

分类号
U D C

密级
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 乳品企业社会责任信息披露质量评价
——以三元股份为例

研究生姓名: 石晨溪

指导教师姓名、职称: 王宁郎 副教授 常鑫 高级会计师

学科、专业名称: 会计硕士

研究方向: 企业理财与税务筹划

提交日期: 2024年6月1日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 石晨溪 签字日期： 2024.5.31

导师签名： 王宇郎 签字日期： 2024.6.1

导师(校外)签名： 常 芳 签字日期： 2024.6.1

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 石晨溪 签字日期： 2024.5.31

导师签名： 王宇郎 签字日期： 2024.6.1

导师(校外)签名： 常 芳 签字日期： 2024.6.1

**Research on the Quality Evaluation of
Social Responsibility Information
Disclosure in Dairy Enterprises: A Case
Study of Sanyuan Corporation**

Candidate : Shi Chenxi

Supervisor: Wang Ninglang Chang Xin

摘 要

乳制品是国民饮食结构中的重要食物来源，与食品安全和公众健康密切相关，提高乳制品的安全和质量势在必行。近年来不断爆出的食品安全事件，给市场带来了沉重的打击，导致公众对乳制品行业的信任度严重下滑。在这一背景下，我国乳制品企业亟需通过积极践行社会责任并及时、全面地披露相关信息，来重塑消费者信任、增强企业信誉，开拓企业未发展前景。

本文以北京三元食品股份有限公司为研究对象，综合国内外学者在企业社会责任领域的研究成果，依托可持续发展、利益相关者等理论，叙述了企业社会责任报告的相关概念和披露标准，分析了当前乳品企业社会责任信息披露的总体情况。以社科院发布的《中国企业社会责任报告指南 5.0》等为依据，设计了报告前言、治理责任、环境风险管理、社会风险管理、价值创造、报告后记六个一级指标，并采用层次分析确定各指标的权重，进一步构建了乳品企业社会责任信息披露质量评价体系。运用所构建的评价体系，对三元股份 2018 年至 2022 年期间发布的社会责任报告进行打分，并对其披露质量进行了深入分析。

研究表明，三元股份在社会责任信息披露方面整体得分不高，问题主要集中在内容不完整、缺乏数据支持以及正负面信息披露不平衡等方面。本文综合考虑了三元股份社会责任信息披露的发展历程，针对乳品企业社会责任信息披露质量的提升，从内部和外部两个角度提出了建议。期望本研究能够对鼓励乳品企业更好地履行社会责任、更加完整、可靠和准确地披露社会责任信息提供了一定的参考价值。

关键词：乳品企业 信息披露 层次分析法 评价体系

Abstract

Dairy products are an important source of food in the national dietary structure, closely related to food safety and public health. Improving the safety and quality of dairy products is urgent. In recent years, the continuous food safety incidents have dealt a heavy blow to the market, leading to a serious decline in public trust in the dairy industry. In this context, Chinese dairy companies urgently need to reshape consumer trust, enhance corporate reputation, and explore the untapped prospects of their development by actively practicing social responsibility and timely and comprehensively disclosing relevant information.

This article takes Beijing Sanyuan Food Co., Ltd. as the research object, integrates the research results of domestic and foreign scholars, relying on theories such as stakeholder theory and sustainable development theory and other theories, introduces the concepts and disclosure standards, analyzes the overall situation and existing problems of current dairy enterprise social responsibility information disclosure. Based on the "Guidelines for Writing Chinese Corporate Social Responsibility Reports 5.0", six primary indicators were designed, including report introduction, governance responsibility, environmental risk management, social risk management, value creation, and report postscript. The weights of each indicator were determined using Analytic

Hierarchy Process, thus constructing a quality evaluation system. Using the constructed evaluation system, the social responsibility reports released by Sanyuan Group from 2018 to 2022 were scored, and the results were analyzed in depth.

The research results indicate that the overall score of Sanyuan Shares in social responsibility information disclosure is not high, and the problems mainly focus on incomplete content, lack of data support, and imbalanced positive and negative information disclosure. This article comprehensively considers the development process of Sanyuan Corporation and proposes suggestions to enhance the standard of disclosing social responsibility information from both internal and external perspectives. It is expected that this study can provide certain reference value and guidance for encouraging dairy companies to better fulfill the social responsibility and more complete, reliable and accurate disclosure of social responsibility information provide certain reference value.

Keywords: Dairy enterprises; Information disclosure; AHP; Evaluation system

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的及意义.....	2
1.2.1 研究目的.....	2
1.2.2 研究意义.....	2
1.3 国内外研究现状.....	3
1.3.1 关于社会责任的研究.....	3
1.3.2 关于社会责任信息披露模式的研究.....	3
1.3.3 关于社会责任信息披露内容的研究.....	4
1.3.4 关于社会责任信息披露质量评价的研究.....	5
1.3.5 文献评述.....	6
1.4 研究内容与方法.....	7
1.4.1 研究内容.....	7
1.4.2 研究方法.....	9
2 相关概念及理论基础	10
2.1 概念界定.....	10
2.1.1 企业社会责任.....	10
2.1.2 社会责任信息披露.....	10
2.2 理论基础.....	11
2.2.1 利益相关者理论.....	11
2.2.2 信号传递理论.....	11
2.2.3 可持续发展理论.....	12
3 乳品企业社会责任信息披露现状	13
3.1 乳品企业介绍.....	13
3.1.1 乳制品行业定义及特点.....	13

3.1.2 乳制品行业发展概况	13
3.2 乳品企业社会责任特征	14
3.3 乳品企业社会责任信息披露情况	15
3.3.1 样本企业选取	15
3.3.2 编制依据情况	16
3.3.3 披露篇幅情况	17
3.3.4 披露内容情况	19
3.3.5 第三方审验情况	21
4 乳品企业社会责任信息披露质量评价体系的构建	22
4.1 构建的原则	22
4.2 构建的方法	23
4.3 指标选取与设计	25
4.3.1 报告前言	27
4.3.2 治理责任	28
4.3.3 环境风险管理	29
4.3.4 社会风险管理	31
4.3.5 价值创造	33
4.3.6 报告后记	34
4.4 指标权重的确定	35
5 乳品企业社会责任信息披露质量评价体系的应用——以三元股份 为例	40
5.1 三元股份概况	40
5.1.1 三元股份基本情况	40
5.1.2 三元股份社会责任会计信息披露发展历程	41
5.2 三元股份社会责任信息披露质量评价	42
5.2.1 报告前言评价	42
5.2.2 治理责任评价	44
5.2.3 环境风险管理评价	46

5.2.4 社会风险管理评价	48
5.2.5 价值创造评价	51
5.2.6 报告后记评价	53
5.2.7 综合评价结果	54
5.3 三元股份社会责任信息披露质量评价结果分析	56
5.3.1 披露内容不全面	56
5.3.2 缺少定量数据支持	57
5.3.3 正负面信息披露不对称	58
6 提高乳品企业社会责任信息披露质量的建议	59
6.1 内部层面	59
6.1.1 建立完善的信息披露机制	59
6.1.2 强化董事会社会责任治理	59
6.1.3 加强对负面信息的披露	60
6.2 外部层面	61
6.2.1 完善相关政策法规	61
6.2.2 提高利益相关者的社会责任意识	61
6.2.3 加强第三方审验监督	62
7 研究结论与展望	64
7.1 研究结论	64
7.2 研究不足与展望	64
参考文献	65
附录 1	69
附录 2	73
附录 3	75
后记	82

1 绪论

1.1 研究背景

随着全球一体化的不断推进，企业社会责任已逐渐成为全球关注的焦点。社会责任理念倡导企业在实现经济目标的同时，应积极承担对股东、员工、消费者、社区及环境等多元利益相关者的责任。在西方国家，这一理念已得到广泛采纳和实践，众多知名企业通过发布社会责任报告、参与公益活动等多元方式，积极展示其社会责任实践成果。同时，国际社会对于社会责任的研究也在不断深入，涵盖社会责任的定义、实践方式、影响因素及其与企业绩效的关联等多个领域，这些研究为社会责任实践提供了有力的理论支撑。

在我国，伴随经济的蓬勃发展和社会的持续进步，政府及社会各界对企业履行社会责任的期望日益提高。政府制定并出台了一系列相关政策和法规，以鼓励和引导企业积极践行社会责任。例如，《关于中央企业履行社会责任的指导意见》明确了中央企业在社会责任方面的具体要求和目标。此外，我国还建立了企业社会责任报告制度，要求上市公司及部分大型企业定期公开披露其社会责任实践信息，这为我国企业履行社会责任及信息披露提供了坚实的制度保障。

乳制品行业作为食品行业的重要支柱，其社会责任履行情况备受关注。近年来，尽管我国乳制品行业取得了快速发展，但也暴露出一些质量问题和安全隐患，这引发了公众对乳制品企业社会责任的高度关注。研究乳制品企业的社会责任信息披露质量，不仅有助于揭示企业在社会责任实践方面的真实状况，还能为企业的长远发展提供宝贵的建议和指导。同时，这也将帮助消费者做出更加明智、理性的消费选择。

基于上述背景，本研究选取三元股份作为案例研究对象，对乳品企业社会责任信息披露的质量进行深入评估，这不仅在理论上具有重要意义，同时也对实践产生积极的影响。通过深入研究和分析三元股份在社会责任信息披露方面的实践和经验，期望能够为提升我国乳制品企业社会责任信息披露的质量和水平提供有益的参考和借鉴，推动乳制品行业的健康、可持续发展。同时，也希望通过本研究的成果，能够引起更多学者和企业对乳制品企业社会责任信息披露问题的关注

和重视，共同推动我国乳制品行业的健康发展。

1.2 研究目的及意义

1.2.1 研究目的

本研究采用文献研究等方法，对乳品企业的社会责任信息披露质量进行评价研究。研究目的主要涵盖以下两个方面：

首先，通过对乳品企业社会责任信息的披露现状进行探究，结合乳制品行业的特点，建立一套评价体系，以促使乳制品企业增强社会责任意识，并积极主动进行信息披露。

其次，将乳制品行业社会责任的履行情况提升为衡量企业价值和管理水平的指标之一，推动企业履行社会责任并如实披露信息，以提升企业的价值，并促使企业吸引新的投资，并与政府形成双向互动、相互推进的关系。通过这一研究，以期为乳品企业引入新的投资和提升社会责任信息披露质量提供有益的帮助。

1.2.2 研究意义

（1）理论意义

研究乳制品企业在社会责任信息披露方面的质量，对于理论发展具有重要的意义。一方面，这一研究有助于进一步充实和细化企业社会责任的相关理论。在当今社会，企业社会责任已成为备受瞩目的议题，而信息披露则是企业展示其履行社会责任情况的重要途径。通过深入研究乳制品企业在此方面的表现，我们可以更深入地理解企业社会责任的内在含义、边界及其履行方式，从而为企业社会责任理论注入新的活力。另一方面，能拓展信息披露理论的应用领域。信息披露理论是企业与外界进行信息沟通的重要理论基础，广泛应用于企业财务报告、公司治理等领域。通过探究乳制品企业在社会责任信息披露上的实践，不仅有助于提升乳制品企业的透明度和社会认可度，还能为其他行业在社会责任信息披露方面提供有益的启示和借鉴。

（2）现实意义

首先，对于企业来说，有利于优化责任履行和信息披露状况，保障利益相关

方的权益，塑造正面的社会形象。同时，积极应对潜在的食品安全问题，能够有效缓解因此引发的信任危机，进而减轻负面舆论造成的压力。这进而提高品牌的认可度和影响力，有助于企业的长期发展。其次，对于政府而言，乳品企业社会责任信息披露研究可以为相关政府部门提供有效信息，制定更具针对性的政策，并实施对企业的有效监督，有助于减少食品安全等社会和环境问题。对于社会而言，可以改善信息不对等的问题，有利于构建企业积极履责的整体环境和良好氛围，从而更好地保护社会公众的权益。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 关于社会责任的研究

（1）国外研究现状

著名美国学者 Sheldon（1924）正式提出了社会责任的概念。他认为，企业的经济利益不应凌驾于社会利益之上，经营业绩的增长和社会责任的履行同等重要，二者互为补充。David（1968）首次探讨了社会责任会计的新理念，开拓了这一研究领域的新视角。Amid（1981）进一步明确指出，社会责任是未来会计领域发展的重要趋势。John（1997）则提出了以经济、环境和社会为核心的“三重底线”概念，以帮助企业实现长期和稳定的发展。

（2）国内研究现状

我国在社会责任领域的研究相较于外国较晚。常勋教授（1990）开始注意到社会责任会计的问题，此后，社会责任会计在我国逐渐得到了发展和关注。宋献中（1993）明确了《企业社会责任会计》中的社会责任会计概念。王可（2017）强调，在会计核算环节中，应当积极融入社会责任理念，确保会计工作不仅满足传统会计要求，而且更加真实、完整。同时，他提倡不断完善信息披露体系，以推动会计工作在社会责任的持续深化与发展。

1.3.2 关于社会责任信息披露模式的研究

（1）国外研究现状

在全球范围内针对十大主要采矿企业的社会责任问题进行的深入研究中，

Heled 和 Natalia (2004) 发现, 这些企业在信息公开的形式和详细内容方面存在显著的差异, 这主要归因于缺乏统一的披露标准。Harlan (2011) 建议企业应编制并发布专门的社会责任报告, 同时, 针对利益相关者的不同需求, 采用恰当的披露方式来满足他们的信息获取要求。根据 Clarkson (2013) 的研究发现, 媒体具备对企业披露信息进行有效监督的能力, 因此企业在公布信息时, 应首先考虑利用媒体平台。Kilian (2019) 的研究表明, 企业社会责任信息的及时性和准确性在很大程度上取决于企业所编制的财务报告、年度报告以及专门的社会责任报告的质量和发布时机。这不仅有助于推动企业积极履行社会责任, 还能显著提升其信息披露的标准和质量。可以看到, 众多专家和学者一致认为, 在企业年报的关键内容段落或专项的社会责任报告中详细披露企业社会责任的履行情况, 是一种重要的实践方式。

(2) 国内研究现状

我国学者在披露社会责任信息时, 更注重定性信息与定量信息的结合, 这一观点与国外研究者的结论基本一致。王青云等 (2012) 在提出了两种主要披露方式: 嵌入式披露和独立式披露。刘晓群等 (2018) 也曾着重指出, 在企业社会责任信息披露的实际操作中, 应当综合运用会计与非会计两种披露模式, 并积极探索和推广统一化的、基于会计的社会责任信息披露方式。孙鹏宇 (2020) 对此表示赞同, 并提出企业社会责任信息披露模式需随时代发展而不断完善, 倡导拓宽信息披露的途径与手段, 确保其多样性和有效性。格桑德庆与毛洁 (2023) 的最新研究也证实了, 高效且透明的社会责任信息披露对企业向绿色、循环型发展模式转型具有积极的推动作用。综上所述, 企业应当灵活运用会计和非会计模式, 并采用多元化的社会责任信息披露方式, 以促进可持续发展。

1.3.3 关于社会责任信息披露内容的研究

(1) 国外研究现状

在社会责任信息披露的内容研究上, Yamagami 等 (1991) 就已将企业社会责任概括为五大核心领域, 即环境保护、社区投入、员工关系、研发创新以及企业的跨国活动。随后, Isabelle 和 David (2002) 进一步指出, 企业应从服务社会、满足消费者需求、关爱员工、回馈股东以及与合作供应商的关系等五个维度, 及

时且准确地公开其社会责任履行情况。Jiran 和 Bryan (2011) 在深入调研传媒企业后提出, 企业不仅要及时披露常规的社会责任信息, 还应重视并公开展示能凸显企业独特性的社会责任信息。2000 年, 全球报告倡议组织 (GRI) 首次发布了《可持续发展报告指南》, 并分别于 2002 年, 2006 年和 2013 年进行了修订。该指南明确规定了企业在经济、环境和社会三个维度上应如何披露其社会责任信息及其相应程序。

(2) 国内研究现状

葛家澍与林志军 (2001) 曾着重指出, 包括政府机构和社会公众在内的众多利益相关者, 都热切期望企业能更详尽地披露其在履行社会责任方面的具体实践, 例如采取的环保措施、员工培训计划、反对种族歧视的政策、提供的医疗保障, 以及与社区的互动和对社区做出的贡献等。2011 年, 中国社会科学院公开发布了《中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR2.0)》。指南清晰地将企业社会责任划分为四大核心板块, 包括责任管理、市场责任、环境责任以及社会责任。胡国恒等人 (2014) 在此基础上进一步提出, 企业在披露社会责任信息时, 还应纳入非财务信息指标。近年来, 该领域的专家学者开始倾向于从行业特性的视角来审视这一问题。殷红 (2017) 采用了 GRI 的信息系统进行了详尽的探究。她综合考虑了企业的经营规模、产权属性以及所属行业的发展特点, 从多个视角深入剖析了企业社会责任信息披露中存在的差异性。王靖 (2022) 认为, 在追求经济利益最大化的同时, 现代企业还应积极响应绿色经济的号召, 自觉履行社会责任, 努力减少对环境的负面影响, 以实现可持续发展。

1.3.4 关于社会责任信息披露质量评价的研究

(1) 国外研究现状

研究者们通常倾向于构建一个融合定性与定量分析的多维评价体系来评估企业社会责任信息披露的质量。Joseph (2016) 经过深入研究, 构建了一个包含 40 个细化指标的评价框架, 并运用该体系对共计 58 家企业的社会责任信息披露情况进行了详尽的评估。这些研究为我们进一步探讨和完善企业社会责任信息披露评价体系提供了有益的参考和启示。

在探讨社会责任信息披露质量的评价方法时, 当前研究普遍采用内容分析法、

层次分析法以及指数法等综合手段进行评分。其中, Abbott 和 Monsen (1979) 通过构建社会参与度披露指标, 并运用人工赋值法来评估企业在社会责任方面的实际表现。而 Joyce (2015) 则从社会责任披露的信息特征出发, 通过统计企业社会责任报告中句子的总数来评价其质量。此外, Thomas (2019) 设计了一个综合指数, 旨在衡量企业的可持续发展状况, 该指数以 GRI 指标为基础, 通过打分法构建了一个评估框架。这些方法各有侧重, 共同构成了社会责任信息披露质量评价的多维度视角。

(2) 国内研究现状

在建立社会责任信息披露质量评估体系的过程中, 我国学者尹开国等人 (2013) 基于社会责任信息的独特性质, 开创性地构建了一套包含相关性、可靠性、可比较性、明晰性及完备性五个维度的评价指标系统。李慧云 (2017) 在此基础上进行了进一步的创新, 她设计了一套模糊匹配机制, 并借助 Java 编程实现了对社会责任信息中自愿披露内容的精确评估。最近, 陈渝 (2023) 则提出了一个新的框架, 包括完整性、可读性、可比性和均衡性这四个核心维度。

在评估企业社会责任信息披露的方法上, 国内著名学者刘长翠 (2006) 创新地提出了采用计算企业社会责任贡献率的方式来衡量其披露水平, 从而实现了社会责任信息的量化表达。随后, 李正等 (2007) 进一步整理归纳了四种主要的评价方法, 即声誉评价法、社会责任会计法、指数法和内容分析法, 为后续的研究和实践提供了重要参考。2008 年, 中国社会科学院企业社会责任研究中心成立, 旨在提供专业的评价服务, 推动企业社会责任的发展。近年来, 随着技术的发展, 文本挖掘技术被越来越多地应用于社会责任信息披露质量的评价中。段钊等 (2017) 和张秀敏等 (2019) 便是其中的佼佼者, 他们巧妙地将指标评价体系与文本挖掘语义分析方法相结合。

1.3.5 文献评述

在讨论企业社会责任这一议题时, 无论是在国内还是国际范围内, 能注意到有大量的企业正致力于承担和履行其社会责任。同时, 关于如何规范化和标准化企业社会责任信息披露的相关准则也在不断演进和完善中。鉴于此, 对企业社会责任信息披露的具体内容、呈现形式及其质量进行深入研究变得至关重要。

由于中国各行业企业在经济发展中所扮演的角色各异,以及它们在生产经营模式和管理策略上的多样性,企业社会责任信息的披露应充分反映出这些行业的差异性和特色。尽管目前中国在企业社会责任信息披露质量影响因素方面的研究尚处于起步阶段,但相关研究已聚焦于几个核心要素,例如企业规模、公司财务状况、独立董事比例、利益相关者的期望,以及信息披露的成本考量等。

不过,在评估企业社会责任信息披露的方法上,对于那些独立发布的社会责任报告,还未能确立统一的编制准则。这种情况导致了评价方法的多样性和评价结果之间的差异性。

1.4 研究内容与方法

1.4.1 研究内容

本文主要致力于构建一套全面且系统的社会责任信息披露质量评价体系,以深入评估三元股份在社会责任信息披露方面的表现,并剖析其存在的问题。针对这些问题,本文将提出具体的改进建议,旨在提升我国乳品行业在社会责任信息披露上的整体水平。

全文结构如下:

第一章:绪论。此章节将阐述研究的背景、目的及其重要性。同时,回顾国内外相关研究文献,概括已有研究成果,并介绍本文的研究内容与方法。

第二章:相关概念与理论基础。本章将界定企业社会责任等核心概念,概述国内外社会责任信息披露的准则与标准,并确立可持续发展理论等作为研究的理论基础。

第三章:乳品企业社会责任信息披露现状概述。此章节将详细描绘乳制品行业的背景,并对乳品企业在社会责任信息披露方面的整体状况进行深入的探讨和分析。

第四章:构建乳品企业社会责任信息披露质量评价体系。遵循科学的指标构建原则,本章将运用专业方法,从报告前言、公司治理与社会责任、环境与社会风险管理、价值创造、以及报告结语等关键维度出发,构建一个全面的评价体系。

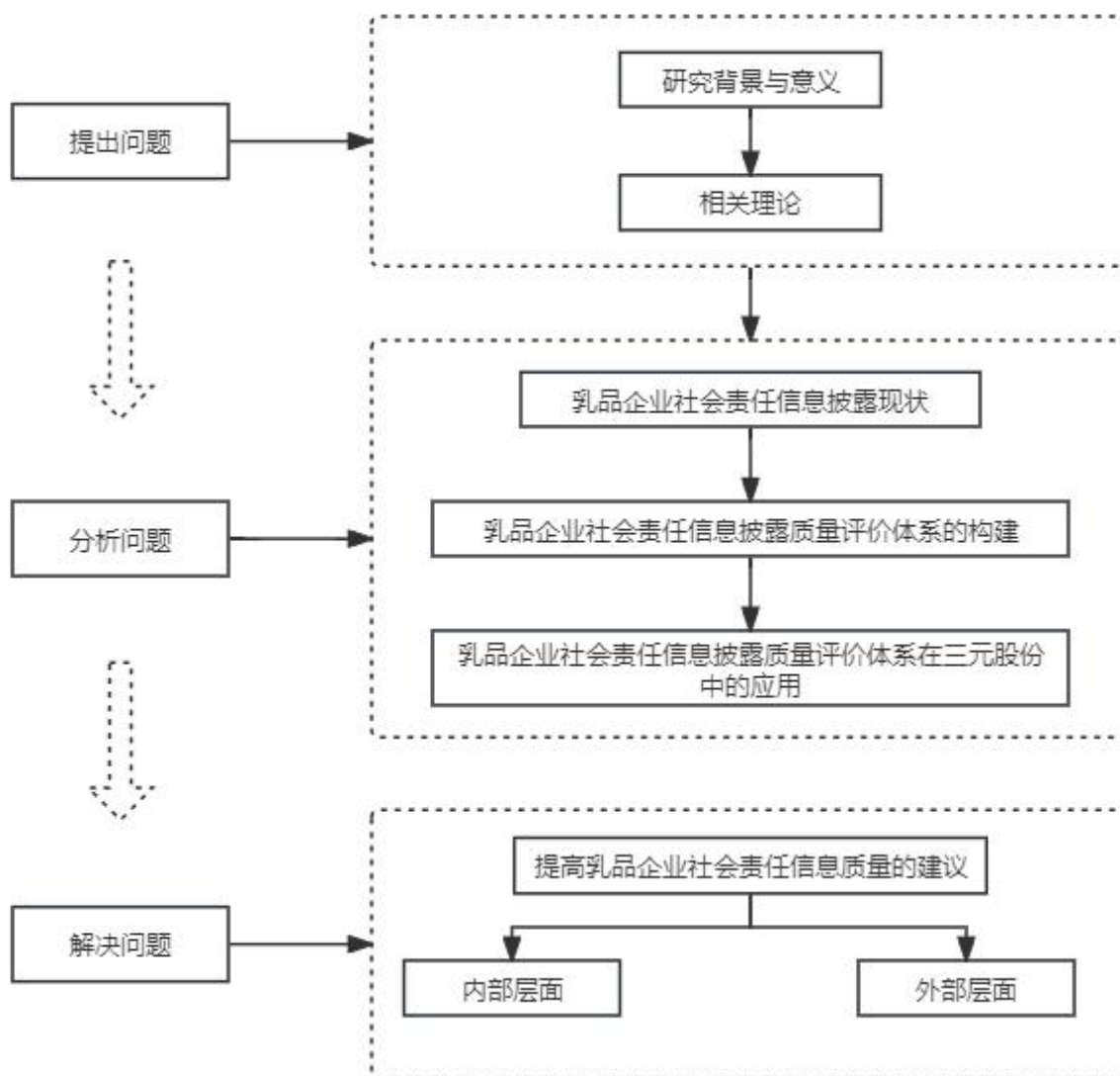
第五章:三元股份社会责任信息披露质量评价案例分析。本章将以三元股份

为例，应用前述构建的评价体系，对其社会责任信息披露质量进行具体评价，并深入剖析其存在的问题与不足。

第六章：提升乳品企业社会责任信息披露质量的策略建议。针对第五章中揭示的问题，本章将提出一系列切实可行的改进建议，旨在帮助乳品企业提高其社会责任信息披露方面的质量。

第七章：结论与展望。在此章节中，将总结本研究的主要发现，指出研究过程中可能存在的局限与不足，并对未来的研究方向进行展望。

本文框架图如下：



1.4.2 研究方法

（1）文献研究法

从文献资料的角度研究社会责任会计理论，深入了解企业披露社会责任会计的发展和社会利益的实现过程。通过比较中西方在该领域的差距，结合我国乳品企业发展现状，以西方的先进经验为基础，建设和提升乳品企业的社会责任观。

（2）案例分析法

以三元股份作为案例公司，通过多个层次的分析与探讨，深入挖掘该公司在披露流程中可能存在的缺陷或不足。基于此，本文将针对性地提出切实可行的改进策略，旨在优化并强化乳品行业在社会责任信息披露的水平。

2 相关概念及理论基础

2.1 概念界定

2.1.1 企业社会责任

社会责任概念的界定主要包含两大观点：一是以利润为核心，认为企业的主要职责是追求盈利，这源于 18 世纪末至 20 世纪初期的主流思想，如亚当·斯密和米尔顿·弗里德曼所坚持的；二是强调环境与人权，随着法规完善和公众意识提升，特别是 1980 年代后，环境保护和员工权益等议题逐渐成为企业社会责任的重要组成部分。这两种观点反映了不同历史时期对企业社会责任的不同理解和要求。

本文主张，企业不仅应关注经济效益，还需兼顾社会利益，涵盖环境保护、社会建设、劳工权益保障以及人权维护等诸多方面，实现二者的平衡与共赢。只有在全面履行并平衡好各项社会责任的基础上，企业方能更好地推进自身的生产经营活动，进而实现人、企业、社会三者之间的和谐共生与发展。

2.1.2 社会责任信息披露

企业社会责任信息披露，是指企业通过专门的途径，将其在履行社会责任方面的具体实践情况向公众进行透明化展示。企业披露社会责任的方式主要分为两种：一种是通过在财务报表中增设相关项目或在附注中说明，将社会责任信息融入财务报告之中，这种方式称为嵌入财务报告式。另一种方式是独立发布社会责任报告，该报告独立于财务报告之外，可进一步区分为基于非会计和会计基础的两种类型。前者以文字叙述为主，后者则注重以具体数值和货币计量为主，辅以文字描述，力求量化表达。此外，社会责任信息的披露还涵盖了在特定网站、证监会公告以及媒体发布等多种渠道。

本文特别关注独立社会责任报告的发布情况，以期全面深入地分析企业社会责任信息披露的现状与趋势。

2.2 理论基础

2.2.1 利益相关者理论

在管理学与经济学领域，利益相关者理论扮演着举足轻重的角色。该理论主张，企业在日常运营与决策过程中，应全面考量并平衡多方利益相关者的需求与权益，这些利益相关方涵盖股东、员工、消费者、供应商、政府、社区以及环境等多个层面。该理论不仅强调企业需关注短期经济利益，更敦促企业深入考量其决策与运营对各方利益相关者所带来的长远影响，以确保企业的可持续发展与社会责任的履行。

利益相关者理论提醒乳品企业应该从整体利益出发，将经济、环境和社会等方面的利益纳入考量，追求共赢和可持续发展。企业需要与各利益相关者建立积极的互动关系，共同解决问题、追求共同利益，并在战略和决策中充分考虑各利益相关者的权益和意见。通过与利益相关者的良好合作，乳品企业可以提升企业声誉、降低经营风险，并为可持续发展做出积极贡献。

2.2.2 信号传递理论

信号传递理论在会计学研究中的应用，起源于罗斯在 1977 年的创新性工作。他巧妙地将信号传递理论与资本结构理论相结合。他认为，相较于企业内部的管理者，外部投资者往往处于信息劣势，这使得内部管理者在与外部投资者的博弈中占据更为有利的地位。而外部信息使用者，由于缺乏直接获取企业内部信息的渠道，只能依赖于内部管理者所传递的信号，来间接判断企业对未来投资的预期、评估投资风险，并最终确定企业的价值。

在乳品企业社会责任信息披露的实践中，企业作为信息优势方，通过公开披露社会责任信息，向消费者、投资者、政府等传递出积极、负责任的信号，有助于增强企业的社会形象和信誉度。这种联系有助于促进企业和社会之间的良性互动，实现可持续发展。

2.2.3 可持续发展理论

当前，可持续发展的理念已广获认同，其核心在于：人们不应过分追求经济的迅猛增长，而应致力于维护社会的资源与环境，以实现社会、环境与经济三者间的和谐共进。绿色发展现已逐渐上升为我国重要的发展战略，经济发展与环境保护需齐头并进，而生态环境的保护又能反过来促进经济的稳健发展，从而能够有效推动可持续发展目标的达成。

乳制品行业作为我国的民生支柱，其产品质量与安全性对社会的可持续发展具有深远影响。企业和商家应当秉持协作共赢的原则，防止过度竞争导致的资源浪费，并致力于提升产品和服务的品质，以满足消费者的需求。在对待自然环境方面，企业应积极践行节能减排，致力于减少污染，承担起保护环境的责任。

3 乳品企业社会责任信息披露现状

3.1 乳品企业介绍

3.1.1 乳制品行业定义及特点

总的来说，乳制品行业属于食品制造业，即第二产业。根据国际标准产业分类（ISIC）的定义，乳制品行业是以动物乳液为原料，通过一系列加工和处理工艺，生产出各类乳制品产品的产业领域。它涉及到原料采集、加工生产、包装和分销等环节，以满足消费者对乳制品的需求。

乳制品行业具有多样性、营养性和品质性的特点。它提供了丰富多样的产品选择，如牛奶、奶粉、酸奶、奶酪等，以满足不同人群的口味和需求。行业内注重产品的安全与品质，通过严格的生产管理和质量控制，确保产品的营养成分、卫生质量和口感的稳定性。此外，乳制品行业也与健康生活方式密切相关，为消费者提供重要的蛋白质、维生素和矿物质等营养元素。在市场竞争方面，乳制品行业面临着激烈的竞争压力。知名品牌通过品质、品牌形象和市场营销等手段争夺市场份额，同时新兴品牌和小型乳品企业也在市场中崭露头角，通过产品创新和差异化策略赢得消费者的关注和认可。乳制品行业的发展也离不开科技和创新的推动。随着科技的不断发展，乳制品企业积极采纳前沿的加工技术与设备，从而显著提升了生产效率和产品品质。同时，还致力于持续创新，不断推出新产品，以满足消费者日益增长的多样化需求。

3.1.2 乳制品行业发展概况

随着生活品质的提升，乳制品已逐渐成为消费者日常饮食的重要组成部分，为乳制品行业的持续发展注入了源源不断的动力。乳制品行业的发展历程大致可划分为四个阶段：初创期、快速扩张期、竞争深化期以及转型升级期。

（1）初创期（1949-1996年）

新中国成立初期，中国的乳制品行业基础薄弱，奶牛数量有限，产奶量及乳制品产量均处于较低水平。然而，随着改革开放的推进和人民生活水平的逐步提

升，牛奶消费开始走入寻常百姓家，乳制品行业也逐渐迈向产业化发展之路。

（2）快速扩张期（1997-2007 年）

这一时期被誉为中国乳业发展的“黄金十年”。1997 年起，国内乳企开始大规模引进国外先进的 UHT 灭菌技术和利乐包装，突破了低温运输的限制，使得常温奶的生产成为现实。常温奶的出现极大地拓展了乳制品市场的增长空间，吸引了众多企业的加入。在此期间，我国共有 5 家乳企成功上市，乳制品市场的竞争愈发激烈。其中，伊利和蒙牛凭借出色的市场表现逐渐脱颖而出，形成了双寡头竞争的格局。

（3）竞争深化期（2008-2019 年）

2008 年，“三聚氰胺”事件爆发，对我国乳制品行业造成了沉重的打击。为了维护市场秩序和保障消费者的合法权益，政府已经陆续颁布了一系列政策法规，对乳制品行业实施了严密的监管措施。与此同时，农业部、卫生局等相关部门也进一步增强了对各类乳制品的全面检查力度，以确保乳制品的质量安全，为消费者提供健康、可靠的乳制品。在经历了一段时间的调整和恢复后，我国乳制品行业从增量扩张逐渐转向全产业链整合发展阶段。乳企纷纷拓展产品线并加速国际化布局以提升竞争力。到 2019 年，伊利和蒙牛已成功跻身全球乳业 20 强排行榜前十名之列。然而，年底的疫情爆发再次给乳制品行业带来了挑战，导致产量和销售量均出现了一定程度的下滑。

（4）转型升级期（2021 年至今）

随着疫情得到有效控制和经济的逐步恢复，乳制品行业也迎来了新的发展机遇。低温奶作为新兴品类呈现出快速增长态势，有望带动区域乳企实现更快增长。与此同时，消费者对于乳制品的需求也在发生转变，“吃奶”逐渐替代“喝奶”成为新的消费趋势，奶酪等高端产品成为新的市场增长点。此外，居民收入的不断提高和电商平台的快速发展也为乳制品行业的多元化、高端化发展提供了有力支撑。未来，全产业链的均衡发展将推动乳制品行业迈入新一轮的快速增长期。

3.2 乳品企业社会责任特征

乳品企业社会责任的特征，可以从多个维度进行深入探讨：

首先，乳制品企业作为食品产业链的重要环节，其社会责任的核心在于确保

产品质量与安全。这意味着企业不仅要遵循严格的生产标准和流程，还要积极投入研发，提升产品营养价值，以满足消费者对健康饮食的需求。

其次，乳品企业在可持续发展方面承担着重要责任。这包括在生产过程中减少对环境的影响，如降低碳排放、优化能源消耗，以及采用环保包装材料。同时，企业还应积极参与社区建设，支持当地农业发展，推动产业链上下游的共赢合作。

此外，乳品企业和社会公益方面也应积极履行责任。例如，通过捐赠产品支持贫困地区儿童营养改善项目，或开展公益宣传活动，提高公众对乳制品营养价值的认识。这些举措不仅有助于提升企业形象，还能促进社会的和谐与发展。

综上所述，乳制品企业社会责任的特征体现在产品质量与安全、可持续发展以及社会公益等多个方面。这些特征共同构成了乳制品企业社会责任的完整框架，为企业在追求经济效益的同时，实现社会价值的最大化提供了重要指导。

3.3 乳品企业社会责任信息披露情况

3.3.1 样本企业选取

在选择样本企业时，本文综合考虑行业代表性、企业规模与实力、数据可获取性与可靠性、地域分布以及企业稳定性等因素，选取 10 家已发布独立社会责任报告的乳制品行业上市公司进行研究。如表 3.1 所示，为各上市乳企的基本信息。

表 3.1 样本企业基本情况

序号	股票代码	公司名称	成立时间	上市时间
1	002732	燕塘乳业	2002-12-30	2014-12-05
2	002910	庄园牧场	2000-04-25	2017-10-31
3	002946	新乳业	2006-07-05	2019-01-25
4	300898	熊猫乳品	1996-01-03	2020-10-16
5	600419	天润乳业	1999-12-30	2001-06-28
6	600429	三元股份	1997-03-13	2003-09-15

续表 3.1 样本企业基本情况

序号	股票代码	公司名称	成立时间	上市时间
7	600597	光明乳业	1996-10-07	2002-08-28
8	600882	妙可蓝多	1988-11-29	1995-12-06
9	600887	伊利股份	1993-06-04	1996-03-12
10	605179	一鸣食品	2005-09-13	2020-12-28

3.3.2 编制依据情况

在社会责任报告领域，国内外都拥有众多相关标准及指引，各企业在选择参照标准时，主要依据自身意愿和实际情况，这导致了即便在同一行业内，不同公司所依据的编制标准也存在显著差异。为了更直观地展现编制依据的差异，本文汇总了 10 家样本企业 2022 年度的社会责任报告编制依据，详情如表 3.2 所示。

表 3.2 样本乳品企业 2022 年度社会责任报告编制依据情况

序号	公司名称	报编制依据
1	燕塘乳业	《G4》、《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》、《社会责任报告编制指南》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》、《国证 ESG 评价方法》
2	庄园牧场	《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司环境、社会责任和公司治理信息披露指引（征求意见稿）》、《CASSCSR4.0》
3	新乳业	《G4》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》、《社会责任报告编写指南》、《社会责任指南（SO 26000）》
4	熊猫乳品	联合国 2030 年可持续发展目标、《G4》、《CASS-ESG 5.0》、《自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》
5	天润乳业	《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式》《上海证券交易所股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》
6	三元股份	未披露
7	光明乳业	《G4》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》、《指南 4.0 之食品行业》

续表 3.2 样本乳品企业 2022 年度社会责任报告编制依据情况

序号	公司名称	报编制依据
8	妙可蓝多	《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《关于做好主板上市公司 2022 年年度报告披露工作的通知》、《公司履行社会责任的报告编制指引》
9	伊利股份	《G4》、2010《社会责任指南》国际标准、《气候相关财务信息披露工作组(TCFD)披露建议》、《社会责任报告编写指南》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》、《企业 ESG 评价指南》、《企业 ESG 管理体系要求》、《CASS-ESG 5.0》
10	一鸣食品	未披露

数据来源：通过企业官网数据手工整理

从表 3.2 可以看到，10 家样本企业的编制依据差异较大，大部分企业能够说明编制报告时的参照依据，而三元股份和一鸣食品未披露报告编制的相关依据信息，可见企业间报告编制水平参差不齐，但通过仔细梳理报告内容不难发现，其在编制报告的过程中，也参考了《GRI 可持续发展报告指南标准》和《中国企业社会责任报告指南》等国内外编制指引。其次，由于报告编制缺乏统一依据的问题，实则削弱了报告所应具备的透明度和可比性，从而使得利益相关者难以对企业社会责任实践进行全面而有效的评估。这种缺失，亦可能诱发企业在信息披露上的选择性行为，导致公众受到误导，进而损害企业的声誉。不仅如此，统一标准的缺失还削弱了企业履行社会责任的积极性和动力，从而影响了社会责任实践的深度和广度。此外，可以看到伊利股份在编制社会责任报告时，同时参考了国际和国内的相关标准和依据，是所有样本企业中披露编制依据最多的。

目前这种企业社会责任报告存在统一编制规范的不足，虽然体现了企业的自主性，但也在一定程度上影响了报告的可比性和标准化程度。因此，未来乳品企业在编制社会责任报告时，应进一步研究统一规范的可能，以提高报告的质量和可信度。

3.3.3 披露篇幅情况

社会责任报告的篇幅虽然只是一个简单的数字，但它却可以在一定程度上反映出企业在社会责任方面的态度和投入程度。一方面，社会责任报告的篇幅可能反映了企业在社会责任方面的投入程度。如果报告篇幅较长，通常意味着企业在

这方面做了更多的工作。另一方面，报告的篇幅也与企业对社会责任重视程度有关。如果企业将社会责任视为重要的发展战略，那么往往可能更愿意花时间和精力去详细阐述企业在社会责任方面的实践和成果。

因此，本研究对 10 家样本乳品企业在 2022 年发布的社会责任报告的篇幅进行了统计分析，将报告篇幅分为三个标准：小于 40 页，41-60 页和大于 60 页，得出表 3.3 和图 3.3 中所示的相关数据。

表 3.3 样本乳品企业 2022 年度社会责任报告篇幅情况

序号	公司名称	报告篇幅（页）
1	燕塘乳业	36
2	庄园牧场	64
3	新乳业	48
4	熊猫乳品	53
5	天润乳业	35
6	三元股份	48
7	光明乳业	67
8	妙可蓝多	35
9	伊利股份	48
10	一鸣食品	32

数据来源：通过企业官网数据手工整理

表 3.3 展示了样本乳品企业上市公司在社会责任披露方面的篇幅情况。在这 10 家样本企业中，平均报告篇幅约为 46.6 页。2022 年，光明乳业的社会责任报告篇幅最高，达到了 67 页，居于披露篇幅的首位，而一鸣食品的报告则最短，仅有 32 页。从表 3.3 的数据可见，我国乳品企业在履行社会责任并进行相关信息披露方面表现出的积极性普遍不高，同时重视程度也相对一般。因此，这些企业在社会责任披露的篇幅上整体呈现出中等水平。

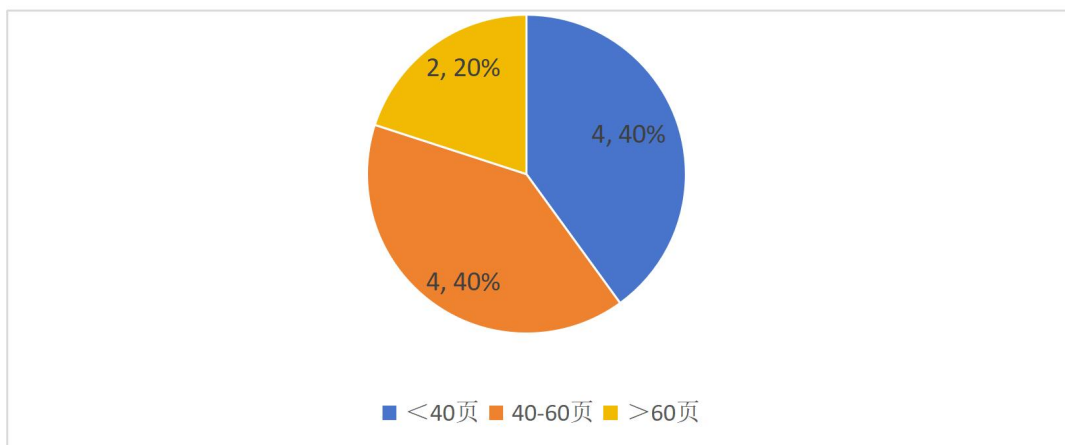


图 3.1 样本企业 2022 年度社会责任报告篇幅分档统计情况

根据图 3.1 的数据分析，可以发现，在披露篇幅方面，有 4 家公司的报告在 40 页以下，占比为 40%。另外 4 家公司的篇幅在 41-60 页之间，同样占比为 40%。只有庄园牧场和光明乳业这两家企业的报告篇幅超过 60 页，占比为 20%，属于少数。这表明有相当一部分乳品企业的报告篇幅较为有限，说明披露意识仍需进一步提高。

3.3.4 披露内容情况

国泰安数据库中，将社会责任报告中的社会责任内容分为 10 项，样本企业在这十项内容的披露情况具体如表 3.4。

表 3.4 样本企业 2022 年度社会责任报告内容情况

项目	燕塘乳业	庄园牧场	新乳业	熊猫乳品	天润乳业	三元股份	光明乳业	妙可蓝多	伊利股份	一鸣食品
披露 (○) / 未披露 (●)										
股东权益	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
债权人权益	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
职工权益	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
供应商权益	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
客户及消费者权益	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

续表 3.4 样本企业 2022 年度社会责任报告内容情况

项目 披露(○)/未披露(●)	燕塘 乳业	庄园 牧场	新乳 业	熊猫 乳品	天润 乳业	三元 股份	光明 乳业	妙可 蓝多	伊利 股份	一鸣 食品
环境和可持续发展	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
公共关系和社会公益事业	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
社会责任制度建设及改善措施	○	○	●	○	●	●	●	○	●	●
安全生产内容	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
存在的不足	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

数据来源：国泰安数据库

为了更直观地了解选取的 10 家企业对报告内容的披露情况，将表 3.4 的结果进行统计分析后得到表 3.5。

表 3.5 样本企业 2022 年披露内容情况

披露项目	披露企业数	披露率
股东权益护	10	100%
债权人权益	10	100%
职工权益	10	100%
供应商权益	10	100%
客户及消费者权益	10	100%
环境和可持续发展	10	100%
公共关系和社会公益事业	10	100%
社会责任制度建设及改善措施	4	40%
存在的不足	0	0

数据来源：国泰安数据库

根据表 3.5 所示数据，我们观察到 10 家公司在除了“社会责任制度建设及

改善措施”和“存在的不足”这两项以外，在其余八个关键领域的披露率均达到了 100%，这一结果表明，企业在这些核心议题上的信息披露得到了广泛认同，显示出了企业对社会责任的全面重视和积极实践。相对而言，社会责任制度建设及改善措施披露率较低，仅为 40%。在涉及公司存在的不足时，能注意到全部样本企业在该项目的披露率为零，这充分暴露了乳品企业在该项目披露方面的轻视态度，凸显出其在社会责任报告编制上的明显不足。

3.3.5 第三方审验情况

第三方审验，是指将企业社会责任报告交由具备权威性、高度可信及专业水准的审计机构进行全面审核。通过引入第三方审验机构，可以增强企业报告的可信度，并确保及时披露高质量的信息。这些包括会计师事务所、咨询公司等在内的审验机构，经过其严格审计后所发布的报告声明，不仅有效地满足了各利益相关方对信息透明度和准确性的需求，提供了更加坚实和可信的决策依据，更进一步推动了企业积极、及时地披露高质量的信息报告。

当前，企业社会责任报告主要由企业自行编制，这导致了报告的可信度普遍偏低。据 2022 年的统计数据显示，在选取的 10 家样本企业中，仅有伊利股份的社会责任报告接受了第三方机构的验证。这一现象反映出当前乳制品行业在第三方核查方面的意识相对薄弱，进而削弱了外部报告的权威性和公信力。因此，加强第三方核查机制的建设，提高报告的透明度和可靠性，是当前企业社会责任报告编制工作亟待解决的问题。

4 乳品企业社会责任信息披露质量评价体系的构建

4.1 构建的原则

为了确保评价结果的客观科学性,在构建乳品企业社会责任信息披露质量评价体系的过程中,应遵循以下原则:

(1) 相关性原则:所选指标应与乳品企业的核心业务、社会责任实践以及利益相关者的关注点紧密相关。这有助于确保披露的信息具有针对性和实际意义,能够真实反映企业在社会责任方面的表现。

(2) 可度量性原则:指标应具备可量化、可比较的特性,以便准确衡量企业在社会责任方面的绩效。这有助于利益相关者进行客观评价,并为企业持续改进提供数据支持。

(3) 综合性原则:指标体系应综合考虑经济、环境、社会等多方面的因素,全面反映企业在社会责任方面的整体表现。这有助于避免片面评价,确保信息披露的全面性和客观性。

(4) 可操作性原则:所选指标应具有可操作性和可实施性,企业能够根据实际情况进行数据采集、分析和报告。这有助于确保信息披露的可行性和有效性,降低企业的实施成本。

(5) 动态性原则:指标体系应随着乳品企业社会责任实践的发展变化而不断调整和完善。这有助于确保信息披露的时效性和适应性,使其能够真实反映企业的最新动态和进展。

(6) 可比性原则:为了进行有效的比较和评估,所选指标应能在同一标准下进行度量。这有助于利益相关者在不同企业之间进行横向比较,了解企业在行业内的社会责任表现水平。

综上所述,乳品企业社会责任信息披露质量体系在选取指标时,应综合考虑相关性、可度量性、综合性、可操作性、动态性和可比性原则,以确保信息披露的准确性和有效性。

4.2 构建的方法

为了增强评价结果的严谨性,本文首先采用层次分析法来精确确定各指标间的权重分配随后,运用指数法为社会责任报告进行评分,并深入分析这些得分情况。。最终,综合评价乳品企业社会责任信息披露的质量。

(1) 指数法

本文在回顾了学者们在社会责任信息披露评价领域的研究方法后,发现在这些打分方法中,声誉评分法和指数法尤为常用。声誉评分法通常依赖于问卷调查进行评分,然而,由于不同利益相关者关注的侧重点存在较大差异,这导致了评分结果往往呈现出较大的偏差。相比之下,指数法则是一种更为综合和精确的评价方法。首先,该研究针对企业的多元责任领域进行详尽的划分。随后,依据所掌握信息的具体性质和深度,将企业的信息披露状况细分为“未披露”、“定性披露”以及“定量披露”三种层次。为了更直观地展示披露程度,这三种类型分别被赋予了“0”、“1”和“2”的评分,从而实现了对企业信息披露水平的量化评估。

(2) 层次分析法

20世纪70年代初,美国运筹学家 T. L. Saaty 教授提出了一种名为层次分析法(AHP)的决策工具。该方法的核心在于将决策过程中涉及的各个元素有条理地分解为不同的层次,如目标、准则和方案等,从而构建出一个既定定性又定量的、系统化的、分层次的决策框架。本文采用层次分析法来确定各级指标的权重,为了更准确地确定各指标之间的相对重要性,通过发放调查问卷的方式(调查问卷见附录1)积极征求了多位相关领域的专家意见,并充分参考了他们的丰富经验来进行判断。以下是主要操作步骤:

第一步,建立层次结构模型。该模型自上而下包含目标层、准则层和指标层三个层级。目标层位居最顶端,集中体现了研究的核心目标;紧接着的准则层,则是对目标层的细致展开,详细阐述了为实现核心目标所必须遵循的各项准则;最后,位于模型底部的指标层,进一步将准则层细化为具体的指标,这样有助于我们更加深入、全面地分析和理解问题。如图4.1所示。

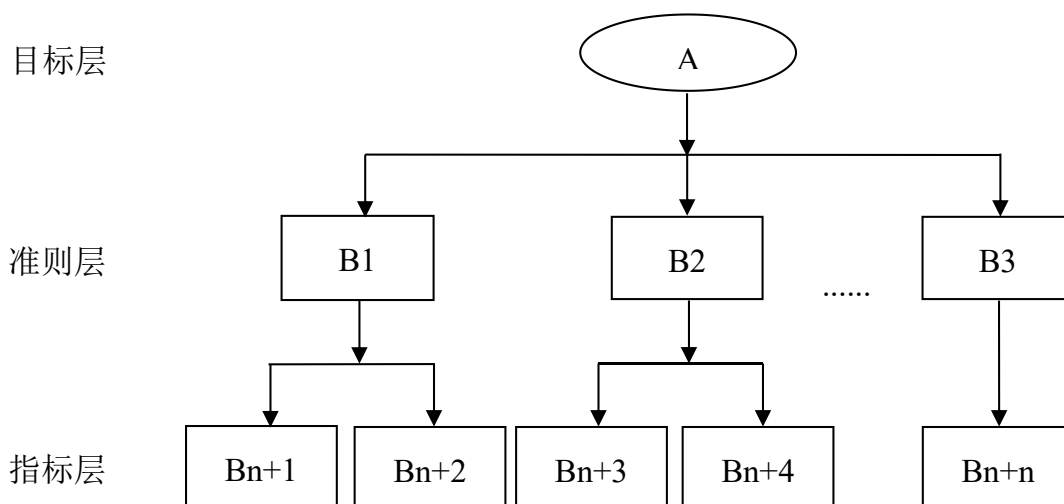


图 4.1 层次结构模型图

第二步，构造判断矩阵。在明确各级指标权重的过程中，采用两两对比的方式分析因素间的重要性。具体而言，设定横轴为 i ，纵轴为 j ，应用 9 级标度法进行排序。将各层次指标的比较结果分为五个层级，分别是同样重要、略微重要、明显重要、重要很多和绝对重要。当将指标 i 与指标 j 进行比较时，重要性程度记录为 a_{ij} ，其中，重要性程度分别用 1、3、5、7、9 以及相邻两整数间的折中数表示。具体如表 4.1。

表 4.1 判断矩阵标度含义

标度 (i/j)	标度含义
1	i 与 j 同样重要
3	i 比 j 略微重要
5	i 比 j 明显重要
7	i 比 j 重要很多
9	i 比 j 绝对重要
2,4,6,8	上述含义的中间值
$a_{ij}=1/a_{ji}$	倒数

第三步，归一化处理，如公式（4.1）所示。

$$b_{ij}' = \frac{b_{ij}}{\sum_{i=1}^n b_{ij}} (i, j = 1, 2, \dots, n) \quad (4.1)$$

第四步，将归一化处理后的判断矩阵相加，如公式（4.2）所示。

$$w_i' = \sum_{j=1}^n b_{ij}' (i = 1, 2, \dots, n) \quad (4.2)$$

第五步，对向量 $W' = (w_1', w_2', \dots, w_n')^T$ 做归一化处理，得到 $W = (w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ 为近似解，如公式（4.3）所示。

$$w_i = \frac{w_i'}{\sum_{i=1}^n w_i'} (i = 1, 2, \dots, n) \quad (4.3)$$

第六步，计算最大特征根 λ_{max} ，如公式（4.4）所示。

$$\lambda_{max} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{BW}{w_i} \quad (4.4)$$

第七步，计算一致性指标，如公式（4.5）所示。

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1} \quad (4.5)$$

第八步，查询 RI 值，如表 4.2 所示。

表 4.2 RI 值

阶数	3	4	5	6	7	8	9
RI	0.52	0.89	1.12	1.26	1.36	1.41	1.46

第九步，根据 CI、RI 值求出 CR 值，当 $CR < 0.1$ 时，则通过一致性检验，如公式（4.6）所示。

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad (4.6)$$

4.3 指标选取与设计

为了深入评价和分析乳品企业社会责任报告披露内容的优劣，本文通过精心设置具体指标，对报告进行系统的评分。在指标的筛选过程中，积极采纳了相关专家的意见，主要通过发放调查问卷的方式与其交流。在参考《中国企业社会责任报告指南 4.0 之食品行业》和《中国企业社会责任报告指南 5.0》的基础上，

充分考虑到乳制品行业独特的特性，制定了一套适合该行业的评价指标。该指标体系包括 6 个准则层指标和 26 个指标层指标，详细内容如表 4.3 所示。

表 4.3 乳品企业社会责任信息披露评价指标体系表

准则层指标	指标层指标
报告前言 (P)	报告规范 (P1)
	高管致辞 (P2)
	责任聚焦 (P3)
	企业简介 (P4)
治理责任 (G)	公司治理 (G1)
	董事会社会责任治理 (G2)
	社会责任管理 (G3)
环境风险管理 (E)	环境管理 (E1)
	资源利用 (E2)
	排放 (E3)
	守护生态安全 (E4)
应对气候变化 (E5)	应对气候变化 (E5)
	社会风险管理 (S)
雇佣 (S1)	雇佣 (S1)
	发展与培训 (S2)
	职业健康和安全生产 (S3)
	客户责任 (S4)
	负责任供应链管理 (S5)
价值创造 (V)	国家价值 (V1)
	产业价值 (V2)
	民生价值 (V3)
	环境价值 (V4)
报告后记 (A)	未来计划 (A1)
	关键绩效表 (A2)

续表 4.3 乳品企业社会责任信息披露评价指标体系表

	准则层指标	指标层指标
乳品企业社会责任报告 质量评价体系	报告后记 (A)	报告评价 (A3)
		参考索引 (A4)
		意见反馈 (A5)

4.3.1 报告前言

社会责任报告前言部分通常包括企业对社会责任的理念、目标、执行情况的概述，以及报告的编制背景、目的和原则等，通过展示企业的关注与承诺，为后续报告内容提供背景和引导。构建内容指标如表 4.4 所示。

表 4.4 报告前言内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质 (定性○/ 定量●)	赋分情况
报告规范	质量保证	○	1 分
	信息说明	○	1 分
	报告体系	○	1 分
高管致辞	社会责任形势分析与 战略考量	○	1 分
	年度社会责任工作进 展	○	1 分
责任聚焦	年度社会责任重大事 件	○	1 分
企业简介	基本信息	○	1 分
	战略与文化	○	1 分
	业务概况	○	1 分
	报告期内关于组织规 模、结构、所有权或 供应链的重大变化	○	1 分

4.3.2 治理责任

有效的治理责任能够合理调配股东、董事会与管理层的权力分配，从而推动企业的可持续成长。企业在追求经济利润的同时，也应积极履行其社会责任，实现经济、社会 and 环境的协调发展。治理责任部分构建内容指标如表 4.5 所示。

表 4.5 治理责任内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/定量●）	赋分情况
公司治理	董事会构成多元	○	1分
	董事会独立性	○	1分
	守法合规体系	○	1分
	守法合规培训绩效	●	
	反不正当竞争	○	1分
	申诉与举报机制	○	1分
	反商业贿赂及反腐败体系	○	1分
	反贪腐培训绩效	●	
	腐败事件及应对措施	○	1分
	信息透明	○	1分
因违反信息披露规定而受处罚的事件	○	1分	
董事会社会责任治理	董事会社会责任管理方针	○	1分
	董事会社会责任工作领导机制	○	1分
	董事会对社会风险与机遇的识别	○	1分
	董事会社会责任目标审查	○	1分
	高管薪酬与社会责任挂钩	○	1分
社会责任管理	社会责任工作部门责任	○	1分
	社会责任战略	○	1分

续表 4.5 治理责任内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/定量●）	赋分情况
社会责任管理	社会责任工作制度	○	1分
	参与社会责任研究或行业社会责任标准制定	○	1分
	社会责任重大议题识别	○	1分
	利益相关方沟通活动	○	1分
	社会责任信息披露渠道	○	1分
	社会责任考核体系	○	1分
	社会责任培训	○	1分
	社会责任培训绩效	●	2分
	社会责任荣誉	○	1分

4.3.3 环境风险管理

企业在遵循法律法规的前提下，应积极实施环境风险管理，以减少对环境的潜在损害，并主动融入生态文明建设的进程。鉴于乳制品行业的特殊性，企业应依据行业特点，全面且详细地披露相关信息，并据此构建一套如表 4.6 所示的内容指标，以便更精确地评估和管理其环境风险。

表 4.6 环境风险管理内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/定量●）	赋分情况
环境管理	环境管理体系	○	1分
	环境管理目标	○	1分
	环保投入	●	2分
	环保预警及应急机制	○	1分

续表 4.6 环境风险管理内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/定量●）	赋分情况
环境管理	新建项目环境评估政策	○	1分
	通过环境管理体系认证	○	1分
	环保培训和宣教	○	1分
	环保产品或技术的研发与应用	○	1分
	环保违法违规事件与处罚	○	1分
资源利用	能源管理体系	○	1分
	能源消耗量	●	2分
	能源消耗强度	●	2分
	清洁能源使用政策	○	1分
	清洁能源使用量	●	2分
	减少制成品包装材料使用的政策	○	1分
	制成品所用包装材料总量	●	2分
	制成品所用包装材料回收比例	●	2分
	水资源使用政策	○	1分
	新鲜水用水量	●	2分
	耗水强度	●	2分
	节水量	●	2分
	循环用水量	●	2分
	绿色办公措施	○	1分
	绿色办公绩效	●	2分
排放	废水减排政策	○	1分
	废水排放量	●	2分
	废气减排政策	○	1分

续表 4.6 环境风险管理内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/定量●）	赋分情况
排放	废气排放量	●	2分
	废弃物排放管理组政策	●	2分
	一般废弃物排放量	●	2分
	一般废弃物排放强度	●	2分
	危险废弃物排放量	●	2分
	危险废弃物排放强度	●	2分
	废弃物回收利用绩效	●	2分
守护生态安全	业务经营对生物多样性及生态的影响	○	1分
	生物多样性保护行动	○	1分
	生态修复治理	○	1分
应对气候变化	应对气候相关风险和机遇的治理机制	○	1分
	气候相关风险和机遇对经营的影响	○	1分
	气候相关风险管理	○	1分
	气候相关和机遇方面的目标及表现	○	1分
	直接温室气体排放量	●	2分
	间接温室气体排放量	●	2分
	温室气体排放强度	●	2分

4.3.4 社会风险管理

社会风险管理是企业为了预防、减轻和应对可能对其运营和社会环境造成负面影响的各种社会风险，而采取的一系列系统性措施。企业社会责任要求企业在追求经济效益的同时，积极考虑其对员工、消费者、社区和环境的影响，并承担相应的责任。构建内容指标如表 4.7 所示。

表 4.7 社会风险管理内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/指标●）	赋分情况	
雇佣	遵守劳工准则	○	1分	
	多元化和机会平等	○	1分	
	员工构成	●	2分	
	劳动合同签订率	●	2分	
	员工流失率	●	2分	
	民主管理	○	1分	
	薪酬福利体系	○	1分	
	社会保险覆盖率	●	2分	
	人均带薪年假天数	●	2分	
	员工关怀	○	1分	
	员工满意度	●	2分	
	发展与培训	职业发展通道	○	1分
		职业培训体系	○	1分
		职业培训投入	●	2分
职业培训绩效		●	2分	
职业健康与安全 全生产	职业健康管理	○	1分	
	通过职业健康及安全管理体 系认证	○	1分	
	新增职业病数	●	2分	
	安全生产管理体系	○	1分	
	安全宣贯与培训	○	1分	
	隐患排查与整治	○	1分	
	应急管理体系	○	1分	
	安全生产投入	●	2分	
	安全生产培训绩效	●	2分	
	安全生产事故数	●	2分	
	工伤/伤亡数	●	2分	
因工伤损失工作日数	●	2分		

续表 4.7 社会风险管理内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/指标●）	赋分情况
客户责任	产品/服务质量管理	○	1分
	产品合格率	●	2分
	负责任营销	○	1分
	止损和赔偿机制	○	1分
	积极应对客户投诉	○	1分
	信息安全与隐私保护	○	1分
	客户满意度	●	2分
	投诉解决率	●	2分
	报告期发生的客户健康与安全负面事件	○	1分
	负责任风险管理	供应链社会责任管理体系	○
供应商社会责任审查评估		○	1分
审查的供应商数量		●	2分
因不合规被中止合作的供应商数量		●	2分
因不合规被否决的潜在供应商数量		●	2分
供应商社会责任培训体系		○	1分
供应商社会责任培训绩效		●	2分

4.3.5 价值创造

价值创造是一个综合性概念，涉及国家、产业、民生和环境等多个方面的价值。从国家层面来看，价值创造体现在国内生产总值的增长、国际竞争力的提升以及社会财富的积累等方面。在产业层面，价值创造关注的是产业结构的转型升级，通过技术创新、管理优化等手段提高产业附加值，推动产业向高端化、智能化、绿色化方向发展。在民生方面，价值创造旨在提升人民群众的生活水平和幸福感，包括提高居民收入、改善居住条件、优化教育医疗资源配置等。同时，环境保护也是价值创造不可忽视的重要方面，通过绿色发展、循环经济等模式，实现经济发展与生态环境保护的良性循环。具体构建的指标如表 4.8 所示。

表 4.8 价值创造内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/定量●）	赋分情况
国家价值	服务国家重大战略的理念和政策	○	1分
	国家重大战略贡献领域	○	1分
	服务国家重大战略的行动举措	○	1分
	服务国家重大战略取得的成效	○	1分
产业价值	技术创新制度机制	○	1分
	技术创新的行动措施	○	1分
	研发投入	●	2分
	重大技术创新成果	○	1分
	带动上下游产业链协同发展	○	1分
	保障产业链供应链安全稳定	○	1分
	参与行业标准制定	○	1分
	战略合作机制和平台	○	1分
民生价值	带动就业的行动举措	○	1分
	新增就业人数	●	2分
	参与基础设施建设	○	1分
	公益行动领域	○	1分
	打造品牌公益项目	○	1分
	公益捐赠总额	●	2分
	志愿服务绩效	●	2分
环境价值	碳达峰碳中和战略与目标	○	1分
	碳达峰碳中和行动计划与路径	○	1分
	减碳降碳成效	●	2分
	守护绿色生态的行动举措	○	1分
	守护绿色生态的进展成效	○	1分

4.3.6 报告后记

社会责任报告后记是对整篇报告的总结和反思，它不仅是对报告内容的简

单回顾，更是对企业社会责任实践的深刻思考。在后记中，企业可以回顾自己在社会责任领域的努力和成果，分析存在的问题和不足，并提出改进措施和未来的发展方向。构建后记部分内容指标如表 4.9 所示。

表 4.9 报告后记内容指标

指标层指标	内容指标	指标性质（定性○/定量●）	赋分情况
关键绩效表	报告期内实现的绩效	○	1 分
企业荣誉表	取得的企业荣誉	○	1 分
报告评价	第三方机构审验	○	1 分
参考索引	报告参考索引	○	1 分
意见反馈	读者反馈表设置	○	1 分

4.4 指标权重的确定

（1）构建层次结构模型

在构建乳品企业社会责任评价指标体系的过程中，采用层次分析法首先将目标层细化为六个准则层，分别为报告前言（P）、治理责任（G）、环境风险管理（E）、社会风险管理（S）、价值创造（V）和报告后记（A），然后基于这些准则层，进一步形成指标层，以便按层次进行深入分析。

（2）构造判断矩阵

本文利用专家法来确立社会责任报告判断矩阵。本文借助问卷星平台，发放专门设计的调查问卷（共发放问卷 30 份，成功回收 22 份，有效问卷 18 份），请求各位专家根据自身经验和对社会责任报告的深入理解，对各项指标间的相对重要性进行两两比较。根据问卷结果构建了因素间相对重要关系表，并对每一份问卷进行了有效性检验。经过一系列严谨的分析处理，成功确定了各级别指标的权重，为后续社分析提供了依据。

1) 准则层指标权重计算

判断准则层指标间相对重要关系，如表 4.10 所示。

表 4.10 准则层指标间相对重要关系

准则层指标	报告前言	治理责任	环境风险管理	社会风险管理	价值创造	报告后记
报告前言	1	1/5	1/6	1/6	1/4	2
治理责任	5	1	1/2	1/2	1/2	5
环境风险管理	6	2	1	1	2	7
社会风险管理	6	2	1	1	3	6
价值创造	4	2	1/2	1/3	1	5
报告后记	1/2	1/5	1/7	1/6	1/5	1

依据判断矩阵，对指标权重进行计算，通过 AHP 研究，得到特征向量结果为 (0.2932, 0.9568, 1.7975, 1.7618, 1.1566, 0.2170)，一级指标处理数据为 $W = (0.0485, 0.1558, 0.2908, 0.2843, 0.1849, 0.0357)$ ，根据特征向量计算最大特征值 $\lambda_{\max} = (6.1494)$ ，进而得出该判断矩阵的一致性评价指标 $CI = 0.0299$ ，由 $n=7$ 查表后得 $RI = 1.26$ ，由 $CR = CI/RI$ 得出 $CR = 0.0237 < 0.1$ ，一致性检验通过，构建一级指标权重如表 4.11 所示。

表 4.11 准则层指标权重表

准则层指标	权重 (%)
报告前言 (P)	4.85
治理责任 (G)	15.58
环境风险管理 (E)	29.08
社会风险管理 (S)	28.43
价值创造 (V)	18.49
报告后记 (A)	3.57

2) 指标层指标权重计算

鉴于指标层与准则层在指标权重计算过程上的相似性,本文仅选取环境风险管理部分作为示例进行详细阐述,其余部分的计算过程则不在正文中赘述(详见附录2)。环境风险管理部分所展现的相对重要关系及其层次分析结果详见于表4.12和表4.13。

表 4.12 环境风险管理部分各指标间相对重要关系情况表

价值创造	环境管理 (E1)	资源利用 (E2)	排放(E3)	守护生态安 全(E4)	应对气候变 化(E5)
环境管理 (E1)	1	1/2	1/2	2	2
资源利用 (E2)	2	1	1/2	2	3
排放(E3)	2	2	1	2	3
守护生态安 全(E4)	1/2	1/3	1/2	1	2
应对气候变 化(E5)	1/2	1/3	1/3	1/2	1

表 4.13 环境风险管理部分层次分析结果

项	特征向量	权重 (%)	最大特征 值	CI 值	RI 值	CR 值	一致性检 验结果
环境管理 (E1)	0.9284	18.14					
资源利用 (E2)	1.3249	25.60					
排放(E3)	1.7497	33.74	5.1304	0.0326	1.12	0.2909	通过
守护生态 安全(E4)	0.6997	13.81					
应对气候 变化(E5)	0.4446	8.71					

(3) 汇总各指标权重

本文针对各级指标判断矩阵进行了详细的计算,并得出了相应的CR值。经

过严格的检验，所有 CR 值均小于 0.1，这符合一致性检验的标准。最后，将社会责任报告各部分的权重进行了汇总，并详细展示在表 4.14 中。

表 4.14 汇总指标权重表

准则层		指标层		
指标名称	对总指标权重 (%)	指标名称	对准则层指标权重 (%)	对总指标权重 (%)
报告前言 (P)	4.85	报告规范(P1)	18.99	0.92
		高管致辞(P2)	10.58	0.51
		责任聚焦(P3)	51.43	2.49
		企业简介(P4)	18.99	0.92
治理责任 (G)	15.58	公司治理(G1)	32.78	5.11
		董事会 ESG 治理(G2)	26.11	4.07
		ESG 管理 G3)	41.11	6.40
环境风险 管理(E)	29.08	环境管理(E1)	18.14	5.28
		资源利用(E2)	25.60	7.44
		排放(E3)	33.74	9.81
		守护生态安全(E4)	13.81	4.02
		应对气候变化(E5)	8.71	2.53
社会风险 管理(S)	28.43	雇佣(S1)	6.72	1.91
		发展与培训(S2)	10	2.84
		职业健康和安全生产(S3)	40.48	11.51
		客户责任(S4)	29.27	8.32
		负责任供应链管理(S5)	16.33	4.64
价值创造 (V)	18.49	国家价值(V1)	23.25	4.30
		产业价值(V2)	14.13	2.61
		民生价值(V3)	23.25	4.30
		环境价值(V4)	39.37	7.28
报告后记 (A)	3.57	未来计划(A1)	10.18	0.36
		关键绩效表(A2)	22.79	0.81

续表 4.14 汇总指标权重表

准则层		指标层		
指标名称	对总指标权重 (%)	指标名称	对准则层指标权重 (%)	对总指标权重 (%)
报告后记 (A)	3.57	报告评价(A3)	45.50	1.62
		参考索引(A4)	13.98	0.50
		意见反馈(A5)	7.56	0.27

至此，本文确定了乳品企业社会责任信息披露评价体系指标的权重，整体构建工作完成。

5 乳品企业社会责任信息披露质量评价体系的应用——以三元股份为例

5.1 三元股份概况

5.1.1 三元股份基本情况

北京三元食品股份有限公司位于北京市大兴区，2003年9月15日在上海证券交易所上市。三元股份的经营业务范围广泛，包括加工乳品、饮料、食品、原材料、保健食品、冷食冷饮等，也生产乳品机械、食品机械，并从事生物工程技术产品的开发、生产和销售。作为中国乳业的重要企业之一，三元食品拥有丰富的产品线和广泛的市场覆盖。其产品涵盖屋型包装鲜奶系列、超高温灭菌奶系列、酸奶系列、干酪系列及各种乳饮料、冷食、宫廷乳制品等百余品种，深受消费者喜爱。三元股份在北京拥有多个生产厂，并在大兴区瀛海镇建设了工业园，实现了现代化、集约化的生产模式。如图 5.1 是三元股份的社会责任理念：



图 5.1 三元股份的社会责任理念

公司根据产品品类和区域，采用事业部加控股子公司的模式，在公司总部的统筹管理下，各职能部门为产、供、销等运营活动提供服务。如图 5.2 是公司具

体的组织架构图：

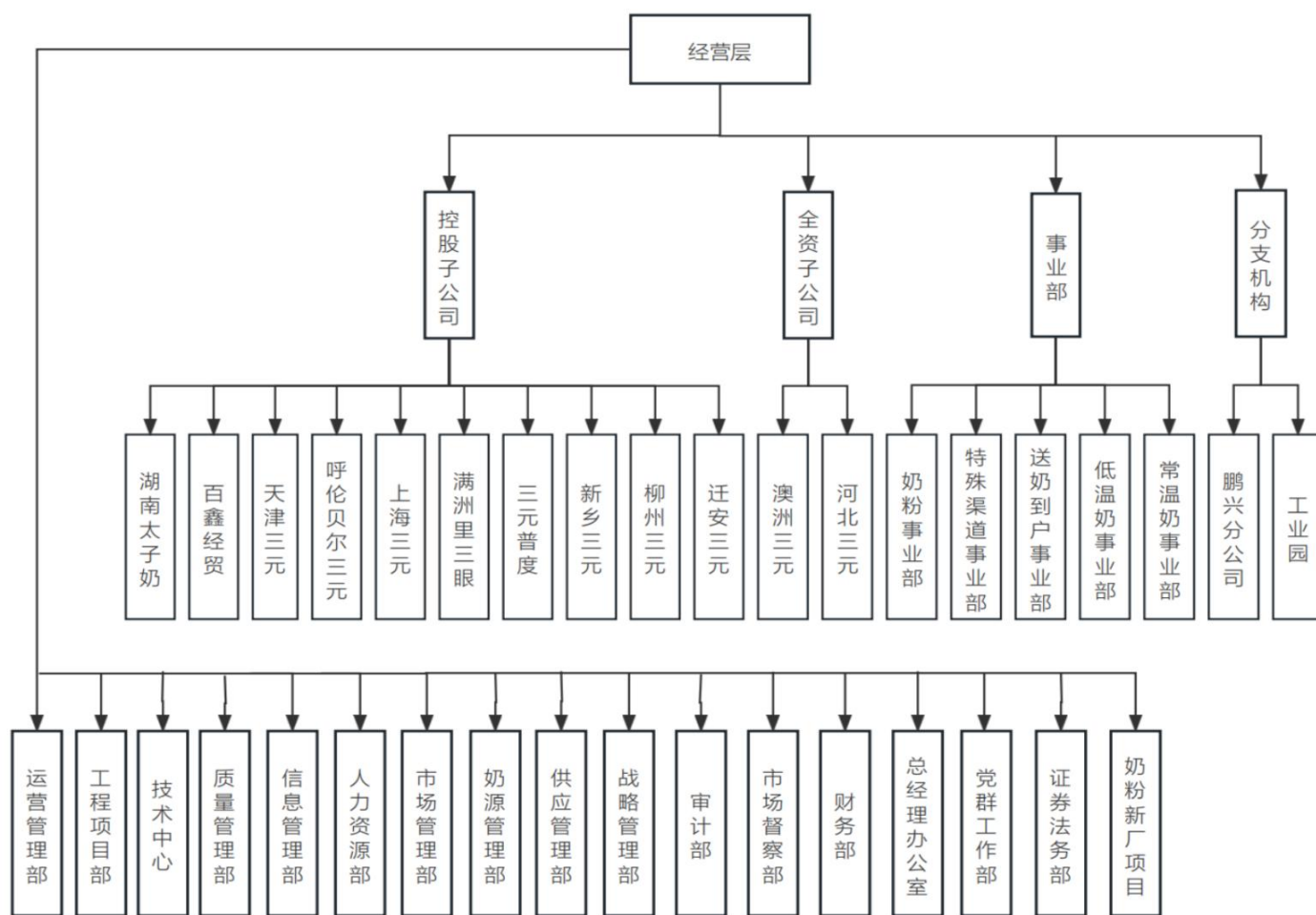


图 5.2 三元股组织架构图

5.1.2 三元股份社会责任会计信息披露发展历程

(1) 早期舞台（1997-2003 年）

在三元食品的早期发展阶段，社会责任信息披露尚未成为主要关注点。此时，大多数企业更集中于经济发展和盈利能力的提升。

(2) 开始阶段（2003-2014 年）

2003 年，三元股份在上海证券交易所成功上市，随着社会对企业社会责任的重视逐渐增加，三元股份也开始关注社会责任并开始在信息披露方面有所改进。这一阶段，三元食品开始逐步公开披露关于环境保护、员工福利、慈善捐助等方

面的信息。

(3) 信息披露深入阶段（2014 年至今）

随着社会责任理念和披露要求的提高，三元股份进一步完善了社会责任信息披露机制。2014 年，三元股份发布了第一份社会责任报告，目前为止已经连续发布 11 份独立社会责任报告。积极参与并公开披露各种社会责任项目、活动和成果。如今，三元股份致力于实现全面披露，在社会责任信息方面进行更广泛的公开。在社会责任报告中细致地介绍了企业的社会责任战略、目标和实施情况，包括相关的环境、社区、雇主和供应链管理等。此外，随着科技的发展，三元股份开始利用互联网、社交媒体和其他数字化工具来提高信息披露的效果和可交互性。它积极探索新的信息披露平台，并使用数据可视化和互动性工具来更好地传达其社会责任实践。

5.2 三元股份社会责任信息披露质量评价

5.2.1 报告前言评价

报告前言部分，设置了 4 个指标层指标和 10 个内容指标。根据前文赋分情况，该部分满分为 10 分，其中报告规范部分满分 3 分，高管致辞满分 2 分，责任聚焦满分 1 分，企业简介满分 4 分。表 5.1 是三元股份 2018-2022 年报告前言部分的得分及披露率^[1]情况，具体打分见附录 3。

表 5.1 三元股份 2018-2022 年社会责任报告“报告前言”披露质量评分表

项目	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年		平均值	
	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率
报告规范	3	100%	3	100%	3	100%	3	100%	0	0	2.4	80%
高管致辞	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	0	0	1.6	80%
责任聚焦	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	0	0	0.8	80%
企业简介	4	100%	4	100%	4	100%	4	100%	4	100%	4	100%

^[1] 披露率=各部分指标得分/该部分指标总分*100%

续表 5.1 三元股份 2018-2022 年社会责任报告“报告前言”披露质量评分表

项目	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年		平均值	
	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率
合计	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%	4	40%	8.8	88%

数据来源：根据三元股份 2018-2022 年度社会责任报告打分所得

为了更清晰地呈现披露的变化趋势，将表 5.1 的数据进行了可视化处理，生成了图 5.3：

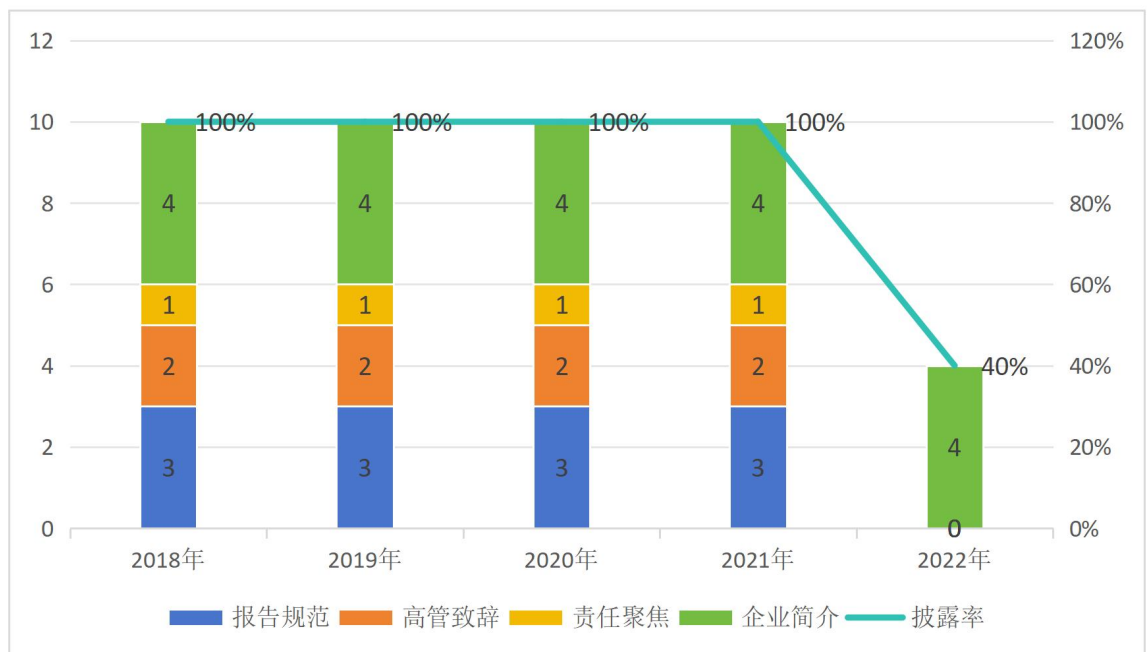


图 5.3 三元股份 2018-2022 年报告前言得分及披露率情况

根据对三元股份近五年社会责任报告前言部分的细致评分，不难发现，三元股份在该部分表现较为优异，平均得分 8.8 分，平均披露率 88%。具体来看，其社会责任报告前言的信息披露完整性较高，在 2018 年至 2021 年间，其披露率均维持在 100% 的高水平。然而，进入 2022 年后，披露率出现了下滑，这一变化主要归因于自该年起，三元股份的社会责任报告对报告前言部分进行了删减和调整，报告规范、高管致辞和责任聚焦部分内容未披露，而企业简介内容移至于正文部分。从具体的得分情况来看，三元股份自 2018 年至 2022 年的报告前言得分先是保持平稳，随后呈现出下滑趋势。

报告规范部分，平均披露率 80%，除了 2022 年未提及报告编制依据之外，三元股份在 2018-2021 年度，始终详尽地阐述了报告的时间跨度、组织范畴、参照标准以及信息来源，这部分内容如同一份细致全面的产品手册，为报告使用者提供了深入解读披露范围与实质的指南。

高管致辞部分，平均披露率 80%。三元食品近年来在党委会和董事会的指引下，持续深化改革，推动高质量发展。2018 年，公司团结奋进，迎难而上，实现了稳中求进的良好态势。2019 年，三元坚持战略创新，提升党建水平，经营指标和品牌影响力均取得新突破。2020 年，面对疫情挑战，三元食品以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，为疫情防控、全面小康和经济社会稳定贡献力量。2021 年，公司继续贯彻党中央和北京市委市政府的决策部署，团结攻坚，为“十四五”开局和建党一百周年奠定坚实基础。

责任聚焦部分，平均披露率 80%。自 2018 年以来，三元股份对于各个报告期所涉及的利益相关方以及公司最为重视的责任议题，给予了特别的关注和重视，此举有助于凸显企业在社会责任领域的关注点和努力方向。从 2018 年的“40 年。三元与你一起走过”到 2021 年的“传承红色基因，献礼建党百年”和“奋楫扬帆十四五，民族乳企新征程”等，随着经济形势和政策环境的变化，每年的责任都呈现出相对应的聚焦。

在公司简介部分，平均披露率 100%。三元股份详细披露了企业的基本情况、组织架构、企业文化以及战略布局等，使报告使用者能够全面了解企业的运营模式。

5.2.2 治理责任评价

治理责任部分，设计了 3 个指标层指标和 27 个内容指标。根据前文赋分情况，该部分满分为 30 分，其中公司治理部分 13 分，董事会社会责任治理 5 分，社会责任管理 12 分。表 5.2 是三元股份 2018-2022 年治理责任的得分及披露率情况，具体打分见附录 3。

表 5.2 三元股份 2018-2022 年社会责任报告“治理责任”披露质量评分表

项目	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年		平均值	
	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率
公司治理	4	28.57%	4	28.57%	4	28.57%	4	28.57%	2	15.38%	3.6	25.93%
董事会社会责任治理	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
社会责任管理	10	83.33%	10	83.33%	10	83.33%	10	83.33%	10	83.33%	10	83.33%
合计	14	46.67%	14	46.67%	14	46.67%	14	46.67%	12	40%	13.6	45.33%

数据来源：根据三元股份 2018-2022 年度社会责任报告打分所得

将表 5.2 数据经过可视化处理为图 5.4:

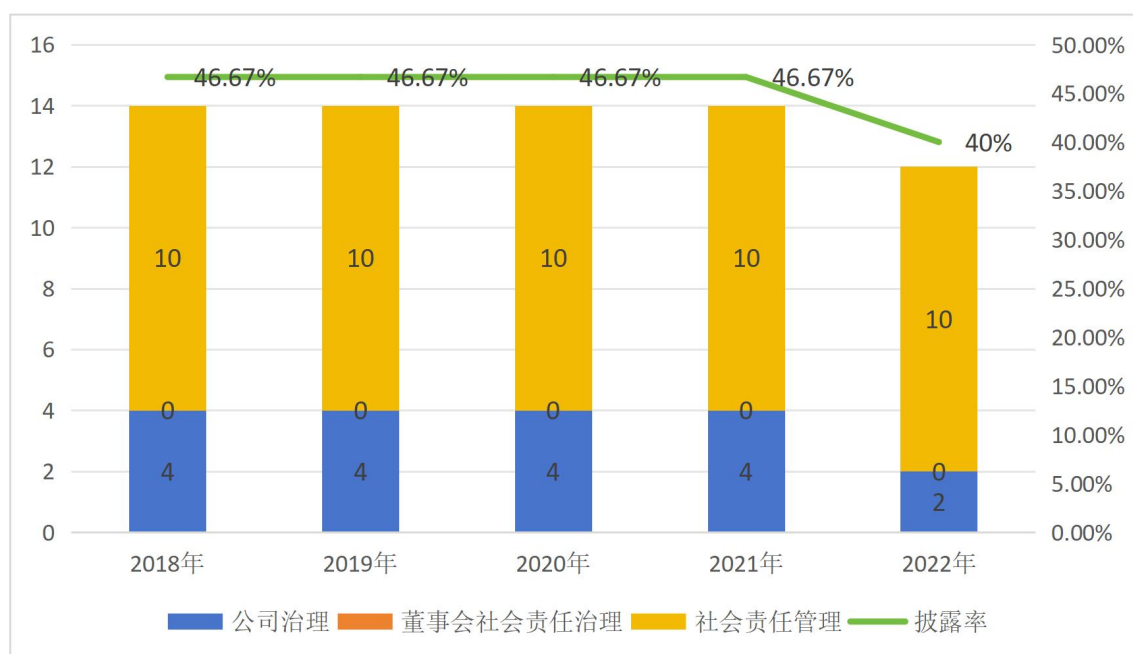


图 5.4 三元股份 2018-2022 年“治理责任”得分及披露率情况

通过对三元股份社会责任报告 2018-2022 年度社会责任报告中治理责任部分的打分，可以观察到三元股份在该部分的表现较差，社会责任治理责任部分平均得分 13.6 分，平均披露率为 45.33%，其中 2018-2021 年披露率均为 46.67%，2022 年披露率下降至 40%。从得分情况来看，三元股份 2022 年的治理责任得分呈先稳定后下降趋势，且一直处于较低水平。

公司治理部分，平均披露率为 25.93%，通过梳理三元股份社会责任报告可以发现，三元股份对董事会构成多元、守法合规体系、反商业贿赂及反腐败体系做出了相应定性披露，但对于反贪腐培训绩效这一关键定量数据却缺乏披露，因此大大降低了报告的可信度。

董事会社会责任治理部分披露率为 0。董事会作为企业的决策机构，其制定的社会责任管理方针、工作领导机制等将引领企业在社会责任方面的表现，为企业与外部的沟通和合作搭建重要桥梁，然而三元股份在近五年的社会责任报告中，完全没有对董事会社会责任的治理披露，从长远来看，这将会限制其在可持续发展道路上的进步。

社会责任管理部分，平均披露率为 83.33%。三元股份披露了企业社会责任工作的战略、工作制度、重大议题识别以及利益相关沟通活动责任等，为社会责任重大决策及实践工作提供了方向指引。为了塑造正面的品牌形象并赢得消费者与投资者的信赖，在激烈的市场竞争中占据优势地位，企业应致力于建立专门的社会责任工作部门。这一部门的设立将使企业能够清晰地规划并贯彻其社会责任战略，深入关注利益相关者的多元化需求，以及主动迎接各类社会责任挑战。通过展示在社会责任领域的持续努力，企业不仅能够巩固其市场地位，还能够促进社会的可持续发展。然而，三元股份在社会责任工作部门的设置上一直存在缺失，这无疑是其未来发展中需要着重改进的一环。

5.2.3 环境风险管理评价

环境风险管理部分，设置了 5 个二级指标和 44 个内容指标。根据前文赋分情况，该部分满分为 66 分，其中环境管理总分 10 分，资源利用总分 25，排放总分 18 分，守护生态安全总分 3 分，应对气候变化总分 10 分。表 5.3 是三元股份 2018-2022 年环境风险管理部分的得分及披露率情况，具体打分见附录 3。

表 5.3 三元股份 2018-2022 年社会责任报告“环境风险管理”披露质量评分表

项目	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年		平均值	
	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率
环境管理	8	80%	8	80%	8	80%	8	80%	8	80%	8	80%
资源利用	13	52%	14	56%	17	68%	17	68%	10	40%	14.2	56.8%
排放	9	50%	11	61.11%	11	61.11%	11	61.11%	2	11.11%	8.8	48.89%
守护生态安全	0	0	1	33.33%	1	33.33%	1	33.33%	1	33.33%	0.8	26.67%
应对气候变化	3	30%	3	30%	0	0	9	90%	0	0	3	30%
合计	33	50%	37	56.06%	37	56.06%	46	69.70%	21	31.82%	34.8	52.73%

数据来源：根据三元股份 2018-2022 年度社会责任报告打分所得

将表 5.3 数据经过可视化处理为图 5.5:

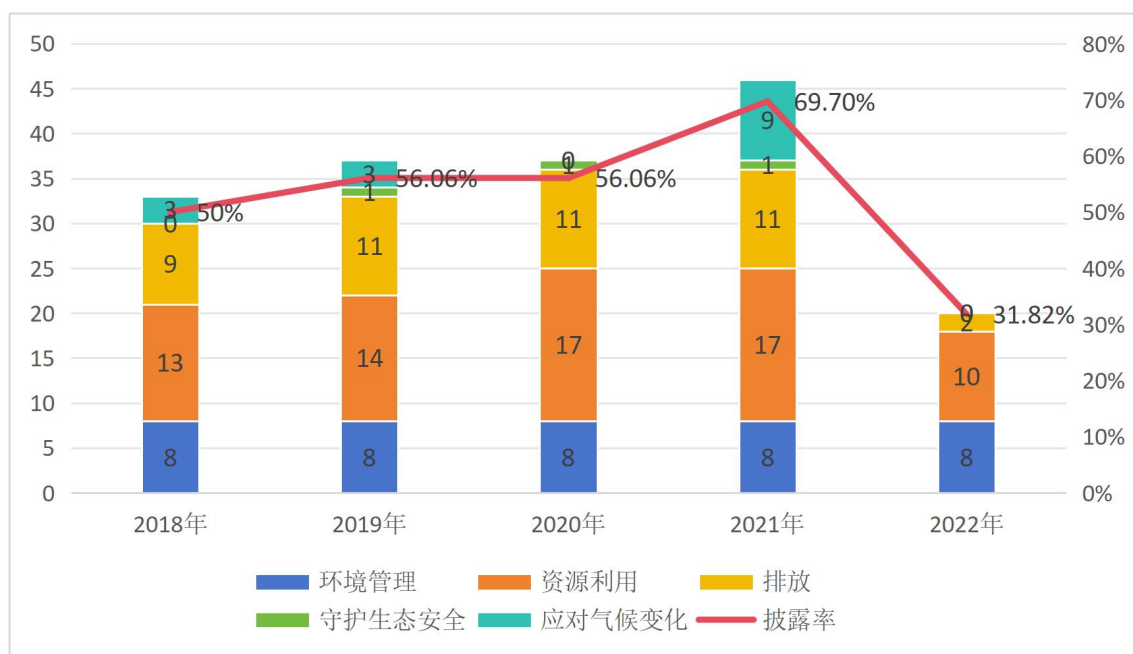


图 5.5 三元股份 2018-2022 年“环境风险管理”得分及披露率情况

通过对三元股份社会责任环境风险管理部分的打分，可以观察到三元股份在

环境风险管理部分的披露情况普遍较差，社会责任治理责任部分披露完整度较低，平均得分 34.8 分，平均披露率为 52.73%。仅在 2021 年披露率超过及格分，为 69.70%，2022 年披露率下降至 31.82%，这主要是因为三元股份 2022 年社会责任报告内容做出了大幅度删改，尤其是其中 2022 年对应对气候变化部分没有做出任何披露。从得分情况来看，三元股份 2018 年到 2022 年的环境风险管理部分得分呈下降趋势。

环境管理部分，平均披露率为 80%。三元股份通过建立环境管理体系、设立环境管理目标、开展环境评估、进行环保宣传教育，遵循环境相关法律法规，通过系统规划，运用经济、法律、技术、教育等多种手段管理生产经营的环境影响，整体披露情况较好。

资源利用平均披露率为 56.8%。资源利用是指企业日常办公、生产经营中使用的各类物质和能量，主要包括能源、水资源、物料等方面。通过分析三元股份 2018-2022 年度社会责任报告分析可以看到，能源消耗强度这一重要指标，三元股份仅在 2021 年度社会责任报告中披露了具体数值，其他年份均未披露。且在 2022 年度，三元股份仅对能源管理体系这一项内容指标进行了简述，未进行定量披露。因此该部分的披露得分较低。

排放部分，平均披露率为 48.89%。三元股份在 2018-2021 年度的披露情况大致相同，同样的，在 2022 年度仅对废气减排政策这一项内容指标做出了简述，而未提供其他定性和定量信息。总的来说，2018-2021 年度得分基本相同，在 2022 年度出现了大幅下降。

守护生态安全部分，平均披露率为 26.67%。三元股份自 2019 年起，至 2022 年度，均对业务经营对生物多样性及生态的影响做出了披露，而生物多样性保护行动和生态修复治理这两项内容三元股份始终未进行披露。

应对气候变化部分，平均披露率为 30%。三元股份仅在 2021 年度对直接、间接温室气体排放量以及温室气体排放强度进行了定量披露，且 2022 年度，三元股份的社会责任报告中完全没有涉及到“气候”二字，这应当予以重视。

5.2.4 社会风险管理评价

社会风险管理部分，设计了 5 个二级指标和 43 个内容指标。根据前文赋分

情况，环境风险管理部分满分为 63 分，其中雇佣总分 17 分，发展与培训总分 6 分，职业健康与安全生产总分 18 分，客户责任总分 11 分，负责任风险管理总分 11 分。表 5.4 是三元股份 2018-2022 年社会风险管理部分的得分及披露率情况，具体打分见附录 3。

表 5.4 三元股份 2018-2022 年社会责任报告“社会风险管理”披露质量评分表

项目	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年		平均值	
	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率
雇佣	17	100%	17	100%	17	100%	17	100%	17	100%	17	100%
发展与培训	4	66.67%	4	66.67%	4	66.67%	4	66.67%	0	0	2.4	40%
职业健康与 安全生产	11	61.11%	13	72.22%	12	66.67%	14	77.78%	6	33.33%	11.2	62.22%
客户责任	6	54.55%	6	54.55%	6	54.55%	6	54.55%	4	36.36%	5.6	50.91%
负责任风险 管理	2	18.18%	2	18.18%	2	18.18%	2	18.18%	0	0	1.6	14.55%
合计	40	63.49%	42	67.74%	41	65.08%	43	68.25%	27	42.86%	38.6	61.27%

数据来源：根据三元股份 2018-2022 年度社会责任报告打分所得

将表 5.4 数据经过可视化处理为图 5.6:

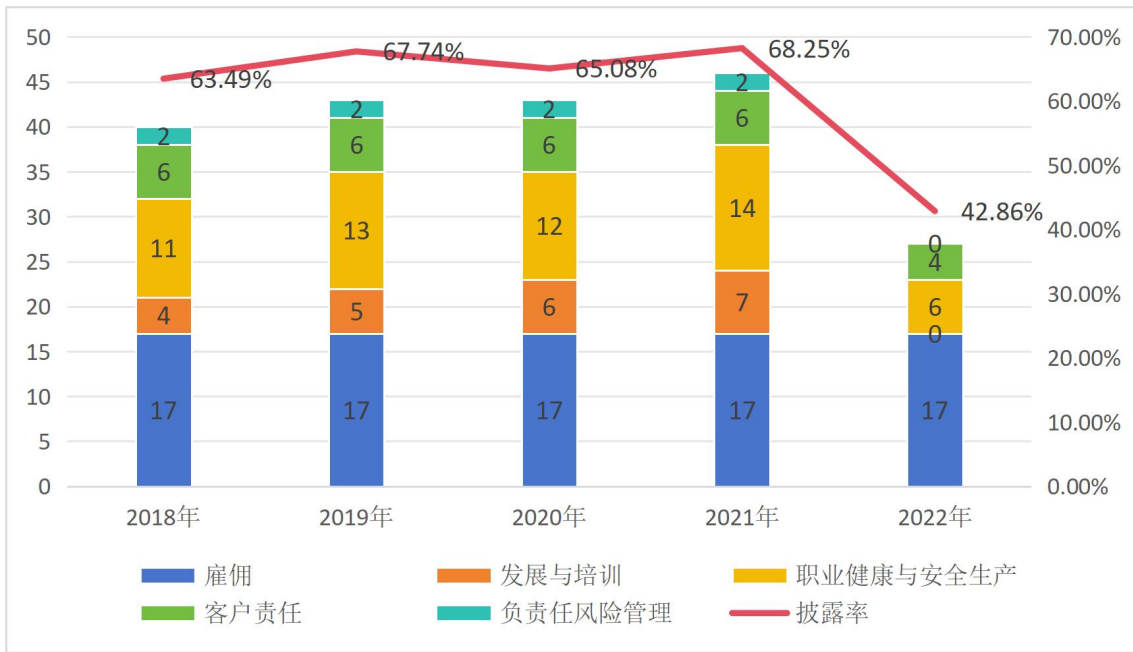


图 5.6 三元股份 2018-2022 年“社会风险管理”得分及披露率情况

通过对三元股份社会责任风险管理部分的打分，可以观察到三元股份在社会风险管理部分，平均得分 38.6 分，平均披露率为 61.27%，达到及格线。从得分情况来看，三元股份 2018 年到 2022 年的社会风险管理部分得分呈先缓慢上升后下降趋势。

雇佣部分，平均披露率为 100%。涉及到企业如何对待员工、雇佣关系以及员工福利等方面的责任和义务。通过履行这些雇佣方面的企业社会责任，企业可以建立良好的雇主品牌形象，增强员工忠诚度和工作满意度，提高生产力和竞争力，同时也有助于社会的可持续发展。通过梳理三元股份近五年社会责任报告能看到，三元股份在该部分的得分为满分，披露情况较好。

发展与培训，平均披露率为 40%。发展与培训是指是企业在履行其社会责任的过程中，对员工进行培训和发展，以提升其社会责任方面的意识、知识和技能。通过分析三元股份 2018-2021 年度社会责任报告分析可以看到，整体披露情况还是不错的，例如劳动合同签订率均为 100%。但是在 2022 年却未对该部分内容作出披露，应当予以重视。

职业健康与安全生产部分，平均披露率为 62.22%。该部分涉及保障员工在工作中的健康与安全，以及最大程度地减少工作场所的事故和健康风险。三元股

份在 2018-2022 年间，对该部分的披露较为完整，这可以最大程度地保障员工在工作中的健康与安全，降低工作场所事故的发生率，提高员工的工作满意度和忠诚度，同时也有助于维护企业的声誉和可持续发展。

客户责任部分，平均披露率为 50.91%。三元股份通过对产品质量管理、产品合格率以及积极应对客户投诉对与在与客户进行交往和业务活动时应当履行的责任和义务做出了披露，但是对止损和赔偿机制、信息安全与隐私保护以及客户满意度并未进行披露。总体来说，三元股份应当重视这些定量指标的披露，提高披露质量。

负责任风险管理部分，平均披露率为 14.55%。通过阅读社会责任报告可以看到，三元股份仅对审查的供应商数量这一具体内容在 2018-2021 年度进行了披露，而 2022 年度对该部分的披露率为 0，整体披露水平较差。

5.2.5 价值创造评价

价值创造部分，设计了 4 个指标层指标和 24 个内容指标。根据前文赋分情况，该部分满分为 29 分，其中国家价值总分 4 分，产业价值总分 9 分，民生价值总分 10 分，环境价值总分 6 分。表 5.5 是三元股份 2018-2022 年社会风险管理部分的得分及披露率情况，具体打分见附录 3。

表 5.5 三元股份 2018-2022 年社会责任报告“价值创造”披露质量评分表

项目	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年		平均值	
	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率
国家价值	4	100%	4	100%	4	100%	4	100%	4	100%	4	100%
产业价值	8	88.89%	8	88.89%	9	100%	9	100%	6	66.67%	8	88.89%
民生价值	6	60%	8	80%	6	60%	5	50%	3	30%	5.8	58%
环境价值	3	50%	3	50%	3	50%	6	100%	6	100%	4.2	70%
合计	21	72.41%	23	79.31%	22	75.86%	25	86.21%	19	65.52%	22	75.86%

数据来源：根据三元股份 2018-2022 年度社会责任报告打分所得

将表 5.5 数据经过可视化处理为图 5.7:

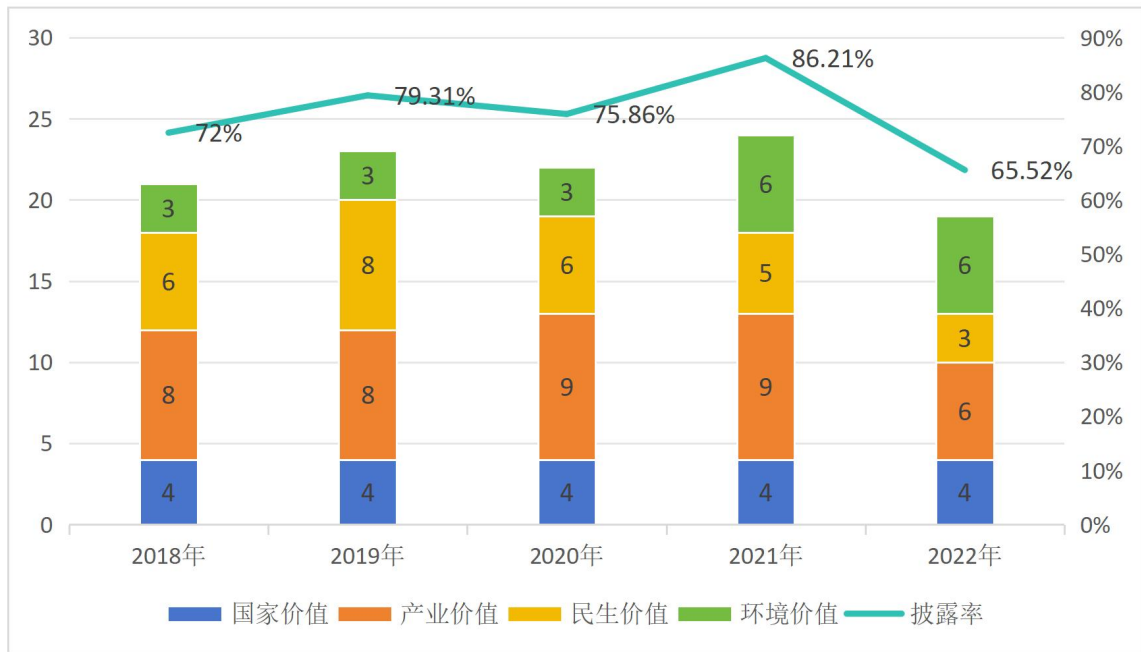


图 5.7 三元股份 2018-2022 年“价值创造”得分及披露率情况

通过对三元股份社会责任报告价值创造部分的打分,可以观察到三元股份在该部分披露完整度较高,平均得分 22 分,平均披露率 75.86%。其中 2018-2021 年披露率稳中向好,2021 年达 86.21%,但 2022 年披露率下降至 65.52%。从得分情况来看,三元股份 2018 年到 2022 年的价值创造部分得分呈先上升后下降的趋势。

国家价值平均披露率为 100%。国家价值指公司通过服务国家战略大局创造的价值,主要体现在公司对国家重大方针成略的响应、贯彻、落实。三元股份对该部分的披露整体情况较好,通过服务国家战略大局创造了价值,主要体现在企业对国家重大方针战略的响应、贯彻和落实。例如 2018 年社会责任报告中提到的“未来,我们将以党的十九大精神为指引,认真落实公司五年战略规划和各项决策部署,积极应对市场新变化,狠抓工作落实,凝心聚力,为振兴民族乳业全力以赴。”

产业价值平均披露率为 88.89%。产业价值指公司通过服务产业健康发展创造的价值,包括技术创新、产业链协同、产业生态培育等方面。三元股份自 2018-2021 年,分别投入研发费用 2873.2 万元、2035.36 万元、3532.74 万元、

11765.47 万元，2022 年对研发费用的投入仅进行了定性披露，未披露定量数据。

民生价值平均披露率为 58%。民生价值指公司在服务并满足人民美好生活需要中创造的价值，包括促进就业、公共服务和公益慈善等方面。三元食品始终坚持以推动公益事业为己任，以“良心、爱心、责任心”为企业核心价值观，积极主动承担和履行企业的社会责任，发挥主业优势，用爱心温暖整个社会，让社会建设更美好。尽管如此，三元股份身在与民生息息相关的乳制品行业中，更应当全方位提高该部分的披露率。

环境价值平均披露率为 70%。环境价值指公司在守护绿水青山、维护生态平衡等方面创造的价值，包括助力“双碳”目标和守护绿色生态等方面。可以看出该部分披露水平呈现上升趋势，在 2021 年和 2022 年均获得满分，但仔细研读社会责任报告发现，披露内容的完整度还是有待完善，公司在守护绿色生态的实际行动举措和进展成效等方面的社会责任履行情况仍需要加强。

5.2.6 报告后记评价

报告后记部分，设置了 5 个内容指标。根据前文赋分情况，该部分满分为 5 分。表 5.6 是三元股份 2018-2022 年报告后记部分的得分及披露率情况。

表 5.6 三元股份 2018-2022 年社会责任报告“报告后记”披露质量评分表

项目	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年		平均值	
	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率	得分	披露率
未来计划	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	0	0	0.8	80%
关键绩效表	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%
报告评价	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%
参考索引	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	0	0	0.8	80%
意见反馈	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	0	0	0.8	80%
合计	5	100%	5	100%	5	100%	5	100%	2	40%	4.4	88%

数据来源：根据三元股份 2018-2022 年度社会责任报告打分所得

报告后记部分平均得分 4.4 分，平均披露率 88%。近年来披露情况都比较稳定，但是在 2022 年对关键绩效表、参考索引以及意见反馈没有进行相关描述，应该加强披露。

未来计划部分平均得分 0.8 分，平均披露率 80%。整体披露情况较好，例如在 2018 年未来展望中，三元股份提到：2019 年作为新中国成立 70 周年及全面建成小康社会关键年，三元股份深化改革、创新发展，以党的十九大精神为指引，落实五年战略规划，应对市场变化，强化管理，推动高质量发展。

关键绩效表部分平均得分 1 分，平均披露率 100%。关键绩效表能够帮助企业实现战略目标、量化员工工作表现、改善经营业绩、优化资源配置以及促进员工成长。可以看到三元股份今年来不断充实关键绩效表的具体指标，该部分表现优异。

报告评价部分平均得分 0.8 分，平均披露率 80%。自 2014 年，三元股份发布了第一份独立的社会责任报告起，至 2021 年已经连续第八年向“中国企业社会责任报告评级专家委员会”申请报告评级，且连续四年获得五星评级。2022 年度社会责任报告暂无评级。

参考索引部分平均得分 0.8 分，平均披露率 80%。三元股份报告编写立足行业背景，突出企业特色，力求符合业界同行的可持续发展信息披露相关标准，在 2018-2021 年度社会责任报告中对参考索引进行了披露，尽管 2022 年社会责任报告中未对该项目进行明确披露，但通过阅读报告内容可知，仍是根据往年参考的披露标准来进行了报告的编写。

意见反馈部分平均得分 0.8 分，平均披露率 80%。为持续改进公司社会责任工作，不断提高履行社会责任的能力和水平，三元股份在 2018-2021 年度社会责任报告中均设置了意见反馈栏目，2022 年度则对该部分内容进行了删减，这应当予以重视。

5.2.7 综合评价结果

根据前文的打分情况以及分配好的权重，本文将评分加权后得到表 5.8:

表 5.8 三元股份 2018-2022 年社会责任报告综合评分表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
报告前言 (4.85%)	报告规范 (0.92%)	0.0276	0.0276	0.0276	0.0276	0
	高管致辞 (0.51%)	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0
	责任聚焦 (2.49%)	0.0249	0.0249	0.0249	0.0249	0
	企业简介 (0.92%)	0.0368	0.0368	0.0368	0.0368	0.0368
治理责任 (15.58%)	公司治理 (5.11%)	0.2044	0.2044	0.2044	0.2044	0.1022
	董事会社会责 任治理 (4.07%)	0	0	0	0	0
	社会责任管理 (6.40%)	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64
环境风险管 理(29.08%)	环境管理 (5.28%)	0.4224	0.4224	0.4224	0.4224	0.4224
	资源利用 (7.44%)	0.9672	1.4160	1.2648	1.2648	0.7440
	排放(9.81%)	0.8829	1.0791	1.0791	1.0791	0.1962
	守护生态安全 (4.02%)	0	0.0402	0.0402	0.0402	0.0402
	应对气候变化 (2.53%)	0.0759	0.0759	0	0.2277	0
社会风险管 理(28.43%)	雇佣(1.91%)	0.3247	0.3247	0.3247	0.3247	0.3247
	发展与培训 (2.84%)	0.1136	0.1136	0.1136	0.1136	0
	职业健康和安 全生产 (11.51%)	1.2661	1.4963	1.3812	1.4963	0.3066
	客户责任 (8.32%)	0.4992	0.4992	0.4992	0.4992	0.3328
	负责任供应链 管理(4.64%)	0.0928	0.0928	0.0928	0.0928	0
价值创造 (18.49%)	国家价值 (4.3%)	0.1720	0.1720	0.1720	0.1720	0.1720
	产业价值 (2.61%)	0.2088	0.2088	0.2349	0.2349	0.1566
	民生价值 (4.30%)	0.0344	0.0344	0.3870	0.3870	0.2580

续表 5.8 三元股份 2018-2022 年社会责任报告综合评分表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
价值创造 (18.49%)	环境价值 (7.28%)	0.2184	0.2184	0.2184	0.4368	0.4368
报告后记 (3.57%)	未来计划 (0.36%)	0.0036	0.0036	0.0036	0.0036	0
	关键绩效表 (0.81%)	0.0081	0.0081	0.0081	0.0081	0.0081
	报告评价 (1.62%)	0.0162	0.0162	0.0162	0.0162	0
	参考索引 (0.50%)	0.0050	0.0050	0.0050	0.0050	0
	意见反馈 (0.27%)	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0
	评分合计	6.2579	7.1733	7.2098	7.771	4.1936
	加权后披露率 (%)	52.88	60.61	60.92	65.66	35.43

根据本文针对乳品企业社会责任报告选取的总共 153 个计分的评价指标,加权总分为 11.8348。从表 5.8 可以看到,三元股份从 2018 年的 6.2579 分到 2021 年的 7.771 分,其总得分先呈现波动式上升,但在 2022 年出现断崖式下降,得分仅为 4.1936 分。

根据表中内容可以看出五年中披露水平最高的是 2021 年度,披露率为 65.66%,较 2018 年增长了 12.78%,尽管个别指标的得分呈波动趋势,但 2022 年度披露率仅为 35.43%。

5.3 三元股份社会责任信息披露质量评价结果分析

5.3.1 披露内容不全面

经过对三元股份社会责任报告的深入剖析,可以观察到该公司在多个评估维度上得分偏低,甚至在部分指标上未能得分,这表明其信息披露存在显著的不完整性。具体来看,存在以下问题:

(1) 治理责任部分

董事会作为企业的决策机构，其社会责任治理在企业社会责任中扮演着核心角色，董事会需要制定并执行企业的社会责任战略和政策，确保企业在追求经济利益的同时，积极履行对消费者、社区和环境的责任。同时监督和管理社会责任表现，确保其符合法律法规和社会期望。然而三元股份在这一事项上的披露始终为空白，这将可能会损害企业形象和声誉，影响企业效益，甚至使企业面临法律风险。

（2）报告结构部分

三元股份 2014 年发布了第一份独立社会责任报告起，到 2021 年度，其报告结构都相对较完整，可以看到基本上在每一项评价指标上都有得分。但 2022 年度，三元股份对社会责任报告的编制进行了大幅度改动，报告篇幅和和内容都大量所缩减，尽管删除的部分是诸如报告前言和后记这一类所占权重不高的内容，但从报告完整性来看，存在不利影响。

5.3.2 缺少定量数据支持

在社会责任报告中，定性指标因其主观性而难以进行客观的比对，相对而言，定量指标凭借数据的直观性能够清晰地揭示出差异，从而凸显出其显著的优势。然而，经过对三元股份过去五年社会责任报告的细致研究，我们观察到报告内容在很大程度上依赖于文字描述，而一些重要的指标却未能提供充分的数据支持。这种情况可能影响了报告的全面性和客观性，不利于准确评估企业的社会责任表现。

比如在守法合规方面，没有具体的数据来说明守法合规的绩效。报告中只是提到确定“以风险防控为主线，坚持依法合规经营，统筹推进法务、内控和合规管理工作，提升重大风险防范能力”的定位及“以风险为导向、合规管理监督为重点，推动法务、内控、合规管理三个体系的有机融合、协调运转，提高公司经营管理合规性和稳健性，实现防控风险”的战略目标，全面推进公司依法合规治理。再比如在员工责任方面，只是提到“公司真心关爱每一位员工，设立困难员工帮扶中心，为困难员工提供相关资助；开展节日基层慰问活动，举办“三八妇女节”关爱女性员工等活动，为员工送去温暖与关爱”等定性描述，这样就使得社会责任报告中的信息不够直观，利益相关者很难从文字描述中了解到企业履行

社会责任的情况。此外，在公益行动方面，报告中仅提到，“三元股份自 2000 年成为我国首批首家学生奶点生产企业，一直用“良心、爱心、责任心”践行“国家学生饮用奶计划”，在保障产品质量的同时，积极开展学生奶公益活动，践行中国小康牛奶行动”，但对于具体的牛奶和营养书籍捐赠数量缺乏定量披露，这使得利益相关方难以深入了解其社会责任履行情况。

5.3.3 正负面信息披露不对称

三元股份作为 2008 年三聚氰胺事件中唯一幸存的企业，却在十年后的 2018 年 6 月 15 日被国家市场监督管理总局点名批评安全质量问题，通告显示，三元股份在婴幼儿配方乳粉生产许可条件保持、食品安全管理制度落实及及检验能力方面方面存在 4 项缺陷。

通过对前文内容的深入剖析，我们不难发现，三元股份在其首次及后续的社会责任报告中均未有负面信息的披露。为了探究这一现象背后的原因并寻求解决之道，我们首先要认识到当前中国在企业社会责任披露方面的法规和标准尚不完备，没有明确的强制要求。由于制度环境相对宽松，众多公司在编制社会责任报告时往往倾向于精心挑选并着重强调那些有助于塑造积极企业形象的信息，而对于那些可能带来不利影响的信息，则倾向于采取回避的态度，避免在报告中提及。再者，由于信息不对称性的存在，社会责任报告的使用者往往难以验证报告中信息的准确性和完整性，进而无法形成有效的监督机制。特别是乳制品行业，其产品直接关乎公众的食品安全，因此企业更倾向于通过突出正面信息来塑造良好的公众形象。在这种行业氛围下，若某家企业选择披露负面信息，可能会被视为异类，甚至面临市场的不利反应。社会责任报告应当全面、客观地反映企业在经济、环境、社会等各方面的表现，既包括积极成果，也不回避存在的问题和挑战。若报告中只呈现片面的“好消息”，而刻意隐瞒或淡化“坏消息”，那么报告使用者很可能对报告内容的真实性和企业的诚信产生质疑，从而降低对企业的信任度。

6 提高乳品企业社会责任信息披露质量的建议

6.1 内部层面

6.1.1 建立完善的信息披露机制

乳品企业应致力于构建一套全面、透明且可持续的信息披露机制，这不仅是企业履行社会责任的重要体现，也是提升品牌形象和市场竞争力的关键举措。

首先，信息披露机制应明确具体的标准、内容、频率和渠道。标准方面，企业应参照国际通行的社会责任标准和行业规范，结合自身实际情况，制定切实可行的信息披露标准。内容方面，应涵盖企业的经济、环境和社会表现，包括但不限于产品质量、安全生产、环境保护、员工权益、社会公益等方面。频率方面，企业应根据信息的重要性和时效性，合理安排信息披露的时间间隔，确保信息的及时更新。渠道方面，企业应通过官方网站、社交媒体、年报等多种途径，广泛传播社会责任信息，提高信息的可获取性。

其次，定期发布企业社会责任报告是信息披露机制的重要组成部分。报告应详细阐述企业在经济、环境和社会方面的表现，展示企业在可持续发展方面的努力和成果。同时，报告还应针对关键议题，如产品质量安全、环境保护等，提出具体的应对策略和成效分析，以便利益相关方全面了解企业的社会责任实践。

此外，建立信息反馈机制对于提升信息披露质量同样至关重要。企业应设立专门的渠道和平台，及时收集和处理利益相关方的反馈意见和关切，针对问题进行积极回应和解释。通过形成良好的互动与沟通，企业可以增进与利益相关方的理解和信任，共同推动社会责任的履行和可持续发展目标的实现。

6.1.2 强化董事会社会责任治理

董事会作为乳品企业的决策机构，对社会责任的履行和信息披露负有最终的责任和义务。这不仅关系到企业的长期竞争力，也影响到社会对企业行为的期待和评价。

首先，要提升董事会成员的社会责任意识，使其深刻理解社会责任对企业持

续发展的重要性。董事会应充分认识到社会责任不仅仅是企业的一项额外负担，而是融入企业战略规划和日常运营的关键因素。因此，董事会应积极推动将社会责任理念纳入企业文化和决策过程，确保企业行为与社会期望相一致。

其次，为了加强社会责任工作的监督和管理，董事会可以设立专门的社会责任委员会或指定一位负责社会责任事务的董事。社会责任委员会应负责制定和监督执行企业的社会责任战略，包括环境保护、员工权益保障、社区关系维护等方面。通过这一机构的建立，企业能够确保社会责任的履行得到有效的监督和评估。

此外，培训和教育是提高董事会成员在社会责任领域专业知识和技能的重要途径。董事会应定期组织针对社会责任的专题培训和研讨会，帮助成员了解最新的社会责任理论和实践动态。同时，通过邀请外部专家和学者进行交流与分享，董事会能够不断拓展其在社会责任领域的视野和认知。

6.1.3 加强对负面信息的披露

在面对质量安全、环境污染等负面事件时，乳品企业有责任也有必要积极、主动地披露相关信息。这种信息披露的实践不仅是企业社会责任的具体体现，更有助于维护企业的诚信形象，并在消费者和投资者心中树立起企业的可靠信誉。通过公开、透明地传递相关信息，企业能够减少误解和猜测，及时稳定市场情绪，防止事态扩大化和信任危机的发生。

为了确保负面信息披露的有效性，企业应建立一套完善的流程和规范。这套规范应明确信息披露的标准、内容、频率和渠道，以确保所披露信息的真实性、准确性和完整性。在流程上，从信息的收集、审核到发布，每个环节都应有明确的职责和操作规范，以防止信息的误传或遗漏。同时，企业还应注重信息的及时更新和持续性披露，以确保信息的时效性和连续性。

除了建立流程和规范外，企业还应加强对负面信息的分析和应对能力。通过对负面事件的深入研究和分析，企业能够更准确地理解事件的性质、影响范围和潜在风险，从而制定出更为有效的整改和改进措施。在应对措施上，企业应及时、果断地采取行动，以减轻或消除负面影响，降低潜在风险对企业和利益相关方的损害。

6.2 外部层面

6.2.1 完善相关政策法规

政府在企业社会责任信息披露方面扮演着至关重要的角色，特别是在乳品行业，其产品的特殊性和对公众健康的影响使得这一责任尤为重大。因此，政府应致力于制定和完善一系列关于乳品企业社会责任信息披露的政策法规，以确保企业能够全面、准确地履行其披露义务和责任。

首先，通过立法手段来规范企业的信息披露行为是至关重要的。政府需要明确规定企业应披露的信息范围、披露的频率以及披露的方式，以确保信息的全面性和及时性。同时，政府还应建立一套完善的信息披露标准和质量评价体系，以提高信息披露的质量和透明度，使得利益相关方能够更加清晰地了解企业的社会责任履行情况。

其次，政府应加大对违法违规行为的处罚力度，以形成有效的法律威慑力。对于那些未能按照政策法规要求履行信息披露义务的企业，政府应依法予以严惩，包括但不限于罚款、吊销营业执照等措施。这将有助于维护市场秩序和公平竞争，同时也能够保护利益相关方的合法权益。

此外，政府还应积极加强与国际社会的合作与交流，在乳品企业社会责任信息披露方面借鉴先进经验和做法。通过参与国际研讨会、签署国际合作协议等方式，政府可以及时了解国际上的最新动态和最佳实践，从而推动我国乳品企业社会责任信息披露水平的提升。同时，政府还可以鼓励企业参与国际社会责任标准认证，以提高企业的国际竞争力和形象。

6.2.2 提高利益相关者的社会责任意识

消费者、投资者、供应商等利益相关方对乳品企业的社会责任表现具有深远的影响，这一点不容忽视。这些群体不仅是企业经济活动的直接参与者，更是评价和监督企业社会责任实践的重要力量。因此，加强对这些利益相关方的宣传和教育，提高他们的社会责任意识，对于推动乳品企业积极履行社会责任具有重要意义。

为了普及社会责任知识,引导利益相关方关注企业的社会责任表现,可以采取多种宣传和教育活动。例如,通过举办专题讲座、研讨会等活动,邀请社会责任领域的专家学者或企业代表,向利益相关方深入解读社会责任的内涵、重要性以及实践方式。同时,发布宣传资料,如社会责任报告、宣传手册等,以图文并茂的形式展示企业在社会责任方面的努力和成果,增强利益相关方的认知和认同。

此外,开展公益活动也是提升利益相关方社会责任意识的有效途径。企业可以组织利益相关方参与环保、公益慈善等活动,让他们亲身体验到履行社会责任所带来的积极变化和社会价值,从而激发他们更加关注和支持企业的社会责任实践。

在加强宣传和教育的同时,鼓励利益相关方积极参与企业的社会责任实践和监督工作也至关重要。企业应建立与利益相关方的沟通机制,定期征求他们的意见和建议,及时回应他们的关切和诉求。通过利益相关方的参与和监督,企业可以更加全面地了解社会责任实践中的问题和不足,进而采取有针对性的改进措施。这种多方共治的良好局面将有助于形成乳品企业社会责任实践的良性循环,推动企业不断提升社会责任履行水平。

6.2.3 加强第三方审验监督

为确保乳品企业社会责任信息披露的真实性和可靠性,引入第三方审验监督机制显得尤为重要。这一机制能够为企业提供更客观、公正的评价和监督,从而增强乳品企业社会责任信息披露的公信力和可信度。

具体而言,引入第三方审验监督机制应包括以下几个方面。首先,聘请独立的审计机构对企业的社会责任报告进行审计和验证。这些审计机构应具备丰富的专业知识和经验,能够对企业的社会责任报告进行全面、深入的审查,确保报告内容的准确性和完整性。审计过程中,应重点关注企业社会责任履行的实际情况与报告内容的符合程度,以及报告编制过程中是否存在误导性陈述或重大遗漏等问题。

其次,鼓励行业协会、研究机构等社会组织积极参与企业的社会责任评价和监督。这些社会组织通常具有行业背景和专业优势,能够为企业提供更具有针对性和可操作性的改进建议和支持。通过与行业协会、研究机构的合作,企业可以及

时了解行业最新动态和最佳实践，不断提升自身的社会责任履行水平。

此外，为确保第三方审验监督机制的有效实施，还应建立相应的制度保障。例如，制定明确的审计标准和程序，规范审计机构的行为和职责；建立信息共享和沟通机制，促进各方之间的合作与交流；设立奖惩机制，对积极履行社会责任的企业和审计机构给予表彰和奖励，对违规行为进行惩戒和处罚。

7 研究结论与展望

7.1 研究结论

随着企业对于经济效益与社会责任并重的认识不断深化,学者们对于企业社会责任会计相关领域的研究也日趋活跃。然而,由于我国引入社会责任会计理论的时间相对较晚,研究历程尚短,因此仍存在诸多不足之处。其中,一个突出的问题是缺乏针对特定行业的深入研究,尤其是对于质量安全问题频发的乳制品行业。本文选取三元股份作为研究对象,得出如下结论:

第一,乳制品行业内的上市公司中,大多数企业能够披露社会责任信息,但这些公司的报告编制依据各不相同,导致报告缺乏横向可比性,且首次披露的时间也有较大差异,其中正负面信息不对称和未经第三方机构审验是大部分企业在披露中存在的共性问题。

第二,三元股份社会责任信息披露中存在的问题主要包括以下几个方面:一方面,披露内容不全面,主要包括董事会治理责任的缺失和报告结构的不完整等;另一方面,报告内容多以文字描述为主,缺少定量数据的支持,降低了报告的可信度;此外,还存在正负面信息披露不对称的问题。

第三,针对乳品企业提升信息披露质量提出以下建议:从内部方面,乳品企业可以通过建立完善的信息披露机制,强化董事会社会责任治理,以及加强对负面信息的披露来提高社会责任信息披露质量。外部层面,政府可以通过完善相关政策法规,提高利益相关方的社会责任意识,以及加强第三方审验监督。

7.2 研究不足与展望

鉴于本人在研究能力与方法上的局限性,所构建的指标评价体系仍待进一步完善。因此,本文所得结论可能具有一定的片面性。我将持续关注和研究企业社会责任领域的相关议题,以期在将来能对企业披露的社会责任报告提出更为明确和具体的标准,从而推动我国企业实现更为全面和优质的发展。我相信,随着研究的深入和实践的推进,我们将共同见证企业社会责任在我国的不断发展和完善。

参考文献

- [1]Anne Michaels, Michael Grvning.Relationship of corporate social responsibility disclosure on information asymmetry and the cost of capital[J].Journal of Management Control,2017:251-274.
- [2]Anonymos.Corporate governance and social responsibility:A comparative analysis of the UK and the US[J].Corporate Governance,2001(03):147-158.
- [3]Corinne Cortese.Corporate social responsibility reporting quality,board characteristics and corporate social reputation[J].Pacific Accounting Review,2015(27):95-118.
- [4]David Hillieretal aphe Comfort, Peter Jones.Concentration and Corporate Social Responsibility: A Case Study of European Food Retailers[J].Management Research News,2005(06).
- [5]David.F.Linowes.Social Economic Accounting[J].The Journal of Accounting,1968(11):22-24.
- [6]Fariborz Avazzadeh Fath.Study on relationship between level of social responsibility and environmental accounting information disclosure with financial and nonfinancial indexes of listed companies in Tehran Stock Exchange[J]. Journal Of Current ResearchIn Science,2016(02):243-255.
- [7]Gartner,Chow,J.&Stanton,R.J.Late Neocene pale oceanography of the eastern Caribbean,the Gulf of Mexico,and the eastern Equatorial Pacific [J].Marine Micropaleontology,2013(12):255-304.
- [8]Harlan C.The dynamics of customer dissatisfaction in supply chain[J].Journal of Production Panning&Control,2011(03):209-217.
- [9]Isabelle Maignan,David A.Ralston.Corporate Social Responsibility in Europe and the US[J].Journal of International Business Studies,2009(09):497-514.
- [10]Isabelle Malignant,David A.Ralston.Corporate Social Responsibility in Europe and the US[J].Journal of International Business Studies,2013(09).
- [11]Mike.Rimmington Corporate Social Responsibility and sustainable food procurement[J].Journal of Business Ethics,2008(1/2):47-64.

- [12]Monika Hartmann.Corporate social responsibility in the food sector[J].European Review of Agricultural Economics,2015(03):297-324.
- [13]Nelson,David.The Pyramid of Corporate Social Responsibility:Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders[J].Business Horizons,2006(05).
- [14]Trot man K.T, Bradley G.W.Associations between social responsibility disclosure and Character istics of companies[J].Accounting , Organizati-Ons and Society,2009(04):355-362.
- [15]Williams.The securities and exchange commission and corporate social transparenc[J].Harvard Law Review.January,2009(02):231-232.
- [16]陈渝,李恩思.上市医药企业社会责任信息披露质量评价研究[J].改革与开放,2023,(01):1-10+23.DOI:10.16653/j.cnki.32-1034/f.2023.001.001.
- [17]陈容.企业社会责任信息披露及其影响因素研究基于食品行业上市公司的经验数据[J].商业会计,2015(24):15-18.
- [18]范英杰,刘文秀,赵春琳.国家文化视角的企业社会责任信息披露特征研究[J].财会通讯,2019(04):17-21.
- [19]格桑德庆,毛洁.绿色循环背景下企业社会责任信息披露[J].活力,2023,41(22):67-69.
- [20]黄琨,徐莹莹.女性高管对企业社会责任报告可读性的影响研究[J].经济与管理评论,2021,37(01):114-124.
- [21]韩振宇.上市公司社会责任会计的信息披露问题探讨[J].中国商贸,2015,(02):165-167.
- [22]胡素华.社会责任会计的概念框架研究[J].会计之友(中旬刊),2016(05):7-8.
- [23]胡国恒,王少芳,翟永会.上市公司会计信息披露存在的问题及对策[J].经济纵横,2014,(07):101-104.DOI:10.16528/j.cnki.22-1054/f.2014.07.019.
- [24]刘晓群,姜丹.我国企业社会责任会计信息披露研究[J].品牌研究,2018,(06):31-32.DOI:10.19373/j.cnki.14-1384/f.2018.06.004.
- [25]李晴.我国企业社会责任会计信息披露的若干问题研究[J].中国集体经济,2019(07):140-141.
- [26]李正,向锐.中国企业社会责任信息披露的内容界定、计量方法的现状研究[J].

- 会计研究,2007(07):3-11+95.
- [27]马玉珍,袁翠翠.企业社会责任会计信息披露问题探讨[J].财会月刊,2011,(12):30-32.
- [28]毛淑彦.基于利益相关者角度的企业社会责任分析[J].中国集体经济,2017(04):41-42.
- [29]苏芳,蔡莎.母子公司地理距离对企业社会责任的影响研究--基于食品行业的经验证据[J].财会通讯,2020(18):59-63.
- [30]孙光林,方继明.大数据发展对企业社会责任的影响研究[J].电子科技大学学报(社科版),2023(02):80-85.
- [31]孙红梅,蒋娜,岑磊.我国企业社会责任会计信息披露[J].会计之友,2011(03):12-13.
- [32]孙鹏宇.“大智移云”时代下企业社会责任信息披露研究[J].财务管理研究,2020,(05):103-106.
- [33]宋献中.社会责任会计与相关会计学科的比较研究[J].财经理论与实践,1993,(01):35-37.
- [34]吴丹红,杨汉明,周莉.企业社会责任信息披露的制度动因研究[J].统计与决策,2015,(22):179-182.DOI:10.13546/j.cnki.tjyjc.2015.22.049.
- [35]吴卫星,王晨宇,屈源育.企业履行社会责任影响因素研究--基于管理人员研究经历的视角[J].金融论坛,2020,25(05):46-56.
- [36]吴艾莉,张文焕.国有企业社会责任信息披露研究——基于国家电网的分析[J].会计之友,2015,(20):18-20.
- [37]王风华.利益相关者视角的能源企业社会责任评价体系设计[J].新会计,2015,(10):12-14.DOI:10.13511/j.cnki.xkj.2015.10.006.
- [38]王青云,王建玲.上市公司企业社会责任信息披露质量研究——基于沪市2008-2009年年报的分析[J].当代经济科学,2012,34(03):74-80+127.
- [39]王可.会计的社会责任讨论[J].财会学习,2017,(17):130.
- [40]王靖.企业社会责任会计信息披露问题研究[J].纳税,2020,14(01):89+92.
- [41]谢岩.基于大数据的企业社会责任信息披露平台构建[J].财会通讯,2019,(19):118-121.DOI:10.16144/j.cnki.issn1002-8072.2019.19.027.

- [42]夏春莲,孙杰,张金贵.食品行业社会责任会计信息披露动因分析[J].财会通讯,2015(12):64-66.
- [43]俞国梁.构建企业社会责任会计信息披露体系研究[J].财政监督,2013,(11):25-26.
- [44]殷红.企业社会责任信息披露的制度同构现象研究——基于 GRI 的计量[J].财会通讯,2017,(09):9-12.DOI:10.16144/j.cnki.issn1002-8072.2017.09.002.
- [45]尹开国,刘小芹,李晖明.社会责任信息披露质量评价观及质量标准构建[J].会计之友,2013,(18):57-61.
- [46]杨微,干胜道,故芙蓉.资产质量、管理层薪酬激励与企业可持续发展[J].财会月刊,2021(03):28-37.
- [47]张秀敏,杨连星,高云霞,刘星辰.什么影响了社会责任报告中修辞语言的运用?[J].会计研究,2019(06):20-26.
- [48]郑芷苓.企业社会责任会计信息披露存在问题及对策--以 S 上市公司为例[J].商场现代化,2020(02):146-148.
- [49]周虹.食品饮料行业上市公司社会责任信息披露研究[J].商业经济.2022(01):120-126.
- [50]周祖城.企业社会责任与企业伦理关系分析[J].管理学报,2022,19(02):235-244
- [51]朱文莉,邓蕾.食品行业上市公司社会责任信息披露情况令人满意吗--基于社会责任报告的统计分析[J].财会通讯,2016(35):57-60.

附录 1

调查问卷

尊敬的专家：

您好！非常感谢您能参与本次问卷调查。本次调查旨在明确乳品企业在社会责任信息披露方面的各项指标权重。

问卷共包含 7 道问题，预计会占用您大约 10 至 15 分钟的时间。我们恳请您根据自身丰富的经验和独到的见解，对问卷中各项指标的重要性进行评分。评分将采用 1-9 的标度法，具体的评分标准和含义已在下表中详细列出。

您的专业意见将对我们的研究产生深远的影响，再次感谢您的支持与参与！

表 1 判断矩阵标度含义

标度 (i/j)	标度含义
1	i 与 j 同样重要
3	i 比 j 略微重要
5	i 比 j 明显重要
7	i 比 j 重要很多
9	i 比 j 绝对重要
2、4、6、8	上述判断的中间值
$a_{ij}=1/a_{ji}$	倒数

请您根据表 1 的标准，将您认为最合适的量化值填在下列表中：

表 2 准则层指标重要性比较

准则层指标	报告前言 (P)	治理责任 (G)	环境风险管理 (E)	社会风险管理 (S)	价值创造 (V)	报告后记 (A)
报告前言 (P)	1					
治理责任 (G)		1				
环境风险管理 (E)			1			
社会风险管理 (S)				1		
价值创造 (V)					1	
报告后记 (A)						1

表 3 报告前言指标重要性比较

报告前言 (P)	报告规范 (P1)	高管致辞 (P2)	责任聚焦 (P3)	企业简介 (P4)
报告规范 (P1)	1			
高管致辞 (P2)		1		
责任聚焦 (P3)			1	
企业简介 (P4)				1

表 4 治理责任指标重要性比较

治理责任 (G)	公司治理 (G1)	董事会社会责任治理 (G2)	社会责任管理 (G4)
公司治理 (G1)	1		
董事会社会责任治理 (G2)		1	
社会责任管理 (G4)			1

表 5 环境风险管理指标重要性比较

环境风险管理 (E)	环境管理 (E1)	资源利用 (E2)	排放 (E3)	守护生态安全 (E4)	应对气候变化 (E5)
环境管理 (E1)	1				
资源利用 (E2)		1			
排放 (E3)			1		
守护生态安全 (E4)				1	
应对气候变化 (E5)					

表 6 社会风险管理指标重要性比较

社会风险管理 (S)	雇佣 (S1)	发展与培训 (S2)	职业健康和安全生产 (S3)	客户责任 (S4)	负责任供应链管理 (S5)
雇佣 (S1)	1				
发展与培训 (S2)		1			
职业健康和安全生产 (S3)			1		
客户责任 (S4)				1	
负责任供应链管理 (S5)					

表 7 价值创造指标重要性比较

价值创造 (V)	国家价值 (V1)	产业价值 (V2)	民生价值 (V3)	环境价值 (V4)
国家价值 (V1)	1			
产业价值 (V2)		1		
民生价值 (V3)			1	
环境价值 (V4)				1

表 8 报告后记指标重要性比较

报告后记(A)	未来计划 (A1)	关键绩效表 (A2)	报告评价 (A3)	参考索引 (A4)	意见反馈 (A5)
未来计划 (A1)	1				
关键绩效表 (A2)		1			
报告评价 (A3)			1		
参考索引 (A4)				1	
意见反馈 (A5)					1

附录 2

指标层指标重要性比较

表 1 报告前言指标重要性比较

报告前言 (P)	报告规范 (P1)	高管致辞 (P2)	责任聚焦 (P3)	企业简介 (P4)
报告规范 (P1)	1	2	1/3	1
高管致辞 (P2)	1/2	1	1/4	1/2
责任聚焦 (P3)	3	4	1	3
企业简介 (P4)	1	2	1/3	1

表 2 治理责任指标重要性比较

治理责任 (G)	公司治理 (G1)	董事会社会责任治理 (G2)	社会责任管理 (G4)
公司治理 (G1)	1	1	1
董事会社会责任治理 (G2)	1	1	1/2
社会责任管理 (G4)	1	2	1

表 3 社会风险管理指标重要性比较

社会风险管理 (S)	雇佣 (S1)	发展与培训 (S2)	职业健康和安全生产 (S3)	客户责任 (S4)	负责任供应链管理 (S5)
雇佣 (S1)	1	1/2	1/4	1/4	1/3
发展与培训 (S2)	2	1	1/4	1/3	1/2
职业健康和安全生产 (S3)	4	4	1	2	3
客户责任 (S4)	4	3	1/2	1	2
负责任供应链管理 (S5)	3	2	1/3	1/2	1

表 4 价值创造指标重要性比较

价值创造 (V)	国家价值 (V1)	产业价值 (V2)	民生价值 (V3)	环境价值 (V4)
国家价值 (V1)	1	2	1	1/2
产业价值 (V2)	1/2	1	1/2	1/2
民生价值 (V3)	1	2	1	1/2
环境价值 (V4)	2	2	2	1

表 5 报告后记指标重要性比较

报告后记 (A)	未来计划 (A1)	关键绩效表 (A2)	报告评价 (A3)	参考索引 (A4)	意见反馈 (A5)
未来计划 (A1)	1	1/3	1/4	1/2	2
关键绩效表 (A2)	3	1	1/3	2	3
报告评价 (A3)	4	3	1	4	4
参考索引 (A4)	2	1/2	1/4	1	2
意见反馈 (A5)	1/2	1/3	1/4	1/2	1

附录 3

三元股份 2018-2022 年社会责任报告评分表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
报告规范	质量保证	1	1	1	1	0
	信息说明	1	1	1	1	0
	报告体系	1	1	1	1	0
高管致辞	社会责任形势分析与战略考量	1	1	1	1	0
责任聚焦	年度社会责任工作进展	1	1	1	1	0
	年度社会责任重大事件	1	1	1	1	1
企业简介	基本信息	1	1	1	1	1
	战略与文化	1	1	1	1	1
	业务概况	1	1	1	1	1
	报告期内关于组织规模、结构、所有权或供应链的重大变化	1	1	1	1	1
公司治理	董事会构成多元	1	1	1	1	1
	董事会独立性	0	0	0	0	0
	守法合规体系	1	1	1	1	0
	守法合规培训绩效	0	0	0	0	0
	反不正当竞争	0	0	0	0	0
	申诉与举报机制	0	0	0	0	0
	反商业贿赂及反腐败体系	1	1	1	1	0
	反贪腐培训绩效	0	0	0	0	0
	腐败事件及应对措施	0	0	0	0	0
	信息透明	0	0	0	0	0
董事会社会责任治理	因违反信息披露规定而受处罚的事件	1	1	1	1	1
	董事会社会责任管理方针	0	0	0	0	0
	董事会社会责任工作领导机制	0	0	0	0	0

三元股份 2018-2022 年社会责任报告评分续表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
董事会社会 责任治理	董事会对社会风险与 机遇的识别	0	0	0	0	0
	董事会社会责任目标审查	0	0	0	0	0
	高管薪酬与社会责任挂钩	0	0	0	0	0
社会责任管 理	社会责任工作部门	0	0	0	0	0
	社会责任战略	1	1	1	1	1
	社会责任工作制度	1	1	1	1	1
	参与社会责任研究或行业 社会责任标准制定	0	0	0	0	0
	社会责任重大议题识别	1	1	1	1	1
	利益相关方沟通活动	1	1	1	1	1
	社会责任信息披露渠道	1	1	1	1	1
	社会责任考核体系	1	1	1	1	1
	社会责任培训	1	1	1	1	1
	社会责任培训绩效	2	2	2	2	2
环境管理	社会责任荣誉	1	1	1	1	1
	环境管理体系	1	1	1	1	1
	环境管理目标	1	1	1	1	1
	环保投入	2	2	2	2	2
	环保预警及应急机制	1	1	1	1	1
	新建项目环境评估政策	1	1	1	1	1
	通过环境管理体系认证	0	0	0	0	0
	环保培训和宣教	1	1	1	1	1
资源利用	环保产品或技术的研发与 应用	1	1	1	1	1
	环保违法违规事件与处罚	0	0	0	0	0
	能源管理体系	1	1	1	1	1
	能源消耗量	2	2	2	2	0

三元股份 2018-2022 年社会责任报告评分续表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
资源利用	能源消耗强度	0	0	0	2	0
	清洁能源使用政策	1	1	1	0	0
	清洁能源使用量	0	2	2	2	0
	减少制成品包装材料使用的政策	1	0	1	1	0
	制成品所用包装材料总量	2	0	0	2	0
	制成品所用包装材料回收比例	0	0	2	2	0
	水资源使用政策	1	1	1	1	0
	新鲜水用水量	2	2	2	2	0
	耗水强度	0	0	0	0	0
	节水量	0	2	2	0	0
	循环用水量	0	0	0	0	0
	绿色办公措施	1	1	1	1	1
	绿色办公绩效	2	2	2	0	0
	废水减排政策	1	1	1	1	1
	废水排放量	2	2	2	2	0
排放	废气减排政策	1	1	1	1	1
	废气排放量	0	2	2	2	0
	废弃物排放管理组政策	1	1	1	1	0
	一般废弃物排放量	2	2	2	2	0
	一般废弃物排放强度	0	0	0	0	0
	危险废弃物排放量	0	0	0	0	0
守护生态安全	危险废弃物排放强度	0	0	0	0	0
	废弃物回收利用绩效	2	2	2	2	0
	业务经营对生物多样性及生态的影响	0	1	1	1	1
	生物多样性保护行动	0	0	0	0	0

三元股份 2018-2022 年社会责任报告评分续表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
守护生态安全	生态修复治理	0	0	0	0	0
	应对气候相关风险和机遇的治理机制	1	1	0	1	0
	气候相关风险和机遇对经营的影响	0	0	0	0	0
应对气候变化	气候相关风险管理	1	1	0	1	0
	气候相关和机遇方面的目标及表现	1	1	0	1	0
	直接温室气体排放量	0	0	0	2	0
	间接温室气体排放量	0	0	0	2	0
	温室气体排放强度	0	0	0	2	0
雇佣	遵守劳工准则	1	1	1	1	1
	多元化和机会平等	1	1	1	1	1
	员工构成	2	2	2	2	2
	劳动合同签订率	2	2	2	2	2
	员工流失率	2	2	2	2	2
	民主管理	1	1	1	1	1
	薪酬福利体系	1	1	1	1	1
	社会保险覆盖率	2	2	2	2	2
	人均带薪年休假天数	2	2	2	2	2
	员工关怀	1	1	1	1	1
	员工满意度	2	2	2	2	2
	职业发展通道	0	0	0	0	0
发展与培训	职业培训体系	1	1	1	1	0
	职业培训投入	2	2	2	2	0
	职业培训绩效	2	2	2	2	0

三元股份 2018-2022 年社会责任报告评分续表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
职业健康与 安全生产	职业健康管理	1	1	1	1	0
	通过职业健康及安全管理 体系认证	0	1	1	1	0
	新增职业病数	2	2	0	2	0
	安全生产管理体系	1	1	1	1	1
	安全宣贯与培训	1	1	1	1	1
	隐患排查与整治	1	1	1	1	1
	应急管理体系	0	0	1	1	1
	安全生产投入	2	2	2	2	0
	安全生产培训绩效	2	2	2	2	2
	安全生产事故数	2	2	2	2	0
	工伤/伤亡数	0	0	0	0	0
	因工伤损失工作日数	0	0	0	0	0
	产品/服务质量管理	1	1	1	1	1
客户责任	产品合格率	2	2	2	2	2
	负责任营销	0	0	0	0	0
	止损和赔偿机制	0	0	0	0	0
	积极应对客户投诉	1	1	1	1	1
	信息安全与隐私保护	0	0	0	0	0
	客户满意度	0	0	0	0	0
	投诉解决率	2	2	2	2	0
	报告期发生的客户健康与 安全负面事件	0	0	0	0	0
	供应链社会责任管理体系	0	0	0	0	0
	供应商社会责任审查评估	0	0	0	0	0
负责任风险 管理	审查的供应商数量	2	2	2	2	0
	因不合规被中止合作的供 应商数量	0	0	0	0	0
	因不合规被否决的潜在供 应商数量	0	0	0	0	0

三元股份 2018-2022 年社会责任报告评分续表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	
负责任风险管理	供应商社会责任培训体系	0	0	0	0	0	
	供应商社会责任培训绩效	0	0	0	0	0	
国家价值	服务国家重大战略的理念和政策	1	1	1	1	1	
	国家重大战略贡献领域	1	1	1	1	1	
	服务国家重大战略的行动举措	1	1	1	1	1	
	服务国家重大战略取得的成效	1	1	1	1	1	
	技术创新制度机制	1	1	1	1	1	
	技术创新的行动措施	1	1	1	1	1	
	研发投入	2	2	2	2	0	
产业价值	重大技术创新成果	1	1	1	1	1	
	带动上下游产业链协同发展	0	0	1	1	1	
	保障产业链供应链安全稳定	1	1	1	1	0	
	参与行业标准制定	1	1	1	1	1	
	战略合作机制和平台	1	1	1	1	1	
	带动就业的行动举措	1	1	1	1	0	
	新增就业人数	2	2	2	2	0	
	参与基础设施建设	1	1	1	1	1	
	民生价值	公益行动领域	1	1	1	1	1
		打造品牌公益项目	1	1	1	1	1
公益捐赠总额		0	2	0	0	0	
志愿服务绩效		0	0	0	0	0	
环境价值	碳达峰碳中和战略与目标	1	1	1	1	1	
	碳达峰碳中和行动计划与路径	1	1	1	1	1	
	减碳降碳成效	1	1	1	1	1	

三元股份 2018-2022 年社会责任报告评分续表

准则层指标	指标层指标	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
环境价值	守护绿色生态的行动举措	0	0	0	1	1
	守护绿色生态的进展成效	0	0	0	2	2
关键绩效表	报告期内实现的绩效	1	1	1	1	0
企业荣誉表	企业荣誉情况	1	1	1	1	1
报告评价	第三方机构审验报告	1	1	1	1	1
参考索引	报告参考索引	1	1	1	1	0
意见反馈	读者反馈表设置	1	1	1	1	0

后 记

随着这篇论文的最后一个句号落下，我的心中涌动着无尽的感慨。在这漫长而充实的三年研究生学术旅程中，有太多的人给予我无私的帮助和支持。在此，我要向他们表达我最真挚的感谢。

首先，我要衷心感谢我的导师王宁郎。王老师严谨的治学态度、深厚的学术造诣以及对学生的无私奉献，都深深地影响着我。从论文的选题到研究方法的确定，再到论文的撰写和修改，王老师都给予了我悉心的指导和宝贵的建议。每当我遇到困惑和难题时，王老师总是耐心地为我解答，让我在学术道路上少走了许多弯路。王老师不仅是我学术上的引路人，更是我人生中的楷模。他的言传身教让我明白了做学问要有一颗谦逊的心和坚持不懈的精神。我将永远铭记王老师的教诲和关怀，并在未来的学术生涯中不断努力，不辜负他的期望。

其次，我要感谢我的父母。他们是我坚实的后盾，一直默默地支持着我，给予我无尽的爱和鼓励。在我求学的日子里，他们总是关心我的身体和心情，为我提供最好的生活和学习条件。他们的付出和牺牲让我深感愧疚和感激。我知道，无论我走到哪里，父母的牵挂和祝福都将永远伴随着我。我希望能用自己的成就来回馈他们的养育之恩，让他们为我感到骄傲和幸福。

此外，我还要感谢我的同学和朋友们。在这段艰难而美好的时光里，我们一起学习、一起成长、一起分享欢笑和泪水。他们的陪伴和支持让我感受到了集体的力量和友情的温暖。我们共同度过的每一个时刻都将成为我人生中宝贵的回忆。我相信，在未来的日子里，我们还会携手并肩，共同追求更高的目标和更美好的未来。

最后，我要感谢自己。感谢自己在学术道路上的坚持和努力，感谢自己在困难和挫折面前的勇敢和坚强。这段经历让我更加深刻地认识了自己，也让我更加珍惜所拥有的一切。我相信，在未来的道路上，我会继续保持这种积极向上的态度，勇往直前，不断追求自己的梦想和目标。