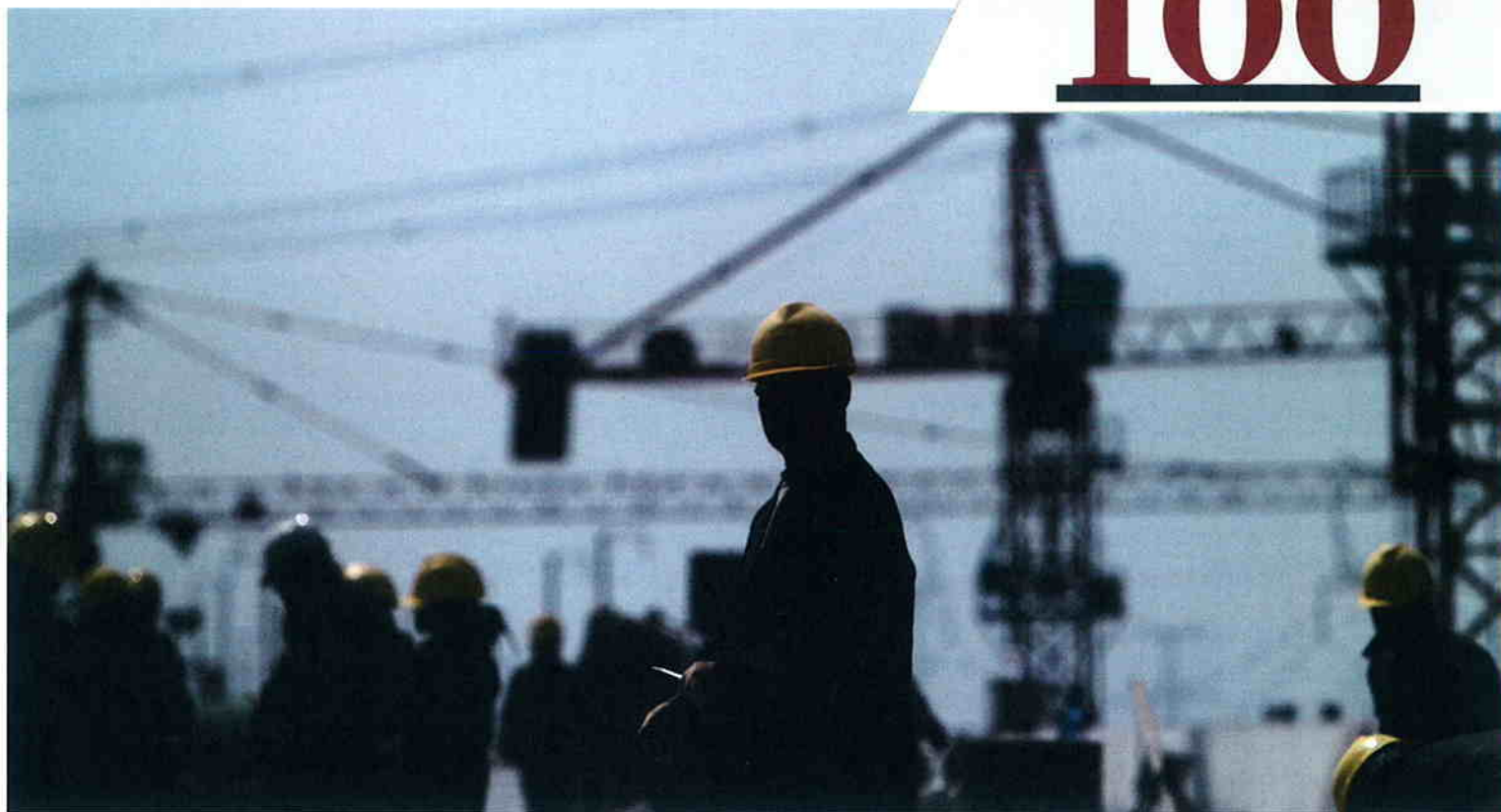


中国企业社会责任



100





如果是在2006年,也就是说在大约四年前,“中国企业社会责任排行榜”这样一份榜单根本不可能出现,因为那一年发布企业社会责任报告的本土企业只有区区18家。但现在,随着中国境内各项企业社会责任法规和报告标准的涌现,情况已经明显改变。2010年发布社会责任报告的本土企业超过600家。面对这么多选择,我们很遗憾这个排行榜不能囊括更多的企业。同时,也正是因为有如此多的公司发布社会责任报告,在连续四次进行企业社会责任调查之后,我们决定今年推出“中国企业社会责任100排行榜”。

在2009年度“《财富》(中文版)/AccountAbility企业社会责任管理调查”中,“认识缺乏”被选为阻碍中国企业社会责任表现进一步提高的最大障碍。媒体

排行榜

把企业的社会责任
表现放在聚光灯下, **社会责任表现**
突出的企业将能得到应有的认可



在推动企业社会责任参与方面发挥着重要作用。有鉴于此,《财富》(中文版)联合银则企业管理咨询(上海)有限公司(InnoCSR)推出“中国企业社会责任100排行榜”,希望能推波助澜,提升中国企业的社会责任意识,在企业间和社会上分享优秀的企业社会责任案例。通过把每个企业的社会责任表现放在聚光灯下,社会责任表现突出的中国企业能得到应有的认可。通过这份排行榜,可以为本土企业和外资企业的在华运营提供社会责任衡量标杆,并为彼此之间的比较提供依据。

《财富》(中文版)发布企业社会责任排行榜,是为了告诉中国本土企业和在华外资企业:这个社会对它们有怎样的期望,它们如何才能实现可持续发展。我们期望此排行榜能发挥平台的作用,促进企业和利益相关方的持续对话,帮助企业完成自身的变革,实现可持续发展。

——本刊编辑部

中国本土公司 50 强

《财富》中国 500 强		中国本土企业		行业	得分
排名	排名				
1	36	中国远洋控股股份有限公司		工业	64.1
2	3	中国移动有限公司		电信	62.5
3	20	联想集团有限公司		高科技	62.0
4	1	中国石油化工股份有限公司		石油与天然气	56.3
5	15	宝山钢铁股份有限公司		原材料	55.3
6	23	五矿发展股份有限公司		原材料	53.0
7	18	中国神华能源股份有限公司		原材料	52.6
8	37	中国中煤能源股份有限公司		原材料	51.9
9	8	中国建设银行股份有限公司		金融	47.3
10	10	中国银行股份有限公司		金融	45.3
11	13	中国冶金科工股份有限公司		原材料	44.5
12	26	交通银行股份有限公司		金融	42.9
13	32	中兴通讯股份有限公司		高科技	41.5
14	4	中国铁建股份有限公司		工业	41.4
15	28	山西太钢不锈钢股份有限公司		原材料	41.2
15	29	中国铝业股份有限公司		原材料	41.2
17	46	大唐国际发电股份有限公司		工业	41.1
18	16	中国平安保险(集团)股份有限公司		金融	40.8
18	57	中信银行股份有限公司		金融	40.8
20	7	中国工商银行股份有限公司		金融	40.5
21	35	中国南方航空股份有限公司		航空	40.2
21	33	苏宁电器股份有限公司		零售	40.2
23	11	中国交通建设股份有限公司		工业	39.9
24	54	珠海格力电器股份有限公司		电子消费品	39.7
25	21	中国海洋石油股份有限公司		石油与天然气	39.0
25	43	中国国际航空股份有限公司		航空	39.0
27	30	鞍钢股份有限公司		原材料	38.9
28	45	万科企业股份有限公司		金融	38.1
29	2	中国石油天然气股份有限公司		石油与天然气	37.4
30	17	上海汽车集团股份有限公司		汽车	37.0
31	42	招商银行股份有限公司		金融	35.8
32	34	上海电气集团股份有限公司		工业	35.2
33	47	广东美的电器股份有限公司		电子消费品	32.7
34	14	中国联合通信股份有限公司		电信	32.4
34	55	中国民生银行股份有限公司		金融	32.4
36	24	东风汽车集团股份有限公司		汽车	32.0
37	52	TCL集团股份有限公司		电子消费品	31.4
38	38	武汉钢铁股份有限公司		原材料	29.6
39	22	中国太平洋保险(集团)股份有限公司		金融	29.5
40	63	中国东方航空股份有限公司		航空	29.0
41	6	中国人寿保险股份有限公司		金融	28.8
42	51	北汽福田汽车股份有限公司		汽车	28.1
43	9	中国建筑股份有限公司		工业	27.1
44	56	湖南华菱管线股份有限公司		原材料	24.6
45	5	中国中铁股份有限公司		工业	23.9
46	61	中国北车股份有限公司		工业	23.7
47	41	江西铜业股份有限公司		原材料	22.7
48	49	中国南车股份有限公司		工业	21.8
49	12	中国电信股份有限公司		电信	20.6
50	39	马鞍山钢铁股份有限公司		原材料	18.1

在华外资公司 50 强

《财富》全球 500 强		外资企业		行业	得分
排名	排名				
1	131	戴尔		高科技	67.6
2	2	荷兰皇家壳牌		石油和天然气	67.5
3	89	东芝		电子消费品	67.2
4	209	英特尔		高科技	67.0
5	81	巴斯夫		原材料	66.7
6	13	通用电气		工业	66.6
7	32	三星电子		电子消费品	66.5
8	120	诺基亚		电信	65.8
9	23	福特汽车		汽车	64.9
10	264	夏普		电子消费品	63.5
11	65	松下电器		电子消费品	62.6
12	170	拜耳		原材料	61.8
13	121	联合利华		日用消费品	61.4
14	30	戴姆勒		汽车	61.2
15	69	索尼		电子消费品	60.4
16	391	摩托罗拉		电信	60.3
17	1	沃尔玛		零售	59.0
17	44	雀巢		日用消费品	59.0
19	66	宝洁		日用消费品	58.9
19	4	BP		石油和天然气	58.9
21	402	理光		高科技	58.8
22	370	3M 公司		工业	58.7
23	16	大众汽车		汽车	57.4
24	161	陶氏化工		原材料	56.3
24	301	爱立信		电信	56.3
26	78	现代汽车		汽车	55.8
27	237	ABB 公司		工业	55.6
27	26	惠普		高科技	55.6
29	67	乐金		电信	55.3
30	51	本田汽车		汽车	54.5
31	465	华硕科技		高科技	54.3
32	216	佳能		电子消费品	54.0
32	487	宏碁电脑		高科技	54.0
34	455	金佰利		日用消费品	52.7
35	342	欧莱雅		日用消费品	52.4
36	40	西门子		电信	52.3
37	272	浦项钢铁		原材料	52.0
38	231	飞利浦		电子消费品	50.5
39	369	埃森哲		其他	50.4
40	479	三洋		电子消费品	49.4
41	146	三菱		汽车	49.2
42	418	阿尔卡特-朗讯		高科技	49.0
42	5	丰田汽车		汽车	49.0
44	47	日立		工业	48.7
45	48	IBM		高科技	48.6
46	22	家乐福		零售	48.5
47	63	日产		汽车	45.6
48	206	丸红		工业	43.8
49	164	三井物产		工业	43.6
50	195	伊藤忠		工业	43.3

《财富》中国企业社会责任 100 排行榜由《财富》(中文版)联合银则企业管理咨询(上海)有限公司(InnoCSR)制作(后者为本排行榜提供了评分方法)。银则公司是一家战略顾问公司,业务主要是针对可持续发展以及企业社会责任(CSR)的项目发展及提供解决方案。其专家团队提供关于 CSR 战略以及沟通的顾问和咨询服务、量身定制的 CSR 培训和研究项目。



榜单说明

本排行榜是如何产生的？

2011 年度《财富》中国企业社会责任 100 排行榜，由《财富》（中文版）联合银则企业管理咨询（上海）有限公司制作完成。为制作此排行榜，我们成立了研究评审委员会，其成员全程参与并主导本排行榜评分模型的构建。

《财富》中国企业社会责任 100 排行榜评审委员会

- 李润锡 (Sam Yoon-Suk Lee)
银则企业管理咨询 (上海) 有限公司 (InnoCSR)
创始人及 CEO
- 周祖城
上海交通大学, 组织管理与商业伦理教授
- 芮博澜 (Bala Ramasamy)
中欧国际工商管理学院经济学教授
- 李在熾 (Jay Hyuk Rhee)
韩国高丽大学商学院, 国际商业与战略教授
- 周展宏
《财富》(中文版) 助理执行总编

本排行榜设立的初衷是：

- 提升中国企业社会责任意识；
- 发扬企业社会责任优秀案例；
- 为在华经营企业提供社会责任衡量标杆；
- 鼓励企业在社会责任领域的良性竞争。

本排行榜意在协调企业社会责任的国际趋势和本土规范。在此思想指引下，研发团队首先研究了一系列世界领先的企业社会责任排名方法，从中找出通用衡量标准，然后参照、比对了中国法律法规和企业社会责任现状，与中国的企业社会责任专家进行了沟通，听取他们对中国企业社会责任课题的看法，进一步完善评分模型。

界定出一系列企业社会责任核心议题后，研发团队从中抽取了评估指标，再围绕环境，社会，企业治理三个领域构建了评分框架体系。项目整个研发进程都有来自中国和亚洲的企业社会责任专家对评分架构和评估指标进行评审，对其相关性和可靠性提出意见和建议。

排行榜衡量什么？

企业排名基于它们在三个领域的加权累计得分，每个领域的得分来自其下各标准。如图 1 所示，整个评分框架中共有 12 个标准，并进一步细分为 45 个次级标准和 180 个评分指标。每个评分指标是一系列问题。经过银则培训的分析员通过公开渠道信息、第三方发布、媒体报道去回答问题，然后给企业评分。

图 1 财富企业社会责任领域概述

环境	社会	企业治理
环境管理	劳动关系	董事会结构与多元化
污染防治	消费者	公平市场政策
资源使用	社区	社会责任战略与承诺
气候变化与生物多样性	供应链与人权	社会责任沟通

行业权重

企业综合得分和排名基于三个领域和 12 项标准的加权累计。每个领域都由四个权重相等的标准构成，而领域的权重是由企业所在行业决定。对于高耗能、高污染行业内的企业，企业环境表现将被赋予更高的权重。例如，航空、汽车等行业的环境领域得分权重为 40%。相反，对于相对低污染、低耗能行业内的企业，它们在社会领域的得分被赋予 40% 的权重，环境领域获得 30% 的权重。对于所有行业，企业治理领域的权重都是 30%。¹

图2 环境、社会和公司治理各领域行业权重

行业	环境	社会	企业治理
石油与天然气	40	30	30
工业	40	30	30
原材料	40	30	30
汽车	40	30	30
航空	40	30	30
电子消费品	30	40	30
日用消费品	30	40	30
零售	30	40	30
金融	30	40	30
电信	30	40	30
高科技	30	40	30

如何筛选上榜企业？

上榜的中国企业和在华外资企业都是根据本排行榜的需要严格筛选的。中国企业，是从 2010 年度《财富》中国 500 强中，筛选出发布了 2009 年度社会责任报告的企业，再选取 500 强排行榜上排名最高的 50 家企业进入本排行榜。

外资企业名单则首先来自 2010 年度《财富》世界 500 强排行榜。然后，我们根据商务部提供的外资企业在华投资额排名，选出境内投资额最高的 50 家企业。此外，所有上榜外资企业需要

图3 行业拆分

行业拆分	中国企业	外资企业
石油与天然气	3	2
原材料	12	4
工业	9	7
航空	3	0
汽车	3	8
电子消费品	3	8
日用消费品	0	5
零售	1	2
金融	11	0
高科技	2	8
电信	3	5
其他	0	1

¹ 在行业权重的赋予方法上，我们参考了富时环境领先指数的做法。不同的是富时将行业对环境的影响分为高、中、低三级，而我们为了排名需要，只分了两级。

连续三年发布企业社会责任报告。

参考基准 —— ISO26000

2010 年 11 月 1 日发布后，ISO26000 已经受到了越来越多的关注。超过 99 个发达国家以及发展中国家成员团体参与了这项标准的制定工作。最近，这项标准也得到了中国政府的批准。鉴于以上因素，本排行榜的评审委员会和研发团队也参考了 ISO26000 标准。

ISO26000 标准涵盖 7 个核心议题，每个核心议题下设一系列分支课题，每一个分支课题对应一系列行为和预期。虽然 ISO26000 在架构上和本排行榜存在着一定的区别，但研发团队的对比表明，两者在内容上契合度非常高。我们将 ISO26000 的 7 个核心议题及其 36 个分支课题逐一与本排行榜的评分架构进行了对比，发现后者覆盖了前者的 7 个核心主题，33 个分支课题。

图4 ISO26000 核心议题

ISO26000 核心议题
组织管理
人权
劳工标准
环境
公平运营
消费者议题
社区参与及发展

局限

《财富》中国企业社会责任 100 排行榜旨在向公众提供一个独立的、标准化的评估架构，以衡量在华优秀企业的社会责任表面和信息披露情况。为保证公平一致，我们的评分只基于公开渠道的信息披露，包括年报、企业社会责任报告、公司网站以及可靠的媒体渠道。部分企业，特别是中国本土企业，缺乏社会责任信息披露经验，披露覆盖面仍不够广泛。因此，本排行榜不能保证毫无遗漏地覆盖企业的所有社会责任行为。

另外，我们的评分仅基于 2009 财年披露的企业表现数据。所有上榜公司必须在 2009 财年发布过企业社会责任报告。我们无法对未发布社会责任报告的企业进行评估，因此不得不从榜单中移除。

最后，对于外资企业，我们评估的是其在中国运营和信息披露情况，因此尚无法对本土企业和外资企业的评分进行直接的比较。今后，我们希望进一步完善评分模型，增强两者间的可比性。

进一步完善

企业社会责任的内涵并非一成不变，根据评审委员会和利益相关方的反馈意见，研发团队会不断完善这个评分模型。在全球范围内，同类的模型越来越多，而且越来越多人开始关注评分模型的构建方法。为此，我们决定公布相关文件和较详细研发方案（限于杂志的版面，更详细的方案可向《财富》或者银则公司索取），希望与众读者、专家持续交流，调整并完善我们的模型。

如果您对本文有任何评论或见解，请发邮件至：
editorial@cci.com.hk 或者登陆网站：www.fortunechina.com

如欲索取详细资料，请在读者服务卡上圈 26 号。

财富



企业社会责任 100 排行榜

分析报告

作者：李润锡

外资企业应当加强本土信息披露工作， 而中国本土企业尚需提高承诺力度和报告的质量

本排行榜不仅能展现单个企业的表现，也揭示出中国当下企业社会责任的整体表现和信息披露状况的趋势。一个比较清晰的信息是，许多本土企业开始在战略层面上重视企业社会责任行为和披露机制。排行榜上很大一部分企业都在社会责任报告中援引了其采纳或参照的报告准则或指引，被采纳最多的是《全球报告倡议指引》（GRI）。这是我们评分体系中很重要的一个指标。56%的中国本土企业以 GRI 作为报告指引，排名前十的本土企业中全部援引了这个指引。其他一些被援引的准则还有联合国“全球契约”、“AA1000 审验标准”等。在本土企业中，被广泛援引的还有《上海证券交易所上市公司企业社会责任指引》。

排名前十的中国本土企业中，超过半数（7 家）的企业社会责任报告有第三方审验。而上榜的全部外资企业中，约 3/4（76%）的报告都有三方审验。这是反映企业社会责任报告质量的一个重要指标，对于本土企业尤其如此。

政府关注无疑是本土企业更加重视其社会责任的一个重要因素。随着国资委于 2008 年发布《中央企业推进社会责任指导意见》，各国企的企业社会责任报告质量有了明显提高。除联想集团外，排行前十的企业都是国有企业。目前，本土企业的社会责任报告质量参差不齐。不管是承诺力度不够，还是缺乏资源或技术，一部分企业报告水准仍然远远落后。像《上海证券交易所上市公司社会责任报告指引》这样的文件虽然对推进社会责任披露机制有明显作用，但有些企业甚至不把社会责任报告发布在网站上。

与本土企业社会责任报告质量参差不齐形成对比的是，外资李润锡（Sam Yoon-Suk Lee）为银则企业管理咨询（上海）有限公司（InnoCSR）创始人及 CEO。

企业发布的报告质量比较接近。即使是排名靠后的企业，也在社会责任报告中广泛覆盖了环境、社会、企业治理领域内的诸多核心议题，而且都将企业社会责任放进战略层面的承诺中。

一些在华外资企业积极对社会责任策略进行本土化，比如开发适应中国国情的产品、对供应商展开企业社会责任教育等。同时，本土和外资企业的合作也为双方交流经验、共享资源、共同迎接挑战营造了平台，希望这样合作交流能进一步扩大。

然而，另一方面，一些外资企业的本土信息披露工作并不尽如人意。虽然这并不意味着我们对外资企业采取了双重标准，但显示了这些企业缺乏与中国利益相关者的沟通。现在，已经有几家外资企业发布了本土社会责任报告，今后无疑还会有更多的企业这样做。

接下来，我们分析具体行业的情况。

表1 行业领先者

行业	排名领先 的中国企业	排名领先 的外资企业
航空	中国南方航空股份有限公司	n/a
汽车	上海汽车集团股份有限公司	福特汽车
原材料	宝山钢铁股份有限公司	巴斯夫
电子消费品	珠海格力电器股份有限公司	东芝
金融	中国建设银行股份有限公司	n/a
工业	中国远洋控股股份有限公司	通用电气
石油与天然气	中国石油化工股份有限公司	荷兰皇家壳牌
日用消费品	n/a	联合利华
高科技	联想集团有限公司	戴尔
电信	中国移动有限公司	诺基亚

n/a 表示此项资料暂缺。

▲ 如欲索取详细资料，请在读者服务卡上圈 27 号。

航空

三家中国航空企业上榜。作为一个温室气体排放的行业，航空业被归入高能耗、高污染行业。

排名	公司	得分
1	中国南方航空股份有限公司	40.2
2	中国国际航空股份有限公司	39.0
3	中国东方航空股份有限公司	29.0
行业平均		36.1

中国南方航空是航空业内社会责任表现最为出色的本土企业，其环境和社会领域的得分都远高于行业平均。环境领域方面，南航以“绿色飞行”理念为指导，在机队更新、航路优化、飞机减重方面积极采取措施，降低每客百公里温室气体排放。公司每年制定并公布减排计划。

汽车

榜上 11% 的企业来自汽车行业，地理分布囊括了中国、亚洲以及欧美各国。

排名	公司	公司总部所在国	得分
1	福特汽车	美国	64.9
2	戴姆勒	德国	61.2
3	大众汽车	德国	57.4
4	现代汽车	韩国	55.8
5	本田汽车	日本	54.5
6	三菱	日本	49.2
7	丰田汽车	日本	49.0
8	日产	日本	45.6
行业平均			54.7

总部位于美国的福特公司是该行业综合评分最高的企业。其环境和企业治理领域得分都高于行业平均。福特在维护人权和供应链上也表现出色，培训了超过 18 万名供应商的员工，增强他们的人权意识。最近，福特也被一份美国排行榜评为最佳企业公民。

排名	公司	得分
1	上海汽车集团股份有限公司	37.0
2	东风汽车集团股份有限公司	32.0
3	北汽福田汽车股份有限公司	28.1
行业平均		32.3

中国企业中，上海汽车表现出色的领域包括社会和企业治理。社会方面，产品质量安全管理和公益事业工作都是上汽的优势。2009 年，上汽围绕“零缺陷”核心文化，发起了 142 个主要质量改进项目，荣获中国质量协会、上海市质量技术监督局等单位颁发的多项大奖。

原材料

原材料是占上榜企业比重最大的一个行业，共有 16 家企业上榜。该行业可以细分为冶金、采矿、化工三个分支行业。由于高度依赖于自然资源，并且具有较高的污染水平，我们将其归为高污染、高耗能行业。

排名	公司	公司总部所在国	得分
1	巴斯夫	德国	66.7
2	拜耳	德国	61.8
3	陶氏化工	美国	56.3
4	浦项制铁	韩国	52.0
行业平均			59.2

4 家上榜外资企业中，有 3 家是化工企业。其中，德国化工巨头巴斯夫是这个行业的领先者。除了环境方面的优秀表现（资源利用得分尤其高），巴斯夫的供应链管理和社区工作也非常出色。供应链方面，巴斯夫中国公司于 2009 年发起了第二轮“1+3”企业社会责任项目，对供应商进行培训，帮助他们履行企业社会责任。截至目前，已有超过 120 家中国企业参与了该项目。

排名	公司	得分
1	宝钢钢铁股份有限公司	55.3
2	五矿发展股份有限公司	53.0
3	中国神华能源股份有限公司	52.6
4	中国中煤能源股份有限公司	51.9
5	中国冶金科工股份有限公司	44.5
6	山西太钢不锈钢股份有限公司	41.2
7	中国铝业股份有限公司	41.2
8	鞍钢股份有限公司	38.9
9	武汉钢铁股份有限公司	29.6
10	湖南华菱管线股份有限公司	24.6
11	江西铜业股份有限公司	22.7
12	马鞍山钢铁股份有限公司	18.1
行业平均		39.5

12 家上榜的本土企业中，宝钢在原材料行业中综合排名第一，五矿集团紧随其后。宝钢在环境管理体系建设方面尤其突出。它是中国冶金业第一家获得 ISO14001 环境管理体系认证的企业，而且建立了全面的内控体系，以做好节能工作。此外，宝钢在供应链管理中同样融入环保理念，公司的绿色采购政策能有效评估供应商的环境管理体系。今后，宝钢还计划将绿色采购作为一个指标放入管理绩效评估。



作为全球领先的化工公司，巴斯夫首创了一项重要的教育活动——“巴斯夫小小科学家”。第七届“巴斯夫小小科学家”北京开幕式在中国科技馆举行。

电子消费品

在上榜的 100 强企业，电子消费品制造商占了 11 家，其中 8 家为外资企业，3 家为本土企业。外资企业多来自亚洲，只有飞利浦总部设在荷兰。

排名	公司	公司总部所在国	得分
1	东芝	日本	67.2
2	三星电子	韩国	66.5
3	夏普	日本	63.5
4	松下电器	日本	62.6
5	索尼	日本	60.4
6	佳能	日本	54.0
7	飞利浦	荷兰	50.5
8	三洋	日本	49.4
行业平均			59.3

在中国，东芝在推广绿色产品和生态标签产品上表现突出。2009 年，东芝的节能冰箱和洗衣机被标准化研究所中国能效标识管理中心评为“2009 能效标识优秀产品”。同时，东芝也重视长期社区发展。它与中国青少年发展基金会合作，着力解决贫困地区的教育难题。2005 年，东芝设立了每年建两所希望小学的目标，2009 年这个目标已经超额完成，东芝已经在中国各地建成 17 所希望小学，比目标数多了 7 所。

排名	公司	得分
1	珠海格力电器股份有限公司	39.7
2	广东美的电器股份有限公司	32.7
3	TCL 集团股份有限公司	31.4
行业平均		34.6

在本土的电子消费品制造商中，格力电器排名最高。作为世界最大的空调制造商之一，它连续 8 年跻身财富中国 100 强榜单。格力在消费者保护和社区工作方面表现突出。2009 年，格力共捐资 300 万元人民币建设社区健康项目，100 万元人民币用于建设受灾地区农贸市场。

如欲索取详细资料，请在读者服务卡上圈 28 号。

石油与天然气

排行榜上共有 5 家企业来自石油天然气行业, 其中 3 家为中国企业, 2 家为外资企业。平均来看, 该行业的外资企业在环境和企业治理领域得分都相当高。

排名	公司	公司总部 所在国	得分
1	荷兰皇家壳牌	英国/荷兰	64.9
2	BP	英国	61.2
行业平均			63.2
(受上榜企业数量限制, 行业平均并不具有广泛代表性)			

壳牌是中国企业社会责任披露的真正先驱者, 于 1999 年发布了第一份中国本土企业社会责任报告, 并且坚持每年发布至今。2000 年, 壳牌成立了一家独立慈善机构——壳牌基金会, 针对贫困问题以及由能源的开采和使用及全球化所引发的环境问题, 制定和实施企业解决方案。通过“幸福花”项目, 壳牌基金会共帮助了 2 万名中国农村妇女发展手工艺品商机, 帮助他们将产品推向市场, 实现脱贫致富。

排名	公司	得分
1	中国石油化工股份有限公司	56.3
2	中国海洋石油股份有限公司	39.0
3	中国石油天然气股份有限公司	37.4
行业平均		44.2

本土企业中, 中石化在减少资源利用和防治污染方面表现突出。2009 年, 它在提倡循环经济的环保指引上花费了 31.96 亿元。

日用消费品

共有 5 家日用消费品行业上榜, 均为在华外资企业。该行业中没有规模相当的中国本土企业。

排名	公司	公司总部 所在国	得分
1	联合利华	英国/荷兰	61.4
2	雀巢	瑞士	59.0
3	宝洁	美国	58.9
4	金佰利	美国	52.7
5	欧莱雅	法国	52.4
行业平均			56.9

联合利华是消费品行业表现最为出色的企业, 同时也是消费者保护领域的佼佼者。长期以来, 联合利华始终致力于开发和生产生态友好型产品。它是全球最大的茶叶采购商, 并与国际热带雨林协会合作保证其茶源的可持续性。在中国, 联合利华还与英国零售商特易购、黄山市人民政府合作, 建设生态茶叶的生产、加工、供应基地, 以及其他生态产品。

高科技

高科技行业企业在上榜企业中占 10%, 包括 8 家在华外资企业和 2 家中国企业。高科技企业在所有社会责任领域普遍表现优异, 而中国企业在社会领域表现尤其突出。

排名	公司	公司总部 所在国家或地区	得分
1	戴尔	美国	67.6
2	英特尔	美国	67.0
3	理光	日本	58.8
4	惠普	美国	55.6
5	华硕电脑	台湾	54.3
6	宏碁电脑	台湾	54.0
7	埃森哲	美国	50.4
8	阿尔卡特-朗讯	法国	49.0
9	IBM	美国	48.6
行业平均			56.2

戴尔在员工关系和供应链政策方面都获得了很高的评分。在其全球多元化委员会的领导下, 戴尔致力于通过人才招聘、培养和发展计划, 提升企业的多元化程度。公司因此连续六年被“企业公平指数”(Corporate Equality Index)授予满分。戴尔非常重视帮助其他企业实现绿色运营。其企业网站上有一个案例中心, 专门记录绿色运营案例。比如, 为无锡市政府提供信息技术服务的无锡建设信息中心依靠戴尔提供的基础设备支持, 成功实现能耗降低 50%, 维护管理费用降低 60%。戴尔的战略宗旨一直是让 IT 成为解决方案, 而不是奢侈品。在此指引下的“青少年互联创未来”项目, 旨在缩小地区间技术差距, 促进中国落后地区青少年的计算机技术教育。

排名	公司	得分
1	联想集团有限公司	62.0
2	中兴通讯股份有限公司	41.5
行业平均		51.8
(受上榜企业数量限制, 行业平均并不具有广泛代表性)		

在本榜单中, 联想集团是中国本土民营企业的表率。早在 2004 年并购 IBM 个人电脑业务以前, 联想集团就已致力于开发绿色产品, 至今已有将近十年之久。2002 年的 Kaitian 6800 个人电脑, 制造所需的塑料和硬件材料仅为传统个人电脑的不到 50%, 开创了中国个人电脑的极简设计。2005 年, 所有联想商用产品均达到中国节能标准, 成为公司发展历程中的又一座里程碑。2007 年, 联想以其 ENERGY STAR™ 项目为基础, 开发了一系列符合美国 EPA ENERGY STAR™ 标准要求的笔记本电脑和台式电脑。目前, 联想 Think Centre A61e 是世界上最小巧、最节能的台式电脑, 并已获得多项环境成就大奖。



灾区儿童通过中国联通的“亲情热线”向在外打工的父母报平安。

电信

今年的《财富》中国企业社会责任排行榜中共有 8 家电信企业, 其中 5 家为外资企业, 另 3 家为本土企业。它们均在环境领域取得较高的得分。

排名	公司	公司总部 所在国	得分
1	诺基亚	芬兰	65.8
2	摩托罗拉	美国	60.3
3	爱立信	瑞典	56.3
4	乐金	韩国	55.3
5	西门子	德国	52.3
行业平均			50.0

诺基亚公司积极参与各项环境指引, 2008 年加入了世界自然基金会的气候拯救者计划, 2009 年签署了联合国全球气候变化公约。与此同时, 公司也致力于提升消费者的环保意识, 其 2008 年一项调查报告显示, 消费者环保意识的缺乏是导致废旧资源回收不力的主要原因。2009 年, 诺基亚在世界各国开展环保倡议, 共回收 373 吨电子垃圾, 其中包括 470 万部废旧手机。在中国境内, 诺基亚、摩托罗拉还与中国电信开展业界合作, 鼓励废旧手机的回收。这项名为“绿盒子”的项目仅在 2009 年就回收了 20 吨电子废料。

排名	公司	得分
1	中国移动有限公司	62.5
2	中国联合通信股份有限公司	32.4
3	中国电信股份有限公司	20.6
行业平均		38.5

中国移动大力向农村地区提供终端产品及通信服务, 协助政府开展农村经济发展和农业现代化工作。公司建立起了一套农村信息网络, 该网络现已成为农村地区农业、市场及商业信息的首要来源。公司还在农村地区建立起了一套当地居民可承受的价格体系, 并迅速在中国最偏远地区建立网络。农村地区业务的扩展, 已经成为中国移动发展策略中重要的一环。事实上, 2009 年度中国移动 50% 的新增客户来自农村地区。

金融

共有 8 家金融企业上榜。外资金金融企业没有上榜,是由于它们的在华营业额没有达到我们的筛选条件。上榜的中国企业在企业治理方面的表现都相当突出。

排名	公司	得分
1	中国建设银行股份有限公司	47.3
2	中国银行股份有限公司	45.3
3	交通银行股份有限公司	42.9
4	中国平安保险(集团)股份有限公司	40.8
5	中信银行股份有限公司	40.8
6	中国工商银行股份有限公司	40.5
7	万科企业股份有限公司	38.1
8	招商银行股份有限公司	35.8
9	中国民生银行股份有限公司	32.4
10	中国太平洋保险(集团)股份有限公司	29.5
11	中国人寿保险股份有限公司	28.8
行业平均		38.4

由于优异的环境和社会领域的表现,中国建设银行从同行中脱颖而出。建行推行“绿色信贷”,将环保节能作为贷款审批、发放的硬性条件,2009 年共退出高耗能、高污染及其他行业不合要求的贷款共计 767.24 亿元;同时支持清洁能源、农林生态产业以及节能减排项目的贷款。截止 2009 年末,其“绿色信贷”项目余额 1,810.97 亿元,同比增长 17.49%。

工业

工业覆盖面很广,包括电器设备制造、工业工程建设、工业运输,等等。16 家工业企业上榜,其中 9 家为本土企业,7 家外资企业。由于存在较高程度的污染水平,工业也被列入高耗能、高污染行业。

排名	公司	公司总部所在国	得分
1	通用电气	美国	66.6
2	3M 公司	美国	58.7
3	ABB 公司	瑞士	55.6
4	日立	日本	48.7
5	丸红	日本	43.8
6	三井物产	日本	43.6
7	伊藤忠	日本	43.3
行业平均			51.5

通用电气公司是这个行业内排名最靠前的外资企业。该企业在环境领域表现突出,评分高出行业平均 41%,这部分要归功于其广为人知的品牌理念——“绿色创想”(Ecomagination)。2009 年,“绿色创想”产品收入增长 6%,达到 180 亿美元,占通用电气产品总收入的 28%。下一阶段,通用电气计划到 2015 年实现“绿色创想”产品收入的增长速度翻番。公司于 2009 年 5 月推出新产品线“健康创想”,旨在建立良好的医患关系,进一步显示了通用电气在消费者利益上的郑重承诺。目前,通用电气已推出 24 款“健康创想”产品。



2008 年,3M 公司得知四川灾区极度匮乏干净的饮用水供应时,当即决定伸出援助之手,向灾区捐赠 100 台 3M 流动饮用水站。

排名	公司	得分
1	中国远洋控股股份有限公司	64.1
2	中国铁建股份有限公司	41.4
3	大唐国际发电股份有限公司	41.1
4	中国交通建设股份有限公司	39.9
5	上海电气集团股份有限公司	35.2
6	中国建筑股份有限公司	27.1
7	中国中铁股份有限公司	23.9
8	中国北车股份有限公司	23.7
9	中国南车股份有限公司	21.8
行业平均		31.3

中远集团不仅是行业最佳,也是中国企业综合排名第一。中远集团于 2005 年 1 月 25 日加入联合国“全球契约”,并从该年度开始发布社会责任报告至今,其报告在 2007、2008 两年连续获得 GRIA+ 评级认证。不出意外的话,2009 年还将保持这个评级。

如果您对本文有任何评论或见解,请发邮件至:
editorial@cci.com.hk 或者登陆网站:
www.fortunechina.com

如欲索取详细资料,请在读者服务卡上圈 29 号。

4倍 积分, 奖赏即达!



WYNDHAM
REWARDS.
温德姆奖赏计划

2011年4月30日之前,入住酒店可累积高达4倍*积分或里程。轻松入住、丰厚奖赏尽在温德姆奖赏计划。

注册参加请访问: www.wyndhamrewards.com/cn/1234

WYNDHAM
Hotels and Resorts

WYNDHAM
GRAND COLLECTION

RAMADA
WORLDWIDE

Howard Johnson

Days Inn

*适用于相关活动条款与细则。

2. 7. 1



中远的绿色征程

作者：王亦丁

建立自上而下贯穿整个集团的可持续发展管理体系和信息平台，持续推进业务流程再造，使可持续发展成为公司价值观和管理手段

2006年，世界可持续发展工商理事会在北京召开。当中国远洋运输集团总裁魏家福做了激动人心的演讲之后，台下的听众唏嘘不已。一位跨国公司CEO起身提问：如果您被提升了，中远还能够如此深入推进企业责任战略吗？数据是真实的吗？如果数据是真实的，如何让您的员工执行到位？

怀疑的目光，质疑的口气，一连串的问题，这已经不是魏家福第一次遭遇的尴尬。他信心十足地回答说：“社会责任已经纳入中远的战略、流程和运营之中。这是工作体系和流程，每个中远人都无法回避。”

魏家福谈笑风生，极具亲和力，他关心并且投入上千万用于可持续发展的宏伟目标，力图既将中远打造成全球最具竞争力的物流航运企业，又实现可持续发展。他有更精明的商业逻辑，以“全球契约”为原则，强化企业抗风险能力，建立中远的竞争力。事实证明，2008年金融危机来临时，全世界的物流航运公司无一不受到重创，但2010年上半年，中远控股股份有限公司销售收入较2009年同期上升64.5%，净利润上升175.9%。

在“全球契约”推行七年之后，资本市场相信了可持续发展带给中远的变化。作为中国第一家编写企业社会责任报告和引入第三方保障机制的中国

公司，中远引用联合国“全球契约”原则、“全球报告计划指南”和“AA100公司责任标准”，将其企业社会责任体系与之对标。不仅如此，它还建立了自上而下贯穿整个集团的可持续发展管理体系和信息平台，持续推进业务流程再造，使可持续发展成为公司价值观和管理手段。中远团队脚踏实地推动可持续发展的举动，为国内外企业做出了表率。

“跨国公司的竞争已经从硬实力向软实力转型，从依靠产品和技术竞争力向企业社会责任和道德等理念转型，先进的企业责任和操作惯例已经构成企业竞争力的核心。”魏家福说。

1999年，魏家福执掌中远。当时正值全球航运市场的低谷期，干散货海运价格大跌。不仅如此，中远早年投资的房地产、航空公司资产负债率高，二级公司甚至不得不卖船发工资。在摸清家底后，魏家福聘请国内外专家出谋划策，确立了中远面向2010年的战略宏图：从远洋航运人向以航运为依托的全球物流经营人转变，从跨国经营向跨国公司转变。中远将不再是以前跑海运货的“海上拉脚”形象，而是要向以航运为依托，涉足码头、集装箱租赁、现代物流等完整运输产业链的跨国公司迈进。

魏家福最鲜明地提出以跨国公司作为中远



知识分享成为中远
推动可持续发展的工具。

的发展目标。2004年，时任联合国秘书长安南访问中国并接见企业家代表团，发表了倡议中国企业履行“全球契约”的演讲，让魏家福感触颇深。他当场表态：中远承诺加入并在公司内部全面实施“全球契约”。这并非口出狂言，魏家福对实施“全球契约”的困难心知肚明。这份契约不仅是倡议，而是更强调实施，要求企业将十项原则纳入企业流程之中，并最终改变企业的运行模式和效率。“全球契约”始于2000年，是经济全球化深入发展的趋势下，联合国首次为促使企业界积极参与实现千年发展目标和应对全球共同挑战，反省和改变企业只注重经济发展、忽视对社会和环境的影响的不良行为而搭建的学习平台。

以“全球契约”为蓝本，推动中远向可持续发展的企业前进，魏家福需要完成三项基本的任务。首先，他必须确认可持续发展管理体系与中远原有管理体系的关系，在原有ISO9000管理体系基础之上，强调以质量环境和职业安全整合体系为基础，以可持续发展和风险管理为主线，形成指标化可持续发展的管理体系。这改变了长期以来管理体系各自为政、集团上下管理错位、交叉接口过多造成的责任推诿。

每年年初，魏家福都会同“全球契约”有关方面、挪威船级社、

三亚天域度假酒店

HORIZON RESORT & SPA · SANYA



天域

——自在无所不在！



三亚天域度假酒店

悠长海滩，一线海景，占据亚龙湾核心观海位置

6大泳池，构筑花样欢乐水上世界

大型私家海岸花园，徜徉珍稀热带植物丛林

10大主题餐厅，不能抗拒的美食之旅

名师打造多样夏威夷风情客房

完美假期，自在奢享

中国 海南省 三亚市 亚龙湾国家旅游度假区 572000 电话：898-88567888 传真：898-88567999

www.horizonsanya.com welcome@horizon.cn

北京办事处 Beijing Office Tel:010-84085499 Fax:010-52181101

7.23

国资委和中远管理体系办公室的成员召开一年一度的管理评审会议和总裁办公会议，研讨世界最新的社会责任理念，确立中远全年可持续发展的目标和任务，形成决议，由体系管理办公室负责推广实施，集团各二级公司执行。

其次，建立可持续发展的管理平台。2005年，中远开始开发IT平台，将所有的管理流程和指标统一在可持续发展管理平台中，将可持续发展纳入日常管理，同时建立可持续发展的知识积累系统。如今，中远已经建立了自上而下的可持续发展人员体系，在集团体系管理办公室的领导下，建立各个公司的“全球契约”推进小组，又称“可持续发展委员会”，由各个部门抽调人员建立可持续发展管理体系推进员队伍，上千名推进员负责数据收集、报告编写、IT平台维护和内部审计。过去八年间，中远专门从事可持续发展职责的员工从24人增加到了427人。

另一个困难在于确定可以量化的指标。在最初借鉴“全球报告倡议”组织(GRI)的报告时，中远研发中心的结论是，自己并不具备实施GRI的条件，因为没有统计口径，缺少数据来源。由此，公司由管理创新部门牵头，与各专业管理部门合作，按照GRI的要求推进体系再造，建立数据化的中远，将各项职责分解、细化并确定指标，从最初的250个指标发展到现在的超过800项指标。“不掌握数据，就无法进行管理。谁掌握了数据，谁就掌握了先机。”魏家福多次在公司内部强调。

这是一次脱胎换骨的变革，以战略管理为起点，通过对相关方、产品、经济、环境、劳工、社区等各方面的衡量，将指标与员工的绩效结合起来，推动可持续发展在公司内部精耕细作，集团进入全面风险管理时代。事实上，中远实施可持续发展的过程，也是其管理创新的伟大实践。它创造性地将标准化管理体系、对标、风险评估、六西格玛、卓越绩效模式等管理方法整合在一起。2009年，中远将战略地图与平衡积分卡结合，以平衡积分卡四个层面目标(财务、客户、内部、学习与成长)为核

心，通过分析四个层面目标的相互关系绘制企业战略关系图，并在指标体系设置上增加了基础数据拆分。“推动企业责任必须用企业管理的方法来进行，最终的目标是提升企业防范风险的能力。”中远体系管理办公室主任马欣迎说。

今年，中远全面实施“全球契约”已经进入了第二个五年规划，精益管理的理念被纳入其可持续发展体系之中。早在2009年，中远就通过精益管理和成本控制措施，节约了7,346万元，质量管理小组创效24,825万元。它成立了由魏家福任组长的节能减排工作小组，各二级单位负责人担任组长的节能减排领导小组，并且根据航运管理及陆上产业的特点，成立环保节能部、节能办及其他节能减排工作的机构，明确规定节油工作负责人，燃油消耗列入业绩考核指标。集团还开发了船舶燃油消耗信息管理平台，利用它跟踪、比较、合理地制定船舶燃料消耗定额，有效控制船舶的燃油消耗。通过精益管理，最大限度地降低成本，提高原材料的利用率。马欣迎说，“员工们不再觉得这是好事还是坏事的问题，我们谈论的是切实的盈亏理念。”

集团更多的二级公司在可持续发展的行动中找到新的盈利点。中远集运开发了加船降速的方法，延长大洋航行时间，船舶海外航行大幅降速超过10%，日耗油量降低了20%~25%。对不同船型的船舶做降速运行试验，对试验船舶降速后主机的工况参数、运动部件的磨损情况以及维护保养的周期进行评估分析，与船舶协商确定一个合理的主机转速范围。同时，加强船、港、货、一关三检等方面的协调，尽最大努力降低船舶非生产性停泊时间，以尽可能节省时间，让船舶在海上以更经济的航速航行。

全生命周期的理念，回收利用的措施，正在成为企业增收节支的工具。过去七年间，中远造船公司的造船钢材使用率长期保持在92%的国际先进水平；在保证船舶运营安全和备件质量的前提下，为每艘船舶制定物料消耗定额，要求其加强辅料和绑扎垫物的使用寿命。中远船舶在退出运营后，分为营运船和废钢船两

种形式出售，分别售给具有营运资质的船公司和有资质的船舶拆解公司，并要求拆解公司在资质、建立运行环境管理体系、拆解后主要材料用途等方面在合同中作出承诺，确保对环境造成的危害最小化。

在中远，知识分享正成为推动可持续发展的重要手段，每年，它都会按照GRI的标准和集团统一要求，结合本公司实际情况进行探讨。2009年，集团举办“全球契约”培训班33个，培训1,095人次，共计42,946小时。

为了不断完善和改进可持续发展体系，集团和各公司举办各类研讨会，集思广益，推动可持续发展。中远船务管理手段。雇佣了许多农民工，他们



可持续发展是一个永远都不会结束的挑战

开发了“一目了然”管理模式，以现场讲授和管理的方式，使物品的状态和人的行为实现现场整理和规范，做到工作现场目视化、物品堆放科学化、人的行为规范化、空间环境美化、管理改进持续化，有效解决了现场管理薄弱的问题，以更有利于农民工接受的方式实现了全过程、全方位的安全管理。

员工参与的积极性被充分调动起来。他们通过职工代表大会、工作会及信函邮件等途径提交合理化建议。截止 2009 年 11 月底，公司共收到职工合理化建议 6,606 件，采纳 2,420 件，预计产生效益 3.55 亿元；职工技术创新项目 468 项，预计实现价值 1.1 亿元。厦门远洋在船岸开展了“增收节支金点子”活动，征集到 21 条涉及技术改造、安全生产、完善经营管理的建议，直接效益 800 万元以上。广州远洋针对职代会的提案，组织代表巡查，促进提案落实到实处，这种职业代表巡查制度已有十几年的历史。

即使在金融危机中，中远也没有削减对可持续发展的投入。公司相信：企业公民对于公司的声誉和经营的成功将越来越重要。2009 年，中远投入 1,184 万元，将 4 条船的船壳油漆改用 Intersleek 油漆。这种产品不使用生物杀虫剂杀死海生物，而是提高船舶表面光滑度，降低摩擦系数，将涂层表面和一系列污底海生物之间的化学和静电粘附力降至最低，更好地保护了海洋生物环境。

全球领先的船舶压载水物理净化处理技术，更是中远对保护海洋生态，使其免受污染作出的巨大贡献。这项技术投入 1,600 万元，共申请超过 70 项国家技术专利，通过压载水处理系统、高效灭活技术以及一系列自动化控制技术，对船舶在运行过程中压载水实现全过程监督，避免了船舶水排放对海洋生物带来的负面影响。

上述承担社会责任的努力，标志着中远为国际航运企业做出了表率。而在集团内部，中远提升企业可持续发展管理水平，进入风险管理时代。船舶以船长为第一责任人，轮机长为主要负责人，抓住环保节能安全的各个环节，完善管理体系，建立降低能耗、节约能源及加强环境保护和生产安全的激励机制。集团总公司和所有二级公司全部实施“ISO14001 环境管理标准”，所有船公司都实施“ISMC 国际安全和防污染管理条例”。针对海洋漏油事件造成的恶劣影响，2008 年，中远将所有油轮改造为双核油轮，即使发生轻微碰撞，油轮内层也不会受损，确保燃油不泄漏。

针对索马里、亚丁湾海盗猖獗，中远集团进一步加强应急管理培训和演练，提高了各级人员应急处置和抵御安全风险能力，助理记者：马芊芊

先后 12 次成功地阻击了海盗袭击或拒海盗于船外，做到了“应急有预案、救援有队伍、联动有机制、恢复有措施”。公司实施了“远洋船舶及货物运输在线监控”系统，利用全球最先进的通信网络系统，装备了全球电子航海图，实现了对船舶全球航行状态时的无空隙监控，为应急指挥和处置决策提供了可靠的技术和信息保障。

虽然可持续发展之路漫长，但从最初开始，中远就将实现可持续发展的努力集中在了监控计划上。2009 年，中远集团抽取了 11 个部门的核心程序，对实施全面风险管理的有效性进行评估，测评覆盖所有的部门，根据各部门程序的风险分布，选择了 11 个主程序及相应全部的子程序进行测试，以各程序中的关键控制点作为现场检查的重点。

确保各相关方的利益，是评估可持续发展的重中之重。新开航线时，集团进行航线所经海域和港口的天文地理、营运船舶的技术状况以及当地法律的评估，确保航线安全。货物接载前，各公司主管人员必须严格核查货物的种类、性质、数量和重量，确保货物安全运输，物流公司通过物项考证、方案设计和提供服务提供三个阶段的评估和控制，确保高效安全地满足客户的物流运输需要。对于供应商，中远坚持二级审核，集团每年度对重要供应商进行评审，各航运、物流和修造船厂下属公司在管理体系文件中建立供应商的控制程序，在集团公司合格供应商的基础之上，评价和选择供应商，并将供应商的业绩反馈中远集团，有效地降低采购成本，减少运营风险。

目前，中远正在以自己的行动影响越来越多的企业。2009 年在第六届国际海运年会上，由中远集团发起，CKYH 联盟（中远集运、川崎汽船、阳明海运、韩进海运组成的联盟）共同发布“青岛宣言”，通过船舶减速，进一步减少燃油消耗，降低二氧化碳排放。不仅如此，中远在 2005 年成立了中远慈善基金会，这是中国第一家由国有企业发起的非公募、非赢利性基金会，将中远对社会的责任变成了规范化、专业化和日常化的企业行为，2009 年共开发实施项目 16 个，包括汶川地震救灾、西藏扶贫、云南助学等，项目资金总额为 2,443 万元。

可持续发展是一个永远都不会结束的挑战。事实证明，成为一个负责任的企业，远比一个市场营销或者战略举措难许多。中远正竭尽全力构筑起履行经济责任、环境责任、社会责任的责任体系，并且将社会责任纳入到企业的战略和日常管理之中。此番荣登企业社会责任榜冠军，中远实至名归。

财富

如果您对本刊有任何评论或见解，请发邮件至：
editorial@cci.com.hk 或者登陆网站：www.fortunechina.com

英特尔：企业社会责任 3.0

英特尔在 IT 领域的成功是搭建了一个健康的技术生态环境，它在企业社会责任领域的愿景则是搭建一个良好的社会生态环境

作者：周展宏

在还没有企业社会责任这个名词之前，英特尔在中国就开展了相关的工作。1999 年它在全球启动“未来教育项目”，2000 年 7 月又在中国正式启动。到 2010 年底，项目累计培训超过 170 万名中小学教师，17% 的中国中小学教师都参加过英特尔的培训。除了对教师的培训项目，公司还有各层次的激励青少年创新的项目。比如，自 2001 年开始，英特尔领衔赞助全国青少年科技创新大赛，每年从中选拔 20~30 名优秀学生参加在美国举行的“英特尔国际科学工程大奖赛”；2004 年，公司与中国科学技术协会合作，在社区青少年中心和学校课外活动中开展“英特尔求知计划”培训，专为贫困社区 8~25 岁的青少年提供社区活动中心的课外活动；2010 年，将“英特尔科技教育创新学校奖”引入中国，旨在发掘并表彰在科技教育方面取得卓越成就并具有出色实践的中小学校，这是英特尔公司第一次在美国以外的国家设立该奖项。英特尔在教育上持续 10 年的投入，为它在中国获得了良好的声誉，连续 8 年被教育部授予中国教育杰出贡献奖。

教育、社区和环境是具体体现英特尔承担企业社会责任的三个领域。在社区方面，英特尔推行以员工技能为核心的志愿服务。2010 年，56% 的英特尔中国公司员工参与志愿服务，服务时间达 4.6 万个小时。在环保领域，英特尔中国执行董事戈峻告诉《财富》（中文版），公司从来都是以最高的标准来要求自己，强调对环保责任的量化，并将此与员工的绩效挂钩。也就是说，没达到环保目标，会在员工的奖金上得到体现，这大大促进了员工的环保意识。

英特尔（全球）2011 年有四大战略，其中一项就是“关心员工、关爱地球、激励下一代”。在中国，则有三大战略，分别是：技术领先、与产业链结合、推动中国的 IT 产业发展，做有责任的企业公民。作为英特尔中国的执行董事，戈峻直接负责企业社会责任工作并向总部汇报。公司在中国还设立了“首席责任官”的岗位，并且在每一个运营物理地点都有从事企业社会责任的核心团队。将企业社会责任提到战略的高度，并调整公司的组织结构以保证这种战略得到落实，这大概是英特尔在企业社会责任领域有出色表现的原因之一。

杨钟仁是英特尔中国首席责任官。他认为，英特尔企业社会责任已经从“1.0 时代”进入到“3.0 时代”。所谓“1.0 时代”，就是做公益、做慈善；“2.0 时代”，就是将企业社会责



英特尔未来将在甘肃少数民族地区实施教育项目。

任与公司的业务相结合；而“3.0 时代”则是英特尔正在倡导的社会创新或企业责任的社会化。《2009~2010 英特尔中国企业社会责任报告》的主题就是“以技术创新推动社会创新”。戈峻告诉《财富》（中文版），英特尔社会创新核心理念就是搭建平台、资源贡献。英特尔认为，光靠政府、孤立的公益组织或者企业，是不可能解决人类和社会所面临的问题的，而是需要一个平台来发挥这三方的合力。英特尔希望政府、企业和社会组织共同合作，致力于使用创新技术推动教育创新、公益创新、社区创新、中小企业创新等，最终实现社会进步与和谐发展。

英特尔以技术创新推动社会创新的一个典型案例，是 2010 年 1 月公司与民政部社会福利和慈善事业促进司联合推出的首届“芯世界”公益创新奖。英特尔提供 100 万元奖金，奖励中国公益机构在组织发展、知识管理、财务管理、项目管理等方面创新应用信息技术的案例，帮助公益组织通过信息化手段，提高公信力和创新能力。北京惠泽人咨询服务中心是一家公益组织，其“志愿者 E 学习中心”项目在“芯世界”评选中获得了“应用奖”三等奖。惠泽人的主任翟雁说，参与英特尔的项目，有力地推动了惠泽人的机制变革，员工能力以及组织运作水平得到了极大提高。

事实上，推动社会创新是英特尔实现企业社会责任的主要目标之一。它在 IT 领域的成功是搭建了一个健康的技术生态环境。戈峻表示，围绕着社会创新这个新的方向，英特尔将会有更多具体的创新项目推出，它在企业社会责任领域的愿景，就是搭建一个良好的社会生态环境。

财富

如果您对本有任何评论或见解，请发邮件至：
editorial@cci.com.hk 或者登陆网站：www.fortunechina.com

巴斯夫的公益之道

这个全球化工巨头所认同和坚守的企业社会责任是可持续、
蜜蜂型的方式

特约作者：秦晨

在2010年上海世博园船坞剧场演出的《魔法地图探险》，引起了孩子们的浓厚兴趣，因为这不仅仅是一场由美国芝麻街的众多明星参与演出的精彩儿童剧，而且小观众们还被邀请上台充当巴斯夫的“小小化学家”——他们要在指导老师的帮助下，通过一个个神奇的化学反应让污水变得清洁。整个上海世博会期间，巴斯夫公司和芝麻街工作室联合推出的这项演出和互动活动一共接待了11.2万名观众，其中超过2,500名孩子亲手参与了实验。

“小小化学家”并非巴斯夫专门为上海世博会定制的活动。事实上，早在1997年，“小小化学家”实验室就已经在巴斯夫集团的总部德国路德维希港设立，并免费对6~12岁的孩子开放。此后，这个儿童实验室被巴斯夫推广到全球各地，引起了广泛而热烈的反响。2002年时值中德建交30周年，巴斯夫的“小小化学家”实验室被引入中国。截至2010年，全国已有逾11万儿童和900名大学生志愿者参加了这个活动，它俨然成了激发孩子科学探索和培养环保意识的教育平台。

“我们强调企业社会责任应该是一个可持续的过程。”关志华肯定地说。作为化工巨头，巴斯夫已经把可持续发展作为企业的战略支柱之一来发展，也是体现其承担企业社会责任的最大亮点。

巴斯夫是全球首家发布企业综合碳足迹的公司。“我们的碳足迹计算包含了每个分子在其被开采到最终回收或销毁的整个生命周期中的碳排放，无论这些排放是否由巴斯夫的生产所导致。”关志华解释说。但计算结果表明，使用巴斯夫产品所能减少的温室气体排放量，是产品从生产到废弃过程中所产生温室气体总量的3倍。巴斯夫还在气候保护领域制定了远大目标：到2020年，每吨生产产品所排放的温室气体总量在2002年的基础上减少25%，能源效率在2002年的水平上提高25%。这是一个包括了中国在内的全球目标。

为了实现这个全球目标，巴斯夫在生产上做出了很多创新，其中最有名的是化工一体化生产(Verbund)的节能理念。

“Verbund实际上是将多个化工工厂结合在一起建造，形成网络，这样化学反应产生的能量、副产品可以得到充分的利用，而废弃物也会因为集中处理而达到更高的效率。”关志华说。2005年，在南京总投资29亿美元的巴斯夫与中国石化共同建设的一体化化工生产基地已经开始运营。2009年，投资14亿美元的扩



巴斯夫大中华区
管理董事会董事长
关志华

建工程启动，预计2011年投产。就在去年年末，新一轮的投资扩建计划已经提上了议事日程。

巴斯夫在企业社会责任方面的确没有仅仅满足于独善其身。2006年，它在中国首倡“1+3”企业社会责任项目，旨在通过传播可持续发展的理念及实践建立责任价值链。根据“1+3”的模式，每个公司带动其供应链中的三大业务合作伙伴(供应商+客户+物流服务供应商)，向它们传授企业社会责任的最佳实践和量身定制的解决方案，从而推动可持续发展。之后，这三家合作伙伴再向自己供应链上的另外三家合作伙伴继续传递这一理念，从而产生“雪球效应”。2008年，巴斯夫与6家合作企业成功完成第一轮“1+3”企业社会责任项目。2009年7月以来，又先后与12家企业合作启动了新一轮的“1+3”。

“我们要做蜜蜂型的企业，在酿蜜的同时，还要播种。”关志华自豪地说。在“1+3”的模式下，由巴斯夫始创、商务部下属《WTO经济导刊》编制的“金蜜蜂企业社会责任·中国榜”的企业会员已经有900家企业申请加入。“不仅仅是化工行业，我想所有的行业都适用于这套蜜蜂理论。”

2010年对巴斯夫来说是实现历史性突破的一年。在第3季度的财务报告中，巴斯夫已经透露去年的业绩将创造巴斯夫的历史记录。中国的业绩在全球表现中格外抢眼。据关志华透露，2010年大中华区将重回2005、2006年的高速增长，增幅达40%以上。不过，他强调，“推动内需”的成功策略是驱动巴斯夫高速增长的关键因素。“虽然可能要因此牺牲一些当前回报优厚的国际客户，但我们着眼于在中国长期发展的重要性。我想，这也是我们作为在华跨国公司所能体现的社会责任之一吧。”

如果您对本刊有任何评论或见解，请发邮件至：

editorial@cci.com.hk 或者登陆网站：www.fortunechina.com

通用电气的健康创想

一个成功并受人尊敬的公司必须是一个
对社会负责的公司

作者：李全伟

通用电气（GE）的企业社会责任跟公司的价值观相一致，不把慈善捐款活动作为最主要的部分。通用电气中国有限公司公关传播总监李国威说，企业社会责任的核心是经营和业务战略严格符合企业社会责任目标，这个目标跟中国的战略发展方向相符。公司的目标跟国家的目标相一致，是一个企业实现社会责任最好的基础。

通用电气的企业社会责任以前呈现为金字塔形式：最基础的是合规守法，然后是企业价值观和文化，对经营环境社区做出贡献，社区和志愿者活动。现在，根据全球经济的发展和社会的变化，其企业社会责任聚集在三个方面：绿色创想、健康创想和社区志愿者活动。

“绿色创想”是通用电气一项让利益相关方参与其中，同时推动创新和环保解决方案盈利性增长的商业战略。相关的创新产品使通用电气和客户在获得销售收入的同时减少排放。李国威说，“绿色创想”既是作为一种业务战略，也是作为一种社会公益战略（CSR）提出的。通用电气于2006年在中国启动了“绿色创想”战略。目前，公司的“绿色创想”技术和解决方案已迅速应用于中国市场，并不断赢得政府、客户及合作伙伴的认同。“绿色创想”2009年在华销售额为9.53亿美元。

“健康我先行”是通用电气于2009年在全球启动的“健康创想”战略。李国威说，健康的员工是公司最宝贵的财富。这句话对于通用电气来说不是口头空谈，而是实际行动。“健康我先行”，各种项目在全球范围内的开展，正是在这种重视员工健康的企业文化下进行的。“健康创想”是公司业务战略，也是社会责任战略，内容包括让更多的人享受到医疗保健服务，减少医疗产业提供产品和服务的成本，为员工提供更好的工作环境。

“健康我先行”项目以更明确的目标，在员工中间通过各种各样更具体的活动向前逐步推进。首先，公司明确在五个方面做出行动，即健康教育与疾病预防、合理营养、远离烟草、体育锻炼和压力管理。此外，还针对项目确立了三个推进的途径：领导参与；减少健康问题导致的工作成果降低；以及推广健康风险评估。

李国威说，“健康我先行”项目有严格的审计和认证。公司在上海的中国总部不久前刚刚获得认证。认证包括很多方面，

如整个工作场所禁止吸烟、提供健康饮食、食堂里提供有营养的餐饮、会议餐不能订不健康的食品、在园区做减压的健康服务等。

建立合作友好的社区，是通用电气的又一项企业社会责任。作为重组通用电气志愿者机构并统一志愿者服务品牌形象的重要举措，公司于2005年改组了员工的志愿者组织。自此，公司在全世界的志愿者行动都将在“GE志愿者”的新旗号下进行。该组织的成立，不仅有助于改进原Elfun组织结构的不足，还将有效推动志愿者活动在更广泛领域的实施。

志愿者服务和回馈社会，一直是通用电气企业文化中的重要组成部分。2006年，大中华区的“GE志愿者”组织更进一步整合全球和本地资源，创建了一个适合本地员工和社区需要的地方组织。通过号召公司在大中华区各业务集团的共同参与，共享丰厚资源与实践经验，通用电气正在全国范围内推动GE社区志愿者服务的长远发展。截至2009年12月30日，有近2,600名公司员工在大中华区组织了168个社区志愿者项目，共为教育、医疗、长者关怀、环境保护等多项公益事业贡献了超过21,624小时的服务，共有12个不同地区（北京、成都、广州、杭州、香港、台湾、南京、上海、什邡、沈阳、苏州、无锡）的社区因此受益。

李国威说，上海研发中心的志愿者关心农民工小学，周末去给孩子们上科学课和英语课，很受学生们的欢迎。2010年，他们又进行了浦东打工学校英语教师的教学培训和如何调动课堂气氛的培训。通用电气的志愿者活动不是靠公司发文，而是靠员工的自觉自愿，让员工自主自发地投入到公益活动中去。每次活动由员工发通知，自愿参加，自主组织。这种自发的志愿者活动，已经在公司形成一种制度。

通用电气每年都做员工调查。近几年的调查表明，一半以上的员工认为公司的志愿者文化是他们选择留在公司的重要理由之一。李国威说，“我们觉得，一个好项目不在于投入的资金有多少，而是更需要有一个好的合作伙伴，必须可持续，必须有员工的广泛参与。后三点是做好一项公益项目的重要因素。”

如果您对本文有任何评论或见解，请发邮件至：

editorial@cci.com.hk 或者登陆网站：www.fortunechina.com

做大众的苏宁

经营着千家万户生意的苏宁电器
正利用自身的渠道影响力将自己的绿色理念
渗透给消费者。在社会公益方面，
它也在努力打造**大众化的亲民形象**

特约作者：秦晨

如果你在工作日的白天走进苏宁电器的某家门店，可能会发现展厅里并不会像节假日或夜晚那样灯火通明，不少展示的电器也处于关闭或待机状态，手扶电梯会在无人的状态下自动停止运行。这是苏宁电器在践行“绿色运营”后所作的节能改革。通常，在周一至周五客流相对较低的白天，它只打开一半的照明电源。在绿色运营管理体系下，苏宁电器的员工会自觉地在下班前半小时内将饮水机电源切断，因为这样可以利用余热保温。这些看似不起眼的举动，对苏宁电器 1,300 多家门店日积月累所能节约的能源开支来说，可不是一个小数目。一年下来，仅电费开支就节省了超过 2,000 万元。

不过，经过绿色运营的改造，苏宁电器投入的代价也相当不菲。姑且不说电路改造的成本，仅上千家店面节能灯的更换就投入了相当于以往三倍的代价。在苏宁电器副董事长孙为民看来，这样的投入是毫无争议的。“这反映了苏宁电器对待环境保护和可持续发展的一种态度。”他说。“虽然作为商业流通企业，我们对环境的影响很小，但我们有责任在可能的范围内用自身的态度潜移默化地影响更多消费者。”

除了能源节约，苏宁电器在展台设置方面也做了绿色改造。公司的门店面积通常在 2,000 平米以上，展台林立。以往的展台主要采用现场制作的方式，不但造成大量材料的浪费，而且平均每年都需要重装一次。通过改造，苏宁将展台变为更为耐用的钢木家具，并且采取了工厂标准化制作的方式。这样，虽然一次性投入的成本提高了，但浪费极大减少，展台的使用寿命也延长了 4~5 倍。即使废弃后，这些材料也都可以回收再利用。

在孙为民看来，企业社会责任的实现分为三个层次。首先，奉公守法地把企业做好，让企业成为赢利、可持续发展的组织，这就已经是合格的企业公民了，因为它已经实现了解决社会就业、给投资者带来回报、为国家纳税等基本价值。

第二个层次是当企业形成规模后，对企业自身所处的行业形成一定的影响，甚至引领行业的健康发展。“在这个层面上，又有两个基本方面：一是企业帮助提高整个行业的效率，促使行业进步；二是企业不断创新，提升行业标准，给消费者创造更多价值。事实上，发达国家大公司的标准总是远远高于行业普通标准。”孙为民说。

苏宁电器副董事长
孙为民



大学教授出身的孙为民对企业在行业发展中担负的社会责任有着深刻的理解并作过理论总结。他以苏宁电器的发展为例说，世纪之交，中国的家电行业处于全面亏损状态。尤其是彩电领域，全国只有屈指可数的一、两家赢利。那时正是苏宁电器在全国发力开拓连锁市场的

阶段，像苏宁这样的家电连锁企业的迅速发展，为整个家电行业的发展带来了转机。

第三个层次是企业为社会所做的慈善公益。这与企业自身的商业已经没有直接关系，而更加偏重于企业社会形象方面的树立。在慈善公益方面，孙为民强调苏宁的做法是“有所为，有所不为”。“我们做的是普罗大众、千家万户的生意，所以我们慈善公益的重点会放在教育和扶贫上。当然，当国家面对各种突发重大灾难时，苏宁作为有影响的企业，也会义无反顾地贡献自己的力量。”2008 年汶川大地震时，苏宁电器董事长张近东个人捐赠 5,000 万元。2010 年，苏宁在慈善公益方面的捐赠超过了 8,000 万元，也是苏宁发展历史上的捐赠之最。

除了直接捐款，苏宁还十分注重发挥员工参与社会公益的积极性。他们的“1+1 阳光行——苏宁社工志愿者行动”，就是动员苏宁的 7 万多名员工每年至少用一天的时间做社会志愿者服务，每年捐出一天的工资做社会援助。因为依此计算，苏宁每年会有近 300 人在全职作义工，而员工的爱心捐赠每年可以盖 21 所希望小学。

财富

如果您对本文有任何评论或见解，请发邮件至：
editorial@cci.com.hk 或者登陆网站：www.fortunechina.com