

# 我国上市公司 2008 年度社会责任报告分析

彭韶兵(博士生导师) 高洁

(西南财经大学 成都 610074)

**【摘要】** 本文搜集了 455 份我国上市公司 2008 年度社会责任报告,首先对其总体情况进行了分析,然后采用相互控制配额抽样方法在其中抽取了 92 份作为研究样本对报告具体内容进行了分析。

**【关键词】** 社会责任 信息披露 社会责任报告

## 一、研究样本和数据来源

据统计,2009 年沪深两市共有 467 家上市公司发布了 2008 年度社会责任报告,其中,沪市有 290 家,深市有 177 家。笔者通过巨潮网、证券时报等网站共搜集到 455 份我国上市公司 2008 年度社会责任报告,其中,沪市有 286 份,深市有 169 份。

进行总况分析时,采用搜集到的全部 455 份样本报告;进行特征分析时,在其中按公司所属行业、是否自愿发布报告两个控制特征进行相互控制配额抽样,分别抽取沪深两市总样本的 20%共 92 份(沪市 58 份、深市 34 份)报告作为研究样本。

所有关于社会责任信息披露的数据均根据搜集到的社会责任报告统计后手工录入。

## 二、社会责任报告总体情况

虽然发布 2008 年度社会责任报告的公司数量相比以前年度激增,但大多数公司是按政策强制要求发布的,排除按中国证监会福建监管局(简称“福建证监局”)及沪深交易所要求发布报告的公司,自愿发布社会责任报告的公司只有 84 家,只占到总样本数的 18.5%。

自愿发布社会责任报告的 84 家公司分别来自 23 个省份(包括直辖市),其中:广东 18 家、浙江 18 家、江苏 5 家、上海 6 家,其他 19 个省份(包括直辖市)一共才 37 家。我国沿海地区出口型企业特别多,早在 20 世纪末,与我国出口企业有商业往来的欧美发达国家的企业就开始对这些企业有了社会责任方面的信息要求,因此相比我国其他地区,沿海地区的企业更早地接触了社会责任问题,在这些省市有更多的公司自愿发布社会责任报告。

从表 1 可以看出,除了 C2 木材、家具以及 L 传播与文化产业,其他各个行业都有自愿发布社会责任报告的公司,社会责任报告的行业覆盖面相比以前年度更加广泛。自愿发布社会责任报告的公司主要来自制造业,特别是 C1 纺织、服装、皮毛,C4 石油、化学、塑胶、塑料,C6 金属、非金属,C7 机械、设备、仪表,C8 医药、生物制品等行业。制造业公司相比其他行业的公司多了生产产品这一重要环节,可能会对环境和社区居民等利益相关者产生环境噪声污染、身体健康危害等负

面影响,特别是处于石油、化学等对环境特别敏感的行业的公司可能会带来更严重的负面影响,因此,这些公司会受到社会更多的关注,相比其他行业的公司更需要向社会披露其履行社会责任的信息。

表 1 自愿发布社会责任报告的公司行业分布

行业	A	B	C							D	E	F	G	H	I	J	K	M	合计		
			0	1	3	4	5	6	7											8	9
样本数	1	1	2	6	1	12	7	10	10	5	3	2	2	1	6	4	2	3	1	5	84

其中:A 代表农、林、牧、渔业;B 代表采掘业;C 代表制造业;D 代表电力、煤气及水的生产和供应业;E 代表建筑业;F 代表交通运输、仓储及邮电通信业;G 代表信息服务业;H 代表批发和零售贸易业;I 代表金融、保险业;J 代表房地产业;K 代表社会服务业;M 代表综合类。

## 三、社会责任报告特征分析

**1. 报告结构。**2006 年 9 月,深圳证券交易所发布了《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》(简称“深指引”),其中分别就股东、债权人、职工、供应商、客户和消费者权益保护、环境保护与可持续发展、公共关系和社会公益事业等几个方面具体规定了公司应该履行和披露的社会责任。2008 年 3 月,福建证监局发布的《福建上市公司、证券期货经营机构、证券期货服务机构社会责任指引》(简称“福指引”)中的相关内容跟深指引类似,也是按对不同利益相关者应该履行的社会责任编写的。本文将按照深指引、福指引的规定编制的社会责任报告的模式称为“利益相关者模式”。2009 年 1 月,上海证券交易所发布了《公司履行社会责任的报告编制指引》(简称“沪指引”),其中分别就促进社会、环境与生态以及经济可持续发展等方面规定了公司在编制社会责任报告时至少应关注的问题。沪指引中的规定与现在国际上比较通用的 G3 标准在结构上比较一致。本文将按沪指引编制的社会责任报告的模式称为“G3 模式”。还有一些公司的社会责任报告未按这三个指引的要求编写,本文称这些社会责任报告的模式为“其他模式”。

92 份样本报告中:所有的深市样本报告都是采用的利益相关者模式;而沪市样本报告结构比较多样化,其中 31 份报

告采用利益相关者模式,只有12份采用G3模式,另外有15份报告采用了其他模式,这些样本公司在结合本公司自身对社会责任的理解和自身实践情况的基础上对社会责任报告结构进行了自主创新。

2. 公司对社会责任的理解。虽然社会责任的概念在20世纪初就已经被提出,但到目前为止还没有一个全球公认的统一定义。

深市样本中,只有7份报告明确给出了公司对社会责任的定义,占深市总样本数的20.59%;沪市样本中,只有14份报告明确给出了公司对社会责任的定义,占沪市总样本数的24.14%。其中:6份深市报告给出的社会责任定义和深指引中的定义是一致的;14份沪市报告给出的社会责任定义虽然在具体描述上有所差异,但各公司对社会责任的理解都和深指引给出的定义基本一致。

3. 报告整体内容。深指引中分别就股东、债权人、职工、供应商、客户和消费者权益保护、环境保护与可持续发展、公共关系和社会公益事业等几个方面具体规定了公司应该履行和披露的社会责任;沪指引只是分别就公司在促进社会、环境及生态以及经济可持续发展三个方面简略举了几个例子。因此,深市公司基本都按照深指引内容编制社会责任报告,而沪市公司在编制报告时有更大的自由发挥的余地。

本文根据深指引中的具体规定将我国上市公司发布社会责任信息应该包括的内容归纳为以下8个类目:股东、债权人、职工、供应商、客户、环境、政府、公益。

92份样本报告中只有11份包含了全部8个类目的内容,从表2可以看出,大多数公司选择性披露迹象明显。而且本文在仔细阅读各样本报告时发现:大多数公司对自己表现得好的方面进行了详细具体的描述,对表现得差的方面只是根据指引要求编写了简略的套话,没有多少实质性内容。同时,只有极少数公司披露了指引条款以外的内容。

表2 样本报告定性内容分析表

项目	股东	债权人	职工	供应商	客户	环境	政府	公益
样本数	89	41	89	48	83	88	48	91
百分比(%)	96.74	44.57	96.74	52.17	90.22	95.65	52.17	98.91

定量信息的数量多少、质量高低决定着报告参考价值的大小,所有样本报告都披露了定量信息,但定量信息的详尽程度差异很大,92份样本报告中只有1份对全部8个类目的内容进行了定量描述。从表3可以看出,绝大多数样本公司都在公益和股东两个方面有定量描述,只有极少部分样本公司在债权人和供应商这两个方面有定量描述。这种情况主要是由以下两个原因导致的:一是深指引的具体规定中并未针对各方面内容全面地给出对应的定量指标;二是公司在编制

表3 样本报告定量内容分析表

项目	股东	债权人	职工	供应商	客户	环境	政府	公益
样本数	81	14	63	12	47	62	43	87
百分比(%)	88.04	15.22	68.48	13.04	51.09	67.39	46.74	94.57

社会责任报告时更容易通过原始资料获得公益、股东、职工等方面的定量信息。

4. 每股社会贡献值。由于只有沪指引中提到了每股社会贡献值的披露,所以深市没有公司披露每股社会贡献值。92份样本报告中只有16份沪市报告披露了公司每股社会贡献值,占沪市总样本数的27.59%。

16个样本公司的每股社会贡献值大多数都在0~3之间,只有两个样本公司的每股社会贡献值大于3。从表4可以看出,我国公司的每股社会贡献值普遍不高,且各公司间差异较大,各公司应该继续加大履行社会责任的力度。

在计算每股社会贡献值时,各公司基本上都按照沪市有关通知中的规定计算,即“在公司为股东创造的基本每股收益的基础上,增加公司年内为国家创造的税收、向员工支付的工资、向银行等债权人给付的借款利息、公司对外捐赠额等其他利益相关者创造的价值额,并扣除公司因环境污染等造成的其他社会成本,计算公司为社会创造的每股增值额”。由于通知中并未给出详细具体的计算公式和各项目对应的具体计算指标,各公司在计算每股社会贡献值时存在以下问题:一是计算对同一利益相关者的贡献额时,各公司采用的指标不统一。例如,计算“为国家创造的税收”这一项目时,有的公司根据现金流量表中“支付的各项税费”确定,而有的公司根据利润表中“营业税金及附加”与“所得税费用”之和确定;在股份数额的确定上,有的公司采用报告期“期末总股本”数额,有的公司采用“公司发行在外普通股股份加权平均数”,还有的公司采用报告期“期初总股本”数额。二是由于缺乏标准、权威的计量方法,各公司在计算每股社会贡献值时,均未扣除环境污染等造成的其他社会成本。

表4 样本报告中每股社会贡献值描述统计

项目	最大值	最小值	平均值	中位数	标准离差率
每股社会贡献值(元/股)	8.42	0.15	2.22	1.65	0.88

5. 第三方验证。沪指引中规定:公司可以聘请第三方验证公司履行社会责任的情况。如公司聘请第三方验证公司履行社会责任的情况,应披露验证结果。深指引中未涉及社会责任报告的第三方验证问题。92个样本公司中只有中国银行、中国平安两家公司聘请挪威船级社(DNV)对其发布的社会责任报告进行了验证。这说明我国发布社会责任报告的上市公司基本上都没有聘请第三方机构对其发布的社会责任报告进行验证,这使得报告的可信度不高,对使用者的有用性较低。

主要参考文献

1. 陈政.上市公司社会责任报告解读与完善建议.证券市场导报,2007;8
2. 李正,向锐.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,2007;7
3. 沈洪涛,金婷婷.我国上市公司社会责任信息披露的现状分析.审计与经济研究,2006;3
4. 朱金凤,杨秀强.我国企业社会责任报告解读与评析.财会月刊(理论),2008;5