

从文明的源头拥抱未来,王石的公益告白

■ 实习记者 田雪婷

1月23日晚,水立方,久未在公众场合露面的王石面对现场3500名观众做了一场主题为“回归未来”的跨年演讲,与场内嘉宾就“如何活成一个健康、完整的人”,“如何从家庭、生命力、科学视角去看生死”等议题展开探讨。

“回归未来2017-2018跨年之夜”活动由王石发起,在活动中褚时健马静芬夫妇、冯仑、汪建、孙冕、苏珊·洛克菲勒等各界领袖携手呈献了一场关于生命意义的问道之旅。

本次活动由万科公益基金会、深潜公司、C-TEAM与承礼学院联合主办,携手跨界智者同行,以一场文化交流、观点碰撞的跨年演讲形式,在新春即将到来之际叩响未来之门。

未来三分之一的时间花在公益环保事业上

当天晚上,王石和在场诸位畅聊了自己过去66年的生命历程,并分享了如何对人生的“后三分之一”,为下一个33年成长做准备。王石表示:“我希望自己的第三个三十年,能把三分之一的时间花在公益环保事业上。”

作为万科公益基金会的发起人,王石从2003年开始以个人身份参与公益事业,每年将自己的部分薪酬和全部形象代言收入捐赠给公益机构,并先后出任包括壹基金、阿拉善生态协

会、红树林基金会、一个地球基金会等多家公益环保机构的发起人、理事长、理事等职务。去年七月,王石退休之后即出任万科公益基金会的理事长,开始了基金会加强专业化的征程。

在当晚的演讲中,王石介绍了几位曾影响其公益理念的朋友。2003年他在西藏盲童学校遇到的盲童久美,用其纯真和自信,让王石认识到公益不是施与受,而是平等的关注与互相的给予;2004年北大潘文石教授递给王石的一封信,让他意识到作为一个公众人物,可以利用自己的影响力以高尚的行为带动整个社会;而万科团队对四川遵道学校持续十年的关注和投入,让王石深深感慨“不经意的坚持,能取得意想不到的成果”。

王石表示:“公益之为公益,是发动所有人为公共利益而行动。”而专业的公益团队和机构在其中发挥着重要的作用。在演讲的最后环节,王石邀请环保制片人、慈善家苏珊·洛克菲勒,联合国基金会清洁炉灶项目负责人拉达,山水自然保护中心创始人吕植教授,陈香梅公益基金会创始人、理事长师艳丽等几位女性公益环保领袖以及另外十几家公益机构的代表上台,以表敬意。

倡导健康生活方式

在全场三个多小时的演讲



王石邀请众多公益同仁登台,以表敬意

中,“追求美好生活”是屡屡被提及的高频词。美好生活,首先是健康的生活。在王石看来,适度的运动、健康的饮食不仅能让身体更健康一些,也能寻回久违的生命的愉悦感。

在演讲中,王石用自己身边的家人、同事的例子,强调了自己对适度、健康饮食的重视。他表示,当中国社会从物质供应不足的年代进入解决了温饱问题、物质极大丰富时代,需要改良餐桌的饮食习惯。

为此,王石倡议,让我们从现在做起,改善饮食习惯、优化饮食结构、提倡饮食健康。“因为,这不仅关乎每个个体的生命

健康,也关乎地球、环境的生机活力。”

低碳零废弃 现在做起

作为长期关注环保、气候变化议题的公益领袖,王石不仅在万科内部推动绿色建筑、绿色供应链等工作,也在联合国气候大会等多个场合代表中国企业家鼓与呼。而在这场跨年演讲的现场,环保元素也是随处可见。

一方面,主办方与环保组织自然之友、零废弃联盟合作,通过源头减量、物料搭建尽可能重复利用、现场垃圾分类回

收等行动,倡导零废弃理念;另一方面,晚会也通过购买绿色电力证书,成为国内首个通过认购绿证方式实现100%绿色电力消费的大型公众晚会活动。此外,为减少碳排放,晚会也适度降低了现场的空调温度,并倡导观众绿色出行。

万科公益基金会秘书长陈一梅介绍说:“我们希望这场晚会不仅是一场思想盛宴,也希望用我们的切实行动,推动低碳、零废弃理念在更大范围的普及。我们会在今后的活动中持续贯彻低碳、零废弃原则,也希望有更多的企业、单位加入到绿色环保的行列之中。”

《中央企业社会责任蓝皮书(2017)》在京发布

■ 本报记者 皮磊

1月25日,由国务院国资委综合局、中国社科院企业社会责任研究中心指导,中国社会责任百人论坛主办、责任云社会责任机构承办的中国社会责任百人论坛暨《中央企业社会责任蓝皮书(2017)》发布会在北京举行。

会议以“新时代开启中央企业社会责任新征程”为主题,中国社科院企业社会责任研究中心主任、中国社会责任百人论坛秘书长钟宏武发布了《中央企业社会责任蓝皮书(2017)》(以下简称蓝皮书)。据悉,该蓝皮书由国务院国资委综合局和中国社科院企业社会责任研究中心共同

编制发布,是国内外第一本系统研究中央企业社会责任的著作。

蓝皮书分为总论篇、案例篇和附录。总论篇梳理了国务院国资委推动中央企业社会责任工作的主要政策和措施,对国务院国资委监管的101家中央企业下发了调查问卷,系统分析中央企业履行社会责任的时代背景和发展进程,总结梳理中央企业社会责任管理与实践的成效,辨析中央企业社会责任发展的阶段性特征。

2017年,中央企业社会责任报告发布数量有所攀升,内容更加详实,国际化程度进一步提

高,报告体系日益健全,逐渐形成集团和下属公司上下联动、总报告和议题报告详略互补的1+N+M的报告网络,实现了报告价值的最大化。

数据显示,2017年全年,101家中央企业共发布2016年度社会责任报告75份,发布比率为74.3%,报告发布数量和发布比例同比有所攀升。截至2017年年底,中央企业发布社会责任报告6次及以上的达到64家,占比85.3%。其中,国家电网、中国海油、中铝三家中央企业连续12年发布社会责任报告;中国华能、中国移动、中国石油、中国大唐等企业发布次数也达到11次。

除了对数量以及连续性的分析,蓝皮书还从不同维度分析了中央企业社会责任管理现状。

调查显示,85%的中央企业确立了社会责任理念或口号,76%的中央企业识别了实质性社会责任议题,84%的中央企业制定了企业社会责任战略/规划,80%的中央企业选择“树立品牌形象”作为履行社会责任的首要目标。

76%的中央企业设立了社会责任领导机构,95%的中央企业明

确了社会责任主管部门。其中,超过35%的中央企业社会责任工作由办公厅(室)归口管理;20%的中央企业社会责任工作由战略、企发、企管、改革规划类相关部门归口管理;33%的中央企业建立了社会责任专门处室;69%中央企业将社会责任扩大至二级或三级单位;49%的中央企业建立了海外社会责任管理体系。

95%的中央企业在一定程度上实现了社会责任融合,90%的中央企业推动下属企业履行社会责任,超过80%的中央企业推动供应商履行社会责任。

为进一步推进企业社会责任制度建设,三分之二的中央企业开展了社会责任工作绩效考核。调查显示,88%的中央企业制定了社会责任相关制度;56%的中央企业根据自身经营管理情况建立了社会责任指标体系;66%的中央企业开展了社会责任工作绩效考核;55%的中央企业开展了社会责任“评优”活动。

此外,蓝皮书也指出,根据中国社科院企业社会责任研究中心相关研究,国企100强社会责任发展指数持续领先于民企100强、外企100强。2017年,国企、民营和外资三类企业

社会责任发展指数差异化明显,其中国有企业社会责任发展指数得分最高(58.7分),民营企业其次(29.7分),外资企业最低(23.9分)。

与2016年相比,国有企业、民营企业社会责任发展指数均出现不同程度的增长,分别为2.6分、6.4分,而外资企业下降2.1分,且自2014年以来呈现出不断下降的趋势,显示出在经济社会复杂多变的背景下,我国企业在社会责任管理、社会责任实践以及社会责任信息披露等方面呈现出整体改善和个体差异的特点。

蓝皮书最后还就一步推进中央企业履行社会责任提出了深化责任理念、夯实责任基础、加强责任沟通和提升责任能力等四点建议。

钟宏武表示,在国务院国资委持续推动下,中央企业社会责任管理和实践在“质”与“量”上都实现了大跨越,成为中国企业履行社会责任的标杆与典范。“中央企业是我国国民经济的重要支柱,是国有经济发挥主导作用的骨干力量,在国家战略、国防安全、国计民生等领域发挥着不可替代的重要作用。”

