

Title	#####
Authors	Deng, Guosheng;Zhu, Shaoming
Publication date	2022
Original Citation	Deng, G & Zhu, S 2022, '#####', China Nonprofit Review , vol. 28, no. 2.
Type of publication	Article (peer-reviewed)
Rights	© 2022, China Nonprofit Review.
Download date	2026-09-16 19:01:37
Item downloaded from	https://hdl.handle.net/10468/18676



UCC

University College Cork, Ireland
Coláiste na hOllscoile Corcaigh

社会科学文献出版社哲学社会科学成果预印本（Preprint）平台

- ◆ 预印本（Preprint）是指尚未在正式出版物上发表，仅通过网络发布的手稿，通常尚未进行同行评议和其他规范审查。目前国际上领先的预印本平台有 arXiv、SSRN 和 bioRxiv 等。
- ◆ 社会科学文献出版社主办的预印本平台是国内首个专注于哲学社会科学领域的预印本平台，对手稿进行了必要的学术规范审查，利用快速上线的特点促进学术交流，使得科研成果可以尽早地被阅读和引用。该平台是社会科学文献出版社“基于学术出版规范的开放存取平台”的一部分。
- ◆ 预印本发布不影响文稿的正式出版，可以凭借信息技术的过程记录对学术观点和结论进行保护。

社会科学文献出版社 集刊分社



社会科学文献出版社集刊分社致力于在出版规范、数字建设、市场运营以及评价评优方面对集刊的发展提供全方位服务和系统化管理。

联系方式：010-59366533 预印本投稿邮箱：jikan@ssap.cn



集刊网二维码



公众号二维码



投约稿系统二维码

第三次分配视角下企业慈善责任的新路径

作者：邓国胜（清华大学公共管理学院学院副院长、教授）

朱绍明（清华大学公共管理学院博士后）

上线时间：2021-10-29

引用信息：邓国胜、朱绍明：《第三次分配视角下企业慈善责任的新路径》（预印本），来源：中国集刊网（www.jikan.com.cn）。

目录：

一、我国企业回报社会的现状与问题·····	3
二、新时期企业回报社会的新思路与新方法·····	3
1.企业志愿服务是第三次分配的重要方式之一·····	3
2. 设立社会企业或开展影响力投资是企业回报社会的新方式·····	4
3. 企业回报社会也可以创造共享价值·····	6

习近平总书记在中央财经委员会第十次会议上强调，“共同富裕”是社会主义的本质要求，是中国式现代化的重要特征，要坚持以人民为中心的发展思想，在高质量发展中促进“共同富裕”。企业作为经济社会的基本细胞、国家税收的主要来源，是推动实现“共同富裕”的重要主体。企业是社会的组成部分，拥有解决社会问题的管理才能、专长与资本，作为社会经济发展的重要受益者，企业理应以恰当的方式和途径回报社会。然而，企业履行慈善责任，也需要讲究方式方法。因此，在新时期企业如何以创新的思路回报社会、创造共享价值、促进共同富裕取得实质性进展，是一个非常重要的课题。

一、我国企业回报社会的现状与问题

根据中国慈善联合会发布的《中国慈善捐助报告》，长期以来，企业是我国慈善捐赠的主要来源，占我国内地慈善捐赠总额的六成到七成左右。而在美国，根据 Giving USA 2021 的报告，2020 年美国的企业捐赠总额为 168.8 亿美元，在年度慈善捐赠总额中仅占 4%。¹ 尽管这是美国 40 年以来企业捐赠的最低水平，但仍然可以看出，与美国相比，我国企业捐赠占社会捐赠总量的比例非常高。

不过，近年来，受全球经济下滑，中美贸易摩擦等因素影响，再加上新冠疫情的影响，部分企业的经济效益下滑，我国企业捐赠占社会捐赠总额的比例已经从 2015 年的 70.7% 下降为 2019 年的 61.7%，企业捐赠总额也从 2017 年的高峰 963.34 亿略降为 2019 年的 931.47 亿。因此，一方面，企业需要积极履行社会责任、回报社会，另一方面，又需要不断创新履行慈善责任的思路 and 方式，更可持续的回报社会，发挥在第三次分配中的重要作用。

二、新时期企业回报社会的新思路与新方法

一些人认为，企业回报社会的主要方式就是捐赠，捐了钱、表达了爱心就是回报社会。然而，事实上，这只是企业履行慈善责任的方式之一。新时期，企业履行慈善责任，还可以通过志愿服务、设立社会企业或进行影响力投资、创造共享价值等新的思路与方法。

1. 企业志愿服务是第三次分配的重要方式之一

共同富裕不仅是物质的共同富裕，也是精神的共同富裕，而第三次分配区别于初次分配和再分配的特征之一，就在于第三次分配不单是前两种分配方式的补充，而是包含着对既往社会资源、价值的生成与流动方式的反思和超越。² 第三次分配不仅仅是捐赠资金，也包括提供志愿服务。简单的资金捐赠，往往只能起到输血的作用，而要达到造血的目标，不仅需要资金，更需要企业提供志愿服务，尤其是专业志愿服务，为弱势群体或为弱势群体服务的社会组织赋

¹ GUSA2021 Infographic Digital, By Giving USA Foundation, June 2021.

² 刘文. 论第三次分配的本质——基于他在性视角的阐发[J], 山东工商学院学报, 2021, 35(01): 94.

能。毕竟，企业拥有一流的人才、专业的管理知识和现代信息科技技术，企业通过提供专业志愿服务有时候会起到意想不到的效果。

目前，国内也涌现出一些通过企业志愿服务回报社会的优秀案例。例如，中国移动、腾讯和联想等企业都推出了“志愿服务带薪假”或倡导固定的“志愿服务日”或“志愿服务月”，鼓励员工自觉参与志愿服务。此外，一些企业积极建设有组织的志愿服务体系，提高志愿服务的质量和效果。例如，一些互联网企业通过提供专业志愿服务帮助社会组织解决互联网技术应用的难题，再比如，顺丰在全国采取“总会+16个分会”的模式，自下而上建立员工志愿者协会。³在“互联网+”志愿服务趋势⁴的推动下，字节跳动通过提供专业志愿服务，运用互联网思维、数字化平台解决儿童失踪难题。这些优秀案例反映了通过内部制度和文化引导员工参与志愿服务、结合自身条件和优势开展专业志愿服务、开发线上志愿服务项目等都是企业开展志愿服务的有效形式。

从全球趋势看，企业通过鼓励成立员工志愿者协会、上下游企业和相关利益群体志愿者组织、建立志愿服务信息系统、探索线上专业志愿服务模式已经成为企业志愿服务的新趋势，其作用与效果也越来越得到社会的认可。

2. 设立社会企业或开展影响力投资是企业回报社会的新方式

20 世纪 90 年代以来，随着社会企业在全球的兴起，社会企业正在成为各国解决社会问题的新方式。社会企业以公益慈善为目标，以商业为手段，通过自我造血，为解决社会问题提供了一种更可持续、更容易规模化发展、惠及更多弱势群体的有效手段。然而，自 2006 年社会企业的概念引入中国之后，我国社会企业的发展并不尽如人意。一些研究表明，2010 年后，虽然社会企业数量有较快增长，但到 2014 年，受访社会企业最高年收入为 700 万元，平均年收入为 107.49 万元，年收入中位数为 27 万元。而利润方面，平均年度净利润仅为 6.99 万元，年度净利润中位数仅为 0 万元，换言之，有一半的受访社会企业无法实现盈利⁵。其原因主要是我国社会企业主要由社会组织发起成立或由社会组织转型而来，缺乏商业运营的经验 and 营销能力。然而，由一些成功的企业发起设立的社会企业，其成功的概率就要大得多，发展也要快速得多。例如韩国的 SK 集团于 2010 年将内部的“社会性企业事业部”剥离出去，成立独立的社会

³ 资料来源：顺丰公益基金会官网，见 <https://www.sfgy.org/>

⁴ 孟慧文，王忠平．中国企业志愿服务发展趋势探究[J]，企业管理，2019(11)：114.

⁵ 朱健刚，2018，社会企业在当代中国的阶段定位与价值取向[J]，社会科学辑刊，235（2），69-77.

企业，发展迅速。再比如，碧桂园集团发起设立、隶属于广东国强公益基金会的四家社会企业——碧乡农业发展有限公司、国华文旅集团、广东凤凰到家职业技能培训学校有限公司和广州惠众小额贷款有限公司由于得到碧桂园的技术支持、营销支持，发展非常快速。2020年，碧乡农业、国华文旅和凤凰到家均实现利润超过1000万元，惠众小贷因为创立时间较短，目前总体实现盈亏平衡，2021年全年计划实现利润400万元⁶，这与我国传统社会企业的发展形成了鲜明的对比。

与传统的企业慈善方式相比，企业发起设立社会企业具有以下优点：第一，效率往往更高。传统的企业慈善行为，往往只是简单的资金捐赠与爱心表达，至于捐赠之后效果如何，企业并不太关注，以至于企业捐赠往往导致慈善资源的浪费。而社会企业需要参与到市场竞争之中，并在激烈的竞争中实现财务的可持续，因此，社会企业不仅需要关注效率，而且需要不断提升效率；第二，更可持续。传统的慈善方式往往是“分蛋糕”的过程，一旦企业经济效益不好，企业就会大幅缩减捐款数额，这也是近年来我国企业捐赠总量有所下降的原因之一。然而，社会企业需要自负盈亏，捐赠收入只是其资金来源之一，而市场经营收入是其主要的收入来源，因此，社会企业对捐赠的依赖程度较低，财务的可持续性更高；第三，更可能实现规模化。传统的企业慈善方式依靠企业的捐赠，然而，毕竟企业的捐赠资金有限，这也导致企业传统的慈善方式难以实现规模化发展。然而，社会企业既有盈利的动机与扩张的动力，又能够应用市场手段获得扩张所需要的资源，因此，更可能规模化解解决社会问题。

当然，与简单的资金捐赠相比，企业发起设立社会企业的成本较高、管理更为复杂，并不适合所有的企业。因此，企业慈善责任的另外一种选择是进行社会影响力投资，特别是“投资于社会企业”。企业既可以为社会企业捐赠，也可以采取股权投资等方式。当然，企业投资于社会企业，主要看重的还是社会企业解决社会问题的能力。例如，红杉资本等企业对中和农信的投资就属于社会影响力投资。中和农信是一家小额信贷类社会企业，红杉资本投资于中和农信的收益率要远低于其风险投资的平均回报率，但红杉资本等企业入股中和农信，恰恰看重的是其规模化服务于乡村弱势群体的能力。

⁶ 邓国胜，程一帆。企业集团助推社会企业快速成长：案例分析与理论拓展[J]。广西师范大学学报(哲学社会科学版)，2021-08-04。

3. 企业回报社会也可以创造共享价值

共同富裕要求企业以一种更为包容和开放的视野去思考自身的发展路径和社会价值的实现。迈克尔·波特提出的共享价值理论认为,企业要实现商业价值的最大化,应当关注重大的社会需求,在创造利润的同时解决社会问题,将商业价值转化为社会价值。⁷企业慈善也不再是短期的、不可持续的捐赠行为或者对股东利益的分割,而是与企业核心竞争力和市场环境息息相关的经济行为,成为企业长期性和战略性发展的一部分,⁸企业慈善成为战略慈善,达到社会效益与经济效益的平衡。在共同富裕背景下,许多亟待解决的社会问题都可以成为企业实现商业增长和实施战略慈善的机会。

一方面,通过共享价值的创造,企业可以将解决社会问题作为商业机会,使企业投入慈善事业的资源实现更高的价值和更好的效果。在这方面,一些跨国公司进行了较好的创新探索。例如,作为全球领先的水技术公司和污水处理解决方案供应商,赛莱默(中国)有限公司,2009年通过与中国妇女发展基金会合作,在中国发起“水印计划”项目,旨在为缺少干净水资源的社区、家庭和学校提供集中蓄水装置或安全饮水设备,以解决社区的安全饮水问题。据《“母亲水窖”项目品牌影响力和社会价值评估报告》显示,该项目的整体社会回报率为5.6。⁹截止2019年底,赛莱默累计捐赠资金319.9万美元,按照5.6的回报率计算“水印计划”产出的社会价值达到124,034,400元。⁹另一方面,以共享价值为基础从事战略慈善,可以降低企业的生产和采购成本,为企业带来更多利润。例如,家乐福中国自2007年开始尝试直采模式,深入全国欠发达地区,寻找具有当地特色的帮扶产品,在为农民提供了稳定的销售渠道和增加收入机会的同时,也省去了中间商差价,降低了自身的采购成本,让利于消费者。¹⁰

总之,在发挥第三次分配作用的视角下,企业参与慈善事业需要有新的理念、新的方式方法。惟其如此,企业参与慈善的资源才能不断扩大、才更可持续、才能发挥更大的效益。

⁷ Porter, Michael E., and Mark R. Kramer. *Creating Shared Value*. Harvard Business Review 89, nos. 1-2 (January-February 2011): 62-77

⁸ Porter, Michael E., and Mark R. Kramer. *Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review, 84, 78-85.

⁹ 资料来源:《“母亲水窖”项目品牌影响力和社会价值评估报告》, 见 <https://www.mothercellar.cn/category/16>

¹⁰ 资料来源:中国经济网, 家乐福农产品直采达40% 未来2-3年比例将继续提高, 见 http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201305/29/t20130529_21498614.shtml