

中国企业可持续发展报告研究

# 价值发现之旅



商道纵横

二零零七年七月

# 中国企业可持续发展报告研究

## ——价值发现之旅

研究单位： 商道纵横

赞助单位： 香港乐施会

支持单位： 清华大学建设管理系企业可持续发展  
报告课题组

中国可持续发展工商理事会

本报告在香港乐施会的资助下，在清华大学建设管理系企业可持续发展报告课题组、中国可持续发展工商理事会的支持下完成，报告内容仅代表作者观点，不代表香港乐施会及支持单位的立场。特此声明。

电子版下载地址：[www.SustainabilityReport.cn](http://www.SustainabilityReport.cn)

## 导 言

企业社会责任正以前所未有的速度在中国快速发展。政府、媒体、民间团体、学术机构都在各自的领域推动企业社会责任的发展。作为企业社会责任承担主体的中国企业，无论内资还是外资，也越来越积极地投身企业社会责任实践，探索前行。

大企业发布企业可持续发展报告<sup>1</sup>成为中国企业社会责任发展的一道亮丽的风景线。从上世纪末就开始在中国出现的企业可持续发展报告，借企业社会责任的春风，迅速在中国的企业界蔓延开来。那些勇于创新的中国企业，尤其是国有大型企业，很快成为中国企业可持续发展报告的领军人物，并在短短两年内创造了许多“第一”：第一份以企业社会责任报告命名的中国内资企业报告、第一份国有大型企业的可持续发展报告、第一份全球范围内采用GRI 第三代报告指南编制的报告、第一份民营企业社会责任报告等。一些在华外资企业也积极进取，在总部报告之外，独立编制了关于中国的可持续发展报告，如壳牌（中国）等。这些企业都令人钦佩，使人鼓舞。

既然是尝试，多少会有些不尽完善的地方。这并非对已发布报告和企业的否定。恰恰相反，如果我们能够有系统地找出这些不足并提出改进的方案，就可以提升中国报告的质量，推动企业可持续发展报告在中国的进一步发展。此外，我们注意到，媒体、非政府组织等利益相关方对企业发布报告表现出浓厚兴趣，但他们却不知道如何用好这些信息。这一状况也有待逐步改变。

怀着这些想法，我们开始了对中国企业可持续发展报告的研究。

我们的第一步是搜集中国企业的可持续发展报告。报告筛选的原则是：必须由企业发布，必须与经济、社会与环境相关，必须以中国业务为主要报告内容。只要满足这些条件的报告都是我们的研究对象，不管它是社会责任报告还是环境报告，也不管发布企业是内资企业还是外资企业。而那些只将跨国公司总部报告翻译成中文、却不以中国业务为重点的报告，则不在我们的研究范围内。

我们应用 SustainAbility 的报告评估方法将搜集到的报告从战略与治理、管理等多个方面一一进行分析，并且将中国企业的报告与国际一流的同类企业报告相对比，以此找出当前中国报告的优点与不足。

为集思广益，我们走访了约四十多位与企业可持续发展报告相关的专家和一线工作者。他们中有些来自企业，有些来自提供报告编制服务的机构，也有些属于企业利益相关方群体。他们用锐利的眼光从不同的视角帮我们找出中国企业可持续发展报告中所存在的一些问题，使我们有了更全面、更客观的观点。

数月之后，我们终于完成了这份研究报告，呈现在大家面前。我们希望，这份报告能够尽可能客观地反映中国企业可持续发展报告的现状以及未来的发展趋势，起到抛砖引玉的作用。在写作过程中，我们发现国内在这方面的文献资料还很少，于是在研究报告中增加了一些资料、指南性质的文字，如若干资料框、第4章“怎样写好企业可持续发展报告”、第5章“怎样用好企业可持续发展报告”及若干附录。我们希望这能满足读者的不同需求。

---

<sup>1</sup> 本报告中所指的企业可持续发展报告是广义的概念，包括企业可持续发展报告、企业社会责任报告、企业公民报告等诸多不同名称的非财务报告。详细内容请查阅报告第一部分。本报告中所使用的“可持续发展报告”、“企业报告”、“报告”等词，如无说明，均指企业可持续发展报告。

研究报告的题目也是颇费了一番脑筋。最后敲定的这个副标题——“价值发现之旅”，其实是借用了 SustainAbility 在 2004 年和 2006 年的调查报告的灵感。2004 年，SustainAbility 的调查报告名为“风险与机遇”，意思是可持续发展不单是风险也是机遇，企业报告的过程是帮助企业识别风险与机遇的过程，因而也是发现价值的过程；2006 年，SustainAbility 的调查报告名为“明日价值”，意思更加明确了，即可持续发展可以给企业带来未来价值，报告的过程正是发现“明日价值”的过程。反观中国企业，他们中的一些仍然抱有“报告止于报告”、甚至“报告止于公关手册”的观念。这极大制约了中国企业将可持续发展理念植入日常经营的进程，从而未能发挥出“报告发现价值”的重要作用。因此，我们希望用这样一个标题警醒企业对报告价值的重视。同时，我们也想借此提醒利益相关方充分挖掘报告的价值，创造企业可持续发展报告“认真编制-有效利用”的良性循环。

我们的研究从提出创意，到具体实施，再到分析撰写，得到了许多机构和朋友的帮助。香港乐施会提供了慷慨的资助，曾萌华和邹崇铭两位鼎力协助；清华大学建设管理系企业可持续发展报告课题组与中国可持续发展工商理事会提供了技术上的支持。商道纵横的王昕、张华和苏建华为访谈和研究付出了许多努力。王强、黎宝和 Jenny Zhang 将报告翻译为流畅的英文版。另外，一些国内外朋友通过邮件或会面的形式接受我们的访谈或与我们分享了经验（名单见附录）。我们在此表示诚挚的谢意。

限于我们的学识和能力，报告中难免会有错漏或欠妥之处，敬请原谅并批评指正。

此致

敬礼



**郭沛源** 博士

商道纵横总经理

[guopeiyuan@syntao.com](mailto:guopeiyuan@syntao.com)



**张绪彪** 博士

LEAD 研究员

[bzhang@ied.org.cn](mailto:bzhang@ied.org.cn)



**魏宁娣** 博士

清华大学建设管理系

[wnd04@mails.tsinghua.edu.cn](mailto:wnd04@mails.tsinghua.edu.cn)

二零零七年七月十三日

## 摘要

企业可持续发展报告是企业非财务报告的一种，起源于企业环境报告。在企业公民和企业社会责任迅速流行后，可持续发展报告得到了长足发展，并在 2002 年全球报告倡议组织（GRI）第二代报告指南问世后逐步占据非财务报告的主导。至 2002 年，全球 250 强企业中，52%都发布了独立的可持续发展报告。

中国企业可持续发展报告的历史不长。第一份报告可追溯至 1999 年，壳牌（中国）公司率先发布企业可持续发展报告。之后数年，中石油股份公司、福特汽车、宝钢股份、中国平安、东芝中国、江西移动也先后加入到这一行列中。2006 年，国家电网发布内资企业首份取名企业社会责任报告的可持续发展报告。之后，以国有企业为主的企业可持续发展报告数量猛增，全年共发布报告 18 份。2007 年，企业可持续发展报告仍持续升温，预计发布报告数量将超过去年同期水平。

调查表明，中国企业发布可持续发展报告的驱动因素依次是提升公司形象、对政府政策的支持、企业领导者意识和舆论压力。公众、消费者、非政府组织和社区对企业报告的压力作用还很小。企业通过发布可持续发展报告，可以取得提升企业社会形象、加强企业与外部沟通、刺激企业履行社会责任、吸引外来投资、提高风险管理能力和提升企业管理绩效的作用。但报告在吸引优秀员工、推动企业创新方面的作用并不是很大。中国企业发布报告的主要障碍为企业管理层对报告的认识不足以及利益相关方没有披露要求。

已发布的中国企业可持续发展报告大多依循全球报告倡议组织（GRI）制定的可持续发展报告指南及其三重底线原则，从经济、社会和环境三方面披露企业的相关战略、政策、管理和绩效。运用 SustainAbility 的方法对中国企业可持续发展报告的评估结果发现，中国报告在绩效陈述、治理与战略方面的描述相对较好，而对管理方面的描述则相对要弱一些，信息的可获得性和报告审计还做得不够。其他发现还包括：重污染和中污染企业的报告写得比较好，而轻污染企业的报告写得一般；B2B 类型企业的报告质量普遍比 B2C 更高。

中国企业可持续发展的增长趋势预计会持续下去。国有企业和民营企业将各显身手，外资企业可能会越来越多采用“汉化”这一折衷办法在中国发布报告。GRI 的 G3 指南将成为主要的报告框架，但多数企业很难应用全部指标，一些企业会在 G3 的基础上寻求创新。伴随可持续发展报告市场的成长，审计等与报告相关的服务行业将获得较大的发展空间。

未来，中国报告企业的工作重点是摆脱“报告止于报告”的束缚，将报告内容化为实际行动，并将报告作为企业管理体系的一部分，这可以帮助企业在报告过程中发现商业价值。另外，中国企业也要以报告为媒介，促进与利益相关方的对话。中国企业的利益相关方则需要学会充分挖掘报告披露的有价值的信息，并有效地使用好这些信息，争取达到影响企业价值的效果，以便创造“认真编制-有效利用”的良性循环。

## 目 录

导 言 .....	II
摘 要 .....	IV
<b>1. 企业可持续发展报告简介.....</b>	<b>1</b>
1.1 从财务报告到可持续发展报告 .....	1
1.2 可持续发展报告的商业价值 .....	2
1.3 可持续发展报告的国际趋势 .....	2
<b>2 中国企业可持续发展报告现状.....</b>	<b>3</b>
2.1 报告一览 .....	3
2.2 内容框架 .....	6
2.3 驱动因素 .....	6
2.4 报告作用 .....	8
2.5 障碍因素 .....	8
<b>3 中国企业可持续发展报告测评.....</b>	<b>9</b>
3.1 战略与政策 .....	10
3.2 管理指标 .....	12
3.3 绩效测评与陈述 .....	12
3.4 可获得性与审计 .....	13
3.5 国际比较 .....	15
3.6 环境压力、客户结构对报告的影响 .....	17
<b>4 怎样写好企业可持续发展报告.....</b>	<b>18</b>
4.1 编制的不仅是报告 .....	18
4.2 编制流程 .....	19
4.3 框架、原则与内容 .....	20
4.4 谁来撰写 .....	21
4.5 增加报告的公信力 .....	22
<b>5 怎样用好企业可持续发展报告.....</b>	<b>22</b>
5.1 企业如何用好可持续发展报告 .....	22
5.2 利益相关方如何用好可持续发展报告 .....	24
<b>6 总结与展望.....</b>	<b>26</b>
6.1 中国企业可持续发展报告将快速发展 .....	26
6.2 G3 指南会成为主要报告框架 .....	26
6.3 企业须进一步提升报告价值 .....	27
6.4 利益相关方应充分发挥报告价值 .....	27
<b>附录 .....</b>	<b>28</b>
附录一：中国企业可持续发展报告一览表 .....	28
附录二：中国企业可持续发展报告大事记 .....	29
附录三：SustainAbility 的报告评估方法 .....	30
附录四：访谈及致谢名录 .....	32
<b>参考文献.....</b>	<b>34</b>

## 图表索引

图 1 不同国家中企业发布可持续发展报告的情况 .....	3
图 2 历年中国企业发布可持续发展报告统计 .....	5
图 3 中国企业可持续发展报告的名称统计 .....	5
图 4 已发布报告企业所在行业统计 .....	5
图 5 已发布报告企业属性统计 .....	5
图 6 中国企业可持续发展报告的当前和未来驱动因素分析 .....	8
图 7 中国企业可持续发展报告对企业的作用 .....	8
图 8 中国企业可持续发展报告的障碍因素 .....	9
图 9 中国企业可持续发展报告的总体评估 .....	9
图 10 中国企业可持续发展报告“治理与战略”评估 .....	10
图 11 中国企业可持续发展报告“管理”评估 .....	12
图 12 中国可持续发展报告“绩效测评与陈述”评估 .....	13
图 13 中国企业可持续发展报告“可获得性与审计”评估 .....	13
图 14 国内外企业可持续发展报告的比较测评 .....	15
图 15 在华内外资企业可持续发展报告的比较测评 .....	16
图 16 中资企业可持续发展报告与企业环境压力的关系 .....	17
图 17 中资企业可持续发展报告与业务类型的关系 .....	18
图 18 您认为企业可持续发展报告应该包含什么内容 .....	21
图 19 您认为企业可持续发展报告应该由什么机构撰写 .....	22
图 20 您认为哪些利益相关方最关注企业可持续发展报告 .....	25
表 1 发布报告的不同沟通方式的优越点比较 .....	23
表 2 中国企业可持续发展报告一览 .....	28
表 3 SustainAbility 的报告评估方法 .....	30

## 资料索引

资料 1 可持续发展报告的定义 .....	2
资料 2 全球报告倡议组织 (GRI) .....	6
资料 3 SustainAbility 的报告评估方法 .....	9
资料 4 中国企业的可持续发展价值观 .....	11
资料 5 企业可持续发展报告的审计 .....	14
资料 6 在华日资企业的可持续发展报告 .....	16

## 1. 企业可持续发展报告简介

### 1.1 从财务报告到可持续发展报告

企业年报是企业（尤其是上市公司）向投资者披露信息的重要形式。透过企业年报，投资者可以了解企业的经营情况，做出正确的投资决策。企业年报通常有相对固定的格式，不同国家对此有不同规定。其中，财务报告和投资者利益直接相关，因而总是企业年报的核心内容。人们也经常将企业年报和企业财务报告的概念混用。

上世纪八十年代末、九十年代初，发达国家的企业面临越来越大的环境压力，政府开始制定法规要求企业披露必要的环境信息，投资者也逐步意识到企业的环境绩效会影响到自己的投资收益。从那时候起，环境信息开始出现在企业年报中，以满足投资者对信息披露的要求。随着时间推移，环境信息所占的比重也逐步增加，内容也延伸到企业的其他非财务活动。后来，有的企业干脆编制一份独立报告，更系统、更详细地披露企业环境绩效，这便是我们现在所熟知的企业环境报告。据统计，至 1998 年，全球《财富》排名 250 强的企业中有 35% 发布独立的环境报告<sup>2</sup>；在日本，至 2000 年，有 430 家企业发布独立的环境报告<sup>3</sup>。

这一时期，除了环境报告外，也有企业发布其他名称的非财务报告。譬如，有不少能源、化工企业将报告名称定为企业环境、健康和安全管理报告（简称 EHS 报告），此类报告主要披露企业在环境保护、职业健康、生产安全的绩效；也有的企业将报告名称定为企业社会报告，此类报告主要介绍企业经营对社会发展的影响<sup>4</sup>。根据毕马威公司在 2002 年所做的统计，使用环境报告或环境、健康和安全管理报告这种名称的报告占绝大多数（约占发布报告的全球 250 强公司中的 73%），而使用社会报告作为报告名称的仅为 3%<sup>5</sup>。

世纪之交，企业非财务报告的名称和内容又发生了重大变化。这一变化得益于企业公民和企业社会责任理念的迅速发展。有的企业将报告改名为企业公民报告，也有的改为企业社会责任报告。报告的内容从单一的环境信息或社会信息，变为两者的混合，有时甚至还加上一些企业经济绩效的内容；报告的作用也从原来向投资者提供环境信息，变为向全部利益相关方披露与之相关的信息。同期诞生的报告名称还有企业可持续发展报告，它鼓励企业从经济、社会和环境三个方面全面披露非财务信息。倡导这一名称的是成立于 1997 年的全球报告倡议组织（GRI）。该组织于 2000 年开发出第一代可持续发展报告指南，并开始在全球范围推广。2002 年，第二代可持续发展报告指南问世，这一版本得到了更多大企业的支持，这些企业纷纷改用可持续发展报告作为非财务报告的名称，使该名称在众多非财务报告的名称中脱颖而出，占据主导地位。截止 2005 年，在发布非财务报告的全球 250 强公司中，68%

<sup>2</sup> 该数据摘自毕马威（KPMG）2005 年发布的全球调查报告 KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005。该调查从 1993 年开始，每三年一次，2005 年的调查报告为第五次，内容涉及了全球 1600 多家领先企业的责任报告，其中包括全球 500 强企业的 250 家（G250），共 16 个国家的企业参与调查，并且都是该国的前 100 强企业（N100）。报告中定义的企业责任报告是广义上的可持续发展报告，它包括了企业发布的环境报告、社会责任报告、环境健康与安全报告、可持续发展报告以及整合了财务和非财务信息的企业年度报表等各种形式的报告，这些报告的内容都反映了可持续发展中经济、环境和社会业绩中的一个方面或几个方面。

<sup>3</sup> Toshihiko，日本公司的环境报告，UNEP 产业与环境，25（1），2003

<sup>4</sup> 有研究表明，企业社会报告要早于企业环境报告。企业社会报告于上世纪七十年代出现在德国，由当时的德国工会联盟推动。但此类报告制度并没有很好延续下来。

<sup>5</sup> KPMG Global Sustainability Services, KPMG International Survey of Corporate Responsibility Report, 2005



使用了可持续发展报告作为报告名称<sup>6</sup>。

报告名称和报告内容并没有实质性的关系。只要企业能够披露高质量的非财务信息，满足利益相关方的需要，用什么名称并不重要。因此，我们在本研究中对所有名称的非财务报告并不区别对待，但为了描述方便，我们将其统称为企业的可持续发展报告。

### 资料 1 可持续发展报告的定义

企业可持续发展报告是企业公开发布的、向内部和外部利益相关方描述企业经济、环境和社会方面的状况与活动的报告。——世界可持续发展工商理事会（WBCSD）2002

企业可持续发展报告是均衡兼顾了企业财务/经济、社会/伦理和环境绩效的定性和定量信息的报告。——毕马威（KPMG）2002

企业可持续发展报告是以可持续发展为目标，计算及披露机构的绩效，向机构内外的利益相关方负责。——全球报告倡议组织（GRI）2006

企业可持续发展报告是由报告企业准备的、关于其可持续发展绩效的一系列信息，可用于普通出版，定向外部发行，或者内部使用。——AccountAbility 2003

资料来源：WBCSD, KPMG, GRI, AccountAbility

## 1.2 可持续发展报告的商业价值

可持续发展报告之所以备受关注，一个重要的原因是其商业价值日益得到体现。对投资人而言，可持续发展报告的重要性体现在以下两个方面：首先，企业的环境业绩和社会业绩是进行社会分析和环境分析的重要基础，由于当前的财务披露要求不能全面的反映企业运营活动产生的风险、负债和收益情况，所以企业环境业绩和社会业绩信息的可获得性成为投资决策成败的关键因素。其次，投资人还逐渐把企业承诺披露环境风险和社会风险，以及由此做出的努力看作是强化公司治理、提高透明度的重要指标。

与此同时，可持续发展报告也给企业内部带来了管理上的效益。第一，报告的过程帮助企业梳理了已经做出的可持续发展努力及成效的信息，展现了这些信息的战略价值；第二，报告可以帮助企业找出改进的目标和方向；第三，以可持续发展报告的形式与利益相关方沟通比其它形式更方便有效，一份好的报告能够向利益相关方全面展示其控制环境和社会责任与风险的能力，从而证明其控制财务风险的能力。

企业通过编制报告，可以找到企业在可持续发展方面的绩效基准（Benchmarking）。若将其与同行相比，企业则能找到自己在行业中的位置，以及改进的方向。

——周卫东 BSR（中国）

## 1.3 可持续发展报告的国际趋势

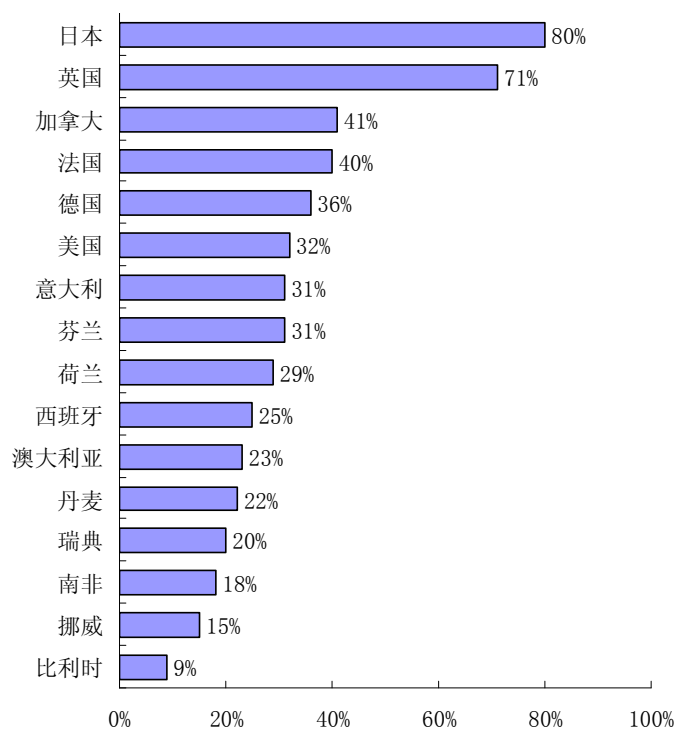
毕马威 1993 年至 2005 年间的五次调查结果显示，企业可持续发展报告逐年增加，并在 2002 年后有显著增长。2002 年，全球 250 强企业中，只有 45% 发布了独立的可持续发展报

<sup>6</sup> 参考资料同上

告；2005年，这一数字增加到52%。如果把包含了非财务信息的企业年报都计算在内，这个比例则高达64%。GRI的统计也证实了这一趋势。2005年全球应用GRI指南撰写可持续发展报告的企业从2002年的150家猛增至750家。

若按行业分类，与环境高度相关的行业位居报告的领先地位。在全球250强企业中，超过80%的报告企业来自电子和计算机、电力、汽车和油气行业；在16个国家的100强企业中，超过50%的报告企业属于电力、矿业、化工、油气、林业和造纸行业。金融行业发布报告的企业数量在2002年的基础上增长了两倍，凸现了此行业对可持续发展信息披露的热情。

若按国家分类，企业发布独立可持续发展报告数量最多的前两个国家是日本和英国，而增长最快的依次是南非、意大利、西班牙、加拿大和法国。在日本以外的亚洲地区，企业可持续发展报告总体发展相对滞后，但呈增长趋势。其中，韩国增长最为明显，而印度、新加坡、泰国等国则表现平平。



数据来源：KPMG（百分数表示发布报告企业占受调查企业的比重）

图 1 不同国家中企业发布可持续发展报告的情况

## 2 中国企业可持续发展报告现状

### 2.1 报告一览

在中国，企业可持续发展报告的历史不长。第一份报告可追溯至1999年，壳牌（中国）公司率先发布企业可持续发展报告。紧随其后的是中国石油天然气股份有限公司于2001年发布的企业健康安全环境报告<sup>7</sup>。后来，福特汽车、宝钢股份、中国平安、东芝中国、江西

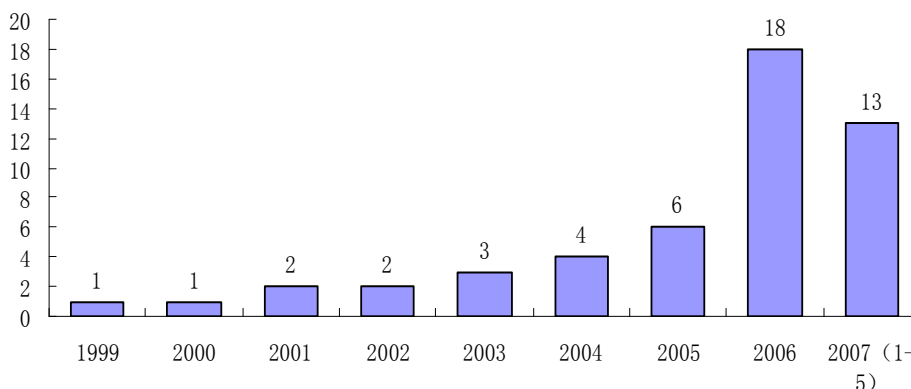
<sup>7</sup> 有观点认为，当时发布健康安全环境报告的企业不止一家；此处作者只根据公开可获得资料判断。

移动也先后加入到这一行列中，但报告名称各不相同：福特汽车和中国平安的报告名为企业公民报告，宝钢股份的报告名为企业环境报告，东芝中国的报告名为企业社会责任报告，江西移动的报告则名为企业责任报告。截至 2005 年底，在中国发布报告的企业累计仅有 7 家，可谓凤毛麟角，在市场上也没有引起很大的反响。

2006 年 3 月，国家电网发布内资企业首份取名企业社会责任报告的可持续发展报告，受到中央政府的充分肯定，形势开始发生变化。各类企业可持续发展报告如雨后春笋般涌现，全年共发布报告 18 份，与历年报告的总量相当。有 12 家企业属第一次发布，当中不乏国家电网、中国铝业、中国移动、中海油、中远集团等国有大型企业。2006 年也因此被一些媒体称为中国企业可持续发展报告元年。

推动报告快速发展的因素比较复杂。但从外部环境看，以下两个因素显得尤为重要。首先是企业社会责任在中国的迅猛发展。经过几年的广泛讨论，国内各界尤其是政府和企业对社会责任的理念有了更多的认识，开始以积极态度看待企业社会责任。媒体也通过举办会议和组织评选推波助澜。因此，越来越多的企业关注企业社会责任。一些企业开始发布可持续发展报告，以突出他们在企业社会责任与可持续发展方面所做的努力。其次是国有企业的示范效应。2004 年，国资委研究室和清华大学建设管理系成立联合课题组，研究中国企业的可持续发展报告；2006 年初，商务部研究院跨国公司研究中心推出《中国公司责任报告编制大纲（征求意见稿）》。这些研究对国有企业有很大的影响<sup>8</sup>。再加上其时国有企业对社会责任正热情高涨，一些具有创新精神的国有企业便做出了勇敢的尝试。他们的报告引起了很大反响，国家电网的报告还得到了中央首肯。温家宝总理指出，“这件事办得好。企业要向社会负责，并自觉接受社会监督。”国资委主任李荣融、电监会主席柴松岳也对该报告给予了充分肯定。中央的肯定、舆论的支持进一步强化了国有企业的示范效应，在此背景下，2006 年下半年中海油、中远集团也先后发布了各自的报告。

2007 年，中国企业可持续发展报告持续升温。先是中国移动于 2007 年 1 月高调推出企业责任报告，创了国内通讯行业的先河；同月，国家电网发布第二份年度报告，惠普中国发布第一份报告；2 月份，西子联合成为国内发布社会责任报告的首家民营企业；中石油集团公司发布第一份社会责任报告。之后，神龙汽车、中化国际（第二份报告）、建设银行的报告也接踵而至。至 2007 年 5 月，中国企业可持续发展报告已经有 13 份，超过去年同期水平。



资料来源：商道纵横（报告中未注明出处的图表，均引自商道纵横的调查）

<sup>8</sup> 中国铝业公司在《2005 可持续发展报告》中明确写道：由国资委研究室和清华大学建设管理系联合组成的课题组以最具有通用性的 GRI 指标体系为蓝本，结合我国国情建立了新的可持续发展指标体系。我们的这份报告便是依照这一新的指标体系，在对自己所做工作进行客观评估的基础上编制完成的。

图 2 历年中国企业发布可持续发展报告统计

报告名称的使用因企业而异。13 家企业使用企业社会责任报告（或企业责任报告）作为报告名称，约占所有报告企业的一半；9 家企业使用可持续发展报告的名称，剩下还有 3 家企业使用企业公民报告作为名称，1 家企业使用企业环境报告作为名称。

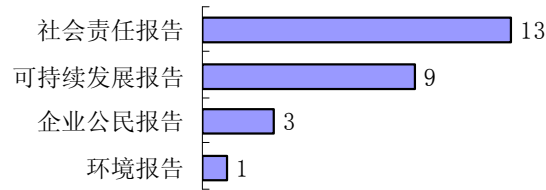


图 3 中国企业可持续发展报告的名称统计

发布报告的企业分散在不同的行业，集中度并不高。总体上说，多数来自于工业企业，譬如电器制造、能源、冶金、汽车等。只有少数来自于服务业，且都来自金融业。这一状况与前述毕马威的全球调查结果基本相符。

从企业属性看，在发布报告的企业中，国有企业占了绝大多数，有 17 家；其次是外资企业，有 8 家；民营企业只有 1 家。从 1999 年到 2005 年，外资企业是中国企业可持续发展报告的主体；2006 年后，国有企业异军突起，扭转了这一局面，占据了报告的主导地位。

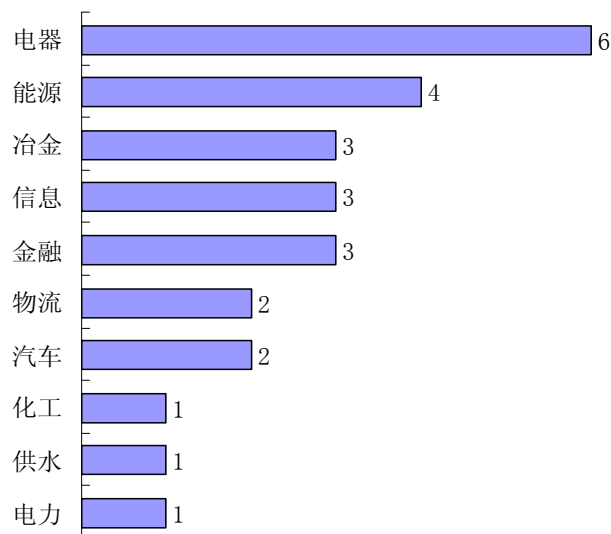


图 4 已发布报告企业所在行业统计

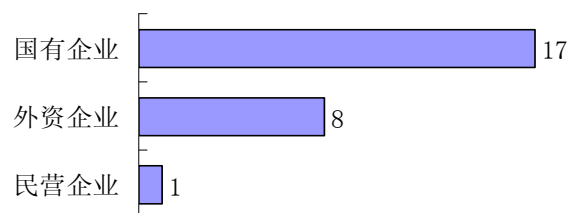


图 5 已发布报告企业属性统计

## 2.2 内容框架

最近两年在国内发布的企业可持续发展报告多数依循了全球报告倡议组织（GRI）制定的可持续发展报告指南及其三重底线原则，从经济、社会和环境三方面披露企业的相关战略、政策、管理和绩效。

其中，明确提出应用或参考 GRI 指南的报告包括：中远集团、中国移动、神龙汽车、江西移动、中国石油、中国铝业、宝钢股份、微软、东芝、索尼、富士施乐（深圳）、美国铝业等。在这些报告中，有的报告严格按照 GRI 指南的要求，从经济、社会、环境三方面进行信息披露，如中远集团及其子公司中远集运；也有的报告仅以 GRI 指南作为参照，但在行文中做了一定的调整，譬如中国石油，它将报告分成四个部分：持续稳定的能源供应、安全清洁的生产运营、促进员工发展、支持社会公益。部分报告还在附录中附有 GRI 的指标索引，如中国移动和中国石油。

也有少数企业积极创新，在结构乃至方法上寻求突破。其中的典型是国家电网。该公司立足我国国情和公司实际，从企业与利益相关方的关系出发，创建了国家电网公司社会责任理论模型，系统梳理了 12 个方面的公司社会责任，阐述了履行社会责任的学习、创新和可持续发展机制，对国有独资企业社会责任报告的模式进行了积极探索。

报告的具体内容主要是围绕企业可持续发展的阐述，通常会包括企业的可持续发展战略、价值观、环境健康安全管理体系、公益慈善活动内容。也有的报告会披露公司治理结构、利益相关方参与等信息。下文的报告测评部分将详细讨论报告的内容。

### 资料 2 全球报告倡议组织（GRI）

全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）成立于 1997 年，由美国非政府组织“对环境负责的经济体联盟（CERES）”和联合国环境规划署（UNEP）共同发起，其目标是在全球推动建立可持续发展信息披露制度，制定并推广全球适用的可持续发展报告框架指南，以帮助企业更好地披露在经济、环境和社会三方面所取得的业绩，提高可持续发展报告的质量、严谨度和实用性。2002 年，GRI 正式成为一个独立的国际组织，以 UNEP 官方合作中心的身份成为了联合国成员。

GRI 分别在 2000 年、2002 年和 2006 年发布了三版《可持续发展报告指南》。指南的作用在于：（1）建立被各种组织机构普遍认可的可持续发展业绩信息披露框架体系；（2）适用于不同规模、行业和地区的各类组织；（3）将不同组织在编写可持续发展报告中遇到的实际问题纳入了框架体系之中；（4）包含了适用于所有行业，以及专门针对特殊行业的可持续发展报告框架内容。

资料来源：GRI

## 2.3 驱动因素

我们将企业发布可持续发展报告的驱动力分为四大类，分别是社会驱动力、市场驱动力、政治驱动力和管理驱动力。问卷调查的结果表明，社会驱动力是推动中国企业发布企业可持续发展报告的首要动力，第二是市场驱动力，政治驱动力和管理驱动力分居三、四位。

若将上述四大驱动力再进一步细分，可衍生为 15 项具体因素，则最为核心的驱动因素是公司形象，其次是支持政府政策、企业领导者意识和舆论压力等，而公众意识、消费者压力、非政府组织力量、社区影响处于最后四位。这反映出当前中国企业发布可持续发展报告主要是基于自身发展的考虑，取决于领导者的社会责任感和对政府、舆论负责的态度。其它利益相关方，如消费者和社区居民尚未对企业的报告行为形成足够的压力。

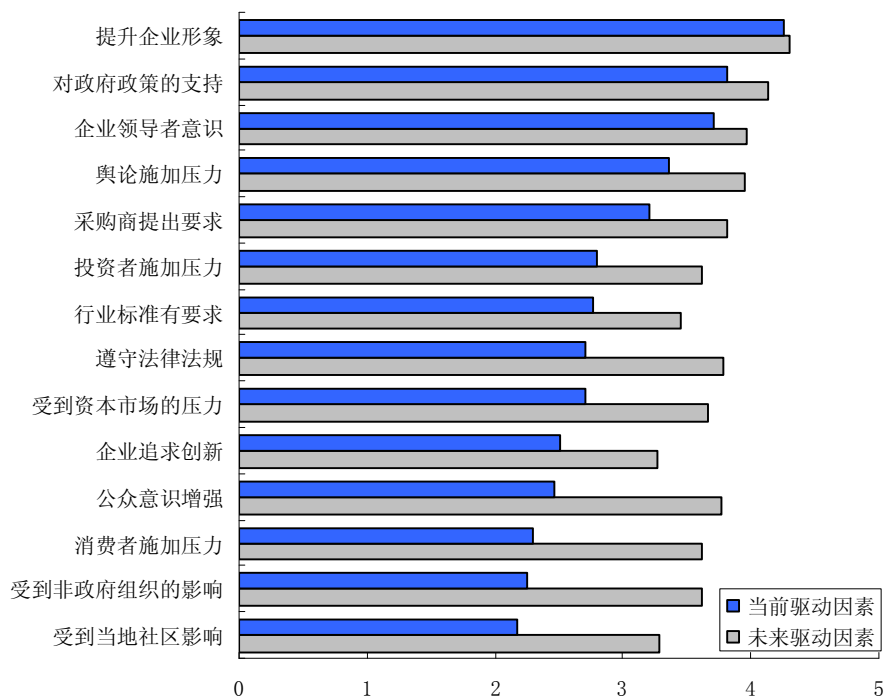
2006 年 9 月，我们公司决定编制企业责任报告，初衷是希望通过编制报告系统性地提升中国移动承担企业责任的能力。发布报告后，我们计划将其引入企业的管理流程。

—— 葛颀 中国移动战略部企业策划处

我们还对当前和未来的驱动因素进行了对比研究，结果发现驱动因素具有一定稳定性。在未来可预见的时间内，公司形象、支持政府政策等五大因素仍然是企业发布报告的重要驱动力。遵守法律法规由第 8 位上升至第 6 位，公众意识由第 11 位上升至第 7 位。这表明未来公众意识会逐渐觉醒，对企业构成更大压力，同时相应法律法规也会逐步健全。

值得注意的是，未来创新的要求由当前的第 10 位降至第 15 位，这与 2005 年毕马威全球调查的结果有很大差别。该调查发现，一半以上的企业认为创新和学习因素、道德因素并列第二，是推动企业发布报告的主要驱动力。我们认为，导致这一差别的原因是多数受访者认为，发布报告本身就是一种创新，因此，随着更多的企业发布报告，报告活动就会不再具有创新意义。事实上，这里的创新体现的是企业在管理环境问题和社会问题过程中寻求可持续发展报告作为与利益相关方沟通的重要渠道，是企业对报告的作用和内涵具有深刻理解的体现。因此，创新应当成为企业报告的持续动力。

不少被访者还强调，企业性质、行业、区域等因素会影响企业报告的驱动力。但由于目前已发布报告的数量有限而且特征相似，其中的相关性还有待进一步研究。

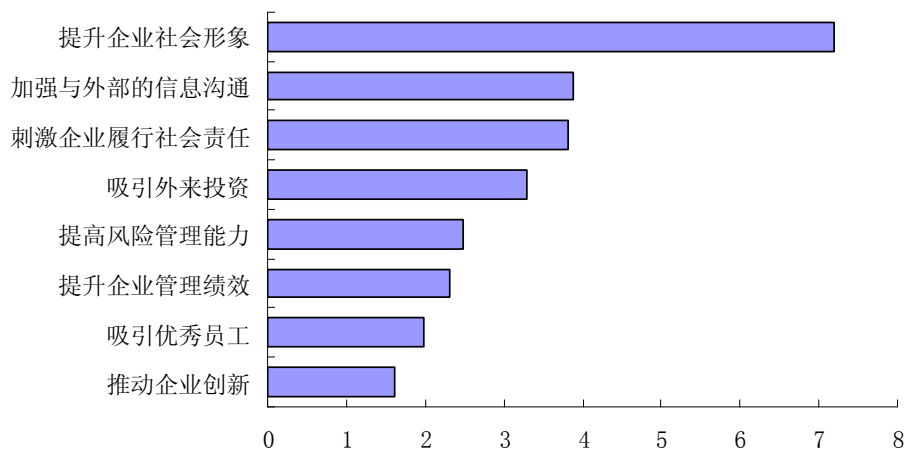


注：横坐标表示驱动因素得分，最高为 5，最低为 0

图 6 中国企业可持续发展报告的当前和未来驱动因素分析

## 2.4 报告作用

通过发布可持续发展报告，企业可以获得一些潜在收益。其中最重要的体现是提升企业社会形象，不管是企业本身还是企业的利益相关方对此都有共同的认识。因此也有的企业将社会责任报告划归公关事务的范畴。企业社会责任报告还可以加强企业与外部沟通，这是因为在撰写报告的过程中，企业必须要倾听重要利益相关方的声音；而在报告完成之后，企业还需要将有关信息传递给需要这些信息的人，如监管机构、新闻媒体、非政府组织等。完成了这些程序，企业与外部的沟通必然会更畅通。此外，企业社会责任报告还能刺激企业履行社会责任、吸引外来投资、提高风险管理能力和提升企业管理绩效。但是，不少受访者认为，报告在吸引优秀员工、推动企业创新方面的作用并不是很大。

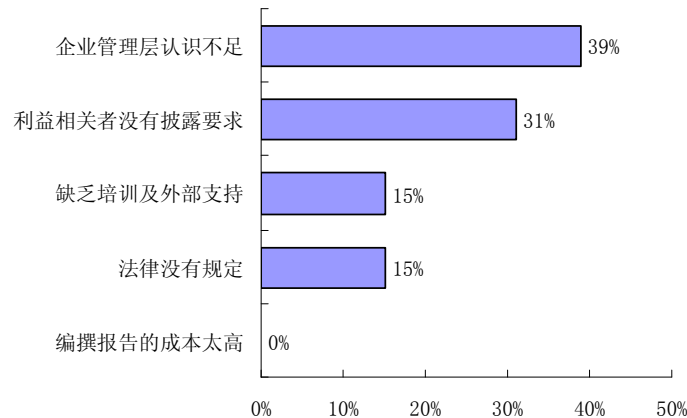


注：横坐标表示作用得分，最高为 8，最低为 0

图 7 中国企业可持续发展报告对企业的作用

## 2.5 障碍因素

目前企业发布可持续发展报告所遇到的首要障碍是企业管理层对报告的认识不足（39%），其次是利益相关方没有披露要求（31%），法律没有要求和缺乏教育培训及外部支持的比例均为 15%，报告的成本基本不成为障碍。前两个因素所占比例合计占 70%，说明在目前的社会和经济发展阶段，企业对可持续发展的三重底线原则还缺乏深刻的认识，还没有建立经济业绩、环境业绩和社会业绩平衡发展的绩效观念，因此，企业相应的可持续发展管理及信息披露机制尚未建立或完善。同时，由于目前的利益相关方、法律对企业都没有严格的可持续发展信息披露要求，所以无法形成对管理层的压力，从而进一步造成其认识不足。



注：百分数表示持该观点的受访者所占比重

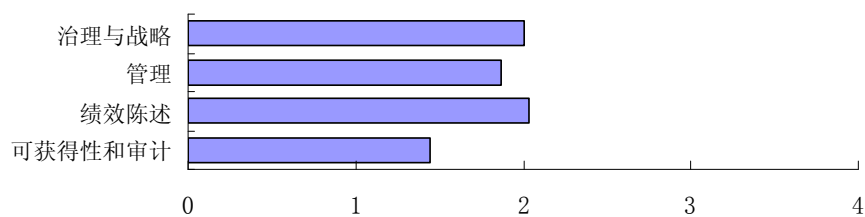
图 8 中国企业可持续发展报告的障碍因素

在实际编写报告的过程中，许多企业都遇到了数据收集的困难：或者缺乏有关的统计数据；或者是不同部门提供的数据不一致。要解决这一问题，企业通常需要部门之间进行协商，颇费周折。当前，尚未有中国企业公司能建立一套健全的机制来解决上述问题。

许多中国企业是第一次发布可持续发展报告，报告编制过程中往往会遇到数据搜集和沟通协调方面的困难。这将增加报告编制的时间成本。  
—— 王勇 挪威船级社企业风险管理及可持续发展服务部

### 3 中国企业可持续发展报告测评

我们应用英国咨询机构 SustainAbility 的评估方法对 20 份中国企业可持续发展报告逐一进行评估。结果发现，中国企业的报告在绩效陈述、治理与战略方面的描述相对较好，而对管理方面的描述则相对要弱一些，信息的可获得性和报告审计还做得不够。



注：在报告测评中，最高得分为 4，最低得分为 0。下同。

图 9 中国企业可持续发展报告的总体评估

#### 资料 3 SustainAbility 的报告评估方法

自 1992 年起，SustainAbility 平均每两年开展一次企业环境与可持续发展报告的调查。1993 年，SustainAbility 发布了第一份调查报告《清洁追求 (Coming Clean)》；1994 年，SustainAbility 与 UNEP 合作发布第一份基准调查报告《企业环境报告》；1996 年，SustainAbility 转向可持续发展报告，并发布调查报告《利益相关方参与 (Engaging Stakeholders)》。



SustainAbility 的报告评估方法经过了五次修改，最终形成了现在的 4 个一级指标、29 个二级指标的评估体系。与以往的方法相比，该方法更注重报告的实质性，可以更好评估有关企业核心业务流程的报告情况。

这 4 个一级指标分别是：

治理与战略指标（含 11 个二级指标）评估（1）企业如何阐述其业务与经济、环境和社会的相关性；（2）可持续发展绩效的治理；（3）将可持续发展引入企业战略情况。

管理指标（含 9 个二级指标）评估（1）企业如何阐述内部管理体系与可持续发展走向的关联；（2）企业对外部利益相关方及市场的影响。

绩效陈述（含 4 个二级指标）评估企业如何陈述与解释具有实质性因素的绩效。

可获得性与审计（含 4 个二级指标）评估企业如何设计报告已满足主要读者的需求，这包括如何让读者对报告信息充满信心。

资料来源：SustainAbility（完整的指标体系参见附录）

### 3.1 战略与政策

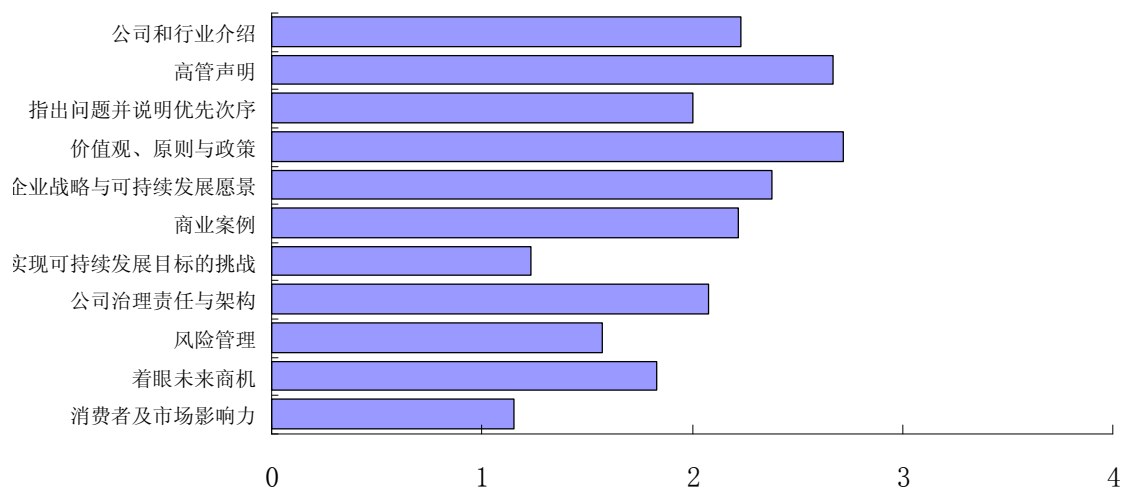


图 10 中国企业可持续发展报告“治理与战略”评估

中国企业可持续发展报告在战略与政策层面都已经有了比较清楚的披露。这主要体现在如下几个方面。

#### （1）企业高管声明

如同传统的企业年报一般，国内的企业可持续发展报告无一例外附上高管致词或声明，有的是董事长，有的是总经理。他们通常会一再重申公司的可持续发展政策、战略与决心，并为企业的可持续发展描绘出一幅美好的图景。

#### （2）价值观、原则与政策

报告通常会一开始就明确阐述企业对可持续发展或社会责任的态度。很多企业会将这一态度与企业战略、企业文化联系起来，使其具有鲜明的个性特点。一些内资企业还独具匠心地把中国文化、发展政策与企业价值观联系起来。譬如，中国移动的报告就非常具有中国文

化的气息，其企业责任的价值观“以天下之至诚而尽己之性、尽人之性、尽物之性”隐藏着深厚的文化底蕴。国家电网则将“以人为本”、“社会和谐”的理念引入企业的社会责任感，非常贴近政府的发展政策，也具有中国特色。这是多数外资企业的报告所不能比拟的。

#### 资料 4 中国企业的可持续发展价值观

**国家电网：**责任目标——发展公司 服务社会；责任准则——以人为本 共同成长。

**中国移动：**以天下之至诚而尽己之性、尽人之性、尽物之性。

**上海浦东发展银行：**依法合规、稳健经营；以人为本、价值统一；客户导向、尽心服务；提倡节约、支持环保；充满爱心、融入激情。

**中海油：**奉献清洁能源，创造美好生活，保护生态环境，积极回馈社会

**福特（中国）：**我们所做的一切努力旨在更好地服务消费者，带给利益相关人更多的回报，改善环境，为社会发展做出贡献。

**宝钢股份：**追求企业价值最大化——实现股东、用户、供应商、员工与社会等相关利益主体的价值平衡，共同发展

**中石油集团：**奉献能源、创造和谐

### （3）战略与愿景

不少企业都会根据各自的实际情况，在报告中提出具体的可持续发展战略，及其努力的方向和目标。在国家电网的报告中，该公司分别从战略目标、战略实施、工作思路等不同层次描述企业社会责任战略。

此外，有一些报告还会披露企业有关可持续发展或社会责任的治理结构，从制度上保障可持续发展战略的实施。福特中国在报告中就明确指出，该公司专门组建了企业社会责任委员会，由公共事务、企业事务、业务规划与发展、人力资源、财务、市场销售和服务等部门的副总裁组成，负责企业社会责任的整体管理。宝钢股份也在 2005 年的报告中披露，公司新成立了环境保护与资源利用部，集中管理公司的环境和资源事务。

总的来说，国内企业已经在短短几年的时间内，制定并逐步实施企业的可持续发展战略和相关政策，令人鼓舞。这种自上而下的改革方式，也比较符合国内企业的实际情况。

尽管如此，中国企业可持续发展报告在治理与战略方面还有一些值得改进的地方。其中比较重要的两点是有关问题的优先次序和可持续发展所面临的挑战。企业总是列出各种各样的可持续发展问题，譬如公司治理、环境管理、利益相关方对话等，然后逐一剖析，却缺乏对这些问题梳理，未能根据这些问题与公司业务的实质性影响程度进行排序。这样会使得报告变得面面俱到却毫无重点，影响报告的可读性。另外，多数企业对报告平衡性（即中庸性）原则的应用存在明显欠缺，只是报喜不报忧，将自己做得好的事情说了，却很少提及企业所面临的可持续发展挑战。这看似一种聪明的做法，实则不然。企业的利益相关方会以为企业实施可持续发展战略毫无困难，因此会提高对企业相关绩效的预期，这样一旦企业出现问题，就会陷入自己造成的困境。其实，企业适当披露其不足，反而能够为以后的持续改进留下一定空间，并有助于将利益相关方的预期维持在合理水平。

### 3.2 管理指标

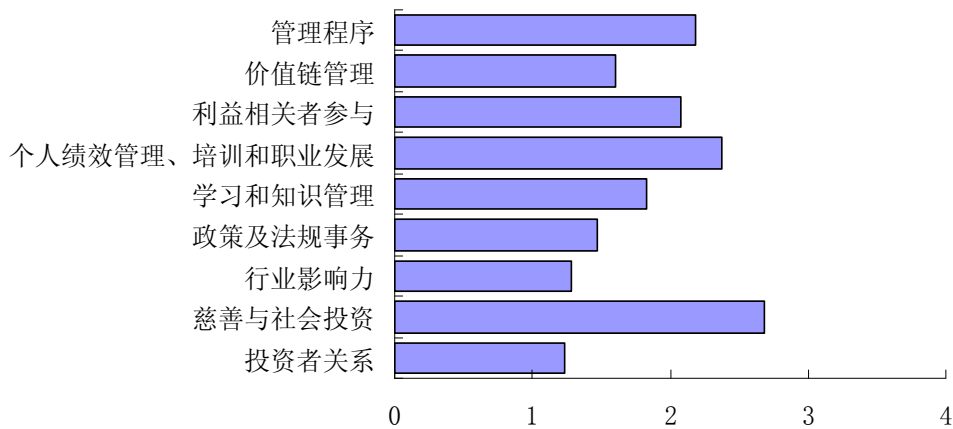


图 11 中国企业可持续发展报告“管理”评估

与战略与治理指标相比，管理指标得分相对较低。多数报告对有关的价值链管理、政策及法规事务、学习和知识管理方面并没有予以足够的论述。不披露的原因往往不是因为企业不愿意披露或是一时疏忽，而是因为企业在这些方面并没有太多信息可以披露，陷入无话可说的尴尬。这种情况也是情有可原，毕竟中国企业接触可持续发展和社会责任的时间并不长，最近这几年才刚刚开始制定有关政策，这些政策可能需要几年的时间才能真正落实到管理实践中去。到那个时候，管理指标的信息披露就会比较丰富了。

可是，仍然有个别管理指标表现异常突出。这些指标主要是慈善与社会投资、个人绩效管理、培训和职业发展。

慈善与社会投资（即公益慈善活动），一直以来都是国内企业履行社会责任的最主要方式。所以，每一个企业都可以罗列出很多公益慈善的活动，其中又以捐赠、员工志愿者行动为主，如国家电网的爱心基金、中远集团的慈善基金等。也有一些公益活动具有中国国企的特点，如中国铝业、中海油对老少边穷地区的援助发展项目。

另一方面，随着企业文化、人力资源管理等企业思想和工具的引入，不少国内企业对个人绩效管理、员工培训和职业发展都有比较成熟的政策，并已经落实到管理实践中。这就为企业可持续发展报告提供了不少素材，从而使得该指标在评估中得分较高。

### 3.3 绩效测评与陈述

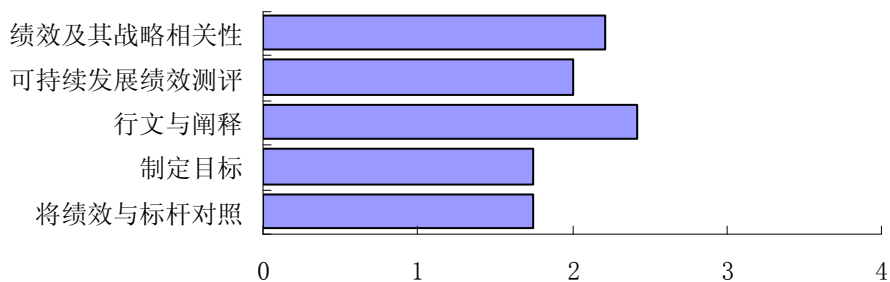


图 12 中国可持续发展报告“绩效测评与陈述”评估

绩效测评与陈述指标用于衡量社会责任报告写作是否规范、流畅，以及有关的绩效指标是否能够量化、清晰地表达。这一指标在很大程度上决定了报告的可读性。

我们的研究表明，几乎所有报告在行文与阐释上都做得很好。有些报告甚至在排版和印刷方面都下了很大功夫，还没有读就已经给人留下深刻的印象。譬如中国移动和中国石油天然气股份有限公司都是专门聘请公关公司负责报告发布。多数企业所选取的绩效指标也比较合理，都可用于衡量经济、社会和环境这三方面绩效，因而与可持续发展间存在着较大的战略相关性。

不过，也有一些企业并没有足够客观和清楚地描述某些指标。有的只是简单用几句话定性描述某些指标的绩效，有的甚至连一些必要的环境指标都省略了。这样会直接影响外界根据报告评估企业可持续发展绩效的能力，从而削弱报告的作用。此外，即使报告对指标的绝对绩效（譬如企业的排污量）描述得很清楚，也很少能给出与标杆值的对照。这样，读者无法根据绝对数值评判企业在同行中的相对位置。正确的做法是给出指标的绝对衡量值，同时指出一个具有参照意义的数值，如政府规定的最低限度、行业平均的水平等。这样，读者就能很直观地了解企业可持续发展绩效的水平。

中国企业的报告在制定目标方面也有待进一步改进。可持续发展是一个不断改进的过程，因此企业需要设立一些阶段性的目标，从而一方面显示企业实施可持续发展战略的决心，接受公众的监督，另一方面也为企业设立一个努力的方向和目标。而目前，很少企业能做到这一点。

### 3.4 可获得性与审计

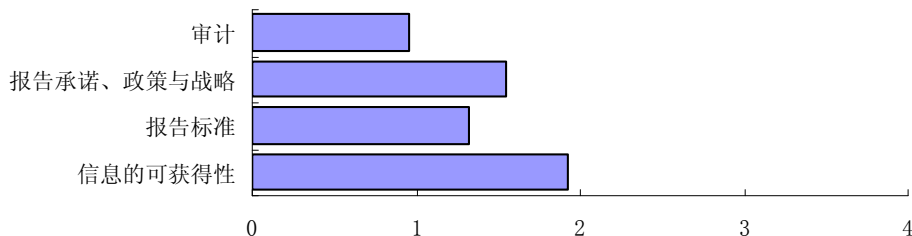


图 13 中国企业可持续发展报告“可获得性与审计”评估

报告的可获得性非常重要。如果利益相关方需要费尽心思才能找到报告，那么企业就不能达到发布可持续发展报告的初衷——加强与利益相关方的对话。在中国，多数可持续发展报告可以从企业网站下载浏览，也有一些企业仅提供或同时提供在线浏览版本；只有少数一些报告还无法从企业网站上获得，譬如神龙汽车、微软（中国）、沈阳自来水公司、美国铝业（中国）等。报告的语言版本也会影响可获得性，如果仅提供中文语言版本，那些不懂中文的利益相关方就无法直接获得信息。因此，对于国际业务较多的企业，中英文的版本都是需要的。中国企业有一部分已经提供了英文版本，包括：中远集团、中国移动、国家电网、神龙汽车、宝钢股份、福特汽车等。其中，中国移动还专门针对香港投资者发布了繁体中文版。

在审计方面，国内企业社会责任报告申请审计的还不多。到目前为止，仅有中远集团、

东芝中国、索尼中国几家企业的报告获得了独立的第三方审计，占有企业报告中很少的一部分比重。其他还有一些企业报告采取引述独立的第三方评论的方式，如国家电网、壳牌（中国）、中国移动等，但这样的可信度不如审计高。

在报告标准方面，如前所述，多数报告应用或参考了 GRI 指南。其中，中远集团还是 GRI 第三代（G3）报告指南公布后全球第一家应用 G3 指南的企业。有一些企业同时还参照了行业内部的标准，如中石油除参照 GRI 指南外，还参考了《2005 年国际石油行业环境保护协会/美国石油学会（IPIECA/API）石油与天然气行业自愿发布可持续性报告指南》。

报告承诺、政策与战略指标要求企业承诺对可持续发展信息的定期披露，说明信息搜集撰写过程及与利益相关方的沟通方式。这其实很简单，只需要在报告前面或后面加上小段文字说明即可。但中国企业却很少做到，原因是很多企业还没有注意到这些报告的细节。

#### 资料 5 企业可持续发展报告的审计

企业发布可持续发展报告是要加强与利益相关方的沟通，这样的沟通必须建立在彼此信任的前提下。如果利益相关方对企业报告的可信度缺乏信心，那么他们就不会认真阅读报告的内容，更不会使用报告中提供的信息去指导他们的决策与行动。企业可持续发展报告的作用因此会大打折扣。

提高可信度的办法之一是要求独立的第三方进行审计（Assurance）。审计是一种评估方法，它使用一套详细制定的原则和标准，测评一个报告方的某种主旨行为（比如报告、支撑机构绩效的深层系统、过程和能力）的质量。审计还包括对上述的评估结果进行交流，帮助用户确保这些主旨的可信度。

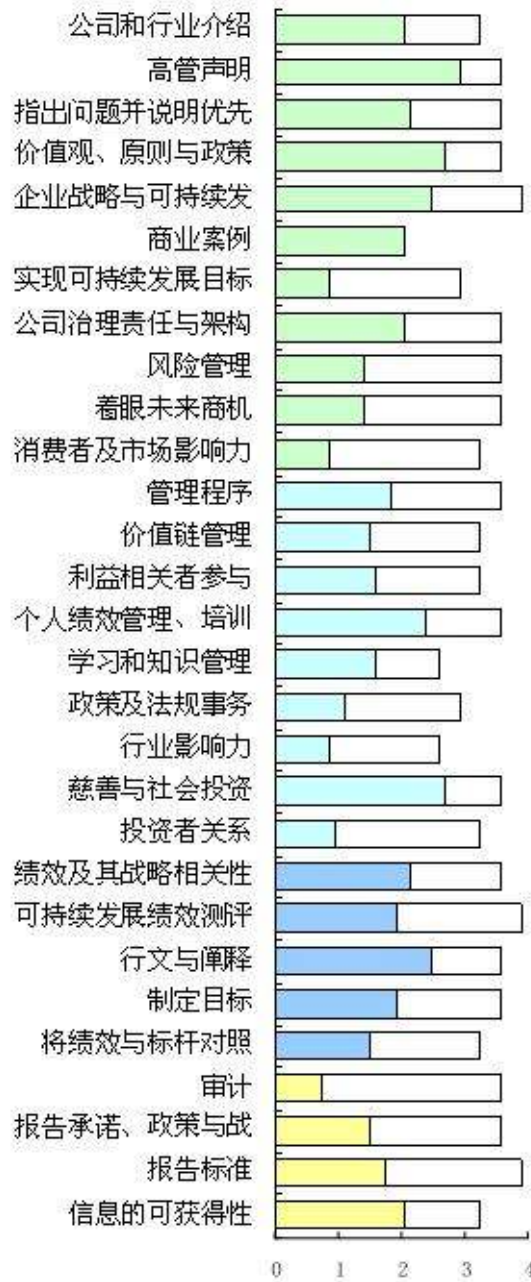
目前，国际上引入第三方审计的企业可持续发展报告还不是太多，但其数量有增加的趋势。根据毕马威的调查，2005 年，《财富》250 强企业的可持续发展报告中附有审计声明的报告数量从 2002 年的 29% 增加到 30%。提供审计服务的机构主要是会计师事务所，占据了 60% 的市场份额，其次是一些专门的认证机构和企业社会责任专业机构。

最常用的审计标准是英国 AccountAbility 指定的《AA1000 审计标准》。该标准已经由中国企业社会责任机构指南（China CSR Map）翻译为中文版。

在 G3 指南中，GRI 建议企业对报告进行内部监控以外的外部认证。企业如采用外部认证，则可于申报的 GRI 应用评级上附“+”号（如 C+、B+、A+），以资识别。

资料来源：KPMG, AccountAbility, GRI

### 3.5 国际比较



注：上述比较只针对三个特定行业的平均水平，但具有一定代表性

图 14 国内外企业可持续发展报告的比较测评

在 SustainAbility 评估方法，赋值范围是 0~4,即最好的得分是 4，而最差的得分是 0。国内企业报告分指标得分往往在 1-2.5 之间，这意味着国内企业可持续发展报告还有比较大的改进空间。为了找出改进的潜在可能，我们选取了三个行业中的国内企业与国际同类<sup>9</sup>相比较。结果发现国内企业在高管声明、价值观、原则与政策、慈善与社会投资、个人绩效管理、

<sup>9</sup> 国际同类选取了 SustainAbility 《明日价值》报告的排名中三个特定行业最领先的报告企业。

培训和职业发展方面的差距较小；而审计、实现可持续发展目标的挑战、消费者及市场影响力、行业影响力、投资者关系方面亟待改进。

对内外资报告的比较则发现，日资企业的报告普遍优于其他企业。日资企业撰写报告的普遍方法是“汉化”。这所谓“汉化”有两层意思，一是将企业的全球可持续发展报告从英文翻译成中文；二是根据企业在中国的运营情况加入中国元素（如案例、数据）作为补充。日资企业在这两方面都做得相当细致和严谨，非常注重细节，因而表现最为突出。这种方法也为其他合资企业或外国独资企业提供了一种思路。

我们建议跨国公司发布中国报告时采用“汉化”策略，这是一个较好的解决方案，否则如法律、会计、数据统计口径等技术问题将难以逾越。

——王志乐 商务部研究院跨国公司研究中心

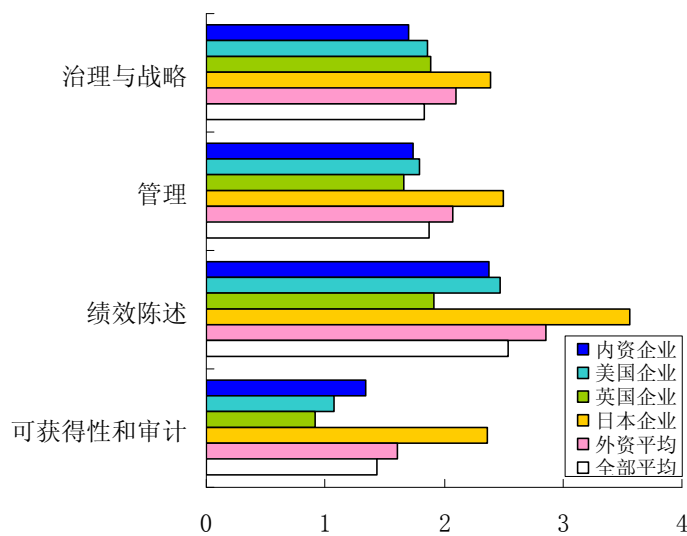


图 15 在国内外资企业可持续发展报告的比较测评

### 资料 6 在华日资企业的可持续发展报告

日本企业的可持续发展报告源于企业环境报告。上世纪九十年代中期，许多日本企业陆续取得 ISO14001 认证，使其在环境管理和环境文件记录方面获得长足发展。政府有关规范以及非政府组织的推动也加速了日本环境报告的发展。2001 年，日本 2644 家上市公司中有 579 家发行了环境报告。

GRI 指南 2002 版的推出在日本企业中产生了很大影响。日本也于同年成立了 GRI 论坛，推动 GRI 指南在日本企业中的应用。日本也因此成为企业应用 GRI 指南最多的国家。

多数日本企业的可持续发展报告严格遵循 GRI 指南的要求，从政策、管理和绩效角度描述企业在经济、社会和环境方面的综合表现。环境报告是日本企业报告中内容最为丰富的部门，常常附有大量的数据和清晰的发展目标。从中我们可以看出 ISO14001 标准对日本企业环境管理的影响。

在华日资企业是较早在中国发布企业可持续发展报告的外资企业之一。据不完全统计，目前已经有东芝中国、索尼中国、富士施乐（深圳）、欧姆龙中国等日本公司发布了关于中国的报告。富士施乐（中国）也将日文版的报告翻译成中文。

日资企业编制中国报告的方法通常都是将集团日本版报告书作为基础，将主要内容翻译

成中文，再加入中国部分事例制作完成。这一编制方法并非日资企业的创新，其他外资企业也使用同样的方法。日资企业之所以能在众多外资企业中脱颖而出完全是因为报告编制的认真和细致，从细微之处体现出企业用心与中国利益相关方沟通的诚意。

以报告政策为例。多数日资企业的报告会在报告开始或末尾的地方非常清楚地说明企业发布报告的政策、报告编制所参考的框架指南、中国报告的编制方法、报告书的对象时间、数据范围等。有的报告还会说明上期、本期以及下期报告发行的时间。东芝中国的报告还附上了关于中国的第三方意见。正是这些细节让日资企业的报告显得与众不同。

资料来源：台湾永续发展协会，东芝中国，索尼中国，富士中国

## 3.6 环境压力、客户结构对报告的影响

### (1) 环境压力对报告的影响

按照污染程度划分，中资企业可以划分为重污染、中污染和轻污染三类<sup>10</sup>。比较这三类企业报告的测评指标，可以发现重污染和中污染企业报告写得比较好，轻污染企业报告写得一般。这说明企业对报告的重视程度与企业的环境压力有关。压力越大，企业的重视程度越高。从内容上看，轻污染企业与重、中污染企业相比，其治理与战略、管理方面都明显较弱。原因可能是因为轻污染企业多数认为他们与环境保护关系不大，未能看到其业务与可持续发展之间的紧密联系，且在实践上确实也没有采取什么行动，因而可供披露的信息自然就少了。这在一定程度上暴露出内资企业对可持续发展理解仍然比较狭隘。

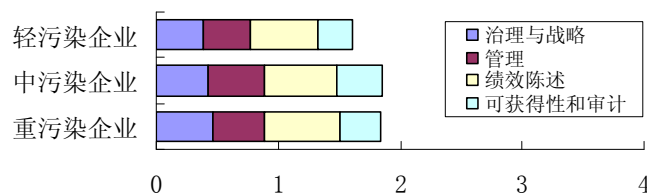


图 16 中资企业可持续发展报告与企业环境压力的关系

### (2) 客户结构对报告内容的影响

业务类型（B2B/B2C）<sup>11</sup>对企业的行为存在一定的影响，因而也会对可持续发展报告产生影响。毕竟，企业决策会在很大程度上考虑到客户的需求。对于 B2B 类型的企业，客户是公司；对于 B2C 类型的企业，客户则是个人消费者。

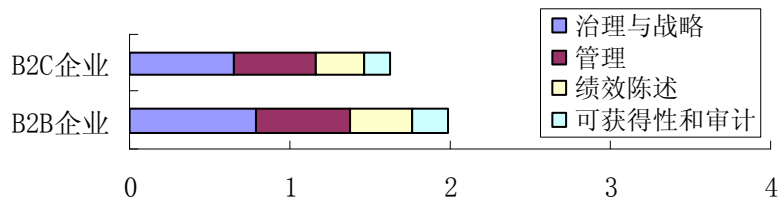
通过比较，我们发现 B2B 类型企业的报告质量普遍比 B2C 更高，譬如企业有更清晰的治理结构与战略，报告的绩效陈述也更为详细。这说明企业发布报告更多着眼于公司合作伙伴（如投资者），而对消费者并非特别关注，这种偏好最终反映在报告的内容上。这一点与国际状况正好相反。在国际上，B2C 类型企业的报告质量更高，因为公众消费者是他们的客户，只有通过发布高质量的可持续发展报告才能与这些客户有效沟通，建立负责任的品牌形象。目前国内的状况恰恰说明国内责任消费的环境还未形成，消费者对企业的品牌形象是否负责还不是特别关注。

<sup>10</sup> 重污染企业根据国家环保总局 2003 年《关于对申请上市的企业和申请再融资的上市企业进行环境保护核查的通知》（环发[2003]101 号）界定。

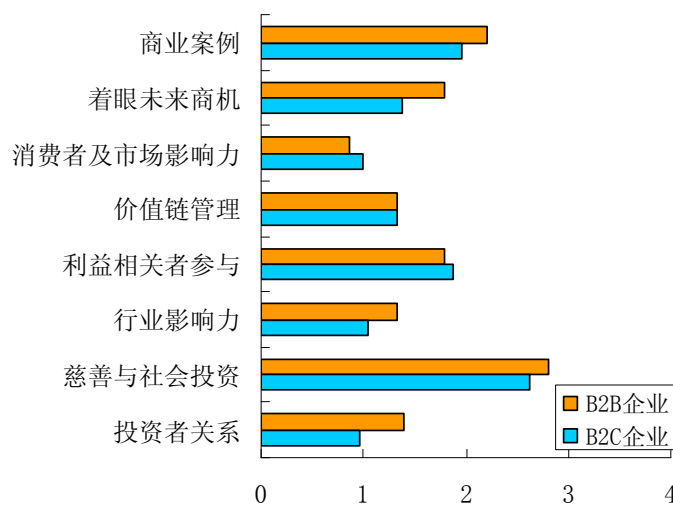
<sup>11</sup> B2B 指那些以机构（尤其是企业）为主要客户的企业，B2C 指那些以个人消费者为主要客户的企业。



不过，如果深入比较管理指标，则会有不同的发现。与 B2B 类型的企业相比，B2C 类型的企业在消费者及市场影响力、利益相关方参与方面要做得更好，这说明企业在披露信息时还是有针对性的，知道如何把最合适的信息向最需要的人披露。



(a) 总体比较



(b) 管理指标比较

图 17 中资企业可持续发展报告与业务类型的关系

## 4 怎样写好企业可持续发展报告

### 4.1 编制的不仅是报告

编制可持续发展报告，是一个战略提升的过程。将可持续发展纳入企业发展战略的范畴已是大势所趋，编制企业可持续发展报告可以帮助企业更好地了解自身的可持续发展绩效、系统性地梳理已开展的相关活动，从而将可持续发展与企业核心战略更紧密连接在一起。GRI 在 G3 指南中就明确指出，“（报告）并不始于或止于一份印刷或网上报告”、“报告应配合机构的整体发展过程，协助机构制定战略，推展行动纲领，检讨成绩”。2006 年，英国 SustainAbility 的研究报告《明日价值》也强调了类似的观点，他们在对企业报告排名的时候，更关注的是报告的内容是否被引入了企业的经营管理。

总之，如果企业只是为了报告而编制，那产出就只有一份印刷精美的报告；只有当企业意识到编制报告也是企业发现商业机会、重构公司战略的过程，报告才更具有意义，其产出

也将超越报告本身。

目前，中国企业可持续发展报告仍处于比较初级的发展阶段。对于许多报告企业来说，发布可持续发展报告仍是一个新的挑战，缺乏经验，也鲜有先例可循。能够将可持续发展报告与企业管理联系起来的企业不多，有的企业还仅仅停留在广告式报告的阶段。不过，很多企业在报告撰写的过程中逐步意识到这一点，因为如果没有很好的管理体系和程序，数据收集起来非常困难。所以，有些报告企业已经着手准备将可持续发展报告系统引入到企业管理流程中来，这是一个非常大的进步。国家电网在内部下发了《关于深化国家电网公司社会责任工作的通知》，指出要把履行社会责任作为公司战略的重要组成部分，把社会责任理念和要求全面融入公司日常工作；中远集团在报告中提出，要“建立社会责任管理体系和监督机制，将社会责任理念与日常经营管理相结合”；中国移动在接受访谈的时候也表示要将企业责任体系融入管理。这些领先企业在可持续发展管理上所迈出的第一步，其意义与价值要远远超越了报告本身。

国家电网公司将建立健全公司社会责任工作体系和利益相关方参与机制，统筹考虑公司发展对社会和环境的影响与作用，认真落实可持续发展要求，全面、全员、全过程、全方位地深化社会责任工作。

—— 李伟阳 国家电网公司办公厅

## 4.2 编制流程

可持续发展报告对许多企业来说都是一种创新，不同企业可根据各自的目标和需求，制定相应的编制流程、使用不同的步骤和方法。但是，企业要想编制高质量的可持续发展报告，还是必须遵循一些必要步骤。

我们在研究过程中对发布报告的企业、撰写报告的咨询公司做了深度访谈，结合国外文献的一些经验，总结出以下几个步骤。

### 步骤一：准备阶段

报告过程如同一次旅行，首先要确定最终目的地，即报告内容；然后要明确如何到达目的地，即编制报告所需资源。我们还建议报告企业成立工作小组，并培训相关人员，分析企业可持续发展的特点，选择报告框架。

### 步骤二：访谈阶段

在这一阶段，报告企业需要准确定位其利益相关方，并根据利益相关程度和影响力找出企业内部和外部的主要利益相关方；工作小组应对这些利益相关方进行调查、访谈，了解他们最关心的报告信息。

### 步骤三：采集阶段

依据报告的基本原则和利益相关方的建议，结合企业实际情况确定报告的各章节具体内容及计划披露的指标。在企业相关部门的配合下，工作小组开始收集撰写报告所需的信息（包括数据、文字、图片和影像资料），并确保信息的准确性和可靠性。在资料搜集完备后，根据企业的履行能力，设定企业可持续发展的目标与承诺。

### 步骤四：撰写阶段

整理搜集到的信息，用直观、清晰的方式表达出来，形成报告初稿。初稿需要向企业高管、重要利益相关方与报告编制专家征求意见，并进一步修改。定稿送第三方审核，之后经过设计排版即可付梓。如果需要中英文对照，则在报告完成第三方审核后翻译。

### 步骤五：发布阶段

制定报告的发布方案，包括报告的印数和发布渠道。如有需要，可以组织召开发布仪式，邀请媒体和主要利益相关方参加。报告发布后，企业需要与重要利益相关方沟通，收集反馈信息；企业还要对报告编制过程中发现的问题加以改进。

## 4.3 框架、原则与内容

在 GRI 发布 G3 指南后，全球企业可持续发展报告的框架逐步趋同，越来越多的企业根据或参考 G3 指南的框架从经济、社会与环境三方面编制报告。不过，也有一些企业参照其他框架进行编制，如联合国千年发展目标、联合国全球契约十项原则、环境社会与治理(ESG)框架以及碳信息披露项目(CDP)框架等。个别企业也会按照自己开发的框架编制报告。

我们就报告框架的问题对咨询公司进行了调查。结果发现，80%受访者支持可持续发展报告应该有一个框架指南，并认为 G3 指南可以在中国应用，只是某些方面需要本土化；他们还指出，指南应用应该建立在自愿基础上，而不应该强制。中国企业和利益相关方对 GRI 的了解还不多，他们中的半数以上都表示没听说过或不了解 GRI。

不管使用哪些框架，编制报告还需要遵循一些基本原则，以确保信息的质量。G3 指南对此有 6 项规定。

**中肯性原则**，即报告不但要有企业表现积极的方面，还应有消极和需要改进的方面。

**可比性原则**，即报告信息应经过选择、整理，确保前后文的一致性，以方便利益相关方比较机构当前与未来的绩效变化。

**准确性原则**，即报告信息要准确详尽，供利益相关方评估企业表现的绩效。

**时效性原则**，即报告应定期进行，并适时披露，供利益相关方做出相应决定。

**清晰性原则**，即信息披露方式应该有利于利益相关方的理解并方便取用。

**可靠性原则**，即编辑报告时使用的信息及各个步骤，其搜集、记录、编排、分析及披露的方式，应当可供验证，并可确保信息的质量及关键性。

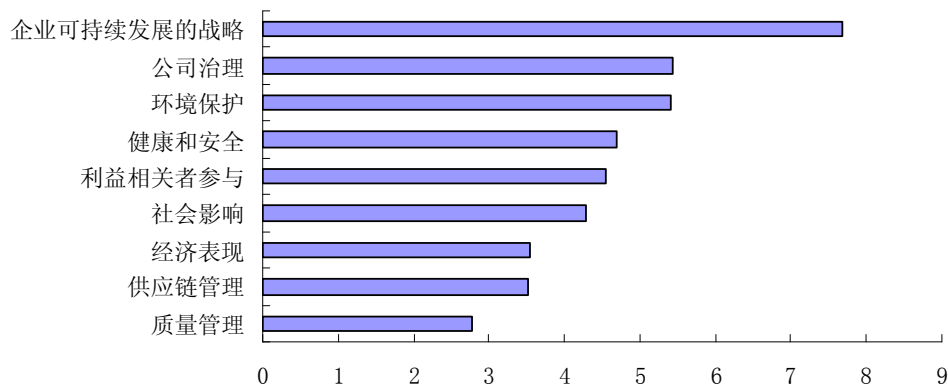
一份高质量的企业可持续发展报告应能给利益相关方提供“有价值的事实 (Helpful Truth)”，因此，内容的相关性、信息的可靠性和报告的可读性都很重要。

—— Fred Dubee 联合国全球契约

我们的研究发现，中国企业的报告在时效性方面做得不错，多数企业所报告的信息都发生在过去一年；只有极个别企业将信息追溯到多年之前。至于中肯性，很少企业能做到这一点，几乎所有企业都大谈成绩，绝口不提做得不好的地方。在对利益相关方的访谈的过程中，有不少利益相关方（尤其是非政府组织）就对此提出了非常明确的要求，希望企业不要“报喜不报忧”。除此以外，利益相关方还特别关注报告信息的准确性和可靠性。

企业可持续发展报告可包含的内容较多。在内容的选取上，GRI 认为报告企业应当依据

关键性、利益相关方参与度、可持续发展的背景等原则，反复推敲，挑选适切、因而可能适合汇报的项目及相关指标。我们的调查则显示，受访者认为企业可持续发展战略应该是报告的最为核心内容，其重要性远高于其他内容；公司治理和环境保护分列第二、三位；质量管理居于最后。



注：横坐标表示报告内容得分，最高为 9，最低为 0

图 18 您认为企业可持续发展报告应该包含什么内容

## 4.4 谁来撰写

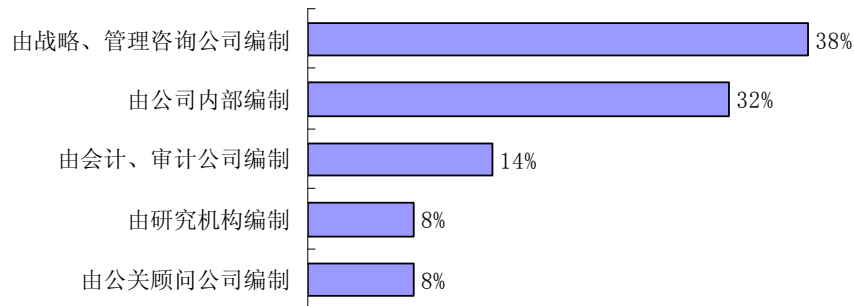
在我们的调查访谈中，38%的受访者认为企业可持续发展报告可以由战略、管理咨询公司撰写，因为他们在技术上占优；32%认为可以由公司内部人员撰写，因为他们最了解企业内部的情况；其余少数认为应该交由其他类型机构（如会计公司和公关顾问公司）撰写。

目前国内的实际情况是，对于那些报告历史较长、报告经验较丰富的企业（如壳牌中国、宝钢股份），报告主要由企业内部人员撰写；对于那些刚刚开始发布报告的企业，报告则由公关顾问公司撰写。最近，这一状况也发生了一些变化。有些企业开始探索企业主导辅以外部专业技术支持的方式，将两者优势结合起来。在中国市场上，会计公司和战略管理公司还很少参与到报告业务中来。

一般来说，一个报告编制团队在 3、4 个人左右，从制定计划到报告出版花费的时间在 3 到 5 个月不等。

我们认为，“内部+外部”组合起来的报告编制团队比较理想，因为内部成员对企业的经营和管理更加熟悉，而外部成员则可以提出相对专业和客观的建议。

—— Erin Harper 安可顾问有限公司



注：百分数表示持该观点的受访者所占比重

图 19 您认为企业可持续发展报告应该由什么机构撰写

## 4.5 增加报告的公信力

如何才能增加报告的公信力？企业年报的经验告诉我们，第三方出具审计意见是增加报告公信力的最佳办法。我们就此问题进行了调查，75%的受访者同意企业可持续发展报告需要第三方审计，他们认为这样可以避免企业作假，提高报告可信度。至于由谁来审计，支持者认为应由具有社会公信力的机构（如国际认证机构）来审计，企业受访者比较支持由会计、审计公司进行审计。

对此，也有受访者提出异议。反对者认为报告可由第三方评估，但不一定非要审计；如果要审计，也不应强制。他们担心，强制进行审计会对中国企业可持续发展报告的发展会带来不利影响。他们主张，企业可自愿邀请第三方（往往是报告领域的专家）阅读报告并发表评论，然后把这些评论附在报告后面。

此外，报告采用的框架和撰写报告团队的构成也会在一定程度上影响报告的公信力。如果报告能够参照国际通用的框架指南并说明应用程度，读者的信心会增加；如果报告企业能邀请独立专家加入撰写团队，报告的可信度也会提高。

我们鼓励企业请第三方对报告进行评估或发表评论，考虑到对报告的审核已成为报告可信度的一个重要因素，有条件的企业还可请权威机构按有关标准进行审核。

—— 殷格非 《WTO 经济导刊》

## 5 怎样用好企业可持续发展报告

### 5.1 企业如何用好可持续发展报告

#### （1）实现多样化的发布渠道

对报告企业来说，完成报告编撰后的主要工作就是如何将报告的信息有效地传递给主要利益相关方和一般公众。这便是发布渠道的问题。在选择发布渠道时，企业需要考虑两点：

第一，你的听众决定沟通方法。

听众的构成对选择发布渠道有非常重大的影响，报告企业一定要先想清楚用什么样的方

法才能够获得他们的重视。这些听众就是在报告初期所确定的内部和外部利益相关方。针对不同的利益相关方，报告企业可能需要采取不同的方法，因为他们获取信息的渠道不同，他们的偏好也不一样。譬如，对于直接向消费者提供服务的企业而言，消费者是最重要利益相关方，企业必须将报告信息传递给他们。为此，企业应当使用两种方法：在媒体发布；在消费终端发放。这样基本可以覆盖到所有的消费者。

第二，选择最佳的沟通方式。

通常情况下，企业最好能有几种不同的方式和不同的听众进行沟通，但至少要选择一种能让所有人获得全部信息的方式，这就是为什么大部分企业会发布印刷或网络报告的原因。除此以外，企业还可以从报告中提取针对不同利益相关方的信息运用其他沟通方式定向发布（如下），表 1 对不同沟通方式的优缺点分别作了比较。

#### 针对内部利益相关方的沟通方式

- ✓ 内部信息简报
- ✓ 小册子、传单
- ✓ 公司内部张贴海报
- ✓ 公司内部网络论坛
- ✓ 会议（正式和非正式）
- ✓ 备忘录或电子邮件
- ✓ 工作间隙的资讯会议

#### 针对外部利益相关方的沟通方式

- ✓ 专题会议
- ✓ 公开演讲
- ✓ 电子邮件
- ✓ 媒体新闻稿
- ✓ 在公开刊物中刊登文章
- ✓ 印刷报告
- ✓ 网站公布

表 1 发布报告的不同沟通方式的优越点比较

沟通方式	优点	缺点
内部公告	✓ 成本低	✓ 仅限内部交流
专题会议	✓ 沟通直接，互动良好	✓ 宣传范围有限
公开演讲	✓ 可根据听众需求调整内容 ✓ 可以直接宣传并吸引投资和商务伙伴	✓ 准备材料、组织会议需要额外时间，可能会投入更多成本
内部信息简报	✓ 可以勾勒重点	✓ 属单向沟通，没有互动
小册子、传单	✓ 可包括其他信息	✓ 可能会被忽视或误读
电子邮件	✓ 比印制报告成本更低	✓ 可能会被认为不重视可持续发展
新闻稿	✓ 成本低 ✓ 宣传面广	✓ 需要挖掘“新”意 ✓ 需要时间联系媒体 ✓ 无法控制媒体报导内容
独立报告	✓ 形象较专业	✓ 较高印刷设计成本

	✓ 信息较完整	✓ 要付出额外的公关成本
	✓ 可获得性好且和公开透明	
网站公布	✓ 无印刷成本	✓ 没有印刷品易读
	✓ 所有人都可免费获取	✓ 需要上网
	✓ 节省纸张	

目前，中国企业可持续发展报告的发布方式通常是报告出版物、新闻稿和网站等几种形式相结合，但有些企业的报告并不支持在线浏览或下载。我们对利益相关方的访谈发现，中国企业在发布报告后与利益相关方的沟通方式还存在不少问题。近五成受访者认为企业可持续发展报告不容易获得。

## （2）获得利益相关方的反馈

报告的出版和发布，与其说是报告工作的结束，还不如说是真正沟通的开始。企业应当在报告发布后，积极主动与利益相关方进行沟通，听取反馈，并对报告中消极的方面进行深入分析和改进规划。收集反馈其实也是为制定下一轮报告迈出的重要一步。

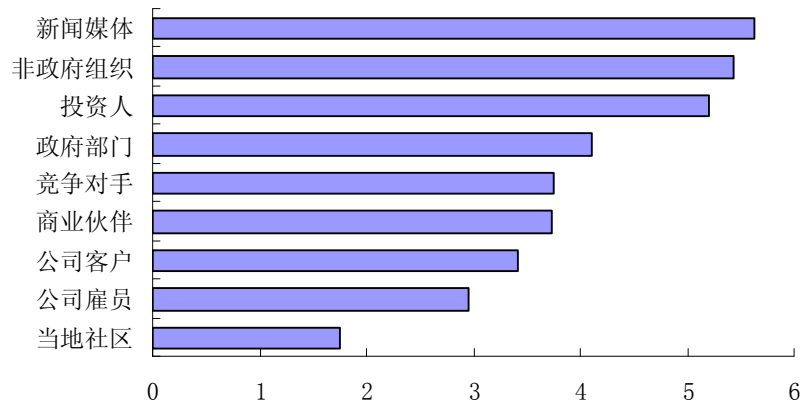
收集反馈可以通过多种方式进行。较简单的做法是征询你的同事一些问题，或者进行一轮面对面的访谈；也可以聘请独立机构做一些调查分析。收集反馈时，企业可以考虑问下面的一些问题：

- ✓ 您对报告的总体感觉怎样？
- ✓ 是否有很重要的问题在报告中没有涉及？
- ✓ 披露信息是否有用，是否符合您的预期？
- ✓ 你认为用怎样的方式披露信息和利益相关方进行沟通，印制报告，网络？
- ✓ 你认为怎样提升报告质量和效果？
- ✓ 其他问题。

## 5.2 利益相关方如何用好可持续发展报告

作为信息披露的一种工具，企业可持续发展报告从一开始就受到各个利益相关方的关注。接受我们访谈的所有被访者都认为他们需要阅读企业可持续发展报告。当然，不同利益相关方会关注报告中的不同内容，劳工团体更关注企业的劳动条件、工作环境等，而环境保护团体则更关注企业的环境绩效。

我们的调查发现，新闻媒体、非政府组织、投资人和政府部门是中国当前最关注企业可持续发展报告的四类利益相关方群体。然而，在被问及如何使用报告信息时，他们并未能阐述明确的策略和行动。那么，利益相关方应当如何用好企业可持续发展报告呢？以下是我们的一些建议，可供不同利益相关方参考。



注：上图横坐标表示利益相关方得分，最高为 6，最低为 0

图 20 您认为哪些利益相关方最关注企业可持续发展报告

新闻媒体首先要对企业可持续发展报告采取积极鼓励的态度，毕竟这是中国企业在社会责任领域的重要创新。但媒体的评论不能仅仅局限于报告披露这一新闻事件上，而应该透过报告挖掘更多具有新闻价值的企业行动，捕捉企业在社会责任实践中的点滴创新。此外，作为一支重要的监督力量，媒体还可以密切关注企业在报告中所设定的目标，鼓励企业履行承诺。在媒体组织优秀企业公民或最负责任企业评选的时候，企业是否发布可持续发展报告以及报告质量如何应当作为一个重要的参考指标。

非政府组织可将企业可持续发展报告作为评判一个企业是否值得合作的依据。在公共部门-私营部门合作或公益营销的理念下，非政府组织与企业的关系是一种平等合作关系，而不是募款与捐赠的关系。非政府组织在选择企业伙伴时应有自己的原则与立场，并严格考察企业在社会、环境方面的绩效。企业可持续发展报告正好提供了这方面的信息。

投资人应当仔细研究企业可持续发展报告中所反映出的风险和机遇。企业的环境、社会和治理绩效已经和企业盈利能力紧密地结合到一起。在国际上，越来越多的投资人（尤其是养老金公司）和证券分析师开始将特定的要素引入投资决策的分析框架中。譬如，全球 225 家投资机构联合发起碳信息披露计划（CDP），要求上市公司披露二氧化碳排放等与气候变化密切相关的信息。很多此类信息其实在企业可持续发展报告中已有披露，所以，投资人应当对此予以足够重视。

政府部门通过企业可持续发展报告，可以了解到政府制定的政策是否能够在企业层面上予以落实。好的报告不但能够披露有关绩效，还能阐述清楚企业如何在治理结构上保障政策的实施。例如，最近政府倡导企业节能减排，企业如果真的有所行动，必然会在可持续发展报告中有所反映，且会说明具体举措。一般的企业年报并不会披露这些信息。而且，由于报告是公开披露的，信息有较高的可靠性。

作为全民环保的一个部分，我们已经把企业环境责任作为环境宣传教育的重点，并成立了企业社会责任（包括环境责任）报告收转中心，希望籍此平台收集、交换中外企业社会责任（包括环境责任）报告，推动相关活动在中国的开展；同时，我们正与一些高校进行研究，尽快把企业社会责任纳入高校商学院和环境学院的教学之中。

—— 贾峰 国家环保总局宣教中心



## 6 总结与展望

### 6.1 中国企业可持续发展报告将快速发展

#### 更多中国企业将发布可持续发展报告

过去两年，中国企业可持续发展报告得到长足发展。这一趋势将会持续下去。一方面，已经发布报告的企业将定期发布报告，视其作为企业常规工作。另一方面，先行者的示范作用将激励其他企业加入到报告行业中来。我们预计 2007 年中国企业可持续发展报告的数量将超过去年，并将在未来几年稳步增加。

#### 国有企业、民营企业、外资企业各显身手

目前，国有企业在可持续发展报告中扮演者举足轻重的角色。作为国有企业的大股东，政府对报告活动的支持将激励更多的国有企业发布报告。民营企业现在只有一家披露了报告，但民营企业机制灵活且富于创新精神，相信很快就会迎头赶上，成为企业可持续发展报告的重要参与者。我们已经了解到一些民营企业在策划可持续发展报告了。

面对国有和民营企业的行动，越来越多的外资企业会考虑发布专门针对中国市场的报告。他们将采取将报告“汉化”这一折衷办法，在保留并翻译总部报告的核心内容的同时，加入具体的中国内容。

#### 报告名称各自解释

在已经发布的报告中，报告名称并未统一。企业公民报告、企业可持续发展报告、企业社会责任报告、企业责任报告的名称都曾被采用。企业对报告的名称也有各自的阐述和解释，预计不会轻易修改。所以，未来几年，中国企业的报告名称仍将是五花八门，但多数企业会选用可持续发展报告和社会责任报告这两种。

#### 报告相关服务行业将得到发展

企业可持续发展报告的增加为报告相关服务行业创造了市场，使其得以发展壮大。过去两年，公关顾问公司已经从中获得了实实在在的收益。未来几年，包括公关顾问、战略咨询、会计审计公司在内的报告编制服务将会有所发展；会计审计和认证公司还会逐步参与到报告审计的业务中来。对于一些对报告发布要求较高的企业，公关顾问公司还经常会得到机会提供报告发布和利益相关方沟通的服务。

### 6.2 G3 指南会成为主要报告框架

#### G3 成为主要框架，但企业很难使用全部指标

最近两年，中国企业可持续发展报告多数依循了 GRI 指定的指南框架，从经济、社会和环境三方面编制报告。这种趋势越来越明显，并已经得到不少利益相关方的认可。我们相信，将有更多企业会考虑应用 GRI，尤其是 G3 指南。但是，由于中国企业在信息记录和搜集方面还存在许多问题，企业很难应用 G3 的全部指标。

#### 一些企业会在 G3 框架的基础上寻求创新

作为国际通用指南，G3 更适合跨国公司的特点。对于一些本土企业，特别是只在国内市场经营的国有企业，G3 不见得非常实用。这些企业将会在 G3 框架的基础上寻求创新，使其更适合中国的实际。但考虑到 G3 的国际通用性，这些企业仍会强调报告遵循了 G3 的核心精神。

## 6.3 企业须进一步提升报告价值

### 从原则到实践

纵览已发布的报告，企业可持续发展的价值观和理念都写得很到位，甚至能够很好地结合中国的国情。然而，当谈到企业的具体行动和可持续发展绩效时，报告就显得捉襟见肘。究其原因，往往是现阶段的中国企业只能将可持续发展作为原则性的立场，而未能将其整合到实践中去。然而，报告的真正价值在于推进实践，不是陈述原则。只有原则没有实践的报告会让人觉得空洞无物。中国企业在这一点上有待加强。

### 将报告作为管理体系的一部分

企业可持续发展报告在广度和深度上会逐步延伸，从而会使报告工作变得更为繁杂。这将是许多大企业很快会面临的问题。要保持报告的高质量，企业必须建立一套有效的管理体系，搜集数据、管理信息、指导实践。这一体系也会成为企业管理体系的一部分，从而提高企业战略与可持续发展的一致性。

### 以报告促进与利益相关方的对话

企业可持续发展报告本应是增加企业透明度、促进与利益相关方对话的重要工具。中国企业往往更着重报告本身，而忽略了报告促进与利益相关方对话的作用。这颇有些本末倒置的味道。我们认为，企业应该通过各种渠道和方式向重要的利益相关方披露报告的信息，在这一过程中加强与利益相关方的对话。

## 6.4 利益相关方应充分发挥报告价值

### 充分挖掘报告披露的有价值的信息

当前，中国企业的利益相关方只会看企业是否发布了可持续发展报告，而并没有细致深入阅读和分析报告的内容并从中挖掘有价值的信息。事实上，这些报告所披露的信息有些与利益相关方是利益攸关的，找到这些信息可以有助于他们对企业的长远绩效做出更为准确的评估。但是，不同利益相关方关注兴趣点不同，他们需要结合自己的实际情况，找出一套有效的办法，从报告中挖掘价值。

### 用好报告信息，形成良性循环

在挖掘到有价值的信息后，利益相关方还需要有效地使用好这些信息，争取达到影响企业价值的效果。这样，企业在报告中所披露的信息才会反映在该企业价值的变动上，从而激励企业披露更准确可靠、更具时效性的信息。这些信息有可以帮助利益相关方更准确、可靠、及时影响企业的价值。如此便能形成良性循环，促进企业可持续发展报告的健康发展。

## 附录

### 附录一：中国企业可持续发展报告一览表

表 2 中国企业可持续发展报告一览

公司名称	行业	属性	报告名称	最近报告对象时间	最近发布时间	最早发布时间	发布次数
壳牌中国	能源	英资企业	可持续发展报告	2005	2006-1	1999	8
中石油股份	能源	国有企业	社会责任报告	2006	2007-4	2001-3	7
福特汽车	汽车	美资企业	社会责任报告	2003-2005	2006-10	2003	2
宝钢股份	冶金	国有企业	可持续发展报告	2005	2006-7	2004	3
中国平安	金融	国有企业	企业公民报告	2006	2007-5	2004	4
东芝中国	电器	日资企业	社会责任报告	2006	2006-9	2005-9	2
江西移动	信息	国有企业	企业责任报告	2004 及以前	2005-10	2005-10	1
国家电网	电力	国有企业	社会责任报告	2006	2007-1	2006-3	2
微软中国	信息	美资企业	企业公民报告	2005 财年	2006-3	2006-3	1
中国铝业	冶金	国有企业	可持续发展报告	2006	2007-4	2006-4	2
中化国际	化工	国有企业	社会责任报告	2006	2007-4	2006	2
美铝中国	冶金	美资企业	可持续发展报告	2006	2007-6	2006-4	2
浦发银行	金融	国有企业	社会责任报告	1993-2005	2006-6	2006-6	1
沈阳自来水	供水	国有企业	企业公民社会责任报告	2005	2006-8	2006-8	1
索尼中国	电器	日资企业	社会责任报告	2005 财年	2006-9	2006-9	1
中海油	能源	国有企业	可持续发展报告	2005	2006-10	2006-10	1
中远集团	物流	国有企业	可持续发展报告	2005	2006-11	2006-11	1
中远集运	物流	国有企业	可持续发展报告	2005	2006-11	2006-11	1
中国海尔	电器	国有企业	环境报告	2005	2006-12	2006-12	1
中国移动	信息	国有企业	企业责任报告	2000-2006	2007-1	2007-1	1
惠普中国	电器	美资企业	社会责任报告	2006	2007-1	2007-1	1
中石油集团	能源	国有企业	社会责任报告	2006	2007-2	2007-2	1
西子联合	电器	民营企业	社会责任报告	2006	2007-2	2007-2	1
富士施乐深圳	电器	日资企业	可持续发展报告	2005 财年	2007	2007	1
神龙汽车	汽车	国有企业	可持续发展报告	2006	2007-5	2007-5	1
建设银行	金融	国有企业	社会责任报告	2006	2007-5	2007-5	1

注 1：此表统计截止时间为 2007 年 5 月 31 日，表中报告顺序排名不分先后

注 2：此表根据公开可获得信息统计，为不完全统计，可能会有遗漏

注 3：此表仅统计关于中国的企业可持续发展报告，在华外资企业总部报告的中文版不包括在内

注 4：此表在网上同步更新，欲了解最新的企业报告，请登陆 <http://www.sustainabilityreport.cn>

注 5：中远集团和中远集运、中石油集团和中石油股份分别是集团企业和下属公司的关系，但两份报告内容并不相同。中石油股份从 2001 年起发布健康安全环境报告，2007 年转而发布社会责任报告。

## 附录二：中国企业可持续发展报告大事记

- |                  |   |
|------------------|---|
| 1999 年           | 壳牌（中国）发布可持续发展报告，成为中国第一份可持续发展报告。   |
| 2004 年           | 国资委和清华大学建设管理系成立联合课题组，研究大型国有企业的可持续发展和信息披露制度。   |
| 2004 年 11 月 3 日  | 特许公认会计师公会（ACCA）在 ACCA 北京代表处举行新闻发布会，向中国大陆推出了 GRI《2002 年可持续发展报告指南》中文版。  |
| 2005 年           | 国家软科学基金项目支持清华大学建设管理系企业可持续发展报告课题组进行企业可持续发展能力评价及对策研究。   |
| 2005 年 4 月       | 中国可持续发展工商理事会（CBCSD）与 ACCA 举办 GRI《2002 年可持续发展报告指南》中文版研讨会，鼓励宝钢股份、中远集团等企业编制可持续发展报告。                                      |
| 2006 年 2 月 16 日  | 商务部研究院跨国公司研究中心在“中国企业、公司责任与软竞争力”峰会上发布了《中国公司责任报告编制大纲(草案)》。  |
| 2006 年 3 月       | 国家电网发布企业社会责任报告，成为中国内资企业第一份企业社会责任报告，国务院总理温家宝在国家电网公司报送的《国家电网公司 2005 年社会责任报告》上作出重要批示，称国家电网公司“这件事办得好。企业要向社会负责，并自觉接受社会监督。” |
| 2006 年 6 月 23 日  | 上海浦东发展银行发布企业社会责任报告，成为国内首家发布该类报告的商业银行。   |
| 2006 年 7 月       | 中国企业社会责任机构指南（China CSR Map）与 AccountAbility 签署合作协议，将 AA1000 审计标准翻译为中文。  |
| 2006 年 9 月 11 日  | CBCSD 组织编制的《中国企业社会责任推荐标准和实施范例》通过评审，旨在引导企业编制社会责任报告。  |
| 2006 年 9 月 25 日  | 深圳证券交易所发布《上市公司社会责任指引》，提出“对可能影响股东和其他投资者投资决策的信息应积极进行自愿性披露，并公平对待所有投资者，不得进行选择性的信息披露。”                                     |
| 2006 年 10 月 16 日 | 在 G3 发布 10 天后，CBCSD 与 ACCA 联合举办《可持续发展报告指南》研讨会，GRI 董事会成员、ACCA 技术总监罗杰·亚当斯先生介绍了 GRI 的 G3 版本的修订情况。                        |
| 2006 年 12 月 12 日 | 中国纺织工业协会发布 2006 中国纺织服装行业企业社会责任年度报告，这是国内第一份以行业身份发布的企业社会责任报告。   |
| 2006 年 12 月 20 日 | 中远集团在北京举行了《中远集团 2005 年度可持续发展报告》新闻发布会，该报告成为全球第一个应用 GRI 的 G3 指南编制的报告，也是中国第一个获得独立审计的报告。                                  |
| 2007 年 2 月 5 日   | 浙江西子联合控股有限公司发布企业社会责任报告，成为全国第一家发布报告的民营企业。  |
| 2007 年 4 月       | CBCSD 与 ACCA 完成 GRI 的 G3 指南及附录资料中文版的翻译工作，并在企业中大力推广。   |
| 2007 年 4 月 11 日  | 国家环保总局公布《环境信息公开办法（试行）》，其中对企业环境信息公开作了明确规定，办法自 2008 年 5 月 1 日起施行。   |
| 2007 年 4 月 19 日  | GRI 技术发展部主任 Sean Gilbert 先生应商道纵横邀请在北京做题为“GRI 与企业社会责任报告”的讲座。   |

## 附录三：SustainAbility 的报告评估方法

表 3 SustainAbility 的报告评估方法

标准	说明
<b>1 治理与战略</b>	
1.1 公司和行业介绍	描述公司及所在行业的基本信息，尤其是其所在的社会、环境背景
1.2 高管声明	CEO、董事长等公司高管关于社会责任、可持续发展的致词、声明
1.3 指出问题并说明优先次序	描述公司活动与经济、环境、社会的正面或反面关系，说明其相对的重要程度
1.4 价值观、原则与政策	公司对可持续发展的总体态度、商业原则、行为准则等
1.5 企业战略与可持续发展愿景	企业如何看待业务与可持续发展的关系，如何处理好两者的关系
1.6 商业案例	提供案例说明，并阐明案例与可持续发展的关系
1.7 实现可持续发展目标的挑战	公司在推动可持续发展中所遇到的障碍
1.8 公司治理责任与架构	公司设立相关治理机构如委员会，以负责监督与可持续发展相关问题
1.9 风险管理	公司如何评估和管理风险，尤其是那些与可持续发展有密切关联的风险
1.10 着眼未来商机	公司开发新产品、技术或服务已应对未来可能出现的与可持续发展相关的需求
1.11 消费者及市场影响力	公司通过广告、市场等手段影响消费者与可持续发展有关的消费倾向和模式
<b>2 管理</b>	
2.1 管理程序	公司对环境、社会、经济事务的管理方法和程序或步骤
2.2 价值链管理	公司运用系统的方法管理供应商和价值链(合资或其他合作伙伴)的可持续发展影响
2.3 利益相关方参与	公司与利益相关方个人或团体之间存在常规的征询、对话和合作机制
2.4 个人绩效管理、培训和职业发展	公司投资于员工个人知识和技能提高，以改进公司绩效
2.5 学习和知识管理	公司引入和运用一些有关可持续发展的知识
2.6 政策及法规事务	公司与政策法规的互动情况，披露公司参与有关政策法规对话的状况和程度
2.7 行业影响力	公司是否努力对行业的可持续发展施加影响
2.8 慈善与社会投资	公司的慈善与社会投资活动，包括捐赠与对外部机构的援助
2.9 投资者关系	公司将可持续发展作为与投资者沟通和投资者关系管理的内容
<b>3 绩效陈述</b>	
3.1 绩效及其战略相关性	公司陈述与可持续发展实质相关的方面的绩效及其与公司

	战略的相关性
3.2 可持续发展绩效测评	公司陈述与可持续发展实质相关的绩效指标
3.3 行文与阐释	与可持续发展相关的信息是否阐述清楚，让读者容易理解
3.4 制定目标	公司制定明确、量化的绩效目标
3.5 将绩效与标杆对照	公司将期望绩效与特定的法律要求、一般规范或自愿标准对照，并进行内部监控
<b>4 可获得性和审计</b>	
4.1 审计	审核、审计声明、管理层评估、认证、专家声明或利益相关方评论
4.2 报告承诺、政策与战略	公司承诺对可持续发展信息的定期披露，说明信息搜集撰写过程及与利益相关方的沟通
4.3 报告标准	公司承诺运用某种实用标准撰写和改进报告
4.4 信息的可获得性	报告的语言版本、全面性、实用性及信息的可获得性，并考虑有特殊需要的人群

注：每一个指标赋值从 0-4，0 为最低分，4 位最高分

资料来源：SustainAbility

## 附录四：访谈及致谢名录

我们在研究过程中，对约四十多个机构的专家和一线工作者进行了访谈，了解到他们对于中国企业可持续发展报告发展的看法；此外也有一些国内外朋友通过邮件或会面的形式与我们分享了他们的经验。他们的帮助对我们完成此项报告有重大帮助。特此致谢。

BSR	周卫东
Burberry Plc	Kate Larsen
CSR & Company	贾影
CSR Asia	Brian Ho
Hill & Knowlton	Natalia Montuori
Impactt limited	陈静
KPMG Global Sustainability Services	George Molenkamp
RupeTex	Martha Grossman, June Zhou
广东省社科院/广东省 CSR 研究会	黎友焕
广州时线咨询	张玲蕙
中山大学公民与社会发展研究中心	刘小钢 朱健刚
中远房地产	王宇添
中国可持续发展工商理事会	翟齐 刘颖
中国企业联合会	陈英 孙玉萍
未来 500 强（中国）	金周英
中国纺织工业协会	梁晓晖
中国国际民间组织合作促进会	黄浩明
中国移动	葛颀 王轶青
丹麦人权研究所	Mads Holst Jensen
公益时报	陈颖 张钰
世界自然基金会	彭磊
北京大学光华管理学院	杨东宁
北京爱慕内衣公司	许学锋
北京铜牛公司	谷哲昭
永利行国际集团	麦沛霖
企业公民委员会	缪瑞兰
传知行	李志艳
全球报告倡议组织（GRI）	Sean Gilbert
安可顾问有限公司	Erin Harper 葛宁
壳牌（中国）	毕蕾
国际金融公司	卓昕
国家电网公司	李伟阳 赵九斤
国家环保总局工程环评中心	任景明 吴春旭
国家环保总局宣教中心	贾峰
英环(上海)咨询	赵建新
拜耳（中国）	曾慧敏
挪威船级社(DNV)	王勇

爱德曼咨询	Gwen Yu 方姗姗
特许公认会计师公会 (ACCA)	周非
商务部《WTO 经济导刊》	殷格非 吴福顺
商务部研究院跨国企业研究中心	王志乐 王倩
清华大学建设管理系	李章华
绿色和平 (中国)	Jamie Choi
联合国全球契约	Fred Dubee
瑞安房地产	林晓辉
福莱希乐公关	李波
德国技术合作公司	班杰明 彭纪来

注：上述顺序不分先后，按机构名称笔画为序



## 参考文献

1. ACCA and Corporate Register, towards transparency: progress on global sustainability reporting, 2004
2. AccountAbility, AA1000 审计标准 (中文版), 2003
3. Ans Kolk, a decade of sustainability reporting: developments and significance, International Journal of Environmental and Sustainable Development, Vol.3, No.1, 2004
4. Centre for Australian Ethical Research, KPMG and Deni Greene Consulting Services, the State of Sustainability Reporting in Australia, 2005
5. Claus-Heinrich Daub, developing a framework for integrated triple bottom line reporting
6. Claus-Heinrich Daub, Swiss Company Reports Evaluated, Business and the Environment, Vol.XV, No.2, 2004
7. GRI, G3 Sustainability Reporting Guidelines, 2006
8. Innovest, Carbon Disclosure Project Report, 2006
9. IPIECA and API, Oil & Gas Industry Guidance on Voluntary Sustainability Reporting, 2005
10. Jens Clausen, Thomas Loew and Udo Westermann, Sustainability Reporting in Germany, 2005
11. KPMG and University of Amsterdam, KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting, 2002
12. KPMG Global Sustainability Services, KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting, 2005
13. PLEON, Accounting for Good: the Global Stakeholder Report, 2005
14. S&P, SustainAbility and UNEP, Risk & Opportunity: Best Practice in Non-Finance Reporting, 2004
15. Toshihiko, 日本公司的环境报告, UNEP 产业与环境, 25 (1), 2003
16. UNEP, S&P and SustainAbility, Global Reporters 2006 Report Assessment Methodology, 2006
17. UNEP, S&P and SustainAbility, Tomorrow's Value: the Global Reporters 2006 Survey of Corporate, 2006
18. WBCSD, the guidance tool on sustainable development reporting(draft 2.0), 2002
19. West LB, What Really Counts: the Materiality of Extra-Financial Factors, 2007
20. 国家电网报, 服务社会勇担责任的企业公民, <http://www.sgcc.com.cn>
21. 全球报告倡议组织, 2002 可持续发展报告指南, 2002
22. 台湾企业永续发展协会, 日本企业的环境报告书质量与应用同步提升, 企业永续经营管理, 2003.4.15
23. 附录一所列的所有企业可持续发展报告

## 关于商道纵横

商道纵横是一家致力于推动中国企业社会责任(CSR)和社会责任投资(SRI)发展的咨询公司,成立于2005年7月,在北京和华盛顿均设有办公室。作为国内最早开展企业社会责任与社会责任投资活动的机构之一,商道纵横对企业社会责任在中国的发展有全面了解,可为客户提供量身定做的咨询、培训和研究服务。目前的客户包括德国技术合作公司(GTZ)、美国Aspen研究所、香港乐施会等。

商道纵横网站是商道纵横公司运营的一个中英文双语网站。该网站每天都提供最新鲜的企业社会责任和社会责任投资资讯,内容覆盖政府法规、商业实践、行业资讯以及相关研究等诸多方面。经过两年的发展,商道纵横网站已经成为本地区重要的信息来源。



<http://www.syntao.com>



<http://www.chinacsrmap.org>



<http://www.caseplace.cn>

[www.SustainabilityReport.cn](http://www.SustainabilityReport.cn)

联系我们：

商道纵横有限公司

电话：010-5869-5524

邮箱：[manager@syntao.com](mailto:manager@syntao.com)

网址：[www.syntao.com](http://www.syntao.com)

地址：北京市朝阳区东三环中路 39 号  
建外 SOHO 5 号楼 504 (100022)

