

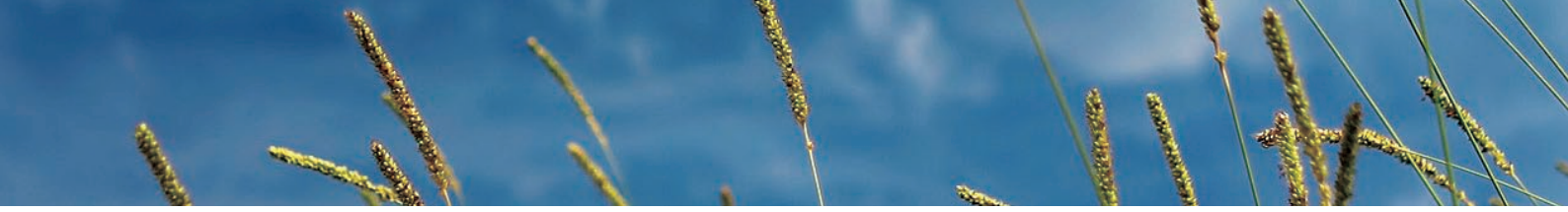


本报告采用环保纸印制

中国纺织服装行业
社会责任年度报告

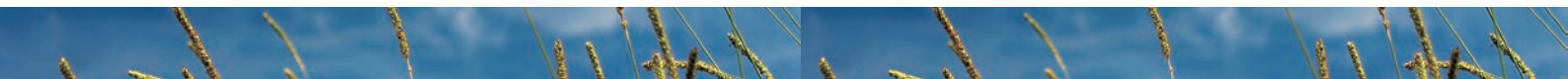


2007



目录

前言	04
第一部分：2007年度纺织服装行业发展状况及行业宏观因素变化的社会责任影响	06
一、2007年中国纺织服装行业发展状况	06
1. 行业产值与投资状况	06
2. 国内外市场表现	08
3. 行业运行质量和效益	10
二、2007年行业宏观因素的变化及其社会责任影响	12
1. 成本增长与利润压缩	12
2. 国家产业政策的变化	14
3. 就业保护标准的提高及《劳动合同法》的出台	15
4. 节能减排要求	17
5. 国际贸易环境的变化	18
第二部分：2007年度中国纺织服装行业社会责任建设状况	20
一、CSC9000T的推广实施、体系发展及专家团队建设	20
1. CSC9000T的实施与推广	20
2. CSC9000T体系发展与专家团队建设	21
二、国内外利益相关方关注与社会责任国际合作	21
1. 广泛的国内外利益相关方关注与影响	21
2. 社会责任国际合作	23
三、供应链战略合作与对话	25
1. 国际供应链战略合作	25
2. 行业社会责任年会及供应链对话	26
四、行业外企业社会责任普及行动	26
五、行业内其它社会责任实践	28





第三部分：CSC9000T试点项目及“10+100+1000”项目的实施 30

一、CSC9000T试点项目 30

- 1. CSC9000T试点项目的初始评估与培训 30
- 2. CSC9000T试点项目复评工作 32
- 3. CSC9000T试点项目复评结果综述 33

二、CSC9000T“10+100+1000”项目 45

- 1. “10+100+1000”项目的规划与目标 45
- 2. “10+100+1000”项目的实施情况 46

三、启示与思考 46

第四部分：中国纺织服装行业社会责任建设200·8计划 48

- 1. 继续落实“10+100+1000”项目 48
 - 2. 在重点行业内推广CSC9000T管理体系 48
 - 3. CSC9000T管理体系的升级、细化及标准化 49
 - 4. 建立并推广社会责任报告制度 49
 - 5. 持续建设和优化企业社会责任绩效数据库及资料库 49
 - 6. 培养企业社会责任管理人员 49
 - 7. 深化国际推广与合作 50
 - 8. 社会责任专题培训及咨询服务 50
-

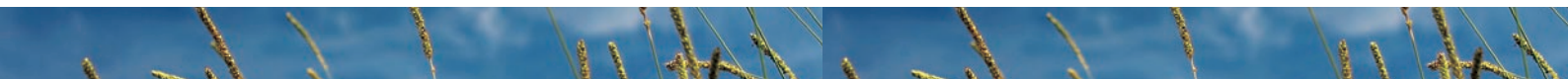
后记 51

中国纺织服装行业社会责任建设推广先进个人名单 52

中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会成员企业名录 53

中国纺织服装行业社会责任建设推广工作大事记 59

中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室简介 65

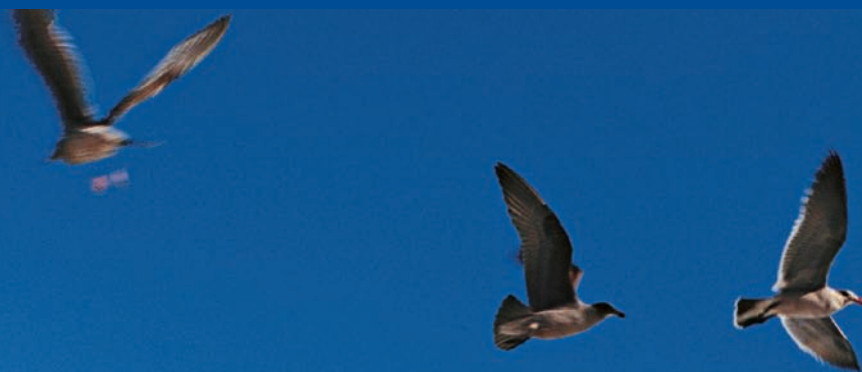




■ 前言

“昨日入城市，归来泪满襟，遍身罗绮者，不是养蚕人”——大约一千年前，北宋诗人张俞留给后人这样一首脍炙人口的《蚕妇》。张俞应该不会想到，这首诗或许使他成为了最早揭示纺织品供应链关系中社会公正缺位及责任失衡的评论家。实际上，无论从当今部分纺织服装企业内劳资关系的微观角度来看，还是从整个全球纺织服装供应链的宏观现实来看，这首诗都是一种直观、贴切而深刻的表述。这同时也表明，与纺织行业本身一样，纺织行业内及其供应链上公正而均衡的利益与责任分配是一个古老但又仍然新鲜的课题。

多年以来，中国纺织工业协会都致力于实现这一课题的正解。而2005年以来中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T的推行和实施则力图同时在中国纺织服装企业的微观层面和国际纺织服装供应链的宏观层面化解中国纺织服装行业所面临的这一发展难题：“蚕妇困局”（Silkworm Woman Dilemma）。在过去三年中，行业在实施和推广CSC9000T过程中所发生的各种事实和所获得的各个数据都一致表明：尊重劳动者主体地位，发挥劳动者首创精神，保障劳动者各项权益，促进劳动者与企业的全面协调发展，必将是纺织服装企业发展壮大过程中企业内部竞争力的核心保障；而降低消耗，保护环境，遵循行业发展与资源环境相协调、速度和结构质量效益相统一的原则建设资源节约型、环境友好型行业，实现行业的永续发展也必将会是未来发展过程中各外部利益相关方对纺织服装企业的紧迫要求；同时，确立责



任意识，树立世界眼光，加强全局思维，倡导和促进行业内良性竞争，确保全行业形成一个互利共赢、安全高效的开放型经济体系，并强化供应链上的价值和责任管理，从而提升整个行业在国际经济和产业形势发展变化中把握发展机遇、应对风险挑战的能力，也必将促进全行业产业结构优化升级，形成全行业在经济全球化条件下参与国际经济合作和竞争新优势的重要战略。

作为中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T这一行业管理创新措施和社会公益性技术研究的一部分，中国纺织工业协会从2006年开始发布行业层面的社会责任年度报告，以此方式确立一种定期的与利益相关方沟通的机制，以期展示行业在社会责任方面的年度工作新进展，并及时向利益相关方通报新情况与新问题，并最终帮助行业提高发展的质量和社会、经济效益。

本报告主体分为四个部分：第一部分在简述2007年度中国纺织服装行业发展状况的基础上分析各种行业宏观因素的变化及其对行业社会责任建设的影响；第二部分详细介绍2007年度中国纺织服装行业社会责任建设工作的具体行动和取得的进展；第三部分主要展示CSC9000T试点项目的结果与发现以及“10+100+1000”项目的阶段性实施情况；最后一部分则公布中国纺织服装行业2008年度的社会责任建设规划，即“200·8计划”。本报告由中国纺织工业协会主持编制，由中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室研究团队负责撰写，期间中国纺织工业协会领导和各部门给予了大力的资料支持并提出了许多宝贵的修改建议。

第一部分

2007年度纺织服装行业发展状况 及行业宏观因素变化的社会责任影响



一、2007年中国纺织服装行业发展状况

1. 行业产值与投资状况

行业产值——2007年，中国纺织服装行业整体生产与效益保持了较快增长，表现出良好的发展态势，产业结构进一步优化，但在产业调整步伐加快的同时也出现了企业两极分化加剧、困难企业增多的新情况。2007年1到11月，行业规模以上纺织企业累计完成工业总产值27888.44亿元，同比增长22.53%，增速较2006年增加0.75%；全年工业总产值预计达到了30800亿元，同比约增长22.4%。另一方面，行业工业总产值增速全年呈现趋缓态势（图1-1）。

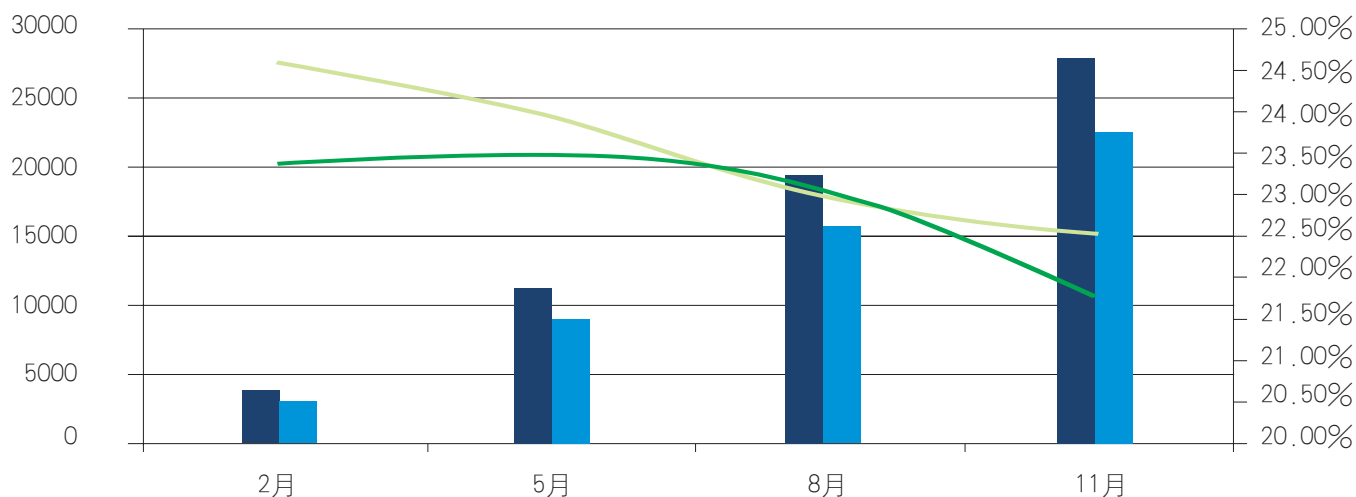


图1-1：2007年与2006年我国纺织工业总产值及增速趋势比较
资料来源：中国纺织工业协会《中国纺织工业发展报告2007-2008》

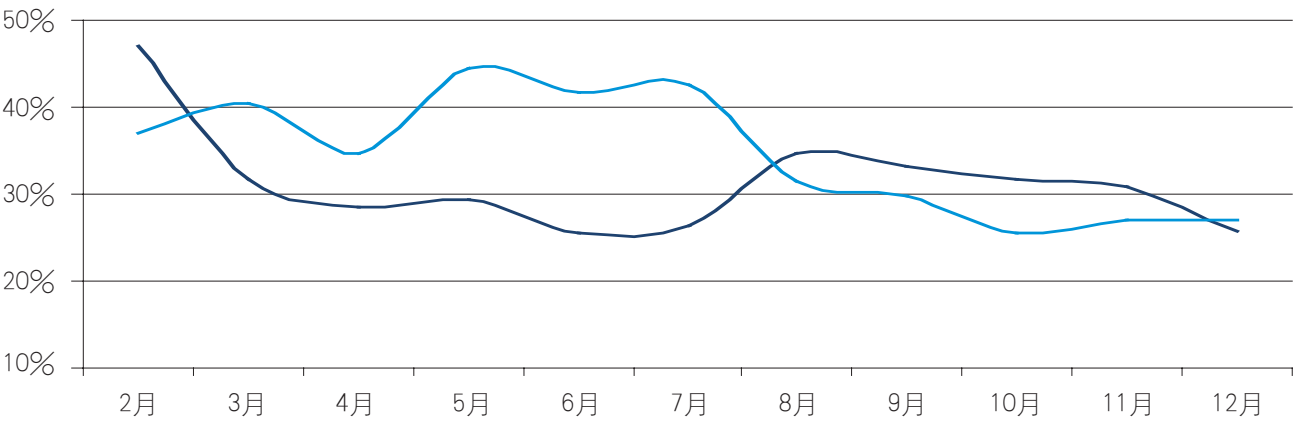


图1-2：2007年与2006年我国纺织行业固定资产投资趋势比较
资料来源：中国纺织工业协会《中国纺织工业发展报告2007-2008》

— 2007年
— 2006年

投资状况——2007年我国纺织行业内规模在500万元以上的企业固定资产投资项目实际完成投资总额达2552.12亿元，同比增长25.74%。从全年的投资增速来看，2007年7

月份之前投资增速呈现趋缓的态势，随着纺织企业抗风险能力的不断增强及信心增长，8月份之后，行业投资出现了加快趋势，到2007年末，投资增速又有所回落（图1-2）。



2. 国内外市场表现

国内市场——2007年，我国国内市场需求继续保持旺盛增长，行业内企业内销比重也继续增加。同时，内销市场升级、市场细分、商业创新对行业的拉动作用进一步增强。国家统计局统计显示，2007年全年累计社会消费品零售总额为89210亿元，比上年增长了16.8%，而同期全国服装鞋帽针纺织品类限额以上批发和零售额同比增长28.7%，增速比上年加快了9.5%，也比同期社会消费品零售额增速高出11.9%。这一趋势也同样体现在消费水平和结构的变化上。例如，2007年我国城镇和农村居民收入按可比价分别增长12.2%和9.5%，而衣着消费的支出按可比价则分别增长16.46%和16.57%，分别超过收入增幅4.26%和7.07%。其中，农村居民相对城镇居民的衣着消费增长幅度更大，表现出巨大的市场

潜力。在旺盛的国内市场需求的拉动下，2007年1到11月，规模以上纺织企业累计完成工业销售产值27156.10亿元，其中内销占全部销售产值的75.04%，所占比重比2006年同期提高了1.87个百分点。

虽然国内市场和需求都在持续增长，但我国服装类商品零售价格却显示出明显的下降趋势。根据中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业统计，全国重点大型百货商场服装销售总额同比增长了23.26%，比上年同期提高了约5%。但是根据国家统计局统计，2007年1到12月，我国服装类商品零售价格指数均为99.4，全年持续下降。可以看出，服装类商品在国内消费品价格指数不断上涨的背景下，充足的纺织品及服装供给保证了相对平稳的市场价格，为我国整体物价水平的稳定做出了贡献（图1-3）。

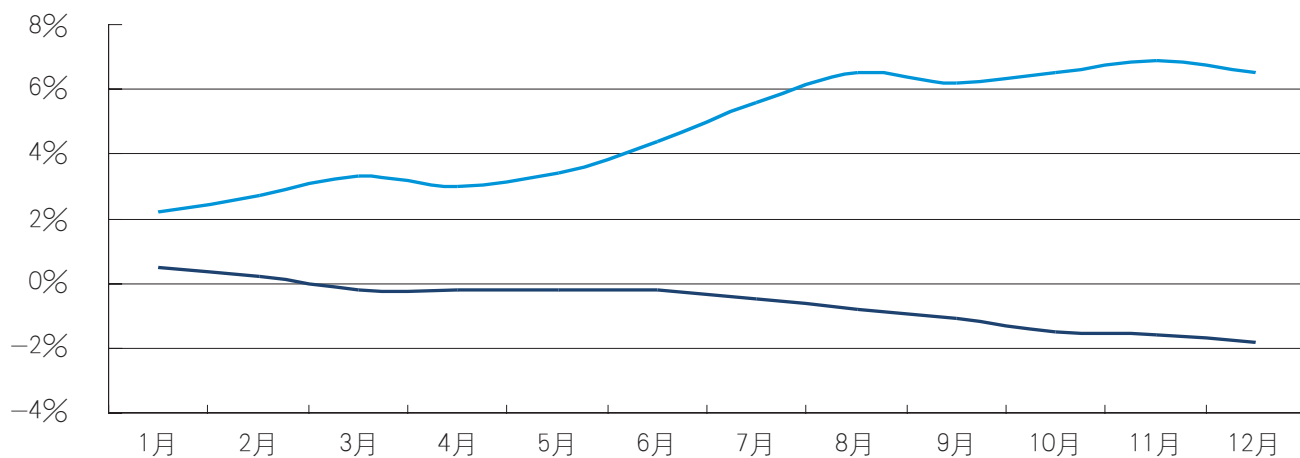


图1-3 2007年我国居民消费价格指数与衣着类价格指数变化趋势比较
资料来源：中国纺织工业协会《中国纺织工业发展报告2007-2008》

—— 居民消费价格指数
—— 衣着类价格指数



国际市场——2007年，我国纺织服装类产品出口增幅趋缓，但出口竞争力持续提升。2007年，我国纺织品服装出口总额为1756.16亿美元，同比增长19.11%，增速同期回落6.03%；其中服装出口总额为1150.74亿美元，同比增长20.89%，增速回落8.02%。从出口市场分布来看，我国纺织服装出口区域多元化的程度进一步深化（表1-1）。尽管美国、欧盟这两大市场受市场需求影响在纺织品服装进口方面全年增速一路减缓，但东盟、俄罗斯、非洲等新兴经济体发展较快，带动我国纺织品服装出口保持了较快的增长水平。

尽管国际经济疲软对纺织品服装国际贸易影响较大，但与国际大环境比较来看，中国纺织工业仍然表现出较强的竞争力。

2007年，我国纺织品服装的出口价格指数同比上涨7.70%，其中纺织品上涨3.71%，服装上涨9.93%。同期，我国纺织纱线、纺织织物、纺织制品、服装及衣

着附件的出口竞争力指数分别达到了26.62%、50.75%、68.58%和96.64%，比2006年全年分别提高了8.7、1.67、3.69和0.54个百分点。

国家或地区	出口额(亿美元)	同比增长(%)
香 港	182.28	1.02
澳 门	9.27	13.54
台 湾	6.87	4.97
日 本	203.43	4.04
韩 国	56.95	6.53
土 耳 其	28.67	41.87
东 盟	109.24	53.23
欧 盟	292.14	-0.67
非 洲	91.14	34.49
澳大利亚	29.35	18.87
美 国	266.34	14.42
加 拿 大	45.74	41.50
墨 西 哥	17.5	8.94
俄 罗 斯	100.67	101.54

表1-1 2007年我国纺织品服装对主要市场出口情况

资料来源：中国纺织工业协会《中国纺织工业发展报告2007-2008》

3. 行业运行质量和效益

运行质量——2007年，在技术水平进步、行业管理水平提高等因素的共同作用下，纺织行业的运行质量进一步提升。1到11月期间，全行业劳动生产率达7.44万元/人，同比增长22.37%，增速较2006年同期加快了5.45%；三费比率为6.24%，比2006年同期下降0.20个百分点。

效益水平——2007年我国纺织服装行业的经济效益水平也不断提高。1到11月期间，规模以上纺织企业累计实现利润总额1063.46亿元，同比增长36.99%，增速较2006年同期提高了7.45%。2007年，全行业平均利润率达到了3.97%，比2006年提高了0.42%；销售毛利率达11.16%，比2006年同期提高0.59%；成本费用利润率为4.18%，比2006年同期提高0.48%。

效益指标	劳动生产率			产品销售率			三费比例		
	本年累计 (万元/人)	去年同期 (万元/人)	本年累计 (%)	去年同期 (%)	增减 (百分点)	增减 (%)	本年累计 (%)	去年同期 (%)	增减 (百分点)
全行业	27.94	23.70	97.37	97.60	-0.23	17.89%	6.24	6.44	-0.20
棉 纺	28.11	23.58	97.67	98.05	-0.38	19.21%	5.05	5.14	-0.09
毛 纺	41.48	36.16	97.23	98.04	-0.82	14.71%	4.99	5.07	-0.08
麻 纺	18.31	14.76	95.82	96.68	-0.86	24.05%	6.70	6.96	-0.26
丝 绸	33.99	28.55	97.22	97.59	-0.37	19.05%	5.16	5.16	0.00
制成品	33.49	28.36	97.61	97.73	-0.12	18.09%	7.13	7.15	-0.02
针 织	22.50	18.98	97.87	97.30	0.57	18.55%	7.04	7.40	-0.36
服 装	18.56	15.94	97.00	96.96	0.04	16.44%	8.29	8.80	-0.51
化 纤	90.88	74.71	97.21	98.06	-0.85	21.64%	4.58	4.47	0.11
纺 机	35.71	29.21	96.08	97.00	-0.92	22.25%	9.29	9.97	-0.68

表1-2 2007年1-11月纺织分行业运行质量情况

资料来源：中国纺织工业协会《中国纺织工业发展报告2007-2008》

	利润（亿元）	同比（%）	新增利润占比（%）
全行业	1063.46	36.99	—
棉 纺	282.83	42.72	29.48
毛 纺	53.19	19.23	2.99
麻 纺	6.45	12.56	0.25
丝 绸	28.36	0.57	0.06
制成品	83.74	29.65	6.67
针 织	106.18	25.54	7.52
服 装	277.29	27.12	20.60
化 纤	138.82	109.27	25.24
纺 机	28.56	39.56	2.82

表1-3 2007年1-11月纺织分行业效益情况

资料来源：中国纺织工业协会《中国纺织工业发展报告2007-2008》



结构调整与利润分配——2007年，在国民经济科学

发展以及纺织工业由传统粗放经营向质量效益型经营转变的内外因素推动下，纺织工业产业结构调整 and 产业升级步伐加快，企业优胜劣汰情况加剧，盈利能力两极分化的趋势明显。纺织工业规模以上企业在2007年1到11月期间实现的1063.46亿元利润总额中的90%是由占行业31.8%的1.4万户企业所取得的。另一方面，占17%的企业亏损共计116亿元，另外51%的企业则处于亏损边缘。

根据行业统计数据，2007年1到11月，纺织行业44232户规模以上企业中存在大于全行业平均利润率的企业14071户，占全部企业的31.81%，其利润总额比上年增长52.88%，占全

行业利润总额的89.19%，利润率达到8.46%，比上年同期提高了1.35%，比全行业平均水平（3.97%）高出一倍多。其中，平均利润率大于10%的企业有3156户，占全行业的7.14%，利润总额比上年提高76.8%，占全行业的35.65%，平均利润率达到15.65%，比上年同期提高3.92个百分点。

2007年1到11月，规模以上企业中平均利润率小于3.97%的企业有30161户，从业人员705.81万人，分别

占企业总数的68.18%和从业人数的64.89%，其利润总额为114.95亿，仅占全行业的10.81%，平均利润率仅为0.74%，且比上年同期1.19%的水平又下降了0.45%。这些企业中包括7506户亏损企业，从业人员193万人，占行业企业总数的17%，亏损总额为116.07亿元，比上年同期增亏14.34%；另外22655户盈利企业，从业人员513万人，平均利润率也仅达0.88%，比上年同期下降0.58%。

二、2007年行业宏观因素的变化及其社会责任影响

1. 成本增长与利润压缩

2007年，受以下因素的影响，纺织服装企业生产经营的各项成本均出现了较高度度的上涨，严重压缩了行业的利润空间。

生产资料价格上涨——2007年，在中国经济出现结构性价格上涨和国际上游原材料价格持续上升的双重压力下，国内纺织服装行业的生产资料价格出现了成本推动型上涨现象。国内方面，根据国家统计局公布的数据，2007年我国居民消费价格指数（CPI）上涨4.8%，同期我国工业品出厂价格上涨3.1%，商品零售价格则上涨3.8%。国际上，2007年国际原油价格的大幅上涨，更使国内化纤行业利润受到严重挤压，化纤价格明显上扬；国际棉花价格的上涨，也使国内棉花缺口进一步加大，供求矛盾进一步加剧；产业链上游纤维价格的上涨，进一步带动了面料、辅料价格的普遍上扬。

人民币持续升值——中国银行《2007人民币市场年报》显示，2007年人民币对美元呈现持续升值态势，全年累计升值6.5%，而中国外汇交易中心的数据显示，到2007年底，人民币自汇改以来已累计升值超过10%。据行业测算，人民币每升值1%，将导致行业整体效益减少72亿元人民币。中国银行的报告同时认为，2008年人民币对美元升值幅度在8%—10%左右，这意味着人民币升值对纺织服装产品的国际市场价格优势将在一段时期内具有持续性的影响。



人民币利率调整 ——2007年，人民币利率政策的调整也增加了行业的信贷成本。央行全年共10次上调存款准备金率，使得存款准备金率达到15%的历史高点，同期6次上调存贷款利率，使得一年期贷款基准利率在年底提高至7.47%，这造成了纺织企业从银行贷款的难度进一步加大。根据规模以上全行业负债总额计算，2007年全行业多支付约150亿元银行利息。

在行业内为数众多的企业仍认为履行社会责任有赖于投入并可能导致企业成本上升的观念之下，行业成本的上升无疑会使更多的企业在社会责任投入方面更为犹疑不定。一方面，物价上涨赋予了行业内员工要求更好的薪酬待遇的市场依据，但另一方面，企业生产经营成本的上升又可能会使企业做出压缩员工福利待遇的选择，这一供求张力的极端结果就是企业的大幅裁员或关闭现象。另外，人民币的持续升值削弱了我国纺织服装产品在国际市场上的价格优势，而利率的增长则会进一步压制行业在新技术、新设备方面的投资热情，这对于员工的就业保障和职业保护，以及企业的发展都不是一种良性的环境。

当然，成本增长以及利润萎缩的压力也常常是刺激企业寻求生产效率提升方案的动力。同时，这种情况对于经济和管理基础较好的企业带来的冲击往往远远小于经营管理不规范的企业，从这个意义上，成本上升可能促进行业内的优胜劣汰，并会使社会责任基础良好的企业获得更为优质的劳动力资源。

2. 国家产业政策的变化

2007年，国家在各方面继续推行或新推出的各项产业政策与法律法规也对行业的发展具有深刻的经济影响和社会责任影响。

提升内需

——2007年6月再次修订后的《中华人民共和国个人所得税法》调高了个税起征点，同时，国家继续加大对落后区域和弱势群体的转移支付等政策，这有利于提高中低等收入人群的可支配收入和购买力水平，对提高整体经济水平和扩大内需起到积极作用。在国家宏观调控政策的作用下，国内消费需求不断趋于旺盛，2007年，我国纺织规模以上企业内销产值超过75%，内销市场成长为行业发展的主要动力。这不仅为纺织工业提供了良好的发展环境和市场条件，同时也会为广大纺织服装企业履行社会责任提供长期而不断丰富的物质基础，而随着国内消费者责任意识的不断增强，消费对社会责任的引导作用将渐趋强化。与国外消费者通过品牌商与零售商传递于中国企业的社会责任要求相比，国内消费者的责任要求将更为直接和集中，也更能促进行业内企业采取更为主动而深入的社会责任政策与行动。2007年中期的森马广告风波就表明了这一趋势。

统一税负

——2007年3月16日通过的《中华人民共和国企业所得税法》统一了内外资企业所得税，并对符合条件的小型微利企业规定适用20%的照顾性税率。这是扶持中小企业发展、促进就业、增强经济活力的一项重要措施。内、外资企业所得税制度的统一，实

现了税收负担纵向公平的理念，有利于为纺织服装行业企业创造公平竞争的税收环境，有利于促进经济增长方式转变和产业结构升级，也有利于促进区域经济的协调发展。纺织服装行业内存在为数众多的小型微利企业，这一政策的实施可以提高它们吸纳就业、活跃地方经济以及科技创新的积极性和能力，并有助于促进它们发展的速度和规模，而这些都是广大中小纺织服装企业对社会发展的重要贡献和责任所在。

再减出口退税

——继2004年与2006年出口退税率的两次调整后，2007年6月国家对服装与粘胶纤维的出口退税率再次做出调整：将服装的退税率由13%下调到11%，粘胶的退税率由11%下调到5%，调整幅度分别为2%与6%。出口退税向来被行业内以出口为主的企业视为“救命稻草”，此次出口退税率的大幅调整，必然意味着纺织服装企业利润的大幅下降，这一政策对于以外销为主的中小型纺织服装企业冲击尤为严重。



出口台账制度 ——2007年7月商务部与海关总署联合颁布的《加工贸易限制类商品目录》开始正式实施，纺织行业共1500多个税号的产品被列入限制类目录。这意味着，这些产品在进口原料时，需要将相当数额的保证金存入海关指定的账户，待出口核销后再取回保证金。这一政策的出台给行业内出口型企业带来了巨大而直接的资金压力，无疑将进一步增加这些企业的运营成本。

以上两项宏观调整政策的出台增加了纺织服装企业的政策成本。如同前文所述，成本增加对行业社会责任的表现是把双刃剑，它一方面可能在行业的宏观层面促进生产效率的竞争，促进纺织行业产业升级的步伐，有利于有实力的企业按照政策引导进行技术升级，实现产品附加值的提高和企业综合实力的提升。但是另一方面，成本增加可能在企业的微观层面上降低企业对社会责任的熱情以及为员工福利、劳动保护、环境保护和社会发展等方面的投入能力。



3. 就业保护标准的提高及《劳动合同法》的出台

2007年，国家出台了一系列旨在促进就业和就业保护的法律法规，这些法律法规呼应和印证了纺织服装行业近年的社会责任实践，也为行业内企业的社会责任建设提出了更细致的要求和更高的挑战。

就业促进 ——2007年2月14日国务院通过了《残疾人就业条例》，自2007年5月1日起开始施行。该条例要求用人单位安排残疾人就业的比例不得低于本单位在职职工总数的1.5%，不达比例的则应当缴纳残疾人就业保障金。条例同时要求用人单位应当依法与残疾人职工签订劳动合同或者服务协议，并为残疾人职工提供适合其身体状况的劳动条件、劳动保护和符合其实际情况的职业培训，并且不得在晋职、晋级、报酬、社会保险等方面歧视残疾人职工。

2007年8月30日，全国人民代表大会常务委员会通过了《中华人民共和国就业促进法》，自2008年1月1日起施行。该法要求用人单位在招用人员时应当向劳动者提供平等的就业机会和公平的就业条件，不得基于民族、种族、性别、宗教信仰等原因实施就业歧视。值得注意的是，该法第一次明确规定用人单位招用劳动者，不得以劳动者是传染病病原携带者为由拒绝录用。如果企业存在就业歧视情况，该法赋予了劳动者向人民法院提起诉讼的权利。该法还

明确规定，农村劳动者进城就业享有与城镇劳动者平等的劳动权利。

薪酬与福利标准的调整 ——2007年6月，劳动和社会保障部发布了《关于进一步健全最低工资制度的通知》，要求“继续加大调整最低工资标准的力度”，通过适时调整最低工资标准，确保最低工资实际水平不因当地消费价格指数上升而降低，并随经济增长逐步提高，使广大普通劳动者共享经济发展成果。《通知》还要求积极推动用人单位建立和完善工资集体协商制度，通过平等协商确定本单位的工资水平、工资分配制度、工资标准和工资支付办法等。

生产安全责任的提高 ——2007年3月28日国务院通过了《生产安全事故报告和调查处理条例》，自2007年6月1日起施行。这一条例为生产安全事故报告和调查处理工作提供了明确的操作规程，且规定了严格的逐级上报事故情况的时间限制。此外，条例明显加大了处罚力度。比如，对事故发生单位最高可处200万元以上500万元以下的罚款，对其主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员，最高可处上一年年收入60%至100%的罚款等等。

《劳动合同法》出台 ——《劳动合同法》的出台堪称2007年国内最有影响的社会责任事件。这部法律就劳动合同关系的建立、书面劳动合同的订立、企业规章制度、合同期限、试用期、劳动合同的履行、解除与终止、集体合同及劳务派遣等确立了详细的法律制度。

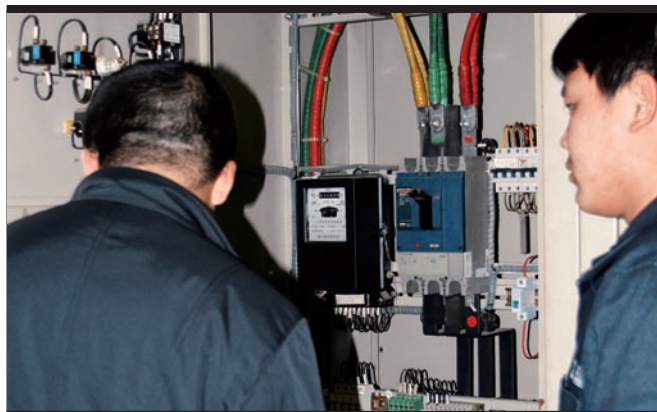
《劳动合同法》的出台必将对完善劳动合同制度，明确劳动合同双方的权利和义务，保护劳动者的合法权益，构建和发展和谐稳定的劳动关系产生深远影响，同时，该法中有关无固定期限劳动合同、经济补偿金、企业规章制度等规定则会对很多企业现行的劳动合同管理模式和人力资源管理理念形成冲击，企业用工的法律风险也可能因此提高。而对于行业内数以万计的缺乏管理基础和协商经验的中小企业而言，《劳动合同法》必然会在一段时期内增加其管理成本和人力成本。在这种情况下，《劳动合同法》配套制度的确立就显得更加紧迫。而对于纺织服装企业而言，中国纺织工业协会会长杜钰洲在2007年两会期间所提出的《关于在纺织服装企业落实社会责任的两项政策建议》则尤为重要，即解决农民工的社会保险跨地区支付和使用问题，以及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。此外，各个政府部门在切实执行《劳动合同法》的同时，应该向中小企业提供更为优质、高效而低（免）费的企业服务，协助和便利企业建立和实施《劳动合同法》构想的各项制度。

作为中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T的核心要素之一，劳动合同的规范与管理是中国纺织企业社会责任建设的重要内容。2007年10月，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室在上海、深圳两地举行了“劳动合同法专题培训”，来自50多家企业的逾100名企业管理者参加了此次培训。

4. 节能减排要求

《纺织工业“十一五”发展纲要》提出了纺织工业在“十一五”期间发展中的三个约束性指标，其中的环保指标明确提出：到2010年，单位产值的污水排放量要比2005年降低22%，节能减排工作已成为行业发展的重中之重。2007年中期爆发的太湖蓝藻污染事件再次向纺织印染业敲响了警钟：目前江苏省印染产能位居全国第二，印染加工业出口份额占全国印染加工业出口总量的1/3；而在全省960多家重点印染企业中，有570多家坐落在太湖流域，占全省印染企业的60%，印染废水排放量和COD排放量分别占全省印染行业的75.3%和72.3%。根据中国纺织工业协会的统计，目前印染行业用水量已居全国制造业第二，而水的重复利用率仅为7%。在这样的背景下，2007年国家对节能减排工作的监管力度不断加大，各省份也相继出台严格的污染物排放标准，政府通过各种价格手段促使企业增加节能减排的投入力度。

2007年5月，国务院发布了《节能减排综合性工作方案》，进一步明确了实现节能减排的目标任务和总体要求，提出控制高耗能、高污染行业过快增长，并要求在钢铁、纺织、造纸等重点行业，推广一批潜力大、应用面广的重大节能减排技术。在节能减排方面，《方案》要求强化企业的主体责任，即企业必须严格遵守节能环保法律法规及标准，自觉节能减排，并且按照“谁污染、谁治理，谁投资、谁受益”的原则，促使企业承担污染治理责任。2007年10月，商务部、环保总局发布了《关于加强出口企业环境监管的通知》，这一《通知》确立了“绿色外贸”的原则，要求加强出口管理环节企业环保达标审核，对查处属实的环境违法行为进行行政处罚并予以公开，在最严重的情况下，环保违法企业将被暂停出口资格。《通知》同时建议在化工、纺织、轻工等顺差规模大、增长快，



环境问题突出的行业率先推行企业环境监督员制度，即企业要设立环境管理机构、指派专门人员担任环境监督员，检查记录企业环境运行指标，定期向当地商务、环保部门报告并定期向社会发布企业环境运行情况报告，接受社会舆论监督。

节能减排工作的推进加大了纺织企业的生产运营成本，但从长远来看，强化节能减排也是推进发展方式转变、优化经济结构的重要手段。行业技术、装备将跟随节能减排的要求加快更新换代，产品升级过程随之加速，行业产业结构调整和产业升级步伐加快。为此，中国纺织工业协会在2007年以一系列举措推动这项工作在行业内的落实。2007年年初，根据国务院办公厅《关于印发第一次全国污染源普查方案的通知》，受国务院第一次全国污染源

普查领导小组的委托，中国纺织工业协会承担了纺织行业产排污系数核算课题的编制工作，并成立了课题组。2007年6月16日中国纺织工业协会与中国环境科学研究院合作协议的签署标志着课题进入了实质操作阶段。2007年10月，中国印染行业协会在其主办的2007全国印染行业节能环保年会上公布了行业第一批《中国印染节

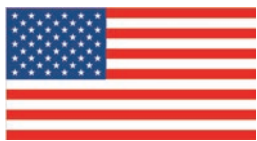
能减排先进技术推荐目录》。该目录共35项，主要涉及新型染整技术装备、新型纤维加工技术、废水循环使用和回收技术、印染废弃物的回收利用技术、产品在线检测和控制技术、新型高效染化料助剂技术等，以促进这些节能环保技术在行业内的普及应用和行业本身的可持续性发展。

5. 国际贸易环境的变化

2007年，中国纺织服装行业最主要的两个贸易市场欧盟与美国都出台了一系列对双边纺织服装贸易具有深远影响的措施，但是，这两个市场各自所采取的措施在社会责任内涵方面存在很大反差。

美国 ——美国政府在2007年

全年对从中国出运的棉制针织衬衫、棉制裤子、合成纤维布等21类纺织品实施了数量限制。



此外，2007年3月美国商务部决定就中国产铜版纸产品对中国适用反补贴法，并开始征收临时性反补贴税。此次裁决推翻了美方自1984年起确定的不对所谓“非市场经济国家”适用反补贴法的做法，同时也为美国纺织业提供了在2008年中美纺织品协议到期后另一种限制中国纺织服装进口的手段。美国商务部这一裁决做出后不久，美国纺织组织委员会（NCTO）等纺织行业组织就表示将把反补贴税作为另一个阻滞中国纺织产品进口的有效工具，并酝酿对中国服装发起反补贴调查申请。虽然美国国际贸易委员会在2007年11月20日最终裁

定取消了对中国铜版纸企业实施反倾销和反补贴制裁的决定，但是显然这种做法正成为中美之间一种新的贸易壁垒，而且得到了其他国家的效尤。例如，美国商务部在2007年7月就又宣布对中国产复合编织袋正式发起反倾销与反补贴的合并调查，而目前印度和土耳其对我国纺织服装发起的反倾销调查的案件次数已经超过了欧盟。显然，美国对中国纺织服装产品的限制正逐渐恢复传统的纯粹的贸易保护措施，与社会责任相关的讨论或措施尚未成为中美纺织贸易的主题之一。

欧盟 ——2007年4月初，欧盟

委员会副主席费尔霍伊根在北京明确表示欧盟不会对华实施贸易保护措施。2007年10月，中国政府与欧盟委员会达成了新的纺织品和服装贸易协议，决定将于2008年1月1日起按期取消十种输欧纺



织品的配额限制。这表明与中欧纺织品相关的贸易保护措施在2007年内被进一步削弱。但是, 另一个同样明确的事实就是, 与社会责任相关的主题, 从消费者保护、环境保护到贸易中的社会责任资质等, 也同时成为中欧在纺织品对话和相关举措中最为重要的内容之一。

欧盟《化学品注册、评估、许可和限制法规》(即REACH法规)于2007年6月1日正式生效, 它要求通过建立一个全面的化学品生产、进口监管系统, 对欧盟境内生产、使用中和在市场上销售的化学品进行监控管理, 目的在于保护人类健康和自然环境不受到化学品的负面影响。纺织工业属于化工行业的下游产业, 纱线、面料和由其制成的纺织制品和服装中会不可避免地含有一些化学物质。从长远来看, REACH法规严格的环境和技术标准在一定程度上有利于促进我国纺织企业改进技术工艺、提升产品质量, 从而推进纺织工业产业结构调整和产业升级。但从REACH法规执行初期来看, 由于相关标准的提高以及中国纺织企业普遍对此规定尚不了解, 中国纺织行业肯定要承担相当的负面影响, 其中最主要的影响是会增加纺织品服装出口的难度, 其次由于提高了染化料的价格和工艺、技术要求, 这也将增加纺织行业的成本。

2007年5月, 欧盟决定延长包括纺织产品在内的6类产品的环保标签有效期, 纺织产品环保标签有效期将被延长至2008年5月31日(原定截止日期为2007年5月31日)。该标签系统采用欧盟生态纺织品标签指令(2002/371/EC, 经修订)中确定的纺织品环保标准, 其中包括在运送及储存纺织产品的过程中, 不得使用某些化

学品; 不得使用重金属盐(铁除外)或甲醛进行剥色或脱色; 不得使用铬媒染料; 不得使用致癌、致畸或毒性染料以及不得使用对环境及健康有害的阻燃剂等规定。

2007年10月, 欧盟与中国达成了新的纺织品贸易协议, 中欧纺织品贸易改行“双重监控”制度, 即中方对这些类别的输欧产品实施出口许可, 欧方则实行自动进口许可制度, 且新协议比配额管理略为宽松, 出口受限的纺织品类别由10类变为8类。基于这一协议, 2007年10月下旬, 中国纺织品进出口商会、中国纺织工业协会、中国外商投资企业协会联合发布了《2008年对欧双边监控纺织品出口企业资质标准》, 其中要求对欧出口的纺织服装企业应当“遵守中华人民共和国相关法律和规章制度的规定, 尤其是在知识产权、环境保护方面连续三年没有违规行为; 符合有关商会、协会的有关行业自律要求。”其中, 履行社会责任, 主动完善社会责任管理体系就是诸多行业自律要求的一种。

综上所述, 伴随着我国纺织品出口规模的持续增长, 我国纺织服装行业正受到前所未有的两种贸易规则的同时冲击, 即贸易保护措施以及社会责任要求。虽然反补贴、反倾销等贸易保护措施仍将是今后一段时间内我国纺织品出口贸易面临的主要威胁, 但是目前我国纺织服装企业面对后者的经验远比面对前者的经验为少。从行业角度而言, 我们一方面应该鼓励纺织服装企业采取主动行动完善自身的社会责任管理和绩效表现, 另一方面也应警惕在国际贸易中社会责任要求蜕变为单纯的技术性贸易壁垒, 即所谓“绿色壁垒”和“蓝色壁垒”。

第二部分

2007年度中国纺织服装行业 社会责任建设状况



中国纺织工业协会副会长 陈树津

2007年是中国纺织工业协会在社会责任建设方面取得长足进展和战略突破的一年。报告本部分将从CSC9000T的实施项目与国际合作项目、CSC9000T体系发展与专家团队建设、国内外关注与影响、行业外企业社会责任普及行动、供应链战略合作与对话以及行业内的其他社会责任实践等五个方面介绍2007年中国纺织服装行业的社会责任工作。

一、CSC9000T的推广实施、体系发展及专家团队建设

1. CSC9000T的实施与推广

2007年是CSC9000T付诸实施的第二年，也是CSC9000T的实施由点及面、由浅入深、从试点走向成熟的一年。在这一年，我们首先完成了有10家企业参加的CSC9000T试点项目，通过2007年4月到7月的复评工作，北京爱慕内衣有限公司、北京铜牛股份有限公司、温州报喜鸟集团有限公司、苏州盖奇织染服饰有限公司、杭州汉帛（中国）有限公司、无锡红豆集团有限公司、温州乔顿服饰企业有限公司、山东如意毛纺织股份

有限公司、广东溢达企业有限公司等9家企业通过了复评，初步建立了符合CSC9000T要求的企业社会责任管理体系，从而成为CSC9000T首批执行企业。本报告第三部分将着重展示CSC9000T试点项目的结果与发现。

此外，作为CSC9000T由点及面实施的重要战略规划，CSC9000T“10+100+1000”产业集群推广实施项目在2007年正式展开。本报告也将在第三部分系统介绍该项目的规划及其在2007年度的实施情况。

同时，CSC9000T也得到了越来越多行业内企业的

认可与支持。例如，在2007年4月召开的中国服装行业“南山会议”上，参会的近百家中国服装企业共同制定了服装行业2007年的七大发展战略，其中之一就是“加强行业自律、规范市场秩序，使中国服装产业更好地融入国际产业链和供应链，以适应经济全球化的需要，协会积极倡导和落实中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T总则及细则。”

2. CSC9000T体系发展与专家团队建设

2007年，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室的研究团队在2005年发布的《CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系总则和细则》以及2006年发布的《CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系实施指导文件》的基础上，着重开展了体系评估和企业文件体系的研发工作。2007年3月，在CSC9000T试点项目复评之前，一整套包含35个文件与工具的《CSC9000T培训师与评估师业务文件》正式完成，同期完成的还包括便利企业在实施CSC9000T过程中参考的企业文件的示例版。至此，CSC9000T实施所需的所有文件与工具体系整体搭建完成。

在体系文件和实施工具不断趋于完备的前提下，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室正式开始了专家团队的建设。2007年3月，中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会对来自其合作机构德国汉德技术监督服务有限公司（TUV NORD）、北京经典智业认证咨询中心、香港通用公证行有限公司（SGS）的12位具有多年纺织行业社会责任审核、培训经验的专家进行了三天的集中培训，以使其掌握CSC9000T的体系要求和实施思路。考核合格后，这些专家成为首批CSC9000T评估师或培训师。中国纺织工业协会还在这期培训班上正式公布了《CSC9000T评估师与培训师职业规范与行为守则（试行）》，以此规范CSC9000T从业人员的资质条件、行为守则和其他从业要求。2007年8月，第二期培训师、评估师培训班在北京举办，来自包括挪威船级社（DNV）在内的四家合作机构的11位专家参加了培训，成为第二批CSC9000T评估师与培训师。

截至2007年底，CSC9000T专家队伍已超过30人，这些专家承担了全年中大部分与CSC9000T相关的工厂评估和社会责任体系培训与咨询工作。

二. 国内外利益相关方关注与社会责任国际合作

1. 广泛的国内外利益相关方关注与影响

CSC9000T的推出与实施在国内外产生了巨大的社会影响，获得了中国纺织服装行业各利益相关方的高度关注。在首届中国纺织服装行业社会责任年会上发布

《2006中国纺织服装行业企业社会责任年度报告》后不久的2007年1月，商务部主管的《WTO经济导刊》就将这一报告的发布列为“2006中国企业社会责任十大事件”之一，认为它“体现了中国纺织行业通过建立和



实施自律的行业规范，力图构建和谐企业、和谐产业集群、和谐行业、和谐全球供应链……来实现中国纺织工业的结构调整和产业升级，使中国从纺织大国转变为纺织强国的理念和实践过程，”并肯定了“行业协会在倡导实施高标准的商业道德和行为准则方面能够发挥重要作用。”

2007年4月，中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T研究成果评审会在北京召开，来自政府机关、研究机构和企业评审委员在《鉴定结论》中认为，“中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T的研究与实施，在现阶段具有重大的战略意义，它有助于我国经济发展和社会发展中，坚持以人为本，贯彻落实科学发展观，促进企业、产业、社会和谐发展。其独创的理论与产业实践紧密结合的研究和管理体系创新模式也值得推广。”2007年11月，CSC9000T因此荣获中国纺织工业协会科学技术奖一等奖。

2007年5月，国家发展和改革委员会在其网站发布了题为《纺织行业社会责任建设进展情况》的研究报

告。报告对纺织行业社会责任建设过程中积极组织调研、进行体系创新、成立专门负责机构、并积极开展重点企业试点工作与国际推广工作给与了高度赞扬。报告认为，这些举措促进了纺织企业管理观念的转变，有助于通过提高企业管理水平和核心竞争力提升企业的劳动生产效率以及经济效益，并对改善我国纺织行业在国内外的行业形象起到了积极作用。2007年9月，根据纺织产业政策和行业工作重点，国家发展和改革委员会更发文批准将《纺织企业社会责任管理体系CSC9000T》列入推荐性行业标准制定计划。

中国纺织行业社会责任建设所一贯遵循的“行业自律、以人为本、科学发展”的核心原则，以及行业推广中所取得的实际成效也赢得了相关国际组织的积极关注与高度认可，提升了中国制造业的良好国际形象。早在2006年10月，法国社会责任观察组织（ORSE）在其《中国的企业社会责任》报告中就明确指出“这一体系的目的在于创造一个公平竞争的市场，并提升中国制造业的国际形象。该管理体系的实用性使其可以帮助企业改进其社会和环境效益。CSC9000T也主张将其他利益相关方，主要是员工纳入决策过程。”

2007年2月，联合国经济和社会事务部在其第一期《可持续发展创新简报》中高度赞扬了中国纺织工业协会在可持续发展方面的创新精神和实际行动，认为“中国正积极做出努力使国家成为标准制定者，而不仅仅是对其他方面发展出来的标准的‘采用者’。CSC9000T就是一个由中国纺织工业协会在2005年制定出的纺织行



业标准。它基于中国法律法规，为有意承担社会责任的企业提供了一种管理体系。”世界银行在其《世界主要企业守则、原则与标准》列表中也把CSC9000T列为国别企业社会责任标准的范例。而美国贸易代表办公室的《2007年国家贸易评估报告》中国部分则充分肯定了CSC9000T所贯彻的“管理体系思路”，认为“越来越多的中国企业意识到了社会责任的重要性，但却仍被各种现存的社会责任标准和认证机构所迷惑。中国纺织工业协会制定了CSC9000T以确立中国的社会责任标准并在中国企业内加以推广。该标准基于相关中国法律法规并参照国际实践……CSC9000T被设计为一种用以培训会员在遵循中国法律标准方面的最佳实践的能力建设项目，而不是一种认证或审核体系。”

此外，CSC9000T也在2007年成为国际企业社会责任研究的热点之一。在这一年，先后有来自中国、美国、德国、新西兰、瑞典、英国、荷兰等国家的大

学和研究机构的学生、学者因研究需要联系了中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室获取有关信息。2007年1月和11月，丹麦哥本哈根商学院的EMBA学员两次通过了解CSC9000T的设计与实施学习了企业社会责任在中国的发展。根据我们通过互联网进行的不完全统计，目前国内外专门研究或附带研究CSC9000T及其实施的论文、报告超过了200篇，其中多数都对CSC9000T做出了客观的分析和积极的评价。例如，美国伊利诺伊大学法学院的学者Cynthia William与Li-Wen Lin在其2007年3月发表的一篇论文中指出“CSC9000T所设定的是一种长期的目标与承诺，而不是可即行实现的实体标准。CSC9000T是一种帮助企业

管理其社会责任风险、提升其社会责任表现的管理工具，而不是一种绩效认证标准。虽然CSC9000T在原则上没有法律效力，但是它对于帮助地方政府发展其评价制造企业的能力却会有其帮助。”

2. 社会责任国际合作

在社会责任国际合作方面，2007年中国纺织工业协会继续推进、实施、启动的两个主要的国际合

作项目，即与国际劳工组织（ILO）、联合国工业发展组织（UNIDO）三方合作举办的“中国纺织企业社会



责任项目”，以及由中国纺织工业协会、荷兰阿姆斯特丹大学、山东省环保局、山东大学等单位共同承担的“提高中国纺织行业环境和社会责任绩效表现项目”。

“中国纺织企业社会责任项目”采用管理层与工人共同参与的培训方法，从每个参与企业中挑选相关管理人员和工人共同参与培训，以改善工作场所的职能协作，促进企业内社会责任绩效改进的一致行动。该项目的培训内容包括工作场所合作、质量与生产力、清洁生产、职业健康与安全、人力资源管理五个主题，通过综合培训结合专家辅导与集中培训配合自我提升两种模式，不断改进参与企业在上述各方面的绩效状况。截至2007年底，来自广东省中山市、江苏省吴江市、浙江省海宁市等三个地区、共30家企业的240多人次的企业管理者与员工代表参与了这一项目。

“提高中国纺织行业环境和社会责任绩效表现”项目在2007年继续在山东省实施。4月和8月，山东纺织

行业企业社会责任管理深度培训班分别在潍坊和淄博举行，来自29家重点纺织企业的人力资源、安全、节能、环保的负责人参加了此次培训。这样，在近两年的时间里，来自88家山东纺织企业的500多人次的企业管理者先后在该项目中接受了社会责任与环境管理的专题培训。

此外，2007年11月底，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室启动了与中欧世贸项目（EUCTP）联合举办的“中国—欧盟企业社会责任‘培训者培训’（TTT）项目”，旨在增强CSC9000T执行企业的中高层管理者以及“10+100+1000”项目各产业集群地社会责任工作主要负责人员的能力建设，帮助其掌握社会责任管理的基本原理和方法，并进而指导参训者将培训中获得的经验有效传递到各自企业内部。2007年12月中下旬，该项目关于构建和谐劳动关系和负责任的生产两个单元培训已分别在北京和广州举行，两地的参训人员超过了70人次。



三. 供应链战略合作与对话

1. 国际供应链战略合作

2007年也是中国纺织工业协会在供应链社会责任战略合作与对话方面取得丰硕成绩的一年。2007年5月18日, 中国纺织工业协会与欧洲外贸协会(FTA)在北京签署社会责任建设合作协议, 就进一步在国际供应链上推广与践行企业社会责任达成共识, 共同致力于在中欧之间构建负责任的供应链战略合作。

双方据此协议结成促进负责任的供应链的合作伙伴关系, 并确定将在信息交流、以合作培训改进供货商社会责任绩效、交换供货商的评估意见、共同开发用于改进供应链社会责任的培训资料、促进供应链对话平台建设等方面开展积极的合作, 并争取最终统一双方体系以避免重复性工作。这一合作关系的确立堪称中国企业社会责任运动中的又一个里程碑, 它表明中国的企业社会责任建设进入了探索和落实供应链共同责任的新纪元, 这不仅将促进中欧企业在社会责任方面良性的互动发展, 而且也将对构建负责任的全球供应链具有重要的战略意义和示范作用。

2007年5月底, 中国纺织工业协会与欧洲外贸协会在深圳、上海对800多家中国供应商开展了关于双方体系的联合培训, 这是双方落实合作协议的第一个行动。2007年底, 中国纺织工业协会社会责任代表团赴欧洲进行了为期10天的工作访问。代表团成员包括CSC9000T

执行企业、产业集群、国家发改委、劳动部、商务部和中国财贸轻纺烟草工会以及中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室的代表共18人。访问期间, 代表团参加了社会责任欧洲(CSR EUROPE)在布鲁塞尔召开的欧洲社会责任市场大会, 分别与欧盟委员会、欧洲外贸协会、瑞典纺织品进口商协会、瑞典外交部、德国技术合作公司(GTZ)等政府部门和相关组织, 以及瑞典LINDE公司、STADIUM公司、INDISKA公司、德国OTTO公司、C&A公司、ARCANDOR公司等品牌商、零售商进行了社会责任的考察与对话。中国纺织工业协会在此次访问中还与瑞典纺织品进口商协会初步达成了联合培训及推动管理体系互认的合作协议, 以促进中瑞纺织品供应链上的理解与能力建设, 共同努力以逐步减少直至取消瑞典采购商对中国纺织服装企业的社会责任查验。

此外, 2007年8到10月, 中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室还先后与环球社会责任生产认可组织(WRAP, 原环球服装生产社会责任组织)、经济合作与发展组织(OECD)、美国迪斯尼(Disney)公司等开展对话, 讨论企业社会责任合作计划。



2. 行业社会责任年会及供应链对话

2007年12月18日，第二届“2007中国纺织服装行业社会责任年会”在北京人民大会堂召开。本届年会以“以人为本，承担责任，科学发展”为主题，总结了一年来中国纺织服装行业社会责任建设与推广工作所取得的成果，也提出了进一步推进行业社会责任建设的“200·8”行动计划（具体内容可见本报告第四部分）。会上，中国纺织工业协会会长杜钰洲指出，中国纺织服装行业社会责任建设是行业自身健康可持续发展的内在需要，国家发展和改革委员会副主任欧新黔则对中国纺织工业协会两年多来开展的企业社会责任工作给

与了十分积极的评价。在“构建负责任的纺织供应链”主题演讲中，来自欧洲外贸协会的代表做了题为“负责任的持续性纺织供应链解决方案”的演讲，而来自美国环球社会责任生产认可组织的代表则在其演讲中指出WRAP下一步将与中国纺织工业协会共同按照一种技术委员会的方式研究双方之间各种项目的协同与配合，并认为“由于CSC9000T与WRAP都是法治管理方案，相信二者之间存在着很大的整体互认的可能性。”会议最后表彰了25名“中国纺织服装行业社会责任建设推广先进个人”（名单见附件）。

四. 行业外企业社会责任普及行动



2007年，在中国纺织行业的社会责任实践不断获得各方关注和肯定的同时，中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会也展开了一系列的行业外推广和交流行动。这些行动在行业外产生了广泛而深远的社会影响。

2007年2月28日，中国纺织工业协会与中国财贸轻纺烟草工会召开了第五次联席会议。此次会议总结了推广中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T过程中所取得的成功经验，并对新形势下求真务实，建立和谐劳动关系，促进行业健康发展与和谐社会建设等问题进行了深入探讨。2007年6月28日，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室专家代表应邀出席了“中国轻工业联合会举行的企业社会责任专题培训会”，并且围绕“社会责任建设与产业发展”的主题，就企业社会责任在国内外的发展与实践以及中国纺织工业协会实施推广CSC9000T的经验等内容做了详细介绍，中国轻工业联合会领导在培训总结中指出了企业社会责任建设在引导行业健康发展中的重要性及紧迫性。中国轻工业联合会所

属50余家分会的代表参加了此次培训。

2007年，我们也加强了与行业外研究机构和非政府组织的交流与合作。2007年5月，在公益时报主办的“企业社会责任培训和国际交流项目”中，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室的专家向来自全国各地的近30位非政府组织的中高层管理人员讲解了企业社会责任建设中的企业视角，包括如何理解企业的社会责任工作、不同所有制企业在社会责任方面的特点以及企业与非政府组织之间各类关系模式的案例探讨。2007年11月，在中国国际民间组织合作促进会与宁夏回族自治区商务厅联合举办的“员工管理和企业社会责任”培训中，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室的专家受邀讲解了企业社会责任建设中职业健康与安全管理、劳动生产率提升等核心问题，并针对这些问题以CSC9000T为例提出了具体可行的解决方案。参加此次培训的既有来自宁夏当地的冶金、建筑、食品加工、纺织服装、电信、商贸流通等不同行业的国有、民营、合资企业的中高层管理者，以及宁夏总工会、轻纺工业局、质量技术监督局、法制办等政府有关部门的代表，也有妇联、宁夏企业家协会、扶贫基金会等公益组织和民间机构的代表。据悉，此类社会责任培训在西部地区尚属首例，同时也是中国纺织工业协会在中西部地区传播社会责任知识、培养可持续发展观念的开拓性活动。

2007年，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室和北京大学妇女法律研究与服务中心共同开展了“防治职场性骚扰”项目。2007年1月19到20日，双



方在北京举办了“建立企业防治性骚扰机制国际研讨会”，这是国内第一个由行业组织与研究机构携手研讨性骚扰防治问题的专题会议。中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室派出专家在会上介绍了CSC9000T在防治职场性骚扰方面的体系设计和实施经验，参会各方也充分肯定了纺织行业在率先防治性骚扰方面的成功经验。2007年11月，“防治职场性骚扰与企业社会责任”的专题培训在北京爱慕内衣有限公司举行，这使得爱慕成为国内第一家举办防治职场性骚扰专题培训的纺织服装企业。爱慕内衣有限公司的三十多位管理人员参加了此次培训。爱慕管理层表示将在CSC9000T企业社会责任管理体系框架内建立和完善有关制度，并使之更符合国际惯例，在更高层次上为员工创造安全、愉快的工作环境，同时也将加强防治职场性骚扰的培训与宣传，致力于预防、沟通和投诉，以确保企业在迈向国际化的过程中有效避免和应对有关风险。



五. 行业内其他社会责任实践

2007年，企业社会责任已经成为中国纺织服装行业最为关注的话题，对社会责任阐释与倡导也成为业内人士的积极主张和一致行动，因此2007年，在协会主导的社会责任工作之外，行业内还出现了许多其他的社会责任亮点。

2007年全国人民代表大会及全国政协会议期间，纺织服装界代表与委员的提案使得企业社会责任成为了本次两会提案的重要主题之一。全国人大代表、江苏梦兰集团董事长钱月宝提案呼吁民营纺织企业家要承担起应有的责任，既要带头致富，更要共同致富，实现利益共享。全国人大代表、浙江万事利集团董事长沈爱琴认为中国从纺织大国向纺织强国的迈进过程中，不仅要完成从量到质的转变，更要树立对人、对社会、对环境负责任的行业可持续发展机制，因此她提出议案，建议及时明确“企业社会责任”的详细内容，在《公司法》总则中加入一条“公司须切实承担起安全生产、保护环境、职业健康、维护劳动者的合法权益”等社会责任内容。全国人大代表浙江富润控股集团党委书记、总经理赵林中则提案建议国家应充

分发挥税收政策的杠杆调节功能，对纺织行业职工收入低下问题给予以高度关注和政策支持，进一步协调好社会分配公平问题。全国人大代表、波司登股份有限公司董事长高德康则从行业发展的角度指出打造更多的自主品牌，加强知识产权保护，创建公平竞争的市场也是中国纺织服装企业家的责任。

在行业诸多关于社会责任的议题中，以主动行动维护员工权利也已经开始成为行业内企业对社会责任核心要求的普遍共识。在2007年6月中华全国工商业联合会、中华全国总工会举办的第四届“关爱员工，实现双赢”表彰活动中，来自纺织服装行业的江苏裕纶纺织集团有限公司、吉林省服装总公司、广东富绅集团有限公司、江苏双山集团股份有限公司、泉州九牧王洋服时装有限公司等企业的高层管理者荣获“全国关爱员工优秀民营企业家”称号，这些企业都以多种多样的积极行动促进员工与企业的平衡健康发展。

此外，北京李宁体育用品有限公司、湖南省忘不了服饰有限公司等在企业社会责任方面的主动行动也都获得了诸多利益相关方的高度关注与赞赏。



CSC9000T

中国纺织企业社会责任管理体系
China Social Compliance for Textile & Apparel Industry
系统提高社会责任管理水平 持续提升行业整体竞争力



■ 管理体系



■ 劳动合同



■ 童工



■ 强迫或强制劳动



■ 工作时间



■ 薪酬与福利



■ 工会组织与集体谈判权



■ 歧视



■ 骚扰与虐待



■ 职业健康与安全



CSC9000T

“10+100+1000”项目

在十个左右纺织服装产业集群内选择百家骨干企业建立中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T，对上千家中小纺织服装企业进行社会责任基础培训，并在项目实施过程中为各产业集群、骨干企业及中小纺织服装企业培养1500名左右企业社会责任管理人员。

第三部分

CSC9000T试点项目

及“10+100+1000”项目的实施

一、CSC9000T试点项目

1. CSC9000T试点项目的初始评估与培训

2006年3月28日，中国纺织工业协会正式启动了CSC9000T试点工作，并为此确定了首批10家试点企业。自2006年4月起，试点工作按照“初始评估、培训、复评”3个阶段的设计开始进行。初始评估是依据CSC9000T的体系要求对试点企业的企业社会责任现状，通过现场观察、员工访谈以及文件查看等方式进行的摸底评估，并做出关于该企业社会责任已有绩效和现存问题的分析与评估报告。报告递送企业之后，企业首先根据报告中所指出的问题进行自我整改，同时试点企业管理层接受CSC9000T专家关于绩效改善以及体系建设的现场培训，并与专家制定培训后体系建设的具体计划。在体系建设完成之后和复评之前，企业可以有不少于两个月的试运行时间，而复评则是考察体系建设的完整性及其运作的有效性，同时验证初评问题的改进状况。2006年5月中旬，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室专家评估组开始了对10家试点企业的初始评

估。6月底，初始评估工作顺利完成。2006年8月初，体系培训开始。到2006年11月初，CSC9000T专家对10家试点企业的体系培训圆满结束，各试点企业也在同期展开了体系建设工作。从2007年1月中旬开始，各试点企业进入体系试运行阶段。

根据中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室规划的体系建设的程序，试点企业在按照初评报告进行自我整改之后，CSC9000T的实施即进入培训阶段，也就是具体的实施阶段。从2006年8月初开始，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室安排一名培训专家进入每家试点企业，对企业管理人员和员工代表进行为期两天半共16小时的培训。培训内容包括两个主题，分别是CSC9000T社会责任状况分析和CSC9000T社会责任管理体系建设。前一主题着重展示和分析行业企业，尤其是受评企业本身在各个要素方面所存在的各种问题，以此向企业管理层明确各个要素的具体要求和规则。第二个主题则主要说明社会责任管理体系的建立方法与运作过

程，并传授体系文件的编写方法和体系运行的基本控制方法，帮助企业管理者理解社会责任管理体系的基本原理。在恰逢生产旺季的两个多月的培训中，各试点企业都能安排中高层管理人员全程参与培训，甚至于某些企业的高层管理者也参加了培训。10家试点企业参训总人数超过了300人。

在每家企业的培训结束之后，培训专家都应当与包括高层管理者在内的企业管理者进行约两个小时的沟通，主要是确定培训结束后企业在改善行动、企业社会责任团队建设、资源配置、宣传与再培训、以及体系文件编写等方面的具体工作和时间安排，并在此沟通的基础之上形成《CSC9000T体系建设规划》，作为双方后续工作的基础安排。在这一规划中，体系文件编写是社会责任体系建设的核心部分，受评企业可以在培训的基础之上，依据中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室所提供的CSC9000T实施指导文件并结合本企业的具体情况开始编写社会责任管理体系文件并制定相关管理制度和程序。企业在编写文件和解决问题的过程中，可以通过各种方式咨询培训师或者中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室，后者也可以应企业的要求派遣专家进行现场指导。从2006年8月初到2007年4月中旬期间，中国纺织工业协会共派出了32人次的专家力量对各试点企业进行现场指导，专家们也接受了各试点企业通过电子邮件、电话等方式进行的80余次的有关体系建设和问题改进的咨询。

根据各企业与培训师确定的《CSC9000T体系建设规划》及中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室的后续跟进，各试点企业一般均在培训结束后的两个月内完成了文件的编写、评审与传达、体系管理人员的配置、体系管理制度的确立和体系运行资源的配备等工作，之后各试点企业的CSC9000T管理体系进入为期二到三个月的试运行阶段。在这个阶段，企业可以根据运行情况及时调整体系的各个方面，使其达到一个最适宜、最有效、最稳定且最经济的最佳状态，并尝试利用体系的运行预防和解决社会责任问题。在体系充分确立且试运行基本稳定的前提下，企业可以申请进行复评。





2. CSC9000T试点项目复评工作

2007年4月9日，CSC9000T试点项目的复评阶段在江苏省无锡市红豆实业股份有限公司拉开帷幕。复评工作主要关注CSC9000T体系的合规性、有效性和适宜性，同时对初始评估中所发现的问题是否得到了体系化的解决和预防进行检验。为此，各试点企业在复评中的第一项工作就是向专家组提交《问题改进报告》和《CSC9000T体系建设报告》。《问题改进报告》主要介绍企业针对初始评估报告中所确定的问题所采取的改进措施及其进度安排和实际效果。改进报告要求涵盖初始评估报告中所指出的所有问题，同时，各试点企业也就那些存在不同意见的问题与评估专家进行了深入讨论。《CSC9000T体系建设报告》则侧重企业在CSC9000T体系建设方面所做的工作和投入，包括人员配置、资源配备、宣传与培训、体系文件的建立与传达等。各企业也在这一报告中反馈了企业在适用体系中的感受以及对体系改进的意见和建议。此外，复评还通过问卷和专家面谈形式，就企业在社会责任方面的改进情况进行调查。尤其在问卷中，要求员工对企业初始评估时和复评时的社会责任表现进行百分制打分，在计算出平均分后将这两个分值作为企业社会责任绩效的衡量指数之

一提供给各试点企业参考。

复评报告在对初始评估中发现的问题的整改情况做出评价之外，还利用专门的评估工具评价企业CSC9000T体系的质量。例如，复评报告中对初始评估中发现的问题做出了四种区分，分别是：1.已行改正：即已对问题做出改正，效果明显；2.有待改进：已对问题采取措施，但其效果有待显现；3.尚未改善：未对问题采取措施，问题仍然存在；4.问题存疑：企业对问题是否成立存在疑问，或者企业对问题有其他合理的解释。就CSC9000T社会责任管理体系的评价而言，复评报告中包含《程序评估清单》和《文件评估清单》两个附件，分别对CSC9000T必要程序、必要文件以及企业保持的其他程序和文件逐个进行合规性、充分性和适宜性分析，并提出改进建议。这两个评单经填写后构成复评报告的组成部分，各试点企业可以参照此两个评单中对各个程序和文件的评价改善其社会责任管理体系建设。同时，这两个评单（以及其他信息）也可以作为企业进行内部审核时的评审工具。

2007年7月底，CSC9000T首批9家试点企业的复评工作顺利结束。

3. CSC9000T试点项目复评结果综述

首批9家试点企业复评工作的结束，标志着CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系在行业层面适用性测试的顺利完成，也标志着中国纺织行业社会责任建设规范化、普及化、体系化和操作化时代的到来。首批9家CSC9000T执行企业的复评结果既能体现CSC9000T管理体系适用性的测试情况，也能在一定程度上反映过去一年内行业内企业、员工及管理者在社会责任方面的认识变化和行动效果。报告本部分将主要依据CSC9000T试点项目的复评结果（包含：各企业复评报告、员工调查以及企业管理者调查）说明试点企业在主要的社会责任要素绩效指标、初评问题的改进状况、员工参与及满意度、社会责任管理状况以及供应链影响

和利益相关方评价等五个方面的现状与改变。

(1) 社会责任要素绩效指标

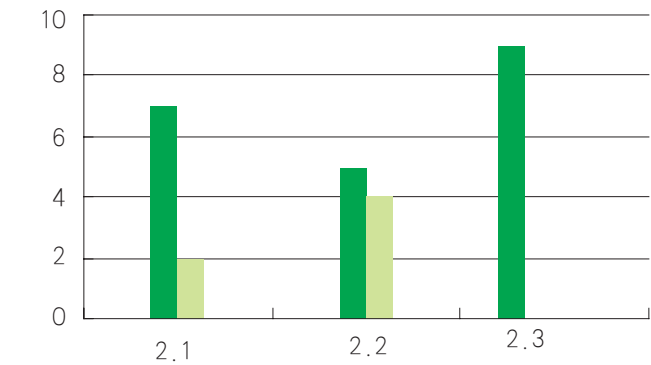
复评之前，我们确定了CSC9000T各要素的核心绩效指标，这些指标构成评价试点企业对各个社会责任要素管理和控制状况的基础框架，也是试点企业社会责任管理体系充分建立和有效运作的基本指标体系。基于这一认识，我们根据CSC9000T各要素的核心绩效指标对9家试点企业做出了符合与否的分类，以说明试点企业在各种社会责任管理指标方面的整体绩效以及这些企业作为行业代表的整体所面临的主要社会责任挑战。由于管理体系要素将在下文单独研究，本部分在此不做额外讨论。





■ 劳动合同

各试点企业的劳动合同签定率普遍较高（但部分企业存在未与短期工签定劳动合同的情况），且所有员工都保有劳动合同的一份原件，但是劳动合同在具体条款的内容方面存在不符合CSC9000T或法律法规规定的情况，主要包括：薪酬约定不明确或保底工资低于当地最低工资、工作内容约定不明确或未予明确劳动保护和劳动条件等。（参考图3.1：横轴为指标编号；纵轴显示企业数量；图右侧文本框列示各指标具体要求。下同。）



- 2.1 企业与每个员工都签订了劳动合同
- 2.2 合同条款符合CSC9000T以及法律规定
- 2.3 所有员工保有合同原件

图3.1 CSC9000T各要素绩效指标——劳动合同

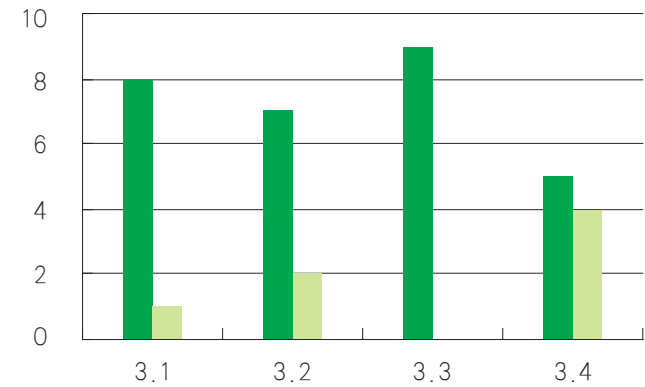


■ 童工

各试点企业几乎不存在雇用童工的情况（有一家

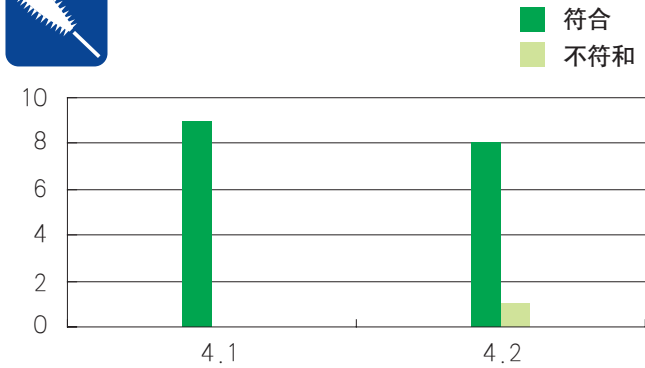
符合
不符合

企业存在历史性童工），且各企业都按照法律要求对企业内的未成年工依法进行了登记，但是少数企业在避免招用童工方面尚未确立有效的管理措施。此外，部分企业对未成年工的保护措施不够充分，或者仅有入职体检，而没有完全按照法律要求进行定期体检。（参考图3.2）



- 3.1 没有发现企业雇用童工
- 3.2 有效的避免童工的措施
- 3.3 如果使用未成年工，则已依法登记
- 3.4 未成年工的保护措施和体检记录

图3.2 CSC9000T各要素绩效指标——童工



- 4.1 没有发现有强迫或强制劳动的行为
- 4.2 没有要求员工交存押金或者身份证件

图3.3 CSC9000T各要素绩效指标——强迫或强制劳动

符合
不符合

■ 强迫或强制劳动

各试点企业在这一要素各项指标方面的绩效普遍良好，仅有一家企业在员工入职后要求员工向企业管理部门交存身份证一个月，以便为员工办理有关证照。（图3.3）

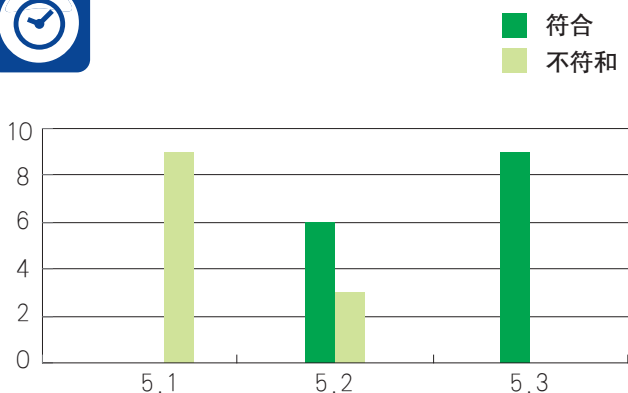


图3.4 CSC9000T各要素绩效指标——工作时间

5.1 工作时数符合国家法律法规的要求

5.2 如实行综合计算工时制，则已获有关部门批准

5.3 加班时数有所减少（相对初评）

■ 工作时间

与初评结果一样，复评中发现9家试点企业仍然无法完全达到法律规定的工作时数，但是每家企业的加班时数都有不同程度的减少。另一方面，部分施行综合计算工时制的企业在复评时未能出示有效的劳动部门的批文。（图3.4）

值得一提的是，很多执行企业都在2007年提出了长期的生产率提升与减少工作时间的系统化改进方案，例如爱慕工厂的“管理绩效与一线工时联系评核”方案、铜牛的“流程再造”方案等。2007年，旭日集团大进惠州制衣厂在实施CSC9000T的过程中开始实施“劳动生产力系统提

升”试点项目，以探讨可行的、具有广泛推广价值的以提升生产力的根本方法减少加班的有效方案。中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室对上述方案的设计提供了技术支持，目前正紧密跟踪其实施情况，并将在适当的时候整理这些企业的经验，在行业内加以推广。

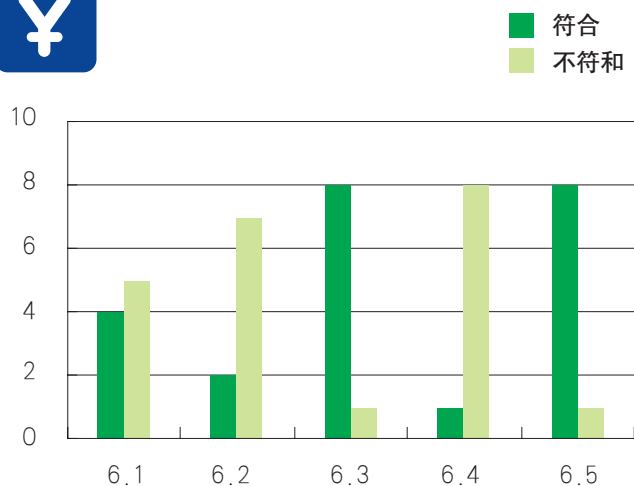


图3.5 CSC9000T各要素绩效指标——薪酬与福利

6.1 明确传达了合法的薪酬制度，及时公布最低工资

6.2 所有员工工资符合当地最新的最低工资标准

6.3 每月按时以货币形式发放工资

6.4 为所有员工提供了法律法规规定的社会保险

6.5 假期、工伤等情况下工资支付合法

■ 薪酬与福利

在薪酬福利方面，绝大多数试点企业每月都能够按时发放工资，且在假期、工伤情况下都能按照法律规定支付员工工资。另一方面，部分企业的薪酬制度不够透明，或者未能及时获取并按时向员工公布最新的最低工资标准，且多数企业内都存在部分员工的工资未达到当地最低工资标准的情况。此外，薪酬福利方面比较突出的一个问题就是除一家主要雇用当地员工的企业外，多

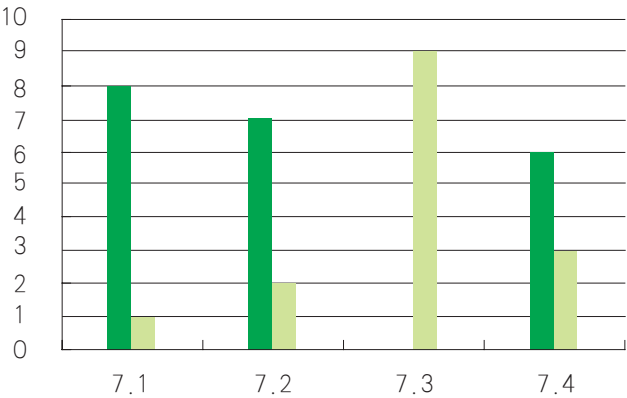
数企业都无法为所有员工提供法律规定的社会保险，部分原因是当地有关部门为员工投保人数规定了比例以及外地员工由于社保无法跨区域转移等原因而不愿意参加社保。（图3.5）



■ 符合
■ 不符合

■ 工会组织与集体谈判权

复评中发现，绝大多数试点企业都已建立了工会组织或职工代表制度，也依法拨付工会经费，为工会活动提供便利和支持。但员工对工会组织及作为工会会员的权益认识极为缺乏，所有试点企业里都存在相当大比例对此认识不清的员工。虽然集体合同并非法律的强制要求，试点企业中的多数企业实际上都订立了集体合同并报送当地劳动行政部门。（图3.6）



- 7.1 企业内建立了工会组织或其它合法的员工代表组织
- 7.2 企业依法拨付工会经费，未干涉工会活动
- 7.3 所有员工对工会权益认识充分
- 7.4 签订并公布了合法的集体合同

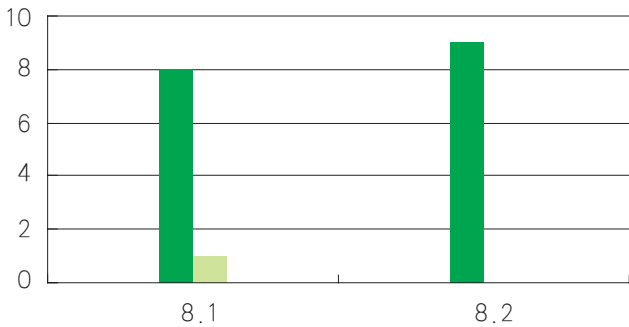
图3.6 CSC9000T各要素绩效指标——工会组织与集体谈判权



■ 符合
■ 不符合

■ 歧视

除一家企业在其招聘广告中存在户籍歧视的嫌疑外，试点企业中普遍不存在在招聘、薪酬、培训、就业等方面的歧视性制度，并且对于女性、残疾人等规定了特殊的保护制度。（图3.7）

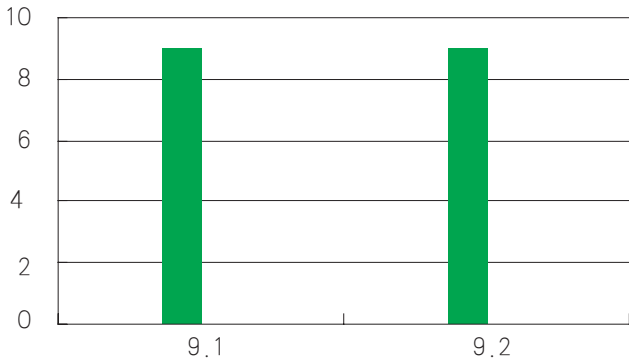


- 8.1 招聘、薪酬、培训、就业等制度无歧视规定
- 8.2 企业对女性、残疾人进行特殊保护

图3.7 CSC9000T各要素绩效指标——歧视



■ 符合
■ 不符合



- 9.1 未发现普遍的或严重的骚扰与虐待现象
- 9.2 建立了接收和处理骚扰与虐待的管理制度

图3.8 CSC9000T各要素绩效指标——骚扰与虐待

■ 骚扰与虐待

9家试点企业中都不存在普遍的或严重的骚扰与虐

待现象，并且各试点企业都按照CSC9000T的要求建立了接收和处理骚扰与虐待事件的管理制度。（图3.8）

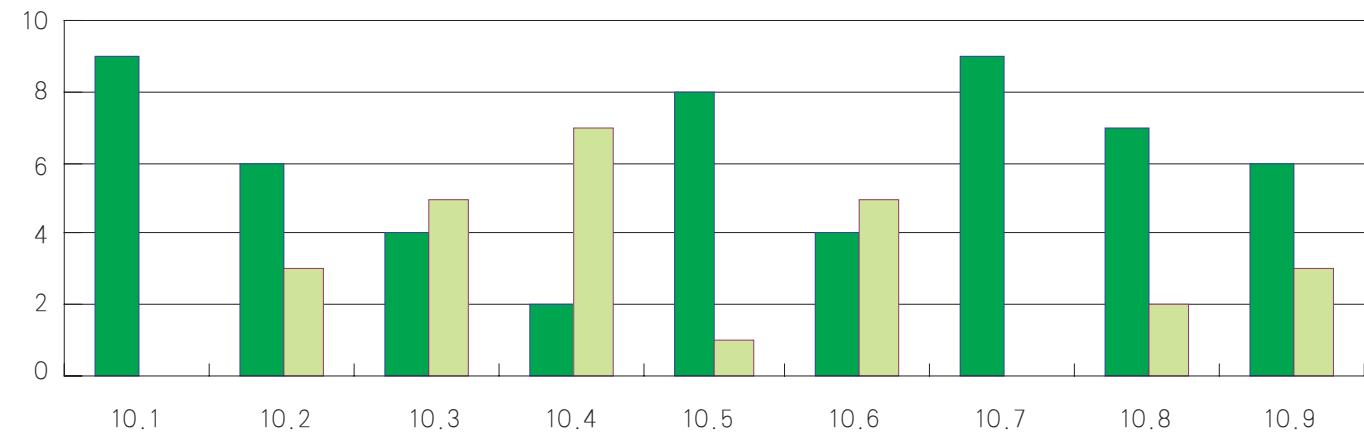


■ 符合
■ 不符合

■ 职业健康与安全

在职业健康与安全方面，9家试点企业都在复评前制定或重新评审了企业的职业健康与安全方针，多数企业也已经建立了比较完整的职业健康与安全管理体系，权责分配明确，资源配置比较充分。就具体措施而言，绝大多数企业都制定了比较完整的防火预案并按计划实施了消防演习，而所有试点企业的生产区域的照明、温度等关键特性都符合法律要求，且多数企业都能出具测试报告。此外，多数企业的宿舍及食堂都具有良好的安

全与卫生状况，特种设备及进行特种操作的人员具有合规的检测证明和资质证明。但是，多数企业对员工的职业健康与安全培训也显不足；部分企业也并未进行完整的风险辨识，并据此建立控制制度，生产和生活区域消防设施的配备没有完全符合有关规定，或者有关的检查和巡视机制执行存在问题。少数企业的职业健康与安全管理体系规划不够充分，运行不畅，宿舍及食堂的安全与卫生状况在某些方面不甚理想等等。（图3.9）



- 10.1 制定了职业健康与安全方针
- 10.2 建立了完整的职业健康与安全管理体系
- 10.3 企业完成了风险辨识和控制
- 10.4 对所有员工进行了必要的职业健康与安全培训
- 10.5 企业制定了防火预案并实施了演习

- 10.6 生产和生活区域消防设施配备符合规定
- 10.7 生产区域的照明、温度等要求符合规定
- 10.8 特种设备的检测证明及操作人员的资质证明合规
- 10.9 宿舍及食堂的安全与卫生状况符合规定

图3.9 CSC9000T各要素绩效指标——职业健康与安全

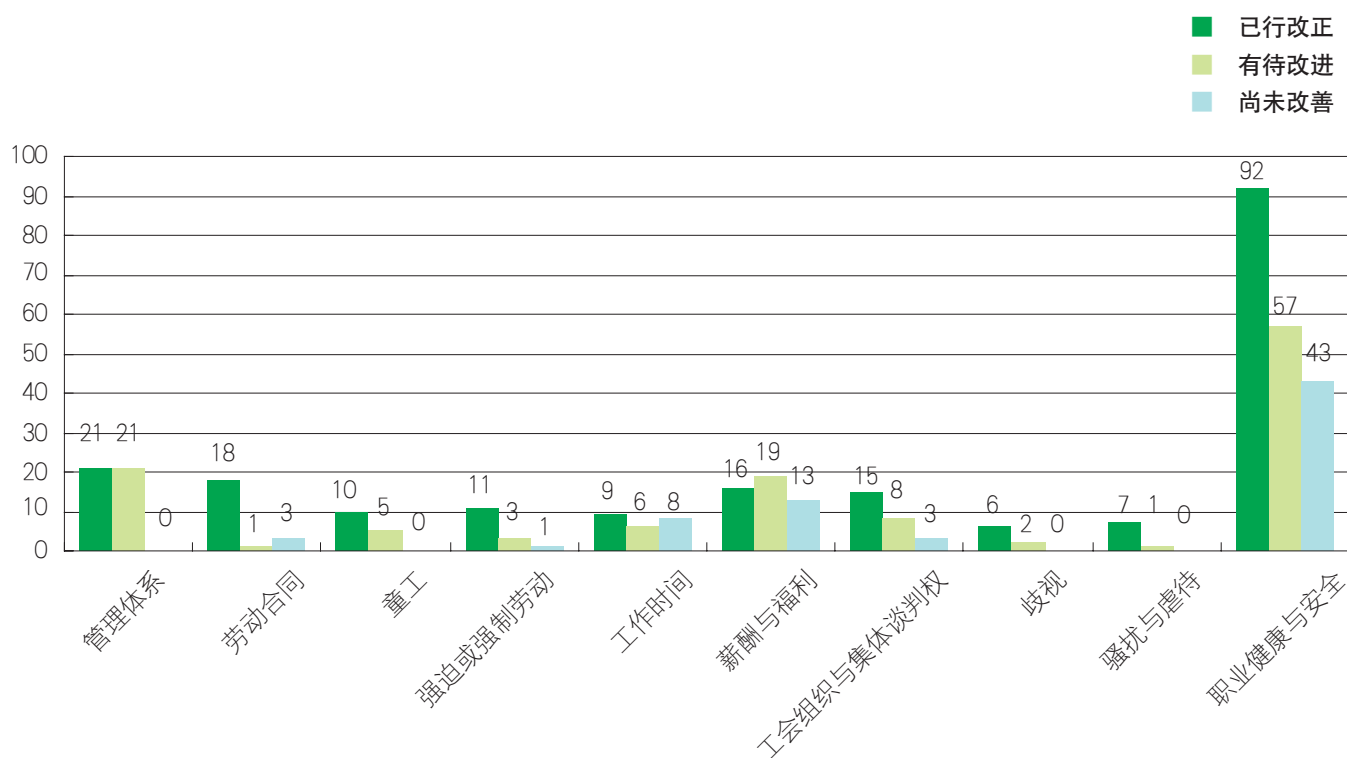


图3.10 CSC9000T试点项目初评问题改进状况

(2) 初评问题改进状况

为了反映试点企业对初评时确定的问题的改进状况，我们分要素统计了所有试点企业的复评报告中问题改进状况的评价，制成以下图表（数字表示与各类改进状况相对应的问题总数）：

由图3.10可知，问题改进比例最高的要素包括劳动合同（81.82%）、童工（66.67%）、强迫或强制劳动（73.33%）、歧视（75.00%）、骚扰与虐待（87.50%）；而“有待改进”或“尚未改善”的问题所占比例较高的要素则包括管理体系（50.00%）、工作时间（60.87%）、薪酬与福利（57.89%）、职业健康与安全（52.08%）。这一布局与初评中试点企业的绩效表现

分布基本吻合，唯一的例外则是劳动合同。在参加初评的10家企业中，有8家企业在劳动合同要素上表现欠佳，而复评中劳动合同则是各试点企业在改进表现方面第二好的要素。显然，这与《劳动合同法》的出台以及各试点企业所积极采取的调整措施有直接的联系。

就单个企业而言，改进程度最好的一家试点企业基本不再存在第三类问题，即未做改进的问题，虽然这家企业在某些方面采取的措施的有效性尚未充分体现。另一方面，改进程度最差的一家企业则在工作时间、薪酬福利以及职业健康与安全方面都有超过40%的问题未采取改进措施。

(3) 员工认知及满意度

为了了解员工在各试点企业体系建设过程中的参与程度及CSC9000T实施以来员工权益的变化，我们在复评中设计了针对员工的问卷环节。员工样本根据企业人数规模按照3%至5%的比例在工龄超过一年的员工中随机选取。

对于问题“您是否知道贵企业是中国纺织服装行业企业社会责任管理体系CSC9000T的执行/试点企业”，461份有效问卷中84%的回答是“知道”，其中，两家企业的员工选择“知道”的比例接近100%，最低的一家企业则为61.9%。

就社会责任管理制度的推行而言，员工被问及两个问题：“据你所知，在过去的半年到一年中，企业有没有推行（或：你有没有被传达）新的有关劳动合同，预防童工与强迫劳动，薪酬与福利，以及职业健康与安全等的管理制度”和“你认为这些社会责任方面的管理制度是否有必要以及在贵企业内是否发挥着作用？”问卷结果显示，超过80%的员工意识到了企业在管理制度上的变化，99%的员工认为这些制度的推行确有必要，而其中75%的员工认为这些制度在自己的企业内发挥出了显著作用。（参考图3.11及图3.12）

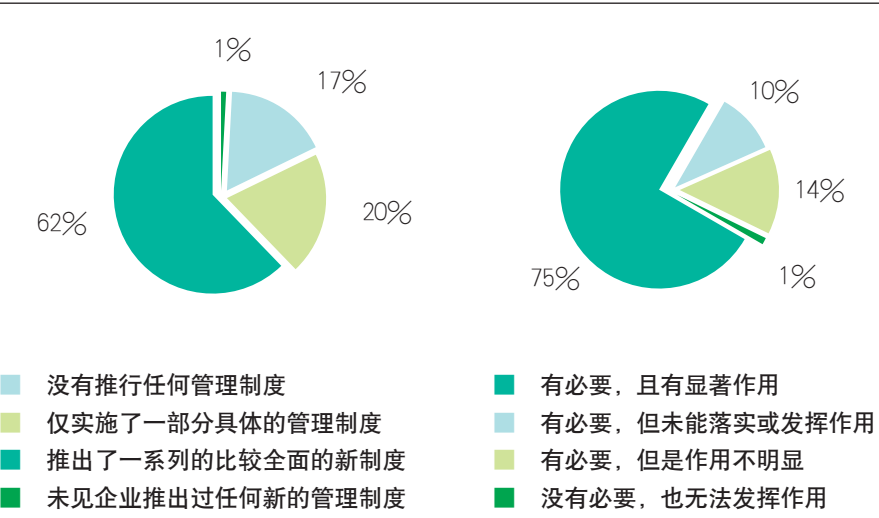


图3.11 员工认知及满意度—管理制度感知率 / 图3.12 员工认知及满意度—管理制度有效性

“现在是领导大家怎么认识这个问题的時候，在我们的企业内不光是老板要有认识，管理人员要有认识，工人也要有认识，我们这样的一个设想才会实现。”

——旭日集团有限公司
副董事长杨勋

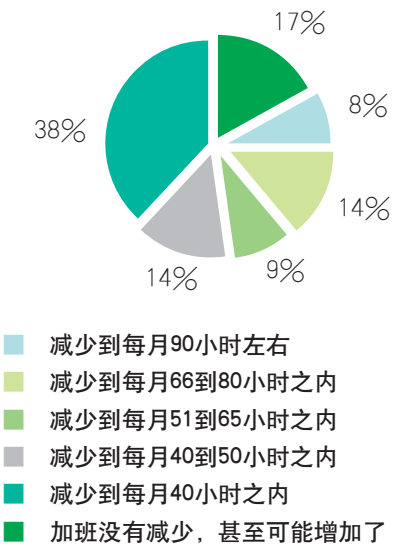


图3.13 员工认知及满意度—加班时间改进 / 图3.14 员工认知及满意度—薪酬福利改进

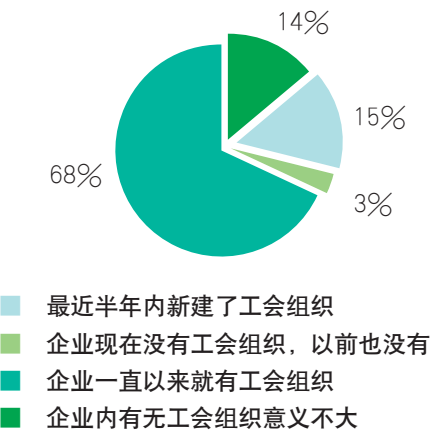
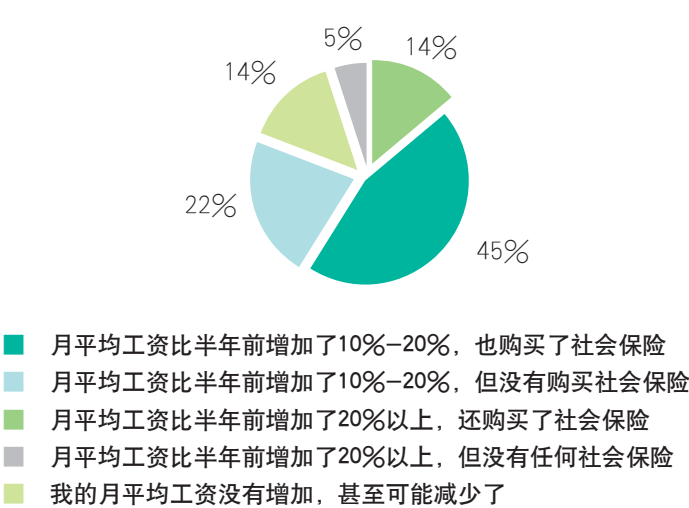


图3.15 员工认知及满意度—工会

在具体权益的改善方面，我们选取了工作时间和薪酬福利两个要素对员工进行调查。结果显示，在被问及“如果您认为过去半年来加班时数有所减少，那么您每月加班时数减少了多少”时，超过80%的受访员工认为试点企业的加班时数有不同程度的减少，其中，38%的员工认为企业的加班时数控制在每月40小时之内，虽然17%的受访员工认为自己的加班时数“可能增加了”。对于问题“如果您认为过去半年中薪酬福利有所改善，那么您的工资与福利方面有怎样的变化”，超过85%的受访员工认为自己的月平均工资比半年前至少增加10%，而这些受访者中则有超过27%的员工没有加入社会保险。（参考图3.13及图3.14）

在问卷中我们也调查了员工对工会组织的认识。68%的员工的反应是“企业一直以来就有工会组织”，而这些员工主要来自于6家在初评前就已建立工会组织的试点企业，另有主要来自两家企业的15%受访员工则指出企业在“最近半年内新建了工会组织”。另外，一个值得关注的现象是，14%的受访员工认为“企业内有无工会组织意义不大”。（参考图3.15）

为调查试点企业在实施CSC9000T之后其社会责任绩效对员工忠诚度的影响，我们在问卷最后向所有受访员工提出了以下问题：“排除个人原因（如结婚，生育等）以及其它无法预期的因素，贵企业的社会责任表现能否使您决定在未来一年内（或者下一个合同期内）会继续效力于该企业”。综合结果表明，91%的受访员工表示目前试点企业的社会责任表现足以使他“继续效力于该企业”。从单个企业来看，这一比率最高值为98.68%，最低为72.97%。

此外，我们还请受访员工为各试点企业在初评之前和复评时的社会责任表现（问卷中对此做出了限定解释，即“对员工权益的保护程度”）进行百分制打分。我们根据各企业得分的平均值做成如下图表（图3.16）。由图可见，各企业在参与CSC9000T试点项后的分值都有所增长，其中增长最多的企业在初评和复评前后的分值相差7.91分，增长最少的企业分差则是1.65分，而且多数企业在复评时的平均得分都超过了80分，最高的一家企业则超过了95分。

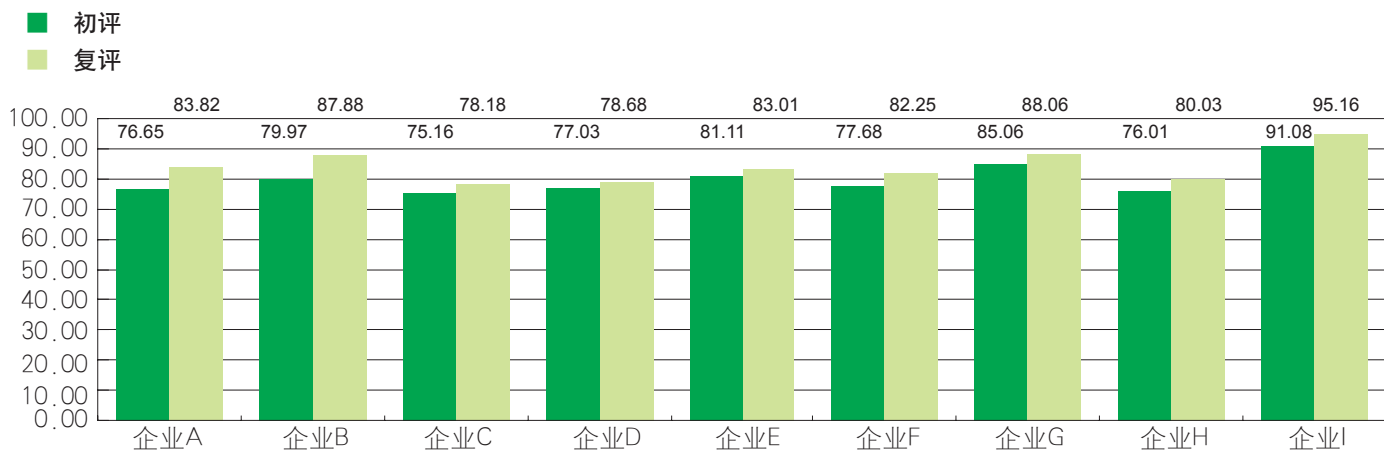


图 3.16 员工满意度对比

(4) 社会责任管理状况

根据各试点企业复评中产生的《程序评估清单》和《文件评估清单》可知，所有9家试点企业都已经初步建立了比较完整的社会责任管理体系，并且对企业原有的管理制度做了必要的修改，以便纳入CSC9000T管理体系；尤其值得一提的是，部分企业已经开始尝试将社会责任管理体系与环境管理体系、质量管理体系进行有

机融合并取得显著成果。这都说明CSC9000T的试点企业已经将企业社会责任建设作为一种主动的企业管理行为和发展战略。例如，《红豆集团有限公司CSC9000T用户使用报告》中指出“公司原来没有一个完整的社会责任管理体系，引进CSC9000T以后，公司根据自身的实际情况，建立了具有自身特色的企业社会责任管理体

系，制定了管理方案，并对管理体系的相关部门相关人员进行培训，为管理体系的运行提供了必要的资源配置……公司的凝聚力得到进一步的加强，人力资源的竞争力得到增强。”

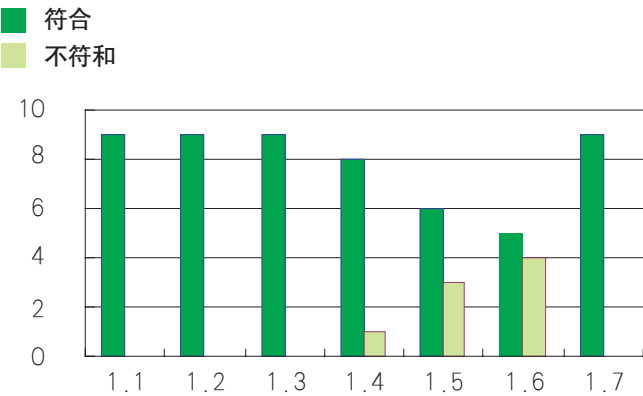
“CSC9000T帮助我们建立了更加完善的社会责任管理制度，以制度解决问题，提升管理水平，有效地规避社会责任风险”
——北京铜牛股份有限公司副总经理谷哲昭

复评中对各试点企业管理人员的调查表明，超过90%的企业管理人员认为企业过去一年来在社会责任表现方面的种种改善与CSC9000T社会责任管理体系的实施“存在必然联系”或“有一定联系”，因为“这些制度的实施使企业注意到了这些问题并作出了改善”或者“CSC9000T的实施促进了这些改善”。

“这个是发自内心的感受，以前外商验厂，就是打我们牛的屁股，这个是打着往前走，现在我们行业里面搞CSC9000T，是牵着我们鼻子走，我们认为这是一个巨大的改变。”
——江苏红豆集团有限公司总裁周海江

当然，在各试点企业内，CSC9000T管理体系仍是一个新生事物，而且这个管理体系本身的循序渐进性质势必意味着多数企业内的管理体系目前仍不完善，例如，根据我们对复评中管理体系要素的核心绩效指标的

统计，虽然各个企业的高层管理者对于社会责任管理体系重要性和必要性的认知程度都比较高，也都任命了专门的管理者代表负责CSC9000T管理体系的建设与运行，同时也为体系建设和实施投入了必要的资源，但是相当一部分试点企业的管理体系尚未有效运作，有些企业内各部门、层次职能与权限的划分不够明确、充分，或者尚未制定明确的、适宜的社会责任管理目标与指标。（见图3.17）

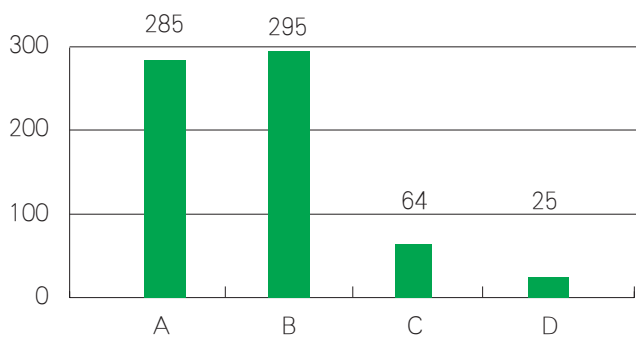


- 1.1 管理体系已基本建立
- 1.2 高层管理者对于体系的认知程度较高
- 1.3 具有管理者代表
- 1.4 管理体系各部门、层次职能与权限明确、充分
- 1.5 已制定明确的社会责任目标、指标
- 1.6 管理体系已基本有效运作
- 1.7 对CSC9000T体系建设实施投入了必要资源

图3.17 CSC9000T各要素绩效指标—管理体系

社会责任管理中的一个重要方面就是由有效的内部沟通所保障的员工参与。在这个方面，各试点企业利用多种方式保障CSC9000T体系建设及运行过程中员工获得有效传达并就有关问题进行充分沟通。例如，有些企业将CSC9000T的内容作为员工入职培训的必要内容，

有的企业将CSC9000T总则在车间、宣传栏、网站上张贴公布，有的企业则在确定有关制度之前进行广泛的员工问卷调查和意见征集。对超过450名员工的问卷调查显示，将近300名员工认为在各试点企业内“员工的投诉和意见能够及时得到处理和反馈，并据此改善企业管理制度”，“企业完善了高层管理者与员工之间畅通的交流渠道，并且发挥了实际作用”，仅有25名（约5%）员工认为试点企业在内部沟通和员工参与方面“没有任何改进，员工的意见和投诉被置之不理”。（见图3.18）



- A. 企业完善了高层管理者与员工之间畅通的交流渠道，并且发挥了实际作用
- B. 员工的投诉和意见能够及时得到处理和反馈，并据此改善企业管理制度
- C. 员工的投诉和意见能够及时得到处理和反馈，但没有据此改善企业管理制度
- D. 没有任何改进，员工的意见和投诉被置之不理

图 3.18 员工认知及满意度—沟通机制

(5) 供应链影响及利益相关方评价

CSC9000T在9家纺织服装企业内试点工作的成功开展，标志着中国的产业界具有了自己的社会责任标杆和榜样，同时也表明中国的产业界开始以积极的主动行动树立自己在国际供应链上负责任的形象，责



任成为这些企业新的竞争力所在。根据我们春节后所作的一项调查，所有9家试点企业在2007年春节之后的准点返工率都超过了95%，最高的一家则接近110%。复评完成后，这9家企业正式成为CSC9000T的首批执行企业，它们在企业社会责任方面的作为在国际国内都产生了巨大的反响。比较明显的一点就是，这些企业因其CSC9000T执行企业的身份受到了各个方面的极大关注。例如，一家执行企业反映在过去一年中接待了国内外社会责任考察人员近20批次，这些考察人员主要来自企业、研究机构 and 媒体组织。各试点企业也都表示在与其他企业的交流过程中，会积极向这些企业推荐CSC9000T，以使更多的企业加入这一行列。

更为重要的是，执行CSC9000T为这些企业在供应链上带来了巨大的实际的商业利益。2007年4月，德国HUGO BOSS公司采购与社会标准部专家一行6人来到山东如意集团进行验厂和考察活动。当如意方面将CSC9000T社会责任管理体系的文件、记录呈现给他们时，对方对如意给予了高度的评价，认为在中国很少有企业能够体系化地、主动地建设企业的社会责任管理体



系。HUGO BOSS公司的专家们还索取了公司的CSC9000T体系文件和《中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T总则与细则》，表示将推荐给他们在中国的其他供应商。最后，在12项满分为48分的核验项目中，如意取得了44分的高分，如意也据此与HUGO BOSS公司建立了长期的商业合作关系。

2007年11月，瑞典H&M公司股东一行10人前往北京铜牛股份有限公司进行考察。在交流过程中，铜牛的管理人员向客人们介绍了铜牛公司作为CSC9000T首批执行企业在社会责任管理体系建设方面的情况，并向客人们出示了执行企业证书，H&M公司的股东们对此表示出了极大的兴趣，并纷纷对证书拍照。他们表示从前并没有想到中国纺织工业协会与中国纺织服装企业能主动开展这种系统化的社会责任建设工作。此次考察之后，H&M在2008年度大幅增加了在铜牛的订单。

这些企业在社会责任方面的积极行动也获得了其它利益相关方的高度评价。例如，上述两家中，如意因其建设CSC9000T社会责任管理体系而获得山东省济宁市“现代化创新成果和优秀应用成果”一等奖，铜牛则因此被北京市通州区劳动和社会保障局推荐为“北京市和谐劳动关系单位”候选企业。此外，红豆集团则因其优异的社会责任表现在“2007CCTV年度雇主调查”中获最具分享精神雇主特别奖。北京爱慕内衣有限公司是9家试点企业中唯一一家主要依赖国内市场的企业，然而他们积极参与行业的社会责任行动，致力于产品与企业责任的双重创新，以质量和责任作为双轨铺设企业迈向国际化的道路。美国哈佛大学商学院研究企业社会责任和企业国际化的著名教授 Lynn Paine 在参观完爱慕之后表示将在2008年把爱慕的企业发展思路设计为哈佛商学院中国企业研究的MBA教学案例。



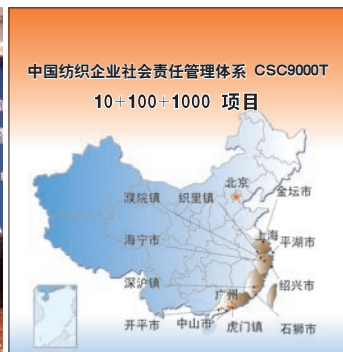
二. CSC9000T “10+100+1000” 项目

1. “10+100+1000” 项目的规划与目标

中国纺织工业协会于2006年12月12日正式启动纺织产业集群中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T试点工作，即在十个左右纺织服装产业集群内选择百家骨干企业逐步建立CSC9000T中国纺织企业社会责任管理体系，对大约一千家中小纺织服装企业进行社会责任基础培训及能力建设培训，整个推广活动简称“10+100+1000”项目。经过各有意参与本项目的集群的主动申请、协会的推荐以及选拔，最终中国羊毛衫名镇浙江省桐乡市濮院镇、中国童装名镇浙江省湖州市织里镇、中国出口服装制造名城江苏省金坛市、中国出口服装制造名城浙江省平湖市、中国纺织产业基地浙江省海宁市、中国内衣名镇福建省晋江市深沪镇、中国纺织产业基地浙江省绍兴市、中国纺织产业基地广东省中山市、中国纺织产业基地广东省开

平市、中国休闲服装名镇福建省石狮市和中国女装名镇广东省虎门镇等十个产业集群成为“10+100+1000”项目的实施地区。这些试点集群的选择考虑到了地域、产品和企业规模的均衡性。

“10+100+1000”项目旨在通过项目实施以点带面发挥辐射效应，在全国范围内营造行业社会责任建设的氛围，同时在各产业集群地的骨干企业中建立CSC9000T管理体系的标杆，为各地企业树立本地化的企业社会责任管理榜样，促进集群地企业在用工行为、管理制度建设以及企业自律机制方面的正向竞争。此外，通过社会责任基础知识和基本能力建设的普及培训，“10+100+1000”项目意在向广泛的中小纺织服装企业传递可持续发展理念和基本的社会责任管理意识和技能，逐步提升中小纺织企业的社会责任绩效基础。



“10+100+1000”项目中对百家骨干企业的体系建设仍将按照“自我评估——初始评估——培训——试运行——复评”的阶段模式进行，这一模式从CSC9000T试点项目中探索得出，并得到了企业实践的充分支持。百家骨干企业的体系建设预计将于2008年年底完成，历时约两年。此外，“10+100+1000”项目开展过程中，将为各产业集群地、骨干企业及中小纺织企业培养1500名左右的企业社会责任管理人员。

2. “10+100+1000”项目的实施情况

2007年5月下旬到7月中旬，“10+100+1000”项目的启动仪式及普及培训正式展开。国家发改委相关领导、协会领导及专家团行程超过2万公里，分别在濮院、虎门、开平、中山、深沪、石狮、平湖、海宁以及金坛等9地举办了“10+100+1000”项目的启动仪式

暨社会责任普及培训。来自这些地区的940余家企业的3600多名管理者和员工代表参加了为期半天的社会责任基础培训。该项培训由中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室的专家主讲，也邀请了试点项目首批执行企业的代表到场传递感受并传授经验。

截止2007年7月底，各项目实施集群地共陆续推选114家骨干企业参与项目的体系建设部分，其中，浙江省海宁市一地申请参与项目的企业达到了18家，这些骨干企业中完成体系建设并通过复评的企业将会成为CSC9000T的第二批执行企业。自2007年7月下旬以来，在普及培训的基础上，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室累计派出评估专家200余人次，分别对92家骨干企业进行了初始评估。通过初始评估，专家基本掌握了上述企业的社会责任管理的客观状况，进而确定了下一步培训工作的方向和重点。骨干企业的CSC9000T体系建设培训工作于2007年9月中旬正式展开。截至2007年底，濮院、开平、深沪、石狮、平湖、海宁、金坛等7个产业集群的75家企业、1600名企业管理者和员工代表接受了培训，目前这75家企业在专家的指导下已进入体系文件编制、体系制度建设阶段。

三. 启示与思考

中国纺织工业协会在2007年实施的CSC9000T试点项目及其后的“10+100+1000”项目使我们意识到行业企业社会责任的建设及其不断的完善与创新首先有赖于中国广大的纺织服装企业的积极参与。CSC9000T的推出是行业协会

响应行业内企业广泛呼声的结果，而它的实施则在一年时间内得到了过百家企业的积极响应和身体力行。在这一过程中，大中型企业则尤其发挥了敢为天下先的创新精神，起到了在行业内率先垂范的历史性作用。

同时，我们也认识到，中小企业相对于规模企业而言存在其自身发展阶段的特点，管理基础相对比较薄弱，因此要求中小企业一步到位进行社会责任管理体系建设尚有难度。例如，“10+100+1000”项目进展过程中，就有8家中小企业因为基础薄弱而陆续退出项目实施。这一现象首先向我们提出了如何鼓励企业落实企业社会责任的持久积极性的问题，即各利益相关方如何以各种措施为中国的众多中小纺织服装企业提供参与社会责任建设的长久信心和持续动力。其次，基于这一现状，我们认为对于中小企业而言，在完善自身的社会责任建设过程中比较现实的做法应该是走循序渐进之路：先从意识提升及能力建设等培训做起，进而完善社会责任关键要素的管理控制制度（如预防童工和强迫劳动、职业健康与安全管理、薪酬管理等制度），同时引入有效的员工参与和对话机制，以此不断提升社会责任绩效定位，最终形成一套系统化的、个性化的社会责任管理体系。

另一方面，CSC9000T试点项目及“10+100+1000”项目的顺利实施也有赖于中国纺织服装行业的各利益相关方的支持与帮助。CSC9000T的实施首先得到了当地政府及行业组织的大力推动和支持。在CSC9000T试点项目的实施初见成效的时候，试点企业所在地有关政府部门对本地试点企业给予了各种形式的表彰和鼓励，有力地树立了试点企业的模范形象和当地企业的社会责任向心力。而“10+100+1000”项目的推行则得到了各产业集群地的政府、行业组织的直接参与，各地都组织了

专门配合项目推进的跨部门班子，有些地区的政府部门和行业组织还对参与“10+100+1000”项目的企业给予财政支持和政策鼓励。

“要靠我们组织企业，引导企业，教育企业如何履行社会责任。”

——浙江省海宁市经编产业园区管委会主任沈顺年

此外，国内外各媒体组织对CSC9000T的实施给予了高度的关注和广泛的宣传，在行业内和全社会营造了良好的社会责任氛围，例如，2007年4月17日举行的“中纺圆桌·社会责任论坛”就以“企业社会责任：实践、经验与挑战”为主题，从行业推进社会责任工作的实践、挑战与政策建议，企业社会责任各方在各自领域实践社会责任工作的经验与困难，地方政府在推进社会责任工作的政策导向及措施，纺织企业推行社会责任管理体系的典型案例与经验分享等几个方面进行了全面阐述与深入研讨。中国中央电视台在2007年10月17日以江苏红豆集团为例，介绍了中国纺织工业协会研发、推广CSC9000T管理体系的历程。英国《金融时报》则在一篇报道中指出中国纺织工业协会率先发起的企业社会责任计划，“与各级政府部门对企业社会责任的支持一致，使一个迄今在中国尚不为人知的概念变成了热门话题”。

第四部分

中国纺织服装行业社会责任建设 200·8计划



中国纺织工业协会副会长 孙瑞哲

在以人为本、深入贯彻落实科学发展观、全面建设小康社会的时代背景下，2008年将是中国纺织行业加快转变经济发展方式，推进行业经济结构战略性调整，提高行业经济整体素质和国际竞争力的新纪元，而进一步推广和推进行业企业的社会责任建设，强化企业的责任意识和社会责任管理能力，则是行业在这一新纪元内的首要任务之一。为此，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室制定了中国纺织服装行业社会责任建设200·8计划，以继续在行业层面完善和推进企业社会责任建设。这一计划的总体目标是：到2008年年底，确保CSC9000T的执行企业、建制企业及参评企业达到200家，并将通过以下8项主要工作完善CSC9000T社会责任管理体系，建立和深化社会责任服务增值机制。

1. 继续落实“10+100+1000”项目

我们将继续对10个试点产业集群地的中小企业进行意识提升和能力建设培训，帮助一部分有能力有意愿的中小企业建立起社会责任关键要素（童工、强迫劳动、超时加班以及职业健康与安全等）的控制和管理制度，并在一部分规模较大、管理基础较好的试点企业内建立完整的CSC9000T社会责任管理体系，成为CSC9000T执行企业。

2. 在重点行业内推广CSC9000T管理体系

2008年，CSC9000T将首先在服装及家用纺织品两个用工密集的分行业内集中推广，中国服装协会及中国家用纺织品协会已初步选择推荐了约30家大中型企业参与分行业推广工作。另外，国家纺织产品开发中心从2008年起将与中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室合作，在部分国家纺织产品开发基地企业中开展CSC9000T管理体系的推广工作。

3. CSC9000T管理体系的升级、细化及标准化

2008年，CSC9000T将充分纳入有关要素在最近几年中发生的法律和政策变化，并增加“环境影响”和“公平竞争与供应链管理”两个要素，使体系升级为2008版本，并在2008年版本的基础上完成行业标准文件的编制工作。此外，为配合和协助CSC9000T在分行业的推广，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室将组织编制服装、家纺和印染等分行业的《CSC9000T管理体系实施指导文件》。

4. 建立并推广社会责任报告制度

从2008年开始，中国纺织工业协会将会在上半年发布前一年度的《中国纺织服装行业社会责任年度报告》，以便更充分地涵盖前一年度的行业信息与社会责任的动态。在本报告发布的同时，中国纺织工业协会将发布《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》，以指导和帮助行业内企业开展社会责任方面的信息披露，在行业内逐渐树立起公开、透明、充分、可信的报告文化。2008年，行业将首先在大型企业和上市公司内推动社会责任报告制度的建立，并将协助有意向的企业按照《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》编制企业社会责任报告。

5. 持续建设和优化企业社会责任绩效数据库及资料库

2008年，在CSC9000T执行企业队伍壮大的同时，

中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室将完成《中国纺织服装企业社会责任绩效数据库》的框架建设，并开始根据CSC9000T评估结果逐步将社会责任绩效优秀的企业纳入数据库。这一数据库将适时向有关利益相关方开放，成为行业组织向供应链相关方推荐国内优秀商业伙伴的平台，同时它也可以成为政府部门、行业组织及社会公众进行企业评价的参考信息平台。此外，中国纺织工业协会还将建设关注全球纺织供应链社会责任问题的资料数据库，包括相关的法律法规、最佳实践、案例研究和管理工具等，以便利行业内企业的社会责任管理和信息获取。

6. 培养企业社会责任管理人员

企业社会责任管理体系的有效建设和维护有赖于掌握相关知识和管理能力的社会责任管理人员。2008年，中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室将分批完成对执行企业内约300名CSC9000T管理体系内审人员的培训，并由CSC9000T评估专家与执行企业的内审人员组成评估团队，开始对执行企业进行每年一次的专家协评工作，即企业管理人员与评估专家协同评估执行企业CSC9000T管理体系的运行，共同提出改进方案。此外，第三、四期CSC9000T评估师与培训师培训班也将在年内举办，预期CSC9000T管理体系的评估和培训专家团队将在2008年年底前发展至50人左右。



“发挥企业在加强社会责任建设中的主体作用，充分调动企业履行社会责任的积极性和主动性；政府部门要加强引导和监管，完善企业履行社会责任的体制和政策环境，营造良好的社会氛围；行业协会要从加强行业自律的角度推进企业履行社会责任。逐步形成政府引导、行业推动、企业实施和社会参与的工作机制。”

——原国家发展和改革委员会副主任，现工业和信息化部副部长欧新黔：

《在2007中国纺织服装行业社会责任年会上的讲话》

7. 深化国际推广与合作

2008年，中国纺织工业协会将深化已经确立的国际合作项目，包括与国际劳工组织及联合国工业发展组织共同举办的“中国纺织企业社会责任项目”、与荷兰阿姆斯特丹大学、山东大学等开展的“提高中国纺织品行业环境和社会责任项目”，与中欧世贸项目联合开展的“培训培训者”项目等，同时也将与欧洲外贸协会、环球社会责任生产认可组织等在2007年确立合作关系的机构继续开展具体的合作项目，包括联合培训及联合评估等。我们也将积极与国际品牌、采购商及国外行业组织开展社会责任对话和合作，争取创设供应链社会责任技术共享及绩效认可平台；此外，我们还将与各国际组织和非政府组织、研究机构开展供应链社会责任问题的研究与交流活动。

8. 社会责任专题培训及咨询服务

最后，中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会也将充分利用几年来积累的企业社会责任方面的资源和经验为其它行业企业、各级政府部门、其它行业组织和社会组织提供社会责任研究、培训与咨询服务，合力营造中国企业社会责任建设的良好氛围、推动信息与能力共享以及政策与制度建设。

■ 后记

2007年，中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会的各项工作得到了各利益相关方的密切合作与大力支持，部分机构还在本报告撰写过程中提出了许多宝贵的修改意见和建议，在此，我们谨向以下各机构致以诚挚的谢意（排名不分先后）：

国家发展和改革委员会	瑞典纺织品进口商协会
劳动和社会保障部	山东省纺织工业办公室
商务部	中国国际民间组织合作促进会
中国财贸轻纺烟草工会全国委员会	北京大学妇女法律研究与服务中心
中国纺织工业协会各行业协会及所属部门	荷兰阿姆斯特丹大学IVAM研究中心
香港通用公证行有限公司	丹麦哥本哈根商学院
北京挪华威认证有限公司上海分公司	美国迪斯尼(Disney)公司
德国汉德技术监督服务有限公司	瑞典INDEX公司
北京经典智业认证咨询中心	瑞典STADIUM公司
国际劳工组织	瑞典INDISKA公司
联合国工业发展组织	德国OTTO公司
欧洲外贸协会	德国C&A公司
中欧世贸项目	德国ARCANDOR公司

同时，我们尤其要感谢以下各产业集群地有关政府部门对“10+100+1000”项目的实施所给予的一贯支持和有力配合（排名不分先后）：

广东省开平市	福建省石狮市	浙江省海宁市
广东省中山市	福建省晋江市深沪镇	浙江省桐乡市濮院镇
广东省东莞市虎门镇	浙江省平湖市	江苏省金坛市

中国纺织服装行业社会责任建设推广先进个人名单

(按姓名拼音排序)

执行企业代表

高志伟	汉帛(中国)有限公司总经理
顾燕春	江苏红豆实业股份有限公司厂长
顾雁来	北京爱慕内衣有限公司管理者代表
金海丽	浙江报喜鸟服饰股份有限公司体系主管
刘志勇	山东如意科技集团有限公司办公室副主任
罗敏妍	溢达集团社会责任主任
单明军	北京铜牛股份有限公司业务主管
沈应琴	乔顿集团有限公司总裁
孙坤浩	盖奇(苏州)纺织有限公司成衣部厂长
杨 勋	旭日集团副董事长兼总经理
张明杰	宁波雅戈尔英成制服有限公司总经理
朱 洁	宁波雅戈尔毛纺织染整有限公司总经理

产业集群代表

关劲良	广东省纺织服装开平基地技术创新中心总经理
沈济贤	浙江省桐乡市濮院羊毛衫市场管理委员会主任
沈顺年	海宁中国经编针织科技工业园管理委员会主任
石云良	浙江省平湖市人民政府副市长
谭志强	东莞市虎门镇经贸办主任
谢国芳	江苏省金坛市服装同业商会办公室主任
叶赛玉	福建石狮市纺织服装同业公会副秘书长
张朝阳	福建省晋江市深沪镇镇长
朱柏辉	中山市大涌镇经济贸易办公室质监办主任

合作伙伴代表

曹树鉴	北京经典智业认证咨询中心高级咨询师
董建华	DNV北京挪华威认证有限公司上海分公司审核员
郭 坚	SGS香港通用行公证有限公司项目经理
贾宏伟	TUV杭州汉德质量认证服务有限公司华东区总经理

中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会成员企业名录(截至2007年12月31日)

安徽

安徽华茂集团有限公司

安徽淮北印染有限责任公司

安徽铜陵华源麻业有限公司

北京

★北京爱慕内衣有限公司

北京白领服饰有限公司

北京薄涛制衣有限公司

北京大华天坛服装有限公司

北京弗拉蒂尼利德服饰有限公司

北京服装纺织行业协会

北京红都集团公司

北京金吉列企业集团

北京京工服装集团有限公司

北京京棉纺织集团有限公司

北京经纬纺织机械股份有限公司

北京罗曼服装有限公司

北京麻世纪麻业科技发展有限公司

北京绅士服装有限公司

北京仕奇职业制装有限公司

★北京铜牛股份有限公司

北京五木服装有限公司

北京五色风马服装服饰有限责任公司

北京五洲服饰商标织造有限公司

北京新兴铸管集团有限公司

北京信昌服饰有限公司

北京雪莲羊绒有限公司

北京依文服装服饰有限公司

北京中国服装股份有限公司

福建

★福建盖奇(中国)织染服饰有限公司

☆福建浩沙有限公司

福建佳丽斯家纺有限公司

☆福建晋江市达丽服装针织有限公司

☆福建晋江市德荣服装有限公司

福建晋江市华丽服装有限公司

☆福建晋江市嘉华服装有限公司

※福建晋江市竞浪服装织造有限公司

☆福建晋江市康雅服饰织造有限公司

☆福建晋江市胜洋服装制造有限公司

☆福建晋江市中天服装织造有限公司

福建晋江永合兴织造实业有限公司

☆福建鹏程实业有限公司

福建七匹狼集团有限公司

☆福建泉州奔达染织有限公司

福建泉州海天轻纺有限公司

福建泉州九牧王洋服时装有限公司

福建泉州市纺织服装商会

☆福建泉州新百佳针织服装有限公司

☆福建石狮华飞制衣有限公司

☆福建石狮皇宝服装织造有限公司

☆福建石狮市彬伊奴休闲服饰有限公司

☆福建石狮市迪娜胸围内衣有限公司

☆福建石狮市华联服装配件企业有限公司

☆福建石狮市卡宾服饰发展有限公司

☆福建石狮市彭田健健针织服装厂

☆福建石狮斯得雅服饰有限公司

☆福建威兰西（中国）服饰有限公司

福建文兴集团（国际）有限公司

福建厦门翔鹭化纤股份有限公司

福建晓星纺织印染有限公司

☆福建野豹儿童用品有限公司

福建众和股份有限公司

广东

广东宝丽华服装有限公司

广东大哥大集团有限公司

★广东大进制衣厂（惠州）有限公司

※广东东莞霓中依制衣实业有限公司

※广东东莞市鸿越服饰有限公司

广东东莞市卡龙服饰有限公司

※广东东莞市时艺服装制衣有限公司

※广东东莞市松鹰实业有限公司

广东东莞市泽黛佳伊服饰有限公司

※广东东莞原野服装有限公司

广东佛山市冠成针织有限公司

广东佛山市南海大欣针织业有限公司

广东佛山市南海合兴袜业制衣有限公司

广东佛山市南海嘉兴隆纺织有限公司

广东佛山市南海翔祥纺织贸易有限公司

广东佛山市樵利化纤织造有限公司

广东佛山张槎针织产业集群

广东服装服饰行业协会

广东广顺世家服饰有限公司

广东广新外贸轻纺（控股）公司

广东华联发展集团有限公司

广东开平爱颖纺织制衣有限公司

广东开平奔达纺织有限公司

☆广东开平春晖股份有限公司

☆广东开平富琳纺织制衣有限公司

广东开平凯达制衣有限公司

广东开平平达棉纺企业有限公司

☆广东开平平丰纺织有限公司

广东开平市侨达制衣厂有限公司

广东开平市红日制衣有限公司

广东开平市同心电脑绣花厂

☆广东开平市英协制衣厂有限公司

广东开平新宇丰制衣有限公司

广东龙的传说实业有限公司

广东名瑞（集团）股份集团公司

广东深圳服装行业协会

广东深圳华丝企业股份有限公司

广东深圳市贝利爽实业有限公司

广东丝绸（集团）公司

※广东五洲（中山）实业有限公司

※广东以纯集团有限公司

★广东溢达企业有限公司

广东中山丰华袜厂有限公司

※广东中山市安淇制衣厂

※广东中山市法丹奴服饰有限公司

※广东中山市锦兴服装实业有限公司

☆广东中山市康妮雅服饰有限公司

※广东中山市丽峰服饰制衣有限公司

※广东中山市奴多姿纺织有限公司

※广东中山市沙溪镇通伟电脑车花制衣厂

※中山市汶权服装有限公司

※广东中山市小榄镇金龙制衣厂

广东中山市小榄镇民伟制衣厂

广州服装集团有限公司

广州市例外服饰有限公司

河北

河北保定依棉集团有限公司

河北邯郸圣绵纺织有限公司

河北邯郸市雪驰集团有限公司

河北石家庄常山纺织集团有限责任公司

河南

河南洛阳白马集团有限责任公司

湖北

湖北武汉一棉集团有限公司

湖北襄樊三五四二纺织总厂

湖北孝棉实业集团有限责任公司

湖北裕波纺织集团股份有限公司

湖南

湖南益鑫泰麻业服装实业有限公司

江苏

江苏白兔纺织集团股份有限公司

江苏百花实业集团股份有限公司

☆江苏波仕曼制衣有限公司

☆江苏常州成业服饰有限公司

☆江苏常州金松时装有限公司

江苏常州市国泰东南印染有限公司

江苏晨风集团股份有限公司

江苏丹毛纺织有限公司

☆江苏飞洋鱼制衣有限公司

江苏盖奇（苏州）织染服饰有限公司

☆江苏高高制衣有限公司

江苏海澜集团公司

江苏黑牡丹（集团）股份有限公司

★江苏红豆集团有限公司

☆江苏鸿瑞昌泰纺织有限公司

江苏虎豹集团有限公司

☆江苏华茂金昇科技发展有限公司

江苏华瑞国际实业集团有限公司

※江苏金虹纺织有限公司

☆江苏金坛市卿卿针织厂

江苏琴曼集团公司

江苏如皋市西东色织厂有限公司

江苏如皋顺远服饰有限公司

江苏苏州杰尼斯纺织品有限公司

江苏天伦染织实业有限公司

江苏无锡协新集团有限公司

江苏向兴集团有限公司

江苏向阳集团公司

江苏新雅鹿集团有限公司
江苏盐城振阳化纤薄绒制品有限公司
江苏阳光集团有限公司

辽宁

辽宁大连服装行业协会
辽宁大连中黎伟业贸易有限公司
辽宁大杨集团有限责任公司

内蒙古

内蒙古赤峰华源毛业有限公司
内蒙古鄂尔多斯羊绒集团有限责任公司
内蒙古鹿王羊绒（集团）公司

山东

山东标志服装股份有限公司
山东帛方纺织有限公司
山东德棉股份有限公司
山东孚日家纺股份有限公司
山东海龙股份有限公司
山东华纺股份有限公司
山东济南迪维得纤维面料有限公司
山东济南正昊化纤新材料有限公司

★山东济宁如意科技集团

山东兰雁集团股份有限公司
山东南山集团精纺呢绒总厂
山东南山实业股份有限公司
山东青岛海珊服装服饰集团有限公司
山东青岛红领集团有限公司
山东青岛市服装行业协会
山东青岛喜盈门集团公司

山东如意科技集团有限公司
山东天香毛纺织有限公司
山东万泰创业投资有限公司二棉分公司
山东潍坊齐荣纺织有限公司
山东耶莉娅服装集团总公司
山东真情集团有限公司

山西

山西绿洲纺织有限责任公司

陕西

陕西彩橙高新染整工贸有限责任公司
陕西西北二棉集团有限公司

上海

上海波司登股份有限公司
上海国际时尚联合会
上海恒源祥服饰有限公司
上海恒源祥家用纺织品有限公司
上海华源家纺（集团）有限公司
上海嘉予制衣有限公司
上海罗莱家用纺织品有限公司
上海内衣行业协会
上海杉杉集团有限公司
上海太平洋机电（集团）有限公司

天津

天津纺织集团天一有限公司
天津瑞丰针织品进出口公司
天津市纺织服装行业协会
天津田歌纺织有限公司

浙江

浙江奥奔妮服饰有限公司

☆浙江澳洋纯服饰有限公司

浙江巴贝领带有限公司

浙江拜丽德集团有限公司

☆浙江伴宇实业股份有限公司

★浙江报喜鸟集团有限公司

☆浙江博森织染有限公司

浙江步森集团有限公司

浙江彩虹庄印染有限公司

☆浙江纯爱服饰有限公司

浙江达利丝绸有限公司

浙江德龙莎美特针纺织有限公司

☆浙江鼎坤服装有限公司

☆浙江多凌控股集团有限公司

浙江富润进出口有限公司

浙江富润控股集团有限公司

浙江高邦服饰集团有限公司

☆浙江海利得新材料股份有限公司

浙江海宁贵诗迪皮革服装有限责任公司

☆浙江海宁金永和家纺织造有限公司

浙江海宁圣丹奴经编有限公司

☆浙江海宁市超达经编有限责任公司

浙江海宁市海卉纺织装饰有限公司

☆浙江海宁市海绍针织有限公司

☆浙江海宁市红枫针织有限责任公司

☆浙江海宁市华昌布业有限公司

☆浙江海宁市金佰利纺织有限公司

浙江海宁市圣丹奴经编有限公司

☆浙江海宁市同心袜厂

☆浙江海宁万方经编有限公司

☆浙江海宁鑫诺服装有限公司

☆浙江海宁亚润袜业有限公司

☆浙江海宁叶氏袜业有限公司

☆浙江汉保利罗袜业有限公司

★浙江汉帛（中国）有限公司

浙江杭州良之森服饰有限公司

浙江杭州市服装协会

浙江杭州中汇棉纺织有限公司

浙江恒柏集团有限公司

☆浙江厚源纺织股份有限公司

☆浙江华城实业投资集团有限公司

浙江华孚集团有限公司

浙江华士服装（中国）有限公司

☆浙江嘉兴马宝狮制衣有限公司

☆浙江嘉兴侨亚服饰有限公司

☆浙江嘉兴同心服装有限公司

☆浙江嘉兴永成制衣有限公司

☆浙江锦达新材料股份有限公司

☆浙江兰生羊绒服饰有限公司

浙江朗莎尔维迪制衣有限公司

☆浙江利均刺绣（海宁）有限公司

浙江罗蒙集团股份有限公司

浙江梅荣布业发展有限公司

浙江美特斯邦威集团

浙江明士达经编涂层有限公司

☆浙江茉织华实业（集团）有限公司

☆浙江耐尔集团有限公司

浙江宁波百隆贸易有限公司

浙江宁波博洋纺织有限公司

浙江宁波培罗成集团有限公司

浙江宁波市服装协会

浙江宁波太平鸟投资集团有限公司

浙江宁波新展针织有限公司

浙江宁波雅戈尔服饰有限公司

☆浙江宁波雅戈尔毛纺染整有限公司

☆浙江宁波雅戈尔英成制服有限公司

☆浙江平湖新成达制衣有限公司

☆浙江平湖悦春毛衫制衣有限公司

☆浙江浅秋针织服饰有限公司

★浙江乔顿服饰企业有限公司

☆浙江雀屏纺织化工股份有限公司

浙江森马集团有限公司

浙江绍兴国际商会

浙江绍兴裕隆工贸集团有限公司

浙江双灯家纺有限公司

浙江天龙数码印染有限公司

浙江天马实业股份有限公司

浙江天圣控股集团有限公司

☆浙江天星产业用布有限公司

☆浙江桐乡顺新毛纺织有限公司

浙江袜业有限公司

浙江伟丰织造印染有限公司

浙江温州丹顶鹤服装有限公司

浙江温州市服装商会

浙江温州腾旭服饰有限公司

浙江温州中科服装配套有限公司

浙江夏梦·意杰服饰有限公司

浙江新天龙集团有限公司

浙江雪歌服饰有限公司

浙江亚太特宽幅印染有限公司

※浙江亚鑫实业股份有限公司

☆浙江颐佳爱家居用品有限公司

浙江宇华纺织有限公司

☆浙江元庆制衣（平湖）有限公司

浙江粤华纺织有限公司

浙江越红控股集团有限公司

浙江庄吉集团有限公司

香港

香港林麦集团有限公司

香港润成（开平）印染厂

香港维信（集团）有限公司

香港旭日企业（BUI）集团有限公司

加拿大

加拿大哈森贝公司

★：首批执行企业（10家）

※：“10+100+1000”项目已完成体系初评的企业（17家）

☆：“10+100+1000”项目已完成初评及培训的企业（74家）

中国纺织服装行业社会责任建设推广工作大事记



2007年12月18日 2007年年会



2007年12月 培训者培训



2007年11月 CSC9000T获奖

2007年12月18日

中国纺织工业协会在京召开2007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16日—21日

中国纺织工业协会与中国—欧盟世贸项目在北京和广州联合举办“培训者培训”项目。

2007年12月

中国纺织工业协会与国际劳工组织（ILO）、联合国工业发展组织（UNIDO）三方社会责任合作项目年内不断展开，截至12月底，来自广东中山、江苏盛泽、浙江海宁三个地区30家企业的240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—12月7日

应欧洲外贸协会（FTA）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”的专题培训在北京爱慕内衣有限公司举行。

2007年11月21日

丹麦哥本哈根商学院EMBA学员再次学习中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T。

2007年11月12日

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



2007年12月23日、26日 劳动合同法培训



2007年5月 “10+100+1000”项目开始启动



2007年6月 中国轻工业联合会社会责任培训

2007年10月23日、26日

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

2007年8月31日

中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T“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27日

中国纺织工业协会副会长孙瑞哲应邀出席中国外商投资企业社会责任论坛并介绍中国纺织工业协会在行业层面开展企业社会责任建设，推广中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T的成功经验。

2007年8月10日—12日

中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T第二期培训师、评估师培训班在京举行。

2007年5月26日—7月11日

中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T“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）媒体参加。

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第一期研讨会在京举行，近20家媒体代表出席研讨会。



2007年5月18日 CNTAC与FTA签约



2007年4月17日 社会责任论坛



2007年4月13日 CSC9000T项目评审会

2007年5月28日

中国纺织工业协会与国际劳工组织（ILO）、联合国工业发展组织（UNIDO）共同开展的“中国纺织企业社会责任项目”正式启动。

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20日—24日

中国纺织工业协会与欧洲外贸协会在深圳、上海对400多家企业进行关于双方企业社会责任体系的联合培训。

2007年5月18日

中国纺织工业协会（CNTAC）与欧洲外贸协会（FTA）在北京签署社会责任建设合作协议。

2007年5月9日—10日

中国纺织工业协会企业社会责任建设推广委员会（RSCA）为国内非政府组织提供企业社会责任培训，全国各地近30位非政府组织的中高层管理人员出席。

2007年4月17日

RSCA参与组织的中纺圆桌·企业社会责任论坛召开，主题为“社会责任：实践、经验与挑战”。

2007年4月13日

中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T通过成果评审。

2007年4月10日

中国纺织工业协会孙瑞哲副会长会见经济合作与发展组织（OECD）金融和企业事务司官员，专门沟通有关企业社会责任等问题。



2006年2月28日 第五次联席会议



2007年12月12日 2006年年会

2007年4月3日—10日

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

2007年3月31日

RSCA颁发首批CSC9000T评估师、培训师资格证书。

2007年3月12日

杜钰洲会长两会期间提出“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”。

2007年2月28日

纺织工业协会、中国财贸轻纺烟草工会第五次联席会议召开，共同探讨以求真务实，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，会议肯定了CSC9000T在防治性骚扰方面率先的成功经验。

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中国纺织服装行业企业社会责任年度报告》发布。

2006年11月24日—12月1日

中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室和荷兰阿姆斯特丹大学等共同组织的“提高中国纺织品行业环境和社会责任”项目企业社会责任专题培训在山东省德州、滨州、潍坊和淄博四地开展。

2006年11月11日—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8月5日

CSC9000T试点项目进入培训阶段。



2006年5月 试点项目预备培训班

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《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，并开展在国内外的推广、实施。”

2006年7月24日

CSC9000T首批十家试点企业初始评估结束。

2006年7月12日

国家发展和改革委员会与欧盟企业总司联合举办中欧社会责任高层论坛。中国纺织工业协会代表出席并介绍CSC9000T。

2006年7月2日 — 8日

中国纺织工业协会率CSC9000T首批试点企业代表及相关机构代表应邀赴欧进行社会责任考察交流。

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5月11日

中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会（RSCA）举办CSC9000T试点项目预备培训班，对首批十家试点企业主要负责人进行培训。

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通知《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。”



CSC9000T官方网站



CSC9000T相关文件



2006年4月 与IVAM中心合作项目

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。该项目为期两年，是中国和荷兰政府合作项目“亚洲促进计划”的一部分。

2006年3月28日

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

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，并介绍了中国纺织工业社会责任管理体系CSC9000T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公司签订CSC9000T认可实施协议。

2005年9月13日

CSC9000T官方网站 (www.csc9000.org.cn) 正式开通。

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；中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T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。

中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室简介

中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室是中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会的执行机构，设立于2005年5月。秉承“建立符合国情的企业社会责任管理体系，维护员工的合法权益，提高员工的积极性，帮助企业改善管理，增强企业核心竞争力，引导行业可持续发展，将和谐社会的精神落到实处”的宗旨，通过提供专业服务帮助成员企业、合作伙伴及其他利益相关者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，引导行业融入全球化经济”的愿景。



其可提供的专业服务包括

策划、实施论坛、公开课项目，普及、推广社会责任理念；

为企业提供CSC9000T社会责任管理绩效评估并出具绩效报告；

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；

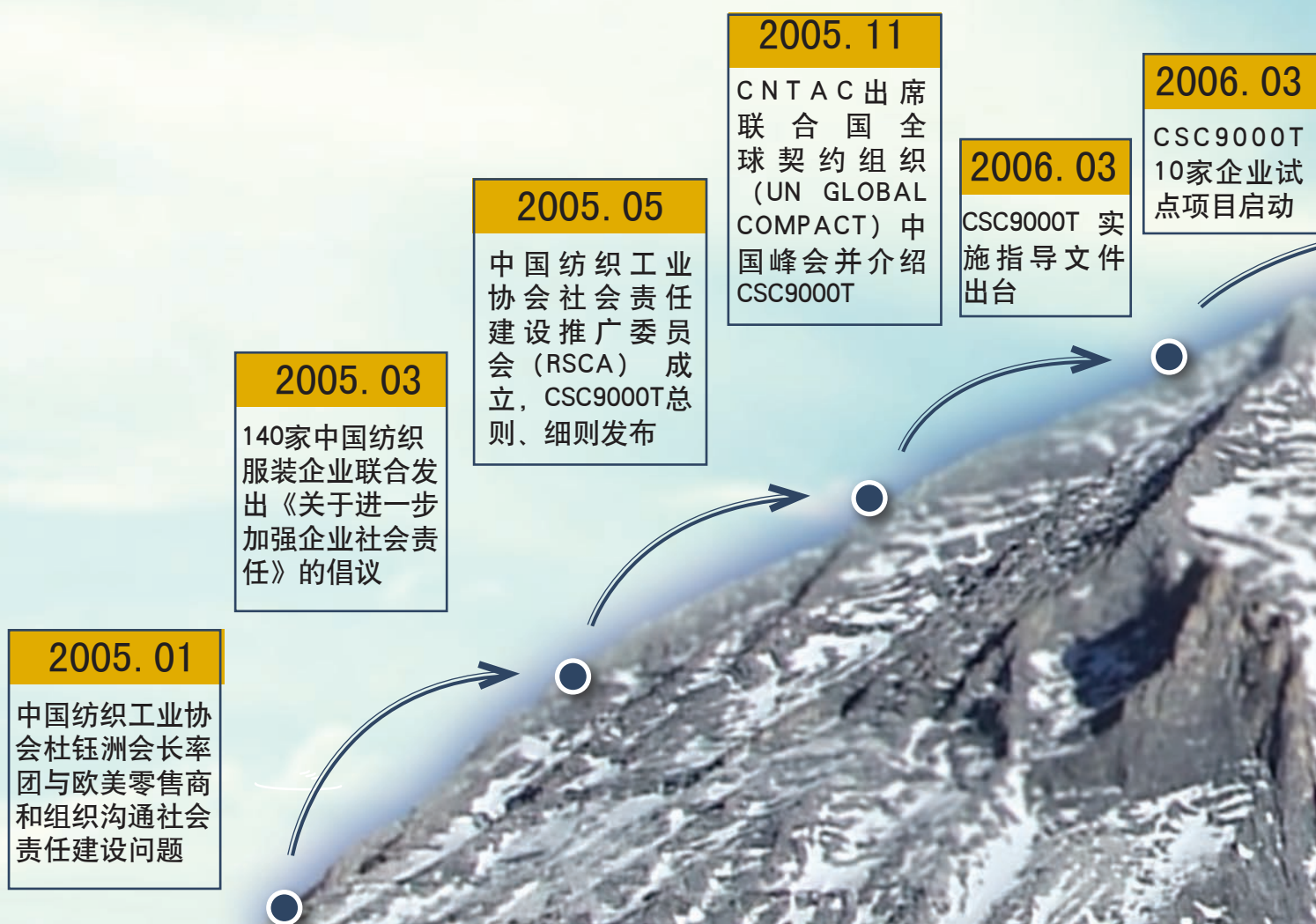
为纺织服装企业编制社会责任报告提供专业支持；

与教育和科研机构合作进行社会责任的教育和研究。

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 E-mail：info@csc9000.org.cn

中国纺织服装行业社会

2005 — 2007发展进程



责任建设推广

2007. 12

CNTAC 社会责任年会召开，“200•8”计划启动

2007. 11

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

2007. 05

CNTAC与FTA合作签约，CNTAC\ILO\UNIDO合作项目启动

2007. 04

发改委对2007年纺织行业标准项目计划予以公示，CSC9000T被列入行业标准计划

2006. 04-06

发改委等十部委发文，鼓励纺织行业推广CSC9000T

2006. 11

中欧社会责任项目启动

2007. 05-07

“10+100+1000”项目启动仪式暨普及培训活动在濮院、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，2700多人，900多家企业、100多家/次媒体参加。

2006. 06

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. 12

首届中国纺织服装行业社会责任年会召开，推出中国首份行业社会责任年度报告

2007. 03

RSCA颁发首批CSC9000T评估师、培训师资格证书