

Research on the Construction of Social Responsibility Mechanism in Major Public Crisis

—The “New Crown” Outbreak in Early 2020

Qi Wang¹, Qiuxia Ran^{2*}, Xiaoping Zheng³

¹Gansu Academy of Social Sciences, Lanzhou Gansu

²Business School of Lanzhou City University, Lanzhou Gansu

³Lanzhou Polytechnical College, Lanzhou Gansu

Email: *822296283@qq.com

Received: May 7th, 2020; accepted: May 22nd, 2020; published: May 29th, 2020

Abstract

According to the epidemic situation of “new crest” and the policy of “grasping the real facts and grasping the details” put forward by general Secretary Xi, the author once again reflects on, asks and studies the mechanism and system of social responsibility in major crises. It is believed that the research in this aspect should start from the perspective of behavioral decision-making in the concrete reality of social subject and object, and take the strategic management of “cognition-operation-internalization” as the basic behavioral logic. Through the research, the paper put forward the “sentiment-person-property” social responsibility measurement index, models such as “two-degree index” of crisis public relations. The focus is to build unique and pragmatic driving mechanism, reputation mechanism and signal transmission mechanism, new social integration mechanism, crisis value re-creation mechanism and other social responsibility mechanism system.

Keywords

Major Public Crisis, Social Responsibility Mechanism, “New Crown” Outbreak

重大公共危机中的社会责任机制构建研究

——源于 2020 年初的“新冠”疫情

王琦¹, 冉秋霞^{2*}, 郑小平³

¹甘肃省社会科学院, 甘肃 兰州

*通讯作者。

²兰州城市学院商学院, 甘肃 兰州

³兰州工业学院, 甘肃 兰州

Email: *822296283@qq.com

收稿日期: 2020年5月7日; 录用日期: 2020年5月22日; 发布日期: 2020年5月29日

摘要

根据“新冠”疫情, 贯彻习总书记提出的“抓实抓细”方针, 作者再度反思、追问、研究重大危机时社会责任的机制体系问题。认为这方面研究还应更多地从社会主体、客体具体现实中的行为决策视角出发, 以战略管理“认知-运营-内化”为基本行为逻辑。通过研究, 提出“情-人-财-物”社会责任度量指标; 危机公关“两度指标”等模型; 重点构建出独到、务实的驱动机制、声誉机制以及信号传递机制、新的社会整合机制、危机价值再创造机制等社会责任机制体系。

关键词

重大公共危机, 社会责任机制, “新冠”疫情

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

1. 引言

2020年初的“新冠”疫情“战疫”取胜, 取决于党中央英明的领导和积累多年的中国实力。即便如此, 留给我们的惨痛教训必须铭记且不再重蹈覆辙。这场疫情对春节假日期间的“吃、住、游、看、运、学、交”行业亏损最大, 中国旅游业损失或超万亿元[1], 进出口贸易也大幅下降。2020年GDP第一季度估计会低于2019年第一季度的218,062.8亿元, 2020年1~2月份社会消费品零售总额下降20.5% [2]。社会消费零售总额受影响最大, 线下零售, 特别是工业和农业损失巨大, 大量的农户因损失过大而破产, 餐饮小企业也未能幸免于难, 致使社会总消费水平下降, 抑制了经济增长。虽然医药医疗、在线服务、手游业绩上升。综评下来, 一季度GDP增速下降幅度仍在30%~50%之间。以实际增长6%为趋势基准, 意味着下降2~3个百分点, 四个季度的GDP增速预计分别为4%、5%、5%和6%, 专家预估全年GDP增速为5%, 很多中小企业面临破产[3] (如图1)。虽然, 我国政府对突发疫情的掌控和处理得到了世卫组织、诸国领导人和百姓们的盛赞, 但作为中国人, 静下心来不得不反思未来如何更好地应对重大危机事件? 需要反思探讨的话题很多, 本文谈谈社会主体与客体的社会责任机制构建问题。

社会责任, 一般是指“企业社会责任”(Corporate social responsibility, 简称CSR)是指企业在创造利润、对股东承担法律责任的同时, 还要承担对员工、消费者、社区和环境的责任。强调要在生产过程中对人的价值关注, 强调对消费者、环境、社会的贡献。划重点, 本文强调“对人的价值关注”、“对社会的贡献”方面研讨。即, 社会主体、客体在重大公共危机时, “对人的价值关注”、“对社会的贡献”是度量他们社会责任状况的两大重要指标。对这两维度的考量, 除了从人财物三方面考量外, 作者认为“情”的考量很重要, 且作为前提要素, 既“情-人-财-物”。

图表：社零受疫情负面冲击大幅回落



[4]。

Figure 1. The negative impact of the epidemic has caused a sharp drop in retail sales
图 1. 疫情期中国社会零售业负面冲击情况

据统计，疫情期间，我国有 22 家大型房地产企业和外企，26 家国内银行，超过 60 家国内私企捐款超过 1000 万元，第三产业企业占据一半以上，捐款捐物的企业为数许多。但这些社会主体之一，占总量的百分之多少？全国各地的社区志愿者总数多少？武汉市在社区(村)服务的志愿者有 5 万人左右[5]。但相比 14 亿人来讲，这数量又怎样？还有其他数据，如个人或团体的爱心捐款捐物，截稿前，还没有准确的相关数据。不言而喻。综观各行业、各级别、各区域社会主体和客体的实际表现，不难看出为数众多的社会主体和客体在“情 - 人 - 财 - 物”社会责任感的体现方面尚有很大的提升空间。

2. 疫情期，由于社会责任意识缺失表现出的机制构建问题

反思过往，有关疫情是否及时上报且公开问题上，众说纷纭。有的学者认为：由于武汉疫情防控中心主管部门领导重视度不够；派来的“钦差”专家们推诿、延时上报，导致疫情快速蔓延。又有学者说：按我国现行防控机制(重大疫情的确诊标准由国家卫健委制定或委托国家疾控中心制定)，地方政府没有三权：重大疫情确诊权、疫情信息发布权，重大疫情的确诊标准修改权。武汉疫情暴发后，武汉完全按现行机制运行，并非没有及时上报。“封城”不是什么伟大的壮举，更非什么英明决策，而是对前期防控失误和失败的无奈补救，是前期失败的恶果和苦果。凡此种种，只能说明我国重大危机管理责任机制构建存在若干问题。《突发公共卫生事件信息报告管理规范》：一类疫情上报应于 24 小时内进行网络报告。可此次“新冠”疫情发展的关键时间节点和事态总结分析如下，见图 2。

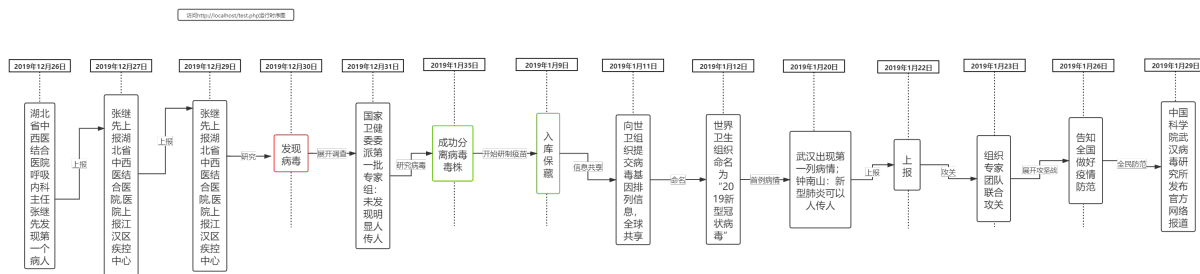


Figure 2. “2020 novel coronavirus” epidemic development key nodes [6]

图 2. “2020 新冠病毒”疫情发展关键节点[6]

从图 2 分析得出：“第三方检测机构测出首例‘冠状病毒未分型’后，仅电话通知了医院。三天后，第二例报告单上写着‘SARS 冠状病毒’。那时没人想到，这是一种来势汹汹的新型冠状病毒发起的攻击” [7]。2019 年 12 月 1 日到 2020 年 1 月 26 日，57 天武汉共感染 1426 人，全国确诊人数为 2630 人。告知全国做好疫情防范的时间宽泛地说是间隔 6 天，严格讲是一个月，这一个月内病人就增加了 1419 人 [8]。中国疾控中心高富主任，一个中国科学院院士发现疫情且有研究结论，不是第一时间快速采取疫情防控措施严控疫情传播，而是将其论文第一时间投在新英格兰医学杂志“柳叶刀”上。“第一吹哨人”李文亮反倒被训诫。钟南山公开表明“人传人”后，多地领导，隔岸观火，按兵不动、被动等待不重视的消极应对态度。很多公民依旧我行我素，拒绝服从“宅国策”，间隔 1 天才上报。主动献爱心伸援手的专业人士和百姓与全国总人数相比，占比不是很高。种种左观右顾太过程序化地推诿、谨慎、按部就班和将个人利益放置首位、公共危机信息不能及时公开透明披露的政策导向问题，无不反衬出、照出“对人的价值关注”责任匮乏，社会责任意识缺失，又何谈“对社会的贡献”？反衬出我国社会主体与客体在重大疫情中应急管理、公共卫生、国家储备、危机考量及其行为等方面的短板不足 [9]。凸显出我国医疗体系及我国重大危机管理体系在公共卫生突发危机管理机制存在的不完善、不健全问题。诸如，延误了最佳战疫机会的预警机制、疫情管控极其不及时机制、防疫物质匮乏和援助不到位机制、舆情监控不即时机制，以及事后的测评机制、反馈康复机制等都需要继续完善。习近平总书记突出强调“各地区各部门必须增强大局意识和全局观念”，强调“最关键的问题就是把落实工作抓实抓细”。那么，我国在重大危机再次来临前，对社会责任机制构建进一步抓实抓细问题地研究尤显重要。

3. 重大公共危机中，社会责任机制构建研究

面对重大危机，每一个社会主体、客体都该有责任、有义务担当危机，这点在 2020 年初“新冠疫情”中后期我国政府和公民表现出来的万众一心，共克疫情，11 天拔地而起的“火神山”、“雷神山”充分体现。20 世纪 90 年代后全球掀起企业社会责任(CSR)研究热，“企业社会责任”最早出自美国学者 Clarck 的《改变中的经济责任的基础》(1916)一文中。Clarck 指出，社会需要“有责任感的经济原则，发展这种原则并将它深植于我们的商业伦理之中” [10]。随后，国内外学者根据本国实情，研究出不同维度、不同视角的大量成果。对 CSR 的研究成果、经验，也能借鉴到其它社会主体、客体。史上，每一次重大公共危机，都不可能单靠政府取胜，必须集聚各个社会主体、客体的力量，众志成城，聚沙成塔，方能尽快打赢一场来自自然、人类的各种战争。在已有的研究中，一些学者主要从经济、社会、道德、环境和评价等方面做了研究。本文从驱动机制、声誉机制(伦理责任和慈善责任)、运行机制、度量机制、评价机制、协同监督机制六个方面做如下探讨。

第一，构建社会责任的驱动机制

在已有的文献资料中，国内外学者主要是依据利益相关者理论从 1995 年的 Morell；2001 年的 Davison；2008 年的 Prior 等企业管理者；和 2011 年的 Globerman、周中胜、Haijoto [11] [12]

等都探讨了驱动(4)企业等社会主体履行社会责任的机制。作者认为社会责任驱动机制可从内、外两个角度分析。内部驱动机制：主要来源于自身发展需求和逐利动机。譬如，绩效和税收优惠、“两度指标”形象管理可作为动力导向驱动；其次，企业文化、道德观、对 CSR 的认知、管理者责任行为可成为管理者价值观驱动指标；社会主体是否能够长期发展、可持续性发展作为战略目标驱动要素。责任信贷和投资、吸引风投等是融资驱动衡量指标。外部驱动机制变量有：竞争驱动(市场竞争环境迫使我们去承担企业社会责任；竞争对手在履行社会责任方面取得了良好绩效和同行好评；竞争对手履行社会责任受到了合作伙伴的好评)、要求驱动：政府政策(要求履行 - 减能减排等社会责任、政府优惠政策 - 返税)；法律法规驱动(制度、新闻媒体、行业协会)。社会团体驱动(媒体及社会公众压力、行业协会要求；非政

府组织信息披露及要求、工会及慈善机构); 利益相关者驱动(股东及债权人经济利益、消费者社会责任偏好、员工培训发展需求、合作伙伴及竞争者); 这样, 从内外两个方面构建出系统地履行社会责任驱动模型(如图 3)。

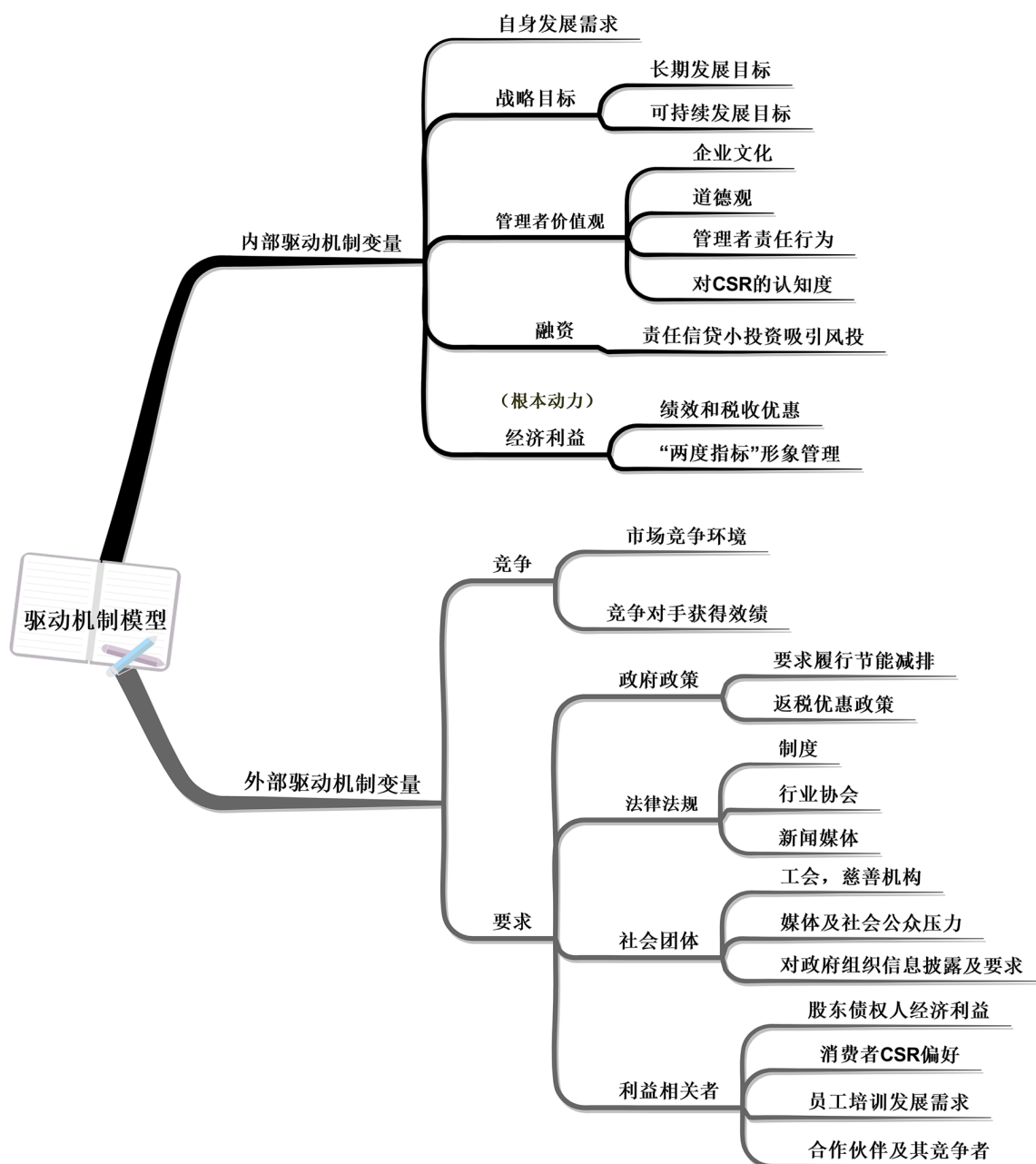


Figure 3. Social responsibility driven model
图 3. 社会责任驱动模型

第二, 构建社会责任的声誉机制

博弈论(KMRW 声誉模型)、演化论和系统论均有声誉机制能强化社会责任的研究结论。许多社会主体认为, 践行社会责任会增加成本, 利润会受损, 甚至认为会影响到自身的生存发展。国内外多年来的

理论与实践矫正了这一观念，社会责任履行好的社会主体都获得了很好的公关危机管理中的“两度指标”(知名度和美誉度)，从而取得了良好的长期效益，社会客体更愿意为有正面形象的主体买单，这保证了他们的可持续性发展(如图 4)。

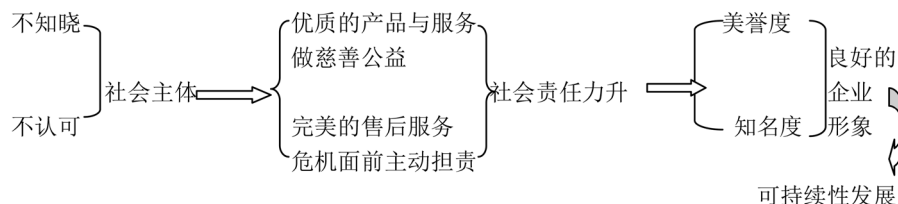


Figure 4. Enterprise “two degrees index” formation model
图 4. 企业“两度指标”形成模型

Mailath 和 Samuelson (2001) [13]曾提出，声誉的建立和消失都是一个长期过程，它与物质资产和金融资产相似，也需要进行投资和维护。社会主体美好的声誉是它们的“人格魅力光环”，这个道德光环是需要社会主体长期培育自身正面行动。社会学家 Macaulay 也注意到保证市场契约的履行过程中更多的是依靠交易双方的累计声誉，而正式的法律制度在此过程中发挥的作用只占比较小的部分[14]。

面临非典、“新冠疫情”两次重大危机，马云强调不要发“国难财”，需要做的就是帮助别人。西贝负责人贾国龙说“放假了也得发工资，必须把责任担起来，不能裁员，不能把员工推向社会，增加社会不稳定因素。”这些企业家深知主动担当社会责任的重要性，真正做到了“对人的价值关注”，对社会也做出了贡献，很好地履行了企业该担负的社会责任，当然，这些所作所为，也树立了他们美好的企业形象。希望这样的企业家如雨后春笋，各社会主体都能主动担当起社会责任。这些由爱心善良汇聚的“情”元素产生的巨大能量，能真正实现我国“众志成城”、“万众一心”、“一方有难，八方支援”等文化自信。每次的危机都会把人类的美丑善恶是非真假翻个底朝天，也把中国社会结构和行政管理的脆弱性和低效性暴露无遗。过去的“非典”也好，这次“新冠病毒”也罢，不管多么来势汹汹，只要决策到位，采取科学的危机应对机制，社会主体、客体都主动担当，其对社会造成的创伤假以时日即可痊愈。相信不管疫情最终影响如何，预计中国经济长期向好的发展态势是不会改变的。

根据浙江大学“2018年上市公司社会责任排行榜”课题组调研统计数据得出：我国上市公司的社会责任级别大多还处于C级，占比高达68.41%，只有92个单位达到A级。这说明，我国企业尚有很多的责任之路要走(见表1)。

Table 1. CSR status of listed companies in China in 2015 and 2015 (a total of 3413)
表 1. 2018 年全国上市公司 CSR 情况(共 3413 家)

级别	A	B	C	D	E
数量(家)	92	472	2335	463	51
占比%	2.69	13.83	68.41	13.56	1.50

第三，构建社会责任的运行机制

社会责任机制有效运行，是个系统性工作，其中公共卫生健康产业的构建非常重要。从1978到2020年，我国医院总数量由9293家增加到3.3万家，GDP增长240倍；每千人护士数：中国是3人，美国是9.8人，日本是11.5人。我国公共卫生财政收入占GDP比例是1.7%，是美国的10%。这些数据说明，我国公共卫生健康产业的构建还有很大的空间亟需完善，它会影响到我国的社会责任运行机制。运行机制

良好运行需要通过强制(依靠规范压力和社会压力)、诱导(道德、利益)、自觉(与社会结成利益共同体)协作构建。研究重点应该更多地关注社会主体自身的管理和决策,站在社会主体的角度分析该主体履行社会责任的范式。

社会主体的社会责任战略管理还应遵循菲利普·科特勒的 APDC 管理循环运行理论,既“分析-计划-执行-控制”。第一分析履行社会责任过程中面临的各种困难和问题;第二制定履行社会责任与企业经营管理相融合的计划方案;第三执行计划方案,抓好落实各个工作环节;第四控制、保证好各个层面和环节履行社会责任的最终成效。肖仲华学者建议,现行防控机制可借鉴新加坡的“循证模式”,也就是科学模式。新加坡防控很成功,不仅死亡率为 0,而且付出的经济社会成本也近乎为 0。假如中国湖北之外的各省各地都能像新加坡那样循证防控,至少可减少 2 万亿以上的经济损失,疫情照样能控制住,效果也不会比现在差,甚至死亡率会大幅降低。另外,企业等主体单位应该开展全员危机管理教育和培训,增强员工危机管理的意识、心理承受能力与危机应对能力,担当起全员危机责任。

第四, 度量机制

度量是为了科学、客观地评价社会主体的社会责任担当情况,奖优罚劣,需要区别设计管理者和员工的度量指标。

1) 对管理者的度量。社会主体的社会责任表现如何取决于管理者,他们对社会责任的重视程度及其采取的具体支持行为如何决定了该社会主体的社会责任程度,因此,有必要对其进行度量。这就需要构建针对管理者的度量机制,掌握信息监测系统即时动态,及时收集相关信息并加以分析、研究和处理,全面清晰地预测各种危机情况,捕捉危机征兆,为处理各项潜在危机制定应急对策方案,尽可能确保危机不发生,防微杜渐,即便突发,也能第一时间应对。这里从自变量、因变量、控制变量三个维度分析管理者的责任行为(见表 2)。

Table 2. Measurement of manager's responsible behavior

表 2. 管理者责任行为的度量

		变量要素	社会责任内容
自变量	内因	管理者责任价值观	管理者对社会责任的认知度
		管理者责任行为	管理者的负责任行为
		战略、策略驱动	社会主体战略的功能和作用
		利益驱动	追求利润的举措
	外因	外部竞争	客户、主要竞争对手对于社会责任行为的成功程度
		社会压力	社区、社会公众、非政府组织、消费者的压力
		规范压力	政府、行业协会等组织出台的规范政策压力
		经济贡献责任	盈利、纳税及对股东负责等
		员工责任	保障、维护员工的合法权益等
		营销环节责任	对供应链企业及消费者负责等
因变量	社区责任	提供就业、支持社区建设等	
	生态环保责任	对生态环境保护、负责等	
	社会主体规模	企业人数、资金规模	
	所有制性质	国有、民营、外资、私营	
	行业类别	制造业等七类	
控制变量	生命周期	萌芽、成长、成熟和衰败、转型期	

结合我国当时疫情局面，对管理者担当社会责任的度量机制是研究社会主体社会责任相关问题的关键部分。

2) 对社会主体、客体社会责任的度量指标

对社会主体、客体的社会责任评价前要对其进行科学测量的指标应该具备以下特点：可获得性、代表性、独立性和相对完整性。

测量工具及其方法如下：(见表 3，如图 5)。

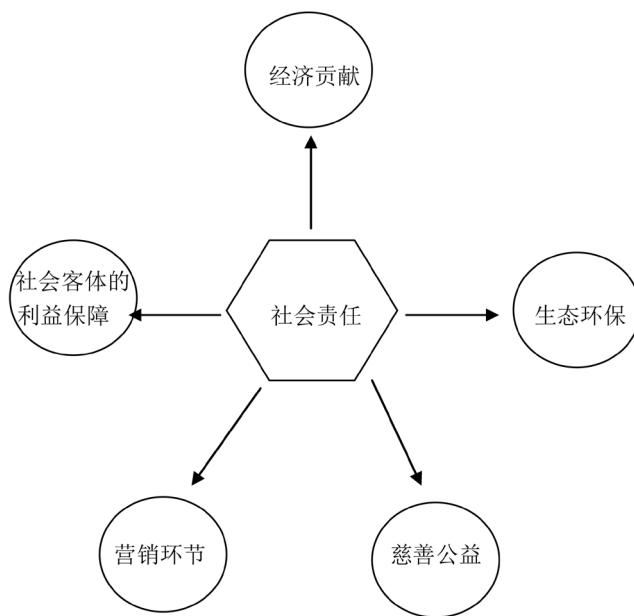


Figure 5. Dimensional model of social responsibility measurement
图 5. 社会责任测量维度模型图

Table 3. Measurement content table of social responsibility of social subject and object

表 3. 社会主体、客体社会责任的度量内容表

测量维度	测量内容
经济贡献责任	密切关注工作效率；能够最大限度地创造利润；尽可能降低各项经营成本；关注可持续发展；
社会客体的利益保障	保证人员工资及福利的发放；为社会客体提供安全的工作条件；尊重社会客体的合法权利及人格；为社会客体提供畅通的沟通渠道
营销环节责任	主动参与社区的发展规划；考虑所在社区的就业需要；监控对社区的潜在负面影响；支持所在社区文化、教育发展
生态环保责任	生产生活废物排放达到国家环保标准；节约水、电等能源；减少不可再生、不可回收资源的使用；自觉遵守环境伦理规范
慈善公益责任	积极参加慈善公益事务；面对重大危机事件，主动捐款捐物捐力，长期主动关注、帮助弱势群体。突出自愿的慈善这一道德维度

第五，社会责任的评价机制

对评价机制进行研究，也就是重视执行责任担当后的反馈，校正不負責任行为，发扬责任行为，从而推动社会主体自身的社会责任管理。对实施过程和结果进行科学合理地评价，才能找到执行中的优点和不足，以便更好地指导社会责任管理和实践。

社会责任的评价体系必须以可持续性发展为基础，基于社会责任实现全过程，建立社会责任评价机制，从社会责任认知、社会责任行为、社会责任管理和社会责任绩效四方面评价社会责任的实现效果，对社会责任的实现起到反馈作用。社会责任评价模型构建：循环往复的动态演化逻辑顺序(如图 6)。

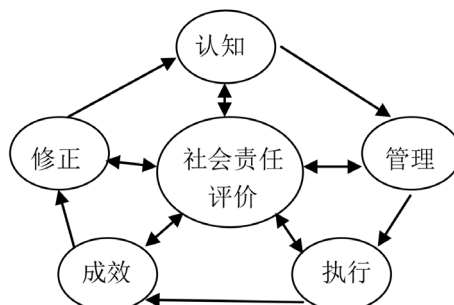


Figure 6. Dynamic diagram of the social responsibility evaluation cycle model

图 6. 社会责任评价循环模型动态图

对社会主体社会责任的评价原则应秉承科学、系统、可操作性、时效、可比、定性定量结合、系统性等原则，将其纳入日常管理体系加以系统管理。从管理的角度，根据博弈论理论，社会主体社会责任的自身建设评价模型需要建立更多科学有效的经济指标，以此评价社会主体履行或不履行的结果。具体指标见表 4。

Table 4. Social responsibility evaluation index system

表 4. 社会责任评价指标体系

评价维度	认知度	管理度	执行度	成效度	修正度
评价事项	关注企业的经济利益； 要保持生产效率； 培养长远的生存能力	是否制定企业社会责任政策及准则； 已经成立了社会责任管理部门； 每年都公开社会责任情况； 战略中涉及到了社会责任管理	保证股东分红的发放； 保证员工工资及福利； 保证员工个人的发展； 保证产品和服务质量； 支持社区发展； 爱护资源，保护环境； 合法经营，照章纳税； 主动做慈善公益	重视安全，珍爱生命； 融入当地，服务社区； 助弱济贫，共同富裕	面对问题及时修正； 保证不影响正常经营； 有能力采用现代的科技指导社会主体有序发展； 具有与时俱进的理念

早期对社会主体进行社会责任评价，多用声誉指数法和内容分析法，这两种方法对项目选择和评价结论，主观性较强，KLD 指数法颠覆了传统的评价法。我国学者多采用定性的内容分析法、层次分析法(AHP)、聚类分析法和集成法以及灰色系统理论的综合效果测度等定量评价方法，采用定量分析法来评价、检验企业社会责任也越来越多。

彼得·德鲁克认为“任何机构为了履行自己的使命都必定要对社会产生影响，同样一个机构必定存在于某个地方，于是会对地方共同体和自然环境产生影响”。现代社会和当代的企业理论都以强烈的姿态反对企业逐利行为造成人类与自然的分离，强烈要求企业自觉遵守环境伦理规范，承担关爱自然、保护环境、合理利用资源的环境伦理责任[15]。因此，“爱护资源，保护环境”现在已经被作为评价企业 CSR 执行度的重要指标了，相信未来会做的更好。

第六，社会责任的协同监督机制

协同监督机制突出体现各个社会主体、客体间的协调监督状况。新冠疫情中，中国疾控中心 CDC 首

席流行病专家曾光这样说：专业人士与决策者的沟通渠道还不通畅。也能反衬出社会责任协同监督机制需要修正。曾专家又说：如果决策者缺乏专业知识，专业人士的建议可能徒劳。2020年2月27号，钟南山院士也公开提出，这次疫情的短板也暴露出CDC的地位太低了，只是个技术部门，应该给予更多的行政权力。而在国外，CDC能够直逼中央，甚至直接向社会公布有关情况。著名经济学家周其仁也建议：我们应该尽早借鉴、推广宿迁的医改，强化政府对公共卫生的责任。我国的公共卫生信息，如疾病检测，舆情报告，现场调查和公共卫生决策等难以快速转化成及时有效的决策。重大危机的信息都被延误在一层一层的上报路上，怎能不错失最佳战机？综合中国新闻周刊、财经杂志、财新杂志的报道，不难发现，在疫情的公布问题上，我国的危机协同监督体制机制该“动手术”了。曾光专家说：专家应该有独立的人格，自由的思想，千万不能去揣摩行政官员的意见，官员应该充分尊重专家的意见，而不是一味地迎合“不能报道什么，要营造什么气氛”。所以，目前的协同监督机制不很适合CDC。

除上述六个方面机制构建外，还有价值创造机制、交易实现机制、信号传递机制、合作机制、资源配置机制和新的社会整合机制等等，本文不再赘述。希望我国能在制度上创新，比如“问责制”、“绿色准入”制等，尽快制定一部综合性的企业社会责任感，能充分发挥医疗专家、基层组织和国际卫生组织等多方力量的作用，共建和谐共生关系。

4. 尾语

疫情暴露了我们在社会治理、应急体系、医疗科技、小微企业融资难贵、税费负担重等方面长期累积的问题。如果在应对上长短结合，在短期应急措施的基础上，通过改革的方式解决长期存在的体制机制问题，加强中国经济社会发展的软硬实力，信息公布更加及时，让悲剧不再重演，方有助于真正提振经济和市场信心。经过上述分析，社会主体在重大危机中的社会责任机制体系构建问题总结如下：

1) 中国自有的几千年传统文化为社会主体履行社会责任创造了最深厚的文化根基与软环境，为其提供了丰富的文化养分。社会主体可以按照自身的文化建设需求打造企业文化，也可以创造性提出特色的责任理念与做法。

2) 社会主体自身推进社会责任建设有益于它的软、硬文化建设，有益于自身经济发展和我国经济发展。社会主体如只是被动接受社会责任任务，或只是为了利益，当不值得肯定与宣扬。反之，若转化为自身道德伦理所为，则能更好地推进它的良性发展，会取得可持续性发展。

3) 重大危机时，社会主体表现出来的社会责任姿势、状态、行动力会放大化呈现在社会客体面前。驱使他们积极、主动、即时履行社会责任，除了内外两大因素外，最重要的是管理者对社会责任的主动认知度。内因是驱动力，外因具有强大的推动力，如来自于政府、社会、公众的质疑、舆论媒体、竞争对手等的压力。因此，面对如疫情这样的重大危机，社会主体社会责任的担当需要各种力量共同完成。

4) 对社会主体的责任担当评估该是全过程、系统的评估，这样才会有利、有效促进其社会责任力的提升。社会责任评分高的企业更容易赢得合作伙伴，更容易取得公众支持，更愿意为他们买单。在信息不对称时代，该指标会越来越成为选择合作伙伴的有效测量要素。

社会责任看起来是各社会主体与客体自身的经营理念和社会责任管理体系问题，但是，社会主体是在一定的社会文化环境中发展和运作的。在这一过程中，社会文化环境对于社会主体的精神状态和道德追求都有深刻的影响，制约着每个社会主体能否在经济发展中发挥作用。十九届四中会议强调，“这次疫情是对我国治理体系和能力的一次大考验”。全会提出，我国国家制度和国家治理体系有十三个方面的显著优势，而在“固根基、扬优势”的同时，还要“补短板、强弱项”。社会责任并不是完全靠哪个社会主体自身的觉醒形成的，而是靠人民社会的基础和各种社会运动推动发展起来的。重大疫情就可以极大推动各社会主体担负起社会责任，这次疫情带来的惨痛教训将会让中国每个个体到每个主体部门反

思人与动物的生态平衡问题、工作效率问题、各部门的组织管理协调等诸多问题。希望我国尽快进入 ISO 26000 社会责任国际标准全民责任时代。也希望此次科研工作者的研究成果能让社会主体更好地认识到危机管理的重要性,能尽快地构建科学的社会责任机制体系,真正更好地履行担当起社会责任。财经栏目专家吴晓波:“危是大家的,机是自己的”就看你是否准备好。

“沉舟侧畔千帆过,病树前头万木春”“扬帆哪管风浪急,匠心危难见分明”,面对国家强大的危机处理举措,很多已见成效,但依旧需要我们不断完善,以益后者,使我们不屈的民族、伟大的祖国更加繁荣昌盛!

基金项目

- 1) 2019 年度甘肃省哲学社会科学规划项目,人类命运共同体视野下的脱贫攻坚与个体责任研究——以甘肃省深度贫困县为例(19YB078)。
- 2) 2019 年度第一批兰州市科技计划项目(2019-1-46)。

参考文献

- [1] 人民政协报. 疫情之下,中国经济如何平稳运行?看“大咖”们怎么说[EB/OL]. http://politics.gmw.cn/2020-02/16/content_33559927.htm, 2020-02-23.
- [2] 中华人民共和国中央人民政府. 2020 年 1-2 月份社会消费品零售总额下降 20.5%[EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2020-03/16/content_5491847.htm, 2020-03-16.
- [3] 任泽平. 疫情对中国经济的影响分析[EB/OL]. <http://www.zichanjie.com/Uploads/news/2020-02-13/zy20200213132032077304>, 2020-03-03.
- [4] 北京晚报. 新浪科技. 武汉志愿者招募报名人数过万[EB/OL]. <https://tech.sina.com.cn/roll/2020-02-24/doc-iimxstf3953502.shtml>, 2020-03-03.
- [5] 彭城. 2020 年大事件(1): 武汉新型冠状病毒肺炎爆发.[EB/OL]. <http://www.17anquan.cn/forum.php?mod=viewthread&tid=12756>, 2020-03-03.
- [6] 财经网. 第一个检测出新冠病毒的病人: 12 月 13 日发病, 治疗 48 天去世[EB/OL]. <http://www.cbfau.com/cbf-201586033.html?from=singlemessage>, 2020-03-06.
- [7] 百度首页(湖北). 疫情实时大数据报告[EB/OL]. https://voice.baidu.com/act/newpneumonia/newpneumonia/?from=osari_pc_1&city=%E6%B9%96%E5%8C%97-%E6%B9%96%E5%8C%97, 2020-03-04.
- [8] 央视新闻. 抗疫鏖战 中央政治局常委会会议传递三重深意[EB/OL]. <http://news.cctv.com/2020/02/04/ARTIu8z08Gk1OAO1VuXO846n200204.shtml>, 2020-02-04.
- [9] 沈洪涛, 沈艺峰. 公司社会责任思想起源与演变[M]. 上海: 世纪出版集团, 上海人民出版社, 2007: 2.
- [10] Prior, D., Surroca, J. and Tribd, J.A. (2008) Are Socially Responsible Managers Really Ethical Exploring the Relationship between Earnings Management and Corporate Social Responsibility. *Corporate Governance: An International Review*, **16**, 160-177. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2008.00678.x>
- [11] Globennan, S. (2011) The Social Responsibility of Managers: Reassessing and Integrating Diverse Perspectives. *Business and Society Review*, **116**, 509-532. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2011.00394.x>
- [12] Mailath, G.J. and Samuelson, L. (2001) Who Wants a Good Reputation. *Review of Economic Studies*, **68**, 415-441. <https://doi.org/10.1111/1467-937X.00175>
- [13] 张坤. 企业社会责任实现机制研究[D]: [博士学位论文]. 长沙: 中南大学, 2013.
- [14] 周其仁. 公共卫生是政府的首要责任[N]. 经济观察报, 2007-09-09(1).
- [15] 张兆国, 梁志钢, 尹开国. 利益相关者视角下企业社会责任问题研究[J]. 中国软科学, 2012(2): 139-146.