

中拉合作新格局

中国企业在拉美履行社会责任： 现状、制约因素及提升路径*

谌园庭

内容提要：如何将紧密的经贸联系转化为中国在拉美的影响力？本文选取“企业社会责任”这一微观视角，考察中国在拉美软实力构建的现状、面临的挑战及将来可以提升的路径选择。中国企业在拉美履行社会责任所面临的挑战和制约因素，同样也是中国企业在拉美软实力构建所面临的困惑。中国企业作为国家“走出去”和“一带一路”等重大战略的践行者和重要力量，履行海外社会责任是构建中国国家软实力战略的重要抓手，对于提升中国国家形象具有重要意义。企业国际化过程中来自利益相关者的压力是促进中国企业承担海外社会责任的外部动力，增强国际竞争力是中国企业承担海外社会责任的内在动力，重大危机则是检验企业履行海外社会责任的镜子。在环境维度、社会维度、经济维度和利益相关者维度等方面，中国企业在拉美开展了多样性的社会责任行动，但仍有很大提升空间。因此，有必要思考制度和文化等深层次制约因素。中国企业在拉美履行社会责任的提升路径包括政府和企业层面，在政府层面需补齐政策短板，在企业层面需加强意识、提升能力。

关键词：企业社会责任 软实力 国家形象 企业竞争力
制度约束 文化约束

作者简介：谌园庭，法学博士，中国社会科学院拉丁美洲研究所副研究员，国际关系研究室主任，墨西哥研究中心秘书长。

中图分类号：F270 **文献标识码：**A

文章编号：1002-6649 (2020) 06-0001-15

* 本文是国家社会科学基金项目“中国国际话语权的生成机制与构建战略研究”（编号：18BGJ044）的阶段性成果。

中拉关系进入 21 世纪第二个 10 年，彼此间的经贸与联系已经相当紧密。学术界经常探讨的一个问题是，如何将这种紧密的经贸联系转化为中国在拉美的影响力，即所谓“软实力”？本文选取“企业社会责任”这一微观视角，探讨拉美地区对于中国软实力构建的特殊意义和作用。本文认为，中国企业在拉美履行社会责任所面临的挑战和制约因素，同样也是中国在拉美地区软实力构建所面临的困惑。中共十九届五中全会提出：“要高举和平、发展、合作、共赢旗帜，积极营造良好外部环境，推动构建新型国际关系和人类命运共同体。”^① 拉美是中国构建人类命运共同体这一历史性任务的重要合作伙伴，中国推动对拉战略应在追求发展利益的同时兼顾道义原则。

一 企业社会责任：中国在拉美软实力构建的一个视角

20 世纪 90 年代初，美国哈佛大学知名教授、新自由制度主义的重要代表人物约瑟夫·奈（Joseph S. Nye, Jr.）提出了“软实力”概念并界定其资源主要来自三个渠道即“文化、政治价值观念及外交政策”^②。这一概念被引入中国后，经过近 30 年的传播与发展，已经成为中国国际战略研究以及政治文化研究领域的高频词汇，其内涵与外延得以不断丰富。究其原因，该概念的传播与中国综合国力的不断增强以及国际政治地位的不断提升密切相关。在这一已经发生并且仍将继续的历史变迁过程中，越来越多的中国国际战略研究学者认识到，软实力建设是大国成长的内在要求和必然逻辑。如何将内生性的软实力潜能通过国际交往外化为外生性的软实力，进而成为被国际社会所接受的影响力，是一种内外兼修的能力。显然，这种能力包括政治文化、价值观、国民精神、发展制度、国家形象^③，乃至国际规则的制定与修订、外交政策目标的实施与实现力度、国际关系的处理水平等方面。

回溯中华人民共和国成立以来尤其是进入 21 世纪以来的中拉关系，通过软实力资源来推动双方关系的持续发展，不仅是中国对拉合作的政策手段，也已成为中国处理中拉关系的战略目标之一。正如 2016 年 11 月中国政府发

^① 《中国共产党第十九届中央委员会第五次全体会议公报》，新华网，2020 年 10 月 29 日。
http://www.xinhuanet.com/politics/2020-10/29/c_1126674147.htm. [2020-10-30]

^② [美] 约瑟夫·奈著，吴晓辉、钱程译：《软实力：世界政坛成功之道》，北京：东方出版社，2005 年，第 11 页。

^③ 汪安佑著：《国家软实力论》，北京：中国社会科学出版社，2010 年，第 10 页。

布的第二份《中国对拉美和加勒比政策文件》中所指出的，“中方致力于构建政治上真诚互信、经贸上合作共赢、人文上互学互鉴、国际事务中密切协作、整体合作和双边关系相互促进的中拉关系‘五位一体’新格局，推动中拉全面合作伙伴关系再上新台阶，成为携手发展的命运共同体。”^①

目前，中国对拉软实力构建的有利和不利因素同时并存。一方面，中拉双方交往具备软实力构建的天然基础。一是双方没有历史恩怨，没有发生过战争或者大国权力竞争等在深层次影响彼此关系发展的结构性冲突，这为中拉关系的和平发展奠定了重要基石。二是曾经被殖民、被压迫的相似历史，让中拉双方在国际事务及全球治理问题上秉持发展中国家的相同和相近诉求。三是中国和拉丁美洲都拥有优秀和引以为豪的文明和文化，多元文明的交往是推动软实力构建的重要路径。另一方面，双方经济体量的不对称性、政治文化的异质性等因素的存在，使中国对拉软实力构建变得复杂而困难。拉美国家对正在成长为大国的中国期待较高（无论是国际责任，还是全球公共产品的提供），这就给中国造成了作为大国成长的困扰，即在大国成长的关键期，中国应该采取何种国际战略姿态来提升自身的软实力，从而获得国际社会的认同和他国的尊重？

从根本上而言，中拉“双方交往的所有领域和渠道都可以成为软实力生成的源泉，甚至包括那些一般被视为硬实力资源的领域也同样可以产生吸引力（或排斥力）这样的行为后果”^②。本文由此选择了一个微观视角，即中国企业在拉美履行社会责任的情况，据此考察中国在拉美软实力构建的现状、面临的挑战及将来可以提升的路径选择。企业社会责任（CSR）通常指的是企业在追求利润的同时，应当承担维护和增加整个社会福祉、促进可持续发展的义务。目前学术界尚未就企业社会责任形成一个普遍接受的一致性概念，但随着经济全球化和多边主义的进一步发展，企业应该承担社会责任这一理念已被国际社会广泛接受，企业在国际化过程中承担社会责任也成为共识。历史表明，国家间的长期经济联系必然导致在文化、政治和军事等事务中更深层次的合作。^③ 企业是国与国之间经济交往的直接纽带，通过投资项目等具

^① 《中国对拉美和加勒比政策文件》（全文），新华网，2016年11月24日。http://www.xinhuanet.com/world/2016-11/24/c_1119980472.htm. [2020-01-20]

^② 张凡等著：《中国与拉美：软实力视域下的人文交流》，北京：朝华出版社，2020年，第2页。

^③ Uziel Nogueira, “Beijing Replaces Washington’s Dominant Position in Latin America: Meet the New Boss. Same as the Old Boss?” in *Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations: An International Journal*, Vol. 1, No. 1, April 2015, pp. 9-36.

体事务的推进，中国业已成为拉美国家有吸引力的伙伴。

就中国国际战略而言，中国企业是“走出去”和“一带一路”等国家重大战略的践行者和重要力量。从某种意义上讲，中国企业海外社会责任的履行是构建中国国家软实力战略的重要抓手，对于提升中国国家形象具有重要意义。

二 中国企业在拉美履行社会责任的进展和成效评估

从20世纪90年代初首钢投资秘鲁始，中国企业在拉美投资已经走过近30年的历程。根据商务部统计数据，目前中国在拉美地区设立的境外企业有2700多家，覆盖该地区33个国家和地区，覆盖率为63.3%^①，主要分布在巴西、墨西哥、阿根廷、智利、委内瑞拉、秘鲁、厄瓜多尔等国家。截至2019年年底，中国在拉美地区投资存量达到4360.5亿美元，占中国对外直接投资存量的19.8%。^②就投资行业而言，中国对拉美地区的直接投资从传统的能矿、农业、电力逐渐向基础设施、组装加工、金融、新能源等领域延伸。就投资方式而言，主要有跨国并购、绿地投资和工程承包。就投资主体而言，国企是中国对拉美直接投资的主要参与者，但近年来民营企业的投资活动日趋活跃。随着中国对拉美直接投资的快速增加，中国企业的海外表现，尤其是海外社会责任的履行不仅成为国际社会关注的重点，也成为中国海外投资活动日益重视的话题。

（一）中国企业在拉美履行社会责任的动力

中国企业树立社会责任意识，要远远迟于西方发达经济体的同行。自20世纪90年代初以来，拉丁美洲有关“企业社会责任”或“企业慈善事业”的行动激增。^③而同一时期，中国企业“走出去”才刚刚迈开第一步。加入WTO之后，中国企业的社会责任受到广泛关注，但直到2006年中国新公司法出台，第一次以法律形式明确提出企业要承担社会责任，中国企业社会责任的履行逐渐成为共识并得以真正践行。与此相应，中国企业在拉美履行社会

^① 中华人民共和国商务部：《2019年度中国对外直接投资统计公报（全文）》，第44-45页。
<http://www.fdi.gov.cn/CorpSvc/Temp/T3/Product.aspx?idInfo=10000520&idCorp=1800000121&iproject=35&record=2394>。[2019-06-28]

^② 中华人民共和国商务部：《2019年度中国对外直接投资统计公报（全文）》，第22页。<http://images.mofcom.gov.cn/hzs/202010/20201029172027652.pdf>。[2020-10-28]

^③ Mário Aquino Alves et al., “Perspectives on the Situation and a Projection of Corporate Social Responsibility in Latin America”, en *Revista de Administração de Empresas*, Vol. 54, No. 1, January 2014, pp. 10-11.

责任经历了从茫然到觉醒的过程。促进中国企业在拉美履行社会责任的动力主要来自以下三个方面。

第一，企业国际化过程中来自利益相关者的压力是促进中国企业承担海外社会责任的外部动力。在拉美地区，工会组织、当地社区、非政府组织等利益相关者是促使企业履行社会责任的主要力量。1992年，首钢收购秘鲁铁矿公司并成立了首钢秘鲁铁矿股份有限公司（简称首钢秘铁），成为中国在拉美投资的里程碑。首钢成为第一家在拉美地区进行重金投资的中国企业。交易完成后，秘鲁激进主义者抱怨说，该公司在制定企业社会责任政策和执行劳工标准方面落后于其他大多数富裕国家的同行。首钢秘铁与当地工会就劳资关系缠斗了20多年，并在企业社会责任方面花费了大量的财力、物力和精力。

当地社区作为投资项目直接受影响者，对企业履行社会责任有直接诉求。学术分析表明，中国公司在海外开展业务时通常遵守当地规定并严格执行环境法规和其他法规，但拉美地区的社区越来越多地希望公司在包容性、同理心和环境保护等方面发挥领导作用。在大多数情况下，中国公司还没有从被动的或基于品牌建设目标的善举转向支持广泛发展目标的企业社会责任战略，当然，这对许多其他国家的跨国公司来说也仍然是一个挑战。^① 当地社区的态度在相当程度上影响着投资项目的顺利与否，其对就业、环保方面的诉求直接促使中国企业加强履行社会责任的行动。

非政府组织是监测企业履行社会责任的重要力量。非营利性环保组织“国际河流组织”（International Rivers）致力于保护河流并捍卫依赖河流的诸多社区应有的权益。该组织认为，领军企业必须在评估潜在项目时进行环境和社会绩效调查，即使这意味着放弃潜在的盈利商业机会。^② 为了顺利推进在拉美水电项目进展，中国电建集团海外投资有限公司、中国水利电力对外有限公司等企业与国际河流组织经常进行对话和交流，以了解当地社区和非政府组织的意见^③，从而采取行动履行社会责任。

^① Margaret Myers, “Chinese Corporate Social Responsibility in Latin America”, October 14, 2019. <https://impakter.com/chinese-corporate-social-responsibility-in-latin-america/>. [2020-01-21]

^② 国际河流组织：《大型水电企业如何坚持社会以及环境政策和最佳实践？》，2019年11月。https://www.internationalrivers.org/sites/default/files/attached-files/watered_down_ch_zhong_wen_executive_summary_print.pdf. [2020-01-21]

^③ 乔希·克列姆：《中国水电企业环保标准亟待加强》，2019年12月23日。<https://www.china-dialogue.net/article/show/single/ch/11745-Chinese-hydro-companies-are-falling-short-on-standards>. [2020-01-21]

第二，增强国际竞争力是中国企业承担海外社会责任的内在动力。不同国家的经济、政治、文化、社会习俗等方面存在多样性差异，中国企业在“走出去”过程中求生存、谋发展，需要获得业务所在国和地区的认可。当前，履行社会责任已经成为全球共识。中国企业在海外投资，除了依法运营、保证产品质量、提供优质服务之外，通过推动所在国经济发展、参与当地社区建设、支持教育和医疗救助、环境保护等社会责任工作，能够处理好与当地利益相关者的关系，促进与当地社会共同发展、创造共享价值，从而为企业投资营造良好的外部环境。此外，海外社会责任工作能够助力中国企业提升品牌知名度和美誉度，助力企业在全市场竞争中突出核心优势、增强竞争力。

第三，重大危机是检验企业履行海外社会责任的镜子。危机是对各国执政能力的突然性挑战，危机也成为各国发展进程的关键变量。无论经济危机还是政治危机抑或社会危机，在危机中受损的民众必定表达不满，从而引发社会矛盾，在极端的情况下甚至会引发大规模的社会运动。企业在危机中主动自觉地承担社会责任，对企业自身的形象乃至母国的国家形象往往起到事半功倍的良好效果。如2019年年底爆发的新冠肺炎疫情对全球经济、政治和社会等造成全方位冲击。从2020年2月26日巴西宣布第一例确诊病例以来，拉美和加勒比地区确诊病例数量迅速攀升，并于5月下旬被世界卫生组织宣布为全球疫情的“新震中”。新冠肺炎疫情对拉美的冲击将重塑该地区对外合作格局，并深刻地影响着中国对拉合作的大局。中国政府、企业、智库、社会团体以及医疗机构分别从不同层次同拉美国家进行对接，分享中国的抗疫经验，捐赠医疗卫生用品，努力帮助拉美国家渡过难关。在国际医疗捐赠方面，中国公司的捐赠表现十分抢眼。中国电子商务巨头阿里巴巴通过其基金会已经或承诺向拉美地区提供200万个口罩、40万个试剂盒和104台呼吸机。^①电信巨头华为公司已向阿根廷、墨西哥、厄瓜多尔等国输送医疗用品。中国企业帮助拉美国家抗击疫情的善举不仅赢得了拉美各界的认可，也为中国在拉美通过“医疗外交”展示软实力加分不少。

（二）中国企业在拉美国家履行社会责任的行动

近年来，越来越多的中国企业在海外投资活动中遵循环境、社会和治理

^① “Chinese Foundations to Donate Medical Supplies to Latin America”, Xinhuanet, March 23, 2020. http://www.xinhuanet.com/english/2020-03/23/c_138908778.htm. [2020-10-21]

(ESG) 标准。ESG 标准由三个价值支柱构成：环境责任、社会责任和公司治理责任。其中，社会责任是指企业在经营活动中应秉持更高的商业伦理、社会伦理和法律标准，包括人权、相关方利益以及行业生态的改进。^① 也有学者认为，企业的社会责任应当主要包括五个维度：环境维度、社会维度、经济维度、利益相关者维度以及自愿性维度。^② 研究表明，后者的分类标准更符合中国企业在拉美履行社会责任行动的实际情况。

表 1 企业社会责任的维度

维度	内容
环境维度	自然环境
社会维度	企业与社会的关系
经济维度	社会经济或财务方面，包括从企业运营的角度描述企业社会责任
利益相关者维度	利益相关者或利益相关者集团
自愿性维度	法律未规定的行为

资料来源：作者整理。

1. 环境维度：保护拉美地区生态环境。能源和矿业是中国企业在拉美国家投资的一个重要领域。一般而言，能源和矿业的开采开发活动对生态环境造成的负面影响比较大。因此，能源和矿业企业在生产经营活动中能否有效保护所在国的生态环境，成为衡量企业履行社会责任的重要标准。多数中国企业在拉美地区投资开发矿藏资源的过程中，有意识地严格遵守业务所在国的环境保护法律法规和相关国际准则，自觉保护当地生态环境，并且努力降低矿产开发活动对当地生态环境的影响。比如，针对原秘鲁铁矿开采造成的严重污染问题，首钢秘铁特别投资 6600 多万美元建设了尾矿库、生产生活污水处理厂等环保设施，从而结束了 50 年来马尔科纳铁矿区生产生活污水和尾矿直接排入大海的局面。中石油安第斯公司推行的环保优先、高标准作业的“安第斯模式”得到了当地企业家同行的推崇和当地政府的高度赞誉。华为公司自 2019 年开始，与非政府机构“雨林保护组织”（RFCx）展开了一系列密切合作，开发包括设备采集、存储服务、智能分析的创新平台，以便有效监

^① 《中国上市公司 ESG 评价体系研究报告（序言）》，2018 年 11 月 13 日。<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1617013055744963062&wfr=spider&for=pc>. [2020-01-21]

^② José Satsumi López-Morales et al., “Strategies of Corporate Social Responsibility in Latin America: A Content Analysis in the Extractive Industry”, en *AD-minister*, N0. 31, julio-diciembre 2017, pp. 115-135.

测和防止雨林盗伐、保护蜘蛛猴等濒危动物。到目前为止，华为公司已在拉美地区 10 个国家的雨林保护中部署和推广该守护方案，预计到 2020 年将覆盖大约 6000 平方千米的热带雨林。^①

2. 社会维度：参与拉美当地社区建设。企业海外社会责任的履行不仅体现在企业为当地社会创造就业、贡献税收以及为当地供应商构建上下游相关的产业链、扩大商机等经济指标，而且体现在降低生产运营活动对社区环境和社会群体的潜在风险、积极维护社区居民的人权。因此，加强与所在社区的有效沟通、积极参与当地公益活动是中国企业履行海外社会责任的重要举措之一。例如，首钢秘铁公司设立了专门的社区关系协调机构，与当地政府、非政府组织及社区代表等部门建立起多层次、多形式的协调沟通机制，主要通过会议、报告和走访等方式，促进各方主体之间的沟通协调，努力增进相互理解、实现合作共赢。2010 年以来，首钢秘铁用于履行企业社会责任的开支累计已经超过 1000 万美元，包括为当地居民提供水、电、电信等基础设施方面的服务；为教师、医生和政府人员提供住房；支持和赞助医疗、教育、文化、体育和环保等活动；开办了首个矿区中文学校，马尔科纳矿区所有市民都可免费学习中文。中石油安第斯公司在委内瑞拉为当地孔子学院提供志愿讲课等服务，派遣员工支持中国“和平方舟号”医疗船的医疗服务工作；在秘鲁为当地社区学校提供桌椅，为大龄学生提供班车服务，举办社区儿童足球锦标赛活动，为社区 242 名学龄前儿童提供免费早餐，为社区居民提供生产技术培训等社会公益活动。山东电建巴西公司热心当地公益事业，积极赞助当地政府主办的“青少年歌唱比赛”等大型公益活动，多次为当地足球队捐赠队服、为当地学校捐款、救助巴西困难员工，受到了当地媒体的关注和当地政府的好评，有力地塑造起中国企业良好的海外社会形象。

3. 经济维度：推动拉美国家经济发展。中国企业将公司自身的发展融入当地经济社会发展之中，积极为当地创造社会经济价值，包括积极落实企业的本地化战略，考虑优先采购和使用所在国的产品和服务，为所在国承包商及服务商努力提供参与项目服务的机会，支持当地中小企业和社区创业者，积极为所在国创造更多优质的就业机会。中国国家电网公司投资的美丽山一期项目为当地创造了 1.2 万个工作岗位，输电线路建成后可以满足 2200 万人

^① 《华为投资控股有限公司 2019 年年度报告》，第 127 页。https://www-file.huawei.com/-/media/corporate/pdf/annual-report/annual_report_2019_cn.pdf?la=zh. [2020-01-21]

口的年用电需求。美丽山二期项目建设期间将为当地创造 1.8 万个就业岗位，为巴西带来 5 亿美元的税收，有效地促进了巴西经济社会发展。^① 中石油安第斯公司十余年来在当地年均投资超过 4 亿美元，每年直接或间接创造就业机会 3000 多个，包括分包商在内创造的就业机会多达 6000 多个岗位，为当地经济与社会的发展注入了强劲动力。从 1993 年以来，首钢秘铁累计投资超过 20 亿美元，向秘鲁政府纳税 15 亿美元，在当地的采购额达到 14 亿美元，创造了 4500 余个直接和间接就业岗位。^②

4. 利益相关者维度：尊重拉丁美洲土著人权益。中石油、首钢秘铁在项目开工前，对当地土著人的需求、文化遗产、人权保护以及非自愿移民等社会、经济影响进行了审慎评估，并尽最大可能保障土著人的合法权益。在土地赔偿方面，相关中国企业坚持高标准的规范操作，参考当地政府、合作伙伴及土著人的意见制定合理的补偿方案，先补偿再用地，并且及时发布土地补偿信息，从而保证相关工作的透明度，以确保土著人的正当利益。

（三）中国企业在拉美履行社会责任的成效

从相关企业发布的海外社会责任报告来看，中国企业在拉美地区开展了多样性的社会责任行动，有的活动获得了投资所在国的高度赞誉。但来自民意调查的反馈和拉美国家媒体发表的报道来看，中国企业承担社会责任还大有空间可为。根据当代中国与世界研究院发布的《2019 年度中国企业海外形象调查分析报告》，来自阿根廷、巴西、智利、墨西哥、秘鲁等 5 国的受访者对中国企业形象在责任、公平、可信、成功四个维度的表现，认可度都达到或超过了 80%；但与公平、可信、成功三个维度相比，对责任维度的表现评价是最低的，刚刚达到了 80%。^③ 其中，环境保护和劳工是中资企业在拉美履行社会责任时最受关注、也最易引发争议的两个问题。

影响中国企业在拉美履行社会责任行为和成效的原因复杂，既有外部因素，包括东道国政治和社会环境、利益相关者的影响力、媒体和舆论等；也有企业内部因素，包括企业行为能力、对成本收益的衡量等。

^① “State Grid Helps Brazil Harness Power”, China Daily Global, November 14, 2019. <https://www.chinadaily.com.cn/a/201911/14/WS5dcc8604a310ef3e35577345.html>. [2020-01-21]

^② 《面向未来 共谋发展——驻秘鲁大使贾桂德在“秘鲁的亚马逊：面向 21 世纪议程”论坛上的致辞》，外交部，2018 年 8 月 14 日。https://www.mfa.gov.cn/web/wjdt_674879/zwbdt_674895/t1585248.shtml. [2020-01-21]

^③ 当代中国与世界研究院课题组：《2019 年度中国企业海外形象调查分析报告》，载《对外传播》，2020 年第 1 期，第 30-31 页。

针对中国企业在拉美履行社会责任成效不显著的各种分析中，一种主要观点是从中国企业自身寻找原因。这类观点认为，中国企业惯于用中国思维开拓拉美市场，海外社会责任行动存在“只做不说”或“做多说少”的现象，不善于讲“中国故事”，故而在社会责任对外传播中存在软肋。对此，笔者认为有以下三点因素需要厘清。

其一，企业认可度的核心竞争力来自于品牌质量，来自于企业自身在市场活动中获得和保持竞争优势的、他人不易模仿的能力。当企业的品牌越被当地民众所认可，企业社会责任行动所获得赞誉和认可的程度就越高。随着近几年来中国企业拥有自主知识产权的技术在拉美地区兴起和扩展，拉美国家纷纷转向高性价比的中国技术和设备。正是在这样的背景下，中兴通讯和华为等中国公司在拉美地区的业务不断取得重要突破。在新冠肺炎疫情期间，中国企业利用新技术服务于拉美，大华公司向阿根廷、智利、哥伦比亚和巴拿马捐赠了数百台热敏摄像头。此外，滴滴公司开始使用人工智能验证用户是否佩戴口罩。这些举措都赢得了良好的社会反响。

其二，中国企业的国际形象在一定程度上与中国的国际形象相辅相成。最近几年的民意调查显示，拉美对中国持温和的积极态度，这也影响了当地民众对中国企业的态度，进而认可中国企业所采取的一系列社会责任行动。

其三，中国企业在拉美履行社会责任效果不尽如人意，其原因并不完全在于中国企业自身，而在于当地民众对中国企业所持有的不切实际的期待。在项目谈判初期，为使项目获得更大程度的支持，拉美各国政府、媒体会大力宣传项目所带来的经济收益，包括就业、税收、基础设施建设福利等。这些宣传导致当地民众对项目抱有高度期待，以至于对不在企业责任范围内的社区福利提出了不恰当的诉求。此外，应该注意到的是，民众对投资项目的过高期待不仅仅针对中国企业，对其他国家的企业同样如此。笔者2017年赴秘鲁调研时，当地一家非政府组织机构负责人明确表达了两个观点：一是拉美民众对跨国企业的负面评价，不仅仅针对中国企业，同样也针对其他国家企业；二是导致拉美民众对中国企业负面评价的很大原因不在于中国，而在于拉美国家自身，拉美民众需要学习和转变思维，才能更好地从中国企业的投资中受益。

三 中国企业在拉美履行社会责任的制约因素

对于中国企业在拉美履行社会责任的成效评估，还有必要思考深层次的

制约因素。当前，中拉关系进入了“构建发展”的新阶段^①，对双方的政治文化、价值观、制度等软实力资源的理解有了更为迫切的需求。一方面，进入发展新阶段的中拉关系面临的政治文化、价值观、制度等软实力所形成的约束日益显性化。另一方面，在当前国际大变局中，作为成长中的大国，中国需要推出更多“中国思路”和“中国方案”，承担相应的国际责任，提供相应的全球公共产品，以满足国际社会的期望。在这一背景之下，“中国思路”和“拉美思路”之间能否顺利对接，从根本上取决于文化、价值观等软力量的相互影响。出于同样目的，中国企业在履行海外社会责任的同时，也需要评估如何突破制度、文化等软力量的约束。

（一）制度约束

从某种程度上讲，中国和拉美国家合作出现失调和短板增多的现象，最终根源是双方制度的差异性，而推进未来中拉合作进程中可能出现的风险与变数也将主要来自双方制度的不对称性。由于本文主要考察中国企业在拉美承担社会责任情况，因此笔者重点分析拉美国家制度的缺陷和脆弱性对中国在拉美投资的制约以及对中国企业在拉美社会责任行动效果的影响。

1. 拉美国家政治经济呈现出明显的“钟摆型”周期，这一周期性变化影响着中国企业在当地履行社会责任的成效。当前，拉美处于新一轮的政治经济周期中。从经济层面看，2014年起，受到自身结构性和全球经济周期性双重冲击的影响，拉美经济持续萎靡，在全球经济格局中面临进一步被边缘化的风险。新冠疫情的爆发又对拉美经济产生多重冲击，经济衰退已成定局。在政治层面，超级选举周期之后的拉丁美洲政治出现“左右拉锯”的态势，区域团结弱化。在政治经济周期的压力下，一些国家的政党轮替也带来了内外政策的调整，在一定程度上调整了东道国对中国企业社会责任的要求，影响了所在国对中国企业社会责任的评价。

2. 拉美国家政府应对危机的能力较弱，中国企业面临的舆论环境更为复杂。2019年以来，拉美地区进入多事之秋，地区多国出现政治动荡和民众强烈抗议声浪。乱局中的拉美存在三种相互联系、彼此交织的现象：一是经济的持续萎靡，经济增长放缓甚至经济危机导致社会动荡加剧，民众对政党、制度和政治阶层的不满情绪加剧治理的复杂性；二是政治格局的变化，超级

^① 赵重阳、谌园庭：《进入“构建发展”阶段的中拉关系》，载《拉丁美洲研究》，2017年第5期，第16页。

选举周期下出现了一个更为分散和多样化的拉丁美洲，少数派政府和碎片化的立法机构并存，导致治理效率更为低下；三是政府无法实施有效的公共安全、教育或卫生政策，也无法保证反腐败斗争的透明度，甚至对社会动荡和民众不满反应迟缓，加之经济环境的恶化，导致民众的离心力加剧。尽管每个国家都面临着独特情况，但整个地区的发展态势表明，在新冠肺炎疫情的冲击下，不稳定态势在未来几年只会加剧，拉美进入了一个艰难时期。这一发展态势直接导致了中国企业在拉美营商环境的不确定性。危机冲击下的拉美社会层面也有一定的焦虑情绪，社交媒体上时常散布对中国企业形象的不利信息。当地部分媒体引用美欧等国的不实报道，对拉美国民和当地舆论产生误导性影响。由于社会问题爆发，为转移公众视线，部分拉美国家会默许针对中拉合作项目的抗议活动。

3. 拉美地区法规体系存在一定的“超前性”，对中国企业履行社会责任提出了过高要求。一是注重对环境保护方面的立法保护。中国资源类投资不仅面临项目审批周期长、变数大的风险，在项目推进过程中也面临更为严格的环保监管。二是注重对土著居民土地权利的立法保护。多数资源类投资集中在土著人保护区，土著人社区问题以及其传统文化同投资项目之间的冲突，已成为资源类企业社会责任履行的重要挑战。三是注重对劳工权益的立法保护。拉美工会力量强大，劳动力市场僵化且分化，企业用工风险较大。上述法规环境对中国企业的经营活动和社会责任承担形成一定的隐性制约。

（二）文化约束

中拉文化的异质性是客观存在的。与此同时，拉美文化到底是一个独立存在，还是西方文明的一部分，学术界对此是有争议的。这种身份认同上的争议，在一定程度上影响了拉美国家对中国的认知。第一种观点认为，拉美的根在西方，是西方文化的产物，与西方有着相同的祖先、文化和价值观；^①第二种观点认为，拉丁美洲并不构成西方文明的一部分，持这种观点的代表人物是塞缪尔·亨廷顿。第三种观点认为拉美文明与西方紧密相连，同时融合了土著人文化，是西方世界与土著人文化的混合体。^②

^① Uziel Nogueira, “Beijing Replaces Washington’s Dominant Position in Latin America: Meet the New Boss. Same as the Old Boss?” in *Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations: An International Journal*, Vol. 1, No. 1, April 2015, pp. 9–36.

^② Emilio Lamo de Espinosa, “Is Latin America Part of the West?” <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect>. [2019–02–27]

从拉丁美洲文化身份认同的不同观点中，可以分析出拉美民众对于中国及中国企业不同认知的文化根源。对西方文明的认可，意味着大多数拉美民众都希望与美国保持紧密的经济和政治关系。这种观点同样认为，中国无法与美国在“软实力”方面进行竞争，从美国在民主和人权等问题上的道德榜样，到好莱坞电影的全球文化优势，再到 NBA 和硅谷的最新创作等领域莫不如此。^① 中国之所以不能在拉美占主导，部分原因是软实力（或者是缺乏软实力）所导致的。与此同时，企业社会责任议题的讨论仍将继续被源自北美和欧洲的思路与观点所主导。大部分拉美国家采用了这些议程的讨论框架，而不是创造一个单独的、与当地或区域发展进步紧密相关的目标，例如在千年发展目标或艾滋病问题上。

另外两种观点则对中国持有相对温和的立场，认为“中国在拉美的影响力和美国的影响力有着根本的区别。中国人是从谦虚、平等的立场出发发展与拉美国家的关系，这在一个习惯了殖民主义的地区非常有价值”^②。但拉美国家不希望重复过去遭受西班牙、英国以及美国压制的痛苦。中拉关系与美拉关系、欧拉关系的不同之处在哪里？如何突破传统的大国对外关系逻辑，是中国在发展对拉关系中需要思考的重大课题。

必须强调的是，“中国崛起”在拉美地区引发了一定程度的焦虑，主要是由于环境影响、对外移民和对自然资源的需求所构成的威胁。^③ 在中拉合作不断深化的过程中，出于历史、文化、制度和传统等方面存在的巨大差异，拉美国家和民众对中国具有一定程度的担忧和疑虑是正常现象。中国民众和舆论也不必对此过度解读，而是应该具备必要的战略耐心以及包容、宽广的心态格局。通过加强“一带一路”倡议下的政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通，可以化解拉美国家的战略疑虑，最终有利于提升中国的国家形象，扩大中国的国际话语权。

^① Simeon Tegel, “Latin America’s Delicate Dance with China”, in *the U.S. News & World Report*, September 25, 2017. <https://www.usnews.com/news/best-countries/articles/2017-09-25/latin-america-is-wary-of-china-despite-closer-ties>. [2020-01-21]

^② Lucia He, “How China Is Closing the Soft Power Gap in Latin America”, in *Americas Quarterly*, April 12, 2019. <https://www.americasquarterly.org/article/how-china-is-closing-the-soft-power-gap-in-latin-america/>. [2020-01-21]

^③ Ariel C. Armony and Nicolás Velásquez, “Anti-Chinese Sentiment in Latin America: An Analysis of Online Discourse”, in *Journal of Chinese Political Science*, No. 20, 2015, pp. 319-346.

四 中国企业在拉美履行社会责任的提升路径

回顾中国各类企业在拉美国家投资开发经营活动以及中拉关系发展的历史,本文认为,提升中国企业在拉美国家履行社会责任的路径主要分为政府与企业两个层面。

1. 在政府层面上,中国政府亟须补齐政策短板。首先,在顶层设计上,中国政府应该指导企业建立和完善企业社会责任管理体系。由国资委和中国社会科学院共同研究与编制的《中央企业海外社会责任蓝皮书》报告发现,38%的中央企业海外分支机构目前尚未建立起比较完善的企业社会责任管理体系,仅有22%的中央企业曾经发布过海外报告,超七成中央企业认为海外履责缺少专业组织和人才服务。^①因此,在政府层面上,由国务院相关主管部门指导海外企业建立并完善社会责任管理体系是一个迫在眉睫的重要任务。其次,中国政府应该下大力气尽早完善“一带一路”倡议的机制短板。例如,“一带一路”绿色发展国际联盟的成立,不仅可以有效地推动绿色发展理念融入“一带一路”建设过程及相关项目之中,还可以促进拉美国家更好地落实联合国《2030年可持续发展议程》的目标。最后,出台更多激励机制,增强企业承担海外社会责任政策动力。

2. 在企业层面上,相关企业必须自觉主动地提高履行企业海外社会责任意识,并且切实提升履行企业社会责任的能力,应把这种意识和能力当作企业海外发展的“必需品”而不是可有可无的“调味品”。当前中国企业海外社会责任意识不断提升,主要来自于三方面的因素:一是一些东道国对外来投资的审查日益严格,二是中国政府对企业社会责任的要求,三是在国际项目组合中学到的经验教训不断累积。^②在能力提升方面,相关企业有必要着力关注如下三个领域。

其一,努力提升中国企业社会责任的信息披露能力。当前,包括中石油在内的一些国企每年都会发布企业海外社会责任报告,这在一定程度上增进了企业与当地社区与民众的理解和互信,但是依然存在表述生硬、可读性差、

^① 《中央企业海外社会责任蓝皮书(2019)》,国务院国资委新闻中心,2019年12月23日。
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1653640045177370446&wfr=spider&for=pc>. [2020-01-21]

^② 《中国上市公司ESG评价体系研究报告(序言)》。<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1617013055744963062&wfr=spider&for=pc>. [2020-01-21]

自说自话等缺陷。中国企业应该注重提高“会讲中国故事、讲好中国故事”的能力，尤其应当自觉地跨越中拉政治、文化沟通上的差异，通过“小故事，大情怀”的表达方式而不是中国式宏大叙事的表达方式，主动运用人文情怀这张牌，紧扣“责任”主题，去获取当地社会和民众广泛的价值共鸣与心理认同。

其二，努力做好企业社会责任的大众化传播。中国企业要积极运用脸书、推特等海外主流社交媒体平台，推介自身在海外的社会责任项目，及时向东道国披露企业社会责任活动和企业社会责任报告。通过图片、视频、动漫等现代传播手段，用更加人性化的、民众喜闻乐见的形式加强传播，树立和弘扬中国企业合规经营、合作发展、高质高效、和谐相处的良好海外形象。

其三，努力提高相关企业的危机管控能力。当前的国际舆论场仍然是“西强我弱”的态势，这一态势在未来一段时期内不会有明显的改观，我们必须承认这个基本现实。因此，中国企业要学会并且善于同东道国的政府、媒体、智库、非政府组织等进行各种类型的交流与互动。特别是，相关的海外企业应该与国际主流媒体、知名智库学者、国际公关公司等建立良好沟通渠道，整合各层次的内外资源，以提升企业的危机管控能力。比如，应当与当地主流媒体保持良好的互动，重视维护日常关系，从而在负面新闻发生时，可以第一时间进行必要而有效的沟通，选择最恰当的时机发表自己的观点，以形成良好的舆论氛围。

(责任编辑 刘维广)