

# 团 体 标 准

T/ZGL 012—2021

---

## 企业慈善捐赠指引

Guidelines of corporate contribute to charitable organizations

（发布稿）

2021 - 12 - 21 发布

2022 - 12 - 21 实施

---

中国慈善联合会 发布



## 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 企业捐赠原则 .....	2
4.1 合规性原则 .....	2
4.2 真实性原则 .....	2
4.3 及时性原则 .....	2
4.4 完整性原则 .....	2
5 捐赠行为指引 .....	2
5.1 支持开展慈善活动的方向 .....	2
5.2 支持公益慈善事业的资源和方法 .....	2
5.3 企业慈善捐赠行为规范化 .....	2
5.4 企业员工志愿服务 .....	3
5.5 企业慈善捐赠行为流程图 .....	3
6 捐赠行为自我评价指引 .....	3
6.1 贡献度 .....	4
6.2 影响力 .....	4
6.3 专业可持续性 .....	4
6.4 创新性 .....	4
附录 A（资料性） 企业慈善报告框架 .....	5
附录 B（资料性） 企业自我评价指标 .....	6
参考文献 .....	8
图 1 企业慈善捐赠行为的示意图 .....	3
表 A.1 企业慈善报告框架 .....	5
表 B.1 企业自我评价指标 .....	6

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由中国慈善联合会提出。

本文件由中国慈善联合会团体标准化技术委员会（ZCL/TC 1）归口。

本文件起草单位：北京明慈社会组织能力建设促进中心、中国航天基金会、北京明兆社会组织数据服务中心、中国慈善联合会。

本文件主要起草人：袁瑞军、李长文、邹晓玲、朱光明、孙露露、徐慎檀。

# 企业慈善捐赠指引

## 1 范围

本文件给出了企业通过慈善组织进行捐赠的原则、要求和方法。  
本文件适用于企业通过慈善组织进行慈善捐赠的管理和评价。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 24440 社会捐助基本术语

## 3 术语和定义

GB/T 24440界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**企业 business**

遵循《中华人民共和国企业所得税法》在中华人民共和国境内交纳所得税的组织。

### 3.2

**慈善捐赠行为 contributing to charitable organization**

企业基于慈善目的向慈善组织自愿、无偿赠与其合法资产，并可接收捐赠票据的行为。

### 3.3

**慈善组织 charitable organization**

慈善符合《中华人民共和国慈善法》规定，以面向社会开展慈善活动为宗旨的非营利性组织。慈善组织可以采取基金会、社会团体、社会服务机构等组织形式。

### 3.4

**基金会 foundation**

按照《基金会管理条例》的规定成立的非营利性法人。

### 3.5

**社会团体 social group**

按照《社会团体登记管理条例》成立的社会组织。

### 3.6

**社会服务机构（民办非企业单位） social service agency**

按照《民办非企业单位登记暂行条例》成立的社会组织。

### 3.7

**企业冠名基金 the named fund**

企业通过慈善组织进行慈善捐赠，并在慈善组织内部设立冠以特定名称的专项基金。

### 3.8

**项目和活动合作 project and activity cooperation**

企业与慈善组织合作开展的符合《中华人民共和国慈善法》第三条的规定所开展的对应社会需求的项目和活动。

### 3.9

**企业慈善报告 corporate philanthropy report**

企业可根据自身开展慈善工作情况总结，面向社会公开发布的文件。

## 4 企业捐赠原则

### 4.1 合规性原则

企业开展慈善活动时遵守相关法律法规和社会道德规范；尊重慈善组织的宗旨、业务范围、知识产权等合法权益；尊重和保护人权；爱护环境、节约资源；保证企业正常经营发展、推动慈善事业发展。

### 4.2 真实性原则

企业慈善捐赠是真实、客观、确定的行为，不可伪造、编造、捏造、进行误导性描述。企业对慈善捐赠行为的真实性承担主体责任。

### 4.3 及时性原则

企业履行慈善捐赠行为，在规定时间内或承诺时间内完成相关手续和信息公开，发生变更时及时告知各方机构。

### 4.4 完整性原则

企业慈善捐赠行为流程完整、手续完备、资料保管完善。

## 5 捐赠行为指引

### 5.1 支持开展慈善活动的方向

#### 5.1.1 企业以捐赠财产或者提供服务等方式，自愿开展的下列公益活动：

- 救济困难群体；
- 扶老、扶贫、救孤、恤病、助残、优抚；
- 救助自然灾害、事故灾难和公共卫生事件等突发事件造成的损害；
- 促进教育、科学、文化、卫生、体育等事业的发展；
- 防治污染和其他公害，保护和改善生态环境；
- 符合慈善法规定的其他公益活动。

#### 5.1.2 支持公益慈善组织能力建设

企业可与慈善组织建立合作伙伴关系，提供资金、技术、服务、人力等，支持公益慈善能力建设。

#### 5.1.3 支持慈善传播和弘扬慈善文化

企业宜将慈善文化与企业文化相结合，融入企业日常的运营管理，协助弘扬慈善文化。

企业可与捐赠人、慈善组织、受益人等保持互动传播，扩大社会影响。

### 5.2 支持公益慈善事业的资源和方法

企业可通过捐赠有形、无形资产支持慈善事业。企业可通过发起成立基金会、设立慈善信托、设立冠名基金、通过慈善组织已有项目捐赠志愿服务等多种方法支持慈善事业。

#### 5.2.1 企业可通过出资或联合出资发起成立基金会参与支持慈善事业。

#### 5.2.2 企业可通过出资或联合出资设立慈善信托参与支持慈善事业。

#### 5.2.3 企业可通过慈善组织捐赠资金、物资、技术、志愿服务等多种方法参与支持慈善事业。

### 5.3 企业慈善捐赠行为规范化

#### 5.3.1 企业可将慈善捐赠工作纳入企业战略规划，结合行业特点和企业战略，制定企业慈善捐赠规划。

#### 5.3.2 企业可建立慈善捐赠管理制度和工作程序（条件允许的可设置相关部门，实行专人专岗），完善相关财务预算制度和应急机制。

5.3.3 企业可通过“中国社会组织公共服务平台”，“慈善中国”等渠道对拟开展合作的慈善组织进行查验，也可向相关主管部门、登记管理部门等核实情况。

5.3.4 企业开展捐赠时，宜主动向慈善组织提供企业资质、产品资质等相关信息，可向慈善组织收取捐赠票据和捐赠证明，企业通过获得公益性税前扣除资格的慈善组织捐赠可享受企业所得税减免。

5.3.5 企业可将开展企业社会慈善捐赠作为选择合作伙伴的依据之一，带动员工、消费者以及合作伙伴投身公益慈善事业。

5.3.6 企业在开展慈善捐赠行为时宜边界清晰，不要求慈善组织配合商业宣传活动，不附加对捐赠人构成利益回报条件，不开展违反法律法规、违背公序良俗的行为。

5.3.7 企业可匿名开展慈善捐赠；开展宣传时，宜在企业官网等渠道及时、规范地向社会披露慈善捐赠信息并配合慈善组织做好信息公开；开展公益慈善活动较丰富的，可编制企业慈善捐赠报告；长期开展公益慈善活动的，可编制相关年度报告。报告框架参见附录 A。

#### 5.4 企业员工志愿服务

5.4.1 企业可将其组织、提供的志愿服务纳入企业慈善捐赠工作。

5.4.2 企业可为员工开展志愿服务提供便利和记录渠道。

#### 5.5 企业慈善捐赠行为流程图

企业慈善捐赠行为的示意图见图1。

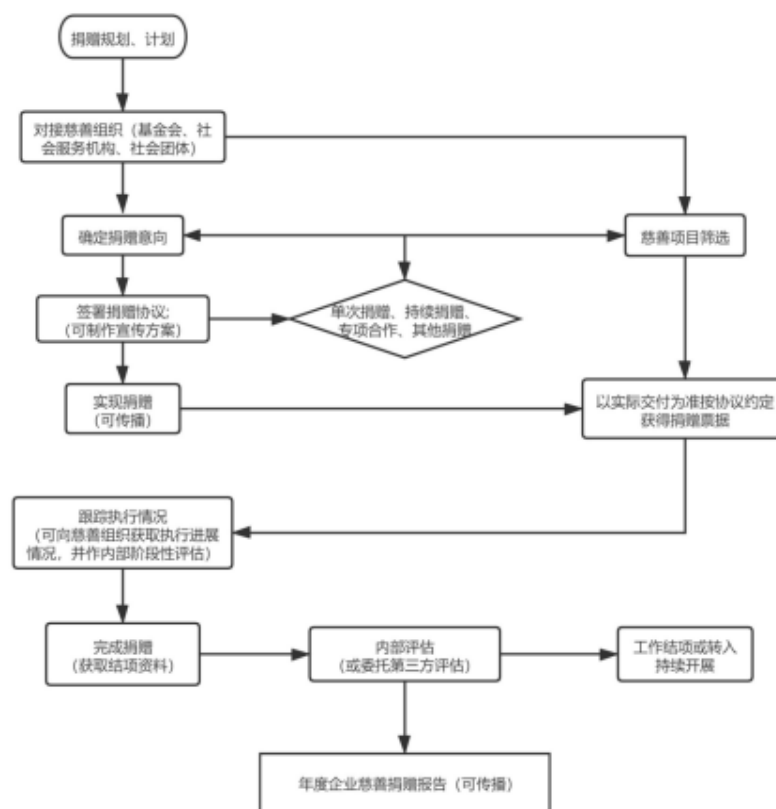


图1 企业慈善捐赠行为的示意图

## 6 捐赠行为自我评价指引

企业可对开展的慈善捐赠行为依据相应的标准进行自我评估和评价，具体指标参见附录B。

#### 6.1 贡献度

企业在慈善捐赠、志愿服务等方面的资源年投入量，可按标准折算为现金额度。

#### 6.2 影响力

企业对慈善行业的资源投入对受益（人）对象、受益地区、实际效果、公众和政策方面起到积极正面效果的深度和广度。

企业宜积极申报中华慈善奖等经批准的评比达标表彰、奖项、奖励。

#### 6.3 专业可持续性

企业在开展捐赠行为时，宜通过慈善活动的制度化、规范化、和透明化，以促进企业慈善行为的专业可持续性。

#### 6.4 创新性

企业在慈善捐赠工作时在价值理念、工作模式、技术等方面的创新性。



附录 A  
(资料性)  
企业慈善报告框架

表A.1 企业慈善报告框架

序号	内容
1	企业基本情况
2	捐赠情况
3	志愿服务
4	慈善(公益)项目
5	产业链动员
6	评价报告
7	获得荣誉
8	其他

注：企业可根据本企业情况补充或调整内容。

附 录 B  
(资料性)  
企业自我评价指标

表B.1 企业自我评价指标

评估维度	评估指标	评估要点
贡献度	企业年度投入慈善行业的资源总量	1. 企业投入慈善资源包括：企业慈善战略、年度资金捐赠量、年度物资捐赠量、年度服务提供量、年度人力提供量、其他捐赠量 2. 慈善信托，股权捐赠、志愿服务等非现金价值捐赠 3. 其他慈善行为
	企业投入慈善行业资源占企业资源比例	1. 企业年度投入慈善资源占企业年度净利润比例 2. 综合考虑企业年度净利润总额、经营情况都因素后进行评分
影响力	受益（人）对象	受益对象数量
	受益地区	受益区域
	影响广度	可拓展性
	实际影响 影响深度	对受益对象的实际影响和改变
	影响长度	可复制性
	政策影响力	政策转化度
专业可持续性	制度化	是否有专门的部门或人员处理慈善事务
		是否制定专门的文件或管理办法进行慈善决策
		捐赠等慈善活动是否纳入年度预算
		是否有战略性的慈善领域
	规范化	是否考察捐赠接收单位的宗旨、业务范围、治理情况和财务情况
		是否选择有捐赠接受资质的慈善组织接收捐赠
		是否索取合法的捐赠票据
		是否明确描述捐赠意愿
		实际到账金额是否与承诺一致
		是否获取捐赠税收抵扣
	是否支持合理的项目管理成本	

表B.1 企业自我评价指标（续）

评估维度	评估指标	评估要点
专业可持续性	规范化	是否要求捐赠使用单位公开相关信息
		是否要求捐赠使用单位提交捐赠使用报告
		是否有应急预案处理非常规捐赠需求
	透明化	是否有慈善信息披露机制管理办法
		是否设专门部门或人员负责信息披露
		是否及时对外发布慈善捐赠信息
		是否披露本机构的基本信息
	是否披露捐赠的内容、时间和用途	
	是否披露受赠方名称	
	是否有年度慈善捐赠报告	
创新性	价值理念创新	对慈善行业发展的具体影响 聚焦社会问题的重要性、前瞻性
	模式创新	业务模式创新
	技术创新	技术手段创新

### 参 考 文 献

- [1] 慈善组织公开募捐管理办法（民政部令第59号）
- [2] 民政部、财政部、国家税务总局关于印发〈关于慈善组织开展慈善活动年度支出和管理费用的规定〉的通知（民发〔2016〕189号）
- [3] 民政部关于基金会等社会组织不得提供公益捐赠回扣有关问题的通知（民发〔2009〕54号）
- [4] 民政部关于进一步加强基金会专项基金管理工作的通知（民发〔2015〕241号）
- [5] 国家发展改革委、民政部等印发〈关于对慈善捐赠领域相关主体实施守信联合激励和失信联合惩戒的合作备忘录〉的通知（发改财金〔2018〕331号）