

# 民营企业公益慈善升级 需更多服务支持

见习记者 张龙蛟

随着扶贫工作的深入,越来越多的民营企业加入到脱贫攻坚工作中。一方面,民营企业参与扶贫的方式有别于政府和社会组织的模式,另一方面民营企业往往会将扶贫视为过往公益慈善、企业社会责任行为的延续。

观察民营企业的公益慈善行为,可以更清晰地了解其思路与方法,有利于政府、社会组织与企业合作。今年发布的《民营企业公益慈善实践与思想认识研究报告》就显示:民营企业家的公益慈善实践具有独特性,正在从个人捐赠行为到组织化运作,并向平台型发展。

## 独特的公益慈善实践

2017年9月至2018年3月,中央统战部经济局、清华大学公益慈善研究院、爱佑慈善基金会合作,共同开展民营企业公益慈善实践与思想认识调研,并最终形成《民营企业公益慈善实践与思想认识研究报告》。

调研采取文献研究、问卷调查、实地访谈相结合的方式,主要基于对基金会中心网提供的791家民营企业基金会数据库资料的分析,以及调研组对北京、山东、江苏、浙江、广东、福建等地20余家民营企业基金会的交流访谈。

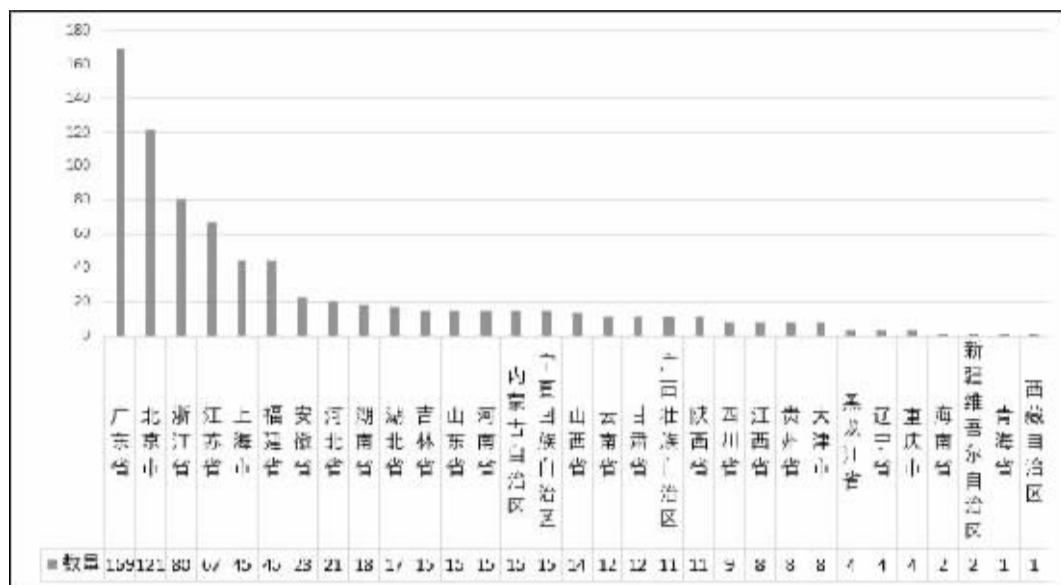
调研报告显示民营企业(家)基金会成为企业基金会的重要力量。

资金优势明显,规模不断扩大。在791家民营企业(家)基金会中,有12家基金会的原始基金高于1亿元,96家基金会原始基金介于1000万~1亿元之间。2016年,791家民营企业(家)基金会净资产总值近165亿元,平均净资产2647万元,公益支出共计48亿元,平均公益支出773万元。

民营企业(家)基金会发起的企业分布在多个行业,主要来自综合行业(121家)、制造业(105家)、房地产(78家)和金融业(71家)四大行业,批发零售业、信息传输、软件和信息技术服务业、卫生和社会工作、建筑业等行业的企业所占比例呈明显上升趋势。

地域分布不平衡,大多分布在广东省(169家)、北京市(121家)、浙江省(80家)、江苏省(67家)、上海市(45家)和福建省(45家)等经济发达省份,发展不平衡性较为突出。

民营企业基金会关注领域多样化,教育(占比83.51%)、扶贫(占比75.36%)、医疗(占比50.91%)和救灾(占比32.79%)是民企基金会关注的重点领域,文化、志愿服务、科学研究、艺术、三农、体育等新兴领域也日益得到关注。



各省、市、自治区民营企业(家)基金会分布表

通过这些实践,企业家精神进一步延伸到公益慈善领域,企业家从事慈善的思想认识进一步发展。

从以往的单纯捐赠发展到组织化、深度化的公益慈善行为,通过成立基金会和慈善信托,讲企业家精神、运作管理方式注入到公益组织和公益活动中,推动财富的有效使用。同时,企业家财富观转变,更注重财富的家族传承和文化遗产,通过组织化、制度化的机制,推动财富积累及使用的永续、健康发展。

报告显示,民营企业家的公益慈善实践具有独特性。

他们以丰厚资产和创新模式从事慈善,捐赠方式包括了资金、股票、技术等,组织形态包括基金会和公益信托,基金会参与公益慈善的方式多样,如直接运作项目、资助专业机构和产品公益等。

民营企业把商业的方式运用到慈善事业中,注重效益和可持续性,与企业业务相结合,发挥企业的比较优势,推进企业的战略慈善发展。

关注领域出现代际分化,老一辈的民营企业家“达则兼济天下”,社会责任感强烈,关注传统慈善领域;而年轻的二代企业家日益茁壮,积极投身公益慈善事业,倡导用专业和科学的方法做慈善,关注的领域也较为新颖,如文化艺术领域和公益孵化。

《报告》显示,民营企业从事慈善事业受到多方因素影响。

企业家受朴素的慈善动机驱动参与公益慈善事业,如感恩及回馈社会、社会感召和社交圈影响以及促进企业长远发展的文化价值观。

企业家的慈善意识和能力会影响慈善项目的合理选择、慈善资源的科学配置、慈善效果的及时和有效评估。

民营企业的公益慈善捐赠的动机、行为方式与企业所处生

命周期、企业发展水平密切相关,处于发展期的企业经济动机和政治动机更强,考虑捐赠带给企业的经济效益和政治参与机会的获得;处于成熟期的企业道德动机更强,是企业家财富积累到一定阶段后自发的社会回馈。企业家家族的涉入影响企业家参与慈善事业的程度,家族成员对基金会业务参与度越大,其对公益慈善的兴趣越大。此外,企业家的政治参与情况、税收制度等也会影响企业家参与公益慈善的动机和行为。

## 战略性慈善时代到来

调研报告指出,民营企业参与公益慈善的变化主要有三点:

一是社会背景发生了变化,国家在不断推动民营企业投身公益慈善事业。

2014年1月,民政部、全国工商联联合出台了《关于鼓励支持民营企业积极投身公益慈善事业的意见》,为民营企业参与公益慈善事业提供了7个方面的指引,包括开展社会捐赠、设立慈善组织、与慈善组织合作、组织员工开展志愿服务、在投资兴业中吸纳困难群体、传播慈善文化、创新其他参与公益慈善事业的方式等。其中提到,对为公益慈善事业做出突出贡献的民营企业,从土地供应、设施配套、企业服务等方面提供便利和优惠条件,并在各级民政部门评选慈善奖项,以及政府采购中,同等条件下优先考虑。

2014年12月18日,国务院颁布了《国务院关于促进慈善事业健康发展的指导意见》,这是我国第一个国家层面专门规范慈善事业的文件,对于慈善事业健康发展具有重大意义。该意见指出:倡导各类企业将慈善精神融入企业文化建设,把参与慈善作为履行社会责任的重要方面,通过捐赠、支持志愿服务、设立

基金会等方式开展形式多样的慈善活动,在更广泛的领域为社会作出贡献。

2016年9月1日,《中华人民共和国慈善法》正式实施,开启中国依法治“善”时代。对于慈善机构和组织来说,慈善法是一部呈现出公平与开放姿态的法律,新法给出了很多制度安排,为公民个人、企业、其他社会组织参与慈善事业提供了相对比较开放的空间和平台。

第二,观念在发生变化,从狭隘义利观慈善向战略性慈善演变。

民营企业从事公益慈善的指导思想由狭隘的义利观慈善向战略性慈善转变,使企业从社会环境的“受制者”和“被监督者”转变成为行业竞争环境和整个社会环境的“倡导者”与“推动者”。

狭隘义利观的局限性植根于其单向性和对立性,战略性慈善要恢复企业的经济冲动与慈善文化之间的张力,使捐款的高效率性成为企业慈善捐赠的重要激励,在战略性慈善思想的指导下实现企业经济理性与伦理价值的统一。

民营企业的狭隘义利观慈善主要从投入产出比、企业声誉、市场竞争、免税待遇的角度进行考量,是民营企业的单次行为,不具有长期性。而战略性慈善是通过民营企业的捐赠等方式,旨在将社会获益和企业发展的相结合的一种慈善行为,具有战略性、主动性、长期性、互利性,推动民营企业(家)基金会向主动化、长期化发展的道路发展。

大量研究和实践证明,战略性慈善能显著提升企业的财务绩效,增强消费者的认可度和忠诚度,提高企业声誉资本,获得政府和立法机构的认同,这些无形资产有利于提升企业的核心竞争力。

第三,行为在发生变化,从个人捐赠行为到组织化运作,并

向平台型发展。

企业自发对救助对象或借助较大的公益慈善平台型机构对救助对象进行捐赠或帮助,如定点扶贫或助学,直接帮助困难群众等,这是中国企业从事公益慈善事业的最普遍模式。多数民营企业通过中华慈善总会、光彩事业促进会等各大倡导型公益慈善平台向社会捐助善款。

企业已经从最初的被动承担社会责任转变为通过主动承担社会责任、创造共享价值,来实现企业的可持续、良性发展。民营企业建立公益慈善管理专业部门,实行项目化运作,公益慈善活动更有计划性和目标性,大额捐赠成立的基金会和慈善信托逐渐出现,民营企业从事慈善事业的决心和信心不断增强,民营企业(家)基金会从资源的单纯投入者、提供者逐步迈向社会创新的推动者和引领者。

基于当前移动互联网技术的发展,企业的发展越来越需要成为经济网络中的平台和结构洞。诸多民营企业的基金会在发展中,有效的利用了发起企业的经济平台作用,发挥企业在现金管理、资源投入、产品设计和建立合作伙伴关系等方面的特长,将公益慈善融入到企业的业务平台、消费者的消费行为之中,与公益组织的理念、动机、社会技术有效结合。

## 民营企业公益慈善需要更多服务支持

针对民营企业公益慈善发展态势,调研报告建议:

一要强化平台建设。依托统一战线优势,建立民营企业基金会协同行动平台,推动民营企业基金会横向联合、纵向发展,实现基金会与其他社会组织合作的匹配性、互补性、针对性、关联性和有效性。

二要加强思想引导。高度关注民营企业慈善捐赠的特征,顺应其发展的内在要求与规律特点,“致富思源,富而思进”,推动我国民营企业家树立正确的财富观和慈善观。

三要加大服务支持。帮助民营企业基金会做好自身建设,尤其是基金会的培育机制,对初创期的民营企业基金会给予政策、场地、资金、税收减免等扶持;引进外界专家资源,召开专题培训,推动各基金会向专业化发展。

四要加快政策创新。通过诉求反映,推动现有政策障碍的解决和更完善、更有效的实施措施出台,如允许股权捐赠设立企业基金会,推动以“基金会+慈善信托”方式培育大型家族基金会的发展,以《慈善法》为依托开展慈善信托试点等。