



新冠肺炎疫情暴发以来,中国拉开了一场全民全线全面的抗疫之战。本应是最欢腾的岁末年初,却迎来一次传染防控的大考,大部分企业也面临着突发的考验。

□东方今报·猛犸新闻评论员 陈思

疫情考卷下企业的“责任”作答与“品牌”得分

企业投身公益不只是支出
也在为品牌累积无形资产

“逆行”的医护专家、捐款捐物的普通百姓、深入一线的城市管理者、守卫卡点的基层工作者、忧心祖国的海外华人……中国自汶川地震后,又一次展现了强大的民族凝聚力。而这其中,企业作为社会的“经济细胞”,在疫情期间释放了巨大的能量,并成为其中的中坚力量。其中河南企业展开的一系列“硬核操作”,让不少人津津乐道。

特别是在最“兵荒马乱”的一、二月之交,河南企业爆发了一波捐款捐物的高潮,不仅赢得了中国网友的广泛点赞,更被人编成段子——武汉:我生病了。河南:我养你啊!

如果说武汉是抗疫一线的“英雄之城”,那么与湖北唇齿相依的河南,就是最好的“兄弟之省”。岂曰无衣,与子同袍!

根据媒体的公开报道,河南企业在捐款上毫不吝啬。比如“养猪企业家”牧原股份秦英林夫妇,捐款2亿元;河南老乡许家印向武汉捐出了2亿元,另外向医学科学院捐出了1亿元,并拿出8亿元的科研经费,提供给新冠肺炎的攻坚小组;正大禽业捐助物

资5100万,养猪龙头老大温氏股份捐赠1750万,河南建业集团捐款1000万,巴奴火锅捐资捐款700万……

每一个“黑天鹅事件”到来,都难免会对经济乃至社会在一定程度上造成破坏性影响。但这种非常态形势之下,公众对于信息的嗅觉会变得异常敏锐,企业释放的善意价值取向,会被不断放大。比如秦英林夫妇的公益行为,就一瞬间点燃了其在网友中的口碑,让无数网友感叹:“谁能想到,河南的‘养猪大户’捐了2亿元!”并表示“以后只吃河南人养的‘二师兄’”。根据百度搜索指数,一、二月间“牧原集团”与“秦英林”的关注度一直居高不下,特别是2月27日左右,“牧原集团”与“秦英林”的搜索指数、资讯指数都比平日狂涨了约10倍!

虽然企业投身社会公益看似纯支出,但从长远来看,有责任有担当的企业更容易赢得消费者的信赖与喜爱,从而使企业获得更持久的竞争力,我们可以认为这一现象是经济寒冬与品牌机遇的相伴而生,也可以理解为,世间所有的善意,终会有回声。

疫情期间品牌应守住底线
履责反面教材企业被重罚

虽然全国抗疫大潮中,涌现了许多可歌可泣的英雄事迹,但是即便在此“危难”时刻,我们也不能忽视人性中贪婪的一面。部分企业、个人刻意囤积防护物资、趁机哄抬生活必需品物价的行为,必须坚决打击。

我省此前披露的几起疫情防控期间价格违法事件,就是给各企业敲响的警钟:信阳市商城县众生大药房温泉大道西分店在市场监管部门提醒告诫后,仍将进价7元/袋(20只)的一次性口罩以40元/袋(20只)高价售卖,且未明码标价,被罚10.5万元;漯河市临颍县千芝堂大药房在市场监管部门提醒告诫后,仍以35元/只的价格销售口罩(同类口罩市场售价为8~10元/只),且未能提供该批口罩的进货票据,被罚款10万元;开封市三毛未来超市店售近40元一棵的“天价白菜”,1月30日被罚款40万元……

危难时刻,疫情防控是全国人民的共同目标。医护工作者千里援鄂,深入最危险的一线;基层工作者全天候坚守卡点,排查所有可能出现的不确定性因素;教师“兼职主播”,让所有隔离在家的孩子停课不停课;一批批记者奔赴现场,向公众传递及时有效的信息……这种情况之下,“趁火打劫”赚黑心钱的行为,不仅仅是对市场的扰乱,更有可能伤害居民情感与抗疫信心,甚至会影响防护用品的公平分配。

所以对那些特殊时期,依然不思履责、不当得利企业进行抨击和处罚,不仅无可厚非,而且

十分必要。

与“发国难财”同时出现的,还有一套“发国难财”让市场更有效率的观点。他们认为,“发国难财”是增加供给的好办法,不但不该罚,还应得到奖章。

针对这一观点,清华大学五道口金融学院副院长田轩就专门写过一篇文章反驳,他认为在新冠肺炎疫情这种非常态经济环境下,市场实际上已完全失灵,“只有依靠政府有形之手和社会公益力量来快速覆盖由市场失灵带来的供给缺口。”

诚然,受疫情影响,造成原料供应不足、物流成本增加等问题,部分消费品价格上涨在所难免,但是特殊时期的价格上涨应有其合理理由,价格上涨,要在法律允许的浮动空间之内。所以我们鼓励的应该是让执法更公正,让标准更合理,而绝不是放任企业不守品牌底线、道德底线、法律底线。

一面是形势严峻的疫情防控,一面是非常规的市场形态。在这种情况下,企业履行社会责任往往面临更为复杂的选择。其间或有挣扎、难免取舍,但《哈佛商业评论》公布的一项针对全球26个国家25000人的调查告诉我们,人们对于一家企业的印象评价更多来自该企业履行的社会责任。

激励商业世界的不仅仅只有利润,还有社会责任与荣誉感。重大疫情前面,人的消费也不只是受经济学规律支配。市场或许诡谲多变,但人的行为永远会偏向于对善良进行回馈。

征集

值2020年3·15即将到来之际,河南省消费者协会、东方今报·猛犸新闻、河南广播电视台公共频道联合行动,推出3·15大型策划“品牌与责任”,面向全省范围线索征集,持续关注有“温度”的企业,为品牌赋能“添把火”!

参与方式:

- ①拨打热线:0371-65830000
- ②关注东方今报官方微信留言
- ③关注微博并发私信给我们:东方今报(新浪微博)
- ④关注“东方今报天天3·15”微信公众号留言
- ⑤关注东方今报抖音号,私信留言

- ⑥今报网“品牌与责任”专栏可直接填写提交或手机扫码填写
- ⑦登录猛犸新闻APP首页点击左下角“爆料”即可提交您的爆料

(注:简单描述投诉内容,并留下您的姓名和联系方式,我们会在48小时内与您联系)