

外资企业社会责任与可持续发展研究 ——以联合利华为例

赵文芹, 闫国东

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2023年6月5日; 录用日期: 2023年8月3日; 发布日期: 2023年8月9日

摘 要

随着对外开放的深入, 越来越多的外商投资企业进入中国市场, 当这些企业在中国享有国民待遇、优惠政策时, 它们也越来越重视履行企业社会责任, 从而提升企业的品牌声誉。联合利华作为全球最大的日用消费品公司之一, 自2010年起就在全球范围内发布了可持续行动计划。本文基于低碳经济的大背景之下, 从企业社会责任的组成部分、企业可持续发展的要素两部分来研究联合利华企业社会责任对可持续发展的影响, 并且对如何更好地实现可持续发展进行分析和探究, 以此提出应对建议, 为外资企业迎合低碳经济、可持续发展提供参考性意见。研究发现, 联合利华积极履行社会责任, 实现可持续发展, 减少对环境不利的影响, 最终实现社会、消费者以及品牌的共赢。

关键词

联合利华, 企业社会责任, 可持续发展

Research on Social Responsibility and Sustainable Development of Foreign-Funded Enterprises —Taking Unilever as an Example

Wenqin Zhao, Guodong Yan

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Jun. 5th, 2023; accepted: Aug. 3rd, 2023; published: Aug. 9th, 2023

Abstract

With the deepening of opening up to the outside world, more and more foreign-invested enter-

prises are entering the Chinese market. When these enterprises enjoy national treatment and preferential policies in China, they are also paying more and more attention to fulfilling their corporate social responsibility, thereby enhancing their brand reputation. Unilever, as one of the world's largest consumer goods companies, has released sustainable action plans globally since 2010. This article is based on the context of a low-carbon economy, and studies the impact of Unilever's corporate social responsibility on sustainable development from two aspects: the components of corporate social responsibility and the elements of sustainable development. It also analyzes and explores how to better achieve sustainable development, and proposes corresponding suggestions to provide reference opinions for foreign-funded enterprises to cater to the low-carbon economy and sustainable development. Research has found that Unilever actively fulfills its social responsibility, achieves sustainable development, reduces adverse impacts on the environment, and ultimately achieves a win-win situation for society, consumers, and the brand.

Keywords

Unilever, Corporate Social Responsibility, Sustainable Development

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

改革开放以来,我国经济迅猛发展,已经成为全球第二大经济体。但在经济迅速发展的同时,也面临着一定程度的环境污染和资源浪费等问题。2020年9月,总书记明确指出中国二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值,努力争取2060年前实现碳中和。我国“双碳目标”的提出既体现了中国积极应对气候变化的决心,又彰显了负责任大国的担当。2022年10月,总书记在党的二十大报告中强调积极稳妥推进碳达峰碳中和,把“双碳”工作纳入生态文明建设整体布局和社会发展全局中。当前我国经济正从高速增长迈向高质量发展,我们要如何稳中求进的促进经济可持续增长,当前我国“双碳”政策的提出,为经济可持续发展提供了相应的政策保障。

企业社会责任的概念源于西方,至今已有近100年的历史[1]。最早提出企业社会责任概念的学者是Oliver Sheldon,他认为企业应当承担满足人类需求的责任,主张企业的经营应当促进社会利益。随着全球化的不断深入,越来越多的外资企业进入中国市场,外资企业作为中国经济合作与扩大对外开放的载体发挥着不可或缺的作用,但是大部分的外资企业进入中国市场是因为中国拥有大量廉价劳动力以及庞大的消费市场,而那些为了追求最大经济效益的企业是否有意无意的违背了社会道德,损害了股东以外的利益相关者的利益。跨国企业社会责任活动对于社会发展的良性作用受到更多关注,公众对于跨国企业社会责任常态化的制度化需求与日俱增[2]。在70年代以前,大多数公司的目标是赚钱,给予股东最多的利润,直到90年代,公司才开始关注其他方面的责任,因为更多的利益相关者的利益也需要被关注,如今越来越多的企业更加关注企业社会责任。实质性、可持续性和利益相关方的参与性一直是企业开展企业社会责任工作中的重要原则[3]。联合利华作为全球最大的日用消费品公司之一,在全球有148,000名员工,在190个国家和地区销售400多个品牌,是一家具有使命感的全球性公司,始终以“可持续发展”为重点。联合利华全球的可持续发展工作开始于很多年前,它的几位创始人拥有比生意更广阔的视野,他们不仅是企业家,更是有良知的商人,他们运用自己的品牌,关注当时的社会问题[4]。

本文基于低碳经济的大背景之下,对联合利华企业如何通过企业社会责任更好的实现可持续发展进

行分析和探究, 并对此提出应对建议, 为外资企业迎合低碳经济、可持续发展提供参考性意见。

2. 联合利华背景及其发展现状

成立于 1929 年的联合利华, 发展迅猛, 经过 90 多年的发展, 联合利华成为世界上最大的日用消费品公司之一, 在全球 100 个国家和地区拥有 163,000 名雇员。而联合利华在迅速发展的同时, 也面临着很多困境。宝洁和联合利华分别作为日用消费品的老大和老二, 两者一直都是处于敌对状态, 而联合利华如何更好地发展成为了大家比较关注的话题。

联合利华的主营业务分为美容与个人护理、家庭护理和食品三大板块。前几年因为疫情的影响, 全球经济下行, 供应链受阻, 整个经济都进入了困难时期, 但是联合利华依旧重视中国市场, 日用消费品行业是中国发展最快、质量最高、也最开放的产业, 中国的供应链也是成本最低、质量控制最好、全球最好的。由于与联合利华竞争的企业有很多, 而联合利华企业要在众多企业中脱颖而出很有难度, 但是联合利华一直主打的“可持续发展”适应现在全球的变化, 也响应中国的低碳经济, 作为一家外资企业, 它积极主动履行社会责任, 从而促进企业的可持续发展。

3. 联合利华企业社会责任与可持续发展

3.1. 联合利华在社会慈善事业方面

企业从事社会慈善事业是指企业自愿通过捐献等方式实现对社会的馈赠。企业不仅要盈利负责, 还要对整个的社会环境负责, 因为企业的资源来自于社会, 那么企业也要尽自己所能回馈这个社会。联合利华在中国资助建立了 20 所希望小学, 并与他们定期组织互动活动, 每年两次组织员工带薪前往进行一周的支教; 开展“联合利华希望之星”项目, 为 200 个边远穷困地区的优秀学生提供四年的大学学费; 面对新冠肺炎疫情, 联合利华向中国五个省(市)捐赠了十余批次物资, 捐赠包括向武汉市汉阳医院、武汉市儿童医院等多家医院捐赠净水设备 535 台, 总价值 250 多万元, 向一线医护人员捐赠洗护产品总价值近 330 万元等, 抗“疫”捐赠物资累计总价值近 800 万元。

联合利华对社会所做出的贡献体现了一个大企业的担当和责任, 增加了公众对企业的信任感, 提高企业的声誉、促进企业产品的销售力度、提升了企业的长期绩效。既带动了企业的经济效益, 社会效益也得到了显著提升, 使联合利华的可持续发展得到了提升。一个有社会责任感的企业可以让公众对其好感度倍增, 对该企业产品的购买力也会提升。

3.2. 联合利华在企业员工责任方面

优秀的人才企业发展并成功的基石, 很多企业一直以来拥有不同国家或不同背景的高诚信标准员工, 他们也能获得良好的商业伙伴, 以推进企业的持续发展[5]。对于员工的薪酬福利以及职业生涯发展等, 企业都要对此保持重视, 要关爱员工, 为他们提供安全、舒适的工作与生活环境, 对员工的需求也不能忽视。有社会责任感的企业可以吸引更多的人才, 并且使员工能够发挥较高的绩效。联合利华北亚地区总部设在上海, 负责管理中国大陆及香港、台湾、韩国和日本地区业务, 并在上海成立了其全球第六个研发中心。联合利华在中国直接雇佣了大约 6000 多名中国员工, 并且间接提供了 20,000 个就业机会。

联合利华在企业员工责任方面也做出了巨大贡献。在推动职场性别平等、团队多元化和包容性方面, 联合利华建立了全球多元化委员会和“多元化和包容性拥护者”的沟通网络。联合利华还帮助了 234 万女性参与改善其自身安全状况, 发展技能, 或扩展职业机会的项目。同时, 联合利华已经迈向职场性别平衡发展阶段。在其全球管理职位中, 女性占比达 51%。如今的社会, 对未婚未育的女性极度不友好,

而联合利华对女性的重视体现了大企业的平等原则, 不会因为女性而产生歧视。其次, 联合利华在留住人才和培养人才方面也拥有一套独特的培养和发展体系, 并且提出和实施了“国际化人才”发展的主题目标, 联合利华用自己独特的发展战略实现了人才优势, 促进了企业的可持续发展。

3.3. 联合利华在消费者责任方面

企业最终产品的出口是消费者, 那么企业必须要对消费者负责, 以消费者满意为标准, 要为消费者提供高品质的产品和服务, 对消费者负责是企业不偏不倚的正道。只有不断提高企业的社会责任感, 将保障公众的合法消费权益作为企业生产经营的第一要务[6]。对于消费者来说, 购买营养健康、物美价廉的产品是每个人都在追求的, 而联合利华在这方面就做的较出色, 例如它所有的含糖茶饮料的含糖量都降低了 23%, 且它的食品组合中有 56% 已达到公认的高营养标准。其次, 如今在双碳政策的激励下, 联合利华向公众提供了众多的“低碳好物”, 引导更多的消费者行为发生改变, 让消费者在日常生活也能推动可持续发展, 共同关注地球健康。社会责任的良好履行, 能使企业获得战略性的关键发展资源, 增强了消费者对企业的信任程度[7]。

3.4. 联合利华在盈利方面

积极履行社会责任可以给企业带来经济利益的结论得到了 90% 企业的认同, 对社会责任重视程度不高的企业只占 10%。联合利华在中国积极履行社会责任, 使其在中国获得较大的经济利益。见图 1, 联合利华近五年的营业额有小幅度的减少或增加, 2019 年和 2020 年由于疫情的影响导致营业额均有所下降, 2021 年和 2022 年由于疫情的好转, 以及联合利华在疫情期间所做的慈善事业, 树立了企业的良好形象, 从而增强了企业的盈利能力。见图 2, 联合利华 2022 年的亚太非市场营业额占比达到 46%, 是在所有的区域中占比最大的。亚洲是全球快消品和日化需求增长最快的市场, 联合利华利用自己庞大的品牌矩阵, 以及在这里长期的供应链与渠道优势加速追赶。联合利华在亚洲拥有庞大的消费市场, 作为一家负责任的企业, 联合利华积极履行社会责任, 从而增强企业的盈利能力。

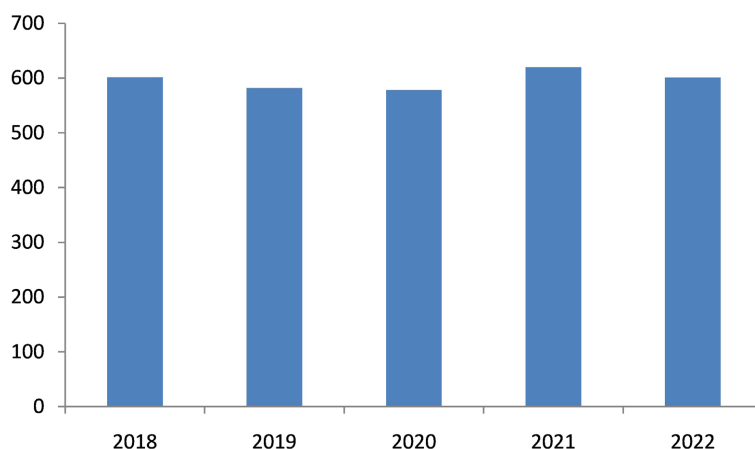


Figure 1. Unilever's revenue in the past five years

图 1. 联合利华近五年营业额

3.5. 联合利华在技术创新方面

技术创新是企业赢得竞争的重要差异化策略, 以可持续发展为核心理念的企业战略, 有助于促进社会发展和企业内部的商业转型[8]。联合利华在技术方面也进行了一系列的创新, 从而促进企业的可持续

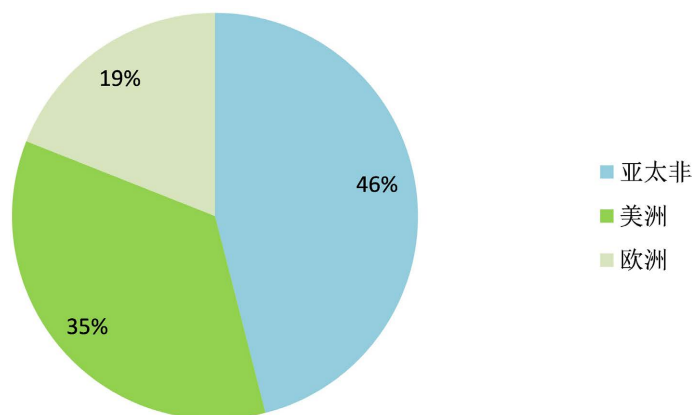


Figure 2. Unilever's market share by sales region in 2022
图 2. 联合利华 2022 年各销售区域市场占比

发展。作为世界上最大的冰淇淋生产商，联合利华旗下拥有全球最大的冰淇淋企业，在智能制造和“双碳”愿景的大趋势下，联合利华凭借人工智能模型、以消费者为导向的数字化创新工具创建了太仓“灯塔工厂”。在给消费者带来高质量产品的同时，并将碳排放减少 83%，能源和水消耗减少 14%，帮助实现碳中和。联合利华在进行技术创新的同时，主动的履行了社会责任，推动了企业的可持续发展。

3.6. 联合利华企业在环境保护方面

企业既是经济发展的贡献者，也是环境污染的制造者。联合利华在环境保护方面体现在消费者、企业自身、社会三个方面。首先，对于消费者来说，消费者单次使用联合利华产品所产生的废弃物减少了 32%，并实现所有工厂零废弃物填埋，这就是从消费者的角度去保护环境。其次，对于企业自身来说，通过提高工厂的用水和能源效率，减少包材的使用量和废弃物的产生，我们已经节约超过 10 亿欧元的成本，这使得企业自身减少了成本，又保护了环境。最后，对于社会来说，联合利华在生产过程中所产生的温室气体排放量减少了 50%，并在其各大市场实现了 100% 可再生电力。

另外，联合利华基于可持续行动计划为大众提供了一个可持续生活的互动数字平台——“小行动大不同”，目前已超过 80 万的注册会员。通过鼓励注册后的成员能够从日常生活中的小行动，让“可持续”成为一种生活常态。作为可持续行动计划的放大镜，“小行动大不同”取得了巨大的成就。这一平台就是消费者从生活中的小事去保护环境。倡导绿色健康能够成为青年人最潮流的生活方式，并且引导消费者向绿色消费行为的转变。联合利华通过主动履行企业社会责任，并且响应了国家的双碳政策，为社会贡献出他们的力量。

4. 结论与建议

在低碳经济的大背景下，联合利华通过主动履行企业社会责任，并且在 2010 年就开始践行可持续发展之路，使企业在获得经济效益的同时兼顾社会效益。企业承担社会责任不仅可以帮助企业获取稀缺资源，提高企业管理和规避风险的能力，同时也可以缓解企业面临的既有风险，提高防范化解风险的能力 [9]。本文通过对联合利华企业社会责任、联合利华可持续发展的要素以及联合利华企业社会责任对可持续发展的分析研究，可以了解到联合利华在“双碳”政策的大背景下，主动履行企业社会责任，最终实现了社会、消费者以及品牌的共赢。企业在经济利益与社会福祉之间取得平衡，从而获得企业长期和可持续发展。

社会是一个集体，企业只是其中的一个有机组成部分，在我国市场经济发展的过程中，企业只有将

其自身发展和社会发展紧密联系在一起, 才会创造出更大的经济效益和社会效益[10]。一个企业主动承担社会责任, 这不是一个沉默成本, 这对企业来说, 既能树立良好的企业形象, 提升品牌信誉, 又能吸引更多的消费者。从上面的分析可以看出, 很多外资企业在履行社会责任方面可能会存在一些问题, 由此提出相关建议:

对于企业来说:

外资企业要自觉遵守国家法律, 不偷税漏税, 并且自觉与政府、社会形成良好的互动关系; 保障员工的人身和财产安全, 做好员工福利工作, 留住优秀职工, 这样企业才能具备更好的发展能力和创造能力, 从而促进企业的可持续发展。企业履行社会责任体现在企业的管理思想、法律法规、生产运作、员工福利、安全保障、环保意识等多方面。企业应多做一些公益事业, 维护生态环境, 响应国家的“双碳”, 尽可能地减少环境污染, 这样才能在消费者心中树立良好的形象, 提高企业的品牌知名度, 有利于企业的长远发展。企业要在“绿色消费”的理念下, 结合自身情况, 增强可持续发展意识, 从而进行可持续发展战略。要尽可能引导消费者向“绿色消费”理念转变。

对于政府来说:

政府要积极引导企业树立社会责任的观念。企业的社会责任虽是自主产生的, 但是政府能够作为一座桥梁来连接企业与社会之间的关系, 从而提升企业的社会责任意识。政府可以对于履行企业社会责任的外资企业予以奖励和支持, 例如可以给予更多的优惠政策, 给予相应的政策补贴, 使更多的企业积极履行社会责任。政府还可以制定相应的社会责任履行体制和法律体系, 使企业能够意识到履行社会责任是一种约束和规范, 从而维护我国东道主的利益。其次, 可以制定相应的媒体关注与监督措施, 发挥媒体的全公开、全透明、的精神的使命感, 强化媒体对外资企业在华履行社会责任的外部监督作用, 使媒体能参与到社会治理中来。政府要做好服务工作, 为更多的外资企业提供完善的配套服务体系, 提高绩效。鼓励外资企业发展壮大, 提高经济效益, 不仅是外资企业履行社会责任水平的需要, 更是中国扩大对外开放的需要。

参考文献

- [1] 姜佐. 日本企业社会责任与可持续发展目标关系研究[D]: [博士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2022.
- [2] 胡雯. 跨国企业积极推进在华可持续发展[J]. 中国对外贸易, 2022(1): 78-80.
- [3] 肖红军. 共享价值式企业社会责任范式的反思与超越[J]. 管理世界, 2020, 36(5): 87-115+133+13.
- [4] 中国洗协新时代中国特色社会主义“2018 名企巡礼”系列报道之联合利华让可持续生活成为常态[J]. 中国洗涤用品工业, 2018(4): 20-21.
- [5] 刘念孜. 企业社会责任与可持续发展研究[J]. 企业科技与发展, 2021(8): 19-21.
- [6] 郭子钰. 承担社会责任促进企业可持续发展——以长春长生疫苗事件为例[J]. 商讯, 2020(10): 12-13.
- [7] 刘静淑. 社会责任、绿色会计实施与重污染企业可持续发展[J]. 财会通讯, 2019(15): 12-15.
- [8] 郭玮, 庆蕾, 陈舒, 等. 新时期中国电力企业社会责任发展现状与展望[J]. WTO 经济导刊, 2018(12): 42-43.
- [9] 朱帮助, 朱垠. 并购、企业社会责任与风险承担——基于准自然实验的证据[J]. 会计之友, 2023(12): 44-51.
- [10] 鲍晓娜, 张舒畅, 林琳. 基于利益相关者视角的战略性企业社会责任践行路径研究[J]. 学习与探索, 2022(10): 129-137.