



WTO
经济导刊

金蜜蜂

2016企业社会责任报告

专项研究之一

中央企业社会责任报告研究



发布机构

WTO经济导刊
China WTO Tribune

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

中央企业是指国务院国资委监管的企业，作为维护政治稳定、巩固经济基础、促进社会和谐的核心力量，中央企业在实施国家战略、落实国家宏观调控、保持市场稳定、促进和谐发展等方面发挥重大作用。国务院国资委重视企业履行社会责任，2012 年所有中央企业均发布了社会责任报告。2016 年 7 月，国务院国资委印发《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》，以促进国有企业成为履行社会责任的表率，推动经济社会更高质量、更有效率、更加公平、更可持续发展。

中央企业发布社会责任报告概况

截至 2016 年 8 月，国务院国资委监管的中央企业共有 103 家，我们通过企业主动寄送、企业官方网站下载及网络查询等方式，到 10 月底共收集到中央企业发布的企业社会责任报告 69 份，占比 67%。依据“金蜜蜂企业社会责任报告评估体系 2016”对这些报告进行评估发现，中央企业积极履行社会责任，在报告发布数量和质量方面均走在中国企业的前列。在发布报告的中央企业中，有 65 家领袖型企业，占比 94.2%。制造业企业发布报告 21 份，占比 27.3%。

基于报告参数，我们对中央企业发布的企业社会责任报告进行整体描述，并结合在企业社会责任报告编制咨询方面的经验，对这些报告的整体质量进行比较、分析和判断，总结央企社会责任报告的特点，并在此基础上提出相关建议。

发现

发现一：中央企业社会责任报告质量持续居于领先水平。

中央企业社会责任报告平均得分率 84.93%，整体处于优秀水平。中央企业对报告精益求精，不断提升报告质量，六个维度的得分率均明显高于总体报告水平。报告在创新性方面表现突出，普遍展现企业社会责任理念，引领行业可持续发展特色，整体自成体系，并注重形式创新，具有较好的沟通和传播功能。

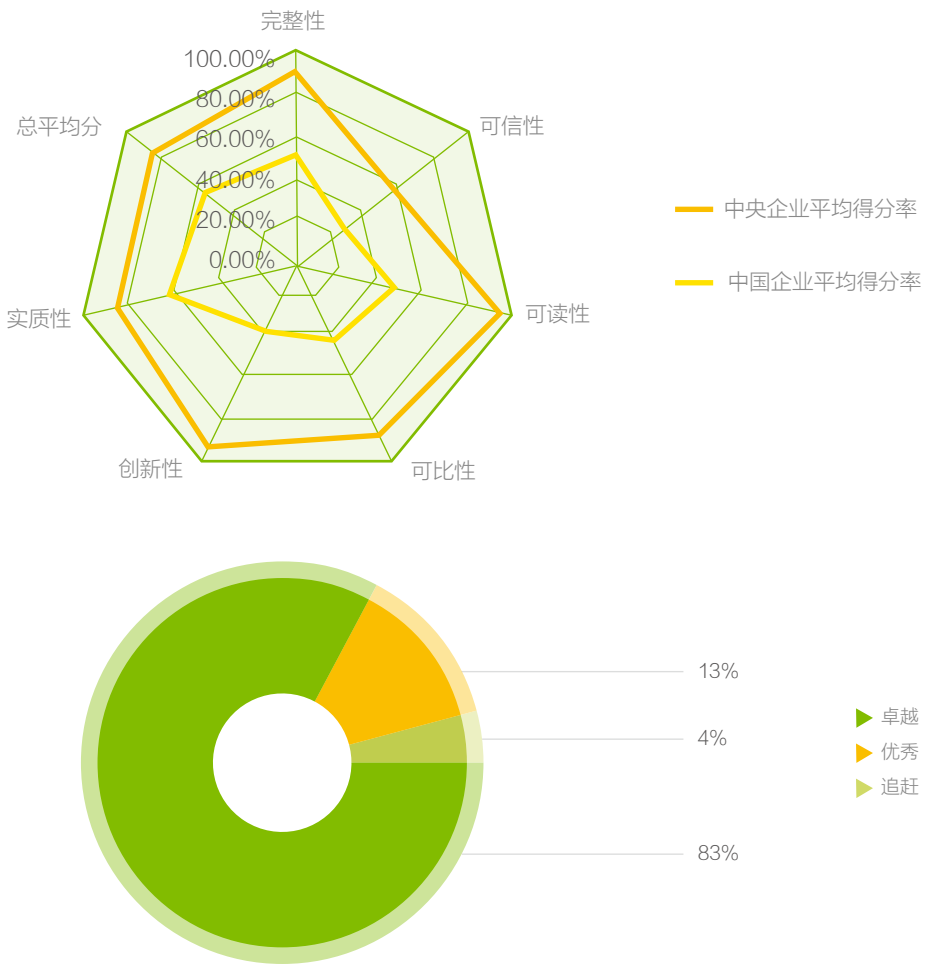


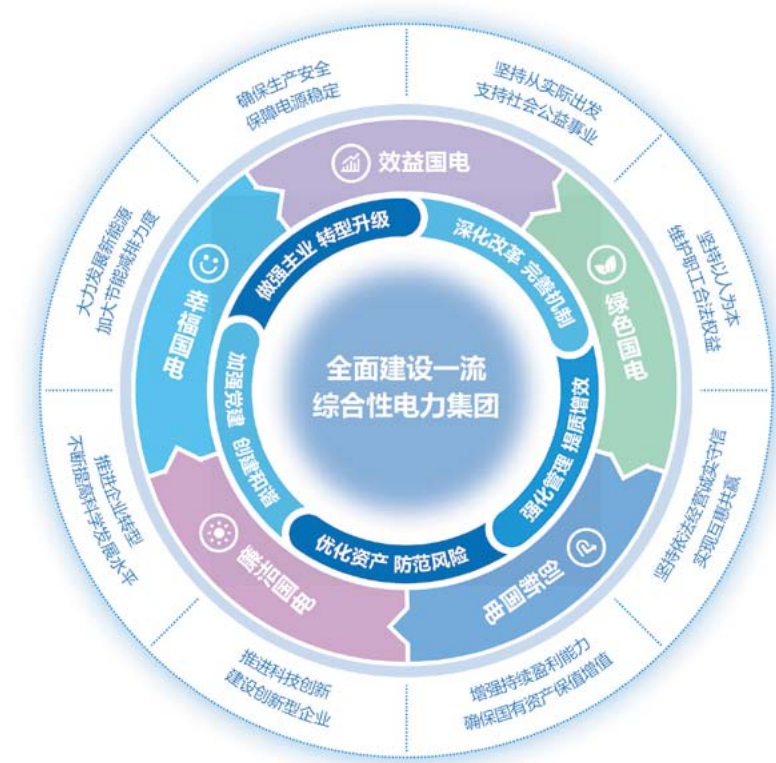
图 1 报告质量

发现二：注重披露社会责任理念，展现社会责任的体系化管理。

很多中央企业核心发展理念独具特色，且很好地体现了社会责任和可持续发展理念的融入，涌现出大量富有企业特色的社会责任理念。中央企业重视将社会责任融入公司战略、企业文化、公司运营，健全社会责任组织机构，不断推动社会责任管理的发展，提升履责能力和履责绩效。84.06% 的中央企业有健全的社会责任管理机构，89.86% 的中央企业制定了社会责任管理制度，开展了相关社会责任行动。

表 1 中央企业社会责任理念融入企业文化示例

企业名称公司	社会责任观/可持续发展观/企业使命/愿景
中国航天科工集团公司	放飞神剑 收获和平
中国电子科技集团公司	构建国家经络体系 共享平安智慧生活
中国石油天然气集团公司	奉献能源、创造和谐
中国石油化工集团公司	为美好生活加油
国家电网公司	奉献清洁能源 构建和谐社会
中国南方电网有限责任公司	万家灯火 南网情深
中国华能集团公司	美丽中国 美丽华能
中国大唐集团公司	提供清洁电力 点亮美好生活
神华集团有限责任公司	让能源清洁 让生活改变
中国移动通信集团公司	正德厚生 臻于至善
中国铝业公司	点石成金 造福人类
中国远洋运输（集团）总公司	责任领航
中国五矿集团公司	珍惜有限 创造无限
中国建筑工程总公司	拓展幸福空间
华润（集团）有限公司	引领商业进步 共创美好生活
招商局集团有限公司	以商业成功推动时代进步
中国广核集团有限公司	发展清洁能源、造福人类社会



发现三：重视利益相关方沟通，关注对政府、社会、员工、媒体等利益相关方履责信息披露。

中央企业报告对各利益相关方的关注度整体趋势与中国企业整体基本一致，但对各利益相关方的重视程度均高出平均水平。尤其重视对政府、社区、员工、媒体等利益相关方履责信息披露，各利益相关方指标平均覆盖率均是总体水平的 1.3 倍。例如，中央企业积极响应国家政策号召，充分运用专业优势，在精准扶贫等方面的履责实践做出特色，表现突出；注重顺应移动互联网时代潮流，利用新兴媒体，加强社会责任信息披露。

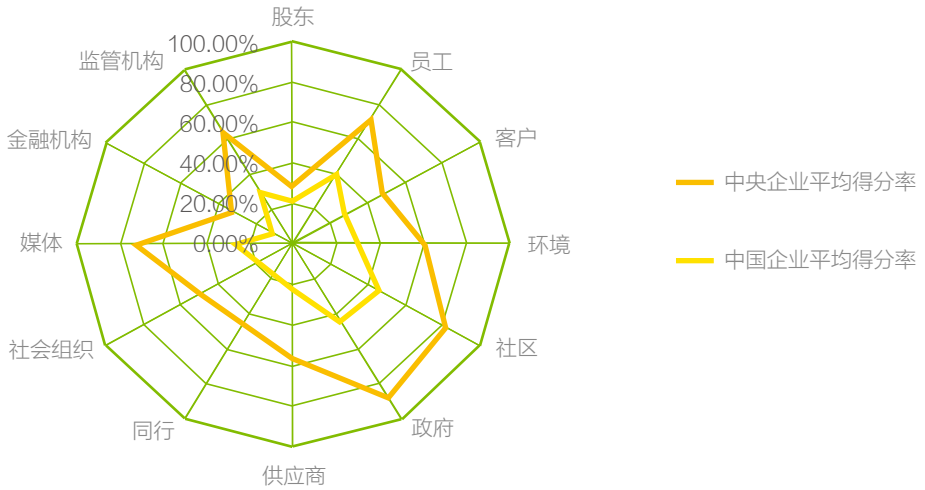


图 3 利益相关方指标覆盖率



图7 国家电网公司多元化信息披露方式



Language	Proportion
中文	55%
中英文	45%

图 8 中央企业报告语言类型



图 9 《中国南方电网 2015 企业社会责任报告》“一带一路”责任专题



图 11 《招商局集团 2015 社会责任报告》“一带一路”责任专题



图 10 中国中化集团践行海外责任

发现五：重视报告编制的规范性，综合采取多种编制依据或指南。

中央企业发布的社会责任报告在紧密结合国内外发展形势、国情、行业特性和企业业务特点的基础上，注重遵守监管机构的指导意见，参考社会责任国内外标准，保证报告的专业性和与国际接轨，过程规范，内容专业，实质性强。普遍参考了国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，85.51% 的报告参考 GRI《可持续发展报告指南》，84.06% 的报告参考了中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》。

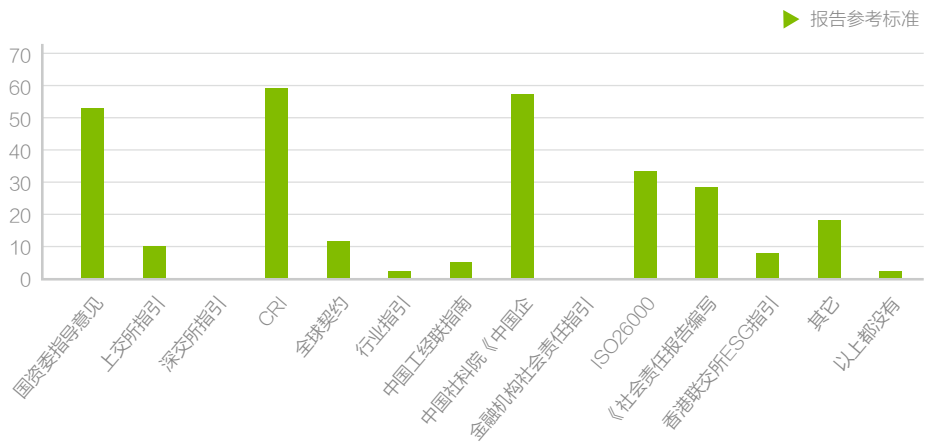


图 12 中央企业报告参考标准



图 13 《中国建筑股份有限公司 2015 可持续发展报告》编制流程

发现六：报告表述中立客观，关注利益相关方评价，可信性有待进一步加强。

中央企业报告重视发挥社会责任报告的沟通作用，充分认识到报告对企业形象的重要意义，发布的社会责任报告普遍表述中立客观，重视信息的权威性、可信性和均衡性，同时方便读者阅读。从数据上看，98.55% 的报告表述中立客观，信息来源清晰，关注利益相关方评价，有 47.83% 的报告披露了负面信息。中央企业报告有 CSR 专家评价和第三方审验的还较少，仅有 21.74% 的报告接受了第三方审验，31.88% 的报告有 CSR 专家评价。

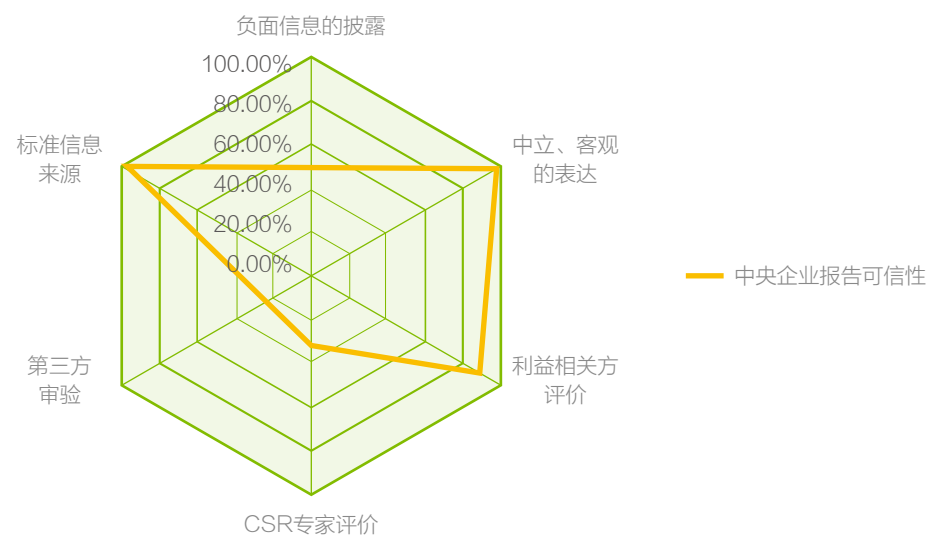


图 14 报告可信性指标

建议

建议一：披露推动社会责任融入企业管理运营的进展，增强报告规范性和实质性。

中央企业社会责任报告整体水平较高，下一步要重视披露社会责任管理实践进展和社会责任目标实现情况，进一步增强报告的规范性和实质性。这既是利益相关方要求，也与国际领先社会责任报告趋势相一致。企业可设立年度社会责任目标，如推进社会责任工作融入职能管理和业务流程，推进社会责任绩效考核等方面，并通过社会责任报告披露这些目标的年度实现情况，发挥报告促管理的作用，不断增强企业可持续发展能力和综合价值创造水平，让利益相关方获得企业对社会责任的计划和计划实现情况的实质性信息。

建议二：信息披露注重责任创新，聚焦社会问题和社会需求。

作为中国企业社会责任报告的引领者，中央企业社会责任报告应注重披露采取创新措施解决社会问题、满足社会需求的理念和实践。应以创新为导向，结合企业专业优势，聚焦社会问题和社会需求，创新社会责任管理和实践，不断提升企业责任竞争力。注重责任创新，发挥自身专业优势，创新社会责任实践，着力推进解决经济社会持续健康发展面临的重大问题，实现专业优势、责任创新与社会问题的有机融合，实现中央企业的可持续发展；加强与国际先进同行企业的对标，探索国际领先企业社会责任先进实践，为企业责任创新提供有益借鉴；持续开展社会责任课题研究，加强从更跨界、更系统的角度思考社会问题解决方式，探索如何将商业活动中积累的资源、项目运作和管理能力注入社会问题的解决方案中。

建议三：加强海外社会责任信息披露，增进与当地利益相关方的沟通。

中央企业应在社会责任报告中加强海外履责信息披露，适应国家“一带一路”战略构想等对企业“走出去”的要求，强化国际化运营中的社会责任履行。关注全球热点，披露社会责任实践对联合国 2030 可持续发展目标和减缓全球气候变化等的贡献，助力中国负责任大国形象建设。中央企业还可通过发布企业社会责任国别报告、项目社会责任报告等多种形式，加强海外社会责任信息披露，增强海外经营透明度，树立负责任的中央企业形象，打造国际竞争软实力，实现与运营所在地的共赢发展。

建议四：以社会责任报告为基础，加强立体传播，打造中央企业责任品牌。

中央企业社会责任报告水平较高，应进一步加强报告传播，发挥报告的沟通作用，打造中央企业责任品牌。一是创新报告展现形式，通过中文版、英文版、简版、H5 版、交互版等多种形式，满足不同利益相关方群体的阅读需求；二是扩宽报告传播渠道，通过公司官网、新闻媒体、内部报刊、杂志以及微博、微信等多种方式，满足更广泛的传播需求；三是发挥报告的真诚、及时沟通作用，提升报告时效性，重视披露利益相关方关注的热点信息，不回避负面信息，获得利益相关方的理解、信任和支持。



本报告采用可降解环保再生纸制作