

从技术公益到 ESG 科技企业探寻可持续发展新路径

对于科技企业而言,社会责任并非一个新鲜议题,许多企业也在积极履行社会责任,但时至今日,社会责任考验的更多是科技企业的格局、洞察和行动力。

在履行企业社会责任的过程中,国内科技行业做出了很多有意义的尝试和探索。从共同富裕完善分配兼顾效率和公平,到双碳引领新发展阶段的新发展理念,到乡村振兴加快农业农村现代化,再到灵活用工等多重因素保障打工权益,等等。

此外,去年以来,企业探索社会责任的一大明显转变是对 ESG(环境、社会和治理)的关注和重视。越来越多的公司都开始着手制定 ESG 策略、发布 ESG 数据信息并进行相关的宣传活动,这不仅是公司高质量经营的体现,更是让公众全面认识公司的一个重要渠道。2022 年上半年,蚂蚁、网易、唯品会、Bilibili 等一众“明星企业”均发布了 ESG 报告。

从 CSR(企业社会责任)到 ESG,其间的延续与转变,是各企业可持续发展的进阶。

■新快报记者 郑志辉 陈学东



技术公益是科企最直接的社会责任

正如阿里巴巴首席技术官程立所说,技术普惠不仅是公益的手段,也应成为公益的目的。企业投身技术公益,首先要研究发现社会价值重大的技术“盲区”,实现有限技术力量的价值最大化。

科技助农

如今,越来越多的农民受益于互联网的发展,他们收入增加了、实现了脱贫致富。而这一切都与国家向农村进行科技投入、科技企业向农业投入密不可分。

“十一五”伊始,国家不断加大科技在农业的投入比例,支持乡村兴建科技项目,选派科技特派员到农村帮扶结对,建设农村创新创业平台……

科技企业农业业务的布局和发展也紧随其后。阿里巴巴、拼多多、京东等电商平台近年来不断加大农业投入,腾讯、美团等企业也纷纷将目光投向农业领域,试水 AI 农研。

科技洒向青山绿水,直接带来的改变就是农业“人、货、场”的打通。助力新农人思维电商化,农产品品牌化,供应链销售一体化,为农业插上数智化的翅膀,带 5 亿农民走进了更广阔的市场。

中国作为农业生产和消费大国,农业的发展离不开科技的赋能。2021 年,

拼多多设立“百亿农研”专项。其不以商业价值和盈利为目的,致力于推动农业科技进步,科技普惠,以农业科技工作者和劳动者进一步有动力和获得感为目标。截至目前,拼多多已将四个季度的利润投入“百亿农研”。

据悉,在重投农研科技、培养“新新农人”的基础上,拼多多已取得一定成果,先后孵化了温室种植、无土栽培、AI 种植等多个前沿项目,目前正广泛应用于辽宁、安徽和云南等地。连续两届的“多多农研”大赛,在 AI 草莓和 AI 番茄种植上,从“种得多”走向“种得好”,探索出了宝贵的数字种植方案。

为了解决农村“难题”,阿里巴巴推行了“乡村振兴特派员”模式,自 2019 年 6 月起,陆续派遣了 20 多位资深员工到山西平顺、陕西宜君、甘肃礼县、河北巨鹿等全国 23 个欠发达县域。通过特派员把数字运营经验以及平台资源带入乡村,协助当地搭建智能物流中心,开展乡间电商培训,让电商成为链接扶贫的有效工具。

文化传承

近年来,游戏作为广受认可的数字载体,在与各领域实现信息传递和价值融合的过程中,成为了文化传播的前沿阵地。网易游戏发挥游戏技术的聚合能

力,让游戏载体与历史人文、艺术美学、文化科技结合,在不断扩展视野与边界的同时,推动文化创新传承。

通过超高规格的动作捕捉技术和音频制作技术,《逆水寒》将黄梅戏《天仙配》唱段原汁原味还原到了游戏中,打造身临其境的人文游戏世界;基于游戏的数字化交互优势,《大话西游 2》携手秦始皇帝陵博物院,开启“国风赋新·秦”计划,以数字化形式呈现秦陵地宫;而《轩辕剑龙舞云山》则推出锦绣梨园”戏曲系列时装,带动年轻群体切身感受中华优秀传统文化之美。

随着文旅融合发展日益成熟,网易游戏积极开展线下文旅联动,为文旅产业赋能。其中,《神都夜行录》与国家 5A 级景区浙江神仙居合作,开展数字文旅实践,将神仙居自然风光、瑶池宴美食文化、以及人文传说融入游戏,用数字技术让玩家切身感受景区魅力。“十一”黄金周期间,数字景区副本触达超 100 万人次,实体景区游客接待量也比前两年大幅增长。

唯品会的唯爱工坊启动至今,已联合 20 多个品牌和众多设计师,为蜡染、苗绣等 30 种非遗工艺,打造了 200 多款时尚跨界产品,带动近 5000 名手艺人实现增收;唯品会还携手多个专业公益组织,开展了多元化的乡村青少年教育公益项目。

积极践行企业社会责任

2022 年上半年新冠肺炎疫情反复,社会各界都积极做出响应。政府第一时间组织救援,各大科技企业也纷纷行走在救援第一线。这些企业都从自身擅长的领域出发,尽自己所能为社会贡献出一份力量,践行着企业的社会责任。

驰援保供

今年 4 月的上海突发疫情,在近一周时间里,京东通过航空、海运、铁路、公路等立体交通保供方式,从北京、广州、武汉、成都、西安、济南等全国多地紧急调拨了共计约 1.4 万吨民生保供和医疗应急物资驰援上海。同时,京东又新调拨了 800 余名小哥增援上海,从全国各地陆续调集增援的快递、分拣

小哥已超 4000 人。

今年以来,美团的科技力量成为“打通最后一公里”的生力军。针对抗疫配送的“无接触”需求,美团在上海、北京率先投入使用自动配送车,参与了上海瑞金医院、复旦大学以及绿洲康城等 15 个社区的抗疫保供工作,为医院医护人员、学校师生、社区居民等配送生活物资。

美团 CFO 陈少晖表示,美团将继续深入推进“零售+科技”战略,更好地满足中国消费者多样性的需求,并且推动更多合作伙伴实现高质量增长。

双碳引领

围绕 2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和的国家战略目标,唯品会在全中国物流园区设置集中供冷供暖系统,建设光伏电站,并搭建减量化、绿色化、可循环的包装体系。2021 年,唯品会光伏发电量共计 59939 兆瓦时,减少原纸使用 1920 吨,减少塑料材料使用 237 吨,

节约采购纸箱 64 万个,可回收塑料包装占比达 100%。

在企业运营层面,唯品会打造对环境友好的工作场所,实施能源精细化管理,加强报废物资回收处理与利用,减少温室气体排放。此外,唯品会还充分发挥自身在大数据资源、平台支持体系、物流仓储等领域的优势,帮助品牌合作伙伴、供应商提升运营效率,减少能源消耗,推动节能减碳事业与全价值链的融合发展。

据悉,LG Display 一直非常注重公司与环境的和谐发展。为加强系统化能源管理,LG Display 总部通过新设首席安全环境官(CSEO)组织,在韩国和中国工厂全部建立完善的环境能源管理体系,将绿色制造理念贯穿于从产品设计到生产,使用回收的全过程,同时,全面推行绿色制造,提高技术创新,执行严格的水资源管理措施,积极开发可再生能源利用方法,努力构建绿色制造体系。

