四，绩效信息披露有待加强。进行行业绩效对比的报告较2011年增长幅度较大，但数量仍有待于进一步增加。

第五，报告创新性提升明显。部分报告提出了新理念，报告结构及形式较去年相比均有所突破。相对而言，报告的理念创新性优于报告的结构和形式创新。

第六，内容实质性亟待提高。报告中仍存在披露信息广度有限和责任层次含糊的现象，对出资人、员工、客户、社区、环境和政府等利益相关方的信息披露较多，但对同行、社会组织、媒体等利益相关方的信息披露则明显不足。

## 四、主要发现和建议

### （一）主要发现

#### **发现一：报告数量呈现高速增长，比2011年同期增长超过六成。**

2012年前十个月发布了1337份社会责任报告，比2011年同期增加了520份，增长63.6%，是继2009年中国社会责任报告发布数量出现“井喷”之后，中国社会责任报告发布数量再次出现较快速度增长的一年。

#### **发现二：不同地区、不同行业、不同性质主体发布报告的数量均有明显增长，其中西部地区报告数量增长了50%，建筑业报告数量增长了1.5倍，国有企业报告数量增长了1.36倍。**

东部地区发布报告数量达到687份，占68.6%，比2011年同期增加了207份；中、西部地区报告数量较2011年同期分别增加了21份和37份，增长了18.4%和50%。各行业发布报告数量均有一定幅度增长，其中建筑业和社会服务业报告数量分别增长了154%、113%。国有企业报告数量增长了1.36倍，国有控股企业、外资及港澳台企业和民营企业报告数量分别增长了4.7%、47.1%和3.2%。

#### **发现三：行业组织的平台和示范带动作用日益凸显。**

行业组织发挥行业沟通交流平台的作用，支持行业成员发布社会责任报告，示范带动作用明显。中国工业经济联合会、中国纺织工业联合会、中国林产工业协会、陕西工业经济联合会等行业组织共带动273家企业集中发布报告，占全国同期报告发布总量的20.4%，成为中国社会责任报告发展的重要推动力量。

#### **发现四：政府部门引导成为企业发布报告的重要动力。**

政府部门发挥指导职能，积极引导企业发布报告。国务院国资委管理的中央企业中有103家发布了社会责任报告；上海市精神文明建设委员会办公室要求全市文明单位率先发布社会责任报告；天津经济技术开发区环保局统一组织发布了30份社会责任报告。

#### **发现五：公司总部引导分子公司发布报告成为重要趋势。**

在公司总部的引导下，分子公司纷纷加入到发布社会责任报告的行列，共带动分子公司发布报告69份。国家电网公司首次要求省级电力公司都应发布社会责任实践报告，南方电网公司所属省级电网公司全部发布社会责任实践分册，华润集团、三星中国等明确要求分子公司发布社会责任报告。

#### **发现六：报告整体质量全面提升，高水平报告比重明显增加，中央企业报告质量明显高于中国企业社会责任报告平均水平。**

评估样本报告平均得分率较去年同期增加5.64个百分点，报告的绩效可比性、内容实质性、创新性、可读性和结构完整性的平均得分率均有较为明显的提高。处于“起步”阶段报告比重大幅降低，处于“发展”、“追赶”、“优秀”和“卓越”阶段的报告比重均明显增加。中央企业报告平均得分率为71.27%，是中国企业社会责任报告平均得分率的1.44倍，也是质量最高的报告群体。

表4-1 中国企业社会责任报告类型分布 (2012)

| 报告类型<br>(级别) | 得分区间   | 报告特性   | 报告数量 | 比重(2011年)     |
|--------------|--------|--|------|---------------|
| 卓越 (A+)      | 80分以上  | 报告结构完整, 信息披露系统且层次清晰, 具有高度的可比性、可信性和创新性, 以及极好的可读性      | 30   | 3.0% (0.7%)   |
| 优秀 (A)       | 70-79分 | 报告结构比较完整, 信息披露较为全面且较为层次清晰, 具有较高可比性、可信性和创新性, 以及良好的可读性 | 106  | 10.6% (5.9%)  |
| 追赶 (B)       | 60-69分 | 报告结构基本完整, 信息披露全面且具有一定层次性, 具有一定的可比性、可信性和创新性, 以及一定的可读性 | 138  | 13.8% (9.5%)  |
| 发展 (C)       | 40-59分 | 报告结构不太完整, 信息披露尚完整, 具有一定的可比性、可信性, 以及一定的可读性            | 406  | 40.6% (32.8%) |
| 起步 (D)       | 40分以下  | 报告结构不太完整, 信息披露缺乏层次性                                  | 321  | 32.1% (51.1%) |

**发现七：报告编制更加规范，参照国内外主要社会责任报告编制指导的报告比重明显增加。**

报告发布主体更加注重采用多个编制依据，披露履行社会责任的核心指标。依据多个标准的报告比重为28.8%，同比增长7.5个百分点。参考反映企业运营特点的行业指引和其他（地方性指引等）的报告比重分别增加1.5%和11.5%。参考GRI、全球契约、ISO 26000等国际性标准的报告比重分别增长4.5%、0.7%和3.5%。

**发现八：报告内容实质性增强，更加注重与利益相关方的沟通，展示对利益相关方的履责绩效。**

识别利益相关方期望和要求的报告越来越多，特别是识别出资人、员工、客户、环境、社区、政府、供应商等利益相关方的报告显著提升；披露与员工、客户、环境、社区、政府、供应商、社会组织、监管机构等利益相关方沟通渠道和方式的报告明显增加；接近半数的报告披露了对利益相关方履行社会责任的绩效，比2011年有显著增加。

**发现九：报告重视创新，部分先进报告披露了企业在社会责任理念和实践方面的创新。**

企业重视报告理念的创新，披露理念创新相关内容的报告有423份，占42.3%。通过“点石成金造福人类”、“汇聚能源 延长价值”、“万家灯火 南网情深”、“热爱能源 驱动变革”等形象、易于传颂的形式，在报告中披露自身对社会责任的认识和理解，为企业履行社会责任提供重要指导。

**发现十：报告信息的平衡性不足，不能在报告中正视运营中出现的负面信息及影响。**

企业普遍注重披露履行社会责任的绩效，对于运营中存在的问题披露不足。部分企业的重大负面信息已经在社会上广泛传播，但是在报告中却忽视披露，包括重大负面事件的影响、改进措施和取得成效等。

## （二）建议

**1. 进一步发挥报告作为社会理解企业钥匙的功能，充分体现报告的价值。**企业应进一步深化对社会责任的认识，将社会责任作为运营的重要组成部分，并通过社会责任报告向利益相关方呈现和沟通。一是基于社会责任视角，系统识别企业给利益相关方和公众带来的正面影响和负面影响，作为社会责任报告披露的内容；二是通过报告向利益相关方和公众积极传播自身履行社会责任的理念、实践和成效，增强利益相关方和公众对企业的认知、认同和支持；三是深刻认识报告作为新时期新的沟通手段和工具的价值，重视在日常运营中运用报告与利益相关方沟通。

**2. 报告编制过程中与利益相关方积极进行沟通，在报告中充分反映利益相关方的关注和诉求。**一是向利益相关方展示企业持续提升报告质量的态度和采取的行动，在报告中回应对利益相关方意见的改进；二是编制过程中创造条件支持利益相关方参与，通过综合考虑内部专家、研究机构和媒体等利益相关方提出的意见来确定各项议题，对议题进行实质性分析，明确报告议题披露的对象和优先级别。

**3. 增强报告的平衡性，增进利益相关方对报告信息的信任，提高报告的可信度。**社会责任报告是企业系统披露对利益相关方影响的综合工具，需要对正面影响和负面影响进行全面披露。企业除了披露履行社会责任的绩效外，还需要：一是以坦诚态度面对负面事件并进行系统回应，列出跨年度比较的负面数据，分析造成负面信息的原因，并提出改进机制；二是对于重大负面信息进行深入剖析，明确发生的原因、造成的影响以及公司采取的应对措施和取得的成效。

**4. 推动报告发布形式和版本的多样化，增强报告的沟通效果。**企业除了发布完整版的纸质社会责任报告外，网络版、简版、宣传单页等都可以考虑结合实际采用。一是对于不方便在报告纸质版中详细披露的内容，在报告的网络版中披露，增强报告的可读性；二是对于每年披露的差异不大的内容，可以考虑在网络版中披露。

**5. 增强报告的亲和力，增强报告的可读性。**注重在报告中以生动形象的方式展示企业的社会责任理念，将主题贯穿报告全文，以简洁、易懂、直白的语言，以亲和的形式呈现报告的内容，方便利益相关方读懂和理解报告的内容，更好地发挥报告与利益相关方沟通交流的重要作用。

**6. 编制非企业组织报告指引或相关文件，提升非企业组织报告的质量。**结合非企业组织编制报告的实际需要，出台适用于非企业组织的社会责任报告编制指引或相关文件，规范非企业组织报告编制的结构、形式及内容，引导非企业组织科学编制社会责任报告，不断提升报告编制质量。

**7. 积极对标国际先进报告，学习借鉴国际先进报告的编制方法和经验。**国内外都在积极探索和实践社会责任报告编制的新思路和新方法，中国企业和组织需要结合自身实际，积极借鉴和吸收国际先进社会责任报告的最新成果，学习框架结构、行文风格、议题选择和识别等，不断提升报告编制水平。

**8. 实现企业社会责任管理与实践并重，使社会责任报告的编制更有针对性。**企业应努力健全社会责任管理体系，加强对社会责任实践的指导，形成以报告促管理、以管理促实践、以实践强管理的良性局面。一是将社会责任管理的要求融入日常管理制度，提升员工履行社会责任的意识、知识和技能；二是对企业履行社会责任的理念、措施和绩效进行监控、督促与评价，持续提升和改进社会责任管理和实践；三是及时总结和提炼日常运营中好的社会责任管理和实践案例，为报告编制积累素材，增强报告编制的针对性。

## 附录1

# 中国非企业组织社会责任报告研究2006—2012

近年来，随着人们对社会责任报告价值认识的不断深入，越来越多的企业和组织加入到发布社会责任报告的行列中来。2012年，中国社会责任报告的发展呈现出新态势，包括行业协会、学校、医院等在内的大量非企业组织发布的报告成为中国社会责任报告的重要组成部分。

中国非企业组织发布社会责任报告具有十分重要的意义。一是，非企业组织提供的产品或服务往往是与人民生活息息相关并受到社会广泛关注的公共领域，如教育、医疗卫生、食品安全监督等，非企业组织发布社会责任报告，回应公众关注的焦点和期望，可以提高组织的运营透明度，有助于推动和谐社会建设；二是，非企业组织发布社会责任报告可以带动与其相关联或受其监管的企业和非企业组织发布社会责任报告，在整个行业范围内形成积极开展社会责任实践及主动披露履责信息和绩效的良好氛围；三是，非企业组织通过报告可以实现与利益相关方的有效沟通，可以及时发现和总结组织运营过程中的问题，提高组织的可持续发展能力。

鉴于非企业组织能够披露社会所关注的问题，并在全社会范围内形成履责的良好氛围，我们依据“金蜜蜂社会责任报告评估体系2012”（简称GBEE-CRAS 2012），对2012年中国非企业组织发布的社会责任报告进行全面的评估和分析，总结非企业组织社会责任报告的特点及发展趋势，并对非企业组织社会责任报告的未来发展提出了相关建议。

### 一、中国非企业组织社会责任报告发布现状

#### （一）发布数量

非企业组织发布社会责任报告的数量在2012年呈现爆发性增长，占中国发布报告的比重显著增加。

表1 2006—2012非企业组织社会责任报告发布数量

| 名称 \ 年份     | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------------|------|------|------|------|------|------|------|
| 报告数量        | 1    | 1    | 1    | 5    | 6    | 9    | 181  |
| 占同期报告比重 (%) | 3.1  | 1.0  | 0.6  | 0.8  | 0.9  | 1.1  | 13.5 |

注：2012年报告发布数量数据截至2012年10月31日

表1显示：自2006年中国纺织工业协会发布社会责任报告以来，非企业组织发布社会责任报告数量总体呈持续增长趋势。2012年前10个月，非企业组织发布的社会责任报告为181份，相比之前年份，在数量和比重上都实现了大幅增长。

## （二）研究样本概况

本次研究的样本，主要来自网络、会议等公开渠道。截至2012年10月31日，共有148份非企业组织报告被纳入本次研究的评估样本。

### 1. 报告主体的地域分布

在评估样本中，报告发布主体主要来自于上海，报告数量占比高达95.3%，另外广东、北京、重庆分别占比2.7%、1.4%和0.7%，其他地域则未有涉及。

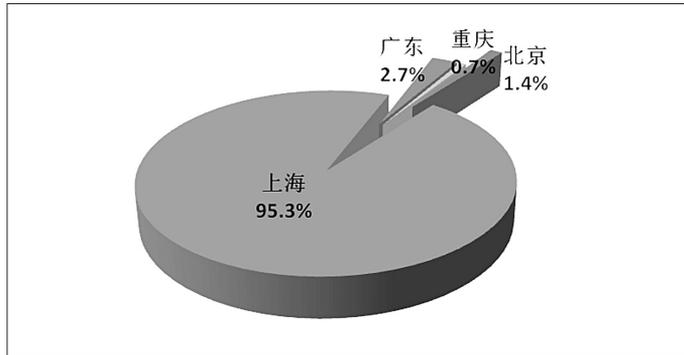


图1 报告主体地域分布

图1显示：发布社会责任报告的非企业组织主要集中在上海地区，广东、北京和重庆也有部分非企业组织发布了社会责任报告。

### 2. 发布报告的次数

在评估样本中，首次发布的社会责任报告比重达到98.0%。

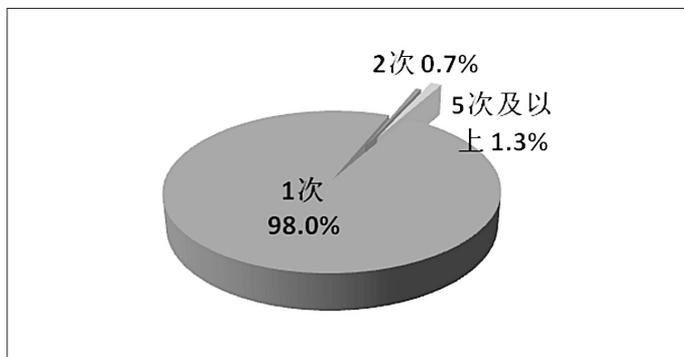


图2 报告发布次数

图2显示：绝大部分非企业组织社会责任报告为今年首次发布，但也有发布5次及以上的报告，占1.3%。

### 3. 报告篇幅

报告篇幅在50页以上的报告占60.3%，31至50页的报告占20.3%，11至30页的报告占14.2%，10页以下的报告占5.4%。

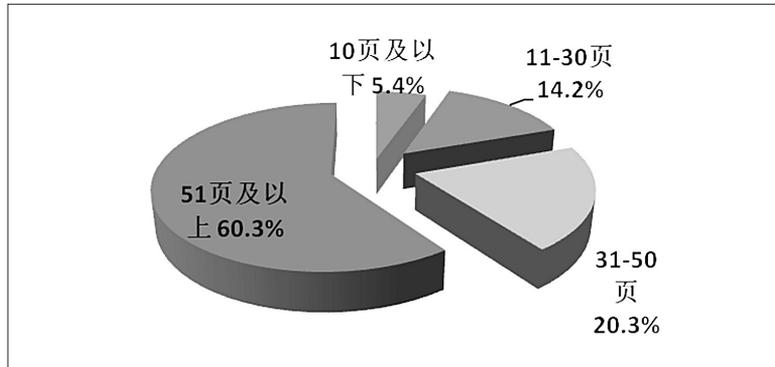


图3 报告页数

图3显示：非企业组织发布的报告的篇幅差异不大，超过80%的报告篇幅在30页以上，仅有5.4%的报告篇幅在10页以下。

### 4. 行业分布

本研究将非企业组织分为行业组织、医疗卫生机构<sup>1</sup>、政府机构<sup>2</sup>、教育机构<sup>3</sup>和其他组织<sup>4</sup>。其中，教育机构占59.5%，医疗卫生机构25.0%，政府机构占6.1%，行业组织和其他各占4.7%。

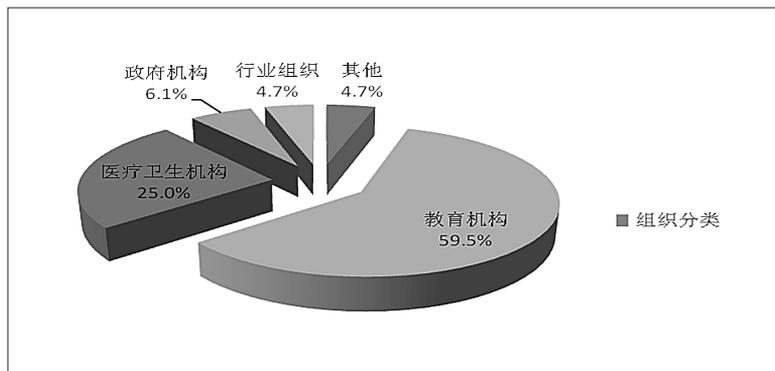


图4 非企业组织分类

图4显示：报告分布相对集中，教育机构和医疗卫生机构发布的报告相对较多。

1 医疗卫生机构包括医院、疗养院和血液中心等机构。  
2 政府机构包括司法局、法院等机构。  
3 教育机构包括大学、职业学校、中学、幼儿园等机构。  
4 其他组织包括图书馆、房地产交易中心等未能分类的机构。

### 案例1 上海市长宁区人民法院——报告封面



资料来源：《上海市长宁区人民法院2011年社会责任报告》

### 案例2 上海市工人疗养院——报告封面



资料来源：《上海市工人疗养院2011年度社会责任报告》

### 案例3 上海理工大学——报告封面



资料来源：《上海理工大学社会责任报告（2011年度）》

## 二、中国非企业组织社会责任报告分析

本研究依据“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系2012”，从报告的完整性、可信性、可读性、绩效可比性、创新性和内容实质性六个维度对非企业组织报告进行评估。

2012年，非企业组织报告总得分率为40.5%，总体处于起步阶段，各个组织的得分率差异不大。

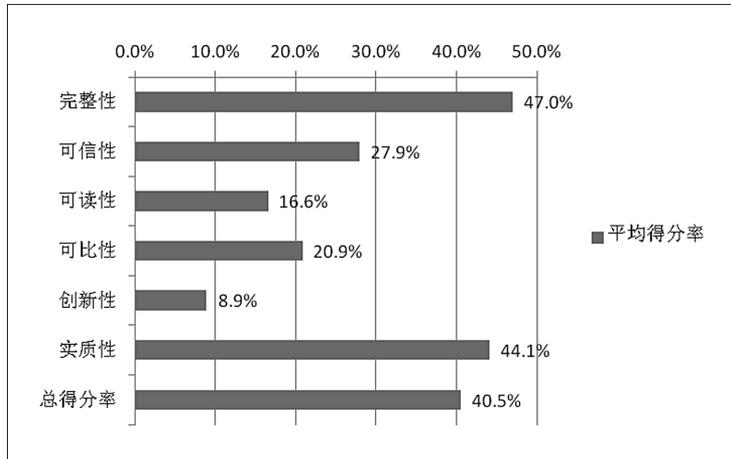


图5 2012年非企业组织报告质量分析

从评估的六个维度来看，非企业组织在每个维度的得分率均有很大的提升空间。报告总体在完整性和内容实质性方面得分率相对较高，而在创新性方面得分率较低。

### （一）结构完整性

结构完整性包括组织概况、报告参数、战略与治理、高管声明、利益相关方、风险机遇分析、实践内容、计划内容八个方面。评估样本的结构完整性平均得分率为47.0%，下面是各指标的平均得分率情况。

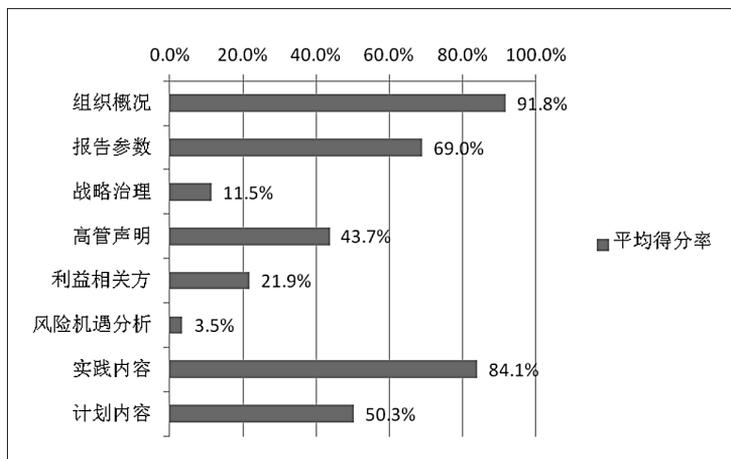


图6 结构完整性

图6显示：报告对组织概况、报告参数、实践内容等三个方面的披露较为全面，平均得分率均在60%以上，其中公司概况平均得分率超过90%；对战略与治理、利益相关方和风险机遇分析等方面的披露相对不足，得分率相对较低。总体来说，多数报告结构比较完整，能够对组织信息、报告信息、履责信息进行较为全面的披露，但对战略与治理、利益相关方和风险机遇分析进行披露的报告则只占少数。

#### 案例4 上海师范大学天华学院——报告参数

**【报告主体】**：上海师范大学天华学院。

**【报告时间】**：本报告涉及内容的时间范围是2011年1月1日至12月31日，由于高校学期的连贯性以及活动的延续性等原因，部分内容超出了上述范围。

**【编写标准】**：本报告的编制依据，主要遵循《上海文明单位社会责任报告》中有关“事业类文明单位社会责任报告指标要求”。

**【数据来源】**：学院正式文件、统计报告以及各部门在社会责任履行情况上的部门数据汇总。本报告所引用的2011年数据为初步统计数据，可能与最终数据略有差异。

**【称谓说明】**：为了报告的行文方便，上海师范大学天华学院在本报告中也称“天华学院”、“天华”、“我们”、“学院”。

**【学院地址】**：上海市嘉定区胜辛北路1661号。

资料来源：《上海师范大学天华学院2011年度社会责任报告》

#### 案例5 上海海事大学——发展定位

根据办学指导思想，学校确定了具有鲜明时代特征的发展定位：

**目标定位**——2010年基本建成以航运为特色，多学科协调发展的教学研究型大学；2020年成为世界高水平的海事大学。

**类型定位**——教学型；向教学研究型发展。

**层次定位**——以本科教育为主，积极发展研究生教育；到2010年研究生人数占在校生的比例达到20%。

**学科定位**——以航运技术、经济与管理为特色，注重学科交叉，形成工学、管理学、经济学、法学和文学等多学科协调发展的学科群体。

**服务面向定位**——培养立足航运，依托上海，服务全国，面向世界的应用型高级航运人才。在《上海海事大学“十一五”（2006-2010年）教育事业发展规划》中，学校进一步提出了“十一五”期间发展的主要指标，体现出较为清晰的办学思路和办学特色。

资料来源：《上海海事大学2011年度社会责任报告》

## 案例6 上海市长宁区人民检察院——报告目录

|        |            |    |
|--------|------------|----|
| 1.     | 单位概况       | 3  |
| 1.1.   | 组织介绍       | 3  |
| 1.2.   | 精神文明工作组织机构 | 5  |
| 2.     | 主要参数       | 6  |
| 2.1.   | 员工责任       | 6  |
| 2.1.1. | 员工教育       | 6  |
| 2.1.2. | 权益保护       | 15 |
| 2.2.   | 服务责任       | 20 |
| 2.2.1. | 科学民主决策     | 20 |
| 2.2.2. | 政务公开       | 22 |
| 2.2.3. | 服务规范       | 28 |
| 2.3.   | 诚信责任       | 34 |
| 2.3.1. | 守法与执法      | 34 |
| 2.3.2. | 诚信建设       | 43 |
| 2.3.3. | 社会诚信形象     | 46 |
| 2.4.   | 社区责任       | 52 |
| 2.4.1. | 救灾与慈善捐助    | 52 |
| 2.4.2. | 志愿服务       | 55 |
| 2.5.   | 环保责任       | 62 |
| 2.5.1. | 低碳节能       | 62 |
| 2.5.2. | 环保形象       | 64 |

资料来源：《上海市长宁区人民检察院2011年社会责任报告》

### (二) 报告可信性

报告可信性包括表述客观性、利益相关方评价、社会责任专家评价、第三方审验和信息来源五个方面。评估样本可信性平均得分为27.9%，下面是各指标的平均得分率情况。

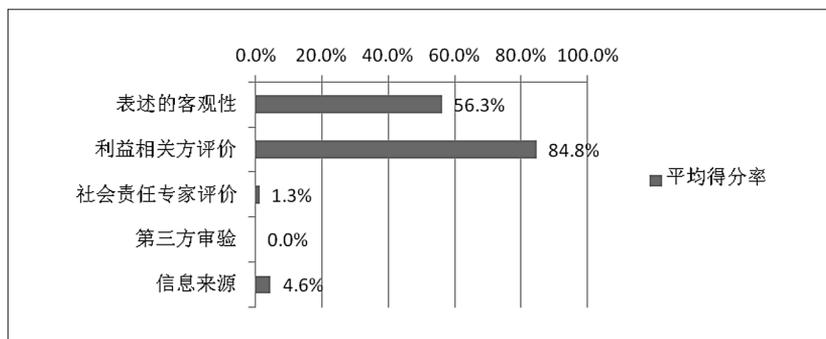


图7 报告可信性

图7显示：84.8%的报告包含了利益相关方的评价，56.3%的报告能对履责信息进行客观表述，但是披露社会责任专家评价和标注信息来源的报告占比极低，且未有报告披露经第三方审验的情况。

### (三) 报告可读性

报告可读性包括信息清晰定位、信息清晰表达、信息饱和度、色彩、版式五个方面。评估样本的可读性平均得分率为16.6%，下面是各指标平均得分率情况。

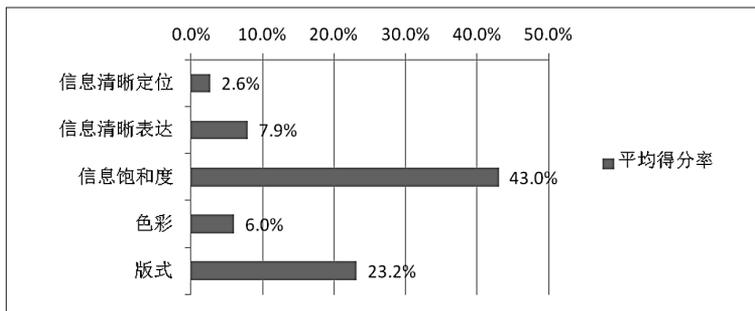


图8 报告可读性

图8显示：可读性的各个指标的平均得分率普遍不高。其中，除信息饱和度方面的平均得分率达到43.0%以及版式布局合理指标的得分率为23.2%外，其余三项指标得分率均在10%以下。

#### （四）绩效可比性

绩效可比性包括纵向可比、行业内可比、跨行业可比三个方面。评估样本的绩效可比性平均得分率为20.9%，下面是各指标的平均得分率情况。

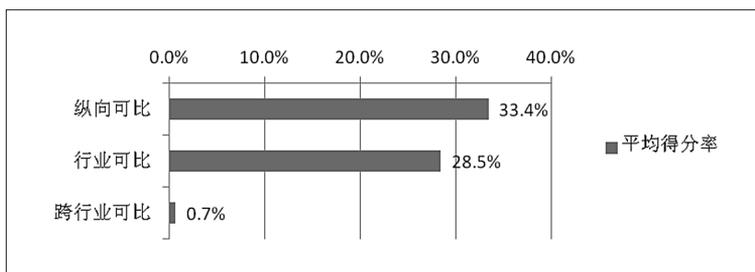
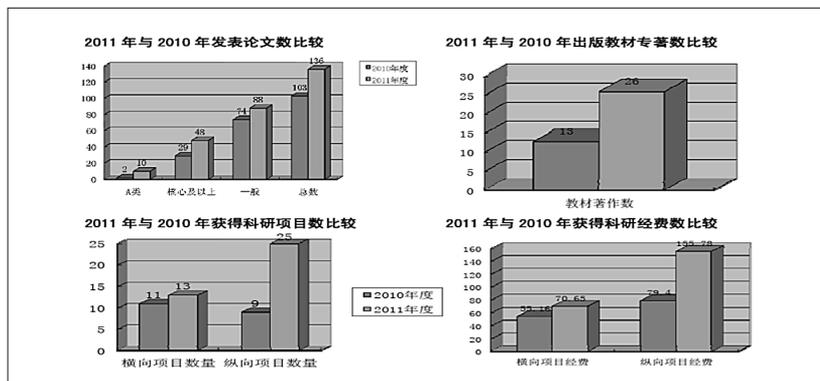


图9 绩效可比性

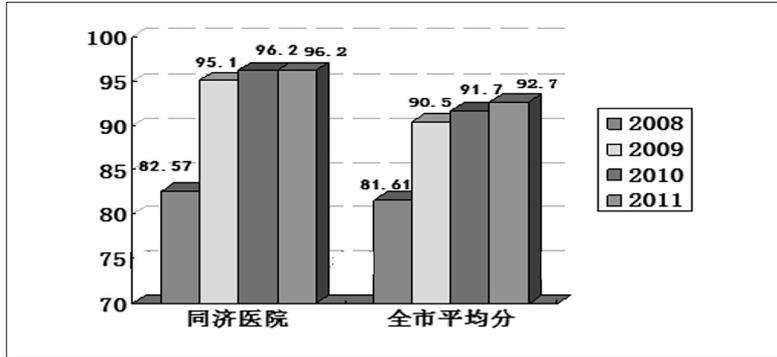
图9显示：报告纵向可比和行业可比平均得分率远高于跨行业可比平均得分率，其中纵向可比性的平均得分率又略高于行业可比性。

#### 案例7 上海出版印刷高等专科学校——跨年度绩效可比



资料来源：《上海出版印刷高等专科学校2011年度社会责任报告》

**案例8 上海市同济医院——行业内绩效对比**



资料来源：《上海市同济医院2011年社会责任报告》

**(五) 报告创新性**

报告创新性包括理念创新、结构创新、形式创新三个层面的内容。评估样本在创新性方面的平均得分率为8.9%，下面是各指标的平均得分率情况。

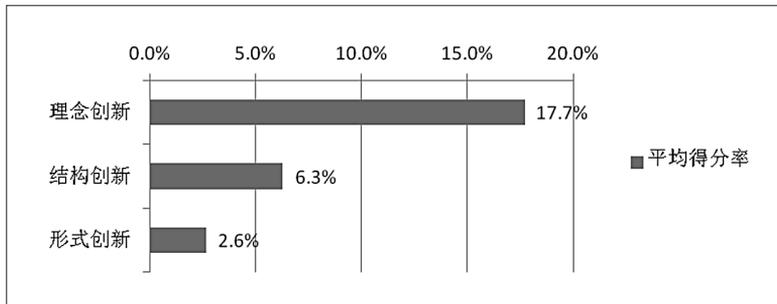


图10 报告的创新性

图10显示：理念创新的平均得分率为17.7%，而结构创新和形式创新的平均得分率均未超过10%。非企业组织一定程度上注重树立并宣传符合自身发展特点的社会责任理念，但在报告结构方面则相对缺乏特色，报告形式也多以平叙为主。

**(六) 内容实质性**

内容实质性包括识别利益相关方、利益相关方要求和期望、沟通的渠道和方式等八个方面，其中每个方面都涉及到出资人、员工、客户、环境、社区、政府、供应商、同行、社会组织、金融机构和监管机构等十二个利益相关方。评估样本在内容实质性方面的平均得分率为44.1%，下面是报告在内容实质性方面的指标覆盖情况。

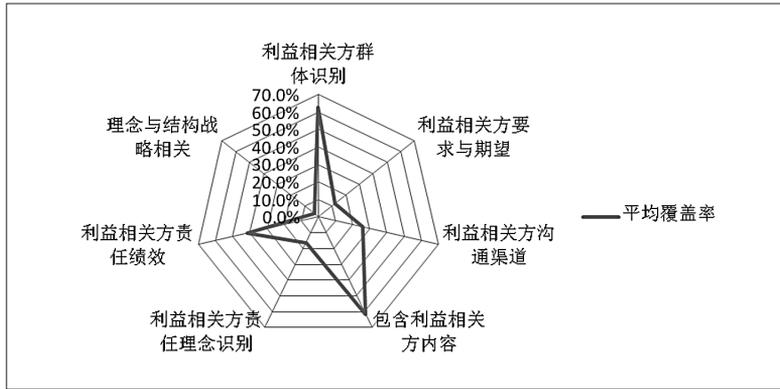


图11 内容实质性（广度）

图11显示：所评报告在利益相关方群体识别、包含利益相关方内容、利益相关方责任绩效方面有着相对较高的指标覆盖率，在利益相关方要求和期望、责任理念和战略相关等方面指标覆盖率较低。

案例9 上海科技管理干部学院——识别利益相关方



资料来源：《上海科技管理干部学院2011年社会责任报告》

案例10 上海应用技术学院——利益相关方沟通机制

| 利益相关方   | 沟通方式  | 回应措施与成效   |
|---------|---|---|
| 政府      | 法律法规；政策指示发布；落实会议精神；工作汇报；日常工作沟通；报告；视察；合作；拜访。 | 坚定理想信念；提升办学质量；创新人才培养模式；官产学研合作。                      |
| 学生（及家长） | 教育教学；社会实践；师生交流与谈话；学生评教；各种座谈会；家长会；电话；邮箱。     | 提高教育教学质量；提高就业率。                                     |
| 教职工     | 聘用合同；意见与建议；工会；党务公开；校务公开；职工代表大会。             | 增强教职工参与学校管理的主动性和积极性；保障教职工合法权益；关注干部职工发展；增加福利待遇。      |
| 行业企业    | 日常联络；企业对人才需求的反馈机制；调查问卷；合作协议；上门拜访和意见咨询；校企合作。 | 加强应用技术的研发；增强科研成果转化能力；提高服务区域经济社会发展能力；培养学生实践能力；产学研合作。 |
| 合作伙伴    | 合作协议；高层互动；会晤；定期会议。                          | 合作领域与合作方式创新；提高合作效率。                                 |
| 社会与社区   | 党建合作；开展志愿服务活动；支援社区建设；支持社区文化、体育、艺术活动；保护社区环境。 | 社区文明同创共建；建设有效的大区域党建合作机制；公益捐赠；志愿者服务；公民素质培养。          |
| 社会学术团体  | 参加协会并担任职务；积极参与组织活动。                         | 提高社会学术团体对学校的认知度；保持有效的沟通与合作。                         |
| 媒体及社会大众 | 新闻发布；信息沟通磋商；电话、邮件、传真信息联络；日常采访、来电、来访；网站。     | 加强与媒体及社会大众的沟通；与媒体合作；提高学校社会美誉度和知名度。                  |

资料来源：《上海应用技术学院2011年度社会责任报告》

### 案例11 第二军医大学第一附属医院——责任理念与方针

本报告内容涵盖 2011 年 1 月 1 日到 2011 年 12 月 31 日期间, 第二军医大学第一附属医院在履行文明单位社会责任方面的表现, 涉及利益相关者包括:

- 患者及家属——以病人为中心, 提供优质服务
- 员工——保障个人权益、注重职业发展
- 政府——遵纪守法, 勇于承担, 完成交办任务
- 传媒——接受监督、尽心回馈大众
- 供应商与承包商——履约与担当

资料来源: 《第二军医大学第一附属医院2011年社会责任报告》

### 案例12 长宁区初级职业技术学校——责任理念



资料来源: 《上海市长宁区初级职业技术学校2011年社会责任报告》

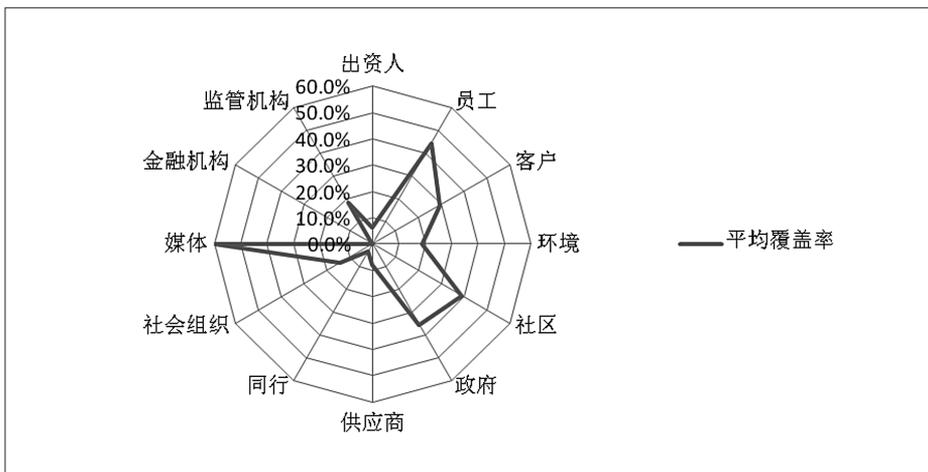


图12 内容实质性 (深度)

图12显示：评估样本在员工、客户、社区、政府、媒体等基本利益相关方的指标覆盖率较高，但对出资人、环境、同行、社会组织、监管机构等的履责信息披露相对不足。

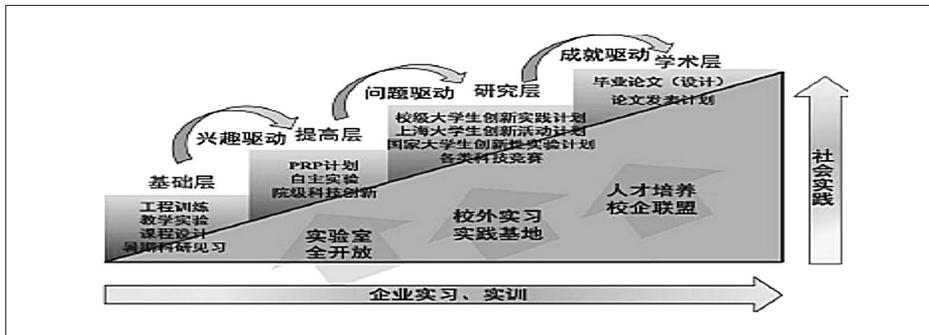
从评估结果来看，评估样本在披露对各利益相关方的履责信息方面呈现两个特点：其一，对基本利益相关方中的员工、社区、政府、媒体等的相关指标的信息披露比较全面，例如对劳资问题、安全生产措施、培训发展、公益捐赠、遵纪守法及注重媒体评价等做了较为全面的描述；其二，对与环境、同行、供应商、金融机构、监管机构等利益相关方相关指标的信息披露较少，特别是对生态系统保护、供应商管理等相关指标的披露较少。

**案例13 复旦大学附属华山医院——员工培训**



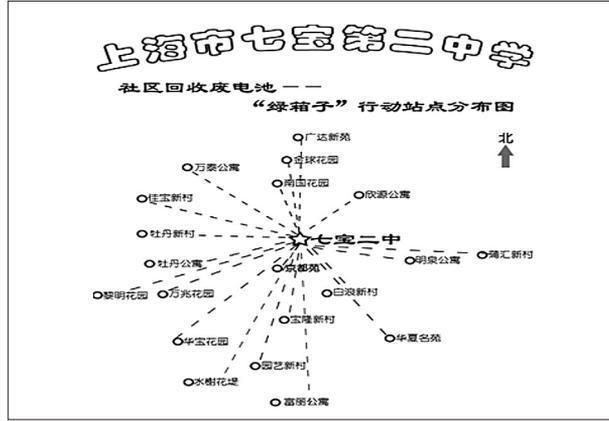
资料来源：《复旦大学附属华山医院2011年社会责任报告》

**案例14 上海交通大学——育人理念**



资料来源：《上海交通大学2011年度社会责任报告》

案例15 上海市七宝第二中学——社区回收废电池——“绿箱子”行动



资料来源：《上海市七宝第二中学2011年度社会责任报告》

案例16 上海市第十人民医院——低碳节能

| 项目        | 2010年(1-12月)  | 2011年(1-12月)  | 同比(%)  | 备注                   |
|-----------|---------------|---------------|--------|----------------------|
| 水         | 539356(立方米)   | 503254(立方米)   | 下降7%   |                      |
| 电         | 13069681(千瓦时) | 15929516(千瓦时) | 上升22%  | 2010年12月门诊楼改建后投入使用   |
| 煤气        | 3176614(立方米)  | 3132579(立方米)  | 下降1.4% |                      |
| 锅炉        | 1383472(立方米)  | 1729703(立方米)  | 上升25%  | 用汽量增加                |
| 溴化锂       | 1664215(立方米)  | 1439097(立方米)  | 下降14%  | 控制温度和使用时间            |
| 每万元收入消耗能源 | 177元          | 176元          | 下降0.6% | 2010年8月起煤气涨0.25元/立方米 |

资料来源：《上海市第十人民医院文明单位社会责任报告书》

案例17 中山医院——社会志愿服务



资料来源：《中山医院2011社会责任报告》

### 三、主要发现和建议

#### (一) 主要发现

##### 1. 报告数量呈现爆发性增长，意义巨大

非企业组织社会责任报告发布数量呈现爆发性增长，且所占中国报告发布总数的比重呈增长趋势。发布社会责任报告的非企业组织主要集中在上海，占95.3%，其他区域仅有少数非企业组织发布社会责任报告。发布报告的非企业组织集中于社会高度关注的是教育、医疗卫生领域。

##### 2. 报告质量总体处于起步阶段，少数报告具备较高水准

98.6%的报告处于起步和发展阶段，其质量有很大的提升空间。仅有0.7%的报告处优秀阶段，具备较高的水准，但仍存在一定的提升空间。

表2 中国非企业组织社会责任报告类型分布 (2012)

| 报告类型<br>(级别) | 得分区间   | 报告特性  | 报告数量 | 比重    |
|--------------|--------|---|------|-------|
| 卓越 (A+)      | 80分以上  | 报告结构完整，信息披露系统且层次清晰，具有高度的可比性、可信性和创新性，以及极好的可读性      | 0    | 0     |
| 优秀 (A)       | 70-79分 | 报告结构比较完整，信息披露较为全面且较为层次清晰，具有较高可比性、可信性和创新性，以及良好的可读性 | 1    | 0.7%  |
| 追赶 (B)       | 60-69分 | 报告结构基本完整，信息披露全面且具有一定层次性，具有一定的可比性、可信性和创新性，以及一定的可读性 | 1    | 0.7%  |
| 发展 (C)       | 40-59分 | 报告结构不太完整，信息披露尚完整，具有一定的可比性、可信性，以及一定的可读性            | 74   | 50.0% |
| 起步 (D)       | 40分以下  | 报告结构不太完整，信息披露缺乏层次性                                | 72   | 48.6% |

##### 3. 报告内容具有较好的实质性，但对部分指标的披露相对欠缺

报告普遍对员工、客户、环境、社区等基本利益相关方的责任实践信息作了较为系统全面的披露，尤其对安全生产、员工培训、社区参与及媒体评价等与组织业务相关和利益相关方密切关注的议题进行了全面的介绍。部分报告还对相关责任绩效作了详细披露，总体上具有较好的实质性。但大多数报告对利益相关方期望、沟通、出资人、供应商等利益相关方有关指标的披露则相对欠缺。

##### 4. 部分报告披露了优秀的社会责任理念

评估样本中有理念创新的报告数量达到49份，占比33.1%，其中不乏优秀的理念，具有较好的示范意义，如“勤奋、求是、开拓、创新”、“信义勤爱，思学志远”、“博学而笃志，切问而近思”、“精、诚、勤、和”等。

### 5. 政府和监管机构的引导是重要驱动力

政府和监管机构的引导是非企业组织发布报告的重要驱动力。上海市精神文明办号召全市3000多家文明单位发布报告。上海市长宁区政府等积极组织其所管辖范围内的教育、医疗卫生等机构发布社会责任报告，其中发布的报告数量占评估样本的比重接近1/5。

## (二) 建议

### 1. 深化对社会责任报告价值的认识

非企业组织应该把握和发掘社会责任报告的丰富内涵，加深对社会责任报告的认知和认同。非企业组织应该充分认识社会责任报告在提升组织美誉度方面的重要作用，通过编写社会责任报告，梳理和制定组织的发展战略，及时了解组织日常管理中的不足并明确改进方向和重点，反映在社会责任报告中，树立组织负责任的形象；非企业组织应该重视社会责任报告作为组织与利益相关方沟通的桥梁作用，通过编制社会责任报告及时回应利益相关方期望和要求，明确报告的重点和核心议题，增强报告内容的针对性和信息披露的有效性，实现与利益相关方及时而有效的沟通；非企业组织应该深刻理解社会责任报告在和谐社会建设中的作用，通过社会责任报告披露其经营状况和成效，在促进组织自身成长的同时，促进和谐社会建设，实现与社会的共同可持续发展。

### 2. 提升非企业组织报告的质量，增强报告的实质性

非企业组织应该从战略与治理、风险机遇分析和计划内容等方面增强报告的完整性，从专家评价及审验等渠道增强报告的可信性，对报告版式、色彩等进行设计，增强报告的可读性，通过披露更多的绩效信息，增强报告的绩效可比性，通过理念、结构和形式的创新提高报告的创新性。非企业组织应从广度和深度两个方面加大社会责任报告的信息披露力度，增强报告的实质性。在报告的广度方面，非企业组织需要综合考虑组织所处的行业和自身特性，使报告能够尽量覆盖组织的利益相关方以及与各利益相关方相关的议题，加强对出资人、环境、供应商、监管机构和同行等利益相关方相关信息的披露，特别是加强对经济责任和环境责任的披露。在报告的深度方面，系统披露非企业组织的社会责任理念、行动和绩效，特别是加大组织在满足利益相关方期望、利益相关方沟通、利益相关方责任理念与战略相关等方面的信息披露力度。

### 3. 呼吁全社会共同关注非企业组织社会责任报告编制工作

非企业组织社会责任报告编制工作应该是需要全社会共同关注的话题。一是政府、监管机构、NGO及社会责任管理咨询机构等应该根据非企业组织的实际需要和利益相关方的要求，编制适用于非企业组织的社会责任报告编制指引或相关文件，规范非企业组织报告编制的结构、形式及内容，引导和鼓励非企业组织科学编制社会责任报告；二是个人和组织应该重视其作为相关非企业组织利益相关方对非企业组织编制报告的重要作用，积极参与到相关非企业组织编制报告的过程中去，参与议题的识别，对报告编制提出具体改进意见，另外，非企业组织需要创造条件，支持利益相关方采取多种方式参与到社会责任报告的编制过程中来；三是非企业组织应该重视其社会责任报告编制工作，通过参与报告编制培训、经验交流及社会责任报告集中发布等活动学习和借鉴报告编制的先进经验，努力编制高质量的社会责任报告。

#### 4. 积极编制社会责任报告，以报告促进管理实践

社会责任报告能有效地推动组织开展全面的社会责任管理实践。一是在编制报告的过程中，非企业组织应该由外而内地深入审视组织与社会的互动关系，全面分析组织的发展战略和风险机遇，将社会责任理念融入组织发展战略，提升组织的战略和风险机遇管理能力；二是通过编制报告及时梳理组织的社会责任实践，总结和发现组织社会责任管理的优点和不足，制定明确的社会责任规划，有计划、有步骤地开展社会责任实践，持续提升和改进社会责任管理和实践；三是通过报告不断追求组织管理的最佳状态，将履行社会责任的要求融入组织运营全过程和日常管理，明确组织内部各部门、各岗位的社会责任管理职责，逐步完善社会责任管理机构，建立社会责任管理机制，不断提升社会责任绩效。

## 附录2 2012年中国社会责任报告发布企业名单

### 安 徽

安徽海螺水泥股份有限公司  
安徽合力股份有限公司  
安徽淮南矿业集团有限责任公司  
安徽江淮汽车股份有限公司  
安徽科大讯飞科技股份有限公司  
安徽全柴动力股份有限公司  
安徽水利开发股份有限公司  
安徽皖通高速公路股份有限公司  
安徽皖通科技股份有限公司  
安徽皖维高新材料股份有限公司  
安徽鑫科新材料股份有限公司  
国家电网安徽省电力公司  
国元证券股份有限公司  
合肥荣事达三洋电器股份有限公司  
华孚色纺股份有限公司  
马鞍山钢铁股份有限公司  
马钢（集团）控股有限公司  
洽洽食品股份有限公司  
时代出版传媒股份有限公司  
铜陵有色金属集团股份有限公司  
中粮生物化学（安徽）股份有限公司  
安泰科技股份有限公司

### 北 京

百度  
天地科技股份有限公司  
北京北辰实业股份有限公司  
北京北陆药业股份有限公司  
北京城建投资发展股份有限公司北京  
北京电子城投资开发股份有限公司  
北京钢研高纳科技股份有限公司  
北京歌华有线电视网络股份有限公司  
北京国瑞兴业地产股份有限公司  
北京昊华能源股份有限公司  
北京建工集团有限责任公司

北京金隅股份有限公司  
北京金自天正智能控制股份有限公司  
北京京能热电股份有限公司  
北京空港科技园区股份有限公司  
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司  
北京首都开发股份有限公司  
北京双鹤药业股份有限公司  
北京天坛生物制品股份有限公司  
北京同仁堂股份有限公司  
北京万通地产股份有限公司  
北京燕京啤酒股份有限公司  
北京银行股份有限公司  
北京中科三环高技术股份有限公司  
北京中坤投资集团有限公司  
北京中长石基信息技术股份有限公司  
北矿磁材科技股份有限公司  
北汽福田汽车股份有限公司  
北人印刷机械股份有限公司  
北新集团建材股份有限公司  
彩虹集团公司  
大恒新纪元科技股份有限公司  
大唐电信集团  
大唐国际发电股份有限公司  
方兴地产（中国）有限公司  
东方雨虹防水技术股份有限公司  
国电电力发展股份有限公司  
国家电网北京市电力公司  
国家电网公司  
国家核电技术有限公司  
国家开发投资公司  
国家开发银行  
国投中鲁果汁股份有限公司  
国药集团药业股份公司  
航天信息股份有限公司  
华电国际电力股份有限公司  
华能国际电力股份有限公司  
华润万东医疗装备股份有限公司  
华润雪花啤酒有限公司

|                  |                |
|------------------|----------------|
| 华夏银行股份有限公司       | 中国矿冶研究总院       |
| 嘉事堂药业股份有限公司      | 中国光大银行         |
| 金融街控股股份有限公司      | 中国国电集团公司       |
| 京东方科技集团股份有限公司    | 中国国际工程咨询公司     |
| 经纬纺织机械股份有限公司     | 中国国际智力技术合作公司   |
| 乐普（北京）医疗器械股份有限公司 | 中国国旅集团有限公司     |
| 龙源电力集团股份有限公司     | 中国海洋石油总公司      |
| 神华集团有限责任公司       | 中国航空油料集团公司     |
| 首钢集团             | 中国航天科工集团公司     |
| 太极计算机股份有限公司      | 中国航天科技集团公司     |
| 同方股份有限公司         | 中国核工业建设集团公司    |
| 李宁有限公司           | 中国核能电力股份有限公司   |
| 五矿发展股份有限公司       | 中国恒天集团有限公司     |
| 新华人寿保险股份有限公司     | 中国互联网络信息中心     |
| 信达地产股份有限公司       | 中国华电集团公司       |
| 易才集团             | 中国华能集团公司       |
| 用友软件股份有限公司       | 中国化工集团公司       |
| 有研半导体材料股份有限公司    | 中国化学工程股份有限公司   |
| 远洋地产控股有限公司       | 中国黄金集团公司       |
| 中兵光电科技股份有限公司     | 中国黄金国际资源公司     |
| 中储发展股份有限公司       | 中国机械工业集团有限公司   |
| 中国北车股份有限公司       | 中国建设银行股份有限公司   |
| 中国兵器工业集团公司       | 中国建筑材料集团有限公司   |
| 中国玻纤股份有限公司       | 中国建筑股份有限公司     |
| 中国诚通控股集团有限公司     | 中国交通建设股份有限公司   |
| 中国储备粮集团总公司       | 中国矿冶研究总院       |
| 中国储备棉管理总公司       | 中国联合网络通信集团有限公司 |
| 中国船舶工业集团公司       | 中国林业集团公司       |
| 中国船舶重工股份有限公司     | 中国铝业公司         |
| 中国船舶重工集团公司       | 中国铝业股份有限公司     |
| 中国电力工程顾问集团公司     | 中国煤炭地质总局       |
| 中国电力建设集团公司       | 中国民生银行股份有限公司   |
| 中国电力投资集团公司       | 中国南车股份有限公司     |
| 中国电信集团公司         | 中国农业银行股份有限公司   |
| 中国电子科技集团公司       | 中国普天信息产业集团公司   |
| 中国电子信息产业集团有限公司   | 中国轻工集团公司       |
| 中国东方红卫星股份有限公司    | 中国人寿保险股份有限公司   |
| 中国对外经济贸易信托有限公司   | 中国石油化工股份有限公司   |
| 中国泛海控股集团         | 中国石油化工集团公司     |
| 中国钢研科技集团有限公司     | 中国石油天然气股份有限公司  |
| 中国工商银行股份有限公司     | 中国石油天然气集团公司    |
| 中国工艺集团公司         | 中国水利水电建设股份有限公司 |

中国铁建股份有限公司  
中国铁路物资股份有限公司  
中国外运长航集团  
中国五矿集团公司  
中国信达资产管理股份有限公司  
中国盐业总公司  
中国冶金地质总局  
中国冶金科工股份有限公司  
中国医药保健品股份有限公司  
中国医药集团公司  
中国移动通信集团公司  
中国银行  
中国有色金属建设股份有限公司  
中国有色矿业集团有限公司  
中国远洋控股股份有限公司  
中国远洋运输（集团）总公司  
中国长江电力股份有限公司  
中国长江三峡集团公司  
中国中钢集团公司  
中国中铁股份有限公司  
中国总会计师杂志社  
中国神华能源股份有限公司  
中海油田服务股份有限公司  
中国中化集团公司  
中建三局装饰有限公司  
中粮集团  
中煤能源集团  
中牧实业股份有限公司  
中青旅控股股份有限公司  
中丝集团公司  
中外运空运发展股份有限公司  
中信国安信息产业股份有限公司  
中信建设有限责任公司  
中信银行

**福 建**

福建东百集团股份有限公司  
福建发展高速公路股份有限公司  
福建凤竹纺织科技股份有限公司  
福建冠福现代家用股份有限公司  
福建海源自动化机械股份有限公司

福建鸿博印刷股份有限公司  
福建龙净环保股份有限公司  
福建龙溪轴承（集团）股份有限公司  
福建闽东电力股份有限公司  
福建纳川管材料科技股份有限公司  
福建南纺股份有限公司  
福建南平太阳电缆股份有限公司  
福建七匹狼实业股份有限公司  
福建青松股份有限公司  
福建榕基软件股份有限公司  
福建三钢闽光股份有限公司  
福建三木集团股份有限公司  
福建三元达通讯股份有限公司  
福建省闽发铝业股份有限公司  
福建省南纸股份有限公司  
福建省青山纸业股份有限公司  
福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司  
福建省永安林业（集团）股份有限公司  
福建圣农发展股份有限公司  
福建实达集团股份有限公司  
福建水泥股份有限公司  
福建新大陆电脑股份有限公司  
福建星网锐捷通讯股份有限公司  
福建雪人股份有限公司  
福建浔兴拉链科技股份有限公司  
福建元力活性炭股份有限公司  
福建漳州发展股份有限公司  
福建中福实业股份有限公司  
福建中能电气股份有限公司  
福建众和股份有限公司  
福耀玻璃工业集团股份有限公司  
冠城大通股份有限公司  
国家电网福建省电力有限公司  
国脉科技股份有限公司  
华映科技（集团）股份有限公司  
九牧王股份有限公司  
梅花伞业股份有限公司  
匹克体育用品有限公司  
厦门国际银行  
厦门海翼集团有限公司  
厦门航空有限公司  
神州学人集团股份有限公司

石狮华联服装配件企业有限公司  
 泰禾集团股份有限公司  
 泰亚鞋业股份有限公司  
 天广消防股份有限公司  
 兴业银行  
 兴业证券股份有限公司  
 阳光城集团股份有限公司  
 永辉超市股份有限公司  
 漳州片仔癀药业股份有限公司  
 中国乔丹体育股份有限公司  
 中国武夷实业股份有限公司  
 紫金矿业集团股份有限公司  
 福建福晶科技股份有限公司  
 厦门国贸集团股份有限公司  
 厦门建发股份有限公司  
 厦门钨业股份有限公司  
 厦门夏商集团有限公司  
 盛屯矿业集团股份有限公司

## 甘 肃

甘肃省公路航空旅游投资集团有限责任公司  
 国家电网甘肃省电力公司  
 国投电力控股股份有限公司  
 金川集团有限公司

## 广 东

广东太阳神集团有限公司  
 碧桂园集团  
 TCL集团股份有限公司  
 保利地产  
 东莞市三正房地产开发有限公司  
 泛海建设集团股份有限公司  
 飞亚达集团股份有限公司  
 佛山电器照明股份有限公司  
 复地集团股份有限公司  
 佛山市泛澳投资有限公司  
 格力地产  
 格力电器股份有限公司  
 广东宝丽华新能源股份有限公司  
 广东德美精细化工股份有限公司

广东电力发展股份有限公司  
 广东电网韶关供电局  
 广东高乐玩具股份有限公司  
 广东广前阀门有限公司  
 广东海印集团股份有限公司  
 广东康力医药有限公司  
 广东科达机电股份有限公司  
 广东美的电器股份有限公司  
 广东韶能集团股份有限公司  
 广东生益科技股份有限公司  
 广东省大宝山矿业有限公司  
 广东省机场管理集团公司  
 广东省交通集团有限公司  
 广东省韶关钢铁集团有限公司  
 广东省韶关市汽运集团有限公司  
 广东省韶关烟草机械配件厂有限公司  
 广东省粤电集团有限公司  
 广东塔牌集团股份有限公司  
 广东五联木业集团有限公司  
 广东宜华木业有限公司  
 广发银行股份有限公司  
 广发证券股份有限公司  
 广深铁路股份有限公司  
 广州白云山制药股份有限公司  
 广州白云山制药股份有限公司广州白云山制药总厂  
 广州百货企业集团有限公司  
 广州发展实业集团股份有限公司  
 恒大集团  
 合富辉煌集团控股有限公司  
 广州海鸥卫浴用品股份有限公司  
 广州市广百股份有限公司  
 广州双桥股份有限公司  
 久泰能源(广州)有限公司  
 广州医药有限公司  
 广州证券有限责任公司  
 越秀地产股份有限公司  
 广州珠江啤酒集团有限公司  
 广州珠江实业集团有限公司  
 国民技术股份有限公司  
 国药集团一致药业股份有限公司  
 华润三九医药股份有限公司  
 华润万家

华为投资控股有限公司  
康美药业股份有限公司  
丽珠集团利民制药厂  
南方风机股份有限公司  
南方基金管理有限公司  
南海发展股份有限公司  
乳源瑶族自治县东阳光实业发展有限公司  
深圳能源集团股份有限公司  
深圳市科陆电子科技股份有限公司  
深圳市振业（集团）股份有限公司  
深圳市中金岭南有色金属股份有限公司  
天虹商场股份有限公司  
万科企业股份有限公司  
西陇化工股份有限公司  
湛江建设集团有限公司  
长城保险经纪有限公司  
长园集团股份有限公司  
招商局地产控股股份有限公司  
招商银行  
招商证券  
中国宝安集团股份有限公司  
中国广东核电集团  
中国国际海运集装箱（集团）股份有限公司  
中国南玻集团股份有限公司  
中国南方电网广东电网公司  
中国南方电网广州供电局有限公司  
中国南方电网深圳供电局有限公司  
中国南方电网有限责任公司  
中国南方航空股份有限公司  
中国平安保险（集团）股份有限公司  
中国长城计算机深圳股份有限公司  
中建钢构有限公司  
中炬高新技术实业（集团）股份有限公司  
中粮地产（集团）股份有限公司  
中山大洋电机股份有限公司  
中山华帝燃具股份有限公司  
中信证券股份有限公司  
中远航运股份有限公司  
珠海华发实业股份有限公司  
珠海市乐通化工股份有限公司  
珠海万力达电气股份有限公司  
棕榈园林股份有限公司

中国地板控股有限公司  
广船国际有限公司  
广州白云国际机场股份有限公司  
广州药业股份有限公司  
金地（集团）股份有限公司  
深圳发展银行股份有限公司  
深圳高速公路股份有限公司  
深圳华侨城股份有限公司  
深圳莱宝高科技股份有限公司  
深圳市大族激光科技股份有限公司  
深圳市格林美高新技术股份有限公司  
深圳市汇川技术股份有限公司  
深圳市机场股份有限公司  
深圳市农产品股份有限公司  
天音通信控股股份有限公司  
深圳市燃气股份有限公司  
深圳市盐田港股份有限公司  
深圳市远望谷信息技术股份有限公司  
深圳天源迪科信息技术股份有限公司  
深圳长城开发科技股份有限公司  
中兴通讯股份有限公司

## 广 西

广西桂东电力股份有限公司  
广西柳工机械股份有限公司  
广西柳工集团有限公司  
广西三威林产工业有限公司  
广西梧州中恒集团股份有限公司  
广西玉柴机器集团有限公司  
桂林广陆数字测控股份有限公司  
柳州化工股份有限公司  
喷施宝有限责任公司  
中国南方电网广西电网公司

## 贵 州

贵阳市公共交通（集团）有限公司  
贵州毕节金海集团  
贵州赤天化股份有限公司  
贵州赤天化集团有限责任公司  
贵州川恒化工有限责任公司

贵州钢绳(集团)有限责任公司  
 贵州钢绳股份有限公司  
 贵州高速公路开发总公司  
 贵州好一多乳业股份有限公司  
 贵州红星发展股份有限公司  
 贵州建工集团有限公司  
 贵州金象实业总公司  
 贵州开磷(集团)有限责任公司  
 贵州盘江投资控股(集团)有限公司  
 贵州黔源电力股份有限公司  
 贵州燃气(集团)有限责任公司  
 贵州省农村信用社联合社  
 贵州水城矿业(集团)有限责任公司  
 贵州天地药业有限责任公司  
 贵州同济堂制药有限公司  
 贵州铜仁和泰茶业有限公司  
 贵州乌江水电开发有限责任公司  
 贵州信邦制药股份有限公司  
 贵州盐业集团有限责任公司  
 贵州永红食品有限公司  
 贵州詹阳动力重工有限公司  
 南航贵州航空有限公司  
 七冶建设有限责任公司  
 瓮福(集团)有限责任公司  
 镇远县蔡酱坊有限公司  
 中国贵州茅台酒厂有限责任公司  
 中国南方电网贵州电网公司  
 中国移动通信集团贵州有限公司  
 中航工业贵州黎阳航空发动机(集团)有限公司  
 中航重机股份有限公司  
 中天城投集团股份有限公司

### 海 南

海虹企业(控股)股份有限公司  
 海南天然橡胶产业集团股份有限公司  
 华闻传媒投资集团股份有限公司  
 中国南方电网海南电网公司  
 中海(海南)海盛船务股份有限公司

### 河 北

保定天威保变电气股份有限公司

国家电网河北省电力公司  
 河北钢铁股份有限公司  
 河北钢铁集团  
 冀中能源股份有限公司  
 开滦(集团)有限责任公司  
 开滦能源化工股份有限公司  
 荣盛房地产发展股份有限公司  
 唐山冀东水泥股份有限公司  
 唐山三友化工股份有限公司  
 新兴铸管股份有限公司  
 长城汽车股份有限公司

### 河 南

安阳钢铁股份有限公司  
 雏鹰农牧集团股份有限公司  
 风神轮胎股份有限公司  
 国家电网河南省电力公司  
 好想你枣业股份有限公司  
 河南煤业化工集团有限责任公司  
 河南瑞贝卡发制品股份有限公司  
 河南神火煤电股份有限公司  
 河南双汇投资发展股份有限公司  
 河南通达电缆股份有限公司  
 河南同力水泥股份有限公司  
 河南新大新材料股份有限公司  
 河南豫光金铅股份有限公司  
 河南中孚实业股份有限公司  
 河南中原高速公路股份有限公司  
 华兰生物工程股份有限公司  
 焦作万方铝业股份有限公司  
 林州市绿能天然气有限公司  
 林州重机集团股份有限公司  
 洛阳玻璃股份有限公司  
 泰宏集团  
 许继电气股份有限公司  
 郑州三全食品股份有限公司  
 郑州宇通客车股份有限公司  
 中航光电科技股份有限公司

### 黑 龙 江

大庆油田有限责任公司

国家电网黑龙江电力公司  
 哈尔滨电气集团公司  
 哈药集团三精制药股份有限公司  
 黑龙江国中水务股份有限公司  
 黑龙江交通发展股份有限公司  
 万向德农股份有限公司  
 中国第一重型机械集团

涟源钢铁集团有限公司  
 绿之韵生物工程集团有限公司  
 三一重工股份有限公司  
 现代投资股份有限公司  
 岳阳兴长石化股份有限公司  
 中联重科股份有限公司  
 株洲时代新材料科技股份有限公司

**湖 北**

**吉 林**

安琪酵母股份有限公司  
 北方光电股份有限公司  
 东风汽车公司  
 东风汽车股份有限公司  
 烽火通信科技股份有限公司  
 光迅科技股份有限公司  
 汉口银行股份有限公司  
 航天时代电子技术股份有限公司  
 湖北凯乐科技股份有限公司  
 国家电网湖北省电力公司  
 湖北兴发化工集团股份有限公司  
 湖北宜化化工股份有限公司  
 华新水泥股份有限公司  
 华远地产股份有限公司  
 九州通医药集团股份有限公司  
 马应龙药业集团股份有限公司  
 天茂实业集团股份有限公司  
 武汉钢铁（集团）公司  
 武汉钢铁股份有限公司  
 长江证券股份有限公司  
 中国葛洲坝集团公司  
 中国葛洲坝集团股份有限公司

东北证券股份有限公司  
 国家电网吉林省电力有限公司  
 吉林敖东药业股份有限公司  
 吉林高速公路股份有限公司  
 吉林华微电子股份有限公司  
 吉林吉恩镍业股份有限公司  
 吉林森工股份有限公司  
 吉林省电力有限公司延边供电公司  
 吉林亚泰（集团）股份有限公司  
 苏宁环球股份有限公司  
 一汽轿车股份有限公司  
 长春市中小企业信用担保有限公司  
 中国第一汽车集团公司  
 中科英华高技术股份有限公司

**江 苏**

宝胜科技创新股份有限公司  
 创生控股有限公司  
 波司登股份有限公司  
 东吴证券股份有限公司  
 国家电网江苏省电力公司  
 黑牡丹（集团）股份有限公司  
 华泰证券股份有限公司  
 江南嘉捷电梯股份有限公司  
 江苏澳洋科技股份有限公司  
 江苏丹毛纺织股份有限公司  
 江苏亨通光电股份有限公司  
 江苏红豆实业股份有限公司  
 江苏康缘药业股份有限公司  
 江苏连云港港口股份有限公司  
 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

**湖 南**

爱尔眼科医院集团股份有限公司  
 方正证券  
 国家电网湖南省电力公司  
 湖南辰州矿业股份有限公司  
 湖南电广传媒股份有限公司  
 湖南华菱钢铁股份有限公司  
 华融湘江银行

天合光能有限公司  
 江苏茂通律师事务所  
 江苏宁沪高速公路股份有限公司  
 江苏神通阀门股份有限公司  
 江苏省电力公司常州供电公司  
 江苏省海门市供电公司  
 江苏维尔利环保科技股份有限公司  
 江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司  
 江苏扬农化工股份有限公司  
 江苏洋河酒厂股份有限公司  
 金陵饭店股份有限公司  
 海辉软件（国际）集团公司  
 无锡海辉软件有限公司  
 康力电梯股份有限公司  
 龙信建设集团有限公司  
 南京钢铁股份有限公司  
 南京红宝丽股份有限公司  
 南京化纤股份有限公司  
 南京栖霞建设股份有限公司  
 南京新港高科技股份有限公司  
 南京熊猫电子股份有限公司  
 南京银行股份有限公司  
 南通江山农药化工股份有限公司  
 上海美特斯邦威服饰股份有限公司  
 苏宁电器股份有限公司  
 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司  
 苏州农业担保有限公司  
 苏州新区高新技术产业股份有限公司  
 无锡威孚高科技股份有限公司  
 霞客环保色纺股份有限公司  
 徐工集团工程机械股份有限公司  
 扬子石化-巴斯夫有限责任公司  
 中材科技股份有限公司  
 中国石化扬子石油化工有限公司  
 中国石化仪征化纤股份有限公司  
 中国长江航运集团南京油运股份有限公司  
 中国中材国际工程股份有限公司

## 江 西

方大特钢科技股份有限公司  
 凤凰光学股份有限公司

国家电网江西省电力公司  
 江铃汽车股份有限公司  
 江西赣粤高速公路股份有限公司  
 江西铜业股份有限公司  
 江西长运股份有限公司  
 江中药业股份有限公司

## 辽 宁

鞍钢股份有限公司  
 鞍钢集团公司  
 大连港股份有限公司  
 大连泰德智囊管理顾问有限公司  
 大连獐子岛渔业集团股份有限公司  
 东软集团股份有限公司  
 国家电网辽宁省电力公司  
 锦州港股份有限公司  
 老百姓大药房连锁股份有限公司  
 辽宁成大股份有限公司  
 辽宁华锦通达化工股份有限公司  
 辽宁省电力有限公司朝阳供电公司  
 辽宁曙光汽车集团股份有限公司  
 凌源供电分公司  
 沈阳鼓风机集团股份有限公司  
 沈阳机床（集团）有限责任公司  
 沈阳金山能源股份有限公司  
 万达集团  
 营口港务股份有限公司  
 中国大连国际合作（集团）股份有限公司  
 中铁铁龙集装箱物流股份有限公司

## 内 蒙 古

内蒙古包钢稀土（集团）科技股份有限公司  
 内蒙古电力集团有限公司  
 内蒙古太平矿业有限公司  
 内蒙古霍林河露天煤业股份有限公司  
 内蒙古平庄能源股份有限公司  
 内蒙古伊利实业集团股份有限公司  
 内蒙古伊泰煤炭股份有限公司

宁夏

国家电网宁夏电力公司  
宁夏东方铝业股份有限公司  
宁夏银行股份有限公司  
宁夏英力特化工股份有限公司  
中冶美利纸业股份有限公司

青海

国家电网青海省电力公司  
黄河上游水电开发有限责任公司  
青海华鼎实业股份有限公司  
青海贤成矿业股份有限公司  
青海盐湖工业股份有限公司  
西部矿业股份有限公司  
西宁特殊钢铁股份有限公司

山东

保龄宝生物股份有限公司  
歌尔声学股份有限公司  
国家电网山东电力集团公司  
济南钢铁股份有限公司  
鲁商置业股份有限公司  
鲁泰纺织股份有限公司  
青岛海尔股份有限公司  
青岛海信电器股份有限公司  
兖州煤业股份有限公司  
青岛华仁药业股份有限公司  
青岛啤酒股份有限公司  
日照港股份有限公司  
软控股份有限公司  
山东博汇纸业股份有限公司  
山东东阿阿胶股份有限公司  
山东高速公路股份有限公司  
山东好当家海洋发展股份有限公司  
山东华泰纸业股份有限公司  
山东黄金集团有限公司  
山东金岭矿业股份有限公司  
山东金正大生态工程股份有限公司  
山东南山纺织服饰有限公司  
山东南山铝业股份有限公司

山东胜利股份有限公司  
山东太阳纸业股份有限公司  
山东新华医疗器械股份有限公司  
兖矿集团  
山推工程机械股份有限公司  
天诺光电材料股份有限公司  
潍柴动力股份有限公司  
烟台万华聚氨酯股份有限公司  
烟台张裕葡萄酒股份有限公司  
兖州煤业股份有限公司  
银座集团股份有限公司

山西

大秦铁路股份有限公司  
大同煤矿集团有限责任公司  
晋西车轴股份有限公司  
山西高平科兴南阳煤业有限公司  
山西焦煤集团有限责任公司  
山西晋城无烟煤矿业集团有限责任公司  
山西凯嘉能源集团有限公司  
山西兰花科技创业股份有限公司  
山西兰花煤炭实业集团有限公司  
山西潞安环保能源开发股份有限公司  
国家电网山西省电力公司  
山西水塔醋业股份有限公司  
山西太钢不锈钢股份有限公司  
山西通宝能源股份有限公司  
山西西山煤电股份有限公司  
山西喜跃发公司  
山西泽州天泰锦辰煤业有限公司  
太原钢铁(集团)有限公司  
太原理工天成科技股份有限公司  
太原煤气化股份有限公司  
太原双合成食品有限公司  
亚宝药业集团股份有限公司  
中煤平朔集团有限公司

陕西

宝鸡钛业股份有限公司  
金堆城铝业股份有限公司  
陕西府谷县沙沟岔矿业有限公司

陕西府谷县亿德镁合金有限公司  
 陕西煤业化工集团有限责任公司  
 陕西汽车集团有限责任公司  
 陕西省地方电力（集团）有限公司  
 国家电网陕西省电力公司  
 陕西省国际信托股份有限公司  
 陕西延长石油（集团）有限责任公司  
 陕西医药控股集团有限责任公司  
 伟志集团  
 西安飞机国际航空制造股份有限公司  
 西安航空动力股份有限公司  
 西安开元投资集团股份有限公司  
 西安曲江文化产业投资（集团）有限公司  
 西安陕鼓动力股份有限公司  
 西安银行股份有限公司  
 榆林矿业集团有限公司  
 榆林市杨伙盘煤矿有限公司  
 中国西电集团公司  
 中航工业西安飞机工业（集团）有限责任公司  
 中煤地航测遥感局有限公司

## 上 海

中航国际租赁有限公司  
 浦发银行  
 M50创意园区  
 安信信托投资股份有限公司  
 宝钢集团有限公司  
 宝山钢铁股份有限公司  
 大众交通（集团）股份有限公司  
 东航期货经纪有限责任公司  
 东吴期货有限公司  
 东亚联合控股（集团）有限公司  
 方正科技集团股份有限公司  
 光大期货有限公司  
 光大证券股份有限公司  
 光明乳业股份有限公司  
 国泰基金管理有限公司  
 国泰君安期货有限公司  
 国投中谷期货有限公司  
 海通期货有限公司  
 海通证券股份有限公司  
 海证期货有限公司

恒泰期货有限公司  
 恒源祥（集团）有限公司  
 沪纺大厦  
 华安基金管理有限公司  
 华丽家族股份有限公司  
 华闻期货经纪有限公司  
 华鑫期货有限公司  
 华域汽车系统股份有限公司  
 汇添富基金管理有限公司  
 汇智园区  
 交通银行股份有限公司  
 金源期货经纪有限公司  
 锦江之星旅馆有限公司  
 龙元建设集团股份有限公司  
 绿地集团  
 上纺物业·鑫协园区  
 上纺物业印针园区  
 上海爱建股份有限公司  
 上海安诺其纺织化工股份有限公司  
 上海奥威科技开发有限公司  
 上海宝信软件股份有限公司  
 上海宝冶工程技术有限公司  
 上海贝尔股份有限公司  
 上海贝岭股份有限公司  
 上海才俊管理有限公司  
 上海曹家渡家具商城有限公司  
 上海柴油机股份有限公司  
 上海城投控股股份有限公司  
 上海创兴资源开发有限公司  
 上海大陆期货有限公司  
 上海大屯能源股份有限公司  
 上海大智慧股份有限公司  
 上海大众公用事业（集团）股份有限公司  
 上海电气电站设备有限公司上海汽轮机厂  
 上海电气集团股份有限公司  
 上海东庆建筑劳务有限公司  
 上海东亚期货有限公司  
 上海东证期货有限公司  
 上海纺印利丰印刷包装有限公司  
 上海纺织时尚产业发展有限公司  
 上海纺织置业有限公司  
 上海纺织装饰有限公司  
 上海飞马进出口有限公司

上海复星常州四药  
上海复星医药（集团）股份有限公司  
上海富大胶带制品有限公司  
上海光明食品（集团）有限公司  
上海国际港务（集团）股份有限公司  
上海国维高科技有限公司  
上海海立（集团）股份有限公司  
上海海螺服饰有限公司  
上海海尚物业管理有限公司  
上海海烟物流发展有限公司  
上海海怡建设（集团）有限公司  
上海航天汽车机电股份有限公司  
上海虹桥经济技术开发区联合发展有限公司房地产开发经营分公司  
上海虹桥临空经济园区发展有限公司  
上海鸿光建筑工程有限公司  
上海华虹NEC电子有限公司  
上海华中实业（集团）有限公司  
上海黄金公司  
上海汇成建设发展有限公司  
上海机电股份有限公司  
上海嘉实（集团）有限公司  
上海建工集团股份有限公司  
上海界龙实业集团股份有限公司  
上海金枫酒业股份有限公司  
上海金桥出口加工区开发股份有限公司  
上海金山石油化工建筑有限公司  
上海久恒期货经纪有限公司  
上海聚科生物园区生物医药中小企业群体  
上海良茂期货经纪有限公司  
上海龙头（集团）股份有限公司  
上海绿地海怡酒店公寓管理有限公司  
上海绿新包装材料科技股份有限公司  
上海南汇建筑工程有限公司  
上海农村商业银行股份有限公司  
上海浦东城市建设实业发展有限公司  
上海浦东路桥建设股份有限公司  
上海汽车地毯总厂有限公司  
上海汽车集团股份有限公司  
上海强劲地基工程股份有限公司  
上海日用友捷汽车电气有限公司  
上海三枪（集团）有限公司  
上海上实物业管理有限公司

上海申安纺织有限公司  
上海申创建筑工程有限公司  
上海申达股份有限公司  
上海申华控股股份有限公司  
上海申荣企业管理有限公司  
上海实业发展股份有限公司  
上海市第七建筑有限公司  
国家电网上海市电力公司  
上海市纺织原料公司  
上海市基础工程有限公司  
上海市君悦律师事务所  
上海市天宸股份有限公司  
上海市信产通信服务有限公司  
上海市自来水市北有限公司  
上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司  
上海送变电工程公司  
上海投资咨询公司  
上海外高桥第三发电厂  
上海外经贸工程有限公司  
上海现代制药股份有限公司  
上海新纺物业经营管理有限公司  
上海新联纺浦东进出口有限公司  
上海新马建设（集团）有限公司  
上海新七浦实业有限公司  
上海鑫灵置业有限公司  
上海鑫桥实业有限公司  
上海星宇建设集团有限公司  
上海烟草集团长宁烟草糖酒有限公司  
上海医药集团股份有限公司  
上海益民商业集团股份有限公司  
上海银行股份有限公司  
上海豫园旅游商城股份有限公司  
上海云峰建设有限公司  
上海张江高科技园区开发股份有限公司  
上海长宁公园绿化建设发展有限公司  
上海浙石期货经纪有限公司  
上海置信电气股份有限公司  
上海中财期货经纪有限公司  
上海中期期货经纪有限公司  
上海中山建设实业发展总公司  
上海中益建筑工程有限公司  
上海紫江企业集团股份有限公司  
申能股份有限公司

申银万国期货有限公司  
 圣象集团有限公司  
 通联期货  
 携程旅行网  
 新城投控股集团有限公司  
 新湖期货有限公司  
 长信基金管理有限责任公司  
 浙江民泰商业银行股份有限公司  
 正泰电气股份有限公司  
 中达建设集团股份有限公司  
 中电国际新能源控股有限公司  
 中国东方航空股份有限公司  
 中国国际航空公司  
 中国海运（集团）总公司  
 中国建筑第二工程局有限公司（沪）  
 中国建筑股份有限公司上海分公司  
 中国联合网络通信股份有限公司  
 中国商用飞机有限责任公司  
 中国石化上海石油化工股份有限公司  
 中国太平洋保险（集团）股份有限公司  
 中国外运华东有限公司海运分公司  
 中国移动通信集团上海有限公司  
 中国中煤能源股份有限公司  
 中海发展股份有限公司  
 中海集装箱运输股份有限公司  
 中化国际（控股）股份有限公司  
 中建三局东方装饰设计工程有限公司  
 中信新际期货有限公司  
 中远集装箱运输有限公司  
 卓维700创意园区

#### 四 川

成都硅宝科技股份有限公司  
 成都市兴蓉投资股份有限公司  
 东方电气股份有限公司  
 国电大渡河流域水电开发有限公司  
 国家电网四川省电力公司  
 国金证券股份有限公司  
 吉峰农机连锁股份有限公司  
 乐山电力股份有限公司  
 泸州老窖股份有限公司  
 绵阳市商业银行股份有限公司

攀钢集团钢铁钒钛股份有限公司  
 四川北方硝化棉股份有限公司  
 四川成渝高速公路股份有限公司  
 四川川投能源股份有限公司  
 四川广安爱众股份有限公司  
 四川宏达股份有限公司  
 四川宏达集团  
 四川九洲电器集团有限责任公司  
 四川科伦药业股份有限公司  
 四川沱牌舍得酒业股份有限公司  
 四川西昌电力股份有限公司  
 四川长虹电器股份有限公司  
 新希望六和股份有限公司  
 宜宾五粮液股份有限公司  
 远光软件股份有限公司  
 中国第二重型机械集团公司  
 中国东方电气集团有限公司  
 中铁二局股份有限公司

#### 天 津

大港油田总医院  
 国家电网天津市电力公司  
 海洋石油工程股份有限公司  
 锦湖轮胎（天津）有限公司  
 天津百利特精电气股份有限公司  
 天津滨海快速交通发展有限公司  
 天津滨海能源发展股份有限公司  
 天津创业环保集团股份有限公司  
 天津顶益食品有限公司  
 天津港股份有限公司  
 天津农村商业银行股份有限公司  
 天津市房地产发展（集团）股份有限公司  
 天津泰达股份有限公司  
 天津天士力制药股份有限公司  
 天津天药药业股份有限公司  
 天津一汽夏利汽车股份有限公司  
 天津中新药业集团股份有限公司  
 天狮集团有限公司  
 中体产业集团股份有限公司

西 藏

西藏矿业发展股份有限公司  
西藏奇正藏药股份有限公司  
西藏华泰龙矿业开发有限公司

新 疆

国家电网新疆电力公司  
宏源证券股份有限公司  
美克国际家具股份有限公司  
特变电工股份有限公司  
新疆冠农果茸集团股份有限公司  
新疆广汇实业股份有限公司  
新疆金风科技股份有限公司  
新疆天山水泥股份有限公司  
新疆天业(集团)有限公司  
新疆伊力特实业股份有限公司  
新疆中泰化学(集团)股份有限公司  
新疆众和股份有限公司  
中粮屯河股份有限公司

云 南

昆明制药集团股份有限公司  
丽江玉龙旅游股份有限公司  
名流置业集团股份有限公司  
沈机集团昆明机床股份有限公司  
太平洋证券股份有限公司  
云南白药集团股份有限公司  
云南驰宏锌锗股份有限公司  
云南铝业股份有限公司  
云南煤业能源股份有限公司  
云南铜业股份有限公司  
云南文山电力股份有限公司  
云南锡业股份有限公司  
云南云天化股份有限公司  
云南云维股份有限公司  
中国南方电网云南电网公司

浙 江

阿里巴巴集团

百隆东方  
北京德衡律师事务所  
德华兔宝宝装饰新材有限公司  
广博集团股份有限公司  
国家电网浙江省电力公司  
国家电网浙江省电力公司宁波电业局  
杭州滨江房产集团股份有限公司  
杭州联合银行农村商业银行  
杭州士兰微电子股份有限公司  
杭州市公共自行车交通服务发展有限公司  
杭州市环境集团有限公司  
杭州银行股份有限公司  
横店集团东磁股份有限公司  
宏润建设集团股份有限公司  
湖州吴兴农村合作银行  
嘉兴银行  
丽水市隆泰担保投资有限公司  
联化科技股份有限公司  
宁波港股份有限公司  
宁波海运股份有限公司  
宁波联合集团股份有限公司  
宁波杉杉股份有限公司  
宁波银行股份有限公司  
庆元县中小企业贷款担保有限公司  
瑞安市水务集团有限公司  
三生(中国)健康产业有限公司  
曙光控股集团有限公司  
松阳县中小企业贷款担保有限公司  
天通控股股份有限公司  
万向钱潮股份有限公司  
卧龙地产集团股份有限公司  
卧龙电气集团股份有限公司  
新潮中宝股份有限公司  
雅戈尔集团股份有限公司  
鄞州银行  
永高股份有限公司  
长江精工钢结构(集团)股份有限公司  
浙大网新科技股份有限公司  
浙江报喜鸟服饰股份有限公司  
浙江步森服饰股份有限公司  
浙江德清农村合作银行  
浙江东日股份有限公司  
浙江栋梁新材股份有限公司

浙江菲达环保科技股份有限公司  
 浙江富润股份有限公司  
 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司  
 浙江海亮股份有限公司  
 浙江海正药业股份有限公司  
 浙江航民股份有限公司  
 浙江红绿蓝印染有限公司  
 浙江华峰氨纶股份有限公司  
 浙江精工科技股份有限公司  
 浙江巨化股份有限公司  
 浙江六和律师事务所  
 浙江龙盛集团股份有限公司  
 浙江南浔农村商业银行股份有限公司  
 浙江农村信用社联合社  
 浙江省东海建设有限公司  
 浙江世友木业有限公司  
 浙江泰隆商业银行  
 浙江天马轴承股份有限公司  
 浙江伟星实业发展股份有限公司  
 浙江伟星新型建材股份有限公司  
 浙江物产中大元通集团股份有限公司  
 浙江新安化工集团股份有限公司  
 浙江新和成股份有限公司  
 浙江阳光照明电器集团股份有限公司  
 浙江英特药业有限责任公司  
 浙江长兴农村合作银行  
 浙江正泰电器股份有限公司  
 浙江中国小商品城集团股份有限公司  
 浙江佐力药业股份有限公司  
 中化宁波（集团）有限公司  
 银亿房地产股份有限公司

## 重 庆

国家电网重庆市电力公司  
 西南证券股份有限公司  
 重庆涪陵电力实业股份有限公司  
 重庆钢铁股份有限公司  
 重庆三峡水利电力（集团）股份有限公司  
 重庆三峡油漆股份有限公司  
 重庆医药（集团）股份有限公司  
 重庆银行股份有限公司  
 重庆长安汽车股份有限公司

重庆智飞生物制品股份有限公司  
 重庆农村商业银行股份有限公司

## 外资及港澳台

BP集团  
 本田（honda）中国  
 LG化学  
 PPG涂料（天津）有限公司  
 艾默生中国  
 爱立信  
 爱普生集团  
 安利（中国）日用品有限公司  
 巴斯夫大中华区  
 宝洁中国  
 宝马中国  
 大进制衣厂（惠州）有限公司  
 戴姆勒中国  
 东风汽车有限公司东风日产乘用车公司  
 东亚银行（中国）有限公司  
 东芝集团  
 斗山工程机械（中国）有限公司  
 多美滋婴幼儿食品有限公司  
 福特汽车  
 富士胶片（中国）投资有限公司  
 富士康科技集团  
 盖奇（中国）织染服饰有限公司  
 港华燃气集团  
 葛兰素史克（天津）有限公司  
 广州本田汽车有限公司（增城工厂）  
 广州松下空调器有限公司  
 贵州锦丰矿业有限责任公司  
 恒田企业有限公司  
 宏太(中国)  
 华衍水务集团  
 汇丰晋信基金管理有限公司  
 汇丰中国  
 霍尼韦尔(天津)有限公司  
 佳能（中国）有限公司  
 金伯利（中国）有限公司  
 卡宾（cabbeen）服饰（中国）有限公司  
 卡博特化工、高性能材料（天津）有限公司  
 凯德置地（中国）投资有限公司

可口可乐大中华区  
肯纳金属（中国）有限公司  
李锦记酱料集团  
立邦涂料（中国）有限公司  
罗姆半导体（中国）有限公司  
玫琳（中国）化妆品有限公司  
美铝中国  
摩托罗拉移动技术（中国）有限公司  
诺德基金管理有限公司  
诺维信（中国）生物技术有限公司  
欧莱雅中国  
欧文斯科宁（天津）建筑材料有限公司  
强生（中国）投资有限公司  
日产（中国）投资有限公司  
日立集团  
三星电机  
三星高新电机（天津）有限公司  
三星中国  
上海和黄药业有限公司  
上海虹桥经济技术开发区物业经营管理有限公司  
韶关科艺创意工业有限公司  
神龙汽车有限公司  
松下万宝（广州）压缩机有限公司  
台达集团  
泰鼎(天津)环保科技有限公司  
天津达一琦精细化工有限公司  
天津电装电子有限公司  
天津丰星电子有限公司  
天津合佳威立雅环境服务有限公司  
天津杰士电池有限公司  
天津乐金大沽化学有限公司  
天津三星LED有限公司  
天津三星电子有限公司  
天津三星光电子有限公司  
天津三星视界移动有限公司  
天津三星视界有限公司  
天津三星泰科光电子有限公司  
天津三星通信技术有限公司  
天津泰达威立雅水务有限公司  
完美中国  
微软中国  
沃尔玛中国

无限极（中国）有限公司  
西门子（中国）有限公司  
雅芳（中国）有限公司  
雅培中国  
伊顿中国  
英特尔中国  
永亨银行（中国）有限公司  
渣打银行（中国）有限公司  
周大福珠宝集团有限公司  
中国港中旅集团公司  
华润电力控股有限公司  
中国海洋石油有限公司  
华润集团  
华润燃气控股有限公司  
华润水泥控股有限公司  
华润置地有限公司  
招商局集团

## 附录3 2012年中国社会责任报告发布非企业组织名单

### 行业组织

韶关市房地产行业协会  
广东省房地产行业协会  
重庆市银行业协会  
中国银行业协会  
深圳房地产协会  
佛山房地产协会  
云浮房地产协会  
中国纺织工业联合会  
上海市供水行业协会  
中国证券业协会  
苏州市辛庄企业家商会

### 教育机构

上海市延安中学  
上海市第三女子中学  
上海市长宁区教育学院  
上海市长宁区初级职业技术学校  
长宁实验小学  
上海市长宁实验幼儿园  
上海市长宁科技进修学院  
上海健康职业技术学院  
上海市金山区第二实验小学  
上海市第二中学  
上海师范大学天华学院  
华东师范大学第四附属中学  
上海市金山区第一实验小学  
上海电力学院  
上海市南汇实验学校  
上海市张堰中学  
上海市南汇第三中  
上海师范大学  
上海市二十五中学  
上海育民中学  
上海海洋大学

上海东海职业技术学院  
上海立信会计学院  
上海思博职业技术学院  
上海海关学院  
上海杉达学院  
上海旅游高等专科学校  
上海建桥学院  
上海理工大学  
上海医疗器械高等专科学校  
上海出版印刷高等专科学校  
复旦大学  
上海外国语大学  
上海体育学院  
上海大学  
上海对外贸易学院  
上海工程技术大学  
华东理工大学  
上海应用技术学院  
上海戏剧学院  
上海海事大学  
上海第二工业大学  
上海财经大学  
上海金融学院  
上海音乐学院  
东华大学  
华东师范大学  
华东政法大学  
上海交通大学  
上海中医药大学  
上海远程教育集团  
上海市教育考试院  
上海中学  
上海市浦东新区兰亭幼儿园  
社会科学学院  
上海科技管理干部学院  
上海市三林中学  
上海市市光学校

上海工程技术大学继续教育学院  
奉贤致远高中  
上海市市西中学  
上海工程技术大学高等职业技术学院  
上海工程技术大学艺术设计学院  
上海医药高等专科学校上海交通大学医学院附属卫生学校  
上海市浦东新区坦直小学  
上海市第一中学  
上海市奉贤区育秀幼儿园  
上海市松江一中  
上海市松江区五厍学校  
上海市实验幼儿园  
上海市松江区民乐学校  
上海市沪新中学  
上海市晋元高级中学  
上海市浦东新区金茂小学  
上海市市北中学  
上海市傅雷中学  
上海市钱圩中学  
朱泾中学  
上海市蒙山中学  
上海市金山区漕泾幼儿园  
松江区九亭中学  
上海国际时尚教育中心（原纺织党干校）  
上海市徐汇区教师进修学院附属实验中学  
上海市进才中学北校  
上海市大同中学  
上海市华东模范中学  
上海市宝山区教师进修学院  
上海市闸北区青少年活动中心  
上海青年管理干部学院  
上海工程技术大学机械工程学院  
上海市浦东教育发展研究院  
上海市梅陇中学  
上海市奉贤区四团小学  
上海市商业学校  
漕溪幼儿园  
上海市民立中学  
上海市奉贤区曙光中学  
上海市育才初级中学  
上海风华初级中学  
上海市纺织科学研究院

上海市闵行区七宝第二中学  
上海市青云中学  
上海市陆行中学南校  
上海市新中高级中学  
上海市宣桥学校  
上海戏剧学院附属高级中学  
上海市复旦初级中学

#### 医疗卫生机构

上海市长宁区妇幼保健院  
上海市长宁区中心医院  
上海市长宁区疾控中心  
上海市血液中心  
上海市工人疗养院  
复旦大学附属金山医院  
复旦大学附属中山医院  
复旦大学附属华山医院  
上海交通大学医学院附属瑞金医院  
上海交通大学医学院附属仁济医院  
上海市第六人民医院  
华东医院  
上海中医药大学附属曙光医院  
上海市疾病预防控制中心  
江西省血液中心  
上海市儿童医院  
中国疾病预防控制中心寄生虫病预防控制所  
上海中医药大学附属龙华医院  
上海交通大学医学院附属上海儿童医学中心  
上海市第十人民医院  
上海市肺科医院  
上海市精神卫生中心  
上海市皮肤病医院  
上海市医疗急救中心  
上海市中医医院  
上海市第一人民医院  
上海中医药大学附属岳阳中西医结合医院  
中国福利会国际和平妇幼保健院  
上海市同济医院  
复旦大学附属肿瘤医院  
复旦大学附属妇产科医院  
复旦大学附属耳鼻喉科医院  
上海交通大学医学院附属第九人民医院

上海市口腔病防治院  
 华东疗养院  
 上海市胸科医院  
 上海市第一妇婴保健院  
 上海交通大学医学院附属新华医院  
 第二军医大学附属长海医院  
 第二军医大学第二附属医院  
 长宁区癌症患者康复俱乐部  
 上海交通大学医学院  
 上海市奉贤区中医医院  
 上海市徐汇区疾病预防控制中心

#### 政府机构

上海长宁房地产交易中心  
 长宁区河道管理所  
 上海市长宁区人民法院  
 上海市长宁区人民检察院  
 上海市长宁区看守所  
 上海市长宁公证处  
 上海市长宁区司法局  
 长宁区食品药品监督管理局  
 虹桥出入境边防检查站  
 上海市卫生局卫生监督所  
 上海市浦东区质量技术监督局  
 徐汇区建设工程质量监督站  
 虹口区质量技术监督局  
 奉贤区特种设备监督检验所

#### 其他

长宁区图书馆  
 上海市长宁区社会福利院  
 上海纺织博物馆  
 《机电商报》装备制造业社会责任研究中心  
 中国质量认证中心

## 附录4 社会责任报告编制经验交流（排名不分先后）

### 中国石油天然气集团公司： 组织保障，研究先行，增进沟通，不断提升社会责任报告水平

中国石油天然气集团公司（以下简称“中国石油”）自2006年以来，已连续6年编发社会责任报告，并连续3年编发海外业务区社会责任报告（国别报告）——《中国石油（哈萨克斯坦）可持续发展报告》、《中国石油在苏丹》和《中国石油（印度尼西亚）可持续发展报告》。在不断的实践中，公司逐渐形成了一套行之有效的报告编制组织流程，同时报告编制坚持研究先行、注重与利益相关方沟通，保证了报告质量的持续改进。

**一、完善编制组织和工作流程。**中国石油建立了一套组织严谨、运行规范、管理高效的报告编制管理制度。由一名公司主要领导担任主任、各部门主要领导共同组成社会责任报告编委会，编委会下设办公室并成立专职编辑部，保障报告编制工作有序、有效地开展。

办公室和编辑部负责获取利益相关方意见、开展专题研究、进行实地调研和信息收集，向编委会汇报报告编制进展；编委会定期听取办公室的工作汇报，确定报告编写原则、内容框架及重点议题；严格执行“企业、部门、领导”层层把关会签，确保报告披露信息的真实、客观、有效。

**二、坚持研究先行。**为确保报告编写质量和水平，中国石油对社会责任理论以及跨国石油公司的社会责任工作一直保持系统研究，通过不断学习和交流，借鉴国际公司社会责任报告在编写及改进方面的经验和做法，及时改进自身社会责任报告，不断提升质量和水平。

**三、重视与利益相关方的有效沟通。**中国石油重视建立和完善公开、透明的内外沟通机制。通过召开外部专家研讨会、内部研讨会，组织实地调研，开通社会责任子网站，开设CSR邮箱等多种方式，与项目所在地政府、社区、员工、业务合作伙伴直接交流，与利益相关者开展多层次、多角度交流，深入了解利益相关方的关注点和利益诉求，并尽可能地在报告中予以回应，持续改进报告质量。

作为国内最先编发社会责任报告的公司之一，中国石油认为发布社会责任报告是企业切实履行社会责任的积极行动，也是促进公司提升社会责任管理的重要手段和方式。中国石油希望与社会各界共同努力，秉承“奉献能源，创造和谐”的企业宗旨，以负责任的行动努力回报社会。

## 2011伊顿中国可持续发展报告编制体会

2012年，伊顿中国编制并发布可持续发展报告，进入了第四年。如果说前三年是厚积薄发，那么第四年伊顿中国可持续发展报告被寄予了一个更高的期待。在伊顿公司总部可持续发展报告的基础上，在伊顿亚太区和中国区高层的大力支持，在伊顿各业务的配合下，2011伊顿中国可持续发展报告围绕“更少能源，更多动力”阐述了伊顿作为一家全球领先的多元化动力管理公司，携手汽车、电气、航空等行业，共同应对中国高速的城市化发展中能源效率的挑战。

以下是伊顿中国编制报告的体会：

**1、主题简洁鲜明。**此次报告以“更少能源，更多动力”为报告的核心议题，既符合伊顿的业务发展趋势，又响应了当前中国经济转型中注重能源效率的要求。

**2、报告架构层次分明。**报告阐述了伊顿中国可持续发展概览，奠定了报告的基础。在围绕经济、环境、社会三个方面，突出伊顿的“正当经营”、“本地发展”、“绿色动力”、“尊重人才”和“融入社区”五个部分。特别是“绿色动力”这一部分，重点阐述了当前城市信息化、数字化中的能源挑战，伊顿的绿色解决方案如何帮助中国打造低碳经济。在这一部分的专题——“推动绿色数据中心的建设”中，重点对当前不容忽视的数据中心的能耗问题提出了绿色解决方案。

**3、报告更专业地参考全球报告倡议组织G3.1，并将GRI指标与报告作对照。**2013年伊顿将迎来在华20周年庆，并将发布其在中国的第五份可持续发展报告。我们希望在2012年的报告中和大家分享伊顿在中国投资的成果、伊顿和中国客户的共赢，以及伊顿员工的喜悦。

## 让企业社会责任报告助推企业责任规划与落实

### ——无限极企业社会责任报告沟通创造价值经验分享

2008年的10月无限极（中国）发布了第一本企业社会责任报告，至今已是的第5个年头。5本企业社会责任报告不仅是公司传递理念和承诺、展现企业履责实践的白皮书，更是实现与利益相关方沟通、提升利益相关方责任认知的重要工具。

无限极企业社会责任报告并不神秘，最先可以看做是以责任为视角的“工作总结”，但这份“工作总结”的化学作用却不简单。这个化学作用带来的沟通价值很有效果，意义深远。

企业社会责任报告的沟通价值具体表现在两大方面——“白皮书”与“放大镜”。

所谓“白皮书”是指社会责任报告通过对信息的总结，让员工、供应商等各利益相关方一起从责任的角度了解企业行为；所谓“放大镜”是指透过社会责任报告挖掘每项工作所产生的社会价值与意义，让员工发现隐含在其工作背后的责任意义，当员工深刻了解到自己的工作对他人的影响时；当员工更多地了解到他所在的企业在为社区的发展和社区的和谐所做所有服务时，员工对工作的责任感和对企业的敬业度就会大大提升。而企业的其他利益相关方，报告的价值发现，也同样会提升他们的企业社会责任的认知，责任的重视与强化会潜移默化地在他们心中形成。

于是，一个越来越重视责任的环境就产生了。

在实际运用中，无限极采取了创新的做法来提升报告“放大镜”的作用。除了一方面大力提升报告的技术含量，提高GRI对表的匹配程度，除了加强与利益相关方的沟通，无限极将报告赠送给每位员工的家人，让员工与其家人感受到了企业对他们的尊重，推动他们对责任的了解，同时增进员工与家人的互相理解，增进员工家属对公司的了解，从而获得家人的理解和支持。随同报告发放的还有一封由员工上司签名的感谢信，感谢员工家人在过去一年对员工工作的理解与支持，这种做法，无疑更增添了员工家属的好感，增进相互的信任。

实践证明：企业社会责任报告在提升企业社会责任意识、推进企业社会责任体系建设中起到了巨大的推动作用——“我不知道我的工作这么有意义。”“我不知道公司还做了这么多的好事情。”“《报告》让我有了被尊重的感受。”这些都是来自无限极的员工在看过无限极企业社会责任报告后发自内心的感受。

责任产生的“化学反应”，透过社会责任报告的传播日益增强。当员工深刻了解到自己的工作对他人的影响，当员工更多地了解到他所在的企业为社区的发展和社区的和谐所做的服务时，员工对工作的责任感和对企业的敬业度就会大大提升，而对企业的其他利益相关方，责任的认知也会潜移默化地在他们心中形成，产生了比任何方式都来得更好的吸引力和凝聚力。

企业的责任来源于这家企业的每一位员工。企业社会责任报告产生的正面“化学反应”，不断激励着员工的社会责任感，也鼓励着无限极坚定不移地发布报告，并将持续做下去，推动企业社会责任越做越好。

## 太钢社会责任报告编制经验

当今时代，企业社会责任已经进入全球社会责任共识阶段。企业正确理解和履行社会责任将有助于树立品牌形象，培养和构建竞争优势，提升发展质量和水平，对于促进企业经济协调、可持续发展具有重要意义。太钢高度认同“一个优秀的企业一定具有强烈的社会责任感”，认为企业在创造利润的同时，更要为社会创造财富，促进国家的发展。2011年，公司已向社会发布了第四份社会责任报告，从公司治理、经济、环境、员工、供应链、社会等方面的重大事项和主要信息进行了全面披露，展现了自觉承担社会责任的企业形象及切实履行社会责任的信心和态度。

太钢着力进行社会责任管理体系建设，推动公司全面履责。太钢将“解决问题”作为公司实践社会责任的重点，积极探索将社会责任管理工作与企业战略相融合的路径，以社会责任管理体系建设来统筹推动公司日常管理。设立了以公司董事长为委员会主任的社会责任工作委员会，全面开展公司社会责任管理体系建设工作。公司社会责任工作委员会下设办公室，办公室设在公司企业文化部；公司各部门、各单位设立社会责任工作推进小组开展工作。

太钢参照全球报告倡议组织《可持续发展报告指南》，以工作对标和指标对标为重点，不断改善和提高社会责任报告的编写质量和发布效果。建立起了由各单位和业务部门业务骨干参加的社会责任报告编制队伍，形成了资料收集——案例总结——定期提报——审核提报——组织编制——公司社会责任工作委员会审定——公司董事会审议通过——对外发布的社会责任报告编制系统流程。并将社会责任管理知识纳入管理层培训课程，围绕建设资源节约型和环境友好型企业，对管理人员和业务骨干进行系统培训，提高对社会责任管理基本知识的认识。在报告的内容上更加全面、系统、客观、详实，在表现形式上更加直观、具体、鲜明、简洁，体现了太钢对社会责任深刻认识 and 生动实践。公司通过各类媒体和宣传手册、展览会等开展社会责任理念和成果的宣传，丰富了社会责任的内涵，增强了全员以实际行动推动公司积极承担社会责任的自觉性。

## 华衍水务集团社会责任报告编制经验

社会责任推行目的：自2011年7月以来，华衍水务集团将社会责任融入到运营实践中，旨在增强核心竞争力，塑造环保领先企业形象，营造和谐的内外外部环境，促进企业和社会整体的可持续发展。

### 集团管理层重视，大力支持践行ISO26000

● 2011年7月21日华衍水务中期管理会议上，港华投资高级副总裁杨松坤先生发表了题为《ISO26000框架下华衍水务的社会责任体系建设》的演讲，向参会人员讲述了在新的形势下构建企业社会责任竞争力的重要性与必要性

● 作为港华投资水务项目部的负责人，港华投资高级副总裁孙云峰先生对于华衍水务ISO26000的推进工作也是不遗余力。在9月16日召开的华衍水务第三季度总经理会议上，孙总对ISO26000的推进做出了重要指示

### 建立制度、文件、体系保障，着力推行ISO26000

● 华衍水务集团推进ISO26000实行三级架构，社会责任督导委员会下设社会责任执行办公室，负责社会责任推进具体事宜，并在三间水务合资公司设立独立的推进小组，负责社会责任在合资公司的推进与深入

● 华衍水务集团根据《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR2.0）》、《社会责任通用指标体系》-社会责任指标-水的生产和供应业等，编制了《华衍水务ISO26000应用指引（第一版）》，指导华衍水务ISO26000的有序推进

### 与专业机构合作，开展调研访谈，全面了解公司运行情况

● 华衍水务集团与责扬天下（北京）管理顾问有限公司合作，签订了社会责任报告大纲和社会责任报告编制合同，借助专业机构和专家的指导顺利开展社会责任现状调研，与公司管理层、普通员工，政府代表、供应商代表、承建商代表、社区代表等利益相关方进行面对面访谈，对公司社会责任现状进行准确、客观的了解与剖析，为华衍水务集团社会责任报告的编制以及下一步工作部署奠定了坚实的基础。

### 员工积极参加，营造责任文化

● 华衍水务集团社会责任执行办公室举办了一系列面向全体员工的活动，向员工宣贯社会责任相关知识，让履行社会责任成为每位员工的自发行为，融入企业文化

▶ 定期编辑、发放《华衍水务社会责任简报》，涉及“高层视线”、“工作动态”、“知识园地”和“案例分析”等主题

▶ 举办“社会责任主题词征集大赛”、“发掘你我身边负责任的感人故事征文大赛”等活动，营造责任文化氛围

▶ 编辑、发放《华衍水务社会责任员工素质读本》，人手一册的口袋读本，将责任文化深植于每位员工脑海中与行动中

### **联合政府，推动利益相关方共同履行社会责任**

● 除自身不遗余力践行社会责任外，华衍水务集团还联合政府，推动利益相关方共同履行社会责任

- ▶ 积极与政府互动，推进成立“企业社会责任”联盟
- ▶ 举办微笑服务促进联谊会，向其他服务行业标杆学习，提升自身服务水平
- ▶ 结合政风行风评议活动，展现社会责任工作亮点，提升品牌形象

## 山东电力集团公司： 组织保障，结果导向，管理先行，全面提升社会责任报告水平

2009年以来，山东电力集团公司（以下简称“公司”）已连续3年编制发布社会责任报告（以下简称“报告”）。公司不断总结经验，持续改进报告编制工作，报告的完整性、实质性、平衡性、可读性、创新性不断增强。有以下经验可与大家分享：

**一、加强组织领导，确定编制计划。**公司成立报告编制领导小组和工作小组，成员分布在各专业部门。报告编制工作小组（外联部）发挥牵头作用，通过召开启动会、访谈交流、梳理资料、座谈研讨、报告审定等形式，加强与各专业部门沟通，不断修订完善。为保证报告编制进度，制定了详细的编制计划，前期做好培训与动员、中期充分沟通与改进、后期跟进发布与传播，保障报告编制工作有序、高效地开展。

**二、坚持结果导向，做好内容优化。**关注和回应利益相关方期望是报告内容的关键。公司注重识别利益相关方期望及诉求，加强与内部工作的有机整合，并以外界可接受的、通俗易懂的方式进行描述和传达。报告框架和内容确定后，公司组织召开报告专题研讨会，广泛听取公司内部和社会各界的意见建议，进一步修改完善。报告发布之后，注重收集反馈意见，通过新闻稿件汇总、现场访谈、电话咨询、召开客户关系委员会等形式，收集政府、媒体、客户等关键利益相关方对报告的评价和反馈，评估报告传播成效。

**三、责任融入管理，保障报告质量。**从管理入手实践企业社会责任是全球一流公司社会责任实践的最新方向，也是全球企业社会责任发展的制高点。公司从省公司层面到市公司层面，切切实实推进全面社会责任管理，通过管理促进实践，通过实践丰富管理。全面社会责任管理工作的有效开展为报告撰写提供了鲜活而丰富的素材，报告作为一个重要沟通传播载体则有效地促进了全面社会责任管理的推动，彼此促进、一举两得。

作为致力于推进全面社会责任管理的公司之一，山东电力集团公司始终认为社会责任报告是公司利益相关方沟通的重要工具、是公司梳理社会责任实践的重要载体、是公司推动社会责任管理能力提升的重要路径。山东电力秉承“发展公司、服务社会、以人为本、共同成长”的社会责任观，携手社会各界共同努力，以负责任的行动努力回报社会。

## 云南电网公司社会责任报告编制经验交流

云南电网公司是南方电网公司的全资子公司，是云南省域电网运营和交易的主体，输电网络覆盖全省16个州（市），是云南省实施“西电东送”、“云电外送”和培育电力支柱产业的重要企业。按照南方电网公司一体化管理要求，公司本部设20个职能部门，管理30家分公司，107家子公司。截至2011年底，公司资产总额766.73亿元，资产负债率77.17%，实现营业收入544.43亿元，完成售电量1314.59亿千瓦时，完成固定资产投资130.67亿元。

公司始终将主动承担社会责任作为提升核心竞争力、实现可持续发展的重要举措。2007年，公司向全社会发布了首份社会责任报告，并且逐年发布，至今已发布社会责任报告5份。公司2011年报告作为南方电网公司社会责任报告的分册发布，报告语言活泼，通俗易懂，加入了极具傣族风情的孔雀、竹楼等元素，增加了报告的阅读性和民族特色。报告精心选取了“雪山雄鹰”、“点亮独龙江”等典型案例，突出反映了公司在电力供应、经济绩效、绿色环保、社会和谐上的社会责任绩效。

公司的社会责任报告编制建立了完备的编制流程、制度，更为重要的，公司认为社会责任报告是对公司社会责任工作的总结，因此，2007年以来，公司将社会责任工作不断融入战略、融入运营。工作逐步走向深入，在扎实推进责任实践的基础上，积极开展社会责任软课题研究，制定了云南电网公司社会责任工作规划，完善了社会责任管理体系，并在公司子战略制定过程中将社会责任列入战略地图的关键因素，有力推动了公司社会责任工作不断发展。公司社会责任工作规划按照国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》的要求，将公司定位于成为国家清洁能源资源优化配置的执行者、区域经济社会可持续发展的能源保障者和安全可靠优质绿色供电服务的提供者。提出了公司未来5年的社会责任总体目标、阶段性目标、利益相关方目标和社会责任五大重点工程。

2011年，公司与外部咨询机构合作开展了《社会责任国际标准ISO 26000在云南电网公司的应用研究》软课题。该课题的研究在深入分析ISO 26000标准内容的基础上，总结提炼出ISO 26000与云南电网公司运营相融合的模式，将为ISO 26000与中国企业的有效融合提供借鉴，对国内社会责任理论与实践的创新发展具有重要意义。并将研究项目成果运用到公司社会责任管理体系和社会责任工作规划中。

## 戴姆勒东北亚投资有限公司社会责任报告编制情况

中国是全球最大的汽车市场，也是戴姆勒业务发展最快、增长潜力最大的市场。戴姆勒受益于中国经济的高速成长，见证了中国汽车行业的飞速发展，同时致力于长期投入，以确保业务的可持续性发展。我们认为，全球化要求经济、环境和社会协调发展，因此，可持续性已经正式融入了戴姆勒的战略目标。

汽车的发展与环境、能源、交通和社会紧密相连。戴姆勒认识要取得经营上的成功必须关注企业的环境和社会责任，并将之融入到企业战略和日常经营之中。多年来，戴姆勒始终秉承可持续发展的企业战略，制定并通过可持续发展技术路线图，投入大量资金用于新能源汽车研发，致力于成为绿色科技的领导者。戴姆勒也始终关注其社会责任，结合中国实际，开展文化、教育和生态保护等方面合作。这些年来，除了积极与高校合作，设立奖学金、助学金、提供交换与职业发展机会外，还把更多努力投入到满足贫困地区孩子们的全面发展需求，同时广泛开展文化交流，设立生态保护基金，创立儿童安全出行教程。我们不仅把高品质、多元化的产品带给中国的消费者，同时，我们也希望能够积极地去回馈中国市场。作为联合国全球契约创始签署企业和领导企业成员，戴姆勒不断用行动落实对中国社会的不变承诺。

戴姆勒·中国可持续发展报告2011是戴姆勒东北亚发布的首份可持续发展报告，它阐述了戴姆勒东北亚面对中国可持续发展背景下的机遇与挑战，形成的可持续发展理念和战略，以及在可持续发展管理、商业道德、商业运营、产品责任、环境责任、员工责任和社会责任等方面的诸多努力和绩效，是戴姆勒在中国实施可持续发展战略的一个见证。

## 锦江之星发布中国经济型酒店行业首份企业社会责任报告

2012年6月28日，锦江之星正式对外发布企业社会责任报告（简称CSR报告），该报告是迄今为止中国经济型酒店行业的首份CSR报告。

为了客观公正地回顾和总结锦江之星15年来在企业社会责任实践方面所做的工作，更好地向社会各界尤其是锦江之星的利益相关方展示锦江之星的企业社会责任，2011年底在挪威船级社专家的指导下正式启动了行业内首份企业社会报告的撰写和发布工作。项目从2011年12月启动，历时6个月，从素材收集、汇编、到最终修改、定稿设计，并于2012年6月底正式对外发布。

该报告依据国际权威标准《GRI可持续发展报告指南G3.1》，参考ISO 26000标准，通过公司文化治理、建筑设施、产品设计、服务、员工发展以及能源管理、社会活动参与和第三方合作等方面全方位的回顾了锦江之星自创立以来至2011年底所面临的机遇与挑战，披露了运营历程中的社会责任实践、绩效及未来展望。

由于锦江之星是第一次做企业社会责任报告，在很多工作中还是缺乏经验，经过了这样的梳理，锦江之星对企业社会责任有了更深层的理解，在今后的工作中锦江之星在企业社会责任这个问题上将会更有针对性，将工作导向、工作执行和企业社会责任做更有效的衔接，对工作中的信息和数据做出更针对性、更系统的梳理，将我们的企业社会责任工作逐步完善。

未来，锦江之星的社会责任工作仍将围绕经济、环境、社会三大责任重点，继续加强与各利益相关方的沟通和参与，通过沟通、改善、总结、披露的管理思路不断提升锦江之星的社会责任管理水平，不断提高经营团队的社会责任意识，从优化企业社会责任绩效开始，坚持做百年老店的目标，改善社会整体可持续发展能力。

锦江之星的社会责任报告是行业内的第一次尝试，公司将会根据本次报告的发布反响，相关方的意见，并结合财报的发布以及接下来的工作变化来确定报告的再次修订时间。

## 附录5 机构简介

### 《WTO经济导刊》简介 China WTO Tribune

《WTO经济导刊》是由商务部主管，以WTO和企业社会责任（CSR）事务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》始终以全球化的视角，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。

《WTO经济导刊》的办刊方针是：“全球视野，竞争共赢”。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国重要代表，是企业社会责任的专业化咨询机构。

Founded in Beijing in November 2002, the China WTO Tribune is supervised by the Ministry of Commerce of the People's Republic of China. It is a comprehensive financial journal, which attaches importance to major economic events and CSR issues. China WTO Tribune has always focusing on changes of international trade rules, integration of the Chinese economy and Chinese enterprises into the global economy, development of key industries and enhancement of enterprises' international competitiveness from a global point of view.

The object of China WTO Tribune is "Global Viewpoint and Competition for Win-win Situation". After years of exploration, China WTO Tribune has become the knowledge disseminator, campaigner, consultancy explorer and research forerunner of CSR in China and also Chinese major representative in international communication and cooperation. China WTO Tribune is a professional CSR consultancy organization.

## 责扬天下（北京）管理顾问有限公司 GoldenBee(Beijing) Management Consulting Co.,Ltd

责扬天下是一家长期致力于推动中国社会责任与可持续发展事业的专业咨询机构。公司拥有一支具备国际视野与丰富经验的社会责任专家团队。责扬天下率先在国内开展社会责任与可持续发展领域的咨询、研究、培训及责任品牌建设服务；提出并积极倡导“责任竞争力”理念，持续为客户提供高质量的社会责任咨询项目服务，借助丰富的实践与研究经验，与企业一同创新管理模式，协助客户成长为真正面向未来的可持续发展企业。

详情请登录：[www.goldenbeechina.com](http://www.goldenbeechina.com)

GoldenBee Consulting dedicates to promoting the CSR and the sustainable development in China. A professional team composed of CSR experts with global vision and affluent experience is considered as the best treasury, as well as the key factor to our clients. GoldenBee Consulting is the leading provider of consultancy, research, training, and responsibility branding services in CSR and sustainable development fields and actively advocates the concept of “Corporate Responsible Competitiveness”. Based on its rich research experience, GoldenBee Consulting continuously provides high quality CSR consulting service to clients, develops innovative management mode with them together and finally helps them achieve the sustainable development in the future.

For more information please visit [www.goldenbeechina.com](http://www.goldenbeechina.com) Please visit [www.goldenbeechina.com](http://www.goldenbeechina.com)

## **北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心简介**

### **International Research Center for Social Responsibility and Sustainable Development, of Peking University**

北京大学社会责任与可持续发展国际研究中心的研究和咨询服务领域包括，社会责任（包括企业社会责任）与可持续发展的国际国内发展趋势；为各类组织和机构提供社会责任与可持续发展的政策咨询建议。中心拥有国内一流的社会责任与可持续发展领域的专家学者，理论和实践经验丰富。

The research and consultancy services provided by International Research Center of Social Responsibility and Sustainable Development, PKU include development trends analysis of national and international social responsibility (CSR also included) and sustainable development and policy consultancy recommendation for various organizations on social responsibility and sustainable development. The Center is comprised by many national first-class experts in area of social responsibility and sustainable development and is abundant with theory and practice experiences.