

本科生毕业设计（论文）

题目：Y 公司社会责任信息披露问题研究

完成时间：2024 年 4 月

目 录

摘要	1
Abstract	2
一、 绪论	3
(一) 研究背景	3
(二) 研究意义	3
(三) 文献综述	3
(四) 研究内容和方法	5
二、 相关概念及理论基础	7
(一) 概念界定	7
(二) 理论基础	7
三、 Y 公司现状与社会责任信息披露分析	8
(一) Y 公司现状	8
(二) Y 公司社会责任信息披露现状分析	9
四、 Y 公司社会责任信息披露问题	13
(一) 社会责任信息披露不完整	13
(二) 社会责任信息报告内容可比性差	13
(三) 社会责任信息缺少精确计量和确认	13
(四) 社会责任指标评价体系不够完善	14
五、 Y 公司社会责任信息披露问题的成因	15
(一) 内部成因	15
(二) 外部原因	15
六、 完善 Y 公司社会责任信息披露建议	17
(一) 提高企业社会责任信息披露意识	17
(二) 优化社会责任信息披露结构	17
(三) 完善企业社会责任信息的披露方式	17
(四) 完善企业社会责任信息量化指标	18
(五) 建立健全企业社会责任信息披露机制	18
七、 结语	19
(一) 结论	19
(二) 不足	19
(三) 展望	19
参考文献	21
致 谢	22

摘要

随着生产力的不断提升，群众对企业履行社会责任和公开披露相关信息的期待和关注日益增加。近年各类食品安全事件频发，包括但不限于“抽检不合格”“老坛酸菜”“香精牛奶”等事件，使食品行业在社会责任履行方面倍受质疑，企业进行规范化的社会责任信息披露，有利于企业自身进一步发展，也能帮助群众更直观的了解企业所履行社会责任的相关信息。

本文将通过收集与社会责任信息披露相关的文献资料，再选取 Y 公司为具体案例相结合进行分析与探究，本文将深入剖析 Y 公司当前在社会责任信息披露过程中的基本情况，通过了解 Y 公司当前的财务状况以及其发布的社会责任报告，发现 Y 公司在推进社会责任信息披露的过程中，存在着信息覆盖不全、社会责任意识不足、形式单一缺乏创新，以及成本难以明确衡量等问题；同时本文从内部与外部两个不同角度出发探讨了其问题的成因，本研究的结论是，Y 公司在社会责任信息披露中存在一定的不足与问题，为提高其社会责任信息披露水平，建议 Y 公司优化披露结构、提高主动披露意识、完善披露形式与量化指标，从而推动社会责任信息披露的规范化。

关键词：Y 公司；社会责任；社会责任信息披露；

Abstract

With the continuous improvement of productivity, the public's expectations and concerns for enterprises to fulfill their social responsibilities and publicly disclose relevant information are increasing. In recent years, various types of food safety incidents have occurred frequently, including but not limited to "unqualified sampling", "Laodan sauerkraut", "flavor milk" and other incidents, so that the food industry in the implementation of social responsibility has been questioned, enterprises to conduct standardized social responsibility information disclosure, conducive to the further development of the enterprise itself, but also to help the masses more intuitive understanding of the relevant information of the social responsibility performed by the enterprise.

By collecting literatures related to the disclosure of social responsibility information, and then selecting Company Y as a specific case for analysis and exploration, this paper will deeply analyze the basic situation of Company Y in the current process of social responsibility information disclosure. By understanding the current financial situation of Company Y and the social responsibility report issued by Company Y, It is found that in the process of promoting the disclosure of social responsibility information, Y company has some problems, such as incomplete information coverage, insufficient awareness of social responsibility, lack of innovation in single form, and difficulty in clearly measuring cost. At the same time, this paper discusses the causes of the problem from two different perspectives, internal and external. The conclusion of this study is that Company Y has certain deficiencies and problems in the disclosure of social responsibility information. In order to improve the level of disclosure of social responsibility information, it is suggested that Company Y optimize the disclosure structure, improve the awareness of active disclosure, improve the form of disclosure and quantitative indicators. So as to further promote the standardization of Y company's social responsibility information disclosure.

Key words : Y Company;social responsibility;social responsibility information disclosure;

一、绪论

（一）研究背景

近几年来食品质量出现不合格的事件频频发生，前些年的三鹿奶粉事件给社会造成了巨大的恶劣影响，直达现在依旧存在不良影响，当时也对企业造成了巨创。显然，公司若只着眼于盈利与扩张，而忽略其应尽的社会义务，便会轻易陷入困境。相反，2019年新冠疫情爆发时，许多企业纷纷参与捐款捐物资，积极加入救援之中，随着时间的推移，众多企业也因其原因受到了消费者的青睐，并在无形之中树立了良好的企业形象，推动企稳步发展；社会责任如同一把双刃剑悬在对于企业头顶，恰当履行社会责任会为企业带来机遇与正面回报，相反企业如果忽视自身的社会责任，也会因此而付出巨大的损失，食品安全问题深入影响我们的生活各个方面，国家、社会对 Y 公司社会责任信息披露愈发关注与重视。

（二）研究意义

企业披露其社会责任履行情况，有助于公众清晰地把握企业在社会责任方面的实时动态和进展情况。但是我国企业目前的社会责任信息披露情况还存在着较多的问题，完善其社会责任信息披露体系还需要各方的共同协作努力，还需要通过不断的验证将理论与实际联系起来。近年来群众越来越关注企业履行社会责任的具体情况，企业积极践行社会责任并以透明的方式进行公开，可以让公众更加了解企业所承担的社会责任，现在许多食品上市公司在定期进行社会责任报告的披露，但纵观国内所有企业，还是仍然存在部分食品公司披露积极性低、主动披露比例不高、披露公司数量少、内容不完善、披露依据不统一、编制不规范、无从对比、以及缺少数据支撑等问题。综上所述，本文以 Y 公司社会责任信息披露为主题，对具体情况展开了解分析与研究，以期促进 Y 公司社会责任信息披露体系的完善。

（三）文献综述

1 国外研究动态

Xu Songhe, Yin Hui, Hu Yuxuan, Teng Minmin. (2023) 探讨了关于中国企业如何提高其企业社会责任信息披露的质量，采用了交叉层面构形法，即通过对不同层次因素的组合分析，找出各个因素之间的协同作用，以期提高企业信息披露的质量。而 Zhang Yi

(2022) 探讨了研发支出、审计费用和企业社会责任信息披露之间的关系，研究采用了中国上市公司的实际数据，通过各种实证研究来探讨这些变量之间的相互作用。

Liang Li;Yanghong Wang;Huaping Sun;Huihui Shen;Yuen Lin (2023) 他们认为推动企业社会责任信息披露整合了环境和社会实践以实现可持续发展，促进绿色技术创新对高耗能企业至关重要，他们通过探究高耗能企业社会责任信息披露与绿色技术创新、财务绩效之间的关系，深入剖析推荐企业社会责任信息披露的重要性。

近年来,中国政府为实现经济高质量发展和转型，实施了一系列企业社会责任相关政策。Ban Qi (2022) 借助 2009 至 2020 年间中国沪深两市 A 股上市公司的数据，对企业社会责任政策的效果进行了评估。研究通过实证分析，探讨了企业社会责任信息披露的质量如何影响企业的创新绩效，并进一步揭示了这一影响的具体机制。这些发现为政府在未来制定或完善企业社会责任信息披露的相关制度提供了科学依据。

2 国内研究动态

马文涛,周琳 (2023) 介绍了企业社会责任信息披露的背景和意义，并通过文献调研的方式梳理了目前相关领域的研究热点和研究方法。而戴瑞,杜红叶,李莉 (2021) 对我国企业社会责任信息披露的现状进行了研究和分析，发现目前我国大多数企业对于社会责任信息的披露程度较低，存在信息不足、数据不准确、表述含糊等问题，难以让利益相关者全面了解企业的社会责任履行情况。李彤,龙瑞君 (2023) 具体的分析了企业的披露动机，以及企业在进行社会责任信息披露之后会带来什么样的影响。同样吴蓉,朱栋 (2021) 探讨了中国上市公司企业社会责任信息披露的现状及存在的问题，并指出随着社会责任意识的不断提高，企业社会责任信息披露已成为企业发展的必要条件之一。无论是国内还是国外的研究资料，关于企业社会责任的信息披露问题，都已有了相当丰富和全面的研究成果，不同领域和层次的研究都进行了深入探讨，为后续的企业社会责任信息披露研究积累了宝贵的理论财富。

常琳,刘夷,杜静静 (2023) 从环境、社会和公司治理三个维度，对互联网公司进行社会责任信息披露的深入分析，重点关注其可持续发展的规划与实施，以及该公司的社会责任理念文化建设；胡美琪 (2023) 以环旭电子为具体案例，对其公司的社会和治理信息进行分析，整理对比了国内与国外社会治理体系的建设，通过问卷和报告查证切实研究了社会和治理信息披露的必要性。而陈荣光 (2024) 认为社会责任信息披露对构建

和谐社会有着重要的促进作用，同时分析其对企业与社会的影响，从政府、企业等不同的角度提出相对应的具体建议。徐洁（2024）把企业社会责任信息的披露和其融资行为的限制联系起来，以此为切入点，探讨了社会责任信息披露如何帮助缓解企业在融资上的限制，并找出了相应的解决途径。

刘婉（2022）基于企业社会责任信息披露的视角，运用财务绩效指标对数据进行了量化处理，并通过回归模型探讨了企业社会责任信息披露对企业财务表现的作用。而刘家悦（2022）从审计师的角度出发，通过实证研究探讨企业社会责任信息披露与审计费用的关系，并分析了信息披露对审计质量的影响。魏佳琦（2024）从社会责任会计信息披露与企业价值创造的关系出发，充分研究了两者之间的相互影响；而滕子平（2023）选取了食品行业进行该行业具体的社会责任信息披露问题研究；

同样的王琳,李亚伟（2022）共同探讨了企业社会责任信息的披露透明度如何对企业价值产生作用。研究采用了违约风险和同群效应两个指标来衡量企业价值，通过对我国上市公司的数据进行实证研究。袁梓怡（2023）探讨了企业在自身社会责任信息披露的过程中存在的问题，也对其问题针提出了相对应的措施；祝雨涵（2023）分析了大数据时代企业社会责任信息披露的背景，指出随着企业社会责任意识的增强和社会对企业社会责任履行的期望的提高，企业社会责任信息披露的重要性也日益凸显；同时，大数据技术的出现为企业社会责任信息披露提供了更多的手段和方法。

3 研究评述

经过对国内外的文献进行阅读后，发现国内外对企业社会责任信息披露的研究还是比较丰富的，并且都从各个角度与层次上进行了深入的研究，这为后续研究这一内容的学者提供了许多的经验与理论支撑，在当下飞速发展的时代中，我国的企业社会责任信息披露仍然处于探索阶段，且由于各个行业在性质、政策、领域等方面存在的差异，导致企业在社会责任信息披露中虽然存在共性但也存在更多的差异，在这样的前提条件，本文将从当前企业社会责任信息披露现状出发，结合 Y 公司的具体情况与现状。对 Y 公司在承担社会责任方面所披露信息的状况进行深入剖析，挖掘其不足与根源，归纳后给出具体改进策略，旨在推动 Y 公司社会责任信息的透明度和规范性。

（四）研究内容和方法

1 研究内容

本课题以 Y 公司上市公司为例子，分析 Y 公司上市公司在社会责任信息披露方面的问题与成因，给出相应的建议。

从探究企业社会责任信息披露的现状出发，了解 Y 公司当前的经营状况与社会责任信息披露现状，通过研究 Y 公司上市公司社会责任信息披露的主动性、社会责任报告的数量、具体内容的对比等各方面分析其不足与存在的问题。

再从内部与外部两个不同角度去分析其问题的成因，并针对性的提出优化披露结构、提高主动披露意识、完善披露形式与量化指标等具体建议，从而为 Y 公司与其他行业在社会责任信息披露领域提供可参考的措施。

2 研究方法

(1) 文献研究法

借助图书资源和网络资讯，深入钻研国内外专家学者的研究成果，对公司在社会责任方面的信息披露现状及其进展进行全面梳理和评价。进一步基于这些学术成果进行深度剖析。本课题的分析部分，以研究成果为理论基石，这些文献结晶为后续研究铺设了道路。

(2) 案例分析法

以 Y 公司为研究对象，结合公司实际情况，对其 2020 年—2022 年的社会责任报告进行比对分析，深入了解 Y 公司的社会责任信息披露现状，并对其自身状况进行初步分析，对企业社会责任信息披露方面存在的问题进行整体掌握，为促进企业社会责任信息披露规范化提出相关建议。

二、相关概念及理论基础

（一）概念界定

1 社会责任

公司社会责任不仅包括确保基本的盈利能力，更涵盖对股东、员工的责任。以及对社会、环境与消费者等多方利益相关者的主动责任担当。企业要想主动承担社会责任，就必须更多地将目光投向生产过程中人的价值，以及其对消费者、社会及环境的效应和奉献。

2 社会责任信息披露

社会责任信息披露是指企业借助报告、附注或者报表等多种形式，将企业在经营过程中所履行的社会责任及时真实传达给公众，从而去帮助投资者、债权人以及消费者等多方主体获取所需要详细信息；而社会责任会计是通过计量和报告企业在发展过程中对社会所产生的效益与履行社会责任需要承担的成本，这有利于提高企业整体的效益；企业在社会责任信息披露中应当遵守客观性、可理解性、真实性与全面性等原则。

（二）理论基础

1 可持续发展理论

可持续发展理论是指“既满足当代人能的需求，又不对后人满足其自身需要的能力构成威胁的发展”。追求可持续发展的目标，在于达成经济繁荣、环境保护与社会和谐的三位一体发展。作为市场的主体，企业需主动承担环保责任，为社会的持续发展尽一份力。在经营活动中，各企业应贯彻可持续发展理念，确保生产经营与环境保护相协调。

2 信号传递理论

区分企业信息传递中的好坏，利益攸关者会自动对各类信息作出响应。举个例子，假设一家公司发布了好消息，那么它的股价就会随之上涨。企业股价攀升后，资金吸引力随之增强，投资相关开销随之减少。从实际情况来说，企业的社会声誉比较高，其股东利益相关者就会对企业更加信任，从而提升企业经营利润，推动企业筹措资金的能力发展提高，最终就会进一步地促进企业提高自身价值。

三、Y 公司现状与社会责任信息披露分析

（一）Y 公司现状

1 Y 公司基本情况

Y 公司是中国商界的一股新生力量，凭借其迅猛的发展势头，已从西南一隅起步，四下扩张，深耕华东、华中、华北以及西北等地。致力于打造以"新鲜"为核心的都市乳品企业联盟。目前管控的企业矩阵包括 66 家全资和控股子公司、15 个核心乳制品品牌、16 家乳品加工基地、以及 13 个自有奶源基地。如表 3-1 是 Y 公司的基本信息：

表 3-1 Y 公司的基本信息

行业类型	食品饮料
公司法人	席刚
成立时间	2006 年 7 月 5 日
上市时间	2019 年 9 月 15 日
上市交易所	深圳证券交易所
股票代码	002946
注册资本	86658.2827
注册地址	四川省成都市锦江区金石路 366 号
经营范围	乳制品及含乳制品的研发、生产和销售

资料来源：根据 Y 公司年报数据整理

2 Y 公司财务状况

Y 公司在保证饮品质量的情况下，不断的完善已有体系和优化产业布局，扩大规模积极拓宽消费市场，整合优质资源树立良好的品牌形象，近几年公司的营业收入稳定增长，同时加大研发投入坚持创新发展，更是进一步取得了较好的经济效益，在 2018-2023 年期间 Y 公司主要财务状况和经营成果的具体数据如表 3-2、表 3-4 和表 3-5 所示：

表 3-2 Y 公司部分财务数据统计（单位：亿元）

项目	2018	2019	2020	2021	2022	2023
总资产	42.40	53.64	85.79	95.04	94.90	89.38
流动资产	10.44	12.99	18.59	20.76	21.45	20.02

总负债	26.99	33.08	57.18	66.35	68.24	62.99
流动负债	22.91	27.33	34.47	42.98	42.61	40.18
所有者权益	15.41	20.56	28.61	28.69	26.66	26.39

数据来源：Y 公司年报

表 3-3 Y 公司部分经营成果（单位：亿元）

项目	2018	2019	2020	2021	2022	2023
营业收入	56.75	49.72	67.49	89.67	100.06	109.87
营业成本	47.83	54.88	65.36	87.05	96.69	104.44
营业利润	2.58	2.58	2.97	3.68	4.03	5.08
利润总额	2.70	2.68	3.08	3.77	4.06	5.09
净利润	2.47	2.51	2.89	3.41	3.62	4.38
基本每股收益(元/股)	0.32	0.29	0.32	0.36	0.42	0.50

数据来源：Y 公司年报

表 3-4 Y 公司部分财务指标

项目	2018	2019	2020	2021	2022	2023
资产负债率(%)	63.64	61.66	66.65	69.81	71.91	70.47
净利率(%)	4.96	4.43	4.29	3.81	3.62	3.98
毛利率(%)	33.85	33.11	24.49	24.56	24.04	26.87

数据来源：Y 公司年报

（二）Y 公司社会责任信息披露现状分析

1 披露的形式

Y 公司主要通过每一年度的社会责任报告来进行社会责任信息的披露，其所发布的 2022 年度企业社会责任报告是该公司发布的第三份年度社会责任报告，2020 年发布了首份社会责任报告，2020-2022 年期间所发布的社会责任报告逐渐趋于完善与精简，在编制依据方面，从 2020 年参考全球报告倡议组织发布的“GRI 标准”的核心方案，同时参考了《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》进行编制，到 2021 年在之前的编制依据基础上增加国际化标准组织《社会责任指南（ISO 26000）》进行编制，再到 2022 年社会责任报告编制依据又增加了《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/556124222132010155>