
实体连锁企业 互联网消费平台 社会责任实施指南 (2021 年版)

Guidance on Corporate Social Responsibility Management for Chain Stores & E-Commerce Platforms: 2021 Edition

关于本指南

适用范围

本指南适用于在中国境内以连锁经营模式发展的实体连锁企业，以及全渠道融合发展的互联网消费平台¹，业态包括零售业、餐饮业、生活服务业、电商行业等。应用涵盖上市及非上市企业，其他相关行业企业可根据实际情况参照使用。

术语解释

可持续发展：既能满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展²。

企业社会责任（简称CSR）：组织通过透明和合乎道德的行为为其决策和活动对社会和环境的影响而担当的责任³。

环境、社会和治理（简称ESG）：ESG是环境（Environmental）、社会（Social）和公司治理（Governance）的缩写。其中环境管理包括投入和产出；社会管理包括领导力、员工、客户和社区；公司治理包括透明度、独立性、薪酬和股东权利等方面⁴。

特别鸣谢

中国连锁经营协会（CCFA）政策协调委员会参与本指南；中国可持续消费圆桌成员企业，包括沃尔玛、迪卡侬、盒马鲜生、京东、永旺、呷哺呷哺、星巴克、利群、联华、美团、丝芙兰等提供信息支持。

商道纵横中国可持续发展案例中心团队编制本指南。

大道应对气候变化与促进中心提供资金支持。

说明

本指南致力于提供尽量完整、准确和及时的数据，不恰当之处请指正。此次为指南首次发布，后续将根据最新政策法规、全球可持续发展背景、更新的报告披露指引、证监会和交易所新规等，进行年度检视并定期更新指南内容。

1. 实体连锁企业与互联网消费平台的定义可参考：GB/T 18106-2021 零售业态分类、SB/T 10465-2008 连锁经营术语

2. 参考世界环境与发展委员会（WCED）在1987年发布的《我们共同的未来》中对可持续发展的定义

3. 参考GB/T 36000-2015 社会责任指南中对社会责任的定义

4. 参考高盛在2006年发布的《高盛环境政策：2006年终报告》中对环境、社会和治理方面的具体评价指标界定

目 录

引 言	1
指南要点	3
第一部分：建立企业社会责任指标体系	4
（一）识别企业社会责任实质性议题	4
（二）形成企业社会责任实质性议题清单	16
（三）制定企业社会责任管理指标体系	17
第二部分：制定企业社会责任战略与管理架构	25
（一）制定企业社会责任目标与战略	25
（二）明确首要责任：董事会对于企业社会责任管理全面负责	25
（三）设立企业社会责任协调部门，统筹社会责任实施工作	26
第三部分：分解企业社会责任目标，跟踪社会责任绩效	27
（一）分解社会责任目标，细化部门分工	27
（二）跟踪社会责任工作绩效	27
第四部分：披露企业社会责任信息	29
（一）制定企业社会责任信息披露的整体行动策略	29
（二）确定信息披露方式——撰写企业社会责任报告	29
（三）响应利益相关方期待，提升社会责任影响力	35
附录一：企业社会责任相关指标体系汇总	37
附录二：企业社会责任工作绩效追踪表	39
附录三：实体连锁企业及互联网消费平台 发布社会责任报告名单（部分）	49
附录四：英文缩略词索引（按首字母顺序）	51

引言

生态文明建设是新时代中国特色社会主义的一个重要特征，“十四五”时期我国进入新发展阶段，建设生态文明、推动绿色低碳循环发展，不仅可以满足人民日益增长的优美生态环境需要，而且可以推动实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展。与此同时，中国在参与全球气候治理工作中，正不断强化大国的承诺与担当。继习近平总书记于2020年9月首次提出“中国二氧化碳力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和”的目标以来，相关的“1+N”的政策体系也在紧锣密鼓地筹备中。2021年10月24日，作为“1”的《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》正式公布，而作为“N”的各领域的政策和指导性意见也将陆续推出。在促进生态文明建设方面，近期中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步加强生物多样性保护的意见》，并提出了政府主导，包括企事业单位在内的多元社会主体合力的原则。社会议题层面，第三次分配的政策导向明确了企业的公益责任，鼓励企业在自愿的基础上通过公益慈善对于社会资源和财富进行分配，持续致力于减少收入差距，促进共同富裕。经济的高质量发展是从量的增长向质的增长转换，旨在促进可持续发展；是兼顾质量与效率，以创新为第一动力、协调为内生特点、绿色为普遍形态、开放为必由之路、共享为根本目的的发展。

外部环境的变化重新定义了风险的范畴，同时随着ESG受到越来越多国家政府和监管机构的重视，兼顾环境、社会、公司治理因素的ESG投资逐渐从欧美走向全球，成为国际投资界主流趋势。根据MSCI出版的2021投资洞察报告，在面向包括不同类型的养老基金、主权基金、保险公司等在内的200家机构投资的调研中，资产管理规模超过2,000亿美元的机构投资者签署了至少一项ESG主题框架，其中79%的机构投资者表示将更频繁地开展气候风险评价。而根据全球可持续投资联盟（GSIA）统计数据，2020年全球发达国家的成熟市场中有35.9%的资产管理属于ESG投资，金额高达35.3万亿美元。同时，全球各个国家政府、证券交易所正积极推动ESG信息披露规则，特别在相对发达的国家和地区，企业社会责任或ESG信息披露正在从早期的鼓励性政策向强制性要求过渡。中国证监会在《上市公司治理准则》修订版中确立了ESG信息披露的基本框架以来，一系列政策密集出台，促进A股上市公司ESG信息规范化披露。今年以来，ESG信息披露的要求更是在新修订的上市公司年报、半年报格式指引及《上市公司投资者关系管理指引（征求意见稿）》中被明确提出。而国务院国资委在今年也明确将ESG纳入中央企业履行社会责任的重点工作。在投资者、评级机构、监管部门的共同推动下，企业持续强化可持续发展管理，将环境、社会风险纳入公司全盘风险评价及公司治理框架，并不断优化企业社会责任或ESG信息披露水平，将成为必然趋势。

据不完全统计，中国连锁经营协会发布的2020“中国连锁百强”中有38家企业已上市，其中13家于深交所上市，9家于港交所上市，16家于上交所上市。根据不同证券交易所的要求，约16家连锁企业基于不同的报告框架，发布了社会责任、ESG 或可持续发展报告。连锁企业作为服务业重

要支撑，在促进消费，推动国内国际双循环中发挥着不可替代的作用。根据中国连锁经营协会联合国家信息中心发布的《零售业对社会经济的影响》报告显示，“十三五”时期，我国零售业稳步增长，年均名义增速 3.4%，2020 年零售业规模超 4 万亿元人民币，约占 GDP 的 4.07%。同时，零售业广泛吸纳社会就业的基础性作用显著。在国家提出“双碳目标”的背景下，伴随连锁经营企业的不断转型发展，无论是上市公司还是非上市公司，部署可持续发展战略，强化ESG管理都已经成为一个不容忽视的问题。

从何入手开展企业社会责任建设，应该重点关注哪些议题，如何建立自上而下的有效管理机制等现实问题，是推动企业持续将可持续发展战略落实到行动层面必须要面对和亟待解决的。

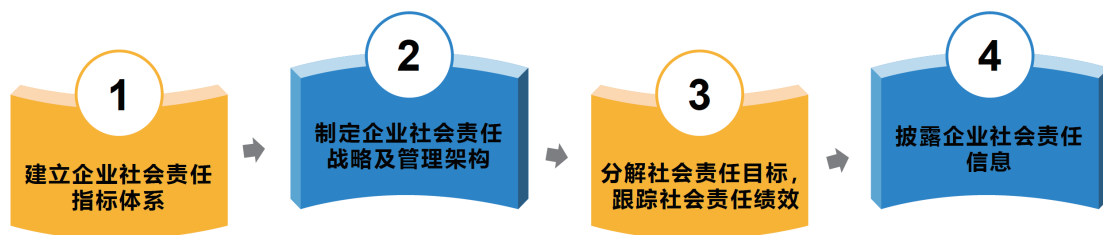
应对行业特定的需求与挑战，《实体连锁企业及互联网消费平台社会责任实施指南》适时推出，旨在为行业企业提供一整套行之有效的管理工具与工作方法，帮助企业持续提升社会责任管理水平及信息披露质量，主动应对监管要求、降低合规风险，进一步提高企业竞争力和创新力。

指南要点

Q1 为什么企业必须强化社会责任管理？

- 符合政策及监管要求
- 提升公司治理水平
- 获得潜在责任投资机会
- 响应消费者与社会的诉求
- 顺应绿色低碳循环发展主流化趋势

Q2 企业社会责任实施四步走方案



Q3 企业可以从本指南中获得哪些信息？

- 一份适用于实体连锁企业及互联网消费平台的社会责任实质性议题清单（见指南第一部分）
- 一套企业社会责任管理指标体系（见指南第一部分）
- 一个企业社会责任战略与管理架构（见指南第二部分）
- 一套完整的企业社会责任绩效跟踪工具（见指南第三部分及附录二）
- 一套完整的企业社会责任信息披露流程与框架（见指南第四部分）

第一部分：建立企业社会责任指标体系

走好第一步，非常重要！

实施建议：

- ※ 概览最新国家政策法规及通用的社会责任指标与评级体系；
- ※ 了解企业社会责任实质性议题框架的识别过程；
- ※ 获得一份实质性议题清单和一套管理指标体系，为企业社会责任战略制定做好准备。

（一）识别企业社会责任实质性议题

首先，通过对标相关政策法规要求与国家绿色低碳循环发展战略目标、同行企业的最佳实践、全球可持续发展目标与倡议、普适性披露标准、交易所ESG报告披露指引、ESG评级指标体系发展趋势与动向、及国内外社会责任管理指南，从中提炼出社会责任重点领域；其次，通过多样化的沟通渠道，对利益相关方展开调研，了解各方期待；之后，通过不同维度的重要性分析，对各项议题进行筛选，最终形成企业社会责任实质性议题清单。基于该清单，指南进一步为企业提供细化的管理指标，便于企业进行社会责任管理。

社会责任实质性议题识别过程



1. 对接政策法规要求

系统梳理、分析政策法规环境，是企业建立社会责任战略的关键一步。遵守各项法律法规是企业生存发展的底线，是企业合法经营、合规管理的基础。同时，不同议题维度、业态、地区的最新法规政策，也是企业制定社会责任战略的重要依据和风向标，为企业识别社会规范、防范合规风险、提升责任表现指明了方向。

基于《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》的总体要求，按照国家政策和法律法规两个维度，指南提供了相关的示例，聚焦环境、社会、公司治理三大领域，为企业社会责任战略建构、合规风险识别提供参考与借鉴，同时建议企业重点关注各项政策与法律法规中与公司业务相关的条款、奖励性规定和约束性条款。

通过相关政策和法律法规梳理，指南为企业提供了与业务关联度较高的实质性议题方向。

1) 环境方面的政策法规：

关注碳达峰、碳中和目标与资源循环利用等领域政策导向，包括气候变化、资源、能源、生态、排放、塑料污染治理、循环经济、碳排放权、环境信息披露等。重点的政策法规包括《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国循环经济促进法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国反食品浪费法》《国务院关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》等。

2) 社会方面的政策法规：

覆盖健康、民生、社会保障、公益、城乡发展、安全生产等多方面的政策导向。重点的政策法规包括《健康中国2030》《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》《中华人民共和国慈善法》《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国反食品浪费法》等。

3) 公司治理方面的政策法规：

涵盖合规经营、反洗钱、反垄断、反不正当竞争、信息安全等多方面的政策导向，重点法规包括《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反洗钱法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电子商务法》等。

相关政策法规信息举例

分类	国家政策	法律法规	可能涉及的实质性议题
环境	1. 《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》2021年10月，中共中央国务院印发 主要目标：到2025年，绿色低碳循环发展的经济体系初步形成，重点行业能源利用效率大幅提升。单位国内生产总值能耗比2020年下降13.5%；单位国内生产总值二氧化碳排放比2020年下降18%；非化石能源消费比重达到20%左右；森林覆盖率达到24.1%，森林蓄积量达到180亿立方米，为实现碳达峰、碳中和奠定坚实基础。 到2030年，经济社会发展全面绿色转型取得显著成效，重点耗能行业能源利用效率达到国际先进水平。单位国内生产总值能耗大幅下降；单位国内生产总值二氧化碳排放比2005年下降65%以上；非化石能源消费比重达到25%左右，风电、太阳能发电总装机容量达到12亿千瓦以上；森林覆盖率达到25%左右，森林蓄积量达到190亿立方米，二氧化碳排放量达到峰值并实现稳中有降。 到2060年，绿色低碳循环发展的经济体系和清洁低碳安全高效的能源体系全面建立，能源利用效率达到国际先进水平，非化石能源消费比重达到80%以上，碳中和目标顺利实现，生态文明建设取得丰硕成果，开创人与自然和谐共生新境界。	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国循环经济促进法》 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》 《中华人民共和国环境保护税法》 《中华人民共和国反食品浪费法》 《排污许可管理条例》 《生态环境标准管理办法》 《碳排放权交易管理办法（试行）》 《商务领域一次性塑料制品使用、回收报告办法（试行）》 《节能减排补助资金管理暂行办法》 	碳排放管理 资源管理 废弃物管理 环境合规 绿色消费

分类	国家政策	法律法规	可能涉及的实质性议题
环境	2.《2030年前碳达峰行动方案》 2021年10月，中共中央国务院印发 主要目标：“十四五”期间，产业结构和能源结构调整优化取得明显进展，重点行业能源利用效率大幅提升，煤炭消费增长得到严格控制，新型电力系统加快构建，绿色低碳技术研发和推广应用取得新进展，绿色生产生活方式得到普遍推行，有利于绿色低碳循环发展的政策体系进一步完善。到2025年，非化石能源消费比重达到20%左右，单位国内生产总值能源消耗比2020年下降13.5%，单位国内生产总值二氧化碳排放比2020年下降18%，为实现碳达峰奠定坚实基础。 “十五五”期间，产业结构调整取得重大进展，清洁低碳安全高效的能源体系初步建立，重点领域低碳发展模式基本形成，重点耗能行业能源利用效率达到国际先进水平，非化石能源消费比重进一步提高，煤炭消费逐步减少，绿色低碳技术取得关键突破，绿色生活方式成为公众自觉选择，绿色低碳循环发展政策体系基本健全。到2030年，非化石能源消费比重达到25%左右，单位国内生产总值二氧化碳排放比2005年下降65%以上，顺利实现2030年前碳达峰目标。 3.《关于统筹和加强应对气候变化与生态环境保护相关工作的指导意见》 2021年1月，生态环境部印发 主要目标：“十四五”期间，应对气候变化与生态环境保护相关工作统筹融合的格局总体形成，协同优化高效的工作体系基本建立，在统一政策规划标准制定、统一监测评估、统一监督执法、统一督察问责等方面取得关键进展，气候治理能力明显提升。到2030年前，应对气候变化与生态环境保护相关工作整体合力充分发挥，生态环境治理体系和治理能力稳步提升，为实现二氧化碳排放达峰目标与碳中和愿景提供支撑，助力美丽中国建设。 4.《十四五循环经济发展规划》 2021年7月，国家发展改革委员会印发 主要目标：到 2025 年，循环型生产方式全面推行，绿色设计和清洁生产普遍推广，资源综合利用能力显著提升，资源循环型产业体系基本建立。废旧物资回收网络更加完善，再生资源循环利用能力进一步提升，覆盖全社会的资源循环利用体系基本建成。资源利用效率大幅提高，再生资源对原生资源的替代比例进一步提高，循环经济对资源安全的支撑保障作用进一步凸显。 到 2025 年，主要资源产出率比 2020 年提高约 20%，单位GDP 能源消耗、用水量比 2020 年分别降低 13.5%、16%左右，农作物秸秆综合利用率保持在 86%以上，大宗固废综合利用率达到60%，建筑垃圾综合利用率达到 60%，废纸利用量达到 6000 万吨，废钢利用量达到 3.2 亿吨，再生有色金属产量达到 2000 万吨，其中再生铜、再生铝和再生铅产量分别达到 400 万吨、1150万吨、290 万吨，资源循环利用产业产值达到 5 万亿元。 5.《“十四五”塑料污染治理行动方案》 2021年9月，国家发展改革委员会印发 主要目标：到2025年，塑料制品生产、流通、消费、		

分类	国家政策	法律法规	可能涉及的实质性议题
环境	回收利用、末端处置全链条治理成效更加显著。在源头减量方面，商品零售、电子商务、外卖、快递、住宿等重点领域不合理使用一次性塑料制品的现象大幅减少，电商快件基本实现不再二次包装，可循环快递包装应用规模达到1000万个。回收处置方面，地级及以上城市因地制宜基本建立生活垃圾分类投放、收集、运输、处理系统。塑料垃圾向自然环境泄漏现象得到有效控制。 6.《国务院关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》2021年2月，国务院印发 主要目标。到2025年，产业结构、能源结构、运输结构明显优化，绿色产业比重显著提升，基础设施绿色化水平不断提高，清洁生产水平持续提高，生产生活方式绿色转型成效显著，能源资源配置更加合理、利用效率大幅提高，主要污染物排放总量持续减少，碳排放强度明显降低，生态环境持续改善，市场导向的绿色技术创新体系更加完善，法律法规政策体系更加有效，绿色低碳循环发展的生产体系、流通体系、消费体系初步形成。到2035年，绿色发展内生动力显著增强，绿色产业规模迈上新台阶，重点行业、重点产品能源资源利用效率达到国际先进水平，广泛形成绿色生产生活方式，碳排放达峰后稳中有降，生态环境根本好转，美丽中国建设目标基本实现。 7.《“美丽中国，我是行动者”提升公民生态文明意识行动计划（2021—2025年）》2021年2月，生态环境部等六部委印发 总体目标：到2025年，习近平生态文明思想更加深入人心，“绿水青山就是金山银山”理念在全社会牢固树立并广泛实践，“人与自然和谐共生”的社会共识基本形成。公民生态文明意识普遍提高，自觉践行《公民生态环境行为规范（试行）》，力戒奢侈浪费，把对美好生态环境的向往进一步转化为行动自觉，生产生活方式绿色转型成效显著。导向鲜明、职责清晰、共建共享、创新高效、保障有力的生态环境治理全民行动体系基本建立。 8.《关于建立健全生态产品价值实现机制的意见》2021年4月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发 主要目标：到2025年，生态产品价值实现的制度框架初步形成，比较科学的生态产品价值核算体系初步建立，生态保护补偿和生态环境损害赔偿政策制度逐步完善，生态产品价值实现的政府考核评估机制初步形成，生态产品“难度量、难抵押、难交易、难变现”等问题得到有效解决，保护生态环境的利益导向机制基本形成，生态优势转化为经济优势的能力明显增强。到2035年，完善的生态产品价值实现机制全面建立，具有中国特色的生态文明建设新模式全面形成，广泛形成绿色生产生活方式，为基本实现美丽中国建设目标提供有力支撑。 9.《环境信息依法披露制度改革方案》2021年5月，生态环境部印发 主要目标：到2025年，环境信息强制性披露制度基本形成，企业依法按时、如实披露环境信息，多方协作共管机制有效运行，监督处罚措施严格执行，法治建设不断完善，技术规范体系支撑有力，社会公众参与度明显上升。 		

分类		国家政策	法律法规	可能涉及的实质性议题
社会	社区发展	1.《健康中国2030》 2016年10月，中共中央、国务院印发 为推进健康中国建设，提高人民健康水平，根据党的十八届五中全会战略部署，制定本规划纲要。到2020年，建立覆盖城乡居民的中国特色基本医疗卫生制度，健康素养水平持续提高，健康服务体系完善高效，人人享有基本医疗卫生服务和基本体育健身服务，基本形成内涵丰富、结构合理的健康产业体系，主要健康指标居于中高收入国家前列。到2030年，促进全民健康的制度体系更加完善，健康领域发展更加协调，健康生活方式得到普及，健康服务质量和健康保障水平不断提高，健康产业繁荣发展，基本实现健康公平，主要健康指标进入高收入国家行列。到2050年，建成与社会主义现代化国家相适应的健康国家。 2.《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》 2021年1月，中共中央、国务院印发 目标任务：2021年，农业供给侧结构性改革深入推进，粮食播种面积保持稳定、产量达到1.3万亿斤以上，生猪产业平稳发展，农产品质量和食品安全水平进一步提高，农民收入增长继续快于城镇居民，脱贫攻坚成果持续巩固。农业农村现代化规划启动实施，脱贫攻坚政策体系和工作机制同乡村振兴有效衔接、平稳过渡，乡村建设行动全面启动，农村人居环境整治提升，农村改革重点任务深入推进，农村社会保持和谐稳定。 到2025年，农业农村现代化取得重要进展，农业基础设施现代化迈上新台阶，农村生活设施便利化初步实现，城乡基本公共服务均等化水平明显提高。农业基础更加稳固，粮食和重要农产品供应保障更加有力，农业生产结构和区域布局明显优化，农业质量效益和竞争力明显提升，现代乡村产业体系基本形成，有条件的地区率先基本实现农业现代化。脱贫攻坚成果巩固拓展，城乡居民收入差距持续缩小。农村生产生活方式绿色转型取得积极进展，化肥农药使用量持续减少，农村生态环境得到明显改善。乡村建设行动取得明显成效，乡村面貌发生显著变化，乡村发展活力充分激发，乡村文明程度得到新提升，农村发展安全保障更加有力，农民获得感、幸福感、安全感明显提高。 ……	《中华人民共和国慈善法》 《中华人民共和国基本医疗卫生与健康促进法》 《中华人民共和国突发事件应对法》 ……	供应商管理 社区发展 应急事件处理与保障 乡村振兴/共同富裕
	人才/雇佣	1.《关于人力资源和社会保障事业发展“十四五”规划的通知》 2021年6月，人力资源社会保障部印发 《规划》全面贯彻十九届五中全会精神、细化落实《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中关于人社领域的目标任务，是未来五年人社事业发展的重要指导性文件。 《规划》部署了“十四五”时期人社事业发展六个方面重点任务，包括：推动实现更加充分更高质量就业、健全多层次社会保障体系、激发人才创新活力、深化企业工资收入分配制度改革、构建和谐劳动关系、提高基本公共服务能力和质量等。在重点任务中设置了13个专栏，部署了一系列具有创新型、突破性的重大政策、重要改革举措、重点行动计划。	《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国劳动合同法》 《中华人民共和国职业病防治法》 《中华人民共和国工伤保险条例》 《残疾人就业条例》 《禁止使用童工规定》 ……	就业与雇佣 公平就业 员工职业健康安全 员工培训与发展

分类		国家政策	法律法规	可能涉及的实质性议题
社会	人才/雇佣	2. 《“十四五”就业促进规划》2021年8月，国务院印发《规划》提出七项重点任务。一是坚持经济发展就业导向，不断扩大就业容量；二是强化创业带动作用，放大就业倍增效应；三是完善重点群体就业支持体系，增强就业保障能力；四是提升劳动者技能素质，缓解结构性就业矛盾；五是推进人力资源市场体系建设，健全公共就业服务体系；六是优化劳动者就业环境，提升劳动者收入和权益保障水平；七是妥善应对潜在影响，防范化解规模性失业风险。 3. 《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的指导意见》2021年7月，人力资源社会保障部等八部委印发 为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，支持和规范发展新就业形态，切实维护新就业形态劳动者劳动保障权益，促进平台经济规范健康持续发展，经国务院同意，现提出以下意见：一、规范用工，明确劳动者权益保障责任；二、健全制度，补齐劳动者权益保障短板；三、提升效能，优化劳动者权益保障服务；四、齐抓共管，完善劳动者权益保障工作机制。 		
	产品责任	1. 《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》2021年9月，中共中央、国务院印发 发展目标：到2025年，知识产权强国建设取得明显成效，知识产权保护更加严格，社会满意度达到并保持较高水平，知识产权市场价值进一步凸显，品牌竞争力大幅提升，专利密集型产业增加值占GDP比重达到13%，版权产业增加值占GDP比重达到7.5%，知识产权使用费年进出口总额达到3500亿元，每万人口高价值发明专利拥有量达到12件（上述指标均为预期性指标）。 到2035年，我国知识产权综合竞争力跻身世界前列，知识产权制度系统完备，知识产权促进创新创业蓬勃发展，全社会知识产权文化自觉基本形成，全方位、多层次参与知识产权全球治理的国际合作格局基本形成，中国特色、世界水平的知识产权强国基本建成。 	《中华人民共和国食品安全法》 《中华人民共和国网络安全法》 《中华人民共和国电子商务法》 《中华人民共和国广告法》 《中华人民共和国消费者权益保护法》 《中华人民共和国安全生产法》 《中华人民共和国消防法》 《中华人民共和国特种设备安全法》 《危险化学品安全管理条例》 《生产安全事故应急预案管理办法》 《消费品召回管理暂行规定》 	商品质量与安全 商品创新与开发 知识产权管理与保护 负责任营销

分类		国家政策	法律法规	可能涉及的实质性议题
社会	产业发展	1.《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》 2021年3月，十三届全国人大四次会议表决通过 加快发展现代产业体系，巩固壮大实体经济根基。坚持把发展经济着力点放在实体经济上，加快推进制造强国、质量强国建设，促进先进制造业和现代服务业深度融合，强化基础设施支撑引领作用，构建实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的现代产业体系。 形成强大国内市场，构建新发展格局。坚持扩大内需这个战略基点，加快培育完整内需体系，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。 打造数字经济新优势。充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎。鼓励企业开放搜索、电商、社交等数据，发展第三方大数据服务产业。促进共享经济、平台经济健康发展。深入推进服务业数字化转型，培育众包设计、智慧物流、新零售等新增长点。…… 2.《“十四五”服务贸易发展规划》 2021年10月，商务部、国家发展改革委等24部门日前联合印发 《规划》要求，完善“数字贸易”促进政策，加强制度供给和法律保障。实施服务外包转型升级行动，加大技术创新力度，推动云外包企业积极拓展国际市场。促进传统服务贸易数字化转型，积极支持旅游、运输、建筑等行业开展数字化改造，支持签发区块链电子提单。 3.《“十四五”电子商务发展规划》 2021年11月，商务部、中央网信办、国家发展改革委日前印发。 在《规划》提出的消费数字化发展行动中，鼓励发展新一代沉浸式体验消费，加快文化资源数字化开发，丰富电子书籍、网络音乐、网络影视、线上演播、数字艺术等数字内容产品。引导影院、剧场、博物馆等拓展线上营销及交易渠道，丰富票务、衍生商品和服务供给。推动新兴数字服务消费，拓宽在线教育、远程医疗覆盖面，提升履约服务水平。 ……		经济增长 稳定物价 实体经济数字化转型
	公司治理	1.《关于强化反垄断深入推进公平竞争政策实施的意见》 2021年8月，中央全面深化改革委员会第二十一次会议通过 强化反垄断、深入推进公平竞争政策实施，是完善社会主义市场经济体制的内在要求。要从构建新发展格局、推动高质量发展、促进共同富裕的战略高度出发，促进形成公平竞争的市场环境，为各类市场主体特别是中小企业创造广阔的发展空间，更好保护消费者权益。 2. 中央财经委员会第九次会议 2021年3月 要坚持正确政治方向，从构筑国家竞争新优势的战略高度出发，坚持发展和规范并重，把握平台经济发展规律，建立健全平台经济治理体系，明确规则，划清底线，加强监管，规范秩序，更好统筹发展和安全、国内和国	《中华人民共和国公司法》 《中华人民共和国证券法》 《中华人民共和国反洗钱法》 《中华人民共和国专利法》 《中华人民共和国反垄断法》 《中华人民共和国反不正当竞争法》 《中华人民共和国网络安全法》 《中华人民共和国电子商务法》 《中华人民共和国数据安全法》	信息安全 平台责任 消费者隐私保护 董事会责任 商业道德及合规 反不正当竞争行为 反腐败反贿赂 企业文化引导

分类	国家政策	法律法规	可能涉及的实质性议题
	际，促进公平竞争，反对垄断，防止资本无序扩张。要加强规范和监管，维护公众利益和社会稳定，形成治理合力。要加强开放合作，构建有活力、有创新力的制度环境，强化国际技术交流和研发合作。要坚持“两个毫不动摇”，促进平台经济领域民营企业健康发展。	《中华人民共和国个人信息保护法》	

2. 对标全球可持续发展目标/倡议

伴随全球对于可持续发展共识的强化，企业在实施社会责任的过程中也越来越关注对可持续发展议题的融入。2015年《联合国可持续发展目标》发布，为全世界共同采取行动，保护地球，改善所有人的生活和未来，实现在社会、经济和环境三个维度的可持续发展提供了基本方向和指引，同时也成为所有国家制定各自可持续发展规划的主要参考。积极响应这些目标与号召，有助于企业识别全球优先事项，用核心能力应对全球化挑战，加强品牌影响力，并在其中发现商业持续增长的动力。

联合国发布的可持续发展目标/全球契约十项原则主要信息如下表：

全球可持续发展目标/倡议

	联合国可持续发展目标（SDGs）	全球契约十项原则（UNGC）
关注议题	- 目标1: 无贫穷 - 目标2: 零饥饿 - 目标3: 良好健康与福祉* - 目标4: 优质教育 - 目标5: 性别平等* - 目标6: 清洁饮水和卫生设施* - 目标7: 经济适用的清洁能源* - 目标8: 体面工作和经济增长* - 目标9: 产业、创新和基础设施* - 目标10: 减少不平等* - 目标11: 可持续城市和社区* - 目标12: 负责任消费和生产* - 目标13: 气候行动* - 目标14: 水下生物 - 目标15: 陆地生物 - 目标16: 和平、正义与强大机构 - 目标17: 促进目标实现的伙伴关系	- 企业应该尊重和维持国际公认的各项人权* - 企业绝不参与任何漠视与践踏人权的行为* - 企业应该维护结社自由，承认劳资集体谈判的权利* - 企业应该消除各种形式的强迫性劳动* - 企业应该支持消灭童工制* - 企业应该杜绝任何在用工与职业方面的歧视行为* - 企业应对环境挑战未雨绸缪* - 企业应该主动增加对环保所承担的责任* - 企业应该鼓励开发和推广环境友好型技术* - 企业应该反对各种形式的贪污，包括敲诈勒索和行贿受贿*

注：*建议实体连锁企业及互联网消费平台应重点关注的领域。

3. 对标被广泛采用的企业社会责任议题框架

对标被广泛采用的议题框架，为企业筛选、识别出可以产生价值，并一定程度上对企业财务绩效有实质性影响的可持续发展因素和高适用性的社会责任关键议题。通过对此类指引，能够帮助企业从中发现并提炼出与其自身业务相关度高的议题，让各利益相关方及投资者更了解企业可持续发展的机会与能力。

常用的可持续标准覆盖内容及框架比较见下表：

被广泛采用的社会责任信息披露指引

	全球报告倡议组织 (GRI) 《可持续发展报告指南》	可持续发展会计准则 (SASB准则)	气候相关财务信息披露框架 (TCFD)
关 注 议 题	经济层面 • 经济绩效* • 市场表现 • 间接经济影响 • 采购行为* • 反腐败* • 反不正当竞争行为* • 税务* 社会层面 • 雇佣* • 劳资关系 • 职业健康和安全* • 培训与教育* • 多元化与机会平等* • 非歧视 • 结社自由与集体谈判 • 童工 • 强迫与强制劳动 • 安保实践 • 原住民权利 • 人权评估 • 当地社区* • 供应商社会评估* • 公共政策 • 客户健康与安全* • 市场推广与产品标识* • 客户隐私* 环境层面 • 物料* • 能源* • 水资源与污水* • 生物多样性 • 废气排放 • 污水和废弃物* • 环境合规* • 供应商环境评估*	零售行业* • 能源管理 • 数据安全 • 劳工实践 • 员工多元化与包容性 • 产品采购、包装与营销 电商行业* • 硬件设施能源与水资源管理 • 数据隐私与广告标准 • 数据安全 • 员工招聘、包容性与绩效管理 • 产品包装与配送	公司治理层面 • 董事会对气候相关风险和机遇的监督情况* • 管理层在评估和管理气候相关风险和机遇中的作用* 战略层面 • 识别出的短、中、长期气候相关风险与机遇* • 气候相关风险对业务、战略与财务计划的影响* • 投资策略在不同气候相关情景（包括升温2摄氏度或以下情景）的韧性 风险层面 • 识别和评估气候相关风险的流程 • 管理气候相关风险的流程* • 将气候相关风险整合到风险管理的流程 指标与目标层面 • 用于评估气候相关风险和基于的指标 • 范围1、2、3温室气体排放及相关风险* • 用于管理气候相关风险和基于的目标, 及实现目标的表现*

注：*建议实体连锁企业及互联网消费平台应重点关注的领域。

4. 对标上市公司ESG报告披露指引要求

对于已上市的企业来说，在梳理社会责任实质性议题时则应重点参考其上市地交易所出台的ESG报告披露指引。此类规范性指引为上市企业指出了明确的ESG管理领域，并提供清晰的信息披露框架，助力企业提高ESG水准。通过对标，上市公司能够更有针对性地就关键领域开展社会责任管理，并且更有规范地进行ESG信息披露。

相关组织机构及主要交易所发布的上市公司ESG报告披露指引要求汇总如下表：

上市公司ESG报告披露指引要求

交易所	香港联交所	中国证监会	上海证券交易所	深圳证券交易所	纳斯达克交易所	纽约证券交易所
指引	《环境、社会及管治报告指引》	《上市公司治理准则》	《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》	《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》	《ESG报告指南2.0》	《可持续发展报告最佳实践》
关注议题	管治层面 • 董事会声明* 环境层面 • 排放物* • 资源使用* • 环境及天然资源* • 气候变化* 社会层面 • 雇佣* • 健康与安全* • 发展及培训* • 劳工准则* • 供应链管理* • 产品责任* • 反贪污* • 社区投资*	• 尊重银行及其他债权人、员工、客户、供应商、社区等利益相关者的合法权利 • 积极践行绿色发展理念,将生态环保要求融入发展战略和公司治理过程 • 主动参与生态文明建设,在污染防治、资源节约、生态保护等方面发挥示范引领作用 • 在保持公司持续发展、提升经营业绩、保障股东利益的同时,在社区福利、救灾助困、公益事业等方面,积极履行社会责任	公司的年度责任报告应至少包括如下几点: • 公司在促进社会可持续发展方面的工作,例如对员工健康及安全的保护、对所在社区的保护及支持、对产品质量的把关等 • 公司在促进环境及生态可持续发展方面的工作,例如如何防止并减少污染环境、如何保护水资源及能源、如何保证所在区域的适合居住性、以及如何保护并提高所在区域的生物多样性等 • 公司在促进经济可持续发展方面的工作,例如如何通过其产品及服务为客户创造价值、如何为员工创造更好的工作机会及未来发展、如何为其股东带来给高的经济回报等	• 股东和债权人权益保护 • 职工权益保护 • 供应商、客户和消费者权益保护 • 环境保护与可持续发展 • 公共关系和社会公益事业 • 制度建设与信息披露	环境层面* • 温室气体排放 • 排放强度 • 能源使用 • 能源强度 • 能源结构 • 水资源使用 • 环境行动 • 气候监督/委员会 • 气候监督/管理 • 气候风险缓解 社会层面* • 首席执行官薪酬比率 • 性别薪酬比率 • 员工流动率 • 性别多元化 • 临时员工比率 • 非歧视 • 工伤率 • 全球健康与安全 • 童工与强迫劳动 • 人权 公司治理层面 • 董事会多元化 • 董事会独立性 • 激励薪酬 • 集体谈判 • 供应商行为准则 • 道德与反腐败 • 数据隐私 • ESG报告 • 披露实践 • 外部保证	环境层面* • 废弃物 • 能源 • 排放 • 生物多样性 • 水资源 社会层面* • 员工关系与发展 • 多样化与包容性 • 职业健康与安全 • 社区关系 • 人权 • 强迫劳动 • 隐私 • 数据安全 公司治理层面 • 董事会监督 • 董事会多样化 • 风险管理 • 股东权益 • 反腐败 • 执行层薪酬 • 税务策略

注: *建议实体连锁企业及互联网消费平台应重点关注的议题

5. 了解负责任投资理念及ESG评级指标

ESG评级正在成为投资者制定投资组合时的重要依据。除了参考上述交易所出台的ESG报告披露指引，对于上市公司而言，还应关注ESG评级。基于ESG评级，投资者可以通过观测企业ESG的表现，评估其投资行为和企业（被投对象）在环境、社会、公司治理风险管理方面的能力，及促进经济可持续发展、履行社会责任等方面的贡献。同时，企业获得更高的ESG评级表现意味着其在降本增效、降低系统性风险、提高运营效率和合法合规等方面具有卓越的表现，因而受到越来越多投资者的青睐。各评级机构结合自身评级体系的基本框架，形成了各有特色的ESG评价，如明晟（MSCI）将评级结果归为行业领先水平、行业平均水平、落后行业水平三类。

国际市场主要ESG评级指标框架信息汇总如下表：

国际市场ESG评级指标

	明晟（MSCI）ESG评级	道·琼斯可持续发展指数（DJSI） 企业可持续发展评级（CSA）	恒生可持续发展指数 评级	CDP全球环境信息研究中心评级
关注议题	环境层面 - 气候变化* - 碳排放 - 产品碳足迹 - 财务环境影响 - 对于气候变化的脆弱性 - 自然资源* - 水资源压力 - 原材料采购 - 生态多样性与土地利用 - 污染物与废弃物* - 有害排放与废弃物 - 包装材料与废弃物 - 电子垃圾 - 环境机会* - 清洁技术机会 - 绿色建筑机会 - 再生能源机会* 社会层面 - 人力资本 - 劳动力管理 - 人力资本发展 - 健康与安全 - 供应链劳工标准* - 产品责任 - 产品安全与质量* - 生化安全 - 金融产品安全 - 隐私与数据安全* - 负责任的投资 - 健康与人口风险 - 利益相关方冲突 - 采购争议* - 社会机会 - 社区* - 金融 - 医疗保健 - 健康与营养	零售行业* - 环境层面 - 环境相关信息披露 - 环境政策及管理系统 - 运营的生态效益 - 气候策略 - 食物流失与浪费 - 包装 - 社会层面 - 社会相关信息披露 - 劳工实践指标 - 人权 - 人力资源发展 - 人才吸引与保留 - 企业公民与企业慈善 - 职业健康与安全 - 最低工资 - 治理层面 - 公司治理 - 关键、重要性议题识别管理 - 风险与危机管理 - 商业行为准则 - 消费者关系管理 - 政策影响 - 供应链管理 - 品牌管理 - 税收策略 - 信息安全/网络安全系统有效性 - 隐私保护 - 产品质量&召回管理 - 新兴市场策略	企业管治* - 商业道德 - 有争议的投资 人权 - 言论与信仰自由 - 践踏人权 劳动实务 - 劳工关系管理 - 员工健康与安全 - 供应商层面的童工或强迫劳动 环境* - 土地利用及生物多样性 - 泄露和污水 - 有害或无害废弃物对产品和服务的影响 公平营运* - 反竞争行为 - 贪污受贿 消费者议题* - 市场营销与广告 - 产品质量与安全 - 消费者关系 社区参与和发展* - 对当地社区的负面影响	气候变化* - 公司治理 - 董事会对气候相关议题的监督 - 设置气候相关议题的管理职能或管理委员会 - 提供气候相关议题的奖励机制 - 气候相关风险与机遇 - 商业战略 - 排放目标和绩效 - 排放方法学 - 排放数据 - 排放细分 - 能源 - 排放数据审验 - 碳定价 - 合作 - 其他土地管理影响 水* - 当前状况 - 业务影响 - 水相关风险评估流程 - 风险和机遇 - 设施级别水核算 - 公司治理 - 商业战略 - 目标 森林* - 当前状况 - 森林相关风险评估程序 - 森林相关风险与机遇 - 公司治理

	明晟（MSCI）ESG评级	道·琼斯可持续发展指数（DJSI） 企业可持续发展评级（CSA）	恒生可持续发展指数 评级	CDP全球环境信息研 究中心评级
关注 议题	治理层面 - 企业治理 - 董事会多元化* - 高管薪酬 - 所有权与管制 - 会计 - 企业行为 - 商业道德* - 反竞争行为* - 税务透明 - 腐败与不稳定* - 财务系统不稳定			- 商业战略 - 实施 - 障碍及挑战

注：*建议实体连锁企业及互联网消费平台应重点关注的议题

小贴士：

近年来，明晟（MSCI）、标普道琼斯指数等在内的国际指数评级体系均完成了对A股市场的纳入，助力中国上市公司ESG治理水平提升的同时，其在评价方法，风险评定、指标选取等方面，对于中国企业来说存在一些不适用性。随着ESG投资理念在中国的快速发展，国内多种类型的机构，包括银行、基金公司、证券公司等多元化的金融机构、独立咨询公司、学术机构等也不断推出自主开发的ESG评级体系和产品，但各家机构的侧重点不同，指标覆盖面不同，在评级结果上存在明显差异。

“ESG评级是ESG体系建设的关键环节，中国亟待构建接轨国际、符合国情的ESG评级体系。”在“ESG中国论坛2021夏季峰会”上，国资委领导指出：国务院国资委将推动立足中国经济社会全局、顺应全球发展趋势的ESG评级体系建设。加快建设符合中国国情的，由权威机构推出的，统一、科学的ESG评价体系，对于中国企业全面提升ESG治理水平意义凸显。

6. 对标社会责任管理指南

为推动企业社会责任规范有序实施，近年来，国际及国家统一标准陆续出台，普遍适用于所有类型的组织。这些标准及指南工具为社会责任管理建立了统一的基础概念体系，规定了社会责任的原则、核心主题和议题，并为社会责任管理和实施提供了指引，帮助企业在遵守法律法规和基本道德规范的基础上实现更高的社会价值，从而最大限度地促进可持续发展。实体连锁企业及互联网消费平台可以以此类社会责任标准及指南工具为依托，在梳理社会责任实质性议题时，将其中的重点领域融入自身社会责任工作内容，实现与国际及国家标准的接轨。

国内外企业社会责任标准所关注的议题见下表：

社会责任管理指南

	《社会责任指南》（ISO26000）	《社会责任指南》（GB/T 36000-2015）
关注 议题	- 人权 - 组织管理 - 劳工实践 - 环境 - 公平运营 - 消费者议题 - 社区参与和发展	- 人权 - 组织治理 - 劳工实践 - 环境 - 公平运行实践 - 消费者议题 - 社区参与和发展

国内典型连锁企业及互联网消费平台社会责任关注议题——企业调研信息分析背景：

在本指南的编写过程中，以中国连锁百强企业中的上市公司为主要研究对象，我们选取典型业态的重点企业，根据其所发布的年度社会责任/可持续发展/ESG等三类报告信息，以及所收集到部分会员企业反馈的专题调查问卷信息，经总结、梳理和分析发现，在环境、社会及公司治理领域，实体连锁企业及互联网消费平台普遍关注以下几个重点议题：

- 环境领域：碳排放管理、废弃物处理、可持续采购及环境合规等。
- 社会领域：商品质量与安全、供应商管理、人才与雇佣、保障民生、乡村振兴、稳定物价、提升经济效益等。
- 公司治理领域：信息安全、反腐败、反不正当竞争行为、商业道德与合规、董事会责任等。

7. 利益相关方调研与重要性评估

在完成对上述政策法规要求、国内外指标体系及行业实践的对标后，企业可以利用问卷调查、访谈等形式对利益相关方展开调研，综合考虑利益相关方重点关注的社会责任议题，进一步筛选出有利于创造共享价值的实质性议题。

（二）形成企业社会责任实质性议题清单

通过对典型企业的调查，以及对接以上宏观政策、相关法律法规等要求，对标各社会责任指标及评级体系，围绕环境、社会、公司治理三个领域，提出实体连锁企业及互联网消费平台应重点关注的24个社会责任实质性议题清单。该清单将为包括零售业、餐饮业、生活服务业、电商业等在内的实体连锁企业及互联网消费平台实施社会责任工作提供明确的方向。

企业社会责任实质性议题清单

社会责任领域		实质性议题
环境		能源碳排放管理
		资源管理
		废弃物管理
		环境合规
社会	商品与服务	商品质量与安全
		商品充足供应
		知识产权管理与保护
		顾客消费体验
		负责任营销
	供应商建设管理	供应商管理
	人才与雇佣	就业与雇佣
		员工职业健康与安全
		员工培训与发展

社会责任领域		实质性议题
社会	社区发展	乡村振兴/城乡融合发展
		环保与公益慈善
		灾难紧急救援
		可持续消费
		行业发展
公司治理		董事会责任
		信息安全
		商业道德及合规
		反不正当竞争行为
		反腐败反贿赂
		企业文化

（三）制定企业社会责任管理指标体系

基于以上梳理出的社会责任实质性议题清单，本指南进一步建立了企业社会责任管理指标体系框架。为满足不同业态、实体及在线不同商业形态的责任管理需求，框架内容尽可能地保证包容性，提出行动建议、定性的管理建议和量化数据要求等，供企业在实施中参考，具体见下表。同时建议企业在应用中，对照并参考此指标建议，对实际应用场景中所有潜在的热点履责领域进行全面盘查。

企业社会责任管理指标体系表

领域	一级指标	二级指标	指标描述
环境	强化能源及碳排放管理	确定企业碳排放边界并核算碳排放量	- 企业使用化石燃料产生的直接排放（范围1），指来自企业可控制的边界内，直接使用燃煤、燃油、燃气等化石燃料而产生的CO₂排放。 - 固定排放源包括：企业自有或租用的门店、办公楼、员工食堂等经营场所因供暖、供冷、供电等经营活动消耗的各种化石燃料； - 移动排放源包括：企业拥有的物流车辆消耗的燃油； - 外购电力热力所产生的间接排放（范围2），指来自企业可控的边界内，外购电力、热力所隐含的CO₂排放。 - 固定排放源包括：企业自有或自营的门店、办公楼、数据中心、物流中心等经营设施消耗的外购电力； - 移动排放源包括：企业拥有的物流车辆消耗的电力。 - 供应链上下游及消费环节隐含CO₂排放量（范围3）。指企业可控的边界内所有未包含在范围1、2中的CO₂排放，范围3排放通常包括15个通用条目，根据行业不同，排放源也会有差异。对于连锁经营和互联网消费平台来说，主要排放源包括并不仅限于： - 通过外包服务或租赁使用数据中心及物流中心所对应的燃料或电力消耗及CO₂排放量； - 一级供应商产品运输及购买商品物流、配送服务所对应的燃料或电力消耗及CO₂排放量；

领域	一级指标	二级指标	指标描述
环境	强化能源及碳排放管理	确定企业碳排放边界并核算碳排放量	– 员工通勤及差旅的交通工具燃料或电力消耗量及CO2排放量； – 运营过程产生废弃物的处置过程的CO2排放量； – 商品流通过程消耗包装材料的生产过程以及处置过程的CO2排放量； – 商品生产加工、用户使用以及最终处置回收过程的CO2排放量。 *计算参考： GB/T 33760基于项目的温室气体减排量评估技术规范 通用要求； 温室气体核算体系（Greenhouse Gas Protocol）； 范围3温室气体核算体系（Greenhouse Gas Protocol–Scope 3 Evaluator）； ISO 14064–1:2018温室气体—第一部分：组织层级温室气体排放和清除的量化和报告指南； ISO14064–2:2019温室气体—第二部分：项目层级温室气体减排或清除增加的量化、监测和报告指南
		计算碳排放强度	企业CO2排放强度，反映企业在行业中的CO2排放绩效水平，让企业的碳排放绩效更具有行业可比性。通常强度指标包括：单位产值、营业额、单位增加值CO2排放量。对于以零售门店为主的企业，通常也包括单位营业面积CO2排放量。
		设置节能减排目标与关键路径	• 基于基线排查结果和企业业绩持续增长的预期，设置企业实现碳达峰、碳中和（净零碳排放）的年份目标。目标的设定需要兼顾总量和强度双控。 • 识别最有减排潜力的关键环节，建立细分目标及实施路径。 • 零售企业碳达峰、碳中和（净零碳排放）年份目标通常只覆盖范围1和范围2，由于范围3的排放源太过于庞杂，核算边界又因企业而异，在目标设置上很难有一个具体的时间表，往往会通过全面考察范围3的减排潜力，制定一个减排总量目标。 *目标设定参考： 国家《2030年前碳达峰行动方案》相应目标； 科学碳目标倡议(SBTi)–目标指南
		制定节能减排行动计划并跟进目标进程	• 基于目标与关键路径制定行动计划，关键措施包括并不仅限于： – 优化能源结构，提升可再生能源利用率； – 持续推进低碳运营，提升能效； – 强化碳资产管理，参与碳权交易； – 依托范围3高潜力节能减排领域，设置减排总量目标促进供应链和消费端全面减排。 – 参与碳金融，比如申请绿色信贷、发行绿色债券等； – 推进碳汇，比如植树造林等。 量化行动的节能减排效益，持续跟进并公布目标进展，并根据落实情况及时调整策略，促进目标达成。
	优化资源管理	水资源使用核算与管理	• 核算边界：零售门店、办公楼、数据中心、物流转运中心及其他营运设施，包括并不仅限于清洁卫生、食品加工及空调系统运行等。 量化指标：包括总耗水量（吨）和耗水密度（密度通常表示为单位产量、单位设施、单位面积的耗水量）

领域	一级指标	二级指标	指标描述
环境	优化资源管理	运营环节包装材料总量和密度双控	核算边界：运营环节包装材料主要指用于门店经营场所、物流中心、商品配送中使用的包装材料，包括并不仅限于纸箱、塑料购物袋、纸袋、填充物、胶带等。 量化指标：使用总量(吨)，密度指每单位产品使用的包装重量。
		设立节水及减少包装耗材的目标与关键路径	依据企业具体运营情况，设置公司层面的整体节水和包材减量年份目标。同时设定关键路径，包括并不仅限于：减量、重复利用、循环再生、自然资源保护。
		制定资源管理行动计划并跟进目标进展	- 基于目标与关键路径制定行动计划，主要措施包括并不仅限于： - 水资源管理：部署节水设施；科学用水，提升水资源使用效率；强化水资源循环使用；优化排水管理；参与水源保护等。 - 包装材料管理：包装减量化、替代、回收、循环再利用等。 量化减量效益，持续跟进并公布目标推进进展，并根据落实情况及时调整策略，促进目标达成。
	强化废弃物管理	对废弃物进行分类、核算与管理	核算边界：对门店、办公楼、数据中心、物流中心及其他营运设施中所产生废弃物。其中有害废弃物，指被列入国家危险废物名录或者根据国家制定的危险废物鉴别标准和鉴别方法被认定为具有危险特性的废物，需要进行特别处理。 *废弃物名录参考： 《国家危险废物名录（2021年版）》 量化指标：重量（吨），密度主要指单位建筑面积、营业面积等产生的废弃物排放量。
		对于餐厨废弃物、可回收物（除可回收包装材料）核算、管理	核算边界：门店、办公楼、数据中心、物流中心及其他运营设施中所产生的餐厨废弃物、可回收物（除包装材料外）、及其他废弃物。 量化指标：重量（吨）密度主要指单位建筑面积、营业面积等产生的废弃物排放量。
		制定整体减废目标与关键路径	对于所有运营设施废弃物减排设置年份目标，并制定关键路径。
		制定废弃物减排行动计划并跟进目标进展	基于目标与关键路径制定行动计划，主要措施包括并不仅限于在不同营运场景开展废弃物分类、减量、再利用、末端处理、回收、循环再生等措施。 量化减排效益，持续跟进并公布目标推进进展，并根据落实情况及时调整策略，促进目标达成。
	加强环境合规	建立环境违规事件处理程序	针对环境违法违规所接受的处罚事件，是否建立了公司管理政策及处理、整改程序。

领域		一级指标	二级指标	指标描述
社会	商品与服务	保障商品质量与安全	强化商品质量安全管理	- 建立规范完善的质量、食品安全管理体系； - 针对产品/食品采购规则、包装规范、物流配送等各个环节建立质量安全管控规范； - 对于重要品类（如冷链商品、动物性商品、进口商品、农副产品等）实行重点检查等。
			完善商品召回政策与实施	对产品召回的种类、时限及处置手段等进行规范要求，保证在售产品如果出现质量或安全问题时，能够得到及时有效的处理等。
			建立客户投诉处理流程及整改措施	应对消费者投诉的一般性流程，及采取整改的措施与行动。
		保障商品充足供应	保障商品供应、稳定物价	在极端天气、自然灾害、公共应急事件时，供应链的保障能力及对于稳定物价所带来的积极影响。
		知识产权管理与保护	制定维护及保障知识产权的相关政策	包括但不限于产品专利、商标、版权、域名、侵权投诉及维权打假等。
		提升顾客消费体验	持续提升顾客满意度	通过定期的顾客调研、满意度调查等方式，了解并响应顾客期待，持续提升顾客的购物体验 and 满意度。
			保障顾客安全	- 实体零售企业顾客安全保障措施主要包括门店消防、突发性事件响应、反恐防暴等； - 互联网消费平台主要关注消费者信息安全保障。
			推动商品创新与开发	强化消费者洞察，把握消费趋势，加快产品研发和新新品上市速度，不断满足市场持续细分化和升级的消费需求。
		开展负责任营销	强化企业视觉识别系统管理和广告内容管控	严格管理企业视觉识别系统及广告内容，确保合规和符合公序良俗。
			建立涉及产品/服务信息与标识的违规事件处理及整改措施	建立处理违规事件的实施流程与应对机制，以跟进、监督、评估相应的整改措施行动。
	供应链建设管理	供应商管理	评价供应商环境与社会影响	建立公司自身的供应商社会&环境评价系统，设立相关指标对供应商的情况进行评价。 - 供应商主动参与评价： - 可持续发展战略宣称 - 工作场所环境、健康与安全机制 - 鼓励多元化与包容性的职场环境 - 资源管理目标与措施 - 节能减排目标与措施 - 社会公益 - 其他相关方面 - 供应商被动评价：环境、社会相关违法、违规风险事件监测
			将供应商环境、社会绩效融入公司供应商准入及优先合作政策	在公司供应商管理政策中，将供应商的环境、社会绩效作为供应商准入、优先合作、剔除的关键因素。
			建立供应商环境、社会违规处理程序及措施	设置环境、社会方面违法违规事件的处理程序，并建立相应的处理措施，比如不予继续合作、限期整改等等。

领域		一级指标	二级指标	指标描述
社会	供应链建设管理	供应商管理	赋能中小供应商发展	利用供应链的影响力，通过采购、能力建设等方式支持中小供应商发展。 *可参与行业行动： “CCFA扶持中小生产企业提升市场能力计划” 2017年，CCFA联合多家连锁超市，专业第三方机构共同发起“扶持中小生产企业提升市场能力计划”（扶小计划），通过制定并实施统一的供应商审核标准，扶持中小规模食品生产企业建立食品安全管理体系并持续运行，实现阶梯式产品质量提升；减少不同零售商验厂审核次数，实现供应链降本增效。
			推行绿色可持续采购	制定相关采购制度与实施目标，提高对产品可持续标准的了解与应用，加强与供应商的绿色合作，提高认证的绿色可持续产品采购比例。
	人才与雇佣	促进就业与雇佣	积极促进就业	在一定时间区间招聘的员工总数（人），体现对解决社会就业的贡献。
			降低员工流动率，提升运营稳定性。	- 在特定的时间区间，按照性别、年龄、地区分布等计算相应组别流失的员工总数和流失率。 - 了解不同群组员工流失的重要原因并提出应对措施，提升员工职场满意度，促进稳定运营。
			提供完善的福利保障计划	指根据国家相关的法律法规要求，及公司的人才价值观，为员工提供完善的福利保障计划，包括并不仅限于，五险一金，绩效奖金、年终奖金、股权激励等。
			推动职场多元化	建立多元化与包容的职场环境，让不同性别、民族、国际、文化背景的员工都获得平等的发展机会，促进人尽其才、才尽其用。
			完善雇佣保障政策	保障公平就业；禁止童工、及强迫性劳动等。
		促进员工职业健康与安全	建立员工职业健康与安全措施，及相应的管理体系	- 企业为员工创造健康、安全的职业发展环境，针对风险点建立政策和管理机制； - 通过政策、培训、倡导，提升员工的安全意识； - 营造健康向上的企业文化等。
		促进员工培训与发展	强化员工能力建设	企业为了促进员工的职业技能提升及全面发展所建立的培训政策、机制、资源与文化。 *可参考CCFA发布的相关团体标准和指南： 《零售店店长岗位要求》（2018） 《品类管理岗位规范》（2019） 《零售数据分析岗位规范》（2019） 《中国零售业直播带货操作指南》（2021）
			建立差异化的培训发展规划	企业按不同岗位、职级等需求，为员工建立更有针对性的培训及发展规划。 *可参考CCFA发布的相关团体标准和指南： 《连锁经营管理师》（2020）（国标） 《中国连锁行业培训体系建设标准》（2021）

领域		一级指标	二级指标	指标描述
社会	社区发展	推进乡村振兴/城乡融合发展	加强县域商业体系建设	参与“县域商业建设行动”，支持建立完善县域统筹、以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系，全面促进农村消费。
			促进农产品产销对接	积极推动农商互联和农产品产销对接工作，促进农民收入和农村消费双提升。 *可参考CCFA发布的初级农产品系列验收标准： • 《初级农产品食品安全管理要求（种植类）》（T/CCFAGS 006-2019） • 《初级农产品食品安全管理要求（畜禽类）》（T/CCFAGS 008-2019） • 《初级农产品食品安全管理要求（水产类）》（T/CCFAGS 009-2019）
		灾难紧急救援	应急事件处理流程、应急预案等	应对自然灾害、公共安全事件门店、办公楼、数据中心及物流中心等运营场所采取的紧急响应制度及措施。 *可参考CCFA发布的相关团体标准和指南： • 团体标准《连锁经营企业突发事件应急及业务连续性管理指南》（T/CCFAGS 020-2020） • 《超市经营场所突发性公共卫生事件防控指导手册》（2020年） • 《餐饮连锁企业突发性公共卫生事件防控指导手册》（2020年） • 《零售门店洪涝灾后复工指南》（2021年） • 《餐饮门店洪涝灾后复工指南》（2021年）
		环保与公益慈善	组织或参与环保与社会类公益活动	企业通过现金、实物、技能、时间等多元方式支持多元化的环境保护与社会公益活动。在项目的甄别上可以重点考察政策鼓励的热点社会议题；连接企业的资源禀赋，比如门店、平台影响力；更容易调动顾客兴趣与参与意愿。
			参与公益活动的员工志愿者数量与服务时长	员工投入公益志愿服务的人数（人）和总时长（小时）
			环保与社会类公益的资金投入（现金、实物等）	企业支持环保、公益项目所投入的现金金额及实物价值（元）
		促进可持续消费	推出绿色、低碳属性的产品与服务	逐步丰富绿色可持续认证产品的品类；向消费者主动传递产品的绿色低碳信息；推广低碳消费理念与生活方式解决方案，为消费者带来更多可持续产品的选择。
			建立消费者沟通机制，融入市场营销活动	将可持续发展理念融入日常的顾客沟通策略，及营销活动，在平台、门店开展可持续消费、生活方式倡导。统计活动次数（次），影响及参与人数（人）。
			提供产品回收渠道	利用门店触点、平台物流通道打通回收通路，让消费者切身参与废旧产品的循环回收。
		促进行业发展	参与行业政策建议	积极参与行业政策法规提案，讨论，促进行业共治。
			推动行业可持续发展共建	就行业发展的挑战和机遇参与行业协会组织的日常讨论，分享最佳实践和路径，积极参与经验交流，就行业发展关键方向与战略提供建设性的意见，推动行业可持续发展共建。

领域	一级指标	二级指标	指标描述
公司治理	强化董事会责任	促进董事会多元化	设立正式、公开的董事会多样性政策，促进董事会提名过程中的性别、民族、国籍或文化背景等多样性因素。
		评估社会责任相关风险及机遇	由董事会评估公司的环境、社会、公司治理相关风险及机遇。
		制定社会责任目标、战略及管理体系	由董事会制订公司的环境、社会及公司治理的管理方针、策略、优先级及目标；确保设有适当和有效的环境、社会及公司治理风险管理及内部监控系统。
		跟踪并监督社会责任工作进展	由董事会就相关目标定期评价公司的环境、社会及公司治理的表现。
		审批社会责任报告的披露资料	由董事会负责审批通过社会责任报告等相关披露资料。
		推动公司业绩的持续增长	由董事会积极推动公司治理和公司业绩的稳步增长，切实维护公司和全体股东的合法权益。
	保障信息安全	保障数据安全	- 企业可通过以下举措强化数据安全能力建设： - 设立信息安全和风控相关部门，建立安全管理体系； - 主动识别信息安全风险； - 通过数据加解密、数据防泄漏等技术手段，对系统安全和外部攻击等进行监测和防护。 量化指标：是否进行信息安全风险识别与说明，数据泄露影响的顾客数量，获得的安全认证等。
		保护消费者隐私	- 企业可通过以下举措保护消费者隐私： - 设立企业层面的消费者隐私保护政策； - APP/网站/会员系统上线前经过全面隐私保障评估，例如尽可能减少个人信息收集等； - 通过管理举措和技术手段（加密、信息脱敏、权限控制等）确保用户隐私安全。 量化指标：是否有消费者隐私保护政策，涉及个人识别信息的比例，个人信息被用作非必要用途的用户数量，经证实侵犯用户隐私的投诉数量等。
	保障商业道德及合规	遵守法律法规和相关行业标准	坚持依法合规经营，遵守商业道德，在公司内部设立合规部，监督企业内部操作规范，及时纠正违规违纪的行为。
	反不正当竞争行为	建立反不正当竞争防范体系	在内部建立反不正当竞争防范管理体系，遵守市场秩序，防范市场混淆、商业贿赂、引人误解的虚假宣传、侵犯商业秘密、低价倾销、违反规定的有奖销售、商业毁谤等不正当竞争行为，以保护消费者和同行企业的合法权益。
		降低法律诉讼事件数量及频率	降低法律诉讼事件数量及频率；针对已经发生的法律诉讼事件，积极配合监督检查，并承担相应法律责任及赔偿。

领域	一级指标	二级指标	指标描述
公司治理	反腐败反贿赂	评估腐败风险	开展以腐败为重点的风险评估，或将腐败列入企业总体风险评估的风险因素。
		设置反腐败培训课程	定期向董事会、公司管理层及员工开展反贪腐培训，以强化提升企业上下的反贪腐意识。 *可参考： CCFA团体标准《连锁经营企业反商业贿赂管理体系成熟度自我评价指引》(T CCFAGS 015-2019)及培训课程
		降低贪污腐败诉讼案件频率	针对已发生的诉讼事件，积极配合监督检查，并承担相应法律责任，同时加强内部管理层及员工培训，提升意识。
		建立腐败事件举报制度	设置完善的贪污腐败举报制度，在企业内部和公开渠道设立监督和举报途径；对于已经发生的腐败事件，及时开除或处分相关员工/与业务合作伙伴终止合同等。
	引导企业文化	开展文化宣导活动	建立积极向上的企业文化，将其传导到每一个员工，并融入到企业的战略框架中。

第二部分：制定企业社会责任战略与管理架构

知行合一，
开启实施的关键一步！

实施建议：

- ※制定清晰的企业社会责任目标与战略；
- ※建立社会责任管理架构，及内部沟通渠道；
- ※系统有序地组织开展相关工作。

（一）制定企业社会责任目标与战略

在完成对社会责任实质性议题的识别之后，企业则应制定相应的社会责任目标与战略。首先，聚焦重点领域，即环境、社会和公司治理领域；其次，基于其自身经营特点，主动发挥行业特长，进一步厘清与自身业务活动有机结合的方向，并建立董事会的参与机制、社会责任管理与考核机制、以及信息披露规范流程等一系列机制和行动保障，最终实现企业在社会责任领域的目标与愿景，创造更深远的影响力和长久价值。

企业社会责任战略框架



*根据公司发展阶段的不同，在社会责任领域若有设定量化目标则对应填写，若无量化目标，则填写相关的承诺表述或政策条款。

依据以上社会责任战略的基础框架，企业在实践中可以结合实际情况，在此基础上对细分策略进行调整，以适应自身发展需求。

（二）明确首要责任：董事会对于企业社会责任管理全面负责

良好的社会责任管理架构是确保企业社会责任战略与业务发展战略有机融合的前提。企业社会责任的管理应自上而下展开，引入董事会参与机制、制定管理目标、识别并评估社会责任领域风险，形成董事会参与社会责任治理的规范化和常态化。

小贴士：为什么董事会参与社会责任管理如此重要？

越来越多前瞻性的公司将ESG议题纳入董事会和专项委员会的沟通日程中，以推动ESG表现得到切实提升。美国投资者责任研究中心在2018年针对标普500指数成分股企业展开了可持续发展信息披露的研究，其中42%的企业（212家）声明“正式指定了其董事会委员会负责对可持续发展议题进行监督”，38%的企业（191家）在面向股东的“委托投票说明书”中讨论了公司的社会责任或可持续发展表现。

香港联交所旧版《ESG报告指引》中提出“董事会负责评估及厘定发行人有关ESG的风险，并确保发行人设立合适及有效的 ESG 风险管理及内部监控系统。管理层应向董事会提供有关系统是否有效的确认。”2020年7月1日正式生效的新版《ESG报告指引》进一步对董事会对ESG风险管理负责提出了更高要求，强制要求企业披露董事会声明，阐述董事会对于ESG事务的参与和管理情况，包括：

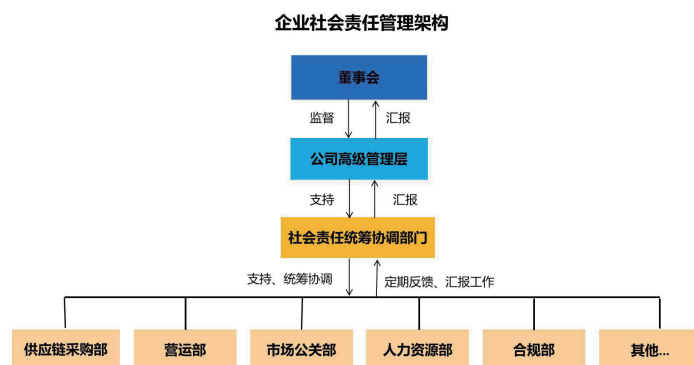
- 董事会对 ESG 事宜的监管；
- 董事会对 ESG 事宜的管理方针及策略，包括评估、优次排列及管理重要ESG相关事宜的过程；
- 董事会如何按照 ESG 相关目标检讨进度，并解释它们如何与发行人业务有关联。

因此可以看出，建立并完善由董事会参与的ESG管治架构已是大势所趋。董事会参与ESG管理及报告过程非常重要，因为这样可以让董事会更好地了解公司，并向公司其他成员传达董事会重视环境、社会及管治汇报的信息，进而整体提升公司的ESG工作效率，并确保未来持续不断的资源配置。

（三）设立企业社会责任协调部门，统筹社会责任实施工作

在董事会的带领下，公司应进一步建立整体社会责任管理架构，组建包括高管在内的社会责任工作统筹协调部门，对社会责任工作的开展和执行负责。

在日常的管理中，该部门作为中枢应当与其他业务部门建立有效的内部沟通渠道，对相关事宜及时作出决策，制定工作计划，并及时跟踪目标与工作进程。同时，为各业务部门开展社会责任工作提供必要的支持，包括提供科学的工具及方法，项目资源、信息支持等，还可以通过定期组织内部培训或宣讲，在企业内部实现社会责任理念价值的长期有效的传递。其他相关业务部门中也应当设立相应的社会责任负责人，统筹该部门社会责任项目的实施，并及时与中枢协调部门对接资源，提高社会责任工作效率。



依据此框架，企业可以进一步从目标与战略的制定开始，通过社会责任组织架构搭建、目标分解、绩效追踪及信息披露，逐步展开社会责任工作，持之以恒形成规范化的管理流程。

第三部分：分解企业社会责任目标，跟踪社会责任绩效

有序有效，
开展工作的扎实一步！

实施建议：

- ※进一步厘清企业社会责任目标分解的逻辑；
- ※了解企业社会责任绩效追踪工具，记录工作进程和内容详情；
- ※为之后的社会责任信息披露打下基础。

（一）分解社会责任目标，细化部门分工

为了不同层级的管理者和员工都能够明确各自履行社会责任的方向与目标，企业应结合自身部门设置、职能分工等情况对社会责任工作进行具体分配。首先，企业应当明确对社会责任工作进行统筹协调并统一管理的部门；其次，将社会责任目标层层分解到各职能部门及各业务单元，细化为岗位职责和具体的工作内容。我们基于对典型企业推进企业社会责任工作实施情况的调研、分析与梳理，议题分解详见下表：

企业社会责任各部门议题分解

指标		主要负责部门（包括但不限于）	关联议题或工作领域
环境相关指标		物流、供应链、采购、零售运营等	碳排放管理、能源管理、资源使用、废弃物处理、环境合规等
社会相关指标	商品及服务	品控、商品开发、采购、市场营销、品牌公关、门店营运、售后服务等	商品质量与安全、顾客体验、商品创新与开发、负责任营销、商品可持续供应、知识产权保护等
	供应商管理	供应链、物流、采购、法务等	可持续采购、供应商环境与社会影响评估原则与方法、供应商不合规事件（环境与社会）处理政策与措施等
	人才与雇佣	人力资源部门	就业与雇佣、员工健康与安全、员工培训与发展等
	社区发展	企业社会责任、品牌公关、人力资源、财务、政府事务等	环保与社会公益、灾难紧急救援、乡村振兴/共同富裕、可持续消费等
公司治理相关指标		董事会、法务、内控合规、信息化管理、政府事务等	董事会责任、信息安全、反腐合规、内控合规等

（二）跟踪社会责任工作绩效

社会责任实施的绩效追踪与考核是促进企业社会责任管理常态化的保障。通过建立社会责任绩效跟踪体系、灵活运用社会责任绩效管理工具，可以强化企业各岗位、各部门及各业务单元的责任意识，督促履责行为落实；同时通过持续跟进，可以更加清晰和直观地了解到企业在社会责任领域中的“短板”，进一步识别社会责任风险与机遇，提升整体履责水平。

工具示例：HiESG企业环境、社会及公司治理绩效管理信息系统

HiESG系统应用先进的信息化技术，为企业提供高效的ESG信息管理工具，提高企业ESG量化信息获取的便捷性、准确性、及时性，助力企业ESG信息披露、绩效管理与整体提升。HiESG内融合了国际通用GRI、ISO26000、主流证券交易所ESG报告指引等标准和指引；整合并实时更新中国ESG领域相关法律法规和政策；内嵌各行业标准版模板，将ESG指标分解为具体披露项；同时，系统内信息可以直接生成管理表单，用于ESG绩效分析及报告披露，大大提高ESG信息管理效率。

基于对相关绩效管理工具的总结，本指南特别设计了《企业社会责任工作绩效追踪表》（以下简称绩效追踪表），以帮助企业更加高效地整合信息，便于衡量各岗位、部门及业务单元的工作表现和效率。

企业可针对自身情况将表格分发于不同的业务部门，并由社会责任统筹管理部门进行定期的成果验收，实现社会责任工作落实的可追溯性，强化社会责任管理。

《企业社会责任工作绩效追踪表》示例如下：

领域	一级指标	二级指标	指标描述	目标 / 政策	参与工作的关键部门	负责人	相关社会责任工作/项目	工作进程与主要成就			目标达成 / 持续优化
								2022	2023	...	
环境	强化废弃物管理	制定整体减废目标与关键路径	对于所有运营设施废弃物减排设置年份目标，并制定关键路径。								
		制定废弃物减排行动计划并跟进目标进展	基于目标与关键路径制定行动计划，主要措施包括并不仅限于在不同营运场景开展废弃物分类、减量、再利用、末端处理、回收、循环再生等措施。量化减排效益，持续跟进并公布目标推进进展，并根据落实情况及时调整策略，促进目标达成。								
		加强环境合规	建立环境违规事件处理程序	针对环境违法违规所接受的处罚事件，是否建立了公司管理政策及处理、整改程序。							
商品与服务	保障商品质量与安全	强化商品质量管理	·建立规范完善的质量、食品安全管理体系； ·针对产品/食品采购规则、包装规范、物流配送等各个环节建立质量安全管控规范； ·对于重要品类（如冷链商品、动物性商品、进口商品、农副产品等）实行重点检查等。								
		完善商品召回政策与实施	对产品召回的种类、时限及处置手段等进行规范要求，保证在售产品如果出现质量或安全问题时，能够得到及时有效的处理等。								
		建立客户投诉处理流程及整改措施	应对消费者投诉的一般性流程，及采取整改的措施与行动。								

注：*完整表单请参考附录二

绩效追踪表中要求企业明确每项社会责任工作的具体目标、参与工作的关键部门及负责人，并提供时间线便于企业记录工作进展与相关成效。运用绩效追踪表来记录社会责任工作进展，同时可以为之后的信息披露打下基础。

第四部分：披露企业社会责任信息

**公开透明，
价值共创的坚实一步！**

实施建议：

- ※制定与设计企业社会责任信息披露的整体策略和流程；
- ※了解相关标准、指南工具，确定报告撰写形式、原则、框架；
- ※明确信息披露的关键内容；
- ※确定传播策略，对齐利益相关方期待。

（一）制定企业社会责任信息披露的整体行动策略

企业需根据自身在社会责任领域的发展阶段和需求，制定信息披露的行动策略。主要包括：

1. 信息披露的频率和类型：

定期披露：通常以CSR/ESG报告的形式进行年度定期披露；

日常披露：日常汇总亮点绩效和重点案例，通过企业的官方网站、社交媒体账户、线下门店、媒体等公开渠道进行主动传播。

2. 针对企业不同发展阶段的信息披露策略：

已建立清晰的企业社会责任战略的企业：基于识别出的实质性议题清单，日常对信息进行梳理和汇总。在定期的报告披露外，主动对企业社会责任的关键进展进行主动披露和沟通，以应对潜在的评级需求，强化品牌责任领导力。

未有成型的企业社会责任战略的企业：基于识别出的实质性议题清单，主要参考指南下文所提供的一般性流程进行定期的报告披露，并持续强化企业社会责任工作的日常管理与信息披露。

（二）确定信息披露方式——撰写企业社会责任报告

报告是企业进行社会责任信息披露的最常见形式之一。通过报告，系统性地对企业社会责任工作进行总结和信息披露。据统计，中国连锁经营协会发布的“2020年中国连锁百强”中38家上市企业，有16家曾通过发布报告的形式进行信息披露，发布形式包括单独发布报告或在年报中披露相关信息。完整名单请参见附录三：实体连锁企业及互联网消费平台发布社会责任报告名单(部分)。

1. 报告形式

根据企业的类型（上市/非上市）及信息披露的定位（对象和用途等）不同，企业社会责任信息披露报告通常分为两种形式：

- 《企业社会责任报告》（简称CSR报告），或称《可持续发展报告》（简称SD报告）

基于不同企业的性质、偏好等，会选择不同的报告名称，但一般来说CSR报告与SD报告从披露内容、方法、规范、适用标准上较为相似。所有类型企业均可通过CSR/SD报告进行信息披露，强化责任品牌。

- 《环境、社会及治理报告》（简称ESG报告）

ESG报告是一类规范性非财务信息报告，证券交易所建议或要求上市公司进行年度ESG信息披露。

露，供投资者分析公司的ESG风险和绩效。ESG报告可独立发布，也可作为年报中的一章与年报同时发布。

两种类型的报告具体区别如下表：

CSR/SD报告与ESG报告比较		
报告类型	CSR报告/SD报告	ESG报告
报告用途	使用场景包括客户、政府、公众、媒体等利益相关方沟通，兼顾信息披露和品牌传播	满足证券交易所ESG信披要求、投资者、ESG评级要求
主要标准	GRI、SDGs、ISO、国家标准（GB）等	香港联交所、上/深交所ESG标准、纳斯达克ESG报告指南2.0等
核心内容	从利益相关方多角度呈现公司社会价值；包含丰富案例图文，数字图形化，强化阅读性，建立公司特色责任品牌	管理方针、实践、量化绩效、风险与处置
发布形式	独立发布，发布时间灵活性高，没有固定周期限制	通常每年发布，可作为年报中的一章与年报同期发布，也可独立发布（根据香港联交所于2020年7月生效的新规，要求公司在财年结束后5个月内发布ESG报告）

注：CSR/SD及ESG两种类型的报告均可分别独立发布，也可合二为一，成为兼顾ESG信息披露和品牌传播诉求的全面报告。

2. 报告编制原则

遵循报告原则是实现高质量CSR/ESG报告的基础。不同的标准/指引均对报告内容、质量和信息呈现方式等方面提出了原则性要求，为上市公司提升信息披露的质量提供了借鉴与参考。下表以GRI标准（最为常用）和香港联交所《环境、社会及管治报告指引》（半强制性要求上市企业披露ESG信息）为例：

不同标准/指引中的报告原则对比		
GRI标准		香港联交所 《环境、社会及管治报告指引》
界定报告内容所依据的报告原则	界定报告质量所依据的报告原则	
- 利益相关方包容性 - 可持续发展背景 - 实质性 - 完整性	- 准确性 - 平衡性 - 清晰性 - 可比性 - 可靠性 - 时效性	- 重要性 - 量化 - 平衡 - 一致性

小贴士：

不同标准/指引中均强调的重要原则

实质性/重要性：

报告中应披露体现企业的重大经济、环境和社会影响的议题，或对企业利益相关方的评估和决策有实质性影响的议题。

量化性：

有关历史数据的关键绩效指标和目标须可被计量，使企业相关政策及管理系统的效益可被评估及验证。

平衡性：

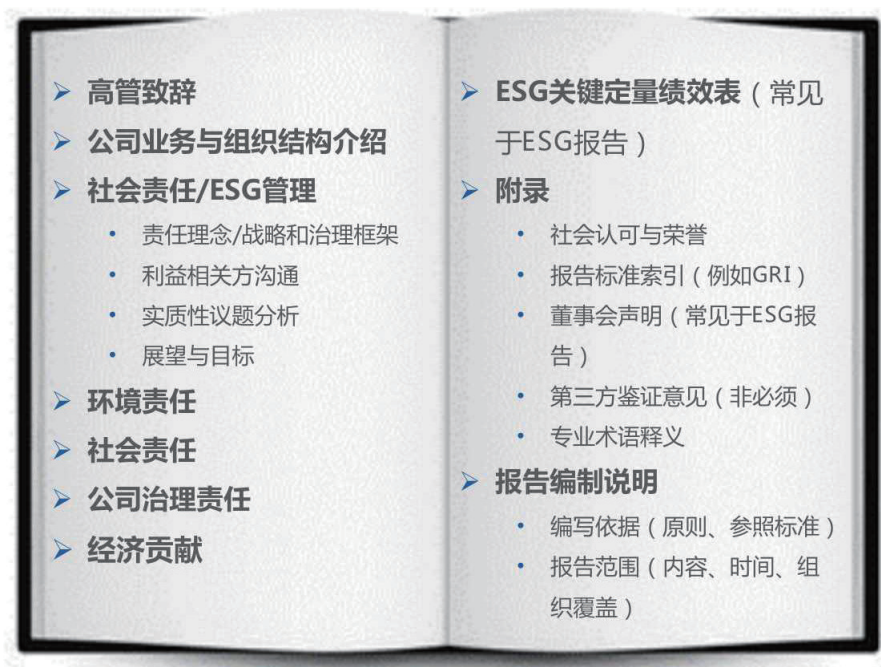
报告的信息应无偏见地反映企业的表现（正面和负面），以便读者对企业的总体表现作出合理评估。

一致性：

企业应使用一致的披露统计方法，令环境、社会及公司治理数据日后可作有意义的比较。

3. 报告内容框架

一本完整的CSR/ESG报告需基于实质性议题划定内容边界，根据一定的报告原则和指引进行组织。具体而言，通常包含以下核心内容：



报告中需披露的关键指标及相应的参考指引、计算方法，请参见附录二：企业社会责任工作绩效追踪表。

4. 信息披露标准和指引参考

报告编制的前期研究及内容编写阶段，企业可根据自身需求参考不同的标准和指引，兼顾所在行业性及区域性标准要求，针对性地进行信息披露。具体的信息披露标准和指引请见如下表格：

普适性信息披露标准和指引相关信息

报告标准	- 全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》 - 可持续发展会计准则（SASB准则） - 气候相关财务信息披露框架（TCFD）
管理指南	- 联合国可持续发展目标（SDGs） - 全球契约十项原则（UNGC） 《社会责任指南》（ISO26000） 《社会责任指南》（GB/T 36000-2015）
上市公司标准	- 香港联交所《环境、社会及管治报告指引》 - 纳斯达克证券交易所《ESG报告指南2.0》 - 纽约证券交易所《可持续发展报告最佳实践》 - 上海证券交易所《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》 - 深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》
ESG评级指标	- 明晟（MSCI）ESG评级 - 道·琼斯可持续发展指数（DJSI）企业可持续发展评级（CSA） - 恒生可持续发展指数评级 - CDP全球环境信息研究中心评级

地方标准	- 上海市企业社会责任标准 (DB31/T421-2008)
行业标准	- 中国电子信息行业社会责任指南 - CSC9000T 中国纺织服装企业社会责任管理体系 - 商界社会责任倡议 (amfori BSCI) - 商界环境绩效倡议 (amfori BEPI)

注：具体的标准/指引介绍及原文链接，请参见附录一：企业社会责任相关指标体系汇总。

同时，不同的上市公司ESG指引也主要参照主流的报告标准制定，包括GRI、SASB、TCFD和CDP等。因此，在编写报告时需注意对照不同的标准，具体区别和适用性请见如下表格：

不同ESG报告指引所参照的披露标准及框架对比

交易所	ESG指引文件	年份	参照的报告标准及框架			
			GRI	SASB	TCFD	CDP
香港联交所 HKEX	《如何编备环境、社会及管治报告：环境、社会及管治汇报指南》	2020	✓	✓	✓	
纳斯达克证券交易所 Nasdaq	《ESG报告指南2.0》“ESG Reporting Guide 2.0: A Support Resource for Companies”	2019	✓	✓	✓	✓
纽约证券交易所 NYSE	《可持续发展报告最佳实践》“Best Practices for Sustainability Reporting”	2021	✓	✓	✓	
上海证券交易所	《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》	2008				
深圳证券交易所	《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》	2006				

注：各地交易所ESG指引中重点参照的报告标准¹

5. 报告编制的一般性流程

企业CSR/ESG报告的编制过程主要分为研究、编写、发布三个阶段，并可延伸至CSR传播以及ESG管理提升等更为全面的流程。

企业CSR/ESG报告的编制流程如下表：

1. 来源：<https://sseinitiative.org/esg-guidance-database/>

企业CSR/ESG报告的编制流程

阶段	前期研究	资料采集	内容编写	设计排版	报告发布
具体步骤	- 成立项目组 - 报告方案沟通 - 可持续发展背景分析 - 指引与标准对标 - 政策对标 - 同业对标 - 相关方调研与沟通 - 实质性分析 - 设定报告边界 - 可持续发展战略框架草图与后期完善	- 存量资料收集 - 确定部门联络人 - 报告编制内部培训&启动会 - 制定信息收集表，收集数据和文字、图片素材 - 管理层、重点部门与子公司访谈 - 信息梳理及汇总	- 报告图文编写 - 内容反馈修改 - 编制关键量化绩效表* - 指标复核 - 信息披露审核 - 标准对标与索引表 - 第三方审验(非必选) - 报告图文定稿	- 设计提案沟通 - 设计与排版 - 修改与校对 - 合规部门审核 - 管理层审核 - 报告设计定稿 - 英文版制作(如需)	- 传播规划 - 传播素材准备：新闻稿、亮点绩效长图/H5等 - 正式发布：发布会等形式 - 提交证券交易所* - ESG风险与绩效管理提升、评级管理* - 投资者ESG沟通回应*
重要工具	实质性议题调查问卷&实质性议题分析矩阵	信息收集表	—	—	—

注：*标注星号为ESG报告的针对性步骤，对于其他类型报告并非必要流程。

6. 报告编制的重要工具介绍

在CSR/ESG报告编制的过程中，重要工具包括实质性议题调查问卷和实质性议题分析矩阵（前期研究阶段）、信息收集表（资料采集阶段）等，以下将分别介绍。

• 实质性议题调查问卷&实质性议题分析矩阵

通过对标分析识别出企业需要重点关注的议题后，进行利益相关方共建，对内部、外部利益相关方和CSR/ESG专家进行问卷调研和访谈，筛选出有利于创造共享价值的战略议题，形成实质性议题分析矩阵。其中，较高实质性议题应作为在报告中重点披露的议题，并根据数据可获取情况确定报告范围与边界。

xx企业CSR/ESG实质性议题调查问卷

尊敬的利益相关方：
您好！为了深入了解并回应利益相关方对xx企业履行企业社会责任的期待和要求，我们诚挚地邀请您参与本次实质性议题调查。您的意见将帮助我们识别重要的可持续发展议题，作为我们提升可持续发展工作的重要依据。填写本次问卷约需xx分钟时间，信息完全保密，感谢您的参与。

1. 相对于xx企业，您的身份是：（ ）
A. 公司管理层 B. 员工 C. 客户/消费者
D. 供应商 E. 合作伙伴 F. 股东/投资者
G. 媒体/公众 H. 政府/监管机构 I. NGO/公益组织
J. 行业组织 K. 高校/研究机构 L. 其他，请注明：_____

2. 您所在的机构和部门名称：_____

3. 您认为，以下议题对xx企业重要吗？

序号	议题	议题描述	A. 完全不重要	B. 比较不重要	C. 一般	D. 比较重要	E. 非常重要
1	议题A	议题A描述					
2	议题B	议题B描述					
3	议题C	议题C描述					
.....							

4. 您认为，xx企业多大程度上对以下议题产生影响（正面或负面）？

序号	议题	议题描述	A. 完全没有影响	B. 有影响，但很少	C. 影响一般	D. 影响较大	E. 影响很大
1	议题A	议题A描述					
2	议题B	议题B描述					
3	议题C	议题C描述					
.....							

5. 还有哪些议题您认为很重要，但尚未列出？(选项) _____

6. 您对xx企业在可持续发展的管理、实践、信息披露等方面有何建议？(选项) _____

图1 实质性议题调查问卷模版示例

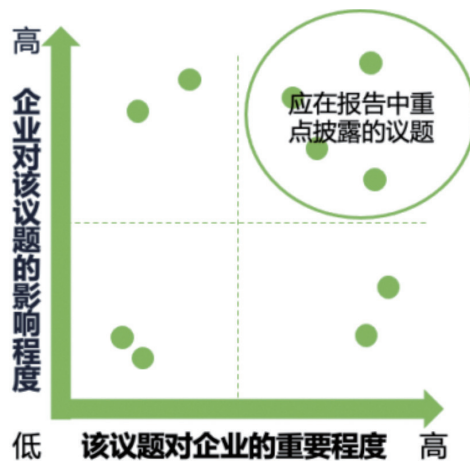


图2 实质性议题分析矩阵示例

• 信息收集表

通过标准与指引对标，识别出企业不同部门所涉及的相关CSR/ESG指标，通过定性、定量的信息收集表针对性地向各部门/子公司收集核心绩效成果。但由于不同部门涉及不同的业务/职能，因而在信息收集上也有不同侧重点。以下所列示例可供参考：

xx 企业 xx 部门信息收集表

您好！非常感谢您支持 xx 企业 xx 年 CSR/ESG 报告的编写工作！

CSR、ESG 报告正在成为面向投资者、监管机构、客户、公众等利益相关方主动传递企业使命、社会价值及建立互信的重要载体。特别是新冠肺炎疫情以来，构建命运共同体、推动全球可持续发展共治正在成为各个经济体的共识，金融市场成为了促进疫后经济绿色复苏的核心驱动力。ESG 投资越来越趋于主流化，主流指数编制公司也将 ESG 表现作为上市企业纳入的必要条件，而全球证券交易所，特别是港交所对于上市公司的 ESG 管治及信息披露的要求也越来越趋于强化。

xx 企业长期以来坚持创造共享价值，积极履行企业社会责任。为此，我们即将启动本年度 CSR/ESG 报告的编制工作，重新梳理企业社会责任战略，并初步建立企业 CSR/ESG 管理机制。以此，提升 xx 企业 ESG 评级表现及在资本市场的品牌认可，同时强化与多元利益相关方的沟通及社会认可。

为进行高质量的报告编制，我们希望得到您的支持和配合，提供相关数据和信息，以更好地传递 xx 企业的责任价值。

材料提交截止时间：xx

联系人：xx

图3 信息收集表沟通模版示例

1. 业务/职能部门介绍，战略描述，工作总结（xx年重要项目成果案例等）；
2. 该部门受哪些监管部门监管，关注/遵守哪些法律法规；
3. 响应企业整体环境目标/气候目标的工作计划；
4. 企业社会责任理念以及相关管理制度；
5. 水、废弃物、能耗管理政策、举措、目标及成果；
6. 废气排放量目标、举措及达成步骤；
7. 处理有害、无害废弃物的标准、方法、减废目标及达成步骤；
8. 节能目标、措施、包括的实体范围及位置、预期结果及时间计划表；
9. 取水用水目标、措施及达成步骤，例如使用更节水的设备、员工节约用水等；
10. 业务对环境和天然资源的重大影响有哪些，相关政策及/或措施有哪些，例如推行环境管理系统 ISO14000；
11. 获得的荣誉及认可，加入的行业协会、产业协会、联盟、全国或国际性组织的列表及相关计划，参与制定公共政策或行业规范、标准的相关举措及成果，组织/参与相关会议、论坛、活动等；
12. 客户或员工的典型故事和照片。

指标编号	指标名称（单位）	xx年数据	备注（请注明统计口径）
HREXA1.1 & 1.2	煤气消耗量（立方米）		请按类型进行分类，例如流程消耗（工厂）、航空、水上运输的燃料消耗；若有其他类型燃料消耗数据，请提供
	天然气消耗量（立方米）		
	液化石油气消耗量（立方米）		
	柴油消耗量（升）		
	船舶用汽油（升）		
	汽车用汽油消耗量（升）		
	汽车用柴油消耗量（升）		
HREXA1.3 & 1.4	汽车行驶公里数		请按车型分类汽车（<=2.5吨；2.5-3.5吨；3.5-5.5吨）、中型及重型汽车（5.5-15吨；>=15吨）进行分类
	有害废弃物排放量（吨）		生产单位：运输或/和存储的产品数量
	无害废弃物排放量（吨）		
	有害废弃物平均排放量（吨/生产单位）		
范畴三温室气体排放	无害废弃物平均排放量（吨/生产单位）		
	员工乘坐飞机的差旅里程（公里）		请见统计口径
	员工乘坐火车的差旅里程（公里）		
	员工出差产生的碳排放量（千克）		
	供应链上游运输碳排放量（千克）		
	供应链下游运输碳排放量（千克）		
	其他任何相关指标		

图4 信息收集表部分通用定性、定量问题示例（以物流部门为例）

小贴士：

重点部门信息收集方向示例

- 物流部门：环境范畴——碳排放管理、能源管理、资源使用、废弃物处理、环境合规等
- 人力资源部门：社会范畴——就业与雇佣、员工健康与安全、培训与发展等
- 法务与合规部门：社会范畴——商品质量与安全、负责任营销、知识产权管理与保护等；
公司治理范畴——信息安全、消费者隐私保护、商业道德及合规、反不正当竞争行为、反腐败反贿赂等。

（三）响应利益相关方期待，提升社会责任影响力

针对不同的利益相关方，企业应建立不同的传播目标与策略，强化责任议题及报告亮点内容的有效传播，持续建立企业的责任影响力与领导力。

1. 整体沟通策略

面向投资人/关键利益相关方持续沟通			
资本市场		其他关键利益相关方	
• 强化在资本市场的专业认知和品牌认同 • 促进评级机构对于ESG信息的有效获取 • 提升ESG评级表现		• 强化责任价值传递 • 提升社会认可	
识别更多的传播契机，主动推动ESG信息传播	挖掘更多报道角度和传播内容	有效回应ESG负面信息	结合报告亮点，针对不同利益相关方的期待和媒介接触习惯，建立有针对性的传播策略，持续传递价值。
财报/ESG报告发布 评级申请/结果发布 影响力财经/投资峰会 上市周年纪念活动 议题方面影响力的事件	报告亮点事实/数据/方法 公司ESG管理机制 ESG评级结果 分析师第三方评价 重大新闻发布	建立ESG负面信息响应机制	强化政府沟通，提升社会认可。 • 政府部门访问，传递责任及报告信息 • 参与政府组织的磋商会议，参与环境、社会相关政策提案等 • 争取参与大型政府主导的会议，传递责任承诺 • 参与政府主导的奖项
贯穿全年，全渠道持续发声			

2. 利益相关方重点关注议题及沟通方式

实体连锁企业及互联网消费平台的核心利益相关方包含政府与监管机构、股东与投资者、消费者/客户、合作伙伴（供应商等）、员工、环境、社区等。企业应当重视与利益相关方的沟通和交流，通过建立开放的沟通机制和多元化的沟通渠道，倾听并及时回应利益相关方的期望和诉求，不断完善社会责任管理与沟通机制，与利益相关方建立良好关系，推动企业的可持续发展和社会价值实现。

不同利益相关方重点关注议题及沟通方式详见下表：

利益相关方重点关注议题及沟通方式

利益相关方	重点关注议题	沟通方式
政府与监管机构： 发改委、市场监管总局、商务部等	• 能源及碳排放管理 • 环境合规 • 商品质量与安全 • 负责任营销 • 就业与雇佣 • 乡村振兴/城乡融合发展 • 灾难紧急救援 • 商品充足供应 • 行业发展 • 信息安全 • 商业道德及合规 • 反不正当竞争行为 • 反腐败反贿赂	• 接受政府监督 • 日常汇报沟通、提出政策建议 • 政企合作 • 答复监管机构上市公司相关的问询
股东与投资者（主要针对上市公司）	• 商品质量与安全 • 信息安全 • 董事会责任 • 商业道德及合规 • 反不正当竞争行为 • 反腐败反贿赂	• 定期发布业绩报告，披露经营信息 • 路演 • 通过召开年报发布会、股东大会、接待股东来访、专门拜访、定期电话和电子邮件等与投资者开展交流 • 通过日常主动沟通、填答问卷等方式向ESG评级机构进行信息披露
消费者/客户	• 商品质量与安全 • 顾客消费体验 • 负责任营销 • 知识产权管理与保护 • 乡村振兴/城乡融合发展 • 商品充足供应 • 可持续消费 • 信息安全 • 反不正当竞争行为	• 建立及完善客户管理体系 • 客户服务热线 • 客户满意度调查 • 持续的线上线下沟通（APP/网站/门店） • 日常媒体传播及社会化媒体沟通
合作伙伴：供应商、同行、高校和科研机构等	• 供应商管理 • 行业发展 • 反不正当竞争行为	• 行业发展研讨会 • 合作品牌座谈会/接待合作品牌来访 • 招投标管理 • 供应商培训和管理 • 供应商大会 • 与高校、科研机构等开展战略合作
员工	• 就业与雇佣 • 员工职业健康与安全 • 员工培训与发展 • 企业文化	• 全员邮件、沟通会议、员工论坛 • 职工代表大会、培训等各类员工活动 • 员工热线/投诉邮箱 • 员工满意度调查
环境	• 能源及碳排放管理 • 资源管理 • 废弃物管理 • 环境合规 • 供应商管理 • 环保与公益慈善 • 可持续消费	• 开展环保公益活动 • 完善志愿者管理，开展志愿者活动 • 日常媒体传播及社会化媒体沟通 • 环保主题论坛和活动
社区	• 供应商管理 • 乡村振兴/城乡融合发展 • 灾难紧急救援 • 环保公益慈善 • 商品充足供应 • 可持续消费 • 行业发展	• 开展公益活动 • 完善志愿者管理，开展志愿者活动 • 日常媒体传播及社会化媒体沟通 • 公益行业论坛和活动

附录一：企业社会责任相关指标体系汇总

1. 全球可持续发展目标/倡议

倡议/目标	简要描述	原文/官网链接
联合国可持续发展目标 (SDGs)	联合国2030可持续发展目标从社会、经济、环境三方面展示了全人类共同应对全球化挑战的共同愿景，包括17项目标和169项具体的行动框架	https://www.un.org/sustainabledevelopment/zh/
全球契约十项原则	联合国全球契约组织是世界上最大的推进企业社会责任和可持续发展的国际组织，号召全球企业遵守国际公认的价值观念和原则	http://cn.unglobalcompact.org/aboutUs.html

2. 被广泛采用的企业社会责任报告披露指引

指引	简要描述	原文/官网链接
全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告指南》	全球企业最广泛使用的可持续发展工具之一，从经济、社会、环境三层面为企业提供了一个通用管理框架和标准披露	https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-simplified-chinese-translations/
可持续发展会计准则 (SASB准则)	帮助企业和投资者衡量、管理和报告可以产生价值并对财务绩效有实质性影响的可持续发展因素，更好地识别企业创造长期价值的机会，促进投资者与企业的沟通	https://www.sasb.org/
气候相关财务信息披露框架 (TCFD)	通过制定统一的气候变化相关信息披露框架，帮助投资者、贷款人和保险公司合理地评估气候变化相关风险及机遇，以做出更明智的财务决策	https://www.fsb-tcfd.org/

3. 上市公司ESG报告披露指引

指引	简要描述	原文/官网链接
中国证监会《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（2021年修订）》	对在中国境内公开发行股票并在交易所上市的股份有限公司的半年度、年度报告信息披露的最低要求	http://www.csrc.gov.cn/pub/zjhpublic/zjh/202106/P020210628717270151950.pdf
中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第3号—半年度报告的内容与格式（2021年修订）》		http://www.csrc.gov.cn/pub/zjhpublic/zjh/202106/P020210628720316567442.pdf
中国证监会《上市公司治理准则》	要求上市公司贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，积极履行社会责任，形成良好公司治理实践	http://www.csrc.gov.cn/pub/zjhpublic/zjh/201809/P020180930584077967335.pdf
香港联交所新版《环境、社会及管治报告指引》	相较旧版指引，在ESG管治、风险管理、报告边界、环境及社会范畴新增多项强制性披露要求，特别强调要求披露董事会ESG管治声明	https://cn-rules.hkex.com.hk/sites/default/files/net_file_store/HKEXCN_SC_10553_VER10294.pdf

指引	简要描述	原文/官网链接
上海证券交易所《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》	针对在上海证券交易所上市公司社会责任承担工作的具体要求	http://www.sse.com.cn/lawandrules/sserules/listing/stock/c/c_20150912_3985851.shtml
深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》	针对在深圳证券交易所上市公司社会责任承担工作的具体要求	http://www.szse.cn/disclosure/notice/general/t20060925_499697.html
纳斯达克交易所《ESG报告指南2.0》	于2019年5月推出，囊括业界广泛采用的最新第三方报告方法，帮助私募和公开上市公司了解不断发展的ESG数据披露标准	https://www.nasdaq.com/docs/2019/11/26/2019-ESG-Reporting-Guide.pdf
纽约证券交易所《可持续发展报告最佳实践》	通过整合优秀的可持续发展报告案例，为企业编写可持续发展报告提供流程参考与议题建议	https://www.nyse.com/esg-guidance#reporting-frameworks-and-standards

4. 国际市场ESG评级体系举例

评级体系	简要描述	原文/官网链接
明晟（MSCI）ESG评级	针对纳入MSCI指数的上市公司，针对其在esg报告（环境、社会、管治）方面的表现进行评级	https://www.msci.com/
CDP全球环境信息研究中心评级	碳排放披露方法论和企业流程的经典标准，是拥有全球最丰富的企业和政府推动环境改革信息的平台之一	https://china.cdp.net/
道·琼斯可持续发展指数（DJSI）企业可持续发展评级（CSA）	目前全球最重要的公司可持续发展能力的评价指标体系之一，从经济、社会和环境三个方面，以投资角度评价企业的可持续发展能力	https://www.spglobal.com/esg/csa/djsi-csa-2020
恒生可持续发展指数评级	首个涵盖香港及中国内地的可持续发展企业指数系列，为企业可持续发展投资提供了基准	https://www.hsi.com.hk/schi/indexes/all-indexes/corporatesustainability

5. 社会责任管理指南相关标准

指南文件	简要描述	原文/官网链接
《社会责任指南》（ISO26000）	为社会责任领域建立了统一的基础概念体系，规定了社会责任的原则、核心主题和议题，并为组织的社会责任管理和实施相关活动提供了指引	https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html
《社会责任指南》（GB/T 36000-2015）		http://www.gb688.cn/bzgk/gb/newGbInfo?hcno=83344903824DCAB8C107D5350077EE2E

附录二：企业社会责任工作绩效追踪表

表1 企业社会责任工作绩效追踪表

领域	一级指标	二级指标	指标描述	目标 / 政策	参与工作的关键部门	负责人	相关社会责任工作/项目	工作进程与主要成就			目标达成 / 持续优化
								2022	2023	...	
环境	强化能源及碳排放管理	确定企业碳排放边界并核算碳排放量	- 企业使用化石燃料产生的直接排放（范围1），指来自企业可控制的边界内，直接使用燃煤、燃油、燃气等化石燃料而产生的CO2排放。 - 固定排放源包括：企业自有或租用的门店、办公楼、员工食堂等经营场所因供暖、供冷、供电等经营活动消耗的各种化石燃料； - 移动排放源包括：企业拥有的物流车辆消耗的燃油； - 外购电力热力所产生的间接排放（范围2），指来自企业可控的边界内，外购电力、热力所隐含的CO2排放。 - 固定排放源包括：企业自有或自营的门店、办公楼、数据中心、物流中心等经营设施消耗的外购电力； - 移动排放源包括：企业拥有的物流车辆消耗的电力。 - 供应链上下游及消费环节隐含CO2排放量（范围3）。指企业可控的边界内所有未包含在范围1、2中的CO2排放，范围3排放通常包括15个通用条目，根据行业不同，排放源也会有差异。对于连锁经营和互联网消费平台来说，主要排放源包括并不仅限于： - 通过外包服务或租赁使用数据中心及物流中心所对应的燃料或电力消耗及CO2排放量； - 一级供应商产品运输及购买商品物流、配送服务所对应的燃料或电力消耗及CO2排放量； - 员工通勤及差旅的交通工具燃料或电力消耗量及CO2排放量； - 运营过程产生废弃物的处置过程的CO2排放量； - 商品流通过程消耗包装材料的生产过程以及处置过程的CO2排放量； - 商品生产加工、用户使用以及最终处置回收过程的CO2排放量。 *计算参考： GB/T 33760基于项目的温室气体减排量评估技术规范 通用要求； 温室气体核算体系（Greenhouse Gas Protocol）； 范围3温室气体核算体系（Greenhouse Gas Protocol-Scope 3 Evaluator）；								

领域	一级指标	二级指标	指标描述	目标 / 政策	参与工作的关键部门	负责人	相关社会责任工作/项目	工作进程与主要成就			目标达成 /持续优化
								2022	2023	...	
环境	强化能源及碳排放管理	确定企业碳排放边界并核算碳排放量	ISO 14064-1:2018温室气体—第一部分：组织层级温室气体排放和清除的量化和报告指南； ISO14064-2:2019温室气体—第二部分：项目层级温室气体减排或清除增加的量化、监测和报告指南								
		计算碳排放强度	企业CO2排放强度，反映企业在行业中的CO2排放绩效水平，让企业的碳排放绩效更具有行业可比性。通常强度指标包括：单位产值、营业额、单位增加值CO2排放量。对于以零售门店为主的企业，通常也包括单位营业面积CO2排放量。								
		设置节能减排目标与关键路径	- 基于基线排查结果和企业业绩持续增长的预期，设置企业实现碳达峰、碳中和（净零碳排放）的年份目标。目标的设定需要兼顾总量和强度双控。 - 识别最有减排潜力的关键环节，建立细分目标及实施路径。 - 零售企业碳达峰、碳中和（净零碳排放）年份目标通常只覆盖范围1和范围2，由于范围3的排放源太过于庞杂，核算边界又因企业而异，在目标设置上很难有一个具体的时间表，往往会通过全面考察范围3 的减排潜力，制定一个减排总量目标。 *目标设定参考： 国家《2030年前碳达峰行动方案》相应目标； 科学碳目标倡议(SBTi)–目标指南								
		制定节能减排行动计划并跟进目标进程	- 基于目标与关键路径制定行动计划，关键措施包括并不仅限于： - 优化能源结构，提升可再生能源利用率； - 持续推进低碳运营，提升能效； - 强化碳资产管理，参与碳权交易； - 依托范围3高潜力节能减排领域，设置减排总量目标促进供应链和消费端全面减排。 - 参与碳金融，比如申请绿色信贷、发行绿色债券等； - 推进碳汇，比如植树造林等。 量化行动的节能减排效益，持续跟进并公布目标进展，并根据落实情况及时调整策略，促进目标达成。								

领域	一级指标	二级指标	指标描述	目标 / 政策	参与工作的关键部门	负责人	相关社会责任工作/项目	工作进程与主要成就			目标达成 / 持续优化
								2022	2023	...	
环境	优化资源管理	水资源使用核算与管理	- 核算边界：零售门店、办公楼、数据中心、物流转运中心及其他营运设施，包括并不仅限于清洁卫生、食品加工及空调系统运行等。 - 量化指标：包括总耗水量（吨）和耗水密度（密度通常表示为单位产量、单位设施、单位面积的耗水量）								
		运营环节包装材料总量和密度双控	- 核算边界：运营环节包装材料主要指用于门店经营场所、物流中心、商品配送中使用的包装材料，包括并不仅限于纸箱、塑料购物袋、纸袋、填充物、胶带等。 - 量化指标：使用总量(吨)，密度指每单位产品使用的包装重量。								
		设立节水及减少包装耗材的目标与关键路径	依据企业具体运营情况，设置公司层面的整体节水和包材减量年份目标。同时设定关键路径，包括并不仅限于：减量、重复利用、循环再生、自然资源保护。								
		制定资源管理行动计划并跟进目标进展	- 基于目标与关键路径制定行动计划，主要措施包括并不仅限于： - 水资源管理：部署节水设施；科学用水，提升水资源使用效率；强化水资源循环使用；优化排水管理；参与水源保护等。 - 包装材料管理：包装减量化、替代、回收、循环再利用等。 - 量化减量效益，持续跟进并公布目标推进进展，并根据落实情况及时调整策略，促进目标达成。								
	强化废弃物管理	对废弃物进行分类、核算与管理	- 核算边界：对门店、办公楼、数据中心、物流中心及其他营运设施中所产生废弃物。其中有害废弃物，指被列入国家危险废物名录或者根据国家制定的危险废物鉴别标准和鉴别方法被认定为具有危险特性的废物，需要进行特别处理。 *废弃物名录：《国家危险废物名录（2021年版）》 - 量化指标：重量（吨），密度主要指单位建筑面积、营业面积等产生的废弃物排放量。								
		对于餐厨废弃物、可回收物（除可回收包装材料）核算、管理	- 核算边界：门店、办公楼、数据中心、物流中心及其他运营设施中所产生的餐厨废弃物、可回收物（除包装材料外）、及其他废弃物。 - 量化指标：重量（吨）密度主要指单位建筑面积、营业面积等产生的废弃物排放量。								

领域	一级指标	二级指标	指标描述	目标 / 政策	参与工作的关键部门	负责人	相关社会责任工作/项目	工作进程与主要成就			目标达成 / 持续优化
								2022	2023	...	
环境	强化废弃物管理	制定整体减废目标与关键路径	对于所有运营设施废弃物减排设置年份目标，并制定关键路径。								
		制定废弃物减排行动计划并跟进目标进展	基于目标与关键路径制定行动计划，主要措施包括并不仅限于在不同营运场景开展废弃物分类、减量、再利用、末端处理、回收、循环再生等措施。 量化减排效益，持续跟进并公布目标推进进展，并根据落实情况及时调整策略，促进目标达成。								
	加强环境合规	建立环境违规事件处理程序	针对环境违法违规所接受的处罚事件，是否建立了公司管理政策及处理、整改程序。								
社会	商品与服务	保障商品质量安全管理	- 建立规范完善的质量、食品安全管理体系； - 针对产品/食品采购规则、包装规范、物流配送等各个关键环节建立质量安全管控规范； - 对于重要品类（如冷链商品、动物性商品、进口商品、农副产品等）实行重点检查等。								
		完善商品召回政策与实施	对产品召回的种类、时限及处置手段等进行规范要求，保证在售产品如果出现质量或安全问题时，能够得到及时有效的处理等。								
		建立客户投诉处理流程及整改措施	应对消费者投诉的一般性流程，及采取整改的措施与行动。								
		保障商品充足供应、稳定物价	在极端天气、自然灾害、公共应急事件时，供应链的保障能力及对于稳定物价所带来的积极影响。								
		制定维护及保障知识产权的相关政策	包括但不限于产品专利、商标、版权、域名、侵权投诉及维权打假等。								

领 域	一 级 指 标	二 级 指 标	指 标 描 述	目 标 / 政 策	参 与 工 作 的 关 键 部 门	负 责 人	相 关 社 会 责 任 工 作 / 项 目	工 作 进 程 与 主 要 成 就			目 标 达 成 / 持 续 优 化
								2022	2023	...	
社 会	商 品 与 服 务	持 续 提 升 顾 客 满 意 度	通过定期的顾客调研、满意度调查等方式，了解并响应顾客期待，持续提升顾客的购物体验 and 满意度。								
		保 障 顾 客 安 全	• 实体零售企业顾客安全保障措施主要包括门店消防、突发性事件响应、防恐防暴等； • 互联网消费平台主要关注消费者信息安全保障。								
		推 动 商 品 创 新 与 开 发	强化消费者洞察，把握消费趋势，加快产品研发和新新品上市速度，不断满足市场持续细分化和升级的消费需求。								
		强 化 企 业 视 觉 识 别 系 统 管 理 和 广 告 内 容 管 控	严格管理企业视觉识别系统及广告内容，确保合规和符合公序良俗。								
		开 展 负 责 任 营 销	建立涉及产品/服务信息与标识的违规事件处理及整改措施								
	供 应 链 建 设 管 理	评 价 供 应 商 环 境 与 社 会 影 响	建立公司自身的供应商社会与环境评价系统，设立相关指标对供应商的情况进行评价。 • 供应商主动参与评价： – 可持续发展战略宣称 – 工作场所环境、健康与安全机制 – 鼓励多元化与包容性的职场环境 – 资源管理目标与措施 – 节能减排目标与措施 – 社会公益 – 其他相关方面 • 供应商被动评价：环境、社会相关违法、违规风险事件监测								
		将 供 应 商 环 境、社 会 绩 效 融 入 公 司 供 应 商 准 入 及 优 先 合 作 政 策	在公司供应商管理政策中，将供应商的环境、社会绩效作为供应商准入、优先合作、剔除的关键因素。								
		建 立 供 应 商 环 境、 社 会 违 规 处 理 程 序 及 措 施	设置环境、社会方面违法违规事件的处理程序，并建立相应的处理措施，比如不予继续合作、限期整改等等。								

领 域	一 级 指 标	二 级 指 标	指 标 描 述	目 标 / 政 策	参 与 工 作 的 关 键 部 门	负 责 人	相 关 社 会 责 任 工 作 / 项 目	工 作 进 程 与 主 要 成 就			目 标 达 成 / 持 续 优 化
								2022	2023	...	
社会	供应链建设管理	赋能中小供应商发展	利用供应链的影响力，通过采购、能力建设等方式支持中小供应商发展。 *可参与行业行动： “CCFA扶持中小生产企业提升市场能力计划” 2017年，CCFA联合多家连锁超市，专业第三方机构共同发起“扶持中小生产企业提升市场能力计划”（扶小计划），通过制定并实施统一的供应商审核标准，扶持中小规模食品生产企业建立食品安全管理体系并持续运行，实现阶梯式产品质量提升；减少不同零售商验厂审核次数，实现供应链降本增效。								
		推行绿色可持续采购	制定相关采购制度与实施目标，提高对产品可持续标准的了解与应用，加强与供应商的绿色合作，提高认证的绿色可持续产品采购比例。								
	人才与雇佣	积极促进就业	在一定时间区间招聘的员工总数(人)，体现对解决社会就业的贡献。								
		降低员工流动率，提升运营稳定性。	- 在特定的时间区间，按照性别、年龄、地区分布等计算相应组别流失的员工总数和流失率。 - 了解不同群组员工流失的重要原因并提出应对措施，提升员工职场满意度，促进稳定运营。								
		提供完善的福利保障计划	指根据国家相关的法律法规要求，及公司的人才价值观，为员工提供完善的福利保障计划，包括并不仅限于，五险一金，绩效奖金、年终奖金、股权激励等。								
		推动职场多元化	建立多元化与包容的职场环境，让不同性别、民族、国际、文化背景的员工都获得平等的发展机会，促进人尽其才、才尽其用。								
		完善雇佣保障政策	保障公平就业；禁止童工、及强迫性劳动等。								
		促进员工职业健康与安全	- 企业为员工创造健康、安全的职业发展环境，针对风险点建立政策和管理机制； - 通过政策、培训、倡导，提升员工的安全意识； - 营造健康向上的企业文化等。								

领域	一级指标	二级指标	指标描述	目标 / 政策	参与工作的关键部门	负责人	相关社会责任工作/项目	工作进程与主要成就			目标达成 / 持续优化
								2022	2023	...	
人才与雇佣	促进员工培训与发展	强化员工能力建设	企业为了促进员工的职业技能提升及全面发展所建立的培训政策、机制、资源与文化。 *可参考CCFA发布的相关团体标准和指南： • 《零售店店长岗位要求》（2018） • 《品类管理岗位规范》（2019） • 《零售数据分析岗位规范》（2019） • 《中国零售业直播带货操作指南》（2021）								
		建立差异化的培训发展规划	企业按不同岗位、职级等需求，为员工建立更有针对性的培训及发展规划。 *可参考CCFA发布的相关团体标准和指南： • 《连锁经营管理师》（2020）（国标） • 《中国连锁行业培训体系建设标准》（2021）								
	推进乡村振兴 / 城乡融合发展	加强县域商业体系建设	参与“县域商业建设行动”，支持建立完善县域统筹、以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系，全面促进农村消费。								
		促进农产品产销对接	积极推动农商互联和农产品产销对接工作，促进农民收入和农村消费双提升。 *可参考CCFA发布的初级农产品系列验收标准： • 《初级农产品食品安全管理要求（种植类）》（T/CCFAGS 006-2019） • 《初级农产品食品安全管理要求（畜禽类）》（T/CCFAGS 008-2019） • 《初级农产品食品安全管理要求（水产类）》（T/CCFAGS 009-2019）								
		应急事件处理流程、应急预案等	应对自然灾害、公共安全事件门店、办公楼、数据中心及物流中心等运营场所采取的应急响应制度及措施。 *可参考CCFA发布的相关团体标准和指南： • 团体标准《连锁经营企业突发事件应急及业务连续性管理指南》（T/CCFAGS 020-2020） • 《超市经营场所突发性公共卫生事件防控指导手册》（2020年） • 《餐饮连锁企业突发性公共卫生事件防控指导手册》（2020年） • 《零售门店洪涝灾后复工指南》（2021年） • 《餐饮门店洪涝灾后复工指南》（2021年）								
	社区发展	灾难紧急救援									

领 域	一 级 指 标	二 级 指 标	指 标 描 述	目 标 / 政 策	参 与 工 作 的 关 键 部 门	负 责 人	相 关 社 会 责 任 工 作 / 项 目	工 作 进 程 与 主 要 成 就			目 标 达 成 / 持 续 优 化
								2022	2023	...	
社 会	环 保 与 公 益 慈 善	组织或参与环保与社会类公益活动	企业通过现金、实物、技能、时间等多元方式支持多元化的环境保护与社会公益活动。在项目的甄别上可以重点考察政策鼓励的热点社会议题；连接企业的资源禀赋，比如门店、平台影响力；更容易调动顾客兴趣与参与意愿。								
		参与公益活动的员工志愿者数量与服务时长	员工投入公益志愿服务的人数（人）和总时长（小时）								
		环保与社会类公益的资金投入（现金、实物等）	企业支持环保、公益项目所投入的现金金额及实物价值（元）								
	社 区 发 展	推出绿色、低碳属性的产品与服务	逐步丰富绿色可持续认证产品的品类；向消费者主动传递产品的绿色低碳信息；推广低碳消费理念与生活解决方案，为消费者带来更多可持续产品的选择。								
		建立消费者沟通机制，融入市场营销活动	将可持续发展理念融入日常的顾客沟通策略，及营销活动，在平台、门店开展可持续消费、生活方式倡导。统计活动次数（次），影响及参与人数（人）。								
		提供产品回收渠道	利用门店触点、平台物流通道打通回收通路，让消费者切身参与废旧产品的循环回收。								
	促 进 行 业 发 展	参与行业政策建议	积极参与行业政策法规提案，讨论，促进行业共治。								
		推动行业可持续发展共建	就行业发展的挑战和机遇参与行业协会组织的日常讨论，分享最佳实践和路径，积极参与经验交流，就行业发展关键方向与战略提供建设性的意见，推动行业可持续发展共建。								
	公 司 治 理	促进董事会多元化	设立正式、公开的董事会多样性政策，促进董事会提名过程中的性别、民族、国籍或文化背景等多样性因素。								
		评估社会责任相关风险及机遇	由董事会评估公司的环境、社会、公司治理相关风险及机遇。								
		制定社会责任目标、战略及管理体系	由董事会制订公司的环境、社会及公司治理的管理方针、策略、优先级及目标；确保设有适当和有效的环境、社会及公司治理风险管理及内部监控系统。								
		跟踪并监督社会责任工作进展	由董事会就相关目标定期评价公司的环境、社会及公司治理的表现。								

领域	一级指标	二级指标	指标描述	目标 / 政策	参与工作的关键部门	负责人	相关社会责任工作/项目	工作进程与主要成就			目标达成 / 持续优化
								2022	2023	...	
公司治理	强化董事会责任	审批社会责任报告的披露资料	由董事会负责审批通过社会责任报告等相关披露资料。								
		推动公司业绩的持续增长	由董事会积极推动公司治理和公司业绩的稳步增长，切实维护公司和全体股东的合法权益。								
	保障信息安全	保障数据安全	- 企业可通过以下举措强化数据安全能力建设： - 设立信息安全和风控相关部门，建立安全管理体系； - 主动识别信息安全风险； - 通过数据加解密、数据防泄漏等技术手段，对系统安全和外部攻击等进行监测和防护。 量化指标：是否进行信息安全风险识别与说明，数据泄露影响的顾客数量，获得的安全认证等。								
		保护消费者隐私	- 企业可通过以下举措保护消费者隐私： - 设立企业层面的消费者隐私保护政策； - APP/网站/会员系统上线前经过全面隐私保障评估，例如尽可能减少个人信息收集等； - 通过管理举措和技术手段（加密、信息脱敏、权限控制等）确保用户隐私安全。 量化指标：是否有消费者隐私保护政策，涉及个人识别信息的比例，个人信息被用作非必要用途的用户数量，经证实侵犯用户隐私的投诉数量等。								
	保障商业道德及合规	遵守法律法规和相关行业标准	坚持依法合规经营，遵守商业道德，在公司内部设立合规部，监督企业内部操作规范，及时纠正违规违纪的行为。								
	反不正当竞争行为	建立反不正当竞争防范体系	在内部建立反不正当竞争防范管理体系，遵守市场秩序，防范市场混淆、商业贿赂、引人误解的虚假宣传、侵犯商业秘密、低价倾销、违反规定的有奖销售、商业毁谤等不正当竞争行为，以保护消费者和同行企业的合法权益。								
		降低法律诉讼事件数量及频率	降低法律诉讼事件数量及频率；针对已经发生的法律诉讼事件，积极配合监督检查，并承担相应法律责任及赔偿。								

领域	一级指标	二级指标	指标描述	目标 / 政策	参与工作的关键部门	负责人	相关社会责任工作/项目	工作进程与主要成就			目标达成 / 持续优化
								2022	2023	...	
公司治理	反腐败反贿赂	评估腐败风险	开展以腐败为重点的风险评估，或将腐败列入企业总体风险评估的风险因素。								
		设置反腐败培训课程	定期向董事会、公司管理层及员工开展反贪腐培训，以强化提升企业上下的反贪腐意识。 *可参考： CCFA团体标准《连锁经营企业反商业贿赂管理体系成熟度自我评价指引》（T CCFAGS 015-2019）及培训课程。								
		降低贪污腐败诉讼案件频率	针对已发生的诉讼事件，积极配合监督检查，并承担相应法律责任，同时加强内部管理层及员工培训，提升意识。								
		建立腐败事件举报制度	设置完善的贪污腐败举报制度，在企业内部和公开渠道设立监督和举报途径；对于已经发生的腐败事件，及时开除或处分相关员工/与业务合作伙伴终止合同等。								
	引导企业文化	开展文化宣导活动	建立积极向上的企业文化，将其传导到每一个员工，并融入到企业的战略框架中。								

附录三：实体连锁企业及互联网消费平台 发布社会责任报告名单（部分）

表1 社会责任报告发布企业名单（一）（2020年中国连锁百强中的部分上市企业）

2020 百强 排名	企业名称	上市 地点	主营业态	最新报告发布形式	最新 报告 发布 年份
1	苏宁易购集团股份有限公司	深圳证券 交易所	专业/专卖店	企业社会责任报告	2021
2	国美零售控股有限公司	香港联交 所	专业/专卖店	环境、社会及公司治理报告	2021
3	红星美凯龙家居集团股份有限公司	上海证券 交易所、 香港联交 所	专业/专卖店	环境、社会及公司治理报告 企业社会责任报告（年报中披 露）	2021
4	永辉超市股份有限公司	上海证券 交易所	超市	企业社会责任报告	2020
5	高鑫零售有限公司	香港联交 所	超市	环境、社会及公司治理报告	2021
11	联华超市股份有限公司	香港联交 所	超市	环境、社会及公司治理报告（年 报中披露）	2021
18	天虹数科商业股份有限公司	深圳证券 交易所	多业态	企业社会责任报告	2020
20	银座集团	上海证券 交易所	百货店/购物中心	企业社会责任报告	2021
30	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	香港联交 所	百货店/购物中心	环境、社会及公司治理报告（年 报中披露）	2021
40	北京京客隆商业集团股份有限公司	香港联交 所	超市	环境、社会及公司治理报告（年 报中披露）	2021
45	百盛商业集团有限公司	香港联交 所	百货店/购物中心	环境、社会及公司治理报告（年 报中披露）	2021
46	茂业国际控股有限公司	香港联交 所	百货店/购物中心	环境、社会及公司治理报告（年 报中披露）	2021
47	广州市广百股份有限公司	深圳证券 交易所	百货店/购物中心	企业社会责任报告	2017
66	新世界百货中国有限公司	香港联交 所	百货店	可持续发展报告	2020
69	福建东百集团股份有限公司	上海证券 交易所	百货店/购物中心	企业社会责任报告	2021
92	北京翠微大厦股份有限公司	上海证券 交易所	百货店/购物中心	企业社会责任报告	2021

表2 社会责任报告发布企业名单（二）（互联网消费平台部分上市企业）

企业名称	上市地点	主营业态	最新报告发布形式	最新报告发布年份
北京京东世纪贸易有限公司	香港联交所、纳斯达克交易所	互联网消费平台-综合型	可持续发展报告 环境、社会及公司治理报告	2021
阿里巴巴集团控股有限公司	香港联交所、纽约证券交易所	互联网消费平台-综合型	企业社会责任报告	2021
北京三快科技有限公司	香港联交所	互联网消费平台-生活服务	企业社会责任报告	2021
广州唯品会信息科技有限公司	纽约证券交易所	互联网消费平台-品牌特卖	企业社会责任报告	2021

表3 社会责任报告发布企业名单（三）（连锁餐饮部分上市企业）

企业名称	上市地点	主营业态	最新报告发布形式	最新报告发布年份
呷哺呷哺餐饮管理（中国）控股有限公司	香港联交所	餐饮	环境、社会及公司治理报告	2021
国际天食集团有限公司（小南国）	香港联交所	餐饮	环境、社会及公司治理报告	2019
百胜中国控股有限公司	香港联交所、纽约证券交易所	餐饮	企业可持续发展报告	2021
海底捞国际控股有限公司	香港联交所	餐饮	环境、社会及公司治理报告（年报中披露）	2021
星巴克咖啡公司	纳斯达克交易所	餐饮	全球环境与社会影响力报告 (Global Environmental and Social Impact Report)	2021

附录四：英文缩略词索引（按首字母顺序）

CDP: Carbon Disclosure Project 碳披露项目（本文指全球环境信息研究中心评级）

CSA: Corporate Sustainability Assessment 企业可持续发展评级

CSR: Corporate Social Responsibility 企业社会责任

DJSI: Dow Jones Sustainability Indices 道琼斯可持续发展指数

ESG: Environmental, Social and Governance 环境、社会与公司治理

GDPR: General Data Protection Regulation 欧盟《一般数据保护条例》

GRI: Global Reporting Initiative 全球报告倡议组织（本文指其发布的《可持续发展报告指南》）

HKEX: Hong Kong Stock Exchange 香港联合交易所

ISO: International Organization for Standardization 国际标准化组织

MSCI: Morgan Stanley Capital International 摩根士丹利资本国际公司（又称明晟公司）

SASB: Sustainability Accounting Standards Board 可持续发展会计准则委员会基金会（本文指其发布的可持续发展会计准则）

SD: Sustainable Development 可持续发展

SDGs: Sustainable Development Goals 联合国可持续发展目标

TCFD: Task Force on Climate-Related Financial Disclosures 气候相关财务信息披露

WCED: World Commission on Environment and Development 世界环境与发展委员会

中国连锁经营协会

楚东

副会长

Email: cd@ccfa.org.cn

王文华

副秘书长

Email: wwh@ccfa.org.cn

姜星

行业政策研究部副主任

Email: jiangxing@ccfa.org.cn

李翀

可持续消费推进部副主任

Email: lc@ccfa.org.cn

商道纵横

郎华

商道纵横合伙人、副总经理、中国可持续发展案例中心主任

Email: langhua@syntao.com

朱宸曦

商道纵横案例中心客户经理、中国可持续发展案例中心副主任

Email: zhuchenxi@syntao.com

刘晗悦

商道纵横咨询顾问、中国可持续发展案例中心研究员

Email: liuhanyue@syntao.com

牟磊

商道纵横咨询顾问、中国可持续发展案例中心研究员

Email: mulei@syntao.com



下载“连锁”APP
获取电子版文件

