

践行具有中国特色的 企业社会责任之路

——2019 中国企业社会责任观察

2019年10月31日,中国共产党第十九届中央委员会第四次全体会议通过了《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》(以下简称《决定》)。

《决定》指出,新中国成立七十年来,我们党领导人民创造了世所罕见的经济快速发展奇迹和社会长期稳定奇迹,中华民族迎来了从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃。

国家统计局的统计显示,作为市场经济的主要参与者,改革开放以来,我国企业数量总体上呈快速增长的势头。2017年,企业数量增加到1809.8万个,较1996年增长了5.9倍,年均增长9.6%。

与此同时,我国的公益慈善事业也经历了从复苏、被正名到被鼓励支持、快速发展的历程。进入21世纪第二个十年以来,年捐赠额稳定在1000亿元以上。这其中来自企业的捐赠要远高于来自公众的捐赠。

改革开放四十年来,企业不仅推动着市场经济的发展,还是公益慈善事业的主要力量之一。在这一过程中,企业与公益行业互相促进,中国企业社会责任事业取得了长足的发展。

越来越多的企业接受了需要履行社会责任的理念,并将企业社会责任由捐赠扩展到为其决策和活动对社会和环境的影响而担当责任。

企业在稳定增长、促进创新、增加就业、改善民生、促进慈善等方面发挥了重要作用,这种作用并没有因经济形势的变化而发生特别大的起伏。

2018年以来,在多种因素的叠加影响下,世界经济和国际贸易增长都在放缓,国内经济下行压力较大。但在我国政府和企业等各界的共同努力下,压力某种程度上变为了动力。

2019年前三季度,我国国内生产总值为697798亿元,按可比价格计算,同比增长6.2%。

交通运输、仓储和邮政业,住宿和餐饮业,金融业,信息传输、软件和信息技术服务业,租赁和商务服务业保持较快增长。随着新兴产业的培育壮大和传统产业的升级改造,新动能引领作用不断增强。

在这一背景下,一方面,与改革开放一起成长起来的民营企业密集进入一、二代交接班时期,对财富传承的思考让他们实际上加大了在包括公益慈善在内的企业社会责任领域的投入。

一方面,新兴的服务业、高技术服务业和科技服务业等新兴产业在业务形态上具有参与社会治理、提供社会服务、推动社会发展的基因,为了可持续发展必然在履行社会责任上加大投入。

因此,尽管面临着不菲的经济压力和发展挑战,企业界在《慈善法》所规定的扶贫济困、助力弱势群体、救灾、促进教科文卫等事业发展、环保及其他领域上一直十分活跃。

他们积极投入减贫事业;着力促进公众福祉;迅速响应救灾需求;尽力提供公平优质教育;推动环境可持续发展;实施创新公益项目;搭建平台助力公益事业发展……

他们以实际行动响应着《决定》“重视发挥第三次分配作用,发展慈善等社会公益事业”“创新公共服务提供方式,鼓励支持社会力量兴办公益事业”“建设人人有责、人人尽责、人人享有的社会治理共同体”的要求。

积极投入减贫事业

为了推进精准扶贫,中央政府提出要坚持专项扶贫、行业扶贫、社会扶贫“三位一体”大扶贫格局,动员各方面力量合力攻坚。

2019年,我国政府出台了一系列促进企业参与扶贫的政策。国务院办公厅印发《关于深入开展消费扶贫助力打

赢脱贫攻坚战指导意见》,动员企业等社会力量参与消费扶贫;财政部、税务总局、国务院扶贫办联合发布了《关于企业扶贫捐赠所得税税前扣除政策的公告》,扶贫捐赠支出准予据实扣除……

在政策推动下,国有企业积极投入到对口扶贫工作中,同时设立了贫困地区产业投资基金;民营企业开展了“万企帮万村”行动,部分民企甚至实施了包县扶贫战略。

全国工商联的数据显示,截至2019年6月底,进入“万企帮万村”精准扶贫行动台账管理的民营企业已达8.81万家,精准帮扶10.27万个村,产业投入753.71亿元,公益投入139.1亿元,安置就业66.15万人,技能培训94.1万人,共带动和惠及1163万建档立卡贫困人口。

减贫工作被纳入到企业的工作重点中。在发展战略上,企业将减贫工作上升到与业务发展同等重要的地位。

以房地产企业为例,从2018年起,碧桂园将扶贫上升到主业高度,确立地产是扶贫基石、扶贫优于地产的“双主业”发展模式,成立精准扶贫乡村振兴办公室,组建近百人的专职扶贫队伍,与全国9省14个县达成结对帮扶协议,主动承担33.6万建档立卡贫困人口的脱贫工作。

在组织架构上,党建办公室、扶贫办公室、扶贫公司这一具有中国特色的企业减贫机构纷纷设立。

2019年6月,顾家集团党委正式设立扶贫办公室,由扶贫办公室牵头,在杭州钱塘新区组成“扶贫企业大联盟”,开启了“政府牵头,企业联盟,聚合力量,精准扶贫”的新模式。

在减贫方式上,传统的资助方式和创新的新模式新业态齐头并进。企业的帮扶方式日益多样,从以投资项目、安置就业、捐款捐物为主要形式,发展到扶贫车间、教育扶贫、健康扶

贫、消费扶贫、智力扶贫、互联网扶贫等新模式新业态,而且越来越精准。

中国航油在2013年至2019年持续帮助盐池脱贫,先后组织实施了金融扶贫、整村推进产业扶贫、旅游扶贫、社会事业、同舟共济等六大类30多个小项建设项目。

京东金融集团通过扶贫众筹的互联网模式,为贫困县提供产品包装、销售服务,以订单形式解决贫困县产品上行问题,帮助贫困县打造地标产品、少数民族特色产品、残疾人就业帮扶产品。

2019年,携程壮美山河扶贫频道上线。携程集团输出了资金、资源、专业人才、技术、产品等助力贫困地区发展旅游经济,实现脱贫目标。

促进各类人群福祉

在养老领域,企业的关注重点开始从偏重经济效益的养老地产向关注老人健康生活的社区服务转移,着力探索中国社会化养老新路。

以社工、社区和社会组织的“三社联动”为基础,香河大爱城依托中国社会工作联合会“美好社区计划”专家团队,充分发挥社区居民主体作用,激发社区活力,打造了全国首家美好社区计划实践创新基地。

荣华乐养通过分层级搭建大中心小散点的网格化布局模式,依托照护型机构的后台支持及敷设站点的延伸,为长者提供一站式多维度养老服务,成为长者家门口的养老服务提供者。

在妇女工作领域,单纯的资助开始让位于多方位的赋能,单一的项目实施让位于网络生态搭建,企业越来越多地把受助妇女视为具有动能的独立主体。

欧莱雅“美丽事业,美好人生”公益培训项目始终锁定城乡贫困女性群体的“教育脱贫”工作。项目不仅为贫困妇女姐

妹传授了生存的技能,还为参加公益培训的妇女姐妹解决创业、就业难题。

唯品会“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”积极探索“互联网+公益”,整合互联网服务渠道、电话热线服务以及线下综合服务,通过携手公益伙伴,在心理、法律咨询、健康保障支持、社会倡导等方面不断赋能单亲妈妈群体,打造了“唯爱·妈妈+幸福公益生态”。

在疾病救助领域,医药行业的表现十分突出。从健康知识普及、义诊筛查、培训到药品资助、手术减免、大病救助,各种与医药相关的公益项目被开发出来,并不断升级换代。

爱尔眼科发起了“你是我的眼——角膜盲症救助计划”,推动社会各界关注角膜捐献,参与角膜捐献,帮助罹患角膜盲症、需要角膜移植的贫困病患恢复光明。

复星集团的乡村医生健康扶贫项目,打造了健康扶贫“五个一”工程,开启了乡村医疗智能化模式,通过驻点扶贫的方式构建“零距离”守护乡村医生的网络。

在助残领域,精准帮扶成为企业的共同选择。企业发起的相关公益项目没有贪大求全,而是着眼于特定残障人士的需求持续推进。

以听障人群为例,辉瑞的“美丽新声”关爱、援助贫困听障儿童项目,通过企业和员工的共同努力,资助并陪伴北京莎利文康复中心的贫困听障儿童,帮助无声世界的宝贝发声。

中粮可口可乐发起的“在这里,在乎这里——青年大学生成长赋能计划”则为听障类大学生提供了就业帮扶,让他们尽可能获得公平的就业指导、培训和工作机会。

在职业关怀方面,环卫工等一线普通劳动者引起了越来越多的关注,越来越多的企业开放自有资源为他们提供多种多样的暖心服务。

(下转 03 版)