

中国企业社会责任报告评级标准（2014）



中国企业社会责任报告
评级专家委员会
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating

二零一四年一月

目 录

前 言.....	1
1 企业社会责任报告评级的作用.....	3
2 中国企业社会责任报告评级标准研发技术路线.....	3
3 中国企业社会责任报告评级专家委员会.....	4
3.1 委员会组织体系.....	4
3.2 委员会职责与工作模式.....	5
3.2.1 委员会职责.....	5
3.2.2 委员会工作模式.....	5
3.3 中国企业社会责任报告评级专家委员会名单.....	5
4 报告评级.....	7
4.1 评级依据.....	7
4.2 评级流程.....	7
4.3 所需材料.....	8
4.4 评级指标.....	9
4.4.1 过程性 (权重: 25%).....	9
4.4.2 实质性 (权重: 25%).....	10
4.4.3 完整性 (权重: 15%).....	11
4.4.4 平衡性 (权重: 10%).....	12
4.4.5 可比性 (权重: 10%).....	13
4.4.6 可读性 (权重: 10%).....	14
4.4.7 创新性 (权重: 5%).....	15
4.5 等级划分.....	16
5 评级报告.....	17
5.1 构成要素.....	17
5.2 评级报告范本.....	18
6 外部评价.....	20
附录一 中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心简介.....	21
附录二 报告评级十问.....	22
Q1: 什么是企业社会责任报告评级? 报告评级与报告审验有何区别?.....	22
Q2: 为什么要进行社会责任报告评级?.....	22

Q3: 谁来负责对企业社会责任报告评级?	22
Q4: 报告评级的流程是什么?	23
Q5: 评级依据是什么? 从那些指标对社会责任报告评级?	23
Q6: 报告最终评级共分为多少个级别? 如何确定?	23
Q7: 评级报告包括哪些内容?	24
Q8: 评级需要多长时间?	24
Q9: 评级如何收费?	24
Q10: 目前已有哪些企业申请报告评级?	24

前 言

2009年11月，中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心（以下简称“中心”）发布了我国第一本企业社会责任报告编写手册《中国企业社会责任报告编制指南（CASS-CSR 1.0）》。2010年，在中国石化股份等企业的倡议下，由彭华岗常务副理事长亲自领导社会责任领域的专家制定并发布我国第一份社会责任报告评价标准——《中国企业社会责任报告评级标准（2010）》，邀请我国企业社会责任研究者、实践者以及各行业专家共同组成开放的“中国企业社会责任报告评级专家委员会”，负责对企业社会责任报告进行评级。

专家委员会成立以来，迄今已为包括中央企业、地方国有企业、民营企业和外资企业在内的135家企业出具了评级报告，2013年，评级报告突破60份，评级专家委员会“科学、公正、开放”的评价原则和工作模式得到了社会各界的一致好评。

随着国内外企业社会责任发展不断深入，企业社会责任报告领域也发生了深刻的变革，ISO26000、GRI-G4等国际标准的出台对报告内容提出了新要求；而企业对社会责任感理解的深入及相关方对责任信息沟通有效性的期望，也促使企业对报告编写从关注文本形式转向“以报告促管理”；中心也于2014年发布了《中国企业社会责任报告编制指南（CASS-CSR 3.0）》，提出了“企业社会责任报告全生命周期的管理模式”，为我国企业社会责任报告编写和管理提供了新的视域。

有鉴于此，中心组织了《中国企业社会责任报告评级标准》的修订。本次修订，广泛听取了社会责任领域专家、国内外优秀企业代表的意见和建议，组织召开了“中国企业社会责任报告评级修订研讨会”，并选取典型企业进行调研和评测，多次商讨，最终定稿。新评级标准的主要变化如下：

（1）在评价指标方面，在原来完整性、实质性、平衡性、可比性、可读性和创新性“六大指标”的基础上，增加了对企业社会责任报告编制过程的评价指标——“过程性”，同时对原有指标“实质性”、“平衡性”和“可读性”的内涵作了进一步解释；

（2）在工作模式方面，在原来企业提交社会责任报告终稿，专家“背对背”打分方式的基础上加入了与企业“面对面”沟通的环节，以评估企业报告编写的“过程性”；

（3）针对“过程性”评估环节，在评级专家小组的基础上引入“评级事务联络人”角色，以作为企业和专家联系的桥梁，为评级专家准备“七大指标”资料清单；

(4) 相应地，在评级周期方面也由原来的 7 个工作日变为了 10 个工作日，以适应更多的评估项目。

中国企业社会责任报告评级专家委员会将一如既往地坚持“科学、公正、开放”的原则，与社会各界共同推动提升中国企业社会责任的信息披露水平和管理水平。

中国企业社会责任报告评级专家委员会

2014 年 1 月

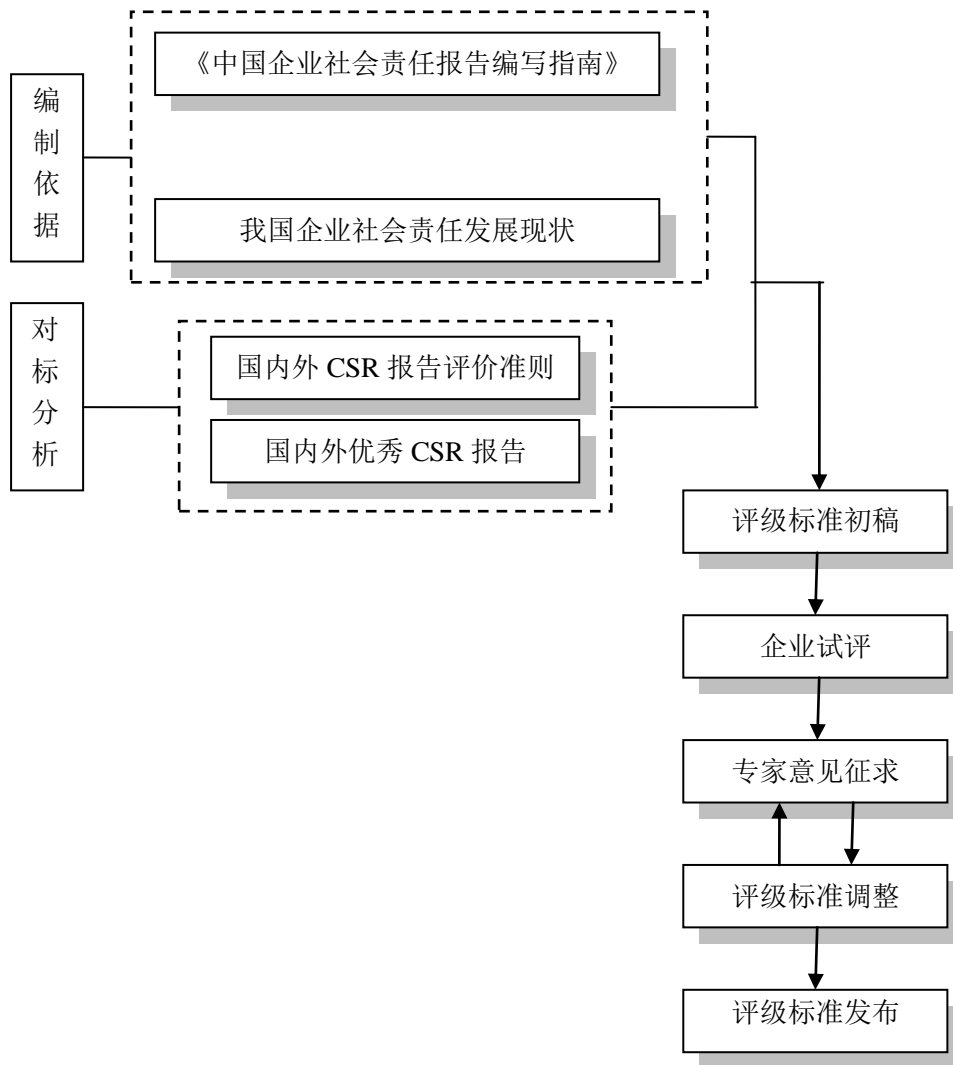
1 企业社会责任报告评级的作用

企业社会责任报告评级是对社会责任报告质量与管理的评价，具有以下作用：

- 通过报告评级向企业提供专业意见，为企业社会责任工作提供智力支持，改进我国企业社会责任工作现状；
- 以报告促管理，充分发挥报告在利益相关方沟通、企业社会责任绩效监控的作用，将报告作为提升公司社会责任管理水平的有效工具。

2 中国企业社会责任报告评级标准研发技术路线

《中国企业社会责任报告评级标准》（以下简称“评级标准”）的研发以《中国企业社会责任报告编写指南》为依据，借鉴国内外企业社会责任报告评价的原则与方式，结合我国企业社会责任工作的现状，研发具有中国特色的企业社会责任报告评级标准。



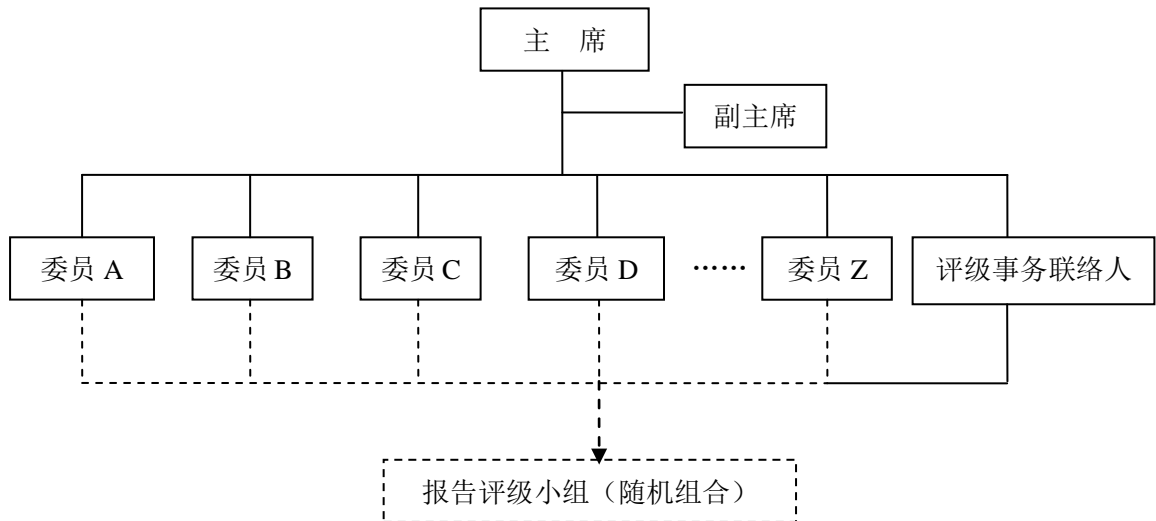
3 中国企业社会责任报告评级专家委员会

中国企业社会责任报告评级专家委员会是企业社会责任报告评级的领导机构与执行机构，是由中国企业社会责任研究及实践领域的专家组成的开放性机构。

3.1 委员会组织体系

委员会常设主席一名、副主席及委员若干名，以及评级事务联络人。

委员会下设报告评级小组。报告评级小组是由委员组成的动态组织，组长由评级专家委员会选出一名评价专家担任。



3.2 委员会职责与工作模式

3.2.1 委员会职责

接受企业的社会责任报告评级申请，组织委员会专家对社会责任报告进行评级，指派评级事务联络人与企业资料核定，出具评级报告，并与企业就社会责任报告编写和社会责任工作进行深入沟通。

3.2.2 委员会工作模式

委员会采取开放、灵活的工作模式，根据申请报告评级企业的行业属性等特征，选取3名委员组成评级专家小组。报告内容评级之前，由评级事务联络人组成的资料审核小组赴企业所在地，对企业社会责任报告的“过程性”做实地评估，将评估资料清单与企业社会责任报告一并提交专家，评级专家小组成员分别进行打分，由评级小组组长综合专家意见确定报告最终级别、出具评级报告。根据企业要求，委员会可组织专家与企业就提高社会责任报告质量、规范社会责任报告编制流程等问题进行深入沟通。

3.3 中国企业社会责任报告评级专家委员会名单

当前，中国企业社会责任报告评级专家委员会由以下专家组成。随着委员会的发展，将吸纳更多的企业社会责任专家加入。

主 席：彭华岗（国务院国有资产监督管理委员会研究局局长）

副主席：黄群慧（中国社会科学院工业经济研究所所长）

魏紫川（新华网副总裁）

委 员（按照姓氏拼音排序）：

陈宏辉（中山大学岭南学院副院长）

程多生（中国企业联合会企业创新工作部主任）

邓国胜（清华大学创新与社会责任研究中心主任）

杜同和（中国轻工业协会副会长）

费加航（深圳证券交易所高级经理）

郭 毅（北京工商大学副教授）

郭沛源（商道纵横总经理）

韩 斌（中国企业联合会全球契约推进办公室主任，全球契约中国网络执行副
主任）

何智权（中国企业社会责任专业人员网络召集人）

刘卫华（中国企业公民委员会副会长）

孙孝文（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心副主任）

王志轩（中国电力企业联合会秘书长）

魏秀丽（北方工业大学经济管理学院副教授）

杨 文（广东省国资委综合法规处副处长）

杨金忠（上海证券交易所高级经理）

殷格非（WTO 经济导刊副社长，企业社会责任发展中心主任）

张 葱（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心常务副主任）

张峻峰（人力资源与劳动和社会保障部国际劳工与信息研究所副所长）

钟宏武（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心主任）

评级事务联络人：

翟利峰（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心评价部部长）

方小静（中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心评价部分析师）

联系方式：电话 010-59001552，邮箱 rating@cass-csr.org

4 报告评级

4.1 评级依据

报告评级的依据是《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》和《中国企业社会责任报告评级标准（2014）》。

4.2 评级流程

- 1、企业根据自愿原则向中国社科院经济学部企业社会责任研究中心提出正式的报告评级申请，并与中心达成报告评级协议；
- 2、在评级专家委员会中抽取专家成立报告评级小组，报告评级小组由专家委员和评级事务联络人组成，联络人一般由中心工作人员组成；
- 3、评级事务联络人赴企业所在地对其社会责任报告“过程性”进行评估，评估结果交评级小组参考；
- 4、专家委员小组成员根据评级标准和《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》对企业社会责任报告分别进行打分；
- 5、评级小组组长综合专家意见后形成评级报告，委员会主席审签；
- 6、组织专家与企业进行后续沟通及报告改进。

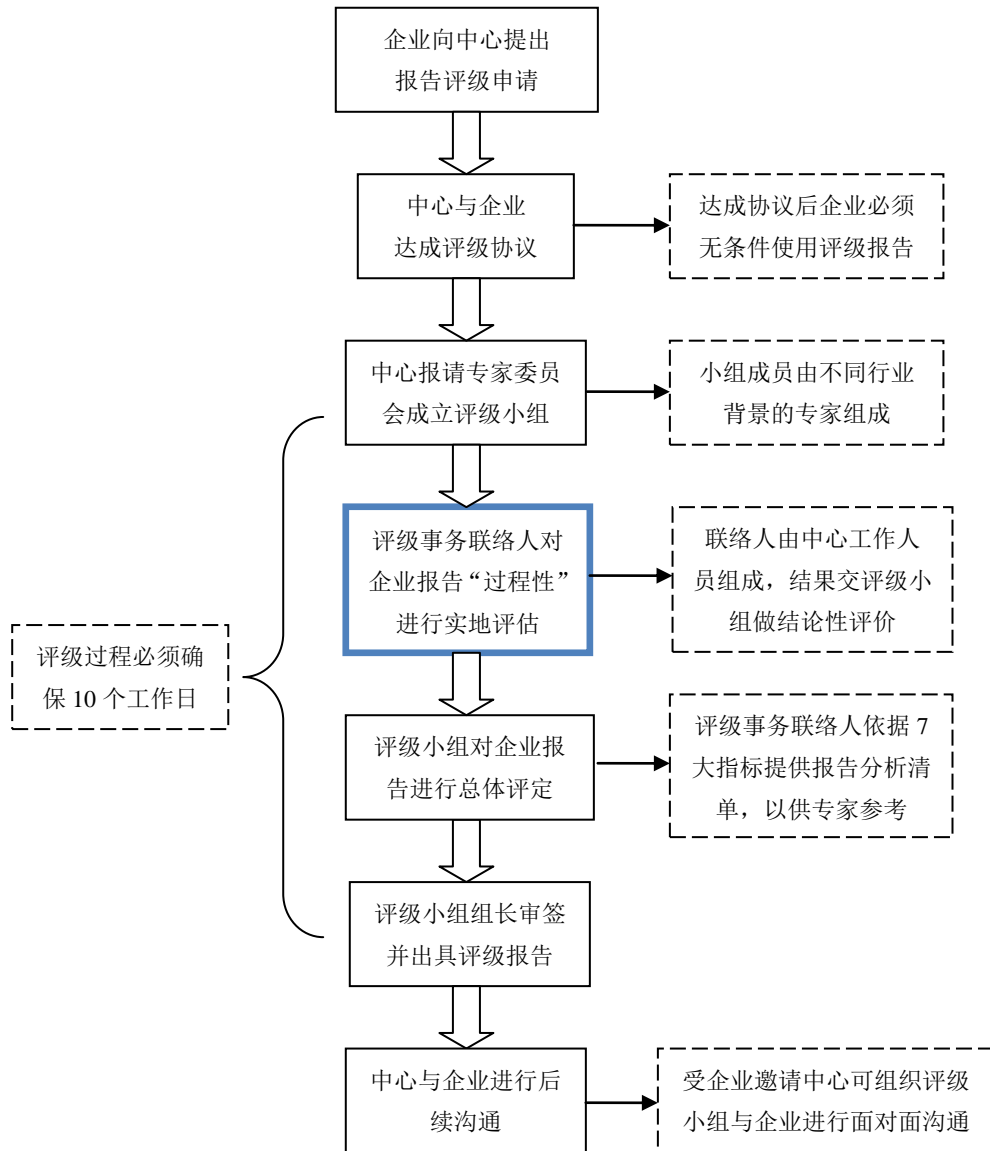


图 企业社会责任报告评级流程

4.3 所需材料

有意申请企业社会责任报告评级的企业，须填写《企业报告评级申请表》，向中心提出申请，需提供材料如下：

- * 《企业报告评级申请表》
- * 企业社会责任报告定稿（设计稿）
- * 《企业社会责任报告“过程性”评估资料清单》中所列资料
- * 其它相关材料

4.4 评级指标

报告评级从七大指标进行打分：过程性、实质性、完整性、平衡性、可比性、可读性、创新性。

根据各项指标的关键性及中国企业社会责任报告发展的阶段性特征，报告内容中的七大指标被赋予不同的权重，权重由“中国企业社会责任报告评级专家委员会”专家采用德尔菲法（专家法）确定。

过程性	实质性	完整性	平衡性	可比性	可读性	创新性
25%	25%	15%	10%	10%	10%	5%

4.4.1 过程性（权重：25%）

（1）定义

过程性即社会责任报告全生命周期管理，是指企业在社会责任报告编写和使用的全过程中对报告进行全方位的价值管理，充分发挥报告在利益相关方沟通、企业社会责任绩效监控中的作用，将报告作为提升公司社会责任管理水平的有效工具。

解读

过程性涉及社会责任报告全生命周期管理中的组织、参与、界定、培训、编写、发布和反馈七个过程要素。其中，组织和参与是社会责任报告编写的保证，贯穿报告编写的全部流程。界定、培训、编写、发布和反馈构成一个闭环的流程体系，通过持续改进报告编制流程提升报告质量和公司社会责任管理水平。

（2）评价方式

评级事务联络人赴企业所在地，实地评估企业过去 12 个月（或未来工作计划）社会责任报告过程性工作，记录覆盖《中国企业社会责任报告过程性评估资料清单》（以下称“过程性评估清单”）中过程性指标的比例。

企业社会责任报告“过程性”评估资料清单

请向评估人员提供以下记录文件（过去 12 个月及未来计划）：

- 社会责任报告编写工作组资料，如团队架构与分工等
- 利益相关方清单
- 利益相关方参与报告编写过程记录
- 企业社会责任实质性议题界定与确认资料
- 报告编写启动资料，如培训、分工等记录
- 报告撰写过程资料，如资料收集、访谈及调研分析等
- 报告发布格式与形式资料
- 利益相关方对报告的反馈资料

（3）评价标准

80-100 分	报告过程性工作记录覆盖《过程性评估清单》指标的 80% 以上，且组织、参与、界定、培训、发布和反馈六部分的工作较均衡。
60-80 分	报告过程性工作记录覆盖《过程性评估清单》指标的 60% 以上，且组织、参与、界定、培训、发布和反馈六部分的工作均有涉及。
40-60 分	报告过程性工作记录覆盖《过程性评估清单》指标的 40% 以上，但组织、参与、界定、培训、发布和反馈六部分的工作有明显不足。
20-40 分	报告过程性工作记录覆盖《过程性评估清单》较少的指标，且组织、参与、界定、培训、发布和反馈六部分的工作有大量缺失。
0-20 分	报告过程性工作记录较少，仅覆盖了组织、参与、界定、培训、发布和反馈六大板块中的某一板块的少量工作。

4.4.2 实质性（权重：25%）

（1）定义

实质性是指报告披露企业可持续发展的关键性议题及其识别过程，以及企业运营对利益相关方的重大影响。

解读

企业社会责任议题的重要性和关键性受到企业经营特征的影响，具体来说，企业社会责任报告披露内容的实质性由企业所属行业、经营环境和企业的关键利益相关方等决定。企业需对关键性议题进行识别，并做重点披露。

(2) 评价方式

考查企业是否对社会责任关键性议题进行识别、其社会责任报告是否涵盖了行业特征议题、时代议题等关键的社会责任议题，是否涵盖了受其重大影响的关键利益相关方。

(3) 评价标准

80-100 分	企业披露了实质性议题识别流程；报告充分披露了企业在责任管理、市场责任、社会责任和环境责任等四大责任领域的所有关键议题，且充分披露了当年的核心议题，表现优秀；企业对识别的核心议题制定出针对性改进计划
60-80 分	企业披露了实质性议题识别流程，且报告披露了企业在责任管理、市场责任、社会责任和环境责任四大责任领域的大部分关键议题和当年的核心议题，具有较好的实质性。
40-60 分	企业未披露关键性议题识别流程，但报告披露了责任管理、市场责任、社会责任和环境责任四大责任领域大部分关键议题。
20-40 分	企业未披露关键性议题识别流程，其报告仅披露了责任管理、市场责任、社会责任和环境责任四大责任领域中某一领域的部分关键议题，且披露很不充分。
0-20 分	企业未披露关键性议题识别流程，其报告也几乎未披露任何关键议题。

4.4.3 完整性（权重：15%）

(1) 定义

完整性是指社会责任报告所涉及的内容较全面地反映企业对经济、社会 and 环境的重大影响，利益相关方可以根据社会责任报告知晓企业在报告期间履行社会责任的理念、制度、措施以及绩效。

解读

完整性从两个方面对企业社会责任报告的内容进行考察：一是责任领域的完整性，即是否涵盖了经济责任、社会责任和环境责任；二是披露方式的完整性，即是否包含了履行社会责任的理念、制度、措施及绩效。

(2) 评价方式

评估企业社会责任报告披露指标覆盖《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》中企业所属行业核心指标的比例。

(3) 评价标准

80-100 分	报告披露了《指南》核心指标的 80% 以上，且责任管理、市场责任、社会责任和环境责任四部分的指标披露较均衡。
60-80 分	报告披露了《指南》核心指标的 60% 以上，且责任管理、市场责任、社会责任和环境责任四部分的指标披露均有涉及。
40-60 分	报告披露了《指南》核心指标的 40% 以上，但责任管理、市场责任、社会责任和环境责任四部分的指标披露有偏废。
20-40 分	报告披露了《指南》较少的指标，且责任管理、市场责任、社会责任和环境责任四部分的指标披露有大量缺失。
0-20 分	报告仅披露了责任管理、市场责任、社会责任或环境责任四大板块中的某一板块的少量指标。

4.4.4 平衡性（权重：10%）

(1) 定义

平衡性是指企业社会责任报告中肯、客观地披露企业在报告期内的正面信息和负面信息，或客观分析企业经营过程面临的风险和机遇，以确保利益相关方可以对企业的整体业绩和可持续发展能力进行准确的评价。

解读

平衡性要求是为了避免企业在编制报告的过程中对企业的经济、社会、环境消极影响、损害或劣势的故意性遗漏，影响利益相关方对企业社会责任实践与绩效和未来预期的判断。

(2) 评价方式

考查企业在社会责任报告中是否披露了实质性的负面信息、管理劣势或竞争劣势等。如果企业社会责任报告未披露任何负面信息及劣势，或者社会已知晓的重大负面信息在社会责任报告中未进行披露和回应，则违背了平衡性原则。

(3) 评价标准

80-100 分	报告披露了企业在报告期内发生的实质性负面信息或劣势分析，并且详细阐述了负面信息或劣势分析发生的原因以及针对负面问题或劣势分析的改进措施。
60-80 分	报告披露了企业在报告期内发生的实质性负面信息或劣势分析，但未阐述负面信息发生或劣势分析原因，也未说明改进措施。
40-60 分	报告仅披露了企业在报告期内的部分实质性负面信息或劣势分析，但社会已知晓的重大问题没有进行披露和回应。
10-40 分	报告披露的负面信息或劣势分析不具有实质性，社会已知晓的重大问题没有进行披露和回应。
0 分	报告未披露任何社会责任负面信息或劣势分析。

4.4.5 可比性（权重：10%）

(1) 定义

可比性是指报告对信息的披露应有助于利益相关方对企业的关键定量责任绩效进行分析和比较。

解读

可比性体现在两个方面：纵向可比与横向可比，即企业在披露相关责任议题的绩效水平时既要披露企业历史绩效，又要披露同行绩效。

(2) 评价方式

考查企业是否披露了连续数年的历史数据和行业数据。

(3) 评价标准

80-100 分	报告披露了大部分关键绩效指标的历史数据，且披露了部分行业数据。
60-80 分	报告仅披露了大部分关键绩效指标的历史数据，未披露行业数据；或报告披露了部分关键绩效指标的历史数据，以及少量的行业数据。
40-60 分	报告仅披露了部分关键绩效指标的历史数据，未披露行业数据。
20-40 分	报告仅披露了少量关键绩效指标的历史数据，未披露行业数据。
0-20 分	报告几乎没有披露历史数据以及行业数据。

4.4.6 可读性（权重：10%）

(1) 定义

可读性是指报告的信息披露方式易于读者获取、理解和接受。

解读

企业社会责任报告的可读性可体现在以下方面：

- 报告获取方式多元，如可通过发放、邮寄、网站、微博、微信、二维码等方式获取；
- 结构清晰，条理清楚，篇幅适中，板块平衡；
- 语言流畅、简洁、准确、通俗易懂；
- 通过流程图、数据表、图片等使表达形式更加直观；
- 对术语、缩略词等专业词汇做出解释；
- 方便阅读的排版设计，图片清晰，且有文字说明；
- 案例脉络清晰，叙事完整，切合主体，表述感人；
- 通过第三方讲述或评价使得报告表述形式更加丰富，内容更加可信；

(2) 评价方式

从报告获取方式、篇章结构、排版设计、语言、图表等各个方面对报告的通俗易懂性进行评价。

(3) 评价标准

80-100分	结构清晰,且体现了企业履责特点	报告可通过多种渠道、不同媒介获取,其语言简洁、流畅,表达方式丰富多彩,流程图、数据表、图片等的合理使用使报告直观易理解,并进行了精美的排版设计。
60-80分	结构清晰,但未突出企业履责特点	报告可通过较多渠道获取,其语言简洁、流畅,采用了流程图、数据表、图片等多种表达方式,进行了合理的排版设计。
40-60分	结构基本清晰	报告可通过一定的渠道获取,其语言基本简洁、流畅,使用了流程图、数据表、图片等表达形式,设计排版欠美观。
20-40分	结构欠清晰	报告获取渠道较单一,其语言欠简洁、流畅,很少使用数据图、数据表、图片,无排版设计。
0-20分	结构混乱	没有披露报告获取方式,其语言较为晦涩,没有使用任何流程图、数据图、图片等表达形式,不易理解。

4.4.7 创新性 (权重: 5%)

(1) 定义

创新性是指企业社会责任报告在内容或形式上具有重大创新。

解读

社会责任报告的创新性主要体现在两个方面:报告内容的创新和报告形式的创新。创新不是目的,通过创新提高报告质量是根本。

(2) 评价方式

将报告内容、形式上与国内外社会责任报告以及企业往期社会责任报告进行对比,判断其有无创新,以及创新是否提高了报告质量。

(3) 评价标准

80-100分	报告内容或形式有明显创新,该创新显著提高了报告质量。
---------	----------------------------

60-80 分	报告内容或形式有创新，该创新对报告质量提升有一定作用。
40-60 分	报告内容或形式有些许新意，但对报告质量意义不大。
20-40 分	报告内容和形式未有任何创新，整体较为平庸。
0-20 分	报告内容和形式不仅无任何创新，且整体质量差。

4.5 等级划分

中国企业社会责任报告评价采取星级制，共分为七个级别和相应的发展水平：五星级（卓越）、四星半级（领先）、四星级（优秀）、三星半级（良好）、三星级（追赶）、二星级（发展）、一星级（起步）。各星级对应一定的得分区间。

报告评级结果与发展水平对应表

评级结果	评级图示	发展水平	分数区间
五星级	★★★★★	卓越	90-100
四星半	★★★★☆	领先	80-90
四星级	★★★★	优秀	70-80
三星半	★★★☆☆	良好	60-70
三星级	★★★	追赶	50-60
二星级	★★	发展	30-50
一星级	★	起步	30 分以下

企业社会责任报告星级按照以下四个步骤确定：

- 1) 报告评级小组专家分别对七大评级指标按照百分制进行打分；
- 2) 按照指标权重计算报告综合得分，公式为：综合得分=A 指标得分*A 指标权重+B 指标得分*B 指标权重+……+G 指标得分*G 指标权重；
- 3) 以各专家的报告综合得分的平均分作为企业社会责任报告最终得分；
- 4) 评级小组组长依据最终得分所处的位置确定企业社会责任报告的星级。

5 评级报告

5.1 构成要素

评级报告由以下要素构成：

- 报告评级概述
- 报告评级依据
- 报告评级范围
- 报告评级结论
- 报告改进建议
- 评级小组名单
- 评级小组组长审签
- 报告评级委员会主席审签

5.2 评级报告范本

《***集团公司社会责任报告 2013》评级报告（示例）

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心（以下简称“中心”）受***集团公司（以下简称“***”）委托，从中国企业社会责任报告评级专家委员会中抽选专家组成评级小组，对《***集团公司社会责任报告 2013》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

- 《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》；
- 《中国企业社会责任报告评级标准（2014）》。

二、评级范围

经与***集团公司协商，此次报告评级的工作范围包括以下内容：

- 1.对***集团公司社会责任报告组织管理过去 12 个月及未来计划的过程进行了评价；
- 2.对《***集团公司社会责任报告 2013》的关键议题、行业指标覆盖率、关键绩效指标披露、以及信息平衡性等内容进行了评价；
- 3.现场资料审查范围覆盖了***集团公司总部、官方网站及下属单位；
- 4.访谈了***集团企业社会责任部门负责人。

三、评级结论

过程性（★★★★★）

***集团公司报告编写过程规范，设有专门部门负责，积极邀请利益相关方参与，对核心议题识别严谨，并对报告编写组织开展了专门的培训、发布和意见反馈工作，报告的过程性管理较好。

实质性（★★★★★）

《报告》涵盖了“责任管理”、“产品质量”、“职业健康”、“循环经济”、“应对气候变化”等所在业的关键性议题，叙述详细充分，在实质性方面表现优秀。

完整性（★★★★★）

《报告》系统披露了“提供优质服务”、“安全稳定运营”、“绿色低碳发展”、“竭诚回报社会”等方面的关键内容，覆盖了所在行业核心指标的 84.56%，具有很好的完整性。

平衡性（★★★★★）

《报告》披露了“事故数”、“千人事故死亡率”、“死亡人数”、“职业病新诊断病例”等负面指标信息，并对企业当前面临的风险和机遇进行了客观全面分析，具有很好的平衡性。

可比性（★★★★★）

《报告》披露了 40 个关键绩效指标连续 3 年的历史数据，纵向可比性表现较好。

可读性（★★★★★）

《报告》结构清晰，逻辑清楚，篇幅适中；语言流畅，采用了数据表、流程图等表达方式，结合案例、专题叙述，并对专业词汇进行了解释，可读性表现优秀。

创新性（★★★★★）

《报告》每篇增加责任专题案例，既增加了报告的内容充实性，又提高了读者的阅读体验；同时，对企业负面信息进行专题报道，开创了中国企业负面信息报道的先例，具有很好的创新性。

综合评级 (★★★★☆)

经评级小组评价,《***集团公司社会责任报告 2013》为四星半级,是一份领先的企业社会责任报告。

四、改进建议

- 1、增加与行业可比数据的披露,提高报告的横向可比性。
- 2、进一步完善报告编写流程,增加利益相关方参与性。

评级小组

组长: 中国社科院经济学部企业社会责任研究中心主任 钟宏武

成员: 中国企业联合会企业创新工作部主任 程多生
清华大学创新与社会责任研究中心主任 邓国胜



评级专家委员会主席
中心常务副理事长

评级小组组长
中心主任



6 外部评价

企业社会责任报告评级是中国企业社会责任运动中的一项开创性的工作，它使得《中国企业社会责任报告编写指南》成为一个涵盖标准、应用、评级、改进的完整闭环，对于推动全社会企业社会责任报告的发布，提高企业社会责任报告的质量，增强企业的社会责任能力，推动企业社会责任工作健康发展都是具有重要意义。

——国务院国有资产监督管理委员会研究局局长、中心常务副理事长 彭华岗

报告的评级特别好的一点就是指明了我们今后努力的方向。当时拿到报告，股份公司得分是三星半，离五星差距还很大，我们压力还很大。……中心的同志很专业，提出的问题我们觉得确实是很精辟。所以经过我们内部讨论，经过跟董事会报告，董事会表示要实事求是，……我们今后还会坚持请中心来帮助我们评价，也希望中心对我们在做社会责任方面给予指导。

——中国石化股份董事会秘书 黄文生

这个评级标准第一个特点就是具有创新性。评级为以后国内评级提供了依据，应该说是一个创新。第二个，具有专业性。第三，具有指导性，具有很好的操作性。第四个方面，虽然现在是刚刚开始启动，但随着社会责任的推广，这个评级将会具有很强的权威性。……我们愿意与中国社科院企业社会责任研究中心一起做好评级工作。

——上海证券交易所高级经理 杨金忠

评级标准的推出，刚好切合我们中国企业的需求。它既有益于评价，也能为企业开展社会责任工作提供支持。这种（评级）方式，可能也是中国在推进企业社会责任发展的一个重要创新。评级标准已经明确了对一个好的社会责任报告的要求，非常有利于未来报告的健康发展道路。这样一定会是促进我们国家社会责任健康发展。

——《WTO 经济导刊》副社长 殷格非

附录一 中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心简介

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心（以下简称“中心”）成立于 2008 年 2 月，是中国社会科学院主管的非盈利性学术研究机构。中国社会科学院副院长、经济学部主任李扬研究员任中心理事长，国务院国有资产监督管理委员会研究局局长彭华岗博士、中国社会科学院工业经济研究所所长黄群慧研究员任中心常务副理事长，中国社会科学院社会发展战略研究院钟宏武副研究员任主任。中国社会科学院、国务院国有资产监督管理委员会、人力资源与社会保障部、中国企业联合会、人民大学、国内外大型企业的数十位专家、学者担任中心理事。

中心以“中国特色、世界一流社会责任智库”为目标，积极践行研究者、推进者和观察者的责任：

- 研究者：中国企业社会责任问题的系统理论研究，研发颁布《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 1.0/2.0）》，组织出版《中国企业社会责任》文库，促进中国特色的企业社会责任理论体系的形成和发展。
- 推进者：为政府部门、社会团体和企业等各类组织提供咨询和建议；主办“中国企业社会责任研究基地”；主办“分享责任——中国企业社会责任公益讲堂”；开设中国社科院研究生院 MBA《企业社会责任》必修课，开展数百次社会责任培训，传播社会责任理论知识与实践经验；组织、参加各种企业社会责任研讨交流活动，分享企业社会责任研究成果。
- 观察者：出版《企业社会责任蓝皮书（2009/2010/2011/2012/2013）》，跟踪记录上一年度中国企业社会责任理论和实践的最新进展；每年发布《中国企业社会责任报告白皮书（2011/2012/2013）》，研究记录我国企业社会责任报告发展的阶段性特征；制定、发布、推动《中国企业社会责任报告评级》，为 130 余份社会责任报告提供评级服务；主办“责任云”（www.zerenyun.com）平台以及相关技术应用。

中国社科院经济学部企业社会责任研究中心

2013 年 12 月

电话：010-59001552

网站：www.cass-csr.org E-mail：rating@cass-csr.org

地址：北京市朝阳区东三环中路 39 号建外 soho 写字楼 A 座 1710（100022）

附录二 报告评级十问

Q1: 什么是企业社会责任报告评级? 报告评级与报告审验有何区别?

答: 企业社会责任报告评级是对社会责任报告质量的评价, 评价对象限于报告本身及其编写过程。

报告评级与报告评价的区别有: 报告评级是依据《中国企业社会责任报告编写指南》和《中国企业社会责任报告评级标准》, 报告评价的依据非常散乱; 报告评级是专家委员会集体结论和中心的机构意见, 报告评价是专家个人判断。

报告评级与报告审验的区别有: 报告审验的核心是验证信息的真实性与可靠性、数据的准确性等, 而报告评级是对披露内容本身质量的评价, 不对信息的真实性进行评价。

Q2: 为什么要进行社会责任报告评级?

答: 通过报告评级向企业提供专业意见, 为企业社会责任工作提供智力支持, 改进我国企业社会责任工作现状; 以报告促管理, 充分发挥报告在利益相关方沟通、企业社会责任绩效监控的作用, 将报告作为提升公司社会责任管理水平的有效工具。

Q3: 谁来负责对企业社会责任报告评级?

答: 企业社会责任报告评级的总负责机构是“中国企业社会责任报告评级专家委员会”, 该委员会由中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心牵头成立, 由我国企业社会责任研究领域及实践领域的顶级专家组成的。

报告内容评级之前, 由评级事务联络人组成的资料审核小组赴企业所在地, 对企业社会责任报告的“过程性”做实地评估, 将评估资料清单与企业社会责任报告一并提交专家, 评级专家小组成员分别进行打分, 由评级小组组长综合专家意见确定报告最终级别、出具评级报告。(示例如下)。

2012 中国三星社会责任报告评级小组名单

组长: 中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心主任 钟宏武
成员: WTO 经济导刊副社长, 企业社会责任发展中心主任 殷格非
商道纵横总经理 郭沛源

Q4: 报告评级的流程是什么?

答: 分为六步骤。

- 1、 企业根据自愿原则向中国社科院经济学部企业社会责任研究中心提出正式的报告评级申请，并与中心达成报告评级协议；
- 2、 在评级专家委员会中抽取专家成立报告评级小组，报告评级小组由专家委员和评级事务联络人组成，联络人一般由中心工作人员组成；
- 3、 评级事务联络人赴企业所在地对其社会责任报告“过程性”进行评估，评估结果交评级小组参考；
- 4、 专家委员小组成员根据评级标准和《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》对企业社会责任报告分别进行打分；
- 5、 评级小组组长综合专家意见后形成评级报告，委员会主席审签；
- 6、 组织专家与企业进行后续沟通及报告改进。

Q5: 评级依据是什么？从那些指标对社会责任报告评级？

答: 报告评级的依据是《中国企业社会责任报告编制指南（CASS-CSR 3.0）》和《中国企业社会责任报告评级标准（2014）》。

从六项指标对社会责任报告的质量进行评级：过程性、实质性、完整性、易读性、平衡性、可比性和创新性。每项指标赋有一定的权重。

七项指标权重

过程性	实质性	完整性	平衡性	可比性	可读性	创新性
25%	25%	15%	10%	10%	10%	5%

Q6: 报告最终评级共分为多少个级别？如何确定？

答: 中国企业社会责任报告评价采取星级制，共分为七个级别，即报告分为五星级、四星半级、四星级、三星半级、三星级、二星级和一星级。每一个星级对应一定的分值范围。

星级与分值对应表

评级结果	评级图示	分数区间
五星级	★★★★★	90-100
四星半	★★★★☆	80-90

四星级	★★★★	70-80
三星半	★★★★☆	60-70
三星	★★★	50-60
二星级	★★	30-50
一星级	★	30 分以下

Q7: 评级报告包括哪些内容?

答: 评级报告由以下要素构成:

- 报告评级概述
- 报告评级依据
- 报告评级范围
- 报告评级结论
- 报告改进建议
- 评级小组名单
- 评级小组组长审签
- 报告评级委员会主席审签

Q8: 评级需要多长时间?

答: 从企业提出评级申请到出具评级报告, 需 10 个工作日。

Q9: 评级如何收费?

答: 每份企业社会责任报告的评级费用为三万元人民币, 用于评级小组的专家费用、评价事务联络人的差旅费以及评级委员会的日常管理费用。

Q10: 目前已有哪些企业申请报告评级?

答: 截至 2013 年 12 月 31 日, 先后有 60 余家企业的 135 份企业社会责任报告申请了报告评级 (具体见下表所示)。

2013 年申请报告评级企业名单	
中国南方电网公司	中国兵器工业集团公司
中国建筑材料集团有限公司	中国电信集团公司
中国华电集团公司	中国建筑股份有限公司

中国石油化工集团公司	中国华能集团公司
中国石油化工股份有限公司	中国电子科技集团公司
中国铝业公司	太原钢铁(集团)有限公司
华润(集团)有限公司	神华集团有限责任公司
中国联合网络通信集团有限公司	中国兵器装备集团公司
广东省粤电集团有限公司	国家核电技术公司
中国民生银行股份有限公司	广东省广业资产经营有限公司
中国三星	远洋地产控股有限公司
中国黄金集团公司	中国中煤能源集团有限公司
中国海洋石油总公司	中国储备棉总公司
中国建筑设计研究院	新兴际华集团有限公司
中国盐业总公司	中国电子信息产业集团有限公司
斗山 infracore(中国)	中国保利集团公司
中国松下	中国中纺集团公司
中国东方航空股份有限公司	广东物资集团公司
中国医药集团总公司	中国机械工业集团有限公司
北京汽车集团有限公司	广东省建筑工程集团有限公司
中国黄金国际资源有限公司	中国航天科技集团公司
广东省丝绸纺织集团有限公司	广东粤海控股有限公司
中国中钢集团公司	中国交通建设股份有限公司
佳能(中国)有限公司	广州百货企业集团有限公司
中国节能环保集团	LG 化学(中国)投资有限公司
朔黄铁路发展有限责任公司	中国航空工业集团公司
广东省水电集团有限公司	浙江省电力公司
广东省交通集团有限公司	广东省广晟资产经营有限公司
广东省航运集团有限公司	广东省铁路建设投资集团有限公司
广东省广新控股集团有限公司	广东省机场管理集团有限公司
2012 年申请报告评级企业名单	
中国电信集团公司	中国兵器工业集团公司
中国南方电网公司	中国石油化工股份有限公司
中国石油化工集团公司	中国华能集团公司
中国黄金行业协会	中国兵器装备集团公司
中国电子科技集团公司	中国诚通控股集团有限公司
鞍钢集团公司	中国民生银行
华润(集团)有限公司	中国黄金集团公司
中国电子信息产业集团有限公司	中国建筑材料有限公司
广百集团有限公司	武汉钢铁集团公司
神华集团有限责任公司	中国机械工业集团有限公司
中国华电集团公司	中国建筑股份有限公司
远洋地产	中国铝业公司
中国建筑设计研究院	新兴际华集团有限公司
哈尔滨电机厂有限责任公司	中国节能环保集团公司
中国农业发展集团有限公司	中国北方工业公司

中国储备棉管理总公司	中国盐业总公司
中国黄金国际资源有限公司	中国中钢集团
中国医药集团总公司	广东粤电集团有限公司
广百股份有限公司	国家核电技术公司
马钢集团	中国航天科技集团公司
中煤集团	哈尔滨电气集团公司
佳能（中国）有限公司	
2011 年申请报告评级企业名单	
中国南方电网有限责任公司	中国兵器装备集团公司
中国电信集团公司	中国盐业总公司
中国华能集团公司	中国建筑材料集团有限公司
中国石油化工集团公司	中国民生银行股份有限公司
中国石油化工股份有限公司	中国大唐集团公司
中国黄金集团公司	中国中钢集团公司
远洋地产控股有限公司	中国电子信息产业集团有限公司
中国电子科技集团公司	中国储备棉管理总公司
鞍钢集团公司	中国华电集团公司
哈尔滨电气集团公司	中国黄金国际资源股份有限公司
国家核电技术公司	中国医药集团总公司
2010 年申请报告评级企业名单	
中国石化集团公司	中国大唐集团公司
中国石化股份公司	中国中钢集团公司
中国民生银行股份有限公司	中国南方电网有限责任公司
中国华能集团公司	马钢集团
中国华电集团公司	鞍山钢铁集团公司

