



中华人民共和国国家标准

GB/T 36001—2015

社会责任报告编写指南

Guidance on social responsibility reporting

2015-06-02 发布

2016-01-01 实施



中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会

发布

前 言

本标准与 GB/T 36000—2015《社会责任指南》和 GB/T 36002—2015《社会责任绩效分类指引》共同构成支撑社会责任活动的基础性系列国家标准。

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别这些专利的责任。

本标准由中国标准化研究院提出并归口。

本标准起草单位：中国标准化研究院、国务院国有资产监督管理委员会、中国企业联合会、中国石油天然气集团公司、责扬天下(北京)管理顾问有限公司、北京融智企业社会责任研究所、国家电网公司、中兴通讯股份有限公司、中华全国总工会、中国国家认证认可监督管理委员会、中国银行业监督管理委员会、人力资源和社会保障部国际劳动保障研究所。

本标准主要起草人：于帆、陈元桥、原野、李伟阳、韩斌、郝琴、王晓光、殷格非、张峻峰、程多生、陈锋、郭军、林峰、陈健洲、陈胜。

引 言

组织作为社会的一员,其决策和活动无时无刻不影响着社会和环境。对于具有社会责任感的组织而言,它理应努力发挥其最大的积极影响,尽可能避免消极影响或使消极影响最小化。在当今社会日益重视可持续发展的背景下,努力成为对社会和环境负责任的组织,这既是时代的要求,也是组织对自我社会价值的追求。随着经济社会的不断发展,可持续发展观念在社会各界愈加普及而深入,越来越多的组织已开始认识到社会责任对于组织自身根本利益和长远发展的重要性,并在组织内全面开展社会责任实践。

在组织社会责任实践中,定期发布社会责任报告是组织与利益相关方沟通的重要形式之一,它对于发挥社会责任的诸多功能至关重要。在当前社会各界越来越关注组织社会责任、越来越多的组织定期发布其社会责任报告或可持续发展报告的背景下,编制和发布真实反映组织社会责任状况的高质量报告,这对于改进组织社会责任绩效,促进利益相关方对组织社会责任活动的支持和理解,推动我国社会责任事业的健康发展,无疑具有重大的现实意义。

本标准的制定主要是为了满足组织编写和发布社会责任报告的需求,提高组织社会责任报告的编写质量和效率,增进组织对社会责任报告的统一认识和理解。通过给出编写社会责任报告的基本原则、步骤和方法,本标准旨在为组织开展社会责任报告编制工作提供了最基本的指导性意见和建议。为此,本标准鼓励每个组织在使用本标准的同时,结合自身特点和实际需要,在本标准的技术基础上不断创新,使其社会责任报告的编写质量水平得到不断改进和提升。

关于本标准与 GB/T 36000—2015 和 GB/T 36002—2015,GB/T 36000—2015 主要强调“是什么、如何做、做哪些”;GB/T 36002—2015 主要强调“做得怎样、结果如何”;本标准主要强调如何通过社会责任报告形式将活动过程和结果向利益相关方披露出来。为此,在应用这三项标准时,组织宜通盘考虑这三项标准。

社会责任报告编写指南

1 范围

本标准给出了编写社会责任报告的基本原则、步骤和方法,旨在为各类组织编写社会责任报告提供指南。

本标准适用于社会责任报告的编写。其他类似报告亦可参照使用本标准。

本标准不适用于认证目的。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 36000—2015 社会责任指南(ISO 26000:2010,MOD)

GB/T 36002—2015 社会责任绩效分类指引

3 术语和定义

GB/T 36000—2015 和 GB/T 36002—2015 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

社会责任报告 social responsibility report

基于与利益相关方进行社会责任沟通的需要,组织定期或不定期对外公开发布的一种展示其社会责任理念和认识,并系统披露其社会责任活动及其绩效信息的特定报告。

4 概述

社会责任报告是组织针对自身的社会责任活动与利益相关方进行有效沟通的形式之一。它具有以下诸多益处:

- 增进组织内部和外部对其社会责任战略、目标、计划和绩效以及所面临挑战的了解;
- 表明对社会责任原则的尊重;
- 有助于实现利益相关方的参与和促进与利益相关方的对话;
- 满足有关社会责任信息披露的法律法规要求和其他要求;
- 展现组织当前如何履行社会责任承诺,并对利益相关方的利益和社会的普遍期望所做出的回应;
- 提供组织活动、产品和服务的影响的信息,包括这些影响随时间推移而变化的详情;
- 有助于促进和激励员工和其他人员支持组织的社会责任活动;
- 促进同行之间的比较,从而激励组织改进社会责任绩效;
- 提高组织在对社会负责的行动、透明度、诚信和担责方面的声誉,以增强利益相关方对组织的信任。

组织既可针对其整体也可单独针对其某特定部分来编写社会责任报告。是编写关于组织整体的报

告还是编写关于组织某特定部分的报告,这完全取决于社会责任沟通的实际需要。组织还可根据需要,就特定专项问题,发布社会责任专项报告。

GB/T 36000—2015 第 7 章所述的社会责任主题和议题是确定社会责任报告内容的重要依据。不论是针对组织整体还是单独针对组织某特定部分的社会责任报告,均宜涵盖 GB/T 36000—2015 第 7 章所述的社会责任七项核心主题。组织宜结合自身实际情况(如活动的性质和规模等多方面因素),基于上述社会责任核心主题来梳理和总结其社会责任活动及其绩效,以确定社会责任报告内容。

5 基本原则

5.1 概述

除遵循 GB/T 36000—2015 第 5 章所述的社会责任原则外,基于与利益相关方有效沟通的目的,社会责任报告的编写和发布还宜遵循“完整全面、客观准确、明确回应、及时可比、易读易懂、获取方便”的原则。这六项基本原则在 5.2~5.7 中进行了详细阐述。

5.2 完整全面

本原则是指,社会责任报告宜覆盖报告范围内组织的重要相关决策和活动,并全面、系统、完整地披露社会责任目标、将社会责任融入组织的实践及其绩效信息。

“完整全面”一方面意指信息覆盖范围的完整性,另一方面意指信息内容的全面性。完整全面的信息披露是确保社会责任沟通取得成效的基本前提条件。藉此,组织、利益相关方均可更全面地了解报告范围内社会责任活动的整体状况,以便做出相应的总体判断和正确决策。

尽管有时组织对社会和环境的影响很难完整确定,尤其是潜在影响和间接影响更难全面、客观和准确判断,但社会责任报告仍宜尽可能全面反映组织决策和活动给利益相关方带来(或可能带来)的所有积极和消极影响。事实上,通过真诚、有效的社会责任沟通,利益相关方的反馈信息往往更有助于组织全面、客观和准确地判定其决策和活动的影响。

本原则意味着,对于报告范围内的社会责任信息,社会责任报告不宜进行选择披露,例如:故意隐瞒消极影响等。

本原则还意味着,社会责任报告不仅宜反映重要的社会责任活动过程,而且还宜反映社会责任活动的目标及绩效。在确定信息披露的详尽程度时,宜考虑利益相关方的需求,以确保所披露的信息是有用且合适的,并且利益相关方能够据此信息做出判断、决策和行动。

本原则并不要求公开披露专有信息,也不要求披露特许信息,或者违反法律、商业秘密、安全或个人隐私等保护义务的信息。

5.3 客观准确

本原则是指,社会责任报告所披露信息宜客观、真实和准确。

“客观”意指,信息是对实际状况和事实的客观描述,未带任何偏见或主观臆断。“准确”意指,信息与实际状况和事实完全相符,或者是基于实际状况和事实经严密的科学推断而得到的结论。

本原则意味着,社会责任报告的信息来源宜真实、可靠,信息收集和处理方法宜科学、合理,所披露信息宜避免人为加工或臆造,例如:不故意淡化消极影响或夸大积极影响;不捏造数据或事实等。

本原则是确保社会责任报告具有可信性的重要基础。为了切实遵循本原则,组织需具备丰富的社会责任经验和数据。

5.4 明确回应

本原则是指,社会责任报告宜详尽回应本报告期利益相关方的相关关切,并注意披露利益相关方关

于上一报告期社会责任报告的反馈意见的处理情况。

为了遵循 GB/T 36000—2015 第 5 章所规定的关于“担责”和“尊重利益相关方的利益”的社会责任基本原则,组织宜承担起回应审查的责任,及时、全面地回应利益相关方及社会的相关关切。组织对利益相关方及社会的回应本身就是社会责任活动的重要组成部分,回应过程及结果的信息也是非常重要的社会责任信息,也是利益相关方较为关注的信息。为此,社会责任报告宜详尽披露在本报告期组织各类回应的情况及其结果。关于回应信息披露的详尽程度,社会责任报告宜以满足利益相关方及社会的知情需求为基础,视具体情况而定。

基于沟通的需要,本报告期的社会责任报告还宜承担起对利益相关方关于上期社会责任报告反馈意见(如果有的话)的回应任务,积极且明确地报告相关处置意见及理由。

5.5 及时可比

本原则是指,社会责任报告宜具有较强的时效性和可比性,不仅及时反映最新时段社会责任活动及其绩效,而且还反映与以往报告时段和本行业或类似组织的绩效比较结果以及发展趋势,以便于利益相关方进行综合比较判断。

本原则意味着,社会责任报告宜披露组织最新时段社会责任信息,例如在本年度之初或上年度末发布组织上一年度的社会责任信息等。

本原则还意味着,为便于利益相关方进行比较,在披露最新时段社会责任绩效信息的同时,社会责任报告还宜对照列出组织以往报告时段的相应绩效信息,以反映社会责任绩效发展变化的趋势。有时,除纵向比较之外,社会责任报告还宜同时列出本行业或类似组织相应的绩效信息,以便进行横向比较。

由于过时的信息可能会产生误导,因此,在披露不同时段绩效信息时,社会责任报告需特别标明相应的时段期限。

5.6 易读易懂

本原则是指,社会责任报告的编写宜考虑利益相关方的文化、社会、教育和经济的不同背景,具有易读性并易于利益相关方理解。

“易读易懂”意指阅读社会责任报告时可理解的程度。这对于确保与利益相关方间的社会责任沟通顺利进行并取得成效至关重要。

本原则意味着,社会责任报告的编写形式宜适合利益相关方的文化、社会、教育和经济的不同背景,例如:选用利益相关方通用的文字语言,有时甚至可能需要针对不同的文化语言群体编写不同语言版本的社会责任报告;选用图表等多种表达形式等。

本原则还意味着,社会责任报告的内容宜通俗易懂、言简意赅,尽可能采用大众化语言进行阐述。当需使用专业术语或缩略语时,可在出现之处加脚注或尾注进行解释说明,或者在尾页集中单设“术语解释或索引”。

本原则并非否定社会责任报告需提供必要的信息量。恰恰相反,本原则认为,根据与利益相关方的沟通需要,社会责任报告宜尽可能有针对性地提供充分且必要的信息,同时宜尽可能减少或消除其他无关的信息,以避免对所提供必要信息的淹没或干扰。

在应用本原则时,组织宜特别关注特定人群(如残疾人、老年人等)的特定能力和需求。

5.7 获取方便

本原则是指,不论以何种形式(如纸质文件、电子文件或基于互联网的交互式网页)发布,社会责任报告的信息宜便于利益相关方获取。

本原则意味着,社会责任报告中宜明确标明可获取的途径和方式,以便于利益相关方在需要时能容易且及时地获取所需的社会责任报告。

本原则还意味着,社会责任报告的发布和提供方式宜考虑利益相关方中各类人群的获取能力及其

局限性,例如长途旅行能力、对电子文件或互联网的使用能力及受限条件等。

6 报告策划

6.1 概述

社会责任报告的策划对于组织有效开展社会责任编写活动并取得成功至关重要。在开展社会责任报告编写活动前,组织宜首先针对报告方式和内容进行相应策划和准备。

报告方式主要是指报告的范围、时间和频次以及发布方式等。报告内容主要是指报告范围内的组织基本背景信息、社会责任活动及其绩效信息等。

6.2 报告方式

6.2.1 报告范围

社会责任报告的范围既可覆盖组织整体的所有活动,也可单独覆盖组织某特定部分的所有活动。但不管何种范围,所确定的报告范围均宜适合组织整体或其特定部分的规模与性质。

对于中小组织,由于其规模较小,活动性质相对简单,报告范围一般覆盖其整体。对于大型组织尤其是特大型组织,由于其规模较大,活动性质相对复杂,报告范围既可选取组织整体(如集团公司、总公司等),也可选取其某特定部分(如所控股的公司、下属某分公司或机构等)。对于一些特殊性质的组织,如工程施工型组织、农牧渔场等,报告范围可以选取组织特定地点或场所(如工程施工地、农牧渔场的种养殖地等)。

6.2.2 报告时间和频次

为了提高和持续保持与利益相关方沟通的效果,社会责任报告宜尽可能采取定期发布的方式,其发布时间间隔宜保持相同,例如每年或每两年发布一次。如果组织突然发生了引起社会广泛关注的重大事件或重大变化,也可及时发布社会责任报告。

对于初次发布报告的组织来说,可一次性将其以往多年活动情况及其绩效进行综合披露,随后再定期发布。

6.2.3 报告发布形式

社会责任报告可以采用各种发布形式,例如纸质文件、电子文件或基于互联网的交互式网页等。具体选用何种形式,取决于组织的性质和利益相关方的需要。

社会责任报告可按独立的报告单独发布,也可作为组织年度报告、非财务报告或其他报告的组成部分共同发布。

对于采用电子文件或基于互联网的交互式网页等形式发布的社会责任报告,其发布形式可能还涉及现有软件技术所能实现的方式和途径。

6.3 报告内容

6.3.1 基本背景信息

6.3.1.1 概述

基本背景信息是组织与利益相关方进行有效沟通所必需的信息。这些信息将有助于利益相关方更好地理解社会责任报告,全面、系统、准确地把握该组织社会责任的发展现状和方向。

基本背景信息主要包括:组织概况、组织核心价值观与发展理念、组织最高管理者的社会责任观与承诺、社会责任战略、组织主要利益相关方等。

当报告范围仅为 6.2.1 所述组织某特定部分时,上述基本背景信息宜仅限于与该特定部分相关的信息。

6.3.1.2 组织概况

组织概况信息宜与组织社会责任相关,旨在帮助利益相关方了解组织的基本信息,主要业务活动范围、性质和规模,发展历程及业绩等。对于盈利性组织来说,其可通过阐述总体经营状况来展示其业绩;对于非盈利性组织来说,组织概况信息还包括支持其日常运行的财政和经济来源及其规模等信息。

当报告范围仅为 6.2.1 所述组织某特定部分时,上述信息宜仅限于与该特定部分相关的信息。

6.3.1.3 组织核心价值观与发展理念

组织核心价值观意指深深根植于组织内部并为组织全体员工认同且长久秉持的基本价值取向,是一整套系统化的、独特的组织价值评价准则。它是引领组织进行决策和活动的核心指导原则,反映了组织关于行为与否及对错与否等原则性立场和态度。对于组织来说,它相对稳定而持久,不会轻易改变,更不会因组织财务收益和短期目标而妥协。随着时代的进步,组织核心价值观也会不断发展和进步。在社会责任背景下,组织核心价值观宜将社会责任观融入其中,促进可持续发展宜成为组织的核心价值追求。

组织发展理念意指组织所担负的历史使命、所秉持的基本信念、所追求的创立宗旨、所遵循的发展哲学。它是组织系统化、本质化的管理思想,是组织的灵魂。组织的一切决策和活动均围绕这一个根本的核心思想来进行。在社会责任背景下,组织发展理念宜将社会责任理念融入其中。对于组织来说,组织发展理念是其所有社会责任活动的基本出发点和动力源泉。对于利益相关方来说,组织发展理念可有助于其准确认识和理解组织社会责任发展的基本逻辑、行动纲领、总体方向和思路。

除核心价值观和发展理念之外,有的组织还可能希望在社会责任感报告中向利益相关方单独披露组织的使命、精神和愿景等,以便突出强调其意义。组织使命主要是指组织对其在社会经济发展中所担负角色和责任的定位,既是组织存在的理由和依据,也是组织对自身和社会发展所作出的承诺。组织精神是指组织员工所具有的共同内心态度、思想境界和理想追求,阐明了组织的精神风貌和风气,亦可称之为“组织哲学”。组织愿景是指组织渴望实现的未来蓝图和境界,是组织整体发展方向和追求目标。

相关信息可参见 GB/T 36000—2015 中的 8.4.1 和 8.4.2。

当报告范围仅为 6.2.1 所述组织某特定部分时,除披露组织整体核心价值观和发展理念外,如果该特定部分还进一步制定了对本特定部分更具指导意义的价值观和理念,则宜一并予以披露。

6.3.1.4 组织最高管理者的社会责任承诺

最高管理者的社会责任承诺主要包括:将社会责任全面融入组织所有决策和活动之中;在遵守法律法规的基础上,致力于符合更高的社会和环境道德准则要求;为社会责任活动提供所需的资源保障(包括人力、物力、财力等各种资源)。

组织最高管理者的社会责任承诺可通过一份单独的董事长或总经理致辞等加以阐明。

相关信息可参见 GB/T 36000—2015 中的 8.4.1 和 8.4.2。

当报告范围仅为 6.2.1 所述组织某特定部分时,组织最高管理者的社会责任承诺宜由该特定部分最高管理者的社会责任承诺所代替。

6.3.1.5 社会责任战略

由于社会责任涉及组织的方方面面,关系到组织全局,因此,组织宜首先从其发展战略层面来考虑和规划其社会责任。通常,组织根据自身实际需要,既可制定单独的社会责任战略,也可将社会责任战略整合到组织发展战略之中。

社会责任战略意指用于统领和指导本组织中长期社会责任实践的谋略、方案 and 对策,一般包含以下四方面要素:社会责任方针、目标、方案和措施。社会责任方针宜基于组织核心价值观与发展理念确定,并与组织总体发展方针相一致,与其他组织管理方针相协调。

在社会责任报告中,组织宜披露其社会责任战略,并阐明社会责任战略与组织发展战略间的关系,以便于利益相关方更好地从总体上了解其社会责任的发展方向及状况。

在披露社会责任战略时,组织还可披露其实施战略的相关策略和方法。

相关信息可参见 GB/T 36000—2015 中的 8.4.1~8.4.3。

当报告范围仅为 6.2.1 所述组织某特定部分时,组织宜以该特定部分为对象确定社会责任战略。

6.3.1.6 组织利益相关方识别和沟通

虽然利益相关方随组织决策和活动的变动而不断发生变化,但由于组织基本的业务类型和活动性质具有相对稳定性,因此,组织主要利益相关方的群体类型亦具有相对稳定性。

一般地,组织主要利益相关方的群体类型可能包括:组织员工、当地政府公共管理部门、组织投资者(如股东、国有组织出资人等)、消费者(如客户、顾客等)、合作伙伴(如供应商、分包商、合同方等)、同业竞争者、所参加的社会组织(如行会或协会等)、所在社区、代表社会或环境利益的社会组织等。

仅就同一利益相关方群体类型(如组织员工)而言,随着组织具体决策和活动的不同,其所对应的特定利益相关方(如特定的组织员工个体)将各不相同(参见 GB/T 36000—2015 中的 6.3.1)。

社会责任报告不仅宜披露组织所识别的利益相关方群体类型(或其更进一步的特定群组),而且还宜披露组织与利益相关方沟通以及促其参与的各种方式、方法、途径和时间(参见 GB/T 36000—2015 中的 8.5)。

由于利益相关方组成具有多元化特性,对于如何识别并关注弱势群体及其需求,社会责任报告宜予以重点披露,例如:组织如何尊重和倾听包含弱势群体在内的所有权利主体的声音,帮助其自主实现自己的权利;如何特别关注对于女性、母亲、女童的影响;对于以儿童为重要服务对象的组织,如何以保护儿童最大利益为原则,促进儿童友好型的社会和环境的建立等。

当报告范围仅为 6.2.1 所述组织某特定部分时,利益相关方识别宜以该特定部分为对象来确定。

6.3.2 社会责任绩效信息

6.3.2.1 概述

社会责任绩效意指组织社会责任目标的实现程度。在社会责任报告中,社会责任绩效信息通常为利益相关方所期望了解的重要信息,也是组织在本报告期所应披露的主要信息。

社会责任绩效信息既包括可测量的结果,也包括难以测量的绩效方面,如:社会责任意识和态度、将社会责任融入组织、对社会责任原则的遵循情况等。社会责任绩效信息既可能是综合绩效信息,也可能是单项绩效信息。有时,为便于比较,社会责任报告还宜包含组织以往报告时段的相应绩效信息,以及本行业或类似组织的相应绩效信息。

组织宜根据 GB/T 36000—2015 中第 5 章所述的社会责任核心主题和议题(见表 1)来确定社会责任绩效信息。

表 1 社会责任核心主题和议题

核心主题	议 题
组织治理	决策程序和结构
人权	1.公民和政治权利 2.经济、社会和文化权利 3.工作中的基本原则和权利
劳工实践	1.就业和劳动关系 2.工作条件和社会保护 3.民主管理和集体协商 4.职业健康安全 5.工作场所中人的发展与培训
环境	1.污染防治 2.可持续资源利用 3.减缓并适应气候变化 4.环境保护、生物多样性和自然栖息地恢复
公平运行实践	1.反腐败 2.公平竞争 3.在价值链中促进社会责任 4.尊重产权
消费者问题	1.公平营销、真实公正的信息和公平的合同实践 2.保护消费者健康安全 3.可持续消费 4.消费者服务、支持和投诉及争议处理 5.消费者信息保护与隐私 6.基本服务获取 7.教育和意识
社区参与和发展	1.社区参与 2.教育和文化 3.就业创造和技能开发 4.技术开发与获取 5.财富与收入创造 6.健康 7.社会投资

在向利益相关方报告社会责任绩效时,组织宜将有关社会责任核心主题及其相关议题的目标与绩效信息一同包括在内。社会责任绩效宜公正和完整,既包括成绩,亦包括不足,还包括弥补不足的具体方式。

社会责任绩效信息的确定主要包括以下三方面:参考依据的选择、社会责任议题和绩效指标的确定、绩效信息的确定。

6.3.2.2 参考依据的选择

参考依据是指社会责任报告编写所依据的标准或准则等文件,例如本标准、GB/T 36000—2015、GB/T 36002—2015等。

对于社会责任等核心概念不一致或不兼容的标准或准则,组织不宜将其同时列入报告之中,以避免出现基本概念相互矛盾或混淆。

6.3.2.3 社会责任议题和绩效指标的确定

根据 GB/T 36000—2015 第 7 章的规定,组织社会责任活动包含组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运行实践、消费者问题、社区参与和发展等七项社会责任核心主题,每项核心主题又包含若干社会责任议题。每个组织的社会责任均可按上述七项核心主题来划分,并可按核心主题所含社会责任议题进一步细分,但每个组织的社会责任并不一定均含有 GB/T 36000—2015 第 7 章所述的全部社会责任议题。

关于社会责任议题的确认方法,GB/T 36000—2015 中的 6.2.2、8.3.2 和 8.3.4 给出了相关阐述。按照这些方法,组织不仅可以明确确认与其相关且重要的社会责任议题,而且还可确定处理这些议题的优先秩序。

针对自身所涉及的每项社会责任核心主题和议题,组织宜按照 GB/T 36002—2015 所述的绩效分类指引,来进一步开发和具体确定其所需披露的各项社会责任绩效指标。

6.3.2.4 绩效信息的确定

开展社会责任绩效评审是有效获取并确定其社会责任绩效信息的重要方法和途径。GB/T 36000—2015 中的 8.7 和 GB/T 36002—2015 为组织有效开展社会责任绩效评审活动提供了相关指南。组织宜针对其所确认的社会责任议题和绩效指标,基于社会责任绩效评审过程的结果,确定本报告期的社会责任绩效信息。

为便于利益相关方准确理解社会责任报告所披露的绩效信息,组织可能还宜同时披露对应的目标信息,必要时可能还宜披露相关且重要的实施过程和记录等。

组织对利益相关方关切的回应情况及结果,也是社会责任绩效信息的重要组成部分。

社会责任绩效信息既包含针对所确认的每项社会责任议题和绩效指标的信息,也包含组织总体社会责任绩效状况的综合信息。综合的社会责任绩效信息为组织持续改进其社会责任管理提供了重要依据,同时也为下一报告年度的社会责任管理指明了目标和方向。

7 报告编制

7.1 概述

一般地,组织编制和发布社会责任报告的流程主要包括以下六个步骤:

- a) 组建报告编制小组;
- b) 制订工作计划;
- c) 策划报告内容;
- d) 收集整理报告信息;
- e) 撰写报告并设计排版;
- f) 发布报告。

7.2 组建报告编制小组

组织宜组建报告编制小组,以便全面负责社会责任报告的编制和发布工作。为确保报告编制工作顺利并取得成功,报告编制小组负责人宜由组织最高管理层中专门负责社会责任工作的人员担任。报告编制小组成员宜包含组织内部的社会责任专业管理人员、职能部门和业务部门的代表等,必要时还可包含外部社会责任专家。对于大中型组织,报告编制小组成员还宜包含其下属组织的代表。

报告编制小组既可直接编写社会责任报告,也可将报告编写工作委托外部专业技术机构承担。当委托外部专业技术机构承担编写工作时,报告编制小组成员宜包含外部专业技术机构指定的代表。

7.3 制订工作计划

为确保报告编制工作有序开展,报告编制小组宜为报告编制工作制订工作计划。

工作计划宜包含报告编制小组成员的工作任务分工及相关职责、报告编制和发布的工作时间进度、关键工作控制点等。

对于定期发布财务报告的组织来说,社会责任报告的发布时间宜尽可能与财务报告保持同步。

7.4 策划报告内容

报告编制小组宜按照本标准第6章所述的策划方法来策划报告内容,包括报告框架、报告主题和报告信息等。

在各报告期,社会责任报告的框架和主题通常保持连续性。如果本报告期组织的社会责任活动发生重大变化或调整,或者为了对社会责任报告做出重大改进,那么报告的框架和主题也可随之进行调整或改进。

7.5 收集整理报告信息

为了收集整理信息,组织宜对本报告期的社会责任绩效进行评审(参见GB/T 36000—2015中的8.7和GB/T 36002—2015)。社会责任绩效评审过程是组织收集整理报告信息的重要途径。组织还可通过资料收集清单、问卷调查、访谈等多种形式收集信息。

报告信息既可包括文字信息,又可包括图片、视频、音频等信息;报告载体既可是纸质的,也可是电子的。为了增强说服力,报告信息可能还包括实践总结、典型案例等。

对于所收集到的信息,报告编制小组宜分类整理,并评审其时效性、完整性和准确性。如果条件允许,组织也可建立相关数据库或系统对所收集整理的信息进行有效管理。

7.6 撰写报告并设计排版

基于所收集整理的报告信息,报告编制小组宜根据报告内容的策划结果撰写报告草案。在报告撰写阶段,报告编制小组可视情况将报告草案在组织内征求意见,亦可向组织外部的主要利益相关方征求意见,以使报告草案的内容和质量更加完善。

为了增强报告的可读性并使报告更易于理解,报告编制小组可基于报告读者群的现状、报告具体内容和传播需要,根据报告发布载体(如纸件、电子文档等)的特点,综合考虑实用性和审美需要,对报告版式进行设计,包括文字、图片和表格的合理搭配等。对于同一组织来说,不同报告期的报告版式设计风格宜尽可能统一。这种统一的设计风格宜充分展现本组织的独特人文特性。

社会责任报告的版式风格可采取多种多样的形式,本标准无意确定某种统一的固定模式。

为便于读者反馈意见,社会责任报告宜在适当位置醒目标明意见反馈的便捷方式和渠道。

7.7 发布报告

报告发布可采取多种形式,如:新闻发布会、电话会议、网络会议、电视直播、向目标人群邮寄报告等。

8 提升社会责任报告的可信性

由于社会责任报告是对组织社会责任活动情况及其结果信息的披露,因此,从本质上来说,社会责

任报告的可信性主要取决于组织社会责任活动本身的可信性。如何增强社会责任的可信性,请参见GB/T 36000—2015中的8.6。

除了从提升社会责任活动本身的可信性入手之外,为了增强社会责任报告的可信性,组织还可在编写报告时采用以下各种有益的方法:

- 在认识到报告的性质取决于组织的类型、规模和能力的情况下,使所披露的社会责任绩效具有可比性,即不同时期的可比性以及同行报告的可比性;
 - 简要说明报告未涵盖某个(些)主题的理由,以此表明组织希望努力涵盖所有重要事项;
 - 采用严格且负责任的验证程序,以便能够追溯数据和信息的可靠来源并验证其准确性;
 - 通过利益相关方来证实报告:
 - 反映了组织的重大和相关议题;
 - 回应了利益相关方的关切和需求。
 - 通过以易为他方验证的类型或方式提供信息来确保报告透明,例如:组织可详尽披露信息的来源及统计数据的过程,而不仅仅报告有关绩效的统计数据;有时,组织还可通过一一列举活动所在地而使其有关供应链声明的可信性得到提升;
 - 使报告符合相关社会责任标准。
-

中 华 人 民 共 和 国
国 家 标 准
社 会 责 任 报 告 编 写 指 南
GB/T 36001—2015

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址 www.spc.net.cn

总编室:(010)68533533 发行中心:(010)51780238
读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

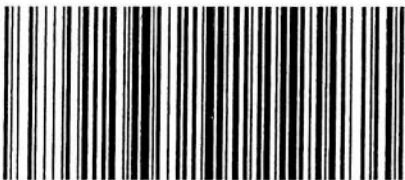
*

开本 880×1230 1/16 印张 1 字数 22 千字
2015年6月第一版 2015年6月第一次印刷

*

书号: 155066·1-51948 定价 18.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



GB/T 36001-2015