

企业社会责任（CSR）与创造共享价值（CSV）的理论分析及其关系重构

刘瑞阳

西安明德理工学院, 中国·陕西 西安 710077

【摘要】全球化背景下社会与环境问题日益突出,企业如何平衡经济利益与社会责任成为关键议题。传统企业社会责任(CSR)因经济性不足与可持续性困境面临挑战,而创造共享价值(CSV)虽通过商业创新实现经济与社会价值的双赢,却受限于利益导向的覆盖范围。本文通过理论分析,提出“广义CSR”与“狭义CSR”的融合框架:将CSV纳入广义CSR以支撑狭义CSR的公益性活动,通过战略整合兼顾企业竞争力与社会需求。该框架为企业提供可持续的责任实践路径,并呼吁未来通过实证研究验证其适用性,推动社会责任理论的深化发展。

【关键词】企业社会责任(CSR);创造共享价值(CSV);理论分析;关系重构;广义CSR;狭义CSR;经济效益;社会价值;可持续发展;战略整合

1 引言

1.1 研究背景

随着全球化的推进和社会、环境问题的不断加剧,企业在追求经济利益的同时,越来越多地面临着对社会责任的要求。企业社会责任(Corporate Social Responsibility,简称CSR)已经成为企业活动的重要组成部分,它要求企业不仅关注股东利益,还需对员工、社会、环境等方面负有责任。然而,传统的CSR理论在实践中常常面临社会贡献与经济效益之间的矛盾,导致其难以持续推动并实现长期的企业利益最大化。

为了解决这一问题,迈克尔·波特(Michael Porter)等学者提出了创造共享价值(Creating Shared Value,简称CSV)的概念,旨在通过商业创新实现企业经济价值与社会价值的双赢。CSV强调企业在社会问题的解决过程中能够创造经济利润,同时促进社会福祉的提升。因此,CSR与CSV作为两种并行的企业责任理论,各自有着不同的优势与局限,学术界对于二者的关系仍存在较大的讨论空间。

1.2 研究目的

本文将分析CSR与CSV的理论内涵,探讨它们之间的联系与区别,并提出基于新框架的融合视角,以推动企业社会责任理论与实践的深入发展。企业社会责任的概念自20世纪中期提出以来,经历了从慈善性活动逐渐向战略性社会责任转变的过程。然而,在实践过程中,企业普遍面临社会贡献活动的经济回报不明确、缺乏可持续性的问题,导致CSR活动的实施积极性不高。为了解决这一问题,CSV理论的提出为企业提供了一种将社会问题解决与企业经济利

益紧密结合的战略模式。然而,CSV并不能覆盖所有社会问题,特别是在经济回报较低的社会贡献领域,企业如何有效地平衡经济性与社会贡献仍需进一步探讨。因此,本文的研究目的在于厘清CSR和CSV的内涵与界限,分析各自特点与局限,提出广义CSR和狭义CSR的新理论框架,探索二者融合的可能性与实现路径。

2 企业社会责任(CSR)理论的再探讨

2.1 CSR的起源与演变

企业社会责任(CSR)的概念起源于20世纪初期,最早主要由企业的慈善捐赠活动构成。进入20世纪后期,尤其是60年代和70年代,随着环境问题的加剧和社会不公问题的暴露,CSR逐渐被认为是一种企业义务,要求企业对其生产、经营活动产生的社会影响负责。Freeman(1984)提出的利益相关者理论进一步扩展了CSR的定义,认为企业应考虑所有与之相关的利益方,包括员工、供应商、顾客和社会,企业责任不仅仅限于股东的利益。

随着社会对企业行为要求的增加,CSR逐渐被纳入企业的长期战略,成为企业可持续发展的一部分。20世纪90年代,许多国际组织和跨国公司将CSR与环境保护、人权保障、供应链透明等社会责任问题结合,推动了企业社会责任的全球化。

2.2 传统CSR的特点及局限性

传统CSR理论的主要特征是将企业的社会责任视为超越经济活动之外的附加责任,企业通过捐款、赞助、环境保护等方式进行社会贡献。这些行为被认为是出于企业的道德义务和社会期望,而非直接影响企业利润的行为。然

而，这种理论也面临着许多局限性。

迈克尔·波特指出，“CSR被认为与企业的战略、业务流程或业务开展地区无关，选择与企业的战略完全无关的CSR活动，因此也不会取得有社会意义的成果”，主张CSR对企业的长期竞争力没有贡献，对企业在进行CSR活动时社会性和经济性对立进行了批判。

从股东的角度来看，CSR不能带来直接的利益，因此很可能会损害股东的利益。但是，根据企业内外的利益相关者和市场的要求，企业社会责任也是企业可持续性和长期存续的要素。虽然对企业价值的提升可能没有直接的贡献，但完全抛弃企业社会责任会成为严重的风险因素。

向山认为：“这种想法是基于弗里德曼将企业社会责任与企业利益的关系视为一种权衡，并假设对企业社会责任的处理在短期内损害了企业利益。”。

由此，传统的CSR具有以下局限性：

经济性不足：传统CSR往往强调社会公益而忽视了与企业经济效益的直接联系。企业通过捐赠和社会贡献，可能无法直接带来经济回报，从而影响股东和管理层的支持。

社会贡献的可持续性差：由于传统CSR活动多是慈善性质的，它们通常依赖于企业的自愿性投入，而缺乏长久的经济支持，导致社会贡献缺乏持续性，企业的CSR战略很难与其经济目标相匹配。

社会效益与企业效益之间的矛盾：许多企业在履行CSR责任时，往往牺牲了短期经济效益，这使得企业在竞争激烈的市场环境中难以维持其竞争力。

因此，传统CSR的局限性促使学术界和企业界开始探索如何使社会责任与企业经济利益之间实现平衡，从而推动更具可持续性和经济性的责任实践。

3 创造共享价值（CSV）理论的提出与分析

3.1 CSV的概念及核心内涵

为了解决传统企业社会责任经济性较弱的问题，在为社会带来便利的同时，企业也要达到追求合理利润的初衷，最终实现社会价值和经济价值，美国哈佛大学商学院教授迈克尔·波特等人于2011年发表的《创造共享价值》（以下称为CSV）作为实现这一目标的具体方法，提出了三个内涵要素：①重新审视产品和服务；②重新定义价值链的生产率；③在经营业务的地区发展产业集群。具体为：

重新定义产品和服务：企业应识别社会未被满足的需求，并通过创新的方式开发出既能解决社会问题又能带来经济效益的产品或服务。

提升价值链生产效率：企业通过提升供应链和生产过程的效率，不仅降低成本，还能在改善环境和社会福利的同时提升企业的竞争力。

构建产业集群：通过推动产业链上下游企业的协作与合作，形成产业集群，增强区域经济的可持续发展。企业与政府、NGO等组织的合作，有助于构建一个以社会价值和经济效益共存的商业生态。

3.2 CSV的战略优势与局限性

CSV的战略优势在于其能够通过企业的核心业务活动直接参与社会问题的解决，从而实现经济效益与社会效益的双重提升。CSV将企业与社会利益高度融合，既可以提升企业的竞争力，也能促进社会的可持续发展。

但是，CSV的本质是利润最大化，同时试图通过本职工作解决社会问题，但对于没有建立这种机制的企业来说很难实现。此外，由于公司倾向于只处理与业务关联性较强的社会问题，因此也有人担心存在社会问题、难以创造利润的领域往往会被排除在CSV的范围之外，这也是CSV的一个问题。正如波特等人自己所说，“CSV并不能解决所有的社会问题”，可见CSV并不是一个适用于解决社会问题的政策概念。

由此，CSV的局限性具体如下：

核心导向：经济利益优先，忽视非经济领域；

覆盖范围有限：长期性、高成本问题（教育、环保）被忽略；

实施难度：需企业在产品、市场及价值链管理中进行系统性变革，对资源整合与管理能力要求极高。

4 CSR与CSV的理论争议及现状分析

当前学术界关于CSR和CSV的讨论主要存在两种观点。一方面，有学者认为CSV是对传统CSR的升级，具有更强的战略性，因此应当取代传统的CSR。另一方面，也有学者认为CSV本质上只是对CSR的一种局部优化，并不能完全涵盖所有社会问题的解决。

首先针对二者的差异性及各自优缺点：

孔令建（2019）指出，传统企业对企业社会责任的承诺“与公司业务缺乏相关性，只是暂时的，并没有从根本上解决问题，因此被认为是被动的企业社会责任。”

笹谷秀光（2020）认为，由于社会问题不仅仅包含可对企业利益产生积极作用的部分，因此CSV对社会问题的捕捉和理解不正确，而且CSV利益至上的商业思维无法为困难的社会问题提供有效的解决方法。

而国部克彦（2018）则认为，CSR与CSV不应被割裂看

待，它们应该在企业责任体系中并行发展。实际上，企业在实施CSR和CSV时，可以根据不同的社会需求和市场条件来平衡两者之间的关系。

由上可知，单纯的CSR和CSV都存在难以克服的缺点，如CSR的慈善核心、收益性低，CSV则利益至上，无法有效覆盖全部的社会需求和问题。因此，对于企业，无论选择传统的CSR或是单纯的CSV都会面临不同的问题，重新审视考察CSR与CSV的关系，从二者融合的方向出发，探索出一个能够结合二者优点同时弥补二者缺陷的新框架非常必要

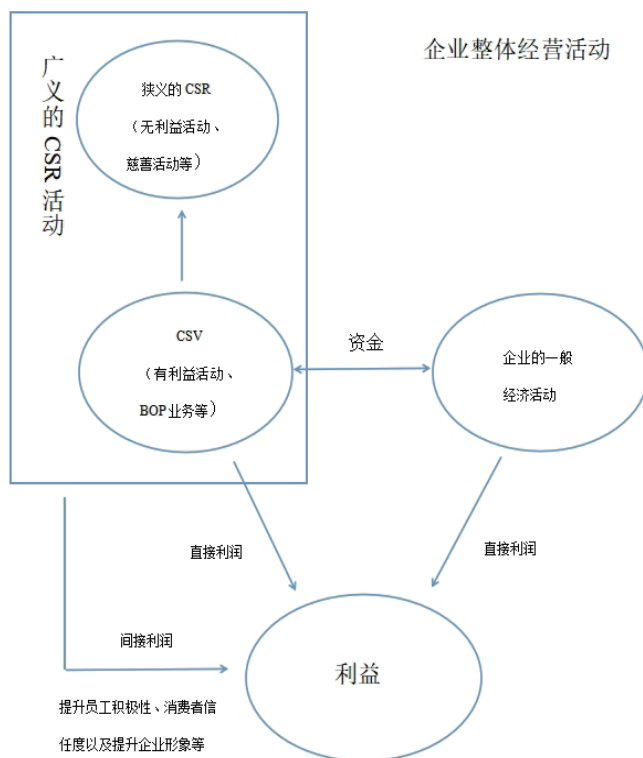
5 CSR与CSV关系的重构

5.1 广义CSR与狭义CSR的提出

基于以上分析，本文提出了广义CSR和狭义CSR的理论框架。首先将企业整体经营活动分为广义的CSR活动和企业的—般经济活动，广义CSR是指企业整体活动中所有能够创造社会价值的活动，包含了传统的慈善型CSR和CSV；而狭义CSR则专指经济效益较低的社会贡献活动，主要通过捐赠、环境保护等形式实现社会责任。广义CSR框架下的CSV活动被视为增强企业经济效益的手段，它能为企业提供持续的资金支持，从而间接支撑狭义CSR的公益性活动。

5.2 新框架下的CSR与CSV关系分析

基于上述内容，本文整理了CSR和CSV的关系并提出了新的架构模式，如图1：



图一 CSR、CSV与企业一般经济活动的关系图

本框架结构下的广义的CSR活动除了可以做出广泛的社会贡献外，不会对企业一般经济活动（正常经营活动）产生成本上的负担，也不会受到企业正常业绩及预算的过多限制，同时还与企业的一般经济活动一起，以同时产生直接利润以及提升员工积极性，提升消费者信赖度，提升企业形象等间接利润的方式为企业的生存和发展做出贡献。

6 理论意义及现实启示

本研究在理论上明确了CSR和CSV的融合关系，提出了广义CSR与狭义CSR的概念框架。这一框架为企业提供了一种新的路径，促使企业在履行社会责任时，能够更好地平衡社会贡献与经济效益。在现实中，这种融合框架不仅可以为企业提供更加可操作的CSR战略，还能帮助企业在竞争中脱颖而出，实现长期的可持续发展。

7 结论与展望

本文通过对CSR和CSV的理论分析与关系重构，提出了广义CSR框架内CSV与传统CSR的协同关系。其中，保证该框架顺利运行的核心在于其中的CSV活动是否能够创造足够支撑传统CSR活动运营成本的利润，未来研究中，需要通过实证研究探索这一理论框架在不同企业、行业中的适用性，并探究高效推行CSV活动的方法，并推动CSR理论与实践的进一步发展。

参考文献：

- [1] 国部克彦. 责任是否能创造价值—对CSR于CSV的再思考[J]. 商业洞察, 2018, 101: 2-8.
- [2] 孔令建. 关于价值共创与社会关联的一项研究—基于与共享价值创造融合的视角[J]. 经贸研究: 研究所年报, 2019, 45: 17-28.
- [3] 向山敦夫. 再思考CSR: CSR是变色龙吗? [J]. 国际学研究, 2017, 6 (2): 47-56.
- [4] 野口文 & 尹敬勲. 创造共享价值 (CSV) 概念的形成与挑战—大塚祚保教授、石田修大教授、堀内国宏教授退休纪念特辑[J]. 流通法学, 2015, 14 (2): 41-58.
- [5] 笹谷秀光. 作为新型竞争战略的“SDGs经营”方法论: 基于SDGs应用的CSV (共创价值) 进化[D]. 千叶商科大学博士论文, 2020.
- [6] Michael E. Porter & Mark R. Kramer. "The Strategy of Shared Value" [J]. DIAMOND Harvard Business Review, 2011, 29.