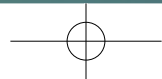




# 构建责任共识

第八届(2016)  
中国企业社会责任年会  
Responsibility & Consensus Building

蓝皮书  
BLUE PAPER





## 目录

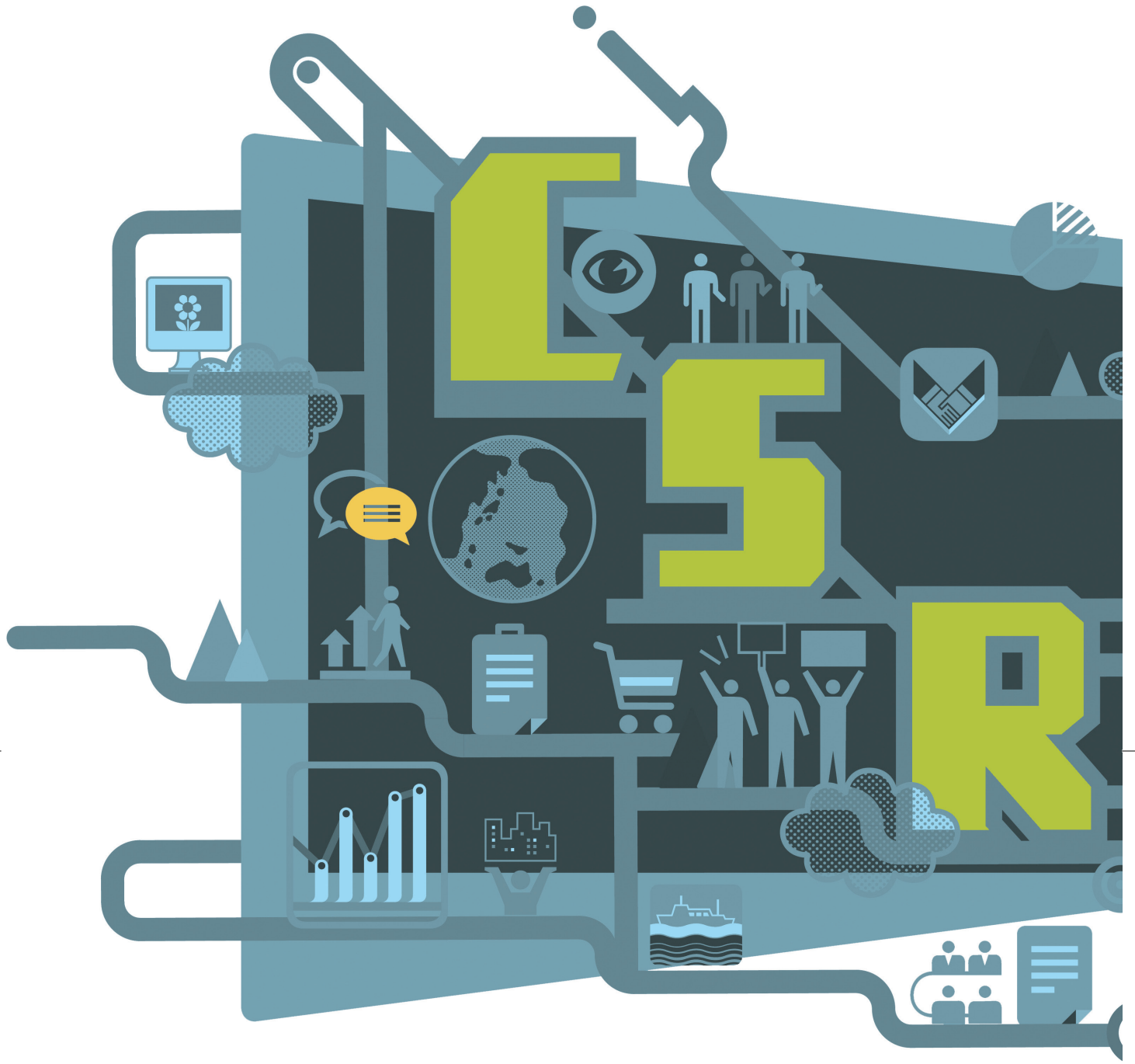
第八届(2016)  
中国企业社会责任年会  
Responsibility & Consensus Building  
构建责任共识

2015 年中国企业社会责任调研结果解读 .....	2
2015 中国企业社会责任调研评价指标体系 .....	7
2015 中国企业社会责任报告研究 .....	16
2016 企业基金会研究报告 .....	32
2016 企业志愿服务十大趋势 .....	46



策划

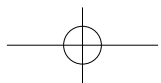




# “立规”之后，“合规”为重

2015 年南方周末中国企业社会责任榜解读

002 BLUE PAPER





南方周末在 2015 年年初就提出,随着国家的增长模式和发展思路的转型,以及新的法律法规的出台,2015 年可能成为中国企业社会责任的又一个标志性年份。

2014 年 10 月《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》提出以保护产权、维护契约、统一市场、平等交换、公平竞争、有效监管为基本导向,完善社会主义市场经济法律制度,进一步规范了企业在市场竞争中的责任。该决定还提出要加强“企业社会责任立法”,预示着社会责任的法律基础将进一步巩固。因此,无论是国有企业、民营企业还是外资企业,严守合规底线都将是 2015 年的工作重点。

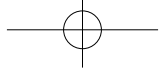
而南方周末中国企业社会责任排行榜早在 10 年前就已经把企业是否存在重大消费者投诉、虚假宣传等合规性指标纳入到企业社会责任的价体系之中。2015 年 1 月 1 日起,新环保法正式施行,企业环境违法成本将明显提高。2014 年 11 月,国务院印发《关于促进慈善事业健康发展的指导意见》,明确指出要加大社会支持力度,倡导金融机构根据慈善事业的特点和需求创新金融产品和服务方式。这些政策明确了国家层面对公益金融“放开管控,支持发展”的态度,将为公益金融的发展扫清障碍,进而对企业未来慈善公益活动的具体模式产生重大的影响。

一系列政策的出台将如何引导企业社会责任的变化,下面我们将通过审视南方周末 2015 年中国企业社会责任榜单的上榜企业来与大家共同寻找企业社会责任履行未来的变化趋势。

### 企业收入增长放缓,产业转型苗头初现

2015 年中国企业社会责任榜上榜企业在经济责任方面的表现,我们可以看到一个明显的趋势,就是企业的营业收入增长趋势明显放缓。其中上榜国有企业的平均营业收入虽然高达 1254 亿,但按年的加权平均营业收入增长率只 6.3%,上榜外资企业的营业收入增长率为 5.8%,民营企业营业收入增长率只有 3.7%。而 2014 年三类上榜企业均有双位数的增长。在营业收入放缓的过程中,我们还可以看到不同类型的企业通过收入结构调整保持自身利润的能力不同,虽然民营企业收入增长率下降的最多,但民营企业的净利润仍能保持较高的增长,达到 16.7%,而国有企业的净利润增长率只有 6.2%,但平均净利润仍高达 171 亿。外资企业则无论是营业收入和净利润的增长率





都不理想，利润增长率只 2.58%。

过去的两年中为了应对经济新常态，国家出台了一系列税收政策改革。从上榜企业的纳税金额中我们可以看到这些税费改革是否给企业减少了税费负担。2015 年上榜民营企业平均的税费只比上年增加了 2.6%，上榜国有企业的税费增长率为 -8.7%，上榜外资企业的税费增长率为 -24.3%，对比各类企业的营业收入和净利润增长率，税费增长率下降更加明显，可见上榜企业确实从国家的各类税费改革中减少了税费负担。由于民营企业较高的利润增长率，因此资金还是倾向于进入民营企业，上榜民营企业平均的净资产额增加了 17%，国有企业增加了 16%，外资企业增加了 10%。

从 2013 年开始，南方周末的榜单对企业经济责任的履行评价中增加了四个成长性指标，成长性指标的加入能更好地体现出中国不同类型企业的增长变化趋势，比起单纯采用绝对价值指标具有更好的趋势性分析价值。

在国有、民营和外资上榜企业中，由于中国经济放缓和产业转型，一些传统企业在经济责任中的表现大不如前，而新兴企业，这在民营企业榜单中的表现尤为明显，过去一直在经济责任履行中排名靠前的房地产企业开始出现下滑的趋势，取而代之的是华为、美的集团、腾讯控股、苏宁云商等新兴产业企业。这些企业在成长性方面比传统企业有着明显的优势。外资企业中，博世、辉瑞、百威英博等企业也逐渐赶超了许多传统企业，如丰田、本田等大型汽车企业占据榜单中的前列。由于国有企业大多处于金融、公用或具有垄断性质的行业，因此产业转型在国有企业排行榜中没有明显地体现出来。

### 企业社会责任管理规范化趋势明显

在社会责任管理的规范化方面，超过 80% 的上榜国有企业和外资企业设立了企业社会责任管理团队，同时对社会责任管理团队有明确目标及考核，说明国有企业和外资企业在履行社会责任的过程中更加重视管理的规范化，这有助于企业系统全面地履行其社会责任。而上榜民营企业满足这两项评价指标的企业比例只有 26%，体现出中国民营企业在社会责任履行方面仍缺乏规范化管理，因此民营企业在履行社会责任时往往缺乏系统性和连续性，但这种现象在未来将有望得到改善。



## 生产经营合规性更获重视

在产品质量与服务方面,三类上榜企业出现的重大消费者投诉事件都比上年明显减少,其中上榜国有企业有7家出现重大消费者投诉事件,远低于2014年的19家。民营企业仅有2家出现重大消费者投诉事件,而2014年是5家,外资企业2015年的数字为4家,也低于2014年的6家。同时上榜国有企业没有一家出现产品与服务虚假宣传的现象,而外资企业与民营企业也分别仅有1家和2家企业出现产品与服务虚假宣传的情况。可见各类企业在经营的过程中都更加重视合规性,避免引发消费者的投诉和法律诉讼。

上榜的国有企业超过95%都建立了产品与服务的可持续评估体系和通过了ISO9001质量管理认证,其表现超过了在华经营的外资企业,上榜外资企业实现这两项指标的企业比例为91%和78%。上榜民营企业只有22%建立了产品与服务的可持续评估体系,但通过了ISO9001质量管理认证的企业比例达到91%,体现出民营企业对产品服务的质量保障也正逐渐提升。

在员工权益保护的规范性建设方面,民营企业与外资企业和大型国有企业相比仍有较大差距。上榜民营企业设立了EHS管理体系的企业比例低于10%,而外资企业和国有企业均高于60%。此外民营企业通过职业安全卫生管理系统认证OHSAS18001的比例为40%,也同样明显低于国有企业和外资企业。

## 国有企业环保处罚较多,民营企业环保意识不足

环保问题越来越受到各类企业的重视,在上榜的国有企业、外资企业和民营企业中通过国际环境管理认证的企业比例均超过55%,而外资企业和民营企业均没有因违反环境法规而受到国家监管部门处罚情况出现,相反上榜国有企业中却有因违反环境法规而受到国家监管部门处罚,这在一定程度与不少国有企业从事采掘业与大型基建项目有关,这些行业和项目在经营过程中更容易违反各类环保法规。

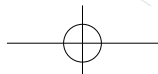
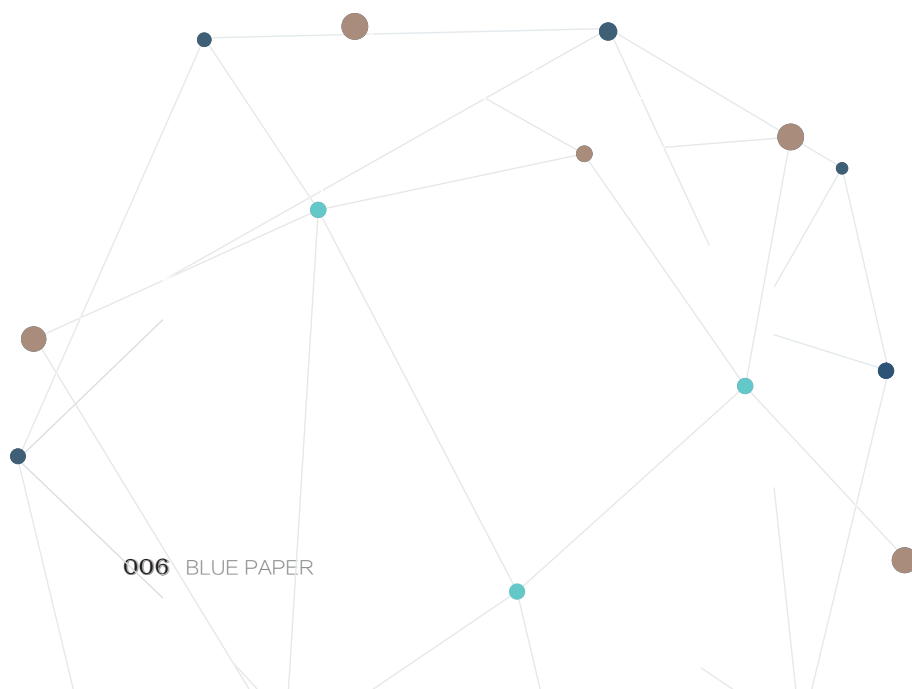
除了避免因环保问题而受到行政处罚,重视环保问题的企业会以更高的标准来履行自身在环境保护方面的社会责任,包括接受环境影响的第三方评估、对供应商进行环境影响评估等。其中国有企业有52%的上榜企业接受环境影响的第三方评估、45%的上榜企业对供应商进行了环境影响评估,99%的企业制定了节能减排目标并完成。



外资企业这三项指标的的实现比例分别为 55%、66% 和 81%。说明国有企业和外资企业能在环保问题上能较好地进行自我约束。而民营企业在这方面表现较差。只有 13% 的上榜民营企业接受环境影响的第三方评估、13% 的上榜民营企业对供应商进行了环境影响评估、31% 的民营企业制定了节能减排目标并完成。可见民营企业的环境保护意识仍然不足。

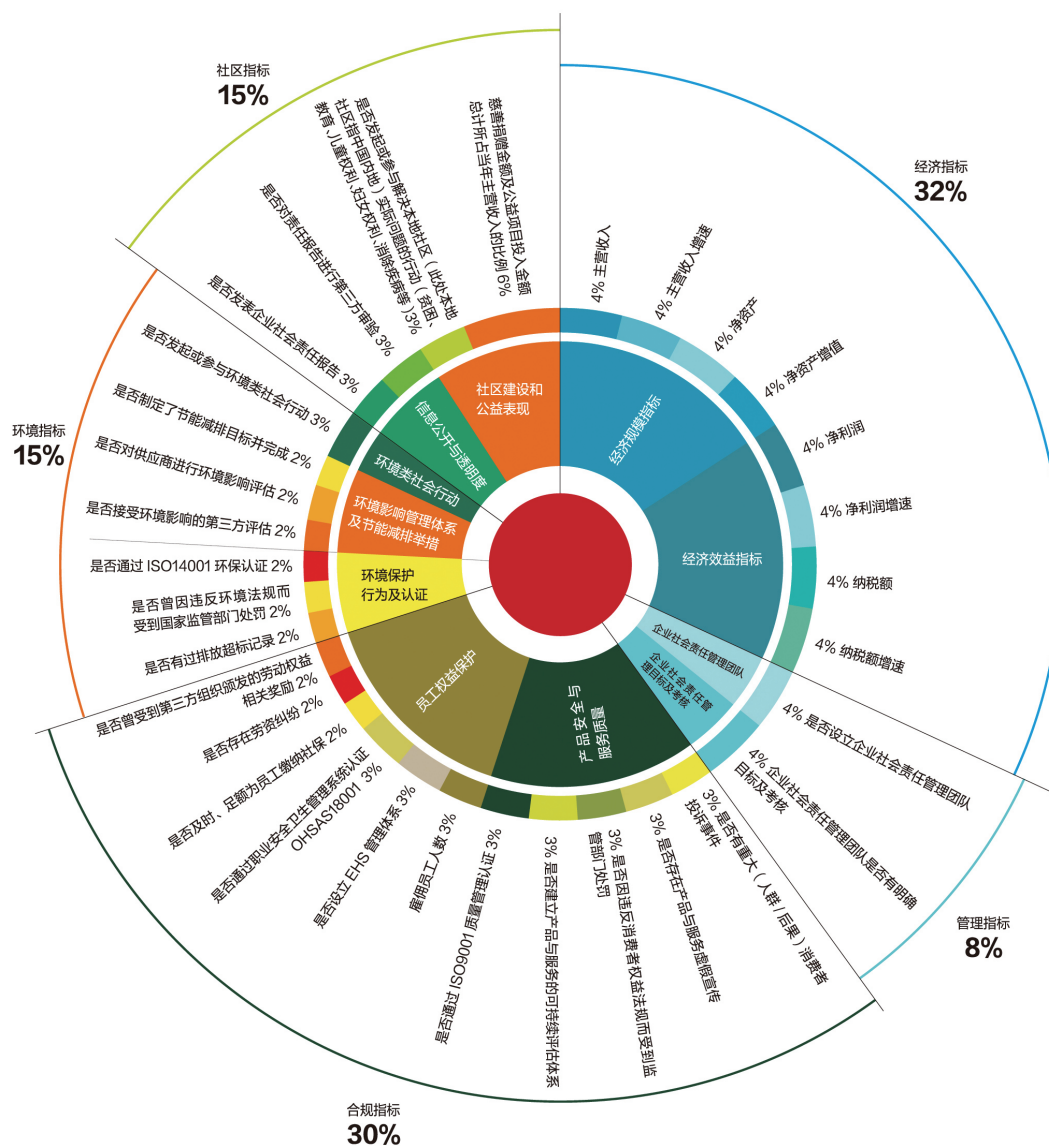
### 慈善公益捐赠金额增加，但集中在少数企业

2015 年上榜的三类企业的公益慈善捐赠金额均有所上升，其中国有企业从上一年度的达到 1118 万元增加到 1498 万，而上榜民营企业的平均慈善捐赠金额更加从 1429 万增加到 4000 万。外资企业的平均慈善捐赠金额则由 434 万增加到 2000 万以上。但实际进行公益捐赠的企业主要集中在少数企业，民营企业和外资企业进行了慈善捐赠的企业只占上榜企业的 35%，而国有企业约为 50%，大量的慈善捐款主要来自于少数长期坚持进行慈善捐赠的企业。上榜民营企业中有 40% 的企业既没有慈善捐赠也没有参加社会公益活动，国有企业和外资企业相对较高，80% 以上的上榜企业都参与了各种公益活动。而在社会责任披露方面，国有企业一枝独秀，99% 的上榜企业都公布了社会责任报告，外资企业的比例为 50%，而民营企业只有 30%。这些数据说明中国民营企业的社会责任管理仍然任重道远。





## 2015中国企业社会责任调研评价指标体系





## 2015 年中国（内地）民营企业责任榜

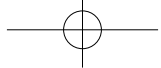
为商有道，兼济天下

排名	企业名称	主营业务	地区	总得分
1	华为投资控股有限公司	通信	广东省	77.092
2	万科企业股份有限公司	房地产	广东省	67.704
3	苏宁云商集团股份有限公司	物流电商	江苏省	67.636
4	兴业银行	银行	福建省	65.091
5	比亚迪股份有限公司	汽车	广东省	63.184
6	民生银行	银行	北京市	63.144
7	郑州宇通集团有限公司	整车	河南省	61.266
8	大连万达集团股份有限公司	地产	辽宁省	60.555
9	浙江吉利控股集团有限公司	汽车	浙江省	59.618
10	海航集团有限公司	航空	海南省	58.236
11	雅戈尔集团股份有限公司	纺织	浙江省	58.04
12	美的集团股份有限公司	家电	广东省	57.83
13	碧桂园控股有限公司	地产	广东省	57.713
14	阳光保险集团股份有限公司	财产保险	北京	57.611
15	香江控股股份有限公司	地产	广东省	55.419
16	长城汽车股份有限公司	汽车	河北省	54.637
17	广州立白企业集团有限公司	日化	广东省	53.161
18	恒大地产集团有限公司	地产	广东省	50.895
19	腾讯控股有限公司	信息技术	广东省	48.951
20	四川蓝光发展股份有限公司	房地产	四川省	46.581
21	TCL集团股份有限公司	家电	广东省	45.673
22	中兴通讯股份有限公司	通信	广东省	45.517
23	内蒙古伊泰煤炭股份有限公司	运输	内蒙古	45.234
24	九州通医药集团股份有限公司	医药	湖北省	42.202
25	亨通集团有限公司	通信	江苏省	41.886
26	盾安控股集团有限公司	工业	浙江省	41.832
27	东营方圆有色金属有限公司	金属	山东省	40.219
28	联想控股有限公司	计算机	北京	38.85
29	海澜集团有限公司	纺织	江苏省	38.638
30	浙江青山控股集团有限公司	钢铁	浙江省	38.409
31	新疆特变电工股份有限公司	电气电子	新疆	36.865
32	浙江荣盛控股集团有限公司	纺织	浙江省	36.51
33	上海复星高科技(集团)有限公司	综合	上海市	35.898
34	新希望集团有限公司	综合	四川省	35.536
35	山东新希望六和集团有限公司	养殖饲料	山东省	35.536
36	修正药业集团	医药	吉林省	35.234
37	万达控股集团有限公司	地产	山东省	35.127
38	国美电器集团	物流电商	北京市	34.99
39	新奥生态控股股份有限公司	化工	河北省	34.826
40	奥克斯集团	家电	浙江省	33.76
41	新疆广汇实业投资(集团)有限责任公司	综合	新疆	33.698
42	海亮集团有限公司	贸易	浙江省	33.067
43	创维数码	家电	广东省	33.001
44	三一重工股份有限公司	工业	湖南省	32.325
45	杭州娃哈哈集团有限公司	食品	浙江省	32.113
46	玖龙纸业(控股)有限公司	造纸	广东省	31.66
47	桐昆集团股份有限公司	纺织	浙江省	31.607





排名	企业名称	主营业务	地区	总得分
48	中天钢铁集团有限公司	钢铁	江苏省	31.545
49	中天发展控股集团有限公司	建筑	浙江省	31.532
50	江苏澄星磷化工股份有限公司	化工	江苏省	31.464
51	广州富力地产股份有限公司	地产	广东省	31.34
52	浙江正泰电器股份有限公司	电气电子	浙江省	31.084
53	重庆龙湖企业拓展有限公司	地产	重庆市	30.638
54	人民电器集团有限公司	电气电子	浙江省	30.623
55	华芳集团有限公司	纺织	江苏省	30.555
56	浙江昆仑控股集团有限公司	建筑	浙江省	30.543
57	山东太阳纸业股份有限公司	造纸	山东省	30.337
58	东方希望集团有限公司	养殖饲料	上海市	29.482
59	南通二建集团有限公司	建筑	江苏省	29.461
60	江苏南通三建集团有限公司	建筑	江苏省	29.328
61	宁波银亿集团有限公司	地产	浙江省	28.532
62	波司登股份有限公司	纺织	江苏省	28.337
63	宁波富邦控股集团有限公司	化工	浙江省	28.079
64	浙江宝业建设集团有限公司	建筑	浙江省	28.028
65	中南建设集团股份有限公司	建筑	江苏省	27.94
66	远大物产集团有限公司	零售	浙江省	27.925
67	恒力集团有限公司	纺织	江苏省	27.65
68	雅居乐地产控股有限公司	地产	广东省	27.641
69	红豆集团有限公司	纺织	江苏省	27.527
70	江苏扬子江船业集团公司	运输	江苏省	27.337
71	浙江精工科技股份有限公司	钢铁	浙江省	27.293
72	内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司	纺织	内蒙古	27.164
73	山东魏桥创业集团有限公司	纺织	山东省	26.743
74	新华锦集团	贸易	山东省	26.513
75	德力西集团有限公司	电气电子	浙江省	26.477
76	四川宏达股份有限公司	能源化工	四川省	26.153
77	江西萍钢实业股份有限公司	钢铁	江西省	26.119
78	天津荣程联合钢铁集团有限公司	钢铁	天津	26.026
79	万向集团公司	汽车	浙江省	25.856
80	山东泰山钢铁集团有限公司	钢铁	山东省	25.772
81	江苏高力集团有限公司	地产	江苏省	25.714
82	雨润控股集团有限公司	食品	江苏省	25.689
83	江苏永钢集团有限公司	金属	江苏省	25.676
84	江苏苏宁环球集团有限公司	地产	江苏省	25.354
85	宁波金田投资控股有限公司	金属	浙江省	25.062
86	西王集团有限公司	食品	山东省	24.98
87	三胞集团有限公司	批发和零售业	江苏省	23.293
88	江苏沙钢股份有限公司	钢铁	江苏省	22.878
89	亿利能源股份有限公司	能源	内蒙古	22.582
90	维维集团股份有限公司	食品	江苏省	22.219
91	江苏阳光集团有限公司	纺织	江苏省	22.189
92	江苏三房巷集团有限公司	纺织	江苏省	22.063
93	物美控股集团有限公司	零售	北京	21.418
94	通威集团有限公司	养殖饲料	四川省	21.044
95	南京丰盛产业控股集团有限公司	建筑	江苏省	20.378
96	重庆力帆控股有限公司	运输	重庆市	20
97	科创集团	医药	四川省	19.786
98	恒逸石化股份有限公司	化纤	浙江省	19.64
99	江苏法尔胜股份有限公司	金属	江苏省	19.136
100	陕西东岭工贸集团股份有限公司	钢铁	陕西省	18.816



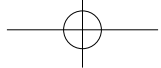
## 2015 年世界 500 强企业在华贡献排行榜

全球视野，中国立场

排名	常用中文名称	总部所在地	总得分
1	通用汽车	美国	73.988
2	百威英博	比利时	69.192
3	博世	德国	69.135
4	丰田汽车	日本	68.827
5	三星	韩国	68.546
6	宝马	德国	68.417
7	百事	美国	67.328
8	东芝	日本	67.004
9	沃尔玛	美国	66.282
10	卡特彼勒	美国	66.263
11	日立	日本	66.018
12	西门子	德国	65.451
13	苹果	美国	63.468
14	巴斯夫	德国	62.601
15	江森自控	美国	62.483
16	联合技术	美国	62.456
17	辉瑞	美国	62.267
18	日产汽车	日本	61.858
19	雪佛龙	美国	61.778
20	麦德龙	德国	61.518
21	欧莱雅	法国	61.505
22	日本电气公司	日本	60.56
23	浦项制铁	韩国	60.472
24	通用电气	美国	60.364
25	宝洁	美国	60.149
26	佳能	日本	59.574
27	夏普	日本	59.303
28	道达尔	法国	59.258
29	波音	美国	59.164
30	普利司通	日本	58.842
31	松下电器	日本	58.533
32	3M	美国	58.44
33	富士胶片	日本	57.641
34	诺华	瑞士	57.61
35	本田汽车	日本	56.889
36	陶氏化学	美国	56.677
37	ABB	瑞士	56.134
38	阿斯利康	英国	55.703
39	乐金	韩国	55.443
40	IBM	美国	55.166
41	强生	美国	54.937
42	英特尔	美国	54
43	惠普	美国	53.734
44	沃尔沃	瑞典	52.008
45	雀巢	瑞士	51.553
46	戴姆勒	美国	51.302
47	现代汽车	韩国	50.067



排名	常用中文名称	总部所在地	总得分
48	艾默生电气	美国	49.991
49	三菱重工	日本	49.481
50	联合利华	英国/荷兰	49.061
51	电装	日本	48.745
52	米其林	法国	48.703
53	施耐德电气	法国	48.02
54	富士通	日本	46.9
55	嘉吉	美国	46.218
56	伟创力	新加坡	46.185
57	索尼	日本	44.766
58	荷兰皇家飞利浦电子	荷兰	44.739
59	摩根大通	美国	44.708
60	住友电工	日本	44.683
61	家乐福	法国	44.169
62	麦当劳	美国	44
63	杜邦	美国	43.943
64	福特汽车	美国	43.665
65	耐克	美国	43.145
66	三菱电机	日本	42.491
67	SK中国	韩国	42.303
68	思科	美国	41.917
69	微软	美国	41.827
70	欧尚	法国	41.585
71	阿尔斯通	法国	41.521
72	丸红	日本	40.746
73	约翰迪尔	美国	40.057
74	默沙东	美国	39.875
75	路易达孚	法国	39.773
76	宏利保险	加拿大	39.681
77	埃森哲	美国	39.628
78	住友商事	日本	39.621
79	马自达汽车	日本	39.543
80	达能	法国	39.097
81	亚马逊	美国	38.211
82	渣打	英国	37.472
83	苏伊士里昂水务	法国	37.467
84	亿滋	美国	36.227
85	三井物产	日本	36.211
86	拜耳	德国	36.151
87	澳新银行	澳大利亚	35.01
88	国际纸业	美国	34.198
89	圣戈班	法国	34.14
90	铃木汽车	日本	33.927
91	联邦快递	美国	33.562
92	蒂森克虏伯	德国	33.409
93	汇丰控股	英国	32.885
94	招商信诺	美国	32.696
95	安联	德国	32.448
96	高盛	美国	32.425
97	保诚	英国	31.803
98	花旗	美国	31.509
99	大都会人寿	美国	31.416
100	英国石油 (BP)	英国	30.985



## 2015 年中国国有上市企业社会责任榜

大行有义，大责无疆

排名	企业（证券简称）	证券代码	总得分
1	工商银行	601398	75.263
2	中国银行	601988	65.794
3	上汽集团	600104	64.548
4	建设银行	601939	64.427
5	格力电器	000651	63.376
6	中国移动	00941	62.966
7	中国神华	601088	62.307
8	长安汽车	000625	59.941
9	中国铁建	601186	59.514
10	华夏银行	600015	59.388
11	农业银行	601288	59.377
12	中国中冶	601618	58.539
13	柳钢股份	601003	57.922
14	中国船舶	600150	57.813
15	冀中能源	000937	57.537
16	深科技	000021	57.41
17	中海油	00883	57.404
18	东风汽车	600006	57.281
19	葛洲坝	600068	57.011
20	中集集团	000039	56.677
21	光大银行	601818	56.487
22	中国中车	601766	56.466
23	中国交通建设	01800	55.99
24	五粮液	000858	55.93
25	南方航空	600029	55.741
26	太钢不锈	000825	55.301
27	江铃汽车	000550	55.029
28	中国铝业	601600	54.918
29	中国远洋	601919	54.728
30	宝钢股份	600019	54.696
31	中化国际	600500	54.558
32	中海油服	601808	54.498
33	青岛海尔	600690	53.996
34	建发股份	600153	53.841
35	双汇发展	000895	53.352
36	河北钢铁	000709	53.263
37	上港集团	600018	53.143
38	北京银行	601169	53.126
39	上海石化	600688	53.071
40	中国中铁	601390	53.028
41	中煤能源	601898	52.89
42	保利地产	600048	52.729
43	潞安环能	601699	52.408
44	兖州煤业	600188	52.354
45	中国电信	00728	52.319
46	石化油服	600871	52.193
47	华侨城A	000069	51.905



排名	企业(证券简称)	证券代码	总得分
48	上海医药	601607	51.386
49	交通银行	601328	51.284
50	青岛啤酒	600600	51.202
51	潍柴动力	000338	50.85
52	中国太保	601601	50.792
53	招商银行	600036	50.644
54	兴业银行	601166	49.931
55	华域汽车	600741	49.834
56	海螺水泥	600585	49.723
57	中国国航	601111	49.715
58	中联重科	000157	49.312
59	南钢股份	600282	49.203
60	福田汽车	600166	48.656
61	山煤国际	600546	48.388
62	东方航空	600115	48.336
63	东方电气	600875	47.265
64	浦发银行	600000	46.781
65	鞍钢股份	000898	46.594
66	华能国际	600011	46.499
67	中信银行	601998	46.326
68	新兴铸管	000778	45.628
69	云南铜业	000878	45.353
70	中铁二局	600528	45.004
71	长城电脑	000066	44.471
72	物产中大	600704	43.998
73	五矿发展	600058	43.757
74	国电电力	600795	43.607
75	中信证券	600030	43.578
76	中国人寿	601628	43.45
77	国投电力	600886	43.436
78	大唐发电	601991	43.204
79	攀钢钒钛	000629	42.965
80	安阳钢铁	600569	42.938
81	武钢股份	600005	42.901
82	一汽轿车	000800	42.858
83	铜陵有色	000630	42.314
84	中材国际	600970	42.21
85	华菱钢铁	000932	42.199
86	上海建工	600170	42.193
87	重庆钢铁	601005	42.17
88	金隅股份	601992	41.147
89	华电国际	600027	41
90	海信电器	600060	40.691
91	徐工机械	000425	39.976
92	长江电力	600900	39.518
93	三钢闽光	002110	39.381
94	大秦铁路	601006	39.301
95	西部矿业	601168	39.078
96	中海集运	601866	38.432
97	中国重工	601989	38.157
98	上海电力	600021	38.083
99	江西铜业	600362	38.064
100	厦门国贸	600755	38.06





## 2015 年中国企业社会责任调研【慈善公益子榜】

### 中国（内地）民营企业慈善公益榜

排名	企业名称	主榜排名	总得分
1	香江控股有限公司	15	9
2	海亮集团有限公司	42	7.404
3	大连万达集团股份有限公司	8	6.903
4	亨通集团有限公司	25	4.689
5	四川蓝光发展股份有限公司	20	4.628
6	中南建设集团股份有限公司	65	4.479
7	海航集团有限公司	10	4.329
8	恒大地产集团有限公司	18	4.261
9	广州立白企业集团有限公司	17	4.21
10	苏宁云商集团股份有限公司	3	3.847
11	腾讯控股有限公司	19	3.742
12	郑州宇通集团有限公司	7	3.696
13	碧桂园控股有限公司	13	3.671
14	杭州娃哈哈集团有限公司	45	3.663
15	江苏扬子江船业集团公司	70	3.584
16	玖龙纸业(控股)有限公司	46	3.57
17	雅戈尔集团股份有限公司	11	3.461
18	雨润控股集团有限公司	82	3.363
19	TCL集团股份有限公司	21	3.302
20	美的集团股份有限公司	12	3.194

### 中国国有上市企业慈善公益榜

排名	企业（证券简称）	证券代码	主榜排名	总得分
1	东风汽车	600006	18	9
2	山东钢铁	600022	102	7.28
3	光大银行	601818	21	6.883
4	建发股份	600153	34	6.398
5	三钢闽光	002110	93	5.225
6	上海建工	600170	86	5.215
7	宝钢股份	600019	30	5.067
8	青岛海尔	600690	33	4.958
9	北京银行	601169	38	4.86
10	东方电气	600875	63	4.696
11	长安汽车	000625	8	4.55
12	上海医药	601607	48	4.492
13	兴业银行	601166	54	4.371
14	华夏银行	600015	10	4.342
15	双汇发展	000895	35	4.283
16	江铃汽车	000550	27	4.276
17	上汽集团	600104	3	4.254
18	华菱钢铁	000932	85	4.123
19	中国神华	601088	7	4.063
20	南方航空	600029	25	3.958



### 世界 500 强企业在华慈善公益榜

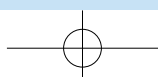
排名	企业名称	总部所在地	主榜排名	总得分
1	东芝	日本	8	7.654
2	浦项制铁	韩国	23	6
3	陶氏化学	美国	36	5.194
4	麦当劳	美国	62	4.213
5	百事	美国	7	3.66
6	住友电工	日本	60	3.6
7	IBM	美国	40	3.577
8	百威英博	比利时	1	3.562
9	宝马	德国	5	3.557
10	麦德龙	德国	20	3.52
11	联合技术	美国	16	3.299
12	宝洁	美国	25	3.221
13	丰田汽车	日本	3	3.219
14	日本电气公司	日本	22	3.184
15	普利司通	日本	30	3.177
16	微软	美国	69	3.108
17	欧莱雅	法国	21	3.1
18	家乐福	法国	61	3.087
19	亚马逊	美国	81	3.084
20	辉瑞	美国	17	3.065

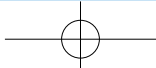
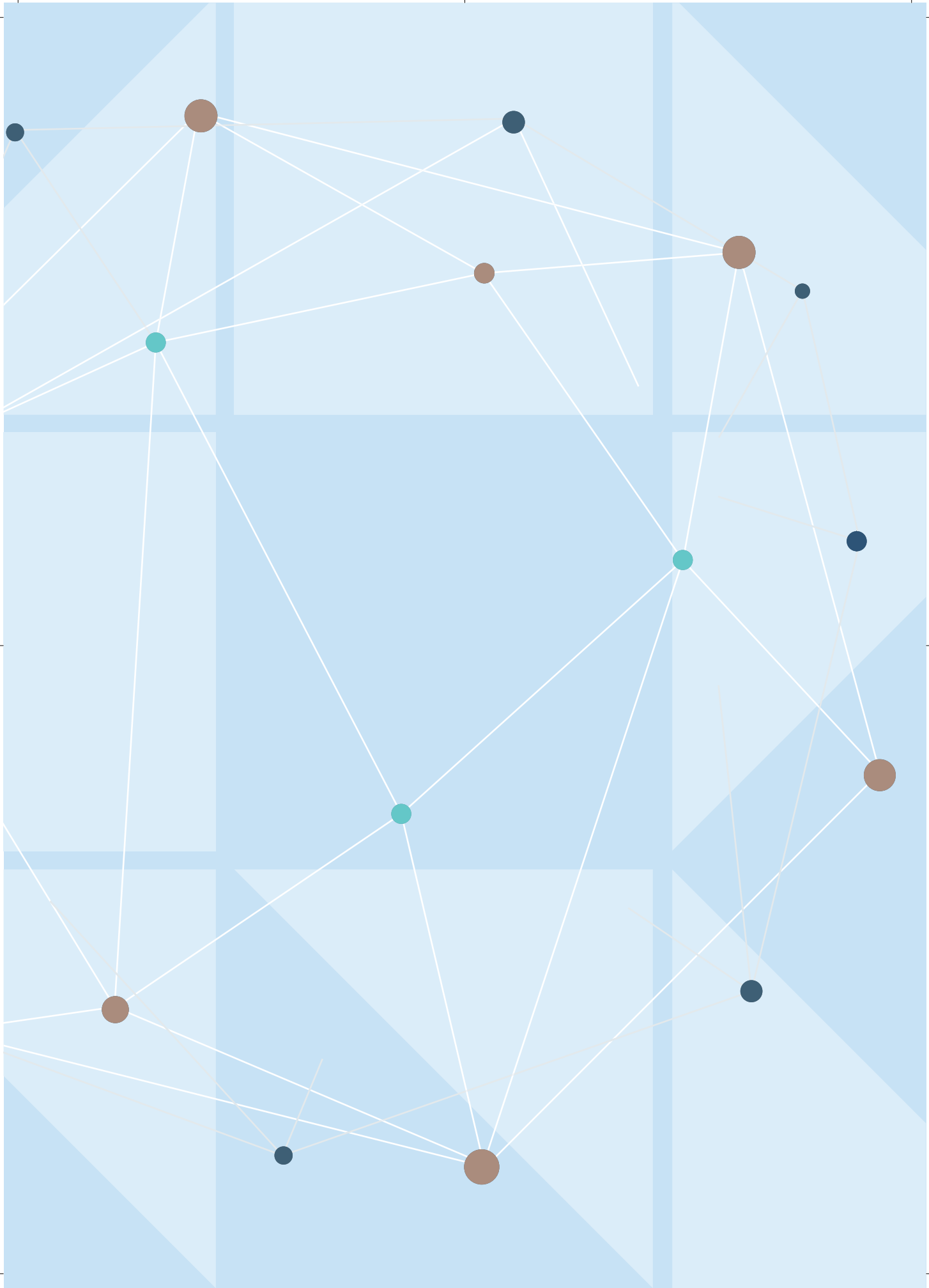
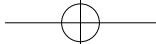
慈善公益子榜取当年公益慈善支出所占净资产比例，及是否有重大消费者投诉事件、是否存在产品与服务虚假宣传、是否因违反消费者权益法规而受到监管部门处罚、是否曾因违反环境法规而受到国家监管部门处罚、有无重大劳动纠纷共六个指标综合计算得出。

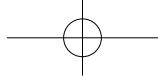


# 2015 中国企业社会责任 报告研究

- ▶ 研究人员：黄取情 刘皓雪 陈思 张洪福 郭沛源
- ▶ 研究机构：商道纵横
- ▶ 资助机构：乐施会
- ▶ 支持机构：南方周末企业社会责任研究中心







## 报告发展环境

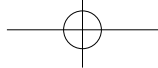
各级政府推动报告发展。近年来，国家政策、标准和意见的出台是推动企业社会责任在中国发展的主要因素。2015年3月，国务院国资委第一次召开中央企业社会责任工作专题会议，会议明确指出企业履行社会责任是经济社会发展的迫切需要，也是提升企业竞争力的重要途径。中央企业要把社会责任工作切实融入今后的各项工作之中，全面提升履责能力和水平。2015年6月，国家质检总局、国家标准委联合发布《社会责任指南》（GB/T 36000-2015）、《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）、《社会责任绩效分类指引》（GB/T 36002-2015）等三项社会责任国家标准，以助组织有效开展社会责任实践。

此外，各级政府在积极推动报告编制标准的制定和督促鼓励社会责任报告的发布。继2014年山东省质量技术监督局发布《企业社会责任指标体系》《企业社会责任报告编写指南》两项山东省地方标准后，2015年3月，深圳市市场和质量监督管理委员会发布了《企业社会责任要求》和《企业社会责任评价指南》两个标准文件。此两份标准的核心内容保持了与国际标准ISO26000的一致性，是我国第一个参考ISO26000《社会责任指南》制定的关于社会责任要求的标准，第一个以地方标准的形式发布的社会责任评价标准，同时反映了深圳的特点和要求。

### 1、行业协会履责意识增强

行业协会方面，2015年5月12日，第二批试点媒体社会责任报告正式对外发布，经济日报、中央电视台、人民网、新华网等28家媒体对2014年度其履行社会责任情况进行了全面梳理展示。2015年6月，深圳银行业协会首次发布《深圳市银行业2014年社会责任报告》，介绍其在2014年的社会责任绩效。2015年7月，在国家工业和信息化部、国家食品药品监督管理总局的支持和宜宾五粮





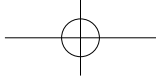
液集团有限公司、贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司等23家企业联合发起下，中国酒业协会酒与社会责任促进联盟成立。联盟以推广理性饮酒、践行社会责任、倡导行业自律、坚持以科学研究为基础，传递符合公认科学理论的酒类产品知识，积极推动与减少有害饮酒相关的立法与公共政策发布与执行，帮助消费者建立对酒类产品的正确观念为宗旨。同年10月，中国林产工业协会在京发布了《中国林产工业企业社会责任白皮书》和《中国林产工业企业社会责任报告编写指南》。17家代表林产工业发展先进水平的企业参与了白皮书的编写工作，阐述了林产工业社会责任发展现状和水平。报告编写指南则为林产工业企业编制社会责任报告提供了一套完整的、本土化的报告指标体系。

2015年11月24日，中国互联网协会在京举办2015（第二届）中国互联网企业社会责任论坛。新华网、光明网、中国新闻网、阿里巴巴、腾讯、百度、京东、奇虎360、新浪网、搜狐网、凤凰网、乐视网、滴滴出行、安存科技等我国互联网知名企业代表共同签署了《互联网企业社会责任宣言》，作出了树立底线意识、积极传播正能量、努力构建清朗网络空间、自觉维护国家网络和信息安全、尊重用户隐私等十项承诺。《互联网企业社会责任报告》也在该论坛上发布，报告指出，整体上看，互联网企业社会责任的履行仍有较大提升空间。报告建议尽快建立相关指标体系，推动企业社会责任报告发布和社会责任的履行；出台、完善相关法律和政策，为互联网企业履行社会责任提供良好的法律和政策环境。

## 2、信息披露更加严格

2015年12月21日，港交所正式对外发布新修订的《环境、社会及管治报告指引》，将环境范畴下的指标均提升至“不遵守就解释”，即发行人需完全遵守其所适用的环境范畴下的条例，如排放物和资源使用等相关指标，若部分条例未被遵守，发行人则需对此给出详细的解释。港交所这一安排预计会对内地在港上市企业的信息披露工作带来一定挑战，当然，也能相应地提高企业对环境管理和环境信息披露的重视。

另外，同年4月和9月发布的《水污染防治行动计划》和《生态文明体制改革总体方案》也均对污染单位环境信息公开提出要求。



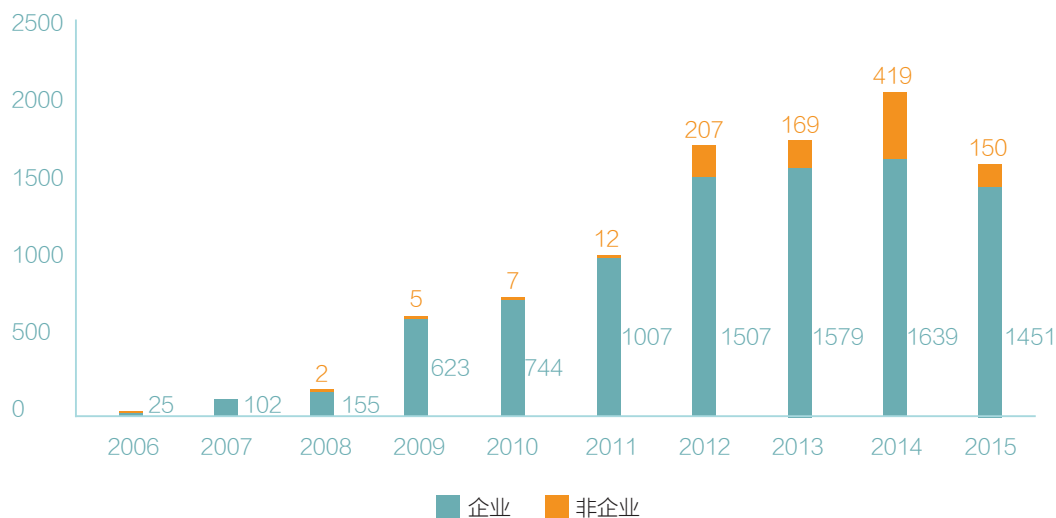
## 报告发展概述

### 1、报告整体发布趋势及构成

数据仅根据公开获得资料统计，报告可在MQI数据库（<http://www.mqi.org.cn>）进行查询。

#### 1.1 企业发布数量基本保持稳定

2015年，中国境内共发布1601份社会责任报告，总数较上年下降22%。其中，企业机构发布的社会责任报告共1451份，占当年社会责任报告总数的91%；非企业机构发布的社会责任报告共150份，占当年社会责任报告总数的9%。



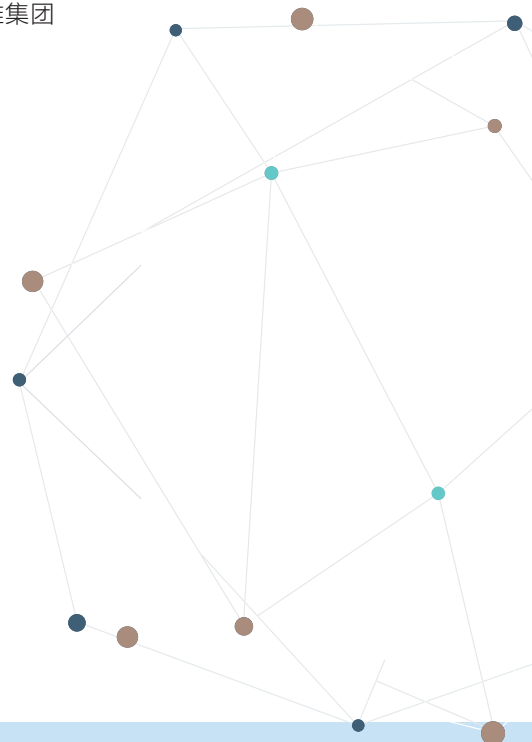


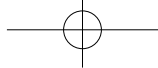
## 1.2 报告平均篇幅为31页

企业社会责任报告的篇幅长短在一定程度上可以反映报告信息的丰富程度。2015年发布的所有社会责任报告的平均篇幅为31页，与2014年32页基本持平。

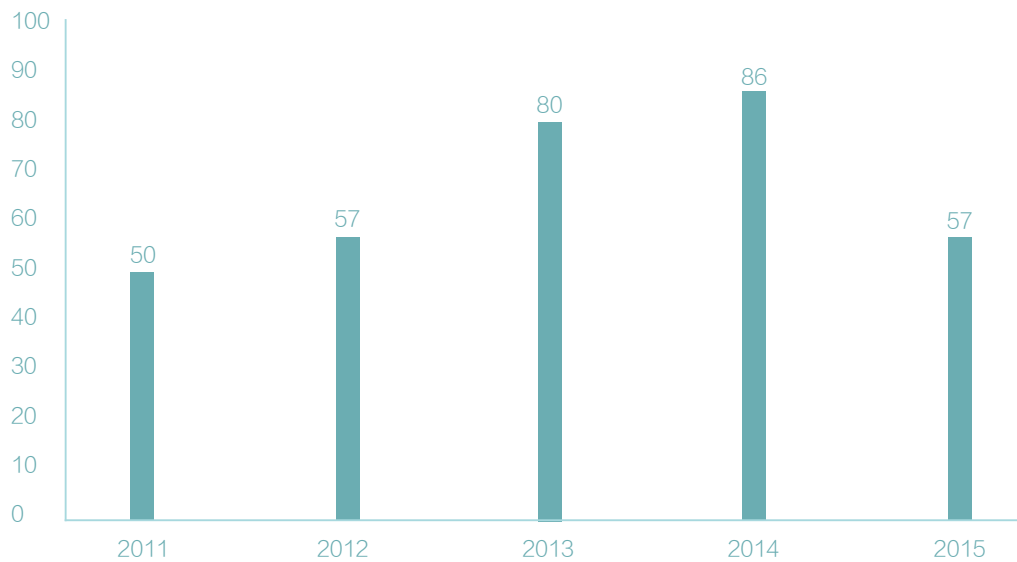
## 1.3 经过第三方独立审验的报告占比很小

2011-2015年，经第三方独立审验的报告数量在连续增长四年后，有所回落，但从占当年发布报告总数的比例来看，其水平保持不变。2015年，共有57份社会责任报告经过第三方独立审验，占当年社会责任报告总数的4%，与2014年持平。开展审验的第三方机构包括四大会计师事务所，即安永、德勤、毕马威、普华永道，以及通标公司（SGS）、德国莱茵TUV集团、挪威船级社（DNV）、必维集团（BV）等。

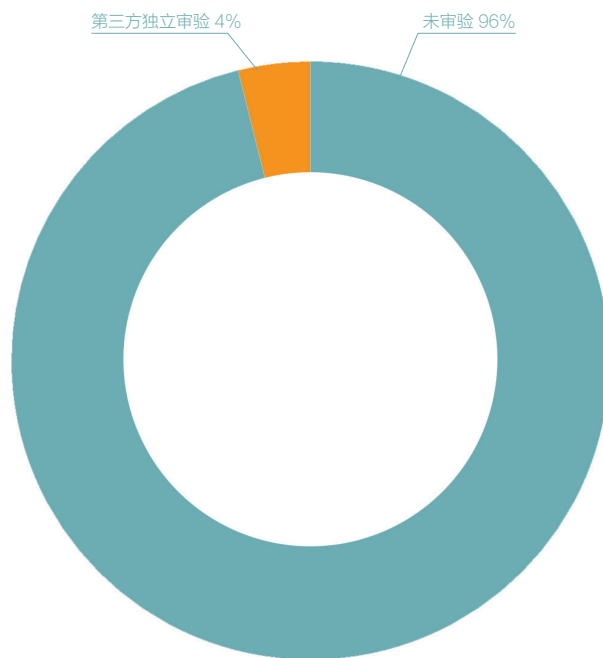




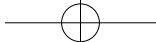
## 2015 中国企业社会责任报告研究



■ 审验

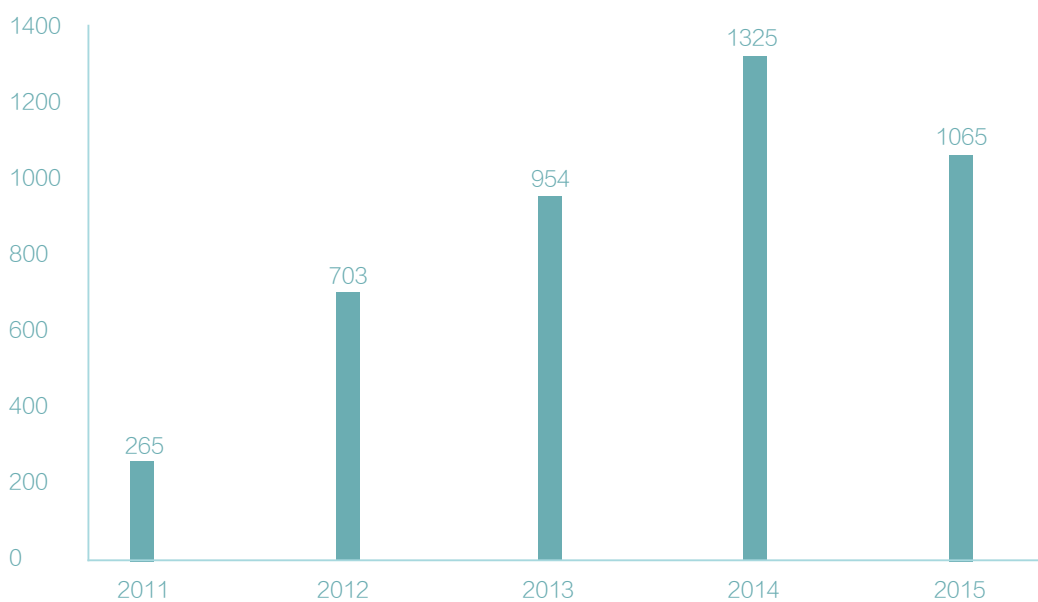


022 BLUE PAPER

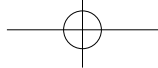


#### 1.4 参照各类指南编写的报告数量有所下滑

2015年,共有1065份报告参考了有关指南进行编写。其中,有969份由企业发布的报告参照了有关指南进行编写,占当年社会责任报告总数的61%和由企业发布的社会责任报告的67%。



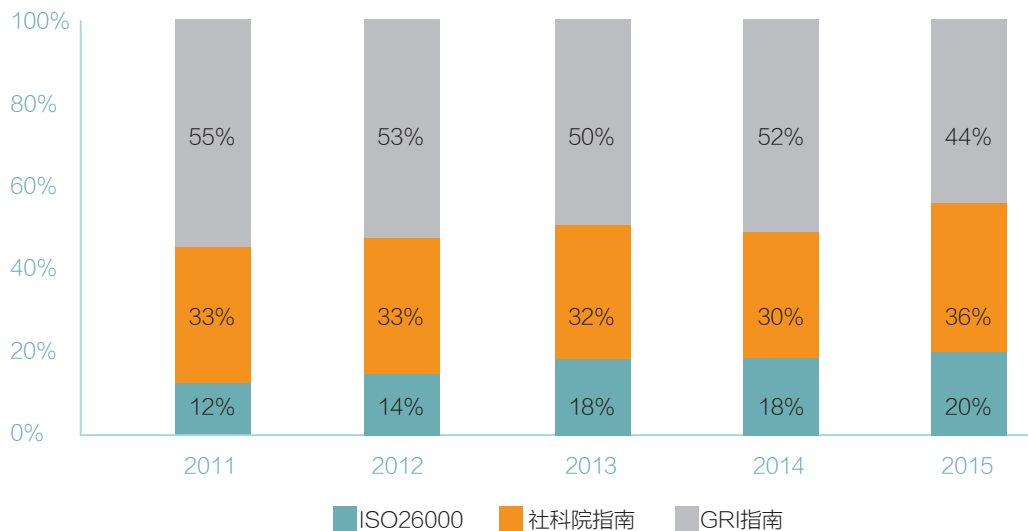




### 1.5 GRI指南使用量略缩水，但G4使用量增长

在所有报告指南中，使用全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告编写指南》进行编写的报告数量在历年都位居第一。其次是中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心编制的《中国企业社会责任报告编写指南》。此外，国际标准化组织（ISO）发布的社会责任指南标准ISO26000也成为企业编制社会责任报告时的重要参照。

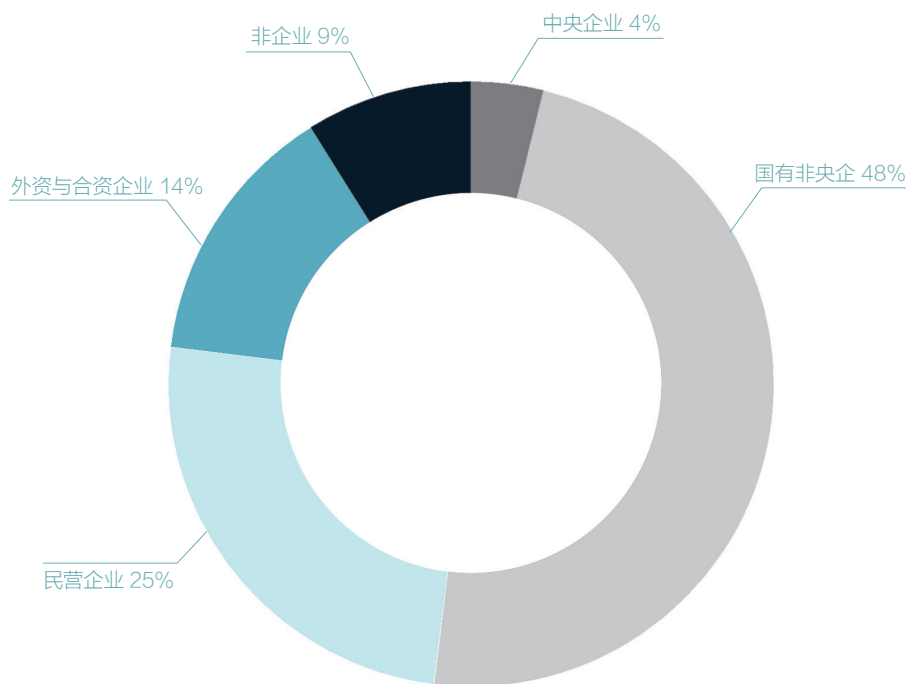
2011-2015年，前四年参照这三类指南的报告数量在不断增加，2015年，参照社科院指南的报告数量小幅上升，而参照GRI指南的报告数量明显下降，这可能与新旧指南的交替有关。





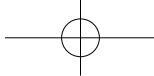
### 1.6 国有企业报告数占比回归半壁江山

从发布报告的机构性质来看，国有企业（包括中央企业和国有非央企）发布报告数量仍位居第一。2015年，国有企业共发布831份社会责任报告（其中中央企业发布69份报告，国有非央企发布762份报告），占当年发布总数的52%，与2014年跌至50%以下相比稍有回升；民营企业发布393份社会责任报告，占25%；外资与合资企业共发布227份社会责任报告，占14%。



### 1.7 制造业与金融业发布报告数量领先

2015年，绝大多数行业发布的企业社会责任报告数量有所下降，仍有少部分行业发布的企业社会责任报告数量有所上升，如运输、仓储和邮政行业，环保行业等。13个行业发布的报告数量超过50份。其中，其他制造业发布的报告数量为213份，位居第一。金融业发布的报告数量为156份，位居第二。总体来看，电力行业、运输、仓储和邮政行业、化工行业、医药制造业、电子制造业等在历年发布企业社会责任报告的数量均排名前列。



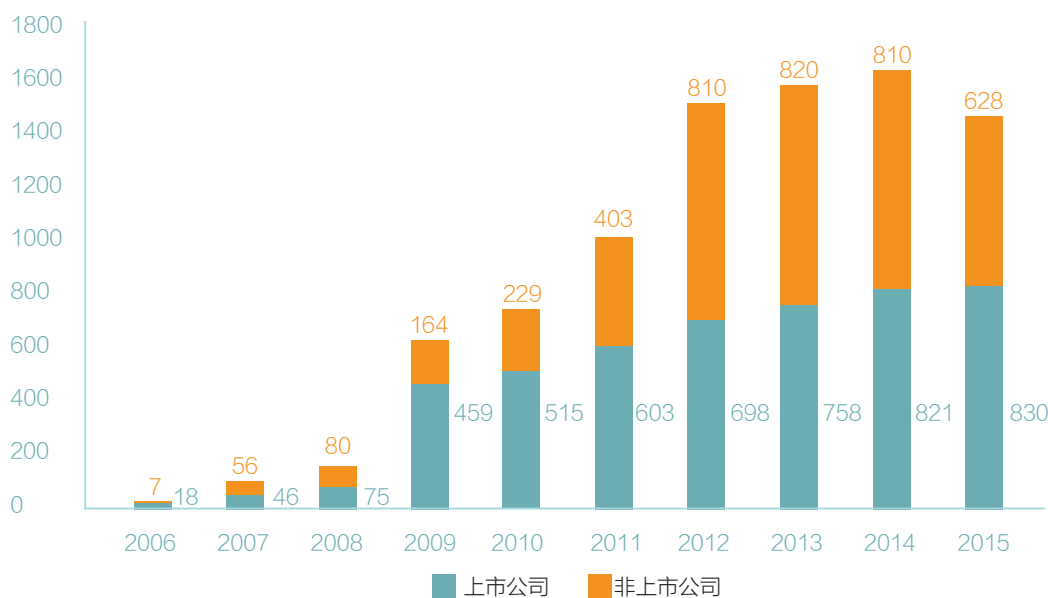
### 1.8 上海、北京、广东发布报告数量位居前三

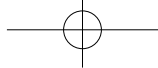
2015年，发布报告的企业覆盖全国所有省级行政区域，并主要集中在上海、北京等直辖市以及广东、浙江、福建等沿海省份。在2015年，上海市、北京市、广东省发布的报告数量分别为388、205、147份，位居前三。

## 2、上市公司报告发布趋势及构成

### 2.1 上市公司发布报告数量持续增长

2015年，上市公司共发布830份企业社会责任报告，占当年企业发布社会责任报告总数的57%，其中，国内上市（即深沪交易所上市）公司发布749份；国内非上市公司共发布628份企业社会责任报告，数量较前几年有所降低。2006年至2015年，在上海证券交易所、深圳证券交易所、香港联合交易所及海外上市的公司发布的企业社会责任报告数量不断增长。

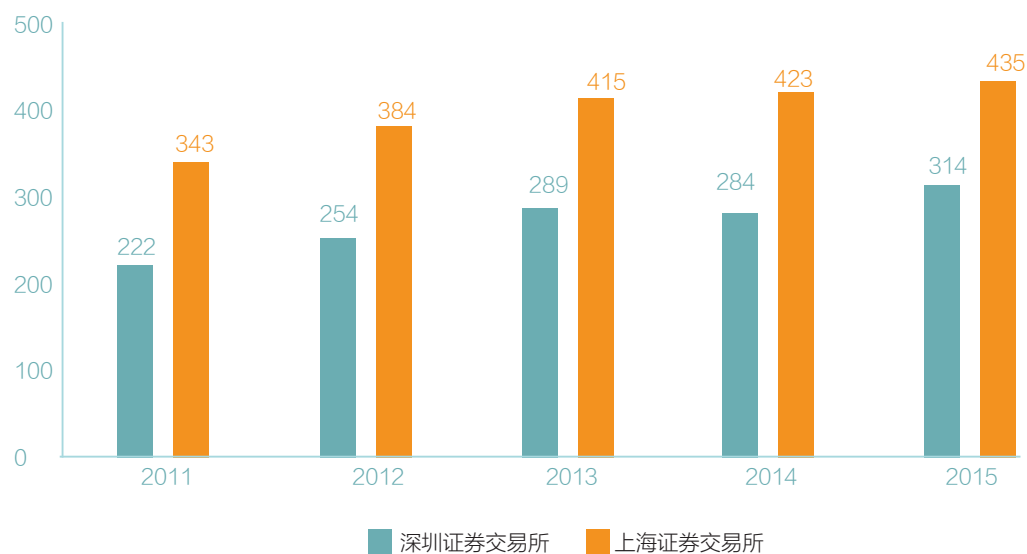


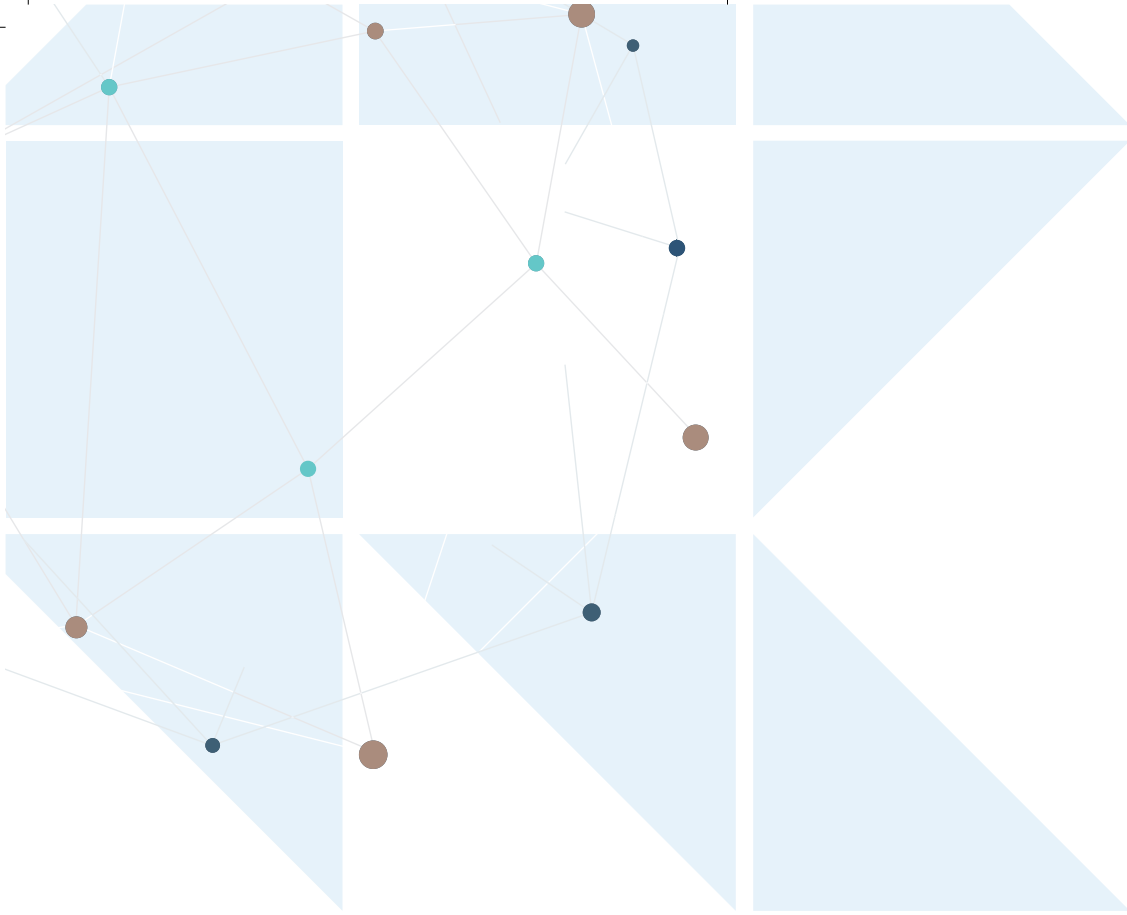
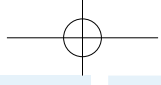


## 2.2 沪市发布报告数量持续多于深市，但深市涨幅高于沪市

2015年，沪市企业发布报告435份，较2014年增长2.8%；深市企业发布报告314份，增长率为10.6%。

2011年至2015年，上海证券交易所和深圳证券交易所上市公司发布的企业社会责任报告数量基本呈上升趋势。五年间，沪市企业发布报告数量持续高出深市120份以上，但就增长率而言，除2014年，深市企业发布报告数量的涨势较沪市更为明显。

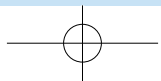
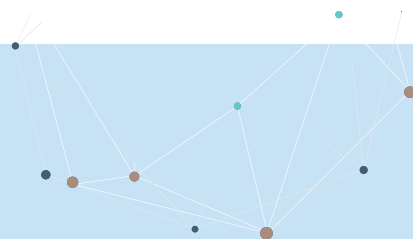


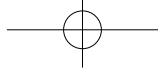


## 行业分析报告

企业社会责任报告作为一种信息载体和传播媒介，主要承载了企业在社会责任管理和实践等方面的内容，并架起了企业与利益相关方沟通的桥梁。而在企业社会责任报告中，诸如能源消耗量、员工工伤率、产品合格率等定量信息更是判断企业社会责任履行乃至企业整体运营情况的重要依据。

根据本研究发现，随着企业社会责任报告数量的持续增长，其总体质量也在不断提升，主要体现在越来越多的报告参照国际或国内通用的报告指南进行编写、引入第三方审验等。但是，企业社会责任报告中缺少对定量信息的披露、定量信息披露随意性强、披露标准不规范的问题较为普遍，成为影响报告质量进一步提升的障碍，这一现状亟需改变。当然，定量信息的披露并不是越多越好，企业应围绕最重要的议题进行披露。如果企业在报告中披露过于庞杂的定量信息，不但会为自身工作带来负担，也会让读者陷入由信息冗余造成的干扰。





## 四 研究发现

因此,我们希望通过更为深入和全面的工作,聚焦不同行业最具实质性的企业社会责任议题。2014年,商道纵横与《南方周末》共同发布了《企业社会责任报告关键定量指标指引》(以下简称《指引》),并建立了相应行业的关键定量指标(Material and Quantitative Indicators)体系,从而推动报告质量的提升。

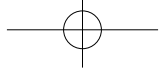
通过对2015年度中国企业社会责任报告发布趋势的分析,以及对上海证券交易所、深圳证券交易所上市公司在报告中披露关键定量指标情况进行的评估,我们发现:

### 1、煤炭行业实质性信息披露水平最高

2015年内由企业所发布的企业社会责任报告数量较2014年有小幅减少,其中上市公司所发布报告数量保持了平稳增长,而非上市公司所发布报告数量有明显下降,为2014年的78%。对于非上市公司,由于缺少相应的监管机制,逐渐显露出对发布企业社会责任报告的动力缺乏。

在对八个行业上市公司对关键定量指标披露的研究中,国有企业对关键定量指标的平均披露率高于民营企业。煤炭开采行业,作为这八个行业上市公司中国有企业占比最高的行业,平均披露水平也最高,为39%。其中,有五家企业都对一半及以上的关键定量指标进行了披露,占到该行业发布报告的上市公司总数的26%。

八个行业中披露率最低的为农林牧渔行业,平均披露率为13%,仅为煤炭开采行业平均披露率的1/3。其中披露率最高的企业也仅披露了20个指标的7个。



## 2. “社会”议题下的关键定量指标的披露程度最低

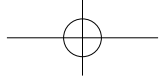
通过对八个行业上市公司对“经济”“环境”“社会”“劳工”“产品”这五个议题下的关键定量指标的总体披露水平的研究，我们发现上市公司对于“经济”议题下的关键定量指标的披露率最高，而“社会”议题下关键定量指标的披露率最低。其中，农林牧渔行业在近四年中没有一家企业对其在“社会”议题下的全部两个关键定量指标，包括“与当地社区和原住民发生的争端数量”和“违反法规的次数及被处重大罚款的金额”，进行披露。即使是在八个行业中平均披露率最高的煤炭开采行业，在近四年中也未有一家企业对“与当地社区和原住民发生争端数量”这一指标进行披露。

这反映了当前我国企业还未能将社区以及公众识别为重要的利益相关者，与我国民众日益加强的对自身权益保障以及参与环境监督的意识严重不符。这也导致了近年来邻避运动越来越多的发生。PX项目已在多个城市搁浅。仅2016年上半年，针对垃圾焚烧厂建设所进行的市民反对活动就已在浙江海盐、海南万宁、湖北仙桃等多地爆发。另一方面，由于缺乏在国内的相关实践，大部分“走出去”的中国企业在海外投资过程中也体现出了社区沟通意识、能力、方法的不足，成为制约中国企业海外投资可持续的瓶颈之一。

## 3. 实质性信息披露水平仍需提高

大部分报告在进行信息披露过程中仍体现出所使用口径实质性的不足，例如，有些报告中只提及了“按时为员工缴纳社会保险”，而未对社会保险覆盖率进行披露；有些报告中列举了节能改造案例，却未对总能耗及总节能量进行披露。这些都会导致报告内容不能充分满足利益相关方及其他读者对了解企业在履行社会责任方面表现的根本需求。

这一方面是由于部分报告在编制过程中未能严格按照相关指引要求进行信息披露，披露口径随意性较强。但整体来看，报告编制的规范性在最近几年中已有明显的提升，参照各类指南进行编写的报告数量占报告总数的比例已从



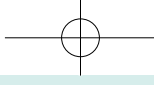
2010年的15%上升至61%。

这另一方面也体现了部分企业所参考的指引中相关规定较为空泛、模糊，对企业的指导、监管力度不足，导致企业缺乏可供参考的披露口径。例如在《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》中只规定了上市公司“社会责任报告的内容至少应包括关于职工保护、环境污染、商品质量、社区关系等方面的社会责任制度的建设和执行情况”，而未对这些议题下所需披露的具体指标及口径进行明确。

总体而言，披露率较高的报告在编制过程中均参考了多份编写指南及指引。其中，严格依照GRI指引的要求进行披露的报告对关键定量指标的披露率要明显高于未参照GRI指引进行披露的报告。然而，对于没有能力参考多个编写指南，按照“大而全”式的指标体系编写社会责任报告的企业，尤其是中小企业，获取具有行业针对性的、可操作性强的实质性信息披露指引就尤为重要。





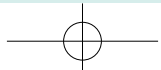
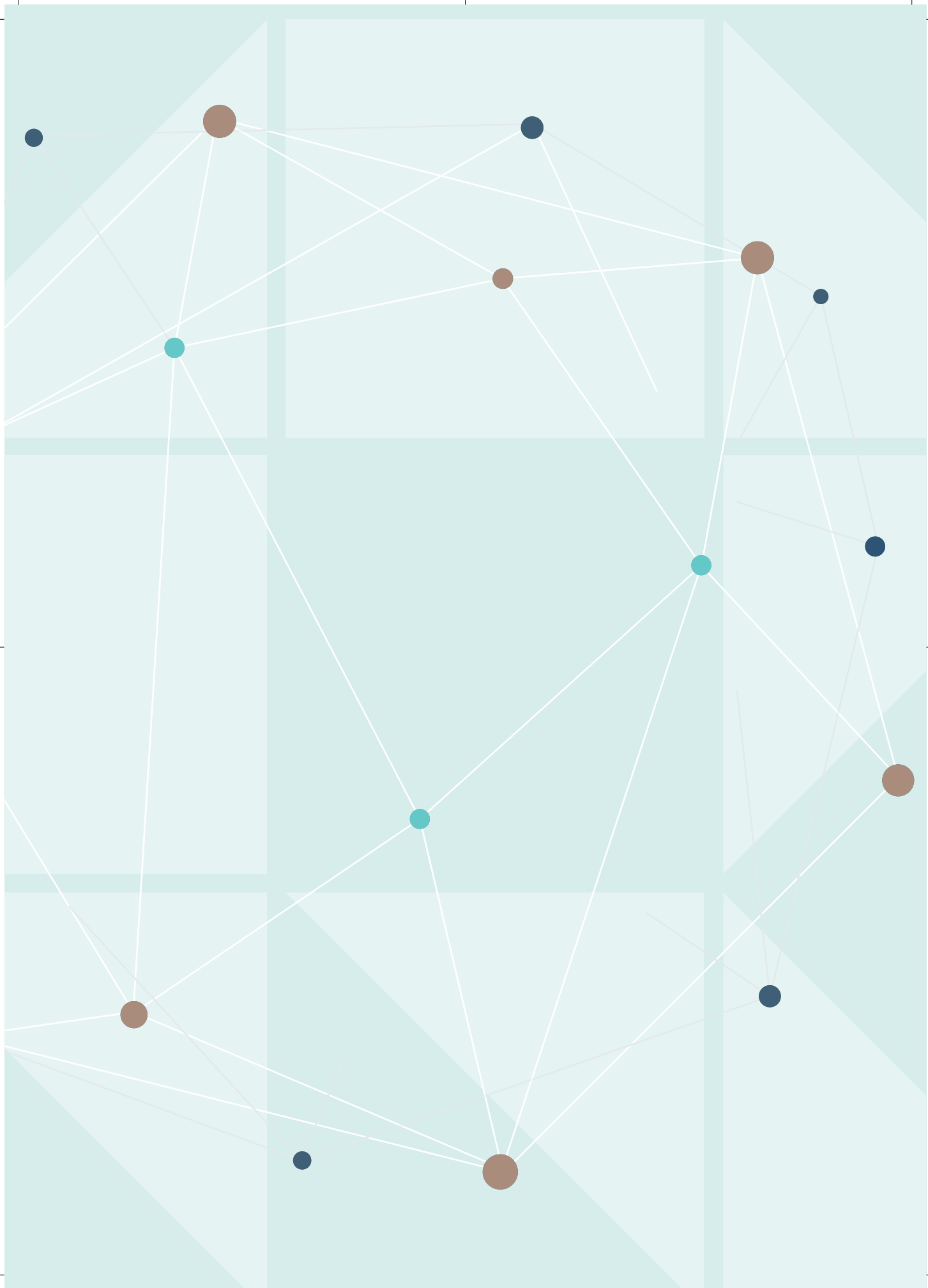
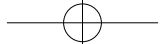


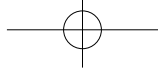
# 2016 企业基金会研究报告

► 编制机构：明善道（北京）管理顾问有限公司、基金会中心网

► 支持机构：南方周末企业社会责任研究中心

► 联合发布：明善道（北京）管理顾问有限公司、基金会中心网、  
南方周末企业社会责任研究中心





## 研究背景介绍

### 研究背景

2004年《基金会管理条例》颁布以来，基金会数量及资产出现飞速增长，截至2014年底，中国已有各类基金会近5000家，成为公益事业的重要载体。其中由企业（包括企业家）发起设立的非公募基金会在此10年间从16家发展到560家，是增速最快的一类非公募基金会。因为源于企业，与名人、高校发起的基金会相较，所承担的相关方期望、公益使命和实现路径的探索都有很大不同，带着企业基因和烙印。

应该说，企业基金会的成长历程，与发起企业的关系是个永恒的话题。尤其对于经历了改革开放和市场经济洗礼的中国企业，刚解决了“企业办社会”的沉痾，又要转换视角思考企业社会责任的实践，企业与社会如何互动、双赢，是一个莫大的挑战。企业基金会在中国企业的生命周期中，是一个前所未有的新生事物，又恰逢企业创始人的影响力和企业的社会资源占有都处于一个历史巅峰，企业家的思维开始从纯粹的财富积累转向财富分配。《礼记·曲礼》：“人生十年曰幼学”，中国企业基金会用十年时间已成长为公益慈善事业的生力军。

2015年来回望国内企业基金会实践的十年，我们发现有些基金会已经成为公益主力，在不同的方向和领域发挥引领的功能，有些基金会依然在默默做事，寻求自身独立存在的价值，但是所有的企业基金会都在追求“效率”，并认为“效率”是组织的生命线。一般也认为企业有更高的“效率”，值得公益行业学习。在公益行业尚无统一“效率”观念的时下，效率之于基金会的价值、实践的模式和评估的方法，企业基金会的探索有很好的参考价值。同时，站在企业基金会诞生10年的当口，精益求精是行业所需，宝贵的实践经验亟待梳理和总结，这两者构成了我们的研究动机。



## 报告简介与研究方法

本研究由明善道顾问有限公司（CCiA）与基金会中心网合作完成，在《中国企业基金会发展研究报告2011》的基础上，继续通过行业数据了解国内由企业发起的非公募基金会的现状和发展趋势，此外，通过案例分析对企业基金会对效率的理念和实践进行初探。

本研究报告认同并采用德鲁克的“综合效率观”作为研究的理论依据。综合各种模式，我们从机构总体视角的投入产出、杠杆效应、项目可复制、专业化分工、差异化和集中化、评估等，以及机构微观视角的社会需求分析和项目设计、业务流程、授权等方面，了解目前企业基金会对“效率”的理念和实践。此外，还希望发现企业基金会作为公益组织，在“效率”实践方面与商业机构的不同之处和独特之处，供业内参考。

## 报告主要结论

数量上，企业基金会呈现以下特点：

- 企业基金会数量继续增长，截至2014年底，企业基金会共有560家，占非公募基金会总量的20%，年均增长率高于非公募基金会。基金会领域、地域、发起企业、行业等方面呈现以下特点：

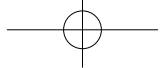
- 教育、扶贫助困、安全救灾、医疗救助四个领域依然是企业基金会的主要关注方向；

- 伴随各地逐渐下放非公募基金会登记管理权限，市级基金会增长较快，2014年此类企业基金会占总数11%；同时，在民政部注册的企业基金会占7%，省（及直辖市）级注册的基金会占81%；

- 企业基金会数量最多的省（直辖市）依次为广东省、北京市、江苏省、浙江省、上海市、福建省；

- 民企发起的企业基金会最多，为440家，占79%。其次是国企83家，外资13家；

- 制造业、房地产业、社会服务业是企业基金会数量的前三甲，而制造业、房地产业、金融保险业是注册资金量的前三甲。



● 企业基金会总收入平稳增长，2014年企业基金会的总收入为36.6亿元，较上年增长17%，收入构成及平均收入等呈现以下特点：

● 主要收入仍为捐赠收入，占88%，但呈现比重逐年降低的趋势（2011年为94.4%，2012年为92.9%，2013年为88.8%）；投资收入占总收入8.8%，比较2011年的1.5%有了长足发展；

● 平均每家基金会收入626万元，仍然低于非公募基金会整体平均收入的682万元，但差距有所缩小（上期报告2010年企业基金会平均收入517万元，而同期非公募基金会整体的平均收入是961.2万元）；

● 平均收入最高的行业是信息技术业，每家基金会收入达到2165万；

● 2014年企业基金会年度支出为29亿元，较上年增长13.5%，达到当年收入的81%，也达到了上一年净资产的34.4%，支出构成及支出领域等有以下特点：

● 主要支出仍然是公益支出，占96.8%，与上一期报告的2010年数据持平；行政办公支出比上期略有提高，从1.3%上升到1.6%；

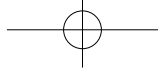
● 平均每家基金会支出为525.3万元，平均支出超过千万的行业是采掘业、综合类和信息技术业；地区平均年度支出以所在地为北京市、福建省最多，超过1000万元，其次是广东省和上海市超过500万元；

● 企业基金会项目数量最多的领域是教育、扶贫助困和公共服务，项目支出最多的领域为教育、三农和扶贫助困，但平均单个项目规模最大的是国际事务、三农、创业服务；

● 在已披露的重大公益项目支出中（约占总支出59%），支出对象为政府的占36.3%；其次为基金会（19.1%）、社团（15.9%）。

● 企业基金会平均工作人员数量为1.9人；

● 企业基金会透明度（FTI）平均数51.87，略低于全国基金会平均分49.76，略高于非公募基金会的平均分49.31分。其中平均分最高的省份是浙江省和北京市。



## 不同背景的企业基金会发展数据概览

### 中国国企背景基金会

国企掌握了国民经济的命脉，其雄厚的资金对经济社会发展起到了重要的作用。根据基金会中心网统计，截至2014年底，国企背景的基金会有83家，占全部企业基金会数量的14.82%其中10家为央企基金会，占央企数量的8.06%。

根据《基金会管理条例》，企业基金会均为非公募类型，均成立于2004年之后，发展时间短是其主要特点。在国企基金会中，成立5年及以上的有35家，更多则是成立于2008年汶川地震之后，尤其是近几年，随着企业社会责任的深入以及税收优惠等政策的不断完善，越来越多的国企开始成立基金会。

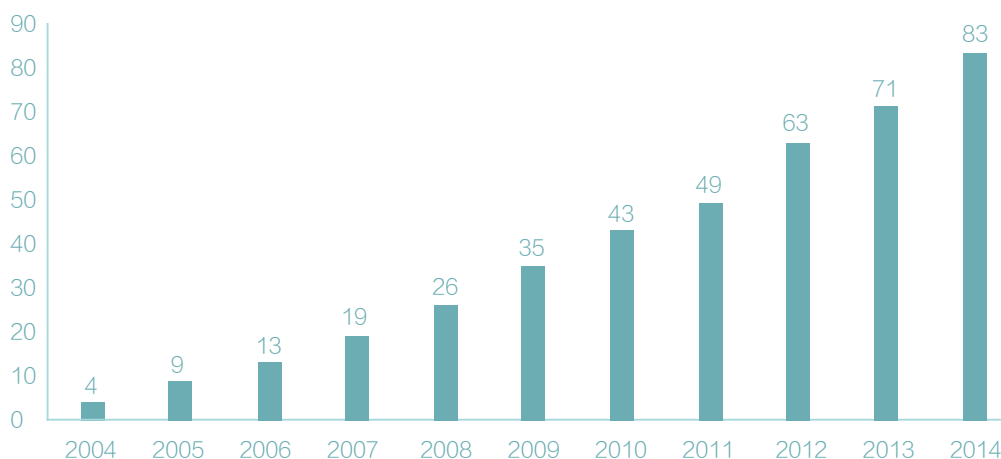


图1-1 国企基金会数量变化（2004~2014）

在公益支出上，国企基金会一直是企业基金会的主力。在2014年的公益支出中，企业基金会支出总计28.48亿元，其中，国企基金会公益支出10.86亿元，占比达38.13%，是其数量占比的两倍多。

从公益资金的支出领域来看，教育是其主要关注方向。根据基金会中心网数据，2014年国企基金会开展了467个公益项目。其中，教育领域开展了160个项目，占2014年国企基金会的公益项目的34%，其中，中远慈善基金会在这领域开展的项目达14个之多，包括捐赠云南地区教学桌椅、资助支教教师、为海事院校师生提供奖助学金等；此外，扶贫助困方面的弱势群体关爱也是国企基金会主要关注的方向，2014年有40家国企基金会开展了84个涉及老年人、残疾人、孤儿等群体的关爱项目，为他们提供生活补助资金，修建养老院、儿童福利院等。

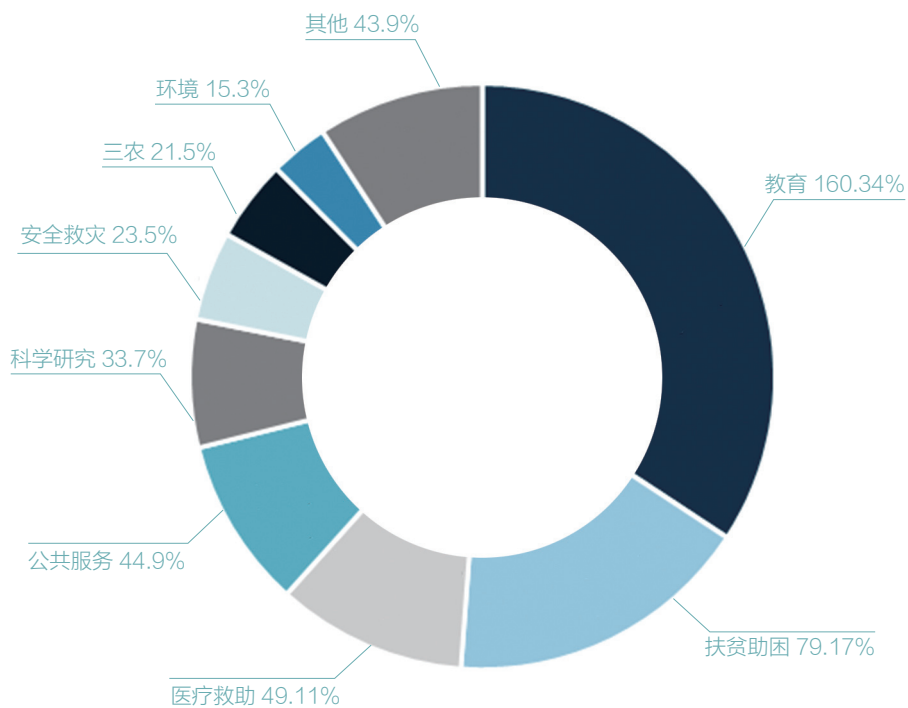


图1-2 国企基金会2014年不同领域项目数量

从国企基金会在公益领域投入的资金来看，扶贫济困、奖教助学等传统的慈善项目仍是公益资金的主要流向。2014年国企基金会的项目支出总额为10.75亿元，其中，支出排名前五的领域分别为三农、教育、扶贫助困、医疗救助和公共服务，其资金合计达9.45亿元，占比87.91%。三农领域支出居首，达到4.04亿元，其中华润慈善基金会在这一领域支出达到3.80亿元，占比94.5%；其次是教育领域，该领域以奖助学金为主要资金流向。

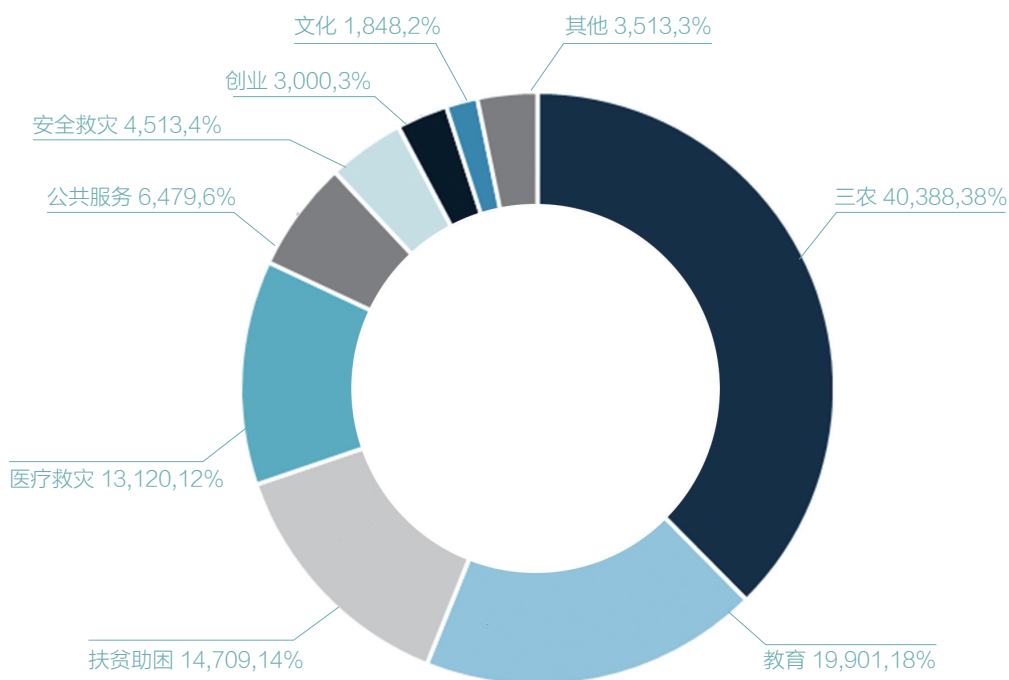
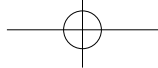


图1-3 国企基金会2014年不同领域项目支出（单位：万元）





## 中国民企背景基金会

民企基金会自2004年《基金会管理条例》颁布后开始出现，从最初的9家增加到2014年的440家，在全国的560家企业基金会中，民企背景的基金会占比达78.57%。在企业基金会中，民企背景的基金会不仅具有绝对的数量优势，更有绝对的资金规模，2014年民企基金会捐赠收入达20.23亿元，占企业基金会的62.66%；公益支出为15.52亿元，占比达54.48%。

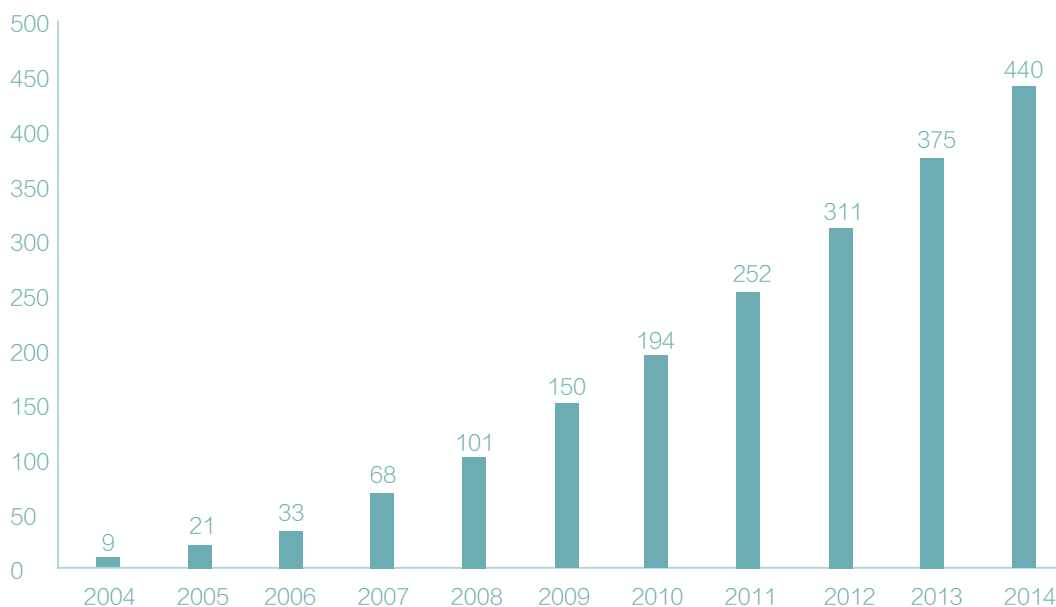


图1-4 民企基金会数量变化（2004~2014）

先天具有民企的创新基因也就决定了民企基金会的项目比传统慈善更加丰富多样化。根据基金会中心网数据,2014年民企基金会开展了1558个公益项目。从公益资金的支出领域来看,一方面,学校教育作为永恒的话题也是民企主要关注方向,另一方面自然环保、文化艺术等多样化的项目比例较国企基金会有所增加。2014年有250家民企基金会开展了540个学校教育相关的项目,占2014年民企基金会的公益项目数量的34.66%。

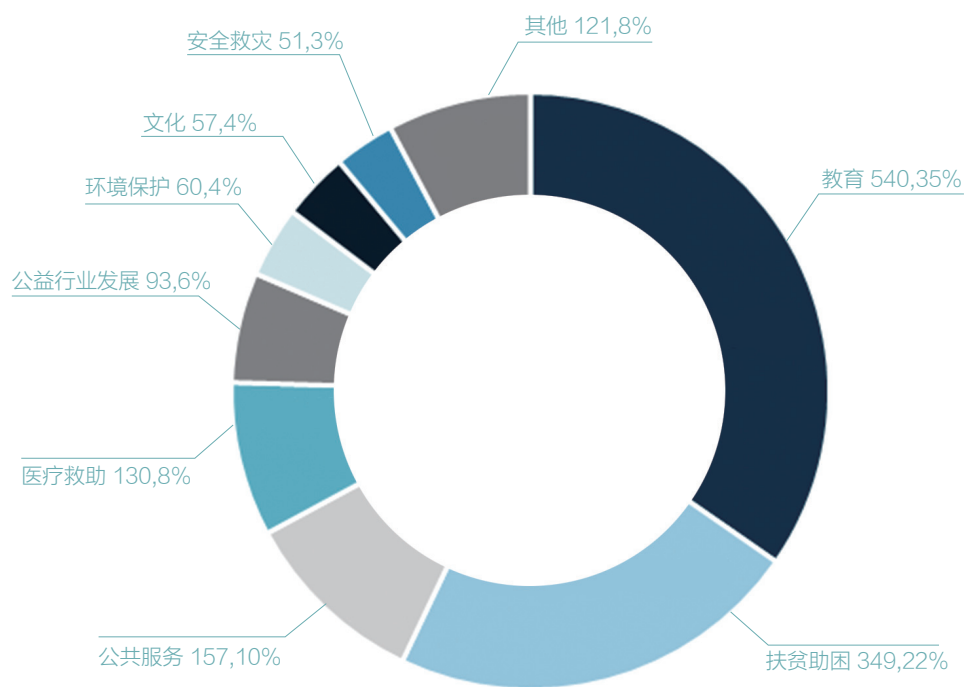


图1-5 民企基金会2014年不同领域项目数量

就公益资金投入的领域，除学校教育和弱势群体关爱外，其余项目资金所占比例相差不大，并没有出现像国企基金会那样高度集中的现象。此外，在学校教育和医疗救助这两个主要的项目领域中，民企基金会也在传统项目的基础上探索新方向。如学校教育类的项目中，民企基金会开展了11个为偏远地区学生建设图书馆的项目，提升儿童阅读水平成为继发放奖助学金、修建教学楼之后民企基金会再度关注的领域。同样，在医疗救助中，除传统的身体疾病救治外，民企基金会还开展了心理疾病的治疗和倡导项目。

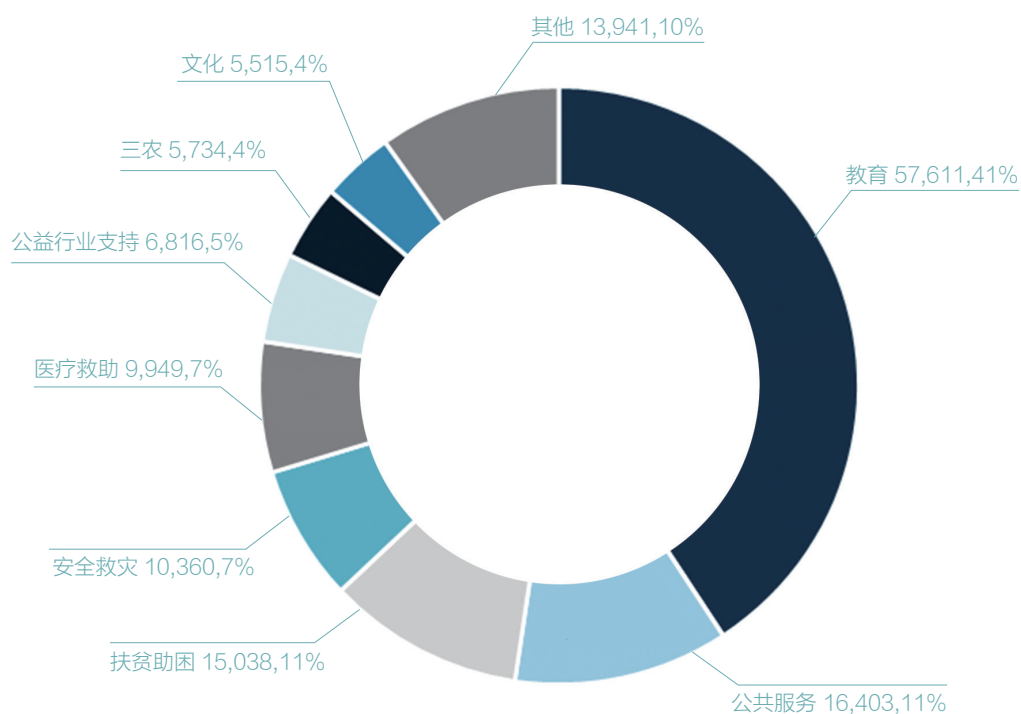
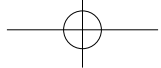


图1-6民企基金会2014年不同领域项目支出（单位：万元）



## 跨国公司的中国慈善实践

由于目前我国注册成立的完全外资背景的基金会数量不多，因此这里我们将外资与合资背景的企业基金会都放在讨论，同时我们挑选了部分美国优秀的企业基金会案例，作为补充，亦可作为对比，方便读者更好的了解外企背景的基金会。2004年-2014年间外企背景基金会从无到有，目前已经达到23家。这23家外企背景的基金会2014年公益支出1.61亿元，其中公益支出前十的基金会，支出达到1.54亿元，占总支出的95.65%。

表 1-1 外企背景基金会2014年公益支出TOP10

排名	基金会名称	成立时间	企业类型	所在地	公益支出(万)
1	安利公益基金会	2011/1/24	外资	北京市	7,402
2	金龙鱼慈善公益基金会	2013/2/16	外资	上海市	2,830
3	北京康盟慈善基金会	2010/6/13	合资	北京市	2,262
4	北京远洋之帆公益基金会	2008/10/12	合资	北京市	647
5	北京市搜候中国城市文化基金会	2005/4/2	合资	北京市	525
6	北京SMC教育基金会	2008/3/28	外资	北京市	424
7	黄奕聪慈善基金会	2010/5/4	外资	上海市	415
8	广东省东风日产阳光关爱基金会	2008/6/18	合资	广东省	383
9	哈尔滨市百威英博城市发展基金会	2004/7/30	外资	黑龙江省	343
10	河北省撒可富教育基金会	2005/6/13	合资	河北省	



## 四 港澳台企业公益概述

改革开放三十多年，港澳台商不仅带动了内地经济发展，也在热心公益的活动中树立了榜样。由民政部主办的“中华慈善奖”评选中，“最具爱心外资企业”的排名中经常闪现港澳台资企业的群像。同样胡润研究院2015年发布的慈善榜显示，捐赠额超过5亿元的华人慈善家中，有18位来自港澳台。而李嘉诚、霍英东、王永庆等亿万富翁在内地之所以拥有极高的知名度，不仅是因为他们的传奇经历和拥有巨额财富，还因为他们在慈善领域的活跃，对社会服务事业的倾力支持，且这三位传奇企业家均通过所设立的基金会，很早就开始系统地关注内地社区的可持续发展，项目足迹遍布大江南北。同时，伴随内地注册基金会的制度不断放开，截止2015年底已有14家港澳台企业在国内设立了基金会，可以说港台企业、企业家在积极回馈社会、乐善好施、社会责任实践等方面，给内地企业、企业家做出了很好地示范。

港澳台企业在国内发起设立基金会起步较早，其中最早的一家是亚德克集团在浙江设立的浙江省亚德客慈善基金会，2007年1月18日注册，之后几乎每年新成立一家基金会。从注册地来看，从东南沿海到西北内陆都有，大部分是在省级注册，主要关注教育和扶贫济困，75%的基金会注册资金为百万级别，25%的基金会达到千万，其中一半的基金会选择刚好满足200万元的原始资金门槛，但也出现溢达集团在新疆和广西分别注册一家基金会，注册资金均为2000万的案例。同时仔细查看发起企业注册地的话，你会发现此14家基金会均为香港企业设立，台湾和澳门的企业目前尚未有在大陆注册基金会。另据年报披露来看，已设立的14家基金会公益支出年平均额为677万。所以，港澳台企业基金会与整体行业发展节奏、特征基本一致，但公益支出的年平均额略高于行业平均水平。

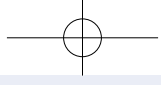
从基金会年报重大项目信息披露来看，平均每家基金会的年度大项目均超过5个，而且信息比较完整、丰富，让人感受到港澳台企业基金会积极参与本地社区发展方面的热情、认真和规范。总体而言，重大项目基本都是从所在社区的实际需求出发，并结合发起企业的优

势或专长来做，且持续时间长，周期多为三年，战略性公益呼之欲出。例如，思利及人公益基金会自2013年运营之初就启动的助学圆梦项目，发挥企业优势资源，对贫困学生的资助是根据社会急需岗位，开设专业课程，定向培养职业技能。2013年成功开设毕节厨师班和雅安护理班两个班级，2014年开设雅安圆梦班、湖北模具班、河北护理班，每个班级学制三年，基金会资助学生学费和生活费，摸索一种可持续的助学模式。还有新疆杨元龙溢达基金会，着眼于改善新疆少数民族地区的教育质量，采取了类似组合拳的行动计划，重大项目中既有引入来自香港和全国各地优质的大学生志愿者暑期支教、扎根本地的吐鲁番英语夏令营、教师专项培训、校园宣讲等软件类项目，也有修缮校舍、捐赠教学设备和图书、设立学生奖学金、急困帮扶金等硬件类项目，还整合诺华集团、“戈壁长征”等社会资源，联合帮扶，与新疆本地社区的发展十分紧密。

目前，我国港澳台企业背景的在华基金会只有14家，详细情况见下表（表1-2）。

排名	基金会名称	成立时间	所在地
1	广西溢达杨元龙教育基金会	2014/6/19	广西
2	苏州明基友达公益基金会	2014/2/26	江苏
3	思利及人公益基金会	2012/12/10	广东
4	新疆溢达杨元龙教育基金会	2011/6/7	新疆
5	广东省茂华慈善基金会	2010/6/1	广东
6	福建省王清海职业教育基金会	2010/5/18	福建
7	北京利星行慈善基金会	2010/8/10	北京
8	浙江省亚德客慈善基金会	2007/1/18	浙江
9	威盛信望爱公益基金会	2009/2/9	北京
10	揭阳市志英助学基金会	2009/7/30	广东
11	广东省合生珠江教育发展基金会	2007/8/16	广东
12	江苏捷安特自行车文体基金会	2008/10/13	江苏
13	平湖市南六企业慈善公益基金会	2015/02/10	浙江
14	上海富邦华一公益基金会	2015/07/24	上海

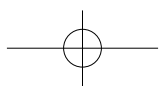
数据来源：基金会中心网、数据中心；数据截止日期：2015年12月31日。

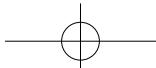
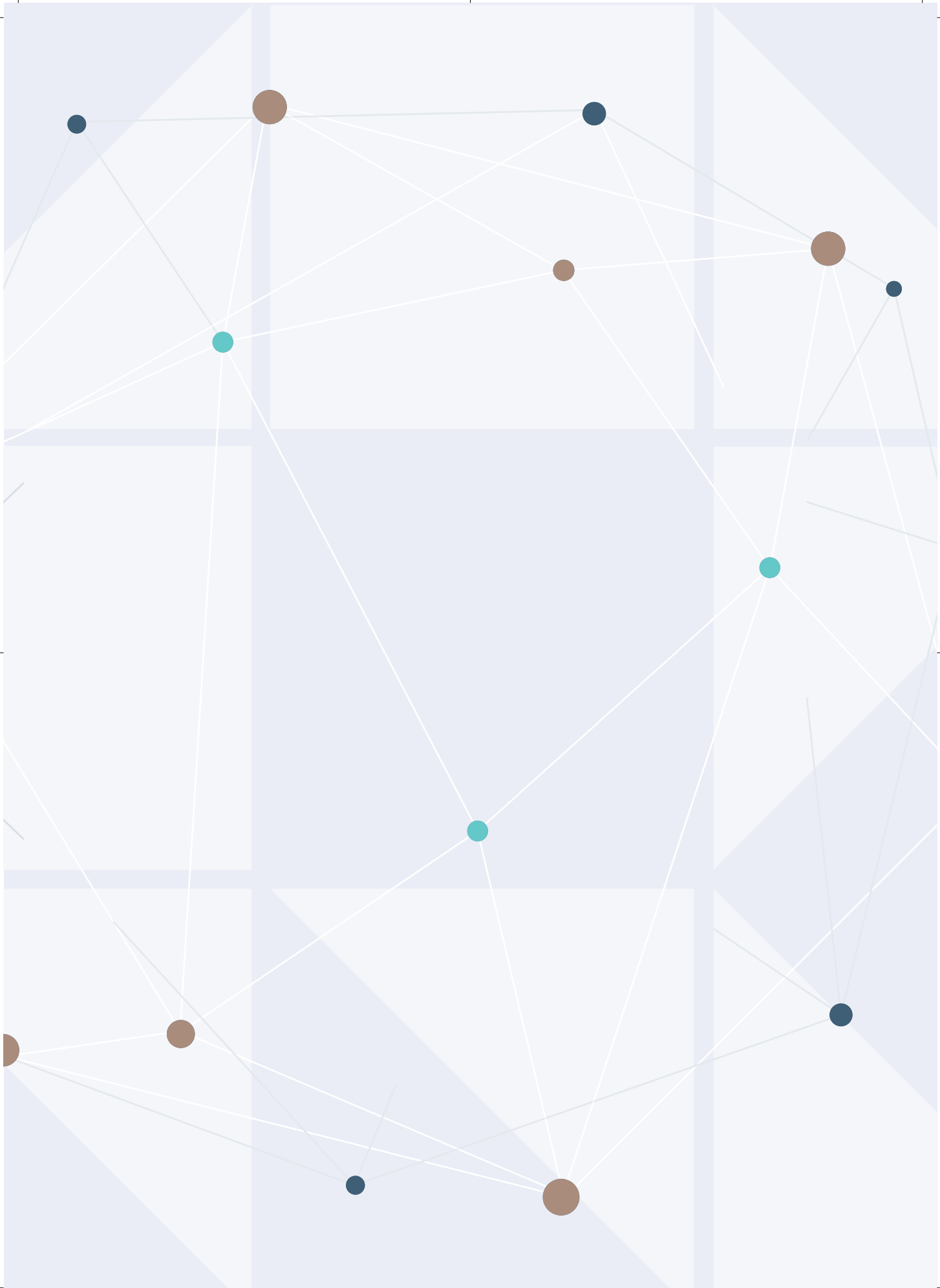
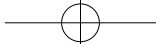


# 2016 企业志愿服务十大趋势

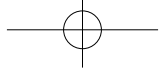
编制机构：和众泽益志愿服务中心  
南方周末企业社会责任研究中心

研究人员：王忠平、陈和午、魏晨鹏、张旭、钟金秀









近几年，志愿服务的发展可谓日新月异，中央不断出台关于志愿服务的相关文件，或者在国家级的文件里频繁出现“志愿”的概念。

经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设的全面发展，为志愿服务规模化发展提供了肥沃的土壤和良好的环境，国家治理体系和治理能力现代化的深入推进，为志愿服务新时代的到来提供广阔的舞台和深入发展的机会。刚刚发布的《中国慈善发展报告（2016）》中，2015年全国登记注册志愿者超过1亿人，占人口总数的7.27%；实际参与志愿服务的活跃志愿者总量为9488万人，2015年志愿者捐赠率为6.9%，捐赠志愿服务时间为15.59亿小时，全国志愿者捐赠价值为600亿元。与2014年相比，2015年活跃志愿者捐赠总量增加了487万人，增长率为5.4%；志愿者捐赠率提升了4.9%，志愿者捐赠时间增长了3.37亿小时，增长率为27.5%。志愿者捐赠价值增长了157亿元，实际增长率为29%。2015年，预期社会捐赠总额达992亿元。其中，基金会系统接受的捐赠总额预估为374亿元；慈善会系统的捐赠款物预估为362亿元；民政系统接受的社会捐赠款物为56.23亿元，其他机构为200亿元。而全国志愿服务小时折算价值就高达600亿元。同时，国家层面为了鼓励和规范志愿服务的发展，今年期盼已久的《中华人民共和国慈善法》（以下简称“《慈善法》”）在全国“两会”顺利通过，并将于今年9月1日正式实施。《慈善法》的亮点之一就是大量地增加了志愿服务的内容。随之国家层面的《志愿服务条例》公开征求意





见，而相应地各地已经有超过40部志愿服务条例出台了。

企业志愿服务作为志愿服务重要的组成部分也越来越受到社会的关注。在联合国发布的新的15年可持续发展目标（SDGs）后，全球一些领导创新的企业成立了IMPACT2030的组织，通过企业志愿服务的方式推动联合国新发展目标的实现。从联合国层面，联合国志愿人员组织（UNV）也认为企业志愿服务对于联合国推动南南、南北合作方面具有重要的价值。全国各地志愿服务的创新发展，“非公动员”“两新组织动员”等都是各地志愿服务主管机构希望推动的发展方向。在2014年，中国青年志愿者协会成立了企业志愿者工作委员会后，2015年底汇集最多国内志愿服务专家的北京志愿服务发展研究会也宣布组建企业志愿服务委员会，加强对企业志愿服务的研究。

不过，《慈善法》的出台和国家层面《志愿服务条例》公开征求意见其实是一把双刃剑，尽管企业志愿服务的发展遇到了前所未有的机遇，但是也要进一步规范志愿服务的相关行为和方式，目前很多企业的粗放式管理或许会为企业和管理者带来严重的隐患，甚至会受到相应的惩罚，得不偿失。

因此，有必要就目前国内的宏观形势，刚刚出台的相关法律、法规对于企业志愿服务的影响进行解读。结合目前企业志愿服务国外和国内的创新实践，和众泽益志愿服务中心的多年经验，指导企业志愿服务的发展方向 and 趋势，有效推动企业志愿服务的规模化发展。



## 趋势一：企业志愿者管理的规范化

《慈善法》和国家层面《志愿服务条例》征求意见稿不仅会对志愿服务产生激励，同时里面有大量的条款是规范志愿服务的行为。

对于《慈善法》中提到的慈善组织，企业志愿服务相关负责人在选择志愿服务项目合作的慈善组织时需要提高相关的要求。目前很多的企业把志愿服务活动认为是做好事，因此管理相对粗放，并没有按照相关的要求进行规范，其实是为自身工作埋下了很多的隐患。特别是《志愿服务条例》征求意见稿中对于“志愿服务组织”的界定，很多企业组建的志愿者团队就属于志愿服务组织，除了对企业选择合作的慈善组织的相关要求提高外，对于企业自身的志愿服务组织的规范要求也提升了，即使不与外部合作，企业志愿者组织的要求也需要符合《志愿服务条例》征求意见稿的相关规定。比如对于志愿者记录的要求提高了很多，比如汇总到民政部门统一或者指定的志愿服务信息系统这一条，估计现在大量的企业志愿者团队是不达标的。

而且如果不符合相关规定，《慈善法》第一百零六条规定：慈善服务过程中，因慈善组织或者志愿者过错造成受益人、第三人损害的，慈善组织依法承担赔偿责任；损害是由志愿者故意或者重大过失造成的，慈善组织可以向其追偿。志愿者在参与慈善服务过程中，因慈善组织过错受到损害的，慈善组织依法承担赔偿责任；损害是由不可抗力造成的，慈善组织应当给予适当补偿。相关的企业和志愿者都会承担连带责任。

志愿者奉献自己的爱心、时间、精力为社会和他人服务，虽然志愿服务不求报酬，但志愿服务有成本，也有风险，怎样保障志愿者和志愿服务组织的合法权益，鼓励志愿服务活动的开展，是我们需要认真对待的问题。因此企业需要进一步规范志愿者的管理，规避相应风险。

## 趋势二：企业志愿服务活动的常态化、本地化和社区化

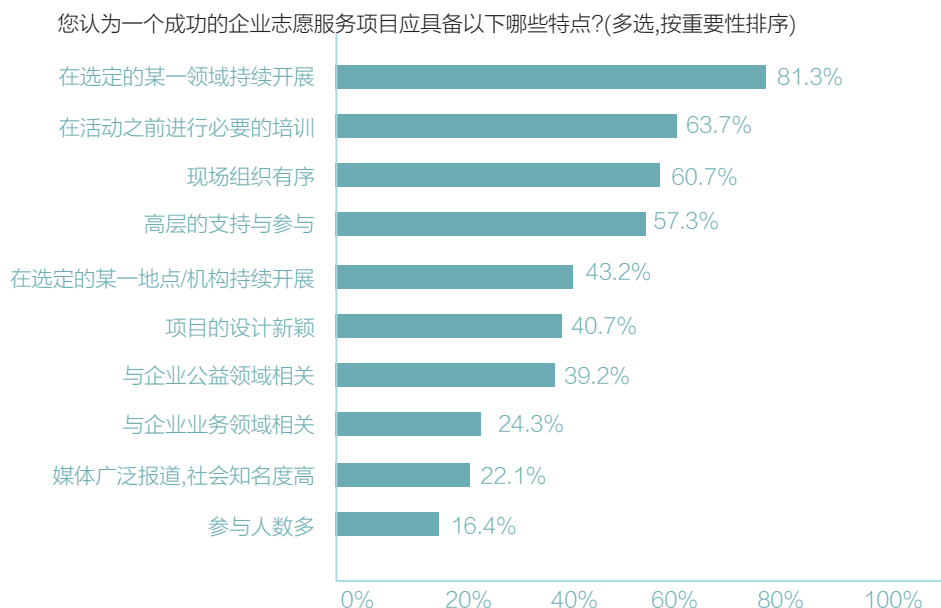
我国志愿服务事业的发展曾经主要采取的方式就是行政动员，特别是一些大型赛事动员大学生参与志愿服务，每年的3月5日和12月5日等志愿者相关的重要节日，大量的企业、政府人员被动员参与志愿服务。但是随着国内慈善和志愿服务事业的不断深入，居民志愿服务参与意识的不断提升，传统行政动员式、一次性活动为主的志愿服务方式已经逐渐转变，越来越多的社区、福利院、学校等更偏好持续性的、常态化的志愿服务方式。政府也在逐渐转变动员

的方式，社会动员目前是各级政府积极推动转变的方向。

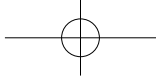
对于企业而言，也并不是说不能开展大规模的、一次性活动。很多企业的年度企业志愿服务日对于推动企业志愿服务的内部推广和外部品牌有着非常明显的作用，但是企业也要不断的推动志愿服务重点战略逐步转变到常态化的活动中来，才能保证志愿服务的良性效果。

伴随着常态化的推动，从国外的经验来看，本地化和社区化的趋势很明显。常态化一般需要在周边社区开展常规服务，诸如美国的志愿服务参与率在40%左右，基本都需要在本地解决志愿服务的对接才能有如此高的志愿服务参与率。在传统的志愿服务类型中，异地支教志愿者一直都是很受欢迎的类型之一，但是远距离的志愿服务项目成本太高，不利于普遍性的参与。中国志愿服务联合会倡导的“邻里守望”志愿服务项目，邻里互助、搭把手符合志愿服务项目的发展方向和规律，而且对于目前解决社区的创新治理、满足多元化居民的需求和文化重构起到了积极的推动作用。

最近，民政部一直积极推动三社联动的方式，“社区+社工+社会组织”是新时期社会治理和服务的重要手段。在此基础上进行创新，可以大胆的尝试“企业+社区+社会组织”的模式，不仅可以发挥企业志愿服务的力量，而且可以推动企业成为中国社区创新治理的重要力量。



数据来源：《2013中国企业志愿服务发展报告》

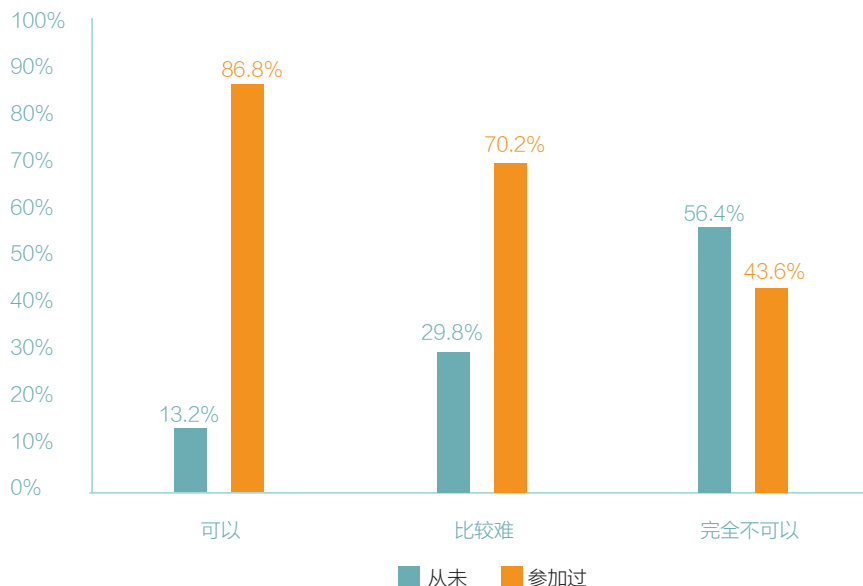


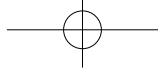
### 趋势三：企业志愿者管理的互联网化

中央把“互联网+”的技术提高到国家的战略层面，“互联网+”已经从单纯的行业诉求转变为产业升级创新和互联网全面融合的一个概念。在互联网时代，没有哪个行业能够离开互联网，志愿服务也是如此。特别是在目前中国志愿服务供需对接机制还很不完善的态势下，单靠线下是很难破解志愿服务领域存在供需错配这一难题的。目前，“志愿云”系统注册志愿者已突破2000万，志愿者与互联网已经紧紧地绑定在一起了。一些城市探索运用“互联网+”思维构建志愿服务供需网络，通过传统媒体与新媒体相结合、线上线下相结合的工作方式，广泛开展各类常态化志愿服务活动。“互联网+”可以让志愿服务更精准、更高效，志愿服务互联网化是必然趋势。只有通过线上线下联动，深度挖掘志愿服务匹配机制，才能有效配置志愿服务资源，才能更好地实现志愿服务需求与供给的无缝对接，才能真正实现志愿者与服务岗位的匹配，让志愿服务更有针对性，切实提升服务效果。

“没有好的项目”是制约企业志愿服务发展的最大障碍，而且能找到好的志愿服务项目与企业志愿服务的发展呈正相关。目前国内的一些互联网平台，诸如志愿云系统，覆盖了全国几十个省市地区，整合了很多的公益组织和社区资源，

能否找到合适的志愿服务项目与志愿服务参与状况的相关性？

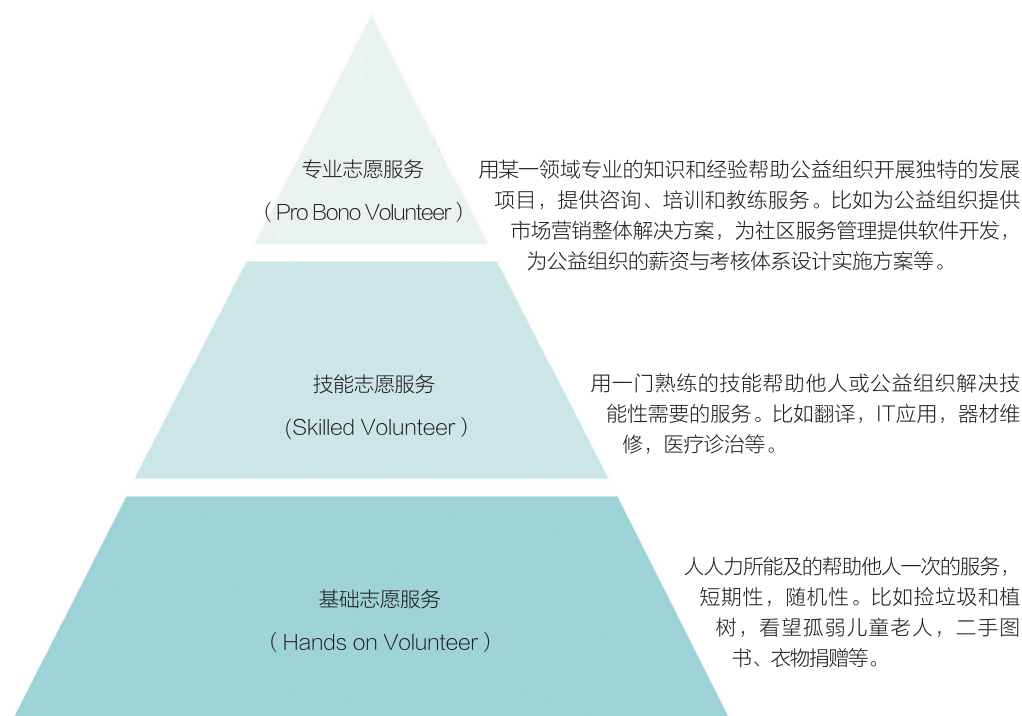


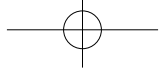


能部分满足企业的资源对接需求。而且，国内很多志愿服务的互联网平台可以同时满足企业志愿者的管理需求，包括：招募、管理、计时、反馈等。基于“趋势一”的判断，《志愿服务条例》征求意见稿的相关要求，如果企业可以与目前官方认可的互联网平台结合，对于志愿服务记录的权威性和合规性都会有较大幅度的改进。

## 趋势四：专业志愿服务发展空间巨大

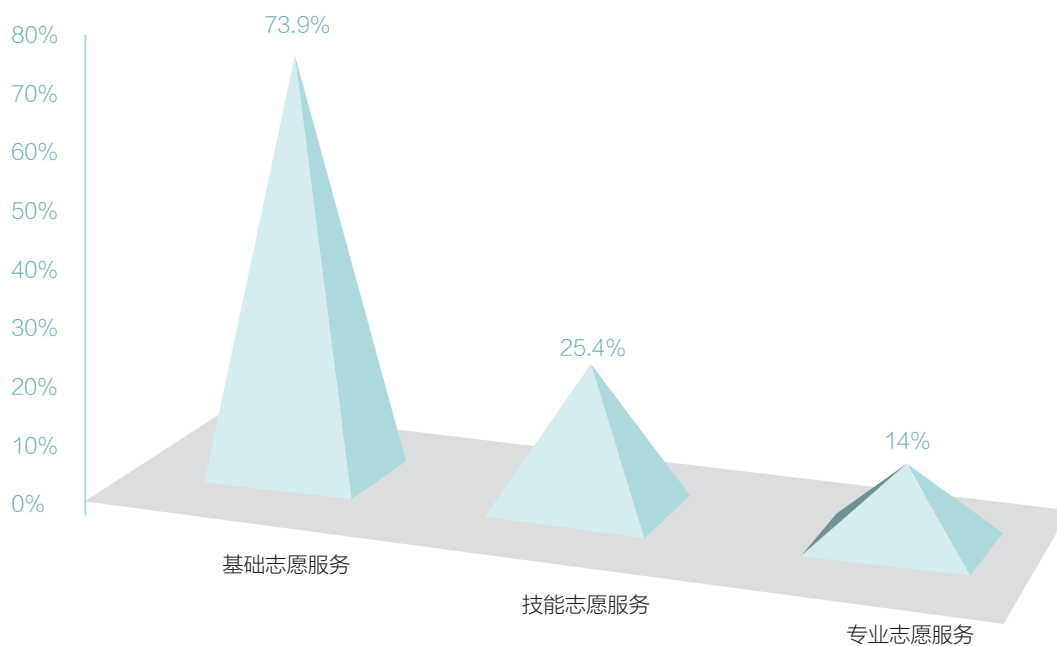
志愿服务的纵向分类包括：基础志愿服务、技能志愿服务和专业志愿服务。相对而言，企业志愿者具备更强的专业技能和更丰富的资源，也是企业志愿者的优势所在。《志愿服务条例》征求意见稿第二十三条：国家鼓励和支持具备专业知识、技能的志愿者提供专业志愿服务。《慈善法》第六十三条：开展医疗康复、教育培训等慈善服务，需要专门技能的，应当执行国家或者行业制定的标准和规程。普通的志愿者参与一些专业性的志愿服务遇到了门槛和瓶颈，但是对于专业志愿服务而言却是一个机会。





同时,《2015中国企业志愿服务行业发展报告》显示,高达73.9%的企业志愿者仍然是以基础志愿服务为主。为此,需要加强志愿服务内容和分工的专业化匹配,发挥志愿者自身的专业能力,为具备专业技能的志愿者匹配合适的志愿服务岗位。目前,诸如IBM、SAP、施耐德、高通、宝马等企业都在纷纷推动开展专业志愿服务并取得了非常好的效果,美国在专业志愿服务领域也有非常成功的探索与实践。企业志愿者一直都是专业志愿服务的重要力量,无论是国外还是国内。国内的志愿服务发展时间还很短,因此普遍对于专业志愿服务的认识不足,还停留在基础服务的阶段,相信随着企业对于专业志愿服务的认识不断深入,专业志愿服务在中国的发展前景广阔。

您参与志愿服务主要的服务内容是什么?(多选)



数据来源:《2015中国企业志愿服务发展报告》





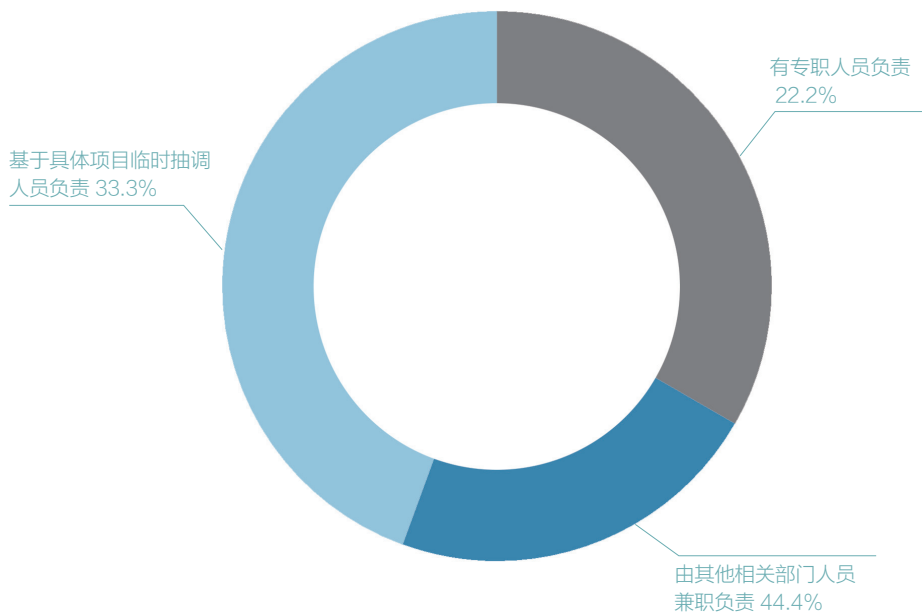
## 趋势五：企业志愿者团队自组织化趋势明显

《2015中国企业志愿服务行业发展报告》显示，大多数企业志愿服务工作由兼职负责，仅两成设有专职人员，而且专职人员同时还要负责其他工作。如果推动企业志愿服务的规模化增长，仅靠企业内部的兼职或者全职负责人员是很难完成的。而且在大量重复性活动工作的准备、协调等方面耗费了时间，没有太多的时间进行内部整合资源，相关政策的推动等，也不利于志愿服务工作的整体推进，同时不利于相关人员的个人发展。

因此，建立企业志愿者自组织——企业志愿者协会是一个发展的趋势和方向。通过推动企业员工自发组织和开展相关的活动，不仅可以减少企业管理者的相关工作压力，而且可以释放志愿者的热情和积极性。实践中确实越来越多的企业已经纷纷开始建立员工志愿者协会并成功的独立运作，比如类似强生、拜耳、西门子等企业都已经取得了很好的效果。

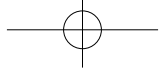
同时，党的十八届三中全会强调要支持和发展志愿服务组织，中央深改组会

贵公司负责志愿服务工作的人员是如何安排的？



数据来源：《2015中国企业志愿服务发展报告》





议更是对支持和发展志愿服务组织进行了专题讨论并出台政策，这给志愿服务组织发展提供了前所未有的发展机遇。目前，主管志愿服务的相关政府机关都在纷纷出台相关的政策孵化，推动志愿服务组织的发展，下一步各地将会出现很多的志愿服务组织的孵化平台。企业志愿服务组织作为其中重要的一支力量，国家非常愿意推动，并发掘成功的模式。企业可以借助目前国家的政策导向力量，结合企业自身的特点，积极推动建立企业志愿者自组织。

## 趋势六：精确记录企业志愿服务时间

2014年中央文明办出台《关于推进志愿服务制度化的意见》，2015年中央文明办、民政部、教育部、共青团中央联合颁布《关于规范志愿服务记录证明工作的指导意见》，以及《慈善法》和《志愿服务条例》征求意见稿都纷纷要求对志愿服务时间进行记录，并且也提出了很多的具体规范要求，可见国家层面非常重视志愿服务时间记录的相关工作。

志愿服务的时间记录是全世界衡量志愿服务价值的基本标准之一，并赋予一定的GDP核算价值，从而可以衡量出志愿服务对国家和社会的贡献。社科院志愿服务的价值核算就是按照这个原理计算出来的。目前越来越多的企业发布企业社会责任报告，其中志愿服务的小时数价值的核算也将成为企业社会捐赠的重要组成部分。

为什么提出精确记录志愿服务时间？由于志愿服务目前积极推动回馈激励，比如广州志愿服务的时间可以作为积分入户的组成部分，有的高校志愿服务时间也可以作为学分的重要参考，有的地区的回馈激励采取物质奖励的方式等。对于企业而言，志愿服务小时数的贡献也存在一定的横向对比问题，如果没有统一的时间记录规范，横向对比没有意义。

提出精确记录志愿服务时间还有一个很重要的原因就是，目前国内的时间统计的规范要求都比较宏观，很难产生具体指导，导致了目前国内北京、上海、广州等地的主管志愿服务的部门统计志愿服务时间也不一致，因此企业就更加地没有方向。

按照《志愿服务条例》征求意见稿要求，志愿服务情况需要上报给国务院民政部门或者指定的志愿服务信息系统，也将后续出台相应的规范要求等，因此，企业必须尽快制定本企业的时间统计规范，尽量精确地记录志愿服务的时间，才能和国家的相关政策相一致，同时未来披露企业志愿服务捐赠数量的时候也更加客观和严谨。

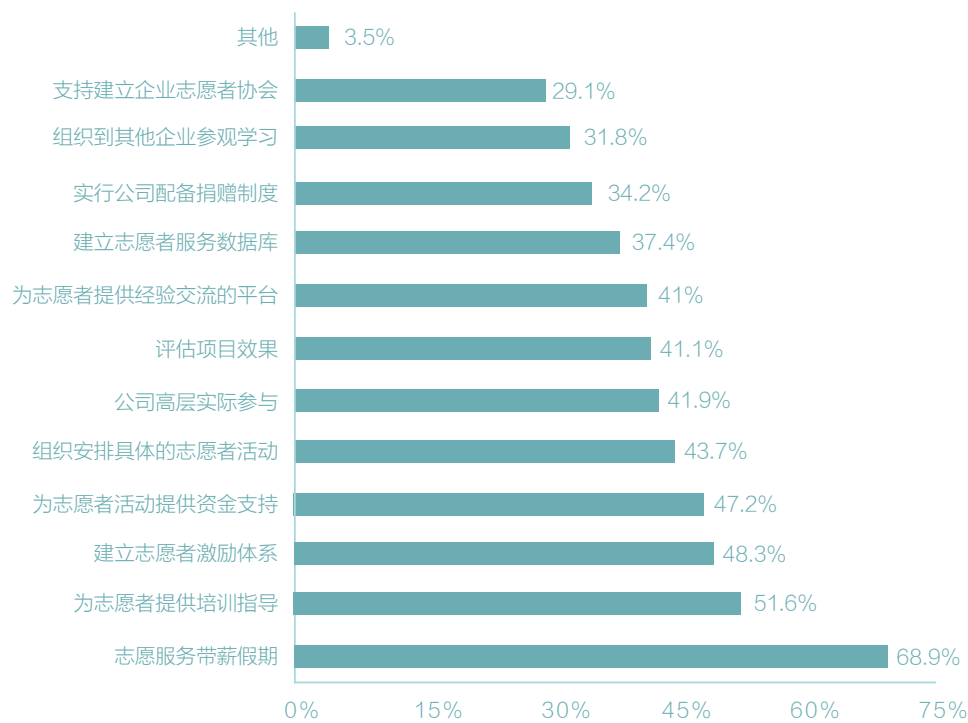


## 趋势七：企业志愿服务带薪假的普及和推广

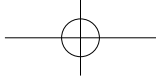
《2013年中国企业志愿服务发展报告》和《2015年中国企业志愿服务发展报告》显示，越来越多的企业开始重视并普及志愿服务带薪假，纵向对比数据显示，两年时间从12.6%增长到35.7%。

由于企业对员工志愿服务的重视程度增加，积极鼓励员工参与志愿服务，而仅仅依靠员工的业务时间很难推动企业志愿服务的规模化增长。在国外比较流行的志愿服务带薪假，诸如每年微软3天，拜耳2天，强生1天等，成为企业推动志愿服务的有效方式。甚至为了推动公务员开展志愿服务，英国政府还为公务员提供了两天的带薪假开展志愿服务。其实在国内，在一些大型赛事或者重要的日子，比如3月5日或12月5日，很多企业就是在工作日开展活动的，只是没有制定固定的企业政策而已。国内的企业也逐渐学习成功的经验，比如华谊兄弟有4天的带薪假，中国移动有1天的带薪假等。

您最希望所在公司提供员工志愿服务哪些方面的支持？（多选）



数据来源：《2015中国企业志愿服务发展报告》



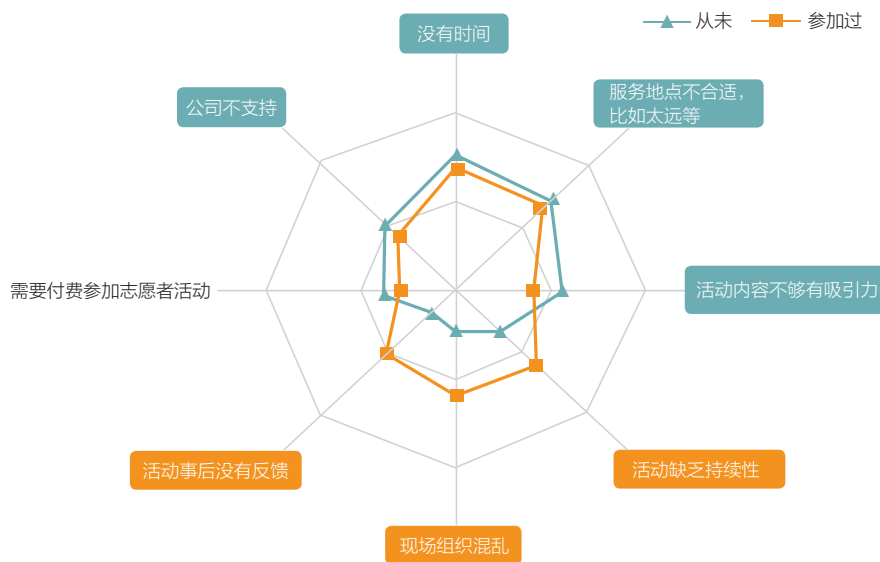
在推动企业志愿服务发展方面，企业志愿服务带薪假的作用确实非常明显，比如强生公司每年的志愿服务月，通过提供一天带薪假的方式号召公司大量的员工参与志愿服务是强生非常重要的内部推广方式，而且志愿服务带薪假所带动的志愿服务小时数捐赠量占强生整体全年志愿服务捐赠量的1/3以上。

很多企业通过设立企业志愿服务日的方式，结合带薪假一起在内部推动，也是一个很不错的选择。

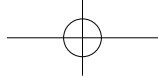
### 趋势八：志愿服务项目的多样化和精细化

现阶段，很多人依然把“志愿服务”等同于“学雷锋”，认为志愿服务就是助老、助残、献爱心的活动，实际上志愿服务的内涵和外延已经远远超过学雷锋行动了。《慈善法》界定了“大慈善”的概念，《志愿服务条例》征求意见稿尽管对志愿服务只是一个简单的概念，但是基本也采纳了“大志愿”的概念。因此，志愿服

以下哪项可能会妨碍您参与志愿服务活动？（针对不同人群，多选）



数据来源：《2013中国企业志愿服务发展报告》



务可以涵盖社会生活的方方面面，在推动社会创新治理的国家战略方面，在经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设五个方面都发挥着积极的作用。因此在企业志愿服务的设计方面，要考虑多样化，比如最近扶贫志愿者非常受欢迎，通过企业志愿服务的方式，参与精准扶贫，发挥企业志愿者的特长和优势，会受到各级政府的重视和欢迎。而且现在90后已经参加工作，传统的志愿服务方式很难吸引90后的参与，因此需要组织对接多样化的志愿服务活动才能激发志愿者的参与热情，比如现在一些“走”或“跑”的项目很受欢迎，和传统的志愿服务项目区别很大，“多样化”是推动企业志愿服务参与率提升的有效方式。

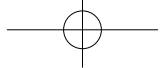
精细化管理志愿者，充分尊重志愿者的时间，能最大化志愿服务的价值和效率。也是提升志愿者管理者的领导力和协调能力的有效方式之一，有效推动企业志愿者自组织的独立运作，对于企业培养员工也能起到积极的作用。

## 趋势九：企业志愿服务效果的评估化

企业社会责任无论从国际标准、国家标准、行业标准到地区标准，相对已经比较完善。如国际标准化组织社会责任指南（ISO26000）、中国社会责任国家标准《社会责任指南》（GB/T36000）、全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》（G4）等，不过其中关于社区服务和志愿服务的要求表述很不详尽，很多企业的社会责任报告中志愿服务的描述比较笼统，没有实质性数据的披露。2015年开始，很多国家层面的主管政府希望推动企业社会责任和志愿服务的发展，诸如团中央，国资委，以及各地的社会办等机构，希望量化企业志愿服务的相关标准，建立国家、行业或地区层面的相关指标，推动和规范志愿服务的发展，相信国务院《志愿服务条例》的颁布会加快该进程的落实，未来企业志愿服务也应该会产生相应的指南和标准。

同时，越来越多投身到志愿服务的企业希望了解，开展企业志愿服务为企业、社会和员工到底能带来什么价值？一般而言，企业在志愿服务领域都有相应的投入，如果不能评估志愿服务的效果会对企业持续的志愿服务投入产生影响。因此，未来企业志愿服务的效果评估是未来企业志愿服务规模化发展必不可少的环节。

目前企业未对志愿服务进行评估和相关数据披露的重要原因是不知道如何开



展，缺乏相应的理论支撑和评估方法。和众泽益志愿服务中心发布的《2014年企业志愿服务发展评价指数》可以全面和系统地回应该趋势并给予一些解决办法。

### 趋势十：企业志愿服务参与主体多元化

企业志愿服务的参与门槛相对其他企业公益类型是最低的，很多企业邀请客户、合作伙伴、媒体等参与公司组织的志愿服务活动目前是非常流行的。首先可以让更多的利益相关方进一步了解企业的公益实践，加强和利益相关方的沟通与合作，比如星巴克的社区服务邀请熟客以及资助的大学生一起参与，熟客和大学生参与的积极性很高，也加深了对星巴克社区服务和品牌的理解。安利的志愿者队伍是国内最大的企业志愿服务队伍之一，主要的志愿者来源是安利的营销团队而非安利的员工。强生也在进入中国市场30年之际，推出“30万颗爱心”的项目，号召社会大众参与志愿服务。有部分企业公关部门的媒体活动目前主要以志愿服务活动开展，作为和媒体建立良好互动的平台。另外也可以整合更多的资源，产生更大的社会影响力，诸如宝马公司开展志愿服务活动，邀请车主和经销商参加，车主和经销商也会通过宝马的平台捐赠或贡献一部分资源，最大化志愿服务的价值。

甚至在企业志愿服务领域有一些创新想法的企业，在志愿服务项目规划的时候，就希望能带动更多的利益相关方参与。特别是一些互联网企业，有着大量的用户，比如阿里巴巴集团总裁、阿里巴巴公益基金会理事长金建杭宣布，希望在未来5年，能达成每年创造相当于102年时长的公益服务时间，推动百亿人次的公益参与目标，最终实现人人参与的公益愿景。京东的“让爱回家”平台、唯品会的“唯爱跑”平台等属于该类型。

拥有更多的终端平台，包括线上和线下等相关资源的企业在志愿服务的多元化产出方面可以大胆创新。通过志愿服务与用户产生黏性和互动，将产生积极的共赢结果。