

# 中国电子信息行业社会责任报告 编写指南



中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会  
Committee on Social Responsibility of the China Electronics Standardization Association

2013 年 12 月

## 前 言

为促进电子信息行业全面、协调、可持续发展，提升行业竞争力，引导电子信息企业和其他有关组织科学、持续、系统地履行对员工、环境和社会的责任，中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会于 2012 年发布了《中国电子信息行业社会责任指南》。该指南的发布，促进了电子信息行业对社会责任的共同理解，提升了电子信息行业社会责任意识，为电子信息行业履行社会责任指明了方向。

2013 年，为进一步强化电子信息行业履行社会责任的意愿和能力，在中华人民共和国工业和信息化部政法司指导下，中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会组织相关机构共同起草了《中国电子信息行业社会责任报告编写指南》（以下简称“《编写指南》”），中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心对《编写指南》的编制技术上给予了大力支持。《编写指南》详细介绍了电子信息行业编写、发布社会责任报告应遵循的指标体系，并详细介绍了好报告的质量标准。该《编写指南》既是企业编写社会责任报告的有效工具，也是企业提升自身社会责任管理水平的重要参考，对电子信息制造业、软件业、信息技术服务业（含互联网领域）和通信业等具有指导作用。

本《编写指南》由中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会负责解释，将随着电子信息行业社会责任理论和实践的发展适时修订，加入具体企业案例以更清楚地说明使用方法，并将根据情况适时补充电子信息制造业、软件业、信息技术服务业（含互联网领域）等不同分行业的社会责任报告个性要求。

# 目 录

第一部分 《编写指南》简介.....	4
一、指南目的.....	4
二、研发依据.....	5
三、理论基础.....	5
第二部分 指标体系.....	6
一、报告前言（P 系列）.....	6
二、责任治理（G 系列）.....	12
三、市场绩效（M 系列）.....	19
四、社会绩效（S 系列）.....	26
五、环境绩效（E 系列）.....	35
六、报告后记（A 系列）.....	44
第三部分 报告质量标准.....	46
一、完整性.....	46
二、实质性.....	46
三、平衡性.....	47
四、可比性.....	48
五、可读性.....	48
六、创新性.....	49
参考文件.....	50

# 第一部分 《编写指南》简介

## 一、指南目的

作为中国电子信息行业发布的第一本企业社会责任报告编写指南，《中国电子信息行业社会责任报告编写指南（简称“《编写指南》”）在广泛吸收现行研究、标准的基础上，期望达到以下目的：

### 1. 为企业编写社会责任报告提供更具实用性的指导

《编写指南》对《中国电子信息行业社会责任指南》（2012年）中九个社会责任主题相关的指标体系进行了十分详细的解读，并在第三部分披露了一份好报告的标准，为企业编写社会责任报告提供了更具实用性的指导。

### 2. 整合国际国内社会责任报告标准

目前，国际国内关于社会责任报告的政策、标准或指南层出不穷，而各标准或指南的内容不尽相同，导致企业在编写社会责任报告过程中陷入了“标准的丛林”。《编写指南》在编写过程中对国际国内社会责任报告标准进行整合，最大程度吸收其他标准或指南的优点和先进指标，确保企业在使用《编写指南》进行报告编写过程中满足国际国内其他标准或指南的要求。

### 3. 以报告编制促进企业社会责任管理水平提升

《编写指南》的指标体系本身是提升社会责任管理的重要工具，企业通过参考《编写指南》编写社会责任报告可以有效促进社会责任管理水平的提升。

## 二、研发依据

本《编写指南》主要根据中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会发布的《中国电子信息行业社会责任指南》（2012年）研发，结合中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心发布的《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》进行研发，充分体现中国电子信息行业企业的实践。

## 三、理论基础

《中国电子信息行业社会责任报告编写指南》借鉴了中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心提出的“四位一体”企业社会责任模型。该模型突出了责任治理的重要作用，认为责任治理是企业履行社会责任的原点与重要保障，是企业社会责任的重要内容。

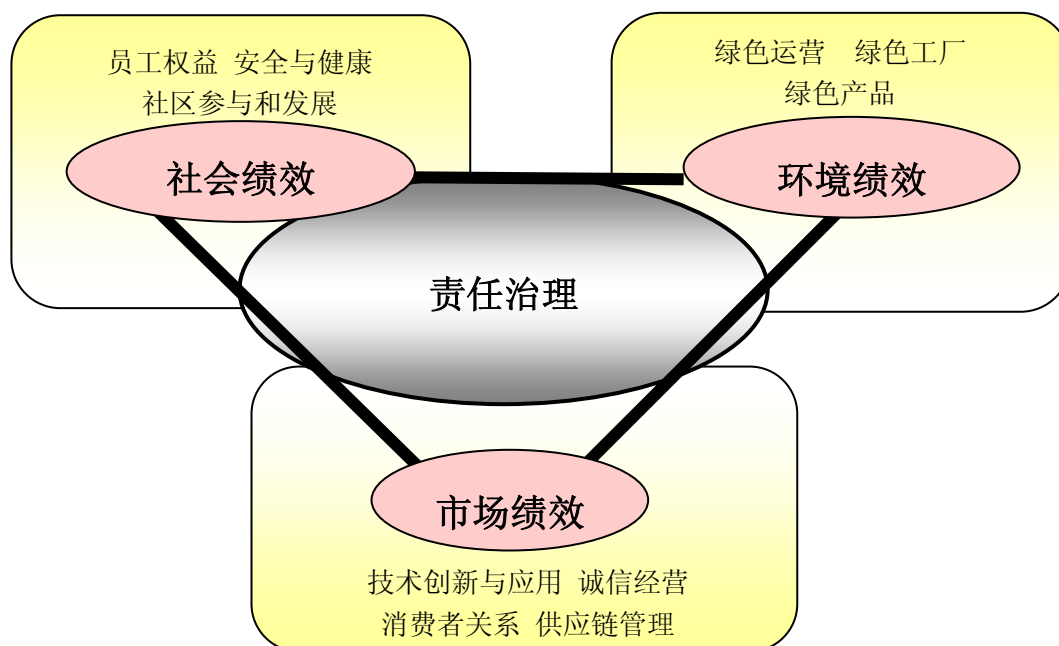


图 1-1 《中国电子信息行业社会责任报告编写指南》理论模型

## 第二部分 指标体系

《指南》指标体系由六大部份构成，分别为：报告前言（P）、责任治理（G）、市场绩效（M）、社会绩效（S）、环境绩效（M）和报告后记（A）（如图 2-1 所示）。

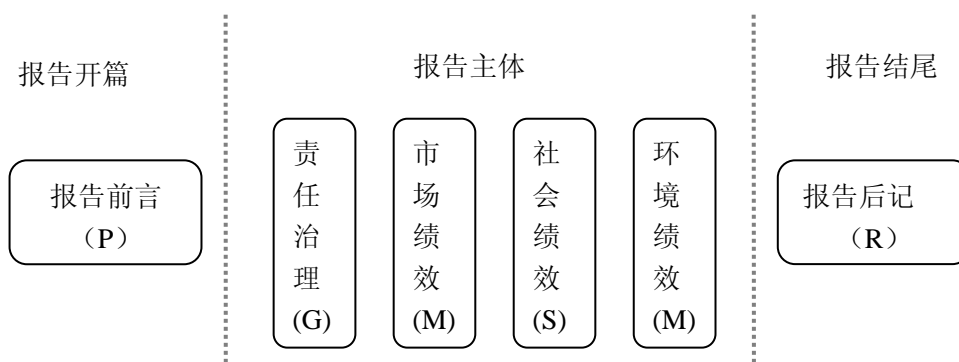


图 2-1 社会责任报告六大组成部分

### 一、报告前言（P 系列）

本板块依次披露报告规范、报告流程、企业高层的社会责任声明、企业简介（含公司治理概况）以及社会责任工作年度进展。

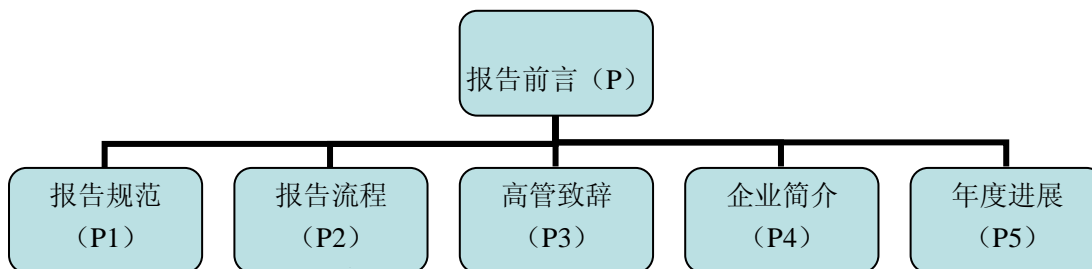


图 2-2 报告前言包括的二级板块

## （一）报告规范（P1）

### **扩展指标** P1.1 报告质量保证程序

**指标解读：**规范的程序是社会责任报告质量的重要保证。报告质量保证程序是指企业在编写社会责任报告的过程中通过什么程序或流程确保报告披露信息正确、完整、平衡。

一般情况下，报告质量保证程序的要素主要有：

- 报告是否有第三方认证以及认证的范围；
- 在企业内部哪个机构是报告质量的最高责任机构；
- 在企业内部，报告的编写和审批流程。

### **核心指标** P1.2 报告信息说明

**指标解读：**主要包括第几份社会责任报告、报告发布周期、报告参考标准和数据说明等。

### **核心指标** P1.3 报告边界

**指标解读：**主要指报告信息和数据覆盖的范围，如是否覆盖下属企业、合资企业以及供应链。

由于各种原因（如并购、重组等），一些下属企业或合资企业在报告期内无法纳入社会责任报告的信息披露范围，企业必须说明报告的信息边界。

此外，如果企业在海外运营，需在报告中说明哪些信息涵盖了海外运营组织；如果企业报告涵盖供应链，需对供应链信息披露的原则和信息边界做出说明。

**核心指标** P1.4 报告体系

**指标解读：** 主要指公司的社会责任信息披露渠道和披露方式。

社会责任信息披露具有不同的形式和渠道。部分公司在发布社会责任报告的同时发布国别报告、产品报告、环境报告、公益报告等，这些报告均是企业披露社会责任信息的重要途径，企业应在社会责任报告中对这些信息披露形式和渠道进行介绍。

**核心指标** P1.5 联系方式

**指标解读：** 主要包括解答报告及其内容方面问题的联络人及联络方式和报告获取方式及延伸阅读。

## （二）报告流程（P2）

**扩展指标** P2.1 报告编写流程

**指标解读：** 主要指公司从组织、启动到编写、发布社会责任报告的全过程。完整、科学的报告编写流程是报告质量的保证，也有助于利益相关方更好的获取报告信息。

**核心指标** P2.2 报告实质性议题选择程序

**指标解读：** 指在社会责任报告过程中筛选实质性议题的程序、方式和渠道；同时也包括实质性议题的选择标准。

企业在报告中披露实质性议题选择程序，对内可以规范报告编写过程，提升报告质量，对外可以增强报告的可信度。

**扩展指标** P2.3 利益相关方参与报告编写过程的程序和方式

**指标解读：** 主要描述利益相关方参与报告编写方式和程序。利益相



关方参与报告编写可以增强报告的回应性，同时维持良好的多方关系。利益相关方参与报告编写的方式和程序包括但不限于：

- 利益相关方座谈会；
- 利益相关方访谈与调研；
- 利益相关方咨询等。

### （三）高管致辞（P3）

高管致辞是企业最高领导人（团队）对企业社会责任工作的概括性阐释，高管致辞代表了企业最高领导人（团队）对社会责任的态度和重视程度，主要包括以下两个方面的内容：

**核心指标** P3.1 企业履行社会责任的机遇和挑战

**指标解读：** 主要描述企业实施社会责任工作的战略考虑及企业实施社会责任为企业带来的发展机遇。

**核心指标** P3.2 企业年度社会责任工作成绩与不足的概括总结

**指标解读：** 主要指企业本年度在经济、社会和环境领域取得了哪些关键绩效，以及存在哪些不足和改进。

### （四）企业简介（P4）

**核心指标** P4.1 企业名称、所有权性质及总部所在地

**核心指标** P4.2 企业主要品牌、产品及服务

**指标解读：** 通常情况下，企业对社会和环境的影响主要通过其向社

会提供的产品和服务实现。因此，企业应在报告中披露其主要品牌、产品和服务，以便于报告使用者全面理解企业的经济、社会和环境影响。

**核心指标** P4.3 企业运营地域、包括运营企业、附属及合营机构

**指标解读：**企业运营地域、运营企业界定了其社会和环境影响的地域和组织，因此，企业在报告中应披露其运营企业，对于海外运营企业还应披露其运营地域。

**核心指标** P4.4 按产业、顾客类型和地域划分的服务市场

**指标解读：**企业的顾客类型、服务地域和服务市场界定了其社会和环境影响的范围，因此，企业应在报告中披露其服务对象和服务市场。

**核心指标** P4.5 按雇佣合同（正式员工和非正式员工）和性别分别报告从业员工总数

**指标解读：**从业人员指年末在本企业实际从事生产经营活动的全部人员。包括：在岗的职工（合同制职工）、临时工及其他雇用人员、留用人员，不包括与法人单位签订劳务外包合同的人员，同样不包括离休、退休人员。

**扩展指标** P4.6 列举企业在协会、国家组织或国际组织中的会员资格或其他身份

**指标解读：**企业积极参与协会组织以及国际组织一方面是企业自身影响力的表现，另一方面可以发挥自身在协会等组织的影响力，带动其他企业履行社会责任。

扩展指标

P4.7 报告期内关于组织规模、结构、所有权或供应链的重大变化

### （五）年度进展（P5）

社会责任年度进展主要包括报告期内企业社会责任工作的年度变化、取得的关键绩效以及报告期内企业所获重大荣誉。

核心指标

P5.1 年度社会责任重大工作

**指标解读：**年度社会责任工作进展主要指从战略行为和管理行为的角度出发，企业在报告年度内做出的管理改善，包括但不限于：

- 制定新的社会责任战略；
- 建立社会责任组织机构；
- 在社会责任实践领域取得的重大进展；
- 下属企业社会责任重大进展等。

核心指标

P5.2 年度责任绩效

**指标解读：**年度责任绩效主要从定量的角度出发披露公司在报告期内取得的重大责任绩效，包括但不限于以下内容：

- 财务绩效；
- 客户责任绩效；
- 伙伴责任绩效；
- 员工责任绩效；
- 社区责任绩效；

- 环境责任绩效等。

**核心指标** P5.3 年度责任荣誉

**指标解读：**年度责任荣誉主要指公司在报告期内在责任治理、市场责任、社会责任和环境责任方面获得的重大荣誉奖项。

## 二、责任治理（G 系列）

有效的责任治理是企业实现可持续发展的基石。企业应该推进企业社会责任治理体系的建设，并及时披露相关信息。根据最新研究成果，企业社会责任治理体系包括责任战略、责任组织、责任融合、责任绩效、责任沟通和责任能力等六大部分。其中，责任战略的制定过程实际上是企业社会责任的计划（Plan—P）；责任融合的过程实际上是企业社会责任的执行（Do—D）；责任绩效和报告是对企业社会责任的评价（Check—C）；调查、研究自己社会责任工作的开展情况、利益相关方意见的反馈以及将责任绩效反馈到战略的过程就是企业社会责任的改善（Act—A）。这六项工作整合在一起就构成了一个周而复始、闭环改进的PDCA过程，推动企业社会责任治理持续发展。

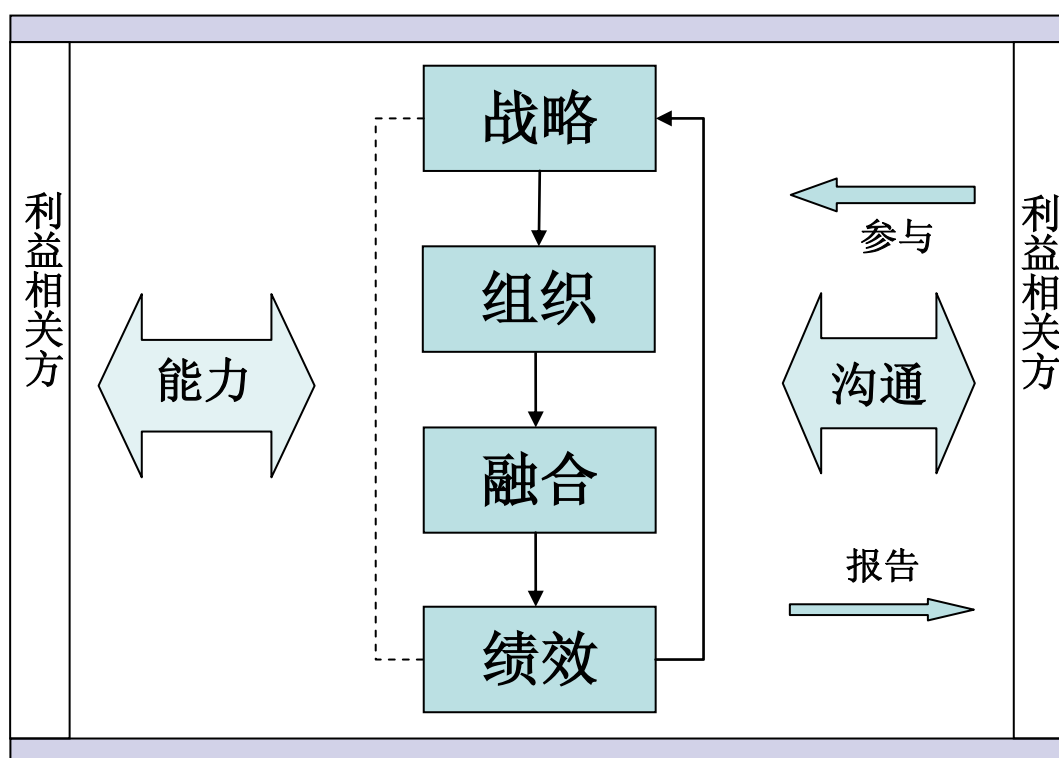


图 2-3 企业社会责任治理的六维框架

### （一）责任战略（G1）

社会责任战略是指公司在全面认识自身业务对经济社会环境影响、全面了解利益相关方需求的基础上，制定明确的社会责任理念、核心议题和社会责任规划。

**核心指标** G1.1 社会责任理念、愿景、价值观

**指标解读：**该指标描述企业对经济、社会和环境负责任的经营理念、愿景及价值观。责任理念是企业履行社会责任的内部驱动力和方向，企业应该树立科学的社会责任观，用以指导企业的社会责任实践。

**扩展指标** G1.2 企业签署的外部社会责任倡议

**指标解读：**企业签署外部社会责任倡议体现了其对社会责任的重视，

同时，外部社会责任倡议也是公司履行社会责任的外部推动力。

**核心指标** G1.3 辨识企业的核心社会责任议题

**指标解读：**本指标主要描述企业辨识社会责任核心议题的工具和流程，以及企业的核心社会责任议题包括的内容。企业辨识核心社会责任议题的方法和工具包括但不限于：

- 利益相关方调查；
- 高层领导访谈；
- 行业背景分析；
- 先进企业对标等。

**扩展指标** G1.4 企业社会责任规划

**指标解读：**社会责任规划是企业社会责任工作的有效指引。本指标主要描述企业社会责任工作总体目标、阶段性目标、保障措施等。

## （二）责任组织（G2）

责任组织是指通过建立必要的组织体系、制度体系和责任体系，保证公司社会责任理念得以贯彻，保证社会责任规划和目标得以落实。

**扩展指标** G2.1 社会责任领导机构

**指标解读：**社会责任领导机构是指由企业高层领导（通常是企业总裁、总经理等高管）直接负责的、位于企业委员会层面最高的决策、领导、推进机构，例如社会责任委员会、可持续发展委员会、企业公民委员会等。

扩展指标

## G2.2 利益相关方与企业最高治理机构之间沟通的渠道或程序

**指标解读：**利益相关方与最高治理机构之间的沟通和交流是利益相关方参与的重要内容和形式。企业建立最高治理机构和利益相关方之间的沟通渠道有助于从决策层高度加强与利益相关方的交流，与利益相关方建立良好的伙伴关系。

核心指标

## G2.3 建立社会责任组织体系

**指标解读：**本指标主要包括以下两个方面的内容：（1）明确或建立企业社会责任工作的责任部门；（2）企业社会责任工作部门的人员配置情况。

一般而言，社会责任组织体系包括以下三个层次：

- 决策层，主要由公司高层领导组成，负责公司社会责任相关重大事项的审议和决策；
- 组织层，公司社会责任工作的归口管理部门，主要负责社会责任相关规划、计划和项目的组织推进；
- 执行层，主要负责社会责任相关规划、计划和项目的落实执行。

核心指标

## G2.4 企业内部社会责任的职责与分工

**指标解读：**由于社会责任实践由公司内部各部门具体执行，因此，在企业内部必须明确各部门的社会责任职责与分工。

扩展指标

## G2.5 社会责任管理制度

**指标解读：**社会责任工作的开展落实需要有力的制度保证。企业社会

责任制度包括社会责任沟通制度、信息统计制度、社会责任报告的编写发布等制度。

### （三）责任融合（G3）

责任融合是指企业将社会责任理念融入企业经营发展战略和日常运营。

**扩展指标** G3.1 推进下属企业社会责任工作

**指标解读：**本指标主要描述公司下属企业的社会责任工作情况，包括下属企业发布社会责任报告、对下属企业进行社会责任培训、在下属企业进行社会责任工作试点、对下属企业社会责任工作进行考核与评比等。

**扩展指标** G3.2 推动供应链合作伙伴履行社会责任

**指标解读：**本指标包括两个层次：描述企业对合作机构、同业者以及其他组织履行社会责任工作的倡议；推进下游供应链企业的社会责任意识。

### （四）责任绩效（G4）

社会责任绩效是指企业建立社会责任指标体系，并进行考核评价，确保社会责任目标的实现，包括社会责任指标体系和社会责任考核评价等方面。

**扩展指标** G4.1 构建企业社会责任指标体系

**指标解读：**本指标主要描述企业社会责任评价指标体系的构建过程



和主要指标。建立社会责任指标体系有助于企业监控社会责任的运行情况。

**扩展指标** G4.2 依据企业社会责任指标进行绩效评估

**指标解读：**本指标主要描述企业运用社会责任评价指标体系，对履行企业社会责任的绩效进行评价的制度、过程和结果。

**扩展指标** G4.3 企业社会责任优秀评选

**指标解读：**本指标主要描述企业内部的社会责任优秀单位、优秀个人评选或优秀实践评选相关制度、措施及结果。

**核心指标** G4.4 企业在经济、社会或环境领域发生的重大事故，受到的影响和处罚以及企业的应对措施

**指标解读：**如果报告期内企业在经济、社会或环境等领域发生重大事故，企业应在报告中进行如实披露，并详细披露事故的原因、现状和整改措施。

## （五）责任沟通（G5）

责任沟通是指企业就自身社会责任工作与利益相关方开展交流，进行信息双向传递、接收、分析和反馈。

**核心指标** G5.1 企业利益相关方名单

**指标解读：**利益相关方是企业的履责对象，企业必须明确自身经营相关的利益相关方，并在报告中列举利益相关方名单。

**扩展指标** G5.2 识别及选择核心利益相关方的程序

**指标解读：**由于企业利益相关方众多，企业在辨识利益相关方时必

须采用科学的方法和程序。

**核心指标** G5.3 利益相关方的关注点和企业的回应措施

**指标解读：**本指标包含两个方面的内容：（1）对利益相关方的需求及期望进行调查；（2）阐述各利益相关方对企业的期望以及企业对利益相关方期望进行回应的措施。

**核心指标** G5.4 企业内部社会责任沟通机制

**指标解读：**本指标主要描述企业内部社会责任信息的传播机制及媒介。企业内部社会责任沟通机制包括但不限于：

- 内部刊物，如《社会责任月刊》、《社会责任通讯》等；
- 在公司网站建立社会责任专栏；
- 社会责任知识交流大会；
- 社会责任内网等。

**核心指标** G5.5 企业外部社会责任沟通机制

**指标解读：**本指标主要描述企业社会责任信息对外部利益相关方披露的机制及媒介，如发布社会责任报告、召开及参加利益相关方交流会议、工厂开放日等。

**核心指标** G5.6 企业高层领导参与的社会责任沟通与交流活动

**指标解读：**本指标主要描述企业高层领导人参加的国内外社会责任会议，以及会议发言、责任承诺等情况。

## （六）责任能力（G6）

责任能力是指企业通过开展社会责任课题研究、参与社会责任

交流和研讨活动提升组织知识水平；通过开展社会责任培训与教育活动提升组织员工的社会责任意识。

**扩展指标** G6.1 开展 CSR 课题研究

**指标解读：**由于社会责任是新兴课题，企业应根据社会责任理论与实践的需要自行开展社会责任调研课题，把握行业现状和企业自身情况，以改善企业社会责任管理，优化企业社会责任实践。

**扩展指标** G6.2 参与社会责任研究和交流

**指标解读：**本指标主要指企业通过参与国内外、行业内外有关社会责任的研讨和交流，学习、借鉴其他企业和组织的社会责任先进经验，进而提升本组织的社会责任绩效。

**扩展指标** G6.3 参加国内外社会责任标准的制定

**指标解读：**企业参加国内外社会责任标准的制定一方面促进了自身社会责任相关议题的深入研究，另一方面也提升社会责任标准的科学性、专业性。

**核心指标** G6.4 通过培训等手段培育负责任的企业文化

**指标解读：**企业通过组织、实施社会责任培训计划，提升员工的社会责任意识，使员工成为社会责任理念的传播者和实践者。

### 三、市场绩效（M 系列）

市场绩效描述企业在市场经济中负责任的行为。企业的市场绩效责任可分为对自身健康发展的经济责任和对市场上其他利益相关方（主要是客户和商业伙伴）的经济责任。

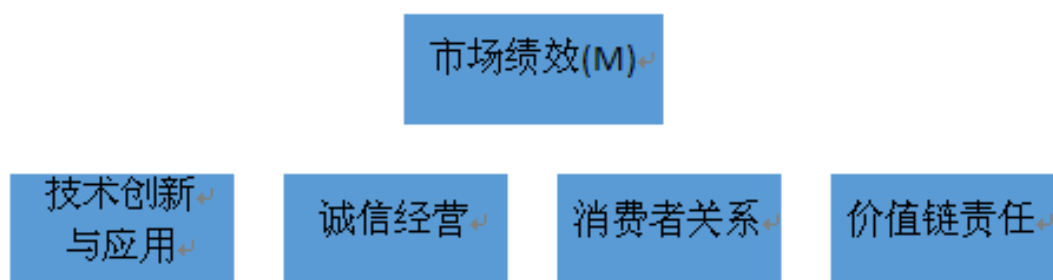


图 2—4 市场绩效包括的二级板块

### （一）技术创新与应用（M1）

**核心指标** M1.1 支持技术创新的制度和体系

**指标解读：**本指标主要指在企业内部建立鼓励创新的制度，搭建创新平台，形成鼓励创新的文化。

**扩展指标** M1.2 科技或研发投入

**指标解读：**本指标主要指在报告期内企业在科技或研发方面投入的资金总额。

**扩展指标** M1.3 科技工作人员数量及比例

**指标解读：**科技工作人员指企业直接从事（或参与）科技活动、以及专门从事科技活动管理和为科技活动提供直接服务的人员。累计从事科技活动的时间占制度工作时间 50%（不含）以下的人员不统计。

**扩展指标** M1.4 新增专利数

**指标解读：**本指标主要包括报告期内企业新增专利申请数和新增专利授权数。

扩展指标

#### M1.5 新产品销售额

**指标解读：**新产品指采用新技术原理、新设计构思研制、生产的全新产品，或在结构、材质、工艺等某一方面比原有产品有明显改进，从而显著提高产品性能或扩大了使用功能的产品。新产品包括全新型新产品和重大改进型新产品两大类：

- **全新型新产品：**指与以前制造的产品相比，其用途或者技术设计和材料三者都有显著变化的产品。这些创新可以涉及到全新的技术，也可以基于组合现有技术新的应用，或者源于新的知识的应用；
- **重大改进型新产品：**指在原有产品的基础上，产品性能得到显著提高或者重大改进的产品。若产品的改变仅仅是在美学上（外观、颜色、图案设计、包装等）的改变及技术上的较小的变化，属于产品差异，不作为新产品统计。

扩展指标

#### M1.6 重大创新奖项

**指标解读：**本指标主要指报告期内企业获得的关于产品和服务创新的重大奖项。

扩展指标

#### M1.7 应用创新情况

**指标解读：**指利用技术专长，协同供应链和社会力量，为环境、能源、健康与安全等社会发展问题的解决和人民生活水平的提升提供

技术支持、产品和服务。

**核心指标** M1.8 推动工业化和信息化融合

**指标解读：**指企业通过促进信息技术成果向生产力的转化，推动信息技术的应用对传统产业效率和发展质量的提升。

## （二）诚信运营（M2）

**核心指标** M2.1 诚信经营的理念与制度保障

**指标解读：**该指标主要描述确保企业对客户、供应商、经销商以及其他商业伙伴诚信的理念、制度和措施。

**核心指标** M2.2 公平竞争的理念及制度保障

**指标解读：**公平竞争主要指企业在经营过程中遵守国家有关法律法规，遵守行业规范和商业道德，自觉维护市场秩序，不采取阻碍互联互通、掠夺性定价、垄断渠道资源、不正当交叉补贴、诋毁同业者等不正当竞争手段。

**核心指标** M2.3 企业守法合规体系

**指标解读：**本指标中主要描述企业的法律合规体系，包括守法合规理念、组织体系建设、制度建设等。合规（compliance）通常包含以下两层含义：（1）遵守法律法规及监管规定；（2）遵守企业伦理和内部规章以及社会规范、诚信和道德行为准则等。“合规”首先应做到“守法”，“守法”是“合规”的基础。

**核心指标** M2.4 守法合规培训

**指标解读：**本指标主要描述企业组织的守法合规培训活动，包括法

律意识培训、行为合规培训等。

**核心指标** M2.5 禁止商业贿赂和商业腐败

**指标解读：**本指标主要描述企业在反腐败和反商业贿赂方面的制度和措施等。

商业贿赂行为是不正当竞争行为的一种，是指经营者为销售或购买商品而采用财物或者其他手段贿赂对方单位或者个人的行为。

商业腐败按对象可以划分为两种类型，一种是企业普通经营活动中的行贿受贿行为，即通常意义上的商业贿赂；另一种是经营主体为了赢得政府的交易机会或者是获得某种经营上的垄断特权而向政府官员提供贿赂。

**核心指标** M2.6 尊重和保护知识产权和专有技术

**指标解读：**主要指企业在经营过程中尊重和保护他人的知识产权和专有技术，并引导他人尊重组织自身的知识产权和专有技术。

### （三）消费者关系（M3）

**核心指标** M3.1 客户关系管理体系

**指标解读：**客户关系管理体系是指以客户为中心，覆盖客户期望识别、客户需求回应以及客户意见反馈和改进的管理体系。

**核心指标** M3.2 客户信息保护

**指标解读：**本指标主要描述企业保护客户信息安全的理念、制度、措施及绩效。企业不应以强迫或欺骗的方式获得任何有关客户及消费者个人隐私的信息；除法律或政府强制性要求外，企业在未得到

客户及消费者许可之前，不得把已获得的客户及消费者私人信息提供给第三方(包括企业或个人)。

**核心指标** M3.3 止损和赔偿

**指标解读：**如企业提供的产品或服务被证明对客户及消费者的生命或财产安全存在威胁时，企业应立刻停止提供该类产品或服务，并做出公开声明，尽可能召回已出售产品；对已造成损害的，应给与适当的赔偿。

**核心指标** M3.4 产品质量管理体系

**指标解读：**本指标主要描述企业产品质量保障、质量改进等方面的政策与措施，包括但不限于通过 ISO9000 质量管理体系认证、成立产品质量保证和改进小组等。

**核心指标** M3.5 产品合格率

**核心指标** M3.6 客户满意度调查及客户满意度

**指标解读：**客户满意是指客户对某一产品或服务已满足其需求和期望的程度的意见，也是客户在消费或使用后感受到满足的一种心理体验。对客户满意程度的调查即客户满意度调查。

**核心指标** M3.7 积极应对客户投诉及客户投诉解决率

**指标解读：**所谓看客户投诉，是指客户因对企业产品质量或服务上的不满意，而提出的书面或口头上的异议、抗议、索赔和要求解决问题等行为。

**核心指标** M3.8 通过自身产品和服务支持可持续性消费



**指标解读：**通过降低自身产品和服务对健康和环境的负面影响，使用便于回收和重复利用的材料，以及提供有关产品和服务的可持续性消费信息等方法支持可持续性消费。

**扩展指标** M3.9 推广可持续性消费理念和实践

**指标解读：**利用产品和信息平台开展教育和宣传，使消费者了解产品和服务的最优使用方法以及与之相关的可持续性消费实践。

#### （四）供应链责任（M4）

**扩展指标** M4.1 识别并描述企业的供应链及责任影响

**指标解读：**识别企业的供应链是管理企业社会责任影响的基础。企业应识别其供应链上的合作伙伴及企业对供应链伙伴的影响。

**扩展指标** M4.2 企业在促进供应链履行社会责任方面的倡议和政策

**指标解读：**企业应利用其在供应链中的影响力，发挥自身优势，与供应链合作伙伴共同制定社会责任倡议和相关行业社会责任发展建议。

**扩展指标** M4.3 企业对供应链成员进行的社会责任教育、培训

**指标解读：**该指标主要描述企业对供应商、经销商等供应链伙伴进行社会责任培训或社会责任宣传教育的活动。

**扩展指标** M4.4 公司责任采购的制度及（或）方针

**指标解读：**一般情况下，公司负责任采购程度由低到高可分为以下三个层次：

- 严格采购符合质量、环保、劳工标准，合规经营的公司的产品或

（及）服务；

- 对供应商进行社会责任评估和调查；
- 通过培训等措施提升供应商履行社会责任的能力。

#### 四、社会绩效（S 系列）

社会绩效主要描述企业对社会责任的承担和贡献，主要包括员工责任、安全与健康和社区参与和发展三个方面的内容。

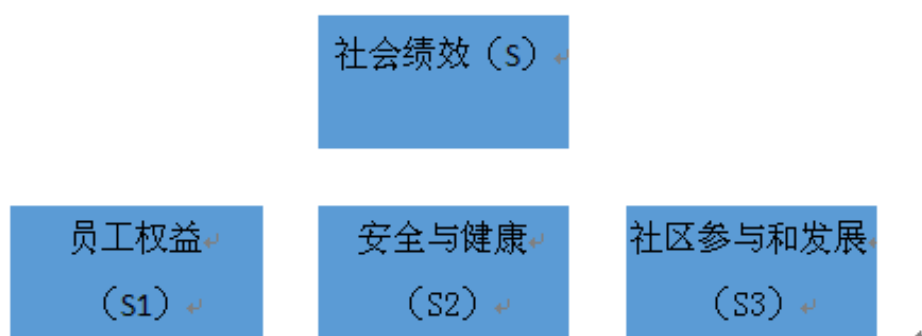


图 2-5 社会绩效二级指标构成

##### （一）员工责任（S1）

**核心指标** S1.1 劳动合同签订率

**指标解读：** 劳动合同签订率指报告期内企业员工中签订劳动合同的比率。

**扩展指标** S1.2 集体谈判与集体合同覆盖率

**指标解读：** 集体谈判是工会或个人组织与雇主就雇用关系等问题进行协商的一种形式，其目的是希望劳资双方能够在在一个较平等的情况下订立雇佣条件，以保障劳方应有的权益。

集体合同是指企业职工一方与用人单位就劳动报酬、工作时间、休息休假、劳动安全卫生、保险福利等事项，通过平等协商达成的书面协议。集体谈判是签订集体合同的前提，签订集体合同必须要进行集体协商。

**核心指标** S1.3 民主管理

**指标解读：**根据《公司法》、《劳动法》、《劳动合同法》等规定，企业实行民主管理主要有以下三种形式：职工代表大会、厂务公开以及职工董事、职工监事等。此外，职工民主管理委员会、民主协商会、总经理信箱等也是民主管理的重要形式。

**扩展指标** S1.4 参加工会的员工比例

**指标解读：**根据《工会法》、《中国工会章程》等规定，所有符合条件的企业都应该依法成立工会，维护职工合法权益是工会的基本职责。

**扩展指标** S1.5 通过员工申诉机制申请、处理和解决的员工申诉数量

**指标解读：**员工申诉是指员工在工作中认为受到不公正待遇或发现企业经营中不合规的行为等，通过正常的渠道反映其意见和建议。依据申诉对象的不同，员工申诉可分为企业内部申诉和企业外部申诉，即劳动仲裁，本指标所指的员工申诉主要指企业内部申诉。

**扩展指标** S1.6 雇员隐私管理

**指标解读：**员工具有工作隐私权，赋予雇员隐私权是对雇员人格尊严的尊重。企业应建立覆盖招聘、考核等各人力资源管理环节的隐私管理。

**扩展指标** S1.7 兼职工、临时工和劳务派遣工权益保护

**指标解读：**劳务派遣工指与由劳动行政部门资质认定，经工商部门注册登记的劳务型公司签订劳动合同或劳务合同后向实际用工单位进行劳务输出，从事劳动服务的一种用工形式，劳动者与劳务型公司建立劳动关系或劳务关系，由劳务型公司按规定发放工资、缴纳社会保险费，劳动者与劳务输入的实际用人单位不发生劳动关系和劳务关系，只是从事劳动服务。兼职工、临时工和劳务派遣工的权益保护问题主要包括同工同酬、福利待遇、职业培训与发展等。

**核心指标** S1.8 按运营地划分的员工最低工资和当地最低工资的比例

**指标解读：**员工最低工资是指劳动者在法定工作时间提供了正常劳动的前提下，其所在用人单位必须按法定最低标准支付的劳动报酬，其中不包括加班工资、特殊工作环境的津贴、法律法规和国家规定的劳动者福利待遇等。

各地最低工资标准由省、自治区、直辖市人民政府规定。

**核心指标** S1.9 社会保险覆盖率

**指标解读：**本指标最主要指企业正式员工中“五险一金”的覆盖比例。

**扩展指标** S1.10 超时工作报酬

**指标解读：**企业为超出法定工作时间而支付的报酬总额。其中法定工作时间由政府规定。

**扩展指标** S1.11 每年人均带薪年休假天数

**指标解读：**带薪年休假是指劳动者连续工作一年以上，就可以享受一定时间的带薪年假。其中，职工累计工作已满1年不满10年的，年休假5天；已满10年不满20年的，年休假10天；已满20年的，年休假15天。具体操作可参考2007年12月7日国务院第198次常务会议通过的《职工带薪年休假条例》。

**核心指标** S1.12 按雇佣性质（正式、非正式）划分的福利体系

**指标解读：**福利是员工的间接报酬，包括但不限于为减轻职工生活负担和保证职工基本生活而建立的各种补贴、为职工生活提供方便而建立的集体福利设施、为活跃职工文化生活而建立的各种文化体育设施等。

**核心指标** S1.13 女性管理者比例

**指标解读：**管理人员主要指具体从事经营管理的人员，包括各级经理人如规划计划、人力资源、市场营销、资本运营、财务审计、生产管理、法律事务、质量安全环保、行政管理等部门经理、主管等。

**扩展指标** S1.14 少数民族或其他种族员工比例

**指标解读：**本指标主要指公司内部正式员工中少数民族或其他种族员工所占比例。

**扩展指标** S1.15 残疾人雇佣率或雇用人数

**指标解读：**根据《中华人民共和国就业促进法》规定，“国家保障残疾人的劳动权利，用人单位招用人员，不得歧视残疾人。”

**核心指标** S1.16 员工职业发展通道

**指标解读：**职业通道是指一个员工的职业发展计划，职业通道模式

主要分三类：单通道模式、双通道模式、多通道模式。按职业性质又可分为管理类、技术类、研发类职业通道。

**核心指标** S1.17 员工培训体系

**指标解读：**企业培训体系是指在企业内部建立一个系统的、与企业的发展以及员工个人成长相配套的培训管理体系、培训课程体系、培训师资格体系以及培训实施体系。

**核心指标** S1.18 员工培训绩效

**指标解读：**本指标主要包括人均培训投入、人均培训时间等培训绩效数据。

**核心指标** S1.19 困难员工帮扶投入

**指标解读：**本指标主要指企业在帮扶困难员工方面的政策措施以及资金投入。

**扩展指标** S1.20 为特殊人群（如孕妇、哺乳妇女等）提供特殊保护

**指标解读：**本指标主要指企业为孕妇、哺乳妇女等特殊人群提供的保护设施、保护措施以及特殊福利待遇。

**扩展指标** S1.21 尊重员工家庭责任和业余生活，确保工作生活平衡

**指标解读：**工作生活平衡，又称工作家庭平衡，是指企业帮助员工认识和正确看待家庭同工作间的关系，调和工作和家庭的矛盾，缓解由于工作家庭关系失衡而给员工造成压力。

**扩展指标** S1.22 员工满意度

**指标解读：**本指标主要描述企业开展员工满意度调查的过程以及员工满意度调查结果。

**扩展指标** S1.23 员工流失率

**指标解读：** 员工年度流失率=年度离职人员总数/（年初员工总数+年度入职人员总数）

**（二）安全与健康（S2）**

**核心指标** S2.1 安全生产管理体系

**指标解读：** 本指标主要描述企业在建立安全生产组织体系、制定和实施安全生产制度、采取有效防护措施等，以确保员工安全的制度和措施。

**核心指标** S2.2 安全教育与培训

**指标解读：** 安全培训是指以提高安全监管监察人员、生产经营单位从业人员和从事安全生产工作的相关人员的安全素质为目的的教育培训活动。

**核心指标** S2.3 安全培训绩效

**指标解读：** 本指标主要包括在安全培训覆盖面、培训次数等数据。

**核心指标** S2.4 安全生产投入

**指标解读：** 本指标主要包括在劳动保护投入、安全措施投入、安全培训投入等方面的费用。

**核心指标** S2.5 安全生产事故数

**指标解读：** 根据生产安全事故（以下简称事故）造成的人员伤亡或者直接经济损失，事故一般分为以下等级：

- 特别重大事故，是指造成 30 人以上死亡，或者 100 人以上重伤

(包括急性工业中毒,下同),或者1亿元以上直接经济损失的事故;

- 重大事故,是指造成10人以上30人以下死亡,或者50人以上100人以下重伤,或者5000万元以上1亿元以下直接经济损失的事故;
- 较大事故,是指造成3人以上10人以下死亡,或者10人以上50人以下重伤,或者1000万元以上5000万元以下直接经济损失的事故;
- 一般事故,是指造成3人以下死亡,或者10人以下重伤,或者1000万元以下直接经济损失的事故。

**核心指标** S2.6 员工伤亡人数

**指标解读:** 本指标主要包括在员工工伤人数、员工死亡人数等数据。

**核心指标** S2.7 职业病防治制度

**指标解读:** 企业需根据《中华人民共和国职业病防治法》以及《工作场所职业卫生监督管理规定》等政策法规,结合行业特征和企业实际,建立本企业的职业病防治制度。

**核心指标** S2.8 职业安全健康培训

**指标解读:** 职业安全健康培训主要指企业针对员工开展的关于职业安全健康知识、预防等内容的培训。

**核心指标** S2.9 年度新增职业病和企业累计职业病

**核心指标** S2.10 体检及健康档案覆盖率



**指标解读：**本指标指企业正式员工中年度体检的覆盖率和职业健康档案的覆盖率。

**扩展指标** S2.11 向兼职工、劳务工和临时工及分包商职工提供同等的健康和安全保护

**指标解读：**企业应向兼职工、劳务工和临时工及分包商职工提供同等的健康和安全保护。

### （三）社区参与和发展（S3）

社区参与责任主要包括本地化运营、慈善捐赠以及员工志愿者三个主要方面。

**扩展指标** S3.1 评估企业进入或退出社区时对社区环境和社会的影响

**指标解读：**企业在新进入或退出社区时，除进行纯商业分析之外，还应该预先进行社区环境和社会影响评价与分析，积极采纳当地政府、企业和居民的合理建议。

**扩展指标** S3.2 新建项目执行环境和社会影响评估的比率

**指标解读：**在我国，企业新建项目必须执行环境评估，但执行社会影响评估的比率较少。

**扩展指标** S3.3 企业开发或支持运营所在社区中的具有社会效益的项目

**指标解读：**企业可通过支持社区成员创业、与社区成员共享企业的福利设施等形式，促进运营所在社区的经济社会发展。

**核心指标** S3.4 员工本地化政策

**指标解读：**员工本地化是指企业在运营过程中应优先雇员所在地劳动力。其中，员工本地化最重要的是管理层（尤其是高级管理层）的本地化。

**扩展指标** S3.5 本地化雇佣比例

**指标解读：**本指标主要指本地员工占运营所在地机构员工的比例。

**扩展指标** S3.6 按主要运营地划分，在高层管理者中本地人员的比率

**指标解读：**本指标主要指运营所在地机构中高层管理者的本地化比例。

**核心指标** S3.7 企业公益方针或主要公益领域

**指标解读：**本指标主要指企业的社会公益政策以及主要的公益投放领域。

**扩展指标** S3.8 企业公益基金/基金会

**指标解读：**本指标主要描述企业成立的公益基金/基金会，以及公益基金会/基金会的宗旨和运营领域。

**扩展指标** S3.9 海外公益

**指标解读：**本指标主要指企业在中国大陆之外开展的公益活动和企业向中国大陆以外地区的捐赠等。

**核心指标** S3.10 捐赠总额

**指标解读：**本指标主要指企业年度资金捐助以及年度物资捐助总额。

**核心指标** S3.11 企业支持志愿者活动的政策、措施

**指标解读：**志愿服务是指不以获得报酬为目的，自愿奉献时间和智

力、体力、技能等，帮助他人、服务社会的公益行为。

**核心指标** S3.12 员工志愿者活动绩效

**指标解读：**本指标主要指志愿者活动的时间、人次等数据。其中，志愿服务时间是指志愿者实际提供志愿服务的时间，以小时为计量单位，不包括往返交通时间。

## 五、环境绩效（E 系列）

环境绩效主要描述企业在节能减排、保护环境方面的责任贡献，主要包括绿色经营、绿色工厂和绿色产品三大板块。

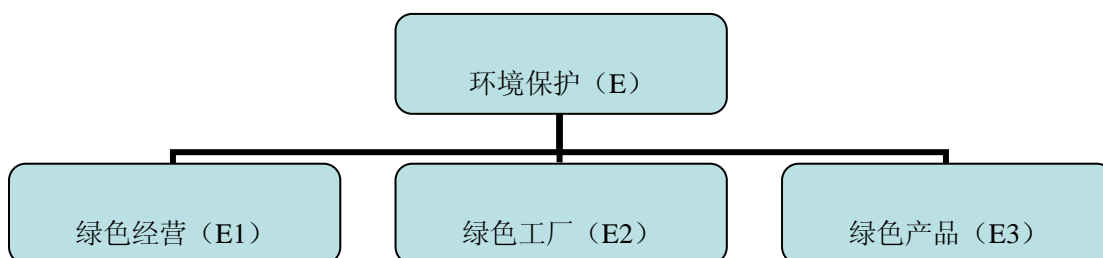


图 2-6 环境绩效二级指标

### （一）绿色经营（E1）

**核心指标** E1.1 建立环境管理组织体系和制度体系

**指标解读：**企业应建立环境管理组织负责公司的环境管理工作，并制定相应计划、执行、检查、改进等环境管理制度

**扩展指标** E1.2 环保预警及应急机制

**指标解读：**应建立环境预警机制，以识别、监测和评估潜在的事故或紧急情况，采取措施预防和减少可能的环境影响，针对各种环境

事故制订并演练应急预案。

**扩展指标** E1.3 参与或加入的环保组织或倡议

**指标解读：**本指标包括两方面的内容，企业加入的环保组织和企业参与的环保倡议。

**扩展指标** E1.4 企业环境影响评价

**指标解读：**根据《中华人民共和国环境影响评价法》，环境影响评价是指对规划和建设项目实施后可能造成的环境影响进行分析、预测和评估，提出预防或者减轻不良环境影响的对策和措施，进行跟踪监测的方法与制度。

除国家规定需要保密的情形外，对环境可能造成重大影响、应当编制环境影响报告书的建设项目，建设单位应当在报批建设项目环境影响报告书前，举行论证会、听证会，或者采取其他形式，征求有关单位、专家和公众的意见。

**核心指标** E1.5 环保总投资

**指标解读：**本指标是指年度投入环境保护的资金总额。

**核心指标** E1.6 环保培训与宣教

**指标解读：**本指标是指企业对员工（或利益相关方）开展的关于环境保护方面的培训或宣传活动。

**核心指标** E1.7 环保培训绩效

**指标解读：**本指标包括环保培训人数、环保培训投入、环保培训时间等。

**核心指标** E1.8 绿色办公措施

**指标解读：**绿色办公政策或措施，包括但不限于以下内容：

- 夏季空调温度不低于 26 度；
- 办公区采用节能灯具照明，且做到人走灯灭；
- 办公区生活用水回收再利用；
- 推广无纸化办公，且打印纸双面使用；
- 办公垃圾科学分类；
- 推行视频会议减少员工出行等。

**扩展指标** E1.9 绿色办公绩效

**指标解读：**包括办公用电量、用水量、用纸量以及垃圾处理量等方面的数据。

**扩展指标** E1.10 帮助其他行业和组织降低不利环境影响

**指标解读：**积极利用自身的电子信息技术优势，帮助其他行业和组织减少不利的环境影响，包括温室气体排放。

## （二）绿色工厂（E2）

**扩展指标** E2.1 建立能源管理体系

**指标解读：**本指标所称能源是指能够直接取得或者通过加工、转换而取得有用能的各种资源，包括煤炭、原油、天然气、煤层气、水能、核能、风能、太阳能、地热能、生物质能等一次能源和电力、热力、成品油等二次能源，以及其他新能源和可再生能源。

能源管理是指对能源消费过程中涉及的计划、组织、控制和监督等

一系列工作。企业应通过系统的能源管理，通过实施一套完整的标准、规范，在组织内建立起一个完整有效的、形成文件的能源管理体系。

关于能源管理体系的具体要求和内容可参考 GB/T 23331-2009《能源管理体系 要求》国家标准。

**核心指标** E2.2 节约能源政策措施

**指标解读：**节约能源是指通过加强用能管理，从能源生产到消费的各个环节，降低消耗、减少损失和污染物排放、制止浪费，有效、合理地利用能源。

**核心指标** E2.3 全年能源消耗总量

**指标解读：**本指标是指报告期内企业生产和运营所直接消耗的各种能源折合标准煤数量。一般情况下，纳入统计核算的常规能源产品（实物量）分为五大类，即煤、油、气、电、其他燃料。其中，

- 煤包括：原煤、洗精煤、其它洗煤、煤制品（型煤、水煤浆、煤粉）、焦炭、其他焦化产品、焦炉煤气、高炉煤气、其它煤气。
- 气包括：天然气、液化天然气。
- 油包括：原油、汽油、煤油、柴油、燃料油、液化石油气、炼厂干气、其他石油制品。
- 电包括：火电、水电及核电等其他一次电力。
- 其他燃料包括：煤矸石、生物质能、工业废料、城市固体垃圾；热力。

**核心指标** E2.4 企业单位产值综合能耗

**指标解读：**本指标指报告期内企业综合能耗与报告期内净产值之比，通常以万元产值综合能耗/万元增加值综合能耗为单位进行计量。

**扩展指标** E2.5 企业使用新能源、可再生能源或清洁能源的政策、措施

**指标解读：**新能源是指在新技术基础上开发利用的非常规能源，包括风能、太阳能、海洋能、地热能、生物质能、氢能、核聚变能、天然气水合物等；可再生能源是指风能、太阳能、水能、生物质能、地热能、海洋能等连续、可再生的非化石能源；清洁能源是指环境污染物和二氧化碳等温室气体零排放或者低排放的一次能源，主要包括天然气、核电、水电及其他新能源和可再生能源等。

**扩展指标** E2.6 新能源、可再生能源或清洁能源使用量

**指标解读：**本指标是指企业在报告期内对新能源、可再生能源或清洁能源使用数量。

根据《中华人民共和国清洁生产促进法》（2012年颁布），清洁生产是指不断采取改进设计、使用清洁的能源和原料、采用先进的工艺技术与设备、改善管理、综合利用等措施，从源头削减污染，提高资源利用效率，减少或者避免生产、服务和产品使用过程中污染物的产生和排放，以减轻或者消除对人类健康和环境的危害。

**核心指标** E2.7 减少废气排放的政策、措施或技术

**指标解读：**一般情况下，企业生产废气主要包括二氧化硫（SO<sub>2</sub>）、二氧化氮（NO<sub>2</sub>）、可吸入颗粒物（PM10）、大气细颗粒物（PM2.5）等。

**核心指标** E2.8 废气排放量及减排量

**指标解读：**本指标主要指报告期内企业的废气排放量及减排量。

**核心指标** E2.10 废水排放量级减排量

**指标解读：**本指标所指废水主要指报告期内企业产生的生活污水以及生产废水。

**核心指标** E2.10 废水排放量级减排量

**指标解读：**本指标主要指报告期内企业的废水排放量及减排量。

**核心指标** E2.11 减少废弃物排放制度、措施或技术

**指标解读：**本指标主要指报告期内企业减少固体废弃物排放的制度或措施。

**核心指标** E2.12 废弃物排放量及减排量

**指标解读：**本指标主要指报告期内企业的废弃物排放量及减排量。

**核心指标** E2.13 发展循环经济政策/措施

**指标解读：**根据《中华人民共和国循环经济促进法》（2008年颁布），循环经济是指在生产、流通和消费等过程中进行的减量化、再利用、资源化活动的总称。其中，

- 减量化是指在生产、流通和消费等过程中减少资源消耗和废物产生；
- 再利用是指将废物直接作为产品或者经修复、翻新、再制造后继续作为产品使用，或者将废物的全部或者部分作为其他产品的部件予以使用；
- 资源化是指将废物直接作为原料进行利用或者对废物进行再生



利用。

**核心指标** E2.14 再生资源循环利用率

**指标解读：**本指标主要指废旧金属、报废电子产品、报废机电设备及其零部件、废造纸原料（如废纸、废棉等）、废轻化工原料（如橡胶、塑料、农药包装物、动物杂骨、毛发等）、废玻璃等再生资源的循环利用程度。

**核心指标** E2.15 建设节水型企业

**指标解读：**根据工业和信息化部、水利部以及全国节约用水办公室《关于深入推进节水型企业建设工作的通知》（工信部联节[2012]431号），节水型企业建设要完善企业节水管理，加强定额管理，完善用水计量，加强节水技术改造，推进工业废水回用，提高水资源重复利用率，提高职工节水意识。具体标准可参考该通知。

**核心指标** E2.16 年度新鲜水用水量/单位工业增加值新鲜水耗

**指标解读：**工业用新鲜水量指报告期内企业厂区内用于生产和生活的新鲜水量（生活用水单独计量且生活污水不与工业废水混排的除外），它等于企业从城市自来水取用的水量和企业自备水用量之和。工业增加值指全部企业工业增加值，不限于规模以上企业工业增加值。单位工业增加值新鲜水耗=工业用新鲜水量/工业增加值。

**核心指标** E2.17 中水循环使用量

**指标解读：**中水是指各种排水经处理后，达到规定的水质标准，可在生活、市政、环境等范围内杂用的非饮用水。因为它的水质指标低于生活饮用水的水质标准，但又高于允许排放的污水的水质标准，

处于二者之间，所以叫做“中水”。

**核心指标** E2.18 减少温室气体排放的计划及行动

**指标解读：**温室气体指任何会吸收和释放红外线辐射并存在大气中的气体。京都议定书中控制的6种温室气体为：二氧化碳(CO<sub>2</sub>)、甲烷(CH<sub>4</sub>)、氧化亚氮(N<sub>2</sub>O)、氢氟碳化合物(HFCs)、全氟碳化合物(PFCs)、六氟化硫(SF<sub>6</sub>)。

**扩展指标** E2.19 温室气体排放量及减排量

**指标解读：**关于温室气体的核算，可参考 ISO14064 温室气体排放核算、验证标准，也可参考国家相关部委制定的计算标准。

### (三) 绿色产品 (E3)

**核心指标** E3.1 供应商通过 ISO14000 环境管理体系认证的比例

**指标解读：**本指标是指企业的供应商中通过 ISO14000 环境管理体系认证的比例。

**扩展指标** E3.2 提升供应商环境保护意识和能力的措施

**指标解读：**企业可以通过培训会、定期交流等形式，提升供应商环境保护意识和能力。

**扩展指标** E3.3 供应商受到环保方面处罚的个数和次数

**指标解读：**本指标主要指企业的供应商中受到政府环境处罚的个数和次数。

**扩展指标** E3.4 支持绿色低碳产品的研发与销售

**指标解读：**根据国家发展改革委和国家认监委联合颁发的《低碳产品认证管理暂行办法》(发改气候[2013]279号)，国家建立统一的低碳产品认证制度。实行统一的低碳产品目录，统一的标准、认证技术规范 and 认证规则，统一的认证证书和认证标志。国家低碳产品认证的产品目录，由国务院发展改革部门会同国务院认证认可监督管理部门制定、调整并发布。

关于绿色产品和低碳产品的区别。绿色产品是对产品的环境性能的一种带有公证性质的鉴定，是对产品的全面的环境质量的评价。环境标志又称“环境标签”、“绿色标志”，企业获得绿色标志即表明该产品的生产、使用及处理过程均符合环境保护的要求，不危害人体健康，其垃圾无害或危害极小，有利于资源再生和回收利用。低碳产品是以产品为链条，吸引整个社会在低碳产品生产和消费环节参与到应对气候变化。通过向产品授予低碳标志，从而向社会推进一个以顾客为导向的低碳产品采购和消费模式。以公众的消费选择引导和鼓励企业开发低碳产品技术，向低碳生产模式转变，最终达到减少全球温室气体的效果。

**核心指标** E3.5 废旧产品回收的措施和绩效

**指标解读：**本指标主要指在报告期内企业回收废旧产品的措施以及取得的成绩。

**核心指标** E3.6 包装减量化和包装物回收的政策和绩效

**指标解读：**本指标是指企业在进行产品包装时采取减量化包装、包装物循环使用等方式，减小产品包装物对环境的影响。

## 六、报告后记（A 系列）

报告后记部分主要包括对未来社会责任工作的计划、对报告的点评及评价、报告参考及索引、读者意见反馈四个方面。

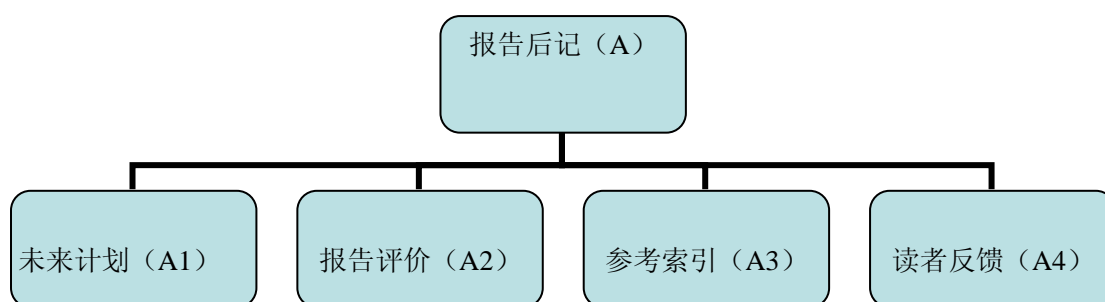


图 2-7 报告后记包括的二级板块

### （一）未来计划

本部分主要描述企业对公司社会责任工作四个方面（责任治理、市场绩效、社会绩效和环境绩效）的规划与计划。

### （二）报告评价

本部分主要描述企业社会责任报告的可信性。报告评价主要有以下四种形式：

- **专家点评：**即由社会责任研究专家或行业专家对企业社会责任报告的科学性、可信性以及报告反映的企业社会责任工作信息进行点评；
- **利益相关方评价：**即由企业的利益相关方（股东、客户、供应商、员工、合作伙伴等）对企业社会责任报告的科学性、可信性以及报告反映的企业社会责任工作信息进行评价；

- **报告评级：**即由“中国电子信息行业社会责任报告评级专家委员会”从报告的完整性、实质性、平衡性、可比性、可读性和创新性等方面对报告做出评价，出具评级报告。
- **报告审验：**即由专业机构对企业社会责任报告进行审验。

### （三）参考索引

本部分主要描述企业对报告编写参考指南的应用情况，即对报告编写参考指南要求披露的各条信息企业进行披露的情况。

### （四）读者意见反馈

本部分主要内容为读者意见调查表，以及读者意见反馈的渠道。

## 第三部分 报告质量标准

企业社会责任报告质量的评价标准主要有完整性、实质性、平衡性、可比性、可读性和创新性六个指标组成。

### 一、完整性

#### 1. 定义

完整性是指社会责任报告所涉及的内容较全面地反映企业对经济、社会和环境的影响，利益相关方可以根据社会责任报告知晓企业在报告期间履行社会责任的理念、制度、措施以及绩效。

#### 2. 解读

完整性从两个方面对企业社会责任报告的内容进行考察：一是责任领域的完整性，即是否涵盖了经济责任、社会责任和环境责任；二是披露方式的完整性，即是否包含了履行社会责任的理念、制度、措施及绩效。

#### 3. 评估方式

- 标准分析：是否满足了《中国电子信息行业社会责任报告编写指南》等标准的披露要求；
- 内部运营重点：是否与企业战略和内部运营重点领域相吻合；
- 外部相关方关注点：是否回应了利益相关方的期望。

### 二、实质性

#### 1. 定义

实质性是指报告披露企业可持续发展的关键议题以及企业运营对利益相关方的重大影响。利益相关方和企业管理者可根据实质性信息做出充分判断和决策，并采取可以影响企业绩效的行动。

## 2. 解读

企业社会责任议题的重要性和关键性受到企业经营特征的影响，具体来说，企业社会责任报告披露内容的实质性由企业所属行业、经营环境和企业的关键利益相关方等决定。

## 3. 评估方式

内部视角：报告议题与企业经营战略的契合度；

外部视角：报告议题是否回应了利益相关方的关注。

# 三、平衡性

## 1. 定义

平衡性是指企业社会责任报告应中肯、客观地披露企业在报告期内的正面信息和负面信息，以确保利益相关方可以对企业的整体业绩进行正确的评价。

## 2. 解读

平衡性要求是为了避免企业在编写报告的过程中对企业的经济、社会、环境消极影响或损害的故意性遗漏，影响利益相关方对企业社会责任实践与绩效判断。

## 3. 评估方式

考查企业在社会责任报告中是否披露了实质性的负面信息。如

果企业社会报告未披露任何负面信息，或者社会已知晓的重大负面信息在社会责任报告中未进行披露和回应，则违背了平衡性原则。

## 四、可比性

### 1. 定义

可比性是指报告对信息的披露应有助于利益相关方对企业的责任表现进行分析和比较。

### 2. 解读

可比性体现在两个方面：纵向可比与横向可比，即企业在披露相关责任议题的绩效水平时既要披露企业历史绩效，又要披露同行绩效。

### 3. 评估方式

考查企业是否披露了连续数年的历史数据和行业数据。

## 五、可读性

### 1. 定义

可读性指报告的信息披露方式易于读者理解和接受。

### 2. 解读

企业社会责任报告的可读性可体现在以下方面：

- 结构清晰，条理清楚；
- 语言流畅、简洁、通俗易懂；
- 通过流程图、数据表、图片等使表达形式更加直观；



- 对术语、缩略词等专业词汇做出解释；
- 方便阅读的排版设计。

### 3. 评估方式

从报告篇章结构、排版设计、语言、图表等各个方面对报告的通俗易懂性进行评价。

## 六、创新性

### 1. 定义

创新性是指企业社会责任报告在内容或形式上具有重大创新。

### 2. 解读

社会责任报告的创新性主要体现在两个方面：报告内容的创新和报告形式的创新。创新不是目的，通过创新提高报告质量是根本。

### 3. 评估方式

将报告内容、形式上与国内外社会责任报告以及企业往期社会责任报告进行对比，判断其有无创新，以及创新是否提高了报告质量。

## 附录： 参考文件

### 1 国际社会责任标准

国际标准化组织（ISO）：《社会责任指南：ISO26000》，2010年

全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）：  
《可持续发展报告指南（G4）》，2013年

联合国全球契约组织：《全球契约十项原则》

### 2 国内法律法规

《中华人民共和国宪法》及各修正案

《中华人民共和国劳动法》

《中华人民共和国劳动合同法》

《中华人民共和国就业促进法》

《中华人民共和国社会保险法》

《中华人民共和国工会法》

《中华人民共和国妇女权益保障法》

《中华人民共和国未成年人保护法》

《中华人民共和国残疾人保障法》

《中华人民共和国安全生产法》

《中华人民共和国职业病防治法》

《中华人民共和国劳动争议调解仲裁法》

- 《中华人民共和国环境保护法》
- 《中华人民共和国水污染防治法》
- 《中华人民共和国大气污染防治法》
- 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》
- 《中华人民共和国环境噪声污染防治法》
- 《中华人民共和国水土保持法》
- 《中华人民共和国环境影响评价法》
- 《中华人民共和国清洁生产促进法》
- 《中华人民共和国节约能源法》
- 《中华人民共和国可再生能源法》
- 《中华人民共和国循环经济促进法》
- 《中华人民共和国产品质量法》
- 《中华人民共和国消费者权益保护法》
- 《中华人民共和国反不正当竞争法》
- 《中华人民共和国科学技术进步法》
- 《中华人民共和国反垄断法》
- 《中华人民共和国专利法》
- 《中华人民共和国商标法》
- 《集体合同规定》
- 《禁止使用童工规定》
- 《未成年工特殊保护规定》
- 《女职工劳动保护特别规定》

《残疾人就业条例》

《关于企业实行不定时工作制和综合计算工时工作制的审批方法》

《全国年节及纪念日放假办法》

《国务院关于职工工作时间的规定》

《最低工资规定》

《生产安全事故报告和调查处理条例》

《工伤保险条例》

《再生资源回收管理办法》

《消耗臭氧层物质管理条例》

《废弃电器电子产品回收处理管理条例》

《电子废物污染环境防治管理办法》

《电子信息产品污染控制管理办法》

《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》

### 3 国内社会责任政策、指南和研究

中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会：《中国电子信息行业社会责任指南》（2012），2012年

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心：《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 2.0）》，2011年

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心：《中国企业社会责任报告评级标准 2013》，2013年

国务院国有资产监督管理委员会：《中央企业履行社会责任的指导意见》，2008年

国务院国有资产监督管理委员会：《中央企业“十二五”和谐发展战略实施纲要》，2011年

国务院国有资产监督管理委员会：《企业社会责任推进机制研究》课题成果

上海证券交易所：《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》，2008年

深圳证券交易所：《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》，2006年

中国纺织工业协会：《中国纺织企业社会责任管理体系》，2005年

国家电网公司《企业社会责任指标体系研究》课题组：《企业社会责任指标体系研究》，2009年3月

殷格非，李伟阳：《如何编制企业社会责任报告》，2008年