

月刊

SRI

SOCIAL
RESOURCES
INSTITUTE

2009年10月 NO. 14

S R I M O N T H L Y

出刊日期: 每月 8 号

出品人: 社会资源研究所

主编: 李远香

SRI 主页: www.srichina.org

联系电话: 010-68437211

联系信箱: Yuanxiang0902@gmail.com

精彩语录

月度回顾

推荐报告

专栏

Campaign

社会创新

Points

Social Drink

编者言:

写这篇编辑手记的时候,已近长假尾声且在旅途之中,在梳理过去一月的大事时,猛然觉得生活本身暂时遮蔽了工作内容,满眼都是一件件琐碎的小事,想到办公室激情四射的例会,想到 G20 气候变化峰会的那些严肃议题,似乎都有点遥远。

由此产生大与小的感慨,因为我们的工作动辄涉及气候变化、金融危机和可持续商业等宏大话题,但生活往往还是沿着旧的轨道一天天运行,所以常常给个人带来一种无力感。

在 G20 气候变化峰会的场内,各国领导人闪亮登场,他们的话语和姿态借着强势的大众传播工具迅速扩散;而场外的抗议人群虽然有各不相同的运动和诉求,但是往往会被媒体选择性屏蔽,在中国一些新闻网站上,这些抗议群体甚至被描述为“搞笑群体”。

两厢对比,这又是大与小的悬殊,但是小并不意味着没有意义,场外抗议群体并不是小插曲和小花絮,而是西方社会民主运动的一部分,并且已经纳入到社会正常运行的轨道之中,几乎是哪里有峰会,哪里就有抗议运动,像反资本主义和反全球化这样主题的社会运动,在西方发达社会里已经习以为常。

每一个社会运动都只是代表一部分人群的利益和认同,由此整个社会呈现出一种多元化格局,任何单一的运动诉求都无法占据霸权地位。环保和气候变化等议题在早期都和社会运动密不可分;现在这些多元化的社会运动也成为公民社会的一个重要体现;并借以消除工作领域和生活领域的分裂。

因此,在 G20 峰会上中国的闪亮登场并不等于中国就能成为气候领袖,真正决定中国在气候变化问题上作为的是民众的参与和全社会的认同。SRI

社会资源研究所 版权所有 欢迎转载

中国 北京 海淀区紫竹院南路 7 号院 212 室 邮编:100044

香港乐施会 资助

目 录

- 精彩语录..... 2
- 月度回顾..... 3
 - 中国将成为气候领袖?3
 - 社区型组织的“生态危机”4
 - 互联网的想象力.....5
- 推荐报告..... 6
 - 低碳经济领袖.....6
- Campaign..... 7
 - 基于自由的控烟运动.....7
- 社会创新..... 12
 - 浏阳荒野牧蜂人合作社.....12
- Points..... 15
 - 再说危险的节能灯15
 - 提高全球供应链社会问责的尝试.....17
- Social Drink..... 20
 - 互联网与社会创新.....20

220 平方米太小，不能打篮球，踢足球也还差点。

——浙江一省级单位人均办公用房 220 平米引网友热议

至今为止我们没有向银行贷过一分钱，你也能够做得到，就从今天开始。

——马云炮轰银行业嫌贫爱富：中小企业可以不理银行

国企的薪酬体系像民企一样也是留住人才的主因，所以央企高管总薪酬每年增长 4600 万元左右是合情合理的。

——国资委主任李荣融 9 月 5 日在杭州举行的“2009 中国企业 500 强发布暨中国大企业高峰会”上发言

我不能不订啊，幼儿园其他小孩都喝牛奶，如果我的小孩没有，他心理上会受到创伤的。

——新洲一学生家长为给孩子订牛奶而恼火

中国石化在国际市场价格远高于国内的情况下，先后组织大量进口，为此承担了巨额的价差损失。如果说这也是垄断，试问有谁愿意这样陪着钱去垄断？

——中石化股份有限公司副董事长、总裁王天普回应备受质疑的“高额垄断利润”

这个牌子的本子质量较好，纸张白皙，学生书写方便。

——按照政策规定，义务教育阶段学生作业本应由学生自愿购买。但西安市部分学校却指定学生必须购买某品牌作业本，并做出了这样的解释

“一个房子能卖 80 万，你就不要卖 50 万，卖 50 万太糟蹋它了。一个社会要富起来，就要靠每一个都要物尽其用，只要有人出高价，我就把它卖到尽可能高的价位。”

——北京天则经济研究所所长茅于軾 5 月 8 日在中国企业领袖年会·西部论坛上表示，自己反对推行限价房和经济适用房，理由是这两种房不能物尽其用

大学生的就业价值取向也有一些变化，会寻求一些工资比较低的岗位。企业的工资不是以身份来论的，主要是以岗位来论，同一个岗位是同工同酬的。

——人保部：大学生有可能与农民工同工同酬

小两口快结婚了，却一直不买房，于是丈母娘把女婿找来“探讨”，这下小女婿坐不住了，只好清仓、典当，筹钱买房，这就是“特刚需求”。

——房价上涨：“特刚需求”源自丈母娘？

言
免
舌

责任编辑：李志艳/政策评论

中国将成为气候领袖？

本月最重大的事件是祖国华诞六十周年。我们研究所的同事都有幸生活在这太平之年，虽然对于生活我们也时常抱怨，但身逢盛世，我们仍心存感激。作为一家致力于可持续商业的研究机构，我们真诚祝愿祖国的繁荣能够可持续下去，所有的百姓都能够永享安宁和自由。本月的另一件大事和本文的主题有关。9月22日，在美国联合国总部，气候变化峰会盛大召开。国家主席胡锦涛作了《携手应对气候变化挑战》的演讲，并提出了中国应对气候变化的具体举措：

“一是加强节能、提高能效工作，争取到2020年单位国内生产总值二氧化碳排放比2005年有显著下降。二是大力发展可再生能源和核能，争取到2020年非化石能源占一次能源消费比重达到15%左右。三是大力增加森林碳汇，争取到2020年森林面积比2005年增加4000万公顷，森林蓄积量比2005年增加13亿立方米。四是大力发展绿色经济，积极发展低碳经济和循环经济，研发和推广气候友好技术。

胡主席的演讲相当成功，各大媒体关于中国将成气候变化世界领袖的报道接踵而来。英国《金融时报》、《泰晤士报》、《卫报》、路透社都发此言论，而且依据出自联合国高官气候变化机构负责人伊沃·德·波尔之口，他说：“我希望在胡主席的讲话后，整个国际社会可以认可中国（在气候变化问题上）的领先地位。”发改委也曾就气候变化答记者问，媒体随后声称“中国在应对气候变化和减排方面领先美国”。如果只看媒体报道，在结合中国一直以来关于G2和大国崛起的梦想，似乎中国成为世界领袖不仅即将发生，而且在某些领域已经提前发生了。

不过从宏观落实到微观，让我们反观中国企业的气候变化表现，就不是那么乐观了。

商道纵横2008年对中国100家上市公司就碳信息披露展开问卷调查。在100家公司中，只有5家公司回答了问卷，而且有17家企业拒绝参与，55家企业没有明确回应。企业对碳信息披露的认知和态度由此可见一斑。调查报告还发现：多数公司尚未建立特定的碳排放信息收集体系，对温室气体排放计算工具也不熟悉。

社会资源研究所也曾就企业信息披露采访业内专家。一些专家说，“中国在气候变化上一直强调人均排放量，用十三亿人口去除，指标自然就下来了。但是一旦落实到具体企业，用企业职工总数去除企业排放总量，人均数据还是很高的。另外，还有一些企业表示，碳排放涉及国家机密，政府部门不允许披露，即使企业已经收集到了确切数据，也不敢披露”。如果专家发现属实，而且企业不是在推卸责任的话，那么政府在气候变化上的作用就要具体情况具体分析了。

当然，中国是不是气候变化的世界领袖并不重要，重要的是要有明确的可衡量的减排目标，以此角度来看中国的姿态，亦不失为一种进步。SRI

三聚氰胺一周年祭

三鹿奶粉三聚氰胺事件过去了一年了，国内没有任何纪念活动，奶业依旧蓬勃，当事官员鲍俊凯仍活跃在质检领域，唯一值得称道的是，我国通过了《食品安全法》，但法律执行困难仍让消费者不怎么放心。

双边贸易侵蚀多边贸易

由于多哈回合的困难，以WTO为代表的多边贸易受阻，介于两国及几国之间的双边贸易不断攀升，目前双边自由贸易协定已近170项。在贸易保护主义抬头的今天，双边贸易似乎对促进全球贸易有益，不过也正加剧着全球达成多边贸易协定的困难。

低碳经济超越航天和国防业

汇丰银行的研究显示，全球气候变化行业中的上市企业，包括可再生能源发电、核能、能源管理、水处理和垃圾处理企业，营业总额已达5340亿美元，已超过5300亿美元的航天和国防业的营业总额，在全球经济衰退之时，2008年收入大幅增长75%。

第一代外劳工养老难题

农民工易成芳，55岁，参保10年，但没有资格领取外来工养老金，也不被允许继续缴纳至满15年后再享受。随着第一批外劳工陆续到达退休年龄，养老问题越来越普遍。专家认为外劳工有责任追问：谁忽悠了他们去参保？

责任编辑：吴晨/NGO 中心

社区型组织的“生态危机”

什么是社区型组织？如果你用过Wiki、译言、科学松鼠会，便大致能体会一群陌生人互相协作生产产品的感觉。

Wiki百科曾经是其中的翘楚，它代表了人类期望协作共赢的念想，你可以为此添加若干标签：共享、协作、普世以及一切代表美好的形容词。并且这一愿望从古人类开始浇筑巴别塔的第一块砖开始，从未熄灭，一直延伸到今天的web2.0时代。

但Wiki遇到的麻烦，似乎可以理解为巴别塔之困的升级版：自2001年初始以来，这个由用户编写的在线百科全书网站扩张的速度就像所有网络的新鲜事物一样：以指数方式增长。截止到两年前，维基用户平均每天为百科新增约2200篇文章；2009年8月，英文文章的数量已经达到了3百万，超过了中国拥有600年历史的《永乐大典》。然而起自2007年初，奇怪的事情发生了：维基百科的增长线逐渐持平；人们突然不再愿意为百科全书新增词条、修正错误、或是为已经存在的页面贡献他们的重要思想。”

维基的繁荣建立在混乱的基础上，它越是随心所欲，它就越能吸引源源不断的贡献者。可是多年以来，维基为保证它的准确和公正而增加了一道道控制屏障，这就使其具有了一些官僚制度的特征。当年，每一个在维基百科上新增的词条通过审查的几率是差不多的，但几年之后一个等级系统出现了，不太活跃的贡献者对词条作的修改很可能比不过精英级的贡献者。“维基律师业”也在兴起：为了让自己的版本留在页面上，你就得学会在与其他编辑者争论时摘引维基百科复杂的法律条文。近日，网站还作出了一项重大改动，引进了一道编辑控制程序—针对尚还在世的人物的词条编辑。在以往，只有像奥巴马这样高层人物的词条文章才能被保护起来而不被民间编辑。这样一来，人们虽然可以自由地在维基百科上修改当地官员或是公司老板的介绍，但是改动结果只有在编辑者的“前科”被维基百科管理员调查过之后才能应用。

每个wiki贡献者的热情都会被损耗，并且在一定程度后决定放弃。这就好比牧场都有特定的载畜量，当牛的数量超过一个额度，生态系统便会遭到破坏。假如将这些新鲜的牧草比喻做人的热情，将这些牛比喻做社区型组织中活跃的人群，同理：当社区规模迅速扩大到某一数量级，热情会熄灭，组织会涣散直至在僵化中消失。

这和巴别塔之困极其相似，为了协调庞大的人群，需要建立秩序和规章，并且采用人人都能认同和理解的语言。巴别塔之后任何新的工具，包括我们热衷的互联网协作，它实质上加快了巴别塔建造的速度，也加快了协作人群膨胀的速度。但目前，还不能看到任何一种工具或者说社会创新，能够更好地沟通必然产生的“官僚阶层”和参与者，人们的热情会因为人数扩大而导致的官僚化逐步消减。当巴别塔建造得越快，无非是我们迈向溃败之日的日子也相应加快而已。SRI

农民工被再就业

无偿培训农民工是国家一项“民生工程”，有人却从这项惠民政策里看到了“商机”。南宁有家培训学校通过几天的培训将农民“再就业”，每培训一人，学校可得400到800元不等的补贴金。

民工“慌”到民工“荒”

中国东南沿海甚至西部的重庆等地再现“用工荒”。从今年年初到8月，短短半年多时间内，珠三角、长三角等地区的劳动力市场经历了一次从打不到工的“民工慌”到招不到工的“民工荒”。

以工人为本的新CSR模式

大学师生监察无良企业行动（SACOM）联同瑞士民间团体Bread for All，就惠普公司在中国的两家供应厂所进行的劳工权利培训项目公布了两份独立的项目总结报告。

东非逾两千万人面临饥荒

在哥本哈根气候大会召开之前，乐施会表示，气候变化已导致东非地区发生旱灾的频率从每十年一次上升至每两三年一次。乐施会昨日呼吁筹集950万英镑，以向75万民众提供食品援助，这一数字远低于目前的资金缺口。

责任编辑：李远香/企业中心

互联网的想象力

在编辑本期期刊文章的时候，发现好几个栏目的内容都和互联网相关，尤其是上个月以互联网与社会创新为主题的 Social Drink 活动，无论是译言网、互动百科，还是互联网森林和壹基金之家，他们强调最多的都是互联网作为大规模协作平台的放大效应；而本期社会企业案例—浏阳荒野牧蜂人合作社则具体而微地展示了互联网在提升小农生计中的作用；月度回顾中以维基百科为例的社区型组织分析也是对互联网生态学的一种诠释。这些文章不约而同地聚焦于互联网不是偶然，说明对可持续商业和社会创新的追求，以互联网为代表的传播科技和渠道大有可为。

早在上世纪的六十年代，以施拉姆和罗杰斯为代表的大众传播学家，都纷纷出书鼓吹大众媒介在加速现代化过程中的作用，认为以电视为代表的大众传播媒介能够加强心理流动性，能够产生显著的乘数效应以实现从传统社会向现代化社会的转换。

这样的理论虽然在西方社会早就已经破产，但是在很多发展中国家和转型国家，依然能够看到以“电视和发射塔”为现代化政绩的普遍认同。这些现代化理论之所以被抛弃或修正，是因为很多国家的现实表明，“电视和发射塔”只是一种社会进步的表象，遮掩了国家从上而下建立意识形态一体化的野心，并且很大程度上造成了民众参与意识淡漠和社会个体的疏离。

在互联网出现以后，很多公民社会团体都借助互联网形成广泛的认同并完成组织工作，一时之间，互联网作为强大的互动平台又唤起了人们对大众媒介的信心。经由这样的反思过程，大众媒介与现代化的关系在西方社会基本已经完成理论上的建构，并与社会现实形成了良好互动。

中国因为占据后发优势，互联网的使用人群迅速扩大，经过早期的基本应用（电子邮件、聊天工具等），现在不同的社会群体已经在有重点地使用互联网完成大规模协作，并在此基础上建立社区型组织，以形成初步的参与和信任关系。在此基础上，利用互联网作为协作平台或供应链渠道的商业创新不断涌现，但是以后规模的扩大将是对这种商业模式最大的考验；而且这些商业创新案例的领导人或关键人往往具有极强的个人魅力，因此要保持创新的可持续性也是一种挑战。

互联网时代的商业创新很多时候是理想和商业的一种结合，不仅仅是纯生产力的提高，更多是社会资本的提升，互联网就在那里，关键是利用的方式。互联网商业模式基本都是在线上，主要的优势是极大地降低了成本，而且由于个人和群体的频繁互动，信息量大大增加，不确定性在减少；换言之，是熵在减少，是可控性在增强，由此使得大规模协作成为可能。SRI

苹果等公司宣布退出美国社会

10月5日，由于在温室气体排放方面存在意见分歧，苹果公司宣布退出美国商会。相继，太平洋煤气与电力、PNM电力瓦斯公司和Exelon电力公司也因为气候问题分歧宣布退出美国商会。

中国需求提振全球豪华车销量

9月份，中国继续为全球主要豪华汽车生产商解困。由于新车型的推出和政府刺激计划，豪华车销售较去年同期大幅增长。宝马、奔驰和奥迪品牌纷纷开足马力扩大在华业务，减少其对西欧和美国销售的依赖。

中国将停止批准新建风电整机

9月29日，国务院批转《发展改革委等部门关于抑制部分行业产能过剩和重复建设引导产业健康发展若干意见的通知》，要求严格控制风电装备产能盲目扩张，原则上不再核准或备案建设新的整机制造厂。

IEA：气候变化后果沉重

国际能源署（IEA）称：气候变化协议达成的时间每推迟一年，全球能源行业就将在2030年前多付出5000亿美元的代价。如要将地球温度上升控制在2摄氏度以内，考虑其他各种因素，理想状态是将温室气体浓度控制在百万分之450的水平。

责任编辑：沈昕一/企业中心

低碳经济领袖



出版机构：气候组织（THE CLIMATE GROUP）

出版时间：2009年1月

推荐理由：无论是应对气候变化，还是金融危机，企业都被顺理成章地推到了舞台的中央。在世界走向低碳未来之时，企业应做世界需要的低碳经济领袖，以GE、远大等为代表的领袖型企业已经行动起来，但是以现有的行动应对气候变化尚不足够，低碳经济带来的大蛋糕也理应有更多的中国企业分享。气候组织希望能与领袖型企业探讨中国企业在低碳经济道路上的机遇与挑战，特此编写了《低碳经济领袖》。

报告下载：<http://www.csrglobal.cn/web/detail.jsp?fid=303707&cnID=300279>

报告摘要：

气候变化：难以忽视的真相

- 气候变化的原因、影响及趋势。IPCC 预计，21 世纪温度可能继续上升 1.8 到 6℃。
- 应对气候变化的主要措施是：减少温室气体排放和增加碳汇。
- 气候变化已完成了从“科学问题”到“政治问题”，再到“经济问题”的三级跳，并上升到囊括一切的“发展问题”的战略高度。

低碳经济的核心内涵

- 节约能源，改善能源开发、生产、输送、转化和利用过程中的效率，以更少的能源消耗，推动经济的可持续发展。
- 降低能源体系中的碳含量和开发利用生产的碳排放，从而实现全球大气中温室气体环境容量的合理配置和高效利用。
- 通过增加碳汇、发展碳吸收技术等（也叫吸碳经济，以碳捕获与封存技术（CSS）和森林碳汇等位代表），抵消短期内无法避免的化石燃料燃烧所排放的温室气体，一定程度上调节大气中的碳循环。

企业：低碳经济中的领袖力量

- 企业既是资源调动、产品生产、服务提供的主体，也是自然资源的主要消耗者和污染物的主要排放者，因此顺理成章被推到了舞台的正中央。
- 报告提出两个问题：气候变化对企业意味着什么？企业如何应对？

低碳经济领袖

- 企业的碳排放（又称碳足迹）主要来自三大方面，即企业日常运营排放、购买的能源在生产和使用过程中产生的排放，以及产品供应商等产生的排放。
- 能够被称为低碳经济领袖的企业，应同时具备低碳企业和领袖企业的特质，且企业运营能对低碳经济的发展起到良好的推动作用。
- 领袖企业的具体评价标准与企业所在具体行业相关，但原则上应具备盈利、影响、创新和长期发展四大能力。低碳经济领袖企业还应具备减碳能力。SRI

基于自由的控烟运动

烟草制品是完全或部分用烟叶作为原料制成的产品，用于抽吸、咀嚼或鼻吸。各种形式的烟草都包含尼古丁这种非常让人上瘾且能作用于精神的成分。

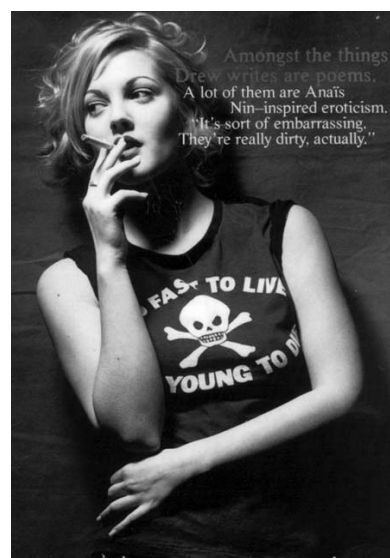
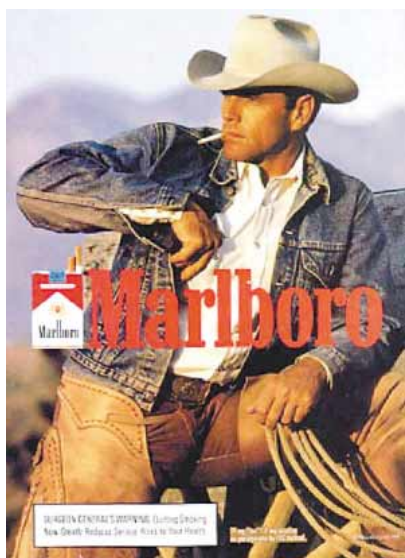
烟草使用在世界各地都很常见,它可能是世界上最“公平”的产品，无论你的种族，性别，宗教信仰，政见等，每十个故去的人中约有一人因为吸食烟草而失去性命，每年约有 500 万人死亡，烟草对穷富一视同仁，但后者显然能利用更完善的保健系统以及私立保健医生来延缓死亡时间。

吸烟如同一场赌注-消费者的一场俄罗斯轮盘赌，消费者可见的付出并不多，但回报却被烟草企业诠释得非常丰富：它可能是一种身份、一种性别魅力、一种生活态度以及唾手可得的解脱。对作为监管者的政府而言，眼下立等可见的是高额的税收回报，卫生保健系统内的损失需要一段时间来显现并且它看上去并不由烟草对人体的侵害所“直接且唯一”地造成。因此我们可以产生一个大胆的假设，如果烟民能够像吞食巧克力一样处理烟草，而不是把含有有害物质的烟雾喷入空气中，那么今天的烟草控制运动可能会相对艰难得多。

这些有害烟雾造成了吸烟者和非吸烟者的对立，而这个划分是烟草控制运动的基石，也即：吸烟者的自由侵害了非吸烟者的自由。而对自由的追求，是全世界人民，尤其是西方发达国家的公民，一出生便已领悟的精神。

万宝路的牛仔们

如果仅仅依靠尼古丁的生物作用，烟草消费者的数量供养一家烟草企业也非易事。毕竟烟草所能产生的“集中注意力、解脱”等作用，可以有更多的解决途径。



回想泰坦尼克号中，落魄的青年画家杰克和社交名媛罗丝点燃香烟的那一幕，以及万宝路广告中衔着香烟的西部牛仔，烟草广告试图带给年轻人关于叛逆、自由的标志，给予男性粗狂的力量感，同时作为表面上妇女寻求自身解放的烙印-曾经香烟是带有男性特质的消费品。

这些带有身份标示意味的附属价值才是维系和发展烟民群体的关键。

在漫长的青春期中，年轻人看到的电影中、F1 赛车场上，那些风驰电掣的车手以及拯救世界的英雄都在吞云吐雾或者装戴有烟草企业的醒目标志，那么当自己也点燃一根，似乎关于成长的苦闷也一下子缩短了许多，这些虚妄并非由尼古丁带来，而是由莫里斯等世界烟草企业所发动的强大广告效应一手造就。

控烟运动风起云涌

控烟运动可以分为两个阶段，最初可从 15 世纪哥伦布周游列国开始，当年他的船员拉齐奥·吉雷兹因发现土著人种植烟草并学习吸烟，被宗教法庭认为是魔鬼附身，投入了监狱。此后一直到 19 世纪末，控烟的理由可归结为偏见、宗教以及经济利益。一直到 1962 年英国皇家内科医学院发表了人类历史上著名的医学报告，用大量的临床实例证明“吸烟是导致肺癌的主要原因”。至此控烟运动进入了以人类健康为本的新阶段。

面对分布在世界各地拥有 4000 亿美元生产实力和推广能力的强大烟草业，全球范围内的控烟运动在人力、物力和科研方面的投入都显得远远不够。在这个诱惑人们吸烟和控制烟草流行的博弈中，世界卫生组织(WHO)认识到了烟草的流行就像传染病一样，国界不能阻断它的传播，多方面共同努力才可能解决这一问题。

无烟草青少年运动(Campaign for Tobacco-Free Kids)是一个非政府组织，总部设在美国华盛顿特区。它是美国乃至世界上致力于降低烟草使用、减少烟草对健康和经济的毁灭性危害的领导者。他们与全球许多合作伙伴一道，努力实现以下目标：告知政府、公众及媒体关于吸烟、其他方式的烟草使用，以及吸二手烟所带来的诸多危害；支持采纳具有科学依据的减少烟草使用和吸二手烟的措施，从而改善健康状况，挽救生命；与合作伙伴分享控烟最佳方法和信息，确保减少烟草使用的努力发挥最大效果。

众多的烟草企业在吸烟有害健康这一问题上已经没有太多的争辩余地，与其将金钱用在证明吸烟行为与心脏病等是否有直接且确凿的文字考据上，烟草企业更愿意将大部分资金用于各种形式的媒体宣传，控烟组织则试图通过立法来限制烟草企业以各种面目出现在一切公众场合，为此，需要有研究报告证明媒体宣传的确会对人们的吸烟行为有直接关联。

2008 年年底，美国国家癌症研究所发表了一份综合报告，得出以下重要结论：

- 科学证据表明，烟草广告和促销促使烟草使用增加，即使短暂地接触烟草广告也会对青少年造成影响。许多烟草广告针对青少年的心理需要，比如喜欢流行，获得同伴认可，以及自信的自我形象。

- 科学证据还显示，看到电影中的吸烟镜头与青少年开始吸烟有因果关系。
- 大众媒体的公众教育宣传能有效地防止青少年开始吸烟，并且鼓励吸烟者戒烟。但是，烟草行业赞助的所谓“预防青少年吸烟宣传”一般没有效果，反而增加青少年吸烟。
- 全面禁止烟草广告和促销是对付烟草营销所带来的有害影响的最有效途径。部分禁止烟草广告和促销使得烟草公司寻找新方法，继续营销烟草制品。
- 烟草公司通过各种媒体策略，包括对赛事和社会事业的企业赞助，突出慈善工作的公司形象宣传，以及烟草公司的“防止青少年吸烟宣传”，努力弱化对有效的烟草控制政策的公众或法律支持。烟草行业还通过防止开展或减少烟草控制的媒体宣传，或弱化这些宣传的信息，来阻碍控烟宣传。

众多控烟组织的努力，其最终结果一是逐渐改变了香烟制品本身；二是将控烟运动提升到全球层次，通过不同组织和政府间的协作来达成控烟目标，在一个主体遍布全球的烟草供应链中，个别国家和地区的单打独斗，在烟草企业的强大财政实力前，都显得为蔚为单薄。

Campaign 结果一：烟草替代品。”

旨在减少有毒物质的更安全香烟问世已近 20 年。雷诺烟草开发出了两种这样的香烟：一种是 1988 年的“首相”(Premier)，另一种是 1996 年的“无烟”的 Eclipse。但这两种产品均未在市场获得成功。

1998 年菲利普·莫里斯美国公司(Philip Morris USA)开始尝试具有“电热式抽吸系统”的香烟：Accord。这种香烟可以减少烟头上的烟和烟灰。去年，该公司在 3 个测试市场推出了 Marlboro Ultra Smooth，这种有“新型碳过滤嘴”的香烟是该公司最高机密的“减少烟气成分 (Scor)”研究计划的首个产品。

未来十年内烟草和制药业的商业利益将会产生交叉点，两者都将烟草视为一个开发低危害产品和戒烟产品的利润增长点。长期以来，制药商一直以提供戒烟口香糖、膏药、戒烟糖等尼古丁替代疗法等帮助人们戒烟。现在，治疗方法正转向药片，如葛兰素史克公司的“盐酸安非他酮缓释片”。辉瑞的戒烟药“Chantix”也通过了美国监管机构的审批，这种药品模仿尼古丁的作用机制，刺激相同的末梢神经，以减轻烟瘾。

如此，烟草业将被迫与那些能满足对尼古丁的需要、又不会致命的非烟草产品展开竞争。而后者的一个明显优势就在于还给了非吸烟者呼吸清洁空气的自由。

Campaign 结果二：烟草控制框架公约

世界卫生组织《烟草控制框架公约》代表了全球第一次降低烟草使用的一致努力，是世界上第一份公共卫生条约。公约 2005 年 2 月 27 日生效，公约要求已批准的国家采取科学业已证明的措施减少烟草使用，降低烟草对健康、生命和资金的严重危害和浪费。目前为止，168 个国家已经签署，161 个国家

已经批准。

公约要求各国：

- 禁止或限制烟草广告、促销和赞助
- 在卷烟烟盒上印刷大幅图案式健康警告，禁止使用如“淡味”、“低焦油”等虚假和误导性词语
- 采取措施保护非吸烟者不接触二手烟雾
- 提高烟草制品价格，特别是通过税收手段，抑制烟草使用
- 消除烟草制品非法贸易
- 对烟草制品成分进行管制，要求公开披露烟草制品成分
- 提供戒烟支持，治疗烟草依赖
- 防止向未成年人销售烟草产品

为了推动公约发展壮大，以及反击烟草业的策略手段，世界各地的非政府组织已经结成了框架公约联盟。目前框架公约联盟由来自 90 多个国家的 200 多个组织组成，在向决策人员宣传、加强跨国合作方面起着重要作用。

“为人民服务”的中国烟草

关于烟草，中国有 8 个“世界第一”：烤烟种植面积第一；烤烟产量世界第一；烤烟增长速度世界第一；卷烟产销量世界第一；卷烟增长速度世界第一；吸烟人数世界第一；吸烟人数增加数量世界第一；烟税增长速度世界第一。拥有 3.2 亿烟民的中国市场，被菲利普莫里斯（万宝路）烟草公司称为“世界上最重要的地区”。

与世界各地的非吸烟者一样，中国的“二手烟”人群也属于静默群体，他们倾向于不引起公开的冲突，因此控烟运动非常重要的一个环节即是让非吸烟者发声，表达获得洁净空气的权利。但在中国，非吸烟人群的忍受度会相对更高一些，因为烟草还代表着一种“人情”，能够迅速拉近陌生人之间的关系，人们见面的第一个动作便是掏烟、敬烟。

中国烟草业是一个拥有烟农 360 多万人，零售客户 400 多万户；行业职工 50 多万名，年实现利税 4000 多亿元的庞大产业链，已经超过 10 年名列纳税榜首，给国家贡献了十分之一的财政收入。

烟草在我国实行的都是专卖制度，属于国有企业。虽然有控制烟草生产销售之意，但也给予了烟草

生产一个合法合理的地位。一方面，烟草控制框架公约已经在我国生效，另一方面，烟草企业仍然在参与社会文化事业，并且和地方部门的经济利益链接在一起。2008年年底，在“江西省最具社会责任感企业”颁奖表彰大会上，江西中烟工业公司荣获“江西省最具社会责任感杰出企业”称号，而这一奖项由江西省统计部门颁发。



烟草企业作为国有企业，秉持“为人民服务”的宗旨，但为人民健康故，停止烟草生产才是上策。但政府需要从烟草企业获得财政收入，例如云南一省，地方财政有一半由烟草企业提供。如此纠结的利益关系，即使中央政府提出提高烟草税来限制香烟产量，如果这多收的税钱不能用于控烟运动，那么提高烟草税就成了左手换右手之事。

目前，中国只在云南有一家专职控烟工作的民间组织，控烟进程仍需视政府态度而定。虽然烟草企业纳税丰厚，但如果计算各种因吸烟行为而导致的健康和公共事故，则公共财政损失远大于企业纳税所得。在缺乏民间力量参与的情况下，政府的态度以及各种措施的出台和落实，都需要冒些随机的风险。

SRI

作者 吴晨

社会资源研究所研究员，联系邮箱为 zhounan.chen@gmail.com

社会创新

浏阳荒野牧蜂人合作社

荒野牧蜂人合作社是湖南浏阳流花洞村养蜂人成立的养蜂专业合作社。他们应用互联网，与终端消费者直接联接，改变了自己在供应链中的低端弱势地位。小农如何介入市场，这个议题无论是政府还是 NGO 都有涉及。小农向企业提供初级农产品是介入市场的途径之一，只是牧蜂人走得更远，在供应链中向供应链下游的升级，也是从脱贫走向致富的必然途径。

关注的问题

在传统的农产品供应链中，农民通常以生产者的角色位于供应链的底端。蜂产业的供应链分布是：蜂农——>（合作社）——>蜂蜜厂家——>经销商——>消费者。

当地蜂农养蜂采得的蜂蜜通常只有三种用途，其一是自用，其二是半送半卖给亲朋好友，而前两种途径能够消耗掉的蜂蜜很少，大部分的蜂蜜由于地处交通不便的山里，并且蜂农信息和技术水平都较低，很难与市场对接，产蜜的生产者和买蜜的消费者彼此难以直接联接。单打独斗的生产方式，让蜂农们缺少了议价能力，大多数蜂农的蜂蜜只能以极其低廉的价格卖给蜂蜜厂家。“如此一来，蜂农微薄的、但几乎是全部的命运，就把握在蜂蜜厂家的手中。”

因为底端的蜂农的弱势地位，蜜蜂厂家给出的收购价格并非按照蜂农的产量和生存状况来定价，而是根据市场的需求给出最低价格，且这个价格并不依照蜜的质量而有所差异。蜂蜜厂家将其二次加工后卖给消费者或者经销商。至此，蜂蜜这个产品已经产生了高于其生产价格数倍的产品附加值。消费者以这样的价格购买了产品，但作为生产者和供应链起点的农户只分到了极少的利益，这一分配机制并不由蜂农自身的产品质量差异决定，而是取决于供应链的中间环节。

因为蜂蜜厂家给予的收购价格过低，导致蜂农生计艰难，忙活一年所得的收入甚至不足以维持家庭温饱。即便如此，“蜂农把蜂蜜卖给蜂蜜厂家之后，哪怕价格再低，也往往只能领到一张白条；通常要等上几个月乃至一年半载之后，才能拿到现金。”以牧蜂人为例，他养的蜜蜂为 100 多箱，在当地属于中上等规模，每年养蜂所得的收入仅为一万余元，还需要依靠伐木、种地来补贴家庭收入。“08 年的金融危机也对蜂蜜产业带来了影响，蜂蜜厂家效益不佳将运送成本转嫁给蜂农，蜂农必须把蜂蜜送上门去，并且一如既往地只能领到一张白条；到了 09 年总体形势仍旧没有好转，蜂蜜厂家自身销路不佳，已经考虑改卖蜜蜂。这样一来，众多的养蜂人将面临着即使低价也卖不掉蜂蜜的处境，生计成了问题。很多养蜂人已经开始考虑放弃养蜂了。”

此外，由于蜂蜜收购并没有质量标准，很多蜂蜜刚刚成熟就已经被取出来，这种情况下的蜂蜜浓度不是很高，有的甚至是当天取蜜，以增大蜂蜜的产量。若产品的原材料已不是优品，经过加工后卖到消费者手里的终极产品又怎能是优质产品呢？

运作模式

供应链终端的消费者是产品所有价值得以最终实现的环节，他们对产品的态度和购买行为影响着供应链所获得的利益。在一个开环的链条里，消费者与种植者之间不存在任何信息沟通，目前提倡的公平

贸易、共同购买、或社区支持农业均是针对这一问题而采取的试验性解决办法。倡导消费者的责任消费，让消费者了解生产者，绕过诸多的中间环节，让消费者与生产者直接关联。或者通过终端消费者的压力，迫使供应链的行为主体能够改善利益分配机制，为生产者提供一个公平、合理、有保障的分配机制。从而，底端的生产者生计改善，终端消费者能够获得更健康的食品，整个供应链趋向可持续发展。

在有些 NGO 的发展项目中，作为介入方的发展组织利用其自身的信息、知识和资源填补了农民合作社的信息缺乏、市场对接能力差的问题。在牧蜂人的例子里，带来这一改变的是牧蜂人的哥哥和嫂子。作为信息相对丰富的城市人群，他们有足够的途径来扩大产品的市场渠道。

为了能够提高弟弟一家的生计，牧蜂人的哥哥思忖很久。2008 年 6 月，他想到做一个网站，展示牧蜂人的生产蜂蜜的过程和生产者的生活状态，希望能够唤起有需求的厂家和相关单位的注意，最终帮助弟弟能够将蜂蜜卖出一个合理的价格。

淘宝开店

2008 年 12 月，牧蜂人哥哥和嫂子回到家乡，随着牧蜂人一同进山采蜜，并拍了很多照片，打算作为网站的素材。回到北京后，牧蜂人的嫂子看着照片，喝着自家生产的蜂蜜，想到为何不开一个网上小店试着销售自家的蜂蜜呢？于是，2009 年 1 月 2 日，浏阳荒野牧蜂人淘宝店开业了。并且在天涯社区等人气很高的网站讲述蜂蜜的故事，通过这样的网络特色推荐，越来越多的人知道了这家小店。

在网络世界里，信息的真实性是关键考量因素。电子商务、尤其与食品相关的，消费者的信任和认可是最大的挑战。这意味着一种不同传统的新的营销方式。除了淘宝平台本身提供的保障交易信誉的信用等级评价等功能外，在淘宝的首页里，牧蜂人他哥回答了买家常常会问到的问题，关于蜂蜜的品质方面的、定价、蜂蜜的生产故事、蜜蜂的常识等，以幽默又不失严谨的风格讲述了关于牧蜂人的蜂蜜的故事，是产品背后的故事。而这背后的故事，为产品产生了附加值。这让大部分来店里逛的买家打消了产品质量上的疑虑，并产生了继续探究的兴趣，同时通过朋友之间的互相推荐进一步扩大了消费者群体。

成立合作社

按照淘宝店的销量，不仅能够将牧蜂人产的蜂蜜全部销售出去，还能够将牧蜂人一些亲戚产的蜜销售出去。来自终端市场的需求让生产者感到有必要联合起来共同生产。于是，浏阳荒野牧蜂人养蜂专业合作社应运而生。合作社的成员为：牧蜂人、牧蜂人岳父、牧蜂人姨夫、牧蜂人哥哥（负责打理淘宝店）。

对于为数众多的、分散的、小规模农户来说，他们之所以在这种一体化机制中难以保护自身利益，主要是因为缺乏相应的谈判能力，而谈判能力的强弱从根本上取决于农民的组织化程度。

因此，如何将众多处于分散状态的农户有机地整合到供应链中来，如何在供应链整合中有效地维护和改善相对弱势的农民的利益，寻找一个能让农民充分分享农产品供应链中增值利益的利益联结机制。

分散经营的小农户与市场联接的常见模式就是公司+基地+农户或公司+农户。而为了提高那些为数众多的分散的小规模的农户利益和市场议价能力，各个行业各个地区的农业合作社纷纷成立。这些合作社成立的初衷是增强农户的力量，提高其市场议价能力，但主要存在三方面的问题：

- ✓ 产品的品质保证能够符合市场需要达标准。
- ✓ 合作社治理结构如何保障各利益相关方的权益。
- ✓ 与市场对接，包括产品销售渠道和品牌塑造推广。

以往的合作社会公司+农户或公司+基地+农户的模式不同。在这个例子里，主要由农户组成的合作社

深入到供应链的更上层环节，包揽了生产、经销的环节，既有电子商务平台，与终端消费者直接接触，占据了离市场最近的位置。彻底改变了蜂农在传统供应链中的地位。

利益分配机制

至此，供应链不同主题利益分配机制的博弈变成了合作社内部的治理问题。

在牧蜂人合作社中，所得利益分配大致如下：

- ✓ 40%为蜂蜜成本，即销售收入的 40%左右是属于牧蜂人的，这个比例可以保证牧蜂人从这个淘宝店得到的收入，是卖给蜂蜜厂家的 2-5 倍（优质优价）；
- ✓ 40%为行销成本（包括包装、运输成本、人力成本、广宣成本、仓储成本、办公成本等）；
- ✓ 10%为发展基金，用于合作社未来的发展；
- ✓ 10%为分红；牧蜂人在整个淘宝店占有一定股份，不仅仅是一个简单的供销关系，而是可以依据各自所占的比例分红。

结果

这种改变带来的变化是显著的。创店 8 个月以来，为了保证产品的浓度与质量，蜂蜜产量下降了，但合作社的成员的收⼊却比以往提高了 3 倍左右。当地市电视台也将牧蜂人作为新农村建设的典型，进行了专题采访。

这个结果也给了村里的养蜂人一个希望，他们第一次意识到：养蜂不仅可以糊口，甚至可以脱贫。

关于未来

一方面，以现在淘宝的销量，合作社的蜂蜜产量和销售量基本持平。将来销售量再大一些，合作社将面临的⼤挑战是，供不应求。

而看到这个淘宝店为家乡蜂农带来的生计改变，牧蜂人合作社打算把规模扩大。在不降低品质的情况下解决供不应求的局面，牧蜂人合作社坚决拒绝收购低品质蜂蜜，而是要选择合作社扩编，陆续签约 30 户年产量在 3000 斤以上的养蜂人，吸收他们加入浏阳荒野牧蜂人合作社，加强质量管理，签订严格的合同，保证蜂蜜的品质。并通过提高技术来增产的方式提高产量。并陆续推出深山无污染特产，来增加多元化产品。一方面为消费者提供了真正健康的食品，一方面改善了生产者的农户的生计。

新的蜂农加入合作社后，利润分配机制基本不变。根据经验，每户年均产蜜 3000 斤，每户年收入当在 4 万元左右（不包括分红）；再加上特产，有可能达到年收入 6 万元；而这之前蜂农的年收入仅仅为 1-2 万元。在未来两年内，合作社将至少可以帮助 30 户人家摆脱贫困、解决温饱问题。而这 30 户家庭将会散落在不同的村落里，并将希望带给周围那些身处底层的兄弟们。SRI

作者 陈慧娟

社会资源研究所社会创新案例项目负责人，联系邮箱为 carpediem11.chen@gmail.com

再说危险的节能灯

收到编辑的信时，恰巧又在一家节能灯厂。编辑信中问道：是否可以继续节能灯类话题？于是应要求再篇。

中国是世界上最大的节能灯生产国，但目前我国生产的节能灯 70%用于出口，国内家庭节能灯使用率不超过 10%。节能灯及灯泡类生产，在中国统称光源制造业，其不少企业为国内的上市公司，如：联创光电、浙江阳光、福日电子、佛山照明等。中国的节能灯生产主要在福建、浙江、上海、江苏及广东中山地区，山东烟台、青岛及江西也有少量分布；若谈及出口，则以集中在福建、浙江、江苏、上海，其它地区多为内销为主；传统节能灯为荧光节能灯，近年开始出现新型 LED 节能灯，LED 节能灯优于荧光节能灯的最大优势在于不含汞。

笔者此时所在这家节能灯厂位于浙江，95%以上产品出口欧美国家，但应对国家的节能政策工厂已准备加大国内市场的投入；相比起国外买家对于安全及人权的附加要求，满足国内的采购商和消费者对于产品质量和价格的要求显然简单的多。



手工充汞的机器上留有大量的汞

在这里我看到了最传统的为灯泡充装汞的过程，液态的汞在简单的机器上被工人以手工方式充入玻璃管内再由下一位工人进行封口，看着机器上洒满了散落的似珍珠般的汞珠，突然想起小时候用过的水银温度计破裂那一刹那。

汞的毒性不再多述，而相信很多人并不知道，中国是世界上主要产汞国之一，而贵州省是我国汞污染最为严重的地区之一。节能灯生产中所用到的汞几乎全部源自国内，由于欧盟对于每个节能灯中汞含量有严格规定，故国内节能灯厂家生产出口产品时多半使用固体颗粒状的汞齐；而内销产品使用价格相对低的液汞。除却价格上的考虑之外，在生产过程中颗粒状的汞量控制比液状的控制更容易和方便，亦更容易达到欧美客户的要求。

这家工厂位于风景优美的山区，当地出产的竹笋远近闻名，亦是当地农民最重要的经济来源。而当地形成产业链的节能灯行业与竹笋一样声名在外，从灯丝生产到荧光粉及玻璃罩镇流器一应俱全，而一坐接一坐的节能灯厂就建在漫山遍野的竹林之中，混合着氢氟酸和荧光粉的水直接排进了工厂围墙外的竹林，那里产出的竹笋制品销往全国。中午在小饭馆里吃饭，老板听说我们是去节能灯厂的就感慨：现在一家厂开的比一家大，都是外地人在那上班，我们本地人是不去的。问及为何？老板答曰：那种厂（节能灯厂）里毒太多，对身体不好，本地人不要去的。

对于普通的消费者而言，价廉物美的产品是首选。而如果价廉物美产品的背后是工人的健康、生命和对环境的重度污染，作为公民的我们又应如何选择？有网友评论上期文章《危险的节能灯》道：“真的没有想到，自己一直以来推崇环保，使用各样的节能家电，却从来没有想过这样的东西在生产过程中会比原来产生更多的污染。只想到了自己能节电了，国家节电了，却从没想过其他人。惭愧啊！也真的希望国家和民众能加大监督管理制度。”网友不用自责，使用节能灯的确是比普通灯泡节能，国家也的



不含汞的新型 LED 节能灯

确节电了。任何的产品生产必然是会带来一定程度的对环境的污染，但我们不可能从此就回到点油灯的时代，我们迫切需要做的是寻找到改变现状的方法。与不少行业一样，节能灯是双刃剑，而透过制订回收、生产标准及减少或避免其生产过程中所带来的污染及对人体的伤害才是上佳之选。有些事需要我们的政府来做，而有些事是普通公民也可以做的到。比如选择不含汞的 LED 型节能灯，比如不乱扔报废的荧光型节能灯，比如关注节能灯生产厂家的劳动状况，比如关注节能灯生产过程中的污染状况？作为普通公民，我们有权利和义务去了解生产企业对于工人健康和环境的影响，也有权利和义务去监督生产厂家履行其应尽的责任。SRI

作者 杨晶

“我们”工人网创始人，珠三角地区活跃的劳工问题专家，联系邮箱为 hbsy33@163.com

提高全球供应链社会问责的尝试

全球化的一个重要后果就是跨国公司的常态化以及跨国公司越来越长的跨越东西南北的供应链。对于世界各地商学院的学生，他们的第一课通常会是全球市场和全球视野。

全球化的另一个重要后果是来自公民社会，社会第三部门，学界以及商业和政府部门对于社会福利、社会责任这些普遍概念追求的全球化，譬如现在日益发展的企业社会责任运动，不能不说是伴随着经济全球化背景下的全球性的混合了社会、经济与文化诉求的多重改良：涉足其中的绝大部分跨国企业，皆是属于“北方”欧美的著名品牌，消费者群体集中在欧美地区；但运动中最关注的“血汗工厂”问题，则主要集中在劳动力密集的“南方”发展中国家。同样的一条漫长的全球供应链，对于商界来说，他们看到了因为合理配置资源带来的金钱和利润，而对于社会运动家来说，他们则看到了那条供应链下面隐藏着颓败可能——一个对供应链不问责的商业，会是造成劳工血泪，环境破坏的惨剧的。不言而喻，对供应链社会问责的追求，亦是需要全球视野与全球合作的。

本文拟从全球供应链社会问责的角度，来分享我所认识的几个有趣的人和组织正在从事的几个有代表性的研究，倡议或者努力，作为一个记录追求商业道德和可持续企业的初步文本。

1. 行为守则企业社会责任与劳工条件——首个来自工人视角的定量研究

用了3年的时间，美国芝加哥德堡大学副教授陈耀波先生刚刚完成了一个精致、有趣却十分严谨的研究，并在今年的加州大学洛杉矶分校的 Institute for Research on Labor and Employment (IRLE)举办的“全球经济下的工作和不平等：中国、墨西哥和美国”高峰论坛就此研究做了演讲。他运用定量的研究方法，研究了目前流行的以行为守则和社会审计为基础的供应链社会责任管理的模式对发展中国家劳工状况的影响，并回答、证明或证伪一系列长期以来有关企业社会责任的疑问或猜测。与以前通行的社会责任个别案例研究不同，他所采用的数据是通过随机分层抽样法而抽出在中国南方的12个上规模的玩具业工厂工作的从业工人那里得到的有系统的数据。其中的10个工厂的工人来自迪士尼(Disney)，美泰(Mattel)，麦当劳(McDonald)，沃尔玛(Wal-Mart)的供应商，因此要遵从1个或更多的行为守则。另外的2个工厂是内地的内销工厂，作为研究的参照组，没有施行任何行为守则。他的研究是世界第一次能用这么严谨的定量方法去研究供应链社会问责的重要研究，其间所披露的结论是饶有趣味的。其中四个读者可能感兴趣的结果是：

a. 企业社会责任的难点是什么？

行为守则是公司最为目前最被广泛实用的企业社会责任手段。Donaldson (1996)的研究显示，世界500强中的90%已经发布了自己公司的行为守则。陈博士的研究把迪士尼(Disney)，美泰(Mattel)，麦当劳(McDonald)，沃尔玛(Wal-Mart)等公司的行为守则的细则按“劳工谈判与自由结社 labor bargaining and freedom of association”、“违法 violation of law”、“安全和生存环境 safety and living environment”这三个大类分成16个指标，通过工人的评分来看哪几个指标是工人所认为的难点。结果发现，“工会”，“对客户的投诉”，“雇员组织”是三个自行行为守则实施这么多年以来非常难以解决的最大的问题。另外，他通过心理学的 unidimensional item response theory (UIRT)方法，呈现出在工人的视角而统计得出的，这十六个社会责任问题的严重性的排序。

b. 哪种企业社会责任的行为准则更好？

研究显示，如果行为守则是有效的，那么，该供应商的劳工状况比那些没有行为守则的供应商的劳工状况更好。另外，不同品牌的行为守则，有的规定更详细具体，有的则没有这么详细具体，研究显示，行为守则规定越详细具体，工厂的劳工条件越好。

c. 更多的守则会管用么？

虽然 10 个工厂全部都要遵守国际玩具商协会的商业行为守则 CARE 标准，但是由于不同的跨国公司同时制定自己的行为守则，为不同品牌做代工的供应商会执行多个行为守则。研究显示，为二个或更多品牌做代工的执行多个行为守则的工厂，其劳工条件会更好。

d. 供应商的反审计技巧对劳工状况的影响？

供应商会运用不同的措施去阻止行为守则的工厂审查。早几年，清洁成衣运动组织（Clean Cloth Campaign, CCC）在 2005 年出版的《“Looking for a quick fix - how weak social auditing is keeping workers in sweatshops”》以及多伦多劳工权利组织（Maquila Solidarity Network, MSN）于 2007 年出版的《2006 Year in Review: Heightened Global Competition Tests the Limits of CSR Initiatives》曾生动披露过供应商日益专业的“反审计”技巧：造假、欺骗、贿赂，不一而足；陈博士的研究显示，有更多的措施去组织审计的工厂，其劳工状况倾向于更差，没有措施去应对审计的供应商没有严重的劳工问题。有“一个措施”，“二个或更多措施”的供应商则倾向于有更多的违规问题。另外，不同的反审计措施也会导致不同的劳工问题。在审计前作“消防练习”的供应商会有更多的劳工问题。“给工人放假”是排在第二位的反审计措施。陈博士在研究中系统梳理出 6 种在大多数发展中国家的生产商都会用到的反审计伎俩，及其对劳工条件的影响。

陈耀波先生毕业于美国哈佛大学和哥伦比亚大学，自青年以来一直关注劳工研究。目前，以行为守则为基础的供应链社会问责管理模式已经在世界通行，该研究的研究成果可以推广到与发展中国家相关的供应链行为守则与劳工条件的关联，从而能更有效地帮助改善全球供应链的社会责任管理模式。然而，他同时认为，目前流行的以行为守则和社会审计为基础的供应链社会责任管理的模式，本质上是一种以公司为中心公司治理路径（Governance approach），存在着代理问题（the problem of agency）与机会主义（opportunism）的弊端，并很少考虑利益相关者的需求。他所推崇的则是企业社会责任本源意义上的利益相关者路径（Stakeholder approach）。

企业社会责任理论的最早发展，始基于利益相关者理论（stakeholder approach）。这种理论强调，公司的所有相关的利益相关者，都应该参与到发展与决策企业社会责任的全部过程中（Freeman, 1984）。包括在供应链的工人，应该有权力在参与社会审计的过程。供应商应该有权来与品牌公司建立更加公平合理的合作关系。

从弗里德曼（Freeman）的利益相关者理论出发来分析，公司治理模式所面临的本质缺憾，一个就是作为重要利益相关者-工人团体声音的缺失。另外一个就是供应链采购模式的失衡。这两个缺失都会影响供应链社会问责的绩效。如下是目前对这两个缺失的改善路径。

2. 企业社会工作的路径——供应商和工人能力建设

2007 年以来的中国，“超越审计”成为热门词汇，对供应商和工人进行能力建设，强化工人在企业社会责任领域的卷入和参与，成为多个企业社会责任国际组织的共识。在企业社会责任企业治理模式向利益相关者模式转向的过程中，企业社会工作者将能通过其专业的服务能力，对工人进行培训项目，提

升其参与、意见表达和代表能力，并进而在工厂内部发育、培养一个工人积极参与期间的代表机制，最终有可能实现一定程度上的劳资对话和谈判的空间。

现在各大高校的社会工作系，都会开设一门企业社会工作课程，将社会工作以人为本的方法用到商业与企业界，来改善工人的身心生活，提高福祉。目前比较成型的工厂内社会工作模型主要有 EAP 模式，生活辅导室（生辅室）模式，工人发展模式以及工人赋权与参与模式。企业社会工作通过发展工人能力，提高工人的参与决策能力，最终有可能让工人成为重要的利益相关者，来参与提高企业社会责任的运动。

据在宣明会工作的高级职工王超先生的一文《公益机构与企业的战略联盟——世界宣明会的案例研究及其对中国的启示》，国际非政府组织世界宣明会（World Vision）在 1999 年以来在我国南方启动的“工厂事工”项目，取得了以下成果：使农民工在工作之余享受到了更多的文体活动和学习的机会；工人获得了更多技巧和知识，提高了自身素质，为改善其将来的生活打下基础；工人的潜力得到开发，不少人成为社区中的领导和积极分子。

英国道德贸易倡议（Ethical Trade Initiative）、英国一家品牌公司、来自香港的采购公司、位于广东的一家服装供应商，以及香港和内地联合组织的草根组织合作，在去年业已在服装供应商启动了“劳资持续对话机制培训项目”。如果能够获得品牌公司和供应商的认同，劳资持续对话机制培训项目是有可能在国内启动。

来自美国的 FLA (Fair Labor Association) 也在国内启动了“工人对可持续遵循行为守则的观点”（Workers' Perception of Sustainable Code Compliance, SCOPE）项目，期望把工人对如何持续改进供应商行为守则表现的声音和建议而纳入品牌公司和供应商的公司决策过程之中。

3. 生活工资研究——供应链采购与社会审计的整合与平衡

凭借着技术创新及信息化供应链管理的优势，跨国公司以只“创”不“造”的方式，获得了显著的投资利益。在《中国贸易报·公益慈善周刊》2006 年发表的《品牌商采购模式对供应商履行企业社会责任的影响》报告中，对纺织服装行业、电子行业、玩具行业与家具行业的 38 条完整供应链的研究显示，总体上来看，在产品价值链条上，产品价值大部分集中在了与品牌商及销售渠道有关的环节上。从所调查的 38 条完整链条的价值构成状况来看，与品牌商、销售渠道相关的产品价值占了品牌商品市场零售价格的 62.4%，而与生产商有关的产品价值占品牌商品市场零售价格的 37.6%。

国内外几个关于品牌公司的采购行为对供应链下端的供应商的社会责任表现的研究显示，当前国际采购行为中被称赞的几个模式实际上对供应商造成不利影响：比如，采购价格过低的问题，使供应商没有利润空间和资金来改善工厂劳工和环境状况；比如，“零库存”和即时交货（delivering in time）模式，导致工人工作时间的极度不稳定性，工人过度加班现象极为严重。

来自荷兰的公平服装基金会（Fair Wear Foundation）自去年启动了生活工资研究，旨在通过实地研究了解发展中国家工人的工资状况，最后通过他们在品牌的网络，来倡导品牌公司超越最低工资，提高品牌商对供应商的采购价格，改善供应链工人生活和劳动状况。来自中美的相关机构和个人参与了 this 研究项目。生活工资研究的倡导意义是，在提升供应链社会问责的诉求下，更广泛纳入供应商和工人的需求，提高供应链的采购价格，最终把这种提高的收入返还到工人手中。SRI

作者 蒋贞蕾 社会工作与企业社会责任专家，现在美国修学。



互联网与社会创新

时 间： 2009年9月18日

地 点： 以飨咖啡馆

主讲人： 赵嘉敏——译言网发起人
潘海东——互动百科董事长
罗佳佳——气候组织中国媒体经理
唐亿磊——壹基金之家
王瑞斌——互联网时评专家

社会创新是指用创新的策略、方法或组织模式来实现特定的社会目的，是创新精神在社会领域的应用和体现。互联网作为技术创新的代表，不但在商业领域创造着神话和传奇，而且正在不断消弭日常生活中传统的知识和信息鸿沟，实现不同地域、民族和信仰的相互理解，重新塑造了人们交往、交易、实现梦想的方式。

2009年9月18日，Social Drink邀请到赵嘉敏先生（译言发起人），潘海东先生（互动百科董事长），罗佳佳女士（气候组织中国媒体经理），唐艺蕾女士（中国红十字会李连杰壹基金计划华东华南运营总监）和王瑞斌先生（互联网时评专家）共同讨论了互联网与社会创新、公益创新之间的关系与合作。

赵嘉敏：互联网大规模社会化协作

译言的雏形是2006年7月在硅谷开始的IT博客，2006年底改版为网站平台，2007年3月注册为译言公司。译言最核心的价值是文化。作为一个开放的译者社区，译言聚集了大量业余译者，自愿地从事互联网上的翻译工作，是互联网大规模社会化协作模式的具体体现。互联网大规模社会化协作的基础是通过互联网的连接打破了地域限制，并在此层面上构成大规模的人与人之间的合作。以2008年5月四川地震为例，译言组织的“地震救灾网上翻译项目”在短短一周时间内汇聚了八百多名译者合计十万字译稿。

对于互联网大规模社会化协作的管理不是对细节的精确把握，但也不是放任自流。译言在进行协作翻译时会采用传统翻译流程进行规范化，比如通过眉批提高译文质量。以译言目前正在进行的《失控》翻译为例：这本书是《连线》杂志创始人及主编Kevin Kelly九十年代的作品，讲述了互联网给现代社会带来的变化。十几年之后，出版商想把它引入中国。最初聘请的译者非常专业，但在六个月时间内只完成了全书四分之一不到。于是在2008年底，我们决定把书放在译言社区里。首先，我们公开招募翻译团队，从三十多名报名者中筛选出9名，与原译者共同组成了翻译团队。译者们用一个半月的时间完成了初稿，之后一个月完成校对，然后又推选了一名译者对全书进行了轮廓梳理。组织者在整个过程中的控制几乎为零，所作的无非是了解和汇报翻译进度。

互联网大规模社会化协作是否具有商业价值已经没有争论的意义——译言通过对社区的构建，汇聚不同专业背景的译者的时间和精力，为客户提供商业化的服务；至于社会化，也就是把理想和商业结合在一起，会比较困难；甚至，会被质疑是不是互联网公司应做的事。但译言会一步步做下

去，因为我们有社区基础，有几十位核心译者和三四百名活跃译者，这些资源都会给我们带来商业价值和社会价值。

潘海东、罗佳佳：公益创新与技术的结合

如同译言，互动百科和译言同样想在中文世界里证明“在中国的土地上能够实现大规模社会化协作”。与此同时，互动百科又将公益行为与自身的技术优势结合在一起。

以百万森林计划为例，该计划包含“减碳行动”和“我要 1 棵树”两部分。互动百科作为发起方气候组织的技术支持，构建了互联网上的“减碳行动”平台。通过简单问答形式倡导公众改变现有的生活方式，实践日常生活中的十件小事来实现减少个人二氧化碳排放的目标，并将个人减排的二氧化碳换算成小树（如：一棵成年沙棘树每年吸收 1.66 公斤二氧化碳）。网站在 2009 年 4 月 22 日地球日上线，截止至 6 月 10 日互联网种树已经超过 100 万棵。现在，互联网上种植了超过 200 万棵树，标志着有 2000 多万人次参与了此次活动。

“我要 1 棵树”部分是线下植树活动。通过和中国绿化基金会“幸福家园—西部绿化行动项目”合作，以 5 元钱一棵的捐赠标准，在甘肃的荒山上种植沙棘树，帮助干旱地区人民应对气候变化。沙棘作为一种经济作物，种植五年后平均每年将增收 3000 元左右，将推动改善当地贫困户的家庭收入。项目于 2009 年 8 月 12 日正式启动，计划种植沙棘树 45 万亩，援助九万户农村贫困户。参与的捐赠者将通过网络平台关注到线下沙棘树种植情况，实现线上与线下活动的互补。

唐艺蕾：大家一起做公益

壹基金的机构定位是公益平台，也就是说，壹基金本身不开展直接项目，而是通过资助其他公益机构的项目来实现自身使命。同时，我们坚信社会的改变来自于每个人做一点事，而不是少数人做很多事；由此，引出了壹基金“大众公益”的理念——大家一起做公益。

构建壹基金之家的初衷是建立一个同时为公众和公益机构服务的平台。在这个开放的平台上，一方面可以影响个人用户，为其提供了解公益行业、志愿者精神的机会，协助用户将个人能力和精力投入到公益活动中。个人用户如果希望查询自己的捐赠记录，就必须进行实名注册；自然而然地，这些个人用户会希望从支持的 NGO 处获得同等的有效信息。他们未必会相信互联网上的已有信息，更有甚者，用户会希望获得经过筛选的信息。

就此，壹基金计划推出一个面向社会组织的自律条款。条款的制定由壹基金牵头，邀请其他 NGO 参与，共同制定出社会组织的基本义务。未来，每个参与到壹基金之家的公益机构都必须首先做出遵守自律条款的承诺，然后才能参与到平台的对话中，并获得进一步的支持和管理。我们的原则是“宽进严出”。一旦承诺遵守自律条款，机构就能够加入壹基金之家；但如果在约定期限内不能实现承诺的，首先不再被壹基金之家推荐，其次会被要求在规定期限内整改，逾期不改者将被取消壹基金之家成员资格。

壹基金之家将在 10 月底正式上线，我们希望通过这个平台将个人用户疏导到合适的公益机构，并在此过程中进行公益倡导，提升个人的公益理念。

王瑞斌：互联网化——电子商务对普通人生活的影响

十年前，互联网刚进入中国，第一代互联网人张朝阳、王志东、丁磊等刚刚出现，电子商务还是一个非常宏伟的概念。著名的“互联网生存实验”分别在上海、北京、广州三地选择了四位网民，

安置在独立的宾馆房间内，每个人只提供一台电脑，一张银行卡，要求在 4 天时间内实现纯粹的互联网生活。当时的实验结果并不乐观。参与网民非常狼狈，他们不知道怎样在网上买东西，也找不到可以买的东西，基本只能用方便食品充饥。实验结束后，一名参与网民这样对记者说：“如果一个普通人的生活是这样的，那简直就是一场噩梦。”

经过十年时间，今天的互联网把电子商务从不可能变成了可能，同时，也令我们的消费形态、购物形态发生了翻天覆地的变化。随着 3G，包括移动支付、移动购物，和新一代电子商务平台的出现，令购物可以达到完全的电子化。也引发了更多人在电子商务领域展开创业，改变自己的人生。

创业分为两种：机会型创业和生存型创业。早期互联网创业成功的都属于前者，从 2005-2006 年后一种方式开始兴起。生存型创业的动机很简单——“我找不到工作，但我要生存，所以我创业”。这样的创业经历对于很多人来讲是不可思议的，没有技术，甚至到了生存绝境；他们却抓住了机会，陡然改变了自己的命运。我认为这是电子商务在近十年给中国带来的一个重大变化——为很多处于社会底层、中下层的，没有特殊技能，没有资金，没有关系，没有渠道，甚至连基本贿赂能力都没有的人提供了创业和成功的可能。SRI

编辑 曹瑛

社会资源研究所公共关系官员，联系邮箱 oliveccyy@hotmail.com

编辑 高瑞瑞

社会资源研究所项目支持，联系邮箱 gaorui000@gmail.com

企业社会责任译丛

英译汉：

- 《欲速则不达——社会审计的困境与出路》 净衣运动
《OECD 跨国企业指导方针申诉程序指南》 Collen Freeman
《行动研究指南》 荷兰跨国公司研究中心
《全球供应链中的权力、平等与伙伴关系》 ECSAD 和 ICCO
《零售业可持续价值链》 CSAD 和 ICCO

汉译英：

- 《供应链责任矩阵——零售业供应链责任管理现状调查》 李志艳
《沿着产业链的合作化——武川县马铃薯行业的组织化调查》
韩俊 罗丹 秦中春 张云华
《珠江三角洲与长江三角洲外来工比较》 万向东 刘林平
《企业污染物信息公开状况调查》 绿色和平

如果你有好的报告想要翻译，请联系我们。
更多信息参看[社会资源研究所翻译资助项目](#)

版权声明：本刊文章欢迎网络媒体转载，但请注明作者和出处。如有纸质媒体使用本刊文章，请与社会资源研究所联系。如在未经许可的情况下自行发表，社会资源研究所将保留追究其法律责任的权利。