

通过构建合作伙伴关系__推动社会发展 How to build social partnerships to drive social development



Office of Social Innovation



PHOTOGRAPH BY DANIEL PEPPER



社会伙伴 Vs. 传统慈善观念



战略CSR/社会运营战略协助解决价值述公益整合

1. 伦理研究：动物试验/GMO
2. 产品安全
3. 原材料的保护
4. 回收利用

1. 财务报告活动
2. 政府相关活动
3. 信息透明
4. 游说规范

1. 安全工作环境
2. 多样性和歧视
3. 医疗保健及福利
4. 薪酬/解雇政策

1. 贿赂、童工、血钻石
2. 特殊进口产品的使用如动物皮毛
3. 自然资源的使用

降低外溢社会成本/增加附加价值？

不是传统慈善捐款，更强调

战略CSR / 战略公益

交通影响
比如：气体排放、拥堵、伐木林道）

1. 气体排放、废料
2. 生物多样性、生态影响/有毒物质
3. 能源、水的使用
4. 员工安全、劳工关系

1. 包装使用和处理
2. 交通影响

1. 营销、广告如儿童
2. 定价，如：价格歧视、反竞争定价
3. 顾客隐私

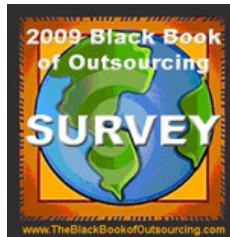
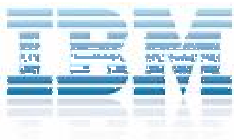
1. 废旧产品的处理
2. 易耗品的处理（比如：电动机润滑油、打印油墨）
3. 顾客的隐私

战略CSR营运优势 PK 傳統慈善观念

传统慈善

公益行善會增加營運成本、降低利潤，四大阻礙因素，

1. 每季业绩目標
2. 短期成本管控、
3. 投資報酬率难量化
4. 企業文化不支持



战略CSR優勢

决策者

- ❖ 54%的受访者表示，CSR为公司带来竞争优势并创造营收。
- ❖ 降低动辄数以千万计的危机「或有成本」，及证券市场价值重挫

消费者

- ❖ 08年九国5000位消费者调查，70%的受访者愿意付公益品牌形象价差/包括中国

采购者

- ❖ 针对12万位采购决策者调查，43%将供货商环保纳入甄选

投资者

- ❖ 麦肯锡年调查，投资人愿意支付溢价给治理较佳企业，差18%
- ❖ 高盛07年发表报告，CSR优异的企业，证券平均高出25%

以战略CSR/社会伙伴 协助解决上述公益挑战

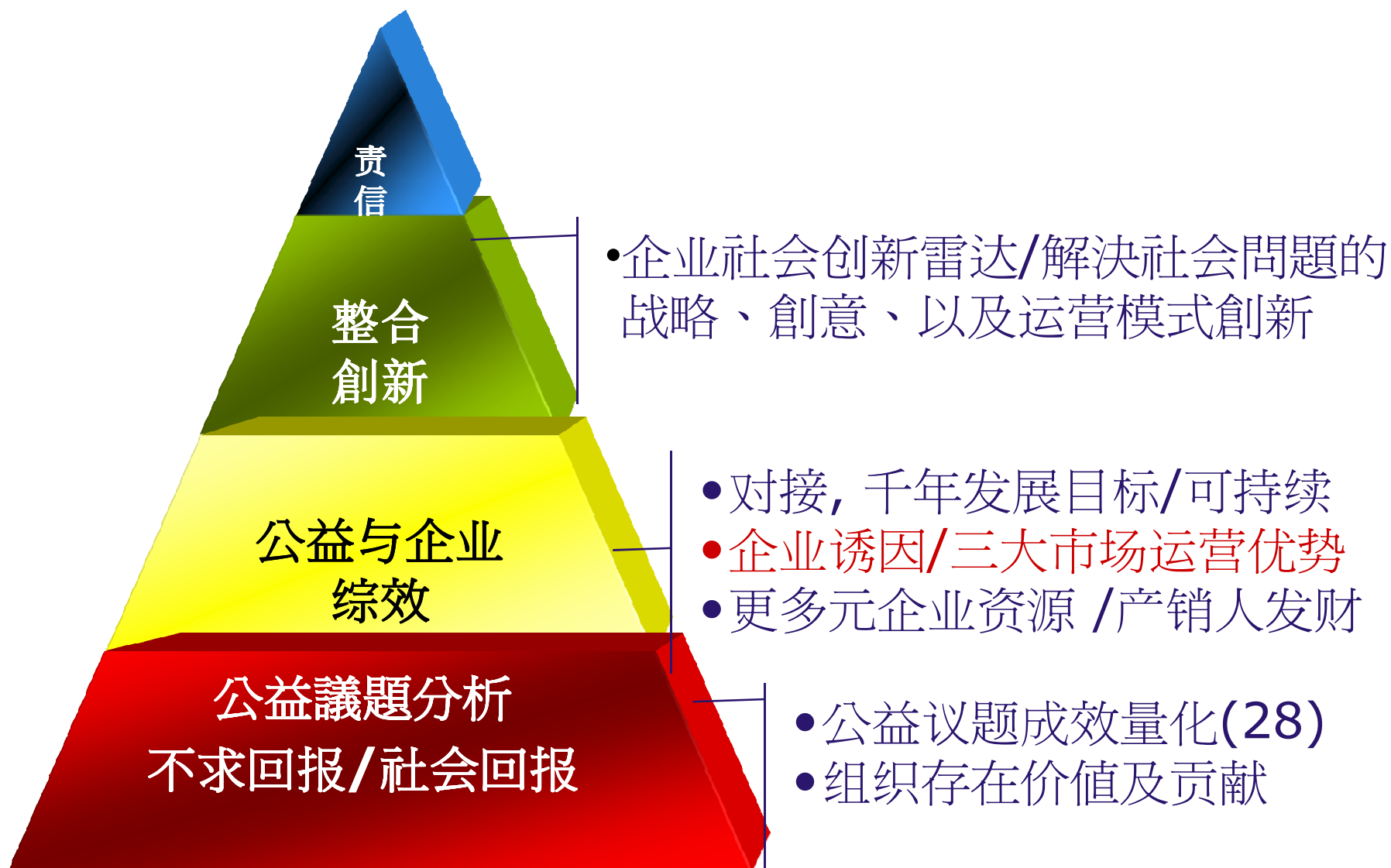


社会伙伴各自的独特价值及整合综效

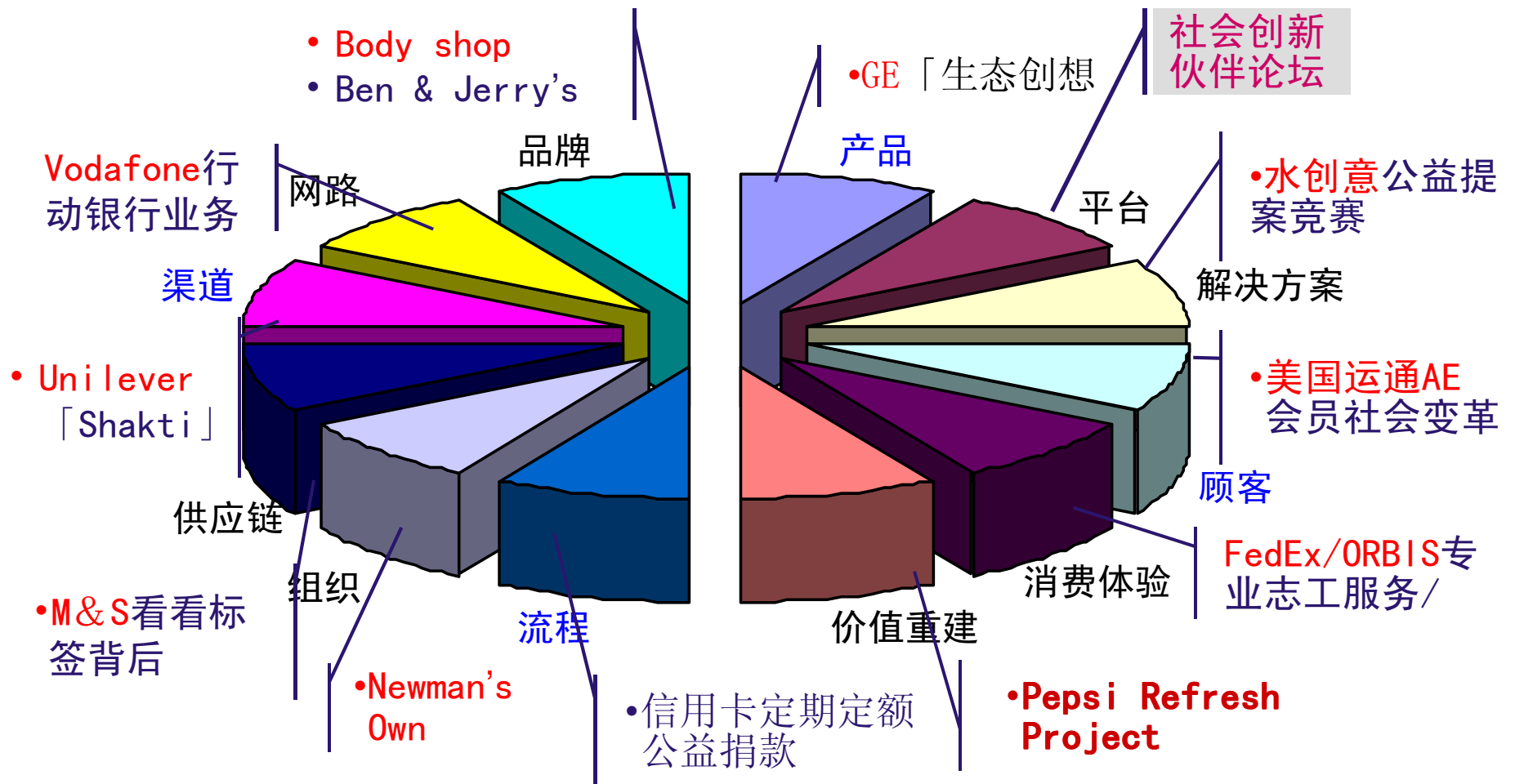


1. 政企學社各有專業價值, 整合可產生社會發展綜效,
2. 要解決社會發展問題, 首要推動**戰略CSR**, 一方面是**管理企業社會成本**, 環保消安
3. 另一方面是, 要的**不仅是钱**, 更要人要腦/產品營銷等營運資源,
4. 以**社會伙伴行動**促成更多企業與公益的融合創新

强化社会夥伴的战略



企业社会创新雷达



中国社会组织/非公募基金會發展挑戰

社会组织44万/上千家公募/05年非公募

非公募基金会10年达1000家/预计超公募

项目机构专业化

社会创新/更好效益

可持续发展挑战

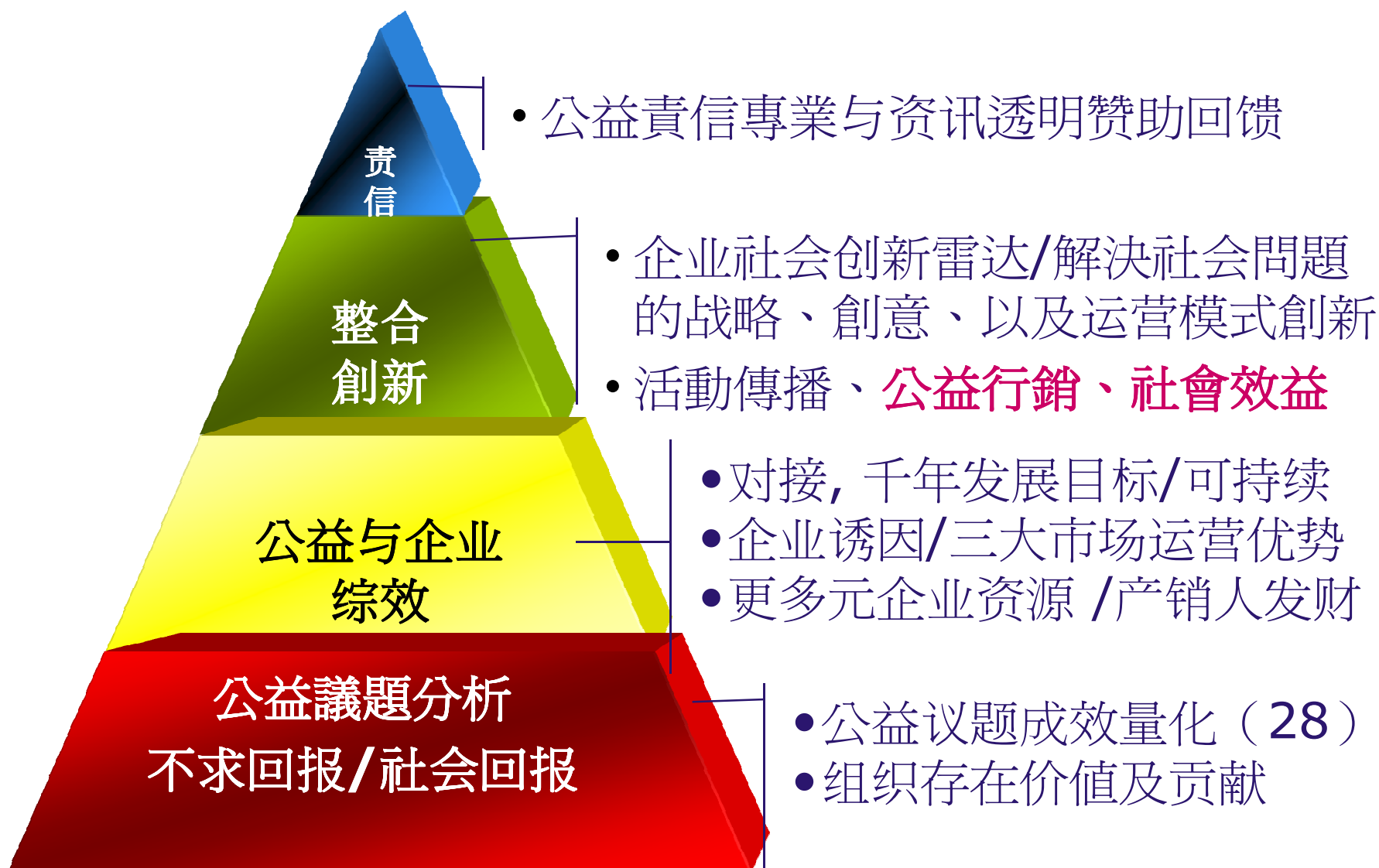
战略CSR /整合资源

责信透明独立

组织治理

整合政企学社_联合推动社会创新平台

强化社会夥伴的战略



公益責信

企业公益营销——一分钱案例

政府面臨同樣慈善責信挑戰

動員彈性疲乏 / 王老吉改捐

战略CSR/社会伙伴 - 社会发展的关键力量

战略CSR/更多运营优势企业公民

1. 企业外溢社会成本的批量降低
2. 质量更多的公益资源社会伙伴
3. 供应链/投资链扩大乘数效应
4. 全球企业公民形象乘数效应

Thank you