

# 《2020 中国企业责任力研究报告》发布

## 制造业、房地产和物流行业处于领先者阶段

■ 本报记者 张明敏

近日,中国社科院经济研究所课题组、责任云研究院联合腾讯新闻原子智库在京发布《2020 中国企业责任力研究报告》。

现代企业之间的竞争已经从硬实力的竞争转化为软实力的竞争。企业的责任理念、责任战略、合规经营、对社会的关怀以及对社会问题的创造性解决都成为企业可持续发展的重要软实力。企业责任力和竞争力是相辅相成的,只有积极承担社会责任的企业才有可能获取社会认可和各方支持,进而提升企业的竞争力。

为量化评价企业的责任力,课题组于2020年3月开启了“企业责任力评价研究(2020)”,在延续《中国企业责任力研究报告(2019)》基本技术框架的基础上,创新性提出了中国企业责任力“五力模型”,通过企业主动披露的信息、企业信息查询网站、权威媒体报道等途径获取数据进行测评。

报告显示,各行业责任力差异较大,制造业、房地产和物流行业处于领先者阶段;从行业特征来看,公益力指数处于卓越者阶段的企业以金融企业数量最多。

报告显示,样本企业的责任力指数得分为62.0分,整体处于追赶者阶段。具体分布来看,100家样本企业中,有11家企业处于卓越者阶段;有36家企业处于领先者阶段;有14家企业处于追赶者阶段;有20家企业处于起步者阶段;有19家企业处于旁观者阶段。制造业、房地产和物流行业领先,金融、科技、汽车、日化和食品乳品处于追赶者最多,医药、互联网和新零售也有不少企业在追赶者阶段。

### 责任力“五力模型”

课题组构建了责任力“五力模型”:

一是驱动力——具有责任力的企业以愿景、使命、价值观为驱动,通过确立责任理念、制定社会责任规划、设计责任治理机制驱动企业开展社会责任工作。

二是管控力——具有责任力的企业通过建立健全责任制度、提升责任能力、实施责任考核提高责任管控力,推动社会责任理念和要求融入企业管理和运营。

三是共创意——具有责任力的企业善于用战略和业务来解决社会问题,通过商业模式创新、技术创新为社会创造价值,通过带动产业链履责,培育良好行业生态,实现与利益相关方共创共赢。

四是公益力——具有责任力的企业对社会满怀关爱之心,发挥企业优势,积极投身公益慈善,主动参与精准扶贫、乡村振兴,在急难险重中勇于作为,让社会更加美好。

五是沟通力——具有责任力的企业注重透明运营,通过优化责任沟通的内容、渠道和方式等,全面披露社会责任信息,倾听利益相关方诉求,推动利益相关方参与,促进社会责任管理和实践的持续改进。

### 维度一:驱动力指数

样本企业在“驱动力”维度的得分为58.1分,处于追赶者阶段。其中,29家企业处于卓越者阶段;分别有14家企业处于领先者和追赶者阶段;13家企业处于起步者阶段;处于旁观者阶段的企业数量最多,为30家。从行业特征看,驱动力处于卓越者阶段的企业以制造业企业数量最多(7家),旁观者阶段的企业以互联网企业数量最多(10家)。

制造业、金融和房地产业驱动力指数达到领先者阶段,互联网和教育行业处于旁观者阶段。制造业、金融、房地产行业驱动力指数达到领先者阶段,分别为

78.8分、77.9分和76.5分;物流、科技、汽车和新零售行业处于追赶者阶段,日化、医药行业处于起步者阶段;而互联网和教育行业仍处于旁观者阶段,分别为34.1分和11.8分。

企业的责任理念维度得分最高,为72.3分;责任规划指数次之,为66.7分;责任治理指数得分最低,为40.1分。从三级指标来看,企业在社会责任愿景、使命、价值观维度的得分最高(84.5分),其次为制定社会责任战略规划(66.7分),社会责任工作统筹部门得分最低(为36.8分)。

### 维度二:管控力指数

100家样本企业的管控力指数平均得分为60.6分,整体处于追赶者阶段。其中,管控力指数处于卓越者阶段的企业在5大维度中数量最少,仅为7家;同时处于追赶者阶段的企业在5大维度中数量最多,占比超七成(73家)。

从行业特征来看,管控力处于卓越者阶段的企业包含3家制造业企业,其余为食品乳品、科技、房地产和汽车行业企业各1家;追赶者阶段的企业以互联网企业和食品乳品业最多,各有13家企业。

12个行业的管控力指数集中于领先者和追赶者阶段。各行业之间的得分差异较小,集中分布于领先者阶段和追赶者阶段。制造业、房地产、汽车和科技4个行业“管控力”达到领先者阶段,得分依次为:76.8分、73.7分、73.6分和72.0分,其他8个行业均处于追赶者阶段。

企业在制度建设和能力提升这两项指标的得分较低,分别为14.2分和23.0分,防范缺失指标的得分最高,为86分。在制度建设方面,社会责任能力建设和社会责任考核指标的得分均较低,都不足20分;在能力提升方面,社会责任研究指标得分(28.5分)略高于社会责任培训得分(18.0分)。课题组通过全网搜索搜集了企业责任缺失的公开信息,得分为86分,可见大多数样本企业在经营过程中注重防范

社会环境风险。

### 维度三:共创意指数

100家样本企业在“共创意”维度的得分为64.4分,整体处于追赶者阶段。其中,29家企业处于卓越者阶段;21家企业处于领先者阶段;20家企业处于追赶者阶段;11家企业处于起步者阶段;19家企业处于旁观者阶段。金融业、制造业处于卓越者阶段的企业数量最多,分别为7家和6家;食品乳品行业内企业呈现较大差异,5家处于卓越者阶段,但同时有5家企业处于旁观者阶段。

行业间的差异在共创意维度表现明显,仅物流行业以86.7分达到卓越者阶段;房地产、制造业、日化和金融行业处于领先者阶段,科技、食品乳品、医药和汽车行业处于追赶者阶段;新零售、互联网和食品行业共创意指数得分相对较低,处于起步者阶段,没有任何行业的共创意处于旁观者阶段。

社会响应指数得分最高,为86.4分;创新赋能次之,为56.0分;行业带动指数得分最低,为49.9分。

在社会响应方面,企业助力疫情防控指标得分高达91.0分。在创新赋能方面,技术创新指标得分(77.3分)远高于商业模式创新指标的得分(34.7分)。在行业带动方面,助力伙伴对应疫情与推动供应链责任得分接近,分别为64.0分和60.3分,远高于参与行业标准制定的表现(20.0分)。

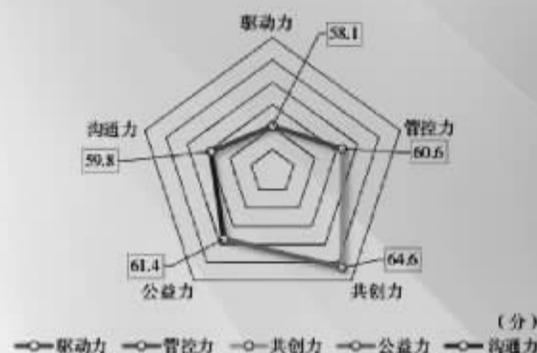
### 维度四:公益力指数

100家样本企业在公益力维度的得分为61.4分,整体处于追赶者阶段。其中,17家企业处于卓越者阶段;32家企业处于领先者阶段;23家企业处于追赶者阶段;8家企业处于起步者阶段;20家企业处于旁观者阶段。

从行业特征来看,公益力指数处于卓越者阶段的企业以金融企业数量最多(9家),6家互联网企业处于旁观者阶段。

在公益力维度,房地产、金

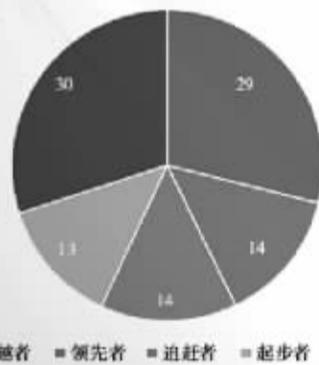
### 企业责任力各维度企业得分



### 中国企业责任力“五力模型”



### 企业驱动力指数发展阶段分布



融、物流行业得分最高,分别为77.9分、75.3分和71.7分,均达到领先者阶段;制造业、汽车、科技、日化和食品乳品等5个行业处于追赶者阶段;其余4个行业处于起步者阶段,分别是医药(50.0分)、互联网(49.3分)、新零售(47.0分)和教育行业(44.0分)。

样本企业在公益力维度下各指标的得分差异明显,企业在公益慈善指标的得分(74.5分)高于精准扶贫指标的得分(37.0分)。在公益慈善方面,抗击疫情捐赠指标得分最高,为86.7分。打造公益品牌项目指标得分和制定公益战略指标得分接近,分别为76.0和73.9分;设立公益基金指标得分最低,为47.0分。在精准扶贫方面,扶贫模式指标表现较好(61.3分),扶贫成效指标(18.8分)得分偏低。

### 维度五:沟通力指数

100家样本企业沟通力指数整体处于追赶者阶段,得分59.8分。企业发展阶段分布呈现“两级分化”的特征,超五成企业(54家)处于领先者阶段,但同时有

36家企业处于旁观者阶段。

从行业来看,金融行业、制造业处于领先者阶段的企业最多,分别为11家和8家;互联网行业处于旁观者阶段的企业较多(9家)。

各行业沟通力指数普遍偏低,4个行业处于旁观者阶段。房地产(66.7分)、制造业(66.1分)、物流(64.8分)、科技(63.5分)和金融(57.5分)5个行业处于追赶者阶段,汽车(52.2分)、日化(52.2分)和食品乳品(48.1分)行业处于起步者阶段,其余4个行业处于旁观者阶段。

沟通力维度下,各二级评价指标的得分差异较小,均在60-70分之间。

责任报告方面,样本企业社会责任报告编制指标得分(63.0分)高于发布社会责任报告指标得分(38.0分)。责任传播方面,社会责任信息披露渠道建设指标得分高于创新社会责任沟通机制指标得分,分别为:78.0分、27.0分。在责任参与维度,利益相关方沟通渠道指标和利益相关方参与指标得分接近,分别为60.0分、64.0分。