



“CSR中国教育奖”是在团中央学校部倡议指导下，在教育部、工信部等相关单位支持下，由多家机构联合发起的中国教育领域唯一官方奖项，每两年评选一届，用于鼓励和表彰支持中国教育发展的优秀CSR项目，以及在CSR教育领域做出突出贡献的企业和组织。2014年首届“CSR中国教育奖”共有近60家企业申报，32家企业成功入围；2016年第二届“CSR中国教育奖”共有112家企业申报，74家企业脱颖而出。

www.zhixingjihua.com



The 2nd CSR China Education Award 2016

2016年第二届 CSR中国教育奖 优秀案例选编

共青团中央学校部

中国大学生社会实践知行促进计划

中国企业社会责任教育联盟（CSR中国教育联盟）

CSR中国教育奖组委会

广告

CSR中国教育奖
CSR China Education Award

CSR China Education Award
助力中国教育 影响中国未来

2016年第二届 CSR中国教育奖颁奖仪式

活动时间：2016年9月27日（星期二） 14:00—15:30

活动地点：北京师范大学英东学术会堂

指导单位：共青团中央学校部

联合发起单位：中国企业社会责任教育联盟（CSR中国教育联盟）、中国大学生社会实践知行促进计划、北京外企人力资源服务有限公司（FESCO）、中国青年报、光明网、财讯传媒集团、新浪、优酷、今日头条、中国妇女发展基金会、中华少年儿童慈善救助基金会、中国下一代教育基金会等

支持单位：民政部中国社会工作联合会企业公民委员会、中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会、中国传媒大学公益传播研究所、新华网、人民网、上海市外商投资协会CSR经理人俱乐部、爱吧-责任企业联盟、

“有爱有未来”外企志愿行动等

公益合作伙伴：北京师范大学教育基金会

Preface

>>> 序言

教育是社会发展的推动力，青少年是中国的未来。目前，全国共有义务教育阶段学校24.29万所，高中阶段教育学校2.49万所，高等教育学校2,852所，各阶段在校学生超过2.1亿人，庞大的青少年群体的成长发展，需要全社会的共同关注。

习近平总书记指出：“青年是标志时代的最灵敏的晴雨表，时代的责任赋予青年，时代的光荣属于青年。”要实现中华民族伟大复兴的目标，离不开教育的发展，离不开青少年的成长，离不开全社会的力量。共青团中央一直致力于发挥“育人”优势，通过实践，引导、培养、组织大批有能力、有意愿的高素质青少年走进社会，增强学生社会责任感和社会实践能力，在了解国情社情的同时，发挥优势，自我成长，绽放火热的青春，投身社会建设。

为了鼓励更多社会力量参与支持青少年学子成长，共青团中央创立“中国大学生社会实践知行促进计划”，并通过“CSR中国教育奖”及“中国企业社会责任教育联盟”，为企业支持青年学子成长提供支持，鼓励和表彰支持中国教育发展的优秀CSR项目。

《2016年第二届CSR中国教育奖优秀案例选编》荟萃了最优秀的CSR教育项目案例，提供了全面解读企业社会责任的参考和样本，为企业开展CSR教育项目做出指导和示范。

我们希望并欢迎更多有社会责任的企业，能够与我们一起，共同助力中国教育，影响中国未来。

李骥

共青团中央学校部副部长

2016年9月



Preface

>>> 争做优秀企业公民 助力中国教育事业

“十三五”时期是我国全面建成小康社会的决胜阶段，也是我国产业转型升级的关键时期。制造业作为研发投入最集中、创新最活跃、成果最丰富的领域，是创新的主战场，是经济保持中高速增长和产业迈向中高端水平的中坚力量，是确保我国如期全面建成小康社会的战略支撑。

2016年1月《社会责任指南》（GB/T 36000-2015）等三项社会责任国家标准实施，是中国对国际标准的对接和落地。2016年8月，《电子信息行业社会责任指南》（SJ/T 16000-2016）正式发布，开启了电子信息行业用标准引领企业社会责任建设的新里程。

让我们倍感振奋的是，通过“CSR中国教育奖”，我们不仅看到工业和信息化领域企业在履行社会责任方面的成绩，更看到来自各行各业的企业都在运用自己的优势能量，履行社会责任，传递社会责任正能量，促进社会可持续发展。

争做优秀企业公民，助力中国教育事业！

我们感谢，有如此多富有社会责任意识的企业在为中国的发展助力；我们希望，有越来越多的企业参与其中，为中国教育事业添砖加瓦，为实施制造强国和网络强国战略提供富有责任感的人才支撑，为全面建成小康社会贡献力量。

郭秀明

工业和信息化部政策法规司副巡视员

2016年9月



“CSR中国教育奖” 奖项简介

“CSR中国教育奖”是在团中央学校部倡议指导下，在教育部、工信部等相关单位支持下，由多家机构联合发起的中国教育领域唯一官方奖项，每两年评选一届，用于鼓励和表彰支持中国教育发展的优秀CSR项目，以及在CSR教育领域做出突出贡献的企业和组织。2014年首届“CSR中国教育奖”共有近60家国内外知名企业参与，最终有32家企业成功入围。

2016年第二届“CSR中国教育奖”自启动以来，得到40余家政府部门、全国顶级公募基金会、主流媒体和知名研究机构的鼎力支持，共有112家企业申报，74家企业脱颖而出，其中70%为跨国企业，多数在其专业领域名列前茅；54%的项目惠及10个省市以上，影响广泛；67%的项目开展时间超过3年，多年持续助力中国教育。

2016年第二届“CSR中国教育奖”组织架构：

指导单位：共青团中央学校部

联合发起单位：中国企业社会责任教育联盟（CSR中国教育联盟）、中国大学生社会实践知行促进计划、北京外企人力资源服务有限公司（FESCO）、中国青年报、光明网、财讯传媒集团、新浪、优酷、今日头条、中国妇女发展基金会、中华少年儿童慈善救助基金会、中国下一代教育基金会等

支持单位：民政部中国社会工作联合会企业公民委员会、中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会、中国传媒大学公益传播研究所、新华网、人民网、上海市外商投资协会CSR经理人俱乐部、爱吧-责任企业联盟、“有爱有未来”外企志愿行动等



知行计划官方网站



CSR企业责任微信公众号

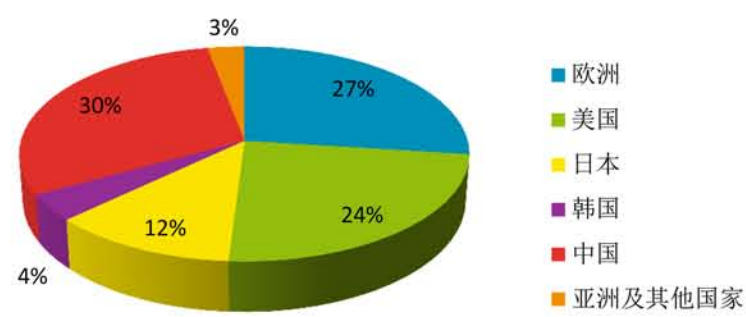


有爱有未来官方网站

CSR中国教育奖
中国企业社会责任教育联盟
中国大学生社会实践知行促进计划
联系电话：010-82193925

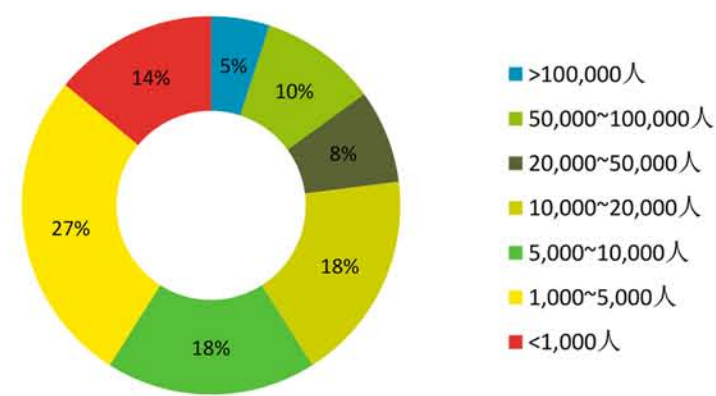
2016年第二届“CSR中国教育奖”大数据

70%的项目为跨国企业开展，普遍处于行业内领先地位



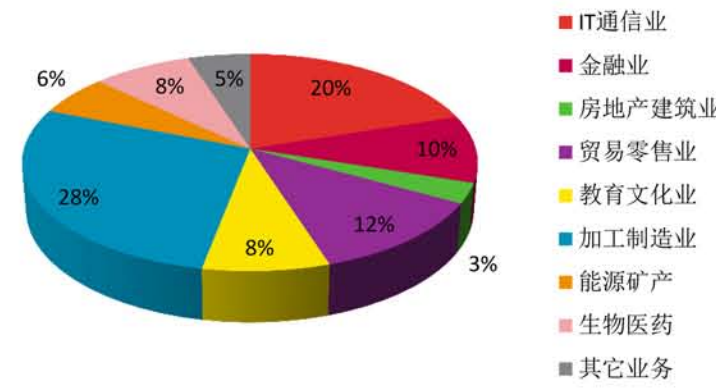
70%的项目为跨国企业开展，其中欧美企业占比51%。
30%的企业来自中国，超过上一届（12%）两倍，是所有国家中申报企业最多的国家。
27%的企业来自欧洲；24%的企业来自美国；16%的企业来自日韩；3%的企业来自亚洲其他国家。

86%的企业规模在1,000人以上，主要为行业领导企业



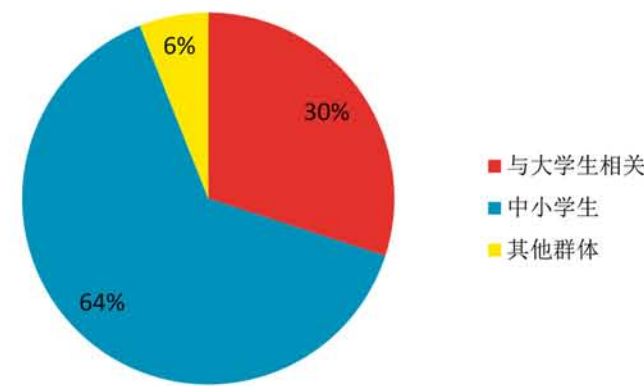
在华员工超过100,000人的企业占比5%。在华员工达50,000~100,000人的企业占比10%。
在华员工达20,000~50,000人的企业占比8%。在华员工达10,000~20,000人的企业占比18%。
在华员工达5,000~10,000人的企业占比18%。在华员工达1,000~5,000人的企业占比27%。
在华员工少于1,000人的企业占比14%。

入围企业业务广泛，涉及多个领域，加工制造业占比最高



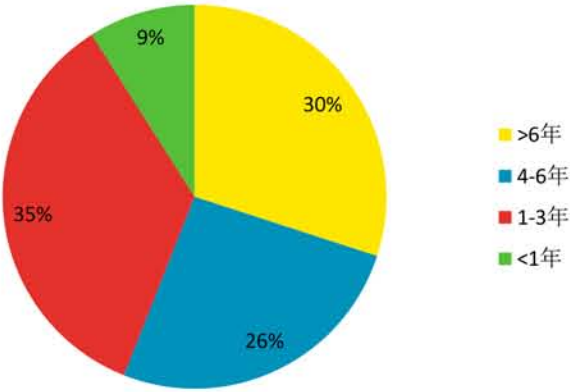
加工制造业占比28%。IT通信业占比20%。贸易零售业占比12%。金融业占比10%。教育文化业占比8%。
生物医药占比8%。能源矿产占比6%。房地产建筑业占比3%。其他行业占比5%。

94%的CSR项目关注在校学生教育发展



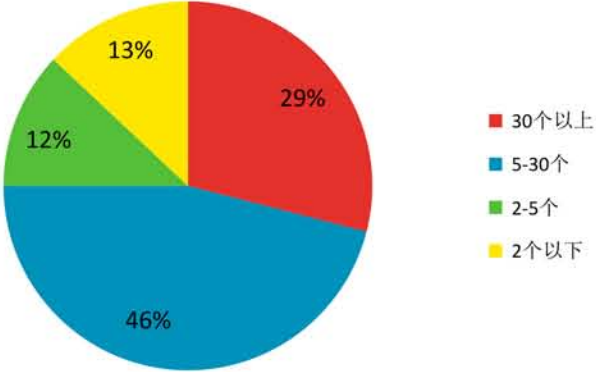
94%的项目关注在校的中小學生及大学生，6%的项目关注其他群体，如教师、医生、出租车司机、流动人口、残障人士等。
受众群体为中小學生的项目占比64%，企业重点关注留守儿童、贫困学生、流动儿童，类型涵盖面最为广泛。
受众群体为大学生的项目占比30%，企业通过专项赛事、科研培训、就业创业能力培养、实践支持、奖助学金等形式推动大学生成长发展。

91%的项目持续开展，长期助力中国教育发展



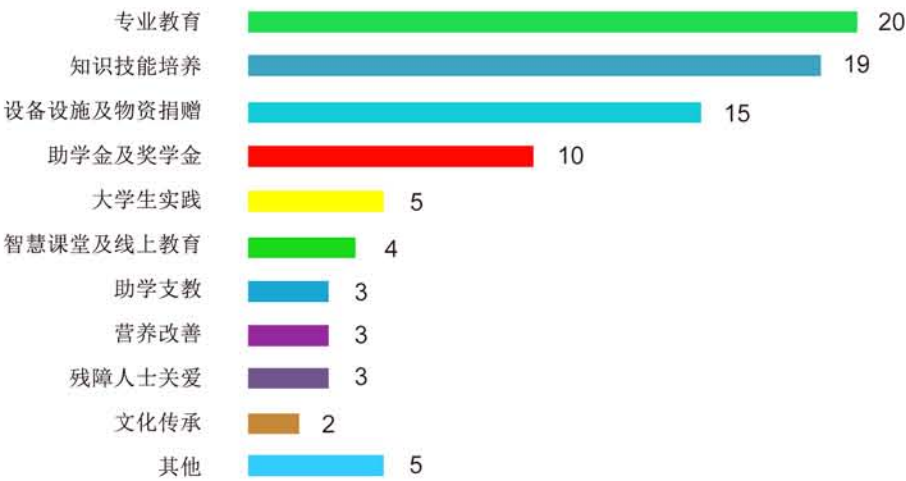
持续时间在6年以上的项目占比30%。持续时间在4到6年的项目占比26%。
持续时间在1到3年的项目占比35%。开展时间不足1年的项目占比9%。

75%的项目覆盖超过5个省市，令广大群体受益



覆盖面为全国30个省市以上的项目占比29%。覆盖面在5-30个省市之间的项目占比46%。
覆盖2-5个省市的项目占比12%。在2个城市以下开展的项目仅占13%。

CSR教育支持项目涵盖10大类



企业开展的教育支持项目主要涉及专业教育、知识技能培养、设备设施及物资捐赠、助学金及奖学金、大学生实践、智慧课堂及线上教育、助学支教、营养健康、残障人士关爱、文化遗产等10大类别。

- 20个项目涉及专业教育，包括金融教育安全教育、科普教育、健康教育、家庭教育、弱势青少年可持续教育。
- 19个项目涉及知识技能培养，包括艺术技能及意识培养、专业技能培养和教师能力培养。
- 15个项目涉及设备设施及物资捐赠，包括硬件设备捐赠、教学物资捐赠以及教学楼建设等。
- 10个项目涉及助学金及奖学金，资助贫困学子，奖励优秀学生。
- 5个项目涉及大学生实践，支持大学生在实践中受教育、长才干、做贡献。
- 4个项目涉及智慧课堂及线上教育，包括提供高效的互动学习工具，线上云教学。
- 3个项目涉及助学支教，组织志愿者前往偏远贫困地区支教。
- 3个项目涉及营养改善，通过建立厨房、提供营养补充剂等方式推动儿童健康成长。
- 3个项目涉及残障人士关爱。
- 2个项目涉及文化遗产。
- 除此以外，还有其他5个项目涉及运动健康、环境保护等方面。

英特尔（中国）有限公司	01
阿克苏诺贝尔中国	05
通用汽车公司	09
九阳股份有限公司	13
箭牌糖果（中国）有限公司	17
TCL集团股份有限公司	21
索尼（中国）有限公司	25
中国平安保险（集团）股份有限公司	29
北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司	33
Apple	37
佳能（中国）有限公司	41
联合技术公司	45
SAP中国研究院	49
安利（中国）日用品有限公司	53
远洋集团控股有限公司	57
普利司通（中国）投资有限公司	61
雀巢（中国）有限公司	65
松下电器（中国）有限公司	69
陶氏化学（中国）投资有限公司	73
东风汽车公司	77
亚太森博集团	81
LG化学	85
易安信电脑系统（中国）有限公司	89

港华集团	93
北京燕京啤酒股份有限公司	97
富士施乐中国	101
孟山都中国	105
珍奥集团	109
金光集团中国食品	113
斯道拉恩索中国	117
英孚教育	121
DHL敦豪物流（北京）有限公司	125
三菱商事（中国）有限公司	129
富士胶片（中国）投资有限公司	133
北京电视台《生活面对面》	137
斗山中国	141
群邑中国	145
博世（中国）投资有限公司	149
善林（上海）金融信息服务有限公司	153
2016年第二届CSR中国教育奖获奖名单	157
联合发起单位	161
支持单位	165
公益合作伙伴	167

英特尔（中国）有限公司

Intel China Ltd.

创客创未来

专家点评：青年是创新创造的生力军，也是未来世界的主人。该项目激发了青年人的创新热情，通过将企业责任和科技创新很好地结合在一起，搭建企业和科技、教育界的桥梁，促进了创新性人才的培养，实现企业与社会发展的双赢。项目在助力中国科技教育发展的思维逻辑和成绩是值得肯定的。同时，英特尔立足于国际大环境，通过提供硬件、互联网平台、社区分享及创投等多途径，携手创客共同打造了物联网众创生态系统。

公司简介

英特尔是计算创新领域的全球领先厂商，成立于1968年，拥有48年产品创新和引领市场的经验。1985年进入中国，目前是在华高科技领域最大外国投资企业之一。英特尔一直践行“生根中国，绽放世界”战略，积极支持中国的自主创新，与产业伙伴携手推动智能设备创新，利用在云计算、大数据、物联网、可穿戴等领域的技术优势，与产业链深度融合，解决在环境、医疗、交通等方面的重大挑战，积极履行企业社会责任。从新技术研究、产品开发、芯片制造、封装测试到营销、服务和风险投资等，英特尔中国拥有除美国总部以外最完整的业务布局。

同时，英特尔将创新融入责任，将责任置于企业战略的核心，实现从推进技术创新到推动产业创新、从推进责任创新到催化社会创新，将企业责任履行提升到“CSR 3.0”的新高度。用“企业社会创新”这一更富于可持续发展的模式，升华、重塑企业社会责任，通过推进创客运动、培养创新人才、激励人人创新等措施，助力大众创业、万众创新，建设人人参与、人人共享的社会新阶段。



项目概述

英特尔在中国积极探索并推动创客运动，携手政府、企业伙伴、学术界、公益组织等广泛的创新力量，打造让创意、创想轻松实现的广阔平台，更大力度、更大范围、更系统化地培养创新者，持续激发社会创新活力，帮助每个人实现自身价值，共领创新2.0新趋势。在2015英特尔信息技术峰会（IDF）上，英特尔首席执行官科再奇宣布投入1.2亿元人民币，在中国率先启动“英特尔众创空间加速器”计划。依托于自身的技术、平台及开发支持等综合优势与整合资源，英特尔通过建立众创空间联盟、线上创新中心以及创投与产业加速“三级推进”模式，从关键入手，以全程价值输出，全力推动从创想到创客、从创新到创业的发展。

项目内容

1. 项目策略

英特尔运用多年的创新实践和创新人才培养经验，及全球化视野和国际化资源，整合自身的创新技术、产业生态等优势资源，从项目设计、管理到实施思路，从创客教育到创新人才培养，从提供软硬件平台和开发工具到派出资深工程师进行技术指导、在线培训等多方面给予支持，并通过联合组织青年创新论坛等活动，壮大大赛规模。

同时，英特尔在依托自身技术创新和产业链等优势的基础上，还注重夯实开放创新和创客运动的社会基础。相继推出“创客加速器计划”、“创客爆米花”计划，通过四大引擎的推动，全面助力壮大创客生力军队伍，帮助创客获得长期成功，同时服务实体经济。

此外，英特尔还多方位的将创客教育从大学引向中小校园，让创客教育、创客梦想在大学、中小学以及校内外遍地开花。

2. 项目费用：1.2亿人民币。

3. 各方参与

(1) 政府支持

英特尔“创客创新”项目契合社会议程，得到政府的大力支持。2015年习近平主席访美期间，“双方将支持每年举办中美青年创客大赛”正式列入中美两国元首会谈达成的成果清单。刘延东副总理与英特尔公司首席执行官科再奇共同启动了2015“共创未来—中美青年创客大赛”。

(2) 外部合作

英特尔与政府、大学、科研机构 and 创客社区合作建立“联合众创空间”、举办创客大赛和创新创业峰会，其中包括中国工程院、中国科学院等专业机构以及清华大学等学术机构。此外，还邀请成功创业企业家、行业专业导师、金融投资专家及市场运营专家组成了特聘导师团队，为创客们提供“一揽子众创空间支持”。

(3) 企业内部参与

资源整合和项目设计得到了自企业CEO到员工的积极而全面的支持，不仅公司高层从战略方面进行推动，还有企业事务部专门负责创客教育、创客大赛等项目和活动的全程策划、参与和推动，还有高级工程师、设计师对各项创客活动进行技术培训和指导，员工志愿者也积极参与到项目运作之中。

4. 可持续性

英特尔以社会需求和用户体验为导向，将技术创新、产业创新和社会创新成功经验应用于催化社会创新生态系统，



携手联动政府、企业伙伴、学术界、公益组织等广泛的创新力量，通过跨界合作，发挥各自优势，推动人人参与万众创新，满足社会需求，解决社会问题，实现企业和社会的共同可持续发展。同时，英特尔所有项目内容都与中国创新驱动战略和社会创新的国策高度契合，顺应全球开放创新的大潮流。

5. 社会贡献

(1) 2015年“中美青年创客大赛”以“共创未来”为主题，关注社区、教育、健康、交通以及环保、能源等可持续发展领域，赛程持续3个多月，中美两国8个分赛区近2,000人报名参赛，200余名中美创客组成48支团队入围决赛，展示了众多创新的解决社会问题的作品。

(2) 2015年，英特尔与政府、大学、科研机构和创客社区等进行广泛合作，在北京、上海、深圳、成都等重点城市共设立10家“联合众创空间”，进一步支持创客运动。

(3) 英特尔支持中国教育事业21年，与国内118所顶尖高校合作；连续两年支持教育部主办的“中美青年创客大赛”，吸引中美青年广泛、深度参与，丰富中美青年交流模式。

(4) 企业全球范围内的高层、工程师及内部实习生都对创新项目给予了高度的评价，同时，项目获得政府、大学、科研机构及各创客社区的大力支持。

(5) 2015年制作了《根植三十载 共创芯未来2014-2015 英特尔中国企业社会责任报告》、《根植三十载 共创芯未来-企业社会责任视频》等可视化成果；支持发布了《中国创客教育蓝皮书》，联合举办创客教育论坛。

(6) 2016年，继续支持、承办“中美青年创客大赛”，以及美国青年创客来华交流等配套活动，大赛也扩展到中国（北京、天津、成都、温州、厦门、深圳、上海、南京、西安）九个分赛区和美国赛区。

(7) 英特尔连续15年教育部认可的合作伙伴，“2016年50家改变世界的公司”榜单中位列第12。

6. 传播影响力

全面运用出版物、微信、微博等平台，分享企业社会责任理念和创新实践，并定期发布对企业责任发展的观点和研究成果。英特尔积极支持研究机构、公益组织等开展社会责任研究，社会责任实践案例被众多的研究成果收录、分享和学习，如《2015中国第三部门观察报告》、《中国企业社会责任研究报告（2014）》、《CSR3.0 共享价值》、《中国电子信息行业企业社会责任典型实践案例集》、《企业责任联盟——过去、现在和未来》、《社会影响力投资在中国2014》、《北京志愿服务发展报告2014》等。2015年5月，支持研究和发布《四川企业社会责任蓝皮书》和《企业社会责任常识60问》，支持编辑《2015中美青年创客大赛总结》、《2016中美青年创客大赛分赛区集锦》，广泛传播创客精神。



英特尔责任芯
微信公众号



英特尔中国
微博公众号

阿克苏诺贝尔中国

AkzoNobel China

“人·城市™”可持续发展社区计划

2011年至今

专家点评：到2050年，将有超过75%的全球人口在城市生活，人与城市的发展如何平衡，是当下及未来的重要议题。该项目进入高校及社区，开展文化遗产保护、教育支持项目，从多方面推动人与城市的和谐发展。作为团中央学校部“中国大学生社会实践知行促进计划”的核心项目，该项目将大学生作为重要关注对象和参与方，影响全国200多所大学，有力促进了中国大学生的成长与发展。



公司简介

作为全球领先的油漆和涂料企业、专业化学品的主要生产商，阿克苏诺贝尔为全球众多行业领域与广大消费者提供必需的原料、必要的防护和必备的色彩。其总部设于荷兰阿姆斯特丹，业务广布80多个国家/地区。旗下拥有多乐士(Dulux)、新劲(Sikkens)、Interpon和依卡(Eka)等著名品牌。阿克苏诺贝尔一贯在可持续发展领域保持领先，并致力于打造充满活力的城市和社区，以企业行动帮助人们提升生活品质，创造安全、多彩的世界。20世纪70年代末，阿克苏诺贝尔积极投身中国市场。截至2015年底，阿克苏诺贝尔在中国已成立了30多家生产基地，员工数目近7,500人。

项目概述

2015年，阿克苏诺贝尔中国联合上海市静安区人民政府、同济大学、联合国教科文组织亚太地区世界遗产培训与研究中心等专业机构，集结专家、政府、社区居民、大学生、中学生及员工志愿者，深入静安8片城市社区的147栋建筑开展深度调研。试图通过挖掘城市遗产的演变脉络与核心价值，寻求“人与城市”可持续发展路径。

作为“人·城市™”计划的核心项目，阿克苏诺贝尔中国大学生社会公益奖（以下简称“公益奖”）自2011年启动以来，已持续5年支持大学生社团开展社会实践，助力中国教育发展。截至2016年，公益奖已支持近28万名大学生开展119,615天的社会公益实践，覆盖影响中国1,500多万名大学生。

阿克苏诺贝尔中国还深度聚焦城市老龄化问题，联手政府、社区居民、大学生及员工志愿者等多方力量，开展“乐龄风采·弄堂影像”，通过弄堂摄影日、乐龄馆涂刷焕新、线上乐龄馆等活动，推动弄堂历史文化遗产。





项目内容

1. 项目策略

项目围绕企业“人·城市™”全球战略，发挥企业专长，关注并解决人与城市发展过程中的教育、文化遗产保护及宣教、色彩焕新城市、可持续发展等问题，争取企业管理层、业务集团及员工支持，邀请政府、相关领域专家、高校、上下游合作方、青年大学生、社区居民等重要利益相关方参与。同时，搭建多渠道、全方位的立体传播系统，推动影响更多人关注教育、公益、人与城市发展。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币 551万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币1,421万元。

3. 各方参与

（1）与共青团中央学校部、教育部等政府单位密切合作。

该项目作为团中央学校部“知行计划”核心项目，面向全国3,000多所高校发布消息，推出免费的全国大学生社会实践优秀案例网络平台；通过政府传播平台发布系列宣传片；开展全国大学生社会实践研究，将首创大学生社会实践标准指标体系，助力政府相关政策。

（2）企业内部大力支持，助推项目持续发展。

项目受到全球高层、中国及北亚区高层大力支持，旗下5个业务、HR等部门多年持续参与；多次面向全国分支机构招募员工志愿者，并运用公司旗下多乐士产品，将“人·城市™”社区记忆馆、乐龄馆墙壁粉刷一新；募集有摄影专长的员工志愿者深入社区征集老照片。

（3）持续引入外部专业力量，助推企业品牌传播。

与教育、环保、公益传播、建筑与城市规划、顶级高校等各类与企业产品及发展战略相关行业合作，开展城市社区深度调研；携手上海市静安区政府和同济大学，推出“人·城市™”可持续发展社区计划；携手企业上下游合作方，提供优势产品，助力贫困地区校舍焕新及城市社区建设。

4. 可持续性

（1）吸引社区居民亲身参与城市文化遗产保护项目，并通过多渠道传播，辐射影响越来越多的居民关注，并自发保护身边的城市文化遗产，留存城市记忆。

（2）每年借助团中央学校部自上而下的宣传系统公开征集，提升项目权威性及政府公信力的同时，有效保证高校申报项目的积极性及持续性；同时项目建立完善的数据统计、分析及风险控制系统，保证项目按预期目标达成。每年还会针对性调整次年项目策略，保证项目得以持续、良性发展。

5. 社会贡献

（1）持续5年支持大学生社会公益实践：公益奖吸引88座城市、220所高校、1,000+社团的1,400多个项目申报，28万名大学生开展119,615天的社会公益实践，影响覆盖全国1,500多万大学生。

（2）助力中国教育发展：大学生开展的社会公益实践，使当地787,169名学生、94,568名教师直接受益，直接影响当地超260万名师生产。

（3）聚焦老龄化问题，推动城市文化遗产保护：进入147栋历史建筑深度调研，完成18万字的全国首份城市社区历史建筑专属调研报告和老龄化专题报告，发布面向居民的文化遗产保护宣传册，摄制专题纪录片等；邀请专业摄影师深入社区征集245张老照片，免费涂刷乐龄馆，13,000位社区老人直接受益。

（4）邀请利益相关方参与，获得企业内外部认可：邀请城市规划、教育、环保、公益传播等各领域专家，组织企业上下游合作方、青年大学生、社区居民参与；企业高层大力支持，5个业务及HR部门多年持续参与；招募员工志愿者；获得政府、NGO、媒体的10余个CSR奖项。

（5）产出系列视觉化成果：发布《阿克苏诺贝尔中国大学生社会实践支教活动调查报告》、《阿克苏



诺贝尔中国大学生社会公益奖优秀案例选编》、《上海静安寺街道邨坊里弄调研报告》、公益微电影《陀螺》、公益歌曲《年轻的力量》；开通“全国大学生优秀案例网络分享平台”；推出大学生社会实践、文化遗产保护等多部短片；建设“人·城市™社区记忆馆”。

6. 传播影响力

全面运用企业内外部资源，搭建集合政府、企业、高校、全国一线媒体资源在内的传播体系，并全面运用微博、微信等社会化媒体扩大传播影响。公益奖年均通过100+媒体平台发布新闻，仅从2015年至今，已通过300+家平面媒体、网站及电视台发布奖项新闻，传播价值已达RMB582万元；公益奖官方微博共发布1,009条微博内容，开展16次线上有奖活动，吸引超60,261名微博粉丝关注；官网浏览量达120,840次，超27,065名访客进入网站了解公益奖相关信息。



大学生公益奖
官方微博



大学生公益奖
官方网站



阿克苏诺贝尔
中国官方微信



阿克苏诺贝尔
中国官方微博



阿克苏诺贝尔
中国官方网站



通用汽车公司 General Motors PACE教育推进伙伴计划 1999年至今

专家点评：该项目紧密结合企业发展需求，依托企业及合作伙伴的专业优势和技术资源，与国内重点高校在设备、技术、资金、实践等方面开展深度合作，打造出具有鲜明企业特色和可持续的CSR项目品牌。



公司简介

通用汽车公司（GM）成立于1908年9月16日，是世界上最大的汽车制造商之一。通用汽车进入中国已经超过90年，在中国的发展愿景是：携手战略合作伙伴，致力于打造中国汽车工业的最佳参与者和支持者。通用汽车公司在中国建立了11家合资企业和2家全资子公司，拥有超过58,000名员工。通用汽车公司在中国进口、生产和销售别克、凯迪拉克、雪佛兰、宝骏、五菱及解放品牌的系列产品，所提供的产品系列之丰富位居所有在华跨国汽车企业之首。2015年，通用汽车及其合资企业在华销量为3,612,635辆。

项目概述

“PACE教育推进伙伴计划”是由通用汽车公司（GM）领导推进，并联合西门子PLM软件公司（Siemens PLM Software）、欧特克（Autodesk）、惠普（HP）和甲骨文（Oracle）等4家知名跨国企业共同合作的全球协作项目，旨在向全球重点院校的学生提供先进的汽车产品生命周期管理的教育培训与实践经验，通过缩小产学之间的差距，培养面向未来的汽车产品生命周期管理团队。产品生命周期管理（PLM）是一种基于数字、参数的综合科学方法，贯穿产品的整个生命周期：从设计开始，到制造、营销、销售、维修以及回收、处理、再利用和可持续性。



项目内容

1. 项目策略

“PACE教育推进伙伴计划”鼓励在校学生利用数字数据、数学模型以及PACE计划提供的软件完成他们在工程、分析、制造、协作以及工业设计等专业领域的课程项目。同时，PACE计划资助合作高校在校学生参加相关的专业课程竞赛。PACE计划不仅为在校学生提供了增强专业技能、提高项目规划和执行能力的优秀平台，还令他们能够体验工业设计师、产品工程师以及制造工程师们在现实中可能遇到的挑战。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：通用汽车领导PACE其他合作伙伴共同捐赠了总价值超过2.8亿美元的软件产品和硬件设备（中国）。

历年投入总计：13年以来，PACE向中国合作高校的各类捐赠总价值已逾17亿美元（中国）。

3. 各方参与

（1）外部合作

湖南大学、上海交通大学、同济大学、吉林大学、武汉理工大学加入PACE计划，五所重点高校的在校学生全面体验从最初标准、包装要求，到设计草图、模型开发，数据完全共享，再到工程实施、生产制造、采购和营销的整个过程。

（2）企业内部参与

来自通用汽车各个领域的专家也会参与到具体的实践项目中，在项目关键节点给予实际指导，全面整合并充分发挥汽车企业、IT企业和合作高校的跨界优势。

4. 可持续性

与一次性捐赠硬件软件设备和助学金不同，“PACE教育推进伙伴计划”不仅向合作高校提供先进的软硬件设备和优厚的助学金，还持续投入大量IT咨询服务和汽车科研培训，既帮助学生们熟练掌握计算机辅助设计/制造/工程（CAD/CAM/CAE）的相关硬件的操作技能，更提供他们完整参与汽车产品生命周期（PLM）的实践机会。

5. 社会贡献

（1）项目历时13载，PACE计划在中国联合湖南大学、上海交通大学、同济大学、吉林大学、武汉理工大学五大高校开展教育合作，共同培养汽车专业人才数千人，其中一千多名毕业生加入了通用汽车及其在华合资企业。

（2）企业在全球力推项目，并得到中国区管理层大力支持，多位企业高管给予积极评价，荣获多个NGO评定奖项。

6. 传播影响力

（1）2015年12月，在湖南大学PACE中心成立的媒体日活动上，共95家中国媒体出席了活动，包括32家报社，1家杂志，39家网站，7家电视媒体，2家电台和14家社交媒体。

（2）截止到2015年12月24日下午5:30，2015年PACE项目累计被传统媒体报道340次，社交媒体推送211次。



通用汽车中国
官方微博



通用汽车中国
官方微信

九阳股份有限公司

Joyoung Limited Liability Company

九阳希望厨房

2010年至今

专家点评：该项目响应政府号召，着力帮助更多贫困地区的学生改善饮食条件，促进青少年健康发展。认真公益，踏实助人，“从2010年至今，项目已落地全国22个省区，共建成700余所希望厨房，约35万学生从中直接受益，每年100所厨房持续建成投入使用。”



公司简介

九阳股份有限公司成立于1994年，2008年5月在深圳正式上市。九阳是绿色智能小家电研发、生产、销售为一体的创新型企业。九阳坚持定位厨房并升级厨房，产品涵盖“豆浆机系列”、“健康料理系列”、“健康厨电系列”、“健康净水系列”、“厨房电器”及“One Cup系列”等六大系列，十五大类三百多个品种；营销网络覆盖全国并出口美国、欧洲、日本等二十多个国家和地区。2015年九阳新增专利516项，现共拥有专利技术2,047项，九阳参与国家行业标准制定超过80项，是豆浆机、面条机、大口径榨汁机国际标准制定主导单位，也是全国家用电器标准化技术委员会家用电动加工器具分技术委员会承担单位。九阳豆浆机、料理机和榨汁机市场占有率继续稳居行业第一。

九阳是豆浆机的发明者与领导者，九阳开创了一个新行业，豆浆机作为国人完全拥有自主知识产权的产品远销欧美，掌握国际话语权，九阳坚持通过创新促进产品更新换代，引导消费者健康生活。九阳是中国专利金奖、中国商标金奖获得者，也是首批国家级工业设计中心，国家级企业技术中心，国家知识产权示范企业、国家商标战略实施示范企业、国家两化融合示范企业、国家AAAA级标准化良好行为企业、国家诚信典型示范企业。九阳品牌从09年至今已连续七年被评为“中国最有影响力的小家电品牌”，2015年九阳酥油茶机做为“国礼”赠送西藏人民。

项目概述

2010年，九阳与青少年发展基金会签订捐赠协议，设立九阳希望基金，计划未来10年内捐赠5,000万元，专项用于为贫困地区中小学校援建1,000所“九阳希望厨房”，为贫困地区的中小学校建设和改造标准化、符合国家食品卫生最基本要求学校厨房和食堂，让老师和孩子们有一个干净卫生、安全健康的就餐环境，并为孩子们改善营养状况。2014年，九阳希望厨房开始升级，建好厨房做食育，从吃饱到吃好。九阳希望厨房足迹已遍布全国22个省区，共建成700余所希望厨房，约35万学生从中直接受益，每年100所厨房持续建成投入使用。

项目内容

1. 项目策略

“九阳希望厨房”项目采取政府主导、公益跟进、企业参与、NGO、学生家长等多方合力的中国公益慈善事业发展新模式。项目设计围绕“健康”这一核心战略布局实施。从主营业务和品牌形象出发，希望厨房项目的落点——旨在帮助更多贫困地区的学生改善饮食条件，促进青少年健康发展。九阳的业务领域是厨房电器制造，并一直给消费者传递“健康、快乐”的品牌形象。结合目前教育扶贫中存在的短项，聚焦贫困地区中小学生营养与健康问题，并启动“九阳希望厨房”10年长期规划。



2. 项目费用

2015–2016年度投入：人民币500万元以上。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币30,267,142.27元。

3. 各方参与

（1）政府支持

国务院办公厅出台《关于实施农村义务教育学生营养改善计划的意见》，鼓励企业积极参与推进农村义务教育学生营养改善工作，给了“九阳希望厨房”项目政策上的支持。项目定位配合“国家学生营养改善计划”，优先在试点贫困县实施；近两年，50%项目点援建与国家各部委联合援建。

（2）外部合作

2015年度近1年多志愿者服务时近6,000余小时，180余人次参与；联合各方媒体进行宣传和报道。

（3）企业内部参与

企业内部“4元午餐”微公益筹款活动，内部员工近400余人参与，近800人次微捐助，捐款近3万元。

4. 可持续性

“九阳希望厨房”通过对上百所学校的实地调研，对资助的标准化方案进行调整，借助在厨房电器设备领域的丰富经验，实现了从最初完全没有一套成熟的厨房建设标准化模式、没有专业的设备研究到如今实现了项目制的系统化管理，并且在此项目上不断创新，不仅从硬件上满足学生们的成长需求，更从意识上主动培养他们良好的饮食习惯，真正契合了九阳传导的健康理念。

5. 社会贡献

（1）全国22个省区，共建成700余所希望厨房，每年100所厨房持续建成投入使用，约35万学生从中直接受益。

（2）项目获得企业员工的积极参与捐款及志愿活动，且获得10余个奖项。

（3）建成“九阳希望厨房展示模型”。

6. 传播影响力

全面运用官网、微博、微信、九阳新浪微博、“九阳Joyoung”微信服务号、“九阳人”公众号等平台，对项目情况进行全面传播。专项传播案例：“马山模式”中，人民网、新华社、央视、中国青年报等25份主流媒体发布46篇新闻报道、评论，累计覆盖1,825万人次；新浪、搜狐等7大主流门户网站纷纷开辟专题页面进行全方位报道，



其宣传片在凤凰卫视12个城市22处户外多媒体大屏幕高频次播出；“食育夏令营”中，网络新闻发布共计309篇次，其中，新闻舆情信息244篇次，论坛舆情信息10篇次，博客舆情信息为4篇次，平面媒体舆情信息14篇次，微信公众号37篇次。



九阳希望厨房

箭牌糖果（中国）有限公司

Wrigley Confectionery China

垃圾投进趣

2013年至今



该项目是近年不多见的、优秀的大学生环境教育和环境行动项目。项目紧紧围绕大学生这个群体，充分发挥大学生在创造力、行动力和传播力方面的优势，把简单易行的环境知识和环保行为，从校园传递到社区，让更多公众了解环保、参与环保。

公司简介

玛氏箭牌是全球糖果业界公认的领导者之一，在世界各地产销口香糖、薄荷糖、硬糖和软糖、棒棒糖等品种丰富的产品，包括了享誉全球的“益达”（Extra®）、Orbit®、“绿箭”（Doublemint®）和“5”等口香糖，及“彩虹糖”（Skittles®）、Starburst®、Altoids®和“Life Savers®”等糖果。作为玛氏大家族的一名成员，箭牌总部位于美国伊利诺州芝加哥，在超过50个国家及地区开展业务，产品行销180多个国家及地区，在全球有近15,000名同事。箭牌产品在中国销售的历史最早可追溯至二十世纪30年代，1989年，箭牌口香糖有限公司在广州成立。如今，箭牌糖果（中国）有限公司已是中国最大的糖果公司，也是中国最大的口香糖制造商，在中国拥有3家工厂、2家子公司、36个分公司和超过6,000名同事。



项目概述

箭牌中国自2013年启动“垃圾投进趣”公益计划，结合线上线下多种渠道传播投递垃圾的趣味理念。其在网络平台通过意见领袖与年轻消费者互动，分享有趣实用的垃圾处理知识；2014年，与中国扶贫基金会合作在15所全国重点高校发起“随身垃圾袋”大学生创意设计大赛；2015年与“腾讯乐捐”合作《支持环保，一步之遥》步数捐赠活动；同年10月启动2015-2016青年公益实践大赛并招募C'E'O (Creative Environmental Officer 创意环保官)，并于2016年3月举办总决赛。

项目内容

1. 项目策略

“垃圾投进趣”项目自2013年创立以来，通过社交媒体发起一系列有趣的网络讨论与互动，分享有趣、实用的垃圾处理知识，率先吸引过万年轻网民关注这个趣味十足的公益平台。2014年起，项目面向全国高校学生发起“随身垃圾袋”大学生创意设计大赛，提高青年学子对于妥善处理随身垃圾的认知。由此，意识到妥善处理垃圾必要性的学生人数增长了20.33%，愿意积极向周围亲友宣传妥善弃置垃圾理念的学生人数增长了18.66%。

2015-2016年，项目升级赛制，举办“垃圾投进趣”青年公益实践大赛，强调真正的公益实践，并提供真实的资金支持，让大学生从书面策划走向线下实践。通过开展创意丰富的社区公益活动，项目进一步从校园深入社区公众，推广“妥善弃置垃圾”的理念，真正实现更多公众“包好不乱丢”文明行为的转变。

同时，箭牌亦有众多志愿者与大学生志愿者共同走进社区，推广“包好不乱丢”文明理念，在扩大项目影响力的同时，增强了箭牌同事对公司的归属感，并深入践行玛氏“质量、责任、互惠、效率、自主”的五大原则，亲身参与实现箭牌“简单快乐，精彩生活”的企业愿景，有利于企业的管理与内部运营。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币235万元。
历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币620万元。

3. 各方参与

(1) 外部合作

联合中国扶贫基金会、上海根与芽青少年活动中心共同完成项目的设计、分析、活动执行。同时还邀请各行业知名评委、90后新锐人气作家张皓宸、影视明星白百合、郭晓冬、知名艺术家田原女士等共同参与到项目的执行和宣传中。



(2) 企业内部参与

项目开展期间，箭牌基金会拨款、审核项目的完成情况；中国领导团队监督项目完成情况；企业事务部项目创意、执行、汇报。截止2015年，共有4,400位箭牌同事贡献12,200个志愿工时参与箭牌中国的志愿者行动，包括参与“垃圾投进趣”项目，在北京及上海社区为居民及大学生派发随身垃圾袋，宣传“包好不乱丢”行为。

4. 可持续性

项目通过专业的平台，契合企业主业发展的内容以及有效的激励机制，充分调动大学生的积极性和创新能力，不断赋予项目全新的设计理念，同时，高度整合企业内外部资源及员工志愿者的力量，完善项目机制，使得项目得以良性、可持续发展。

5. 社会贡献

(1) “@垃圾投进趣”官方微博上线以来，已吸引约200万网友参与互动，线上宣传直接影响超过5,000万网民。

(2) 2014年，“随身垃圾袋”创意设计大赛吸引20.76万高校学生参与校内宣传、线下活动，试验生产“随身垃圾袋”2万余件陆续在北、上、广、成四大城市的15所高校社区宣传活动中推广派发。

(3) 与腾讯公益合作，上线“支持环保，一步之遥”步数捐赠活动，吸引了近74万人参与。

(4) 2015-2016“垃圾投进趣”青年公益实践大赛，收到来自全国70多所高校的逾420份方案，面向15所合作高校开展70余场校园线下活动，并吸引全国逾10,000名市民许下“包好不乱丢”环保承诺，组织逾4,400名高校志愿者进入社区，开展“垃圾投进趣”宣传、实践活动。至今，项目已直接影响逾50万青年学子。

(5) 众多员工志愿者积极参与项目；获得多个企业社会责任、公益类奖项。

(6) 自2013年创立以来，项目不断壮大，从单纯的线上传播项目逐渐发展成整合公众教育项目，直接影响的人数已累计超过500万人。



6. 传播影响力

传统媒体（含通讯社、报纸、杂志及电视台），到活动现场参与体验，并进行报道；线上媒体，设置专题页面，发起趣味讨论，如果壳网；社交媒体，担任投票平台，如新浪微博、腾讯微信。2015-2016年，“垃圾投进趣”官方微信公众号正式上线，累计逾10,000名活跃粉丝，发表75篇大赛宣传文章，相关大号推广文章累计逾33万阅读量；通过举办线上趣味互动，与学生线下实践，共吸引逾10,000全国市民参与“包好不乱丢”线上承诺互动，加入环保宣传大军；共吸引超过150篇媒体报道“垃圾投进趣”的线下活动，创造广告价值人民币逾2,590,000元。



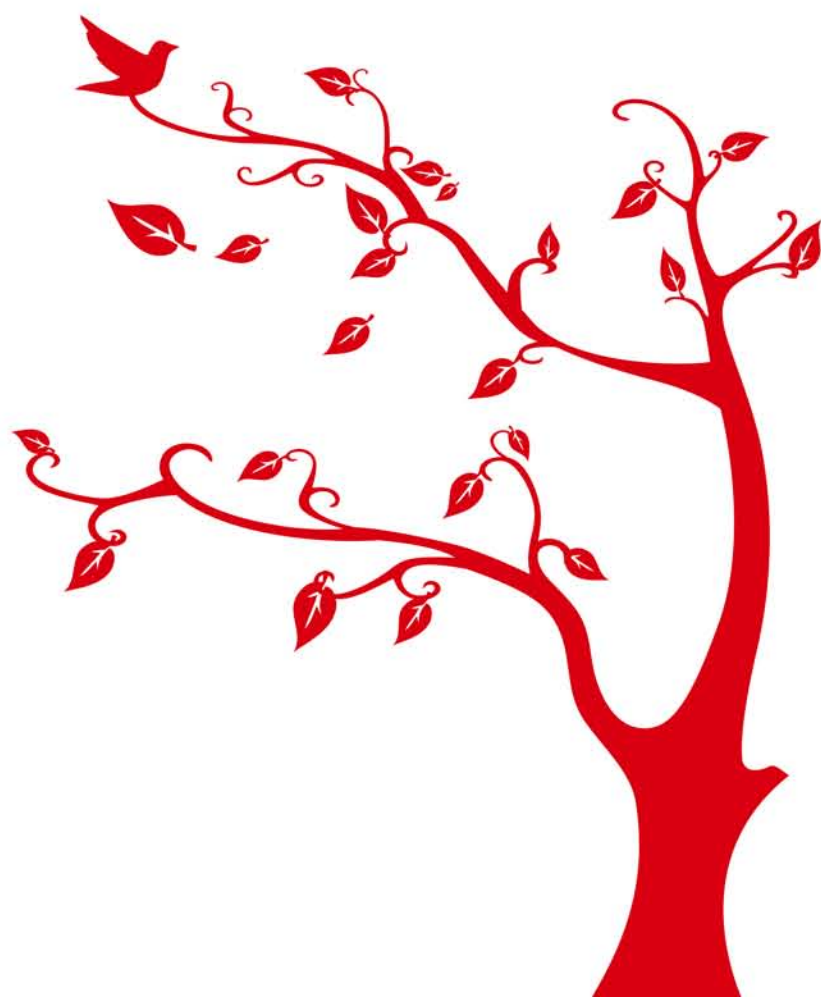
垃圾投进趣
官方微信

TCL 集团股份有限公司

TCL 希望工程烛光奖

2012年至今

专家点评：帮助教师，就是帮助更多的孩子。该项目聚焦乡村教育，通过评选、表彰、资助和培训乡村教师，助力乡村教育状况的改善。



公司简介

TCL集团股份有限公司是全球化的智能产品制造及互联网应用服务企业集团，创立于1981年，集团现有7.5万名员工，23个研发机构，21个制造基地，在80多个国家和地区设有销售机构，业务遍及全球160多个国家和地区。2015年，集团LCD电视销量全球排名第3位；手机全球排名第5位；液晶面板全球排名第6位；空调国内排名第5位；洗衣机国内排名第6位；冰箱国内排名第7位。2015年TCL品牌价值达710.28亿元人民币，继续稳居中国百强品牌第七位，连续十年蝉联中国彩电业第一品牌。

项目概述

“TCL希望工程烛光奖”由中国青少年发展基金会与TCL公益基金会共同设立，通过奖金+培训的形式，向那些坚守岗位、坚守师德的优秀乡村教师致敬，并帮助他们有更好的条件开展教学工作和能力提升。项目第一期规划5年，由TCL公益基金会提供奖励基金、由奥鹏教育提供学习交流和教学培训，联合中国青少年发展基金会一起，通过青基会系统、网络平台等，每年评选300位（400位）优秀乡村教师，并给予每人1.2万元的奖励，计划五年共投入2,500万元。首先，希望通过对这些坚守岗位、爱护学生、严守师德的乡村教师的表彰和宣传，让他们对自我职业道德的高要求，成为教师这一行业的集体标准，让尊师重道的传统成为新时代的新时尚。其次，在项目规划中，除了物质上的帮助，也会针对乡村教师做一些教学技能上的培训，并整合更多的资源，为这些优秀的乡村教师提供交流和学习机会。



项目内容

1. 项目策略

TCL集团秉承“为社会承担责任，做优秀企业公民”的理念，积极参与公益慈善事业。多年来，一直热情关注和支持乡村教师这一群体。TCL公益基金会与中国青基会一致认为，要共同实施“希望工程烛光奖”，将该奖项打造成具有较大社会影响力的公益品牌，影响、带动社会更加广泛、持久地关注、支持乡村教师这一群体。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：近700万元人民币。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币近2,000万元。

3. 各方参与

(1) 外部合作

联合中国青少年发展基金会，共同发起实施希望工程；新华网、南都网联合报道。

(2) 企业内部参与

TCL集团及各产业高管关注、认可TCL希望工程烛光奖项目，先后有奥鹏教育、TCL金融加入；TCL员工在每年的玫瑰行动时都积极报名，走进乡村去拜访可敬可爱的乡村教师。86位志愿者走访16个省份68个县，走访累计126,504公里。

4. 可持续性

截至2016年，“TCL希望工程烛光奖”项目已经开展了三届，每一届都有新的突破和发展。由第一届的网络评选和团系统推荐，到第二届的“我选我”自荐，在项目的发展中，TCL不断探索与改进，逐步实现了专业的奖项设置、更加全面的培训体系、更亲近的走进教师群体、多元化的申报渠道，以及更加广泛的社会关注。TCL为第一届获奖教师提供了累计3万6千多小时的远程教学，第二届新增了线下的7-10天的翻转课堂培训，根据项目进展情况，设立了针对获奖教师的“烛光心愿”平台，为获奖教师提供更多的支持。根据去年获奖教师的问卷情况，第三届烛光奖又和TCL金融联手打造了针

对获奖教师的“烛光微贷”平台，为烛光奖乡村教师提供公益小额贷款定向帮扶，实现了“公益+金融”的新突破。

5. 社会贡献

(1) 该项目已开展了第三届，覆盖666个国家贫困县及其所管辖的乡镇、村小学的基础教育教师，目前受益人为1,000名教师。

(2) 企业内部高层关注，联合其他业务部门共同开展项目；众多员工志愿者积极参与。

(3) 新华网、南都网联合报道，获得企业社会责任领域多个奖项，并制作了《金子黑老师》、《玫瑰行动新闻片》等宣传片。

6. 传播影响力

全面运用TCL公益基金会官方网站、微信、微博进行项目基本情况的传播，同时，新华网、南都网作为合作伙伴，对项目的进展进行了大力的宣传和报道。其中南都网的日均浏览量达1,800万。



TCL集团



TCL公益基金会

索尼（中国）有限公司

Sony (China) Limited

索尼梦想教室

2013年至今



专家点评：该项目是团中央学校部“中国大学生社会实践知行促进计划”的核心项目，通过整合企业内部资源，以产品、内容和服务为依托，通过政府、员工、大学生、受助学校教师和学生共同参与，打造出完整的CSR生态系统，使项目不仅达成预期的社会效益，也在公司内部得到高度认可。

公司简介

索尼公司是世界上民用及专业视听产品、游戏产品、通信产品核心部件和信息技术等领域的先导之一。它在音乐、影视、电脑娱乐以及在线业务方面的成就也使其成为全球领先的电子和娱乐公司。作为以“激发和满足顾客好奇心”为使命的科技公司，索尼发挥在技术、娱乐内容和服务领域的无限激情，为人们提供独有的、具有开创型和激动人心的娱乐体验。作为“植根中国”的优秀企业公民，索尼长期遵循“为了下一代”的责任理念，充分发挥自身的技术和人才等资源优势，致力于通过产品、技术、员工志愿服务促进社区可持续发展和下一代人才培养。

项目概述

在共青团中央学校部的指导下，索尼（中国）有限公司于2013年创立“索尼梦想教室”项目，每年支持全国20所高校的大学生开展暑期社会实践，将索尼先进的电子教学设备带到偏远贫困地区，改善教学环境。项目连续开展3年，覆盖全国30所高校，936名大学生参与其中，影响覆盖超226万名大学生。截至2015年，“索尼梦想教室”已在全国57个城市建立81间梦想教室，累计开展梦想课堂1万余课时，受益学生总数超过58,000人，教师4,000余名。





3. 各方参与

（1）政府支持

“索尼梦想教室”作为共青团中央学校部“中国大学生社会实践知行促进计划”核心项目，得到了共青团中央学校部的大力指导。同时，项目信息通过团中央三下乡官网、知行计划官网及官方微博、政府文件等渠道面向全国高校发布，进一步提升项目权威性、政府公信力。

（2）外部合作

每年与全国20所高校的团委紧密合作。同时，各支教团队与支教地县团委沟通密切，当地政府给予充分肯定和支持，推动项目顺利开展。与此同时，项目每年通过多家一流媒体、网站及电视台对项目相关内容进行报道发布。

（3）企业内部参与

“索尼梦想教室”为索尼（中国）内部重点关注的公益项目，各高层领导积极参与项目启动仪式，同时，项目整合内部资源，协调多部门、分公司参与，包括索尼探梦科技馆、索尼音乐娱乐、索尼影视娱乐、索尼高清影视技术学院、索尼各地分公司、工厂及其他分支机构等。2016年，索尼多个业务集团及业务部门设立特别奖，员工志愿者还将参与完成“心动时刻”特别项目的录制。

4. 可持续性

项目开展3年来，已成功建立并逐步完善项目数据分析系统。每年项目启动前，会对本年度项目总体及阶段数据目标进行预设，并根据预期目标推动工作开展。同时根据项目整体情况，每年新增支持高校，保证项目能覆盖更多高校。项目进行中期，会多次跟进联系高校，根据当前目标达成情况进行风险预估及进度控制，并对征集策略进行灵活调整，有效保证年度总体数据目标的达成。每年项目完成后，通过对所有数据进行横向、纵向对比，针

项目内容

1. 项目策略

融合“ONE SONY”企业理念，项目充分利用索尼在电子科技产品、影音娱乐方面的领先优势，整合企业内部资源，协调多部门、分公司参与，通过支持大学生开展社会实践活动，一方面，给孩子们带去丰富多彩的电子教学课程和趣味科普实验，提升孩子们对科学的兴趣。另一方面，充分发挥大学生的主观能动性，在实践中受教育、长才干、做贡献。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币220万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币440万元。

对性调整次年在全国高校宣传及征集策略，保证项目得以持续、良性发展。

5. 社会贡献

（1）2015年，来自全国20所高校的285名大学生直接参与梦想教室项目，累计影响覆盖全国超83万大学生。索尼分公司还在广西、甘肃等6个省市建立了8间索尼梦想教室示范教室，总计在全国17个省市的25个城市建立了28间索尼梦想教室。

（2）2015年，大学生在当地开展4,675支教课时，开展607课时的音乐课堂，使用索尼提供设备录制3,347分钟视频。4,693名学生直接参与梦想课堂，近14,000名中小學生从中受益。2013-2015年所有的梦想教室预计未来5年持续影响超过49万人。

（3）项目获多个CSR奖项，倍受政府及业界人士认可。其中包括《公益时报》颁发的“中国企业社会责任（CSR）公益案例卓越奖”；2014年首届“CSR中国教育奖”的“最佳CSR战略奖”和“CSR 微博公益传播特别奖”；儿童慈善救助基金会颁发的“2015 童爱的力量-社会贡献奖”等等。

（4）项目成功入编《2014 年“CSR 中国教育奖”优秀案例选编》，还入选由中国电子工业标准化技术协会出版的《中国电子信息行业企业社会责任典型实践案例集》和由中国外商投资协会征集的《企业社会责任优秀案例集》。作为CSR 教育类的示范项目，“索尼梦想教室”项目还被推荐为“全国高校MBA 课程优秀企业社会责任”参考案例。

6. 传播影响力

全面运用企业内部、外部资源，搭建集合政府、企业、高校、全国一线媒体资源在内的传播体系。通过政府传播平台发布项目新闻，同时协调企业官网、微博，各业务集团微博等平台传播索尼梦想教室，建立系统化的集团传播体系。在学校方面，组织所有参与高校的大学生团队在校园里张贴海报，项目信息线下直达大学校园，并通过高校官网、校园BBS及申报社团微博、微信等多种自媒体平台发布项目相关资讯。在媒体方面，包括新华网、腾讯网、人民网、光明日报、中国青年报、网易公益等在内的一线媒体报道并传播。同时，通过在新浪、优酷、爱奇艺、酷6播客等平台投放系列宣传视频，有效扩大传播影响范围。



索尼中国

中国平安保险（集团）股份有限公司

Ping An Insurance (Group) Company of China, Ltd.

中国平安希望小学支教行动

1994年至今

专家点评：“共援建了全国31个省市自治区的114所平安希望小学，为500多所希望小学配备了平安小球场，为7所平安希望小学捐建了梦想中心教室，受助学生约30万人……”在希望工程27年的历史上，该项目用信念、用坚持、用责任，留下23年深深的足迹。



公司简介

中国平安保险（集团）股份有限公司于1988年诞生于深圳蛇口，是中国第一家股份制保险企业，至今已发展成为金融保险、银行、投资三大主营业务为一体、核心金融与互联网金融业务并行发展的个人金融生活服务集团之一。中国平安致力于成为国际领先的个人金融生活服务提供商，坚持“科技引领金融，金融服务生活”的理念，通过“综合金融+互联网”和“互联网+综合金融”两个模式，聚焦“大金融资产”和“大医疗健康”两大产业，围绕保险、银行、资产管理、互联网金融四大板块，为客户创造“专业，让生活更简单”的品牌体验，获得持续的利润增长，向股东提供长期稳定的价值回报。中国平安拥有87万名寿险销售人员和约27.5万名正式雇员。从保费收入来衡量，平安寿险为中国第二大寿险公司，平安产险为中国第二大产险公司。

项目概述

1993年，初创不久的平安成立了“希望工程”救助小组，开始落实“中国平安希望小学建设项目”，以帮助失学儿童重返课堂。1994年，随着安徽六安第一所平安希望小学的落成，平安希望小学公益事业正式开启，截至目前，平安已在全国完成了114所平安希望小学援建，每年都定期组织志愿者到学校开展志愿服务。截止2015年12月31日，志愿者服务时间已经累计超过18万小时。从硬件建设到软件支持，平安建立起了一套规范化、系统化的帮扶模式，项目主要开展的内容包括：①以希望小学校舍等基础设施修缮为重点的百万维护计划；②奖励品学兼优、家境困难的学生，鼓励和支持他们完成学业的希望奖学金；③以招募志愿者援助乡村师资建设为主的支教行动；④开展平安希望小学校长、主要课任教师培训，帮助教师提升业务技能为内容的教师培训计划。



项目内容

1. 项目策略

平安在教育公益、灾难救助、环境保护、社群公益等方面，累计投入逾3亿元。在发展业务的同时，累积自己的‘商业之德’，以发自内心的善意与公众、社会、自然打交道。在这个过程中，平安赢得了客户的忠诚、公众的关爱和社会的支持，并获得了迅猛发展。除了每年常规投入的希望小学支教项目，平安还为500多所农村的希望小学配备了平安小球场，为7所平安希望小学捐建了梦想中心教室，丰富了教育公益项目的内容。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币约800万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币超1个亿。

3. 各方参与

(1) 外部合作

平安支教行动还覆盖了客户、社会公众和媒体等。每年都有坚持参与支教的志愿者，有自费为学校捐赠物资的客户朋友，有发动社会力量一起参与活动的大众媒体。

(2) 企业内部参与

项目开展期间，平安的高管、员工、保险代理人纷纷加入支教行动的志愿者行列。

4. 可持续性

平安集团统筹在每年初制定希望小学年度规划，分别由集团统一执行希望小学奖学金和教师培训项目，由平安各分支机构执行支教活动和希望小学校舍维护项目。企业内部组织明确，通力合作，并整合员工、客户、保险代理人、社会公众、媒体等资源，根据需求调整项目策略，制定年度主题，保持项目的持续发展。

5. 社会贡献

(1) 共援建了全国31个省市自治区114所平安希望小学，援建希望小学受助学生约30万人，支教活动受助学生约10万人。

(2) 获得平安各业务单位、员工、客户极大认可和支持，获得较好品牌口碑，同时，平安分支机构与各地政府建立了良好的关系。

(3) 2015年制作了《平安支教项目案例报告》、《知识众筹100问》等可视化成果。



6. 传播影响力

2015年度平安支教传播主要分布在三个阶段——“招募期”、“众筹期”、“支教期”，并全面运用了微信、微博、豆瓣、论坛、贴吧等主流媒体资源。

招募期：活动微站总浏览量21,273人次；微信稿件共计发布12个微信大号，覆盖人群2,641,788人，共计阅读量63,314人次；微博话题共计发布13个微博大号，覆盖粉丝人群1,138万人，总阅读量280.6万人次，总转发量2,723人次，总评论量759人次；豆瓣传播帖共计发布15个相关小组，5个小组进行置顶，小组粉丝总数618,892人。

众筹期：微信稿件共计发布8个微信大号，覆盖人群172,125人，共计阅读量103,577人次；微博话题共计发布7个微博大号，覆盖粉丝人群2,012万人，总阅读量202.4万人次，总转发量1,213人次，总评论量809人次；发起豆瓣线上活动一次，共发布两个小组，小组人员总数836,835人；豆瓣传播帖共发布十个论坛，点击总数10,671次，回复总数106个，精华帖数两个。

支教期：微信稿件共计发布12个微信大号，覆盖人群4,257,973人，共计阅读量99,769人次；微博话题共计发布9个微博大号，覆盖粉丝人群1,261万人，总阅读量250.2万人次，总转发量2,760人次，总评论量779人次；网络新闻稿件共计发布10个媒体平台。



中国平安
官方微信



北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司

Beijing Mercedes-Benz Sales Service Co., Ltd.

梅赛德斯-奔驰“安全童行”儿童道路安全教育项目

2012年至今

专家点评：该项目将儿童作为关注对象，通过公众教育的方式，提升小孩子的安全意识，充分展现了安全教育的魅力，在国内儿童道路安全教育领域起到了很好的示范作用。



公司简介

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司由戴姆勒股份公司和北京汽车股份有限公司合资建立，于2013年3月1日正式投入运营。公司业务职能涵盖奔驰品牌、smart品牌以及AMG品牌在华的销售与市场、经销商网络发展、售后服务、大客户及二手车业务等诸多领域。通过协同统一的战略与政策，梅赛德斯-奔驰将进一步深化其在中国市场的业务及影响力，并致力于实现在华高质量、可持续的长远发展。梅赛德斯-奔驰亦通过梅赛德斯-奔驰星愿基金持续践行企业社会责任，积极投身于社会公益事业。

项目概述

2012年4月，梅赛德斯-奔驰将母公司戴姆勒在全球最早、影响范围最广的儿童道路安全项目——“安全童行”引入中国。该项目一方面通过开发适合中国学校的专项校本课程，并将教材引入学校日常教学计划中，打造校园“第一课堂”，惠及北京、上海、苏州、广州等地206所小学的10万余名学生；另一方面与儿童职业体验中心合作，在北京、上海和广州分别建立大型儿童道路安全教育体验中心——“道路安全·公众教育基地”，通过“第二课堂”提供课外互动体验，以寓教于乐的方式倡导全方位的安全理念，帮助4至10岁的中国小朋友学习适应和使用不断变化的道路环境。此外，梅赛德斯-奔驰还在全国的奔驰经销商展厅建立了50家“安全童行”社区教育基地，让更多城市的儿童能够更便捷地参与到道路安全学习和实践中。未来，梅赛德斯-奔驰将在全国范围内推出“道路安全·大篷车”试点项目，并针对现行的“安全童行”教材进行优化升级，为更多的家庭和孩子提供儿童道路安全教育的全新移动式体验，扩大项目影响力。

项目内容

1. 项目策略

作为汽车发明者和行业领导厂商，梅赛德斯-奔驰不仅关注驾车者的安全，更将行车环境中所有人的安全置于履行企业社会责任的首选考虑要素。通过实行“安全童行”校园计划、打造公众教育基地，带动合作伙伴经销商一起践行公益，让道路安全教育辐射到更多学校、社区和家庭，最大化公益效益。同时帮助经销商改善社区关系。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：约人民币900万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币近2,600万元。

3. 各方参与

（1）外部合作

梅赛德斯-奔驰携手中国青少年发展基金会、国际青年成就等权威专业合作伙伴，通过寓教于乐的方式，开发适合中国学校的校本课程、道路安全·公众教育基地、社区教育基地等多种方式，面向中国儿童展开多样化的道路安全教育。同时还发动奔驰车主、媒体、社会大众等参与到志愿活动中。

（2）企业内部参与

项目开展期间，奔驰员工和遍布全国的经销商伙伴均积极参与到志愿者行动中，开展“安全童行”项目培训、知识普及与社区活动等，真正实现从课内到课外、从学校到家庭、从城市到农村，全面普及儿童道路安全知识。

4. 可持续性

梅赛德斯-奔驰高度整合多方资源，从扩大覆盖层面及强化教育深度两方面入手，并且发动一切可利用的志愿者资源，实现“安全童行”项目的全方位覆盖，真正将课内与课外、学校与家庭、城市与农村联系起来。在开展项目的同时，与各利益相关方保持良好的互动关系，进一步推动了项目的持续发展。

5. 社会贡献

（1）截止2015年底，“安全童行”课程影响了超过10万名学生；建成3家“安全童行”公众教育基地；在全国经



销商展厅建成50家“安全童行”社区教育基地；在北京、上海两地举办了三届“小学生未来交通安全创意大赛”及“教师教学大赛”，鼓励学生就未来交通主题展开思考，激励教师不断提升教学质量。

（2）项目覆盖北京、上海、苏州、广州及成都等22个省、市地区的4至10岁的中国小朋友，家长、经销商及社会公众。

（3）项目受到企业内志愿者、合作伙伴中国青少年发展基金会、国际青年成就等的高度认可，获得政府、NGO、媒体的多个奖项，并制作了《安全童行宣传片》。

6. 传播影响力

项目微博@奔驰安全同行累计发布博文899条，2014-2015发布36条微博累计获得5,043次转发，1,339条评论；基金微博@奔驰星愿基金累计发布博文814条，“安全童行”相关80条，相关热门微博转发超过7,554，评论超过149，点赞超过1,219次；“中国青基会星愿基金”微信账号发布“安全童行”项目相关博文11篇，获得19,785次阅读；“安全童行”项目系列活动得到电视、广播、网络等各类媒体的广泛传播；还通过经销商门店海报及微信微博进行大量传播；2013年-2015年的中网期间，奔驰设立专门的“安全童行”移动课堂展台，期间，奔驰员工、明星志愿者向公众传播儿童道路安全理念，受到广泛好评。



中国青基会奔驰
星愿基金
MBstarfund



Apple

中国高校计算机大赛—移动应用创新赛

2016年3月至今

专家点评：该项目以最前沿的思维和最先进的技术，支持中国大学生参与科技创新，助力移动互联网时代优秀人才的培养，有助于提升大学生的创新意识与创业精神，推动中国科技创新事业发展。

公司简介

自1976年成立以来，Apple始终坚持“我们的目标是创造卓越的产品，丰富人们的生活”这一愿景，主营业务涵盖设计、开发和销售消费电子、计算机软件、在线服务和个人计算机等。Apple致力于通过其创新的硬件、软件和服务，为客户带来最佳的体验，不断催化生产和生活方式的变革，持续推动行业技术革新。

Apple高度重视中国市场，在将极致的产品体验和服务提供给中国消费者的同时，也见证、参与和共享了中国经济社会的快速发展，带动了中国电子信息行业商业运营模式、技术研发水平的创新和提升。目前，Apple已成为中国最大的外资投资方，每年在大中华区投入超过560亿美元。其中，绝大部分资金投入中国大陆的研发、制造、生产等方面。



项目概述

中国高校计算机大赛(China Collegiate Computing Contest, 简称C4)是面向全国高校各专业在校学生的科技类竞赛活动。2016年设三个竞赛模块，其中“移动应用创新赛”由清华大学、Apple联合主办。“移动应用创新赛”旨在促进高校计算机课程教学内容和教学方法改革，激发学生创新意识，提升学生计算机问题求解水平，特别是计算机程序设计、大数据处理和移动应用的设计与开发能力，培养团队合作精神，提高大学生的综合素质；促进校际交流，提高全国高校计算机应用水平；进一步营造良好的校园学术气氛。大赛要求各参赛队伍应用移动设备技术开发新的app，帮助应对中国在多个领域面临的严峻挑战，包括但不限于工业、农业、健康医疗、环境保护、教育、养老、行政管理、安全及大数据应用等，激励大学生发挥创想，积极参与，共同推动我国科技创新事业在广度和深度上得到持续发展，并助力新时期拔尖创新创业人才的培养。

项目内容

1. 项目策略

Apple在全球的教育领域有着30余年的历史与经验，一直致力于通过与全球教育工作者的合作，共同探索和改善教育和学习体验，不仅开展了开创性的研究，与教育专家建立了密切关系，同时还与众多教育工作者展开了紧密合作。联合主办中国高校计算机大赛就是Apple运用自身的技术优势，协同各方面的力量，建立起的多元参与格局，以助力新时代创新创业人才的培养，推动中国教育和科技创新战略的实施。

2. 各方参与

（1）政府支持

与教育部高等学校计算机类专业教学指导委员会、教育部高等学校软件工程专业教学指导委员会、教育部高等学校大学计算机课程教学指导委员会、全国高等学校计算机教育研究会建立良好的合作关系。

（2）外部合作

与清华大学联合主办此次大赛。

3. 可持续性

在“大众创业，万众创新”的时代背景下，创业创新日益成为综合国力竞争的制高点，而大学生作为最具活力和潜力的群体，培养其创业创新能力，是社会发展所面临的重要而紧迫的课题。Apple作为极具全球影响力的创新型科技企业，深知创新是推动经济社会发展基础动力，矢志于运用自身的技术和产业生态优势优势，助力培养高校学生的创新意识与创业精神，更好、更广泛地培育新时代拔尖创业人才，并将其作为推动中国科技事业加快发展的重要一步，而系统化地投入资源，进行持续推进。

4. 社会贡献

（1）共有来自全国161所高校的361支团队、共343人参与了本次竞赛，初赛阶段最终有120支团队的作品顺利入围复赛。

“中国高校计算机大赛”启动仪式及组织工作会议

中国·北京 2016年3月23日



（2）Apple还通过开放的在线平台和移动互联创新生态，帮助大赛选手由创新走向创业，进而为双创添动力。

（3）项目获得教育部“2015年度最佳合作伙伴”荣誉。

5. 传播影响力

运用官方网站、官方微博，以及高校伙伴自媒体与多种互动活动，全程、实时跟踪报道大赛赛况。



数据派

佳能（中国）有限公司 Canon (China) Co., Ltd. 佳能影像之桥 2013年至今



专家点评：影像技术+影像教育+影像交流+公众参与，是该项目的核心内容。项目以中国希望小学为中心，辐射印度、菲律宾、台湾、香港、日本、新加坡、泰国、越南、马来西亚等亚洲国家和地区，为CSR项目连接中国与世界，提供了一条可借鉴的成功之路。



项目概述

“佳能影像之桥”项目关注青少年的教育启蒙领域，倡导和推行用佳能尖端的影像技术，为青少年普及知识、扩展视野、增进交流。自项目实施以来，“佳能影像之桥”经历了硬件支持—影像课堂—影像交流三大发展阶段。在培养孩子的动手能力、沟通能力以及专注、发现美和快速学习的能力的同时，也通过交流，使孩子们与异地小伙伴们分享快乐，收获友谊。截至2015年底，亚洲10个国家和地区参与“佳能影像之桥”项目的学校数量260所，参与“佳能影像之桥”学生人数7,217人，累计拍摄、交流照片数量13,133张。2016年5月22日，“青少年摄影教育修史”项目正式启动，主要针对1930年到2010年的中小学摄影教育史进行系统性的梳理、总结和研究，佳能（中国）为修史工作提供全方位的软硬件支持。

公司简介

佳能公司于1937年成立。目前，佳能全球以光学为核心的影像系统产品、办公产品以及工业产品等领域发挥着巨大的影响，通过在美洲、欧洲、大洋洲、亚洲建立区域性总部，展开全球化多种经营战略。

佳能中国的事业开始于20世纪70年代末，现在已经在大连、珠海等地拥有包括生产、研发、销售在内的12家法人机构，在华投资总额累积超过10亿美元，拥有员工约4万人，基本建成华北、华东、华南、西南、东北、西北6大区域总部，32家分支机构，形成了覆盖全国的销售和服务网络，为中国广大客户提供高品质的产品和完善的服务。1997年3月6日，佳能（中国）有限公司正式成立，全面负责佳能在中国市场销售的各项工作。截至2015年底，佳能（中国）拥有员工1,799人。



项目内容

1. 项目策略

佳能拥有领先于世界的影像技术以及从影像输入到影像输出的全线产品，将其投入到公益活动当中，有效地提升公益事业的效率。佳能推行和实施战略型公益模式，分别从受助者和资助者的角度，不仅紧密对接外部的市场需求，同时注重结合企业的业务运营，从发挥企业的专业优势出发，最大化、最持续地给受助者带来积极、健康的正能量，从而帮助企业实现持续、稳定、健康发展。

2. 各方参与

(1) 外部合作

项目启动初期，佳能（中国）与教育主管部门、学校等关键利益相关方合作。项目还以摄影大赛、影像课堂、摄影展等形式，联合了NGO（中国青少年发展基金会）、全国青少年摄影教育指导委员会、媒体、公众、摄影爱好者等多个利益相关方。项目成果不仅通过媒体合作伙伴进行了广泛传播，还捐赠给研究机构、文化馆等机构用于“青少年摄影教育修史”的编制。

(2) 企业内部参与

公司各部门给予专业支持。佳能（中国）还通过网络志愿者服务系统，将志愿者管理体制、审批流程，支援活动的组织、运营、招募、宣传和效果评估。

3. 可持续性

佳能充分运用各公司和分支机构辐射资源和优势，以佳能（中国）为核心，把控项目整体进度和效果。不断探索如何将教育与自身影像专业相结合，进一步深化项目内涵，提升教育项目的专业化、品牌化，并在探索过程中强化与外部利益相关方的沟通、协作。项目实施后，征集和记录参与利益相关方反馈意见。同时，将相关成果文件进行整理归档，评估项目实施效果，不断改进，持续扩展项目的深度与广度。



4. 社会贡献

(1) 截至2015年底，亚洲10个国家和地区参与“佳能影像之桥”项目的学校数量260所，参与“佳能影像之桥”学生人数7,217人，累计拍摄、交流照片数量13,133张。间接影响近30,000余人。

(2) 以中国希望小学为中心，辐射印度、菲律宾、台湾、香港、日本、新加坡、泰国、越南、马来西亚等亚洲国家和地区。将影像交流与互联网结合，建立了亚洲首个青少年影像交流公益平台，为青少年在互联网上开辟了一片新的影像交流空间；为修史工作贡献其多年来在青少年影像教育领域的实践成果，并提供全方位的软硬件支持。

(3) 佳能（中国）董事长兼首席执行官小泽秀树对“佳能影像之桥”项目高度重视。企业志愿者积极参与活动，并给予充分认可。获得政府、NGO、媒体的10余个奖项。

(4) 构建“佳能影像之桥”交流平台。

6. 传播影响力

通过佳能影像公益、“佳能影像之桥”交流平台、佳能影像公益微博进行宣传。佳能影像公益微博每周发布三条以上“佳能影像之桥”微博。



佳能官方微信
canon_china



影像公益微博
二维码

联合技术公司

United Technologies

联合技术青少年STEM科普教育计划

2015年至今

专家评价：该项目充分发挥跨国公司的全球资源网络优势，从青少年科普入手，着眼未来，通过引进国际先进STEM知识与课程，以一种可持续、可扩展的方式，帮助青少年成长，为中国培养未来的科学家和工程师。项目以其前瞻性和国际化视野，领跑青少年科普教育。



公司简介

联合技术公司（UTC）是全球建筑系统和航空领域的领导者，总部位于美国康涅狄格州的法明顿，业务遍及世界180多个国家和地区，员工约20万人。联合技术公司的商用业务包括奥的斯电梯，扶梯和自动人行道，联合技术环境、控制与安防的暖通空调，制冷，消防与安全系统，以及建筑自动化与控制系统；航空业务包括普惠航空发动机和联合技术航空系统。公司还设有中心研究机构，旨在研发能够改善产品性能，提高能效并降低成本的技术，被巴伦杂志评为全球最受尊敬的企业，并被《财富》杂志评为排名第二的“最受尊敬航空航天与国防企业”。

项目概述

STEM教育就是科学（Science）、技术（Technology）、工程（Engineering）、数学（Mathematics）的教育，旨在培养学生的科技理工素养并启发创新与实践相结合的解决方案导向的学习思路。2015年3月20日，联合技术公司与中国友好和平发展基金会共同发起青少年STEM科普教育计划，在北京，上海，红安等城市的中小学试点进行STEM课程推广以及相关公开课，系列讲座，科技进校园，先进制造设施参观，科普创新夏令营等一系列二十多项青少年科普教育活动，惠及超过一万多名中小学生。此外，该项目还成功完成美国康涅狄格州科技馆和联合技术开发的3本STEM案例集的翻译工作，并挑选了其中一个案例——《桥世界》——进行本土化的工作，最终完成适合在中国实施的STEM课程，并面向全国近500名科技骨干教师进行了培训。



项目内容

1. 项目策略

项目充分发挥跨国公司全球资源网络优势，通过引进国际先进STEM知识与项目，加速本地创新人才走向国际化发展的进程。同时，打通从科普兴趣早期培养，青少年STEM教育体系形成，到创客与发明家培养与孵化，乃至全球领先企业可持续创新策略和人才策略的完整创新产业链和人才培养机制，在与教育权威机构，专业公益伙伴，社会创新伙伴以及跨行业的STEM推动者形成相互配合，补充，促进，实现社会投入效益的最大化。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币180万元。

3. 各方参与

(1) 政府支持

该项目得到了中国人民对外友好协会，中国友好和平发展基金会，中国科协下属的中国青少年科技辅导员协会，中国科技青少年科技中心的大力支持。

(2) 企业内部参与

联合技术全球和中国管理团队参与到活动启动、青少年辅导及员工动员的支持工作中；联合技术航空系统，奥的斯电梯，开利空调，联合技术研究中心等子公司专业团队大力支持。

4. 可持续性

联合技术青少年STEM科普教育计划以一种可持续、可扩展的方式，持续地为培养中国未来的科学家和工程师输送专业资源。此项目在激发学生和家长对科学的兴趣，帮助教师提升教学能力的同时，也使联合技术的员工可以将其工作中的技能用于志愿者活动中。

5. 社会贡献

(1) 该项目致力于帮助中国青少年了解科技知识，增加科技兴趣，履行自身的社会责任，覆盖全国范围内的地科学教育工作者、教师、学生及其家长，其中直接受益学生1,600名，教师500名，间接影响超10,000人次。

(2) 发布了《桥世界》。

SAP中国研究院 TREES社会创新项目 2011年至今

专家点评：该项目运用企业作为全球企业应用软件市场领导者的优势，以技术和创新引领企业社会责任，赋能青年人参与社会领域的发展，用社会创新设计思维参与解决社会问题。项目与大中华区283所院校的合作，累计惠及90万学生，聚焦青年成长和人才培养，具有重要的示范意义。



公司简介

SAP公司成立于1972年，总部位于德国沃尔多夫市，是全球最大的企业管理和协同化商务解决方案供应商，世界第三大的独立软件供应商，位列财富500强，在全球190多个国家的超过310,000客户正在使用SAP软件。福布斯前100个最具价值品牌中98%的企业都正在从SAP的管理方案中获益。

SAP中国研究院成立于2003年，其前身为1997年创立的SAP中国研发中心，现已成为SAP全球第三大研究院。秉承着“立足中国，创新中国，影响世界”的愿景，SAP中国研究院多年来持续创新，伴随全球数字经济时代的到来，SAP中国研究院依托SAP全球研发网络基于ISO9001:2008认证的严苛研发标准，借助业界领先的SAP HANA平台，持续打造面向不同行业，适合各类企业规模的全系列产品及解决方案，帮助客户简化技术架构、业务流程及决策，进行数字化转型，构建全新业务模式，实现企业运营的“大道至简”。

项目概述

SAP中国研究院推出的TREES社会创新项目，该项目涵盖五大部分内容，暨Thought leadership（企业社会责任创新领军企业）；Run for love（为爱奔跑）；Empower social enterprises（创新助力社会企业成长）；Enable differently-abled people（帮助弱势群体）；Skill the youth（赋能于青年）。在青少年教育领域，SAP中国研究院始终致力于为年轻人提供创新能力建设的支持，开展培养最新科技领域工业4.0中国人才、提供openSAP免费在线课程、与大学合作培训专业人才、社会创新设计思维—青年志愿服务以及支持贫困及边远山区的教育等内容，帮助年轻人用创新的方式来解决社会问题，并以自身的专业知识和科学技能为此做出榜样。



项目内容

1. 项目策略

作为全球企业应用软件的市场领导者，SAP所设立的企业社会责任目标是赋予青年人所需技能更好地解决社会问题，并在数字经济中更好地发展。SAP采用“授人以渔”的方式，利用企业核心人才，核心技术和核心咨询方法论，将先进的设计思维方法论作为创新和业务发展的基石，前沿的创新技术是优势，庞大技术团队是志愿服务的坚实后盾，综合企业各方面资源，充分赋能青年人参与社会领域的发展。

2. 项目费用

2015–2016年度投入：人民币350万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币850万元。

3. 各方参与

（1）政府支持

该项目得到了工业和信息化部信息化和软件服务业司的大力支持，部委领导对于SAP中国研究院在推动工业4.0相关培训方面的工作，听取了汇报，给予了高度的赞扬，并给出了进一步合作的指导意见。

（2）外部合作

与中国科学院沈阳自动化研究所合作研发工业4.0示范产线；通过与高校及科研机构的合作，将当前的前沿信息技术及实用的企业解决方案编写成课堂教学的课程课件，免费开放给在线用户；与来自北京，上海，成都，深圳的各个团队志愿者一起，为大学生及社会企业，公益组织提供设计思维工作坊的志愿服务。

（3）企业内部参与

SAP全球高级副总裁、SAP全球研发网络总裁、快速增长战略市场总裁、SAP中国研究院院长等多位高层领导参与项目指导，并听取工作汇报。近20位资深产品经理和研发人员参与项目设计与研发。



4. 可持续性

项目依托工信部的支持，通过与国内优秀的高校及科研机构合作，定期组织会议与合作伙伴深入沟通，建立和保持联系，不断优化设计，培养数字经济时代的人才，助力青年群体创新性地发现和解决社会问题。

5. 社会贡献

（1）工业4.0示范产线从原型设计到实际产线搭建完毕，一直获得中德双方国家领导人的高度关注。产线搭建完成后，于2015年12月在乌镇的第二届世界互联网大会上，向习近平主席进行了演示，获得了习近平主席的首肯和关注。

（2）目前在大陆合作的大学已有244所，与港澳台合作的有39所，其中包括一所蒙古大学。为院校的老师提供免费师资培训，仅2015年就为470多名教师提供免费培训。与大中华区283所院校的合作累计惠及90万学生。

（3）SAP在中国四大城市（北京，上海，成都，深圳）的100多名设计思维志愿者不间断地为大学生和社会组织提供着社会创新的指导服务。在2015年全年，共有超过1,208位青年人通过45场设计思维工作坊受益。通过与公益组织的合作，设计思维方法论在2015年全年的辐射和影响超过了93,129位年轻人。同时，SAP中国研究院也将先进的信息技术引入捐助的希望小学，从多方面缩短偏远山区学生与外界的距离。

（4）截止目前，openSAP在线免费课程平台已有30,000中国的注册用户，为中国学员共推出了7个在线课程，已有超过60,000人次报名完成了这些课程。

6. 传播影响力

通过SAP中国研究院官方微博、微信，SAP中国官方微博，SAP大学生社区，DT小益（志愿者自主管理账号），平面媒体，电视媒体（中央电视台，上海电视台等）进行对外宣传。整个项目内容相关的媒体报道和网站转载报道840多篇，同时通过微博微信平台对外发布信息，总阅读数近170万。



SAP中国研究院微信公众号



SAP天天生



DTV小益

安利（中国）日用品有限公司

Amway（China）Co.,Ltd

为5加油——学前儿童营养改善计划

2016年3月至今

专家点评：该项目以政策为导向，聚焦贫困农村地区的3-5岁学龄前儿童，在春苗营养计划的基础上，继续深耕儿童营养改善，为更多家庭和孩子提供福祉。该项目是安利以儿童营养为核心的CSR项目系统的最新升级，有助于推动全社会，共同关注和支持贫困地区儿童营养状况的改善。



公司简介

1995年，安利（中国）正式成立。经过20年的发展，目前安利（中国）经营区域已遍布全国29个省、自治区和5个计划单列市，中国也成为了安利全球最大的市场。安利进入中国20年来，始终积极履行社会责任，重点关注儿童、环保和志愿者三个领域。

项目概述

2015年8月，安利公益基金会联合中国儿童少年基金会、中国发展研究基金会、中国营养学会发起“为5加油——学前儿童营养改善计划”。该项目从营养干预、营养教育、社会倡导三方面发力，帮助中国贫困地区3-5岁儿童拥有健康成长环境。项目专门设计开发了一款公益营养补充品——儿童营养咀嚼片，以免费发送的形式改善贫困儿童因营养不良导致的发育迟缓、贫血等健康问题。并通过开展营养健康教育活动，提升幼教、孩子及家庭的营养意识，全方位改善贫困地区儿童营养状况。

2016年开始，项目为贵州、青海、山西、湖南、甘肃5个省份500多所乡村幼儿园的3-5岁儿童带来营养改善支持，5年内计划为中国22个中西部省份20万名学前儿童发放营养补充品、开展营养健康教育，培养5,000名儿童营养健康领域的工作者。该项目还将总结针对贫困地区学龄前儿童的全面营养改善解决方案，以向全社会推广，并发布项目研究报告，为国家贫困地区儿童发展战略与相关普惠性政策措施的出台与实施提供参考。

项目内容

1. 项目策略

安利公益基金会鉴于国家推动儿童早期发展的政策方向，结合此前春苗营养计划项目所在学校中配套的幼儿园资源，对贫困农村地区的3-5岁学龄前儿童开展创新的营养改善与教育工作，为3-5岁儿童公益营养项目提供实质性帮助。项目把握了儿童慈善行业的先机，合理沿用安利公益基金会春苗营养计划的网络优势，引入纽崔莱产品研发优势，激发数十万安利营销人员的公益热情，引领营养类公益项目的创新。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币803万元。

3. 各方参与

(1) 外部合作

联合发起方：

中国发展研究基金会——国务院智库机构发起的研究型基金基金会，在项目落地实施、监督评估与政策倡导方面提供支持。

中国儿童少年基金会——中国第一家为儿童少年教育福利事业服务的全国性公募基金会，在项目公众层面的传播、参与、筹资方面提供支持。

专业支持：

中国营养学会——中国营养学研究者组成的学术团体，未来还将在公众营养知识普及与健康倡导方面提供专业支持。

(2) 企业内部参与

纽崔莱儿童公益研究院依托纽崔莱全球领先的营养素研发经验，为项目提供专业技术支持；通过安利专业化的志愿者服务网络，建立项目多元的志愿者参与机制，完成调研、培训、实施到监督等全方位的深度介入，确保项目的执行。

4. 可持续性

项目围绕企业主业开展，与华东师范大学学前教育系合作，共同开发和提供适用于中国贫困地区学龄前儿童的营养健康教学内容，并对山村幼儿园教师



提供培训和支持，从知、情、行三个方面对学前儿童的健康发展进行引导，在营养干预的基础上通过营养教育让儿童可以把健康习惯坚持到后续的学习生活中。基于移动互联网和云技术，开发微信端和PC端的为5加油管理平台，帮助山村幼儿园教师用简单可靠的方法监测儿童发展状况，与儿童全面体检数据相匹配，用于后续研究和评估学龄前儿童经营养措施干预后的营养状况改善情况。

5. 社会贡献

项目实施以来，已为中国5省5县545个幼儿班9,800名学前儿童发放了210万份营养补充剂，培训幼师400名，发放食育课程教具400套，在387个幼儿班开展了学前儿童食育教育。计划在3-4年内，为22个中西部贫困省20万名学龄前儿童发放营养补充剂，培养5,000名幼师开展食育教育，改善3-5岁贫

困地区学前儿童发育迟缓状况，并与中国发展研究基金会和中国疾病预防控制中心营养政策室合作，总结模式与方法，共同推动国家政策完善。

6. 传播影响力

在中国，有1,000万5岁以下贫困儿童营养匮乏，生长迟缓。他们与营养之间就相差一个食物的距离。2016年5月20日中国学生营养日，安利公益基金会发起“头顶食物为5加油”公益倡导活动，号召全社会晒出头顶食物照片，并为孩子们捐助营养。活动开展期间，影星黄晓明亲身参与，呼唤公众“为5加油”，近40家企业、高校等团体加入。短短7天内，#头顶食物#的社交网络互动量达到1亿次，8万多名公众参与其中，募得善款超过126万元。



安利公益基金会
微信服务号

远洋集团控股有限公司

Sino-Ocean Group Holding Limited

小伙伴成长计划——少数民族文化教育支持项目

2008年至今

专家点评：支持少数民族文化教育和传承，帮助偏远贫困地区改善教育资源不均衡的状况，是企业CSR战略的核心目标之一。从2008年至今，该项目已经在四川、青海、新疆、贵州、云南、河北、湖南、内蒙古和北京落地。作为地产行业知名的CSR品牌项目，项目助力企业品牌影响力的提升，是CSR品牌与企业品牌共同成长的成功范例。



公司简介

远洋集团创立于1993年，并于2007年9月28日在香港联合交易所主板上市，为内地在港上市房地产公司十强之一。2008年3月，被纳入香港恒生综合指数及恒生香港中资企业指数成分股。远洋集团以“为中高端城市居民及高端商务客户创造高品质环境”为使命，致力于成为以卓越房地产实业为基础，具有领先产业投资能力的投融资集团，主要涉足住宅开发、不动产投资开发、客户服务业、房地产金融等业务领域。“北京远洋之帆公益基金会”由远洋集团控股有限公司于2008年8月出资并于北京市民政局注册成立，系统地承担起了远洋集团履行社会责任（CSR）的职能。

项目概述

“小伙伴成长计划——少数民族文化教育支持项目”，持续关注少数民族学生的生活、教育及发展，旨在帮助有传承民族文化强烈愿望但缺乏资源的中小学校建立特色传统文化教室、课堂，通过对传统文化的保护和传承，提升教师教育教学水平，推动学生文化素质的提高，促进少数民族地区教育的发展，给予这些少数民族的孩子一个延续传统的机会、一个得以求生的技能、一个看世界的舞台，是一个创新的、可持续的、具有生命力和活力的慈善项目。





项目内容

1. 项目策略

“小伙伴成长计划”发展至今历经三个重要阶段：“助学金捐助”、“学校硬件设施与可持续发展”、“少数民族文化教育支持项目”，使基金会对少数民族孩子的关注从“个人资助”上升至“整体教育”层面，从民族文化保护抓起，推动整体教育水平的发展。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币19万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币约120万元。

3. 各方参与

（1）政府支持

羌族自治县教育体育局、羌族自治县禹里乡相关领导参与了“羌族民族文化教育支持项目”的挂牌启动现场活动，并对基金会长期以来为推动北川羌族地区的教育发展所做出的努力给予了高度评价。

（2）外部合作

志愿者和媒体充分投入到项目中，两个支持项目的学生代表还参与了基金会在北京举办的系列大型公益活动“爱唱响音乐季”，在“爱唱响”音乐晚会上表演了具有浓烈民族气息的羌族、瑶族歌舞与羌笛合奏，并现场展示了女书法。

（3）企业内部参与

基金会志愿者，包括企业员工，全程支持现场活动。



4. 可持续性

学校每年向基金会提交“教育支持项目”运作的学年度运营计划，并以学期为周期，向基金会提供“教育支持项目”运作情况说明及活动资料，包括文字及照片资料，基金会经过评估，总结成果，对下一年的项目进程做出合理规划，保证了项目的持续发展。

5. 社会贡献

（1）项目覆盖湖南、四川、北京、贵州、内蒙古、青海、新疆、云南等9个省市，直接受益30,000多人次，辐射逾200,000人。

（2）项目覆盖湖南省江永县上江圩镇中心小学、四川省北川羌族自治县民族中学、北京延庆第二小学、延庆三中、延庆七中、延庆八中、延庆十一中、延庆二道河中心小学、延庆八里庄中心小学、永宁学校、四海小学、张山营学校、井庄中学、井家庄中心小学、姚家营中心小学、贵州望谟县边界小学、内蒙格日勒图蒙古族学校、青海吉尼赛第二

中心寄宿制学校、着晓乡中心小学、新疆青河县中学、云南石洞门小学、黄草坝小学、平坝中学等40所中小学。

（3）2014年10月，基金会印制《成长、希望、未来 看世界爱心之旅图片故事集》，详细整理、记录了“小伙伴成长计划”的每一次公益志愿活动，编者把每次活动都总结成了一个生动的故事，图文并茂，制作精良。

6. 传播影响力

基金会设有“北京远洋之帆公益基金会”官方网站、微博和官方微信公众账号，同步发布所有的项目新闻与展示。此外基金会还与新浪网、凤凰网、北京晚报、中国网、四川新闻网、永江新闻网等多家媒体合作，共同发布新闻与活动信息。



北京远洋之帆
公益基金会



普利司通（中国）投资有限公司

Bridgestone (China) Investment Co., Ltd.

“普利司通·幸福七巧板”第二课堂公益支教项目

2009年至今

专家点评：该项目聚焦乡村审美教育，通过开展“第二课堂”和“成长教室”，把想象力、创造力、美与快乐带到乡村学校，为支持乡村教育发展，提供了新思路、新方法和新经验。



公司简介

普利司通中国轮胎事业自1999年在中国实现国产化以来，事业规模不断扩大。目前已构筑包括中国总部、4处生产据点（沈阳、天津、无锡、惠州）、1处培训中心（无锡）、2处研发机构（无锡、宜兴）在内的，涵盖生产、管理、销售、研发机能的经营体系。现在，普利司通制造的高品质、高性能产品的优越性，通过普利司通所建立的细致入微的服务体系，正被遍布全国各地的代理店网络和特约零售店大力推荐给消费者。

“Serving Society with Superior Quality（以卓越品质贡献社会）”是普利司通集团自创建以来始终不变的使命。普利司通集团追求的卓越品质不仅包括产品的品质、销售的品质，同时也包括服务的品质。因此，从网络建设、产品创新、服务体系、培训体制等各方面着手，着眼于未来市场，以全新的经营理念及差别化服务赢得了广大车主的信赖。

项目概述

“普利司通·幸福七巧板”是由普利司通（中国）投资有限公司和《南方周末》联合主办的一个旨在为乡村小学提供音乐、美术、体育、游戏等副科教育，通过“第二课堂活动室”与“第二课堂支教”的机动组合方式，为乡村小学的孩子们带去关于想象力、创造力、美和幸福的公益活动。截至2016年6月，“幸福七巧板”已走过四川地震灾区、三峡库区、陕西、贵州、广西、湖南、云南、湖北等省市自治区的欠发达地区，通过“第二课堂”（为乡村小学提供音乐、美术、体育等副科教育的支持）和“成长教室”（捐助体育、美术、音乐等教学器材以及大批课外读物）相结合的方式，将想象力、创造力、美与快乐带到乡村学校，与当地的老师和孩子们共同成长。



项目内容

1. 项目策略

“以卓越品质贡献社会”的企业使命也渗透到企业活动的各个方面，是普利司通坚持履行社会责任、不断推进公益事业信念。“普利司通·幸福七巧板”项目活动由第二课堂活动室建设、第二课堂支教、暑期田园夏令营、乡村教师关怀计划组成。年度实施，年度总控。灵活实用的实施方式得到了受助学校和参与NGO组织的一致认可和好评。作为首个以“关注乡村审美教育”为着眼点的公益活动，与普利司通展开CSR活动的初衷，以及脚踏实地地履行企业社会责任的出发点所切合。

2. 项目费用

2015-2016年度约90人投入此公益活动，项目费用：约200万人民币。

历年（2009年至今）约450人投入此公益活动，历年（2009年至今）项目费用：约550万人民币。

3. 各方参与

（1）外部合作

自2009年普利司通·幸福七巧板开展至今，受到了众多公益媒体、杂志以及门户网站的广泛关注及报道。

（2）企业内部参与

项目开展期间募集多名员工志愿者，积极参与到活动中。

4. 可持续性

作为国内首个明确提出“关注乡村审美教育”的公益类活动，普利司通·幸福七巧板灵活实用的实施方式得到了受助学校和参与NGO组织的一致认可和好评。除了第二课堂的支教，物资援助外，通过结合环保主题绘画比赛，世博会/企业参观，三峡文化之旅等特别活动的良机，对以往实施过七巧板活动的受助学校进行再一次的回访和持续支持。第二个五年计划阶段的“幸福七巧板·暑期田园公益夏令营”借助“夏令营”的形式继续扩大对乡村儿童及与其成长相关人群的关注。

5. 社会贡献

（1）迄今为止，该项目已为来自30所小学万余名师生带去了音乐、体育、美术等第二课堂教育支援，捐赠图书累计7万余册，并建立起了一个个崭新的成长教室。截止2016年5月的活动共有76名普利司通中国员工工作为志愿者参与支教，直接影响中国乡村学生及教师10,000名以上。

（2）自2009年已先后走进了四川地震灾区、三峡库区、陕西、贵州、广西、湖南、云南、湖北等地。



（3）众多来自社会和普利司通的员工志愿者积极参与项目；该项目还获得政府、NGO、媒体的10余个奖项。

6. 传播影响力

设立项目独立网站，对项目进展进行持续性推广；利用合作方媒体资源，定期在南方报业主流媒体上刊登本项目相关的公益广告，获取更广泛的社会关注；与企业其他品牌活动（如世博周宣传等）实现联动，通过对品牌活动的宣传实现项目的更多露出。2015年至今关于幸福七巧板项目的媒体报道数平面34篇，网络130篇。

雀巢 (中国) 有限公司

Nestlé (China) Ltd.

中国儿童营养健康教育项目——雀巢健康儿童全球计划

2010年至今

专家点评：该企业作为世界级食品企业，准确把握了营养健康这一宏大的社会需求，把促进中国儿童的营养健康作为企业社会责任的重要内容。通过与行业组织、研究机构和学校的合作，持续开展儿童营养健康宣传和教育，惠及250万少年儿童。



公司简介

雀巢是世界领先的营养、健康、幸福生活公司。我们始终恪守“优质食品，美好生活”的承诺，通过优质的食品与饮料在生命的每个阶段创造美好的生活。雀巢（中国）有限公司隶属于总部位于瑞士的全球最大的食品饮料公司——雀巢全球集团。雀巢在华生产的产品超过90%为国内生产和采购。至2015年底，雀巢在中国经营33个先进生产设施及雇用约53,802名员工（包括合资公司及惠氏营养品的员工）。作为一家履行社会责任的公司，雀巢始终重视环境保护、商业道德及社区责任。公司是联合国全球契约的在华缔约方。

项目概述

2010年5月，“中国儿童营养健康教育项目——雀巢健康儿童全球计划”正式在中国启动。雀巢与中国营养学会密切合作，旨在通过该项目向6-12岁的城市、农村小学学龄儿童传播正确的营养健康知识，培养小学生从小养成良好的饮食习惯，建立健康的生活方式。同时，项目面向学生、家长、教师、学校食堂管理人员普及科学营养知识，培养科学的营养观念。截止2015年底，该项目在全国覆盖十几个省份，惠及约250万小学生。2016年项目全面走进山东。



项目内容

1. 项目策略

“中国儿童营养健康教育项目——雀巢健康儿童全球计划”一直被定义为雀巢“创造共享价值”的重要组成部分。“创造共享价值”基于企业对社会的基本承诺，即严守法律，保护环境，遵守雀巢公司的业务原则和行为规范等。在此基础上，我们在雀巢的核心业务活动，即营养、水管理及农业社区发展等领域努力发现并改善社会问题。我们相信我们能够超越企业社会责任，通过核心业务为股东和社会创造价值，从而为社会发展做出重要贡献。营养是雀巢的核心业务之一。雀巢并没有只满足于向社会提供安全健康的食品，或是通过做公益等方式履行企业社会责任，而是将价值前置，着眼于如何通过教育传播促进中国儿童的营养健康这一宏大的社会需求，即：一方面，近年来中国儿童的营养状况得到了大幅度改善，儿童营养不良率迅速下降；另一方面，由于膳食结构不平衡、身体活动减少，造成了城市儿童超重/肥胖率快速上升。针对这种营养不良和肥胖率高涨的情况，迫切需要通过向学生传播先进、科学的营养健康知识，树立儿童正确的平衡饮食习惯，帮助儿童走上正确的营养健康轨道，提高身体素质。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币300万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币750万元。

3. 各方参与

(1) 政府支持

2014-2015年，“中国儿童营养健康教育项目——雀巢健康儿童全球计划”项目获得了河南省文明办、郑州市共青团、河南省共青团的支持，覆盖至河南全省。2016年，项目走进山东，获得山东省教育厅、山东省学校卫生协会等政府单位的大力支持和配合。

(2) 外部合作

联合中国营养学会、中国疾病预防控制中心营养食品安全所以及各地学校。

(3) 企业内部参与

作为雀巢“创造共享价值”理念的代表项目，2015年我们把“雀巢健康儿童全球计划”带到了公司内部，让鸟窝里的小雏鸟们也得以受益。“雀巢健康儿童绘画比赛”针对雀巢大家庭所有员工6-12岁的子女开放，参赛题材定为健康生活，画风不限。比赛受到了同事们的热烈响应和积极参与，陆续收到了全国各地同事提交的超过600幅作品。由第三方机构进行仔细筛选后，共评出100幅优秀作品入围，具体名次由公开投票决定。公布获奖作品及名



次后，“雀巢健康儿童绘画比赛”的部分获奖作品在雀巢工厂巡展，在2015年已经陆续到达了天津、双城和额尔古纳的5个雀巢工厂；2016年开始，此次内部绘画比赛的获奖作品接过接力棒，继续踏上巡展的旅途，一路将和青岛、苏州、上海、东莞、广州和昆明工厂的雀巢同事们近距离接触，为雀巢健康儿童计划代言。

4. 可持续性

项目设控制中心，与项目学术合作方、内容提供方、政府合作方系统化对接，明确各方工作内容，制定全年工作规划及行事历，保证项目有序开展。

5. 社会贡献

“中国儿童营养健康教育项目——雀巢健康儿童全球计划”深入到各地小学中，探索针对城市、农村等不同地区的营养健康教育模式和计划。项目通过对教师、家长进行营养知识培训，组织学生参与营养趣味运动会，提高学校学生及其家长、老师的营养健康知识水平。同时，我们通过中国营养学会的专家支持，针对不同群体，采用多种方式，传播正确的营养健康知识，先后编写了《健康校园》《健康成长的魔法棒》等教材，并将教材分发到国家“农村义务教育学生营养改善计划”的42个重点县的疾控部门和教育局，以及河南省1,800余所小学和山东省的2,000余所小学。目前项目已经覆盖了北京、四川、云南、贵州、江西、湖北、河南、天津、江苏、山东等多个省、市、自治区，惠及约250万名小学生和3万名教师。

6. 传播影响力

“中国儿童营养健康教育项目——雀巢健康儿童全球计划”在雀巢中国官网设置专题页，并于2016年正式建立官方微博和微信平台。大河报、东方今报、齐鲁网、新浪网等全国多家主流媒体都有项目相关的报道和专访，在百度关于“雀巢健康儿童”的结果超过3万条。



雀巢健康儿童
微博二维码



雀巢健康儿童
微信二维码

松下电器（中国）有限公司

Panasonic Corporation of China

松下育英基金

1995年至今

专家点评：“20年来资助和表彰中国大学生近万人，遍布22个省、市、自治区的36所大学……”
有一种坚持叫执着，该项目执着资助大学生凡20年，积小善，成大爱。期待企业能够再接再厉，
在大学生社会实践和成长发展方面，发挥更大作用。



公司简介

松下电器是全球领先的电子产品制造商，主要为住宅空间、非住宅空间、移动领域以及个人领域的用户提供先进的电子技术和系统解决方案。公司自1918年创立以来，业务拓展遍及全球，目前已有近500家子公司分布在世界各地。公司致力于打造跨行业、跨领域的核心价值，力争为广大用户创造更美好的生活、更美丽的世界。现在，松下电器在继承贴近顾客生活的“家电DNA”的同时，从住宅、社会、商务、旅行、汽车多个领域扩展顾客的美好生活。

松下电器（中国）有限公司1994年成立于北京，主要负责开展家电、系统、环境、元器件等商品的销售和售后服务活动。作为中国地区投资性公司，松下电器（中国）有限公司还负责开展人才培养、财务、法务、环境保护、知识产权、品质管理等统括和支援活动。



项目概述

松下育英基金设立于1995年7月，专门资助我国品学兼优但经济上有困难的大学生。本基金得到了松下电器在华企业的积极支持，捐助金额不断提升，捐助团体不断扩大。20年来，松下公司携手中国友好和平发展基金会资助和表彰中国大学生近万人，遍布22个省、市、自治区的36所大学，截至2015，基金总资产达2,100万，累计资助奖学金近千万人民币。获奖大学中既有北京大学、中山大学等全国重点大学，也有云南、贵州、甘肃、宁夏等边远地区和少数民族地区的大学。



项目内容

1. 项目策略

松下电器始终秉承“企业是社会的公器”的经营理念，通过事业活动为社会做贡献。为了积极配合政府实现和谐社会，谋求可持续发展，松下电器以全球方针为基准，在“培养与共存”理念指导下，主要围绕“环境”和“下一代的教育支援”等重点领域展开社会贡献活动。松下育英基金是面向下一代教育支援领域松下在中国最早实施的项目之一。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币 200万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币891.2万元。

3. 各方参与

(1) 政府支持

1995年松下电器产业株式会社会长松下正治先生应中日友好协会之邀来中国访问，为表达对中国人民

的友好情谊和帮助中国发展教育事业，松下公司通过中日友协向中国友好和平发展基金会捐赠了100万美元。经过中日双方磋商，决定用这笔捐赠在中国友好和平发展基金会中设立一个专项教育基金-松下育英基金，专门资助我国品学兼优但经济上有困难的大学生。

(2) 企业内部参与

组织学生走进松下企业，参观、实习，与企业高层面对面交流，介绍松下经营理念，解答学生们的困惑和疑问，让学生们近距离体验公司的文化氛围和工作环境。学生的学习目标进一步明确，对将来的职业生涯规划更加清晰。带领学生参与企业社会公益实践活动，提升学生实践能力，激发感恩回馈社会之心。为传承百年松下的理论精髓，松下企业高层分别走进北京大学、厦门大学、同济大学、中山大学等高等学府，面向当代大学生开展主题演讲，与青年学生互动交流，讲述历史，阐述成功，通过百年企业核心的经营哲学，“培养人才先于制造产品”这一独有的人才培育理念，以及自身的人生拼搏



经验和心得，启迪年轻学生励志，并给学生们在学习和未来职场上以参考和指导。

4. 可持续性

松下育英基金设立20年来，得到了中国有关大学、学生们的欢迎和认可，各地获奖学生们的代表也纷纷表示：松下育英基金对我们来说是一份沉甸甸的荣誉，也是对我们的激励和鞭策，我们将始终践行优秀的学习作风，在今后的学习、生活和工作中不畏困难，不断努力，感恩回报帮助我们的人，绝不辜负社会各界的关怀和松下电器的诚挚心意。获奖学校领导纷纷称赞松下育英基金对高校学生提供的宝贵支援，并号召学生们刻苦学习，不断进步，以优异的成绩来报答各界人士的一片爱心。心怀利他之心，感恩之心，实现理想。

5. 社会贡献

(1) 20年来，松下公司携手中国友好和平发展基金会资助和表彰中国大学生近万人，遍布22个省、市、自治区的36所大学。

(2) 项目曾荣获中国扶贫基金会颁发的“中国高校公益最佳推动力”奖。

6. 传播影响力

松下育英基金项目多次被人民网、新华网、光明网等多家主流网络媒体和纸媒竞相报道，线上线下传播相互配合；松下官网定期更新项目相关资讯，而且运用微信、微博等新媒体进行传播，全面覆盖媒体传播平台，扩大育英基金影响力。

陶氏化学 (中国) 投资有限公司

Dow Chemical (China) Investment Co., Ltd

中国化学奥林匹克竞赛

2013年至今

专家点评：该项目具备了优秀CSR教育项目的三大要素：与主营业务领域高度契合，与社会需求精准对接，与下一代成长密切相关。



公司简介

陶氏运用科学和技术的力量，为全球约180个国家和地区的客户种类繁多的产品及服务，应用于包装、电子产品、水处理、涂料和农业等高速发展的市场。2015年，陶氏年销售额为近490亿美元，在全球拥有约49,500名员工，在35个国家和地区运营179家工厂，产品系列达6,000多种。

早在上世纪30年代，陶氏就已经在中国开展业务。目前，大中华区是陶氏全球第二大国际市场，陶氏在这里的总投资额超过12亿美元。2015年销量比2014年增长10%。陶氏着眼于在中国的长期发展，不断提高本土研发和生产能力，培养全球性人才，致力于将地区业务打造成为陶氏全球业务中心之一。目前，陶氏在大中华地区共有九个业务中心和16个生产基地，员工约3,500名。

项目概述

陶氏化学大中华区自2013年以来，是中国化学奥林匹克竞赛的唯一官方合作伙伴。通过这一项目，陶氏正鼓励千千万万的高中学子更加喜爱化学科学。中国化学奥林匹克竞赛是久负盛誉的全国性学术赛事。四年来，作为该竞赛唯一的官方合作伙伴，陶氏通过优化竞赛试题、帮助筹备推广该赛事官网、在冬令营活动中与学生进行互动和知识分享等，推动这一比赛的可持续性，提高其学术水平以及影响力。





项目内容

1. 项目策略

陶氏与当地政府机构、非政府组织、社区等展开密切合作，推动科学教育和可持续发展。陶氏致力于通过各种公益教育项目，鼓励年轻一代探索化学及其它科学领域的发展与创新，帮助公众更好地理解科学、特别是化学对于推动人类进步所起的关键作用。在过去10年，陶氏化学在中国赞助和推广了一系列和科普教育相关的公益项目，包括鼓励小学生通过科学解决方案打造未来绿色城市的“我们的城市”课程；鼓励初中生投入科学研究和应用的FLL机器人大赛；以及鼓励高中生热爱化学的中国化学奥林匹克竞赛。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币 65万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币325万元。

3. 各方参与

(1) 政府支持

作为主办方，中国化学会将负责管理地方及全国性的所有比赛，并设计大赛试题。陶氏化学作为该赛事唯一官方合作伙伴，将深度参与一系列活动，进一步激发中国学生对化学学科的兴趣，支持他们在相关领域取得成绩。

(2) 外部合作

每年，中国化学会和承办当年中国化学奥林匹克竞赛的高校联合举办开幕式和闭幕式，邀请来自当地政府教育机构、陶氏化学和承办高校的负责人参加，并和学生们开展互动活动。

(3) 企业内部参与

陶氏的志愿者们还积极提供赛事以外的知识共享和经验分享活动，如：职业见习和职业分享座谈会等，帮助学子们理解职业选择的意义和方向。陶氏化学还邀请部分决赛获胜队员前往陶氏在上海和张家港的运营中心，参观化工企业的运营和研发工作，启发他们对未来科研和职业选择的理想；并且，陶氏的志愿者们还邀请他们参与与外来务工家庭子女的互动和公益活动，帮助他们了解知识的用途不仅在于实验室和工厂，更宝贵的意义在于帮助他人。

4. 可持续性

中国化学奥林匹克竞赛始于1984年，每年约有15万名酷爱化学的高中学生热情参与。选出来自全国各地初选优胜的学生代表，在每年的11月参加在承办高校举行的全国总决赛，即冬令营。最终选出的4名优秀学生将组成中国国家队，参加国际化学奥林匹克竞赛。

5. 社会贡献

(1) 每年全国各省化学会通过当地组织初赛，逾15万高中生参与初赛。初赛优胜的300多名学生代表各省参加每年11月举行的决赛。决赛中的四位选手将组成国家队，参加每年的国际化学奥林匹克竞赛。自2014年开始，澳门和香港也派出代表队参与初赛和决赛，标志着中国化学奥林匹克竞赛的影响力日益增强。

(2) 四年来，获得广大师生和中国化学学会的认可。

6. 传播影响力

中国化学奥林匹克竞赛网站点击量每年在上万次；新闻稿转发量在30-50之间；陶氏化学微信公众号相关宣传文章阅读量在3,000左右。



东风汽车公司 DONGFENG MOTOR CORPORATION 东风润苗行动 2013年至今

专家点评：从“希望小学”到“希望校车”再到“希望校服”，该项目以“项目+基地+活动+志愿者”为模式，全面构建企业公益助学体系，以社会责任，助力企业品牌影响力持续提升。

公司简介

东风汽车公司始建于1969年，是中国特大型国有骨干企业，总部设在“九省通衢”的武汉，主要基地分布在十堰、襄阳、武汉、广州等地，主营业务涵盖全系列商用车、乘用车、零部件、汽车装备和汽车水平事业。公司现有总资产2,693亿元，员工16.9万人。东风汽车公司位居2016年《财富》世界500强第81位，2016年中国企业500强第16位。多年来，东风汽车公司秉承“关怀每一个人，关爱每一部车”的经营理念，积极致力于企业自主发展、绿色发展、和谐发展的科学发展之道，努力打造更具责任感、倍受社会信赖的汽车企业。

项目概述

2013年初，东风公司以“东风公益基金会”为活动运作主体，与“湖北省青少年发展基金会”结为项目合作伙伴，共同开展“东风润苗行动”系列公益助学活动。目前，已投入资金1,200余万元，在湖北省内欠发达地区援建了12所“东风希望小学”。截至目前，第一批援建的6所“东风希望小学”全部竣工并投入使用，极大的改善了地方办学条件和孩子们的学习环境，第二批援建工作正在有序推进中。此外，东风旗下各参与包建单位、共青团组织还开展丰富多彩的爱心助学微公益活动。同时，“东风润苗行动”还投入资金800余万元，在地震灾区四川雅安和云南鲁甸共援建3所“东风希望小学”。



项目内容

1. 项目策略

企业借助“希望工程”这一优秀公益品牌，与湖北省青少年发展基金会结为公益合作伙伴，共同策划打造科学、系统且具有“东风”特色的公益助学活动，传播了东风品牌，建立了良好的企业形象。整个项目的开展充分发挥东风大协同的优势，采取总部牵头，下属单位包建的方式，有助于发挥集团协同力量。此外，作为汽车生产企业，公司也发挥企业特色优势，通过捐赠“希望校车”解决了学生上学中的实际困难，对东风旗下产品推广也有积极作用。

2. 项目费用

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币1,200余万元。

3. 各方参与

（1）政府支持

项目获得了湖北省政府及湖北省青基金会的大力支持。

（2）企业内部参与

该项目由东风汽车公司、东风公益基金会牵头，下属企业包建。



4. 可持续性

伴随“东风希望小学”的陆续竣工，东风教学楼、东风综合楼、东风希望食堂、东风宿舍楼等将拔地而起，孩子们可以坐在安全、明亮的教室里上课，在东风希望图书室（电教室）里领略大山外的世界。在此期间，“东风希望校车”、“东风希望助学金”、“东风希望校服”也为援建学校和贫困生们配备、发放到位。同时，“温暖1+1”、“大手拉小手”、“心语心愿”、“东风希望课堂”等一系列微公益活动也将在东风青年志愿者和爱心员工的踊跃参与下持续开展。通过以上一系列工作的开展，最终构建“项目+基地+活动+志愿者”式的东风公益助学体系，保证了项目的持续推进。

5. 社会贡献

（1）湖北省欠发达地区新增12所“东风希望小学”，至少为3,000名学生提供优越的就学环境，促进欠发达地区的教育资源得到合理配置。

（2）至少1,000名“东风希望小学”贫困生每年将领取到500元“东风润苗助学金”和一套“东风希望校服”直至其完成小学阶段的学习，圆贫困学生的求学梦。

6. 传播影响力

该项目在电视、平面、网络及新媒体进行全方位传播，央视、湖北卫视等电视媒体，中国青年报、湖北日报、中国汽车报、公益时报等平面，以及人民网、新华网、新浪网等门户网站、国资小新、金蜜蜂、责任云等权威机构及媒体新媒体公众号都对“东风润苗行动”进行报道，累计披露项目动态近百条，主动传播及转载超过10,000频次，为社会传递正能量。



东风公益基金会



亚太森博集团

Asia Symbol Group

亚太森博“圆梦行动”

2011年至今

专家点评：该项目与当地政府和学校合作，致力于帮助家庭贫困的大学生完成学业，并为他们提供就业岗位，充分体现了企业“利民、利国、利业”的经营理念。



公司简介

亚太森博集团是世界领先的浆纸生产商，拥有亚太森博（山东）浆纸有限公司和亚太森博（广东）纸业有限公司两家子公司，年生产木浆200万吨、文化用纸（含办公复印纸）45万吨、高档白卡纸板、食品卡、烟卡、液体包装纸板50万吨，产品远销世界。

亚太森博奉行可持续发展的理念，致力于开发浆纸行业可长期持续利用的再生资源，以推动区域经济发展并造福于当地人民。公司恪守“利民、利国、利业”的经营原则，坚持“优质高效、节能减排、环境和谐”的运营方针，多数环保指标达到行业世界领先水平。

项目概述

2011年4月，亚太森博集团响应山东省侨办“侨爱工程”，举办“圆梦行动”项目，其宗旨是圆贫困学子大学梦，同时解决其大学毕业后就业难题。集团与南京林业大学、日照职业技术学院合作办学，由日照职业技术学院统招应届高中毕业生，日照职业技术学院、南京林业大学和亚太森博培训中心联合培养。学制三年，全日制大学专科学历。学生在校期间的基本费用（学费、住宿费5,800元/年）由企业全额承担，公司每月还给学生发放生活费500元。学生培养合格毕业后，按本科生待遇进入亚太森博集团工作。截至目前，亚太森博“圆梦行动”已经成功举办了五届，招生266人，累计投入1,200万元，现已有三届学生完成学业并在集团下属公司入职，引起了很好的社会反响和关注。2016年，亚太森博正在招收第六届“圆梦行动”学生。

项目内容

1. 项目策略

当下一些贫困家庭很难负担起孩子就读大学的费用，而且学生毕业后还要面对巨大的就业压力。针对这种现象，亚太森博集团举办“圆梦行动”，不仅帮助贫困学子解决了上学难和就业难的问题，同时也通过这种“教育扶贫”，带动了一个家庭的脱贫致富。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币 200万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币 1,200万元。

3. 各方参与

（1）政府支持

活动得到了山东省侨办、山东省内9个市侨办、日照市教育局、日照经济技术开发区管委等政府机构的大力支持。

（2）外部合作

每年招生期间，均得到山东省侨办的大力支持，曾专门带领山东省9个市的侨办领导在亚太森博开现场会，市外侨办专门向各区县发文，助力此公益活动。

（3）企业内部参与

公司有专人负责该项目，配有专项资金支持。

4. 可持续性

亚太森博“圆梦行动”是企业履行社会责任的良好实践，今后亚太森博会继续将该活动持续做下去，惠及更多贫困学子。同时，亚太森博也希望通过实际行动，带动更多企业关注并积极履行企业社会责任，共同把企业社会责任工作做大做强。



5. 社会贡献

（1）截至目前，亚太森博“圆梦行动”已经成功举办五届，主要在山东省，同时涵盖了黑龙江、重庆、江西、广东、江苏等省市的部分区域，惠及266名贫困学子及其家庭，圆了这些贫困学子的大学梦，解决了其就业问题，同时带动其家庭脱离贫困。

（2）“圆梦行动”作为企业践行社会责任的典范，在光明网、大众网、中国纸业网、中国经济网等媒体上进行了报道。在2016年7月的全国侨务扶贫工作会议上，亚太森博“圆梦行动”得到了与会人员的高度赞誉，并作为侨务扶贫典型予以推介。山东省侨办把此项目作为侨资企业教育扶贫的典型，专门带领9个市的侨办领导在亚太森博开现场会，市侨办专门向各区县发文，助力此公益活动。

6. 传播影响力

“圆梦行动”已经通过山东及日照主流媒体包括电视台、报纸、网络及论坛、微信公众号、微博等多种渠道进行了宣传，上百家媒体进行了报道；制作了圆梦行动宣传册，在一些高中、大学做了项目成果的展示。



亚太森博山东浆纸
官方微博



亚太森博山东浆纸
官方微信

LG化学

LG Chem

爱心学校工程

2010年至今

专家点评：该项目聚焦学校图书馆、卫生间和水井等特定项目，把改善校园环境和促进可持续发展作为项目的核心目标，是在“希望工程”基础上开展的一个精准教育支持项目。



公司简介

LG化学自1947年创立至今，每年保持着稳定的增长，并不断通过技术开发、新产品的推出和品质创新，为国家经济发展和国民生活质量的提升做出贡献，是韩国最具代表性的化学企业。

目前，LG化学不仅在韩国，还在世界各主要地区建立销售和研发网络，并以全世界为目标扩大业务领域。今后，LG化学将集中增加现有事业的高附加值、集中培养以信息电子材料和电池为主的未来关键事业领域，同时通过积极进入新材料事业领域，努力发展成为向顾客提供创新材料和解决方案的Global企业。

LG化学自1995年进入中国以来，投资总额约26亿美元，先后在宁波、天津、广州、南京、台湾、北京、重庆等地建立了11家生产法人。为实现中国地区事业的快速增长，LG化学于2004年在北京设立中国地区总部，即“LG化学（中国）投资有限公司”，在全公司范围内支援中国事业战略制定，向各地区生产法人和子公司的运营提供业务支援。同时建立1家技术中心，并在香港设立销售法人。另外在上海、广州、深圳、青岛、烟台、重庆、宁波、合肥设立8家分公司；在沈阳、厦门设立办公室。LG化学中国法人在加强现有事业竞争力的同时谋求新事业的成长，通过彻底地贯彻本地化战略，努力成为与中国共同发展的、引领中国市场的模范企业。2015年，LG化学中国市场共实现销售额约71亿美元，约占LG化学全球销售额的39%，纳税总额21.4亿元人民币。以基础材料、信息电子材料、材料和电池四大事业领域为依托，LG化学在中国以创新的材料和解决方案携手顾客共同成长，为顾客提供卓越产品和优质服务。

项目概述

2010年-2016年，LG化学先后与中国青少年发展基金会、中国妇女发展基金会、中华环境保护基金会合作，为中国青少年的健康成长创造良好环境、帮助改善中国地区中小学的校园环境设施、促进中国的可持续发展与和谐社会的构建共同努力。截至2016年，LG化学投入资金约255万元人民币，共援建15所“爱心学校工程”，包括学校卫生间、水井、图书馆等项目。同时，还定期安排形式多样的爱心回访，就图书馆、卫生间使用情况以及学校基础设施和新需求进行走访调研，以更好地回应相关方诉求，兑现LG化学持续关注和支持公益项目的承诺。



项目内容

1. 项目策略

LG化学的“爱心学校工程”以中国地区中小校园为关注对象，积极投身与校园设施的建设当中，充分体现了企业在社会责任方面的战略诉求，实现了LG化学持续关注和支持公益项目的承诺。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币170万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币255万元。

3. 各方参与

（1）外部合作

LG化学先后与中国青少年发展基金会、中国妇女发展基金会、中华环境保护基金会合作，为中国青少年的健康成长创造良好环境。

（2）企业内部参与

项目获得企业内部高层领导的重点关注，在整体项目设计中，给予了重要的指导和支持作用。

4. 可持续性

项目围绕企业战略持续开展，按期完成每项建设和修缮目标，还定期安排形式多样的爱心回访，就学校图书馆、卫生间使用情况以及学校基础设施和新需求进行走访调研，以更好地回应相关方诉求，及时调整项目策略和内容，保证项目的持续发展。



5. 社会贡献

截至2016年，LG化学投入资金约255万元人民币，共援建15所“爱心学校工程”。分别为：河北省沧州市东光县铁西小学、河北省承德市平泉县西崖门子中心小学、河北省故城县故城镇中心小学、河北省万全县郭磊庄何家屯小学、天津市蓟县罗庄子镇翟庄小学、山东省德州市夏津县雷集镇双庙小学、安徽省舒城县千人桥鲍桥小学、浙江省宁波市镇海区后海塘金属园区小太阳幼儿园、浙江省宁波市镇海区后大街幼儿园、重庆市江津区四面小学、重庆市江津区继桥小学、甘肃省敦煌市阳关中学、河北省承德市隆化县太平庄中心小学、浙江省宁波市蛟川中心幼儿园、浙江省宁波市镇海区西门幼儿园。



LG化学
微信二维码

易安信电脑系统 (中国) 有限公司

EMC

梦想中心—贫困儿童综合学习项目

2015年至今

专家点评：该项目因应国家教育改革需要，从设备设施资助、教师培训、专项课程、员工参与等多个层面，助力学校从应试教育到素质教育的改变。在推动农村素质教育发展，缩小城乡基础教育差距等方面，为行业提供了成功的经验。

公司简介

EMC是一个致力于研发云计算，大数据方面的领先技术和产品的跨国公司，在全球85个国家设有400多个办事处。EMC于1996年进入中国，如今在中国已经拥有4,400多家合作伙伴，客户覆盖各行各业。目前，EMC在北京、上海、广州、成都等22个大陆城市，以及香港、台湾设立了24家分公司，并在北京、上海、广州、成都、西安、杭州、台北，香港建立了8个解决方案中心。在中国，EMC不仅通过其在华机构持续为中国市场提供领先的产品及服务，也在科技研发、人才培养以及与本地企业创新合作等方面不断投入。自2006年，EMC已投入数十亿美元先后在上海、北京、成都设立了3个研发中心。



项目概述

“梦想中心”项目是一个综合的素质教育服务体系，旨在通过一套基于“全人教育”的梦想课程，提高孩子学习兴趣，引导儿童在认知、社会技能、逻辑思维，创新与探索方面的综合学习，项目包括5个部分：为贫困农村学校建立一个集平板电脑、图书、多媒体设备为一体的“梦想教室”；探索与实践一套基于“全人教育”的“梦想课程”；培训教师作为“梦想领路人”，定期传递梦想课程，引导儿童在认知、情绪管理、逻辑思维、探索与创新等方面的综合素质和能力；利用“梦想盒子”网上互动平台，促进教师的交流和学习；通过“梦想银行”为优秀教师提供激励，确保梦想课程在学校得以持续开展。通过这样一个硬件和软件结合的综合服务体系，确保项目的效果和可持续性。



3. 各方参与

(1) 政府支持

2015年成都市教育局1:1配资支持建立新的梦想中心，2016年陕西岐山县教育局，江西赣南康区教育局，沈阳浑南区教育局均与EMC进行1:1配资支持建设梦想中心。

(2) 外部合作

媒体通过参与梦想中心启动仪式，给予梦想中心很积极的评价。CSR环球网曾经采访EMC的CSR负责人，并进行了网站和微博的相关报道。

(3) 企业内部参与

大部分资金来自总公司的拨款，员工在本地也进行配捐，同时EMC工会也投入资金支持员工志愿者参与项目活动。每个梦想中心临近地区的员工都会亲自参与到梦醒中心的选点考察和装饰活动当中，由员工最终确定所要支持的学校。一个由北京办公室16名员工组成的核心志愿者团队，每周一次，为学校孩子上梦想课，结合项目开发的梦想课程，分享自己的知识和技能。

4. 可持续性

项目抓住了目前国家教育改革的需求——从应试教育过渡到素质教育的迫切愿望，将“梦想中心”作为一个切入口，一开始就考虑到了项目的持续性问题。作为项目重要“合伙人”，企业支持5年后，教育局将作为项目的推动者和运营主体接收；同时，项目通过对教师的能力建设，培训教师作为梦想课程的传递者，并以激励机制确保教师后期的积极性。管理方面，每半年对学校进行一次考察，将问题和需求反馈给基金会，及时调整项目方案，保证了项目的可持续发展。

项目内容

1. 项目策略

“梦想中心”项目由企业（EMC）出资，基金会（真爱梦想公益基金会）负责项目的具体执行，教育局，企业，基金会三方共同负责项目的管理，政府也进行一定比例的配资，形成一个良好的PPP项目运作模式（公私部门合作模式）。项目的突出特点在于：1）将直接捐助学校转为与教育局合作，教育局将作为资方退出后的项目运营主体，确保项目的可持续性；2）在传统的企业捐赠资金基础上，加入志愿者的全程参与，为确保项目的效果和良好运行提供了有力保障；3）直接了解学校的需求和项目运行过程中的问题，更加有效的了解项目问题，以提供及时的支持。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币 60万元。

历年投入总计：截至2016年6月，累计投入人民币 105万元。

5. 社会贡献

(1) 2015年投入资助4个梦想中心，分布在北京，广州，四川成都，湖北宜昌；2016年投入资助3个梦想中心，分布在沈阳浑南区、江西赣州、陕西岐山。自投入至今，5个梦想中心已培训70名教师，3,011名小学生持续参与梦想中心课程活动当中，直接受益。

(2) 项目直接帮助农村贫困儿童，包括留守儿童，流动儿童。孩子们通过现代化的学习中心，体验了科技学习的乐趣，开阔了视野，锻炼了逻辑思维，创新、想象等综合素质和能力。教师群体通过培训后改变传统教学方法，提升了教学效果，并缓解师生关系和职业倦怠感。

(3) 项目得到公司员工志愿者的支持和认可。各地志愿者亲自参与到临近梦想中心的选址考察，梦想中心装饰的过程当中。北京团队的16名志愿者持续1年，每周去学校梦想中心为孩子上梦想课。

(4) 地方教育局已开始全资或配资购买梦想中心项目，学校教师和孩子接受培训后，也都非常认同梦想课的上课方式。曾获得北京市“十佳企业志愿服务项目”提名奖及“2015中国企业社会责任优秀奖”。

6. 传播影响力

新浪公益，社会与公益，三峡日报，三峡宜昌网，成都日报和广州新快报等6家媒体出席了全国4个梦想中心的启动仪式，并在官方网站和微信上发送项目报道。随后人民政协报、中国政协新闻网、中华网、人民网、新华网、新浪网、搜狐网、中国日报网、环球网等媒体也报道了梦想中心项目，共有50篇报道，其中22篇原创，28篇转载。同时，三峡日报手机报、新快报轻报纸也推送了相关内容，送达至500,000手机客户端。EMC官方微信、《社会与公益》官方微信发布了微信文章，阅读数超2,000。



港华集团 Towngas China 港华轻风行动 2013年至今



专家点评：推动企业员工参与，服务企业周边社区，该项目聚焦社区利益相关方，积极支持贫困地区教育发展。

公司简介

1994年，香港中华煤气开始以“港华燃气”品牌在内地珠三角地区投资城市燃气项目。随后，集团配合国家天然气清洁能源政策，将城市管道燃气业务陆续拓展至全国。迄今，港华燃气在内地23个省、直辖市及自治区拥有130余个城市燃气项目，住宅及工商业客户数目超过2,100万户，供气管网总长逾8万公里，已成为内地最具规模的城市燃气集团之一。为了进一步提升客户用气安全，港华燃气于2005年推出燃气具自有品牌“港华紫荆”。凭借优良的品质和优质的服务，港华紫荆目前累计销售量已突破350万台。2016年，港华紫荆推出新品燃气干衣机，为客户缔造更加舒适的燃气生活。与此同时，港华燃气还搭建“名气家”线上及客户中心实体厨房精品销售平台，推出Mia Cucina（歌仙娜）精品橱柜订制业务，为客户提供健康时尚的厨房用品及高质量的烹饪空间。

2005年，香港中华煤气进军内地水务市场，成立“华衍水务”品牌。目前，已在江苏、安徽两省投资6个水务项目，服务客户逾110万户，管网长度逾7千公里，日供水能力逾250万吨。2015年，华衍水务推出全生态桶装纯净水品牌“衍悦”，以期带给客户更优质的饮用水。

项目概述

2013年，集团成立港华公益品牌——“港华轻风行动”，为贫困地区小学捐建电教室、爱心书库，捐赠课桌椅、教学用具、文体用品、生活设施，并为部分学校翻新教学楼。港华希望通过自身的努力，为学生们创造更加温馨舒适的学习及生活环境。目前已累计为31所学校捐赠280余万元的教学物资，受捐赠学校的教学、生活设施水平均得到了较大程度的改善。



项目内容

1. 项目策略

项目实施前期，由港华集团与旗下燃气公司沟通确认需要捐助的学校，在了解捐助对象具体需要的教学物资后，由集团与燃气公司共同出资采购，并赠予相关学校。项目均在港华燃气业务所在地区实施，这有利于最大程度发挥当地港华燃气公司的力量，也有利于树立港华燃气在当地客户中负责任的品牌形象。该项目曾荣获由企业公民委员会颁发的“2013中国企业公民优秀项目”奖。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币80余万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币280余万元。

3. 各方参与

（1）政府支持

获项目地点政府大力支持，提供受捐学校名单，并与港华集团及旗下燃气公司一起走访学校，调查需求，积极参与后期活动。

（2）企业内部参与

港华集团70%以上的项目公司均成立“港华义工队”，港华及义工们通过物资捐助、志愿者服务等方式，积极支持当地教育事业的发展。



4. 可持续性

该项目发挥公司自身优势，集合内地130余家燃气公司的力量，在充分了解受助地区情况后，有目的、有计划地进行项目落地，并且得到了众多义工、志愿者的大力支持，也受到了受助学校及当地政府、民众的好评，充分助力项目的持续发展。

5. 社会贡献

（1）2013年“港华轻风行动”成立至今，已累计捐资280多万元，陆续为江西修水、四川雅安、安徽马鞍山、江苏徐州、山东潍坊、山东济南、贵州兴义、陕西平利、辽宁阜新、四川乐至等地的31所学校搭建37个“港华爱心书库”，翻新教学楼，捐建电教室，捐赠课桌椅、教学用具、文体用品、学校宿舍及食堂的生活设施等爱心物资。

（2）港华燃气也凭借在积极履行社会责任方面的表现，荣获“2015中国责任品牌最具影响力企业”、“2015最具责任感企业”、“中国优秀企业公民”等奖项。

6. 传播影响力

项目通过企业微博、微信、官网以及新浪、中新网、人民网等媒体平台，对活动内容及影响力进行报道与宣传。



北京燕京啤酒股份有限公司

Beijing Yanjing Brewery Co., Ltd.

燕京啤酒中国足协杯“种子计划”活动

2014年至今

专家点评：作为入围项目中少见的体育类CSR项目，该项目聚焦青少年运动健康，在政策支持下，借助国家级赛事平台得到快速推广，为企业和社会创造了显著价值，实现了企业社会责任与国家体育战略的高度契合。



公司简介

燕京啤酒于1980年建厂，目前已在全国18个省市建立41家啤酒生产基地、2家原料基地和5家相关附属企业。从年产1万千升的小型啤酒厂，发展成销量超过500万千升的大型啤酒企业集团，燕京啤酒用30年的时间跨越了世界大型啤酒集团100年的发展历程，连续七年进入世界啤酒行业前八强。“燕京”商标品牌价值达到880亿元，产品远销国内外，始终保持着中国啤酒行业第一集团军的地位。



项目概述

2014年燕京啤酒冠名中国足协杯成为中国足协杯冠名赞助商期间，燕京与中国足协、福特宝公司经过数次探讨决定，将“发展校园足球、提高基层足球整体水平”作为关注焦点，燕京啤酒利用足协杯赛开展“种子计划”赠球活动，通过提供足球装备，提高足球运动大众参与度，诠释中国足协杯“全民足球”、“全民健身”理念，提升燕京啤酒美誉度。

项目内容

1. 项目策略

国家高度重视中国足球，足球梦是中国梦的组成部分之一。种子计划活动的开展与燕京发展战略、企业经营理念一致。燕京啤酒就同中国足协共同开展的“种子计划”活动，把发展校园足球作为活动重点，诠释了中国足协杯“全民足球”的主题以及中国足协和教育部“发展校园足球”改革重点，有力的支持了中国足球事业的发展，与燕京振兴中华的体育精神是一致。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币 65万元

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币155.5万元

3. 各方参与

（1）政府支持

足协杯种子计划活动的开展得到了比赛城市当地政府机构、教育和体育部门、学校的极大支持。足协杯比赛中场休息举行种子计划捐赠仪式时，比赛城市当地政府官员、教育和体育部门相关领导作为捐赠嘉宾向受捐学校代表捐赠足球参与活动，提升了活动的媒体关注度，提高了活动影响力。

（2）外部合作

种子计划活动得到了广大媒体的积极关注。媒体在种子计划活动的新闻公告、捐赠学校选择以及活动宣传等方面发挥了重大作用，极大的提升了活动影响力。



（3）企业内部参与

公司及母公司（北控集团）领导高度支持，领导积极参加种子计划活动，关注活动执行环节；高度重视种子计划活动采购足球质量；制订捐赠与反馈机制；广大员工积极参加种子计划活动，为活动建言献策。

4. 可持续性

燕京啤酒中国足协杯“种子计划”活动已开展3年多，活动达到了预期效果，至2016年底，将有850所中小学受益，18,300颗足球将捐赠到学生手中。通过足球捐赠、邀请学生参与“球童”工作、现场看球等形式，使学生能够参与并热爱足球运动，促进了校园足球的发展。未来，燕京将与中国足协及广大热爱足球运动的各界人士一道，继续关注校园足球，开展种子计划活动，活动设置更加灵活多样、更具针对性。

5. 社会贡献

（1）2014年，共执行捐赠仪式35场，覆盖20个城市地区，2015年种子计划共执行捐赠仪式66场，覆盖32个城市地区。截止到今年，种子计划将为全国地区850所中小学校，捐赠足球18,300颗。

（2）公司及母公司（北控集团）领导高度支持，领导积极参加种子计划活动，关注活动执行环节；广大员工积极参加种子计划活动，为活动建言献策；比赛城市当地政府机构、教育和体育部门、学校的极大支持。

（3）制作了视频《2015乌鲁木齐五小足球梦！》、《20150729我要当球童》、《燕京啤酒2014中国足协杯种子计划》宣传片。

6. 传播影响力

燕京啤酒中国足协杯“种子计划”活动自开展以来，全国主流媒体及门户网站对活动进行100多篇相关报道。网上开展“种子计划”主题活动，全国共有近5万人参与，人民、新华、中新、环球第一时间报道了这一全国性公益活动。CCTV-1《晚间新闻》、CCTV-5《体育晨报》、河南卫视《中原晨报》等电视媒体对“种子计划”活动进行相关报道。



燕京啤酒官方微博



燕京啤酒官方微信

富士施乐中国

Fuji Xerox China

富士施乐大字体教材项目

2010年至今

专家点评：公益需要发现、发心和发动。该项目发现了低视力儿童的读书需求，发心利用企业设备和技术资源提供公益解决方案，并发动各地员工和合作伙伴共同参与。于是，一个具有企业特色和社会价值的CSR项目就这样诞生了。



公司简介

富士施乐（中国）有限公司于1995年1月3日在北京设立。目前在北京、上海、广州等地设有28个分支机构。目前，富士施乐（中国）有限公司有员工2,000多名（不包括所投资的生产企业）。富士施乐（中国）有限公司主要向中国市场提供能满足所有客户不同需求的文件管理设备、解决方案和服务，其中包括适合个人、家庭、SOHO及中小企业用户的低端激光打印机、多功能一体机；专为中小企业量身定制的数码多功能机；能实现高效、低成本办公并为企业带来有价值的沟通环境的智能型低碳数码多功能机及全面文件管理解决方案；能满足企业个性化、按需打印等需求的数码印刷系统和大幅面工程系统；同时，还有针对企业文印管理外包需求的全球服务业务。

项目概述

富士施乐（中国）大字体教材项目将普通教材的版面、文字和插图等进行同比例放大、复制，制作成更便于阅读的加大版材料，以此作为低视力学生的学习教材，使低视力学生更易阅读，从而缓解他们因视觉受限而产生的阅读与学习障碍。自2010年在北京开展以来，已累计为北京、上海和江苏省15个城市的低视力学生制作并捐赠了近8,000本大字体材料。左图为2015年为上海市低视力学生制作的小学一年级至高三年级的英语教材。右下图为南京的员工志愿者在展厅在利用富士施乐的多功能一体机进行扫描。





项目内容

1. 项目策略

富士施乐（中国）一直坚持发挥自身业务优势解决社会问题，在业务运营过程中主动回应社会诉求，关注弱势群体与人才教育，将自身的专业经验和技术优势与社会公益有效结合。项目利用富士施乐数码多功能机扫描以及放大功能实现教材的放大，并最终利用富士施乐生产型数字印刷机完成大字体教材的制作装订。从扫描、整理、编辑放大、打印到装订，每一步骤均依靠富士施乐的设备实现，并包含了业务部门以及公司志愿者对社会弱势群体的关爱。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币90,946元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币227,774.88元。

3. 各方参与

（1）外部合作

项目通过与上海市盲童学校、南京市盲人学校、江苏省视障教育资源中心的合作，为15个城市盲校与随班就读的低视力学生提供大字体教材。此外，项目得到上海世纪出版有限公司外语教育图书分公司、江苏省凤凰教育出版社、江苏凤凰科学技术出版社有限公司、江苏译林出版社的大力支持，获得所有在制作的大字体教材的版权使用授权。

（2）企业内部参与

项目过程中，近200名富士施乐北京、上海、南京以及苏州的员工及其家属作为志愿者，利用周末时间参与其中的扫描工作。右下图为2015年8月大字体教材志愿者活动第二次在上海举行。左上图为2016年8月大字体教材上海站活动，富士施乐（中国）总裁 余树章 与志愿者（一排中）共同参与。

4. 可持续性

富士施乐（中国）希望可以利用自身业务优势，将大字体教材项目推广到更多的城市，使更多低视力学生从中受益，并将与政府、地方教育部门、出版行业等多方合力，推动中国低视学子无障碍阅读的普及以及相关政策的出台。

5. 社会贡献

（1）北京、上海与江苏的15个城市的盲校与普通学校的随班就读的低视力学生获得8,000本大字体彩色教材的支持。

（2）北京市盲人学校、上海市盲童学校、南京市盲人学校等受助学校表示大字体教材解决了很大一部分低视力学生的问题，对项目本身给予了高度评价。

6. 传播影响力

考虑到对于低视力学生的尊重，避免给他们带来不必要的影响，富士施乐（中国）决定不对于此项活动进行外部传播，主要以内部传播为主。



富士施乐中国
官方微博



富士施乐中国
官方微信

孟山都中国 Monsanto China 孟山都中国奖学金 2009年至今

专家点评：该项目通过资助和培养农业院校研究生和农业科研人员，建立企业品牌在行业中的专业形象和公益影响，以企业社会责任成功助力业务发展。



公司简介

孟山都公司创建于1901年，总部位于美国密苏里州圣路易斯市，致力于通过不同的农田解决方案来满足不断增长的世界人口对于食物和营养的需求。公司生产包括玉米、大豆和棉花等主要农作物以及果蔬种子，帮助全球农民高效使用水和其它重要的自然资源的同时获取更好的收成。公司着重于不断地寻找和开发既保护土壤健康又可持续发展的农田解决方案，帮助农民通过应用农田和气候数据科学来改善农耕模式保护自然资源，以及提供不同的作物保护产品降低害虫和病害给作物带来的危害。与此同时，孟山都公司还通过不同的项目和合作关系，与农民、科研人员、非盈利组织、大学院校和其它机构携手合作，共同面对诸多严峻挑战。

项目概述

2009年孟山都公司在华正式设立“孟山都中国奖学金”，在中国农业类大学及科研院校开展，致力于奖励优秀学生，其奖励对象是所有在校注册学习的植物保护、农学、微生物学、分子生物学、生物信息学和农业经济等相关农业领域多个专业的全日制本科生、硕士生和博士生。孟山都公司设立的奖学金项目从多个维度支持农业高等教育和农业技术研究，包括给予单个研究者资金奖励、支持农业技术交流活动、鼓励在校学生与国际领先的农业公司进行交流等。截止到2016年，奖学金的奖励范围是每所院校最多20个名额，资助金额为每人每学年5,000元人民币。

项目内容

1. 项目策略

作为农业可持续发展解决方案的提供者，如何激励更多的人才投身农业技术的研究开发，既是我国农业可持续发展的关键问题，也是孟山都公司实现长远发展的重要议题。在中国设立的“孟山都中国奖学金”以激励广大农学研究生投身科技，助力中国的农业发展和中国农业科研人员的培养，获得农业院校领导、教师、学生的欢迎和好评，提升了公司在农业科研院校的品牌形象，吸引了更多的农业技术人才愿意加入到孟山都公司。同时，项目还让更多的客户和大众了解孟山都公司，有利于提升孟山都公司在中国的品牌形象和知名度，推动公司在中国的业务发展。

2. 项目费用

2015年度投入：人民币40万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币316.4万元。

3. 各方参与

（1）外部合作

与各农业院校和科研院所建立了良好的合作关系，获得农业院校领导、教师、学生的欢迎和好评。

（2）企业内部参与

孟山都公司领导层高度重视和支持此项目，曾多次参加奖学金颁奖典礼，并积极与在线学生进行交流。

4. 可持续性

通过孟山都奖学金的实施，与各农业院校和科研院所建立了良好的合作关系，学生受到资金奖励更专注投身到科研工作，公司也通过奖学金项目走近高校，让学生和社会更好地了解自己的品牌形象，学校的一线教授老师和院校领导也更了解和信任公司。真正做到了孟山都“立足中国，服务中国，携手共赢”的在华承诺。



5. 社会贡献

（1）资助各农业院校和农业科研院所学生共计508名，覆盖地区和省份包括北京、山东、湖北、和江苏。

（2）项目获得农业院校领导、教师、学生的欢迎和好评，获2015中国外商投资企业履行社会责任优秀案例奖，2015获中国农业大学教育贡献奖。

6. 传播影响力

通过孟山都官网、孟山都公司微博和微信，以及各农业院校、科研院所官网和微博微信进行项目宣传。



孟山都公司
官网二维码



孟山都公司
官方微信账号

珍奥集团

ZHEN-AO GROUP

校企合作，打造珍奥商学院

2015年至今

专家点评：开展校企合作，助力职业教育发展，以企业社会责任支持人力资源需求，该项目提供了一个可复制的成功案例。



公司简介

珍奥集团成立于1996年，以“立足生命科学 造福人类健康”为宗旨，主要运用生物技术，从事健康相关产业，拥有中国最大的核酸产业化基地，是国家级高新技术企业、中国驰名商标、中国出口名牌、AAA级信用企业。总部位于大连先进装备制造业园区的珍奥生物谷，经过20年的发展，珍奥进入了在更高更大平台上谋求更好更快发展的阶段，正在以创新、基础、整合、落实为方针，快速推进自媒体、数字店铺、员工移动管理终端、CRM服务系统、基因检测和电子商务平台的建设，积极打造四个体系：精准健康管理体系、健康产品配套体系、层级员工激励体系和珍奥大数据体系；用“健康+”的方式整合企业20年来积累的各种优势资源，形成独具特色的大健康管理平台，持续、健康、快速实现生物谷产能，打造健康产业中具有国际竞争力的先进生物技术公司！

项目概述

珍奥通过与大连职工大学/大连商业学校合作，派经验丰富的公司高层到学校进行授课，加强思想教育，并定期组织学生到公司参观学习、建立珍奥实训店、设立奖学金。有效地将学生在校时间充分利用，增强适应能力；增加企业课程的植入，从而缩短培养时间；及时调整就业心态，从而快速进入角色；提前了解企业文化，从而提高人才留存率。截至2015年底，已经向上海、大连、杭州等地培养输送了200余名见习店长，同时珍奥也将这种培养模式进一步推广，加入职业教育集团，以便促成未来更多的交流与合作。



项目内容

1. 项目策略

珍奥秉承“产教结合、校企合作”的理念，发挥学校和企业各自优势，利用校方的招生与培养，解决企业人员短缺问题；同时，珍奥集团注重人才的培养，注重与校方的深度合作，通过资源互用成立了珍奥商学院。珍奥商学院是利用珍奥这个品牌资源，同时整合珍奥优秀的知识资源，通过校企合作的方式，广纳社会人力资源，培养真正适合珍奥企业的人力资源。从而为市场输送人才，壮大市场队伍，稳定队伍。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：30万元人民币奖学金+50余万元培训、管理、人力物力等成本。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币80余万元。

3. 各方参与

（1）外部合作

与大连职工大学/大连商业学校合作。

（2）企业内部参与

项目开展期间派经验丰富的公司高层到学校进行授课，加强思想教育。

4. 可持续性

作为国家级高新技术企业、拥有中国最大的核酸产业化基地的珍奥集团与大连职工大学/大连商业学校展开了校企合作，并通过资源互用成立了珍奥商学院，建设了珍奥商学院健康体验馆作为校企合作教学基地。一方面选拔珍奥集团具有丰富实战经验、具有一定资历的人员作为大连职工大学、商业学校的客座教授，为校方提供与企业紧密结合实战课程，另一方面给学生提供了工学结合，接触社会、了解经营的机会。



5. 社会贡献

（1）目前珍奥在全国29个省市设有终端店铺约2,000家，每年的人才补充量约600人，未来还将在华东地区建立1-2所珍奥商学院，为华东、华南地区的珍奥店铺定向培养人才。

（2）珍奥商学院目前已拥有专兼职讲师20余人，其中一部分是珍奥各岗位上的员工，这对提升员工个人素质也发挥了巨大作用。

6. 传播影响力

通过珍奥内刊《第五波》和《大营养时代》，以及珍奥微信公众平台传播，缓解了市场招人难、留人难的情绪，为市场吸纳人才建立信心。

金光集团中国食品

Sinar Mas Group China Food Division

金光筑梦“Ellevita媛本-大手拉小手”公益行

2014年至今

专家点评：该企业长期关注大学生成长，通过该项目支持大学生社会实践，推动大学生在实践中了解社会，提升认识，自我成长，为青年学生的健康发展做出了积极贡献。

公司简介

金光集团由印尼著名华商黄奕聪先生于1938年创立，集团产业遍布全球，是全球拥有最大油棕榈种植园的跨国企业，也是行业内科学整合高端产业链的领先巨擘。上世纪90年代初，金光集团开始进驻中国，如今累计在华投资已超过百亿美元，目前主要业务是经营高端的健康与营养食品、优质休闲零食及方便食品的生产及销售，在全国设有6大营销中心并配套布局生产基地。

金光集团全球农业资源中国区总部设在上海，公司联合全球高端食品配料与食品安全解决方案领导者——杜邦营养与健康事业部共同合作开发新一代革新产品，推出旗下的超级品牌“Ellevita媛本”健康与营养食品。未来，金光中国食品将依托高科技不断创新研发，严选优质的高端配料，为中国消费者日益追寻“健康与美味”结合的完美需求，创造更多安全、方便、高端、营养与健康的愉悦美味！

项目概述

黄荣年主席自2007年起诚以父母亲名义在清华和北京大学设立“黄奕聪伉俪奖助学金”，多年来帮助了许多积极努力的贫寒学子。“黄奕聪伉俪奖助学金”目前已成为北京大学受惠人数最多、覆盖区域最广、累计金额最高的奖助学金项目。

2014年暑假起，金光中国食品与北京大学教育基金会扩大合作，成立“金光筑梦基金”，专款支持由共青团北京大学委员会主办的学生暑期社会实践活动之“金光筑梦-大手拉小手乡村公益行”的专项活动，奖助更多优秀的北大学生用更大的热情和精力回报自己的故里或更多需要帮助的中国乡村。

未来，沐浴在集团健康成长的所有金光人，将永远秉承勇于创新持续改进的经营理念，以人为本扶弱济贫的和谐主张，和关爱环境热心公益的神圣使命，一步一脚印踏实努力，迎接太阳升起的每一天都有金光闪耀，同心协力让未来更光明！



项目内容

1. 项目策略

金光中国食品秉持黄荣年主席“取之于社会 用之于社会”的训示，积极身体力行热心投入诸多慈善公益，尤其特别聚焦关注中国教育事业的发展及帮助高端优秀人才的培养，誓愿让家族企业成为社会企业。金光集团学习并积极响应国家主席习近平2014年5月4日在北京大学师生座谈会上的重要讲话，将领要精神付诸于实干行动，和北京大学教育基金会合作成立“金光筑梦基金”，并以专款支持由共青团北京大学委员会主办每年学生暑期社会实践活动之“金光筑梦-大手拉小手乡村公益行”的专项活动，帮助北大学生在暑期社会实践顺利开展，通过激发同学们对北京大学学生社会实践活动的关注度与认同感，引导广大北大学子积极参与学生暑期社会实践活动，在人民伟大实践的广阔天地中受教育、长才干、做贡献。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币42万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币91.7万元。

3. 各方参与

（1）政府支持

国家主席习近平2014年5月4日在北京大学师生座谈会上的重要讲话，他强调，广大青年要从现在做起，从自己做起，勤学、修德、明辨、笃实，使社会主义核心价值观成为自己的基本遵循，并身体力行大力将其推广到全社会去，努力在实现中国梦的伟大实践中创造自己的精彩人生。

（2）外部合作

2014年，金光中国食品与北京大学教育基金会扩大合作，成立“金光筑梦基金”，专款支持由共青团北京大学委员会主办的学生暑期社会实践活动之“金光筑梦”公益实践计划，开展“金光筑梦-大手拉小手乡村公益行”系列活动，针对校园公益实践团队进行扶持，推动北大学生深入边远贫困地

区用智慧与力量做力所能及的努力。

（3）企业内部参与

项目获得了集团主席及公司高层的高度关注。

4. 可持续性

金光中国食品捐赠设立北京大学金光筑梦公益基金，资助北京大学学生开展社会实践活动，北京大学教育基金会负责捐赠款接收和管理，确保捐赠资金专款专用，共青团北京大学委员会负责指导和监管金光筑梦公益社会实践项目，组织公益项目的申报、选拔、评审和报告。项目整体规划合理，分工明确，管理有度，保证了项目的持续发展。

5. 社会贡献

（1）前后三期共计41支大学生社团，至少200名大学生志愿者参与其中，影响边远贫困地区的学童、青少年学子、当地居民数万余人。



（2）受益地区覆盖了安徽，山东，新疆，云南，内蒙古，河南，甘肃，四川，黑龙江，河北，湖南，山西、广西、贵州、江西、陕西、西藏等省、自治区及北京市。

（3）制作了《2014CSR宣传册》，《2014、2015大手拉小手汇报视频》，《2015大手拉小手活动传播报告》等宣传文件。

6. 传播影响力

依托@新浪公益@微公益，新浪公益频道网站、新浪网首页、微公益频道网站，发起话题#不一样的暑假#，阅读量超过100万；北京电视台、中国新闻社、中青在线、人民网、中国青年网、中国新闻网、中国经济网、凤凰网、中国消费网、中国质量网、中国食品报、北京日报、中国青年报、国际商报、中国商报、新华社参考消息、成功营销等全程报道和宣传。



微信公众号
金光筑梦大手拉小手



官方微博
媛本大手拉小手公益项目

斯道拉恩索中国

Stora Enso China

“世界真奇妙——曲樟有我更美丽”

农村儿童陪伴成长项目

2010年至2015年7月

专家点评：作为一家业务与社区和环境密切相关的企业，把社区关系作为CSR的首要目标，体现出企业成熟的社会责任意识。通过开展驻校支教以及农村儿童陪伴成长项目，促进了企业和利益相关方的和谐共生，助力社区和企业共同发展。



公司简介

斯道拉恩索集团是一家全球领先的供应商，为包装、生物质材料、木制结构和纸张等行业提供可再生解决方案。集团在全球逾35个国家拥有约26,000名员工，股票在赫尔辛基和斯德哥尔摩证券交易所上市。斯道拉恩索于1985年进入中国市场，中国区总部位于上海。目前在华运营单位包括：年产能为45万吨高档包装纸板的北海工厂，年产能为15万吨超级压光纸的山东大王工厂，以及提供一体化包装解决方案的斯道拉恩索正元包装有限公司，另在北京、上海、广州及香港设有销售办事处。



项目概述

2014年，斯道拉恩索携手北海民间志愿者协会，开始提供援助资金，并为拥有90多名学生的曲樟井山小学和120多名学生的曲木小学各招募了一名师范院校将毕业的大学生支教老师，纳入学校日常管理，执行主题为“世界真奇妙——曲樟有我更美丽”农村儿童陪伴成长项目，开设了图画、音乐、英语等综合性课程，辅以专题活动。以启蒙英语为切入点，融入图画、音乐、人文、环保等基础内容；组织学生开展手工剪纸、服装设计等丰富活动，开拓了学生的视野，展示知识的魅力。

项目还以点带面带动了曲樟其他12所乡村小学指派老师协助参与到一系列课程中，在曲樟全乡所有小学开展“你我同行——播种春天的希望”微型盆栽植物栽培比赛、在曲樟中学举办“让梦想飞翔——我为曲樟添光彩”有奖征文活动等。项目惠及全乡1,193名小学学生、460名学前班学生，及564名初中学生。



项目内容

1. 项目策略

作为一家极具社会责任的企业，斯道拉恩索将社区关系作为可持续发展工作的突破口，而基础教育则是社区关系的建设重点。历年来，斯道拉恩索在实践教育类企业社会责任上实施了一系列的公益项目。斯道拉恩索一直以来也致力于环保理念的推广，无论是工厂生产中低碳节能，变废为宝，及与绿色环保NGO组织的深度合作，或是发动员工参与的身体力行环保实践，都是在倡导并实践企业成长与环境与当地经济协调发展，成为斯道拉恩索在广西可持续战略的重要内容。旨在塑造受益学生人群的性格品质，关爱和保护自然环境。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币55,100元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币106,200元。

3. 各方参与

（1）政府支持

北海市人民政府“关于印发北海市乡村教师支持计划实施方案（2016-2020年）的通知”对项目给予了政策方面的支持。

（2）外部合作

联合北海民间志愿者协会开展项目。

（3）企业内部参与

斯道拉恩索发挥外企员工的英语语言优势，同外籍员工一起作为志愿者到学校参加英语支教等活动。

4. 可持续性

“世界真奇妙——曲樟有我更美丽”支教项目以提高学生的对知识的兴趣为切入点，采用多媒体技术手段提高效率，在教学中更多地融入音乐、图画、自然、人文、环保等基础内容，集知识性、实用性和趣味性于一体。

5. 社会贡献

（1）项目直接影响合浦县曲樟乡14所小学的1,193名小学学生和460名学前班学生，以及曲樟中学的564名初中学生。通过为学生赠送宣传资料、给六年级和初三同学赠送毕业项目的方式间接影响学生们的家庭人口超过2万人。还招募了6名刚从大学毕业的学生作为驻校支教老师。

（2）利用网盘技术收集、整理、编辑本项目画册，赠送小学六年级和初中初三毕业生、各班级、支教老师、资助方等。

6. 传播影响力

北海日报、北海电视台、北海广播电视台、北海365网站、人民网广西频道对支教活动进行了新闻报道。此外，校园广播系统、民间微博和微信、BBS论坛也对支教的体验和细节进行了详细描述。



斯道拉恩索
官方微信

英孚教育

EF Education First

英孚教育CSR项目

2011年至今

专家点评：该企业充分发挥企业内外部资源优势，结合企业业务特点，在企业的全球助学基金支持下，开展了一系列公益教育项目，在助力企业社会责任发展的同时，使企业品牌形象得到持续提升。



公司简介

英孚教育成立于1965年，是全球卓著教育培训公司，以“教育，让世界无界”为企业使命。英孚在全球各地有诸多学校和办事处，并拥有优质在线英语学习基地English Live。英孚主要致力于语言培训、出国留学游学、学位课程和文化交流等项目。英孚教育致力于长足扎根中国市场，曾担任2008年北京奥运会语言培训服务提供商。英孚也是2014年第22届索契冬奥会和2016年巴西里约热内卢奥运会的官方语言培训供应商。英孚还发布了全球英语熟练度报告，该报告打破了地域限制，在全球范围内测试了不同国家成人的英语能力。

项目概述

“英孚教育全球助学基金”（EF Global Classroom Foundation）是英孚教育成立的全球性慈善项目。在“教育，让世界无界”理念的指导下，充分发挥自身国际化的特点和在国际教育领域的丰富经验，通过理念宣传、志愿行动等多种形式的公益活动，帮助无法接受正常教育的学生、儿童及特殊人群获得平等、全面教育的机会，并努力将环保与和平等有利于人类可持续发展的理念根植于人心。目前该基金旗下的在中国的项目包括：①上海聋儿英语班；②黄浦区家政员英语口语班；③EF Reach；④英孚地球一小时。

项目内容

1. 项目策略

英孚教育CSR项目均立足于企业业务范畴，在“英孚教育全球助学基金”的支持下，关注包括特殊儿童学前教育，家政人员教育，环境保护教育等方面。在项目中，英孚教育充分发挥了企业的优势特性，整合包括企业员工在内的企业内外部资源，在助力企业社会责任项目的同时，通过良好的媒体和口碑传播，带动社会上更多人参与到公益项目当中。

2. 各方参与

（1）外部合作

项目联合基金会、NGO组织、各媒体平台，不同内容有针对性地整合外部资源。

（2）企业内部参与

项目开展期间企业内部各方积极参与，包括制定课程设计，员工志愿者参与活动，师资力量支持，场地提供等。

3. 可持续性

项目充分围绕企业主业及企业发展战略目标，得到内部资源的大力支持和配合。在项目的设计上，充分考虑到了各受助群体的需求，不断调整项目内容和实施过程，保证项目的效果。在与各方资源的整合和配合中，始终保持良好的互利共赢关系，使得项目得以持续发展。

4. 社会贡献

（1）帮助上海聋儿康复中心的聋儿们开口说英语，并投入资金帮助增设和维护设备；一期培训影响20余名家政人员；地球一小时及助学金项目收益人数达上万人。

（2）企业内部领导层、教师参与项目设计；众多员工志愿者积极参与到项目中；获得各合作机构、NGO组织等的高度评价。

5. 传播影响力

除了英孚教育官方微信和微博传播外，项目还邀请电视、视频、平面和新媒体进行宣传和报道。北京



电视台，上海电视台，广州电视台等多次播出项目中各环节内容，优酷视频，中央人民广播电台、中国国际广播电台均予报道，新浪公益频道更是在微博和网站上全方位宣传。



chinaef

DHL 敦豪物流（北京）有限公司

DHL-百年职校志愿者活动

2011年至今



专家点评：作为一家全球领先的物流企业，该企业结合行业特点，通过开展系列物流讲座和设立绿色奖学金，支持公益职业学校教育，以小行动引领行业公益风气之先。

公司简介

DHL敦豪物流是德国邮政旗下的DHL物流的一个分支，是世界最大的合同物流供应商，全球220个国家建有物流设施，共有3,000多处，并且位列福布斯500强企业名单前茅。敦豪物流从1984年开始涉足中国市场，为跨国企业和当地企业提供优质的服务，为各个行业客户提供特有的供应链解决方案，其中包括备件物流、温控仓管理、生产支持物流方案、VMI（供应商管理库存），反向物流、国内派送、供应链解决方案设计、网络优化和咨询服务。DHL供应链在中国区域的自有运营网络覆盖了60个城市，拥有超过7,000多全职员工。



项目概述

DHL是一家重视企业社会责任的公司，每年都在全球开展以帮助、教育和环保为主题的志愿者活动。百年职校成立于2005年，是中国第一所全免费公益职业学校，学校依靠社会各界资助为贫困家庭子女提供正规职业教育，学生在校学习期间一切费用全免。DHL以提高学生的环保意识为着手点，在百年职校设立了DHL绿色奖学金，积极宣传环保知识，鼓励学生为保护环境做出贡献。与此同时，还开展了一系列物流讲座，包括物流入门知识讲座和库房实际操作参观。通过学习，让学生了解整个物流供应链环节。除此之外，DHL志愿者在百年职校还开设了英语课外辅导班，帮助百年职校的学生提高英语成绩。



项目内容

1. 项目策略

DHL是全球最大的物流公司，有先进的操作理念和完善的培训体系。企业立足于自身优势，教授百年职校的学生物流入门知识，了解物流在生活中的重要性。在捐赠了图书、文具和现金的同时，启动“DHL绿色奖学金”项目，并为学生做多方面的讲座，包括绿色环保知识讲座、就业指导讲座、物流基础知识讲座，通过不断丰富活动的内容，增进学生对DHL的了解，很好的将企业宣传带入项目中。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：3,000元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币3万元。

3. 各方参与

共计100名员工参与过到活动之中，参与的员工均表示受益匪浅，不仅从帮助学生的过程中得到快乐，也受到学生努力向上的精神的感染。

4. 可持续性

未来希望能在百年职校或其他大专职业院校开设物流课程，并安排学生到公司实习，优秀实习生毕业后可以加入公司正式工作。

5. 社会贡献

(1) 五年来，共有50名学生获得了“DHL绿色奖学金”，800多名学生参与过“DHL绿色奖学金颁奖”仪式，并学习了DHL志愿者讲授的环保安全知识、英语、职业生涯规划 and 物流知识。

(2) DHL与百年职校合办的第一次活动非常成功，收到了百年职校学生和DHL志愿者的高度认可。在奖学金颁奖仪式上，DHL华北区高级人力资源经理给同学们讲了职业生涯规划，让即将毕业步入社会的同学对职场有了初步的了解，并开始思考如何规划自己的职业生涯。

(3) 此项目使百年职校的学生提高了环保和节约能源的意识，也让学生们更了解物流基本理论和实际操作模式。



三菱商事（中国）有限公司

Mitsubishi Corporation China Co., Ltd.

中日青少年绘画大赛

2014年至今

专家点评：该项目是所有获奖项目中，唯一以促进中日两国青少年友好交流为目的的CSR项目，体现了企业的CSR国际视野。期待项目能够吸引更多青少年的关注和参与，让CSR成为不同国家之间和平友好的纽带。



公司简介

三菱商事在日本国内和海外约90个国家拥有200多个分支机构，是最大的综合商社，与600家合并结算对象公司在世界各地联合开展各项业务。1972年三菱集团进入中国，在诸多领域开展着遍及上游至下游的多样化经济贸易及服务业务，通过事业活动尽力为当地经济社会的发展做出贡献。同时，多年来，通过支持培养日本研究人才、植树造林等环保活动、以及其它文化交流和社会福祉等领域中的项目，也在致力于社会公益事业。



项目概述

“中日青少年绘画大赛”项目是三菱商事与共青团中央下属的面向青少年的专业网站未来网的合作项目。通过开通“中日青少年在线绘画大赛”专用官网、方便中日两国的中小学生将上述的绘画作品拍成照片并上传至活动官网，由主办方评选出优秀作品，举办颁奖仪式。活动共收到了来自中日两国青少年的618幅投稿作品，于2016年3月26日举办了颁奖仪式。颁奖仪式邀请了中日双方一、二等奖获得者及家长来到北京，除了出席颁奖仪式之外，还安排了大家参观中国历史文化名胜故宫和国子监，为两国青少年提供了交流平台。

项目内容

1. 项目策略

三菱商事以“所期奉公、处事光明、立业贸易”的企业理念作为所有企业活动的根本，对事业活动的目的及理想状况、尊重人权、关注地球环境等予以规定，通过在全球的事业活动实现社会的可持续性发展与成长。作为一家全球性的综合事业公司，三菱商事一直致力于对开展业务的国家及地区提供长期支持，“中日青少年绘画大赛”项目能够有效地推动中日间的友好交流，与公司的经营理念非常契合。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币16万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币约45万元。



3. 各方参与

(1) 政府支持

该项目为三菱商事与共青团中央下属的网络媒体“未来网”共同主办，获得了中国青年创业就业基金会、在中国日本大使馆、中国日本友好协会以及日中友好会馆的大力支持。

(2) 外部合作

与中日两国中小学校、青少年宫、在中国日本人学校、日本人会等合作，共同推动项目的完成。

(3) 企业内部参与

对外征集作品的同时，也向企业内部员工征集，鼓励员工子女积极参与绘画与交流。

4. 可持续性

该项目与共青团下属的网络公司“未来网”合作举办，项目内容由双方协商决定，项目启动后由未来网制作作品征集网站，并通过中小学校、青少年宫、在中国日本人学校、日本人会等途径发布作品征集信息，充分调动各方资源，推动项目的发展。

5. 社会贡献

该活动获得了中日双方学校及老师的高度赞扬，天津青少年宫老师在出席颁奖仪式时指出，主办方为青少年们提供了非常好的平台来展示自己的才华，活动本身也是对青少年的鼓励。

6. 传播影响力

项目通过在中国日本大使馆微博、未来网、中国日报、中国教育新闻网、光明网、中新网、凤凰网、网易等媒体进行报道与宣传。

富士胶片（中国）投资有限公司

FUJIFILM(China)Investment Co.,Ltd.

清晰诊疗 健康相伴

2007年至今

专家点评：该项目聚焦多种癌症的早期发现和精确诊断，致力于研发最新的诊疗设备，以多样化的教育培训方式帮助医生提升诊断水平这一专业技能。该项目凭借核心的图像诊断技术，践行企业社会责任，助力中国诊疗技术的快速发展。



公司简介

富士胶片集团成立于1934年，业务范围已从单一的传统胶片领域扩大至影像、信息、文件处理三大领域，“医疗·生命科学”更被列为今后重点发展的六大事业之一。2001年集团在中国上海独资设立了投资性公司——富士胶片（中国）投资有限公司（以下简称富士胶片（中国）），在不断将包括医疗在内的、富士胶片领先于世界的诸多产品带入中国的同时，也持续关注着中国医疗环境和行业水平的提升。

项目概述

“清晰诊疗 健康相伴”项目，就是富士胶片为助力中国医生提高影像诊断水平，在各医疗相关事业内部独立立项、整合资源、提供高品质设备，携手行业同仁来主导和支持的一系列培训项目。在乳腺癌早期防治方面，通过常年举办乳腺X线读影精度诊断培训班来提升中国医生、尤其是提高偏远地区医生的乳腺诊断水平，同时每年也参与到“粉红丝带”运动中，期望唤醒中国女性对乳腺健康的重视。而在消化道肿瘤防治上，大力助推包括“2015•EUS-FNA中国行活动”、“FICE应用&胃肠镜手把手会议”、“体检人群经鼻内镜早期胃癌筛查及风险评估多中心应用研究”等在内的教育培训项目和科研项目，提供全程诊疗设备支持；同时，富士胶片索诺声更加大力度开展丰富的线上培训教育，深化超声可视化技术的应用。

富士胶片（中国）希冀凭借核心的图像诊断技术，怀揣真挚可信、积极进取、亲和关怀的世界观为生活带来健康活力，提升医疗水平，提高健康意识，助力中国诊疗技术的快速发展。



项目内容

1. 项目策略

富士胶片进入中国以来，深耕中国医疗市场，针对中国特有的医疗环境，一方面致力于研发更精准、更清晰的诊断系统和设备产品，以提升医学诊疗水平；另一方面通过多种有效的活动，号召癌症预防，期待让越来越多的中国人民能够获益于癌症等疾病的早期发现、精准诊断，提高健康意识，提升生活质量。在此基础上，富士胶片（中国）的各医疗事业通过多样化的教育培训方式，不断提升中国医生的诊断水平，为专业的疾病防治工作打下良好的医务人员保障，从而实现企业自身经营水平与中国疾病防治工作的同步可持续发展，守护中国人民的健康生活。

2. 各方参与

（1）外部合作

富士胶片（中国）通过“清晰诊疗 健康相伴”项目的推进，积极与内外部医疗相关组织机构和人员通力合作，包括各大医院、医学领域协会、研究所、教育机构等等。富士胶片（中国）除了获得这些合作机构与员工的评价和支持外，更受到了政府领导、业界专家的赞赏。富士胶片（中国）期待以医疗行业教育培训项目为纽带，紧密联系内外相关方，以提升中国早癌防治和诊疗水平、解决中国医疗行业课题、提高中国人民自身健康意识为目标共同努力。

（2）企业内部参与

该项目所有的组织、策划、设备提供统筹、外部协作协调等都由富士胶片（中国）医疗事业本部包括医疗系统部、内窥镜系统部及索诺声超声产品事业部等部门内部人员负责推进。

3. 可持续性

富士胶片（中国）未来将会持续举办乳腺诊断培训班，并辐射到中国更多的地区、造福更多的乳腺患者、培养更多更专业的乳腺人才；EUS-FNA中国行项目拟结合富士胶片内窥镜新产品的推出，升级培训项目内容。在培训开展上吸取往届经验，从会前明确学员超声内镜水平、学习EUS以及EUS-FNA的学员分开教学、加快产品试用的轮转率、使用模型进镜介绍、以及延长培训班教学时间、让学员有动手操作的机会等角度和方案出发，尝试改善培训项目的效率和效果，让更多的医师参与到提升操作水准、提高诊疗技术的培训项目中来；FICE应用&胃肠镜手把手会议也拟将后续的系列性培训班延伸到BLI，并在这些医院筛选最合适的医院和医生，来进一步提升培

训项目的效果。而作为富士胶片（中国）“清晰诊疗 健康相伴”项目重要的线上培训板块，索诺声将继续把线上培训教育以及线下索诺声临床超声应用培训班作为核心价值之一，致力于推进临床超声理念和价值的推广，提高医师诊疗水平，惠及更多医患。

4. 社会贡献

开展乳腺癌早期防治相关培训活动、消化道肿瘤早期诊断诊治系列培训项目及索诺声便携超声系统线上培训教育累计线下14,000余人；线上10,000余人（以2015-2016年度参与学员计数）

5. 传播影响力

（1）在乳腺癌早期防治相关培训活动中，2015年第七届乳腺检诊精度管理培训班活动共有包括中国青年网、凤凰网、新华网、丁香园在内的32家综合类以及垂直类专业网站对其进行报道，同时在“世界医疗器械”、“医师报”、“健康时报”等5家医疗媒体对其进行了平面报道。

（2）“2015·EUS-FNA中国行活动”，在手机App平台“消化界”进行了传播，以图文内容的形式将活动信息精准地传递至消化医生6万多人次。

（3）索诺声便携超声系统线上培训教育主要通过官方网站、索诺声即时超声云学院网站和微信公众号平台（索诺声超声）及自有App（SonoAccess App）和微博帐号（索诺声SonoSite）进行活动内容的传播。



富士胶片中国
fujifilmchina



索诺声超声
FUJIFILMSonoSite



富士胶片医疗事业
FUJIFILMMBH

北京电视台《生活面对面》

The crew of program "Face to Face",
Beijing Television Station

全国女性健康教育公益项目—她健康

2015年至今

专家点评：“民政部、卫计委、全国妇联等多家政府机构支持，10城市联动，百所医院参与，1,000场讲座，培训全国超过10,000名妇产科医师……”从活动规模、专业水平和项目成果看，该项目无疑是2016年最有成效和影响力的健康教育项目。BTV《生活面对面》作为项目的重要参与方，表现出极强的社会责任感、优秀的策划能力和成熟的运营能力。

公司简介

北京电视台以其强大的播出功率覆盖整个北京并辐射周边地区，面积接近5万平方公里，综合覆盖人口达到2,500万。北京电视台关注首都观众的特殊要求，精心制作和组织丰富多彩的节目，使不同年龄、不同爱好的观众均有收获。因此，多套节目广受欢迎，收视率一直居于北京地区领先地位。而北京电视台《生活面对面》栏目，已成长为北京电视台收视率最高的品牌栏目之一，深受年轻观众喜爱。节目内容与百姓健康息息相关，主持人王倩携手北京68家三甲医院，百余位院长，千余位专家，通过幽默、细腻、贴心的解读，教观众与健康开展一场真正的对话，是一档满足北京人地域性刚性需求的演播室节目。



项目概述

“全国女性健康科普教育公益项目”（“她健康”）是由中国妇幼保健协会、全国妇联人才开发培训中心、中国妇女发展基金会联合主办，北京电视台生活节目中心《生活面对面》组织策划，中国妇幼保健协会妇科内分泌专业委员会、杏霖妇科内分泌研究院进行实施的多系统、多部门联动的全国公益项目。该项目以“她健康，家幸福”为口号，旨在提高妇女自我保健意识、促进健康相关行为的形成，以实现《中国妇女发展纲要（2011-2020年）》中“妇女与健康”的主要目标。



项目内容

1. 项目策略

“她健康”公益项目以“女性健康巡讲”、“继续医学教育培训”、“拯救子宫行动”三大项内容为核心，宣扬女性健康，提升医疗队伍专业和服务能力，关注女性生理和心理问题，除此之外，“她健康”公益项目还在中国妇女发展基金会设立“她健康”基金，通过社会众筹、企业定向筹款等方式募集资金，用于女性健康科普教育、医护人员技能培训、贫困、未育子宫内腺癌患者的个案救助等。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币380万元。

3. 各方参与

（1）政府支持

项目获得了民政部、卫生部、中国妇幼保健协会、全国妇联人才开发培训中心、中国妇女发展基金会等政府相关部门的大力支持，相关领导对该项目给予了高度评价。

（2）外部合作

北京协和医院、北京大学第三医院、北京妇产医院等全国60家三甲医院均支持和参与到该项目中。



4. 可持续性

项目借助成熟的主流媒体如北京电视台及其他地市级优秀健康养生节目，组成矩阵型宣传平台。同时，设立项目全国、区域、基地管理委员会，负责项目合作与协调，明确各自职责及任务，保证项目顺利实施。项目过程中，强化监督考核，严格按照计划任务书进行，并采用不定期抽查、季度督查和年度检查结合进行监督和动态管理，及时反馈并整改项目实施过程存在的问题，确保项目持续的良性发展。

5. 社会贡献

- （1）培训全国妇产科医生2万名；
- （2）全国开展1,000场健康巡讲；
- （3）北京电视台著名主持人王倩代言，身体力行践行公益，让一点改变创造无限可能；
- （4）优酷，腾讯，乐视，爱奇艺打造新媒体健康联盟，微博、微信节点式爆破；
- （5）设计并呈现百名院长签名激光秀，百名院长宣传片及她健康主视觉，科普展板，科普材料，科普ppt等视觉化成果。

6. 传播影响力

- （1）大型公益宣传片《百名院长助力她健康》在BTV生活节目中心连续三个月滚动播出。
- （2）《生活面对面》栏目共播出5期女性健康专属节目，播出时长达150分钟，累积影响人数150万。
- （3）她健康新闻发布会，《北京新闻》，《特别关注》，《电视先锋榜》，人民日报，新华网，光明网等40家媒体，集中报道，百度相关搜索达到293万条。
- （4）BTV生活节目中心黄金时段播出的她健康子视频《健康情情说》，腾讯、优酷逐条平均点击率近4万。
- （5）北京电视台著名节目主持人王倩代言她健康，人民网，新华网，搜狐娱乐等30家媒体参与报道。



她健康家幸福



斗山中国

Doosan China

斗山Day携手希望工程·温暖无时不在

2016年4—6月

专家点评：“把固有项目与传统项目联合，持续公益；以点穿线，以线划面，全面公益；内部与外部结合，协同公益”。该企业积极推进“小而美”的CSR项目组合，让每一个公益小行动，都能产生最大的社会价值和公众影响。该项目作为全球一致的公益行动日，得到员工和社会的高度认可。



公司简介

韩国斗山集团（DOOSAN）目前是韩国最大的财团之一，是一家享誉全球、很有竞争力的跨国公司。公司成立于1896年，至今已有120年的发展历史，韩国最早的近代企业之一。斗山集团旗下拥有斗山工程机械、斗山重工业、斗山发动机、斗山产业开发等20多家子公司，在38个国家开展业务。截至2013年底，员工总数达43,000人，年销售额超过200亿美元。斗山对世界经济环境的快速适应性促使它成为不同行业的领导者，从最尖端的技术到快速消费品，都拥有世界级的质量保证和先进技术。

项目概述

自2014年起，斗山集团开始践行“斗山Day”，斗山集团的所有公司同一天在全世界各地共同进行志愿活动，为所在社区送去温暖和关爱。2016年4月15日，是斗山集团全球斗山人一起做公益的“斗山Day”，活动由烟台斗山公司牵头举办，捐步数筹款；2016年5月22日，斗山集团捐建的四川眉山市和凉山彝族自治州的斗山希望小学举行了竣工仪式；2016年6月1日，以“六一爱心行动，再续希望之光”为主题的旧物捐赠活动如火如荼地在烟台和北京两地举行。

项目内容

1. 项目策略

2016年开始，公益项目之间相互联系，统一战线，为斗山的CSR公益项目的发展打开了新的天地。把固有项目与传统项目联合，持续公益；以点穿线，以线划面，全面公益；内部与外部结合，协同公益。至此，将斗山集团的公益项目全面串联起来，把分散的爱心，穿成线，集中送给了希望小学的同学。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币61万元。

历年投入总计：截至2016年，累计投入人民币1,166万元。

3. 各方参与

（1）政府支持

斗山希望小学从选址、盖建、装修到竣工仪式都得到了当地政府和教育局的关注和支持。

（2）外部合作

斗山的项目很好的影响了社会公众志愿者对于活动的支持。主要通过青少年发展基金会进行希望小学的捐建。

（3）企业内部参与

每年的斗山公益日这一天，斗山的员工们都积极参与。16年的活动中，员工们更加积极，身体力行的带动了捐步数筹款活动。本年的活动也受到了公司员工、员工家属、当地代理商、青少年发展基金会等的大力支持。

4. 可持续性

斗山所有公益项目由CSR部门、各个法人管理部共同策划实施。每个项目历时2周左右完成，在斗山微信公众平台平



台和微博进行了广泛的传播。其他传统网络媒体，工程机械媒体也都进行了大量的报道。采用公司内部邮件通知等方式，大大减少了活动费用，尽量把所有的资金都用到实处。

5. 社会贡献

（1）斗山捐建希望小学已经十几年的时间了，每年持续以2-3所的速度在增加。

（2）众多员工志愿者积极参与到项目中，并给予了高度评价；该项目获得多个CSR项目奖。

6. 传播影响力

商贸网、建设行业信息网、机经网、慧聪工程机械网、中国起重机械网等共计近20家媒体报道了关于斗山公益活动的新闻。



斗山工程机械
官方微博

群邑中国

GroupM China

Power of One

2007年至今



专家点评：作为唯一入围奖项的广告公司，该企业的志愿者项目虽然“小而美”，但在可持续性和员工参与方面，已经在广告业领先同侪。希望该项目的获奖，能够带动同业，为社会奉献更多、更好的公益创意。

公司简介

群邑是全球顶尖的媒体投资管理集团，是业内领先的传立、尚扬、竞立、迈势、Essence媒介代理公司，以及专注于受众购买的媒体技术公司邑策的母公司。群邑的根本宗旨是最大限度地提升旗下媒介代理公司的综合实力，以母公司和协作者的角色，增强其包括媒介购买、内容创作、体育行销、数字媒体、财务、专业媒体工具的开发及其他核心业务能力上的表现，始终致力于为客户及其他利益相关者打造市场优势。群邑是WPP集团的一员。



项目概述

“Power of One”是群邑集团一项重要的回报社会活动，已连续举办多年，持续关注贫困儿童的健康发展，不仅仅是捐款，更重要的是要帮助孩子们追求更丰富多彩的生活梦想，给孩子提供笔、书、衣服等，鼓励每一名员工都能加入到做慈善中，将爱心汇聚起来。



项目内容

1. 项目策略

项目从设立至今，一直在坚定地遵循企业目标。无论是从群邑所从事的广告专业领域来讲，还是从群邑开展企业社会责任活动来讲，群邑坚持“让这个世界更加多姿多彩，让生活更加丰富有趣”。群邑始终鼓励和倡导有责任感的企业和个人参与到帮助孩子们实现梦想的努力当中来。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币10.9万元。

3. 各方参与

群邑号召每一名员工都能加入到项目中。

4. 可持续性

该项目充分发挥了广告公司的优势和特长，通过企业内部邮件、投放广告等方式，号召企业员工及社会公众积极参与到项目中来，并且不断扩大覆盖人群，通过人传人的方式，将项目持续的推动和发展起来。

5. 社会贡献

(1) 直接受益人群：北京顺义孤儿学校全体学生，约80名；上海利民民工子弟学校全体学生，约400名；广州市七境村留守儿童教育基地，约100名。

(2) 间接影响人群：群邑中国区所有员工，逾1,800名。

6. 传播影响力

北京办公室：金宝大厦及华丽大厦楼宇广告，覆盖人数逾5,000人。

上海办公室：达邦协作广场通过邮件、海报、朋友圈，覆盖人数大概在1,500人。

广州办公室：临江大道发展中心通过邮件，网络宣传，覆盖人数大概1,000人。



博世（中国）投资有限公司

Bosch (China) Investment Ltd.

“希望的希望” 博世教师培训项目 2014年至今

专家点评：如果说教育影响乡村未来，那么学生就是乡村的希望，而教师则是“希望的希望”。博该项目聚焦教师培训，通过教师能力的提升，帮助更多孩子健康成长，助力更多希望成为现实。

公司简介

博世在华已有107年历史，时至今日，集团的四大业务部门均已落户中国：汽车与智能交通技术、工业技术、消费品、能源与建筑技术。博世在中国生产和销售汽车零配件和售后市场产品、工业传动和控制技术、包装技术、电动工具、安防和通讯系统、热力技术以及家用电器。在过去的五年，博世累计在华投资超过180亿元人民币，其中仅在2015年投资额就高达52亿元人民币。2015年博世在华取得稳健增长，合并销售额达770亿元人民币，使得中国首次成为博世集团在其本土市场德国之外的最大市场。截至2015年底，博世在华员工人数超过55,000名，在博世集团内成为在德国以外拥有员工数最多的国家。



项目概述

全国约有800多万乡村教师，担负着6,000多万乡村少年的基础教育工作，他们外出培训和学习的机会较少。在2014年希望工程实施25周年之际，中国青基会联合多家机构共同发起“希望的希望”教师培训项目。博世中国慈善中心和希望工程教师培训办在2014-2017年开展“希望的希望”教师培训项目，让更多的偏远贫困地区教师获得平等优质的培训学习机会。



项目内容

1. 项目策略

项目通过每年分期分批持续培训，为博世长期资助的九年制及职业学校培养一批具有较强学习发展能力、被当地教育行政部门认可的优秀的校长和骨干教师，并通过他们将学校打造成为博世希望工程基地校，使之能够对周边地区的学校起到辐射带动作用，改善当地学校的管理和教学水平，提高当地教师的素质，从而最终使基地校以及更大范围社区的孩子受益。

2. 项目费用

2014–2017年度投入：人民币200万元。

3. 各方参与

博世在项目中充分利用企业内部资源，安排学员教师们参访所在培训地区的博世企业，深入了解企业文化。在2016针对博世资助的9所职业学校教师培训期间，博世内部的培训师向老师们展示了博世双元制教育模式，并带领老师们参观博世学徒培训中心与博世学徒们互动，引起老师们极大的兴趣。博世还发动企业内部志愿者参与到教师培训的活动中来，通过小组讨论，参观学校，展示学校特色艺术作品，共访历史文化名胜等多种形式，使得博世员工与老师们加深沟通与了解。

4. 可持续性

项目参照“集中资源、重点扶持、探索模式、有效复制”的策略和“三段五步参与式”培训模式运用集中培训、送教上门、跟岗实训、网络在线学习等方式对博世资助的学校开展分期跟踪式的教师培训，并通过持续的努力将有条件的博世资助的项目学校发展成为基地校，以此推动项目的长期发展。

5. 社会贡献

(1) 博世资助11所9年制学校与9所职校的全体师生。学校遍及河北，河南，宁夏，甘肃，青海，四川等多所中西部九年制学校以及内蒙古，北京，湖南，江苏，浙江，广西和贵州地区的职业学校。为教师提供开阔视野、优化教学技能和普及教育理念的平台，帮助提升贫困地区教育教学的“软实力”。

(2) 项目完成了培训文字资料汇编、照片及影像资料、相关系列的调研、调查问卷等可视化成果。

6. 传播影响力

项目通过中国青基会官方网站、希望工程杂志、中国青少年发展基金会微信服务号、希望工程微信订阅号、中国青少年发展基金会官方微博、上海日报，WTO导刊，博世资讯小助手等予以宣传报道。



善林（上海）金融信息服务有限公司

善林金融·善林宝“一地一校”公益项目

2016年全年

专家点评：该项目通过设立“女排精神奖学金”和开展以排球为主的体育器材捐赠，支持学校体育发展，助力青少年健康成长。



公司简介

善林金融是一家大型的专业互联网金融信息服务公司，旗下拥有包括善林资产、善林商务咨询等多家子公司。公司总部位于上海张江高科技园区，在全国设有超百家分支机构。2016年，善林金融正式成立了“善林志愿者俱乐部”，在用心经营公司业务的同时，秉承“上善若水、善者如林”的公益理念，积极回馈社会。

项目概述

以流动儿童和留守儿童为关注对象，在全国22个城市每个城市选取一所小学，以志愿服务的方式，向儿童青少年群体普及排球运动，提倡运动、均衡饮食，用女排精神激励弱势儿童努力向上；普及财商教育，帮助弱势儿童提高应对经济问题的能力，建立自信和对未来的希望；并以体育用品、善林金融女排精神奖学金小额物品捐赠形式为学校提供不同类型的支持，以提升学校的相关教育设施，使学长期收益，为学校持续提供更为深入的支持。

项目内容

1. 项目策略

作为国内规模较大、理念先进的金融机构，结合自身专业优势，联合专业公益教育机构——百特教育，设计了儿童财商课程，提高流动儿童青少年在理财方面的基本知识，学会合理使用零用钱，能够控制欲望、满足需要；在防诈骗等方面有基本的判断力，并通过自己所掌握的知识，来帮助身边的人了解金融诈骗的手段，以点及面扩大受益范围；了解我国对学生基本的经济援助政策，避免因信息匮乏失去读书机会，以帮助其有机会接受更高层次的教育，积累追求理想的知识和能力。

善林金融2016年成为中国女排高级赞助商，获得了广泛关注。结合这一优势，联合专业运动教育公益机构——冠军基金，开发了排球、足球、乒乓球等五类运动课程，努力促进流动儿童青少年身心健康发展。

2. 项目费用

2015-2016年度投入：人民币100万元。

3. 各方参与

(1) 外部合作

与公益行业内成熟专业教育机构和先进志愿服务咨询机构建立合作关系，在保证项目影响力、专业性的同时坚持了项目的公益性和平等理念。

(2) 企业内部参与

结合企业营业部设置情况，布点多，通过志愿服务体系，得到公司领导的认同。与服务基地进行结对，提供持续性、个性化支持，在使服务基地受益的同时，争取到了服务基地对项目最大程度的认可和支持。

4. 可持续性

(1) 通过对服务对象身体、心理和理财知识的能力建设提升其综合素养，对儿童青少年的人生发展具有长远影响。

(2) 争取项目延续的同时，保障人员的持续性，注重将其从大型、单次志愿服务活动发展成为企



业志愿服务体系：即各地营业部与服务基地建立长期的合作关系或自主开发新的服务基地，善林员工积极主动参与，将项目打造成为各地可独立自主、长期发展的可持续性公益项目。

(3) 通过米公益广泛发动大学生志愿者和乡村教师参与，降低成本维持活动的持续开展。

5. 社会贡献

(1) 上海、昆明、满洲里等20个城市的20所学校分别获得总价值6,000元的捐赠（3,000元体育用品、3,000元奖学金）；

(2) 2,000名孩子直接受益：掌握排球基础知识和技能、了解女排精神、开拓眼界；

(3) 10个班级（总人数约400人）和84名孩子获得女排精神奖学金；

(4) 406名孩子接受了财商课程教育。

已直接受益2,490人次；预计到年底总受益7,490人次；员工志愿者积极参与到项目中，并获得政府机构、学校及志愿者的一致好评，活动制成宣传视频进行推广。

6. 传播影响力

人民网、人民政协网、凤凰网、网易新闻、忻州日报、静乐网、云静乐（微信公众号）、静乐团县委（微信公众号）等媒体平台的大量宣传与报道。



善林金融

2016年第二届CSR中国教育奖获奖名单

奖项	企业	项目
CSR CHINA 典范奖	英特尔（中国）有限公司	创客创未来
	可口可乐中国	净水计划
	阿克苏诺贝尔中国	“人·城市™”可持续发展社区计划
	通用汽车公司	PACE教育推进伙伴计划
	西藏奇正藏药股份有限公司	对民族地区人才的教育和培养
最佳社会 贡献奖	汇丰银行(中国)有限公司	汇丰弱势青少年教育及发展行动
	九阳股份有限公司	九阳希望厨房
	箭牌糖果（中国）有限公司	垃圾投进趣
	TCL集团股份有限公司	TCL希望工程烛光奖
	江苏中南建设集团股份有限公司	同在蓝天下
最佳可持续 发展奖	索尼（中国）有限公司	索尼梦想教室
	立邦中国	为爱上色 Color, Way of Love
	丰田汽车（中国）投资有限公司	中国宋庆龄基金会丰田助学基金
	中国平安保险（集团）股份有限公司	中国平安希望小学支教行动
	西门子	西门子教育推广项目
最佳CSR 战略奖	北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司	梅赛德斯-奔驰“安全童行”儿童道路安全教育项目
	Apple	中国高校计算机大赛—移动应用创新赛
	佳能（中国）有限公司	佳能影像之桥
	波音公司	“放飞梦想-波音航空科普教育系列活动”
	Qualcomm中国	FIRST科技挑战赛（FTC）高通专项赛
最佳CSR 创新奖	联合技术公司	联合技术青少年STEM科普教育计划
	SAP中国研究院	TREES 社会创新项目
	安利（中国）日用品有限公司	为5加油——学前儿童营养改善计划
	远洋集团控股有限公司	小伙伴成长计划——少数民族文化教育支持项目
	霍尼韦尔	儿童安全过假期（Safe Kids @ Home）
社会责任践行 成就奖	中国三星	TECH INSTITUTE三星技术专家培训计划
	普利司通（中国）投资有限公司	“普利司通·幸福七巧板”第二课堂公益支教项目
	雀巢（中国）有限公司	中国儿童营养健康教育项目——雀巢健康儿童全球计划
	松下电器（中国）有限公司	松下育英基金
	诺华集团（中国）	诺华 “健康快车”项目

奖项	企业	项目
社会责任践行 卓越奖	海航集团	海航集团“少年行”公益助学项目
	亚信集团	信·公益
	陶氏化学（中国）投资有限公司	中国化学奥林匹克竞赛
	飞利浦（中国）投资有限公司	云南飞利浦希望小学营养干预项目
	东风汽车公司	东风润苗行动
	NEC（中国）集团	睿课堂®创新互动式教学解决方案
	亚太森博集团	亚太森博“圆梦行动”
	ABB（中国）有限公司	安全用电进校园Electricity Safety in Campus
社会责任践行 先锋奖	安通国际事业股份有限公司	ATCC 高校商业个案大赛
	加多宝集团	2015“加多宝·学子情”爱心助学行动
	LG化学	爱心学校工程
	易安信电脑系统（中国）有限公司	梦想中心—贫困儿童综合学习项目
	港华集团	港华轻风行动
	北京燕京啤酒股份有限公司	燕京啤酒中国足协杯“种子计划”活动
	富士施乐中国	富士施乐大字体教材项目
	孟山都中国	孟山都中国奖学金
社会责任践行 推动力奖	卡特彼勒及卡特彼勒基金会	彭城培智学校
	麦当劳（中国）有限公司	资助四川省雅安市天全县第三完全小学地震灾后重建项目
	Visa中国	2016中国金融教育嘉年华全国巡回
	欧莱雅（中国）有限公司	2015欧莱雅“真情互动”校园义卖助学活动
	拜耳（中国）有限公司	科学对对碰Making Science Make Sense (MSMS)
	珍奥集团	校企合作，打造珍奥商学院
	金光集团中国食品	金光筑梦“Ellevita媛本-大手拉小手”公益行
	斯道拉恩索中国	“世界真奇妙——曲樟有我更美丽”农村儿童陪伴成长项目
社会责任践行 推动力奖	诺基亚和上海贝尔	“爱传递，诺基亚和上海贝尔再生电脑”公益项目
	英孚教育	英孚教育CSR项目
	汤森路透	汤森路透携手农家女中心帮助中国妇女发展
	毕马威中国	毕马威支教行动
	普华永道中国	普华永道支教周项目
	DHL敦豪物流（北京）有限公司	DHL-百年职校志愿者活动
	三菱商事（中国）有限公司	中日青少年绘画大赛
	宜信公司	宜信“小贝壳”青少年财商教育项目
社会责任践行 推动力奖	深圳市残友电子善务股份有限公司	百城万人残疾人公益批量就业工程
	富士胶片（中国）投资有限公司	清晰诊疗 健康相伴

奖项	企业	项目
社会责任 新锐奖	诺维信（中国）投资有限公司	“生物催化生活之美”生物教育项目
	北京电视台《生活面对面》	全国女性健康教育公益项目—她健康
	苏宁控股集团	梦想大篷车-苏宁号
	斗山（中国）投资有限公司	斗山Day携手希望工程·温暖无时不在
	王子（OJI）集团	王子慈善教育基金
	群邑中国	Power of One
	博世（中国）投资有限公司	“希望的希望”博世教师培训项目
	善林（上海）金融信息服务有限公司	善林金融·善林宝“一地一校”公益项目
	北京世纪好未来教育科技有限公司	好未来教育共享计划
CSR新媒体传播 微博特别奖	北京园丁家园文化发展有限公司	中国下一代教育基金会家长学校发展专项基金
	东风汽车公司	东风公益基金会
	安利（中国）日用品有限公司	安利公益基金会
	立邦中国	为爱上色中国
	阿克苏诺贝尔中国	阿克苏诺贝尔大学生社会公益奖
CSR新媒体传播 视频特别奖	金光集团中国食品	媛本大手拉小手公益项目
	北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司	《“安全童行”道路安全教育项目宣传片》
	可口可乐中国	《净水计划》
	安利（中国）日用品有限公司	《不为自己而跑》
	中国平安保险（集团）股份有限公司	《中国平安携手韩红参与“百人援贵”公益活动》
CSR新媒体传播 公众关注特别奖	TCL集团股份有限公司	《孙志彦老师故事》
	立邦中国	为爱上色 Color, Way of Love
	Qualcomm中国	FIRST科技挑战赛（FTC）高通专项赛
	北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司	梅赛德斯-奔驰“安全童行”儿童道路安全教育项目
	海航集团	海航集团“少年行”公益助学项目
	北京电视台《生活面对面》	全国女性健康教育公益项目—她健康



联合发起单位



中国企业社会责任教育联盟（CSR中国教育联盟）

中国企业社会责任教育联盟简称CSR中国教育联盟，在团中央学校部积极倡导和知行计划大力推动下，于2015年成立。33家先锋企业加入联盟，成为创始理事单位。联盟旨在推动社会力量支持大学生社会实践和中国教育发展，推进建立“政策倡导+企业主导+政府协调+专业机构支持+新媒体传播”五位一体的CSR教育项目运营新模式；通过搭建CSR支持服务平台，促进企业与政府、媒体、学校、专业机构、行业组织等各利益相关方的交流与合作，实现资源共享，合作共赢。



中国大学生社会实践知行促进计划

中国大学生社会实践知行促进计划简称知行计划，是团中央学校部指导发起的中国大中专学生社会实践支持促进项目，旨在助力企业社会责任进入全国3,000所大学，支持大学生社会实践，帮助大学生健康成长。

2011-2016年，知行计划吸引了全国约300所高校的3,000多个大学生社会实践项目参与，直接资助1,000余支大学生实践团队。2014到2015年，知行计划陆续支持设立CSR中国教育奖和中国企业社会责任教育联盟，鼓励和推动企业社会责任项目支持大学生社会实践，助力大学生健康成长。

官方网站 www.zhixingjihua.com



FESCO北京外企人力资源服务有限公司

北京外企人力资源服务有限公司（FESCO）成立于1979年，是开创中国人力资源服务行业的第一家企业，在业界最具竞争力和品牌价值，荣膺中国500强企业。服务于来自上百个国家和地区的2万余家客户，以及在这些机构中工作的150余万中外雇员。在中国建立了120余家投资公司及分公司，拥有100余家人力资源战略合作伙伴，服务覆盖全国31个省市自治区的300余座城市。2010年起，FESCO与Adecco成立了5家合资公司，使FESCO国际化的人力资源服务网络遍布全球60多个国家和地区。

作为人力资源服务行业的领跑者，FESCO一直致力行慈善之举，传递正能量、承担社会责任，希望能够用自身的实际行动践行企业社会责任，塑造一个凝聚关爱、播撒关爱的平台。FESCO不仅积极组织并参与各类公益活动，还凭借自身资源优势，于2005年成立北京外企志愿者协会（简称“BVF-FESCO”），面向各界，开展各类适合企业及员工特点的志愿服务活动。



中国青年报

中国青年报创刊于1951年4月27日，是共青团中央机关报，是以青年为主要读者、具有重大影响力的全国性综合日报，报纸端、PC端和移动端用户上千万。中国青年报是许多重要新闻报道、融媒产品的原创基地，也诞生了众多名编辑、名记者、名评论员，全媒体新闻作品转载传播率居全国媒体前列。

目前，中国青年报社秉承“推动社会进步、服务青年成长”的办报宗旨，按照“24小时中青报”的融合发展思路，加快全媒体传播平台、大学生成长平台、信息交互社区服务平台、志愿公益支撑平台等四大融合平台建设，推进“移动化、交互化、思享化、交易化”创新探索和“产品聚焦+H5牵引”网报融合社会化内容生产。中国青年报社积极搭建社群化平台，精准服务各类青年。经过8年发展，中国高校传媒联盟签约理事高校596所，会员媒体近5,000家，并且在21个省份成立区域联盟，主办公益活动近千场；KAB全国推广办公室已为1,400多所高校培训8,000多名师资，300多所高校成立大学生KAB创业俱乐部，每年上百万大学生参加课程学习和实践活动。



财讯传媒集团

财讯传媒集团，简称seec，产业全覆盖的媒体格局，中国最具全球视野和国际影响力的主流媒体运营商，拥有财经新闻、地产和商业管理，及时尚、汽车、体育、文化、旅行、生活消费等17本平面媒体及互联网智库平台和网站，并一直致力于开拓新媒体传播领域的广泛发展空间。



新浪微公益

微公益诞生于2012年，是国内唯一同时具备传播和筹款的社会化公益新媒体平台。微公益拥有“品牌捐、微拍卖、个人救助、转发捐助”四款产品，以及最新、最热、最有温度的公益话题，微公益通过联动娱乐、媒体、政务等领域重要用户，合作建立了一套微公益独有的公益传播体系。微公益已经成为国内外知名公益机构、品牌公益活动和企业公益最具影响力媒体合作方。与此同时，微公益作为移动互联网公益先驱者，努力携手公益机构、环保组织、相关部门打造成为高效、透明、公开，负责任、可信任的社会化公益项目捐助平台。



优酷公益

公益频道自2014年上线以来，一直专注于搭建成为全国最大的公益视频内容传播平台，向亿万网络视频用户传递正能量，用影像记录的方式搭建起了慈善行动、社会公益话题和名人、媒体、企业、国内外知名公益组织之间的合作沟通桥梁。利用其强大的视频平台优势将公益影像加以推广和传播，使公益走向公众，让公众参与公益！同时，优酷公益还对具有募款资质的机构开设了专项募捐渠道。清晰的募捐流程和丰富的公益内容栏目、精彩不断的公益慈善活动，再到“优酷中国公益影像基金”，优酷公益致力于用影像的力量温暖每一个人！



今日头条

“今日头条”是由北京字节跳动科技有限公司独立研发的一款基于数据挖掘技术的个性化推荐引擎产品，于2012年8月上线，为用户推荐有价值的、个性化的信息，提供连接人与信息的新型服务。

相比于传统的新闻客户端，“今日头条”更适合被称为兴趣媒体，它基于数据挖掘进行内容推荐，没有采编人员，不生产内容，没有立场和价值观，运转核心是一套由代码搭建而成的算法，该算法模型会记录用户在“今日头条”上的每一次行为，基于此计算出用户的喜好，推送他最有可能感兴趣的内容。

截至2016年8月，“今日头条”累计激活用户数已达5.3亿，日活跃用户超过5,300万，“头条号”平台的账号数量已超过19万个，是国内移动互联网领域成长最快的产品之一。



中国妇女发展基金会

中国妇女发展基金会成立于1988年，自成立以来通过向国内外企事业单位，社会组织和个人募集资金和物资，创立了“母亲水窖”、“母亲健康快车”、“母亲创业循环金”等多个公益品牌，在妇女发展、健康、教育、培训、扶贫和救灾等多项公益活动中，做了大量卓有成效的工作。为妇女群众办了许多实事、好事，充分发挥了公益组织的特殊社会职能，受到了各级政府和社会各界的广泛赞誉，在海内外产生了重要影响。特别是近年来，中国妇女发展基金会在各协作单位的配合下，在社会各界的大力支持下，在各级妇联组织的通力协作下，针对妇女事业发展过程中面临的新挑战、新问题、新需求，不断创新实践，取得了更加辉煌的业绩，中国妇女发展基金会是我国公益组织中的重要成员，是中国妇女公益事业的排头兵，是公益事业发展中一支重要力量。



中华少年儿童慈善救助基金会

中华少年儿童慈善救助基金会（简称：中华儿慈会）于2009年9月10日获国务院批准，2010年1月12日正式成立，属全国性公募基金会，业务主管单位是民政部。儿慈会的宗旨是：以慈为怀，从善如流，呵护未来，促进和谐。儿慈会的理念是：募集社会资金，资助和促进民间公益慈善组织（NGO）的发展，对社会上无人监管抚养的孤儿、流浪儿童、辍学学生、问题少年和其他有特殊困难的少年儿童进行生存、医疗、心理、技能和成长救助。儿慈会坚持“民间性、资助型、合作办、全透明”的办会方针，倡导“人人助我，我助人人”的精神，按照“管理、运作、监督”三结合的工作模式开展救助活动，传播慈善理念，弘扬慈善文化。



中国下一代教育基金会

中国下一代教育基金会，是2010年7月9日经国务院批准，在民政部正式登记注册的全国性公募基金会。发起单位为中国关心下一代工作委员会，业务主管单位为中华人民共和国教育部。旨在通过社会倡导、募集资金、教育培训、救助资助、开发服务等方式，配合政府推动我国下一代教育事业的科学发展。基金会成立以来，紧紧围绕学前教育、校外教育和家庭教育三大领域以及留守帮扶行动、圆梦行动、红烛行动、育德行动四个方面开展了近百个主题鲜明、形式多样的公益项目及活动，项目受益地区遍布全国31个省区市。2014年，被民政部评为4A级基金会；2015年，经教育部推荐，被民政部授予全国先进社会组织称号。

支持单位



民政部中国社会工作联合会企业公民委员会

中国社会工作联合会企业公民工作委员会是目前国内唯一致力于“企业公民”理念推广和普及的全国性社团组织。宣传和推广企业公民理念，引导和促进企业公民实践，在企业与政府、企业与社会、企业与企业之间搭建一个融合通道和互惠平台，共同推动中国经济社会的可持续发展。

随着企业公民社会责任理念在中国的发展，越来越多的企业认识到：一个成功企业、百年企业，一定是一个实施企业公民战略的企业；而一个具有企业公民意识的企业，不仅注重公司本身的经济效益，还必须关心和努力提高企业行为对社会和环境所产生的重要影响。

中国社会工作联合会企业公民工作委员会先后推出了中国优秀企业公民年会、中国企业责任品牌大会、中国治污在行动、中国企业公民大讲堂等系列活动，极大的推动了“企业公民”理念在中国的发展。

CSR-CESA

中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会
Committee on Social Responsibility of the China Electronics Standardization Association

中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会

在工业和信息化部政策法规司等司局的指导下，中国电子工业标准化技术协会于2011年10月组建成立了“中电标协社会责任工作委员会”（简称：社责委），旨在建立和完善行业性的社会责任管理标准体系、实施体系和推广体系，增强我国电子信息企业的社会责任意识，强化社会责任管理能力，并促进利益相关方对行业可持续发展问题的理解、支持和参与。社责委坚持“政府指导、行业引导、企业主导”的方针，在政府指导和支持下，由行业内具有先进社会责任理念和优秀实践的企业事业单位共同商议社责委的管理和运行等重大事项，选举会员单位高级管理者担任社责委的主要领导。同时，作为社责委的发起会员，参与企业应积极履行会员义务，支持并引领行业的社会责任建设。



中国传媒大学公益传播研究所

公益传播研究所成立于2013年，是从事公益传播的理论与实践研究的学术与政策研究机构。公益传播研究所以国际化视野和中国传统文化的精髓审视与解读本土公益传播，提供专业化的意见，推动与促进中国公益事业的发展。做一流的智库，为增强中国国家软实力出力。通过关注、收集、梳理、分析、研究公益传播中的人和事、是与非，发现并厘清公益领域的新问题、新现象，探索公益传播置于社会转型的大背景下的新理论、新方法、新模式、新途径，切实推进公益创新，提高公益传播的水平，向公众传播正能量，促进公众构建新型社会关系，道德伦理关系和行为准则，增强民众的凝聚力，提高社会的和谐度。



上海市外商投资企业协会
SHANGHAI ASSOCIATION OF FOREIGN INVESTED ENTERPRISES

上海市外商投资协会

上海市外商投资协会于1988年成立，直属上海市商务委员会领导。会长由刘锦屏先生担任。上海市外商投资协会始终坚持为外资企业服务的宗旨，积极探索协会作为社会团体，在企业、政府、社会三方关系中所承担的责任和作用，不断开拓协会工作的新思路、新方法、新途径。在解读法律政策，增进企业之间、企业与政府之间的沟通交流，维护投资者的合法权益，反映企业诉求等方面，发挥了积极的作用，为促进上海投资环境的改善和开放型经济的发展做出了贡献。



爱吧-责任企业联盟

爱吧-责任企业联盟，是北京在职企业社会责任(CSR)经理人的自发组织，旨在CSR推动社会发展。通过微信平台和定期聚会，爱吧致力于推动：

个人发展：促进社会责任经理人专业和职业发展

企业发展：增进沟通交流，提升公司责任运营

社会发展：公司跨界合作，产生更大社会影响



“有爱有未来”外企志愿行动

“有爱有未来”外企志愿行动(Share the Care Volunteer Organization)简称“STC”，是北京外企志愿者协会长期开展的志愿者项目，长期关注和帮扶弱势儿童，是城市流动儿童（外来务工者子女）援助领域和乡村留守儿童教育领域的主要行动者。

从2012年5月至今，“有爱有未来”组织超过60个企业的志愿者小组，完成了北京地区71所打工子弟学校的实地调研；组织近120家企业，开展打工子弟学校帮扶活动超过200次，支持学校90所，并举办打工子弟夏令营19个，受益师生近90,000人，超过20,000名外企志愿者和大学生志愿者参加。

2007年至2015年，“有爱有未来”与多家跨国企业合作，组织开展了多个企业志愿者和大学生共同参与的乡村留守儿童教育项目，资助超过100所大学的大学生团队和企业员工志愿者团队，完成近2,000个助学支教项目，帮助近2,000所乡村学校。

官方网站 www.sharethecare.cn

公益合作伙伴



北京师范大学教育基金会
Beijing Normal University Education Foundation

北京师范大学教育基金会

北京师范大学教育基金会（BNUEF）成立于2007年，是北京市民政局登记管理的非公募基金会，享受政府对非营利性组织的相关免税待遇，以“通过奖励、资助，提高教育科研水平，推动教育事业发展”为宗旨。作为学校的筹资办学平台，北京师范大学教育基金会负责对学校捐赠统一归口管理，即：通过筹集资金，接受捐赠，改善办学条件，奖励优秀师生和科研成果，资助贫困学生和教研项目。秉承着北京师范大学“爱国进步、诚朴、求真创新、为人师表”的百年精神，基金会致力于北京师范大学的公益教育资源整合与优化，为高端人才培养、教学科研精进、校园文化建设、社会公益发展等方面做出了卓越贡献。2010年，北京师范大学教育基金会被北京市民政局评为5A级社会组织；2012年12月，基金会被北京市民政局授予北京市首批社会组织示范基地的荣誉称号。

