

# 基于新冠疫情探讨突发性公共卫生事件中的企业社会责任

施懿宸 包婕 李雪雯

在武汉市宣布关闭离汉通道控制疫情 10 天后，1 月 30 日，本次新型冠状病毒引起的肺炎疫情被世界卫生组织（WHO）正式列为“国际关注的突发公共卫生事件”（PHEIC）。毋庸置疑，这次疫情对于中国整体宏观经济发展态势和依附而生的各类微观企业主体都会带来不同程度的冲击。作为经济链条中的重要环节，企业在应对突发性公共卫生事件时如何积极承担社会责任，协调好员工、供应链、融资方和投资方、顾客、政府等利益相关方的利益，在应对经济冲击风险的同时谋求可持续战略布局，提升危机管理意识，关系着国家整体经济在这次疫情结束后的恢复发展和结构性改革的持续推进。

## 一、突发性公共卫生事件对企业的影响

### （一）突发性公共卫生事件的定义及特点

突发性公共卫生事件一般具有突发性、公共性、严重的危害性、变化发展的不确定性、处置的紧迫性、影响的广泛性等特点，难以预测可能出现的各种社会危机，需要社会各部门和参与主体主动采取应急措施予以应对。在我国，对于突发性公共卫生事件的定义主要依据国务院颁发的《中国突发公共卫生事件应急条例》（令第 376 号），是指突然发生、造成或者可能造成社会公众健康严重损害的重大传染病疫情、群体性不明原因疾病、重大食物和职业中毒以及其他严重影响公众健康的事件。

目前，突发公共卫生事件很多都是由新发传染病所导致的。根据世界动物卫生组织（OIE）的估测，人类现有传染病的 60% 来源于动物，75% 新发传染病来源于动物。近年来，全球爆发多起与动物相关的新发传染病事件，其中包括高致病禽流感（HPAI）和新甲型流感（猪流感）、非典型肺炎（SARS）、西尼罗河病毒、埃博拉病毒、寨卡病毒、H7N9 禽流感等地区流行性传染病。如表 1 所示，迄今为止共有 6 次疫情较为严重的事件在 2015 年世界卫生组织提出“PHEIC”机制后构成了“国际关注的突发公共卫生事件”，为当地人民带来了重大生命财产损失。

表 1 WHO 正式宣布为“PHEIC”的公共卫生事件（截止 2020 年 1 月）

正式宣布时间	公共卫生事件	主要涉及国家
2009 年 4 月	甲型 H1N1 流感	美国
2014 年 5 月	野生型脊髓灰质炎病毒疫情	阿富汗
2014 年 8 月	埃博拉疫情	几内亚、利比利亚
2016 年 2 月	寨卡病毒疫情	巴西
2019 年 7 月	埃博拉疫情	刚果金
2020 年 1 月	新型冠状病毒肺炎疫情	中国

资料来源：世界卫生组织官网

## （二）突发性公共卫生事件所带来的影响

突发性公共事件的危害可以分为直接危害和间接危害两种类型。直接危害一般代表事件直接导致且能立即显现的损害；间接危害一般代表事件所造成的次生危害。在经济层面，由于突发公共卫生事件的发生具有较大的隐蔽性，信息不对称的情况下使得民众容易产生恐慌和不信任的心理，从而影响人们的经济行为。突发性公共卫生事件所带来的直接冲击表现在居民群体性恐慌所导致的物资囤积，通过产品市场的供需影响货币市场的供需，进而作用于国家宏观经济的整体发展。

此外，随着世界经济一体化的不断推进，突发性公共卫生事件带来的经济影响也逐步扩展到国际贸易层面。2002 年 10 月，新一轮疯牛病危机在欧洲爆发，欧洲养牛业面临着巨大危机，消费者对牛肉的购买量直线下降。为应对疯牛病危机，欧盟共支出月 12 亿欧元用于收购被宰杀的牛、补贴牛农损失和检测疯牛病等。由于牛肉消费量锐减，出口严重受损，并且疯牛病疫情在全球范围内持续升温。2003 年 2 月，自美国出现首例本土疯牛病病例后，日本、韩国、新加坡等各国宣布暂停从美国进口牛肉产品。据美国有线新闻网估计，此次事件将给美国造成数十亿美元的经济损失。

## （三）本次新冠疫情对中国经济的影响

由于此次新型冠状病毒引起的肺炎疫情正式爆发在一月中旬，因此疫情对中国经济的整体影响目前尚缺少实际数据的支持。根据 2003 年非典对中国经济的历史影响进行推演，随

着近十几年来中国经济增长模式的不断变化，2020年的新型冠状病毒疫情对中国经济的影响也不可同日而语。从企业角度而言，除了受整体经济发展形势的冲击外，更多影响体现出结构性的特征。

1、在产业结构层面，本次新冠疫情对三大产业都造成了不同程度的冲击，主要对农林牧渔、交通运输、仓储邮政、批发零售、住宿餐饮和其他服务业的企业负面影响较大，其中第三产业的整体冲击较大，但与此同时为以科技创新为驱动力的互联网企业和医疗大健康产业带来了新的发展机遇。

2、在驱动经济增长的“三驾马车”层面，短期内消费和投资呈现下滑趋势，但新的消费模式和投资机会的出现使得本次疫情对消费者和投资者的信心影响有限；对于进出口，即使本次疫情已正式被WHO宣布为“PHEIC”，且全球范围内已有多个国家暂停与中国的航运，但WHO的突发事件委员会在正式声明中特别强调不主张各国对国际旅行和贸易采取非必要的限制，因而疫情对进出口贸易的影响是阶段性、暂时性的，对中长期影响较小。

3、在企业规模层面，中小微企业面临着巨大挑战。企业现金流状况紧张且普遍缺乏应对现金流短缺的手段，营业收入下行压力巨大，短期内维持运营的成本支出压力加大。由于目前中小微企业的经营模式以负债经营为主，此次疫情冲击带来的较差的信用环境进一步加剧了中小微企业生存的难度。

综上所述，本次疫情在带来经济冲击的同时，也为全国各行各业中的企业提出了新的挑战，在坚持疫情防控为主的同时，企业需要积极寻求员工、上下游、融资方和投资方、顾客、政府等其他利益相关方的理解，承担必要的义务与责任。

## 二、突发性公共卫生事件下的企业责任界定

社会责任是一个在经济发展和变迁过程中，不断丰富和拓展的概念体系。在讨论企业应当如何承担社会责任以应对突发性公共卫生事件前，需要明确“什么是社会责任”、“如何有效地承担社会责任”以及“承担社会责任所具有的意义”。在本节，为进一步阐释突发

性公共卫生事件下的企业社会责任界定，将集中讨论前两项问题。

### （一）企业社会责任的含义

企业需要明白对自身而言究竟什么是社会责任。在国际上，对企业社会责任最为通行的认知是企业应对所有“利益相关者”负责，从雇员、债权人与消费者，到社区、环境与社会，但凡有利益关系都应被囊括其中，单独割裂出任何一部分都不利于社会的良性发展。实际上，企业秉持的社会责任也分高低大小。学者阿奇·卡罗尔在1991年提出了企业社会责任金字塔(Pyramid of Corporate Social Responsibility)理论，如图1所示，这一金字塔从下到上依次是经济责任、法律责任、伦理责任，最顶端的是无法被强制界定的“愿尽责任(Discretionary responsibilities)”。衡量一家企业承担社会责任的格局，最高层次的标准就是这个金字塔顶，即看企业是否在“愿尽责任”这一层面做出更为创新、也更具广度和深度的实践，积极主动地承担社会责任。

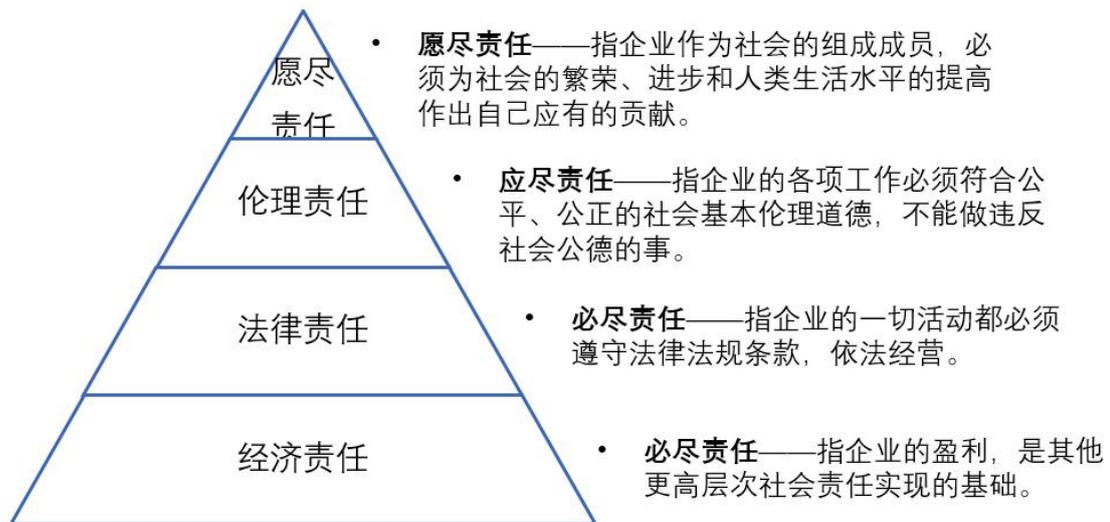


图1 阿奇·卡罗尔认为的企业社会责任金字塔

资料来源：陈英编著：《企业社会责任理论和实践》，经济管理出版社

由此可见，随着高质量发展成为经济发展的主要趋势，企业在积极承担社会责任方面也不仅限于金钱捐赠，而是需要在创造利润、对股东和员工承担法律责任的同时，兼顾对消费者、社区和环境的责任。

## （二）企业应当有效结合社会责任议题与利益相关方的诉求

随着经济社会的不断发展和科学技术的持续进步，在互联网时代中，承担社会责任已经不再是一家企业能够单独完成的，而常常有必要与多个利益相关者一起成为责任行动的主体，履行“企业们的社会责任”，进而实现经济社会的可持续发展。此外，在不同时期，企业对社会责任相关议题的关注点有很大差异，需要根据自身的战略需求对具有共同价值的议题进行评估和排序，在选择利益相关方时从影响企业行为能力的大小、诉求是否正当以及诉求是否紧迫等多个角度进行考量，实现践行社会责任议题和维护利益相关方两者的结合。

从具体标准的规定上看社会责任议题，国际标准化组织（ISO）从2001年开始着手进行社会责任国际标准的可行性研究和论证，2004年6月最终决定开发适用于包括政府在内的所有社会组织的“社会责任”国际标准化组织指南标准。如表2所示，2010年正式出台的ISO26000国际标准侧重于各种组织生产实践活动中的社会责任问题，统一社会各界对社会责任认识，为组织履行社会责任提供一个可参考的指南性标准，提供一个将社会责任融入组织实践的指导原则。

表2 ISO26000 标准中的社会责任议题

核心主题	主要议题
组织治理	组织治理
人权	尽责审查；人权风险状况；避免同谋；歧视和弱势群体；处理申诉；公民权利和政治权利；经济、社会和文化权利；工作中的基本原则和权利
劳工实践	就业和雇佣关系；工作条件和社会保护；社会对话；工作中的健康与安全；工作场所中人的发展与培训
环境	防止污染；资源可持续利用；减缓并适应气候变化；环境保护、生物多样性和自然栖息地恢复
公平运营实践	反腐败；负责任的政治参与；公平竞争；在价值链中促进社会责任；尊重产权

消费者问题	公平营销、真实公正的信息和公平的合同实践；保障消费者健康与安全；可持续消费；消费者服务、支持和投诉及争议处理；消费者信息保护与隐私；基本服务获取；教育和意识
社区参与及发展	社区参与；社会投资；就业创造和技能开发；技术开发与获取；财富与收入创造；教育和文化；健康

资料来源：ISO 官网

而在利益相关方层面，在应对公共卫生事件时按职能与职责划分参与主体，可以分为卫生保健提供者、公共安全组织、环境保护、劳动保护和食品安全机构、文化、教育和体育机构、民政和慈善组织、社区组织、以及参与社会基本运作主体的企业和个人。因此，鉴于此类事件的公共性和广泛性，企业在思考社会责任议题时需要将公共卫生管理体系整体纳入考量，对于公共卫生事件造成的直接和间接影响对标 ISO26000 标准体系中相对应的主要议题，并采取应对措施维护利益相关方的利益。此外，在突发性公共卫生事件下，利益相关方的诉求紧迫性会显著加强，企业需要结合各方需求综合考虑，优先解决危机情况下的主要问题。

### 三、企业在突发性公共卫生事件中发挥社会责任的意义

#### （一）对社会公众的意义

企业落实社会责任的过程，是完善企业与社会以及利益相关方的合作机制的过程，能够有效推动社会福利机制的建设，进一步提高社会资源调配的效率。因而在应对新型冠状病毒疫情这类社会突发性公共卫生事件时，企业的重要作用不言而喻。

1、企业是疫情时期保障社会稳定运转的主力军。各类企业都应该充分发挥在疫情中的应急能力和协调能力，承担起相应的社会责任，尤其是与疫情直接关联的企业如医疗卫生、交通运输业、邮政等。这些企业在疫情发生时往往冲在第一线，最大程度保障社会基本运作，维护社会稳定。同时，企业能够助力社会资源的调配。在疫情中，诸多有社会责任感的企业都积极进行捐赠或为社会义务提供产品及服务，通过各类形式将资源引导向疫情相关领域，极大的助力了资源的分配，充分发挥了企业的经济价值和社会价值。

2、企业能够保障利益相关方的权利。不同企业的能力不同，捐款捐物也并非衡量企业社会责任的唯一标准，企业作为一类团体也能尽一己之力来保障员工、客户、供应链、社区等利益相关方的基本权利，如企业为员工提供安全健康的工作环境、在疫情期持续为客户提供原有的基本服务、特殊时期为上下游产业提供便利、为社区提供一定教育或健康支持等。这些都是企业社会责任的体现，且最能直接对相关方造成影响并产生直接效益。

3、企业社会责任表现与其绩效具有正相关性。从市场角度来看，从企业社会责任中表现出来的效率和水平，可以体现出企业的抗风险能力以及其整体绩效。众多国内外的学术研究也都证明了这一点。Lins, Servaes and Tamayo（2017）透过金融海啸这个外生事件发现在2008年-2009年金融危机期间，CSR表现好的企业较CSR表现差的企业股票收益平均高出4%-7%，CSR绩效好的企业有更高的盈利，增长额销售额，同时能获得更高的债务融资额度。原因是CSR表现能为企业和投资者及利益相关方创建信任，在市场面临负面冲击时抵御信任危机。所以通过企业在疫情中的社会责任表现，可以识别企业品质，企业CSR表现好，相对的收益较好，抗风险能力高，可持续发展能力强。

## （二）对企业自身的意义

企业履行社会责任也是提升自我价值的过程。当代企业发展中，社会责任理念已逐步与企业发展息息相关，忽视社会责任甚至将影响企业生存。在突发性公共卫生事件中，企业经营已经受到影响，做好社会责任是企业对价值的坚守，必然会给企业带来机遇与生机。

1、符合监管层面信息披露要求。针对本次新冠疫情，深交所和上交所所在2月1日和2月2日分别发布了《关于全力支持上市公司等市场主体坚决打赢防控新型冠状病毒感染肺炎疫情阻击战的通知》和《关于全力支持防控新型冠状病毒感染肺炎疫情相关监管业务安排的通知》，都明确鼓励上市公司积极履行社会责任，并指出“上市公司履行社会责任相关信息披露情况将作为年度信息披露考核重要评价指标”。由此来看，这是监管层面提前布局的信号，随着ESG理念在我国逐步主流化发展，监管部门正在逐步推动上市公司ESG信息披露相关政策的落地，A股ESG信息披露指引的出台已是必然趋势。深交所和上交所的这一监管

举措也倒逼企业进一步提高社会责任表现，提高 ESG 信息披露水准，尤其是对上市公司在本次疫情中的社会责任表现提出了一定要求。

2、提高企业自身能力。社会责任能够提高企业自身的经营能力和发展能力，通过创造价值共享的机会，为企业带来社会价值和商业价值的共赢。在投资方面，优秀的社会责任表现还能获得可持续价值投资者的青睐，为企业带来更多的资金流入。在面临外部风险时，基于企业良好的社会责任表现，企业将更能抵御外部风险，获得更多机遇与机会，提高企业绩效，从而推动企业长期可持续发展。

3、帮助企业进行融资。社会责任也折射出企业信用品质，有助于企业进行融资。疫情中，国家层面给予企业很多优惠政策，帮助企业持续经营，金融机构方面也为企业提供了更多的融资便利。从金融机构的角度，在面临系统性风险时金融机构更有意向为信用品质好、经营效率高的企业提供更多融资，这就要求企业要有良好的信用表现。社会责任则代表了企业的信用品质，能够衡量企业的还款意愿。提升社会责任水平，提高信用表现才能帮助企业获得更多更低的融资成本，实现企业价值的良性循环。

4、提高企业品牌形象。落实社会责任能够为企业带来良好的品牌形象，将企业价值传递给股东、客户、员工等利益相关方，有助于企业维护股东信心、客户关系、公司价值观以及供应链关系，建立企业与利益相关方的信任度。企业可以通过较好的社会责任表现获得比较好的声誉效果。

## 四、企业案例分析

### （一）案例一：强生公司

强生公司（Johnson & Johnson）以“因爱而生”的核心价值观为基础，围绕婴儿、儿童、青少年、成人和老年人等各个年龄段人群，在全球范围内积极组织和开展不同形式和内容的企业社会责任活动，尤其是卫生保健、教育和文化领域。举例而言，在预防疾病传播方面，强生公司承诺在四年内投入 5 亿美元以帮助终结艾滋病毒和结核病的传播。公司已经主动在

非洲超过 25 个国家开展了预防艾滋病毒传播的行动。它与全球和地方不同的商业组织与非政府组织建立伙伴关系，通过捐赠其产品和赞助当地项目等形式努力抗击疾病的传播，改善患者的生活质量。同时，强生还强调了中小型企业（SME）在供应链中所作贡献的重要性，并采取了许多行动，以支持工作场所设置、利用授权机构增加影响力、直接影响中小企业等方式授权和协助它们开展艾滋病毒/艾滋病预防活动。

强生公司的企业社会责任活动根据目标大致可分为三类，如下表所示：

**表 3 强生公司的社会责任活动**

社会责任	活动	案例
社区	救助和改善生活； 保障安全； 卫生人员能力建设； 强调预防和抗击疾病与歧视； 健康生活习惯	强生公司支持 HIVSA 的家庭护理项目，该项目覆盖了 30 个社区组织，为约翰内斯堡的 3500 个家庭提供服务。
员工	工作场所安全/健康的工作环境； 保护司机； 人体工程学； 关注心理健康； 员工援助计划； 弹性训练和能量管理； 员工健康	强生为员工提供了可追踪健康状况的数字化健康平台，在该平台上，员工（及其配偶）可以进行健康评估，追踪自身健康状况，了解健康科普知识，预约体检，并能享受一定程度的医疗保险福利。
环境	节约纸张和包装； 环境素养； 生物多样性； 减少浪费	强生承诺在包装中使用更多的回收材料，减少对一次性材料的依赖；并确保到 2025 年 100% 的塑料包装可重复使用、可回收或可降解。

**资料来源：**根据公开资料整理，中央财经大学绿色金融国际研究院

作为一家历史悠久的企业，强生公司已经将社会责任理念融入其商业价值中，是企业可持续发展的典范。公司长期致力于改善人类健康和福祉、维护地球可持续发展、关爱社区环境与健康，通过充分落实各类社会责任活动，极大限度的增进社会福利，从而创造更大的经济价值和社会发展机会。

## （二）案例二：阿里巴巴

而在本次新型冠状病毒疫情中，阿里巴巴作为中国企业也在特殊时期充分发挥其商业力

量和技术力量，展现了其作为大企业的社会责任理念和觉悟。疫情开始后，阿里巴巴成立了抗击疫情和商家扶助两个专门小组，一方面捐赠 10 亿元疫情专项基金，还派出团队发挥其全球采购的优势在印度尼西亚、韩国、以色列、俄罗斯等 14 个国家进行物资采购并在第一时间送到一线；另一方面为商家提供相应的扶助措施，推出六大举措支持和鼓励全国中小企业发展，包括减免平台商家经营费用、提供免息低息贷款、开放灵活就业岗位、补贴快递物流、提供数字化服务、支持远程办公等。此外，阿里巴巴还为浙江省提供技术支持，开发“疫情信息采集系统”，覆盖浙江省 11 个地市卫健委、90 个区县卫健局、上千个基层防控工作小组，助力决策部门进行信息管理和决策。

阿里巴巴始终认为，责任源于公益的心态，而商业的手法是让责任实践创造可持续价值的有效方式。为此，阿里巴巴秉承将社会责任和商业模式融为一体的理念，形成了其独特的公益模式，并在新冠疫情发生时，应用其生态平台的强大组织能力和整合能力，发挥自己的能力和优势为抗击疫情助力，充分体现了作为一个大企业的社会责任。



图 2 阿里巴巴公益的五大特色

资料来源：《阿里巴巴集团社会责任报告 2017/2018》

## 五、从企业社会责任角度对防控疫情的建议

各类企业的经营范围不同也决定了企业社会责任价值的不同，因而企业需要寻找符合公司商务特点、适合自身长期发展的社会责任议题，并根据企业与利益相关方的共同重视程度来决定相关议题的重要性。相关社会责任议题不应是暂时性、短期性的，企业应制定有目标性、方向性的长期社会责任行动计划。就本次新冠疫情来说，企业应从中吸取经验，并将公共卫生管理相关的议题纳入社会责任中，以更好推动公司的长期可持续发展。本节将主要从社会责任角度对不同产业的企业提出应对突发性公共卫生事件的建议，同时针对中小企业在疫情中的困境提出相关政策建议。

### （一）第一产业

我国三大产业中，第一产业占国民生产总值的比重最低，疫情对第一产业的影响也相对有限。对农林渔牧业来说，疫情期间可能面临运输和库存压力，这就要求企业协调好上下游供应链之间的关系，在疫情期间将保证市场的正常供给放在第一位。对于运输或库存压力较大的企业，上下游企业或同行业企业要给予理解和帮助，必要时采用资源互换、合作等形式共同渡过难关。行业内龙头企业要在特殊时期充分发挥自身作为行业领先者的优势和能力，为市场提供库存商品。

对养殖业来说，由于新冠疫情期间多地还发生禽流感事件，因此食品安全问题也是疫情期间消费者最关注的问题之一。对此，食品安全相关议题应在养殖业企业的社会责任中处于相对重要位置，企业应在日常经营中就制定并完善食品安全的制度、方案以及应急措施等，以保证即使是在疫情期间，也能为消费者提供安全的食品。

### （二）第二产业

第二产业主要包括了采矿业、制造业、电力、热力、燃气及水生产和供应业以及建筑业。其中，制造业和建筑业在疫情中收到的影响较重，其劳动力和物流都受到一定影响。本次新冠疫情中，火神山、雷神山、方舱医院等建造模式让全世界见证了我国速度，而这背后是诸多建筑业企业和制造业企业及工人的付出。相关企业的社会责任表现是值得推广的，但企业

也要将这种精神持之以恒，将社会责任融入企业的价值观中，才能在长期经营中调动员工的积极性，并获得消费者和投资者的持续关注。同时，在员工方面，制造业和建筑业企业要保障员工的基本权益，严格按照各地复工要求进行复工，关注员工的身心健康，也不因疫情影响而借此对员工进行裁员。员工是企业的第一生产力和第一发展力，因此对员工负责就是对企业的未来发展负责。此外，在供应链方面，企业也要秉持公平运营原则，与价值链中的每一方互相理解、互相帮助，以共同在逆境中发展。

而对电力、热力、燃气及水生产和供应业来说，突发性公共卫生事件中，企业的首要社会责任是保障消费者的基本权利，持续满足消费者的日常水电需求，不因疫情影响而中断服务、进行涨价等。对于用户因不可抗力产生争议或投诉时，企业应给予积极的回应，并特殊情况特殊处理，维护好企业与消费者的基本关系，增加消费者信任，无形中也提高了企业形象。

### （三）第三产业

第三产业是受疫情影响最严重的产业，批发和零售业、交通运输、仓储和邮政业、住宿和餐饮业、金融业、教育、卫生和社会工作等都受到不同程度的冲击。对住宿和餐饮业来说，由于疫情发生正值春节假期，造成了大量的订单取消的情况，业内企业损失严重。对此，企业更应该积极应对并妥善处理与消费者、员工等利益相关方的关系，尽可能减少疫情带来的短期损失。消费者方面，企业应积极处理消费者取消订单的情况，涉及手续费的可减免相关手续费。从长远角度，企业可以建立不同特殊情况下的消费者维护方案，以在事件发生时能第一时间与消费者进行沟通和关系维护。员工方面，对疫情期间的留守员工要担负起企业责任，为员工安排住所并进行管理，保障员工的健康和安全，必要时为员工提供心理辅导。保障员工的工作环境，满足员工的身心需求同时也是企业长期的社会责任要求。

对交通运输、仓储和邮政业来说，主要要保障疫情期间物资运输的流通顺畅。随着线上购物已成为我国居民消费不可缺少的一部分，快递行业也随之迅速成长，因而在疫情中，快递行业可以依靠其在全球的物流网络为物资运输保驾护航。同时，在为社会提供生活必需品

配送，保障居民生活需求方面，交通运输、仓储和邮政业也能够发挥必不可少的作用。

对批发和零售业来说，部分企业如超市、农贸市场等在疫情期间需要持续经营以为居民提供生活保障。一方面，这类企业首先要做好卫生健康方面的工作，应在日常运营中就建立完善的卫生保障机制，并在疫情时增加必要流程和措施来保障消费者在购物过程中的安全。另一方面，由于本次疫情发生在节假日期间，批发和零售业可能面临员工人手不足的问题，对此一些企业采取了从其他行业借用员工的形式来满足人力需求。这是在商业与社会责任上的创新尝试，既满足了企业自身商业发展的需要，也解决了其他行业的就业困境，值得其他企业进行借鉴。

对金融业来说，突发性公共卫生事件对金融机构的直接影响不大，但由于疫情变化会影响投资者的市场预期，金融机构要做好金融风险防范。短期内，金融业相应监管机构政策，对受疫情影响严重的企业尤其是中小企业进行金融手段帮扶；中长期里，金融机构应当充分发挥各类金融工具作用，尤其是开发和利用绿色金融工具，有导向型的将资源分配到公共卫生领域，以更好推动我国公共卫生管理的发展。

#### （四）中小企业

此外，需要关注的是，中小企业在本次新冠疫情中受到的冲击最为明显，很多中小企业面临不可持续经营的风险。据清华、北大联合调研的数据显示，34%的中小企业账上余额只能维持1个月，33.1%的企业可以维持2个月，17.91%的企业可以维持3个月。因此从国家支持和政策层面需要给予中小企业更多的专项金融支持，通过直接有效的手段来缓解中小企业的资金流动性问题，保障中小企业能获得足够的信贷支持。建议对于信用品质优秀的中小企业，也要开通绿色通道，帮助企业更快得到金融支持，缓解资金压力。例如在信贷审批流程中，充分考虑企业的社会责任表现，对于在抗击新冠疫情中积极履行社会责任的中小企业，加快审批速度，优先提供专项贷款。同时，通过延长相关中小企业的本息偿付期限，给受疫情冲击影响较大的中小企业一定缓冲期间。



参考材料:

- [1] 任泽平.疫情对中国经济的影响分析与政策建议
- [2] 张闫龙.北大光华思想力系列公开课.企业战略社会责任与价值分享
- [3] 齐欣.我国突发性公共卫生事件应对策略研究[D].东北财经大学,2016.
- [4] 孙统达.突发公共卫生事件引起的反思及对策研究[D].浙江大学,2004.
- [5] 李伟阳.理解企业社会责任要有“元定义”.WTO 经济导刊,2011(12):74-76.
- [6] Chattu VK. Corporate social responsibility in public health: A case-study on HIV/AIDS epidemic by Johnson & Johnson company in Africa. J Nat Sci Biol Med. 2015;6(1):219–223.
- [7] 乔志峰.发挥全球采购优势，阿里为抗击疫情再增助力.
- [8] 马亮.除为疫情防控捐款 企业还可以如何承担社会责任？
- [9] 付一夫.被疫情“激活”的中小企业

作者:

施懿宸 中央财经大学绿色金融国际研究院讲座教授、副院长，长三角绿色价值投资研究院院长

包婕 长三角绿色价值投资研究院研究员

李雪雯 中央财经大学绿色金融国际研究院助理研究员