

国有企业社会责任的发展与演进： 40年回顾和深度透视*

肖红军

(中国社会科学院工业经济研究所,北京 100836)

内容提要:本文针对国有企业社会责任主流研究范式 and 传统逻辑路径的缺陷,构建了“国有企业本质——国有企业使命功能定位、国有企业与社会关系——国有企业社会责任的内容边界——国有企业社会责任的实现方式”的研究逻辑框架,将国有企业本质认知作为本源性要素、国有企业社会责任的实践内容与实现方式作为表征性指标,采用本源性要素为主要依据、表征性指标为补充依据的方法,将改革开放以来国有企业社会责任的发展与演进划分为四个阶段,即1978—1993年不完全企业下的责任错位阶段、1994—2005年真正意义企业下的责任弱化阶段、2006—2013年现代意义企业下的责任重塑阶段、2014年至今企业新定位下的责任创新阶段。在此基础上,本文深入分析各个时期国有企业本质与使命功能定位、国有企业与社会之间的关系、国有企业社会责任的实践内容和国有企业社会责任的实现方式,发现国有企业社会责任发展与演进的40年就是“政府—企业—社会”关系范式追求合理化与合意性的过程,也是国有企业社会责任观与行为范式实现高级化与自适应的过程。

关键词: 国有企业 企业社会责任 改革 社会责任管理

中图分类号:F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2018)10—0005—22

社会责任不仅是国有企业作为一般企业存在的价值反映,更是国有企业“国有”特殊性质的天然要求。通常而言,国有企业社会责任的理解与认知可以分为应然与实然两种视角,但按照历史和逻辑相一致的马克思主义方法论,无论是基于应然视角还是实然视角,客观理性的分析均不能忽视国有企业改革40年来的历史演进。国有企业作为一种制度安排(黄速建和余菁,2006)^[1],其在当下与未来的发展正是改革开放以来企业与经济社会持续共同演化的结果。相应地,附着于或内嵌于国有企业的社会责任,无论是目前的应然还是实然,也都必然是宏观共同演化与微观共同演化的产物。因此,透视40年来国有企业社会责任的发展轨迹与演进脉络,对于科学理解和合理认知国有企业社会责任在新时代的演变规律与发展方向具有重要价值。

一、国有企业社会责任发展与演进的总体脉络

“不谋全局者,不足谋一域”。国有企业社会责任发展与演进必须置于国有企业改革的整体性背景与全时序情境予以透视,因为只有从纷繁复杂的历史事件和庞杂众多的社会现象中清晰梳理出发展脉络,才可能深刻洞察国有企业社会责任发展与演进的历史逻辑和基本规律。

收稿日期:2018-04-08

* 基金项目:国家社会科学基金重点项目“互联网平台型企业社会责任问题研究”(18AGL011);国家自然科学基金项目“竞争性国有企业的混合所有制改革研究”(71472186)。

作者简介:肖红军,男,副研究员,管理学博士,研究方向是企业社会责任与企业成长,电子邮箱:xiaohjxiaohj@126.com。

1. 国有企业社会责任发展与演进的基本逻辑

随着国有企业改革的持续深入和全球企业社会责任运动的不断兴起,国有企业社会责任日益成为热点研究问题,大量学者致力于对国有企业社会责任的理解与认知研究,并基于不同视角形成对国有企业社会责任的差异化解构框架。然而,纵观已有研究成果,主流研究范式和基本逻辑路径主要有两种:一种是沿着“国有企业性质——国有企业目标——国有企业社会责任”(黄速建和余菁,2006^[1];吴照云和刘灵,2008^[2])或“国有企业性质——国有企业功能——国有企业社会责任”(乔明哲和刘福成,2010)^[3]的研究链条予以展开;另一种是按照“一般企业社会责任+国有企业特殊性=国有企业社会责任”的研究思路进行解析(沈志渔等,2008)^[4]。第一种逻辑路径以“国有企业”为认知原点,背后遵循的基本思想是企业运行的一般规律,即“企业本质决定企业使命功能,功能定位决定目标方向,目标取向决定运作内容与方式(包括社会责任)”;第二种逻辑路径以“企业社会责任”为推演基础,背后隐含的基本思想是企业社会责任的一般生成逻辑,如社会责任源于自愿的慈善行为、社会对企业行为的期望、企业对社会的影响、对契约精神的遵循、社会权利与社会义务的匹配、企业对社会压力的回应、企业对社会风险的管理、企业对综合目标的平衡、企业对最大化社会福利的贡献(李伟阳和肖红军,2011)^[5]。这两种逻辑路径都有一定的合意性,能够为理解国有企业社会责任提供不同角度的思路借鉴,但同时也都存在不同程度的缺陷和不足。第一种逻辑路径忽略了理解现代意义企业社会责任的基础即企业与社会关系问题(Swanson,1999)^[6],容易通过由外而内地把依据功能定位所确定的企业责任或赋予的宏观功能等同于企业社会责任,结果可能是造成国有企业社会责任理解的泛化或窄化;第二种逻辑路径有将国有企业作为一种特殊组织形式对企业社会责任概念简单套用之嫌,缺乏从企业社会责任认知原点对国有企业进行全逻辑链条的再审视,结果可能是容易造成对国有企业社会责任理解的表面化或碎片化。进一步,这两种逻辑路径往往都止步于或完全聚焦于对国有企业社会责任内容的认识,对于国有企业社会责任的实现问题涉猎较少或成为整个逻辑链条的缺失部分,而后者却是当前企业社会责任研究重点从“解释问题”向“解决问题”转移大趋势下的关注焦点。

事实上,国有企业社会责任发展与演进的透视就是要将其全部的历程细化为无数个静态的切片,对具有重大里程碑意义的切片开展深度解构,并将它们串联起来进行规律挖掘。在这一过程中,特定时点上静态的国有企业社会责任发展切片重点由两个方面予以刻画:国有企业社会责任的认知和国有企业社会责任的实现。对于前者,合理的方式是在借鉴上述两种逻辑路径可取之处的基础上,从企业社会责任的认知原点出发,结合企业运行的一般规律,将国有企业作为一种“特殊的企业”置于企业社会责任理解的全逻辑链条进行深入再剖析,保证国有企业社会责任认知的逻辑自洽性、内外一致性和构面系统性。企业社会责任,就是企业对社会负责任的行为,而企业“为什么要对社会负责任”“对社会负什么责任”“怎么对社会负责任”的认知原点则是对企业本质的理解,因为对企业本质的不同认知将形成不同的企业社会责任观和企业社会责任边界观,比如新古典经济学的企业本质观形成了Friedman(1962)^[7]等“唯赚钱论”的企业社会责任观,而新经济社会学的企业本质观则导致Porter和Kramer(2006)^[8]“战略性”企业社会责任观的出现。更为清晰的逻辑链条是,企业本质的差异化认知一方面意味着企业存在价值的不同,并表征化为企业使命和功能定位的差异化;另一方面还意涵着企业与社会不同主体之间的分工不同,并反映出企业与社会关系类型、内容和界别的差异化。使命功能定位、企业与社会关系将共同决定企业履行社会责任的范畴,形成特定企业本质认知下的企业社会责任内容边界。按照企业社会责任认知的这一逻辑链条,国有企业社会责任的理解首先需要回到国有企业本质的认知原点和逻辑起点,以此为基础分析国有企业的使命功能定位以及界定国有企业与社会之间关系,进而确定国有企业社会责任的内容边界(如图1所示)。从实际发展与演变来看,在国有企业改革的不同时期,对国有企业本质的认知、国有企业使命功能的定位、国有企业与社会之间关系的界定等都有很大的变化,由此导致对国有企业社会责任的内容边界划定也明显不同。

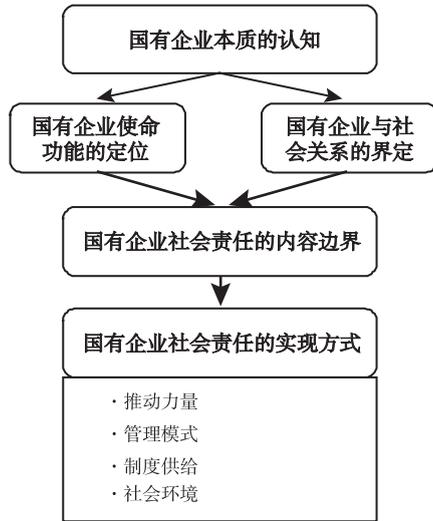


图1 国有企业社会责任发展与演进的逻辑框架

资料来源:本文绘制

对于后者,国有企业社会责任的认知实际上界定了国有企业承担社会责任的实践范畴、主要内容和核心议题,而国有企业社会责任的实现则是回答国有企业如何将这种认知所形成的社会责任内容和核心议题转化为实践落地,即国有企业社会责任的落实机制。从实现方式来看,一般性企业将社会责任付诸实践取决于履责意愿、履责管理和履责环境三个关键因素。国有企业的履责意愿除了“国有”特殊性天然内生出国有企业承担社会责任的动力之外,形形色色的社会主体期望甚至要求企业回应社会需求(Ackerman 和 Bauer,1976)^[9]、应对社会压力(Frederick,1986)^[10]和管理社会问题(Wartick 和 Cochran,1985)^[11]而形成的企业社会回应(Frederick,1994)^[12],也成为国有企业承担社会责任的外部驱动机制,因此,外部推动力量是构成国有企业社会责任实现方式的重要维度。国有企业的履责管理是将企业内生与外源的履责意愿转化为履责行动的关键机制,如德鲁克所言,企业社会责任所强调的企业利益与社会利益之间一致性并不能像新古典经济学者所想象的那样能够自动实现,而是需要依靠管理,因此,实践企业社会责任本质上是一场“静悄悄的管理革命”(李伟阳和肖红军,2010)^[13]。国有企业的履责环境是企业承担社会责任的约束性或促进性条件,是社会大系统中与企业开展负责任行为相关联的环境要素。履责环境既包括以正式制度为主体的制度环境,即强制性或诱导性的制度供给,也包括以公民社会、社会思潮为重点的社会环境。实际上,国有企业承担社会责任的推动力量、管理模式、制度供给和社会环境等要素(如图1所示)在国有企业改革的不同时期呈现动态演化,表明国有企业社会责任的实现方式随着改革进程的推进而不断演变。

2. 国有企业社会责任发展与演进的阶段变化

根据背后依据的不同,已有学者对新中国成立以来国有企业社会责任发展与演进的阶段划分主要有三类:第一类是依据经济体制改革的历史阶段予以划分,如龙文滨和宋献中(2012)^[14]将国有企业对投资者、员工和消费者的责任演进划分为前改革期、体制下放式改革期、市场经济改革转型期和现代企业制度改革期四个阶段;李晓琳(2015)^[15]将国有企业社会责任的发展历程划分为计划经济时代、改革开放初期、全面建设小康社会时期以来三个阶段。第二类是依据国有企业在不同时期的整体社会责任表现予以划分,如沈志渔等(2008)^[4]将国有企业社会责任的变迁划分为国有企业办社会阶段、社会职能与社会责任双重缺失阶段、社会责任意识建立与发展阶段三个阶段;郭洪涛(2012)^[16]将国有企业社会责任发展历程划分为核心地位确立阶段、企业办社会阶段、逃避社会责任阶段、经济责任确立阶段、经济责任和社会责任并行阶段五个阶段;陈孜昕(2014)^[17]将国有

企业社会责任的演变过程区分为社会责任错位、社会责任迷失、社会责任强化三个阶段。第三类是依据国有企业在不同时期的社会责任性质与内容予以划分,如王媛(2017)^[18]将国有企业社会责任的变化过程细化为职能性责任为主导、经济性回应为主导、社会性回应逐渐发展三个阶段。深入分析来看,这三类依据对于划分国有企业社会责任发展与演进的阶段都具有一定的合理性,但也存在两方面的缺陷或不足:一方面,无论是作为影响因素的经济体制改革,还是作为特征刻画的整体社会责任表现或社会责任性质与内容,均没有深入到国有企业社会责任在不同时期变化的深层逻辑,因此,以这些依据进行划分有表象之嫌;另一方面,这些依据对于国有企业社会责任发展与演进的审视维度和刻画构面相对单一,难以全貌或准确反映不同时期国有企业社会责任发展与演进的基本特征,可能会导致阶段认知与划分的片面性。鉴于此,需要对改革开放以来国有企业社会责任发展与演进的阶段划分进行重新审视和更加合理的界定。

为了克服已有阶段划分成果的缺陷与不足,充分反映国有企业社会责任发展与演进的深层逻辑,全面展示不同时期国有企业社会责任发展的关键特征,本文将采用本原性要素为主要依据、表征性指标为补充依据的方法,对改革开放以来国有企业社会责任的发展与演进进行阶段划分。按照国有企业社会责任研究的基本逻辑链条,国有企业社会责任发展与演进的本原性要素是对国有企业本质的认知,而表征性指标则是国有企业社会责任的实践内容与实现方式。从本原性要素来看,国有企业改革的重大转折往往都源于对国有企业本质认知的重大转变,进而导致国有企业使命功能定位发生重大调整,并据此促使国有企业社会责任发展出现重大变化。从表征性指标来看,在对国有企业本质形成特定认知的情境下,国有企业社会责任发展还受到多重因素影响,这些因素的演变不仅会传导至国有企业社会责任实现方式的多个维度,而且共同推动国有企业社会责任发展呈现出新的阶段属性。基于此,依据不同时期对国有企业本质认知的重大转变以及国有企业社会责任实践内容与实现方式的显著变化,改革开放 40 年来国有企业社会责任发展与演进可以划分为四个阶段(如图 2 所示):不完全企业下的责任错位阶段(1978—1993 年)、真正意义企业下的责任弱化阶段(1994—2005 年)、现代企业意义下的责任重塑阶段(2006—2013 年)、企业新定位下的责任创新阶段(2014 年至今)。

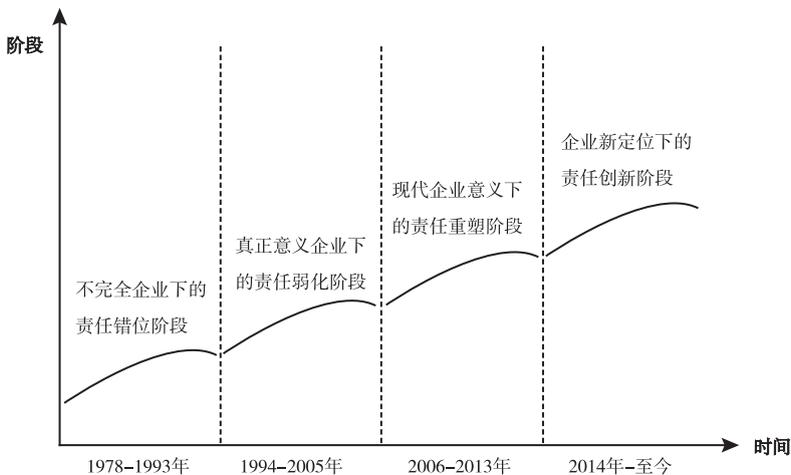


图 2 国有企业社会责任发展与演进的阶段划分

资料来源:本文绘制

二、不完全企业下的责任错位阶段(1978—1993 年)

随着全党工作重点转移到经济建设上来,针对新中国成立以来长期实行的高度集中计划经济

体制出现的突出矛盾和弊病,以及一直成长于这种体制下的国有企业集中暴露出根本性缺陷和重大弊端,自1978年底开始,中国拉开了旷日持久、声势浩大、艰苦卓绝的国有企业改革帷幕。国有企业改革的“路径依赖”(赵凌云,1999^[19];辛迪诚,2008^[20])和“渐进性”(罗仲伟,2009^[21];黄速建等,2008^[22])使得初始15年的国有企业改革重点置于政府与企业责权利关系的调整,“放权让利”和“两权分离”并没有触及“国有企业本质”的改革,国有企业作为国家机关附属物的角色没有得到根本变化,国有企业没有成为真正独立的自主经营和自负盈亏的经济主体,即国有企业依然是不完全企业。相应地,也就没有真正意义上的现代企业社会责任问题,“企业办社会”的延续和政府赋予的经济责任使得这一时期国有企业社会责任实践呈现出明显的“错位”。

1. 国有企业本质与使命功能定位:没有完全摆脱政府机关附属物的角色

这一时期的国有企业改革以“放权让利”为核心特征,其实施依据和背后逻辑是传统国有企业体制模式下企业成为行政的附属物,严重缺乏积极性和活力,国有企业应当成为具有一定自主权和经济利益的独立经济实体。1978年7—9月召开的国务院务虚会就指出,“企业是基本的生产单位”,要让企业拥有“经济权限和经济利益”,不可以“把各企业当作任何主管机关的附属品,当作只能依靠上级从外部指挥拨动的算盘珠”^①。随后,党的十一届三中全会公报进一步指出:“现在我国经济管理体制的一个严重缺点是权力过于集中,应该有领导地大胆下放,让地方和工农业企业在国家统一计划的指导下有更多的经营管理自主权。”对国有企业这一本质认知的最具代表性观点是蒋一苇(1979)^[23]提出的“企业本位论”,认为企业是现代经济的基本单位,应当具有独立的经济利益,社会主义企业是一个既有权利也有义务、自主经营和自主发展的能动主体。之后,1984年10月党的十二届三中全会通过了《中共中央关于经济体制改革的决定》,提出“要使企业真正成为相对独立的经济实体,成为自主经营、自负盈亏的社会主义商品生产者和经营者,具有自我改造和自我发展的能力,成为具有一定权利和义务的法人”。从改革实践来看,这一时期采取了放权让利试点、推行经济责任制、利改税、承包制、资产经营责任制、租赁制、股份制试点等一系列举措,重点都是着眼于调整政府与企业的责权利关系,包括所有权与经营权的分离。

无论是从当时对国有企业本质的认知深度还是国有企业改革实践的实用主义思维(张文魁,2008)^[24],这一时期的国有企业没有真正成为自主经营、自负盈亏的独立经济实体,因为放权让利虽然增加了国有企业自身的经营管理权,但并没有改变国有企业的边界刚性,而国有企业的目标函数在很大程度上受到边界刚性约束条件的影响(张宇燕和何帆,1996)^[25]。即使是两权分离,也不能使国有企业成为真正的企业(周叔莲,2000^[26];魏杰和李东红,2009^[27])。正因如此,日本著名经济学家小宫隆太郎(1986)^[28]就做出断言:计划经济体制下“中国不存在企业,或者几乎不存在企业”。也就是说,这一时期的国有企业还不能算是“企业”(刘世锦,1995)^[29],它们总体上仍然是“社会大工厂”的一个基层生产单位(郭劲光和高静美,2003)^[30],是同时具有生产职能、社会保障职能、社会福利职能和社会管理职能的“社区单位”(刘世锦,1995)^[29]。由此可见,国有企业在这一时期并没有完全摆脱政府机关附属物的角色,企业与政府之间的行政关系并未有效割裂,企业的资源配置很大程度上仍然由政府支配,人、财、物、供、产、销等都会受到政府的行政干预。从使命功能定位来看,国有企业不仅是“国民经济中的主导力量”,而且很大程度上依然是政府进行社会管理和提供社会服务的直接实施主体。

2. 国有企业与社会之间的关系:没有褪去“小社会”的浓厚色彩

虽然1984年10月起中国开启了发展“社会主义有计划的商品经济”征程,这一时期市场经济得到了一定程度的发展,但总体上社会分工水平不高、市场化水平不高的状况没有得到根本性改

① 《在国务院务虚会上的讲话》,《李先念文选》,北京:人民出版社,1989。

变。虽然放权让利、两权分离的改革试图让国有企业从政府与社会的严重钳制中解放出来和独立出来,但政企不分、政社不分、企社不分的现象仍然相当普遍,尤其是国有企业与社会之间的关系依旧较为模糊。作为长期计划经济体制下企业制度模式的惯性延续,国有企业总体上依然表现为经济组织的“单位化”(于淼,2006)^[31],而“单位”在社会学看来,一般被认为是一种承载社会整合使命和保障功能的组织形式(邓正来,1998)^[32]。“单位”很大程度上是一个社会的缩影,内部齐全划一的构成能够满足人的几乎所有方面需要(董保华,2006)^[33]。在这样一种制度安排下,一方面,个人所面临的各种问题没有必要到“单位”之外去需求解决;另一方面,“单位”外部实际上也不存在支撑问题解决的社会化渠道和空间,结果是整个社会被压缩至“单位”中。因此,这一时期虽然出现单位体制外组织的萌生,但单位制仍然是一种社会基础秩序,甚至这一时期被认为是“重建单位制”阶段(吕方,2010)^[34]。随之而来的则是整个社会很大程度上保持“单位社会”特征,“国家——单位——个人”的社会架构体系占据主体地位,即“单位”依赖于国家(政府),个人依赖于“单位”。

在“单位社会”里,国有企业作为“企业单位”,不仅仅是一个生产性组织,而且成为人们的生活重心,一定程度上可以看作是准“生活共同体”(李路路和李汉林,2004)^[35],因为人们“生命历程”中的各类“时机”和各类“生活事件”都以此为载体予以展开,国有企业是个人人生价值在社会中扩展的原点。国有企业俨然延续着传统体制下的“小社会”属性,是“大社会”的微型模具,是基本的调控单位和资源分配单位,呈现出自我封闭性、行政主义、身份主义和关系主义。国有企业生产出企业成员的“单位身份”,决定他们的社会化身份、地位和分配方式,同时还是城市社区的重要节点甚至核心节点,执行着经济功能之外的社会功能,承担西方社会中属于社区的职能,实际上表现为一个“社会单位”。因此,这一时期国有企业与社会的边界较为模糊,国有企业在现实中仍然没有褪去“小社会”的浓厚色彩,封闭性和实际独立性的缺乏使得国有企业与消费者、供应商、银行等外部利益相关方较少打交道。

3. 国有企业社会责任的实践内容:承担社会责任的错位

政企不分、企社不分引致的结果是国有企业在这一时期承担社会责任的错位,“企业办社会”的延续让国有企业继续承担着不合时宜、苦不堪言的无限责任,企业的责任边界被无限放大。“企业办社会”有内部和外部两个方面内容(辛小柏,1997)^[36]:前者一方面表现为国有企业创办和建设“大而全、小而全”的社会服务体系,社会服务的许多条件都在企业内部得以实现,如企业办学校(指普及型学校)、医院、幼儿园;另一方面表现为企业对职工提供“从摇篮到坟墓”的一揽子福利和保障,承担对职工的无限责任。后者是由于国有企业与地方政府在职能划分上模糊,加之相对滞后的社会服务和不规范的行政方式,并受到诸如“人民公路人民建”“携手公益建设”等宣传口号的影响,本来应当由地方政府承担的许多公益建设投入往往会通过某种方式强推给国有企业。“企业办社会”的延续与当时的历史情境密切相关,但“企业办社会”绝不是现代意义的企业社会责任,它是社会分工不充分、服务社会化不足的结果,本质上是“低效率的”(王志强,2001)^[37]。

从承担经济责任来看,国有企业是经济体制改革的微观主体,这一时期的放权让利试点、推行经济责任制、利改税、承包制、资产经营责任制、租赁制、股份制试点等改革举措,促使国有企业开始树立和不断增强“经济责任”意识,部分改革举措甚至带来了国有企业经济效益的可观改善。但是,由于制度设计的不完善、制度执行的偏离,特别是受制于政企不分、政资不分,国有企业履行经济责任的能力和水平并没有达到预期,甚至出现背离国家产业结构调整 and 合理化方向的现象,频发企业滥发工资奖金、投资不计效益等短期行为,内部人控制失控现象也迅速滋长(周叔莲,2000)^[26],因此,可以认为这一时期国有企业对于经济责任的履行也存在某种程度的异化。在这一时期,无论是政府、社会还是企业,改革的着眼点都聚焦于“经济责任”,很大程度上缺乏环境保护意识、环境保护能力和环境保护行动,因此,国有企业对于“环境责任”的承担较为缺失。从履责对

象来看,国有企业除了对内部利益相关方即职工承担无限责任外,因为与外部利益相关方打交道相对较少,自然也较少关注和采取实际行动履行对各外部利益相关方的责任。

4. 国有企业社会责任的实现方式:缺乏合理与有效的方式

严格来讲,国有企业在这一时期的责任错位意味着很难谈及现代意义的企业社会责任实现方式问题,但从历史演变角度来看,考察国有企业在当时所谓“履责”实现方式的不同维度表现,将有助于对国有企业社会责任发展与演进分析保持连续性与一致性,能够为之后的国有企业社会责任发展与演进研究提供背景性支撑。从推动力量来看,无论是“企业办社会”还是异化的经济责任,国有企业行为方式最为重要的影响力量都来源于政府,长期形成与延续的行政干预模式使得政府本质上依然是国有企业具体运行的主导力量。从管理模式来看,一方面当时国有企业在管理理念、管理体制、管理方式、管理方法、管理手段等方面都较为落后,大部分国有企业甚至可以说没有真正的“管理”,即使是对在现在看来属于社会责任内容范畴的安全议题,当时的管理也只是从运营需要视角予以开展,十分粗放且完全没有责任议题思维;另一方面当时国有企业因为缺乏真正意义上的企业社会责任,根本不具备进行社会责任管理的对象基础和要素基础,因此,现代意义的企业社会责任管理更是无从谈起。从制度供给来看,当时针对国有企业的制度设计与制度落实基本上都聚焦于“经济改革”,针对国有企业履行社会责任的对象和议题相关的制度供给则极其缺乏,这是由当时的经济体制改革重点和时代背景所决定的。但也有例外,1993年中国出台《消费者权益保护法》,为之后国有企业履行对消费者的责任奠定了制度基础。从社会环境来看,一方面是受到长期计划经济体制下社会思潮的影响,社会公众对当时国有企业过度承担责任具有普遍的期望,对“企业办社会”仍保留强烈预期甚至根深蒂固,由此国有企业实际上面临着不合理的社会期望;另一方面这一时期的各种改革策略和解释模式较少涉及重新建构一个带有一定自主意义的社会,公民社会应当具备的个人主义(Individualism)、私人权(Privacy)、市场(Market)、多元主义(Pluralism)和阶级(Class)等条件(Giner,1995)^[38]严重缺乏,几乎可以说公民社会还没有起步。需要指出的是,这一时期官办性质的非营利性社会团体开始搭建平台,如1989年10月中国青基会发起实施希望工程,为后来国有企业履行社会责任提供了重要渠道和载体。

三、真正意义企业下的责任弱化阶段(1994—2005年)

“放权让利”的利益约束改革和“两权分离”的契约约束改革(郭劲光和高静美,2003)^[30]并没有触及传统体制下企业制度最核心的产权问题(章迪诚,2008)^[20],而企业财产(产权)关系上存在的制度性缺陷被认为是国有企业出现各种弊端的根源。于是,在1992年确立“社会主义市场经济”目标以后,1993年11月党的十四届三中全会开启了国有企业改革“制度创新”阶段,国有企业制度重建的结果是构建出产权清晰的真正意义企业。与此相对应的,则是国有企业由原来承担过度责任的“企业办社会”转向市场经济下片面追逐利润而忽视承担非经济性责任(沈志渔等,2008^[4];陈孜昕,2014^[17]),国有企业对于履行社会责任的意识和实践表现均明显“弱化”甚至“迷失”。

1. 国有企业本质与使命功能定位:独立的法人实体和市场竞争主体

鉴于传统国有企业产权制度下“财产的非人格化走到了极致”(科尔奈语)(罗仲伟,2009)^[21],并着眼于构造适应于社会主义市场经济体制的微观运行基础,以产权改革为主要特征的“制度创新”或“制度重建”成为这一时期国有企业改革的重点,结果是推动国有企业彻底摆脱国家机关附属物的角色和地位,走上真正意义企业的建设之路。1993年11月党的十四届三中全会提出,国有企业改革的方向是要建立产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度,推动国有企业成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人实体和市场竞争主体。同年12月,《公司法》正式通过,为国有企业构建现代企业制度、建设成为真正意义企业提供了法律依据。1997年9月

党的十五大和 1999 年 9 月党的十五届四中全会对股份制进行了全面肯定,提出国有大中型企业可以进行公司化改制成为股份制企业,这标志着国有企业改革与发展真正进入按照国际通行规范建立现代公司的阶段(吴敬琏,2003)^[39]。之后,2003 年 10 月党的十六届三中全会提出,要建立“归属清晰、权责明确、保护严格、流转顺畅”的现代产权制度,最终明确股份制是公有制的“主要实现形式”。由此可见,这一时期随着对国有企业本质认识的深化和国有企业改革战略主义思维的落地(张文魁,2008)^[24],国有企业与市场经济融合的步伐加快,国有企业作为市场经济下一般性企业的角色得到强调,国有企业由国家机关附属物转变为独立的法人实体和市场竞争主体。

从使命功能定位来看,这一时期是中国社会主义市场经济体制初步建立与开始完善的过程,也是国有企业开始成为市场与政府双重替代物的过程(程承坪和程鹏,2013)^[40]。从微观层面来看,国有企业作为市场经济下的一般性企业,其基本功能是向社会提供产品与服务,而作为“国有”的特殊企业,其提供的产品和服务以及产品和服务的提供过程应当体现国家意志(袁辉,2014)^[41]。从宏观层面来看,党的十五大、党的十五届四中全会和党的十六大都明确指出,“国有企业是我国国民经济的支柱”,因为在社会主义市场经济体制下,国有企业是政府干预经济和政府参与经济的双重手段(黄速建和余菁,2006)^[1]。在这一时期的经济转轨过程中,国有企业的使命功能定位是要解决三类“失灵”问题(吕政和黄速建,2008^[42];黄速建等,2008^[22]):一是西方发达国家经常出现的一般性市场失灵问题,如充当宏观调控和维护国家安全的工具、作为公共物品与服务的提供者;二是经济转轨国家独特的市场失灵问题,如承担社会保障体系构建的“制度变迁”成本;三是发展中国家独有的市场失灵问题,如服务与落实国家的“经济赶超”战略。就第一个使命功能而言,党的十五大要求国有经济必须在关系国民经济命脉的重要行业和关键领域占据支配地位,党的十五届四中全会要求国有经济控制涉及国家安全的行业、自然垄断的行业、提供重要公共产品和服务的行业以及支柱产业和高新技术产业中的重要骨干企业等四大行业和领域,党的十六届三中全会要求进一步推动国有资本更多地投向关系国家安全和国民经济命脉的重要行业和关键领域。就第二个和第三个使命功能而言,国有企业改革促进包括多层次社会保障制度在内的社会主义宏观经济制度与社会治理体系的建立和不断完善,有效增强中国经济总体的国际竞争力(黄速建等,2008)^[22]。

2. 国有企业与社会之间的关系:在“市场社会”之中脱嵌于社会之外

社会主义市场经济体制的建立过程,尤其是以产权改革为主要特征的“制度创新”或“制度重建”过程,本质上也是长期存在的单位制和“单位社会”从根基上彻底动摇和瓦解的过程,与之相伴的则是国有企业与社会关系的彻底重构。这一时期,在各项重大深层次经济体制改革举措的推动下,“单位社会”由于制度锁定、活力丧失和平均主义的多种缺陷(田毅鹏和吕方,2009)^[43]而出现单位成员流向体制外、单位职能转移至社区、单位大量破产和改制,并最终导致单位社会的消解和终结(华伟,2001)^[44],取而代之的则是一种新的社会生活形态的孕育与形成,整个社会进入到所谓的“后单位社会”。相较于“单位社会”,在“后单位社会”中,生活中心由单位向社区转变,社会就业由一元、凝滞的向多元、流动的转变,单位福利向社会保障转变,“计划”思想向市场意识转变,“单位人”向“社会人”转变(姜地忠和王国伟,2006)^[45],社会架构体系则由“国家—单位—个人”向“国家—社区、社会团体—个人”转变,单位组织承载的社会公共性转移至社区与社会团体。

“后单位社会”一方面突出市场经济下不同社会主体或单元的合理社会分工,将本不应该由国有企业承担的过度社会功能从其肩上卸载下来,让原本模糊的政企关系、政社关系、企社关系变得相对清晰,国有企业的独立性得到根本性增强;另一方面也因单位制的消解而使社会呈现原子化动向,社会联结出现中断与错乱(田毅鹏和吕方,2009)^[43],包括国有企业在内的社会主体都像散落于社会中的一个原子,它们之间的相互联系明显减少,同类主体之间的“跨单位组织”也尚未有效建立,国有企业与社会之间的联结变得简单、脆弱甚至缺失。“后单位社会”的另一个显著特征则

是对市场主义的崇尚导致波兰尼所说的“市场社会”逐渐显现,因为“市场对经济体制的控制会对社会整体产生决定性的影响,即视社会为市场的附属品,而将社会关系嵌含于经济体制中,并非将经济行为嵌含在社会关系里”(Polanyi,1944)^[46]。如果说“单位社会”是经济活动过度内嵌或锁定于一个个“小社会”之中,那么“后单位社会”则是经济活动脱嵌于社会之外,甚至整个社会反过来内嵌于市场之中。与之相匹配,作为社会主义市场经济体制下的微观主体,国有企业在这一时期与体制之外的民营企业类似,很大程度上受到所谓的“市场逻辑”支配,可以说是脱嵌于社会之外。

3. 国有企业社会责任的实践内容:非经济责任的严重弱化甚至缺失

国有企业在这一时期履行社会责任可以从宏观和微观两个层次予以理解,前者即宏观层面国有企业的使命功能、存在意义和应尽的社会承诺,后者由微观层面国有企业的本质属性、国有企业与社会关系所决定。从宏观层次的国有企业社会责任来看,无论是主观还是客观,无论是主动还是被动,这一时期的系列改革推动国有企业从整体上承担起解决一般性市场失灵问题、转轨国家特有的市场失灵问题和发展中国家特有的市场失灵问题,国有企业整体性的经济目标和非经济目标都在一定程度上得以实现。从微观层次的国有企业社会责任来看,国有企业个体与这一时期一般性企业类似,在“后单位社会”中被认为是构成社会的一个个原子,在“市场社会”中脱嵌于社会之外,特别是在市场主义、效率至上的经济主义影响下,国有企业个体由原来的“管理型单位”向“利益型单位”转化,其所拥有的利益共同体功能得到空前膨胀,最大化盈利成为许多国有企业主导性目标甚至唯一追求的目标,非经济目标在分离企业社会职能改革之下被许多国有企业完全抛之脑后,社会责任意识与社会责任行为严重弱化,陷入社会职能与社会责任双重缺失的境地(沈志渔等,2008)^[4]。这一时期的国有企业或隐或现地展现出新古典经济学所秉持的“唯赚钱论”企业社会责任观,其行为背后的逻辑与弗里德曼长期坚持的观点不谋而合,即企业唯一拥有的社会责任就是尽可能地增加利润(Friedman,1962)^[7]。结合宏观层次与微观层次的国有企业社会责任来看,二者在这一时期实际上出现了偏离甚至背离,宏观层次的国有企业社会责任并没有传导至微观层次,而微观层次的国有企业社会责任也无法主动地支撑宏观层次的有效实现。

从应然角度来讲,这一时期国有企业因为通过产权改革而成为真正意义上的独立企业,因此,在属性上理应具有现代意义上的企业社会责任,但实然却出现严重偏离。从承担社会性议题来看,国有企业经过“抓大放小”改革、三年脱困的“剥离债务、兼并破产、减员增效、下岗分流、结构调整”以及本世纪之初的主辅分离、辅业改制、分离企业办社会职能等改革,一方面推动政企分开、企社分开,不仅减轻国有企业的历史包袱和社会负担,而且为国有企业在合理社会分工基础上承担社会性议题奠定基础;但另一方面也导致国有企业出现完全“甩包袱”、对社会性议题缺乏回应和参与的现象,表现出从原来过度承担的一个极端走向基本缺失的另一个极端,从之前的被动越位转变为主动缺位。由于政府对国有企业管理的放松、非国有企业迅速发展形成的巨大竞争压力以及刚从企业办社会中脱身,国有企业无暇顾及也缺乏动力关注和参与社会性议题,更谈不上形成适应于市场经济下回应和参与社会性议题的有效范式。比如,国有企业在终止对员工“从摇篮到坟墓”的无限责任之后,对于市场经济下的员工权益、安全健康、成长关怀等员工责任议题并没能实现良好的调适,由此招致20世纪90年代末开始,跨国公司对其供应链上的中国企业(包括国有企业)劳工问题进行重点关注。从承担环境性议题来看,经济主义的过分强调、将产出增加和收入上升等同于“发展”的片面发展观(张文魁,2008)^[24],都催生出包括国有企业在内的企业粗放式发展模式,以牺牲环境为代价、以高强度资源消耗为前提换取增长速度成为企业普遍的做法,节约资源、保护生态、美化环境的意识与行动较为缺乏。从履责对象来看,国有企业作为独立的法人实体和市场竞争主体,与消费者、供应商、合作伙伴、同业竞争者等外部利益相关方打交道逐渐变多,但更多的主要体现为纯粹的市场交易关系,企业对外部利益相关方市场交易之外的责任承诺和承担关注较少,甚

至频频出现诚信缺失、违法违规等跨越底线责任的行为。

4. 国有企业社会责任的实现方式:内外部有利环境开始出现但总体不足

计划经济向市场经济的转变导致国有企业生存与发展环境的易变性、不确定性、复杂性和模糊性(Bouée,2013)^[47]大大增强,国有企业决策和活动的“制度场”和“社会场”发生根本性转变,相应地,国有企业履行社会责任的实践表现与实现方式也出现转折性变化。从推动力量来看,这一时期政府聚焦于国有企业的制度性改革和经济性改革,忙于分离企业办社会职能,相对放松对国有企业的社会管制,因此,对国有企业履行社会责任的要求相对弱化。但是,随着中国对外开放的进一步推进以及卖方市场向买方市场的转变,知名跨国公司、国际组织和消费者开始成为推动国有企业履行社会责任的积极力量,只不过当时这一力量相对较弱,尚无法对国有企业履行社会责任的意愿和行为产生实质影响。从管理模式来看,随着现代企业制度建设的推进,特别是中国加入WTO之后对国外先进管理理念与方法的引进,市场经济下的国有企业组织治理和企业管理体系初步建立,其中包括企业社会责任部分议题的管理体系,如安全生产、资源环境等,但这些议题管理的运作方式主要服务于内部管理和职能管理需要,从企业社会责任视角进行管理则相对缺乏。这一时期国有企业由于对社会责任的关注度较低,因此,系统和主动的社会责任管理尚无从谈起,但随着跨国公司在其供应链上的一些中国企业推行社会责任国际标准SA8000,以及西方的现代企业社会责任概念逐步引入,少量的、零星的国有企业也开始探索性地涉猎社会责任管理。比如在社会责任信息披露方面,2005年江西移动公司发布了国内第一份社会责任报告。从制度供给来看,这一时期政府在劳工权益、安全生产、社会公益、环保节约等多个领域进一步完善了相关的法律法规,为国有企业在相关社会责任议题实践上提供了强制性制度约束,但在落实与执行上并不完全到位。除了政府强制性制度供给外,一些指引性与诱导性的制度供给也开始出现,比如2005年中国纺织工业协会发布了中国纺织企业社会责任管理体系(CSC9000T)实施指导文件及细则。从社会环境来看,随着“单位社会”的消解,依托“单位社会”的乌托邦精神和公共精神生活迅速消逝,社会理想主义随之坠落,整个社会转向趋利的物质主义(田毅鹏和吕方,2009)^[43],社会公众对包括国有企业在内的企业更多地是市场经济下的一般性期望,社会性期望相对较弱,可以认为,社会公众对企业履行社会责任期望不足。但不容忽视的是,这一时期中国公民社会开始出现“星星之火”的起步,除了较早成立的中国慈善总会外,一批致力于中国企业社会责任发展的非政府组织也得以出现,包括中国企业联合会全球契约推广办公室和可持续发展工商委员会、中国社会工作协会企业公民委员会、中国企业社会责任联盟等,成为国有企业履行社会责任的观察者、推动者和指引者。

四、现代意义企业下的责任重塑阶段(2006—2013年)

针对经济体制转变带来的一系列经济社会问题以及国有企业改革不彻底问题,中国开始按照科学发展观和社会主义和谐社会建设的要求对社会主义市场经济进行完善,并进一步深化国有企业改革,逐步理顺国有资产管理体制和深入推进现代企业制度建设,推动国有企业转变为现代意义公司。特别是,2005年10月修订并于2006年正式实施的《公司法》要求,公司从事经营活动必须承担社会责任,由此正式开启国有企业建设富有责任感的现代意义公司的新征程。国有企业社会责任发展与演进进入责任重塑阶段,国有企业履责动力、履责内容、履责方式、履责环境和履责效果均出现重大变化,初步形成适应现代意义公司要求的社会责任系统构架。

1. 国有企业本质与使命功能定位:经济功能与社会功能相互融合的现代意义企业

无论是科学发展观和社会主义和谐社会建设的要求,还是经过“制度创新”之后的国有企业在社会主义市场经济建立过程中表现出来的非合意行为,都促使人们对先前过分强调国有企业的经济组织属性进行反思,而新修订的《公司法》首次对企业承担社会责任的明确某种程度上也是这一

反思的结果。这一时期的国有企业不再一味地强调在市场经济下的经济组织属性,不再纯粹突出生产和交易社会所需要的商品和服务的经济功能,而是融合地将其看作兼具生产属性、交易属性和社会属性的社会经济组织,同时强调其所拥有的经济功能和社会功能,由此成为现代意义企业。所谓现代意义企业,绝不仅仅是 Chandler(1977)^[48]从结构与形式上所界定的现代公司,而是意指“符合现代社会中经济系统与社会系统相互嵌入而密不可分、经济属性和社会属性内在统一而具有整合经济与社会功能”(肖红军和阳镇,2018)^[49]的现代公司。作为现代意义企业,国有企业显然是一种社会性存在和社会行动者,这意味着国有企业必然是经过社会化建构的组织,相应地,社会属性就成为内嵌于国有企业不可分割的特性。需要指出的是,国有企业的经济属性与社会属性具有一致性和融合性,而不是以往所认为的相互矛盾和相互割裂,因为国有企业的经济功能为社会功能发挥提供了物质基础,而社会功能则为经济功能的更好实现提供了方向引导。

从使命功能定位来看,国有企业在这一时期延续着国家干预和参与经济的角色定位,发挥弥补市场失灵的功能,但由于社会主义市场经济体制已经初步建立,因此,国有企业的使命功能重点由上一阶段解决三类市场失灵问题转变为两类,即解决发达国家普遍面临的一般性市场失灵问题和解决发展中国家特有的市场失灵问题。为此,2006年国务院办公厅转发国资委《关于推进国有资本调整和国有企业重组的指导意见》,要求进一步推进国有资本向关系国家安全和国民经济命脉的重要行业和关键领域集中。2007年党的十七大也提出,优化国有经济布局 and 结构,增强国有经济活力、控制力、影响力。2012年党的十八大更是明确指出,要推动国有资本更多投向关系国家安全和国民经济命脉的重要行业和关键领域。对于国有企业在弥补市场失灵中的作用,最有力的证明则是国有企业在抗击2008年国际金融危机中所起到的中流砥柱作用(袁辉,2014)^[41]。除了弥补市场失灵功能外,这一时期国有企业还被赋予解决“社会失灵”(Failure of Society)问题。社会主义和谐社会建设的推进,目的就是要解决由“单位社会”向“后单位社会”和市场社会转变之后所出现的“社会失灵”,即社会自组织的缺乏而导致社会自我运行的低效失效和失序失范(黄建,2015)^[50]。国有企业作为具有整合经济与社会功能的现代意义企业,被政府和社会赋予充当构建社会主义和谐社会排头兵,解决“社会失灵”问题重要参与者的期望与功能定位。

2. 国有企业与社会之间的关系:嵌入于社会并形成“影响”关系

按照帕森斯的结构功能主义观点,社会是一个自我平衡的系统,社会各子系统的整合是社会主义和谐社会的基础(陈成文和陈海平,2005)^[51]。社会主义和谐社会建设意味着国有企业发展不能仅仅与经济系统相协调,而应当与整个社会系统相协调。在这一背景下,根据新经济社会学的基本思想,市场是由社会行动者推动的,本质上是一个社会过程,不是单纯的抽象交易系统(White,1981)^[52],由此经济活动被认为是一种社会建构,被嵌入在特定的社会网络和社会结构之中,因为嵌入是“经济活动的现有社会模式的情境联结”(Granovetter,1973)^[53]。作为现代意义上的企业,国有企业在这一时期被认为是经济活动的社会行动者,其行为嵌入于特定的社会结构、社会文化、社会关系网络以及环境、资源关系之中,受到社会因素的影响和制约。国有企业无法脱离特定的社会关系而独立存在,因为“一个健康的企业和一个病态的社会是很难共存的”(Drucker,1973)^[54]。因此,无论是从“合法性”视角还是系统互动视角,国有企业在社会中的关系性嵌入和结构性嵌入都意味着其行为不仅要具有经济理性,而且更应该具有社会理性,并且在很多情境下,经济理性应当受到社会理性的制约。

社会主义和谐社会建设不仅要求嵌入社会中的国有企业发挥积极社会功能,而且要求作为子系统和器官的国有企业能够有效管理其行为的社会影响。按照社会系统论观点,社会系统由互相依赖的因素构成,影响社会系统任何部分的事情都会对社会系统整体产生影响。在社会主义和谐社会建设的背景下,国有企业在这一时期被认为是社会大系统的组成部分甚至是子系统,是社会运转的器官,国有企业的行为绝不仅仅是自身的事情,而且会对社会大系统产生影响。因此,除了“嵌

人”关系之外,国有企业与社会之间的另一种关系就是“影响”,即企业“给社会、经济或环境所带来的积极或消极变化,这种变化全部或部分地来自企业过去与现在的决策和活动”(ISO,2010)^[55]。“影响”反映出国有企业作为子系统对社会大系统的作用方式,体现出局部运作对整体系统的作用效应。“影响”关系的存在意味着国有企业应当有效管理其行为对社会大系统可能造成的消极影响,降低甚至消除其行为引致的负外部性,推动企业子系统与社会大系统的协调运转和和谐发展。

3. 国有企业社会责任的实践内容:经济责任、环境责任与社会责任的多元化推进

基于对国有企业本质与使命功能定位、国有企业与社会之间关系的重新认知,这一时期国有企业社会责任发展进入重塑阶段,国有企业社会责任的实践内容与方式发生重大转变。根据 Wood (1991)^[56]将企业社会责任原则分为企业作为经济组织整体的制度层面、企业作为特定个体的组织层面、企业管理层的个人层面三个层次,国有企业在这一时期对国有企业作为整体、特定个体以及国有企业领导层三个层次社会责任内容(王敏和李伟阳,2008)^[57]进行了重塑,其中,重点是对国有企业作为特定个体的社会责任实践进行了再造。无论对普遍性社会问题的回应,还是对企业运营造成的社会性风险预防,国有企业均一改之前以自我为中心的原子化倾向和突出强调经济组织属性的态度,对日益高涨的社会期望进行回应。这一时期国有企业社会回应(Corporate Social Responsiveness)的内容沿着两条脉络予以展开:一是议题脉络,即明确和践行重点社会责任议题。2008年国务院国资委在《关于中央企业履行社会责任的指导意见》中将中央企业(也适用于国有企业)的社会责任内容界定为八项议题,即坚持依法经营诚实守信、不断提高持续盈利能力、切实提高产品质量和服务水平、加强资源节约和环境保护、推进自主创新和技术进步、保障生产安全、维护职工合法权益、参与社会公益事业。2011年在《中央企业“十二五”和谐发展战略实施纲要》中进一步明确为五个方面议题,即诚信央企、绿色央企、平安央企、活力央企、责任央企。二是对象脉络,即确定和履行对利益相关方的责任。鉴于利益相关方理论对企业社会责任理论的补充与融合,利益相关方模式被广泛应用于企业社会责任研究与实践中(Clarkson,1995)^[58]。诸多国有企业也因此按照不同利益相关方,分别明确对各利益相关方不同的责任内容。然而,无论哪条脉络,这一时期国有企业社会责任实践的内容更加全面与合理,均涵盖了经济责任、环境责任与社会责任。虽然也出现了诸如“三鹿奶粉事件”等企业社会责任缺失现象,但这一时期国有企业社会责任实践总体上呈现转折性变化,尤其是2008年“汶川大地震”之后,国有企业社会责任意识与实践更是显著提升,2008年也因此也被认为是中国企业社会责任“元年”。

随着西方先进企业社会责任理念的引入和国内企业社会责任发展的深入,国有企业在这一时期的社会责任实践方式也出现突破,探索和创新出一些更有价值、更可持续的新模式。特别是 Porter 和 Kramer(2006)^[8]提出的战略性企业社会责任和 Porter 和 Kramer(2011)^[59]提出的“共享价值”模式,在一些国有企业履行社会责任中得到探索与实践。对于前者,战略性企业社会责任突破传统企业社会责任中企业经济目标与社会目标相矛盾的争论,强调企业与利益相关方、企业与社会之间的正和博弈关系,要求企业超越降低价值链活动的消极影响,转而在更高层面上实施那些既能产生社会利益又能强化企业战略的价值链活动,推动企业成功与社会进步共同迈进。对于后者,共享价值模式是一种企业受自我利益驱动与社会使命感驱动相结合的综合价值创造模式,它立足于企业自身所拥有的资产、资源、专长和知识来解决特殊的社会需求(肖红军,2017)^[60],企业在参与解决社会问题的行动中对社会施加积极影响,创造积极的、正向的综合价值,同时通过参与行动,企业也获得更多商业机会或创造更多的财务价值。这一时期国有企业对这两种模式进行探索与实践的典型代表是中国移动,其实施的“数字鸿沟跨越行动”“气候变化应对行动”“信息应用惠民行动”均是与其通信服务核心业务紧密结合,既帮助解决社会问题,又促进通信业务发展。

4. 国有企业社会责任的实现方式:社会责任管理与外部履责环境同步快速优化

按照共同演化思想,国有企业在这一时期转变成成为现代意义企业的过程以及社会责任重塑的

过程,也是国有企业与内外部环境共同演化的过程。由此,社会责任重塑必然带来国有企业履责要素与环境的重构。从推动力量来看,这一时期国有企业履行社会责任的推动力量初现多元化,基本形成企业、政府与社会共同推动国有企业社会责任发展的态势。一方面,政府通过明确的高层重视、制度供给、能力培育和政策诱导等多种方式对国有企业履行社会责任提出要求和行为规范,成为推动国有企业社会责任发展最为重要的力量。这一时期,党和国家领导人在多个场合强调企业要树立科学的社会责任观,积极承担和履行社会责任,如2013年3月国家主席习近平访问非洲时就明确要求中国企业积极履行社会责任。各级政府和部门通过成立专门机构、制定政策等方式,要求和鼓励企业履行社会责任。例如,2012年国务院国资委着眼于更好地为中央企业开展社会责任工作提供方向指引和操作指导,专门成立“国资委中央企业社会责任指导委员会”。联合国全球契约(UNGC)、世界可持续发展工商理事会(WBCSD)、全球报告倡议组织(GRI)等国际组织和国内的行业协会、非盈利组织和专门致力于中国企业社会责任理论与实践推动的社会团体,以及新闻媒体等社会力量,通过发起倡议、制定指南、搭建平台、能力支持、评价监督、舆论引导等多种方式,对国有企业履行社会责任提供指引和支持,成为多元协同推进国有企业社会责任发展的至关重要的力量。从管理模式来看,这一时期国有企业开启了真正意义的社会责任管理探索,从社会责任战略、社会责任治理、社会责任融合、社会责任绩效、社会责任能力、社会责任沟通六个维度(彭华岗和楚序平,2011)^[61]构建社会责任管理体系,2012年甚至被认为是中国企业社会责任管理“元年”。以中央企业为例,截至2013年,多家中央企业推动企业社会责任理念和要求融入企业使命、价值观和愿景,形成与企业发展战略契合、与经营业务相符、与企业文化相融的企业社会责任观;全部中央企业都明确了社会责任工作机构、相关职能部门和下属单位工作责任;全部中央企业都发布了社会责任报告或可持续发展报告。特别是,一些国有企业开始探索和寻找适合自身的社会责任管理模式,如国家电网公司自2008年率先提出全面社会责任管理模式后,从2009年开始持续开展纵向到底、横向到边的全面社会责任管理试点,探索出不同层级履行社会责任的多种创新性做法和管理模式,形成了独具特色的社会责任管理新模式。

从制度供给来看,这一时期国有企业履行社会责任的制度需求与供给都明显增强,从先前的制度相对缺失向诱导性制度变迁和强制性制度变迁转变。强制性制度变迁主要体现为两个方面:一是各相关政府部门针对企业员工权益、食品安全、环境污染、低碳经济等社会责任核心议题出台和完善了一系列法律法规,包括2008年开始生效的新《劳动法》,成为国有企业履行底线责任的重要依据。二是各级国有资产监督管理部门针对国有企业出台了专门性社会责任制度文件,其中具有里程碑意义的是国务院国资委于2008年出台的《关于中央企业履行社会责任的指导意见》,对中央企业履行社会责任做出强制性制度要求。此外,多个省市国有资产监督管理部门出台了推动地方国有企业履行社会责任的制度文件,如2011年山东省国资委下发了《关于省管企业履行社会责任的指导意见》,厦门市国资委印发《厦门市属国有企业履行社会责任的指导意见》,这些文件对地方国有企业履行社会责任做出强制性制度要求。诱导性制度变迁主要包括两个方面:一是社会责任国际标准、规范、倡议的相继发布及在国内推广,尤其是2010年正式发布的社会责任国际标准ISO26000,对国有企业履行社会责任提供了指引性、诱导性和规范性的支撑。二是各种行业性社会责任指南、规范、倡议开始大量涌现,比如《中国工业企业及工业协会社会责任指南》《中国对外承包工程行业社会责任指引》《中国电子信息行业社会责任指南》,为所在行业的国有企业履行社会责任提供了针对性、鼓励性与操作性的指导。从社会环境来看,社会主义和谐社会建设的推进,引发了人们对“后单位社会”和市场社会的反思,走出“社会迷失”的社会转型对国有企业履行社会责任的社会环境形成极大改观,主要表现为两个方面:一是社会各界对国有企业履行社会责任的期望日益强烈但相对理性,改变了之前预期不足与过度预期的两种困境。以此为基础,社会责任投资、

可持续消费等社会责任运动开始起步并快速发展,为国有企业履行社会责任在资本市场和消费市场上提供有效激励。比如自2008年4月国内第一只社会责任基金成立,到2012年已有6只社会责任基金成立运作;根据中国消费者协会等机构2012年发布的报告,90%的消费者认为自身的购买行为能够对企业经营行为产生影响。二是公民社会发展步入加速期,国内外非政府组织、行业协会、媒体和社会责任专业机构开始变得活跃,它们通过多种方式引导和推动国有企业社会责任发展,尤其是各种社会责任评价不断涌现,成为促进国有企业社会责任向纵深方向发展的助推器。

五、企业新定位下的责任创新阶段(2014年至今)

随着国有企业改革逐步迈入深水区和攻坚期,国有企业一些亟待解决的突出矛盾和问题日益暴露,尤其是国有企业存在“国家使命冲突”(黄群慧和余菁,2013)^[62],对新时期国有企业的发展造成严重困扰。2013年11月党的十八届三中全会通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,要求“准确界定不同国有企业功能”。特别是2015年9月中共中央国务院发布《关于深化国有企业改革的指导意见》,明确提出分类推进国有企业改革,由此开启国有企业分类改革的新时代,最终形成以“新型国有企业”为主的国有经济(黄群慧,2018)^[63]。新时代带来国有企业本质的新认识、使命功能的新定位和国有企业与社会之间关系的新调整,企业社会责任上升到国家战略层面。由此,国有企业社会责任发展也在重塑的基础上迈入创新阶段,社会责任理念、内容、形式、实践、管理、制度、组织等创新频频涌现,形成宏观与微观创新互动、有序衔接、有机融合的良好发展局面。

1. 国有企业本质与使命功能定位:多元属性的异质性混合组织

随着中国特色社会主义进入新时代,国有企业本质的认知更加丰富、更加拓展和更加精细,具体反映在两个方面:一是国有企业目的属性与价值属性变得更加综合。按照帕森斯的社会功能系统“AGIL”模式,即适应功能(Adaptation)、目标实现功能(Goal Attainment)、整合功能(Integration)和潜在模式维持功能(Latency Pattern Maintenance),所有组织根据其拥有的功能和目标可以分为四种基本类型:经济生产组织,典型的是实业公司;政治目标组织,致力于实现有价值的目标,形成和部署社会权力;整合组织,旨在实现社会的整合目标;潜在模式维持组织,主要承担“文化”“教育”“揭示”功能(王茂福,1997)^[64]。这一时期的国有企业融合了经济生产组织、政治目标组织、整合组织和潜在模式维持组织等各种不同的组织属性,本质上成为一个多元属性的综合组织。二是国有企业属性组合具有异质性。国有企业分类改革的背后隐含着一个基本假设,即虽然国有企业都是经济属性和社会属性内在统一而具有整合经济与社会功能的现代意义企业,但不同国有企业在经济属性与社会属性的成分组合上、经济功能与社会功能的整合程度上应当是有差异性的。如果从Alter(2007)^[65]基于可持续发展视角提出的、涵盖从最左端传统的非营利性组织到最右端传统的纯粹商业组织六种类型组织混合光谱来看,国有企业虽然均分布于中间的混合型组织形态,但属性组合的异质性意味着不同国有企业向左或向后靠近的位置不同,呈现为不同类型的混合型组织。

从使命功能定位来看,随着新时代社会主要矛盾的转变、新发展理念贯彻落实,这一时期国有企业在推进“五位一体”总体布局中的角色地位更加突出,不同国有企业在经济社会发展全局中的使命功能定位更加科学,具体表现在三个方面:一是国有企业弥补市场失灵的一般性功能继续得到强化。党的十八届三中全会指出,国有资本投资运营要服务于国家战略目标,更多投向关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域,重点提供公共服务、发展重要前瞻性战略性新兴产业、保护生态环境、支持科技进步、保障国家安全。二是国有企业在中国特色社会主义建设中的特殊功能得到前所未有的突出。组织场域中的国有企业制度与政治场域中的国家形态通过某种方式相互联结,形成一个具有自我运转功能的互补性制度系统(邵传林,2011)^[66],国有企业应当以更开拓的视野在更大的制度系统中 and 更高的战略平台上定位自己。2015年9月中共中央国务院发布的《关于

深化国有企业改革的指导意见》指出,国有企业属于全民所有,是推进国家现代化、保障人民共同利益的重要力量,是我们党和国家事业发展的重要物质基础和政治基础。2016年10月习近平总书记在出席全国国有企业党的建设工作会议时,更是创新提出国有企业“六个力量”的使命功能定位。三是不同类型国有企业的使命功能定位更加精准与细化。按照2015年12月国务院国资委等三部委联合下发的《关于国有企业功能界定与分类的指导意见》,商业类国有企业的主要目标被确定为增强国有经济活力、放大国有资本功能、实现国有资产保值增值,更加强调经济目标;公益类国有企业则被要求以保障民生、服务社会、提供公共产品和服务为主要目标,更加突出非经济目标。

2. 国有企业与社会之间的关系:高级形态的共生共演关系

随着利益共同体、责任共同体、命运共同体等概念在国内的提出及不断升华,尤其是习近平构建人类命运共同体思想的提出、丰富和创新,共同体思想、共同体范式在各种场域得到广泛认同、应用和深化。共同体不仅仅被表达于和塑造于国际场域和国家场域,而且频繁出现于社会场域和组织场域,学习共同体、创新共同体、价值共同体、职业共同体、宗教共同体、社会共同体、精神共同体等各种实体性共同体与虚拟性共同体大量涌现并交织构造,可以说整个社会发展正在迈向一个“共同体社会”。共同体(Community)概念最早由德国社会学家滕尼斯(Tonnes)在1887年提出,后来经过多个学者的发展,逐渐被广泛地应用于哲学、社会学、人类学、政治学等多个学科领域(陈凯,2017)^[67]。虽然人们对共同体概念的理解迥异,但在现代社会普遍将共同体看做是一个整体的、具有社会功能的人类生活方式或组织运行方式,并可以概括为三种类型:地域性类型(如城市、社区)、关系性类型(如宗教团体、社团)、心理性类型(如利益共同体、责任共同体)。共同体既可以是无形的共同体,也可以是有形的共同体(鲍曼,2003)^[68]。无论何种共同体,现代意义的共同体更加重视“实质”而非“形式”,强调价值观念、价值创造、利益配置、情感相依、责任分担、资源供给上的“共同性”,突出共同体运作方式上的共商、共建、共享、共治、共依,要求共同体各主体共生与共演。“共同体社会”就是指个人或组织均以现代意义的共同体为载体存在于社会中,社会由各种相互依存、相互成就、相互交叉的现代意义共同体构成。

“共同体社会”意味着国有企业与社会之间的关系超越了之前的“嵌入”和“影响”,形成互动更为紧密、互惠更加常态、共演更为高级、发展更为协同的共生关系。共生(Symbiosis)概念最初出现于生物学领域,后来逐步被应用于经济学、社会学、管理学甚至政治学,它在抽象层面上指的是共生单元之间在一定共生环境中按某种共生模式形成的关系(袁纯清,1998)^[69]。按照哲学上的社会共生论,共生具有普遍存在性,无论是社会个体还是政府、企业以及社会组织等各种类型的组织,都存在着共生,国有企业也不例外。这一时期国有企业目的属性与价值属性的综合多元特征更加显著,意味着国有企业与处于社会中的利益相关方和其他主体等共生单元有着更为广泛的物质、信息、能量交换,形成更为普遍性的共生关系。而且,在寄生、偏利共生、非对称性互惠共生、对称性互惠共生等共生的四种基本模式中,国有企业与利益相关方和其他社会主体之间越来越把追求对称性互惠共生作为目标,从而形成共生单位的价值积累同步进行,共生演化同步发展。由此可见,这一时期国有企业与社会中各共生单元(主体)的微观共生演化集合造就国有企业与社会的宏观共生演化,促使二者形成高级形态的动态演化共生系统。

3. 国有企业社会责任的实践内容:更加中国化、国企化、个性化、情境化和创新化

国有企业在新时代的新定位、新使命、新关系和新角色,意味着国有企业社会责任实践内容与方式的新变化和新调整,国有企业社会责任发展与演进步入责任创新阶段。这一时期国有企业超越上一阶段重在普适性企业社会责任的引进、消化、吸收和构造上,转而强调企业社会责任的中国化、国企化、个性化和情境化,重视结合国情、社情、地情和企情进行社会责任实践内容与方式创新,形成具有中国特色和国有企业特色的社会责任内容架构与实践范式。具体来说,主要体现在以下四个方面:

一是更加突出政治责任维度。虽然政治责任、经济责任、社会责任(狭义)一直被认为是国有企业的三大责任,但这一时期国有企业的使命功能新定位决定政治责任得到更加突出的强调,政治责任成为国有企业社会责任中至关重要的实践内容维度。二是更加突出国家战略导向。按照企业社会责任在宏观层次与微观层次相一致的思路,国有企业在这一时期更加强调将贯彻落实宏观层面的国家战略作为微观个体履行社会责任的优先内容,结合各自优势参与精准扶贫、“一带一路”建设、减缓气候变化、重大区域发展战略等成为国有企业社会责任的核心议题。三是更加突出责任边界的理性。国有企业在这一时期的社会责任实践变得更为理性,一方面是更加重视将核心社会功能的充分发挥作为企业的核心社会责任,避免本末倒置;另一方面是越来越注重履行社会责任内容边界的克制,对于参与解决社会问题发挥先行引领作用但不大包大揽、不越位。四是更加突出责任内容的差异化。分类改革在国有企业社会责任实践领域也得到反映,因为不同类型国有企业的功能定位和主要目标不同,尤其是针对不同类型国有企业的考核重点差异化,导致商业类国有企业和公益类国有企业在核心社会功能的充分发挥与自愿性的企业公民行为等社会责任内容上(肖红军和李伟阳,2010)^[13]表现出实践差异性。

新时代国有企业与社会之间的共生关系、国家治理体系与治理能力现代化建设的推进,都促使国有企业社会责任实践超越之前的被动性、工具理性的企业社会回应,转而更加强调主动性、价值理性的企业社会创新(Corporate Social Innovation),形成社会责任实践方式的创新。根据 Neumeier (2012)^[70]对社会创新的归类,即以组织为中心的方法(企业组织及其外部关系)、社会学第一方法(整体社会变化)、社会学第二方法(特殊群体变化),企业社会创新更多属于第一类。由此,企业社会创新被认为是企业通过与社会部门合作参与解决社会问题的新形式,其关键在于企业与公共利益之间形成共赢的伙伴关系(Kanter, 1999)^[71]。需要指出的是,企业社会创新目的和手段都是“社会性”的,最终目的是要增进社会福利,但也能增进企业个体的行动能力,因此,在 Drucker (1984)^[72]看来,企业社会创新是企业履行社会责任的新途径和新范式。国有企业在这一时期开展社会创新的普遍性做法是从社会问题和社会需求出发,与政府、非政府组织等合作,通过产品、服务和技术创新而寻找到创新性的解决方案,典型的例子是国有能源企业的“光伏扶贫”,如国家电投在多个省区贫困地区创新开展户用光伏、村级电站、集中电站等形式的光伏扶贫项目。

4. 国有企业社会责任的实现方式:新制度、新思路、新组织、新范式不断涌现

国有企业在这一时期的责任创新是全方位的,不仅社会责任实践内容呈现多样化与特色化创新,而且社会责任的实现也有新思路和新范式。从推动力量来看,这一时期企业、政府与社会多元协同推动国有企业履行社会责任的格局得到巩固,尤其是中央层面将社会责任上升到国家战略层次,对国有企业履行社会责任形成巨大推动。2013年11月“社会责任”首次出现在中央全会文件中即党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》;2014年10月党的十八届四中全会提出要“加强企业社会责任立法”;2015年8月《中共中央、国务院关于深化国有企业改革的指导意见》要求,社会主义市场经济条件下的国有企业,要成为自觉履行社会责任的表率;2015年10月党的十八届五中全会明确提出,必须增强国家意识、法治意识、社会责任意识。此外,这一时期国有企业顺应高质量发展和转型升级的要求,对以负责任的方式开展企业运营、通过履行社会责任提升企业竞争力也形成较为强烈的内生动力。从管理模式来看,这一时期国有企业加快推进由以社会责任实践为重点向以社会责任管理为关键的转变,更大力度地从关注局部的管理改进和社会风险管理转向整体的管理变革和创新责任管理模式。重点包括三个方面:一是继续完善社会责任治理与组织管理体系、社会责任内部推进制度建设、社会责任能力建设机制、社会责任绩效评价与考核机制,以便形成更加健全的社会责任管理体系。比如2017年中国核电通过公司“十三五”企业文化、社会责任、品牌传播三位一体专项规划,进一步构架企业社会责任管理的顶层设计。二是积极推动社会责任融入企业运营,力求将社会责任理念融入公司使命、价值观、业务运营、基

础管理和职能管理等各个领域,以便实现社会责任理念在企业的真正落地。比如国家电网公司自2014年起探索社会责任根植项目制,希望通过运用项目制管理的理念和方法,逐级指导和推动各基层单位有计划、有管控、系统化、制度化、可持续地组织实施社会责任根植。三是不断加强透明度管理,创新利益相关方沟通与参与,努力增强利益相关方和全社会对企业的了解、理解、支持和信任。

从制度供给来看,这一时期国有企业履行社会责任的制度安排加快完善,强制性制度变迁与诱致性制度变迁齐头并进,企业社会责任法制化与规范化趋势日益明显。法制化制度主要包括两个方面:一是企业社会责任相关内容议题的法律法规加快出台与完善,比如《环境保护法》《安全生产法》和《食品安全法》都完成修订,为国有企业履行必尽之责任提供了更充分的依据。特别是,2016年《慈善法》发布,对国有企业开展慈善事业和慈善行为起到历史性作用。二是企业社会责任促进的综合性法律法规正在加快研究与制定之中,一旦出台,必将对国有企业承担社会责任形成更强烈更明确的约束性要求。规范化制度主要包括三个方面:一是社会责任国家标准的出台,为国有企业统一社会责任认识、规范社会责任实践和开展社会责任国际对话奠定了基础。2015年6月,三项社会责任国家标准即《社会责任指南》《社会责任报告编写指南》和《社会责任绩效分类指引》正式公开发布。二是国有企业履行社会责任专门性制度出台,为国有企业开展社会责任实践与社会责任管理提供规范。2016年7月,国务院国资委印发《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》,对国有企业深化社会责任理念、明确社会责任议题、将社会责任融入企业运营、加强社会责任沟通、加强社会责任工作保障等方面提出规范性要求。三是行业性企业社会责任指南不断涌现,如《中国信息通信行业企业社会责任管理体系》标准、《中国负责任矿产供应链尽责管理指南》,为所在行业国有企业履行社会责任提供更为具体的规范。从社会环境来看,虽然这一时期一度出现“企业社会责任悲观论”(肖红军和张哲,2017)^[73]不绝于耳的异常现象,但决胜全面建成小康社会攻坚战深入推进、“共同体社会”的快速发展以及国有企业改革的纵深推进,使得国有企业社会责任发展总体上嵌入于良好的社会环境之中。一方面,社会各界对企业社会责任的认知更加科学合理、更加理性务实,企业社会责任边界意识、社会主体自我履责意识均得到显著提升,可持续消费、社会责任投资、负责任采购等社会运动获得蓬勃发展,对国有企业履行社会责任形成有效的市场激励约束机制。另一方面,公民社会发展在这一时期进入规范阶段,国家针对非政府组织、行业协会和媒体等社会责任推进机构都进行了规范性制度约束,对于出现的各种不规范机构与行为开展了清理整顿,为国有企业履行社会责任提供了更加健康的社会环境。

六、国有企业社会责任发展与演进的规律特征

改革开放40年来国有企业社会责任发展与演进的历程表明,国有企业社会责任既是一种认知,又是一种行为;既具宏观属性,又有微观特征;既内嵌于环境,又作用于环境;既遵循一般规律,又强调自身特殊性。因此,国有企业社会责任是一个集成性、混合性和现实性的概念,国有企业社会责任发展与演进的过程是前置性因素、过程性行为和支撑性环境的系统变迁过程,反映出不同时期“政府—企业—社会”关系以及国有企业社会责任观与行为、推进方式和社会环境的更替变化,呈现出从低阶到高阶、从局部到整体、从学习到创新、从实践到管理、从回应到追求的演变规律与特征。

1. “政府—企业—社会”关系范式:追求合理化与合意性的过程

“政府—企业—社会”关系是国有企业社会责任最为关键的前置性决定因素,国有企业社会责任发展与演进的历程本质上也是“政府—企业—社会”关系调整与转变的过程,因为不同时期的国有企业社会责任发展实质性地反映出不同时期的不同类型“政府—企业—社会”关系。如表1所示,在不完全企业下的责任错位阶段,国有企业很大程度上仍然是国家机关附属物,政企不分、企社不分依然广泛存在,国有企业在“单位社会”中承担着过度的“企业办社会”职能。在真正意义企业下的责任弱

化阶段,政企分离实质性推进,企社分离基本实现,国有企业成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人实体和市场竞争主体,国有企业在“后单位社会”和“市场社会”中出现原子化倾向,政府规制放松,企业行为脱嵌于社会之外。在现代意义企业下的责任重塑阶段,政府、企业、社会的分工进行适当调整,国有企业被认为是经济属性和社会属性内在统一而具有整合经济与社会功能的现代公司,政府对国有企业进行“以管为主”的适度管制,在社会主义和谐社会建设中国有企业嵌入于社会并对社会产生影响。在企业新定位下的责任创新阶段,政府、企业、社会的分工更趋合理化,国有企业成为目的属性与价值属性更加多元的合意性综合组织,并被认为是属性组合具有异质性的不同类型混合型组织。在迈向“共同体社会”中,政府对国有企业进行“以服为主”的放管服改革,国有企业与社会形成互动更为紧密、互惠更加常态、共演更为高级、发展更为协同的共生关系。由此可见,国有企业社会责任在不同时期的发展与演进反映出“政府—企业—社会”关系逐步向追求合理化与合意性的方向变化。

表 1 不同时期“政府—企业—社会”关系的演变

阶段 政企社关系	不完全企业下的 责任错位阶段	真正意义企业下的 责任弱化阶段	现代意义企业下的 责任重塑阶段	企业新定位下的 责任创新阶段
国有企业本质	没有完全摆脱政府机关附属物的角色	独立的法人实体和市场竞争主体	经济属性和社会属性内在统一而具有整合经济与社会功能的现代公司	目的属性与价值属性更加多元、属性组合具有异质性的综合混合型组织
国有企业使命功能定位	很大程度上依然是政府进行社会管理和社会服务的直接实施主体	解决发达国家普遍面临的、转轨国家特有的、发展中国家特有的“三类”失灵问题	解决发达国家普遍面临的市场失灵问题、发展中国家特有的市场失灵问题;解决社会失灵问题	强化弥补市场失灵的一般性功能、突出在中国特色社会主义建设中的特殊功能
政企关系	企业与政府之间的行政关系并未有效割裂	政企分离实质性推进、管制放松	“以管为主”的适度管制	“以服为主”的放管服
社会形态	单位社会(保持)	后单位社会、市场社会(转为)	社会主义和谐社会(建设)	共同体社会(迈向)
企社关系	小社会(保持)	企社分离基本实现、原子化	嵌入、影响	共生
社会责任发展程度	错位	弱化	重塑	创新

资料来源:本文整理

2. 国有企业社会责任观与行为范式:追求高级化与自适应的过程

国有企业社会责任的发展与演进最直接的刻画是不同时期国有企业社会责任观、动力机制、实践内容、实践方式、融入范式和管理模式的演变,如表 2 所示。在不完全企业下的责任错位阶段,国有企业并不存在真正意义和现代意义上的企业社会责任问题,它秉持的是对社会的一切“负责任”的过度责任观;政府主导是国有企业行为的主要推动力量,国有企业采取“企业办社会”的方式对职工提供“从摇篮到坟墓”的一揽子福利和保障,对国家承担异化的经济责任;国有企业将所谓的“责任”作为其核心运营的组成部分,在 Yuan 等(2011)^[74]提出的七种将社会责任活动融入核心业务的模式中,可以归结为“本质上以企业社会责任为导向”的模式,但属于错位性的融入范式;国有企业完全没有责任议题思维,现代意义的企业社会责任管理更是无从谈起。在真正意义企业下的责任弱化阶段,国有企业展现出“唯赚钱论”企业社会责任观,社会责任意识与社会责任行为严重弱化;政府放松对国有企业的社会管制,知名跨国公司、国际组织和消费者虽然对国有企业履行社会责任形成一定的推动,但力量较弱;国有企业主要聚焦于经济目标,无暇顾及也缺乏动力关注和

参与社会性议题,谈不上社会责任实践方式与融入范式问题,在社会责任的宏观层次与微观层次出现割裂;国有企业缺乏从社会责任视角的议题管理,系统和主动的社会责任管理也无从谈起,但少量的、零星的探索性地涉猎社会责任管理开始出现。在现代意义企业下的责任重塑阶段,国有企业秉持“企业社会回应”的社会责任观,企业、政府与社会等多元力量推动国有企业履行社会责任的态势初现;国有企业履行社会责任的内容涵盖经济责任、环境责任与社会责任,但更注重显性企业社会责任(Matten和Crane,2008)^[75],社会责任的宏观层次与微观层次经常出现冲突,实践方式主要是通过议题参与和回应利益相关方期望来实现,也出现战略性企业社会责任、共享价值等创新性实践模式;国有企业将社会责任融入运营与管理的方式出现多样性,涵盖Yuan等(2011)^[74]提出的七种模式中的六种,即补丁模式、强化模式、定位模式、重贴标签模式、修整模式、合作模式,并开启了真正意义的社会责任管理探索,多维构建社会责任管理体系。在企业新定位下的责任创新阶段,国有企业树立更加系统、全面的“最大化社会福利贡献”社会责任观,内生动力与外源动力共同驱动国有企业履行社会责任;国有企业社会责任实践内容强调中国化、国企化、个性化和情境化,突出政治责任维度、国家战略导向、责任边界理性和内容差异化,同时注重隐性企业社会责任(Matten和Crane,2008)^[75]和显性企业社会责任,确保社会责任的宏观层次与微观层次相一致,并主要通过主动性、价值理性的企业社会创新来实现;国有企业更加重视将社会责任融入核心业务与企业管理,重点采取Yuan等(2011)^[74]提出的“本质上以企业社会责任为导向”模式、补丁模式、强化模式、修正模式来实现;国有企业加快推进社会责任管理转型,积极从关注局部的管理改进和社会风险管理转向整体的管理变革和创新责任管理模式。综合以上分析可以看到,国有企业社会责任观与行为范式在不同时期的演变实际上是一个追求高级化与自适应的过程。

表2 不同时期国有企业社会责任观与行为范式的演变

阶段 社会责任	不完全企业下的 责任错位阶段	真正意义企业下的 责任弱化阶段	现代意义企业下的 责任重塑阶段	企业新定位下的 责任创新阶段
社会责任观	对社会的一切“负责任”的过度责任观	“唯赚钱论”	“企业社会回应”	“最大化社会福利贡献”
动力机制	政府主导企业行为	外部推动力量弱	初现企业、政府与社会等多元力量	内生动力与外源动力共同驱动
实践内容	企业办社会、异化的经济责任	聚焦于经济目标	经济责任、环境责任、社会责任	突出政治责任维度、国家战略导向、责任边界理性和内容差异化
实践方式	大包大揽	纯粹市场行为	议题参与、回应利益相关方期望	企业社会创新
责任类型	—	同时缺乏显性与隐性社会责任	显性社会责任	显性社会责任、隐性社会责任
实践层次	低层级、不合理的宏观与微观一致性	宏观与微观割裂	宏观与微观经常出现冲突	宏观与微观相一致
融入范式	错位的“本质上以企业社会责任为导向”模式	缺乏融入	补丁模式、强化模式、定位模式、重贴标签模式、修整模式、合作模式	“本质上以企业社会责任为导向”模式、补丁模式、强化模式、修正模式
管理模式	无社会责任管理	少量零星探索	真正意义的社会责任管理探索、多维构建社会责任管理体系	整体的管理变革、创新责任管理模式

资料来源:本文整理

参考文献

- [1] 黄速建,余菁. 国有企业的性质、目标与社会责任[J]. 北京:中国工业经济,2006,(2):68-76.
- [2] 吴照云,刘灵. 我国国有企业社会责任的层级模型和制度共生[J]. 北京:经济管理,2008,(19-20):25-32.
- [3] 乔明哲,刘福成. 基于性质与功能的我国国有企业社会责任研究[J]. 上海:华东经济管理,2010,(3):86-90.
- [4] 沈志渔,刘兴国,周小虎. 基于社会责任的国有企业改革研究[J]. 北京:中国工业经济,2008,(9):141-149.
- [5] 李伟阳,肖红军. 企业社会责任的逻辑[J]. 北京:中国工业经济,2011,(10):87-97.
- [6] Swanson, D. L. *Toward an Integrative Theory of Business and Society: A Research Strategy for Corporate Social Performance* [J]. *Academy of Management Review*, 1999, 24, (3):506-521.
- [7] Friedman, M. *Capitalism and Freedom* [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- [8] Porter, M. E., and M. R. Kramer. *The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility* [J]. *Harvard Business Review*, 2006, 84, (12):78-92.
- [9] Ackerman, R. W., and R. A. Bauer. *Corporate Social Responsiveness: The Modern Dilemma* [M]. Reston, Virginia: Reston Publishing Company, 1976.
- [10] Frederick, W. C. *Toward CSR3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs* [J]. *California Management Review*, 1986, 28, (2):126-141.
- [11] Wartick, S. L., and P. L. Cochran. *The Evolution of the Corporate Social Performance Model* [J]. *Academy of Management Review*, 1985, 10, (4):758-769.
- [12] Frederick, W. C. *From CSR1 to CSR2* [J]. *Business and Society*, 1994, 33, (2):150-163.
- [13] 李伟阳,肖红军. 全面社会责任管理:新的企业管理模式[J]. 北京:中国工业经济,2010,(1):114-123.
- [14] 龙文滨,宋献中. 基于合法性视角的国有企业社会责任行为演进[J]. 广州:华南理工大学学报(社会科学版),2012,(12):18-40.
- [15] 李晓琳. 中国特色国有企业社会责任论[D]. 长春:吉林大学博士学位论文,2015.
- [16] 郭洪涛. 国有企业经济目标和社会目标间的权衡[J]. 南京:现代经济探讨,2012,(3):10-13.
- [17] 陈孜昕. 我国国有企业社会责任在不同时期的变迁研究[D]. 上海:复旦大学硕士学位论文,2014.
- [18] 王媛. 未竟的公共性:我国国有企业社会责任研究[D]. 南京大学研究生毕业论文,2017.
- [19] 赵凌云. 1978—1998 年间中国国有企业改革发生与推进过程的历史分析[J]. 北京:当代中国史研究,1999,(5-6):199-218.
- [20] 辛迪诚. 中国国有企业改革的制度变迁研究[D]. 上海:复旦大学博士学位论文,2008.
- [21] 罗仲伟. 中国国有企业改革:方法论和策略[J]. 北京:中国工业经济,2009,(1):5-17.
- [22] 黄速建,黄群慧,王钦,肖红军. 中国国有企业改革三十年回顾与展望[A]. 陈佳贵. 中国国有企业改革三十年[C]. 北京:中国财政经济出版社,2008.
- [23] 蒋一苇. “企业本位论”刍议[J]. 北京:经济管理,1979,(6):20-27.
- [24] 张文魁. 国有企业改革 30 年的中国范式及其挑战[J]. 重庆:改革,2008,(10):5-18.
- [25] 张宇燕,何帆. 国有企业的性质(上)[J]. 北京:管理世界,1996,(5):128-135.
- [26] 周叔莲. 20 年中国国有企业改革经验的理论分析[J]. 北京:中国社会科学院研究生院学报,2000,(3):1-11.
- [27] 魏杰,李东红. 30 年国有企业改革历程评析[J]. 北京:经济与管理研究,2009,(1):23-28.
- [28] 小宫隆太郎. 竞争的市场机制和企业的作用[A]. 吴家骏,汪海波. 经济理论与经济政策[C]. 北京:经济管理出版社,1986.
- [29] 刘世锦. 中国国有企业的性质与改革逻辑[J]. 北京:经济研究,1995,(4):29-36.
- [30] 郭劲光,高静美. 国有企业改革:企业制度的变迁与选择[J]. 武汉:经济评论,2003,(6):51-57.
- [31] 于森. 企业与社会的关系定位与和谐社会建设[J]. 沈阳农业大学学报(社会科学版),2006,(1):33-36.
- [32] 邓正来. 国家与市民社会[M]. 杭州:浙江人民出版社,1998.
- [33] 董保华. 企业社会责任与企业办社会[J]. 上海师范大学学报(哲学社会科学版),2006,(9):44-50.
- [34] 吕方. 单位社会变革与社会基础秩序重构[D]. 长春:吉林大学博士学位论文,2010.
- [35] 李路路,李汉林. 中国的单位组织——资源、权利与交换[M]. 杭州:浙江人民出版社,2004.
- [36] 辛小柏. 建立现代企业制度必须解决“企业办社会”[J]. 北京:经济理论与经济管理,1997,(2):20-26.
- [37] 王志强. 为什么“企业办社会”是低效率的[J]. 厦门:中国经济问题,2001,(2):36-40.
- [38] Giner, S. *Civil Society and Its Future*. In J. A. Hall (ed.). *Civil Society: Theory, History, Comparison* [M]. Cambridge: Polity Press, 1995.

- [39] 吴敬琏. 当代中国经济改革[M]. 上海: 远东出版社, 2003.
- [40] 程承坪, 程鹏. 国有企业性质: 市场与政府的双重替代物[J]. 长春: 当代经济研究, 2013, (1): 26-31.
- [41] 袁辉. 国有企业功能的历史透视与新时期定位[J]. 南京: 江苏行政学院学报, 2014, (2): 46-50.
- [42] 吕政, 黄速建. 中国国有企业改革30年研究[M]. 北京: 中国经济出版社, 2008.
- [43] 田毅鹏, 吕方. 单位社会的终结及其社会风险[J]. 长春: 吉林大学社会科学学报, 2009, (11): 17-23.
- [44] 华伟. 单位制向社区的回归——中国城市基层管理体制50年变迁[J]. 北京: 战略与管理, 2001, (1): 86-99.
- [45] 姜地忠, 王国伟. 单位社会的消解及社会建设的难题[J]. 武汉: 湖北经济学院学报, 2006, (9): 119-124.
- [46] Polanyi, K. The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time[M]. Boston: Beacon Press, 1944.
- [47] Bouée, C. E. Light Footprint Management: Leadership in Times of Change[M]. London: Bloomsbury, 2013.
- [48] Chandler, A. D. Jr. The Visible Hand[M]. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 1977.
- [49] 肖红军, 阳镇. 共益企业: 社会责任实践的合意性组织范式[J]. 北京: 中国工业经济, 2018, (7): 174-192.
- [50] 黄建. 社会失灵: 内涵、表现与启示[J]. 上海: 党政论坛, 2015, (2): 23-26.
- [51] 陈成文, 陈海平. 西方社会学家眼中的“和谐社会”[J]. 长沙: 湖南师范大学社会科学学报, 2005, (9): 5-10.
- [52] White, H. C. Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production[M]. New Jersey: Princeton University Press, 2001.
- [53] Granovetter, M. The Strength Of Weak Ties[J]. American Journal of Sociology, 1973, (78): 1360-1380.
- [54] Drucker, P. F. Management Task, Responsibilities and Practices[M]. New York: Harper & Row, Inc., 1973.
- [55] ISO. ISO26000: Guidance on Social Responsibility[S]. Geneva: ISO, 2010.
- [56] Wood, D. J. Corporate Social Performance Revisited[J]. Academy of Management Review, 1991, (16): 691-718.
- [57] 王敏, 李伟阳. 中央企业社会责任内容的三层次研究[J]. 北京: 财政监督, 2008, (6): 14-15.
- [58] Clarkson, M. B. E. A. Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance[J]. Academy of Management Review, 1995, 20, (1): 92-117.
- [59] Porter, M., and M. R. Kramer. The Big Idea: Creating Shared Value. How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth[J]. Harvard Business Review, 2011, 89, (1-2): 62-77.
- [60] 肖红军. 企业社会责任议题管理: 理论建构与实践探索[M]. 北京: 经济管理出版社, 2017.
- [61] 彭华岗, 楚序平. 企业社会责任管理体系研究[M]. 北京: 经济管理出版社, 2011.
- [62] 黄群慧, 余菁. 新时期的新思路: 国有企业分类改革与治理[J]. 北京: 中国工业经济, 2013, (11): 5-17.
- [63] 黄群慧. “新国企”是怎样炼成的——中国国有企业改革40年回顾[J]. 北京: 中国经济学人, 2018, (1-2): 59-83.
- [64] 王茂福. 组织分类研究: 韦伯与帕森斯之比较[J]. 成都: 社会科学研究, 1997, (1): 96-101.
- [65] Alter, K. Social Enterprise Typology[EB/OL]. <http://www.virtueventures.com/typology>, 2007.
- [66] 邵传林. 国有企业性质的比较制度分析[J]. 北京: 经济学动态, 2011, (9): 37-43.
- [67] 陈凯. 从共同体到联合体——马克思共同体思想研究[D]. 泉州: 华侨大学博士学位论文, 2017.
- [68] [英] 齐格蒙特·鲍曼. 共同体[M]. 欧阳景根译. 南京: 江苏人民出版社, 2003.
- [69] 袁纯清. 共生理论——兼论小型经济[M]. 北京: 经济科学出版社, 1998.
- [70] Neumeier, S. Why do Social Innovations in Rural Development Matter and Should They be Considered More Seriously in Rural Development Research? [J]. Sociologia Ruralis, 2012, (1): 54-55.
- [71] Kanter, R. M. From Spare Change to Real Change: The Social Sector as a Beta Site for Business Innovation[J]. Harvard Business Review, 1999, 77, (3): 122-132.
- [72] Drucker, P. Converting Social Problems into Business Opportunities: The New Meaning of Corporate Social Responsibility[J]. California Management Review, 1984, 26, (2): 53-63.
- [73] 肖红军, 张哲. 企业悲观论的反思[J]. 武汉: 管理学报, 2017, (5): 720-729.
- [74] Yuan, W., Y. Bao and A. Verbeke. Integrating CSR Initiatives in Business: An Organizing Framework[J]. Journal of Business Ethics, 2011, 101, (1): 75-92.
- [75] Matten, A., and D. Crane. Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization[J]. Academy of Management Review, 2005, 30, (1): 166-179.

The Development and Evolution of Social Responsibility of State-owned Enterprises: Based on 40 Years of Review and Depth Observation

XIAO Hong-jun

(Institute of Industrial Economics of CASS, Beijing, 100836, China)

Abstract: Aiming at the defects of the mainstream research paradigm and the traditional logical path of social responsibility of state-owned enterprises, this paper constructs the research logical framework of “the nature of state-owned enterprises—the mission function orientation of state-owned enterprises, the relations between state-owned enterprises and society—the content boundary of social responsibility of state-owned enterprises—and the realization method of social responsibility of state-owned enterprises”. Furthermore, this paper divides the development and evolution process of social responsibility of state-owned enterprises into four stages. Namely, the stage of responsibility dislocation under imperfect enterprises from 1978 to 1993, the stage of responsibility weakening under real enterprises from 1994 to 2005, the stage of responsibility remodeling under modern enterprises from 2006 to 2013, and the stage of responsibility innovation under new enterprise positioning from 2014 to now.

In the stage of responsibility dislocation under incomplete enterprises from 1978 to 1993, it was quite common that there was no distinction between government and enterprise, between government and society and between enterprises and society, and the relationship was ambiguous between state-owned enterprises and society. In this period, state-owned enterprises also had some degree of alienation in the fulfillment of economic responsibilities. To a large extent, there was a lack of environmental awareness, environmental protection capacity and environmental protection actions. Therefore, state-owned enterprises were less responsible for the environment and there was no reasonable and effective way to realize the social responsibility of state-owned enterprises in this period. During the period of weakening the responsibility under the real enterprise form 1994 to 2005, the consciousness and practice of state-owned enterprises in fulfilling their social responsibilities were obviously “weakened” or even “lost”. In this period, state-owned enterprises were similar to private enterprises largely dominated by the so-called “market logic”, which can be said to be disembedded of society. The favorable internal and external environment for the realization of social responsibility of state-owned enterprises has started but was generally insufficient.

During the period of remaking responsibilities under modern enterprises from 2006 to 2013, there have been major changes in the motivation, content, manner, environment and effect of state-owned enterprises in fulfilling their responsibilities, and a preliminary social responsibility system framework has been formed to meet the requirements of modern enterprises. During this period, state-owned enterprises embedded in the society and formed an “influence” relationship, while the practice of social responsibility of state-owned enterprises was the diversification of economic responsibility, environmental responsibility and social responsibility. In the stage of social responsibility innovation under new enterprise positioning from 2014 to now, with Chinese socialism entering a new age, the understanding of the nature of state-owned enterprises is richer, more extensive and more sophisticated. State-owned enterprises and society have developed a high-level symbiotic co-occurrence relationship, while the practical contents of social responsibility of state-owned enterprises were more nationalization, individualization, contextualization and innovation.

The development and evolution of social responsibility of state-owned enterprises in the past 40 years of reform and opening up shows that social responsibility of state-owned enterprises is not only a kind of cognition, but also an act. It is embedded in the environment and acts on the environment. Therefore, the process of the development and evolution of social responsibility of state-owned enterprises is the process of systematic change of the leading factor, behavioral process and supporting environment, which presents the evolution rules and characteristics from low to high, from part to whole, from learning to innovation, from practice to management, from response to pursuit.

Key Words: state-owned enterprises; corporate social responsibility; reform; social responsibility management

JEL Classification: M14, L30, B52

DOI: 10.19616/j.cnki.bmj.2018.10.001

(责任编辑:刘建丽)