

CCG 研究报告

2021.12.21

2020—2021 年度 在华跨国企业社会 责任 (CSR) 研究报告

Research Report on Corporate Social Responsibility (CSR) of Multinational Enterprises in China (2020-2021)



摘要

中国改革开放后，大量跨国企业和外国资本进入中国。据国家商务部官网所发布的《中国外资统计公报 2020》数据显示，截至 2019 年 12 月，中国累计设立外商投资企业 1001635 家，累计实际使用外资金额达 22904.7 亿美元。跨国企业既是中国对外开放的受益者，也是中国经济、社会发展的贡献者，为中国的双循环新发展格局的形成持续注入动力，已然成为中国经济的重要组成部分。与此同时，随着中国参与全球治理需求的不断提升，跨国企业在华积极践行与传播企业社会责任理念和实践，也为中国深度参与经济全球化与全球可持续发展治理提供了更有利条件。本报告通过分析当前所处的国内外政治、经济等背景，从 5 个维度分析在华跨国企业社会责任 (CSR) 的基本特征，综合推荐出“2020—2021 年在华跨国企业社会责任 (CSR)” 30 强，并对未来在华跨国企业持续良好发展提出建议，以此促进中外经贸融合良性发展。

目 录

一、背景分析	4
(一) 中国为跨国企业发展提供广阔平台, 跨国企业从产业、技术、人才等多方面促进中国的发展	4
(二) 中美贸易摩擦和新冠疫情对跨国企业在华业务和全球经济带来不确定性风险.....	6
(三) 在华跨国企业开展社会责任实践活动, 持续发挥中外相互沟通桥梁和纽带作用.....	9
二、研究方法	1 0
(一) 理论基础.....	1 1
(二) 主要参考维度.....	1 2
(三) 数据来源.....	1 5
(四) 跨国企业社会责任参考维度综合分析.....	1 6
三、2020—2021 年度在华跨国企业践行社会责任的阶段性发展特征	1 7
(一) 减贫责任和抗疫责任是跨国企业重点践行的活动.....	1 7
(二) 绿色环保、谋求可持续发展成为跨国企业关注的重点.....	1 8
(三) 跨国企业社会责任活动受经济波动影响明显, 常态需求更强.....	1 8
(四) 跨国企业立足中国经济发展战略, 促进企业全球化发展.....	1 9
四、2020—2021 年度在华跨国企业社会责任 30 强推荐	2 0
五、推动跨国企业社会责任实践良性发展的对策	4 2
对政府的建议.....	4 2
(一) 对积极践行社会责任的在华跨国企业给与支持和奖励.....	4 2
(二) 重视文化差异和社会责任实践本土化工作, 推进在华跨国企业社会责任披露信息向更加国际化、规范化方向发展.....	4 2
(三) 完善、制定针对跨国企业社会责任实践活动的考量体系.....	4 3
(四) 建立跨国企业社会责任网络共享平台, 为自身协同发展搭建沟通渠道.....	4 3
(五) 关注跨国企业中反映的突出问题, 增强跨国企业开展企业社会责任实践的信心.....	4 4
对跨国企业的建议.....	4 5
(六) 主动对接国家规划, 重视企业社会责任本土化工作的开展.....	4 5
对中国企业走出去的建议.....	4 6
(七) 借鉴在华跨国企业在华开展社会责任的经验, 在“走出去”过程中积极对接当地情况践行社会责任.....	4 6
对社会团体的建议.....	4 6
(八) 智库、商会等非政府组织发挥规范引导、交流平台的作用.....	4 6
参考文献:	4 8

随着中国经济的快速发展与进一步扩大对外开放，中国更加深度地参与经济全球化进程与全球价值链的重塑。这其中，跨国企业发挥了不可或缺的重要作用。跨国企业在华经营不仅充分享受了对外开放的市场红利，也在积极开展企业社会责任（CSR），为中国的可持续发展做出贡献。尤其 2020 年新冠疫情爆发以来，在华跨国企业广泛参与中国抗击疫情行动，推动了大量社会公益项目的落地。在中国脱贫攻坚战的决胜之年，跨国企业的公益活动，为中国的脱贫攻坚伟大事业发挥了重要作用。但是，从现有相关研究及报道发现，社会各界对跨国企业在中国参与的公益与社会责任实践了解却有所不足，缺乏更深度全面的剖析。因此，为促进相关部门、社会各界充分了解跨国企业开展社会责任的现状，也为帮助海外中国企业更好“走出去”提供社会责任方面的经验借鉴和参考，全球化智库（CCG）就“2020—2021 年度在华跨国企业社会责任（CSR）”开展相关研究。报告基于公开信息和调研整理的相关数据资料，以抗疫、减贫、环保、教育、市场责任等多维度为重点考察因素，分析在华跨国企业开展社会责任的现状、特点与未来发展对策，并通过公开资料收集整理，综合评选推荐出“2020—2021 年度在华跨国企业社会责任（CSR）”30 强，为公众充分了解跨国企业在企业社会责任发展中做出的贡献提供帮助，也为中国企业“走出去”过程中践行社会责任提供参考，促进中外经贸投资可持续发展。

“2020—2021 年度在华跨国企业社会责任（CSR）”研究报告将会持续发布，致力于发掘深耕中国社会发展趋势，彰显行业创新、社会进步与中外友好交流的跨国企业代表，打造具有行业标杆效应的跨国企业 CSR 品牌报告。该研究报告的发布，更加全面丰富地展示跨国企业积极在华开展企业社会责任的全貌，可进一步帮助公众充分了解在华跨国企业。同时，报告的发布也将为跨国企业展示多年在华经营的显著成绩与积极开展企业社会责任的卓越贡献提供契机，为跨国企业分享与传递企业社会责任的丰富经验与实践搭建平台，成为

企业打造品牌影响力的旗舰项目，共享进一步深耕中国市场的广阔前景，促进跨国企业在中国“双循环”新发展格局中获得新机遇、新发展、新共赢。

一、背景分析

（一）中国为跨国企业发展提供广阔平台，跨国企业从产业、技术、人才等多方面促进中国的发展

改革开放以来，跨国企业¹在中国持续快速发展，对华投资不断增加。1992年中国掀起新一轮对外开放浪潮后，跨国企业对华投资进入高速发展阶段。据商务部相关数据显示（见图1），1992—2001年，实际外商投资金额从192亿美元增长到496.7亿美元，年均增幅11.1%，1993年达到了102.9%。截至2001年底，累计外商投资金额5685.9亿美元，比1992年底增加了近5倍。2001年中国加入世界贸易组织，跨国企业在华投资稳定增长。中国经济进入新常态以来，中国庞大的市场和需求空间为跨国企业发展提供广阔的平台和机遇，跨国企业对中国的投资保持增长。²据商务部数据统计显示，2021年上半年，全国实际使用外资909.6亿美元，同比增长33.9%（不含银行、证券、保险领域），较2019年同期增长27.1%。其中，高技术产业实际使用外资同比增长39.4%。

¹ 本研究中的“跨国公司”指“外资跨国公司”。

² 商务部：商务数据中心，<http://data.mofcom.gov.cn/lywz/inmr.shtml>。

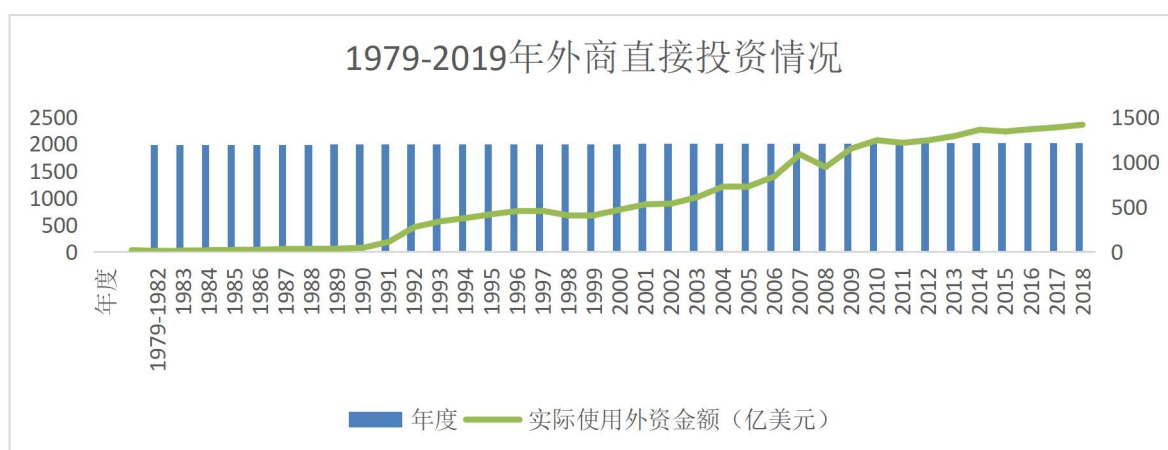


图1 1979-2019年外商直接投资情况

数据来源：中国商务部官网。

跨国企业从产业、技术、人才、税收等多方面促进中国的发展。改革开放以来，大量跨国企业和外国资本进入中国，外商投资呈现规模从小到大、行业领域从单一到多元、投资区域从沿海到内地的特点和趋势。从企业数量上来看，2001年至2019年，年均新增外商投资企业为3.3万家。得益于中国营商环境的进一步改善，2019年新增量达40888家（中国市场的成长，在获取利润的同时，也为中国的发展带来了有益的影响，见图2）。截至2019年，中国累计设立外资企业突破100万家。跨国企业对我国产业升级、技术进步、经济增长、财税收入、扩大社会就业、人才培养等发挥了重要作用。例如，在扩大就业方面，跨国企业提供了数以千万计的就业机会，同时，也增加了财税方面的收入。与此同时，跨国企业的发展和投资也推动了中国经济结构的调整，促进了区域经济发展，推动了区域产业结构变化，促使产业结构不断优化，加速了中国工业化进程，是中国新时代转型升级重要促进力量。

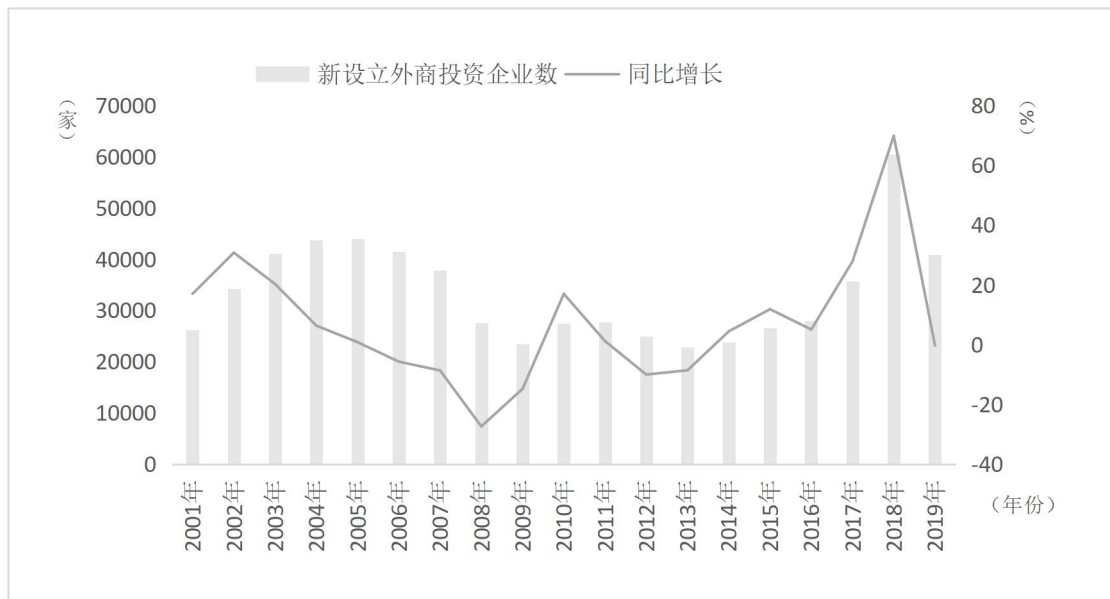


图2 2001-2019年中国新设立外商投资企业情况

资料来源：中国商务部网站。

（二）中美贸易摩擦和新冠疫情对跨国企业在华业务和全球经济带来不确定性风险

中美贸易摩擦、地缘政治风险叠加，导致在华跨国企业业务和全球经济发展放缓。一方面，紧张的中美贸易关系，对跨国企业在华经营产生了较大影响。例如，中美贸易摩擦对在华跨国企业供应链的影响较大。中国美国商会、上海美国商会和普华永道发布的《新型冠状病毒肺炎疫情影响下在华美资企业的供应链战略》调查报告显示，近一半受访者表示，中美经贸摩擦中互相征收关税已将其供应链相关的成本提高了10%，还有16%的受访企业成本增加了30%；中美贸易争端影响了90%美国企业的供应链，特别是在供应基地选择、风险管理和成本控制方面。³另一方面，2010年以来，全球经济进入了“后金

³ 中国美国商会，上海美国商会&普华永道：新型冠状病毒肺炎疫情影响下，在华美资企业的供应链战略，<https://www.pwccn.com/zh/consulting/supply-chain-strategies-under-impact-covid-19-large-american-compa>

融危机”的缓慢恢复期，总体呈复苏态势，但增速明显放缓。根据世界银行数据显示，2020年，全球GDP增长率同比下降了3.4个百分点。⁴（见图3）在地缘政治风险加大等国际背景下，全球经济运行环境严峻，可能引发20世纪30年代大萧条以来最严重的危机，将对世界经济造成空前且持续的影响。

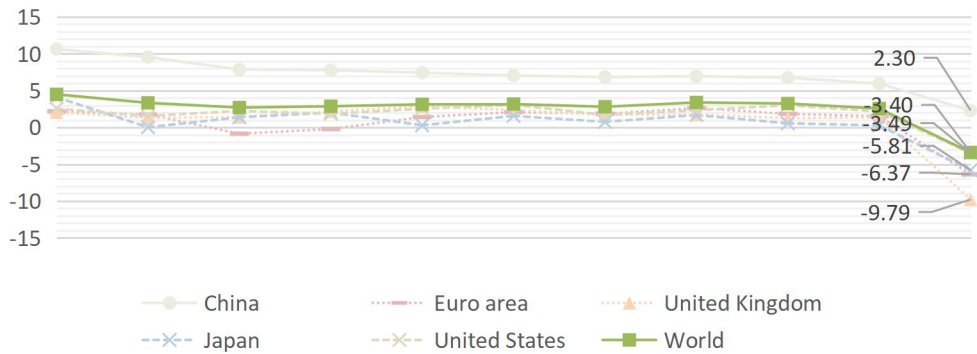


图3 2010-2020年世界及主要经济体GDP增长率

资料来源：世界银行官网，<https://data.worldbank.org/>。

新冠疫情的爆发对全球经济造成严重的冲击。2000年以来国际贸易取得了巨大发展，WTO数据显示，全球出口商品贸易总量从2000年的6.5万亿美元增长到2019年的18.9万亿美元，贸易全球化程度较高。近年来，由于主要经济体之间发生诸多经贸摩擦，国际贸易壁垒增多，全球贸易增长明显放缓。2019年全球贸易量较2018年减少0.5%，为2008年全球金融危机以来的首次下降。随着新冠肺炎疫情在全球范围的爆发，各国相继采取交通运输管制、限制人口流动等措施，使全球经贸环境更加严峻，为世界贸易带来进一步的冲击。CPB全球货物贸易指数显示，2020年4月贸易量环比下降12.2%，为连续第四个月下降，且下降幅度大幅增加。⁵世界贸易组织（World Trade Organization,

nies-operating-china-1.pdf.

⁴ 世界银行官网，2021年10月28日统计数据。

⁵ CPB: *World Trade Monitor May 2020*.

WTO) 的统计数据显示, 2020 年全年, 商品贸易下降 5.3%, 除少数洲 (地区) 以外, 商品贸易基本都处于下降趋势 (见表 1)。

表 1 商品贸易额和实际 GDP, 2017-2022^a (年变化百分比)

	2017	2018	2019	2020	2021P	2022P
世界商品贸易额^b	4.9	3.2	0.2	-5.3	8.0	4.0
出口						
北美洲	3.4	3.8	0.3	-8.5	7.7	5.1
南美洲 ^c	2.3	0.0	-2.2	-4.5	3.2	2.7
欧洲	4.1	1.9	0.6	-8.0	8.3	3.9
独立国家联合体 (CIS) ^d	3.9	4.1	-0.3	-3.9	4.4	1.9
非洲	4.7	2.7	-0.5	-8.1	8.1	3.0
中东	-2.1	4.7	-2.5	-8.2	12.4	5.0
亚洲	6.7	3.8	0.8	0.3	8.4	3.5
进口						
北美洲	4.4	5.1	-0.6	-6.1	11.4	4.9
南美洲 ^c	4.5	5.4	-2.6	-9.3	8.1	3.7
欧洲	3.9	1.9	0.3	-7.6	8.4	3.7
独立国家联合体 (CIS) ^d	14	4.1	8.5	-4.7	5.7	2.7
非洲	-1.7	5.4	2.6	-8.8	5.5	4
中东	1.1	-4.1	0.8	-11.3	7.2	4.5
亚洲	8.4	5	-0.5	-1.3	5.7	4.4
按市场汇率						
计算的世界 GDP	3.3	3	2.4	-3.8	5.1	3.8
北美洲	2.3	2.8	1.9	-4.1	5.9	3.8
南美洲 ^c	0.8	0.2	-0.7	-7.8	3.8	3
欧洲	2.8	2	1.5	-7.1	3.7	3.6

独立国家联合体 (CIS) ^d	2.3	2.9	2.1	-0.5	1	1.2
非洲	3.1	3.1	2.9	-2.9	2.6	3.8
中东	0.7	0.5	0.1	-6	2.4	3.5
亚洲	5.1	4.6	4.1	-1.1	6.1	4.1

a 2021 和 2022 年的数据为预测值

b 进出口额的平均值

c 指南美洲，中美洲以及加勒比地区

d 指独立国家联合体，包括某些关联方和前任成员国

资料来源：世界贸易组织官网，<https://data.wto.org/>。

（三）在华跨国企业开展社会责任实践活动，持续发挥中外相互沟通桥梁和纽带作用

新冠疫情和国际贸易放慢对各国整体经济发展都产生了不同程度的影响，各方利益相关者都需要一种正向积极引导力的协调和联结。新冠疫情所带来的全球经济危机和衰退严峻形势下，新兴市场和发展中经济体首次同时陷入经济衰退，对世界各国的经济发展造成了持续的影响。中美关系的不确定性和紧张的贸易关系，对跨国企业在华经营和供应链都产生了较大影响。从利益相关者的角度来看，在华跨国企业所开展的系列企业社会责任活动和实践，通过与多方利益者、社会公众、政府、消费者等相关者的可持续良性互动，在社会各界认可和支持的积极正向多类型活动中，推动社会各界相关利益者形成一种良性有效的互动和交流模式。可以说，跨国企业开展的社会责任活动，在全球共同面临的风险和挑战中发挥正向引擎作用，推动跨国企业和中国的可持续发展，创造更多新的发展机遇。

跨国企业社会责任实践活动搭建了中外友好沟通的桥梁。一方面，新冠疫情爆发以来，多国跨国企业在第一时间积极主动捐款捐物，充分展示了跨国企业的责任担当。除了在突发事件公共危机中主动发挥作用外，在教育扶贫和医疗捐赠等活动中也加强了与普通大众的互动和沟通，增进了公众对跨国企业的了解，为在华跨国企业创建了更有利的发展环境，增进跨国企业在华营商信心，在一定程度上也可以推动改善跨国企业在我国的营商环境。另一方面，在全球化经济不稳定发展常态化的背景下，面对错综复杂的国际形势和国内经济下行压力，跨国企业在华经营受经济波动明显。在此背景下，跨国企业积极开展的社会责任实践活动，积极搭建了广泛交流对话的平台，可以凝聚共同建设开放型全球经济的广泛共识，全面提升新发展阶段跨国企业合作共赢的伙伴关系，积极推进全球经济的融合与发展，从而有效践行多边主义，推动经济全球化朝着开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展。

二、研究方法

企业社会责任是指企业在创造利润、追求经济利益最大化的同时，根据自身战略规划和能力水平，对相关的社会事务践行应尽的社会责任，以最终实现企业与社会协同共赢发展。企业作为承担责任的主体需要根据自身发展需求，统筹设计与各利益相关者之间的关系。企业一般会优先选择对自身有一定帮助的专用性投资，并共同承担相应运行风险，在相互联系的过程中选择彼此相互影响的利益相关者来满足其更多的诉求，以使企业在获取利益的同时实现社会责任效应的最大化，满足企业生存发展需要。企业在不同的历史时期和不

同的发展阶段所承担的社会责任不同，一般可分为经济、法律、伦理和自愿或慈善四个层次。⁶在本报告中，主要依据社会契约理论、利益相关者理论、企业公民理论构建研究框架。

（一）理论基础

社会契约理论是指企业与社会之间的关系按照社会契约论的思路来构思。企业活动的每一个环节实际上都与社会存在着契约关系。例如，在销售产品的过程中，企业便与顾客订立了契约——顾客为产品或服务给付报酬，企业根据顾客的期望，提供与之相匹配的服务，一定程度上，这种互惠的契约建立起了企业与社会相互间的承诺和信任关系。⁷

利益相关者理论是支撑企业社会责任理论的主要依据。利益相关者理论起源于斯坦福研究所的一份备忘录，在该备忘录中，利益相关者被界定为“那些没有其支持组织便不复存在的各种集团”。从根本上讲，该理论的说服力在于其重视利益相关者，认为其与企业发展有非常大的关系，因为企业只有维护好利益相关者的利益才能更好地实现利润最大化的企业目标。当然，利益相关者理论最终的着眼点也是企业的利润回报。⁸

“企业公民”理论起源于20世纪50年代，但80年代后期开始流行。该理论认为，企业也是公民，与自然人没有本质区别，一样享受法律赋予的权利，

⁶ Carroll A B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance[J]. *Academy of Management Review*, 1979, 4(4): 497-505.

⁷ 李淑英. 社会契约论视野中的企业社会责任[J]. *中国人民大学学报*, 2007, {4} (02): 51-57.

⁸ 徐彬. 基于利益相关者理论的跨国公司企业社会责任问题研究[D]. 天津商业大学, 2013.

但同时也承担相应的义务与法律责任。因此，企业与其他公民共同形成社区。

⁹基于这一理论，一些研究认为，社会赋予企业生存的权利，让企业受托管理社会资源，那么，企业就应该为社会的更加美好而行使这项权利，合理地利用这些资源，而一个美好的社会不仅需要经济的繁荣，还需要政治的稳定、道德伦理的和谐，¹⁰因此，企业应该为创建稳定和谐的社会做出贡献。

（二）主要参考维度

从利益相关者理论来看，“利益相关者”理论扩大了公司的所有权，涵盖了包括股东，雇员、客户、供应商、债权人等与公司存在利益关系的各方的利益。而社会契约理论通过社会契约思维，企业对社会的义务可以非常清楚地勾画出来，即社会承担为企业的健康发展创造条件的责任，而企业则应对社会承担相应的责任。企业活动的每一个环节实际上都与社会存在着契约关系。

由此可见，企业社会责任与社会各方面的要素互相渗透、相互影响。由于跨国企业本身具有的“各国”属性，国别已有的多方面差异，为综合参考维度的选取带来了诸多困难，因此，选取在华跨国企业社会责任参考维度既要依据世界各国通用和认可的维度，同时基于我们现实发展的基本国情以及当前政治、经济、文化、教育等背景为依托，在充分保障客观性、可操作性的基础上，力图真实反应跨国企业在我国本土内践行的社会责任实践现状，并深入剖析跨国企业践行社会责任的具体成就及经验，最终从国际和国内双向认可的维度，

⁹ 霍季春. 企业公民：对企业社会责任的匡正与超越[D]. 中共中央党校，2008.

¹⁰ 郑琴琴，李志强. 中国企业伦理管理与社会责任感研究[M]. 上海：复旦大学出版社，2018（09）：第三章.

选取了最大程度满足各国跨国企业已有国别文化，又能充分体现中国本土化特征的社会责任综合维度，力图向公众呈现跨国企业在华践行社会责任的真实面貌。因此，基于前人研究结果以及利益相关者理论、社会契约理论、企业公民理论，本研究主要从抗疫责任、减贫责任、市场责任、教育责任、环保责任五大维度来综合参考。特别指出的是，由于2020年新冠疫情特殊的现况，我们把对新冠疫情等公共危机的应对、参与和贡献度也考虑到本研究的框架内。

1. 抗疫责任方面。2020年新冠疫情爆发，在华跨国企业广泛参与中国抗击疫情行动，为中国抗击疫情做出了巨大的贡献。课题组在参考2020—2021年在华跨国企业社会责任维度时，将抗疫责任纳入考察维度体系中，力求更全面地展示在华跨国企业社会责任践行情况。例如，在华抗疫投入资金的数额可以直接反应出企业在抗疫方面对社会的支持，也能客观体现跨国企业在华抗疫责任的落实。多数企业在资金支持方面表现较为积极，同时，除了直接的抗疫资金投入以外，跨国企业也积极捐助抗疫物资，保障疫情期间各医院的设备供应。新冠疫情期间，在华跨国企业积极开展企业社会责任活动，建设和完善企业社会责任管理体系，通过人员支持等多种方式向疫情爆发的地区进行支援，展现了负责任的企业公民形象；除了人力、物力、财力的投入以外，跨国企业针对疫情防控举办的相关活动也作为其开展抗疫责任的参考维度之一。因此，本报告的抗疫责任主要包括资金支持、物资支持、人员支持和活动支持等多方面。

2. 减贫责任方面。在全面打赢脱贫攻坚战役进程中，政府、市场、乡村上下合力，以精准务实，因地制宜、分类指导、精准施策的多元化模式，汇聚社

会资源，形成了共建、共治、共享的有效脱贫工作格局，聚焦教育、医疗、基础设施、社会保障等民生领域，推动了国家的发展进步。这其中，跨国企业也为我国减贫事业做出了重要贡献。例如，教育是减贫不可或缺的重要手段，各跨国企业为响应国家精准扶贫政策，积极践行企业社会责任，始终致力于教育精准减贫事业，为我国教育事业的发展提供了有力支持。尤其近年来，国家出台了医疗减贫相关的多项支持，有效地推进了社会事业的长期稳定进步，医疗等各项公共事业也都呈现了迅速发展的趋势。然而，在中国的很多落后地区，医疗仍然是社会进步中的短板，亟待弥补。¹¹基层医疗改善、切实提升基层服务仍急需政企之间开启务实合作，增强社会健康意识，为公众提供切实有效的医疗保障。综合来看，减贫责任主要包括医疗改善、基础设施建设、社会保障等维度。

3. 市场责任方面。市场责任是跨国企业在华践行社会责任的主要方面之一。在市场责任方面，一般来说主要表现为以下方面，比如，重视提供优质的服务，制定覆盖全生产业务的优质服务提升指标，重视客户反馈的处理效率、客户满意程度；注重供应商的管理和服务、商业道德、设备安全生产，给供应商更多的选择权利；关爱员工，实现个人与组织的共同成长，促使员工在工作中感受到幸福和快乐，提高工作效率。由此可以看出，企业的“市场责任”，最重要的就是企业自身的产品，包括产品质量的好坏，重视客户在使用产品过程中的体验，为客户提供的服务质量，以及不断完善产品质量管理体系等。因此，在本报告中主要参考了跨国企业在我国的产品质量与能效、消费者权益保

¹¹ 刘安方. 国家教育医疗扶贫补短板政策的价值与应用[J]. 企业改革与管理, 2017 (04) :216-217.

障、员工权益保障、践行政府责任、社区关系与社区建设等方面的情况。

4. 教育责任方面。教育责任是企业实现社会责任的重要途径，大力推动教育事业发展一直是跨国企业在华践行企业社会责任的重点之一。跨国企业通过致力于推动中国基础教育的完善与发展，积极推动社会弱势群体共享教育资源和教育成果，肩负责任以实际行动回馈社会，展现了企业的社会关怀与责任。教育责任方面主要包括开展教育活动、关爱特殊需求人士、儿童关爱与文化建设等维度。

5. 环境责任方面。企业的环境责任是指企业在追求利润最大化过程中，对生态环境保护和可持续发展所承担的社会责任。良好的生态环境和充足的自然资源是企业发展的前提条件，环境污染与生态破坏在一定程度上会阻碍经济的增长。为了保障可持续发展战略的实施，必须处理好环境保护和经济增长的关系，这也要求企业在寻求经济利益的同时，要始终将环境责任放在企业发展的首要位置。环境责任方面主要包括环保开支和投资、应对气候变化、生态保护、污染防治和节能减排等维度。

（三）数据来源

在华跨国企业调研对象的选择以《财富》杂志公布的“2020年世界500强”榜单为基础，按照全球营业收入选取前300家企业，剔除在中国没有经营业务的外资企业，再依据其在中国经营业务的深度、影响力和品牌知名度进行增补，锁定跨国企业社会责任调研目标名单。

本研究数据主要来自企业主动向社会公开披露的信息、媒体平台以及问卷

调研反馈的信息。主要包括民政系统公开的数据；各公益机构公开的数据；跨国公司年报公布的数据；各种媒体公开报道的数据；分项活动排行榜；2020/2021 年度企业社会责任报、2020/2021 年企业年报、企业单项报告及企业官方网站；外部权威媒体新闻报道等。考虑到评价的时效性，本年度的信息搜集截止日期为 2021 年 4 月 1 日。如果企业在此之前公开发布了 2020/2021 年度的企业社会责任报告、企业年度报告和企业单项报告，则纳入信息采集范围，否则不作为信息来源。企业官方网站的信息采集区间为 2020 年 1 月 10 日至 2021 年 4 月 1 日期间发布的消息。此外，本研究在对企业社会责任现状分析时，也考虑了企业的缺失行为和负面信息。在华跨国企业社会责任负面信息的来源不局限于社会责任报告、年报和官方网站，课题组还同时统计了新华网、人民网等权威媒体和政府网站的相关报道。

（四）跨国企业社会责任参考维度综合分析

综合运用分析工具，基于层次分析法（AHP）确定减贫责任、抗疫责任、产品责任、教育责任、环境责任五个维度的参考权重。为了更加全面、真实地反映跨国企业 CSR 实践情况，根据前期数据统计与资料分析，我们邀请了在践行企业社会责任方面做出较大贡献和取得了系列成果的世界 500 强外资企业参与调研，帮助提供 2020—2021 年度在华 CSR 相关资料、数据及案例，以丰富考量的素材，对跨国企业社会责任信息进行内容定性分析和定量分析；并根据专家头脑风暴、企业综合运营和收益情况以及失责行为等对初始分数进行调整，得到五大维度的综合分析结果。

三、2020—2021 年度在华跨国企业践行社会责任的阶段性发展特征

（一）减贫责任和抗疫责任是跨国企业重点践行的活动

纵观跨国企业在华社会责任的五个方面，在所有社会责任践行过程中，减贫责任和抗疫责任是众多跨国企业关注的重点。

抗疫责任方面。在疫情爆发的大背景下，多数跨国企业以大局为重，守望相助、联防联控、共渡时艰，将落实社会责任的重点转移至对疫情防控、社会正常运行的扶持上，为我国抗疫做出了重要贡献。具体来看，跨国企业践行抗疫责任的行动总体围绕资金、人员、物资、活动四方面来展开，但具体措施根据企业性质的不同而有所差异。例如，在 2020 年疫情爆发期间，Apple 与其他公司宣布联手推出一项方案，利用蓝牙技术帮助政府和卫生机构实现接触者追踪，减缓病毒蔓延，充分利用公司的研发优势为抗疫提供技术便利。

扶贫责任方面。2021 年 2 月 25 日，全国脱贫攻坚总结表彰大会上，习近平总书记庄严宣告：我国脱贫攻坚战取得了全面胜利。2020 年是我国脱贫攻坚战全面胜利的关键一年。这一年，虽遭遇疫情影响，我国依然如期完成新时代脱贫攻坚目标任务，提前十年完成联合国 2030 年可持续发展议程的减贫目标。2020 年，新冠肺炎疫情爆发对中国经济和企业经营产生了深远影响。整体来看，受全球疫情冲击，国际贸易投资萎缩，全球经济发展的宏观环境急剧恶化，跨国企业的经营业绩普遍受到波折，但在华跨国企业依然积极参加公益活动，积极服务于国家脱贫攻坚以及乡村振兴战略，助力完成了我国消除绝对贫困的艰巨任务。

（二）绿色环保、谋求可持续发展成为跨国企业关注的重点

党中央国务院高度重视循环经济的发展，《国务院关于加快发展循环经济的若干意见》明确了我国循环经济的发展方向和重点任务。而多数在华跨国企业也积极响应国家的号召，调查资料显示，除了积极参与疫情防控外，当前大部分跨国企业将环境保护纳入企业发展的重点规划中，高度重视发展循环经济，打造绿色产业链，“节能减排、污染防治、共同可持续发展”逐渐成为在华跨国企业关注的重点。

细分跨国企业性质来看，互联网企业相比于其他企业，具有直接消耗化石燃料较少、碳排放较低的发展特点。在此基础上，在华跨国企业经营者仍积极开展低碳经济，塑造“绿色企业”形象，以此不断增强竞争优势和获取更大的社会效益。在产品设计、研发的每个环节，企业秉承绿色环保、低碳经营理念，注重设备改进、工艺流程优化，将绿色与企业成长融为一体。以微软为例，2020年1月，微软宣布，到2030年将实现碳负排放，到2050年，微软还将从大气环境中消除部分碳排放，总量为自1975年公司成立以来的碳排放量总和，其中包括直接排放或因用电产生的碳排放。而在国内，微软也正尝试借助技术，助力相关产业健康发展。

（三）跨国企业社会责任活动受经济波动影响明显，常态需求更强

近年来，跨国企业社会责任活动对于社会发展的良性作用受到更多关注，公众对于跨国企业社会责任常态化的制度化需求与日俱增。然而，实现社会责任与企业经营良性并行发展仍然是当今跨国企业未来发展的重要课题。特别是

疫情爆发以来，全球经济持续面临严峻考验，跨国企业社会任意愿受经济波动影响，在不同程度上有所下降，跨国企业在华开展的社会责任活动也随之下滑。在应对疫情过程中，跨国企业认识到保障公众信任是企业成功运营的核心，而持续开展企业社会责任活动对企业自身品牌声誉的提升具有积极作用。因此，跨国企业在企业发展战略中，把开展企业社会责任纳入到企业长期发展规划中，并健全相关监督机制保障社会责任的开展。与此同时，也积极关注自身企业在华经营现状，充分考虑其在华开展社会责任的障碍，助力其在华经营环境的改善。

（四）跨国企业立足中国经济发展战略，促进企业全球化发展

课题组调研资料显示，近年来，越来越多的跨国企业在华积极主动响应国家宏观发展战略，促进企业全球化发展进程。习近平总书记在十九大报告中指出，中国将积极促进“一带一路”国际合作，努力实现政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通，打造国际合作新平台，增添共同发展新动力。国际形势复杂多变、不确定因素增加的背景下，中国秉持共商共建共享的理念，搭建平等互利的平台合作真正惠及每一个参与者。“一带一路”倡议凝聚更加广泛的合作共识，为世界经济复苏注入了新动力。越来越多的在华跨国企业立足国家、地方发展战略，加强战略对接、规划对接、机制平台对接，增强了共建“一带一路”的国际感召力。同时，除了响应国家战略，在华跨国企业还结合当地战略，适时调整企业发展战略以融入当地经济发展，从而有效扩大当地影响力，占领市场份额。

四、2020—2021 年度在华跨国企业社会责任 30 强推荐

我们通过对国际标准、宏观政策、行业政策、企业战略、员工关注点、媒体和公开资料等进行分析，主要从减贫责任、抗疫责任、市场责任、环境责任、教育责任 5 个方面，综合推荐出“2020—2021 年度在华跨国企业社会责任 30 强推荐榜”，具体见表 2。

表 2 2020-2021 年度在华跨国企业社会责任前 30 强推荐

企业名称
大众汽车集团（中国）
安达保险有限公司
金光纸业（中国）投资有限公司
雀巢（中国）有限公司
正大投资股份有限公司
耐克股份有限公司
苹果电脑贸易（上海）有限公司
微软（中国）有限公司
宝马集团
三星（中国）投资有限公司
美国雅培（中国）公司
香港太古集团有限公司
戴姆勒股份公司
强生（中国）投资有限公司
上海罗氏制药有限公司
通用电气（中国）有限公司
达能（中国）食品饮料有限公司
思爱普（中国）有限公司

宝洁（中国）有限公司
安利（中国）日用品有限公司
思科公司
西门子集团
阿斯利康制药有限公司
高通公司
飞利浦（中国）投资有限公司
雅诗兰黛（上海）商贸有限公司
通用汽车中国
霍尼韦尔（中国）有限公司
沃尔沃汽车集团
凯德集团

纵观前 30 强跨国企业，涉及了电子产品及电子元件制造业、家用电器制造业、交通运输设备制造业、医药生物制造业、工业化学品制造业、机械设备制造业等多领域，来自美国、德国、法国、瑞典、瑞士、荷兰等多国别。跨国企业在践行社会责任中涉及了多方面，例如，捐款、捐物资、人员支持、组织活动等，其中，总体捐赠额基本都超过了 1200 万元，同时，又涉及了多领域、多项目、多活动，例如，抗击疫情、教育活动、扶贫支持、医疗健康、环境保护等，其中，抗击疫情是众多跨国企业积极践行社会责任的主要方面，大部分跨国企业在抗击疫情中都有参与，其次是扶贫支持，在扶贫中也投入了财力和物力，并与自身经营的主营业务相关联，利用自身企业发展的优势，参与多方面的活动。同时，还可以看出，跨国企业在选择公益项目时，一般选择与自身企业的发展定位、目标具有一定的相关性，所采取的公益方式具有多样化特性，

采用技术、设备、产品和资金投入等多种并行的公益方式，但大部分活动与企业自身发展特征、性质等具有很大的相关性，使公益与自身产品、公益与产品宣传有机地结合起来。

1 大众汽车集团（中国）

2021年起，大众汽车集团（中国）通过灯塔项目“青年大会”，为中国下一代的教育成长贡献自己的力量。疫情期间，针对中国地区出现新型冠状病毒感染肺炎疫情，作为中国市场销量最大的汽车集团，大众汽车集团与旗下各大品牌捐资 1.2 亿元人民币，用于抗击疫情。其主要贡献体现在抗击疫情、教育扶贫/公益、生态保护、扶贫支持等方面。

大众汽车集团总部位于德国沃尔夫斯堡，是欧洲最大的汽车公司。大众汽车集团（中国）目前在上海、长春、大连等多地设厂。截至 2019 年底，包括合资企业在内，大众汽车集团（中国）拥有员工超过 10 万人。一直以来，大众品牌在中国汽车销售榜上年年名列前茅。未来，一汽-大众将致力于建设高品质的全体系企业社会责任，在运营、行业、产品、员工、生产环境和社会公益 6 个维度完成全面提升，履行“促人、车、社会和谐”的使命，实现“成为中国企业社会责任典范企业”的发展目标。

2 安达保险有限公司

2020 年 2 月，为保障包括新冠疫苗在内的新药尽快研制，降低研发风险，安达保险于 2 月 3 日向国内医药研发企业及机构直接捐赠 1 亿元人民币(每个企业捐赠限额不超过 300 万元人民币)且不设免赔额的“人体临床试验保险”保障。在药物研发初期的关键时刻，充分发挥商业责任保险的保障功能，助推

新型冠状病毒感染的肺炎新药尽快问世。其主要贡献体现在抗击疫情方面。

安达（Chubb）是全球跨国上市财产和责任保险公司。公司关注客户在中国市场的各种风险管理需求，凭借全球资源和本地经验，致力提供量身定制的保险解决方案。安达参与中国保险市场的历史可追溯至 1897 年，当时北美洲保险公司（INA）在上海指定了保险代理人，成为首批在中国开展业务的美国保险公司之一。

3 金光纸业（中国）投资有限公司

金光集团 APP(中国)于 2020 年 1 月 29 日宣布向中国华侨公益基金会捐款 1 亿元人民币和价值 35 万元的清风卫生湿巾，用于抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情，第一时间响应了中国侨联于 2020 年 1 月 26 日向海内外侨胞发出的向疫区捐赠款物的倡议，为爱国华侨企业心系祖国、抗击疫情、积极捐赠做出了表率。其主要贡献体现在抗击疫情、教育活动方面。

金光集团（Sinar Mas Group）由印尼知名华人黄奕聪先生于 1962 年创立，现有数百家法人公司，拥有员工 15 万名，资产约 200 多亿美元，曾被世界著名财经杂志《福布斯》评为印尼第一大财团。本着永续经营的理念，金光集团 APP 一向重视企业与社会和环境的特定关系，努力保护自然，善尽社会责任。同时，APP 始终不忘积极推动社会回馈计划，积极协助政府与社区的各类工作，累计在华各类捐助已超过 1.99 亿元，2004 年获《福布斯》“中国慈善榜”外资企业第二名，2005 年获胡润百富中国慈善榜第一名。APP 希望通过引入世界领先水平的设备和技术，以及规模化的生产方式，以期促成中国纸业从传统向现代化的革新；同时，通过自身的环保实践，将绿色纸业观念引入中国，为中

国纸业的可持续发展做出应有贡献。

4 雀巢（中国）有限公司

自新型冠状病毒肺炎疫情爆发以来，雀巢大家庭始终心系为抗击疫情奋战的工作人员，不断从全国各地调配各类营养补给产品，第一时间送到包括医务工作者在内的各类工作人员手中。雀巢携旗下惠氏营养品、徐福记、银鹭、太太乐、云南大山一道，向包括中国红十字基金会等各慈善机构、各地医疗机构、疾控中心等防疫一线单位捐款捐物超过 8,000 万元。雀巢人以实际行动向奋战在抗疫第一线的工作人员致以最崇高的敬意。其主要贡献体现在抗击疫情、儿童关爱方面。

总部位于瑞士的雀巢集团，是世界上最大的食品公司，在中国有着悠久的历史。雀巢是最早进入中国的外商之一，对中国有着坚定的承诺。雀巢专注于确保员工及其家人的安全，并在所有雀巢经营场所实施保护措施。在此次疫情中，雀巢与中国人民同在，努力确保旗下营养食品和饮料的广泛、优质供应，充分利用自身长期积累的“营养、健康、幸福生活”的经验，一起携手，为战胜疫情而奋斗。

5 正大投资股份有限公司

公开资料显示，正大集团实际捐款捐物 6332 万元，向 28 个省市自治区进行了捐赠，支援各地抗击新冠肺炎疫情。此外，正大集团在此次支援中国抗击新冠肺炎疫情行动中还减租让利超 1 亿元，主要是上海正大广场和卜蜂莲花超市，通过减租让利帮助集团的合作伙伴共克时艰、共渡难关。其主要贡献体现在抗击疫情方面。

正大集团始终坚持“人才第一、以人为本”理念，认为“人才是最珍贵的企业资源”，强调人才经营高于企业经营，实行人才“三高”策略（高素质、高待遇、高绩效）。中国实行改革开放后，正大集团积极响应中国政府的号召，率先进入中国投资，并始终坚守“对国家有利、对人民有利、对公司有利”的“三利”原则。作为一家进入中国 40 多年的泰国华人企业，总是在人民最需要时，积极主动承担社会责任。

6 耐克股份有限公司

2020 年，新冠疫情的爆发为全球各地带来了前所未有的挑战。面对疫情，耐克积极应对，通过运动的力量支持员工、所在社区以及全球各地被疫情所影响的人。期间，耐克基金会与耐克投入超过 3,000 万美金，帮助世界各地抗击疫情。在中国，耐克向中国青少年发展基金会以及相关合作伙伴捐款 200 万美金，主要用于支持湖北省抗疫前线，采购医疗物资以及提供疫后恢复支持。同时，耐克还通过为全球前线医护人员提供满足他们需求的装备支持抗疫工作，总计捐赠了价值 570 万余美金的 14 万多件产品。其主要贡献体现在抗击疫情、教育扶贫方面。

耐克公司总部位于美国俄勒冈州波特兰市。公司生产的体育用品包罗万象，例如服装、鞋类、运动器材等。是全球著名的体育运动品牌。公司将在帮助孩子们“动起来”、可持续发展以及提升社会平等与包容性等领域取得更大进展，通过运动的力量帮助更多人释放潜能，推动行业以及世界更好发展。

7 苹果电脑贸易（上海）有限公司

疫情期间，苹果公司（Apple Inc.）成立新冠肺炎援助基金，基金共 5000

万元，分为紧急救援阶段和长期援助阶段资金项目。第一期紧急救援阶段资金为 2000 万元，用于援助湖北 6 家新冠肺炎定点救治医院。在环保责任领域，Apple 致力于引领保护地球的行动，应对气候变化并保护我们所有人的共享资源，Apple 副总裁、大中华区董事总经理葛越表示，与本地的合作伙伴携手，我们正在帮助保护中国的绿水青山，造福子孙后代。其主要贡献体现在抗击疫情、环保投资、扶贫支持、教育活动/捐赠等多方面。

苹果公司（Apple Inc.）是美国一家高科技公司。由史蒂夫·乔布斯、史蒂夫·盖瑞·沃兹尼亚克和罗纳德·杰拉尔德·韦恩（Ron Wayne）等人于 1976 年 4 月 1 日创立，总部位于加利福尼亚州的库比蒂诺。2015 年 1 月 28 日相关报道显示，苹果公司 2014 年第四季度首次成为中国智能手机市场最大厂商。苹果无论是出货量还是市场占有率上，多年在中国与国际市场上占据绝对的领先地位，并持续致力于与本地合作伙伴携手，共赴社会责任。

8 微软（中国）有限公司

2020 年 1 月 26 日，微软中国宣布向湖北省红十字基金会捐赠 100 万人民币专项资金，用于疫情防控和疾病治疗。同时，公司组织员工捐款，并联合合作伙伴共同为疫情防控部门持续提供云计算、数据分析及人工智能等技术支持。此后，又于 2 月 12 日，微软宣布发起包含现金捐款，及微软产品、服务和解决方案在内的第二批捐赠，累计捐赠总额超过 4578 万元人民币，全力支持抗击新型冠状病毒疫情。这第二批捐赠包括来自微软公司、大中华区及美国总部员工的现金捐款与公司配捐共 478 万元，还包括总值超过 4000 万元的产品、服务和解决方案，全力支持前线医院和医疗工作者，鼎力支持企业用户、

学生、教育工作者及合作伙伴。其主要贡献体现在抗击疫情、扶贫支持、教育活动、低碳活动等多方面。

微软作为最早一批进入中国市场的国际企业，植根中国已经近 30 年，在本土运营方面积累了丰富的经验。通过自身经验和技术支持，微软能够帮助海外企业更好地了解中国，为中国市场带来别样的精彩。作为一家负责任的技术企业，微软的使命是予力全球每一人，每一组织，成就不凡。微软在中国拥有超过 17000 家合作伙伴，与本土生态系统紧密合作，让技术创新得以更好地服务于各行各业的数字化转型，帮助大家以更灵活、有韧性的业务创新，战胜困境，赢得机遇。为了创造人类共同的美好未来，微软将矢志不渝地努力前行。

9 宝马集团

宝马中国、华晨宝马向中国教育发展基金会捐款 1000 万元人民币作为启动资金，共同宣布成立中国教育发展基金会宝马爱心基金。自 2020 年起，宝马中国与华晨宝马每年将向宝马爱心基金捐赠 1000 万元，以加大宝马中国与华晨宝马在中国企业社会责任的投入。自 1 月中国社会暴发新冠肺炎疫情以来，BMW 以抗击疫情的社会实际需求为出发点，先后发起 3 次捐款，累计捐赠 3500 万元帮助中国社会抗击新冠疫情。其主要贡献体现在抗击疫情、教育捐赠方面。

宝马集团的悠久历史始于 1916 年，总部位于德国慕尼黑，在全球 12 个国家拥有 22 个生产和组装厂，员工总数达 10.6 万人。作为当今世界最成功和效益最好的高档汽车及摩托车生产商，宝马集团几年来连续创造新的销售纪录。进入中国以来，宝马坚持践行企业社会责任的同时，更通过宝马爱心基金平台，

有效凝聚和带动了各方力量的广泛参与。截至 2020 年底，已有 250 多家经销商合作伙伴以及超过 10 万名车主、员工参与宝马企业社会责任活动，各地爱心车主还在 18 个城市自发成立了 19 家爱心车主俱乐部，形成全国联动的公益网。宝马爱心大家庭成员在“行有道，爱无界”的号召之下携力回馈社会，为需要帮助的地区和人群送去了持久的帮助和支持。

10 三星（中国）投资有限公司

一直以来，中国三星格外关注员工自我价值的提升，将社会责任培训纳入员工的日常培训体系中，并通过设立员工公益团带领全体员工进行扶弱济困等多领域公益实践。三星组织公益团成员积极参与中国疫情防控工作，并在疫情爆发后第一时间捐款 3000 万人民币及医疗物资用于疫区前线疫情防控。其主要贡献体现在抗击疫情、扶贫支持、环保投资、志愿者活动等多方面。

三星是韩国的知名公司之一，是韩国最大的企业集团三星集团的简称，该集团包括 44 个下属公司及若干其他法人机构，“世界最受尊敬企业”企业之一的三星在全世界 68 个国家拥有 429 个据点 23 万员工，业务涉及电子、金融、机械、化学等众多领域。

11 美国雅培（中国）公司

在抗击新冠肺炎疫情的关键阶段，雅培中国于 2020 年 2 月 20 日宣布追加捐赠价值超 1300 万元的医学营养和儿童营养品，为奋战在一线的医护人员及其子女，和受新冠肺炎感染的儿童病患提供全面的科学营养支持。此前，雅培第一批捐赠的 1810 万元现金和医疗物资均已送达一线。至此，雅培为抗击疫情已累计捐赠超过 3100 万元。其主要贡献体现在抗击疫情、教育活动、医疗

健康等方面。

雅培公司（ABBOTT LABORATORIES）作为全球医疗健康行业领导者，帮助人们在生命各阶段生活得更美好。雅培为生命健康带来前沿科技，领先产品遍及诊断、医疗器械、营养品、药品等医疗健康领域。雅培在中国拥有超过 6,000 多名员工，总部位于上海。雅培不断推动预防、诊断和治疗领域的创新突破，致力于通过改变生命的前沿科技和产品。预见医疗科技的变革，以满足各地亟需的医疗健康需求，助力“健康中国”。

12 香港太古集团有限公司

2020 年 1 月 27 日，太古集团宣布，面对新型冠状病毒感染的肺炎疫情严峻态势，决定向中国红十字会总会紧急捐款人民币 1000 万元，专项用于抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情。同时，太古集团透过旗下的“太古集团慈善信托基金”拨款超过 1200 万元，以支援抗疫工作，有关款项将分别拨捐圣雅各福群会及香港社会服务联会，协助社区共同抗疫。此外，太古集团旗下公益事务部门太古集团慈善信托基金，展开社区计划「信望未来」计划，该计划于 2020 年 9 月再额外拨款 1400 万元，在食物及卫生、家庭健康，以及共建社会资本三方面，支援弱势社群。其主要贡献体现在抗击疫情、教育活动两方面。

太古集团是一家高度多元化的环球集团，主要业务包括地产、航空、饮料及食物链、海洋服务和贸易及实业，旗下核心业务多设于亚太区，其中中国香港和中国内地一向为太古业务的主要营运地。太古的亚洲业务由集团旗下上市公司太古股份有限公司持有。

13 戴姆勒股份公司

2020年疫情伊始，戴姆勒集团（Daimler AG）旗下公司梅赛德斯-奔驰于1月26日就宣布了首笔1000万元资金的捐赠。在国家卫健委、民政部的指导下，紧急驰援抗疫。随后，在中国青基会的协助下，梅赛德斯-奔驰仅3天内就落实了800万元捐赠款项的拨付，并与执行机构建立进度更新机制，每48小时进行进度更新，全面追踪物资采购、资质核验、分配运输、医院接收等环节。2月份，随着抗疫进入关键阶段，旗下星愿基金又再增捐2000万元。其中除了分配各省的资金援助，还包括对2所打工子弟学校和3所奔驰希望小学在疫情援困救助。仅在会泽县梅赛德斯-奔驰希望小学，星愿基金2020年就资助了265名因疫致困的学生。其主要贡献体现在抗击疫情、环保投资方面。

1926年6月，戴姆勒公司与奔驰公司合并成立了戴姆勒-奔驰汽车公司，以梅赛德斯-奔驰命名的汽车，是高质量、高性能的汽车产品最完美的代表。除了高档豪华汽车外，戴姆勒公司还是世界上最著名的大客车和重型载重汽车的生产厂家。

14 强生（中国）投资有限公司

2020年1月23日，强生中国迅速响应，决定向中国红十字基金会捐款人民币100万元，以及捐助价值2600万人民币的紧缺医疗防护物资，用以采购武汉市各家医院前线医护人员所需的防护服、口罩、消毒液等医疗设备，保护医护人员，更好地救治更多病患，以实际行动践行“我们的信条”。其主要贡献体现在抗击疫情、儿童关爱方面。

作为全球医疗健康行业的领军企业之一，强生以信条为指引，持续为促进全球人类健康福祉而努力创新。作为负责任的世界公民，强生还积极回馈社会

和社区，支持更完善的医疗保健服务，帮助人们拥有更健康的生活。此前强生公司和强生基金会已经承诺，将在 10 年内总计投资 2.5 亿美元，用于一线医护工作者的招聘、培训和发展等工作，以加强全球卫生系统。

15 上海罗氏制药有限公司

疫情爆发后，罗氏第一时间行动起来，支持政府和各级医疗卫生机构共同抗击新型冠状病毒。罗氏制药携手罗氏诊断共同通过中国人口福利基金会，首批紧急捐赠总额超过 430 万元现金和物资。此后，罗氏制药启动了全球供应链资源，尽全力采购和调配紧急医疗防护物资，并追加捐赠价值近 600 万元的医疗物资。截止目前，罗氏已经累计捐赠的现金、药品及物资总额已超过 2400 万元。此外，罗氏配捐 1 元爱心基金，直至达成 100 万元的配捐目标。所有善款将纳入爱佑慈善基金会下的“罗氏儿童义走专项计划”，为全国范围内符合条件的血液病及肿瘤患儿提供医疗救助。其主要贡献体现在抗击疫情方面。

上海罗氏制药有限公司成立于 1994 年，在致力于自身业务发展的同时，上海罗氏积极参与并支持中国的健康事业发展，长期与国内知名科研机构联手，开展相关疾病的基因研究项目。在肿瘤、肝炎、移植等疾病领域支持中国的临床中心参加国际性的多中心临床研究，为了促进国内移植中心开展相关的临床研究，加强肾移植病人的长期随访工作，为今后国内的器官共享奠定基础，上海罗氏启动了移植随访管理系统，并同时建立了移植随访管理协作委员会，至今全国已有 25 家关键的移植中心加入其中。

16 通用电气（中国）有限公司

疫情初期，通用电气（GE）即宣布捐助价值 2000 万元的医疗物资及现金，

支持武汉疫区抗击新型冠状病毒肺炎疫情。GE 的捐助包括 1000 万元专项资金，根据相关政府部门发布的疫区短缺医疗物资信息，GE 专项资金将主要用于在全球范围内采购医用口罩、护目镜、防护服等疫区各医疗机构急需的防护物资，并尽快调配到疫区。同时，GE 已向武汉红十字基金会确认捐助价值 1000 万元的医疗设备，用于支持疫情诊治工作。其主要贡献体现在抗击疫情、环保投资方面。

通用电气公司，即美国通用电气公司（General Electric Company，简称 GE，创立于 1892 年，又称奇异公司，NYSE: GE），是世界上最大的提供技术和服务业务的跨国公司，总部位于美国波士顿。自从托马斯·爱迪生创建了通用电气公司以来，GE 在公司多元化发展当中逐步成长为出色的跨国公司，业务遍及世界上 100 多个国家，拥有员工 315,000 人。早在 1906 年，GE 就开始发展同中国的贸易，是当时在中国最活跃、最具影响力的外国公司之一。

17 达能（中国）食品饮料有限公司

疫情期间，达能先后通过中国红十字基金会等公益机构捐赠了累计近 2300 万余元款物，包括价值 1509 万元的脉动维生素饮料、218 万医学营养品、2 万个医用口罩、505 万元现金用于支援战斗在第一线的医务人员和街道办人员等，包括向一线建设雷神山医院的工人，小榄镇当地的医务人员、公安民警等进行产品捐赠，全力支持他们开展防控疫情工作。其主要贡献体现在抗击疫情方面。

达能集团总部设于法国巴黎，是一个业务极为多元化的跨国食品公司，集团的业务遍布六大洲、产品行销 100 多个国家。同时，为了进一步推动饮食与

健康革命，并为达能所有利益相关方创造卓越的、可持续的盈利性价值，达能设立了与联合国 2030 年可持续发展议程一致的 2030 九大目标，并成为首家引入“Entreprise à Mission”（使命驱动型企业）治理框架的法国上市企业。达能以“通过食品，为尽可能多的人带来健康”为企业使命，并已将与之对应的社会环境目标写入企业章程。公司拥有高效、负责且包容的运营方式，致力于成为首批获得全面共益企业认证的企业之一。

18 思爱普（中国）有限公司

在疫情期间，思爱普（SAP）捐赠总值超过 1500 万元人民币的软件产品和配套服务，帮助武汉及湖北地区中小企业，建立数字化体系，实现灾后重建。此外，还将追加超过 300 万元人民币现金捐赠。截至目前，SAP 为抗击疫情累计捐助总额已超过 2000 万元，充分展现出了 SAP“在中国、为中国”的企业社会责任担当。其主要贡献体现在抗击疫情、绿色数字公益、教育活动、环境保护等多方面。

SAP 是企业应用软件市场的佼佼者，致力于帮助各行各业、各种规模的企业实现卓越运营：全球 77% 的交易收入都与 SAP 系统有关。借助机器学习、物联网和领先的分析技术，SAP 能够帮助客户转型为智慧企业。SAP1972 年从德国起家，1995 年走进中国，44 万客户遍布 180 个国家，客户覆盖 92%的《福布斯》全球企业 2000 强。

19 宝洁（中国）有限公司

自疫情暴发以来，宝洁中国团队每天都与公益组织一线合作伙伴保持联络，时刻准备提供力所能及的帮助。宝洁携旗下品牌共同支援湖北抗疫，捐款

捐物累计超过十批，价值共计 1947 万元人民币。疫情期间，宝洁中国加快了步伐为公众健康贡献力量，并将希望小学项目主题升级为“播种健康新希望”，在乡村普及“宝洁快乐健康课”，教授洗手、戴口罩等防疫知识，帮助孩子们培养健康习惯。其主要贡献体现在教育捐赠、抗击疫情方面。

宝洁公司始创于 1837 年，是世界上最大的日用消费品公司之一。每天在世界各地，宝洁公司的产品与全球一百六十多个国家和地区消费者发生着四十亿次亲密接触。一九八八年，宝洁公司在广州成立了在中国的第一家合资企业—广州宝洁有限公司，从此开始了其中国业务发展的历程。宝洁大中华区总部位于广州，在广州、北京、上海、成都、天津、东莞及南平等地设有多家分公司及工厂，员工总数超过七千人，在华投资总额超过十七亿美元。

20 安利（中国）日用品有限公司

疫情爆发后，安利公司立即响应，继 2020 年 1 月 23 日捐赠价值首批 100 万元物资后，1 月 31 日再度向武汉市慈善总会紧急捐赠第二批价值 1000 万元的通用防疫物资，用于抗击新冠肺炎疫情。此后，随着疫情防控进入常态化，全国多地中小学和幼儿园陆续迎来返校复课。安利（中国）日用品有限公司联合中国下一代教育基金会，为湖北省十堰市捐赠 2800 台空气净化器，覆盖当地 163 所学校、近 6 万名学生，用于开学复课后的疫情防护工作。此次捐赠总计价值 2600 万元。其主要贡献体现在抗击疫情方面。

1995 年，安利（中国）正式成立。经过 22 年的发展，目前安利（中国）经营区域已遍布全国 31 个省区，中国也成为了安利全球最大的市场。安利重视在中国的社会责任建设，在 2011 年捐资 1 亿元人民币发起设立全国性非公

募基金会。基金会以“汇聚爱心，传递温暖，促进人与社会的和谐发展”为宗旨，核心目标是帮助中国贫困儿童获得公平发展的机会，着重关注贫困儿童的营养和教育两大领域。自安利公益基金会成立以来，累计筹款 40659 万元，累计公益支出 32328 万元。

21 思科公司

面对突如其来的新型冠状病毒疫情，思科大中华区及时响应，迅速调配资源，捐赠总价值达 1000 万元人民币的远程医疗高清视频及 Meraki 网络产品，帮助湖北、北京、上海等地区疾控部门和医疗机构开展与一线隔离区的远程医疗会诊和应急通信保障。此外，思科基金会联合壹基金、中国妇女发展基金会和中国扶贫基金会，开启针对新型冠状病毒疫情的专项配比基金捐款活动。思科员工通过此项目捐献的每一元钱，思科基金会都将同步进行等额捐助，配比捐献总额高至一百万美元。其主要贡献体现在环境保护、抗击疫情、低碳活动方面。

思科公司是全球领先的网络解决方案供应商。思科正在致力于为无数的企业构筑网络间畅通无阻的“桥梁”，并用自己敏锐的洞察力、丰富的行业经验、先进的技术，帮助企业把网络应用转化为战略性的资产，充分挖掘网络的能量，获得竞争的优势。思科制造的路由器、交换机和其他设备承载了全球 80% 的互联网通信，成为硅谷中新经济的传奇。过去 20 多年，思科几乎成为了“互联网、网络应用、生产力”的同义词，思科公司在其进入的每一个领域都成为市场的领导者。

22 西门子集团

疫情期间，西门子中国与西门子医疗中国共同宣布，为抗击新型冠状病毒疫情，将向中国捐赠价值 1500 万元人民币的西门子医疗设备。与此同时，西门子还鼓励员工自愿捐款，积极展开援助行动。与此同时，西门子医疗德国总部集结全球资源，调用最优化的洲际货运航班，优先全力保障中国的移动 DR 设备需求。西门子工程师在武汉宣布“封城”之际仍深入疫情第一线，以确保设备的安全抵达和及时装配。此外，西门子先进的配电设备正在为建设中的武汉第二座应急医院——雷神山医院的电力运行提供支持。其主要贡献体现在环境保护、教育活动/扶贫、抗击疫情、特殊人群公益活动等多方面。

德国西门子股份公司创立于 1847 年，是全球电子电气工程领域的领先企业。西门子自 1872 年进入中国，140 余年来以创新的技术、卓越的解决方案和产品坚持不懈地对中国的的发展提供全面支持，并以出众的品质和令人信赖的可靠性、领先的技术成就、不懈的创新追求，确立了在中国市场的领先地位。疫情爆发后，西门子中国与西门子医疗中国为中国抗击新型冠状病毒疫情提供支持。公司各业务集团众志成城，采取了积极行动。

23 阿斯利康制药有限公司

新冠疫情在武汉暴发后，2020 年 1 月 24 日，阿斯利康捐款 100 万人民币用于抗疫，后来又在第一时间，号召党员们、员工进行捐款，募集了 266 万元援助前线。在物资最急需的前期，他们还把库存的 1 万多个医用口罩捐给了 10 家在湖北的医院；雷神山、火神山医院刚成立时，根据医院提供的药品清单，阿斯利康免费捐赠了价值 500 万元的药品，后又追加了价值 100 万元的药品。其主要贡献体现在抗击疫情、医疗健康活动方面。

阿斯利康是全球领先制药公司,由前瑞典阿斯特拉公司和前英国捷利康公司于 1999 年合并而成。阿斯利康总部位于英国伦敦,研发总部位于瑞典。产品销售覆盖全球 100 多个国家和地区。阿斯利康在全球 20 个国家有 29 个生产基地,致力于为全球客户提供安全、有效、高质量的产品。阿斯利康在全球拥有 67,000 余名员工,从事医药产品和医疗服务的研发、生产和销售业务。阿斯利康被列入道琼斯可持续发展指数(全球)以及显示企业良好社会责任度的富时社会责任指数 (FTSE4GoodIndex)。

24 高通公司

2020 年 1 月 29 日,高通 (Qualcomm) 及联发科技 (MediaTek) 宣布,将向新型冠状病毒感染的肺炎疫区捐款、捐物资。其中,高通将向中国相关组织捐款 700 万元人民币,联发科技将向武汉东湖高新区政府捐赠价值 1000 万元人民币的医疗相关物资。其主要贡献体现在抗击疫情、扶贫支持方面。

高通公司创立于 1985 年,总部设于美国加利福尼亚州圣迭戈市。高通公司是全球 3G、4G 与 5G 技术研发的领先企业,目前已经向全球多家制造商提供技术使用授权,涉及了世界上所有电信设备和消费电子设备的品牌。高通的客户及合作伙伴包括全世界知名的手机、平板电脑、路由器和系统制造厂商,其骁龙移动智能处理器是业界领先的全合一、全系列移动处理器,具有高性能、低功耗、逼真的多媒体和全面的连接性。

25 飞利浦(中国)投资有限公司

国难当前,受到疫情的影响,医疗前线物资紧缺,医务人员面临着巨大的危险。飞利浦基金会宣布,将通过武汉市青年发展基金会捐助 1500 万元的物

资，包括医疗设备及空气净化器，帮助中国抗击疫情。据飞利浦基金会介绍，此次紧急捐赠包括用以快速确诊病情的 CT、用于快速评估肺炎并发症，并能实现院内及跨院高清互联，进行危重病例远程会诊的超声解决方案、用于重症护理与监护的无创呼吸机和患者监护设备、实施急救护理的除颤仪以及用于病房及医护人员办公室空气过滤及除菌的飞利浦空气净化器。其主要贡献体现在扶贫支持、抗击疫情、公益讲座/义卖活动方面。

飞利浦早在 1920 年就进入了中国市场。1985 年设立第一家合资企业。飞利浦已成为中国电子行业最大的投资合作伙伴之一，累计投资总额超过 34 亿美元，在中国建立了 35 家合资及独资企业，在全国设有 60 多个办事处，共有 19,000 多名员工。2002 年飞利浦因在华营业额和出口创汇额在全国外商投资企业双双排名第一位而获中国外商投资企业协会颁发的年度“双高企业特殊贡献奖”。2003 年公司经营业绩持续增长，营业额达到 75 亿美元，在华国际采购额达到 38.3 亿美元。

26 雅诗兰黛（上海）商贸有限公司

在新冠肺炎疫情期间，雅诗兰黛集团多方“抗疫”，三次驰援。2020 年 1 月 26 日，雅诗兰黛集团宣布捐款 200 万元人民币，支持抗击新冠肺炎。2 月 7 日，雅诗兰黛集团决定追加捐款 300 万元人民币。3 月 8 日，雅诗兰黛集团宣布捐赠价值 1000 万元人民币的护肤用品。这些护肤用品来自雅诗兰黛集团旗下所有护肤品牌，包括：雅诗兰黛、海蓝之谜、倩碧、悦木之源等。截至 2020 年 3 月，雅诗兰黛集团累计现金及物资 1500 万元人民币的捐赠，均已落到实处。其主要贡献体现在教育活动、抗击疫情方面。

成立于 1946 年，如今的雅诗兰黛集团傲居世界高端化妆品行业领先地位，生产和营销高品质的护肤、彩妆、香水和护发产品。在对中国市场强烈信心的助推下，雅诗兰黛集团再次重申中国承诺。1993 年进入中国，27 年间，雅诗兰黛集团始终伴随中国市场成长。

27 通用汽车中国

新型冠状病毒肺炎疫情爆发后，上汽通用汽车在第一时间伸出援手。截止目前，上汽通用汽车向武汉捐赠的款项已达 800 万元。此外，通用汽车（中国）也在第一时间宣布捐赠 500 万元。据了解，上汽通用汽车继首次向武汉市捐赠 500 万元后不久，再次向上汽通用汽车武汉分公司所在的江夏地区追加捐赠 300 万元，全力驰援武汉地区抗击疫情。其主要贡献体现在抗击疫情、扶贫支持、支持科研方面。

通用汽车公司进入中国已超过 80 年，该公司在中国的员工约 9,000 人。通用汽车公司在中国的目标是：充分运用自己广泛的业务网络，将技术、客户服务及创新完美结合，从而为中国消费者提供高质量的汽车产品和服务。通用汽车公司在中国开展业务一贯遵循以下五大原则：1、承诺在中国长期发展，并建立和保持一种对通用汽车、中国和人民均为有利的合作关系。2、广泛涉足整车和另部件的生产、销售、设计与测试等领域。3、积极参与技术交流活动，保持技术领先。4、致力于培养中国员工的管理水平与专业技能。5、将中国业务融入其全球网络，以确保为中国市场提供最高质量的产品和服务。

28 霍尼韦尔（中国）有限公司

疫情爆发后，霍尼韦尔价值两百万美元物资紧急就位湖北和西安。武汉东

湖新技术开发区新型肺炎疫情防控指挥部已经签收公司捐赠的 50 万 KN95 口罩，3000 台霍尼韦尔空气净化器已经送达湖北各地的 50 家医院。此外，霍尼韦尔火灾自动报警及广播设备、视频监控等设备已经运抵正在建设中的西安版“小汤山”医院-西安市公共卫生中心。其主要贡献体现在抗击疫情方面。

霍尼韦尔总部位于美国新泽西州莫里斯镇，始创于 1885 年，在华历史可以追溯到 1935 年在上海开设的第一个经销机构。霍尼韦尔秉持深耕中国谋求长期发展的理念，以本土创新推动增长。在业务发展的同时，霍尼韦尔还通过“家园建设计划”(Honeywell Hometown Solutions)这一独特的全球公益项目，积极关注家庭安全与安防、科学和数学教育、人道主义援助等领域的社会和社区需求，通过科技的力量践行公益，携手各界共建一个更安全、更舒适、更节能的美好“家园”。

29 沃尔沃汽车集团

疫情发生后不久，沃尔沃汽车（亚太）投资控股有限公司即宣布，将通过上海市医药卫生发展基金会成立抗击新型冠状病毒专项资金，首批 100 万捐助定向支持上海市公共卫生临床中心的新型冠状病毒发病机理、临床救治研究、疫苗研发以及关联药物的研制，为从根本上防止病毒蔓延做出努力。此外，沃尔沃汽车在上海市医药卫生发展基金会的指导下，向上海市公共卫生临床中心以及部分上海市三甲医院捐赠了 1000 万人民币的医疗应急物资和医疗设备，急其所需为医疗机构对疫情的预防与治疗保驾护航。同时，沃尔沃高度重视经销商所有员工的健康与安全，沃尔沃汽车还紧急调集了价值 100 万人民币的防护物资，包括护目镜、口罩等，帮助疫情高发地区的经销商更好地应对疫情。其

主要贡献体现在抗击疫情、关爱特殊人群活动方面。

沃尔沃（Volvo），瑞典著名豪华汽车品牌，曾译为富豪。该品牌于1927年在瑞典哥德堡创建。沃尔沃集团于1994年在北京设立首个中国办事机构。集团旗下所有业务领域和服务部门都已进入中国，业务覆盖全国二十二个省市自治区，在华雇员人数约为六千人。中国成为继瑞典总部以外拥有集团旗下全部业务的“本土”市场。沃尔沃集团在中国市场二十年的耕耘发展使得沃尔沃品牌已经深深根植于中国，积累了300多家经销合作伙伴，为创造最大化客户价值提供完善的全面解决方案。

30 凯德集团

新型冠状病毒肺炎疫情发生以来，凯德全国各项目快速行动，积极采取防范措施，并建立了严格的报告及应急处理机制，以尽力保障顾客、住客、租户、员工等的身体健康和安全。凯德集团宣布捐赠1000万元人民币设立[为明天·为健康]公益基金，为抗击疫情、守护健康贡献一份力量。本次捐赠由凯德旗下公益基金——凯德希望基金出资，由中国扶贫基金会协助执行。其主要贡献体现在抗击疫情、扶贫支持方面。

凯德集团是亚洲知名的大型多元化房地产集团，总部设在新加坡，并在新加坡证券交易所上市。集团业务遍及全球30多个国家的230多个城市，以新加坡和中国为核心市场，并不断开拓印度、越南、澳大利亚、欧洲和美国等市场。凯德集团于1994年进入中国，中国是集团的两大核心市场之一。经过二十多年的发展，凯德已在中国40多座城市拥有/管理200多个项目。凯德致力于创新性地构建和实践综合体战略，以契合新型城镇化的趋势，实现社会、企

业、个人的可持续发展，与中国共成长。

五、推动跨国企业社会责任实践良性发展的对策

对政府的建议

（一）对积极践行社会责任的在华跨国企业给与支持和奖励

一是倡导社会各界对积极践行社会责任的在华跨国企业提供持续的正向支持和鼓励。对积极开展社会责任并发布企业社会责任报告的在华跨国企业，建立相应的激励机制，在专项经费投入、税收政策减免、社会声誉提升等方面给予适当的激励和倾斜。二是鼓励在华跨国企业积极参与“产教融合型企业”认定，让企业充分感受到产教融合的“高”社会关注程度，认识到开展社会责任活动对产业发展的重要性，激发其作为重要主体的责任意识，并将开展社会责任作为创新发展的重要战略措施。三是充分发挥主流媒体的作用，对主动开展社会责任且成效显著的企业进行宣传报道。

（二）重视文化差异和社会责任实践本土化工作，推进在华跨国企业社会责任披露信息向更加国际化、规范化方向发展

由于跨国企业自身国别文化中的差异性，在华跨国企业向公众披露的社会责任信息比较分散，在统计中带来诸多不便，建议在充分重视国别文化差异基础上，推动在华跨国企业社会责任披露信息在本土化基础上，更加注重国际化和规范化。一是引入企业社会责任国际标准，引导在华跨国企业在向公众披露

社会责任信息时，参照国际标准，形成完整系统的社会责任实践披露信息体系。二是各领域积极参与跨国企业社会责任实践信息披露体系的建立，在参考国际标准基础上，尝试建立立足本土化的社会责任信息公开体系。

（三）完善、制定针对跨国企业社会责任实践活动的考量体系

目前，商务部在外贸外资协调机制下专门建立了重点外资项目工作专班，并在官网开设“外资企业服务”专栏，为推动跨国企业及重点外资项目反映各项难题与障碍，设立了有效沟通渠道。以上举措表明我国在稳住外资基本盘的重要指示精神下，愈加重视在华跨国企业营商环境的建设。但从现有体制、机制来看，仅对跨国企业需承担的社会责任作了原则性的规定，而未对跨国企业的社会责任具体实践活动如何考量进行有效规范。又由于我国各领域涉及跨国企业社会责任实践的相关法律法规比较分散，在规范和考量跨国企业践行社会责任方面存在一定的漏洞，不能客观向公众展示跨国企业所践行的社会责任活动。因此，主管部门应引入企业社会责任国际标准，加强对企业社会责任的引导，形成完整系统的社会责任实践考量体系、机制、法律法规体系等。如，修订完善相关法律法规中与跨国企业社会责任相关的内容，建立对在华跨国企业社会责任客观公正的考量体系。

（四）建立跨国企业社会责任网络共享平台，为自身协同发展搭建沟通渠道

跨国企业具有维护社会安全、公共环境、参与社会诚信建设以及参与社会协同治理等多方面责任。因此，跨国企业之间在开展社会责任活动过程中，需要一个整合、集成、优化各类资源，包含基础设施、设备和信息等诸多要素、

环节的支持平台，实现资源的整合与重构，推进社会责任资源共享。因此，搭建跨国企业社会责任网络共享平台，可以解决目前社会责任实践中价值共创效率低下、资源闲置、信息不对称、供需人脉不连通、社会信用体系缺乏等诸多障碍。第一，实现共享平台信息的公开化，为共享平台参与者信息分享提供交流渠道，帮助参与其中的跨国企业实现价值共创的最大化。第二，随着社会责任共享网络与社会信用体系的相互促进作用日趋加剧，平台企业与相关部门开放共享数据，提高跨国企业社会责任活动开展水平。第三，跨国企业在开展领域内社会责任时，不同企业之间可以整合资源解决后勤物资乏力，人员物资不联通等障碍。

（五）关注跨国企业中反映的突出问题，增强跨国企业开展企业社会责任实践的信心

长期以来跨国企业在中国开展了在教育支持、医疗健康、减贫活动、环保等多领域的社会责任实践活动，积极贡献自己的力量。跨国企业社会责任实践活动的开展，离不开在华经营业务的良好发展和运转。因此，应重点关注跨国企业在华的发展现状和面临的问题，尤其在新冠肺炎疫情全球蔓延、世界经济低迷的大背景下，在华跨国企业在发展中面临着人流物流循环不畅、产业链上下游复工不同步等突出问题，应引起国家、地方政府的关注和重视，密切关注跨国企业在华营商所面临的切实障碍，以更高效率、更好的服务、更优的营商环境促进在华跨国企业的发展，进而不断促进在华跨国企业社会责任实践活动的开展。在解决跨国企业面临现实问题基础上，不断增强跨国企开展社会责任

实践活动的信心。

对跨国企业的建议

（六）主动对接国家规划，重视企业社会责任本土化工作的开展

跨国企业积极开展社会责任，积极参与社会基础设施建设、社会诚信建设与社会协同治理建设的行为，对企业塑造和宣传品牌具有重要作用。

由于国别文化自身的差异，跨国企业在开展社会责任实践活动时，基本会按着本国的方式选择开展范围、开展对象和方式等，这可能与本土的文化和需求有较大的差异。因此，跨国企业在开展社会责任实践活动时，在尊重国际原则和本国文化基础上，也要充分关注国别文化的差异，把企业社会责任实践活动的开展与国家整体规划相结合。首先，在制定企业社会责任计划时，在充分了解国家整体规划和地方发展需求基础上，把国家和地区的发展规划纳入到整个企业社会责任计划中，促进选择的社会责任实践活动能够最大化的满足本土的发展需求。其次，完善企业社会责任沟通和宣传机制。本土化工作的顺利开展，离不开有效的沟通和宣传，跨国企业可以通过定期发布企业社会责任报告、社会实践活动公示、实践活动综合总结等方式，向公众充分展示开展企业社会责任活动的全貌，同时扩大企业社会责任信息公开、宣传、沟通的范围，不断完善本土化工作。

对中国企业走出去的建议

（七）借鉴在华跨国企业在华开展社会责任的经验，在“走出去”过程中积极对接当地情况践行社会责任

在华跨国企业积极践行的社会责任实践，一方面，促进了跨国企业与中国公众、消费者、政府等社会各界的广泛联系和交流，帮助公众更好的了解和认识跨国企业，在一定程度上提升了企业的品牌效应；另一方面，在华跨国企业在开展社会责任实践获得品牌自身影响力提升的同时，也为全球贸易竞争大变局下不同国家之间的沟通和交流，发挥了一种积极正向的联结作用。因此，中国企业“走出去”过程中，可以积极主动学习在华跨国企业在社会责任实践中积累的经验。一是从多方面、多角度积极开展公益活动，在海外针对不同国家的国情和发展状况，采取差异化的公益项目，建立与海外国家、公众、政府友好沟通的桥梁。二是依托自身经营的业务，向有需要的国家提供产品支持和服务，在社会责任活动和公益项目中，提升企业的品牌效应，加强与公众的品牌沟通。三是在新冠疫情特殊时期，在流动性减弱的大环境下，通过在海外开展系列社会责任活动，加强与当地政府、企业、公众等沟通和交流，为国与国之间友好沟通搭建桥梁，充分发挥海外企业正向积极的联结作用。

对社会团体的建议

（八）智库、商会等非政府组织发挥规范引导、交流平台的作用

为促进跨国企业在华积极参与和开展社会责任活动，智库、商会非政府组

组织可以充分发挥其规范引导、交流平台的作用。一是对在华跨国企业社会责任年度报告的编制提供规范。智库、商会等非政府组织应积极推动在华跨国企业完成在华企业社会责任报告编写指南，提出规范要求、组织认定和评价等，并根据中国的国情发展，定期修改企业社会责任报告编写指南。其次，智库、商会等非政府组织探索通过定期发布在华跨国企业中国区社会责任年度报告等活动，一方面，推进在华跨国企业社会责任网络信息的公开化、透明化以及全面化，向公众充分展示跨国企业在华的社会实践活动，提高公众对品牌的认可度；另一方面，建立和完善跨国企业社会责任实践过程中的沟通体系，形成政府、社会公众、公益组织、企业等多主体共同沟通机制，及时反馈跨国企业社会责任实践活动及营商环境等方面面临的问题，持续推进跨国企业社会责任实践活动的良性发展。

参考文献:

1. 王辉耀、苗绿:《中国企业全球化报告(2014)》,社会科学文献出版社2014年版。
2. 王辉耀、苗绿:《中国企业全球化报告(2015)》,社会科学文献出版社2015年版。
3. 王辉耀、苗绿:《中国企业全球化报告(2016)》,社会科学文献出版社2016年版。
4. 王辉耀、苗绿:《中国企业全球化报告(2017)》,社会科学文献出版社2017年版。
5. 王辉耀、苗绿:《中国企业全球化报告(2018)》,社会科学文献出版社2018年版。
6. 王辉耀、苗绿:《中国企业全球化报告(2020)》,社会科学文献出版社2020年版。
7. 本刊编辑部,杜娟.在华跨国公司的责任实践责任共生[J].WTO经济导刊,2013(05):24-31.
8. 晋文婧.“国潮”何以潮?[N].安徽日报,2021-06-11(010).
9. 汤霞.跨国公司在我国社会责任缺失探析[J].法制博览(中旬刊),2014(07):116-117.
10. 郑琴琴,李志强.中国企业伦理管理与社会责任感研究,2018.9,复旦大学出版社:第三章。
11. 李淑英.社会契约论视野中的企业社会责任[J].中国人民大学学报,2007,(4)(02):51-57.
12. 徐彬.基于利益相关者理论的跨国公司企业社会责任问题研究[D].天津商业大学,2013.
13. 霍季春.企业公民:对企业社会责任的匡正与超越[D].中共中央党校,2008.
14. 刘安方.国家教育医疗扶贫补短板政策的价值与应用[J].企业改革与管理,2017(04):216-217.
15. 武志勇,杨晨曦.基于利益相关者理论的企业社会责任和企业绩效文献研究综述[J].对外经贸,2016(08):117-120.
16. 唐更华,史永隽.企业公民理论视角下的企业社会责任观[J].广东行政学院学报,2009,21(06):88-91.
17. 赵天燕,张雪.我国企业社会责任评价指标体系的构建及其应用研究[J].财贸研究,2012,23(06):139-145.
18. 李玉梅,桑百川.中国外商投资企业营商环境评估与改善路径[J].社会科学文摘,2018(12):46-48.
19. Carroll A B. “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance.” Academy of Management Review, 1979, 4(4): 497-505.
20. 《Apple 提速在中国的可再生能源工作,已超越2千兆瓦清洁能源生产目标》,Apple,2020.3.31,
<https://www.apple.com.cn/newsroom/2021/03/apple-accelerates-renewable-efforts-in-china-surpassing-goal-of-two-gigawatts-of-clean-energy/>.
21. 《苹果发布企业社会责任报告:展现负责任企业态度》,环球网科技,2019.7.5,

- https://www.sohu.com/a/325002115_162522?scm=1002.46005d.16b016c016f.PC_ARTICLE_REC_OPT.
22. 《助力中国教育创新，索尼为山区儿童提供编程套件及课程》，中国经济新闻网，2020.12.23，
<http://www.cet.com.cn/wzsy/cyzx/2739948.shtml>.
 23. 《施耐德电气：与时间竞速 紧急援建武汉雷神山、火神山医院》，新浪财经，2020.2.12，
<http://wx.h2o-china.com/news/303043.html>.
 24. 《西门子医疗：民盟“天使工程”助力医疗扶贫》，中国周刊，2020.12.17，
<https://www.163.com/dy/article/FU3A53NI05507SXD.html>.
 25. 《微软发布碳排放计算工具 并承诺 2030 年实现碳负排放》，CNMO 新闻，2020.7.22，
<https://tech.sina.com.cn/roll/2020-07-22/doc-iivhuipn4475944.shtml>.
 26. United Nations. Sustainable Development Goals[EB/OL]. (2021) [2021-7-16]. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/zh/sustainable-development-goals/>.
 27. 《助脱贫谋振兴 高通和扶贫基金会启动“智慧农业”项目》，中国日报网，2020.6.11，
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1669162415491340891&wfr=spider&for=pc>.
 28. 《康宝莱捐赠“移动医院服务包”，助力青海乡村公共卫生振兴》，新华网，2021.7.28，
<http://www.xinhuanet.com/food/20210728/29bf50bcff744b6bad1dc4f61a0ac0e7/c.html>.
 29. 《巴斯夫携手中国科学院签署创新合作协议 加强中国化工行业的人才培养》，贤集网，2020.12.29，
https://www.xianjichina.com/special/detail_468417.html.
 30. 《高通：成功实现“2030 年企业责任愿景”的首批重要里程碑》，DoNews，2021.2.3，
https://www.sohu.com/a/448515754_100106801.
 31. 《2019-2020 康宝莱中国企业社会责任报告》，
<https://www.herbalife.cn/channel/index/259>.
 32. 《2019-2020 默克中国可持续发展报告》
 33. 《巴斯夫携手中国科学院签署创新合作协议 加强中国化工行业的人才培养》，贤集网，
https://www.xianjichina.com/special/detail_468417.html.
 34. 2018 中国国际学校发展报告——质量保障和学生评价 第四章 国际主流学生评测系统[A]. 新学说国际教育研究院. 2018 中国国际学校发展报告——质量保障和学生评价[C]. :北京新学说文化传媒有限公司,2018:18.
 35. 《本田 2020 企业社会责任报告》，
https://www.ghac.cn/CSR/2021/06/CSR_Report.pdf?20210618.
 36. 《Qualcomm 中国企业责任报告 2020》
<https://www.qualcomm.cn/media/documents/files/QualCommzh->

ong-guo-qi-ye-ze-ren-bao-gao-2020.pdf.

37. 《apple 环境进展报告》https://www.apple.com.cn/environment/pdf/Apple_Environmental_Progress_Report_2021.pdf.
38. 《索尼可持续发展报告 2020》https://www.sony.com.cn/content/dam/sonyportal/csr/images/report/CSR_Report2020.pdf.
39. 《苹果发布企业社会责任报告：展现负责任企业态度》，环球网，2019-07-05，https://www.sohu.com/a/325002115_162522?scm=1002.46005d.16b016c016f.PC_ARTICLE_REC_OPT.
40. 《施耐德电气：与时间竞速紧急援建武汉火神山、雷神山医院》，新浪财经新闻，2020.2.12，<http://wx.h2o-china.com/news/303043.html>.
41. 《中国外资统计公报 2020》，中华人民共和国商务部，2020.11.5 <http://images.mofcom.gov.cn/wzs/202012/20201230152644144.pdf>.
42. 《助力中国教育创新，索尼为山区儿童提供编程套件及课程》，中国经济新闻网，2020-12-23，<http://www.cet.com.cn/wzsy/cyzz/2739948.shtml>.

本报告由 CCG 课题组研究完成。课题组成员及分工：全球化智库 (CCG) 主任王辉耀指导，研究员李薪茹、郑金连、张伟完成撰写，研究员于蔚蔚、侯少丽、吴梦启、刘宏、刘宇、唐蓓洁、任月园、高云雪、赵占杰，CCG 实习生刘一帆、赵迅、黄琳对本报告亦有贡献。

注：文中首页图片来自百度 360 百科。

相关 CCG 报告





以全球视野，为中国建言；以中国智慧，为全球献策

全球化智库（CCG）是中国领先的国际化社会智库，成立于2008年，总部位于北京，在国内外有十余个分支机构和海外代表，拥有全职智库研究和专业人员百余人，致力于全球化、全球治理、国际经贸、国际关系、人才国际化和企业国际化等领域的研究，也是国内外官产学各界人士政策交流互动的平台。

CCG 是被联合国授予“特别咨商地位”的唯一中国智库。

CCG 拥有国家颁发的博士后科研工作站独立设站资质，是唯一拥有该资质的社会智库。CCG 是中联部“一带一路”智库联盟理事单位，财政部“美国研究智库联盟”创始理事单位，中央人才工作协调小组全国人才理论研究基地，人社部中国人才研究会中国国际人才专业委员会所在地。

CCG 在注重自身研究人员培养的同时，形成了两百余名由海内外杰出专家学者组成的国际研究网络，持续以国际化的研究视野，在中国与全球化发展相关研究领域开展领先研究。CCG 参与推动和影响了诸多国家发展和全球治理的政策，积极发挥社会智库的民间交流与“二轨外交”作用，发展成为思想创新和观点交锋的思想库，世界理解中国、中国了解世界的重要窗口。

中国北京市朝阳区光华路7号汉威大厦西区15层（100004）
电话：86-10-65611038
传真：86-10-65611040
网址：www.ccg.org.cn



以全球视野，为中国建言；以中国智慧，为全球献策

成立十余年来，CCG 已成为推动全球化的重要智库。在世界最具权威性的全球智库评价报告美国宾夕法尼亚大学《全球智库报告 2020》中，CCG 位列全球顶级智库百强榜单第六十四位，连续四年跻身世界百强榜单，也是首个进入世界百强的中国社会智库，并在国内外多个权威智库排行榜单评选中均被评为中国社会智库第一。



LinkedIn

<https://www.linkedin.com/company/7439095>



Twitter

@CCG_org



Facebook

CCGthinktank

中国北京市朝阳区光华路 7 号汉威大厦西区 15 层（100004）

电话：86-10-65611038

传真：86-10-65611040

网址：www.ccg.org.cn