



疫情当前，怎样的企业援助更有效？



2019 年最新发布的“年度慈善捐助报告”显示,我国全年现金捐赠总额突破 1000 亿元,创历史新高。其中,企业成为捐赠的绝对主力。

在本次新型冠状病毒疫情中,众多企业也纷纷解囊捐赠:阿里巴巴、腾讯、字节跳动、飞鹤乳业、新浪、网易、拼多多等企业的捐赠额均达亿级规模;伊利、中国三星、安利、正大集团、GE、李宁、拜耳中国、历峰集团、百威中国、奔驰、泰康集团、中国电信,雅培中国、瑞幸咖啡、新氧科技等海内外各行业企业的捐助规模也达千万级。

面对愈发活跃的企业援助趋势,我们需要关注两个问题:怎样的援助对被捐赠地区、对象更为有益?企业捐赠将如何影响企业及其股东的利益?

《哈佛商业评论》刊载的《企业援助的最佳时机》一文中,记录了乔治·华盛顿大学路易斯·巴莱斯特罗斯 (Luis Ballesteros) 团队进行的两项研究,分析了 2003 年到 2013 年企业自然灾害援助的所有数据,试图探索这些问题的答案。另外,《哈佛商业评论》中文版也梳理了本次疫情中企业援助的实际案例,探讨怎样的援助会更加有效。



### 围绕企业核心业务的援助比现金更有效

在第一项研究中，为了分析企业捐赠对受灾地区的援助效果，研究团队两两对比不同国家的情况，每对国家的客观属性和受灾情况相似，但接受援助的程度和性质不同：一个以本地企业的实物捐赠为主，另一个以外部企业的现金捐赠为主。

结果显示，以本地企业援助为主的国家，援助到位更快；本地企业援助占比超过 44% 的国家，10 年后的恢复水平高出 145%；以企业围绕核心业务进行捐助为主的国家，援助到位更快且恢复程度更高。

简单来看，这一研究结果提示我们企业在进行现金援助的同时，还可以做到更多。譬如在本次疫情的公益捐赠中，不少企业就结合自身业务，从信息普及、服务保障（升级或者免费开放企业自有的服务能力）、技术输出等方面对疫区、受灾人员展开支援。

## 部分企业在新冠病毒疫情期间的多元化援助行动

## 信息普及

|          |   |
|----------|---|
| 知乎       | 上线“肺炎防治”专题、设置辟谣专栏                         |
| 西瓜视频、快手等 | 旗下直播答题平台推出防疫信息专场                          |
| 凤凰网      | 除疫情简报和辟谣日报等信息外，还推出“新冠病毒疫情心理援助平台”，汇总心理援助信息 |

## 服务保障

|                |  |
|----------------|--|
| 中国平安           | 旗下多家分公司分别为“抗疫”一线人员捐赠总额超 111 亿元的保险                          |
| 平安好医生、春雨医生等    | 开通新型肺炎问诊专区，线上免费义诊  |
| 爱奇艺            | 向湖北、武汉电视台捐赠精品电视剧版权，参与“停课不停学”计划，提供超 2000 场免费直播课，及近万门免费精品录播课 |
| 51Talk、vipJr 等 | 免费提供中外教英语在线课程  |
| 携程             | 推出“安心取消保障”计划，联合全球数十万家酒店，提供订单免费取消计划                         |
| 万达、世茂等         | 推出免租政策，适当减免商户租金  |
| 美团             | 推出专项扶持资金及优惠利率小微贷款，推出超 800 门精品免费课程，帮助商户在疫期学习提升经营知识          |
| 飞书             | 免费开放使用，协助企业远程办公  |

## 技术输出

|      |  |
|------|--|
| 阿里   | 为公共科研机构免费开放本次病毒疫苗和新药研发所需的一切 AI 算力  |
| 百度   | 提供人工智能技术支持，配套亿级计算资源，助力疾控机构、科研院所等研究单位进行研发提速                               |
| 中科曙光 | 提供超 100PFlops 算力的计算资源，并为疫情数据的实时监测和态势分析提供数据平台与技术支撑                        |
| 腾讯   | 发起“战疫开发者公益联盟”，在微信开放社区上线服务专区，为服务商和开发者提供资金和资源支持，帮助他们给政府部门、医疗机构等快速开发疫情服务小程序 |

《2018 年度中国慈善捐助报告》显示，从捐赠结构来看，2018 年全国接收现金捐赠首次突破 1000 亿元，达到 1007.83 亿元，占全年捐赠总量的 70.03%，反映现金捐赠愈加得到企业和社会公众青睐。而在此次疫情中，除现金捐赠外，企业援助已经呈现出结合一线需求、结合业务优势的特征，不失为公益援助行为的一大进步。

紫光集团及旗下新华三就选择在火神山与雷神山医院的建设规划公布后，捐赠价值金额总计 3000 多万元的网络及安全设备。由湖北当地团队负责现场项目设备联系存放和设备的安装调试，并提供现场运维支持和不间断的远程运维服务，保障设备正常运转。以自身数字化转型的赋能能力，协助火神山与雷神山搭建智能化医院。

而在武汉当地设有目前全球最大的自有工厂的联想，更凭借对当地的熟悉与了解，快速展开公益援助行动。向火神山、雷神山医院捐赠电脑、打印机等 IT 设备。两位武汉当地的工程师还成为火神山医院的 IT 运维志愿者，深入一线保障医院 IT 系统的稳定运行。

另外，大型企业的援助行为也变得更加复合，形成多角度、多层次的援助支持。

如腾讯公司在疫情发生后首先宣布捐赠 3 亿元人民币，设立第一期新型肺炎疫情防控基金，主要用于武汉等多地的疫区前线抗击及防治工作，包括口罩、消毒液、护目镜等物资的采购，以及对一线医护人员的帮助与激励。同时在腾讯公益平台上线了多个相关公益项目，为网友的捐助提供

便利。

此后，随着疫情的进一步发展，腾讯公司宣布再设立 2 亿元资金池，发起“战疫开发者公益联盟”，在微信开放社区上线服务专区，并提供资金和资源，支持服务商和开发者为政府部门、医疗机构等快速开发疫情服务小程序。同一时间，腾讯企业微信紧急更新新版本，推出群直播、健康上报、在线会议、紧急通知等功能，助力学校、企业等机构远程沟通。

阿里巴巴则在设立 10 亿元医疗物资供给专项基金之外，宣布为公共科研机构免费开放本次病毒疫苗和新药研发所需的一切 AI 算力，并上线面向医护人员及患者的“心理援助专线”，首批提供心理援助的专家超过 200 名。而面对医疗物资紧俏的情况，阿里巴巴还利用自身资源优势，上线“防疫直采全球寻源平台”。通过该平台，全球商贸及生产企业上传的医疗物资供应信息，将与平台发布的需求信息进行匹配，最大限度寻找货源、扩大产能，再由阿里巴巴直接采购，定点送往疫情防控一线。

此外，阿里巴巴旗下盒马平台创新性地开启与餐饮企业“共享员工”的行动，一方面解决线上订单激增带来的人员压力，另一方面解决实体餐

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_32062](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32062)

