

(上接 02 版)

中国建设银行在全行范围内推出了“劳动者港湾”公益服务品牌,统筹对外开放网点服务资源,打造了“劳动者港湾”线上平台,为包括户外劳动者在内的广大社会公众提供一系列贴心、便捷的惠民服务。

中国石化的“爱心加油站·环卫驿站”以加油站为平台,配备空调、微波炉、暖瓶、更衣柜、书报、网络等基础服务设施,为环卫工人提供纳凉、取暖、饮水、热饭、上网、看报、休息等服务。

### 迅速响应救灾需求

根据应急管理部发布的消息,前三季度,我国自然灾害以洪涝、台风、地质灾害和干旱为主,风雹、地震、低温冷冻、雪灾和森林草原火灾等灾害也有不同程度发生。洪涝和地质灾害“南北多、中间少”;台风登陆个数少,超强台风“利奇马”影响大;地震活动较为活跃,震级总体不高。

在没有特大灾害发生的背景下,企业在 2019 年的救灾投入方面呈现出属地化、多频次、快速响应的特征。

以“利奇马”台风为例,这是 1949 年以来登陆我国大陆地区强度第五位的超强台风,造成浙江、山东、江苏、安徽、辽宁等省(市)1402.4 万人受灾,209.7 万人紧急转移安置。

虽然波及的范围很广,但并没有形成与历次大地震类似的全国性捐赠、救灾热潮,更多的是当地或在当地有业务开展的企业在参与救灾。

截至 2019 年 8 月 27 日 17 时,浙江省各级慈善总会共接收社会各界捐赠资金 1.76 亿元。其中大额捐赠多来自浙江本地,例如新湖中宝股份有限公司向温州、温岭两地台风灾区捐款共计 1000 万元;浙江正泰公益基金会向温州台风灾区捐款 600 万元;森马集团向永嘉捐赠 600 万元……

由于救灾具有很高的专业性要求,企业在参与救灾中更多仍然是以资金和物资捐赠为主,当下还很少有企业设立常态化的救援项目。

《2030 年可持续发展议程》在灾害领域设立了“建造具备抵御灾害能力的基础设

施”、“建设包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类住区”两个目标。目前来看参与更多的还是政府部门,企业是否会更多投入这一领域还有待观察。

### 提供公平优质教育

由于城乡发展的不平衡,长期以来,优质的教育资源并不能为所有学生所共享,我国的教育公平还有待提升。随着经济水平的提升和科技、互联网的发展,更多企业开始发挥自身优势提供新的解决方案。

一方面,企业积极响应国家政策号召,将关注领域从传统的小学、中学、大学扩展到幼儿园、职业教育等领域,使更多的适龄人口享受到优质的教育资源。

2019 国务院政府工作报告提出要多渠道扩大学前教育供给,同时还提出要加快发展现代职业教育,支持企业和社会力量兴办职业教育。

新湖集团出资 8000 万元实施了“新湖乡村幼儿园怒江州全覆盖”计划,在国家深度贫困地区发展学前教育,新建、改(扩)建近 250 所“新湖乡村幼儿园”,为所在地区到 2020 年学前儿童毛入园率达到国家“十三五”规划确定的 85% 目标助力。

多年来通过捐赠推动教育及科研发展的龙光集团在 2019 年发起职业教育扶贫“光源计划”,面向贫困学子开展助学、奖学行动,同时提供实习及就业机会。

一方面,通过互联网、AI 等手段,原先富集于城市的优质教育资源被企业送到教育资源匮乏的地区。教育类企业在这方面表现得尤为突出,他们通过分享自有产品、为贫困地区定制产品、帮助搭建互联网教育系统等方式,为贫困地区带来了大量的教育资源。

VIPKID 发起了乡村公益英语课堂,借助在线直播形式授课,解决边远乡村地区英语教师及学习资源短缺的难题,帮助乡村的孩子们提升语言兴趣与交流能力。

掌小门的掌门 1 对 1

“云支教”教育扶贫项目面向贫困县乡村学校,通过实时互动的直播教学形式,解决城市优质教育资源与乡村学校的对接难题。

流利说发起了“与 AI 同行”教育赋能公益行动,包括“智能英语云课堂”“乡村教师赋能计划”“爱 AI 赋能计划”,将人工智能技术引入乡村教育场景,用科技的力量改善教育资源分配不均的问题。

### 推动环境可持续发展

“绿水青山就是金山银山”。在跃过了野蛮生长的时代之后,越来越多的企业不仅将环保要求纳入生产、销售过程,还纷纷设立相关的环保公益项目。

以垃圾问题为例,近年来,我国加速推行垃圾分类制度,全国垃圾分类工作由点到面、逐步启动、成效初显,46 个重点城市先行先试,推进垃圾分类取得积极进展。

2019 年《上海市生活垃圾管理条例》的施行更是在全国引起热议。在推进垃圾分类方面,企业的贡献也不可小觑。

一方面,企业采用创新的方式开展了广泛的教育引导工作。

玛氏箭牌的“垃圾投进趣”环保公益项目以生动有趣的方式,在社交媒体及公众社区进行传播,在线上引起网民对环保的关注,在线下借力和助力大学生力量,与零售商、政府开展合作,将环保教育带进社区,帮助提升文明意识,改善社区环境。

一方面,企业通过物资回收等项目实现了资源的循环利用。

中食安泓开展的绿色回收再生公益项目回收客户的废旧大码衣物,打造了旧衣回收生态产业链,并且通过线上线下的宣传,让更多人认识到予以废旧衣物新生的意义。

实际上,垃圾问题只是企业环保工作很小的一部分。从整体来看,企业在我国实施的环保项目已经基本覆盖了“为所有人提供水和环境卫生并对其进行可持续管理”“采用可持续的消费和生产模式”“采取紧急行动应对气候变化

及其影响”“保护和可持续利用海洋和海洋资源以促进可持续发展”“保护、恢复和促进可持续利用陆地生态系统,可持续管理森林,防治荒漠化,制止和扭转土地退化,遏制生物多样性的丧失”等可持续发展目标。

### 实施创新公益项目

随着人类社会的发展,公益慈善的形态越来越丰富,传统的公益慈善项目已经不能满足企业等主体的诉求,更多更新的项目被企业不断开发出来,覆盖的领域已经逐步扩展到道德、文化、特种行业、非遗、科技、创新创业等多个方面。

在道德建设方面,阿里巴巴“天天正能量”项目面向全社会寻找、奖励平凡人的善行义举,形成了“奖励正能量”与“孵化创新公益活动”双线并行的公益模式,并通过立体化、裂变式的传播扩散,实现唤醒和改变世道人心,引导社会向善向上的目的。

在文化建设方面,方太青竹简国学计划推出“我陪孩子读经典”、“论语 100 夏令营”和“国学图书室”三个子项目,打造了一个“分层次、可亲近的国学公益平台”,推动中华国学经典教育。

在文化遗产保护方面,梅赛德斯-奔驰开启了敦煌莫高窟文化遗产保护和文化遗产扶贫项目,以文化与教育为切入点,助力传统文化弘扬与传承,打造文化自信。

在特种行业关怀方面,传化集团打造了中国首个服务卡车司机的公益项目“传化·安心驿站”,通过“互联网+社区运营”,配置社会公益资源,支持卡车司机互帮互助与社会融入,帮助卡车司机成长为社会建设的公益力量。

在前沿科技领域,IBM 中国“AI 启蒙季公益计划”,号召 IBM 员工走进小学做老师,为孩子们带去有特色的 STEM (科学、技术、工程、数学) 和 AI (人工智能) 兴趣课,帮助小学生更好地获取、理解及运用科技类知识,为步入人工智能时代做好准备。

在创新创

业领域,联想之星创业 CEO 特训班通过免费培训、创业联盟等扶持手段,培育科技创业领军人才,通过创业联盟从不同维度给创业者提供交流分享的平台,并提供深度服务产品,推动科技成果产业化。

### 搭建平台助力公益事业

在公益行业推动企业履行社会责任的同时,越来越多的企业开始关注公益事业的发展。突出表现在互联网领域,他们纷纷搭建平台,为公益行业汇聚资源、构建生态。

2019 年上半年,民政部指定的 20 家互联网公开募捐信息平台(其中大多数的发起主体是企业)为全国 1400 多家公募慈善组织发布募捐信息 1.7 万余条,累计获得 52.6 亿人次的点击、关注和参与,募集善款总额超过 18 亿元,互联网慈善已经成为慈善事业新的重要增长点。

2019 年 9 月,腾讯公益连续第五年发起 99 公益日活动,腾讯视频、腾讯新闻、微信支付、腾讯云在内的腾讯系众多产品纷纷调动产品能力,深度参与。参与 99 公益日的企业和社会组织均突破一万家。

4800 万人次爱心网友通过腾讯公益平台捐出善款 17.83 亿元,超过 2500 家企业配捐 3.07 亿元,加上腾讯公益慈善基金会提供的 3.9999 亿元配捐,本次 99 公益日总共募得善款达到了 24.9 亿元。

当企业、社会组织、公众被连接起来,产生的能量将推动整个社会的发展。

总体来看,我国的企业在履行社会责任方面已经走出了一条具有中国特色的道路。在目标设定上表现出与国家战略的高度一致性,并且随着国家政策的变化不断升级;在组织架构上形成了既顺应世界潮流又独具中国特色的内部管理体系;在项目实施上倾向于将公益慈善事业与自身业务形态融为一体。

随着市场经济和公益事业的发展,在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的道路上,企业必将发挥越来越重要的作用。 (本报编辑部)

