



中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR3.0) 丛书

企业公益报告编写指南3.0

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心
现代汽车（中国）投资有限公司

汪 杰 李赫竣/顾问
顾 一 黄晓娟 金 英 林文文/等著

★
企业公益报告
全生命周期管理指南
★



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR3.0) 丛书

企业公益报告编写指南3.0

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心
现代汽车（中国）投资有限公司

汪 杰 李赫竣/顾问
顾 一 黄晓娟 金 英 林文文/等著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业公益报告编写指南 3.0/顾一等著. —北京: 经济管理出版社, 2015.12
ISBN 978-7-5096-4089-0

I. ①企… II. ①顾… III. ①企业—慈善事业—报告—编写—中国—指南
IV. ①F279.2-62 ②D632.1-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 298509 号

组稿编辑: 陈 力

责任编辑: 杨国强

责任印制: 黄章平

责任校对: 超 凡

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 三河市延风印装有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 8.25

字 数: 98 千字

版 次: 2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4089-0

定 价: 68.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

目 录

总 论 篇

第一章 企业公益发展概述	3
一、企业参与公益事业拥有坚实基础	3
二、企业参与公益事业具有重要意义	6
第二章 企业公益报告特征	9
一、国内外公益报告特征	9
二、国内外社会责任报告公益专题特征	13

指 标 篇

第三章 报告指标详解	21
一、报告前言 (P 系列)	21
二、公益管理 (M 系列)	27
三、公益实践 (P 系列)	37
四、公益影响 (E 系列)	50
五、报告后记 (A 系列)	55
第四章 指标速查	59
一、核心指标表 (43 个)	59
二、通用指标表 (80 个)	61

管理篇

第五章 报告全生命周期管理	67
一、组织	68
二、参与	70
三、启动	73
四、撰写	74
五、发布	74
六、反馈	76
第六章 报告质量标准	77
一、过程性	77
二、实质性	78
三、完整性	79
四、平衡性	80
五、可比性	81
六、可读性	82
七、创新性	83

案例篇

第七章 携手共创更好未来	87
——现代汽车集团社会贡献活动	
一、现代汽车集团简介	87
二、公益管理	89
三、社会贡献活动	93
四、公益影响	106

附 录	109
一、参编机构	109
二、支持单位	114
三、参考文献	117
后 记	121

总论篇



第一章 企业公益发展概述

当前，我国已进入全面建成小康社会的决定性阶段，保障和改善民生的任务十分繁重。鼓励支持企业参与公益事业，是引导企业积极履行社会责任的有效方式，是促进经济健康发展的重要途径，是推动中国特色公益慈善事业发展的必然要求。

一、企业参与公益事业拥有坚实基础

（一）社会经济发展促进企业参与公益事业

中华民族自古就有乐善好施、扶危济困的优良传统。民国初年，慈善组织在华北、东北地区发展起来，产生了企业公益的萌芽。但是，受西方列强的侵略，近现代的中国经济社会受到很大的阻碍，长期停留在小农经济社会，这影响到公益实践并使之停滞下来，未能走入工业社会并向着现代企业公益发展。改革开放后，中国作为世界第一人口大国，成功地推进了市场化改革和高速工业化进程。现在，中国的现代化进程已经进入到工业化中期阶段，中国的基本经济国情也已经从农业大国转变为工业大国。在此背景下，

企业作为独立主体，有着更为强大的经济能力。现代企业公益这个工业化的产物，在中国已有着更为成熟的土壤和基础。

（二）履行社会责任推动企业参与公益事业

和谐社会与可持续发展成为主导 21 世纪中国发展的理念，加上企业内外各利益相关方施加的责任压力，越来越多的企业选择通过参与公益事业履行自身的社会责任。

绝大多数（90%）的中国企业都不同程度地参加了社会捐赠（中国企业家调查系统，2007）。2008 年的汶川地震，进一步激发了企业参与公益事业的热情，企业慈善捐赠水平持续提高。2015 年 9 月 19 日，中民慈善捐助信息中心发布的《2014 年中国慈善捐助报告》显示，2014 年我国境内接收国内外社会捐款捐物总额共计 1042.26 亿元，时隔 4 年捐赠量再破千亿元大关，占全年 GDP 的 0.16%，比 2013 年小幅增长 5.3%，逼近 2008 年的捐赠峰值。2014 年 4 月，马云和蔡崇信捐赠阿里巴巴 2% 的股权，按其时股价计算，捐赠金额达 245 亿元，成为我国有史以来最大单笔捐赠。2014 年，全国接收货币及有价证券捐赠 778.95 亿元，较 2013 年增加 127.2 亿元，同比增长 19.6%。

除了资金的直接捐赠外，现在不少企业成立或者参与一些基金或基金会，开始更广泛地关注社会的各个方面，特别是社会发展中的薄弱环节，如教育、扶贫、环保、医疗卫生、弱势群体帮扶等，企业开始越来越多地参与社会福利提升，参与和谐社会建设。许多企业还鼓励员工组成志愿者队伍，有计划、有针对性、可持续地开展志愿服务活动。还有一些企业通过在投资兴业中吸纳残疾人和贫困家庭劳动力就业、设立慈善信托、开展公益创投、提供技术或平台支持等新方式参与公益事业，树立了良好的社会形象。

(三) 国家政策要求企业参与公益事业

企业在中国公益事业中的作用也引起了国家的高度重视。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》(以下简称《意见》),这是我国国家层面第一个专门规范慈善事业的文件,对于当前和今后一个时期慈善事业健康发展具有重大意义。《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,通过开展捐赠、支持志愿服务、设立基金会等形式多样的慈善活动,在更广泛的领域为社会做出贡献。《意见》同时要求:落实企业和个人公益性捐赠所得税税前扣除政策,企业发生的公益性捐赠支出,在年度利润总额12%以内的部分,准予在计算应纳税所得额时扣除。研究完善慈善组织企业所得税的优惠政策,切实惠及符合条件的慈善组织。2014年12月19日,民政部发布关于贯彻落实《国务院关于促进慈善事业健康发展的指导意见》的通知。要求各级民政系统积极引导社会各界投身慈善事业,主动联系国资委、工商联、宗教局等部门,争取建立联合工作机制,大力发动国有企业、民营企业、宗教团体和宗教活动场所投身慈善。2015年5月29日,民政部、国资委联合发布《关于支持中央企业积极投身公益慈善事业的意见》,提出要“促进广大中央企业通过公益慈善事业更好地履行社会责任、服务国家发展”。2015年10月,十二届全国人大常委会第十七次会议初次审议了《中华人民共和国慈善法(草案)》,并向社会公开征求意见,《中华人民共和国慈善法(草案)》的出台,对于企业规范、有效、可持续地参与公益事业具有重要指导意义。

二、企业参与公益事业具有重要意义

企业已成为我国公益慈善事业的主体力量。企业积极参与公益事业，对推动经济、社会和环境的可持续发展具有重要意义。

（一）企业参与公益事业有助于保障和改善民生，提升公共服务水平

当前我国正处于小康社会建设的关键时期，虽然经济社会保持了持续健康的发展，但不可否认的是，我们的发展仍旧面临较为复杂的形势，保障和改善民生的任务仍然非常艰巨。政府不可能也没有必要包揽所有社会事务，因此，一些微观的社会职能可以交由企业和社会组织等承担。企业可以有针对性地对相关领域、弱势群体开展帮扶，弥补社会政策没有覆盖到的人群，保障和改善民生，也可以在政府公共服务的基础上提供更加个性化的服务，提升公共服务水平。

（二）企业参与公益事业有助于保持与消费者的良好沟通

众多研究已经表明，企业从事公益活动，能够帮助企业与消费者建立长期的关系，提高顾客对企业的忠诚度，帮助企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。企业对社会公益的投入，不仅可以帮助企业长期得到老顾客的支持，加强与老顾客的联系，更可以在竞争激烈的市场中吸引更多新顾客，企业的产品也可能脱颖而出，从而获得更好的回报。持续性的、长期的公益活动更能让消费者意识和

感受到企业的坚持和真挚。企业还可以通过邀请消费者参与公益活动的方式增加消费者对公益事业和企业的了解，从而获得消费者对企业的忠诚度。

（三）企业参与公益事业有助于提升企业在全球一体化背景下的综合竞争力

企业积极参与公益事业，虽然不能为企业带来直接的利润，但它对企业却有非常重要的潜在推动力。加入 WTO（世界贸易组织）后，中国经济加快全球一体化的步伐，中国企业在各个方面都向跨国企业学习，尤其将焦点集中在企业管理与市场营销方面，以提升企业的盈利能力和竞争力，但对于通过公益事业建立良好企业发展环境的战略却少有关注。然而在西方，许多企业已经将公益慈善渗透在企业经营管理中，成为企业整体战略中必不可少的部分，许多跨国企业把参与公益事业、履行社会责任作为企业发展战略的重点，这不仅为企业带来良好的声誉，而且间接为企业带来更大的市场占有率和更多的利润。同时，企业投身公益事业所形成的企业价值观会无形地增强员工的归属感、荣誉感和自豪感，有利于增强企业的凝聚力，提高员工忠诚度。面对激烈的国际竞争，中国企业必须全面提升竞争力，不仅要加大科技投入，提升产品质量，改善服务水平，更要制定公益战略，参与公益实践，积极履行社会责任，树立良好的品牌形象，进一步提升企业的综合竞争力。



第二章 企业公益报告特征

公益报告作为议题报告，专项披露企业的公益管理、实践和绩效信息，极具针对性和指向性，也更容易为公众、媒体、NGO 所熟悉与认知，更具传播性和扩散效应。目前，企业编写发布公益报告已成为最新趋势，然而我国在企业公益报告编写方面并未形成统一标准。除了对国内外公益信息披露的相关标准进行研究外，分析国内外企业公益报告的特征和发展趋势，借鉴和学习国内外企业优秀的公益报告及实践经验，将有助于进一步提升我国企业公益管理和实践水平。

一、国内外公益报告特征

公益报告是企业公益信息披露的重要载体，它披露了企业公益管理、实践以及绩效的重要信息，是企业与社会公众沟通的重要桥梁。随着公益事业越来越受到社会各界的关注，仅仅在社会责任报告中简要介绍公益信息已经不能满足当前大众的需求，这推动了越来越多的企业发布公益报告，回应社会公众的期望。然而，研究发现，目前企业主动发布的企业公益报告仍为少数。据目前已搜集的

信息看，只有 7 份企业公益专项报告，能在公开渠道获取的只有 6 份报告。其中，民营企业 3 份，外资企业 3 份。报告的具体信息如表 2-1 所示。

表 2-1 国内外企业公益报告基本信息（2015 年）

企业名称	企业属性	报告名称 ^①	页码	报告发展历程	报告结构
海航集团	民营企业	《海航集团：为爱聚力，海航陪伴 2014》	42	— ^②	爱之萌发 爱之绽放 爱之果实 爱之温暖
加多宝	民营企业	《加多宝公益白皮书 2014》	35	2013 年 5 月 8 日，加多宝业内首发公益白皮书	致辞 加多宝的中国梦 以善促善，人人公益 贡献教育 12 年 2.5 亿元探索灾害救助与建设性扶贫 9 省农村种植户的经济扶持 5000 加多宝人的志愿参与 总结与展望 加多宝公益大事记 社会认可
中天集团	民营企业	《中天公益慈善绿皮书 2013》	63	2013 年：中天公益慈善绿皮书 2012	慈善家 道德林 行善举 爱心海 践行篇
新东方	民营企业	《新东方公益白皮书》	— ^③	2012 年 12 月 7 日首发	— ^④
中国三星	外资企业	《中国三星社会公益活动白皮书 2013~2014》	95	该报告是中国三星向社会公开发布的第九本社会公益活动白皮书	总裁致辞 社会公益哲学 社会公益管理 社会公益活动 三星荣誉及媒体报道
LG 化学（中国）	外资企业	《梦想与希望同在——LG 化学（中国）社会公益 2013》	12	该报告发布时间为 2014 年，无后续报告	企业介绍 青少年关爱 社会福利 地区社会贡献 2013 媒体聚焦

① 截至本书出版前，目标企业发布的报告为其最新报告。

② 截至本书出版前，海航集团公益报告发布情况不详。

③ 该报告只在网上发布，无法从公开渠道获得全文，页码不详。

④ 该报告只在网上发布，无法从公开渠道获得全文，页码不详。

续表

企业名称	企业属性	报告名称	页码	报告发展历程	报告结构
东芝 (中国)	外资企业	《东芝(中国)社会贡献活动 2014~2015》	10	《东芝(中国)社会贡献活动 2013~2014》	东芝公益方针 社会贡献费用支出明细 融聚公益力量 为教育贡献力量 推进体育文化发展与交流 灾难紧急救助 与地区社会和谐共生 环保活动

从国内外企业发布的公益报告来看,具有以下四个特征:一是报告结构较为完整,基本能够反映企业公益年度进展;二是报告内容比较充实,但篇幅相差较大,重点描述企业公益实践状况;三是报告形式创新,在报告框架、排版设计和呈现方式等方面提升了报告质量;四是报告披露的公益信息指标较少,着重于故事的阐述,延续性不佳。

(一) 报告结构较为完整,能够较全面反映企业公益年度进展

目前已经发布的 6 份报告,就整体结构而言,基本能够反映企业在本年度的公益活动与最新进展。一般而言,公益报告的总体结构中,包括领导致辞、公益理念或方针、公益活动概况、公益成效以及社会影响等部分,整体结构较为完整。如《中国三星社会公益活动白皮书》包括社会公益哲学、社会公益管理、社会公益活动、三星荣誉及媒体报道四个部分,从管理到实践、从总部到各地法人、从公益活动到公益影响,较为全面立体地反映了中国三星在 2013~2014 年的公益进展。