

苏宁：扎根社会壮大企业

苏宁对公益事业的坚持与企业的发展密不可分，张近东认为，“企业的盈利是企业根本的基础使命，企业在盈利的基础上，应该主动承担企业的社会责任。只有这样，企业才能跟社会融合，才能创造企业经营的良好生态环境，这两者之间是相辅相成的。”

■ 本报记者 安也致

2012年是苏宁成立22周年。从一个200多平方米空调专营店成长为中国最大的商业零售企业，到2011年，苏宁年销售规模已突破1900亿元，品牌价值达815.68亿元。

而当所有人都在关注苏宁新商业模式打造的同时，苏宁在公益道路上的行进路线图也日渐清晰。“以公益的方式表达苏宁人对社会的感念，一直是苏宁的传统，也是苏宁人最好的生日纪念。”2012年12月26日，在苏宁22周年庆典上，苏宁董事长张近东不无感慨。

庆典当天，苏宁公司及苏宁员工共捐赠4140万元。其中，向中国宋庆龄基金会捐赠1000万元，用于“未来工程”大学生奖助学项目、“免费午餐”、“微博打拐”、“大病医保”、“让候鸟飞”、“梦想中心”等公益项目。向中国扶贫基金会“筑巢行动”项目再度捐赠1000万元，在2012年修建24所宿舍的基础上，2013年再为西部贫困山区小学修建20所宿舍。向江苏省慈善总会捐赠的1000万元主要用于乡村教师资助项目。除此之外，苏宁各地分公司及员工共捐赠1140万元，开展关爱老人、留守儿童、贫困家庭等多种送温暖活动，其中苏宁百位高管还以个人名义再次向爱德基金会捐赠30万元，资助663名孤儿、失学儿童。而这一独特的生日庆祝方式已深深打上苏宁的烙印。



苏宁再捐赠4140余万元扶贫助教

公益创新与商业创新相结合

2012年12月4日，苏宁易购官方微博发起了“一爱到底”公益转发活动，延续了20天的无限制转发引发了众多网友的热捧，吸引了李开复、任志强、何炅、谢娜、邓飞等拥有众多粉丝的“大号”转发，让微公益再度升温。

通过微博吸引众多网友互动，集结社会正能量得到了众多网友的认同。知名公益人士邓飞表示，苏宁用真金白银帮助困难人群，也需要社会帮助有爱心的企业做大做强，巩固公益发展新模式，鼓励更多企业参与和投入，多赢才能持久。

中国宋庆龄基金会副主席梁保华认为，苏宁坚持经济价值和社会价值并举，以产业报国、实干报国。苏宁在解决就业、积极纳税、产业发展等方面表现突出的同时，一直热衷于社会公益，是企业创造社会价值的典范。苏宁在履行企业社会责任方面的发展战略、开拓精神、管理经验值得各类企业学习。

苏宁总结经验建立起符合中国零售行业特征和自身特质的企业社会责任模型，从2009年起定期向社会发布企业社会责任报告（CSR），成为中国零售行业首个发布CSR的企业。苏宁一直积极履行对上游供应商、下游消费者、内部员工、外部投资者等六大利益相关群体的责任，确立了以“阳光使命”为核心，价值使命、共赢使命、服务使命、员工使命、环境使命、和谐使命六大模块为分支的社会责任价值体系，有力推动自身履行企业社会责任的实践，深化公益实践。

苏宁对公益事业的坚持与企业的发展密不可分，张近东认为，“企业的盈利是企业根本的基础使命，企业在盈利的基础上，应该主动承担企业的社会责任，只有这样，企业才能跟社会融合，才能创造企业经营的良好生态环境，这两者之间是相辅相成的。”

与此同时，苏宁也将企业经营

中的专业理念运用到社会公益中。在张近东看来，公益活动本身并不是简单的捐钱，而是一种非常专业的社会事务，“通过与中国扶贫基金会、中国宋庆龄基金会、上海真爱梦想公益基金会等专业社会机构进行长期合作，苏宁把公益当做一种社会事业，以一种企业化、市场化的方式来做社会的公益事业。”企业创新发展与参与社会公益事业相互推动，不论企业处于何种发展阶段，社会公益都成为苏宁坚持和延续的价值内涵。

苏宁认为，创造就业、创造税收是企业最基本的社会责任，是企业参与社会财富的第一次分配，而公益慈善则是企业参与社会财富二次分配的一种形式。“随着企业的发展，我们的公益活动已经遍布全国各地、遍布到很多领域，企业根据自己的能力大小来决定在公益方面的投入，但是对社会公益的履行是没有止境的。”张近东总结说。

庆典当天，苏宁全国各地分公司也开展了各式各样的公益活动，充分体现了公益基因在苏宁的根深蒂固。在北京，苏宁向中国绿化基金会捐赠30万元用于建立北京苏宁碳汇林基地，并捐赠10万元资助500名大学生回家过年；在重庆，苏宁向留守儿童集中的迎龙中学捐赠10万元添置过冬衣物和学习用品；在沈阳，苏宁为500户低保户居民送去了价值10万元的生活物资；在济南，苏宁从贫困山区菜农手中采购蔬菜向市民免费发送……

中国扶贫基金会会长段应碧表示，2012年苏宁捐赠的2200多万元已经帮助了超过4000名贫困地区小学生和130多个贫困村庄改善了住宿条件、学习条件。2013年，苏宁人的爱心和善心将惠及更多有需要的人。这些善款凝聚着全体苏宁人的辛劳和奉献，更谱写了一个民族企业上善若水的爱心形象，赢得亿万中华儿女的尊敬。

发展背后的“公益基因”



苏宁员工通过自己的实际行动支持公益

截至2011年，苏宁年销售规模已突破1900亿元，品牌价值达815.68亿元。面对新的市场环境与技术趋势，2012年，苏宁通过业务模式的创新、经营模式的转变，不断地创新、突破，线上线下融合发展模式效果初显。从某种意义上讲，苏宁的发展体

现了中国民营企业的活力和持续不断创新的魅力。

而在张近东看来，履行社会责任并不是简单的“名利”。“世界级的规模和盈利固然重要，但更重要的是苏宁要履行世界级企业的社会责任。回馈投资者、助力供应商、友好于环境、

纳税于国家、公益于社会、发展于员工，是苏宁不断践行的世界级企业的价值坐标。”

这种无形的价值给企业带来的是发展不竭的动力。“企业的活力从哪里来吸取？实际上要从社会责任这边吸取。”张近东坦言，一个企业的发展最担心的是发展没有动力、没有活力，这是企业最可怕的一个阶段。只有和社会融为一体，承担社会责任，才会给企业家带来责任感和使命感，也才会给员工在工作中带来敬业、踏实的工作态度。“所以，苏宁不管是企业组织的‘公益庆生’也好，还是员工自发组织的‘1+1阳光行’这种活动也好，都是希望能跟社会形成有机的互动，通过跟社会的有机互动中间真正认识到企业发展的责任感和使命感。”

事实上，从企业创业之初，苏宁就十分注重社会公益。当时苏宁只是在南京专营空调，张近东就倡导要参与社会公益，向福利院捐赠大批空调，在苏宁人心种下了公益的种子。2003年非典期间，中央部署组建小汤山医院，医院新病房能否按时建

成并交付使用直接影响到疫情的控制。但是由于担心感染，新病房的空调安装成为难题。在这种时刻，苏宁主动承担起了医院全部新空调的安装任务，一天之内完成300套空调的安装。

这只是苏宁积极参与社会公益事件的冰山一角。以2012年为例，苏宁与中国扶贫基金会合作的“筑巢行动”、“溪桥工程”，与上海真爱梦想公益基金会合作的“阳光梦想中心”三个公益项目，为贫困地区学校修建校舍、多媒体教室，为偏远乡村架设便民桥梁。

“苏宁一直坚持社会公益，捐资助学、扶贫救弱、抗灾救民、环境保护等一直是苏宁作为社会公民的努力方向。”张近东介绍说，苏宁还将企业的社会责任与公民的社会责任相结合，在2006年建立了中国首个由企业发起的社工服务制度——“1+1阳光行——苏宁社工志愿者行动”，号召全体员工每人每年捐出1天工资用于慈善捐赠，奉献1天时间参加社工服务，目前已成立了1000多支社工服务队。

公益“品牌化”

相对于很多企业只限于捐赠不同，随着参与的程度逐步加深，苏宁在社会公益上已形成了自己一整套行之有效的运作体系。

“企业的社会责任首先是做。”张近东强调说，公益活动本身并不是简单的捐钱，而是一种非常专业的社会事务，“在苏宁这么多年的发展过程中，逐渐和一些专业的社会机构进行定向的合作，真正把它当做一种社会事业，以一种企业化、市场化的方式来做社会的公益事业。”

在苏宁21周年庆典时，曾向中国扶贫基金会“筑巢行动”捐赠1000万元，在西南山区修建20所苏宁校舍，使4000多名学生能够住进温暖、安全、现代化的宿舍。2012年，苏宁再向中国扶贫基金会“筑巢行动”追加善款220万元，在全国捐建的小学校舍达到24所。此次苏宁再次向“筑巢行动”捐赠1000万元，苏宁校舍将增加至44所。

不难看出，苏宁已在公益领域打造出带有鲜明企业个性的品牌印记。

“我们要在现有的活动基础上和一些NGO组织建立起专业化的合作，并把这些合作长期化、固定化、品牌化发展，让大家知道我们有这样的视野。”张近东在总结苏宁在公益上的操作时说，这个视野已经形成一个目标导向、形成了一个品牌，活动的延续性、传承性也会越来越强，“这也是苏宁企业社会责任今后发展的一个重要方向。”

事实上，苏宁在公益上的探索远不止于此。除了与NGO组织进行专业化的合作外，苏宁还积极参与公益的落实与执行，而在这个过程中，这已成为苏宁公益极具特色的优势。在“筑巢行动”、“溪桥工程”等公益项目实施过程中，苏宁除了进行资金捐助外，还会根据实际情况派遣项目团队或者当地员工参与到整个实际推进过程中，不仅让自身的公益团队通过项目接受机构的专业培训，还让他们对整个过程进行监督、评估，让公益从“说”到“做”，落到实处。

作为苏宁公益的重要组成部分，“1+1阳光行——苏宁社工志愿者行动”号召全体员工每人每年捐出1天工资用于慈善捐赠，奉献1天时间参加社工服务，已经成为苏宁公益靓丽的“名片”。按照之前的操作思路，“1+1阳光行”基本形成了3.4月参与植树，5.6月服务中高考考生及家长，12月以“送温暖”为主题的“苏宁阳光情暖中国”公司司庆这三个贯穿全年的公益活动。张近东透露，苏宁对于“1+1阳光行”也一直在做探索与规划，把这一天的时间到底怎么用具体化，也形成一种长期化、专业化、固定化的公益形式，并围绕这些活动形成苏宁企业的“公益文化”。

“企业是现代慈善事业的重要支柱，慈善是企业履行社会责任的重要平台，也是企业文化必不可少的内容。”作为苏宁社会公益长期的合作伙伴，江苏省慈善总会会长俞兴德对此评价甚高，“苏宁热心慈善公益事业、积极承担社会责任的奉献精神，也为企业支持慈善事业树立了榜样。”

专注四大公益领域，分享发展价值

在多层次、多维度、多领域的公益实践中，苏宁公益活动的影响力、持续性、创新性以及公信力持续提升。截至目前，苏宁在抗击灾害、扶贫救弱、捐赠教育、环境保护等四大领域累计捐赠达8亿多元。

用爱心弥合灾难伤痛。在重大自然灾害面前，全体苏宁员工积极捐款捐物，与灾区人民心连心。2008年汶川大地震，张近东第一时间捐款5000万元人民币，创下了当时国内个人捐款之最，苏宁员工也自发捐款捐物近千万元；与此同时，苏宁迅速动员公司力量，安排物流车辆运送物资、组织员工现场抢险。在南方雪灾、西南旱灾、青海玉树大地震、甘肃舟曲山洪泥石流、云南昭通地震等重大自然灾害发生时，苏宁都积极行动、奉献爱心，支持灾区救援和重建。

用希望照亮成长之路。教育是国之根本，事关国家与社会的未来发展。多年来，苏宁通过切实行动关注支持着教育事业。早在2000年，苏宁就成立了500万元的教育基金，用于帮扶贫困师生、校园基础设施建设。2008年，苏宁为全国2008所贫困小学捐资建设体育设施。多年来，苏宁先后在多所高等院校设立年奖助学金，激励优秀学子，并设立大学生实习基地，增强在校大学生就业能力，启动“1200工程”解决大学生就业难题。2011年年底发起的“苏宁·筑巢行动”、“苏宁·阳光梦想中心”两大公益项目，为西部地区中小学修建20座学生宿舍，170个多媒体素质教育教室，解决孩子们住宿难、上学难的问题，改善教学条件，提升当地教育质量。

用阳光播撒温暖关怀。每年春节、中秋、重阳等重要节日，苏宁各地分公司都会为低保户、五保户、孤寡老人送去慰问红包、粮油米面等慰问品。2010年12月，苏宁一次性捐赠5000万元开展冬季送温暖慰问活动；2011年底，与中国扶贫基金会联合发起的“苏宁·溪桥工程”为广西、贵州、重庆、安徽、江西、云南、四川等7省、市的偏远贫困乡村修建便民桥梁，方便当地村民出行，使得27万多人受益，受到了当地百姓的一致称赞。此外，苏宁还援建了一大批扶贫和支持农业发展的项目，仅在南京郊县就建设了绿色农场、有机大米基地、蘑菇种植基地、苏宁果园等扶贫项目。

用责任传播绿色理念。作为零售行业的领军企业，在降低自身运营对环境的影响的同时，苏宁一直致力于成为连接供应商和消费者的绿色纽带，引导供应商绿色生产，引导消费者绿色消费。早在2004年，苏宁就向“保护母亲河”行动捐赠50万元人民币；此后，每年开展绿色植树、环保宣传等活动；与此同时，苏宁积极执行以旧换新、节能补贴政策，推广高效产品，倡导绿色产业链理念，积极履行企业的环境责任。

苏宁的公益行动得到了各级政府以及社会各界的一致认可与肯定，先后荣获第三届“中华慈善奖”、“《财富》2012中国企业社会责任100强”、“第一财经中国社会责任榜（CSR）优秀实践奖”、“最佳企业公民”等多项荣誉。张近东也凭借在公益慈善领域的重大贡献与切实践行，先后荣膺“中国消除贫困奖”、“光彩事业突出贡献奖”等奖项。

当前，苏宁正在积极实践线上线下融合，“旗舰店+互联网”的新商业模式，积极探索行业发展的新方向、新路径，向着世界级企业目标稳步迈进。可以预见，一个更加科技化、全球化和更具有社会责任感的苏宁，势必为社会、行业、投资者、消费者和员工创造更大的价值。