



# 十年企业捐赠趋势：民企整体优于国企

■ 本报记者 张明敏

企业作为国民经济的重要力量,具有专业技术优势,他们积极配合政府有关部门和相关公益组织,参与减灾救灾公益事业活动,凝聚企业自身员工向心力,打造更好的品牌。

汶川地震后的十年中,中国企业履行社会责任的步伐加速。众多企业纷纷选择以成立基金会的方式,把急救灾、灾后重建纳入自身的履责领域。这些企业充分发挥自身风险评估管理和资金的优势,组织社会参与共建过程中,提供专业基础力量和有效支持供给。

与此同时,很多企业结合自身优势,在慈善领域进行大量探索,企业慈善正由“一捐了之”逐渐走向战略性的项目合作参与,走向专业化、系统化的慈善道路。

## 民企捐赠仍优于国企

改革开放以来,经济的高速发展造就了大批引领社会进步、经济繁荣的民营企业。民营企业在发展过程中认识到应当履行企业社会责任,取得社会的认同有利于企业的长远发展。

2009年2月28日,由《公益时报》社编制的第六届(2009)中国慈善榜组委会发布统计数据,汶川地震当年上榜企业325家,总捐赠金额54.86亿元,捐赠过千万企业已有253家,企业类别包括民营、国有、外资以及港澳台。其中,本土企业占主要比重,但民企是捐赠市场的主力,国企整体表现不佳。

时隔3年,中民慈善捐助信息中心发布的《2011年度中国慈善捐助报告》指出,国企捐赠数字与民企差异较大——国企捐赠总额不到民企的一半,央企捐赠总金额仅占其利润的0.2%。

2018年4月25日,第十五届(2018)中国慈善榜发布,上榜慈善企业721家,2017年度合计捐赠约120.78亿元,与前一年相比,呈现明显增长态势。仅就捐赠情况而言,民营企业捐赠额占其利润总额的比例要远高于国有企业。

清华大学公共管理学院创新与社会治理研究中心主任邓国胜也在公开报道中表示,民

企捐赠是社会捐赠的主要力量,从长远看,随着民企的不断发展,实力的不断增强,民企捐赠会越来越来。

## 外企捐赠指数持续攀升

2008年5月19日,一个“国际铁公鸡排行榜”突然传遍网络。在流传最广的版本中,排名第一位的是三星,后面分别是诺基亚、大金、LV、可口可乐、麦当劳、肯德基、丰田、GUCCI和LG。

然而,事后证明这份榜单信息并不准确。

2008年5月12日地震当晚,百胜餐饮集团(肯德基母公司)已决定捐款300万元;5月14日,麦当劳宣布捐款100万元;5月15日,三星电子向红十字会捐款3000万元。

慈善观念、捐赠方式的差别一定程度上铸成了这次在中国慈善发展史上的一桩“误会”。

2013年,据罗兰贝格的一份调查显示,有63%的在华外企仍将中国视为主要投资地,而在逐渐成熟的中国市场,跨国企业劳动力成本、原材料成本、能源消费、地产支出甚至交通成本都在不断上升。

然而,当年在华外资企业社会责任指数呈增长态势,实现对民营企业的首次赶超。

中国社科院企业社会责任研究中心主任钟宏武表示,外企

在中国的公益活动至少经历了三个阶段。

第一阶段,是纯粹的善举。1997年,美国GE公司曾投入1.1亿美元用于全球的慈善事业,但所投入的领域与公司业务之间没有丝毫联系。

进入第二阶段,外企从事公益开始要求双赢——帮助公益对象创造更大价值的同时,也希望通过公益行为改善竞争环境。

在第三阶段,外企开始不满足于简单的“双赢”,而是把公益活动和公司生产经营活动紧密地结合起来。可以说,这是一种“新企业慈善行为”,即同时满足投资者、员工和当地社区三个重点人群的需求,使三方面的利益相对平衡。

## 企业基金会行使专业慈善

汶川地震时,大多数企业的捐赠都出于满腔热血的承诺,但不管从公司角度还是个人角度出发,都希望这些捐赠能够真正发挥效用。

商道纵横合伙人彭纪来表示:“汶川地震后,企业的资金捐赠流向也有了主动变化,企业会逐渐关注起声誉好、影响力大、透明度高的公益机构,企业捐赠开始展现多元化,成立基金会、捐物资、捐技术、捐股权等形式都纷纷出现。”

十年间,越来越多的企业开

始尝试成立基金会,连接政府、企业、社会组织,打造三位一体的慈善模式。

2018年4月24日,中央统战部经济局联合清华大学公益慈善研究院发布《民营企业公益慈善实践与思想认识研究报告》。该《报告》显示,2016年,全国791家民营企业净资产总值共计165亿元,公益支出共计48亿元,平均公益支出773万元,重点关注教育、扶贫、医疗和救灾领域。

2007年,丹姿集团捐资成立广东省丹姿慈善基金会积极开展企业员工及家属大病关怀、山区助学、敬老恤孤助残活动。

黄志勇是广东省丹姿慈善基金会秘书长,在她看来企业以注册成立基金会的方式也是企业参与灾害救援履行企业社会责任的一种尝试。

“企业在践行公益慈善中不专业,我们倒逼着自己走专业化路子,成立基金会以专业视角融入公益慈善领域。”黄志勇说。

2017年,广东省丹姿慈善基金会由非公募转为公募。十年间,丹姿集团的救灾行动进行了多次专业学习,形成了一整套救灾响应的项目体系。

顶新集团是一家传统食品企业,2010年顶新集团捐资的顶新公益基金会成立。

从汶川地震、芦山地震到天津爆炸,顶新公益基金会均参与

了灾后救援,为方便食品的生产企业履行企业使命和责任树立了榜样。

“我们不断摸索、体会现场救灾有序、有效对接的重要性,第一时间将食品等物资运输到灾区,同时对接政府,开展有效救援,避免给灾区添乱。”顶新基金会主管司然表示。

中国人寿慈善基金会是一家由中国人寿保险股份有限公司捐资成立的非公募基金会,从成立至今累计捐资3.2亿元。

作为一家由险资企业出资的非公募基金会,该基金会一直关注保险的社会管理功能在减灾防灾全面提升社会抵御自然灾害的综合防御能力,以期减少损失,保护生命财产安全,并通过对社会开展风险教育,帮助投保人进行风险管理和风险防范,通过采取创新方式减少受灾人口降低受灾事故发生。

汶川地震后十年间,中国人寿慈善基金会坚持助养灾区孤儿,先后助养汶川、鲁甸地震中的孤儿。

“现在企业已经从被动履行社会责任转向主动支持,变化很大。过去总是被动发布报告,为了报告而报告,现在是主动发布。”中国国际民间组织合作促进会副理事长兼秘书长王浩明认为,“企业纷纷成立自己的基金会,这是他们主动向社会目标前进的证明。”