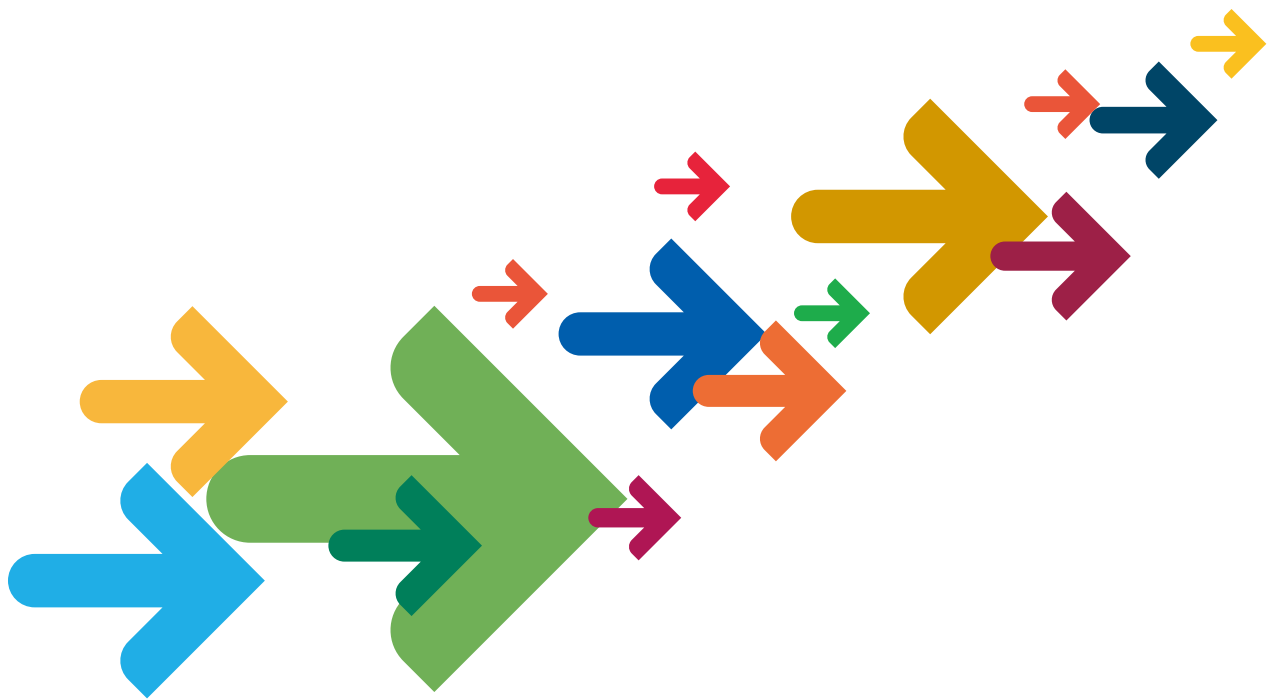




中国外商投资企业社会责任报告 编写指南

Guidelines on Corporate Social Responsibility Reporting
for Enterprises with Foreign Investment in China

(CEFI-CSR1.0)



中国外商投资企业社会责任工作委员会

2017年12月22日发布实施



《中国外商投资企业社会责任报告编写指南》

主要参与编写单位：佳能（中国）有限公司、英特尔（中国）有限公司、苹果电脑贸易（上海）有限公司、可口可乐中国公司、联合利华（中国）有限公司、沃尔玛（中国）投资有限公司、宜家（中国）投资有限公司、荷兰皇家菲仕兰中国业务集团、松下电器（中国）有限公司、玫琳凯（中国）有限公司、三星（中国）投资有限公司、飞利浦照明（中国）投资有限公司、戴尔（中国）有限公司、联合技术公司、百威英博投资（中国）有限公司、嘉吉投资（中国）有限公司、责扬天下（北京）管理顾问有限公司。

主要起草人：李 玲、曹宏瑛、路兰平、郭秀明、满 辉、孙华庆、鲁 杰、于志宏、陈伟征、林 波、郭沛源、吕建中、孙桂艳、王靖淇、叶 晶、徐 俊、房 莹、张 晶、蔡星燃、谭冬琦、张生柱、张 蕊、张华莹、夏 雪、李申舫、刘继伟、王雪彤、王爱强、金冬梅、杨 旭、杜怡佳、孙贵峰、金 英、杨丽莉、单艳雯、马文艳、张 晖、方嘉喜、陈学敏、苑本红、刘 希、张 洁、肖 冰、耿 彤、潘雪姣等。

《WTO 经济导刊》提供全程专业技术支持。

本指南以中英文两种文字发布，在对两种文本的理解上发送歧义时，请以中文为准。

您可在中国外商投资企业协会网站下载本指南，网址：<http://caefi.mofcom.gov.cn>

如对本指南有建议和意见，可按以下方式联系我们：

张生柱 电话：010-62132653-8029 邮箱：shengzhu.zhang@goldenbeechina.com

苑本红 电话：010-64516912 邮箱：beny-yuan@163.com



目录

Content

前言	2
适用范围	3
编写原则	3
<hr/>	
准备篇	4
达成编写共识	4
成立编写小组	4
明确信息范围	4
分析可持续发展背景	5
邀请利益相关方参与	5
识别实质性议题	6
确定信息收集方式	6
启动篇	7
编写篇	8
编写流程	8
核心指标	9
发布篇	15
报告设计	15
报告发布	15
报告沟通	16
<hr/>	
附录	17
附录 1: 术语和定义	17
附录 2: 指标释义	18
附录 3: 编写指南对标表	20



前言

编好用好企业社会责任报告 积极与中国利益相关方沟通

中国对外开放近 40 年来，外资企业已经成为活跃在中国经济和社会舞台上一支不可或缺的重要力量。外资企业在中国投资，引入了先进技术和管理经验，提供了丰富的产品和服务，是中国经济发展的参与者、贡献者；与此同时，外资企业得益于中国经济快速发展所创造的广阔发展空间，成为中国对外开放的直接受益者。

作为中国社会经济组织的重要组成部分，长期以来，外资企业注重履行社会责任，积极参与、促进中国社会发展和进步，取得了显著成绩，部分企业成为中国履行社会责任的企业标杆。

当前，中国进入中国特色社会主义新时代，“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大”“凡是在我国境内注册的企业，都要一视同仁，平等对待”等理念的提出，对外资企业在中国的发展既提供了新机遇，也提出了新要求。

中国社会对于外资企业履行社会责任越来越重视，希望外资企业发挥投资、技术、管理等优势，紧跟中国发展战略，积极为中国经济、社会和环境问题的解决做出贡献。中国社会对于企业披露社会责任信息的要求越来越明确，越来越普遍。中国政府不断完善企业信息披露的政策和机制，希望企业通过发布企业社会责任报告 / 可持续发展报告等方式，提高企业运营和决策透明度，加强利益相关方沟通。对此，外资企业不能例外。

对于外资企业来说，通过发布中国区社会责任报告，是向利益相关方呈现全球理念与实践在中国本土落地以及与中国业务运营相结合的过程，是促进自身业务发展的内在动力，改善外资企业在华运营环境，提升外资企业整体的负责任形象，推动外资企业在中国事业的发展。

近十年来，已经有近百家在华外资企业发布了中国区社会责任报告，均受到中国社会的积极评价，赢得广泛赞誉。

中国外商投资企业协会高度重视外资企业履行社会责任，自 2014 年起，连续三年向社会公布外资企业社会责任优秀履责实践案例、发布外资企业在中国履行社会责任指数报告。2017 年 5 月，中国外商投资企业社会责任工作委员会正式成立，明确提出通过编写和发布《中国外商投资企业社会责任报告编写指南》（以下简称《指南》），引导外资企业重视社会责任报告的作用，鼓励、促进更多外资企业定期发布社会责任报告。

《指南》借鉴国内外企业社会责任和社会责任报告相关标准，吸收外资企业在中国编写和发布社会责任报告的经验，力争符合外资企业特点，推动更多外资企业将社会责任报告的编写和发布纳入议事日程，提升外资企业在中国的责任竞争力，树立外资企业在中国的负责任形象。

《指南》编写工作得到了商务部、工业和信息化部、环境保护部相关部门的指导，得到了外资企业的积极参与，也得到了相关专业机构的支持。

由于在编写时间、经验等方面的局限，《指南》内容难免存在商榷之处。欢迎外资企业及各界人士提出宝贵意见，我们将在《指南》的未来修订中借鉴。

中国外商投资企业社会责任工作委员会
2017 年 12 月



适用范围

《指南》提出了外资企业编写社会责任报告的基本要求、步骤和方法，旨在为外资企业披露社会责任信息、编写及发布社会责任报告提供参考。

《指南》适用于在中国境内的外资企业以及香港、澳门、台湾同胞和海外侨胞投资企业。

《指南》是编写外资企业社会责任报告的建议性指导文件。在应用本《指南》时，外资企业要充分考虑行业特征及自身规模、业务特点等实际情况和条件。

编写原则

编写原则是提高社会责任报告编写质量、体现社会责任报告价值的基础。外资企业社会责任报告的编写和发布宜遵循“公开透明、共同参与、平衡协调、突出实质、鼓励创新”的原则。

公开透明

外资企业在社会责任报告中披露的信息需公开透明，以保证报告内容和数据的真实性和可信度。同时，鼓励报告编写过程和发布的公开透明，以带动利益相关方的参与，获得广泛认同。

共同参与

明确外资企业的利益相关方，鼓励和带动各利益相关方共同参与报告的编写及使用。一方面，通过社会责任理念宣传和专业培训调动各部门、员工、在华合作伙伴等相关机构和人员参与报告编写的积极性；另一方面，注重与政府、媒体、社区和社会组织等其他利益相关方的沟通，关注利益相关方期望并做出积极回应。

平衡协调

外资企业在进行社会责任信息披露的过程中，要在与母公司全球战略和报告相协调的基础上与中国发展战略相适应，突出本土理念和实践，并注重披露本土化内容。要遵循母公司全球统一的社会责任或可持续发展战略，主动适应中国发展形势，将自身战略与中国宏观发展战略相协调，实现全球战略和报告的本土化管理与应用，中肯地披露外资企业在报告期内的正面和负面信息，客观地分析外资企业经营过程中面临的风险和机遇，以确保利益相关方对外资企业的整体业绩和可持续发展能力进行综合的了解和评价。

突出实质

注重结合中国利益相关方的期望和外资企业的实际运营情况，合理判断所披露议题的重要性，确定社会责任报告的实质性议题。在报告中重点回应中国利益相关方的期望，对识别出的实质性议题、指标以及相关实践和绩效等进行说明，并注意披露利益相关方对于上一期报告的反馈意见的处理情况。

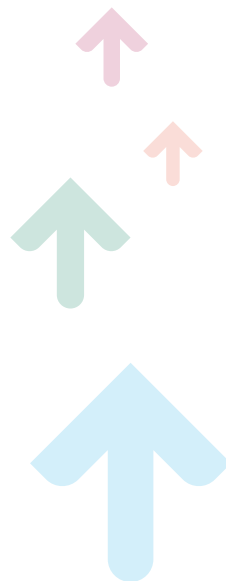
鼓励创新

发挥外资企业在创新方面的优势和经验，通过报告促进管理和沟通方式的创新，为中国可持续发展带来新的思考和借鉴。信息披露方式需易于利益相关方获取和理解，充分考虑利益相关方的文化、社会、教育的不同特点，语言易读易懂，并考虑报告信息的便捷获取。同时，鼓励以创新的方式披露社会责任信息。



准备篇

要编写一份高质量的社会责任报告，准备工作必不可少。在准备工作中，外资企业可参考以下七个步骤进行准备——达成编写共识、成立编写小组、明确信息范围、分析可持续发展背景、邀请利益相关方参与、识别实质性议题、确定信息收集方式，为后续编写工作奠定基础。



达成编写共识

外资企业编写和发布社会责任报告，为利益相关方了解、认同外资企业在中国的发展提供更加全面的信息，由此获得利益相关方更广泛的支持，实现其在中国更好的发展。

在编写社会责任报告前，应主动与管理层、母公司沟通编写中国区社会责任报告的价值和重要性，阐明通过社会责任报告的编写和发布，争取中国利益相关方和市场认同的意义，获取母公司及管理层的认可和支持，以便协调各部门和在华相关企业参与、收集报告所需资料，推动编写工作的顺利开展。

成立编写小组

编写社会责任报告前应成立以企业高管为领导的报告编写小组，邀请各部门代表和在华相关企业参与，明确社会责任报告编写目标、工作计划与分工，统一目标和标准。此外，可以邀请外部利益相关方参与到报告编写小组中，如供应商、客户（消费者）等，其意见和建议对于提高报告质量非常重要。

明确信息范围

外资企业在中国涉及生产、销售、研发、服务等不同业务类型，在编写社会责任报告前需首先明确报告的信息范围，即外资企业作为独立法人实体所控制的影响范围。为实现清晰完整的表达，信息范围可以延伸至母公司及在其他地区的运营主体。建议披露主要负责的业务、产品及服务，全球的经营数据及中国区的经营数据、在华相关企业的情况等。

报告信息的时间范围，原则上为一年（自然年或财年），企业可根据实际情况进行延伸。编写第一份报告的外资企业，其报告时间范围可以适当向过往年份追溯。



分析可持续发展背景

在编写报告的准备工作中，需分析中国的可持续发展背景，包括发展战略、规划和行业要求等，分析外资企业在促进中国经济、环境和社会发展方面面临的机遇与挑战，思考可持续发展与企业战略的关系，以及对公司业务发展的影响。

可持续发展背景分析可包括以下方面：

- **国家宏观政策 / 动态：**如总体发展理念：“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念；国家发展战略：“一带一路”倡议、“互联网+”“创新驱动发展”“中国制造2025”“精准扶贫”等；国家相关政策法规：《中华人民共和国环境保护法》《“十三五”生态环境保护规划》《水污染防治行动计划》《大气污染防治行动计划》等。
- **国内外社会责任标准 / 倡议：**如联合国2030可持续发展目标 (SDGs)、国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南 (2010)》、全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告指南》(G4 和 G-standards)、国家标准 GB/T 36001-2015《社会责任报告编写指南》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》(CASS-CSR4.0)、行业标准《电子信息行业社会责任指南》(SJ/T 16000-2016)、《中国工业企业及工业协会社会责任指南》(GSRI-CHINA 2.0)、香港联交所《环境、社会及管治报告指引》(ESG Guide) 等。

邀请利益相关方参与

外资企业通过识别和反映利益相关方参与的过程，了解其期望和诉求，并在报告中披露相应沟通方式和过程（如表1所示）。

表 1 利益相关方期望与回应措施表示例

利益相关方	期望	沟通方式
政府	诚信守法经营 依法纳税	参与政策规划、调研和制定
投资人 / 股东		
客户		
消费者		
员工		
合作伙伴 / 供应商		
环境		
社区		
社会组织		
同行企业		
媒体		



识别实质性议题

外资企业应从“对企业可持续发展的重要性”和“对利益相关方的重要性”两个维度（如图1所示），通过识别、排序、审核、回顾四个步骤的闭环过程来确定报告的实质性议题（如图2所示）。



图1 实质性矩阵示例

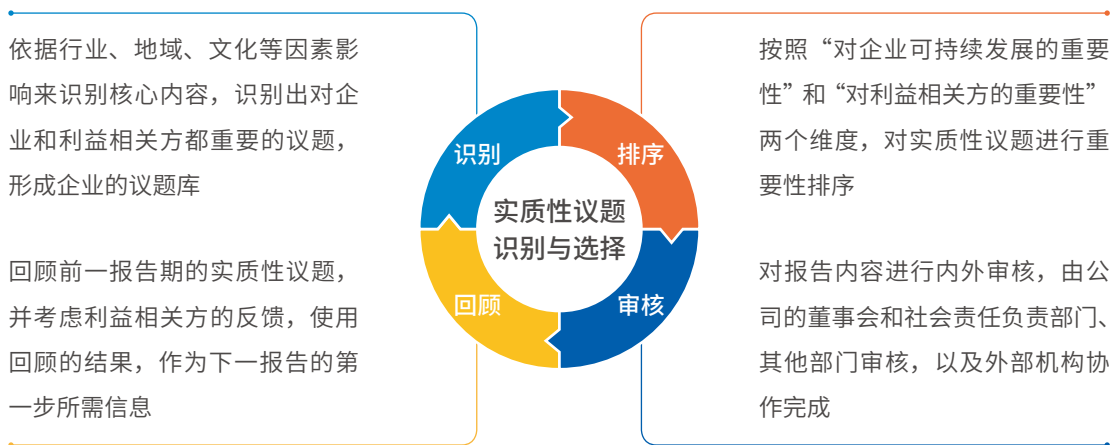


图2 实质性议题的识别和选择过程

确定信息收集方式

在编写社会责任报告之前，应通过多渠道收集社会责任相关信息，并对收集到的信息进行分类整理，评审其时效性、准确性和完整性，为后续报告编写工作的开展提供基础准备。

常见的信息收集方式包括以下三种：

- **内外部信息收集：**主要包括收集外资企业自身信息和所处行业信息，如官网信息和媒体报道、国家政策性行业文件和行业社会责任分析研究报告等。
- **资料清单：**用于向外资企业各部门和在华相关企业收集适宜披露的重要信息，挖掘履责亮点实践，丰富报告内容；需注明资料类型，如文字、图片、数据等。
- **调研访谈：**通常分为实地访谈和问卷调查，目的在于挖掘更多资料和实践亮点，确定报告提升方向，升华报告价值和意义；当实地访谈因条件限制难以实现时，也可用电话或在线访谈代替。



启动篇

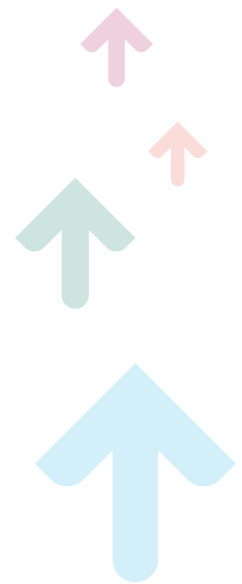
外资企业内部自上而下的支持与配合对于报告编写和发布工作的顺利开展至关重要。报告编写启动会有利于统一认识，提高报告编写相关人员的责任意识和能力。

报告编制启动会

报告编写启动会通常由报告编写小组发起，应主动邀请企业管理层和各部门代表参与，强调他们的支持和配合对于报告编写工作的重要性，并要求其为报告编写提供素材和反馈建议。同时，介绍报告编写计划 / 流程，明确职责分工、时间进度、各个阶段的工作成果，以及各部门如何配合，以便报告编写工作的有序推进。

社会责任专项培训

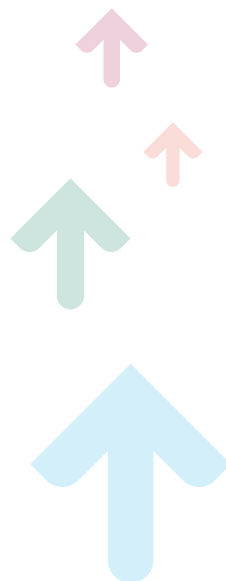
报告编写启动会还可邀请社会责任领域专家开展专业培训，进行社会责任和社会责任报告相关知识的宣贯，以获得外资企业内部对于编写社会责任报告工作更广范围的理解和支持。





编写篇

报告编写小组在撰写之前需要对于前期资料进行系统分析，有逻辑、有层次地梳理报告框架及内容要点。



编写流程



图3 报告编写流程

资料分析

报告编写小组可选取前期资料中的重点内容进行分析，包括外资企业的内外部信息，如访谈纪要、工作总结、反馈资料等，确定其在报告中的展现形式和侧重点。

确定框架

确定报告框架时应注重报告整体呈现的逻辑性，框架需体现外资企业年度重点、亮点工作。可从以下几个方面入手：

- 结合编写篇中的分类和议题，按照议题搭建框架；
- 以各利益相关方为报告主体框架，从利益相关方的角度搭建报告大纲；
- 以英国学者约翰·埃尔金顿（John Elkington）提出的“三重底线”理论为基础，按照经济、环境、社会三重底线进行框架搭建。

外资企业也可结合以上方式，根据自身的实际情况、可持续发展理念和行业特点，创新报告框架与内容。



文字撰写

文字撰写时应重点展现外资企业的履责重点，在披露外资企业的责任实践时，宜遵循“管理、行动、成效”的逻辑进行撰写，可采用从定性说明到定量绩效等不同方式进行表述。

表 2 报告具体内容展示形式

内容	重点
理念	阐明外资企业对相关议题的社会责任理念，表达外资企业的可持续发展意愿、目标等
行动	外资企业结合社会责任理念，在制度、管理方法、组织体系方面的建设情况，以及为达成目标所开展的具体措施等
绩效	社会责任绩效是外资企业履行社会责任的行动结果，选取具有说服力的责任绩效和指标数据，并披露连续可比的绩效便于利益相关方了解
案例	案例是对社会责任具体行动和实践过程的描述，需包括时间、地点、人物、事件、结果等基本要素，并说明解决社会问题和成效，以及未来的计划
图表	图表可以清晰美观地展示报告逻辑，可以采用多样化的图表呈现文字内容，如外资企业的管理举措、管理模式、具体的实践举措、多种业务、业务分布地域等信息

内容审核

审核是保证报告质量和可信度的关键步骤之一，审核一般分为部门审核和企业管理层审核。报告编写小组还可以根据实际情况邀请第三方机构对报告内容进行审验和评价，提高报告的公信力和权威性。

- 部门审核：在完成文字稿之后，报告编写小组需征求各部门对报告内容的修改意见。在要求部门审核前，报告编写小组要说明审核目的，明确具体要求，如提出补充报告图片、缺失资料等信息的要求，告知各部门需要审核的具体内容。
- 企业管理层审核：落实各部门的审核意见和建议之后，需交定稿给企业管理层审核。

核心指标

核心指标是外资企业在报告中重点披露的信息，是利益相关方最为关注、也是外资企业最希望利益相关方了解的内容。本部分结合国内外的社会责任标准和外资企业特点，选取其中较为重要的指标进行解读，便于外资企业在编写报告过程中理解并运用。外资企业也可结合自身业务特点、行业属性等增减相关指标。

责任治理

外资企业通过建立和强化组织战略、管理制度以及利益相关方沟通和参与制度，确保社会责任理念和要求融入组织治理，以持续改进社会责任绩效。

最高决策者（CEO、董事长、总经理等高级管理者）就企业社会责任战略的声明或承诺

【指标解读】

外资企业高级管理者（母公司最高管理者和中国区最高管理者）的声明中可包括短期、中期、长期的社会责任整体愿景和战略，以及企业运营对经济、环境和社会的重要影响。



社会责任理念、愿景、价值观、规划

【指标解读】

描述外资企业对经济、社会和环境负责任的经营理念、愿景、价值观以及未来规划。

社会责任领导机构、组织体系以及管理制度

【指标解读】

社会责任领导机构是指由外资企业高级管理者直接负责的、位于企业管理层面最高的决策、领导、推进机构，如社会责任委员会、可持续发展委员会、企业公民委员会等。社会责任组织体系需要明确或建立企业社会责任工作的责任部门以及企业社会责任工作部门的人员配置情况。外资企业社会责任制度包括社会责任沟通制度、信息统计制度、社会责任报告的编写发布制度等。

社会责任在企业内部的职能融入与分工

【指标解读】

外资企业将社会责任理念和工作融入到各部门，社会责任实践由外资企业各部门具体执行，在外资企业内部需明确各部门的社会责任职责与分工。

识别企业履责重点及核心指标的过程

【指标解读】

外资企业的在华运营范围广泛复杂，因此对于相关核心指标的边界要做出明确说明，披露在报告编写过程中筛选核心指标的步骤、方式、渠道、选择依据和标准。

企业的利益相关方列表

【指标解读】

利益相关方是企业的履责对象，外资企业需明确自身经营相关的利益相关方，并在报告中列举利益相关方识别过程、名单及沟通方式。

利益相关方的关注点和企业的回应措施

【指标解读】

利益相关方的需求、期望的关注及回应措施，阐述各利益相关方对外资企业的期望以及外资企业对利益相关方期望进行回应的措施，例如外资企业内外部社会责任沟通机制、企业内刊、官方网站、社会责任报告、利益相关方专项沟通等。

合规

合规管理包括诚信运营、反腐败、反垄断、公平竞争、保护产权等内容。建议外资企业在完善自身诚信合规要求的同时，参与到行业乃至社会层面的合规体系建设中，共同创造合规运行的市场环境。

企业在诚信经营、守法合规方面的价值观、原则、标准和行为规范，如行为准则、道德准则、诚信经营理念，以及培训的开展情况与绩效

【指标解读】

外资企业对诚信经营、守法合规、反腐败的规章制度和公开承诺，以及将诚信、反腐败等理念融入组织治理、生产经营和市场竞争中并形成对应的制度和政策的过程和结果。



确保公平竞争的措施和绩效

【指标解读】

外资企业在经营过程中遵守行业规范和商业道德、维护市场秩序、避免不正当竞争所制定的相应规章制度和具体措施。

保护知识产权的政策与实践

【指标解读】

保护知识产权的政策包括尊重和保护他人知识产权和专有技术，以及对外资企业自身的知识产权和专有技术开展保护行动。外资企业在披露相关信息的同时，还可关注通过产权、技术平台共享，以加强与行业合作、提升竞争力、推动自身和行业的可持续发展方面的行动。

本地贡献

外资企业在进入、融入中国社会的过程中，不仅为中国带来先进的技术和管理理念，也与中国本土企业相互学习，实现合作共赢，为中国本地发展做出了贡献。

企业本地投资情况和成效，如纳税情况、获得外部认可和荣誉等

【指标解读】

外资企业对本地进行投资的情况和绩效及纳税情况，以及因此获得的相关荣誉认可等。

企业将创新理念融入管理、技术等方面以推动和引领社会可持续发展的措施和绩效

【指标解读】

技术创新投入、人才培养与鼓励、创新合作研发，以及创新优势应用于外资企业社会责任实践的措施和绩效。

结合本地客户（消费者）需求和特点，对现有产品 / 服务进行持续改进和创新的措施

【指标解读】

外资企业结合本地客户（消费者）的需求和特点，以及本地资源状况，增强自主研发和创新能力，研发生产本地化产品和服务。

员工和供应商本地化的策略和绩效

【指标解读】

外资企业本地化运营的管理策略与制度，包括本地化雇佣情况，以及选择本地化供应商和本地采购比率情况等。

客户（消费者）

外资企业在其提供的产品 / 服务的各个环节中恪守信用，尊重并保护客户（消费者）自愿交易、健康和安、个人信息等权益，并通过产品 / 服务促进可持续消费。

产品质量管理体系

【指标解读】

外资企业建立质量管理制度或体系的情况。



客户（消费者）满意度调查的结果

【指标解读】

客户（消费者）对企业的满意程度。

就售后服务机制对客户（消费者）的明确告知

【指标解读】

外资企业对客户（消费者）售后服务和支持的获取方式和渠道、争议处理和补偿的机制等信息的告知情况。

客户（消费者）信息安全保护措施

【指标解读】

外资企业对客户（消费者）个人信息的安全保护措施的实施情况。

确保产品和服务在全生命周期中均有利于社会和环境所采取的措施及成果

【指标解读】

外资企业在提供产品和服务的同时，在整个生命周期中对社会和环境采取的有利措施的情况及其成效。

对客户（消费者）开展可持续消费教育活动

【指标解读】

使客户（消费者）了解与产品和服务相关的可持续消费实践，例如可持续的使用方法等，培养具有可持续消费意识和可持续消费能力的客户（消费者）。

供应链

外资企业宜在供应商筛选和管理过程中明确其社会责任实践所带来的影响，促进供应链各方协作，构建符合社会责任期望的供应链管理体系，实现责任共担、价值共享。

供应商社会责任准入机制

【指标解读】

供应商社会责任准入标准和程序，包括外资企业在劳工实践、社会影响、环境影响等领域开展供应商的评价与选择，以及供应商通过质量、环境和职业健康安全管理体系认证、环境管理体系认证等情况。

尽职调查与监测

【指标解读】

外资企业在供应链开展尽职调查的情况，包括制度和措施，如《供应商行为准则》和规定等。

对供应链成员进行的社会责任教育、培训及其他促进可持续采购的措施

【指标解读】

外资企业对提升供应链社会责任认知、促进供应链履行社会责任的过程和绩效。

提升供应链各方能力的社会责任合作行动

【指标解读】

供应链协作对实现供应链社会责任管理从风险管理向价值管理提升的意义重大。外资企业宜与供应商建立实现供应链的战略共享和沟通平台。



环境

外资企业构建环境管理体系，实施节能环保举措，在自身生产、经营全生命周期中采取对应措施来减少或消除对环境的负面影响，推进企业绿色发展，保护和改善环境及生态，尽所能实现与自然环境的和谐共生。

建立环境管理组织体系和制度体系

【指标解读】

外资企业建立全生命周期的环境管理制度或体系。

提升能源利用效率的措施及绩效

【指标解读】

外资企业应在生产过程中采取提升能源利用效率的措施，如建立能源统计制度等可持续利用能源的管理模式。还宜披露能源消耗量、能源消耗减少量、单位产值综合能耗、可再生能源使用以及资源利用效率的提高情况。

提升水资源使用效率所采取的措施及绩效

【指标解读】

提升水资源使用效率所采取的行动包括采取节水技术减少水资源使用、优化水资源管理实现循环利用、采取新工艺提升水资源使用效率等方面的管理制度和措施。

减少温室气体排放的政策、措施或技术和绩效

【指标解读】

为减少温室气体及其他主要废气所制定的政策制度、采取的应对措施及成效。

减少废弃物排放的制度、措施或技术和绩效

【指标解读】

减少废弃物排放方面的政策制度、应对措施和成效等。

保护生物多样性及对资源的持续利用的措施及绩效

【指标解读】

外资企业的活动、产品及服务对保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区的重大影响，以及为保护地方性的、受威胁或被危及的物种或栖息地免遭任何不利影响所采取的措施及所取得的成果等。

回收产品及其包装物料和绿色物流等降低产品和服务环境影响的政策和绩效

【指标解读】

产品、部件或物料的回收再利用情况、对循环和再利用产品与包装的制度与措施、循环和再利用体系、提高物料和资源效率的措施、绿色物流等情况。

员工

外资企业关爱员工，保障员工权益，提供员工福利，为员工提供发展通道，最大程度发挥员工创造力。

多样化的日常沟通渠道

【指标解读】

外资企业建立员工与管理层沟通和参与管理的渠道，以便员工的意见和建议能够及时、充分地被管理层接收和处理。



为促进员工健康和福祉所制定和实施的相关计划

【指标解读】

员工健康和福利方面的计划、措施和成效。

为特殊群体（如孕妇、哺乳妇女等）提供的特殊保护措施

【指标解读】

对特殊群体的特殊保护措施和成效。

为员工最大程度实现工作生活平衡而采取的措施及结果

【指标解读】

帮助员工减缓工作压力、达到生活与工作平衡的各种措施及成效。

为员工提供职业生涯规划及职业发展通道

【指标解读】

投入相应资源，对员工的职业发展进行规划，提供多样化晋升通道，最大限度发挥员工创造力。

社区

外资企业与社区之间需要相互促进、共同发展，建立和谐的共生关系。

与社区建立沟通机制

建立沟通机制，充分了解社区的需求、期望和意见反馈，并积极回应。

开发或支持本地社区发展项目

【指标解读】

外资企业结合自身专业优势，开发或支持社区民众诉求的社区实践和公益行动。

公益投入及员工志愿者政策、措施及绩效

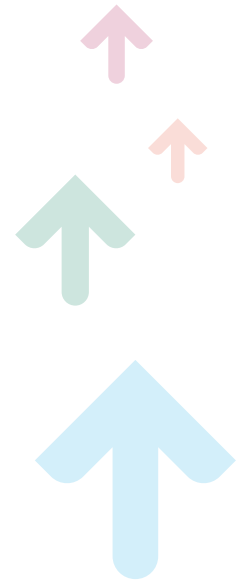
【指标解读】

对社区经济发展的支持和人员投入情况，如志愿者服务的管理、运营和绩效等。



发布篇

社会责任报告作为利益相关方了解和认识企业社会责任理念、行动和绩效的重要手段，其传播效果直接影响到企业的社会责任形象。外资企业可从设计、发布和沟通三大环节入手，借助媒体发布平台，采用多样化的展现形式，着力提升报告传播性，吸引更多利益相关方的关注，取得良好沟通效果。



报告设计

报告设计是呈现社会责任报告的重要手段，对于塑造责任品牌形象具有重要作用。建议外资企业重视报告设计，形成具有自身特点的报告设计风格，营造外资企业履责文化氛围，打造更具传播性的报告形象。报告设计建议在符合母公司报告设计要求的基础上加入符合中国业务特色的元素。

报告设计需满足以下要求：

- 保护知识产权：如字体、图片、创意等确保取得合法的产权。
- 实用性和审美性：如文字、图片、图表等排版合理美观。
- 与行业性质、企业文化和报告主题相契合：如视觉形象的设计体现外资企业的履责文化。
- 体现连续性和连贯性：各年度的报告设计风格保持整体统一性。
- 体现创新性：充分发挥自身特点和优势，在设计上追求创意性和创新性，增强读者的视觉冲击力，提高报告可读性；还可应用新的设计元素，设置外部链接，丰富表现形式，突出亮点。

报告发布

报告发布在一定程度上影响着报告的传播效果和企业的形象，宜采用多样化的报告发布渠道发布报告，与利益相关方建立良好的沟通渠道，及时传递社会责任信息。

报告发布渠道包括但不限于：

- 主题型：以发布报告为核心，单独或多项议题联合发布。
- 平台型：借助政府、行业机构、媒体等组织的活动平台发布报告。
- 节日型：借助企业社会责任日（周）、志愿者日（周）等特殊节日发布报告。
- 新闻型：借助媒体资源发布报告以及在公司官网、微博和微信上推送报告发布新闻。



报告沟通

报告沟通可将报告的亮点在更广范围内向利益相关方传播，扩大企业的社会责任影响力，塑造责任品牌。在社会责任的沟通过程中，外资企业宜根据利益相关方的沟通渠道，选取适宜的、多样化的传播载体和渠道，实现传播效果的最大化。

报告传播媒介包括但不限于：

- 报告纸质 / 电子版：纸质 / 电子版报告是最为常见的企业社会责任报告载体。对于初次发布报告的外资企业，可以选择其中一种或者同时选择两种报告载体向利益相关方披露社会责任履责信息。
- 报告 H5 版：基于 HTML5（超文本标记语言，简称 H5）网页制作语言，在网络平台上以文字、图片、语音、动画等多重形式对报告亮点内容进行传播，具有易获取、可分享、互动阅读、利于传播的特点。外资企业可在正式报告的基础上，同时发布报告 H5 版，实现与利益相关方的沟通和互动。
- 报告 APP 版：基于 APP 平台传播企业社会责任报告，方便快捷，符合当下人们的阅读习惯。外资企业可在 APP 平台上发布报告 APP 版，利益相关方可在 APP 平台、微信群、企业官网、微博、新闻稿等扫描二维码下载，或定向发送给目标沟通群体。
- 专项报告：基于正式报告发布的报告利益相关方版本，面向特定利益相关方群体，如社会责任报告客户版、社会责任报告公益版等。外资企业可以有选择地发布社会责任专项报告，实现与特定利益相关方的深入沟通。
- 报告海报版：运用海报来呈现企业的关键社会责任履责信息，具有视觉冲击力强、清晰明了、便于获取的特点。外资企业可运用报告海报版来披露关键社会责任信息。
- CSR 视频：CSR 视频针对企业活动成果、典型人物进行视频脚本策划、拍摄，可植入报告中也可单独传播，不仅更容易吸引读者的注意力，还能拓展读者的视野，使他们了解到更多文字背后的故事。外资企业可采用 CSR 视频来呈现社会责任理念、行动和绩效，通过影像与文字相结合，对报告内容进行补充说明，使信息更加立体生动。



附录

附录 1: 术语和定义

下列术语和定义适用于本指南。

中国外商投资企业

中国外商投资企业（简称外资企业）是指依照中华人民共和国法律的规定，在中国境内设立的，由中国投资者和境外投资者共同投资或者仅由境外投资者投资的企业。

社会责任

专指企业社会责任，即企业在其决策中综合考虑经济、社会和环境因素，并对其决策和活动所造成的经济、社会和环境的影响承担责任，通过构建与利益相关方的和谐互动关系，促进自身和社会共同可持续发展。

社会责任报告

专指企业社会责任报告，即基于与利益相关方进行社会责任沟通的需要，企业就其决策和活动产生的经济、社会和环境影响所进行的系统性信息披露，定期或不定期对外公开发布的一种展示其履行社会责任的理念、行动、绩效和未来计划的特定报告。

利益相关方

任何可能受到企业决策与活动的影响，或可能影响企业决策与活动的各利益个体或群体。

【外商投资企业的利益相关方】一般包括股东、员工、客户、供应商、政府、社团组织和社区等，以及资源、环境、安全等与社会公众密切相关的方面。

可持续发展

既满足当代人需求又不损害后代人满足其需求的能力的发展。

议题

指任何可能的可持续发展主题。

合规运营

按照一定的法律、道德、政策等社会标准和正当秩序，合理地经营企业。

客户与消费者权益

一定社会经济关系下为适应经济运行的客观需要，赋给商品最终使用者享有的权利。

【客户】因商业、私人或公共目的购买或使用产品或服务的组织机构或个人。

【消费者】为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务的个体。

供应商

直接提供商品及服务的企业及其分支机构、个体工商户。

员工

与企业通过劳动合同建立起劳动关系或存在事实劳动关系的个人。

环境

企业运行所处自然环境，包括空气、水、土地、自然资源、植物、动物、人和太空及其相互之间的关系。

合作共赢

外资企业与供应商等合作伙伴在交往中互惠互利，实现双方或多方共同受益。



附录 2：指标释义

通用指标体系表

指标	核心指标● / 完整指标○
1. 责任治理	
1.1 最高决策者（CEO、董事长、总经理等高级管理者）就可持续发展与企业的相关性及企业可持续发展战略的声明或承诺	●
1.2 企业的主要影响、风险及机遇	○
1.3 社会责任理念、愿景、价值观、规划	●
1.4 社会责任领导机构、组织体系以及管理制度	●
1.5 社会责任在企业内部的职能融入与分工	●
1.6 识别企业履责重点及核心指标的过程	●
1.7 企业的利益相关方列表	●
1.8 利益相关方的关注点和企业的回应措施	●
1.9 企业内部、外部社会责任沟通机制和活动	○
1.10 通过培训等手段培育负责任的企业文化	○
2. 合规	
2.1 企业在诚信经营、守法合规方面的价值观、原则、标准和行为规范，如行为准则、道德准则、诚信经营理念，以及培训的开设情况与绩效	●
2.2 提供独立举报沟通渠道和对应的保护机制	○
2.3 企业因违反法律法规，在经济、社会或环境领域发生的重大事故，受到的影响和处罚以及企业的应对	○
2.4 守法合规培训的开设情况与绩效	○
2.5 反腐败的制度体系或政策	○
2.6 公平竞争的措施和绩效	●
2.7 保护知识产权的政策与实践	●
3. 本地贡献	
3.1 企业本地投资情况和成效，如纳税情况、获得外部认可和荣誉等	●
3.2 企业将创新理念融入管理、技术等方面以推动和引领社会可持续发展的措施和绩效	●
3.3 结合本地客户（消费者）需求和特点，对现有产品 / 服务进行持续改进和创新的措施	●
3.4 员工和供应商本地化的策略和绩效	●
4. 客户（消费者）	
4.1 产品质量管理体系	●
4.2 所提供的产品和服务的安全性	○
4.3 对产品和服务引入新材料、新技术或新生产方法所进行的人身健康风险评价	○
4.4 客户（消费者）满意度调查的结果	●
4.5 对客户（消费者）正确使用产品及相关信息所给予的指导及教育活动	○
4.6 就售后服务机制对客户（消费者）的明确告知	●
4.7 客户（消费者）信息安全保护措施	●
4.8 确保产品和服务在全生命周期中均有利于社会和环境所采取的措施及成果	●
4.9 对客户（消费者）开展可持续消费教育活动	●
5. 供应链	
5.1 供应商社会责任准入机制	●
5.2 尽职调查与监测	●
5.3 对供应链成员进行的社会责任教育、培训及其他促进可持续采购的措施	●
5.4 提升供应链各方能力的社会责任合作行动	●



指标	核心指标● / 完整指标○
6. 环境	
6.1 建立环境管理组织体系和制度体系	●
6.2 企业环境影响的识别、评价与标准认证情况, 以及解决环境问题的情况和数量	○
6.3 环保支出及投资情况	○
6.4 内部环保培训情况及绩效	○
6.5 提升能源利用效率的措施	●
6.6 采用可持续的、可再生的、低环境影响的资源来补充或替代不可再生资源的措施及结果	●
6.7 水资源使用情况	○
6.8 水循环再利用以及中水循环使用所采取的措施与效果	○
6.9 提升水资源使用效率所采取的措施及结果	●
6.10 减少温室气体排放的政策、措施或技术和绩效	●
6.11 氮氧化物、硫氧化物和其他主要废气的排放情况, 以及排放减少情况的政策、措施和绩效	○
6.12 减少废弃物排放的制度、措施或技术和绩效	●
6.13 保护生物多样性及对资源的持续利用的措施及成果	●
6.14 回收产品及其包装物料和绿色物流等降低产品和服务环境影响的政策和绩效	●
7. 员工	
7.1 在招聘、使用、培训、薪酬福利、劳动条件、组织和参加工会、退休、解聘等方面遵从公平原则	○
7.2 对员工提供的社会保险、福利待遇等义务, 并建立协商机制, 形成既能保障员工发展又能提升组织竞争力的工资水平	○
7.3 为促进依法消除童工劳动、合理使用未成年工所采取措施及结果	○
7.4 为促进依法消除强迫或强制劳动所采取措施及结果	○
7.5 为员工建立多样化的日常沟通渠道	●
7.6 按类别划分, 每名员工每年接受培训的平均小时数	○
7.7 为员工提供职业生涯规划及职业发展通道	●
7.8 为员工最大程度实现工作生活平衡而采取的措施及结果	●
7.9 为促进员工健康和福祉所制定和实施的相关计划	●
7.10 为特殊群体 (如孕妇、哺乳妇女等) 提供特殊保护	●
7.11 危险源辨识与管控	○
7.12 职业健康管理安全方针和原则的制定、实施	○
7.13 为预防职业伤害、疾病和事故及处理紧急情况所需的安全设备的有效提供, 以及必要的个人防护装备的有效提供	○
7.14 为员工提供充分的职业健康安全培训	○
8. 社区	
8.1 开展与当地社会环境相融合的、参与社区发展的行动	○
8.2 企业开发或支持本地社区发展项目	●
8.3 与社区建立沟通机制	●
8.4 企业公益方针、基金会或主要公益领域	○
8.5 公益投入及员工志愿者政策、措施及绩效	●



附录 3：编写指南对标表

指标	G4	GB/T 36002	CASS-CSR3.0	SDGs
1. 责任治理				
1.1	G4-1	Z-1	G5.6	
1.2		Z-1	G1.1	
1.3	G4-2/G4-45		P3.1/P3.2	
1.4			G2.1/G2.3	
1.5			G2.4	
1.6	G4-20/G4-21			
1.7	G4-24		G5.1	
1.8	G4-27		G5.3	
1.9			G5.4/G5.5	
1.10			G6.4	
2. 合规				
2.1	G4-56/ G4-S07		M3.2/M3.3/S1.1	目标 10、16、17
2.2	G4-57/G4-58	G-1	S1.2	目标 10、16
2.3	G4-S08			
2.4			S1.2	目标 10、16
2.5	G4-S03		S1.3	目标 10、16
2.6			M3.3	目标 10、16、17
2.7		G-4		目标 16
3. 本地贡献				
3.1	G4-EC9	H-2	M3.12	
3.2		S-4		
3.3		S-5		
3.4			S4.5/S4.8	
4. 客户（消费者）				
4.1			M2.5	
4.2	G4-PR1/G4-PR2/G4-PR6	X-2-		
4.3	G4-PR1	X-2	M2.4	
4.4	G4-PR5		M2.13	
4.5		X-2/X-7	M2.2	
4.6		X-4/X-6/X-2	M2.4	
4.7	G4-PR8	X-5/X-4	M2.3/M2.14	
4.8		X-3		
4.9		X-3/X-7		
5. 供应链				
5.1	G4-LA15/G4-HR11/G4-SO10/G4-EN33	L-1/G-3		目标 8、10
5.2		G-3		目标 13
5.3		G-3/G-3	M3.6/E3.2	目标 10、12、13、17
5.4			M3.1	目标 10、17



指标	G4	GB/T 36002	CASS-CSR3.0	SDGs
6. 环境				
6.1			E1.1	目标 12
6.2	G4-EN34	H-1	E1.4	目标 12
6.3	G4-EN31		E1.5	
6.4		H-3	E1.6/E1.10	目标 3、4
6.5	G4-EN6/G4-EN7	H-1/H-2	E2.2	目标 7、8、13
6.6	G4-EN2	H-2	E2.13/E2.14	目标 7、8、12
6.7	G4-EN8	H-2	E2.15/E2.16	目标 6、9
6.8	G4-EN10	H-2	E2.14/E2.17	目标 6、8、12
6.9		H-2		
6.10	G4-EN19	H-1/H-3	E2.7/E2.8/E2.18	目标 11、13
6.11	G4-EN20/G4-EN21	H-1/H-3	E2.7/E2.8	目标 3、11、13
6.12			E2.9/E2.11	目标 12
6.13	G4-EN11/G4-EN12/G4-EN13	H-4	E4.1	目标 6、11、15
6.14	G4-EN28/G4-EN30	H-1	E3.5/E3.6	目标 12
7. 员工				
7.1	G4-LA1/G4-LA12/G4-HR3	R-3/L-1	S2.13/S2.14/S2.15	目标 1、8、5、16
7.2	G4-LA2/G4-LA13	L-2	S2.8/S2.12/S2.22/S2.9	目标 1、8、10
7.3	G4-HR5	R-3-3		目标 8
7.4	G4-HR6	R-3		
7.5	G4LA16/G4-HR12	L-3	S2.3	
7.6	G4-LA9/G4-HR2/G4-HR7		S2.25/S2.26	目标 1
7.7	G4-LA10/G4-LA11	L-5	S2.24	
7.8		L-2	S2.29	
7.9		L-4	S2.17	
7.10			S2.28/S2.27	
7.11		X-2		
7.12		L-4	S2.17	
7.13	G4-LA7	L-4	S2.23	目标 1
7.14		L-4	S2.18	
8. 社区				
8.1		S-2		
8.2			S4.4	目标 1、2、3、4
8.3	SO1	S-1	S4.2	
8.4			S4.10	目标 1、2、3、4
8.5		S-1	S4.12	目标 1、2、3、4

