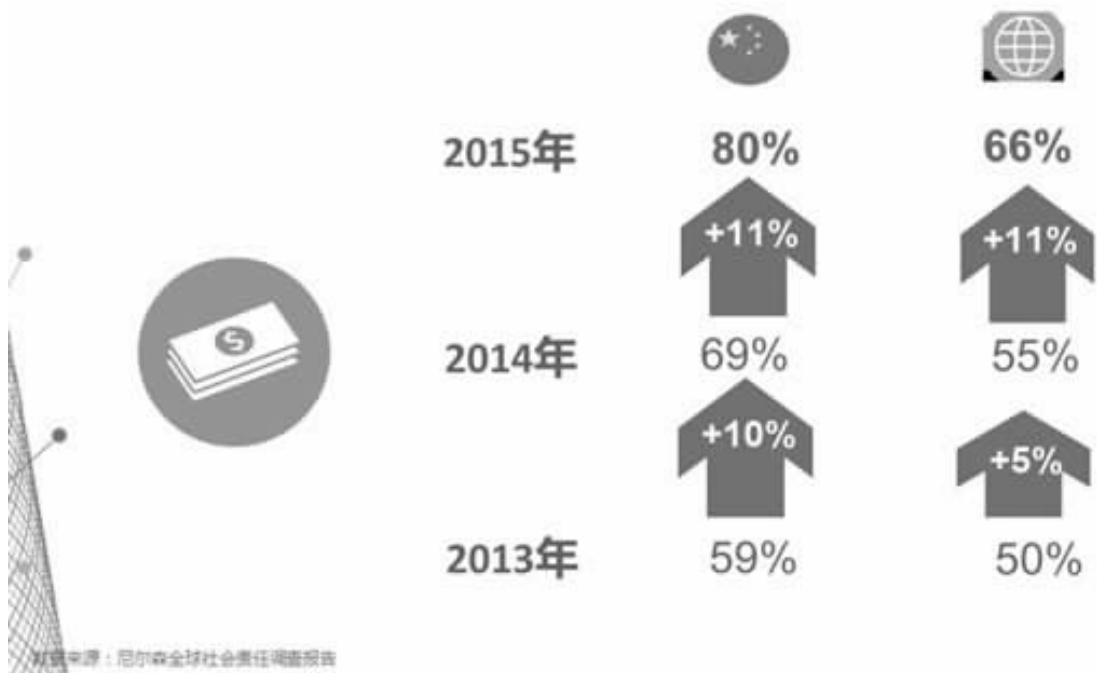


# 创新与全民动员 突破汽车企业社会责任发展困境

中国消费者对富有社会责任的企业认同感逐年上升

愿意为富有社会责任的企业买单的消费者 %



新华网北京 12 月 14 日电 (杜萍萍) 临近年末, 汽车企业在回顾并展望未来企业社会责任践行时提到最多的两个词: 创新与全民动员。从英菲尼迪、捷豹路虎、宝马等跨国企业, 到以众泰汽车为代表的本土汽车企业, 都在努力创新发展自身的社会责任模式, 同时以更加开放的心态和方式, 动员更多的力量参与到实际行动中。

在中国, 企业社会责任的突出表现正在加快转化为企业无形的品牌价值与社会影响力。在 12 月 11 日第三届中国汽车企业社会责任论坛暨益轩奖颁奖典礼上, 尼尔森中国区汽车领域总监赵新智在发布尼尔森《2015 全球社会责任调查报告》时指出, 已经有超过 62% 的中国消费者开始高度关注可持续发展, 并对富有社会责任感的企业认同感逐年递增, 更倾向于购买其产品。

虽然中国企业社会责任的社会认可度是近年来逐渐培养起来的, 但是发展迅速, 已经引起外资在华企业及本土企业的广泛关注。今年 6 月份, 中国国家社会责任标准《社会责任指南》、《社会责任报告编写

指南》和《社会责任绩效分类指引》的正式发布, 为包括汽车企业在内的各行业提供了可供参照的企业社会责任执行标准。

在实施角度, 不少专家学者表示, 于企业而言, 能有益于社会, 同时又能有效提高品牌影响力, 这才是真正且有效的企业社会责任; 同时, 企业也应当在公益项目的实施中强化创新意识, 更有利于激发

起社会的普遍共鸣。

其中, 清华大学公共管理学院创新与社会责任研究中心主任邓国胜认为, 创新不是目的, 而是实现公益的手段, 比如用科技创新解决社会问题利用互联网的优势解决偏远山区的教育医疗难题等。同时, 北京感恩公益基金会理事长才让多吉从企业适应新媒体时代转型的角度谈到, 企业

应该基于社会影响力和客户群进行社会动员, 建立社会公益社群, 实现汽车行业与客户的持续沟通。

当前, 中国汽车行业的企业社会责任项目涉及教育、体育、文化艺术、社会关爱、环境保护、交通安全等各个领域, 覆盖范围较广。未来, 经济发展新常态、企业转型升级、公众权益意识提升、环境污染问题日益严重将是当前汽车企业社会责任管理面临的新挑战。鉴于汽车企业在交通、环保领域是主要的市场主体, 未来也将直接影响到节能减排、环保绿色出行等与环境紧密相关的社会责任议题。

从宏观角度来看, 北京融智社会责任研究所所长王曙光建议, 企业社会责任管理应在以下五个方向进行创新: 各方协力营造良好的企业履责社会环境; 构建企业社会责任管理理论体系; 基于互联网、大数据等新技术开发管理工具; 建立基于透明度的责任沟通传播体系; 应用社会化的绩效评价方法等。

捷豹路虎全球企业社会责任总监 Jonathan Garrett 认为, 全球企业社会责任目前的趋势是: 从慈善事业到经济、社会、自然环境三方面的平衡统一, 商业目的以及共享价值的转变; 从团队建设志愿活动到以技能为基础的方法以及员工发展的转变; 企业对企业的合作——建立在独特的贡献以及在核心竞争力和技能上一致性的基础上; 企业社会责任变得具有创新性, 不局限于准则方案以及特定原则; 带动客户参与; 用大数据以达到更好的社会公益目的; 更大的透明度等。

据悉, 在本次由《汽车商业评论》《汽车消费报告》主办的活动上, 东风英菲尼迪总经理戴雷博士荣获 2015 中国汽车企业社会责任年度先锋奖, 宝马(中国)及华晨宝马、一汽-大众、北京梅赛德斯-奔驰、保时捷(中国)分获 2015 中国汽车企业社会责任年度企业奖, 众泰汽车荣获 2015 中国汽车企业社会责任之最佳社会关爱公益实践奖等。

过去一年间, 66% 的全球消费者愿意为致力于社会责任企业的产品付出更高价格, 比上一年高出 11%; 欧美企业更善于综合利用产品标识和市场传播, 全球企业在通过推广社会公益形象时也带来相应回报, 65% 的消费品零售额来自于那些寻社会责任进行了广告宣传的企业, 而在产品上添加环保或天然标识, 为企业带来的销售额增长达到了 7.2%。

——尼尔森《2015 全球社会责任调查报告》

## 新能源乘用车销量突破 13.9 万辆

全国乘用车市场信息联席会最新公布的数据显示, 今年前 11 月新能源乘用车累计销量已达 13.9 万辆, 其中, 纯电动车型达 8.5 万辆, 插电式车型达 5.4 万辆。

今年以来, 新能源汽车市场销售火爆, 乘用车销量从 5 月首次破万辆后持续攀升, 在 7 月出现小幅回落, 之后 8~11 月连续 4 个月表现较大幅度增长。

从单月销售数据来看, 新能源乘用车销量继 10 月突破 2 万辆之后, 11 月再创新高, 销量持续攀升至 24664 辆, 同比增长 2.4 倍, 净增长 4289 辆。在纯电动乘用车领域, 康迪熊猫、众泰云 100、北汽新能源、江淮 IEV 销量破千辆。据

悉, 北汽新能源 11 月销售电动汽车 3028 辆, 较 10 月环比增长 37.4%, 再次刷新月度销量纪录, 向 2 万辆的年销售目标发起冲击。1~11 月北汽新能源累计销售 16843 辆, 同比增长 532%; 市场占有率从去年的 20.9% 增长到 24.2%。

同时, 在插电式乘用车领域, 乘联会数据显示, 比亚迪依旧是一家独大, 旗下秦和唐占据插电式车型总销量的 80%, 两车型销量达 6070 辆。

此外, 工信部日前发布了《节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型目录(第 76 批)》, 197 款车型上榜, 车型仍以纯电动车为主导。

(据《北京日报》)