

全球视野 责任共享

2021 The Summit Forum on CSR in China
中国企业社会责任高峰论坛

宗昊：尊重需求 推动持续性公益

本报实习记者 黎竹 记者 刘旺
北京报道

迎着国货的新浪潮，元气森林在短短五年时间内快速发展，成长为中国饮料市场的新锐品牌。

思考需求推动企业快速成长

“凭借对产品的坚持和新消费群体的认知，快速有了影响力，获得了广大公众的认可。”宗昊这样评价元气森林。

元气森林于2016年成立，2017年推出第一款产品“燃茶”，2020年无糖气泡水成功“出圈”。凭借备受年轻消费者喜爱的网红爆款，该品牌在短短五年时间成为了中国饮料市场的一匹黑马。

元气森林一直秉持着“用户第一”的理念，立足健康需求破除口味壁垒，传递健康生活理念。今年元气森林完成新一轮融资后，估值达到60

社会责任滋养企业生命常青

2020年，元气森林为助力乡村振兴发起公益行动，对湖南、新疆等10个美丽乡村进行针对性的守护和捐赠。2021年，河南郑州等地遭遇洪灾后，元气森林捐赠了800万元用于受灾群众的生活、防汛物资补给，同时在河南郑州地区及周边的乡县开放了储备仓，为灾区提供了健康安全的饮用水水源保障。对此，宗昊表示，“我们更关注当地人的真正需求，这个活动是基于对当地村民和生态的真正了解。公益应该从自己的企业经营中剥离，真正解决当地的问题。”

宗昊还将元气森林日常经营的经验复制到公益当中，提出企业首要责任就是锤炼自己的产品，这是践行

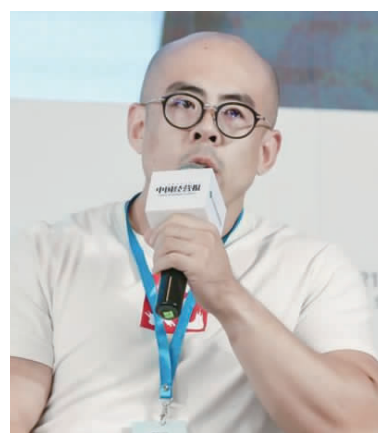
牌。作为年轻消费品牌的代表，元气森林尊重需求并持续推动公益事业。

“从公益来说，我们还是一个小学生，要向长辈学习，我们会学习做得好、有经验的企业都做了什么，因

亿美元，宗昊表示将把更多的精力和费用投入到产品配方升级和新品研发的工作中，研发费用和研发人员投入将达到2020年的3倍。

对于运营公司的经验，宗昊在2021中国企业社会责任高峰论坛的圆桌会议现场指出，“企业的高速成长，像人成长过程中会遇到非常多的事情，需要快速做出决策，需要对未知进行探索、总结经验，因此，我们做任何事情肯定先要在内部对齐语言。”

他进一步提到，“核心还是从三步出发：为什么做，做什么，怎么



宗昊
元气森林副总裁

企业公益的前提。他强调，气泡水饮品是面向C端的产品，其瓶体及其材

为公益是持续的。我们会把公益真正地从生产、生意的模式中剥离，看公益能为用户和社会大众带来什么好处。只有承担更多的社会责任，企业生命才能更加常青。”元气森林副总裁宗昊如是说。

而最终呈现在大家面前的是企业做什么，但企业做之前要非常清楚为什么做。”

目前，以用户需求为根本，元气森林建立了涵盖气泡水、茶饮料等的产品创新矩阵，而且还在不断迭代创新之中。

在工厂建设上，其秉持“以人为本、绿色环保”的核心理念打造创新型绿色工厂。据了解，天津西青工厂是元气森林第三座投产工厂，总投资10亿元，用于释放产能满足北方市场需求，投产后预计年产值达30亿元。

质的稳定性是公共利益的基石，对于元气森林来说更是至关重要。元气森林水饮品包装所选择的PET材料不仅是对用户负责，更是对可持续性发展的追求。因为PET来源包括从石油提炼和回收再利用两种途径，而回收PET在同条件下节省近80%的能源，助力碳中和。

元气森林的CSR（企业社会责任）之路也还有很长的路要走。“对于一个新企业来说，在发展过程中兼顾生产环节、智能工厂、环保工厂、材料选择方面的节能减排非常不容易，需要反复锤炼自己的价值观。但是只有承担更多的社会责任，企业生命才能更加常青。”宗昊坦言道。

石少军：用高质量的企业发展践行CSR

本报记者 李媛 北京报道

“白酒企业一般都在自然环境较好，但经济相对落后的地方，这些地方最缺的就是就业岗位。金徽酒在发展过程中达到了将近

立足企业 改善当地环境为己任

“企业发展和社会责任是相辅相成融为一体的，企业是社会的一分子，离不开社会方方面面的支持，而企业也要给社会贡献正能量，时刻反哺社会。”石少军坦言，金徽酒的愿景就是共创百年金徽，共享美好生活，这也是社会责任和企业发展的共同开展的结果。金徽酒认为企业是社会的中坚力量，高质量的发展才是体现社会责任的坚实基础。

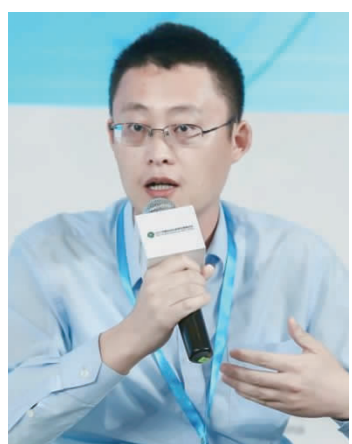
事实上，金徽酒的CSR（企业社会责任）之路一直伴随着企业的发展壮大而不断完善。地处徽县南部山区的嘉陵镇周咀村是公司正能公益基金会重点帮扶村，基金会共出资2600多万元修建村社道路和文化广场、建设黎明小学、兴建人畜饮水工程，

联手复星公益基金

金徽酒社会责任之路在进一步升级。9月13日上午，复星全球合伙人、复星金徽酒业股份有限公司董事长兼总经理周志刚一行赴卓尼县，实地调研“乡村医生”项目，并为卓尼县捐赠了总价值9万元的医疗物资和村级卫生院建设资金。“和复星公益基金合作之后，我们的公益事业及内部管理系统更加系统化，资源也比之前丰富多了。”石少军表示。

而在金徽酒内部，员工可以免费享受四星酒店标准的员工公

3000名员工的规模，给当地提供了稳定的就业。企业会充分考虑当地人的就业，通过加强对员工培训，给员工丰厚薪酬待遇和高福利，使员工走出金徽后也能成为受社会尊重的人才。”金徽酒股份有



石少军
金徽酒股份有限公司董事会秘书

并为周咀村64户困难群众维修改造房屋200多座，使该村的教育、居住和生活条件发生了翻天覆地的变化。

寓和精装修的福利住房，给双职工提供专门的夫妻公寓。“这几年成家立业的员工多了，房子盖得没有那么多，我们会让新婚员工自由选择福利住房或10万元婚礼金。”石少军表示。另外，“白酒企业产业链较长，我们对于经销商和门店有重点扶持计划，通过多年的合作，很多经销商和门店从只有一辆三轮车，慢慢收入过千万，通过自身努力和公司帮扶过上了好生活。”石少军表示。

金徽酒长期坚持在西北五省

限公司董事会秘书石少军在“2021中国企业社会责任高峰论坛”上表示，由于白酒企业建厂的特殊性，金徽酒把改善企业周围经济落后地区的面貌当成承担社会责任的根基，并围绕这一理念长期发展。

公司还投入资金1000多万元分别为伏镇村、贺店村等6个村硬化村庄道路，修建了护村河堤、文化广场，并购置了健身器材、篮球场、乒乓球台，安装了太阳能路灯，极大改善了村民的生活环境。

除了基础设施的建设，金徽正能公益基金会还加大旅游产业帮扶力度，捐资1200万元在旅游文化胜地柳林镇青山山修建唐宋风格仿古建筑数十座，使其成为闻名遐迩的旅游景点。将金徽酒生态酿酒园打造成4A级旅游景区，并在伏镇村和峡门村结合处投入1.8亿元建设占地200亩的文化广场，免费接待百万游客，为当地百姓提供了休闲娱乐场所，带动了当地发展就业，有力促进了徽县旅游产业。

开展金徽酒正能公益助学活动，每年覆盖3000-4000名学生。基金会先后为抗震救灾、抗洪抢险、新农村建设和关爱员工公寓等公益事业投入数十亿元，捐资支持新冠疫情防控工作、陇南洪水暴雨灾后重建、河南抗洪抢险等。未来，金徽酒将时刻牢记履行社会责任是金徽人的使命和义务，继续秉承“金徽酒正能”精神，充分利用自身产业优势，与其他酒企携手，为白酒行业高质量社会责任建设而努力。

陈政裕：让社会责任拥有长期“黏度”

本报记者 李媛 北京报道

“我们常常看到很多企业捐助公益小学，但是多年后很多小学‘流失’或不在了。多年来，尚赫通过对公益事业的支持与深入挖掘，探索出一条让公益变得更有长期‘黏度’的道路，使得社会责任的实践不再停留于表面，也不仅仅是概念，而是要让公益真正发挥作用，为社会服务。”尚赫公司执行长特别助理、尚赫公益基金会秘书长陈政裕向《中国经营报》记者表示。

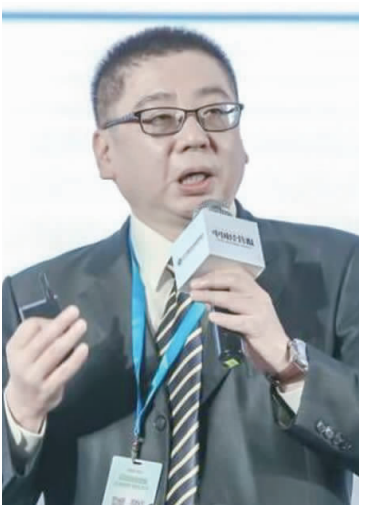
自1993年进入中国以来，尚赫的公益事业始终伴随企业的发展，作为企业领航人的陈旻君也

“一支铅笔”引发的公益事业

1994年，一个叫佳佳的小男孩还是天津蓟州区某村一所小学的学生。有一天村里来了一位陈姐姐，带来了许多的礼物。“那时候我家的生活很艰难，陈姐姐想帮助我，让我写下名字、地址，我开心地以最快的速度去拿笔。后来陈姐姐问怎么去了这么久呀？才得知我们家只有这一支铅笔。”

听到回答的那一刻，陈姐姐被佳佳的境遇震惊，眼眶一红瞬间泪目。而佳佳眼中这位美丽和蔼的陈姐姐就是尚赫公司CEO、尚赫公益基金会创办人陈旻君。就这样，一支铅笔的故事，成为她撸起袖子加油干的动力。从一支铅笔开始，越来越多的孩子有了新笔、新书包和更好的学习环境。2014年，尚赫公益基金会诞生，联合全国的爱心伙伴一起让公益学校里的孩子拥有更好的学习条件，用一支支笔勾勒出孩子的未来。

时至今日，尚赫的公益版图几乎画遍了整个中国。企业领航人陈旻君和理事长陈以勤也将履行社会责任写入了尚赫的



陈政裕
尚赫公司执行长特别助理、尚赫公益基金会秘书长

企业文化。

截止到现在9月底，尚赫的公益小学已达到215所，因疫情的关系，还有16所学校将在今年第四季度进行揭牌活动，目前应该是231所小学。今年是尚赫的第28年，陈政裕在“2021中国企业社会责任高峰论坛”上表示，公司30周年庆时，尚赫的公益小学能达到300所。

开创“可持续性创新公益”模式

“舒妈妈，这是我的学校，我今天开学了，新学期要更加努力！”

春节过后的高校开学季，哈尔滨商业大学门前，一个女孩儿将自己在校门前的自拍照发给了舒丽琴。照片上是一张充满朝气的年轻脸庞。19岁的小艳（化名），正是花一样的年纪，去年高考她以优异的成绩考入了哈尔滨商业大学。

与她微信对话的“舒妈妈”，正是资助了她10年之久的爱心人士舒丽琴，来自尚赫公司。和许多尚赫品牌经营者一样，在尚赫公益基金会的引领下，他们十年如一日坚持公益助学，小艳便是在这个公益体系下培养出的第一个大学生。

时间回到2011年9月，尚赫公司援建的第20所公益小学——“内蒙古三道沙河尚赫舒丽

五维联动持续深入践行企业社会责任

不同于一般企业的捐赠公益小学，尚赫的助学活动将更加精准化、层次化和系统化。

不仅是公益助学，尚赫的公益事业涵盖了捐资助学、扶危济困、医疗救助、赈灾安老等诸多领域，尚赫公益基金会以“让爱传出去”、“让爱延续”和“壹心援助”三大公益系列项目为架构，建立起一套科学有效、规范透明的管理体系与公益援助模式。

在尚赫公益基金会的高层看来，公益、慈善、捐资、助学，这些企业社会责任的基本做法和体现是第一维度。

而第二维度则在于助力体育方面。青少年是社会的根基，正如尚赫的企业文化所呈现出的，是“阳光”与“希望”的象征。

琴小学”揭牌。以尚赫品牌经营人的名字冠名小学，在尚赫公益助学领域由来已久，这也成为尚赫“让爱传出去”公益项目的鲜明特色。

2011年，舒丽琴联合尚赫对学校进行的捐赠，除改善校园环境、购买教学设备外，在隆重的揭牌仪式现场，她还定向认捐了一对特困生姐妹，就是10年前的小艳和姐姐。

因年幼失去母爱，小艳姐妹俩的生活、学习只能靠父亲打零工勉强维持，生活一度陷入困境。自2011年定向捐助开始，舒丽琴便将姐妹俩当作自己的孩子，在“让爱延续”的公益项目之下，尚赫公益基金会的跟进和持续帮扶也从未间断。每一年的回访，每学期的爱心资助，每一天的牵挂关怀，舒丽琴和尚赫公益基金会不曾间断。从小学到初中，

再到高中，尚赫的公益脚步也随着姐妹俩的成长一路绵延，直到在2020年的高考小艳以优异的成绩考入哈尔滨商业大学。

“公益小学的第一笔资金由尚赫公益基金会捐出，而后续，很多尚赫品牌经营者会挂名和自愿出资出力，如此一来，我们的公益事业就会有更强的黏度，而不是捐之后就没了下文，学校随之流失。”陈政裕告诉记者，尚赫关注的是“系统化、精准化助学”活动，通过援建贫困学校、捐助失学儿童，并以尚赫和捐建人联合冠名的形式创建公益小学。

授人以鱼，不如授人以渔。这条社会责任之路对于尚赫来说，也是不断摸索和升级。尚赫的公益态度是让“可持续性创新公益”的模式有效落地，为每个项目寻求最大的公益价值。在这个

团中央中国光华科技基金会正式展开合作，在各地的尚赫公益学校大范围推动“尚赫图书室”的建设，通过新项目为尚赫公益赋能。

作为“让爱传出去”项目的升级，“尚赫图书室”创新精准帮扶的公益形态，将长期延续下去。未来援建的学校都将为其建立“尚赫图书室”，预计未来2-3年，“尚赫图书室”将在全国范围内达到100所。

过程中，形成与社会的灵活联动机制，整合更多的资源，深入挖掘公益的多个领域，让公益力量惠及更多的人。

2021年3月底，尚赫携手品牌经营者持续了多年的“让爱传出去”公益项目迎来了第209所公益小学。在山东省平度市崔家集镇状元府尚赫刘雨新小学的揭牌仪式上，同步亮相的还有全国第一个“尚赫图书室”。作为“让爱传出去”公益项目的赋能升级，“尚赫图书室”成为教育助学领域的一个全新亮点。

在十余年的公益历程中，尚赫不仅仅通过资金帮扶学子，更是探索出与品牌经营者联合捐建学校、定向帮扶、公益回访季、云帮扶等多种新模式，也在不断地融合多种公益资源，搭建广阔的公益平台，号召更多的人加入到公益行列中来。

有关的“双碳”目标。这些计划我们打算在规划时就植入相关公益环保的理念和思维。”尽管陈政裕提到的四维、五维的相关企业社会责任还在规划中，但是他相信，在五维规划的联动效应下，如何建立一种可持续发展的企业公益发展机制，是尚赫始终都在思考并实践的课题。

尚赫一直在探索，如何在保持自己独特性公益主张的同时，创造更多差异性公益举措，与时俱进，借助优质的社会资源将公益进行到底。尚赫认为，创新思路要细，布局要早，才能凝聚更多的力量，不断壮大公益队伍，这样企业的公益进阶之路，才会越走越宽。

陈政裕介绍，第四维度在于乡村振兴，希望未来企业能够在促进就业和产业提升方面有所作为。

第五维度则是未来的企业愿景。“希望未来能够在实现全球园区的基础上，融入和环保