



## 2023中国企业社会责任创新发展论坛

China Corporate Social Responsibility Innovation and Development Forum

# 均瑶健康王均豪:用企业管理思维做公益

本报记者 许礼清 北京报道

当下,社会责任的践行也成为企业高质量发展的新动力源。与此同时,也助推企业社会责任

## 做可持续的百年老店

均瑶集团始终秉承为社会创造价值,建国际化现代服务业百年老店的企业使命、稳健经营。

王均豪在论坛上表示,经过30多年的发展,均瑶集团把社会责任已经完全融入企业的文化、使命和价值观当中。第一个使命就是为社会创造价值,做可持续发展的百年老店。比如通过多元化的投资和专业化的经营,形成了四个上市公司,都是为企业创造价值的企业。

对于好企业的标准,王均豪给出了自己的见解。“我们企业的举措也是结合国家战略,比如参与到上海五个中心的建设中去。我们一直在思考好企业的标准是什么,经过探寻,最后找到了标准,就是做到顾客、员工、股东、社会都满意,当然这

朝着更深、更广的维度延伸。

“我们企业的第一个使命就是为社会创造价值,做可持续发展的百年老店。”均瑶集团总裁、均瑶健康董事长王均豪表示。作为均瑶

是有排序的,首先是顾客满意,其次是员工满意、股东满意,最后是社会满意,社会满意已经纳入整个公司的文化和战略当中。”王均豪说。

在分享做公益的经验时,王均豪一直强调可持续性。他表示,“刚开始做慈善也很简单,就是东捐西捐,但是很零散。经过长期的经验发现必须要让企业社会责任可持续发展。在中国,有句话叫‘授人以鱼,不如授人以渔’。在这种思路的引导下,我们通过民政局注册这种非营利的方式去办学,所办的学校通过多年的发展,现在逐渐形成了可持续发展。我们的目标很清晰,就是为社会创造价值。”

“我们培养的学生是具有‘中

国心’‘世界眼’的学生,经过多年的发展,我们的学校已经具备了国际竞争力。希望通过这种经营模式一点一点打造出学校的自有造血功能。”王均豪说。

据了解,2005年,均瑶集团积极响应上海市委、市政府提出的全面实施教育综合改革,率先基本实现教育现代化的战略决策,出资投入教育事业。除了助学方面,均瑶集团的可持续公益还体现在精准帮扶上面。王均豪告诉《中国经营报》记者,作为企业,国家提出来精准帮扶战略,企业就要主动对接进去。

在弘扬优秀传统文化方面,王均豪表示,中国有很多优秀的传统文化,比如古琴,它是世界非物质文化遗产,我们历史上有很多款式,但很多已经失



王均豪

均瑶集团总裁、均瑶健康董事长

传,大家没有机会摸到和听到。因此,我们在上海成立了均瑶健康公益古琴殿,同时我们还发动朋友圈和同事去恢复部分古琴。未来,我希望带着古琴走向国际,让中国几千年文化的积淀承载能够走向国际。

## 用企业管理思维做公益

在做公益的路上,均瑶集团有着自身独特的一套理论和行为准则,即用企业管理的思维去发展公益事业。

王均豪告诉记者,运用企业管理的思维去做公益,比只有一个公益部门更能调动整个公司的资源,从而能够在尤其是突发性事件发生之后,快速作出反应并找到解决路径。

“比如在大灾大难面前,我们可以马上把吉祥航空全球办事处同事的群改成全球物资采购群,通过各个渠道以及各部门的配合将物资送到受灾现场。即使是针

对突发性事件组成的临时性团队,配合默契度也是经过长期工作打磨过的,马上就能进入‘战斗模式’。各部分各业务板块也能各司其职,比如一部分岗位可以承担物资采购工作,财务能够快速打款,通过我们的航空货运可以将物资运到受灾现场。这就能体现出企业管理思维做公益的优势了。”王均豪说。

在乡村振兴的大战略下,用企业管理的思维做公益,更能够切实解决乡村的发展问题。“我是从温州最偏僻的渔村走出来的,结合国家乡村振兴战略,我

也开始在村里做试点。我们又拿出1000万元资金去扶持村里的乡村振兴项目,但是这个资金的用法需要按照我们企业的管理思维去做,不是简单的修路,我们是希望把民宿和游玩等项目做进去,让这个村的发展可以一直持续化,也希望做出一个案例来给大家提供借鉴。”王均豪说。

而在当下,企业践行社会责任正在朝着更深、更广的维度延伸。王均豪告诉记者:“我创业了34年,我希望中国的企业能够让中国的快消品参与全球化竞

争,并且是高端的,而不是低端的价格战。”

“接下来将通过我们的管理方式,让益生菌、中国的古琴一起走向国际,益生菌是身体的健康,古琴是精神的健康。未来我们希望让中国的文化和产品一起走向国际。”王均豪说。

对于践行社会责任的体会,王均豪表示,企业也必须真正做到让顾客、员工、股东、社会满意,才能更好地给顾客创造出好的产品,只有顾客满意,才会形成更加良性循环的社会责任体系。

# 伊利副总裁张铁鹏: ESG是时代赋予企业的使命和命题

本报记者 刘旺 北京报道

“党的二十大报告指出,高质量发展是全面建设社会主义现代化的首要任务,ESG作为实现高质量发展的重要抓手,是时代赋予企业的使命和命题。”

## 多元推动ESG发展

回顾今年的5月22日,当天正是国际生物多样性日,伊利发布了2022年的ESG“三报告”,分别为《可持续发展报告》《生物多样性保护报告》和《零碳未来报告》,全方位展示了伊利集团在绿色低碳转型、生物多样性保护和社会公益实践等领域的成果与经验。并召开了首届ESG与社会价值论坛,邀请了联合国、社会科学院等有关领域的专家、学者,为健康食品行业ESG建言献策。

张铁鹏表示,社会责任的信息披露,正是伊利推进ESG理念

的重要一环。据了解,上述《可持续发展报告》,伊利已经连续发布了17年,《生物多样性保护报告》和《零碳未来报告》分别连续发布了6年和2年。

在张铁鹏看来,这是伊利作为行业领军企业的责任和义务。张铁鹏提到,在上述发布会当中,伊利联合多方共同发布了《Wish2030美好未来宣言》,倡议全行业共同打造社会型企业,构建地球美好未来。

同时,伊利还注重生物多样性保护与多元化保护。张铁鹏介

绍,伊利是第一家签署《联合国生物多样性公约》《企业与生物多样性承诺书》的中国企业,通过对东北湿地保护、珍稀鸟类监测等有关行动,向全世界讲述生物多样性的中国故事。

2021年,云南亚洲象北上南归的时间引发了全球的关注和热议,伊利关注到这件事情以后,联合中国绿化基金会共同启动了伊利家园行动,通过“大象建食堂”的相关举措提升亚洲象集中活动区域、栖息地、食源地等的质量。“亚洲象是森林生态系统的散户



张铁鹏

伊利集团副总裁

种,保护亚洲象和它们的栖息地的同时,也能使热带的森林生态系统里其他野生动物和植物得到庇护。”张铁鹏表示。

此外,张铁鹏表示,伊利持续推进以“伊利方舟”、“营养2030”、伊利“童梦同宇”等为代表的公益项目,在儿童安全和儿童营养健康等有关领域提供长期的支持和帮助,呵护儿童健康。

## 带动产业上下游

不久前,伊利刚刚发布了2023年上半年业绩报告,其获得了营利双增的成绩。而回顾报告期,伊利凭借在ESG方面的优异表现,在MSCI最新ESG评级结果中达到A级,为A股乳业上市公司最高评级。

实际上,多年来,伊利一直坚持“合作、创新、数字化和绿色发展”的经营理念,通过贯彻实施“技术服务、资金支持、产业带动、共

风险共担、优质饲草、奶牛品质、赋能提升”七项利益联结机制,从技术、金融等多个方面给予产业链上下游合作伙伴支持,在筑牢奶业高质量发展的基础上,带动合作伙伴发挥各自优势,最大化地创造全产业链协同价值。

当前,伊利积极推动全球奶业技术成果的转化、应用,以科技创新提升产业链韧性,携手更广泛的全球乳产业链合作伙伴,共

建可持续发展生态圈;通过持续深化全生命周期健康营养研究,为消费者提供更高品质的产品和服务。

同时,伊利一直倡导“绿色生产、绿色消费、绿色发展”三位一体的发展理念,并用实际行动引领全产业链的减碳工作。报告期内,伊利升级并发布《伊利集团零碳未来计划》,重点明确碳中和探索转型阶段(2023—2030年)目标

及行动方案,推动成员单位积极落实,推进目标达成。

在张铁鹏看来,对于伊利而言,ESG是企业发展的理念,也是企业经营的初心。“面向未来,伊利将继续以社会价值领先为指引,积极践行ESG的理念,通过不断地探索与创新,引领行业可持续发展,推动实现商业价值和社会价值共同繁荣。”张铁鹏表示。

# 无限极黄嘉辉: 公益事业需立足长远战略

本报记者 孙吉正 北京报道

“不和骨子里的东西结合是没有生命力的,如果公益事业不能让公司全员都在一个价值体系下认可这件事,就变成‘走过场’了。”无限极中国有限公司企业社会责任与媒体事务经理、思利及人公益基金会秘书长黄嘉辉在由《中国经营报》主办的2023中国企业社会责任创新发展论坛上表示。

论坛上,黄嘉辉认为,做公益一定要跟企业的价值观、赛道、战略结合。近年来,无限极以实际行动阐释了其对于企业社会责任的履行和认知,始终秉承思利及人的核心价值观,以弘扬中华优秀养生文化,创造平衡、富足、和谐的健康人生为历史使命。

黄嘉辉表示,“没有一个公益项目能够一蹴而就,做一次大家都记住。我们瞄准一个点以后,一定要长期地持续地发力,不能太短视。”



黄嘉辉

无限极中国有限公司企业社会责任与媒体事务经理、思利及人公益基金会秘书长

## “三合一”的公益之路

无限极在取得稳健发展的同时,不忘以企业力量反哺社会,脚踏实地地践行“思利及人”的企业核心价值观。

据了解,思利及人基金会主要关注于三个方向的公益事业,分为大众健康、扶贫助困、助弱赈灾。在助力大众健康方面,自2007年年初,无限极与中华中医药学会共同实施“养生文化进万家”专家全国巡讲活动,至今已举办超过6500场,覆盖人次超过420万。同时,无限极作为公益合作伙伴在全国开展大型全民养生行走活动。在扶贫助困、助弱赈灾方面,思利及人基金会在多地开展了大量的公益项目,包括不仅限于帮扶贫困儿童、禁毒宣传、助力警务、助力少年足球等。

黄嘉辉认为,无论是免费电影,还是个人、组织救助,抑或国家倡议,都是益民益众的一种“发声”。社会公益事业是增进民生福祉、惠及社会大众的事业,对于保障和改善民生、促进社会和谐稳定、传承民族精神、引领社会风尚具有重要意义。构建可持续发展的社会,离不开各界的协助,而如今,有影响力的企业更是成为社会公益中一股不可或缺的力量。

## 树立正确的企业价值观

新时代下,践行企业社会责任,需要将公益注入“企业基因”,在这个利益与责任相博弈的时代,不同利益群体皆有各自诉求,从而不断刷新着大众对于优秀企业的评判标准,对于实现社会价值与商业价值双赢,黄嘉辉阐述了自己的看法和见解。

“很多公司将所辖部门笼统地概述为‘挣钱的部门’和‘花钱的部门’,显而易见的是公益事业明显属于‘花钱的部门’。如果一家公司做公益的事业不能让公司全员都在一个价值体系下认可这件事情,那么公益事业不过是粉饰门面而已,即便确实把资金投出了,但整个公司与公益事业没有太多的交流与结合。”黄嘉辉说。如何将公益事业融入企业当中,会发现公益事业同样会为公司带来潜在的收益,例如很多消费者喜欢绿色低碳的产品,在同品竞争中,带有低碳Logo的商品就具备竞争力,这就使得公益事业为业务部门添砖加瓦,公司的价值观统一之后,才会集全公司之力、上下之力,把各个部门之力协调好,用最好的资源投入到最多的地方,做公益不仅仅是靠一个社会责任的部门或者公益基金会的几个人,如果有全员的参与,相互结合一定会迸发更多的活力以及创新的事物。”黄嘉辉说。

黄嘉辉强调,公益事业一定要持之以恒,没有一个公益项目或一个品牌是一蹴而就的,没有哪个基金会或团体仅仅能通过一两个公益项目被大众所熟知。一定是不断地日积月累努力,才能够让大家深刻地去了解到它的存在或者背后的内核。

笃行公益事业,勇担社会责任,是当初思利及人公益基金会成立的缘由。10年来,基金会累计捐资捐物超过1.3亿元,捐赠范围涵盖30个省、自治区、直辖市,开展了7大核心公益项目,累计超过9800名志愿者参与其中,志愿服务时长超10万小时。

“公益事业体现了企业的企业文化化和品牌战略,企业文化驱使自己要关注这些事情,品牌战略促使自身去实践这些项目。可能在某些阶段,一个公司会有不同的阶段性的战略,但在结合文化战略之后继续发展,才会出现各种可能性,且从外界上来看就使得公益事业更有针对性,最终促生出更多实实在在的公益项目,而不仅仅是一个作秀过场。”黄嘉辉说。