

数字经济对企业慈善捐赠模式的研究

闫泓朋¹, 杜 爽²

¹浙江工商大学英贤慈善学院, 浙江 杭州

²浙江工商大学工商管理(MBA)学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年9月16日; 录用日期: 2025年12月10日; 发布日期: 2025年12月22日

摘 要

文章探讨了数字经济对企业慈善的影响。随着全球数字化进程的加速, 企业慈善活动在透明度、创新模式、资源配置和社会责任维度方面得到了显著提升。数字技术, 特别是区块链和大数据的应用, 提高了慈善活动的透明度和信任度, 推动了新型慈善模式的出现, 同时优化了资源的高效配置。然而, 数字经济也带来了新的挑战, 如数据隐私问题、技术依赖以及数字鸿沟的加剧。文章通过分析这些影响和挑战, 提出了应对策略, 以帮助企业在数字时代更好地履行社会责任, 推动社会的可持续发展。

关键词

数字经济, 企业慈善, 数字化, 企业社会责任

The Impact of the Digital Economy on Corporate Philanthropy

Hongpeng Yan¹, Shuang Du²

¹Yingxian School of Philanthropy, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang

²School of Business Administration (MBA), Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang

Received: September 16, 2025; accepted: December 10, 2025; published: December 22, 2025

Abstract

This paper explores the impact of the digital economy on corporate philanthropy. With the acceleration of global digitalization, corporate philanthropic activities have significantly improved in terms of transparency, innovative models, resource allocation, and social responsibility dimensions. Digital technologies, particularly the application of blockchain and big data, have enhanced the transparency and trustworthiness of philanthropic activities, promoted the emergence of new philanthropic models, and optimized the efficient allocation of resources. However, the digital economy has

文章引用: 闫泓朋, 杜爽. 数字经济对企业慈善捐赠模式的研究[J]. 社会科学前沿, 2025, 14(12): 551-558.

DOI: 10.12677/ass.2025.14121124

also introduced new challenges, such as data privacy issues, technological dependency, and the exacerbation of the digital divide. By analyzing these impacts and challenges, this paper proposes strategies to help enterprises better fulfill their social responsibilities in the digital era and promote sustainable social development.

Keywords

Digital Economy, Corporate Philanthropy, Digitalization, Corporate Social Responsibility

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着全球数字化进程的加速,数字经济已经成为推动社会经济发展的重要力量。企业在参与数字经济的同时,也逐步将数字技术应用于慈善领域,从而引发了企业慈善模式的深刻变革。本论文旨在探讨数字经济对企业慈善的影响,并分析在这一背景下企业慈善所面临的挑战及应对策略。

2. 数字经济的概念与发展

2.1. 数字经济的概念

数字经济是指以数字技术为基础,广泛融入信息网络和数据资源,借助互联网、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术,对传统经济体系进行全面重构与效能提升所形成的新型经济形态。它既涵盖农业、工业、服务业等传统产业基于数字化的转型与升级,也催生了诸如电子商务、数字金融、智慧制造、平台经济等一系列新兴业态。数字经济的核心在于通过数据的流动与运用、算法的优化以及算力的支撑,显著提升经济运行的效率与灵活性,推动商业模式、组织形态与社会治理方式的系统性创新[1],进而加速社会经济整体的数字化、智能化和网络化进程。

在数字经济中,数据被广泛认可为一种关键的生产要素,与劳动力、资本、土地等传统要素协同作用,共同构成价值创造的基础。数据要素经过系统性地采集、存储、清洗、分析与可视化,能够显著增强决策的科学性与精准性,赋能企业实现更高效的市场响应能力和个性化服务水平。此外,数字经济尤其强调连接与协同所产生的网络效应。借助互联网及物联网架构,原先孤立的资源、信息与主体得以广泛互联[2],形成跨地域、跨行业、跨主体的资源协同和价值网络,这不仅降低了交易成本,也极大扩展了市场的规模与范围,带来显著的范围经济与规模经济效益[3]。

2.2. 数字经济的发展现状

近年来,数字经济在全球范围内迅速发展,已成为推动社会经济增长的重要引擎。首先,数字经济规模不断扩大,据统计,全球数字经济的规模已超过 30 万亿美元,占全球 GDP 的比重接近 40%。这一数字还在持续增长,尤其是在发展中国家和新兴市场,数字经济的增长速度更加显著。其次,数字经济的发展依赖于持续的技术创新,如 5G、人工智能、区块链等前沿技术。这些技术不仅加快了数字化进程,还催生了诸如智能制造、智慧城市等新兴产业,进一步拓宽了数字经济的应用领域[4]。在数字经济中,行业之间的界限逐渐模糊。传统的制造业、服务业和农业通过数字技术的赋能,逐渐融合为一个高度互联的生态系统。例如,电子商务的兴起让零售业与物流业深度融合,智能制造则打破了制造业与信息技术

术行业的界限[5]。再次, 数字平台经济作为数字经济的重要组成部分, 正快速崛起。诸如阿里巴巴、亚马逊、腾讯等数字平台公司, 通过平台模式连接用户、企业和服务提供商, 形成了全新的商业生态。这些平台不仅改变了传统的商业模式, 也在全球范围内重塑了产业链和供应链。最后, 尽管数字经济在全球范围内蓬勃发展, 但数字鸿沟问题依然存在, 且有加剧的趋势。发达国家在数字基础设施建设、技术创新和人才培养方面处于领先地位, 而发展中国家在这些方面相对落后, 导致全球数字经济发展不平衡[6]。这种不平衡也使得发展中国家在数字经济中面临更大的挑战和风险。

2.3. 数字经济的发展趋势

展望未来, 数字经济将继续推动各行各业的全面数字化转型, 并通过数据驱动的智能提升决策和管理效率。与此同时, 全球数字治理和数字化与绿色发展的融合将成为数字经济可持续发展的关键方向, 各国应加强合作, 推动数字经济与生态环境的协调发展。

3. 企业慈善的定义与形式

3.1. 企业慈善的定义

企业慈善是指企业在追求经济利益的同时, 主动通过捐赠资金、物资、技术或提供志愿服务等方式回馈社会, 以履行其社会责任的行为。它不仅被视为一种经济行为, 更被认为是企业道德意识与社会责任的重要体现[7]。其根本目的在于推动社会共同福祉的提升, 改善社区及更广泛社会成员的生活条件。随着企业社会责任理念的不断深化, 企业慈善已逐渐从早期边缘化的辅助行为转变为企业战略的重要组成部分[8], 体现出企业在利润最大化之外对社会价值与可持续发展的郑重承诺。

常见的企业慈善形式包括直接资金捐赠、物资支持、设立专项慈善基金会、组织员工志愿服务以及与政府、非政府组织或社区机构开展合作项目等。这些形式在不同社会情境中具备各自的适应性和有效性, 共同构成了企业参与公益慈善活动的主要途径。

3.2. 企业慈善的形式

资金与物资捐赠作为最传统且直接的企业慈善方式, 通过提供即时财务或实物援助, 有效帮助社会弱势群体应对灾害、贫困与教育资源短缺等迫切问题[9]。该形式因其响应迅速、执行简便而在应急救济中具有不可替代的作用。设立慈善基金会则意味着企业慈善走向制度化和战略化。通过成立独立或半独立的基金会, 企业能够系统规划长期慈善战略, 实现资源的持续管理和专业化运作, 从而提高慈善项目的效果与可持续性[10]。中国的腾讯公益基金会和阿里巴巴公益基金会即为该类模式的代表。员工志愿服务突出了“人力资本”在慈善中的作用。企业通过鼓励员工以志愿者身份参与社区服务或专业援助, 不仅切实回应社会需求, 也显著增强员工归属感和企业凝聚力[11]。合作项目形式侧重于跨部门协作与资源整合。企业通过与政府部门、非营利组织或国际机构联合推进社会项目, 可实现知识、技术、资金与渠道的互补, 从而更高效地应对如环境保护、教育公平、公共卫生等系统性社会问题[8]。这类合作也有助于企业提升其品牌公信力与社会影响力。通过这些形式, 企业不仅可以提升社会形象和品牌价值, 还能在促进社会可持续发展方面发挥积极作用。

3.3. 传统企业慈善的局限性

尽管传统企业慈善在推动社会发展和履行企业社会责任方面发挥了重要作用, 但其在实践过程中逐渐暴露出多方面的局限性, 尤其在数字化时代背景下, 这些局限显得更为突出。传统企业慈善往往依赖于较为陈旧的组织与执行方式, 其核心问题主要体现在透明度不足、参与机制单一以及资源配置效率低

下等方面。

首先, 传统企业慈善活动在透明度方面存在显著缺陷。由于缺乏有效的信息披露与监督机制, 捐赠者与社会公众往往难以追踪资金和物资的具体流向及最终使用效果。这种不透明的运作方式容易导致信息不对称, 进而引发公众对资金滥用或管理效率的质疑, 损害慈善行为的公信力。从机制层面看, 传统模式中缺乏可追溯、可验证的技术支持, 慈善组织与企业之间、受益方与捐赠方之间的信任建立往往仅依靠道德自律而非制度保障, 这在很大程度上限制了其社会影响力的持续扩大。

其次, 传统企业慈善的参与度有限, 未能充分动员更广泛的社会力量。该类慈善行为多表现为企业单向的资源输出, 形式集中于资金或实物捐赠, 而缺乏多元化的参与渠道和互动机制。公众往往仅作为被动的接收方或旁观者, 难以真正融入慈善项目的设计与实施过程中。此外, 受制于地域与时间的物理限制, 传统慈善的覆盖范围和社会渗透力均显不足。相比之下, 数字化平台能够突破时空约束, 通过众筹、社交媒体动员等方式构建起多主体协同参与的公益生态, 从而显著提升慈善事业的公众参与性和社会韧性。

最后, 传统模式在资源配置效率方面面临严峻挑战。慈善资源的分配多依赖经验判断或局部信息, 缺乏科学、系统的需求评估与效果反馈机制。其审批流程冗长、部门之间信息隔绝等问题, 常常导致资源重复投入、使用分散甚至浪费现象的发生, 难以实现社会福祉最大化的目标。而在数字化时代, 借助大数据分析、人工智能等先进技术, 现代慈善组织能够更精准地识别社会需求、优化项目设计并实时监控执行效果, 从而显著提高资源的配置效率和慈善行为的整体效能。

传统企业慈善在透明度、参与度和资源效率等方面的局限, 使其难以适应日益复杂的社会问题和不断增长的公众期待。这些结构性缺陷不仅制约了企业社会价值的充分实现, 也为慈善模式向数字化、智能化转型提出了迫切的需求。

4. 理论框架构建: 技术特性 - 慈善模式 - 社会价值

为精准解析数字经济对企业慈善的影响机制, 本文构建了一个聚焦于核心传导路径的理论框架(如图 1 所示)。该框架揭示了从技术驱动到模式创新, 再到价值后果的连贯逻辑, 并特别强调了其内生的辩证关系。

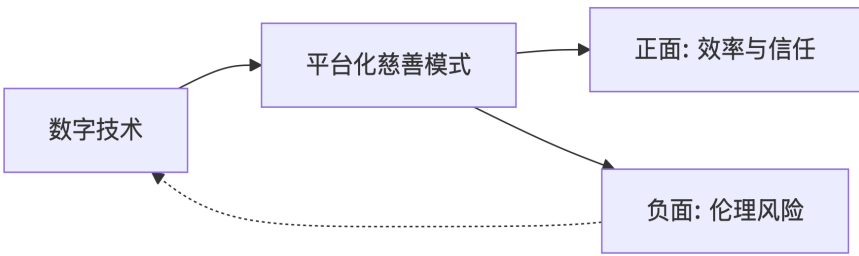


Figure 1. The Dual-Effect Transmission Path of Platform-Based Philanthropy under the Influence of Digital Technology
图 1. 数字技术影响下平台化慈善的双重效应传导路径

数字技术是本框架的起点与核心驱动力。它主要指代那些具有变革性潜能的数字基础设施与工具, 其核心特性——如区块链的可追溯性、平台的网络效应与人工智能的数据驱动能力——共同为慈善领域的范式转型奠定了技术基础。

在上述技术的驱动下, 企业慈善的核心形态演进为平台化慈善模式。这意味着企业日益通过构建或融入数字平台来组织慈善活动, 其核心特征在于整合多元主体、降低参与门槛、并利用数据算法优化流

程。平台化不仅是技术的应用,更是资源组织方式与互动规则的深刻重构。

平台化慈善模式同时催生了两种截然不同、却又并存的价值后果,构成了本框架的辩证终点。一方面,它带来了显著的正面影响,主要体现在效率与信任的提升。平台通过流程透明化、响应实时化和匹配精准化,极大地优化了资源配置效率,并藉此重建和强化了公众对企业慈善的信任。另一方面,该模式也引发了不容忽视的负面影响,即一系列伦理风险。这包括数据隐私的泄露、算法决策可能带来的排斥与歧视,以及数字鸿沟所加剧的参与不平等。这些风险正是追求效率过程中所必须面对的代价与挑战。

综上所述,本框架勾勒出一条“技术驱动模式创新,模式内蕴双重后果”的清晰路径。它不仅解释了数字经济如何赋能企业慈善,更重要的是,它提供了一个批判性的分析透镜,用以审视平台化慈善在追求效率与信任的同时,所必然需要面对和管理的伦理风险。这一核心矛盾将成为后文案例分析与对策探讨的焦点。

5. 案例研究:腾讯“99 公益日”的平台化慈善实践

5.1. 项目背景与运作机制

腾讯公司自 2015 年发起“99 公益日”活动,该项目已成为观察中国数字慈善发展的标志性案例。其核心运作机制在于,依托微信、QQ 等超级社交平台,构建一个连接企业、公益组织、广大用户与政府部门的慈善生态系统。该机制创新性地融合了“善款配捐”、“行为公益”与“社交传播”三大要素:企业提供配捐资金与技术支持,为用户捐赠行为进行额度配捐以放大善款;公益组织上线经过审核的慈善项目;用户则可通过小额捐款、捐步数、分享助力等低门槛方式参与。这种设计将传统的单向捐赠,转变为一场多方互动、具有社会动员性质的公益嘉年华。

5.2. 平台化互动模式的实现路径

“99 公益日”的成功,深刻体现了平台化慈善模式的典型特征与实现路径。首先,在透明度构建上,项目引入了区块链技术,对每笔善款的流向进行全程记录与存证,实现了捐赠结果的可追溯与可查询。这一技术应用将传统慈善中“黑箱”般的资金拨付过程,转变为阳光下的“透明管道”,极大地增强了公众信任,是“技术提升信任”的直接体现。

其次,在参与机制上,平台发挥了其核心的网络效应与连接能力。通过融合游戏化(如集小红花、捐步竞赛)与社交化(好友助力、社群分享)机制,它成功地将慈善行为嵌入用户的日常社交互动中,显著降低了参与门槛,激发了大众的参与热情,实现了慈善参与的多元化与微型化。

最后,在资源协同层面,腾讯作为平台方,并非简单的资金提供者,而是生态构建者与能力赋能者。它通过开放自身的数据能力、云计算资源与流量入口,为大量中小型公益组织提供了项目展示、公众筹款和运营管理的综合解决方案,从而优化了全行业的资源配置效率,体现了平台化模式的协同优势。

5.3. 成效与困境的辩证分析

“99 公益日”在取得显著成效的同时,也集中暴露了平台化慈善模式内在的困境与挑战,完美印证了理论框架中所指出的“效率与伦理”的二元性。

其成效是空前的。截至 2023 年,活动累计募集善款总额超过 100 亿元人民币,参与人次突破 10 亿大关。这不仅体现了其在动员社会资源和提升公益影响力方面的巨大成功,更证明了平台化模式在提升慈善效率与扩大社会信任方面的巨大潜能。

然而,其面临的困境也同样深刻。首先,为争夺配捐而出现的“刷行为”套捐现象,揭示了在算法与规则驱动下,慈善动机可能被异化,引发了关于程序公平性的争议。其次,平台在运营中收集并处理海

量用户数据,虽然用于优化体验,但也引发了对于数据隐私与安全的伦理担忧。最后,活动的线上化、社交化特性,在本质上对参与者的数字素养与设备接入提出了要求,这可能导致数字弱势群体(如老年人、偏远地区居民)的参与不均,客观上加剧了数字鸿沟,与慈善的包容性初衷形成了张力。

6. 数字经济对企业慈善的影响

数字经济的深入发展为企业慈善带来了系统性的变革与创新。依托数字技术的广泛应用,企业慈善在透明度、参与模式、资源利用及社会责任维度等多个方面实现了显著提升,进一步拓展了企业履行社会责任的路径与方式[12]。

6.1. 提升透明度与信任度

数字技术极大增强了企业慈善活动的可追溯性和公开性。区块链技术的引入实现了捐赠资金全流程的不可篡改和实时追踪,显著降低了信息不对称所带来的道德风险[13]。智能合约的运用可自动执行捐赠条款,进一步增强资金使用的合规性与公信力。此外,借助大数据分析,慈善机构及企业能够对项目实施效果进行动态评估与可视化展示,使公益成效变得可测量、可比较、可验证,从而有效提升捐赠者信任与社会认同[14]。

6.2. 促进慈善模式的创新

数字经济催生了多元化和高参与度的慈善新模式。社交媒体和众筹平台极大降低了公众参与门槛,使得企业能够发起诸如“善因营销”、“公益挑战赛”和“微慈善”等项目,迅速汇聚社会善意并形成广泛传播[15]。同时,跨境数字支付与协同平台也打破了地理限制,赋能企业更高效地参与全球性议题,如国际灾难救助、气候变化应对和公共卫生事件响应。

6.3. 优化资源配置与效率

依托数字平台与智能算法,企业慈善实现了更精准的资源匹配和需求响应。人工智能可通过自然语言处理和社会感知技术识别潜在的社会需求热点,为慈善项目选址和内容设计提供决策支持[16]。云计算支持的资源共享平台则有效避免了重复资助和资源浪费,提升了物资、资金与志愿服务的整合效率。此外,实时数据反馈机制使企业能够对慈善活动进行动态优化,实现资源的敏捷调配与高效运用[17]。

6.4. 拓展企业社会责任的维度

在数字经济背景下,企业慈善不再局限于传统的财物捐赠,而是融合技术赋能、理念倡导和系统变革,走向更广泛的社会价值创造。例如,企业可通过数字平台推广普惠金融、数字教育或低碳生活方式,利用自身核心技术赋能弱势群体[18]。此外,一些科技企业还通过开放数据、共享算法能力助力非营利组织提升运营效率,从而在更深层次上推动社会问题的解决。这些实践不仅强化了企业的品牌声誉,也构建了更具韧性和包容性的商业-社会生态。

总之,数字经济通过技术赋能与模式重构,推动企业慈善迈向更高水平的透明性、参与性和战略性,显著增强了其社会影响力,同时也为企业创造了共享价值[19]。未来,随着数字技术的持续演进和社会需求日益复杂,企业慈善有望在技术驱动下实现更深远的创新与变革。

7. 数字经济下企业慈善面临的挑战与应对策略

在数字经济的背景下,企业慈善面临着数据隐私和安全风险的挑战。数字化慈善活动依赖于大量的数据收集和处理,这使得数据泄露和隐私问题成为企业必须应对的关键风险[20]。敏感信息的泄露不仅会

影响受助者的权益,还可能损害企业的声誉和公众信任。因此,企业需要建立健全的数据保护机制,采用先进的技术如区块链来确保数据的透明性和安全性[21],并遵守不同国家的数据保护法律以确保合规。

随着数字经济的发展,数字鸿沟问题可能加剧。数字平台在慈善活动中的广泛应用虽然提升了效率,但也可能导致那些缺乏数字技术接入能力的群体被边缘化[22]。这种情况可能使部分社会弱势群体无法享受到慈善资源的支持。为应对这一挑战,企业应设计综合的慈善策略,结合线上与线下的方式,确保慈善资源能够覆盖到不同社会阶层和区域,同时通过支持数字教育和基础设施建设来缩小数字鸿沟。

在信息传播快速的数字时代,公众信任容易受到波动。企业慈善活动中的任何问题,都可能通过社交媒体迅速传播并放大,对企业的声誉造成严重影响。因此,企业必须加强慈善活动的透明度,实时公开慈善项目的进展和效果,增强公众的信任。定期发布透明报告,并与第三方机构合作进行独立审计,都是有效维护和增强公众信任的重要手段[20]。

技术依赖和创新滞后是数字经济下企业慈善面临的另一个挑战。随着技术的快速迭代,企业若过度依赖某种技术而未能及时更新,可能导致慈善活动的效率下降。此外,技术的不确定性也可能增加实施中的风险。为此,企业应保持对新技术的敏锐度,积极探索和应用最新的数字工具,培养内部技术能力,并与技术公司和创新机构合作,推动慈善活动的数字化转型[21]。

数字经济时代的社会问题复杂多样,不同地区和群体面临的需求各异,这对企业的慈善策略提出了更高要求。企业需要加强数据分析能力,利用大数据和人工智能精准识别社会需求,并制定有针对性的慈善策略[22]。同时,企业应积极与当地社区、非政府组织(NGOs)和政府部门合作,共同应对复杂的社会问题,确保慈善资源能够最大限度地发挥效用。

8. 结论

数字经济的快速发展为企业慈善带来了前所未有的机遇和挑战。通过合理应用数字技术,企业可以提升慈善的透明度和信任度,创新慈善模式,优化资源配置。然而,数字化慈善也面临着伦理、隐私和数据安全等方面的挑战。企业在推进数字慈善的过程中,应充分认识到这些挑战,制定相应的应对策略,以实现企业社会责任的全面履行。

参考文献

- [1] Tapscott, D. (1996) *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.
- [2] 乌家培. 信息经济与知识经济[J]. 经济学动态, 2000(4): 10-13.
- [3] Shapiro, C. and Varian, H.R. (1999) *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Harvard Business Review Press.
- [4] 李晓华. 数字经济的技术经济特征与发展趋势[J]. 学习与探索, 2021(5): 68-76.
- [5] 戚聿东, 肖旭. 数字经济时代的企业管理变革[J]. 管理世界, 2020, 36(6): 135-152.
- [6] 闫芷馨, 蔡跃洲, 杨克. 全球数字鸿沟的演变趋势与应对策略[J]. 经济学家, 2023(2): 59-68.
- [7] Carroll, A.B. (1991) The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-g](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-g)
- [8] Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2002) The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 80, 56-68.
- [9] Wang, H. and Qian, C. (2011) Corporate Philanthropy and Corporate Financial Performance: The Roles of Stakeholder Response and Political Access. *Academy of Management Journal*, 54, 1159-1181. <https://doi.org/10.5465/amj.2009.0548>
- [10] Gautier, A. and Pache, A.C. (2013) Research on Corporate Philanthropy: A Review and Assessment. *Journal of Business Ethics*, 126, 343-369. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1969-7>
- [11] 杨团, 朱健刚. 企业慈善与现代社会[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2018.
- [12] Bennett, R. and Ali-Choudhury, R. (2021) Digital Technology and Corporate Philanthropy: The Role of Social Media in

-
- Engaging Stakeholders. *Journal of Business Research*, **131**, 787-798.
- [13] Cheng, X., Zhang, R. and Zhang, Y. (2021) Blockchain Technology in Charity: A Systematic Review and Research Agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, **166**, Article 120631.
- [14] Kumar, V., Rahman, Z. and Kazmi, A.A. (2022) Evaluating the Impact of Big Data Analytics on Donation Behavior in Nonprofit Organizations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, **64**, Article 102772.
- [15] Gao, Y. and Zhang, L. (2023) Crowdfunding and Social Media in Corporate Philanthropy: Evidence from China. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, **52**, 198-220.
- [16] Shi, Y., Li, X. and Chen, Y. (2021) Artificial Intelligence for Social Good: A Survey on Applications in Philanthropy. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, **8**, 968-980.
- [17] Li, J. and Wang, Y. (2020) How Digital Platforms Transform Corporate Philanthropy: A Resource Orchestration Perspective. *Information & Management*, **57**, Article 103355.
- [18] Bagnoli, L. and Megali, C. (2022) Digital Transformation in Philanthropy: New Models for Social Impact. Springer.
- [19] Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2019) Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth. In: *Managing Sustainable Business*, Springer, 323-346.
- [20] 吕铁, 李载驰. 数字时代的企业社会责任创新: 基于数据治理的视角[J]. 管理世界, 2021, 37(8): 88-102.
- [21] 陈永伟. 区块链与慈善透明度: 技术可能性和制度约束[J]. 中国经济问题, 2020(5): 34-47.
- [22] 李晓华. 数字鸿沟与企业慈善的包容性策略[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2022, 44(3): 120-132.