

# 农业产业化龙头企业社会责任调查报告

作者单位：中国农业部农村经济研究中心

资助单位：乐施会<sup>1</sup>

2010年11月

---

<sup>1</sup> 本报告得到乐施会的资助，内容不代表乐施会立场。

摘要：通过对川、辽、冀、蒙四省（区）部分农业产业化龙头企业社会责任认知和履行情况的调查，发现在企业社会责任认知方面，龙头企业对社会责任已有初步认识，特别是在带动农民增收方面，认识比较明确，但是部分企业仍把社会责任局限在社会公益事业方面。在企业社会责任履行方面，龙头企业在带动农民增收、保证食品质量安全、保障员工福利、遵循环保规则、参与社会公益事业等方面都有所作为。其中，大型企业表现突出，大多数中小企业在履行社会责任方面有待改进。未来，应进一步强化龙头企业的社会责任意识，健全龙头企业履行社会责任的监督约束机制，并完善龙头企业履行社会责任的环境。

关键词：农业产业化 龙头企业 社会责任

## 一、引言

企业社会责任（Corporate Social Responsibility, CSR）最早是由美国的欧利文·谢尔顿于1924年在其所著《管理的哲学》一书中提出。但是一直到20世纪50年代，企业社会责任才成为西方经济学界和管理学界的热门话题。经过30多年的发展演进，企业社会责任理论不断丰富，也得到了国际社会的广泛认同。进入20世纪90年代，企业社会责任运动全面开展，积极承担社会责任已经成为企业发展的国际潮流<sup>2</sup>。随着我国经济全球化的快速推进和社会主义市场经济的不断完善，企业社会中的作用和地位不断提高，推进国内企业履行社会责任成为促进我国经济社会和谐发展的客观要求<sup>3</sup>。由此企业社会责任问题在国内也得到了广泛的关注。龙头企业，作为我国企业的重要组成部分，与农业、农村和农民有着紧密联系，其社会责任履行与三农发展有着重要关联。因此，增强龙头企业的社会责任意识，推进龙头企业履行社会责任，具有重要的现实意义。

农业产业化经营被称为继联产承包和乡镇企业之后，农村发展过程中的又一伟大创举，是推动现代农业发展、带动农民增收的重要途径，其中龙头企业的发展是农业产业化经营成败的关键。龙头企业是一个比喻性的称呼，即把农业产业化经营组织比作一个组织体系，在其中起到带领作用的农产品加工企业就是这个组织体系的龙头，因此称为龙头企业。在实践中，部分专业批发市场也被纳入龙头企业的范围<sup>4</sup>。90年代中期以来，农业产业化龙头企业

<sup>2</sup> 据毕马威会计师事务所（GPMG）2006年发表的调查报告显示，2002年全球前250家大企业报告社会责任的比例为45%，各国前100家大企业报告社会责任的比例为23%。2005年这两个比例分别上升到52%和33%。如果把包含了企业责任信息的年终财务报告算在内的话，这两个比例则更高达64%和41%。

<sup>3</sup> 党的十六届六中全会明确提出“广泛开展和谐创建活动，形成人人促进和谐的局面。着眼于增强公民、企业、各种组织的社会责任”。胡锦涛总书记在2006年底中央经济工作会议上明确指出：“既要继续健全企业激励机制，也要注重强化企业外部约束，引导企业树立现代经营理念，切实承担起社会责任”。2008年，国资委出台了《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，推动央企业社会责任的履行。

<sup>4</sup> 农业龙头企业按照企业规模、经济效益、带动能力等指标可以分为省级龙头企业和国家级龙头企业。根据国家有关部委联合发文规定，国家级重点龙头企业的标准是：（1）我国东部地区的企业固定资产达5000万元以上；近3年销售额在2亿元以上；产地批发市场年交易额在5亿元以上。（2）经济效益好，企业资产负债率小于60%；产品转化增值能力强，银行信用等级在A级以上（含A级），有抵御市场风险的能力。

（3）带动能力强，产加销各环节利益联结机制健全，能带动较多农户；有稳定的较大规模的原料生产基地。（4）产品具有市场竞争优势。重点龙头企业应建成管理科学、设备先进、技术力量雄厚的现代企业，成为加工的龙头、市场的中介、服务的中心。

迅速发展并不断壮大。截至 2008 年底，全国龙头企业达到 8.15 万家，其中销售收入 500 万元以上的龙头企业达到了 5.11 万家。龙头企业已经成为农产品供应的重要主体和农业农村经济中最具活力和带动力的市场主体，不仅在保障农产品质量安全和保护农村资源环境具有至关重要的影响，而且对于农业发展、农村繁荣和农民增收有着举足轻重的影响。因此，加强农业产业化龙头企业社会责任的研究，增强企业社会责任意识，推进龙头企业履行社会责任，已成为新时期的迫切要求。本研究在对农业产业化龙头企业社会责任进行定义和理论分析的基础上，对龙头企业社会责任的认知和履行情况进行全面调查，并对龙头企业履行社会责任中存在的问题和背后的原因予以分析，最后提出促进我国龙头企业积极履行社会责任的对策措施。

## 二、农业产业化龙头企业社会责任的定义及内涵

### （一）关于企业社会责任的一般定义

自企业社会责任提出以来，学术界对于其定义一直存在争论，基本形成两种截然不同的观点。广义的企业社会责任观认为，企业社会责任就是企业责任，它是对股东及非股东利益相关者在内的整体社会所负有的责任。Bowen（1953）最早给社会责任定义，即“商人按照社会所期望的目标和价值，向有关政策靠拢、制定相应的政策、采取理想的具体行动的义务。”Carroll（1979）认为企业社会责任是社会寄希望于企业履行的义务。社会不仅要求企业实现其经济上的使命，而且期望其能够遵法度、重伦理、行公益。因此，完整的企业社会责任可以概括为四个类别，即经济责任（Economic Responsibilities）、法律责任（Legal Responsibilities）、伦理责任（Ethical Responsibilities）与自觉责任（Discretionary Responsibilities）。Carroll（1991）完善了自己 1979 年提出的企业社会责任定义，将自觉责任正式确定为慈善责任，并构建了企业社会责任的“金字塔”模型（见图 1）。1997 年，国际社会责任组织（Social Accountability International，简称 SAI）把企业社会责任表述为：企业社会责任区别于商业责任，它是指企业除了对股东负责（即创造财富之外）还必须对全体社会承担责任，一般包括遵守商业道德、保护劳工权利、保护环境、发展慈善事业、捐赠公益事业、保护弱势群体等。

狭义的企业社会责任观认为，企业社会责任是企业责任的一部分。最初，国外学者认为企业的社会责任就是经济责任。如渊源于亚当·斯密利润最大化理论的古典企业责任观认为，企业责任就是单一地向社会提供产品和劳务，并从而使企业利润最大化。美国经济学家弗里德曼是这种观点的积极支持者。Friedman（1970）认为，企业负有的社会责任且唯一的责任就是在游戏规则许可的限度内，倾其所能，利用其所控制的资源，尽可能地为股东谋取利润。后来，经过多年的争论和发展，企业社会责任成为独立于企业经济责任并与企业经济责任相对应的一类企业责任。

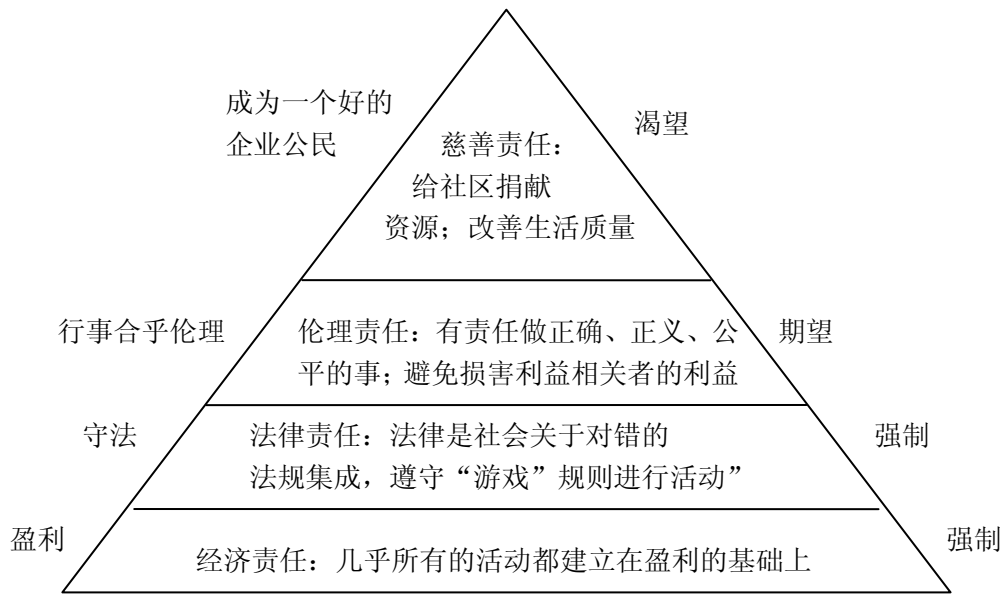


图 1 企业社会责任“金字塔”模型

尽管学术界对企业社会责任概念的理解和表述不尽相同，但大部分学者普遍认同：企业在追求利润最大化的同时，对社会应承担责任和履行义务。我国也相继出台法规，虽然没有明确对企业社会责任进行定义，但从其内容来看主要是指狭义的定义<sup>5</sup>。国内学者对企业社会责任也进行了广泛的研究，狭义的企业社会责任定义也得到了我国大部分学者的支持（卢代富，2001；李正，2006）。考虑到与国内相关法规和学界共识保持一致，我们认为农业产业化龙头企业社会责任是狭义的社会责任，即龙头企业在谋求股东利润最大化之外所负有的主动维护非股东利益相关者利益的义务。具体而言，农业产业化龙头企业的社会责任可以分解为五个具体部分<sup>6</sup>：

（1）带户增收的责任。家庭承包制较好地解决了农业生产经营过程中的监督与激励问题，但家庭承包制下农户分散经营，农业生产中的小生产与大市场之间的矛盾突出，农民增收不增收现象严重。因此，国家出台了一系列扶持政策支持农业产业化龙头企业发展，希望通过龙头企业带动分散经营的小农户有效进入市场。所以带农增收是龙头企业的一项重要责任，也是与其他企业所承担社会责任中区别最大的责任。

（2）保障食品安全的责任。为消费者提供合格的产品是所有企业的均需要承担责任。但是农业产业化龙头企业与其它行业企业不同，龙头企业生产的产品直接供消费者食用，产品质量是否安全直接关系到消费者的身体健康。因此，龙头企业为消费者提供符合产品安全、质量优秀的农产品的责任更为重大。

（3）保障员工福利的责任。农业产业化龙头企业与其他企业一样，都应当对员工承担社会责任，主要表现为按时足额发放工资、奖金，并根据社会发展逐步提高工资水平改善劳动条件，杜绝重大伤亡事故的发生，积极预防职业病，建立规范的员工培训制度，使员工不断有机会提高自身素质和能力等。

<sup>5</sup> 2002年1月我国颁布了《上市公司治理准则》，第81条指出，“上市公司应尊重银行及其他债权人、职工、消费者、供应商、社区等利益相关者的合法权利。”第86条指出，“上市公司在保持公司持续发展、实现股东利益最大化的同时，应关注所在社区的福利、环境保护、公益事业等问题，重视公司的社会责任。”2006年1月实施的新《公司法》第五条也明确规定，“公司从事经营活动，必须遵守法律、行政法规，遵守社会公德、商业道德，诚实守信，接受政府和社会公众的监督，承担社会责任。”

<sup>6</sup> 从产业链角度看，龙头企业需要对农户和消费者负责；从企业内部来看，龙头企业需要对员工负责；从企业所处的环境来看，龙头企业需要对环境和社会责任。因此，可以衍生出五大具体社会责任。

(4) 保护环境的责任。任何企业都应当对社会负责，应当承担起节约资源、开发资源、保护资源的责任。对于农业产业化龙头企业而言，由于其生产的特殊性，对环境的社会责任更为重要。一是与其他企业一样，龙头企业要尽可能高效利用资源，尽量减少污染物的排放。二是与其他企业不同，龙头企业的原料生产对自然环境依赖性强，因此，龙头企业为了实现可持续发展，必须指导农户对农药、化肥等的使用，防止或降低农业生产对环境的污染。

(5) 参与社会公益事业的责任。龙头企业是在一定的社区环境中生存的，其生存和发展大多得益于当地的支持。因此，龙头企业应该根据自身的条件，积极参与和支持发展社区文化教育事业、福利事业、关心和赞助社区的慈善事业、参与和社区有关的社团活动，同当地政府和居民起建立良好的关系，促进当地经济和社会的发展。

### 三、农业产业化龙头企业履行社会责任动因的理论分析

企业承担社会责任，需要付出成本，作为市场经济中的微观主体，获取利润毕竟是保证企业生存下去的首要条件，如果没有内在动因或外在压力的作用，指望企业主动承担社会责任是不现实的（鞠芳辉等，2005）。企业社会责任的履行是受到多方力量驱动的。Schwartz（2003）提出了三个相交圆模型来解释企业履行社会责任的动因。他认为企业承担社会责任的动因可以归结为3个方面：经济、制度、道德。分别以三个圆表示，由三个圆相交而产生7个区域：纯经济、纯制度、纯道德、经济/制度、经济/道德、道德/制度、经济/道德/制度（见图1）。并指出同时满足经济/道德/制度的动因的状态是理想状态，但现实中企业纯粹出于道德和制度动因承担社会责任的十分少见。农业产业化龙头企业履行社会责任的动因可以按此框架分析。

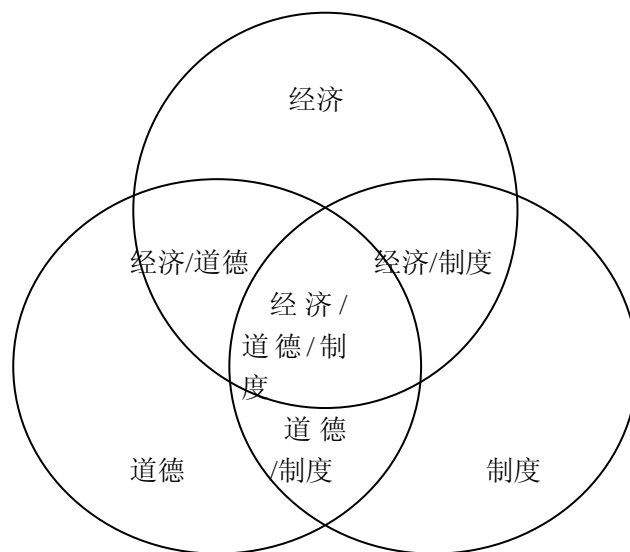


图2 企业社会责任三圆相交动力模型

#### （一）经济动因<sup>7</sup>是龙头企业履行社会责任的内在推力

经济动因企业履行社会责任的最根本内在动因（Joseph，2003）。农业产业化龙头企业履行社会责任能带来几大好处：一是有利于企业持续获得稳定、优质原料来源，为企业持续发展打下基础。原料是企业必需的生产资料，是企业持续发展最重要的因素。原料供应是否持续稳定，直接关系企业能否正常生产；原料质量的高低，直接影响企业产品的质量好坏；

<sup>7</sup>道德和经济动因往往难以区分，因为很多道德的动因可以被解释是为了长期经济利益（鞠芳辉等，2005）。因此，道德动因也放在经济动因中一起分析。

原料基地的远近，影响企业成本和效益。龙头企业在产前积极与农户签订合同，在产中积极为农户提供各种社会化服务，在产后通过保护价积极收购农产品，有的企业甚至通过二次结算、利润返还和入股分红等方式增加农民收入，最终的目的就是要使企业能够持续收购足量、优质的原料。二是有利于企业树立良好的形象，获得更大的利润。在和谐社会的大背景下，龙头企业如果拒绝承担社会责任，将会受到消费者的抵触，社会的谴责，政府的不认可，长远来说会影响企业的发展；而企业如果承担一定的社会责任，可以获得更多的媒介正面报道，改善企业与员工关系、改善企业与顾客的关系、改善企业与政府的关系等。通过改善企业形象，企业可以提高员工士气和生产效率，吸引外部优秀人才的加入，从而为企业创造竞争优势；企业可以提高在消费者心目中的形象，反过来可以获得更多的消费者，给企业带来经济收益；企业可以提高在政府心目中的形象，获得政府更多的优惠支持政策。三是有利于缓解外部压力，优化并创造更广阔的生存环境。龙头企业如果能在保护环境、保障产品质量、参与社会慈善事业等方面主动承担社会责任，就可以避免政府部门、社会团体、普通公众对企业的指责、惩罚以及行为上的限制，保证企业生产经营活动的可持续发展，使决策和经营具有更大的灵活性和自主性。特别是随着 SA8000、ISO14000、ISO26000 等企业社会责任体系逐渐嵌入国际市场规则，龙头企业特别是外向型龙头企业履行企业社会责任可以更好地融入国际竞争。

## （二）制度动因是龙头企业履行社会责任的外在拉力

龙头企业履行社会责任离不开制度的激励和约束。随着经济的快速发展，我国取得了举世瞩目的成就，农业虽然也取得了巨大进步，仍然面临诸多困难。农业仍没有摆脱靠天吃饭的局面，主要农产品供应仍处于供求紧平衡的状态，重大农产品安全事故频发，小农户与大市场的矛盾依然突出。为了充分发挥龙头企业在保障农产品有效供应、发挥带农增收的作用，从 1998 年开始，我国政府逐年加大对龙头企业的支持力度。特别是进入 21 世纪，在“扶持产业化就是扶持农业，扶持龙头企业就是扶持农民”思想的指导下，政府出台大量政策措施，支持龙头企业发展<sup>8</sup>。这些政策涵盖财政、税收、金融、投资、贸易等各个方面。特别是金融危机以来，中央也相继出台了一系列措施扶持龙头企业发展。2009 年 2 月，我国决定实施十大重点产业调整和振兴规划，这些政策支持的对象和内容涵盖了分行业的农业产业化龙头企业。同月，农业部与中国农业银行联合下发了《农业部、中国农业发展银行关于进一步加强合作支持农业龙头企业发展的意见》，着力解决龙头企业贷款难问题。5 月，国务院又下发了《关于当前稳定农业发展促进农民增收的意见》，其中有一条明确指出要支持农产品加工和龙头企业发展。11 月，财政部和中国农业发展银行发布《关于积极开展合作共同推进农业产业化经营的通知》，将在资金安排、项目选择、机构设置和日常业务等方面形成合力，放大扶持农业产业化经营的效果。这些扶持政策对龙头企业积极履行社会责任形成了强大的激励。同时，2001 年，我国出台了《农业产业化国家重点龙头企业认定和运行监测管理暂行办法》，对重点龙头企业进行动态管理。国家每两年一监测，合格的继续享受国家重点龙头企业的有关扶持政策，不合格的不再享有农业产业化国家重点龙头企业称号。这一政策对龙头企业积极履行社会责任形成了强大的约束。在激励约束机制下，龙头企业为了获得一系列扶持政策，必然会积极履行社会责任。

综上，在经济利益的推动和优惠政策的拉动下，龙头企业必然会积极履行社会责任（见图 3）。

---

<sup>8</sup> 2000 年 10 月，农业部等八部委印发了《关于扶持农业产业化经营重点龙头企业的意见》，提出国家连续五年选择一批农业产业化龙头企业予以重点扶持；2001 年 7 月，财政部和国家税务总局联合下发了《关于若干农业生产资料免征增税政策的通知》；2002 年 1 月，财政部和国家税务总局又印发了《关于提高农产品进项税抵扣率的通知》；2006 年 10 月，农业部等八部委印发了《关于加快发展农业产业化经营的意见》。

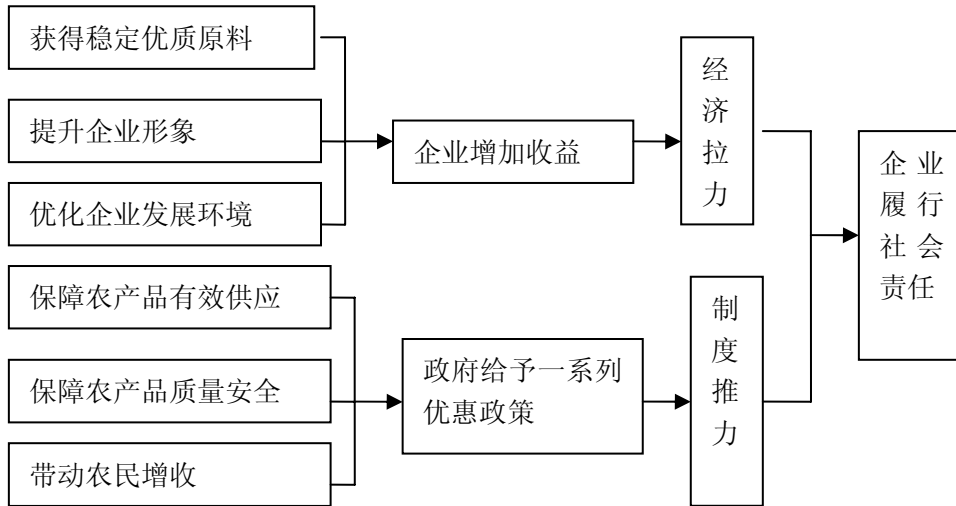


图3 企业履行社会责任的推拉模型

## 四、调查方法

### （一）调查方法

#### 1、调查对象

龙头企业社会责任的履行涉及到与企业相关的众多群体，理论界将其称为利益相关者（stakeholder）。对于利益相关者的概念，目前尚没有形成统一的定义。Carroll（1993）认为，“利益相关者在企业中投入一种或多种形式的‘赌注’，他们也许影响企业的活动，或受到企业活动的影响”。Clarkson（1995）认为“利益相关者在企业中投入了一些实物资本、人力资本、财务资本或一些有价值的东西，并由此而承担了某些形式的风险：或者说，他们因企业活动而承担风险”。Freeman（1998）认为“利益相关者是那些因公司活动受益或受损，其权利也因公司活动而受到尊重或侵犯的人”。虽然学者的定义各不一样，但是许多学者将利益相关者界定为那些与企业有一定的关系，并在企业中进行了一定的专用性投资，且承担了一定风险的个体和群体，其活动能够影响该企业目标的实现，或者受到该企业实现目标过程的影响。一般来说，企业持续经营离不开以下几类群体，即股东、员工（含管理者）、消费者、供应商、政府、社区及社会团体。美国学者弗雷德里克（Frederick）按照是否与企业直接发生交易关系，又将利益相关者分为直接利益相关者（Direct interest Groups）和间接利益相关者（Indirect interest Groups），其中直接利益相关者对企业的经营活动起着较大的影响。因此，本研究仅详细介绍直接利益相关者。与农业产业化龙头企业直接利益相关者可以分为股东、养殖场、种（养）殖户和合作社，这些主体就是本文的调查对象。

#### 2、调查内容

根据调查目的，本研究针对农业产业化龙头企业的社会责任认知、履行现状、存在问题等方面进行了详细调查。根据前文对农业产业化龙头企业社会责任定义和内涵的界定，本研究具体对龙头企业在带动农民增收、保证农产品质量安全、保障职工福利、遵循环保原则、参与公益事业五个方面进行重点调查。

#### 3、调查方法

在调查中，主要运用访谈法和问卷法。访谈法是在一定的研究目的指导下，依据调查提纲，由访谈人员和被访谈对象进行面对面地交谈，进而搜集有关资料和信息。访谈法的主要优点是：形式具有较好的灵活性和适应性，过程具有较强的可控性和互动性。在开始访谈之

前,研究小组充分做好访前准备。主要包括制定一个切实可行的访谈计划,确定访谈中问题,对访谈对象基本情况的了解,并对访谈员进行必要的培训等。问卷法是一种结构化的调查,其调查问题的表达形式、提问的顺序、答案的方式与方法都是固定的,而且是一种文字交流方式,因此,任何个人,无论是研究者,还是调查员都不可能把主观偏见带入调查研究之中。问卷法节省时间、经费和人力,而且其调查的结果一般都能被量化出来,便于统计处理与分析。在调查的过程中,对龙头企业、养殖场、养殖户等对象主要采用问卷法,对个别有特色的龙头企业或合作社主要采用访谈法。

#### 4、调查地点和对象选择

为了使研究结果更加准确,我们对龙头企业所处的行业和地区进行了选择。在从行业来看,养殖业是所有行业中产业化经营程度最深的行业,因此我们选择有代表性的肉鸡、生猪和奶业<sup>9</sup>。从企业规模来看,本研究兼顾大型企业和中小型企业的原则,调查对象既有国家重点龙头企业,也有省级、市级龙头企业。从地区来看,我们东中西部各选择代表性省份进行调研,东部地区选择辽宁,中部地区选择河北,西部地区选择内蒙和四川。辽宁省选择了沈阳、鞍山、营口和大连进行调研,共调查19家养殖业龙头企业,5个养殖场和5个规模养殖户。四川省选择遂宁市射洪县和眉山市东坡区进行调研,共调查了13家养殖业龙头企业,2家合作社,15个养殖场和20个规模养殖户。河北选择永年县、成安县、沙河市和典周县进行调查,共调查了11家龙头企业,3家合作社,5个养殖场和7个奶牛养殖户。内蒙古选择呼和浩特市和包头市进行调研,共调查了3家养殖业龙头企业,3个养殖场(包括1个奶联社、1个养殖小区和1个私人养殖场),2家奶站和20个规模养殖户。

## 五、调查对象的基本情况

### (一) 龙头企业基本情况

本研究共调查龙头企业46家,其中四川13家、辽宁19家、河北11家,内蒙3家。按企业级别分来划分,国家龙头企业19家,省级龙头企业11家,市县级龙头企业16家。按照所有制形式来划分,国有企业1家,42家为民营企业,2家为港澳台及外商投资企业,1家为其它类型企业。按企业所有权性质来划分,独资企业9家,股份制企业34家,合作企业1家,合伙企业1家,中外合资企业1家。按企业所属的类型来划分,加工型龙头企业24家,合作组织型龙头企业3家,养殖型18家,其他类型企业1家。

剔除14家数据缺失的企业,2007年末样本企业总资产平均规模达到5.57亿元,其中总资产1亿元以上的企业有17家,占到53.1%,1亿元以下的企业有15家,占到45.2%。在样本企业中,总资产规模最大的达到75亿,总资产规模最小的仅为0.09亿元。2007年末样本企业平均年销售收入为8.4亿元,其中销售收入在500万元以下的企业有1家,占到3.2%;销售收入在500万—1亿元的企业有9家,占到28.1%;销售收入在1亿元以上的企业有22家,占到68.8%。在样本企业中,销售收入最高的达到100亿元,最低的仅为80万元。

### (二) 养殖场基本情况

本研究共调查养殖场24家,其中生猪养殖场15家,养鸡场5家,奶牛养殖场4家。具体情况如下:

---

<sup>9</sup> 选择这三个行业的理由是:(1) 生猪行业。猪肉产品属于自由贸易行业,价格波动比较大,而且价格波动对于农民收益水平也有较大的影响。加上猪肉产品属于鲜活农产品,难以储存,市场波动对于养殖户具有较大影响。猪肉的质量安全问题近几年被公众广泛关注。因此以猪肉行业为例,分析龙头企业社会责任状况,具有一定的代表性。(2) 肉鸡行业。肉鸡的市场化水平很高,龙头企业与农户的利益联结关系比较紧密。(3) 奶业行业。奶业在畜牧业中占有重要的地位,研究具有重要性。特别是“三聚氰胺”事件发生后,对奶业的巨大冲击,研究更具有紧迫性。而且奶业是产业化经营中联系最为紧密的产业,具有典型性。



(1) 生猪养殖场。15 家养猪场资产基本在 50—500 万元之间，投入多以自有资金为主。养殖场的职工平均人数为 8 人。养猪场规模呈现扩大趋势，2008 年养殖规模情况是：1000 头以上的 7 家，100—1000 头的 5 家，低于 100 头的 3 家。养猪场得到的国家补贴主要有规模化养殖建设补贴、能繁母猪补贴、能繁母猪保险补贴、标准化圈舍补贴、引种补贴等。

(2) 养鸡场。在被调查的 5 家养殖场中，1 家种鸡养殖场，1 家蛋鸡养殖场和 3 家肉鸡养殖场。种鸡养殖场拥有资产 1000 万元，职工 80 人，占地 100 亩，畜舍面积 80 平方米，种鸡养殖规模 4 万只，年利润 3000 万。蛋鸡养殖场，拥有资金产 1000 万，职工 40 人，占地面积 22.5 亩，畜舍面积 8200 平方米，养殖规模 4 万只。肉鸡养殖场规模相对较小，拥有职工 30 人左右，年养鸡规模为 20 万只。

(3) 奶牛养殖场。被调查的 4 家奶牛养殖场中，1 个奶联社、1 个养殖小区、2 个私人养殖场。奶联社牧场占地面积 300 亩，现有职工 20 多人，有 1000 多头奶牛，600 多头后备牛。养殖小区牧场园区占地 700 亩，有饲养 50-100 头奶牛的大户型单元牧场 46 个，10-20 头的小户型牧场 32 个。牧场园区总投资额 2000 万元，设计饲养规模 4000 头奶牛。2 个私人养殖场规模大小不一，较大的奶牛养殖场总资产 1600 万元，占地总面积达 260 亩，拥有职工 35 人，养殖规模有 2006 年的 800 多头增加到 2008 的 1700 头。较小的奶牛养殖场 2008 年 9 月正式投产，共投入资金 700 万元。养殖场占地 150 亩，有 150 多亩的饲料基地，饲养奶牛 300 多头，现有雇工 15 人。相比养猪场而言，养牛场国家补贴政策不明确，得到的补贴较少。

### (三) 养殖户基本情况

本研究共调查养殖户 43 家，其中生猪养殖户 15 家，养鸡场 4 家，奶牛养殖户 24 家。具体情况如下：

(1) 生猪养殖户。被调查的 15 户生猪养殖场中，四川 13 家，辽宁 2 家。四川养殖户的养殖规模较小，养猪规模在 8—180 头，多数都在几十头左右；户均投入约 12 万元，其中购仔猪款户均 5 万元以上。养殖户购买农资和仔猪既有从个体商贩处购买，也有的是通过合作社。辽宁调查的养殖户平均饲养规模为 300 头，平均每头利润为 200 元。

(2) 肉鸡养殖户。被调查的 2 户肉鸡养殖户家庭平均耕地面积为 4 亩，基本不进行种植业生产，两个养鸡户的年饲养规模分别为 1.4 万只和 10 万只，平均每只鸡纯利润为 2 元。

(3) 奶牛养殖户。被调查的 24 户奶牛养殖户中，养殖小区 3 户，散养户 21 户。养殖户户均劳动力数 3 人，户均投入养牛资金 22 万，其中购牛款是最大的投入项目，占总投入的 60%。户均养殖规模为 22 头牛，其中成年母牛 12 头。养殖小区农户养殖方法较为先进，由于养殖小区属于伊利公司的定点奶源供应点，农户在饲料配比、青贮提供、技术服务、疫病防治、挤奶等均由伊利公司统一提供，奶源质量比较高。散养户养殖方法较为传统，饲料方面主要使用自己种植的、满足家庭口粮需要之外的玉米、小麦等，不足时从个体商贩处购买玉米、豆粕等，基本不使用青贮饲料。小规模养殖户采用人畜混养模式，养殖环境较差，疫病主要靠自己防控，奶源质量不高。

### (四) 合作社基本情况

本研究共调查 5 家合作社，其中四川 2 家，河北 3 家。四川的 2 家合作社分别为眉山九升兔业专业合作社和射洪生猪合作社。河北的 3 家合作社分别为永年县京山育苗专业合作社、永年县众持蔬菜专业合作社、宁晋群芳食用菌专业合作社。两家蔬菜专业合作社主要依靠永年县的蔬菜批发市场，规模较大，为社员提供农资、技术、信息、产品销售等全方位服务。群芳食用菌合作社注册资金 350 万元，成员 105 个，主要经营食用菌各种菌种、原辅材料、农药和食用菌产品的加工销售业务，引进新品种、新技术、开展技术咨询服务。

## 六、农业产业化龙头企业履行社会责任的现状及成因分析

### （一）农业产业化龙头企业对社会责任的认知

通过调查，我们发现农业产业化龙头企业对社会责任的认知主要表现为以下几点。一是大多数企业将带动农民增收致富作为最基本的责任。大部分龙头企业都能认识到其在带动农民增收方面的重要责任。在样本企业调查中，有 66.67% 的企业认为带动农民增收致富是最基本责任（见表 1）。二是，不同的龙头企业对社会责任的认知存在差异。企业社会责任对于大多数农业产业化龙头企业来说是一个比较新颖的“概念”，因此，不同龙头企业对社会责任各有各的看法。调查发现，龙头企业对社会责任的认知可以大致归为 9 个方面。另外，不同的龙头企业对社会责任的认知各有侧重。调查发现，有的企业将带农增收作为重要社会责任，有的企业将保护环境作为重要社会责任，甚至部分企业则把科技创新、依法纳税作为企业社会责任的一个内容。三是，大企业对社会责任的认知要明显高于小企业。知名的大企业在政府的引导下和出于对自身利益的考虑，在企业公民的意识、理念以及到参与建设的深度和广度等方面强于中小企业，走在企业社会责任运动浪潮的前方。如伊利公司对企业社会责任的认知就较为清楚，该公司将企业的责任理念定义为“企业不应该只是优质产品的生产厂，更应该是为社会积极做出贡献的好邻居好公民。在消费者眼中，伊利就意味着丰富品类和可靠品质；在投资者眼中，伊利就意味着丰厚回报和长远利益；在合作者眼中，伊利就意味着忠实盟友和共赢伙伴。而在政府、社会和民众眼中，伊利就是诚实纳税人、环境的保护者和优秀企业公民的代名词。”

表 1 龙头企业对“社会责任”的理解

企业对“社会责任”的理解	提到次数	提及率
带动农民致富	26	66.67%
节约资源、保护环境	17	43.59%
保证产品质量安全	15	38.46%
保障职工的权益	14	35.90%
参与社会公益事业	10	25.64%
遵守商业道德	10	25.64%
依法纳税	7	17.95%
促进就业	4	10.26%
科技创新	3	7.69%

数据来源：根据调研结果整理。

### （二）农业产业化龙头企业社会责任的履行情况

#### 1、龙头企业采取多种措施带动农户，农户增收效果明显

从调查结果来看，龙头企业积极与农户签定订单，保障农民基本收入，而且还通过多种方式拓宽农民增收渠道。

一是，龙头企业积极与农户签定订单，并坚持履行合同，保障农户农业收入。部分龙头企业积极与农户签订了书面购销合同，采用加价收购、保护价收购等方式收购农产品，并坚持履行合同，解决了农民的后顾之忧。四川射洪县食品有限责任公司 2004—2008 年每年平均以订单的方式在全县收购生猪 20 万头，带动农户户均增收 1500 元。特别在金融危机的影响下，许多龙头企业经受住了考验，按合同价敞开收购农产品，确保农民增收。据农业部对 222 家畜产品龙头企业调查的数据显示，2008 年全年和 2009 年上半年，企业从农户收购原料数量比上年同期增长 10% 以上，原料价格也比上年同期增长 9% 左右（见表 2）。河北国

宾食品有限公司和农民签订种植回收合同，制定保护价格。在金融危机的不利影响下，2008年12月份，我国南方双孢菇价格每公斤降至2元左右，但该公司仍按平均每公斤5.6元的价格收购，仅此一项就让利于民260余万元。

**表2 金融危机下龙头企业收购农户原料与价格**

	2008年 一季度	2008年二 季度	2008年三 季度	2008年四 季度	2009年 一季度	2009年二 季度
原料收购数量与去年同期相比(%)	14.41	10.25	9.35	11.79	10.50	12.99
原料收购价格与去年同期相比(%)	12.01	11.05	9.28	7.75	6.85	11.58

二是，龙头企业积极拓宽农民就业渠道，增加农民工资性收入。龙头企业通过延长产业链条，不仅吸纳一批农民直接进厂务工，而且还带动一批农民从事农产品运输、营销等环节的经营活动，拓宽了农民的就业，带动农民增收。2007年，四川全省龙头企业从业人员达到143.3万人，占产业化经营组织从业人员总数的33%。四川省射洪县2007年从事生猪购销、屠宰、肉制品加工和生猪贩运的人员已经从2003年的780人增加到1890人。河北凯特集团有限公司2007年新建的新项目可安置闲散劳动力1200余人从事工业生产，而且新项目每年转化玉米12万吨，豆粕、棉粕等，使农产品转化增值，同时，新项目还可带动当地运输业发展，带动农民增收。

三是，部分龙头企业让农户以入股分红等方式参与利益分配，增加农民财产性收入。四川的调查显示，四川省2007年在各类产业化经营组织与农户的利益联结方式中，利益返还的有7650个，股份参与的有5960个<sup>10</sup>。内蒙的调查显示，有的奶农将牛交给养殖场、牧场或者奶联社养殖，用以牛入股的方式，定期（一般是一年）分得一定的红利。如骑士牧场的奶牛一部分是公司自有的，一部分是奶农入股的，一头奶牛一年分红2000元，连续分红30年，所产牛犊归公司所有。加入奶联社的奶农把奶牛交由联社饲养。在入社初期，对牛进行评估，确定使用年限，然后以评估价为准，按照年限均额返还给奶户，最后奶牛的残值交由奶户进行选择。比如：一头奶牛评估价6000元，使用期限5年，则每年返还奶户1200元，5年以后奶牛或可卖给公司，或可自己拉牛出售。

## **2、龙头企业不断加强内部管理，食品质量安全水平明显提高**

农业产业化龙头企业不断采取各种有效措施，完善农产品质量控制体系，食品质量安全水平明显提高。

一是，建设高标准原料基地。龙头企业不断加大基地建设投入，确保原料安全。2008年，龙头企业对农产品原料基地投入总额达1000多亿元，其中基础设施建设投入474亿元，农民培训投入45亿元，生产资料垫付322亿元，其他投入168亿元。同时，企业对订单农户在饲料、用药等方面有较为严格的规定，定期不定期为农户提供技术咨询与服务，从源头保证质量安全。河北国宾食品有限公司实行统一供种、统一技术、统一管理、统一质量指导、统一收购、统一价格的六统一服务，由公司提供技术、菌种，农户按照标准进行管理、按市场价格回收产品，从生产源头控制了产品质量。

二是，加强检验检疫。近几年，龙头企业加大对检验检疫投入，购买了一批检验检疫设备，增加了检验检疫项目。据农业部对895家国家重点龙头企业的监测，2009年龙头企业的质量检验检疫费用达到30.4亿元，比去年增长了近26%。

三是，积极参与质量控制体系认证。四川省13家龙头企业中，有6家龙头企业执行无公害食品标准，2家执行ISO9000标准，3家执行绿色食品标准，1家执行有机食品标准，

<sup>10</sup> 资料来源：四川省农办2008年8月28日提供的材料。

有 3 家企业同时执行两个以上质量标准。另外有 5 家企业建立了质量追溯体系。河北省的 11 家龙头企业中，有 4 家执行无公害食品标准，3 家执行 ISO9000 标准，2 家执行绿色食品标准，有 4 家企业同时执行不只一个质量标准。还有 2 家企业建立了质量追溯体系。内蒙古的 3 家龙头企业中，以伊利公司的质量管理体系最为全面。伊利以 ISO9000 质量管理体系为主线，建立了全面质量管理体系，并分别引入并整合了 ISO22000 食品安全管理体系，ISO14001 环境管理体系和 OHSAS18000 职业健康安全管理体系，实现了从收奶、标准化、无菌灌装、机械手包装及出库的工业全自动化控制。

### **3、龙头企业不断改善工作待遇条件，员工的福利水平明显提高**

员工是与企业利益直接相关的利益相关者，他们的利益是否得到实现，关系到企业的生产经营是否得以有效运转，甚至关系到企业的前途和命运。龙头企业采取多种措施，不断改善员工的工作待遇条件，特别是在金融危机下表现更为明显。一是稳定就业岗位。许多龙头企业外拓市场与苦练内功并举，确保生产不出现大的滑坡，维持企业正常运转，稳定现有就业岗位。还有一些企业通过采取弹性工作制、改造生产设施、加强职工培训等措施，努力做到减产不裁员。据我们对 904 家龙头企业调查，即使在金融危机影响最深、企业效益大幅下滑的 2009 年第一季度，企业固定用工仍然稳定在 2008 年水平。二是增加就业岗位。龙头企业加快调整产品结构，开发多元化、多层次的新产品，提高加工产能，扩大生产规模，增加就业岗位。2009 年汇源果汁通过新建工厂 14 个，引进 38 条世界先进生产线，果蔬年加工能力扩大到 122 万吨。并通过新建 700 多个直营、直销和服务经销机构，仅销售岗位就增加 1 万多个。三是注重职工培训。龙头企业通过开展在岗培训、技能培训、专业培训等方式，提高职工队伍素质，培养适应企业发展的不同层次的人才。据对 904 家企业调查问卷显示，85.09% 的企业加大了员工培训，平均培训 1387 人次，累计培训员工 138.56 万人次。四是提高农民的工资福利水平。据农业部对 895 家国家重点龙头企业监测数据显示，2009 年企业职工工资福利总额 437.9 亿元，比去年增长 10.2%。

### **4、龙头企业关注企业污染治理，并主动参与生态环境保护**

在环境保护方面，部分农业产业化龙头企业不仅做到和一般工业企业一样的三废污染治理，而且还积极参与农业生态环境保护。一是减少污染排放。如内蒙古伊利集团先后投资 1800 多万元建设和扩建了污水处理厂，采用最新的厌氧技术处理污水，处理后的出水达到国家污水综合排放一级标准。内蒙古骑士公司投入了 60 多万元，购买了锅炉除尘设备，减少了对当地空气的污染。二是发展循环农业。辽宁被调查的 19 家企业中，有 11 家企业投入 30-200 万元不等的资金进行环境治理，包括建沼气池、有机肥处理厂和污水处理站等，并将经处理后的废料作为农田肥料，将处理后的废水作为农田灌溉水源。四川省一些生猪加工企业也积极探索循环经济模式，采用猪沼果、生物处理等方式来确保周围环境不被污染。三是主动参与国家的各种保护生态环境的项目。如伊利集团积极将企业自身发展与改善农牧业结构相结合，与国家倡导的退耕还草工程、禁牧工程相结合，逐步开展退耕还草还牧，改善生态环境。到 2004 年，人工种草 0.57 亿亩，围栏封育 2.89 亿亩，禁牧、休牧草原 4.08 亿亩，使 7.49 亿亩的退化草场得到了保护和治理。

### **5、龙头企业积极参与社会公益事业，为其他企业树立了好榜样**

龙头企业积极参与社会公益事业，在社会上起到了榜样的作用。一是主动参与新农村建设，改善农村社区环境。在四川调查的 13 家农业龙头企业，基本上都在农村公益事业建设方面有过投入。其中有 3 家企业为所在社区修建道路，1 家兴建幼儿园，3 家兴建养老院，还有的建自来水站、帮助贫困学生，以及修缮村委会办公室、帮助五保家庭等。二是，支持教育文化事业。以伊利为例，在支持教育方面，伊利公司举办伊利宏志班，资助家庭收入在呼和浩特市低保线以下的中学生读书。资助家境贫困大学生、参加了“2007 爱心照亮回家路—资助贫寒学子回家过年”、“春暖贫困大学生—伊利、刘翔、王小丫助飞爱心计划”、“伊

利爱心互助计划”等多项活动；在文化体育方面，伊利每年出资赞助呼和浩特“昭君文化节”。并且不断支持民族商品交易会、内蒙古自治区全运会，农民运动会、建造“乳都宝鼎”，为全区 101 个旗县团委捐赠电脑、县县上网工程等各种文化体育事业。三是积极参与公益事业捐款。如在“5·12 大地震”中，一些龙头企业反应迅速，表现积极。据统计，2008 年 5 月 13 日至 18 日，四川省农业产业化龙头企业向重灾区捐送方便食品、罐头、瓶装水等 35 车，价值近 300 万元。美宁集团在地震发生后不到半小时就紧急召开生产动员会，对厂房、设备、原料等进行严格检测，于 13 日 7 时组织第一批罐头交付空降部队，20 日还派人派车将 20 吨清真罐头送到青川县的两个乡。为了保证重灾区的补给，美宁压下一切内外销订单，其供应的各类罐头占全省的 85% 以上。另外，一些龙头企业除了捐款捐物外，还积极参与灾后重建工作。以内蒙古伊利集团为例，四川汶川大地震发生后，伊利通过各种渠道已向灾区捐款捐物 1300 万元，并积极参与灾后重建工作。伊利一直持续的“健康中国”计划，长期致力于推动“社区、青少年、环境”三大核心目标的健康发展，实现健康文化与健康生活的和谐共融。2008 年，这一计划将首先开启“阳光社区公益梦想”和“阳光心灵关爱行动”两大公益项目，持续关注四川地震灾区青少年的心理健康。

### （三）农业产业化龙头企业履行社会责任中存在的问题

#### 1、龙头企业对社会责任认识还不够清晰

我国企业还处于从传统的家族制企业向现代企业转变，从以国内市场为主到面向国内外两个市场转变的转型过程中，受长期以来收计划经济、家族经济思维方式的影响，很多龙头企业还不清楚企业社会责任内容以及企业社会责任功能，对于自身所应该承担的社会责任还处于一知半解之中。从调查结果可以看出，表面上龙头企业对于“社会责任”的认识比较全面，但从每个企业个体看，他们对“社会责任”缺乏系统认识和深刻理解，对于履行社会责任的重点认识还不清楚。大部分企业将履行社会责任与办慈善事业等同。当问及企业社会责任时，一部分企业的第一反应就联想到了社会公益事业，把积极参与社会慈善事业，扶贫济困、捐资助学、社会救灾和支持贫困地区发展等与企业社会责任等同起来。如大连獐子岛渔业集团股份有限公司把企业的责任分为三类，“首先，企业应承担并履行好经济责任，为国民经济快速发展发挥作用；其次，伦理责任，不扰乱市场秩序，不危害社会的事，努力使社会不遭受消极影响；最后是企业的社会责任。”

#### 2、龙头企业与农户的利益联结机制仍不完善

在调查中，我们发现龙头企业与农户的利益联结机制仍存在一些问题，难以真正实现“利益均沾、风险共担”。一是，龙头企业与农户的利益联结方式还不紧密。在内蒙古，被调查的 20 户农户都与企业有长期合作关系，但是签有书面合同的仅为 6 户。因此，他们的合作多数没有法律效力，没有相应的责任和义务，不能互相约束。在企业和农户的合作中，两者处于不平等地位，企业处于主动和强势地位，农户处于被动和弱势地位。牛奶收购价格是企业说了算，奶农只能被动地接受。特别是“三聚氰胺”事件之后，企业面临经营困难，发生了拖欠奶款，以及提高质量检验要求，压级压价和拒收牛奶等现象。在调查的农户中，有一半的农户反映企业拖欠奶款，还有压级压价和拒收行为。二是，龙头企业与农户的利益分配方式还不完善。有些龙头企业虽然与农户签订了合同并履行合约，但却把农户排除在加工、销售两环节的获利范围之外。农户只是企业无正式身份的“打工仔”或者说廉价原料农产品的提供者，很难从增加的农产品附加值中获得相应的收益。在河北省调查的 11 家企业显示，货款结算方式中实行利润返还或二次结算的仅有 3 家。

#### 3、龙头企业在质量安全控制各环节仍有许多工作要做

第一，农产品质量安全控制的最薄弱环节仍在生产阶段。目前龙头企业与农户形成的利益联结机制主要是合同方式，可归纳为“口头协议型”、“投入控制型”和“中介连结型”。“投

入控制型”中企业的控制力较强，原料相对安全。但是该模式仍然存在不足之处：一是因为农户的养殖行为分散在各个农户家庭，企业并不能完全监控农户的生产行为；二是企业不能控制种养殖环境对原料质量安全的影响；三是企业虽然具有较强的控制力，但是并不意味着原料就具有较高的质量安全水平，可能出现企业为了降低成本，放松投入品质量安全要求的情况。实际的调研显示，由于企业难以与小规模分散农户形成紧密的利益联结机制，农产品质量安全源头控制的效果并不理想。第二，加工环节食品质量控制总体形势不容乐观。有效的质量安全控制体系（HACCP、ISO9000等）是加工农产品质量安全所必须的控制手段。部分龙头企业由于规模小，实施质量管理体系的负担较重，支付质量管理体系的实施成本的意愿较弱。第三，部分龙头企业产品流通方式仍然比较落后。根据调查显示，部分龙头企业的农产品流通多是以自然形态运销、裸露、散装、非冷藏状态下的流通，而且分级简单、粗糙，极不规范，包装简陋甚至根本没有，容易在运输、分销、零售以及多次装卸过程中增加二次污染机会。

此外，龙头企业在保障职工福利、环境保护和参与公益事业方面仍然不足。从调查来看，仍有少部分龙头企业存在员工工作环境较差、工作强度较高、安全性较低、不重视员工培训等问题，极少部分龙头企业还存在拖欠员工工资问题。虽然部分龙头企业采取建沼气池、建有机肥场等措施来保护环境，但是的很多建设内容是相关、环保法、环境影响评价法等的基本要求，龙头企业特别是中小型龙头企业主动参与环境保护的意愿还不强烈。另外，我国很多企业还没有把乐善好施看作应承担的社会责任。在我们访谈调查中，部分企业负责人认为，参与慈善事业仅仅是企业一种道德上的追求，甚至有人认为，参与慈善事业是企业“做秀”行为。

### （三）原因分析

#### 1、制度建设不完善和制度执行不到位

目前我国虽然对企业社会责任履行也作出了相关规定，但散见于不同的法律法规中如《公司法》第五条规定：“公司从事经营活动，必须遵守法律、行政法规，遵守社会公德、商业道德，诚实守信，接受政府和社会公众的监督，承担社会责任”。第十七条规定：“公司必须保护职工的合法权益，依法与职工签订劳动合同，参加社会保险，加强劳动保护，实现安全生产。公司应当采用多种形式，加强企业职工的职业教育和岗位培训，提高职工素质。”其它相关法律法规如《劳动法》、《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《环境保护法》、《公益事业捐赠法》等也大致提到企业社会责任问题。这些法律有的比较粗糙，不具有可操作性，有的只规定了责任和义务，而没有对不履行责任和义务的行为进行处罚的条款。由于尚没有专门的法律对企业的社会责任作出系统规定，使得龙头企业履行社会责任缺乏系统的法律约束和保障。对龙头企业履行社会责任缺失产生更为直接和严重影响的是“执法不严”。农业产业化企业龙头所承担的社会责任中有些属于强制性社会责任（如食品安全等），但近年我国发生多起重大食品安全事故，如“阜阳奶粉”、“红心鸭蛋”、“三聚氰胺”等事件，表明农业产业化龙头企业应该承担的强制性社会责任没有得到有效规范和切实履行。执法不严不仅影响了法律的尊严和权威，还助长了企业逃避、对抗法律的侥幸心理，使企业的社会责任意识更难以培育和强化。

#### 2、龙头企业承担社会责任的能力仍然不强

企业也和自然界中的生物类似，经历着诞生、成长、成熟、衰退直至死亡的生命历程。在企业发展的不同阶段，其所承担的社会责任也不同。在起步阶段，由于企业规模较小，实力较弱，为了追求快速发展，企业更多的是将企业的利润最大化（经济责任）放在首位。因为企业即使有承担企业其他社会责任的意愿，但没有经济支持，也无法承担得起。而且受经济能力及市场竞争的限制，可能有时候还会违反国家法律规范（法律责任），更不用谈履行



伦理责任和慈善责任。当企业到了成长阶段时，为了获得政府和社会的资源，企业可能会在国家法律规范（法律责任）的前提下追求利润最大化，也就是说企业已经具备遵守了旧理念中的企业社会责任。当企业进入稳步发展阶段后，企业已经在市场竞争中立足了脚跟，为了持续发展，为了获得社会及政府的认同，赢得更多的好声誉，企业开展考虑伦理责任和慈善责任，并将其作为发展战略的一部分。现阶段，大部分龙头企业发展处于转型期和成长阶段，部分仍然处于以赢利为目的的资本原始积累阶段，企业的经营状况和经济实力还不允许企业全面承担社会责任，即使经营者具备较强的社会责任感和承担社会责任的意识，其决策也必须依据企业的发展状况而定。这一因素导致我国龙头企业社会责任缺失的一个重要原因。

### 3、尚未形成积极履行社会责任的良好氛围

龙头企业社会责任的履行受“轻社会责任”的社会大气候影响。目前我国社会整体正处于经济体制转轨过程中，人们价值观念也在发生深刻而快速地变化，往往把亚当·斯密关于“经济人”假设奉为神话，无限制地追逐经济利润，不讲企业的伦理道德与法律责任，拒不承担企业社会责任。2007年7月，在日内瓦召开的“联合国全球契约领导人峰会”的一次部长级圆桌会议上，英国社会与道德责任研究院发布了其第4份双年度报告——“2007年责任竞争力状况”，中国的责任竞争力指数排在第87位，是金砖五国（BRICS：巴西、俄罗斯、印度、中国和南非）中排名最低的国家。整个社会仍没有形成积极履行企业社会责任的氛围。企业不承担社会责任，很少受到社会的指责，消费者没有形成对企业产品的道德消费意识，政府、媒体等社会机构很少对其进行批评报道，不承担社会责任的成本极低。

## 七、结论与政策建议

从以上分析可以看出，在认知方面，企业社会责任对大多数龙头企业来说还是一个比较新颖的概念，虽然大多数企业对其有一定的了解，但是认识还不全面，而且大企业的认知程度要明显高于小企业。在履行方面，企业在带农增收、质量安全、员工福利、环境保护、慈善公益等方面取得了显著的成绩，但是仍然存在一些不足。

从研究结果看，有以下问题需要进一步研究：一是龙头企业承担社会责任范围问题。具体包括不同行业、能力的企业之间承担社会责任的差别；单个企业在不同发展阶段应承担社会责任的差别；各种具体社会责任之间的关系。二是企业履行社会责任的外部环境问题。具体包括：市场和社会环境如何改善，即如何增强社会诚信意识、严把市场准入关、加大违法成本等问题；企业承担社会责任具有外部性，应如何在企业、政府和社会之间分担的机制。三是政府如何推动龙头企业履行社会责任的问题。政府在推动龙头企业履行社会责任方面具有至关重要的作用。目前政府是采取动态监测的方法对龙头企业进行约束。但由于目前对龙头企业社会责任进行细化和标准化，对企业社会责任的履行评价还不太容易操作。目前农业部正谋划进行龙头企业社会责任报告书试点，这一措施是否有效还要进行跟踪研究。

我国龙头企业全面承担社会责任还需要一个过程，政府、企业和社会都需要进一步加深对企业社会责任的认识，在此基础上，各司其职，共同推动我国农业产业化龙头企业积极履行社会责任。

### （一）政府要对企业科学引导

企业主动的、自发性的承担社会责任离不开政府的引导和规范。在企业社会责任自律性普遍不强的情况下，要加强理论研究，强化立法保障，完善监督机制，鼓励维权行为。

#### 1、加强理论研究，尽快建立制定企业履行社会责任的评价体系

加强我国的企业社会责任建设，促使企业较好地履行其社会责任，首先必须有比较成熟的，能被企业采纳的理论。而我国关于企业社会责任的理论研究才刚刚起步，对企业社会责

任概念还没有形成一个统一的认识,对其具体包括的内容认识模糊,这为一些想逃避社会责任的企业提供了可乘之机。因此,要加强对企业社会责任的理论研究,明确目前中国企业社会责任的具体内容及重点内容,构建符合中国国情的社会责任评价体系。2001年,美国经济优先权委员会修订颁布了企业社会责任国际标准体系-SA8000,在国际社会尤其是西方发达国家得到了广泛支持,国际知名机构如SGS、BVQX、DNV、ITS等都已经开始积极开展SA8000认证业务。但企业社会责任国际标准SA8000的内容相对比较单一,主要是强调劳工标准,而缺少其他方面的社会责任内容。因此,我们不能“照搬照抄”和普遍推广SA8000国际标准,而应当根据我国国情和龙头企业行业的特殊性,扩张企业社会责任的内容,除保障劳工权益外,还应将保障农民权益、消费者权益、保护环境与节约能源等内容一并纳入,这样既与国际性标准接轨,企业又相对容易接受。

## **2、完善企业社会责任立法,严格执法**

要使企业社会责任切实得以实行而不至于仅仅停留在道德宣示上,制度建设就是一项必不可少的工作。近年来,我国出台了多部有关企业社会责任的法律,特别是2005年新修订的《公司法》首次明确提出了企业的“社会责任”问题。但《公司法》中对企业社会责任的规定并不是十分完善,仅仅是规定法定企业社会责任中的一部分,而非理论中的企业社会责任的全部,亦非法定的企业社会责任的全部。因此,我国关于企业社会责任的立法工作任重而道远。相关立法机构要充分借鉴国际组织和发达国家在推进企业履行社会方面积累的宝贵经验,将有关企业社会责任内容纳入到《公司法》等法律法规中,明确规定哪些责任是企业必须遵守的底线责任,哪些责任是企业应当倡导遵守的责任,哪些责任是企业体现社会公民的应尽义务等等,做到“有法可依”。司法机关要加大执法力度,端正执法态度,改进执法方式,规范执法程序,做到“有法必依”、“执法必严”、“违法必究”,不断强化企业守法行为、诚信经营行为,强化企业履行社会责任意识。使企业在生产经营过程中严格履行自身所应承担的社会责任。

## **3、加强企业社会责任信息披露制度建设,积极引导企业披露社会责任信息**

完善的企业社会责任监督机制是企业履行的推动力。首先,应尽快统一规定龙头企业社会责任报告制度的名称、格式、披露方式,提高社会责任信息的可靠性、可比性。其次,要规范企业社会责任信息披露的内容。要充分借鉴发达国家和一些国际组织也制订了社会责任信息披露标准和我国其他行业的先进经验<sup>11</sup>,规范企业社会责任信息披露的内容,防止企业有选择性地披露对其有利的信息。第三,实施企业社会责任报告的审计制度。财政、审计机关及注册会计师协会要及时制定企业社会报告审计准则或标准,明确社会责任报告审计的对象、审计范围和审计主体,设计科学合理的社会责任报告审计方法和程序,拟定社会责任审计报告的主要形式,使社会责任报告审计有据可依。最后,建立信息披露的激励和约束机制。在激励方面,可以把公司披露的履行社会责任情况作为公司进行有关评价、认证及选择政府采购供应商、政府工程承包商等工作时一项重要考核指标;在约束方面,应加大对虚假信息披露的公司处罚力度。

## **4、正确引导舆论,鼓励员工、消费者等企业非股东利益相关者的维权行为**

政府应加强对企业社会责任的宣传,让全社会都来关注企业社会责任,参与到推动企业社会责任建设的活动中来,营造良好的社会氛围。一是要加大对企业的宣传力度,使企业认

<sup>11</sup> 如CEPAA(标准和认可咨询委员会)制定的组织社会道德责任标准(SA8000),国际劳工组织(ILO)制定的国际劳工标准,特别是全球报告倡议组织(GRI)发布的《可持续发展报告指南》为社会责任披露提供了全面可操作的参考框架。它提出完整的企业社会责任报告应包括三部分:社会责任(包括SA8000、职业健康、安全、人权状况、慈善等),环境责任(包括三废处理、温室气体排放CDM等)和经济责任(利润、税收等)。从国内来看,从2006年开始,国家电网公司、中石油、中远集团等一批中央企业公开发布企业社会责任报告或可持续发展报告。2008年国资委发布的《关于中央企业履行社会责任的指导意见》明确指出“有条件的企业要定期发布社会责任报告或可持续发展报告。”国内的这些尝试也积极了许多可以借鉴的经验。



识到，承担社会责任有利于企业的发展，如若不然，就会给企业的长远发展带来负面影响。二是要加大员工、消费者等企业非股东利益相关者的宣传度力，使他们对企业社会责任有清晰的认识。同时政府应简化维权的程序，降低维权的成本，甚至可以在生产集中地、消费集中地设立专门的权益保护机构，如在企业集中地区设立劳动者投诉站，在市场设立消费者投诉站等。这样，一方面能尽快对员工和消费者所反映的问题进行处理，以维护他们的权利，另一方面，同时也对企业产生威慑作用，督促其履行社会责任。

## **（二）企业要以积极的心态响应**

我国企业应该以一个积极的态度面对，在承担社会责任的意识、认识和能力方面加强企业自身建设，努力成为一个合格的企业公民，为我国的和谐社会建设贡献自己的力量。

### **1、提升企业伦理境界，树立履行社会责任理念**

企业首先要加强对社会责任的理解，从思想上提升企业的伦理境界。企业要坚持“以农为本”，把“农民得到实惠”与“公司赢得利益”统筹考虑，树立长远的发展观。企业不仅要认识到经营利润只有建立在尊重社会道德和履行社会责任的基础上，才可以取得长期的更大利益，更重要的是，要认识到社会责任是企业应尽的义务和责任。在社会中要树立良好的企业信誉，强化企业自律精神，主动地尽可能多地承担起促进产业发展、带动农民增收、保证食品质量安全的社会责任；树立保护环境、实现人与自然协调发展的生态文明观，加强环保意识，积极参与新农村建设，切实履行企业保护生态环境的社会责任。广泛参与社会慈善活动，争取做一个良好的“企业公民”，回馈社会。

### **2、改善经营管理，增强承担社会责任的实力**

企业的经营效益决定了企业履行社会责任的能力。为此，龙头企业首先应加快现代企业制度建设，不断完善和强化内部管理，搞好生产经营，创造更多的利润。利润多企业承担社会责任的实力增强了。其次，要抓住政府深化企业改革的机遇，通过兼并收购等战略性重组，壮大自身实力，提高规模效益。最后，要充分利用国家支持龙头企业发展的各项政策，抓住国家重视农业的机遇，加快企业发展，尽快做大做强。

### **3、大企业应率先示范，中小企业渐次参与**

目前，企业社会责任已经成为全球企业发展的重要组成部分和企业优劣的衡量尺度。在全球化浪潮下，倘若我国企业置身事外，将面临被世界经济主流鄙视和抛弃的尴尬境地。因此，我国企业必须高度重视企业社会责任建设，主动融入其中。然而，在我国企业社会责任理念刚刚起步，而且农业企业经济实力参差不齐，在此前提下，要求每一家企业都担负起社会责任，既不现实也不可能。从全球来看，大企业是履行企业社会责任的领头羊，广大的中小企业在其要求或外界推动下参与进行。因此，影响力大的企业，应树立承担社会责任的典型，以起到示范作用。中小企业由于其经济实力有限，因此，在履行社会责任方面可以量力而行。但这并不意味着规模小、实力薄弱的企业不用承担或少承担社会责任，企业的行为仍然要受“社会责任”框架的约束。不论大企业还是中小企业，都应注意发展与责任的平衡。

## **（三）社会要加强监督，形成良好的文化氛围**

首先，要充分利用传媒力量，通过广播电视、印发宣传手册和举办培训班的方式，加大企业社会责任知识的传播，让全社会都来关注企业社会责任，参与到推动企业社会责任的运动中来，营造推进企业社会责任的社会氛围。通过宣传，一方面可以纠正企业对社会责任的认知偏差，可以使企业在一个积极促进企业社会责任的环境中认识到推行社会责任，将有利于企业发展。另一方面，可以纠正民众的认知偏差。由于我国多年来实行计划经济体制，导致人们对企业缺乏社会责任感习以为常，并认为诸如环境保护、慈善事业、员工的发展应是政府或个人的责任，而与企业没有关系。通过宣传，民众可以了解企业社会责任知识，并认

识到我们的环境保护、社会的和谐发展都与企业的责任密切相关。民众可以对不承担社会责任的企业产品采取抵制措施，通过购买行为约束企业履行社会责任。

其次，充分发挥舆论媒介和消费者协会、工会等社会团体组织的作用，加强社会对企业承担社会责任的监督，形成多层次、多渠道的监督体系。特别是媒体对企业应进行舆论上的监督与引导，及时曝光在承担社会责任方面，做得好的企业与做得不足企业。公众有权利也有意愿及时了解这些信息。而同时，公众反馈回来的感受又会通过媒体形成舆论压力，对企业施加影响。并且也可以加大企业之间的监督及引导力量，企业的行为及由此产生的后果对其他企业具有警示作用。

最后，重视理论的宣传和传播，在高等院校的经济学和管理学专业开设相关的课程，使企业社会责任意识和理念及早进入未来企业经营者的脑中和心中。

#### 参考文献：

- [1] Bowen,Howard R.Social Responsibilities of the Businessman[M].New York:Harper,1953.
- [2] Carroll,Archie B. ,A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance[J].The Academy of Management Reivew,1979, 4(4):.497-505.
- [3] Carroll,Archie B.,The Pyramid of Corporate Social Responsibility:Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders[J].Business Horizons,1991,34(4):39-48.
- [4] Carrol,Archie B.,Business & Society: Ethics and Stakeholder Management (2nd ed.), Cincinnati, OH: South-Western Publishing Co.
- [5] Clarkson Max B.E.,A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluation Corporate Social Performance[J].The Academy of Management Review,1995,20 (1):92-117.
- [6] Freeman,R.E. Strategic Management:A Stakeholder Approach,Boston: Pitman,1998.
- [7] Friedman,M.The Social Responsibility of Business is to increase its Profits'.New York Times Magazine,1970,(13):122-126.
- [8] Joseph,Ella.Promoting Comporate Social Responsibility:Is Market-based Regulation Ssfficient[J].New Economy,2003, 9(2):96-110.
- [9] Schwartz Mark S. and Archie B.Carrol.Corporate Social Responsibility:A Three Domain Approach[J].Business Ethics Quarterly,2003,13(4):503-530.
- [10] 鞠芳辉等.企业社会责任的实现—基于消费者选择的分析[J],2005(9):91-98.
- [11] 卢代富.国外企业社会责任界说述评[J].现代法学,2001(6):137-144.
- [12] 李正.企业社会责任与企业价值的相关性研究—来自沪市上市公司的经验证据[J],中国工业经济,2006(2):77-83 .