

## 2017年《企业公益蓝皮书》发布

## 企业300强公益发展指数平均得分33.79分

■ 本报记者 张明敏

2018年1月20日,由中国社会责任百人论坛主办,清华大学公共管理学院创新与社会责任研究中心和中国社科院企业社会责任研究中心共同指导的“中国社会责任百人论坛——第四届企业公益年会”在京举办,同时发布了《企业公益白皮书(2017)》。

白皮书显示,“2017年中国企业300强公益发展指数平均得分为33.79分,较2016年略有提升,整体为二星级;超过三成企业处于一星级,较2016年减少了69家;47家企业得分为0分。”

## 35.33%的企业与NGO合作开展公益实践

《企业公益白皮书(2017)》研究发现中国企业公益管理具有以下阶段性特征:

1.企业的公益管理缺乏计划性、专业性和系统性。

2017年,300强企业在公益管理具体指标的得分上差距明显。其中公司(包括下属单位)参与或开展公益活动的企业数量达到224家,占企业总数的74.67%,得分率排名第一。

2.选择与NGO合作开展公益实践的企业占35.33%,其中外资企业最多。

2017年,300强企业中与NGO合作开展公益实践的企业达到106家,占比35.33%,其中,外资企业中与NGO合作开展公益实践的企业最多,达到45家,其次为民营企业,为34家,国有企业选择与NGO合作开展公益实践的数量最少,为27家。企业应继续加强与NGO合作,发挥NGO的专业价值,进一步提升企业公益活动的专业性。

3.超过一半企业运用新媒体宣传企业公益活动,较2016年提升14.33%,民企新媒体公益传播表现突出。

2017年,300强企业中有154家企业选择运用新媒体宣传

企业的公益活动,占比51.33%,较2016年提高了14.33个百分点,表明在“互联网+”时代,新媒体的宣传方式已被大多数企业所接受,通过互联网与公益的结合,有效提升企业公益价值。

4.企业公益投入的透明度有待提升,国企的公益投入透明度最高。

2017年,300强企业中明确披露年度公益资金投入量的企业仅71家,占总体的23.67%。其中,国有企业49家,民营企业16家,外资企业6家,国有企业公益资金投入披露率最高,占披露公益资金投入企业总数的69.01%。

5.从披露信息来看,民企平均公益投入超过国企和外企。

71家企业披露了2016年度公益资金投入,总额为80.17亿元,总体高于2015年度,平均每家企业投入11,291.74万元。其中,从平均公益资金投入来看,民营企业最高,达22,568.60万元,国有企业次之,为8,684.79万元,外资企业最少,为2,510.25万元,民营企业与外资企业在公益投入方面的差距进一步拉大。

6.公益投入额度前十名的企业均为国企或民企。

中国恒大、神华、中石油位列前三。从企业性质来看,公益投入额度排名前十的企业以国有企业和民营企业为主,其中,国有企业5家、民营企业5家。中国恒大集团以16亿元的公益投入位居第一,神华集团有限责任公司和中国石油天然气集团有限公司分别为8.66亿元和6.21亿元,位居第二和第三。

7.近三成企业建立了公益基金/基金会,公益发展指数领先的企业倾向于建立公益基金/基金会。

2016年度,300强企业中建立企业公益基金/基金会共有83家,比例达到27.67%。其中民营企业最高,有41家企业建立企业公益基金/基金会;国有企业其次,有22家;外资企业最低,

仅有20家。

## 外企公益发展指数高于国企和民企

白皮书的研究显示,中国企业公益发展指数具有以下阶段性特征:

1.2017年中国企业300强公益发展指数平均得分为33.79分,较2016年略有提升,整体为二星级;超过三成企业处于一星级,较2016年减少了69家;47家企业得分为0分。

2017年,中国100强系列企业公益发展指数平均得分为33.79分,整体处于二星级水平,有9家企业达到五星级,较2016年增多1家,但整体占比仍较小,表明中国企业公益整体发展水平仍不高。

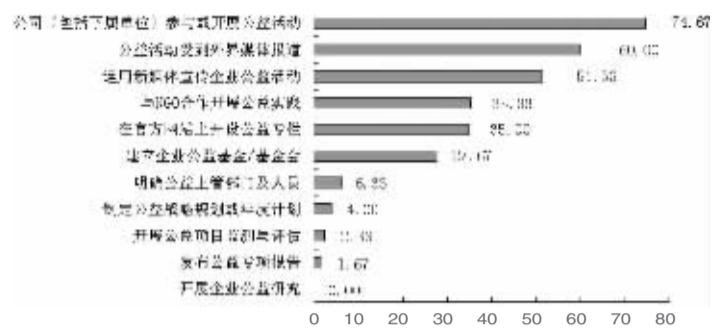
2.外资企业公益发展指数高于国有企业和民营企业。

2017年,外资企业公益发展指数为34.64分,高于国有企业的33.86分和民营企业的32.86分。在国有企业中,国有金融企业公益发展指数最高(44.57分),中央企业次之(37.76分),其他国有企业最低(23.28分)。

3.行业间公益发展指数差距显著,互联网业表现最好。

行业企业公益发展指数选取9个社会关注度高,对经济、社会、环境影响力大的行业进行分析,通过对9个行业中300强企业的公益管理和实践系统评价得出,互联网业公益发展指数得分最高(63.31分)、日化行业公益发展指数得分其次(60.81分),达到四星级,处于行业领先地位;银行业(51.69分)、汽车行业(51.66分)、服装鞋帽制造业(44.14分)、保险业(40.33分),达到三星级水平。电力行业(35.85分)、医药行业(33.83分)、房地产业(33.32分)3个行业得分在20-40之间,位于追赶者阶段。

4.外企中,韩资企业公益发展指数最高。



2017年,外资企业100强公益发展指数平均得分为34.64分。其中,韩资企业得分最高,达到71.49分,处于四星级水平,领先于其他国家企业。瑞士企业46.74分、日资企业40.58分,处于三星级水平。美资企业(39.60分)、瑞典企业(37.65分)、比利时企业(35.35分)、爱尔兰企业(34.88分)、中国香港企业(32.23分)、德资企业(29.60分)、法资企业(22.15分),均处于二星级水平。总部位于英国、中国台湾、荷兰、意大利、卢森堡的外资企业得分不足20分,处于一星级水平。

5.60.67%的企业拥有品牌公益项目,国企、民企与外企品牌公益项目在数量和质量上差距较小。

2017年,300强企业中,有182家企业(占比60.67%)开展/打造了富有自身特色的品牌公益项目。其中,民营企业最高,为63家;其次为国有企业(60家);再次为外资企业(59家)。

## 文化教育、扶贫领域品牌项目最多

公益项目是企业战略型公益的重要构成,也是企业公益理念的实践承载。打造设计精良、卓有成效的公益项目是企业提升品牌认知度、美誉度的重要手段与途径。白皮书通过对企业公益醒目价值、组织与管理、绩效、影响以及创新性与可持续性的分析,归纳总结出中国企业品牌公益项目具有以下阶段性特征:

1. 外资企业品牌项目最多,国有企业、民营企业次之。

评选得出的50个公益品牌项目,共隶属于50家企业。其中中国企业15家,民营企业12家,外资企业23家。由此可见外资企业运营公益项目更加专业化、系统化,也更加重视公益项目品牌的塑造。

2. 品牌公益项目在文化教育、扶贫领域最多。

2017年50佳品牌公益项目共涉及文化教育、扶贫、公益创新、志愿服务等9个领域,其中文化教育类公益项目最多,为21个,扶贫类次之,为7个,其他领域分布均相对较少。由此可见,教育、扶贫仍是我国企业公益投入的主要领域。

3. 品牌公益项目平均执行6.85年,最长的达21年,保持了良好的延续性。

在评选出的2017年50佳公益项目中,平均执行年限为6.85年。最长为21年(松下电器的松下育英基金项目、海尔集团希望工程项目),执行0-5年的项目最多。具体如下:已执行5年及以下的项目为26个(52%),执行6-10年的项目有13个(26%),有8个(16%)已实施11-15年的项目。执行16-20年的项目有1个(2%),执行时间超过21年的项目有2个(4%)。与2016年度相比,执行21年及以上的公益项目比例略有增长,许多公益项目保持了良好的延续性,产生了持续的社会效益,形成企业公益品牌,有效提升企业公益影响力。



关注社会创新 解读善意中国