

# 中国企业海外投资的企业社会责任<sup>\*</sup>

——基于案例分析的研究

沈铭辉 张中元

**【摘要】**近年来我国企业对外投资增长较快,但也出现了企业与当地居民产生矛盾、投资利益得不到保护、恶性事故频发等一系列问题,这既制约和阻碍了企业的可持续发展,也影响到了我国的整体形象。通过借鉴国外促进企业社会责任举措,本文认为我国“走出去”企业需要积极履行与自身能力相匹配的社会责任,在东道国追求经济利益的同时要更加注重其所带来的社会影响,通过履行企业社会责任来打造软实力,最终运用软实力来化解海外投资过程中所遇到的非传统风险,防范在“一带一路”合作中出现重大事故。

**【关键词】**企业社会责任 海外投资 国家形象 非政府组织

**【中图分类号】**F425 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1000-2952(2016)02-0053-09

## 一、企业履行社会责任动因的文献综述

关于企业履行社会责任的动因,已有比较成熟的理论解释。如 Swanson (1995) 归纳出企业承担社会责任基于三种动因:经济动机、消极义务以及积极义务,即企业履行社会责任可能有工具性的目的,也可能是为了遵从外在环境中利益相关者的压力,还可能会是基于帮助他人改善的主动承诺。<sup>①</sup> Campbell 等 (2002) 将企业承担社会责任的动因概括成三类:利他主义、经济激励与合法性动机。<sup>②</sup> 利他主义突出了企业家个人修养和企业伦理的重要性,认为企业家的个人道德修养或企业内部所形成的伦理文化直接影响企业是否履行社会责任。而经济激励与合法性动机则主要来自于基于资源的观点和制度理论的解释,经济激励的动因认为

企业履行社会责任可以获得较高的知名度和品牌形象,从而获得较高的财务绩效。合法性动机认为企业的行为受到外部环境,特别是制度环境压力的约束,遵从社会对企业履行社会责任的规范和期望使得企业获得合法性

\* 基金项目:本文是中国—东盟研究院“教育部长江学者和创新团队发展计划”资助(合同编号: CW201405)、国家社科基金项目“亚太主要区域贸易协定的生产网络效应与中国对策研究”(项目编号: 14BGJ046) 阶段性研究成果。

① Swanson D. L. Addressing a Theoretical Problem by Reorienting the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, 1995, 20 (1), pp. 43-64.

② Campbell D., Moore G., Metzger M. Corporate Philanthropy in the U. K. 1985 - 2000: Some Empirical Findings. *Journal of Business Ethics*, 2002, 39 (1 - 2), pp. 29-41.

和生存所必需的资源。<sup>①</sup>

企业本身作为履行社会责任的主体,既存在着努力推进社会责任的内在动力,也受到来自外界的巨大压力。外在压力主要有:政府的引导性政策、媒体和非政府组织的舆论影响、民众日益提高的社会责任需求以及国外同行业的竞争。<sup>②</sup> 内在动力主要来自现代企业生存的内在需求:商品经济发展到今天,已经不再是单纯的品质竞争,还包括企业形象等软实力的竞争,一个“负责任”的公司形象将使企业在与同行的竞争中占据优势。<sup>③</sup>

首先,企业家对企业社会责任的认知。尽管企业是以盈利为目的的经济组织,但有可能主动超越其自利目的而做出有利于社会的行为,而这取决于管理者尤其是高层管理者在企业与社会问题上的认知。<sup>④</sup> 管理者利润最大化的传统观念根深蒂固,缺乏企业社会责任意识往往是导致企业逃避社会责任的重要原因。<sup>⑤</sup> Weaver等(1999)发现组织行为受到管理者价值观的影响,高管的伦理承诺会让企业以不同的方式对企业社会责任压力做出反应,并推动企业具有更好的社会责任表现。<sup>⑥</sup>

与发达国家的跨国企业相比,我国相当部分“走出去”企业都是基于“低成本、低价格、低利润”模式参与市场竞争的,企业基础差、利润薄、抗风险能力低,尽管经营者道德选择的自由空间依然存在,但选择范围却相当狭窄。基于资源的观点认为,企业内部资源对企业的生存发展至关重要,是企业获得竞争优势的来源,因此企业实力也是影响企业承担社会责任的重要因素,完全脱离企业经济实力的现实,简单地将其社会责任的缺失单纯归结为经营者的道德缺失或主观故意是不太合理的。必须透过企业道德伦理缺失的表象,去寻找其背后潜在的经济、社会与制度因素,才可能找到企业社会责任缺失的真正根源。<sup>⑦</sup>

其次,企业社会责任作为经营战略可以使企业在市场竞争中保持优势。作为以盈利为目

的的经济组织,企业行为目标就是通过提高市场绩效来实现利润最大化,而企业将履行企业社会责任作为经营战略,可以在市场竞争中保持优势从而达到盈利的目标,<sup>⑧</sup> 如果企业基于企业社会责任战略开展活动,并且能在市场上阻止竞争对手模仿这种战略,那么企业就可以通过这种方式提高市场竞争的门槛,从而获得超常的回报。<sup>⑨</sup> 同时社会责任表现能使企业在利益相关者中建立良好的形象,从而提高消费者对企业的认可,影响购买意愿,最终促进企业盈利的增长。<sup>⑩</sup> 因而企业为了维护现有客户并拓展潜在客户的自身需求,可能会受到社会责任背后市场绩效增长的激励而履行社会责任。<sup>⑪</sup> 企业认识到主动承担社会责任,既可使自身更加建

- ① Gardberg N. A., Fombrun C. J. Corporate Citizenship: Creating Intangible Assets across Institutional Environments. *Academy of Management Review*, 2006, 31 (2), pp. 329-346.
- ② Sana-ur-Rehman S., Beise-Zee R. Corporate social responsibility or cause-related marketing? The role of cause specificity of CSR. *Journal of Consumer Marketing*, 2011, 28 (1), pp. 27-39.
- ③ 黄政、任荣明:《日本企业社会责任及其给我国的启示》,《上海管理科学》2008年第6期。
- ④ McWilliams A., Donald S. Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 2001, 26 (1), pp. 117-127.
- ⑤ 杨宇、黄俊、贾煜:《食品企业社会责任来源——激励、制度与承诺》,《软科学》2015年第3期。
- ⑥ Weaver G. R., Trevino L. K., Cochran P. L. Integrated and Decoupled Corporate Social Performance: Management Commitment, External Pressures and Corporate Ethics Practices. *Academy of Management Journal*, 1999, 42 (5), pp. 539-552.
- ⑦ 杨春方:《中小企业社会责任缺失的非道德解读——资源基础与背景依赖的视角》,《江西财经大学学报》2015年第1期。
- ⑧ Galbreath J. Building corporate social responsibility into strategy Type: Conceptual Paper, *European Business Review*, 2009, 21 (2), pp. 9-12.
- ⑨ Brian J., Ryan B., Ralph T. Corporate irresponsibility and corporate social responsibility: competing realities. *Social Responsibility Journal*, 2009, 5 (3), pp. 300-310.
- ⑩ 谢佩洪、周祖城:《中国背景下CSR与消费者购买意向关系的实证研究》,《南开管理评论》2009年第1期。
- ⑪ 杨宇、黄俊、贾煜:《食品企业社会责任来源——激励、制度与承诺》,《软科学》2015年第3期。

设性地、高效率地开展经营活动，又可回应愈发苛刻的消费者群体的不满，避免因漠视社会责任而导致商业道德危机时社会对企业采取的制裁措施。<sup>①</sup>

企业自觉履行的意愿对于企业社会责任的落实具有决定性影响，但企业为了实现自身利益最大化，在与利益相关者的短期博弈中陷入“囚徒困境”，因此企业自觉履行社会责任的行为受到机会主义行为倾向的影响。<sup>②③</sup> 当社会缺乏对企业履行社会责任的促进和监督机制时，以利润最大化为目标的企业就没有动力去主动承担法律以外的责任，<sup>④</sup> 一般在较强政府管制以及有良好行业自律的情况下，企业更愿意履行社会责任，在通货膨胀高或者顾客信任低的经济环境中，企业则往往消极对待企业社会责任要求。

最后，制度环境是促使企业承担社会责任的外部约束机制。新制度主义理论认为企业履行社会责任是源于企业非市场环境中的制度压力，制度压力包括认知、规范和规制三个方面。<sup>⑤</sup> 如果说经理道德与公司资源能力构成了企业承担企业社会责任的内在动力机制的话，那么制度环境因素则是促使企业承担企业社会责任的外部约束机制。对企业社会责任的社会监督是企业承担社会责任的重要保证，在发达国家，许多自愿性质的企业社会责任实际上都是由非政府组织、消费者或投资者的压力，及其他替代机制“强制实施的”。社会公众对企业社会责任的压力或约束与激励主要表现在两个方面，一是公众以消费者的身份对负责公司的产品进行溢价购买，或在不负责公司的产品进行抵制购买；二是以企业投资人和潜在股东的身份在资本市场或直接对公司经理施加压力，促使其承担企业社会责任。<sup>⑥</sup> 因此在实践中为了促进与保证企业履行社会责任，切实可行的做法是通过制度来约束企业履行企业社会责任。

外部制度环境对企业承担社会责任至关重要，公司感知的制度环境压力越高就越有可能

承担企业社会责任，这种压力包括市场机制的压力和非市场机制的压力，<sup>⑦</sup> 如投资者、消费者、非政府组织、政府、新闻媒体、竞争者的压力等。以舆论压力为例，一方面，新闻媒体积极报道和宣传企业履行企业社会责任的活动，如传播关于企业绿色创新、慈善捐款等正面事例，有利于企业获得良好的企业形象。另一方面，作为监督机构，新闻媒体大量曝光企业制造或销售假冒伪劣产品、乱排乱放废水废气、企业偷税漏税、压榨员工等不履行企业社会责任行为。这些行为的曝光，使社会公众了解到企业的真实行为，将会极大地损害企业的形象和经济绩效。<sup>⑧</sup>

## 二、海外中资企业社会责任实践面临的挑战

我国企业关注企业社会责任问题时间较短，企业社会责任意识并未深入到企业文化当中。在我国企业投资较多的广大发展中国家，由于

- ① 刘新民：《建立系统性公司治理模式——以企业社会责任理论为指导》，《中国社会科学院研究生院学报》2008年第2期。
- ② Heltzer W. The asymmetric relationship between corporate environmental responsibility and earnings management. *Managerial Auditing Journal*, 2011, 26 (1), pp. 65-88.
- ③ 刁字凡：《企业社会责任标准的形成机理研究——基于综合社会契约视阈》，《管理世界》2013年第7期。
- ④ Campbell J. L. Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 2007, 32 (3), pp. 946-967.
- ⑤ 何辉：《如何理解我国的企业社会责任现状：政府和企业关系的视角》，《中国社会科学院研究生院学报》2013年第3期。
- ⑥ Baron D. P. Managerial Contracting and Corporate Social Responsibility. *Journal of Public Economics*, 2008, 92 (1-2), pp. 268-288.
- ⑦ Lawrence S. R., Botes V., Collins E., Roper J. Does accounting construct the identity of firms as purely self-interested or as socially responsible. *Meditari Accountancy Research*, 2013, 21 (2), pp. 144-160.
- ⑧ 贾兴平、刘益：《外部环境、内部资源与企业社会责任》，《南开管理评论》2014年第6期。

经济水平较低,这些东道国政府和人民对企业社会责任的关注度和要求并不高,这使得我国一些公司制度尚不完善的企业在海外企业社会责任方面的门槛较低,企业更多地关注短期经济效益,未能主动把与政治、社会和环境有关的信息和责任整合在自己的商业决策中,没有把企业社会责任提升到企业战略高度。

第一,企业社会责任意识淡薄引发投资问题。企业社会责任缺失,不但可能导致企业前期投资毁于一旦,即使到外国投资生产,也将继续受到当地社会特别是国际社会的严密监督,企业社会责任仍会名声不佳,甚至被逐出市场。而后来者需要付出历时更长、更大的代价加以修补,方能弥补这种国家形象损失。

当前,不少中国企业受限于发展阶段和经济实力,忽视了其在东道国的利益相关者问题,特别是一些东道国国内相关法律法规对逃责、避责行为的约束和处罚力度不够,使得这些“走出去”企业并未充分认识到履行企业社会责任的重要性,习惯性地许多不合理的管理方法应用于跨国经营中。但是随着企业社会责任运动在全球范围内的开展,东道国的社会责任意识越来越强,跨国经营企业难免会在当地引起一些矛盾和冲突。中国不少海外投资企业分布在采矿、建筑等行业,部分企业受到短期利润驱动、环保意识缺失、安全生产意识淡薄、技术水平不足等负面因素的影响,在东道国的投资行为客观上引发了不少事故和问题,例如:2010年9月上海电气股份有限公司在埃塞俄比亚总承包、吉林送变电工程公司分包的电力建设项目发生输电线铁塔倒塌事故,造成5人死亡,其中4名中国人。事故的发生,暴露出一些境外中资企业安全生产意识淡薄、管理薄弱等问题。<sup>①</sup>另外,我国对外投资东道国大多属于发展中国家,这些国家法律不健全、社会监督乏力、民众参与力量有限,导致我国不少企业主观上也不注重社会责任的履行,一些投资不但破坏了环境和可持续发展的潜力,而且严重

影响了当地居民的利益,例如,Global Timber.org.uk的一组数据显示:中国从刚果、缅甸以及利比里亚等国家获得了大量的木材,但在交易的过程中,存在着许多非法采伐之行为,严重破坏了当地环境。<sup>②</sup>

随着我国企业“走出去”步伐的加快,企业间同质化竞争加剧,中资企业间恶性竞争而造成的“同门相残”等问题在国外也越来越多,给人留下了没有诚信的坏印象;不少企业的短视行为被一些国外媒体恶意放大,成为丑化中国的工具。部分中国企业,特别是一些中小企业片面强调经济效益,甚至为了获取利润采用各种非法手段,如低价倾销、以次充好,甚至忽略手段的合法性,通过打破规则、挑战传统、采取边缘性伦理行为来构建竞争优势,造成不法行为的发生,与当地社会和企业发生了明显的利益冲突。

第二,被动应对企业社会责任。尽管一些中国企业已经开始强化企业社会责任建设,赢得了东道国政府、社会、公众的赞誉和认可,成为在中国海外投资企业中推进企业社会责任的积极力量和模范。但是也应看到中国对外投资企业普遍存在不善于应对企业社会责任的问题,这直接影响了中资企业在东道国的企业形象、声誉和经营业绩。

长期以来,由于我国企业重政府关系、轻社区关系,加上特定行业的敏感性、特定国家的抵触,导致我国企业对外投资面临较高的政治风险。因为缺乏对当地社会文化的全面、深入了解,不少企业“走出去”后单一地强调与当地政府的沟通,而忽略了与其他利益相关方特别是与周边社区的沟通交流。一些中国企业只与拥有实权的政府沟通合作,很少顾及普通民众的利益和意愿,在与政府打交道的过程中,

① 陶涛:《企业“走出去”的社会责任风险》,《中国青年报》2011年11月28日。

② 陈敦、周佳磊:《社会责任:中国企业“走出去”必须应对的问题》,《中国经贸》2012年第4期。

有些企业违反商业道德，通过贿赂等非正常手段与当地政府打交道，寄希望于通过“搞定”关键人物来解决问题，其他众多利益相关方的期待和利益诉求得不到及时回应和满足，常常会引发一些意想不到的突发事件。例如缅甸密松电站项目，除了政治、外交等宏观因素外，该项目受挫也折射出中企海外投资的缺陷：一方面，过分倚重政府公关，虽然通过上层路线建立起良好的政企关系，但忽视了民众、舆论和非政府组织的力量，造成民间路线的缺失；另一方面，虽然密松电站项目属于民生工程会造福于民，在当地也进行适当的社会责任投资，但中资企业却没有打好社会责任牌，没有很好地平衡海外社会责任战略上层路线和民间路线的关系。<sup>①</sup>

事实上，在不少发达国家都存在着活跃的民间团体与媒体，后者在促进企业履行社会责任方面发挥着重要作用。<sup>②</sup>如消费者在非政府组织（NGO）的帮助下，可以通过媒体对企业的不良商业实践造成巨大的压力。但在发展中国家，其政府常出于对非政府组织威胁其影响力的担忧，对于建立民间团体持相当谨慎的态度，民间团体的发育往往并不完善，从而难以对企业施加必要的压力。与发达国家的企业习惯了在其经营过程中同时面临来自政府和利益相关者两方面的压力的情形不同，我国企业在国内经营过程中面临的压力主要来自于政府，而缺乏遭受企业社会责任压力的经历，因此当其进入的市场有着更严格的企业社会责任规则和有着更高要求的利益相关者团体时，来自后者的相对陌生的外在压力常使中资企业遭遇意想不到的挫折。特别是很多“走出去”企业都对媒体有天然的抵触或惧怕心理，不擅长和媒体、NGO及社区居民打交道，尤其是缺乏与利益相关者的互动，缺乏与当地社会团体的互动，缺乏与媒体的互动，往往忽略了向社会公布必要的信息，也没有建立合理的信息沟通机制，一旦出现情况，习惯于危机公关和应急处理，因

而当产生误会时，造成对项目开发不利的社会舆论。例如，缅甸当地村民最初针对莱比塘铜矿的投诉主要是污染环境、征地补偿不公、就业安置问题等，事后调查报告发现莱比塘铜矿项目土壤零污染，其释放的气体也达到了世界卫生组织制定的标准，莱比塘铜矿项目并不存在民众所担忧的环境污染问题，且就业安置良好，仅在征地补偿的透明和沟通方面存在不足。铜矿项目调查委员会最终结论称，莱比塘铜矿项目造成当前的局面，主因是缺乏透明度，开发商、当地民众及地方政府间缺乏沟通交流。

第三，高标准的企业社会责任规范已成为中国企业开展跨国经营的壁垒。发达国家跨国公司经历了长期的企业社会责任实践，拥有良好的品牌和竞争优势，基于竞争的需要和来自本国市民社会等群体的巨大压力，发达国家的跨国公司常努力追求实施最低企业社会责任标准，并通过全球供应链加以实施。在当前的国际投资格局中，发展中国家的相对优势之一源自低廉的商品与服务，这又主要源自在生产过程中实施较低的劳工和环境标准而取得的低成本优势。而发展中国家企业在跨国经营过程中社会责任实践还处在初级阶段，很难建立强烈的社会责任意识和社会责任战略。其后果是在国际投资竞争中，发达国家主导建立企业社会责任标准，这些标准多由来自发达国家的跨国公司根据其母国的社会和环境条件而建立，主要反映了发达国家市民社会所关注的问题，而很少考虑到这些问题与发展中国家的关联。这种单边制定的规则忽略了企业社会责任实践必须基于不同国家特有国情之上、因而必然具有多样性的事实，并不一定具有普遍适用性。

例如，企业社会责任标准 SA8000 的推行使得发达国家的消费者就会形成逐渐固化了的印

① 李锋：《中国对外直接投资与海外社会责任战略》，《国际经济合作》2014年第6期。

② Burgos S. Corporations and social responsibility: NGOs in the ascendancy. *Journal of Business Strategy*, 2012, 34 (1), pp. 21-29.

象,即承担企业社会责任、经过 SA8000 认证的产品具有更严格的社会责任方面的道义标准。相反,很多发展中国家的产品没有经过 SA8000 认证,则被贴上压榨工人、剥削童工、不人道等耻辱的标签。这将影响消费者的购买选择,形成了发达国家产品在此方面的差异化优势。类似标准的出现,往往使得发展中国家的跨国公司相比发达国家的跨国公司而言,明显处于不利的地位,在一定程度上损害了中国等发展中国家企业的国际竞争力。事实上,SA8000 强制要求企业以达到社会责任标准作为贸易的前提,许多企业的成本将大幅度提升,会导致企业、特别是中小企业的出口竞争力下降,影响其国际市场的竞争优势。<sup>①</sup>我国企业在走出国门或进入发达国家的市场时,往往会被高标准的企业社会责任规范所限制,成为我国企业开展跨国经营的壁垒。

### 三、外国促进企业履行社会责任的举措

#### 1. 将企业社会责任融于国家可持续发展中

企业积极承担社会责任不仅仅有助于企业在国际竞争中立于不败之地,也是在国际上提升国家良好形象的重要手段。<sup>②</sup>在这方面,欧洲国家一直走在世界前列,一些国家制定了企业社会责任国家战略,另一些则是将企业社会责任融合于国家可持续发展战略中,得到国家层面的支持和履行。<sup>③</sup>例如,2009年1月德国联邦劳动与社会保障部与其他部门进行了历时2年的协商后,首先发起了 CSR 论坛工作委员会。2010年10月6日德国发布《企业社会责任国家战略》,该国成为欧盟中率先出台企业社会责任国家战略的国家。事实上,将企业社会责任提升至国家战略,具有重大的战略意义,一方面可以提升企业社会责任在社会公众心目中的认知程度,进而在国内外强化企业社会责任的特色;另一方面也可以为实现全球化背景下生态环境保护与经济社会协调发展做出贡献。

#### 2. 制定法律法规约束企业社会责任行为,保护相关者利益

立法对推动企业履行社会责任具有很大效力,美国和欧洲都出台了一些法律来规范企业的经营,促进其履行社会责任。美国已经有30个州相继在《公司法》中加入了公司的社会责任内容,取消了股东是企业的唯一所有者的概念,要求管理者不仅要为股东负责,而且要对广大的利益相关者负责。<sup>④</sup>英国在立法中逐步确立了倾向于就业、工资、工作条件、环保等问题的企业社会责任。1985年《英国公司法》规定,董事会考虑的问题应包括公司全体职工的权益以及其他成员的权益。2001年7月正式生效的《英国养老金法修正案》要求,职业退休金保管人应阐明他们在选择和变革投资政策时,在何种程度上考虑到了对社会、环境等方面的影响。2001年11月,英国环境、食品和农业事务部发布环境报告新的指导条例,要求公司报告其温室气体排放和废物废水的处理情况。同时英国政府还通过《企业运作与财务审查法案》,要求企业提供社会责任财务报告。再如,从2007年10月开始,英国上市公司还要披露公司在环境保护、公司雇员、社会和社区事务以及公司其他的安排等方面的信息。<sup>⑤</sup>

事实上,一些发展中国家也开始关注通过立法等手段,鼓励和倡导企业履行社会责任。<sup>⑥</sup>

- ① 刘瑛华:《从 SA8000 看国际企业社会责任运动对我国的影响》,《管理世界》2006年第6期。
- ② Holme C. Corporate social responsibility: a strategic issue or a wasteful distraction? . *Industrial and Commercial Training*, 2010, 42 (4), pp. 179-185.
- ③ 林波、殷格非:《欧洲:企业社会责任国家战略及意义》,《WTO 经济导刊》2012年第4期。
- ④ 罗殿军、李季:《发达国家对企业履行社会责任的影响因素分析——以美国和欧洲为例》,《上海经济研究》2007年第8期。
- ⑤ 王丹、聂元军:《英国政府推进企业社会责任的实践和启示》,《改革与战略》2008年第12期。
- ⑥ Gupta A. D. Social responsibility in India towards global compact approach. *International Journal of Social Economics*, 2007, 34 (9), pp. 637-663.

如印度公司事务部早在 2009 年 12 月就发布了《2009 年企业社会责任自愿准则》，随后 2012 年 12 月 18 日印度人民院通过了新的公司法修正案，修正案规定公司须预留一定比例的资金用于承担社会责任。2013 年《印度公司法》规定，公司用于社会责任的支出不低于公司最近三个财政年度平均净利润的 2%，这一规定被称为“2% 准则”。<sup>①</sup> 印度企业社会责任立法的政策导向性非常明确，就是要求企业特别是盈利能力比较强的大型企业主动承担社会责任。

3. 发达的非政府组织为推行企业社会责任提供了组织保障

企业作为市场主体，以盈利为目的，追求利润最大化，缺乏内在约束机制督促自身来承担相关的企业社会责任，市场失灵的存在要求借助市场外部因素——政府和社会组织干预市场，弥补市场失灵问题。由于政府宏观管制行为涉及的大多是企业社会责任中的法定义务方面，而在大量非法定义务状态的企业社会责任如慈善公益等行为的的问题上政府管制是无效的。而 NGO 以其自身优势，在社会层面、不同经济领域，促进政府、企业与社会间的有效联系与对话，协调市场行为与社会发展之间的关系，有助于弥补企业与政府管理的失灵或不足，推动企业社会责任建设。<sup>②</sup>

4. 积极推动、制定企业社会责任标准

以企业社会责任标准 SA8000 为例，SA8000 作为一个认证体系明确了社会责任规范，提出了相应的管理体系要求。将社会责任和管理相结合，在一定程度上可以规范组织尤其是企业的道德行为，有助于改善劳动条件，完善企业社会责任要求。值得注意的是，企业社会责任问题的关键在于定义社会责任标准是什么，社会责任标准由谁按什么标准制定，SA8000 是由发达国家主导制定的，更多地体现了发达国家企业利益和社会责任特征，无论有意或无意，该标准对发展中国家都会产生新的不公平，即所谓的“制度非中性”导致 SA8000 等企业社会标准或规范成为不利于发展中国家的

的单方的投资壁垒或障碍。<sup>③</sup> 为此，必须积极推动、制定我国企业社会责任标准。

#### 四、促进海外中资企业社会责任的政策建议

由于信息不对称及官僚主义等原因，政府对企业社会责任的监管带来了治理与谈判的高昂成本等原因，政府细枝末节的监管并不是促使企业承担社会责任的最好方式和唯一途径，<sup>④</sup> 但政府监管是促使企业承担社会责任的必要途径和底线保障，如果企业缺乏履行社会责任的意识和环境，政府理应发挥其权威及正当性，承担起激发企业承担社会责任的重任。

第一，结合“一带一路”倡议，着手探讨、制定我国国家企业社会责任战略。企业社会责任的健康发展需要政府积极支持和倡导，政府的任务是拟定社会发展目标和企业积极履行社会责任奠定坚实的基础，在国家企业社会责任战略制定过程中，应充分发挥政府的主导作用。企业社会责任是一项需要全社会都来关注的事情，为了能使企业社会责任取得成功，不但需要企业将企业社会责任融入其战略体系中，建立健全企业内外部管理机制，同时，社会各方，比如消费者、投资者、非政府组织等都要求企业遵守社会道德，并对积极履行社会责任的企业给予切实支持。<sup>⑤</sup> 因而中国国家企业社会

① 高瑛玮：《印度新公司法社会责任规则评介》，《人民论坛》2014 年第 7 期。

② Kourula A., Halme M. Types of corporate responsibility and engagement with NGOs: an exploration of business and societal outcomes. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 2008, 8 (4), pp. 557-570.

③ 李锋、于媛媛：《中国中小企业海外社会责任问题初探》，《生态经济》2014 年第 11 期。

④ Robins F. Why corporate social responsibility should be popularised but not imposed. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 2008, 8 (3), pp. 330-341.

⑤ Galbreath J. Building corporate social responsibility into strategy. *European Business Review*, 2009, 21 (2), pp. 109-127.

责任战略的制定也需要企业社会责任各方的积极推进和参与,这个战略的制定和未来的实施才能取得真正的成功。

第二,加强制度建设、完善相关法律法规、发布指导性文件,督导企业社会责任在国外的实施。过去政府对于企业在“走出去”之后该“如何走”以确保海外投资的高质量这方面关注较少,近年来开始注重对“走出去”企业承担社会责任的监督和指导,但现有关于海外社会责任的规章制度大多是部门或行业协会的社会责任指南,属于非强制性的指导文件,约束效力较弱,缺少国家层面的立法,也缺少切实可行、具体有效的执行和评估方案,更缺少针对中小企业的具体措施。因此我国政府应完善与对外投资企业社会责任有关的法律体系,针对现有的指导意见、指引、指南等政府部门或行业协会的法规或章程,尽快配套制定出台具体的执行和监管措施,将这些规章制度切实贯彻到对外投资企业海外投资的监管实践和行政执法过程中。同时,还可以考虑建立社会责任评估体系,配合适当的奖励促进措施以及惩罚措施等加以协调管理。

第三,设立专门机构,统一协调、推进企业社会责任实施。由于企业社会责任的内涵外延较为丰富,从政府管理角度而言,涉及到的职能部门较多,如果要从宏观层面上对我国“走出去”企业社会责任战略进行推进,协调政府各部门的企业社会责任管理工作并形成工作合力,就需要在更高的层面上设立专门的国家机构,以便统一协调推进国家企业社会责任战略,专门指引和帮助企业对外投资的社会责任履行,实现企业社会责任管理制度化、规范化、国际化。

第四,积极开展公共外交,为企业海外投资营造良好的国际环境。我国政府应进一步加强通过政府和民间的多种渠道来加深其他国家对我国的了解和认同感,为中国企业进入东道国开展投资经营活动创造宽松的政治环境。公共外交有助于减少文化观念冲突,规避政治投

资风险,是跨国企业避免投资政治风险的第一道防线,因此公共外交应该成为我国企业“走出去”战略的重要组成部分。在政府层面,应将企业公共外交作为整体公共外交的重要支柱纳入国家公共外交战略;在企业层面,应将公共外交纳入企业“走出去”的战略规划。

我国企业在“一带一路”沿线国家的建设项目多集中在基础设施、矿产、油气等领域,这既是由我国发展阶段和比较优势决定的,也符合沿线国家工业化的实际需求。在沿线国家社会转型期的新形势下,我国企业所在的东道国投资、经贸合作的经营环境和社会舆论环境发生相应变化,我国企业与原政府签署项目有可能成为民众借机排挤中方企业、宣泄对原政府不满情绪的目标和靶子,因此作为中国公共外交缺失的一环,企业公共外交应该成为中国公共外交体系中必要的有机组成部分,以构造包括政府、企业和社会的立体公共外交体系。此外,我国“走出去”企业在沿线国家履行社会责任应与自身经营优势相结合,在沿线国家开展公共外交要区别于发达国家开展公共外交的方式方法,要以改善当地生活条件和促进就业为目标,强调中国的优势与沿线国家的契合度,在促进当地产业链形成、对当地进行技术和管理经验培训的过程中,让当地民众切实感受到中国项目对当地社会发展的贡献。

第五,发挥行业组织、行业协会的桥梁作用,增强“走出去”企业与当地利益相关者之间的信任。行业组织、行业协会对于增强企业与利益相关方之间建立、维持信任能够发挥重要的作用,我国“走出去”企业只有获得了东道国的信任,才能维持自身的长期持续发展。信任来自制度、过程或社会文化,以制度为基础的信任源自正式的制度安排,如协会或联盟中的成员;以过程为基础的信任源自对过去或未来的预期,合作时间越长,彼此之间的信任度也就更高;基于社会文化为基础的信任则源自相同的文化和制度背景,文化和制度背景越

相似，则合作伙伴的信任感就越高。<sup>①</sup>

我国有众多行业组织、行业协会，这些行业组织、协会几乎都有相应的协会章程，也制定出了一些公约、准则，其中不乏有关企业社会责任的内容，在一定程度上促进了我国“走出去”企业社会责任的实施。然而相比而言，我国行业组织、行业协会对海外投资的服务促进作用相对较弱，效果不明显。未来应加大行业组织、行业协会的建设力度，发挥行业组织、协会在企业与政府部门之间的桥梁和纽带作用，及时将国家环境保护相关政策法规、指导文件传达给企业，积极倡导和鼓励企业的海外社会责任行为，加强沟通交流，传播成功经验。

第六，发挥 NGO 在促进、监督企业履行社会责任方面的不可替代性作用。多元社会中，解决公平或对错与否这类问题的一般基础只能通过不同行为主体之间的相互交流而获得，由于 NGO 能够更加容易地得到东道国政府与社区的信赖，因此加快我国民间组织“走出去”步伐，充分利用民间组织的灵活性，方便企业借助 NGO 的平台和影响力，向东道国政府及社区宣传企业环境管理理念，加强与沿线地区民众

沟通，与当地政府开展合作。通过我国“走出去”民间组织开展公益性调研、减贫、救助、培训等公共外交项目，降低实施项目的政治敏感度，有利于化解当地对中国“走出去”企业不友好 NGO 在舆论上给我国企业带来的危机。支持我国民间组织在“一带一路”沿线国家建立分支和常驻机构，使民间组织逐渐成为公共外交项目实施的重要主体，发挥 NGO 在推进企业社会责任运动中的战略咨询、社区互动、环境保护、监察活动等作用，促进企业社会责任的实现。

本文作者：沈铭辉是经济学博士，中国社会科学院亚太与全球战略研究院副研究员；张中元是经济学博士，中国社会科学院亚太与全球战略研究院助理研究员  
责任编辑：周勤勤

① 肖红军、郑若娟、李伟阳：《企业社会责任的综合价值创造机理研究》，《中国社会科学院研究生院学报》2014年第6期。

## The Corporative Social Responsibility of the Chinese Enterprises in Overseas Investment: An analysis Based on Case Studies

Shen Minghui Zhang Zhongyuan

**Abstract:** With the rapid development of overseas investment from Chinese enterprises, a series of problems emerge, including conflicts with local residents, lack of investment protection, frequent accidents and so on. These problems contribute to unsustainability of the Chinese enterprises and damage to China's national image. In reference to the effective measure of taking Corporative Social Responsibility (CSR) by companies from other countries, this article suggests that the Chinese enterprises need active performance of adequate CSR in the local society, and put more emphasis on producing good social influences, so as to better balance between economic interest and social impact on the country they invest in. With the performance of CSR, it will be easier for them to reduce the unconventional risks in overseas investment and prevent future risks in the Belt and Road cooperation.

**Keywords:** corporative social responsibility (CSR); overseas investment; national image; non-government organization (NGO)