

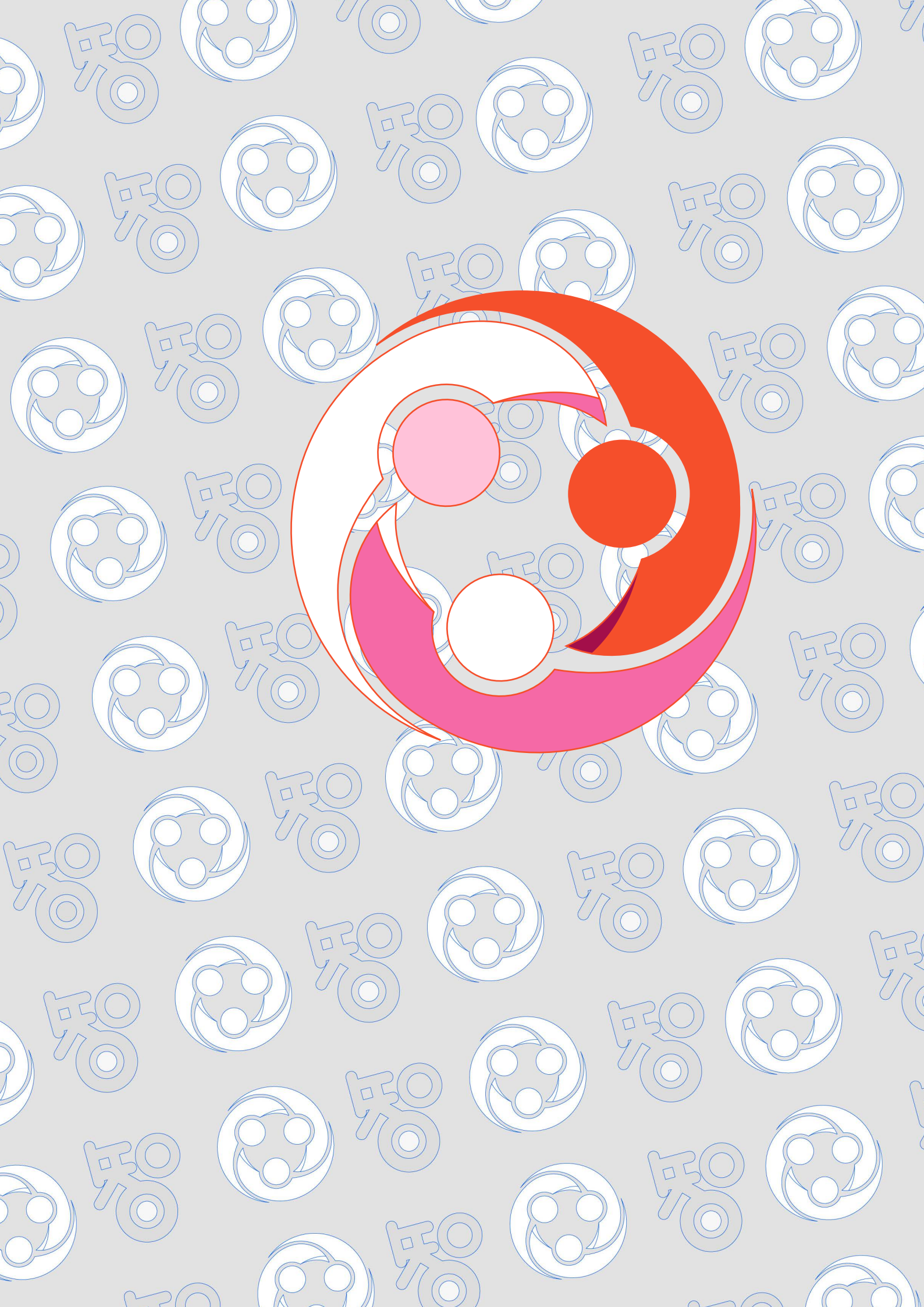


2021南都
智库产品
发布周

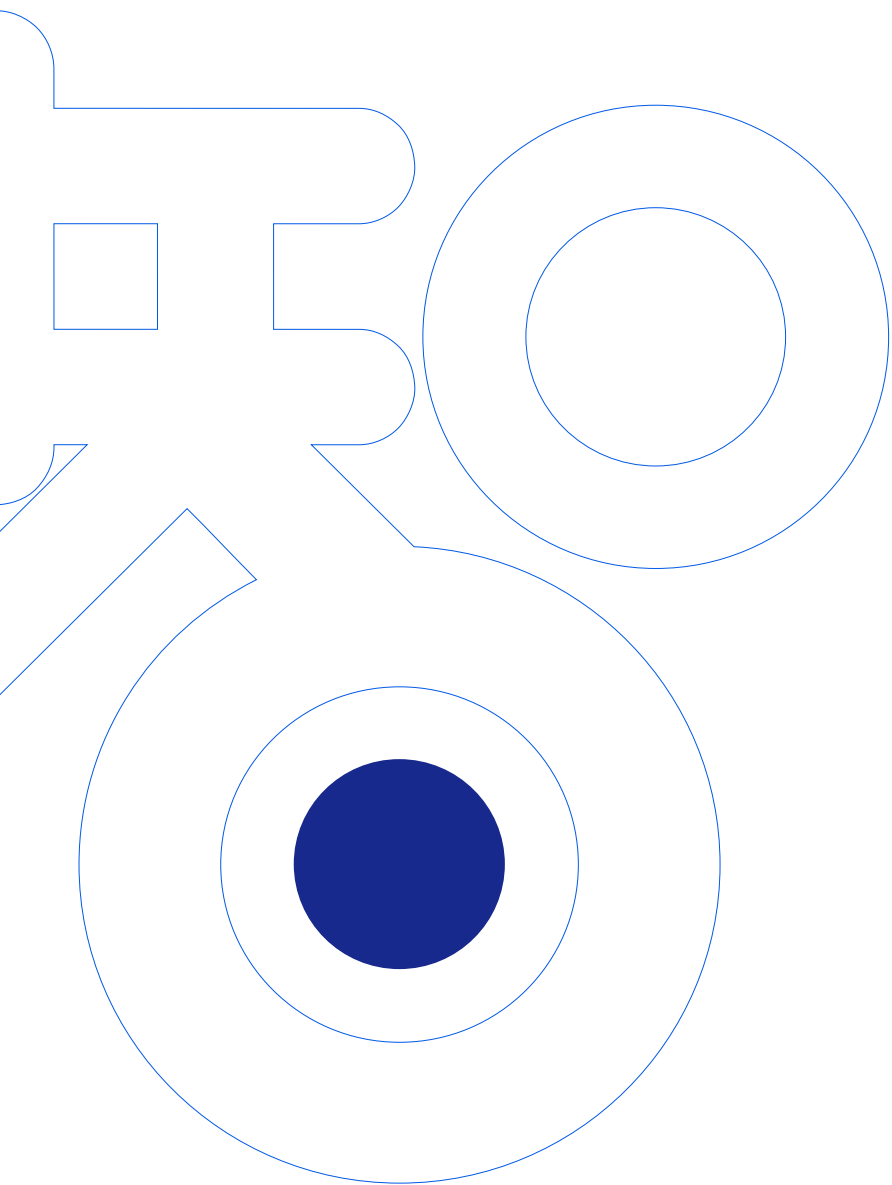
创 新 传 播 力 · 传 承 价 值 观



“共同富裕”企业创新实践 调 研 报 告



**“共同富裕”企业创新实践
调研报告**



目录

CONTENTS

背景说明	04
I. 整体分析	06
II. 样本与现状	08
III. 实践路径	14
IV. 问题与建议	24

背景说明

PREFACE

今年11月，中国共产党第十九届中央委员会第六次全体会议胜利闭幕。全会提出，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展，全面深化改革开放，促进共同富裕。自“2035年基本实现全体人民共同富裕”的目标确立以来，围绕共同富裕愿景，扩大中等收入群体规模、第三次分配、乡村振兴等问题成为各界持续关注的焦点。社会各界正积极响应号召，投身到推进共同富裕的伟大事业之中。

作为经济生活的重要组成部分，企业在经济崛起中既扮演着社会财富创造者的角色，也扮演着社会财富分配参与者的角色。这意味着，共同富裕的实现，离不开企业的积极配合和参与。

事实上，阿里、腾讯、吉利等企业早已投身到实现共同富裕的历史进程之中。如今，数以千亿计的资金和资源正在持续涌入共同富裕建设当中，将企业参与共同富裕推向新高潮。

如何更加优化地利用现有资源创造更大的社会价值，将现有投入转化为可持续的共同富裕内生动力，这是摆在政府、企业和各方面前的新课题。

在南都大数据研究院共同富裕研究课题组（下简称：南都课题组）研究中发现，以国际主流的CSR、ESG等指标体系为依据，并不能完全覆盖具有中国特色社会主义实践的共同富裕主题研究。因为企业在规划“共同富裕”行动时，需要结合商业模式找到全面、系统性的规划逻辑，持续优化迭代企业的未来发展方向，同时积极参与第三次分配，助力实现共同富裕目标。

此次，南都课题组以200家企业的共同富裕实践项目为研究样本，展开系统研究，分析企业参与共同富裕建设的现状、路径和问题。同时，从不足之处出发，采访多位专家，提出相关建议。希望能够通过研究成果，更加清晰地展示企业参与共同富裕建设的模式与路径，为更多企业投入共同富裕创新建设提供智力支持。

CHAPTER



整体分析

中央财经委员会第十次会议指出，共同富裕要以经济增长为基础，兼顾效率与公平，改善分配机制。换言之，推动共同富裕的实现，既要“分好蛋糕”，也要“做大蛋糕”。在这过程中，企业起到的作用至关重要。

一方面，企业具备激发经济活力、创造财富的作用，是“做大蛋糕”的重要参与者。

企业创新与经济活力是共同富裕的重要推手，技术革新不仅可以服务自身业务，更能惠及其他企业乃至全社会。数据显示，改革开放42年来，中国GDP增长39倍，民营经济贡献了50%以上的税收，60%以上的国内生产总值、70%以上的技术创新成果、80%以上的城镇劳动就业以及90%以上的企业数量。

同时，共同富裕是一场深刻的社会变革，企业也需在共同富裕场景下，以新理念、新机制探索重塑政府、社会、企业、个人的关系，优化发展格局。企业将自身发展放到共同富裕的背景下，进行战略升级、产品和服务创新，这有助于提升企业的竞争力，也有助于实现企业、社会与政府的多赢。

另一方面，从“分好蛋糕”的角度而言，企业也大有可为。

就企业机构“小社会”来说，企业是股东、团队、专业人才和员工的利益共同体，需要重视劳动权益保护，共享发展成果，合理提高员工劳动报酬及其在初次分配中的比重。

就整个社会经济来说，企业在改善城乡、区域发展不平衡中发挥着巨大作用。中国收入差距大部分来自于城乡差距，农村是“共同富裕”的短板。要“调低”和“扩中”，很重要的就是要促进农民收入的增加，尤其是中西部地区农民收入的增加。为此，企业需要通过资金、技术、人才下乡推动农业升级，让农货“产得好”“运得出”“卖得掉”“卖得好”；对口企业因地制宜发展非农特色产业，比如乡村文旅、智慧园区等，实现农村劳动力的就地转移，提高农民收入。

企业也是第三次分配的中坚力量。据慈善联合会数据，2020年，我国企业的捐赠总额首次超千亿，达1218.11亿元，占境内外捐赠总额的54%，为捐赠主力。

此外，除资金扶持外，企业通过技术、资源优势推动产品创新，参与提供教育、医疗、养老等公共服务，既可以发现新的商业机会，也可以为实现共同富裕作出贡献。

CHAPTER

II

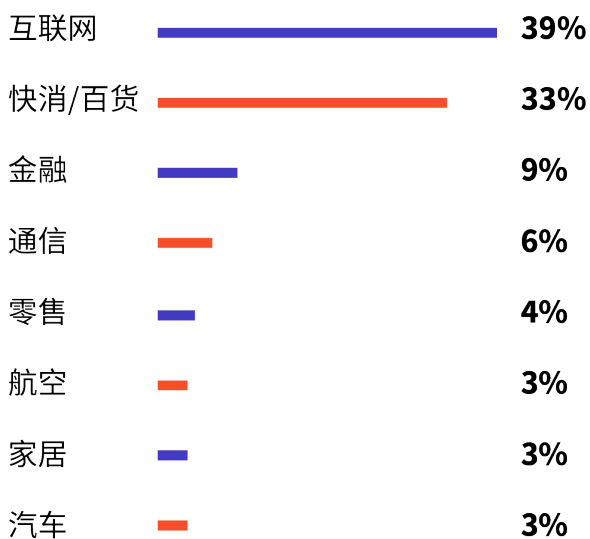
样本与现状

(一) 样本说明

截至11月，南都共同富裕课题组开展了数次有关实践共同富裕的调研与采访，纳入观察样本企业200家，涵盖了互联网、汽车、快消、零售、金融、通信、航空、家居8个行业。

从样本企业的行业来看，互联网行业参与实现共同富裕的企业最多，占比达39%，囊括电商、社交、游戏、出行、在线健康、社区团购等多个子领域；快消行业紧随其后，占比为33%，集中在白酒、食品饮料以及保健品；接着为金融、通信、零售行业，占比分别为9%、6%、4%，汽车、航空、家居行业则分别占比3%。

200家样本企业所属行业领域分布



（二）特点与趋势

通过分析调研数据，发现目前企业参与实现共同富裕的现状和特点：

1 平台型企业投入高

与国外的公益慈善资金来源相比，西方历史悠久的基金会多，家族基金会多，“老钱”多。而中国新兴企业家、新技术公司多，“新钱”多，特别是互联网企业更善于利用技术和平台，快速地、大面积地创造社会价值。在互联网企业中，平台型企业投入最大。

在互联网企业中，平台型企业投入最大。其中，阿里巴巴启动了“助力共同富裕十大行动”，计划将在2025年前累计投入1000亿元。相比于阿里巴巴，腾讯更早地开始在共同富裕计划中展开了行动。今年4月，腾讯就宣布投资500亿元助力共同富裕。8月份，腾讯又再次追加了500亿元的资金，聚焦在带动低收入增收、帮助医疗救助完善、促进乡村经济增效、资助普惠教育共享等领域。

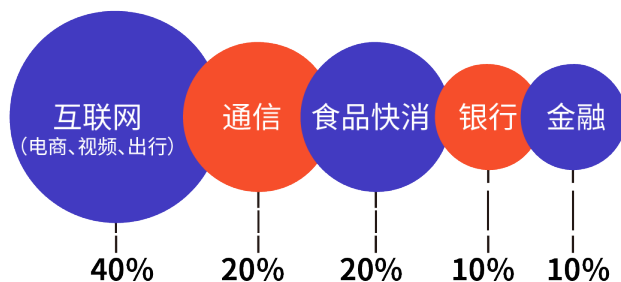
2 三大焦点：乡村振兴、绿色低碳、公益创新

从具体实施维度上看，样本企业普遍将目光投向了乡村振兴、绿色低碳、公益创新等方面。

其中，乡村振兴领域最为火热，超过40%的企业选择从乡村振兴入手。来自

互联网、通信、快消、金融行业的多家企业，均从各自擅长的领域切入乡村振兴，农业与非农产业两条腿走路。一方面从“研——产——供——销——服”等产业链上为农业发展赋能，另一方面，则盘活土地、自然风光、文化等资源，发展乡村文旅、田园康养，以及构建特色园区。此外，通过“金融+产业”的方式，将股权投资、供应链金融、农业保险金融、绿色金融等产品融入乡村振兴中，促进乡村发展，提升农民收入。

“乡村振兴”案例行业分布

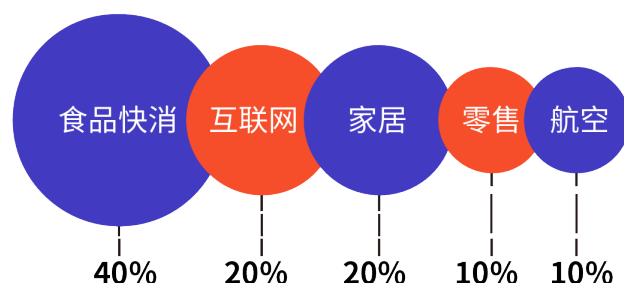


“乡村振兴”案例关键词

科技助农
旅游 种植培训
就业创业 直播
产业金融

包含创新、协调、绿色、开放、共享等理念的高质量发展是解决逐步实现共同富裕一切问题的基础和关键。“双碳”目标下，绿色是共同富裕的底色。南都课题组发现，样本中27%的企业聚焦于绿色低碳发展，在生产、研发、建造、消费等过程中更新理念和创新技术达到节能减排的目的。

“绿色低碳”案例行业分布

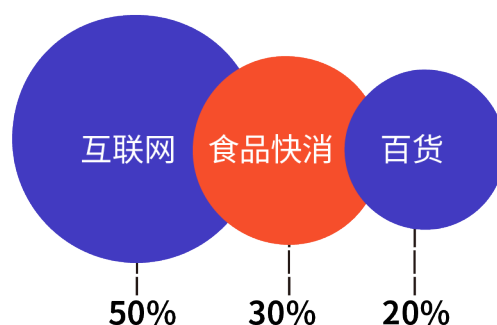


“绿色低碳”案例关键词

节能创新
科技创新
科普创新 新能源

在公益创新方面，捐赠、助老、抗疫、教育是关键词。企业通过自身的资源整合能力以及科技创新赋能公益行动，抗疫期间企业不仅捐款、捐物，还研发了健康码、行程卡等大数据服务平台，助力抗击疫情；河南水灾时，短时间内大约20家大中型互联网公司捐款近10亿元支援受灾地区，腾讯文档等平台还在救援中起到了信息集散平台作用，成为“互联网救灾”的典型应用。

“公益创新”案例行业分布



“公益创新”案例关键词

科普创新 职业培训
科技创新
战疫 助老

此外，在共同富裕的主题下，老年人作为最容易被忽视的群体，容易被当今社会的快速发展所遗忘。随着人口老龄化议题不断升温，越来越多的企业从衣食住行等方面参与到适老化改造浪潮当中。

值得一提的是，在样本企业中，不到三成企业涉及与员工共享发展成果以及保障员工权益。其中，吉利实施股权激励，让员工参与持股。在这个过程中，利益分配得到了一定程度的均衡，按劳分配和按要素分配方式得到了一定程度的有机融合；美团表态将落实骑手职业伤害保障计划，李锦记“希望厨师”项目则从职业培训出发，为贫困地区青年提供持续、多元的支持。

3 商业逻辑叠加科技赋能，解决社会问题

多数样本企业践行共同富裕的案例是借力自身的优势来解决城乡、区域不平衡发展、公共服务不能均等享受、落实环境保护等社会问题，逐渐达到社会责任和商业逻辑的平衡。

九元航空从产品本身出发实行“双碳”目标。在飞机采购过程中，坚持斥重金选装“翼尖小翼”，减少飞行阻力。目前，单机每年节省燃油量384吨。此外，九元航空通过精细化运行技术管控手段，不断提升飞行计划精度，万吨公里油耗持续下降。仅此两项“双碳”措施，每年就可节约巨额燃油消耗费用。

在适老化改造行动中，高德地图通过产品创新，让出行对老年人更友好，包括“在线上为老年人提供一键叫车服务”、“发放助老就医出行补贴”等。在提高产

品的用户体验的同时，也解决了社会难题。

在规划“共同富裕”行动和项目时，大部分样本企业并没有局限在公益维度，而是结合自身的商业模式展现商业与科技的温度，从最开始的“捐”，转变成“助”，再变成“创”，变输血为造血，变粗放为精细。

在乡村振兴的样本案例中，多家电商企业致力于打通农产品的物流和销售渠道、短视频、直播平台保留乡村文化、旅游出行平台着眼于文旅、金融企业则发挥其引进资金、拓宽融资渠道的优势，酒类企业从原材料种植出发，致力于提升农民收入。

4 “向善”理念融入企业战略

从战略的层次来看，已有企业站在整体方向的高度，完成了向共同富裕目标的“看齐”。

以互联网行业为例，公司内生的向善使命与战略，和共同富裕所指向的目标产生了颇大的交集。从公司发展的角度看，如今互联网企业都存在着流量焦虑，其中人口红利的消失是其主要原因之一。平台用户规模触顶后，大部分互联网企业都以开辟新业务或者整合生态的方式缓解增长压力，挖掘看不到或者被忽视的流量，积极响应共同富裕的要求，正是互联网公司的必然选择。

最典型的是腾讯，2021年4月，腾讯宣布启动新一轮战略升级，公布了“扎根消费互联网，拥抱产业互联网，推动可持续社会价值创新”的新战略，新设立可持续社会价值事业部，被外界视作腾讯“科技向善”探索的延续。

这种融合日后会变成趋势，因为从行业角度看，那些导致收入差距扩大、社会焦虑加剧、环境污染加重，以及有数据安全风险的行业和商业模式，或将在今后数年受到进一步约束。针对科技企业、平台经济以及房地产的监管或将持续。而与国家战略方向一致的行业，如国产大众消费品牌、硬件科技自主化、网络安全、创新药、职业培训、新能源产业等将迎来新一轮发展机遇。

CHAPTER

III

实践路径

从样本案例来看，目前样本企业参与实现共同富裕，由内到外分为以下三个层面：

1

第 1 层

针对企业自身业务，通过科技创新、开放共通、绿色发展等，推动质量变革、效率变革和动力变革，提升企业竞争力，实现企业的可持续发展，为做大蛋糕打下基础；

2

第 2 层

创新企业分配机制，探索合适的激励机制与员工共享企业发展成果，建立企业与员工共同发展的共同体，提升员工的享受性收入；

3

第 3 层

从第三次分配出发，一方面创新公益慈善，另一方面参与乡村振兴，“授人以鱼不如授人以渔”。经济发展不平衡、不充分的问题，更多还得从基础设施和公共服务体系完善上破题，企业依托自身优势和技术能力，拿出更多精力投向社会普惠事业，为中低收入群体和地区赋能，体现企业的使命与担当。



企业高质量发展

一方面，通过科技创新提高要素生产率，促进企业从价格竞争走向价值竞争，推动产业升级，为共同富裕“铸魂”。另一方面，近年来，应对“环境污染”、“全球变暖”已成了全人类共同的议题。

为了探寻可持续发展的道路，我国将低碳转型发展作为应对气候变化的重大战略支撑。在碳达峰碳中和框架下，逐步和有序实现我国生产生活方式全面绿色低碳转型，是一场广泛而深刻的经济社会系统性变革。企业作为重要的生产生活主体，其如何有效制定碳中和目标与路径并率先实施在“双碳”领域的实践，关乎国家“双碳”实践进程，也将成为企业全球竞争力新的核心影响因素。

课题组调研发现，多家企业设置碳排放目标，通过科技创新建立节能低碳基础设施，将节能环保技术与理念运用在产品研发、制造、包装、消费等过程中，并联合供应商、合作伙伴、消费者构建绿色低碳网络，并运用科学的碳管理手段，对企业碳排放等进行了自主碳盘查，力图摸清自身碳排放家底。

伊利、沃尔玛、元气森林建立了明确的碳排放目标，同时，沃尔玛在既有运营建筑的基础上进行节能更新改造，如光伏发电，2021年10月底，沃尔玛在深圳坪山的物流配送中心将投入使用屋面分布式光伏发电，该配送中心屋面建设的单晶硅光伏，一年预计可供应200万度电。

尚品宅配从源头和全过程控制污染物产生和排放，对生产过程中产生的固体废弃物100%无害化处理。同时，2021年1月推出BIM整装技术，通过BIM将全屋精确地数字化表达后，其所生成的图纸可直接指导工地施工，在工地完全根据图纸及指引施工且过程不发生需求变更情况下，所生产的详细材料明细准确度高达95%-98%，装修材料利用率提高20%，在保证工地材料够用的条件下，将材料损耗成本浪费降到最低。

伊利引入制造过程绿色化率的方法论，持续开展温室气体碳盘查，减少温室气体排放。此外，伊利全面实施绿色包装，从包装减材设计、绿色包材的应用到使用后的回收利用，全过程降低对环境的影响。

小哈换电创立之初就以锂电新能源作为业务发展方向，致力于在两轮出行推广普及锂电新能源。旗下智能锂电池已经过5次技术产品迭代，具备零碳排放，高能源应用效率等特征。同时积极开展锂电池梯次利用及循环回收方面的技术研究及实际应用，基本以三年使用期限作为退役标准。回收方面，退役锂电池主要拆解粉碎成原材料进行循环再利用，小部分会进行梯次利用。其研发的光伏分布式“充储换”一体机，能收集绿色低碳的光能清洁能源，以及实现削峰平谷，帮助新能源有效消纳。



与员工共享发展成果

在实现共同富裕的有效路径上，以股权激励、员工持股等手段，让员工共享发展成果，或是企业最“兼容”的选择。一方面，企业不仅是员工的收入来源，肩负着通过收入分配缩小贫富差距、提高员工幸福感的重要使命，而且是发挥带动后富作用的重要阵地。另一方面，引入员工持股，为员工提供住房、教育、医疗等福利，可以让员工更有“主人翁”意识，进而发挥主观能动性，为企业作出更大的贡献。

7月初，吉利汽车发布共同富裕计划，涉及员工收入提升持股计划、职业教育与发展、子女入学入托、全家医疗保险、福利购房购车、文体设施建设等一系列举措。除了超70亿元的股权激励外，吉利自2017年以来，每年为员工建立商业保险体系，对员工及家属提供同等保障，截至2021年，吉利的商业保险计划已经覆盖19万名员工和家属。此外，自2004年起，吉利通过自建及合作等方式，为员工提供福利房源，2018年吉利与品牌房企合作打造吉家项目。



投身公益慈善, 参与社会治理

1. 互联网公益平台聚能

民政部官方数据显示, 其指定的互联网公开募捐信息平台上, 近年就有500亿人次的网民积极作出捐赠, 募集善款近260亿元; 2020年上半年, 中国有近5000万网友通过互联网为抗击新冠肺炎疫情作出捐赠; 在今年河南洪涝灾害中, 慈善组织借助互联网, 仅用了两周时间就募集资金超15亿元。

南都课题组研究发现, 腾讯公益、淘宝公益、蚂蚁金服、美团公益、水滴公益均发挥了其聚合功能, 将多方力量汇聚于方寸之间, 携手更有执行力的社会组织形成合力, 对企业与社会组织各自角色进行了优化重组, 专业的人做专业的事, 提高了企业在参与共同富裕中的投入产出比。

截至9月9日, 腾讯99公益日共获得了6870万以上人次捐款、超过35.69亿元捐款金额; 集合了众多资源的淘宝公益平台, 在直播+公益领域发力, 从10月20日到11月4日, 天猫双11“公益宝贝”所产生的爱心捐赠意向订单已经达到12亿单。在双11这样的商业爆发的节点, 高频的商品交易通过“公益宝贝”产生了同样高频的公益捐助。截至2021年8月, 仅水滴公益平台, 便联合全国各地超过80家公募基金会, 整合公益机构、爱心企业、媒体、爱心人士等各类社会资源开展了一系列公益活动, 通过水滴公益平台产生了近 5700万人次爱心捐赠, 筹集善款累计达到10.8亿元。

此外, 中国平安、中国移动等非互联网企业也凭借自身优势, 纷纷参与到互联网募捐平台建设当中, 汇聚成整合平台。

2. 洞悉用户需求, 推进产品创新

除了善款筹集与运用外, 南都课题组发现企业参与公益也可以从用户需求出发, 对自身产品进行优化设计, 引入创新机制, 从而服务和解决用户、公众所关注

的社会议题，如适老化改造、未成年人保护以及关爱女性等。

美团优选“孝心助老”项目组在进行数据分析与实地调研后，清晰了助老的痛点和难点，此后迅速进行产品升级，上线了“孝心优选”商品专区。同时，在“父母家”地址的基础上，更新了订单备注功能，用户在给父母下单后，可以在订单备注中进行标注，站长在看到提示后，将会提供优先分拣、送货上门等服务。

美团优选公开数据显示，全国孝心单单月规模从4月份百万单增长到9月份250万，孝心单的年龄结构中，90后占比约52%，00后占比约10%，这些互联网原住民们为孝心单消费主力军。

高德地图联合由全国老龄办指导，中国人口福利基金会联合高德地图共同启动了“助老暖心出行计划”，包括为老年人一键叫车、发放就医出行补贴、建立打车暖心车站、组织社区出行培训等，行动一期率先在北京、杭州两地试点进行。按计划，北京和杭州一期还将建设1000个助老打车暖心车站。暖心车站将以社区、医院等老年人经常活动的场所为主，帮助老年人实现便捷扫码、一键叫车。

老年人使用高德打车前往医院就医或从医院就医返回时，补贴可以直接一次性抵扣打车费用。每位老年人每年可领取助老就医出行补贴共计200元，补贴将按季度分四次发放，每季度50元。

在人口老龄化的另一端，未成年人网民的不断增长，也刺激出了更多的社会热点，游戏与未成年人保护成了一对难解难分的话题。“33.5%的未成年网民在疫情期间网上娱乐的时间有所增长”，一组一组的数据让互联网游戏公司开始思考，如何引导未成年人合理利用时间，预防沉迷游戏等问题的解决刻不容缓。

三七互娱作为游戏公司，基于用户兴趣，深化“功能游戏开发计划”，持续探索功能游戏承载正向社会价值的实践，在《这是什么垃圾》《细胞大作战》《集结！拯救野生动物》《消毒大作战》《清风侠冲冲冲》等现有功能游戏开发的基础

上,加大研发力度,进一步布局推动正向社会价值的功能游戏,实现企业社会效益和经济效益相统一。

3. 参与社会治理

南都课题组注意到,企业也可以参与公共服务的提供,解决目前的社会民生类问题。

为了满足偏远地区的医疗需求,平安集团还奔赴四川省凉山彝族自治州,旗下平安健康、平安医保科技等业务单位调度搭载全数字化DR、彩超、心电图、尿液分析仪等医疗设备、“平安好影像”智能影像系统的移动健康检测车,为“悬崖村”百余位村民免费进行疾病筛查与问诊、捐赠医药保健用品,同时还针对当地村医和村民开展病情咨询、日常护理、膳食习惯等知识培训和健康科普活动,构筑整体健康防线。此外,早在2020年8月,平安健康发起“健康中国母亲行动”寸草春晖在线义诊,通过平安健康APP,为全国女性用户和母亲们提供免费的医疗健康咨询服务。

李锦记则从厨师职业教育出发,于2011年启动希望厨师项目,集聚各方力量资助困境家庭有志青年免费学厨圆梦、为中餐业发展培养未来之星。

迄今为止,李锦记希望厨师项目捐资千万,惠及四川、贵州、云南、甘肃、山西、陕西、黑龙江、辽宁、广西、广东、江西等21个省市区的1000余名热爱中餐烹饪的青年。毕业后的厨师多在北京、上海、广州、成都、深圳等一线城市四五星级酒店和知名餐饮企业工作,提升自我收入,实现理想人生;也有众多毕业生选择回到家乡创业,反哺家乡。

自2020年起,李锦记希望厨师项目首次在广州开班。该项目由李锦记全额提供资助(全额学杂费+生活补助+交通补贴),招收有志于传承粤菜文化、从事中餐烹饪工作、且经济上有困难的青年,助力其成为传承粤菜文化、振兴乡村经济的粤菜传承人。



赋能乡村振兴, 拓展企业价值边界

1. 数智乡村、科技助农

以5G、大数据、人工智能为代表的新一代信息技术日益深入赋能农业农村各个领域和环节,正在深刻改变着农业生产方式和农民生活方式。

广东联通推出“数字乡村”服务管理平台,内置“干部视角”和“农户视角”,准确对接了基层干部与农户两方的迫切需求。对基层干部而言,依托该平台,不仅解决了组织人员管理困难的问题,更实现了重要信息精准传达以及办公效率的提高,大幅提升了基层治理效能。而对农户来说,不仅提供政策信息和办事指引,还能提供劳务用工、供销服务、科学养殖、产品买卖等惠及农户的乡村一体化服务,有效弥合数字鸿沟。

广州移动则针对数智化养殖赋能,发挥自身5G+AICDE核心能力优势,建设汕头澄海狮头鹅5G智慧养殖平台项目。在鹅舍内部署饮用水质、风速、采光、温度、湿度、氧气含量、二氧化碳含量等养殖环境监测传感器,通过5G网络将养殖环境监测信号实时传送至澄海狮头鹅5G智慧养殖平台。经大数据综合分析后,对异常指标进行告警,以便饲养员及时调节养殖设备。这有效破除原先养殖设备相对独立、整体化达不到标准的痛点,把整个鹅舍变成一个大网络,让养鹅场达到全方位的数据化、标准化,能够严格把关鹅舍环境,减少疫情传播,增加产量。系统上线后,成效明显,鹅群饲养质量大幅提升。

2. 让农户掌握造血能力,畅通渠道

数字经济不仅促进了一、二、三产业深度融合,而且推动了农业供给侧结构性改革,有效带动了现代农业、创意设计等相关产业的全面崛起,催生了电商企业、网点微商、农民专业合作社、种植大户、农产品加工企业等多个行业的就业岗位。

茅台集团从产业源头出发，帮扶农户种植。不仅发展食用菌产业，还实施建设茅台酱香系列酒用高粱种植基地，收购计划由1万亩进一步扩大至3万亩6750吨，免费为种植户发放高粱种子，同步做好育苗指导、移栽管护、病虫害防治等技术培训工作。

张裕集团已在烟台、北京、辽宁、陕西、宁夏、新疆等国内六大产区，布局了20万亩葡萄基地，采取“公司+合作社+农户”的模式，利用胶东半岛以及宁夏、新疆等西北地区的坡地、荒地等闲置土地或粮食产量较低的贫瘠土地建设酿酒葡萄基地，并由张裕向果农提供资金和葡萄种植技术支持。一方面促进土地资源的有效利用，改善当地生态环境；另一方面，每年给全国果农带来近8亿元的收入。

辛选集团则依靠自身供应链和流量优势，积极参与助农直播，先后奔赴贵州、四川、黑龙江、山东等地举行全国巡回助农直播，助农带货销售额突破6亿元。京东于2020年10月提出全面的乡村振兴京东“奔富计划”，以数智化社会供应链为基础，从打造新基建、发展数智农业和物流、建设数字乡村等方面入手，构建农产品现代流通体系，促进高品质农产品正向循环，为乡村振兴提供完整的解决方案，计划三年内带动农村实现10000亿产值。

京东打造的产业智能供应链中心模式，有助于提高农产品质量与农业附加值，通过先进冷藏库、智能分选中心、流向分拣中心的引入，延长了农产品储存周期，并实现了果品分类定级，使果品价格得到相应增长，帮助农户增收。高效的物流基础设施，帮助乡村地区农产品搭上连接发达地区的“高速路”，提升了农产品流通效率，帮助农户走上“奔富路”。

3. 盘活乡村文旅资源

通过社交网络、在线旅游等渠道，将本地的特色商品、自然风光、文化旅游资源及时发布出去，盘活乡村风景、文化资源，带动乡村旅游、餐饮及民宿等产业的

发展。伴随着短视频、直播的兴起，这些社交平台成为盘活文旅资源的抓手之一。

抖音自2018年启动“山里都是好风光”项目，为拥有美好风景的贫困县，综合提供流量倾斜、产品扶持、人才培养、站内认证等全套方案，帮助更多贫困县打造文旅产业名片。

以贵州雷山县为例，抖音不仅帮助当地通过短视频传播苗族文化和非遗特色，还重点针对潘仕学等非遗传承人共计161个学员进行培训。公开数据显示，截至2019年12月，#雷山DOU是好风光#挑战赛传播量达2.5亿次。通过抖音，贵州省雷山县西江镇的麻料村迎来5万多元订单和60余名银饰体验游客，苗绣传承人杨阿妮7天就售出3套纯手工苗绣嫁衣，非遗银球茶则售出29万元，惠及贫困茶农400余人。银匠潘仕学在锻制银饰的时候顺带拍视频，通过内容带动，潘仕学两个月收获了5万多元的银饰订单。

携程集团于今年3月启动“乡村旅游振兴”战略，包括投入10亿乡村旅游产业基金、规模化赋能100个旅游村以及培养10000名乡村旅游振兴人才等，其中，打造10个高端乡村住宿标杆产品——携程度假农庄，成为补齐这块“住宿”短板的主要举措，并推出乡村振兴学园，孵化乡村旅游人才。

截至目前，携程已在安徽金寨、河南济源、湖南浔龙河、新疆禾木、新疆喀纳斯等地落地了8家携程度假农庄。国庆期间，携程度假农庄受到了消费者的广泛欢迎，绝大部分房源提前售罄，并对当地旅游产业产生实际带动作用。

4. 金融扶持，资金下乡

金融承担着社会治理中最重要的资源配置功能，以产业+金融的双轮驱动模式，可有效促进乡村振兴。

广州增城乡村振兴基金，对村集体工业园区进行转型升级，由村集体经济组织提供土地，政府通过乡村产投基金进行产业引导、投资、建设，推动旧工业园

区改造升级，实现村集体资产保值与升值；建设乡村更新改造连片示范区，打造新型城乡融合体系，同时统筹农村经济建设，发展科技农业、田园综合体、农业电商等，其落地的田园综合体项目“乡丰农园”，流转土地面积近1300亩，种植了网纹瓜、“阳光玫瑰”葡萄、无花果等特色水果，广受粤港澳大湾区消费者的喜爱，年均接待游客超过12万人次。

乡村振兴基金联合广东海纳农业有限公司共同在增城朱村打造增城丝苗米现代农业产业园，为增城丝苗米科技化、机械化种植起到示范带头作用，带动增城丝苗米科技化、品牌化发展。目前，该产业园成功建设了增城南岗村千亩全程机械化示范基地和龙岗村千亩稻田立体种养基地，带动农户约2100户，农户年均增收约4800元。另外在原有土地租金的基础上，增加每年每亩500元的土地入股分红金(企业效益分红)，开创了增城区土地入股分红的先河。

此外，延伸打造主题旅游小镇模式，形成乡村特色文旅产业，并积极开发观光农业、休闲旅游、康复养老等模式，以产业拉动人才回流乡村，以人才保障工程建设。

CHAPTER

IV

问题与建议



问题

在肯定企业注重对社会的回馈的同时，也必须看到，面对“在高质量发展中促进共同富裕”的宏大主题，还有不少不足。

1 部分企业对共同富裕的认识不到位，仍将其等同于简单的公益慈善。

企业作为市场主体之一，自身实现高质量发展与发展成果共享，是其推进共同富裕的基本支撑点。相比获得财富后回馈社会的表现，许多企业在创造和获得财富过程中的表现，有着更多的问题，和高质量发展的要求相差很大，如创新不足、垄断封闭、企业内部治理差等；

2 绿色低碳发展水平仍需提高。

多数企业虽已有“绿色低碳”意识，但并未将“双碳”目标与企业战略相结合，碳排放目标不够明晰，也未建立相对应的管理制度。多数企业未进行碳盘查，以至于无法进行有针对性的碳管理。

3 不够重视员工权益和保障。

目前大部分中国企业尚未建立与员工共享发展的机制，员工持股、员工参与分红等激励机制还较少。

同时，随着新业态、新经济模式的发展，产生了包括外卖骑手、快递小哥、网约车司机等在内的灵活就业人员数以亿计，灵活就业人员的劳动权益保障成为新的问题和挑战。

4 资源浪费问题值得关注。

在通过公益慈善参与共同富裕建设过程中，存在资源浪费的情况和可能。比如，由于撤点并校、政府持续教育投入等原因，部分村镇小学对于物资的需求已经减少，但物资仍然在向西部乡村等地区汇聚，造成了资源闲置的情况。

同时，国家政策的鼓励叠加资本的冲动，会造成企业一些试错成本以及投资资源的浪费。例如，在乡村振兴产业价值链上的高端环节投资上，由于企业的理解和把握力度不足，失败项目比较多。

此外，从公益管理角度看，企业开展公益项目的规范化、品牌化、持续化、精细化水平仍有待进一步提升。

5 关注乡村振兴，忽视“软件”问题。

在参与乡村振兴时，大多企业忽略了一个问题：农村地区除了生产性基础设施的“硬件”落后，其社会生产发展所需要的“软件”也极为缺乏。由于“农村空心化”现象，导致乡村“劳力”和“脑力”两项人力资本都存在不足，不利于乡村振兴的发展后劲。

同时，乡村产业缺乏金融血液的活力，VC/PE缺位，靠企业自有资本和积累，效率会大打折扣。

此外，当前中西部地区一些学校，硬件设施已经相当完备，师资却仍相对匮乏。虽然部分相关企业进行了资助与支持，但急需的相关资源尚不足以满足需求。



建议

1 优先立足自身创新发展，参与第三次分配量力而行

企业需要始终清晰地认识到，作为市场经济主体，第一保障是经营与纳税，保证企业员工收入等内在责任，其次才是参与第三次分配。

如果从三种分配方式上而言，企业在第一次分配中担好“主体责任”，为实现共同富裕提供坚强经济基石，为员工提供更多就业机会、更多经济报酬，给股东提供更高收益，带动相关行业共同发展；在第二次分配中担好“纳税责任”，不断创造和提高效益、扩大利润、增收节支、依法纳税，向政府提供更多的税源，要按照国家政策，合理调节过高收入，规范资本性所得管理，切实管控垄断性收入分配；在第三次分配中担好“公益责任”，自觉自愿、量力而行，积极为社会慈善公益事业捐赠，努力实现企业利益与国家和民族以及社会利益的一致性。

华夏新供给经济学研究院院长、财政部原财政科学研究所所长贾康强调，三种分配方式顺序不能颠倒，企业助力共同富裕最根本的是自身能够在竞争中生存和发展，发挥市场主体的创业创新作用，做大蛋糕，在力所能及的情况下积极热心于公益慈善。

长江商学院教授朱睿表示，商业向善不是简单的捐款，而是企业家能挖掘、发现商业活动中的公益价值，用商业的逻辑，更有效率地解决社会问题，让企业在创造经济价值的同时，创造社会价值。

2 建立与战略性环境责任履行相配套的管理制度，借助绿色技术赋能

浙江理工大学经济管理学院教授张宏认为，在双碳愿景下，企业应从末端治理等反应型环境责任转向主动寻求与社会协同发展的前瞻型环境责任。例如，在发展范式上通过低碳转型打造新的增长动能，在业务选择上注重生态产品的

经营开发，在实现方式上通过绿色产品和工艺的创新、低碳技术创新实现高效减排。

中国节能协会碳交易产业联盟副理事长唐人虎指出，企业还应该注重碳数据信息化能力建设。碳交易市场中，碳排放数据更是根本，因此，企业应建立统一的信息平台，从数据采集、统计、汇总、排放核算到数据存档等进行全链条的管理，并在执行节点前预警，从而减少合规的风险。

3 重视员工权益和保障，力争实现“双赢”

在助力共同富裕的过程中，企业需要促进高质量就业，通过避免强迫用工、避免996、提升社保覆盖率等方式保障劳动者权益，建立职业伤害保障制度，扩大社会保险准入，针对不同业务设立对发包方、平台方、接包方、客户间的权利义务规则，对算法进行纠偏，并建立工资增长机制，合理提高劳动报酬及其在初次分配中的比重，保障薪酬信息透明化。

此外，健全激励机制，让员工参与持股，是企业红利反哺员工的一个方式，在这个过程中，企业在做大蛋糕的同时也让员工获得的更多，这对于个人的富裕和企业的发展都是“双赢”。同时，开展员工技能培训，提升员工福利保障水平等，有余力的企业为员工解决住房、教育等问题。

4 鼓励更多企业参与乡村振兴，孵化新业态

农村是共同富裕的洼地，乡镇和村两级消费市场占我国消费市场总体的38%，具有巨大消费潜力，在双循环背景下，对于企业来说，在巩固现有城市消费市场的基础上，十万亿的蓝海市场更具备增长潜力，企业应当调整市场重心，从以城市为主到以城市和乡村并重，渠道下沉、资源下沉、网络下沉，提前布局乡镇消费升级和农村人口城市化带来的新蓝海市场机遇，在商言商的同时，将企业发展

边界扩展到田间地头，在实现经济价值的同时升华社会价值。

浙江大学公共管理学院教授李实指出，乡村振兴，产业兴旺是重点。农村基础设施落后，数量供给和质量供给都是短板，不利于农村和农业的现代化；同时农村人力资本薄弱，不利于乡村振兴的发展后劲。为此，建议实施积极的财政支农政策，加大对农村发展所需“硬件”和“软件”的投入。考虑到我国农村区域辽阔，人口居住分散，不同地区异质性较强，大水漫灌式的开发建设既缺乏资金，也不具有可持续性。因此建议学习日韩的乡村振兴经验，实施集约型村庄建设。减少小村落，打造大村落，加强集约型村庄基础设施、公共服务的建设，因地制宜，发展各地的优势产业，逐步形成生产、加工、销售、经营一、二、三产业融合的完整体系，从而提高农村基础设施的使用效率，也提高组织的建设和管理效率。最后，通过加强产业融合的集约型村庄建设、形成一村一品的产业融合发展格局，全方面提振乡村经济。

中央财经大学经济学院副教授路乾认为，可以将农村闲置的宅基地转为集体经营性建设用地，或者通过乡镇与村庄规划调整，建设符合环保要求的小微产业园，在不损害城市土地供应的情况下，为小微企业创造空间，允许银行等金融机构跨区域发放贷款，鼓励银行与互联网金融科技公司合作，探索更多服务小微企业主的金融产品，打通为小微企业主提供资金支持的通道。同时，可以引入外部资本将村庄人口聚集起来，节余的集体建设用地指标可以用来修建商铺和厂房，以低价租金吸引劳动密集型企业入驻，实现自我造血。

广州乡村振兴基金总裁毛杰表示，无论是工商资本还是其他金融资本下乡，容易忽视的一点是村集体的合作关系和联农带农的机制设计。对于村集体和农民来说，他们的生产要素就是土地，目前围绕乡村振兴的一些新业态的用地需求，制度上也开始放宽，比如点状供地、宅基地入市等，若不改变农民土地的使用权，

也可以组建合作社，农民可以用农地等生产资料入股，参与产业分配，或者搭建运营平台，相当于基金里的GP一样，将乡村土地、乡村资源的资产管理平台市场化，不要拘泥于生产关系。更重要的是提高生产力，通过科技赋能，调动在地企业的主体积极性，把握乡村一二三产业的联动，以农民合作社为主体，激活乡村沉淀资源，突破农产品加工与深加工瓶颈，培育当地特色产业，大力发展第三产业，推动新业态在乡村的孵化，打造田园综合体，发展电商、文旅、文创等。另外，也需要政府、企业做好人才系统的建设与培育，培养懂农业、爱农村、爱农民的人才，促进乡村振兴的可持续发展。

5 公益注重资源整合，链条透明

针对区域间资源不均衡、“硬软件”不平衡问题，企业应在参与共同富裕的过程中，重视资源整合投入，让有限的资源可以运用到更加适合的地方，让共同富裕建设变得有的放矢。

中国社会科学院金融研究所副所长张明表示，目前公益捐赠也鱼龙混杂，既有作秀式的粗暴捐赠，甚至还有诈捐。捐赠的人最讨厌的是钱没有到真正需要的人的手里，中间发生贪污腐败等问题。在基金之外，政府应设立一个独立的机构，专门对捐赠进行审计，并公示资金去向、用途，在大数据时代，保证全链条的公开透明。





出品：南都大数据研究院共同富裕研究课题组

统筹：甄芹 陈养凯

主笔：叶露

编辑：石力

作者 研究员：石力 叶露 汪陈晨 肖韵蕙

美术设计：何欣