

# ESG 框架下上市快递企业社会责任报告实质性评价<sup>\*</sup>

• 赵会娟<sup>1</sup> 关宁静<sup>2</sup> 王慧若男<sup>3</sup> 薛蓉娜<sup>4</sup>

(1, 2, 3, 4 西安邮电大学现代邮政学院 西安 710012)

**【摘 要】**实质性评价是企业社会责任报告质量评价的核心。为评价上市快递企业社会责任报告实质内容,综合考虑国际国内社会责任和 ESG 标准规范、上市企业社会责任和 ESG 评价指南、邮政行业法规政策以及利益相关者社会责任信息需求,基于 ESG 框架构建上市快递企业社会责任报告实质性评价指标体系,选取 2018—2021 年 7 家上市快递企业社会责任报告文本进行实证研究。结果表明上市快递企业社会责任报告实质信息披露综合得分整体不高且呈逐年上升趋势,不同企业得分具有明显差异;不同年度的环境、社会和治理三个维度综合评价得分有所增加,但同一维度指标间得分存在显著差异;强制性、推荐性和创新性三类指标中响应国家政策类指标得分明显较高,部分指标存在选择性披露现象。

**【关键词】** ESG 框架 上市快递企业 社会责任报告 实质性评价

中图分类号: F616.3

文献标识码: A

## 1. 引言

社会责任报告是企业自述社会责任履行情况的文本,也是利益相关者获取企业社会责任信息的主要来源,其质量优劣直接影响社会责任信息披露的目标和价值实现。2020 年 10 月国务院印发了《关于进一步提高上市公司质量的意见》,明确要求“上市公司及其他信息披露义务人要充分披露帮助投资者作出价值判断和投资决策所必需的信息”。显然这里所指的“必需的信息”不是社会责任报告的文本形式,而是其中所包含的实质性内容,是社会责任报告的核心信息。由于社会责任信息通

<sup>\*</sup> 基金项目:陕西省交通运输厅 2021 年度交通科研项目“陕西西安打造全球性邮政快递枢纽路径研究”(项目批准号:21-09R);陕西省软科学研究计划重点项目“‘一带一路’战略下陕西快递业发展问题研究”(项目批准号:2018KPZ020);西安邮电大学研究生创新基金重点项目“基于 QCA 分析的民营快递企业社会责任实现路径”(项目批准号:CXJJZW2021004)。

通讯作者:赵会娟, E-mail: zhaohj036@126.com。

常以非结构化数据为主要形式，为了增强可信度和可读性，企业的社会责任报告文本形式越来越丰富，更出现了重形式轻内容、粉饰漂绿、顾左右而言他等异化现象，对于利益相关者关注和诉求的关键性议题披露不足，报告实质性内容缺失或者被忽视。事实上，只有社会责任报告实质性内容才能真正反映不同文化和不同行业对社会责任的关注点和关注度，所以实质性评价才是提升企业社会责任报告质量的关键。

随着快递市场规模不断扩大，诸如二次收费、过度包装、价格战、个人信息泄露等涉及环境、社会和治理的负面事件频频出现，投资者、公众、用户、供应链企业、社区、政府等利益相关者都希望快递企业能对此做出积极回应。虽然目前 7 家上市快递企业均发布了年度社会责任报告，但是快递行业社会责任缺乏统一规范和实质性评价指南，不同快递企业社会责任报告文本体例不同，自述重点各异，投资者及其他利益相关者难以有效获取价值判断和决策所需的实质性信息，无法对不同企业社会责任报告实质性内容进行综合评估。而倍受关注的 ESG 是企业实现可持续发展的一种全新理念（盛明泉等，2022），主张企业在经营的同时应履行环境（Environment）、社会（Social）和治理（Governance）三个方面的责任。由于 ESG 理念与我国长期以来推动的可持续发展战略不谋而合，更是贯彻落实新发展理念，推动经济高质量发展的重要抓手（陈信健，2020），2018 年证监会修订了《公司治理准则》，要求上市企业将 ESG 融入公司战略，搭建 ESG 信息披露基本框架。

因此，本文尝试基于 ESG 框架构建上市快递企业社会责任报告实质性评价指标体系，并对 7 家上市快递企业社会责任年度报告进行综合评价，为利益相关者提供有效决策信息，也有助于提升上市快递企业社会责任报告信息披露质量。

## 2. 文献回顾与理论分析

### 2.1 社会责任报告质量评价

自 20 世纪 90 年代社会责任报告披露制度逐渐兴起，社会责任报告质量评价就成为国内外实践和理论界在企业社会责任领域关注的主要命题。全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative，GRI）成立并推动报告规范化，企业可持续发展报告、社会责任报告成为主流。为了保证社会责任报告披露信息真实可靠且易于理解，国内外不同权威机构发布了一系列评价指南，例如《可持续发展报告指南》（简称 G4 指南）、《中国企业社会责任报告指南基础框架 CASS-CSR4.0》（简称 CASS-CSR4.0）、《中国企业社会责任报告评级标准（2019）》（简称评级标准（2019））、《企业社会责任报告关键定量指标指引》（简称 MQI 指引）、《MCT-CSR 报告评价体系》（简称 MCT-CSR）。这些指南确定的社会责任报告质量评价原则中实质性评价不突出，只有评级标准（2019）直接提出实质性原则（如表 1 所示）。

表 1 主要的国内外权威机构社会责任报告质量评价原则

机 构	标 准	评 价 原 则
全球报告倡议组织	G4 指南	平衡性、可比性、准确性、及时性、清晰性、可靠性、完整性
中国社科院企业社会责任研究中心	CASS-CSR4.0	客观性、时效性、可比性、真实性
中国企业社会责任报告评级专家委员会	评级标准（2019）	完整性、实质性、平衡性、可比性、可读性、创新性、完整性
商道纵横	MQI 指引	可读性、可比性、时效性、可靠性、行业性
润灵环球咨询公司	MCT-CSR	整体性、内容性、技术性、行业性

国内外学者对企业社会责任报告质量评价以实证研究为主，国外学者更注重对社会责任报告内容信息的评价，如 Cray 等（1995）研究英国公司社会责任信息披露；Trotman 和 Bradley（1981）从 6 个责任领域考察上市公司年度报告的社会责任信息披露情况；Gelb 和 Strawser（2011）则从工作场所女性和少数民族进步的公司政策、慈善活动以及社区工程的参与 3 个方面来评价社会责任信息披露情况。国内学者的研究主要聚焦于汽车制造业（桂根生等，2017）、出版业（韩生华等，2021）、化工业（刘学之等，2017）、林业（李嘉和温作民，2016）及药业（尹开国等，2014）等领域，不同学者对企业社会责任报告质量评价的关注点也不同。有些学者强调报告形式和内容的综合评价，例如齐丽云等（2016）提出从完整性、包容性、实质性、回应性、可比性、可信性、创新性、可获取性 8 个维度评价企业社会责任报告质量；刘婉立和宋一凡（2017）认为企业社会责任报告信息的质量要求应包括完整性、可靠性、可比性、二分性以及可读性等。有些学者则关注社会责任报告形式性评价，例如段钊等（2021）构建了基于效率与适应水平的可读性质量评估模型；段钊等（2022）又提出了实据性概念、测度模型与量化方法，用以评估上市公司社会责任信息披露中“言之有据”的程度等。评价方法上，由于社会责任报告信息披露自主性、灵活性、多样性与不确定性都很强（宋献中和龚明晓，2017），近年来大部分学者采用主观和客观相结合的评价方法，并尝试将文本挖掘、机器学习、文本内容分析等方法引入社会责任报告质量评价，以提高企业社会责任报告质量评价方法的客观性和可操作性（刘婉立和宋一凡，2017）。

从国内外社会责任报告质量评价实践和学者的研究来看，其最终目的都是将企业社会责任信息清晰准确地传递给需求者，但现有的研究关注点更倾向于报告可读性、可信度和可比性等文本形式的评价，对于企业究竟承担了什么责任，履行程度如何，产生了哪些效应等实质性内容关注不足，针对快递行业的相关研究尤其缺乏。

2.2 快递企业社会责任的特殊性

在商业模式变革和科技创新加速的背景下，快递企业迅速成长且社会影响力不断增大，快递领域个人信息保护、绿色包装、快递员权益保障、公共安全等问题成为社会关注的焦点。而上市快递

企业市场占有率居全行业前七位，业务量占全国 80% 以上，具有引领性作用，其承担的社会责任具有以下特殊性：

（1）社会责任相关利益主体广泛。利益相关者理论认为组织应从全部利益相关者的权益出发以实现经济与社会效益共同提升。而利益相关者是指与组织达成组织目标之间有互动关系的团体和个人，企业不应仅关注股东和个体的利益（Freeman, 1984）。快递服务渗透性强，在国民经济和社会生活中扮演着越来越重要的角色，在数字经济和高质量发展的新时代更发挥着基础性作用（吴昊和谭克虎，2014）。快递服务场景几乎遍及国民经济和社会生活的各个领域，不仅投资者关注企业社会责任信息，广大客户、合作者、社会公众、社区和政府部门等利益相关主体也越来越关注其产生的社会价值。因此，评价上市快递企业社会责任报告实质性内容不仅要考虑投资者的信息需求，更要关注广大相关利益主体的诉求。

（2）社会责任内涵复杂丰富。可持续发展理论源于环境保护问题，提出经济、生态和社会三个方面协调统一的可持续性发展观念。快递作为物流的高级化业态，既是碳排放的主要领域之一，也是涉及千家万户的民生服务，更是畅通国内外循环的支撑力量（张梦娟，2015）。快递企业不仅承担着绿色可持续发展的环境责任，也承担着通政、通商、便民的社会责任。另外，随着快递网络平台化趋势越来越明显，无论直营型还是加盟型快递企业都承担双重治理责任，既要承担企业内部治理责任，又要承担网络平台的监管责任，规避平台内社会责任缺失与异化现象，应对平台商业生态圈乃至社会生态圈所面临的社会共性问题（肖红军和阳镇，2020）。

（3）社会责任规范不断增加。快递作为现代寄递服务的主要类型，为了规范快递服务行为，国家相继出台《邮政法》《快递暂行条例》《快递市场管理办法》《邮件快件绿色包装规范》《邮件快件包装管理办法》《关于做好快递员群体合法权益保障工作的意见》等一系列法规政策和标准规范，也对快递企业承担并履行社会责任不断提出严格明确的新要求。所以评价上市快递企业社会责任报告实质内容既要参照国内外上市企业社会责任披露规范，更要考虑快递行业法规政策和标准规范要求。

## 2.3 ESG 理念与企业社会责任的实质关系

自 1924 年谢尔顿提出企业社会责任以来，“企业应该为社会承担什么责任”成为争论的焦点，利益相关者理论、企业公民理论、社会回应理论、可持续发展理论等都是企业社会责任实质内容的基础理论。2004 年全球可持续发展议题下提出的 ESG 理念是企业社会责任的进阶，在全球被广泛认同并传播。相较于企业社会责任，ESG 理念并不是企业社会责任内涵范围的扩大，也不是企业社会责任的子部分，而是基于利益相关者理论、可持续发展理论和委托代理理论将环境、社会和治理三个方面结合起来，更加契合全社会实现可持续发展的要求（袁蓉丽等，2022）。ESG 的实质内容既包含了企业社会责任的主要议题，也提供了可具体、可衡量、可操作的企业责任内容框架体系，而且与中国式现代化的价值主张相通，也符合公众对负责任企业的普遍期望。为了推动上市企业由社会责任报告向 ESG 报告转变，2018 年 11 月中国证券投资基金业协会正式发布了《中国上市公司 ESG 评价体系研究报告》和《绿色投资指引（试行）》，提出了衡量上市企业 ESG 绩效的核心指标体系，进一步推动 ESG 在我国的发展（闫立东，2019）。因此，基于 ESG 框架评价上市快递企业社会责任

报告实质性内容具有合理性。

3. 评价指标体系构建

3.1 主要议题确定

社会责任报告实质性评价重在考察企业社会责任报告是否披露了企业对经济、社会、环境的影响，是否涵盖了行业特征议题、时代议题等关键的社会责任议题，以及是否覆盖了关键利益相关方的诉求（杨亚西等，2020）。为了确定上市快递企业社会责任报告主要议题，首先，梳理汇总现有全球及国内权威组织发布的社会责任报告、可持续发展报告和 ESG 报告规范文件以及邮政行业法规政策和标准规范的相关议题，见表 2。

表 2 企业社会责任主要议题及其来源

序号	主 要 议 题	规范文件来源
1	人权、劳工标准、环境和反腐败	联合国全球契约十项原则
2	经济、环境、劳工实践和体面工作、人权、社会	可持续发展报告指南
3	气候变化、自然资源、污染和排放、环境机会、人力资本、产品责任、关联交易、社会责任、企业治理和企业行为	MSCI 指数
4	个人信息保护、平台监管、渠道安全	《邮政法》《快递暂行条例》等法规
5	快递服务、快递安全、绿色发展、快件包装、监督管理	《邮件快件包装管理办法》《快递市场管理办法》等快递行业相关政策和标准
6	组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营实践、消费者问题以及社区参与和发展	《社会责任指南标准》ISO 26000
7	人权、员工、产品和服务、竞争与合作、资源节约和生态保护、环境绩效、文化多样性、公共关系、社区建设与公益事业保护	《中国企业社会责任推荐标准和实施范例》
8	排放物、资源使用、环境及天然资源、雇佣及劳工常规、营运惯例、社区、董事会、董事及高管的薪酬及董事会评核、问责及审计、转授董事会权利、与股东的沟通、公司秘书	香港联合交易所的《环境、社会及管治报告指引》
9	环境、产品、员工、供应链、社区、ESG 管理、公司治理	企业 ESG 评价指南（试行版）
10	企业绿色增长、法律责任之外，对消费者和社区以及环境的责任、达成利益相关者的共同治理	中国上市公司 ESG 评价体系研究报告



其次，结合相关利益主体对快递企业社会责任的诉求，确定环境、社会 and 治理 3 个维度共 10 个责任议题，其中环境责任议题主要包括绿色管理、气候变化和能源消耗，社会责任议题主要包括业务、客户、供应商、员工、社区，治理责任议题主要包括内部治理与外部治理。

最后，根据其来源特点将这些议题划分为强制性、推荐性和创新性议题。强制性议题是指相关法律法规明确规定的议题，即企业行为受规范制约（郑路等，2022）；推荐性议题是指由相关指南和规范文件提出的非强制性或自愿选择性议题，指企业可执行可不执行，还可以有选择地执行（郝远，2019）；创新性议题是企业自主提出的创造性或前瞻性议题，指企业根据营运情况而采取的履责行为。

3.2 评价指标选取

参照指南规范和法规中不同议题对应的关键指标和指标解释，结合快递行业术语和特点选取具体评价指标。为了避免指标过多，权重分散，造成次要指标和不可靠指标对整体评价效果的干扰，依据代表性、综合性和简洁性原则选取评价指标，如快递企业多选择柴油汽车运输，故在“汽油消耗量、柴油消耗量、煤油消耗量”等披露内容中选取“柴油消耗量”为代表性指标；如将智慧物流、科技助疫、智慧枢纽、产品研发等综合为“创新研发投入”指标，体现指标选取的综合性；如绿色管理方面选取“绿色包装”“绿色办公”“绿色运输”等指标，体现指标选取的简洁性。

为确保指标能够真实反映 ESG 责任信息，邀请来自行业监管部门、快递行业协会、科研院所、证券机构、快递企业、供应商等多部门专家进行调查论证，最终确定环境、社会 and 治理 3 个维度（一级指标），10 个议题（二级指标），30 个评价指标（三级指标）构成的综合评价指标体系，其中定量指标 11 个，定性指标 19 个；强制性、推荐性、创新性议题分别对应 7、20、3 个指标，如图 1 所示。

环境维度责任强调快递企业在营运过程中一切可控制的绿色管理责任，以“绿色管理”“气候变化”“能源消耗”为核心构建指标体系（见表 3）。

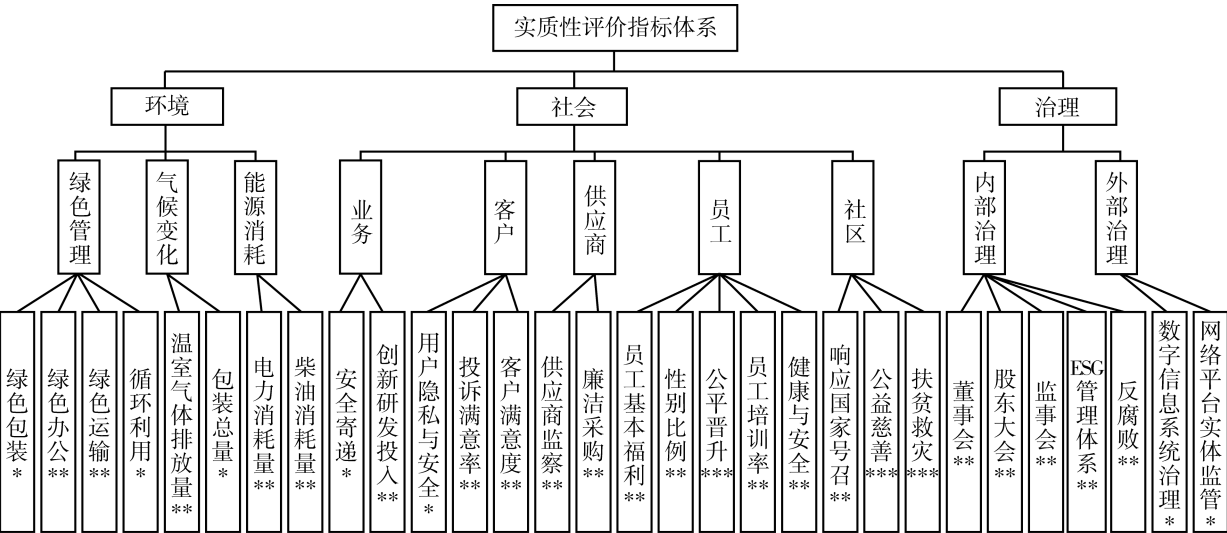
表 3 环境维度指标描述、来源及性质

指标名称	指标描述	来源	性质
绿色包装*	描述快件绿色包装在标准化、减量化和可循环等方面的目标和实现路径	《邮件快件绿色包装规范》	定性
绿色办公**	描述工作中采用线上会议、无纸化办公等新型办公方式	可持续发展报告指南	定性
绿色运输**	描述采用优化线路、清洁能源的运输方式	可持续发展报告指南；ISO14001 环境管理体系	定性
循环利用*	描述循环包装信息系统或回收设施设备等提升循环使用效率的实践	《邮件快件绿色包装规范》	定性

续表

指标名称	指标描述	来源	性质
温室气体排放量**	快递企业直接或间接产生的温室气体排放总量（以 t/CO <sub>2</sub> e 计算）	中国上市公司 ESG 评价体系研究报告；港交所《环境、社会及管治报告指引》	定量
包装总量*	包装类物品使用总量（以吨计算）	《邮件快件绿色包装规范》	定量
电力消耗量**	快递企业直接或间接产生电力能源消耗总量（以 KW·h 计算）	可持续发展报告指南	定量
柴油消耗量**	陆运和航空地面消耗柴油能源总量（以 L 计算）	企业 ESG 评价指南（试行版）；港交所《环境、社会及管治报告指引》	定量

注：\* 为强制性指标；\*\* 为推荐性指标。



注：\* 为强制性指标；\*\* 为推荐性指标；\*\*\* 为创新性指标。

图1 上市快递企业社会责任报告实质性评价指标体系

社会维度责任强调利益相关者诉求，以“客户”“员工”“供应商”等方面责任（鲍晓娜等，2022）构建指标体系（见表4）。

表4 社会维度指标描述、来源及性质

指标名称	指标描述	来源	性质
安全寄递*	描述保障寄件安全的措施，如收寄验视、实名收寄、过机安检等	《快递暂行条例》	定性
创新研发投入**	描述技术创新投入的领域、金额及机制，如智能分拣、智慧物流	可持续发展报告指南	定性

续表			
指标名称	指 标 描 述	来 源	性质
用户隐私与安全*	描述保障用户信息安全所采取的有效技术、制度、培训等手段，如隐匿面单	《快递暂行条例》	定性
投诉满意率**	客户投诉处理结果的满意数与客户投诉总数之比	中国上市公司 ESG 评价体系研究报告	定量
客户满意度**	通过调查问卷等方式获取的客户满意度	中国上市公司 ESG 评价体系研究报告	定量
供应商监察**	描述对供应商的有关惯例的执行及监察方法	企业 ESG 评价指南（试行版）	定性
廉洁采购**	描述保证采购业务公开、公正、公平的有效措施	港交所《环境、社会及管治报告指引》	定性
员工基本福利**	描述在劳动就业、社会保险、医疗卫生等方面提供全员覆盖（包含快递员群体在内）的福利项目	港交所《环境、社会及管治报告指引》；《关于做好快递员群体合法权益保障工作的意见》	定性
性别比例**	按性别划分的员工总数之比	中国上市公司 ESG 评价体系研究报告	定量
公平晋升***	描述公平、公正、透明的晋升制度	企业 ESG 评价指南（试行版）	定性
员工培训率**	员工培训人次和总人数之比	港交所《环境、社会及管治报告指引》	定量
健康与安全**	描述提供安全工作环境，避免员工受到职业性危害的措施	企业 ESG 评价指南（试行版）	定性
响应国家号召**	描述响应国家号召的行动，如快递进村、快递进厂、快递出海等	《快递暂行条例》	定性
公益慈善***	描述在养老、教育、志愿者等方面的创新项目	可持续发展报告指南	定性
扶贫救灾***	描述参与扶贫和救灾的实践与贡献	可持续发展报告指南	定性

注：\* 为强制性指标；\*\* 为推荐性指标；\*\*\* 为创新性指标。

治理维度责任由快递企业规模经济性和外部性决定，从内部治理与外部治理两个方面（许英杰等，2018）构建指标体系（见表 5）。

表 5 治理责任指标描述、来源及性质

指标名称	指 标 描 述	来 源	性质
董事会**	董事会举行次数	中国上市公司 ESG 评价体系研究报告	定量
股东大会**	股东大会召开次数	中国上市公司 ESG 评价体系研究报告	定量
监事会**	监事会召开次数	中国上市公司 ESG 评价体系研究报告	定量



续表

指标名称	指标描述	来源	性质
ESG 管理体系**	制定 ESG 战略或开展 ESG 培训，披露 ESG 信息	企业 ESG 评价指南（试行版）	定性
反腐败**	描述防范腐败的措施及举报程序、执行方法	港交所《环境、社会及管治报告指引》	定性
数字信息系统治理*	描述全网的数字信息系统的安全保护方法，如建设自动化监控平台	《邮政业信息系统安全等级保护基本要求》	定性
网络平台实体监管*	描述对网络平台接入主体（加盟商或分支机构）的监管措施	《促进平台经济规范健康发展的指导意见》《快递暂行条例》	定性

注：\* 为强制性指标；\*\* 为推荐性指标。

## 4. 实证分析

### 4.1 样本选取及特征描述

根据巨潮资讯网检索结果，自 2016 年起中通快递、圆通速递、申通快递、韵达股份、顺丰控股、德邦股份、京东物流等 7 家国内快递企业相继在上海、深圳、纽约与香港交易所上市，其中顺丰速运、京东物流和德邦物流 3 家为直营型企业，其余 4 家为加盟型企业（见表 6）。

表 6 上市快递企业基本信息

上市公司全称	股票简称	股票代码	上市时间	上市地点
圆通速递股份有限公司	圆通速递	600233	2016	上海证券交易所
中通快递有限公司	中通快递	ZTO	2016	纽约证券交易所
申通快递股份有限公司	申通快递	002468	2016	深圳证券交易所
韵达控股股份有限公司	韵达股份	002120	2017	深圳证券交易所
顺丰速运有限公司	顺丰控股	002352	2017	深圳证券交易所
德邦物流股份有限公司	德邦股份	603056	2018	上海证券交易所
京东物流股份有限公司	京东物流	02618	2021	香港证券交易所

由于 2016—2017 年仅圆通速递、申通快递及顺丰速运（2016 年未上市）3 家快递企业发布年度社会责任报告，发布率低且不具备可比性，2018—2019 年除京东物流（未上市）外其他上市快递企

业均发布了年度社会责任报告，2020—2021 年上市快递企业社会责任年度报告发布率达到 100%，本文选取 2018—2021 年 7 家上市快递企业发布的 26 份社会责任报告作为数据来源，并初步分析其特征如下：

（1）文本编制各具特色。从报告篇幅来看，上市快递企业年度社会责任报告篇幅总体呈逐年增加的趋势（见表 7），篇幅长的报告文本呈现方式也多样。从报告编制规范来看，2018 年德邦和 2021 年申通未注明编制依据；德邦、圆通、京东以及申通部分年份未建立阅读反馈机制；2021 年申通与 2018—2021 年圆通发布的社会责任报告均未注明可供读者反馈意见和建议的部门、地址、邮编和电话。

表 7 2018—2021 年上市快递企业社会责任年度报告页数统计

年份	最大值	最小值	均值	德邦	韵达	圆通	中通	申通	顺丰	京东
2018	42	25	33.83	42	25	33	32	35	36	—
2019	53	28	41.67	53	28	34	51	36	48	—
2020	104	27	50	51	27	30	42	39	104	57
2021	124	33	56	63	33	33	52	33	124	54

（2）披露信息可信度存在差异。可信度是指企业在编制报告时使用的信息以及各个步骤，应经过完整的第三方评价和审验（韩生华等，2021）。26 份报告中均没有负面信息披露，仅京东物流 2020—2021 年公布第三方检验结果（见表 8）。

表 8 26 份报告中第三方评价或审验情况

第三方评价或审验机构		26 份报告	
		符合的报告数（家）	所占比例（%）
GRI 应用等级核审		0	0
中国社会科学院企业社会责任研究中心社会责任报告评级		0	0
中国企业评价协会		0	0
SGS 通标标准技术服务有限公司		2	7.69
合计	披露第三方评价或审验信息	2	7.69
	未披露第三方评价或审验信息	24	92.31

（3）文本可读性较强。可读性指报告的信息披露方式是否易于读者理解和接受。26 份报告内容均披露企业履责行为且图文并茂，多采用数据表、流程图、企业发展示意图等多重组合方式描述目前企业履责情况（见表 9）。

表 9 2018—2021 年上市快递企业社会责任年度报告图表数量区间统计

年 份	0	0~50	50~100	100~150	150~200
2018	0	0	6	0	0
2019	0	1	3	2	0
2020	0	2	3	2	0
2021	0	2	2	2	1

## 4.2 数据处理与权重计算

### 4.2.1 数据处理

考虑到上市快递企业发布的年度社会责任报告篇幅不长（平均 50 页左右），报告文本以图片和文字混合为主、专业术语多、语义情感丰富，为充分有效提取数据组建五人团队，人工分析 26 份社会责任报告文本内容，并依据构建的指标体系对社会责任报告独立打分，为尽可能避免主观影响，出现分歧时采用沟通协调统一分值。具体操作步骤如下：

（1）定量指标值确定。定量指标可以直接获取，如“温室气体排放量 652.44t/CO<sub>2</sub>e”“电力消耗量 847387358.4kW·h”等；不能直接获取的数据通过计算得到，如“性别比例”为“男性员工数量/女性员工数量”。

（2）定性指标赋值。定性指标通过赋值转化为定量指标时采用“三值法”对各项指标进行赋值，其中“0”表示报告中未提及该项指标，“1”表示报告中定性表述该指标，“2”表示报告中定性定量相结合表述该指标，如顺丰速运 2021 年可持续发展报告中表述“顺丰公益基金会全年公益总支出 9889 万元，设有 20 个志愿者协会，实际参与活动志愿者 3585 名，志愿服务时长 21601 小时”，因此对顺丰“公益慈善”指标赋值为“2”，其余定性指标参照上述方式进行赋值。

（3）定量与定性指标值归一化处理。

### 4.2.2 权重计算

一般确定指标权重的方法有主观赋权法、客观赋权法以及组合权重法，其中主观赋权法包含德尔菲法、几何平均法和 AHP（层次分析法）等；客观赋权法包含熵值法、标准离差法和 CRITIC 等。AHP 是一种通过建立递阶层次结构，构造判断矩阵，形成定性与定量相结合的多准则决策方法。CRITIC 是基于评价指标的对比强度和指标之间的冲突性来衡量指标的客观权重，在考虑指标变异性大小的同时兼顾了指标之间的相关性。已有的研究中，一些学者利用 AHP-CRITIC 确定指标权重，并取得了较好的评价结果（郭曼曼等，2022；Qi Jiawei et al., 2022）。因此，本文采用 AHP-CRITIC 并利用线性方程确定组合权重，既能减少专家评分过程中产生的主观偏差，又能避免因指标数据不完整或质量较差产生的客观偏差等问题。具体权重计算步骤如下：

Step1：邀请行业内 11 位专家依据标度方法两两比较进行打分，构建判断矩阵，同时对指标按列进行归一化处理，得到权重系数。

Step2：为保证权重的准确性，对所有判断矩阵进行一致性检验。CR 值均小于 0.1，通过一致性检验。

Step3：CRITIC 权重法根据归一化处理后的指标计算标准差和相关系数，然后由标准差和相关系数的乘积得到信息量，最后通过指标信息量的占比得出各项指标权重。

Step4：利用组合权重法确定指标权重时，为去除较大数据的干扰，计算分配系数  $\alpha$  与  $\beta$ ，引入主客观权重的距离函数公式：

$$d(\omega_{\text{AHP}}, \omega_{\text{CRITIC}}) = \left[ \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n (\omega_{\text{AHP}} - \omega_{\text{CRITIC}})^2 \right]^{\frac{1}{2}} \tag{1}$$

因此，组合权重为：

$$\omega_{\text{AHP-CRITIC}} = \alpha \omega_{\text{AHP}} + \beta \omega_{\text{CRITIC}} \tag{2}$$

其中， $\alpha$  和  $\beta$  为权重分配系数， $\alpha + \beta = 1$ ，构建方程组为：

$$\begin{cases} d(\omega_{\text{AHP}}, \omega_{\text{CRITIC}})^2 = (\alpha - \beta)^2 \\ \alpha + \beta = 1 \end{cases} \tag{3}$$

根据公式（1）至（3）计算得出  $\alpha = 0.524$ ， $\beta = 0.476$ ，通过该值获得 AHP-CRITIC 法的综合权重，具体权重见表 10。

表 10 各项指标权重汇总表

指标	AHP 权重（%）	CRITIC 权重（%）	组合权重（%）
绿色包装*	4.531	3.109	3.854
绿色办公**	3.312	3.899	3.591
绿色运输**	3.971	2.663	3.348
循环利用*	3.406	4.218	3.792
温室气体排放量**	3.470	2.761	3.133
包装总量*	4.003	2.304	3.194
电力消耗量**	3.640	2.537	3.115
柴油消耗量**	3.921	2.537	3.262
安全寄递*	4.898	4.132	4.533
创新研发投入**	3.903	3.638	3.777
用户隐私与安全*	4.849	2.865	3.905
投诉满意率**	3.820	3.993	3.902
客户满意度**	4.017	3.427	3.736
供应商监察**	2.094	3.440	2.735
廉洁采购**	2.939	2.800	2.873

续表

指标	AHP 权重 (%)	CRITIC 权重 (%)	组合权重 (%)
员工基本福利 **	4.959	2.427	3.754
性别比例 **	1.383	2.489	1.910
公平晋升 ***	1.921	3.675	2.756
员工培训率 **	3.083	3.854	3.450
健康与安全 **	3.801	2.915	3.379
响应国家号召 **	2.906	3.895	3.377
公益慈善 ***	2.006	3.638	2.783
扶贫救灾 ***	2.692	4.331	3.472
董事会 **	2.359	3.975	3.128
股东大会 **	2.265	3.669	2.933
监事会 **	1.936	3.563	2.711
ESG 管理体系 **	2.942	2.975	2.958
反腐败 **	3.014	3.532	3.261
数字信息系统治理 *	4.469	3.825	4.162
网络平台实体监管 *	3.490	2.910	3.214

注：\* 为强制性指标；\*\* 为推荐性指标；\*\*\* 为创新性指标。

由表 10 权重计算结果可见，AHP 法中“员工基本福利”“安全寄递”“用户隐私与安全”“绿色包装”“数字信息系统治理”权重值大，“供应商监察”“公益慈善”“监事会”“公平晋升”“性别比例”权重值小。CRITIC 法中“扶贫救灾”“循环利用”“安全寄递”“投诉满意度”“董事会”权重值大，“电力消耗量”“柴油消耗量”“性别比例”“员工基本福利”“包装总量”权重值小。组合权重下“安全寄递”“数字信息系统治理”“用户隐私与安全”“投诉满意率”“绿色包装”权重值大，“公益慈善”“公平晋升”“供应商监察”“监事会”“性别比例”权重值小。

## 4.3 评价结果与分析

### 4.3.1 不同企业的综合得分

基于上述各项指标得分乘以权重并转换为百分制，计算得出 2018—2021 年 7 家上市快递企业社会责任报告实质性评价结果（见表 11）。整体来看，2018—2021 年 7 家上市快递企业发布的社会责任年度报告实质性评价的均值分别为 38.78、49.31、48.27、54.27，均未达到 60。同时，企业得分离散程度较大，最小值与最大值相差 62.33。



表 11 2018—2021 年 7 家上市快递企业社会责任报告综合得分汇总表

年份	最大值	最小值	差值	均值	顺丰	京东	韵达	圆通	申通	中通	德邦
2018	54.91	15.13	39.78	38.78	54.91	—	15.13	50.98	35.12	50.90	25.64
2019	67.96	37.10	30.86	49.31	67.96	—	41.54	55.29	43.24	50.70	37.10
2020	77.96	15.63	62.33	48.27	77.96	56.60	42.71	55.94	15.63	50.85	38.19
2021	80.72	31.56	49.16	54.27	80.72	62.33	50.06	51.10	31.56	52.36	51.76

从时间维度来看，2018—2021 年 7 家上市快递企业社会责任报告综合得分逐年上升，个体得分差距较大。不同企业综合得分如图 2 所示，其中顺丰、京东、韵达、德邦得分逐年上升；圆通、中通得分未有明显提高，较为稳定；申通得分波动较大，上升趋势不明显。

从企业维度来看，2018—2021 年顺丰综合得分最高，与其他企业相比处于领先地位。以 2021 年为例，企业综合得分由高到低依次是顺丰、京东、中通、德邦、圆通、韵达、申通，其中，顺丰、京东综合得分较高，分别为 80.72 和 62.33；中通、德邦、圆通、韵达得分基本持平，均分为 51.32；申通得分最低，为 31.56。

总体来看，上市快递企业社会责任整体得分不高，其主要原因是企业实质性信息披露不足。例如，2018 年韵达着重披露“公司战略”“响应国家号召”与“回馈合作伙伴”，其他方面表述较少导致得分低。2019 年德邦以“产品市场、员工、社会责任及环保”为专题展开描述，未能结合数据说明成效导致得分低。2020—2021 年申通由于社会责任报告多以案例、事迹为主体，报告内容得到提升但缺少定量信息的披露，导致得分低。

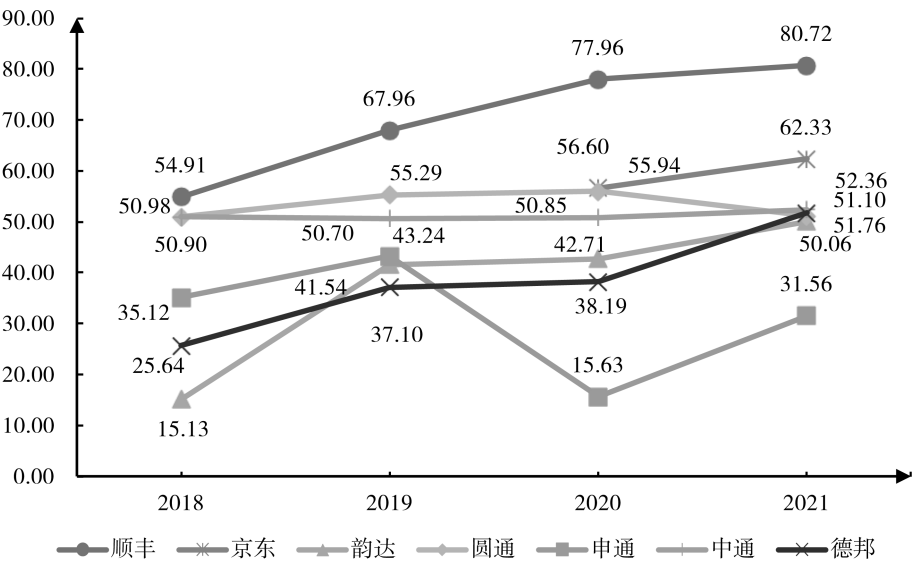


图 2 2018—2021 年上市快递企业社会责任报告得分比较

### 4.3.2 ESG 不同维度综合得分

将不同年度各个维度的指标得分加总计算企业在环境、社会 and 治理维度的综合得分，结果如图 3 所示。企业在环境、社会 and 治理三个维度的综合得分均逐年递增，呈上升趋势。由此可见，近年来上市快递企业逐渐重视 ESG 投入，环境、社会 and 治理方面实质信息披露逐年改善。

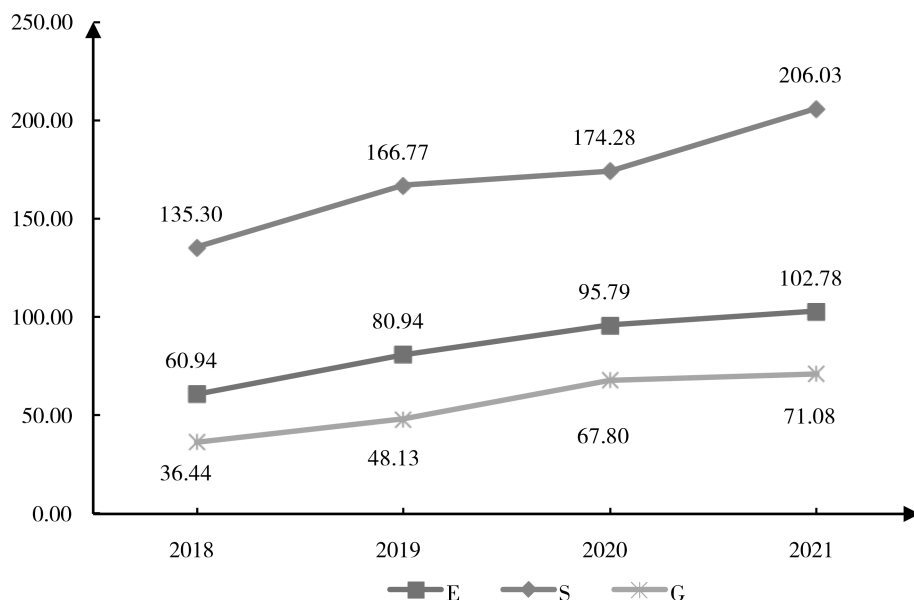


图 3 2018—2021 年环境、社会 and 治理三个维度综合得分比较

(1) 环境维度。“绿色包装”得分最高为 84.8，“包装总量”得分最低为 12.41，具体指标得分如图 4 所示。整体来看定量指标得分不高，因为上市快递企业未能量化披露“温室气体排放量”“包装总量”“电力消耗量”及“柴油消耗量”等方面信息。

(2) 社会维度。“响应国家号召”得分最高为 79.36，“性别比例”得分最低为 15.13，具体指标得分如图 5 所示。可以看出，上市快递企业在“性别比例”“投诉满意度”“公平晋升”“用户隐私与安全”等方面披露信息较少；在“供应商监察”对供应商筛选、采购质量、管理制度等方面进行选择性披露。

(3) 治理维度。“数字信息系统治理”得分最高为 62.44，“ESG 管理体系”得分最低为 14.79，具体指标得分如图 6 所示。可以看出，上市快递企业重视数字信息系统的治理责任，而内部三会运作即“董事会”“股东大会”“监事会”等定量信息披露较少。在“ESG 管理体系”方面，由于 2020 年 7 家上市快递企业才逐渐披露 ESG 管理体系，披露信息量少导致得分低。

### 4.3.3 强制性、推荐性、创新性指标得分

将不同年度各个指标得分计算后按照强制性、推荐性、创新性三类指标分类汇总如图 7 所示。

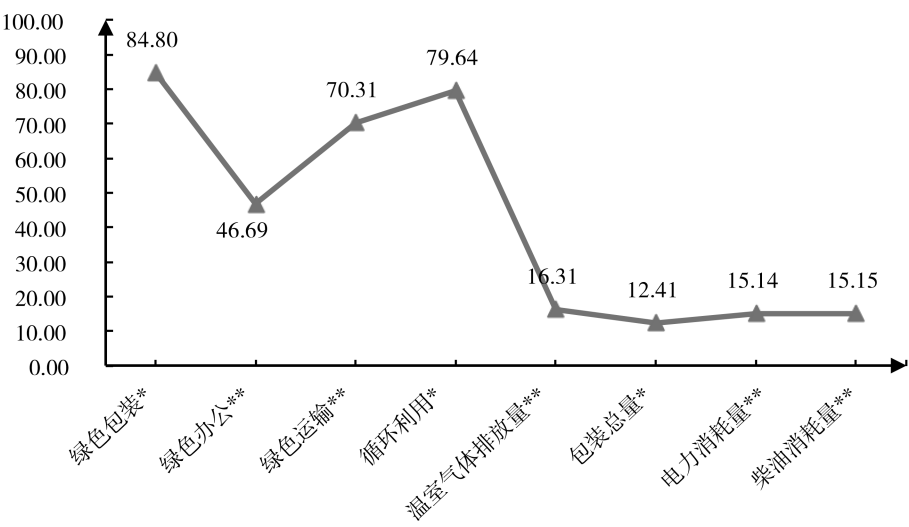


图 4 环境维度不同指标综合得分情况

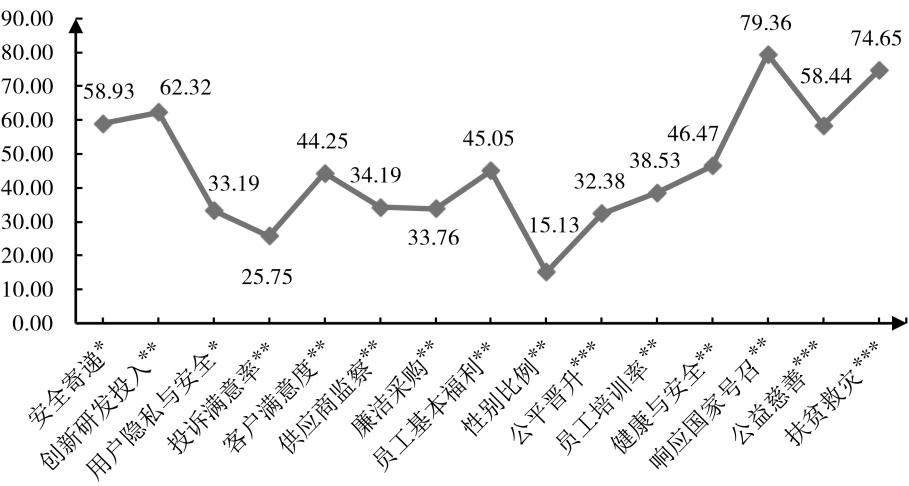


图 5 社会维度不同指标综合得分情况

由此可见，强制性指标中“包装总量”得分最低为 12.41，“绿色包装”得分最高为 84.8。绿色包装得分高是由于报告中对绿色包装规范要求、工作流程、监管体制等多方面进行披露。推荐性指标中“响应国家号召”得分最高为 79.36，“性别比例”得分最低为 15.13。性别比例得分低是由于权重值小且披露该信息的企业少。创新性指标得分相对较高，其中“扶贫救灾”得分最高为 74.65，“公平晋升”得分最低为 32.88。总体来看，上市快递企业对强制性、推荐性、创新性指标的信息披露没有明显倾向，例如强制性指标中“包装总量”得分最低为 12.41，推荐性指标“性别比例”得分最低为 15.13，创新性指标“公平晋升”得分最低为 32.38，但在“绿色包装”“响应国家号召”“扶贫救灾”等与落实国家政策相关的指标上得分较高，超过 70。

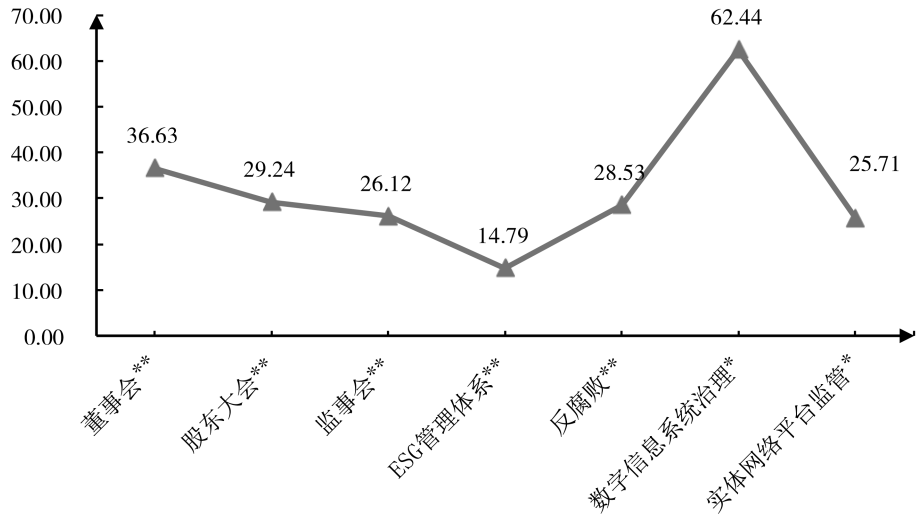


图6 治理维度不同指标综合得分情况

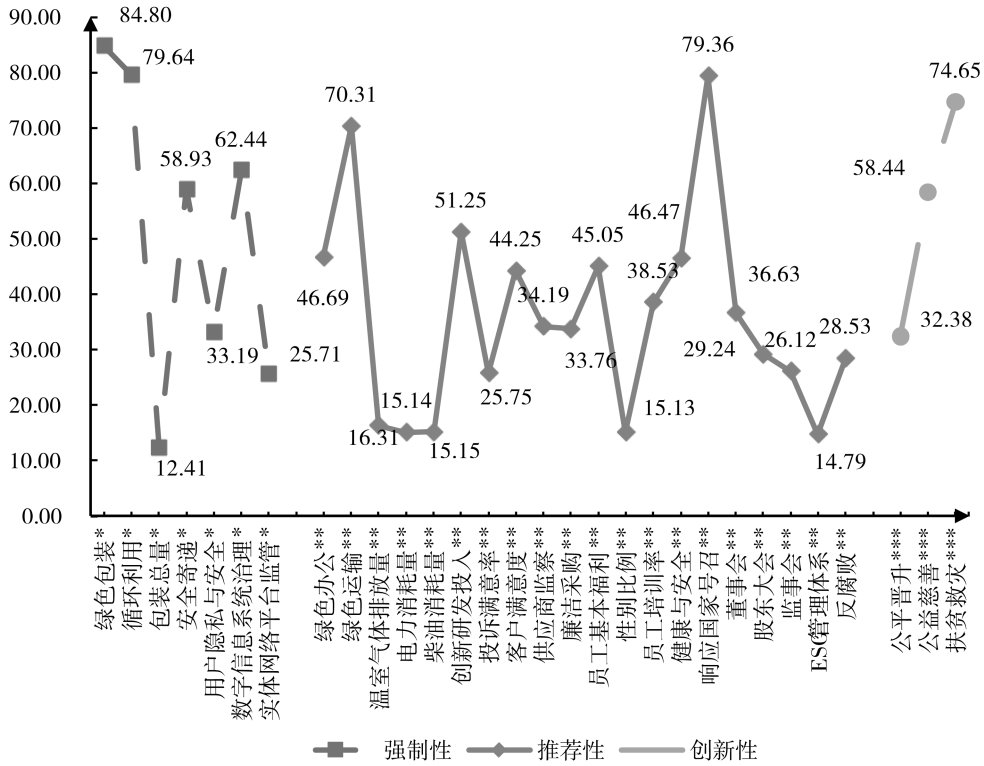


图7 强制性指标、推荐性指标、创新性指标得分情况

## 5. 结论与建议

### 5.1 主要结论

本文在考虑国际国内社会责任和 ESG 标准规范、上市企业社会责任和 ESG 评价指南、邮政行业法规政策和标准规范，以及利益相关者社会责任诉求的基础上，运用 ESG 框架构建上市快递企业社会责任报告实质性评价指标体系。选取 2018—2021 年 7 家上市快递企业年度社会责任报告进行实证研究，利用 AHP-CRITIC 组合权重法确定各项指标权重，汇总计算不同指标综合得分，多角度分析上市快递企业社会责任报告实质内容评价结果。结果表明：

（1）虽然 2018—2021 年 7 家上市快递企业社会责任报告综合得分逐年上升，但整体得分较低，连续 4 年得分均值未达到 60，且不同企业得分差距较大。

（2）环境、社会和治理三个维度综合得分呈逐年上升趋势，同一维度指标之间得分有显著差异，反映报告信息披露侧重点明显，例如环境维度“绿色包装”信息披露充分，得分最高为 84.8，而对于“包装总量”披露信息不足，得分最低为 12.41。

（3）强制性、推荐性和创新性三类指标上市快递企业信息披露没有明显倾向性，与落实国家政策相关的指标得分普遍较高，例如“绿色包装”“响应国家号召”“扶贫救灾”等。

（4）研究过程发现上市快递企业社会责任报告实质信息选择性披露明显，例如客户满意度只表述表现好的申诉满意度；员工基本福利不区分员工类型掩饰对快递员群体的权益保障；在响应国家号召方面用个案代表总体，“两进一出”政策只披露“快递进村”等。

### 5.2 相关建议

为提升上市快递企业社会责任报告信息质量，针对实质信息披露不统一、不规范、不充分和选择性披露等问题，本文提出以下几点建议：（1）建立快递行业统一的社会责任报告实质信息披露指标体系，提高报告信息有效性、企业间信息可比性。结合快递行业高质量发展要求，制定企业在环境、社会和治理方面责任信息披露指南。（2）明确不同利益相关者诉求，引导企业实施 ESG 战略，加大环境、社会和治理责任方面的投入，鼓励企业在绿色发展、快递员群体权益保障、ESG 管理体系等方面开展社会责任实践。（3）建立社会责任议题动态调整机制，及时回应社会关切的热点问题，确保实质信息披露满足社会责任相关利益主体多元信息需求，提高社会责任报告的披露价值和社会贡献。

### ◎ 参考文献

[1] 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).
- [2] 陈信健. 践行 ESG 理念推动银行高质量发展 [J]. 中国金融, 2020 (18).
- [3] 段钊, 涂秋阳, 胡颖. 上市公司对社会责任的自述“言之有据”吗?——信息披露实据性质量评估方法与实证研究 [J]. 宏观质量研究, 2021, 9 (5).
- [4] 段钊, 周红, 周辉. 上市公司披露的社会责任信息“通俗易懂”吗?——基于机器学习的可读性质量评估与实证研究 [J]. 宏观质量研究, 2022, 10 (4).
- [5] 桂根生, 罗汀. 汽车制造业社会责任报告披露现状研究 [J]. 中国人口·资源与环境, 2017, 27 (S2).
- [6] 郭曼曼, 汪怡, 李青松. 基于 AHP-CRITIC 权重分析结合正交设计优选宣肺止咳方水提工艺 [J]. 山西中医, 2022, 38 (10).
- [7] 黄璿, 汪玉荷, 韩菲菲, 李云. ESG 信息披露: 内涵辨析、评价方法与作用机制 [J/OL]. 外国经济与管理, <https://doi.org/10.16538/j.cnki.fem.20221018.202>.
- [8] 韩生华, 肖可心, 林波. 我国出版上市公司 2020 年度社会责任报告研究 [J]. 中国出版, 2021 (20).
- [9] 郝远. 不执行推荐性标准的后果很严重 [J]. 编辑学报, 2019, 31 (4).
- [10] 刘婉立, 宋一凡. 企业社会责任报告质量评价体系构建 [J]. 商业会计, 2017 (4).
- [11] 刘学之, 朱乾坤, 高玮璘, 孙鑫, 尚玥佟. 我国上市化工企业环境信息披露影响因素研究 [J]. 环境保护, 2017, 45 (21).
- [12] 李嘉, 温作民. 中国林业企业社会责任的政策支持与披露研究——基于 47 个林业企业的 124 份社会责任报告 [J]. 生态经济, 2016, 32 (12).
- [13] 齐丽云, 张碧波, 李腾飞. 企业社会责任报告质量评价研究 [J]. 科研管理, 2016, 37 (S1).
- [14] 盛明泉, 余璐, 王文兵. ESG 与家族企业全要素生产率 [J]. 财务研究, 2022 (2).
- [15] 肖红军, 阳镇. 平台型企业社会责任治理: 理论分野与研究展望 [J]. 西安交通大学学报 (社会科学版), 2020, 40 (1).
- [16] 肖红军, 阳镇, 商慧辰. 平台监管的多重困境与范式转型 [J]. 中国人民大学学报, 2022, 36 (4).
- [17] 肖红军, 商慧辰. 数字企业社会责任: 现状、问题与对策 [J/OL]. 产业经济评论, <https://doi.org/10.19313/j.cnki.cn10-1223/f.20221019.001>.
- [18] 宋献中, 龚明晓. 社会责任信息的质量与决策价值评价——上市公司会计年报的内容分析 [J]. 会计研究, 2007 (2).
- [19] 吴昊, 谭克虎. 快递业对经济社会发展的作用分析 [J]. 经济问题探索, 2014 (2).
- [20] 许英杰, 石颖, 阳镇. 治理机制对企业社会责任能力成熟度影响的实证研究 [J]. 经济体制改革, 2018 (4).
- [21] 闫立东. 我国 ESG 评价体系中环境评价应用的建议 [J]. 环境保护, 2019, 47 (7).
- [22] 尹开国, 施婷婷, 汪莹莹. 复星医药年度社会责任报告评析 [J]. 财务与会计, 2014 (11).
- [23] 杨亚西, 刘安丰. 中美石油企业社会责任报告比较研究——以中石油与雪佛龙为例 [J]. 财会

- 通讯, 2020 (9).
- [24] 袁蓉丽, 江纳, 刘梦瑶. ESG 研究综述与展望 [J]. 财会月刊, 2022 (17).
- [25] 张蕙, 魏秀丽, 王志敏. 中资企业海外社会责任报告质量研究 [J]. 首都经济贸易大学学报, 2017, 19 (6).
- [26] 张梦娟. 运输资源共享的快递企业共同配送策略研究 [D]. 东华大学, 2015.
- [27] 曾珍香, 王梦雅, 张早春. 企业社会责任报告质量、表现与治理机制——基于中国上市公司的实证研究 [J]. 软科学, 2017, 31 (10).
- [28] 郑路, 刘梦玲, 陈宗仕. “权力”视角下的工作场所侵害——基于 CGSS2015 数据的实证分析 [J]. 社会学研究, 2022, 37 (5).
- [29] Carroll, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance [J]. Academy of Management Review, 1979, 4 (4).
- [30] Cray, R. , Kouhy, R. , Lavers, S. Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure [J]. Accounting, Auditing and Accountability Journal, 1995, 8 (2)
- [31] Freeman, E. R. The politics of stakeholder theory: Some future directions [J]. Business Ethics Quarterly, 1994, 4 (4).
- [32] Freeman, R. Edward. Strategic management: A stakeholder approach [M]. Boston: Pitman, 1984.
- [33] Gelb, D. S. , Strawser, J. A. Corporate social responsibility and financial disclosures: An alternative explanation for increased disclosure [J]. Journal of Business Ethics, 2011, 33 (1).
- [34] Mikkilä, M. Observing corporate social performance empirically through the acceptability concept: A global study [J]. Corporate Social Responsibility & Environmental Management, 2005, 12 (4).
- [35] Qi, J. W. , Zhang, Y. Z. , Chen, J. Q. Research on the evaluation of geological environment carrying capacity based on the AHP-CRITIC empowerment method [J]. Land, 2022, 11 (8).
- [36] Trotman, K. T. , Bradley, K. L. Associations between social responsibility disclosure and characteristics of companies [J]. Accounting, Organizations and Society, 1981, 4 (4).

## Substantive Evaluation of Social Responsibility Reports of Listed Express

### Companies under ESG Framework

Zhao Huijuan<sup>1</sup> Guan Ningjing<sup>2</sup> Wang Huiruonan<sup>3</sup> Xue Rongna<sup>4</sup>

(1, 2, 3, 4 Modern Postal College, Xi'an University of Posts and Telecommunications, Xi'an, 710012)

**Abstract:** Substantive evaluation is the core content of quality evaluation of CSR reports. In order to evaluate the substance of the CSR report of listed express delivery companies, the substantive evaluation index system of CSR report of listed express delivery companies was first constructed based on the ESG framework, considering the international and domestic standards and norms of CSR and ESG, the evaluation guidelines of

listed enterprises' social responsibility and ESG, the regulations and policies of postal industry and the needs of stakeholders for CSR information. Then an empirical study was conducted on the texts of annual social responsibility reports of 7 listed express companies from 2018 to 2021. The results showed that the overall scores of substantive information disclosure in listed express companies' social responsibility reports were not high and showed an increasing trend year by year, but the scores of different companies had obvious difference. The comprehensive evaluation scores of three dimensions of environment, social and governance increased in different years, but there were significant differences among the indexes of the same dimension. Among the three categories of mandatory, recommended and innovative indicators, the indexes that respond to national policies had significantly higher scores. Further analysis found that some indicators had selective disclosure.

**Key words:** ESG framework; Listed express delivery companies; Social responsibility report; Substantive evaluation

专业主编: 陈立敏