Globethics Repository



中国上市公司社会责任能力成熟度报告之指数报告

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Book chapter
Authors	肖, 红军;王, 晓光;李, 伟阳
Publisher	中国企业管理研究会责任专业委员会 北京融智企业社会责任研究所
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-12 02:36:58
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/234992

社会责任能力蓝皮书
BLUE BOOK OF



中国上市公司社会责任能力成熟度报告（2015）No.1

肖红军　王晓光　李伟阳 / 著
中国企业管理研究会社会责任专业委员会
北京融智企业社会责任研究所

社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

SLCOFY.indd 1　2015-12-8 9:14:34

图书在版编目（CIP）数据

中国上市公司社会责任能力成熟度报告. 2015. 1/肖红军，王晓光，李伟阳著. —北京：社会科学文献出版社，2015. 12
（社会责任能力成熟度蓝皮书）
ISBN 978－7－5097－8448－8

Ⅰ. ①中… Ⅱ. ①肖… ②王… ③李… Ⅲ. ①上市公司－社会责任－研究报告－中国－2015 Ⅳ. ①F279. 246

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 277194 号

社会责任能力蓝皮书
中国上市公司社会责任能力成熟度报告（2015）No. 1

著　　者／肖红军　王晓光　李伟阳

出 版 人／谢寿光
项目统筹／吴　敏
责任编辑／张　媛　吴　敏

出　　版／社会科学文献出版社·皮书出版分社（010）59367127
地址：北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦　邮编：100029
网址：www. ssap. com. cn
发　　行／市场营销中心（010）59367081　59367090
读者服务中心（010）59367028
印　　装／

规　　格／开 本：787mm × 1092mm　1/16
印 张：　　字 数：　　千字
版　　次／2015 年 12 月第 1 版　2015 年 12 月第 1 次印刷
书　　号／ISBN 978－7－5097－8448－8
定　　价／　. 00 元

皮书序列号／　－　－

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

中国企业管理研究会社会责任专业委员会简介

中国企业管理研究会，原名中国工业企业管理教育研究会，创建于1981年。1995年3月经民政部批准，改名为中国企业管理研究会。作为全国性社团组织，中国企业管理研究会的主要功能是向政府反映企业管理中出现的问题、提出企业管理政策建议；总结和推广企业的先进管理经验，并开展管理咨询服务；进行企业管理理论研究和学术交流；组织协调全国大专院校企业管理教材的编写和教学经验的交流；开展企业家经营管理知识培训和国际学术交流等。研究会现有理事单位近300家，涵盖企业、高等院校、研究机构和新闻出版单位。自成立以来，研究会不但为我国大中型企业培训了许多优秀的经营管理人才，而且还就高等管理教育的改革、成人教育的发展等问题曾向国务院和中央有关部委提出一些重要建议，受到中央有关领导同志的好评。

中国企业管理研究会社会责任专业委员会于2014年正式成立，其定位是充分发挥中国企业管理研究会的优势，将企业、高等院校、研究机构联结起来，引领中国企业社会责任发展的潮流，推动中国企业社会责任的理论与实践的发展，提高中国企业的责任竞争力。中国企业管理研究会社会责任专业委员会的理事单位来自全国多个研究机构、高等院校和知名企业，主要任务是从事社会责任基础理论研究、社会责任管理与教学案例开发、举办社会责任活动与会议、开展社会责任理论与实践优秀成果跟踪评价、提供社会责任高端培训和咨询服务。

北京融智企业社会责任研究所简介

北京融智企业社会责任研究所（简称“研究所”）是一家在北京市民政局正式注册、国内专门从事企业社会责任研究与推广的专业机构，其核心团队包括了国内较早从事社会责任研究和实践的主要专家，研究所致力为政府、企业和非政府组织在社会责任领域提供强有力的研究平台、服务平台、沟通平台、创新平台和合作平台，积极推动国内企业社会责任理论与实践的持续健康发展。

研究所始终以建设国内领先、国际一流的企业社会责任研究与服务专业机构为着眼点，坚持秉承“融生达道、智造卓越”的办所宗旨，融智成智，积极为企业探寻可持续发展之道，用智慧帮助更多企业成就卓越。

研究所拥有一支具有较高专业水平、素质全面、能力突出、经验丰富、胸怀激情、具有国际视野的研究与服务团队，融合了一批来自国内外一流高等院校以及具备管理学、经济学、社会学、金融学、环境学等不同学科背景的人才队伍，造就了一批资深的企业社会责任专家。研究所拥有广泛的产业、学界、政府、国际机构资源，建立了高层次的社会责任国际平台，与国内企业社会责任政府主管部门保持着密切的合作与联系，形成了由来自中国社会科学院、国务院发展研究中心、北京大学、北京师范大学、厦门大学、对外经贸大学等机构的国内一流专家组成的“智库”。

研究所长期以来专注于可持续发展和企业社会责任领域的研究、咨询、培训和传播，出版了多本具有较大影响力的企业社会责任著作或研究报告，创新开展了多次不同形式的企业社会责任专项培训，研发了适合中国企业实际的可持续发展和社会责任管理体系与模式，为 30 多家中央企业、金融机构以及众多中小企业提供了社会责任的专门咨询服务，组织了多次具有广泛影响的企业社会责任国际和国内会议，积极为企业搭建社会责任的沟通与传播平台。

研究所目前是国家标准委员会核心合作单位，参与中国企业社会责任标准

以及中国企业社会责任报告标准的制定。研究所创新推出了以社会责任管理能力成熟度模型为基础，以利益相关方关系管理为主线，以可持续竞争力提升为目标的社会责任管理体系和模式。

研究所一直坚持“用心、专心、同心”的客户服务理念，努力做到用心为客户谋事，专心为客户干事，同心为客户成事；一直坚持“热心、诚心、细心”的开放合作态度，不仅热心于与社会各界开展各项合作，而且始终诚信地对待合作伙伴，细心地与合作伙伴携手共进。研究所期待为更多的客户提供专业、优质的服务，实现共同成长；期待与更多的有志之士紧密协作，共创中国企业可持续发展的未来。

主要编撰者简介

肖红军　先后就读于厦门大学电子工程系、厦门大学管理学院和中国社会科学院研究生院，分别获得工程学学士、管理学硕士和管理学博士学位。目前任职于中国社会科学院工业经济研究所，主要从事企业社会责任、企业成长方面的研究，曾经主持和参与了多项国家科技支撑计划项目、“863”项目、国家社科基金项目以及国家发改委、工业和信息化部等多个部委委托的重要研究课题，在全国核心期刊上发表论文多篇。

王晓光　管理学博士，研究员，毕业于中国社会科学院研究生院，现任北京融智企业社会责任研究所所长，中国企业管理研究会副理事长，中国工业企业社会责任研究智库秘书长，国家企业社会责任标准起草组专家。主要从事企业社会责任管理、企业战略与组织等领域的研究，在企业社会责任管理与可持续竞争力领域提出了系统的理论框架。先后主持或参与了联合国开发计划署（UNDP）、国际劳工组织（ILO）、科技部、工信部、国务院国资委等国际组织与国家部委的研究项目十余个，主持大型企业的社会责任咨询与培训项目上百个，发表论文数十篇，出版专著和教材多部。

李伟阳　毕业于财政部财政科学研究所研究生部，现任国家电网公司高级培训中心副主任、党组成员，兼任中国企业管理研究会常务副理事长、厦门大学企业社会责任与企业文化研究中心首席研究员、联合国“全球契约”中国网络中心副主任、中国 ISO 社会责任专家组成员。主笔完成我国企业首份社会责任报告和首个企业履行社会责任指南，率先提出企业全面社会责任管理模式，成果荣获第十五届国家级企业管理现代化创新成果一等奖，出版著作多部，主持国家级科研项目多项。

摘　要

企业社会责任能力成熟度是对企业社会责任能力的度量，企业的社会责任能力集中体现在实现企业社会责任目标或构想所具有的知识、技能和意愿水平上。为了更加全面准确地评价中国上市公司的社会责任能力成熟度水平，为企业提升社会责任能力提供参考，推动中国企业社会责任管理实践和理论研究的发展，笔者编写了《中国上市公司社会责任能力成熟度报告（2015）No. 1》。本报告首次对“社会责任能力成熟度”概念进行了系统阐述，构建了社会责任能力成熟度模型和中国上市公司社会责任能力成熟度评价指标体系，并据此对中国沪深 300 上市公司和 15 个重点行业上市公司的社会责任能力成熟度进行了评价。全书由总报告、技术报告、指数报告、行业篇、专题篇、附录六大部分构成。

总报告是对全书主要内容的总体性概括，主要包括社会责任能力成熟度的概念和层级划分标准说明以及 2014 年中国上市公司社会责任能力成熟度总体评价结果。

技术报告系统阐述了中国上市公司社会责任能力成熟度评价规则和流程，包括评价模型、指标构建、赋值赋权、评价实施和评价分析五个部分。

指数报告是中国沪深 300 上市公司社会责任能力成熟度评价结果的报告，包括样本选择说明和评价分析两部分内容。

行业篇以能源、金融、汽车、化工、房地产、纺织服装、电子信息制造等 15 个重点行业为研究对象，分别选取了行业内市值排名前 50 的上市公司，从社会责任理念与战略、社会责任推进管理、经济价值创造能力、社会价值创造能力、环境价值创造能力、合规透明运营能力六个维度进行评价，最终得出 2014 年各行业上市公司 50 强的社会责任能力成熟度评价结果。

专题篇选取了《中国企业社会沟通创新能力报告》《中国企业社会创新能力报告》《中国企业负责任实业投资报告》三个专题进行了阐述。《中国企业

社会沟通创新能力报告》主要介绍了企业社会沟通创新的背景和社会沟通创新的模式。《中国企业社会创新能力报告》介绍了国外企业社会创新的经验，梳理了国际企业社会创新取得的进展，并对当前我国企业社会创新存在的问题提出了改进建议。《中国企业负责任实业投资报告》主要介绍了负责任实业投资的发展历程和国外经验，阐述了我国负责任实业投资的现状和存在的问题，并给出了进一步发展对策。

附录部分展示了2014年中国沪深300上市公司和15个重点行业上市公司的社会责任能力成熟度评价结果。

Abstract

CSR (Corporate Social Responsibility) Capability Maturity is the measurement of CSR capability, which epitomizes on achievements of CSR objectives or composition of existing knowledge, skills and intention level. The book "*CSR Capability Maturity Report of Chinese Listed Companies (2015) No. 1*" was compiled to comprehensively and precisely evaluate the CSR Capability Maturity level and as a reference for Chinese listed companies to enhance CSR capability, and assist in the development of CSR management practices and research by Chinese corporations as well. The definition of "CSR Capability Maturity" is systematically elaborated for the first time in this book. Furthermore, the model and evaluation index system for CSR Capability Maturity of Chinese corporations are constructed that CSR Capability Maturity of selected listed companies (including 300 from Shanghai and Shenzhen as well as 15 from key industries) are assessed accordingly. This book consists six parts, which are General Report, Technical Report, Index Report, Report on Key Industries, Report on Special Issues and Appendix.

General Report is a summary of the whole book, which includes theories of CSR Capability Maturity and illustrations on hierarchical division standards, and the evaluation result of CSR Capability Maturity for Chinese listed companies in 2014.

Technical Report systematically elaborates the evaluation rules and procedures of CSR Capability Maturity for Chinese listed companies, which consists Evaluation Model, Index Construction, Evaluation and Weight, Evaluation Implementation and Analysis, five parts in total.

Index Report is the CSR Capability Maturity evaluation results report of 300 listed companies from Shanghai and Shenzhen, including two parts, which are selection instruction and evaluation analysis.

Report on Key Industries takes 15 Key Industries as our research targets, which consists energy, financial, automobile, chemical, estate, textile and garment, electronic manufacturing industries etc. The result of CSR Capability Maturity Index

is reached from the evaluation of top 50 listed companies from various industries through six dimensions: CSR theories and strategies, CSR management, economic value creating capability, social value creating capability, environmental value creating capability, compliance and transparency operating capability.

Report on Special Issues elaborates three issues, which are "*Report on Social Communication Innovating Capability of Chinese Corporations*", "*Report on Chinese Corporations' Innovating Capability of Social Problems Solving*" and "*Report on Socially Responsible Industrial Investment of Chinese Corporations*". "*Report on Social Communication Innovating Capability of Chinese Corporations*" introduces background of innovation on corporate social communication and model of social communicating innovation. "*Report on Chinese Corporations' Innovating Capability of Social Problems Solving*" introduces innovating experiences of social problems solving by overseas companies and progress of corporate innovation on social problems solving, also proposes proper improvement suggestions on existing problems for present corporate. "*Report on Socially Responsible Industrial Investment of Chinese Corporations*" introduces development history and overseas experiences of socially responsible industrial investment, and elaborates present circumstances and existing problem of socially responsible industrial investment by Chinese corporations with further developing strategy.

Appendix presents CSR Capability Maturity Index of selected Chinese listed companies in 2014 including 300 from Shanghai and Shenzhen as well as 15 from key industries.

目　录

𝔹Ⅰ　总报告

𝔹.1　中国上市公司社会责任能力成熟度总体情况…… 001

一　社会责任能力成熟度概念界定和层级划分…… 001

二　2014 年中国沪深 300 上市公司社会责任能力成熟度评价结论…… 005

三　2014 年中国重点行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论…… 008

𝔹Ⅱ　技术报告

𝔹.2　中国上市公司社会责任能力成熟度评价方法…… 022

𝔹Ⅲ　指数报告

𝔹.3　2014 年中国沪深 300 上市公司社会责任能力成熟度评价分析　…… 048

𝔹Ⅳ　行业篇

𝔹.4　2014 年中国能源行业上市公司社会责任能力成熟度评价分析　…… 079

B.5 2014 年中国金融行业上市公司社会责任能力成熟度评价分析 …… 101

B.6 2014 年中国房地产行业上市公司社会责任能力
成熟度评价分析…… 122

B.7 2014 年中国机械行业上市公司社会责任能力成熟度评价分析 …… 144

B.8 2014 年中国汽车行业上市公司社会责任能力成熟度评价分析 …… 168

B.9 2014 年中国建筑行业上市公司社会责任能力成熟度评价分析 …… 186

B.10 2014 年中国运输行业上市公司社会责任能力成熟度评价分析 …… 206

B.11 2014 年中国电子信息制造行业上市公司社会责任能力
成熟度评价分析 …… 229

B.12 2014 年中国金属非金属与采矿行业上市公司社会责任能力
成熟度评价分析 …… 247

B.13 2014 年中国纺织服装行业上市公司社会责任能力
成熟度评价分析 …… 268

B.14 2014 年中国化工行业上市公司社会责任能力成熟度
评价分析 …… 289

B.15 2014 年中国食品行业上市公司社会责任能力成熟度
评价分析 …… 312

B.16 2014 年中国医疗保健行业上市公司社会责任能力
成熟度评价分析 …… 330

B.17 2014 年中国公用事业行业上市公司社会责任能力
成熟度评价分析 …… 347

B.18 2014 年中国电气设备行业上市公司社会责任能力
成熟度评价分析 …… 367

B V 专题篇

B.19 中国企业社会沟通创新能力报告 …… 390

B.20 中国企业社会创新能力报告 …… 414

B.21 中国企业负责任实业投资报告 …… 439

ℬ Ⅵ 附录

ℬ.22 附录一 中国沪深 300 上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 458
ℬ.23 附录二 中国能源行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 468
ℬ.24 附录三 中国金融行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 470
ℬ.25 附录四 中国房地产行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 472
ℬ.26 附录五 中国机械行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 474
ℬ.27 附录六 中国汽车行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 476
ℬ.28 附录七 中国建筑行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 478
ℬ.29 附录八 中国运输行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 480
ℬ.30 附录九 中国电子信息制造行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 482
ℬ.31 附录十 中国金属非金属与采矿行业社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 484
ℬ.32 附录十一 中国纺织服装行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 486
ℬ.33 附录十二 中国化工业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 488
ℬ.34 附录十三 中国食品行业上市公司社会责任能力
成熟度指数（2015） …… 490

B.35 附录十四 中国医疗保健行业上市公司社会责任能力成熟度指数（2015） …… 492
B.36 附录十五 中国公用事业行业上市公司社会责任能力成熟度指数（2015） …… 494
B.37 附录十六 中国电气设备行业上市公司社会责任能力成熟度指数（2015） …… 496

B.38 后记 …… 498

皮书数据库阅读使用指南

CONTENTS

ℬ Ⅰ General Report

ℬ. 1 General Circumstances of CSR Capability Maturity in Chinese Corporations / 001

1. Definition and Bierarchical Division of CSR Capability Maturity / 001

2. CSR Capability Maturity Evaluation Result of 300 Listed Companies from Shanghai and Shenzhen in 2014 / 005

3. CSR Capability Maturity Evaluation Result of Listed Company from Chinese Key Industries in 2014 / 008

ℬ Ⅱ Technical Report

ℬ. 2 Evaluation Method of CSR Capability Maturity in Chinese Corporations / 022

ℬ Ⅲ Index Report

ℬ. 3 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of 300 Listed Companies from Shanghai and Shenzhen in 2014 / 048

SLCOFY.indd 5 2015-12-8 9:14:36

ⅣReports on Key Industries

Ⅳ. 4 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Energy Industry in 2014 / 079

Ⅳ. 5 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Financial Industry in 2014 / 101

Ⅳ. 6 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Estate Industry in 2014 / 122

Ⅳ. 7 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Machinery Industry in 2014 / 144

Ⅳ. 8 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Automobile Industry in 2014 / 168

Ⅳ. 9 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Construction Industry in 2014 / 186

Ⅳ. 10 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Transportation Industry in 2014 / 206

Ⅳ. 11 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Electronic Manufacturing Industry in 2014 / 229

Ⅳ. 12 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Metal and Nonmetal Mining Industry in 2014 / 247

Ⅳ. 13 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Textile and Garment Industry in 2014 / 268

Ⅳ. 14 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Chemical Industry in 2014 / 289

Ⅳ. 15 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Food Industry in 2014 / 312

Ⅳ. 16 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Healthcare Industry in 2014 / 330

SLCOFY.indd 6 2015-12-8 9:14:36

B. 17 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Public Utility Industry in 2014 / 347

B. 18 CSR Capability Maturity Evaluating Analysis of Chinese Listed Companies from the Electrical Equipment Industry in 2014 / 367

B V Reports on Special Issues

B. 19 Report on Social Communication Innovating Capability of Chinese Corporations / 390

B. 20 Report on Chinese Corporations' Innovating Capability of Social Problems Solving / 414

B. 21 Report on Socially Responsible Industrial Investment of Chinese Corporations / 439

B VI Appendixes

B. 22 Appendix 1 CSR Capability Maturity Index of 300 Listed Companies from Shanghai and Shenzhen (2015) / 458

B. 23 Appendix 2 CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Energy Industry (2015) / 468

B. 24 Appendix 3 CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Financial Industry (2015) / 470

B. 25 Appendix 4 CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Estate Industry (2015) / 472

B. 26 Appendix 5 CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Machinery Industry (2015) / 474

B. 27 Appendix 6 CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Automobile Industry (2015) / 476

SLCOFY.indd 7 2015-12-8 9:14:37

B. 28	Appendix 7	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Construction Industry (2015)	/ 478
B. 29	Appendix 8	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Transportation Industry (2015)	/ 480
B. 30	Appendix 9	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Electronic Manufacturing Industry (2015)	/ 482
B. 31	Appendix 10	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Metal and Nonmetal Mining Industry (2015)	/ 484
B. 32	Appendix 11	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Textile and Garment Industry (2015)	/ 486
B. 33	Appendix 12	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Chemical Industry (2015)	/ 488
B. 34	Appendix 13	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Food Industry (2015)	/ 490
B. 35	Appendix 14	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Healthcare Industry (2015)	/ 492
B. 36	Appendix 15	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Utility Industry (2015)	/ 494
B. 37	Appendix 16	CSR Capability Maturity Index of Chinese Listed Companies from the Electrical Equipment Industry (2015)	/ 496
B. 38	Afterword		/ 498

SLCOFY.indd 8 2015-12-8 9:14:37

总 报 告

BLUE BOOK

General Report

B.1
中国上市公司社会责任能力成熟度总体情况

摘 要: 本文首先对社会责任能力成熟度的概念进行了界定，并说明社会责任能力成熟度等级的划分依据，将企业社会责任能力成熟度划分为无能级、弱能级、本能级、强能级、超能级。然后对报告的主要研究结论进行了阐述，包括沪深300上市公司的社会责任能力成熟度评价结果和15个主要行业上市公司的社会责任能力成熟度评价结果。

关键词: 社会责任能力成熟度 层级划分 评价结论

一 社会责任能力成熟度概念界定和层级划分

（一）概念界定

企业社会责任能力成熟度是对企业社会责任能力的度量，企业社会责任能

力集中体现在实现企业社会责任目标或构想所具有的知识、技能和意愿水平。企业社会责任能力成熟度具有四个显著特征，分别为涵盖内容的综合性、反映社会责任水平的层级性、提升路径的指向性和不断演进的动态性。所谓涵盖内容的综合性，就是企业社会责任能力成熟度不是度量企业社会责任能力特定方面的单一指标，而是包含度量企业社会责任管理水平、企业社会责任实践水平以及企业社会责任总结传播水平等在内的综合性指标。所谓反映社会责任水平的层级性，就是企业社会责任能力成熟度具有不同的层级，企业社会责任能力成熟度的层级反映了不同企业社会责任能力的强弱；处于较高成熟度级别的企业具有较强的企业社会责任能力，处于较低成熟度级别的企业具有较弱的企业社会责任能力。所谓提升路径的指向性，是指由于企业社会责任能力成熟度具有层级性，而企业社会责任能力成熟度的高低标识了企业社会责任能力的强弱，企业社会责任能力成熟度指标就为处于不同社会责任能力等级水平的企业指明了进一步开展社会责任能力建设的方向或路线图。所谓不断演进的动态性，是指企业社会责任能力成熟度不是一个静态的概念，随着企业社会责任能力的变化而变化，致力于开展社会责任管理、实践和信息传播的企业要加大企业社会责任能力建设力度，推进自身社会责任能力成熟度向更优更强的方向演进。

（二）层级划分

企业社会责任能力是一个从弱到强的“连续体”，企业社会责任能力强弱不同，在这一“连续体”上的位置也不同。为了度量企业社会责任能力成熟度的科学性，笔者采取百分制的原则计量企业社会责任能力成熟度。如此，企业社会责任能力由弱到强的“连续体”就实现了数量化，企业社会责任能力的强弱也就表现为企业社会责任能力成熟度的高低。按照企业社会责任能力建设水平的高低，本研究将企业社会责任能力成熟度划分为五个基本级别，分别为无能级、弱能级、本能级、强能级和超能级。

1. 无能级

处于无能级的企业社会责任工作基本特征是缺省无序。无论是企业社会责任管理状况，还是企业社会责任实践水平，抑或是企业社会责任的总结宣传水平，均表现为杂乱无章。该类企业的社会责任管理活动、社会责任实践活动以

及社会责任总结宣传活动往往不是企业主动的社会责任活动，仅是企业以其他“名义”开展的具有社会责任特点的活动而已。比如，在企业社会责任理念和战略方面，该类企业往往没有社会责任理念和战略；在社会责任推进管理方面，该类企业往往尚未开展企业社会责任推进管理；在经济价值创造能力方面，该类企业可能开展一定程度上独立的经济价值创造，这种价值创造并不是建立在对社会责任认识的基础上；在社会和环境价值创造能力方面，该类企业既没有任何创造社会价值的意识，也没有任何创造环境价值的意识；在合规透明运营能力方面，该类企业可能开展了一定程度上独立的合规透明运营实践。所以，从数量化的角度来看，该类企业的社会责任能力成熟度得分处于 30 分之下（不包括 30 分）。

2. 弱能级

处于弱能级的企业社会责任能力基本特点表现为启蒙跟随。与处于无能级的企业相比，它们的社会责任理念和意识已经处于启蒙状态，不仅开始跟随其他企业试探开展社会责任工作，而且还开始有意识地将具有自身企业社会责任性质的管理活动、实践活动以及总结宣传活动置于企业社会责任的“名义”之下。比如，尽管该类企业在社会责任理念和战略方面，并没有形成社会责任理念和战略，在社会责任推进管理方面，也没有开展企业社会责任推进管理。但是，在经济价值创造能力、社会价值创造能力、环境价值创造能力和合规透明运营能力方面，该类企业分别初步建立经济价值创造、社会价值创造、环境价值创造以及合规透明运营与企业社会责任之间的认知联系。所以，该类企业社会责任能力建设的基本目标是形成自身开展社会责任工作的基础。因此，从数量化的角度来看，该类企业的社会责任能力成熟度得分处于 30 分到 60 分之间（包括 30 分，不包括 60 分）。

3. 本能级

整合赶超是处于本能级的企业社会责任能力成熟度的基本特征，它们的企业社会责任能力处于中等水平，与处于无能级和弱能级的企业相比，其企业社会责任能力建设已经“及格”，开始进一步探索开展社会责任管理、进行社会责任实践以及推进社会责任总结宣传。整合具有企业社会责任性质的管理资源、实践资源和总结宣传资源是该类企业的主要社会责任工作，基本目标是赶超国内外先进企业，并培养国内领先的企业社会责任能力。不仅如此，该类企

业，在社会责任理念和战略方面已经基本具有社会责任能力；在社会责任推进管理方面，也初步开展了企业社会责任推进管理，并具备了从社会责任的视角看待经济价值创造的思路和能力。除此之外，该类企业也已经创造了基本的社会价值和环境价值，并建立了合规透明运营与社会责任之间的联系。所以，从数量化的角度来看，处于本能级的企业社会责任能力成熟度得分处于 60 分到 80 分之间（包括 60 分，不包括 80 分）。

4. 强能级

当企业社会责任能力成熟度达到强能级时，优化社会责任管理活动、社会责任实践活动和社会责任总结宣传活动开始成为重点，进一步提升企业社会责任能力成为中心工作，形成国内一流的企业社会责任管理和实践变为基本目标。由于国内一流是处于强能级企业开展社会责任管理、进行社会责任实践以及推进社会责任总结宣传的基本目标导向，这类企业对于企业社会责任理论具有强烈的偏好，不仅通过自身努力探索总结企业社会责任理论，而且不断尝试企业社会责任管理、实践和总结宣传活动的创新形式。从企业社会责任能力成熟度的六个维度来看，在社会责任理念和战略方面，该类企业不仅具有较好的企业社会责任理念，而且也初步形成了社会责任战略；在社会责任推进管理方面，该类企业已经建立了一定的社会责任推进管理体系。不仅如此，该类企业已经较好地创造了经济价值、社会价值和环境价值，并且能够从社会责任的角度推进合规透明运营。从数量化的角度来看，处于强能级的企业社会责任能力成熟度得分处于 80 分到 90 分之间（包括 80 分，不包括 90 分）。

5. 超能级

超能级是企业社会责任能力的最高级别，该级别的企业社会责任能力成熟度得分在 90 分以上（包括 90 分），其社会责任工作的基本特征就是创新拓展，通过创新企业社会责任管理的模式、企业社会责任实践的方式以及企业社会责任总结宣传的途径，实现企业社会责任工作的进一步拓展。该类企业社会责任工作的根本目标是培养具备国际水平的企业社会责任能力，它们不仅是国内企业开展社会责任能力建设的跟随对象，而且也是国际企业开展社会责任能力建设的重要标杆。具体来看，该类企业已经具有了较好的社会责任理念，也制定了较好的社会责任战略；在社会责任推进管理方面，也已经建立完善的社会责任推进管理体系；在合规透明运营能力方面，建立了完善的合规透明运营体

系。不仅如此，在经济价值创造能力、社会价值创造能力和环境价值创造能力方面，该类企业均创造了卓越的价值。企业社会责任能力成熟度等级划分及特征如表1所示。

表1　企业社会责任能力成熟度等级划分及特征

级别编号	级别名称	基本特点	基本目标	分值分布	社会责任理念与战略	社会责任推进管理	经济价值创造能力	社会价值创造能力	环境价值创造能力	合规透明运营能力
Ⅰ	无能级	缺省无序	无目标	[0,30)	没有社会责任理念和战略	尚未开展企业社会责任推进管理	开展一定程度独立的经济价值创造	无意识创造社会价值	无意识创造环境价值	开展一定程度独立的合规透明运营
Ⅱ	弱能级	启蒙跟随	打造基础	[30,60)	没有社会责任理念和战略	尚未开展企业社会责任推进管理	将经济价值创造与社会责任建立初步联系	初步开展社会价值创造	初步开展环境价值创造	初步建立合规透明运营与社会责任的认知联系
Ⅲ	本能级	整合赶超	国内领先	[60,80)	初步具有社会责任理念,无战略	初步开展企业社会责任推进管理	从社会责任角度看待经济价值创造	创造了基本的社会价值	创造了基本的环境价值	建立了合规透明运营与社会责任之间的联系
Ⅳ	强能级	优化提升	国内一流	[80,90)	具有较好的社会责任理念和初步的战略	建立了一定的社会责任推进管理体系	较好地创造了经济价值	较好地创造了社会价值	较好地创造了环境价值	从社会责任的角度推进合规透明运营
Ⅴ	超能级	创新拓展	国际水平	[90,100]	具有较好的社会责任理念和战略	建立了完善的社会责任推进管理体系	创造了卓越的经济价值	创造了卓越的社会价值	创造了卓越的环境价值	建立完善的合规透明运营体系

二　2014年中国沪深300上市公司社会责任能力成熟度评价结论

（一）中国上市公司社会责任能力成熟度水平整体偏低

2014年沪深300上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为35.43分，整体处于弱能级，这表明我国上市公司的社会责任能力成熟度整体水平偏低。在

300 家上市公司中，没有任何一家进入强能级和超能级；社会责任能力成熟度达到本能级的上市公司有 12 家，占比仅为 4%；处于无能级的上市公司多达 113 家，占比 37.67%；其余 175 家皆处于弱能级水平，占比 58.33%。

（二）经济价值创造能力突出，社会责任推进管理不足

在社会责任能力成熟度的六个维度中，300 家上市公司的经济价值创造能力得分最高，平均分为 61.86 分，社会责任推进管理得分最低，平均分仅为 9.38 分，两者相差超过 50 分。其他维度的平均得分依次为社会责任理念与战略 32.36 分、社会价值创造能力 32.73 分、环境价值创造能力 22.07 分、合规透明运营能力 52.73 分。

（三）深交所上市公司的社会责任能力成熟度略高于上交所

沪深 300 上市公司中，深交所上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 36.43 分，上交所上市公司的平均得分为 34.73 分，两者都处于弱能级，深交所上市公司略高于上交所上市公司。从成熟度的六个维度来看，除“社会责任推进管理”维度外，其余五个维度的得分均是深交所上市公司高于上交所上市公司。

（四）企业规模与社会责任能力成熟度之间呈现清晰的正向关系

为了研究企业规模与社会责任能力成熟度之间的关系，笔者将净资产、总资产、营业收入和市值等反映企业规模的指标划分为 100 亿元以下（不包括 100 亿元）、100 亿到 1000 亿元（不包括 1000 亿元）、1000 亿到 5000 亿元（不包括 5000 亿元）、5000 亿到 10000 亿元（不包括 10000 亿元）、10000 亿元以上（包括 10000 亿元）五个组别。

统计显示，无论是从总资产还是从营业收入和市值方面对上市公司的社会责任能力成熟度进行评价，都可以得出：上市公司的规模与社会责任能力成熟度之间呈现正向关系，即企业的社会责任能力成熟度水平随着总资产规模、营业收入、市值的增长呈现明显上升趋势。

这一结果符合我们常说的“责任铁律”——能力越大，责任越大。随着企业规模的增加，企业对利益相关方的影响也随之增强，利益相关方对企业的

要求和期待也同步提高。因此，企业所担负的社会责任也随之增加，这就必然促使企业满足利益相关方更高更深入的诉求。否则，企业的规模扩展就会受到限制。

（五）金融行业上市公司的社会责任能力成熟度优于其他行业

300 家上市公司涵盖了公用事业、工业、商业、房地产业、金融业、综合类共六大行业，其中，金融行业上市公司的社会责任能力成熟度得分最高，平均分为 38. 18 分，整体处于弱能级；综合类行业上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 26. 75 分，整体处于无能级。

（六）国有控股上市公司的社会责任能力成熟度水平高于非国有控股上市公司

沪深 300 上市公司中，国有控股上市公司占比 67%（201 家），非国有控股上市公司占比 33%（99 家）。统计显示，国有控股上市公司的社会责任能力成熟度平均得分 37. 19 分，非国有控股上市公司的社会责任能力成熟度平均得分 31. 85 分，两者都处于弱能级，国有控股上市公司的得分高于非国有控股上市公司。

（七）企业社会责任能力成熟度水平随着股权集中度的提高而整体上升

将前四大股东所占股份比例作为股权集中度的指标来分析企业社会责任能力成熟度与企业股权集中度之间的关系，分析发现，随着前四位股东持股比例的提升，企业社会责任能力成熟度得分也随之上升。具体而言，股权集中度处于 20% ~40% 、40% ~60% 、60% ~80% 以及 80% 以上的上市公司，其社会责任能力成熟度平均得分依次为 30. 57 分、34. 47 分、34. 65 分、42. 75 分，上升趋势明显。

股权集中度反映了上市公司的股权分布状态，能在一定程度上衡量上市公司稳定性的强弱。从决策层面考虑，股权集中度越高意味着决策效率越高，越有利于推动重大项目开展。因此，相较于股权分散的企业，股权集中度高的企

业在推进社会责任工作中的决策效率和资源调配能力可能更高更强，社会责任能力成熟度水平也就越高。

三　2014年中国重点行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

（一）能源行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 能源行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于弱能级

50 家能源企业的社会责任能力成熟度平均得分为 34.56 分，整体处于弱能级。其中，企业社会责任能力成熟度处于无能级的公司有 23 家，占比 46%；企业社会责任能力成熟度处于弱能级的公司有 24 家，占比 48%；企业社会责任能力成熟度处于本能级的公司有 3 家，即排名前三位的兖州煤业、中国石化、中国神华；没有任何能源行业上市公司的企业社会责任能力成熟度处于强能级或者超能级。

2. 能源行业上市公司的环境管理水平整体较高

环境管理是企业开展环保工作的基础和保障，包括建立环境管理体系、遵守国家环保政策、环保投入和环保负面信息披露。统计显示，50 家能源行业上市公司的“环境管理”指标平均得分 49.59 分。从得分分布来看，有 13 家公司的得分低于 30 分，有 24 家公司的得分在 60 分以上，另外 13 家公司的得分处于 30～60 分。这说明，大部分能源上市公司建立了环境管理体系，而且体系较为完善，并通过了相关体系认证，在每年的预算中也都安排了一定的环保投入资金。

（二）金融行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 金融行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于弱能级

50 家金融行业上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 35.92 分，整体处于弱能级。其中，有 16 家公司处于无能级，有 32 家公司处于弱能级，有 2 家公司处于本能级，分别是农业银行和华夏银行。

2. 国有金融企业的社会责任能力成熟度水平领先于民营金融企业

在市值最大的50家金融上市公司中，包含12家民营企业和38家国有企业。统计显示，国有金融上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为38.94分，属于弱能级；民营金融上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为26.36分，属于无能级。显然，国有金融企业的社会责任能力成熟度水平领先于民营金融企业。从社会责任能力成熟度的六个维度来看，国有企业的各项维度得分也都高于民营企业。

3. 银行业上市公司的社会责任能力成熟度水平高于保险业

在50家金融上市公司中，包含16家银行业上市公司、5家保险业上市公司以及29家多元金融上市公司（证券、信托等）。统计显示，三者的社会责任能力成熟度平均得分依次为46.92分、33.88分和30.20分，银行业上市公司社会责任能力成熟度水平明显高于保险业和多元金融行业上市公司。从成熟度的六个维度来看，银行业上市公司的各项维度得分也都高于保险业和多元金融行业上市公司。

4. 金融行业上市公司的社会责任理念相对领先

金融行业上市公司的社会责任理念相对领先，即大多数金融公司在企业使命或企业愿景中融入了与社会责任相关的理念和原则，表现突出的企业还制定了专门的社会责任愿景。从得分来看，“责任理念”指标的平均得分为46.15分，其中，有19家公司的得分低于30分，有12家公司的得分处于30～60分，有11家公司的得分处于60～80分，有8家公司的得分高于80分。与其他行业相比，金融行业上市公司的社会责任理念相对领先。

（三）房地产行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 房地产行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于无能级水平

50家房地产行业上市公司社会责任能力成熟度平均得分27.22分，整体处于无能级。其中，有31家公司的得分处于30分以下，占样本总量的62%；其余19家公司得分处于30～60分；没有任何一家公司得分超过60分。

2. 房地产行业上市公司的直接经济价值创造能力十分突出

从直接经济价值和间接经济价值两个方面来看，房地产行业上市公司的直接经济价值创造能力更加突出。统计显示，50家房地产行业上市公司的“直

接经济价值”指标平均得分79.21分，得分较高。从得分分布来看，92%的公司得分超过60分，其中得分处于80~100分的公司有32家。这说明，2014年房地产行业上市公司的营业收入普遍较好，且利润率较高。从样本信息来看，营业收入超过100亿元的公司有15家，市值超过100亿元的公司有40家。

3. 房地产行业上市公司的社会价值创造能力不足

“为社区创造价值”指标在社会价值创造能力包含的各项二级指标中得分最低，平均分仅为9.06分。从得分分布来看，在50家上市公司中，得分超过30分的只有9家。虽然房地产行业天然与“社区”有关系，但是房地产企业在主动为社区创造价值方面的表现并不好。企业普遍没有制定促进社区发展的政策，也没有系统性的社区沟通机制，开展的社区项目多以临时性活动为主。

（四）机械行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 机械行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于无能级

50家机械企业的社会责任能力成熟度平均得分为26.71分，整体处于无能级。其中，企业社会责任能力成熟度处于无能级的公司有30家，占比60%；处于弱能级的公司有20家，占比40%。

2. 机械行业上市公司社会责任能力成熟度不同维度之间差异较大

从社会责任能力成熟度的六个维度来看，机械行业上市公司的经济价值创造能力得分最高，平均得分为52.42分，社会责任理念与战略得分次之，平均得分为38.17分，均处于弱能级；合规透明运营能力平均得分为33.30分，也处于弱能级；社会价值创造能力、环境价值创造能力和社会责任推进管理平均得分分别为23.71分、14.38分和3.39分。

3. 机械行业上市公司在责任治理方面尚不成熟

责任治理要求企业建立必要的组织体系和工作机制，保证企业社会责任理念得以贯彻，保证社会责任战略和目标得以落实。统计显示，50家机械行业上市公司的“责任治理”指标平均得分为7.93分，得分较低。从得分分布来看，有46家企业的得分在30分以下，4家企业的得分处于60~80分。责任治理涉及“社会责任领导机构”“社会责任工作机构”“社会责任工作机制”三项指标，三项指标的平均得分依次为7.68分、6.90分和9.28分。这说明，大

部分机械行业上市公司没有成立专门的社会责任工作机构，设置的社会责任领导机构发挥的作用有限，社会责任工作机制不明确。

（五）汽车行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 汽车行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于无能级

50 家汽车企业的社会责任能力成熟度平均得分为 21.79 分，整体处于无能级。从得分分布来看，所有企业的得分均低于 60 分，其中得分在 30～60 分的企业有 7 家，其余 43 家的得分均处于 30 分以下。

2. 汽车行业上市公司的环境价值创造能力整体偏低

50 家汽车行业上市公司的环境价值创造能力平均得分为 12.83 分，得分比较低。从得分分布来看，没有一家企业的得分超过 60 分；得分低于 30 分的企业多达 44 家，占比 88%。这说明，汽车行业在参与环境改善和建设方面做出的努力还不够，尤其是在应对气候变化和污染减排方面。从具体指标来看，环境价值创造能力涉及“环境管理、污染减排、资源可持续利用、应对气候变化、生态环境保护”五项二级指标，其中，“环境管理”指标平均得分为 34.12 分，其他指标的平均得分均低于 10 分。这表明，汽车企业的污染减排实际效果并不理想，参与解决气候变化、生态修复等公共环境问题的意愿也普遍较弱。

（六）建筑行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 建筑行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于无能级

50 家建筑企业的社会责任能力成熟度平均得分为 29.47 分，整体处于无能级。从得分分布来看，得分超过 60 分的企业有 1 家，是中国交建；得分在 30～60 分的企业有 19 家，占比 38%；剩余 30 家企业的得分低于 30 分，占比 60%。

2. 国有建筑上市公司的社会责任能力成熟度高于民营建筑上市公司

在市值最大的 50 家建筑上市公司中，包含 18 家民营上市公司和 32 家国有上市公司，国有建筑上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 30.60 分，民营建筑上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 27.47 分。统计显示，无论是从社会责任能力成熟度的六个维度还是从最终结果来看，国有上市公司的

得分均高于民营上市公司。

3. 上交所的建筑上市公司社会责任能力成熟度水平高于深交所

在50家建筑上市公司中，有27家在上交所上市，占样本总量的54%，有23家在深交所上市，占样本总量的46%。统计发现，在上交所上市的建筑公司社会责任能力成熟度平均得分为32.56分，处于弱能级，深交所的建筑上市公司社会责任能力成熟度平均得分为25.85分，处于无能级，上交所上市公司的得分高于深交所上市公司。从社会责任能力成熟度的六大维度来看，上交所的建筑上市公司得分均高于深交所的建筑上市公司。

4. 社会责任管理投入比较匮乏

社会责任管理投入是企业为推进社会责任工作给予的资源保障，比如是否建立了年度社会责任专项资金预算，有没有安排社会责任专职人员或兼职人员处理公司社会责任事务。50家建筑行业上市公司“社会责任管理投入”指标平均得分低于10分，其中，有48家企业的得分均在30分以下。其原因在于，大部分企业没有建立年度社会责任专项资金预算，仅临时对需要在社会责任工作上的花费实行申报；没有安排社会责任专职人员或只安排了1～2名社会责任兼职人员来处理社会责任事务。

（七）运输行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 运输行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于弱能级

2014年50家运输行业上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为37.39分，整体处于弱能级。在50家上市公司中，没有任何一家公司达到强能级和超能级；10%（5家）的公司得分超过60分，达到本能级；28%（14家）的公司得分在30分以下，处于无能级；62%（31家）的公司得分在30～60分，处于弱能级。

2. 运输行业上市公司的社会责任推进管理维度表现相对最差

从社会责任能力成熟度的六个维度来看，运输行业上市公司的经济价值创造能力得分最高，平均得分为64.68分；合规透明运营能力得分次之，平均分为52.96分；社会责任理念与战略、社会价值创造能力和环境价值创造能力得分分别为45.12分、33.38分和22.18分；社会责任推进管理得分最低，平均得分为9.45分。

3. 央企上市公司的社会责任能力成熟度水平高于地方国有上市公司和民营上市公司

在运输行业市值最大的 50 家上市公司中，包含 14 家中央企业、34 家地方国有企业和 2 家民营企业。从不同所有制来看，国有企业中的中央企业社会责任能力成熟度平均得分为 44.61 分，地方国有企业的社会责任能力成熟度平均得分为 34.54 分，民营企业的社会责任能力成熟度平均得分为 35.35 分，中央企业的得分明显高于地方国有企业和民营企业。从社会责任能力成熟度的六个维度来看，国有上市公司的社会责任推进管理、社会价值创造能力、环境价值创造能力和合规透明运营能力得分均高于民营上市公司，民营上市公司的社会责任理念与战略和经济价值创造能力得分高于国有上市公司。

（八）电子信息制造行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 电子信息制造行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于无能级

50 家电子信息制造企业的社会责任能力成熟度平均得分为 20.92 分，整体处于无能级。得分在 30 分以下的企业有 41 家，占样本总量的 82%；得分处于 30～60 分的企业有 9 家；没有任何一家企业的得分超过 60 分。这说明，整个电子信息制造行业的企业社会责任能力成熟度水平偏低。电子信息制造行业中得分最高的是歌尔声学，其社会责任能力成熟度得分为 50.8 分。

2. 国有电子信息制造业上市公司与民营电子信息制造业上市公司的社会责任能力成熟度水平差异不明显

50 家电子信息制造业上市公司中，包含 25 家民营企业和 25 家国有企业，国有电子信息制造企业的社会责任能力成熟度平均分为 23.36 分，民营电子信息制造企业的社会责任能力成熟度平均分为 19.63 分，两者都处于无能级，国企得分略高于民企，但差别不明显。

3. 电子信息制造行业上市公司总资产与社会责任能力成熟度呈正相关关系

为了研究企业规模与社会责任能力成熟度之间的关系，本研究选取了企业总资产、营业收入、市值三项指标作为参考，并按照 10 亿元以下（不包括 10 亿元）、10 亿～50 亿元（不包括 50 亿元）、50 亿～100 亿元（不包括 100 亿元）、100 亿～150 亿元（不包括 150 亿元）、150 亿元以上（包括 150 亿元）分别将三项指标划分为五个组别。

电子信息制造行业上市公司总资产在 10 亿元以下的社会责任能力成熟度平均得分为 11.86 分，10 亿～50 亿元的社会责任能力成熟度平均得分为 14.19 分，50 亿～100 亿元的社会责任能力成熟度平均得分为 24.23 分，100 亿～150 亿元的社会责任能力成熟度平均得分为 23.49 分，而大于 150 亿元的社会责任能力成熟度平均得分为 30.32 分。由此发现，电子信息制造行业上市公司的社会责任能力成熟度与企业规模呈正相关关系。

4. 电子信息制造行业上市公司社会责任推进管理不足

企业的社会责任推进管理主要包括责任治理、能力建设、制度建设、责任绩效评估、社会责任管理投入五大方面。统计显示，50 家电子信息制造行业上市公司的社会责任推进管理平均得分仅为 2.78 分，得分很低。其中 48 家企业的得分处于 30 分以下，只有 2 家企业的得分超过 30 分。这表明，社会责任推进管理是当前我国电子信息制造行业企业提升社会责任成熟度的瓶颈所在。

（九）金属非金属与采矿行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 社会责任能力成熟度整体处于弱能级

2014 年金属非金属与采矿行业上市公司 50 强的社会责任能力成熟度平均得分为 30.73 分，整体处于弱能级。强能级和超能级公司数量为 0，仅有太钢不锈 1 家企业得分超过 60 分，达到本能级；54% 的企业得分在 0～30 分，处于无能级；44% 的企业得分在 30～60 分，处于弱能级。

2. 社会责任能力成熟度不同维度之间的差异较大

从社会责任能力成熟度的六个维度来看，金属非金属与采矿行业 50 家上市公司的经济价值创造能力得分最高，平均分为 45.41 分；合规透明运营能力得分次之，平均分为 44.76 分；社会责任理念与战略、环境价值创造能力和社会价值创造能力得分分别为 32.62 分、29.23 分和 29.13 分；社会责任推进管理得分最低，为 4.08 分。

3. 社会责任理念融入和战略认知处于起步阶段

金属非金属与采矿行业 50 家上市公司的社会责任理念与战略平均得分为 32.62 分，其中，有 47 家公司的得分低于 60 分。这表示，绝大多数金属非金属与采矿企业还没有将社会责任理念融入企业愿景、使命和价值观中，也没有

制定明确的社会责任战略或者将社会责任原则融入企业发展战略中。总体而言，对社会责任理念的认知以及战略规划都处于起步阶段。

4. 社区沟通机制缺失，社区共建项目数量较少

“为社区创造价值”是企业社会价值创造能力的重要指标。统计显示，50家金属非金属与采矿行业上市公司“为社区创造价值”指标平均得分为17.22分，在社会价值创造能力六项二级指标中得分最低。从得分分布来看，在50家公司中，有72%的公司得分低于30分，有18%的公司得分处于30~60分，得分在60分以上的公司仅有5家，占10%。这表明，金属非金属与采矿行业上市公司忽视社区关系管理，社区与企业的互动沟通机制尚不完善，开展的社区项目数量也比较少。

（十）纺织服装行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 社会责任能力成熟度整体处于无能级

50家纺织服装行业上市公司社会责任能力成熟度平均得分26.17分，整体处于无能级。其中，最高得分为52.72分，最低得分为10.20分。从得分分布来看，有72%（36家）的公司得分处于30分以下，剩余28%（14家）的公司得分处于30~60分，没有任何一家公司得分超过60分。

2. 国有纺织服装上市公司与非国有纺织服装上市公司的社会责任能力成熟度水平差别不明显

在50家纺织服装上市公司中，有10家国有企业和40家非国有企业。统计显示，国有纺织服装上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为26.84分，非国有纺织服装上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为26.00分，两者都处于无能级，相差不到1分。从社会责任能力成熟度的六个维度来看，两者的得分差别也不是很明显。

3. 随着企业成立时间的增长，企业社会责任能力成熟度水平呈现下降趋势

为了研究企业成立时间与社会责任能力成熟度之间的关系，本研究将企业成立年份距离2015年的时间划分为5年以下（不包括5年）、5~10年（不包括10年）、10~15年（不包括15年）、15~20年（不包括20年）、20年以上（包括20年）共五个组别。统计显示，50家上市公司的成立时间都超过5年，其中成立时间处于5~10年的公司有4家，成立时间处于10~15年的公司有17家，

成立时间处于15~20年的公司有15家，成立时间超过20年的公司有14家。

评价结果得出，成立时间处于5~10年的公司，社会责任能力成熟度平均得分为29.48分；成立时间处于10~15年的公司，社会责任能力成熟度平均得分为26.67分；成立时间处于15~20年的公司，社会责任能力成熟度平均得分为25.97分；成立时间处于20年以上的公司，社会责任能力成熟度平均得分为24.81分。很明显，随着成立时间的增长，企业社会责任能力成熟度水平呈现下降趋势。

4. 责任理念与企业文化的融合程度相对较好

50家纺织服装上市公司的“责任理念”指标平均得分为43.54分，其中，有10家公司的得分处于60~80分，有6家公司的得分处于80~90分，有2家公司得分超过90分。纺织服装行业诞生了我国第一个行业层面的社会责任行为准则CSC9000T，这在一定程度上促进了纺织服装行业的社会责任发展，特别是在理念灌输和体系建设方面。从责任理念包含的三级指标来看，纺织服装行业上市公司的“融入企业使命、融入企业价值观、融入企业愿景（社会责任愿景）”三项指标得分均在40分以上。

（十一）化工行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 化工行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于弱能级

2014年化工行业上市公司50强社会责任能力成熟度最高得分为56.60分，最低得分为22.13分，平均得分为35.88分，整体处于弱能级。从具体分布来看，在化工行业50家上市公司中，企业社会责任能力成熟度全部集中在无能级和弱能级两个级别范畴，其中处于弱能级的公司数量最多，有34家，约占评价对象的2/3；其余16家公司的企业社会责任能力成熟度属于无能级。

2. 间接经济价值创造能力较好

化工行业上市公司的间接经济价值创造能力优于直接经济价值创造能力。对比“直接经济价值”和“间接经济价值”指标发现，“间接经济价值”指标得分在60分以上各分段的化工企业均多于“直接经济价值”指标中企业的分布。化工行业50家上市公司“间接经济价值”指标得分较高的主要原因是在税收、就业、创新等方面能力较为突出，相关指标的得分均超过80分。

3. 污染减排效果与行业排放标准之间仍有较大差距

从“污染减排”指标来看，50 家化工行业上市公司的“污染减排”指标平均得分为 27.97 分。其中，有 28 家公司的得分在 30 分以下，有 20 家公司的得分处于 30～60 分。对比化工行业上市公司的“环境管理”指标得分可以看出，“污染减排”指标得分明显低于“环境管理”指标得分。这说明，虽然大部分化工企业建立了环境管理体系，并通过了相关认证，但是实际减排效果并不理想，各项污染物的排放标准还没有完全满足排放要求。

4. 与社会公众的沟通不足

50 家化工行业上市公司的“沟通参与”指标平均得分为 34.29 分，在合规透明运营能力各项二级指标中得分最低，这表示，化工行业上市公司与社会公众的沟通不足。与快速消费、零售等行业相比，化工行业与普通消费者很少发生直接的关系，因此在与社会公众沟通方面相对不足。

（十二）食品行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 食品行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于无能级

50 家食品行业上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 20.04 分，整体处于无能级。从得分分布来看，没有任何一家企业的得分超过 60 分；得分处于 30～60 分的仅有 8 家，占样本总量的 16%；剩余 42 家企业的得分均低于 30 分。

2. 不同上市时间的食品企业，其社会责任能力成熟度水平之间的差异不大

上市时间低于 5 年的企业和上市时间处于 15～20 年的企业，其社会责任能力成熟度水平有差异并不显著。统计显示，在 50 家食品上市公司中，上市时间 5 年以下的公司有 8 家，其社会责任能力成熟度平均得分为 21.86 分；上市时间介于 5～10 年的企业有 16 家，其社会责任能力成熟度平均得分为 16.78 分；上市时间处于 10～15 年的企业有 9 家，其社会责任能力成熟度平均得分为 19.16 分；上市时间在 15～20 年的企业有 13 家，其社会责任能力成熟度平均得分为 24.19 分；上市时间处于 20 年以上的企业有 4 家，其社会责任能力成熟度平均得分为 17.93 分。可以看出，不同上市时间的企业之间，社会责任能力成熟度水平的差异并不大。

3. 社会责任战略与公司战略融入存在问题

社会责任战略是企业开展社会责任实践的宏观指导，其中也包括社会责任工作的阶段性目标。“责任战略”指标主要衡量企业是否从战略高度将社会环境目标、利益相关方期望与企业发展目标融合，让履行社会责任成为企业发展战略的一部分。统计显示，50 家食品行业上市公司的“责任战略”指标平均得分仅为 6.54 分，其中，48 家企业得分处于 30 分以下，仅有 2 家企业的得分位于 30 分以上。这说明，大部分食品企业没有制定专门的可持续发展战略，也没有制定社会责任专项规划。有的企业虽然制定了可持续发展战略，但是内容比较空洞，在执行过程中可操作性低，并不能真正与企业管理运营相结合。

4. 客户价值创造能力较低

50 家食品行业上市公司社会价值创造能力得分为 17.03 分。其中得分在 0～30 分的企业为 43 家，占比最多，达 86%，得分在 30～60 分的企业为 7 家，但没有任何一家企业得分超过 60 分。在社会价值创造能力所涉及的各项二级指标中，50 家食品行业上市公司的“为客户创造价值”得分不高，仅为 19.81 分。该项指标得分较低，也印证了我国频发的食品安全问题，食品企业在“消费者权益保护、产品质量”等方面的意识和能力仍待加强和提高。

5. 合规运营的实际工作效果较差

合规运营是衡量企业履行法律责任的重要指标，包括合规管理、合规培训、腐败事件数和因违规罚款数。50 家食品行业上市公司的“合规运营”指标平均得分为 23.81 分，有 38 家企业得分处于 30 分以下，10 家企业得分位于 30～60 分，仅 2 家企业的得分超过 60 分。这说明，食品企业内部并没有深入开展合规管理制度建设，缺乏合规培训或开展合规培训的次数较少，对腐败事件和违规罚款信息的披露较少。

（十三）医疗保健行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 医疗保健行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于无能级

50 家医疗保健上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 28.77 分，整体处于无能级。统计显示，没有任何一家公司的得分超过 60 分；有 18 家医疗保健公司得分处于 30～60 分，占样本总量的 36%；剩余 32 家公司的得分均低于 30 分，占样本总量的 64%。

2. 国有医疗保健企业的社会责任能力成熟度水平高于民营医疗保健企业

在 A 股市值最大的 50 家医疗保健上市公司中，包含 14 家国有企业和 36 家民营企业。统计显示，国有医疗保健上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 34.64 分，属于弱能级；民营医疗保健上市公司的社会责任能力成熟度平均分为 26.49 分，属于无能级；由此可见，国有医疗保健企业的社会责任能力成熟度水平高于民营医疗保健企业。从社会责任能力成熟度的六个维度来看，国有企业的各维度得分均高于民营企业。

3. 注重产学研合作

医疗保健行业上市公司注重与科研机构和学校之间的合作关系，而与政府和银行之间的业务关系相对不足。统计显示，50 家医疗保健上市公司的“产学研合作”指标平均得分为 52.88 分，而“政企合作”指标平均得分为 25.20 分，“银企合作”指标平均得分为 13.38 分，后两者得分相对较低。这说明，医疗保健行业上市公司更多关注与科研机构和高校之间的合作项目，注重对企业产品质量的提高和产品功效的创新，但与政府和银行之间的合作还有待加强。

4. 环境管理体系相对完善

在搜集资料的过程中，笔者看到很多医疗保健公司都建立了相对完善的环境管理体系，并获得了专门的 ISO140001 环境管理体系审核认证。在环境价值创造能力所涉及的“环境管理、污染减排、资源可持续利用、应对气候变化、生态环境保护”五项二级指标中，50 家医疗保健行业上市公司的“环境管理”指标得分相对较高，平均得分为 44.06 分。这主要体现在大多数医疗保健公司建立了环境管理体系，健全突发环境污染事故的应急机制，完善应急预案、定期开展演练，提高突发性环境污染的管控能力。

（十四）公用事业行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 公用事业行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于弱能级

50 家公用事业企业的社会责任能力成熟度平均得分为 33.58 分，整体处于无能级。其中没有一家企业得分超过 60 分，得分在 30～60 分的企业为 30 家，占样本总量的 60%，得分处于 30 分以下的有 20 家。

2. 污染减排和资源可持续利用方面信息披露严重不足

在50家公用事业上市公司中，“污染减排”“资源可持续利用”两项指标的平均得分分别为10.85分和8.24分，其中“污染减排”指标没有一家企业得分在60分以上，而“资源可持续利用”指标只有1家企业得分在60分以上。公用事业行业中尤其是电力企业需要燃烧大量的煤炭发电，产生较多的污染气体和固体废弃物，但是在其社会责任报告中针对此方面的披露内容较少且不够详细。这是普通大众重点关心的一个重要议题，也是公用事业行业在履行环境责任中亟须改进的重要部分。

（十五）电气设备行业上市公司社会责任能力成熟度评价结论

1. 电气设备行业上市公司社会责任能力成熟度整体处于无能级

50家电气设备企业的社会责任能力成熟度平均得分为24.73分，整体处于无能级。其中，企业社会责任能力成熟度处于无能级的公司有37家，占比74%；企业社会责任能力成熟度处于弱能级的公司有13家，占比26%；没有任何上市公司的企业社会责任能力成熟度处于本能级、强能级或者超能级。

2. 上交所的电气设备上市公司社会责任能力成熟度水平高于深交所

在50家电气设备上市公司中，有21家在上交所上市，占样本总量的42%，有29家在深交所上市，占样本总量的58%。统计发现，在上交所上市的电气设备公司社会责任能力成熟度平均得分为28.21分，深交所的电气设备上市公司社会责任能力成熟度平均得分为22.21分，均处于无能级，上交所上市公司的得分高于深交所上市公司。从社会责任能力成熟度的六大维度来看，除了社会责任推进管理维度外，其他五个维度的得分均是上交所上市公司高于深交所上市公司。

3. 社会责任理念不够清晰

在社会责任能力成熟度评价中，责任理念关系企业是否自觉将社会责任原则和理念融入企业愿景、使命和价值观中，并进行充分融合，让履行社会责任成为公司存在的意义之一。统计发现，电气设备行业上市公司“责任理念”指标平均得分为33.45分。其中，有1家企业的得分在80~90分，有10家企业的得分在60~80分，有14家企业的得分在30~60分，有25家企业的得分在30分以下。在其涉及的3个三级指标中，“融入企业愿景（社会责任愿

景）”“融入企业使命”“融入企业价值观”指标的平均得分分别为 25.54 分、40.74 分和 34.08 分。这说明，大部分企业的企业愿景、企业使命、企业价值观中体现了一部分具有完整意义的社会责任思想，但未与社会责任实现真正的融合。

4. 能力建设和制度建设仅处于起步阶段

能力建设是指企业提升员工责任意识、增加理论知识、丰富实践经验和打开思维眼界的一系列工作。研究发现，电气设备行业上市公司“能力建设”指标平均得分为 1.76 分，其中，有 49 家企业的得分在 30 分以下，有 1 家企业的得分在 30～60 分。在其涉及的 5 个三级指标中，除了“重大社会责任实践活动”指标的得分为 7.66 分，“社会责任专项培训”“社会责任外部交流”“社会责任知识管理”“社会责任专项研究”指标的平均得分均在 5 分以下。这表明，在社会责任专项培训、社会责任外部交流、社会责任知识管理、社会责任专项研究和重大社会责任实践活动五个方面，电气设备行业上市公司还没有将其纳入社会责任推进管理日程中。

制度建设指企业为融入社会责任理念、推进社会责任工作而建立的制度体系。电气设备行业上市公司“制度建设”指标平均得分为 1.02 分，其中，有 49 家企业的得分在 30 分以下，有 1 家企业的得分在 30～60 分。在其涉及的 2 个三级指标中，“社会责任推进制度”和“现有制度的修订完善”指标的平均得分均在 5 分以下。这说明，大部分企业未建立社会责任推进制度，也没有开展从社会责任角度审查现有公司制度的工作，制度建设还处于基本空白的状态。

B.2
中国上市公司社会责任能力成熟度评价方法

摘　要：本文系统阐述了中国上市公司社会责任能力成熟度的评价路线。首先，建立企业社会责任能力成熟度评价的理论模型，构建由一级指标、二级指标和三级指标构成的三层企业社会责任能力成熟度指标体系。其次，确定三级指标的赋分原则和权重，形成企业社会责任能力成熟度评价体系。再次，基于形成的企业社会责任能力成熟度评价体系，实施评价，最终得到中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果。最后，基于评价结果，结合样本的基本信息，考察中国上市公司社会责任能力成熟度的基本特征。

关键词：评价路线　指标体系　评价体系

一　中国上市公司社会责任能力成熟度评价技术路线

中国上市公司社会责任能力成熟度评价技术路线包括五个部分，分别为评价模型、指标构建、赋值赋权、评价实施和评价分析。

第一，通过对国内外企业社会责任概念进行分析，本研究提出对企业社会责任概念的再理解；通过对国内外企业社会责任边界进行分析，本研究提出对企业社会责任边界的再理解。对于企业社会责任概念和企业社会责任边界的再理解形成了企业社会责任能力成熟度评价的理论模型——“1 +1 +4”钻石模型，该模型构成了企业社会责任能力成熟度评价的基本框架。

第二，基于企业社会责任能力成熟度评价的理论模型，在对已有企业社会责任指标体系、企业社会责任标准、企业社会责任案例、企业社会责任经验进行归纳的基础上，本研究构建了企业社会责任能力成熟度指标，该企业社会责任能力成熟度指标是由一级指标、二级指标和三级指标构成的三层指标体系。

第三，基于所构建的企业社会责任能力成熟度指标，分别考察三级指标的基本特点，确定三级指标的赋值原则，利用专家法分别考察企业社会责任能力成熟度一级指标、二级指标和三级指标的相对重要性，确定企业社会责任能力成熟度三个层级指标的权重，形成企业社会责任能力成熟度评价体系。

第四，基于形成的企业社会责任能力成熟度评价体系，经过前期准备、信息收集、信息审核和信息汇总四个步骤，实施评价，最终得到中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果。

第五，基于中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果，结合样本的基本信息，使用 SPSS、Excel 等分析工具，深入考察了中国上市公司社会责任能力成熟度的基本特征（见图 1）。

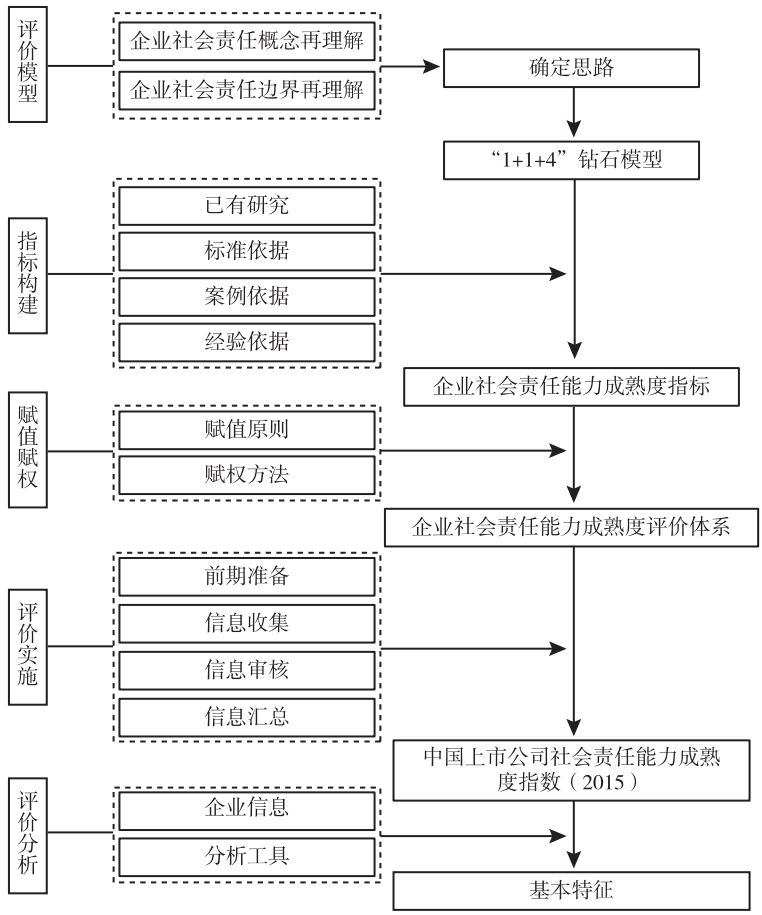


图 1　中国上市公司社会责任能力成熟度评价技术路线

二　中国上市公司社会责任能力成熟度评价模型

（一）企业社会责任概念再理解

从国内外企业社会责任概念的逻辑起点来看，以往学者对于企业社会责任概念的理解可以分为九个类别。这九个类别的企业社会责任概念分别认为，企业社会责任源自于企业自愿性慈善行为[①]；企业社会责任源自于社会对于企业负责

① Clark，J. M.，The Changing Basis of Economic Responsibility，*The Journal of Political Economy*，1916，(3)：209－229.

任行为的期待①；企业社会责任源自于企业对于社会的影响②；企业社会责任源自于企业对于契约精神的遵守③；企业社会责任源自于企业社会权利和社会义务之间的匹配④；企业社会责任源自于企业对于社会压力的一种回应⑤；企业社会责任源自于企业对于社会风险的主动管理⑥；企业社会责任源自于企业对综合性目标的一种平衡⑦；企业社会责任源自于企业对于最大化社会福利的贡献。

显而易见，无论是从以往的企业社会责任概念还是从何种类别的逻辑起点看待企业社会责任问题，都没有脱离将企业社会责任要么看作一种仁慈的利他主义企业行为，要么看作一种基于工具理性的企业行为，均没有从综合价值创造的视角来看待企业社会责任问题，故而也不能揭示企业社会责任的本质。

结合以往企业社会责任概念定义的不足，本研究将企业社会责任定义为：在特定制度安排下，企业通过透明和道德的行为，有效管理自身决策和活动对利益相关方、社会和环境的影响，追求经济、社会和环境综合价值最大化的意愿、行为和绩效。其中，企业有效地管理自身决策和活动对利益相关方、社会和环境的影响是核心，反映了企业社会责任是一种管理活动。追求经济、社会和环境综合价值最大化是关键，企业开展社会责任管理和实践活动必须力图创造最大化的利益相关方价值、最大化的综合业绩、最大化的长期价值以及最大化的无形价值。意愿、行为和绩效是开展社会责任工作的完美逻辑，企业开展社会责任工作仅有创造经济、社会和环境综合价值最大化的意愿不行，仅有创造经济、社会和环境综合价值最大化的行为也不行，只有具备创造经济、社会

---

① Carroll, A. B., The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 1991, (4): 39 – 48.

② 〔美〕哈罗德·孔茨、海因茨·韦里克：《管理学》，张晓君译，经济科学出版社，1998。

③ Donaldson, T., Dunfee, T. W., Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory, *Academy of Management Review*, 1994, 19 (2): 252 – 284.

④ Davis, K., Can Business Afford to Ignore Social Responsibility? *California Management Review*, 1960, spring: 70 – 76.

⑤ Frederick, W. C., Toward CSR_3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs, *California Management Review*, 1986, 28 (2): 126 – 141.

⑥ Wartick, S. L., Cochran, P. L., The Evolution of the Corporate Social Performance Model, *Academy of Management Review*, 1985, 10 (4): 758 – 769.

⑦ Ddg, J., *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of* 21*st Century Business*, New Society Publishers: Stoney Creek, CT, 1998.

和环境综合价值最大化的意愿、行为和绩效，才能形成开展社会责任工作的完美逻辑。除此之外，企业开展社会责任工作还必须保证企业社会责任行为本身的透明性和道德性。

（二）企业社会责任边界再理解

定义企业社会责任的边界是企业社会责任概念的深化，对于企业社会责任概念的不同理解，引出了对企业社会责任边界的不同界定。基于对传统企业社会责任概念的理解，以往国内外学者提出了大量企业社会责任边界模型，比如同心圆模型①、金字塔模型②、利益相关方模型③、三重底线模型④、价值链模型⑤、制度契合模型⑥、角色分工模型⑦等。

由于以往学者对于企业社会责任概念的理解往往将企业社会责任看作企业仁慈的利他性行为，或者基于工具理性的企业行为，由此引出的企业社会责任边界模型并不能揭示企业社会责任概念的本质。

基于对企业社会责任概念的新理解，本研究提出包括守法合规、风险防范、价值创造与共享、透明运营、利益相关方参与五个层级的企业社会责任边界模型。由于该企业社会责任边界模型不仅具有一定的层级性，而且反映了企业开展社会责任工作的强制性程度，本研究将该模型称为“阶梯模型”（见图2）。在该“阶梯模型”中，守法合规处于最底部，表明企业社会责任边界模型的基础是守法合规。风险防范处于“阶梯模型”的第二级，它是企业社会责任边界的重要组成部分。价值创造与共享、透明运营和利益相关方参与分别

---

① Committee for Economic Development, *Social Responsibilities of Business Corporations*, New York: Author, 1971.

② Carroll, A. B., The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 1991, (4): 39 – 48.

③ Clarkson, M. E., A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance, *Academy of Management Review*, 1995, (1): 92 – 117.

④ Elkington J., Enter the Triple Bottom Line, *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up*, 2004.

⑤ Porter, M. E and Kramer, M. R., The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, 2006, 84 (12): 78 – 92.

⑥ 刘文彬、林志扬：《企业社会责任边界的分析》，载《中国企业社会责任问题学术研讨会暨中国企业管理研究会2005年会会议论文集》，中国财政经济出版社，2006。

⑦ 李彦龙：《企业社会责任的基本内涵、理论基础和责任边界》，《学术交流》2011年第2期。

处于企业社会责任边界“阶梯模型”的第三级、第四级和第五级，它们分别是企业社会责任边界模型的核心、根本要求和有机组成部分。五个等级的企业社会责任内容共同构成了企业社会责任边界的“阶梯模型”。

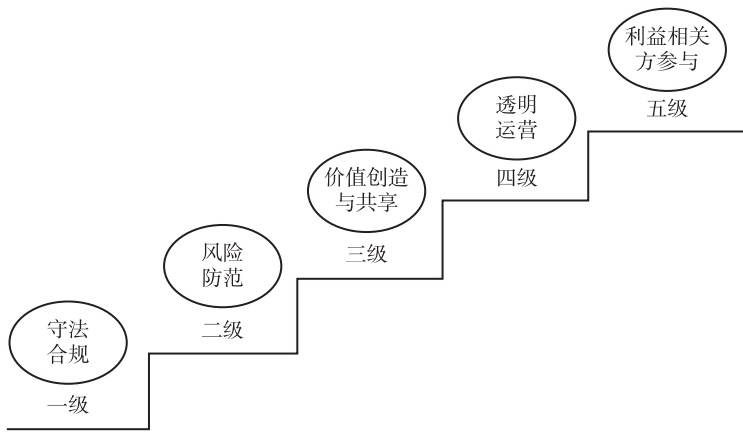


图 2　企业社会责任内容边界的“阶梯模型”

（三）评价模型确定思路

企业社会责任能力成熟度理论模型是建立在对企业社会责任概念和企业社会责任边界再理解的基础上的，其中，对于企业社会责任边界的重新理解以对于企业社会责任概念的再理解为前提。对于企业社会责任内涵的再理解需要从传统工具理性的社会责任观转变为现代综合价值创造的社会责任观；对企业社会责任边界的再理解，需结合规范主义和经验主义的分析方法。经过“规范主义的推导与演绎”以及“经验主义的拓展与优化”，形成企业社会责任能力成熟度评价模型的基本内容，包括经济价值创造能力、社会价值创造能力、环境价值创造能力、合规透明运营能力、社会责任理念与战略以及社会责任推进管理六个方面。企业社会责任能力成熟度理论框架构建思路如图 3 所示。

（四）评价理论模型

在企业社会责任能力成熟度理论模型六个维度的内容中，经济价值创造能

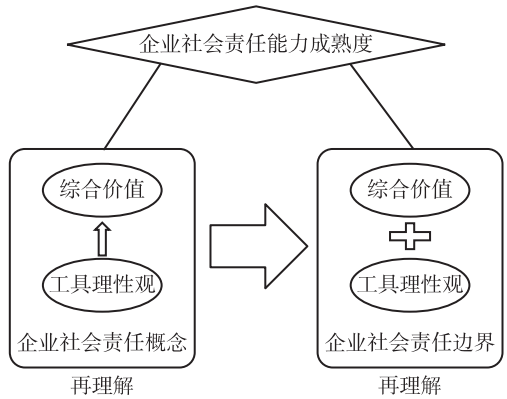


图 3　企业社会责任能力成熟度理论框架构建思路

力、社会价值创造能力、环境价值创造能力和合规透明运营能力为企业社会责任能力成熟度评价的基础内容，社会责任理念与战略和社会责任推进管理是企业社会责任能力成熟度评价的辅助性内容。无论是基础性内容，还是辅助性内容，利益相关方参与都构成了基本环境。基于企业社会责任能力成熟度理论模型六个维度内容所处地位的分析，得到了企业社会责任能力成熟度评价的理论模型——“1 +1 +4”钻石模型（见图 4）。

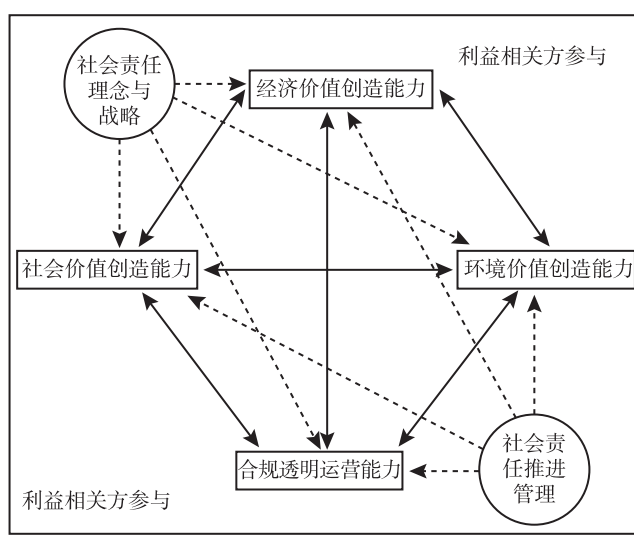


图 4　企业社会责任能力成熟度评价钻石模型

三　中国上市公司社会责任能力成熟度指标构建

（一）已有研究

国内外学者对于企业社会责任能力评价开展了大量研究（见表1），这些成果成为本研究构建企业社会责任能力成熟度指标的基本素材，成为本研究构建企业社会责任能力成熟度指标的重要依据。

在国内研究方面，陈宏辉和窦智构建了包括债权人、供应商、分销商、消费者等利益相关方的三级企业社会责任指标体系。[①] 蔡月祥构建了以经济责任指标、法律责任指标、伦理责任指标和慈善责任指标四个方面为基本框架的企业社会责任指标体系。[②] 孟繁富所构建的企业社会责任指标体系包括7个一级指标和43个二级指标。[③] 白睿洁所构建的林业企业社会责任指标体系围绕经济绩效、环境绩效和社会绩效展开。[④]

在国外研究方面，Maignan 和 Ferrell 构建了以经济责任、法律责任、伦理责任和自由裁量责任四个方面为基本框架包括29个指标的企业社会责任评价指标体系。[⑤] Harrison 和 Wicks 构建了以员工、客户、供应商、股东和社区为基本框架的企业社会责任指标体系。[⑥] Mustafa 等从经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任四个方面构建了企业社会责任评价指标体系。[⑦] Mallin 等围绕慈善活动、社会活动、雇员关系、环境保护等十个维度构建了企业社会责任指标体系。[⑧]

---

① 陈宏辉、窦智：《基于层次分析法的企业社会绩效评价及其应用》，《科技管理研究》2008年第5期。

② 蔡月祥：《企业社会责任评价模型及标准研究》，《生态经济》2011年第12期。

③ 孟繁富：《基于消费者响应的企业社会责任指标研究》，《山东社会科学》2012年第3期。

④ 白睿洁：《基于三重底线的林业企业绩效评价研究》，北京林业大学硕士学位论文，2013。

⑤ Maignan, I. and Ferrell, O. C., Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France, *Journal of Business Ethics*, 2000, (3): 283 – 297.

⑥ Harrison, J. S. and Wicks, A. C., Stakeholder Theory, Value, and Firm Performance, *Business Ethics Quarterly*, 2012, (1): 97 – 124.

⑦ Mallin C., Farag H., Ow – Yong K., Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Islamic Banks, *Journal of Economic Behcwior & Organization*, vol. 103, 2014: 21 – 38.

⑧ Mustafa S. A., Othman A. R., Perumal S., Corporate Social Responsibility and Company Performance in the Malaysian Context, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, vol. 65, no. 3, 2012: 897 – 905.

表 1　企业社会责任能力评价指标已有研究

国别	学者	时间	指标体系
国内研究	陈宏辉和窦智	2008 年	构建了以债权人、供应商、分销商、消费者、政府、社区、股东、经营者和员工为框架的三级企业社会责任指标体系
	蔡月祥	2011 年	构建了以经济责任指标(5 个二级指标)、法律责任指标(6 个二级指标)、伦理责任指标(9 个二级指标)和慈善责任指标为一级指标的企业社会责任评价指标体系
	孟繁富	2012 年	构建了包括 7 个一级指标(包括环境责任、股东责任、员工基本责任等)和 43 个二级指标的企业社会责任指标体系
	白睿洁	2013 年	构建了以经济绩效、环境绩效和社会绩效为一级指标的三级林业企业社会责任指标体系
国外研究	Maignan & Ferrell	2000 年	构建了以经济责任、法律责任、伦理责任和自由裁量责任为框架包括 29 个指标的企业社会责任评价指标体系
	Harrison & Wicks	2012 年	构建了以员工、客户、供应商、股东和社区为基本框架的企业社会责任指标体系
	Mustafa *et al.*	2012 年	从经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任四个方面构建了企业社会责任评价指标体系
	Mallin *et al.*	2014 年	构建了包括 10 个维度(比如慈善活动、社会活动、雇员关系、环境保护等)的企业社会责任指标体系

资料来源：作者根据文献整理而得。

（二）标准依据

企业社会责任标准是指导企业社会责任实践、推进企业社会责任工作的重要工具。为了推进组织的企业社会责任工作，国内外组织制定或发布了大量企业社会责任标准或倡议，这些企业社会责任标准或倡议对企业开展社会责任工作的具体实践进行了详细的规定和说明。比如，在国内，2015 年 6 月 2 日，国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会正式发布三项企业社会责任国家标准，分别为“社会责任指南”、“社会责任报告编写指南”和“社会责任绩效分类指引”；中国社会科学院企业社会责任研究中心已经连续更新三个版本的“中国企业社会责任报告编写指南”（分别为 CASS－CSR1.0、CASS－CSR2.0 和 CASS－CSR3.0）。在国外，联合国早在 2000 年就正式提出“全球契约”十项原则；2010 年 11 月，国际标准化组织发布首个企业社会责任国际

标准 ISO26000（见表 2）。这些国内外企业社会责任标准为本研究构建企业社会责任能力成熟度指标提供了权威的素材和参考。

表 2　企业社会责任能力成熟度指标标准依据

类型	发布单位	标准名称
国内企业社会责任标准	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	“社会责任指南”（GB/T 36000－2015）、“社会责任报告编写指南”（GB/T 36001－2015）和“社会责任绩效分类指引”（GB/T 36002－2015）三项国家标准
	国务院国有资产监督管理委员会	“关于中央企业履行社会责任的指导意见”
	中国纺织工业联合会	“中国纺织企业社会责任管理体系 CSC9000T”
	中国社会科学院企业社会责任研究中心	“中国企业社会责任报告编写指南”系列标准
	中国电子工业标准化技术协会	“中国电子信息行业社会责任指南”
	中国企业评价协会和清华大学社会科学学院	“中国企业社会责任评价准则”
国外企业社会责任标准	联合国	“全球契约”十项原则
	国际标准化组织	ISO26000
	经济合作与发展组织	“跨国公司行为准则”
	全球报告倡议组织	GRI 系列标准

资料来源：作者整理根据文献资料整理而得。

（三）案例依据

国内外优秀企业在探索开展企业社会责任工作方面具有丰富的经验和卓有成效的实践，其企业社会责任能力成熟度较高，为其他企业开展社会责任工作、提高社会责任能力成熟度提供了可资借鉴的“榜样”。为了使本研究所构建的企业社会责任能力成熟度指标更好地发挥指引企业社会责任实践的作用，本研究选择三家国际优秀企业和两家国内优秀企业的社会责任实践作为案例依据。不仅如此，由于行业协会是以企业为主体的组织，我国部分行业协会为了推进协会企业社会责任工作的开展也制定了相应的企业社会责任指标体系，这对推进企业社会责任工作、提升企业社会责任能力成熟度具有重要意义。为此，本研究也选择中国信托业协会和中国工业经济联合会所开发的企业社会责任指标体系作为案例依据（见表 3）。

表 3　企业社会责任能力成熟度指标案例依据

类别	案例	实践内容
国际企业	法国电力集团	构建了以经济绩效、环境绩效和社会绩效为基本框架的企业社会责任指标体系，其中，经济绩效和环境绩效分别包括若干二级指标，社会绩效不仅具有二级指标，每一项二级指标还具有相应的三级指标
	英国石油公司	企业社会责任指标体系围绕负责任的生产经营、气候变化、社会/社区发展展开，这三类企业社会责任议题构成了企业社会责任指标体系的基本框架，每一项社会责任议题均具有若干二级指标和三级指标，比如，负责任的生产经营就包括安全管理、环境管理、员工、合规及道德和社区关系五个二级指标
	英国沃达丰公司	企业社会责任指标体系为围绕经济指标、社会指标和环境指标展开的三级指标体系，经济指标包括财务和收入分配两个二级指标，社会指标包括员工、客户、社区投资三个二级指标，环境指标包括环境绩效一个二级指标，每一项二级指标包括若干三级指标
国内企业	国家开发银行	企业社会责任指标体系基本框架不仅围绕经济指标、环境指标和社会指标展开，而且将社会责任管理纳入其中，作为企业社会责任指标体系基本框架的有机组成部分。四个维度的一级指标分别由若干二级指标和三级指标构成
	国家电网公司（朝阳分公司）	企业社会责任指标体系为三级指标体系，一级指标包括社会责任理念与战略、社会责任推进管理、保障可靠可信赖的电力供应、企业与社会和谐发展、企业与环境和谐发展以及合规透明运营与接受社会监督六个方面。一级指标分别有相应的二级指标和三级指标
国内行业协会	中国信托业协会	企业社会责任指标体系为三级指标体系，该指标体系以法律绩效、经济绩效、公益绩效、环境绩效和管理绩效为基本框架，五个方面的绩效形成了企业社会责任指标体系的一级指标，在五个一级指标之下分别为若干二级指标。比如，法律绩效下有四个二级指标，经济绩效下有五个二级指标，公益绩效和环境绩效下均有三个二级指标，管理绩效下有两个二级指标。每一项二级指标对应若干三级指标
	中国工业经济联合会	企业社会责任指标体系围绕社会责任理念与战略、责任推进管理、经济、社会和环境展开，这五个方面构成了指标体系的一级指标，五个一级指标分别对应若干二级指标，每一项二级指标分别对应若干三级指标

（四）经验依据

使用企业社会责任指标体系开展社会责任评级、排名、评奖已经成为国内外各类组织参与企业社会责任运动的重要手段。一般而言，这些组织所依托的

企业社会责任指标体系围绕相应的企业社会责任议题展开，比如伦敦证券交易所与《金融时报》所推出的“富时社会责任指数”围绕环境保护、人权、气候变化、反贿赂等议题展开，人民网的“人民社会责任奖”则围绕构建和谐社会、开展自主创新、致力于社会事业等展开。这些组织开展社会责任评价、排名或评奖所依托的社会责任指标体系为本研究构建企业社会责任能力成熟度指标提供了丰富的素材，成为本研究构建企业社会责任能力成熟度指标重要的经验依据（见表4）。

表4　企业社会责任能力成熟度指标的经验依据

类别	组织	责任评价	指标体系简介
国外社会责任评价	《财富》杂志	全球500强企业社会责任排名	从公司战略、公司治理和管理、利益相关方参与以及运营绩效四个方面对企业的社会责任状况进行评价排名
	美国道琼斯公司与瑞士可持续资产管理公司	“道琼斯可持续发展指数”	通过使用指标体系对上市公司社会责任状况进行评价筛选成分股，所依托的社会责任指标体系从公司制度、股东、劳动时间、弹性工作制度等方面展开
国外社会责任评价	伦敦证交所与《金融时报》	“富时社会责任指数”	通过使用指标体系考察上市公司的社会责任状况，根据评价结果选择成分股，所依托的指标体系从环境保护、利益相关方、人权、气候变化、供应链劳工保护、反贿赂等方面展开
国内社会责任评价	人民网	“人民社会责任奖”	结合中国国情，从和谐社会、自主创新、社会事业三个方面考察相关企业的社会责任状况，根据评价结果确定“人民社会责任奖”获得企业
	《21世纪经济报道》	中国最佳企业公民评选	围绕企业伦理和道德价值、员工权益、环境保护、社会公益、供应链伙伴和消费者权益等方面开展企业公民的评价工作，根据评价结果确定最佳企业公民
	《WTO经济导刊》	中国企业社会责任“金蜜蜂奖”	从责任战略和治理、利益相关方参与、信息披露和责任竞争力实践四个方面开展社会责任评价
	胡润研究院	企业社会责任50强	从捐款金额、公益事业、就业人数、纳税金额、环境保护、员工权益、领导力和透明度等方面对企业的社会责任状况进行评价

（五）指标体系

在对国内外企业社会责任指标的已有研究、标准依据、案例依据和经验依

据进行吸收、借鉴的基础上，本研究将企业社会责任能力成熟度理论模型进一步细化，形成了包括三个层级的企业社会责任能力成熟度指标体系（见表5）。比如，在社会价值创造能力一级指标之下，本研究进一步细化成为客户创造价值、为伙伴创造价值、为员工创造价值、为社区创造价值、公益慈善和安全生产运营六个二级指标；在为伙伴创造价值二级指标之下，本研究进一步细化为公平竞争的理念与政策、合同履约率、信用评级、供应商社会责任审查、责任采购、政企合作、银企合作、产学研合作等三级指标。三个层次的指标共同构成了企业社会责任能力成熟度指标体系的有机组成部分。

表5　企业社会责任能力成熟度指标

一级指标	二级指标	三级指标
社会责任理念与战略	责任理念	融入企业使命;融入企业价值观;融入企业愿景(社会责任愿景)
	责任战略	可持续发展战略/规划;社会责任专项规划
社会责任推进管理	责任治理	社会责任领导机构;社会责任工作机构;社会责任工作机制
	能力建设	社会责任专项培训;社会责任外部交流;社会责任知识管理;社会责任专项研究;重大社会责任实践活动
	制度建设	社会责任推进制度;现有制度的修订完善
	责任绩效评估	社会责任评价指标体系;社会责任绩效考核
	社会责任管理投入	社会责任专项资金预算;社会责任专职人员数量
经济价值创造能力	直接经济价值	营业收入;利润率;资产负债率
	间接经济价值	对行业的贡献;对税收的贡献;对就业的贡献;对创新的贡献
社会价值创造能力	为客户创造价值	消费者权益保护;产品质量;客户服务;客户投诉处理;消费者隐私保护;消费者教育;可持续消费;客户满意度
	为伙伴创造价值	公平竞争的理念与政策;合同履约率;信用评级;供应商社会责任审查;责任采购;政企合作;银企合作;产学研合作
	为员工创造价值	劳动合同签订率;员工薪酬;五险一金覆盖率;员工入会率;集体谈判机制;公平雇佣政策;男女员工比例;管理层中女性所占比例;特殊群体保护;职业安全健康体系;员工体检率;职业病发病率;员工培训覆盖率;员工培训人均投入;职业发展通道;员工关爱;员工满意度;员工流失率
	为社区创造价值	促进社区发展的政策;社区关系管理;社区共建项目数
	公益慈善	对外捐赠总额;对外捐赠占营业收入的比重;员工志愿者数量;员工志愿者活动;企业公益基金/基金会
	安全生产运营	安全生产管理体系;安全应急预案;安全生产投入;安全演练次数;安全生产培训;安全事故数;员工伤亡人数

续表

一级指标	二级指标	三级指标
环境价值创造能力	环境管理	环境管理体系；遵守国家环保政策；环保投入；环保负面信息
	污染减排	废水减排；COD 减排；氨氮减排；SO_2 减排；氮氧化物减排；固体废弃物减排；固废综合处理率；噪声达标
	资源可持续利用	综合能耗；能源节约量；耗水总量；水资源循环利用率
	应对气候变化	应对气候变化措施；温室气体排放量；温室气体减排量
	生态环境保护	减少生态环境破坏；生态恢复与治理；环保公益
合规透明运营能力	合规运营	合规管理体系；合规培训；腐败事件数；因违规罚款数
	信息披露	信息披露机制；网络平台发布信息数量；召开新闻发布会数量；发布社会责任报告；发布财务报告
	沟通参与	自觉与政府沟通；自觉与客户沟通；自觉与股东沟通；自觉与合作伙伴沟通；自觉与媒体沟通；自觉与社会团体沟通

注：各级指标的详细定义及具体赋值规则请参见《中国上市公司社会责任能力成熟度报告(2014)》中的“附录－中国上市公司社会责任能力成熟度评价指标体系的分维度详细说明”。

四　中国上市公司社会责任能力成熟度赋值赋权

（一）指标赋值原则

企业社会责任能力成熟度的指标类型不同，其赋值原则也不同。整体来看，企业社会责任能力成熟度指标体系可以分为三个不同的类型，分别为定量指标、定性指标和负向指标，三个类型的指标分别按照不同的赋值原则进行赋值。

1. 定量指标赋值原则

定量指标是可以直接用数据来表述的指标，定量指标又可以分为三个不同的类型，分别为绝对型定量指标、基准参考型定量指标和占比型定量指标。绝对型定量指标可以通过同历史数据进行对比而打分，这种类型的数据如经营绩效、次数、投入等。基准参考型定量指标可以通过同基准数据进行对比而打分，这种类型的数据如信用评估等级等。占比型定量指标直接通过相关比例与 100 分分值的成绩获得，这种类型的数据如五险一金覆盖率、员工入会率等。企业社会责任能力成熟度评价体系定量指标评分标准如表 6 所示。

表 6　企业社会责任能力成熟度评价体系定量指标评分标准

分值档级	绝对型定量指标判断标准	基准参考型定量指标判断标准	占比型定量指标判断标准
0 分	没有相应指标所规定的理念、行为或绩效	没有相应指标所规定的理念、行为或绩效，或所具有的相应指标所规定的理念、行为或绩效不达标	无相应数据或数据为 0
0 ~ 25 分	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，但与往年相比较差	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且这些指标所规定的理念、行为或绩效刚达标	数据处于 0 到 25% 之间
25 ~ 50 分	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，与往年相比基本持平	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且这些指标所规定的理念、行为或绩效略优于标准水平	数据处于 25% 到 50% 之间
50 ~ 75 分	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，与往年相比有所改进	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且这些指标所规定的理念、行为或绩效优于标准水平	数据处于 50% 到 75% 之间
75 ~ 100 分	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，与往年相比大幅度改进	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且这些指标所规定的理念、行为或绩效大大优于标准水平	数据处于 75% 到 100% 之间

2. 定性指标赋值原则

定性指标是不能直接用数据来表述的指标，表述这类指标以文字描述为主。这类指标又可以分为两个不同的类型，分别为单因素定性指标和多因素定性指标，较之单因素定性指标，多因素定性指标内涵更为丰富，需要通过多个因素进行表述。单因素定性指标和多因素定性指标的赋值原则如表 7 所示。

表 7　企业社会责任能力成熟度评价体系定性指标评分标准

分值档级	单因素定性指标判断标准	多因素定性指标判断标准
0 分	没有相应指标所规定的理念、行为或绩效	没有相应指标所规定的理念、行为或绩效
0 ~ 25 分	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效	存在相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且十分简略地阐释了各个评价因素

续表

分值档级	单因素定性指标判断标准	多因素定性指标判断标准
25～50 分	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且在一定程度上做出了阐释	存在相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且较为简略地阐释了各个评价因素
50～75 分	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且做出了比较清晰的阐释	存在相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且较为清晰地阐释了各个评价因素
75～100 分	具有相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且做出了十分清晰的阐释	存在相应指标所规定的理念、行为或绩效，并且十分清晰地阐释了各个评价因素

3. 负向指标赋值原则

负向指标是标识企业不负责任行为的指标，企业在负向指标方面的表现越差，其社会责任能力越低，企业社会责任能力成熟度得分也就越少。所以，衡量企业社会责任能力成熟度负向指标的基本特点就是分值为负值，其赋值的判断标准也是基于同往年的对比，具体评分标准如表 8 所示。

表 8　企业社会责任能力成熟度评价体系负向指标评分标准

分数	负向指标判断标准
0 分	没有负面信息
0～(－25)分	与往年相比，负面信息的数量有所降低，负面信息的影响程度较低
(－25)～(－50)分	与往年相比，负面信息的数量基本持平，负面信息的影响程度处于一般水平
(－50)～(－75)分	与往年相比，负面信息的数量有所增加，负面信息的影响程度较大
(－75)～(－100)分	与往年相比，负面信息的数量增加较大，负面信息的影响程度很大

（二）指标赋权过程

企业社会责任能力成熟度指标赋权分别涉及对一级指标、二级指标和三级指标赋权，赋权方法为专家法。

首先，选择企业社会责任领域的专家组成企业社会责任能力成熟度指标赋权专家组。专家对企业社会责任理论和实践具有深刻的理解，可以合理假设，专家组能够对企业社会责任能力成熟度指标之于企业社会责任能力成熟度的相对重要性做出客观的判断。

其次，分别将企业社会责任能力成熟度指标呈递专家组，获得每一位企业

社会责任专家对企业社会责任能力成熟度指标相对重要性的评价。

再次，对专家组的赋权结果进行归纳总结，得出专家组对企业社会责任能力成熟度指标赋权的综合结果。

最后，以专家组的综合成果为基础，对相应指标的权重进行微调，得出最终的企业社会责任能力成熟度指标体系三个层级指标的权重。

（三）评价指标体系

通过对企业社会责任能力成熟度三个层级的指标进行赋权以及对企业社会责任能力成熟度三级指标赋分原则进行确认，得到了企业社会责任能力成熟度评价体系（见表9）。

表9　企业社会责任能力成熟度评价体系

一级指标	一级指标权重(%)	二级指标	二级指标权重(%)	三级指标	三级指标权重(%)
社会责任理念与战略	10	责任理念	60	融入企业使命	33
				融入企业价值观	33
				融入企业愿景(社会责任愿景)	33
		责任战略	40	可持续发展战略/规划	50
				社会责任专项规划	50
社会责任推进管理	18	责任治理	25	社会责任领导机构	40
				社会责任工作机构	30
				社会责任工作机制	30
		能力建设	25	社会责任专项培训	40
				社会责任外部交流	15
				社会责任知识管理	15
				社会责任专项研究	15
				重大社会责任实践活动	15
		制度建设	20	社会责任推进制度	60
				现有制度的修订完善	40
		责任绩效评估	20	社会责任评价指标体系	60
				社会责任绩效考核	40
		社会责任管理投入	10	社会责任专项资金预算	50
				社会责任专职人员数量	50

续表

一级指标	一级指标权重(%)	二级指标	二级指标权重(%)	三级指标	三级指标权重(%)
经济价值创造能力	18	直接经济价值	40	营业收入	35
				利润率	35
				资产负债率	30
		间接经济价值	60	对行业的贡献	20
				对税收的贡献	30
				对就业的贡献	30
				对创新的贡献	20
社会价值创造能力	18	为客户创造价值	20	消费者权益保护	16
				产品质量	16
				客户服务	16
				客户投诉处理	8
				消费者隐私保护	8
				消费者教育	8
				可持续消费	8
				客户满意度	20
社会价值创造能力	18	为伙伴创造价值	15	公平竞争的理念与政策	14
				合同履约率	20
				信用评级	11
				供应商社会责任审查	11
				责任采购	11
				政企合作	11
				银企合作	11
				产学研合作	11
		为员工创造价值	20	劳动合同签订率	8
				员工薪酬	8
				五险一金覆盖率	8
				员工入会率	8
				集体谈判机制	3
				公平雇佣政策	6
				男女员工比例	4
				管理层中女性所占比例	4
				特殊群体保护	3
				职业安全健康体系	6
				员工体检率	4

续表

一级指标	一级指标权重(%)	二级指标	二级指标权重(%)	三级指标	三级指标权重(%)
社会价值创造能力	18	为员工创造价值	20	职业病发病率	8
				员工培训覆盖率	4
				员工培训人均投入	8
				职业发展通道	3
				员工关爱	3
				员工满意度	8
				员工流失率	4
		为社区创造价值	15	促进社区发展的政策	40
				社区关系管理	30
				社区共建项目数	30
		公益慈善	10	对外捐赠总额	26
				对外捐赠占营业收入的比重	26
				员工志愿者数量	16
				员工志愿者活动	16
				企业公益基金/基金会	16
社会价值创造能力	18	安全生产运营	20	安全生产管理体系	30
				安全应急预案	15
				安全生产投入	25
				安全演练次数	15
				安全生产培训	15
				安全事故数	20
				员工伤亡人数	20
环境价值创造能力	18	环境管理	25	环境管理体系	35
				遵守国家环保政策	35
				环保投入	30
				环保负面信息	33
		污染减排	20	废水减排	13
				COD 减排	13
				氨氮减排	13
				SO_2 减排	13
				氮氧化物减排	13
				固体废弃物减排	13
				固废综合处理率	11
				噪声达标	11

续表

一级指标	一级指标权重(%)	二级指标	二级指标权重(%)	三级指标	三级指标权重(%)
环境价值创造能力	18	资源可持续利用	20	综合能耗	34
				能源节约量	22
				耗水总量	22
				水资源循环利用率	22
		应对气候变化	20	应对气候变化措施	30
				温室气体排放量	35
				温室气体减排量	35
		生态环境保护	15	减少生态环境破坏	40
				生态恢复与治理	30
				环保公益	30
合规透明运营能力	18	合规运营	40	合规管理体系	60
				合规培训	40
				腐败事件数	50
				因违规罚款数	50
		信息披露	30	信息披露机制	20
				网络平台发布信息数量	15
				召开新闻发布会数量	15
				发布社会责任报告	25
				发布财务报告	25
		沟通参与	30	自觉与政府沟通	16
				自觉与客户沟通	18
				自觉与股东沟通	18
				自觉与合作伙伴沟通	16
				自觉与媒体沟通	16
				自觉与社会团体沟通	16

注：其中，职业病发病率、员工流失率、安全事故数、员工伤亡人数、环保负面信息、腐败事件数、因违规罚款数均为负向指标。

五　中国上市公司社会责任能力成熟度评价实施

（一）评价前期准备

中国上市公司社会责任能力成熟度评价的前期准备包括四项主要工作，分

别为项目团队的建立、评价计划的制定、评价人员的选拔培训和评价信息系统的构建。

首先，建立项目团队。项目团队是中国上市公司社会责任能力成熟度评价工作的组织基础，负责管理评价过程中的一切事项，对中国上市公司社会责任能力成熟度评价的进度负责。项目团队由内部管理团队和外部专家团队组成，内部管理团队负责评价过程中的管理事项，担负着管理角色；外部专家团队负责评价过程中所遇到的专业问题解答，担负着顾问角色。

其次，制定评价计划。评价计划的制定由项目团队负责，评价计划详细列举了开展中国上市公司社会责任能力成熟度评价所需要的各项工作、评价之后研究报告的撰写工作、评价过程中和企业社会责任能力成熟度研究报告写作过程中各项工作的时间节点、企业社会责任能力成熟度评价和研究报告撰写过程中的人员安排以及开展各项工作过程中可能遇到的困难和应对措施。评价计划统筹指导了中国上市公司社会责任能力成熟度评价和后续研究报告的撰写工作。

再次，开展对评价人员的选拔和培训。评价人员的选拔为中国上市公司社会责任能力成熟度评价提供了人才支持。由于企业社会责任能力成熟度评价是一项技术性和专业性非常强的工作，选拔评价人员之后，还需要对这些评价人员进行关于企业社会责任、企业社会责任能力、企业社会责任能力成熟度指标、企业社会责任能力成熟度评价信息来源等专业知识的培训，通过培训使所选拔的评价人员具有基本的企业社会责任和企业社会责任能力成熟度评价的专业知识。

最后，建立评价信息系统。2015 年，中国上市公司社会责任能力成熟度评价涉及沪深 300 上市公司以及 15 个行业市值最大的 50 家企业，研究样本数量庞大，仅人工开展这些样本企业的社会责任能力成熟度评价不仅效率“低下”，而且容易出现各种人为性错误。为此，在 2015 年前期准备过程中，项目团队同样构建了企业社会责任能力成熟度评价信息系统。评价信息系统将企业的基本信息和企业的社会责任能力成熟度信息集成在一起，不仅实现了评价结果计算的自动化，提高了信息收集工作的效率，而且评价信息系统直接实现了企业社会责任能力成熟度评价结果的汇总，避免了评价和结果汇总过程中可能出现的问题。

（二）评价信息收集

1. 信息来源

数据的类型不同，数据信息的来源也不同。中国上市公司社会责任能力成熟度评价和研究报告撰写所需数据包括三个基本类型，第一个基本类型是作为研究样本的沪深 300 上市公司和 15 个行业市值最大的 50 家企业的基本信息，比如，企业的规模信息、行业属性信息、安全性信息等。第二个基本类型为中国上市公司社会责任能力成熟度评价所需要的信息，这些信息标识了相关上市公司的企业社会责任能力，事关相关上市公司社会责任能力成熟度的高低。第三个基本类型为负面企业社会责任信息。

2014 年沪深 300 上市公司和 15 个行业市值最大的 50 家上市公司的基本信息，主要通过“国泰安数据服务中心”所开发的中国上市公司研究系列数据库和“Wind 咨询”所开发的中国上市公司数据库获取。这两个数据库均对我国上市公司基本信息进行了归纳、汇总，其为本研究所需的基本信息的收集提供了极大的便利。

2014 年沪深 300 上市公司和 15 个行业市值最大的 50 家上市公司的社会责任能力成熟度信息，主要通过这些企业在 2015 年所发布的企业社会责任报告、企业财务报告以及企业官方网站获取。其中，企业社会责任报告对相应上市公司在 2014 年所开展的社会责任工作进行了详细的总结，企业财务报告对相应上市公司在 2014 年的财务状况进行了详细的总结，企业官方网站披露了大量企业社会责任信息。

2014 年沪深 300 上市公司和 15 个行业市值最大的 50 家上市公司负面社会责任信息，由于企业主动披露的社会责任信息往往是正面或积极的信息，为了获得样本企业可能存在的负面社会责任信息，本研究对权威网站、权威媒体等披露的关于上市公司的负面信息进行了检索，这些权威网站包括上交所、深交所、政府部门网站等。

2. 收集说明

为了保障中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果的科学性、客观性、准确性和完备性，2015 年中国上市公司社会责任能力成熟度评价的信息收集坚持了三个方面的基本原则。

首先，为了保证评价结果的科学性，2015 年信息收集时间均限定为公历 2014 年 1 月 1 日到 2014 年 12 月 31 日。所以，无论是沪深 300 上市公司和 15 个行业市值最大的 50 家上市公司的基本信息，还是企业社会责任信息，抑或是负面社会责任信息，只有发生在 2014 年才是本研究所需采集的信息，超出 2014 年之外的基本信息、社会责任信息和负面信息均不是评价所需的信息。信息发生时间的统一保证了中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果的科学性。

其次，为了保证评价结果的客观性，2015 年信息收集不仅收集正面的企业社会责任信息，而且收集负面的企业社会责任信息，最终得出的企业社会责任能力成熟度是正面社会责任信息和负面社会责任信息的综合结果。不仅如此，信息收集工作还坚持相关人员规避的原则，无论是评价信息采集人员，还是信息审核人员，均不得同样本企业具有直接或间接的“情感”或“利益”联系，从而避免了信息采集人员和信息审核人员个人的“好恶”或“利益关系”对中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果的影响。

最后，为了保证评价结果的准确性和完备性，对所采集的企业社会责任能力成熟度信息进行审核也是开展企业社会责任能力成熟度评价的重要环节。对所采集的信息进行审核，不仅更正了采集偏差的信息，从而保证了评价结果的准确性，而且还可能进一步补充采集信息过程中遗漏的企业社会责任信息，从而保证了评价结果的完备性。不仅如此，对企业社会责任能力成熟度信息的审核还包括依据赋值原则做出的打分决策，这也保证了评价结果的准确性。

（三）评价信息审核

中国企业社会责任能力成熟度评价的信息审核工作是对所收集信息的真实性、完备性以及依据收集到的信息开展三级指标赋值的准确性进行审核。

对收集到的信息的真实性进行审核，保证了信息均对应于特定三级指标所标识的企业社会责任意愿、行动或绩效，从而避免了由信息对应错误带来的企业社会责任能力成熟度评价结果的真实性调整。

对收集到的信息的完备性进行审核，是进一步搜集缺省三级指标项可能存在的企业社会责任能力成熟度信息，从而最大程度地避免信息的缺失，提高信息的完备性。

对三级指标赋值进行审核，保证了三级指标得分满足企业社会责任能力成

熟度信息与相应的企业社会责任赋值标准的一致，从而保证了企业社会责任能力成熟度评价三级指标赋值的准确性。

（四）评价信息汇总

经过审核的2015年沪深300上市公司和15个行业市值最大的50家上市公司的企业社会责任能力成熟度信息是进行企业社会责任能力成熟度计算的基础。将信息输入中国上市公司社会责任能力成熟度评价信息系统，就可以自动得到2015年中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果。为了全面地考察中国上市公司社会责任能力成熟度状况，2015年分别以沪深300上市公司和15个行业市值最大的50家企业为样本开展评价，2015年评价结果即沪深300上市公司和15个行业市值最大的50家上市公司的企业社会责任能力成熟度结果。

（五）结果形成

经过中国上市公司社会责任能力成熟度评价的前期准备、信息收集、信息审核和信息汇总程序后，就可以得到2015年中国上市公司社会责任能力成熟度的最终结果。

中国上市公司社会责任能力成熟度评价结果可以用以下公式表示：

$$GMCSRC = \sum_{i=1}^{6} \alpha_i \sum_{j=1}^{x_i} \beta_{ij} \sum_{k=1}^{yij} \gamma ijk * tijk$$

其中，DMCSRC为企业社会责任能力成熟度（Degree of Maturity of Corporate Social Responsibility Capacity）的英文缩写，为第 i 个一级指标的权重，表示第 i 个一级指标的第 j 个二级指标的权重，表示第 i 个一级指标第 j 个二级指标的第 k 个三级指标的权重，表示第 i 个一级指标第 j 个二级指标的第 k 个三级指标的赋值结果。和为指标赋权结果，即为表2－8所呈现的一级指标、二级指标和三级指标的权重。作为赋值结果，每家上市公司第 i 个一级指标第 j 个二级指标的第 k 个三级指标的赋值结果都是已知的。

具体来看，i 的取值范围为［1，6］，当 i 为1时，表示第一个一级指标的权重，j 的取值范围为［1，］，表示第 i 个一级指标下所有二级指标的数量，当 i 为1时，第1个一级指标下所包括的二级指标数量为2，所以，j 的取值范围

就为［1，2］；当 i 为 1，j 为 2 时，表示第 1 个一级指标的第 2 个二级指标的权重，即 =40%。k 的取值范围为［1，］，表示第 i 个一级指标第 j 个二级指标下所有三级指标的数量，当 i 为 1，j 为 2 时，第 1 个一级指标第 2 个二级指标下所包括的三级指标数量为 2，所以，k 的取值范围就为［1，2］；当 i 为 1，j 为 2，k 为 1 时，表示第 1 个一级指标第 2 个二级指标的第 1 个三级指标权重，即 50%。

根据 2015 年中国上市公司社会责任能力成熟度评价指标体系的权重设置以及特定企业的三级指标赋分结果，使用上述计算公式，就可以得到特定上市公司 2015 年的企业社会责任能力成熟度评价得分。将所有评价结果汇总，就得到中国沪深 300 上市公司和 15 个行业市值最大的 50 家上市公司的企业社会责任能力成熟度评价综合结果，这一综合结果是本研究分析 2015 年中国上市公司企业社会责任能力成熟度状况的依据。

六　中国上市公司社会责任能力成熟度结果分析

对于中国上市公司社会责任能力成熟度结果的分析包括三个层面，分别为中国上市公司[①]企业社会责任能力成熟度的总体特征、中国上市公司社会责任能力成熟度的分维度特征以及中国上市公司社会责任能力成熟度基于样本信息的基本特征。

对于中国上市公司社会责任能力成熟度的总体特征和分维度特征而言，基于基本数据，使用 SPSS 和 Excel 等分析工具，分别得出了中国上市公司社会责任能力成熟度的总体分布特征以及经济价值创造能力、社会价值创造能力、环境价值创造能力、合规透明运营能力、社会责任理念与战略和社会责任推进管理六个维度的分布特征。

对于基于样本信息的基本特征而言，根据中国上市公司的基本信息和评价结果，通过交叉分析的方法，使用 SPSS 和 Excel 等分析工具，可以得到基于企业信息的基本特征。比如，基于评价结果和上市交易所分布特征，可以得出

① 本部分所陈述的“中国上市公司”分别指 2014 年中国沪深 300 上市公司和 2014 年 15 个行业市值最大的 50 家上市公司。

在不同交易所上市的企业社会责任能力成熟度比较特征；基于评价结果和募集资金的股票类型分布特征，可以得出选择不同股票募集资金方式的企业社会责任能力成熟度比较特征；基于评价结果和相应样本的成长性信息，可以得出上市公司成长性与企业社会责任能力成熟度之间的关系；基于评价结果和相应样本的盈利性信息，可以得出上市公司盈利性与企业社会责任能力成熟度之间的关系等。

B.3
2014年中国沪深300上市公司社会责任能力成熟度评价分析

摘　要：沪深300指数是沪深证券交易所联合发布的反映A股市场整体走势的指数，指数样本覆盖了沪深市场六成左右的市值，具有良好的市场代表性。通过评价2014年沪深300上市公司的社会责任能力成熟度发现，沪深300上市公司社会责任能力成熟度水平整体偏低，经济价值创造能力突出，社会责任推进管理不足。

关键词：沪深300　社会责任能力成熟度　评价分析

一　样本选择和信息收集说明

本研究选择的样本为截至2015年7月31日，入选沪深300指数成分股的300家上市公司。沪深300指数是沪深证券交易所联合发布的反映A股市场整

体走势的指数，指数样本覆盖了沪深市场六成左右的市值，具有良好的市场代表性。同时，指数样本覆盖了银行、钢铁、石油、电力、煤炭、水泥、家电、机械、纺织、食品、酿酒、化纤、有色金属、交通运输、电子器件、商业百货、生物制药、酒店旅游、房地产等数十个主要行业的龙头企业。因此，沪深300上市公司的社会责任能力成熟度表现在一定程度上能够反映我国上市公司整体的社会责任能力成熟度水平。

本研究的信息来源主要有三个渠道，分别为“国泰安数据服务中心”中国上市公司研究系列数据库，“Wind咨询”中国上市公司数据库，企业年度报告、社会责任报告和官方网站以及权威组织平台。

“国泰安数据服务中心”中国上市公司研究系列数据库收录了我国上市公司近年来所有可能涉及的基本数据信息。所以，在“国泰安数据服务中心”中国上市公司研究系列数据库方面，本研究主要收集企业的基本信息。比如，企业规模、企业所处行业、企业安全性信息、企业盈利性信息、企业成长性信息以及企业公司治理信息等。“Wind资讯”涵盖了中国上市公司研究方面的多数数据，因此，本研究从该数据库中获取了2014年沪深300上市公司的名单，并从“国泰安数据服务中心”收集对应的企业信息，最终构成完整的沪深300上市公司样本信息数据。

企业年度报告、企业社会责任报告和企业官方网站是企业自主披露社会责任信息的重要平台和载体，其中企业年度报告主要披露企业财务方面的信息，企业社会责任报告披露企业在社会责任领域的管理实践信息，官方网站则及时披露大量企业新闻和产品服务信息。所以，通过企业年度报告、企业社会责任报告和企业官方网站收集到的信息几乎可以覆盖企业所有的财务信息和非财务信息。

二　沪深300上市公司社会责任能力成熟度总体评价分析

（一）中国上市公司社会责任能力成熟度水平整体偏低

2014年沪深300上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为35.43分，整

体处于弱能级，这表明我国上市公司的社会责任能力成熟度水平整体偏低。在300家上市公司中，没有任何一家进入强能级或超能级；社会责任能力成熟度达到本能级的上市公司有12家，占比仅为4%；处于无能级的上市公司多达113家，其余175家处于弱能级（见图1）。

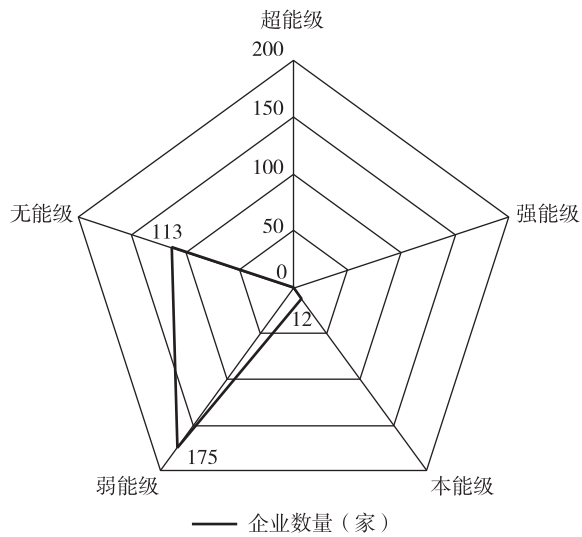


图1　2014年沪深300上市公司社会责任能力成熟度等级分布

（二）中国上市公司社会责任能力成熟度的各个维度发展不平衡

在社会责任能力成熟度的六个维度中，300家上市公司的经济价值创造能力得分最高，平均分为61.86分，社会责任推进管理得分最低，平均分仅为9.38分，两者相差超过50分。其他维度的平均得分依次为社会责任理念与战略32.36分、社会价值创造能力32.73分、环境价值创造能力22.07分、合规透明运营能力52.73分（见图2）。

（三）金融行业上市公司的社会责任能力成熟度优于其他行业

300家上市公司涵盖了公用事业、工业、商业、房地产业、金融业、综合类共六大行业，其中，金融行业上市公司的社会责任能力成熟度得分最高，平

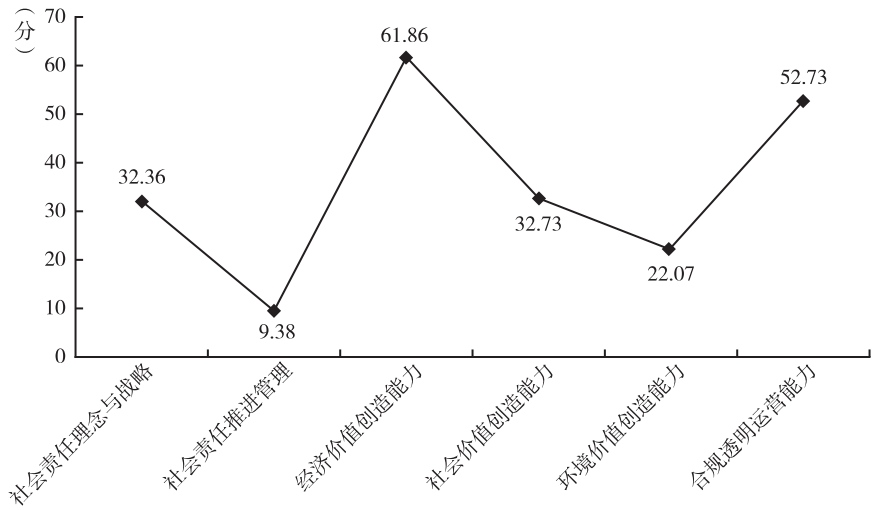


图 2　2014 年沪深 300 上市公司社会责任能力成熟度六大维度得分对比

均分为 38. 18 分，整体处于弱能级；综合类行业上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 26. 75 分，整体处于无能级（见图 3）。

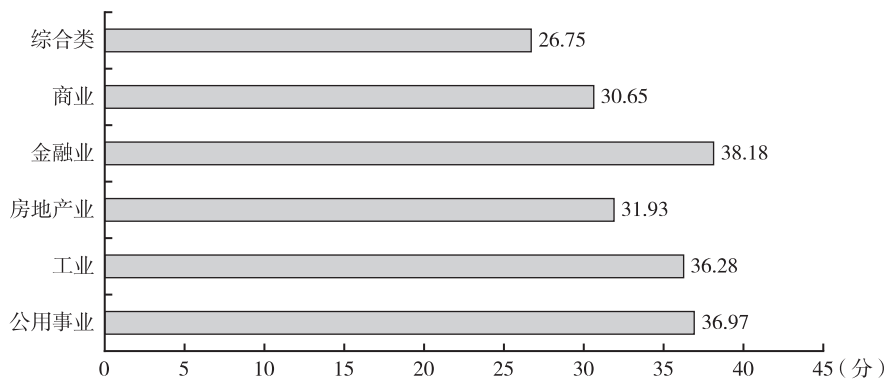


图 3　2014 年不同行业上市公司的社会责任能力成熟度得分对比

（四）东部地区上市公司的社会责任能力成熟度水平比其他地区高

按照我国四大经济区域进行划分，公司注册地位于东部地区的上市公司社

会责任能力成熟度平均得分为 36.60 分，整体水平高于注册地位于东北地区、西部地区和中部地区的上市公司（见图 4）。

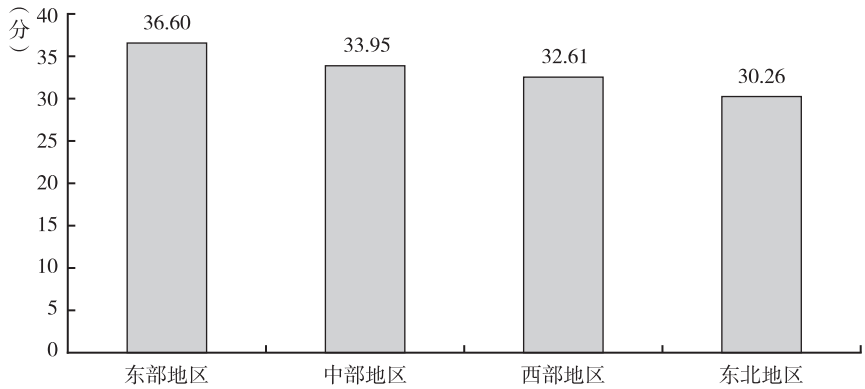


图 4　2014 年不同地区上市公司的社会责任能力成熟度得分对比

（五）国有控股上市公司的社会责任能力成熟度水平高于非国有控股上市公司

从企业性质来看，国有控股上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 37.19 分，非国有控股上市公司的社会责任能力成熟度平均得分为 31.85 分，两者都处于弱能级，国有控股上市公司的得分高于非国有控股上市公司（见图 5）。

（六）上市公司的资产规模与社会责任能力成熟度之间呈现清晰的正向关系

无论是从总资产还是从营业收入和市值方面对上市公司的社会责任能力成熟度进行评价，都可以得出：上市公司的规模与社会责任能力成熟度之间呈现正向关系，即企业的社会责任能力成熟度水平随着总资产规模、营业收入、市值的增长呈现上升趋势（见图 6）。

（七）深交所上市公司的社会责任能力成熟度领先于上交所

沪深 300 上市公司中，深交所上市公司的社会责任能力成熟度平均得

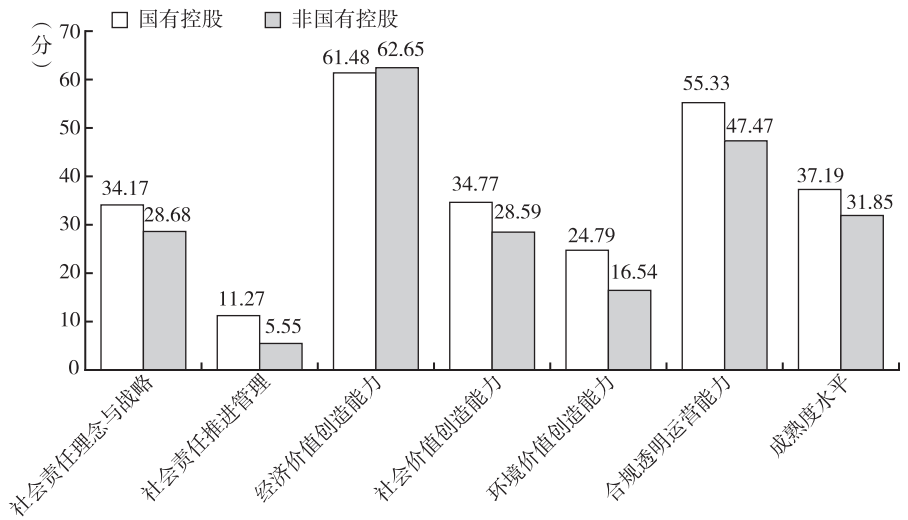


图 5　基于企业所有制性质的社会责任能力成熟度评价结果

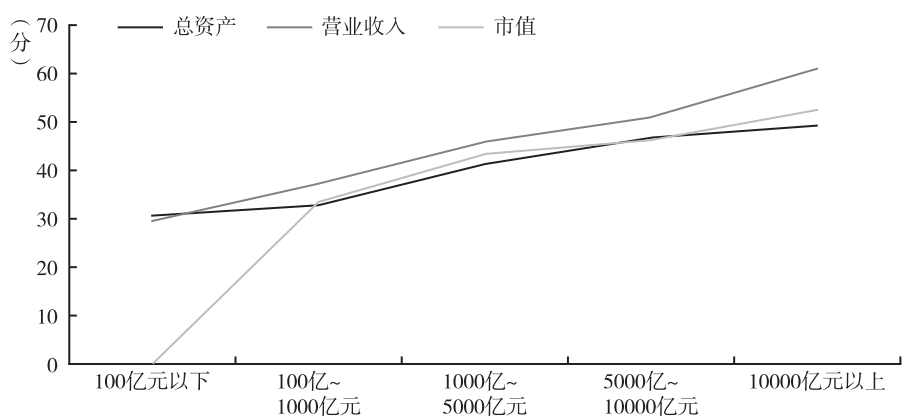


图 6　2014 年沪深 300 上市公司规模与社会责任能力成熟度之间的变动关系

分为 36.43 分，上交所上市公司的平均得分为 34.73 分，深交所上市公司高于上交所上市公司。从成熟度的六个维度来看，除“社会责任推进管理”维度外，其余五个维度的得分均是深交所上市公司高于上交所上市公司（见图 7）。

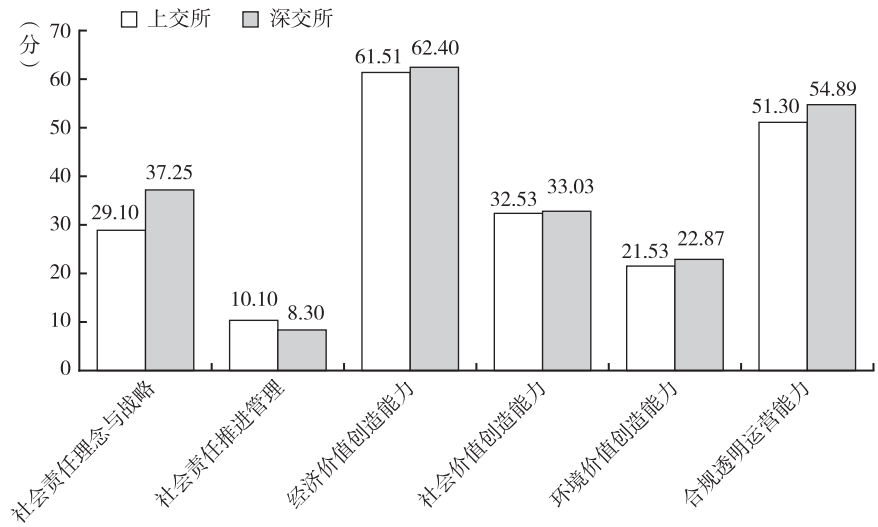


图 7　2014 年沪深两市上市公司的社会责任能力成熟度六大维度得分对比

三　沪深300上市公司社会责任能力成熟度分维度评价分析

（一）社会责任理念与战略维度评价分析

社会责任理念与战略是企业履行社会责任的指导思想，也是评价企业社会责任能力成熟度的首要维度。在社会责任管理实践中，有的企业通过制定专门的社会责任战略来确定自身的社会责任理念，有的企业则将社会责任理念融入企业的使命、价值观和愿景中。

2014 年沪深 300 上市公司的社会责任理念与战略维度平均得分为 32. 36 分，刚刚达到弱能级，这表明大多数上市公司没有树立明确的社会责任理念，或者没有将社会责任理念很好地融入企业发展目标中。在 300 家上市公司中，仅有 3 家公司的得分超过 80 分（占比 1%），有 132 家公司的得分低于 30 分（见图 8）。

1. 社会责任理念尚未充分融入企业文化

社会责任理念集中体现在企业使命、企业价值观和企业愿景中。2014 年，

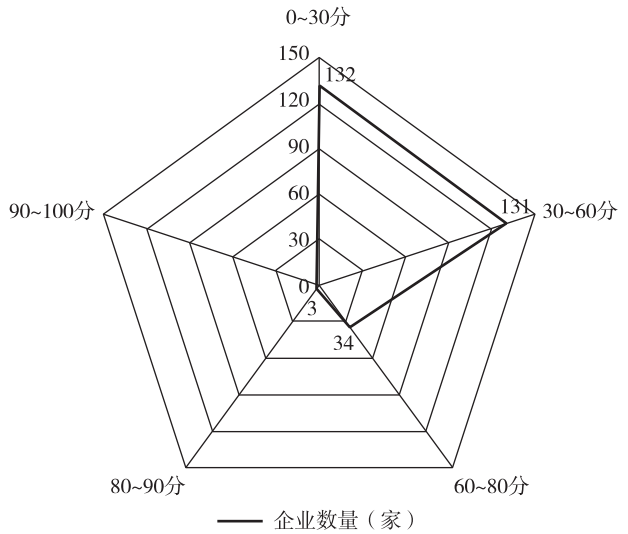


图 8　2014 年沪深 300 上市公司社会责任理念与战略维度得分分布

沪深 300 上市公司的“责任理念”指标平均得分 44. 56 分，整体处于弱能级。在 300 家上市公司中，有 108 家公司的得分超过 60 分，其中有 51 家公司的得分达到 80 分以上，这说明多数上市公司的企业使命、企业价值观和企业愿景中包含有能够体现其社会责任理念的内容。与此同时也应该看到，超过半数的企业得分在 60 分以下（192 家），其中有 122 家企业的得分低于 30 分，这说明我国上市公司需要进一步明确自身的社会责任理念（见图 9）。

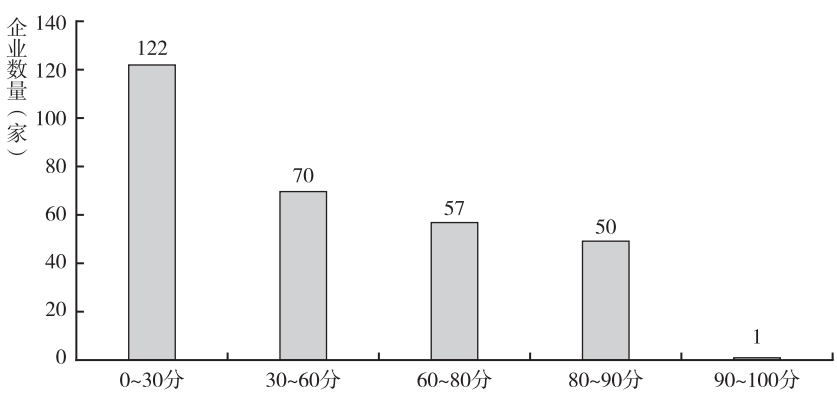


图 9　2014 年沪深 300 上市公司“责任理念”指标得分分布

2. 社会责任战略规划缺乏系统性

社会责任战略规划是企业推进社会责任管理和实践的蓝图，主要体现在企业制定了可持续发展战略并且专门制定了社会责任专项规划，比如“社会责任三年规划、社会责任管理推进计划”等。研究发现，沪深300上市公司对于社会责任战略规划的重视程度严重不足，“责任战略”指标的平均得分仅有13.86分。在300家上市公司中，有229家公司的得分处于30分以下，其中得分为0的企业多达170家。这说明，绝大多数上市公司没有制定专门的社会责任规划和可持续发展战略。

（二）社会责任推进管理维度评价分析

社会责任推进管理是企业日常管理体系的重要组成部分，用来制定和实施企业的责任方针，该维度主要包括责任治理、能力建设、制度建设、责任绩效评估、社会责任管理投入五方面内容。可以看出，社会责任推进管理是企业开展社会责任工作的能力和制度保证。

2014年沪深300上市公司的社会责任推进管理平均得分仅为9.38分，在六大维度中得分最低，这说明当前我国上市公司社会责任能力成熟度的最大瓶颈在社会责任推进管理体系建设方面。统计显示，在300家上市公司中，有261家公司的社会责任推进管理得分不足30分，占样本总量的87%；得分达到60分以上的公司只有4家（见图10）。

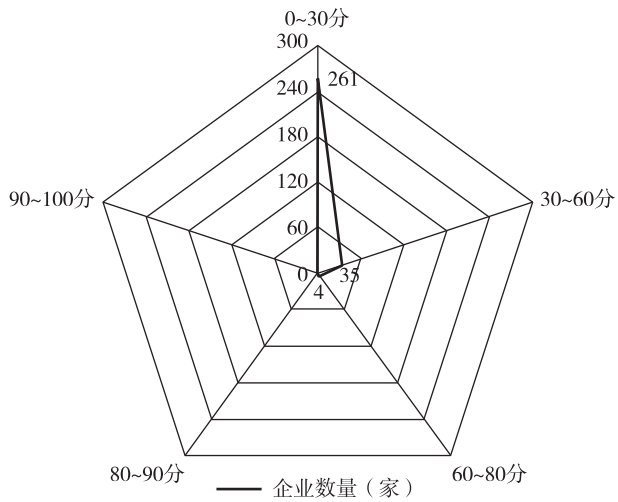


图10　2014年沪深300上市公司社会责任推进管理维度得分分布

1. 社会责任治理能力普遍不足

社会责任治理能力在一定程度上决定了企业的社会责任实践水平。研究发现，沪深300上市公司的“责任治理”指标和“能力建设”指标得分分别为14.41分和8.72分，这表明上市公司在社会责任工作机构设置、社会责任工作机制建设、社会责任专项培训和研究以及社会责任知识管理方面亟待提升。另外，与治理能力紧密相关的制度建设指标得分也仅为11.39分。

2. 社会责任绩效评估工作处于起步阶段

无法衡量的工作就无法管理。针对社会责任工作制定体系完善、适用性强的评价指标并纳入公司绩效考核是推进社会责任管理的重要方法。然而，研究发现，2014年沪深300上市公司的“责任绩效评估”指标得分仅为5.89分。在300家上市公司中，有超过86%（259家）的公司该项指标得分为0，也就是说这些公司没有制定专门的社会责任评价指标体系，也没有将社会责任纳入绩效考核。这一结果与我国企业社会责任工作推进困难的现状相符，即绝大多数企业仍然将社会责任工作当作临时性活动或公关项目，没有系统的工作计划，因此也就未能纳入公司绩效考核。

3. 社会责任管理投入不足

社会责任管理投入是指企业为社会责任推进工作安排专职部门和人员，投入专项资金。很显然，管理投入为企业开展社会责任工作提供专门的资金和人员支持。研究发现，2014年沪深300上市公司的“社会责任管理投入”指标平均得分仅有1.23分，这首先说明企业对该项指标信息的披露严重不足，而背后的原因则是真正设立社会责任专职部门并建立社会责任资金预算的企业仍然较少。在300家上市公司中，得分超过60分的企业仅有1家，得分在30分以下的企业多达293家（见图11）。

（三）经济价值创造能力维度评价分析

经济价值创造能力是指企业生产经营活动直接或间接创造的利于社会经济发展的经营绩效以及税收、就业、技术溢出等社会效应。

2014年沪深300上市公司的经济价值创造能力平均得分为61.86分，在社会责任能力成熟度的六个维度中得分最高，也是唯一一个得分达到本能级的维度。显而易见，相较于其他维度，上市公司在经济价值创造能力方面的表现更

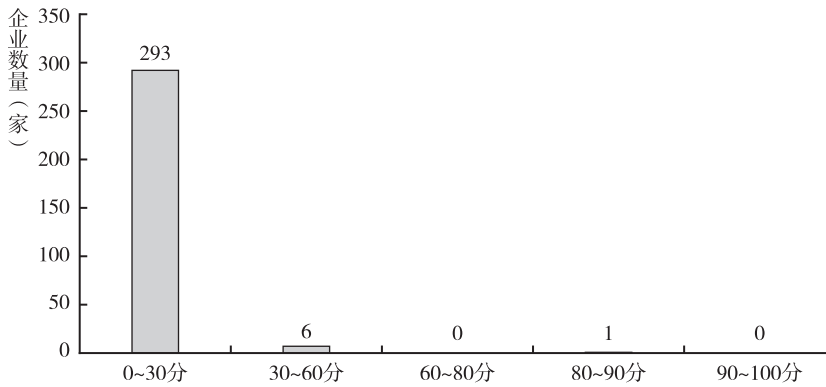


图 11　2014 年沪深 300 上市公司“社会责任管理投入”指标得分分布

为突出。统计显示，在 300 家上市公司中，经济价值创造能力得分处于 60 分以上的企业有 176 家，其中得分处于 80～90 分的企业有 33 家（见图 12）。

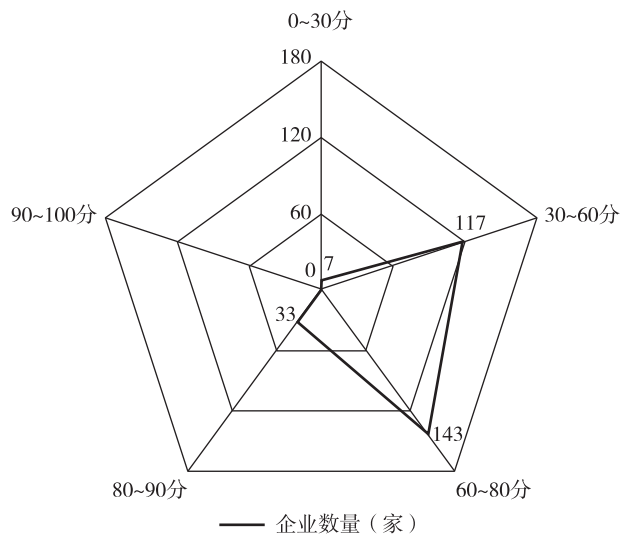


图 12　2014 年沪深 300 上市公司经济价值创造能力维度得分分布

1. 直接经济价值创造能力十分突出

经济价值创造能力维度包括直接经济价值和间接经济价值两个指标。统计显示，2014 年沪深 300 上市公司的“直接经济价值”指标得分高于“间接经

济价值”指标的得分，其平均得分为70.08分（见图13）。这说明大多数上市公司在营业收入、利润率、资产负债率方面的表现较好；而在行业贡献、创新贡献方面相对较差。

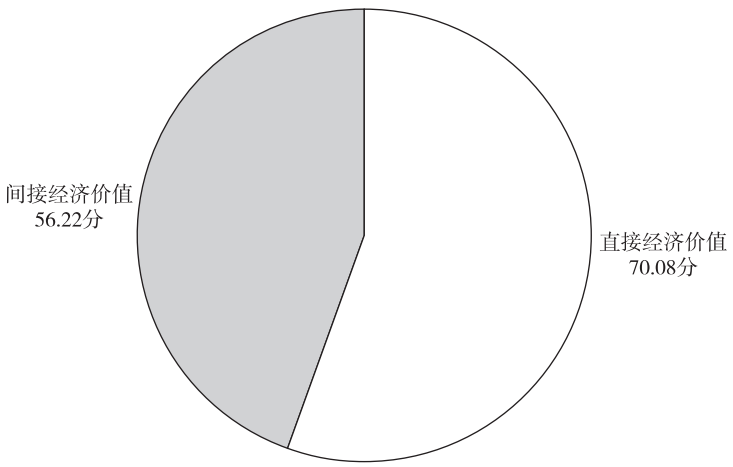


图13　2014年沪深300上市公司“直接经济价值”和“间接经济价值”指标得分对比

2. 间接经济价值创造能力相对不足

间接经济价值创造能力体现在企业对税收、就业、行业创新等方面的贡献。统计显示，2014年沪深300上市公司的“间接经济价值”指标平均得分56.22分，与“直接经济价值”指标相比，得分相对较低。从得分分布来看，超过15%（47家）的公司得分低于30分，35.67%（107家）的公司得分处于30~60分，32%（96家）的公司得分处于60~80分，15.67%（47家）的公司得分处于80~90分，其余3家公司的得分高于90分（见图14）。

（四）社会价值创造能力维度评价分析

社会价值创造能力是指企业在生产经营活动中基于互利共赢原则为利益相关方提供的产品和服务以及履行的责任和义务。该维度包含的内容较为广泛，主要评价企业为客户创造价值、为伙伴创造价值、为员工创造价值、为社区创造价值、公益慈善以及安全生产运营六个方面的内容。

统计显示，2014年沪深300上市公司的社会价值创造能力平均得分为

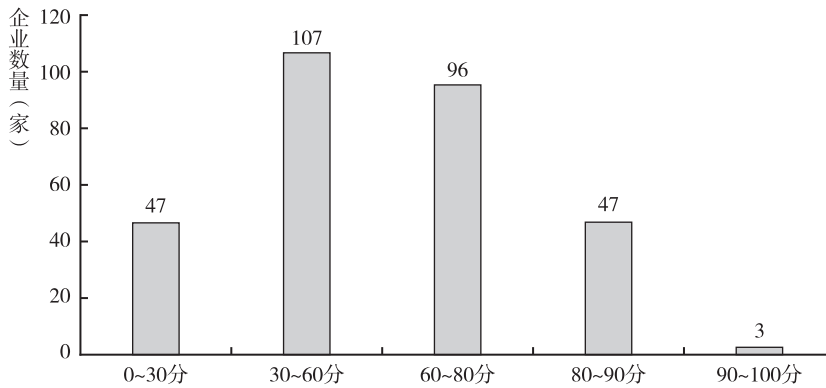


图 14　2014 年沪深 300 上市公司“间接经济价值”指标得分分布

32.73 分，高于环境价值创造能力得分，低于经济价值创造能力得分。在 300 家上市公司中，超过 90%（280 家）的公司社会价值创造能力得分低于 60 分，得分处于 60 分以上的企业仅有 20 家（见图 15）。

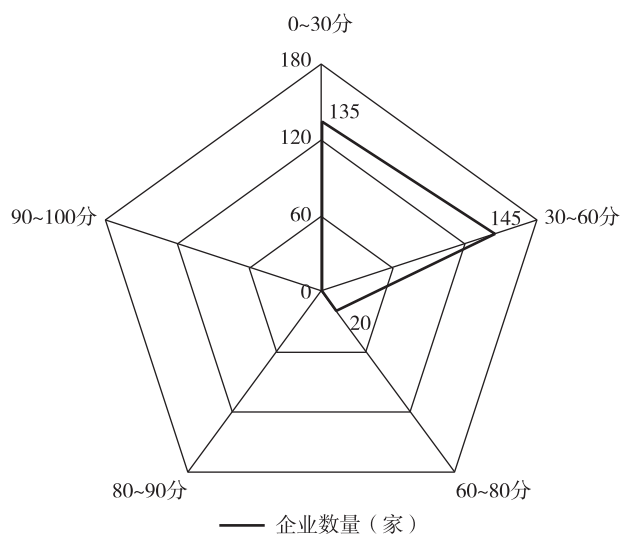


图 15　2014 年沪深 300 上市公司社会价值创造能力维度得分分布

1. 社区价值创造能力不足

在社会价值创造能力维度所包含的六个方面中，“为社区创造价值”指标

的得分最低，平均得分 24.14 分（见图 16）。这说明相较于为客户创造价值、为伙伴创造价值、为员工创造价值等，社区价值创造能力是沪深 300 上市公司社会责任管理的短板，这集中表现在企业缺乏促进社区发展的政策，没有建立起顺畅的社区沟通渠道，开展的社区项目内容比较单一。从得分分布来看，在 300 家上市公司中，“为社区创造价值”指标得分处于 30 分以下的公司有 179 家，得分处于 30～60 分的公司有 93 家，得分处于 60～80 分的公司有 18 家，得分处于 80～90 分的公司有 10 家，数量依次减少。

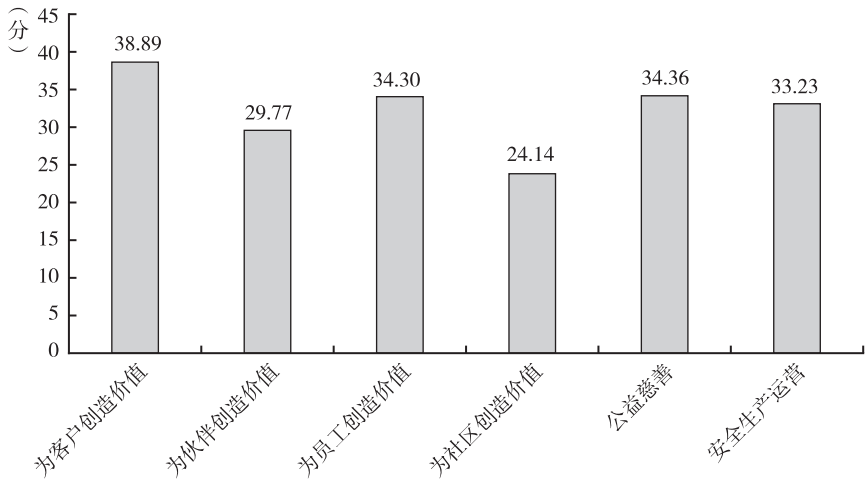


图 16　2014 年沪深 300 上市公司社会价值创造能力维度各项二级指标得分对比

2. 客户关系管理能力相对成熟，但提升空间还很大

在上市公司社会价值创造能力维度的六项指标中，“为客户创造价值”指标得分最高，平均得分为 38.89 分。这说明相较于社区关系、伙伴关系、安全生产运营等，上市公司对客户关系的管理更加重视，普遍开展了客户服务体系建设工作、客户满意度调查、客户投诉响应机制。统计显示，在 300 家上市公司中，“为客户创造价值”指标得分超过 60 分的公司有 63 家；有 120 家公司的得分为 30～60 分，有 117 家公司得分低于 30 分（见图 17）。

3. 社会责任与采购管理的融合程度较低

责任采购是指企业将社会责任原则融入采购流程的制度和行为，比如严格采购符合质量、环保、劳工标准的产品或服务，对供应商进行社会责任评估和

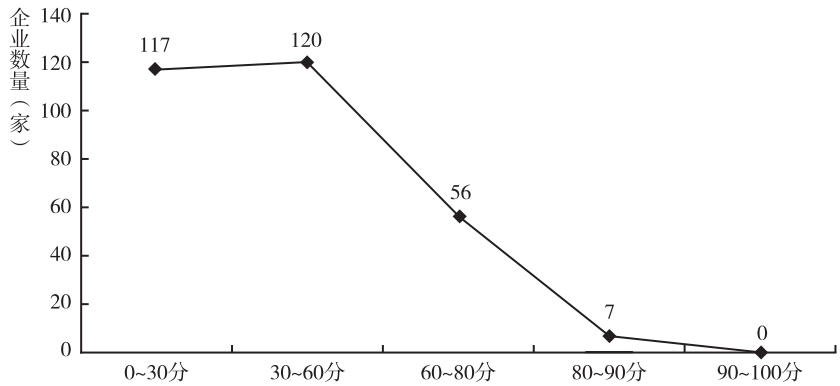


图 17　2014 年沪深 300 上市公司“为客户创造价值”指标得分分布

调查，通过培训提升供应商履行社会责任的能力。统计显示，沪深 300 上市公司的“责任采购”指标平均得分 36.56 分，得分较低。这说明大部分企业还没有将社会责任原则融入企业的采购流程，决定采购的主要因素仍然是供应商的生产能力、交货期等。与责任采购相关的“供应商社会责任审查”指标平均得分 31.88 分。

4. 重视员工基本权益，但员工满意度不高

统计显示，沪深 300 上市公司“为员工创造价值”指标平均得分 34.30 分。从得分分布来看，43%（129 家）的公司得分处于 30 分以下，49.33%（148 家）的公司得分处于 30～60 分，剩余 7.67%（23 家）的公司得分为 60～80 分。从具体的三级指标来看，“劳动合同签订率、职业发展通道、五险一金覆盖率、员工薪酬”等指标得分较高，但是“员工满意度”指标平均得分仅为 15.45 分，得分较低（见图 18）。

5. 安全生产体系比较完善，安全生产投入不足

300 家上市公司普遍建立了安全生产管理体系，并有专门的文件进行规范和落实。统计显示，沪深 300 上市公司的“安全生产管理体系”指标平均得分 54.11 分，得分较高。从得分分布来看，超过半数（185 家）的公司得分高于 60 分。与完善的安全生产管理体系相比，沪深 300 上市公司的安全生产投入相对不足，统计得出，“安全生产投入”指标平均得分 15.89 分（见图 19）。

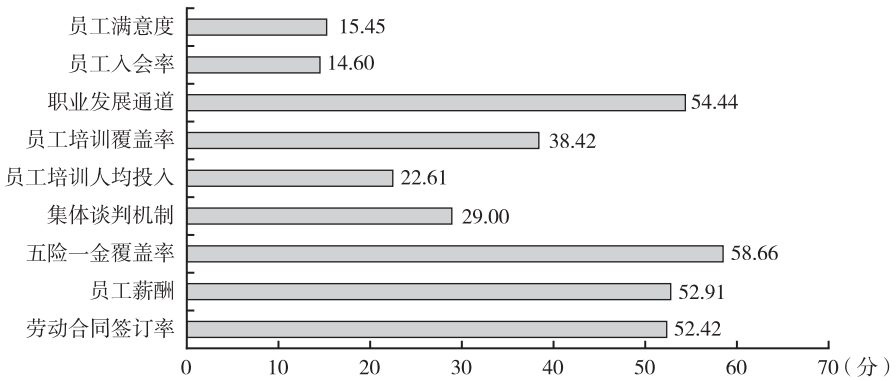


图 18　2014 年沪深 300 上市公司为员工创造价值的主要指标得分对比

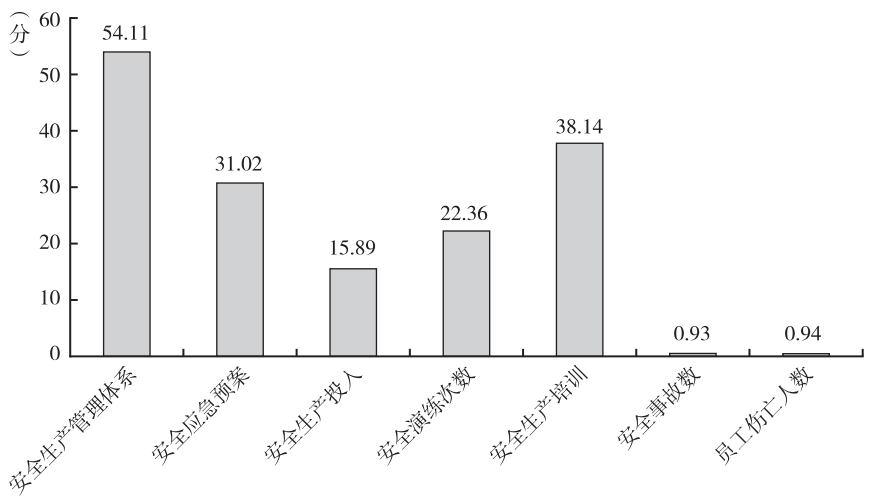


图 19　2014 年沪深 300 上市公司安全生产运营各项三级指标得分对比

（五）环境价值创造能力维度评价分析

环境价值创造能力是评价企业社会责任能力成熟度的重要指标，在环境问题日益突出的情况下，环境保护成为很多企业开展社会责任工作的重要方面。对该维度的评价涉及环境管理、污染减排、资源可持续利用、应对气候变化和生态环境保护五个方面。

2014 年沪深 300 上市公司的环境价值创造能力平均得分为 22.07 分，仅高于社会责任推进管理的得分，低于其他四个维度，这表明环境价值创造能力是上市公司社会责任管理的弱项，上市公司在环境信息披露和环境管理实践方面都还需要不断提升。统计显示，在 300 家上市公司中，环境价值创造能力得分超过 60 分的公司仅有 1 家，其余 299 家公司的得分均低于 60 分，其中又以 30 分以下的公司居多（208 家）（见图 20）。

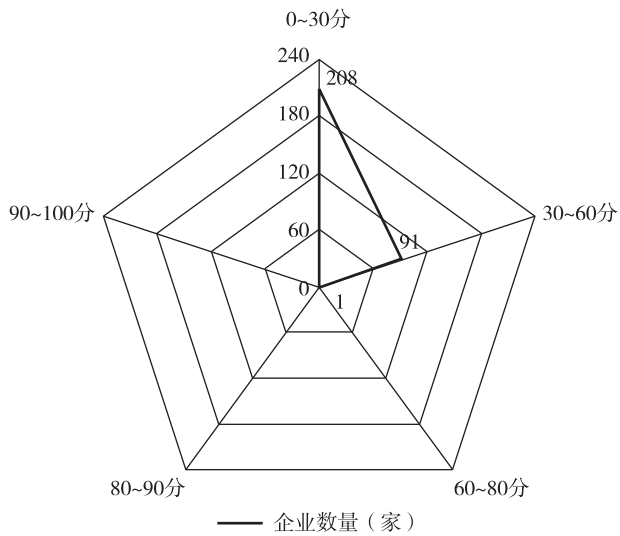


图 20　2014 年沪深 300 上市公司环境价值创造能力维度得分分布

1. 普遍建立了环境管理体系

在环境价值创造能力维度所包含的 5 项二级指标中，“环境管理”指标得分最高，平均得分 44.75 分（见图 21）。这表示，大多数上市公司构建了环境管理体系，承诺遵守国家环保政策，每年有一定的环保投入。

2. 污染减排效果不理想，资源可持续利用率不高

“污染减排”指标主要评价企业的“三废”排放值是否达标或者高于行业标准，排放量与往年相比是否呈现下降趋势等。统计显示，沪深 300 上市公司的“污染减排”指标平均得分 10.87 分，超过 85%（260 家）的公司得分低于 30 分。这说明企业虽然建立了比较完善的环境管理体系，甚至获得国内外环境管理体系认证，但是实际的减排效果并不理想。另一项反映企业内部能源

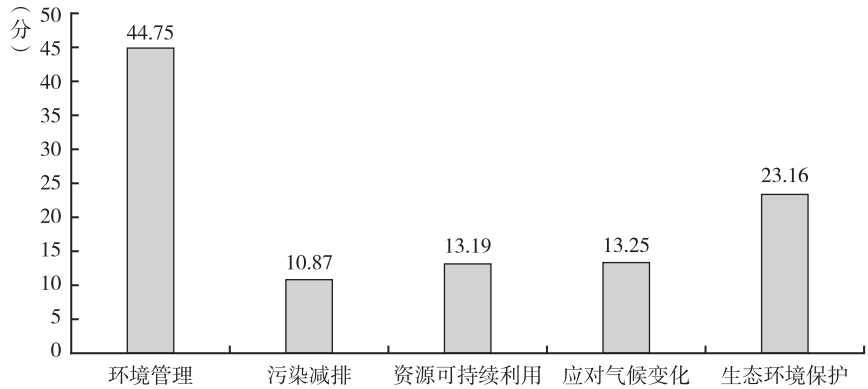


图 21　2014 年沪深 300 上市公司环境价值创造能力二级指标得分对比

管理效果的指标——“资源可持续利用”指标平均得分 13. 19 分，超过 82%（248 家）的公司得分低于 30 分。

3. 参与解决公共环境问题的意愿和能力较弱

企业在为社会提供产品和服务的同时，也消耗了自然资源，造成环境问题。因此除了节能减排，企业也有义务保护环境，参与解决公共环境问题，如应用气候变化和生态环境修复治理。统计显示，沪深 300 上市公司的“应对气候变化”指标平均得分 13. 25 分。从得分分布来看，85%（255 家）的公司得分处于 30 分以下，仅有 4 家公司的得分高于 60 分。“生态环境保护”指标平均得分 23. 16 分，其中 89%（267 家）的公司得分在 60 分以下。这表明大多数企业还没有将气候变化因素纳入企业风险管理中，参与生态环境恢复与治理的意愿和能力较弱。

（六）合规透明运营能力维度评价分析

合规透明运营是指企业在生产经营活动中主动回应社会各界对企业诚信守法、公开透明等价值诉求所做出的行为和绩效，对该维度的评价主要从合规运营、信息披露、沟通参与三个方面展开。

评价结果显示，2014 年沪深 300 上市公司的合规透明运营能力平均得分为 52. 73 分，在六大维度中，得分仅次于经济价值创造能力，这表明上市公司普遍重视信息披露和利益相关方的沟通参与。这一点也与政策监管和投资人对上市公司的信息诉求一致，即与非上市公司相比，上市公司在信息披露和外部

沟通方面面临更多的外部要求。统计发现，在300家上市公司中，合规透明运营能力得分处于60～80分、80～90分、90～100分的企业数量分别为93家、11家、3家；得分处于0～30分、30～60分的企业数量分别为25家和168家。

1. 信息披露机制相对完善

证监会和证券交易所针对上市公司信息披露均有专门的管理办法，规范上市公司的信息披露行为，保护投资者合法权益。因此，相对于非上市公司，上市公司的信息披露机制比较完善。统计显示，沪深300上市公司的“信息披露”指标平均得分58.69分，得分相对较高。从得分分布来看，9家公司的得分低于30分，139家公司的得分处于30～60分，119家公司的得分处于60～80分，30家公司的得分处于80～90分，剩余3家公司的得分超过90分（见图22）。

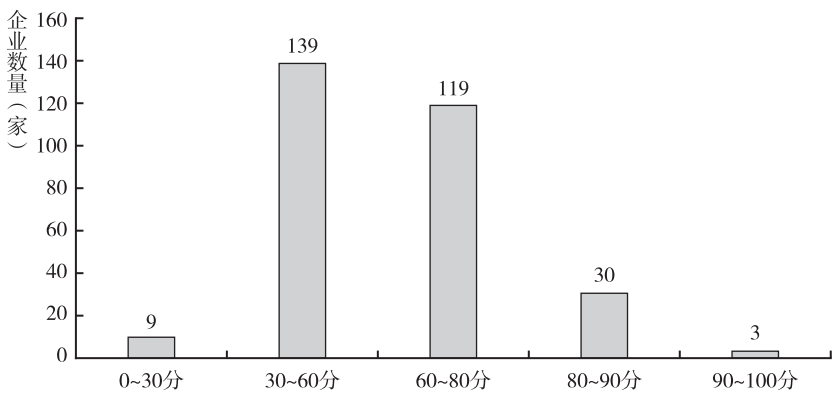


图22　2014年沪深300上市公司“信息披露”指标得分分布

2. 重视与股东和客户沟通

在与利益相关方的沟通中，企业普遍重视与股东和客户进行沟通。统计显示，沪深300上市公司的“自觉与股东沟通”指标平均得分68.46分，“自觉与客户沟通”指标平均得分57.75分。与其他指标相比，这两个指标的得分较高（见图23）。

3. 合规管理体系比较成熟

合规管理体系包括建设合规管理机制、培育合规文化、防范合规风险等。统计显示，沪深300上市公司的“合规管理体系”指标平均得分62.71分，得分较高。这表明合规运营是沪深300上市公司社会责任推进管理的重要内容。

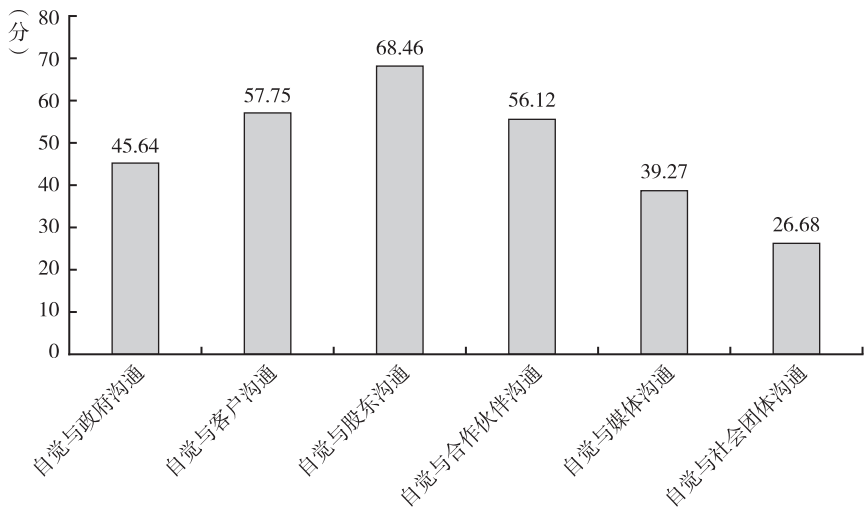


图 23　2014 年沪深 300 上市公司沟通参与各项指标得分

从得分分布来看，15% 的公司得分低于 30 分，21% 的公司得分处于 30 ~ 60 分，17% 的公司得分处于 60 ~ 80 分，33% 的公司得分处于 80 ~ 90 分，剩余 14% 的公司得分超过 90 分（见图 24）。

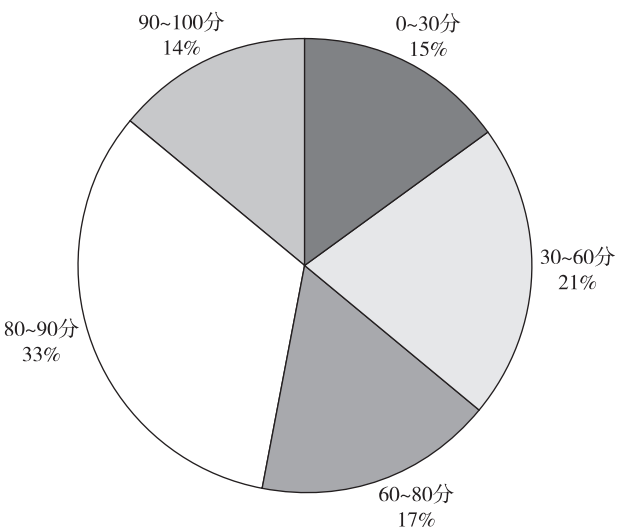


图 24　2014 年沪深 300 上市公司“合规管理体系”指标得分分布

四　基于企业特征的评价分析

（一）基于评价对象规模的企业社会责任能力成熟度评价结果

无论是以净资产、总资产还是以营业收入和市值为上市公司的规模指标，研究都得出统一的结论：随着企业规模的增加，企业社会责任能力成熟度水平均呈现上升的趋势，也就是说企业规模与社会责任能力成熟度水平正向关。

这一结果符合我们常说的“责任铁律”——能力越大，责任越大。随着企业规模的增加，企业对利益相关方的影响也随之增强，利益相关方对企业的要求也同步提高。因此，企业所担负的社会责任也随之增加，这就必然促使企业满足利益相关方更高更深入的诉求。否则，企业的规模扩展就会受到限制。

1. 净资产规模越大，企业的社会责任能力成熟度水平越高

随着企业净资产规模的增加，企业社会责任能力成熟度的平均得分也随之提高。净资产规模处于 100 亿元以下、100 亿～1000 亿元、1000 亿～5000 亿元、10000 亿元以上的上市公司社会责任能力成熟度得分依次提高，分别为 30.64 分、36.08 分、49.58 分、52.61 分，都处于弱能级。净资产规模处于 5000 亿～10000 亿元的上市公司在样本中只有 1 家，其社会责任能力成熟度得分为 63.07 分，属于本能级（见图 25）。

2. 随着总资产规模的增加，企业社会责任能力成熟度水平呈现上升趋势

从总资产规模角度来看，总资产规模处于 100 亿元以下的上市公司社会责任能力成熟度水平最低，平均得分为 30.75 分。与之相比，总资本规模处于 100 亿～1000 亿元、1000 亿～5000 亿元、5000 亿～10000 亿元以及 10000 亿元以上的上市公司社会责任能力成熟度平均得分依次提高，分别为 33.01 分、41.60 分、46.73 分、49.13 分（见图 26）。很明显，随着企业总资本规模的增加，企业社会责任能力成熟度明显呈现上升趋势。

3. 企业社会责任能力成熟度水平随着企业营业收入的增加而提高

随着企业营业收入的增加，企业的社会责任能力成熟度水平呈现总体提高趋势。营业收入低于 100 亿元的上市公司社会责任能力成熟度平均得分 29.69

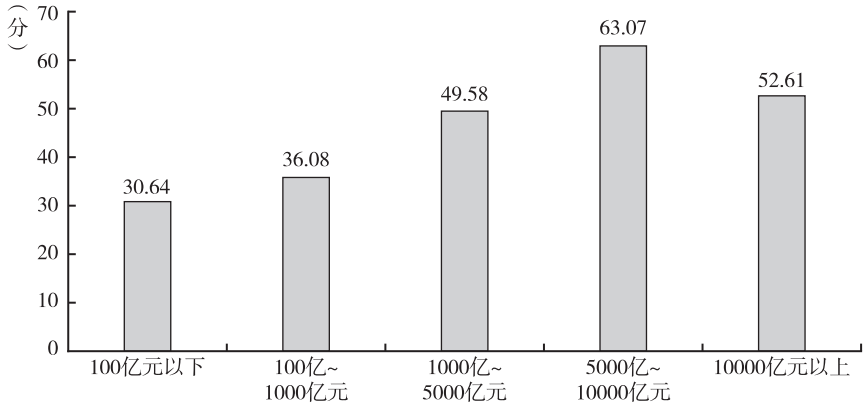


图 25　基于上市公司净资产规模的社会责任能力成熟度评价结果

注：由于净资本规模在 5000 亿到 10000 亿元之间的上市公司只有 1 家，所得出的社会责任能力成熟度的规律不具有代表性，在分析净资本规模与社会责任能力成熟度之间的关系时，这种情况不予考虑。

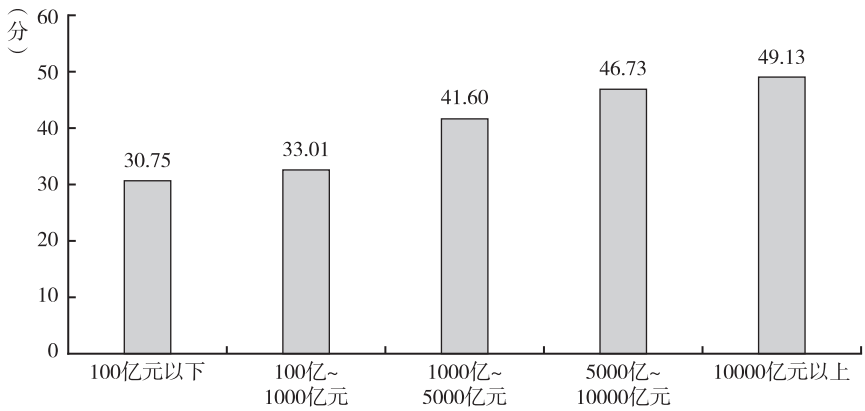


图 26　基于上市公司总资产规模的社会责任能力成熟度评价结果

分，属于无能级。营业收入为 100 亿 ~ 10000 亿元的上市公司社会责任能力成熟度处于弱能级，其中营业收入为 100 亿 ~ 1000 亿元的上市公司社会责任能力成熟度平均得分 37. 31 分，营业收入为 1000 亿 ~ 5000 亿元的上市公司社会责任能力成熟度平均得分 45. 91 分，营业收入为 5000 亿 ~ 10000 亿元的上市公司社会责任能力成熟度平均得分 51. 01 分。营业收入超过 10000 亿元的上市公

司社会责任能力成熟度得分最高，为61.06分，属于本能级（见图27）。可以看出，企业社会责任能力成熟度与企业的营收规模呈明显的正向关系。

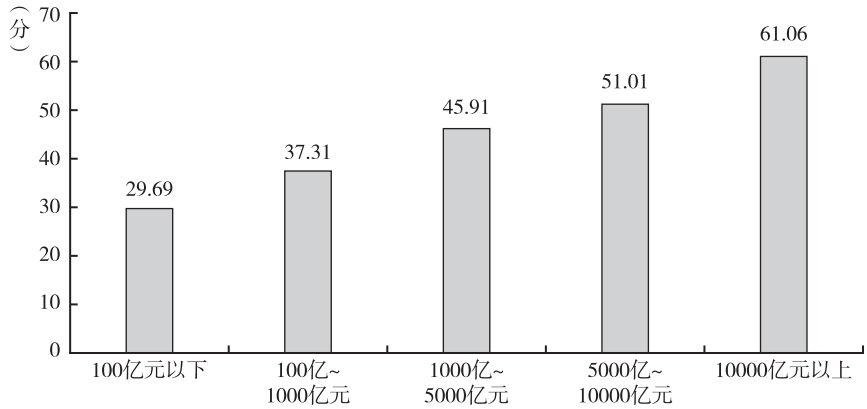


图27　基于上市公司营收规模的社会责任能力成熟度评价结果

4. 上市公司市值越大，企业社会责任能力成熟度越优

随着上市公司市值的提高，上市公司的社会责任能力成熟度水平呈现总体提升趋势。市值处于10000亿元以上的上市公司社会责任能力成熟度水平相对最高，得分为52.61分；市值处于100亿~1000亿元、1000亿~5000亿元、5000亿~10000亿元的上市公司社会责任能力成熟度得分依次为33.66分、43.28分、46.52分（见图28）。

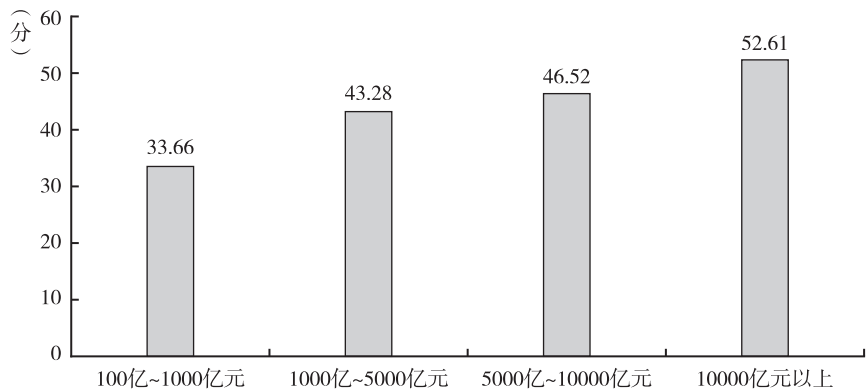


图28　基于上市公司市值规模的社会责任能力成熟度评价结果

（二）基于评价对象盈利性的企业社会责任能力成熟度评价结果

对沪深300上市公司的研究分析结果显示，企业盈利性与社会责任能力成熟度水平呈现不确定的关系，即考察企业盈利性与社会责任能力成熟度之间的关系时，如果选择不同的指标，会得出不同的结论。

1. 随着企业净利润的提高，企业社会责任能力成熟度水平呈现提高趋势

随着企业净利润的提高，上市公司的社会责任能力成熟度水平呈现提升趋势。尽管净利润处于5亿元以下的上市公司比利润处于5亿～10亿元的上市公司的社会责任能力成熟度得分高，但是从5亿元开始，随着企业利润的提高，社会责任能力成熟度水平明显呈上升趋势。净利润处于5亿～10亿元、10亿～50亿元、50亿～100亿元以及100亿元以上的上市公司，其社会责任能力成熟度得分依次为30.94分、35.70分、40.44分、46.32分（见图29）。

净利润是衡量企业经营效益的主要指标。对于企业的投资者来说，净利润是获得投资回报的基本因素；对于企业管理者而言，净利润是进行经营管理决策的基础。因此，净利润数据越高，企业能够投入社会责任工作中的资源也就越多，比如设置专职岗位、安排专项资金、开展专题研究等，这些都有利于提高企业社会责任能力成熟度水平。

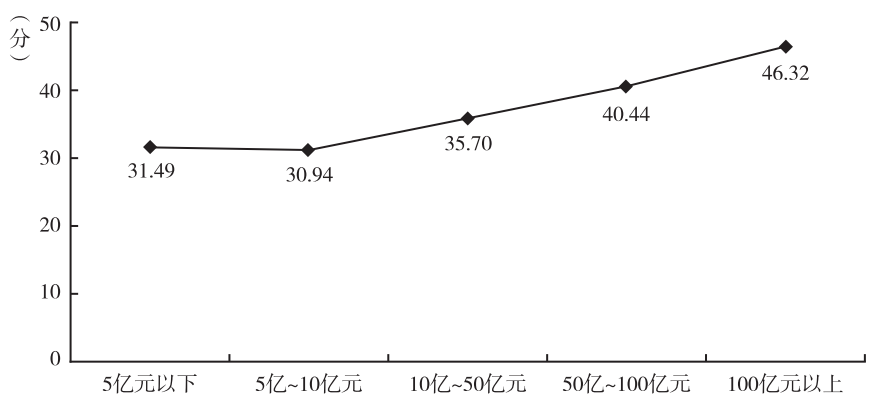


图29　基于上市公司净利润的社会责任能力成熟度评价结果

2. 企业社会责任能力成熟度水平随企业营收净利率提高呈现不规则波动

当营收净利率低于20%时，随着企业营收净利率的提高，企业社会责任

能力成熟度水平呈现下降趋势，比如，营收净利率低于5%和处于5%～10%、10%～15%、15%～20%的上市公司社会责任能力成熟度平均得分分别为39.49分、34.87分、33.72分和32.80分，呈现下降趋势。当营收净利率达到20%以上时，随着营收净利率的提高，上市公司的社会责任能力成熟度又呈上升趋势。比如营收净利率处于20%～25%、25%～30%、30%～35%的上市公司社会责任能力成熟度平均得分依次为30.34分、34.17分、40.88分。因此，总体而言，营收净利率与企业社会责任能力之间的变化关系呈不规则波动。

3. 随着市盈率的提高，企业社会责任能力成熟度水平呈现下降趋势

随着市盈率的提高，企业社会责任能力成熟度平均得分呈现下降趋势。市盈率小于10倍的上市公司社会责任能力成熟度水平最高，平均得分为42.93分；市盈率在40倍以上的上市公司社会责任能力成熟度水平最低，平均得分为31.39分；市盈率处于10～20倍、20～30倍、30～40倍的上市公司社会责任能力成熟度得分依次下降，分别为38.01分、34.40分、34.07分（见图30）。

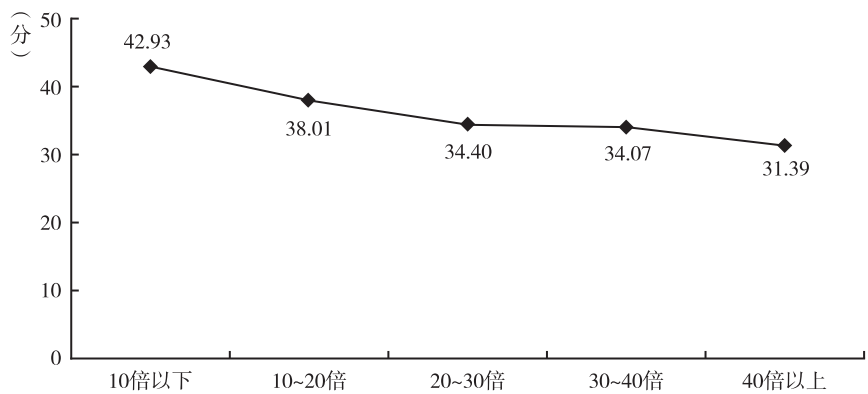


图30　基于上市公司市盈率的社会责任能力成熟度评价结果

（三）基于评价对象成长性的企业社会责任能力成熟度评价结果

研究发现，无论是基于资本保值增值率、固定资产增长率的企业成长性，还是基于总资产增长率、营收增长率的企业成长性，企业成长性与社会责任能力成熟度水平之间都不存在整体的规律性关系。

1. 企业社会责任能力成熟度水平与资本保值增值率之间呈倒“U”形关系

随着资本保值增值率的提高，企业社会责任能力成熟度得分先上升后下降，二者之间呈现倒“U”形变动关系。当资本保值增值率在1.4倍以下时，随着资本保值增值率的提高，社会责任能力成熟度得分也相应提高，比如资本保值增值率分别处在1倍以下、1～1.2倍、1.2～1.4倍时，其社会责任能力成熟度得分依次为34.34分、36.15分、36.30分；当资本保值增值率高于1.4倍，随着资本保值增值率的提高，社会责任能力成熟度得分相应降低，比如资本保值增值率处于1.4～1.6倍以及1.6倍以上时，其社会责任能力成熟度得分分别为32.76分和29.79分。资本保值增值率处于1.6倍以下的上市公司社会责任能力成熟度都属于弱能级，资本保值增值率处于1.6倍以上的上市公司社会责任能力成熟度属于无能级。

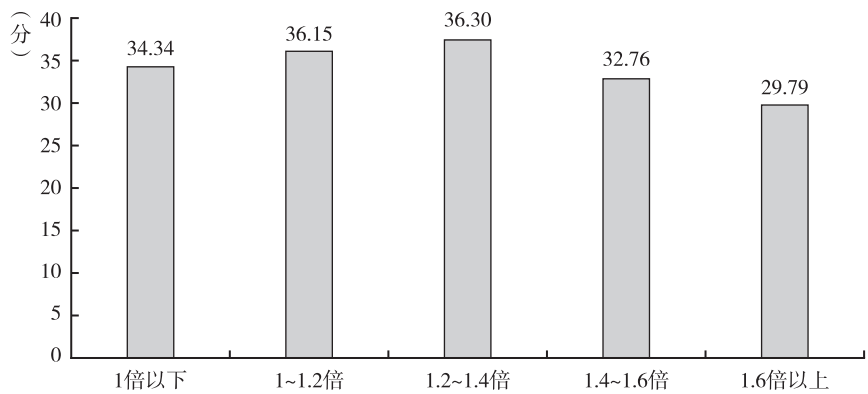


图31　基于上市公司资本保值增值率的社会责任能力成熟度评价结果

2. 随着固定资产增长率提升，企业社会责任能力成熟度整体呈现下降趋势

尽管当固定资产增长率在50%以下时，社会责任能力成熟度随着固定资产增长率的提高而上升，但是，超过50%以后，随着固定资产增长率的提高，企业社会责任能力成熟度的下降趋势更加明显。固定资产增长率处于50%～100%、100%～150%以及150%以上的上市公司社会责任能力成熟度得分依次为32.78分、29.75分、24.09分（见图32），下降趋势明显，从弱能级降到无能级。

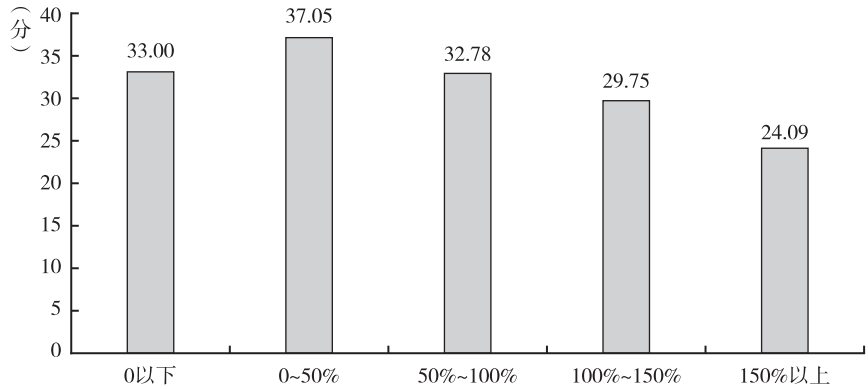


图 32　基于上市公司固定资产增长率的社会责任能力成熟度评价结果

3. 企业社会责任能力成熟度水平与总资产增长率之间呈现反向变动关系

当总资产增长率处于 40% 以下时，随着总资产增长率的提高，上市公司的社会责任能力成熟度得分呈现明显下降趋势，其中总资产增长率处于 0 以下、0 ~ 20% 、20% ~ 40% 的上市公司社会责任能力成熟度依次为 37. 27 分、36. 58 分、33. 70 分。尽管总资产增长率处于 40% ~ 60% 时，企业社会责任能力成熟度呈现上升趋势，但是上升的幅度比降低的幅度要小很多。当总资产增长率超过 60% 时，社会责任能力成熟度从之前的 35. 75 分降低到 31. 11 分（见图 33）。因此，总体而言，企业社会责任能力成熟度水平与总资产增长率之间呈现反向变动关系。

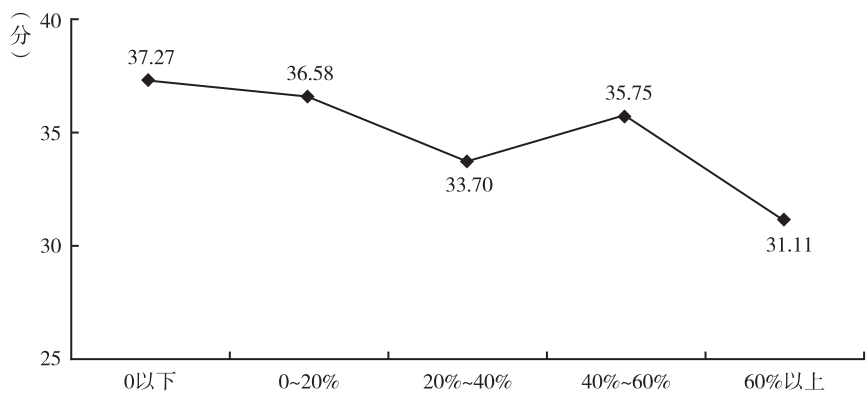


图 33　基于上市公司总资产增长率的社会责任能力成熟度评价结果

4. 随着营收增长率的提高，企业社会责任能力成熟度整体呈现下降趋势

当营业收入增长率处于200%以下时，企业社会责任能力成熟度得分随着营业收入增长率的提高而下降。营业收入增长率处于0以下、0～100%、100%～200%的上市公司社会责任能力成熟度得分依次降低，分别为37.39分、35.31分、29.83分。营业收入增长率处于100%～300%时，企业社会责任能力成熟度得分虽然随着营业收入的增长提高而上升，但是上升幅度不到6%；此后，随着营业收入增长率的提高，企业社会责任能力成熟度得分下降，下降幅度接近11%（见图34）。因此，总体可以得出，随着营收增长率的提高，企业社会责任能力成熟度水平整体呈现下降趋势。

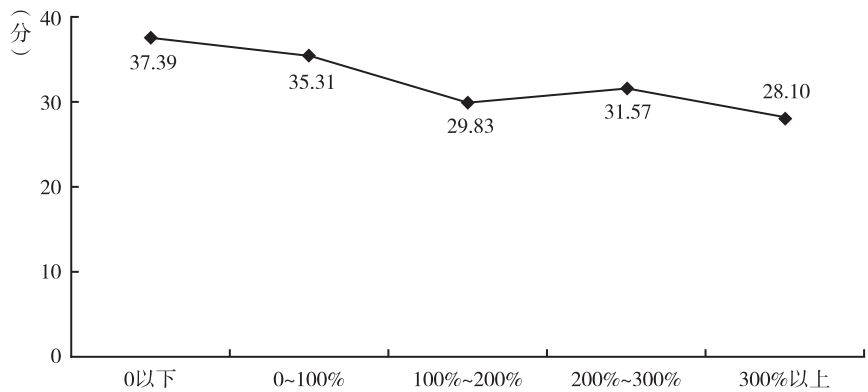


图34　基于上市公司营业收入增长率的社会责任能力成熟度评价结果

（四）基于评价对象安全性的企业社会责任能力成熟度评价结果

本研究分别以财务杠杆系数、经营杠杆系数以及综合杠杆系数来研究企业财务安全性与社会责任能力成熟度之间的关系，结果显示，不同类型的安全性指标与企业社会责任能力成熟度水平之间具有不同的规律性关系。

1. 财务杠杆系数与企业社会责任能力成熟度水平之间呈不规则变动

财务杠杆系数在1.5以下时，企业社会责任能力成熟度水平随着财务杠杆系数的提高而上升；财务杠杆系数处于1～2时，企业社会责任能力成熟度水平随着财务杠杆系数的提高略有下降，成熟度得分从35.98分下降到35.25分；此后，财务杠杆系数处于1.5～2.5时，企业社会责任能力成熟度水平随着财务杠杆系数的提高明显上升，成熟度得分从32.25分上升到42.99分；财务杠杆系数

超过 2 之后，企业社会责任能力成熟度得分又呈现明显下降趋势（见图 35）。显而易见，财务杠杆系数与企业社会责任能力成熟度水平之间的关系并不规则。

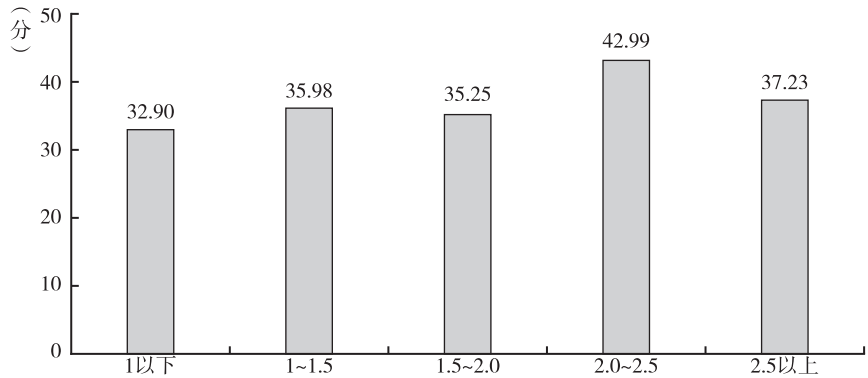


图 35　基于上市公司财务杠杆系数的社会责任能力成熟度评价结果

2. 企业社会责任能力成熟度水平随着经营杠杆系数的提高总体呈上升趋势

尽管经营杠杆系数小于 1 的上市公司社会责任能力成熟度得分比较高，但是从总体趋势来看，随着上市公司经营杠杆系数从 1 开始不断增长，对应的社会责任能力成熟度得分也不断上升。具体而言，经营杠杆系数处于1 ~2、2 ~3、3 ~4 以及 4 以上的上市公司，其社会责任能力成熟度得分依次为 34. 48 分、40. 49 分、48. 66 分、50. 71 分，上升趋势明显（见图 36）。

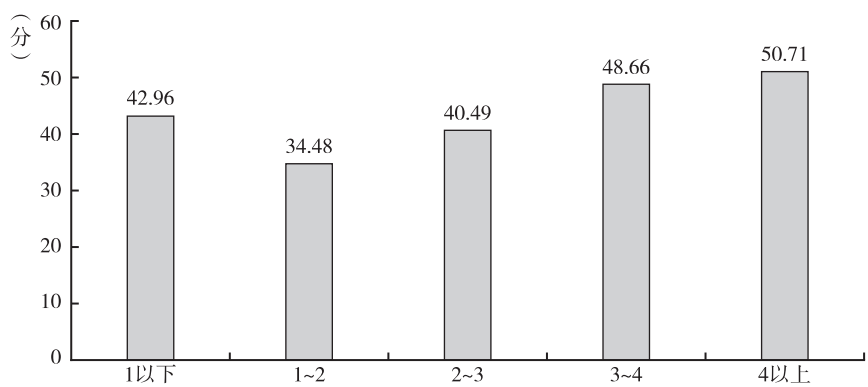


图 36　基于上市公司经营杠杆系数的社会责任能力成熟度评价结果

3. 企业社会责任能力成熟度水平随着综合杠杆系数提高呈现小幅上升趋势

综合杠杆系数处于 1 以下和 15 以上的上市公司社会责任能力成熟度水平相对

较高，成熟度得分分别为 40.88 分和 45.31 分。综合杠杆系数处于 1 ~ 10 时，企业社会责任能力成熟度得分随着综合杠杆系数的提高而上升（见图 37）。总体而言，企业社会责任能力成熟度随着综合杠杆系数的提高而呈现小幅上升的趋势。

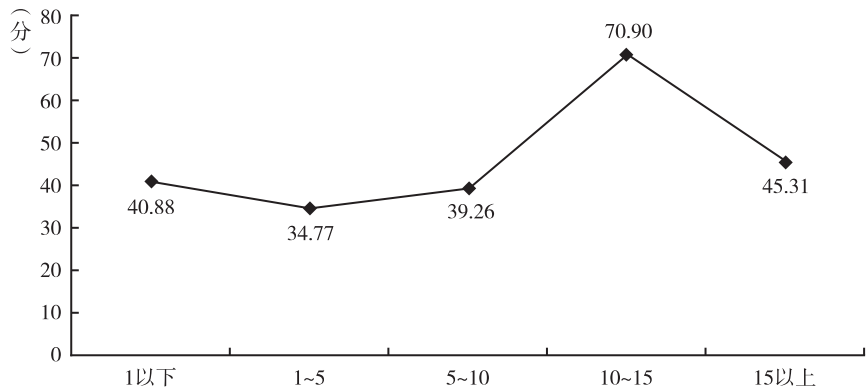


图 37　基于上市公司综合杠杆系数的社会责任能力成熟度评价结果

注：由于样本中综合杠杆系数处于 10 ~ 15 的企业只有 1 家，其得分并不能反映 10 ~ 15 这个区间的上市公司社会责任能力成熟度情况，所以其得分不作为评价参考。

（五）基于评价对象公司治理的企业社会责任能力成熟度评价结果

1. 企业社会责任能力成熟度水平随着股权集中度的提高而整体上升

将前四大股东所占股份比例作为股权集中度的指标来分析企业社会责任能力成熟度水平与企业股权集中度之间的关系，分析发现，随着前四位股东持股比例的提升，企业社会责任能力成熟度得分也随之上升。具体而言，股权集中度处于 20% ~40%、40% ~60%、60% ~80% 以及 80% 以上的上市公司，其社会责任能力成熟度平均得分依次为 30.57 分、34.47 分、34.65 分、42.75 分，上升趋势明显（见图 38）。

股权集中度反映了上市公司的股权分布状态，能在一定程度上衡量上市公司稳定性的强弱。从决策层面考虑，股权集中度越高意味着决策效率越高，越有利于推动重大项目开展。因此，相较于股权分散的企业，股权集中度高的企业在推进社会责任工作中的决策效率和资源调配能力可能更高更强，社会责任能力成熟度水平也就越高。

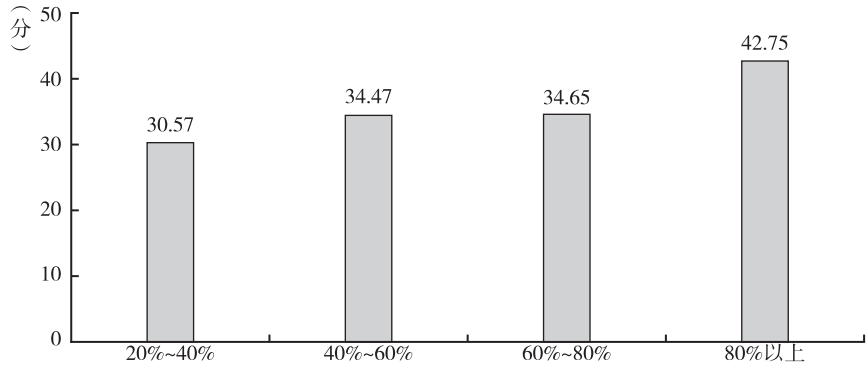


图 38　基于上市公司股权集中度的社会责任能力成熟度评价结果

2. 独董占比与企业社会责任能力成熟度水平之间呈现倒“U”形关系

独立董事对上市公司负有诚信和勤勉义务，维护公司利益，尤其是保护中小股东合法权益不受伤害。因此，独董占比能够反映并在一定程度上影响公司的治理水平。证监会对上市公司董事会成员中的独立董事占比有明确规定，“上市公司董事会成员中应当至少包括三分之一独立董事”，在评价沪深 300 上市公司时，笔者发现仅有 2 家公司的独董占比不足 30%（一家 25%、一家 28%），其余均超过 30%。

研究发现，独立董事占比与企业社会责任能力成熟度水平之间呈现倒“U”形关系，即从 35% 以下、35% ~40%、40% 以上三个区间来看，社会责任能力成熟度平均得分先上升后下降，其中独立董事占比在 35% ~40% 的企业得分最高（见图 39）。这表明，从提升企业社会责任能力成熟度水平来看，独立董事应该保持在一个合理的范围内，独董占比太低或过高都不合适。

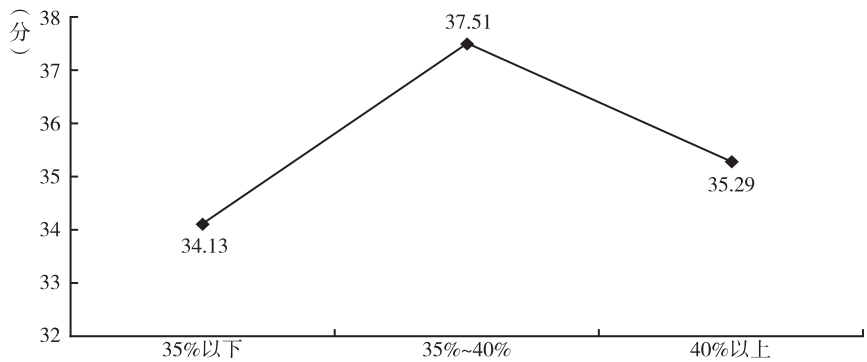


图 39　基于上市公司独董占比的社会责任能力成熟度评价结果