

全国政协委员李惠森建议设立“520 社会责任日” 提升公民社会责任意识

全国政协委员、李锦记集团董事长、李锦记健康产品集团主席兼行政总裁李惠森在北京参加“两会”期间,除了继续带来与家族企业相关的提案,建议“为家族企业年轻一代传承创业营造良好的环境”,还带来了关于设立“520 社会责任日”的提案。倡导“我们>我”,提升公民社会责任意识。

作为全国政协委员,李惠森已经连续 11 年递交与家族企业相关提案为家族企业发声。在 2017 年 9 月全国政协优秀提案表彰中,李惠森《关于对家族企业年轻一代展开调研的提案》获得个人优秀提案奖。

2018 年 3 月 3 日,李惠森在接受媒体采访时告诉《公益时报》,“520”(即:5 月 20 日)与“我爱你”谐音,若载入公民责任之意义,“520”不仅可以承载个人之间的小爱,还可承载社会责任的大爱。

责任缺失, 可持续发展面临挑战

李惠森认为,在当前的中国,由于经济社会发展、城乡和区域发展不平衡,形成全面可持续发展的社会形态,仍面临一些问题和挑战:

首先,企业及公民责任感缺失,导致各类社会问题频频出现。自改革开放以来,中国经济高速发展,人民物质生活极大丰富,然而在追求经济利益,追求自我价值的过程中,受到不同价值观和理念的影响与冲击,各种社会问题频频出现,如环境污染、食品安全;为求不义之财,造假贩假;医患不信,关系紧张;路人跌倒,无人敢扶等。人与人之间,人与企业之间,甚至人与社会缺乏基本的信任与宽容,责任意识不足,价值偏失。部分民众丧失了勤劳、诚信、友爱的基本道德底线,企业也丧失了应有的社会责任感,各种影响社会和谐发展及经济良性运转的因素与日俱增。

其次,公众对社会责任认知

不足,无法起到监督、促进作用。尽管越来越多企业意识到社会责任概念,并通过各种渠道向公众披露社会责任履责信息。但公众对企业社会责任认知缺乏,对社会责任议题关注不够,不关注企业披露的相关信息。公众在进行日常消费时,缺乏从社会责任的角度,对产品和商家进行挑选,往往只注重外表、价格、口感等因素,忽视企业披露的信息及相关责任的履行。公众应当提升对企业履责情况认知,优先选择履责企业的产品和服务。

另外,企业积极履行社会责任的意识与动力不足。推动社会进步不仅是政府的责任,公民的责任,也是企业自身的责任。伴随全球经济一体化,我国企业履行社会责任的意识正在提升,越来越多的企业正在积极参与社会问题的解决,主动承担社会责任,大量的国企、民企、私企均主动发布社会责任报告;政府或行业机构搭建的平台在企业社会责任建设领域的作用也越来越大。

但不可否认的是,主动履行社会责任的企业仍只占少数,更多一些企业认为履行社会责任会增加企业成本,在利益与责任面前往往放弃了责任;还有一些企业把履行社会责任仅仅当作扩大市场影响力的手段。

设立社会责任日, 制定相关规范

针对上述问题和挑战,李惠森建议设立“社会责任日”。首先,在国家层面设立“520 社会责任日”,倡导“我们>我”,提升公民社会责任意识,并建议在相关部门的指导下,在社会责任日当天开展系列宣传、表彰或主题论坛。

其次,加强舆论宣传与引导,开展创新型活动,鼓励企业与公众共同践行社会责任。通过媒体对责任意识正确舆论引导和概念诠释,公众可以更快地树立责任意识,加强对责任观念的认可。鼓励企业在社会责任日开展履责宣传及创新型体验活

动,使公众认识到企业社会责任的履行与其自身生活息息相关,并养成主动获取企业履责信息的意识;组织实施人民群众关心及需要的社会责任行动,如社会求助项目、志愿服务项目等,鼓励公众参与其中,形成一种创新型大众文化。

另外,制定企业社会责任规范,建立表彰机制,制定鼓励政策。2016 年 9 月 1 日《中华人民共和国慈善法》正式实施。鉴此,政府可以在此基础上专门制定企业社会责任规范,对企业社会责任建设的内容、机制、方法进行指导,推进企业社会责任的规范化发展;同时,结合企业特点给予相关政策优惠,进一步激发企业履行社会责任的动力与信心,例如:在经济层面可以争取免税、部分抵税、缓缴税;在精神层面,评选优秀社会责任企业,借助其案例宣传及良好的社会形象,持续推动及影响全社会努力践行社会责任,带动更多企业履行社会责任。

社会责任,人人都可参与

“520 社会责任日”的设立,旨在通过有趣味、有意义、易于互动的传播形式,建立公众与企业社会责任的情感连结,从而提升整个社会对企业社会责任的关注程度。”李惠森告诉《公益时报》,对公众而言,大部分对履行社会责任的认识还只停留在“捐款”层面,一方面没有感受到与自身之间的关系,另一方面也不知道如何参与其中,未能真正调动公众的力量。“520 社会责任日”的倡导活动将有助于公众切实感受到社会责任与自身的关联,使自己和他人共同受益,从而激发公众履行社会责任的热情。”李惠森说。

“对 NGO 或是媒体等机构都需要加强对责任意识、责任文化的正确认识,宣导各方共同履行责任,共同建设美好社会。”李惠森强调,要让公众明白,对于社会责任是人人可以参与的,



社会责任不是有钱人的专利。

李惠森认为,通过媒体对责任意识的正确舆论引导和概念诠释,公众可以更快地树立责任意识,加强对责任观念的认可。另外,鼓励企业在社会责任日开展履责宣传及创新型体验活动,使公众认识到企业社会责任的履行与其自身生活息息相关,并养成主动获取企业履责资讯的意识。组织实施人民群众关心及需要的社会责任行动,如社会求助专案、志愿服务专案等,鼓励公众参与其中,形成一种创新型大众文化。

无限极独特社会责任模式

由李惠森担任董事长的无限极(中国)有限公司,是李锦记健康产品集团旗下成员。李锦记诞生于 1888 年,距今已有 130 年历史。作为传承逾百年的家族企业,李锦记还在不断地发展壮大中。而李锦记家族保持长盛不衰的秘笈就是“思利及人”和“永远创业”的家族精神。

作为家族第四代成员之一的李惠森,继续推广“思利及人”精神,积极承担社会责任,在无限极建立了独特的“五个一”社会责任模式:一个核心价值观、一本企业社会责任报告、一个公益基金会、一支志愿者队伍、一

组无限极特色的公益品牌项目。为了让更多人参与公益,无限极在全国成立 33 支志愿者队伍,注册人数超过 6,000 人,累计举行超过 200 场活动,贡献志愿时超过 25,000 小时。

同时,无限极在教育扶贫领域深耕。201 年启动助学圆梦项目,已覆盖全国 20 个省市,开设了 23 个助学圆梦班,投入超过 1500 万元,共资助 949 名学生。截至目前,已有 180 名受助学生,完成学业走上了工作岗位;201 年推出首个为农村与贫困地区小学儿童打造的足球普及、培训和比赛为一体的公益项目——无限极快乐足球,至今已覆盖 30 个省份 80 所希望小学、惠及数万名小学生。

2017 年,无限极全面回应联合国可持续发展目标(SDGs),识别优先目标,在健康、人、地球、社区方面打造行动框架,探索未来的社会责任发展方向。在近期发布的第 11 本社会责任报告中,首次站在无限极全球的高度,结合联合国可持续发展目标(SDGs)披露了中国内地、中国香港、中国台湾、马来西亚、新加坡和加拿大等市场的丰富履责行动,表明了无限极在发展全球业务的同时,积极参与解决当地的社会问题。

(徐辉)

全国长寿工程“蓝丝带行动”在京启动



2018 年 2 月 27 日,在第 18 个“世界睡眠日”到来之际,全国长寿工程“蓝丝带行动”启动仪式暨新闻发布会在京召开。本次行动由中慈智囊经济咨询中心主任、中辰心理医学研究院副院长李东升倡议发起,中国睡眠研究会、中国保健协会普惠分会、北京中辰慈善基金会联合主办。该行动在对我国公民健康睡眠状况了解的基础上,向社会各界进一步普及健康睡眠知识、唤醒

更多人关注睡眠健康、关爱抑郁症患者。

睡眠问题能引发几十种慢性疾病。早在 2003 年,我国就已引入“国际睡眠日”,并将其定在每年的 3 月 21 日。2017 年,诺贝尔生理学或医学奖评选结果的揭晓,更第一次把健康睡眠的重要意义聚焦在全世界人们的眼前。

本次行动以“纪念诺贝尔医学奖重大发现:慢性病与早

衰的元凶”定为主题,旨在通过唤醒人们对睡眠的重视,能够科学地保护大脑,同时关注睡眠、关爱抑郁症患者,让更多的人参与到健康睡眠、科学睡眠和关爱抑郁症人群的活动之中。在这次启动仪式结束之后,李东升将带领他的志愿者团队在全国各地开展健康睡眠科普教育、关爱抑郁症患者的公益行动。

(张明敏)