

# 2015

## 中国工业经济 行业企业社会责任报告 综合评估报告



2015中国工业经济行业企业社会责任报告发布会  
2015 China Industrial-Economic Associations & Enterprises' Social  
Responsibility Reports Release Conference



中国工业经济联合会  
China Federation of Industrial Economics (CFIE)  
二〇一五年七月

# 概览

## 评估对象

在“2015中国工业经济行业企业社会责任报告发布会”上集中发布的77份企业社会责任报告，涉及煤炭、石油、电力、钢铁、有色等18个行业。

## 主要创新

本报告是中国工业经济联合会发布的第六份中国工业经济行业企业社会责任报告综合评估报告，在继承原有评估框架基础上，借鉴最新标准规范和报告发展趋势进行优化和改进。主要创新如下：

- ◆ 对每份报告进行逐一的概述、点评并对个别报告给出改进建议；
- ◆ 从基本内容、表现形式和构思设计三个层面对报告质量进行评估，更加关注报告的可读性和独特性；
- ◆ 每个评估指标下均选取报告中的优秀案例逐一进行解析以供其他企业借鉴；
- ◆ 综合评估结果提出改进建议，更加重视报告的形式创新、传播应用以及责任管理。

## 主要发现

通过全面的统计、分析和评估，发现本届报告主要存在以下一些特点：

- ◆ 报告披露内容的完整性、实质性总体均较往年有所提高；
- ◆ 报告在社会责任管理方面的信息披露较往年更为全面、深入；

- ◆ 越来越多的报告注重利用专题、案例、声音、图片等多种表现形式提高报告可读性；
- ◆ 报告在构思设计上有诸多创新，但水平参差不齐，大部分企业还有较大的提升空间。

## 主要建议

针对发现的问题和报告的最新发展趋势，对报告的未来改进提出如下建议：

- ◆ 更全面认识社会责任报告的价值，立足价值编报告；
- ◆ 参照标准对标先进，进一步提升报告整体质量；
- ◆ 整合责任理念与设计思维，凸显报告的个性和灵魂；
- ◆ 引入互联网+，创新社会责任报告的形式和载体；
- ◆ 重视报告“后”时期，充分挖掘报告的传播和应用价值；
- ◆ 健全责任管理体系、提升员工履责能力和加强利益相关方沟通。

# 目 录

1. 引言 .....	2
1.1 评估背景 .....	2
1.2 评估目的 .....	2
1.3 评估方法与技术路线 .....	3
2. 报告速览与点评 .....	4
3. 报告总体情况 .....	46
3.1 企业基本情况 .....	46
3.2 报告基本情况 .....	48
4. 报告质量评估 .....	50
4.1 内容全面充实 .....	50
4.2 形式丰富多样 .....	76
4.3 构思设计独特 .....	102
5. 改进建议 .....	117
5.1 提升报告编写质量 .....	117
5.2 拓展报告应用范围 .....	118
5.3 加强社会责任管理 .....	120

# 引言

## 1.1 评估背景

自2009年起，中国工业经济联合会连续每年召开中国工业经济行业企业社会责任报告发布会，搭建国内首个工业领域社会责任报告集中发布平台。发布会以构建企业履责的长效推进机制、提升企业履责管理实践水平为根本目标，为行业企业提供社会责任报告集中发布、展示、交流平台，推动形成政府、行业、企业、社会“四位一体、多元共促”的协同推进格局，促进经济、社会、环境的全面协调可持续发展。

2015年，中国工业经济联合会通过推荐、注册、在线填报、提交、审阅、评估六个环节，共收集了77份企业社会责任报告，在今天的发布会上集中展现。报告发布企业主要通过中国工业经济联合会主席团成员单位报名，全国性工业协会（联合会）、省（市、区）工经联、部分有关政府部门推荐产生，涉及石油、化工、医药、通用及专用设备制造、电力供应等18个行业。

中国工业经济联合会根据企业提交的报告和有关资料，对其基本情况和信息进行了统计分析，并形成《2015中国工业经济行业企业社会责任报告综合评估报告》。以期让读者可以此为索引，更深入地了解中国工业行业过去一年中在社会责任管理、实践及成效方面的最近成果。

## 1.2 评估目的

中国工业经济联合会组织社会责任报告评估的目的在于：

- ◆ 提高中国工业行业企业社会责任报告编制和发布水平；
- ◆ 提供中国工业行业企业社会责任成果展示和交流平台；
- ◆ 推动中国工业行业企业建立社会责任报告定期发布机制；
- ◆ 促进中国工业行业企业开展社会责任实践，提升社会责任绩效；

- ◆ 逐步形成政府、行业、企业、社会“四位一体、多元共促”的社会责任推进格局。

### 1.3 评估方法与技术路线

依据中国工业经济联合会《中国工业企业及工业协会社会责任指南（第二版）》，参考国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》、中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》、全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》、国际标准化组织（ISO26000：社会责任指南）（2010）等社会责任标准有关要求和原则，对原有《报告评估框架表》进行完善和修订，通过报告收集、评估复核、专题研讨和分析、综合评估报告撰写、综合评估报告发布等步骤，完成评估工作。

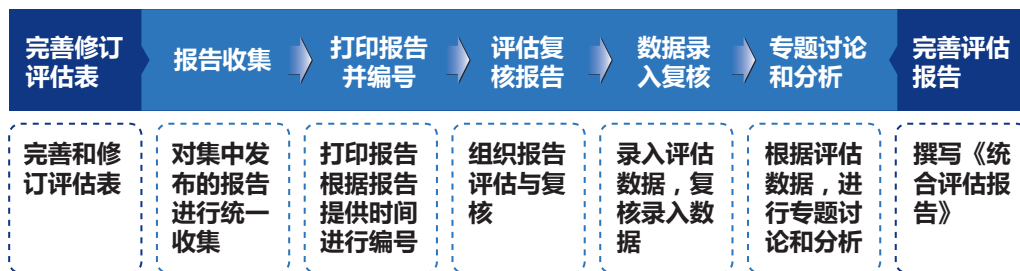


图1-1 社会责任报告综合评估流程

## 报告速览与点评

2015中国工业经济行业企业社会责任报告发布会发布报告企业数量为77家，名单如下：

**表2-1 2015中国工业经济行业企业社会责任报告发布会发布报告企业名单**

序号	公司
1	安徽古井集团有限责任公司2013-2014年度企业社会责任报告
2	安徽合力股份有限公司2014年社会责任报告
3	安徽江淮汽车股份有限公司2014年社会责任报告
4	安徽晋煤中能化工股份有限公司2014年度社会责任报告
5	安徽三星化工有限责任公司2014年社会责任报告
6	鞍钢集团公司2014可持续发展报告
7	北京矿冶研究总院2014年度社会责任报告
8	波司登股份有限公司2014年度社会责任报告
9	常州四药制药有限公司2014企业社会责任报告
10	成都硅宝科技股份有限公司2014年度社会责任报告
11	大连上品堂海洋生物有限公司2014年社会责任报告
12	大同煤矿集团有限责任公司2014年度社会责任报告
13	富士施乐中国2014年可持续发展报告
14	光明食品（集团）有限公司2014年社会责任报告
15	广西柳工集团有限公司 2014年社会责任报告
16	广西玉柴机器集团有限公司2014年可持续发展报告
17	广州珠江啤酒集团有限公司2014年度社会责任报告
18	贵州高速公路集团有限公司2014年社会责任报告
19	贵州红林机械有限公司2014年社会责任报告
20	贵州开磷控股（集团）有限责任公司2014年度社会责任报告
21	贵州轮胎股份有限公司2014年社会责任报告
22	贵州信邦制药股份有限公司2014年企业社会责任报告
23	国家电网公司 2014社会责任报告
24	国药控股股份有限公司 2014年度社会责任报告

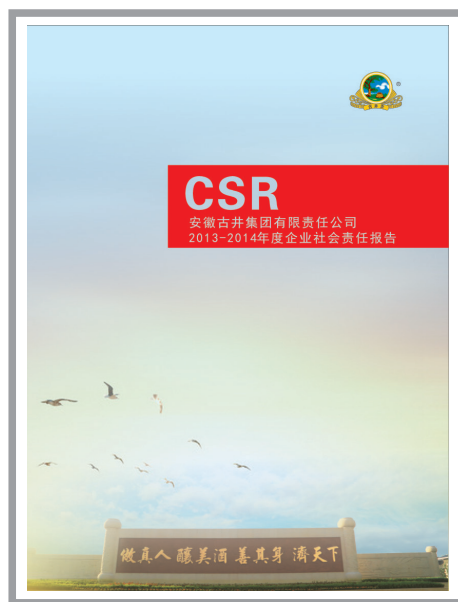
序号	公司
25	河北钢铁集团有限公司2014年度社会责任报告
26	恒源祥（集团）有限公司2014年度社会责任报告
27	华峰集团有限公司2014年度社会责任报告
28	华润双鹤药业股份有限公司2014年社会责任报告
29	际华三五五皮革皮鞋有限公司2014年企业社会责任报告
30	康恩贝集团有限公司2014年度社会责任报告
31	秦川机床工具集团股份公司2014年社会责任报告
32	山西杏花村汾酒集团有限责任公司2014年社会责任报告
33	陕西煤业化工集团有限责任公司2014年社会责任报告
34	陕西摩美得制药有限公司2014年度社会责任报告
35	陕西延长石油（集团）有限责任公司2014社会责任报告
36	上海贝尔股份有限公司2014年企业社会责任报告
37	上海电气电站设备有限公司上海汽轮机厂2014年度社会责任报告
38	上海东鑫电力工程安装有限公司2014年度企业社会责任报告
39	上海复星医药（集团）股份有限公司 2014年度企业社会责任报告
40	上海华虹宏力半导体制造有限公司2014年度社会责任报告
41	上海黄海制药有限责任公司2014年社会责任报告
42	上海科泰电源股份有限公司2014年度社会责任报告
43	上海强生出租汽车有限公司2014年度社会责任报告书
44	上海日用-友捷汽车电气有限公司2014企业社会责任报告书
45	上海外高桥第三发电有限责任公司2014年社会责任报告
46	上海外高桥造船有限公司 2014社会责任报告
47	上海现代制药股份有限公司2014企业社会责任报告
48	上海医药集团股份有限公司2014企业社会责任报告
49	神华集团有限责任公司 2014年度社会责任报告
50	沈阳机床（集团）有限责任公司2014年社会责任报告
51	圣象集团有限公司2014年社会责任报告
52	四川九洲电器集团有限责任公司2014年企业可持续发展报告
53	太原钢铁（集团）有限公司2014年社会责任报告
54	铜陵有色金属集团股份有限公司2014社会责任报告

序号	公司
55	瓮福（集团）有限责任公司2014年度社会责任报告
56	协鑫（集团）控股有限公司 2014年社会责任报告
57	新疆天业（集团）有限公司 2014年可持续发展报告
58	英特尔（中国）有限公司2013-2014年企业社会责任报告
59	榆林矿业集团有限公司2014年企业社会责任报告
60	玉蝶控股集团有限公司2014企业社会责任报告
61	浙江海正药业股份有限公司2014年度社会责任报告
62	浙江华峰氨纶股份有限公司2014社会责任报告
63	浙江吉利控股集团有限公司2014年社会责任报告
64	中国船舶及海洋工程设计研究院 2014年社会责任报告
65	中国船舶重工集团公司第七二研究所2014年社会责任报告
66	中国第一汽车集团公司 2014社会责任报告
67	中国东方电气集团有限公司 2014年社会责任报告
68	中国东方航空股份有限公司 2014年社会责任报告
69	中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司2014年社会责任报告
70	中国国电集团公司2014年社会责任报告
71	中国航空油料集团公司2014年社会责任报告
72	中国节能环保集团公司2014年社会责任报告
73	中国铝业公司 2014年社会责任报告
74	中国南方航空股份有限公司 2014年社会责任报告
75	中国五矿集团公司 2014年可持续发展报告
76	中国有色矿业集团有限公司 2014可持续发展报告
77	中国中化集团公司 2014可持续发展报告

注：以上顺序按公司首字母拼音排序

## 安徽古井集团有限责任公司 2013-2014年度企业社会责任报告

这是安徽古井集团有限责任公司发布的第三份社会责任报告。报告围绕“做真人、酿美酒、善其身、济天下”的企业核心价值观展开社会责任报告主体内容的撰写。“做真人”展示了企业诚信经营、公平竞争的履责实践；“酿美酒”着重展示公司提升产品质量和服务的履责行动；“善其身”从环境、安全、合作伙伴和员工四个方面反映企业负责任管理自身运营对社会的影响；“济天下”则阐述了企业积极参与公益事业的相关活动。报告内容与公司责任理念相互契合，自成一统，同时又完整覆盖了社会责任报告所需披露的全部内容，是一份有着浓浓古井特色的优秀的社会责任报告。



## 安徽合力股份有限公司 2014年社会责任报告

这是安徽合力股份有限公司发布的第七份社会责任报告。报告以“数说2014”的方式拉开报告的序幕，简洁生动地展现了公司为社会创造的价值和与社会分享的价值。报告收录了公司社会责任治理体系以及可持续发展的SWOT分析，体现了公司较为完善的社会责任管理理念和战略架构。报告主体内容分为经营与发展、员工、环境与社会三大篇章，从利益相关方视角系统全面地阐述了公司为保障股东、客户、供应商、员工、环境与社会等各个利益相关方的权益所进行的努力和取得的成效，具有很好的实质性和完整性。报告数据充分、内容详实、图片丰富，并参照GRI进行指标披露，是一份较为规范和可读性较强的报告。



## 安徽江淮汽车股份有限公司 2014年社会责任报告

这是安徽江淮汽车股份有限公司发布的第五份社会责任报告。本报告围绕“制造更好的产品 创造更美好的社会”核心主题，以自主创新、追求卓越、以人为本、绿色生产、品质引领和回馈社会为企业履责重点，充分展现了公司积极携手利益相关方，共同创造经济、社会和环境综合价值最大化的履责过程，突出了江淮汽车全面围绕“为员工谋幸福、为社会做贡献”的社会责任观，坚定了“敬客经营、服务销车”的经营理念。报告构建了具有江淮特色的社会责任理念模型，收录了公司在社会责任组织机构建设、能力建设、绩效管理方面的工作，以及包括反馈系统、反思系统和共享系统在内的制度文化体系与沟通平台，体现了江淮汽车完善卓越的社会责任管理水平。

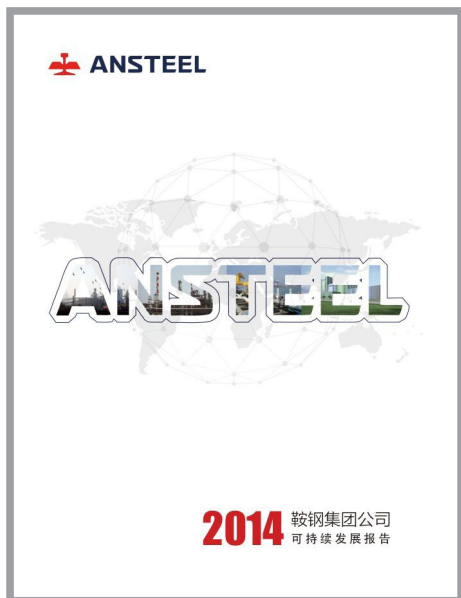
## 安徽晋煤中能化工股份有限公司 2014年度社会责任报告

这是安徽晋煤中能化工股份有限公司发布的第三份社会责任报告。多年来，中能坚持以人为本，在改善中促成长，在回报社会中谋发展，致力为民族粮食安全和国家能源安全做贡献，打造“百年中能、百亿中能、百姓中能”。报告延续以往的结构，持续披露公司新的一年在科学发展、安全责任、环保责任、社会责任和员工责任等方面的履责实践和绩效。尤其在未来展望中清晰阐述了公司在各个工作领域的近期和中长期发展目标，体现了公司对社会做出的承诺。



## 安徽三星化工有限责任公司 2014年社会责任报告

这是安徽三星化工有限责任公司发布的第四份社会责任报告。报告主要以中国工经联《中国工业企业及工业协会社会责任指南（GSRI-CHINA 2.0）》为编制依据，从科学发展、风险管理、公平运营、环保节约等9个方面系统披露公司履行社会责任的绩效。从报告内容可知，三星化工建立了非常完善的社会责任管理体系，包括责任文化体系、能力建设体系、信息沟通体系、监督评价体系等，从理念、实施、沟通、评价各个方面保障了公司社会责任实践活动。报告对每个履责议题都从管理机制、措施和绩效上做了详尽的阐述，尤其是定量指标披露得非常全面完整并兼顾了可比性、平衡性等要求，充分体现了公司的社会责任管理理念和水平都非常先进。



## 鞍钢集团公司 2014可持续发展报告

这是鞍钢集团公司发布的第八份可持续发展报告。鞍钢集团立足可持续发展背景，结合所处行业特色、自身特点和社会责任实际，以增强可持续发展能力为核心，将企业社会责任工作与企业发展战略相结合，使社会责任工作真正融入日常生产运营管理，实现经济、社会和环境综合价值的最大化，促进自身和利益相关方的可持续发展。报告从科学发展、科技创新、卓越管理、节能环保、员工发展和社会公益六大领域展示鞍钢集团积极履行社会责任，致力于建设“排头鞍钢”、“创新鞍钢”、“诚信鞍钢”、“绿色鞍钢”、“幸福鞍钢”与“和谐鞍钢”的履责行动和绩效。报告案例丰富，内容全面，具有较高的实质性和可读性。



## 北京矿冶研究总院 2014年度社会责任报告

这是北京矿冶研究总院发布的第四份社会责任报告。报告围绕“点石成金，追求资源利用极致；创造价值，实现客户企业共赢”的企业核心价值观，从保增长、科技创新、国际化经营、健康安全、节能环保、幸福家园、社会和谐七个领域全面展示矿冶院履责行动、绩效和案例。报告着重披露了技术创新议题，突出了作为科技型央企所应承担的社会责任，充分体现了“以技术创新促进矿产资源的可持续开发利用”的企业使命。报告设计上应用了矿石为主要元素，每个篇章页都设计与主题相关联的内容，色彩搭配和谐，版式布局合理，是一份精美的具有企业特色的高质量的社会责任报告。

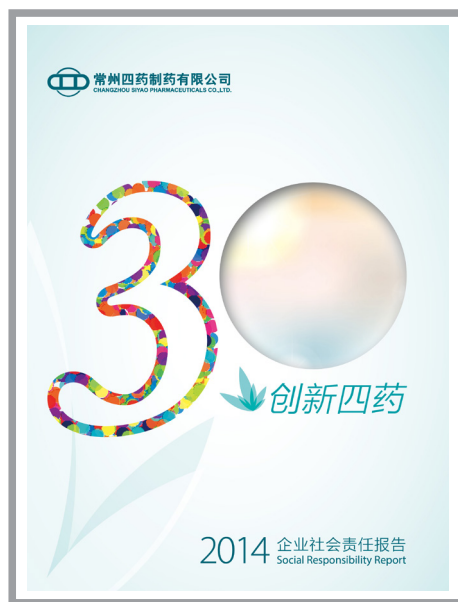
## 波司登股份有限公司 2014年度社会责任报告

这是波司登股份有限公司发布的第四份社会责任报告。波司登以缔造名牌、产业报国为己任，致力成为最佳雇主、最佳品牌商和最佳企业公民，营造公共责任、社会公益、道德行为三位一体的企业社会责任体系，促进与利益相关方和谐关系，实现商业与社会价值的最大化。报告围绕“创新驱动发展”、“秉承绿色运营”、“推动劳动和谐”与“深化社会参与”四大主题，系统全面展示了波司登对经济、环境、员工与社会的责任与承诺，体现了公司实现“树百年企业、创百年品牌”的宏伟愿景。报告内容完整详实，数据案例充分，是一份具有很高实质性和可读性的报告。



## 常州四药制药有限公司 2014企业社会责任报告

这是常州四药制药有限公司发布的第五份社会责任报告。2014年是常州四药研发中心成立30周年庆典，报告以“创新四药”30周年为主题，从社会责任视角全面回顾了常州四药三十年发展之路、民生之路、安全之路、共赢之路、关爱之路、生态之路与和谐之路，充分展现了公司“用心制好药”、“让生命更健康”的企业使命与价值观，以及共建和谐利益相关方关系的责任理念。报告还披露了公司最新制定的社会责任战略规划，承诺致力于用2015-2025年10年时间打造符合全球经济一体化的可持续发展优秀企业，并确立了具体的短期和长期目标与方针。报告内容详实、文字精炼、设计精美，并用“三十年”贯穿整个报告，是一本具有四药特色的高质量的社会责任报告。



## 成都硅宝科技股份有限公司 2014年度社会责任报告

这是成都硅宝科技股份有限公司发布的第五份社会责任报告。报告围绕“对客户负责、对员工负责、对社会负责、对投资者负责”的核心价值观，从“经济影响”、“社会影响”和“环境影响”三大主题阐述公司负责任管理自身运营对利益相关方带来的影响的实践与绩效，体现出公司对社会责任内涵和本质有着深入的理解。报告中还详尽披露了公司的社会责任理念与战略，以及包括组织体系、管理制度、能力建设、利益相关方沟通参与等社会责任推进管理的内容，反映出公司有着较高的社会责任管理水平。报告内容充实完善、图片数据丰富，是一份优秀的社会责任报告。



## 大连上品堂海洋生物有限公司 2014年社会责任报告

这是大连上品堂海洋生物有限公司发布的首份社会责任报告。作为中国原生态海参养生文化的领军品牌，上品堂将原生态和创新的理念深深根植于企业文化基因，构建了自身的社会责任愿景、战略、方针和行为准则，努力搭建企业与环境的和谐关系，打造与利益相关方的绿色合作，将正道经营的企业责任意识转化为全体管理者的自觉行动。报告围绕“创新上品 共融共生”的核心主题，参照《中国中小企业社会责任指南》，从创新驱动、诚信经营、关爱员工、和谐社区等方面全面披露公司自成立以来履行社会责任的实践与绩效，体现了上品堂致力于成为“原生态的守护者、健康的使者、真诚的伙伴、美好的家园和优秀的纳税人”的企业社会责任愿景。

## 大同煤矿集团有限责任公司 2014年度社会责任报告

这是大同煤矿集团有限责任公司发布的第七份社会责任报告。报告围绕“使命 价值 责任”主题，从经济发展、环境保护、本质安全、人本管理和奉献社会五个方面详细披露了企业履行社会责任的情况和绩效，充分体现了同煤集团以战略的举措谋求发展，以开拓的眼光关注环保，以严格的标准守护安全，以真诚的态度关爱员工，以务实的行动回报社会的责任感和使命感。报告还从利益相关方角度和企业内外部环境的角度构建了企业社会责任理论框架模型和管理体系，收录了来自政府、股东、客户、合作伙伴、员工、社区居委会等不同利益相关方对公司的评价与期望以及第三方专业机构对报告的总体评价。报告结构清晰、内容充实全面、设计精美，是一份出色的社会责任报告。



## 富士施乐中国 2014年可持续发展报告

这是富士施乐中国发布的第三份可持续发展报告。报告面向富士施乐的5家在华企业的各利益相关方，披露企业与利益相关方在共同创造价值的过程中所遇到的机遇、挑战以及为实现可持续发展所做的努力。报告将“CSR即是经营”这一理念贯彻始终，详实披露了富士施乐中国CSR管理的框架、规划以及工作推进的进程，用“立足客户需求的绿色产品制造”、“带孩子们走出大山看世界”等5个责任专题生动展现了公司贯穿价值链的CSR典型项目，并系统阐述了公司在伙伴责任、客户责任、环境责任、员工责任和社区责任五大社会责任领域的履责实践、绩效和案例。报告内容系统全面、逻辑严密，并穿插了大量员工、客户、合作伙伴等利益相关方的感言和评价，具有很强的感染力和可读性。



## 光明食品（集团）有限公司 2014年社会责任报告

这是光明食品（集团）有限公司发布的第四份社会责任报告。报告阐明了集团在“5+1”改革思路引领下，以“12550888500”为奋斗目标，将企业社会责任融入公司的日常运营，坚持科学发展和公平运营，推动科技创新、低碳环保与安全生产，保护顾客与消费者权益，构建和谐劳动关系和社区关系等一系列社会责任实践工作和成绩，充分体现了光明集团以安全食品、保障供应、整合资源为己任，建设一个具有主业竞争力、品牌影响力和企业凝聚力的本土化跨国公司，全球布局、跨国经营的中国食品领军品牌的愿景和努力。报告文字详实，数据充分，可多采用图片等形式使报告展现更加丰富。



## 广西柳工集团有限公司 2014年社会责任报告

这是公司自2009年以来连续发布的第六份企业社会责任报告。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，向各利益相关方披露公司深入贯彻科学发展观，沿着“修己、安人、法自然”的可持续发展之路，主动将社会责任理念融入企业运营全过程，系统开展多样化社会责任沟通和实践。报告通过图例、案例等形式，充分展现了公司在战略管控、协同发展、低碳运营、以人为本、回馈社会等方面的责任实践和工作绩效，具有较好的可读性。

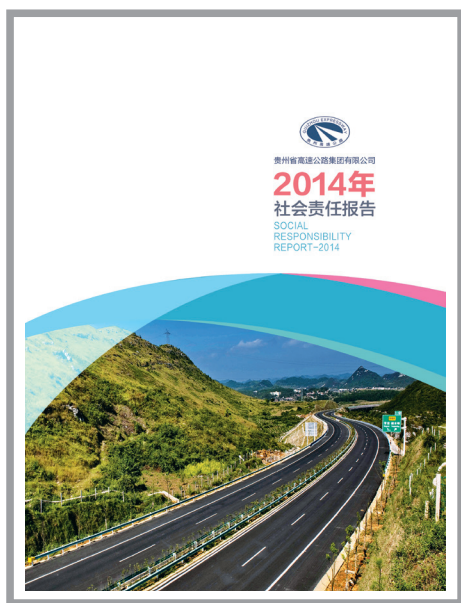
## 广西玉柴机器集团有限公司 2014年可持续发展报告

这是广西玉柴机器集团有限公司发布的第八份社会责任报告。报告以“绿色发展 和谐共赢”为核心主题，从产业、运营、生活和社区四个责任维度，向政府、股东、员工、供应商、客户、服务商、合作伙伴、社区公众等利益相关方全面展示了玉柴集团2014年推进可持续发展方面的行动和绩效。其中，围绕“绿色产业、绿色运营、绿色生活”三条主线，系统披露的一系列绿色研发、绿色采购、绿色制造、绿色销售、绿色服务以及循环再制造再利用工作，充分诠释了玉柴集团“创造绿色价值、共赢美好未来”的企业宗旨和作为制造型企业战略转型的前瞻性眼光。报告积极回应利益相关方重点关注的议题，具有较好的实质性；多次引入第三方声音，具有很好的亲和力，是一份充满时代气息，具有行业特色、真诚与利益相关方沟通的报告。



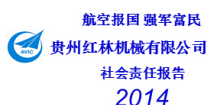
## 广州珠江啤酒集团有限公司 2014年度社会责任报告

这是广州珠江啤酒集团有限公司发布的第六份社会责任报告。报告以“诚信经营 倾情酿造”为核心主题，围绕股东、员工、消费者、经销商、供应商、社区六大利益相关方和安全、环保两大责任议题系统阐述公司履行社会责任的实践与绩效，并归纳了公司2014年十大社会责任工作。报告将公司组织结构与社会责任工作相对应，构建了完备的社会责任组织体系与职责分工，体现了公司较好的社会责任管理水平。报告总体篇幅不大，内容简明扼要，但都涵盖了社会责任报告需要披露的大部分信息，是一份有广州珠江啤酒自身特色的报告。



## 贵州高速公路集团有限公司 2014年社会责任报告

这是贵州高速公路集团有限公司发布的第四份社会责任报告。长期以来，贵州高速公路集团认真履行对社会、环境、司乘人员和员工的责任，积极推进企业和社会、环境的协调发展，致力于成为行业社会责任的领导者、社会价值的创造者、绿色智能交通的引领者、员工美好生活的缔造者、社会和谐发展的践行者。报告盘点了一年来公司发展壮大取得的四个新高和五大成效，为更好地履行社会责任提供了保障；详细报道了三黎、六六、驾荔等高速公路对地方经济社会发展的带动作用；从科技创新、安全生产、环境保护、优质服务等方面阐述了公司的履责实践和绩效。报告立足高速公路行业特征，披露了大量利益相关方关注的实质性的内容。



## 贵州红林机械有限公司 2014年社会责任报告

这是贵州红林机械有限公司发布的第二份社会责任报告。红林公司始终秉承“航空报国、强军富民”的集团宗旨，践行“敬业诚信、创新超越”的集团理念，以航空武器装备产品制造为己任，致力于成为一流航空发动机燃油控制系统供应商和区域发展的强劲动力。中航工业红林始终以“发展企业、服务客户、普惠员工、回报股东、回馈社会”为经营理念，持续建立健全社会责任体系，严格遵守国家法律法规、社会公德、商业道德及行为规则，诚信经营、严管质量、大力创新，不断提升经营管理水平；落实安全生产，保障员工权益，积极推动公司企业文化建设；注重资源节约和环境保护，热心参与社会公益事业，为推进企业可持续发展承担了应有的社会责任。

## 贵州开磷控股（集团）有限责任公司 2014年度社会责任报告

这是公司发布的第五份社会责任报告。报告以系统阐述公司创造经济、社会、环境综合价值的完整逻辑为标准，主要披露了公司2014年对员工的责任，对客户的责任，对股东的责任，对社区的责任，对社会公益活动的责任方面的重点履责实践和成效，以及公司履行社会责任的动力、履行社会责任的方式、业绩和未来计划。报告还披露了公司的社会责任内涵和目标，展现了公司系统化推进社会责任工作的决心。



## 贵州轮胎股份有限公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第二份社会责任报告，依据《关于中央企业履行社会责任的指导意见》、《中国工业企业及工业协会社会责任指南》、《中国企业社会责任报告编写指南》编写。报告围绕“团结、严谨、创新、前进”主题，对2014年公司“经济责任”“社会绩效”“市场需求与科技研发”“管理绩效”“安全生产”“清洁生产”“顾客与消费者权益”“和谐劳动关系”“社区参与和发展”九大主要社会责任履责内容进行了全面和详细的披露。报告长度适中，文字简练。



## 贵州信邦制药股份有限公司 2014年企业社会责任报告

这是贵州信邦制药股份有限公司发布的第四份企业社会责任报告。报告围绕“诚信合作、求实创新、追求结果”的企业核心价值观，从“为百姓健康努力、为股东创造价值、为员工营造美好家园、为社会贡献力量”等方面系统阐述了信邦制药履行社会责任，携手利益相关方共创健康美好生活的行动，充分体现了信邦制药“精诚至信，众志成城；健康民众，发展民生”的企业理念。报告将社会责任理念充分融入企业诚信、合规、安全、环境等各个管理领域，分别向政府、股东、客户、合作伙伴、员工与社会披露了公司的社会责任承诺并努力践行。报告内容全面、图片案例等表现形式丰富，是一份可读性较强的优秀的社会责任报告。

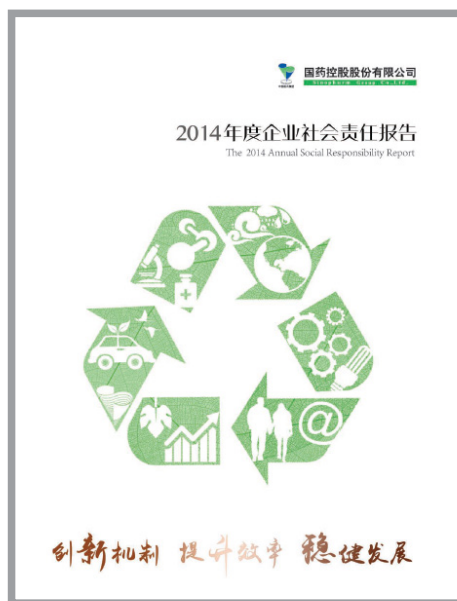


## 国家电网公司 2014社会责任报告

这是公司发布的第十份社会责任报告，对2014年社会期望和利益相关方诉求热点进行了积极回应。从编制结构上来看，报告延续2013年报告的结构，共分履责意愿、履责行为、履责绩效、履责承诺、履责主体5个篇章，并以特高压十年创新发展为主线，重点阐述公司重大履责行动和亮点。从信息披露上来看，报告信息披露具有实质性、全面性和可比性特点，对国内外社会责任标准或倡议、全球知名电力企业关键绩效指标进行比较分析，披露内容覆盖各省电力公司社会责任重大管理实践。从报告设计上来看，报告设计继续采用彩色手绘风格，深具公司独特风格，用人性化的表现手段展现公司追求经济、社会、环境综合价值最大化，努力实现对可持续发展的贡献最大化。

## 国药控股股份有限公司 2014年度社会责任报告

这是公司发布的第六份社会责任报告。报告以“经济、社会、环境”三重底线为标准，以“创新机制、提升效率、稳健发展”为主题，详细披露了2014年公司在企业经营、社会和环境等各方面的影响及其发展和实践的重要活动。报告对公司的责任战略、持续发展能力、责任治理等内容均进行了较为详细的披露，展现公司在可持续发展方面的坚实基础。建议公司可以在报告中使用流程图、跨页大图等形式，提高读者对公司工作的理解度。



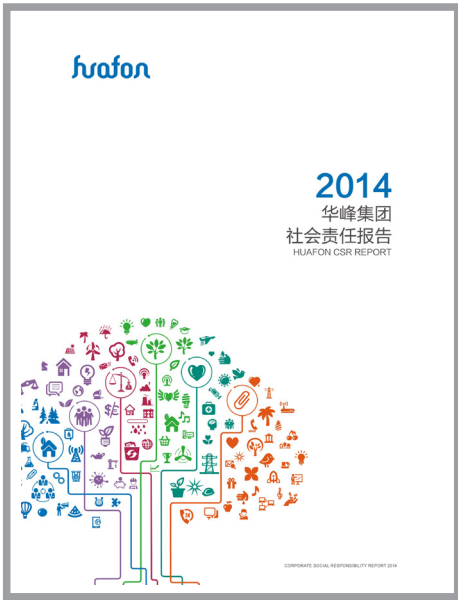
## 河北钢铁集团有限公司 2014年度社会责任报告

这是河北钢铁集团有限公司发布的第七份企业社会责任报告。报告以“代表民族工业 担当国家角色”为主题，围绕“致力于建设全球最具竞争力钢铁企业”的企业愿景，全面披露公司积极承担社会责任，携手利益相关方“共创绿色钢铁、共享美好生活”的履责实践与绩效。报告将社会责任主题分为核心责任（绿色制造、绿色产品）、基础责任（员工发展）和相关责任（利益相关者关系、社会贡献）三个不同的层次，体现出公司对自身社会责任工作有着清晰与科学的认识。其中，绿色制造和绿色产品作为核心责任，契合了公司“引领钢铁行业绿色发展”的社会责任愿景，反映了钢铁企业在新形势下审视自身瓶颈，积极推动战略转型的前瞻性眼光和责任担当。



## 恒源祥（集团）有限公司 2014年度社会责任报告

这是恒源祥（集团）有限公司发布的第五份企业社会责任报告。作为一家有着八十多年历史的老字号企业，恒源祥一直秉承着“持续为社会创造价值”的价值观，以持续创新和追求卓越的态度履行社会责任。报告依据中国工业经济联合会《中国工业企业及工业协会社会责任指南实施手册》（GSRI-CHINA 2.0），在对“科学发展”、“公平运营”、“环保节约”、“安全生产”、“顾客和消费者权益”、“合作共赢”、“和谐劳动关系”、“社区参与和发展”进行汇报的基础上，另立“集团2014年企业社会责任亮点”章节，用于报告2014年恒源祥集团在履行“推动社会进步”这一企业要求最高的社会责任上的探索、实践以及取得的阶段性成果。报告内容充实，案例生动，反映出恒源祥在社会责任方面做出了大量实质性的卓有成效的工作。



### 华峰集团有限公司 2014年度社会责任报告

这是华峰集团有限公司发布的第二份社会责任报告。报告以经济、自然、责任三大循环为主体架构，通过介绍“1+3”计划、员工关怀、绿色行动、美丽化工、社区关怀等五大责任项目，从自身经济活动层面，对自然环境保护和减损的环保层面以及对社会中需要照顾的群体给予支持的关怀层面，集中展现华峰携手利益相关方共同实现保护环境、安全健康、节能环保、和谐共赢的履责行动和绩效。报告最大的特色是围绕五大责任项目书写公司的社会责任报告，这充分体现了公司已经从议题的角度审视自身的社会影响并以项目制的方法管理公司的社会责任。报告还披露了公司的社会责任理念及模型、社会责任十二五规划等内容，同样体现出公司具备较高的社会责任管理水平。

### 华润双鹤药业股份有限公司 2014年社会责任报告

这是华润双鹤药业股份有限公司发布的第七份社会责任报告。报告以“关心大众，健康民生”为主题，用3个责任专题介绍了公司提升药品质量安全、高血压防治以及腹膜透析等利益相关方最为关心的实质性议题以及公司在2014年的创新亮点。报告披露了公司的社会责任战略、管理及推进，构建了公司的社会责任模型，并在此模型框架下按照“促进经济可持续发展”“共建和谐劳动关系”“为客户提供高质量的药品和服务”“为合作伙伴搭建共赢平台”“促进和谐发展共赢”和“缔造可持续发展环境”六大维度披露公司履责实践和绩效。报告结构完整、内容充实、设计风格清新，契合了报告的主题，是一份标准规范可读性较强的社会责任报告。



## 际华三五五皮革皮鞋有限公司 2014年企业社会责任报告

这是际华三五五皮革皮鞋有限公司发布的第二份企业社会责任报告。公司秉持“互利共赢、同创共享”核心价值观，树立“竞合”理念，坚持以人为本，推进“人企共进”，经过65年的发展，企业持续盈利能力不断增强，已步入健康、持续、快速发展的良性轨道。报告从企业内部管理、员工发展、携手伙伴、公益慈善四大主题入手，全面阐述公司将社会责任融入企业运营，勇担政治责任、社会责任、经济责任和环境责任，实现与利益相关方和谐共享的履责实践和绩效。



## 康恩贝集团有限公司 2014年度社会责任报告

这是康恩贝集团有限公司发布的首份社会责任报告。公司的领导人认为“企业的真正价值不在于多大的规模和资产，而在于为社会创造多元化的价值，在经济、社会、环境、商业文明、创新驱动等多个维度做出贡献。”正是在这样的理念下，康恩贝的首份社会责任报告体现出深厚的责任担当。报告以“责任之名”、“发展之道”阐述企业的社会责任理念和价值观。以“责任之——固本”、“责任之——培元”和“责任之——弘道·共赢”为框架披露公司在诚信、安全、创新、员工、社会等方面的各项社会责任议题的实践与绩效。报告对公司的社会责任工作提炼得颇有深意，是一份很有特色的报告。

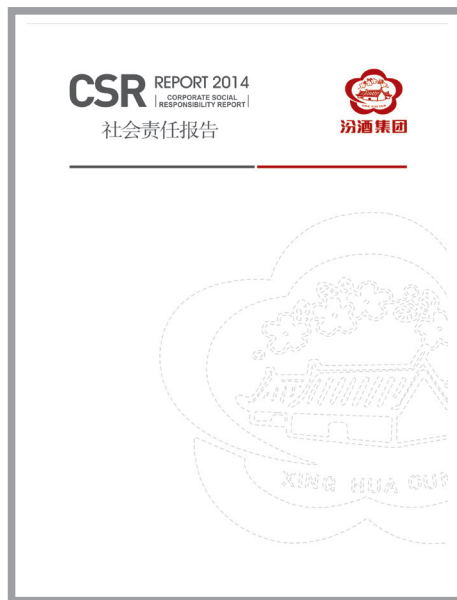


### 秦川机床工具集团股份有限公司 2014年社会责任报告

这是秦川机床工具集团股份有限公司发布的第三份企业社会责任报告。多年来，秦川集团努力将履行社会责任融入企业发展战略、管理决策和生产运营之中，建立了“宜人智造”的企业社会责任观，不断完善社会责任管理体系，开展社会责任能力建设，为公司实现可持续发展奠定了良好基础。报告中肯、客观地披露了秦川集团履行经济责任、利益相关方责任、安全责任、环境责任和参加社会公益活动的信息，比较详实地回应了利益相关方的关注点，便于利益相关方对企业进行全面的综合分析和比较，具有较好的实质性。报告整体结构清晰、语言准确、图文并茂，是一份务实的具有较强可读性的社会责任报告。

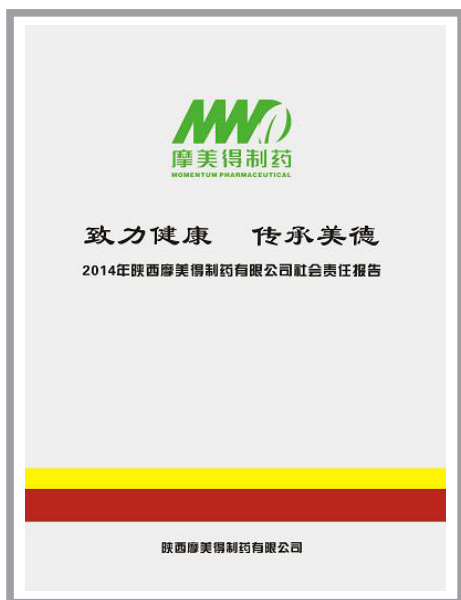
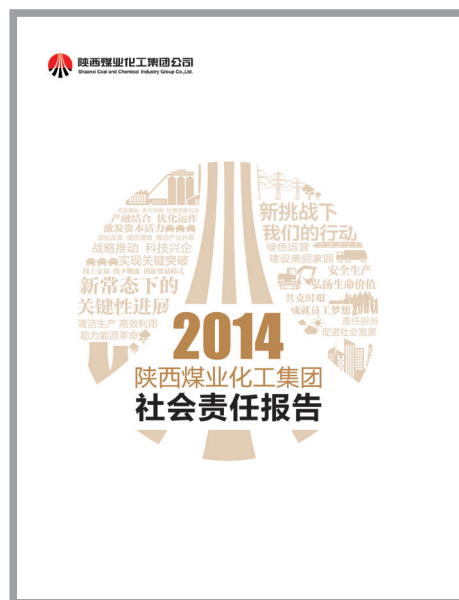
### 山西杏花村汾酒集团有限责任公司 2014年社会责任报告

这是山西杏花村汾酒集团有限责任公司发布的第四份社会责任报告。报告用较大篇幅介绍了汾酒集团的文化理念，包括魂文化、法文化、双清文化等，从愿景、使命、价值观、企业精神、经营管理理念和规范等各个层面系统阐述了汾酒集团的社会责任文化内涵和基因。在主体部分，报告按照社会责任三重底线理论，从经济责任、社会责任和环境责任三个维度披露了公司的履责实践，阐述了社会责任对于品牌塑造的关系和重要意义，体现了公司“用心酿造 诚信天下”的核心价值观。



## 陕西煤业化工集团有限责任公司 2014年社会责任报告

这是陕西煤业化工集团有限责任公司发布的第五份社会责任报告。报告围绕“打造中国一流安全节能环保能源化工企业”的愿景，坚持“一切为了发展，一切为了员工”的企业宗旨，全面披露公司在经济、环境、科研、安全、员工和社区领域，履行社会责任的理念、实践和绩效，回应了利益相关方的诉求，展示了一个负责任的企业形象。报告以新常态为主线，主体部分包括“新常态下的关键性进展”、“新挑战下我们的行动”和“展望2015——我们的新希望”三大板块，具有较强的创新性，充满新时代气息；报告披露了煤炭、化工行业改革发展面临新的挑战、推进煤化生产和利用方式变革以及开展安全生产等关键议题，具有鲜明的行业特色。报告中注重引用小知识扫除读者阅读障碍，并且有大量高度精炼的概括性的文字、逻辑图表等内容，有助于读者快速抓住报告主干和精髓，是一份具有较高独创性和可读性的报告。



## 陕西摩美得制药有限公司 2014年度社会责任报告

这是陕西摩美得制药有限公司发布的第二份社会责任报告。摩美得秉承“致力健康、传承美德”的企业使命，坚持“诚信、守纪、进取”的企业核心价值观，积极承担社会责任，不断探索可持续发展之路。报告围绕“和谐劳动关系”“安全生产”“环保节约”“社区参与和发展”等12项社会责任议题，充分展现了公司对投资方、员工、环境、消费者、合作伙伴、政府、行业组织以及同业者履行社会责任共创和谐社会的承诺。



### 陕西延长石油（集团）有限责任公司 2014社会责任报告

这是自公司社会责任报告发布制度建立以来，连续发布的第四份社会责任报告，以“汇聚能源，延长价值”为主体，从“专题、发展、创新、和谐、奉献”五大部分，系统披露了2014年公司在调整产业结构，提升发展能力；强化管理创新，提升质量效益；坚持以人为本，营造和谐氛围；分享发展成果，追求企地共赢的社会责任理念、实践和绩效。报告将年度重点议题采用“责任专题”的形式集中展现，并采用了大量数据、图例和案例，展现公司积极履行社会责任，推动经济、环境、社会可持续发展所开展的责任实践。报告结构较为完整，可读性强。

### 上海贝尔股份有限公司 2014年企业社会责任报告

这是公司发布的第七份社会责任报告，重点披露了上海贝尔及所属机构2014年1月至2014年12月期间，围绕“科技创新，惠及全社会”的责任理念，在增强创新能力、提升商业价值、建设环保企业、尊重员工价值、打造责任价值链和构建和谐社会等方面的社会责任实践和绩效。报告根据最新版《可持续发展报告指南》（G4）要求，首次披露报告编制、规范和监督议题选择，以及信息披露的过程，提高报告编制过程的透明度及对利益相关方的回应度。同时，报告每章开篇都设置“责任放大镜”，通过“大趋势”、“我们的方法与策略”、“2014年亮点”，聚焦每个篇章的核心内容，既满足了新标准对于管理方法披露的要求，又反映出公司将社会责任理念纳入经营策略和运营的过程，展示出社会责任管理的价值。



## 上海电气电站设备有限公司上海汽轮机厂 2014年度社会责任报告

这是上海汽轮机厂发布的第六份社会责任报告。报告依托“海纳百川、融合创新、从一做起、追求卓越”的企业核心价值观，从科学发展、公平运营、环保节约、安全生产、顾客与消费者权益、合作共赢、和谐劳动关系、社区参与和发展八个方面全面阐述了上海汽轮机厂作为电站设备制造业的一员所承担的社会责任，回顾了2014年社会责任承诺目标的完成情况，展现了企业在转型发展、做强汽机、做精燃机、建设世界级工厂的同时履行社会责任的良好形象。报告结构清晰、语言平实，采用数据、图表、图片等形式对公司社会责任工作进行了展现，具有较强的可读性。



## 上海东鑫电力工程安装有限公司 2014年度企业社会责任报告

这是公司发布的第一份社会责任报告，按照《上海市文明单位社会责任报告指导手册》有关要求编制，主要披露信息包括公司的员工责任、经济与服务责任、诚信责任、社区责任和环保责任，文字内容翔实，反映信息较为全面。虽然报告没有经过第三方审验，但是公司已意识到这一需要改进的内容并在报告中进行了体现，态度诚恳。



## 上海复星医药(集团)股份有限公司 2014年度企业社会责任报告

这是公司发布的第七份社会责任报告，以GRI 4.0指南作为报告编制标准，界定了相关实质性内容，全面展示公司在战略与管理、经济、产品与服务质量、环境健康与安全、员工和社会等方面履行责任的承诺、实践与绩效。报告反映出公司重视与利益相关方的有效沟通，着重披露医药行业热点议题，包括药品不良反应、药品召回、医患关系等，使利益相关方能清晰地看到复星医药履责的重点。另外，报告中引用了大量利益相关方的证言并专门设置板块披露利益相关方反馈，提高了信息的透明度。

## 上海华虹宏力半导体制造有限公司 2014年度社会责任报告

这是公司发布的第二份社会责任报告，从社会责任管理体系、客户与产品、员工发展、环境责任、社会公益等方面，全面阐述了公司2014年履行企业社会责任所秉持的原则及推行的工作，涵盖了重要利益相关方所关注的有关经济、环境及社会的可持续发展议题。报告编写依据了全球报告倡议组织(GRI)的《可持续发展报告指南》(3.1版)、中国工业经济联合会《中国工业企业及工业协会社会责任指南》(第二版)，以及国际标准化组织(ISO26000:社会责任指南)(2010)的主要原则。同时报告详细介绍了公司社会责任管理组织架构(企业社会责任工作组)、责任理念、责任议题分析流程、利益相关方鉴别及沟通、社会责任关键议题识别与分析等内容，深刻展现企业以有系统、有组织的方式，长期投入、履行社会责任的情况，具有较强的独创性。



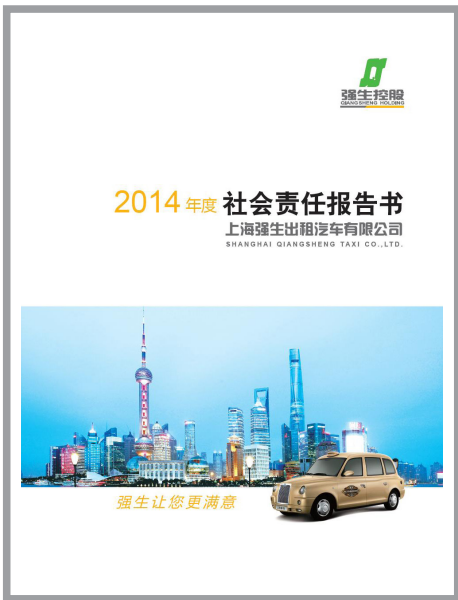
## 上海黄海制药有限责任公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第二份社会责任年度报告，编制依据为《企业社会指南》（SE0-CSR1.0）和中国工业经济联合会《中国工业企业及工业协会社会责任指南》（GSRI-CHINA2.0）。报告结构规范、内容完整，涵盖了公司履行经济、环境和社会责任的基本内容，全面披露了公司2014年度关于战略目标、科学发展、公平运营、环保节约、安全生产、顾客与消费者权益、合作共赢、和谐劳动关系、社区参与和发展方面的社会贡献，突出展现了公司“创造、聚焦、合作”的企业文化和企业精神。



## 上海科泰电源股份有限公司 2014年度社会责任报告

这是公司发布的第二份社会责任报告。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，依照“三重底线”原则，将公司主要社会责任实践划分为“经营篇”、“环境篇”和“社会篇”，详细披露了2014年度科泰电源在经营、环境、社会等责任领域的实践和绩效。报告结构较为完整，内容较为丰富。



### 上海强生出租汽车有限公司 2014年度社会责任报告书

这是公司向社会公开发布的第四份社会责任报告，主要依据中国工业经济联合会《中国工业企业及工业企业社会责任指南》（GSRI-CHINA2.0）和《上海市经济团体联合会企业社会指南》（T31/01001-G001-2014）编制。报告围绕“强生让您更满意”这一社会责任理念，从科学发展、公平运营、环保节能、安全生产、顾客与消费者权益等方面全面披露2014年公司社会责任重点工作。

### 上海日用-友捷汽车电气有限公司 2014企业社会责任报告书

这是公司公开发布的第五份企业社会责任报告书，依据《中国工业企业及工业协会社会责任指南第二版》（GSRI-CHINA2.0）和《上海市经济团体联合会企业社会指南》（T31）标准编制。报告重点披露了公司在2014年围绕公司“追求卓越，不断超越”的核心价值观，在发展科技、推进轿车工业发展、环保节约、安全生产、公平运营等利益相关方重点关注议题的相关内容，凸显企业注重自身和社会的共同发展和整体效益，致力于实现公司和社会的可持续发展。报告用较多案例和图例对公司在2014年所开展的工作进行了深入展现，较为具体地反应了公司的社会责任实践所取得的经济、环境和社会效应。



## 上海外高桥第三发电有限责任公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第四份企业社会责任报告，按照上海市经济团体联合会《企业社会责任指南（SE0-CSR 1.0）》、企业社会责任上海市地方标准（DB31/T421-2008）及参考中国工业企业及工业协会社会责任指南（2.0）编写。报告以“引领技术升级，创造绿色火电，点亮优质生活”为主题，从科学发展、公平运营、环保节约、安全生产、顾客与消费者权益等八大核心主题出发，系统阐述了公司2014年履行社会责任的实践和成效。报告将社会责任实践与企业、战略、制度和营运有机融合，并披露了公司社会责任实践的绩效指标，具有较高的可读性和可信性。



## 上海外高桥造船有限公司 2014社会责任报告

这是公司发布的第四份社会责任报告。报告继续以“共建责任之舟”为主题，从“公司治理”“绿色造船”“安全生产”“合作共赢”“关爱员工”“社区发展”等主要维度出发，全面展现公司2014年度重点、特色的社会责任履责实践及绩效。报告文字详实、内容丰富，使用了大量的图例、数据和图片，提高了报告的可读性。报告设计以“树叶”“叶脉”等元素为主体，贯穿全文，与“绿色”“可持续”等社会理念作了较好的契合。



## 上海现代制药股份有限公司 2014企业社会责任报告

这是公司发布的第四份社会责任报告，真实、客观和全面地反映了公司2014年度在从事生产经营管理活动中，遵守国家法律、社会公德、商业道德、尊重人权和产权、诚实守信、公平竞争，接受政府和社会公众的监督，在经济、社会、环境可持续发展方面对公司股东、债权人、员工、政府、客户、消费者、合作伙伴和社区公众等利益相关方所承担的社会责任的实践情况。报告围绕“关爱生命、呵护健康”的企业理念，从发展责任、市场责任、员工责任、社会责任、环保责任五大维度切入，全面展现公司在系统的社会责任管理体系下所开展的履责实践及成效。

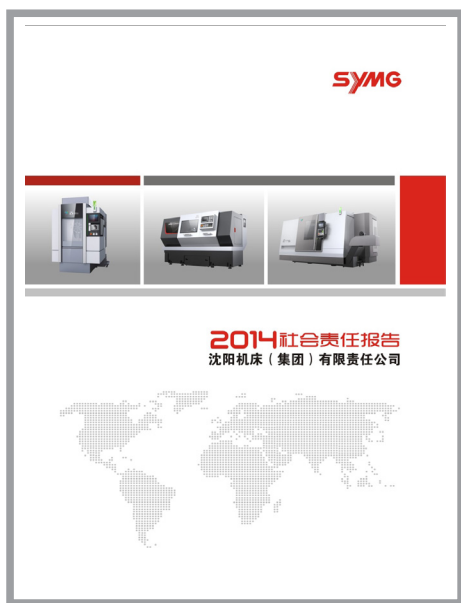
## 上海医药集团股份有限公司 2014企业社会责任报告

这是公司公开发布的第三份企业社会责任报告。报告编写参考了全球报告倡议组织（GRI）的可持续发展报告指南、上海证券交易所发布的“关于加强上市公司社会责任承担工作暨《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》的通知”、《公司履行社会责任的报告编制指引》及香港联合交易所有限公司证券上市规则附录27所载的《环境、社会及管治报告指引》。报告用丰富的数据、生动的案例、鲜活的图例和图表，全面展现了公司在致力于管控、研发创新、产品制造、员工发展及权益保护等方面的社会责任实践，内容深入浅出，可读性和可行度均较高。此外，报告还系统化地披露了公司的责任战略与管理、利益相关方识别与参与、关键议题实质性分析等社会责任管理内容，展现出公司在推进社会责任管理工作方面所开展的工作，具有较强的借鉴意义。



## 神华集团有限责任公司 2014年度社会责任报告

这是公司发布的第六份社会责任报告，报告围绕“让能源清洁，让生活改变”这一报告主题，披露了“保障能源供应”“煤质控制与管理”“职业健康管理”“安全生产”“发展循环经济”“清洁煤技术研发”“矿区生态保护”等煤炭开采与洗选业关键性议题，叙述详尽充分。报告在编制过程中通过问卷调查等方式收集部分相关方意见，并根据公司重大事项、国家相关政策、行业对标等对实质性议题进行界定，内容较为全面完整。同时，报告还披露了“百万吨死亡率”、“重大及以上安全生产事故数”等负面数据信息，并简述了“三违”专项查处的经过、结果及改进措施，增加了报告的平衡性。报告结构合理，数据详实，内容丰富，设计风格独特，具有较强的可读性。



## 沈阳机床(集团)有限责任公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第七份社会责任报告。报告继续围绕“持续发展是前提责任，以人为本是基本责任，技术进步是重要责任，协同共赢是根本责任”的社会责任观，对公司2014年度在“科学发展”“公平运营”“环保节约”“安全生产”“顾客与消费者权益”“合作共赢”“和谐劳动关系”“社区参与和发展”几大领域社会责任履责情况进行了披露，数据翔实丰富。建议报告在写作中对社会责任工作的履行目的、履行情况、所产生的社会效应等内容进行更细节的文字展现，并增加流程图、图片等形式的使用，使读者可以对公司社会责任工作有更深入的了解，并提高报告的可读性。



### 圣象集团有限公司 2014年社会责任报告

这是圣象集团有限公司发布的第二份社会责任报告。自成立以来，圣象集团坚守“用爱承载 用心筑梦”的信念，持续关注消费者的需求、利益和情感，积极履行社会责任，致力于成为受人尊敬的全球家居领导品牌。报告用“以聆听与商业灵魂的共鸣”作开篇序言，深刻诠释了圣象集团对于商业本质和社会责任关系的理解与思考，介绍了圣象地板、圣象门柜等几款核心产品及其生产中的履责实践，并选择安全生产、员工权益、绿色关怀等社会责任关键议题来阐述公司如何将可持续发展理念融入生产运营的全过程，报告具有较高的实质性。

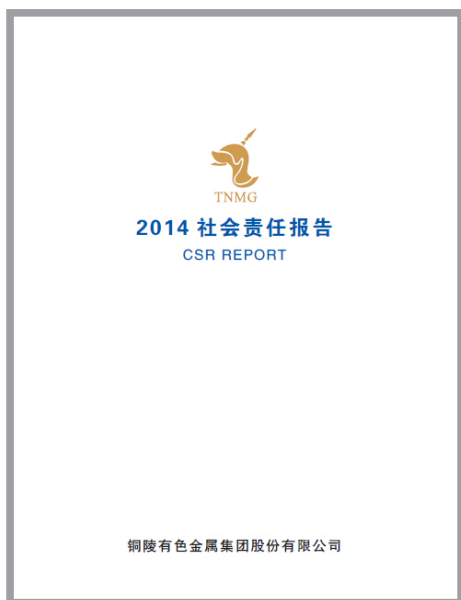
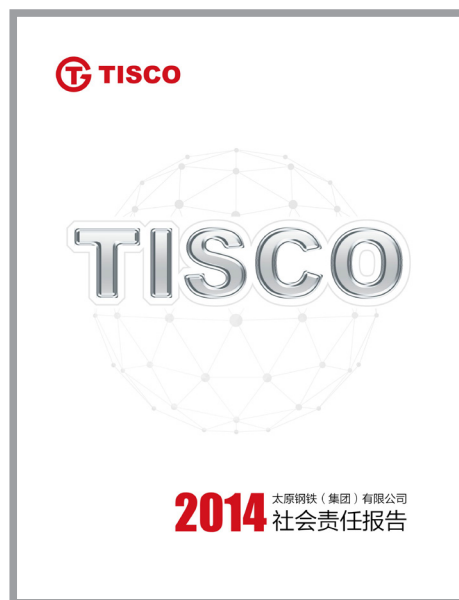
### 四川九洲电器集团有限责任公司 2014年企业可持续发展报告

这是公司发布的第九份可持续发展报告。报告以“创新驱动、稳中求进”为主题，阐述公司坚持“科学发展 诚信共赢 惠泽社会”的社会责任理念，围绕“强主业、抓增量、重管控、增效益”的年度经营方针，加大力度调结构，促转型，提升企业可持续发展能力。报告全面披露了2014年公司在军工电子、空管、卫星导航等战略性新兴产业全面发力，保持经济持续稳定增长、诚信经营、员工发展等方面内容，同时重点披露了公司在环境与职业健康、安全生产标准化建设方面的创新举措。报告设计风格简洁明快，使用了较为丰富的实物照片和图例等，有效提升了报告的真实性和可读性。同时报告披露了公司2015年社会责任工作的主要目标，展现了公司持续推进社会责任工作的决心和努力。



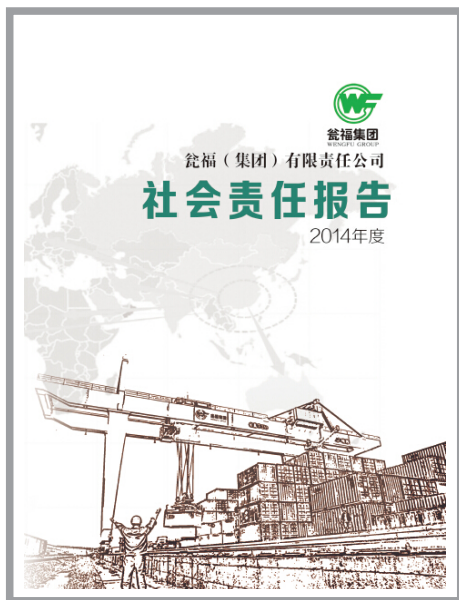
## 太原钢铁（集团）有限公司 2014年社会责任报告

这是太原钢铁集团有限公司发布的第五份社会责任报告。太钢集团秉承“用不锈钢智慧创造卓越品质，为各利益相关方创造满意”的社会责任核心理念，始终保持顽强的进取精神和创新精神，以人品铸精品，从优秀到卓越，不断为投资者、员工、客户、供应商、社会公众等利益相关方创造满意，装扮靓丽世界和美好生活。报告围绕“以人为本、用户至上、质量兴企、全面开放、不断创新”的企业核心价值观，以最经典的社会责任三重底线为依据，披露公司经济、环境和社会履责实践与绩效，充分展现了太钢集团努力打造“人文太钢”、“科技太钢”、“绿色太钢”、“责任太钢”与“和谐太钢”的价值追求。报告收录了丰富的案例、数据和荣誉，展现形式多样，是一份具有较高实质性和可读性的社会责任报告。



## 铜陵有色金属集团股份有限公司 2014社会责任报告

这是公司发布的第一份社会责任报告。报告依据经济、环境、社会“三重底线”逻辑编写，主要披露了公司2014年在“升级转型”“公平运营”“以人为本”“绿色发展”“关爱员工”和“投身公益”等方面开展的社会责任工作及成效。报告采用了大量的图片，对公司社会责任工作进行直观展示，提高了报告的可读性和沟通性。

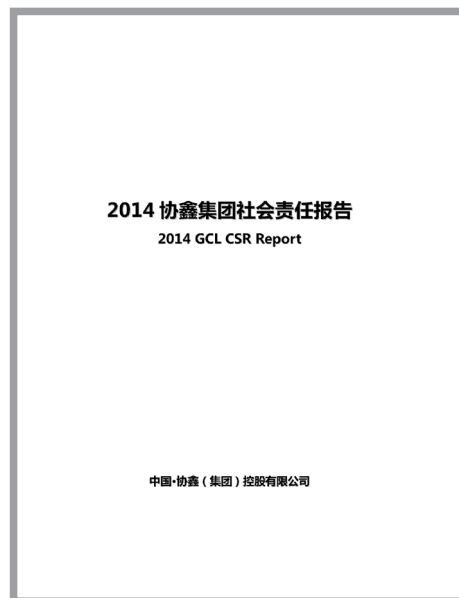


## 瓮福（集团）有限责任公司 2014年度社会责任报告

这是公司发布的第四份社会责任报告。报告以2014年公司在“优化内部管理、挖掘产业价值、强化环保节能、抓好技改创新、关切多方利益”等方面的社会责任工作为写作线索，展现公司通过上述工作对经济、环境、社会，对自身和利益相关方实现持续发展的工作和成效。报告文字翔实，并披露了较多可纵向比较的数据，具有一定的可读性。

## 协鑫（集团）控股有限公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第一份社会责任报告，依据中国工业经济联合会《中国工业企业及工业协会社会责任指南》（第二版）、全球报告倡议组织(GRI)的《可持续发展报告指南》（3.1版），以及国际标准化组织《ISO 26000:社会责任指南》（2010）的主要原则编制。报告围绕“把绿色能源带进生活”的理念，对公司的社会责任观、清洁能源贡献、合作共赢、绿色运营等重点社会责任工作进行了较为专业的披露，展现了公司作为中国最大的非公电力开发运营商，努力为实现中国经济、社会和环境的和谐与持续发展而做出的努力。



## 新疆天业（集团）有限公司 2014年可持续发展报告

这是公司发布的第四份社会责任报告暨第二份可持续发展报告。报告围绕公司“建设一个具备可持续发展能力的现代化、创新型高科技企业”的目标，对公司2014年在经济、创新、环境、安全、员工、社会几大板块开展的社会责任实践及绩效进行披露，全面回顾了公司所取得的成就，面临的机遇与挑战。本报告较为突出的一点是，较为深入和细节地展现了公司社会责任管理方面的有关工作，包括融合可持续发展内涵的发展战略、社会责任理念、社会责任推进方式、社会责任管理体系、责任融入战略和部署流程图、社会责任规划等内容，让读者深入了解公司社会责任工作的开展和推进情况。



## 英特尔（中国）有限公司 2013-2014年企业社会责任报告

这是英特尔中国有限公司发布的第八份企业社会责任报告。进入中国29年以来，英特尔和中国的发展同呼吸、共命运，坚持分享企业社会责任理念，营造公众参与、大众创新、全民创造的社会氛围，助力企业与社会的可持续发展。报告围绕“创新 以人为本”核心主题，从技术创新、产业创新、社会创新、教育创新和智慧社区创新等多个领域展示英特尔公司发挥自身技术、产业、管理、创新文化等优势，创新性解决社会环境问题，让人们生活更精彩、世界更美好的履责实践与绩效。报告表现形式丰富多样，通过绘制应对气候变化行动时间轴、水足迹、教育计划大事记等多种图形，清晰明了地展示了英特尔公司在诸多社会责任议题上的行动和努力；通过“创新者说”，让参与创新或创新的受益者分享其对于英特尔公司社会责任理念的认识和感悟。报告整体设计清新，文风朴实温情，是一份充满国际化风格 and 新时代气息的优秀社会责任报告。

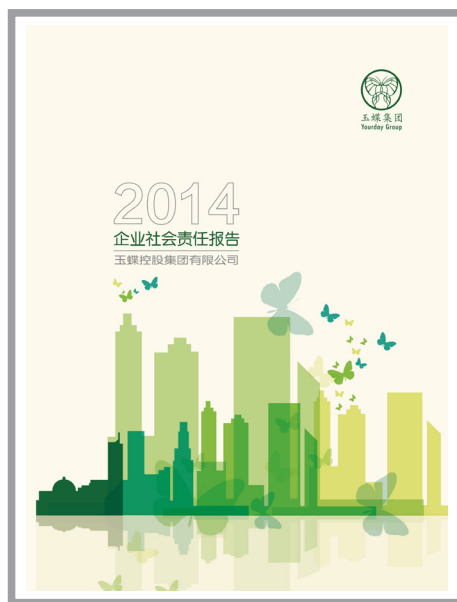


## 榆林矿业集团有限公司 2014年企业社会责任报告

这是榆林矿业集团有限公司发布的第四份企业社会责任报告。榆林矿业集团在做大做强的同时，始终不忘企业社会责任，专门成立相应的负责机构，将社会责任理念内化到日常工作中，支持地方发展，关注地方民生，切实做到经济效益与社会效益，短期与长期利益，自身与社会相协调，实现员工、企业、社会以及环境和谐持续发展。报告围绕“以人为本、和衷共济、上下同欲、争创一流”的企业价值观，从经济责任、安全责任、环境保护、员工权益和社会公益五大核心领域披露公司的履责理念、实践和绩效。报告中的社会责任指标设计相对合理，系统化地将企业履行的社会责任情况进行了披露。

## 玉蝶控股集团有限公司 2014企业社会责任报告

这是公司发布的第二份社会责任报告，报告运用三重底线的方法确定主体结构，从经济、社会、环境等方面阐述了玉蝶集团履责的实践及绩效，具有一定的完整性、准确性和可读性。报告重点披露了“品质致胜”是企业长期坚持的发展方针，在扉页突出报告主题，且设计风格清新统一，具有较好的阅读体验。



## 浙江海正药业股份有限公司 2014年度社会责任报告

这是浙江海正药业发布的第九份社会责任报告。报告围绕“以仁为本、创新创业、自我驱动、专业协作”的企业核心价值观谋篇布局报告的主体框架，以“求真务实 创新创业”展示公司在质量管理和技术创新上的实践努力，以“以仁为本 专业协作”展示公司服务客户，携手合作伙伴、供应商、员工共同发展的履责实践，以“从我做起 绿色未来”展现公司在环境、安全以及社区发展方面的管理行动。报告还以专题的形式披露了海正组织召开的首届社会责任论坛以及公司的典型社会责任项目——海正爱心教室，体现出海正药业在医药行业社会责任领域的先锋企业地位。



## 浙江华峰氨纶股份有限公司 2014社会责任报告

这是公司公开发布的第七份企业社会责任报告，依据《CSC9000T中国纺织工业企业社会责任管理体系（2008年版）》、《中华人民共和国化工行业标准：责任关怀实施准则》（HG/T4184-2011）、《中国化纤企业社会责任指南》编制。报告秉持公开、规范、透明、客观原则，以三重底线为标准，以社会责任各领域活动为主体，全面披露2014年公司在经济、环境、社会方面的社会责任活动和绩效。报告较多使用了图形和数据，丰富报告形式，提高报告的阅读性。



## 浙江吉利控股集团有限公司 2014年社会责任报告

这是浙江吉利控股集团有限公司发布的第三份企业社会责任报告。多年来，吉利将社会责任意识和理念融入到企业文化、企业愿景以及核心价值观中，逐渐摸索出一条适合自身发展的经营之道，为利益相关方创造价值的同时，全面推进经济、环境和社会可持续发展。报告从服务客户、温暖员工、携手伙伴、关怀环境和共享社会五大领域系统全面展示了公司的履责实践，每个领域均按照责任方针、责任实践和责任绩效的模式进行编写，理念贯穿全文、内容规范充实，数据详实完备。报告还披露了公司的责任文化体系以及社会责任议题筛选机制，体现公司较为完善的社会责任管理水平。此外，报告中的图片均非常精美大气，对增强报告的美感和传递责任理念发挥了重要的作用。

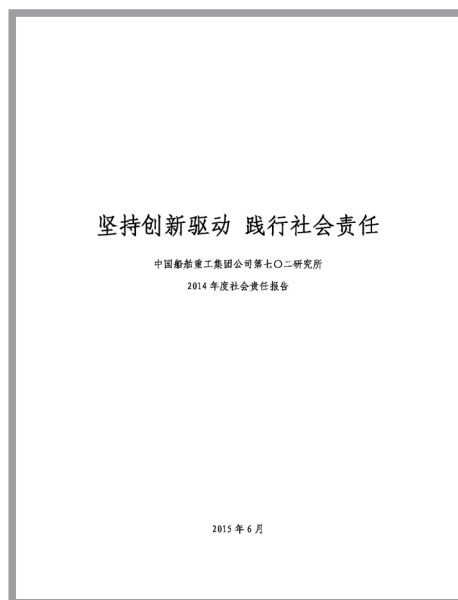
## 中国船舶及海洋工程设计研究院 2014年社会责任报告

这是研究院发布的第四份社会责任报告，依照《上海市文明单位社会责任报告指导手册（试行）》、《企业社会责任SEO—CSR1.0》等标准，按照“客观、规范、诚信、透明”原则编写。报告披露了中国船舶及海洋工程设计研究院社会责任主要议题，以及与利益相关方的沟通和回应，全面反映了研究院与利益相关方携手推动经济增长、环境保护和社会进步的努力。报告结构清晰、语言平实、内容丰富、设计精良，通过文字、数据、图表和较高质量的图片等形式，充分展现了研究院社会责任管理、实践及相应绩效和成果等内容，具有较强的可读性和可信度。



## 中国船舶重工集团公司第七〇二研究所 2014年社会责任报告

这是七〇二所向社会发布的第二份社会责任报告。七〇二所紧紧围绕“创新、责任、绿色、和谐”的社会责任主题，以责任促发展、以责任铸品牌，以责任拓市场，以责任树形象，潜心打造责任企业，努力构建承担社会责任的排头兵单位，实现企业与社会和谐发展。报告披露了公司面向客户、员工、伙伴、环境和社会的责任承诺，并重点以客户责任、员工责任和社会责任为核心领域详细阐述了公司至成立以来对社会所做出的积极贡献和对社会风险的有效管控。



## 中国第一汽车集团公司 2014社会责任报告

这是公司发布的第五份社会责任报告。报告编制遵循GRI的实质性、利益相关方参与、可持续发展背景及完整性原则，通过行业对标研究、企业发展战略分析、关键责任议题识别和利益相关方沟通，并结合企业实际情况，确定报告的具体内容，在内容方面具有较好的完整性。报告围绕公司“促进人·车·社会和谐发展”的责任理念，从“转型提升”“自主创新”“安全质量”“节能环保”“以人为本”“社会公益”六大板块，全面披露公司在2014年继续完善社会责任管理体系，主动推进社会责任管理工作深化发展，为行业及社会可持续发展贡献力量的具体工作及成效。

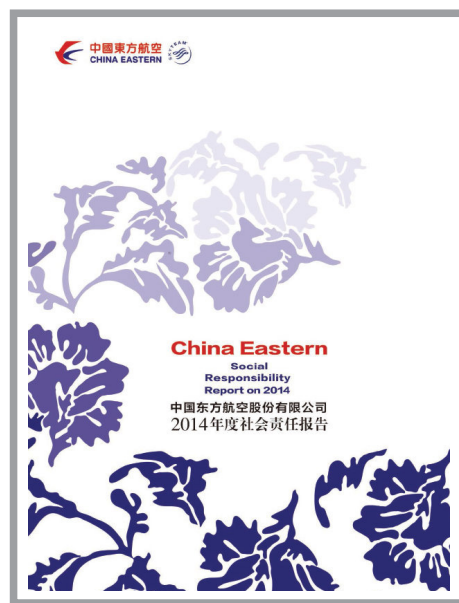


## 中国东方电气集团有限公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第七份社会责任报告。报告遵循真实、客观、诚信、透明的原则，围绕“价值的探寻”责任主题，展示了公司在2014年努力践行社会责任，促进企业进步和社会可持续发展方面的重要信息。报告主体内容主要包括“创新的价值”和“责任的价值”两大部分，分别从公司主要产业板块的发展对社会创造的价值，以及公司不断提升内部管理两个方面进行阐释，让读者了解到能源装备企业如何发展自身，如何与公众生活相关联，如何实现自身和社会的可持续发展等内容。报告在设计上应用了较有公司特色的手绘插画和大量的实拍图片，风格统一，具有较强的可读性。

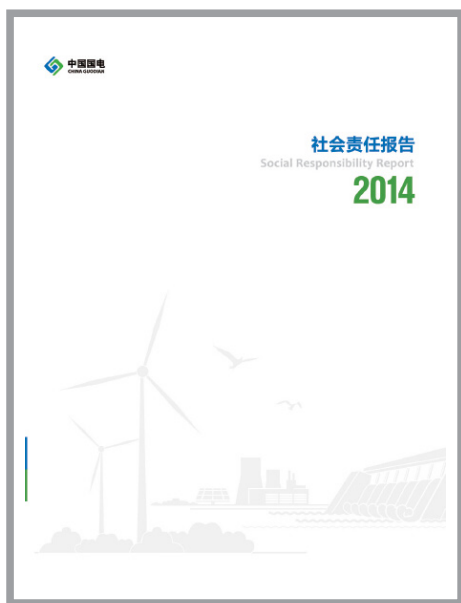
## 中国东方航空股份有限公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第七份社会责任报告，按照可靠性、完整性、中肯性、可比性、准确性、时效性、清晰性、实质性原则不断追求有效透明度。报告参照国内外相关社会责任标准以及上海证券交易所、香港联合证券交易所有关社会责任信息披露要求，丰富完善社会责任指标体系，更有效地回应利益相关方期望。报告通过数据、图表、图例等多种形式，深入阐述了公司2014年在公司治理、风险内控、责任战略与管理方面所开展的内部工作，同时展现了公司对员工、顾客、股东等利益相关方所履行的社会责任。报告设计精美，插画风格独具东航特色，图片使用恰到好处，具有较强的美观性和可读性。



## 中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司 2014年社会责任报告

这是贵州茅台集团发布的第七份社会责任报告。报告依据《中国工业企业及工业协会协会责任指南（第二版）》有关要求，围绕“天贵人和，厚德致远”的核心价值观，从转型发展、恪守诚信、生态优化、人企共进等十个方面详细介绍了集团在2014年度履行的社会责任重点工作和成效。报告结构完整、内容翔实、数据丰富可纵向对比，并使用了大量图片对报告内容进行了补充展现，提高了报告的可读性。



## 中国国电集团公司 2014年社会责任报告

本报告是国电集团发布的第八份社会责任报告。《报告》围绕打造“效益国电、绿色国电、创新国电、廉洁国电、幸福国电”的目标，按照国际社会责任标准和国资委关于加强中央企业社会责任工作的相关要求，从“做强主业、转型升级；深化改革、完善机制；强化管理、提高质量；优化资产、防范风险；加强党建、创建和谐”五个方面向利益相关方传递了国电集团的责任实践、绩效、案例和承诺，体现了公司致力实现与利益相关方利益认同、价值认同、情感认同的决心与诚意。报告突出了下属公司典型案例及APEC专题等内容，重点更加突出。同时报告还突出发展新常态、全面深化改革、依法治国等国家重大战略与集团发展战略及社会责任工作的关系，体现了集团与时俱进、打造可持续竞争力的发展思路。



## 中国航空油料集团公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第四份社会责任报告。报告以“安全环保的中国航油”为主题，从社会责任管理、负责任的安全运营、可持续的供应服务和促民生的社会贡献等方面对公司2014年主要社会责任信息进行全面、深入披露。报告语言简洁，图表和案例丰富，便于读者的阅读和理解，具有较强的说服力。同时设计融入具有航油特色的小元素，使得各篇章鲜活灵动，整体美观大方，充分展现了中国航油的特色。报告主题鲜明、可读性强、内容详实，充分体现了公司与利益相关方沟通的意愿。

## 中国节能环保集团公司 2014年社会责任报告

这是中国节能环保集团公司发布的第五份社会责任报告。报告首先分析了中国节能面临的机遇和挑战，并在此基础上提出公司的社会责任发展战略。报告全篇将“聚合点滴，创生无限”的企业核心理念有机融合到报告的各项主题中，通过“聚焦点，中国梦·节能梦”、“合众力，护佑碧水蓝天”、“点睛笔，推进卓越管理”等满含公司责任理念的文字充分展示公司发挥核心社会功能保护蓝天碧水，积极履行对各个利益相关方的责任以及社会责任推进管理等各项工作。报告中在披露公司做出的各项积极的贡献的同时，也注重报告的平衡性，对发生的安全事故等的原因和处理结果等给予了详细的披露。此外，在报告的结尾处还附有面向读者的环保倡议书，从细节处发挥社会责任报告的绿色理念引领的功能。报告内容充实，案例丰富，设计精美，是一份很有创新有特色的高质量的社会责任报告。



## 中国铝业公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第十份社会责任报告。报告结合国际最新报告趋势，各篇章以“为什么具有实质性—如何管理—管理评估”开篇，突出利益相关方关注的议题，展现行业履责重点。报告注重使用丰富案例及生动人物故事，展现中铝公司与利益相关方真诚沟通的态度，提高报告传播效果。报告披露了“销售收入”、“研发投入”、“工业固体废物综合利用率”等61个关键指标连续3年以上的数据，并就“采矿回采率”、“赤泥综合利用率”等行业数据进行横向比较，可比性较同类报告有较突出的表现。报告整体框架清晰，篇幅适宜，图片、表格等表现形式丰富，排版清新，并对专业术语进行解释，显著提高了报告易读性。



## 中国南方航空股份有限公司 2014年社会责任报告

这是公司发布的第八份社会责任报告。报告展现出公司不论在社会管理责任体系架构，还是报告本身的逻辑框架上，均独具特色，较为成熟。报告通过大量的数据、图表、图片，详细披露了公司责任观、责任理念等社会责任管理内容，以及在安全、环保、服务、员工、社区等方面开展的履责实践。在写作风格上，报告采用了大量的案例和平实的语言，使得全文更加通俗易懂；在表现形式上，报告继续沿用了前两年的彩色手绘设计风格来展现公司的社会责任形象。

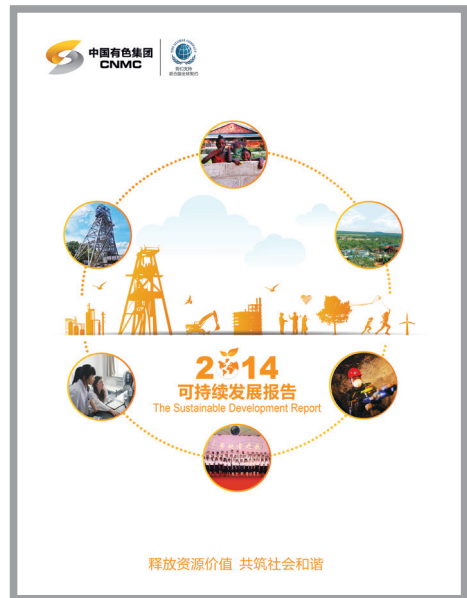


### 中国五矿集团公司 2014年可持续发展报告

这是公司发布的第八份可持续发展报告。报告继续围绕“珍惜有限，创造无限”的核心理念，以“理念—行动—绩效”为基本逻辑框架，向社会各界传达中国五矿为利益相关方创造最优价值的意愿，展现打造价值五矿、平安五矿、绿色五矿、幸福五矿、诚信五矿、和谐五矿的行动和绩效。报告依据《可持续发展报告指南（G4版）》的要求，进行可持续发展议题的识别，确保报告披露的信息全面覆盖公司发展和利益相关方关注的重点议题，提升报告的实质性和沟通性。报告通过“深化改革，迈向卓越”和“全球视野，本地运营”两个责任专题，使报告的实践亮点更加聚焦。报告还延续了2013年的设计风格，阅读友好性进一步优化，可读性不断增加。

### 中国有色矿业集团有限公司 2014可持续发展报告

这是中国有色矿业集团有限公司发布的第五份可持续发展报告。报告继续围绕公司“释放资源价值，共筑社会和谐”的可持续发展理念，详细披露了公司2014年的重点责任工作和成效，主要维度包括“以责任创造价值”“以创新驱动发展”“与自然和谐共生”“以人本保障安全”“用真心关怀员工”“与社区共谋发展”。报告在编制过程中深入挖掘有关资料和利益相关方关注议题，在写作中采用了较多的数据和案例，使报告具有较高的完整性。报告对公司可持续发展理念、模型、重点领域、发展方法、体系建设等进行了集中披露，体现了公司致力于系统化、规范化、长期化推进可持续发展，致力于将提高自身可持续发展能力与促进当地经济社会健康发展有机结合。



## 中国中化集团公司 2014可持续发展报告

这是公司发布的第九份可持续发展报告，全面披露了公司在治理运营、责任管理、科技创新、环境保护、员工保障及社会和谐等方面的理念、措施和绩效，并重点披露了对各个利益相关方履行社会责任的亮点，展现了公司在能源、农业、化工、地产、金融五大行业的全产业链服务能力，以及为促进社会和谐、推动社会进步而开展的履责实践。报告主体开篇增加开篇小故事、荣誉及利益相关方评价，文中增加“小化”说、二维码等，丰富报告内容和形式。同时，报告以“重要绩效数据”的形式，披露公司的关键社会责任实践绩效，提高了报告可读性和可信度。



## 报告总体情况

中国工业经济联合会对接时限提交的77份报告进行了统一整理和分析，形成了此部分内容。

### 3.1 企业基本情况

#### 3.1.1 地域分布

本次集中发布报告共77家，按企业总部所在地划分，发布报告企业主要来自北京市、上海市、吉林省、辽宁省、河北省、江苏省、浙江省、四川省、广东省、贵州省、湖北省、安徽省、河南省、山西省、陕西省、新疆维吾尔自治区、广西壮族自治区17个省、自治区、直辖市。其中北京、上海两地仍是报告发布集中区域，其中上海企业发布报告数量为20份，位列第一，占比26%，北京企业发布报告数量为13份，位列第二，占比17%；浙江、贵州、安徽、陕西等省份发布报告数量均为5份及以上。这反映出重视社会责任工作，并将社会责任报告的发布作为利益相关方沟通有效工具的企业地域覆盖面越来越广。

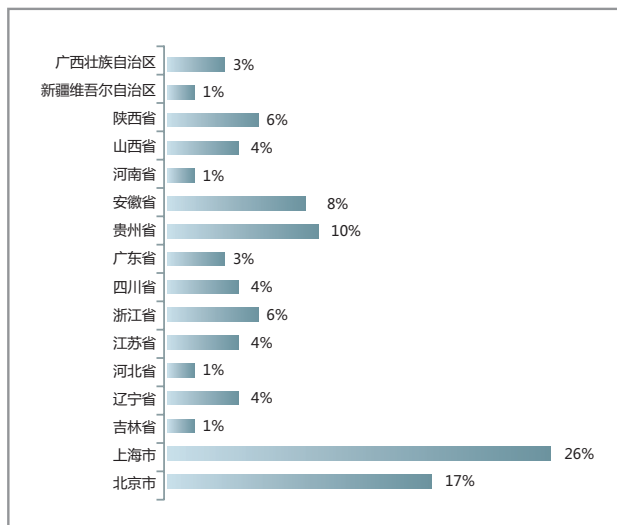


图 3-1 发布报告的地域分布

### 3.1.2 企业性质

按企业性质划分，本次发布报告的企业中，中央企业（含分、子公司）共19家，占比25%，在去年基础上又增加了2家；地方国有及国有控股企业38家，占49%；民营企业17家，占22%，比去年增加6家；外资企业3家，占4%。

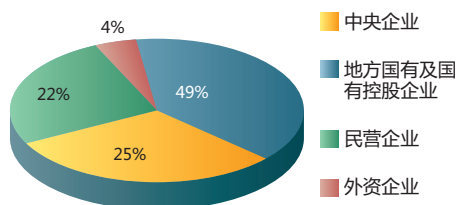


图 3-2 发布报告的企业性质分布

### 3.1.3 企业规模

根据中国企业联合会和中国企业家协会发布的2014年中国500强企业名单，77家企业中，中国500强企业为26家，占34%；非中国500强企业为51家，占66%，较上一年度增加9家。

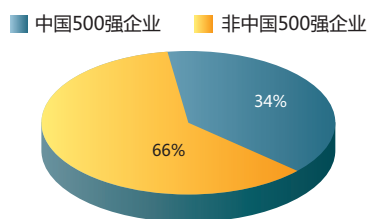


图 3-3 发布报告的企业规模分布

### 3.1.4 行业分布

77家企业中，涉及石油、化工、医药、通用及专用设备制造、电力供应等18个行业。从发布数量上看，石油、化工，医药是发布报告最多的两个行业类别，分别有11家发布报告的企业，各占14%；通用及专用设备制造，食品、饮料，通信设备、计算机及其他电子设备制造行业发布报告企业数量紧随其后，分别为7家、6家、5家，各占比9%、8%、6%。

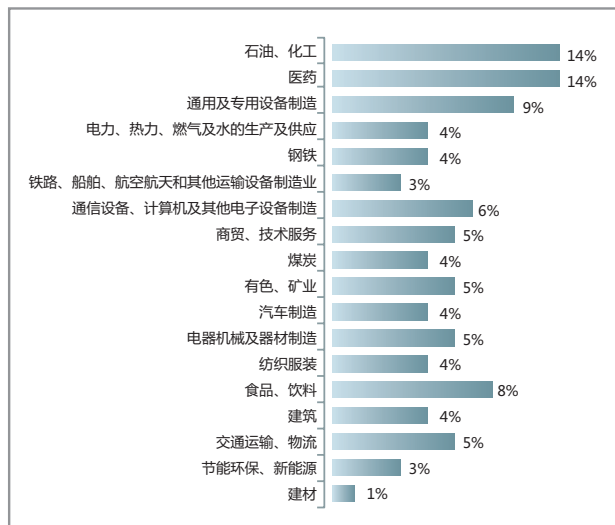


图 3-4 发布报告的行业分布

## 3.2 报告基本情况

### 3.2.1 名称构成

在收集的77份报告中，有68份报告名称为“社会责任报告”，占报告总数的88%，其余9份为“可持续发展报告”，占报告总数的12%。其中，报告名为“可持续发展报告”的企业大部分为外资企业。这反映出外资企业已经将社会责任作为促进自身与社会可持续发展的一项工作，从更长远的、面向未来的方式对自身履责实践进行梳理、总结和展望；国内企业更多还是基于政府协会在社会责任方面的政策要求，从当前的、回应利益相关方的方式披露自身的履责实践。

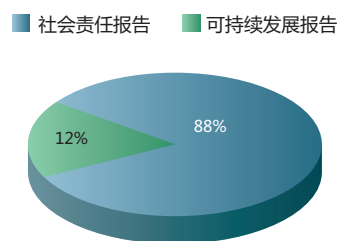


图 3-5 发布报告的名称分布

### 3.2.2 篇幅分布

77份报告中，篇幅在60页以上的报告占到55%，51-60页的报告占到25%，31-50页的报告占到19%，11-30页的报告占1%，没有10页以下的报告。总体来说，这一期的报告相比往年篇幅有较大幅度的提高，反映出各企业对社会责任报告越来越重视，报告编写的水平也在逐步提高。

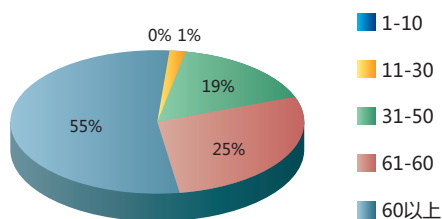


图 3-6 发布报告的篇幅分布

### 3.2.3 发布次数

77份报告中，发布次数在7次以上的企业数量最多，占到29%；其次是发布4次的，占到22%；首次发布报告的企业为3家，占到总数的4%。总体来说，绝大部分企业都拥有较为丰富的社会责任报告编写经验，报告质量较前几年有较大程度的提升，企业社会责任推进管理也得到较快的发展。

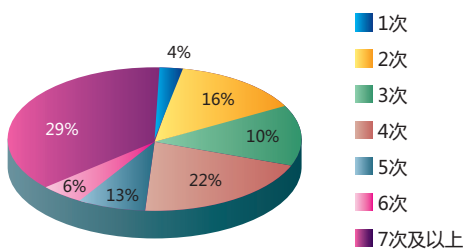


图 3-7 报告发布次数统计

## 报告质量评估

社会责任报告在发挥信息披露功能的同时，也承载着传递企业理念和文化的使命，是企业对外沟通的名片。一份优秀的企业社会责任报告，不仅要有符合社会责任标准规范所要求的基本内容，也要有丰富的、有亲和力的表现形式，同时还要有体现企业特色文化内涵的构思与设计。为此，我们将报告的水平分为三个层次，内容能够达到全面充实的，为合格的社会责任报告；在内容完整的基础上，表现形式能够丰富多样易于阅读的，为高质量的社会责任报告；在以上基础上，能够有独特构思和设计的，则为有特色的高质量的社会责任报告。以下各小节是对每个层次涉及指标的具体分析。

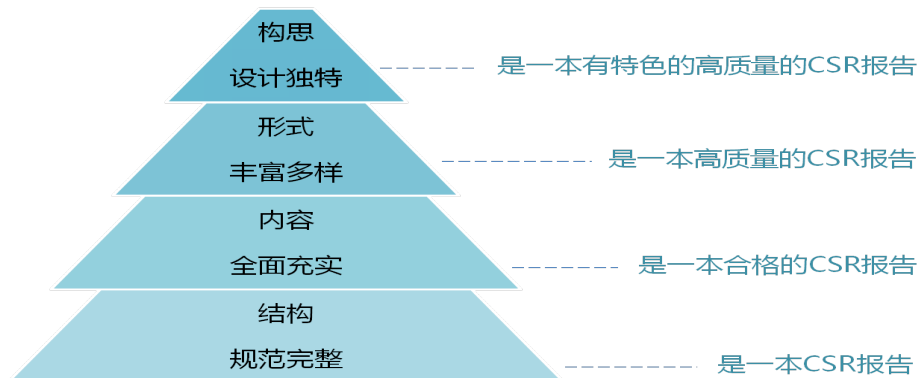


图4-1 社会责任质量的三层次模型

### 4.1 内容全面充实

#### 4.1.1 编制说明

编制说明内容一般包括发布周期、时期范围、范围界限、参考依据说明等内容。图4-2显示，本年发布报告中共有74份报告采用了编制说明，覆盖率达96%。除了遵守政府、监管机构要求，参考行业协会、学术机构的指引之外，也更加注重参考国际相关标准。

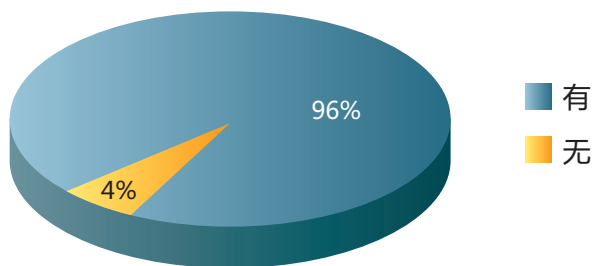


图4- 2 发布报告编制说明分布

在发布的77份报告中，主要参考依据包括中国工经联《指南》、《实施手册》、《评价指标体系》，国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》和中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》。此外，部分企业参考了国际标准化组织ISO《ISO 26000：社会责任指南》，以及全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南》。

## 中国节能环保集团公司报告编制说明一览

下图为中国节能环保集团公司社会责任报告的编制说明页，从图中可以看出，编制说明内容全面详细，设计清晰明朗，用突出标题的形式帮助读者迅速了解报告编制最基础的信息。值得说明的是，报告编制说明详细介绍了编制流程，让读者可以了解公司社会责任报告编制工作的系统推进情况。

### 编制说明

**时间范围**  
2014年1月1日至2014年12月31日，部分内容适当追溯以往年度。

**发布周期**  
中国节能环保集团社会责任报告以年度报告形式定期发布，本报告为第五部。

**报告边界**  
本报告覆盖中国节能环保集团公司整体，涵盖下属分子公司。

**数据说明**  
本报告引用数据主要依据相关资料统计分析取得，经营数据主要来源于集团经审计的2014年度《财务结算报告》以及《企业年度报告》等，行业数据主要来源于中国国家统计局、住建部、环保部及欧洲光伏行业协会（EPA）等机构。

**参考标准**  
国务院国资委《中央企业“十二五”和未来发展战略规划》、《关于中央企业履行社会责任的指导意见》（国资委发研究[2010]1号）；  
中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR3.0）》；  
ISO 26000:2010《社会责任指南》国际标准等。

**语言版本**  
目前本报告提供简体中文版和英文版，包括纸质版和PDF电子版两种形式。PDF电子版可登陆集团网站（www.cecep.cn）下载，如需纸质版报告，请致电索取，联系方式：（86）010-62247161。

**称谓说明**  
为便于表述和阅读，“中国节能环保集团公司”在报告中简称“中国节能”、“集团”、“集团公司”、“我们”或“CECEP”；所属企业以“中节能+企业名称”称之。

**编制流程**

◆ 内部收集 集团各单位/集团各部门/社会责任工作办公室/报告编制小组  
◆ 外部收集 利益相关方定期调查/利益相关方不定期建议/利益相关方日常反馈/专业机构研讨会

◆ 外部审核 外部专家建议/利益相关方调查  
◆ 内审 集团社会责任评价的可信度及数据准确性/国内外最佳实践对标  
◆ 实施性测试 实用性/可操作性/一致性

**报告声明**  
中国节能2014年社会责任报告突出过程管理，注重报告的完整性、实质性、平衡性、创新性、可比性、可读性，全面介绍年度履行社会责任的意愿、行为、绩效、承诺以及进一步改进。在此，我们保证本报告信息的可靠性、真实性、客观性和及时性。我们希望通过发布报告等方式，加强与利益相关方的沟通交流，增进和谐共赢，与利益相关方携手、共同成长、共同发展、共同进步、共享成果，持续推进经济、社会、环境可持续发展。

## 上海复星医药(集团)股份有限公司报告编制说明一览

下图为上海复星医药(集团)股份有限公司社会责任报告的编制说明页,从图中可知,其采用描述性的文字,分段对报告编制情况逐一进行说明,主要内容涵盖报告简介、报告时间、编制依据、信息及数据来源、报告称谓、报告形式及获取等,内容详细、覆盖面广,较适合深入阅读。同时,该页面还对报告内页照片的采用来源进行了特别的说明,让读者对报告的设计风格及公司在助力医药专业大学生成长方面的付出和努力有了直观的感受。

### 报告说明

#### 本报告是上海复星医药(集团)股份有限公司向社会公开发布的2014年度企业社会责任报告。

本报告旨在真实反映复星医药集团2014年度企业社会责任的发展与实践,向股东、员工、政府、客户与消费者、合作伙伴、社区公众等利益相关方公开报告企业履行情况,帮助利益相关方深入理解本集团的企业社会责任实践。复星医药企业社会责任报告自2009年3月首次发布后,每年定期发布,目前已发布7期。

本报告时间为2014年1月1日至2014年12月31日,与复星医药2014年度财务报告同期,报告内容所涉及的财务数据以及所披露的范围与A股发布的《上海复星医药(集团)股份有限公司2014年年度报告》相符(报告中披露的财务数据以外的其他数据,不包括2014年6月30日之前纳入本集团的成员企业)。本报告中,提及的金额部分除特别说明外,其它金额均以人民币为单位计量。

报告内容向利益相关方展示了本集团在企业发展、公司治理、经济责任、环境保护、产品与服务品质、职业健康与安全、员工发展、社会公益方面的数据、措施与案例,下一份报告将于2016年出版。

报告编写过程中,复星医药遵循“全球报告倡议组织”(Global Reporting Initiative,简称“GRI”)的《可持续发展报告指南》(G4版本)。复星医药在本报告中按照GRI(G4)核心方案编写,本报告同时遵循香港联合交易所有限公司发布的上市规则《附录27》的要求,并参考了中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南》和ISO26000:社会责任指南(2010)。

为便于叙述和阅读,报告中的复星医药标题行文具体情况,简称“本公司”、“复星医药”、“上市公司”;复星医药及其下属合并报表范围内的成员企业简称“本集团”、“复星医药集团”;上海复星医药产业发展有限公司简称为“复星医药产业”;复星医药的控股子公司/单位在报告中简称为“成员企业”;参股企业简称为“合作企业”,同时对报告中出现的企业名称除了全称及简称的定义,见本报告首的《企业名称定义》。

本报告分别以中文繁体、中文简体和英文编制印刷,在对中英文文本的理解上发生歧义时,请以中文简体文本为准。为了便于利益相关方更进一步地阅读与理解报告,在报告末尾增加了在报告中涉及的专业名词的注释。

本报告有纸质版和电子版两种形式,其中电子版可在复星医药网站[http://www.fosunpharma.com/responsibility/report\\_down](http://www.fosunpharma.com/responsibility/report_down)下载阅读。报告使用经过森林认证体系认可的(FSC)认证的纸张印刷制作,意在推广使用可降解性材料管理的木材和纸制品,倡导环保理念。

复星医药委托独立工作、无任何利益冲突的外部机构对本次中文报告提供独立验证服务,并提供中英文审核声明。2014年报告审核范围为复星医药,并增加了对复星医药成员企业药类制药及制剂药的现场审核。

如果您想进一步了解复星医药集团实施企业社会责任理念、战略及相关实践活动,请登录复星医药网站[www.fosunpharma.com](http://www.fosunpharma.com)或联系报告编制部门(见附录)。



本期报告所采用的插页照片中的人物均为复星医药在复旦大学、沈阳药科大学设立的奖学金、奖学金获得者。

作为大学生成长相应的责任,复星医药一直积极支持教育事业。2010年,复星医药启动“未来星”公益计划,希望企业一己之力,帮助更多优秀人才迈向成功,成为未来的栋梁之星。2014年,复星医药在复旦大学、沈阳药科大学、中国药科大学、四川大学、华中科技大学设立奖学金,旨在为学生创造良好的学习环境,助力当代学生的成才之路,并持续推动中国医药行业的教育事业发展,再行行业培育和储备人才。

### 4.1.2 高管声明

高管声明内容主要涵盖企业对社会责任的理解、在社会责任工作方面的承诺、主要开展的年度社会责任实践和社会责任工作方面的计划和规划等。图4-3显示，共有70份报告发布了高管声明，覆盖率为91%。并且，高管声明中对社会责任的认识、承诺及实践等信息均作了较为详实的阐述，表明企业高层在积极推进社会责任工作方面意识和推动作用不断加强。

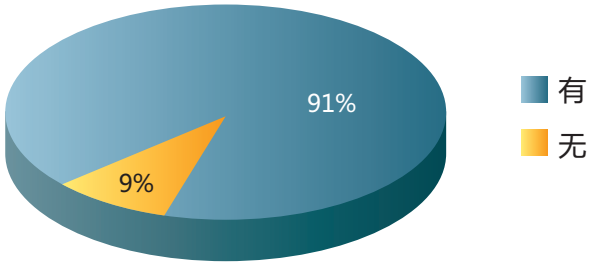


图4- 3 发布报告高管声明分布

### 富士施乐中国报告高管声明介绍公司责任承诺、实践及目标

下图为富士施乐中国可持续发展报告的最高管理层承诺页，该公司声明将公司在中国市场面临的挑战和机遇，公司社会责任采购、本土研发、为客户创造价值、资源循环再利用等社会责任实践情况，以及公司在社会责任方面的未来承诺和目标进行了集中统一的说明，内容全面详细，反映了该公司高层对社会责任工作方面的高度重视，以及有目标、有计划推进社会责任工作的努力。

02 富士施乐中国可持续发展报告 2014

#### 最高管理层的承诺



**成为通过企业经营为中国社会的可持续发展贡献力量量的企业**

徐 汪 刚  
富士施乐中国总代表

2013 年中国国内生产总值同比增长 7.7%，保持世界第二。而同比增长 10% 以上的国家仅有美国、德国、法国和英国。并作为 2008 年金融危机以来世界经济增长引擎之一，中国是亚太经济全球范围内经济状况最显好转的亮点。从近十年的发展趋势看，中国不仅是亚太生产网络及的重要节点，更已成为重要增长引擎。因此富士施乐中国将持续投入并扩大业务，为全面促进亚太经济持续稳定发展。

与此同时，我们认识到中国正面临着更多挑战。能源消耗量大、收入差距大、环境污染等问题日益严重。作为一家负责任的企业，我们必须通过富士施乐的产品、服务与创新方案，帮助中国企业在绿色化进程中提升竞争力，并且为中国社会的和谐可持续发展贡献一己之力。

富士施乐在中国构建了从采购、研发、生产到销售、回收再循环的闭环价值链。2013 财年，所有在中国企业在各自领域内对 CSR 进行了深化。将“CSR 就是经营”的理念融入到了整个价值链。通过采购管理、员工、加盟商及社区互动的活动，实现从价值链的各环节实现 2015 财年目标。

**CSR 采购的最新进展**

秉持“共同成长、共同成长、共同成长”的合作理念。

最高管理层的承诺 03

赢得了客户的尊重，受到中国市场的广泛认可，在中国制定产品的过程中，大量本土研发人才的能力得到持续提升。2014 年，为持续提升中国定制化产品，我们将强化研发以及品牌运营和供应链管理。

**为客户创造价值**

2013 财年，富士施乐（中国）的销量同比增长 11%，增幅 4%，主力产品 DocuCentre S2019/51810、DocuCentre S2400/52200 和 DocuCentre N C2263/C2265 的销量都实现不断增长。为了应对更复杂的竞争环境，富士施乐中国建立工作小组，为每一位客户提供定制化、个性化的服务。为客户创造价值，全方位解决客户、经销商的工作流程，提高生产效率，提升客户满意度。客户满意度是富士施乐中国的首要任务，也是富士施乐中国的首要任务。我们信守承诺，为客户提供优质的产品与服务。我们以传统的可持续环保的技术和创新的绿色生产方式实现绿色制造。2014 年，我们进一步将绿色制造的理念融入到整个价值链中，并以此为基础，提高产品和服务质量，提升客户满意度。通过绿色制造的一体化运营，实现企业的可持续发展。

**资源循环利用的新发展**

我们认为，在中国开展业务，就必须关注中国的环境保护。我们主动采取了系列措施应对电子废物的处理问题。自 2008 年苏州工厂的联合运营以来，富士施乐中国建立了完善的绿色回收体系。在 2013 年已达成 99.7%，实现了富士施乐的“零排放”目标。2013 年，我们还引入日本东芝更加先进的再制造技术，同时继续深化绿色供应链（GSC）的推进。通过建立完善的绿色供应链体系，提升绿色供应链的竞争力。通过绿色供应链的推进，提升绿色供应链的竞争力。通过绿色供应链的推进，提升绿色供应链的竞争力。

**积极回馈社会**

伴随中国的发展，富士施乐中国在获得前所未有的成长的同时，也面临着回馈中国社会。2013 年，富士施乐中国在各省市积极参与社区建设和公益事业。不仅持续提升员工的福利水平，还通过建立富士施乐 100 万人俱乐部回馈社会。同时通过建立富士施乐公益基金，通过一系列社会公益项目，我们员工的 CSR 实践也不断提升。我们将继续秉承社会责任的理念。2014 年，我们将继续秉承社会责任的理念，以“回馈社会、共同成长”和“共赢”为理念，整合员工的资源，确定在中国实现绿色企业社会责任发展的路径。

**未来承诺**

富士施乐中国可持续发展报告的主题是“绿色中国，共同成长”。我们将在这个理念的指导下，持续提升各项 CSR 活动，创造出一个充满希望的未来。

未来，我们将继续在中国构建既能满足全球统一的产品研发和运营体系，形成产品品质和品牌竞争力的模式。并以此为基础，提高产品和服务质量，提升客户满意度。通过绿色制造的一体化运营，实现企业的可持续发展。我们将继续秉承社会责任的理念，以“回馈社会、共同成长”和“共赢”为理念，整合员工的资源，确定在中国实现绿色企业社会责任发展的路径。



徐 汪 刚  
富士施乐中国总代表

## 广西柳工集团有限公司报告从集团决策层和经营管理层分别对社会责任工作进行说明

下图为广西柳工集团有限公司2014年社会责任报告的高管致辞页，包括董事长致辞和总裁致辞，分别从决策层和经营管理层对公司社会责任工作进行了说明。董事长声明注重说明社会责任工作如何融入公司战略发展，总裁致辞则强调了社会责任具体工作和目标。通过决策层和经营管理层的分别声明，更全面、深入披露社会责任工作开展对公司发展的影响以及所产生的变化和绩效。



### 董事长致辞

2014年是中央提出全面深化改革的第一年，也是柳工集团完成“十二五”规划的关键一年。我们面对的是复杂多变的中国际环境，在机遇与挑战并存、改革创新的阵痛中，柳工集团迎难而上，在激烈的市场竞争中，努力提升核心竞争力，实现转型升级，为柳工集团的发展注入新的活力。

2014年，中国工程机械市场持续低迷，行业整体呈现负增长态势。面对严峻的市场形势，我们积极应对，主动转型升级，加大研发投入，提升产品质量，增强品牌竞争力。通过精细化管理，降低运营成本，提高运营效率。在激烈的市场竞争中，我们保持了良好的发展态势，营业收入和利润总额均实现同比增长。

柳工集团始终坚持以客户为中心，不断提升产品质量和服务水平。我们建立了完善的质量管理体系，严格执行国家标准，确保产品质量稳定可靠。同时，我们还建立了完善的售后服务体系，为客户提供及时、专业的技术支持和维修服务。通过不断提升客户满意度，我们赢得了广大客户的信任和认可。

柳工集团始终坚持以人才为本，不断提升员工素质和技能水平。我们建立了完善的人才培养体系，通过内部培训和外部引进相结合的方式，不断提升员工的综合素质和专业技能。同时，我们还建立了完善的激励机制，激发员工的积极性和创造力。通过不断提升员工素质和技能水平，我们为公司的可持续发展提供了有力的人才保障。

柳工集团始终坚持以社会责任为己任，积极履行社会责任，为社会的和谐发展做出积极贡献。我们建立了完善的社会责任管理体系，涵盖了环境保护、员工权益、社区公益等多个方面。通过不断提升社会责任管理水平，我们赢得了社会各界的广泛认可和好评。

面对未来，我们将继续深化改革，加大研发投入，提升产品质量和服务水平，增强品牌竞争力。我们将坚持以客户为中心，不断提升客户满意度，赢得广大客户的信任和认可。我们将坚持以人才为本，不断提升员工素质和技能水平，为公司的可持续发展提供有力的人才保障。我们将坚持以社会责任为己任，积极履行社会责任，为社会的和谐发展做出积极贡献。

### 总裁致辞

2014年，全球经济复苏步履维艰，中国经济正从高速增长向中高速增长转变，工程机械行业依然面临严峻的挑战。这一年，面对复杂多变的市场环境，我们更加坚定地推进市场化改革，调整产品结构，提升产品质量。这一年，我们坚持以客户为中心，不断提升产品质量和服务水平，赢得了广大客户的信任和认可。这一年，我们坚持以人才为本，不断提升员工素质和技能水平，为公司的可持续发展提供了有力的人才保障。这一年，我们坚持以社会责任为己任，积极履行社会责任，为社会的和谐发展做出积极贡献。

柳工集团始终坚持以客户为中心，不断提升产品质量和服务水平。我们建立了完善的质量管理体系，严格执行国家标准，确保产品质量稳定可靠。同时，我们还建立了完善的售后服务体系，为客户提供及时、专业的技术支持和维修服务。通过不断提升客户满意度，我们赢得了广大客户的信任和认可。

柳工集团始终坚持以人才为本，不断提升员工素质和技能水平。我们建立了完善的人才培养体系，通过内部培训和外部引进相结合的方式，不断提升员工的综合素质和专业技能。同时，我们还建立了完善的激励机制，激发员工的积极性和创造力。通过不断提升员工素质和技能水平，我们为公司的可持续发展提供了有力的人才保障。

柳工集团始终坚持以社会责任为己任，积极履行社会责任，为社会的和谐发展做出积极贡献。我们建立了完善的社会责任管理体系，涵盖了环境保护、员工权益、社区公益等多个方面。通过不断提升社会责任管理水平，我们赢得了社会各界的广泛认可和好评。

### 4.1.3 公司简介

在发布的77份报告中，其中76份报告对公司简介进行了披露，覆盖率高达99%。公司简介对公司名称、公司核心业务、公司发展现状等内容进行了简要概述，让读者可以第一时间了解公司基本情况。

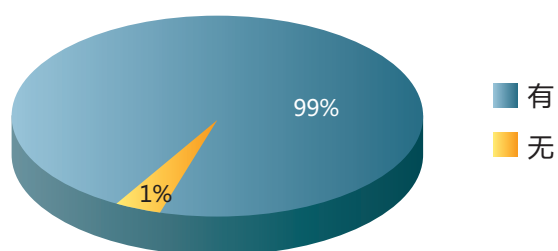


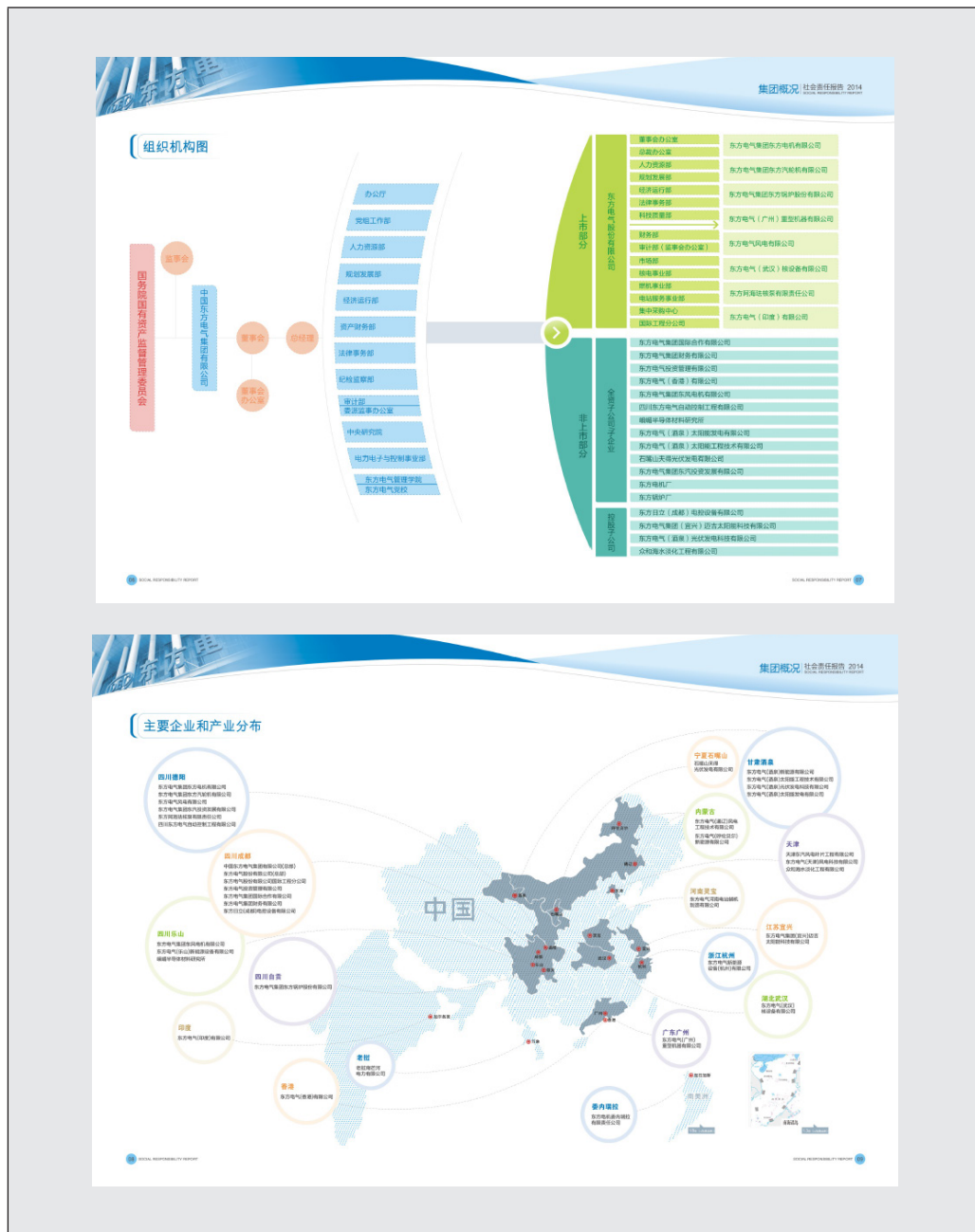
图4- 4 发布报告公司简介分布



## 中国东方电气集团有限公司报告集团概况一览

下图为中国东方电气集团有限公司社会责任报告集团概况页，内容包括集团基本简介、组织架构图、主要企业和产业分布，简要但却全面地介绍了公司发展现状及可持续发展实力。同时，报告对集团概况的展现进行了较为精心的设计，采用图片、图形和图表的方式进行展现，提高读者的阅读兴趣，方便读者了解公司基本情况。





#### 4.1.4 责任管理

在发布的77份报告中，责任管理主要包括责任管理理念与模型、责任治理、责任组织管理、责任制度建设、责任能力建设、利益相关方参与、责任信息披露、责任绩效考核等内容。其中，利益相关方参与指标覆盖率最

高，为79%；责任理念与模型、责任治理、责任组织管理、责任信息披露指标覆盖率均超过50%，分别为68%、60%、60%和56%。总体上看，今年发布的报告在社会责任管理方面的信息披露较往年更为全面、深入，说明工业行业的企业社会责任管理工作持续、系统、规范推进。

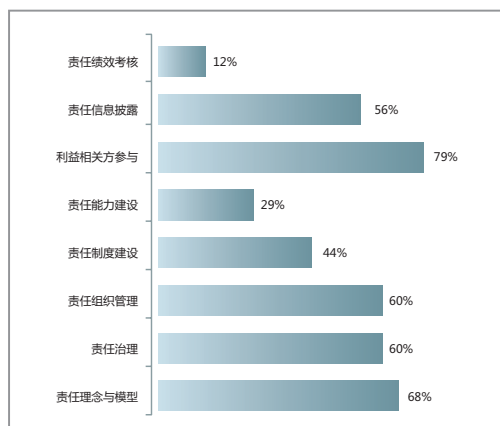
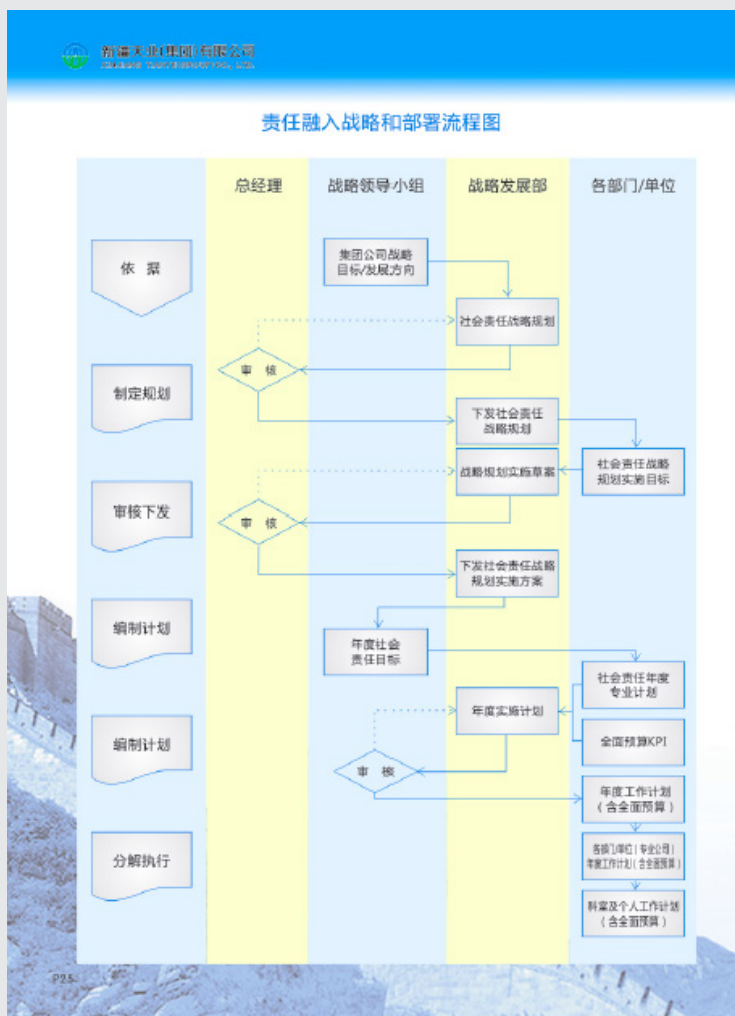


图4- 5 发布报告责任管理指标披露情况

### 新疆天业（集团）有限公司报告详细披露责任融入战略和部署流程

下图为新疆天业（集团）有限公司责任融入战略和部署流程图。报告详细披露了公司在责任融入战略和部署的各个步骤，明确指出了从总经理、战略领导小组、战略发展部、各部门单位的工作职责和工作流程，展现了公司社会责任有规划、有计划、有详细执行步骤的工作推进情况。



### 中国五矿集团公司报告系统推进社会责任管理工作

下图均为中国五矿集团公司可持续发展报告中所披露的社会责任管理信息，主要内容包括机遇与挑战、公司理念、可持续发展、利益相关方管理等。公司通过分析企业发展面临的机遇与挑战，结合公司理念，制定了独具公司矿业企业特色的可持续发展战略和钻石模型，并以此为指导，系统推进全集团社会责任工作的开展，如完善可持续发展组织体系和管理体系，识别可持续发展议题，回应利益相关方期望和诉求等。



### 可持续发展落实

中国广核集团始终秉承“绿色发展、绿色发展、绿色发展、绿色发展”理念，坚持绿色发展理念融入企业运营和生产经营的全过程，为集团公司“可持续发展”战略目标的实现提供了坚实基础。

#### 可持续发展治理体系

中国广核集团建立以《可持续发展报告》（以下简称“报告”）为主体、以社会责任责任工作体系为基础的治理体系，是集团可持续发展治理体系的重要组成部分。报告遵循“利益相关方参与”原则，广泛听取利益相关方的意见和建议，确保报告内容的客观性和公正性。报告还通过建立社会责任工作体系，全面落实各项社会责任工作，不断提升企业可持续发展能力。

#### 可持续发展管理体系

2014年，中国广核集团《中国广核集团可持续发展管理体系》（2013-2015），引入国际社会责任工作标准，制定社会责任工作管理体系，将社会责任工作纳入集团整体管理体系，实现可持续发展管理体系的全面落地。

目标	完成工作
提升可持续发展管理水平	发布《中国广核集团可持续发展管理体系》（2013-2015），明确集团可持续发展管理体系的框架和主要内容，为集团可持续发展工作提供制度保障。
提升可持续发展信息披露水平	发布《中国广核集团可持续发展报告》（2013-2015），全面披露集团可持续发展工作情况，提升企业透明度和公信力。
提升可持续发展管理水平	开展可持续发展培训，提升员工可持续发展意识和能力，推动可持续发展理念深入人心。
提升可持续发展管理水平	开展可持续发展审计，评估集团可持续发展管理体系运行效果，持续改进提升。

### 社会责任中心开展社会责任管理与研究

社会责任中心（以下简称“中心”）作为集团可持续发展管理体系的重要组成部分，承担着集团社会责任管理与研究的重要职责。中心围绕集团可持续发展战略，开展社会责任管理、研究、宣传等工作，不断提升集团社会责任管理水平。

中心通过建立社会责任管理体系，明确社会责任管理职责和流程，确保集团各项业务活动符合社会责任要求。同时，中心还积极开展社会责任研究，探索社会责任管理的新思路、新方法，为集团可持续发展提供理论支撑。

此外，中心还通过多种渠道开展社会责任宣传，提升集团社会责任形象。通过举办社会责任论坛、发布社会责任报告等方式，加强与利益相关方的沟通与交流，共同推动社会可持续发展。



### 社会责任

- 发布《中国广核集团社会责任报告》（2013-2015），全面披露集团社会责任工作情况，提升企业透明度和公信力。
- 开展可持续发展培训，提升员工可持续发展意识和能力，推动可持续发展理念深入人心。
- 开展可持续发展审计，评估集团可持续发展管理体系运行效果，持续改进提升。
- 发布《中国广核集团可持续发展管理体系》（2013-2015），明确集团可持续发展管理体系的框架和主要内容，为集团可持续发展工作提供制度保障。
- 开展可持续发展宣传，提升集团社会责任形象，加强与利益相关方的沟通与交流。

### 利益相关方管理

#### 识别可持续发展议题

2014年，中国广核集团《中国广核集团可持续发展管理体系》（2013-2015）的发布，进一步明确了集团可持续发展管理体系的框架和主要内容，为集团可持续发展工作提供了制度保障。



### 回应利益相关方期望与要求

利益相关方	期望与要求	回应措施	成效
政府	遵守法律法规，履行社会责任	建立健全合规管理体系，确保各项业务活动符合法律法规要求。	集团运营合规，无重大违法违规行为。
投资者	提升企业盈利能力和可持续发展能力	加大研发投入，提升技术创新能力；优化资源配置，提高运营效率。	集团业绩稳步提升，可持续发展能力不断增强。
员工	提供公平薪酬和福利，保障员工合法权益	建立公平薪酬体系，完善福利制度；加强员工培训，提升员工素质。	员工满意度持续提升，人才队伍不断壮大。
客户	提供高质量产品和服务，保障客户合法权益	加强产品质量控制，提升服务水平；建立客户投诉处理机制，及时解决客户问题。	客户满意度持续提升，品牌影响力不断增强。
社区	履行社会责任，支持社区发展	开展社区公益活动，支持社区基础设施建设；加强社区沟通，增进社区了解。	社区关系和谐，企业形象不断提升。
媒体	提供真实、客观的信息，保障媒体合法权益	建立健全新闻发言人制度，及时发布权威信息；加强与媒体沟通，提升媒体影响力。	媒体关系良好，企业形象得到广泛认可。
行业协会	遵守行业规范，促进行业健康发展	积极参与行业活动，推动行业交流与合作；遵守行业规范，维护行业利益。	行业影响力不断提升，为行业发展做出积极贡献。
合作伙伴	建立长期稳定的合作关系，实现互利共赢	加强与合作伙伴的沟通与合作，提升合作效率；建立长期稳定的合作关系。	合作伙伴关系稳固，市场竞争力不断增强。

### 上海华虹宏力半导体制造有限公司系统推进社会责任管理体系建设

下图为上海华虹宏力半导体制造有限公司2014年社会责任报告社会责任管理体系内容的部分截图。根据报告内容显示，公司已确立了模型化的责任理念，并通过鉴定、识别、评估等步骤，对公司社会责任议题及利益相关方进行了识别和鉴别。报告较为突出的是披露了上述识别和鉴别的过程，展示了公司如何扎实、系统推进社会责任管理的体系建设，不论是工作本身还是对本部分的内容披露，均值得借鉴和参考。

The screenshots display the 'Social Responsibility Management System' (社会责任管理体系) from HGHongli Semiconductor Manufacturing Co., Ltd. The content includes:

- 社会责任理念 (Social Responsibility Concept):** A diagram showing the relationship between 'Corporate Responsibility' (企业责任), 'Social Responsibility' (社会责任), and 'Environmental Responsibility' (环境责任).
- 利益相关方鉴别与评估 (Stakeholder Identification and Evaluation):** A process flow diagram: 鉴别 (Identification) → 识别 (Recognition) → 排序 (Ranking) → 界定 (Definition).
- 利益相关方鉴别与评估 (Stakeholder Identification and Evaluation):** A diagram showing the identification of stakeholders across various business areas.
- 社会责任管理体系 (Social Responsibility Management System):** A detailed table mapping business areas to their respective social responsibility issues and management measures.
- 社会责任管理体系 (Social Responsibility Management System):** A stakeholder identification matrix with a legend for stakeholder types (A: Shareholders, B: Government, C: Customers, D: Suppliers, E: Media, F: Industry Association, G: Community, H: Environmental Protection, I: Labor Union, J: Non-governmental Organizations).

## 成都硅宝科技股份有限公司社会责任管理情况一览

成都硅宝科技作为一家地方型企业，在社会责任推进管理方面却走在较为靠前的位置，做出了大量务实的卓有成效的工作。包括成立社会责任工作领导小组，编制《社会责任管理手册》和环保安全相关制度、开展内外部社会责任培训等。报告中用了大量参与活动的现场照片，体现了工作的实质性。

责任推进管理

### 第三节 责任推进管理

#### 一、推进管理体系

公司将社会责任贯穿于日常生产经营的治理结构之中，不断建立健全社会责任管理体系和工作机制，致力于将履行社会责任融入公司运营各个环节与业务全过程，使社会责任管理成为推动公司可持续发展的重要支撑。

**1、成立社会责任工作领导小组**

2014年，公司正式设立由首席执行官任组长的社会责任工作领导小组，全面负责公司社会责任工作规划、协调与推进。

```

graph TD
    A[社会责任工作领导小组] --> B[董事长]
    A --> C[总经理]
    A --> D[安全环保部部长]
    
```

公司聘请中国工程经济学会下属的《中国工业企业在履行社会责任评价体系标准》，将社会责任工作落实到各个部门，并每季度对公司社会责任履行情况进行评估并制定下年度工作计划，逐步形成了具有系统性、实效性的社会责任工作推进体系。

**2、建立健全社会责任管理规章制度**

公司为规范公司社会责任管理相关工作，编制《社会责任管理手册》以及修订公司原有社会责任相关管理制度，将社会责任管理纳入管理体系，以有效推进公司社会责任工作的常态化机制。

1) 建立社会责任专项管理制度

公司参照全球首个规范企业社会责任SA8000社会责任标准，编制《社会责任管理手册》，该管理手册明确了公司社会责任宗旨、企业社会责任组织及职责、实践及沟通中的具体要求，以及检查、评估和考核企业社会责任管理相关工作安排等内容。2014年度，公司编制的《供应商管理、采购、销售、薪酬与利益相关方沟通、推进了社会责任管理融入日常运营和管控，提升公司经济、社会和环境综合竞争力实现可持续发展，并积极推进具有文化特色的社会责任管理实践。

2) 建立健全安全环保相关责任制

2014年，公司编制《危险化学品环境紧急事态应急预案》、《安全管理环境办法》、《劳动防护用品管理办法》等生态环保目标及责任制，明确公司各级人员在生产经营活动中应承担的安全环保责任。完善有效落实节能减排、污染防治、危险废物管理、职业健康安全、危险废物处理处置的生态环保和环保责任。全面落实“安全环保生产，人人有责”的生产理念，有效提高企业安全环保绩效。

7

---

责任推进管理

#### 二、社会责任能力建设

公司通过参加和开展企业社会责任相关培训以及研讨、交流等活动，有效提升了员工履行社会责任的意识、知识、技能，提升了企业履行社会责任的主动性、创造性、管理水平和实践水平。

**1、社会责任培训**

1) 内部开展安全环保专题培训

2014年，公司围绕企业生产安全环保责任工作，采取集中授课、讲座、现场演练等多种方式，开展生产安全、社会责任等环保法律法规与能力提升专题培训。公司全年开展安全环保培训18项课30余次，参加培训总人数达400人次，以安全责任制、消防安全制度、O/A方式进行生产安全、节能环保管理20余次。

新产品安全使用培训

2) 邀请外请社会责任专题培训

公司广泛邀请国内外、行业内社会责任发展的最新动态，有针对性地开展与国家级科研机构和社会责任研究机构的交流，以学

习、借鉴社会责任最新理论和管理实践。

2014年，公司参加由中国工业经济联合会组织《2014年度中国工业经济联合会社会责任优秀企业》；2014年10月，公司参加由行业专家及主办方《上海市社会责任委员会组织》；2014年12月，公司参加由行业协会主办的《分行业第一中国社会责任优秀企业》。

社会责任优秀企业颁奖典礼

**2、社会责任宣传培训**

公司通过组织社会责任专题培训、开展公司的网站、微博、《社会责任专栏》、《媒体曝光》；公司充分运用杂志、海报、展板等方式，第一时间宣传公司社会责任最新动态，以及通过内部网络《社会责任》在公司内外部进行传播与分享，以全方位展示公司社会责任管理工作推进情况。

**3、发布社会责任报告**

自2010年起，公司连续6年编制社会责任报告，发布于国家法定信息披露网站及公司网站。2012年起，公司连续3年参加由中工业经济联合会主办的国家企业社会责任履行暨社会责任报告论坛，公司每年接受社会人士、媒体、分析师、监管机构等社会各界的“社会责任发布会”，每年

8



#### 4.1.5 责任绩效

社会责任绩效主要包括科学发展、公平运营、环保节约、安全生产、顾客与消费者权益、合作共赢、和谐劳动关系、社区参与和发展八项指标。

图4-6显示，责任绩效指标的平均覆盖率为92%。其中，科学发展、环保节约、社区参与和发展这三项反映经济责任、环境责任和社会责任的核心指标覆盖率均为100%；其次是和谐劳动关系、安全生产、顾客与消费者权益，指标覆盖率分别为99%、95%和88%；公平运营与合作共赢的指标覆盖率相对较低，分别为78%和81%。从以上数据来看，企业在社会责任信息披露的完整性上还有待进一步提高。上述八项指标是中国工经联《中国工业企业及工业协会社会责任指南（第二版）》中规定的基本履责内容，是符合社会普遍期望的具有共性特征的企业社会责任主题，企业在披露自身的社会责任绩效的时候，应该尽可能将该八项指标都覆盖到。

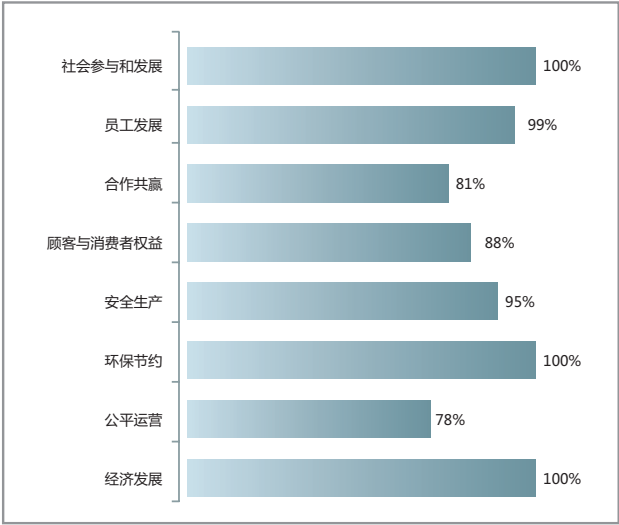


图4-6 社会责任绩效指标覆盖率

同时，报告在注重完整性的同时，还要兼顾实质性和平衡性。从目前的报告看，越来越多的企业开始将议题实质性分析纳入报告编写程序，从议题的社会影响和社会关注度等角度判断并筛选对企业实质性最高的那部分议题作为重点披露对象；但绝大部分报告依然只是报喜不报忧，对企业的负面消息要么一笔带过，要么完全不体现，报告的平衡性还有待加强。

## 对责任绩效的信息披露情况一览

### 完整性

下图为恒源祥（集团）有限公司社会责任报告的目录页，从图中可知，其对责任绩效部分的披露严格参照了中国工经联《中国工业企业及工业协会社会责任指南（第二版）》中规定的八项责任内容，报告信息披露的完整性很高。



### 实质性

下图为富士施乐中国社会责任报告中的环保节约章节，富士施乐在披露环保节约这项责任主题的时候，用了非常详尽的文字、流程图、案例和数据介绍公司制定的绿色战略和目标，公司如何将环保贯彻到产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

### 3. 地球环境 贯彻始终的绿色运营

在业界，环境管理已成为社会和企业最为关注的议题之一。富士施乐在履行社会责任的过程中，始终将绿色运营作为企业运营的核心，将绿色运营贯穿于产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

#### 履行绿色战略

富士施乐中国始终秉承“绿色运营”理念，将绿色运营贯穿于产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

#### 将环保贯彻到每一个环节

富士施乐中国始终秉承“绿色运营”理念，将绿色运营贯穿于产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

#### 环保理念融入产品研发

富士施乐中国始终秉承“绿色运营”理念，将绿色运营贯穿于产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

#### 有效抑制排放

富士施乐中国始终秉承“绿色运营”理念，将绿色运营贯穿于产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

#### 产品回收与再利用

富士施乐中国始终秉承“绿色运营”理念，将绿色运营贯穿于产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

#### 为减少温室气体而努力

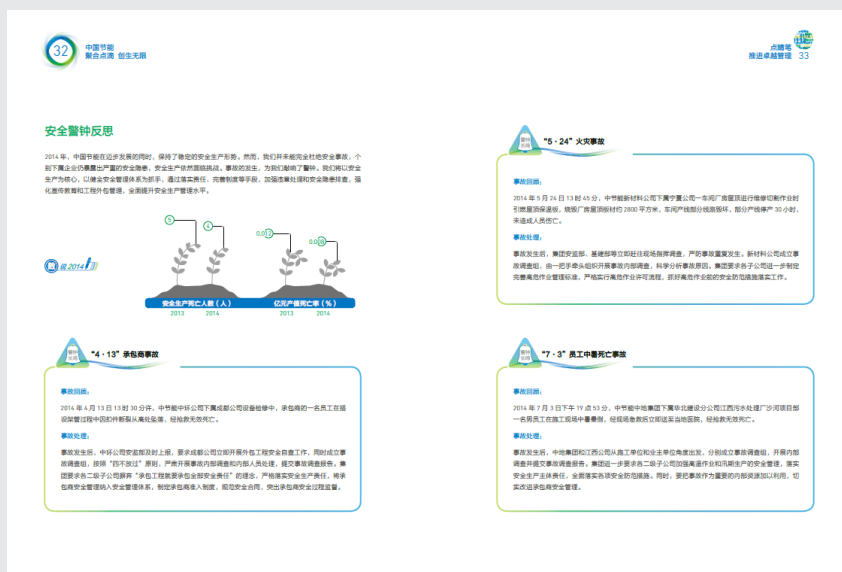
富士施乐中国始终秉承“绿色运营”理念，将绿色运营贯穿于产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

#### 绿色运营

富士施乐中国始终秉承“绿色运营”理念，将绿色运营贯穿于产品设计、生产、运输、回收等每一个环节，如何为全社会最为关心的控制温室效应议题做出自身的努力以及如何宣传绿色环保文化等内容，具有很高的实质性。

## 平衡性

下图是中国节能环保集团公司在其社会责任报告中安全生产章节下的一个小节，叫做安全警钟反思。该篇用非常真诚的语言对公司发生的三起安全责任事故进行了回顾和问题处理过程的披露。在社会责任报告中，一直强调在披露正面信息的同时也要兼顾公司对社会带来的影响的披露，该公司的报告很好地做到了平衡性的兼顾。



### 4.1.6 未来展望

未来展望主要包括工作目标和工作计划两方面内容，如图4-7所示，涵盖相关信息的报告份数覆盖率各占74%和64%。这反映出发布的报告普遍对社会责任未来展望进行了披露，展现了工业行业企业社会责任工作的目标性和计划性日益增强。

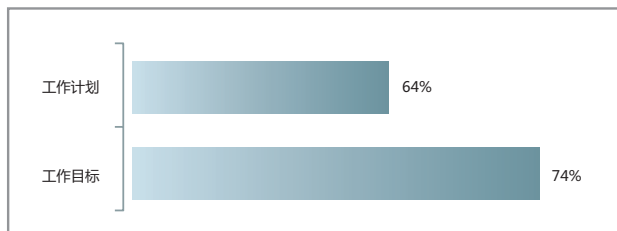


图4-7 未来展望指标覆盖率

### 中国铝业公司报告在未来展望中明确披露履责计划

未来展望主要披露公司在未来一年社会责任工作目标和计划，通常用“未来展望”、“责任展望”、“展望2015年”作为标题。下图为中国铝业2014年社会责任报告未来展望页，明确展现了公司2015年的经营、改革、安全、环保等方面的目标，作为公司下一年度社会责任的工作指向，同时加强利益相关方监督，相关信息披露透明度较高。

92 履责计划 中国铝业公司

93 中国铝业公司 履责计划

**履责计划**

**改革目标**

加大市场化改革力度，深化管理创新，深化分配制度改革，强化激励机制，薪酬先行先试，发挥典型引领作用，加强降本增效，提升市场化盈利能力。

以扭亏为盈、转型升级为工作重点，以提高经济效益和质量为核心，加强结构优化，加快推进转型升级，确保提质增效成果稳定，发展科技驱动能力，深化改革，增强发展后劲，依法合规，推进法治中国建设。

**环保目标**

重大及以上突发环境事件、职业病危害事件为零，完成节能减排目标任务，完成节能减排目标任务，完成节能减排目标任务。

严格执行安全生产法律法规，遵守安全生产红线和底线，以安全环保责任制为基础，扎实开展隐患排查治理，切实提升执行力，杜绝重大及以上安全生产事故，遏制较大安全生产事故，减少一般安全生产事故，千人死亡率小于1。

优化组织结构和信息化，推进新业务开发，实现转型升级，做大做强，保持领先，增强核心竞争力，提升发展能力，多元发展，增强竞争力，创造新价值。

**科技创新目标**

完善科技创新体系，优化科技资源配置，建立健全科技投入机制，激发科技研发内生动力，加大科技研发力度，科学分工合作，构建多个自主创新平台和研发团队，加强军工、航空航天、汽车新能源、交通等关键材料研发，加大先进制造业投入，加大先进制造业投入，加大先进制造业投入。

加大研发投入力度，科学分工合作，构建多个自主创新平台和研发团队，加强军工、航空航天、汽车新能源、交通等关键材料研发，加大先进制造业投入，加大先进制造业投入，加大先进制造业投入。

**质量目标**

质量管理体系有效运行，产品和服务质量持续提升，客户满意度达到90%以上，重大质量事故为零，产品质量合格率99.9%以上，员工培训合格率95%以上，工程验收合格率95%以上，工程验收合格率95%以上，工程验收合格率95%以上。

质量管理体系有效运行，产品和服务质量持续提升，客户满意度达到90%以上，重大质量事故为零，产品质量合格率99.9%以上，员工培训合格率95%以上，工程验收合格率95%以上，工程验收合格率95%以上，工程验收合格率95%以上。

**经营目标**

**安全目标**

**发展目标**

**稳定目标**

不发生重大群体事件，严格落实信访维稳工作，确保信访事项按期办结，信访事项按期办结率100%。

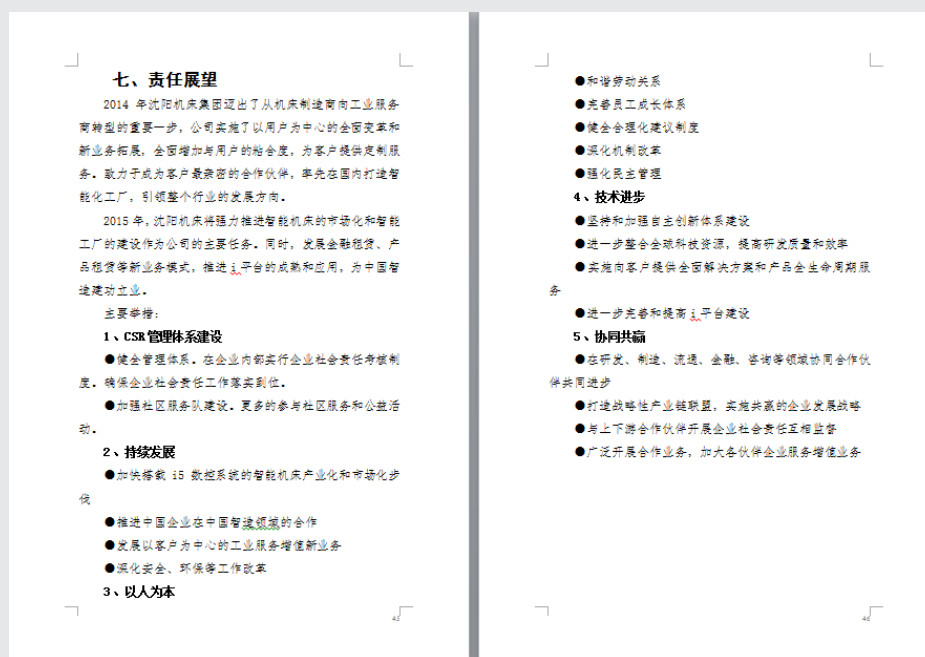
不发生重大群体事件，严格落实信访维稳工作，确保信访事项按期办结，信访事项按期办结率100%。

**员工队伍建设目标**

推进人才开发“双轮驱动”，吸引人才、留住人才、用好人才，落实“双轮驱动”计划，吸引人才、留住人才、用好人才，落实“双轮驱动”计划，吸引人才、留住人才、用好人才，落实“双轮驱动”计划。

## 沈阳机床（集团）有限责任公司责任展望明确下一年度履责任务

下图为沈阳机床（集团）有限责任公司2014年社会责任报告责任展望页，从社会责任管理体系建设、持续发展、以人为本、技术进步和协同共赢五大方面，对2015年社会责任工作进行了安排和部署，明确工作目标，有计划、持续性地推进社会责任工作。



## 中国航空油料集团公司报告从社会责任各方面展望未来

下图为中国航空油料集团公司社会责任报告的未来展望页，从图中可知，报告从坚持安全发展、坚持主营业务、坚持绿色发展、坚持公益事业四大方面，对公司2015年社会责任工作进行了全方位展望，全面展现了公司未来一年将在经济、社会、环境做出努力的决心。



### 4.1.7 报告附录

报告附录主要包括报告评价、报告索引、报告反馈三方面内容，其中43%的报告附录披露了报告评价，43%的报告披露了报告索引，60%的报告在附录中编制了报告反馈表。这反映出有接近一半的企业注重报告附录方面的

信息披露，使读者能快速了解到报告的核心内容。

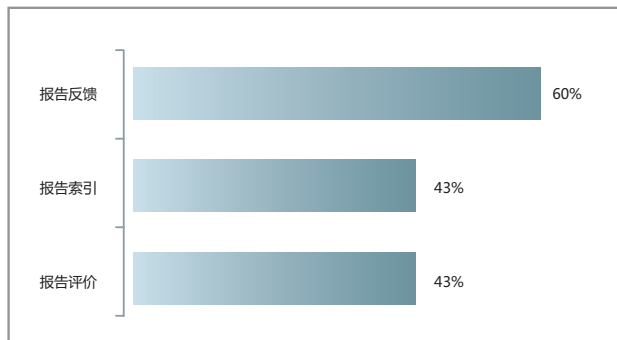
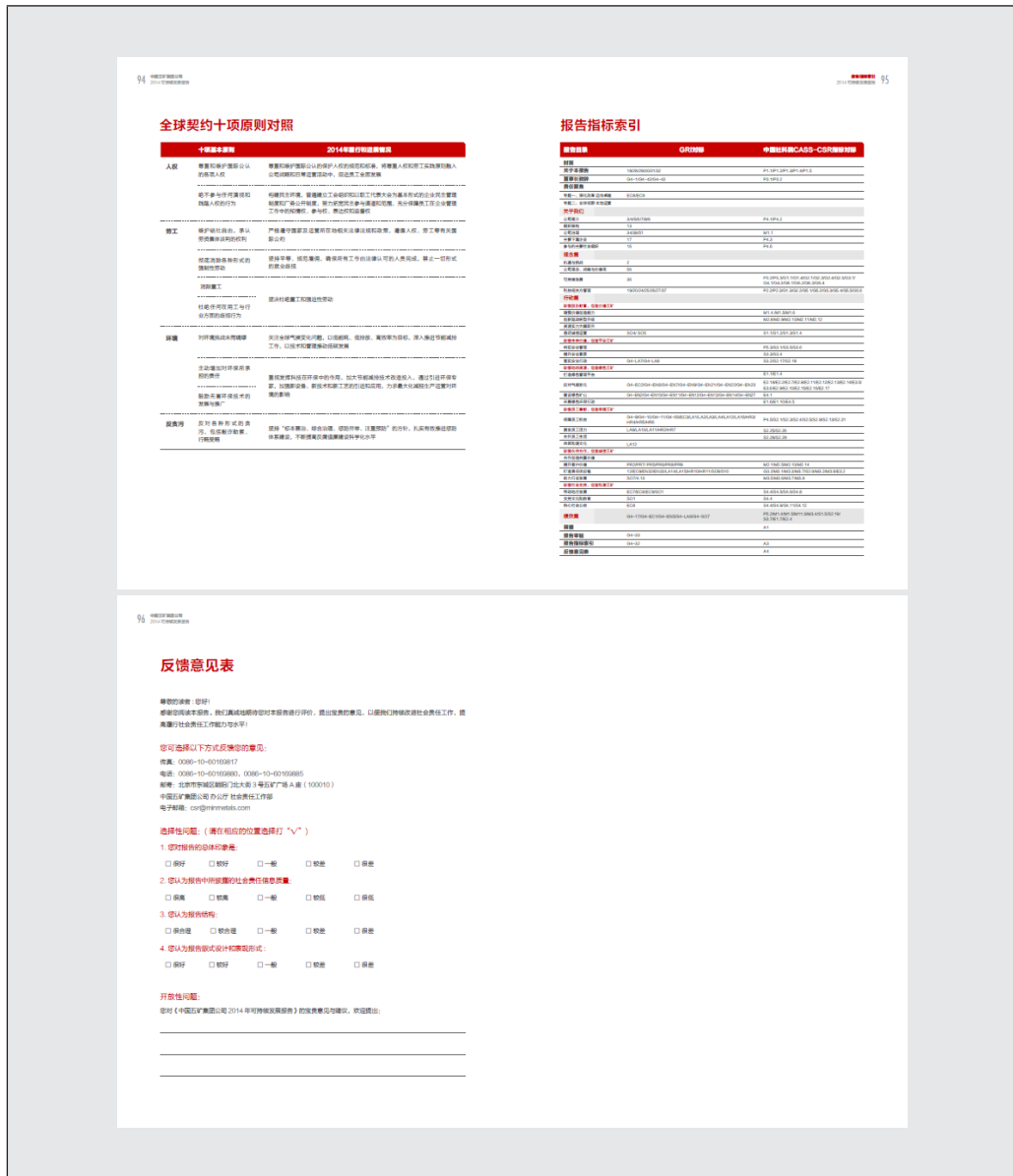


图4- 8 报告附录指标覆盖率

### 中国五矿集团公司报告附录一览

中国五矿集团可持续发展报告附录包括报告审验、全球契约十项原则对照表、报告指标索引和反馈意见表四大部分。有第三方公司出具的报告审验有效提高了报告的可信度和真实性；全球契约十项原则对照表及报告指标索引能让读者较快了解到公司在社会责任、可持续发展工作上的进展及部分成效；读者反馈表为报告阅读者提供了和公司沟通的途径，能让公司了解到利益相关方对报告的认可度和接受度，为公司下一年度的报告编制提供借鉴意义。





## 4.2 形式丰富多样

### 4.2.1 专题

如图4-9所示，共有29%的报告采用了“责任专题”的形式，对公司年度重点社会责任实践及成效进行了深入、集中展示，且多数责任专题均在

报告前半部分出现，读者在浏览报告时能较为迅速了解公司的重点、特色责任工作；图4-10则说明了，上述报告中，有95%报告的专题数量控制在1-3个，说明责任专题多为精挑细选，只对全年最重点的工作做深度展现。

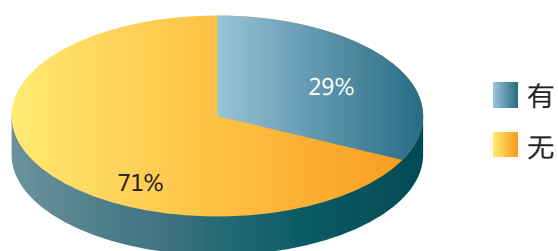


图4-9 报告专题指标覆盖率

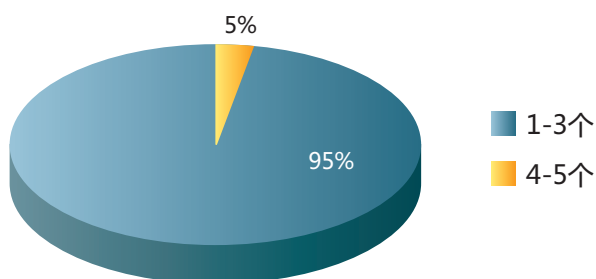


图4-10 专题数量披露情况

### 富士施乐中国社会责任专题赏析

富士施乐社会责任报告中披露的责任专题总共有5个，是所有报告中专题数量最多的一家。公司以“贯穿价值链的CSR实践”为专题的主题，分别用“携手供应商推动CSR”、“立足客户需求的绿色产品制造”、“新理念、新方案、新价值——华为易捷文印服务”、“向着再制造的目标迈进”和“带孩子们走出大山看世界”五个责任专题展示富士施乐中国在采购、研发制造、客户使用、废物再生等整个价值链中持有的理念、遇到的挑战、所做的努力，以及未来的前进方向。这种将所有责任专题按照一条主线进行集中展示的方式提高了报告的整体性和逻辑性，更有利于利益相关方充分了解公司的责任理念和重点议题，值得其他企业借鉴。



## 中国国电集团公司责任专题赏析

中国国电集团公司对公司“保电APEC 万无一失”这一重大责任实践进行了专题披露。公司在专题突出公司通过制定制度、严抓举措等内容，确保APEC期间供电的万无一失。一方面突出了公司的特色工作，另一方面强调了公司工作对经济、社会发展所产生的意义。





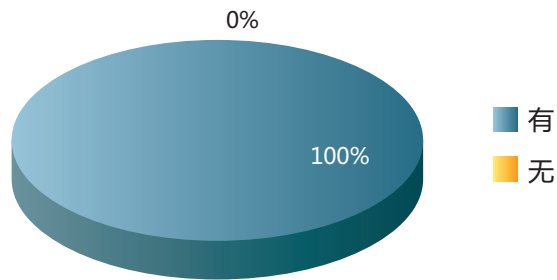


图4-11 案例指标覆盖率

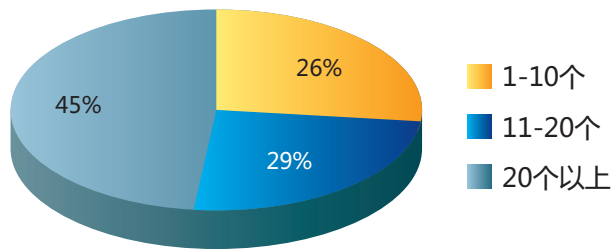


图4-12 案例数量披露情况

## 浙江吉利控股集团有限公司社会责任报告案例欣赏

浙江吉利控股集团有限公司社会责任报告中的案例用平实朴素的叙事性语言以及生动的现场图片讲述了公司履行社会责任的典型案例，这样的案例表现形式具有很好的亲和力，可读性很强。



足坛前国脚李金羽给云南鲁甸孩子们上足球课

### 责任实践：HOPE·绿跑道走进鲁甸灾区

2014年8月3日，云南省昭通市鲁甸县境内发生6.5级地震，造成一定的人员伤亡、房屋倒塌以及基础设施损毁。为了帮助灾区的孩子们通过体育运动锻炼坚强的意志，9月22日，吉利HOPE·绿跑道项目携手前中国男足国家队前锋李金羽和吉利志愿者共同走进鲁甸县火德红镇鹤落小学。

学校里唯一的运动场已被临时搭建的板房占据，板房的顶部几乎碰到了学校唯一的篮球架的篮筐，地震发生之后，孩子们再没有上过体育课。

志愿者们带来了篮球、足球等项目的体育器材，李金羽教给孩子们有关足球的基本知识，并亲自为孩子们示范颠球、带球、射门等足球基本动作。孩子们展现出了超强的运动天赋，纷纷露出了灾后难得的笑容。



### 华峰集团有限公司社会责任报告案例欣赏

华峰集团在社会沟通的章节介绍了公司开通的微信公众号，该公众号是公司紧跟移动互联网趋势而设立的对外传播和公众交流的重要平台。报告以小知识的形式介绍了该公众号的功能，并附上公众号的二维码，以方便有兴趣的报告阅读者随时关注公司的微信公众号。这种以二维码、网址链接等方式丰富报告内容、拓展报告范围的做法值得其他企业借鉴。



#### 小知识

华峰集团微信公众号是华峰集团对外传播资讯、与公众交流的重要平台。公众号下设印象华峰、美丽化工、精彩活动3个一级菜单，该微信公众号不仅每周有新鲜的资讯推送，还会不定期推出好玩的线上线下活动，还不赶紧关注它。

#### 关注方法有两种

- 1.在微信通讯录中按屏幕右上角的“添加”按钮，点击搜号码，在搜索框中输入“huafon-china”，在显示有华峰集团LOGO图标后，点击关注即可。
- 2.扫描右侧二维码直接关注我们。



### 4.2.3 声音

如图4-13、4-14、4-15所示，在发布的77份报告中，有27%的报告采用了利益相关方评价，有19%的报告采用了员工感言，还有60%的报告采用了第三方评价或审验。这反映出部分企业在报告编制中已开始注重通过外部声音来提高报告的可信度，但有相关意识的企业数量还稍显不足，应加强这方面的信息披露。

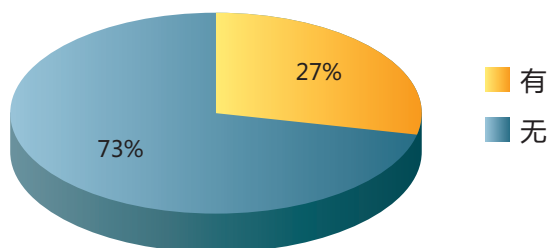


图4-13 利益相关方评价指标覆盖情况

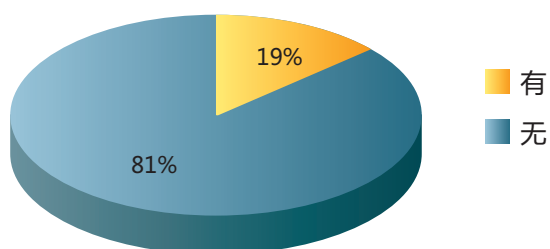


图4-14 员工感言指标覆盖情况

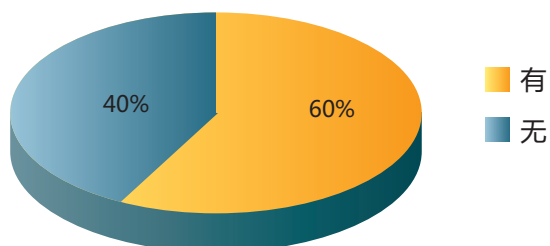


图4-15 第三方评价或审验指标覆盖情况

## 大同煤矿的利益相关方评价

下图是大同煤矿在报告最后集中展示的来自政府、股东、合作伙伴、客户、员工和社区等不同利益相关方对公司的评价，这是一种比较常见的利益相关方评价的方式。

### 利益相关方评价

Benefit related side appraisal

**政府 >> 大同市政府**

大同集团作为具有国际竞争力的综合能源大集团，在经营发展的同时，积极承担社会责任，在建设现代经济体系和参加社会公益事业等方面直接参与，积极落实国家有关政策，为我市经济转型和可持续发展做出了卓越的贡献。



**股东 >> 山西省国资委**

近年来，晋煤集团积极落实精准扶贫、脱贫攻坚、精准扶贫等脱贫攻坚社会公益活动，为社会发展做出重要贡献。作为焦煤集团的股东之一，山西省国资委高度重视同煤集团对股东权益的履职态度以及为股东创造丰厚回报的实际行动，希望同煤集团能持续践行，为建设好“煤电一体化”结合能源大集团做出更大贡献。

**合作伙伴 >> 大唐国际发电股份有限公司**

作为大唐国际发电股份有限公司长期以来越来越尊敬、忠诚的合作伙伴，同煤集团在注重节能、环保、积极承担社会责任的同时也与大唐经营理念是一致的，在新形势下发展企业、大唐与同煤集团将继续建立“双赢”的合作交流和伙伴关系，联手为社会做出更大贡献。

**客户 >> 浙江省能源集团有限公司**

感谢同煤集团长期以来给予浙江省能源集团有限公司的帮助和支持。在与同煤集团长期稳定的合作中，双方互信不断加强，结合更加紧密，希望双方在良好合作的基础上，建立全面的沟通交流机制，充分发挥各自的优势，把握机遇，共谋发展。

**员工 >> 王学军**

作为同煤集团的一名普通员工，在工作生活中，集团为我们提供了全面的劳动保障，制定了全面的健康和福利计划，不仅保障我们的身体健康，更能激励和促进提升了我们的工作热情，并且给予员工子女特别的关注和照顾，我们更有一种家的感觉，所以身为员工的我们感恩、光荣和骄傲。

**社区 >> 平旺物业社区委员会**

同煤集团特别关注居民的社区建设，通过创建文明社区、实施民生工程，不断改善居民小区的生活环境，提高居民的生活质量，促进了矿区社会和谐稳定的和谐发展。



## 上海复星医药（集团）股份有限公司的利益相关方评价

下图是上海复星医药（集团）股份有限公司设立的奖学金的获益者及老师对公司表达的感激与认可之言。报告用了整整一页的篇幅展示评价者的照片，具有很强的冲击力和真实感，评价的语言朴素、自然，是一种较好的表现形式。



## 陕西延长石油（集团）有限责任公司的利益相关方评价

下图是陕西延长石油（集团）有限责任公司在报告内文采用的利益相关方评价，内容包括陕西省委书记、专家观点、媒体评价。上述利益相关方肯定了公司“延长石油靖边园区煤油气资源综合转化项目投产运行”一事，让读者可以从外部视角了解公司项目对经济、社会、环境所产生的意义。



长了延长石油人的志气，长了陕西的志气。  
——陕西省委书记 赵正永

### 专家观点

<p><b>中国科学院院士 张维：</b> 充分利用当地的煤、油、气资源，为循环经济产业之间互相链接耦合创造了条件。</p>	<p><b>中国能源经济研究院战略研究中心主任 陈柳钦：</b> 以清洁煤技术为基础，将二氧化碳集中处理，是实现高效清洁转化利用和实现资源的循环利用、能量梯级利用的重要方向。</p>
<p><b>中国工程院院士 倪维斗：</b> 开创的新模式符合我国能源结构特点和可持续发展的要求，有利于煤的清洁利用，提高煤炭资源利用率和增碳率。</p>	<p><b>中国石油和化学工业联合会副会长 赵俊贵：</b> 将引领我国乃至世界能源化工的一次革命，示范并带动能源化工产业实现绿色发展、低碳发展和可持续发展。</p>

### 媒体评价

<p><b>《经济日报》：</b> 该项目在工艺流程方面，通过多种原料优化配置和工艺技术的集成创新，打破了煤、石油、天然气单一化工的传统模式。</p>	<p><b>《科技日报》：</b> 该项目通过多种资源综合利用、化学元素优化组合，实现碳氢互补，开创了绿色低碳、循环经济的能源化工产业发展新理念，提高了资源利用率，大大减少了二氧化碳等污染物的排放，实现了污水、废液再利用和零排放。</p>
<p><b>《中国化工报》：</b> 通过优化组合碳氢化学元素，跨界集成创新煤化工、石油化工、天然气化工等先进技术，实现了碳氢互补、节能减排，创造了多项世界之最。</p>	

## 英特尔的创新者说

下图是英特尔公司的员工志愿者对于参加公益活动的感想，包括对社会责任的理解和对公司的价值认同等。评价中详细展示了员工志愿者的真实姓名和参与公益活动时的现场照片，并且用“创新者说”这个版块进行集中展示，这样的表现形式值得其他企业借鉴参考。

### 创新者说

#### 创新志愿服务让我实现自身价值

英特尔鼓励我们将兴趣爱好、工作与志愿服务联系在一起，不断挖掘自身的潜力，实现自我价值。在探访大连金石滩养老院过程中，我发现他们的呼叫系统非常原始，依靠听子和护工定时巡视，紧急情况响应不及时。我就主动联系同事，组成项目团队，一起思考如何设计、安装系统，在公司企业社会责任部提供的相关支持下，我们一个月就完成了系统设置、安装和调试工作，并且定期为该系统维护和检修，极大地提高了养老院工作人员的工作效率和服务质量，这令我非常的激动和自豪。

——英特尔大连志愿者 徐闯



#### 专长服务社会 贡献更大价值

我一直觉得志愿者是一群非常可爱的人，我很高兴能成为其中的一员。通过公司的志愿者活动，我们将“我们变了，世界就变了”英特尔志愿文化的核心理念传递给更多的人。从最初的根据公司要求来完成志愿者活动，我逐步转变为主动关心社会的方方面面，努力贡献自己的一份力量。我想这也是公司在潜移默化中赋予每一位英特尔人的一份宝贵精神财富。作为公司法务部的一员，我业余时间更多地关注社会弱势群体法律保护，并通过参加类似上海复衡法律服务中心等组织的法律志愿者活动，努力实现“以我所学，服务社会”的梦想。

——英特尔上海志愿者 王倩

#### 志愿活动让我快乐和骄傲

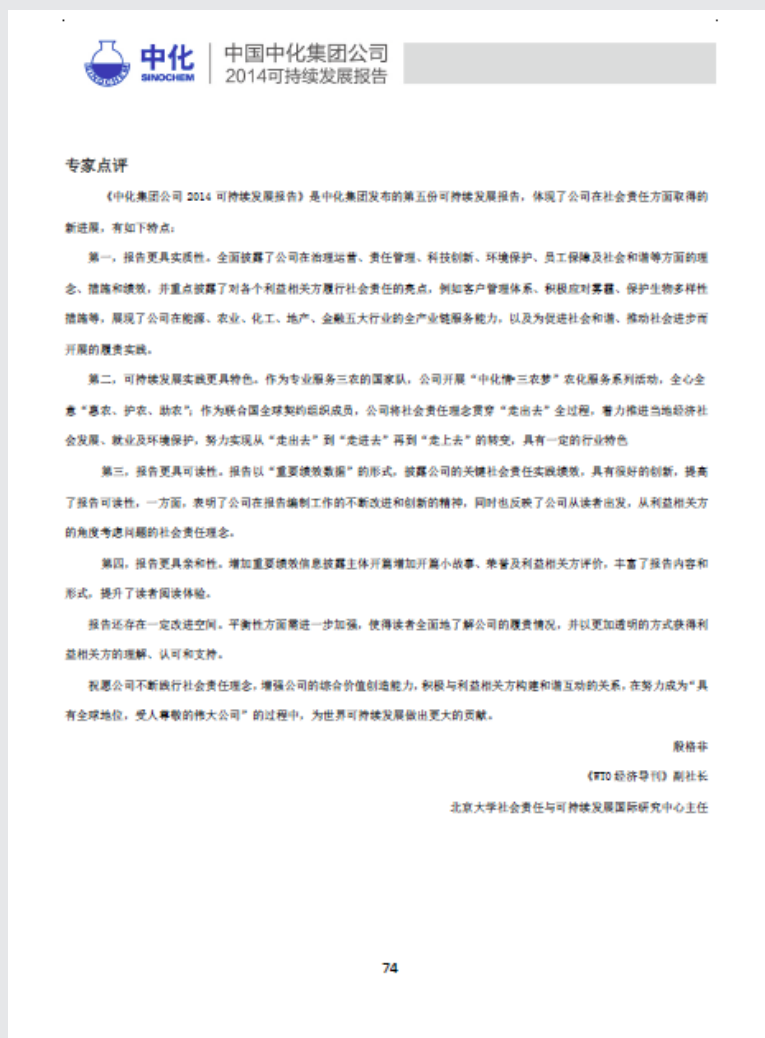
参加公司的志愿者活动给我最大的收获就是内心的骄傲和快乐。对于利人利己的事情我会主动跑这儿，每次参加不同的志愿者项目，都可以看到不同的人，经历不同的心态。比如，我们去敬老院陪老人聊天、为老人捶捶背，即使是很细微的事情也可以让老人们开怀大笑，快乐就是如此的简单。

——英特尔成都志愿者 刘莹



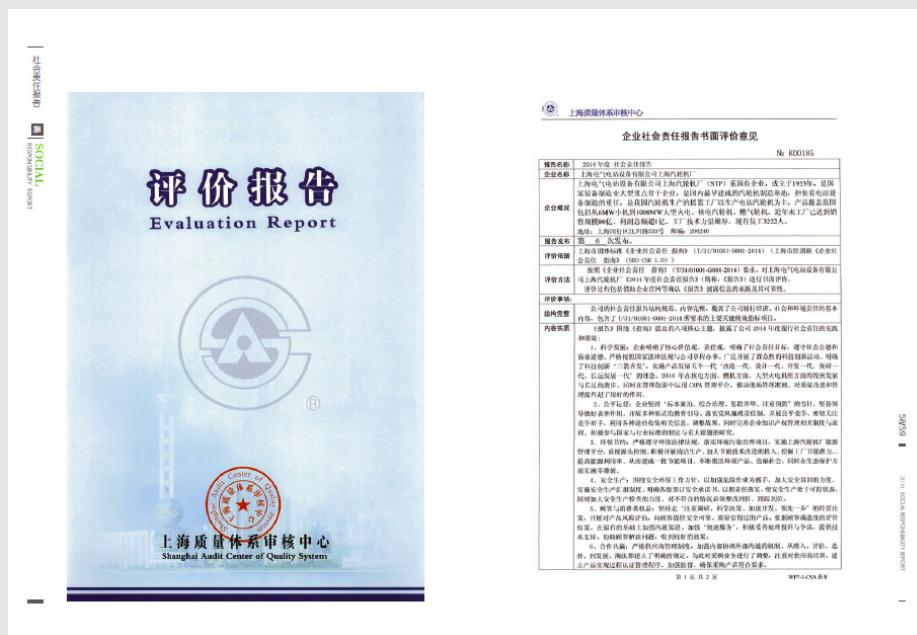
## 中国中化集团公司报告的专家点评

邀请社会责任专家对报告进行点评，能深入了解报告的优点和长处，以及需要改进的部分。中化集团报告中的专家点评对报告的实质性、可读性、可持续发展实践信息披露等内容均作出了肯定，同时建议公司在报告编制中加强平衡性信息的披露，明确报告的改进方向。



## 上海电气电站设备有限公司上海汽轮机厂报告的第三方审验

第三方审验是一种较为专业和权威的评价，从报告编制和信息披露标准的要求出发，对报告进行评估和评级，提高报告的可信度。



### 4.2.4 图表图形

如图4-16、4-17所示，本次发布的77份报告均采用了图表图形，比例高达100%。其中16%的报告采用图表图形数量为1至10个，14%报告采用数量为11至20个，其余70%报告采用图表图形数量超过20个。图4-18反映了在所有的报告中，采用各类形式的图形图标总数达到315个，其中表格占24%、柱状图占18%、饼图占13%、概念模型图占22%、流程图占23%。图表图形的使用，能更直观的展现公司的有关社会责任工作情况，提高报告的可读性。

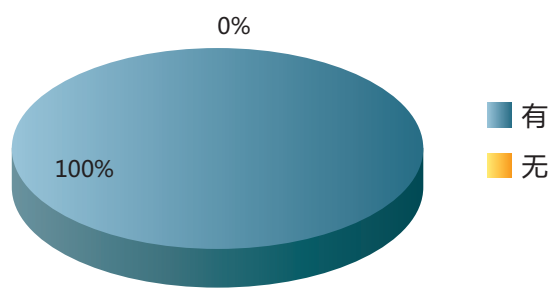


图4- 16 图表图形指标覆盖率

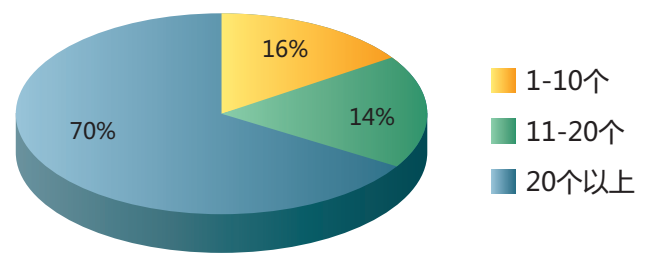


图4- 17 图表图形数量分布情况

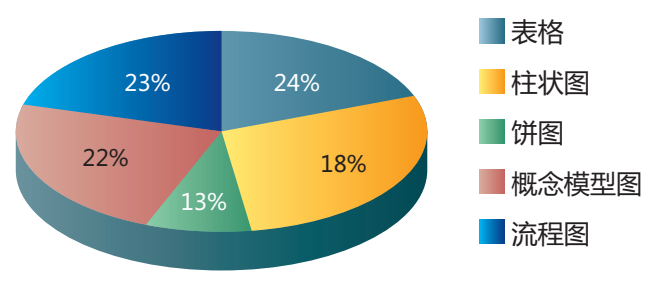
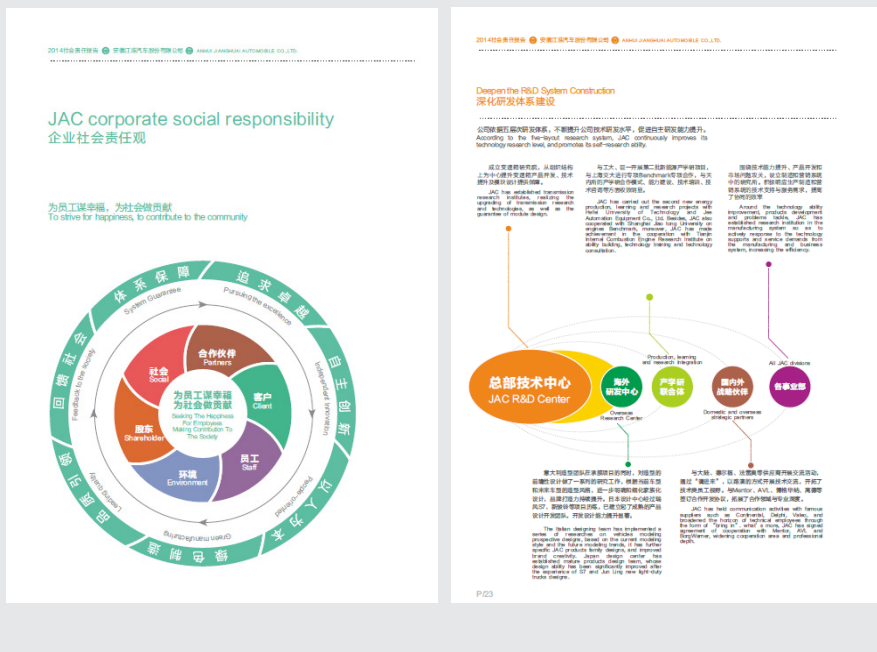


图4- 18 图表图形类型分布情况





安徽江淮汽车股份有限公司社会责任报告用了较多的模型图、设计图等体现报告的内容，如类似汽车轮胎的社会责任理念模型，以及研发体系中各个研发中心的图标式设计。图形图标的应用有利于增强报告的可视化和可读性。



4.2.5 图片

如图4-19所示，在发布的77份报告中，有73份在报告中使用了图片，占97%；图4-20显示，其中3%的报告采用图片数量为11至20张，其余97%报告采用图片数量超过20张。图4-21显示，在所有的报告中，共使用了75张案例配图，38张跨页大图。这说明公司在报告编制中，更加注重报告的展现形式。

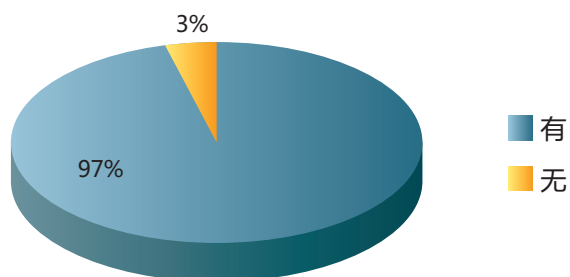


图4-19 图片指标覆盖情况

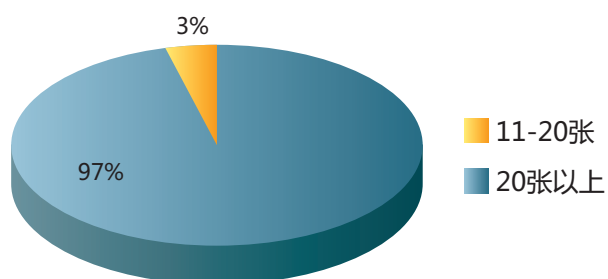


图4-20 图片数量分布情况

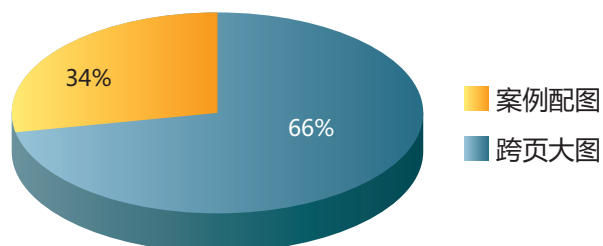


图4-21 图片使用方式分布情况

### 报告图片使用赏析

社会责任报告拥有广泛的受众，既包括对相关工作比较了解的群体，又包括对社会责任缺乏认知的群体。因此，这就要求社会责任报告的设计既要体现专业的严谨性，又要体现企业的责任理念，具备通俗性、可读性。图片的有效使用，可以让社会责任报告以高水平的视觉呈现，让读者清晰直观地阅读报告。



下图选自铜陵有色金属集团股份有限公司2014年社会责任报告。报告内页设计及跨页设计均采用了大量鲜活的图片，生动记录了公司员工艰苦拼搏，为自身、公司和社会发​​展不懈努力的场景，让读者直观感受到公司企业文化和履责工作的开展。



#### 4.2.6 数据可比

如图4-22、4-23所示，在发布的77份报告中，有82%的报告披露了纵向可比的数据。在披露的79个纵向可比的数据中，其中2年可比数据占11%、3年可比数据占51%、4年可比数据占11%、5年可比数据占18%、6年及以上可比数据占9%。这反映出公司在编制报告中秉持更为透明、公开的态度，能够较好满足相关方对数据信息的需求。

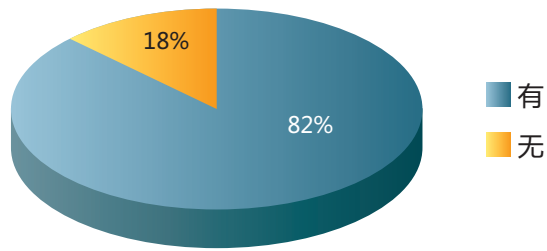


图4- 22 纵向可比数据指标覆盖率

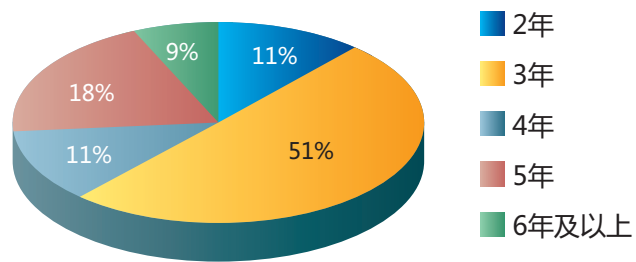
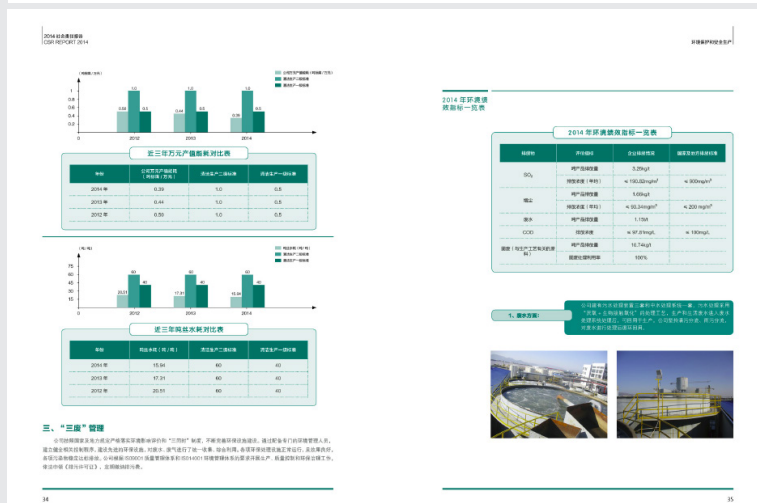


图4- 23 披露数据年限情况一览

## 浙江华峰氨纶股份有限公司报告数据使用情况示例

浙江华峰氨纶股份有限公司是全国最大的氨纶纤维制造企业，尤其注重在环境方面的数据披露。下图为公司报告的环境部分数据页，报告对公司综合能耗、万元产值能耗、环境绩效指标均进行了披露，并且多数指标披露了连续三年的数据，具有纵向可比性，可以直观看出公司近年来在环境责任方面的成效。



## 神华集团有限责任公司报告数据披露强调平衡性原则

下图选择神华集团有限责任公司报告内页及可持续发展绩效页。报告对公司经济、环境、社会主要绩效进行了较为全面、完整的披露，但建议公司在可持续发展绩效页中披露3年或以上的数据，供读者进行纵向比较。值得强调的是，神华集团的报告披露了“百万吨死亡率”、“重大及以上安全生产事故数”、“新增职业病人数”等负面数据信息，数据披露的平衡性在所有发布的报告中尤为突出，显示出公司在提升信息披露的透明度，提升社会责任管理能力方面的决心和信心。

### 清洁环保——生态文明之路

**水资源产生与综合利用情况 (单位: 百万吨)**

	2015年(累计)		2014年	较2014年变化
	产生量	回用量		
矿井水	158.8	206.1	206.1	-0.2543
工业废水	83.7	82.5	82.5	0.0536
生活污水	151.6	143.1	143.1	
其他废水	158.8	158.2	158.2	
合计	452.9	590.0	590.0	

**污染防治**

**废气防治**

公司积极推进《大气污染防治行动计划(2013-2017)》，以“提高清洁能源占比”为重点，大力推进烟气脱硫、脱硝、除尘及除尘技术改造，减少废气排放量。2014年，公司完成15台炉内脱硫升级改造和35台燃煤机组脱硝改造工作，10台炉内除尘“超低排放”。

**2014年神华集团其他污染物减排情况**

SO <sub>2</sub> 减排量	NO <sub>x</sub> 减排量
单位: 万吨	单位: 万吨
4.67	1.14
4.67	1.14

**火电业务温室气体排放情况\***

火电业务煤总排放量	火电业务 SO <sub>2</sub> 排放情况	火电业务 NO <sub>x</sub> 排放情况
单位: 万吨	单位: 万吨	单位: 万吨
0.11	0.04	0.04
0.11	0.04	0.04

\* 数据来源于中国电力企业联合会《中国电力行业年度发展报告(2014)》(披露截至2015年行业数据)

神华集团有限责任公司·2014年度社会责任报告

**固体废物防治**

公司加大固体废物治理力度，通过提高废物综合利用效率，减少固体废物排放量，实现固体废物循环利用。公司煤矸石、粉煤灰、炉渣、铁渣全部用于当地回填，剩余特性废旧厂、水泥厂等，煤矸石、粉煤灰、炉渣等得到有效处理，有效降低了土壤的污染。

**固体废物产生与综合利用情况**

类别	产生量	综合利用量	综合利用率
单位: 万吨	单位: 万吨	单位: 万吨	单位: %
煤矸石	4658	711.3	15.3
粉煤灰及炉渣	2035.2	1838.2	90.4
其他固废	322.8	206.8	64.1
其他固废	81.1	22.5	27.7
合计	7887.2	2780.8	34.8

**绿色办公**

公司全面推进绿色办公理念，推广无纸办公，使用电子系统替代纸质文件流转；实施各单位纸张使用限额，倡导绿色循环利用。

公司通过电视、网络、报纸、内部刊物等多种方式宣传环保知识，开展“节能减排周”、“世界环境日”、“节约一度电、节约一张纸、节约一滴水”等主题活动，号召全体员工积极加入到环保低碳的行动中。

**生产噪声治理**

公司加大噪声治理力度，严控噪声污染，防治生产过程中噪声、粉尘产生和传播，加强噪声监测，采用各种消音、隔音措施，降低噪声污染。2014年，投资治理在人口居住密集区新建隔音屏障15660平方米。



15960 平方米

投资治理新建隔音屏障

46
47

可持续发展绩效	
<b>经济绩效</b>	
指标名称	2014年
营业收入(亿元)	3249
利润总额(亿元)	640
净利润(亿元)	590.9
总资产(亿元)	6296
净资产(亿元)	23.30
科技投入人数(人)	14462
科技研发投入总额(亿)	197
发明专利授权(项)	686
<b>安全绩效</b>	
指标名称	2014年
安全生产投入(亿元)	49
百万工时伤害率	0.019
安全健康一体化培训(个)	95
第三方人员安全培训(项)	0
参加安全培训人数(人)	2731
参加安全培训人次(人次)	209668
安全培训学时(小时)	623848.5
<b>员工绩效</b>	
指标名称	2014年
员工总数(人)	212293
非全日制员工人数(人)	0
残疾工(人)	1924
少数民族员工(人)	19711
女性员工(人)	46972
年员工流失率(%)	21
年人均薪酬增长率	6.5
2014年新增培训人数(人)	7167
培训覆盖率(%)	100
培训学时(小时)	100
培训满意度(%)	100
培训费用(万元)	20465
员工培训学时(万小时)	1850
培训人数(万人次)	208

环境绩效	
指标名称	2014年
节能减排资金投入(亿元)	72.97
其中：节能减排投入(亿元)	58.84
其中：节能减排投入(亿元)	13.93
万元产值综合能耗(吨标准煤/万元)	2.56
碳排放(吨)	4
减排项目投入(人)	234
二氧化碳减排量(万吨)	6.97
废水减排量(万吨)	16.19
化学需氧量减排(吨)	5600
氨氮减排量(吨)	672
噪声产生量(百万分贝)	376.4
固体废物产生量(吨)	365.1
万元产值废水(吨)	12.6
废水回用处理量(立方米/吨)	0.3
综合废水回水率(%)	211.3
循环冷却水(万吨)	4656
循环冷却水回收率(%)	711.3
其他能源消耗量(万吨)	81.1
其他能源消耗量(万吨)	22.5
燃煤机组平均供电煤耗率(克/千瓦时)	311.37
火电机组供电煤耗率(克/千瓦时)	0.81
高炉渣产生率(万吨)	993
高炉渣回收率(%)	98.2
火电机组供电煤耗率(克/千瓦时)	2076.74
火电机组SO <sub>2</sub> 排放强度(克/千瓦时)	0.98
火电机组NO <sub>x</sub> 排放强度(克/千瓦时)	1.34
<b>社区绩效</b>	
指标名称	2014年
万元产值(亿元)	5.2
社会责任资金投入(万元)	16419
社会责任资金投入(万元)	969
社会责任资金投入(万元)	259
社会责任资金投入(万元)	8
社会责任资金投入(万元)	39
社会责任资金投入(万元)	574

### 4.3 构思设计独特

#### 4.3.1 报告主题

报告主题是一份报告的核心思想，是体现公司当年社会责任工作关注的重点，也是贯穿整个报告的主线。一份社会责任报告如果有主题，并且报告的内容是围绕主题展开，将有利于提升报告的个性和特色，也有助于报告的阅读者迅速掌握企业想要传递的主要信息。

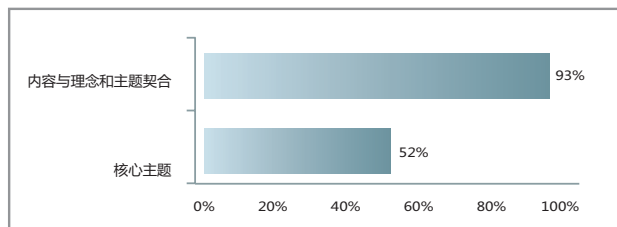


图4-24 报告主题的覆盖情况

图4-24 显示，在2014年的社会责任报告中，有52%的报告拟定了报告主题，并且拟定主题的报告中有93%的报告其内容与主题是高度契合，表明

越来越多的企业开始重视并有效利用“报告主题”这一提升报告思想内涵和传播理念的重要工具。

### 中国节能环保集团公司报告主题与报告内容的有效融合

“聚合点滴 创生无限”是中国节能环保集团2014年社会责任报告的主题，旨在表达中节能携手利益相关方创造经济、社会和环境综合价值最大化的责任理念。在报告主体内容中，报告将“聚合点滴 创生无限”八个字拆分融进八个篇章，以“聚焦点，中国梦·节能梦”、“合众力，护佑碧水蓝天”、“点睛笔，推进卓越管理”、“滴水穿，持续创新之力”、“创平台，追求合作共赢”、“生机发，筑造幸福家园”和“无疆爱，情暖社会民心”为标题，高度概括了公司的社会责任核心内容，实现报告主题与履责实践的有机结合。这样的构思巧妙独特，让中国节能环保集团公司的报告在同类企业的报告中能够有很高的辨识度。



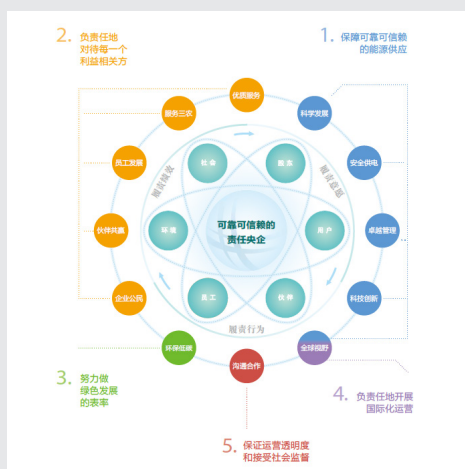


从收集的77份报告来看，96%的报告都具有很强的个性色彩，没有单纯的依据某一项理论来设计自身的报告主体，而是充分融入了企业自身对社会责任的理解和提炼。这也反映出企业越来越重视报告的差异化和个性化，自身的社会责任意识和理念也在进一步提升。

### 国家电网公司社会责任主体内容解读

国家电网公司在原来的12项责任模型基础上，综合企业核心社会功能+三重底线理论+利益相关方理论等多重视角，总结提炼出国家电网公司的社会责任主体内容为：保障可靠可信赖的能源供应、负责任地对待每一个利益相关方、努力做绿色发展的表率、负责任地开展国际化运营、保证运营透明度和接受社会监督。

其中，保障可靠可信赖的能源供应是国家电网公司把握创造综合价值最大化的关键，是公司的核心社会功能；负责任地对待每一个利益相关方体现的是公司对运营相关的每一个人负责；做绿色发展的表率反映的是公司对运营的环境负责；而负责任地开展国际化运营则表明公司无论运营所处何地，社会责任始终是公司永恒追求的理念；保证运营透明度和接受社会监督反映了公司以透明度和社会监督保证社会责任可信可持续。



### 4.3.3 封面设计

封面是社会责任报告的容颜，是带给人第一印象的关键。一份优秀的社会责任报告应该要有能体现企业行业特色、体现报告主题及责任理念的封面设计，能够让读者在第一时间就能通过封面把握报告的主旨与内涵，形成价值认同和情感关联。

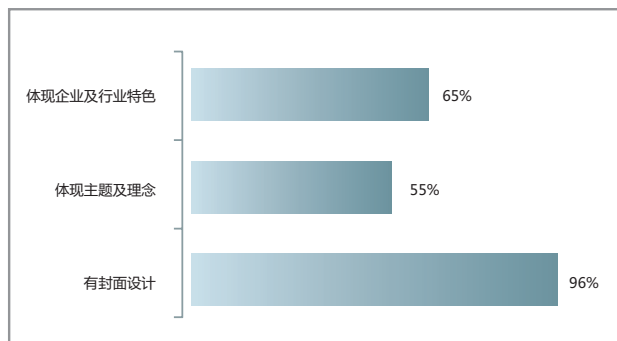


图4-25 报告封面设计的情况统计

图4-25显示，在77份报告中，进行了设计的报告占总数的96%。说明越来越多的企业开始重视从品牌传播的角度去看待社会责任报告，给予社会责任报告更多形象视觉上的美化和包装。但是，在现有的已设计的报告中，有65%的企业其报告封面能够比较清晰地辨识其行业特色，55%的报告能够通过封面解读其主题思想或责任理念。这说明企业的社会责任报告在设计上还有很大的提升空间。报告不仅仅是追求美观，还要通过设计传递企业的理念和内涵。

### 英特尔（中国）有限公司社会责任报告封面赏析

英特尔（中国）有限公司2013-2014年企业社会责任报告的封面用了Intel的企业主题色“科技蓝”作底色，底色上方是一幅非常简洁、明亮的场景照片，照片中的红衣女士正在打电话，黄色的信息流如炊烟般袅袅升起，整个画面充满信息化、智能化和现代化的气息。在封面右下角，轻轻地掀开一个小角，露出一小块集成电路板，巧妙地体现了Intel公司作为互联网科技公司为整个现代化生活提供技术支持的企业定位和责任理念。



## 陕西煤业化工集团有限责任公司社会责任报告封面赏析

陕西煤业化工集团有限责任公司的社会责任报告封面采用的是元素集合的形式，将文字和图标作为封面设计的主要元素。文字来源于报告中的核心内容和关键议题，在封面上合理的布局和呈现，文字中穿插体现煤业化工行业特色的图形和图标。文字和图标集合成的整体形象类似人的双肺，代表煤业化工为整个社会提供能源动力的思想，中间三条粗线像烟囱又像驶向远方的道路，体现了公司追求可持续发展的理念。整个封面简洁、和谐、一目了然，是一份不错的封面设计。



### 华润双鹤药业股份有限公司社会责任报告封面赏析

双鹤药业的报告封面采用了插画的形式。封面以浅黄为主色调，契合了公司LOGO的颜色。封面中，有代表生命长青的松树，有幸福的家庭成员、有呵护的双手还有环绕飞翔的白鹤……这些画面传递了双鹤药业作为制药企业，用心呵护生命健康的企业使命，是一份精美而又有内涵的封面设计。



#### 4.3.4 跨页设计

跨页是每份报告的篇章开篇页，是统领篇章主题、概括篇章内容的重要页面。一份好的报告跨页设计，应该通过插画、图片、数字、文字等各种形式的精巧组合对篇章信息进行高度精炼和整体设计，让报告阅读者通过跨页就能清晰把握篇章主题的关键信息，提高报告的节奏感和层次感。

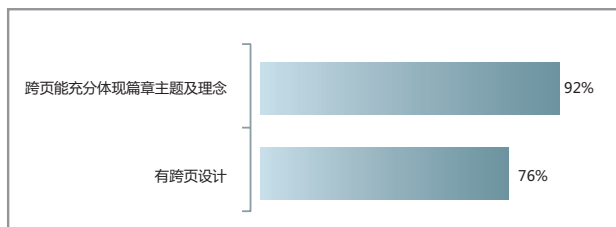


图4- 26 跨页设计情况统计

图4-26显示，在进行了设计的报告中，有跨页设计的报告占到76%，其中92%的跨页设计都能很好地体现报告的篇章主题。这说明，相较于封面设计，报告的设计师对于单项社会责任内容例如经济责任、环境责任、员工责任等能够比较好的把握和传递其内涵和信息。

## 图片式跨页设计

下图为中国南方航空股份有限公司关于社区章节的跨页设计。跨页采用了一张南航开展社区公益的照片作为跨页的背景图，画面自然、温馨，充满浓浓的关爱和公益气息，很好地契合了该篇的主题。图片外分别是本章主题的理念内涵表述、核心议题以及关键绩效指标，对该章内容进行了高度概括；设计中采用了飞机、航空窗等元素，既简洁、美观又巧妙地融入了南航的行业特色。



## 插画式跨页设计

下图为中国铝业公司社会责任报告中关于员工责任的跨页设计。跨页采用手绘插画作为背景图，插画中既表现了男女员工认真工作的场景，也通过幸福的三口之家体现了公司追求工作与生活平衡的理念。跨页左侧用“为什么具有实质性、如何管理、管理评估”三个通用的标题高度概括了公司如何认识员工责任以及如何在管理中体现对员工的责任；右侧是本章的核心议题和关键绩效数据。这样的跨页设计内容充实、画面生动，很好地契合了篇章主题。



下图为太原钢铁（集团）有限公司报告插画式跨页设计。设计用到化学结构、钢结构的元素，展现了公司服务重点项目建设的能力，同时提炼出正文重点数据在跨页中集中展现，反映出公司可持续发展的突出能力，让阅读者通过阅读跨页就能掌握该篇的主要信息。



#### 4.3.5 内页设计

报告内页的设计直接影响着读者的信息获取和阅读感观，是决定一份报告的设计质量的最重要因素。内页布局是否合理、图片质量是否精美、色彩搭配是否和谐、细节处置是否得当等等，都直接影响着阅读者的感官舒适度和对信息的快速准确把握。我们重点选取了色彩搭配和谐、排版布局合理，有清晰的信息导航三项指标来分析报告的内页设计。

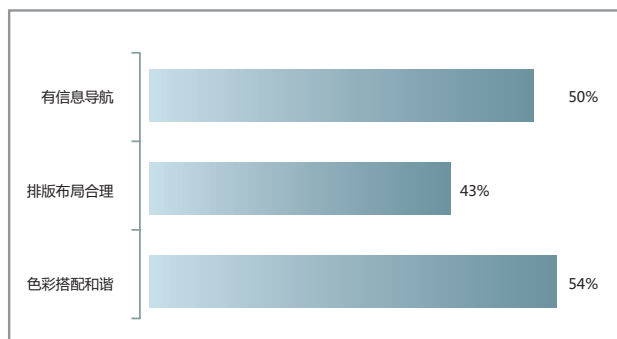
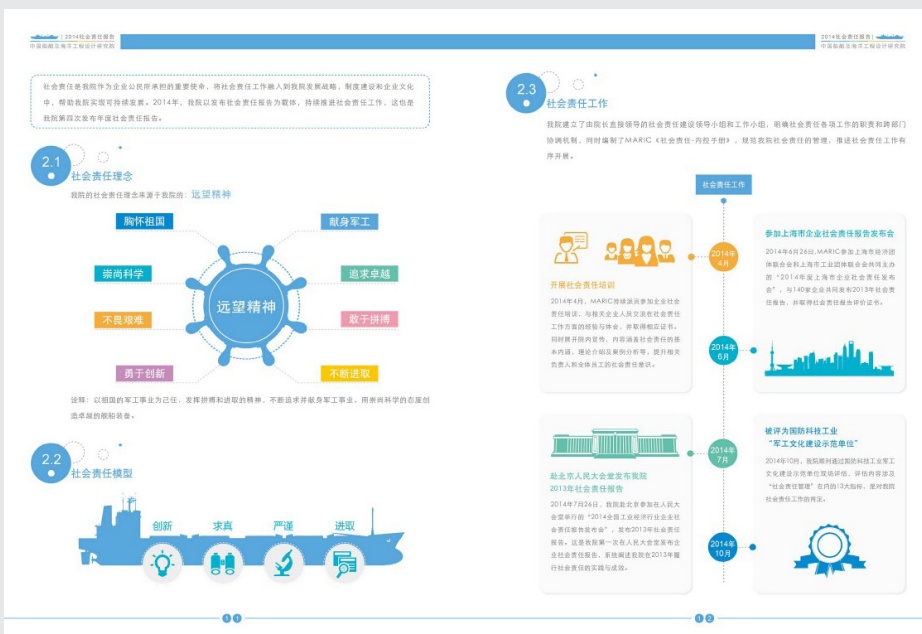


图4- 27 报告内页设计统计情况

图4-27显示，在进行了设计的报告中，色彩搭配和谐的报告占到54%；排版布局合理占到43%；有清晰的信息导航以辅助读者对信息清晰定位的报告占到50%。对内页设计的指标统计没有统一的标准，仅仅是基于资深报告编写人员的经验和感观判断，不作为对报告的最终认定。但总体来看，报告的内页设计水平参差不齐，很多发布次数不多的报告在设计上还有较大的提升空间。

### 内页设计赏析

下图为中国船舶及海洋工程设计研究院的报告内页。全篇用了较多的设计符号、图标表达报告的信息，色彩搭配灵动中不失和谐，排版布局活泼又不显凌乱，是一份让人赏心悦目的内页设计。



下图是国家电网公司社会责任报告的内页。报告中用到图片跨页的方式，使得两边的文字布局和谐均衡，绩效指标的突出表达、案例框的小装饰又给满篇的文字增加了一点生气。对于文字较多的社会责任报告而言，这样的内页设计可资借鉴。

**95598客户服务更便捷**

实现95598全周全时在线集中，实现了全网客户服务热线7\*24小时不间断在线服务和实时监控，基本建成了世界规模最大的、服务人员最多、服务功能最全的公共服务中心。为11亿人口提供“全天候、全天候”供电服务。加网升级、扩容、新增工单平均处理时长分别提升71.11%、13.90%、31.81%，服务人员显著提展，服务效率大幅提升。

**优化客户评价标准**。通过人员集中管理、服务集中管控、绩效统一管理，实现服务受理、业务分派、工单处理、质检检测、客户回访及服务评价的“六统一”，分批次回聘培训95598客服代表，提高人员业务技能和服务技巧。通过95598电话服务平台开展客户满意度调查，2014年客户总体满意度较上年提升2.55%。

**拓宽评价渠道**。构建全国首个集约化、专业化的公用事业服务平台——95598客户服务热线系统和呼叫中心平台。95598客户服务热线系统日均登录用户72万人次，日均流转工单200余万张，服务的用电客户达3.78亿人。通过95598服务平台与生产、营销等多系统深度融合，实现和电力设备的实时监控，双向联动故障自主诊断处理95598客户报障，故障处理平均时长下降7.11%。



微笑服务用电客户

**品质提升确保服务更优质**

**提升服务规范水平**。修订《国家电网公司供电服务规范》，《国家电网公司供电客户服务提供标准》，明确供电客户服务渠道、服务项目、服务标准；修订《国家电网公司95598业务管理暂行办法》，规范95598业务相关管理，编制《国家电网公司供电服务规范》，规范员工供电服务行为，提升服务规范化水平。

**提升供电服务质效**。利用官方微博、微博、微信等平台，对外公开停电计划及流程、收费标准及费用、用电业务流程、服务承诺、95598供电服务热线等供电服务信息。比如停电通知及重大服务事项公示，以及公布两位师傅、服务承诺、电力质量投诉举报电话等，第一时间回应客户关切需求。

**开展供电服务专项检查**。全面开展四次供电服务专项检查，共计划客户投诉170起，回访投诉客户6人，电话回访投诉客户104人，电话回访满意度14个，回访满意度提升10个，电话回访小213个，走访村113个，走访新装客户56户，随机回访普通客户1152人，了解一线供电服务情况，核实业扩回访投诉处理情况，发现问题157项，全部整改完成。

**举行供电服务技能竞赛**。组织开展了第二届供电服务技能竞赛，评选出优胜队6个，专业个人30名，优秀组织6个，以赛为促，全面提升供电服务专业化、规范化、标准化水平，全面提升客户满意度到每一个供电人员的每一次客户服务中。

**98.56%**

人工服务满意度

**4640**

处理业务工单

**99.95%**

工单派发及时率

**98.48%**

业务处理满意度

## 改进建议

### 5.1 提升报告编写质量

#### 5.1.1 更全面认识社会责任报告的价值，立足价值编报告

企业应充分认识到发布社会责任报告不仅仅是应付上级主管部门的政策要求，也不仅仅是模仿同行企业的先进做法，而应更深刻了解社会责任报告的编制与发布可以给企业带来内部管理、外部形象和内外部沟通等各个方面的有益价值。企业应该立足这些价值编报告，编更有价值的报告。

首先，编制社会责任报告的过程是一个系统梳理公司各项业务和绩效，总结问题与不足的过程。过程中涉及对议题的选择、报告框架的确认、资料数据的搜集、部门之间的访谈与沟通以及意见征询等诸多工作，这些过程对企业规范信息披露的流程，提高内部协作具有重要的意义。建议企业建立一套系统的标准的报告编制程序，将编制社会责任报告作为一项内嵌到企业日常运营的常态性工作，提升企业对信息披露的规范化管理水平。

其次，社会责任报告是总结和传播公司对经济、社会和环境所创造的综合价值的载体，是与利益相关方沟通的重要工具，对于塑造企业品牌形象、打造和谐发展环境具有重要作用。建议企业从提高品牌美誉度、建立良好的利益相关方关系的角度出发，选择有利于展现企业社会价值和社会贡献的议题，选择利益相关方关心的议题进行披露。

#### 5.1.2 参照标准对标先进，进一步提升报告整体质量

编制企业社会责任报告是一项专业且系统的工作，目前国内外对于社会责任报告的编制出台了很多的标准规范，包括全球报告倡议组织《可持续发展报告指南》（GRI G3.1）、中国工经联《中国工业企业及工业协会社会责任指南（第二版）》、中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》等。这些标准是综合社会责任理论发展、实践中的社会责任议题和利益相

关方期望的基础上编制而成，对于报告应当披露的内容、指标都做了详细的规定。建议企业尽可能参照标准编写报告，确保报告结构的完善、内容的全面，尤其是对实质性议题的全面披露，第三方评价或审验等附录内容的增加等等，从而提高报告的完整性和实质性。

此外，企业也应注重对同行业先进企业社会责任报告的学习和对标，从写作风格、表现形式、整体设计等各个方面吸取精华，例如尽可能采用专题案例的形式展现公司社会责任工作亮点，用纵向横向可比的数据反映工作的成效，用模型图、流程图等反映公司的社会责任理念和工作方法，用利益相关方评价或感言等外部的声音来印证公司的社会责任履责成效等等，全方位提升报告的整体质量。

### **5.1.3 整合责任理念与设计思维，凸显报告的个性和灵魂**

社会责任报告除了发挥企业信息披露的载体功能，还兼有品牌塑造、形象宣传和社会沟通的作用。因此，社会责任报告在满足基本的信息披露的要求之外，应该具备个性、特色和较高的辨识度，才能有效传递公司独特的理念和文化，拉近报告与阅读者之间的距离，赢得利益相关方的认同。建议企业在编写社会责任报告之初，应对报告有整体的构思与设计。例如每一期设立一个报告主题，围绕主题展开对公司社会责任工作的阐述；或者提炼具有公司独特内涵的社会责任理念，将理念贯穿在报告各个篇章，也融入到报告的整体设计中；抓住企业的行业特色和社会功能，用独具创意的封面设计或整体构思凸显企业的个性和灵魂，传递企业的社会价值。

## **5.2 拓展报告应用范围**

### **5.2.1 引入互联网+，创新社会责任报告的形式和载体**

目前我国已全面进入互联网+时代，自媒体、新媒体已渗入到生活各个领域，传播形式也由一点对多点的传播变成了多点对多点的传播，由传统文

本式传播逐步演变为碎片化传播，这给企业社会责任报告的发布和传播带来了新的元素和挑战。社会责任报告是企业年度重点履责实践和责任工作推进情况集中披露最重要的平台，承载的作用不仅包括梳理全年重点工作，更包括将企业可持续发展能力以及其对经济、环境、社会所产生的正（负）面影响传递给公司的内外部利益相关方。因此，在互联网+时代，为了更充分发挥社会责任报告的沟通作用，建议企业在编制和发布社会责任报告时，考虑对报告进行“二次开发”，通过提炼报告重点内容，制作APP、H5、折页、视频短片等报告新载体，充分利用“互联网式语言”，对外进行社会责任信息传播。此外，在报告传播时，可以充分应用二维码的高传播到达率、方便快捷等特性，通过微博、微信等平台进行推送，实现社会责任信息传递的及时、有效。

### **5.2.2 重视报告“后”时期，充分挖掘报告的传播和应用价值**

社会责任报告的编制需要投入大量的人力成本和时间成本，因此，社会责任报告有关工作不应止步于报告的发布，而应重视报告发布“后”时期，充分挖掘其传播和应用价值。一是举办报告发布会，用主动、公开的态度向公众集中展现公司社会责任工作亮点，引起利益相关方关注；二是加强员工内部推广，通过内部网络、公司内刊、公司微信等渠道，让员工更多了解自身工作所产生的社会意义，以及公司在员工发展方面所作的工作，增强其工作热情；三是组织社会责任案例评选，对内进行社会责任理念普及，提升员工社会责任履责能力，对外可以让社会更鲜明了解公司工作对社会可持续发展所起到的正面作用，同时也可以作为政府、监管部门、媒体的汇报、沟通材料和社会责任报告的基础材料；四是打造社会责任品牌，结合公司品牌宣传工作，将公司报告中披露的重点、特色工作加以传播，如将报告进行缩写刊登在各大媒体、联合媒体举办社会责任活动等，提升公司的品牌影响力，优化外部发展环境。

## 5.3 加强社会责任管理

### 5.3.1健全责任管理体系

企业良好的履责表现离不开社会责任管理体系的支撑和保障。从分析的70多份报告来看，社会责任绩效优秀的企业均建立了较为完善的社会责任管理体系，包括：成立社会责任管理委员会或推进机构，并给予详尽的职责或权限安排；制定社会责任战略或规划，确立中长期社会责任发展目标和实现的路径；建立社会责任协调工作机制如社会责任报告编制与发布流程、社会责任议题重要性筛选机制、社会责任项目的推进管理机制等等，有效推进了公司社会责任各项工作的开展，将社会责任理念深入到企业运营的各个方面。建议有关企业以社会责任优秀企业为标杆，结合企业实际，从组织体系、战略规划、工作机制等各个方面着手搭建自身的社会责任管理体系，为推动公司可持续发展奠定基础保障。

### 5.3.2提升员工履责能力

除了构建管理体系，培育员工责任意识 and 能力也是企业社会责任推进管理工作的重要内容和常态化任务之一。从70多份报告的统计分析来看，越来越多的企业开始重视将社会责任专项培训纳入到公司的整体的培训工作中，成为一个固定的项目。培训的方式也多种多样，包括工作手册的编制与发放、外部专家授课、内部互动交流以及在线网络课堂等。建议各企业加大对社会责任培训工作的重视，创新引入信息及时、互动参与、个性化定制等互联网思维理念与工具，提高员工对社会责任工作的参与热情和认知认同，将社会责任理念融入到员工的意识行动和日常工作中，从根本上提升公司的履责能力。

### 5.3.3加强利益相关方沟通

利益相关方沟通参与是社会责任管理的基本内容之一，也是公司运营透明

度和履责能力成熟度的重要体现。从分析的70多份报告来看，绝大部分企业都制定了利益相关方沟通机制，包括：识别公司运营涉及的主要利益相关方、明确利益相关方的期望、制定相应的回应策略和开展具体的沟通行动等。但是，总体上来说，社会责任报告中披露的利益相关方沟通内容相对简略，且各个企业间存在较大的同质性，对于实际指导企业在解决利益相关方冲突或维护利益相关方关系方面的作用相对有限。建议企业在报告披露之外，进一步深化对利益相关方管理的研究和工具开发工作，制定基于业务型和战略型的利益相关方沟通管理策略，编制利益相关方管理手册，建立常态化的利益相关方调查和沟通机制，及时化解矛盾、形成共识、推动合作，为企业可持续发展营造和谐的外部环境。

# 2015

中国工业经济  
行业企业社会责任报告  
综合评估报告

