

Globethics Repository



重新审视CSR 四个定义[Re-examine the four definitions of CSR]

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	Article
Authors	刘, 宝成
Publisher	中国国际公共关系协会
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-09-18 09:15:51
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/189277

重新审视 CSR 四个定义

刘宝成 对外经济贸易大学国际经济伦理研究中心主任

我想借《国际公关》杂志“前沿”栏目对CSR（企业社会责任）战略的研讨，重新审视这一领域中四个流行的定义：可持续发展、社会责任、义务与责任的区别和道德领导力。首先，如何认知作为人类社会发展战略目标之一的可持续发展。可持续发展是指地球上所有物种的长期生存和共同繁荣。这个期限有多长？由于可持续发展的本质归根到底是一个深刻的代际正义的概念，只要我们人类得以继续存在，上述定义就足以成立。究其本质，占绝对优势一代与后代的谈判能力是不对等的，换言之，这不是一场势均力敌的拔河比赛，因为谈判双方实力相差悬殊——在谈判桌的另一端，根本没有与之角力的对手，即后代根本没有讨价还价的余地可言。因此，社会均衡理论并不适用于此。作为规则的制定者和执行者，我们优势一代的集体良知是此项比赛中唯一能够发挥作用的。当我们这种集体良知，也就是家长式的慈爱，被抛到九霄云外时，我们就不会在乎能为下一代留下什么，那么可持续发展也就堕落成为一个陈词滥调。

其次，社会责任不仅是可持续发展战略的重要组成部分，而且践行社会责任是实现这一战略的有效途径。早在20世纪90年代初，人们就对社会责任的构成元素达成了共识，它包括社会、经济和环境的共同福祉。为便于记忆，我将这三个概念归结为3P，即人（PERSON）、地球（PLANET）和生产力（PRODUCTIVITY）。

其次，社会责任不仅是可持续发展战略的重要组成部分，而且践行社会责任是实现这一战略的有效途径。早在20世纪90年代初，人们就对社会责任的构成元素达成了共识，它包括社会、经济和环境的共同福祉。为便于记忆，我将这三个概念归结为3P，即人（PERSON）、地球（PLANET）和生产力（PRODUCTIVITY）。

然而在另一方面，由于GDP 增长率已成为发展的黄金法则，在新兴经济体中，公平问题日益成为一个凸显的焦点，这反过来又制约了进一步发展的势能。我所谈及的公平问题是一个在可持续发展基础上的广泛意义上的公平，我们必须通盘考虑地球与所有的利益相关方。

再次，在践行CSR 过程中，应该明确界定义务与责任。当前很多时髦的企业社会责任报告混淆了两个似是而非的概念，即义务与责任。撇开其背后的动机不提，一个组织的真正责任由此蒙受了质疑和诘难。一个公司需要产生投资回报以持续运营，因此他们必须为社会提供一些东西作为交换。从该层意义上，无论是从事汽车制造还是垃圾回收，企业社会责任与之无甚瓜葛。满足最低的监管要求，例如纳税或者控制污染，亦不能证明企业具有社会责任；而只有在满足日常运作和法律规定之上的社会贡献，才能构成真正意义上的企业社会责任。只有在自愿的基础上做出的额外努力，无论是主动的行为还是被动的克制或忍耐，才可以被归类为CSR 的层面。除结果论以外，动机、过程也可以成为进一步衡量CSR 的准绳。

最后，道德领导力在践行CSR 中的作用。为便于记忆起见，我采用了一些首字母的形式予以概括。领导力的要义就是使得他人按照预定的方向行事，可以通

过三种方式达到这一目的：恐吓、利诱和感召。在一个民主、劳动力自由流动以及劳工的教育水平不断提高的世界里，恐吓不再奏效。随着竞争的加剧，物质利诱也很快枯竭。与此相反，感召拥有大量的潜能有待开发。为实现感召的巨大能量，领导者应该

做好三方面的准备（VIP）：远见（VISION）、创新（INNOVATION）和专业精神（PROFESSIONAL）。专业精神可以用三个C 来衡量：信心（CONFIDENCE）、指导（CONDUCT）和挑战（CHALLENGE），这三方面是一个领导者应该具有的素养。作为一个鼓舞人心的领导者，还应该具有另外一个C，即领袖魅力

（CHARM）；在他或她的跟随者眼中的领袖魅力有助于提高组织效率，特别是在复杂隐晦的高语境文化当中。持久成功的领导力体现在意义、战略和实施上，而这三者的交汇之处就是领导力的核心所在。

从CSR 的角度重新审视这一领域中关于可持续发展、社会责任、义务与责任的区别和道德领导力的定义，有助于公众对CSR 内涵的了解，也有利于企业在践行CSR 的过程中达到思想与行动的统一。