

全球企业社会责任报告：现状与展望

——基于毕马威 2011 年全球企业社会责任报告的调查

吴杰(教授) 邹传瑜

(长江大学管理学院 湖北荆州 434023)

【摘要】 本文基于毕马威 2011 年对全球企业社会责任报告的调查,首先简要分析了企业社会责任报告的现状,其次从国家层面、行业层面以及所有权结构等多个角度研究分析社会责任报告,再次通过对社会责任报告商业规则的分析,结合社会责任报告全球标准的建立,指出整合报告是社会责任报告未来发展的必由之路。

【关键词】 社会责任报告 全球标准 整合报告 鉴证业务

随着经济全球化和人们社会责任意识的增强,越来越多的企业认知到,社会责任报告不仅标志着好的企业文化,而且它能带动创新能力的发展并促进学习型组织的建设,帮助企业发展业务,增加企业价值。然而,就目前来看,企业许多活动仍然停留在局部范围,特别是亚太地区和世界各地的私营企业,这两个领域都必须重新审视自己,通过提高社会责任报告水平来加强信息透明度并创造一个更加公平的竞争环境。

不仅如此,社会责任报告曾被视为企业履行社会道德责任的一种表现形式。许多公司已经开始认识到它将成为一种商业需求。无数公司管理层通过分析其社会责任报告数据,从中为业务发展寻找到了新的机会。

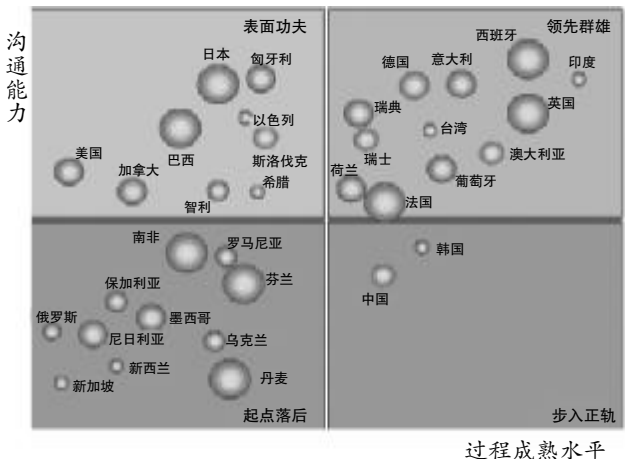
一、全球企业社会责任报告现状

1. 全球企业社会责任报告总体形势。毕马威(KPMG)发现,继 2008 年对全球企业社会责任报告的调查之后,披露企业社会责任报告的公司数量在持续上升。而事实上,企业社会责任报告曾经一度被认为不是很好的选择,但现在对大多数跨国公司来说,无论它们在全世界范围内怎样运作,企业社会责任报告已经成为必然。从世界范围来看,市值最大的 250 家公司(G250)中的 95%披露了企业责任(CR)活动。从区域分布来看,在欧洲,传统披露企业社会责任报告的国家继续保持最高的报告率;而美洲、中东和非洲地区正迅速取得进展;与此同时,大约一半的亚太地区公司也开始披露企业社会责任活动。从行业角度来看,KPMG 研究的 100 家来自 34 个不同国家的最大公司(N100 公司),企业社会责任报告在消费市场、制药和建筑业增加了一倍以上,但在某些行业的总数量(如贸易、零售和运输)仍然落后。从公司性质来看,69%的上市公司披露企业社会责任报告,相比之下,N100 公司中只有 36%的家族企业、近 45%的合资企业和 46%的专业投资公司如私募基金公司披露了企业社会责任报告。

可见,在世界各地企业社会责任报告已成为企业的一个

基本要素。越来越多的企业更愿意从社会责任问题上去解释其行为。对任何一个希望被视为负责任的企业公民的公司而言,企业社会责任报告都是一个基本要求,尤其是“创新”与“学习”在过去的十年作为企业社会责任报告的驱动力。这表明大多数公司通过其商业贸易和产品把企业社会责任视为一种手段来获得更大的创新,以创造出一个突出的市场竞争优势。

2. 以“象限模型”分析企业社会责任报告。从 KPMG 在 1993 年第一次发布全球企业社会责任报告调查以来,企业社会责任报告已经发展了 18 余年。为了帮助量化其发展的成熟性,KPMG 分析了具有市场代表性的 34 个国家和 16 个部门,在研究中创建了一个专有模型对一系列元素进行量化评估。该模型以沟通能力为纵轴,以过程成熟水平为横轴,设置四个象限(见图)。评估的元素包括信息系统与流程、鉴证水平与范围、重新表述、多通道沟通、使用 GRI 标准和整合报告。



象限模型图

KPMG 的“象限模型”包括四个部分,即“领先群雄 (Leading the Pack)”、“起点落后 (Starting Behind)”、“步入正轨 (Getting it Right)”、“表面功夫 (Scratching the Surface)”。各个

国家在象限中所处的位置是基于其发布报告的企业的情况。总体看来,在“领先”象限,大部分欧洲国家在十年前已经解决了社会责任报告问题。随着时间的发展,这些国家的公司已经具有很强的沟通和专业性能力。印度处于一个引人注目的位置,显示出其公司对社会责任报告相当重视,并严格按照政府的要求治理、控制和鉴证。美洲公司似乎到目前为止都集中在沟通方面而不是社会责任报告质量的成熟水平,显然沟通是各地区公司关注的重点领域,但报告与实际履行情况的失衡,也可能会增加企业的声誉风险。一些新兴经济体和贫穷的国家,迄今为止对企业社会责任及其报告也只是有限的关注。KPMG认为,企业能从社会责任与公司业务的合并中获得竞争优势。从象限中可以看到,我国和韩国企业可以通过关注沟通方面的工作来加强其信誉和声望。

(1)“领先群雄”象限。“领先”象限的公司和行业在其内部系统与外部责任的专业地位中方面取得了最高的评分,在信息沟通质量上也处于领先地位。它们通过实施信息处理系统以确保信息的可靠性,这可以通过很少的社会责任报告重述来体现。处于“领先”象限的公司已经要求外部鉴证,而且作为全部报告的一部分,就提供鉴证的范围、广度和水平而言也是领先的。在竖轴上,这些公司以GRI为指导方针,为利益相关者提供最好的需求服务并获得了它们的信任。同时,它们还多渠道获取客户,并已采取措施,通过合并社会责任报告与年度报告的信息,逐步转向综合报告模式。

(2)“起点落后”象限。处于“起点落后”象限的企业,在落实和沟通社会责任报告成果上仅获得了有限的指导。这些公司倾向于对报告使用单一媒介,并且显示的结果并没有反映出它们信息系统和处理过程正在不断成熟。这意味着它们正在严格利用鉴证服务促使系统改进,但还没有达到领先者在实现信息处理系统时的水平。

(3)“步入正轨”象限。“步入正轨”的公司正积极采取措施使自己成为“领导”象限的成员,在沟通方面已经取得成就,并首先专注于构建其信息处理系统。因此,这些公司对企业社会责任管理十分重视,也使利益相关者了解到他们能更好地控制企业责任业绩。最后,通过扩大外部鉴证的范围和水平在未来得到进一步改进。

(4)“表面功夫”象限。一些公司可能被视为做“表面功夫”,它们会因为无法实现在企业社会责任报告中的承诺或无法达到自己设定的目标而承担着极高的风险。这些公司通过多种渠道把重点放在有效沟通企业责任的成绩上,并在定期年度报告中整合企业责任,而不是关注企业的信息处理系统。结果,它们可能会比步入正轨象限中的企业更有效地接近它们的客户。然而,它们也冒着从利益相关者包括投资者那里获取反馈消息难度加大的风险。

二、全球企业社会责任报告:不同视角的分析

1. 国家层面。尽管欧洲一直在企业责任报告活动中处于领先地位,但2011年调查显示,其他地区也正迎头赶上。欧

洲企业目前继续领先,有71%的公司公布企业责任报告,美洲公布社会责任报告的企业正逐渐增加到69%,如今中东和非洲地区61%的公司公布企业社会责任报告。然而,亚洲及太平洋地区继续落后于这个比率,只有不到一半(49%)的公司现在向市场披露企业责任数据。

跨越式的全球化发展对发展中国家的影响也很大,许多公司现在扩张到欧洲和美洲,它们发现在这些市场中企业责任活动及报告对于传统竞争对手的竞争都是十分重要的。实际上,欧洲的早期发展有效地证明了成功的企业社会责任报告是可以增加利润的,也就是现在正在被效仿已取得巨大成功的发展中市场。相比较而言,亚太地区的企业需要加倍努力缩小与其他发展中地区的差距。在某些情况下,可以用政府干预来刺激企业责任活动与报告,尤其是一些公司在该地区可能面临的特殊的可持续发展问题。

与此同时,研究发现,规模较大的公司都擅长于企业社会责任报告:在公布企业责任活动的公司中,收入超过500亿美元的公司是那些收入低于10亿美元公司的两倍。因此,任何未公布企业责任的大公司,将会承担着被视为比它们的同行更不透明的风险。这些数据还为小型企业把它们的企业社会责任报告作为一个竞争优势提供了重要的机遇,并且可以从大公司已实践过的数据中进行学习。

2. 行业层面。在许多行业,企业社会责任报告已经成为规范有十多年之久了。特别是那些对社会和环境(如某些能源和自然资源行业)最具有影响的行业比其他影响较小的行业表现出更强的责任心。同时,制药、建筑和汽车行业的增长速度分别为39%、33%和29%,而排名相对较低的其他重点行业(如运输业)在将低排放政策纳入到业务之后也取得了进展。对于贸易和零售行业来说,尽管消费者越来越意识到企业责任的重要性,但它们仍将社会责任放在企业规划的底部。应当指出的是,该行业在最后的调查中,比例有大幅提升,比2011年高出26个百分点。

3. 所有权结构。一个公司的所有权结构直接影响其公布企业社会责任活动的倾向。公开上市的公司往往在企业社会责任报告上比其他类型所有权结构的公司更为积极,现在全世界69%的上市公司正在公布企业社会责任。另外,许多非上市企业也在社会中表达了从长远利益出发的观点,包括关注商业贸易对社会和环境的影响。在报告数量上的差异可以解释为,投资者和其他核心利益相关者在宣传和披露其企业责任活动方面所给的压力较小。

国有企业是排名第二的较高公布者,达到57%,高于欧洲平均水平指数。尤其是荷兰、瑞典和丹麦,这些国家的政策要求国有企业公布企业社会责任报告以作为在商业市场上的榜样。同样,略低于半数的合资企业和略超过半数的基础性企业也开始公布企业的社会责任。

由专业投资者拥有的公司(如私有股本企业)和家族企业,它们迄今为止通过披露信息来公布企业责任活动相对较

少,产生这种现象的原因可能是由于缺乏公众投资者的监督。应当指出的是,越来越多的私有股本公司已开始考虑企业责任作为它们管理和公布公司投资组合的重要组成部分,以实现价值最大化。

三、全球企业社会责任报告的发展趋势

1. 企业社会责任报告背后的商业要求。

(1)提高企业声誉。声誉动机推动着企业社会责任报告发展的同时“创新”和“学习”迅速获得广泛认可。KPMG 研究发现,几乎有一半的大公司已经从企业社会责任报告中获得财务收益,并以日益重要的“创新”和“学习”作为主要驱动力。

尽管社会责任报告在各公司中重要性不尽相同,但在 2008 年,许多关键商业驱动力促使企业社会责任报告继续发挥其效果。声誉或品牌动机在全球业务驱动项目中排列前茅,伦理动机在项目上也保持领先(58%)。不过,经济动机在 2008 年位居第二,而如今却很少作为一种驱动力被提及,反而雇员动机以及创新力与学习能力成为了关键驱动力被广泛关注。

(2)寻求底线利益(Seeking Bottom-line Benefits)。对大部分企业而言,节约成本是内部改革的结果,它往往能够直接影响到或控制,以达到企业责任下财务价值的“最低”水平,即底线价值。将企业责任整合到产品和市场中会增加盈利能力并提高市场份额,然而,这就必须要求公司改变其产品开发及供应链效率的程序和方法。

如果底线价值可以从企业社会责任计划中获得,那么越来越多的公司会对其产生兴趣。据调查 KPMG,近一半的 G250 公司(47%)公布了财务价值,其目的最有可能是为了增加收入或节约成本。N100 公司也往往将其重点放在增加收入或从成本节约实现直接价值。因此,企业需要通过更多创新与学习以进一步了解企业责任产生的直接商业影响。

(3)“绿色产品”增长。“绿色”产品市场的增长与企业社会责任报告的驱动因素有直接的关系。例如,其产品的可利用性能够提高企业声誉从而增加市场份额与业务收入,是“创新”与“学习”驱动的结果;其对伦理价值的思考和消费市场细分作出反应。这一趋势在 G250 公司里显得更为明显,因为 62% 的公司公布提供的绿色或可持续的产品,少数的 N100 公司(45%)也是如此。

种种迹象表明,绿色和可持续产品的发展不可能是短暂的。在不久的将来,顾客和股东将期望所有产品能够尽可能的环保并负有社会责任,有效地规范绿色标签。最终,产品的可持续利益将成为区分企业声誉的特征之一(类似于价格、质量和效率)。

2. 建立社会责任报告的全球标准。在整个领域内,依靠单一的媒介来交流企业社会责任报告的企业正在急剧减少。越来越多的企业正使用多种形式的媒介来实现沟通成果。这一趋势表明一个真正的企业社会责任报告新时代的诞生,公司积极鼓励信息使用者检验并分析企业社会责任数据以适应它们独特的需求和利益。

(1)建立全球标准的背景。如果公司继续利用单一的沟通渠道(比如年度报告),它们将很快发现自己编制企业责任报告的质量正慢慢输给竞争对手,竞争对手通过多种形式的媒介提供的数据更能吸引广泛的利益相关者。然而,对于许多公司来说,设计特定系统和流程来推动多渠道的沟通可能更为复杂。因此,开发一套标准的度量报告标准对企业社会责任报告的持续发展至关重要。市场必须能够把企业社会责任报告提供者的相关影响和价值与行业部门的竞争对手作比较。标准的企业责任报告准则可以为标准化过程提供一种的方法。

(2)全球标准的建立。从 2008 年的调查就已经显示,全球报告倡议组织(GRI)的可持续性报告指南已作为全球企业责任报告的标准获得了广泛的应用。目前,GRI 标准无疑已得到了广泛的肯定,80%的 G250 和 69%的 N100 公司现在正向 GRI 报告标准靠拢。

GRI 是一个网络型的组织,它产生一个全面的可持续性报告框架,在世界各地被广泛使用。其成员主要来自全球企业、社会公民、劳动者、学术和专业机构的精英。GRI 标准的核心目标包括在对环境、社会和绩效治理的披露。GRI 是国际综合报告委员会(IIRC)的发起人之一,其坚信整合报告是社会责任报告的下一个目标。

GRI 在促进世界各地指导方针上做出了重大努力。我国和美国市场已经成为这个标准程序的特殊联络点,用作连接 GRI 程序与传统标准制定者如美国证券交易委员会(SEC)以及国际会计师联合会(IFAC)的媒介。目前 GRI 正在起草下一代的指导方针 G4 并将在今年推出,GRI 预期这套指导方针能反映出最新的标准,以应对报告与监管上的新变化。

GRI 指南将继续成为社会责任报告标准得到广泛应用,我们相信全球企业社会责任报告将从深一层的全球标准中受益,使信息质量和定量性能在企业责任活动中成为可能。

3. “整合报告”趋势。毕马威的调查发现,27%的 G250 公司和 20%的 N100 公司在年度报告中都以某种形式披露了企业责任报告,18%的 G250 公司和 11%的 N100 公司的年报中也包含一些关于企业社会责任的内容,但没有体现出报告的质量和数据的可测性。目前 62%的 G250 公司把企业责任和财务报告结合起来,它们决定把浓缩的企业责任信息分离出来,放在年度报告中的一个特殊版块。可见,整合报告是未来发展的必然趋势。

近年来,整合报告的概念已经迅速扩大并提上议程。简单来说,在公司财务报告的过程中,整合报告越来越多地反映了社会责任报告的实践信息。其将帮助利益相关者更充分的了解公司的综合业绩。从目前整合报告的水平来看,其在很大程度上仍处于试验阶段。虽然不断增长的百分比是鼓舞人心的,但多数情况下,整合报告仅仅是把相关信息结合到文档中,而不是完全将其融合到公司的报告框架。调查显示,每十五家公司就有一家把环境和社会信息融入董事会报告,在某种程度上,企业责任信息无法与其他关键商业信息区分。

2010年成立的国际综合报告委员会(IIRC),使整合报告一跃登上世界舞台。世界各地的公司现在已经对其规范性进行广泛深入的思考。由于各公司在努力提升其商业报告的价值,我们预期在未来几年内所有形式的整合报告将有大幅度提升。目前,相关的研究已经进行了大量基本形式的整合报告,最终的状态是将财务和企业责任报告结合起来综合反映公司的全部业绩。然而,我们也认识到这些步骤不是一蹴而就的,为了开发出真正的整合报告,企业都将经历更复杂艰难的过程。

四、全球企业社会责任报告的质量保障

1. 保障报告数据的高质量。

(1)保障高质量的原因。调查显示,报告的数据质量存在重大问题,重述在社会责任报告方面非常普遍,尤其是在规模更大、业务更复杂的企业。三分之一的G250公司发表过重述,而超过十五分之一的N100集团也发表过重述。这些数据不是简单说明这些企业存在系统性报告缺陷,而是进一步表明了企业不稳定的状态。

在这些G250公司的重述中,有42%是为了更新报告范围,通常是扩大范围;有44%是为了改善评估与计算方法;有28%是为了更新社会责任定义。然而,在这些发表重述的G250公司里,有35%的公司承认重述的重要原因是发现报告中的错误或遗漏,这个比例远高于我们可以接受的范围。在2010年财富100强公司里,发表重述的比例达到了3.1%。这表明企业社会责任报告要想达到财务报告一样的标准,任重而道远。

社会责任报告至今仍是一个刚发展的新领域,几乎每一家公司都在慢慢发展它们的信息处理系统以适应这个新的、变革性的方法。然而,从长远的角度来看,重述CR报告的错误或遗漏,将开始侵蚀投资者的信心。他们将怀疑提供数据的准确性,也不再相信公司的治理结构与内部控制机构。如果公司看重CR报告,就必须加强CR报告信息系统以达到当前的财务报告的水平,以及加强公司治理、控制和管理质量。

(2)鉴证业务下的高质量。大量重述总体上反映了社会责任报告缺乏相应的成熟度。越来越多的公司开始聘用第三方鉴证机构,让这些专家来评估和验证社会责任报告的控制与流程。因此,许多重述基于外部验证与检查,使公司报告质量的得以改善。事实上,研究也清楚表明,那些聘用第三方鉴证机构的公司更容易发表重述,调查显示,正式从事专业鉴证的报告者是那些没有重述报告者的两倍,从而也证明了公司报告质量的提高离不开这些鉴证机构。

(3)整合报告对质量的高要求。整合报告要求公司制定适当的治理与控制机制,以确保公司作出高质量和有价值的企业责任报告。然而,目前超过三分之一的G250公司和40%的N100在它们的报告中没有包含企业责任治理和控制信息。但这并不表明一定是缺乏了这些关键需求,也可能仅仅是基于披露水平的选择问题。

虽然鲜有公司(20%的G250和12%的N100)发现其已经实施了信息技术系统来支持可持续信息的报告,但企业责任报告仍需要向前不断发展。目前,大多数公司可能选择重点发展企业社会责任报告的程序。然而,为了在数据质量和价值上进一步提升,现在许多公司可能会探索如何更好地把企业责任报告整合到它们当前的信息技术基础设施上。

2. 保障企业社会责任报告质量的措施。

(1)发展鉴证业务。在企业利益相关者和投资者发现企业价值方面,企业社会责任报告开始发挥更大的作用,这使得企业必须确保企业责任报告数据的质量与可靠性。目前,有46%的G250公司和38%的N100公司把验证和评估企业责任数据作为一种策略,虽然略高于2008年的数据,但结果依然不尽人意。没有外部保证程序的公司将来不仅存在报表运行风险,而且大多数企业通常没有像财务信息那样重视企业责任信息。

企业社会责任报告提供鉴证业务发展相对缓慢,特别是当前许多公司正经受“信任危机”,人们期望在研究期间看到企业社会责任报告鉴证业务能够得到更好地发挥,加速整合报告的趋势正推动鉴证业务的迅速增长。因此,许多公司将继续寻找拥有广泛金融和商业背景的大型会计师事务所,这些会计师事务所不仅成功地整合了企业社会责任数据本身,而且控制系统并支撑整合报告的全过程。

(2)形成鉴证市场。公司为寻求鉴证,提高信誉是最常见的驱动力,紧随其后的是提高信息报告的质量。超过70%的G250公司和近65%的N100公司聘请专业会计服务公司对其进行鉴证。我们相信保障机制的使用对进一步提高数据质量与管理是至关重要的。

鉴证业务保证了被审查企业的相关利益。大约三分之一的N100被调查单位认为这种确保被审查的能力会加强利益相关者和投资集团对企业社会责任报告的信任,提高报告信息的质量。

在提供保证服务的机构中,专业会计服务机构继续占据主导地位,其他类型服务机构的市场份额在专业技术公司失去市场份额的基础上出现小幅度增长。2008年的调查显示,大约四分之一的G250集团的报告中有来自第三方机构的某种形式的评论,这些机构不是专业的保证机构,比如非政府组织、学术专家或利益相关者专业小组。这种趋势在很大程度上已经与专家学者所估计的观点和以非政府组织为主的第三方评论机构保持一致。

【注】本文受国家社会科学基金项目(项目编号:12BJY-081)、湖北省社会科学基金项目(项目编号:2009102)和湖北省教育厅科学技术重点项目(项目编号:D20081204)的资助。

主要参考文献

1. 宋献中, 龚明晓. 社会责任信息的质量与决策价值评价——上市公司会计年报的内容分析. 会计研究, 2007; 2
2. 郭沛源. 以社会责任提升企业竞争力. 世界环境, 2008; 3