



# 顺势而为

毕马威2015年企业社会责任报告调查



# 欢迎阅读毕马威 企业社会责任报 告调查

本年度，毕马威完成了第9期企业社会责任报告调查。本期调查报告将描述全球非财务报告的现状，分析主要发展趋势，并就相关情况提出毕马威的独到见解。

本调查主要是为大型企业内负责非财务报告工作的专业人员提供参考，对投资者、监管机构、学者和非政府机构等也会有一定的帮助。

2015年，我们的调查报告赶在联合国第21届气候变化框架公约缔约方会议(简称“COP21会议”)召开前夕发表。

因此，我们的调查着重研究了全球规模最大的250家公司的碳排放报告质量。依据毕马威成员所认定的企业碳排放报告的最佳做法，我们提出了相关建议，探究了企业如何参照主要标准来衡量自己的表现，找出差距所在。

此外，我们继续对全球各地的企业社会责任报告比率和方法进行量化分析。本年度，毕马威成员所的专业人员分析了45个国家和地区4,500家公司的报告情况，我们坚信，凭着如此庞大的调查基础，本报告当属非财务报告方面迄今为止最全面、最权威的研究之列。

希望本报告能发挥启迪心智的作用，欢迎读者向我们提供宝贵的意见。如果您对本报告有任何意见或垂询，请直接与我们联系。



Adrian King

毕马威气候变化  
和可持续发展服务  
全球主管  
[avking@kpmg.com.au](mailto:avking@kpmg.com.au)



Wim Bartels

毕马威可持续发展报告  
和鉴证服务全球主管  
[bartels.wim@kpmg.nl](mailto:bartels.wim@kpmg.nl)



Adrian King

Adrian是毕马威气候变化和可持续发展服务全球主管，与世界各地的公私营企业合作超过25年，提供财务及非财务咨询、报告和鉴证服务。

作为非财务报告特别是碳排放报告方面的专家，曾就可能实施的澳大利亚碳定价机制(已撤销)筹备工作向多个客户提供协助。他协助客户了解环境及社会风险和机遇对经营的影响，代表毕马威参加即将召开的COP21会议和世界可持续发展工商理事会(*World Business Council for Sustainable Development*)。



Wim Bartels

Wim是毕马威荷兰合伙人兼毕马威可持续发展报告和鉴证服务全球主管。他在毕马威工作已超过25年，拥有丰富的审计和法证会计服务经验，不仅熟谙金融服务领域，而且对欧洲、亚洲和非洲的能源、化工和消费品行业等工业市场亦有深入的认识。

他为40多家跨国公司提供鉴证服务，常常以可持续发展报告和鉴证专家的身份为毕马威全球客户服务项目提供技术支持。曾多次就可持续发展报告和鉴证课题发表著作，为本报告的领衔作者。

# 目录

关于调查	4
摘要	5

## **第1部分: 碳排放会计: 报告单**

企业应该如何报告碳排放?	8
主要调查结果	9
观点: 企业碳排放报告需要改革	11
G250公司碳排放报告: 各国对比	12
G250报告单	14
提高碳排放报告质量: 毕马威的建议	21

## **第2部分: G250公司的企业社会责任报告质量**

亚太区的报告质量有所改善	26
趋势及风险的报告有所提高	27

## **第3部分: 企业社会责任报告的全球趋势**

受监管影响, 企业社会责任报告成为一种常态	30
亚太区赶超西方	31
新兴经济体加快报告步伐	32
四行业落后	34
企业社会责任信息成为年报的标准项目	36
综合报告增长缓慢	38
大型企业通过独立鉴证获取保障	40
GRI可提升对年报的关注	42

方法	44
----	----

我们可提供的协助	46
----------	----

鸣谢	47
----	----

# 关于调查

本调查中，全球毕马威成员所的专业人员花费数月时间，研究分析了几千家公司的年度财务报表、企业社会责任报告及其网站。

本报告由三部分组成：

- 第1部分：碳排放会计：G250公司报告单
- 第2部分：G250企业的企业社会责任报告质量
- 第3部分：企业社会责任报告全球趋势

在第1和第2部分，毕马威评估了按收入排名的全球最大的250家公司(G250)的企业社会责任报告质量，对其在年度财务报表/企业社会责任报告中发布的碳排放信息予以特别关注。

质量评估所用的计分法，基于毕马威人员对企业社会责任报告领先做法的观察。

第3部分探讨的企业社会责任报告的全球趋势，是在45个国家和地区各自的100强企业(N100)所发布的报告的基础上做出的。

有关本报告采用的研究方法，详情可参见第44页。



# 摘要

## 1 碳排放会计： 报告单

- 全球大型公司在其年报/企业社会责任报告中发布的碳排放信息缺乏一致性，使得无法准确比较公司之间的排放绩效
- 矿业及化工等高排放企业有五分之一没有报告碳排放
- 美国及中国等亚太国家最不可能进行排放报告；而欧洲公司最可能报告
- 欧洲公司的碳排放报告得分最高
- 依据毕马威的计分法，G250公司中交通休闲类公司的碳排放报告质量最高，而石油和天然气公司得分最低
- 报告使用或处置其产品的排放影响的企业不足10%

- 全球大型企业中将近半数(47%)没有发布减排目标。欧洲企业报告减排目标的比例最高，而亚太区企业的报告比例最低
- 平均减排目标期限为11年，少数公司的目标期限达到15年或以上的国家标准
- 仅三分之一(35%)披露减排目标的企业解释了目标的制定理据
- 约有半数报告碳排放的公司解释了减排如何令业务得益
- 在其年报/综合报告中加入碳排放数据的报告企业仅为半数稍多
- 62%的碳排放报告企业进行了独立鉴证，基本上符合了其他企业社会责任方面的鉴证比例

## 2 G250公司的企业社会 责任报告质量

- 2013年以来，亚太区的报告质量有所提高，但其他地区的报告质量稍有下降
- 公司在确认影响业务的环境和社会趋势，以及风险方面有所进步

## 3 企业社会责任报告 全球趋势

- 接近四分之三的N100企业进行企业社会责任报告。目前G250范围内企业社会责任报告比例已超过90%
- 亚太区企业社会责任报告率超出其他地区
- 四个新兴经济体拥有最高的企业社会责任报告率：印度、印度尼西亚、马来西亚及南非
- 零售业公司落后于其他行业，应急起直追

- 在年报中纳入企业社会责任数据已经是不争的全球趋势。近五分之三的公司已经这样做了，相比而言，在2011年仅有五分之一
- 编制综合报告的公司数量仍然较低：大约十分之一
- 对企业社会责任信息进行第三方独立鉴证，已成为全球规模最大的企业(G250)的标准做法。G250公司中近三分之二对企业社会责任信息进行鉴证
- 大型会计师事务所继续主导G250公司和N100公司的第三方鉴证市场
- 全球报告倡议组织(GRI)仍是全球流行最广的自愿报告指引，但大公司的采用率有所下降

# 1 碳排放会计： 报告单

随着全球经济向着低碳，以至最终零碳的目标缓慢但坚定地迈进，许多全球大型企业也在面对越来越大的减排压力。

此外，各个利益相关方也在向企业提出越来越高的期望，要求企业提供清晰、一致和透明的碳排放和减排信息。

毕马威认为，所有利益相关方都应该可以从企业的年度财务和/或企业社会责任报告中快速便捷地获取高质量且可比较的碳排放表现信息。

这样利益相关方就能将有关碳排放和气候的关键信息，与企业披露的其他重大问题放在相同的背景下进行比较。

因此，毕马威分析了全球规模最大的250家公司在企业社会责任及其年度财务报告中公布的碳排放信息。

为进行分析，毕马威研究员根据本报告第8页所述的原则制定了一套定性评分法。我们会为每一家G250公司评分，最高分为100。



# 企业应该如何报告碳排放？

毕马威认为，企业在其企业社会责任和年度财务报告中应该本着以下原则来公布碳排放信息。

## 1 重要性和数据要清晰

- 报告应清晰表明公司是否认同气候变化与减排的重要性，并解释公司的重要性评估流程

如果公司确实认同气候变化与减排的重要性，则应遵守下列原则：

- 公司应解释哪些排放范围是重要的，及其理由：
  - 范围1：公司自身业务经营的直接排放
  - 范围2：采购电力、热力和蒸汽的碳排放
  - 范围3：日常业务过程中产生的其他碳排放，包括供应链(上游)排放，以及使用和处置公司产品和服务(下游)产生的排放

## 2 将公司的碳排放表现与碳排放目标进行对比

- 报告应展示公司持续衡量并监察碳排放量
- 报告应提供第三方鉴证证明，让读者相信报告内的数据准确无误
- 如果公司认为三项范围都很重要，报告应提供所有三项范围的数据和信息(即整个周期的碳排放)或显示公司正向着这个目标努力
- 公司应披露清晰的减排目标，包括明确的基准和达成目标的时间表。如果是整个集团订立的目标则更为理想，但即使不是整个集团的目标，报告仍应订立业务单位或国家/地区层面的目标
- 报告应解释公司订立目标的依据。举例来说，这些目标是否符合行业、国家或国际/科学的减排目标？
- 报告应清晰表明公司在达成减排目标方面的表现和进展，包括基准日期和最近一个报告年度的总排放量数据
- 公司应订立为期至少5年，甚至更长目标期的减排目标，以显示达成减排目标的长期承诺

## 3 数据表述要清晰并解释减碳对企业的好处

- 公司应在年度财务报告或综合报告，以及独立的企业社会责任或可持续发展报告中列报碳排放相关数据
- 报告应解释减排如何让企业得益，例如降低成本与风险，或因创新、研发活动变得活跃而产生新的机会
- 当公司在其他来源(如CDP)中披露碳排放信息时，公司应该在其企业社会责任或年度报告中明确向读者指出这些来源。

# 主要调查结果

全球规模最大的公司公布的碳排放报告五花八门，几乎不可能准确地比较一家公司与另一家公司的减排表现

## 1/5

碳排放量偏高的行业，例如化工、矿业、工业、制造业、金属、建筑与材料行业，没有报告碳排放量

**美国和包括中国在内的亚太区国家公司**最有可能不报告碳排放量；而欧洲公司最有可能报告碳排放量

## 11年

公司订立减排目标的平均时限约为11年，但很少有公司配合各国政府目前公布的长期目标，订立超过15年的目标

**交通与休闲行业的公司**所编制的碳排放报告质量得分最高，而石油天然气公司的报告质量得分最低



# 高



# 低

约半数(47%)全球规模最大的公司没有公布减排目标。欧洲公司最有可能订立减排目标，而亚太区公司最不可能订立目标

## 1/3

只有三分之一(35%)公布减排目标的公司解释订立这些目标的理由

在报告碳排放的公司中，报告使用或处置自家产品所产生的碳排放量的公司

## 不足 1/10

**欧洲公司的碳排放报告质量得分最高**

## 1/2

报告碳排放量的公司在年度财务报告或综合报告中收录碳排放数据的仅过半数

报告碳排放量的公司中只有半数解释自身业务如何因减排而得益

## 62%

报告碳排放量的公司中有62% 委聘独立机构进行鉴证，与全球企业社会责任信息的鉴证率相符



## 观点

# “企业碳排放报告需要改革”

**Wim Bartels**, 毕马威可持续发展报告和鉴证服务全球主管

**乍**看之下，毕马威分析似乎描绘了一幅美好的景象：全球规模最大的公司大部分都在企业社会责任报告中报告自身的碳排放表现。约有半数公司还会在年度财务报告或综合报告中报告减排表现。

我们可能凭着这些信息认为，许多大型企业已为全球低碳经济做好准备，在面对越来越严格的要求时能够提供清晰一致的信息作为回应。

然而，深入研究之后我们却发现事实并非如此。毕马威发现，实际上各家公司的报告方式松散矛盾，透明度也是参差不齐。许多公司的年度财务报告和企业社会责任报告都缺少一些关键信息。不同地区与行业之间，甚至同一地区、同一行业的公司在报告内容和报告形式方面都大相径庭。研究员几乎不可能准确地将一家公司的减排表现与另一家公司作比较。

尽管部分公司和行业的碳排放报告质量令人称道，但完全具备最佳做法碳排放报告特征的却寥寥可数。而我们的分析最显著的调查结果是企业在公布减排目标方面还有巨大的改善空间。

全球规模最大的企业应带头减少人为碳排放，因为大部分碳排放来自商业营运。企业正在面对越来越大的减排压力，尤其因为已有150多个国家的政府承诺共同努力减排以应对气候变化。

## “我们确实需要作出改进，而全球准则将有助于解决问题”

但毕马威的研究发现，目前公布减排目标的全球规模最大的企业仅有约一半。在公布减排目标的公司中，只有极少数有远见的公司配合世界各地政府，提出15年以上的长期目标。而公布足够信息以便追踪达标进度的公司也不多。

我们确实需要作出改进，而全球统一的报告准则将有助于解决这一问题。我们不应该将问题全都留待企业来解决，行业机构、监管机构、标准制定机构、投资者等各方面都可以发挥作用。

一些计划已经在实施当中。例如，金融稳定委员会提出让一个工作小组来为企业制定一套与气候相关的披露要求。气候披露标准委员会(CDSB)也出台了自愿披露框架。

清晰的全球准则有助于解决方法各异的问题。我认为，最好的做法是公司在各自的企业社会责任报告和年度财务报告中按照我们在本报告中所述的类型披露主要的碳排放信息。



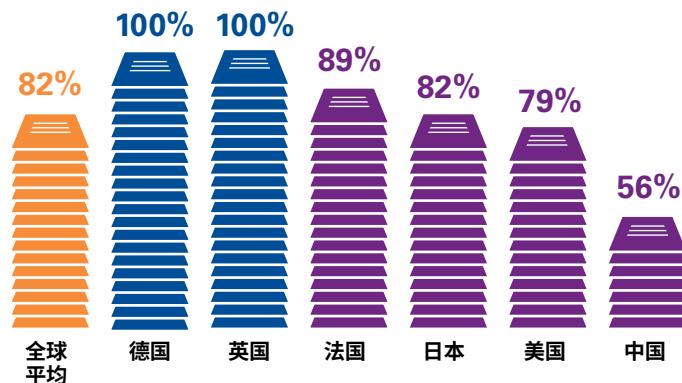
# G250公司碳排放报告：各国对比

有6个国家拥有10家或以上G250公司：中国、法国、德国、日本、英国和美国

毕马威分析了G250公司报告的碳排放数据，然后进行了一些比较

## 报告碳排放的比例

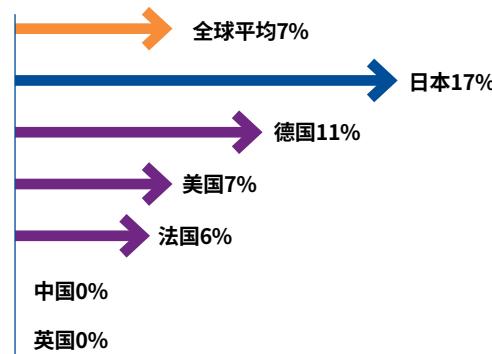
德国和英国公司的碳排放报告比例最高



基数：G250公司。资料来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 报告下游碳排放

在报告使用和处置公司产品和服务产生的碳排放方面，日本企业拔得头筹。17% 的进行碳排放报告的日本企业会进行范围3的下游排放报告—超过全球平均水平(7%)的两倍。



基数：进行碳排放报告的G250公司  
资料来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 对碳排放数据进行鉴证的比例

所有的法国和英国G250公司都会聘请独立第三方对其碳排放数据进行鉴证。鉴证比例最低的是中国。



基数：进行碳排放报告的G250公司，资料来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 碳排放目标时间表

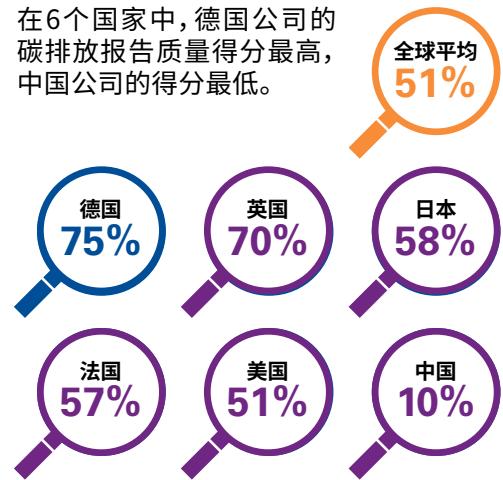
日本的G250公司公布15年或以上的长期减排目标时间表的意愿最高。约有四分之一(27%)的日本企业会公布，约为全球平均水平的两倍。



基数：进行碳排放报告的G250公司  
资料来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

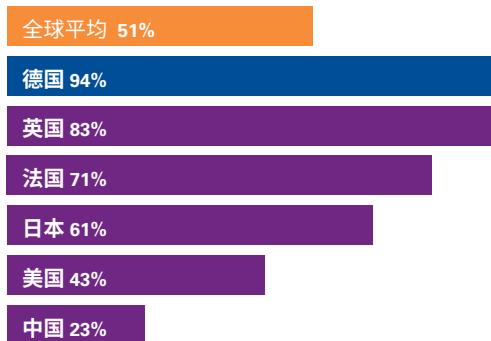
## 碳排放报告质量

在6个国家中，德国公司的碳排放报告质量得分最高，中国公司的得分最低。



基数：进行碳排放报告的G250公司  
资料来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 报告减排带来的好处



在美国,不到一半发布碳排放报告的G250公司会解释减少碳排放对企业带来的好处。

基数:进行碳排放报告的G250公司  
资料来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 公布减排目标



中国公司公布减排目标的意愿最低。在中国的39家G250公司当中,只有1家公布了目标。

基数:所有G250公司  
资料来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查



## 报告单

# 哪些公司发布碳报告？

## ✓ 成就

80%的G250公司将气候变化和碳排放视为重大问题，并发布碳排放报告。表面上看，应是比较高的比例。

### 各行业的碳排放报告比例

<b>100%</b>	食品饮料
<b>92%</b>	公用事业
<b>90%</b>	石油天然气
<b>87%</b>	科技、传媒和电信
<b>83%</b>	零售
<b>82%</b>	医疗保健
<b>80%</b>	化工
<b>80%</b>	建筑与材料
<b>79%</b>	汽车
<b>77%</b>	金融服务
<b>75%</b>	交通及休闲
<b>73%</b>	工业、制造业及金属行业
<b>67%</b>	个人及家居用品

基数:所有G250公司

资料来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查

## ✗ 改进空间

令人惊讶的是，在一些众所周知的高排放行业，一些大型企业没有将气候变化和碳排放视为重大问题，也没有发布碳排放报告。

例如，约有20%从事矿业；工业、制造业及金属业；以及建筑与材料行业的企业没有发布碳排放报告。

相比之下，所有G250的食品饮料企业都发布了碳排放报告。

没有发布碳排放报告的大部分企业（约85%）都位于美国或亚太区国家（包括中国）。

## 毕马威观点

最不可能发布碳排放报告的是个人和家居用品企业，但这些企业其实有很多机会通过价值链来减少排放，比如与供应商合作，减少生产过程的排放，设计在使用和处置环节上对气候变化影响较少的产品。

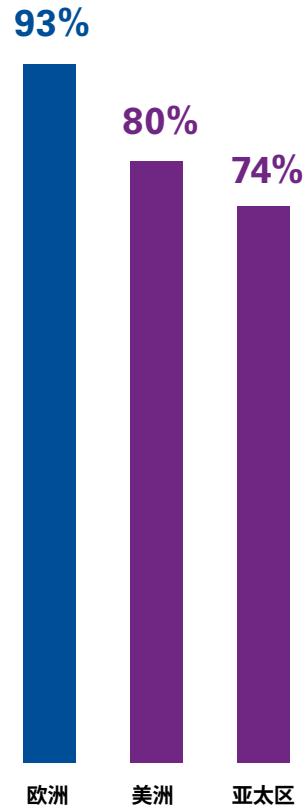
金融服务企业发布碳排放报告的比例较低，说明它们仅关注自身的直接碳排放，与石油天然气等行业相比并不算大。

然而，金融服务企业也应考虑由它们提供资金或投资的企业的碳排放影响，以及它们的贷款和投资组合的碳相关风险。

值得留意的是，虽然美国和中国公司位于碳排放的高端，却最不愿意发布碳排放报告。

中美两国政府可能需要采取措施鼓励企业发布碳排放报告。

## 各地区的碳排放报告比例



基数:所有G250公司

资料来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 报告单

# 碳排放报告的质量如何？

## ✓ 成就

欧洲企业的碳排放报告质量得分最高，平均得分62 (满分100)。

欧洲企业的得分超过其他地区企业，在于报告的排放数据较多，还就减排目标的完成进度报告了更多信息。

澳大利亚企业的碳排放报告质量位居亚太区首位，平均得分为65。南韩和日本企业的碳排放报告质量也比较高，平均得分分别为60和58。

## ✗ 改进空间

美洲和亚太区的企业均落后于欧洲企业，平均得分分别为49和40。

中国企业的得分较低，仅得10分。

石油天然气公司的碳排放报告质量最低，平均得分为35 (满分100)。

## 毕马威观点

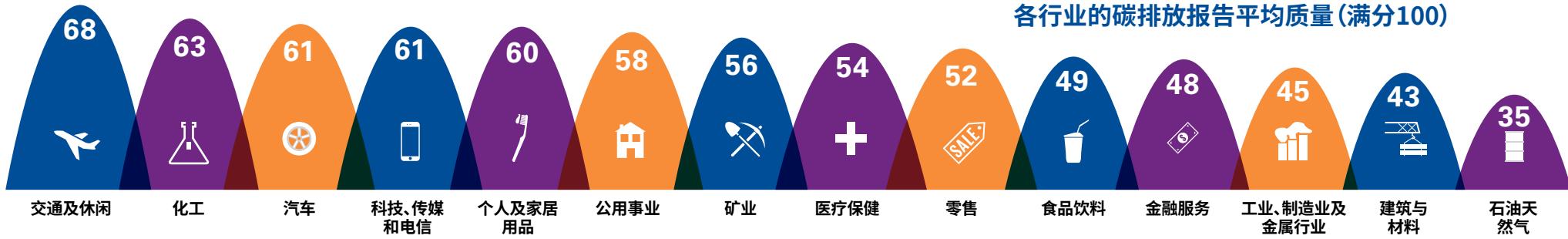
可以预见，欧洲企业由于经验最丰富，其碳排放报告质量将继续保持领先，但报告质量仍然有进步的空间。欧盟碳排放交易体系于2005年启动，要求排放大户测量、监控和管理各自的排放量。

亚太区的碳排放报告质量可能会快速提高，因为该地区已经推出了碳定价和交易体系。南韩于2015年推出了碳交易体系，而中国也将在2017年推出类似体系。

许多高碳排放行业的企业没有订立减排目标，或者没有报告目标完成进度。

工业、制造业和金属行业以及建筑与材料、石油天然气行业在目标订立和表现方面的得分都特别低。

## 各行业的碳排放报告平均质量(满分100)



基数:205家G250公司

资料来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 报告单

# 企业报告哪些碳排放？

## ✓ 成就

# 3/4

超过75% 的公司同时报告直接排放(范围1)和外购电力、热力和蒸汽产生的排放(范围2)。

## ✗ 改进空间

对价值链的碳排放进行报告的企业数量更少(范围3)。一半的企业会报告供应链的碳排放(范围3上游),但只有不到十分之一(7%)的企业会报告使用或处置其产品和服务的碳排放影响(范围3下游)。

## 毕马威观点

分析产品和服务的完整碳周期是一个复杂耗时的过程。对于销售数千种不同产品的零售商而言,这项工作尤其具有挑战性。因此,很少公司对下游的碳排放进行报告也不足为奇。

但是,随着碳分析工具、方法和数据来源的改进,评估企业的完整碳排放影响正日渐成为可能。

## 报告的碳排放范围



基数:205家进行碳排放报告的G250公司  
资料来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查



## 报告单

# 有多少公司公布减排目标？

### ✓ 成就

约有一半全球规模最大的企业(53%)报告了减排目标。

欧洲企业发布减排目标的比例最高。

就全球而言，交通与休闲，公用事业，技术、媒体和电信，以及食品饮料行业报告减排目标的比例最高。

### ✗ 改进空间

近一半全球规模最大的企业(47%)没有公布减排目标。

亚太区企业公布减排目标的比例最低，该地区的公司仅有33%公布了目标，相比之下，美洲和欧洲分别有55%和72%。

石油天然气，建筑与材料，工业、制造业及金属行业公布减排目标的比例最低。

## 毕马威观点

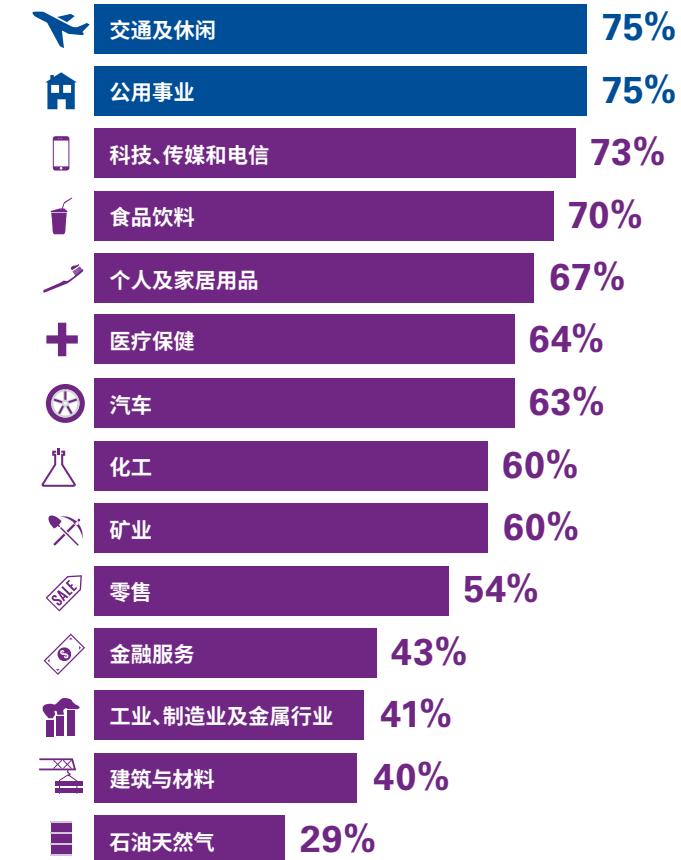
值得注意的是，石油天然气行业等一些碳排放量最大的行业反而公布减排目标的比例最低。

这些公司所面临的挑战是，它们的传统业务模式与碳排放密不可分。公布减排目标就相当于订立限制业务增长的目标。

话虽如此，这些行业内其实正在出现战略转型的迹象。比如，一些欧洲石油巨头已经公开呼吁全球碳定价，有些企业则转向提供低碳能源，摈弃高碳化石燃料。

转型不会一蹴而就，但转型一旦完成，相关行业就很可能更加愿意报告减排目标。

### 各行业公布减排目标的比例



基数：所有G250公司

资料来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 报告单

## 减排目标的时间表

## ✓ 成就

长期减排目标有助于塑造企业战略。

令人鼓舞的是，在公布了减排目标的G250公司当中，大多数(80%以上)都公布了5年以上的目标。

调查发现的平均目标期限稍低于11年。

汽车企业公布的目标期限最长，有3家汽车公司公布了25或50年的时间表。

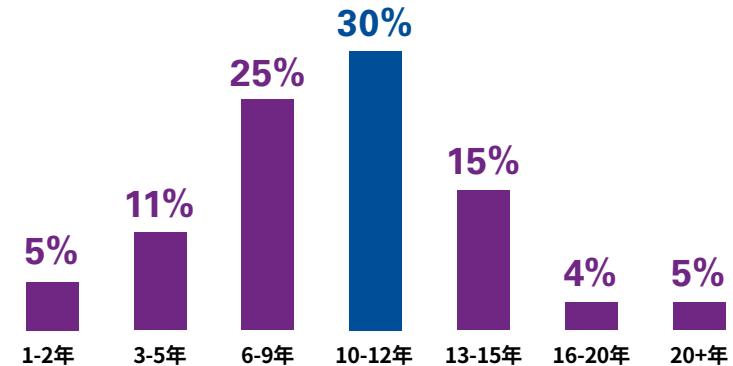
## ✗ 改进空间

只有极少数公司订立了2020年以后的减排目标。

金融服务行业目标时间表最短，大多数金融服务企业公布的目标是6年或以下。

许多公司报告的目标都会在短期(2015年)和中期(2020年)内到期。企业应该在现有目标结束之前设定新的减排目标，并公布长期目标，以便让各利益相关方清楚掌握未来的减排计划。

## 减排目标时间表



基数：126家公布碳排目标且报告明确的目标起止日期的G250公司  
资料来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

## 毕马威观点

在2015年联合国气候谈判于巴黎举行之前，大多数高排放国家都提交了2030年之前的减排目标。

鉴于各个国家的计划期限为15年，所以大企业向国家和国际标准看齐，并采纳类似的时间表是合情合理的。

但是，在订立了减排目标的企业当中，目标达到15年的尚不到五分之一。

## 报告单

# 企业报告减排的水平如何？

### ✓ 成就

#### 目标的理据

三分之一披露减排目标的企业(36%)对选择的减排目标给出了明确的解释。

#### 企业获得的收益

约有一半(51%)发布碳排放报告的公司，解释了减少碳排放如何让它们得益。

有四分之一的企业表示减排降低了经营成本，有五分之一的企业表示减排提高了效率。约15%的企业表示，减少碳排放有利于推动企业内部创新。

汽车、工业、制造业及金属行业有最多的企业认为减排推动了企业的创新。

#### 年报中的数据

超过一半(52%)发布碳排放报告的企业在其年度财务或综合报告中加入了碳排放数据。其余的企业则只在非财务(企业社会责任和可持续发展)报告中加入了相关数据。

#### 目标完成进度

约一半(51%)公布目标完成进度的企业，要么已经达成减排目标，要么正在稳步推进之中。这相当于约八分之一的G250公司。

这个结果看似鼓舞人心，但必须放到一定背景来看，其实目前只有少数公司发布了有关减排目标完成进度的数据。

### ✗ 改进空间

大多数报告了减排目标的公司(64%)，没有清楚解释目标背后的理据何在。

同样，约一半(49%)发布碳排放报告的G250公司没有解释减排会如何让企业得益。

企业的减排目标完成进度报告普遍缺乏透明度，因为只有少数企业报告的数据足以追踪其完成进度。

### 毕马威观点

要理解一家公司的减排目标或者评估一家公司的减排目标是否合理是很困难的，除非该公司主动提供解释。

调查表明，企业需要提高减排目标的透明度。

为了向各利益相关方清晰地传递信息，有更多企业需要在年度财务报告或综合报告中加入更多信息。

如果不提供这些信息，减排目标对投资者和其他利益相关方而言就没有意义，而且还会显得武断和缺乏战略思维。

## 各行业报告减排得益的企业比例



基数：205家进行碳排放报告的G250公司

资料来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

© 2015毕马威国际合作组织（“毕马威国际”）—瑞士实体。毕马威全球网络内的各个独立成员所均为毕马威国际的关联机构。毕马威国际不提供任何客户服务。成员所与第三方的约定对毕马威国际或任何其他成员所均不具有任何约束力；而毕马威国际对任何成员所也不具有任何上述约束力。版权所有，不得转载。

## 报告单

# 有多少公司审计碳数据？

## ✓ 成就

近三分之二(62%)发布碳排放报告的企业会花钱聘请第三方对其碳数据进行审计。

G250公司聘请第三方审计碳数据的比例，基本上反映了企业社会责任报告的审计比例 (63%)，这不足为奇，因为碳数据是审计的最常见内容。

## ✗ 改进空间

36%发布碳排放报告的企业不会花钱对碳数据进行任何内部或外部审计。

### 毕马威观点

聘请第三方进行审计，表明公司重视对外公布的碳信息质量，希望给予利益相关方信心。审计碳数据还有助于企业养成良好的报告习惯，提升内部绩效。



# 提高碳排放报告质量： 毕马威的建议

**1** 应确定企业所有重大的碳排放范围。虽然有的企业在范围3排放的报告上取得了进展，但很多企业并没有报告所有相关范围。

**2** 如果情况许可，企业应该确定一个路线图来划定更大的报告范围。对于报告复杂程度更高的范围3报告尤其如此。范围3报告需要设计新的流程，还需要供应商等第三方的大量投入。

**3** 企业收集和报告的数据应与制定的减排目标范围相一致。毕马威的调查表明，很多时候，企业报告的减排绩效与其宣布的目标类型或范围居然没有直接联系。在这种情况下，企业应重新检查数据收集程序。

**4** 企业应该在现有目标到期之前订立新的长期减排目标。我们在审阅G250公司的报告时发现，许多公司报告的目标截止于2015年，却没有订立新的中期目标。对利益相关方而言，没有新目标会产生不确定性，因为不知道企业的减排战略是什么。

**5** 碳绩效的监测流程应该实施到实体或业务部门层面。根据毕马威的经验，集团的目标往往没有充分分解到集团内各个部门，因此缺少足够的监督或管理而导致目标无法实现。

**6** 目标要远大，但不能不切实际。许多企业都订立了远大的减排目标，虽然没有精确计算如何实现目标，但它们往往表示，较高的目标有助于提高创新和促进新思维。企业应该意识到，如果目标未能实现，可能并不会受到太多审查，但不订立目标或者目标太低，反而会更引人注目。

**7** 对于采取的减排以及应对气候变化措施，企业应该详尽解释，赢得人心 – 不宜仅局限于减排目标和绩效。详细描述减排战略和举措，有助于增加透明度并提升企业形象。

# 2G250公司的企 业社会责任报告 质量

2013年，毕马威利用其专有的评估计分法（见第24页），分析了全球规模最大的企业所发布的企业社会责任报告质量。

2015年，我们进行了同样的分析，发现过去两年内出现了以下重大进展：

- 亚太区企业社会责任报告的质量略有改善，但其他地区的报告质量则轻微下降
- 企业在报告影响业务的环境和社会趋势，以及风险方面有所进步



# 毕马威计分法

毕马威根据7项标准评估企业社会责任报告的质量,我们认为这7项标准是最佳做法应具备的特征:

## 1 利益相关方的参与

应解释如何确定利益相关方并使其参与,以及利益相关方的意见对公司制定企业社会责任战略的影响

## 2 重要性

应表明公司已建立明确持续的程序,以确定最能影响公司及利益相关方的事项

## 3 风险、机会和战略

应找出环境、社会风险和机会,并解释公司的战略回应

## 4 目标与指标

应表明达标时限及可衡量的目标

## 5 透明度与平衡

应开诚布公、不偏不倚地表明公司所面对的企业社会责任挑战,以及所取得的成绩

## 6 供应商与价值链

应说明公司的企业社会责任战略和目标如何解决供应商、产品和服务所造成重大社会和环境影响

## 7 企业社会责任治理

应说明组织内部如何治理企业社会责任,由谁负责,以及企业社会责任绩效如何与薪酬挂钩

## 主要调查结果

2013年以来,除了在趋势及风险报告方面,全球规模最大的企业在报告质量上并没有整体改善。本来上次调查显示了一定的改善空间,人们相信大公司会持续进步,但结果却令人失望。毕马威成员所支持公司客观地审视自身的报告,订立明确的步骤持续提高质量;GRI推出重视报告质量的G4指引已达一年,似应得到企业的合理回应。

提高报告质量,是优秀企业脱颖而出的绝好机会:根据毕马威的评分法,G250公司中评分最高的25家公司取得了平均84分的高分(100分为满分),而全球平均分数只有57分。

2013年以来,仅有亚太区的报告质量平均分有所提高,鉴于亚太区内不少公司刚接触企业社会责任报告,这样的成绩难能可贵。亚太区公司进步迅速,而且似乎非常认同企业社会责任报告的必要性,以及对公司和利益相关方的价值。值得注意的是,亚太区公司在报告利益相关方的参与方面有所改善,反映它们在进一步向着互相依存的全球化世界开放。

由于亚太区公司在企业社会责任报告的数量和质量方面均有进步,预计下一代企业社会责任报告的领军企业可能来自亚太区,而不是传统上在这方面领先的欧洲。



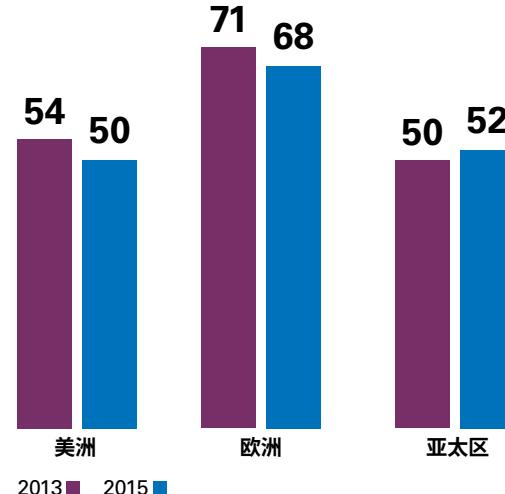
# 亚太区的企业社会 责任报告质量有所改善

**亚** 太区公司的企业社会责任报告质量得到改善；其平均得分已达52分（满分为100），比2013年的50分有所提高。平均而言，亚太区企业社会责任报告得分超过美洲。

在报告利益相关方参与方面，亚太区公司的进步尤其显著。越来越多的亚太区公司会在报告中明确指出利益相关方，说明如何赢得利益相关方的参与，以及对利益相关方意见做出哪些回应。

然而，从全球整体来看，报告质量大致保持不变，与2013年的59分相比，2015年的评分微跌2分至57分。

2013与2015年地区  
整体报告质量评分



基数:230家进行企业社会责任报告的G250公司  
来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查



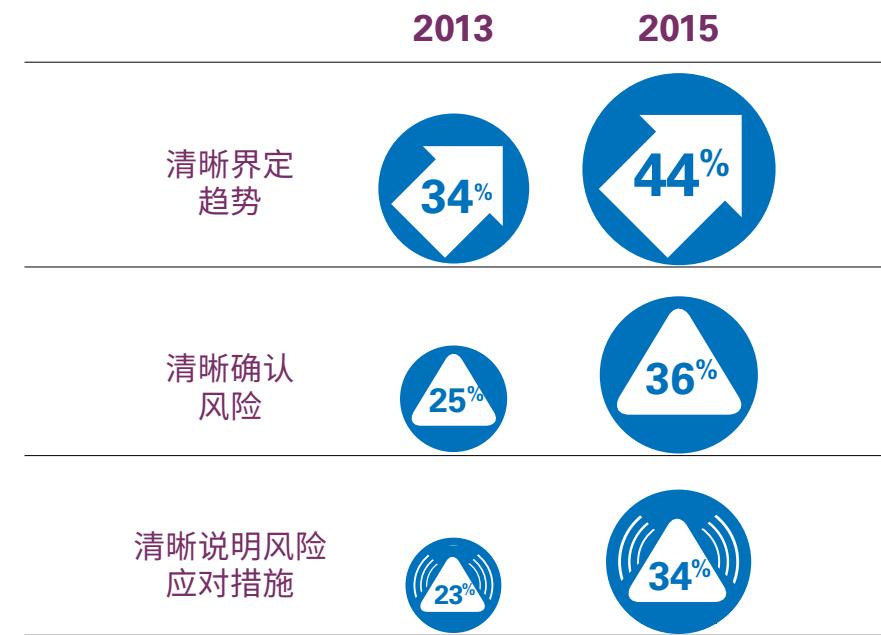


# 趋势及风险的报告 有所提高

**大**型公司在确认影响业务的环境和社会趋势，以及风险方面有所进步，例如资源匮乏、能源和气候变化等。

尽管明确界定并探讨趋势、风险和战略对策（而不是简单地提示）的公司依然只占少数，但其数量呈增长之势。此外，几乎所有确认风险的公司均说明了采取何种行动以应对风险。

## 报告趋势和风险的公司数量



基数：230家进行企业社会责任报告的G250公司  
来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

# 3企业社会责任 报告的全球趋势

45个国家和地区的调查结果显示，企业社会责任报告继续增长，但增速放缓。尽管有些国家和行业进展缓慢，但仍在不断进步；在年报中披露企业社会责任目前已成为一种惯例。综合报告属于少数情况而非普遍做法，当前世界大多数大型企业对数据进行独立签证。





# 受监管影响，企业社会责任报告成为一种常态

企业社会责任报告成为惯例，在2013-2015年间继续增长，但增速减慢

**N100** 当前，约四分之三(73%)的N100公司披露企业社会责任，比2013年(71%)略有上升。由此来看，企业社会责任报告的未来增幅可能较小，除非报告法规作出强制性要求。本调查新增的四个国家(捷克共和国、爱尔兰、阿曼和秘鲁)2015年的报告率较低，连累增长趋势小幅下行。

**G250** 当前，92%的G250公司发布企业社会责任报告。在过去四年中，G250公司的企业社会责任报告率在90%-95%之间浮动，主要原因是，G250公司清单发生了变动。

毕马威预计，在可预见的将来，G250公司的企业社会责任报告率将维持在此水平。立法是推动企业社会责任报告增长的主要动力：要求企业发布非财务信息的法规呈增长趋势。

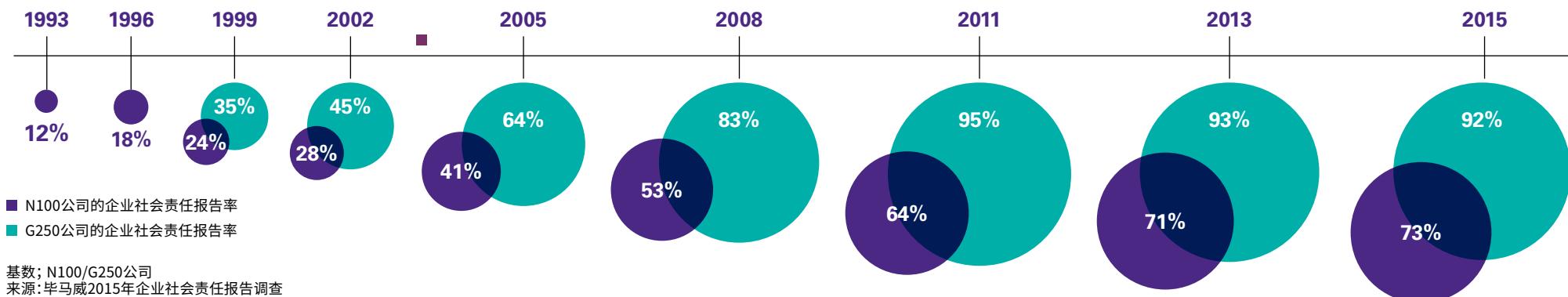
## 毕马威观点

“未来，N100公司的报告率将很可能达到G250公司目前90%-95%的水平。若要实现此比例，则需颁布更多要求企业发布非财务报告的法规。预计未来五年此类法规将会激增。届时，非财务报告将成为企业的必须行为。目前，企业需要关注报告的内容，以及如何将财务与非财务信息完美融合。”



Adrian King,  
毕马威可持续  
发展服务全球主管

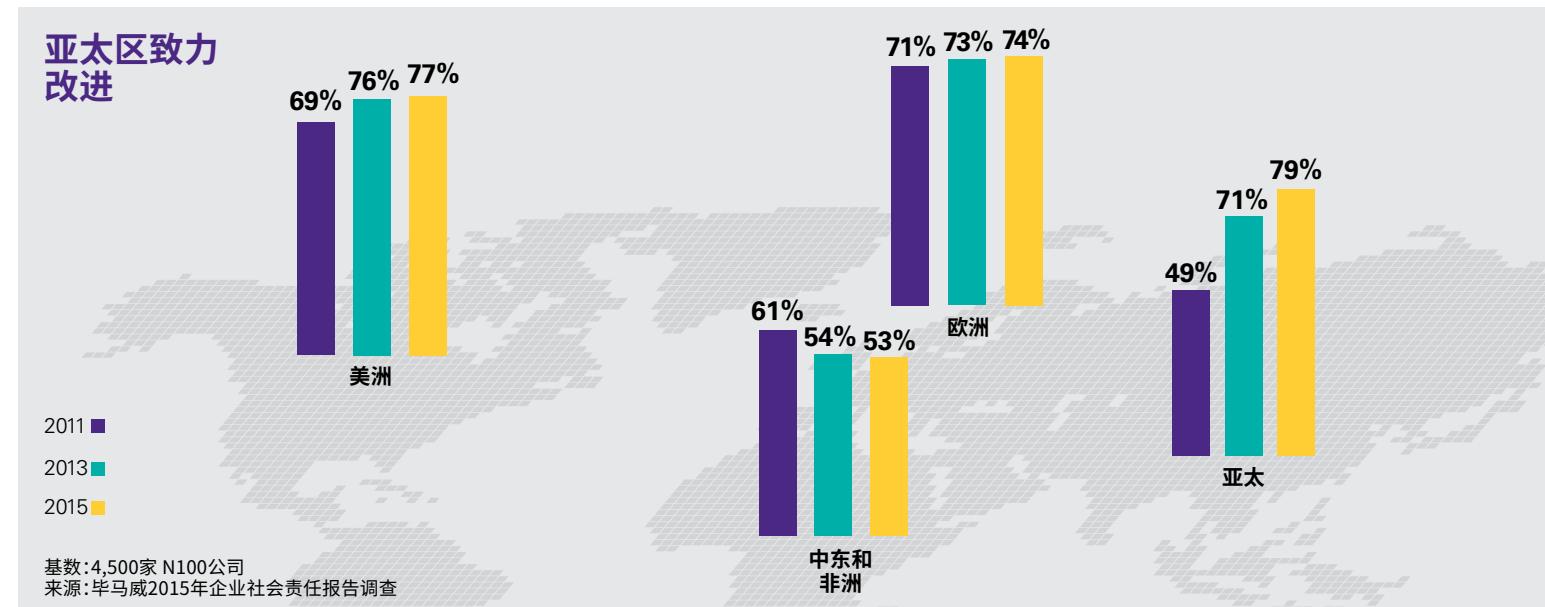
## 企业社会责任报告率稳定在较高的水平



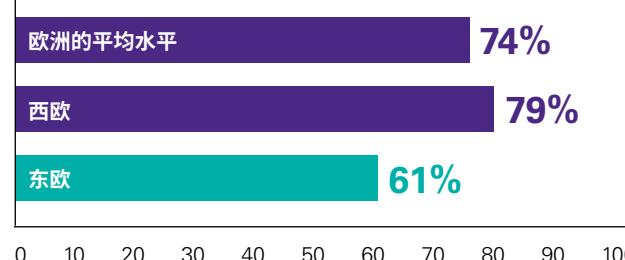
# 亚太区赶超西方

**2**011年，亚太区的报告率低于50%，落后于其他地区；而过去四年中亚太区已在企业社会责任报告方面独领风骚。此增长主要得益于印度、台湾和南韩等国家和地区相继推出的强制性和自愿性报告要求（尽管各国/地区的具体要求存在差异），引起企业社会责任报告激增。目前，亚太区发布企业社会责任报告的企业（79%）比任何其他地区都要多，其次是美洲，然后是欧洲。

西欧（79%）和东欧（61%）报告率不均衡导致欧洲仅排在第三位。东欧较低的报告率将欧洲的平均水平拉低至74%。然而，《欧洲非财务报告法令》的发布将使这种情况得以改观。



## 东欧拉低了整个欧洲的平均报告率



## 亚太区独占鳌头

“亚太区的报告要求持续增加。尽管具体要求有所不同，但报告主要关注合规及风险管理，尤其是供应链、社区和人权问题。”



Sung Woo Kim, 合伙人,  
毕马威南韩

## 欧洲的报告率将上升

“欧洲各家企业社会责任报告率参差不齐的现状有望改观。《欧洲非财务报告法令》于2014年12月发布，欧盟成员国有两年实施时间。欧洲将有约6,000家大型企业报告环境、社会、人权、雇员、反贿赂和反腐败问题。预计2017年该法令正式生效后，将有比以往更多的欧洲企业发布企业社会责任报告。”



Jose Luis Blasco Vazquez,  
合伙人, 毕马威西班牙

# 新兴经济体 加快报告步伐

**在** 全球范围内，印度、印度尼西亚、马来西亚和南非四个发展中国家的企业社会责任报告率最高。2013年以来，企业社会责任报告率增长最快的国家、地区为印度(+27%)、挪威(+17%)、南韩(+25%)和台湾(+21%)。其中三个国家/地区(印度、挪威和台湾)因颁布了强制性报告要求引发报告率快速增长。

企业社会责任报告率达到或超过90%的九个国家均制定了强制性报告要求，分别是印度、印度尼西亚、马来西亚、南非、英国、法国、日本、丹麦和挪威。

### 共同点是迫于监管压力

在强制性报告要求影响下，全球企业社会责任报告率升到了最高点。有些国家的报告法规由政府制定(包括法国、印度尼西亚和南非)，而有的则由证券交易所制定(如巴西、马来西亚和新加坡)。报告要求可能涵盖广泛的社会、环境和治理问题(如丹麦、法国和南非)，或特别侧重某些方面，如温室气体排放(英国)、冲突矿产(美国)或社会责任(印度)。

颁布法规后，企业往往就此采取行动，企业社会责任报告率迅速提升。毕马威认为，如果没有一定的法规要求，任何国家的报告率都不可能超过90%。



### 社会责任要求： 印度

“印度政府鼓励企业投入并报告社会活动。自2013年起，大型企业被强制要求在年报中披露所开展的企业社会责任项目及项目支出等细节。再加上要求前100强上市企业报告社会责任，当前印度的企业社会责任报告率已攀升至全球最高水平。”



**Santhosh Jayaram**, 总监,  
毕马威印度

### 董事会要求：挪威

“在挪威，目前有90%的企业发布企业社会责任报告，而两年前只有73%。主要原因是，2013年新颁布了企业社会责任报告要求。所有公共有限公司和上市公司的董事会必须阐释，如何将企业社会责任与企业战略相融合。然而，报告深度存在巨大差异，若要完全符合规定，有些企业还需付出更多努力。”

**Mona Irene Larsen**, 合伙人,  
毕马威挪威



### 证券交易所上市 要求：台湾

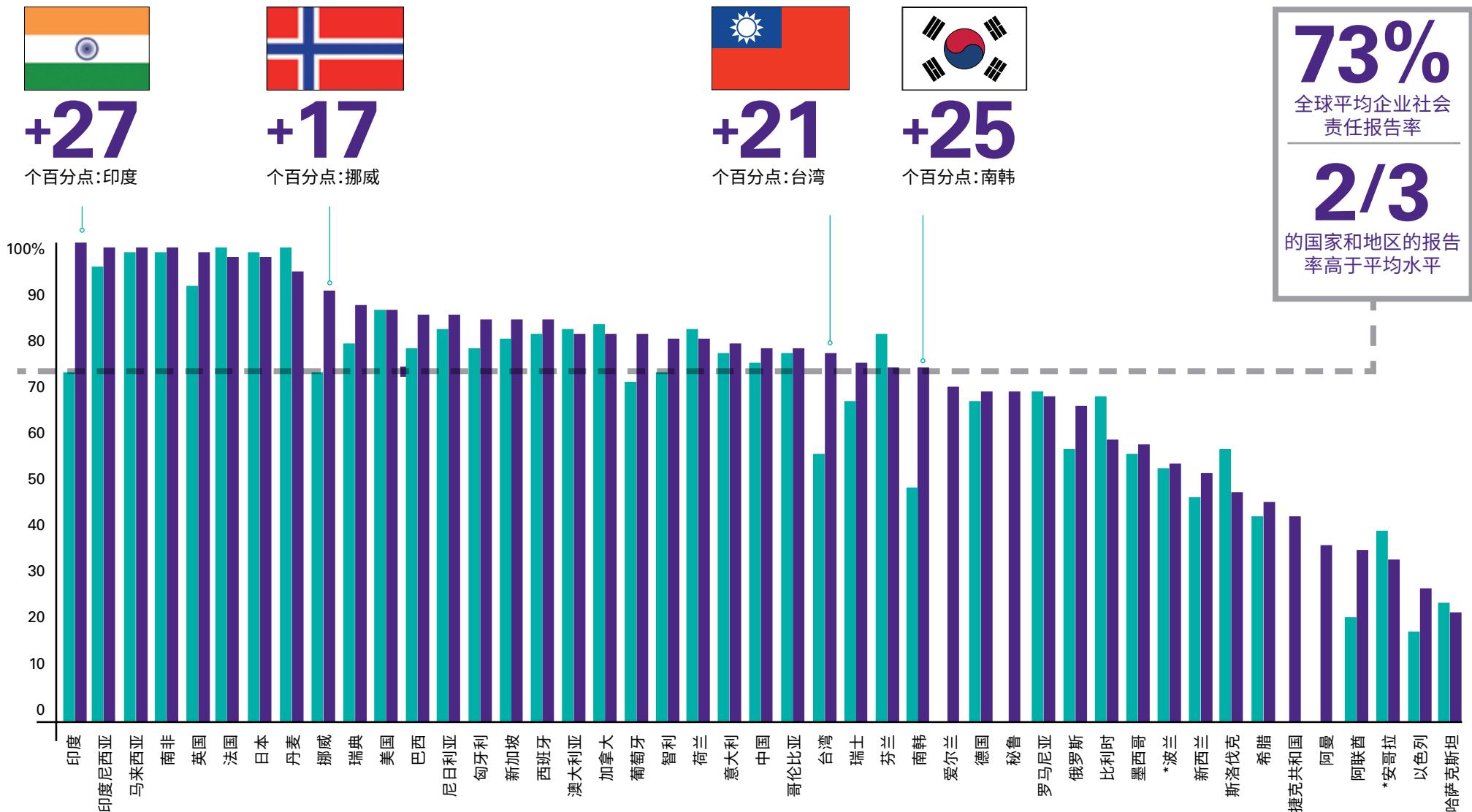
“2014年，台湾证券交易所要求大型化工、食品、金融和保险公司发布企业社会责任年度报告，涉及约200家企业。台湾的企业社会责任报告率自2011年以来大幅提高。从2016年起，重工业和小型企业亦须报告企业社会责任，因此报告率将进一步提升。”



**Niven Huang**,  
总经理,  
毕马威台湾

## 法规要求促使企业社会责任报告迅速增长

2013 ■ 2015 ■



基数:4,500家N100公司

来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查

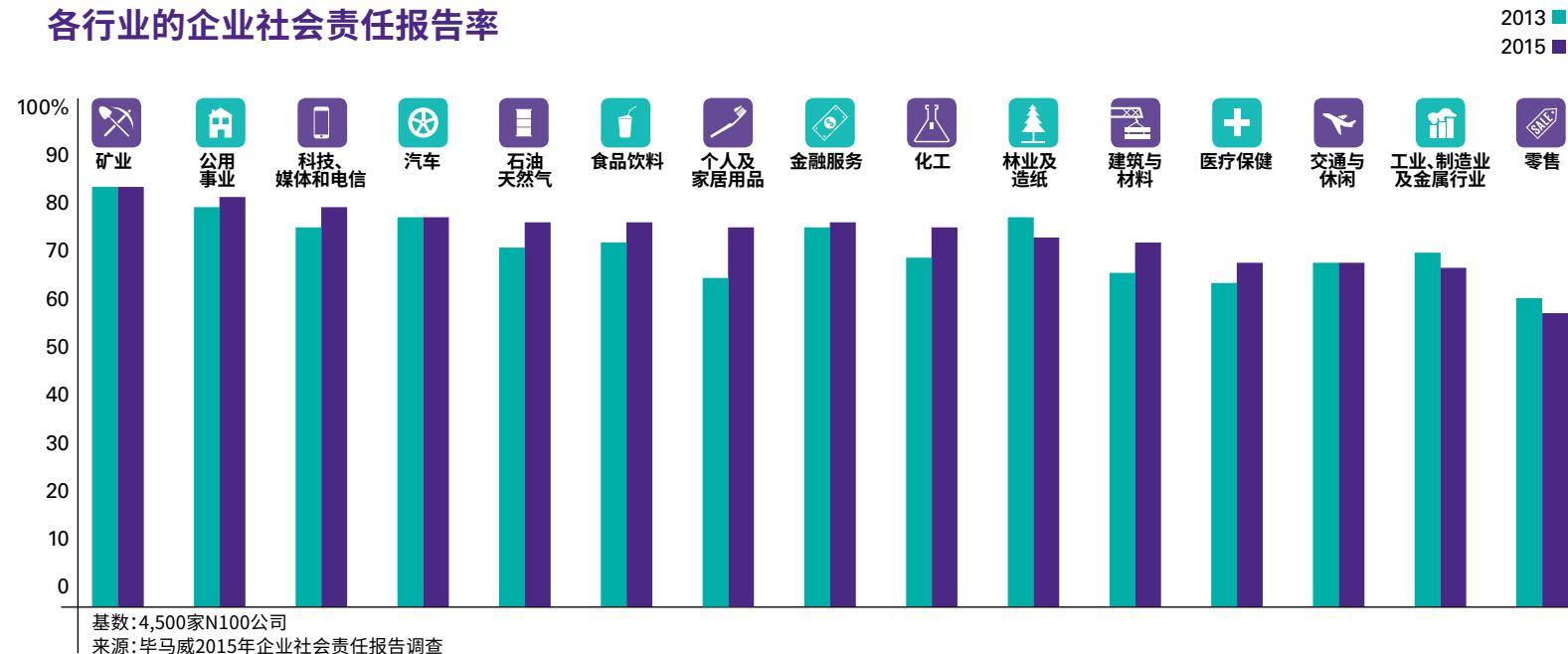
\*对安哥拉和波兰2013年的企业社会责任报告率进行了重述。

# 四行业落后

**1** 5个接受调查的行业中，有九个行业的全球企业社会责任报告率达到或超过75%。重工业和传统污染行业，包括矿业和公用事业仍然是企业社会责任报告的主力军。

零售业的全球报告率最低——仅58%，低于其他所有行业。尽管零售业的影响并不小，但界线不清晰，零售商无法控制自身业务的上下游。

### 各行业的企业社会责任报告率



## 零售业有待改进

“在英国，企业社会责任报告已成为大多数行业的惯例，重工业和资源型企业继续在报告数量上领先。原因是，此类企业对所在地的

环境和社区影响重大且直接。但对于零售行业而言，企业社会责任问题的管理较棘手。行业组织，如消费品论坛，在鼓励成员衡量、报

告企业社会责任表现，以及提供必要的工具方面发挥了重要作用。”

Vincent Neate,  
合伙人，  
毕马威英国



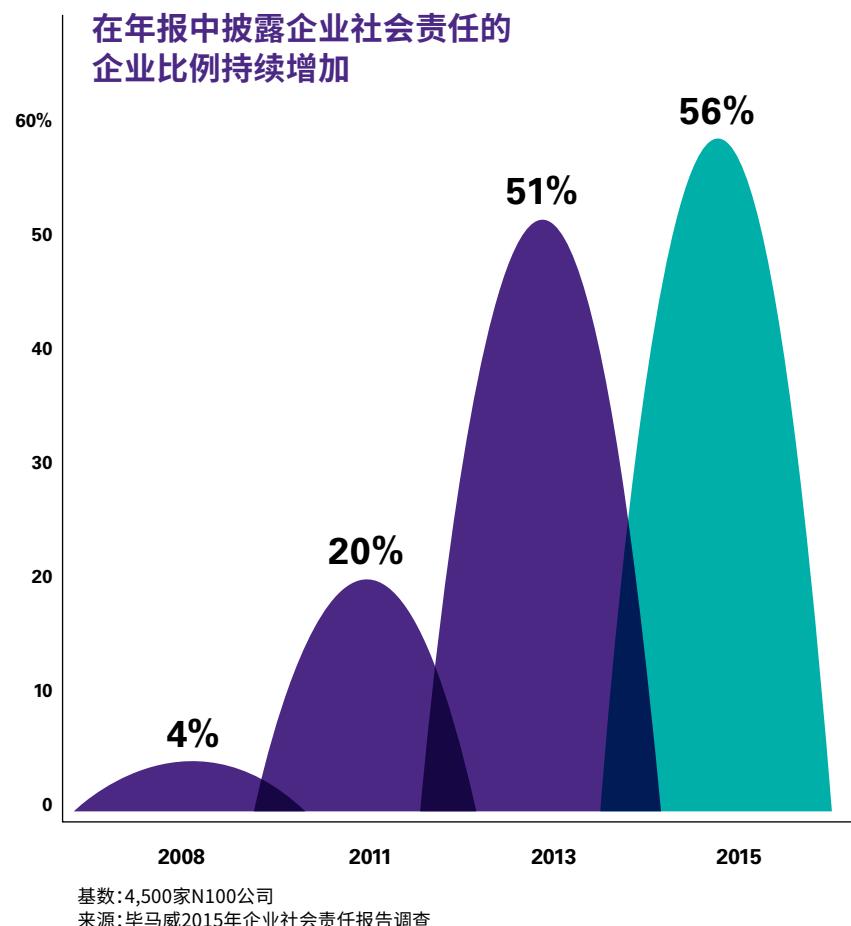


# 企业社会责任信息成为年报的标准项目

**当**前，在年报中纳入企业社会责任信息已成为全球趋势，更加方便了投资者获取非财务信息。2011年，只有20%的N100公司将企业社会责任信息纳入年报；如今，此比例已达到了56%，几乎是2011年的三倍。

在很多国家，法规是主要驱动力。在财务报告中披露企业社会责任比率最高的八个国家均有这方面的立法规定。

2013--2015年间，在年报中披露企业社会责任增长最快的国家/地区包括台湾(+64个百分点)、南韩(+43)和挪威(+31)。

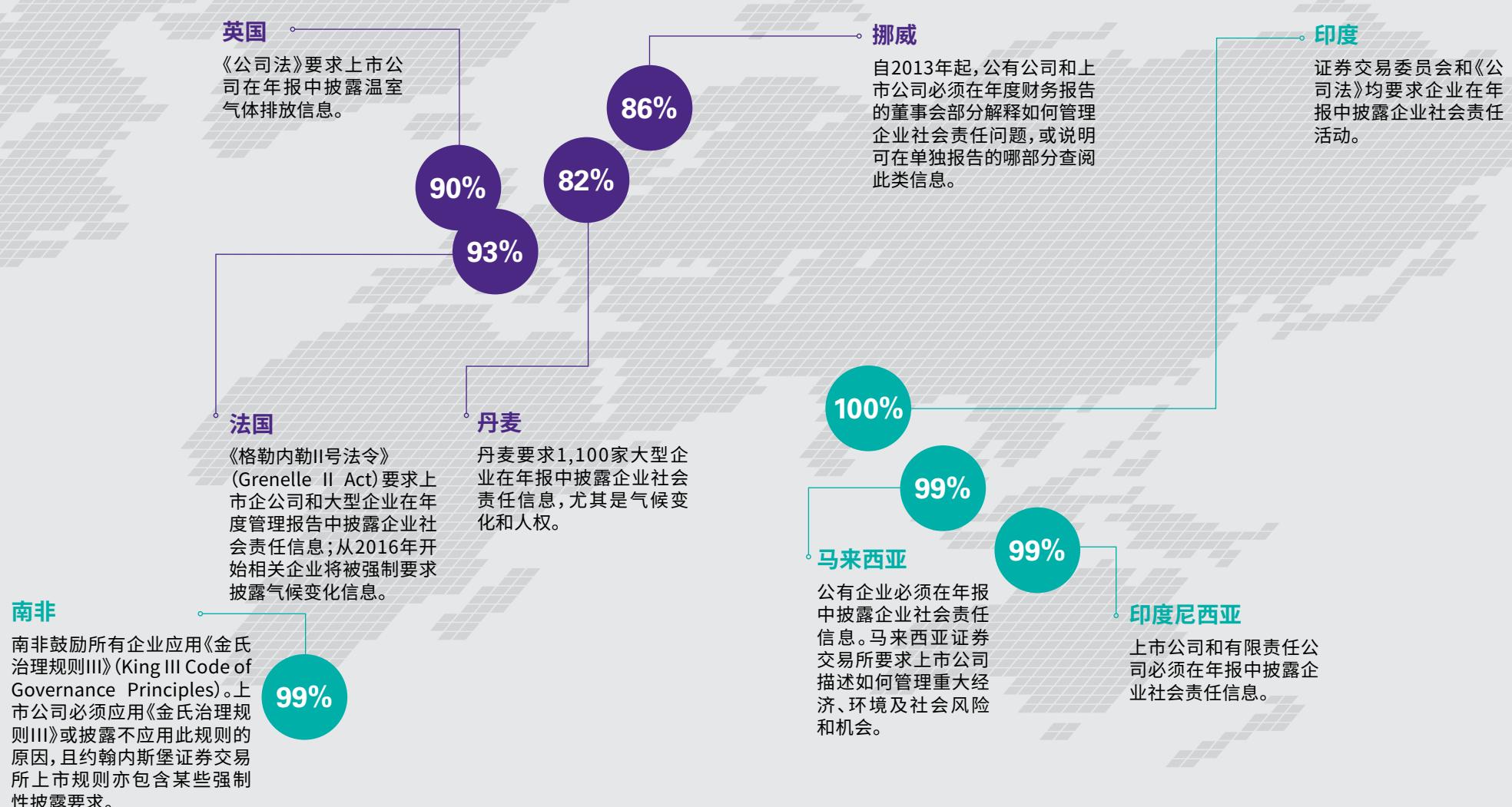


## 毕马威观点

企业出于以下两方面的考虑逐渐在年度财务报告中纳入更多企业社会责任信息：一方面，越来越多的股东认为企业社会责任信息有助于其了解企业的风险和机会；另一方面，证券交易所和政府要求企业在年度财务报告中披露企业社会责任信息。为了适应这一趋势，报告企业应该密切关注对企业价值影响最大的企业社会责任问题，并在年报中披露相关进展。

**Wim Bartels**, 毕马威可持续发展报告和鉴证服务全球主管

## 年报中企业社会责任披露率最高的国家



基数:4,500家N100公司

来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查

# 综合报告增长缓慢

**自** 2013年起，声明是综合报告且遵循国际综合报告委员会(IIRC)框架的报告总量增加了一倍以上。但是，开始发布综合报告的企业的总体比例并未出现显著增长(根据自我声明)。在本调查中此比例目前为11%，2013年为10%。

在南非，发布综合报告是强制性要求，因此迄今为止其综合报告发布率仍最高。

在年报中披露企业社会责任信息的企业比例高，并不一定表明综合报告比例高。在英国，90%的企业将企业社会责任信息纳入年报，但仅有9%的企业表示其报告为综合报告。

在马来西亚，这种对比更加明显：99%的企业将企业社会责任信息纳入年报，而前100强企业中无一表示其报告为综合报告。

## 是否声明年报 为综合报告？

是，声明是综合报告，但未参照国际综合报告委员会框架  
**2013年 | 2015年**  
7% | 5%

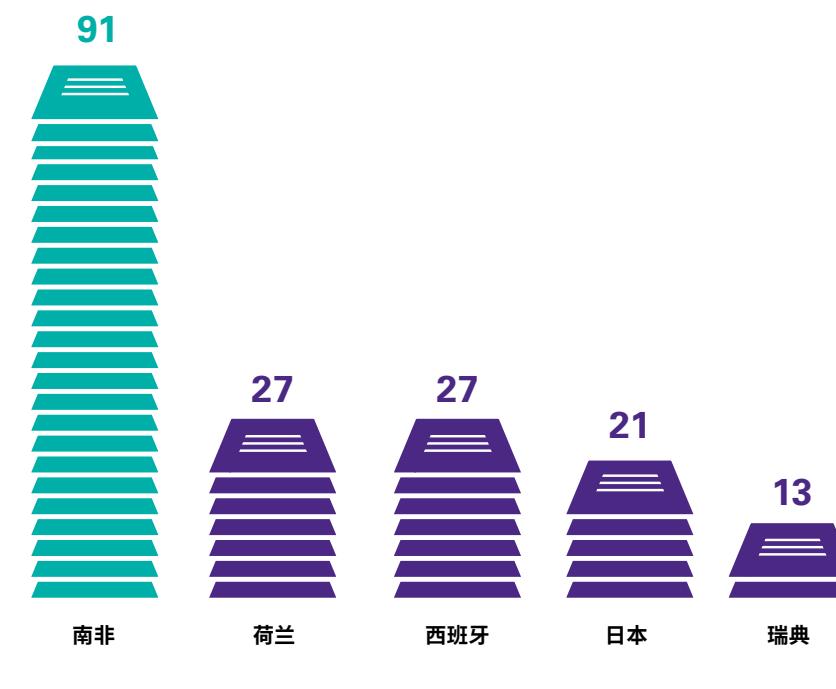
是，声明是综合报告且参照了国际综合报告委员会框架  
**3% | 6%**

否

**90% | 89%**

基数：2015年披露企业社会责任的3,267家N100公司。  
2013年披露企业社会责任的2,884家N100公司。

## 综合报告的实际数量： 排名靠前的国家



## 毕马威观点

“虽然半数以上的受访企业目前在年报中披露企业社会责任信息，但只有11%称其年报为综合报告。其余企业则认为，在财务报告中选择性地披露企业社会责任信息足以满足投资者的需求，并未将年报和企业社会责任报告相融合。”

IIRC制定了综合报告框架，并竭力促使其在全球范围内的应用，但接受程度仍然不高。尽管综合报告在全球应用的最终路径尚不明朗，但毫无疑问企业将继续战略性地将非财务指标应用于年报。”



**Bill Murphy,**  
合伙人，  
毕马威加拿大



# 大型企业通过独立 鉴证获取保障

**对**企业社会责任信息进行第三方独立鉴证，已成为全球大型企业（G250）的标准做法。目前，近三分之二（63%）的G250公司对企业社会责任信息进行独立鉴证。在经历了2011-2013年间停滞不前的状态后，N100公司的鉴证率亦呈现增长趋势。

大型会计师事务所继续主导G250公司和N100公司的第三方鉴证市场。尽管自2013年以来其他鉴证服务商在N100公司和G250公司的市场份额均有所下降，但这两类公司对其他鉴证服务商的使用增加了3-5个百分点。

## 企业社会责任信息鉴证范围

**50%** 整份报告

**34%** 特定的企业社会责任指标

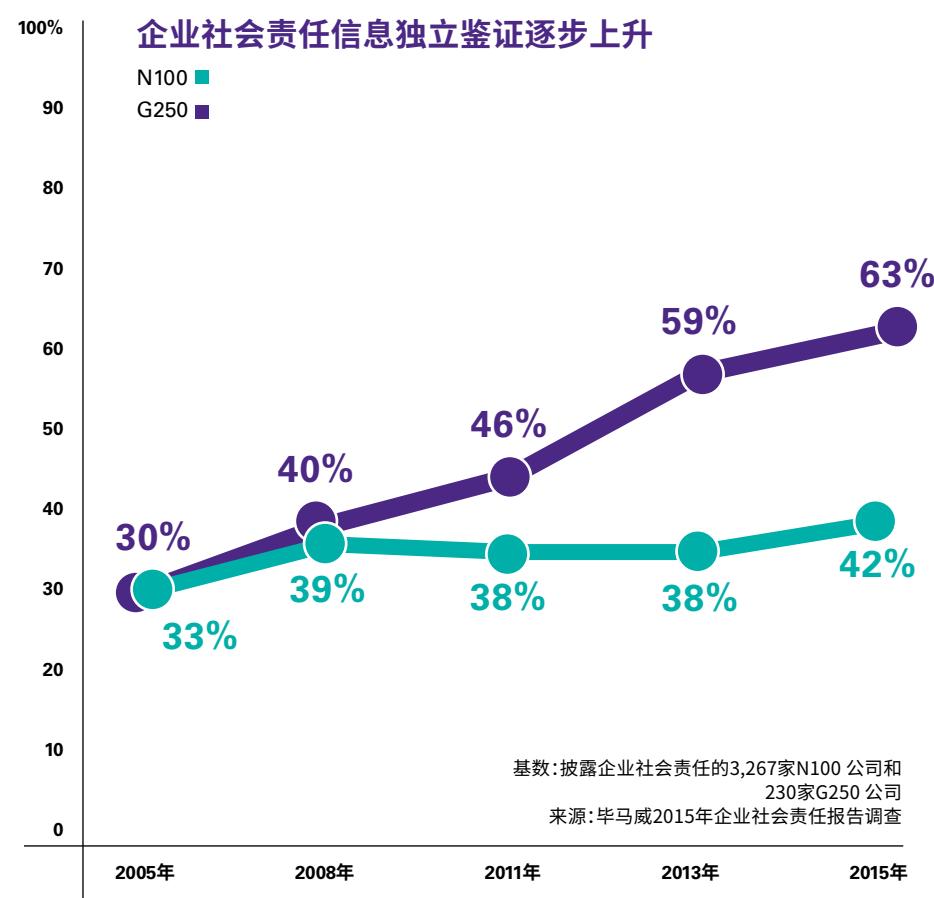
**11%** 企业社会责任章节和指标

**5%** 仅企业社会责任章节

2013-2015年间，鉴证范围维持稳定：半数采用外部鉴证的企业选择对整份报告进行鉴证，三分之一（34%）对特定指标进行鉴证，其余则对具体章节（5%）或同时对章节和指标进行鉴证（11%）。

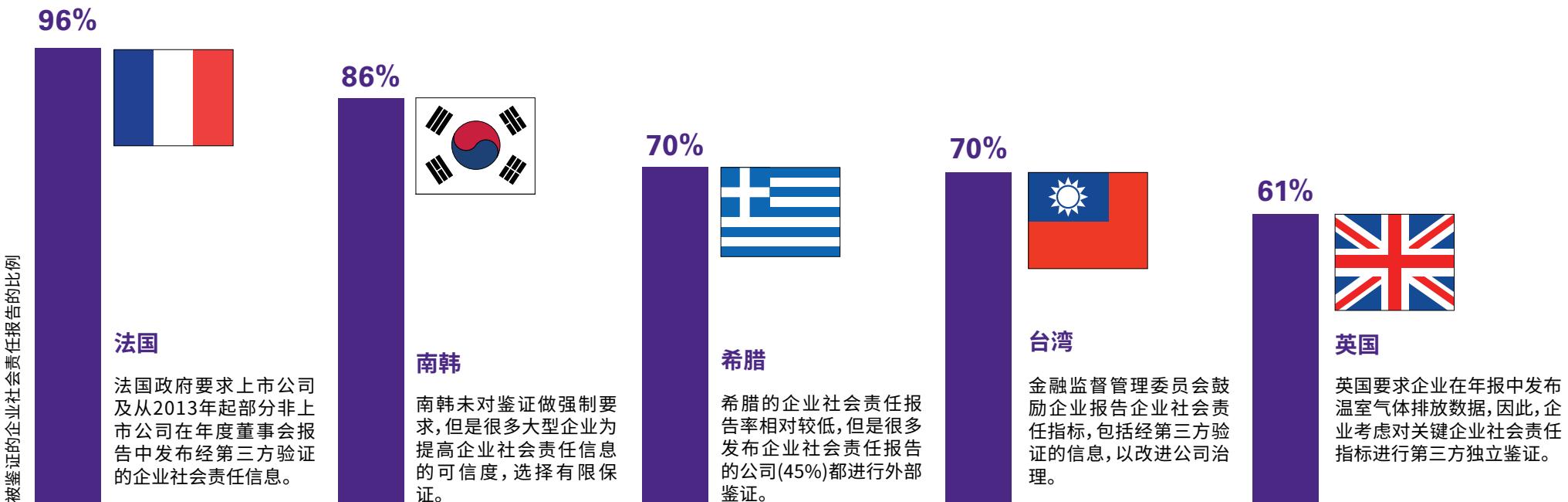
**对年报所含企业社会责任信息的鉴证增长最快，而非单独的企业社会责任报告**

2013年以来，对年报所含企业社会责任信息的鉴证增长了八个百分点，而单独企业社会责任报告鉴证下降了两个百分点。

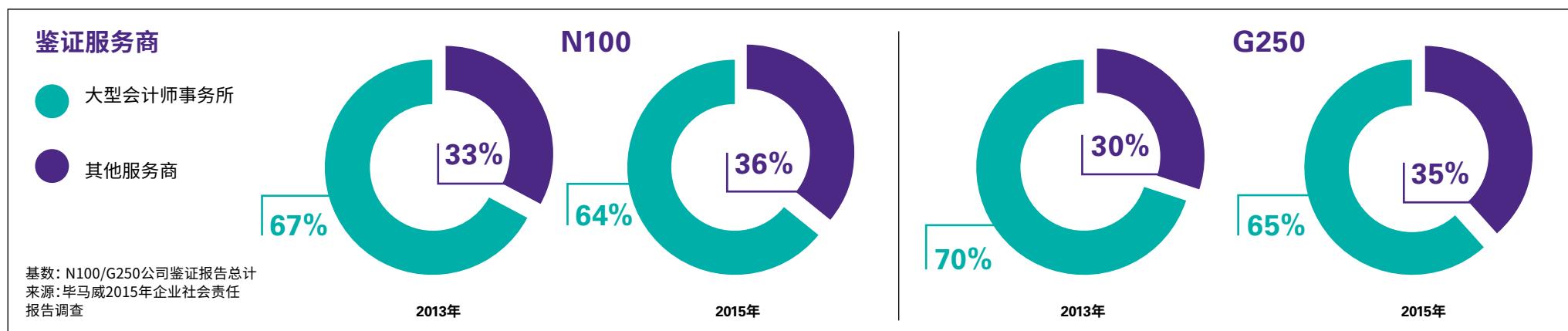


基数：对企业社会责任信息进行鉴证的1,359家N100公司  
来源：毕马威2015年企业社会责任报告调查

以下国家/地区的企业最可能对企业社会责任信息进行  
独立鉴证:



基数:披露企业社会责任的N100公司  
来源:毕马威2015年企业社会责任报告调查



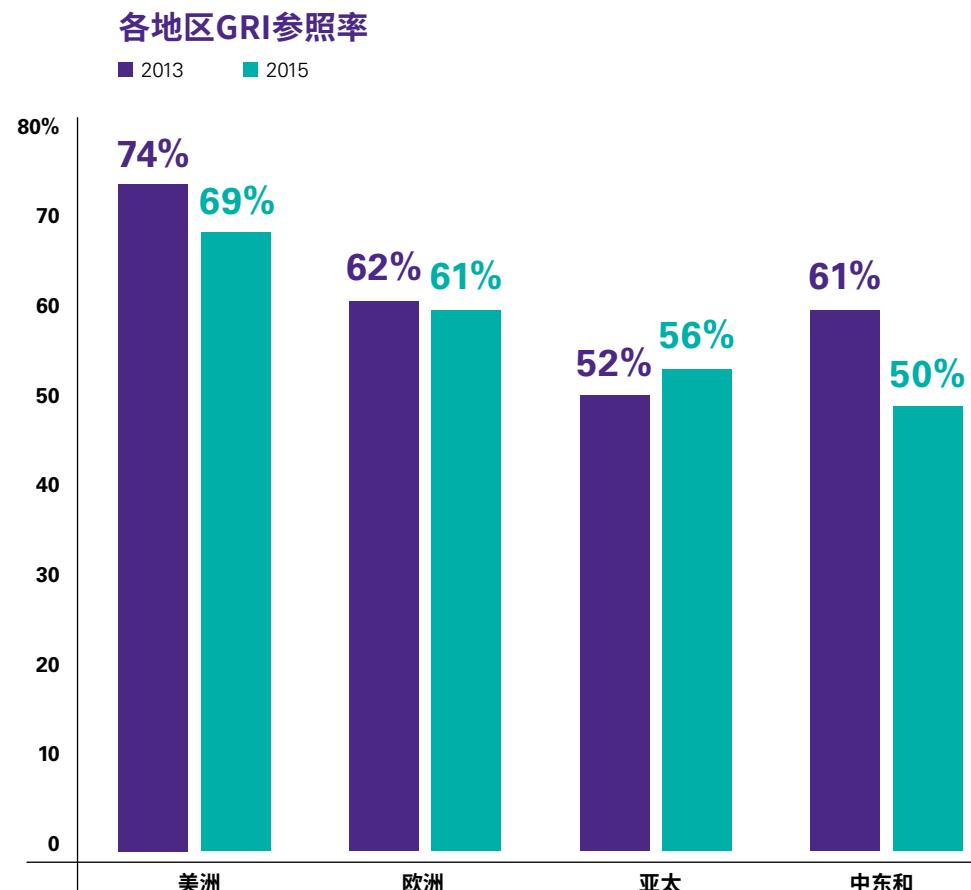
# GRI可提升对年报的关注

**毕马威**研究发现，GRI是全球流行最广的自愿报告指引，45个受调查国家和地区60%的企业社会责任报告企业都参照GRI指引，与2013年的比例(61%)大致保持一致。72% (2013年:74%)的单独企业社会责任报告应用GRI框架。<sup>1</sup>

GRI框架在台湾、中国、印度和印度尼西亚等亚太国家/地区的应用持续增加，而在其他地区的应用稍有下降。目前，14个国家对GRI框架的应用率超过了75%，而在五个国家的应用率则非常低——不到30%。

GRI框架仍在全球大型企业中得到广泛应用：四分之三(74%)的G250公司采用GRI框架，比2013年的81%有所下降。<sup>2</sup>原因可能是，发布的GRI G4框架可能比之前的GRI框架更加复杂，或者企业不再采用GRI，而是在年报或综合报告中披露企业社会责任信息。

<sup>1,2</sup>重述了2013年的GRI报告率，涵盖了所有企业社会责任报告单位，尽管企业社会责任信息的发布格式存在差异(包含在单独报告、年报或综合报告中，或既包含在单独报告中亦包含在年报或综合报告中)。



## 毕马威观点

发布单独企业社会责任报告的企业对GRI框架的应用仍然非常普遍。而仅在年报中披露企业社会责任信息的企业对GRI框架的应用较少，例如，在强制性报告法规促进了企业社会责任信息在年报中披露增加的国家。由于GRI框架原本是针对单独的可持续发展报告而制定，因此应用率低并不奇怪。这一趋势表明，GRI组织可继续倡导企业在年报的企业社会责任信息及单独的企业社会责任报告中增强对GRI原则的应用。

由于缺乏对相关企业社会责任原则的一致应用，如所涵盖问题的重要性，年报中的企业社会责任板块往往非常有限。全球可持续发展准则理事会(GRI组织的标准制定机构)将就增强年报中的企业社会责任报告的一致性提供进一步指引，直到综合报告被广泛接受。

**Wim Bartels**, 毕马威可持续发展报告和鉴证服务全球主管



# 方法

本次调查中,45个国家和地区的毕马威专业人员花费数百个小时研究企业社会责任报告情况。首先,研究人员审阅年度财务报告、单独的企业社会责任报告和公司网站上公布的公开可用信息。在第1部分中,如果公司报告未含有碳信息,而指向CDP报告等第三方信息源的情况,该信息源会被考虑。第二步,按毕马威专业人员认同的领先报告做法的主要质量标准评估企业报告(限于第1和第2部分)。

用于研究的信息源包括PDF格式和印刷文本,以及网页内容。采用的报告属于2014年中期至2015年中期,期间未报告的企业,则采用其2013年以来的信息。2013年7月以前公布的信息未予考虑。调查结果仅基于公开可用的信息,不包括客户公司提供给毕马威成员所的信息。

第1部分(碳排放会计)和第2部分(G250公司的企业社会责任报告质量)提及的全球规模最大的250家企业,来自于2014年福布斯全球500强排名(G250公司)。<sup>1</sup>

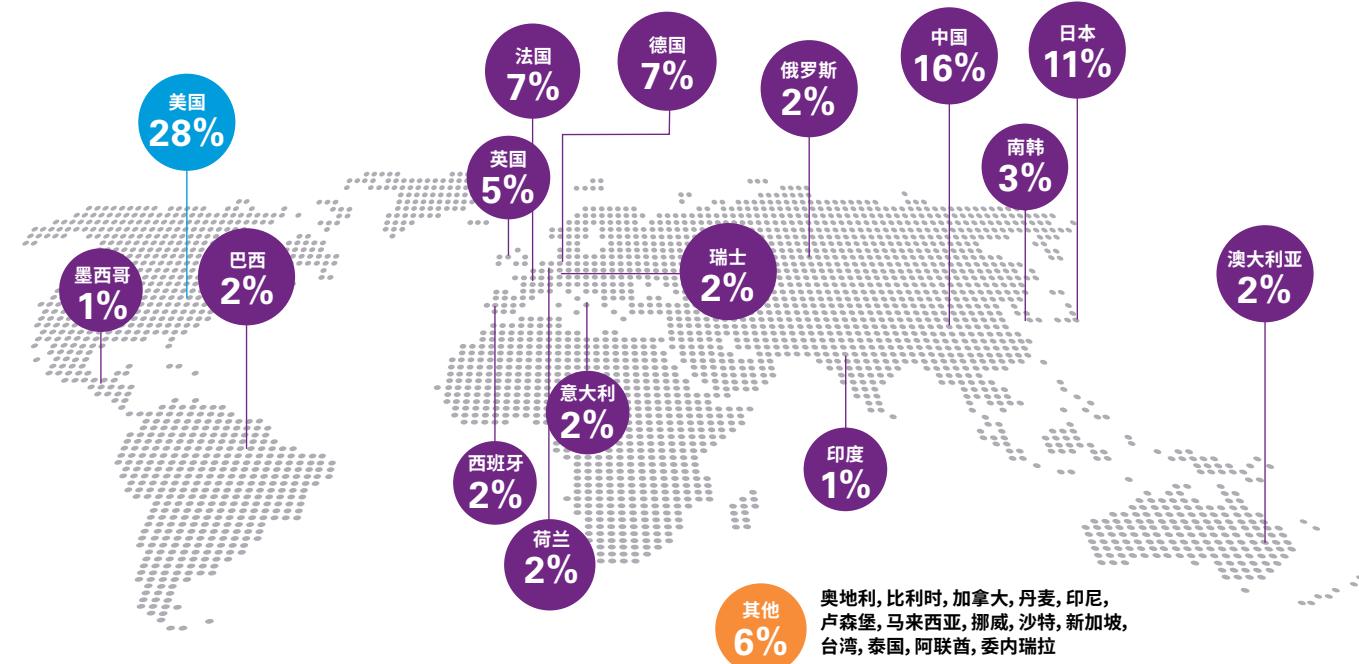
第3部分(企业社会责任报告全球趋势)针对的是45个国家和地区各自的100强企业(N100公司),总计4,500家。毕马威成员所依据的是各国公认的标准N100名单(按公司收入确定),缺乏排名或排名不全的,按市值或其他指标确定。

研究包括了所有企业所有制结构:公开上市、国有、私有及家庭所有。

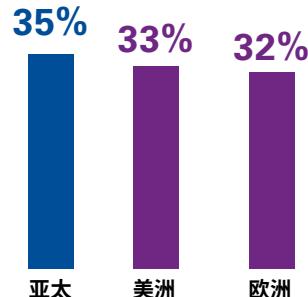
1 [www.fortune.com/global500/2014/](http://www.fortune.com/global500/2014/)

# G250公司

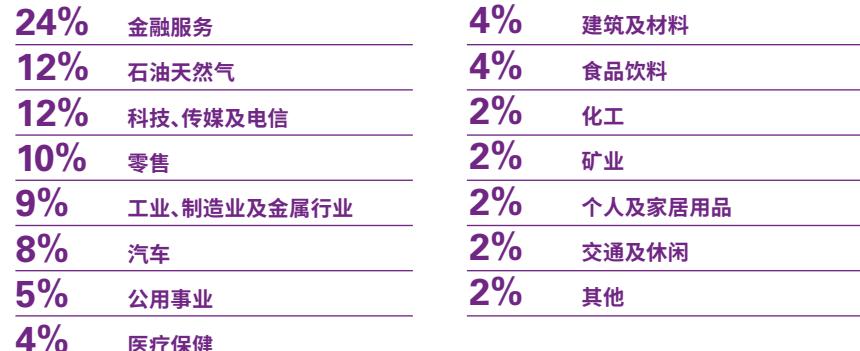
## 分布于31个国家和地区的15个行业:



## G250公司的地区分布



## G250公司的行业分布



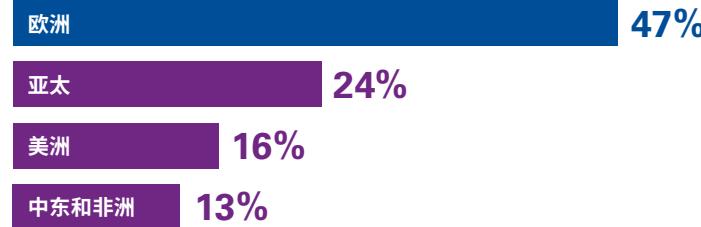
行业比例由于四舍五入而不足100%

# N100公司

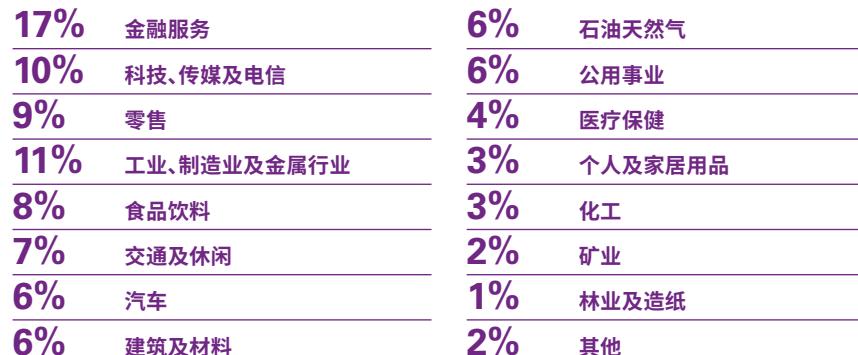
N100公司分布于45个国家和地区的16个行业：

1 安哥拉	12 法国	23 马来西亚	34 新加坡
2 澳大利亚	13 德国	24 墨西哥	35 斯洛伐克
3 比利时	14 希腊	25 新西兰	36 南非
4 巴西	15 匈牙利	26 尼日利亚	37 韩国
5 加拿大	16 印度	27 挪威	38 西班牙
6 智利	17 印度尼西亚	28 阿曼	39 瑞典
7 中国	18 爱尔兰	29 秘鲁	40 瑞士
8 哥伦比亚	19 以色列	30 波兰	41 台湾
9 捷克	20 意大利	31 葡萄牙	42 荷兰
10 丹麦	21 日本	32 罗马尼亚	43 英国
11 芬兰	22 卡萨克斯坦	33 俄罗斯	44 阿联酋
			45 美国

N100公司按地区分布



N100公司按行业分布



行业比例由于四舍五入而不足100%

© 2015毕马威国际合作组织（“毕马威国际”）—瑞士实体。毕马威全球网络内的各个独立成员所均为毕马威国际的关联机构。毕马威国际不提供任何客户服务。成员所与第三方的约定对毕马威国际或任何其他成员所均不具有任何约束力；而毕马威国际对任何成员所也不具有任何上述约束力。版权所有，不得转载。

## 行业分类

按“行业分类基准(ICB)”划分：

毕马威定义的行业	说明
汽车	汽车, 配件和轮胎
化工	商品化工, 专项化工
建筑及材料	建材及固定设施, 重型建筑
金融服务	银行, 非寿险保险, 寿险, 房地产投资及服务, 房地产投资信托, 金融服务, 权益投资工具, 非权益投资工具
食品饮料	饮料(啤酒, 酿造及葡萄酒, 软饮料), 食品生产(农业, 渔业及种植, 加工), 烟草
林业及造纸	林业及造纸
医疗保健	制药及生物技术, 保健设备及服务(保健提供, 医疗, 设备, 医疗用品)
工业、制造业及金属行业	工业金属及矿业(铝, 有色金属, 钢铁), 航空航天与国防, 一般工业品(集装箱与包装, 多元行业), 工业工程(商用车和货车, 工业机械), 石油设备, 服务及分销(包括管道), 替代能源(可再生能源设备, 替代燃料)
矿业	煤炭, 钻石及宝石, 采矿, 金矿, 铂金及贵金属
石油天然气	石油天然气生产, 钻探及生产, 油气一体化
个人及家居用品	家用物品及住宅建筑(耐用家居, 非耐用家居, 家具, 房屋建筑), 休闲物品(消费电器, 娱乐产品, 玩具), 个人物品(服装, 鞋类, 个人物品)
零售	普通零售(服装, 宽线零售, 家居装修, 特殊消费者服务, 专业用品零售), 食品和药品零售批发
科技、传媒及电信	固定线路通讯, 移动通讯, 软件及计算机服务(及互联网), 技术硬件及设备(计算机硬件, 电子办公设备, 半导体, 电信设备), 电子及电力设备, 传媒(广播及娱乐, 媒体代理, 出版)
交通及休闲	旅行及休闲(航空, 博彩, 宾馆, 娱乐, 餐饮, 旅行及旅游), 工业运输(送货, 海运, 铁路运输, 运输服务, 汽车货运)
公用事业	电力, 天然气, 水及多元公用设施
其他	支持性服务(商业支持服务, 商业培训及招聘, 财务管理, 工业供应商, 废物及处置)

# 我们可提供的协助



马威是可持续发展咨询的先驱 – 有的成员所早在20年前就推出了可持续性发展服务 – 毕马威国际网络因而具备了无法比拟的经验水平。今天，我们有数百名可持续性发展专业人员，分布于约60个国家，为客户献计献策。

## 本地知识, 国际经验

无论客户在哪里经营，毕马威的全球网络中的各个成员所专业人员，都能够深入理解相关的经济、政治、环境和社会情况。同时，成员所也通过我们的全球卓越中心更加紧密地联系在一起。这意味着，不管客户遇到什么困难，我们都能汇聚一支具备国际经验的团队来排忧解难。

## 联系我们

毕马威气候变化和可持续发展  
全球卓越中心

sustainabilityservices@kpmg.com

## 超越可持续发展业务

我们并不只是工作在可持续发展业务，与我们并肩工作的是成员所税务、审计、咨询各方面的专业人员，包括行业专家、管理顾问、税务会计师、以及信息技术、供应链、基础设施、国际拓展等多个领域的专家。我们的建议和方案并非泛泛而谈，也不是不分情况一刀切，而是拿出一支精挑细选的多专业团队令客户得益。

## 以结果为导向

毕马威在深入了解相关情况的基础上，协助客户制定适应未来的经营策略。我们努力从大处着眼，不仅超越常规，而且找出务实的方案，以推动变革，实现成功增长。

## 高瞻远瞩

我们的全球卓越中心专注于启发性研究，分析全球变革因素，开发切实的业务应对方案，供客户参考应用。

## 企业社会责任报告及鉴证服务

毕马威成员所可协助客户：

- 了解应报告哪些环境及社会信息 ■ 与行业同行基准进行比较
- 选择正确的报告方法 ■ 为客户提供内外部报告体系进行独立鉴证
- 将报告中财务及非财务信息相融合 ■ 为可持续发展绩效报告提供独立鉴证
- 专项项目的报告，如可持续发展指数 ■ 查验供应商的可持续发展绩效

## 碳报告及气候变化咨询服务

毕马威成员所可协助客户：

- 了解并遵循全球减排及报告法律法规 ■ 对碳数据进行独立第三方鉴证
- 提供碳报告最佳做法方面的建议，与同行比较 ■ 确定并减轻供应链气候相关风险
- 向CDP报告相关信息

# 鸣谢

## 主编



**Adrian King**  
毕马威可持续  
发展服务全球  
主管



**Wim Bartels**  
毕马威可持续  
发展报告和鉴  
证服务主管

## 主编



**Mark McKenzie**  
市场推广、通  
讯及领先思维  
全球总监



**Eleanor Austin**  
全球领先思维  
经理

## 全球项目组:

**毕马威加拿大:**  
**Bill Murphy**  
合伙人

**毕马威法国:**  
**Philippe Arnaud**  
合伙人

**Brice Javaux**  
经理

**Leo-Paul Karle**  
组长

**毕马威印度:**  
**Santhosh Jayaram**  
总监

**Prathmesh Raichura**  
助理总监

**Gargi Dhongde**  
经理

**Harsh Vasoya**  
分析师

**毕马威荷兰:**  
**Karlijn Steinbusch**  
经理

**毕马威英国:**  
**Paul Holland**  
总监

**Madeleine Karn**  
助理

## 项目组对下列人士谨致谢忱:

Sophie Bailey, Shirit Brandwijk, Lucy Byrne, Maria Cheng, Mayuresh Deskar, Chantal Gommers, Louise Hansen, Jessie Heemskerk, Arjan Heeenders, Andrea Hsu, Michiel Huijgen, Catalina Iorga, Sander Jansen, Imran Jiwa, Madhura Kimbahune, Novneet Kumar, Richart Van Der Merve, Eddie Ng, Shari Peters, Kshitija Rangnekar, Thea Renner, Martin Rogez, Dania Sauza, Marina Schurr, Vera Tolkach, Duygu Türkmen, Nandita Upadhyay, Julie Vasadi, Marijke Vermaak, Hanife Ymer.

## 研究员:

Dimitris Apostolidis, Carmen Auer, Anna Aulakoski, Ivan Barsola, Raajeev Batra, Joanne Beatty, Katherine Blue, Edris Boey, Mike Boone, Giovanna Caipo, Paul Callaghan, Kirk-Patrick Caron, David Cevela, James Cheng, Nathalie Clement, Marta Contreras Hernandez, Santy Dermawai, Gheorghita Diaconu, Arnaud van Dijk, Jessica Dominguez, Lucie Douma, Asa Ekberg, Miguel Fernandez, Jenny Fransson, Hilda Garza, Kevin Giersch, Olga Glushkovskaya, Isabella Hirs Schaller, Didi Hoezen, Andrea Hsu, Cilia Holmes Indahl, Louise Spelman Iversen, Ivana Jezkova, Ricardo Jimenez, Viliam Kaceriak, Lars Konggaard, Martina Kopsova, Radoslaw Kowalski, Ciara Larsen, Kyu Min Lee, Francesca Lifrieri, Lloyd McAllister, Alicia Moreno, Gregor Mowat, Steven Mulken, Sarah Newman, Gloria Ojo, Justyna Piekarska, Dagmara Podziemska, Caroline Pope, Sara Ramirez, George Raounas, Filipa Rodrigues, Anette Ronnov, Roopa Davé, Rony Shalit, Ang-Ting Shih, Kori Silva, Dagmar Stastna, Ana Stivanin, Lorenzo Solimene, Naomi Sugo, Istvan Szabo, Adrian Tan, Alin Tiplic, Ekaterina Trutneva, Louise Venables, Hwa Young Woo, Gabrielle Wyborn, Takeshi Yamamoto.

## 图片:

Getty Images, Corbis

# 联系毕马威成员 专业人员

<b>阿根廷</b> <b>Martin Mendivelzua</b> mmendivelzua@kpmg.com.ar	<b>中国</b> <b>Maria Cheng</b> maria.cheng@kpmg.com	<b>印度</b> <b>Santhosh Jayaram</b> santhoshj@kpmg.com	<b>墨西哥</b> <b>Jesus Gonzalez</b> jesusgonzalez@kpmg.com.mx	<b>俄罗斯、乌克兰、 格鲁吉亚和亚美尼亚</b> <b>Igor Korotetskiy</b> ikorotetskiy@kpmg.ru
<b>澳大利亚</b> <b>Adrian V. King</b> 毕马威可持续发展服务全球 主管 avking@kpmg.com.au	<b>哥伦比亚</b> <b>Maria Teresa Agudelo</b> magudelo@kpmg.com	<b>印度尼西亚</b> <b>Iwan Atmawidjaja</b> iwan.atmawidjaja@kpmg.co.id	<b>荷兰</b> <b>Bernd Hendriksen</b> hendriksen.bernd@kpmg.nl	<b>新加坡</b> <b>Sharad Somani</b> sharadsomani@kpmg.com.sg
<b>奥地利</b> <b>Peter Ertl</b> pertl@kpmg.at	<b>塞浦路斯</b> <b>Iacovos Ghalanos</b> iacovos.ghalanos@kpmg.com.cy	<b>爱尔兰</b> <b>Eoin O'lideadha</b> eoin.olideadha@kpmg.ie	<b>新西兰</b> <b>Gabrielle Wyborn</b> gwyborn@kpmg.co.nz	<b>斯洛伐克</b> <b>Quentin Crossley</b> qcrossley@kpmg.sk
<b>阿塞拜疆</b> <b>Vugar Aliyev</b> valiyev@kpmg.az	<b>捷克</b> <b>Milan Flosman</b> mflosman@kpmg.cz	<b>Caroline Pope</b> caroline.pope@kpmg.ie	<b>尼日利亚</b> <b>Tomi Adepoju</b> Tomi.adepoju@ng.kpmg.com	<b>南非</b> <b>Shireen Naidoo</b> shireen.naidoo@kpmg.co.za
<b>波罗的海</b> <b>Marko Siller</b> msiller@kpmg.com	<b>丹麦</b> <b>Tina Obel Lope</b> tolope@kpmg.com	<b>以色列</b> <b>Oren Grupi</b> ogrupi@kpmg.com	<b>挪威</b> <b>Anette Ronnov</b> anette.ronnov@kpmg.no	<b>韩国</b> <b>Sungwoo Kim</b> 区域主管:亚太区 sungwookim@kr.kpmg.com
<b>比利时</b> <b>Mike Boonen</b> mboonen@kpmg.com	<b>芬兰</b> <b>Tomas Otterström</b> tomas.otterson@kpmg.fi	<b>意大利</b> <b>PierMario Barzaghi</b> pbarzaghi@kpmg.it	<b>秘鲁</b> <b>Rosario Calderon</b> rccalderon@kpmg.com	<b>西班牙</b> <b>Jose Luis Blasco Vazquez</b> 区域主管:欧洲、中东和非洲 jblasco@kpmg.es
<b>巴西</b> <b>Ricardo Zibas</b> rzibas@kpmg.com.br	<b>法国</b> <b>Philippe Arnaud</b> parnaud@kpmg.fr	<b>日本</b> <b>Kazuhiko Saito</b> kazuhiko.saito@jp.kpmg.com	<b>菲律宾</b> <b>Henry D. Antonio</b> hantonio@kpmg.com	<b>瑞典</b> <b>Daniel Dellham</b> daniel.dellham@kpmg.se
<b>加拿大</b> <b>Bill J. Murphy</b> billmurphy@kpmg.ca	<b>德国</b> <b>Simone Fischer</b> simonefischer@kpmg.com	<b>哈萨克斯坦</b> <b>Gregor Mowat</b> gmowat@kpmg.ru	<b>波兰</b> <b>Krzesztof Radziwon</b> kradziwon@kpmg.pl	<b>Jenny Fransson</b> jenny.fransson@kpmg.se
<b>智利</b> <b>Luis Felipe Encina</b> lencina@kpmg.com	<b>希腊</b> <b>George Raounas</b> graounas@kpmg.gr	<b>卢森堡</b> <b>Jane Wilkinson</b> jane.wilkinson@kpmg.lu	<b>葡萄牙</b> <b>Filipa Rodrigues</b> filiparodrigues@kpmg.com	<b>瑞士</b> <b>Arjan de Draaijer</b> arjandedraaijer@kpmg.com
<b>匈牙利</b> <b>István Szabó</b> istvan.szabo@kpmg.hu	<b>马来西亚</b> <b>Kasturi Paramanathan</b> kpamanathan@kpmg.com.my		<b>罗马尼亚</b> <b>Gheorghita Diaconu</b> gdiaconu@kpmg.com	<b>台湾</b> <b>Niven Huang</b> nivenhuang@kpmg.com.tw
				<b>Charles Chen</b> charleschen@kpmg.com.tw

本刊物所载数据仅供一般参考用，并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。本所已致力提供准确和及时的数据，但本所不能保证这些数据在阁下收取时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据所载数据行事。

© 2015 毕马威国际合作组织（“毕马威国际”）— 瑞士实体。毕马威全球网络内的各个独立成员所均为毕马威国际的关联机构。毕马威国际不提供任何客户服务。成员所与第三方的约定对毕马威国际或任何其他成员所均不具有任何约束力；而毕马威国际对任何成员所也不具有任何上述约束力。版权所有，不得转载。香港印刷。毕马威的名称和标识均属于毕马威国际的商标或注册商标。

刊物編號:132962

二零一五年十二月印刷

[www.kpmg.com/crreporting](http://www.kpmg.com/crreporting)

**泰国**  
**Paul Flipse**  
pflipse@kpmg.com.th

**阿联酋**  
**Sudhir Arvind**  
sarvind@kpmg.com

**阿联酋和阿曼(下湾地区)**  
**Paul Callaghan**  
pcallaghan@kpmg.com

**英国**  
**Vincent Neate**  
vincent.neate@kpmg.co.uk

**Paul Holland**  
paul.holland@kpmg.co.uk

**美国**  
**Katherine Blue**  
kblue@kpmg.com

**乌拉圭**  
**Martin Clerino**  
martinclerino@kpmg.com

**委内瑞拉**  
**Jose O. Rodrigues**  
jrodrigues@kpmg.com

**越南及柬埔寨**  
**Anh Xuan Trang Nguyen**  
tnnguyen45@kpmg.com.vn

[kpmg.com/socialmedia](http://kpmg.com/socialmedia)

