

# 2024年中国企业慈善公益500强呈现六大趋势

■ 刘平青 祝莘

谈到慈善公益，人们会联想到诸多感人的场景。例如，新冠疫情期间，中国社会各界捐款捐物、支援抗疫、救助灾区，彰显了无私奉献、守望相助的精神。实际上，慈善公益的影响不止于应对突发事件，它已融入教育、医疗等领域，成为促进社会和谐的重要力量。近年来，慈善公益的实践也与国家战略目标密切结合，逐渐成为推动共同富裕的重要路径之一。

自党的十八大以来，我国对于慈善事业的政策支持不断加强。从十八大提出“支持发展慈善事业”，到十九大明确“三次分配”的重要作用，再到二十大全面推进“共同富裕”的战略部署，慈善公益事业在中国社会发展中扮演的角色日益重要。习近平总书记在党的二十大报告中指出，“中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化”，并号召有意愿、有能力的企业和个人积极参与慈善事业。越来越多的中国企业在践行社会责任中寻求突破，推动了慈善公益事业从传统的捐赠模式向更加多元化、专业化的方向发展。可以说，企业已经成为中国慈善公益事业的关键力量，在国家战略的引导下，企业如何进一步响应号召，融入共同富裕的战略布局，成为它们面临的重要课题。

在这一背景下，《2024年中国企业慈善公益500强系列榜单》不仅展示了企业在公益领域的成就，更为观察中国企业履行社会责任的趋势提供了宝贵视角。从榜单中呈现出的六大趋势，可以清晰看到中国企业慈善公益事业的发展轨迹。

## 爱心之种，生生不息

在2021-2024年中国企业慈善公益500强的榜单中，可以看到中国企业在慈善公益领域的参与和贡献呈现出显著的增长趋势。尤其是每年的前十名，始终都有新的企业加入（如表1所示）。具体来看，与2021年相比，2022年的榜单前十名新增了美团等7家公司，新的力量开始在慈善公益领域崭露头角；与2022年相比，2023年的榜单前十名又新增了京东集团等8家公司，进一步证明了慈善公益事业的吸引力和影响力不断扩大；到了2024年，与2023年相比，榜单前十名又新增了蚂蚁科技集团等6家公司，这不仅标志着慈善公益事业的持续扩展，也反映了中国企业对于社会责任的重视和承担。党的二十大明确提出，要加强全社会的共同富裕建设，鼓励企业积极参与公益事业，以实际行动推动社会的和谐与进步。每年新兴企业的加入，是对这一战略目标的积极响应，也展示了企业在新时代下承担的更广泛责任和使命。他们的加入，如同爱心的种子，在慈善公益的土壤中持续发芽成长，共同推动着中国慈善公益事业的发展和进步。

## 严冬虽至，温情长存

在经济面临下行压力的背景下，中国企业依然在慈善公益事业中保持了积极的投入，展现了强大的社会责任感和担当。尽管受到经济困境的挑战，企业在发展自身的同时，始终没有放弃对社会的关怀。2022年，企业慈善公益投入总额为632亿元；2023年减少至545亿元；到2024年，慈善公益投入降至360亿元（如图1所示）。这一变化反映了企业在面对经济下行的压力时，依然保持对公益事业的投入，虽然投入有所减少，但企业在精神文明建设上的投入却没有动摇。因此，尽管面临挑战，中国企业的社会责任意识和公益精神仍在加快发展，企业在困境中依旧坚守着为社会做贡献的初心，践行着共同富裕的时

表1. 2021-2024年，中国企业慈善公益500强的榜单前十名

名次	2021年	2022年	2023年	2024年
1	上海寻梦信息技术有限公司（拼多多）	北京三快在线科技有限公司（美团）	京东集团	国家电网有限公司
2	美的集团股份有限公司	小米集团	腾讯控股有限公司	腾讯控股有限公司
3	贝壳找房（北京）科技有限公司	腾讯控股有限公司	国家电网有限公司	国家能源投资集团有限责任公司
4	国家电网有限公司	国家电网有限公司	国家能源投资集团有限责任公司	蚂蚁科技集团股份有限公司
5	福耀玻璃工业集团股份有限公司	宁波梅山保税港区瑞庭投资有限公司	汇丰控股有限公司	中国石油天然气集团有限公司
6	腾讯控股有限公司	碧桂园控股有限公司	中国石油天然气集团有限公司	宁夏宝丰集团有限公司
7	阿里巴巴集团控股有限公司	泰康保险集团	中国石油化工集团有限公司	中国神华能源股份有限公司
8	北京字节跳动科技有限公司	北京中公教育科技有限公司	厦门源昌集团有限公司	北京神州细胞生物技术集团股份公司
9	宝龙集团	中国远洋海运集团有限公司	河北普阳钢铁有限公司	内蒙古伊泰煤炭股份有限公司
10	万科企业股份有限公司	上海寻梦信息技术有限公司（拼多多）	科沃斯机器人股份有限公司	爱尔眼科医院集团股份有限公司

表2. 2022-2024年中国企业慈善公益500强分档投入统计

慈善公益投入排名	2022年		2023年		2024年	
	投入金额(亿元)	占比	投入金额(亿元)	占比	投入金额(亿元)	占比
1-10名	340.13	53.82%	287.26	52.70%	141.12	39.18%
11-50名	116.13	18.38%	86.65	15.90%	79.13	21.97%
51-100名	58.08	9.19%	54.54	10.01%	45.12	12.52%
101-500名	117.62	18.61%	116.6	21.39%	94.83	26.33%
总计	631.96	100%	545.05	100%	360.2	100%

表3. 2022-2024年中国企业慈善公益500强分档数量统计

慈善公益投入金额	2022年		2023年		2024年	
	企业数量	占比	企业数量	占比	企业数量	占比
10亿元以上	8	1.60%	3	0.6%	2	0.4%
1-10亿元	90	18.00%	89	17.8%	65	13%
1000万-1亿	402	80.40%	408	81.6%	433	86.6%
1000万以下	0	0%	0	0%	0	0%
总计	500	100%	500	100%	500	100%

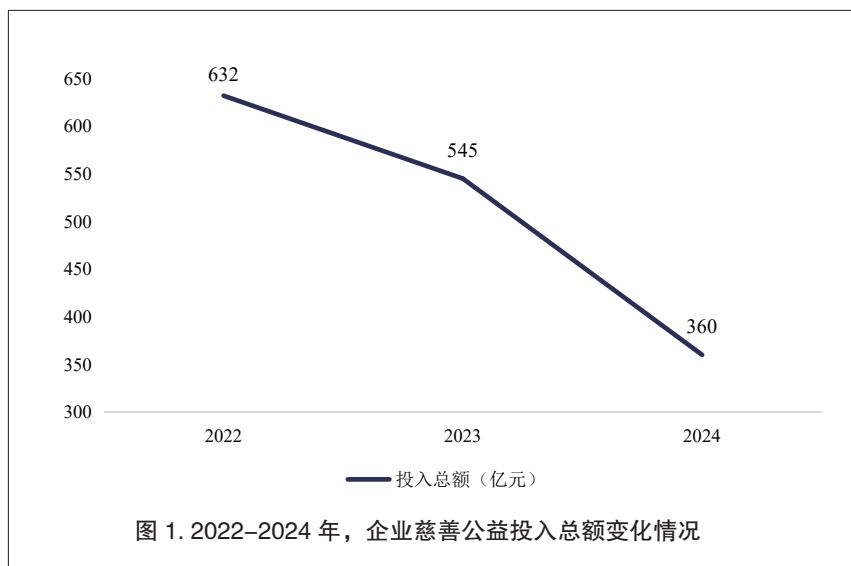


图1. 2022-2024年，企业慈善公益投入总额变化情况

代使命，展现了中国企业不畏艰难、心系社会的崇高精神。

## 头部引领，卓越非凡

在中国企业慈善公益事业中，头部企业始终发挥着巨大的引领作用，其慈善公益投入占据了绝对份额。根据统计数据，2022年，前10名企业的慈善公益投入总额为340.13亿元，占总投入的53.82%；前100名企业的慈善公益投入总额为514.34亿元，占总投入的81.39%。尽管到了2023年和2024年，慈善公益投入的绝对数额有所下降，但头部企业在整个慈善公益投入中的比例仍然保持高位。2023年，前10名企业的慈善公益投入为287.26亿元，占比52.70%；前100名企业的慈善公益投入为428.45亿元，占比78.61%。2024年，尽管前10名的投入降至141.12亿元，占比39.18%，但前100名企业的慈善公益投入仍高达265.37亿元，占比73.67%（如表2所示）。这一趋势表明，头部企业在推动社会责任和慈善公益事业方面的作用更加突出，尽管面对经济环境的压力，企业仍能保持在公益事业中的高投入，彰显了其强大的社会担当。头部企业的慈善公益投入不仅具有引领效应，也推动着整个行业乃至全社会对社会责任的重视和参与。

## 投入有序，发展稳健

近年来，中国企业慈善公益投入的强度表现出相对稳定的特点。从2022年至2024年，大多数企业的慈善公益投入集中在1000万元至1亿元之间。具体来看，这一区间的企业占比从2022年的80.4%逐步增长到2024年的86.6%，显示出这一区间的投入是企业慈善公益参与的主流方式。同时，投入在1000万元以下以及10亿元以上的企业占比始终维持在最低水平，其中1000万元以下的企业数量三年来均为零，10亿元以上的企业占比从2022年的1.6%下降至2024年的0.4%（如表3所示）。这一趋势表明，尽管外部经济环境可能存在波动，企业在慈善公益投入上的决策仍保持了较高的稳定性，体现了理性而持续的公益投入策略。通过这种稳定的投入模式，企业不仅在履行社会责任方面表现出一致性，也为推动慈善公益事业的长期健康发展奠定了重要基础。

## 做实做善，行稳致远

在中国慈善公益事业中，许多企业虽然未能进入中国企业500强，却在慈善公益领域展现出了强大的社会责任感和实际行动力。2024年，中国企业慈善公益500强中，有369家企业未入围中国企业500强，占据了绝大多数（73.8%）。这表明，虽然这些企业的规模可能相对

较小，但它们在推动慈善公益事业方面表现出了更高的积极性和责任担当。与追求规模和体量不同，这些企业更注重“做实”自身公益实践，通过具体而扎实的投入方式提升社会影响力；更专注于“做善”，以长期而真诚的行动助力社会福祉；更强调“做好”，通过科学规划和有效实施，确保公益活动的可持续性和实际效果。这种以实际行动履行社会责任的模式，不仅彰显了企业精神文明的高度，也为中国慈善公益事业注入了源源不断的活力。正如“行稳致远”的理念，这些企业通过脚踏实地的努力，正在以自身的方式为社会发展贡献力量，诠释了新时代企业的社会担当。

## 拓展参与，共促提升

在中国企业慈善公益事业中，企业的参与空间依然有较大提升潜力。数据显示，2024年，有369家入围中国企业500强的企业未能进入中国企业慈善公益500强，占比73.8%；同时，既能跻身中国企业500强，又能进入中国企业慈善公益500强的企业数量仅有131家，占比仅26.2%。这反映出，虽然中国企业在规模与实力上持续增长，但真正将社会责任融入企业核心战略、在公益领域有所作为的企业比例仍然偏低。因此，中国企业在追求“做强”（企业规模和竞争力）的同时，还需要更多地关注“做善”（慈善公益贡献），进一步平衡经济目标与社会价值的关系。

党的二十大提出，要坚持推动共同富裕和促进社会和谐发展，企业作为社会发展的重要力量，应承担起更大的责任。然而，目前能够兼顾“做强”与“做善”的企业仍属少数，未来企业在推动公益事业中的参与力度和广度有待进一步提升。这不仅是对社会责任的要求，也是企业实现长远发展的内在需求。通过更广泛的参与和更深入的实践，企业能够为慈善公益事业注入更多活力，同时提升自身的社会形象和公众认可度，真正实现经济与社会效益的双赢。

## 结论思考

综观2024年中国企业慈善公益500强系列榜单，六大趋势从不同维度展示了中国企业在慈善公益领域的探索与成就。无论是爱心种子持续发芽，体现越来越多企业积极投身公益；还是头部企业能量卓著，展现龙头企业在引领行业责任中的重要作用；抑或是投入强度相对稳定，表明企业在公益实践中更加注重长期性和可持续性，这些趋势勾勒出中国企业社会责任不断深化的鲜明图景。同时，榜单也揭示了当前慈善公益领域中存在的空间与潜力——入围企业500强却未进入慈善公益500强的企业数量庞大，说明仍有大批企业需要在履行社会责任方面做出更大努力；而两榜同时入围的企业数量下降，则警示了“做强”与“做善”之间的平衡仍需加强。

这一系列趋势的背后，是中国企业面对新时代挑战时的责任意识与价值选择。党的二十大报告明确提出，要着力促进全体人民共同富裕，构建初次分配、再分配、第三次分配协调配套的制度体系。在这样的战略框架下，企业作为社会财富的重要创造者和资源分配者，正逐渐从单纯追求经济效益向兼顾社会价值的方向转变。这一转变不仅是对国家政策和社会需求的积极回应，更是企业实现长期可持续发展的内在逻辑。榜单中呈现出的企业创新实践，从公益模式的多样化到科技赋能的深度融合，都显示出中国企业正在通过实质性的行动，为推动社会进步和实现共同富裕注入活力。

然而，未来的挑战同样不容忽视。在全球经济波动和内部转型压力的背景下，如何在应对经济困难的同时保持慈善公益投入的韧性？如何通过更有效的模式推动慈善公益资源从高效集中向全面覆盖的转变？如何让更多中小企业也能参与到慈善公益中？这些问题都需要企业、社会组织以及政策制定者共同思考与解决。

因此，2024年中国企业慈善公益500强系列榜单不仅是对过去一年企业慈善公益成就的总结，更是一份动员令，更多企业应该主动融入国家战略，担当起推动社会和谐与发展的重要角色。在新征程上，中国企业将继续以扎实的行动和创新的实践书写属于自己的公益篇章，为实现共同富裕和人类命运共同体的伟大愿景贡献更多力量。这份榜单也将成为激励与见证中国企业慈善公益事业持续发展的重要标杆，为未来的公益事业提供方向指引和实践参考。

（作者单位：北京理工大学共同富裕与人力资源开发研究中心）