



国家电网
STATE GRID

供电企业社会责任管理工具丛书

供电企业社会责任管理工具丛书

- 《利益相关方沟通手册》
- 《社会责任议题管理手册》
- 《社会责任边界管理手册》
- 《公益项目管理手册》
- 《社会责任信息披露报告书编制手册》

公益项目管理手册



公益项目 管理手册



国家电网公司
STATE GRID
CHINA ELECTRIC POWER GROUP

本报告采用可降解环保再生纸制作



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

你用电·我用心
Your Power Our Care

公益项目管理手册

国家电网公司 编

序

自 1916 年克拉克首次提出企业社会责任思想以来，百年光阴已逝。这 100 年来，企业社会责任出现过几次大争论、大发展，西方国家由此在商业伦理和企业社会责任方面领先于众多发展中国家好几个“身位”。然而近十年以来，在中央企业的引领和示范下，中国企业社会责任发展掀起了一波新的热潮。截止到 2016 年底，中国企业每年发布的社会责任报告已经超过 2600 份。不少中国企业的社会责任实践已经达到世界一流水准，或具备国际示范效应。

我国已将企业社会责任上升为国家意志、国家政策和国家战略。2012 年底的中央经济工作会议明确提出要“强化大企业的社会责任”；十八届三中全会将“承担社会责任”作为深化国有企业改革的六项重点工作之一；十八届四中全会特别指出要“加强社会责任立法”；十八届五中全会提出“加强国家意识、法治意识、社会责任意识”。一系列的方针政策为企业社会责任的全局性推动提供了必要的制度支持。

对社会负责任的企业行为是有效的企业内外部制度安排的结果。在党中央国务院的积极引导和激励下，在中国企业特别是中央企业的持续推动下，社会责任在中国已经从无到有，从理念的舶来品到真正植根于中国企业的发展语境。履行好企业应当承担的社会责任，为实现全社会的可持续发展贡献力量，已经成为社会各界的共识。

但在推进社会责任融入企业运营管理的过程中，不少企业都遇到了一个同样的难题：社会责任“看起来很美”，道理听起来“头头是道”，可一旦要应用的时候却总是“油是油，水是水”，让人无法融会贯通、得心应手。

其实这个西方舶来品来到中国“水土不服”，一个重要原因是，企业社会责任理论在语义上有一层“坚硬的外壳”，严重影响着践行者的认知、理解和应用。由于社会责任运动在我国，无论是理论研究，还是实践操作，都还处于起步阶段，我们要了解和运用它确实存在不少先天不足困难。要超越这些困难和挑战，我们就特别需要“将复杂的问题简单化”、“将具体内容逻辑化、结构化、图示化”，即将社会责任理论与具体的产业、行业、企业业务有机地结合起来，根据不同的情景，提供不同的解决方案，制造不同的应用工具。

供电企业作为提供公共产品与服务的基础产业，既是服务千家万户的可靠供电保障主体，也是关系国计民生的能源战略实施主体，同时还是公众高度关注的社会资源配置主体。供电企业的公共事业属性，决定了其肩负着重大的政治、经济与社会责任，必须服务于

前言

经济社会和人民生活发展，实施电力普遍服务。近年来，我国供电企业一直积极履行社会责任，自觉追求社会综合价值最大化，不断推动社会责任融入企业日常经营与管理，很好地发挥了引领和示范作用。同时，作为运营受到社会广泛监督，重大决策只有得到政府许可、社会认同、公众支持才能付诸实施的公用事业企业，供电企业最有意愿将社会责任理念融入日常的运营管理，也最迫切需要一套系统、实用的导入工具。

这套社会责任管理工具丛书，就是要将社会责任的各种理论和方法进行整体逻辑化、结构化、图示化的解读，使应用者能够在短时间内有效地理解、掌握和运用。我们相信，这套丛书对于我国供电企业，甚至是所有企业全面了解、系统掌握和熟练应用社会责任理念、方法和工具，将起到重要的指导和借鉴作用，必将对我国企业社会责任理论与实践的发展起到重要的促进作用，对中国经济社会可持续发展和企业更好履行社会责任产生重要而深远的影响。

视野成就高度，责任创造价值。虽然中国企业社会责任发展还处于量变的积累阶段，取得实质性变化仍需各方长期努力，但我们有信心，通过不懈的努力和探索，与社会各方携手应对全球经济社会所面临的巨大挑战，推动世界社会责任与可持续发展运动的蓬勃发展。

国家电网公司董事长、党组书记



近年来，中央企业高度重视社会责任工作，积极落实《中国慈善事业发展指导纲要（2011-2015年）》和国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，主动投身公益慈善事业，通过公益捐赠、设立企业基金会、与慈善组织合作、开展志愿服务等多种形式，广泛开展救助灾害、救孤济困、扶老助残等活动，以及教育、科学、文化、卫生、体育、环境保护等事业，主动实施海外慈善项目，取得显著成效，为我国慈善事业发展和树立良好国际形象作出了突出贡献。

本手册所指供电企业为国有独资或国有控股企业，是央企和国企的重要组成部分，对于保障经济、社会、环境的可持续发展发挥着重要作用。供电企业在完善发展自身的同时，坚持把社会效益放在首位，以更好地保障民生、服务社会、提供公共产品和服务为导向，重点提升服务质量、成本控制、营运效率和保障能力。这就要求供电企业更要在公益方面做出表率、做出成绩、做得规范、做得科学。

《手册》第一章公益项目的概念与要求，系统回答了什么是公益、什么是企业公益、什么是企业公益项目管理、公益项目管理的基本模式有哪些、模式选择策略等基础问题。第二章中央企业公益，从中央企业公益的定义出发，系统研究了中央企业公益的合法性、投身公益的原因、公益的特殊性、中央企业如何做公益等问题，并进一步探讨了供电企业如何做公益的问题。第三章供电企业公益项目管理流程，从公益项目选题、计划、实施、管控、品牌塑造、绩效评价等六个主要环节进行了探索。第四章归集了与公益项目管理有关的政策法规，给出了公益项目管理的工具。

《手册》着眼于供电企业公益项目管理，对公益项目的诸多问题进行了创新性地解答，在经验总结的基础上，着眼于指导引领，以期成为公益项目管理具有针对性和实用价值的工具书。

目录

01

公益项目管理的概念与要求

什么是公益	06
什么是企业公益	08
什么是企业公益项目管理	12
公益项目管理的基本模式	14
公益项目管理模式选择策略	20

02

中央企业公益

中央企业公益的定义	26
中央企业公益的意义	26
中央企业投身公益的原因	27
中央企业公益的特殊性	27
中央企业如何做公益	28
供电企业如何做公益	31

03

供电企业公益项目管理流程

供电企业公益项目选题	42
供电企业公益项目计划	48
供电企业公益项目实施	53
供电企业公益项目管控	55
供电企业公益项目品牌塑造	57
供电企业公益项目绩效评价	59

04

公益项目管理的政策与工具

公益项目管理相关的政策法律文件	64
公益项目管理的工具与资源	104

01 公益项目管理的 概念与要求

CONCEPTS & REQUIREMENTS

- 06 什么是公益
- 08 什么是企业公益
- 12 什么是企业公益项目管理
- 14 公益项目管理的基本模式
- 20 公益项目管理模式选择策略



什么是公益

公益的定义

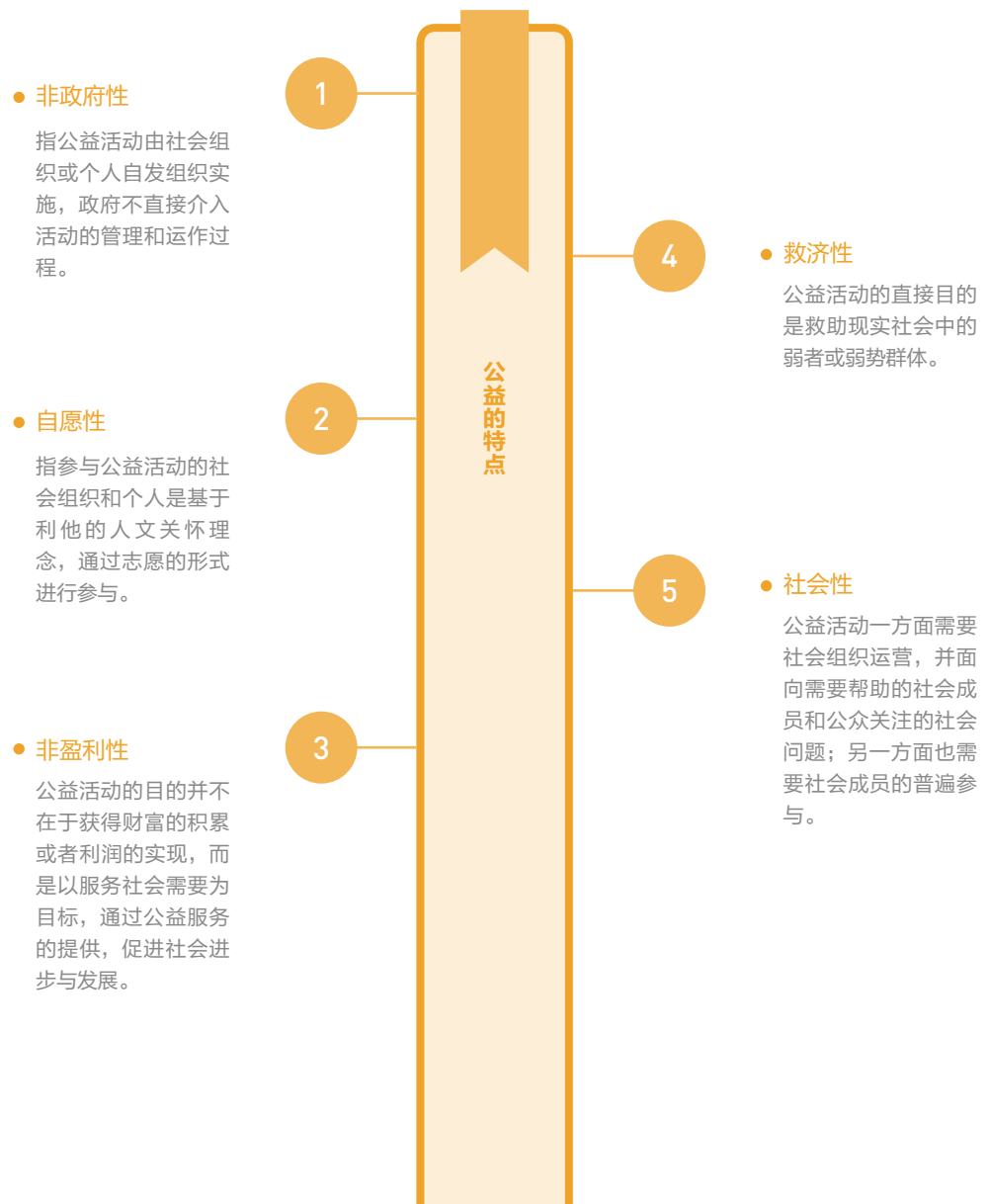
“公益”一词是由英文“public welfare”翻译而来，可以理解为公益是相对于“个人的私利、私益”而言，是追求公共利益的活动和对共同善的向往。由于公益概念的内涵和外延较为广泛，本手册从政府是否参与的角度，将公益分为广义公益和狭义公益。^A

广义定义

泛指一切以社会公共利益为目的的社会活动及个人行为，包括政府性的和非政府性的。

狭义定义

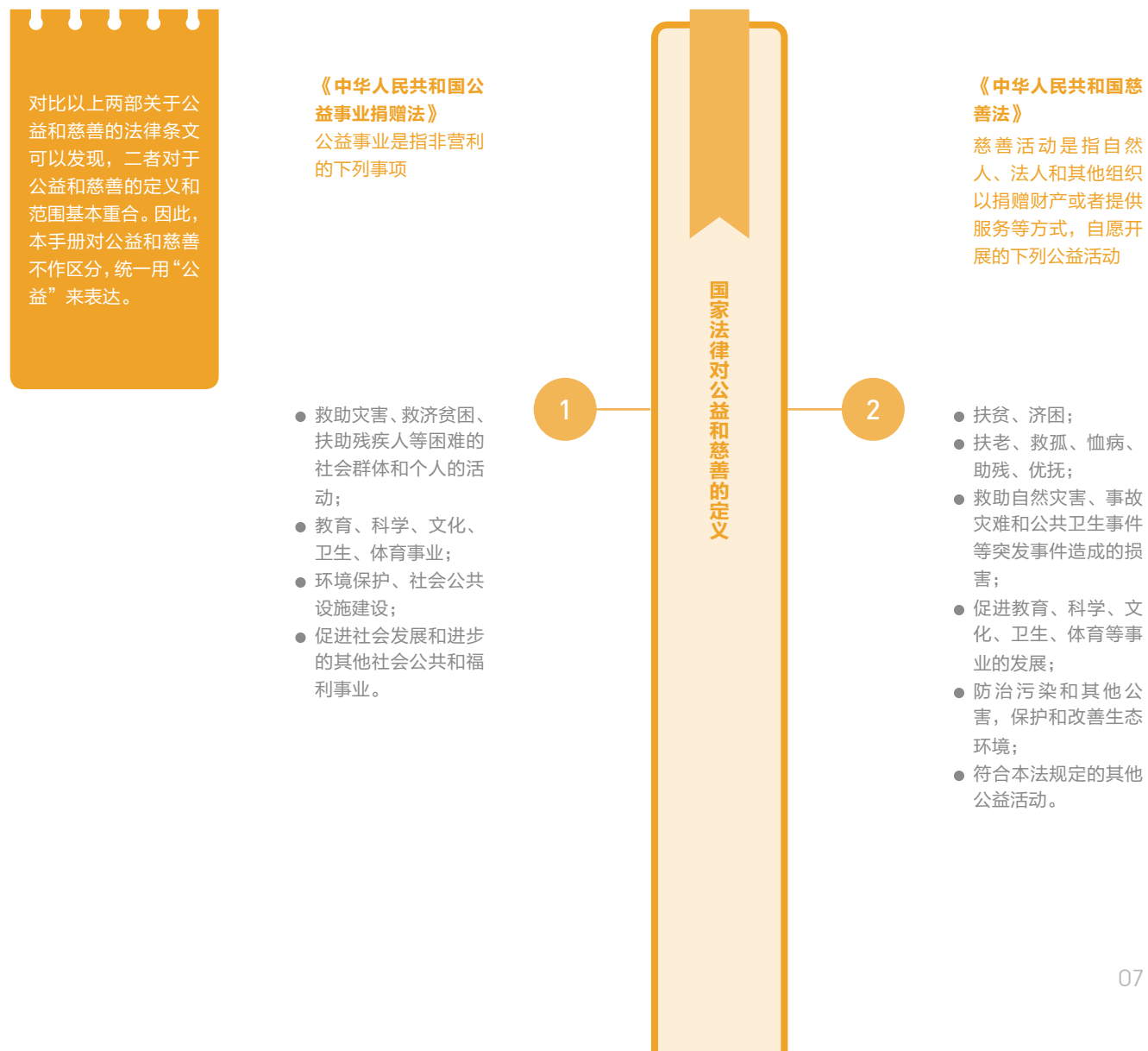
指个人或社会组织以非政府性的形式进行的，具有自愿性、非盈利性、救济性、社会性等特征的以社会公共利益为目的的活动和行为。



^A 资料来源：
《“公益”概念辨析》
杨超

公益与慈善的关系

公益和慈善的终极价值目标都是“善”，表达的是一种对人类幸福的关怀。公益是一种追求公共利益的活动，社会性是其主要特征。慈善表达的是一种怜悯、同情，更多的是一种情感性的释放，表达一种个体性的特征。当慈善走向组织化层次，其行为产生社会性效应时可以称之为公益。因此，公益和慈善这两个概念既高度关联而又略有不同。



什么是企业公益 企业公益与非企业公益

定义

企业将其拥有的资源（包括有形资源 and 无形资源）通过捐赠、提供服务等形式，自愿参与到与其生产经营无直接关系的社会公益事业中的行为。

本质

由于企业具有盈利性与社会性的二重属性，企业通过无偿投入资源参与社会公益事业，实际上是对其拥有的资源和经营获取的利益进行社会再分配的过程，通过这一过程可以平衡其盈利性与社会性的关系，使之符合社会对企业的期望，从而使企业成长与社会发展处于相对协调的状态。

表现形式

直接捐赠、社会关联营销、公益宣传、志愿者活动等。

... 企业公益

社会组织公益 ...

定义

本手册将社会公益组织开展的公益活动叫做社会组织公益。社会公益组织一般是指那些非政府的、不把利润最大化当作首要目标，且以社会公益事业为主要追求目标的社会组织。社会公益组织是一种合法的、非政府的、非营利的、非党派性质的、非成员组织的、实行自主管理的民间志愿性的社会中介组织，其主要活动是致力于社会公益事业和解决各种社会性问题。^①

表现形式

慈善基金会等。

定义

政府在公益事业中的角色定位应是公益的守护者。政府最根本的属性就是公共性，即政府产生、存在的目的是为了公共利益、公共目标、公共服务以及创造具有公益精神的意识形态等。政府因为其公共目标而成立及存在，这正是政府公共性的起源，虽然不同时代、不同背景对政府公共性的外部特征有不同的要求，但实现正义、提供公共物品却是所有政府公共性中的核心内容。公益事业是一种重要的公共物品。那么，政府便有职责提供公益产品及保护公益事业的公益性。^②

表现形式

社会救济、扶贫等。

... 政府公益

个人公益 ...

定义

个体在公益事业中的角色，通常是以志愿者的身份参加活动。志愿行动，指的是在不求任何物质回报的情况下，为改进社会和推动社会进步而提供服务、贡献个人的时间及精神的行动。作为一种由利他主义价值观所导向的行为，公益行为必须以志愿性为前提。

表现形式

开展志愿服务活动、无偿献血、捐款捐物等。

① 资料来源：
《城市政府在公益慈善事业中的角色定位》
王寒冰

② 资料来源：
《我国非政府组织在社会公益多元供给主体中的角色分析》
李茂平

企业公益的原因

政府、社会组织、志愿者和企业是社会公益服务的主要提供者，由于自身资源、能力以及体制机制等方面的限制，任何一方都可能存在功能失灵的情况，无法独自满足社会的全部公益需求。四者之间进行相互合作和补充是公益事业发展的内在要求，也充分反映在当前的公益实践中。因此，企业公益是弥补其他社会主体公益供给不足的重要力量。同时，由于公益行为能够影响政府、公众等对企业的认知，也会对企业的自身发展带来诸多好处。

弥补其他公益主体的不足 ①

- 由于政府的公共决策过程复杂，及决策体制可能存在缺陷导致公共政策失效，造成公共物品供给的低效和不足，并且存在寻租及腐败等现象，使政府无法完全满足社会的公益需求。
- 社会组织由于在资金实力和专业力量等方面存在不足和局限，其所能够提供的公益资源和服务力度有限，且存在家长式作风和非专业化的情况，使其在提供公益服务时存在较大的局限性。
- 志愿者由于其分散性和能力的不确定性，只能提供辅助性的公益服务。
- 企业具有经济实力雄厚、专业力量强和资源协调组织等方面的优势，在社会公益领域可以发挥重要作用，有效弥补社会公益资源不足的短板。

①

资料来源：
《社会公益合作供给、
概念、模式与制度选择》
张小进

促进企业自身的发展

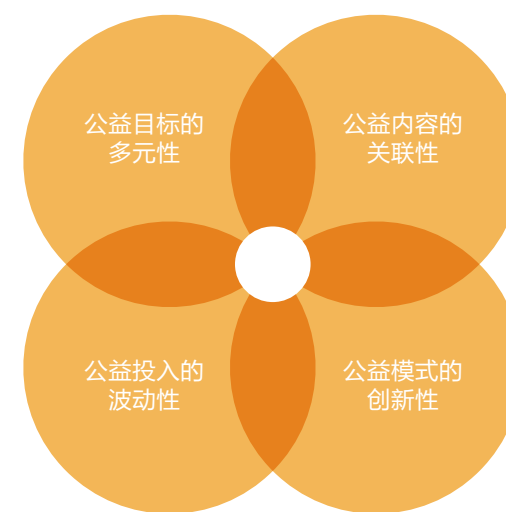
- 有助于加强利益相关方关系管理：企业公益行为可以有效带动利益相关方参与其中，赢得更大范围的理解与支持，改善企业与利益相关方的关系。
- 塑造良好企业形象：公益行为使企业更容易被公众接受，得到公众的支持，引起媒体的注意，产生良好传播效果，提升企业的知名度和美誉度。
- 促进企业竞争力提升：在市场中，具有良好形象的企业往往更容易获得融资渠道和合作伙伴的信任，结合以上两点企业公益行为对企业形象的提升作用，进而可以增强企业的软实力和综合竞争力。
- 改善企业内部管理：具有社会公益内涵的企业文化理念更容易让员工接受，并且能够提高员工忠诚度和向心力，促进内部管理水平的提高。

企业公益的特征

企业的本质特性决定了企业公益行为除了拥有公益的一般特性之外，还具有与其他社会主体公益行为不同的特征：

企业在制定公益目标时，除了考虑实现帮助被帮扶对象解决困难和问题外，还要考虑政府、利益相关方及企业自身的需求。

由于公益不是企业经营活动的主要目标，企业的公益投入往往随企业自身的经营状况不同而波动。



企业公益的内容通常与企业自身所处的行业和具有的资源能力相关联，可以发挥企业的资源和专业优势。

创新是企业发展的重要动力，这也会在公益行为中体现出来，企业更愿意接受创新的公益模式，实现更好的公益效果。

什么是企业公益项目管理^E

企业公益项目管理的定义

企业公益项目管理指在公益项目活动中由专门团队运作，运用专门的知识、工具和方法，使公益项目能够在有限资源限定条件下，实现或超过设定的需求和期望的过程。与传统项目管理不同的是，企业公益项目管理在达到公益目标最大化的同时，服务于企业的公益战略和可持续发展战略，具有外促和谐、内促发展的双重目的。

公益项目类型

按照项目的内容分类

● 公益主题活动项目

指企业通过宣传、倡导和组织实施系列公益活动，引起社会的广泛关注，并带动影响参与活动、改变不良的社会观念和行为习惯、影响顾客和消费者参与的公益行为模式，如1983年美国运通公司承诺：顾客每使用一次运通卡，就为自由女神像修复工程捐赠1美分；在美国境内每开通一张运通卡，就捐赠1美元。

● 公益慈善捐赠项目

是企业以现金或非现金的实物或服务的方式，直接捐助给某个公益机构或公益项目，如国家电网“特高压电网奖学金”。

● 社区志愿者活动项目

指企业支持或鼓励企业员工，分销、零售企业合作伙伴或特许经营成员，分享他们的时间、人力和智力，用来服务当地的社区组织建设或公益事业，如广西电网公司持续开展“‘电’亮八桂青年行”等志愿服务项目。

● 企业价值链公益项目

指企业依据本身所在行业领域的性质和特点，以及自身所从事商业环节的优势，在自觉履行企业公民责任意识的支配下，积极开展符合社会发展趋势和潮流、符合社会道德、符合公众利益要求，以及改善社区福利和保护环境等一系列的内部和外部公益改良活动，如国网北京市电力公司积极开展“电力爱心教室”公益活动。

● 企业公益创投项目

是一种新型的公益伙伴关系和公益投资模式，企业与公益组织合作的长期性和参与性是“公益创投”的重要特征，它强调企业与受资助方不再是简单的捐赠关系，更重要的是与被投资人建立长期的、深入参与的合作伙伴关系。这种合作伙伴关系下，如果合作伙伴能够更快地成长，则企业就更为有效率地达到了最初设定的社会目标，实现共赢，如马边扶贫采用成立合作社的办法实现村民持续有收入的目标。

● 创建社会型企业项目

主要通过商业模式采取无偿提供产品或服务不赚取利润，或者所赚取利润盈余用于扶助弱势社群、促进小区发展、社会企业本身运转及扩张的公益事业，它们重视社会价值多于追求最大的企业盈利，如华润希望小镇公益项目。

按照项目的对象分类

● 政策性公益

指为了特定的政策目标而开展的公益活动。如定点扶贫、援疆、援藏、其他定点援助等。

● 社区公益

指在社区范围内开展的涉及特定群体或特定领域的公益项目。如助残、助医、助学、文体事业、社会公共设施建设等。

● 环保公益

指涉及环境保护、节能减排的公益活动。

● 赈灾公益

指针对特定灾害所进行的灾难过渡及灾后重建的一系列捐赠、心理支持及援建等公益活动。

按照企业发挥作用的不同分类

● 类税收性质公益支出

是指企业为保证在社会上存在的合法性而必须发生的公益支出。比如，对重大突发自然灾害的捐助。此类费用不是税收胜似税收，具有很强的支出刚性。其对企业的作用主要体现在两个方面：一是风险管理和保险功能；二是促进企业的合规管理和坚守法律、道德底线。

● 共赢式性质公益支出

是指能够实现企业与特定或多个利益相关方共赢式性质公益支出。比如，国家电网公司所属的北京市电力公司支持公安系统建设公安英模抚恤基金，这实际上是属于共赢性质的公益支出。北京地区的重大政治和社会活动频繁，一年365天可能有超过270天需要参与完成保电工作。破坏社会公共安全的重要隐患就是破坏电力供应。保障社会公共安全责任归口是在公安系统，与公安系统的长期合作是北京市电力公司工作的重要特点。支持建设公安英模抚恤基金，有利于形成彼此的信任、理解与合作。共赢式性质公益支出必须基于社会价值创造，具体类型取决于企业处理与不同利益相关方的共赢关系。

● 类投资性质公益支出

是指着眼于实现公司发展战略目标而作出的战略性公益支出。比如，参与重大建设项目所在地的社区发展，赢得当地社区对企业发展的认可与支持。

按照企业发挥作用的不同，可将公益事业支出分为类税收性质公益支出、共赢式性质公益支出、类投资性质公益支出等。^F

^F

资料来源：
《国有大型企业开展公益事业的逻辑》
李伟阳

^E

此部分根据百度百科相关概念的定义自行梳理总结。

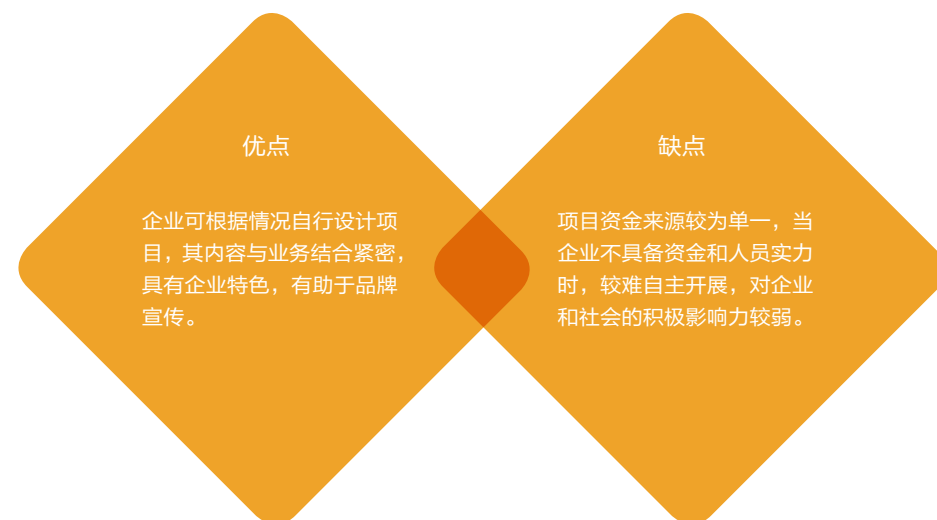
公益项目管理的基本模式

公益项目管理的基本模式分为三种：自主管理模式、委托管理模式、合作管理模式。本手册针对三种基本模式进行分析，围绕定义、优缺点、应用及案例展开说明，并针对不同情况下的 12 种公益项目列举选择模式。

自主管理模式

定义

自主管理模式是指企业自行开展公益项目，从项目选题、制定方案计划、资金及物资筹集、人员、过程管理、日常沟通、执行等全过程由企业自主决策并实施。



应用及案例

项目类别	特点	案例
企业品牌相关公益项目	<ul style="list-style-type: none"> 企业战略领导下的统一公益项目，以企业基金会为平台，项目名称有品牌效应。 	<ul style="list-style-type: none"> 华润集团以华润慈善基金会为平台，通过环境改造、产业帮扶、组织重塑三种途径，建设华润希望小镇（详见案例 1）。
	<ul style="list-style-type: none"> 企业在特定情况下开展的公益项目，内容与企业自身业务特色充分结合，具有品牌影响力。 	<ul style="list-style-type: none"> 宝洁公司派出救援车服务灾区民众，便利灾区民众生活（详见案例 2）。
企业志愿者活动	<ul style="list-style-type: none"> 企业自发组织员工作为志愿者参与项目，内容结合企业所在地社会问题。 	<ul style="list-style-type: none"> 国网枣庄供电公司“代理妈妈”活动，企业员工自愿成为代理妈妈，从日常生活到教育，关爱困难、留守儿童健康成长。

案例 1

华润希望小镇^⑥

自 2008 年起，华润集团陆续在革命老区和贫困地区选址建设希望小镇，以华润慈善基金会为平台，从集团、直属企业、员工、合作伙伴四个渠道募集捐款，通过环境改造、产业帮扶、组织重塑三种途径，建设华润希望小镇。



案例 2

宝洁公益救援车服务灾后居民

2011 年 5 月美国密苏里州的 Joplin 小镇遭受致命龙卷风袭击。当地的供水、排水、供电系统会受到损坏，宝洁公司及时派出若干辆“汰渍承载希望”和“金霸王能量救济”号救援车为灾区民众提供服务。

“汰渍承载希望”号救援车 提供免费的洗衣服务，供应淡水、运走污水，慰藉并缓解了民众灾后情绪。

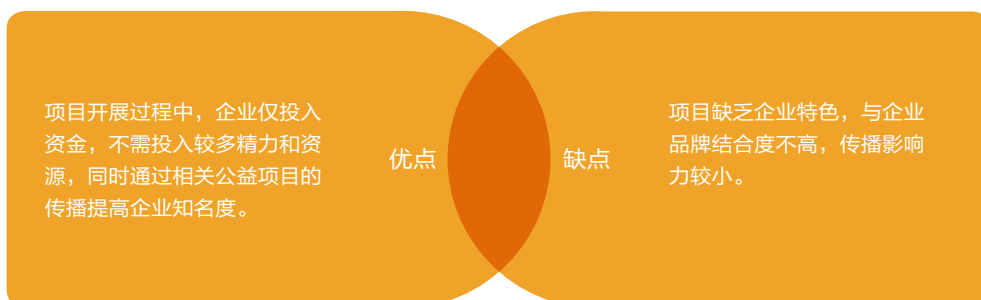
“金霸王能量救济”号救援车 提供免费的电池、手电筒，为笔记本电脑和手机充电，帮助急于上网同朋友或家人取得联系的灾民。

^⑥ 资料来源：
《华润集团 2014 年社会责任报告》

委托管理模式

定义

委托管理模式是指企业将企业资金委托给大型公益基金会或专业公益组织开展公益项目。企业在选择公益项目委托管理时倾向于选择能与企业经营目标相结合的公益主题，同时将资金募集途径与企业业务相结合。



应用及案例

项目类别	特点	案例
直接捐赠	<ul style="list-style-type: none"> 企业可冠名公益项目，捐赠资金用于特定主题项目，最常见的形式是现金拨款、捐款或非现金的服务。 	<ul style="list-style-type: none"> 自 2001 年起，百事公司支持“母亲水窖”项目，帮助中西部贫困地区的缺水家庭和解决安全饮水问题，成为该项目捐资额度最大的跨国公司（详见案例 3）。
公益营销	<ul style="list-style-type: none"> 企业可结合业务特色选择项目，承诺基于某种特殊产品的销售为公益项目捐款，增加消费者对企业的认同感，进而对其产品或服务产生偏好。 	<ul style="list-style-type: none"> 2015 年，梅赛德斯·奔驰与劳伦斯体育公益基金会在中国达成战略合作伙伴关系，奔驰推出了 16 辆限量 GLA 260 4MATIC 劳伦斯特别版，通过微信平台进行售卖，所得款项全部捐给梅赛德斯·奔驰“星愿基金”，专门用于劳伦斯在华体育公益项目（详见案例 4）。

案例 3

百事公司支持“母亲水窖”项目

中国妇女发展基金会发起“母亲水窖”项目。百事公司自 2001 年起开始支持“母亲水窖”项目，是最早参与该项目的财富 500 强外资企业，也是该项目最早的战略合作伙伴之一。截至 2013 年底，百事基金会、百事公司大中华区及员工已共同捐资近 5300 万元人民币，共建水窖 1500 多口，新建或升级改造小型安全饮水工程 170 多处，修建校园安全饮水工程 90 多处，培训农村居民 17 万余人。这些项目已经惠及了包括四川、云南、甘肃、贵州、广西、河北、内蒙古、青海、重庆及陕西在内的 10 个省（区市）的 71.7 万多人。

案例 4

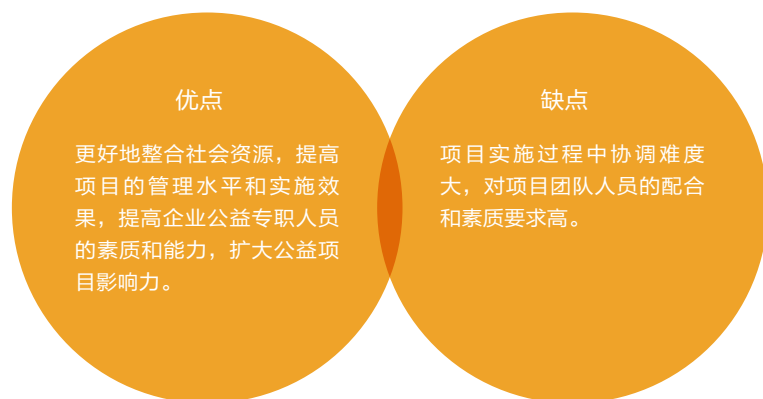
梅赛德斯—奔驰与劳伦斯中国体育公益基金

2015 年是梅赛德斯—奔驰品牌创立的第 129 周年，以此为契机，奔驰与劳伦斯一起通过“劳伦斯培训师计划”和“希望小学体育公益项目”等核心项目，帮助 129 所希望小学培训体育教师，惠及近 4 万名孩子，提升其体育课程品质；并将进一步在 2016 年底在全国培训千余位希望小学的教师，覆盖 400 多所希望小学，帮助超过 15 万青少年儿童增强体育素质。皆由此项公益活动，充分阐释了践行企业社会责任是品牌核心理念。着眼于在华的长期发展，梅赛德斯·奔驰全面地诠释了“价值创造”的意义，并将社会公益与公众认同纳入企业成功的衡量标准，长期致力于做一名深具社会责任感的公民，为中国社会的可持续发展贡献应有的力量。

合作管理模式

定义

合作管理模式是指企业结合业务特点，与大型公益基金会（专业公益组织）开展公益项目合作，或企业搭建公益平台，为外界提供资金、资源，促进企业与各利益相关方合作开展公益项目。



应用及案例

项目类别	特点	案例
公益项目合作	<ul style="list-style-type: none"> 企业公益理念与公益基金会的理念相融合，公益项目与企业自身业务相匹配。 	<ul style="list-style-type: none"> 汇丰中国与国际青年成就合作开展学生商业、理财教育项目（详见案例5）。
搭建公益平台 ^H	<ul style="list-style-type: none"> 为外界提供或筹集资源、资金等，利益相关方可通过平台建立联系，共同开展公益活动或项目。 	<ul style="list-style-type: none"> “网络捐款平台”是腾讯公益重要产品，该产品融入互联网的智慧和精神，将公益成功转变为一种新的社交方式。通过“乐捐”“一起捐”等方式，将数亿爱心网友连接在一起，用最简便的方式参与公益，让人人可公益成为现实（详见案例6）。

案例 5

汇丰中国与国际青年成就中国合作

2013年，汇丰中国与国际青年成就中国将课堂教育与线上学习和线下实践相结合，建立“理财青年”网站并举办“高中生金融理财大赛”，激励高中生学习金融理财知识技能，培养了他们确定目标、制定预算、管理信用和风险投资等能力，建立了青少年学生与老师、企业志愿者、金融行业专家探讨问题的平台。

案例 6

“网络捐款平台”

“腾讯公益”网捐募捐平台是腾讯公益基金会推出的公益项目自主发布平台，包括发起、捐赠、互动与监督等功能。其核心是“提供网友在网络求助，公益组织认领求助、在线筹款、项目反馈、公众监督等一站式服务”。有公募资格的公募组织可通过该平台为自己的公益项目筹款。自2007年5月平台上线起，到2016年4月，累计帮助国内优秀公益组织在网络上发起公益筹款项目超过1.1万个，共有超过6800万人次捐赠善款10亿元。

^H 《2013-2014年腾讯企业社会责任报告》

公益项目管理模式选择策略

企业公益项目管理模式选择的基本策略

企业在进行公益项目的管理模式选择时，需要综合考虑项目目标要求、项目实施的专业要求、自身的项目管理能力、社会公益资源供给和公益品牌建设要求等关键因素。

企业实践表明，公益项目的目标要求主要包括子目标的多样化和项目质量要求两个方面，通常子目标越多、项目质量要求越高，越倾向于与专业公益组织合作管理。公益项目实施的专业要求与企业自身的专业优势关联度越大，越倾向于自主管理，反之则倾向于合作管理。企业自身公益项目管理能力越强，越倾向于自主管理，反之则倾向于委托管理或合作管理。社会公益资源供给越充足，越倾向于委托管理或合作管理，反之则倾向于自主管理。企业对公益项目品牌建设的需求越强烈，越倾向于自主管理，反之则倾向于委托管理。

一般来说，企业在选择公益项目的管理模式时可以有以下四种策略：

主动创新策略	● 指企业针对全新的公益领域或项目要求，主动采取措施，创新项目管理模式，力争实现项目目标。
积极跟随策略	● 指企业针对已有成熟管理模式的公益项目，积极学习借鉴先进的项目管理经验，结合企业实际进行适当改进并具体实施。
渐进提升策略	● 指企业针对现有的已取得一定效果的公益项目，采取措施逐步进行改进，以达到理想效果。
持续实施策略	● 指企业针对已获得认可但需要长期实施的公益项目，采取措施保证资源供应，使之能够持续运转。

上述公益项目管理模式的选择策略在项目的实施过程中，可以根据实际情况在项目的不同阶段组合应用。

供电企业公益项目管理模式选择策略

项目类别	项目主要内容	建议管理模式
扶贫 (含援疆/援藏)	结合业务开展产业扶贫、解决当地就业，带动当地经济发展	自主管理模式、合作管理模式
	赠送物资便利居民日常生活，开展电力、道路等基础设施建设，改善贫困地区生活条件	自主管理模式、合作管理模式
	向公益组织捐赠资金、物资，合作开展公益主题项目	委托管理模式、合作管理模式
赈灾	向政府部门、相关公益组织捐赠财物支持救灾	委托管理模式
	帮助救灾物资运达灾区	自主管理模式、合作管理模式
	实施灾后重建，帮助灾区重建基础设施、开展长效帮扶项目	自主管理模式、合作管理模式
助残	慰问关爱残疾人、捐赠物资、提供志愿服务等，改善残疾人日常生活	自主管理模式
	开展助残主题项目，如残疾儿童助养、轮椅捐赠、盲童书籍捐赠等	自主管理模式、委托管理模式
助学	捐建学校、捐赠书籍、教学器材等，改善教学条件	自主管理模式、合作管理模式
	提供特定主题的教学服务，如安全用电知识进课堂等日常教学范围以外的主题教学	自主管理模式、合作管理模式
	改善师资，如开展当地教师培训项目	委托管理模式、合作管理模式
助医	向社区捐赠医疗器械、设备，捐建医院，改善医疗条件	自主管理模式、合作管理模式
	向医疗技术人员匮乏地区派驻医生，提供专业医疗服务	委托管理模式、合作管理模式
	资助某类疾病患者就医，如向贫困家庭的先天性心脏病、免唇等患病儿童直接提供资金或向相关公益基金会、组织捐资	委托管理模式、合作管理模式
文体事业	向文体事业捐赠资金、专业器材，赞助文体活动、比赛等	委托管理模式、合作管理模式
	支持建设非营利性文化设施	自主管理模式、合作管理模式
环境保护	向环保公益组织捐赠资金或结合业务合作开展环保项目	委托管理模式、合作管理模式
	自行开展环保项目，如环保宣传、清除垃圾等	自主管理模式
社会公共设施建设	提供资金或资源支持社会公共设施的建设	委托管理模式
	结合业务特点自行组织实施建设社会公共设施项目	自主管理模式
其他公益救济和公共福利事业	自行捐赠或通过向相关公益组织捐资捐物，改善特殊群体（如留守儿童、孤寡老人）生活条件等	自主管理模式、委托管理模式
	结合业务特点或与相关公益基金会、组织合作，针对特殊群体开展特定主题公益项目，如留守儿童家庭关系改善等	自主管理模式、合作管理模式
直接捐赠	为受助群体直接提供资金或生产生活物资	自主管理模式

02 中央企业 公益

CENTRAL

ENTERPRISES

- 26 中央企业公益的定义
- 26 中央企业公益的意义
- 27 中央企业投身公益的原因
- 27 中央企业公益的特殊性
- 28 中央企业如何做公益
- 31 供电企业如何做公益



中央企业 公益的定义

中央企业（简称：央企），作为中国国有企业，长期以来是国民经济的重要支柱。广义的中央企业包括三类：一是由国务院国有资产监督管理委员会管理的企业，从经济作用上分为提供公共产品的，如军工、电信；提供自然垄断产品的，如石油；提供竞争性产品的，如一般工业、建筑、贸易。二是由银监会、保监会、证监会管理的企业，属于金融行业，如国有五大银行（建行、农行、中行、交行、工商银行）及中国进出口银行、中国农业发展银行、国家开发银行。三是由国务院其他部门或群众团体管理的企业，属于烟草、黄金、铁路客货运、港口、机场、广播、电视、文化、出版等行业。狭义的中央企业通常指国务院国有资产监督管理委员会直接管理的大型国有企业。本手册所说的央企是狭义的央企。

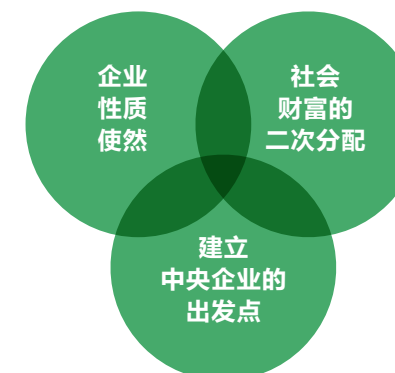
中央企业公益是指中央企业在符合国家有关法律法规和监管政策的前提下，根据社会事业发展的需要，将企业的资源无偿通过捐赠、提供服务等形式投入社会公益事业的行为。中央企业的公益行为应当坚持自愿无偿、统筹兼顾、合法合规、专业科学的原则。

中央企业 公益的意义



中央企业投身 公益的原因

- 中央企业是真正意义上的全民所有制企业，是国民经济的支柱，对于政府投身公益的号召、人民群众的期盼要进行充分的回应。
- 对私人企业而言，其决策控制权完全由私人掌握或授予，不一定选择开展公益项目。



- 中央企业建立的出发点，不是简单追求利润最大化，而是要服从社会公共利益和解决特殊社会群体需求，以社会目标为主，以利润目标为辅。
- 对私人企业而言，所追求的是自身利润最大化，公益项目不是必须开展的。

- 中央企业净利润归国家所有，应由国家占有和支配。同时，国家要对企业的盈亏承担风险，企业本身并不担负全部责任。中央企业做公益项目在某种程度上是进行社会财富的二次分配。
- 在私人企业里，私人投资，私人受益，私人承担风险，不一定选择通过公益进行财富的二次分配。

中央企业公益 的特殊性

中央企业的公益行为具有企业公益的普遍特性，但由于中央企业具有规模大、关系国家安全和国民经济命脉、承担重大专项任务的特点，决定了中央企业公益具有特殊性。

公益目标的特殊性	<ul style="list-style-type: none"> 需要兼顾国家战略与企业战略的要求 体现中央企业的负责理念与组织优势、资源优势 配合政府解决国家和地方重大社会与环境问题 平衡公益投入与社会期望的关系，避免误解与争议
公益动机的特殊性	<ul style="list-style-type: none"> 落实国家战略，如精准扶贫、援疆援藏等 贯彻政府、监管部门的相关政策 争当行业表率 提升社会公众对中央企业独特社会价值、社会贡献的认同
公益方式的特殊性	<ul style="list-style-type: none"> 公益项目严格按照监管要求组织实施 政策性公益项目按照政府要求的方式方法开展 公益项目实施过程中，与政府保持密切沟通、协调
受助对象的特殊性	<ul style="list-style-type: none"> 政策性公益项目的受助对象，是国家战略和政策关注的重点社会群体 企业自主公益项目的受助对象，是社会公认的需要帮扶的群体
公众期望的特殊性	<ul style="list-style-type: none"> 公众既希望中央企业在支持公益事业发展中发挥重大作用，又担心其慷国家之慨 公众希望能够有效监督中央企业的公益行为 公众对中央企业公益行为的关注度和期望值高于民营与外资企业

中央企业如何做公益

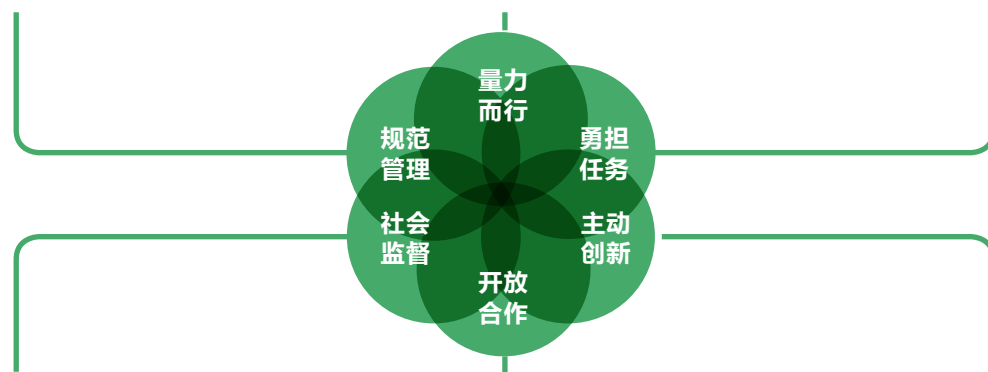
中央企业公益的要求

根据《关于加强中央企业对外捐赠管理有关事项的通知》（国资发评价〔2009〕317号）、《关于支持中央企业积极投身公益慈善事业的意见》（民发〔2015〕96号）等国家有关政策文件的相关规定，中央企业公益的总体要求是积极参与公益活动，规范公益行为，维护股东权益。具体而言，包括以下六个方面：

中央企业应当制订和完善公益管理制度，对所属各级子企业公益行为实行统一管理，明确管理部门，落实管理责任，规范内部审批程序，细化公益项目审核流程。将公益支出纳入预算管理体系，细化公益项目和规模，严格控制预算外公益支出，确保公益行为规范操作。

中央企业要根据自身经营实力和承受能力，明确规定公益的范围。中央企业公益的范围主要包括：向受灾地区、定点扶贫地区、定点援助地区或者困难的社会弱势群体的救济性捐赠，向教科文卫体事业和环境保护及节能减排等社会公益事业的公益性捐赠，以及社会公共福利事业的其他捐赠等。

中央企业要积极承担援疆援藏和定点帮扶“老少边穷”地区等国家重点任务，充分发挥行业表率 and 模范作用。



中央企业要注重公益行为的社会沟通与监督，在实际开展公益项目并发生对外公益支出后，应当规范账务处理，并及时将有关项目的实施和资金支出等情况向社会公开披露，自觉接受社会各界的监督。

中央企业要积极与治理规范、公信力高的社会公益组织开展合作，委托公益组织开展企业自行设立的公益项目，或参与公益组织设立的有影响力、创新性和实效性的公益项目，作为资源供给方和效果考核方来发挥作用。

中央企业要大力创新公益形式和参与方式，探索建立企业公益基金会，提高公益资金的使用效率和管理水平；依托相关金融机构、公益组织设立公益信托；创新开展形式多样的志愿者活动；整合内部公益资源，统一筹划部署，结合企业战略模式，打造有影响力、可持续的公益品牌项目。

中央企业公益的路径

自己成立专业部门

由企业内部门来专业负责或者分管公益项目管理工作，如：

社会责任部
(中国兵器工业集团公司)

集团办公室
(新兴际华集团有限公司)

对外联络部
(国家电网公司)

战略投融资管理部
(中国普天信息产业集团公司)

运营管理部
(中国黄金集团公司)

董事会办公室
(中国医药集团总公司)

企业文化部
(中国国新控股有限责任公司)

建立非公募基金

成立非公募基金，通过基金来开展公益项目管理，如：

2005年
中远慈善基金会
1
亿元

2009年
招商局慈善基金会
0.5
亿元

2012年
东风公益基金会
0.5
亿元

2005年
宝钢教育基金会
0.5
亿元

2009年
中国移动慈善基金会
1
亿元

2016年
神华公益基金会
2
亿元

2005年
南航“十分”关爱基金会
0.2
亿元

2009年
国家电网公益基金会
1
亿元

2008年
华润慈善基金会
0.5
亿元

2012年
中国海油公益基金会
5
亿元

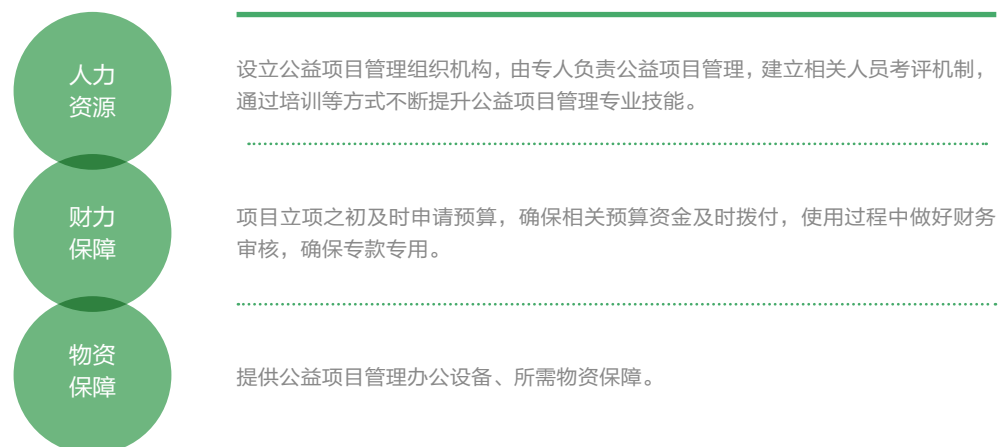
① 以下均为原始基金数目

中央企业公益的方法

根据社会公益的不同性质，将其分为救济型公益、保障型公益、发展型公益和价值型公益四大类。救济型公益主要是对于贫困、灾害、残疾等领域所提供的最基本的救济救助；保障型公益包括医疗卫生、环境保护、社会公共设施等公益领域；发展型公益则包括教育、科技、文化、体育等公益领域；价值型公益则体现为特性价值塑造的公益领域。^①

公益类型	具体形式	央企实践
救济型公益	<ul style="list-style-type: none"> 定点扶贫、援疆、援藏、救助灾害、救济贫困、助残、帮助社会弱势群体 	<ul style="list-style-type: none"> 国家电网公司定点扶贫巴东、秭归、长阳（武陵山区、湖北） 中国保利集团公司为四川雅安重大地震灾害事件募得善款 163.9 万元
保障型公益	<ul style="list-style-type: none"> 基础教育、医疗卫生事业、环境保护、社会公共设施建设等 	<ul style="list-style-type: none"> 中国黄金集团公司为甘肃天水花园村幼儿园捐献爱心营养包 中国广核集团有限公司员工开展红树林湿地保护区公益清滩行动
发展型公益	<ul style="list-style-type: none"> 高等职业教育、科学、文化、体育事业 	<ul style="list-style-type: none"> 中国化工集团公司开办化工博物馆
价值型公益	<ul style="list-style-type: none"> 公益宣传、价值倡导 	<ul style="list-style-type: none"> 中国旅游集团公司参加“第四届中国公益慈善项目交流展示会”

中央企业公益的资源配置



资料来源：
《社会公益合作供给、可能、困境与制度选择》
张小进

供电企业如何做公益

供电企业公益的特殊性

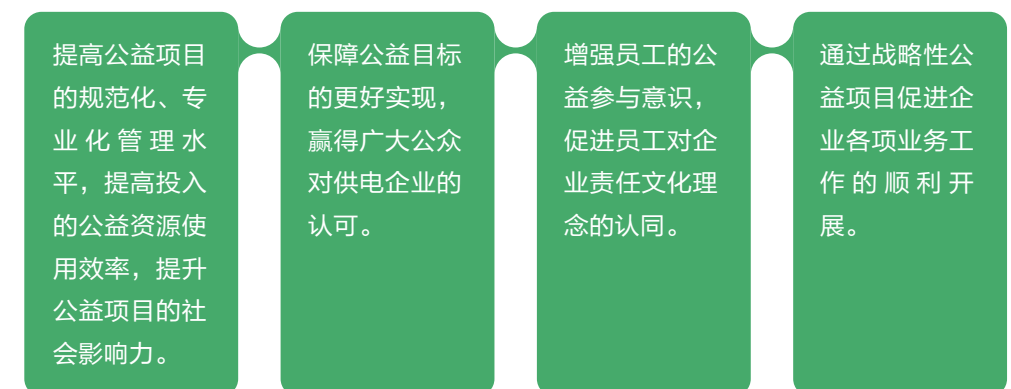
供电企业的特殊性。供电企业以保障民生、服务社会、提供公共产品和服务为主要目标。一是产品或者服务关系国民经济发展和人们生活最基本的保障条件。二是在经营中存在着不同程度的垄断因素，有些是寡头竞争，有些是独家经营。三是产品或者服务的价格由政府控制，企业自身并没有定价权。四是企业社会效益目标高于经济效益目标，经常会承受政策性的亏损等。^②

供电企业公益的特殊性。一是供电企业公益需要较高的透明度。社会公众对供电企业公益支出的合法性问题存在着一定程度的质疑。无论是具体的决策机制，还是具体的捐赠项目，都必须向公众公开，需要比民营企业有更高的透明度。二是供电企业公益支出的决策程序要求更高。民营企业公益支出决策比较简单，而供电企业的决策程序比较复杂。在开展公益事业的过程中，供电企业严格执行现有制度和规则，并积极推动制度和规则进一步完善。三是供电企业公益项目的选择与企业发展战略保持高度契合。民营企业的公益事业是根据出资人的个人偏好进行选择，而供电企业的公益事业是根据企业发展战略进行选择。

供电企业公益管理要求

供电企业公益管理的目的

支持社会公益事业是供电企业履行企业社会责任的重要组成部分。规范高效的公益管理是保障公益战略目标实现的前提条件，对于提升企业品牌形象和社会影响力具有重要意义。开展公益管理既要注重提高公益项目的运作效率和效益，也要注重对供电企业相关工作的影响。主要有：



资料来源：
《我国能源网络产业国有企业公益性质的定位研究》
周原冰

供电企业公益管理的作用

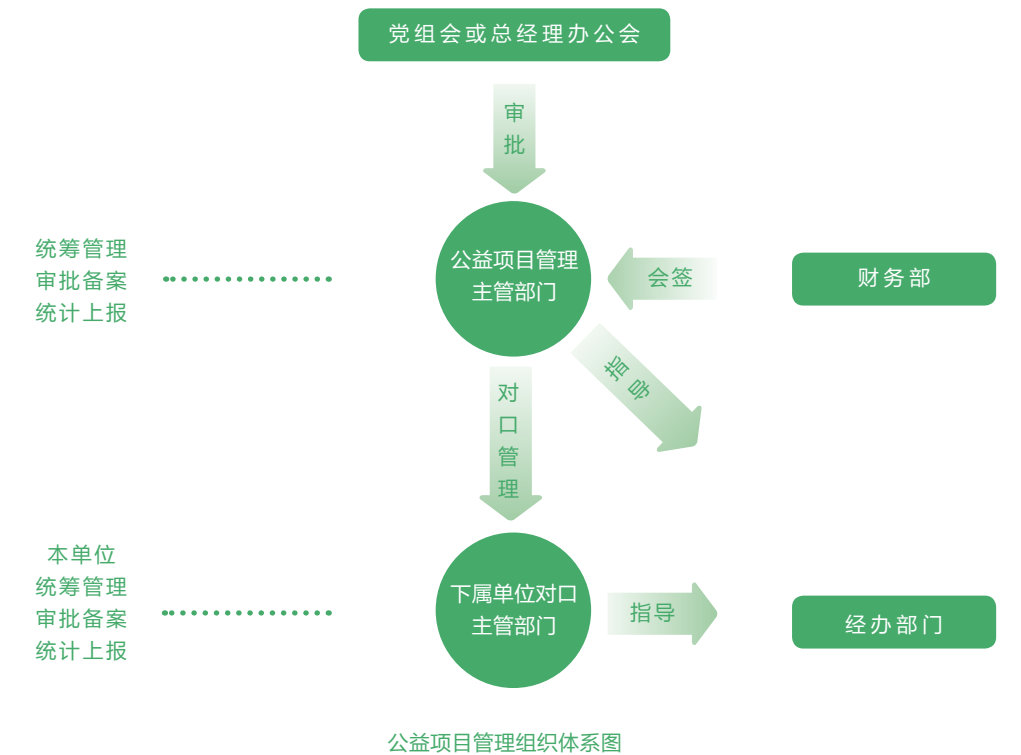
专业高效的公益管理有助于企业公益战略的顺利实施。高水平的公益管理不仅决定着公益项目能否达到预期目标，也对企业的业务发展和品牌建设等方面有着积极作用。

有利于营造良好社会环境	公益管理坚持利益认同、价值认同和情感认同，通过整合社会资源，推动利益相关方的共同参与，可提升企业的品牌价值，赢得社会各界对企业的理解与信任。
有利于高效运作公益项目	通过加强公益项目管理，培养具有较高专业素质的管理团队，可提高公益项目的投入产出比，提高公益资源的使用效率，保证公益战略目标的有效实现。
有利于提高公益项目社会效益	通过有效的公益管理，促进社会公众广泛参与公益事业，可提高社会公益资源的配置效率，形成整体的公益推动力量，提高公益活动的社会影响与效益。
有利于助建良好企业文化	通过员工直接参与到社会公益中，可提高企业的声誉和社会认可度，提高员工的自豪感和荣誉感，进一步提升企业的凝聚力和向心力。

供电企业公益管理基本原则

自愿无偿。 中央企业参与“救急难”等公益事业应坚持自愿参与、无偿捐赠的原则。任何组织和个人不得强迫或变相强迫中央企业开展公益活动或进行捐赠，对于有关社会机构、团体的摊派性捐赠，中央企业应当依法拒绝；中央企业不得以公益为名从事营利活动，不得要求受赠人、受益人在融资、市场准入、占有其他资源等方面创造便利条件或提供回报性反馈。	统筹兼顾。 中央企业参与“救急难”等公益事业，应坚持履行促进经济发展责任与履行社会责任统筹兼顾，在实现国有资产保值增值、提供优质产品和服务的基础上，量力而行，尽力而为，合理确定参与公益的领域、内容、方式和捐赠规模。	合法合规。 在国内公益活动中，中央企业要遵守国家有关法律法规和政策规定，不得违背社会公德，不得损害公共利益和他人的合法权益。在国际公益活动中，中央企业要遵守所在国法律，尊重当地民族习惯和宗教信仰。	专业科学。 中央企业要将参与公益事业纳入自身发展规划，并结合企业的资源和专业特长，制定各具特色的参与公益事业的规划，建立制度规范和工作程序，合理选择公益领域、项目和形式，科学实施，提高公益资源的使用效益。
--	--	---	---

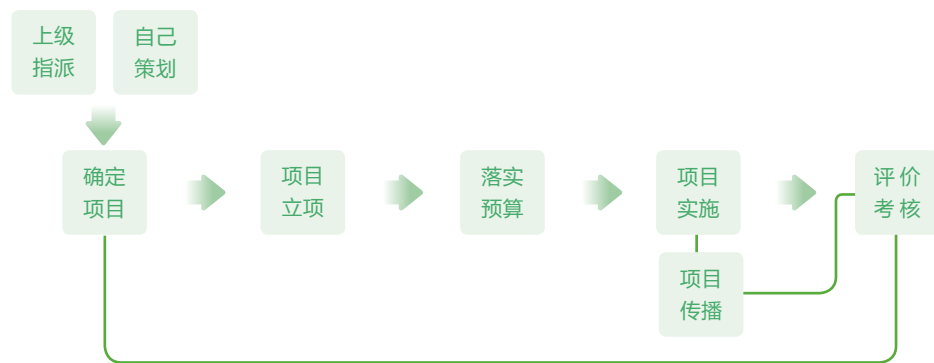
供电企业公益项目管理组织体系



公益项目管理各部门主要职责

部门	主要职责
公益项目管理主管部门	<ul style="list-style-type: none"> 负责公司公益项目统筹管理 负责对公司各单位公益项目管理事项进行审批和备案 负责公司公益项目管理的统计及向上级主管部门备案
财务部	<ul style="list-style-type: none"> 负责公益项目的全面预算、会计核算和税务管理 负责向上级主管部门报送公司公益项目预算专项报告
下属单位对口公益项目管理主管部门	<ul style="list-style-type: none"> 负责协调本单位公益项目管理事宜 负责对本单位及所属各单位公益项目管理事项统一报批或报备工作 负责对所属各单位公益项目管理事项在权限范围内进行审批 负责汇总本单位及所属各单位公益项目管理信息并按要求报送

供电企业公益项目管理工作机制



一般公益项目管理工作机制

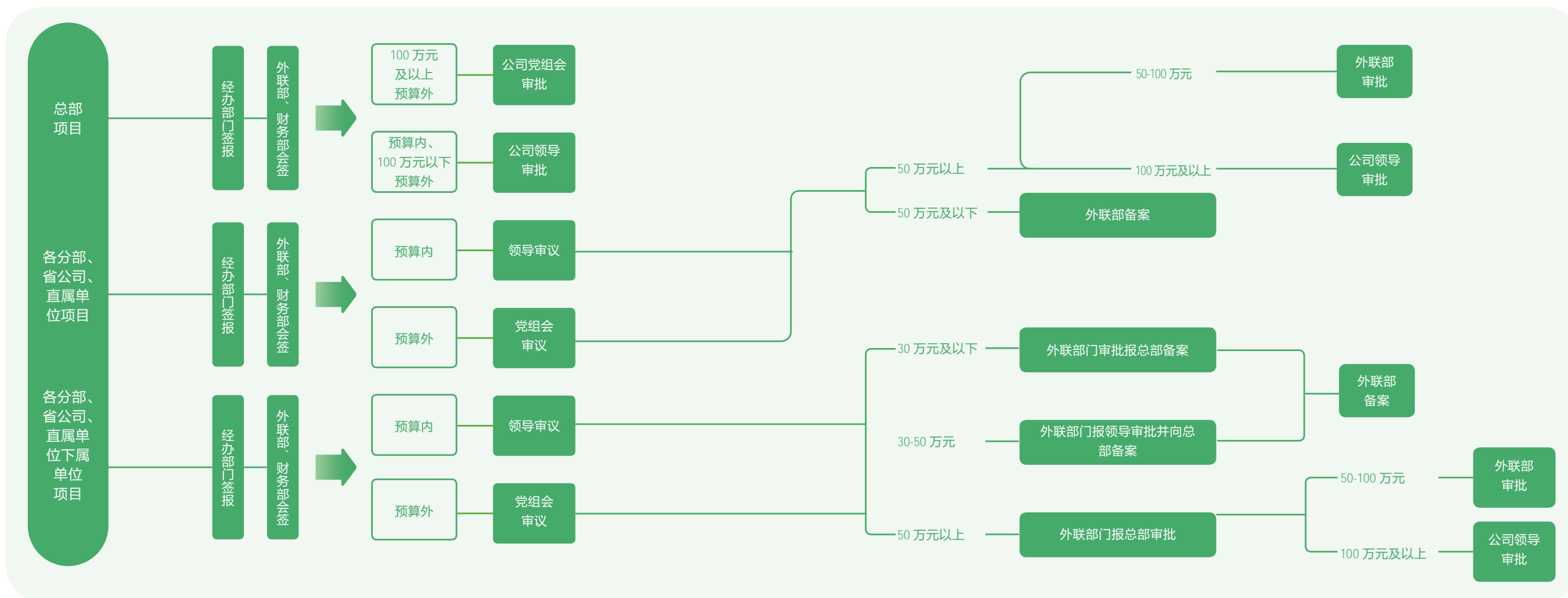
供电企业一般在每年9—10月确定第二年将要开展的公益项目。项目来源主要包括上级主管部门、政府部门指派或本单位自发策划的公益项目。

公益项目管理主管部门将公益项目收集后上报党组会或总经理办公会，确定项目立项。

公益项目管理主管部门拟定项目实施方案，按照公益项目审批流程，申请和落实项目预算。

公益项目管理主管部门指导下属单位对口公益项目管理主管部门开展公益项目。项目实施过程中做好公益项目典型经验、亮点的传播工作。

供电企业一般在每半年对公益项目实施考核，并根据考核结果对相关责任人、部门及单位绩效进行挂钩考核。



国家电网公司公益捐赠审批流程

供电企业志愿者管理

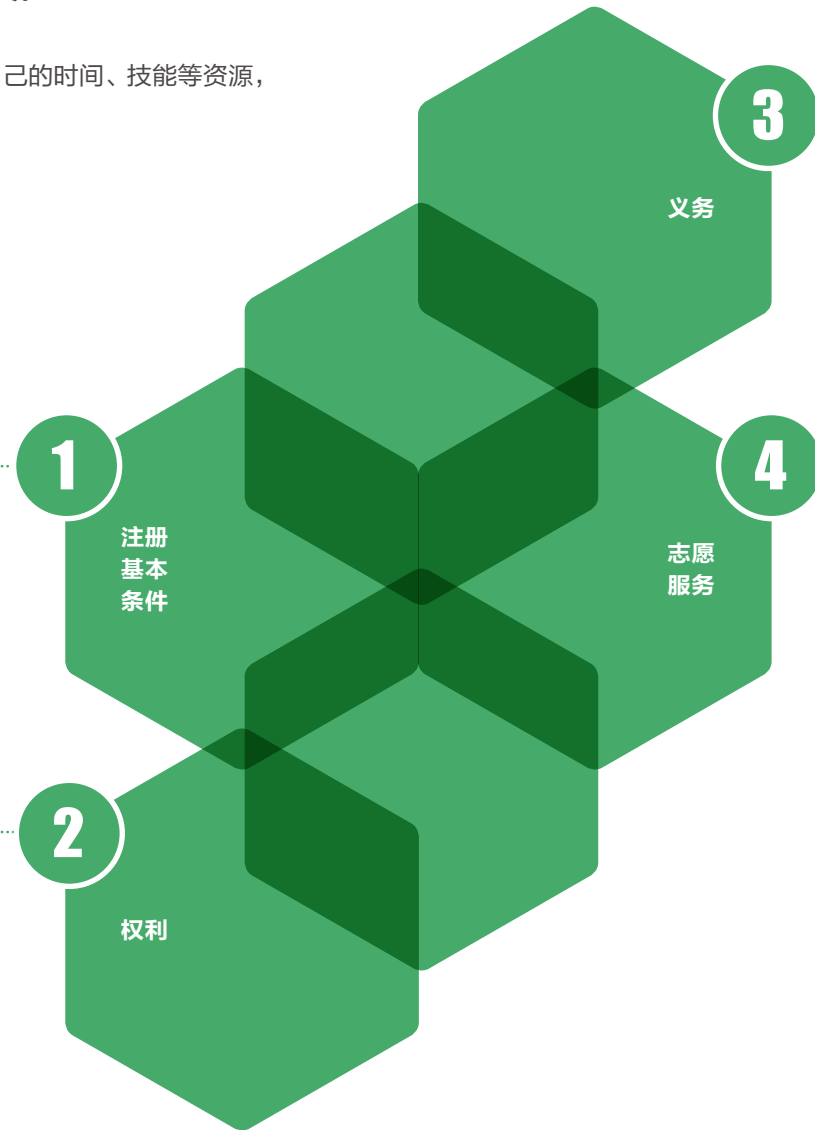
新修订的《中国注册志愿者管理办法》（中青发〔2013〕23号）对于进一步规范注册志愿者管理工作，大力弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神，推动志愿服务项目化运作、社会化动员、制度化发展，深化志愿者行动具有重要意义。

志愿者（英文名称为 Volunteer）是指不以物质报酬为目的，利用自己的时间、技能等资源，自愿为国家、社会 and 他人提供服务的人。

志愿者精神：奉献、友爱、互助、进步。

- 年满十八周岁或十六至十八周岁以自己劳动收入为主要生活来源者；十四至十八周岁者，须经其法定代理人同意；未满十八周岁的在校学生申请注册的，按所在学校有关规定办理。
- 具备参加志愿服务相应的基本能力和身体素质。
- 遵守国家法律法规和注册机构的相关规定。

- 参加志愿服务活动。
- 接受相关的志愿服务培训，获得志愿服务活动真实、必要的信息。
- 获得从事志愿服务的必需条件和必要保障。
- 优先获得志愿者组织和其他志愿者提供的服务。
- 对志愿服务工作提出意见和建议。
- 相关法律、法规、政策所赋予的权利。
- 可申请取消注册志愿者身份。



- 遵守国家法律法规及团组织、志愿者组织的相关规定。
- 每名注册志愿者根据个人意愿至少选择参加一个志愿服务项目或活动，每年参加志愿服务时间累计不少于 20 小时。
- 履行志愿服务承诺，完成志愿服务任务，传播志愿服务理念。
- 自觉维护团组织、志愿者组织和志愿者的形象。
- 在志愿者职责范围内，自觉维护服务对象的合法权益。
- 自觉抵制任何以志愿者身份从事的赢利活动或其他违背社会公德的活动（行为）。
- 依法应当承担的其它义务。

- 志愿服务是指志愿者不以物质报酬为目的，利用自己的时间、技能等资源，自愿为国家、社会 and 他人提供服务的行为。
- 志愿服务主要领域包括：扶贫济困、助老助残、社区服务、生态建设、大型活动、抢险救灾、社会管理、文化建设、西部开发、海外服务等。
- 团组织、志愿者组织根据服务对象的需求，向注册志愿者发布服务信息、提供服务岗位，志愿者按照相关要求开展志愿服务。注册志愿者也可按照相关规定自行开展志愿服务。提倡具有相同服务意向和志趣爱好的注册志愿者在团组织、志愿者组织指导下结成志愿服务团队开展服务。
- 注册志愿者参加志愿服务，应通过与志愿者组织或服务对象签订服务协议书等形式，明确服务内容、时间和有关的权利、义务。未满十八周岁的注册志愿者可参加与其年龄、智力相适应的志愿服务；未满十八周岁的在校学生注册后，按所在学校有关规定参与相关志愿服务。
- 各级团组织、志愿者组织可依托服务需求相对集中的社会公益机构，通过签定协议、命名挂牌等形式创建志愿服务基地，探索建立志愿者经常性、就近就便开展志愿服务的有效机制。
- 各级团组织、志愿者组织要推进志愿服务平台建设，形成实体型、网络型、复合型平台。鼓励依托网络新媒体组织开展志愿服务活动，同时应面向社会公开相关信息，遵守有关法律规定。

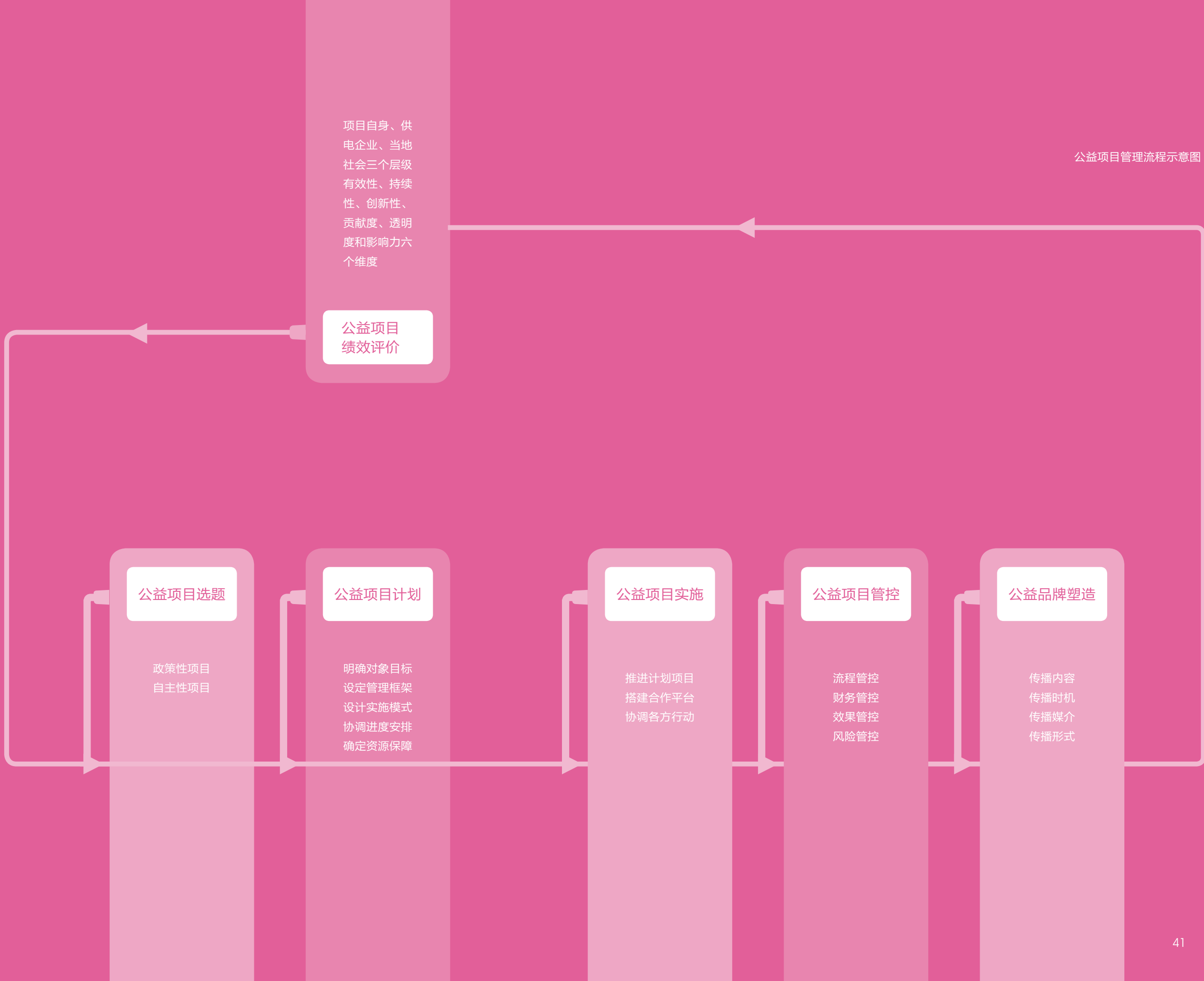
03 供电企业公益 项目管理流程

MANAGEMENT

PROCESS

42	供电企业公益项目选题
48	供电企业公益项目计划
53	供电企业公益项目实施
55	供电企业公益项目管控
57	供电企业公益项目品牌塑造
59	供电企业公益项目绩效评价

公益项目的管理流程包括项目选题、项目计划、项目实施、项目管控和品牌塑造、绩效评价等六个主要环节。本部分将系统介绍每个项目管理环节的内容和要求。



供电企业 公益项目选题

公益项目选题的一般方法

选择确定公益项目必须认真思考和准确回答的五个问题：

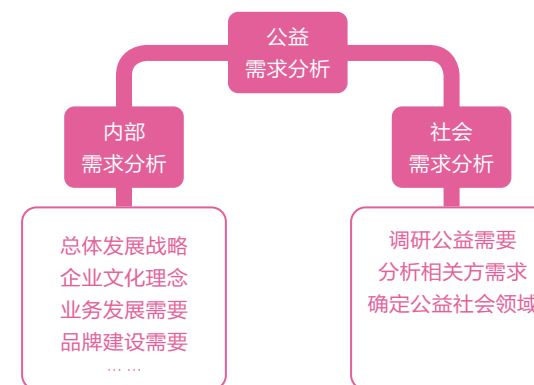


公益项目选题的步骤



供电企业公益需求分析

公益需求分析是确定公益项目首先必做的工作，包括内部需求分析和社会需求分析两个方面，根据分析的结果，按照问题解决的迫切程度和对企业的影响程度，对内外部需求进行排序。



企业内部需求分析，是基于企业的总体发展战略、企业文化理念、业务发展需要、品牌建设需要等因素，分析企业存在哪些问题或需求，需通过哪些公益项目加以解决或满足。

社会需求分析，是对国家或地方的社会发展需求、民生改善的公益项目需求进行调研，对公司重要利益相关方的公益诉求情况进行具体分析，确定需要通过公益项目解决或改善的社会领域，并进行排序。

开展需求调研的方法包括问卷调查、实地访谈、社会热点梳理、政府政策分析、座谈会等。

需求调研方法介绍

问卷调查	编制公益项目调研问卷，明确公益项目急需解决的问题。
利益相关方座谈会	邀请公益项目利益相关方召开座谈会，就公益项目需要解决的问题、最需接受帮助的群体等内容开展座谈。
实地访谈	通过拍照、查看、录音等方式，开展实地走访工作，了解真实情况。
社会热点梳理	对当前国家和地方社会发展、民生改善等领域进行系统梳理，发现迫切需要通过公益方式解决的热点问题。
政府政策分析	对国家和地方政府的扶贫、教育、卫生、文化、社区发展等领域的政策文件进行总结分析，聚焦与公益事业相关的重点内容。

供电企业公益项目创意收集

在公益需求分析的基础上，收集能够满足需求的公益项目创意，作为备选的项目选题。公益项目创意的来源可以是企业负责公益项目管理的人员、与公益项目需求相关的专业部门、公益专家、社会公益组织、政府民政部门、其他企业的公益项目负责人、媒体等。

供电企业公益项目选择

在完成前期工作的基础上，遵循公益项目选择的基本原则，运用科学合理的方法，在备选的公益项目中，选择确定公益项目。

公益项目选择的基本原则

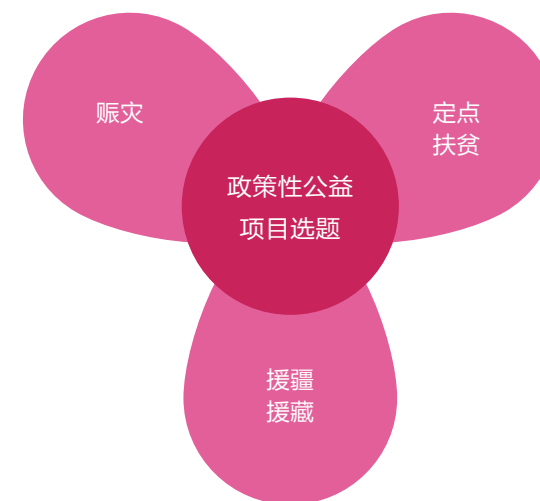


供电企业政策性公益项目选题

政策性公益项目的选题，主要依据政府政策的有关要求，确定公益项目主题和具体内容。当政策要求非常明确而具体时，应完全按照政策要求到指定地方开展公益项目，如定点扶贫、援疆、援藏等工作；当政策要求没有规定具体的公益任务时，企业可根据当地实际帮扶需求和企业自身情况确定公益项目。

赈灾类公益项目主要包括参与救灾和恢复生产重建家园两个方面。参与救灾项目因为时间紧迫，通常根据受灾类型和当地救灾指挥部门的安排，选择能够发挥自身优势的项目在最短的时间内参与救灾工作。恢复生产重建家园项目的周期较长，可以按照公益项目的选题流程，确定公益项目尽快实施。

国家的定点扶贫政策要求比较明确具体，定点扶贫项目选择需要深入分析当地贫困问题的根源，结合供电企业的资源和技术优势，按照国家政策要求确定公益项目，选题重点集中在产业帮扶、教育帮扶、基础设施建设几个领域。

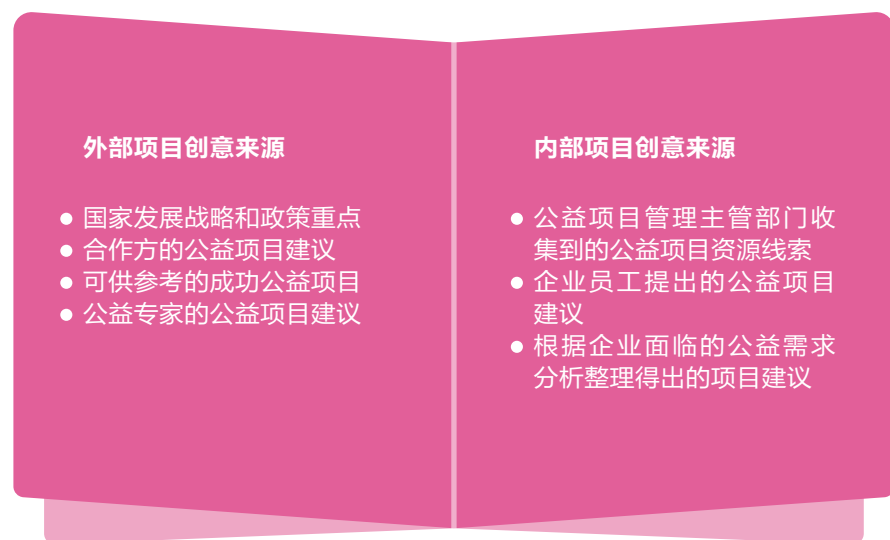


供电企业在确定援疆、援藏公益项目选题时，要紧紧围绕发展民族经济、改善人民生活、促进民族团结、维护国家安全和统一的国家重大战略举措展开。

供电企业自主公益项目选题

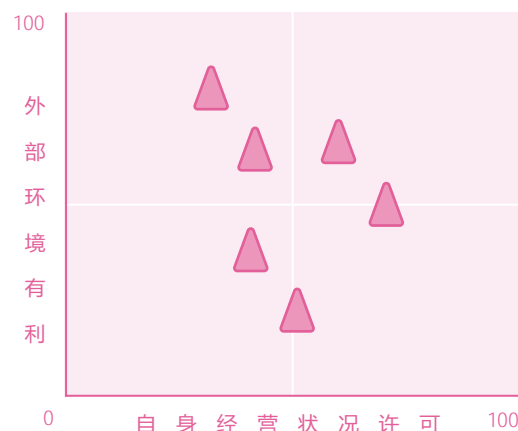
供电企业自主确定的公益项目选题范围，可以立足本企业实际情况，结合企业发展的战略要求，综合确定公益项目选题。

供电企业自主公益项目创意收集



供电企业自主公益项目筛选

对收集到的公益项目选题建议，进行汇总分析，公益项目管理主管部门负责协调项目选题工作，运用“外部环境有利—自身经营状况许可”二维矩阵法，对拟提交的公益项目进行初步评估、筛选，提交党组会或总经理办公会讨论确定。



“外部环境有利—自身经营状况许可”二维矩阵法

外部环境有利是指选择公益项目时，应符合供电企业公益品牌化发展要求，落实公益品牌建设有关要求，促进社会各界对企业的理解和支持。

自身经营状况许可是指实施公益项目要坚持量力而行的原则，应充分考虑企业自身经营规模、盈利能力、负债水平、现金流量等财务承受能力，合理确定公益支出的规模和标准。经营亏损或者公益行为影响正常生产经营的企业，原则上不实施公益项目。

在实际使用时，按照外部环境有利和自身经营状况许可两个维度对项目进行打分，依据得分情况将项目编号放置在二维矩阵内，优先选择两个维度均超过50分的公益项目。

项目筛选的依据：“五个有利于”



案例

国内江供电公司聚焦社会热点 确定母婴室公益项目

2015年11月，北京一起地铁哺乳事件引发众人关注，公共场所哺乳问题再次成为公众关注的热点话题。国内江供电公司通过实地调研发现，内江市城区范围内公共场所，只有两家大型商场设有母婴室，并且多数时候处于关闭状态。随着中国全面二胎政策的放开，母婴室需求增加，为哺乳期母亲提供更多的哺乳空间，成为当前急需解决的社会问题。针对这一社会问题，国内江供电公司确定将“母爱10平方”作为公益项目选题，在供电营业厅提供母婴哺乳室，同时联合内江市总工会、母婴用品厂家、妇幼保健医生等社会资源，共同推进项目实施，解决公共场所哺乳问题，“母爱10平方”项目不仅为前来办理业务的哺乳妈妈提供方便，也为有需求的员工或市民提供方便，有效化解哺乳妈妈的尴尬。

供电企业 公益项目计划

制定供电企业公益项目计划需要回答以下几个问题：

Why?	What?	How?	Which?	Who?	Where?
为什么要做这样的项目？	项目要实现怎样的目标？	如何衡量项目的效果？	哪些内外部因素是项目成功的重要因素？	由谁实施项目？	项目在 哪里实施？



制定供电企业公益项目计划，是将公益选题转化为可操作的公益项目的关键环节，内容包括：根据企业战略和满足社会公益需求，确定公益项目的目标、对象、组织管理、实施模式、推进计划、资源保障等。科学合理的公益项目计划，是提升企业内外部公益资源优化配置水平，增强公益项目管理效率和效益的基本保证。

明确供电企业公益项目对象和目标

明确供电企业公益项目的对象

供电企业公益项目的对象包括受益对象和传播对象两大类，重点是明确受益对象，通过有针对性的传播，使项目效果进一步扩大。

可通过综合平衡项目能够投入的资源、希望解决的社会问题、产生的社会影响，确定适当的受益群体，包括数量和地域范围。

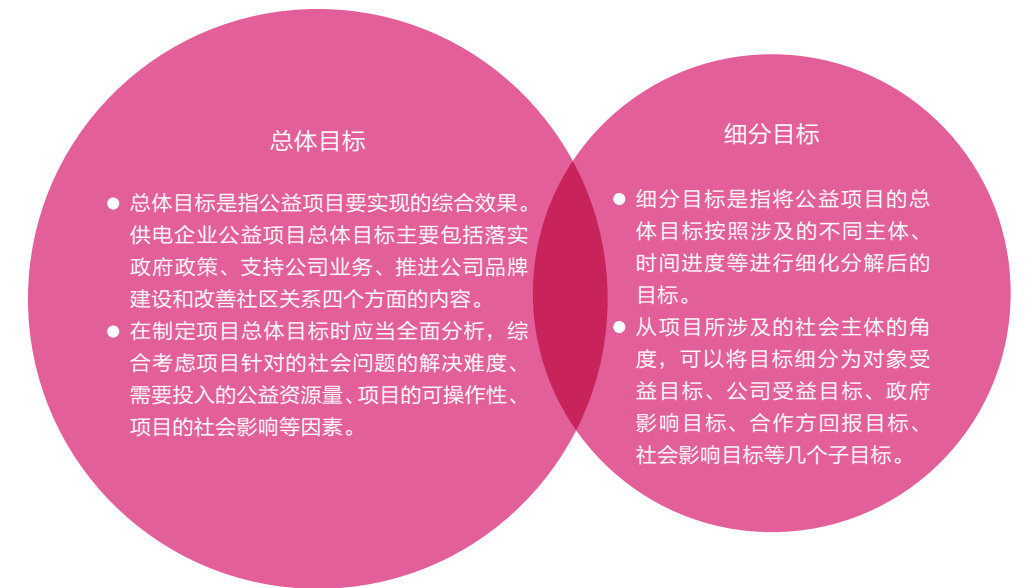
明确公益项目的受益对象

明确公益项目的传播对象

可通过分析确定哪些社会群体关注本项目，其关注的焦点是什么，明确传播对象，以使公益项目产生更大更好的社会影响。

设定供电企业公益项目的目标

供电企业公益项目的目标包括总体目标和细分目标。



公益项目子目标

对象受益目标	是指通过公益项目的实施希望给受助群体带来哪些好处，解决哪些问题和困难，解决的程度如何。
公司受益目标	是指通过公益项目的实施对供电企业自身的业务发展、品牌形象、利益相关方关系等带来哪些回报和提升。
政府影响目标	是指通过公益项目的实施服务地方政府的战略与政策要求，解决当地的社会与环境方面的困难和问题，并得到地方政府的认可。
合作方回报目标	是指通过公益项目的实施给项目的合作方带来的回报与收益。
社会影响目标	是指通过公益项目的实施对社会公众造成的影响，如改变其对供电企业的认知与态度等。

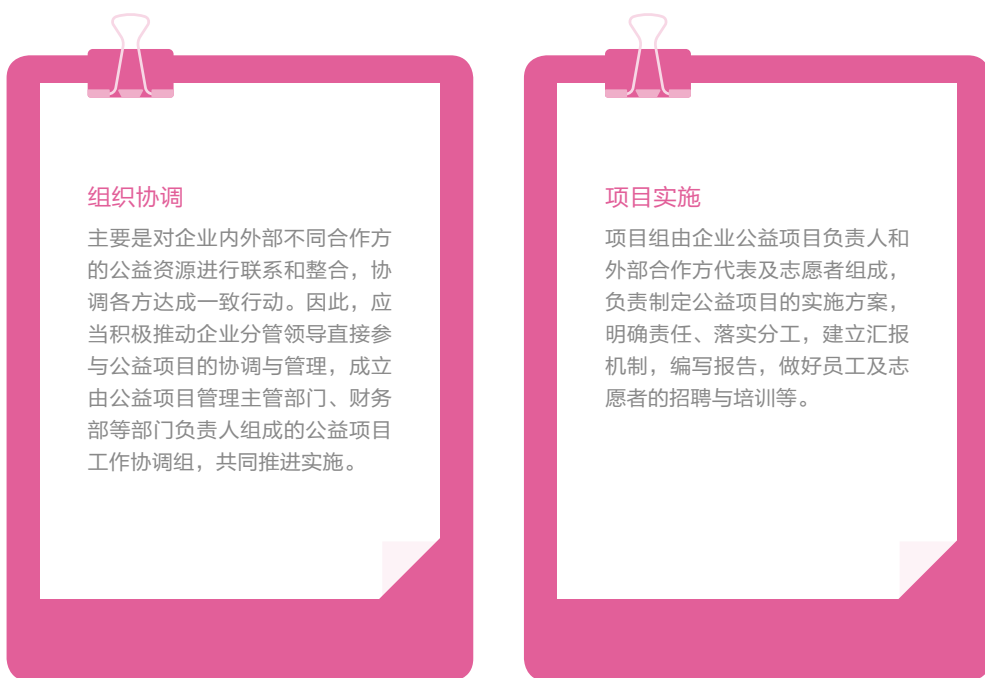
特别需要注意的是，在确定项目目标时，需要对项目带来的收益、风险、成本进行综合分析比较。

公益项目目标的评价要素



设定供电企业公益项目管理架构

供电企业公益项目的组织管理一般包括组织协调、项目实施两个管理层级。应当根据公益项目的规模、内容和重要程度，按照供电企业的有关规定确定项目主管领导和责任部门。



设计供电企业公益项目实施模式

在设计供电企业公益项目的实施模式时，需要考虑公益项目的目标范围、内容的复杂程度、实施主体、团队的专业要求、与供电企业业务的关联程度、受助群体的情况、项目需要的公益资源提供方等内容。

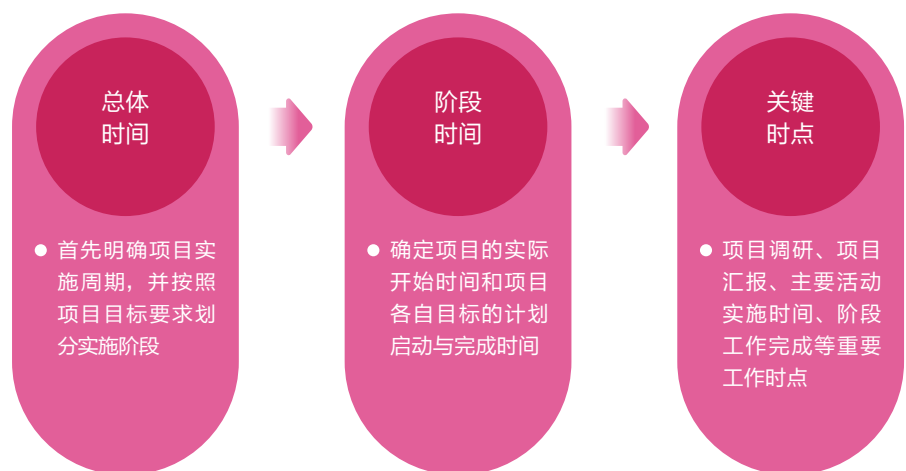
供电企业公益项目实施模式介绍

模式名称	工作方式	适用项目
自主管理模式	供电企业根据公益项目的目标要求，制定项目实施方案，独力投入资源实施公益项目，直至目标达成。	有利于发挥供电企业专业优势且内容相对简单，或者有明确政策要求的公益项目。
委托管理模式	供电企业以捐款的方式，参与专业公益组织或政府部门已经实施的公益项目，或参与其委托的设计运营公司指定的主题公益项目。	与供电企业的专业缺乏关联，且帮扶内容专业性较强，实施难度较大的公益项目。
合作管理模式	供电企业搭建公益合作平台，邀请专业公益组织、政府部门、专家学者、其他利益相关方等，通过平台合作实施公益项目。	政府关注度高，项目执行效果要求高，当地基础条件薄弱，社会影响大的项目。

需要注意的是，在设计公益项目模式时，退出机制的设计是非常重要的环节。公益项目退出机制的制定一定要立足项目长远目标的实现，切忌中途退出，半途而废。

协调供电企业公益项目进度安排

在制定供电企业公益项目的计划时，需要根据项目目标和内外部条件合理确定项目的进度安排，制作项目甘特图，保障项目按照计划进度推进实施。^①



确定供电企业公益项目资源保障

供电企业公益项目的顺利实施不仅需要资金的支持，也需要专业的人才团队、政府的政策支持和相关方的积极配合。因此，公益项目计划中应当对所需的资金、人员及其他资源进行详细的分析计算，确定合理的数量。

人员保障

- 根据公益项目的目标和模式要求，确定公益项目执行团队需要的人员数量及其素质要求。如果项目是由供电企业与外部公益组织合作实施，则需要把外部团队的专业公益人员和志愿者的需求等人力要求，在计划中列出。

物资保障

- 完善物资采购流程，做到物资采购公开、公平、公正。
- 采购的物资要充分符合公益项目的要求。
- 做好物资的调配工作，保障公益项目物资的及时送达。

财务保障

- 做好资金预算及计划工作。**根据公益项目实施的进度安排和阶段目标任务要求，测算出项目全周期的资金需求，做好资金年度预算计划，核定预算支出审批权限，保障项目实施中的资金需求。
- 做好公益资金的筹集工作。**履行相关审批手续，按时做好相应公益资金拨付工作，同时积极与各种公益组织、各种基金会合作，争取外部资金注入。
- 做好公益资金的专项管理工作。**实行“专人管理、专户储存、专账核算、专项使用”，坚持专款专用的原则。

制度保障

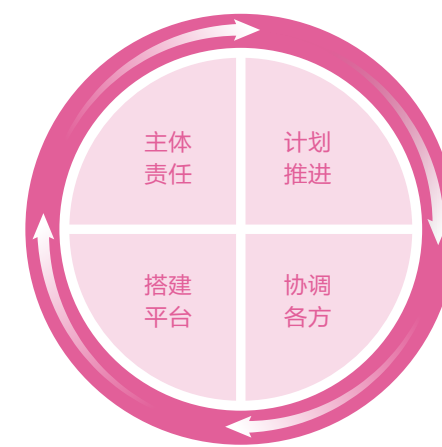
- 制定完善供电企业公益项目管理的相关制度和 workflows，保证公益项目实施过程中有章可循、有规可依。

^① 甘特图 (Gantt chart) 又称为横道图、条状图。其通过条状图来显示项目进度和其他时间相关的系统进展的内在关系随着时间进展的情况。

供电企业公益项目实施

供电企业公益项目实施是公益项目流程中最重要的一环。按照公益项目计划组织各种资源参与到项目工作中，落实各项具体工作要求，完成规定的工作任务目标。实时对项目计划进行验证及调整。

- 负责人和工作人员必须明确工作职责和任务要求
- 吸引更多组织和个人参与项目
- 完善公益项目合作机制



- 保障项目人财物的按时投入
- 协调子项目实施
- 建立定期的沟通协调机制

明确项目实施主体责任

在项目实施中，需要明确企业内部项目相关责任部门的具体工作职责，保障项目相应工作的具体推进实施。公益项目的实施团体对项目的成败起着决定性的作用。团队负责人和工作人员必须明确工作职责和任务要求。

按计划推进项目工作

保障项目人财物的按时投入，使项目工作能够按计划进行是公益项目实施的关键。要积极参与与合作方配合协商，保障人财物等公益资源能够及时投入到项目中，并做好项目费用的支出、报销等工作。

搭建维护项目合作平台

搭建公益项目合作平台有助于整合社会公益资源，通过平台积极向基金会、慈善机构等社会组织、政府部门、其他企业推介项目，吸引更多组织和个人参与项目，同时建立完善公益项目合作机制，明确各方的参与方式、参与内容、参与权利等主要内容，促进项目的顺利实施，实现合作共赢。

协调项目参与各方

在项目实施过程中需要对政府、媒体、公益组织、社会公众、受助群体等利益相关方及其资源进行协调管理。通过建立定期的沟通协调机制，倾听各方诉求和意见，针对其中好的建议对项目实施进行改进。

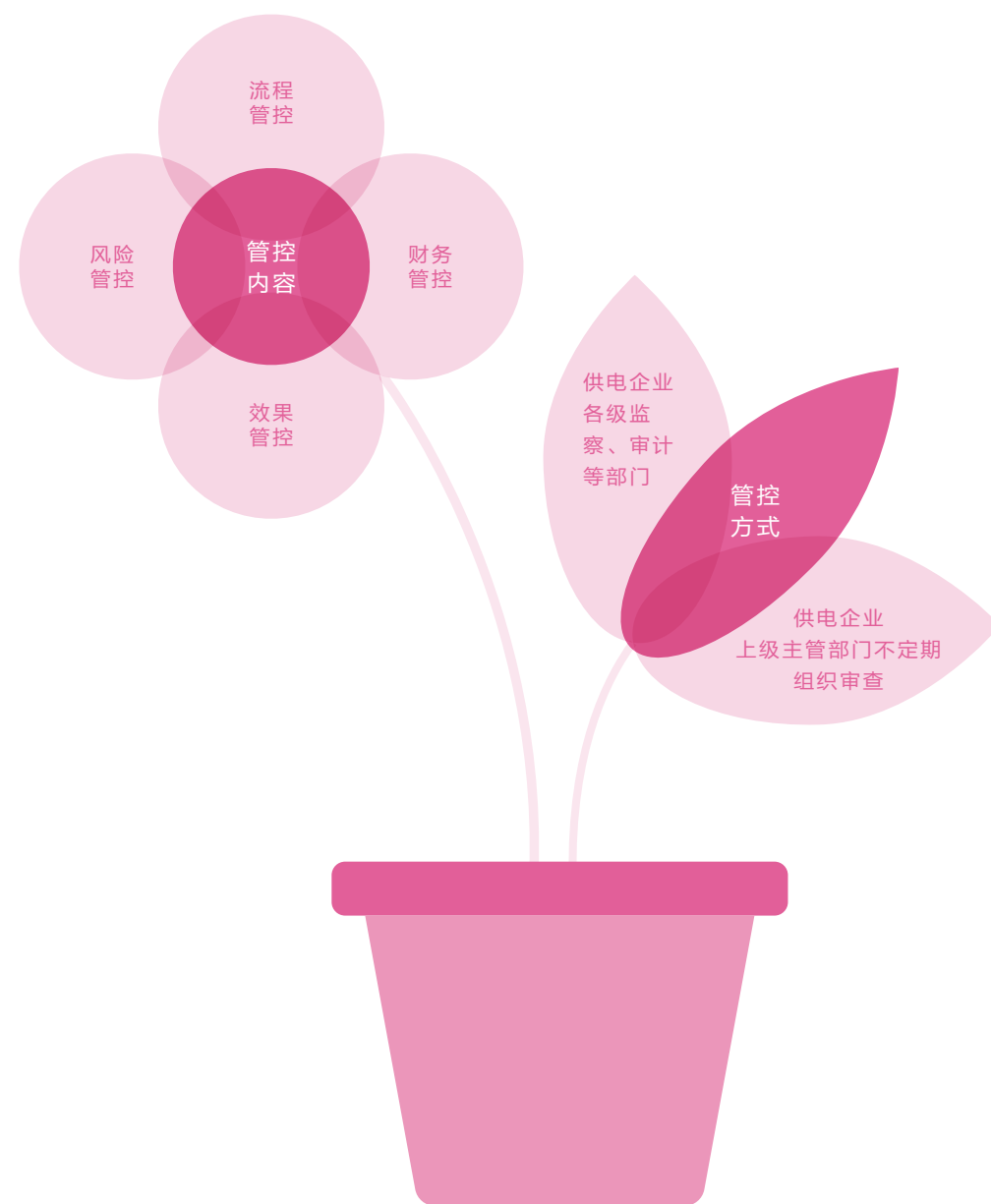
案例

国网嘉兴供电公司合作设立“电力爱心红船基金”开展公益活动

国网嘉兴供电公司与嘉兴市红十字会合作设立“电力红船爱心基金”项目，资金主要来源为企业筹集和员工捐助，企业筹集资金纳入年度预算管理，列入厂务公开。红十字会负责具体项目的组织实施，国网嘉兴供电公司设立电力红船爱心基金委员会，负责募集资金并按时转入指定账户，监督爱心基金管理、捐赠等重大事项。

供电企业 公益项目管控

供电企业公益项目的管控是对公益项目立项实施过程中的合规情况、质量效果、财务成本、风险防控等影响项目目标实现的重要因素进行管理与控制，保证公益项目按照计划顺利实施，达到预期效果的管理过程。



管控的内容要求

流程管控	<ul style="list-style-type: none"> 对公益项目实施的全流程进行跟踪，保证公益项目按计划实施，对出现的问题和发现的计划缺陷及时进行改进。供电企业各单位按季度向上级主管部门报送公益活动相关信息。
财务管控	<ul style="list-style-type: none"> 公益项目支出按照国家和供电企业有关财会制度规定进行账务处理。对公益项目的财务预算和资金使用计划及实际执行情况进行检查，保证资金按计划使用，有效控制财务成本。 实际发生的公益支出，依据受益方出具的财政部门统一印制的捐赠收据或捐赠资产交接清单确认。对外捐赠按照税收法律法规的相关规定申报纳税扣除。 供电企业各单位要在年度财务决算中如实反映公益项目支出情况，包括捐赠事项、金额、相关部门审核意见及审批手续等。
效果管控	<ul style="list-style-type: none"> 通过定期抽查项目报表、与项目方开展座谈会、查看项目月（季、年）度总结，不定期实地检查和访问等手段，考察评估项目是否按计划实施、项目执行是否合规、受助群体改善情况等内容。
风险管控	<ul style="list-style-type: none"> 对公益项目实施过程中可能带来的风险点进行识别，如法律合规风险、财务超支风险等，列出风险清单，在工作流程中设置风险控制点，及时进行风险提示，确保风险可控。

管控的基本方式

供电企业公益项目管控的基本方式是建立内部控制与外部监督相结合的、覆盖项目全流程的监督报告改进机制。

建立畅通的公益项目信息反馈和沟通协调机制，定期跟踪公益项目的进展、任务完成情况、具体成效和存在的问题，协调项目的实施进度并根据需要进行适时调整，建立项目评价考核机制，接受利益相关方和社会的公开监督。

供电企业内部管控方式

上级审查	<ul style="list-style-type: none"> 不定期组织对供电企业各单位公益项目进行检查或抽查。 对未按规定履行决策程序、审批或备案手续、预算管理、报送信息等行为予以通报，并纳入绩效考核。 对于以权谋私、将企业的资产以个人名义对外捐赠等违法违规行为，依法依规予以处理。
专业审查	<ul style="list-style-type: none"> 负责公益项目管理的监督检查，及时对公益项目的事项、决策程序、预算安排等方面，开展监察、审计等专业审查。

供电企业 公益项目 品牌塑造

品牌形象定位

致力于在社会公众心目中占据一个独特而有价值的位置，成为受众心目中某个公益项目类别的代表品牌。



品牌形象设计

品牌形象设计主要包括品牌的名称、标识物和标识语的设计，它们是该品牌区别于其他品牌的重要标志。

案例

国网资阳供电公司建立“红细胞”品牌识别系统

国网资阳供电公司按照规范化、标准化原则，遵循 MI（理念识别）、BI（行为识别）、VI（视觉识别）、EI（环境识别）的系统化创建方法，建立了“红细胞”品牌标识、执行理念、行为准则，形成了规范的“红细胞”品牌识别系统。

“红细胞”品牌标识：



“红细胞”执行理念：
服务民生，传递温暖力量。

“红细胞”行为准则：
心连心，手拉手，面对面。

品牌形象传播

传播内容

- **传播项目主要做法。**提炼总结公益项目中的先进经验、优秀做法，对外进行传播。
- **传播项目先进典型。**对在公益项目推进过程中的先进典型的优秀事迹进行广泛传播。

传播媒介

- **传统媒介传播。**适时与报纸杂志、广播、电视、户外广告、电视专题栏目等媒体开展传播合作。
- **新媒体快传播。**探索与手机、互联网、微博、微信等新媒体开展传播合作，利用新媒体快传播优势更广泛地推广公益项目。
- **展会论坛传播。**加深与慈展会等专业公益展览会的合作，积极参与到各类机构组织的公益论坛，传播优秀公益项目。

传播时机

- **事前事中事后传播。**在公益项目立项之初，通过启动会等形式让利益相关方知晓；公益项目推进时，对项目全过程的亮点进行传播；公益项目完结后，对项目及时总结推广。
- **借重大事件巧传播。**借势传播公益项目，放在国家战略等大背景下，结合重要节点、重要事件、重要工程等进行传播。

传播形式

- **新闻形式。**在各类媒体上发布新闻，对公益项目的亮点进行传播。
- **专业报告。**针对具体的公益项目形成专项报告，全面展示公益项目的进展、意义、规划等。
- **视频形式。**拍摄视频片，更直观地对公益项目进行传播。
- **曲艺艺术。**以公益项目为题材作词、作曲并进行推广。

供电企业公益项目绩效评价

对供电企业公益项目的实施和效果进行科学合理的评价，是提高公益项目管理能力和水平的有效途径。通过客观全面地分析公益项目实施取得的成效和存在的不足，以评价为基础进行项目管理改进。

公益项目的绩效评价包括项目团队的自我评价、上级主管部门的评价和第三方评价等评价形式。本手册给出供电企业公益项目的评价理论模型、评价指标体系和评价工作流程，可作为有关部门和单位组织开展公益项目绩效评价工作的参考依据。

公益项目绩效评价模型

实践表明，供电企业公益项目除了帮助受助对象解决困难、改善状况之外，还具有一定的社会影响，同时对作为公益项目实施主体的企业自身，也有非常积极的作用。因此，对公益项目进行绩效评价必须针对公益项目、供电企业和社会三个不同层级的影响，进行分析评价，才能客观全面地评价一个公益项目的成效。

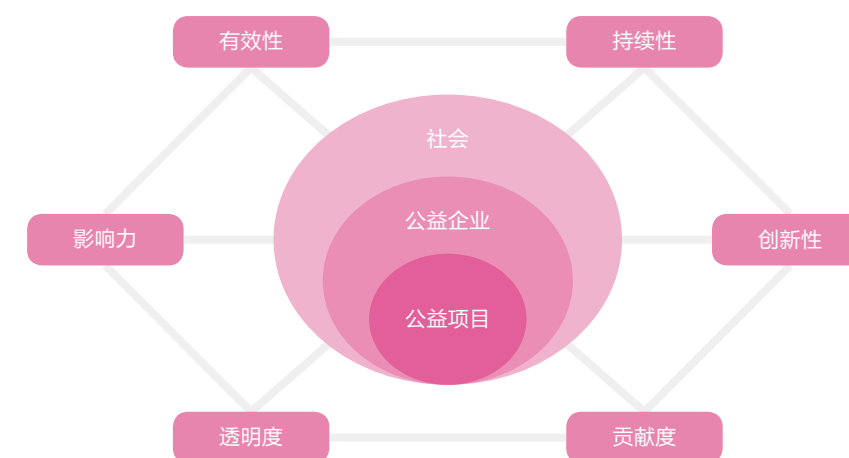
案例

马边精准扶贫公益项目获 2016 民生示范工程

2016年10月19日，第四届中国民生发展论坛在北京举行。论坛由人民日报社《民生周刊》杂志社、国务院扶贫办信息中心和北京师范大学政府管理研究院联合主办，主题为“精准扶贫共享发展”，国网四川省电力公司受邀参加，并因“劳动竞赛扶贫”被授予“2016 民生示范工程”荣誉称号。该公益项目是国网四川省电力公司在8年定点帮扶马边县高石头村的过程中，创新出的产业扶贫模式，对彝区扶贫工作具有良好的示范作用。通过民生发展论坛这一平台，马边扶贫得到了较好的展示传播。

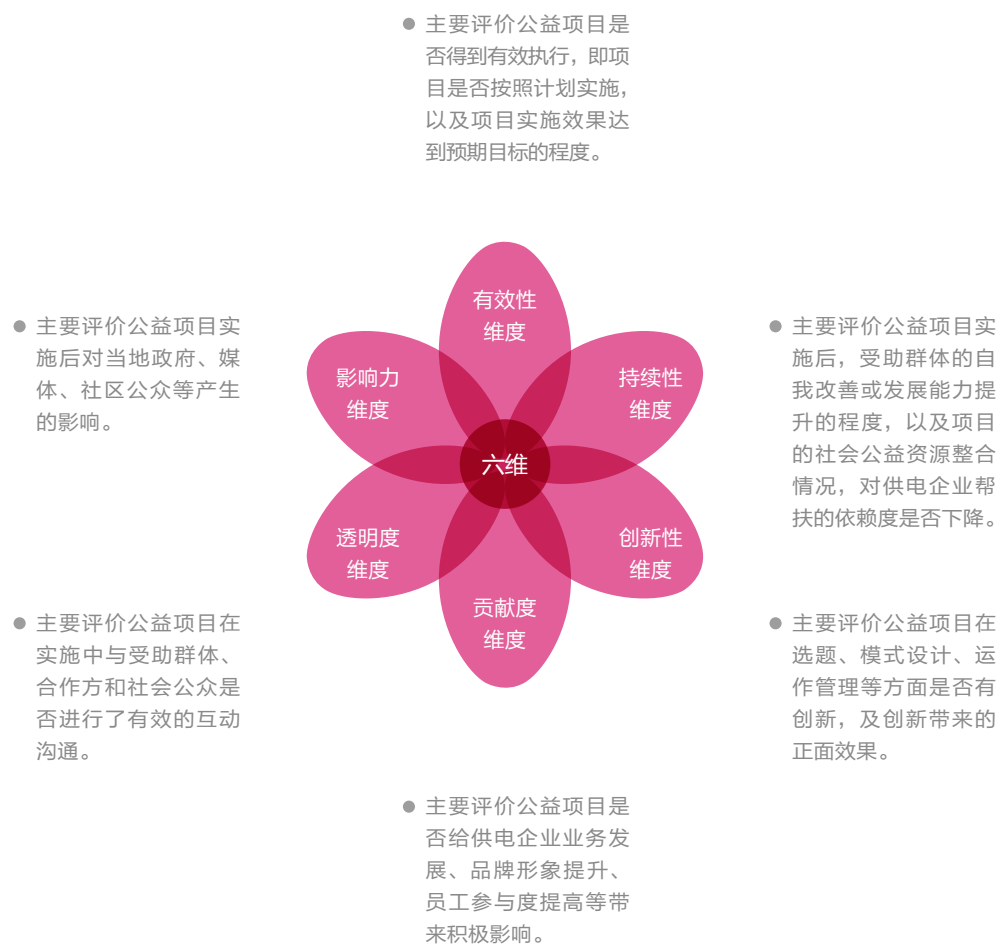
品牌形象维护

品牌形象的建设不是一朝一夕的事，为此要做好组织保障，充分重视品牌形象建设和维护工作，在企业工作系统中划分出品牌形象模块，建立专门的队伍，定岗定编，专人管理，不断建设与维护好品牌形象。



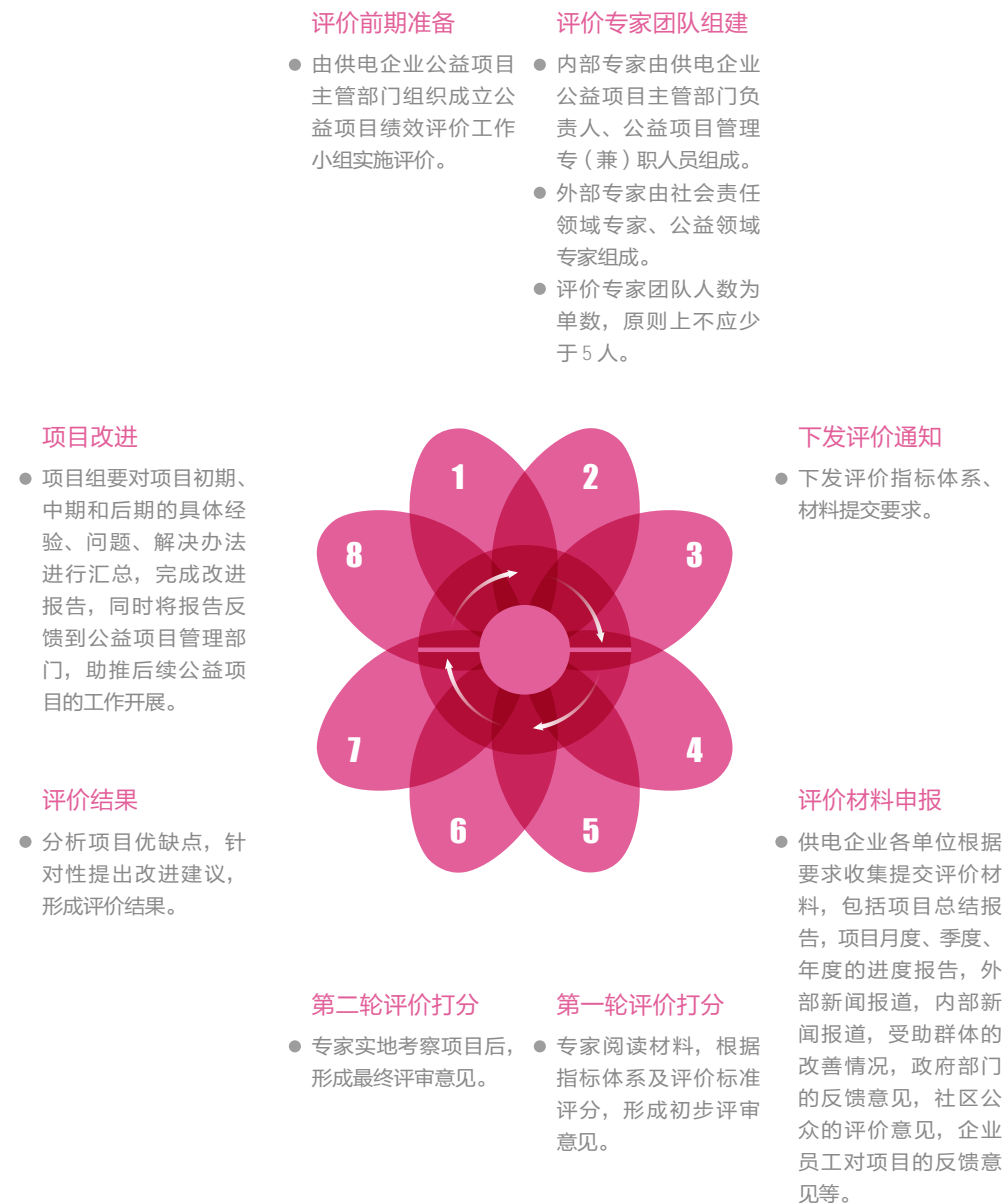
“三级六维”公益项目绩效评价模型

基于上述认识，手册提出了“三级六维”公益项目绩效评价模型。“三级”是指对公益项目的绩效评价会涉及项目自身、供电企业、当地社会三个层级的影响。“六维”是指公益项目的评价从六个维度展开，分别是有效性、持续性、创新性、贡献度、透明度和影响力，六个维度与三个层级相互关联。



公益项目绩效评价流程

供电企业公益项目绩效评价由项目主管单位，待项目实施团队提交项目结项报告后，适时组织评价。



04 公益项目管理的 政策与工具



POLICIES & TOOLS

64 公益项目管理相关的政策法律文件
104 公益项目管理的工具与资源

公益项目管理相关的政策法律文件

中华人民共和国公益事业捐赠法	65
中华人民共和国慈善法	69
中华人民共和国企业所得税法实施条例（部分摘要）	83
关于加强中央企业对外捐赠管理有关事项的通知	84
关于中央企业对外捐赠管理有关事项的补充通知	86
民政部国资委关于支持中央企业积极投身公益慈善事业的意见	87
关于中央企业履行社会责任的指导意见	90
关于国有企业更好履行社会责任的指导意见	93
关于公益性捐赠税前扣除有关问题的通知	95
中国慈善事业发展指导纲要（2011—2015年）	98



中华人民共和国公益事业捐赠法

第一条	为了鼓励捐赠，规范捐赠和受赠行为，保护捐赠人、受赠人和受益人的合法权益，促进公益事业的发展，制定本法。
第二条	自然人、法人或者其他组织自愿无偿向依法成立的公益性社会团体和公益性非营利的事业单位捐赠财产，用于公益事业的，适用本法。
第三条	本法所称公益事业是指非营利的下列事项： （一）救助灾害、救济贫困、扶助残疾人等困难的社会群体和个人的活动； （二）教育、科学、文化、卫生、体育事业； （三）环境保护、社会公共设施建设； （四）促进社会发展和进步的其他社会公共和福利事业。
第四条	捐赠应当是自愿和无偿的，禁止强行摊派或者变相摊派，不得以捐赠为名从事营利活动。
第五条	捐赠财产的使用应当尊重捐赠人的意愿，符合公益目的，不得将捐赠财产挪作他用。
第六条	捐赠应当遵守法律、法规，不得违背社会公德，不得损害公共利益和其他公民的合法权益。
第七条	公益性社会团体受赠的财产及其增值为社会公共财产，受国家法律保护，任何单位和个人不得擅自、挪用和损毁。
第八条	国家鼓励公益事业的发展，对公益性社会团体和公益性非营利的事业单位给予扶持和优待。 国家鼓励自然人、法人或者其他组织对公益事业进行捐赠。 对公益事业捐赠有突出贡献的自然人、法人或者其他组织，由人民政府或者有关部门予以表彰。对捐赠人进行公开表彰，应当事先征求捐赠人的意见。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令第九号
[执行时间]: 19990901

第二章 捐赠和受赠

- 第九条** 自然人、法人或者其他组织可以选择符合其捐赠意愿的公益性社会团体和公益性非营利的事业单位进行捐赠。捐赠的财产应当是其有权处分的合法财产。
- 第十条** 公益性社会团体和公益性非营利的事业单位可以依照本法接受捐赠。
本法所称公益性社会团体是指依法成立的，以发展公益事业为宗旨的基金会、慈善组织等社会团体。
本法所称公益性非营利的事业单位是指依法成立的，从事公益事业的不以营利为目的的教育机构、科学研究机构、医疗卫生机构、社会公共文化机构、社会公共体育机构和社会福利机构等。
- 第十一条** 在发生自然灾害时或者境外捐赠人要求县级以上人民政府及其部门作为受赠人时，县级以上人民政府及其部门可以接受捐赠，并依照本法的有关规定对捐赠财产进行管理。
县级以上人民政府及其部门可以将受赠财产转交公益性社会团体或者公益性非营利的事业单位；也可以按照捐赠人的意愿分发或者兴办公益事业，但是不得以本机关为受益对象。
- 第十二条** 捐赠人可以与受赠人就捐赠财产的种类、质量、数量和用途等内容订立捐赠协议。捐赠人有权决定捐赠的数量、用途和方式。
捐赠人应当依法履行捐赠协议，按照捐赠协议约定的期限和方式将捐赠财产转移给受赠人。
- 第十三条** 捐赠人捐赠财产兴建公益事业工程项目，应当与受赠人订立捐赠协议，对工程项目的资金、建设、管理和使用作出约定。
捐赠的公益事业工程项目由受赠单位按照国家有关规定办理项目审批手续，并组织施工或者由受赠人和捐赠人共同组织施工。工程质量应当符合国家质量标准。
捐赠的公益事业工程项目竣工后，受赠单位应当将工程建设、建设资金的使用和工程质量验收情况向捐赠人通报。
- 第十四条** 捐赠人对于捐赠的公益事业工程项目可以留名纪念；捐赠人单独捐赠的工程项目或者主要由捐赠人出资兴建的工程项目，可以由捐赠人提出工程项目的名称，报县级以上人民政府批准。
- 第十五条** 境外捐赠人捐赠的财产，由受赠人按照国家有关规定办理入境手续；捐赠实行许可证管理的物品，由受赠人按照国家有关规定办理许可证申领手续，海关凭许可证验放、监管。
华侨向境内捐赠的，县级以上人民政府侨务部门可以协助办理有关入境手续，为捐赠人实施捐赠项目提供帮助。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令第九号
[执行时间]: 19990901

第三章 捐赠财产的使用和管理

- 第十六条** 受赠人接受捐赠后，应当向捐赠人出具合法、有效的收据，将受赠财产登记造册，妥善保管。
- 第十七条** 公益性社会团体应当将受赠财产用于资助符合其宗旨的活动和事业。对于接受的救助灾害的捐赠财产，应当及时用于救助活动。基金会每年用于资助公益事业的资金数额，不得低于国家规定的比例。
公益性社会团体应当严格遵守国家的有关规定，按照合法、安全、有效的原则，积极实现捐赠财产的保值增值。公益性非营利的事业单位应当将受赠财产用于发展本单位的公益事业，不得挪作他用。对于不易储存、运输和超过实际需要的受赠财产，受赠人可以变卖，所取得的全部收入，应当用于捐赠目的。
- 第十八条** 受赠人与捐赠人订立了捐赠协议的，应当按照协议约定的用途使用捐赠财产，不得擅自改变捐赠财产的用途。如果确需改变用途的，应当征得捐赠人的同意。
- 第十九条** 受赠人应当依照国家有关规定，建立健全财务会计制度和受赠财产的使用制度，加强对受赠财产的管理。
- 第二十条** 受赠人每年度应当向政府有关部门报告受赠财产的使用、管理情况，接受监督。必要时，政府有关部门可以对其财务进行审计。
海关对减免关税的捐赠物品依法实施监督和管理。
县级以上人民政府侨务部门可以参与对华侨向境内捐赠财产使用与管理的监督。
- 第二十一条** 捐赠人有权向受赠人查询捐赠财产的使用、管理情况，并提出意见和建议。对于捐赠人的查询，受赠人应当如实答复。
- 第二十二条** 受赠人应当公开接受捐赠的情况和受赠财产的使用、管理情况，接受社会监督。
- 第二十三条** 公益性社会团体应当厉行节约，降低管理成本，工作人员的工资和办公费用从利息等收入中按照国家规定的标准开支。
- 第二十四条** 公司和其他企业依照本法的规定捐赠财产用于公益事业，依照法律、行政法规的规定享受企业所得税方面的优惠。
- 第二十五条** 自然人和个体工商户依照本法的规定捐赠财产用于公益事业，依照法律、行政法规的规定享受个人所得税方面的优惠。
- 第二十六条** 境外向公益性社会团体和公益性非营利的事业单位捐赠的用于公益事业的物资，依照法律、行政法规的规定减征或者免征进口关税和进口环节的增值税。
- 第二十七条** 对于捐赠的工程项目，当地人民政府应当给予支持和优惠。

第四章 优惠措施

[发文字号]: 中华人民共和国主席令第九号
[执行时间]: 19990901

第五章 法律责任

- 第二十八条** 赠与人未征得捐赠人的许可，擅自改变捐赠财产的性质、用途的，由县级以上人民政府有关部门责令改正，给予警告。拒不改正的，经征求捐赠人的意见，由县级以上人民政府将捐赠财产交由与其宗旨相同或者相似的公益性社会团体或者公益性非营利的事业单位管理。
- 第二十九条** 挪用、侵占或者贪污捐赠款物的，由县级以上人民政府有关部门责令退还所用、所得款物，并处以罚款；对直接责任人员，由所在单位依照有关规定予以处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。依照前款追回、追缴的捐赠款物，应当用于原捐赠目的和用途。
- 第三十条** 在捐赠活动中，有下列行为之一的，依照法律、法规的有关规定予以处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任：
（一）逃汇、骗购外汇的；
（二）偷税、逃税的；
（三）进行走私活动的；
（四）未经海关许可并且未补缴应缴税额，擅自将减税、免税进口的捐赠物资在境内销售、转让或者移作他用的。
- 第三十一条** 受赠单位的工作人员，滥用职权，玩忽职守，徇私舞弊，致使捐赠财产造成重大损失的，由所在单位依照有关规定予以处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第三十二条 本法自1999年9月1日起施行。

第六章 附则

[发文字号]: 中华人民共和国主席令第九号
[执行时间]: 19990901

第一章 总则

中华人民共和国慈善法^M

- 第一条** 为了发展慈善事业，弘扬慈善文化，规范慈善活动，保护慈善组织、捐赠人、志愿者、受益人等慈善活动参与者的合法权益，促进社会进步，共享发展成果，制定本法。
- 第二条** 自然人、法人和其他组织开展慈善活动以及与慈善有关的活动，适用本法。其他法律有特别规定的，依照其规定。
- 第三条** 本法所称慈善活动，是指自然人、法人和其他组织以捐赠财产或者提供服务等方式，自愿开展的下列公益活动：
（一）扶贫、济困；
（二）扶老、救孤、恤病、助残、优抚；
（三）救助自然灾害、事故灾难和公共卫生事件等突发事件造成的损害；
（四）促进教育、科学、文化、卫生、体育等事业的发展；
（五）防治污染和其他公害，保护和改善生态环境；
（六）符合本法规定的其它公益活动。
- 第四条** 开展慈善活动，应当遵循合法、自愿、诚信、非营利的原则，不得违背社会公德，不得危害国家安全、损害社会公共利益和他人合法权益。
- 第五条** 国家鼓励和支持自然人、法人和其他组织践行社会主义核心价值观，弘扬中华民族传统美德，依法开展慈善活动。
- 第六条** 国务院民政部门主管全国慈善工作，县级以上地方各级人民政府民政部门主管本行政区域内的慈善工作；县级以上人民政府有关部门依照本法和其他有关法律、法规，在各自的职责范围内做好相关工作。
- 第七条** 每年9月5日为“中华慈善日”。

^M

从法理上讲，慈善法是综合法、基础法，而公益事业捐赠法是专门法、单项法。慈善法慈善内涵中除包括了《公益事业捐赠法》中所有内容外又增加了优抚内容。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第二章 慈善组织

- 第八条** 本法所称慈善组织，是指依法成立、符合本法规定，以面向社会开展慈善活动为宗旨的非营利性组织。
慈善组织可以采取基金会、社会团体、社会服务机构等组织形式。
- 第九条** 慈善组织应当符合下列条件：
（一）以开展慈善活动为宗旨；
（二）不以营利为目的；
（三）有自己的名称和住所；
（四）有组织章程；
（五）有必要的财产；
（六）有符合条件的组织机构和负责人；
（七）法律、行政法规规定的其他条件。
- 第十条** 设立慈善组织，应当向县级以上人民政府民政部门申请登记，民政部门应当自受理申请之日起三十日内作出决定。符合本法规定条件的，准予登记并向社会公告；不符合本法规定条件的，不予登记并书面说明理由。
本法公布前已经设立的基金会、社会团体、社会服务机构等非营利性组织，可以向其登记的民政部门申请认定为慈善组织，民政部门应当自受理申请之日起二十日内作出决定。符合慈善组织条件的，予以认定并向社会公告；不符合慈善组织条件的，不予认定并书面说明理由。
有特殊情况需要延长登记或者认定期限的，报经国务院民政部门批准，可以适当延长，但延长的期限不得超过六十日。
- 第十一条** 慈善组织的章程，应当符合法律法规的规定，并载明下列事项：
（一）名称和住所；
（二）组织形式；
（三）宗旨和活动范围；
（四）财产来源及构成；
（五）决策、执行机构的组成及职责；
（六）内部监督机制；
（七）财产管理使用制度；
（八）项目管理制度；
（九）终止情形及终止后的清算办法；
（十）其他重要事项。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

- 第十二条** 慈善组织应当根据法律法规以及章程的规定，建立健全内部治理结构，明确决策、执行、监督等方面的职责权限，开展慈善活动。
慈善组织应当执行国家统一的会计制度，依法进行会计核算，建立健全会计监督制度，并接受政府有关部门的监督管理。
- 第十三条** 慈善组织应当每年向其登记的民政部门报送年度工作报告和财务会计报告。报告应当包括年度开展募捐和接受捐赠情况、慈善财产的管理使用情况、慈善项目实施情况以及慈善组织工作人员的工资福利情况。
- 第十四条** 慈善组织的发起人、主要捐赠人以及管理人员，不得利用其关联关系损害慈善组织、受益人的利益和社会公共利益。
慈善组织的发起人、主要捐赠人以及管理人员与慈善组织发生交易行为的，不得参与慈善组织有关该交易行为的决策，有关交易情况应当向社会公开。
- 第十五条** 慈善组织不得从事、资助危害国家和社会公共利益的活动，不得接受附加违反法律法规和违背社会公德条件的捐赠，不得对受益人附加违反法律法规和违背社会公德的条件。
- 第十六条** 有下列情形之一的，不得担任慈善组织的负责人：
（一）无民事行为能力或者限制民事行为能力的；
（二）因故意犯罪被判处刑罚，自刑罚执行完毕之日起未逾五年的；
（三）在被吊销登记证书或者被取缔的组织担任负责人，自该组织被吊销登记证书或者被取缔之日起未逾五年的；
（四）法律、行政法规规定的其他情形。
- 第十七条** 慈善组织有下列情形之一的，应当终止：
（一）出现章程规定的终止情形的；
（二）因分立、合并需要终止的；
（三）连续二年未从事慈善活动的；
（四）依法被撤销登记或者吊销登记证书的；
（五）法律、行政法规规定应当终止的其他情形。
- 第十八条** 慈善组织终止，应当进行清算。
慈善组织的决策机构应当在本法第十七条规定的终止情形出现之日起三十日内成立清算组进行清算，并向社会公告。不成立清算组或者清算组不履行职责的，民政部门可以申请人民法院指定有关人员组成清算组进行清算。
慈善组织清算后的剩余财产，应当按照慈善组织章程的规定转给宗旨相同或者相近的慈善组织；章程未规定的，由民政部门主持转给宗旨相同或者相近的慈善组织，并向社会公告。
慈善组织清算结束后，应当向其登记的民政部门办理注销登记，并由民政部门向社会公告。
- 第十九条** 慈善组织依法成立行业组织。
慈善行业组织应当反映行业诉求，推动行业交流，提高慈善行业公信力，促进慈善事业发展。
- 第二十条** 慈善组织的组织形式、登记管理的具体办法由国务院制定。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第三章 慈善募捐

- 第二十一条** 本法所称慈善募捐，是指慈善组织基于慈善宗旨募集财产的活动。慈善募捐，包括面向社会公众的公开募捐和面向特定对象的定向募捐。
- 第二十二条** 慈善组织开展公开募捐，应当取得公开募捐资格。依法登记满二年的慈善组织，可以向其登记的民政部门申请公开募捐资格。民政部门应当自受理申请之日起二十日内作出决定。慈善组织符合内部治理结构健全、运作规范的条件，发给公开募捐资格证书；不符合条件的，不发给公开募捐资格证书并书面说明理由。法律、行政法规规定自登记之日起可以公开募捐的基金会和社会团体，由民政部门直接发给公开募捐资格证书。
- 第二十三条** 开展公开募捐，可以采取下列方式：
（一）在公共场所设置募捐箱；
（二）举办面向社会公众的义演、义赛、义卖、义展、义拍、慈善晚会等；
（三）通过广播、电视、报刊、互联网等媒体发布募捐信息；
（四）其他公开募捐方式。
慈善组织采取前款第一项、第二项规定的方式开展公开募捐的，应当在其登记的民政部门管辖区域内进行，确有必要在其登记的民政部门管辖区域外进行的，应当报其开展募捐活动所在地的县级以上人民政府民政部门备案。捐赠人的捐赠行为不受地域限制。
慈善组织通过互联网开展公开募捐的，应当在国务院民政部门统一或者指定的慈善信息平台发布募捐信息，并可以同时在其网站发布募捐信息。
- 第二十四条** 开展公开募捐，应当制定募捐方案。募捐方案包括募捐目的、起止时间和地域、活动负责人姓名和办公地址、接受捐赠方式、银行账户、受益人、募得款物用途、募捐成本、剩余财产的处理等。
募捐方案应当在开展募捐活动前报慈善组织登记的民政部门备案。
- 第二十五条** 开展公开募捐，应当在募捐活动现场或者募捐活动载体的显著位置，公布募捐组织名称、公开募捐资格证书、募捐方案、联系方式、募捐信息查询方法等。
- 第二十六条** 不具有公开募捐资格的组织或者个人基于慈善目的，可以与具有公开募捐资格的慈善组织合作，由该慈善组织开展公开募捐并管理募得款物。
- 第二十七条** 广播、电视、报刊以及网络服务提供者、电信运营商，应当对利用其平台开展公开募捐的慈善组织的登记证书、公开募捐资格证书进行验证。
- 第二十八条** 慈善组织自登记之日起可以开展定向募捐。
慈善组织开展定向募捐，应当在发起人、理事会成员和会员等特定对象的范围内进行，并向募捐对象说明募捐目的、募得款物用途等事项。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第四章 慈善捐赠

- 第二十九条** 开展定向募捐，不得采取或者变相采取本法第二十三条规定的方式。
- 第三十条** 发生重大自然灾害、事故灾难和公共卫生事件等突发事件，需要迅速开展救助时，有关人民政府应当建立协调机制，提供需求信息，及时有序引导开展募捐和救助活动。
- 第三十一条** 开展募捐活动，应当尊重和维护募捐对象的合法权益，保障募捐对象的知情权，不得通过虚构事实等方式欺骗、诱导募捐对象实施捐赠。
- 第三十二条** 开展募捐活动，不得摊派或者变相摊派，不得妨碍公共秩序、企业生产经营和居民生活。
- 第三十三条** 禁止任何组织或者个人假借慈善名义或者假冒慈善组织开展募捐活动，骗取财产。
- 第三十四条** 本法所称慈善捐赠，是指自然人、法人和其他组织基于慈善目的，自愿、无偿赠与财产的活动。
- 第三十五条** 捐赠人可以通过慈善组织捐赠，也可以直接向受益人捐赠。
- 第三十六条** 捐赠人捐赠的财产应当是其有权处分的合法财产。捐赠财产包括货币、实物、房屋、有价证券、股权、知识产权等有形和无形财产。
捐赠人捐赠的实物应当具有使用价值，符合安全、卫生、环保等标准。
捐赠人捐赠本企业产品的，应当依法承担产品质量责任和义务。
- 第三十七条** 自然人、法人和其他组织开展演出、比赛、销售、拍卖等经营性活动，承诺将全部或者部分所得用于慈善目的的，应当在举办活动前与慈善组织或者其他接受捐赠的人签订捐赠协议，活动结束后按照捐赠协议履行捐赠义务，并将捐赠情况向社会公开。
- 第三十八条** 慈善组织接受捐赠，应当向捐赠人开具由财政部门统一监（印）制的捐赠票据。捐赠票据应当载明捐赠人、捐赠财产的种类及数量、慈善组织名称和经办人姓名、票据日期等。捐赠人匿名或者放弃接受捐赠票据的，慈善组织应当做好相关记录。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第三十九条 慈善组织接受捐赠，捐赠人要求签订书面捐赠协议的，慈善组织应当与捐赠人签订书面捐赠协议。
书面捐赠协议包括捐赠人和慈善组织名称，捐赠财产的种类、数量、质量、用途、交付时间等内容。

第四十条 捐赠人与慈善组织约定捐赠财产的用途和受益人时，不得指定捐赠人的利害关系人作为受益人。
任何组织和个人不得利用慈善捐赠违反法律规定宣传烟草制品，不得利用慈善捐赠以任何方式宣传法律禁止宣传的产品和事项。

第四十一条 捐赠人应当按照捐赠协议履行捐赠义务。捐赠人违反捐赠协议逾期未交付捐赠财产，有下列情形之一的，慈善组织或者其他接受捐赠的人可以要求交付；捐赠人拒不交付的，慈善组织和其他接受捐赠的人可以依法向人民法院申请支付令或者提起诉讼：
(一) 捐赠人通过广播、电视、报刊、互联网等媒体公开承诺捐赠的；
(二) 捐赠财产用于本法第三条第一项至第三项规定的慈善活动，并签订书面捐赠协议的。
捐赠人公开承诺捐赠或者签订书面捐赠协议后经济状况显著恶化，严重影响其生产经营或者家庭生活的，经向公开承诺捐赠地或者书面捐赠协议签订地的民政部门报告并向社会公开说明情况后，可以不再履行捐赠义务。

第四十二条 捐赠人有权查询、复制其捐赠财产管理使用的有关资料，慈善组织应当及时主动向捐赠人反馈有关情况。
慈善组织违反捐赠协议约定的用途，滥用捐赠财产的，捐赠人有权要求其改正；拒不改正的，捐赠人可以向民政部门投诉、举报或者向人民法院提起诉讼。

第四十三条 国有企业实施慈善捐赠应当遵守有关国有资产管理的规定，履行批准和备案程序。

第五章 慈善信托

第四十四条 本法所称慈善信托属于公益信托，是指委托人基于慈善目的，依法将其财产委托给受托人，由受托人按照委托人意愿以受托人名义进行管理和处分，开展慈善活动的行为。

第四十五条 设立慈善信托、确定受托人和监察人，应当采取书面形式。受托人应当在慈善信托文件签订之日起七日内，将相关文件向受托人所在地县级以上人民政府民政部门备案。
未按照前款规定将相关文件报民政部门备案的，不享受税收优惠。

第四十六条 慈善信托的受托人，可以由委托人确定其信赖的慈善组织或者信托公司担任。

第四十七条 慈善信托的受托人违反信托义务或者难以履行职责的，委托人可以变更受托人。变更后的受托人应当自变更之日起七日内，将变更情况报原备案的民政部门重新备案。

第四十八条 慈善信托的受托人管理和处分信托财产，应当按照信托目的，恪尽职守，履行诚信、谨慎管理的义务。
慈善信托的受托人应当根据信托文件和委托人的要求，及时向委托人报告信托事务处理情况、信托财产管理使用情况。慈善信托的受托人应当每年至少一次将信托事务处理情况及财务状况向其备案的民政部门报告，并向社会公开。

第四十九条 慈善信托的委托人根据需要，可以确定信托监察人。
信托监察人对受托人的行为进行监督，依法维护委托人和受益人的权益。信托监察人发现受托人违反信托义务或者难以履行职责的，应当向委托人报告，并有权以自己的名义向人民法院提起诉讼。

第五十条 慈善信托的设立、信托财产的管理、信托当事人、信托的终止和清算等事项，本章未规定的，适用本法其他有关规定；本法未规定的，适用《中华人民共和国信托法》的有关规定。

第五十一条 慈善组织的财产包括：
(一) 发起人捐赠、资助的创始财产；
(二) 募集的财产；
(三) 其他合法财产。

第五十二条 慈善组织的财产应当根据章程和捐赠协议的规定全部用于慈善目的，不得在发起人、捐赠人以及慈善组织成员中分配。
任何组织和个人不得私分、挪用、截留或者侵占慈善财产。

第六章 慈善财产

第七章 慈善服务

- 第五十三条** 慈善组织对募集的财产，应当登记造册，严格管理，专款专用。捐赠人捐赠的实物不易储存、运输或者难以直接用于慈善目的的，慈善组织可以依法拍卖或者变卖，所得收入扣除必要费用后，应当全部用于慈善目的。
- 第五十四条** 慈善组织为实现财产保值、增值进行投资的，应当遵循合法、安全、有效的原则，投资取得的收益应当全部用于慈善目的。慈善组织的重大投资方案应当经决策机构组成人员三分之二以上同意。政府资助的财产和捐赠协议约定不得投资的财产，不得用于投资。慈善组织的负责人和工作人员不得在慈善组织投资的企业兼职或者领取报酬。前款规定事项的具体办法，由国务院民政部门制定。
- 第五十五条** 慈善组织开展慈善活动，应当依照法律法规和章程的规定，按照募捐方案或者捐赠协议使用捐赠财产。慈善组织确需变更募捐方案规定的捐赠财产用途的，应当报民政部门备案；确需变更捐赠协议约定的捐赠财产用途的，应当征得捐赠人同意。
- 第五十六条** 慈善组织应当合理设计慈善项目，优化实施流程，降低运行成本，提高慈善财产使用效益。慈善组织应当建立项目管理制度，对项目实施情况进行跟踪监督。
- 第五十七条** 慈善项目终止后捐赠财产有剩余的，按照募捐方案或者捐赠协议处理；募捐方案未规定或者捐赠协议未约定的，慈善组织应当将剩余财产用于目的相同或者相近的其他慈善项目，并向社会公开。
- 第五十八条** 慈善组织确定慈善受益人，应当坚持公开、公平、公正的原则，不得指定慈善组织管理人员的利害关系人作为受益人。
- 第五十九条** 慈善组织根据需要可以与受益人签订协议，明确双方权利义务，约定慈善财产的用途、数额和使用方式等内容。受益人应当珍惜慈善资助，按照协议使用慈善财产。受益人未按照协议使用慈善财产或者有其他严重违反协议情形的，慈善组织有权要求其改正；受益人拒不改正的，慈善组织有权解除协议并要求受益人返还财产。
- 第六十条** 慈善组织应当积极开展慈善活动，充分、高效运用慈善财产，并遵循管理费用最必要原则，厉行节约，减少不必要的开支。慈善组织中具有公开募捐资格的基金会开展慈善活动的年度支出，不得低于上一年总收入的百分之七十或者前三年收入平均数额的百分之七十；年度管理费用不得超过当年总支出的百分之十，特殊情况下，年度管理费用难以符合前述规定的，应当报告其登记的民政部门并向社会公开说明情况。具有公开募捐资格的基金会以外的慈善组织开展慈善活动的年度支出和管理费用的标准，由国务院民政部门会同国务院财政、税务等部门依照前款规定的原则制定。捐赠协议对单项捐赠财产的慈善活动支出和管理费用有约定的，按照其约定。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

- 第六十一条** 本法所称慈善服务，是指慈善组织和其他组织以及个人基于慈善目的，向社会或者他人提供的志愿服务以及其他非营利服务。慈善组织开展慈善服务，可以自己提供或者招募志愿者提供，也可以委托有服务专长的其他组织提供。
- 第六十二条** 开展慈善服务，应当尊重受益人、志愿者的人格尊严，不得侵害受益人、志愿者的隐私。
- 第六十三条** 开展医疗康复、教育培训等慈善服务，需要专门技能的，应当执行国家或者行业组织制定的标准和规程。慈善组织招募志愿者参与慈善服务，需要专门技能的，应当对志愿者开展相关培训。
- 第六十四条** 慈善组织招募志愿者参与慈善服务，应当公示与慈善服务有关的全部信息，告知服务过程中可能发生的风险。慈善组织根据需要可以与志愿者签订协议，明确双方权利义务，约定服务的内容、方式和时间等。
- 第六十五条** 慈善组织应当对志愿者实名登记，记录志愿者的服务时间、内容、评价等信息。根据志愿者的要求，慈善组织应当无偿、如实出具志愿服务记录证明。
- 第六十六条** 慈善组织安排志愿者参与慈善服务，应当与志愿者的年龄、文化程度、技能和身体状况相适应。
- 第六十七条** 志愿者接受慈善组织安排参与慈善服务的，应当服从管理，接受必要的培训。
- 第六十八条** 慈善组织应当为志愿者参与慈善服务提供必要条件，保障志愿者的合法权益。慈善组织安排志愿者参与可能发生人身危险的慈善服务前，应当为志愿者购买相应的人身意外伤害保险。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第八章 信息公开

- 第六十九条** 县级以上人民政府建立健全慈善信息统计和发布制度。县级以上人民政府民政部门应当在统一的信息平台，及时向社会公开慈善信息，并免费提供慈善信息发布服务。慈善组织和慈善信托的受托人应当在前款规定的平台发布慈善信息，并对信息的真实性负责。
- 第七十条** 县级以上人民政府民政部门和其他有关部门应当及时向社会公开下列慈善信息：
（一）慈善组织登记事项；
（二）慈善信托备案事项；
（三）具有公开募捐资格的慈善组织名单；
（四）具有出具公益性捐赠税前扣除票据资格的慈善组织名单；
（五）对慈善活动的税收优惠、资助补贴等促进措施；
（六）向慈善组织购买服务的信息；
（七）对慈善组织、慈善信托开展检查、评估的结果；
（八）对慈善组织和其他组织以及个人的表彰、处罚结果；
（九）法律法规规定应当公开的其他信息。
- 第七十一条** 慈善组织、慈善信托的受托人应当依法履行信息公开义务。信息公开应当真实、完整、及时。
- 第七十二条** 慈善组织应当向社会公开组织章程和决策、执行、监督机构成员信息以及国务院民政部门要求公开的其他信息。上述信息有重大变更的，慈善组织应当及时向社会公开。慈善组织应当每年向社会公开其年度工作报告和财务会计报告。具有公开募捐资格的慈善组织的财务会计报告须经审计。
- 第七十三条** 具有公开募捐资格的慈善组织应当定期向社会公开其募捐情况和慈善项目实施情况。公开募捐周期超过六个月的，至少每三个月公开一次募捐情况，公开募捐活动结束后三个月内应当全面公开募捐情况。慈善项目实施周期超过六个月的，至少每三个月公开一次项目实施情况，项目结束后三个月内应当全面公开项目实施情况和募得款物使用情况。
- 第七十四条** 慈善组织开展定向募捐的，应当及时向捐赠人告知募捐情况、募得款物的管理使用情况。
- 第七十五条** 慈善组织、慈善信托的受托人应当向受益人告知其资助标准、工作流程和工作规范等信息。
- 第七十六条** 涉及国家秘密、商业秘密、个人隐私的信息以及捐赠人、慈善信托的委托人不同意公开的姓名、名称、住所、通讯方式等信息，不得公开。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第九章 促进措施

- 第七十七条** 县级以上人民政府应当根据经济社会发展情况，制定促进慈善事业发展的政策和措施。县级以上人民政府有关部门应当在各自职责范围内，向慈善组织、慈善信托受托人等提供慈善需求信息，为慈善活动提供指导和帮助。
- 第七十八条** 县级以上人民政府民政部门应当建立与其他部门之间的慈善信息共享机制。
- 第七十九条** 慈善组织及其取得的收入依法享受税收优惠。
- 第八十条** 自然人、法人和其他组织捐赠财产用于慈善活动的，依法享受税收优惠。企业慈善捐赠支出超过法律规定的准予在计算企业所得税应纳税所得额时当年扣除的部分，允许结转以后三年内在计算应纳税所得额时扣除。境外捐赠用于慈善活动的物资，依法减征或者免征进口关税和进口环节增值税。
- 第八十一条** 受益人接受慈善捐赠，依法享受税收优惠。
- 第八十二条** 慈善组织、捐赠人、受益人依法享受税收优惠的，有关部门应当及时办理相关手续。
- 第八十三条** 捐赠人向慈善组织捐赠实物、有价证券、股权和知识产权的，依法免征权利转让的相关行政事业性费用。
- 第八十四条** 国家对开展扶贫济困的慈善活动，实行特殊的优惠政策。
- 第八十五条** 慈善组织开展本法第三条第一项、第二项规定的慈善活动需要慈善服务设施用地的，可以依法申请使用国有划拨土地或者农村集体建设用地。慈善服务设施用地非经法定程序不得改变用途。
- 第八十六条** 国家为慈善事业提供金融政策支持，鼓励金融机构为慈善组织、慈善信托提供融资和结算等金融服务。
- 第八十七条** 各级人民政府及其有关部门可以依法通过购买服务等方式，支持符合条件的慈善组织向社会提供服务，并依照有关政府采购的法律法规向社会公开相关情况。
- 第八十八条** 国家采取措施弘扬慈善文化，培育公民慈善意识。学校等教育机构应当将慈善文化纳入教育教学内容。国家鼓励高等学校培养慈善专业人才，支持高等学校和科研机构开展慈善理论研究。广播、电视、报刊、互联网等媒体应当积极开展慈善公益宣传活动，普及慈善知识，传播慈善文化。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第十章 监督管理

- 第八十九条** 国家鼓励企业事业单位和其他组织为开展慈善活动提供场所和其他便利条件。
- 第九十条** 经受益人同意，捐赠人对其捐赠的慈善项目可以冠名纪念，法律法规规定需要批准的，从其规定。
- 第九十一条** 国家建立慈善表彰制度，对在慈善事业发展中做出突出贡献的自然人、法人和其他组织，由县级以上人民政府或者有关部门予以表彰。
- 第九十二条** 县级以上人民政府民政部门应当依法履行职责，对慈善活动进行监督检查，对慈善行业组织进行指导。
- 第九十三条** 县级以上人民政府民政部门对涉嫌违反本法规定的慈善组织，有权采取下列措施：
（一）对慈善组织的住所和慈善活动发生地进行现场检查；
（二）要求慈善组织作出说明，查阅、复制有关资料；
（三）向与慈善活动有关的单位和个人调查与监督管理有关的情况；
（四）经本级人民政府批准，可以查询慈善组织的金融账户；
（五）法律、行政法规规定的其他措施。
- 第九十四条** 县级以上人民政府民政部门对慈善组织、有关单位和个人进行检查或者调查时，检查人员或者调查人员不得少于二人，并应当出示合法证件和检查、调查通知书。
- 第九十五条** 县级以上人民政府民政部门应当建立慈善组织及其负责人信用记录制度，并向社会公布。
民政部门应当建立慈善组织评估制度，鼓励和支持第三方机构对慈善组织进行评估，并向社会公布评估结果。
- 第九十六条** 慈善行业组织应当建立健全行业规范，加强行业自律。
- 第九十七条** 任何单位和个人发现慈善组织、慈善信托有违法行为的，可以向民政部门、其他有关部门或者慈善行业组织投诉、举报。民政部门、其他有关部门或者慈善行业组织接到投诉、举报后，应当及时调查处理。
国家鼓励公众、媒体对慈善活动进行监督，对假借慈善名义或者假冒慈善组织骗取财产以及慈善组织、慈善信托的违法违规行为予以曝光，发挥舆论和社会监督作用。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第十一章 法律责任

- 第九十八条** 慈善组织有下列情形之一的，由民政部门责令限期改正；逾期不改正的，吊销登记证书并予以公告：
（一）未按照慈善宗旨开展活动的；
（二）私分、挪用、截留或者侵占慈善财产的；
（三）接受附加违反法律法规或者违背社会公德条件的捐赠，或者对受益人附加违反法律法规或者违背社会公德的条件的。
- 第九十九条** 慈善组织有下列情形之一的，由民政部门予以警告、责令限期改正；逾期不改正的，责令限期停止活动并进行整改：
（一）违反本法第十四条规定造成慈善财产损失的；
（二）将不得用于投资的财产用于投资的；
（三）擅自改变捐赠财产用途的；
（四）开展慈善活动的年度支出或者管理费的标准违反本法第六十条规定的；
（五）未依法履行信息公开义务的；
（六）未依法报送年度工作报告、财务会计报告或者报备募捐方案的；
（七）泄露捐赠人、志愿者、受益人个人隐私以及捐赠人、慈善信托的委托人不同意公开的姓名、名称、住所、通讯方式等信息的。
慈善组织违反本法规定泄露国家秘密、商业秘密的，依照有关法律的规定予以处罚。
慈善组织有前两款规定的情形，经依法处理后一年内再出现前款规定的情形，或者有其他情节严重情形的，由民政部门吊销登记证书并予以公告。
- 第一百条** 慈善组织有本法第九十八条、第九十九条规定的情形，有违法所得的，由民政部门予以没收；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处二万元以上二十万元以下罚款。
- 第一百零一条** 开展募捐活动有下列情形之一的，由民政部门予以警告、责令停止募捐活动；对违法募集的财产，责令退还捐赠人；难以退还的，由民政部门予以收缴，转给其他慈善组织用于慈善目的；对有关组织或者个人处二万元以上二十万元以下罚款：
（一）不具有公开募捐资格的组织或者个人开展公开募捐的；
（二）通过虚构事实等方式欺骗、诱导募捐对象实施捐赠的；
（三）向单位或者个人摊派或者变相摊派的；
（四）妨碍公共秩序、企业生产经营或者居民生活的。
广播、电视、报刊以及网络服务提供者、电信运营商未履行本法第二十七条规定的验证义务的，由其主管部门予以警告，责令限期改正；逾期不改正的，予以通报批评。
- 第一百零二条** 慈善组织不依法向捐赠人开具捐赠票据、不依法向志愿者出具志愿服务记录证明或者不及时主动向捐赠人反馈有关情况的，由民政部门予以警告，责令限期改正；逾期不改正的，责令限期停止活动。
- 第一百零三条** 慈善组织弄虚作假骗取税收优惠的，由税务机关依法查处；情节严重的，由民政部门吊销登记证书并予以公告。

[发文字号]: 中华人民共和国主席令十二届第四十三号
[执行时间]: 20160901

第一百零四条 慈善组织从事、资助危害国家安全或者社会公共利益活动的，由有关机关依法查处，由民政部门吊销登记证书并予以公告。

第一百零五条 慈善信托的受托人有下列情形之一的，由民政部门予以警告，责令限期改正；有违法所得的，由民政部门予以没收；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处二万元以上二十万元以下罚款：
（一）将信托财产及其收益用于非慈善目的的；
（二）未按照规定将信托事务处理情况及财务状况向民政部门报告或者向社会公开的。

第一百零六条 慈善服务过程中，因慈善组织或者志愿者过错造成受益人、第三人损害的，慈善组织依法承担赔偿责任；损害是由志愿者故意或者重大过失造成的，慈善组织可以向其追偿。
志愿者在参与慈善服务过程中，因慈善组织过错受到损害的，慈善组织依法承担赔偿责任；损害是由不可抗力造成的，慈善组织应当给予适当补偿。

第一百零七条 自然人、法人或者其他组织假借慈善名义或者假冒慈善组织骗取财产的，由公安机关依法查处。

第一百零八条 县级以上人民政府民政部门和其他有关部门及其工作人员有下列情形之一的，由上级机关或者监察机关责令改正；依法应当给予处分的，由任免机关或者监察机关对直接负责的主管人员和其他直接责任人员给予处分：
（一）未依法履行信息公开义务的；
（二）摊派或者变相摊派捐赠任务，强行指定志愿者、慈善组织提供服务的；
（三）未依法履行监督管理职责的；
（四）违法实施行政强制措施和行政处罚的；
（五）私分、挪用、截留或者侵占慈善财产的；
（六）其他滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的行为。

第一百零九条 违反本法规定，构成违反治安管理行为的，由公安机关依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第一百一十条 城乡社区组织、单位可以在本社区、单位内部开展群众性互助互济活动。

第一百一十一条 慈善组织以外的其他组织可以开展力所能及的慈善活动。

第一百一十二条 本法自 2016 年 9 月 1 日起施行。

中华人民共和国企业所得税法实施条例（部分摘要）

第五十一条 企业所得税法第九条所称公益性捐赠，是指企业通过公益性社会团体或者县级以上人民政府及其部门，用于《中华人民共和国公益事业捐赠法》规定的公益事业的捐赠。

第五十二条 本条例第五十一条所称公益性社会团体，是指同时符合下列条件的基金会、慈善组织等社会团体：
（一）依法登记，具有法人资格；
（二）以发展公益事业为宗旨，且不以营利为目的；
（三）全部资产及其增值为该法人所有；
（四）收益和营运结余主要用于符合该法人设立目的的事业；
（五）终止后的剩余财产不归属任何个人或者营利组织；
（六）不经营与其设立目的无关的业务；
（七）有健全的财务会计制度；
（八）捐赠者不以任何形式参与社会团体财产的分配；
（九）国务院财政、税务主管部门会同国务院民政部门等登记管理部门规定的其他条件。

第五十三条 企业发生的公益性捐赠支出，不超过年度利润总额 12% 的部分，准予扣除。年度利润总额，是指企业依照国家统一会计制度的规定计算的年度会计利润。

第十二章 附则

关于加强中央企业对外捐赠管理有关事项的通知

近年来，中央企业认真履行社会责任，积极参与国家救灾、扶危济困等救助活动，有效推动了我国公益事业发展。为进一步规范中央企业对外捐赠行为，维护国有股东权益，引导中央企业正确履行社会责任，根据《中华人民共和国公益事业捐赠法》和《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》等有关规定，现就加强中央企业对外捐赠管理的有关事项通知如下：

一、加强对外捐赠行为规范管理

随着我国公益事业的发展，企业对外捐赠支出的范围和规模不断扩大，各中央企业要加强对外捐赠事项的管理，认真履行社会责任，积极参与救助捐赠活动，规范对外捐赠行为，有效维护股东权益。集团总部应当制订和完善对外捐赠管理制度，对集团所属各级子企业对外捐赠行为实行统一管理，明确对外捐赠事项的管理部门，落实管理责任，规范内部审批程序，细化对外捐赠审核流程；要根据自身经营实力和承受能力，明确规定对外捐赠支出范围，合理确定集团总部及各级子企业对外捐赠支出限额和权限；应将日常对外捐赠支出纳入预算管理体系，细化捐赠项目和规模，严格控制预算外捐赠支出，确保对外捐赠行为规范操作。

二、规范界定对外捐赠范围

企业对外捐赠范围为：向受灾地区、定点扶贫地区、定点援助地区或者困难的社会弱势群体的救济性捐赠，向教科文卫体事业和环境保护及节能减排等社会公益事业的公益性捐赠，以及社会公共福利事业的其他捐赠等。各中央企业用于对外捐赠的资产应当权属清晰、权责明确，应为企业有权处分的合法财产，包括现金资产和实物资产等。不具处分权的财产或者不合格产品不得用于对外捐赠。中央企业经营者或者其他职工不得将企业拥有的资产以个人名义对外捐赠。除国家有特殊规定的捐赠项目之外，中央企业对外捐赠应当通过依法成立的接受捐赠的慈善机构、其他公益性机构或政府部门进行。对于有关社会机构、团体的摊派性捐赠，企业应当依法拒绝。企业对外捐赠应当诚实守信，严禁各类虚假宣传或许诺行为。

三、合理确定对外捐赠规模

各中央企业对外捐赠应当充分考虑自身经营规模、盈利能力、负债水平、现金流量等财务承受能力，坚持量力而行原则，合理确定对外捐赠支出规模和标准。中央企业对外捐赠支出规模一般不得超过企业内部制度规定的最高限额；盈利能力大幅下降、负债水平偏高、经营活动现金净流量为负数或者大幅减少的企业，对外捐赠规模应当进行相应压缩；资不抵债、经营亏损或者捐赠行为影响正常生产经营的企业，除特殊情况外，一般不得安排对外捐赠支出。

四、严格捐赠审批程序

各中央企业应当加强对外捐赠的审批管理，严格内部决策程序，规范审批流程。企业每年安排的对外捐赠预算支出应当经过企业董事会或类似决策机构批准同意。对外捐赠应当由集团总部统一管理，所属各级子企业未经集团总部批准或备案不得擅自对外捐赠。对于内部制度规定限额内并纳入预算范围的对外捐赠事项，企业捐赠管理部门应当在支出发生时逐笔审核，并严格履行内部审批程序；对于因重大自然灾害等紧急情况需要超出预算规定范围的对外捐赠事项，企业应当提交董事会或类似决策机构专题审议，并履行相应预算追加审批程序。

五、建立备案管理制度

国资委对中央企业对外捐赠事项实行备案管理制度。以下情况应当专项报国资委（评价局）备案，同时抄送派驻本企业监事会：

- （一）各中央企业应当结合本通知要求，对本企业对外捐赠管理制度进行修订或完善，并于2009年12月31日前报国资委备案。以后年度需要对管理流程、支出限额等关键因素进行调整的，应当对管理制度进行修改完善，并及时报国资委备案。
- （二）中央企业对外捐赠支出应当纳入企业年度预算管理，并形成专项报告，对全年对外捐赠预算支出项目、支出方案及支出规模等预算安排作出详细说明，并对上年捐赠的实施情况及捐赠预算执行情况进行总结。中央企业对外捐赠预算专项报告随年度财务预算报告报送国资委。
- （三）中央企业捐赠行为实际发生时捐赠项目超过以下标准的，应当报国资委备案同意后实施：净资产（指集团上年末合并净资产，下同）小于100亿元的企业，捐赠项目超过100万元的；净资产在100亿元至500亿元的企业，捐赠项目超过500万元的；净资产大于500亿元的企业，捐赠项目超过1000万元的。
- （四）对于突发性重大自然灾害或者其他特殊事项超出预算范围需要紧急安排对外捐赠支出，不论金额大小，中央企业在履行内部决策程序之后，及时逐笔向国资委备案。

六、加强监督检查

各中央企业应当加强对外捐赠事项的财务监督工作，在实际发生对外捐赠支出后，应当规范账务处理，并将有关支出情况向社会公开。企业应当重视对外捐赠项目实施效果的后续跟踪，有条件的企业，应当组织对重大捐赠项目进行现场检查或审计，督促受益对象发挥捐赠的最大效益。企业应当通过纪检监察、内部审计、中介机构审计等多种渠道开展监督检查工作，及时查找企业在制度建设、工作组织、决策程序、预算安排、项目实施和财务处理等方面存在的问题，认真整改。派驻企业的监事会应当将企业对外捐赠管理与实施情况纳入监督检查范围。国资委将不定期组织对企业捐赠管理情况进行抽查，对制度不健全、未按规定程序决策、未及时向国资委报备等不规范行为，督促企业及时整改；对在对外捐赠过程中存在营私舞弊、滥用职权、转移国有资产等违法违规行为的，予以依法处理。

各中央企业要高度重视对外捐赠管理工作，积极参与社会公益事业，认真履行社会责任，坚持量力而行原则，完善制度，严格程序，规范管理，切实有效维护股东权益。

关于中央企业对外捐赠管理有关事项的补充通知

国资委《关于加强中央企业对外捐赠管理有关事项的通知》（国资发评价〔2009〕317号，以下简称317号文件）印发以来，各中央企业不断完善对外捐赠管理制度，规范对外捐赠行为。为进一步贯彻简政放权、转变职能要求，落实工作责任，国资委决定简化中央企业对外捐赠备案管理方式，现将有关事项补充通知如下：

- 一、纳入中央企业董事会职权试点的企业，应严格按照《关于落实中央企业董事会职权试点的工作方案》的有关要求，由董事会确定捐赠规模，并纳入年度预算管理，不再履行报国资委备案程序。
- 二、未纳入中央企业董事会职权试点的企业，在加强捐赠事项预算管理的同时，对于年度单项捐赠项目支出规模小于3000万元的，不再履行报国资委备案程序，由企业内部董事会或相关决策机构负责审批。对于年度单项捐赠项目支出规模大于3000万元的，企业应在该履行内部审批程序后、实际捐赠发生前，及时报国资委备案。国资委在受理后即告知企业受理日期，并在受理之日起10个工作日内向企业反馈不同意见，如未反馈，企业可执行既定捐赠。对于重大自然灾害等紧急情况，企业可在捐赠后再履行备案程序。
- 三、向国资委报送的备案材料应包括以下内容
 - （一）正式备案报告。备案报告应对捐赠企业财务及资金状况、项目背景、实施计划、资金安排和预期效果等作详细说明。
 - （二）企业履行内部决策程序的文件。
- 四、各中央企业要通过社会责任报告、年报、公报、信息发布会及报刊、网络、广播、电视等方式，及时公布对外捐赠信息，涉及国家秘密和企业商业秘密的信息除外。对外公布的信息要包括捐赠支出情况、受赠对象情况、捐赠途径、捐赠项目实施效果，捐赠监督检查情况和未来捐赠计划等。
- 五、自本通知印发之日起，317号文件第五条“建立备案管理制度”中的第（三）、（四）项同时废止，其他规定继续有效。请各中央企业认真执行317号文件和本通知的规定，不断完善对外捐赠管理制度，严格履行对外捐赠的内部审批和向国资委备案程序，并按要求规范、真实、准确、完整地编制对外捐赠预算和季度监测报表。国资委将采取多种方式加强对中央企业对外捐赠的监督检查，并向社会公开中央企业总体捐赠情况的相关信息。

[发文字号]: 国资发评价〔2015〕41号
[执行时间]: 20150420

民政部 国资委关于支持中央企业积极投身公益慈善事业的意见

为深入贯彻党的十八大和十八届三中、四中全会“支持发展慈善事业”“支持慈善事业发挥扶贫济困积极作用”等重要精神，按照《国务院关于促进慈善事业健康发展的指导意见》（国发〔2014〕61号）的明确要求，促进广大中央企业通过公益慈善事业更好地履行社会责任、服务国家发展，现就支持中央企业积极投身公益慈善事业提出如下意见。

一、充分认识中央企业参与公益慈善事业的重要意义

近年来，中央企业高度重视社会责任工作，积极落实《中国慈善事业发展指导纲要（2011-2015年）》（民发〔2011〕134号）和国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》，主动投身公益慈善事业，通过公益捐赠、设立企业基金会、与慈善组织合作、开展志愿服务等多种形式，广泛开展救助灾害、救孤济困、扶老助残等活动和教育、科学、文化、卫生、体育、环境保护等事业，主动实施海外慈善项目，取得显著成效，为我国慈善事业发展和树立良好国际形象作出了突出贡献。但是，与社会的普遍期望和形势的发展需要相比，中央企业参与公益慈善事业的潜力有待进一步挖掘，优势有待进一步发挥。

当前，我国已进入全面建成小康社会的决定性阶段，发展公益慈善事业对于保障和改善民生、促进社会和谐、提升公共服务水平、提高公民道德素质具有重要意义。中央企业是国民经济的骨干和中坚，承担着促进经济社会发展的使命和责任。中央企业参与公益慈善事业，是实现“做强做优、世界一流”目标的重要举措，是回应社会期望、塑造责任央企形象的必然选择，是拓展对外发展空间、提高国际竞争力的客观需要。各中央企业要进一步提高认识，增强参与公益慈善事业，特别是参与“救急难”工作的积极性和主动性，在实现国有资产保值增值的前提下，发挥资金雄厚、管理规范、覆盖全国、职工众多等优势，不断提高企业慈善工作的能力和水平，为推动中国特色公益慈善事业发展、全面建成小康社会作出应有的贡献。各级民政部门要采取切实可行的措施予以支持，进一步提升中央企业参与“救急难”等公益慈善事业的绩效。

二、准确把握中央企业参与公益慈善事业的基本原则

- （一）自愿无偿。中央企业参与“救急难”等公益慈善事业应坚持自愿参与、无偿捐赠的原则。任何组织和个人不得强迫或变相强迫中央企业开展慈善活动或进行捐赠，对于有关社会机构、团体的摊派性捐赠，中央企业应当依法拒绝；中央企业不得以慈善为名从事营利活动，不得要求受赠人、受益人在融资、市场准入、占有其他资源等方面创造便利条件或提供回报性反馈。
- （二）统筹兼顾。中央企业参与“救急难”等公益慈善事业，应坚持履行促进经济发展责任与履行社会责任统筹兼顾，在实现国有资产保值增值、提供优质产品和服务的基础上，量力而行，尽力而为，合理确定参与公益慈善的领域、内容、方式和捐赠规模。
- （三）合法合规。在国内公益慈善活动中，中央企业要遵守国家有关法律法规和政策规定，不得违背社会公德，不得损害公共利益和他人合法权益。在国际慈善活动中，中央企业要遵守所在国法律，尊重当地的民族习惯和宗教信仰。
- （四）专业科学。中央企业要将参与慈善事业纳入自身发展规划，并结合企业的资源和专业特长，制定各具特色的参与慈善事业的规划，建立制度规范和工作程序，合理选择慈善领域、项目和形式，科学实施，提高慈善资源的使用效益。

[发文字号]: 民发〔2015〕96号
[执行时间]: 20150519

三、鼓励中央企业通过多种途径参与公益慈善事业

- (一) 直接设立慈善组织。具备条件的中央企业可依法设立基金会，或在慈善组织中设立专项基金，也可在扶贫济困、教育、医疗、养老、助残、儿童福利、社会工作等公益事业领域兴办民办非企业单位，以增加社会公共产品供给，帮助国家提高公共服务水平。
- (二) 发挥好已成立基金会的作用。目前由中央企业出资设立的 10 家非公募基金会，要忠实履行公益慈善宗旨，积极开展公益慈善活动，切实有效服务困难群众，并力争在内部治理、项目设计、程序透明、方法专业等方面成为慈善组织的表率。
- (三) 利用自有资金积极进行捐赠。鼓励中央企业在企业董事会或类似决策机构批准的对外捐赠预算范围内，利用留存利润，积极进行捐赠。对因重大自然灾害、急难事项等紧急情况需要超出预算规定范围的对外捐赠事项，企业应提交董事会或类似决策机构专题审议，并履行相应的预算追加审批程序。鼓励中央企业动员职工进行自愿捐赠，并给予一定的激励和表彰。
- (四) 与慈善组织缔结合作关系。鼓励中央企业选择治理规范、公信力高的慈善组织合作，委托慈善组织开展企业自行设立的慈善项目，或参与慈善组织设立的有影响力、创新性和实效性的慈善项目，作为资源供给方和效果考核方来发挥作用。鼓励中央企业对某一慈善领域或慈善项目给予稳定、持续的关心和支持，以形成长期广泛的社会影响和正面积极的社会评价。
- (五) 组织职工开展志愿服务。鼓励中央企业制定职工参与志愿活动的管理制度，建立职工志愿者组织管理机构，积极发展职工志愿者队伍，完善志愿服务的长效机制，组织并支持职工参与多种形式的志愿服务活动，积极回馈社会。
- (六) 深入做好定点扶贫工作。继续发挥好中央企业定点扶贫机制的作用，在中央企业负有扶贫任务的地区，广泛开展扶贫济困、帮老助幼、支教助学、卫生保健、科技推广、环境保护、应急救援、心理安抚等多种形式的公益慈善活动。支持、引导中央企业积极参与“救急难”工作，探索中央企业开展慈善救助的新方法、新路径。鼓励中央企业与慈善组织开展活动，提升工作的专业性和有效性。
- (七) 支持慈善文化传播。鼓励中央企业发扬扶危济困、崇德向善的传统美德，利用良好的企业文化积淀优势，将现代慈善理念融入企业文化，在企业内部形成人人关心慈善、人人支持慈善的良好氛围，并通过提升合作伙伴和社会公众的慈善理念，传播慈善文化。鼓励中央企业采取冠名、资助等协作方式，支持学术研究机构、慈善组织开展慈善理论研究和慈善文化宣传。
- (八) 在投资兴业中吸纳困难群体。鼓励中央企业在投资兴业中吸纳残疾人和贫困家庭劳动力就业，实现公益目标和经济目标、社会效益和经济效益的有机统一。
- (九) 确定专门负责社会责任履行的部门。中央企业可根据自身实际情况设置相关专门机构和人员负责慈善工作，鼓励具备条件的中央企业组建专门的机构统筹规划和开展慈善活动。
- (十) 创新其他参与慈善事业的方式。支持有条件的中央企业依托相关金融机构、慈善组织设立慈善信托。鼓励中央企业整合内部捐赠资源，统一筹划部署，结合企业战略模式，聚合内部资源并形成合力，打造有影响力、可持续的公益慈善品牌项目。

[发文字号]: 民发[2015] 96号
[执行时间]: 20150519

四、有效提供中央企业参与公益慈善事业的支持措施

- (一) 支持中央企业设立慈善组织。各级民政部门要依照相关法律法规和政策规定，积极履行部门职责，转变工作作风，提高办事效率，丰富完善窗口和在线服务内容，为中央企业依法设立慈善组织提供有效的咨询和指导。同时，要认真研究慈善组织发展过程中遇到的难题，切实发挥沟通协调职责，提供规范高效的服务，推动有关政策落实和完善。
- (二) 协助中央企业依法享受税收优惠。民政部门和国资委要协助有关部门依法落实中央企业设立的慈善组织应享受的优惠政策和扶持措施，对中央企业加强公益性捐赠税收优惠政策的宣传，指导中央企业对发生的公益性捐赠支出进行所得税税前扣除，并推动有关部门简化程序，方便中央企业办理有关减免税手续。
- (三) 加强对中央企业慈善行为的指导。民政部和国资委将共同开展对国内外企业参与慈善事业理论和经验的研究，联合制定《中央企业社会责任指引》、《中央企业参与慈善活动行为指南》、《中央企业与慈善组织开展合作指导手册》等文件，科学指导、促进中央企业更好地参与公益慈善事业。
- (四) 做好中央企业与慈善组织和慈善需求合作对接。民政部门要建立优秀慈善组织目录和优秀慈善项目库，并向中央企业做好推荐工作。民政部门和国资委要加强合作，通过联系协调、信息共享等方式，搭建展示交流会、项目推介会等平台，促进中央企业与慈善组织对接，开展长期、多样、有效的合作。民政部门要采集、发布本行政区域内的求助等信息，为中央企业与慈善需求对接提供便利。
- (五) 宣传中央企业慈善行为。民政部门和国资委要协调报刊、广播、电视、互联网等媒体积极宣传中央企业的慈善行为和成绩，创造有利于中央企业投身慈善事业的社会环境和氛围。
- (六) 完善其他扶持和激励措施。推动有关部门从土地供应、设施配套、企业服务等方面，对为慈善事业作出突出贡献的中央企业提供便利和优惠条件。在各级政府评选慈善奖时，应注重表彰中央企业先进典型。在政府采购中，对为慈善事业作出突出贡献的中央企业，同等条件下优先考虑。

五、共同做好相关慈善活动的监督管理

民政部门要加强对中央企业设立慈善组织的日常管理和年检工作，重点加强对财务状况、信息公开和重大活动的监管。对中央企业设立的慈善组织的违法违规行为，依法予以严肃查处。要依法保障中央企业作为捐赠人的知情权和监督权，督促受赠人按约定管理和使用捐赠款物，并及时公开捐赠款物使用情况。民政部和国资委要鼓励中央企业主动向社会公布参与慈善事业的情况，及时向社会披露相关信息，将企业开展慈善活动的情况作为企业社会责任报告的重要内容，有条件的中央企业可编制专门的企业年度慈善报告。其他有关部门、社会公众、新闻媒体可以依法对中央企业的慈善活动进行监督。

[发文字号]: 民发[2015] 96号
[执行时间]: 20150519

关于中央企业履行社会责任的指导意见

为了全面贯彻党的十七大精神，深入贯彻落实科学发展观，推动中央企业在建设中国特色社会主义事业中，认真履行好社会责任，实现企业与社会、环境的全面协调可持续发展，提出以下指导意见。

一、充分认识中央企业履行社会责任的重要意义

- (一) 履行社会责任是中央企业深入贯彻落实科学发展观的实际行动。履行社会责任要求中央企业必须坚持以人为本、科学发展，在追求经济效益的同时，对利益相关者和环境负责，实现企业发展与社会、环境的协调统一。这既是促进社会主义和谐社会建设的重要举措，也是中央企业深入贯彻落实科学发展观的实际行动。
- (二) 履行社会责任是全社会对中央企业的广泛要求。中央企业是国有经济的骨干力量，大多集中在关系国家安全和国民经济命脉的重要行业和关键领域，其生产经营活动涉及到整个社会经济活动和人民生活的各个方面。积极履行社会责任，不仅是中央企业的使命和责任，也是全社会对中央企业的殷切期望和广泛要求。
- (三) 履行社会责任是实现中央企业可持续发展的必然选择。积极履行社会责任，把社会责任理念和要求全面融入企业发展战略、企业生产经营和企业文化，有利于创新发展理念、转变发展方式，有利于激发创造活力、提升品牌形象，有利于提高职工素质、增强企业凝聚力，是中央企业发展质量和水平的重大提升。
- (四) 履行社会责任是中央企业参与国际经济交流合作的客观需要。在经济全球化日益深入的新形势下，国际社会高度关注企业社会责任，履行社会责任已成为国际社会对企业评价的重要内容。中央企业履行社会责任，有利于树立负责任的企业形象，提升中国企业的国际影响，也对树立我国负责任的发展中大国形象具有重要作用。

二、中央企业履行社会责任的指导思想、总体要求和基本原则

- (五) 指导思想。以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，坚持以人为本，坚持可持续发展，牢记责任，强化意识，统筹兼顾，积极实践，发挥中央企业履行社会责任的表率作用，促进社会主义和谐社会建设，为实现全面建设小康社会宏伟目标作出更大贡献。
- (六) 总体要求。中央企业要增强社会责任意识，积极履行社会责任，成为依法经营、诚实守信的表率，节约资源、保护环境的表率，以人为本、构建和谐企业的表率，努力成为国家经济的栋梁和全社会企业的榜样。
- (七) 基本原则。坚持履行社会责任与促进企业改革发展相结合，把履行社会责任作为建立现代企业制度和提高综合竞争力的重要内容，深化企业改革，优化布局结构，转变发展方式，实现又好又快发展。坚持履行社会责任与企业实际相适应，立足基本国情，立足企业实际，突出重点，分步推进，切实取得企业履行社会责任的成效。坚持履行社会责任与创建和谐企业相统一，把保障企业安全生产，维护职工合法权益，帮助职工解决实际问题放在重要位置，营造和谐劳动关系，促进职工全面发展，实现企业与职工、企业与社会和谐发展。

三、中央企业履行社会责任的主要内容

- (八) 坚持依法经营诚实守信。模范遵守法律法规和社会公德、商业道德以及行业规则，及时足额纳税，维护投资者和债权人权益，保护知识产权，忠实履行合同，恪守商业信用，反对不正当竞争，杜绝商业活动中的腐败行为。
- (九) 不断提高持续盈利能力。完善公司治理，科学民主决策。优化发展战略，突出做强主业，缩短管理链条，合理配置资源。强化企业管理，提高管控能力，降低经营成本，加强风险防范，提高投入产出水平，增强市场竞争能力。
- (十) 切实提高产品质量和服务水平。保证产品和服务的安全性，改善产品性能，完善服务体系，努力为社会提供优质安全健康的产品和服务，最大限度地满足消费者的需求。保护消费者权益，妥善处理消费者提出的投诉和建议，努力为消费者创造更大的价值，取得广大消费者的信赖与认同。
- (十一) 加强资源节约和环境保护。认真落实节能减排责任，带头完成节能减排任务。发展节能产业，开发节能产品，发展循环经济，提高资源综合利用效率。增加环保投入，改进工艺流程，降低污染物排放，实施清洁生产，坚持走低投入、低消耗、低排放和高效率的发展道路。
- (十二) 推进自主创新和技术进步。建立和完善技术创新机制，加大研究开发投入，提高自主创新能力。加快高新技术开发和传统产业改造，着力突破产业和行业关键技术，增加技术创新储备。强化知识产权意识，实施知识产权战略，实现技术创新与知识产权的良性互动，形成一批拥有自主知识产权的核心技术和知名品牌，发挥对产业升级、结构优化的带动作用。
- (十三) 保障生产安全。严格落实安全生产责任制，加大安全生产投入，严防重、特大安全事故发生。建立健全应急管理体系，不断提高应急管理水平和应对突发事件能力。为职工提供安全、健康、卫生的工作条件和生活环境，保障职工职业健康，预防和减少职业病和其他疾病对职工的危害。
- (十四) 维护职工合法权益。依法与职工签订并履行劳动合同，坚持按劳分配、同工同酬，建立工资正常增长机制，按时足额缴纳社会保险。尊重职工人格，公平对待职工，杜绝性别、民族、宗教、年龄等各种歧视。加强职业教育培训，创造平等发展机会。加强职代会制度建设，深化厂务公开，推进民主管理。关心职工生活，切实为职工排忧解难。
- (十五) 参与社会公益事业。积极参与社区建设，鼓励职工志愿服务社会。热心参与慈善、捐助等社会公益事业，关心支持教育、文化、卫生等公共福利事业。在发生重大自然灾害和突发事件的情况下，积极提供财力、物力和人力等方面的支持和援助。

四、中央企业履行社会责任的主要措施

- (十六) 树立和深化社会责任意识。深刻理解履行社会责任的重要意义，牢固树立社会责任意识，高度重视社会责任工作，把履行社会责任提上企业重要议事日程，经常研究和部署社会责任工作，加强社会责任全员培训和普及教育，不断创新管理理念和工作方式，努力形成履行社会责任的企业价值观和企业文化。
- (十七) 建立和完善履行社会责任的体制机制。把履行社会责任纳入公司治理，融入企业发展战略，落实到生产经营各个环节。明确归口管理部门，建立健全工作体系，逐步建立和完善企业社会责任指标统计和考核体系，有条件的企业要建立履行社会责任的评价机制。
- (十八) 建立社会责任报告制度。有条件的企业要定期发布社会责任报告或可持续发展报告，公布企业履行社会责任的现状、规划和措施，完善社会责任沟通方式和对话机制，及时了解和回应利益相关者的意见建议，主动接受利益相关者和社会的监督。
- (十九) 加强企业间交流与国际合作。研究学习国内外企业履行社会责任的先进理念和成功经验，开展与履行社会责任先进企业的对标，总结经验，找出差距，改进工作。加强与有关国际组织的对话与交流，积极参与社会责任国际标准的制定。
- (二十) 加强党组织对企业社会责任工作的领导。充分发挥企业党组织的政治核心作用，广泛动员和引导广大党员带头履行社会责任，支持工会、共青团、妇女组织在履行社会责任中发挥积极作用，努力营造有利于企业履行社会责任的良好氛围。

[发文字号]: 国资发研究[2008]1号
[执行时间]: 20080101

企业积极履行社会责任，以遵循法律和道德的透明行为，在运营全过程对利益相关方、社会和环境负责，最大限度地创造经济、社会和环境的综合价值，促进可持续发展，是深入贯彻落实党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，深化国有企业改革的重要举措，也是适应经济社会可持续发展要求，提升企业核心竞争力的必然选择。为推动国有企业更好地履行社会责任，现提出以下意见。

关于国有企业更好履行社会责任的指导意见

一、总体要求

- (一) 指导思想。
以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻落实党的十八大、十八届历次全会精神，以可持续发展为核心，增强社会责任意识，强化社会责任管理，推动社会责任融入企业运营，促进国有企业成为履行社会责任的表率，推动经济社会更高质量、更有效率、更加公平、更可持续发展。
- (二) 基本原则。
坚持以可持续发展为核心。在努力创造经济价值、实现自身发展的同时，管理好企业运营对利益相关方的影响，有效利用资源，保护生态环境，坚持以人为本，促进社会和谐，最大限度创造经济、社会和环境的综合价值。坚持社会责任与企业改革发展相结合。把社会责任作为提高依法治企水平、提高发展质量效益和提高企业竞争力的重要内容，将社会责任工作与企业改革发展各项工作作为一个有机整体，统筹安排部署，同步推动落实。坚持社会责任与企业运营相融合。将社会责任融入企业战略、治理和日常经营，全面改进、丰富和完善各项制度和管理体系，促进企业不断优化管理，提升管理水平。
- (三) 主要目标。
到2020年，国有企业形成更加成熟定型的社会责任管理体系，经济、社会、环境综合价值创造能力显著增强，社会沟通能力和运营透明度显著提升，品牌形象和社会认可度显著提高，形成一批引领行业履行社会责任、具有国际影响力、受人尊敬的优秀企业。

二、深化社会责任理念

- (四) 增强社会责任意识。立足全球视野，充分认识社会责任对推动经济社会可持续发展的重要意义。立足企业发展，充分认识社会责任对引领创新、促进管理、做强做优的重要作用。正确理解和把握企业社会责任的内涵、内容、落实机制和实践方式，使履行社会责任成为企业的思想自觉和行动自觉。
- (五) 塑造社会责任理念。从社会责任角度重新审视企业的愿景、使命和价值观，梳理形成富有企业特色的社会责任理念和经营哲学，融入企业文化，引领企业发展。

三、明确社会责任议题

- (六) 把握社会责任重要内容。带头执行国家政策，依法经营，诚实守信，公平参与竞争，维护消费者、合作伙伴和各类投资者合法权益。坚持绿色发展，模范推进节能减排，高效利用自然资源，大力发展循环经济，积极保护生态环境。保护员工合法权益，促进员工全面发展，加强安全生产，维护企业稳定。积极参与社区发展，主动投身公益事业。
- (七) 明确社会责任核心议题。根据企业从事行业、经营规模、所处环境和业务特点，在充分了解利益相关方需求的基础上，将广泛的社会环境问题与企业经营优势和资源能力相结合，选择与企业经营活动最为相关、对利益相关方具有重大影响、对可持续发展有重大贡献的问题作为核心议题，作为履行社会责任的重点。

[发文字号]: 国资发研究[2016]105号
[执行时间]: 20160630

四、 将社会责任 融入企业运营

- (八) 融入企业战略和重大决策。在战略和决策的制订、实施、评估全流程中，不仅要考虑企业自身发展，还要综合考虑利益相关方诉求，全面分析对社会和环境的影响，实现综合价值最大化。
- (九) 融入日常经营管理。将社会责任融入企业的研发、设计、采购、生产、销售和服务等各业务环节，融入人力资源管理、财务管理、物资管理、信息管理、风险管理等各职能体系，对现有各环节、各职能进行全面优化，实现负责任的经营管理。
- (十) 融入供应链管理。把企业社会责任理念传导到供应链，对供应商、分销商、合作伙伴的守法合规、安全环保、员工权益、透明运营等方面实施系统管理，实现共同履责。
- (十一) 融入国际化经营。遵循有关国际规范，遵守所在国家和地区法律法规，尊重当地民族文化和宗教习俗，保护生态环境，促进当地就业，维护员工合法权益，支持社区发展，参与公益事业，为当地经济社会发展作出积极贡献。
- (十二) 探索建立社会责任指标体系。参照国内外标准，结合行业特征和企业实际，建立完善涵盖经济、社会、环境的社会责任指标体系。加强与国内外先进企业的责任指标对标，查找弱项和短板，不断加以改进。探索社会责任绩效评价，引导企业不断提升社会责任绩效水平。

五、 加强社会 责任沟通

- (十三) 建立健全社会责任报告制度。参照国际国内标准，建立健全社会责任报告发布制度，定期发布报告，不断改进和提高报告质量。有条件的企业可以针对社会关注的热点问题，发布专项报告。国际业务较多的企业要积极探索发布社会责任国别报告，加强与当地利益相关方的沟通。
- (十四) 加强社会责任日常信息披露。综合运用传统媒体和新型媒体等手段，通过多种方式加强社会责任日常信息披露，及时与利益相关方沟通，争取社会各界的理解和支持。
- (十五) 推动利益相关方参与。建立健全利益相关方参与机制，积极采取职代会、信息告知、研讨会、对话交流、共同行动等多种方式，推动利益相关方参与企业有关重大决策和相关活动。

六、 加强社会责任 工作保障

- (十六) 加强社会责任工作领导。建立健全社会责任工作领导机构，加强战略决策和规划部署，指导推动企业社会责任工作。明确社会责任工作归口管理部门，完善相关职责。清晰界定各部门、各层级相关社会责任工作职责，有效落实工作责任。
- (十七) 完善社会责任工作制度。以构建社会责任工作长效机制为目标，制定企业推进社会责任工作相关制度和办法，加强企业社会责任战略、治理、融合、绩效、沟通制度体系建设，推动社会责任工作科学化、规范化、制度化。
- (十八) 提高社会责任工作能力。加强培训，提高各级领导干部、专业人员和全体员工的社会责任意识、工作能力和业务水平。加强研究，开展国内外交流活动，向先进企业对标学习，探索符合企业实际的社会责任工作推进模式。加强资源保障，保证必要投入，强化绩效考核，建立激励约束机制。

[发文字号]: 国资发研究[2016]105号
[执行时间]: 20160630

关于公益性捐赠税前扣除有关问题的通知

为贯彻落实《中华人民共和国企业所得税法》和《中华人民共和国个人所得税法》，现对公益性捐赠所得税税前扣除有关问题明确如下：

- 一、企业通过公益性社会团体或者县级以上人民政府及其部门，用于公益事业的捐赠支出，在年度利润总额12%以内的部分，准予在计算应纳税所得额时扣除。年度利润总额，是指企业依照国家统一会计制度的规定计算的大于零的数额。
- 二、个人通过社会团体、国家机关向公益事业的捐赠支出，按照现行税收法律、行政法规及相关政策规定准予在所得税税前扣除。
- 三、本通知第一条所称的用于公益事业的捐赠支出，是指《中华人民共和国公益事业捐赠法》规定的向公益事业的捐赠支出，具体范围包括：
 - (一) 救助灾害、救济贫困、扶助残疾人等困难的社会群体和个人的活动；
 - (二) 教育、科学、文化、卫生、体育事业；
 - (三) 环境保护、社会公共设施建设；
 - (四) 促进社会发展和进步的其他社会公共和福利事业。
- 四、本通知第一条所称的公益性社会团体和第二条所称的社会团体均指依据国务院发布的《基金会管理条例》和《社会团体登记管理条例》的规定，经民政部门依法登记、符合以下条件的基金会、慈善组织等公益性社会团体：
 - (一) 符合《中华人民共和国企业所得税法实施条例》第五十二条第(一)项到第(八)项规定的条件；
 - (二) 申请前3年内未受到行政处罚；
 - (三) 基金会在民政部门依法登记3年以上(含3年)的，应当在申请前连续2年年度检查合格，或最近1年年度检查合格且社会组织评估等级在3A以上(含3A)，登记3年以下1年以上(含1年)的，应当在申请前1年年度检查合格或社会组织评估等级在3A以上(含3A)，登记1年以下的基金会具备前款第(一)项、第(二)项规定的条件；
 - (四) 公益性社会团体(不含基金会)在民政部门依法登记3年以上，净资产不低于登记的活动资金数额，申请前连续2年年度检查合格，或最近1年年度检查合格且社会组织评估等级在3A以上(含3A)，申请前连续3年每年用于公益活动的支出不低于上年总收入的70%(含70%)，同时需达到当年总支出的50%以上(含50%)。
 前款所称年度检查合格是指民政部门对基金会、公益性社会团体(不含基金会)进行年度检查，作出年度检查合格的结论；社会组织评估等级在3A以上(含3A)是指社会组织在民政部门主导的社会组织评估中被评为3A、4A、5A级别，且评估结果在有效期内。

[发文字号]: 财税[2008]160号
[执行时间]: 20080101

五、 本通知第一条所称的县级以上人民政府及其部门和第二条所称的国家机关均指县级（含县级，下同）以上人民政府及其组成部门和直属机构。

六、 符合本通知第四条规定的基金会、慈善组织等公益性社会团体，可按程序申请公益性捐赠税前扣除资格。

- （一）经民政部批准成立的公益性社会团体，可分别向财政部、国家税务总局、民政部提出申请；
- （二）经省级民政部门批准成立的基金会，可分别向省级财政、税务（国、地税，下同）、民政部门提出申请。经地方县级以上人民政府民政部门批准成立的公益性社会团体（不含基金会），可分别向省、自治区、直辖市和计划单列市财政、税务、民政部门提出申请；
- （三）民政部门负责对公益性社会团体的资格进行初步审核，财政、税务部门会同民政部门对公益性社会团体的捐赠税前扣除资格联合进行审核确认；
- （四）对符合条件的公益性社会团体，按照上述管理权限，由财政部、国家税务总局和民政部及省、自治区、直辖市和计划单列市财政、税务和民政部门分别定期予以公布。

七、 申请捐赠税前扣除资格的公益性社会团体，需报送以下材料：

- （一）申请报告；
- （二）民政部或地方县级以上人民政府民政部门颁发的登记证书复印件；
- （三）组织章程；
- （四）申请前相应年度的资金来源、使用情况，财务报告，公益活动的明细，注册会计师的审计报告；
- （五）民政部门出具的申请前相应年度的年度检查结论、社会组织评估结论。

八、 公益性社会团体和县级以上人民政府及其组成部门和直属机构在接受捐赠时，应按照行政管理级次分别使用由财政部或省、自治区、直辖市财政部门印制的公益性捐赠票据，并加盖本单位的印章；对个人索取捐赠票据的，应予以开具。

新设立的基金会在申请获得捐赠税前扣除资格后，原始基金的捐赠人可凭捐赠票据依法享受税前扣除。

九、 公益性社会团体和县级以上人民政府及其组成部门和直属机构在接受捐赠时，捐赠资产的价值，按以下原则确认：

- （一）接受捐赠的货币性资产，应当按照实际收到的金额计算；
- （二）接受捐赠的非货币性资产，应当以其公允价值计算。捐赠方在向公益性社会团体和县级以上人民政府及其组成部门和直属机构捐赠时，应当提供注明捐赠非货币性资产公允价值的证明，如果不能提供上述证明，公益性社会团体和县级以上人民政府及其组成部门和直属机构不得向其开具公益性捐赠票据。

十、 存在以下情形之一的公益性社会团体，应取消公益性捐赠税前扣除资格：

- （一）年度检查不合格或最近一次社会组织评估等级低于 3A 的；
- （二）在申请公益性捐赠税前扣除资格时有弄虚作假行为的；
- （三）存在偷税行为或为他人偷税提供便利的；
- （四）存在违反该组织章程的活动，或者接受的捐赠款项用于组织章程规定用途之外的支出等情况的；
- （五）受到行政处罚的。

被取消公益性捐赠税前扣除资格的公益性社会团体，存在本条第一款第（一）项情形的，1年内不得重新申请公益性捐赠税前扣除资格，存在第（二）项、第（三）项、第（四）项、第（五）项情形的，3年内不得重新申请公益性捐赠税前扣除资格。

对本条第一款第（三）项、第（四）项情形，应对其接受捐赠收入和其他各项收入依法补征企业所得税。

十一、 本通知从 2008 年 1 月 1 日起执行。本通知发布前已经取得和未取得捐赠税前扣除资格的公益性社会团体，均应按本通知的规定提出申请。《财政部 国家税务总局关于公益救济性捐赠税前扣除政策及相关管理问题的通知》（财税[2007]6号）停止执行。

中国慈善事业发展指导纲要（2011—2015年）

慈善是中华民族传统美德，慈善事业是中国特色社会主义事业和社会保障体系的重要组成部分。加快发展慈善事业，对于新形势下调节利益分配、缓解社会矛盾、促进社会公平、增进社会和谐，对于提高公民社会责任意识、营造良好社会风气、促进社会主义精神文明建设、增强民族凝聚力，具有重要作用。为指导和促进“十二五”时期我国慈善事业健康发展，制定本纲要。

一、“十一五”时期我国慈善事业发展回顾与“十二五”时期面临形势

“十一五”时期是我国慈善事业发展取得重大进展的五年。党的十七大明确了慈善事业在社会保障体系中的补充作用，各级党委政府不断加大对慈善事业发展的指导扶持力度，慈善事业组织体系进一步发展、服务能力进一步提升、发展环境进一步改善，社会公众的慈善意识不断增强，中国特色慈善事业发展格局初步形成。加强了慈善事业法规政策建设。《公益事业捐赠法》得到有效贯彻；《慈善事业法（草案）》经过多次研究论证，已纳入国家立法规划；志愿服务立法工作已经启动，17个省（自治区、直辖市）和7个副省级城市颁布实施了志愿服务条例或办法；新的《企业所得税法》提高了企业捐赠的税前扣除比例，公益性社会组织捐赠税前扣除资格认定更加明晰。相关部门规章和地方行政法规相继出台，进一步规范和促进了慈善事业发展。

社会捐赠数额大幅上升。2006年社会捐赠总额首次突破100亿元，以后逐年上升，对困难群体的帮扶力度不断加大。2008年南方部分地区严重低温雨雪冰冻灾害及汶川特大地震引发捐赠热潮，社会捐赠总额突破1000亿元，创历史之最，有力支援了抗震救灾和灾后恢复重建工作。

公益慈善组织快速发展。截至2010年底，在民政部门依法登记的各类社会组织数量由2005年底的31万个增加到44万个，其中基金会数量从975个增加到2200个，其中许多社会组织将慈善作为服务宗旨。全国已建立3.1万个经常性社会捐助工作站（点）和慈善超市，初步形成了多种类型、分工协作的社会捐赠网络。公益慈善组织已成为吸纳就业、服务社会的重要平台。

志愿服务活动广泛开展。志愿服务组织大量涌现，志愿者队伍不断壮大。上百万志愿者参加了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会等重大活动的服务工作，众多志愿者埋头苦干在汶川特大地震、玉树特大地震、舟曲特大山洪泥石流等抗灾救灾一线，以实际行动向世人展示了志愿者的良好风貌。

慈善理论与宣传普及工作进一步加强。开展了对慈善事业地位、作用、发展规律、推进措施等重大问题的研究，形成了专门的慈善研究机构和研究队伍。表彰和宣传了大批“中华慈善奖”获得者和先进慈善人物，促进了慈善文化的普及。各地创建了形式多样的慈善日、慈善活动周等平台，举办了大量慈善活动，加大慈善宣传力度，扩大了慈善的社会影响与人们的参与度。

慈善事业服务和管理机制进一步完善。2008年根据国务院批准的“三定”规定，民政部成立了社会福利和慈善事业促进司，各省（自治区、直辖市）及部分基层民政部门增设或明确了促进慈善事业发展的职能机构。各地采取公益慈善组织在民政部门直接登记、建设公益慈善组织孵化器、推进公益慈善组织信息公开、开展政府购买服务、加强资金支持和项目扶持、创新慈善募捐载体等多种方式，加强了对慈善事业发展的支持与管理。

五年来，我国慈善事业快速发展，取得了帮扶困难群众、支持社会发展的显著成绩，积累了培育发展慈善事业主体、广泛动员社会力量的宝贵经验，形成了“十二五”时期更好推进慈善事业发展的良好基础。同时也要看到，我国慈善捐赠总量与人均捐赠数量仍相对较少，慈善法规政策与慈善事业发展要求仍不相适应，公益慈善组织自身能力与承担的社会责任仍不相适应，慈善事业专业人才与公益慈善组织发展需求仍不相适应。加快发展慈善事业，是社会发展的迫切需要，是各级党委政府、企事业单位、社会组织和广大人民群众、部队官兵的共同愿望。

“十二五”时期，我国慈善事业发展面临十分有利的环境：

其一，党中央国务院将慈善事业发展纳入“十二五”时期的总体部署，党的十七届五中全会提出“大力发展慈善事业”的要求，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》明确提出“加快发展慈善事业，增强全社会慈善意识，积极培育公益慈善组织，落实并完善公益性捐赠的税收优惠政策”，为进一步发展慈善事业指明了方向，注入了强大动力。

其二，经过30多年改革开放和经济社会的快速发展，我国的物质基础更加坚实，人民群众生活水平显著提高，慈善意识更加普及，许多个人、企业和社会组织有爱心、有能力参与慈善事业，国际慈善交流与合作进一步加强，为进一步发展慈善事业提供了丰富的资源条件。

其三，保障和改善老年人、残疾人、低收入居民、受灾群众、困境儿童等群体的基本生活，加强对进城务工人员 and 农村留守老人、留守妇女、留守儿童等群体的服务，加快发展教育、科技、文化、卫生、体育、环保等社会公益事业，为进一步发展慈善事业开辟了广阔空间。

其四，推进社会主义精神文明建设，弘扬民族精神和时代精神，培养公民的社会责任感，营造团结互助、平等友爱、融洽和睦、乐于奉献的社会风气，为进一步发展慈善事业增强了思想道德基础、营造了舆论氛围。

“十二五”时期慈善事业发展的机遇与挑战并存。把握机遇、迎难而上，进一步发挥慈善事业在国家经济社会发展中的作用，加快推动“十二五”时期慈善事业发展，不断满足日益增长的社会需求，是全社会的共同责任。

二、 加快发展慈善事业的指导思想、基本原则和主要目标

（一）指导思想。

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，坚持党委领导、政府推动、民间运作、行业发展、制度规范、全民参与的发展方针，逐步完善促进慈善事业发展的法律、法规和政策，加强政府对各类慈善事业主体的指导、支持和监管，积极培育公益慈善组织，大力推进社会志愿服务，不断创新慈善载体形式，广泛传播慈善文化，加快普及慈善意识，鼓励公民、企业和社会组织积极参与慈善事业，形成推动慈善事业发展的强大合力，开创公众普遍参与、社会捐赠和志愿服务显著增长、公益慈善组织运作高效公开透明的慈善事业发展新局面。

（二）基本原则。

1. 平等自愿原则。慈善捐助者自主实施捐赠行为，自行决定捐赠的规模、方式和用途。禁止强捐、索捐、变相摊派等行为。充分尊重受赠人的尊严和隐私。
2. 公开透明原则。慈善捐赠程序、善款善物的管理和使用方式、捐助效果评估等信息通过有效形式公开，接受政府部门的监管和社会监督。有关捐赠信息的公开，尊重捐赠人意愿。
3. 鼓励创新原则。我国慈善事业发展的领域和区域差异较大，鼓励各地各领域结合实际，积极探索有效募集慈善资源、加强慈善捐助管理与监督、推动慈善事业持续健康发展的新机制、新方式。
4. 依法推进原则。坚持依照法律法规支持慈善事业发展。政府推动制定并落实促进慈善事业发展的法律、法规和政策，依法培育监管公益慈善组织、规范慈善行为。公益慈善组织依法开展慈善募捐和资源调配等活动，充分发挥运作主体作用。

（三）主要目标。

1. 促进慈善事业健康发展的法律法规政策体系基本建立，捐赠税收优惠政策得到落实，慈善事业依法有序健康发展。
2. 以社会主义核心价值体系为指引，慈善文化全面普及，慈善理念广泛传播，公民、企业和社会组织的社会责任意识逐步增强，越来越多的公众、企业和社会组织参与慈善活动，慈善逐步成为社会风尚和人们的生活方式。
3. 公益慈善组织稳步发展，资源募集使用能力和社会公信力明显提高，布局合理、类型齐全、分工明确、管理完善、公开透明、自主高效的现代公益慈善组织体系初步形成，慈善服务网点全面覆盖城乡社区。
4. 专兼职结合的慈善工作队伍和志愿者队伍进一步发展壮大，志愿者人数占总人口的比例显著提高，公益慈善组织成为吸纳社会就业、提供社会服务的重要方面。
5. 政府监管、民间运作、行业自律、社会监督的慈善事业管理体制和运行机制进一步完善，各级各类慈善事业推动主体和运作主体权责明晰、分工协作，共同推动慈善事业发展。到 2015 年，基本形成制度完善、作用显著、管理规范、健康有序的慈善事业发展格局。慈善事业在改善民生、促进社会和谐、推动社会文明进步方面的作用明显增强。推动慈善事业逐步与国家经济社会发展水平相一致、与人民群众需要相适应。

[执行时间]:20110715

三、 加快发展慈善事业的 重点任务

（一）完善慈善事业法规政策体系。

推动出台慈善事业法、社会募捐管理条例、志愿服务条例等法律法规，推进社会团体管理条例、民办非企业单位管理条例、基金会管理条例等法规的修订与实施，鼓励各地积极出台促进慈善事业发展的地方法规政策，形成有利于慈善事业发展的多层次的法规政策体系，完善和落实社会募捐和捐赠的税收优惠政策，解决公益慈善组织登记难、募捐资格不明确、募捐行为不规范、信息披露与公开透明机制不健全、税收优惠政策落实不到位等问题。对于境外向公益慈善组织捐赠的用于慈善事业的物资，要依照法律、行政法规的规定减征或者免征进口关税和进口环节增值税。

（二）促进公益慈善组织发展。

推进公益慈善组织孵化基地建设，培育和支持公益慈善机构加快发展，发挥公益慈善组织动员慈善资源的主体作用，引导公益慈善组织公平、有序竞争。推进公益慈善组织依据章程行事，完善内部治理结构，健全法人治理结构，实行财务公开、阳光运作、规范管理，增强公益慈善组织的社会公信力和透明度。推动公益慈善组织联合制定行业规则和行业标准，加强行业自律，提高行业管理水平。完善公益慈善组织的第三方评估制度，促进公益慈善组织加强自身建设，发挥好社会作用。扩大慈善超市和经常性社会捐助工作站（点）覆盖范围，改革运营机制，方便广大群众捐赠财物和提供服务。

（三）加强慈善事业人才和志愿者队伍建设。

加快慈善专业人才培养工作，依托高等院校、科研机构 and 大型公益慈善组织，加快培养慈善事业发展急需的理论研究人才、高级管理人才、项目运作人才、专业服务人才、宣传推广人才等。大力推动慈善从业人员的职业培训工作，加强规范化培训教材的编写工作，设置有针对性的培训课程，采取灵活多样的方式，不断丰富慈善工作者的专业知识和技能。推动完善专职慈善工作者的人事、福利、薪酬和社会保险政策，增强公益慈善事业从业的吸引力，不断壮大慈善工作队伍。推动制定慈善行业从业标准和职称评定标准，提升慈善行业管理水平和服务效能。大力支持志愿者队伍建设，引导学校、机关、企业与公益慈善组织合作，鼓励各界人士参与社区和各领域的慈善活动，促进志愿服务经常化、普遍化。健全志愿者权益保障制度，建立和完善志愿者的注册管理、教育培训、时间积累、绩效评估、奖励表彰等相关制度，推动志愿服务广泛、深入、持久开展，满足社会各方面的需求。

[执行时间]:20110715

（四）不断拓展慈善资源。

建立和实施政府购买服务制度，采取项目资助、合同委托、社会招标等方式，扩大政府购买服务的规模，拓展购买服务的领域，形成多元参与、有序竞争、共同发展的慈善服务供给格局。

规范慈善募捐主体和行为，创新慈善募捐形式和载体，吸引公众通过在线捐赠、慈善消费以及慈善义演、义拍、义卖、义展等捐赠渠道奉献爱心。支持富有公信力的慈善品牌，稳步推进冠名基金等定向捐助方式发展。加大对福利彩票发行管理的政策支持力度，努力增加福利彩票发行量，不断加大福利彩票公益金对慈善事业的投入。推进公益慈善组织的国际交流与合作，吸引更多国际慈善资源为我国慈善事业发展服务。

（五）完善慈善事业监管体系。

推进慈善信息公开制度建设，完善捐赠款物使用的查询、追踪、反馈和公示制度，逐步形成对慈善资金从募集、运作到使用效果的全过程监管机制。建立健全慈善信息统计制度，完善慈善信息统计和公开平台，及时发布慈善数据，定期发布慈善事业发展报告。

加强对公益慈善组织的年检和评估工作，重点加强对信息披露、财务报表和重大活动的监管，推动形成法律监督、行政监管、财务和审计监督、舆论监督、公众监督、行业自律相结合的公益慈善组织监督管理机制。对慈善活动中的违法违规行为，要依法严肃查处。

（六）加强慈善文化建设。

继承和发扬中国传统慈善文化，吸收国际先进的慈善理念和管理方式，不断丰富与社会主义核心价值观体系相统一，与人道主义精神、现代财富观、社会责任感等相融合的现代慈善文化。将慈善文化建设纳入社会主义精神文明建设，大力弘扬扶贫济困、诚信友爱、互相帮助、奉献社会的良好风尚。通过报刊、广播、电视、网络，大力宣传慈善知识和慈善人物的先进事迹，积极推动现代慈善理念和慈善文化进机关、进企业、进学校、进社区，对制作、播出、刊登慈善广告、慈善捐赠公告的行为给予鼓励，并依据国家政策减免相关费用。

以学校、社区为主要载体，将慈善文化融入课堂，挂入社区宣传栏，开展形式多样的慈善教育宣传活动。加强慈善学科建设，制定慈善教育计划，指导学校在德育课程中培育慈善意识，弘扬慈善行为，并纳入学生素质评估中。推动慈善事业发展列入文明城市、文明单位、文明行业评比的指标体系，大力开展形式多样的慈善活动。继续完善和实施“中华慈善奖”的评选表彰，对做出突出贡献的组织和个人给予嘉奖和弘扬，发挥先进典型的示范作用。筹建中华慈善博物馆，发挥其展示、宣传慈善文化的作用。积极推动慈善周、慈善日等多种形式的慈善宣传活动，营造全民参与慈善的良好氛围。

四、加强对慈善事业发展的组织协调

（一）完善组织协调机制。

推动建立政府有关部门的协调机制，加大对慈善事业发展的支持力度，对公益慈善组织在社会动员、购买服务、税收优惠等方面给予支持。推动建立政府部门与公益慈善组织之间的协调机制和公益慈善组织间的协作机制，形成政府协调机制与行业协作机制互补，政府行政功能与行业自治功能互动，政府管理与行业自律有机结合的公益慈善组织管理格局。

（二）切实履行民政部门职责。

各级民政部门要认真履行慈善工作管理服务职能，完善指导、服务、协调和监管机制，切实发挥组织协调作用，推动有关政策的制定与落实，提供规范、高效、优质的服务。继续推动政府购买服务，委托公益慈善组织承办相关具体事务，为公益慈善组织发挥作用创造更大空间。加强对慈善理论的研究，充分发挥专家学者的作用，不断总结推广慈善事业发展经验，积极借鉴国际社会发展慈善事业的先进理念和经验，促进公益慈善组织加快发展，努力探索具有中国特色的慈善事业发展路径。

（三）推动《指导纲要》的落实。

各地要参照《中国慈善事业发展指导纲要（2011-2015年）》要求，结合本地实际制定具体实施方案，明确年度目标任务，切实抓好落实。要及时检查和评估纲要实施情况，对于落实中存在的困难和问题，要切实采取有力措施解决。各地各方面公益慈善组织要切实加强自身建设，积极开展慈善活动，不断创新慈善活动的内容和形式，自觉接受社会监督，不断提高社会公信力，不断增强服务社会的能力，为加快慈善事业发展做出应有的贡献。

供电企业公益项目管理的工具与资源

供电企业公益项目开发工具	105
供电企业公益项目策划与实施工具	110
供电企业公益项目风险预案及应对措施	116
供电企业公益项目评估工具	116
供电企业可选用的公益项目产出模型	118
供电企业公益项目可参考合作资源	119
供电企业公益项目绩效评价指标体系	123

供电企业公益项目开发工具

供电企业利益相关方分析工具

利益相关方分析工具，是指通过对每个利益相关方的利益、影响和重要性开展评估，明确不同利益相关方的诉求和期望，并以此为依据制定针对性的行动方案，以确保项目或计划的成功实行。本手册推荐参考弗里曼（Freeman）的利益相关方分类方法，从所有权、经济依赖性和社会利益三个不同维度对利益相关方进行分类，对公益项目利益相关方开展分析。

供电企业利益相关方分类列表

分类框架	类型介绍	利益相关方示例
所有权	对企业拥有所有权的利益相关方	国务院国有资产监督管理委员会等上级主管部门
经济依赖性	与企业在经济上有依赖关系的利益相关方	电力客户、供应商、发电企业、员工等
社会利益	与企业在社会利益上有关系的利益相关方	政府部门、地方社区、基金会、志愿者、媒体等

公益项目利益相关方分析

利益相关方	他们对我们有什么期待?	如果他们失望了会发生什么?	需要做些什么来达到这些期望?
政府			
电力客户			
地方社区			
...			

供电企业公益项目立项流程工具

公益项目立项流程中，需要开展立项评估，并以此为依据不断修订项目推进方案，以确保项目或计划的成功实施。

本手册推荐按照公益项目选择、领导班子和专家团队打分、公益项目初选、公益项目立项的流程开展立项，各供电企业可依次选用本手册给出的《供电企业公益项目选题表》、《供电企业公益项目初选打分表》、《供电企业公益项目立项打分表》，确定适合的公益项目。



供电企业公益项目立项流程

供电企业公益项目选题表

企业名称	
公益项目名称	
项目负责人	联系方式
项目来源	<input type="checkbox"/> 上级企业推荐已经较为成型的公益项目 <input type="checkbox"/> 合作的公益基金会、民政部门推荐的公益项目 <input type="checkbox"/> 其他企业寻求合作、共同推进的合作项目 <input type="checkbox"/> 员工在实际工作中收集到的公益项目
项目类型	政府要求项目： <input type="checkbox"/> 赈灾 <input type="checkbox"/> 定点扶贫 <input type="checkbox"/> 援疆 <input type="checkbox"/> 援藏 <input type="checkbox"/> 其他定点地区援助 企业自发选择项目： <input type="checkbox"/> 教育事业 <input type="checkbox"/> 医疗卫生 <input type="checkbox"/> 文体事业 <input type="checkbox"/> 环境保护 <input type="checkbox"/> 节能减排 <input type="checkbox"/> 残疾人帮扶 <input type="checkbox"/> 社会公共设施建设 <input type="checkbox"/> 其他公益救济和公共福利事业 <input type="checkbox"/> 向企业慈善基金会捐赠 <input type="checkbox"/> 其他
选题原则	响应政府号召 (10分) 满足社会需求、回应社会关注 (20分) 落实企业理念 (15分) 整合公益资源 (20分) 公益项目支出否在企业承受能力范围内 (10分) 公益项目差异化程度 (10分) 公益项目传播效果 (15分)
选题背景	

供电企业公益项目初选打分表

公益项目名称		
企业名称		
项目负责人	联系方式	
项目类型	<input type="checkbox"/> 赈灾 <input type="checkbox"/> 定点扶贫 <input type="checkbox"/> 援疆 <input type="checkbox"/> 援藏 <input type="checkbox"/> 其他定点地区援助 <input type="checkbox"/> 助残 <input type="checkbox"/> 教育事业 <input type="checkbox"/> 医疗卫生 <input type="checkbox"/> 文体事业 <input type="checkbox"/> 环境保护 <input type="checkbox"/> 节能减排 <input type="checkbox"/> 社会公共设施建设 <input type="checkbox"/> 其他公益救济和公共福利事业 <input type="checkbox"/> 向企业慈善基金会捐赠 <input type="checkbox"/> 其他	
项目打分标准	是否符合供电企业公益品牌化发展要求 (20分)	
	是否落实供电企业公益品牌建设有关安排 (20分)	
	企业经营是否亏损 (20分)	
	公益行为是否影响正常经营 (20分)	
	公益项目支出是否在企业承受能力范围内 (20分)	
总分		
项目初选意见		
	评审签字:	年 月 日

供电企业公益项目立项打分表

公益项目名称		
企业名称		
项目负责人	联系方式	
项目来源	<input type="checkbox"/> 上级主管部门推荐已经较为成型的公益项目 <input type="checkbox"/> 合作的公益基金会、民政部门推荐的公益项目 <input type="checkbox"/> 其他企业寻求合作、共同推进的合作项目 <input type="checkbox"/> 员工在实际工作中收集到的公益项目	
项目类型	<input type="checkbox"/> 赈灾 <input type="checkbox"/> 定点扶贫 <input type="checkbox"/> 援疆 <input type="checkbox"/> 援藏 <input type="checkbox"/> 其他定点地区援助 <input type="checkbox"/> 助残 <input type="checkbox"/> 教育事业 <input type="checkbox"/> 医疗卫生 <input type="checkbox"/> 文体事业 <input type="checkbox"/> 环境保护 <input type="checkbox"/> 节能减排 <input type="checkbox"/> 社会公共设施建设 <input type="checkbox"/> 其他公益救济和公共福利事业 <input type="checkbox"/> 向企业慈善基金会捐赠 <input type="checkbox"/> 其他	
项目打分标准	是否满足政府对于教育、科学、文化、卫生医疗、体育事业、环境保护及节能减排等方面的号召(20分)	
	是否是社会各界关注的焦点 (20分)	
	是否符合“发展企业 服务社会 以人为本 共同成长”企业履责观 (20分)	
	是否能够有效解决企业所在地实际问题 (20分)	
	是否能够整合各方资源 (20分)	
总分		
项目立项意见		
	评审签字:	年 月 日

供电企业公益项目策划与实施工具

供电企业公益项目实施方案编制工具

为确保项目落地，本手册推荐公益项目立项后，企业选用 SWOT 分析工具、5W1H 分析工具，对项目实施开展策划、制定具体的行动计划。

SWOT 分析工具

SWOT 分析工具，可用于确定企业自身的竞争优势、竞争劣势、机会和威胁，从而将企业的战略与企业内部资源、外部环境有机地结合起来。



分析环境因素

- 运用各种调查研究方法，分析出企业所处的各种环境因素，即外部环境因素和内部环境因素。外部环境因素包括机会因素和威胁因素，它们是外部环境对企业的发展有直接影响的有利和不利因素，属于客观因素。内部环境因素包括优势因素和弱点因素，它们是企业在其发展中自身存在的积极和消极因素，属主动因素。在调查分析这些因素时，不仅要考虑到历史与现状，而且更要考虑未来发展问题。



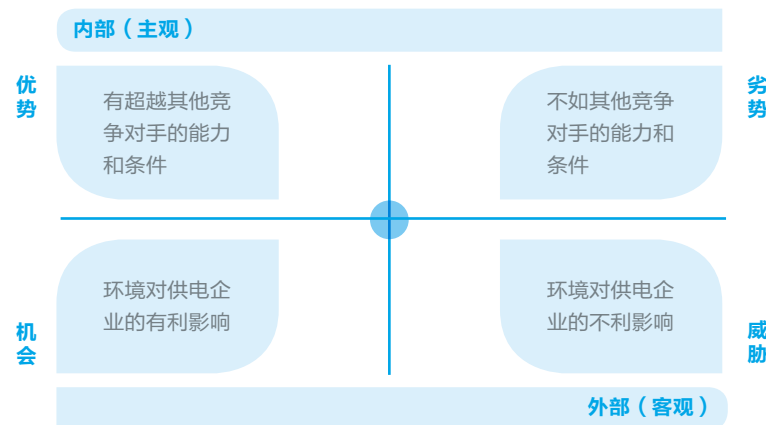
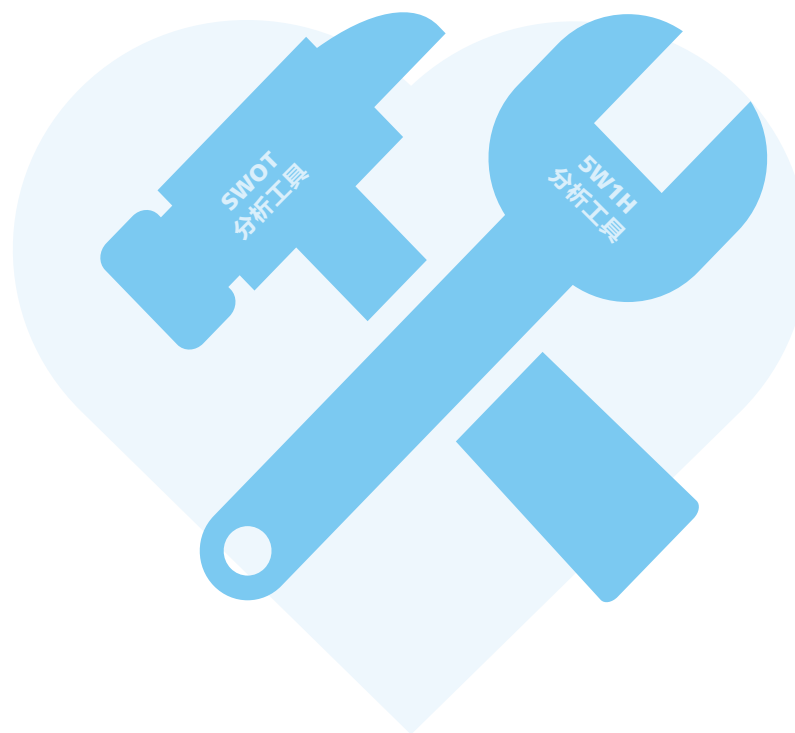
构造 SWOT 矩阵

- 将调查得出的各种因素根据轻重缓急或影响程度等排序方式，构造 SWOT 矩阵。在此过程中，将那些对企业发展有直接的、重要的、迫切的、久远的影响因素优先排列出来，而将那些间接的、次要的、少许的、不急的、短暂的影响因素排列在后面。



制定行动计划

- 在完成环境因素分析和 SWOT 矩阵的构造后，便可以制定出相应的行动计划。
- 制定计划的基本思路是：发挥优势因素，克服弱点因素，利用机会因素，化解威胁因素；考虑过去，立足当前，着眼未来。运用系统分析的综合分析方法，将排列与考虑的各种环境因素相互匹配起来加以组合，得出一系列企业未来发展的可选择对策。



公益项目 SWOT 分析法

5W1H 分析工具

5W1H 分析法常被运用到制定计划草案和对工作的分析与规划中，可以周密考虑项目执行涉及的所有因素，对于制定社会责任边界优化方案具有很好的参考价值，从而提高工作执行效率。本手册建议项目组从原因（Why）、对象（What）、地点（Where）、时间（When）、人员（Who）、方法（How）等六个方面，对选定的项目、工序或操作提出问题、进行思考。

5W1H 分析法

供电企业公益项目考虑的问题

原因 Why	为什么要做这样的项目？
对象 What	项目所针对的目标对象是谁？
地点 Where	项目将在哪里进行？
时间 When	项目前期、中期、后期都会开展针对性沟通？
人员 Who	项目由谁来实施？
方法 How	项目将以怎样的方式产生结果，如何衡量？

5W1H 分析法在供电企业公益项目实施中的应用

供电企业公益项目策划方案

供电企业公益项目策划方案

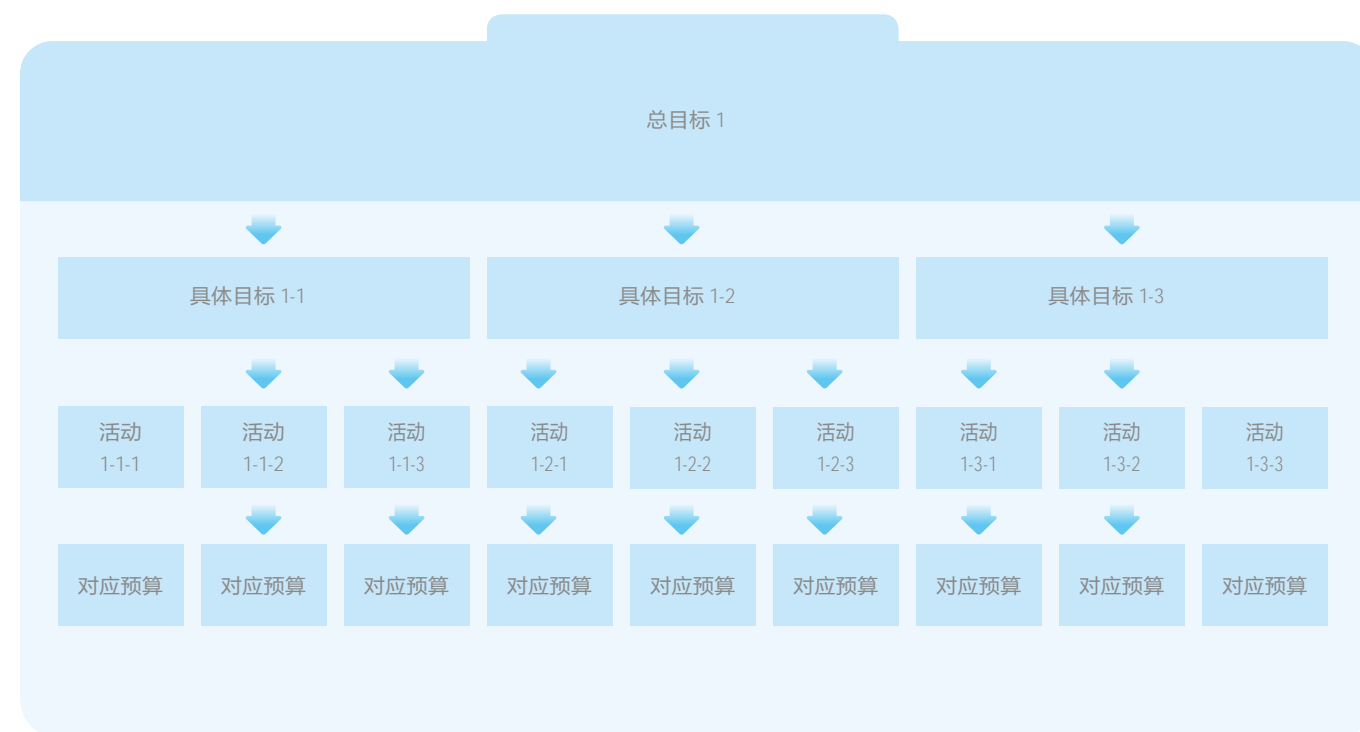
公益项目名称	
企业名称	
项目负责人	联系方式
项目背景	阐述公益项目选择背景及意义，如政策导向、社会关切程度、企业自身能力和战略、差异化、传播效果、优惠条件、合作伙伴能力等。
项目目标	阐述公益项目的长期目标、具体目标、分解目标，及每个目标下的衡量指标。
实施思路	阐述公益项目周期内不同阶段的项目实施思路，包括明确责任部门和领导机构、明确项目时间跨度和空间范围、项目流程、活动管控、项目评估等一系列工作步骤。
项目重点	阐述公益项目的工作重点，如改善利益相关方关系、达到弱势群体帮扶目的等。
保障机制	阐述公益项目的资源保障机制，如团队建设、资金投入、合作机构、可连接资金和平台、后勤保障等。

供电企业公益项目预算管理

供电企业公益项目预算管理，有助于做到专款专用，同时有助于对财务进行必要的监督，保证资金使用的有效性。公益项目预算编制需涵盖以下内容：活动内容、所需时间、地点、拟参加活动总人数、支付内容、费用标准、货币单位、经费小计、经费总计、备注等。

公益项目预算编制的基本要求是：切合实际、清晰具体、涵盖所有活动、标示其他资金来源、熟悉企业的财务报告要求、做好监督审计准备。

本手册用图表展示了公益项目目标、活动与预算的关系，并提供了《公益项目预算编制表》供各供电企业选用。



公益项目目标、活动与预算的关系

公益项目预算审批报表

企业名称							
填表人							
联系方式							
所属部门							
公益项目名称							
活动内容	用途	单位	单价	数量	小计	备注	
阶段目标 1	1	1					
		2					
	2	1					
		2					
		...					
阶段目标 2	1	1					
		2					
	2	1					
		2					
		...					
其他费用	1						
	2						
活动费用合计	¥						
税金	¥						
预算总额	¥						

公益项目审批报表

企业名称		申请时间	
公益项目名称			
申请事由			
项目负责人		联系方式	
项目预算金额			
经办部门意见			
	经办人:		
本企业公益项目管理部门意见			
	负责人:		
上级公益项目主管部门意见			
	负责人:		
财务部意见			
	负责人:		

供电企业公益项目风险预案及应对措施

供电企业公益项目实施过程中涉及大量社会弱势群体，必须考虑可能发生的风险，并积极制定应对风险的办法和措施。本手册给出了相应的工具表格，用于梳理分析项目可能面对的风险。

供电企业公益项目风险预案及应对措施

公益项目名称			
对象	活动内容	可能存在风险	应对措施
例：老年人	健康讲座	眼睛老花、腿脚不利索，容易跌倒；	设置醒目的路标，扫除主要道路上的障碍

供电企业公益项目评估工具

对于公益项目的实施，供电企业需建立一套监督评估程序，由企业公益项目主管部门在公益项目实施前期、中期和后期分别进行监测、信息收集与评估，确保公益项目实施过程中资源匹配得当、使用得当和方法得当，从根本上保证公益项目的实施顺利和有效。本手册提供了各个阶段评估的重要内容及相关方法，供各供电企业选用。

评估阶段	评估目的	评估内容	评估方法
公益项目实施前、公益项目实施中、公益项目实施后。	评估公益项目的进展及成效。	公益项目实施条件、公益项目进展情况、公益项目实施成效、公益项目反思及总结。	座谈、一对一访谈、资料分析、现场考察、问卷调查。

指标项	具体指标	实施阶段		
		前期	中期	后期
公益项目实施条件	公益项目实施	✓		
	公益项目资金	✓		
	公益项目负责人员	✓		
	公益项目实施方案	✓		
	是否与其他公益机构合作	✓		
公益项目进展情况	公益项目分目标实现情况		✓	
	是否有利益相关方参与		✓	
	是否引入外部资金		✓	
	是否与其他机构合作		✓	
	公益项目资金使用情况		✓	
公益项目实施成效	是否实现公益项目目标			✓
	外部利益相关方（政府、公众、受助群体）对实施方案的评价		✓	✓
	内部利益相关方（各业务部门）对实施方案的评价		✓	✓
	公益项目带来的影响		✓	✓
	投入产出比		✓	✓
公益项目反思及总结	公益项目对社会的价值		✓	✓
	公益项目经验			✓
	公益项目存在问题			✓
	公益项目是否可持续			✓
	公益项目是否可复制			✓

供电企业可选用的公益项目产出模型

本手册建议采取美国联合募捐会提供的公益项目产出模型。本模型将投入、活动、产出、成果一目了然地对应起来，便于供电企业转变公益项目管理工作思路，从项目一开始就树立强烈的目标意识，并对项目中所需要的投入有充分的评估，并能够做到项目活动的较好把控，对公益项目管理的成果可进行具体衡量。



供电企业公益项目可参考合作资源

公益基金会

基金会名称	基金会简介	进行中公益项目
中国扶贫基金会 http://www.cfpa.org.cn	中国扶贫基金会是国务院扶贫办主管的全国性扶贫公益组织，以不断发现并促进解决社会问题为己任，视捐赠人、志愿者和一切爱心人士为解决社会问题的伙伴，不断改革创新，以期构建最值得信任、最值得期待、最值得尊敬的国际公益平台。	<ul style="list-style-type: none"> ● “公益同行”项目，是基于中国扶贫基金会汶川、玉树灾后支持 NGO 组织参与灾后重建的经验，而设计的 NGO 合作发展项目，探索从灾后社区陪伴、社区重建向常态化农村社区发展的 NGO 合作模式，项目得到了加多宝集团、英特尔（中国）有限公司、赠与亚洲、腾讯公益基金会的大力支持。 http://www.cfpa.org.cn/project/GNProjectDetail.aspx?id=45 ● “筑巢行动”项目于 2011 年 10 月 17 日正式启动，旨在为贫困地区的乡村完小修建学生宿舍，为贫寒学子撑起一个温暖的家。 http://www.cfpa.org.cn/project/GNProjectDetail.aspx?id=64 ● 紧急救援项目搭建了互动筹资和项目实施平台，实现了公众、企业的参与和实时监督，增加筹资宣传活动的透明度和公信力。同时，对特大灾害的救援模式进行了完善和创新，为公益机构参加灾害救援行动提供重要理念和方向。 http://www.cfpa.org.cn/project/GNProjectDetail.aspx?id=80
联合国儿童基金会 (UNICEF) http://www.unicef.cn/cn/	联合国儿童基金会是致力于保护和促进儿童权益的联合国机构，工作重点领域为卫生与营养、教育、儿童保护、社会政策、艾滋病、水与环境卫生、突发事件等。与企业的合作是基金会为改善中国儿童状况而开展援助工作的重要组成部分之一。	<ul style="list-style-type: none"> ● 联合国儿童基金会与企业在中国开展的主要活动包括：奥迪“童梦圆”项目、喜达屋酒店与度假村集团的“点点滴滴为儿童”项目、宜家家居“毛绒玩具”活动、ING 集团（荷兰国际集团）的儿童教育机会活动和保时捷的“保时捷溢彩心”项目等等。 ● “母爱 10 平方”活动，致力于为更多选择母乳喂养的母亲和家庭提供支持。 http://10m2.unicef.cn/

基金会名称	基金会简介	进行中公益项目
中国红十字会 http:// www.redcross.org.cn/hhzh/	中国红十字会是中华人民共和国统一的红十字组织，是从事人道主义工作的社会救助团体，是国际红十字运动的成员。中国红十字会以发扬人道、博爱、奉献精神，保护人的生命和健康，促进人类和平进步事业为宗旨。	<ul style="list-style-type: none"> ● “红十字博爱送万家”活动是 1999 年发起的针对困难群众进行人道救助的活动。http://www.redcross.org.cn/hhzh/zh/ppyw/hszbaswj/201302/t20130222_22401.html ● “心灵阳光工程”公益项目于 2004 年启动，开展心理教育、心理救援、心灵重建三方面的工作，致力于建立覆盖全国学校、家庭、社会的社会心理支持系统，促进社会和谐，与中国红十字会的备灾、救灾、重建工作紧密结合。http://www.redcross.org.cn/hhzh/zh/ppyw/xlyggc/201210/t20121014_1289.html ● “扶贫救心—红十字在行动”以项目为载体，以弘扬人道主义精神为主线，以服务和救助先天性心脏病患者为目标，通过持久长期的运作，努力让更多的贫困先天性心脏病患儿能够接受专业的治疗，早日恢复健康，实现“奉献一份爱心、救助一个患儿、帮助一个家庭”的目的。http://www.redcross.org.cn/hhzh/zh/ppyw/fpjx/201302/t20130222_22406.html

基金会名称	基金会简介	进行中公益项目
壹基金 http:// www.onefoundation.cn/	壹基金是李连杰先生 2007 年 4 月创立的创新型公益组织，2011 年 1 月作为中国第一家民间公募基金会落户深圳。壹基金以“尽我所能，人人公益”为愿景，搭建专业透明的公益平台，专注于灾害救助、儿童关怀与发展、公益支持与创新三大领域，致力于成为中国公益的开拓者、创新者和推动者。	<ul style="list-style-type: none"> ● 壹乐园公益计划通过向农村学校的儿童提供游戏、音乐和体育设施，改善教学方式，丰富他们的音乐和体育教育，在快乐中获得全面发展潜能、实现公平发展的机会。该公益计划同时也关注儿童在灾后过渡安置期获得必要的社会心理支持需求，通过支持民间公益组织建立儿童服务站，为灾后儿童提供专业的陪伴和服务。http://www.onefoundation.cn/index.php?g=home&m=page&a=index&id=39 ● 海洋天堂公益计划以自闭症、脑瘫、罕见病等特殊需要儿童为主要关注群体，通过支持康复机构和家长组织，搭建研究机构、公众和企业联合的行动网络，有效促进社会接纳和公共政策的完善，提升他们的福利水平和生活质量，促进他们的权利得到保障和实现。http://www.onefoundation.cn/index.php?g=home&m=page&a=index&id=39 ● 紧急救灾计划搭建由民间专业救援队、灾害管理机构和相关企业等联合组成和共同参与的三大伙伴网络，分别为“壹基金救援联盟”、“壹基金联合救灾”和“企业联合救灾平台”。壹基金采取“提前备灾、联合行动、快速救援”的策略，通过建设属地化社会力量灾害应急机制，以当地民间和专业的力量为主，分别针对重大灾害和中小型灾害，主要面向儿童及其他弱势群体开展紧急救援和赈灾行动，同时推动民间救灾力量的发展，促进民间公益组织参与灾害治理体系的建设。http://www.onefoundation.cn/index.php?g=home&m=page&a=index&id=40 ● 防灾减灾计划以儿童为主要目标群体，以减灾教育为主要内容，通过支持民间救援队、公益组织、教育机构等社会力量，进入社区和学校开展“抗震减灾示范校园”、“减灾小课堂”、“人人来减灾”三个方面的活动，有效提升灾害多发地区儿童应对灾害及日常安全风险的能力，维护儿童的安全。http://www.onefoundation.cn/index.php?g=home&m=page&a=index&id=40

微信公众平台	依托微信公众号而发展的公益项目服务、推荐平台。
新浪微博	依托微博而发展的“微公益平台”，集中、高效的公益项目推荐平台。
NGO2.0 公益地图	以分地区、分公益领域的搜索，寻找公益组织和公益项目为主的众包公益平台。 http://www.ngo20map.com/User/view/id/639
腾讯公益网	由腾讯公司发起，通过互联网技术和服务推动公益事业发展的平台。 http://gongyi.qq.com/
众筹网	一站式众筹综合服务平台。 http://www.zhongchou.com/
开放式公益平台	
TOWER	团队协同工具
志愿者在线管理	招募、培训、日常管理
网络调研	利用互联网手段进行网络调研，可供免费使用的调研平台有灵析、问道网、问卷星等
公益管理工具	

供电企业公益项目绩效评价指标体系

建议供电企业公益项目绩效评价指标体系由两级指标构成，包含一级指标 15 个，二级指标 23 个，共计 38 个评价指标。参见下表。

维度	权重	一级指标	权重	二级指标	单位	指标分类	权重	指标说明	评价标准（100分）
有效性	30%	计划实现率	25%	项目计划	/	定性	40%	评估项目是否制定了较为完备的计划书	没有项目计划，得 0 分； 有简单的项目计划，但内容不完整，得 30 分； 项目计划内容完整，但细节不全面，得 60 分； 项目计划内容完整，细节全面，得 100 分
				项目按计划实施的比例	/	定量	60%	评估项目是否按照计划规定的实际进度要求实施各项工作	项目各个阶段都没有按计划实施，得 0 分； 项目全过程中按计划实施的不足 50%，得 30 分； 项目全过程按计划实施的达到 70%，得 60 分； 项目全过程按计划实施，得 100 分
			25%	项目目标		定性	50%	评估项目是否制定目标及目标设置合理，具有可操作性的程度，包含文字描述及相关数据	项目没有明确的目标，得 0 分； 有简单的项目目标，但缺乏细节，合理性与可操作性一般，得 50 分； 项目目标比较系统，设置合理，且有具体的量化或非量化细节要求，具有较好的可操作性，得 100 分
				项目目标完成率	%	定量	50%	评估项目预定目标完成的比例	没有完成任何项目目标，得 0 分； 完成的子目标数量不足 50%，其中不包括重点目标，得 20 分； 完成的子目标数量不足 50%，其中包括重点目标，得 50 分； 完成的子目标数量达到 70%，其中包括重点目标，得 90 分； 完成的子目标数量达到 100%，得 100 分

维度	权重	一级指标	权重	二级指标	单位	指标分类	权重	指标说明	评价标准 (100分)
有效性	30%	资金合规	30%	筹集资金达标率	%	定量	30%	评估通过各渠道筹集到的项目资金总额与项目计划筹集的资金额是否一致	没有筹集到资金, 得0分; 筹集的资金与计划资金额差距超过50%, 得30分; 筹集的资金与计划资金额的差距在30%-50%之间, 得60分; 筹集资金与计划资金额的差距在10%-30%之间, 得85分; 差距小于10%, 得100分
				合规筹集资金	/	定性	20%	评估资金筹集的方式是否符合国家法律政策和供电企业的有关规定	资金筹集方式存在严重违法违规情况, 得0分; 资金筹集方式基本合规, 但存在少量不合规的行为, 得70分; 资金筹集方式完全合规, 得100分
				资金计划完成率	%	定量	25%	评估项目实施过程中按照资金预算和计划使用资金的比例	项目完全没有按照计划使用资金, 得0分; 项目按照计划使用资金的比例不足50%, 得30分; 项目按照计划使用资金占70%, 得60分; 项目完全按照计划使用资金, 得100分
				合规使用资金	/	定性	25%	评估项目资金的合规使用情况	项目资金使用中存在重大违法违规行为, 得0分; 资金使用存在少量不规范行为, 得50分; 资金使用完全合规, 得100分

维度	权重	一级指标	权重	二级指标	单位	指标分类	权重	指标说明	评价标准 (100分)
有效性	30%	项目人员	20%	项目人员充足率	人	定量	40%	评估项目实施团队实际人员数量达到计划要求人数的程度	项目实施团队实际人数与计划人数的差额超过70%, 得0分; 项目实施团队实际人数与计划人数的差额在50%-70%, 得30分; 项目实施团队实际人数与计划人数的差额在25-50%, 得60分; 项目实施团队实际人数与计划人数的差额小于10%, 得100分
				项目人员专业达标率	%	定量	40%	评估项目实施团队人员综合能力达到项目要求的能力水平的程度	项目人员专业达标率低于20%, 得0分; 项目人员专业达标率在20%-50%之间, 得40分; 项目人员专业达标率在50%-80%之间, 得70分; 项目人员专业达标率大于80%, 得100分
				项目人员能力培育机制	/	定性	20%	评估项目是否建立了帮助项目团队人员提升能力的机制	项目没有人员能力培育机制, 得0分; 项目有初步的人员能力培育机制, 得50分; 项目建立了较为完善的人员能力培育机制, 得100分

维度	权重	一级指标	权重	二级指标	单位	指标分类	权重	指标说明	评价标准 (100分)	
影响力	15%	政府影响	50%	政府有关部门评价	/	定性	50%	评估项目所在地政府部门对项目的情况。以领导批示、感谢信、录音、录像等为佐证	项目所在地政府部门对项目给予负面评价, 得0分; 项目所在地政府部门相关领导对项目给予认可, 得70分; 项目所在地政府主要领导对项目批示给予表扬, 得100分	
				政府有关部门参与	/	定性	50%	评估项目所在地政府部门参与项目的情况	项目所在地政府部门没有参与项目, 得0分; 有少量参与, 得50分; 全程参与, 得100分	
		社区影响	50%	媒体评价	/	定性	40%	评估地方主流媒体对项目的评价	地方主流媒体对项目给予负面评价, 得0分; 地方主流媒体对项目既有好评也提出批评, 得50分; 地方主流媒体对项目给予高度评价, 得100分	
				公众/社区居民评价	/	定性	40%	评估公众或项目所在地社区居民对项目的评价。以感谢信、调查问卷、电话反馈、实地调研材料等为佐证	公众/社区居民一致对项目给予负面评价, 得0分; 公众/社区居民对项目既有好评也提出批评, 得50分; 公众/社区居民对项目给予高度评价, 得100分	
					其他利益相关方评价	/	定性	20%	评估其他利益相关方对项目的评价, 包括企业员工、客户、社会组织等	其他利益相关方一致对项目给予负面评价, 得0分; 其他利益相关方对项目既有好评也提出批评, 得50分; 其他利益相关方对项目给予高度评价, 得100分

维度	权重	一级指标	权重	二级指标	单位	指标分类	权重	指标说明	评价标准 (100分)
贡献度	15%	企业公益回报	100%			定性	100%	通过实施公益项目取得的对公司业务发展、品牌形象提升、社会认可度的提高情况	没有证据表明公司从公益项目中受益, 得0分; 通过实施公益项目公司在业务发展、品牌形象提升、社会认可度提高等方面均获得很大回报, 得100分
		模式创新	50%		/	定性	100%	评估公益项目根据实际, 创新实施模式提升项目效果的情况	项目模式与过去类似项目没有任何改进或创新, 得0分; 项目模式与过去类似项目相比有一定的改进或创新, 得50分; 项目模式与过去类似项目相比有重大改进或创新, 得100分
创新性	10%	选题创新	20%		/	定性	100%	评估公益项目根据社会发展需要创新选题扩展公益领域的情况	项目延续过去题目, 得0分; 项目选题根据当前实际情况进行调整, 得50分; 项目选题开拓新领域, 且是当前社会公益热点, 得100分
		管理创新	30%		/	定性	100%	评估公益项目管理改进提升项目管理效率的情况	项目管理与过去类似项目没有任何改进或创新, 得0分; 项目管理与过去类似项目有一定的改进或创新, 得50分; 项目管理与过去类似项目相比有重大改进或创新, 得100分

维度	权重	一级指标	权重	二级指标	单位	指标分类	权重	指标说明	评价标准(100分)
持续性	15%	可复制性	50%		/	定性	100%	评估项目是否可以在不同地区、国网公司不同单位甚至不同行业企业复制开展	项目不可以复制,得0分; 项目在一定条件下可以复制推广,得50分; 项目具有非常好的复制推广前景,得100分;
		长效机制	50%		/	定性	100%	评估项目是否整合了社会公益资源,并具有在更少的外部支持的情况下自我持续运作的可能性	项目完全依赖供电企业提供全部支持才能运作,得0分; 项目整合了部分外部资源,对供电企业提供支持的依赖程度明显降低,得50分; 项目整合了广泛的外部资源,且完全具有不依赖供电企业提供支持也可以运作的可能,得100分;
透明度	15%	财务信息公开	40%		/	定性	100%	评估项目的财务信息是否对外部及时充分公开披露。需提供项目财务报表及公开披露的证明	项目财务信息完全不公开披露,得0分; 项目财务信息披露及时性稍差,信息披露不全面但关键数据有披露,得70分; 项目财务信息及时完全公开披露,有关各方很容易直接得到相关信息,得100分;
		日常沟通	30%	项目团队内部信息沟通	/	定性	30%	评估项目信息在项目团队内部的有效沟通情况	项目信息在团队内部没有沟通,得0分; 项目信息在团队内部没有明确的沟通渠道,但可以了解到工作配合所需的基本信息,得50分; 项目信息在团队内部有顺畅的沟通驱动并实现有效沟通,得100分;

维度	权重	一级指标	权重	二级指标	单位	指标分类	权重	指标说明	评价标准(100分)
透明度	15%			项目帮扶对象沟通	/	定性	50%	评估项目团队与帮扶对象的沟通情况	项目团队与帮扶对象沟通极少,帮扶对象基本不了解项目情况,得0分; 项目团队与帮扶对象有一定的沟通,帮扶对象了解基本情况,得50分; 项目团队与帮扶对象有密切充分的沟通,帮扶对象情况非常熟悉,得100分;
				项目社区沟通			20%	评估项目团队与社区的沟通情况	项目团队与社区公众沟通极少,社区公众完全不了解项目情况,得0分; 项目团队与社区公众有一定的沟通,社区居民了解项目的基本情况,得50分; 项目团队与社区公众有密切充分的沟通,社区居民对项目情况了解得比较及时且充分,得100分;
		外部传播	30%	参与公益/慈善交流次数	次	定量	15%	评估项目参与公益领域交流活动的情况	项目团队从未参加公益领域的交流活动得0分; 项目团队每参加一次交流活动得20分;
				媒体报道次数	次	定量	15%	评估各类媒体报道的情况	项目每发表一次报道,得20分; 媒体每转载一次,得3分;
				官方微博微信	/	定性	40%	评估项目通过自媒体主动传播的情况	项目开通官方微博,得20分; 项目开通官方微信,得20分; 每发布一篇新闻或消息,得2分;
				对外信息披露渠道		定量	30%	评估项目信息对外披露的渠道情况,如发布项目报告、媒体采访等	项目信息披露每增加一个渠道,得20分。

图书在版编目 (CIP) 数据

出版发行：中国电力出版社
地 址：北京市东城区北京站西街 19 号（邮政编码 100005）
网 址：<http://www.cepp.sgcc.com.cn>
责任编辑：石雪 杨敏群（010-63412531）
责任校对：黄蓓
装帧设计：北京大良造品牌顾问有限责任公司
责任印制：单玲

印 刷：北京盛通印刷股份有限公司
版 次：2017 年 4 月第一版
印 次：2017 年 4 月北京第一次印刷
开 本：889 毫米 × 1194 毫米 16 开本
印 张：8.5 印张
字 数：240 千字
定 价：55.00 元

版权专有 侵权必究

本书如有印装质量问题，我社发行部负责退换