

企业社会责任信息披露研究

—— 基于湖北省制造业上市公司的调查

■ 杨汉明 吴丹红

一、引言

随着社会责任意识的提高,社会责任报告已经成为企业重要的非财务报告,是企业推动社会、经济、环境和可持续发展的见证和记录,也是促进企业可持续发展的工具与手段。湖北省是全国重要的钢铁、汽车、电力、机械、化工和纺织生产基地。截至2013年4月18日,湖北省境内上市公司82家,境外上市公司12家,C类制造业公司54家;涉及行业有通信及相关设备制造、石油化学塑胶塑料、食品饮料制造、纺织服装皮毛、造纸印刷、金属非金属制造、机械设备仪表制造、医药生物制品。与其他省份相比,湖北省企业社会责任信息披露的文献并不多,鉴于此,本文以湖北省制造业上市公司为研究样本,以了解湖北省制造业上市公司社会责任信息的披露现状和披露特征。

二、湖北省制造业上市公司社会责任报告现状

本文研究样本为2008年1月~2013年4月湖北省制造业上市公司发布的企业社会责任报告。本文所研究的社会责任报告包括企业社会责任报告、可持续发展报告、企业公民报告等,未考虑单一的员工报告、环境报告、环境健康安全报告、社会报告等。统计结果表

表1 湖北省制造业上市公司社会责任报告编制依据统计 单位:份

报告编制依据	2008	2009	2010	2011	2012	2013	合计
全球报告倡议组织《可持续发展报告指南G3》	1	2	3	4	5	1	16
国资委《关于中央企业履行社会责任指导意见》	1	2	3	2	3	0	11
深交所《上市公司社会责任指引》	0	2	2	1	2	2	9
上交所《公司履行社会责任的报告》编制指引	0	1	2	2	2	0	7
上交所《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》	0	1	2	1	1	0	5
上交所《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》	0	0	1	1	1	0	3
深交所《主板上市公司规范运作指引》第九章社会责任相关规定	0	0	0	1	0	0	1
上交所《关于做好上市公司2011年度报告工作的通知》	0	0	0	0	1	0	1

明在该时间段内,湖北省制造业54家上市公司有17家发布了共55份社会责任报告。

1. 报告编制依据

相对于财务数据而言,企业社会责任信息披露最大的特点是难以计量。由于衡量企业社会资产、社会负债、社会成本和社会收益的标准无法统一,不同公司得到的数据可比性大大降低(张涛等,2010)。Ramanathan, K. V.(1976)指出,“对企业的社会影响活动进行全面分析最困难的因素是为每个活动确定相关的社会成本和社会收益比率;原因在于社会影响活动不能进行市场检验,没有一个恰当的程序表明所确定的比率是

客观的”。而社会责任报告编制依据表明了企业披露社会责任信息的基本指南或标准依据,使得企业具有可比的社会责任信息披露的框架模式。社会责任报告编制说明一般包括发布周期、时间范围、内容界限、参考依据说明等事项。根据统计,湖北省制造业上市公司有30份报告明确表明是依据相关组织发布的指南以及行业标准进行编制,有25份报告未指明编制依据。根据社会责任报告编制依据的比例比重,各年度社会责任报告的编制依据见表1。

从表1可见,湖北省制造业上市公司社会责任报告的编制依据有两个特征:第一,编制依据多元化,即报告并

非只以一种指引为依据,而是参考多个编制指南。第二,编制依据多为全球报告倡议组织(GRI)颁布的《可持续报告发展指南G3》。另外参考依据相对较多的为《关于中央企业履行社会责任指导意见》、《上市公司社会责任指引》和《公司履行社会责任的报告》编制指引。这种现象表明:第一,基于其在全球范围内的影响力和公认度,《可持续发展报告指南G3》在我国被很多上市公司认可和参照引用。第二,湖北省制造业上市公司多数社会责任报告依据了上交所或深交所发布的指引或规定,可见我国证券交易所对上市公司的社会责任信息披露影响较大。第三,湖北省制造业为全国主要工业基地之一,一些大型国企如武钢、东汽、华新水泥遵照国资委出台的社会责任相关规定,将发布可持续发展报告作为响应国家关于构建和谐社会、推动可持续发展号召的手段。

2. 报告框架模式

我国企业的社会责任报告披露的框架主要有三种模式:第一种为GRI模式,即《可持续报告发展指南G3》中列示的框架模式。由于这种模式为社会责任信息披露提供了比较全面且可操作的参考框架,已成为全球使用范围最广的社会责任报告标准模式。GRI模式将社会责任报告基本分成战略概括、管理流程和业绩三大类,其中业绩部分分别从经济业绩、环境业绩和社会业绩三个方面来阐述企业的社会责任情况。第二种为利益相关者模式。这种模式是基于利益相关者理论,从股东、债权人、职工、供应商、客户和消费者等利益群体角度阐述其权益保护、环境保护与可持续发展、公共关系和社会公益事业等社会责任情况。第三种为其他报告模式,即公司根据所处行业特点和企业自身特色编制社会责任报告。这种模式的特点是报告的设计和表述有很大的灵活性,没有一定的编制参考依据,因此与前两种模式相比,缺乏科学性、规范性和严谨性。

表2 湖北省制造业上市公司社会责任报告披露内容分布表 单位:份

披露内容	2008	2009	2010	2011	2012	2013	总计
1. 环境类							
污染控制	2	9	10	12	15	7	55
环境污染恢复	2	4	3	4	6	2	21
节约资源与能源	2	8	10	12	15	7	54
废旧材料回收	2	6	7	7	12	3	37
支持有利于环保的产品	2	8	10	11	12	6	49
2. 员工类							
员工健康与安全	2	9	10	12	15	7	55
员工绩效考核与激励	2	9	10	12	15	7	55
员工培训	2	9	10	11	14	7	53
员工失业安置	2	5	5	3	4	2	21
3. 社会类							
公益与其他捐赠	2	9	10	12	15	7	55
关注医疗与教育或公共安全等	2	9	9	12	12	4	48
考虑弱势群体的利益	2	9	10	11	12	6	50
为社区做出贡献	2	6	7	9	10	4	38
4. 消费者类							
关注产品安全与质量提高	1	9	8	12	10	7	47
5. 其他类							
考虑债权人、供应商等方的利益	0	9	8	10	10	6	43

湖北省制造业上市公司55份社会责任报告中有39份报告采用利益相关者模式,14份报告采用GRI模式,仅有兴发集团2010年度和航天电子2009年度社会责任报告为其他报告模式。这反映了利益相关者模式是湖北省制造业社会责任信息披露的主要模式,但GRI模式近几年所占比重逐步增大。

3. 报告披露内容

目前国内外研究多从企业社会责任信息披露内容角度来衡量社会责任信息披露质量的高低。李正、向锐(2007)认为企业社会责任信息包括内涵和外延两方面:前者是企业在经济责任之外承担的责任,包括法律规定的活动和企业自愿从事的活动;外延包括环境、员工、社区、一般社会问题、消费者及其他类。沈洪涛、杨熠(2008)将企业社会责任信息披露内容分为环境、员工、产品、社

区和其他利益相关者。詹长杰(2012)将社会责任信息披露的内容分为环境问题类、员工问题类、一般社会问题类、消费者类、其他类等。本文结合上述研究和样本情况,按照环境、员工、社会、消费者和其他五大类对湖北省制造业上市公司社会责任报告披露内容进行分析,具体如表2所示。

从表2可见,披露最多的分别是污染控制、员工健康与安全、员工绩效考核和激励、公益与其他捐赠;其次是节约资源与能源、员工培训、医疗与教育或公共安全、产品安全与质量提高等。这反映了企业对环境、员工、社会、消费者方面的社会责任履行情况的重视。企业对环保方面的重视可能源于两个原因:第一,湖北是“两型社会”示范区,近几年来政府、社会和企业高度关注与支持企业社会责任,政府一直致力于推行以人为本、

表3 湖北省制造业上市公司社会责任报告关键绩效指标内容分类表 单位：份

指标内容	2008	2009	2010	2011	2012	2013	合计
1. 市场绩效指标							
主营业务收入	2	3	2	6	4	4	21
利润总额	2	3	4	7	3	4	23
每股收益/净资产收益率	1	3	3	4	3	1	15
资产负债率	0	0	0	0	0	0	0
2. 社会绩效指标							
职业病	2	2	2	2	2	2	6
客户满意度	2	3	2	4	7	3	21
工伤事故	2	5	9	12	10	7	45
纳税额	2	2	3	6	4	4	21
员工总人数	1	2	2	3	3	1	12
劳动合同签订率	0	4	5	5	6	3	23
社会保险覆盖率	0	3	2	2	3	1	11
工会覆盖率	0	1	1	1	0	0	3
女性管理者比例	0	0	0	2	2	0	4
残疾人雇用率	0	0	0	2	3	1	5
员工培训投入	0	1	0	1	2	1	5
公益捐赠	1	9	6	12	10	4	52
志愿者人数	1	1	1	2	4	0	9
员工流失率	0	0	1	1	0	0	2
3. 环境绩效指标							
环保总投资	0	2	2	4	2	0	10
单位产值能耗	1	3	4	1	2	0	11
单位水值能耗	0	0	0	0	0	0	0
废气排放量	0	2	2	4	2	0	10
废水排放量	0	2	2	2	0	0	6
废渣排放量	1	1	1	1	1	0	5
节约能源量	1	2	4	3	1	1	12

和谐发展的社会价值观念和环境保护与可持续发展的理念。第二，湖北制造业集中在钢铁、汽车、电力、机械、化工和纺织等资源环境类行业，企业环境保护和节能减排是企业社会责任的重点，公益捐赠的披露比例之高一直是我国企业社会责任报告的特征，也是展现企业承担社会责任良好正面形象的一种宣传手段。产品安全和质量的披露表明消费者可以通过“货币投票”来对企业商品生产者和

销售者产生终极影响力，并最终影响企业市场地位，从而使得企业在产品的生产或出售过程中关注产品质量。

我们同样观察到，员工的失业安置和环境污染恢复的披露比例不高。这说明：第一，一些企业仅重视员工在职利益，不重视员工失业离职后福利或安置问题。第二，企业社会责任报告多披露企业的贡献，很少或只是隐晦地提及其对社会环境污染的不利影响。

4. 关键绩效指标披露

社会责任关键绩效指标分为市场绩效、社会绩效和环境绩效三个方面。本文参照GRI G3以及中国社会科学院2009年发布的《中国企业社会责任报告编写指南》，将市场绩效指标、社会绩效指标和环境绩效指标进行细分，具体披露情况见表3。

从表3来看，关键绩效指标披露主要有以下特征：第一，报告涉及了企业社会责任关键绩效指标的诸多方面，市场绩效指标和社会绩效指标披露比重较大，环境绩效指标披露相对不多。第二，大部分企业多披露能够为企业带来正面影响和提升企业形象的数据，如公益捐赠、利润总额、节约能源量等，但是员工流失率、职业病、环境绩效等指标信息披露较少。第三，华新水泥、武钢等环境敏感型企业在环境绩效指标方面披露详细，而其他企业在环境绩效指标方面披露较少，反映了行业属性对社会责任信息披露的影响。环境敏感型企业更多地受环保法律法规约束。第四，劳动合同签订率的披露比例反映了随着法律意识的增强，企业越来越重视员工的利益保障。部分企业还披露了招聘残疾人的信息。然而，报告中较少涉及员工流失率、工会覆盖率、员工培训投入、女性管理者比例信息。

5. 其他方面

索引要求方面。按照GRI指南的要求，企业所编制的社会责任报告中需要有一定形式的指标索引，以增加数据的检索速度。但湖北省制造业上市公司的55份社会责任报告中，大多数公司缺乏指标索引的披露，仅九州通医药集团股份有限公司在其2010年度的企业社会责任报告附录中附上GRI的指标索引。可见，尽管一些企业采用了GRI报告模式，但也是部分借鉴，而未严格按照GRI的要求披露，使得报告缺乏一定的严谨性和规范性。

报告审验方面。湖北省制造业上市

公司的55份社会责任报告中无一报告有规范的审计报告。分析原因有三点：一是目前我国社会责任信息披露为自愿披露，企业披露依据标准不统一，社会责任审计难以得到正式和全面的践行。二是社会各界对社会责任审计的认识比较缺乏，审计人员对社会审计的方法和内容了解较少。三是社会责任审计的审计指南、具体实施方法和评价标准的缺乏，降低了审计结论的可信度。

报告数量方面。湖北省制造业上市公司社会责任报告数量呈递增趋势。2008年以前，湖北省制造业上市公司未发布社会责任报告；2008年2家企业发布报告（中航精机、华新水泥）；2009年9家发布报告；2010年和2011年10家发布报告，2012年14家发布报告，2013年4月止已有7家发布报告。

报告页数方面。湖北省制造业上市公司之间差异较大，少则几页，多则几十页。在报告周期上，除了中航精机2008年发布的社会责任报告跨越周期为2000~2007年，其他企业社会责任

报告的披露周期均为一个会计年度。在报告连续性方面，连续披露的公司数量偏低。连续披露达5次的有3家（湖北宜华、天药集团、华新水泥），连续披露达4次的有5家（烽火通信、武汉钢铁、凯乐科技、航天电子、马应龙药业），连续披露达3次的有3家（三环科技、广济药业、东风汽车），连续披露2次的有5家（光迅集团、兴发集团、国药集团、安琪酵母、九州通集团），仅有1次披露的为中航精机。

三、思考

通过研究，笔者发现湖北省制造业上市公司在社会责任信息披露上存在着一些普遍问题，如社会责任信息披露程度不够、披露内容不规范、审验度较低等。针对目前现状，笔者希望：（1）更多的企业来发布社会责任报告，使社会责任报告的发布制度能像财务年报一样得到广泛认可。（2）加强企业对社会责任信息的实质性披露，逐步要求企业披露以货币化信息为主的报告，编制关键绩

效指标表，增加报告的准确性和可比性。（3）规范企业社会责任报告的结构体系，可倡议国内公司全面采用GRI格式编制社会责任报告，使内容和层次更加合理明晰。（4）增加社会责任报告的审计程度。提高社会责任会计信息披露质量，增强报告的可信度和可验证性。■

（作者单位：中南财经政法大学会计学院 湖北工业大学管理学院）

责任编辑 陈利花

参考文献：

1. 李正，向锐. 2007. 中国企业社会责任信息披露的内容界定、计量方法和现状研究. 会计研究, 7
2. 沈洪涛，杨熠. 2008. 公司社会责任信息披露的价值相关性研究——来自我国上市公司的经验数据. 当代财经, 3
3. 詹长杰. 2012. 基于A股2009年报的医药业社会责任信息披露现状分析. 市场经济与价格, 1

● 词条

杠杆融资效应

杠杆收购融资以企业兼并为活动背景，是指某一企业拟收购其他企业进行结构调整和资产重组时，以被收购企业资产和将来的收益能力做抵押，从银行筹集部分资金用于收购行为的一种财务管理活动。在一般情况下，借入资金占收购资金总额的70%~80%，其余部分为自有资金，通过财务杠杆效应便可成功地收购企业或其部分股权。

杠杆收购融资较之传统的企业融资方式而言，具有不少自身的特点和优势：一是筹资企业只需要投入少量的资金便可以获得较大金额的银行贷款以用于收购目标企业，即杠杆收购融资的财务杠杆比率非常高；二是以杠杆融资方式进行企业兼并、改组，有助于促进企业的优胜劣汰，进行企业兼并、改组；三是对于银行而言，由于有拟收购企业的资产和将来的收益能力做抵押，因而其贷款的安全性有较大的保障，银行乐意提供这种贷款；四是筹资企业利用杠杆收购融资有时还可以得到意外的收益，这种收益主要来源于所收购企业的资产增值，因为在收购活动中，为使交易成功，被收购企业资产的出售价格一般都低于资产的实际价值；五是杠杆收购由于有企业经营管理者参股，因而可以充分调动参股者的积极性，提高投资者的收益能力。

常见的杠杆收购融资财务模式主要有以下几种：（1）典型的杠杆收购融资模式。即筹资企业采用普通的杠杆收购方式，主要通过借款来筹集资金，以达到收购目标企业的目的。在这种模式下，筹资企业一般期望通过几年的投资，获得较高的年投资回报率。（2）杠杆收购资本结构调整模式。即由筹资企业评价自己的资本价值，分析负债能力，再采用典型的杠杆收购融资模式，以购回部分本公司股份的一种财务模式。（3）杠杆收购控股模式。即企业不是把自己当作杠杆收购的对象来考虑，而是以拥有多种资本构成的杠杆收购公司的身份出现。