企业社会责任大家谈（1）

开栏的话

三鹿奶粉事件发生后，全国人大代表、万向集团董事局主席鲁冠球致信所属各单位负责人。10月15日，本报“**人民论坛**”栏目发表署名言论予以推荐，引起广泛反响。

“社会责任是企业存在的前提”。鲁冠球的话发人深思，这也是一大批经济界、企业界人士就三鹿奶粉事件深入反思得出的结论。

本版从今天起开辟“**企业社会责任大家谈**”专栏，旨在通过讨论，助推全社会践行社会主义荣辱观，树立社会公德、职业道德和诚信为本的观念，推动社会主义核心价值体系建设。

我们热诚地向广大读者征集观点与线索，包括“我与企业的故事”、“我心目中的社会责任”等等，您的点滴心得或独家思考，或许会对更多读者有所启发。

我们的邮箱是：djt@peopledaily.com.cn，期待广大读者积极参与！

附：鲁冠球的一封信

各位负责人：

奶制品事件再次教育了我们，任何私利都不能凌驾于公众利益之上，企业经营要以德为本，损人利己即自取灭亡。

另外，发展不能超越自己的能力，安全永远比速度重要。

从古至今，谁都不能脱离社会责任谈发展，社会责任是企业存在的前提，是企业价值的体现，是市场信誉的积累，更是我们创建世界名牌企业的基石。

鲁冠球

2008年9月22日

对话高管

对话企业高管，热议三鹿奶粉事件

最深刻的一课

企业履行社会责任，先要做好“分内事”

记者：三鹿奶粉事件把中国企业如何履行社会责任这个问题尖锐地提到了所有管理者面前……

耿志强（中国人民大学MBA学员、中国卫星通信集团公司总经理秘书）：我们在课堂上讨论过这个问题。三鹿之所以出事，就是没做好“分内事”。社会责任中最基本的就是遵纪守法、诚信经营。做不好“分内事”，只能自尝苦果。

吕铭（中南财经政法大学EMBA学员、山东莱钢集团炼钢厂厂长）：企业最基本的社会责任就是保证产品质量。对于莱钢这样的企业，社会责任也首先体现在产品质量上；其次是生产过程中能否节能减排，保护环境。而且，我们这样的大型国企，养活近4万职工，搞好企业、为职工谋福利就是履行对社会的责任。

宫长玖（上海交通大学EMBA学员、港中旅聚豪（深圳）高尔夫球会有限公司副总经理）：很多中国企业都误读了企业社会责任的深刻含义，以为只是简单地参与公益活动。而“零点调查”的数据显示，中国民众对于企业社会责任的履行要求包括了五个方面，其重要性依次是：产品安全责任、环境保护责任、公众安全责任、依法纳税责任、公益事业责任。

由此可见，如果将企业社会责任简单等同于公益捐赠，就会蒙蔽人们的眼睛，企业也会步入舍本逐末的发展歧途。

追求利润和履行社会责任之间，没有不可调和的矛盾

记者：有人说企业天生就是逐利的，我们又要求它承担社会责任，这之间是不是存在矛盾？

吕铭：社会责任与企业发展是相辅相成、相互促进的。虽然企业要追求利润，但这不是唯一目标，更不是最终目标。有人问，我们投入大量技术、资金到节能上，会不会增加成本、降低企业竞争力？我的回答是恰恰不会，因为通过循环经济变废为宝，反而降低了成本。

陈沛（北京大学光华管理学院EMBA学员、北京中搜在线软件有限公司总裁）：任何企业都要追求利益最大化，但“君子爱财，取之有道”。企业利益和社会利益的平衡，在不同的阶段有不同的标准。职业道德和社会责任的提升有个过程，我们不能因为一个三鹿事件就产生失望情绪。

宫长玖：三鹿今天的困境，十几年前耐克、阿迪达斯这样的企业也遭遇过。当媒体揭露了他们在亚洲贴牌工厂恶劣的劳工状况时，他们也处于非常尴尬的地位。但他们很快制定标准，掀起企业社会责任运动，最终维护了品牌的健康发展。

做企业，有一些底线是不能触碰的

记者：有人认为企业社会责任的缺失是当前市场经济发展和社会转型的必然。

左晖（北京大学光华管理学院EMBA学员、北京链家地产公司董事长）：我不这么认为。不管在市场经济发展的哪个阶段，有一些底线是永远不能碰的。我们做企业的人，应该明白哪些红线是绝对不能碰的，否则会影响整个社会发展，企业自身也无法长久。我觉得，企业社会责任方面出现的一些问题，恰恰是我们市场发展还不够完善造成的。

耿志强：企业履行社会责任一靠自觉强化；二靠外部监督。一方面，企业要意识到提高社会责任的重要性，搞好生产经营的同时，把企业社会责任作为长期发展战略的一部分。另一方面，政府和媒体都要积极引导和监督企业承担社会责任。



责任在谁?!

朱慧卿绘

本期主持人：
本报记者 **苏显龙 尹世昌**

人民时评

『道德血液』不应缺失

何勇

10月15日，本报“人民论坛”专栏发表了《**推荐鲁冠球的一封信**》，在社会上，在企业家中，引起反响。

一个不会赚钱的企业家不是合格的企业家，一个只会赚钱、抛弃公众利益的企业家绝不是真正的企业家，最终也会被消费者所抛弃。

经济和道德，似乎是一对矛盾。然而，二者实际是统一的，前者依附于后者。作为企业家，守不住社会道德这条底线，就谈不上利润，谈不上企业的发展。

不久前温家宝总理在谈及三鹿奶粉事件时，说过一句耐人寻味的话：企业家身上应该流着道德的血液，而不能只流淌利润的血液。一个企业要做大做强，必须关心社会，承担必要的社会责任。

在中国文化的长河中，自古以来即强调商家的道德修为，追求“儒商”，重视商业道德，不义之财不取。在改革开放中成长起来的当代“儒商”，则把儒家追求的仁、义、礼、智、信等传统美德和市场经济的新道德观有机结合起来，有着正确的义利观。

企业家的品格，决定产品的品质；企业家的高度决定企业的寿命。改革开放以来波澜壮阔的实践，产生了一大批负责任、担道义、求创新、创品牌的民族企业家。汶川大地震后，无数企业家的义举，已说明这一点。

但也有一些企业家，见利忘义，见钱忘责，置广大消费者利益、安危于不顾，追求昧心的利润。最近的三鹿劣质奶粉，以及此前的“苏丹红”、“瘦肉精”等影响恶劣的事件，都是企业丧失基本道德后的“恶果”。

人无信难行，企业有责乃远。企业家的竞争力、公信力和道德水准，从来就不仅是企业家个人的事情，它关乎着一个企业、一个产业，甚至公众的生命安全。一些知名企业、百年老店，之所以多少年来一直得到社会信任，就是因为除了遵纪守法外，还将道德，将社会责任，放在首位。而反观那些曾红火一时的短命企业，多是只顾及蝇头小利、缺乏长远眼光之辈。

当然，除了企业自律，政府、社会对企业的他律约束是必须的，政府部门的监督管理是必要的，但监管不是万能的，再好的制度也有漏洞。道德是一切制度运行的社会土壤，在一个国家的文明框架中，道德与法律唇齿相依，缺一不可。在我们完善社会主义市场经济、推进现代化的进程中，一刻也不能忘掉社会的道德建设，不能忘记企业家的道德意识。

除了追求利润这个天然基因，企业家身上应该流淌着道德的血液，担当起一个社会法人的责任，最基本的要保证产品质量的安全；要承担起对员工，对股东，对社会公众，对环境应负的责任；有作为、有追求的企业家，还应肩负起自主创新、打造民族品牌的责任——这是一个真正的企业家必须担负起的义务。

人民时评

三元所有上市乳制品未检出三聚氰胺——

“放心奶”源自“良心活”

本报记者 赵永平

企业故事

有着50多年历史的三元集团在乳品企业纷纷抢市场、抢奶源、规模扩张的竞争中，经受住了这次乳业事件考验。三元所有上市乳制品未检出三聚氰胺。

坚持自建牧场

有多少奶源产多少奶

三元集团董事长张福平说：“我们一直坚持自建牧场的发展模式，80%以上的奶源来自自己的牧场。”在业内一些企业眼中，三元模式是个笨办法，因为单从财务角度来看，养奶牛、建牛场成本高，是件费力不讨好的事。奶牛从出生到产奶，周期在两年以上，投资大，回收期长，远不如直接投入市场营销见效快。

重市场、轻牧场，打广告、建工厂，使一些企业规模成倍扩张，很快就尝到了甜头。而三元的谨慎策略，市场份额却开始相对萎缩，利润降低，企业亏损。从上世纪90年代末，占北京牛奶市场80%的份额，下滑到去年的不足40%。

张福平坦言，当时企业压力很大。食品企业干的是良心活，有多少奶源产多少奶，企业发展不能违背行业规律。行业里有些企业太浮躁，奶牛养殖年增长速度只有15%—20%，而加工企业成倍的过度扩张，没有奶源保障，拿什么生产放心奶制品？

三元斥巨资引进世界“名牛”后裔，建立自己的种公牛基地，下大力气建立养殖中心。为从源头保证奶源质量，从“牛嘴”开始做起。所有采购饲料均必须通过分析化验，并保证饲养过程的全程监控。根据不同阶段奶牛的营养需要，科学调配日粮，奶牛吃得很讲究，是营养配餐，一天的生活费60多元。目前，三元共拥有27个规模化奶牛场，奶牛总存栏3.5万头，年生产优质原料奶1.6亿公斤。中心的高产母牛年产奶量最高的已达15000公斤，是我国平均母牛产奶量的5倍。不仅产量高，奶源质量也很好——三元奶平均体细胞数在20万以内，细菌总数在10万以内，平均脂肪含量3.6%以上，蛋白质3.0%以上。这些都远远高出行业平均数据。

乳制品行业诚信危机的根源，是企业一味追求发展速度，忽视以诚为本的企业基本价值，漠视企业社会责任。而在其背后，则是国内乳制品行业过度扩张带来的一系列问题。从根本上讲，必须重建社会商德体系，企业树立科学发展观，自觉执行国家标准和行业标准，营造一个干干净净的奶制品市场。

专家点评

——**魏克佳**（中国奶业协会常务副理事长兼秘书长）

检验标准严苛

宁可赔钱也不能掺假

在三元食品的生产车间，检测员张景芳完成最后环节的取样检测后，又来到管道边，喝了口样奶，这是三元食品每批产品都做的“人体试验”，自己首先要喝，才能给消费者喝。

但张景芳也有困惑，有段时间，受广告误导，一些消费者认为香、稠的是好奶。三元牛奶稀，不是好的牛奶，或者是掺水了。员工们感觉挺委屈。事实上，正常的牛奶应具有的香并非异香，爽口而非粘口。

“三元牛奶，一不掺水，二不添加任何增稠剂、稳定剂，而这样原汁原味、实在做产品的，为什么市场不认？”张景芳纳闷。

“我们受的教育就是要讲信誉，赔钱也不能掺假。”在这个岗位干了17年的张景芳说，在三元，靠良心把住质量关，已经深入每一个员工的心。

“三元有责任告诉消费者，什么样的牛奶是好奶。”三元集团总经理薛刚说，尽管三元面临的是一个不成熟的市场，尽管消费者还有误解，但三元依旧坚守产品质量安全，用国际标准打造三元。

接收原料奶时，三元几乎所有的乳品公司都执行了极为严苛的检验标准——每一车送达乳品厂的鲜牛奶都需要取样化验；原料奶过关后，便可从奶罐车直接进入生产管道，实现全封闭生产，牛奶不与外界环境接触，避免了环境对产品质量的影响；在乳品加工全过程均由专人跟踪；根据国家和企业的检验指标，每批产品都做30项以上检测。

老老实实做产品

市场终究会有回报

细心的北京市民王大妈发现，这些天，三元牛奶的冷藏车增加到每天两次。在甜水园的京客隆超市，一到下午，三元袋装牛奶就买不到了。王大妈说：“老老实实做产品，终究会有回报的。”

“为了达到国际标准，三元曾先后三次提升产品标准。”北京三元集团三元食品股份公司副总经理陈历俊说。第一次是在1998年。当时的国内奶厂都实行国标的按级论价，而三元却提出“按质论价”，将蛋白纳入计价体系。通过引导，奶源品质的提高，提升了成品奶的质量。

几年前，三元食品就在全国率先推行“无抗奶”生产。所谓“无抗奶”就是不含抗生素的牛奶，也就是没病牛产出的奶。每个牧场配备的防疫人员每天都要在牛舍里巡视，病牛会在第一时间被分离出来进行治疗，它的奶会另行处理。完全康复后才能重新“上岗”。

2001年底，三元将体细胞指标纳入质检标准。陈历俊介绍，牛奶中体细胞增多，牛就可能得了隐性乳房炎，相当于人处于亚健康状态。根据现有国标，这样的奶不能说不合格，但肯定是不健康牛生产的，三元不用这样的奶。

“引导行业规范发展，让消费者喝上健康奶，是国有企业义不容辞的责任。”张福平说。

