

金融企业优化对外捐赠模式的思考与建议

郑智新

新冠肺炎疫情发生以来，金融企业认真贯彻落实党中央、国务院关于疫情防控工作的决策部署，立足自身职能，强化金融服务，践行社会责任，积极组织分支机构和子公司开展防疫物资采购与捐助，及时向受疫情影响严重地区捐赠。本文拟分析金融企业捐赠管理的思路并提出优化对外捐赠模式的具体建议，为更好发挥金融企业社会功能提供助力。

一、完善金融企业捐赠管理的思路与原则

捐赠涉及企业管理中的权责划分、资源分配、委托代理、授权管理、穿透管理、利益相关者等核心内容。捐赠管理是企业管理的重要组成部分，关系着企业经营发展与社会责任的履行，联系着股东权益与资本再投入，需切实将捐赠资金使在刀刃上、用在关键处，尽力而为、量力而行。

金融企业处理捐赠问题，需要“以点带面、整体推进”，从企业长远经营发展与完善公司内部财务治理体系的角度出发，在解决好短期急难问题的基础上，优化完善实施捐赠的逻辑与模式，以达到妥善处理对外捐赠事宜的效果。总的原则为积极履行社会责任，贯彻落实决策部署，切实服务社会需要，树立负责任机构形象，这也是提升品牌价值和基于预期理论回应社会公众对金融企业先验主观预期的需要。同时，也要优化金融企业捐赠行为，解决捐赠过程中存

在的问题，推动金融企业捐赠成为“社会安全垫”的重要一层。为此，金融企业对外捐赠宜遵循一定原则：一是制度为先。建立健全企业财务管理制度，确保有制可依、有规可循。二是多样履责。根据对象需要，采取多种方式、利用自身优势承担社会责任，充分调动企业资源与力量，更好服务社会民生。三是额度控制。捐赠支出应结合企业财务实际情况统筹规划、合理确定、分步执行，总分公司、不同年度都宜设置捐赠限额，遇到特殊情况可再相机决策处理。四是严格程序。充分发挥财务部门作用，依法依规履行公司治理程序，分层授权明确，审批流程规范高效，集团内部实施穿透管理。

二、金融企业优化对外捐赠模式的几点建议

（一）做好“四个统筹”

一是项目统筹。根据党中央、国务院决策部署和社会实际需求，按照轻重缓急，平衡好各类捐赠项目，突出捐赠重点，将捐赠资源投向国家重点急需领域、薄弱环节和弱势群体，有序停止非必要性、员工福利性捐赠项目。二是进度统筹。根据突发程度、捐赠对象、使用条件、使用方式等，掌握好捐赠规模和节奏，建立捐赠台账、分阶段实施捐赠。对于金额需求大的项目，可考虑联合其他企业、组织或个人实施捐赠。三是区域统筹。优先实施精准捐赠，着重帮

扶欠发达地区、受灾严重地区、生态脆弱地区等。在充分满足国内需求的基础上，适当开展境外国家或地区捐赠，服务外贸外交大局。四是年度统筹。制定短期、中期与长期捐赠规划，在发生突发重大事件的年份，适当压减一般性公益项目捐赠，确有必要时可留待以后年度再行执行。

（二）进行“四个规范”

一是核算规范。有条件的金融企业可开发专门的捐赠管理系统，或在现有财务系统中增加模块，改手工记录为系统控制，避免数据信息出现误差。捐赠应在企业“营业外支出——捐赠”科目下据实列账，与受赠单位出具的捐赠票据金额保持一致。而且，企业还可聘请注册会计师等第三方对捐赠列支核算等实施审计鉴证程序，通过其出具的审计鉴证结论提升捐赠数据准确性与可信度，夯实财务报表编制基础。二是口径规范。金融企业为打造品牌、宣传产品等产生的赞助性支出，不宜计入“营业外支出——捐赠”科目而应按照广告费用进行列支。为避免集团通过子公司“放大”捐赠额度，宜按照穿透原则，将集团内各级机构对外捐赠全年额度合并计算、统一管理、按年度安排，子公司对外捐赠宜结合自身特点，并接受集团的指导。同时，企业捐赠金额核算也不应包含企业员工自行进行的捐赠。三是内控规范。金融企业应加强捐赠管控，持续监测捐赠预算执行情况，将捐赠纳入内部审

计和财会监督检查范围,严格捐赠财经纪律,严肃查处侵占挪用行为,确保捐赠依法合规、专款专用。对外捐赠应按照授权限额履行企业内部相应审批审核程序,如确有需要临时追加对外捐赠支出,也应建立内部制度,并按公司治理程序进行。四是授权规范。捐赠授权需包含单笔、累计捐赠金额两个不同维度,相同行业、相近规模、相似财务能力企业的授权方式、金额可以相互借鉴参照,集团内部全级次子公司可按照相同或相近模式进行授权。

(三) 实现“四个控制”

一是额度控制。金融企业宜主要根据财务能力确定对外捐赠总体规模,财务部门应根据各级分支机构或子公司经营情况分配基本捐赠额度。具体数额根据最近一个会计年度净资产、盈利能力确定,可设置捐赠/利润、捐赠/净资产比率等指标进行控制。经营活动现金净流量大幅减少、负债率高、盈利能力下降的企业应控制捐赠数额,经营出现亏损或因捐赠影响企业经营的企业,一般不进行捐赠。二是范围控制。可用于对外捐赠的资产主要为现金与实物资产,不宜包括企业主要固定资产、受托管理资产、已设置担保物权资产、权属不清晰资产、难以运抵资产等。三是对象控制。捐赠应通过接受监督的慈善组织、政府机构等进行,需符合关联交易相关规定,不宜通过捐赠变相向实际控制人或某一股东、高级管理人员及其亲属等进行利益输送。需发挥捐赠资金的杠杆撬动作用,更多投向“造血式”项目,避免长期只捐赠消耗型物资。四是程序控制。经办部门需进行项目摸底并拟订捐赠方案报财务部门审核,由财务部门就捐赠对企业财务状况的影响进行分析,反复筛选再确定捐赠支出。财务部门还

应负责调整优化捐赠支出结构,夯实预算基础,该压降的压降、该剔除的剔除。宜将捐赠纳入企业年度预算,年初即列出拟捐赠的具体项目与拟捐赠时间,便于财务部门安排资金精准匹配捐赠需求,并预留部分机动资金用于应急救援捐赠,避免短时间集中追加捐赠影响企业资金流动性。应对全年捐赠预算执行情况进行总结报告,预算执行偏离度较大的要分析原因、及时调整。

(四) 研究“四项机制”

一是重大突发事件捐赠机制。研究如遇新冠肺炎疫情等重大突发事件时的捐赠机制,在积极响应国家号召履行社会责任的同时,处理好捐赠与企业财务能力、未来发展、股东权益等的共生关系。二是特殊年份捐赠管理机制。对于持续时间长、影响范围大的重大突发事件,研究捐赠额度年度间统筹机制,对于非急需且资金需求大的项目,通过分年度实施以减轻当年捐赠支出压力。如突发事件发生时暂时调整捐赠限额,事件过后分年度消化,或实行3至5年为一个周期的滚动式额度管理,引导年度平均捐赠金额向捐赠限额回归。三是捐赠资源分配机制。金融企业应结合国家政策、职能定位、经营战略等因素,将捐赠与企业发展同频共振,与社会需要密切契合,创新捐赠方式,优化捐赠路径,合理分配捐赠资金支出,提升捐赠的可操作性、针对性和有效性。企业分支机构与子公司所在地如遇区域性突发事件、支持当地社会民生保障等需要实施大额捐赠的,宜在做好评估基础上,由企业总部统一对捐赠资源实施分配。具体方式上,可通过区域、年度和项目间调剂实现捐赠资源内部平衡。四是激励约束机制。金融企业可在财务报表中或企业社会责任报告中增加专门披露捐赠信息的栏

目,在披露合计捐赠金额之外,增加包括捐赠具体构成、去向等的信息,增强捐赠信息透明度。对于非突发事件捐赠,如巩固脱贫攻坚成果捐赠、社会公益捐赠等,探索建立健全由财务部门牵头设计的捐赠资金绩效评价机制,选择包括社会认可度、对象满意度、媒体主动曝光情况、产生效益情况、提升企业品牌价值情况等指标,持续评价捐赠资金的使用绩效,推动捐赠项目实现“可进可退”动态管理,以激励经办部门去寻找和选择优质捐赠项目,不断提升捐赠质效。

(作者单位:财政部金融司)

责任编辑 姜雪

主要参考文献

- [1]程文莉,冯建.中国企业捐赠财务保障机制构建:理论依据、理论基础和理论框架[J].管理世界,2012,(9):184-185.
- [2]李四海,江新峰.企业捐赠行为同群效应研究[J].管理学季刊,2020,5(3):57-88+165-166.
- [3]李卫兵,杨咏文.企业社会责任与股票收益率:利他与利己能兼顾吗?——来自新冠肺炎疫情期间的证据[J].南方金融,2021,(4):56-70.
- [4]谢菽宝,陈宣,惠丽丽.慈善捐赠、社会资本与企业价值——基于内在传导机制的理论分析[J].武汉理工大学学报(社会科学版),2016,29(2):205-213.
- [5]张蕊,钟宏武,魏秀丽.中央企业慈善捐赠特征与影响因素研究[J].学习与探索,2020,(9):118-126.
- [6]朱永明,常梦可,张水潮.慈善捐赠、政企关系与企业价值[J].会计之友,2019,(4):66-71.