

# 从社会责任缺失看企业的社会责任信息披露

■ 文 | 周琛 吴昊

【关键词】 社会责任缺失，社会责任信息披露，启示

在刚刚过去的2010年里，三聚氰胺超标奶粉卷土重来，让人谈“乳”色变；富士康员工的17连跳，让人“心惊胆战”；不论是紫金矿业的污水泄漏还是中石油管道的泄漏，都让大自然遭受了“不能承受之痛”。类似事件的不断发生引发了社会各界对“企业社会责任”前所未有的广泛关注，企业是如何履行社会责任及其履行情况如何，称为社会各界人士迫切需要了解的信息。

有研究者认为，企业社会责任信息披露是企业向利益相关方说明其经济、社会和环境影响的过程，是企业履行社会责任的综合反映。同时，企业披露社会责任信息可以使政府、公众了解企业的社会责任状况，使企业自觉接受监督。

进入21世纪以来，主动披露有关社会责任信息，已成为全球企业界的共识。根据世界上最著名的企业非财务报告的在线目录网站Corporate Register的统计，1992年全球有26家企业披露社会责任报告，1994年突破100份，2001年度突破1000份。截止到2011年1月，该网站已收集了全球范围内7647家公司披露的31600份社会责任报告。

回顾中国，根据商务部《WTO经济导刊》的统计，在社会责任报告的数量上，在刚刚过去的2010年里，中国企业共计发布了710份社会责任报告。从2001年的1份到2010年的710份，这说明我们国家的企业社会责任信息披露取得了一定的成效，但同时，我们也注意到，仍有部分企业存在一味追逐利润，逃避和抗拒履行社会责任的现象。如在

被称为我国企业社会责任报告“井喷年”的2009年却发生了诸多类似长沙的镉污染、赤峰的水污染、中国五矿集团的非法排尾等一系列影响恶劣的事件。这种矛盾的势头在2010年还在延续，一边是企业发布的社会责任报告的数量继续在增加，一边是缺失社会责任的事件不断在发生。

在这种形势下，我们不得不慎重思考，除企业社会责任报告的绝对数量增长以外，我国企业的社会责任信息披露的真实状况如何，目前存在什么问题以及如何解决这些问题。为了解决这些问题，我们可以尝试从企业社会责任网2011年2月公布的“2010年企业社会责任十大恶性事件”中的部分案例入手，对其中涉及到国内的几家企业进行详细分析，希望能够发现目前我国企业在社会责任信息披露上存在的问题，并提出相应的改进措施。

## 企业社会责任的恶性事件及分析

### 美的紫砂煲造假骗人

美的在产品宣传册中称：美的紫砂煲内胆叫“紫金风火内胆”，是“全部选用纯正紫砂烧制”，“富含丰富微量元素，补铁补血，有益身体健康”；而且“表里如一，从里到外的好”。实际上这些内胆使用的原料泥，是用田土、红土、黑泥、白泥等多种普通陶土配制，并添加“铁红粉”、二氧化锰等化工原料染色，并非宣传的“纯正紫砂”。在央视将其曝光之后，美的在2010年社会责任报告中对紫砂

煲造假事件依然避而不谈，根本没有披露这个事件的负面影响，无法为利益相关方对其整体业绩作正出正确的判断提供依据。

### 富士康员工跳楼

2010年1月至8月期间，全球最大的代工企业——富士康科技集团陆续发生了17起自杀事，引发了社会的广泛关注。通过富士康的官方网站可以看到，其2009年的社会与环境报告重点披露的是环境信息；在员工关怀栏目披露的是与其保障员工利益相关的守法经营、薪酬福利和工作环境等方面的行为。但根据“两岸三地”高校富士康调研总报告显示，实际上富士康存在一系列的违法违规行，违反了《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国职业病防治法》、《工伤保险条例》、《广东省高等学校学生实习见习条例》等法律法规，这与其在公司网站上宣传的内容大相径庭。

### 紫金矿业污水泄漏

2010年7月3日，位于福建上杭的紫金山铜矿湿法厂污水池突发渗漏，约有9100立方米含铜酸性污水进入汀江，导致汀江部分河段水质遭受污染，大量鱼类死亡。作为上市公司的紫金矿业，信息披露起码要准确及时，而其却将这一信息隐瞒了9天，直到7月12日才公告这一消息，并且对其排除的废水到底有毒无毒也不作准确的说明。翻开紫金矿业2010年度的社会责任报告，其采用的是事后总结的方式对这一事件进行披露。对



于上市公司而言，其信息披露缺乏时效性，不能为投资者提供做出判断的准确依据。

#### 农夫山泉的“一分钱捐赠”

农夫山泉承诺，任何消费者每消费一瓶农夫山泉，该公司将代消费者向水源地的贫困孩子捐一分钱。2009年《公益时报》公开发表文章称“农夫山泉，喝一瓶水捐一分钱”的活动并未完成广告中承诺的捐赠，从捐赠金额和活动持续时间上指责农夫山泉公司“饮水思源”活动有假。从金额上看，《公益时报》通过公开信息搜集到农夫山泉给奥运会捐了100万，给其他慈善项目捐了500万，总共是600万；而农夫山泉的解释是《公益时报》披露的数字是现金捐赠，其还有价值500万的体育器材，共计捐赠1000多万，但这些捐赠信息在公众信息是查不到的。从活动持续时间上来看，《公益时报》认为这个活动是从2001年持续到2008年，而农夫山泉的解释是他们从来没有宣称也没有向公众承诺过要将活动从2001年持续到2008年，他们从2001年到2007年共搞过三届“一分钱捐赠”，而且每次捐赠的主题和对象都不一样。农夫山泉为此事将《公益时报》告上法庭，至今还未了结。我们姑且不论农夫山泉捐赠活动的真假，这件事情反映出企业社会责任信息披露体系尚存不足，企业的社会责任信息披露意识尚待加强。

润灵靠假身份骗取业务

为保证企业披露的社会责任信息的可靠性，目前国际上一个通行方法是由独立的第三方进行验证；而如果作为源头的第三方审计机构出了问题，那将对整个社会的社会责任信息披露发展产生极大的负面影响。

润灵公益事业咨询，一家普通的咨询公司，却声称自己是“非营利组织”，被包装成“第三方评级机构”，其实它并没有评级的资质，只不过是根据它自己拟订的一个标准近年来频频发布“企业社会责任报告评分”。它还串通了和讯网——权威的财经资讯平台，通过和讯网不断对外发布“评分”，相当一大部分上市公司的“企业社会责任报告”得分往往只有10分、20分、30分。实际上，这家叫润灵的公司，只是通过这种打压手段，获得为企业撰写企业社会责任报告业务的机会。迫于市场的质疑，润灵在2010年7月发布公告，称对自己的业务分拆成两家咨询公司——一家专门给报告打分，另一家承揽报告撰写业务。

### 社会责任信息披露的问题与解决措施

虽然以上的几个恶劣事件只是一个很小的缩影，但它们的发生却揭示出目前我国企业在社会责任信息披露中存在的一些问题。首先，企业的社会责任意识不强，不能及时有效的公开的社会责任信息，无法满足公众的信息需求；其次，企业在选择企业社会责任信息披露内容时带有很强的主观性，并没

有做到平衡地披露其社会责任信息；再次，企业披露的社会责任信息并不都是可靠的，有些信息无法得到证实；最后，对独立的第三方审计机构应具有什么样的职业资质，企业又应如何选择审计机构缺乏明确的指引。

鉴于企业社会责任信息的特性，其信息披露必须以满足信息使用者的需求为目标，而上述的问题都可以影响到企业披露社会责任信息的质量，从而影响到信息使用者的需求。可以从以下三个方面采取措施解决这些问题。

首先，建立社会责任信息披露制度。在制度的建立上，需要政府及相关部门充分发挥作用，对企业社会责任信息披露的时间、内容、详细程度和披露方式等进行规范，让企业知道该怎样承担社会责任并披露其社会责任信息。

其次，加强对社会责任会计的研究。现阶段我国企业的社会责任报告以描述性的文字表述为主，缺少量化数据，导致企业社会责任信息披露的随意性和不可比性。因此，应当积极借鉴国外的研究成果，加强社会责任会计理论和方法研究，促进社会责任的量化分析。政府及相关机构应当对此问题加以更多的重视，引导这方面的学术研究，以突破社会责任会计信息披露中的障碍，提高我国社会责任会计信息披露的综合水平。

第三，加强对企业社会责任信息的审计。根据对企业社会责任网统计数据库中收录的2005-2009年度的1109份企业社会责任报告的整理，发现样本报告中进行独立第三方验证的只有88家，比例为7.94%，远小于国际平均40%的水平。因此我国应加强企业社会责任信息的审计工作。一方面，相关部门应研究制定适合我国国情的社会责任报告验证标准，可以借鉴国际先进的社会责任报告验证标准，但要与我国实际国情相符；另一方面，为了保证社会责任报告审计的质量，要确保各专业验证机构、会计师事务所和专家、学者等独立第三方拥有职业资质，并逐步开展相应的社会责任审计从业人员的专业知识和技能的培训工作。

(周琛为厦门大学管理学院博士研究生，吴昊为厦门大学管理学院硕士研究生)