

企业社会责任评价制度的构建

赵旭东 赵怡琳

摘 要：企业社会责任评价制度的建立具有强化对社会责任的认识、对社会责任信息附加增值效果，引导企业自我改进和强化激励惩戒的多种价值。国内外对于企业社会责任评价的标准化，已经形成了“三重底线”模式、“金字塔”模式、“利益相关方”模式、“主要议题”模式、ISO 26000 七大议题模式和“单一替代”模式等影响力较大的多种模式。我国企业社会责任评价的方式可以归纳为企业自主发布社会责任报告或者相关信息、企业获得采购商第三方社会责任审核、企业获得第三方社会责任认证、行业自律组织评定四种方式，各种方式各有所长和局限。企业社会责任评价体系构建的具体构想是，一方面以“主要议题”模式为指导建立评价标准体系，由政府制定强制性标准，依靠行业自律组织、企业自身制定推荐性标准；另一方面在企业自我评价之外构建具体的两项制度，即第三方机构评价制度和举报制度，以此补足企业自我评价存在的缺陷，确保评价结果的公正，从而形成多元的评价方式体系。

关键词：社会责任评价；标准体系；第三方评价制度；举报制度

[中图分类号] D913.991 [文献标识码] A [文章编号] 2096-6180 (2019) 05-0094-16

引言

企业社会责任问题被广泛讨论，源于 19 世纪末 20 世纪初的美国。迄今，国内外学者对于企业是否应该承担社会责任这一问题的讨论已经较为充分，20 世纪发生的多次社会责任论战，已经使得企业应当承担社会责任的主张和观念被越来越多的学者、企业管理者和各类社会组织所认可和接受。然而，企业社会责任的法律体系如何构建，其应该由哪些具体的制度构成，却是需要进一步深入展开探索的问题，企业社会责任的评价制度正是较为成熟，需要具体设计构建的重要制度。

一、明晰企业社会责任评价相关概念

评价，是“人把握客体对人的意义、价值的一种观念性活动”⁽¹⁾，是对客观存在进行价值判

【作者简介】赵旭东，法学博士，中国政法大学民商经济法学院教授；赵怡琳，中国政法大学民商经济法学院硕士研究生。

(1) 冯平：《评价论》，东方出版社 1995 年版，第 1 页。

断,揭示价值客体对价值主体的意义的一种认识活动。从逻辑上讲,评价活动需要以价值主体的需要衡量价值客体的属性与功能,判断价值客体是否能满足价值主体的需要。

从社会责任这一视角对企业进行评价时,首先需要厘清以下两个概念。第一,作为一种可能涉及股东、雇员、消费者、债权人、供应商,甚至当地社区居民利益的“社会责任”,其价值主体应当是社会整体。第二,对于价值客体,有学者主张,应当按照企业社会责任评价对象的不同,将企业社会责任评价分为企业社会责任报告编写水平评价、企业社会责任信息披露状况评价、企业社会责任管理水平评价、企业社会责任实践水平评价。⁽²⁾而笔者认为前三项评价较为形式化,对于督促企业积极履行社会责任并无太大意义,在此不做讨论,本文只将价值客体限定为企业社会责任实际履行情况。

确立以上前提,再考虑评价的具体运作过程,“包括:确立评价的目的和评价的参照系统、获取评价信息、形成价值判断三个主要环节”。⁽³⁾企业社会责任评价的目的主要是服务于实践,为政府、社会组织及个人的后续行动提供依据;信息的获取一方面依赖于企业社会责任信息披露制度的建立,另一方面可以通过举报等相关制度增加信息获取的渠道;而价值判断的形成较多依赖于人的主观心理,需要通过制度设计尽可能规避评价主体主观要素对评价结论的影响。在评价的具体运作过程中,最重要且最复杂的是参照系统的选择。

从功能的角度,可将评价的参照系统定义为“评价主体用以对价值客体的意义予以不同程度的肯定或否定的比较因素体系”⁽⁴⁾,因此需要明确价值主体(对谁)、评价视角(就什么方面而言)、评价视域(与什么相比)、评价标准四个方面的内容。⁽⁵⁾具体到企业社会责任评价,如前文所述,其价值主体为社会,评价视角为企业的社会责任履行情况。至于评价视域,可能根据国家政策导向的不同,倾向于现实中我国企业社会责任的普遍履行情况或者理想状态下的社会责任履行情况。而由于企业类型及社会责任类型的多种多样,评价标准的构建是十分复杂的问题,需要政府、社会组织甚至社会各界的密切协作。

综上所述,与企业社会责任评价相关的概念和部分程序能够通过逻辑推理得出,但在评价的实践过程中,仍有一些难题需要通过制度构建解决,即如何建立评价标准、拓宽评价信息获取渠道、规避评价主体主观心理偏向对结论的影响。因此需要建立完善的评价标准体系,并通过具体制度的构建确保评价的客观、公正。

二、构建评价制度的重大意义

无论是企业对自身社会责任表现的客观分析,以及基于此的社会责任管理改进,还是政府部

(2) 肖红军、李伟阳、许英杰:《企业社会责任评价研究:反思、重构与实证》,经济管理出版社2014年版,第49-51页。

(3) 冯平:《评价论》,东方出版社1995年版,第74页。

(4) 冯平:《评价论》,东方出版社1995年版,第76页。

(5) 冯平:《评价论》,东方出版社1995年版,第76页。

门或社会机构对一个国家或地区企业社会责任发展进程的基本判断,以及基于此的社会责任推进制度建设,都离不开企业社会责任评价。^{〔6〕}评价制度是企业社会责任制度必不可少的一环,它的构建具有重大意义。

(一) 加深对企业社会责任的认识

古代和近代认识论将评价隔离在认识活动之外,认为完全排除主观因素、价值无涉才能认识自然,正如弗兰西斯·培根的名言:“人作为自然界的臣相和解释者,他所能做的、所能懂的只是如他在事实中或思想中对自然进程所已观察到的那样多,也仅仅那样多;在此之外,他是既无所知,亦不能有所作为。”^{〔7〕}而随着20世纪哲学、人文社会科学的自我反思,现代认识论突破了传统观念的研究范围,认为不仅要认识自然界本身的存在和发展规律,还要认识自然界对人的意义,这就需要进行价值判断,“评价是关于价值的认识而不是关于事实的认识”^{〔8〕},因此将评价活动列入认识论范围。

美国实用主义哲学家C.I. 刘易斯认为,“评价是一种经验认识”。^{〔9〕}当某一行为已经发生,某一事实已经存在时,它与人们实际上已经构成了价值关系,但这并不意味着我们能够了解这种关系。只有通过经验对客观存在进行评价,才能将一个中性的事实世界展现为一个具有利害之别的价值世界,才能让人认识到客体对人的意义与价值。

具体到实践中会发现,企业承担的社会责任体现在许多方面,某些内容在我国立法上已经进行了强制规定,例如《中华人民共和国劳动法》第15条第1款规定:“禁止用人单位招用未满十六周岁的未成年人。”可以说,现实中没有一家企业在经营过程中从未承担过社会责任。但无论是企业自身还是社会上的其他人,对企业社会责任承担情况的认识都是比较片面且浅薄的。通过对现实情况的梳理,我们基本上能认识到企业社会责任各模块的内容,但还有一些更细致的问题需要通过评价才能被了解。例如,不同类型的社会责任对企业来说是否同等重要?社会责任履行到什么程度是合格、优秀?欲深入认识企业履行社会责任的情况,必须建立评价制度。

(二) 引导企业自我改进

评价具有导向功能,即评价者通过评价表达,可以在一定程度上对他人的行为产生影响,诱导或引导他人按照评价表达的目的而行动。^{〔10〕}对此论述最为经典的当数以斯金纳为代表的“强化理论”。^{〔11〕}该理论认为人或动物为了达到某种目的,会采取一定的行为作用于环境。当这种行为的后果对他有利时,这种行为就会在以后重复出现;不利时,这种行为就会减少或消失。那么,

〔6〕 肖红军、李伟阳、许英杰:《企业社会责任评价研究:反思、重构与实证》,经济管理出版社2014年版,第1页。

〔7〕 [英] 弗兰西斯·培根:《新工具》,商务印书馆1984年版,第7页。

〔8〕 江传月:《评价的认识本质和真理性——刘易斯价值理论研究》,中山大学出版社2005年版,第138页。

〔9〕 C.I. Lewis, AN ANALYSIS OF KNOWLEDGE AND VALUATION 8 (1946).

〔10〕 冯平:《评价论》,东方出版社1995年版,第229页。

〔11〕 周国韬:《外部强化对内在动机的影响——蒂西的“认知评价理论”述评》,《东北师大学报(教育科学版)》1988年第1期,第23页。

就可以通过对他人的行为进行肯定或否定，主动利用正强化或负强化来影响行为后果，从而调控和修正行为。

从哲学角度上看，强化理论对人行行为动机的解释是有局限的。人的行为由内因和外因共同导向，此理论仅说明了外部强化可以提高或降低外来动机，而没有区分人在“自身原因性”激励下的行动。但人的思想千差万别，其内在动机难以通过法律或制度进行调节，法律能干涉的范围，也就仅限于外来动机而已。

企业社会责任评价制度的价值之一，就体现在通过正负评价来影响企业行动的外来动机，从而使企业自我约束、自我改进。更具体的表现是，企业及其成员会更倾向于更经常地重复得到赞赏的行为，而更经常地避免受到批评的行为。通过我们对企业承担社会责任情况的公正评价，可以促使企业在行动的选择上更倾向于承担一定的社会责任。

（三）对社会责任信息的增值利用

对企业社会责任的评价，离不开信息的准确和完整，信息的获取就颇为重要。但在掌握一个公司所有社会责任信息后，正是体现评价制度增值价值的时刻。评价是对信息的一种增值利用，这里的“增值利用”，也可称为“再利用”，指的是将收集、整理的信息经过深度加工后以营利或非营利的方式提供给用户使用，产生增值效应。^{〔12〕}这种深度加工可能包括对信息的共享、索引、分类、综述、摘编、评价等。

信息时代的到来，使人们能够通过网络等方式获取数量庞大的数据信息，但如果没有通过合理方式对其进行一个梳理和评价，这些信息对于大部分人来说就是无效信息，根本不会去关注。有实证研究表明，凡是能够对信息有进一步解释明确作用的信息会具有增值效应，而冗余信息会冲淡信息的价值。^{〔13〕}因此，及时、精准地获取信息并明白它对自己的意义，是人们提高工作效率、维护自身权益的重要保证。

信息公示是对社会责任的一种客观展现，而评价是在这个基础上进一步分析、得出结论，使得庞杂的社会责任信息变成一种浅显易懂的表达，评价结果一般表现为多个层次，至少应包括对整体结果的评级和对各个模块的分别评价，通过评价将社会责任信息化繁为简，让这些信息所代表的意思为更多人所了解，进一步增强信息公开的效果。

（四）激励惩戒的前提

激励惩戒制度是企业社会责任的核心制度之一，政府对主动承担社会责任的企业给予肯定，为企业的信誉背书，从而引起市场的正面反应，提升企业的经济效益；对承担社会责任不到位的企业给予一定的惩戒并公之于众，可能会让企业一定程度上失去市场的信任，从而为自己的行为付出代价。每一次激励惩戒措施的决策，都离不开客观、公正的评价。

〔12〕 冉从敬、陈传夫、贺德方：《公共部门信息增值利用的社会责任研究》，《中国软科学》2014年第12期，第48-49页。

〔13〕 宋献中、龚明晓：《公司会计年报中社会责任信息的价值研究——基于内容的专家问卷分析》，《管理世界》2006年第12期，第104-110页。

评价的一个重要目的是为了科学决策,科学决策的程序一般包括确定目标、拟定备选方案、选择备选方案、执行方案。^{〔14〕}其中每一个环节都包含着评价,而评价最集中发挥作用的阶段在于选择备选方案。在激励惩戒制度确立的多种备选激励惩戒措施中,评价的作用表现在如何选择适用这一阶段。

“人们作出评价,是因为人们面临着选择。”^{〔15〕}对于不同种类、不同程度的企业社会责任履行情况,可能会采用不同的激励惩戒措施。在比例原则的限制下,政府需要考虑企业社会责任履行水平和激励惩戒措施的相当性、必要性,那么必然要对企业履行情况有一个较为精准的评价。

三、构建评价制度的现实基础

一个制度的建设,绝不是一朝一夕能完成的,必须有充分的理论研究成果以及一定的实践经验,在此基础上进行立法,才能让一个制度得以广泛接受,落到实处。在我国,企业社会责任的评价制度是具有这样的现实基础的。

(一) 评价标准体系的探索

国内外对企业社会责任评价的标准化研究较为丰富,理论和实践层面都已经有了较大发展。对标准划分模式的理论之争加深了学术界对社会责任标准的理解,在国际组织倡导的多个标准性文件的指引下,国内也已经开始探索制定企业社会责任标准的规范性文件。

1. 充分的理论研究成果

企业社会责任标准化研究成果较为丰富,已经形成了影响力较大的多种模式。

“三重底线”模式是以约翰·埃尔金顿提出的“三重底线”理论为基础,即从企业必须履行最基本的经济责任、环境责任和社会责任三个方面,构建企业社会责任评价体系,评价标准清晰而全面,但不利于推动企业对社会责任的更高追求。

“金字塔”模式是以阿奇·卡罗尔提出的企业社会责任金字塔模型为基础,即从经济责任、法律责任、伦理责任和任意责任四个递进层面,构建企业社会责任评价体系,其最大的优势在于体现出企业社会责任内容逻辑上的层次性,为评价维度的权重提供了导向,但概念边界的模糊导致这一评价体系在时间上的可操作性较弱。

“利益相关方”模式是以利益相关方的类别为维度构建的社会责任评价体系,从利益相关方理论的角度来看,企业社会责任绩效是用企业能否满足多重利益相关方的需要来衡量的,其突出优势在于评价对象的清晰性,可操作性极强,但不同利益相关方之间利益的冲突如何评价是个难题。

“主要议题”模式是以企业社会回应理论为基础,即通过区分企业应当满足的几大主要社会需求来构建社会责任评价体系。最具代表性的就是 ISO 26000 的七大议题模式,分别为组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营实践、消费者问题以及社区参与和发展。这种模式重点突出,

〔14〕 冯平:《评价论》,东方出版社 1995 年版,第 81-82 页。

〔15〕 [英] W.D. 拉蒙特:《价值判断》,马俊峰、王建国、王晓生译,中国人民大学出版社 1992 年版,第 23-26 页。

关注企业社会责任中最重要的部分，能解决现在发展中迫在眉睫的问题，但缺点在于，无论怎么划分模块，其内涵一定是不周延的。

“单一替代”模式是以某一综合性指标来进行评价，一般主要包括“声誉指数法”“企业慈善法”“有毒物体排放量法”和“社会贡献值法”，以单一的标准考察所有企业，明显的优势在于操作上的便捷，但这种严重的以偏概全的做法使得这种评价方式的权威性大打折扣。

以上几种模式各有利弊，也有不少学者在此基础上进行了自己的发展，笔者认为，无论倾向于采取这些理论的一种还是结合几种理论的方式，都只是学说之争，而这显示出的社会责任评价体系相关理论的丰富是毋庸置疑的。

2. 相应的实践经验

20 世纪 80 年代以来，企业社会责任运动在全球范围内广泛开展，各国政府通过颁布法律、法令，修改公司法，对企业社会责任进行强制规范，同时，通过发展企业社会责任非政府社会组织，从国际层面上对企业社会责任的标准、规则不断进行统一，确立了企业社会责任认证体系。从 ISO 9000 对产品的关注和 ISO 14000 对环境的关注，发展到 SA 8000 企业社会责任标准对人的关注，使道德责任变为法律责任标准认证，到现在已经有一些例如联合国全球契约和 ISO 26000 社会责任标准等在全球范围内颇具影响力的国际组织文件。中国的一些大公司也相继取得社会责任的国际认证，积极融入世界社会责任体系，成立了“中国企业社会责任联盟”。

在国内来看，我国政府出台了一些国家标准文件，例如 2015 年 2 月，国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会发布 GB/T 36000—2015《社会责任指南》、GB/T 36001—2015《社会责任报告编写指南》、GB/T 36002—2015《社会责任绩效分类指引》三项国家标准。一些地方政府也响应中央号召，制定了对企业没有硬性要求的指导性标准，例如 2015 年 4 月深圳市政府发布的《企业社会责任评价指南》。此外，行业协会也是推动企业社会责任评价标准体系构建的重要力量。以电子信息行业为例，2016 年 8 月发布的 SJ/T 16000—2016《电子信息行业社会责任指南》是参照 GB/T 36000—2015《社会责任指南》编制的第一部行业社会责任标准。并且，2017 年 9 月 15 日召开的“第五届电子信息行业社会责任年会”上发布了 T/CESA 16003—2017《电子信息行业社会责任治理评价指标体系》，尝试进一步构建完整的标准体系。

这些规范性文件对企业社会责任提出了较为明确的要求和标准，同时也标志着我国对企业社会责任的重视已经进入了一个制度建设与规范实施的新时期。

但是，从整体上分析，我国企业社会责任管理尚处于起步阶段，国内标准尚不完善，对国际企业社会责任规则制定的参与程度也很低，“目前国际上已经出台的、包括生产守则在内的社会责任权益国际标准已超过 400 个，然而这些标准却鲜有中国参与制定”。⁽¹⁶⁾ 并且，行业标准的制定过程中政府主导特征明显，导致其标准具有一定的滞后性，不能对市场的需求进行有效的反馈，

(16) 翟喙林：《中国企业社会责任立法问题研究——基于企业二元目标的统一》，中国经济出版社 2015 年版，第 145 页。

需要在后续标准的制定过程中尽可能弱化政府的影响，发挥市场的作用。

（二）现有企业社会责任评价方式

评价企业社会责任的承担状况有多种方式，比如有些法规和标准的落实需要对产品进行测试和化验，有些需要加贴标签，有些需要企业获得相关的认证，而有些制度的落实需要企业发布相关报告，或者公布相关信息。从我国当前的状况来看，社会责任评价的方式可以归纳为四种：企业自主发布社会责任报告或者相关信息、企业获得采购商第二方社会责任审核、企业获得第三方社会责任认定、行业自律组织评定。^{〔17〕}

1. 企业自我评价

企业自我评价的主要方式是发布社会责任报告。企业社会责任报告是企业针对其经营活动对经济、社会和环境所造成影响、取得的成绩及不足等，向利益相关方披露的一种方式。社会责任报告由来已久，早在 20 世纪 70 年代，随着跨国公司日益发展壮大，关于“血汗工厂”的报道不断曝光，引起了社会对劳工权益的关注，跨国公司开始推出单项的雇员报告，阐述自己对员工所尽的责任；之后又陆续出现了环境发展报告、可持续发展报告。2000 年以来，随着社会公众对企业社会责任议题的全面关注，期望企业全面披露社会责任信息的要求和呼声日益高涨，促进了综合性企业社会责任报告的出现。

目前有很多社会责任倡议和标准采取企业自主声明或报告的方式，如联合国全球契约、全球报告倡议、英国道德联盟法规、中国纺织工业联合会的 CSC900T，中国工业经济联合会的《中国工业企业及工业协会社会责任指南》、国资委《关于推进中央企业履行社会责任的指导意见》、深圳证券交易所的社会责任要求等，其制度的落实都要求参加的企业发布其社会责任报告。我国也已经有部分公司在定期发布社会责任报告。

企业自主报告具有较大的灵活性，企业可以根据自身的特点公布其在企业社会责任方面的情况，供利益相关方评价，并且这种发布报告的过程本身也有助于企业对自身社会责任问题进行全面梳理和再思考，有助于企业主动承担社会责任，提升社会责任绩效水平。

但是我们对社会责任评价结果的要求是尽可能客观、真实，单纯的企业自我评价往往具有较大的缺陷。首先，企业自主发布的社会责任报告极有可能为了自身利益放大自己的优势、隐藏不利信息，由企业自己来公布其社会责任表现，对企业的诚信度要求较高。其次，即使企业符合诚信要求，自我评价本身具有的缺陷仍是不可避免的。“我”作为评价者，不可能完全摆脱以己度人的困境，对自己和其他企业的社会责任履行情况很难有精准的把握和定位，一旦涉及对非量化标准的判断，出错的可能性就极大。最后，客观评价需要掌握大量参照系统的信息，这不是企业通过正常经营活动能够获取的，若为此要求企业付出非常大的人力物力去发布评价，只能是强人所难。因此，企业自我评价只具有也只能具有参照价值，我们必

〔17〕 李丽、王孝霞等：《社会责任与 ISO 26000 国际标准解读》，中国标准出版社 2013 年版，第 27 页。

须探索其他评价方式。

2. 企业社会责任第二方审核

企业社会责任第二方审核，又称为企业社会责任验厂，就是通过跨国公司供应链，对中国企业提出的竞争新要求，同时也是推动国内企业加强社会责任管理体系建设、积极承担社会责任的推动力之一。

我国外贸产品出口的目的地主要集中在欧美发达国家，而欧美国家正是最早提出并推动以劳工权益为核心的社会责任验厂活动的主要国家。1994年6月15日，广东深圳发生了一起工人宿舍倒塌事故，随后，广东江门市一制鞋厂发生了火灾事故。国际皮革、服装和纺织工人联合会秘书长尼尔·克内为此致函当时的李鹏总理说：“我们要求你们政府建立相应的监察制度，并停止将工人宿舍设在工厂厂房的做法。否则，我们将不得不联合所有发达国家，对你们的皮革、纺织的出口实行限制。”

在这种背景下，跨国采购商纷纷推出针对供应链企业社会责任要求的“行为准则”，要求按照其中的规定条款对企业进行评估，符合要求者才可与之签订采购合同。随后，跨国采购商还可在任何时间不事先通知对中国企业及其外包加工企业执行行为准则的情况进行实地检查。在初次“验厂”的情况中，跨国采购商的审查范围一般包括企业的质量控制、环境保护、劳工标准执行等方面情况，要求非常严格。

第二方审核是直接有效的社会责任实施方式，目前应用也较多，由采购商对其供应商直接或间接进行审核可信度高，采购商可以根据自己的需要和企业的特点有侧重点地进行审核，并获得自己需要的信息。

但这种评价方式由外国采购商主导，依其需求产生，并不利于我国企业及企业社会责任的发展。以浙江华鼎集团为例，它每个月都要接受不同客户的验厂和检查，在验厂内容方面，不同采购商提出的要求有一定差异，如日系和欧系、美系客户之间，对劳工权益、质量和职业健康等问题的关注点有所不同，但共同点是验厂准则都非常细致，必须按照事先提供的要求去认真准备，否则就难以通过，或因表现太差被暂停订单甚至取消供应商资格。不同的采购商对企业社会责任的要求标准有冲突之处，造成我国供应商应对审核工作繁重，且审核频次高，也会增加企业成本，使企业疲于应付，而这种疲于应付往往导致企业的精力用于应对审核而非实质改善和提高其自身的社会责任水平，存在较大弊端。因此，这一评价方式只能作为我国评价制度缺失时的暂时性过渡，并不能将其变成一种常态化的制度。

3. 社会责任第三方认证

所谓社会责任第三方认证，是指由独立的第三方机构按照一定的履责标准进行的企业社会责任符合性评定活动。企业社会责任第三方认证活动已连续多年呈现增长趋势，其最直接驱动力是提高社会、利益相关方对企业履责状况的信任度，从而获得市场认可和提高竞争能力。

目前已经开展的认证的审核内容与生产守则验厂基本相同，重点是劳动条件和生产安全，但

操作程序更为规范,一般包括企业提出认证申请、为接受审核而做准备、建立企业社会责任制度体系、实施审核和定期复审几个阶段。目前国家认证认可监督管理委员会对以美国社会责任国际(SAI)的SA 8000认证标准为认证依据的认证活动采取“一事一备”的管理方式。

第三方认证由独立的第三方认证机构对企业社会责任进行审核,根据审核结果发放证书。相比而言,审核标准公开透明,审核频次规律,相对严格,根据此方法得出的评价结果可信度高。并且,企业可以自主选择合适的认证机构,充分尊重其自主权利。但是第三方认证一般来说费用比较高,且审核时间长,证书具有有效期,多数企业不会主动耗费人力物力去进行第三方认证。此外,到目前为止还没有哪一个社会责任领域的第三方认证获得广泛认可,证书的证明效力仍不理想。第三方认证的方法具有一定的优越性,但经济效益决定着这种方式很难得到全面推广。在没有外力干涉的情况下,企业主动进行认证的动力不足,而法律法规进行干涉的程度仍需探讨。

4. 行业自律组织评定

行业自律组织的评定,是指行业自律组织按照其团体确立的标准对会员的社会责任履行情况进行评价的活动。行业自律组织,一般包括行业协会和商会,理论上说,它们是企业为谋求共同利益而结成的互益型商业利益社团。^{〔18〕}但中国的行业自律组织从产生方式、发展定位上看均与该定义有一定偏差。

新中国初期至改革开放前,我国不存在真正意义上的行业自律组织,因为所有民间组织都被“行政吸纳”成为政府机构的组成部分。^{〔19〕}改革开放后,政府将部分权力让渡,成立了行业自律组织,但这种组织的出现并非出于企业自愿结社,而是为了便于行业管理,由政府牵头成立的官办行业协会、商会。在这种情况下,行业协会与政府之间就产生了一种互用互补的关系,一方面,政府需要行业协会发挥管理行业的“第二政府”的职能;另一方面,行业协会需要依靠政府支持才能发挥自己的职能,形成了一种利益共生的行业制度。^{〔20〕}因此,我国的行业协会、商会都需要承担一定的管理职能,在社会责任履行方面,需要通过历年倡导、制定行规行约、加强供应链责任管理以及施以惩罚等方式引导企业自觉履行社会责任。

现在我国行业自律组织对其会员的社会责任评定已经取得较大进展。截至2018年4月,共计有1377家社会团体在全国团体标准信息平台上注册,共计公布了2903项标准,其中有855项组织标准公布了全文。部分行业协会已经能够利用网络信息平台及时发布对自己会员的社会责任评价,产生了较大的影响力。例如中国棉纺织行业协会,在2019年上半年组织评定了“节能减排创新性棉纺织企业”,在其官网上还会定期推荐社会责任履行水平较好的品牌,通过这种评优评奖,

〔18〕 陈贵梧、胡辉华、陈林:《行业协会提高了企业社会责任表现吗?——来自中国民营企业调查的微观证据》,《公共管理学报》2017年第4期,第103页。

〔19〕 陈贵梧、胡辉华、陈林:《行业协会提高了企业社会责任表现吗?——来自中国民营企业调查的微观证据》,《公共管理学报》2017年第4期,第102页。

〔20〕 金观涛、刘青峰:《中国现代思想的起源:超稳定结构与中国政治文化的演变》,法律出版社2011年版,第13-20、333-336页。

引导企业主动承担社会责任。

但是，行业自律组织在企业社会责任的治理过程中仍面临许多问题。首先，行业自律组织自身发展不成熟，许多组织缺乏完善的内部治理结构和良好的会员服务，虽然依据国家规定做到了一行一会，但是不同的行业协会发展程度相差较大，其评价水平参差不齐，甚至部分组织还缺乏可操作的社会责任标准，不能起到有效的评价作用。其次，部分行业协会权威性与公信力不足，对其会员的约束力较差，且没有相应的监督制度，导致部分会员仅仅是象征性地接受行业标准，而缺乏实际执行。

综上所述，企业自主评价的客观性难以保障，评价结果对社会价值有限；在跨国公司供应链的第二方验厂模式下，不同国家标准存在冲突，具有很大的弊端；第三方认证的方法耗时耗力，难以得到全面推广；行业自治组织的评价方式不够成熟，发展不够均衡，存在较大的改善空间。不难发现，虽然我国评价标准的制定主要由政府主导，但在评价的具体实施过程中，政府发挥的作用却极小，政府干预力度过大或过小都不利于最大程度发挥市场经济的作用，因此具体评价过程中的政府监管程度需要加强。

四、构建企业社会责任评价制度的具体设想

构建企业社会责任评价制度需要建立完善的评价标准、拓宽评价信息获取渠道、规避评价主体主观心理偏向对结论的影响。标准体系的建立较为复杂，为了把握政府规范与市场导向之间的平衡，需要考虑较多因素。而具体的制度保障可能涉及不同的主体，笔者在此仅对其中两种制度进行研究。

（一）建立完善的评价标准体系

确立评价参照系统的核心是将评价标准具体化，确定评价标准体系。所谓“体系”，一是指它是反映评价目的，体现评价标准总原则的；二是指它是多指标的，其指标是分层次的，如一级指标、二级指标、三级指标等；三是指它的各个指标根据其在评价体系中与主体目的的关系，有权重之别，权重的不同，就体现出评价者在各项指标冲突时的取舍原则，体现出评价者的价值取向；四是指这一评价指标体系，在逻辑上是自洽的，即各指标的划分是不重合的、清晰的，各层次的划分是符合包含关系的等。从中可以看出，标准体系的建立是一个非常细致的工作，全部依靠法律法规进行规范实在过于冗杂且容易滞后。因此，法律法规一般只作较低限度的强制要求，并作出一些原则性的规定，为社会责任履行提供必要保障，具体标准还要依靠企业及社会组织自治来确定。

1. 标准体系构建模式

笔者较为认可的评价标准体系构建模式是“主要议题”模式，只是希望能在每个领域内进行法律强制性标准和推荐性标准的区分。笔者认可这种模式的主要原因在于：“主要议题”模式的可操作性极强，针对我国现在评价标准完全不成体系的现状，根据主要议题进行重点考虑可以尽快

解决我国社会的一些突出问题，在短时间内产生较大效果，适合我国国情。这种模式的不周延性使其在理论上缺陷很大，但笔者认为，从实践方面考虑，这一模式有很大的可取之处，即使后续可能会有更完善的评价标准体系构建模式被提出，但暂时根据几大主要议题立法，作为一种过渡是可行的。

主要议题的选择可能会有较大不同。例如根据联合国全球契约十项原则，企业社会责任的评价应包含人权、劳工标准、环境和反腐败四个方面；根据 ISO 26000，企业社会责任的评价应包含组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营实践、消费者问题以及社区参与和发展七个主题；中国可持续发展工商理事会在 2007 年发布的《中国企业社会责任推荐标准和实施范例》中，将企业社会责任的重点议题列举为人权、员工、产品和服务、竞争与合作、资源节约和生态保护、环境绩效、文化多样性、公共关系、社区建设与公益事业保护等九个方面。这些议题选择差别较大的原因在于，“社会责任标准涉及的不仅是技术方面的标准，更重要而且更多的是意识形态和价值观方面的标准”。⁽²¹⁾ 因此，不同的国家或地区根据经济发展状况和独特的价值考量，完全可以选择差别很大的主要议题进行制度设计，这就导致主要议题的组合非常多样，而它又在评价体系中占据极其重要的地位，因此必须通过正式的法律对它进行明确规定，笔者认为应当在公司法中增加相关的总括性规定。

评价标准的推行会给企业和国家带来巨额成本，标准化的过程一定会存在较大阻力。⁽²²⁾ 企业基于利益最大化的考量，会尽可能采取低标准或者试图脱离标准的“控制”，因此政府不得不采取强制措施推进标准的实施。但强制性标准只能在短期内促进企业社会责任水平，长期来看不利于企业的可持续发展和社会责任水平的稳步提升，因此需要确立一定的推荐性标准及相关制度，为企业追求更高的社会责任水平提供外在动力。

国际组织发布的文件中关于标准的定义，一般会强调标准的“非强制性”，只是推荐适用。而我国对于标准的定义，是指“通过标准化活动，按照规定的程序经协商一致制定，为各种活动或其结果提供规则、指南或特性，供共同使用和重复使用的文件”。⁽²³⁾ 这种定义没有偏向法律方面的涵义，因此在我国的标准体系中，区分强制性标准与推荐性标准是完全可行的。⁽²⁴⁾

2. 标准选取原则

在某一具体标准的建立方面，要考虑的因素更为复杂。现在法律中的各项指标评估层出不穷，企业社会责任领域也一样，影响力最大的是 2010 年由国际标准化组织（ISO）发布的《社会责任指南标准》（ISO 26000），而我国国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会也于 2015 发布了 GB/T 36000—2015《社会责任指南》等国家标准。各种国内外标准很繁杂，其效力也有所

(21) 翟啸林：《中国企业社会责任立法问题研究——基于企业二元目标的统一》，中国经济出版社 2015 年版，第 213 页。

(22) 罗豪才：《软法的理论与实践》，北京大学出版社 2010 年版，第 262 页。

(23) 《标准化工作指南》（GB/T 20000.1—2002）。

(24) 柳经纬：《标准的规范性与规范效力——基于标准著作权保护问题的视角》，《法学》2014 年第 8 期，第 99 页。

不同，而我们在企业社会责任立法中必须要回应的问题是：如何对待这些标准，这些标准是否都具有规范效力。

首先需要明确的一点是，标准强制性效力的来源只能是法律，具体来说就是《标准化法》及其他相关法律的规定，例如《中华人民共和国食品安全法》第25条规定，“食品安全标准是强制执行的标准”。以此为基础，无论是我国明确规定的国家标准、行业标准，还是一些国际标准，在没有被法律赋予规范效力的时候，只具有参照价值，只有经过法律的明确授权，才能拥有强制性效力。

而在标准制定过程中，需要考虑应然层面的强制性标准与推荐性标准的界限问题。我们需要明确的一点是，法律只应设定企业社会责任评价的最低标准。在选取强制性标准时，可以参照欧共体的模式，法律只规定安全性要求，其他的技术标准由标准化组织制定。^{〔25〕}除为保障安全而由国家通过技术法规形式予以确定的标准外，标准化过程中的绝大多数标准不是由国家制定或者以国家的名义制定，也不依赖于国家强制力来保证实施。由于我国标准化组织发展较为缓慢，部分技术标准也可由政府牵头制定，但不能通过法律赋予其强制效力。

无论是强制性标准还是推荐性标准，都应当遵循的原则是：（1）结构、指标完整性原则。在设计和界定评价指标时，我们要考虑到各个行业指标选取的完整性，包括责任信息类别的完整性和读取的完整性。同时，对企业所担负社会责任的划分标准应为经济、环境、道德、法规等多个方面。全部标准要实现全面涵盖，结构完整等。（2）标准选取合理性原则。由于选出指标的时候，各个行业的、不同规模的企业所包含的相应指标比较多，那么我们在指标选取时就要遵循合理性的原则，因每个企业而异，逐级分化，设置相应的一级指标和二级指标。（3）标准选取重要性原则。界定各个种类及规模的企业社会责任标准颇多，故而，进行指标选择的时候，我们应该优先选择有显著特点的指标。也就是说，在每大类指标中选取几个具有代表性的指标进行深入分析。（4）指标具有可操作性原则。在进行社会挑选过程中，可以搜集大量的数据，但是也有因为客观条件而无法获取的数据，这就要求在选取数据进行分析的时候要挑选具有可操作性的指标，那些模糊不定、不好获取的指标应采用别的有关指标替代。

有一点需要注意的是，标准的选取应当是兼具定性和定量标准。部分观点认为，将企业社会责任相关指标进行统一数字化管理，把企业的情况放进去，就能实现评估。但这样的评价制度将问题简单化，容易出现问题：第一，因为企业的形态和经营策略等千差万别，要将万千企业纳入一个框架进行评价有些强人所难，尤其是企业规模的影响，跨国公司可以提供大量的经费以对企业社会责任进行投资，但小企业完全无法做到这点。因此，必然需要一套繁杂的体系对企业社会责任进行界定，这对国家的规制能力和信息能力要求极高。第二，数字式地管理企业社会责任也面临着考核指标化的问题。指标能否反映企业的运营颇为值得怀疑，例如在某些评价体系中，反

〔25〕 罗豪才：《软法的理论与实践》，北京大学出版社2010年版，第262、266页。

腐败的指标是“反腐败沟通及培训频次”。同时数字化地管理企业社会责任也面临着为了考核而考核的问题，导致评价浮于表面。因此，即使定性标准不便于操作，也必须在标准体系构建过程中有一席之地。

3. 标准制定程序

企业社会责任标准体系的建设，不仅要确立具有法律强制效力的安全性标准，还需要通过具体的技术指标去衡量某一企业社会责任的履行等级。对于强制性标准的制定，政府主导是必然的。只是需要在标准的制定过程中遵守严格的立法程序，召开有效的专家论证会、听证会等。而非强制性标准的制定专业性极强、涉及利益多元，非单一政府主体可以完成，因此在标准体系的制定过程中，应当增加社会组织、企业等的参与度，减少政府对标准制定的控制。

对于推荐性标准是否应当完全统一的问题，笔者持否定态度。首先，推荐性标准不具有法律强制效力，是对企业主动承担更多社会责任的一种鼓励，体现更多的是道德责任层面，而“不同时代和地域中道德准则的不同几乎达到了令人难以置信的程度”⁽²⁶⁾，“对于伦理准则我们并没有普遍一致的意见”⁽²⁷⁾。强行对各个行业、地域、类型的企业社会责任标准进行统一规定，只能制定出非常模糊、原则化的标准，仍需要进一步细化才具有操作可能性，不符合我们构建标准体系的初衷。因此，制定不同的技术标准是标准化过程的必然选择。

推荐性标准的具体制定，一般可依赖于标准化组织、行业协会和企业自身，政府在其中的干预模式应当由直接干预转变为引导。在标准化组织和行业协会制定标准的过程中，不能违背法律法规已有的强制性规定是必然的，但在此之外，政府只可以通过委托制定标准、参与协商、给予行政指导等方式引导组织行动。即使政府已经发布与之相关的标准性文件，也只具有参考价值，不能将其作为强制规范来要求各组织作为制定标准的依据。

对于企业自身作为标准制定主体的情况，政府的干预程度更加有限。在我国，行业协会权力主要来自政府职能的让渡，因此具有管理该行业行为的责任，政府引导其制定标准尚且可行。但在市场经济模式下，企业自身完全不具有制定标准的义务，政府不能干预其内部管理要求制定自己公司的标准。只能在公司主动设定高于法定要求的自律性规范时，监督其对自律规范的实施，来更好地保障其履行企业社会责任。⁽²⁸⁾在这种模式下，企业保留着相当高程度的灵活性，只有企业将自律的企业社会责任规则公示，主动为自己创设合同、法律约束，才需要对该自律规范的执行负责。而政府对此执行情况的监督，可以避免自律规范的有名无实；也保证了社会责任作为一项声誉制度，可以给制定高标准的企业以展现其责任增加、其品牌价值的机会。

（二）社会责任评价的制度保障

目前使用范围最广泛的评价方式是企业自我评价，但这一方式的固有局限是难以对评价结果

(26) [英] 伯特兰·罗素：《伦理学和政治学中的人类社会》，中国社会科学出版社 1992 年版，第 49 页。

(27) [英] 伯特兰·罗素：《伦理学和政治学中的人类社会》，中国社会科学出版社 1992 年版，第 57 页。

(28) 宋华琳：《论政府规制中的合作治理》，《政治与法律》2016 年第 8 期，第 21 页。

的客观公正有所追求，因此这一评价方式价值不大，必须在企业自我评价之外建立其他评价制度。笔者在此提出以下两种设想。

1. 构建第三方机构评价制度

对社会责任进行公正评价最重要的是全面掌握相关信息，企业社会责任信息在现有制度下基本上都是企业主动发布的，因此应用范围最广泛的一种评价方式是企业自主发布的社会责任报告。如本文前述，企业自我评价存在严重缺陷，如企业及其责任人很可能为了趋利避害而隐匿对自己不利的信息、夸大对自己有利的信息，因此仅依靠其自律性而主动发布的社会责任信息的可靠性有其固有的缺陷。为了弥补这种缺陷，笔者认为应当确立第三方机构评价制度。

企业主动发布的社会责任报告只具有一定的参考价值，要真正发挥其评价的功能还需要一个外部的验证过程以确保这样的评价真实可信。第三方机构的评价制度就是如此，现有大量的第三方机构可以对该问题进行研究，例如审计中就已经发展出一套理论对企业社会责任进行审计，通常包括：经理对企业社会责任进行评价，对各个部门进行咨询，将整个组织作为参考来判定是否足额履行了其企业社会责任的义务。但需要注意的是，这种审计本身是非常耗费时间和精力，好的审计需要首席审计官制定1—3年的计划以获得足够以及可信赖的信息以进行评估。

第三方机构评价的优势显而易见，其客观性与专业性都会使得评价结果更加可靠，并且，比较同一机构依据相同标准对不同企业作出的评价，即可非常直观地看出这些企业社会责任履行情况的优劣，在需要进行排名的情况下有很大价值。但这种评价方法的劣势也很明显。首先，第三方机构采取的评价标准略有不同即可能导致差异很大的结果，它需要以尽可能统一的标准体系的构建为前提。其次，进行第三方机构评价需要消耗的巨大时间成本与经济成本，很多公司都无法去承担，这一评价方法的适用范围比较局限。

进行第三方机构评价的成本较高，直接导致的结果就是，这一评价方式不可能成为企业社会责任评价的常态制度，其启动通常需要企业完全自愿或者法律的明确规定。一般情况下，法律规定的启动方式可以分为三种，第一种是调查式的，国家机关在接到举报或通过其他途径发现企业在履行企业社会责任中出现问题时，基于法定事由而启动的程序，类似于备案制度中对于备案事件的实质审查；第二种是抽查式的，由国家机关通过对辖区内所有的企业，随机抽取一定比例的企业进行企业社会责任评价，类似于公司注册制度改革后对于企业登记情况的抽查；第三是触发式的，企业申请社会责任奖励时需要接受第三方的相应评价。

2. 构建举报制度

依靠企业自主发布的信息进行评价十分片面，企业很容易就可以通过欺诈躲避企业社会责任的不利评价。通过政府或第三方机构调查企业社会责任承担状况会导致系统越来越庞大，评价成本居高不下，实施过程中可能会较多针对规模较大的企业而遗漏多数中小企业。在互联网媒体高度发达的当代社会，借助社会监督的大网多渠道获取信息，不仅能降低成本、全方位评价，还可以对企业承担社会责任起到很大的监督作用。因此，笔者认为应当建立举报制度，即举报机关对

公民或单位、社会团体等举报的违法违规行为及线索进行调查处理的制度，最基础的部分应该包括受理、审查、反馈、保护、奖励、救济等具体制度。

有奖举报的意义主要有两点，一是体现在为查处企业社会责任违规行为提供有价值的线索，及时发现问题，提高监管效率。我国政府是法治政府，但即使这样，企业社会责任相关的违法违规事件依然层出不穷，从三聚氰胺事件到长春长生疫苗事件，都说明了政府监管的疏漏，仅依靠政府自身监管所有企业是远远不够的。在事件扩大后进行事后追查是不能让人民群众完全认可的，而举报制度则为在事件刚刚萌芽阶段及时发现线索，进行有针对性的打击提供了可能。二是能够产生强大的威慑力和社会效果。这方面可以参考《中华人民共和国食品安全法》第115条的规定，“县级以上人民政府食品安全监督管理等部门应当公布本部门的电子邮件地址或者电话，接受咨询、投诉、举报……对查证属实的举报，给予举报人奖励”。这改变了以往由消费者投诉启动调查的模式，通过接受社会投诉、举报并及时查处，实现了对食品生产经营违法行为的有力制约。以奖励形式鼓励与保护公民的举报行为，是鼓励消费者采用除“用脚投票”以外的又一合法的自力救济方式，是对个人监督与社会舆论监督的法律保护。⁽²⁹⁾并且，举报及监管部门的查处会形成示范效应，鼓励动员更多的社会力量加入企业社会责任监管。

从受理层面上考虑，最重要的是明确一个具体的主管机构，并开通多种举报途径，包括但不限于电话举报、信函举报、在线举报和现场举报等方式。对属于其受理范围内的举报要及时予以立案，对不属于其受理范围内的举报，告知举报人应受理单位或在有条件的情况下直接移送。

从审查、反馈层面考虑，应当设定具体的办案期限，在期限内审查结束并将审查结果通知举报人，匿名举报除外。并且，被查实确实存在违反企业社会责任相关法律法规的企业，可在某固定网站或其他对外窗口上公示，直接向公众反馈审查情况。至于对相关违法违规行为的救济，依据企业社会责任的相关立法即可，在举报制度中可以不作特殊规定。

举报制度的核心在于奖励制度和举报人保护制度的完善，这两大制度可以与现在已经建立的食品安全举报制度合并，但我国食品安全举报制度也存在较多不足，有可完善之处。

五、结语

本文在探讨构建企业社会责任评价制度的内涵、必要性、可行性、现有评价方式及缺陷的基础上，提出对这一制度的具体构想，即一方面以“主要议题”模式为指导建立评价标准体系，由政府制定强制性标准，依靠行业自律组织、企业自身制定推荐性标准；另一方面在企业自我评价之外构建具体的两项制度——第三方机构评价制度和举报制度，以此弥补企业自我评价存在的缺陷，确保评价结果的公正，从而形成多元的评价方式体系。

(29) 白明华：《新〈食品安全法〉中企业社会责任的深化》，《时代法学》2016年第2期，第69页。

The Construction of the Evaluation System of the Enterprises' Social Responsibility

ZHAO Xudong ZHAO Yilin

Abstract: The construction of the the evaluation of the enterprises' social responsibility could strengthen the enterprises' consciousness of social responsibility and its added value, and thus encourage the enterprises to improve themselves and establish an incentive mechanism by the government. With respect to the criterion for the evaluation of the enterprises' social responsibility, there exist several influential models, such as the "Triple Bottom Line", "Pyramid", "Stakeholder", "Major Subject", "ISO 26000 Seven Subjects", and the "Single Alternative" and so on. In China there currently exist four different approaches to evaluate the enterprises' social responsibility, namely the self-evaluation through the dissemination of report or related information, the certification of social responsibility by the buyer, independent third-party certification, and the evaluation undertook by sector association, and each own it advantages and disadvantages. For the construction of the the evaluation of the enterprises' social responsibility, in one aspect, it is expected to establish the evaluation criterion system based on the model of "Major Subject", through which the government promulgates mandatory standard, and encourage the association and company to establish alternative standard; on the other side, it is needed to establish two specific rules, namely the independent third party evaluation and the accusation by the public, so as to correct the defects of the self-evaluation by the company, to get a fair evaluation, and finally establish a multiple-level of evaluation system.

Keywords: Evaluation of Social Responsibility; Standard System; Evaluation by Third Party; Accusation by Public

(责任编辑: 王乐兵)