

中国企业志愿服务发展报告 2013

The Development Report on Chinese Corporate Volunteering in 2013

王忠平 史常亮 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

北京市志愿者联合会、北京志愿服务发展研究会、

北京企业志愿服务联盟

上海市志愿者协会、上海市外企志愿服务联盟

广州市志愿者联合会、广州志愿者学院

联合发布

中国企业志愿服务发展报告

2013

The Development Report on Chinese Corporate Volunteering in 2013

王忠平 史常亮 著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业志愿服务发展报告. 2013/王忠平, 史常亮著. —北京: 经济管理出版社, 2014. 3
ISBN 978-7-5096-2967-3

I. ①中… II. ①王… ②史… III. ①企业—志愿—社会服务—研究报告—中国—2003
IV. ①D669.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 026937 号

组稿编辑: 曹 靖
责任编辑: 曹 靖
责任印制: 黄章平
责任校对: 超 凡 王纪慧

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: 三河市延风印装厂
经 销: 新华书店
开 本: 720mm × 1000mm/16
印 张: 11.25
字 数: 101 千字
版 次: 2014 年 4 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 978-7-5096-2967-3
定 价: 48.00 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

感谢拜耳集团的资助



序一

和众泽益开展的调研终于结出硕果，《中国企业志愿服务发展报告·2013》面世。作为社会公益事业相关的工作者，我很高兴看到这一领域的新突破和新发展。

国内企业社会责任的实现，自外企始。当前，越来越多的国企、民企日益重视社会责任，报告中描述了这种变化。企业社会责任的实现，自志愿服务的介入，最早、最方便的项目活动就是开展志愿者活动，这在企业中已经成为共识。和众泽益着力企业志愿服务，找准了方向，挖对了坑，并且挖出了水。

上海志愿服务的很多经验源自于企业志愿服务的实践，有的企业很早就探索志愿服务的记录制度，有的形成了志愿者假期等制度安排，有的开展社区“睦邻”行动并形成了常态化机制，有的在志愿者激励等方面卓有新意、卓有成效，

这些经验都对上海志愿服务事业的发展起到了良好的促进作用。实践层面的经验还是比较碎片化，而该报告通过对这些经验的梳理，可以给更多企业完整的、系统的、一线的经验借鉴，也可以为政府相关部门、公益组织等带来启发。

和众泽益在此领域深耕多年，联动企业、公益组织、政府部门、媒体，形成了政府、市场、社会在志愿服务上的融合发展模式，激活了企业参与，促进了社区落地，服务了企业员工和广大志愿者，通过项目实施帮助企业、社会组织提升了能力，并对政府推进相关工作形成了示范。这本身就是社会管理创新的鲜活案例。在社会管理体制改革的当下，我们期盼着和众泽益不仅有理论的深刻总结，更要有实践的更多突破。报告面世是一个新的开始，祝愿和众泽益继续创新发展，在企业志愿服务领域实现新的发展以及更大的贡献。

闫加伟

上海青年家园民间组织服务中心总干事

上海市社会建设青年人才协会秘书长

序二

志愿服务需要市场“经营”

党的十八大和十八届三中全会都明确提出要“广泛开展志愿服务，支持和发展志愿服务组织”。志愿服务事业是一项崇高的事业。这种崇高集中体现在志愿者通过无偿的服务所凝结的“奉献、友爱、互助、进步”精神，体现在为推动社会公平、改善社会福祉、缓解社会矛盾所付出的努力。

广州处于改革开放前沿地，成熟的市场经济促进了社会发展，也激活了社会组织特别是志愿服务组织的发展与活力。自1987年广州开通全国第一条志愿服务热线——中学生心声热线开始，经过26年的发展，广州志愿服务事业已经成为全市参与面最广、参与度最高、影响力最大的公益事业，全市注册志愿者总数已超过125万人，其中注册党员志愿者1.3万余人，志愿服务总队（队、分队）4364支，实现

了全市 150 个“志愿驿站”每天常态开放，全市纳入统计的志愿服务累计 6.5 亿小时，并逐渐摸索出一条“志愿服务人人可为、处处可为、时时可为，志愿精神无处不在”的“志愿之城”建构模式。

“志愿之城”建设的核心之一就是更为广泛地发动社会各界力量参与、支持志愿服务并共享志愿服务的成果，建立志愿服务市场的良性运作机制。如果把发展志愿服务事业比做经营一个事业的话，“志愿服务”就是核心“产品”，广大市民是“产品用户”；而“企业效益”取决于“用户”对“产品”的满意度。从产品的制造上，我们推动借鉴现代公司法人治理模式，在全市志愿服务团队中推进理事会、监事会、执委会“三会合一”的法人治理模式，推动组织运行及项目生产从“作坊管理”到“法人治理”。从产品销售上，我们推动建立志愿驿站、康园工疗站、社区志愿服务站、社区少年宫等 300 多个社区志愿服务终端，遍布公园、社区、购物广场周边，在全市树起了一座座“门店”，推动志愿服务走进市民生活。从质量控制上，我们建立志愿服务项目评估考核体系，通过考核项目推荐参加志愿服务广州交流会，为 800 多个志愿服务项目抱团争取社会资源超过 3400 万元，打造了城市志愿服务爱心集散地和责任品牌。

如今，企业志愿服务作为企业社会责任的一种形式，在

发达国家已经得到较为成熟的发展。而在国内，具体到广州，虽说起步较晚，但也逐步成为一股新的潮流，极大地丰富了志愿服务的形式和内容，推动志愿服务的发展。企业志愿者作为一股新兴力量，展现出了极大的优势和活力。因此，当前如何掌握、梳理企业志愿服务的现状以及发展问题显得尤为重要。和众泽益志愿服务中心此次开展的中国企业志愿服务行业发展研究工作意义重大，它将有利于我们梳理和掌握企业参与公益的现状以及困境，并对未来大力推动企业志愿服务事业的发展提供经验借鉴和重要参考作用。

广州热诚欢迎有志投身、致力于志愿服务的责任企业共同行动，参与到“志愿之城”的建设中，共享“志愿之城”建设的成果。

梁雄文

广州市志愿者行动指导中心主任

序三

中国 GDP 位居全球第二，在让国人振奋的同时，也发现经济水平的提升带来了诸多的社会问题，比如“老人跌倒该不该扶”成为社会讨论的热点问题。世界各国都曾出现过随着经济发展道德滑坡的问题，在经济达尔文主义的影响下，判断事情的标准逐渐变成了经济标准。中共十八大后提出来的“美丽中国”，不仅希望中国有自己的碧水蓝天，同时我们内心的纯洁和美好、人与人的友爱、社会的关爱氛围也是构成美丽中国不可或缺的部分。志愿服务的推动有助于提升整体社会的道德水平和关爱文化，因此世界上很多国家都积极推动本国志愿服务文化。

随着 2008 年汶川地震救援活动的开展和北京奥运会的举办，志愿服务成为中国社会的热点和焦点，越来越多的社

会大众愿意参与到志愿服务中来。在众多的志愿者队伍中，企业志愿者的影响力逐渐增强，并成长为志愿者的中坚力量。

和众泽益志愿服务中心致力于推动中国企业志愿服务的整体发展，通过为企业开展志愿服务提供有效支持，推进企业志愿者活动在中国的开展。在最近几年的推动过程中，我们深切感受到虽然中国的企业志愿服务发展刚刚起步，但速度却非常快，不仅是外企，还有大量的国企和民企也纷纷加入到志愿服务中来，大家越来越认识到志愿服务的价值和意义。这些领先企业开展的员工志愿服务不断丰富着中国志愿服务的形式与内容，也昭示着中国企业志愿服务事业的发展方向。

同时，我们也感受到尽管企业在员工志愿服务领域的投入在增加，企业员工的积极性在提高，但是当前中国企业志愿服务发展还面临着以下困境：一是很多有意愿参与志愿服务、有愿望开展志愿服务的员工和企业得不到有效的支持；二是企业志愿服务缺乏战略性，无法梳理清楚与企业及企业社会责任的关系；三是大部分企业的志愿服务活动找不到实现规模化、系统化的方法；四是找不到一些成功的借鉴经验；五是缺乏基本的行业评价标准和体系，无法从宏观层面推动企业志愿服务的发展。

因此，本项研究希望通过实施“2012 中国企业志愿服务调研”项目，对中国企业志愿服务的发展现状、存在的问题进行梳理、总结和评价，并提炼优秀的企业志愿服务案例，为那些希望推动本企业开展志愿服务却找不到合适的借鉴案例和成功经验的企业提供参考。

中国企业志愿服务行业发展报告的撰写从 2011 年就开始筹划，经过两年的准备终于成形。在开展研究的过程中，我们的团队付出了非常多的艰辛和努力，整整半年多的时间，从研究前期的准备、调研的实施到报告的完成。我们希望能为中国企业志愿服务的发展做出自己的贡献，这是和众泽益志愿服务中心每个员工的愿望。当然，中国企业志愿服务涵盖的内容很多，全国各地的差异性也比较大，因此可能一些结论不能全面概括中国企业志愿服务的发展，也希望读者多多理解，我们愿意接受大家的意见并完善相关研究，也特别希望携手更多的专家、学者和社会爱心人士一起推动中国企业志愿服务的发展。

本报告的编写得到了来自社会各界的支持，包括北京市志愿者联合会、北京志愿服务发展研究会、上海市志愿者协会、广州市志愿者联合会、广州志愿者学院，以及接受和众泽益志愿服务中心调研的企业和员工，大家对志愿服务的热



情深深地打动了我们，在此也向大家的支持和付出表示感谢。

和众泽益志愿服务中心愿意与中国的志愿服务共同成长！

王忠平

和众泽益志愿服务中心

目 录

概 要	1
第一部分 研究背景介绍	7
一、研究背景和目的	9
二、研究对象和方法	13
第二部分 研究主要发现	17
发现一：员工志愿服务的参与意愿高，但实际 参与程度低；“很难找到合适的志愿 服务项目”是一个很重要的原因	19
一、员工对志愿服务的参与意愿水平远高于 实际参与水平	19



二、员工志愿服务参与受性别、年龄、婚姻状况和学历的影响	21
三、员工参与志愿服务普遍缺乏合适的志愿服务项目	25
四、超九成员工期待建立企业志愿服务行业信息分享平台	26
发现二：开展员工志愿服务的企业比例还很低，企业志愿者主要来自外企和分布在京沪粤地区	28
一、仅三成员工曾参加过企业支持的志愿服务活动	28
二、开展志愿服务的企业间的差异非常大	29
三、逾七成企业志愿者来自外资企业，近六成集中在京沪粤	32
发现三：员工对于开展企业志愿服务具有较高的认同度，随着志愿服务的深入也会增加对志愿服务的理解	35
一、“共赢”：企业志愿者眼中的志愿服务	35
二、员工对开展企业志愿服务作用的认知具有阶段性	38
发现四：“没有时间”、“服务地点不合适”妨碍了	

员工参与志愿服务，而活动体验则直接影响 参与的持续性	42
一、过半数员工由于服务时间和地点不合适而无法 参加志愿服务	42
二、良好的活动体验直接影响企业 志愿者的持续参与	46
三、追求更灵活和多样化的志愿 服务活动体验	47
发现五：企业员工志愿服务集中指向环保、教育， 外企员工与本土企业员工关注领域迥异	49
一、环保和教育领域的志愿服务活动 最受企业员工青睐	49
二、外企员工与本土企业员工关注的 志愿服务领域迥异	50
发现六：员工选择志愿服务项目最看重持续性， 但大多数企业开展的项目持续性不足	52
一、员工参加志愿服务持求真务实态度， 最看重持续性	52
二、七成以上企业缺乏志愿服务长期规划， 基本以活动导向为主	53
发现七：企业对员工志愿服务的支持力度尚可，	



但员工满意度一般；企业支持措施不合员工 预期是主因	56
一、六成企业对员工从事志愿服务持积极态度	56
二、仅三成员工满意当前企业对志愿服务的支持， 期待带薪服务假	59
三、企业对志愿服务的具体支持措施与员工预期 不匹配	61
发现八：大多数企业志愿服务没有专门的人员推动， 组织化、制度化程度明显不足	63
一、企业志愿服务主要由其他部门监管，近半数 企业无专人负责	63
二、很多企业在开展志愿服务项目时缺乏系统和 规范流程	64
三、大部分企业尚未出台“员工志愿者日”或 “志愿服务带薪假”	67
发现九：尽管很多企业都已经成立了员工志愿者 协会，但是大部分协会还不能有效地 自运转	72
一、近三成企业正在或已经成立了员工志愿者 协会	72
二、大多数企业志愿者协会尚不能有效地	