

金蜜蜂中国 CSR指数报告2023

GoldenBee
CSR Index Report
2023

发布机构

金蜜蜂智库
GoldenBee ThinkTank

《可持续发展经济导刊》
China Sustainability Tribune

发布日期：2024年6月
Release Date: June 2024



报告说明

本报告是金蜜蜂智库和《可持续发展经济导刊》发布的第 16 份金蜜蜂中国企业社会责任实践研究报告，也是第十份金蜜蜂 CSR 指数报告。

2024 年 4-6 月，我们公开发布“2024 金蜜蜂中国企业社会责任实践调研问卷”，共回收有效问卷 216 份，纳入评估 198 份，收到 118 个有效责任竞争力案例。

本报告旨在为社会各界认识和把握中国企业社会责任发展情况提供参考，为国际社会了解中国企业社会责任发展提供量化及连续性的观察维度。同时，结合金蜜蜂企业榜、金蜜蜂全球 CSR 2030 倡议等工具，打造中国企业社会责任实践发展的风向标，带动更多企业深入开展社会责任实践。

金蜜蜂智库运用“金蜜蜂企业社会责任‘四有’评估体系”对问卷数据进行多维分析，并结合 2008 年以来的金蜜蜂指数变化趋势，洞察 2023 年中国企业社会责任实践最新进展和趋势。2023 年中国企业社会责任实践发展特征主要聚焦于以下几方面：

- 企业社会责任总体实践发展特征及趋势
- 企业社会责任战略与治理发展特征及趋势
- 企业对各利益相关方履责发展特征及趋势
- 企业社会责任信息披露发展特征及趋势
- 企业责任竞争力实践发展特征及趋势

对本报告的内容感兴趣，欢迎来电或致信咨询。

联系方式：责扬天下（北京）管理顾问有限公司

中国北京市海淀区中关村南大街 12 号百欣科技楼 4001 室

邮政编码：100081

电话：+00861062137913（转 8021）

传真：+00861062137910

电子邮箱：CSR@godenbeechina.com

摘要

主要发现

- 企业社会责任综合指数创历史新高，成长型企业社会责任实践水平与领袖型企业差距减小，民营企业社会责任实践水平增长势头强，采掘业、建筑业社会责任实践水平居于行业较高水平；
- 在“有心”方面，社会责任融入企业战略与治理水平提升明显，企业对社会责任的认识逐步深入，推动社会责任工作融入企业日常管理的力度明显加大；
- 在“有人”方面，企业利益相关方指数有所提升，更加重视利益相关方的需求和福祉，对社区和客户等相关方履责表现大幅上升，领袖型企业对社区履责表现突出；
- 在“有言”方面，企业信息披露指数大幅增长，对社会责任理念、战略与治理以及绩效信息等内容的披露程度更高；
- 在“有行”方面，责任竞争力指数表现平稳，企业实践重点聚焦于提供可持续发展的产品 / 服务和助力生态文明。

建议

- 以双重重要性为引领，以“四支柱”为框架，以“心人言行”为路径，系统科学打造新时代高标准履行社会责任典范。
- 持续完善企业社会责任治理，将社会责任融入公司发展战略，以提升战略韧性应对可持续发展挑战。
- 持续强化利益相关方参与管理，加强对股东、社会组织、供应商等相关方的履责实践，共创责任伙伴关系。
- 主动应对社会责任信息披露的最新要求，持续提升公司运营透明度，以高质量信息披露贡献可持续发展。
- 开展多元创新的社会责任实践行动，在履行社会责任的过程中持续增强竞争优势，打造新质生产力驱动可持续发展。

目录 Content

调查样本	9
发现	7
建议	36
关于金蜜蜂 CSR 指数	39



调查样本

本次评估通过公开发放问卷，共计回收 216 份，纳入评估 198 份，其中，118 份问卷提供了责任竞争力典型实践案例。

从样本企业性质看，国有及国有控股企业有 122 家，外资及港澳台企业有 29 家，民营企业有 47 家，分别占有有效样本数的 61.62%、14.65% 和 23.74%。国有及国有控股企业中，国有企业有 83 家，国有控股企业有 39 家，分别占有有效样本数的 41.92% 和 19.70%（见图 1）。

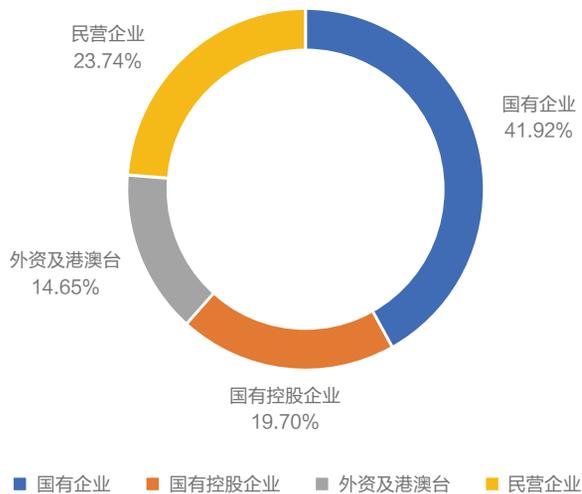


图 1 样本企业性质分布

从企业总部所在区域看，位于东部地区的企业样本数量最多，有 151 家，占有有效样本数的 76.26%；位于中部和西部的企业样本数量分别为 28 家和 19 家，分别占有有效样本数的 14.14% 和 9.60%（见图 2）。

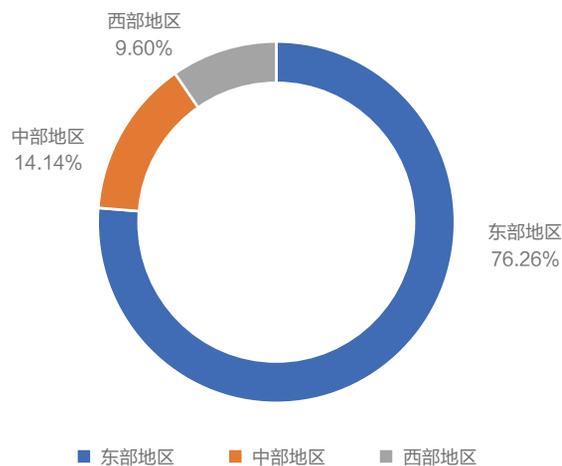


图 2 样本企业区域分布

从样本企业主营业务开展年限来看，十年以上的企业样本最多，有 181 家；其次是 5-10 年的企业，有 11 家；再次为 3-5 年的企业，有 4 家；最后为主营业务开展 3 年以下的企业，有 2 家。分别占有有效样本数的 91.41%、5.56%、2.02%、1.01%（见图 3）。

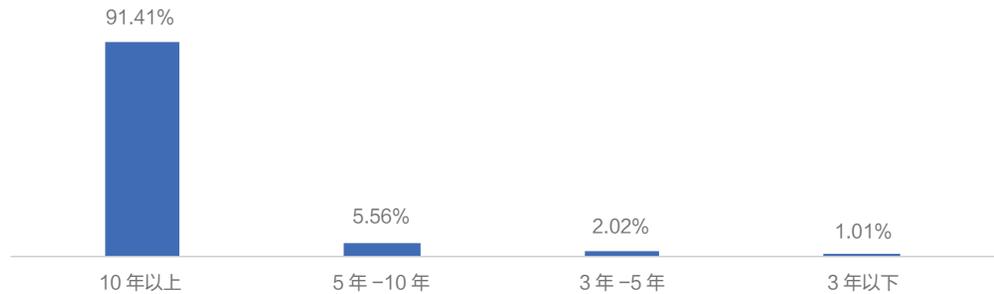


图 3 样本企业主营业务开展年限

从样本企业 2023 年度营业收入来看，469 亿元及以上的企业¹数量最多，占比 16.67%；其次为营业收入 10 亿 -50 亿的企业，占比为 19.70%。占比最少的是 1 亿以下，仅有 6.57%（见图 4）。

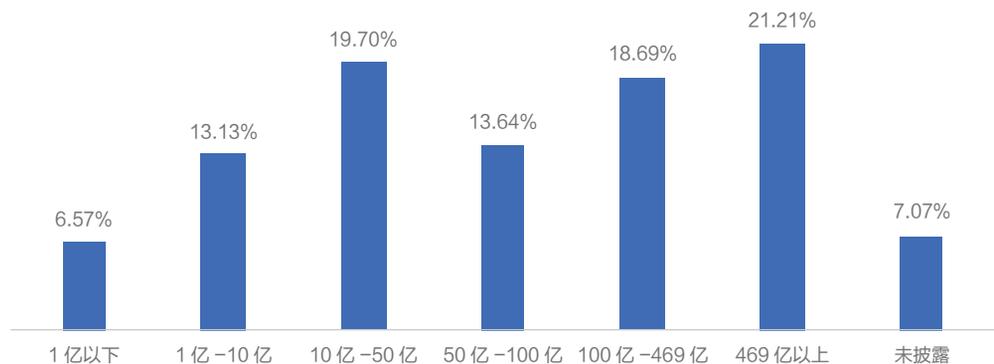


图 4 样本企业 2023 年营业收入 (单位: 亿元)

1 496 亿为 2023 年度公布的中国企业五百强榜单中最后一家企业的年营业收入，本报告以此为划分领袖型和成长型企业的依据，营收低于 469 亿为成长型企业，营业收入为 469 亿及以上为领袖型企业。

从样本企业所属行业看，制造业企业样本数量最多，有 64 家；其次为电力、热力、燃气及水生产和供应业，企业样本有 45 家；信息传输、计算机服务和软件业、交通运输、仓储和邮政业及金融、保险业的企业样本数量分别为 23、19 和 18 家；批发和零售业、社会服务业和建筑业的企业样本数量分别为 15、15 和 10 家；房地产业、综合业及农、林、牧、渔业的企业样本数量分别为 8、6 和 6 家；传播与文化业和采掘业的企业样本分别为 4 家和 3 家；公共管理、社会保障和社会组织的样本较少，仅 1 家（见图 5）。

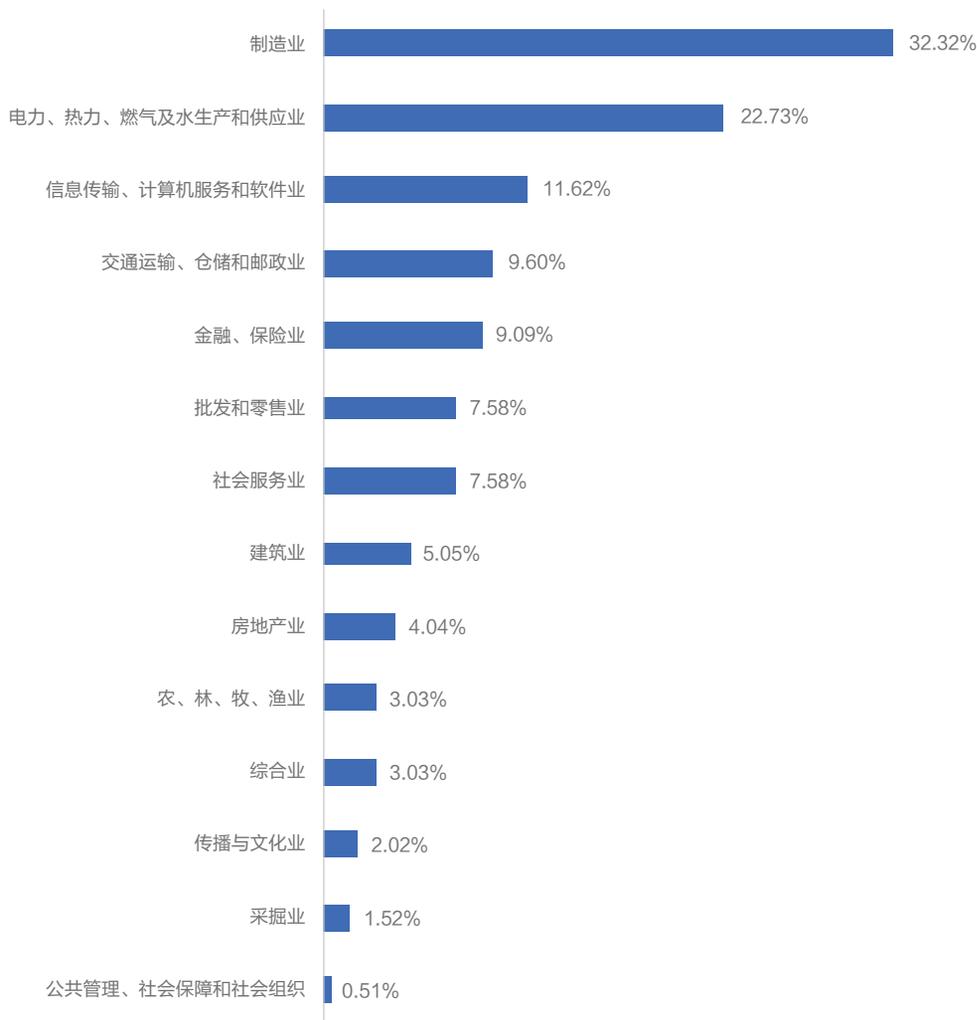


图 5 样本企业行业分布

主要发现

（一）企业社会责任综合指数创历史新高，成长型企业社会责任实践水平与领袖型企业差距减小，采掘业、建筑业社会责任实践水平居于行业较高水平

1. 企业社会责任综合指数创历史新高，社会责任信息披露指数大幅增长

2023年，样本企业的社会责任综合指数由2022年的1150点上升为1231点，增幅为7.01%（见图6）。与2022年相比，“有心”的企业战略与治理指数上升15.78%；“有人”的利益相关方指数上升12.99%；“有言”的社会责任信息披露指数大幅上升30.86%；“有行”的责任竞争力指数下降2.49%（见图7）。

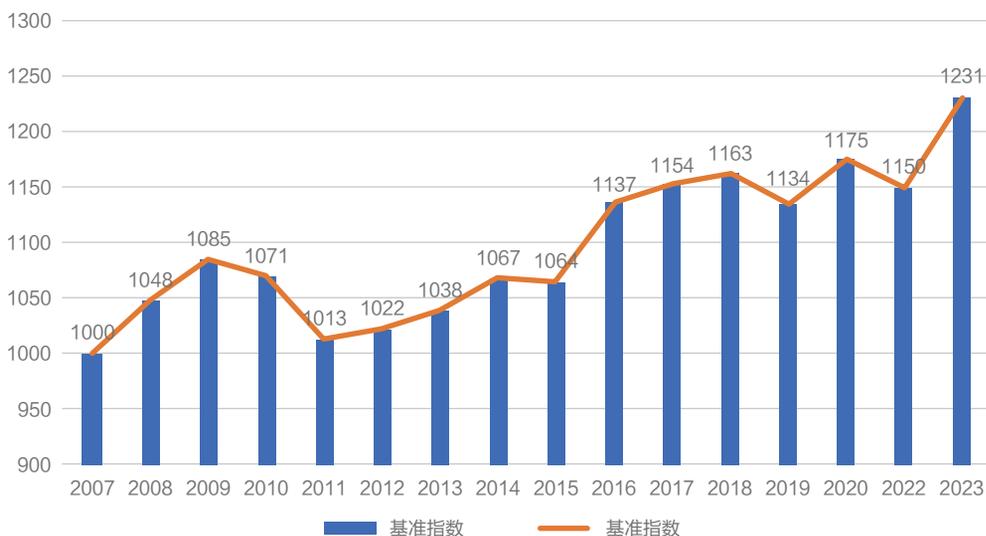


图6 综合指数

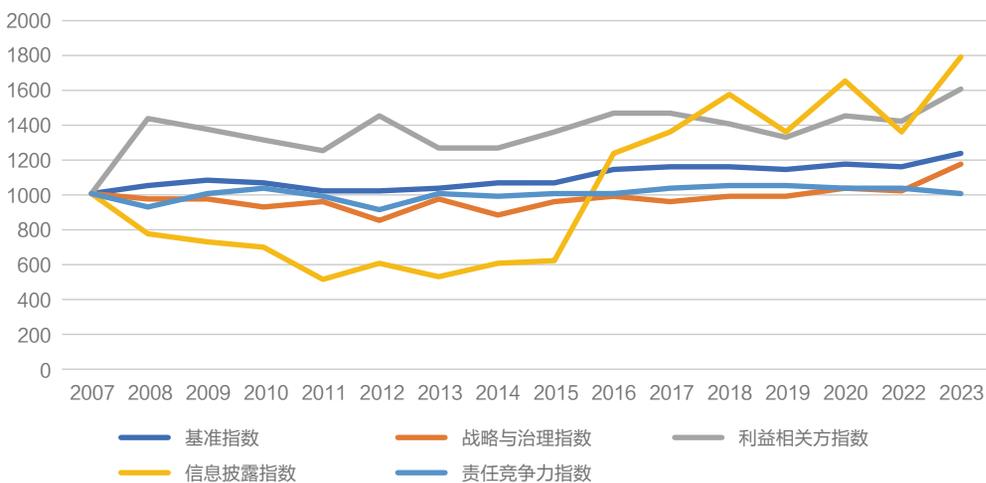


图7 企业在“四有”方面的指数发展趋势

2. 成长型企业社会责任综合指数大幅增长，与领袖型企业差距渐小

2022-2023 年，领袖型企业社会责任综合指数有所增长，从 1610 点上升至 1706 点，成长型企业社会责任综合指数大幅上涨，从 1229 点上升至 1445 点，与领袖型企业差距明显缩小（见图 8）。领袖型企业在战略与治理、与利益相关方关系、信息披露方面分别上升 102 点、69 点、174 点，成长型企业在战略与治理、与利益相关方关系、信息披露方面分别上升 162 点、192 点、444 点。2023 年，领袖型企业在战略与治理、与利益相关方关系、信息披露方面的表现均优于成长型企业，尤其是信息披露指数高于成长型企业 405 点（见图 9）。

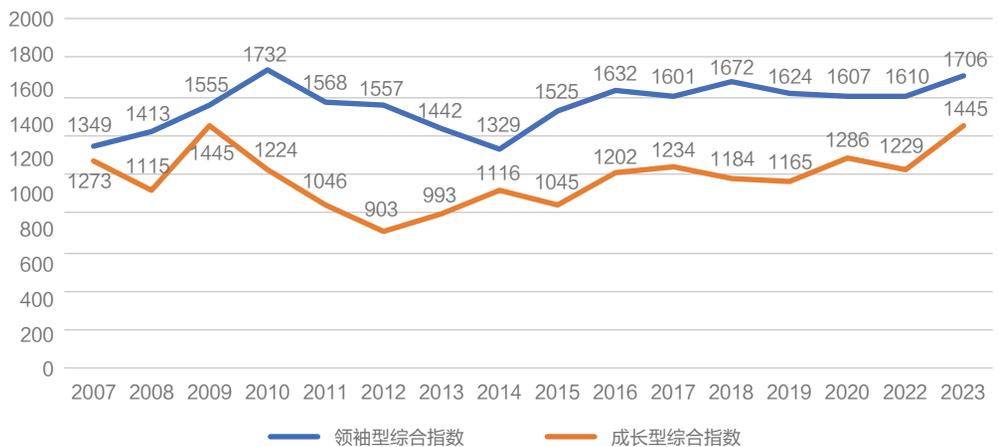


图 8 领袖型企业和成长型企业综合指数对比

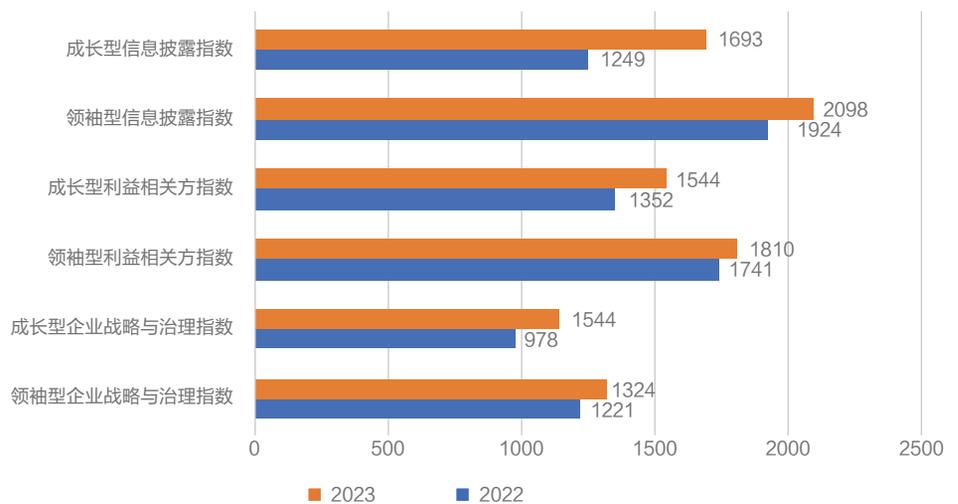


图 9 领袖型企业与成长型企业指数表现对比

3. 外资及港澳台企业、国有及国有控股企业社会责任综合指数保持较高水平，民营企业社会责任综合指数显著提升

2023 年，各类型企业的社会责任综合指数均出现明显上升，其中民营企业上升幅度最大，与 2022 年相比上涨 230 点，外资及港澳台企业、国有企业和国有控股企业分别上升 181 点、149 点、67 点（见图 10）。

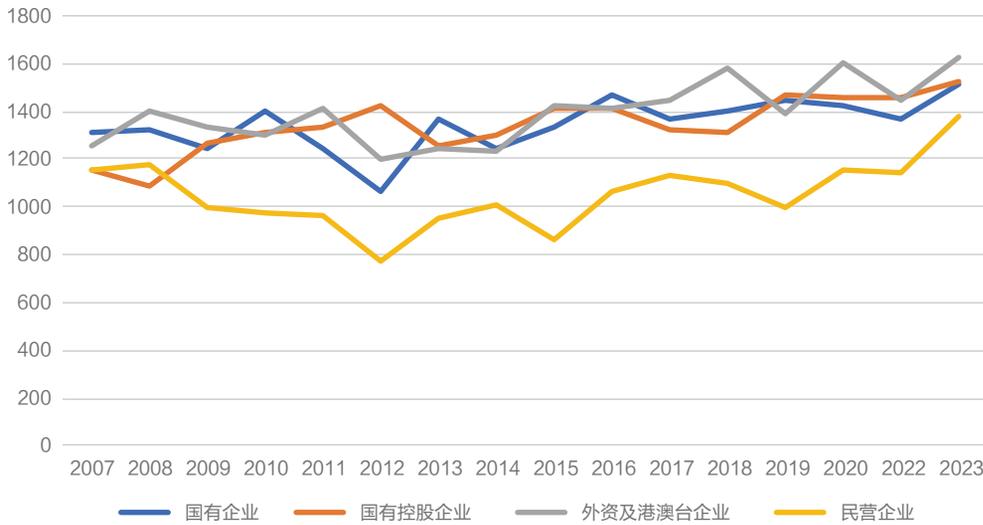


图 10 不同性质企业综合指数

4. 采掘业、建筑业企业社会责任实践表现处于较高水平，建筑业企业战略与治理指数、利益相关方指数均有显著上升

我们选取采掘业¹、制造业、储运行业²、电力等公用事业行业³、建筑行业、ICT行业⁴、金融行业和批发零售业八个行业进行行业评估分析。

评估数据显示，2023年，采掘业社会责任实践综合指数最高，为1740点，ICT行业最低，为1272点。与2022年相比，除ICT行业社会责任综合指数略微下降3点外，其余行业社会责任综合指数均明显上升，其中建筑行业上升幅度最大，上升了446点（见图11）。

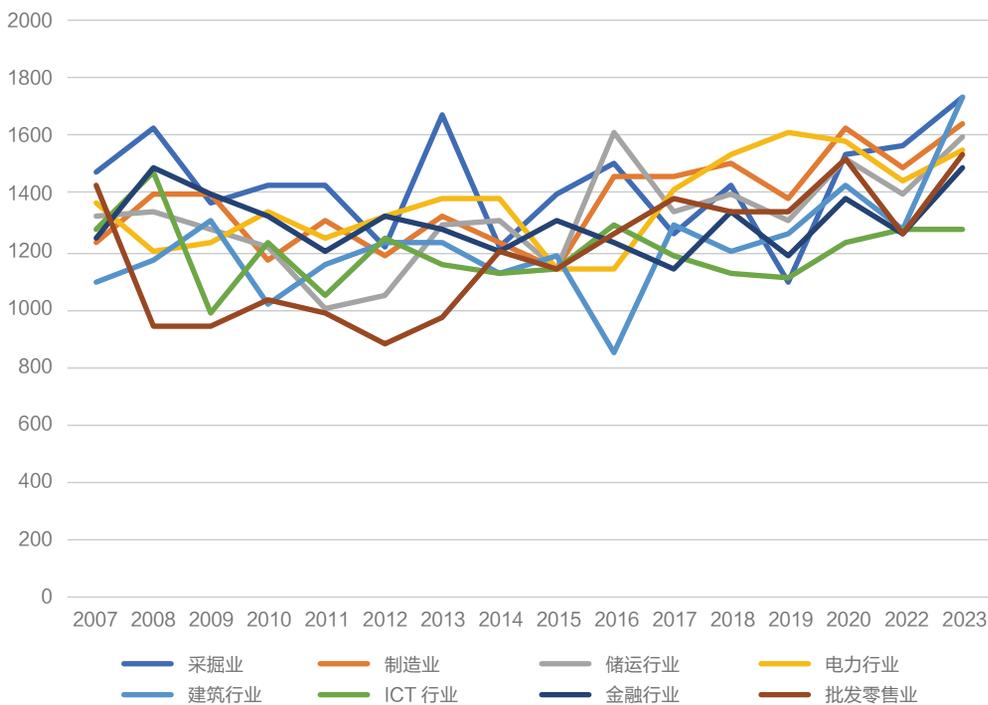


图 11 各行业综合指数

- 1 对应往年报告中的资源行业
- 2 对应交通运输、仓储和邮政业
- 3 对应电力、热力、燃气及水生产和供应业
- 4 对应信息传输、计算机服务和软件业

具体来看，建筑业企业战略与治理指数上升 382 点，利益相关方指数上升 390 点，信息披露指数大幅上升 836 点。ICT 行业利益相关方指数下降 25 点，战略与治理指数、信息披露指数分别上升 24 点、32 点（见图 12）。

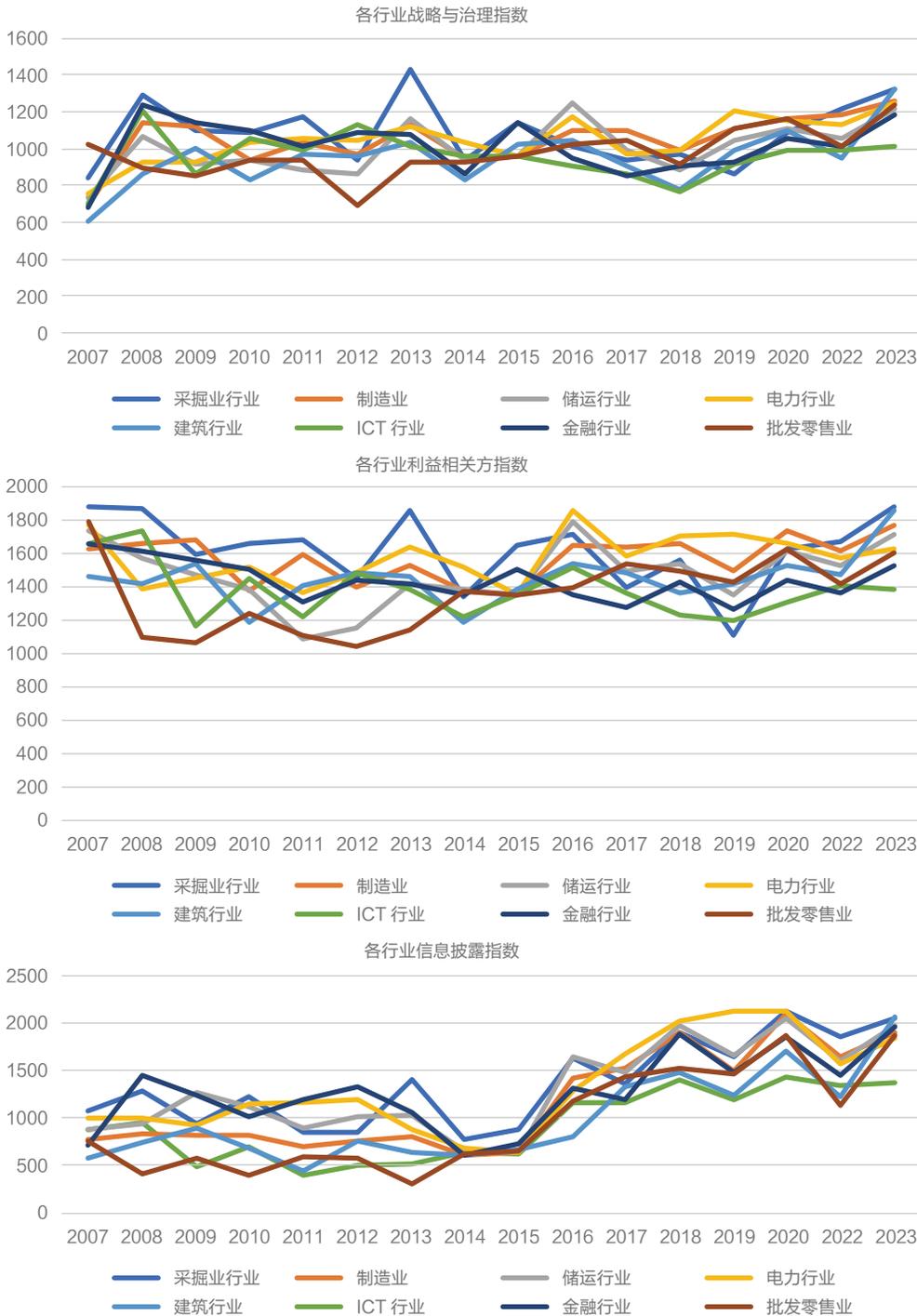


图 12 各行业分项指数对比

5. 金蜜蜂企业社会责任综合指数继续保持领先

从长期水平看，金蜜蜂企业综合指数保持领先，为 1257 点，高于样本企业总体水平 26 点（见图 13）。

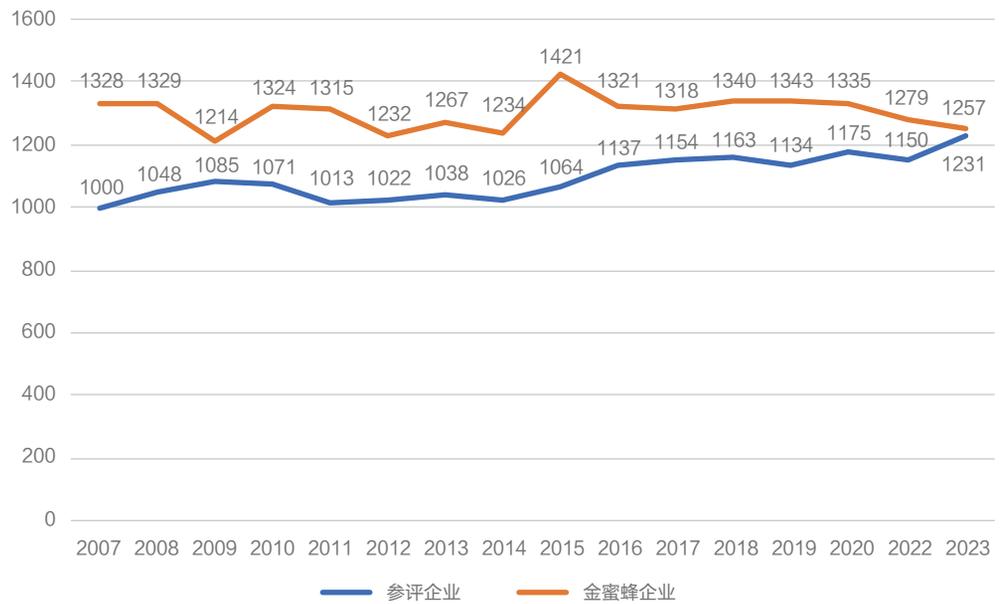


图 13 金蜜蜂企业和样本企业综合指数对比

（二）在“有心”方面，社会责任融入企业战略与治理水平显著提升，企业对社会责任的认知逐步深入，推动社会责任工作融入企业日常管理的力度明显加大

6. 企业战略与治理指数明显上升，注重公司发展战略中包含社会责任内容，将更多社会责任相关指标纳入管理考核

2022年-2023年，企业战略与治理指数由1019点上升至1180点。在社会责任战略方面，企业的社会责任理念明显提升，注重公司发展战略中包含社会责任内容，管理层参与社会责任管理程度有所提升，加入的企业社会责任组织的比例上升，特别是加入国际组织的公司比例。

值得注意的是，纳入管理考核的指标中“环境保护指标”、“社区发展指标”和“公平运营指标”得分率分别提升16.92%、16.92%和13.01%（见图14）。同时，除经济发展目标外，制定、实施并检查的环境目标、社会目标得分率分别提升12.75%、3.54%，说明企业在制定发展目标时能够更多考虑到社会和环境因素。

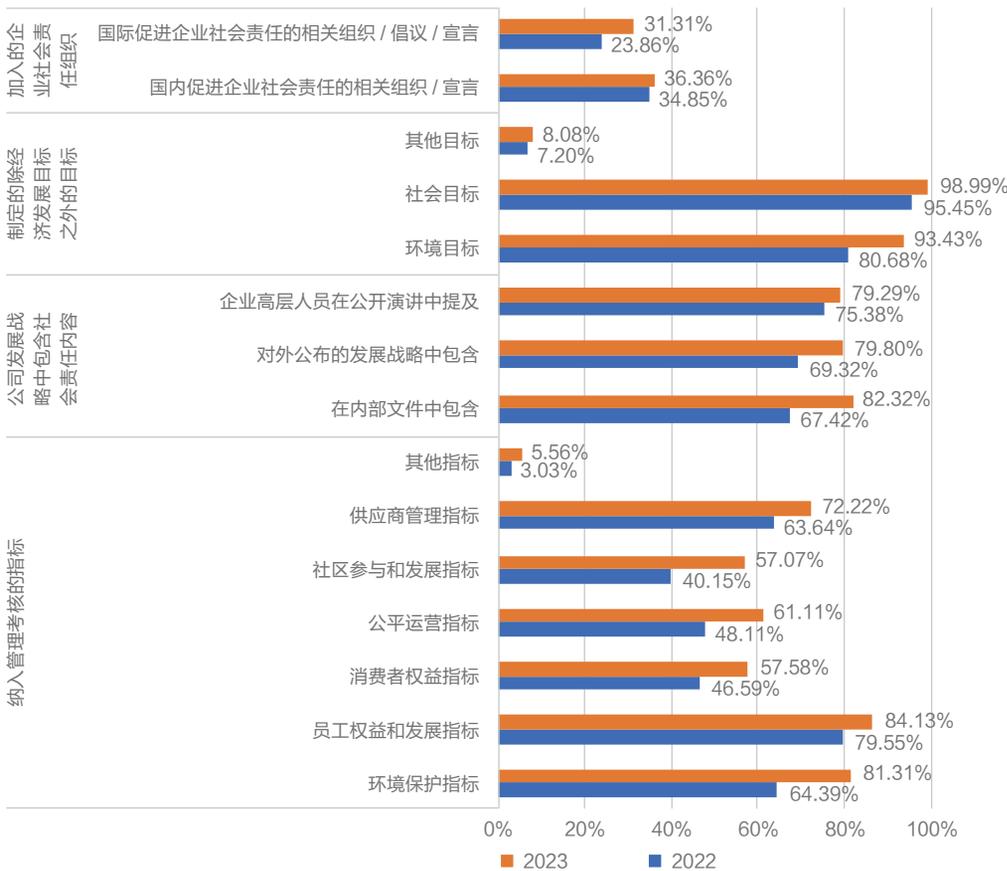


图 14 企业社会责任战略相关指标得分率对比

7. 企业管理层社会责任工作参与程度有所提高，推动社会责任工作融入企业日常管理的力度有所加强。

在企业管理层在社会责任工作中的参与程度上，超过八成样本企业“了解社会责任对公司业务模式的潜在影响和风险”，并且已经“参与、指导或者监督公司社会责任方针、目标和措施的制定和实施”，指标得分率分别为 88.89% 和 84.34%。“推动社会责任 /ESG 表现与高级管理者薪酬挂钩”得分率为 29.80%，同比上涨 4.89%，表明企业高管对社会责任履责情况更加重视。说明大部分企业从治理层面关注到社会责任对公司整体发展的影响，采取相应措施实现企业社会责任目标。

同时，企业管理层推动社会责任工作融入公司日常经营管理的力度有所增强，“参与、指导或者监督公司开展社会责任影响评估”“由上而下推动，确保社会责任考虑纳入业务决策流程”等指标得分率均有上升，得分率分别为 77.27% 和 67.68%。

在社会责任日常管理方面，“有专职的部门与人员负责与企业社会责任相关的事务”“有员工或部门兼职负责与企业社会责任相关的事务”得分率分别为 36.80% 和 42.93%，同比上涨 36.80%、11.11%；“未设专职部门，有专职人员负责与企业社会责任相关的事务”得分率为 14.14%，同比下降 28.21%（见图 15）。

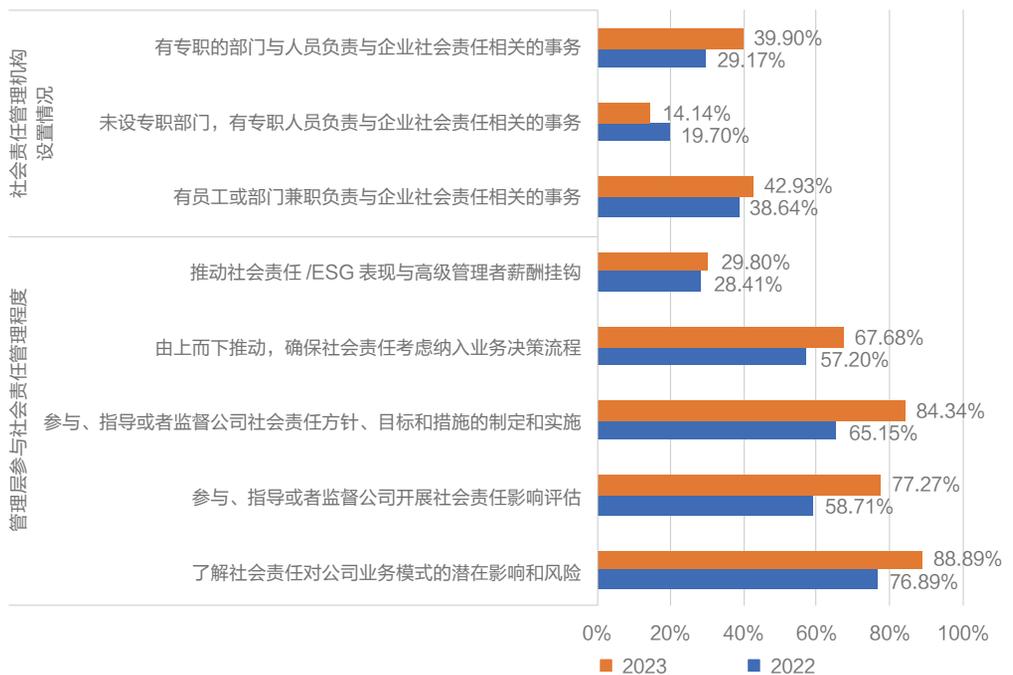


图 15 董事会、高级管理层社会责任管理参与情况

（三）在“有人”方面，企业利益相关方指数明显提升，更加重视利益相关方的需求和福祉，对社区和客户等相关方履责表现大幅上升

8. 企业利益相关方指数增幅为 12.99%，客户责任指数增长最快

2023 年，企业利益相关方指数为 1600 点，其中，社区指数最高，为 2848 点，其次为客户、同行指数，均超过 2000 点，股东指数最低，为 851 点。2022 年-2023 年，企业利益相关方指数增幅为 12.99%，各相关方指数均比去年有所上升，其中，客户指数上升最明显，同比增长 22.72%；其余依次为社会组织、社区、环境、政府、员工、同行、供应商、股东，增幅分别为 17.33%、16.20%、14.78%、13.65%、12.99%、12.56%、10.35%、8.24%（见图 16）。

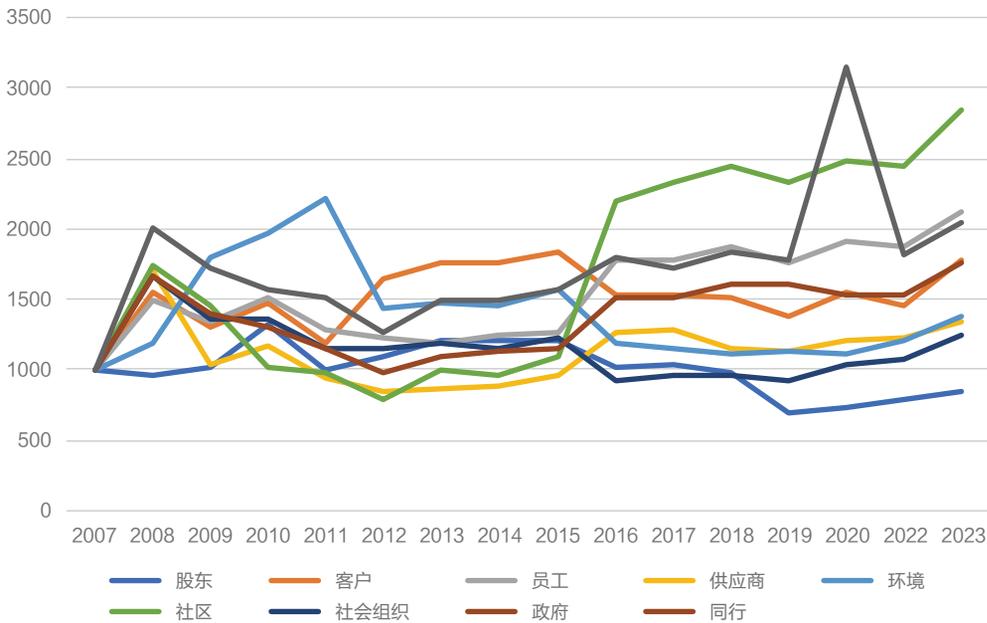


图 16 各利益相关方指数对比

9. 各类型企业利益相关方指数均有所提升，外资及港澳台企业利益相关方指数最高，民营企业利益相关方指数涨幅最大

2023年，不同性质企业中，外资及港澳台企业利益相关方指数最高，为1687点；国有及国有控股企业相差无几，分别为1613和1626；民营企业最低，为1503点。2022-2023年，各类型企业利益相关方指数均有所提升，其中民营企业同比增幅最高，为20%；其次为外资及港澳台企业，同比增长10%；国有控股企业增长最低，为2%（见图17）。具体来看，民营企业的客户责任指数、社区责任指数和政府责任指数增长较快，分别增长329、444、222点，涨幅为24.08%、21.84%和15.65%。外资及港澳台企业客户责任指数、社区责任指数和政府责任指数有明显提升，分别增长298、305和213点，涨幅为18.56%、12.30%和14.25%（见图18）。

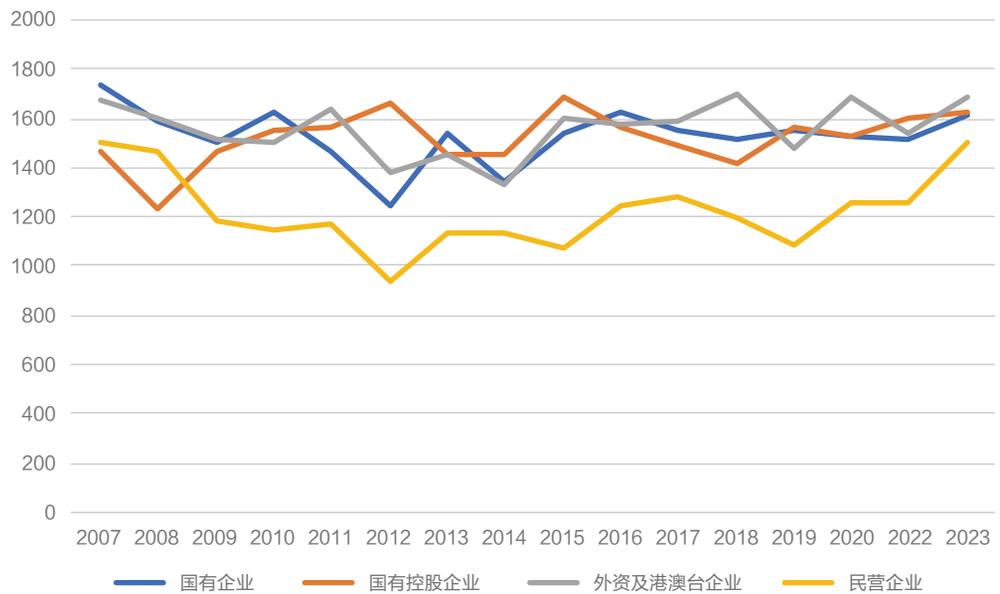


图 17 不同性质企业利益相关方综合指数对比

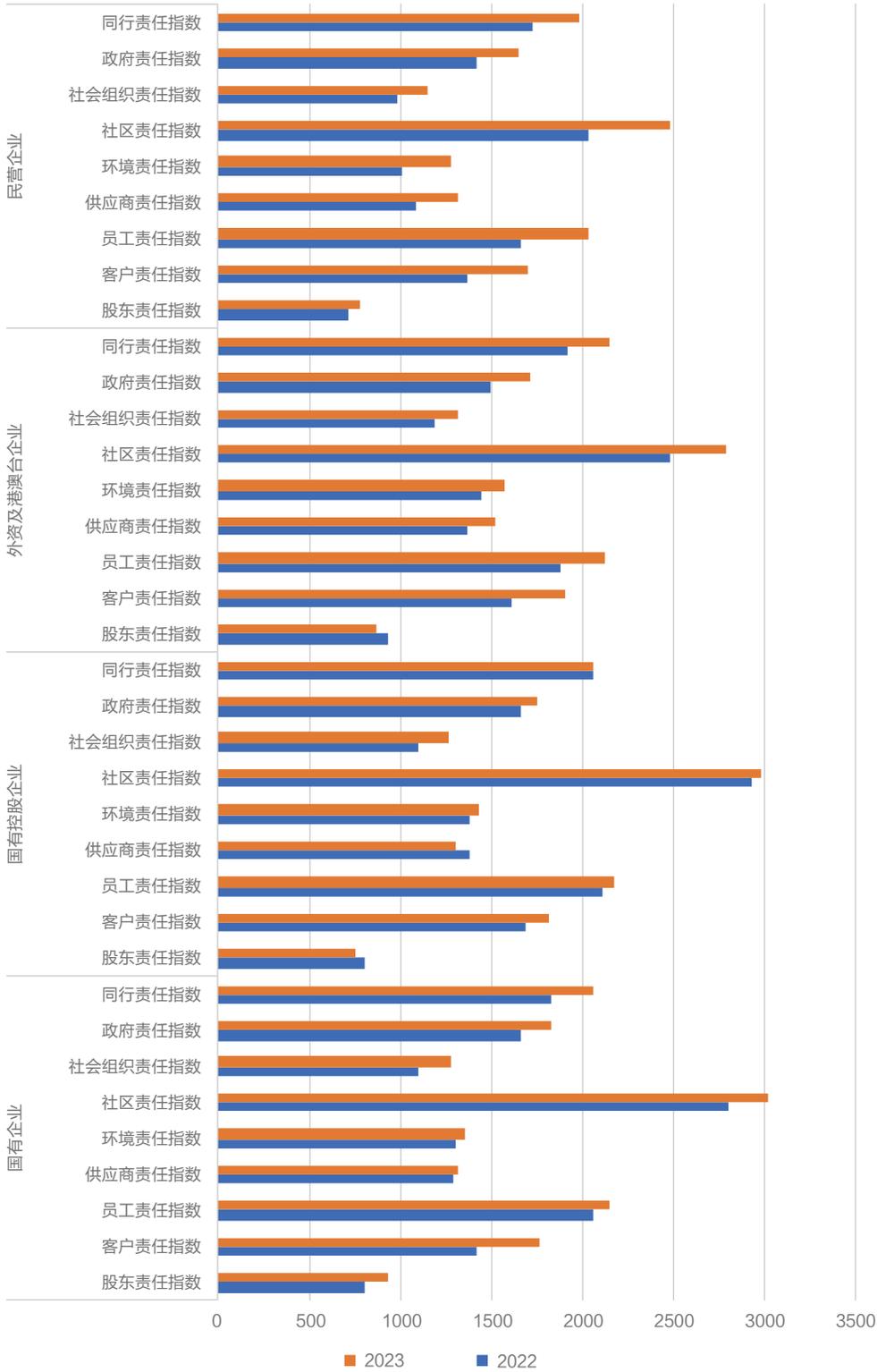


图 18 不同性质企业利益相关方指数对比

10. 企业股东责任指数增幅 6.80%，企业加大对于责任投资的关注

2023 年，企业股东指数由 2022 年的 786 点上升到 851 点，增幅为 8.24%。在投资者关系方面，“未发生法律纠纷”得分为 98.99%，同比上升 3.91 个百分点，“发生法律纠纷，但仅有非事实侵害”得分为 0.51%，同比下降 3.66 个百分点，“发生法律纠纷，并造成事实侵害纠纷的处理”得分为 0.51%。就盈利情况而言，“最近三年连续盈利，并高于或等于行业盈利水平”指标得分为 74.24%，同比上升 9.47 个百分点，“最近三年连续盈利，但低于行业盈利水平”指标得分为 6.57%，同比下降 4.04 个百分点，“最近三年发生过亏损”指标得分为 19.19%。就责任投资情况来看，“公司制度中设计责任投资有关内容”指标得分为 56.06%，同比上涨 7.20 个百分点，“公司有专门的社会责任投资制度”指标得分为 31.82%，同比增长 1.52 个百分点，“对投资对象或者投资项目进行 ESG 尽责调查或者开展 ESG 评估”指标得分为 38.89%，同比增长 7.07 个百分点（见图 19）。

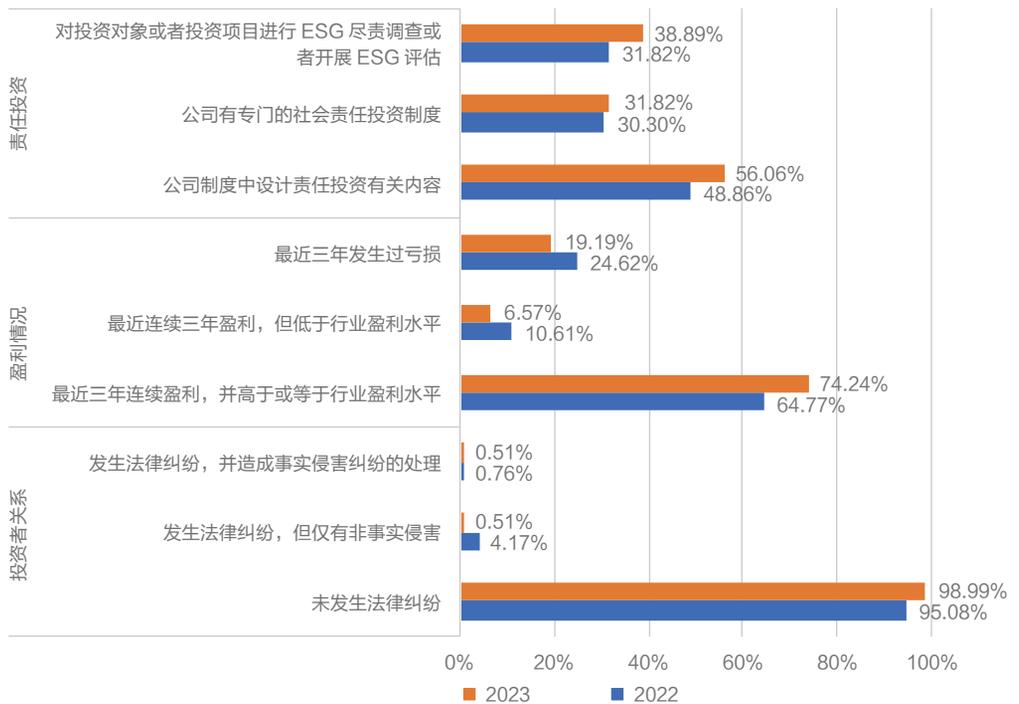


图 19 企业股东责任指标得分率

11. 企业客户责任指数增幅 22.72%，企业更加关注产品 / 服务全流程管理，更加注重建立客户隐私保护监督机制

2023 年，企业客户责任指数由 2022 年的 1451 上升至 1780 点，增幅为 22.72%。在产品和服务方面，“提供合格的产品 / 服务”指标得分率为 96.97%，“产品 / 服务价格合理”指标得分率为 90.91%，“建立提高产品 / 服务质量的制度体系”指标得分率为 81.82%，“研发可持续的产品 / 服务”指标得分率为 80.30%，“制定产品回收 / 售后 / 投诉反馈流程”指标得分率为 73.74%，说明超过七成的企业重视产品和服务的全流程管理。在提供产品 / 服务的信息方面，“提供完整、真实、准确的产品 / 服务信息”指标得分率为 95.45%，“以合理的营销成本向客户提供产品 / 服务信息”指标得分率为 90.91%，“采用有效渠道向客户（包括特殊人群，如盲人、聋哑人）提供产品 / 服务信息”指标得分率为 62.63%，“促进可持续消费”指标得分率为 66.16%。在客户信息和隐私保护方面，“通过合法且公正的方式获取客户信息”指标得分率为 95.45%，“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”指标得分率为 82.32%，“建立客户信息获取、使用和保护制度”指标得分率为 86.87%，“客户信息保护负责人联系方式的可获取性（如有公开的电话、E-mail 等联系方式）”指标得分率为 67.68%，“建立客户隐私保护监督机制”指标得分率为 75.76%（见图 20）。

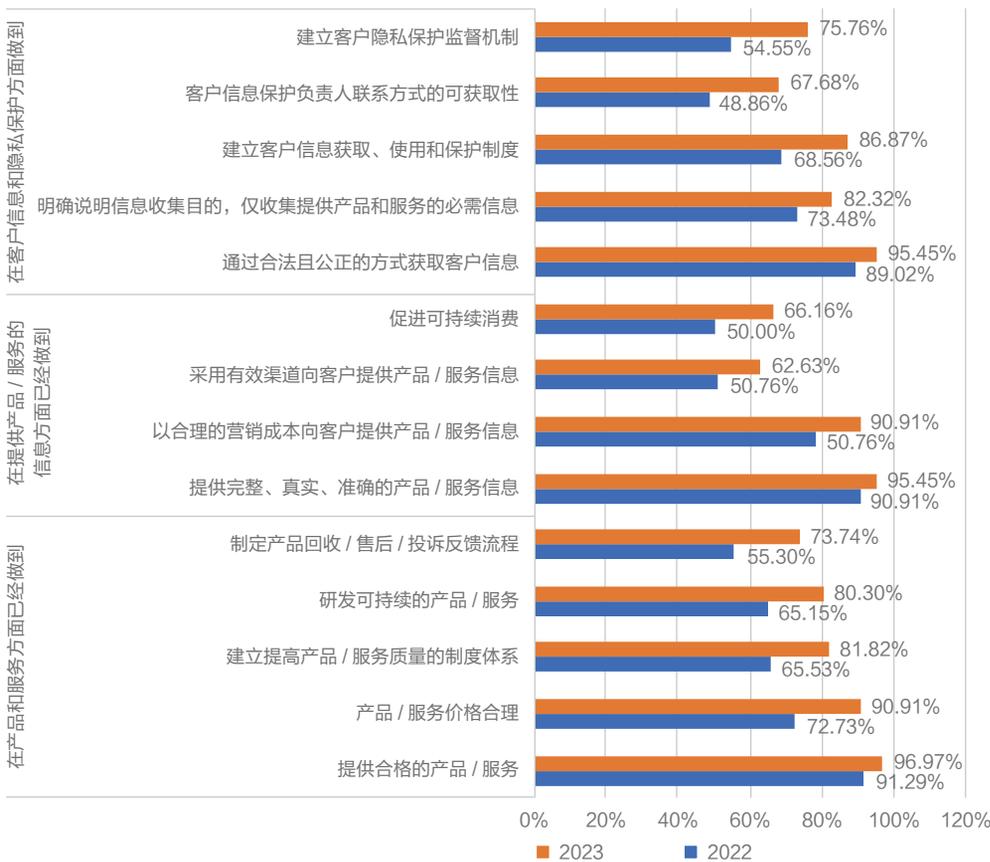


图 20 企业客户责任指标得分率

12. 企业员工责任指数增幅 12.99%，企业更加注重为员工提供各种类型的教育培训，提高员工的技能和素养

2023 年，企业员工责任指数由 2022 年的 1876 点上升至 2120 点，增幅为 12.99%。在劳资方面，“依法与员工签订劳动合同”“能够按时足额发放薪酬”“建立、完善员工薪酬增加制度”和“引导员工合理规划薪酬使用”4 项指标的得分率分别为 96.97%、98.48%、92.93% 和 59.09%；在健康与安全方面，“依法提供必要健康安全设备和培训”“健康与安全方面的资金投入”“建立职业健康安全管理体系”和“研发降低健康安全风险的措施”4 项指标的得分率分别为 96.46%、91.92%、75.76%、74.24%，企业更加注重员工健康安全，为员工提供必要的健康安全设备；在社会保障与福利方面，“依法参加各种社会保障体系”“及时、足额缴纳社会保障费用”“提供符合当地文化习俗的必要福利（如为员工发放节庆礼品）”“对员工生活中的困难提供额外帮助”4 项指标的得分率分别为 97.98%、95.45%、93.43%、87.88%；在民主管理方面，“依法成立工会”“为工会及相关民主管理活动提供充足经费”“开展民主管理，员工参与决策、重要制度制定”“建立企业内部沟通渠道，畅通员工沟通渠道”“分享工会活动经验”5 项指标的得分率分别为 84.34%、82.83%、88.38%、93.94%、73.23%，企业更加注重民主管理，更多企业成立工会并为民主管理活动提供经费；在培训方面，“依法提供特殊岗位技能培训”“培训发展预算”“提供岗位和职业技能培训，建立公平的升迁制度”“为员工进行职业生涯规划，开展学历教育培训”4 项指标的得分率分别为 88.89%、87.37%、95.96%、71.72%，超过七成的企业能为员工提供各种类型的教育培训（见图 21）。



图 21 企业员工责任指标得分率

13. 企业供应商责任指数增幅为 10.35%，通过保持或增加订单鼓励积极履行社会责任的供应商得分率涨幅较高，民营企业供应商责任指数上升趋势明显

调研显示，供应商责任指数由 2022 年的 1221 点上升至 1347 点，增幅为 10.35%。在采购原则方面，“公开采购信息，签订、执行合同”“采购价格合理，并按期付款”“通过保持或增加订单鼓励积极履行社会责任的供应商”3 项指标的得分率分别为 96.46%、92.42%、71.21%，企业更加注重鼓励积极履行社会责任的供应商；在供应商管理方面，“建立供应商社会责任管理制度，如对供应商道德、环境、社会责任要求的规定等”“适当分摊供应商因社会责任审核认证所增加的成本”“通过审核、培训、辅导等活动提高供应商的社会责任水平”“披露供应商社会责任管理信息”“为行业内供应链社会责任水平提高贡献经验”5 项指标的得分率分别为 80.81%、32.32%、68.18%、43.43% 和 53.54%，企业更加重视通过审核、培训、辅导等活动提高供应商的社会责任水平，为行业内供应链社会责任水平提高贡献经验（见图 22）。

具体到不同性质的企业来看，国有企业、外资及港澳台企和民营企业供应商指数分别上升 36、152 和 237 点，国有控股企业供应商指数下降 73 点（见图 23）。

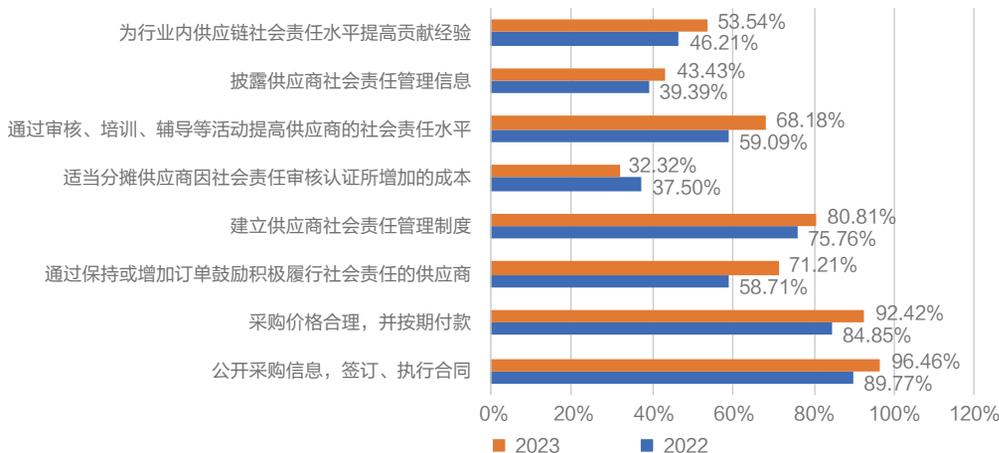


图 22 企业供应商责任指标得分率

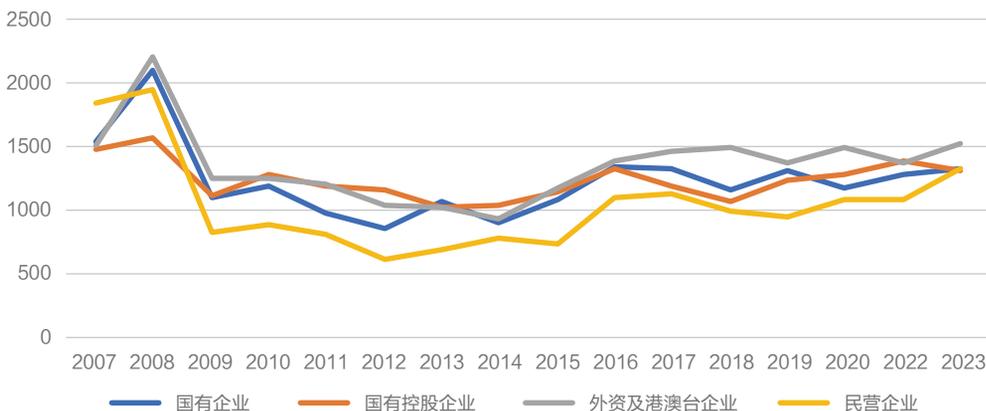


图 23 不同性质企业供应商指数

14. 企业环境责任指数增幅 14.78%，企业更加注重建立环境管理体系，倡导公众采取恢复生态系统的行动

2023 年，企业环境责任指数较 2022 年明显上涨，从 1027 点涨至 1385 点，涨幅为 14.78%。在环境管理方面，“依法控制环境风险”“环保资金投入”“建立环境管理体系（比如通过 ISO 14000 认证）”“为行业提高环境管理水平贡献经验”4 项指标的得分率分别为 91.41%、75.76%、71.21% 和 68.69%，企业加大环保资金投入，更加注重建立环境管理体系；在环境保护意识和能力建设方面，“组织员工参加环境保护意识培训”“设立环保培训专项经费”“建立环保培训制度”“倡导公众参与环保公益活动”“推行绿色办公”5 项指标的得分率分别为 90.40%、51.52%、53.03%、90.91% 和 88.38%，企业自身注重绿色办公，鼓励倡导公众也参与到环保公益中。在生物多样性保护方面，“采取减少运营对生物多样性影响的措施”“建立生态系统 / 生物多样性保护的制度”“在生态保护方面投入资金”“倡导公众采取恢复生态系统的行动”4 项指标的得分率分别为 75.76%、40.40%、36.36% 和 67.68%（见图 24）。

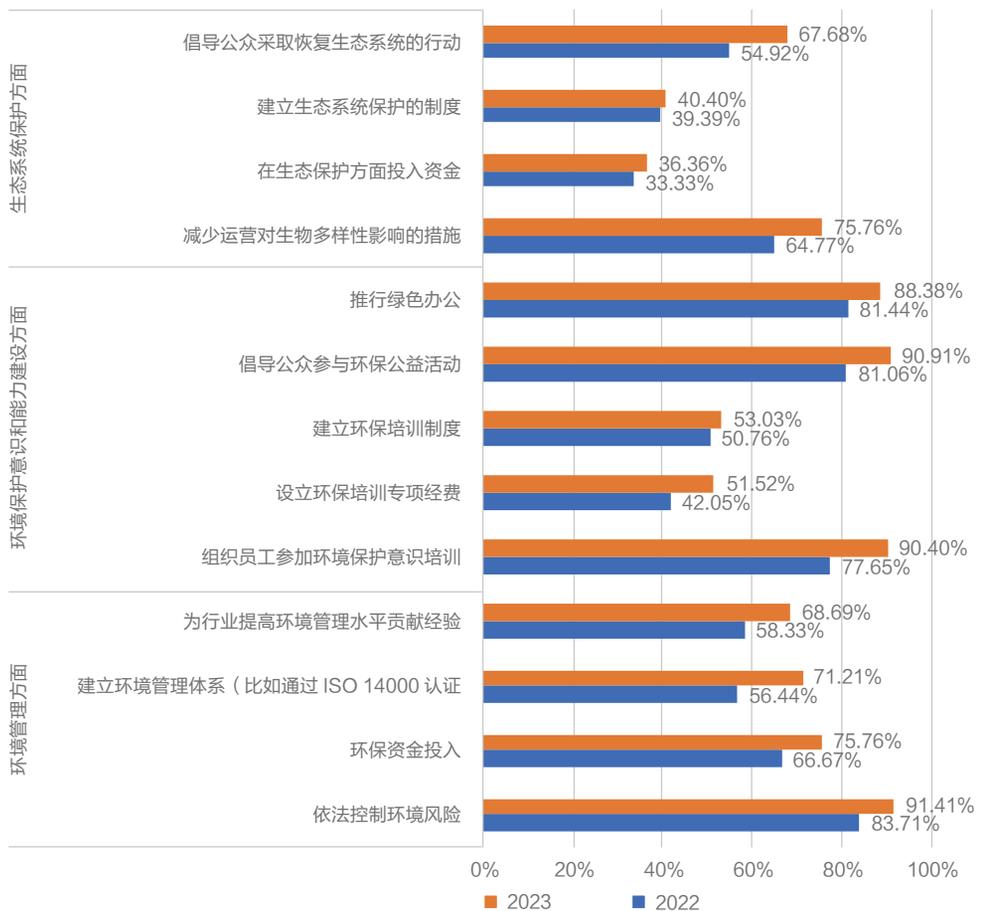


图 24 环境部分指标得分率

我们充分考虑行业特性，对环境责任指标进行区分。其中，制造业和建筑业重点考察生产链条的各环节以及推进低碳发展的内容；由于服务、金融、教育等行业不涉及复杂的生产流程，重点考察其降污减排和资源节约与利用等方面的内容。

就制造业和建筑业而言，生产前“依法实施环境影响评价”“资助资源保护活动，支持可再生资源的研发”“使用清洁、可再生能源和环保材料”3项指标的得分率分别为47.98%、39.39%、45.45%；生产过程中“降污减排达标”“减少资源消耗、提高资源利用效率”“追求零排放、进行碳补偿的措施”3项指标的得分率分别为48.48%、49.49%和31.31%；应对气候变化“开展温室气体盘查计算活动”“制定温室气体减量目标、措施”“公开披露温室气体排放、管理信息”“制定碳达峰中和计划”4项指标得分率分别为33.84%、37.98%、35.35%、27.78%，企业更加注重制定中长期碳排计划；生产完成后“依法回收处理废旧产品”“对废旧产品进行综合再利用”“资助或自愿研发废旧产品处理新技术”3项指标的得分率分别为41.92%、43.43%和35.35%，企业更加注重提高废旧产物的利用率（见图25）。

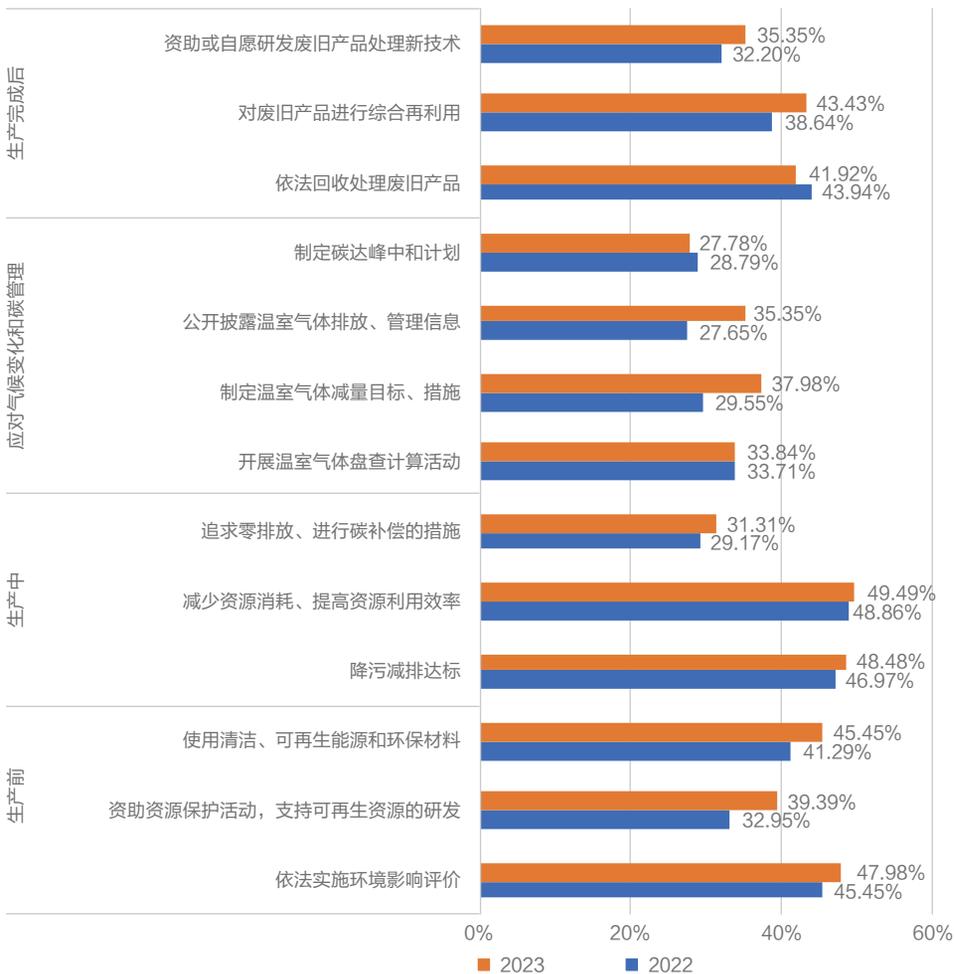


图 25 制造业与建筑业生产过程中各指标得分率

就服务、金融、教育等行业而言，降污减排“减少废弃物排放”“建立降污减排制度”“追求零排放、进行碳补偿的措施”3项指标的得分率分别为41.41%、28.79%和29.80%，企业采取零排放、碳补偿等措施减少废弃物排放；资源节约与利用“资源使用和能耗符合国家规定”“建立绿色办公、建筑物节能的措施”“引导产业链节能的措施”3项指标的得分率分别为43.43%、43.94%和31.31%（见图26）。

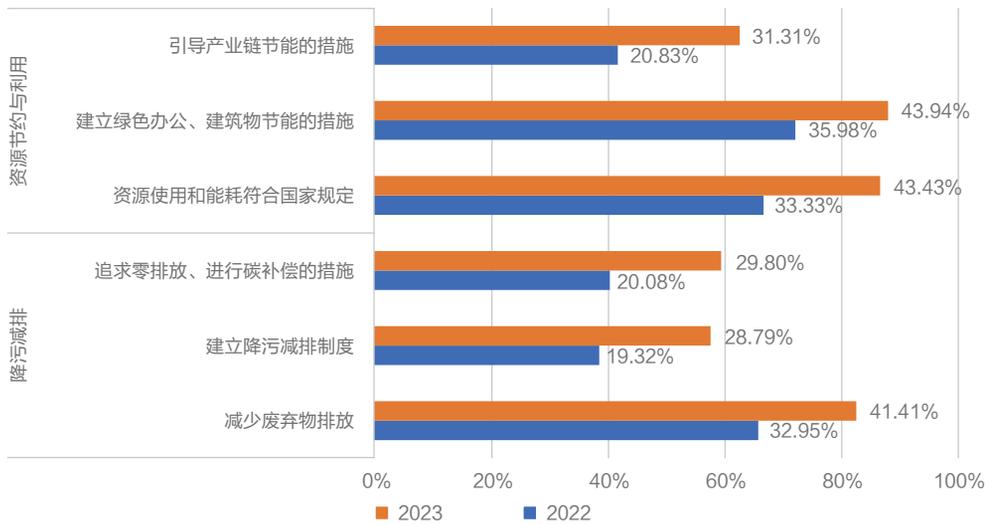


图 26 服务、金融、教育等行业各指标得分率

人类的可持续发展因自然损失而面临威胁，向自然受益型的发展方式转变正在成为新的解决方案。调研显示，在对自然受益型的发展方式的认同方面，“公司对自然的正面影响应该大于负面影响，达到净积极影响，向自然受益型经济发展”“公司可以在未来10年或20年内向自然受益型的经济发展方式转变，实现对自然的净积极影响”“公司已经在某些方面开展使自然受益的商业实践”“未来应在公司内部倡导使自然受益型的发展方式，停止和扭转自然损失”4项指标的得分率分别为75.76%、58.59%、58.59%和54.55%，涨幅分别为4.16%、5.22%、8.15%和20.01%，表明企业更加认同自然受益型发展方式，开展相关实践并将规划和计划自然受益型发展方式（见图27）。

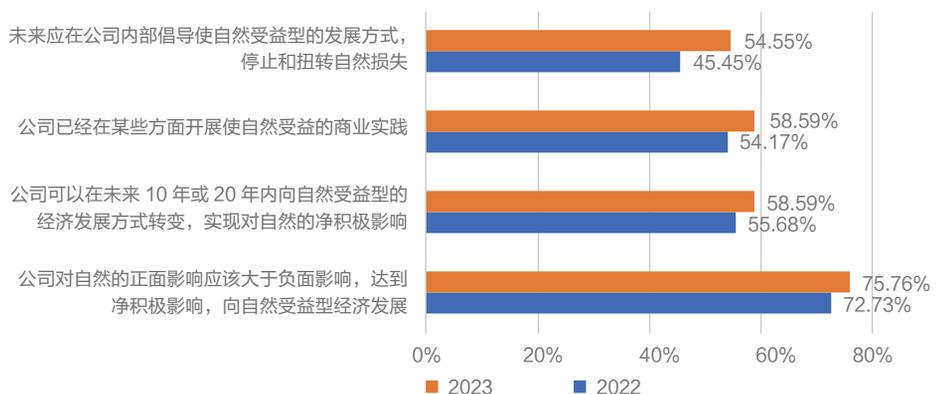


图 27 企业对自然受益型的发展方式的认同

在公司涉及的行动方面，得分率相对较高的四个指标分别为“发展节约和循环型生产模式”“建立透明、可持续的供应链”“践行人与自然和谐共生的消费方式”“打造可持续的材料供应链”“推进自然受益型能源转型”，得分率分别为 69.19%、66.67%、62.63%、49.49% 和 48.99%。得分率最低的是“管护健康、高产的海洋”，仅为 9.60%（见图 28）。

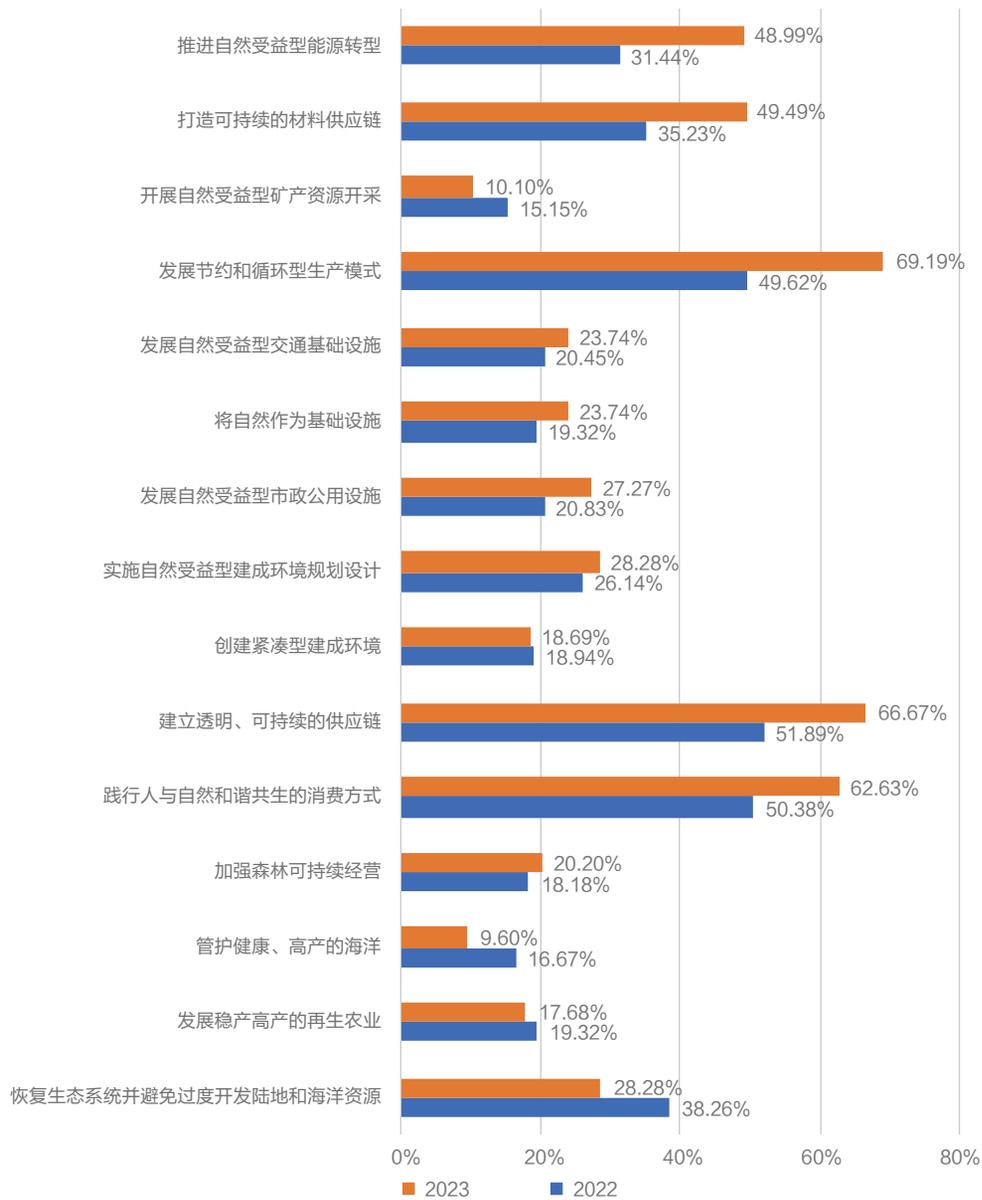


图 28 公司涉及自然受益型的发展方式的行动

15. 社区指数增幅为 16.20%，企业更加注重与社区的沟通交流、助力解决就业问题并积极参与社区公益事业，建筑行业企业社区责任指数上升趋势明显

2023 年，企业社区责任指数由 2022 年的 2451 点上升至 2848 点，增幅为 16.20%。在社区参与方面，“在进入社区前评估对社区可能造成的影响，了解社区需求并确认优先发展事项”“主动与社区沟通公司运营相关信息，了解并回应利益相关方的意见和建议”“制定社区参与计划，参与社区公共服务和管理”3 项指标的得分率分别为 68.69%、80.30% 和 63.64%。

在就业和培训方面，“结合实际为社区提供尽可能多的就业岗位”“参与或开发职业技能培训项目，提升社区居民技能水平”“与当地机构或组织合作开展培训等活动，增加社区弱势群体的就业机会”3 项指标的得分率分别为 74.75%、58.59% 和 57.58%，企业更加注重为社区提供尽可能多的就业岗位。

在社区发展方面，“发挥技术专业优势，支持社区公共基础设施发展”“帮助提高社区公共服务水平，改善社区居住环境”“结合社区实际，开发特色资源，帮助社区发展特色产业”3 项指标的得分率分别为 75.76%、70.71% 和 56.57%。

在文化和教育方面，“尊重和保护区文化传统和遗产，并在必要时为社区文化活动和项目提供便利”“支持社区教育发展，增加社区儿童和弱势群体受教育机会，减少社区文盲”“帮助社区学校改善教育设施，提高教育质量”3 项指标的得分率分别为 78.79%、68.69% 和 65.15%，企业更加重视传统文化教育，尊重和保护区文化传统和遗产。

在捐赠和救灾方面，“支持社区慈善事业发展，为社区发展和防灾减灾提供捐赠”和“发挥技术和设备优势，参与社区防灾减灾活动”2 项指标的得分率分别为 90.91% 和 66.16%（见图 29）。

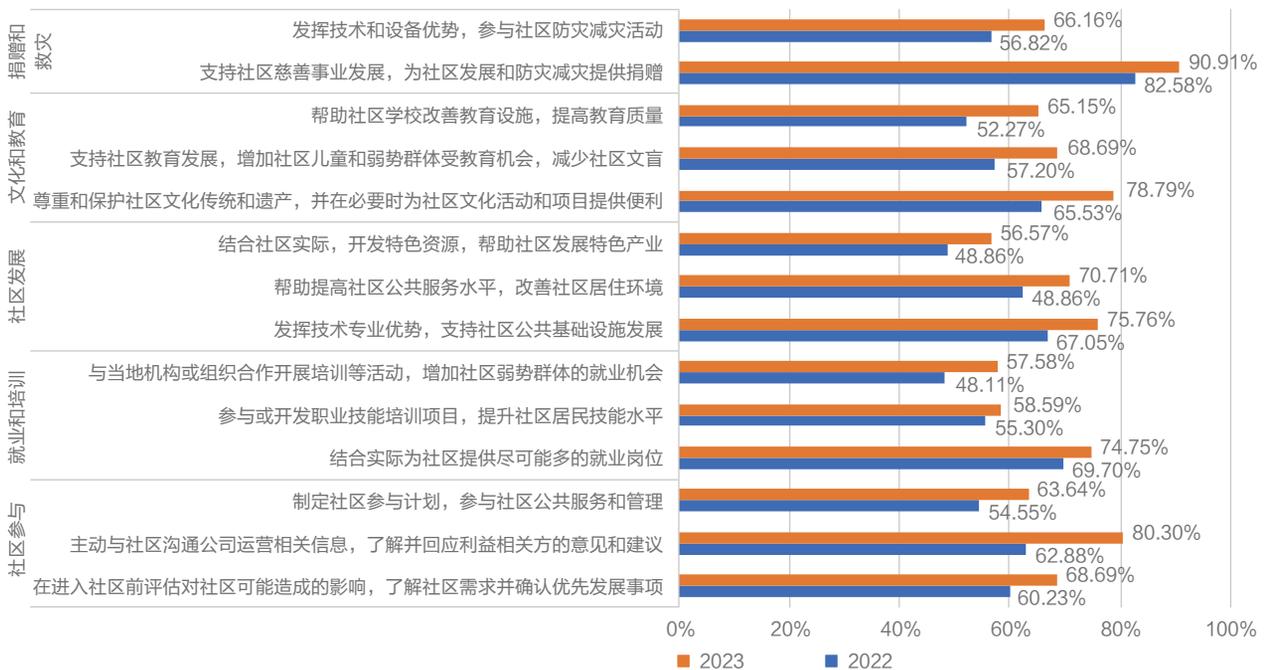


图 29 社区指标得分率

具体来看，各行业的社区责任指数均呈上升趋势，其中建筑业上升趋势最明显，同比上升 1277 点，涨幅为 48.26%；其次为金融行业、批发零售业、采掘业、储运行业、制造业和电力行业，分别上涨 839、449、681、306、264 和 251 点，涨幅分别为 37.03%、21.20%、20.21%、10.57%、9.80% 和 8.79%；ICT 行业涨幅最小，同比上涨 1 点（见图 30）。

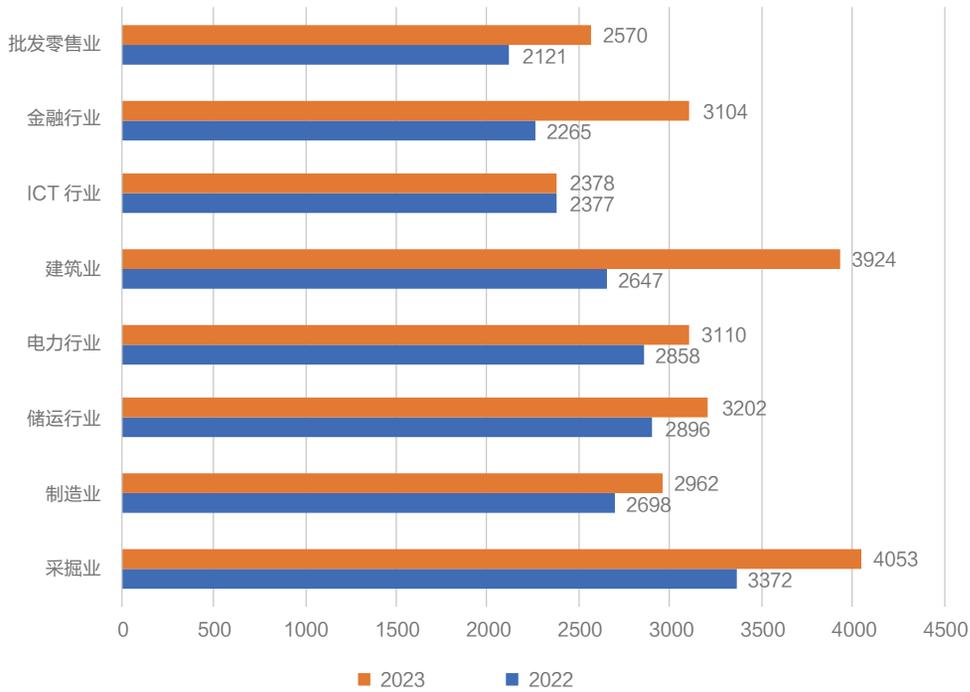


图 30 不同行业社区责任指数对比

16. 社会组织、政府责任、同行责任指数增幅分别为 17.33%、13.65% 和 12.56%

调研显示，2023 年企业社会组织责任指数、政府责任、同行责任指数分别为 1250 点、1750 点、2052 点，三者均比去年有所提升，其中，社会组织责任指数增长最明显，同比增幅为 17.33%。

在对社会组织承担的责任方面，对民间组织履责实践中，“积极回应民间组织的诉求，建立沟通常态化机制”“与民间组织建立伙伴关系，积极资助并参与其组织的活动”2 项指标的得分率分别为 78.28% 和 71.72%；对行业组织履责实践中，“遵守行业标准与规范”“参与支持行业发展活动”和“参与制定行业标准与规范”3 项指标的得分率分别为 92.93%、90.40% 和 78.28%，其中，“参与制定行业标准与规范”同比增长明显，表明企业正在逐步提升对行业组织的参与度与责任感，显示出对行业未来发展的前瞻性思考和投入（见图 31）。

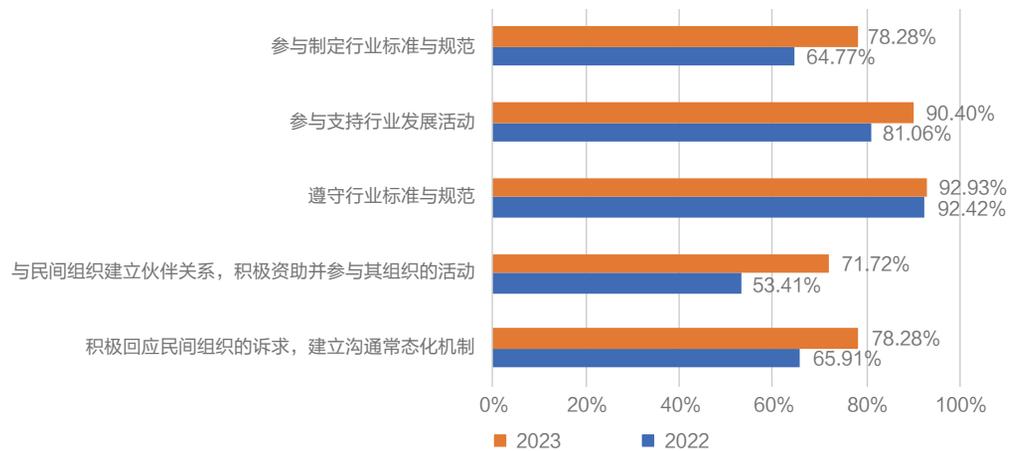


图 31 社会组织部分指标得分率

对政府履责方面，“遵守法律法规及政策”“积极向政府进行合理化建议”和“响应政府倡导的产业投资活动”3 项指标的得分率分别为 95.45%、86.87% 和 84.85%（见图 32）。

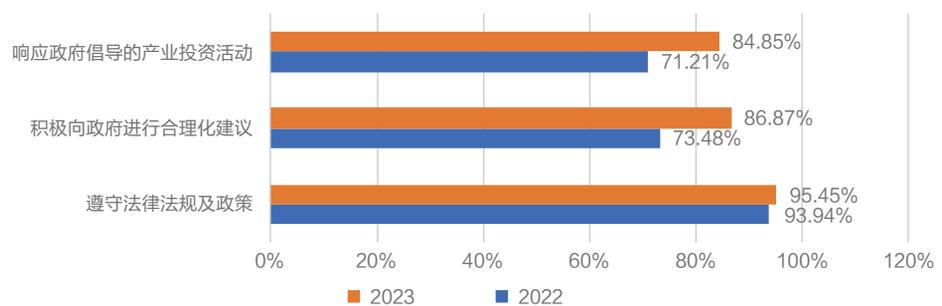


图 32 政府部分指标得分率

对同行履责方面，“依法公平竞争，杜绝价格联盟”“建立知识产权保护制度”“尊重竞争对手，主动维护公平竞争环境”3项指标的得分率分别为92.93%、85.86%和90.91%，增幅分别为5.75%、16.24%和13.21%（见图33）。

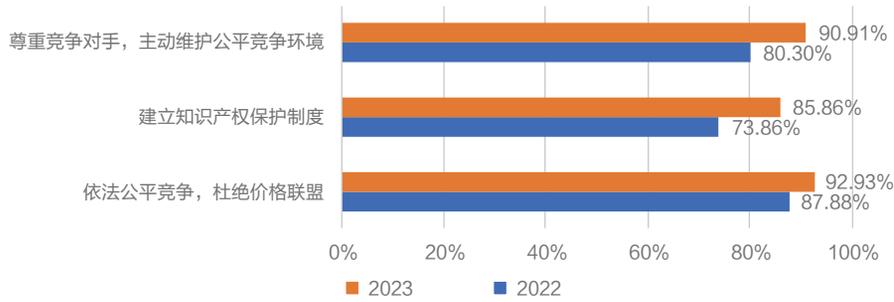


图 33 行业部分指标得分率

17. 领袖型企业各利益相关方指数均高于成长型企业，社区责任指数差异明显

领袖型企业利益相关方指数均高于成长型企业，其中社区、环境和客户指数远高于成长型企业，分别高出942、416和309点（见图34）。

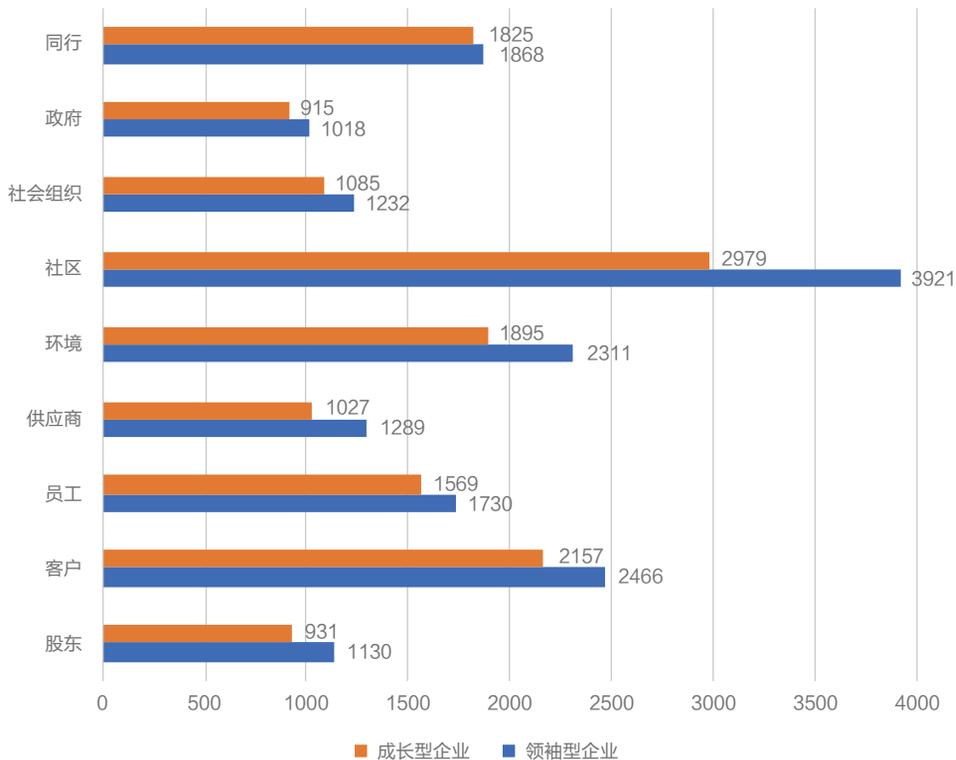


图 34 领袖型企业和成长型企业的利益相关方指数对比

18. 采掘业利益相关方指数相对较高

2023年，采掘业企业利益相关方履责水平相对较高。在员工、环境、社区、同行责任指数方面，采掘业、建筑业、电力行业和储运行业表现较为突出；在股东、客户、供应商、社会组织和政府责任指数方面，制造业、ICT行业、金融行业和批发零售业表现较为突出（见图35）。

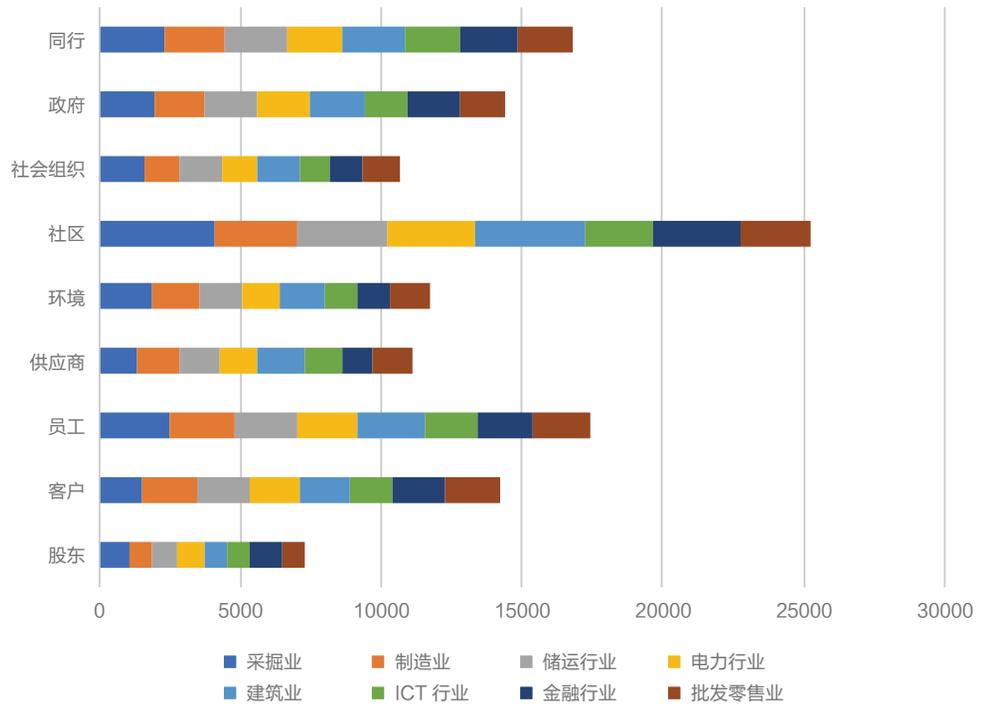


图 35 不同行业各利益相关方责任指数对比

（四）在“有言”方面，企业社会责任信息披露指数大幅增长，对社会责任理念、战略与治理以及绩效信息等内容的披露程度更高

19. 企业社会责任信息披露指数上涨 30.86%

2022-2023年，社会责任信息披露指数由1359点上升至1779点，同比上涨30.86%。企业在“通过网站、微信、微博等网络渠道披露社会责任信息”得分率最高，在“开展社会责任专项沟通活动”得分率最低。企业在“已经建立社会责任信息披露机制”“通过网站、微信、微博等网络渠道披露社会责任信息”“定期发布社会责任报告”“开展社会责任专项沟通活动”四项得分率均有所上升，体现了企业对社会责任披露的重视程度在不断提高（见图36）。

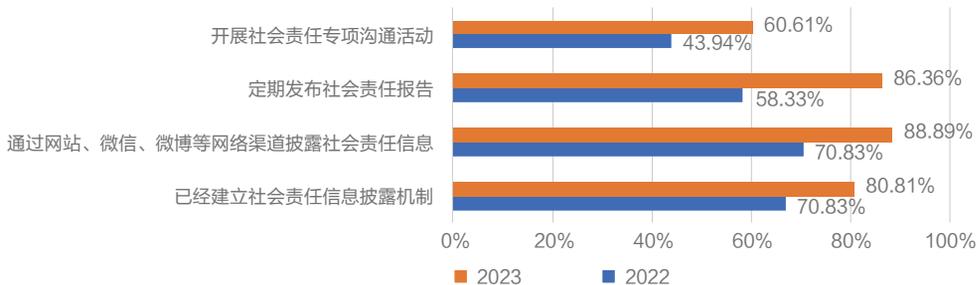


图 36 企业社会责任信息披露情况

20. 企业社会责任理念披露程度最高，经济、环境和社会责任绩效披露水平明显上升

在企业社会责任信息披露的内容方面，超过六成样本企业都披露了社会责任理念、战略与治理、社会责任规划以及经济责任绩效、环境责任绩效、社会责任绩效，相较而言，企业更重视披露社会责任理念、战略与治理以及责任绩效信息，对社会责任执行进展和规划方面披露水平还有较大的提升空间。2022-2023年，企业在7个方面的社会责任信息披露得分率均有增长，其中，对责任绩效信息披露得分率明显增长。这些表明企业更加重视对履责成效的量化和公开，注重向公众展示其在履行社会责任方面的承诺和实际成果（见图37）。



图 37 企业社会责任披露内容情况

21. 民营企业社会责任信息披露指数明显上升，国有控股企业和外资及港澳台企业社会责任信息披露指数基本持平

2023 年，国有企业和民营企业社会责任信息披露指数均有所上升，其中民营企业上升趋势最为明显，增幅为 13.81%，指数为 1480 点；其次为国有企业，增幅为 1.85%，指数为 1831。国有控股企业、外资及港澳台企业社会责任信息披露指数基本持平，同比降低 3.80%、3.71%，指数分别为 1862 和 2000（见图 38）。

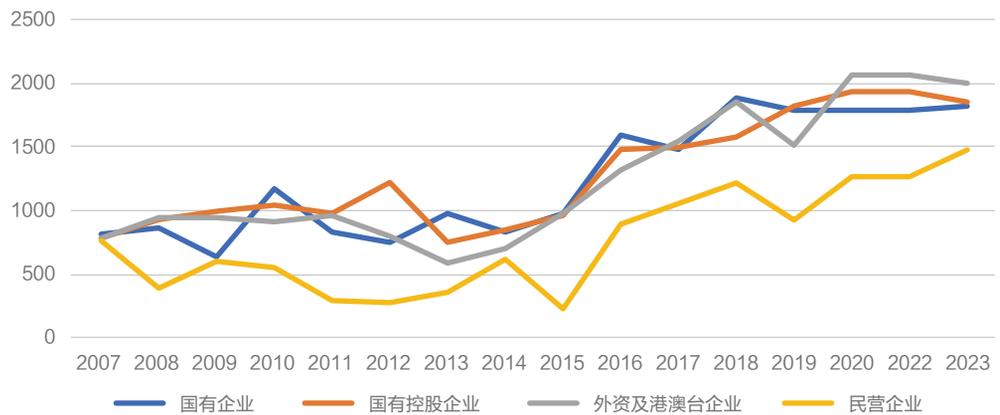


图 38 不同性质企业信息披露指数

22. 成长型企业和领袖型企业信息披露指数显著上升，二者差距显著缩小

成长型企业和领袖型企业信息披露指数均显著上升。成长型企业信息披露指数大幅上涨，从 2022 年的 1249 点上升至 1693 点，涨幅为 35.55%，领袖型企业信息披露指数也明显上升，从 2022 年的 1924 点上升至 2098 点，涨幅为 9.03%。从长期看，领袖型企业信息披露情况依旧优于成长型企业信息披露情况，但差距逐渐缩小（见图 39）。

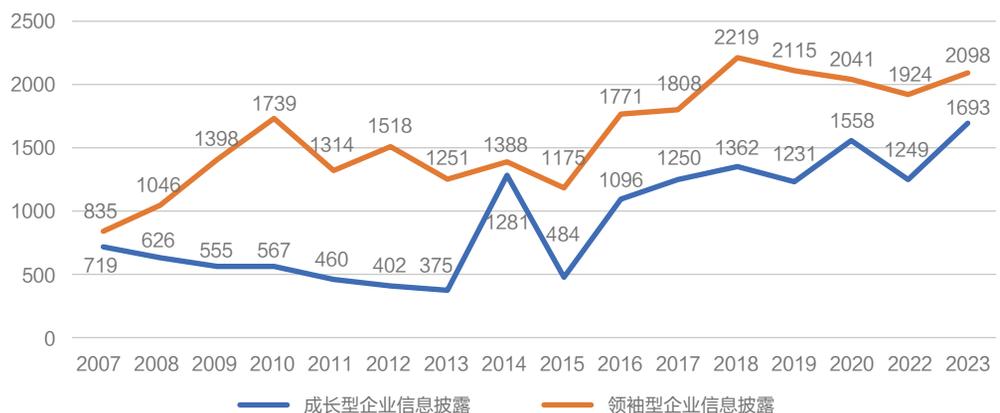


图 39 成长型企业与领袖型企业信息披露指数变化情况

（五）在“有行”方面，责任竞争力指数表现平稳，实践主题重点聚焦提供可持续发展的产品 / 服务和助力生态文明

23. 企业责任竞争力实践水平略有下降

2022年-2023年，责任竞争力实践指数由1032点下降至1006点，指数下降2.49%，呈略微下降态势。在各细项得分情况中，社会效益得分率保持最高，为84.94%，经济效益以82.71%的得分率位居其后，充分体现出样本企业能够在履行社会责任的同时兼顾经济效益。过程创新得分率有所增长，体现出企业在社会责任实践方式上进行了创新和优化（见图40）。

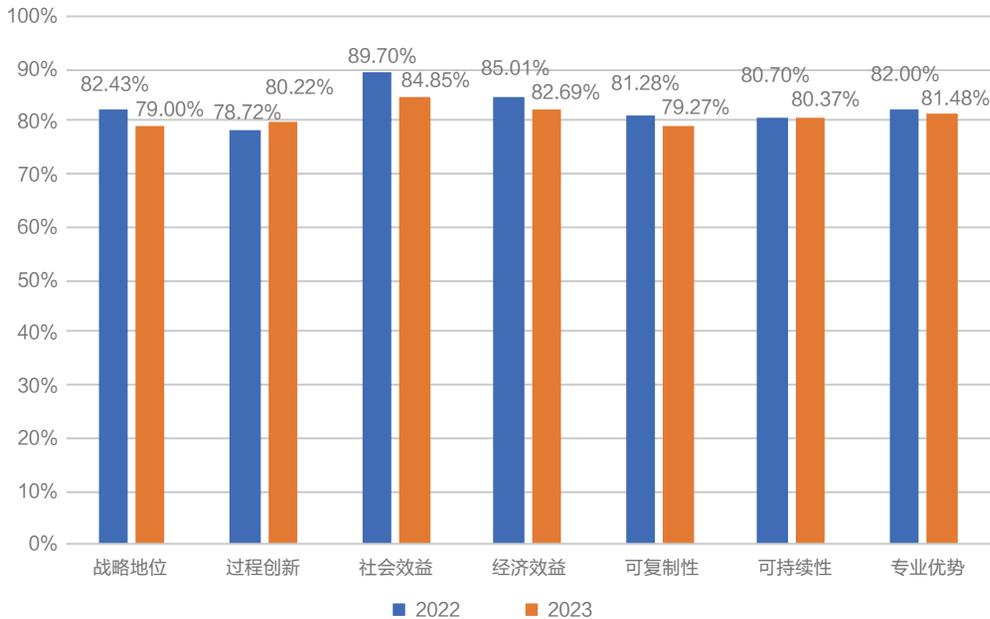


图 40 责任竞争力实践评估各维度得分率变化

24. 企业责任竞争力案例实践主题聚焦提供可持续发展的产品 / 服务和助力生态文明

2023 年，企业提供的责任竞争力案例主题集中在提供可持续发展的产品 / 服务和助力生态文明两个方面，其中，可持续发展的产品 / 服务占比将近过半，为 42.37%，较 2022 年的 35.96% 有了较大提升，体现了企业在发展过程中更加注重可持续化，正在经历从传统商业模式向更加环保、可持续的商业模式转变的过程（见图 41）。

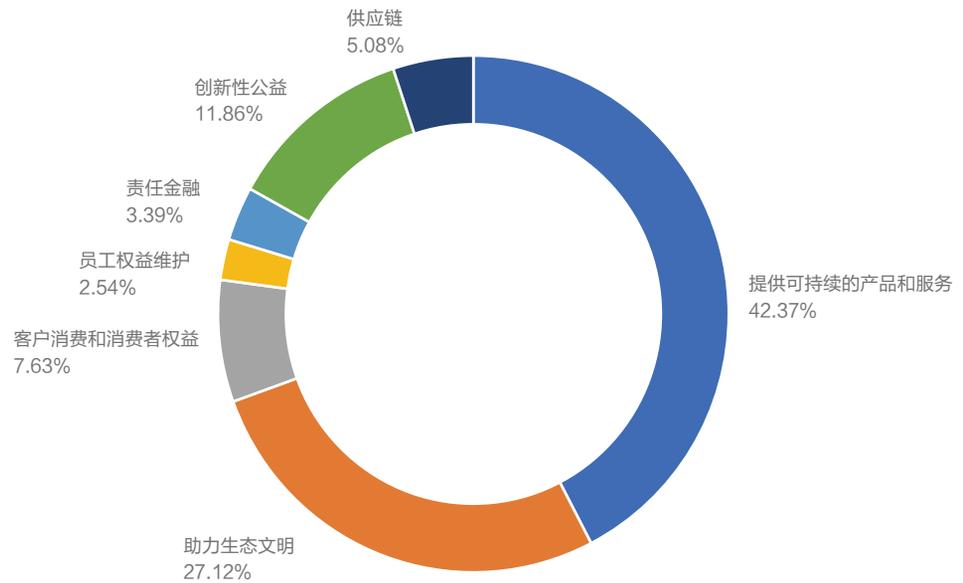


图 41 责任竞争力案例主题

建议

（一）以双重重要性为引领，以“四支柱”为框架，以“心人言行”为路径，系统科学打造新时代高标准履行社会责任典范

近一年来，国内外可持续发展相关的规则文件频繁出台，企业可持续信息披露要求呈现出规范化、标准化和系统化特征，不仅关注企业对利益相关方和外部环境带来的影响，也重视可持续风险和机遇对企业财务绩效的影响。国际可持续发展准则理事会（ISSB）发布的 IFRS S1 和 IFRS S2，以财务重要性为原则，与强调影响重要性的 GRI 共同构成了无缝的、全球性的、全面的可持续报告体系。今年 5 月，中国《上市公司可持续发展报告指引》正式发布，遵循财务与影响的双重重要性原则，与 ISSB 准则一样采用治理、战略、风险管理（影响、风险与机遇管理）和指标目标“四支柱”为基础框架，更加关注企业所创造的经济、社会和环境综合价值。可持续相关风险和机遇对企业经营发展、财务业绩产生的影响已经不容忽视，可持续信息披露也将对企业治理、战略和经营发展产生更加深远的影响。

本次调研发现，样本企业社会责任综合指数创历史新高，其中，“有言”的社会责任信息披露指数水平最高，增长也最明显，但“有心”和“有行”方面还有较大的提升空间。成长型企业社会责任实践水平尤其是信息披露指数显著增长，但在战略与治理方面还略有不足。外资及港澳台企业、国有及国有控股企业社会责任实践水平虽一直保持较高水平，但总体增长趋缓。

我们建议企业从三方面进一步提升社会责任管理实践：一是以双重重要性为原则，建立健全可持续发展风险评估体系，除了识别自身对社会、环境的影响之外，还应识别气候变化、资源耗竭、社会变迁等对业务模式、供应链和市场地位的潜在影响，同时积极探索这些挑战中蕴含的发展机遇，如绿色转型、科技创新和社会责任投资等。通过多元化风险管理策略和创新解决方案，将可持续性转变为竞争优势，促进财务绩效与非财务绩效的双赢。二是以“四支柱”为框架，通过建立以治理、战略、风险管理、指标目标为核心的信息披露框架，以终为始倒推企业开展相关内容的管理实践，确保每一环节都能支撑最终的公开披露，以适应日益规范化的外部监管要求，确保企业运行合规。三是以“心人言行”为路径，通过健全战略与治理、完善利益相关方管理、加强信息披露和打造企业责任竞争力，全方位深层次地推进企业社会责任管理实践，成为新时代高标准履行社会责任的典范，推动社会、环境与经济的和谐共生。

（二）持续完善企业社会责任治理，将社会责任融入公司发展战略，以提升战略韧性应对可持续发展挑战

调研发现，在“有心”方面，企业社会责任战略与治理水平明显提升，企业社会责任理念逐步深化，大多数企业管理层能在参与、指导和监督公司社会责任目标制定和落实方面发挥作用。但与此同时，企业在设立社会责任专职机构、推动社会责任表现与高级管理者薪酬挂钩等方面还有进一步提升的空间。

建议企业需要进一步从战略和治理层面系统加强社会责任建设：一是设立社会责任专门机构，明确社会责任机构的职能职责和权限，保障社会责任工作在多部门间能够实现协同合作，确保社会责任工作的专业化、系统化；二是建立完善的可持续发展影响、风险和机遇管理机制，加强风险应对与防范机制建设，抓住可持续带来的发展机遇，借助健全的社会责任风险治理帮助企业赢得竞争优势；三是推动社会责任相关指标纳入高管薪酬体系，可以将社会责任表现的评估结果与高级管理者的薪酬、奖金或股票激励等挂钩，做好应对国际可持续披露准则（IFRS S1）、中国《上市公司可持续发展报告指引》等相关要求的准备，进一步强化管理层对社会责任的承诺和监督管理力度；四是积极加入社会责任相关倡议/组织，

拓展接触社会责任最新资源的渠道，对于有海外市场开拓或特殊需求的企业，可借此提升市场准入门槛、获得合作方的认可。

（三）持续强化利益相关方参与管理，加强对股东、供应商等相关方的履责实践，共创责任伙伴关系

调研发现，样本企业在“有人”方面的整体水平呈增长趋势，从对9个利益相关方的履责水平来看，对社区、员工、同行、客户和政府等履责表现较好，对股东、社会组织、供应商等利益相关方的履责水平相对较低。

建议企业一是加强对股东的履责实践，通过创新可持续商业模式全面提升企业盈利能力和价值创造能力，定期举办股东大会等方式维护好投资者关系，同时积极开展负责任投资实践，健全负责任投资机制或制度，对投资对象或项目开展 ESG 尽职调查或评估；二是加强可持续供应链建设，向外界披露自身供应链管理等信息，持续强化对供应商的履责实践，加强与供应商的沟通与交流，为行业内供应链社会责任水平提高贡献经验，形成共建共享、友好协商的责任生态；三是加强对民间组织、行业组织等的履责实践，通过参与行业组织制定和推广社会责任标准、与民间组织建立伙伴关系等方式，共享资源，在提升自身社会责任影响力的同时推动行业发展和社会进步，共同解决可持续发展问题。

（四）主动应对社会责任信息披露的最新要求，持续提升公司运营透明度，以高质量信息披露贡献可持续发展

调研发现，样本企业在“有言”方面的履责水平呈增长趋势，在开展社会责任专项沟通活动、对社会责任执行进展方面的信息披露等方面还有较大提升空间。我们建议企业尽快采取措施积极应对逐步趋于严格和强制性的企业社会责任信息披露要求，加强对社会责任主流标准的遵循与应用，持续提升信息披露质量与实质性。一是发挥专业团队作用，及时跟进社会责任信息披露最新要求，持续提升报告编制的标准性和合规性；二是建立和完善社会责任信息管理系统，以结构化和数字化的方式存储和管理信息，便于检索和分析；以社会责任报告为工具，三是积极开展多元化的社会责任沟通活动，借助社会责任报告发布会等多种渠道向利益相关方呈现企业履行社会责任的进展和成效，听取反馈和建议，确保报告内容能够回应其诉求。

（五）开展多元创新的社会责任实践行动，在履行社会责任的过程中持续增强竞争优势，打造新质生产力驱动可持续发展。

调研发现，样本企业在“有行”方面，企业责任竞争力实践指数略有下降，企业的典型社会责任实践主要聚焦在提供可持续发展的产品/服务、助力生态保护、创新性公益等主题，责任金融、员工权益维护、供应链和客户、消费者权益等方面的案例比例较低。

新质生产力的提出，将带来科技创新、绿色转型与循环经济等一系列变革，为实现可持续发展提供了全面而综合的战略方向。在全面打造新质生产力的影响下，企业社会责任也将向更加深入和系统化的责任实践转变。因此我们建议企业以创新思路践行更加多元化、兼顾更多利益相关方的社会责任实践，在关注产品、环境、社区等热点议题的同时，兼顾对供应商、员工、同行等相关方履责，通过科技创新、普惠金融、智慧城市和社区、可持续供应链管理、环境友好型产品设计等实践，继续拓宽社会责任的边界，打造出符合时代特征、具有企业自身特色的责任竞争力实践。

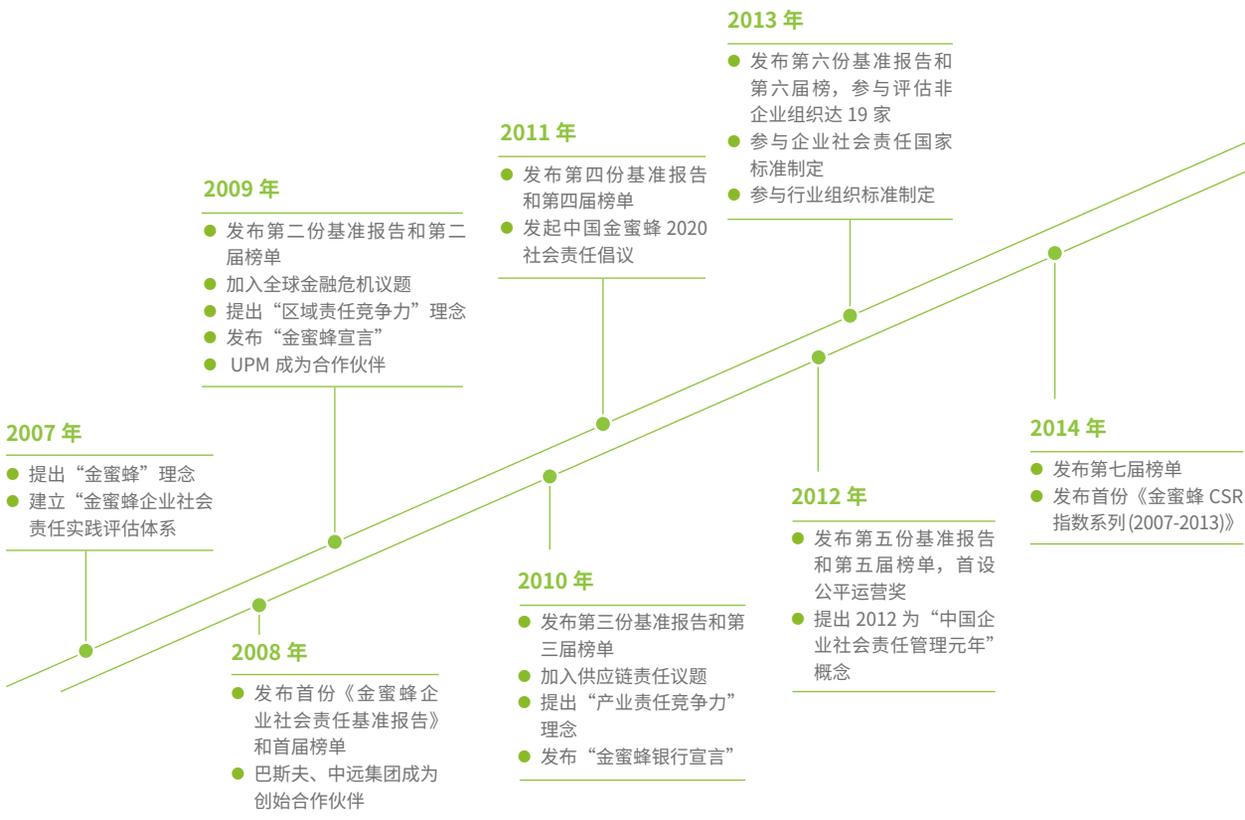
关于金蜜蜂 CSR 指数

金蜜蜂理念及金蜜蜂组织的活动

蜜蜂是世界上最古老、最聪明的物种之一，在地球上已生存 1.37 亿年，蜜蜂采花蜜、酿蜜，满足自己生活，同时传播花粉，促进植物结果，繁衍不息的植物同时又为它提供了绵绵不断的采蜜花源。蜜蜂的这种和谐共生的生存模式，堪称可持续发展模式的典范。对于那些像蜜蜂一样，既为自己创造经济利益，又履行社会责任，还能不断拓展发展空间，致力于与环境、社会构建共生共荣的和谐关系，持续提升责任竞争力，追求与社会共同可持续发展的企业，我们称之为蜜蜂型企业，也称“金蜜蜂企业”，依据金蜜蜂“四有”评估体系，又称为“四有企业”。

2007 年以来，金蜜蜂智库和《可持续发展经济导刊》（原《WTO 经济导刊》）秉承“鼓励、帮助、培育、促进”的核心理念，持续开展寻找蜜蜂型企业以及企业社会责任实践系列研究活动。2011 年，我们发布金蜜蜂 2020 倡议旨在贡献中国全面实现小康社会目标。2016 年，我们升级金蜜蜂 2020 倡议，发布“金蜜蜂全球 CSR 2030 倡议”，携手金蜜蜂企业发起倡议行动，为中国落实可持续发展议程国别方案做出贡献，助力联合国可持续发展目标的最终实现。通过金蜜蜂企业社会责任实践评估、金蜜蜂 2020 倡议、金蜜蜂全球 CSR 2030 倡议等多元行动，引领和推动中国企业社会责任发展。

在连续多年发布中国企业社会责任实践基准报告的基础上，我们顺应社会责任发展量化趋势，于 2014 年正式推出“金蜜蜂 CSR（社会责任）指数”。到 2024 年，已有 4800 多家企业主动参加活动，填写“金蜜蜂企业社会责任实践评估问卷”和提供责任竞争力实践案例，这些数据为我们开展中国企业社会责任指数化研究提供坚实基础。



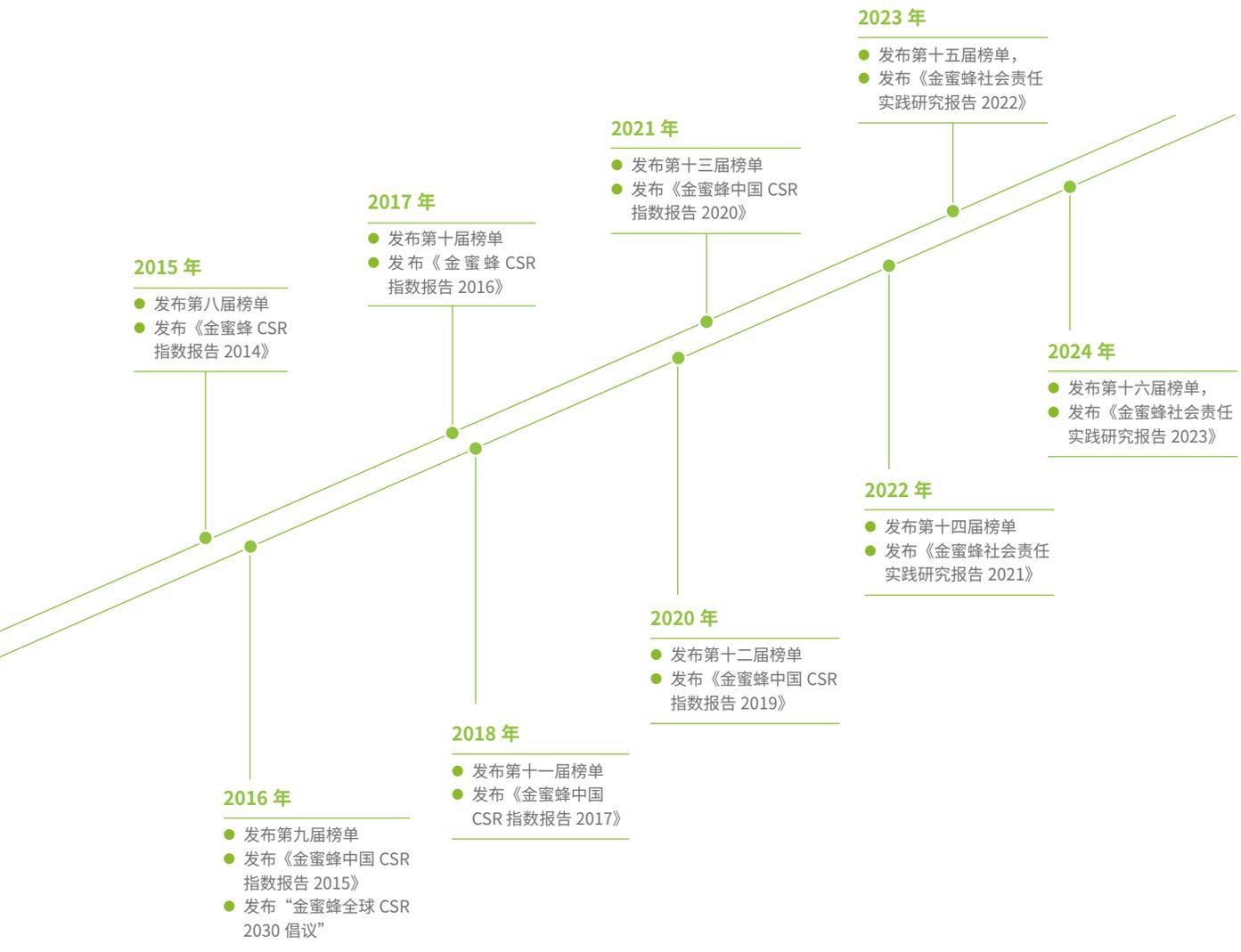


图 42 寻找金蜜蜂企业之路

企业社会责任“四有”评估体系

金蜜蜂企业社会责任实践评估的理论基础是金蜜蜂企业社会责任实践评估体系。2017年，我们将金蜜蜂企业社会责任实践评估体系进行形象化表达，命名为金蜜蜂企业社会责任“四有”评估体系，即“有心、有人、有言、有行”，金蜜蜂企业也成为“四有企业”。

“有心”：有意愿负责任。企业负责任的前提是要有负责的理念和管理，衡量的是企业履行社会责任的意愿程度。这部分主要考察两方面内容，首先是企业社会责任理念，反映在企业具有可持续性的发展战略，遵守商业道德和伦理，同时能够把负责的理念融入到透明而清晰的管理结构中，并且制定有效的社会责任管理体系和制度。

“有人”：有更广泛的利益相关方。企业将社会责任理念和管理的目标具体化，反映到对利益相关方的关系管理中，结合企业对不同利益相关方履行社会责任的关键议题和“必尽责任、应尽责任、愿尽责任”三个层次的责任实践，衡量的是企业对利益相关方履行社会责任的范围、层次和程度。

“有言”：有良好的利益相关方沟通。企业的运营透明程度，即将社会责任理念、管理和实践通过多种方式向外界进行披露，与利益相关方进行良好沟通。

“有行”：有“鱼”与“熊掌”兼得实践。也即是兼顾履行社会责任与提升竞争力的实践。企业的责任竞争力实践，即企业将负责的理念和管理转化为实际行动，融入生产经营过程中，通过具体的实践活动得以体现。具体是指，企业运用自身专业优势解决社会、环境、员工等可持续发展领域的问题，使得企业在获得社会效益的同时，经济效益得以同步提升。



图 43 金蜜蜂企业社会责任“四有”评估体系

金蜜蜂 CSR 指数

“金蜜蜂 CSR 指数”包括 3 大板块、6 个子系列共 36 项指数。

金蜜蜂 CSR 综合指数板块包括金蜜蜂 CSR 综合指数子系列和金蜜蜂 CSR 领先企业指数子系列，共 10 项指数。金蜜蜂 CSR 综合指数反映和监测全体参与评估企业社会责任整体状况的变动趋势。

金蜜蜂 CSR 领先企业指数反映和监测“金蜜蜂企业”社会责任整体状况的变动趋势。

金蜜蜂 CSR 利益相关方指数板块反映和监测全体参与评估企业利益相关方履责水平的变动趋势。包括股东责任指数、客户责任指数、员工责任指数、供应商责任指数、环境责任指数、社区责任指数、社会组织责任指数、政府责任指数、同行责任指数，共 9 项指数。

金蜜蜂 CSR 企业类别指数板块包括行业分类指数子系列、地区分类指数子系列、所有制分类指数子系列以及规模分类指数子系列，反映和监测各分类下参与评估企业在社会责任整体状况的变动趋势。行业分类指数子系列包括储运业 CSR 指数、制造业 CSR 指数、采掘业 CSR 指数、电力等公用事业行业 CSR 指数、ICT 行业 CSR 指数、金融业 CSR 指数、建筑业 CSR 指数和批发零售业 CSR 指数，共 8 项指数。地区分类指数子系列包括东部地区 CSR 指数、中部地区 CSR 指数和西部地区 CSR 指数，共 3 项指数。所有制分类指数子系列包括国有企业 CSR 指数、国有控股企业 CSR 指数、外资及港澳台企业 CSR 指数和民营企业 CSR 指数，共 4 项指数。规模分类指数子系列包括领袖型企业 CSR 指数和成长型企业 CSR 指数，共 2 项指数。

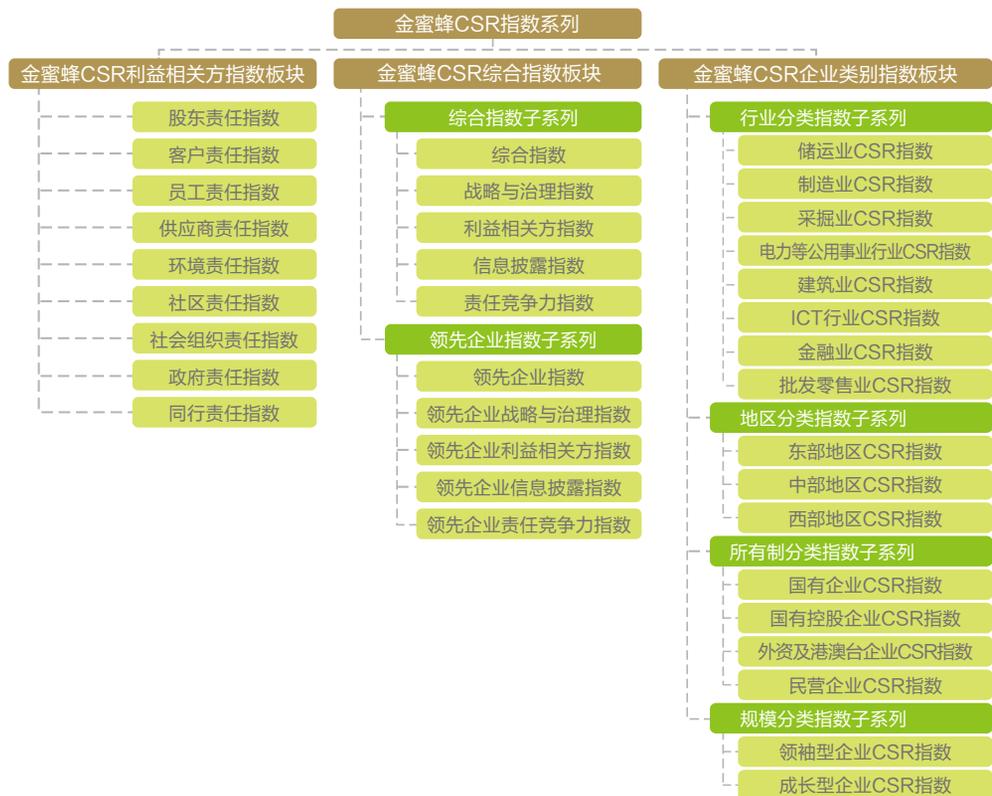


图 44 金蜜蜂 CSR 指数系列

金蜜蜂 CSR 指数计算方法

金蜜蜂 CSR 指数以 2007 年 12 月 31 日为基期，以 1000 点为基点，以历年参加“金蜜蜂企业”社会责任评估活动企业为样本。



图 45 金蜜蜂 CSR 指数计算方法¹

1 “金蜜蜂企业社会责任实践评估体系”指标权重的确定与评分采取四个步骤：

- (1) 根据专家意见确定一级指标四个组成部分的权重并赋分。
- (2) 根据专家确定的权重，对四个组成部分内的二级、三级指标进行赋分。
- (3) 根据企业填报的问卷信息逐项评分，计算指数。
- (4) 对评估数据进行复核，包括全面复核和抽样复核。
- (5) 根据复核结果，确定最终指数。

为保证权重设立的科学性，我们向国内企业社会责任领域的研究机构、咨询机构、审验机构、行业协会及知名企业的多位专家发出了征询意见函，将专家反馈意见等权平均后显示，战略与治理权重为 15%，与利益相关方关系权重为 35%，社会责任信息披露权重为 10%，责任竞争力实践权重为 40%。

关于发布机构

金蜜蜂智库

金蜜蜂智库（GoldenBee ThinkTank）是中国企业社会责任和可持续发展领域的专业化、研究型平台组织。金蜜蜂智库以政府等公共机构为服务对象，以公共利益为研究导向，致力于成为中国社会责任与可持续发展的重要研究基地。金蜜蜂智库汇聚社会责任与可持续发展领域专业资源，选择具有全球性、前沿性、指导性的议题，开展深度研究，通过发布专项研究报告、组织专题研讨，为全社会营造可持续发展氛围，完善可持续发展机制形成提供智力支持。

《可持续发展经济导刊》

《可持续发展经济导刊》由商务部主管，2019年1月正式创刊，是《WTO 经济导刊》在社会责任和可持续发展领域的延续和升级。《可持续发展经济导刊》坚持“全球视野，合作共赢”宗旨，立足“面向未来的思想和行动”，致力于成为国内、国际社会责任和可持续发展领域具有影响力的权威、专业媒体。



本报告采用可降解环保再生纸制作