



2011/2012 中国纺织服装行业社会责任 年度报告



中国纺织工业联合会

责任生产 责任供应链 责任品牌

能力建设——中国纺织服装企业社会责任管理体系 (CSC9000T)

CSC9000T是基于中国相关法律法规和中国批准、签署或加入的国际公约、符合中国国情的中国纺织服装企业社会责任管理体系。

CSC9000T是基于PDCA管理模式，以持续改进为目标的行业企业共同的社会责任行为准则及管理方法。

信息披露——中国纺织服装企业社会责任报告纲要 (CSR-GATEs)

CSR-GATEs是中国纺织服装企业开展规范化的社会责任信息披露的引导体系。

CSR-GATEs是强化企业的内外部利益相关方参与和合作，构建公开、透明和诚信的企业文化的工具。



中国纺织工业联合会社会责任办公室

地址：中国北京东长安街12号294室 电话：010-85229735 传真：010-85229733

网址：www.csc9000.org.cn 电子邮件：info@csc9000.org.cn

目录

第一部分

2011年度纺织服装行业发展状况及行业宏观因素对社会责任的影响

P6 一、2011年度中国纺织服装行业发展状况

P12 二、2011年度行业宏观因素的变化及其社会责任影响

第二部分

2011年度中国纺织服装行业社会责任建设状况

P23 一、社会责任信息披露

P25 二、社会责任研究与培训

P26 三、社会责任跨行业推广

P27 四、社会责任国际合作

第三部分

新生代青年工人对行业发展的机遇和挑战

P33 一、新生代青年工人调研

P34 二、“后80”青年工人的职业期望和职业感受

P35 三、“后80”青年工人所处环境与生存状态

P38 四、管理和政策建议

第四部分

中国纺织服装行业2012-2013年社会责任工作规划

P43 一、推广和完善社会责任管理体系和信息披露体系

P43 二、推进绿色供应链的构建与节能减排

P44 三、追踪研究产业转移中的社会责任问题

P44 四、跨行业深入推广社会责任共建

P45 五、深化更广泛的社会责任体系合作

后记

附录

P47 附录一 中国纺织服装行业社会责任建设推广工作大事记(2005 - 2012)

P55 附录二 中国纺织工业联合会社会责任办公室简介

2011年，企业社会责任在中国的发展继续呈现出令人悲喜交加的矛盾格局。

一方面，2011年，超过1000家在华企业发布了社会责任报告，创造了数量上的历史新高，也涵盖了几乎所有行业部门；另一方面，一个新出现的误区却是，很多企业渐渐将社会责任等同于发布一份制作精美的社会责任报告。

一方面，2011年，各类琳琅满目的社会责任评奖和排名活动似乎说明企业在中国社会问题面前信心高涨；另一方面，康菲渤海湾漏油事件、双汇“瘦肉精”、紫金矿业环境污染等恶性“责任灾难”却层出不穷，不断刷新着社会媒体的关注，冲击着公众对企业的容忍底线。

一方面，2011年，中国政府在联合国人权理事会与其他国家一起接受和认可了联合国关于工商业与人权问题的指导原则；另一方面，在联合国全球契约6000余家企业会员中，中国企业的数量则尚不足250家。

可见，虽然企业社会责任已经成为中国经济和中国社会的关键词，但企业社会责任在中国的发展似乎出现了表面化、功利化、外部化的不幸趋势。中国业界的所有利益相关方对于矫正这种趋势都负有责任，而行业组织则最应该也最能发挥对行业企业的引导作用。

中国纺织工业联合会从2005年正式开始的行业社会责任工作一直秉承强化能力建设，构建公共服务平台，促进供应链合作与信息共享的原则，致力于在行业企业中推广社会责任管理体系和绩效信息披露体系，并通过与国内外其他社会责任体系的实质合作为行业企业营造更好的发展环境，强化行业企业在社会责任领域的参与度和话语权。

作为与国内外利益相关方定期沟通的机制，中国纺织工业联合会希望以此报告展示行业在社会责任方面的年度工作进展，并及时向各利益相关方通报新情况和新问题。本报告是中国纺织工业联合会连续发布的第六份行业性社会责任年度报告。中国纺织工业联合会这一创新实践的坚持也启示和带动了其他行业，过去几年，我国一些其他行业组织也跟进发布了各自行业的社会责任报告。

本报告由中国纺织工业联合会主持编制，中国纺织工业联合会社会责任办公室负责撰写，期间中国纺织工业联合会领导和各部门给予了大力的资料支持。同时，中国纺织工业联合会的诸多国内外利益相关方也在本报告撰写过程中提出了宝贵的修改意见。

本报告分为四个主要部分：第一部分在说明2011年度中国纺织服装行业发展状况的基础上分析了各种行业宏观因素的变化及其对行业社会责任工作的影响；第二部分主要介绍2011年行业社会责任建设的主要工作及其效果；与过去各年度报告一样，报告第三部分是针对某个行业社会责任热点问题所做的专题研究，本年度报告的这一部分则展示了中国纺织工业联合会在2011年开展的有关新生代青年工人的专题调研的发现，分析了新生代青年工人对企业责任管理产生的挑战并提出了管理和政策建议；报告最后一部分则说明中国纺织服装行业2012年到2013年度的社会责任工作规划。



第一部分

2011年度纺织服装行业发展状况及行业宏观因素对社会责任的影响

- 》 一、2011年度中国纺织服装行业发展状况
- 》 二、2011年度行业宏观因素的变化及其社会责任影响





王天凯

中国纺织工业联合会会长

一、2011年度中国纺织服装行业发展状况

2011年是“十二五”的开局之年。纺织工业加快调整升级，发挥综合竞争优势，经济运行总体表现基本平稳，生产和销售和效益保持较快速度增长。但是，在世界经济增长整体放缓的背景下，行业主要经济指标增速呈现逐月逐季放缓的势头，规模以下企业则承受着更大的压力。

1. 行业生产与投资状况

生产增长较快，增速逐月趋缓——2011年以来，我国规模以上纺织企业生产同比增长较快，但呈现累计同比增速逐月趋缓的态势。2011年1到12月，3.59万户规模以上纺织企业累计实现工业总产值54786.5亿元，同比增长26.84%，增速较第一季度、第二季度、第三季度分别回落了4.78个百分点、3.19个百分点和2.14个百分点。



图1 2011年度工业总产值增速



图2 2011年度利润增速

几大重点行业的产值增速也均有逐渐放缓的走势。例如，1到12月，纺织业工业总产值达33491.42亿元，同比增长25.76%，增速较1到11月（26.22%）减缓0.46个百分点；服装鞋帽制造业工业总产值13823.77亿元，同比增长27.98%，增速较1到11月（27.48%）加快0.5个百分点；化学纤维制造业工业总产值6397.64亿元，同比增长31.22%，增速较1到11月（33.04%）继续回落1.82个百分点。

表1 2011年规模以上纺织企业产值增速变化情况

2011年	纺织业工业总产值增速 (%)	全行业工业总产值增速 (%)	服装鞋帽制造业工业总产值增速 (%)	化学纤维制造业工业总产值增速 (%)
1-3月	31.62	30.54	29.47	40.46
1-6月	30.03	29.25	28.89	36.32
1-9月	28.98	27.83	28.94	35.46
1-12月	26.84	25.76	27.98	31.22

数据来源：国家统计局

第一部分 | 2011年度纺织服装行业发展状况及行业宏观因素对社会责任的影响

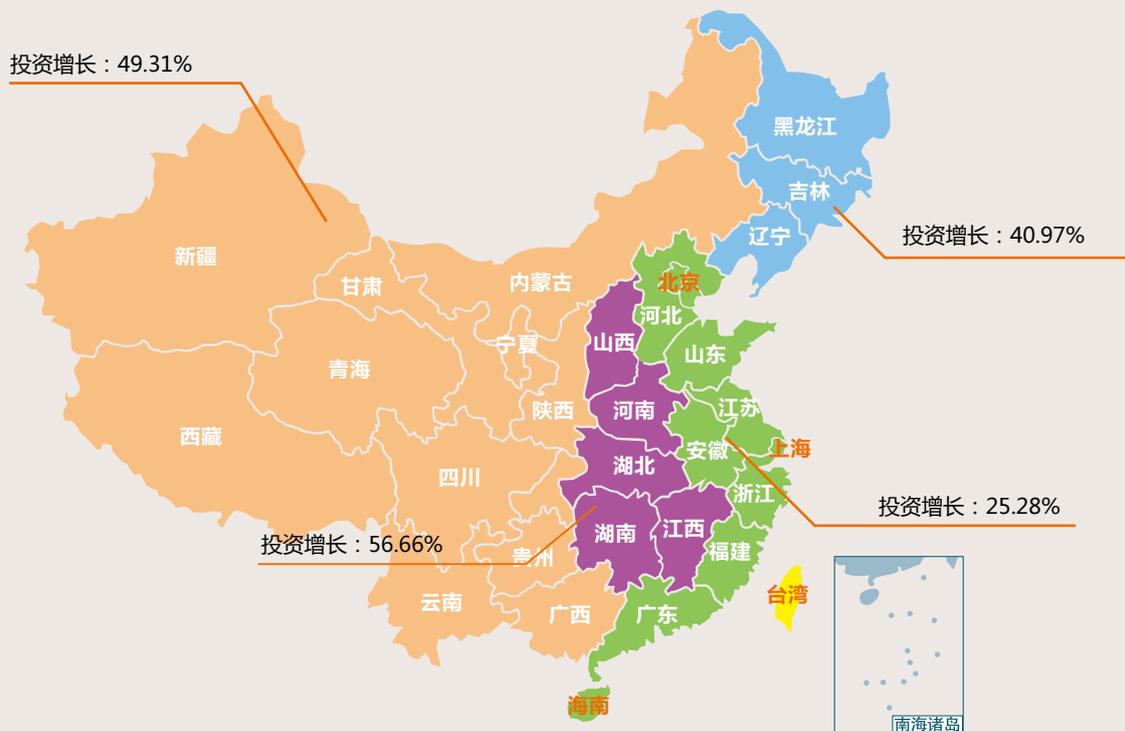
投资增速较快，中西部增长快——2011年，我国纺织行业投资完成额保持较快速增长，但受到欧美经济低迷形势，出口和内需的疲弱表现，以及货币政策收紧等因素的影响，投资增速呈现放缓的趋势，且新开工项目增长速度也较低。2011年，纺织全行业实际完成投资6799.06亿元，同比增长36.33%，增速逐季回落；新开工项目13715个，同比仅增长2.27%。

表2 2011年纺织工业投资完成额和新开工项目同比增速

	2011年	全行业 (%)	纺织业 (%)	服装鞋帽制造业 (%)	化学纤维制造业 (%)
投资完成额	1-3月	38.51	30.91	34.94	108.96
	1-6月	37.56	32.77	42.29	53.32
	1-9月	36.19	31.81	40.53	46.31
	1-12月	36.33	30.91	42.96	47.87
新开工项目	1-3月	-5.80	-9.88	1.57	-2.94
	1-6月	0.04	-3.14	4.21	1.23
	1-9月	-0.06	-2.63	4.02	-2.84
	1-12月	2.27	-0.05	5.33	2.76

数据来源：国家统计局

分地区来看，中、西部地区投资增长显著，比重继续提高：2011年，中、西部地区投资分别增长56.66%、49.31%，明显高于东部地区投资增速31.38个百分点和24.03个百分点。同期，中部地区占全国投资比重达31.71%，较上年同期提高4.11个百分点；西部地区占全国投资比重达7.92%，较上年同期提高0.69个百分点。



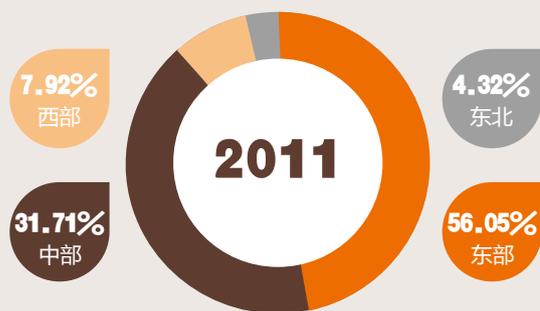


图4 2011年区域投资结构

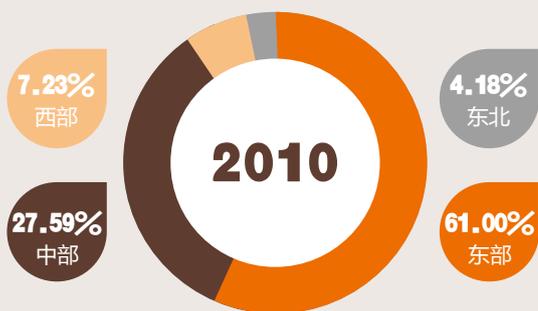


图5 2010年区域投资结构

2. 市场表现

国际市场——出口价格趋高，数量增长缓慢

2011年，我国出口纺织品服装2541.23亿美元，同比增长19.87%；其中纺织品出口1009.03亿美元，同比增长22.27%，服装出口1532.2亿美元，同比增长18.34%。总体来看，我国纺织品服装仍保持较快的出口增长速度。

由于出口数量增长缓慢，出口价格提升是支撑我国纺织品服装出口增长较快的重要原因。据中国纺织工业联合会统计中心测算，2011年，我国纺织品服装出口价格同比提高了19.29%，其中纺织品出口价格同比提高了20.33%，服装出口价格同比提高了18.26%。但是，若剔除价格因素，2011年1到10月，纺织品服装出口数量仅增长0.49%。

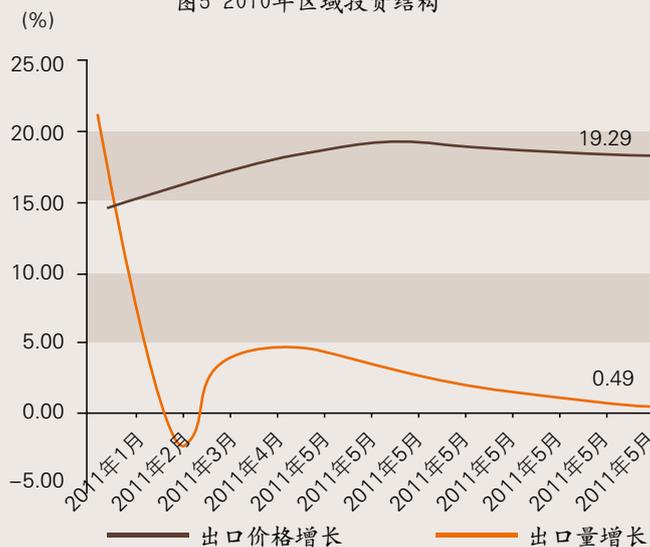


图6 2011年度纺织品服装出口价格与出口量

国内市场——内销稳定增长，支撑作用强化

2011年以来，在国内宏观经济环境相对稳定、居民收入持续增长等因素的支撑作用下，我国纺织行业内销市场保持稳定增长的势头。2011年，服装针纺织品类商品零售增速仍高于全社会消费品零售增速，但9月之后，也表现出增速趋缓的走势。

表3 2011年纺织品服装出口

	纺织品 服装出口额 (亿美元)	同比 (%)	纺织 出口额 (亿美元)	同比 (%)	服装 出口额 (亿美元)	同比 (%)
1-3月	498.66	23.68	214.05	31.47	284.61	18.40
1-6月	1145.42	25.40	487.18	27.81	658.23	23.67
1-9月	1907.17	24.02	754.82	25.20	1152.35	123.26
1-12月	2541.23	19.87	1009.03	22.27	1532.20	18.34

数据来源：中国海关

表4 2011年国内市场销售额以及同比增速

	社会消费品 零售额 (亿元)	同比增长 (%)	限额以上服装鞋帽 针纺织品批零额 (亿元)	同比增长 (%)
1-3月	42922	16.3	2014	22.3
1-6月	85833	16.8	3727	23.9
1-9月	130811	17	5450	24.8
1-12月	181226	17.1	7955	24.2

数据来源：国家统计局



同期，规模以上纺织企业实现销售产值53601.73亿元，同比增长26.86%，其中内销产值44441.66亿元，同比增长29.53%。从内销产值的占比结构来看，内销产值占销售总产值的比重达82.91%，较上年同期继续上升1.71个百分点。这表明内需市场对我国纺织行业运行的支撑作用在继续巩固。但从总体内销市场增速来看，也呈现持续回落的态势。

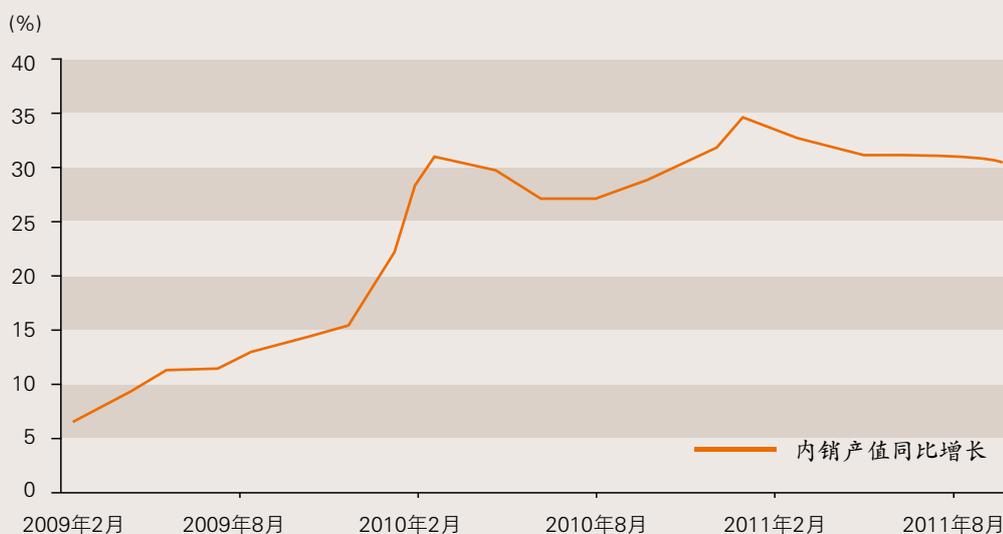


图7 2011年内销比重同比增长

2011年，在物价全面上涨压力下，服装价格上涨明显，对服装销售量造成一定影响。中华全国商业信息中心的数据显示，2011年全国百家重点大型零售企业服装零售额、零售量增速双双回落，其中零售额同比增长20.39%，比上年同期回落2.19个百分点，零售量同比增长4.88%，比上年同期回落6.04个百分点。

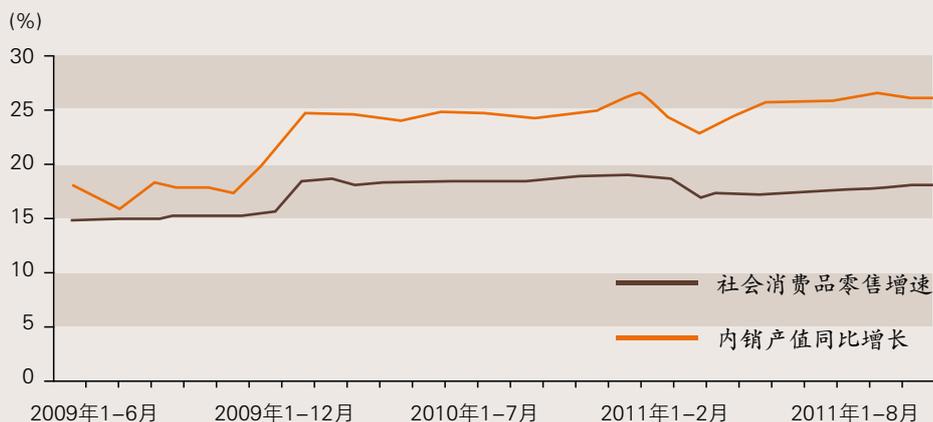


图8 社会消费品零售额增速与服装类零售额增速

3. 经济效益与生产效率

利润增速较快，成本上升明显——2011年，行业盈利保持较快增长，但也呈现增速回落的态势。2011年1到11月，规模以上纺织企业累计实现利润总额2466.42亿元，同比增长26.55%，增速较前三个季度（32.54%）减缓了5.99个百分点，较上半年（41.45%）回落14.71个百分点，较第一季度（53.57%）回落了27.02个百分点。

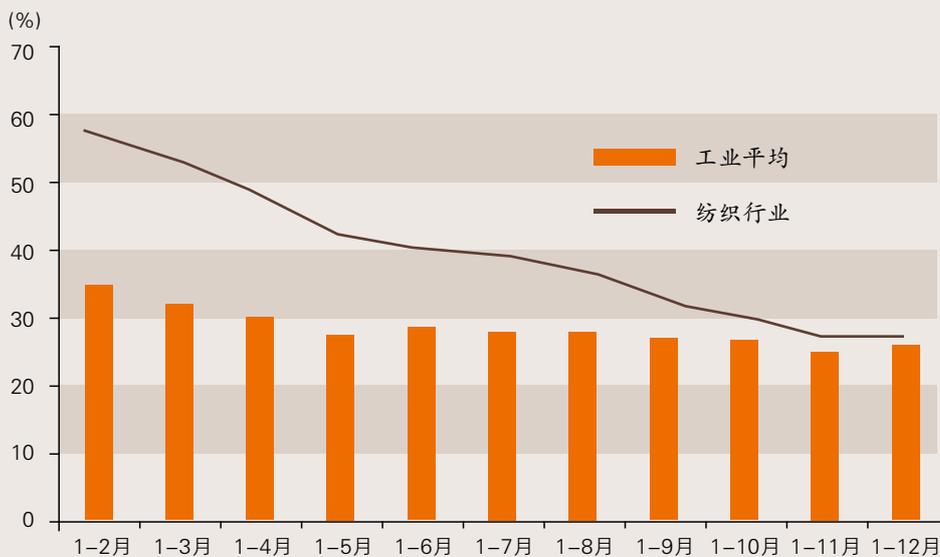


图9 利润增速对比

另一方面，受到资金环境趋紧等因素影响，企业贷款困难，财务费用增长快。2011年1到11月，行业企业财务费用同比增长32.99%，其中利息支出同比增速更是高达35.8%，较主

营业收入增速分别高出了5.56个百分点和8.37个百分点。

表5 2011年规模以上纺织企业财务费用同比增速

	财务费用 同比 (%)	利息支出 同比 (%)	主营业务收入 同比增速 (%)
1-3月	40.22	37.29	32.59
1-6月	35.36	37.77	30.50
1-9月	35.63	37.38	29.43
1-11月	32.99	35.80	27.43

数据来源：国家统计局



二、2011年度行业宏观因素的变化及其社会责任影响

2011年，一系列宏观因素的巨大变化对我国纺织服装行业的发展产生了深刻的影响，同时也为行业的社会责任建设带来了新的机遇和挑战。

1. 纺织工业“十二五”规划

2011年是“十二五”的开局之年，也是“十二五”规划成形之年。2011年，纺织工业联合会根据《国民经济和社会发展规划第十二个五年规划纲要》和《工业转型升级规划（2011—2015年）》组织开展了一系列调研工作，上报工业和信息化部，最终由工信部制定了《纺织工业“十二五”发展规划》（以下简称《规划》）并于2012年1月19日正式发布。《规划》提出了“十二五”纺织工业发展的指导思想、发展目标、重点任务和政策措施，是未来五年纺织工业发展的指导性文件和实现纺织强国战略的行动纲领。《规划》十分注重行业的可持续发展，强调全方位强化社会责任建设。

明确指导思想，支持CSC9000T推广——《规划》在指导思想中提出：深入贯彻落实科学发展观，坚

持以加快转变经济发展方式为主线，以结构调整和产业升级为主攻方向，以自主创新、品牌建设和两化融合为重要支撑，以完善价值链和实现可持续发展为重要着力点，发展结构优化、技术先进、绿色环保、附加值高、吸纳就业能力强的现代纺织工业体系，为实现纺织工业强国奠定更加坚实的基础。为此，《规划》强调“加强行业自律，加大中国纺织服装行业社会责任管理体系（CSC9000T）推广力度”。这为行业进一步推广CSC9000T中国纺织服装企业社会责任管理体系，实现可持续发展奠定了坚实的政策基础。

加强节能减排，促进环境保护——《规划》多次提及节能减排和环境保护的要求，并提出了“十二五”期间具体的环保目标，包括：单位工业增加值能源消耗比2010年降低20%，工业二氧化碳排放强度比2010年降



低20%，单位工业增加值用水量比2010年降低30%，主要污染物排放比2010年下降10%，同时，要初步建立纺织纤维循环再利用体系，再利用纺织纤维总量达到800万吨左右。为此，《规划》在重点任务中提出，加强节能减排和资源利用，具体措施包括提高节能减排管理水平、推广节能降耗减排新技术、加强资源再生循环及利用、加强资源再生循环及利用、加快淘汰落后产能和污染减排治理等。值得一提的是，这些要求与CSC9000T中有关环境保护的要素要求高度一致。

加强知识产权保护，促进公平竞争——公平竞争是企业社会责任的重要内容，也是CSC9000T的要求之一。《规划》强调加强各类创新主体在知识产权管理方面的能力建设，建立行业知识产权信息服务平台，完善知识产权的有偿共享和交易机制等。加强知识产权保

护，引导企业积极进行国内外商标注册、专利申请，为企业品牌寻求法律保护。同时，将在行业中“加强质量诚信体系建设，引导和推动企业牢固树立‘诚信至上、以质取胜’的理念”。

加强国际合作，减少贸易摩擦——《规划》强调在绿色环保、节能减排、标准互认、社会责任等方面，加强与国外纺织行业相关机构和企业之间的合作。其主要宗旨是利用国际先进技术和智力资源，实现引进技术的消化吸收和再创造，推动我国纺织标准体系与国际接轨，实现社会责任等相关体系的国际互认，并借此加强与贸易相关方的沟通理解，减少贸易摩擦。



2. 原料与人工成本

2011年，受市场需求减缓，游资炒作等因素影响，棉花价格快速下滑。如图10所示，以国棉328级为例，年度内从3月期间的31000元/吨的历史高点跌至19800元/吨的收储价格，跌幅近40%，而与8月的最低点相比，跌幅则达60%。在棉花价格的带动下，纱线、化纤、羊毛、茧丝和麻等原料价格也出现了剧烈波动。以涤纶为例，国内涤纶短纤均价从最高点15000元/吨曾一度跌至10800元/吨，跌幅达28%（图11）；国内涤纶POY均价从14800元/吨曾一度跌至11200元/吨，跌幅达24%（图12）。

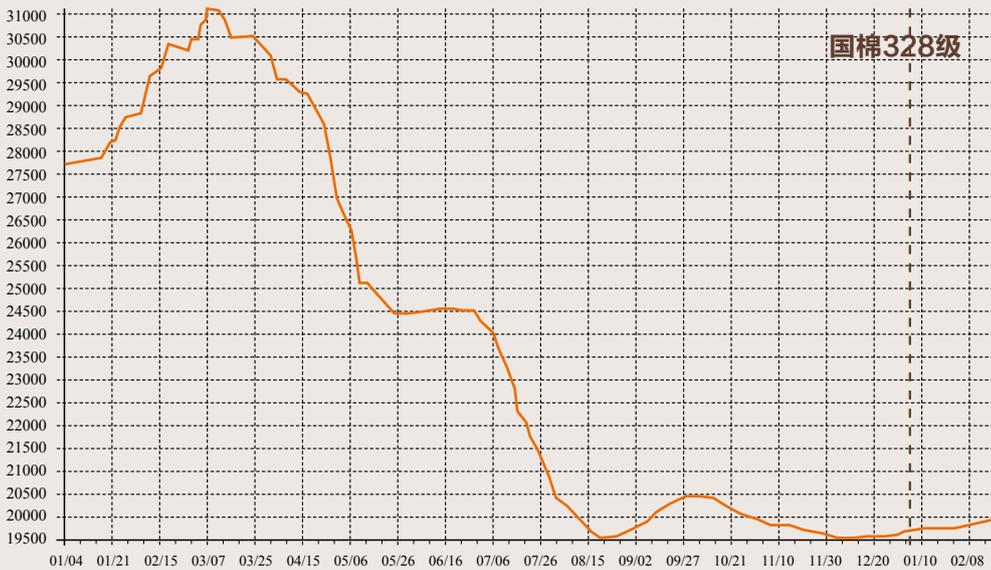


图10 国棉328级价格指数 (单位: 元/吨)



图11 国内涤纶短纤均价 (单位: 元/吨)

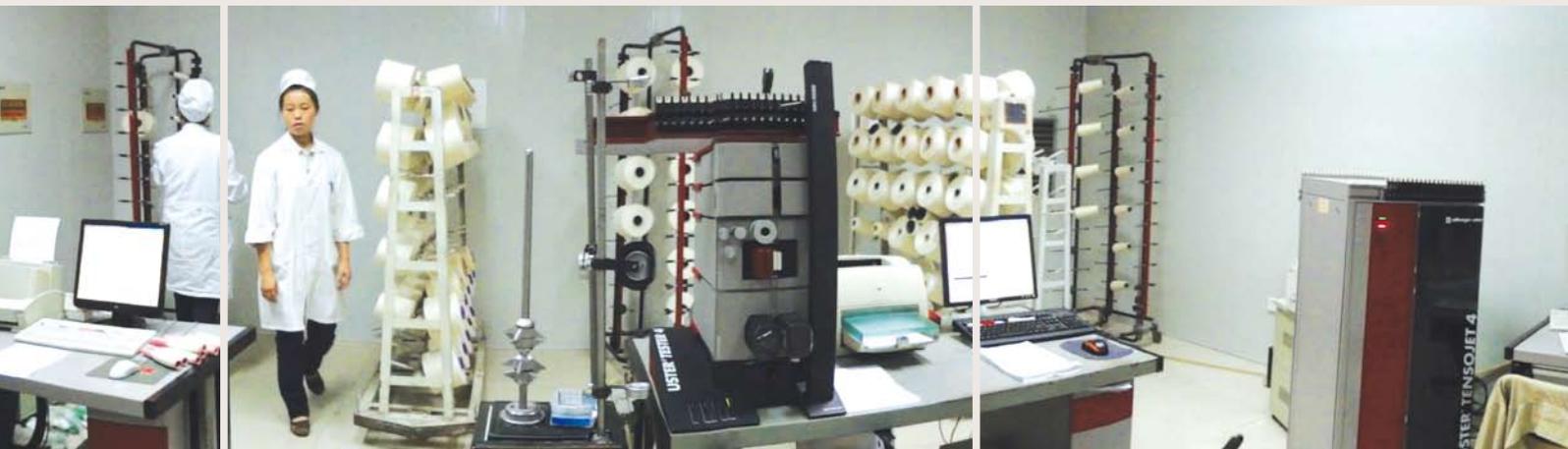




图12 国内涤纶POY均价 (单位: 元/吨)

总体来看, 2011年以来, 原料价格与综合成本的大幅波动给纺织服装企业带来了巨大考验, 尤其是棉花价格的急剧下行为整个纺织产业链的上下游企业都带来了极大的风险。在某种意义上, 以棉花为代表的原材料是中国纺织服装行业履行对于植棉农民和社区、企业员工等相关方的社会责任的物质基础, 然而近年来棉花等原材料由于非市场化因素所导致的价格波动则对这一基础提出了严重挑战, 对数量众多的、创造大量就业机会的中小型企业带来了巨大的非经营性风险的冲击, 因此, 这一问题应得到政府等利益相关方的重视, 且应探寻长期性的、兼顾各方利益的解决方案。另外, 这也警示纺织服装企业, 对于原材料价格非正常波动这种自身不能控制的风险因素, 企业必须通过强化技术水平和品牌建设, 提高产品附加值等根本方法削弱此类因素的影响, 同时, 这也将使企业在更高层次上以更强的能力产生更好的社会责任绩效。

从人工角度来看, 一方面, 在市场机制作用和企业社会责任意识提升的双重作用下, 近年来纺织服装行业的劳动者待遇得到了显著提升。中国纺织工业联合会的产业集群调研显



示，2011年底工人工资比上年同期上升15%—20%，部分企业工资涨幅达30%。另一方面，根据中国纺织工业联合会企业家年度跟踪调查，2011年底至2012年初，纺织行业82.2%的样本企业存在不同程度的缺工现象，而用工缺口则进一步推升了用工成本。据《德勤中国竞争力调查报告2011》数据显示，目前大部分东南亚国家的人力成本约为中国的50%，而中国工人的平均工资仍然处于上升通道之中。这种变化要求企业长期上在尽可能改善劳动者待遇的同时，还应致力于提高劳动生产率，减少人力成本在产品中的比例。

同时，近年来，以“后80”、“90后”为主的新生代青年工人正在成为纺织服装行业的主力军，他们的职业理念、发展诉求与心理状态对行业的持续发展和企业的管理实践产生了新的机遇和挑战，同时也对行业社会责任工作提出了一个紧迫的命题。2011年下半年，中国纺织工业联合会与瑞联稚博儿童权利和企业社会责任中心合作开展了“倾听新生代农民工心声——青年主导的新生代农民工行动调研”项目，本报告第三部分将展示此次调研的发现以及针对企业的行动建议。



3. 产业转移

纺织服装行业由东部向中西部转移是宏观经济发展与行业发展的必然趋势。目前，由于资金、技术门槛，对劳动力要素敏感程度等原因，中西部承接的细分行业以服装、棉纺为主。近三年来，棉纺织和服装制造区域调整明显。2011年，中西部地区规模以上服装制造企业工业总产值达到2310亿元，比2009年增长了112.4%，占全国服装制造业产值的比重达到18.5%，比2009年提高6.9个百分点。另外，近三年来，中西部地区纺织工业的成本利润率也大幅提高，绝对水平与增幅都已高于东部地区。三年来中西部地区纺织工业成本利润率提高了近一倍，增幅远高于全国和东部地区的平均水平。

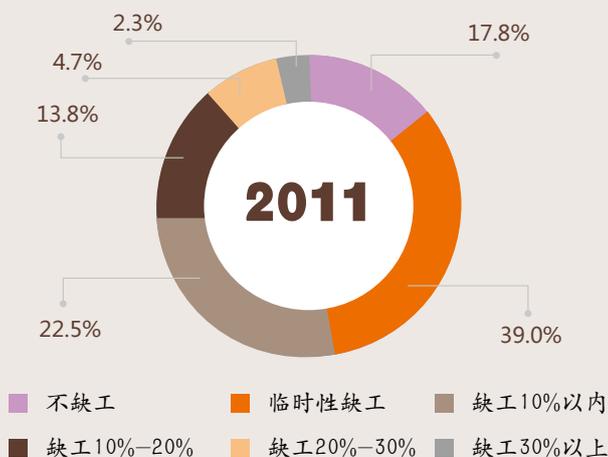


图13 用工缺口调研结果

表6 2009—2011年三大区域主要纺织品产量及占比 (%)

产品		产量 (万吨、亿米、亿件)			占比 (%)		
		2009年	2010年	2011年	2009年	2010年	2011年
纱线	东部	1592.9	1757.5	1764.0	66.2	64.7	60.9
	中部	675.7	792.5	936.1	28.1	29.2	32.3
	西部	137.1	167.0	194.3	5.7	6.1	6.7
	中西部合计	812.8	959.4	1130.5	33.8	35.3	39.1
	布	东部	449.9	511.7	469.8	79.3	78.1
	中部	88.7	110.6	120.2	15.6	16.9	19.4
	西部	28.9	33.2	29.8	5.1	5.1	4.8
	中西部合计	117.6	143.8	150.0	20.7	21.9	24.2
服装	东部	208.2	247.7	213.8	87.7	86.9	84.1
	中部	26.8	33.1	36.4	11.3	11.6	14.3
	西部	2.5	4.4	4.0	1.0	1.5	1.6
	中西部合计	29.3	37.5	40.4	12.3	13.1	15.9

表7 2009—2011年全国及不同区域纺织工业成本利润率 (%)

行业	区域	2009年	2010年	2011年
纺织业	全国	4.35	5.31	6.08
	东部	4.26	5.27	5.87
	中部	5.67	5.90	6.95
	西部	2.83	4.53	6.47
	中西部	4.77	5.47	6.82
纺织服装制造	全国	5.47	5.87	7.30
	东部	5.42	5.82	7.16
	中部	6.00	6.30	7.38
	西部	4.80	5.58	11.33
	中西部	5.81	6.20	7.93
纺织工业整体	全国	4.56	5.58	6.31
	东部	4.47	5.60	6.21
	中部	5.81	5.87	6.82
	西部	3.30	4.66	6.57
	中西部	5.09	5.52	6.76

中西部地区无疑将为中国纺织服装行业的发展提供新的历史性发展机遇,但值得注意的是,在产业转移过程中也显现出一系列问题,例如,承接地在环境、社会等领域的政策准入门槛过低,当地利益相关方的社会责任意识淡薄,以及缺乏在技术服务、人才培养等领域的公共服务平台。这些问题可能导致东部沿海地区原有的社会责任问题也向中西部转移。注意到这种挑战,中国纺织工业联合会已经从行业层面加强了对产业转移工作的协调和指导,引导沿海地区纺织产业向中西部地区的“可持续性转移”。例如,2011年7月,中纺联成立了“产业转移办公室”,为各地区和企业产业转移提供前期指导和服务,并开展经验交流和问题研究,向国家提出政策性建议。但同时,产业转移承接地应当科学地设置承接门槛,客观评估承接地的纺织产业基础与配套能力、环境承载力以及劳动力市场的容量等因素,杜绝低水平、重污染项目的转移。最后,对于积极探索“中西部机遇”的企业来讲,首先应杜绝转移落后的产能和生产工艺,其次则应在“西进”的过程中携带在东南沿海积累的社会责任管理经验和良好实践,最后还应根据承接地的特殊条件探索新出现的社会责任问题的解决方案。

4. 环境保护

环境保护是我国“十二五”期间构建资源节约型、环境友好型社会的重点工作内容,而在“十二五”的开局之年,国家法律、政策强化了行业的环境保护要求,使之愈加成为行业社会责任工作的重点领域。首先,2011年,国家在法律法规层面继续强化环境保护的治理措施和法律责任,细化了环保工作的技术规范。例如,2011年提交全国人大的《环境保护法修正案(草案)》提出了按日计罚、限期治理、总量控制、环境公益诉讼、环境信息公开等环境治理措施和责任规范。而环保部则在2011年颁布了《工业污染源现场检查技

术规范》、《危险化学品安全管理条例》等技术规范。其次，在政策层面，国家对于纺织服装行业的发展提出了更高的环境要求。例如，2011年8月国务院发布的《“十二五”节能减排综合性工作方案》明确要求“重点推进……纺织、印染……行业节能减排，明确目标任务”；2011年10月，国务院在《关于加强环境保护重点工作的意见》中更明确提出“对印染……行业实行化学需氧量和氨氮排放总量控制”。最后，国家的行政措施则对行业的环境影响进行了直接限制。工业和信息化部于2011年初向社会公告了18个工业行业淘汰落后产能的企业名单，要求这些企业的落后产能必须在2011年9月底前关闭，其中涉及201家印染企业和25家化纤企业；而在国家发展和改革委员会于2011年6月颁布的《产业结构调整指导目录（2011年本）》中，环境保护水平则是产业结构调整的最重要的标准，例如，在纺织行业的14项“鼓励类”产品中，8类是环境友好型产品。

2011年，纺织服装行业供应链上的环保责任问题引起了各方，尤其是非政府组织和品牌商的极大关注。例如，绿色和平组织2011年以来连续发布的三份《时尚之毒》系列报告激起了各方对产品生态安全与供应链污染控制的热烈讨论；而国际环保纺织协会则在2011年初决定，从2012年1月开始，将表面活性剂类物质APEO中的NPEO、OPEO、NP、OP作为新的考核物质及其限量值加进Oeko-Tex评估目录中，以增强生态纺织品认证标准纺织品的安全性。中国纺织服装行业珍视并致力于践行可持续发展的理念，但同时基于标准差异、技术水平和资源限制等因素，我们认为，污染防治首先应是一个循序渐进的过程，不可能一蹴而就。其次，只有在各国政府、行业组织、品牌商、供应商和社会公众共同努力和参与下，对整个产业链进行监管，形成联动机制，才是解决环境污染这一全球性挑战的唯一可行的路径。实际上，中纺联在2011年专门成立了“环境保护与资源节约促进委员会”，以发挥行业协会引导和协调作用，推

动行业向低碳、绿色和循环型经济发展；此外，一些品牌企业也认识到其在供应链层面应承担的社会责任，在2011年做出积极承诺加强其供应链上的环境管理，以便在中长期上逐步实现污染物的“零排放”。

5. 国际贸易环境

美国

2011年度，总体而言，美国市场需求好于2010年：2011年1到12月，美国市场零售额同比增长7.67%，较上年同期加快1.23个百分点；其中服装服饰零售同比增长5.88%，较上年同期提高1.48个百分点。2011年美国从全球进口纺织服装产品保持增长态势，但从我国进口纺织服装产品增速有所减缓，我国纺织品服装占美进口市场份额的比重也稍有下降。



图14 美国纺织品服装进口及自中国进口的占比

在后配额时代，影响中国纺织服装行业对美国的出口表现的主要因素已经集中为市场因素。例如，2011年我国纺织品服装占美进口市场份额下降的一个重要原因是美国加大了向我国周边国家的采购。而人民币汇率问题，依然是两国贸易中的关键问题，虽然2011年人民币全年升值约5%，但包括美国全国纺织协会(NTA)在内的

美国

美国行业组织仍强烈支持美国国会通过2011年货币汇率监督法。另外一个值得我国纺织行业注意的趋势则是美国制造业的“回流与重建”战略，随着美国本土比较优势的回升，制造业回归美国本土趋势将不断加强。2011年5月，波士顿咨询集团指出，“灵活的工作规则和政府的大量刺激措施正使得很多州——包括密西西比州、南卡罗莱纳州和阿拉巴马州——不断增强竞争力，成为供应美国市场的低成本基地”。

虽然成本竞争似乎是这些因素和趋势的核心，但是对于中国的广大纺织服装企业而言，社会责任的竞争力并未因此被否定或减弱。实际上，在成本竞争优势不断减少的情况下，如何激发员工的积极性和创造性，如何利用环境友好、可持续的产品占领前沿高端市场，以及如何获得其他利益相关方的支持和理解必然是将未来我国企业在国际竞争中应予挖掘的潜力所在。

欧洲

欧盟市场零售需求较上年下滑较快，服装服饰零售下滑更为突出：2011年12月，欧盟27国零售总额同比微增0.1%；2011年11月，服装服饰类产品零售同比下降3%。欧盟从全球进口增长缓慢，从中国进口速度更低，中国占欧盟纺织品服装进口市场份额也有所下降。

欧洲



图15 欧盟（27国）纺织品服装进口及自中国进口的占比

欧债危机是2011年影响我国纺织服装行业在欧洲市场表现的最重要的经济原因。欧债危机极大地减少了欧洲区的有效需求，同时也减缓了我国纺织服装企业走出去和国际化的战略步骤。另外，与美国市场相比，欧洲市场不断倾向于利用“绿色”、“安全”等技术要求对输欧纺织品进行管制和限制。例如，2011年，欧盟的航空碳税再次成为国际社会争议的热点问题。虽然碳税的课征似乎仅限于航空运输业，但这一措施表明了欧盟未来在贸易政策中的一个重要趋向，也即，与碳有关的“绿色”和“环保”理念将会直接转化为中欧贸易中新的“碳壁垒”，而这一趋势未来无疑将会向其他行业拓展。中国政府 and 业界对此应保持高度警惕并应尽早从政治和经济层面采取必要的应对措施。



第二部分

2011年度中国纺织服装行业社会责任建设状况

- 》 一、社会责任信息披露
- 》 二、社会责任研究与培训
- 》 三、社会责任跨行业推广
- 》 四、社会责任国际合作





2011年，中国纺织服装行业的社会责任工作以持续推广社会责任信息披露实践，以及社会责任跨行业与跨国界合作为重点，在行业企业内深入推广社会责任管理和报告体系的同时，与国内外利益相关方广泛开展了多种创新性的合作。



一、社会责任信息披露

1. 行业与企业层面的报告实践

2006年，中国纺织工业联合会（中纺联）在中国开创了发布行业层面可持续发展报告的先河。2011年6月28日，中国纺织工业联合会在“2011年中国纺织服装社会责任年会”上发布了《2010-2011中国纺织服装行业社会责任年度报告》，这是中国纺织行业连续发布的第五份行业社会责任报告。报告坚持“在全面分析行业运行状况的基础上展现行业社会责任工作的机遇和挑战”的方法论，关注热点，探索前沿，并借此建立起行业层面社会责任领域的定期沟通机制，促进行业内外的利益相关方对行业的理解和支持。

同时，中国纺织工业联合会秉承“以公开透明为导向的信息披露是企业社会责任概念的本质内涵和内在要求”这一理念，继续在纺织服装企业中推广社会责任信息披露机制，引导和协助企业通过发布企业社会责任报告，促进社会责任绩效的持续改进和与利益相关方的顺畅沟通。

2011年6月28日，在“2011年中国纺织服装社会责任年会”上，经纬纺织机械股份有限公司等十六家纺织服装企业通过此次发布会面向全社会发布了其2010年度

社会责任报告。这些报告均依照《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATEs）的要求编写，并由中纺联社会责任办公室提供专业的报告编制培训和撰写指导。其中11家企业的报告还通过了第三方机构的独立验证和/或中国纺织工业联合会组织的鉴证。这是自2009年以来，中国纺织服装企业借助行业联合会的公共平台第三次集体发布社会责任报告。2009年到2011年，行业内企业发布社会责任报告共计94份，其中36份报告通过中国纺织服装社会责任报告联合发布会平台发布，16家企业则连续三年发布社会责任报告。

2. 社会责任报告的质量评价

2011年，中国纺织工业联合会社会责任建设推广委员会首次对44份纺织服装行业企业的2010年度社会责任报告的质量进行了全面评价分析，评价依据包括《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATEs）、《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》（CSR-VRAI）及《中国纺织服装企业社会责任报告评价准则》。在全行业2011年发布的44份社会责任报告中，依据中国纺织工业协会的社会责任报告框架（CSR-GATEs）编制的报告共计18份，占总数的40.9%。报告评价从责任战略、责任管理、责任绩效（产品安全、劳

第二部分 | 2011年度中国纺织服装行业社会责任建设状况

劳动者权益保护、节能减排及环境保护、供应链管理与公平竞争、社区发展及社会公益)、责任规划等方面展开。分析结果表明,44份报告在社会责任战略及规划方面表现普遍较好,超过了责任管理及责任绩效方面的表现(责任战略68.36分,责任管理46.00分,责任绩效49.77分,责任规划67.26分)(图1)。这表明随着社会责任意识的提高和政策引导的强化,广大企业对社会责任的理解逐步成熟,社会责任战略和价值观及行动规划逐渐形成,而在责任管理及具体绩效方面则仍然有待时日。此外,根据对报告质量的分析,CSR-GATEs类报告在全面性、客观性、适宜性、响应性、发展性五维测评中得分普遍较高,质量平衡性也更好(图2)。

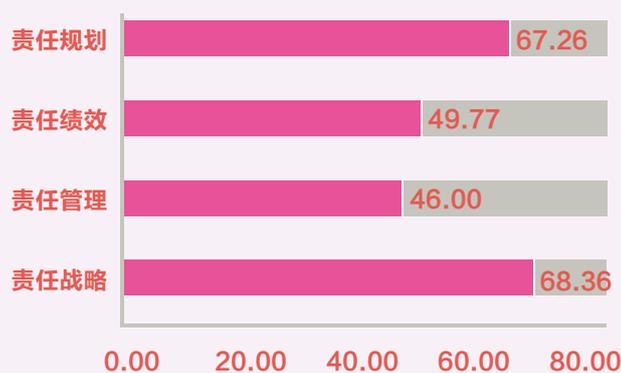


图1 企业社会责任报告综合评价

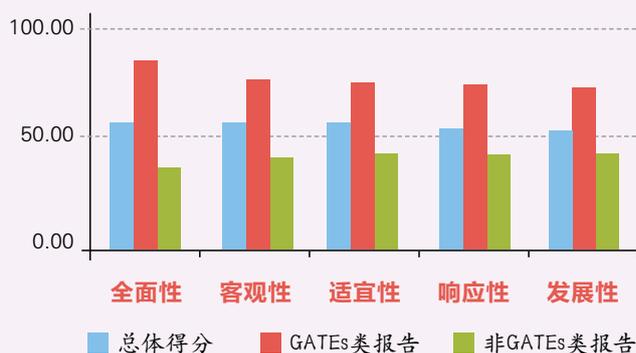


图2 GATEs类报告与非GATEs类报告的五维质量比较

中国纺织工业联合会根据报告评价结果,授予经纬纺织机械股份有限公司、百隆东方股份有限公司、浙江乔顿服饰股份有限公司等三家企业“中国纺织服装行业社会责任信息披露实践示范奖”,这是在行业层面对企业的社会责任信息披露实践的最高认可。同时,中国纺织工业联合会还授予江苏丹毛纺织有限公司等十九家企业“中国纺织服装行业社会责任信息披露实践优秀奖”。

中国纺织服装行业社会责任信息披露实践优秀奖

江苏丹毛纺织有限公司	浙江彩虹庄印染有限公司
浙江嘉名控股有限公司	浙江富丽达股份有限公司
泉州海天材料科技股份有限公司	大进制衣厂(惠州)有限公司
海东青新材料集团有限公司	浙江红绿蓝纺织印染有限公司
香港恒田企业有限公司	苏州志向纺织科研有限公司
苏州好麦尔服装有限公司	浙江华峰氨纶股份有限公司
达利丝绸(浙江)有限公司	浙江天圣控股集团有限公司
华孚色纺股份有限公司	鲁泰纺织股份有限公司
福建南纺股份有限公司	恒源祥(集团)有限公司
李宁(中国)体育用品有限公司	



二、社会责任研究与培训

1. 社会责任专项研究

作为行业性社会责任研究机构，中国纺织工业联合会社会责任办公室持续关注行业内社会责任领域的新趋势和热点问题，并及时就相关问题开展研究，向企业、政府等利益相关方提出政策和管理建议。例如，近年来，产业的梯度转移和新生代产业工人的发展问题成为行业社会责任建设中亟待研究的重要挑战。

“2011年中国纺织服装行业社会责任年会”的专题研讨会之一即是“产业转移背景下的社会责任”，借此呼吁企业和各地政府关注产业转移趋势中的社会责任问题。2011年6月，中国纺织工业联合会与瑞典大使馆社会责任中心签署合作协议，确定通过合作调研项目对此议题进行深入研究。2011年11月，“中国制造业的结构性转移及其对社会责任的影响：以纺织业为例”的调研项目启动，希望通过追踪调研全国范围内纺织服装产业的结构性转移中的机遇和问题来探析这一转移过程对不同利益相关方在社会责任方面的影响，以便为政府、行业组织和各个商业机构的决策提供趋势参考。截至2011年底，中国纺织工业联合会社会责任办公室在山东、浙江、广东等地实施了初步调研。

2011年7月，由中国纺织工业协会社会责任办公室与瑞联稚博儿童权利和企业社会责任中心合作开展的“倾听新生代农民工心声——青年主导的新生代农民工行动调研”项目正式启动。该项调研的目的是深入了解年轻工人的心声，搜集年轻工人对于建立以人为本的管理

中电标协社会责任工作委员会成立大会暨首届会员大会



方式和产业发展的人文环境等方面的实际建议，同时探索帮助管理者突破面临的用工挑战，创建以人为本且高效的工作环境的有效方法，并激发企业、政府部门对于社会责任的探讨，从而更好地在保护年轻工人的权利的同时，促进产业的持续、健康发展。调研组在2011年底完成了企业调研和调研报告的撰写，本报告第三部分将专门展示此次调研的独特方法和主要发现。

2. 社会责任专题培训

2011年，中国纺织工业联合会社会责任办公室继续深入开展各项社会责任培训，主要针对地区纺织服装行业及分行业企业，为其提供社会责任能力建设培训和专题培训。

2011年4月，中国纺织工业联合会社会责任办公室与中律原（咨询）北京有限公司与美国乔治·华盛顿大学法学院在晋江市深沪镇联合举办了“中国纺织工业协会 CSC9000T 专题培训：平等用工 共同发展——打造人性化有归属感的企业”。培训通过分析相关案例，帮助企业理解平等用工对于营造有归属感的工作氛围的重要性，从实操方面提升企业的管理能力，从而提高生产率和竞争力。来自福建30余家企业的70多名中高层管理人

员参加了此次培训。

2011年5月，中国纺织工业联合会与国际劳工组织、联合国工业发展组织及平湖市政府共同组织“落实责任你我同行”中国纺织服装行业节能减排绿色技能培训暨企业可持续发展项目培训活动。培训主题为“生产力与清洁生产”，旨在通过环境管理和清洁生产促使企业行为更负责任，获得更高的经济回报。此培训项目还为参与企业提供工厂现场咨询服务，提供技术支持，帮助企业熟练使用实用性工具和方法，平湖的五家企业参加了该培训项目。

2011年12月，中国纺织工业联合会与BSCI共同组织的2011年中国供应商培训在南京、青岛举办。超过200家企业的240余名管理人员参与了培训。培训由意识提升和高级培训两部分组成，分别介绍和探讨了相关社会责任体系的具体要求，以及工时、工资和劳动合同两个深度议题。

三、社会责任跨行业推广

1. 行业社会责任工作的溢出效应

作为中国第一个在行业层面开展系统性社会责任工

作的行业，纺织服装行业为其他行业的社会责任工作提供了可资借鉴的战略路线和实际经验。从2008年开始，中国工业经济联合会、对外承包工程商会以及中国茶流通协会等行业组织也在各自行业开始了社会责任工作。中国纺织工业联合会相信，跨行业的社会责任合作将促进中国社会责任建设的整体协调性，形成跨行业联动的良好局面，因此，我们秉持开放与合作的理念，在过去几年来应邀委派专家参与了上述各个协会的社会责任工作，协助其构建了行业性的社会责任规范体系以及推广和合作规划。

2011年，中国纺织工业联合会继续致力于向其他行业组织推广行业社会责任建设的经验。9月，中德贸易可持续发展与企业行为规范项目（GIZ）在北京举办了“中国行业协会/商会推进社会责任”国际交流会议。中纺联社会责任办公室应邀在会上向包括多家商会和协会代表在内的30余名与会者介绍了中国纺织服装行业的社会责任实践工作，并同与会人员进行了关于在行业层面推进社会责任工作的交流和讨论。

2. 电子信息行业社会责任共建行动

2011年也是社会责任跨行业推广取得新突破的一年。推进企业社会责任建设在2011年被工业和信息化部列入2011年部工作要点。2011年1月24日，工业和信息化部政策法规司召开了纺织、电子行业企业社会责任工作座谈会，中国纺织工业联合会、中国电子标准化协会（中电标协）和电子企业代表参加此次会议。会议介绍了工信部政法司2011年推进企业社会责任的初步思路，并就在电子信息行业推广纺织行业的社会责任建设经验进行了初步探讨。在此后的一年里，中国纺织工业联合会的专家和代表先后四次参加由工信部主办的电子信息行业社会责任工作研讨会，并逐渐在工信部的社会责任工作框架内建立了中国纺织工业联合会和中国电子标准化协会的合作机制。

电子信息行业与纺织服装行业都具有市场化、国际化程度高，国际竞争力强，劳动力密集，产业布局广阔等共同特点，在社会责任这个领域也面临着非常相似的风险与挑战，这两个行业的深入合作奠定了基础。在此基础上，并在工业和信息化部积极推动和充分支持下，从2011年初开始，中国纺织工业联合会全程参与了中电标协社会责任工作委员会的组织和筹备，积极开展经验分享与跨行业合作。2011年下半年，中国纺织工业联合会的专家与中国电子信息行业各利益相关方组成起草组，并作为起草组的主要协调人组织完成了《中国电子信息行业社会责任指南》（讨论稿）的起草。

2011年12月，在工信部的支持下，中国纺织工业协会和中国电子标准化协会签订了社会责任战略合作备忘录，建立了社会责任工作战略合作伙伴关系，就电子工业领域社会责任建设和推广的战略规划、体系建设、能力建设、资源整合以及推广实施等相关工作开展战略性合作。具体包括，中纺协承允向中电标协社会责任工作组织提供技术支持，协助其完成社会责任委员会的构建，行业性社会责任规范和推广体系等的研发。这是中国首个在行业组织间建立的社会责任领域的合作规划和工作机制。为此，两个协会还强化了人事领域的协作，中国纺织工业联合会孙瑞哲副会长被中电标协社会责任工作委员会聘任为顾问，中纺联社会责任办公室副主任阎岩则受聘为中电标协社会责任工作委员会副主任，中纺联社会责任办公室还派出专家长期参与中电标协的社会责任工作。

四、社会责任国际合作

中国纺织工业联合会自开展社会责任建设工作以来就十分重视国际推广和合作。一方面，广泛的国际对话和深入的国际参与将促进国际利益相关方对行业的理解，并强化我国在相关问题上的国际话语权；另一方

第二部分 | 2011年度中国纺织服装行业社会责任建设状况

面，与国际社会责任体系的合作与融和则有助于提升各方在运作社会责任体系中的效率。

1. 参与国际社会责任倡议

中国纺织工业联合会的社会责任建设经验也得到了有关国际机构，尤其是联合国有关机构的关注，这也使中纺联将其社会责任建设的经验带入了国际层面，成为中国深入参与联合国相关社会责任倡议的组织。早在2009年，中纺联专家即参与了联合国全球契约、负责任投资原则（PRI）主持的《在受冲突影响与高风险地区负责任商业实践指南》的制定工作。2010年，联合国儿童基金会（UNICEF）、联合国全球契约与儿童救助会（Save the Children）启动了“儿童权利与企业原则”倡议的制定。2010年底，中国纺织工业协会社会责任办公室首席研究员梁晓晖作为行业组织代表入选了“儿童权利与企业原则”倡议顾问团。2011年，中纺联专家多次参加倡议机构召开的顾问团会议，在为该原则的制定

从产业界角度提供专家建议的同时，也介绍推广了中国纺织行业的社会责任实践。2011年6月，中纺联专家在由三个倡议机构召开的“联合国儿童权利与企业原则磋商会”上做了开幕致辞，并组织行业多家企业的代表参与了对《原则》草案的讨论，提出了中国业界对该原则倡议的意见和建议。

2011年11月，联合国贸易和发展会议（UNCTAD）、国际劳工组织（ILO）与经济合作与发展组织（OECD）联合举办的“全球价值链中的企业社会责任”圆桌会议在日内瓦联合国欧洲总部召开。本次会议的目的在于探讨如何构建和应用公共政策以及能力建设项目以强化全球价值链上各种企业社会责任倡议的实施，尤其是如何通过社会责任行动支持和协助发展中国家的中小企业供应商的可持续发展。中纺联社会责任办公室专家应邀在“合作与能力建设”环节做了专题发言，介绍了中纺联与各级政府机构、企业、其他行业组织和社会责任体系等开展合作以促进各方能力提升和企业社会责任绩效的



情况，并与各方代表就开展社会责任领域的公私合作，强化价值链各相关方责任等议题交换了意见。

2. 社会责任体系合作

中国纺织工业联合会开展社会责任工作之初，就积极探索与其他社会责任标准体系的合作之路。2007年，中纺联与欧洲外贸协会签订了战略合作协议，并制定规划在过去几年里促进了CSC9000T与倡议商界遵守社会责任组织（BSCI）两个体系的协作与融和。2010年到2011年，中纺联与美国的社会责任国际（SAI）开展多次对话，探讨了两个体系之间以及多体系之间合作的可行框架。

2011年8月5日，中纺联与社会责任国际在北京正式签署合作协议，以促进纺织行业社会责任推广的国际化和社会责任实施的本地化。基于双方共同认可的可持续发展目标及工作目标的重合性，双方确定的专门合作领域包括：针对行业性和专业性问题，开发统一的指导准

则；共同开发有效的社会责任推广战略；为生产商等相关方开展能力建设；联合推动供应链上的对话与合作；开展促进国内消费者责任意识的行动等。合作的首要工作是联合更多体系，探讨建立多体系沟通与合作的平台，推动在各体系间建立落实可持续发展战略的共识。

2011年10月6日，2011年度BSCI社会责任年会在布鲁塞尔召开。中国纺织工业联合会代表出席此次年会，在题为“构建社会责任体系间的协同性”的专题论坛上和与会代表分享了中国纺织工业协会与SAI、BSCI等体系的合作经验，并呼吁更多社会责任体系参与体系间的集体行动，以加强体系间的融合与合作，并整体提升全球社会责任体系和标准的运作效率、可信性及透明度。这一呼吁得到了国际社会责任认证组织（WRAP）以及荷兰合众基金会（Solidaridid）的响应。

经过五个体系（CSC9000T、SAI、BSCI、Solidaridid、WRAP）的反复沟通和研究，各方认为应该首先建立共有、共享的多利益相关方咨议机构。2011年底，上述5家体系协议同意在中国设立“社会责任体系合作中国顾问委员会”（Multi-stakeholders Advisory Committee，MAC）。顾问委员会的宗旨是为政府、当地企业和跨国公司、工人、社会责任审核人员和其他利益相关方提供一个活跃的促进共识、可持续发展实践及其实施的对话平台。委员会将定期召开顾问委员会会议，分享国际上社会责任发展的最新趋势和前沿问题，研讨在中国实施社会责任体系方面的问题和挑战，提出共同的解决思路和方案，包括研究制定在劳动者保护领域指导各个标准体系的审核和认证实践的具体要求的指南。MAC希望这些指南将极大地便利工厂实施各有关标准和体系，以最大限度减少实施不同标准和体系时的重复性或冲突性工作。



第三部分

新生代青年工人对行业发展的机遇和挑战

- 》 一、新生代青年工人调研
- 》 二、“后80”青年工人的职业期望和职业感受
- 》 三、“后80”青年工人所处环境与生存状态
- 》 四、管理和政策建议





青年工人是中国制造业的未来所在。根据人力资源和社会保障部统计，2010年度全国农民工总量为2.4223亿人，其中外出农民工数量为1.5335亿人。在1.5亿多外出农民工中，生于20世纪80年代与90年代初的大约占到60%，总人数在1个亿以上。同时，出生于85年之后的“后80”青年工人已经成为所谓“新生代农民工”的绝对主力。在我国，纺织服装业是青年工人就业最为集中的行业之一，对于很多青年人而言，纺织服装企业还是他们职业生涯的第一站。



一、新生代青年工人调研

1. 调研背景与对象

关爱新生代青年工人，承担首要责任的应该是他们就业的企业，特别是青年工人就业相对集中的企业。近年来，在许多中国企业，年轻农民工所占的比例在不断增加，员工队伍的年龄结构发生了较大变化。对于许多面临转型升级的中国企业而言，随着大批年轻农民工涌入城市又加速流动和回流，中国劳动力市场格局也发生了深刻变化，许多企业深刻感受到了“招工难、用工荒”的问题，同时也面临着新生代青年工人难以管理的问题。解决好以上问题，企业实现可持续发展才有保证。

另外，随着我国经济、社会的发展，青年人在制造行业的就业产生了一些亟待研究的新问题。例如，频繁的流动使得他们不能有效提高工作技能和充分发挥创造力，权利意识的提升未能辅之以更加有效的、对理性心智的扶助，企业管理方式的滞后未能激发新生代工人的能动性。而这些问题的解决，首先需要聆听青年工人的肺腑心声，了解他们对于线上线下、厂内厂外的人和事的真实看法和期望。上述因素促成了中国纺织工业联合会从2011年7月开始，在瑞典驻华大使馆的支持下，与瑞联稚博儿童权利和企业社会责任中心合作开展了“倾听‘后80’青年工人心声”的调研项目。

调研关注的核心目标人群是16到25岁的青年工人。本报告之所以称他们为“新生代青年工人”，而不使用“新生代农民工”一词，主要是因为他们本质上已不同于上一代农民工。在中国工业化和城市化进程加快的时代背景下，这代人中的绝大多数既不愿也不会回到农村，而是力图留驻城市社会，因此，称他们为“新生代青年工人”更为贴切。

2. 调研方法

本次调研坚持了“青年是解决青年问题的专家”的“以青年为本”的方法论，采用了青年主导的行动研究方法，充分发挥了青年工人作为调研人员的积极作用，并给参与调研的青年工人和所在工厂以及时反馈，为其提供解决所面临问题的参考。

该方法的基本理念是让新生代青年工人从自身的视角审视自己和同事，并提出解决相关问题的建议。具体做法是：在每家企业，在自愿报名的基础上选择3到4名新生代青年工人作为调研组的协同调查人员（简称青年协调员），在给予他们调研方法的培训后，请他们进入本厂青年工人的工作场所和生活空间，通过拍照和访谈两种方式，自主开展调研，搜集和反映同龄工人的生活、心声和对工厂管理的意见和建议。调研完成后，由调研组和协调员共同分享和分析所搜集的资料信息。

3. 调研样本

本次调研集中在2011年7月初至9月中旬期间进行，实地深入中国5个省的6家工厂开展调研。受调研的6家工厂分别位于福建、江苏、浙江、甘肃和广东。其中4家为服装与纺织类企业，均位于沿海经济发达省份，2家为饮品类企业，属于内地企业。虽然所到的6家工厂在类型上相对比较单一，但是每个工厂青年工人的比例相对都较高，在广东的一家工厂青年工人的比例达到近80%。

在为期两个多月的调研活动中，调研组共获得近700个研究样本。其中，研究者深度访谈青年工人48人，小组访谈青年工人60人，深度访谈企业中高层管理者13人，问卷调查青年工人408人；此外，共聘用青年协调员18人，他们访谈工友71人。

二、“后80”青年工人的职业期望和职业感受

1. “后80”青年工人的职业期望

“后80”外出务工青年工人对工作的意义和价值具有多样化的期望和理解。他们普遍认为，打工主要意味着挣钱养活自己，替家人减轻负担，增长见识，存钱以备将来生活或创业所需。可见，对他们而言，打工只是

一种暂时的过渡策略。调研发现，青年工人中绝大多数的工作年限低于三年，但自外出务工以来，更换过1次工作的占20.2%，更换过2次的占33.0%，更换过3次以上的占20.7%，仅有26.3%从没有更换过工作。

调研结果显示，他们不会仅满足于找到一份工作，而有多方面的考虑，主要看重薪资水平、学习技能的机会、生活环境和条件，往往在经过综合考量的基础上作出自己的选择。但是，在他们实际获得的工作待遇与期望值之间，则存在着比较明显的错位和反差。这在客观上为他们频繁地更换工作提供了外在推力，同时也让他们产生了强烈的流动打工的内在驱力。这可能是他们中的一部分喜欢“流浪式”打工的重要原因。

期望获得公平满意的劳动报酬。“后80”青年工人不仅希望获得更高的工资和较好的生活，而且希望有兴趣的工作和较舒适的工作环境。在他们看来，薪酬和待遇是否做到了公平公正，是否能够让他们大体满意，是他们更换工作和流动的主要原因。

期望工作本身更具吸引力。“后80”青年工人普遍认为，除了工资以外，工作本身的吸引力是他们安心工作、提高工作积极性和效率的关键。而工作的吸引力则主要来自三个方面：一是适合自己的工种；二是可以尝试和学习不同工序和技艺；三是工作时间上的适度灵活性，如在按质按量完成工作的情况下无须加班。

期望更友善的管理和工作环境。“后80”青年工人渴望得到尊重和理解，希望自己的需求、个性、特长和兴趣受到重视，希望有良好的人际关系和沟通水平，希望管理者做到公平、公正和透明；不喜欢只会发号施令的管理者，不喜欢与本地人相比存在差别对待。他们希望在一种充满关爱、友善的环境中工作。

期望亲属或朋友的陪伴。调研发现，那些全家或部分家庭成员同在一个工厂或者在附近工厂的青年工人，其流动性相对较小。有无朋友和熟人在近旁是他们选择工作时考虑的重要因素之一。

期望获得稳健的职业发展。“后80”青年工人认为，职业的稳健发展与企业的支持力度密不可分，主要体现在企业的管理环境上。比如，企业是否有青年员工培训计划和职业发展计划，是否有团队建设，是否有得力的一线管理者团队，是否能让青年工人获得持续的职业成长感，是否能够产生对企业文化不断增强的认同感和对企业的归属感。

表1 “后80”青年工人期望的工作标准和现实的工作待遇之间的对比

我找工作时看重的方面	百分比(%)		目前所在工厂吸引我的主要方面
工资或薪水	71.6	52.3	生活环境
学习技能的机会	63.4	37.9	学习技能的机会
生活环境	56.2	30.2	有熟人
工作条件	50.5	28.9	工作条件
工厂管理方式	36.8	36.8	空闲时间
结交朋友	26.1	19.8	结交朋友
空闲时间	24.4	19.3	工资或薪水
工作岗位	21.6	17.3	工厂管理方式
有亲人在身边	16.4	8.3	工作岗位
离家近	12.9		

对于未来，“后80”青年工人普遍希望独立创业，比如当老板、干个体、做成功的生意人等，“老板”因此成为他们普遍追求的“成功典范或模板”。但对于如何实现“创业梦”则往往缺乏切实可行的规划，也较少有机会获得外部的实际支持和有效引导。

表2 “后80”青年工人的培训需求与自我提高途径的比较

百分比 (%)	您最需要哪些方面的培训	准备通过哪些途径提高自己	百分比 (%)
68.8	劳动技能	参加专业技能培训	66.9
43.3	个人消费和理财	继续求学，获取更高文凭	39.1
40.8	如何处理人际关系	拜师学艺	18.2
28.5	心理健康与调节	自学	8.8
28.2	法律法规	到别处闯荡	8.8
16.1	地方语言及风俗	当学徒	8.3

2. “后80”青年工人的职业感受

较多消极情绪体验。很多“后80”青年工人认为最能描述最近一个星期在工作中的心理感受的词汇是“烦躁”、“无聊”和“压抑”。在问卷调查中，有这三种负面情绪体验的人分别达到了47.1%、39.5%和37.5%。只有36名参与问卷调查的青年工人认为自己在工作中感到“舒服”，占8.6%。在访谈中，青年工人也多次提到在工作中有很多“心情不好”和“烦闷”的时候。

工作麻木感强烈。由于工作时间较长，工作流程机械，内容单调重复，时间稍久工人就容易产生烦躁和疲惫的感觉。更重要的是，在大多数时间里，工人都只是和机器及物料打交道，与人的交流非常少。很多“后80”青年工人反映，工作时间一久，就只有“麻木”的感觉了。

渴望更充实的闲暇时光。“后80”青年工人普遍认为，自己的业余生活无聊而单调，没有意义。各厂的青年协调员对同伴的访问也发现，他们不再仅仅满足于看电视、聊天、玩手机等自娱自乐且消费较少的休闲活动，他们对于闲暇时光的享受已经迈向商业性休闲活动，比如和朋友一起跳舞唱歌、旅游、购物等。

在工厂管理中易被忽视。青年工人们认为企业目前的管理更多仍是从企业角度看待问题，而不是从员工角度出发，青年工人往往处于一种“被管理”的地位，更多的是“听从和服从”，很少有机会参与管理。他们很少有机会参与和表达自己，他们的想法和意见也往往容易被忽略。

三、“后80”青年工人所处环境与生存状态

1. “后80”青年工人所处的管理环境

绝大多数“后80”青年工人具有初中以上教育水平

(90.4%)，绝大多数来自多子女家庭(88.7%)，绝大多数未婚(92.3%)，半数以上没有从事过常规性的农业生产的经历，从学校毕业就直接到外地务工。

企业更加重视对年轻工人的管理，但管理方式仍显被动。调查发现，企业普遍感受到管理年轻工人存在一定难度，并相应采取了一些措施改善管理，但这些改善措施往往是迫不得已做出的调整和应对，具有一定程度的滞后性。其主要原因是：企业管理仍以“生产管理”为中心，管理者的主要考虑是生产目标和效率的达成，而会有意无意地忽视除工资以外的工人的主观感受和其他需求。此外，在很多情况下，管理者主要由本地人员构成，因而产生了语言、文化和生活习惯等方面的差异，使他们很难真正与青年工人打成一片。调研中，企业管理者对人性化管理的理解一般是：“顺着他们”、“不跟他们较劲”、“让他们把活儿干好就行”。

青年工人在企业或工厂管理中的参与有限，意见容易被忽略。调研发现，青年工人表达意见和参与管理的形式比较单一，而且缺乏实质内容，很多青年工人认为自己的观点和看法在工厂中根本得不到重视。一方面，多数工厂并不鼓励青年工人直接参与工厂的日常管理；另一方面，青年工人也较少认识到参与是一项重要权利，很少主动了解参与的方式和方法，提高自己参与和表达的能力。



2. “后80”青年工人的基本生存状态

青年工人的“农业户口”身份导致其处于“城市边缘人”的地位，使得其在获得社会支持及社会保障等方面均面临诸多困难和阻碍。

非常态的家庭生活，导致亲情支持的不足和缺失，部分青年工人出现情感冷漠和闭锁的现象。由于亲情体验的不足和缺失，在异地他乡打工的青年工人难以获得





生活上的安全感和幸福感。在他们当中，有25%的男性和31.4%的女性工人曾经是留守儿童。童年时代长期与父母分离，致使他们不但在生活上无法得到父母的照顾，在情感上也与父母产生了巨大的隔阂。父母往往只能尽力满足他们的物质需要，而对其精神和情感需要则无能为力。这种家庭情感和家庭关怀的缺失，直接削弱了青年工人在表达情绪和情感、建立和维护亲密关系等



方面的能力。

渴望自由恋爱，但狭窄和局限的社会交往导致真爱难觅，降低了其生活的幸福感。“后80”青年工人的社会交往大都局限于自己的小圈子；在恋爱方面，他们渴望有稳定的感情，却因为工作的不确定性和不稳定性而不愿投入真感情。找到自己的“意中人”并最终能成家立业，对于他们大多数人都并非易事，这与他们的生活愿景相差甚远。

工作中的竞争力和上升渠道有限，而又难以获得技术培训和创业支持。“后80”青年工人专业技能水平有限，大部分在职业发展中的竞争力和劳动议价能力不强，然而他们在学习专业技能方面却往往有心无力，向专业技术人才和工厂管理层发展的可能性较小。另外，政府和社会组织为他们提供的培训机会和资源也相对较少，因而，他们普遍缺乏切实可行的自我提升途径。

难以融入当地社区，成为“都市外乡人”。“后80”青年工人虽然生活在城市，却又与城市社区和城市居民存在隔阂。他们不仅常常难以享受到与城镇居民及企业职工同样的社会保障，而且在日常生活中也难以融入当地社区。在工厂之外，他们往往居住于外来人口聚居的流动人口社区，是一种典型的“城中村”生活，其生活区域与当地社区基本完全隔绝，与城市没有太多实质关系。因此，他们通常感觉自己只是“渺小的”“工厂工人”，而非“社区居民”。

3.“后80”青年工人的生活追求

但是，另一方面，调查显示，“后80”青年工人是更加注重自我价值实现的一代，有更加强烈的自尊需求，普遍渴望自立、追求自主、向往自为。这主要体现在，大多数“后80”青年工人希望生活得更加自我，有属于自己的时间和空间，无须看他人的脸色行事；他们渴望自立，希望自己独立而不依赖家庭；他们希望自己的事情自己做主，希望能有所作为，过上富有、轻松、



安逸而又体面的生活。

他们普遍的生活愿景是找到属于自己的爱情，建立一个和谐稳定的家庭，并且普遍希望安家于城市，但并不希望早婚；在养育孩子的问题上，他们多数不再愿意多要孩子，不打算用父母教育自己的方式教育下一代。

四、管理和政策建议

为了更好地适应新生代青年工人的特点，进一步融洽企业和青年工人之间的关系，充分发挥青年工人的积极性、主动性和创造性，实现二者的共赢和可持续发展，解决企业“用工之困、管理之难”的问题，我们首先建议企业可以考虑在以下各个方面对已有的管理模式进行调整和改善。

1. 体现“自主选择”的面试

青年工人普遍渴望被尊重，也渴望自己主导自己的生活。他们在选择工作时，不再希望“被选择”，而是希望对工厂的各方面情况有所了解后“自主选择就业”。因此，一个印象良好的面试将成为很多青年工人积极的职业生涯的开始。

2. 为新进员工提供“新人待遇”

青年人在离开家乡外出打工时，对于未来通常怀有美好的愿望和期待，而就业的最初几个月往往是经历艰难转变的时期。在这样一个剧烈的转变时期，青年人需要在心理上和情感上持续的支持和关怀。因此，企业

应建立新入职员工的关怀计划，以帮助员工适应工作环境，融入工厂生活，顺利渡过适应期，培养对工作的持久兴趣。

3. 让一线管理者更加可亲、可敬和可信

青年工人在工厂里接触最多的管理者是一线管理者，也最易与之产生矛盾或建立感情。一线管理者不仅是工厂和青年工人之间的连接点，而且还可能是学习的榜样及其心语的倾听者。对于工厂而言，一线管理团队是企业制度和员工关怀的直接执行者，他们的管理方式是否符合青年工人的特点，是否被青年工人认可和接纳，将直接影响到青年工人的状态以及他们对于企业文化的认同。

4. 给青年工人自我表达和展示的舞台

企业还需要改变管理理念，尽可能增加员工参与企业管理的途径和方式，逐步培育一种能调动青年工人参与积极性的良好氛围，从原来“用严格的制度管起来”的权威管理模式转变为视青年工人为“有活力、有创造力的”团队管理模式，在积极营造人人平等、互相尊重的工作氛围的同时，应当为青年工人表达心声建立有效的沟通机制。

5. 促进青年工人融入当地社会

企业应在帮助青年工人融入城市社区方面承担起相应的责任，通过青年工人走出去和请社会专业组织进企业等形式，拉近青年工人与社区的关系。企业可以考虑把当地团委、工会、妇联、妇幼保健院、居委会、社区公益组织等与青年工人生活、工作、社会参与等相关的社会专门机构和组织及相应社会资源融入工厂管理中；同时，通过社区活动、志愿者行动等方式，增加企业员工与当地社区的互动，为当地的社区公益服务注入新鲜的力量，以改善当地人对外来工人的印象，使本地人以

更理解和开放的态度接纳新生代工人。

当然，从社会保障制度上看，政府部门等公共机构也应关注“后80”青年工人并应尽到相应的责任。例如，政府首先可以在教育、医疗、住房保障等公共服务方面努力打破城乡壁垒，使进城务工的青年工人享受相同质量的服务。此外，从社会服务资源分配角度，政府可以支持社区将工厂员工纳入其服务范围，为其解决子女入托、入学等后顾之忧，让他们及他们的下一代具备在城市发展的能力。

所以，最终来看，只有政府、社区和企业各方面齐心协力且各尽其责，才能从根本上改变“后80”、“90后”以至未来的“2000后”等代进城务工的青年工人职业满意度、社会参与度和生活幸福感“三低”的状况，使数量庞大，次第而来的一代代青年工人实现体面就业，过上更有尊严的生活；唯其如此，也才能保障中国纺织服装行业乃至中国经济的持续、健康发展。





第四部分

中国纺织服装行业2012 - 2013年社会责任工作规划

- 》 一、推广和完善社会责任管理体系和信息披露体系
- 》 二、推进绿色供应链的构建与节能减排
- 》 三、追踪研究产业转移中的社会责任问题
- 》 四、跨行业深入推广社会责任共建
- 》 五、深化更广泛的社会责任体系合作





《纺织工业“十二五”发展规划》明确了社会责任工作对行业发展的战略意义，同时也为行业社会责任建设指明了工作重点。2012年到2013年，中国纺织工业联合会将按照行业社会责任工作的战略目标，结合“十二五”发展规划的要求，全方位、持续、深入地从以下五个主要方面推进社会责任建设工作。

一、推广和完善社会责任管理体系和信息披露体系

CSC9000T社会责任管理体系已被证明是行业内企业提升履责能力和履责绩效的有效工具，同时也是行业社会责任工作的体系基础。因此，未来我们将加大社会责任管理体系的推广、实施力度，以使更多行业内企业分享过去七年来积累的社会责任工作经验。此外，以《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATEs）为核心的社会责任绩效信息披露体系也已在众多企业中得到了成熟运用。2012年到2013年，在持续推广对社会责任绩效信息披露体系更加广泛的的应用的同时，我们将修正和完善信息披露体系和工作机制，以使其更好地适应快速发展的信息披露实践和新生趋势。

二、推进绿色供应链的构建与节能减排

根据《纺织工业“十二五”发展规划》，环境保护和节能减排是行业社会责任工作的长期挑战和行业升级转型与结构调整的重点要求。另外，近年来，包括品牌商、供应商以及消费者在内的纺织服装供应链各利益相关方相互关联、相互影响的关系在节能减排方面的作用得到了社会各界的极大关注。因此，我们将发挥行业组织联系各方的中介作用，与相关各方探讨绿色供应链构建过程中的责任协调和落实机制，并将研究和推广在这一领域的成熟经验和典型案例。





三、追踪研究产业转移中的社会责任问题

产业的梯度转移为行业社会责任建设提出了独特的机遇和挑战。虽然这一问题近年来也得到了较多关注，但却急需广泛而深入的实证研究，以便为各方的经济和社会决策提供支持和参考。2012年到2013年，我们将对产业转移过程中的社会责任问题保持密切关注，并将组织全国范围的调研活动，系统研究产业转移条件下有关各方对待社会责任问题的理念和行动。在此基础上，我们期望通过企业案例挖掘经验教训，推广良好实践，并将考虑制定引导企业科学、负责、可持续转移的行动指南。

四、跨行业深入推广社会责任共建

2011年，在工业和信息化部的协调和支持下，我们与中电标协建立了战略合作关系，承诺为电子信息行业的社会责任建设提供技术支持，系统化地将行业积累的社会责任建设经验和相关资源移植于电子信息行业。2012年到2013年，我们将按照工信部的规划和两个行业组织的合作协议，协助电子信息行业建立起行业性的社会责任规范体系和推广机制，包括完成《中国电子信息行业社会责任指南》的起草、实施细则的研究和实践案例的搜集整理等工作。

五、深化更广泛的社会责任体系合作

2011年，我们与BSCI、SA8000、WRAP等体系构建了多体系对话与协调的公共平台——“社会责任体系合作中国顾问委员会”（MAC）。2012年到2013年，我们将充分发挥这一平台的作用，通过顾问委员会会议的形式研究各个体系共同关注的问题并制定共享的解决方案，从而在体系合作的基础上在横向上促进每个体系在中国运作的效率和一致性。在纵深上，我们将继续与BSCI、SA8000等体系推进双方体系间的融和与合作，争取尽早实现体系间的绩效互认。



在本报告的撰写过程中，各利益相关方提出了许多宝贵的修改意见和建议。在此，我们谨向以下机构致以诚挚的谢意（排名不分先后）：

- ◆ 工业和信息化部
- ◆ 国家发展和改革委员会
- ◆ 国务院国有资产监督管理委员会
- ◆ 人力资源和社会保障部
- ◆ 中国财贸轻纺烟草工会
- ◆ 中国纺织工业联合会各专业协会及所属部门

中国纺织服装行业社会责任建设推广工作大事记 (2005-2012)

2012 |

2012年3月12日

中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲和中国纺织工业联合会社会责任办公室副主任阎岩出席在伦敦召开的《联合国儿童权利与企业原则》全球发布会。

2012年2月28日

由中国纺织工业联合会与瑞联稚博儿童权利与社会责任中心共同开展的专项课题“关爱新生代年轻工人——倾听‘后80’青年工人心声”调研报告在北京发布。

2012年1月31日

中国纺织工业联合会与中国财贸轻纺烟草工会第十次联席会议在京召开。

2012年1月19日

工业和信息化部正式发布《纺织工业“十二五”发展规划》，该规划强调“加强行业自律，加大中国纺织服装行业社会责任管理体系（CSC9000T）推广力度”。

2011 |

2011年12月21日

中国纺织工业联合会与中国电子工业标准化技术协会签订社会责任战略合作备忘录，这是中国首个在行业组织间建立的社会责任领域的合作规划和工作机制。

2011年12月5日

阿迪达斯、耐克、H&M、李宁4家品牌公司的代表访问中国纺织工业联合会，就供应链社会责任，尤其是环保责任等问题进行了交流与沟通。

2011年11月16日

中国纺织工业联合会代表出席联合国贸易和发展会议（UNCTAD）、国际劳工组织（ILO）与经济合作与发展组织（OECD）在日内瓦联合举办的“全球价值链中的企业社会责任”圆桌会议。

2011年8月5日

中国纺织工业协会与社会责任国际（SAI）在北京正式签署合作协议，以促进纺织行业社会责任推广的国际化和社会责任实施的本地化。

2011年7月7日

由中国纺织工业协会社会责任办公室与瑞联稚博儿童权利和企业社会责任中心合作开展的“关爱新生代年轻工人——倾听‘后80’青年工人心声”调研项目正式启动。

2011年6月28日

中国纺织工业联合会与瑞典大使馆社会责任中心签署合作协议，合作开展“产业转移背景下的社会责任”专题研究。

2011年6月27-28日

2011中国纺织服装行业社会责任年会在北京举行，会议发布了“2010/2011年中国纺织服装行业社会责任报告”，16家企业联合发布企业社会责任报告。

2011年5月28-30日

由中国纺织工业协会与国际劳工组织、联合国工业发展组织及平湖市政府共同组织的“落实责任你我同行”中国纺织服装行业节能减排绿色技能培训暨企业可持续发展项目培训活动在浙江省平湖市举行。

2011年5月26日

在中国工经联“2011中国工业经济行业企业社会责任报告发布会”上，工业和信息化部党组成员、总工程师朱宏任明确表示支持纺织行业社会责任建设经验向电子行业推广。

2011年2月13日

中国纺织工业协会、中国财贸轻纺烟草工会第九次联席会议于在京召开。

2011年1月24日

工业和信息化部政策法规司召开纺织、电子行业企业社会责任工作座谈会。

2010 |

2010年12月28日

中国茶叶流通协会组织编写《中国茶行业可持续发展指导纲要》，中国纺织工业协会社会责任办公室专家应邀参与编写专家小组。

2010年12月22日

中国对外承包工程商会在其第六次会员代表大会上发布了《中国对外承包工程行业社会责任指引》，中国纺织工业协会为该《指引》的编制提供了技术支持。

2010年12月1日

江苏丹毛纺织股份有限公司、大进制衣厂编制的2009年度社会责任报告荣获“金蜜蜂2010优秀企业社会责任报告—成长型企业”奖和“金蜜蜂2010年优秀企业社会责任报告专项奖”奖。

2010年10月11日

中国纺织工业协会社会责任办公室、美国乔治·华盛顿大学法学院与中律原（咨询）北京有限公司在上海联合举办了主题为“平等用工 共同发展——打造人性化有归属感的企业”的专题培训活动。

2010年8月29日

由中国纺织工业协会社会责任办公室与温州服装商会联合举办的社会责任实战专题培训“工时控制与生产力提升”在温州举行。

2010年7月30日

中国纺织工业协会在北京召开2010年中国纺织服装企业社会责任报告联合发布会暨2005-2010年中国纺织服装行业社会责任建设五周年回顾，“落实责任，你我同行”中国纺织服装行业节能减排绩效评价活动启动。

2010年6月24 - 25日

孙瑞哲副会长应邀出席联合国全球契约领导人峰会。

2010年5月26日

孙瑞哲副会长出席2010年中国工业经济行业企业社会责任报告发布会，中国纺织工业协会对会上发布的《中国工业企业及工业协会社会责任指南（第二版）》的编制提供了技术支持。

2010年2月25日

中国纺织工业协会中国财贸轻纺烟草工会第八次联席会议召开，中华全国总工会表示将继续支持行业的社会责任建设以及合作推广。

2010年1月12日

中国纺织报社、《中国纺织》杂志、《纺织服装周刊》等媒体将2009年10家纺织服装企业联合发布社会责任报告评为2009年行业十大新闻事件之一。

2009 |**2009年12月2日**

在《WTO经济导刊》杂志社、中德贸易可持续发展与企业行为规范项目等机构举办的第二届中国企业社会责任报告国际研讨会上，中国纺织工业协会获评“中国社会责任报告发展特别贡献奖”。

2009年11月30日

山西省在“2008年度山西最具社会责任中小企业”的表彰活动中，参考CSC9000T中国纺织服装企业社会责任管理体系等标准，对本地中小企业履行社会责任的状况进行评价。

2009年11月30日

中国纺织工业协会副会长孙瑞哲会见法国外交部社会责任大使米歇尔·杜山（Michel Doucin）先生一行。

2009年11月21日

中央电视台财经频道（CCTV2）播出专题片《责任的财富》，着重介绍了中国纺织服装行业社会责任建设推广工作的实践经验和所取得的成就。

2009年10月17日

中国纺织工业协会在北京举办了CSC9000T中国纺织服装企业社会责任管理体系（2008版）评

估师与培训师体系更新培训，22位企业社会责任专家参加了本次培训。

2009年10月5-6日

中国纺织工业协会代表出席亚太经济合作组织企业社会责任研讨会，向各国代表介绍了行业的社会责任建设工作。

2009年6月29日

中国纺织工业协会在北京人民大会堂召开中国纺织服装企业社会责任报告联合发布会，会上10家纺织服装企业首次联合发布社会责任报告，成为行业内首批发布经过独立验证的社会责任报告的企业。

2009年4月

《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》（CSR-VRAI）和《中国纺织服装企业社会责任报告指标定义与评估指引》（CSR-IDEAS）开发完成，中国业界自主开发的第一个社会责任报告验证体系正式建立。

2008 |

2008年11月18日

中国纺织工业协会与欧洲外贸协会（FTA）在北京召开“中欧供应链社会责任峰会”暨“2008中国纺织服装行业社会责任年会”，双方在此次峰会上签署了《中国纺织工业协会与欧洲外贸协会供应链合作宣言》。

2008年11月7日

中国纺织工业协会在北京组织召开了“CSC9000T中国纺织服装企业社会责任管理体系（2008年版）论证会”，论证组专家一致认为该体系达到了公开发表和实际应用的要求。

2008年10月11日

中国纺织工业代表团参加了世界纺织联合会（ITMF）毛里求斯年会，这是中国加入世界纺织联合会后首次参加其活动，孙瑞哲副会长在大会上发表了题为“迈向可持续——产量、附加值和社会责任”的主题演讲。

2008年9月22日

9月22-23日及25-26日，CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系第一期内部审核员培训班分别在上海和广州举办；来自41家CSC9000T首批试点企业、产业集群地骨干企业和纺织产品开发基地企业的130余名代表参加了为期两天的培训。

2008年9月2日

9月2日到5日，应挪威王国外交部及挪威道德贸易倡议组织（ETI-Norway）的邀请，中国纺织工业协会社会责任办公室副主任阎岩及首席研究员梁晓晖访问了奥斯陆，并就企业社会责任问题与各利益相关方开展了多种探讨和交流活动。

2008年8月

中国纺织工业协会加入联合国全球契约组织，成为中国第一个加入该倡议的产业组织。

2008年6月18日

中国纺织工业协会在京召开发布会，隆重推出《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATEs）及《2007中国纺织服装行业社会责任年度报告》，标志着社会责任报告制度在行业层面和企业层面均正式确立。

2008年4月18日

中国纺织工业协会在北京举办了为期三天的CSC9000T第三期培训师、评估师培训班，来自中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会（RSCA）合作机构的16位企业社会责任专家参加了本期培训。

2008年4月18日

中国纺织工业协会孙瑞哲副会长应联合国贸发会议（UNCTAD）/世界贸易组织（WTO）下属机构世界贸易中心（ITC）的邀请赴加纳首都阿克拉，参加了第十二届联合国贸易与发展会议（UNCTAD XII）中的“世界投资论坛（WIF）”，介绍了中国纺织行业实施CSC9000T，加强企业社会责任建设，维护公平贸易环境等有关工作的新进展。

2008年4月2日

中国工业经济联合会在北京会议中心举办了“社会责任高层论坛暨社会责任指南发布会”，中国纺织工业协会社钰洲会长应邀出席了会议并做专题发言。

2008年3月4日

中国纺织工业协会副会长孙瑞哲在广东省东莞市会见耐克公司副总裁Hannah Jones女士一行，就行业协会与国际品牌共同在供应链上推行社会责任等问题交换了意见。

2007 |**2007年12月18日**

中国纺织工业协会在京召开2007年中国纺织服装行业社会责任年会，推出中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T推广建设的“200-8”计划。

2007年12月1日

中国纺织工业协会与国际劳工组织、联合国工业发展组织（CNTAC/ILO/UNIDO）三方社会责任合作项目展开，来自广东中山、江苏盛泽、浙江海宁三个地区25家企业的180多名管理者与员工代表参与了国际劳工标准与社会责任管理培训。

2007年11月28日

11月28日到12月7日，应欧洲外贸协会等机构和公司的邀请，孙瑞哲副会长率中国纺织工业协会社会责任代表团赴欧洲进行了工作访问。

2007年11月21日

由中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室与北京大学妇女法律研究与服务中心联合举办的“防治职场性骚扰与企业社会责任”专题培训在北京爱慕内衣有限公司举行。

2007年11月12日

“CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系”荣获2007年中国纺织工业协会科技进步一等奖。

2007年10月23日

中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会在上海和深圳分别举办了企业社会责任与《劳动合同法》的专题培训活动。

2007年8月31日

CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系“10+100+1000”项目中的濮院、深沪、平湖、海宁与金坛5个产业集群的50多家企业完成了CSC9000T初始评估工作。

2007年8月10日

2007年8月10到12日，CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系第二期培训师、咨询师培训班在京举行。

2007年7月26日

2007年7月26日到8月11日，CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系“10+100+1000”项目启动仪式暨普及培训活动分别在濮院、虎门、石狮、深沪、平湖、海宁、开平、金坛及中山四省九个产业集群举行，国家发改委、中国纺织工业协会、相关地方政府、行业协会及相关企业、媒体等代表2700多人，900多家企业、100多家/次媒体参与。

2007年6月28日

中国纺织工业协会应邀为中国轻工业联合会所属50余家分会的代表进行企业社会责任专题培训。

2007年6月16日

中国纺织工业协会企业社会责任特约媒体观察员研讨会在京举行，近20家媒体代表出席研讨会。

2007年5月22日

国家发改委发出纺织行业社会责任建设进展情况报告。

2007年5月18日

中国纺织工业协会与欧洲外贸协会在北京签署社会责任建设合作协议。

2007年5月9日

2007年5月9日和10日，中国纺织工业协会企业社会责任建设推广委员会为国内非政府组织提供企业社会责任培训，全国各地的近30位非政府组织的中高层管理人员出席。

2007年4月13日

CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系通过成果评审。

2007年4月3日

国家发改委对2007年纺织行业标准项目计划予以公示，CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系被列入行业标准计划。

2007年3月31日

中国纺织工业协会企业社会责任建设推广委员会颁发首批CSC9000T评估师、培训师资格证书，这标志着中国纺织行业社会责任的建设推广工作进入了更加科学、全面、高速和标准化操作的新阶段。

2007年3月12日

杜钰洲会长再提“关于在纺织服装企业落实社会责任的两项政策建议的提案”，在其中提出了关于解决农民工的社会保险跨地区支付和使用问题和关于在我国劳动法框架内允许企业在短时间内延长工作时间的法律解释问题。

2007年2月28日

中国纺织工业协会、中国财贸轻纺烟草工会第五届联席会议召开，共同探讨共建和谐劳动关系等问题。

2007年1月18日

企业防治性骚扰机制国际研讨会召开，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室作为合作方参与了由北京大学法学院妇女法律研究与服务中心主办的国际研讨会，会议充分肯定了CSC9000T在防治性骚扰方面率先的成功经验。

2006 |**2006年12月12日**

首届中国纺织服装行业社会责任年会召开，《2006中国纺织服装行业社会责任年度报告》发布。

2006年11月24日-12月1日

“提高中国纺织品行业环境和社会责任项目”在山东省德州、滨州、潍坊和淄博四地开展了企业社会责任专题培训活动。

2006年11月11日

2006年11月11日到18日，中国纺织工业协会与欧盟企业总司联合主办的中国——欧盟社会责任论坛及专题培训在虎门、石狮、海宁三个重要的纺织工业集群地举办。

2006年7月26日

财政部、国家发展和改革委员会、商务部联合发布的《关于促进我国纺织行业转变外贸增长方式，支持纺织企业“走出去”相关政策的通知》指出，“支持在纺织行业开展企业社会责任管理体系

建设，制定和完善纺织企业社会责任标准，并开展在国内外推广、实施”。

2006年6月13日

国家发展和改革委员会发布了《纺织工业“十一五”发展纲要》，指出“推动并完善中国纺织企业社会责任管理体系（CSC9000T）建设，落实企业社会责任”。

2006年4月29日

国家发改委、劳动和社会保障部等十部委联合发布《关于加快纺织结构调整促进产业升级若干意见的通知》，指出“鼓励纺织行业推动企业社会责任管理体系(CSC9000T)，推进落实企业社会责任”。

2006年4月1日

中国纺织工业协会、荷兰阿姆斯特丹大学、山东大学等合作开展的“提高中国纺织品行业环境和社会责任项目”启动。

2006年3月28日

CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系实施指导文件发布，CSC9000T十家企业试点项目启动。

2005 |

2005年11月30日

中国纺织工业协会应邀出席联合国全球契约中国峰会，并介绍了CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系的建设推广工作。

2005年10月27日

中国纺织工业协会与加拿大Hudson's Bay集团签订CSC9000T实施认可协议。

2005年5月31日

中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会成立，CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系（总则及细则）正式发布。

2005年3月22日

140家中国纺织服装企业联合发出《关于进一步加强企业社会责任》的倡议，倡导推动企业社会责任，支持中国纺织工业协会推出自律性的行业社会责任守则。

2005年1月17日

中国纺织工业协会杜钰洲会长率团赴北美出席多伦多举行的加拿大零售商大会和在纽约举行的世界零售商大会并在两地发表演讲，与零售商广泛沟通并介绍中国纺织工业协会在规范企业社会责任方面的构想。

附录二

中国纺织工业联合会社会责任办公室简介



中国纺织工业联合会社会责任办公室成立于2005年5月，是中国纺织工业联合会社会责任建设推广委员会（RSCA）的执行机构，也是中国第一个国家级的社会责任常设机构。

愿景

办公室秉承“建立符合国情的企业社会责任体系，协助企业改善管理，增强企业核心竞争力，引导行业可持续发展”的宗旨，通过建立和完善行业社会责任公共平台，提供社会责任专业服务协助成员企业、合作伙伴及其他利益相关方实现各自的社会责任目标，最终实现“提升企业文明，共建和谐社会，引导行业融入全球经济”的愿景。

职能与服务

依据中国法律、国际公约和行业特点运作并改进CSC9000T中国纺织服装企业社会责任管理体系；

为企业提供CSC9000T社会责任管理绩效评估并出具绩效评估报告，针对企业需求组织培训、咨询，帮助企业建立、保持符合CSC9000T要求的社会责任管理体系；

建立纺织服装企业社会责任资源库和管理绩效数据库，搭建纺织服装供应链社会责任信息共享平台和商务决策支持系统；

为纺织服装企业依据《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATES）开展社会责任绩效信息披露提供专业支持，并通过委托验证和鉴证等保证信息披露的质量；

策划、实施论坛、公开课以及调研项目，普及、推广社会责任理念和最佳实践；

为政府部门、社会机构、工会组织、其他行业组织和国际纺织服装供应链利益相关方提供社会责任和供应链相关议题的咨询和研究；

与教育和科研机构合作进行社会责任领域的教育和研究。

联系我们

中国纺织工业联合会社会责任办公室

地址：中国北京东长安街12号294室 邮编：100742

电话：010 - 85229735 传真：010 - 85229733

网址：www.csc9000.org.cn 电子邮件：info@csc9000.org.cn

中国纺织服装行业社会责任建设推广 2005—2012 发展进程



2009. 04

《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》(CSR - VRAI)和《中国纺织服装企业社会责任报告指标定义与评估指引》(CSR - IDEAS)开发完成。

2009. 11. 21

中央电视台财经频道(CCTV2)播出专题片《责任的财富》，着重介绍了中国纺织服装行业社会责任建设推广工作的实践经验和所取得的成就。

2009. 6. 29

中国纺织工业协会召开中国纺织服装企业社会责任报告联合发布会，会上十家企业首次公开发布社会责任报告。

2010. 6. 24—25

孙瑞哲副会长出席联合国全球契约领导人峰会。

2010. 7. 30

举办2010中国纺织服装企业社会责任报告联合发布会暨2005—2010中国纺织服装行业社会责任建设五周年回顾、“落实责任，你我同行”中国纺织服装行业节能减排绩效评价活动的启动仪式。

2010. 8. 29

社会责任实战专题培训“工时控制与生产力提升”在温州举行。

2011. 5. 28—30

“落实责任你我同行”中国纺织服装行业节能减排绿色技能培训暨企业可持续发展项目培训举行。

2011. 5. 26

工业和信息化部表示支持纺织行业社会责任建设经验向电子行业推广。

2011. 6. 27—28

2011中国纺织服装行业社会责任年会在北京举行。会上发布了行业社会责任报告，16家企业发布企业社会责任报告。

2011. 12. 21

中国纺织工业协会与中国电子工业标准化技术协会签订社会责任战略合作备忘录。

2012. 1. 19

工业和信息化部正式发布《纺织工业“十二五”发展规划》，该规划强调“加强行业自律，加大中国纺织服装行业社会责任管理体系(CSC9000T)推广力度”。

2012. 2. 28

由中国纺织工业协会与瑞联稚博儿童权利与社会责任中心共同开展的专项课题：“关爱新生代年轻工人——倾听‘后80’青年工人心声”调研成果发布会在北京举行。

2012. 3. 12

中国纺织工业协会副会长孙瑞哲和中国纺织工业协会社会责任办公室副主任阎岩出席在伦敦召开的《联合国儿童权利与企业原则》全球发布会。

