

**T/CECS 1XXX-202×**

**中 国 工 程 建 设 标 准 化 协 会 标 准**

**建筑企业社会责任管理标准**

Social responsibility management standards for construction enterprises

**（征求意见稿）**

**中国××出版社**

前 言

根据中国工程建设标准化协会《关于印发<2021年第一批协会标准制订、修订计划>的通知》（建标协字[2021]11号）的要求，编制组在广泛调查研究，总结国内外先进经验，并在广泛征求意见的基础上，制定本指南。

本标准共分9章，主要内容包括总则，术语，企业社会责任治理，社会责任辨识、评审与实施，将社会责任全面融入企业的实践、社会责任沟通、增强社会责任的可信性、评审和改进企业社会责任相关行动和实践。

请注意本文件的某些内容可能直接或间接涉及专利，本文件的发布机构不承担识别这些专利的责任。

本标准由中国工程建设标准化协会认证保险与工程采购工作委员会归口管理，由北京中建协认证中心有限公司负责具体技术内容解释。在执行过程中，如有意见或建议，请反馈给北京中建协认证中心有限公司（地址：北京市朝阳区南湖东园122号博泰国际A座20层，邮政编码：100102，邮箱： ）

**主编单位**：北京中建协认证中心有限公司

**参编单位**：

**主要起草人**：

**主要审查人**：

**目 录**

[1 总　 则 1](#_Toc146032603)

[2 术 语 2](#_Toc146032604)

[3 基本规定 3](#_Toc146032605)

[4 企业社会责任治理 4](#_Toc146032606)

[4.1 企业特征 4](#_Toc146032607)

[4.2 企业文化 4](#_Toc146032608)

[4.3 组织治理 5](#_Toc146032609)

[4.4 利益相关方 5](#_Toc146032610)

[5 社会责任辨识、评审与实施 8](#_Toc146032611)

[5.1 社会责任议题辨识 8](#_Toc146032612)

[5.2 社会责任议题评审 9](#_Toc146032613)

[5.3 社会责任议题实施 10](#_Toc146032614)

[6 将社会责任全面融入企业的实践 11](#_Toc146032615)

[6.1 增强社会责任意识和实践能力 11](#_Toc146032616)

[6.2 将社会责任融入企业的治理、体系和程序之中 11](#_Toc146032617)

[7 社会责任沟通 13](#_Toc146032618)

[7.1 社会责任信息特征及沟通功能 13](#_Toc146032619)

[7.2 社会责任沟通方式 14](#_Toc146032620)

[8 增强社会责任的可信性 16](#_Toc146032621)

[8.1 增强可信性的方法 16](#_Toc146032622)

[8.2 增强社会责任报告和声明的可信性 16](#_Toc146032623)

[8.3 妥善处理利益相关方的矛盾与分歧 16](#_Toc146032624)

[9 评审和改进企业社会责任相关行动和实践 18](#_Toc146032625)

[9.1 监视社会责任活动 18](#_Toc146032626)

[8.2 评审企业的社会责任进展和绩效 18](#_Toc146032627)

[9.3 持续改进 19](#_Toc146032628)

[用词说明 20](#_Toc146032629)

[引用标准名录 21](#_Toc146032630)

附：[条文说明 22](#_Toc146032631)

Contents

[1 General provisions （1](#_Toc90640562)）

[2 Terms （2](#_Toc90640563)）

[3 Basic requirements （3](#_Toc90640565)）

[4 Corporate social responsibility governance （4](#_Toc90640569)）

[4.1 Corporate characteristics （4](#_Toc90640570)）

[4.2 Corporate culture （4](#_Toc90640570)）

[4.3 Organizational governance （5](#_Toc90640570)）

[4.4 Stakeholders （5](#_Toc90640570)）

[5 Identification, evaluation and implementation of social responsibility （8](#_Toc90640572)）

[5.1 Identification of social responsibility issues （8](#_Toc90640570)）

[5.2 Social Responsibility Issues Review （9](#_Toc90640570)）

[5.3 Implementation of social responsibility issues （10](#_Toc90640570)）

[6 Fully integrate social responsibility into corporate practice （11](#_Toc90640575)）

[6.1 Strengthen the sense of social responsibility and practical ability （11](#_Toc90640570)）

[6.2 Integrate social responsibility into corporate governance, systems and procedures （11](#_Toc90640570)）

[7Social responsibility communication （13](#_Toc90640582)）

[7.1 Social responsibility information features and communication functions （13](#_Toc90640570)）

[7.2Social responsibility communication （14](#_Toc90640570)）

[8 Enhancing the credibility of social responsibility （16](#_Toc90640585)）

[8.1 A way to enhance credibility （16](#_Toc90640570)）

[8.2 Enhance the credibility of social responsibility reports and statements （16](#_Toc90640570)）

[8.3 Properly handle contradictions and differences among stakeholders （16](#_Toc90640570)）

[9](#_Toc90640585) Review and improve CSR related actions and practices （18）

[9.1 Monitor social responsibility activities （18](#_Toc90640570)）

[9.2 Review corporate social responsibility progress and performance （18](#_Toc90640570)）

[9.3 Continuous improvement （19](#_Toc90640570)）

Explanation of wording （20）

List of quoted standards （21）

Addition: Explanation of provisions （22）

# 1 总　 则

**1.0.1** 为引导建筑业企业实施社会责任管理，并将社会责任全面融入企业的日常运营，制定本标准。

**1.0.2** 本标准适用于建筑业企业的社会责任管理和融入活动。

**1.0.3** 建筑企业履行社会责任，除应符合本标准外，尚应符合国家现行有关标准和现行中国工程建设标准化协会有关标准的规定。

# 2术 语

**2.0.1** 建筑企业 construction enterprise

从事土木工程、建筑工程、线路管道设备安装工程、装修工程的新建、扩建、改建等活动的企业。以下简称“企业”。

**2.0.2** 组织 organization

为实现目标，由职责、权限和相互关系构成自身功能的一个人或一组人。

**2.0.3** 社会责任 social responsibility

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。这些行为：致力于可持续发展，包括社会成员的健康和社会的福祉；考虑了利益相关方的期望；符合适用的法律，并与国际行为规范相一致；被融入整个组织并在组织关系中实施。

**3 基本规定**

**3.0.1** 企业履行社会责任应坚持以下基本原则：

**1** 为其对社会、经济和环境的影响而承担责任；

**2** 对影响社会和环境的决策和活动保持透明；

**3** 行为合乎道德；

**4** 尊重、考虑和回应利益相关方的利益；

**5** 认同尊重法治具有强制性；

**6** 在坚持尊重法治原则的同时，尊重国际行为规范；

**7** 尊重人权，并认可其重要性和普遍性。

**3.0.2** 企业的社会责任实践应覆盖以下社会责任主题：

**1** 组织治理；

**2** 人权；

**3** 劳工实践；

**4** 环境；

**5** 公平运营实践；

**6** 消费者问题；

**7** 社区参与和发展。

**3.0.3** 企业应基于“规划-实施-检查-改进”（PDCA）模式，促进社会责任逐渐融入企业的发展战略和日常运营，持续改进社会责任管理。

**3.0.4** 企业应致力于促进可持续发展目标的实现。

**4 企业社会责任治理**

**4.1　企业特征**

**4.1.1** 企业在开展社会责任工作前，应评审自身及其所处的环境，分析并判定企业特征与其社会责任之间的关系。评审宜包含下列内容：

**1** 企业的类型、宗旨、运行性质和规模；

**2** 企业决策结构和性质；

**3** 企业运行所在地的社会、环境和经济特征；

**4** 企业的使命、愿景、价值观、原则和行为准则；

**5** 与社会责任有关的内部和外部利益相关方的关切；

**6** 企业高层领导对社会责任的当前态度、承诺水平和理解程度；

**7** 企业以往的社会责任绩效信息；

**8** 企业用工的特点；

**9** 企业所参加的组织及其所从事的与社会责任有关的活动、推行的与社会责任有关的准则或其他要求；

**10** 企业的价值链。

**4.1.2** 企业在分析判断自身特征及其与社会责任之间的关系时，应全面考虑企业与社会的关系、企业与利益相关方的关系以及利益相关方与社会的关系，应了解下列内容：

**1** 企业的决策和活动对社会和环境的影响；

**2** 以负责任的行为处理这些影响的社会期望；

**3** 其他组织和个人可能有多种利益受到企业决策和活动的影响；

**4** 企业、各利益相关方与社会因目标不同，对待同一议题可能存在着不同的视角。

**4.2　企业文化**

**4.2.1** 企业应结合自身特点与发展战略制定社会责任理念与承诺，明确履行社会责任的愿景与目标，或在企业的宗旨、愿景、价值观和战略以及最高管理层的声明和行动中体现社会责任，确保社会责任成为企业政策、文化、战略、结果和运行的重要组成部分。

**4.2.2** 企业应建立、保持并实施社会责任方针。

**4.2.3** 企业的最高管理者应作为履行企业社会责任承诺的第一责任人，支持并指导企业社会责任工作的全面开展。

**4.2.4** 企业应系统、有效地推进落实社会责任原则及目标的企业文化的培育。该文化宜具有下列特征：

**1** 利益相关方积极参与；

**2** 基于公平、公正、尊重、信任和良好职业操守的合作与沟通；

**3** 通过积极参与对社会责任机遇的探寻而达成对社会责任管理体系重要性的共识；

**4** 对社会责任风险预防和控制措施的有效性的信心；

**5** 对组织发展方向和决策体系以及致力于成为“对社会更负责任企业”的价值追求的认同、支持和信赖。

**4.2.5** 企业应针对不同的利益相关方进行必要的有关社会责任的解读、培训及宣传。

**4.3　组织治理**

**4.3.1** 企业应建立与企业社会责任管理和实践相适应的组织架构和决策机制，明确社会责任工作的领导机构、归口管理部门（处室）和工作人员，并规定其组织和协调社会责任工作的职能。

**4.3.2** 企业的社会责任工作归口管理部门应负责推动企业社会责任工作的全面开展，对社会责任实践活动进行指导、监督和检查。

**4.3.3** 大型企业应明确其分（子）公司的社会责任归口管理部门和职责。

**4.3.4** 主管社会责任工作的人员应熟悉本企业的工作流程，具备社会责任相关知识，拥有工程项目实践经验，并具有一定的组织能力、判断能力和责任感。

**4.3.5** 企业应制定并实施与社会责任绩效相关的经济和非经济激励措施。

**4.3.6** 企业应鼓励各层次员工有效参与企业的社会责任活动。

**4.3.7** 企业应对社会责任绩效进行定期考核或评价。

**4.4 利益相关方**

**4.4.1** 企业应识别利益相关方并确定下列内容：

**1** 与社会责任议题及其优先事项有关的利益相关方；

**2** 利益相关方的有关需求和期望；

**3**已是或将可能成为法律法规要求和其他要求的需求和期望；

**4**已由企业现有相关管理体系予以应对的需求；

**5**由企业社会责任管理体系予以应对的需求。

**4.4.2** 企业识别利益相关方宜考虑下列因素：

**1** 企业对谁有法定义务；

**2** 谁会受到企业决策或活动的积极或消极影响；

**3** 谁有可能对企业的决策和活动表示关切；

**4** 当类似关切需要处理时，以往曾涉及谁；

**5** 谁能够帮助企业处理特定影响；

**6** 谁会影响企业担当责任的能力；

**7** 谁若不参加就将会处于不利地位；

**8** 价值链中谁将受到影响。

**4.4.3** 企业的利益相关方宜主要包括下列方面：

**1** 企业自身：包括股东、董事会、合伙人、管理者、员工等；

**2** 价值链：包括客户、合作伙伴、供应商、消费者等；

**3** 监管组织：包括监管部门、行业协会等；

**4** 合作方：包括银行、科研院所、大中院校、律师事务所等；

**5** 公共社会：包括媒体、非政府组织、社会责任组织、社区、员工家庭等。

**4.4.4** 企业的利益相关方识别应覆盖企业所有部门以及子公司、分公司、分支机构和工程项目部。

**4.4.5** 企业工程项目部的利益相关方识别应具体到业主、建设、勘察、设计、监理、政府质检和安监部门、项目所在地行政主管部门、承包商、供应商和分包商等相关单位。

**4.4.6** 企业应为利益相关方的协商和参与提供必要的机制、时间、培训和资源，建立沟通渠道，消除妨碍参与的障碍或壁垒。

**4.4.7** 企业应促使利益相关方参与下列活动：

**1** 确定利益相关方的协商和参与机制；

**2** 确定利益相关方的需求和期望；

**3** 建立社会责任方针；

**4** 确定企业的重要社会责任议题；

**5** 制定社会责任目标并为其实现进行策划；

**6** 确定满足法律法规要求和其他要求；

**7** 确定控制措施及其有效的实施和应用；

**8** 确定对供应商和分包商等供方的适用控制；

**9** 确定所需监视、测量和评价的内容；

**10** 策划、建立、实施和保持审核方案；

**11** 持续改进。

**5 社会责任辨识、评审与实施**

**5.1　社会责任议题辨识**

**5.1.1** 企业应开展尽职调查,识别自身活动的潜在和实际影响,以及与其活动有密切联系的其他实体或个人的行动所导致的潜在不良影响,并评估组织的影响力和影响范围。尽职调查宜以适合企业规模、特点的方式进行，调查内容包括：

**1** 与社会责任核心主题有关的、能够为企业内及企业相关方提供指导意义的企业战略及规则制度等；

**2** 对现有和拟开展的活动如何影响企业政策目标进行评估的方式；

**3** 将社会责任核心主题融入整个组织的方法；

**4** 为能够及时对优先事项和方法做出必要调整而所采取的实时跟踪绩效的方法；

**5** 适于处理企业决策和活动消极影响的措施。

**5.1.2** 企业应基于上述最新影响结果持续辨识其社会责任议题，宜包括表4.4.2的内容。

表4.4.2建筑业企业社会责任核心主题和议题

|  |  |
| --- | --- |
| 社会责任核心主题 | 社会责任议题 |
| 基本责任 | 工程质量 |
| 安全生产 |
| 依法合规 |
| 企业信用 |
| 创新发展 |
| 组织治理 | 决策程序和结构 |
| 人权 | 员工和政治权利 |
| 经济、社会和文化权利 |
| 工作中的权利 |
| 劳工实践 | 就业和劳动关系 |
| 工作条件和社会保护 |
| 集体协商 |
| 职业健康安全 |
| 工作场所中人的发展与培训 |
| 环境 | 污染预防 |
| 资源可持续利用 |
| 减缓恶化并适应气候变化 |
| 环境保护、生物多样性和自然栖息地恢复 |
| 公平运行实践 | 反腐败 |
| 公平竞争 |
| 在价值链中促进社会责任 |
| 尊重产权 |
| 消费者问题 | 公平营销、真实公正的信息和公平的合同实践 |
| 保护消费者健康安全 |
| 可持续消费 |
| 消费者服务、支持和投诉及争议处理 |
| 消费者信息保护与隐私 |
| 基本服务获取 |
| 教育和意识 |
| 社区参与和发展 | 社区参与 |
| 教育和文化 |
| 就业创造和技能开发 |
| 技术开发和获取 |
| 财富和收入创造 |
| 健康 |
| 社会投资 |

**5.2　社会责任议题评审**

**5.2.1** 企业应根据企业特征和社会责任之间的关系，对所有主题进行评审，识别并确定与其相关的议题。评审过程中宜：

**1** 列出企业活动的全部范围；

**2** 识别利益相关方；

**3** 识别自身活动和影响范围内其他组织的活动；

**4** 当企业与其影响范围和（或）价值链上的其他组织开展活动时，通过考虑所有适用的法律法规确定由此而将涉及哪些核心主题和议题；

**5** 检查企业的决策和活动对利益相关方和可持续发展可能产生的影响的方式；

**6** 检查利益相关方和社会责任议题影响企业决策、活动和计划的方式；

**7** 不但识别所有与日常活动有关的社会责任议题，而且还识别所有与仅在极为特定情境下偶然出现的活动有关的社会责任议题。

**5.2.2** 企业在确定与自身相关的社会责任议题后，应建立确定意义重大和最重要的议题的准则，评估其对企业的重要性。准则宜包括下列内容：

**1** 议题对利益相关方和可持续发展的影响程度；

**2** 对议题采取或未采取行动而造成的潜在影响；

**3** 利益相关方对议题的关切程度；

**4** 负责任地处理这些影响的社会期望的识别。

**5.2.3** 对企业意义重大的议题宜包括违反法律法规、违背道德、侵犯人权、危及生命或健康、严重危害环境等。

**5.2.4** 企业应识别和确定在其影响范围内可施加影响的议题，可通过对他方施加影响来扩大其对可持续发展的积极影响或减少消极影响。施加影响的方法可包括下列内容：

**1** 制定合同条款或激励措施；

**2** 企业发表公开声明；

**3** 推动社区和其他利益相关方参与；

**4** 做出投资决定；

**5** 分享知识和信息；

**6** 联合开展项目；

**7** 利用媒体；

**8** 推广良好实践；

**9** 与行业协会、企业和其他机构建立伙伴关系。

**5.2.5** 企业应积极应对所识别的相关且重要的议题，并识别所需处理的优先事项，利益相关方宜参与优先事项的识别。判定优先事项宜考虑下列内容：

**1** 企业当前关于符合法律法规、标准、道德规范的状况以及社会责任的最佳实践；

**2** 该议题是否会显著影响企业实现社会责任管理体系预期结果的能力；

**3** 相关行动的潜在影响；

**4** 达到预期结果所需时间长短；

**5** 未及时处理该议题是否会付出重大代价；

**6** 实施的难易程度和速度。

**5.3　社会责任议题实施**

**5.3.1** 对5.2所评审出的与企业相关且重要的社会责任议题，企业应明确各个议题的归口管理部门，由相应的部门负责实施。

**5.3.2** 企业社会责任工作管理部门应对各项社会责任议题的实施情况进行动态跟踪和监督管理。

**6 将社会责任全面融入企业的实践**

**6.1 增强社会责任意识和实践能力**

**6.1.1** 企业在开展社会责任工作的初步阶段，应重点提升全员的社会责任意识，加强社会责任培训，增进对社会责任的认识和理解，包括社会责任原则、核心主题和议题等。

**6.1.2** 企业最高管理层的社会责任意识和承诺是企业开展社会责任实践并取得成功的关键，企业可通过学习、宣讲等方式促进企业领导正确理解社会责任的内涵和益处。

**6.1.3** 企业应确保各层次的员工正确认识和理解社会责任，并意识到下列内容：

**1** 与各自活动相关的社会责任；

**2** 企业社会责任方针和社会责任目标；

**3** 其对社会责任管理体系有效性的贡献作用，包括提升社会责任绩效的益处；

**4** 不符合社会责任管理体系要求的影响和潜在后果；

**5** 与其相关的事件和调查结果；

**6** 与其相关的不良影响因素、社会责任风险和所确定的措施。

**6.1.4** 企业可通过下列活动提升其社会责任实践能力：

**1** 强化或开发社会责任实践（如促使分包商、供应商参与）活动的技能；

**2** 在企业人员现有知识和技能的基础上，加深他们对社会责任主题和议题的理解，丰富他们在社会责任实践方面的知识；

**3** 针对供应链管理人员和劳动者的能力建设和培训。

**6.1.5** 企业在采取社会责任相关行动方面，宜从易被认同的领域率先开始行动。

**6.2 将社会责任融入企业的治理、体系和程序之中**

**6.2.1** 企业应将社会责任融入到企业的治理和决策中，在决策时应考虑下列内容：

**1** 决策对利益相关方的潜在影响；

**2** 采用能够最小化有害影响和最大化积极影响的最佳方式；

**3** 实现最佳方式所需的资源和方案。

**6.2.2** 企业可采用下列流程将社会责任融入企业：

**1** 确保已确立的管理实践反映和强调了企业的社会责任；

**2** 确认将社会责任原则、核心主题和议题落实到企业各职能层次的方法；

**3** 建立部门或小组审查和修订企业的工作程序，使它们符合社会责任原则、核心主题和议题；

**4** 企业开展运作时考虑社会责任；

**5** 将社会责任融入采购和投资行为中。

**6.2.3** 企业每年应至少对程序和过程进行一次审查，确保企业的社会责任已经融入其中。

**6.2.4** 企业应长期、系统地推动社会责任融入整个企业，可针对短期和长期所需处理的社会责任议题分别做出策划，并考虑企业的能力、可利用的资源、议题及相关行动的优先顺序。

**6.2.5** 企业应促进社会责任与企业现有其他相关管理体系的一体化融合。

**7 社会责任沟通**

**7.1 社会责任信息特征及沟通功能**

**7.1.1** 企业的社会责任相关信息应当具备以下特征：

**1** 完整性。信息应当覆盖与社会责任有关的所有重要活动和影响；

**2** 易理解。信息发布应当考虑沟通对象的知识和文化、社会、教育和经济的不同背景。使用的语言和提供资料的方式，包括资料的加工方式，对愿意获取信息的利益相关方应当易于理解；

**3** 回应性。信息应当是对利益相关方的回应；

**4** 准确性。信息应当真实正确，详尽程度对应其目的是有用和相匹配的；

**5** 平衡性。信息应当平衡且公正，不应遗漏关于企业活动影响的负面信息；

**6** 及时性。明确信息所覆盖的时段，便于比较不同时期的企业绩效，也便于将本企业的绩效与其他企业的进行对比；

**7** 可获得。利益相关方应当可获得与其相关的特定社会责任议题的信息。

**7.1.2** 企业应充分发挥社会责任沟通的下列功能：

**1** 增进企业内部和外部对其社会责任战略、目标、计划、绩效及面临挑战的了解；

**2** 表明对社会责任原则的尊重；

**3** 帮助实现利益相关方参与和促进与利益相关方的对话；

**4** 满足有关社会责任信息披露的法律法规要求和其他要求；

**5** 展现企业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做出回应；

**6** 提供企业活动、产品和服务的影响的信息，包括这些影响随着时间的推移而变化的详细情况；

**7** 帮助促进和激励雇员和其他人员支持企业的社会责任活动；

**8** 促进同行比较，从而激励企业改进社会责任绩效；

**9** 提高企业在对社会负责任的行动、透明度、诚信和担责方面的声誉，以增强利益相关方对企业的信任。

**7.2 社会责任沟通方式**

**7.2.1** 企业应建立并实施与内外部利益相关方进行沟通所需的过程，并确定下列内容：

**1** 沟通什么；

**2** 何时沟通；

**3** 与谁沟通，包括企业内的不同层次和职能、外部的利益相关方；

**4** 如何沟通。

**7.2.2** 企业开展社会责任沟通可采用下列多种形式：

**1** 与利益相关方会谈或对话，包括就社会责任特定议题或项目进行沟通；

**2** 与企业的管理层、员工、作业人员进行沟通，提高对社会责任及相关活动的总体认知和支持；

**3** 把社会责任全面融入企业作为工作重点的小组活动（如针对议题实施方案的研讨）；

**4** 就有关社会责任的企业声明与利益相关方沟通。这些声明与企业行动有关，并可以通过内部审查和审验加以核实。为提高可信度，这些声明可能会通过外部审验加以验证。在适当情况下，沟通应当为利益相关方反馈提供机会；

**5** 就与社会责任有关的采购条款与供应商进行沟通；

**6** 就可能在社会责任方面造成后果的紧急情况与公众进行沟通。在紧急情况发生前，沟通应当旨在提高认识和做好准备。在紧急情况发生时，企业应当确保利益相关方了解情况并向其提供有关适当行动的信息；

**7** 与建筑产品有关的沟通，例如工程竣工资料、建筑产品使用说明书和其他消费者信息。提供反馈机会可改善这种沟通形式；

**8** 杂志或新闻中面向同行的关于社会责任方面的文章；

**9** 以广告或其他公开声明的方式推进某些领域的社会责任行动；

**10** 向政府机构提交意见书或举行公开听证；

**11** 定期的公开报告，并为利益相关方提供反馈机会。

**7.2.3** 企业应确保沟通的过程考虑到下列因素：

**1** 沟通需求时，应考虑性别、语言、文化、读写能力、残障等各种差异；

**2** 确保外部利益相关方的观点被考虑；

**3** 考虑法律法规要求和其他要求；

**4** 确保所沟通的社会责任信息与社会责任管理体系内所形成的信息一致且可靠。

**7.2.4** 企业建立的沟通过程宜规定信息的收集、更新和传播，宜确保向所有有关的员工和利益相关方提供相关信息，并确保他们能接收到和易于理解这些信息。

**8 增强社会责任的可信性**

**8.1 增强可信性的方法**

**8.1.1** 企业应促进利益相关方的对话和参与，全面、深入了解各利益相关方的利益与意图，发挥利益相关方的监督功能，与利益相关方建立信任关系。

**8.1.2** 企业应参与有公信力的社会责任认证和评奖活动，通过第三方认证和评价提升可信度。

**8.1.3** 企业宜加入相关的行业协会或组织，在共同的活动领域和各自所在社区中落实或推动对社会负责任的行为。

**8.1.4** 企业可就其影响做出承诺和采取行动、报告进展及不足提升可信度。

**8.2 增强社会责任报告和声明的可信性**

**8.2.1** 企业应编制发布社会责任报告，全面、客观、准确披露履行社会责任的措施、进展和成效。

**8.2.2** 企业可通过下列方法增强社会责任报告和声明的可信度：

**1** 披露可比性绩效信息，包括不同时期的纵向可比性及与同行的横向可比性；

**2** 对报告遗漏某个主题的原因做出简要说明，并表明企业已努力涵盖所有重要事项；

**3** 采用严格和负责任的验证程序，程序应能追溯数据和信息的可靠来源，查验它们的准确性；

**4** 验证工作应由独立于报告撰写程序的人员担任，可以来自企业内部也可来自外部；

**5** 发布验证声明，并将验证作为报告的组成部分；

**6** 通过利益相关方团体证实报告反映了企业的重大和相关问题，回应了利益相关方的需求，全面覆盖了应处理的问题；

**7** 提供某种易验证的信息，或者以某种易验证的方式提供信息；

**8** 报告符合某个外部机构的报告指南。

**8.3 妥善处理利益相关方的矛盾与分歧**

**8.3.1** 企业应建立公正、透明的处理机制来化解企业与利益相关方之间的矛盾或分歧。此机制应满足下列要求：

**1** 与受影响的利益相关方直接讨论解决矛盾；

**2** 提供书面信息消除误解；

**3** 提供与利益相关方表达观点及寻求解决办法的合适机会；

**4** 正式的投诉处理程序；

**5** 调解或仲裁程序；

**6** 能够报告不道德行为而不遭到报复的机制；

**7** 处理不满的其他类型的程序。

**8.3.2** 企业应合理有效地解决与利益相关方的矛盾或分歧，保证利益相关方能够获得与其相关的企业的决策和活动的信息，并获得关于解决矛盾或分歧的机制的详细信息。

**8.3.3** 企业应避免与利益相关方产生矛盾或分歧，在经营运作的过程中应定期与相关的利益相关方进行沟通，及时解决实际的和潜在的问题，提高企业实施社会责任的效率。

**9 评审和改进企业社会责任相关行动和实践**

**9.1 监视社会责任活动**

**9.1.1** 企业应持续监视与社会责任核心主题和议题相关的活动，确定下列内容：

**1** 需要监视的重点内容；

**2** 为确保结果有效而所采用的监视、测量、分析和评价的方法；

**3** 何时实施监视；

**4** 何时应分析、评价和沟通监视和测量的结果。

**9.1.2** 企业对社会责任活动和绩效的监测，可与对质量、环境和职业健康安全的监测结合。

**9.2 评审企业的社会责任进展和绩效**

**9.2.1** 企业应定期评审社会责任进展及绩效，社会责任评审应关注下列内容：

**1** 目标和指标的完成期望是否符合预期；

**2** 战略和程序是否与目标相匹配；

**3** 工作是否起作用，为什么；

**4** 目标是否合适；

**5** 哪些工作可以做得更好；

**6** 相关人员是否参与。

**9.2.2** 企业社会责任评审宜包含对不易测量的绩效进行检查，包括并不限于下列内容：

**1** 最高管理者对社会责任的态度；

**2** 企业践行社会责任原则的情况；

**3** 企业的社会责任声明。

**9.2.3** 企业宜促进利益相关方参与社会责任评审。

**9.2.4** 企业在评审时应确保数据与信息采集管理的可靠性。

**9.2.5** 企业应基于评审结果确定对方案的调整或改变，纠正不足并改进社会责任绩效。

**9.3 持续改进**

**9.3.1** 企业应在定期评审的基础上，采取措施持续改进社会责任绩效，改进的内容包括并不限于下列方面：

**1** 对目标和指标的修改，反映条件的变化或者取得更大成果的愿望；

**2** 扩展社会责任活动与计划的范围；

**3** 为社会责任活动提供资源；

**4** 新的计划或活动。

**9.3.2** 企业可通过下列方式持续改进社会责任管理：

**1** 提升社会责任绩效；

**2** 促进支持社会责任管理体系的文化；

**3** 促进利益相关方参与社会责任管理体系持续改进措施的实施；

**4** 促进相关管理体系和业务过程支持和参与社会责任管理体系持续改进措施的实施；

**5** 将有关持续改进的结果与利益相关方及其代表进行沟通。

# 用词说明

为便于在执行本标准条文时区别对待，对要求严格程度不同的用词说明如下:

**1** 表示很严格，非这样做不可的：

正面词采用“必须”，反面词采用“严禁”；

**2**  表示严格，在正常情况下均应这样做的:

正面词采用“应”，反面词采用“不应”或“不得”；

**3**  表示允许稍有选择，在条件许可时，首先应该这样做的：

正面词采用“宜”，反面词采用“不宜”；

**4** 表示有选择，在一定条件下可以这样做的，采用“可”。

# 引用标准名录

**中 国 工 程 建 设 标 准 化 协 会 标 准**

建筑企业社会责任实施指南

**T/CECS XXX-2023**

**条　文　说 明**

**制 定 说 明**

2021年，北京中建协认证中心有限公司向中国工程建设标准化协会提交了《建筑企业社会责任实施指南》标准制订的立项申请，根据《关于印发<2021年第一批工程建设协会标准制订、修订计划>的通知》（建标协字【2021】11号）的要求，中国工程建协标准化协会标准《建筑企业社会责任实施指南》被列入编制计划，北京中建协认证中心有限公司为主编单位。

为便于广大技术和管理人员在使用本导则时能正确理解和执行条款规定，《建筑企业社会责任实施指南》编制组按章、节、条顺序编制了本导则的条文说明，对条款规定的目的、依据以及执行中需注意的有关事项等进行了说明。本条文说明不具备与标准正文同等的法律效力，仅供使用者作为理解和把握标准规定的参考。 制定说明第一段最好是参照这个截图

**目 录**

1 总　则 25

2 术 语 26

3 基本规定 27

4 企业社会责任治理 28

4.1 企业特征 28

4.2 企业文化 28

4.3 组织治理 29

4.4 利益相关方 29

5 社会责任辨识、评审与实施 30

5.1 社会责任议题辨识 30

5.2 社会责任议题评审 30

5.3 社会责任议题实施 30

6 将社会责任全面融入企业的实践 31

6.1 增强社会责任意识和实践能力 31

6.2 将社会责任融入企业的治理、体系和程序之中 31

8 增强社会责任的可信性 32

8.1 增强可信性的方法 32

8.2 增强社会责任报告和声明的可信性 32

9 评审和改进企业社会责任相关行动和实践 33

9.1 监视社会责任活动 33

# 总　 则

**1.0.1**本指南中的要求需以系统且非孤立的视角进行考虑，某些章条中的要求可能会与其他章条中的要求之间存在着相互联系。

# 术　 语

**2.0.3** 活动包括产品、服务和过程，组织关系是指组织在其影响范围内的活动。

**2.0.4** 社会责任管理体系的目的是防止不良影响和促进有益影响，努力成为对社会负责的企业。

**3 基本规定**

**3.0.1** 担责、透明、合乎道德的行为、尊重利益相关方的利益、尊重法治、尊重国际行为规范、尊重人权是组织应遵守的社会责任基本原则。

**3.0.2** 组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运行实践、消费者问题、社区参与和发展是《社会责任指南》ISO 26000规定的七大社会责任主题。

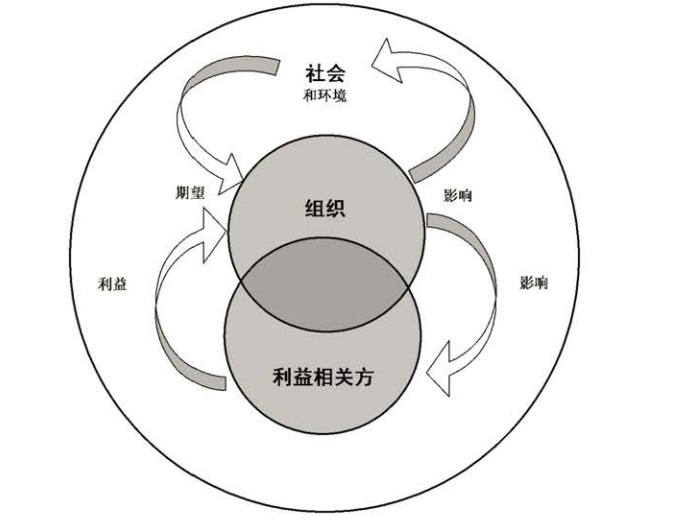
，

**4 企业社会责任治理**

**4.1　企业特征**

**4.1.1** 理解企业特征如何与其社会责任相关联是企业建立社会责任管理体系的重要信息基础，这个过程的输出信息是企业辨识社会责任议题和识别利益相关方的重要判定依据。

**4.1.2** 尽管利益广泛是社会的一部分，但利益相关方可能会有着与社会期望不一致的利益。对企业而言，利益相关方有着特定的利益，这些利益可能有别于在个议题上对社会负责任行为的社会期望。企业及其利益相关方和社会三者之间的关系如下图所示：

****

**4.2 企业文化**

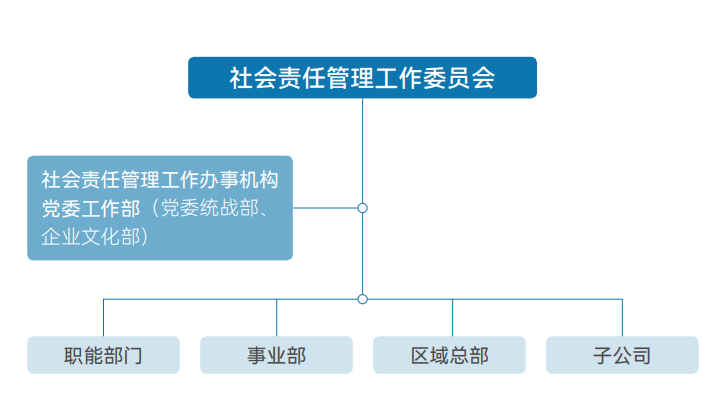
**4.2.1** 为了明确企业的社会责任方向，企业可以在愿景声明中提及企业在未来哪些方面将以社会责任来影响其活动；也可以在企业宗旨或使命声明中，具体、清楚和简洁地引用社会责任的重要方面；还可以制定单独的、书面的、可表明企业社会责任承诺的、体现企业原则和价值观的行为准则或道德准则。将社会责任融入制度、政策、过程和决策行为中，使其作为企业战略的关键要素包含在战略之中也是非常必要的。

**4.2.2** 社会责任方针一般是企业的最高管理者作为承诺而声明的一组原则，它概述了企业支持和持续改进其社会责任绩效的长期方向。社会责任方针可以提供总体方向，为企业制定目标和采取措施以实现社会责任管理体系的预期结果提供框架。企业在制定社会责任方针时，有必要考虑与其他方针，如：总体发展战略方针、各相关管理体系的方针等的一致性和协调性。

**4.2.3** 企业最高管理者的意识、重视与支持是企业开展社会责任实践并取得成功的关键，因此也有必要承担亲自参与或指导的特定职责。

**4.3　组织治理**

**4.3.1** 组织体系是企业开展社会责任工作的组织基础。建立由企业高层任职的社会责任领导机构，是企业履行社会责任的组织保障和决策体系保障。设置社会责任工作执行机构，明确社会责任工作归口管理部门、管理处室和工作人员，以推进落实社会责任工作决策部署、推进社会责任各项工作的开展。例如，中国交通建设集团有限公司制定《中国交通建设集团有限公司社会责任管理方法》，成立社会责任管理工作委员会，主要领导任主任、分管领导任副主任、总部各部门负责人任委员，按照战略导向原则、深度融合原则、广泛参与原则推进社会责任融入日常经营。



中交集团社会责任组织机构

**4.3.3** 一般情况下，分子公司的社会责任管理部门与集团的社会责任工作归口管理部门宜保持一致，便于社会责任相关政策的上传下达、数据的搜集统计等。

**4.3.5** 经济和非经济激励措施如口头表扬、通报表彰、记功、奖金、奖励出游、提薪、升职等。

**4.4 利益相关方**

**4.4.1** 利益相关方的需求和期望，有些具有强制性，比如，已被纳入法律法规的需求和期望。对于其他需求和期望，企业可以自行决定是否自愿接受或采纳，比如签署自愿性倡议等。

**4.2.3** 非政府组织为非盈利组织，主要从事保护社会公共利益、维护特定弱势群体权益、保护生态环境等活动。

**5 社会责任辨识、评审与实施**

**5.1　社会责任议题辨识**

**5.1.2** 在GB/T 36000社会责任核心主题和议题的基础上，本标准结合行业特点提出了建筑企业社会责任核心主题和议题。

**5.2　社会责任议题评审**

**5.2.5** 企业社会责任议题及其优先事项的确定，可为企业全面理解其当前的社会责任状况及未来发展趋势，有效管理社会责任风险提供重要的信息基础。

**5.3　社会责任议题实施**

**5.3.1** 对评审出的相关且重要的社会责任议题，需明确每个议题的主管部门并由其予以对应，如工程质量议题由负责工程质量的部门管理，员工成长议题由人力资源相关部门管理。

**6 将社会责任全面融入企业的实践**

**6.1 增强社会责任意识和实践能力**

**6.1.1** 教育和终生学习对社会责任意识提升和能力建设非常关键，企业应予提倡，提供方便和适当奖励。

**6.1.5** 在采取社会责任相关行动方面，企业的各个部门或员工的认同程度可能会有所不同。从易被认同的领域开始行动，更能起到样板和引领作用。

**6.2 将社会责任融入企业的治理、体系和程序之中**

**6.2.5** 企业现有相关管理体系主要是指与“组织治理、人权、劳工实践、环境、消费者问题、公平运行实践、社区参与和发展”等社会责任主题相关的管理体系，如质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系、合规管理体系、信息安全管理体系等。企业需注意促进社会责任管理体系与这些管理体系的相互对接及协调运行，使相关的社会责任议题在相应的管理体系之中予以应对。

**8 增强社会责任的可信性**

**8.1 增强可信性的方法**

**8.1.2** 企业可以邀请第三方机构开展社会责任管理体系认证、社会责任评价等，参与鲁班奖等行业奖项的评选，通过第三方的认证和评价来提升自身的可信度。

**8.2 增强社会责任报告和声明的可信性**

**8.2.1** 常见的社会责任报告类型包括社会责任报告、可持续发展报告、ESG报告、社会价值报告等。报告编制通常遵循客观准确、完整全面、及时可比、易读易懂等原则。报告编制的周期通常为一年，也有少数企业每两年发布一次报告。

**8.2.2** 企业通常通过披露连续3年或5年的数据来反应不同时期的纵向可比性绩。报告编制依据的指南通常包括全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》、中国社会社科院《中国企业社会责任报告编写指南4.0》、香港联合交易所《ESG报告指引》等。

**9 评审和改进企业社会责任相关行动和实践**

**9.1 监视社会责任活动**

**9.1.1** 企业可以根据《建筑业企业社会责任评价标准》T/CCIAT 002-2018开展社会责任绩效自评或第三方评价。