

中国一汽 2009 社会责任报告案例分析

会计学院 王 伟

一、案例背景

(一) 案例公司简介

中国第一汽车集团公司(China Faw Group Corporation,以下简称“中国一汽”),是国有特大型汽车生产企业。中国一汽总部位于吉林省长春市,前身是第一汽车制造厂,于1953年奠基兴建,1956年建成并投产。经过50多年的发展,中国一汽已经成为国内最大的汽车企业集团之一。截至2012年3月,中国一汽拥有职能部门22个,分公司5个,全资子公司6个,控股子公司4个。其中,上市公司4个,分别是一汽轿车股份有限公司、长春一汽富维汽车零部件股份有限公司、天津一汽夏利汽车股份有限公司、启明信息技术股份有限公司。其主营业务板块按领域划分为:研发、乘用车、商用车、零部件和衍生经济等体系。

中国一汽拥有员工12万人,资产总额为2136.5亿元。中国一汽拥有解放、红旗、奔腾、夏利等自主品牌和大众、奥迪、丰田、马自达等合资合作品牌。中国一汽产销量、营业收入等连续多年居中国汽车行业前列。2011年,一汽销售汽车超过260万辆,实现营业收入3694.3亿元,列“世界500强”第197位,“中国一汽”品牌价值达到982.87亿元。

(二) 报告的依据

国务院国有资产监督管理委员会于2007年12月29日颁布《关于中央企业履行社会责任的指导意见》。该指导意见规定建立社会责任报告制度是中央企业履行社会责任的主要措施之一。该指导意见的第十八条规定,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,公布企业履行社会责任的现状、规划和措施,完善社会责任沟通方式和对话机制,及时了解 and 回应利益相关者的意见和建议,主动接受利益相关者和社会的监督。

该指导意见还规定了中央企业履行社会责任的八项主要内容:①坚持依法经营诚实守信;②不断提高持续赢利能力;③切实提高产品质量和服务水平;④加强资源节约和环境保护;⑤推进自主创新和技术进步;⑥保障生产安全;⑦维护职工合法权益;⑧参与社会公益事业。

正是按照该指导意见的要求,中国一汽编制并披露了2009年社会责任报告,这也

是中国一汽的第一份社会责任报告。该份社会责任报告参照国际通行的全球报告组织(GRI)的《可持续发展报告指南》、中国工业经济联合会等单位联合发布的《中国工业企业及工业协会社会责任指南》等标准编制。该份社会责任报告涵盖了中国一汽2008年和2009年两个年度的社会责任情况。

二、报告的架构特点:央企特征

该份社会责任报告按照总经理致辞、关于我们、政治责任、经济责任、社会责任、GRI指标索引和第三方评价的顺序构建总体架构。将政治责任部分列在关于我们部分之后、经济责任和社会责任之前,凸显中国一汽作为特大型中央企业的重要特征。该份社会责任报告的正文共76页,分7部分。7部分各占总页数的比例如图1所示。

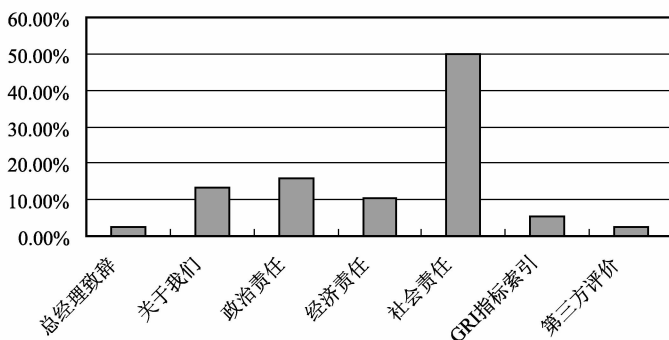


图1 中国一汽2009年社会责任报告各部分所占比例

从图1中可以看出,该公司社会责任披露的主体内容为关于我们、政治责任、经济责任和社会责任4个部分,其中社会责任部分最多,政治责任部分次之,关于我们部分排第三,经济责任部分最少。

关于我们部分(共10页,占该社会责任报告的13%)主要是介绍中国一汽的概况,包括企业概况、企业愿景、企业文化、获得奖项、组织结构和社会责任组织管理体系6个子部分。其中,社会责任组织管理体系部分表明,中国一汽不断完善社会责任组织管理体系,建立了社会责任组织机构,成立领导小组和工作小组,制定了相关工作措施。2009年,中国一汽发布了《关于做好企业社会责任工作的通知》,建立了企业社会责任运行机制。

政治责任部分(共12页,占该社会责任报告的16%)主要介绍了公司的政治责任履行情况,包括发展战略、品牌战略、风险与机遇分析及影响、科技战略、知识产权战略、调整产品结构与开发新领域和转变发展方式、深入学习实践科学发展观活动、领导关怀

8个子部分。中国一汽以节能、环保、安全、可靠和舒适为科技战略方向,开展重大技术研究。加大新能源汽车的开发与应用力度,确定适合国情的新能源汽车发展技术路线,在科研资源保障、关键技术攻关、产业化论证和商品化应用等方面实现新的突破。

经济责任部分(共8页,占该社会责任报告的11%)主要介绍了公司的经济责任履行情况,包括主要经济业绩指标、管理创新、技术创新和产品创新4个子部分。主要经济业绩指标部分介绍了资产总额、资产保值增值率、营业总收入、纳税总额和上缴国有资本收益等指标情况,这些指标2009年均大幅好于2008年,体现了企业的良好运转,较好履行了一个中央企业的经济责任。

社会责任部分(共38页,占该社会责任报告的50%)主要介绍了公司的社会责任履行情况,包括保护环境、节约资源、安全保障、以人为本、相关利益和社会公益6个子部分。保护环境部分通过对降低污染排放、产品与服务的环保理念、工程建设项目的环境影响等方面的介绍,阐明公司在降低污染排放、降低对环境不利影响方面所作出的努力。安全保障部分通过对生产安全、产品安全、社会安全等方面的介绍,阐明公司的安全保障措施。相关利益部分通过对坚持依法经营与诚实守信、诚信合作与创新共赢、用户第一、支持协会、反腐倡廉、社区服务的介绍,阐明了公司对相关利益主体的责任履行情况。

三、定量分析与定性分析相结合

这份社会责任报告的另一大特点是综合运用了定量分析与定性分析。定性分析对公司2年里各方面社会责任履行情况进行了定性描述,而定量分析对这些定性描述提供了真实数据支持。定量分析与定性分析相结合的方法的运用使得这份社会责任报告有理有据、更加让人信服。

例如,在政治责任的科技战略部分,通过定性分析表明公司以节能、环保、安全、可靠、舒适为方向之后,马上阐明围绕产品技术、开发技术和制造技术3大领域21个技术专题,开展229项重大技术研究。经济责任的主要经济业绩指标部分,先通过定性分析表明通过调整产品结构,深化自主发展,中国一汽各项指标逐步优化,产品竞争力和赢利能力明显提升,之后分别用图表和数据的定量分析形式介绍了资产总额、资产保值增值率、营业总收入、纳税总额和上缴国有资本收益等指标的具体增长变化情况。

社会责任的保护环境部分,先通过定性分析表明为降低污染排放进行污染物控制,进而通过定量分析指出2008年至2009年,公司在环保方面投资30836万元,用于电厂锅炉脱硫、污水再生利用、污水处理设施升级改造、危险废物安全处置及治理设施运行等项目,消减二氧化硫2832.6吨,消减化学需氧量7549.17吨,安全处置危险废物25621吨,生产、利用再生水124.88万吨,减少燃煤二氧化碳排放量10万吨。进而又采用定量分析与定性分析相结合的方式分别对工业废水、工业废气、固体废物和厂

界噪声等方面公司的社会责任履行情况进行了阐释。社会责任的保护环境部分,先通过定性分析表明公司致力于节能减排新技术的研究与应用,在乘用车领域建立了乘用车现金的节油、环保和成本综合控制技术平台,进而通过定量分析指出使整车 NEDC 综合油耗降低 20%,排放达到欧 V 法规要求,动力性提高 30%。在社会责任的保护环境部分当中,对轻量化技术研究与应用、轻量化材料应用和结构优化部分也采用了这种定量分析与定性分析相结合的方法进行阐述。类似的还有对社会责任的安全保障部分中的生产安全、产品安全和社会安全的阐释,对社会责任的以人为本部分的和谐劳动关系、员工发展、关爱员工的阐释等。

四、图片、表格与文字相结合

该份社会责任报告的另一大特点是综合运用图片、表格与文字等表达方式。图片、表格与文字相结合的表达方式使得该份社会责任报告的可读性、可理解性大幅提升。该份社会责任报告简明、直观、易理解,特别是封皮采用蓝色为主色调,与中国一汽公司品牌图标相一致,显得大气、醒目。封底标明该份社会责任报告为再生纸印刷,更加树立了良好的公司社会责任形象。

(一) 图片阐释方法的运用

该份社会责任报告采用图片阐释方法的部分包括:总经理致辞部分中采用总经理的图像;关于我们部分的首页采用中国一汽的总部大楼图片;企业愿景部分当中采用自主脊梁图片;企业文化部分中采用一汽沈曾华自主创新奖 2008—2009 年度颁奖大会图片;获得奖项部分列示了中国一汽这两年所获得的重大奖项的图片;组织结构图部分采用了层级式的组织结构图,一目了然;社会责任领导小组部分将领导小组领导采用图片的形式列示,一举两得。

政治责任部分的首页采用中国一汽混合动力汽车奥运示范运行发车仪式的图片,彰显节能产品理念;社会责任报告封面和品牌战略部分将中国一汽的图标直观展示,提高品牌形象;在科技战略部分对产品技术、开发技术、制造技术采用直观图片的形式,避免了专业术语无法理解,非常值得信赖;知识产权战略部分对统一管理平台采用组织结构图的形式进行阐释;调整产品结构、开发新领域、转变发展方式部分采用新产品的图片为例证;深入学习实践科学发展观活动采用集团公司深入学习实践科学发展观活动总结暨党内“创先争优”表彰大会的图片;领导关怀部分采用各位领导参观指导中国一汽的照片。

经济责任部分的首页采用中国一汽车展的照片,显示企业生机勃勃;主要经济业绩指标部分,分别采用柱状图、线状图介绍了资产总额、资产保值增值率、营业总收入、纳税总额和上缴国有资本收益等指标的具体增长变化情况;技术创新部分采用红旗轿车的图片;产品创新部分采用的是第一汽车制造厂老厂门前的新产品图片。

社会责任部分的首页采用中国一汽所生产的卡车参与抗震救灾的车列,企业对社会责任的务实态度一目了然;在保护环境的降低污染排放部分采用了厂区内的简单绿化环境的图片,显示出公司的环保效果;新能源汽车部分直接配合文字使用混合动力客车的图片和中国一汽新能源客车基地奠基典礼图片;在节能减排新技术的研究与应用部分采用中国一汽不同乘用车车型低碳技术策略和目标图片,直观易懂;轻量化材料应用部分采用轻量化后的汽车油箱和热轧超高强度钢板车架总成的图片;结构优化部分采用汽车零部件结构优化设计的应用实例直观表明分别降重的百分比为多少;工程建设项目的环境影响部分采用矗立在一片绿色植物之中的某项目厂房图片;节约资源部分采用节能指标完成情况图和公司所获得的各项节能奖项图片;安全保障的生产安全部分采用总经理徐建一与子公司代表签订安全生产目标责任状的照片和安全月升旗仪式的照片,直观显示出公司对安全生产的重视及采取的措施;产品安全部分采用车辆安全技术规划图;在乘用车开发与研究现状部分,采用系列图片形象阐释了进行深度事故调查,率先在国内实现从概念到结构设计的全程 CAE 引导性开发,全面进行车体、约束系统及碰撞相容性的仿真分析,仿真深度及精度国内领先,按照 ECE 法规、国标及 NCAP 评价体系进行整车、系统与部件的安全认证试验等;在社会安全部分直接采用警察枪械练习图和巡逻图,表明企业的社会安全责任的履行情况;以人为本的和谐劳动关系部分采用 SFTM 长春丰越公司续签《集体合同》和《女职工特殊权益专项集体协议》签字仪式的照片和贯彻实施《劳动合同法》构建和谐稳定劳动关系的照片;以人为本的员工发展部分采用公司工会“创新改进促四保”活动总结表彰大会照片、中国一汽员工技能大赛的照片和集团公司领导与轿车公司职工代表座谈会的照片;以人为本的关爱员工部分采用员工运动会的照片展示公司对员工身体健康方面的关爱;坚持依法经营、诚实守信部分采用“讲诚信,扩消费,促发展”高层研讨会的照片;用户第一部分采用经销商满意度(DSI)提升情况图和2009年销售满意度(SI)提升情况图;反腐倡廉部分采用公司的反腐倡廉之窗网站照片、廉洁文化手册照片和反腐倡廉宣传栏照片;社会公益部分采用中国一汽与成都市人民政府的“333”爱心助学工程框架协议签约仪式照片、中国一汽红旗博爱小学和中国一汽解放博爱中学的奠基照片、援建吊桥照片、一汽希望小学照片等。

(二)表格阐释方法的运用

这份社会责任报告采用表格阐释方法的部分包括:中国一汽商用车发动机技术特征表,针对不同的发动机平台直观阐明各自的技术特征;安全保障的生产安全部分采用表格形式列示了中国一汽所获得的各项安全生产方面的奖项;安全保障的产品安全部分采用表格形式列示2008年中国一汽产品召回统计和2009年中国一汽产品召回统计情况;以人为本的员工发展部分采用表格形式列示不同层级员工的参加培训情况和选树优秀员工典型的情况;GRI 指标索引部分全部采用表格形式列出各部分内容及

其在报告中所对应的位置情况。

五、案例总结

(一) 报告的亮点: 环保责任

该份社会责任报告的亮点就是对该公司环保责任的阐释,既采用直接方式又采用间接方式,达到了较理想的效果。

1. 直接方式

保护环境部分首先介绍了降低污染排放,对主要污染物减排情况、减排“三大体系”(组织体系、监测体系和考核体系)建设、污染物(工业废水、工业废气、固体废物和厂界噪声)控制、清洁生产等予以介绍。通过这种直接方式的介绍,阐明中国一汽在减排环节所作出的重大努力,取得的良好效果。同时,对节能减排新技术的研究与应用、轻量化技术研究与应用 的阐述,特别是节约资源部分对公司节能指标完成情况的直接阐述,都体现了公司加大节能减排资金投入、实施节能技术改造等取得了良好的节能效果,体现了公司良好的环保责任履行情况。

2. 间接方式

除了直接方式之外,该份社会责任报告还采用间接方式,对保护环境的产品与服务 的环保理念部分进行了阐释。混合动力汽车、纯电动汽车等新能源汽车的开发,使公司产品也是节能环保的,进而间接达到环境保护的目的。公司研发的混合动力轿车在城市工况下,燃油经济性同比提高 42%,降低排放 30%。公司研发的混合动力客车在城市工况下,燃油经济性同比提高 30%,降低排放 30%。

(二) 报告进一步可提高之处

该份社会责任报告仍然有一些可进一步提高的地方。首先,报告中报喜的部分明显多于报忧的部分,更多地起到了梳理公司良好形象的作用,但是公司对环保等社会责任还有哪些做得不到位的地方,没有进行很深入的剖析。其次,政治责任部分表述仍不到位,中国一汽作为特大型中央企业承担的政治责任自然很多,但是在该份社会责任报告中体现不到位,当然这与具体公司情况不便更详细披露也有关系。再次,从 GRI 指标索引部分可以看出,该份社会责任报告仍然有很多未涉及、未统计的内容,希望在下一 次的公司社会责任报告中能有所体现。

参考文献

中国一汽. 中国一汽 2009 社会责任报告[EB/OL]. <http://www.faw.com.cn/shzrbg/01.jsp>