

## 对企业社会责任的态度 - 中国 - 2019年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“中国消费者普遍具有企业社会责任意识。他们越来越看重具有社会责任感的企业，对企业社会责任的更多领域感兴趣。企业承担社会责任的做法已不再仅仅限于成立慈善基金或发起独立项目。当今企业要将社会责任融入企业文化之中，制定可量化的目标并努力践行；此外，企业社会责任也可成为企业与消费者沟通的渠道，为产品和公司提供故事素材。”

— 赵鑫宇，初级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 品牌可协助消费者支持企业社会责任
- 让消费者有直观了解
- 从社会责任的角度进行营销，助力初创企业脱颖而出

企业社会责任是指企业在其商业运作中加入其对社会和环境所造成的影响的考量。企业社会责任的主要领域包括：减少对环境的影响；改进劳工法规和践行公平贸易；参与慈善捐赠和社区活动；进行有社会和环保意识的投资活动。

购买  
这篇报告

地址：  
store.mintel.com

电话：  
欧洲，中东，非洲  
+44 (0) 20 7606 4533

巴西  
0800 095 9094

美洲  
+1 (312) 943 5250

中国  
+86 (21) 6032 7300

亚洲  
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：  
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

## 对企业社会责任的态度 - 中国 - 2019年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

## 概述

您需要了解的

报告定义

## 综述

消费者

对企业社会责任意识较高，但缺乏深入了解

数据1: 对“企业社会责任”的了解，2018年10月

渠道需传递正式和权威感

数据2: 了解企业社会责任的信息渠道，2018年10月

更看重环保，但对更多领域感兴趣

数据3: 有利品牌塑造良好形象的企业社会责任，2018年10月

减少污染、节能和包装回收是消费者最希望看到的企业社会责任

数据4: 吸引消费者购买的环保宣称（按品类区分），2018年10月

帮助消费者表达他们对企业社会责任的支持

数据5: 对公益活动的兴趣，2018年10月

一个关于“如何做”而非“是否做”的问题

数据6: 对企业社会责任的态度，2018年10月

我们的观点

## 议题与洞察

品牌可协助消费者支持企业社会责任

现状

启示

数据7: VanGo便利店和红鼻子

让消费者有直观了解

现状

启示

数据8: 低碳城市寻宝记活动

从社会责任的角度进行营销，助力初创企业脱颖而出

现状

启示

数据9: Oatly包装

## 企业社会责任案例分析——您需要了解的

企业社会责任开始被列入商业目标

企业社会责任方面的热门趋势

品牌当下需采取立场

## 有哪些流行趋势？

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 对企业社会责任的态度 - 中国 - 2019年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

为企业社会责任设定明确的商业目标

聚光灯下的企业高管

对塑料进行重新思考

动物权益获得更多关注

消费者期待企业表明立场

### 哪些方式可行，哪些行不通？

深陷危机时

### 消费者——您需要了解的

新闻报道是了解企业社会责任的主导渠道

环境仍最受关注

消费者希望从事慈善工作

### 企业社会责任意识

98%听说过企业社会责任，但仅有34%对其非常了解

数据10: 对“企业社会责任”的了解，2018年10月

20多岁出头的消费者企业责任意识较弱

工作单位类型也影响消费者的企业社会责任意识

数据11: 对企业社会责任的了解——“我很了解其含义和内容”（按部分人口统计特征区分），2018年10月

消费者有兴趣了解企业社会责任；外企不可高枕无忧

数据12: 对企业社会责任的态度，2018年10月

### 推广企业社会责任

信息渠道碎片化

数据13: 了解企业社会责任的信息渠道，2018年10月

触及消费者的关键渠道

数据14: 了解企业社会责任的信息渠道——频度分析，2018年10月

新闻渠道在较低线城市更重要

借助包装传播企业社会责任

数据15: 对“产品包装上有更多原材料信息能增加我对该产品的信任”的态度，2018年10月

数据16: 汰渍生态节能盒Eco-Box

### 重要企业责任

环境可持续发展至关重要

数据17: 有利品牌塑造良好形象的企业社会责任，2018年10月

关爱员工

更加支持性别平等？

数据18: 对支持性别平等的企业有好印象的消费者（按部分人口统计特征区分），2018年10月

### 重要的环保宣称

对不同品类的环保宣称有类似的兴趣

数据19: 吸引消费者购买的环保宣称（按品类区分），2018年10月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 对企业社会责任的态度 - 中国 - 2019年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

教育消费者如何更好地保护环境

数据20: 对环保宣称的态度，2018年10月

### 对公益活动的兴趣

仅1%的消费者对公益活动没有任何兴趣

数据21: 对公益活动的兴趣，2018年10月

不同年龄有何差异？

数据22: 对公益活动的兴趣（按部分人口统计特征区分），2018年10月

二线及以下城市消费者的热情更高涨

数据23: 对公益活动的兴趣（按部分人口统计特征区分），2018年10月

### 对企业社会责任的态度

企业社会责任重要吗？

数据24: 对企业社会责任的态度，2018年10月

是否存在信任问题？

数据25: 对企业社会责任的态度，2018年10月

### 认识英敏特城市精英人群

社交媒体是向英敏特城市精英人群传递企业社会责任信息的重要渠道

数据26: 了解企业社会责任的信息渠道——英敏特城市精英人群 vs 非英敏特城市精英人群，2018年10月

支持环保、遵守法律法规和帮助弱势群体——仅做到这些还不够？

数据27: 有利品牌塑造良好形象的企业社会责任（按消费者分类区分），2018年10月

对线下活动更感兴趣，反映了对丰富体验的需求

数据28: 对公益活动的兴趣——英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群（参照标准），2018年10月

### 附录——研究方法缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)