

公益慈善周刊

2013年4月14日

2013年第13期(总第067期)

◎政策点击

全国优秀志愿服务项目与志愿者工作案例获奖名单.....	5
民政部关于开展民办非企业单位塑造品牌与服务社会活动的通知.....	7
关于征集2013年度江西省社会组织公益创投项目的公告.....	10
湖南规划2020年培育发展2000家民办社会工作服务机构.....	12
南京公益慈善组织将可直接登记 登记门槛降至5000元.....	13

◎专家视野

徐永光：“以权谋捐”可以休矣.....	15
王振耀：中国变革需进一步放生社会.....	17
郎咸平：中国为什么不能全民慈善.....	19
郑戈：勿让权力变成“不可抗力”.....	22

◎行业观点

人民日报：拿什么拯救基金会的公信力.....	24
光明日报：要用强力推动慈善组织透明化.....	25
公益时报：国际资助撤离后，民间NGO的生存抉择.....	26
新华网：中国公益广告如何突围？.....	32
新华网：缺创意缺鼓励，公益广告有忧.....	34
人民网：海归瞄准公益性创业 借商业化模式发展可持续公益.....	35
南方日报：“草根公益”让文化和感恩烽火相传.....	37
中国青年观察：青年自我组织的新观察，从抱团取暖到行动创造.....	41
福建日报：草根NGO的人才之感.....	48
燕赵都市报：捐款者优先获救助是用金钱绑架慈善.....	50
社企流：社会影响力难评估 企业社会责任界限模糊.....	51
冯永锋：2013年基金会的“三粒小火苗”.....	53
倪以理：NGO的盲点.....	58

刘敬文：公益人应当向山寨业学习什么.....	61
张梦颖：或者合作，或者创新.....	62
◎行业动态	
世界各国第一夫人做慈善 助力国家形象.....	64
“希望工程激励行动”2012 总结暨 2013 年启动仪式举行.....	66
北京推“公园公益超市” 公园设施期待市民认捐.....	68
多个中央彩票公益金项目申请追加.....	70
2013 胡润慈善榜揭晓：黄如论 5.8 亿成中国最慷慨慈善家.....	71
胡润慈善榜：慈善捐赠金额连降两年.....	73
胡润：成功富人离不开做慈善.....	74
交钱就能成诚信单位 消费者保护基金会涉有偿评奖.....	77
一场尚未落幕的公益知识产权纠葛.....	79
北京青基会连续十年“晒账本” 将建社会监督队伍.....	82
草根 NGO 需求旺盛 慈善人才培养体系出炉.....	83
世界第一 CEO 助阵慈善晚宴 嫣然天使筹款 200 万.....	86
找“上门”来的募捐，学校募捐遭遇诚信危机？.....	87
校园安全：我的“方舟”我做主.....	90
曹德旺：河仁基金会将变革.....	91
易思闻思公关为英国社会企业好途协助提供公益服务.....	94
水牛书店：社会企业模式带动阅读.....	95
◎公益人	
邓飞的战争.....	97
◎亮机构	
野地——清洁饮水与企业社会责任（CSR）合作融资项目.....	105
◎国际观察	
英国社会股票交易所有望年内成立.....	109
英国人普遍认为在慈善商店消费是美德.....	109
社会企业如何解决金融排斥困境.....	111
非营利组织应利用数字化媒体扩大影响力.....	113
盘点科技界 15 大慈善家.....	114

公众不关注公益性质 盲目捐赠 10 年未变.....	117
俄上万 NGO 面临罚款或关闭.....	117
美咖啡馆推出由顾客定价的慈善菜品 收入捐慈善.....	118
意大利“待用咖啡”：让穷人享受温暖.....	119
美慈公益新模式：减灾同时增长经济.....	120
瑞士“奴隶儿童”的平反之路.....	121
阳光之家：给每个人有尊严的晚年.....	123
毫耄索罗斯：慈善事业给了我工作的理由.....	126
迈克·里奇：捐赠是信任的表达.....	127
皮埃尔·卡蓝默：富人要正确使用钱财.....	130

◎企业社会责任

UNDP：政府与私企合作使用新技术应对灾害.....	134
化学品使用与“绿色时尚业”和“快时尚”的博弈.....	134
首个智能手机可持续性认证将关注具有社会责任感的制造和环境.....	136
微软新项目助卢旺达发展“知识导向型”经济.....	137
耐克、星巴克、宜家：气候变化政策带来商机.....	138
思科：网络力量构建公益平台.....	138
马云援建青川 7 年承诺追踪：山坳坳里的电商扶贫.....	140
商道纵横发布《中国 ESG 研究 2012》报告.....	143
包含中文在内的 5 种语言 GRI G4 报告指南将于 9 月推出.....	144
企业捐赠七年脉络图.....	144
产业转移不应留 CSR 赤字.....	147
瓶装水企业社会责任倡议书在京发布.....	149
高污行业上市公司调查：多数不了解环污险.....	150
迈克尔·奥巴马：健康食品让企业与孩子双赢.....	152
多弗·塞德曼：企业“社会化转型”的十条建议.....	154
黎友焕：绿色壁垒成企业新挑战.....	157
别涛：银行“绿色信贷”标准亟待细化.....	158

◎博鳌亚洲论坛专题报道

博鳌论坛多方夜话公益慈善，社会企业发展之初如何破题.....	160
--------------------------------	-----

“中国式慈善”：艰难的“泥沼”突围.....	163
比尔·盖茨：如何发挥中国在全球慈善的巨大潜力.....	165
比尔·盖茨：当创新遇见慈善.....	168
洛克菲勒·佩姬：做慈善带钱更要带心.....	170
Arnaud：在法国慈善活动是由政府管理.....	171
张维迎：不相信社会责任报告能起作用.....	172
王兵：中国社会企业处探索和挣扎阶段.....	173
冯仑：民间慈善用 30% 社会资源做了 65% 捐款.....	174
张茵：企业家可根据自身能力做慈善.....	176
陈峰：中国政府管理慈善机构官员水平偏低.....	177
◎公益布告栏	
2013 芯世界社会创新周：创新玩转五一黄金周.....	181
第十届中国慈善排行榜发布典礼将在水立方举行.....	184
广州市慈善项目推介会 6 月 26 日~27 日举行.....	185
北京市温暖基金会“职工服务公益孵化”项目招标.....	186

◎政策点击

全国优秀志愿服务项目与志愿者工作案例获奖名单

一、获奖优秀志愿服务项目

等次	项目名称	单位
一 等 奖 (10个)	癌症患者互助康复志愿服务项目	上海市癌症康复俱乐部
	“杏林义工”助医服务项目	上海松江区岳阳百姓义工为民服务中心
	流动人口社区教育探访服务项目	南京市协作者社区发展中心
	由志愿者值守13年的“绿荫热线”	广西绿荫妇女咨询中心
	社工动员志愿者关爱重点青少年项目	宝鸡市青少年社会工作者协会
	药物滥用人员家庭辅导学苑项目	上海市禁毒志愿者协会
	“311”类家庭关爱空巢老人	郑州市金水区南阳新村办事处绿城社工服务站
	为奉献者奉献 增志愿者活力	苏州市姑苏区民政局
	单亲母亲阳光家园项目	天津市西青区侯台社区居委会
	校外交通疏导站为孩子送去平安	辽宁省辽阳市宏伟区光华街道湖西社区
二 等 奖 (10个)	社区照护牵手行动志愿服务项目	北京市协作者社会工作发展中心
	影·像激活人生——“五义”爱心慈善活动	上海师范大学谢晋影视艺术学院
	让改革开放的成果惠及更多残疾人家庭——上海市智力助残志愿服务项目	上海市智力助残志愿服务基地(总队)
	创建医院志愿服务平台 完善医院服务管理体系	北京大学人民医院
	上海首届社区聋人公益电影季系列活动	上海电影评论学会
	南昌“南丁格尔志愿护理服务团”公益项目	南昌南丁格尔志愿服务团
	东莞市双工联动关爱新莞人志愿服务项目	东莞市普惠社会工作服务中心
	留守、特困、残疾儿童援助项目	安康市慈善协会援助少年儿童委员会
	石家庄市社会福利院脑瘫儿童志愿服务项目	河北省优抚医院康复医学科志愿服务队
	“光明驿站”温暖江淮大地——国有企业关爱弱势群体承担社会责任的探索	安徽省电力公司宿州供电公司
三 等 奖 (20个)	上海——新疆银龄行动	上海市老龄事业发展中心
	“重建灾区心灵家园”志愿服务项目	山西医科大学人文社会科学学院

关爱“老雷锋”行动志愿服务项目	天津市和平区志愿者协会
兰州社区家庭小药箱管理及抗生素合理使用知识普及项目	甘肃省红十字会
关爱农民工子女守护项目	温岭市青年志愿者协会
“3+1”幸福在无锡助学关爱志愿服务项目	江苏省无锡市军队离休干部惠龙休养所
让志愿者在直接服务中成长——“鲲鹏乐学园俱乐部”志愿服务项目	福州市台江区鲲鹏青少年事务服务中心
周末爱心课堂	郑州市金水区南阳新村办事处绿城社工服务站
陪你一起看夕阳——为老服务志愿者队伍培育与管理项目	桐乡市七彩夕阳社会工作室
打造“爱心时间银行”项目 推动志愿者为老服务	马鞍山市民政局
日照暖阳项目	日照暖阳公益联合会
社区百老惠	南京秦淮百老惠公益服务中心
兴安社区儿童托管中心	湖北省宜昌市小溪塔街道兴安社区居委会
天台县妇联阳光大妈服务队服务社区绽光彩	天台县妇女联合会
救助管理志愿服务行动	荆州市救助管理站、荆州市流浪儿童救助保护中心
无围墙无门槛型志愿者服务模式	厦门市海沧区民政局、厦门市海沧区老龄办
平凡小事彰显人间大爱 残缺身体铸造完美人生——道里区王殿海社区志愿服务队项目	哈尔滨市道里区民政局
“阳光助教”残疾人支持性就业项目	安康义工联合会
义工家园——社会困难群体感受温暖的心灵家园	衢州市柯城区荷花街道党工委、办事处
“爱心接力”志愿服务行动	宜昌市第二社会福利院

二、获奖志愿者工作案例

等次	案例名称	单位
一等奖 (5个)	社会组织联动专业志愿者 共建“流动活动中心”服务模式实例	云南连心社区照顾服务中心
	专业引领、凸显特色,携手共创社区义工发展新局面——广州义工联社区义工服务发展案例	广州市义务工作者联合会
	夕阳之光——老年乐园志愿者工作案例	上海市闸北区社区服务协会
	“公益银行”积分制度	成都市温江区社会工作协会、成都市温江区民政局
	绽放在青藏高原的“格桑花”	青海格桑花教育救助会
二等奖 (5个)	北京市朝阳区社会志愿者公益储蓄中心	北京市朝阳区社会建设工作办公室

	沙市区彭国珍志愿服务队	湖北省荆州市沙市区民政局
	义工管理创新与公益科技提升——常州第二代义工管理系统	常州市义工联合总会
	志愿奉献创新发展 全面提高志愿服务工作水平	天津市志愿服务联合会
	烟台市慈善义工管理体系	烟台市慈善总会
三等奖 (10个)	灾区社工服务机构志愿者队伍建设探索——以汶川县大同社会工作服务中心“我爱我家”志愿者队伍建设为例	汶川县大同社会工作服务中心
	深圳城市志愿服务U站项目	共青团深圳市委员会
	探索志愿服务工作模式 发挥志愿服务社会功能	广东工业大学团委
	让学雷锋成为一种时尚	天津市东丽区志愿服务协会
	以非常规方式管理不正规队伍 提升志愿服务组织生命力	东莞市东城街道志愿服务中心
	“微笑小屋”	共青团贵州省委
	心动亭城·爱心100	中国移动通信集团安徽有限公司滁州分公司
	学雷锋 做雷锋 倡导爱心与奉献	浙江省杭州市西湖区翠苑街道翠苑四区社区
	北京化工大学抗震救灾志愿服务队工作案例	北京化工大学北教学区管理委员会
创新思路 推动社区志愿服务工作不断前进——市陌二社区“益邻志愿者”服务站主要工作做法	浙江省湖州市龙泉街道市陌二社区	

来源：中国人民共和国民政部

地址：<http://files2.mca.gov.cn/sw/201304/20130408091725112.doc>

[【返回目录】](#)

民函（2013）107号

民政部关于开展民办非企业单位塑造品牌与服务社会活动的通知

各省、自治区、直辖市民政厅（局），各计划单列市民政局，新疆生产建设兵团民政局：

民办非企业单位是民办社会事业的重要载体，在提供社会服务、促进社会和谐方面发挥着越来越重要的作用，已成为社会主义现代化建设事业的重要力量。为贯彻落实党的十八大和十八届二中全会精神，提升民办非企业单位服务能力和社会公信力，更好地发挥民办非企业单位在全面建成小康社会中的积极作用，民政部决定开展民办非企业单位塑造品牌与服务社会活动，现将有关事项通知如下：

一、指导思想和总体目标

（一）指导思想。

以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，贯彻党的十八大和十八届二中全会精神，落实中央关于公平对待社会力量提供公共服务的有关要求，以改善发展环境为基础，以能力提升为支撑，以塑造品牌为抓手，以服务社会为目的，进一步加强和改善民办非企业单位管理和服务工作，使民办非企业单位在全面建成小康社会，构建社会主义和谐社会中发挥更大、更积极的作用。

（二）总体目标。

用三到五年时间，初步建立与经济社会发展相适应，结构合理、功能完善、作用明显的民办非企业单位组织体系；形成有利于社会力量兴办社会事业的制度环境和管理服务体系；培育一批符合现代社会组织体制要求的组织完善、管理科学、诚信自律、品牌良好的民办非企业单位；民办非企业单位服务社会能力显著增强，公益性更加凸显，成为提供社会公益服务、满足人民群众多元化服务需求的重要力量。

二、主要内容

（一）优化环境，培育扶持。

优化政策环境。落实中央关于公平对待社会力量提供公共服务的有关要求，优化民办非企业单位发展和发挥作用的政策环境，破解制约民办非企业单位发展的制度障碍。鼓励各地结合实际开展有针对性的政策创制，积极协调相关部门，出台或落实购买服务、税收减免、票据使用、人事保障等配套政策，完善平等准入、公平竞争的政策环境，为民办非企业单位提供多方位支持。

加大培育扶持。积极推动直接登记，鼓励社会力量举办有规模、有特色的民办非企业单位。引导基金会等公益组织支持民办非企业单位，发挥各自优势，合作开展公益项目。结合政府职能转变，改革公共服务供给方式，推动政府向民办非企业单位购买公益服务。加快社会组织服务平台建设，通过社会组织孵化基地、服务中心、行业自律组织、城乡社区等为民办非企业单位提供资金、场地、人才、技术、项目、信息等服务。

（二）塑造品牌，服务社会。

加强品牌塑造。各地可根据《民办非企业单位品牌塑造参考标准》（见附件），结合实际研究制定塑造品牌活动规划，引导民办非企业单位树立品牌意识，完善组织发展规划和品牌塑造计划，将塑造品牌贯穿于组织文化建设、人力资源建设、服务能力建设等组织发展和运作的全过程。引导民办非企业单位强化宗旨意识、使命意识和社会责任意识，加强诚信自律和信息公开，落实服务承诺，提升社会公信力，巩固品牌基础。鼓励民办非企业单位加强品牌宣传推广，提高品牌辨识度和社会知晓度。鼓励有条件的民办非企业单位申请注册服务商标，依法维护自身合法权益。鼓励有条件的

民办非企业单位开展集团化服务，扩大经营规模，增强服务能力。开展集团化服务的民办非企业单位，其各个服务点可以使用同一字号、商标及服务集团标识。规范名称使用，加强对民办非企业单位品牌的保护。

加强能力建设。各地要结合登记审核、年度检查、社会评估等工作，督促民办非企业单位健全法人治理结构，完善以章程为核心的内部治理机制、民主决策制度、信息公开制度，增强自律性和诚信度。鼓励民办非企业单位提高服务能力，创新服务模式，强化服务特色，增强服务的规范化、精细化、标准化，形成核心服务竞争力。鼓励有条件的民办非企业单位申请 ISO 服务质量标准认证。鼓励民办非企业单位加强人力资源建设，提高人才队伍的专业化和职业化水平。

真情服务社会。各地要引导民办非企业单位发挥专业优势，积极回应民生热点问题，针对社会多元需求，提供多样化、专业化、高品质的社会服务，满足人民群众日益增长的社会服务需求。引导民办非企业单位根据组织宗旨，结合自身能力，积极履行社会责任，开展有规模、有影响的主题公益活动，为城乡基层社区、社会弱势群体提供形式多样、内容丰富、减免收费的公益服务，展示组织品牌，树立公益形象。鼓励民办非企业单位将有关公益服务经常化、制度化。

（三）做好宣传，落实激励。

营造良好氛围。各地要充分利用广播、电视、报刊、网络等新闻媒体，进行广泛的宣传活动，扩大塑造品牌与服务社会活动的社会影响，形成扶持、促进民办非企业单位发展的社会共识。对于在品牌塑造和服务公众方面表现突出的民办非企业单位及其公益活动给予积极宣传，弘扬公益精神，提高相关政府部门和社会公众对民办非企业单位积极作用的认识。

落实激励措施。各地要制定激励措施和办法，对在塑造品牌和服务社会活动中表现突出的民办非企业单位予以表彰和认定。将开展塑造品牌与服务社会活动的情况作为民办非企业单位规范化建设评估的重要内容。对积极参与塑造品牌和服务社会活动并取得实效的民办非企业单位，在政府补贴、购买服务、表彰奖励等方面予以优先考虑。

三、基本要求

（一）加强领导，落实责任。开展塑造品牌与服务社会活动，是引导民办非企业单位健康有序发展的重要举措。民政部已将此项活动列入对地方民政部门的年度考评计划，将适时对各地活动开展情况进行评估。各地要切实加强领导，明确领导责任和任务分工，精心组织实施，切实抓紧抓好。

（二）注重协调、保证实效。各级登记管理机关要加强与有关部门的联系，密切协作，形成对民办非企业的管理服务合力。要结合本地实际，制订塑造品牌规划和具体落实方案，引导民办非企业单位加强品牌建设，切实培育一批口碑好、影响大的知名品牌。

（三）认真总结，努力探索。各地要加强调研，及时发现典型，总结经验，创新管理，提高对

民办非企业单位发展与管理规律的认识，努力探索民办非企业单位管理服务的长效机制。各地要对活动开展情况进行年度总结，并按要求将有关情况及下一步工作计划报民政部民间组织管理局。通过塑造品牌与服务社会活动，进一步解放思想，更新理念，优化环境，从整体上推进民办非企业单位管理服务工作。

附件：民办非企业单位塑造品牌参考标准

下载地址：<http://www.mca.gov.cn/article/zwgk/tzl/201304/20130400440506.shtml>

民政部

2013 年 4 月 2 日

来源：中华人民共和国民政部

地址：<http://www.mca.gov.cn/article/zwgk/tzl/201304/20130400440506.shtml> [【返回目录】](#)

关于征集 2013 年度江西省社会组织公益创投项目的公告

为进一步加强和创新社会管理，提升社会服务水平，促进公益事业健康发展，江西省民政厅、团省委、省妇联、省慈善总会研究决定，在全省社会组织中开展公益创投工作。现将项目征集有关事项公告如下：

一、指导思想

以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，深入贯彻落实党的十八大精神，坚持以社会需求为导向，以服务民生为重点，通过公益创投，进一步转变政府职能，优化社会服务格局，提高公益事业参与度，培育发展一批有能力、讲诚信的公益性社会组织和一批能够满足群众需求的优质公益项目。

二、主办和支持单位

2013 年度社会组织公益创投工作由江西省民政厅、团省委、省妇联、省慈善总会等单位共同主办，江南都市报、新浪江西等媒体为支持单位。

三、申报对象和金额

经江西省内县级以上民政部门登记，且上年度年检合格的社会团体、民办非企业单位和基金会均可以进行项目申报。对获得立项的每个项目给予最高额度 30 万以内的资助。同时，设区市以及县（市、区）两级申报的项目由当地登记管理机关按项目立项资金一定比例给予配套。

四、创投范围

公益创投项目需符合福利彩票公益金“扶老、助残、救孤、济困”的使用宗旨和有关规定，体现公益性定位，运用市场和社会工作专业理念和方法推进，主要包括：

1. 为老服务类。包括：为老年人提供助残、助洁、助浴、助行、助医、助急等日间照料和居家养老服务；独居和纯老家庭的结对关爱、心理关怀；老年人的健康干预和健康促进；老年人的维权和文化活动及服务。

2. 助残服务类。包括：为贫困残障人士提供康复治疗、技能培训、就业扶助以及贫困孤残儿童照料服务、贫困家庭青少年助学帮扶服务等。

3. 社区服务类。包括：重点青少年帮扶、空巢老人心理疏导、社区公益慈善、农民工融入社区服务以及利用社会工作专业理念和方法开展的其他社区服务。

4. 救助帮扶类。包括：对贫困家庭、困难优抚群体、流浪乞讨人员、以及其他生活困难的居民家庭提供帮扶支援和志愿者服务等。

5. 其他公益类。包括：其他有利于推进社会组织和公益事业健康发展以及弘扬志愿服务精神、维护社会稳定、促进社会和谐的服务。

五、评审标准

申报项目必须符合创投范围和要求，实施地点以登记地区为主，周期一般不超过一年。重点审查申报项目是否符合以下标准：

（一）定位公益性：项目服务指向明确，受益群体精准，公益色彩突出，有助于满足人民群众社会服务需求和优化社会治理格局。

（二）需求广泛性：项目针对的社会问题和所涉及的社会服务需求具有广泛性，项目实施后能在较长时间内产生良好的影响力。

（三）方法创新性：项目的理念、操作模式、参与方式、对受益群体的分析等方面具有创新性。

（四）项目示范性：项目的运作模式可以进行推广，对推动社会建设具有示范性价值，能体现公益金放大效应。

（五）机构专业性：执行机构有清晰的使命和宗旨，有科学的组织结构。执行团队拥有相关项目经验。

六、申报材料及方式

项目申报需提交以下材料：

1. 县级以上民政部门登记证书副本（正反面复印件）；
2. 江西省社会组织公益创投申报表；

3. 本社会组织近年来所获荣誉（复印件，未获相关荣誉可不报）；

各社会组织可以通过江西民政网、江西社会组织网、江西青年网、江西女性网、江南都市报等查看公益创投公告或相关信息，下载《江西省社会组织公益创投申报表》，并于 4 月 30 日前将申报材料（一式四份，含电子版）报送至省社会组织公益创投项目办公室。项目申报材料如现场提交的，请带好相关原件以备核对。如通过邮寄报送，请到当地民政部门核对相关材料，签署“与原件一致”字样并加盖当地民政部门公章后再寄送到省项目办。

联系方式：易军，电话：0791-86201904, 13970865702，电子邮箱：69898109@qq.com。地址：南昌市人民政府大院南一路 7 号，省民政厅三楼。

附件：江西省社会组织公益创投申报书

江西省民政厅 共青团江西省委 江西省妇女联合会
江西省慈善总会
2013 年 4 月 12 日

来源：江西省民管局

地址：http://www.jxmzw.gov.cn/hotnews/2013-04/12/content_1695570.htm

[【返回目录】](#)

湖南规划 2020 年培育发展 2000 家民办社会工作服务机构

4 月 10 日，记者从省民政厅获悉，根据近日出台的《湖南省社会工作专业人才培养中长期发展规划（2012—2020）》（以下简称《规划》），到 2020 年，社会工作专业人才总量增加到 6 万人。

根据《规划》，未来 8 年，我省将多领域开发社工岗位，不仅在民政系统内如老龄、福利、军休、救助、慈善等城乡社会福利机构开发社工岗位，而且还要在教育、卫生、工青妇、公安、司法、人社、计生、信访、残联、国资、红十字会等下属社会福利机构、民办社工机构分期分批开发社工岗位。

《规划》明确大力推进政府购买社会服务进程。到 2015 年，政府提供的社会工作服务 50% 采取购买方式，通过政府购买社工服务，在相关领域内转化、提升、协调、规范、补充、强化各个社工岗位，明确相关社工岗位的工作内容和范围、权利和责任、人员数量和编制性质等，到 2020 年

形成全面覆盖、资源共享、稳定有效的社工岗位网络体系。

通过政府购买服务、新建等方式，支持、整合现有资源，逐步建立 10 个省级民办社会工作服务机构孵化基地，重点扶持和发展为老年人、妇女、儿童、青少年、残疾人、失业人员、低保对象、受灾群众、进城务工人员、药物滥用人员、艾滋病患者等特殊群体提供服务的民办社会工作服务机构。到 2020 年，培育发展 2000 家民办社会工作服务机构。

来源：湖南日报

地址：http://epaper.voc.com.cn/hnrb/html/2013-04/11/content_646283.htm?div=-1

[【返回目录】](#)

南京公益慈善组织将可直接登记 登记门槛降至 5000 元

4 月 12 日记者获悉，年底前公益慈善类、城乡社区服务类、行业协会商会类、科技类等 4 大类社会组织将实行民政部门直接登记制度，登记门槛将有 3 万元下降至 5000 元。专家认为，这将极大促进我国民间公益慈善组织的发展。

“本善医务社工服务中心”(简称“本善社”)是一家在雨花台区登记注册的草根公益组织，负责人高洁告诉记者，目前着力于社区老人的“临终关怀”。临终关怀又称“安宁照顾”，上世纪 50 年代起源于英国。它不是一种治疗方法，而是一种专注于在患者将要逝世前的几个星期或几个月的时间内，减轻其疾病症状、延缓疾病发展医疗护理。“人们通常用笑来迎接生，用哭来送别死。随着老龄化社会的来临，如何面对生命的最后一个环节，越来越成为人们不得不面对的现实。”高洁说，“本善社”的志愿者，就是满怀热情穿梭于医院的肿瘤病房、社区的临终老人家庭，温暖这些生命进入倒计时的患者，以及承受着压力和悲伤的家属。

丁墙社区郁金香小区大学生村官段典达介绍，目前社区转介给本善社的独居老人已经有 100 多位，其中有一部分是癌症晚期病人，精神和身体上都承担极大痛苦。本善社的志工定期到他们家中，与病人聊天、给予生活照顾，在老人去世后，还会为其家人做“哀伤照顾”，平复他们的悲伤情绪。

南京人口管理干部学院社会工作系副教授崔效辉告诉记者，像本善社这样的社会公益慈善组织近年逐渐增多。但以往由于采取“双头管理”，即公益组织到民政部门登记之前，需先经主管部门同意，使许多组织因无法找到主管单位而“胎死腹中”。今年初，国务院已要求在年底前实现包括公益慈善类在内的 4 大类社会组织实现直接登记，并将登记门槛从 3 万元下降至 5000 元。这将极大促进

民间公益组织的发展。

来源：南报网

地址：<http://www.njdaily.cn/2013/0412/377363.shtml>

[【返回目录】](#)

◎专家视野

徐永光：“以权谋捐”可以休矣

今年两会前，一条《人大代表建议每人都征慈善税》的消息在网上广为传播。这条消息源自全国人大代表、中华慈善总会荣誉副会长周森2月27日做客《人民网强国论坛》所发言论。原话是：“慈善立法什么概念？每个人的工资，必须要有一笔钱进行慈善公益，就像现在纳税一样”，还透露“现在《慈善法律纲要》已经出来了，我参加过两次国务院法制办的征求意见稿，如果顺利的话，本届一定完成”。

代表言之凿凿，不免引来了网民唏嘘一片，连《法制晚报》微博都顾不得斯文，质问：“这就是抢钱吧？”“慈善税”建议如此不受待见，除了这位慈善总会荣誉副会长缺乏慈善常识外，还因现实生活中借慈善捐款变相征收“二道税”早已不是什么纸上谈兵了。这会儿又听说“本届一定完成”慈善立法征收“慈善税”，能不急？

2009年秋，《中国社会报》曾设专版讨论《谁在阻碍中国慈善事业的发展》。我发言：“慈善属于民间，不是政府行为。现在大量慈善捐款成了政府的‘第二税源’，这叫‘苛捐杂税’。”对一些地方政府用行政手段刮“慈善风暴”向企业和个人强行摊派捐款的做法，我引述民政部老部长、中华慈善总会创会会长崔乃夫的话：“这是对慈善事业的破坏！”崔部长看到报纸后，请朱传一老先生给我带话：“永光引用我的话，我很高兴。希望这个讨论能够继续深入下去。”

令老会长失望的是，这个讨论无疾而终，反倒是地方政府的派捐活动不断升级。其派捐数额之大，力度之猛，足令前些年的“慈善风暴”相形见绌。而且，这些派捐都是以关注民生为号令，十分理直气壮，也更加强悍；还会用现行法规巧妙包装，竭力把政府对慈善资源的汲取和垄断合理化、合法化、制度化。土法“慈善税”大有蔓延之势。

陕西一个名为府谷的县，2010年春节，县党、政、人大、政协四套班子齐出动，趁着年关给煤老板设下“鸿门宴”，一举拿下“捐款”13亿。“经验”传到邻近的神木县，即升级为“神木百亿慈善公益金计划”。神木县也有一批身价巨亿的煤老板。县委、县政府称：神木的现状是财政富老百姓不富，少数人富多数人不富，有资源的乡镇富，黄河沿岸仍不富。必须有“共享式发展”思路。于是，县委、政府发出了关于《医疗卫生、文化教育、社会保障三大慈善公益金筹集倡议书》，并成立“公益金筹集运作领导小组”，县委书记、县长和39位党政部门一把手分别出任组长、副组长和成员，目标是在“十二五”期间募集“三大慈善公益金”100亿元。

神木“三大慈善公益金”的筹集情形，已见诸一些媒体报道：

——“不捐没有办法，一个领导负责一组，哪个企业不捐款，就秋后算账。”

——政府对认捐企业许以“优先享受资源配置和土地使用，优先参与重点项目建设”以及“享受神木县国有资产运营公司提供的与本人或单位捐款额相等的融资支持”等交易条件。

——某整合矿井与县政府签了认捐1000万元的《承诺书》，在整合期间每天仍按四五千吨的日产量生产，有以捐款换正常生产之嫌。

——在地毯式派捐中，机关干部也按职务大小核定捐款定额，在工资里扣缴。“每个人都知道的强行摊派，连退休的老干部都要交”??

如今，首期拥资43亿元的“神木县民生慈善基金会”已正式注册成立，《京华时报》以一篇《最大非公募基金会“野蛮生长”》发出质疑声。从这些报道中，我们分明读出了“急功近利”“竭泽而渔”“权力逼捐”“钱权交易”“献金免灾”“粗暴蛮横”的字眼。这些字眼与“爱心”“自愿”“快乐”“纯洁”“真善美”的慈善精神格格不入。慈善界人士很郁闷：好不容易国家有了鼓励民间非公募基金会发展的立法，怎么说变就变成了政府吸金的工具？

反观神木县政府的动机，从民间派捐100亿是为了谋求“共享式发展”，快速解决贫富差距，也是为子孙后代着想。貌似合理，实则谬矣！按照这个逻辑，中国的贫富差距、东西部差距这么大，只需照搬神木“经验”，在全国掀起政府派捐运动，再拿出“胡萝卜加大棒”政策，看哪家企业敢不就范？对那些亿万富豪自然不用手软。如此一来，贫富差距便迎刃而解，于是天下太平，河清海晏。说实话，这套理论于情、于理、于法都不通，倒是透出点“唱红打黑”“劫富济贫”的味道来。

慈善是发自内心的心灵、由个人自由意志支配的行为；参与慈善是公民（包括企业）的自愿选择，并非强制性义务。人们所遭遇的无论是“慈善风暴”还是强募“民生慈善基金”，抑或是以“全民慈善”为口号的“全民被慈善”活动，均属权力意志支配下的政府行为。论其本质是“以权谋捐”，属公权力对私人财产权的侵害；观其过程是绑架民意，伤害爱心；察其后果是把民间慈善国有化，让政府一家独大，掏空社会，搞死慈善。

习近平总书记告诫各级官员“要把权力关在笼子里”。慈善姓“民”不姓“官”。政府要支持民间慈善发展，鼓励、引导、保护公民的慈善热情和善行，加强对慈善组织的监督和管理，最大限度激发社会活力，而不是越俎代庖，更不应滥权无度，把慈善当“肥肉”来吃。

《公益事业捐赠法》第四条规定：“捐赠应当是自愿和无偿的，禁止强行摊派或者变相摊派”；第十一条规定：“在发生自然灾害或者境外捐赠人要求县级以上人民政府及其部门作为受赠人时，县级以上人民政府及其部门可以接受捐赠”。对于派捐行为，法律明令禁止；对于公权力而言，“法无授权即禁止”，政府在进行非自然灾害条件下进行募捐亦在禁止之列。换句话说，对政府假慈善之名的“以权谋捐”行为，不是恭请“进笼子”的问题，而是要依法禁止，让它在笼里笼外一起消失掉。

“要把法律放在神圣的位置。无论任何人，办任何事都不能超越法律的权限。”李克强总理对中外记者讲的这段话，是否可以用来抵制任何地方政府超越法律权限的“以权谋捐”活动呢？

民间属性的慈善，有法律规制，政府监管，舆论监督，行业自律，公众自主“用脚投票”，自会走上公开透明、公平竞争、优胜劣汰的道路，越办越好；慈善一旦被权力劫持，上述一切规则都失灵了。今天，慈善这点事总搞不好，让人纠结，不正是该民间做的不让民间做、不该政府做的政府抢着做、该政府做的政府又不好好去做造成的吗？

慈善回归民间之日，便是中国慈善兴盛之时。

来源：中国慈善家

地址：http://www.icixun.com/html/view_859.htm

[【返回目录】](#)

王振耀：中国变革需进一步放生社会

考验民间社会的时代来临了

《中国企业家》：放开民间非营利组织注册这事儿提了好几年了，今年这个信号是不是比较明确了？

王振耀：不只是明确了，是已经成大政策了。民间组织注册三大条例是国务院条例规定的，统统要有主管单位。这次马凯代表国务院在全国人代会上正式发言，是向全世界正式承诺我们的政策体制要变。原有的双重管理体制下没有真正的民间组织，每个组织必须先成为政府的一部分再注册，那还叫民间组织吗？

《中国企业家》：那岂不是谁都可以注册社会组织？

王振耀：1992年经济放开以后，有人说皮包公司满天飞怎么行？注册公司必须有主管单位。过了几年都觉得不方便，就没有了，手续也越来越简单。这次社会组织走的改革逻辑和企业改革是一样的，这非常有意思。

中国很大，推进改革的时候局部经验很重要，这些经验让中央和别的省知道怎么操作。深圳2010年开放社会组织注册，后来广东省全放开了，还放开了民间组织募款，结果也没乱到哪去，反倒是民间组织不适应了，去年不到10家去申请募款。你越放开，社会组织的责任越大，组织的自我约束力就越强。

中国企业放开注册后焕发出的活力让世界震惊，至于说经济质量，有这个那个问题，但第一步

我得先让你是个组织啊，不让生还怎么长呢?这道闸开了，释放出来的是爱心，是社会服务行业，是就业机会。美国3亿人200来万个社会组织，1000万人就业，我们13亿人，600万组织总不算多吧?我们的养老服务、儿童事业、残疾人事业都需要社会组织。孩子不能只让人家袁厉害管，也不能老让人家曹德旺捐款还得缴重税吧?

《中国企业家》：所以还需要很多的配套措施出台?

王振耀：三项配套措施必须跟上来：一是立法，注册个基金会就要200万注册资本，这真叫共产主义，太高了!美国没有门槛，新加坡花差不多100美元注册个基金会，我们定这么高，把普通人行善的路给堵了。非公募基金会每年必须花掉8%也不合理，全世界都只要花掉5%啊。还有行政管理成本10%，新加坡原来想学咱们，几年后取消了，现在政府什么都不定。他们说政府根本不该管这事儿，人家自己的理事会、捐款人会管。都是华人，人家怎么改这么快?这些规定不改也不行啊。

二是税制。曹德旺不能理解的是“钱在我手里不交税，捐给社会了，怎么要交重税呢?那是鼓励不捐?”政府财政也要回归社会，给基金会等于直接给了社会，更便捷啊。能不能这些捐款过十亿、百亿的，经过财税认真核定，先给人家个特殊政策?不然，做不好事儿的时候老说中国国情，做好事的时候反而不说了。基金会投资也收那么高的企业所得税，赚来的钱还是回报社会的呀。全世界的慈善组织除了每年奉献5%，只收很少的印花税，我们能不能走国际规范?一定要在税收方面体现出优惠，才能让基金会成长。社会组织让社会道德更加完善，是社会稳定的一种体制性支撑。

三是财政要扶持社会组织发展。香港400亿港元财政预算，其中100多亿是给社会组织的，这100多亿80%以上是固定拨款。香港特区的注册手续更简单，商业注册，办免税手续的时候严格审查，很多国家和地区都类似。以香港为参照系，人家700万人100亿港元支持社会组织，中国大陆差不多需要财政投入2万亿元用于社会服务。我们将来的财政构成往哪儿走?现在关键是公共服务要普及，养老、助残这些领域很多服务项目都还没有呢。社会组织会创造出多种多样的机会，包括商业机会，但是财政还是要投的。这些专业化的组织提供服务，包括多样化的家庭服务，香港有很多家庭化服务中心，中国大陆将来需不需要?是需要的。

《中国企业家》：新的政策环境对社会组织的挑战何在?

王振耀：考验民间社会的时代来临了。将来民间组织注册起来之后，组织的自身建设排在了头一位，政府放开之后压力很快就转移到民间组织内部了。行业标准，每个组织内部的治理结构、管理优化，很快会排上日程，需要大量的人才，大量的培训，各种各样的交流。我们过去只会建设国、建设家，但中间这个社会呢?没人管。这是一个公共领域。现在很多民间组织自身的能力参差不齐，有的基金会看着还活着，实际上已经死了，什么项目也不做，但马上就有淘汰机制了。有竞争了就有淘汰机制，比如不停地评级，有评估标准，老得不到钱，评估之后捐款不给你，活不了了淘汰

了。以后对社会组织的专业化服务技能的要求会提高，我们对社会服务没有理念，没有学校，没有大量的培训教材，各种各样的培训技能，我们过去认为那是个道德问题，现在大家才知道，那是个专业。所以我估计下面的挑战会很大。

来源：中国企业家网

地址：<http://www.iceo.com.cn/idea2013/2013/0411/265983.shtml>

[【返回目录】](#)

郎咸平：中国为什么不能全民慈善

4月9日，由国家民政部主办的中国慈善领域最高政府奖第七届“中华慈善奖”在京揭晓，一批民企榜上有名，似乎中国的企业家们越来越关注慈善事业了。无独有偶，最近美国的媒体把比尔·盖茨称作比尔盖茨 2.0。什么意思呢？意思是说，退休之后的比尔·盖茨华丽转身，开始专注于做慈善了，是一个升级版的比尔盖茨。对此，我曾在《财经郎眼 06》中指出，在美国做慈善好像不光是企业家行为，有点像全民行动。美国人怎么那么热衷做慈善呢？2008年美国慈善捐款额高达3076.5亿美元，占美国国内生产总值的2.2%，而且，其中75%来自个人的捐款。中国呢？慈善捐款占国内生产总值的比例还不到万分之五。所以你可以看出来这个差别非常大，美国是全民慈善，我们只是少数。

首先，我们对整个慈善的理解是完全错误的。我举个例子，我们看看《中国大百科全书》中对慈善的定义：从同情、怜悯或宗教信仰出发，对贫弱者以金钱或物品相助，或者提供其他一些实际援助的社会事业……带有浓重的宗教和迷信，其目的是为了做好事求善报；慈善者通常把慈善事业看作是一种施舍……它只是对少数人的一种暂时的、消极的救济……它的社会效果存有争议。我不敢相信这是《中国大百科全书》的解释。但是，如果用英文的话，你看原文怎么讲的？慈善的意思是对人类的热爱；为增加人类的福利所做的努力。通过救济、援助或者捐赠等等这些手段来达到对人类的热爱或增加人类的福利。而我们《中国大百科全书》的这个解释是把别人的手段当成目的了，慈善的目的是对人类的热爱，是为了增进人类的福利，我们连这个都没有搞清楚。

我想透过这个机会和各位朋友谈一个新概念，就是说美国为什么全民慈善，而且是有钱出钱、有力出力？在我们看来，这是个非常奇怪的事情。普通老百姓慈善捐款、做义工比例非常高。75%的美国老百姓都捐款，30%是直接从工资里面扣掉的。而且，美国的义工数量达到总人口的57%，你总不能把这57%都是有钱人吧，而且平均每周工作4个小时，折算下来，他们所创造的价值和每年

的慈善捐款一样多，这太可怕了。他们的动力哪里来的呢？

据我们判断，是基督教精神。当然，我们谈基督教，只是就事论事，我只是非常中立地、实事求是地谈谈。我们认为这是美国宗教所推动的一种力量。我举个例子，美国90%的人自称相信上帝，美国国歌里有“上帝保佑美国”之类的词，总统就职的时候，要按着《圣经》发誓。甚至大家到法院去做证人的时候，也要先向《圣经》发誓。所有总统的演说的结尾都是“God Bless America”，就是“上帝保佑美国”的意思，而美元上面也印着“in God we trust”，就是“我们信任上帝”。国会两个院众议院、参议院的会议都是以牧师的祈祷开始的。哈佛、耶鲁这些名校也都是由教会创办的。我们发现美国基督教是无所不在的。

我们常常说，中国企业家有原罪。可是美国的富人也有天生的罪恶，也有原罪的问题，但是这个原罪，是基督教给他定义的原罪。整个基督教文化对财主是仇视的，因此，慢慢演变出一种什么样的思维呢？钢铁大王卡耐基1889年在一个叫做《财富的福音》的书里面说“在巨富中死去是一种耻辱”。还有石油大王洛克菲勒也说“唯有奉献社会才能去除心中的自私，使得人类灵魂的伟大之处得到解放”。你要晓得，这些其实都是《圣经》里面一些话的翻版，你可以想象到《圣经》对他们影响有多大。这构成美国当下精神的一个核心，叫新教伦理与资本主义精神。这个所谓新教伦理其实是18世纪中叶，美国一个著名的布道家约翰-卫斯理对清教徒精神的一个概述，它的意思是说，我们要拼命地挣钱、拼命地省钱、拼命地捐钱。

由美国首富比尔·盖茨和股神沃伦·巴菲特联合发起的“捐赠承诺”行动，2010年9月来到中国。这一行动自2010年6月发起，至今已有40位亿万富翁承诺把自己的过半财产捐献给慈善事业。其中盖茨夫妇承诺把大多数财富用于夫妇俩创办的慈善基金会，而巴菲特打算只留自己财富的1%。这一“捐赠承诺”并不具有法律效力，只是一种道德约束，富豪们可以用任意方式进行捐赠。根据发起人盖茨和巴菲特的估计，该行动将有可能筹到6000亿美元善款。目前已经响应的40位亿万富豪中，仅一位华裔。要让中国的企业家把99%的财产捐出去，那是不可能的，简直是天方夜谭。中国没有这个传统。

巴菲特如果到中国来的话，他会发现他跟我们中国人是无法沟通的。这不是对与错的问题，而是两种完全不一样的文化。中国自古是个苦难的国家，你可以理解我们中国的老百姓有一种极度的不安全感，因此他必须积累大量的财富。企业家也有不安全感，他有原罪的问题，还有外在压力的问题。而且因为基本上我们是以家庭为单位的，在碰到灾难的时候，家族几乎负担着我们整个社会所有的功能，所以说家族非常重要。正是因为家族在困难的时候是捆绑在一起的，所以他的钱财是要留给家人的，因为他要照顾他的家人，这完全可以理解。比如说你失业了，那谁养你呢？当然是你的爸爸、妈妈，也就是你的家族在养你。因此这种对家族的回馈是非常重要的，你只有对家族回馈，

使家族壮大起来，家族里的每一个人才能得到保障。我们中国这种以小农经济、以家庭为主的系统对维持社会的稳定有非常大的贡献。家庭这种互相帮助的做法解决了很多关于失业的困难啊，但是如果在美国的话，家庭能这样帮助你吗？在美国如果你这个人失业了，你就要靠国家来救助你。我们虽然不捐钱，但是到最后你发现这个系统还挺好，帮国家省了不少钱。

我们还发现，美国这种全民践行的慈善观，除了有宗教因素，或者历史文化传统之外，还有一个因素，就是它整个制度环境，比如说他们的遗产税居高不下，而如果他们捐献给了这种公益事业，捐献的那一部分可以抵税，这也是一个有效的激励机制。而且更重要的是你捐了钱之后，比如说捐给这个基金会做这件事，我可以清楚地、透明地知道这个钱就会做这件事。而且他们是一个非常专业化的管理团队，它做的事会比你自己做效率高得多，成本低得多，因此你愿意透过它做你想做的事。

所以，在慈善捐款的使用上，所有账目必须完全公开透明。但我们捐款之后，它干什么你不知道，它是不透明的。所以网上就有一大堆的谣言，比如汶川地震，我们全国老百姓捐了 600 亿，除以受灾人口的话，每个人能够分到 17600 块。很多老百姓在网上说，你这个既不公开又不透明，你怎么花的我们都不知道，还不如直接把钱给老百姓算了，一个人拿 17600 块，不是很高兴吗？问题是什么？如果把钱给了老百姓，当地的道路怎么办？学校怎么办？医院怎么办？这些都需要统筹安排、规划，这是政府应该做的事。如果政府拿这个钱盖了医院、建了学校、修了路，还有疾病防治，都完完全全、清清楚楚地公开透明地公布出来的话，老百姓不会有意见的。问题就是你没有公布过，汶川地震的捐款你怎么用的直到现在还是说不清道不明。这就是为什么一大堆谣言会出来，说某个地方，比如说汶川映秀镇的领导在地震后换了七八辆豪华车，有三十多万的斯巴鲁，还有价值上百万的丰田陆地巡洋舰，其实都是谣言。可是为什么会有这些谣言呢？就是因为捐款你没有透明，老百姓不知道怎么用的，那这个谣言肯定就会出来。

还有更有意思的，1999 年以来全国红十字系统共筹集了 15 亿元的款物，对 5000 多万灾区群众进行了救助，这样算下来，我们发现每一个人接受的救助是 30 块钱。还有连续 7 年展开的“红十字博爱送万家”活动，共投入 2.5 亿多人民币，在元旦、春节期间为 94 万多户，大概 524 万人送去了关爱和温暖，我们算了一下，平均每一个人在春节期间接受的救助是 47 块钱。你说这种捐助有什么用？我们这个捐助不但无效，而且走入了歧途。最有名的慈善家钢铁大王卡耐基说过，你不能够把这些捐款零零碎碎地分给老百姓，分完就没有了，你必须统筹使用。但是对于统筹使用基金的管理办法、政府的监管、透明度，还有捐款的渠道，在我们中国都是缺失的。

来源：凤凰网

地址：http://cq.ifeng.com/world/detail-1_2013_04/08/693991_0.shtml

[【返回目录】](#)

郑戈：勿让权力变成“不可抗力”

江苏省苏州市姑苏区法院最近在公益组织“天下公”诉莫泰酒店一案中作出判决，法院未采纳被告关于警方的维稳“通知”属于“不可抗力”、酒店可以免责的辩解，认定其行为确属违约，应予以赔偿。

此案之所以成为热点，恰是因为在以往的类似案件中，要么当事人认为起诉无用而自认倒霉，要么起诉了而法院不予受理，要么法院受理了而判定被告免责事由成立。在“稳定压倒一切”的背景下，这一判决殊为难得。

在社会主义国家中，司法机关是国家政策实施机器中的一个环节，对合同的保护往往要服从于“大局”。姑苏法院的这一判决，体现了对市场经济所赖以为基础的合同的尊重，判词中对“不可抗力”采取严格法定主义的文意解释，体现了法治精神。

说到社会主义国家司法对不可抗力的解释，比较法学者马上会想到以色列乔丹投资有限责任公司（下称乔丹公司）诉苏联石油进出口联合公司（下称苏石油）的仲裁案。从 1954 年到 1956 年，苏石油与两家以色列公司（其中一家是乔丹公司）签订系列合同，苏石油每年向以色列出口 115 万吨原油和燃油。按照 1955 年和 1956 年的合同，此种供应将持续到 1957 年和 1958 年。1956 年 11 月 6 日，即以色列、英国和法国袭击埃及之后一周，苏石油通知两家以色列公司，称苏联外贸部已取消了 1956 年的出口许可，也不会颁发 1957 年和 1958 年的出口许可。乔丹公司根据合同中的仲裁条款向苏联外贸仲裁会提出仲裁申请，要求苏石油赔偿近 240 万美元并交付 65 万吨石油。仲裁会认为：外贸部撤销出口许可的决定属于苏联民法中的不可抗力，因此苏石油不应承担违约责任。

苏联仲裁机构作出这样的裁决并不出乎人们的意料。实际上，苏石油和外贸仲裁会都是苏联外贸部的行政下属机构。不过，前苏联是“社会主义法制”的典范，其法院和仲裁机构在大多数案件中都会奉行法条主义的原则断案，所以外贸仲裁会的国际口碑并不是那么糟糕。但在苏石油案中，仲裁会却暴露出了它的依附属性。

首先，苏联民法对不可抗力有严格的界定，就社会—政治原因而言，只有战争、革命、大规模罢工等少数情形才能构成不可抗力。而裁决中却一反常态，在没有充分说明理由的情况下武断地将行政命令视为不可抗力。

其次，在仲裁会以往的裁决中，一般都是让出口方承担无法获得出口许可的风险和责任，这种做法也符合欧洲其他国家的惯例，这一裁决也不符合该仲裁机构自身的先例。

最后，不可抗力必须具备客观性，即不以违约方的意志为转移，但在此案中，正如申请人一方所指出的那样：被申请人是外贸部的下属机构，它们的“意志”很难分离，因此不能说外贸部的行

政决定是独立于苏石油意志之外的客观事实。仲裁裁决对这一合理主张敷衍了事，未予置评。

最后，申请人还指出，不可抗力必须是不可克服性的，但在此案中，被申请人既未申请行政复议，也未寻求司法救济，便盲目服从了行政命令，因此不符合免责条件。对此点主张，裁决中也只是轻描淡写地指出：挑战外贸部的决定对苏石油来说是“不可能的”，而并未说明原因。

通过苏石油案提供的视角反观莫泰案，可以发现一些有趣的比较法亮点。

从立法层面看，我国法律的界定与前苏联民法中的规定并无太大差异。按我国《民法通则》，不可抗力是指“不能预见不能避免和不能克服的客观情况”。《合同法》照搬了这个定义。法治在于细节，在判断何谓“不能预见”、“不能避免”以及“不能克服”的客观情况上，莫泰案体现出了法律进步。

首先，莫泰案判决表明，不能以“维稳”作为包揽一切的大幌子。警察的决定属于“维稳”政策下的具体行政行为，酒店可以不予服从，或者提起行政复议、行政诉讼。未经任何努力便轻易选择违约，不符合免责条件。

其次，虽然政府行为可以构成不可抗力，但其范围和条件应明确法定，否则市场经济便无从运行。莫泰案表明，尊重合同应该是一般情况，而违约免责必须符合严格的法定条件。警方出于“维稳”考虑的“口头通知”显然不符合这种条件，否则任何行政部门中任何个别人员的“口头通知”，都可能成为违约免责事由，合同的法律意义便会荡然无存。

第三，酒店宁可得罪客户、也不得罪警察的选择，体现出中国服务业的困境：客户惹得起，主管部门惹不起。但莫泰案判决向服务业发出了一个积极的信号：客户也不要轻易得罪。在这一由司法支撑的激励结构下，有关商家自然会调整自己的行为模式，更多地与行政机关周旋和抗争，而不是在行政机关与客户之间轻易地选择牺牲客户的利益。

从立法与公共政策的角度看，莫泰案的启示包括：首先应将政府行为类不可抗力的范围限定在国防和外交等极少数情形上；其次应强化司法的独立地位，使法官可以依法判断何谓不可抗力；最后，应保护私权，尊重合同，使商家完成从身份到契约的转型，弱化它们对行政主管部门的“人身依附关系”，而强化它们依合同而确立的与客户之间的权利义务关系。

作者为香港大学法律学院助理教授

来源：财新《新世纪》

地址：<http://magazine.caixin.com/2013-04-05/100510011.html>

[【返回目录】](#)

◎行业观点

人民日报：拿什么拯救基金会的公信力

公众为什么对基金会的公信力产生质疑，就是因为一些慈善基金没管好，更没用好。

前几天，听中国法律援助基金会理事长岳宣义在谈到基金会的公信力时说，对慈善资金，一是要管好，不出问题；二是要用好，发挥效益。

不少国字头的基金会每年都能筹集上亿元甚至更多的资金。这是一笔惊人的数字。管不好，用不好，不仅辜负了捐赠人的拳拳爱心，更会直接影响基金会的公信力。

公信力可以说是公益组织的生命。这些年公众为什么对基金会的公信力产生质疑，就是因为一些慈善基金没管好，更没用好。

民政部有调查显示，2012年，公众最希望了解的是慈善组织的业务信息。这表明公众已经不是简单质疑公益善款的来源去向，而是更关注公益慈善组织具体做了什么、怎么做的。

管好，不出问题，是提高基金会公信力的前提。如何管好？首先是信息透明。这是提高基金会公信力的重要方面。只有对慈善资金从募集、运作到使用效果全过程信息进行披露，才能让捐赠人和社会公众及时了解捐赠拨付和使用情况。在这方面，中国法律援助基金会的做法值得借鉴。他们不仅有日常工作信息的披露，还具体到每一次募捐活动、接受捐赠、款物的使用以及财务信息的披露等，并在年检结束4个月内在官方指定媒体上披露基金会上年度工作报告、财务审计报告。其次是理事会责权一致。理事会对基金会的宗旨方向、重大决策、资金运作等承担实质性责任，并负有向监管机构如实报告的义务。

用好，发挥效益，是提高基金会公信力的高层次要求。如何用，才能保证资金安全，保证资金发挥更大的效益？一般而言，通过商业途径募集资金，为了资金的保值增值而进行的投资行为等，都是基金会不可或缺的运营手段。但资金进入基金会的过程以及每一笔资金的支出，都须建立一套严密的财务管理和审计制度，以及问责监管办法。否则，公众就有可能怀疑公益资金在保值增值过程中存在问题。

管好和用好，是相辅相成的关系。管好，不出问题，是底线；用好，发挥效益，是本事。

公益基金凝结着老百姓的颗颗爱心，是用来构建民生工程 and 民心大厦的，一分一厘都取之于民，要用之于民，必须倍加珍惜，倍加爱护。只有有效使用公益慈善资金，让其运行安全，效益超值，才能推动慈善事业持续健康发展。

来源：人民日报

地址：<http://theory.people.com.cn/n/2013/0403/c40531-21011421.html>

[【返回目录】](#)

光明日报：要用强力推动慈善组织透明化

不能再等着慈善组织自主“摸索”透明化的机制了，尽快出台强制性法律规范，尽快建立一套完善的监督机制，是重塑慈善业社会信任的当务之急。

博鳌亚洲论坛 2013 年年会传出消息称，2012 年我国慈善捐赠总额约为 700 亿元左右——在 2010 年的 1032 亿元下降到 2011 年的 845 亿元后，这是连续第二年的大幅下降。中华民族有着悠久的慈善传统，为何到了今天，反而陷入捐赠额连年下降的窘境呢？

其实，近几年几次大的救灾行动和我们身边不断涌现的温暖事件，都显现了民众的爱心力量。捐赠额度下降，只能说明一个问题，那就是一些慈善机构失去了民众的信任。自 2011 年“郭美美事件”引发慈善问责风暴以来，一系列事件使慈善机构的天使形象受到严重损害，巨大反差让这些慈善组织的社会公信力跌到谷底。爱心被挪用、利用，寒了心的民众怎么可能继续向这些慈善组织捐赠？

但与此同时，在网络上，知名记者邓飞发起的“免费午餐”公益项目，因其透明高效，随着网络的传播迅速壮大；河南慈善总会通过改版后的河南慈善网，将每一笔捐赠收入和去向都“晒”了出来，2012 年以来获得了来自个人的千万元级别的捐赠。这说明，只要在制度上保证透明，慈善项目和慈善组织就能迅速赢得公众的信任。重塑信任，并非难事。

现在，一些慈善机构管理混乱、缺乏公信力，归根到底是缺乏有效的制度约束，没有强制透明化的一套监督机制。民政部 2011 年底发布的《公益慈善捐助信息公开指引》只是给慈善组织“参考”的没有约束力的文件，遑论处罚机制。事实上，没有强制约束性的制度设计，很难推动一些积重难返的慈善组织走向透明化。现实中，在红会的官方网站上，最新的财务收支情况审计报告还停留在 2010 年。在对 2012 年慈善组织的一项透明化调查中，仍有近八成的慈善组织在透明化上不及格。

中国的慈善事业起步较晚，各方面的规范还不健全，在刚起步时就遭遇信任危机，尤其需要在制度建设上有破釜沉舟的魄力。如今，已经不能再等着慈善组织自主“摸索”透明化的机制了，何况一些慈善组织本就缺乏透明化的动力。尽快出台强制性法律规范，尽快建立一套完善的监督机制，是重塑慈善业社会信任的当务之急。

与此同时，鉴于慈善组织在工作模式上有很大的共通性，相关部门应该搭建具有行业共性的透明化平台，构建权威的透明化评价标准，要求慈善组织必须使用。如此，才能重塑社会对慈善组织的信任。

来源：光明日报

地址：http://guancha.gmw.cn/2013-04/12/content_7292675.htm

[【返回目录】](#)

公益时报：国际资助撤离后，民间 NGO 的生存抉择

今年，曾经连续 10 年向中国境内组织提供了 7 亿多美元的全球抗击艾滋病、结核病和疟疾基金（下称“全球基金”）向中国说了再见，作为中等以上收入国家之一，中国将失去申请从今年开始的以后任何全球基金项目机会。这意味着，仅在防治艾滋病领域，我国大约 600 个完全依靠全球基金生存的民间组织有可能已停止了运转。

而防艾民间组织所面临的困境仅仅是国际援助资金大规模撤离中国的引爆点之一。或许是由于奥运会等一系列彰显中国综合实力盛会的成功举办，使得国际意识到了中国在世界上的强大经济实力，以 2008 年为开端，陆续有众多的国际援助方停止或考虑停止对中国的资金援助。2008 年，日本终止了对华有偿援助；2009 年，德国经济合作部长迪尔克·尼贝尔表示，“中国已不再符合资金援助的标准”；2011 年，英国国际发展部停止对华经济援助；同年，澳大利亚发展署明确表示，要停止对中国的直接援助；今年年底，在部分项目收尾工作完成后，盖茨基金会对中国的资助也将告一段落……

改革开放后的几十年间，这些着眼于中国民间的国际机构，为中国的赈灾、扶贫、医疗、教育、环保等各个公益慈善领域提供了大量的资金，扶持了大批的民间组织，在相当长的一段时间内成为了中国最基层 NGO 的资助方，以这种形式成为了中国本土公益事业发展的助推器。

虽然，今年两会所传递出的建立社会组织直接登记体制与推进“一业多会”模式，让这些断了“洋奶”的民间 NGO 看到了一丝曙光，但尚未获得公募资格的众多小型民间组织如何能在这个相当长的过渡阶段，依靠自己的能力取得资金上的充足、探索转型时期的生存之道，依然是公益行业尚未能准确给出回答的问题。在这个乍暖还寒的初春，《公益时报》带着这样的疑问，走访了多家扎根基层的民间组织，用他们的切身经历描绘中国 NGO 的转型之路。

2009 年初，陕西省西乡县妇女发展协会（以下简称西乡协会）面临随时可能发生的资金断流。

西乡县位于陕西省南部，汉中盆地以东，全县丘陵和山区面积占 90% 以上，是国家级贫困县。2005 年 10 月 8 日，在国际计划的支持下，由西乡县妇女联合会出面，西乡协会在县民政局注册成立了。

依照“连续三年，总计 160 万捐赠”的合作协议，截至 2008 年，国际计划的支持终止。彼时，西乡协会勉强达到收支平衡。协会秘书长秦秀平面临的问题是，加快增长的通货膨胀和尚不稳定的还款率让她无法保证本金的保值增值，最主要是没有新的捐赠方。

“我们还算好的，陕西当时有五个县试点小额信贷项目，有的县到 08 年时还不能收支平衡，钱要不上来，不知道哪去了。”秦秀平说。

和西乡协会面临同样危机的民间组织，在陕西地区并非一家。2002年，国际计划中国总部于陕西省佳县试点针对农村贫困人口开展的小额信贷项目，前后和当地县妇联一起在陕西省注册了五家小额信贷协会，西乡协会仅为其中之一。

而在政府部门以及国际 NGO 的关注和支持下，公益性小额信贷机构在中国蓬勃发展。据了解，在公益性小额信贷机构数量最多时，一度曾覆盖全国 80% 以上的省、市、自治区，受益人口高达 3000 万。

由于当时大多数项目资金均来自国际捐赠或政府拨款，缺少专业的执行团队运作，公益性小额信贷机构没有繁盛很久，就因资金、管理、风险控制等多种因素而日趋势微。

尤其是靠国际机构支持成立的草根 NGO，在国际资金撤出后，开始大批没落甚至消失。

“洋奶”哺育的 NGO

中国的社会组织，分为基金会、社会团体和民办非企业单位三类。由于多年来的双重管理体制，能够找到业务主管单位，获得正式登记的机构，大多都有官方背景。

过去 20 多年来，西方发达国家及国际组织向中国提供了总计 1161 亿美元的经济援助。这些投向教育、环境、卫生、农村发展、扶贫等领域的项目，除与地方政府合作，其中很多旨在促进本土公民意识觉醒、提供公共参与空间、孵化公民自组织的项目，便会资助成立相应的本土民间组织。

青海金三川文化中心（下称“金三川”，前身为民和县三川发展促进会）就是完全依靠国际项目资助发展起来的。1996 年，在得知可以从国外基金会和驻华大使馆处获得项目资金后，青海师范大学教师朱永忠借助美籍同事凯文·斯图尔特 (Kevin Stuart) 身份上的便利，从美国利众基金会拉来了第一笔款项——18,400 人民币，为青海民和县中川和甘沟山区修建了 8 口新型水井，一下解决了祖祖辈辈困扰这两个乡的吃水难问题。

“没有国外的资助，就不可能有我们这个促进会的成立。”在西宁的一家咖啡馆中，现为金三川创始人及主任的朱永忠坦诚地向《公益时报》记者表示。

而此前一直致力于凉山彝族地区儿童教育保障、禁毒防艾等多项工作的凉山彝族妇女儿童发展中心（下称“凉山彝族中心”）也依靠国外的资金度过了最初的困难阶段。“最早，机构就是靠中美商会的 25,000 美金发展起来的。”凉山彝族中心创始人侯远高也如是说。

在国际机构支持下，这些民间组织成长迅速，从而更易在民政部门获得正式身份，于是，在中国最为边远的贫困山区，率先成长了一批草根民间组织。

“断奶”迫使 NGO 摆脱国际依赖

身兼学者背景、多年从事防艾工作前线研究的侯远高认为，中国防艾领域最后的危机已经来临。“全球基金今年结束支持中国民间组织的项目，中国的数百个民间防艾组织可能就不能生存了。”他

说，“中国的防艾组织，从来都是兴起一批、死掉一批。”相当大比例的 NGO 无法申请到经费，“名字还挂着，还没被注销，但除了维持一些志愿者活动外，实际上已经不发挥作用了”。

但在此背景下，2012 年却是凉山彝族中心在历史上获得捐赠资金和物资最多的一年。除了价值 482 万元的物资捐赠，其儿童关怀项目捐赠资金收入超过 450 万元，喜德救灾项目捐赠资金收入 24 万余元，昭觉县全民健康文明教育行动规划项目捐赠资金收入 20 万元整，美国大使馆中学生英语培训项目捐赠资金收入 10 万余元，春蕾计划项目捐赠资金收入 51.5 万元。其中，仅最后两项来自国际资金的援助，所占比例甚小。

如何成功地摆脱了对国际援助的依赖、实现资金来源的多元化，侯远高在北京的办公室中向记者描述了这一路的艰辛。

“05 年我们开始做儿童助学项目，最开始是申请国际机构的支持，但是这些国际机构的项目都是一年期限，到第二年又要重新找钱。截至 08 年，我们只发展了 4 个班的学生，这 4 个班却濒临断奶。”他回忆道。

当时，新学期已然开学，凉山彝族中心在网上发起了紧急募款呼吁书，但收效甚微。迫于无奈，他们只好动员所有的理事会成员及其身边好友，采取每人认捐一个孩子的办法，一个月就解决了 150 个孩子的全年费用。

这个办法收到了意想不到的效果，并且社会反应良好，愿意支持项目的人越来越多。侯远高说：“09 年开始，媒体对我们的宣传也增多，对凉山失学儿童的关注度很高。从那时起，我们每年都能新增好几个班。”到今天，凉山彝族中心已经有 34 个爱心班、1600 个学童，每年能够获得稳定的资金来源就有 400 多万。

同样，远在西宁的朱永忠也表达了希望能够获得稳定资金来源的想法。“今年，我们的资金可能会开始减少。”朱永忠介绍说，国外给予的一般都是小项目，而且都是一年就完成的，“欧亚基金会为我们提供了两期总共连续 6 年的项目资助，但这已经是破例，今年这个项目结束后，我们的资金来源会大幅减少。”

“一直靠国外项目，资金十分不稳定。”其实，金三川已经是青海地区最为活跃的民间组织之一，但朱永忠仍然感叹道，“我们感到（资金来源）必须要从国外转到国内，我们也走访过友成、南都和光华科技基金会，但还没有形成真正的合作关系。”

如何主动戒掉“洋奶”

对于凉山彝族中心今天能够成功摆脱依靠国外资助的局面，侯远高认为有三点经验值得向其他 NGO 分享。

第一是积极与各级政府项目合作。

“我们一直有政府购买的服务项目，其中包括政府直接拨款的项目，也有政府和国际组织合作的项目。”侯远高介绍说。

从2007年开始，凉山彝族中心利用彝语戏剧在乡村的巡回演出，来开展禁毒和防艾的项目。这个项目为当地各级政府分担了其本职工作，促成了政府部门指标的完成。在该项目的4年时间里，“各级政府，有的是给钱，有的是提供场地，有的是全程配合”，最后还促成了该艺术团队在北京的两场成功报告演出，并得到中央领导的高度评价。

“NGO需要学会自觉地把自己的工作与政府部门的工作结合起来，不能排斥和政府合作，而且，NGO和政府各个部门沟通的能力也很重要。”侯远高对此总结道。

其次，要吸收社会资源，尤其是来自企业的支持。

“相比个人捐赠，企业的资助金额较大，并且相对稳定。”侯远高介绍说，“企业对公益事业的捐赠，可以是企业冠名，可以在其员工中发起募捐，另外企业也有相应的基金会。”

然而作为最后一点经验，侯远高也指出：“但争取社会资源的前提是，要会利用媒体，让社会了解所资助群体的状况，让社会了解有这样一个机构。”

“与媒体合作，利大于弊。我们也希望和媒体配合，做更深入的报道，让公众了解为什么有这样一群人在落后的边远地区做这样的事情，而不光只是停留在对机构工作表面的描述。”侯远高很认真地总结道。

对此，《中国发展简报》的主任张耿瑞也表示赞同。《中国发展简报》的主办方——北京公旻汇咨询中心，于2003年10月在北京东城工商局注册，并在机构章程中明确了自身从事非营利活动的原则。

张耿瑞表示，《中国发展简报》的筹资早已多元化，与国内许多基金会和企业展开了合作，不可能只靠国际基金来支持了。

“国内的资源无外乎几个方向，一个是参与政府采购，这个也是现在比较多的。再一个是通过公众、社区或企业的资源来筹款，还有就是和基金会有一些合作。”对于不少NGO能够由此途径获得成功，她认为这些组织是“找到了受益人群真正的需求”，她说，“NGO能够成功（获得稳定资金来源），是因为他们能够达到受益人群最终的目的、解决了切实问题，NGO组织也是有一个优胜劣汰的过程。”

“拿到基金会项目只有两个途径，一个是公开投标，专家组评估后给你项目，但往往资金量比较小；第二是和基金会的领导洽谈有没有合作的可能性，实际上是内部招标。”侯远高道出自己的经验之谈。

“戒奶”后的尴尬局面

虽然都在摆脱“洋奶”的路上奋力前行，但上述民间组织也不免发出一些无奈的声音。

“其实国外机构的资助更专业化。”这是侯远高多年与国内外众多资助方合作得出的结论。

他说：“国外机构对项目管理是很严格的。要做基线调查和需求评估，调查项目针对人群的基本状况、具体需求、项目困难和问题，然后再拟定项目计划，研究到底提供什么样的服务。在整个项目过程当中，他们会开发一套专门针对该项目的管理工具，并且配以评估机制，有些甚至是第三方独立评估。”

而通过与国内某些基金会的合作，侯远高认为，其中最大的问题是“理念上的差别”，他说：“我们反而和国际机构在项目合作上有很好的理念沟通，国内一些基金会欠缺很多在少数民族地区开展工作的基本理念。”

另外，极其重要的是，国际机构在项目过程中十分注重提升机构团队的能力。“我们现在能够成为凉山最好的关注艾滋病的机构，能够自己开发教材，就是国际组织培训出来的。”侯远高向记者展示了凉山彝族中心自行开发的各种配套媒体教材，他介绍说，“现在我们有影视工作室，自己做音乐，自己做宣传片、纪录片。”

如今，凉山彝族中心的定位已从慈善机构转变成为专业化的团队，能够向其他 NGO 提供专业化的社会服务。

“由于国际组织将提升机构能力作为项目目标之一，所以以前每年我们都有团队建设经费、员工培训经费、国际专家莅临培训的机会以及把我们员工送出去培训的机会。”侯远高细数着当年国际机构带来的种种好处，“如今这些项目虽然结束了，但我们的能力得到了全面的提升。”

侯远高仍然流露出和国际组织合作的意愿。“他们的资金给予充足，不吝惜人员费用和管理费用。”他说。

探索自我造血

慧灵智障人士服务机构总干事李萌回忆起自己大约 4 年前加入慧灵的情况，那时候正赶上金融危机波及多个国家，也正赶上之前与北京慧灵合作的国际组织或项目出现了一些波动。经过调整后，目前北京慧灵的资金来源一方面通过中国慧灵的协调来承接一些国际资金支持的项目，另一个是申请基金会项目和政府购买服务。

但不论是与企业基金会合作，还是申请政府资金，慧灵所受的最大限制就是他们一直没有申请到一个“身份”，也是公益组织中比较有名的“注册困难户”。

说起今年的发展打算，李萌决定要先梳理一下内部结构和资源，最重要的是能招来人。“现在筹资部门特别惨，有 1 个全职的，3 个兼职的，现在这位全职工作人员的精力只能去维持原来的资源，

根本没有时间开拓新的。”李萌如是说。

而文章开头一筹莫展的秦秀平，则在2009年初意外得知了一个社会企业家技能培训项目。

2009年3月，英国大使馆文化教育处和友成企业家扶贫基金会在全国各地甄选了50名学员，在北京进行了为期一周的封闭式培训，通过运用商业模式和增进社会组织的专业性以提升NGO的自我造血功能。秦秀平有幸成为了学员之一。

“那是我第一次参加培训，第一次了解关于组织管理的知识，包括募款、宣传、组织架构，收获太大了。”秦秀平告诉记者，在那次培训上，她开始有了一些基金会和企业的资源，还从友成企业家扶贫基金会为协会争取到了第一笔来自国内的资金支持。

面对众多草根NGO仍无法摆脱“洋奶”依赖的局面，侯远高认为，第一就是要打破垄断，允许注册的民间组织募款；第二则是国内基金会需要转变运作方式，把大部分的资金用在支持民间组织发展。

“基金会应该是资助型的机构，尽量避免自己做项目，给别人做，分工要明确。”侯远高给出了自己的分析，“基金会不能自己筹钱、自己干，因为基金会一般在大城市，而民间问题是出现在边远地区、贫困地区，基金会距离目标人群太远、做不了，应该主动寻求民间组织合作。”

“但是除了南都和友成，现在也没有哪个基金会旗帜鲜明地说，只支持民间组织发展。指望公募基金会转型，太难。”侯远高对基金会前景很是感慨。

目前，凉山彝族发展中心已将自己的战略规划确定为——注册一家自己的基金会，侯远高接受采访所在的北京办公室的主要任务就是要在今年全力实现这个目标。如果目标得以实现，这家未来的基金会将主要工作定位为专门向西部地区NGO提供资金来源。

而秦秀平也不满足于如今几百万的资金周转，近年，她也筹划将协会改制，成立公益性小额贷款公司。“已经和新湖基金会还有友成普融等初步谈了合作计划。公司成立后，股东多了，承担募款责任的人也就多了，就不用担心资金问题，可以为更多妇女服务了。”

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/09/content_5677.htm?div=-1 [【返回目录】](#)

新华网：中国公益广告如何突围？

从首个电视公益广告栏目《广而告之》到如今微博上风风火火的民间公益传播潮，从“缺资金、缺平台”到“缺创意、缺鼓励”，中国公益广告走过几十载，已不再仅是自上而下的运动式宣传，但也遇到自身发展的多重障碍，困境之中如何突围？在日前举行的2013中国广告与品牌大会上，专家建议，应尽快破除现有的机制瓶颈，激发核心创意力量，推动公益广告持续健康发展。

公益热潮下的“冷忧虑”

“地球一小时”、“光盘行动”、“一个鸡蛋的暴走”……近年来，民间自下而上的公益广告越来越风行。与互联网的传播方式紧密结合，公益广告形成了声势浩大的微博浪潮。日前，一项名为“光盘行动”的公益活动在微博上掀起热潮，两个月大的宝宝都在微博上被晒自己的光盘，甚至熊猫等小动物也都齐齐上阵“舔光盘”，让人忍俊不禁。这项公益热潮迅速从线上转移至线下，网民们在实际生活中积极践行，“秀光盘”已成为新的风尚和生活方式。一些公益主题也已形成品牌化的时尚事件，年轻人乐此不疲。

“互联网介入，让公益从响应政府号召的被动行为转变为时尚自愿的行为，也使很多公益活动通过社交网络转变为大型活动。公益广告已超越宣传观念或口号，正创造一种人人可以参与的公益传播。”中国广告杂志社社长兼主编张惠辛表示。

而在为民间公益萌芽欣喜的同时，也有部分专家和学者表示，整体来看，中国公益广告的现状并不乐观。上海师范大学人文与传播学院副院长金定海认为，长期以来，公益广告的创作大多是自上而下推进的，常常表现为以政府为主导的运动型的组织行为。一个特定主题下发后，相关部门旋即召集或组织专业广告公司策划创意。这种临时性、机会性的创作安排，是不符合公益广告创作规律的，因此最终收获的也都是那些急就章，很难有动人心魄的作品。

金定海还表示，由于公益广告创作的知识产权没有得到较好的保护，专业广告公司的倾情投入得不到应有的尊重，有的甚至连署名权都没有，越来越多的广告公司感到“受到了伤害”，这对广告公司的创作热情是一种打击。如今，大学生成了公益广告的创作主体，其中不乏优秀的创作能力，但他们毕竟是半专业的，作品也多为半成品，很难真正发挥公益广告的创意力量和文化影响。

“好的公益广告应能入脑、入心、入情，能让人感动，一定程度上能承担起公民教育的责任，因此推动公益广告不仅仅是广告行业的事，更是实施文化战略的重要内容。”金定海表示。

“缺创意”背后的机制“瓶颈”

今年1月，中宣部、中央文明办、中央外宣办等七部委联合发文，要求深入开展“讲文明树新风”公益广告活动，表示各类媒体应“拿出重要版面、黄金时段、显著位置持续刊播，形成规模，

形成声势，形成广泛社会影响”。

但记者采访发现，不少媒体平台负责人表示，如今公益广告面临着“有锅子没米”的窘境。中央电视台广告经营管理中心市场部副主任余贤君表示，目前公益广告发展的最大瓶颈还在于创意，出彩作品较少。申通德高地铁广告有限公司总经理周倩也坦言，和商业广告的创意相比，公益广告的创意确实“略逊一筹”。

“能做商业广告创意为什么不能做公益广告创意呢？这很奇怪！”叶茂中营销策划的董事长叶茂中表示，“缺创意”的症结还在于机制问题。

“现在的机制缺的是尊重，缺的是鼓励。”叶茂中说，我们常常可以看到公益广告片尾打着某某精神文明办或媒体的名字，却少见广告创意者的姓名，应给予这些创作者个人成名的机会和应有的荣誉。

“不仅缺名，而且缺利。”金定海表示，从国外的经验看，一些国家会给予参与公益广告创作的广告公司财税上的优惠和支持，让从事公益事业的企业能够得到基本的利益平衡，“公益广告不是为了挣钱，但适度补偿成本是应该的，这样才能可持续发展。而目前我国尚缺乏类似的激励机制”。

补足“三缺位” 引进“商业钱”

业内专家表示，目前我国的公益广告领域存在“三缺位”现象：即缺少持续的推动主体、集聚的公益基金、核心的创意力量。

张惠辛说，我国的公益广告目前主要是行政力量在推动，缺少持续性和制度性；而在美国，推动公益广告的主体力量是广告协会。此外，目前针对公益广告的民间公益基金太过零碎，企业或媒体的赞助往往“一时兴起”，难以稳定地推动公益广告发展，应建立国家“公益广告”公益基金，传递社会正能量。

“最重要的是要调动核心的创意力量，不仅要用高价换取优秀的广告创意，而且需为作者创造一种至高无上的荣誉感，如设立国家级大奖进行鼓励。”张惠辛说。

此外，金定海表示，海外的一些公益广告的运用机制也是市场化的，除了赞助，还以企业冠名的方式回馈企业，在合适的场合实现企业和公益的捆绑。

通用电气中国有限公司公关传播总监李国威也表示，公益广告的资金投入必须要有持续性，不能仅依靠政府的无限投入，应考虑和商业利益相结合。“公益广告对于提升企业品牌有较大作用，是企业形象的重要组成部分，把创意的力量和企业的品牌、业务目标结合，对社会和企业是双赢”。

来源：新华网

地址：http://sh.xinhuanet.com/2013-04/10/c_132297531.htm

[【返回目录】](#)

新华网：缺创意缺鼓励，公益广告有忧

从电视公益广告栏目《广而告之》到微博上风风火火民间公益传播，从“缺资金、缺平台”到“缺创意、缺鼓励”，我国公益广告发展到现在，遇到多重障碍。如何冲破困境？

专家建议，应尽快破除现有机制瓶颈，激发核心创意力量，推动公益广告持续健康发展。

忧虑

“地球一小时”“光盘行动”“一个鸡蛋的暴走”……近年，民间公益广告风行。日前，一项名为“光盘行动”的公益活动在微博上掀起热潮，两个月大的宝宝在微博上被晒自己的光盘，甚至熊猫等动物也上阵“舔光盘”。这项公益热潮迅速从线上转移至线下，网民在实际生活中践行，“秀光盘”已成为新的风尚和生活方式。一些公益主题也已形成品牌化的时尚事件。

“互联网介入，让公益从响应政府号召的被动行为转变为时尚自愿的行为，也使很多公益活动通过社交网络转变为大型活动。公益广告已超越宣传观念或口号，正创造一种人人可以参与的公益传播。”中国广告杂志社社长兼主编张惠辛说。

也有部分专家和学者认为，整体来看，中国公益广告的现状不乐观。上海师范大学人文与传播学院副院长金定海认为，长期以来，公益广告的创作大多是自上而下推进的，常常表现为以政府为主导的运动型的组织行为。一个特定主题下发后，相关部门旋即召集或组织专业广告公司策划创意。这种临时性、机会性的创作安排，是不符合公益广告创作规律的，因此最终收获的是那些急就章。

金定海说，由于公益广告创作的知识产权没有得到较好保护，专业广告公司的倾情投入得不到应有尊重，有的甚至连署名权都没有，越来越多的广告公司感到“受到了伤害”，这对广告公司的创作热情是一种打击。如今，大学生成了公益广告的创作主体，其中不乏优秀的创作能力，但他们毕竟是半专业的，作品也多为半成品，很难真正发挥公益广告的创意力量和文化影响。“好的公益广告应能入脑、入心、入情，能让人感动，一定程度上能承担公民教育的责任，因此推动公益广告不仅仅是广告行业的事，更是实施文化战略的重要内容。”

瓶颈

今年初，有关部门联合发文，要求深入开展“讲文明树新风”公益广告活动，各类媒体应“拿出重要版面、黄金时段、显著位置持续刊播，形成规模，形成声势，形成广泛社会影响”。

但一些媒体平台负责人表示，公益广告面临“有锅子没米”窘境。中央电视台广告经营管理中心市场部副主任余贤君表示，目前公益广告发展的最大瓶颈还在于创意，出彩作品较少。申通德高地铁广告有限公司总经理周倩坦言，和商业广告的创意相比，公益广告的创意确实“略逊一筹”。

“能做商业广告创意为什么不能做公益广告创意呢？这很奇怪！”叶茂中营销策划董事长叶茂中

表示,“缺创意”的症结在于机制问题。

“现在的机制缺的是尊重,缺的是鼓励。”叶茂中说,我们常常可以看到公益广告片尾打着某某精神文明办或媒体的名字,却少见广告创意者的姓名。

“不仅缺名,而且缺利。”金定海说,从国外经验看,一些国家会给予参与公益广告创作的广告公司财税上的优惠和支持,让从事公益事业的企业能够得到基本的利益平衡,“公益广告不是为了挣钱,但适度补偿成本是应该的,这样才能可持续发展。而目前我国尚缺乏类似的激励机制”。

补足

专家表示,目前我国的公益广告领域存在“三缺位”现象:即缺少持续的推动主体、集聚的公益基金、核心的创意力量。

张惠辛说,我国的公益广告目前主要是行政力量在推动,缺少持续性和制度性。此外,目前针对公益广告的民间公益基金太过零碎,企业或媒体的赞助往往“一时兴起”,难以稳定地推动公益广告发展,应建立国家“公益广告”公益基金,传递社会正能量。

“最重要的是要调动核心的创意力量,不仅要用高价换取优秀的广告创意,而且需为作者创造一种至高无上的荣誉感,如设立国家级大奖进行鼓励。”张惠辛说。

金定海表示,海外的一些公益广告的运用机制是市场化的,除了赞助,还以企业冠名的方式回馈企业,在合适的场合实现企业和公益的捆绑。

通用电气中国有限公司公关传播总监李国威说,公益广告的资金投入必须要有持续性,不能仅依靠政府,应考虑和商业利益相结合。“公益广告对于提升企业品牌有较大作用,是企业形象的重要组成部分,把创意的力量和企业的品牌、业务目标结合,对社会和企业是双赢”。

来源:新华网

地址: http://news.xinhuanet.com/mrdx/2013-04/09/c_132293488.htm

[【返回目录】](#)

人民网: 海归瞄准公益性创业 借商业化模式发展可持续公益

有盈利的公益,算不算真的公益?当被问及这个问题时,欧美同学会副会长闫长明表示,不是公益,要看他创业的目的,以及带来的效果。如果创业的时候能够把国外成熟的公益项目引进回国,以此盈利,这是好事。有些海归将这一理念付诸了实践公益性创业。

公益为创业理念

很多公益组织发展的路径是：从草根组织到登记注册，进入成长期，之后快速扩张到达顶峰，随后会进入瓶颈期，这对整个公益事业的影响不容忽视。针对这种现象，海归张宁创建了上海益优青年服务中心，致力于研发复制性强的公益项目。在张宁看来，无论是传统的非政府公益组织，还是现代公益组织，“内容的创新和坚定的信念最重要”。他所创办的企业具有社会企业的性质，他更注重自己应该承担的社会职责，他研发、创新公益项目，在实现公益项目的产品化同时，也实现了个人和社会的双赢。

在线慈善商店善淘网的创始人周贤认为，公益可以不是纯奉献，它可以成为生活的一部分。这也是善淘网倡导的“Buy For Two”的理念，买东西不但为自己，也能帮助别人。

新型创业模式 担起更多社会责任

海归杨甦宏在谈到他创办的123图书馆时说道：“我们要做的是可持续的公益，这是我们的创举。我们实行的是蒲公英模式，简而言之就是让大家把闲置书拿出来循环出租，产生的租金将不断分配给参与环保阅读的人，相当于每个家庭都开了一个租书店，让读书不仅省钱还能挣钱。这就解决了公益活动的经费问题，使公益能够持续。”

对于上海益优青年服务中心的运营模式，张宁解释：“我们是借助商业化的运营模式，进行与公益相关的创业。企业付费使用我们研发的公益项目。”张宁说：“我们为企业提供了一个种类繁多、可选择性强的‘项目超市’，产品的‘使用说明’一目了然，企业可以根据自身的特点，选择合适的项目。”

同样实践“可持续的公益”这一理念的还有善淘网。善淘网的线下营运中心为残障人士提供了工作岗位，这既解决了商品的管理问题，又为残障人士提供了就业渠道。“捐助只是大家直观看到的公益。善淘网的团队吸纳了很多社会上的残障人士，所以消费者的购物款会间接地为这些残障个体支付酬劳。此外，回收闲置物品本身就是一种环保、低碳的行为。”周贤表示。

来源：人民网

地址：<http://chinese.people.com.cn/n/2013/0411/c42309-21099040.html>

[【返回目录】](#)

南方日报：“草根公益”让文化和感恩烽火相传

张科，一个小学五年级的老师，带着创作好儿歌的理念建立了“童声童气”项目，他希望孩子们能有属于他们的童乐与童声；中山大学的学生杨慧盈，号召创立了中山大学“创行布艺小镇”，为下岗工人穿针引线，帮助他们参与手工艺产品的设计和销售环节，获得收入；佛山武术推广志愿者总队队长黄伟忠有着雄心勃勃的“太极拳慈善”理念，他希望将佛山推手这项运动普及到每一个家庭和企业，简便易学的推手既可以强身健体也可丰富企业文化，两全其美……这些怀着公益理想的人们都是最普通的“草根”，他们希望用自己的能力帮助更多的人。

“授人以渔，烽火相传，集结众力，共同发展”，这是广东省中艺文化发展基金会创办的核心理念。基金会创建于2012年6月，是广东省首家专注于文化和艺术发展的非公募基金会，活动致力于倡导和贯彻“授人以渔，烽火相传”的公益理念。首届中艺“彩虹计划”旨在打造全新的文化艺术公益模式，以创新的赛制形式呈现更多属于草根的艺术文化。“彩虹计划”从启动至今，已有7个月时间，虽然一周岁时间还没到，但已画上了圆满的句点。“童声童气”、“中山大学创行布艺小镇”、“太极推手进万家公益大赛”等项目终选为第一批十佳项目，他们将获得中艺文化发展基金会提供的5万元扶持基金，继续耕种文化的土壤，让公益的理念开枝散叶。

对于中艺文化发展基金会的创始人林大辉来说，公益是他的夙愿，为了全副身心投入基金会的运作，他把生意上的很多事务都转给了别人，他希望用金钱和精力去成就有意义的事情。对他来说，这次人生轨迹的改变水到渠成，“我希望能够搭建一个桥梁，帮助那些草根艺术团队成长和壮大”。

为了更好地了解中艺文化发展基金会这7个月以来的点点滴滴，南方日报记者专访了中艺文化发展基金会的创始人、会长林大辉，也见证了“十佳公益项目”的诞生，从中标项目团队那里更是收获了一个个关于创意、慈善和感动的温暖故事。

创意理念：

文化扶持基金重在“授人以渔”

在林大辉眼中，文化这个词有容乃大，一开始他并不知道这个关于文化方面的慈善应该如何运作，唯一确定的是“文化”这个定位和方向。“曾经有一段时间，我一直跟在关山月老人的身边，很遗憾的是画画没有学会，但从关老身上学会了艺德，一直希望能够投身文化艺术的事业，用自己的钱和精力成就一些事情。我父亲也是一位慈善家，他的作为和思想都在影响着我。”林大辉如是说。

有了投身慈善这个念头之后，林大辉便经常寻思琢磨，不时和朋友进行“头脑风暴”，一聊便到深夜四五点。除了构思，初始阶段他也做了一些尝试，先是做了一些文化方面的展厅和交流中心，

后来，他开始资助一些生活和创作上有困难的画家，帮助他们推广自己的作品，走上稳定的创作之路。“但是后来我发现这些做法始终无法将艺术的面铺开，让艺术与文化深入更多人的生活，无论是哪一种方式都不能够完全体现我希望达到的价值和目标，那个时候忽然就决定拍板了，干脆做个基金会，这样只要是文化方面的事情我们都可以涉猎。”

一旦基金会的形式确定下来之后，理念和计划也是呼之欲出，林大辉告诉记者：“团队当时讨论了很多理念，包括‘彩虹计划’的最终成型。对资助艺术家的这个模式，我其实有很多思考，现在在很多做慈善公益，都是你需要钱，我捐给你，可能到了第二年受捐赠者依旧吃不饱，又伸出手来要钱，这样三番四次之后捐钱的人会累，受捐赠的人也形成惰性的思维，只要一饿了就伸手要钱。这种循环往复是一种慈善的存在模式，但是我觉得培养受捐赠的情操更为重要，‘授人以渔’这个古老的哲理在当时对我有着无限的启发，于是我也将这个作为我们基金会的核心价值观。”

也正是“授人以渔”这个理念，让“彩虹计划”最终得以成功运作，林大辉和他的团队开始努力把这个计划打造成“造血”的平台。“我们提供一笔扶持基金，受捐赠者可以靠这笔资金成长起来，我们也会提供专业方面的培训，可以说这是‘彩虹计划’的第一个关键授人以渔，除此之外，受捐赠者不是拿了资助之后就完事，他们要将这份成长和恩赐、文化的气息和力量承传下去，所以我们基金会的第二个关键是烽火相传，‘授人以渔’、‘烽火相传’合在一起，就成为我们最完整的理念。”林大辉如是说。如果有的企业团体无法符合这两个关键，担当起相关责任，中艺文化发展基金会是不希望它们来参加的，回馈和传承是受捐赠者必须信守的承诺，林大辉对此也颇有一份坚持。

“彩虹计划”：

让草根文化团体得到社会认可

“彩虹计划”是中艺文化发展基金会的项目之一，基金会旗下的项目囊括了文化艺术的方方面面，譬如书画、音乐、建筑等，但综合来看，“草根”是其中非常重要的关键词。在林大辉会长眼中，艺术不应是阳春白雪，对于那些没有什么渠道获取资助的草根文化团体来说，他们非常需要一个平台。“可以说草根文化和民俗之间有着更紧密的关系，我希望去发掘这些被人们忽略的文化资源，承担一部分本应由政府、社会承担的责任，这也是政府号召社会组织去做的事情，我们走在前面，希望做一个探索者，开路者。基金完全不盈利，假如有盈利也是为了公益，基金会所有的资金都属于公共财产。”林大辉说。

其实“草根公益”在很早的时候就已经引起林大辉的关注，他也曾接触过不少民间自发成立的草根文化团体，感受到艺术确实存在于人们的日常生活中，每一个人都有对艺术的需求。同时，林大辉也发现他们有一种更深远的渴望，那就是得到社会的认可和支持，让小众的文化活动能够得到

更大范围的普及。“我们之前接触到的那些民间文化艺术团体，不是一个人做，就是几个很要好的朋友共同发起，内容包括读书会、学习会、品茶、暴走、外出徒步旅行、支教等，湖南曾经有一个叫‘乡音嘹亮’的团体，都是农民工组成的，他们就非常希望能有人支持他们举办各种唱歌跳舞的艺术活动，丰富农民工朋友们的生活，他们都很热情。”

林大辉向记者介绍，“彩虹计划”项目的最终十佳，都将获得5万元钱的资金支持，同时还能获得相关专业上的培训与帮助。对于这种做法，林大辉更愿意称之为“公益招商”，“让企业或者其他能够找到自己感兴趣的项目，然后定向扶持，让捐的人舒服，受捐的人找到自己的伯乐，认可自己的公益理念。钱其实永远都不够，无论你是什么样的机构，有多少钱就做多少事情，主要是得到社会认可和长期的关注”，林大辉如是说。另外，参加本次比赛是免费的，不收取任何费用，“只要项目是跟文化艺术有关的，团队的人也愿意做公益性的承诺，将文化和感恩烽火相传下去，那么我们就做那个点灯的人。”

公益评选：

“让更多人得到文化艺术的润泽”

目前，中艺文化发展基金会的“彩虹计划”已经顺利拉下帷幕，经过多轮的淘汰与筛选，已有十个项目脱颖而出。上个月底，中艺文化公益沙龙暨十佳公益项目评选展示会在广州市流花东苑艺博馆进行，最终24强在现场展示着自己的风采，终选的项目范围包括体育、民间艺术、行为艺术、医学健康、手工艺术、残疾人文化艺术等方面，可以说每一个项目的团队都在用自己的视角挖掘艺术在生活中的可能性，在公益的平台传递真善美。

譬如项目“女性的声鸣”，创办者希望公益艺术活动通过视觉的形式来影响和感染更多的人，打破艺术与生活的界限，让更多人关注女性在生存中所面临的困难；“封开文化公益”的团队成员都是在广州读大学的封开年轻学生，他们希望用自己的见识和知识反哺家乡，启发家乡的孩子，在保存和延续封开文化的基础上注入文化的新力量；“艺术小洲”的中大学子，希望通过商业的力量，搭建一个将青年艺术家与大众、文化艺术机构对接的互动平台，为青年艺术家提供稳定的创作资助等。看着各种不同宗旨和目标的草根团队百家争鸣，林大辉表示，“我的公益我做主，将艺术与文化传播到千家万户都是我们最希望看到的，全民参与和全民选择”。

“我们作为桥梁，不做主观性的引导，希望走过路过的观众来决定和选择，决定权完全在观众手上，我们能做的就是提供这么一个场地空间，让他们现场展示，唱歌、跳舞、画画、摆摊都行。同时我们会邀请社会各界人士，如果企业家看到那个项目很合心意，还可以定向支持，拨钱或怎样都可以，也许活动的意义正是在此，如果仅靠我们一家去做，力量单薄，我希望更多的人都参与进来，让公益的力量一环一环地传递下去，让更多人得到文化艺术的润泽”，林大辉说。

“彩虹计划”从开始到结束，由7个主干人员负责，这7位同事都是义务劳动，完全没有工资收入，他们有钱出钱，有力出力。林大辉一直强调，基金会不是属于他自己一人的，这是公共资源，“我们希望社会各界的关注，同时也希望更多人了解我们的模式，我们不是为了个人，为了公共利益我的脸皮也长厚了几分”，林大辉笑言。

“德基金”与艺术支教

延伸阅读

除了对物质的需求，乡村孩子对美和艺术同样有着深切的渴望，但是音乐、绘画、舞蹈、体育、游戏、手工、摄影等这些课程，离乡村孩子的生活却很遥远。

“德基金”的创始人是广东茂德公集团董事长陈宇，他看到艺术教育对乡村孩子的重要性，于2011年2月正式提出了创办“德基金”的想法。2011年7月，“德基金”在香港注册，2011年10月17日，“德基金”开始艺术支教第一站，在雷州附近城镇英山小学正式启动。“德基金”作为一个以乡村小学艺术支教为启动形式的公益组织，主要以“第二课堂”的形式，在偏远地区普及文化艺术教育，为孩子们带去一份朴实的快乐。

“德基金”的志愿老师和义工共有50多名，其中，有在校大学生、电视台主播、书画家、音乐人、公司老板和白领等，年龄跨度从90后到50后都有。如今，他们的足迹不仅遍及雷州，还远至梅州大埔、云南楚雄、四川平昌等地，帮扶过7所乡村小学，约有2200多名乡村儿童和230多名乡村教师从活动中受益。

记者手记

当慈善不再“唯物论”

对于那些经济拮据、生活困难的底层家庭的孩子，人们或许首先想到的善行，是赠予金钱与物质，希望能帮助他们解决最为迫切的温饱问题。但是，除了物质和金钱之外，能够改变生活的，还有另外一种最“平价”的途径，那便是审美和艺术。我们可以用歌唱消除烦恼，用舞蹈释放灵魂，用阅读平和心灵，用绘画抵抗苍白。

一路走来，记者见证了广东省中艺文化发展基金会“十佳项目”的诞生过程，也曾经参与、感受过茂德公草堂“德基金”的艺术支教之旅，最大的感触在于，他们都在寻找民间有力量的、美丽的东西艺术与文化的生长空间。

让草根与文化生活紧密联系，为乡村孩子们的精神世界注入色彩，这种扶持和帮助，与单纯的捐钱捐物一样都是爱的传递，但前者为人们生活的形态找到新的可能性，让更多人“向内”寻找幸福与快乐，从艺术的魅力中获取力量。正如中艺文化发展基金会，希望艺术更加普及和大众化，让艺术真正介入生活；而茂德公草堂的“德基金”，则旨在让艺术的“教”与孩子们的“感悟”相辅相

成，他们不苛求所谓的“教学成果”，只希望孩子们学会为自己的生活着色，用心灵的眼睛看待这个世界。

通过这些活动，记者看到的不再是善良的人为自己有心无力、囊中羞涩而愧疚，人与人之间的帮助和付出不再门槛“高企”，不再煽情世故，“公益”本身变得轻巧亲近，有的人用画笔帮助他人告别脆弱与无助，有的人用音乐传递金钱买不到的美好与富足。

这些年，“文化公益”这个词在大众视野中的出现频率越来越高。这意味着，人们开始重新思考“公益”的含义，不再视财富为慈善的唯一“本钱”。公益的本质是付出善心，而文化和艺术这两种元素的注入，有利于化解捐赠者与受捐赠者之间的世俗隔阂，消弭无形之中的“尊卑”界限，促进人与人之间彼此敞开心扉，实现平等、诚挚的交流和对话。

当慈善不再“唯物论”，我们从文化中、在审美里，品味到的是“上善若水”、涓涓不息的温润，是“赠人玫瑰，手有余香”的宁和，是梭罗所言“德行善举是唯一不败的投资”的真义。正如莎士比亚所言：“慈悲不是出于勉强，它像甘露一样从天上降下尘世；它不但给受施的人带来幸福，也同样赐福于施与的人。”

来源：南方日报

地址：http://epaper.nfdaily.cn/html/2013-04/07/content_7179472.htm

[【返回目录】](#)

中国青年观察：青年自我组织的新观察，从抱团取暖到行动创造

在中国，基于互联网的青年自我组织（自组织）已经有十余年历史。年轻人通过线上自组织，分享信息资源，重组社会关系，推动了青年社群和线上社会公共空间的成长。中国社会剧烈变化，引发了新一轮年轻人自我探索浪潮。相应的，青年自我组织从专注线上空间的抱团取暖，演进为糅合线上与线下的行动创造，真实的线下青年社会空间开始涌现。

2013年3月23日，受UCCA当代艺术中心邀请，青年志在798艺术区UCCA报告厅组织了一场主题为“青年自我组织的新观察：从抱团取暖到行动创造”的沙龙，作为“ON | OFF：中国年轻艺术家的观念与实践”展览系列公共学术活动的一部分。活动由青年志联合创始人张安定主持，邀请《人物》杂志记者袁声、CAPE CHINA创始人陈露、连客创始人刘丹尼、新四年创始人丁健和多背一公斤创始人余志海（安猪）等不同领域的自我组织发起人和观察者，讲述他们的经验与状况，分享关于青年自我组织发展的观察和反思，探讨相关的问题和挑战，厘清当下中国青年自我组织的图谱。

1) 青年自我组织的新观察：从抱团取暖到行动创造

张安定 (@Zafka)，青年志联合创始人

“随着青年自我组织的发展，它们将改变社会机体细胞，形成新的社会空间、组织和社会制度，最终导致社会系统的不断变化和发展。因此，关注和观察青年自我组织，能够更好地理解中国社会的未来可能性。”

活动伊始，张安定分享了青年志对青年自我组织的理解，分析了青年自我组织演进的两个阶段，以及他所观察到的青年自我组织演进的驱动力。

1. 青年自我组织的定义

青年自我组织是指在国家和市场的主要制度和组织之外，由年轻人自我成立、自我发展、自行运作、自我管理的组织。传统上，青年自我组织是市民社会的一部分。在组织中，年轻人自发地交往与行动。

2. 中国青年自我组织的两个发展阶段

第一个阶段是抱团取暖：改革开放之前，青年自我组织的发展空间非常小，受限于地缘的限制，除了学校，官方的青年组织，以及部分街头组织以外，几乎不存在其它形式的青年组织。互联网出现之后，突破地缘限制，诞生了大量基于兴趣的网络社群。青年社群主要集中在网上，年轻人在网络社群内分享信息资源，拓展社会关系，创造草根文化。早期最典型的是网游游戏社群，年轻人在网游中形成了新的社会空间和草根文化。之后网络社群不断拓展到更多元的文化消费领域，并围绕消费者的身份，快速的发展出大量的产品和品牌消费社群。

这个时期的青年社群有两个特点：一是活动主要集中在网上；二是对社会议题和事务的介入程度低。用一个词来概括，这个时期青年自我组织发展的重点，在于 Organization（组织架构）。意思是，通过形成多元的网络社群，这些青年自我组织带给了年轻人新的社会空间，新的青年群体身份认同和归属，并创造了多元的草根青年文化。

第二个阶段是行动创造：近几年中国社会的剧烈变化，引发了新一轮新的青年自我组织的出现。这些组织有一些新特点。1) 涉足更广阔的领域：视野愈加开阔的年轻人的关注点，从个人文化和消费兴趣，拓展到包括教育，环保，自我探索，贫富差距等更为广泛的社会议题和社会挑战。这些组织关注个体生活境遇和社会整体状况的改善，且不局限在传统 NGO 的领域。社会创新广受关注，同时很多年轻人开始有了新的身份标识：CHANGE MAKER。2) 更糅杂的手段：打破市场和国家的边界，借助商业机制甚至政府资源解决社会问题。3) 线上线下推进：线上线下同步，从线上走入线下，展开实体的会面和交流。过去两年，一二线城市出现了不少新的青年空间。实体空间和大量沙龙活动的出现，让年轻人之间的交流和联系更为深入，具备了行动的可能。4) 更松散的参与：这些组织相

对更为开放，有低成本的参与方式和架构，有更多基于社会化媒体的协同方式。

因此，在新的阶段，青年自我组织开始从抱团取暖，通过组织获得身份认同和归属感，强调组织架构（organization/动词），转为更强调提供理念，和能促进社会化参与的行动架构（organizing/动词）。

3. 青年自我组织演进的驱动力

青年自我组织演进的驱动力有四种：社会的负力及来自商业、科技与全球的赋力。1) 社会负力，是指国家与市场的持续失败，同时社会肌体腐烂，产生了大量的社会议题，这成为很多当下年轻人每天都熟悉和面临的挑战。2) 商业的赋力，是指这些年轻人成长于全球化消费文化，因此青年自我组织开始具备品牌意识，并开始思考借助商业机制，运用设计思维来实现社会创新。3) 科技赋力，指互联网的持续发展让协同工作，传播与行动变得便捷、迅速、成本低廉。4) 全球赋力，指全球化让本地青年从各种开放资源中汲取灵感，并应用到本土创新中来。

2) China Style 青年力：宁静革命的三种行动

衷声 (@衷声_Yeti)，《人物》杂志编辑和记者，创新青年记录计划“i 呀！”创始人

“没有所谓的边缘题材，每个人都是自己世界的中心。没有所谓的边缘的青年组织，每个人都从自己的生活角色出发。青年组织对每个人都抱有善意，我们就是他们。”

衷声结合自己撰写过的青年自我组织相关专题，讲述了香港与台湾青年组织的特点，并结合中国内地年轻人所处的社会大环境，以连客、青年志、中国三明治为例，分享了她所观察到的内地青年自我组织的三个特点：生活方式多元化、迁徙和突破“夹心层”。

1. 生活方式多元化

“当十三亿人不再挤在一条路上，当与众不同的经历融入每个人的生活，连客便实现了它的使命。”这是衷声采访连客的创始人刘丹尼时他说的话。当下年轻人是第一代开始思考自己要过什么样的生活的年轻人。衷声说：“以前王小波说我们是沉默的大多数，现在我们是特立独行的猪。”当今年轻人不再是局外人，而是实践者。前沿青年人不再按照上一代的游戏规则设计自己的未来，为之后的年轻人提供了“年轻人”的范本。

2. 迁徙

这是一个迁徙性非常大的时代，年轻人一直在流动：小镇青年迁到大城市，官二代富二代迁去国外，大城市奋斗的年轻人迁离北上广。很多青年组织打破了地域限制，跟国际大都市、一线城市和两线城市都有互动。青年组织不是小众组织，他们在做有范本意义的事情，从商业角度也是一个潜力很大的市场。

3. 突破“夹心层”

中国三明治关注的是开始步入30岁的80后。他们年龄夹心，上有老、下有小；社会地位夹心，上有更有资源的人，下有没有资源的人；归属感夹心，回到家乡是外来人，在大城市也是外来人；意识形态的夹心，上一辈追求成功学，下一辈追求自由。三明治做的事是低成本生活创新主义，从自己的社会角色出发，不去推翻什么、抵抗什么，而是有了一定的社会资源和社会阅历后，介入社会议题，创造中国三十而立断代史。这对二十岁的人也是有意义的。

3) 从单打独斗到群体协作——青年自组织实践与思考

陈露 (@Action Thinker)，CAPE 创始人

“很多人出国只是个人经历，我想是不是可以创建一个平台，鼓励大家去看更广阔的世界。我自己没有机会出去，可以鼓励有机会出去的人出去。对每一个加入分享行动的人而言，都能在参与中开阔视野。”

“今天青年文化表面的多元性背后，是现实生活选择的极大单一性。”青年志创始人李颐如是说。陈露通过描述CAPE MEETUP项目的诞生过程，分享了青年自我组织运营中非常有效的经验——示范带来行动，通过将“如何做”的过程透明化，让大家自己展开社会化协作，使各地青年迅速相互连结，一起行动创变，从“CAN I ?”到“YES I CAN!”。

1. CAPE：社会化方式产生内容，社会化方式传播内容

陈露大学在西安读书，在西安这样一个全国高校数量排名第二的省会城市，他能深刻地感受到自己缺少视野和交流机会。之所以萌生创建CAPE的想法，起初是想满足自己的需求，他看到一个现状，信息时代网络发展快速，但年轻人彼此只是加好友，个人力量并没有被很好地组织起来。他花了一周时间学习WRODPRESS，搭建起了CAPE网站，让各地年轻人有相互交流的机会，如今CAPE已经覆盖了全球30个国家。

2. CAPE MEET UP：跨界交流合作，打破单打独斗

来自的新加坡CAPE成员柯如准备到美国旅行，在CAPE的网络社区发出需求，想在美国找当地的青年交流，很快就连结到了美国当地有相同想法的朋友。她的示范效应，让大家了解线下聚会不是那么难，于是便有了CAPE MEET UP。鼓励大家发布自己的线下聚会需求，说明“我是谁，想在什么时间，什么地方，见什么样的人”，有人响应就能在促成线下交流。

3. LOCAL CAPER 和 CAPE+

目前CAPE正在发起LOCAL CAPER和CAPE+项目，旨在建立本地化资源梳理与行动支持网络，引入国际项目，结合中国本地特色，将更多项目和组织更快速地带给更多城市青年。他未来哪怕二三线城市的青年也能直接和新加坡、纽约的青年接触，也希望未来青年自组织之间有更多合作和参与。

4) 让与众不同的经历融入到更多人的生活中去

刘丹尼 (@奶牛 Denny), 连客创始人

“用公益的心态，以商业的手段，做社会化创新的事。”

刘丹尼希望以商业化的方式，通过“社会化协作”带给任何人的生活与众不同的经历。创建连客后，他发现个人主义受到各种资源限制：时间、思维、视野等。现在他更相信整体的力量，通过服务组织来领导组织，撬动整体的力量，实现改变。

1. WHY? 让与众不同的经历融入到更多人的生活中去

连客做的每件事情都围绕着经历这个词。经历比知识更重要。现在，有人去间隔年去环球，有人辞职去山区支教，但刘丹尼认为经历其实可以不用那么大，可以更生活化，他做连客的愿景是让与众不同的经历融入到更多人的生活中去。

2. HOW? 商业化加社会化协作

连客的第一个关键词是商业化。大概在过去5年，如果一个人用商业化的手段来做阳春白雪的事情，很多人会质疑你到底在做什么，现在越来越多人理解：用公益的心态，以商业的手段，做社会化创新的事。刘丹尼相信，商业化方式可以自下而上地让改变持续发生。

连客的第二个关键词是社会化协作。这一代年轻人个人意识非常强，我们生长在非常强调个人意识的环境里，特别相信个人追求和个人奋斗，甚至崇尚个人英雄主义。创建组织以后，刘丹尼发现个人主义行不通，受到时间、思维、视野等各种限制，现在他更相信社会化协作的力量。

3. WHAT? 经历交易市场加经历地图

连客起初是一个经历交易市场，希望每个人可以在自己生活中挖掘可以提供给别人的经历，比如体验数码暗房冲洗或者古琴馆演奏。两个星期前，连客上线了经历地图，推送在你附近正在发生的经历，内容都是由经历过的人亲自撰写。

连客发展到现在，刘丹尼最大的心得是“用服务去领导”。找到目标群体，把他跨出第一步的成本降低。“领袖气质不是天生的，放低自己，服务别人，每个人都会有领袖气质。”

5) 混合媒体年代的青年社区

丁健 (@OliverDing), 信息架构师、品牌顾问和设计师。Swordi Media Lab 创始人，TEDtoChina 项目联合创始人，新四年研究院联合创始人。中美两地多个创业项目和公益项目顾问。

“社区成长需要更多资源来支持，创始人时间、技能、资源跟不上，这时候怎么办？我建议大家采用社区治理，把自己开除，建立‘社区治理董事会’，让它来决定社区走向，管理社区执行。”

线上与线下结合、专业与业余结合，商业与公益结合，组织与个人结合……在这个混合媒体时代，青年组织如何保障并促进自身发展？丁健结合自己为国内诸多青年组织做顾问的经验，从品牌

创建、内容集展和社区治理三个方面分享了自己的观点。品牌创建让青年组织的概念得以传播，内容集展让青年组织的记忆得以延续，社区治理让青年组织的管理得以从容。

1. 品牌创建

TEDx 是开放品牌的一个代表，它的社区品牌建设非常繁荣。如今很多人选择用非法的方式盗用国外的社区品牌和内容，或者曾经加入到国际社区品牌在中国的推广过程中，后来叛变创建了竞争品牌。丁健建议，组织青年社区，或者向国际社区品牌的总部申请授权，或者创建自己的独立社区品牌。

2. 内容集展

多年前丁健参加中文网志年会 (Cnbloggercon)，会后很多人在自己的博客上分享了这次会议相关内容，但没有人去聚合这些由不同的人创造出来的内容，它们很快就被遗忘了。丁健认为，应当鼓励社区成员来记录社区成长的每一个细节，同时由专人进行内容集展，让社区的记忆可以永久延续下去。内容集展的信息可以进一步加工，从内容集展到概念再到知识工程，创造出更多的文化产品出来，贡献给自己所属的社群。

3. 社区治理

随着社区的发展，创始团队会成为社区发展的障碍。创始团队的经历有限，而社区的成长需要更多资源来支持。丁健建议大家采用社区治理，把自己开除，建立“社区治理董事会”，让它来决定社区的走向，管理社区的执行。创始团队可以退到社区决策层，日后调整好自己的生涯安排，可以再回来继续做管理。

6) 自组织的两个难题

安猪 (@安猪安心做猪)， “多背一公斤” 和 “一公斤盒子” 创始人

“比起‘组织者和管理者’，自组织更需要‘引导者和设计者’，倾听参与者，为参与者服务，设计出更好的工具出来。”

安猪结合多背一公斤和一公斤盒子的经验，提出了青年自组织的两个难题：如何让行动发生？行动如何升级？他一直在探索“去组织”的行动模式，从“独立志愿者团队”到打通出资人、公益组织及受益人的边界进行共创，到一公斤盒子推行的“自组织学习”工具。“去组织”成为当今青年自组织产生可持续的社会影响力的重要杠杆。

1. 如何让行动发生？

2004年，安猪发起多背一公斤，鼓励每个人在旅行时背上图书和文具送给乡村学校。当概念传播出去后，他时常被问到：“你们什么时候组织活动？”各地的志愿者想当然认为多背一公斤是有总部的，他们是归安猪领导的。安猪希望“多背一公斤”能够去组织化，个人自行去做，不需委身于

某个组织，让行动变得简单。他先在 1kg.org 网站上公开学校信息来降低志愿者的参与门槛，后来又提出“独立志愿者团队”的概念，每个志愿者团队都是独立的，得到的是“多背一公斤”的品牌授权，而非行政管理。

2. 行动如何升级？

自组织或迟或早都会遇到发展瓶颈问题。TEDx 在中国发展迅速，很多人听了 TED TALKS 很激动，但是下一步呢？没有答案。那多背一公斤下一步呢？很多志愿者去了学校，多背一公斤对收集来的数据进行梳理，发现乡村学校有各种各样的教育需求，而志愿者对此却有心无力。于是安猪便带领团队设计了“一公斤盒子”，一个经过设计的教学工具箱。志愿者和老师拿到之后，5分钟内就知道如何给学生上美术等课程。安猪希望通过工具改变教学的方式，用一种自组织的学习方式，让乡村学校的同学们通过游戏互动和小组学习自己教会自己。

现场 Q&A

Q1：公益组织如何吸引人才？

安猪：公益组织资源有限，很多时候合适的人是要等的，特别是当你做的事本来就很小众时，理解的人和有经验的人都是少的。

Denny：你要通过自媒体告诉别人你为什么要做这件事情，绝对会有人跟你产生共鸣。我创建连客时发布了一篇文章，有一千多人写信给我。

Q2：在青年组织中，如何让大家的想法更趋同以产生更大的影响？

陈露：为什么要趋同呢？不一样不一定是件坏事，没必要让团队成员完全一致，要在看似无序的东西中整理出有序的。另外，不该是你找来价值观差异太多的人然后去同化，而是在一开始就找到有相似价值观的人。在各种场合不断地跟别人讲你想做什么，说的越多，知道的越多，找到志同道合的人可能性越大。

Q3：混合商业和公益的自组织，如何获得盈利和生存？

衷声：衡量一个社会企业不光是经济收益，还有社会效应。国际上三个标准来衡量社会效应，一个青年自组织要去衡量它给青年个人、家庭和行业的影响，它的盈利目的小于社会效应。

来源：中国青年观察

地址：http://www.openyouthology.com/Youth_Watch_List_In.aspx?id=330

[【返回目录】](#)

福建日报：草根 NGO 的人才之惑

招聘启事挂在网上已一个多月

“效果不好，应聘的人少，更别说合适的人选了。”绿家园环境友好中心的副总干事璇芷忧心忡忡。

作为一家关注环保的 NGO 组织，绿家园即将走过第 15 个年头。机构日益发展成熟的道路上，需要专职人员的同行。

“公关传播的人选，我们找了一年没找到。企业资助、调研、数据收集等位置，也都空缺着。”缺人，成了总干事林英最头疼的问题，“没人就没法争取项目。没有项目更找不到人，留不住人。”

继政策、资金瓶颈之后，专业人才匮乏成为草根 NGO 的新难题。

需求旺盛，却人才难招

与招聘网站客服经理的一通电话，让璇芷更无奈了：“他们说根据我们的入职要求，起码月薪 4000 元，而我们列出的基本月薪只有 2000 元。”

作为一名资深环保 NGO 从业者，从 5 年前 800 元起步，璇芷目前的月薪只是税前 3000 元。她的薪酬代表公益行业的主流工资水平。

根据南都公益基金会 2010 年发布的《中国公益人才发展现状及需求调研报告》，九成 NGO 从业者的薪资收入在 5000 元以下，其中无固定收入和月薪资在 1000 元以下的占到 18.4%。

对于网络招聘，初次尝试的璇芷有点“一头雾水”。在专业的招聘网站上，公益行业没有专门的版块，处于尴尬的境地。“现有的环境保护类别，主要指环保企业和相关职能部门，归入企业类则面临薪酬过低没吸引力，最后只能选择投放到事业单位。”

经过多次的招聘面试，璇芷更纠结的是“难以找到合适的人才”。

除了价值观，他们对员工的要求是“以一抵十，一人独当多面”，“从项目调研到策划、项目执行、反馈总结，一般是一个人跟到底”，连轴转加班都是家常便饭。

面对高压力的工作，应聘者不是知难而退就是要求“提高工资”。而他们无法给出满意的薪酬。

“对于公益行业，社会认知和行业要求还离得很远。”璇芷说，“人才需求极其旺盛的草根 NGO，招人尤其难。目前招聘成功率最高的是熟人介绍。”

好不容易历练成熟，人又走了

目前就职于福州某广告公司的李捷，曾经是绿家园的一位专职工作人员。对于离开，李捷无奈地说道：“压力逼着我走另一条路。”

2010 年 10 月走进公益行业时，李捷怀着极大的兴趣。执行项目的成就感，团队的和谐和努力，

都让他深深眷恋。

月薪仅仅1000元，这个“85后”的男生还经常为执行项目倒贴。开始的时候，这些是充实生活中的细小瑕疵。然而随着年纪增大，生活不易成为最现实的障碍。

这位策划过福州南后街“减少一次性餐具”活动的男生，清晰地记得自己离职的时间是2011年11月20日。“11月19日，我完成了绿家园的最后一场活动，南后街38家商铺承诺少用一次性餐具。”他说。

项目成功了，李捷却离开了，因为“职业理想的满足感无法敌过现实”。

在公益圈内，像李捷这样的人才流失并非个案。尽管有80%的公益人才表示愿意将公益作为终生职业，并会留在现机构工作，但从实际情况来看，近六成的机构出现人员离职流失，其中有近八成流向了非公益领域。

刚进入公益行业时，收入虽然低，但相较于其他行业，还不至于落差悬殊。但是工作几年后，薪酬待遇和社会福利增长并没有与资历形成良性的正比，与同龄人的差距越来越大。迷茫的职业成长空间，让年轻人缺乏与其一同成长的耐心，人才流失不可避免。

其实，璇芷也面临着很多诱惑，以她的资历足以谋求一份10万元年薪的体面工作，但她5年来“从一而终”。如今，已是“老人”的她，对于机构的人才流失倍感无奈，“好不容易历练成熟，人又走了，一切从头开始”。

清华大学NGO中心今年3月发布的调研显示，当前我国公益人才的专业从业经验非常不足。参加工作时间3年以下的员工占近70%，而工作10年以上的仅占3.7%。

公众误区：

做公益是无偿付出

铁打的营盘流水的兵，对于公益行业能否当成职业，传统观念存在误区。

“参加支教项目，参加志愿活动，大学生挺热衷，但是把公益组织作为职业第一选择的学生还是比较少的。参与公益的兴趣很难转化为从业的动力和支撑。”璇芷说道。

有学者称之为“对NGO职业边缘化认知”。在大多数人看来，NGO的工作主要倾向于志愿性、公益性、业余性，重点在于为大家提供一个做公益慈善事情的平台，并不是一个有效的就业渠道。

搜狐公益的调研显示，公众更多希望做公益是一种无偿的纯粹付出，“引进高端专业人才”不过是锦上添花。

“人才缺乏原本是一个果，现在又成了制约行业发展的主因。”公益行业陷入了“到底是先有鸡，还是先有蛋”的怪圈。

培养公益人才的尝试

可喜的是，有识之士正在为改善公益事业人才缺乏现状而努力。

早在 2010 年 9 月，南都公益基金会就致力于公益人才链的上游储备，推出了银杏伙伴成长计划。去年 12 月，“中国公益慈善人才培养计划”正式启动。安利公益基金会出资 1000 万元，计划通过三年时间，用于建立慈善人才培养体系。

4 月 3 日，璇芷得到了“劲草同行”网络通知，她与全国其他 8 位草根 NGO 组织的青年骨干成为首批成员，将获得每年 8 万-10 万元的资助。

“劲草同行”网络由 SEE 基金会(北京市企业家环保基金会)和全球绿色资助基金会(GGF)联合发起。旨在扶助成长期的民间环保组织的关键人才，让他们与所在组织共同走上发展成熟之路。

“我们提供的不仅是资金资助，还有导师和同伴陪伴成长，并构建伙伴学习网络。”GGF 中国顾问委员会顾问李舟告诉记者，这种公益导师陪伴式成长他们已坚持多年。

厦门担当者行动总干事官文宾认同这样的变化：“通过对社会企业家的培养，带动团队，进而带动行业发展，是很好的尝试。”他期望以后也有这样的平台，能针对公益组织一线的职业工作者。

截至 2009 年底，全国共有登记在册的社会组织 43.1 万个。从 1988 年到 2009 年，我国社会组织数量增长了近 100 倍。

数量级的增长速度却缺乏足够的人才支撑，年轻的公益行业期望获得持续前行的动力。

来源：福建日报

地址：http://firb.fjsen.com/firb/html/2013-04/10/content_403021.htm

[【返回目录】](#)

燕赵都市报：捐款者优先获救助是用金钱绑架慈善

“今后捐款者在遭遇困难时可优先得到救助，并可获得相应表彰。”近日，江苏盐城市红十字会通过了《盐城市红十字会捐薪会员管理办法》，率先在全国建立捐薪回馈激励机制。此《办法》一经报道立刻遭网友炮轰，有人把这一新规称为“生命交易”。不过，有关人员表示，媒体报道提及的《盐城市红十字会捐薪会员管理办法》，只是审议稿。《红十字法》和《红十字会章程》的规定都表明，红十字对于伤病人员，实施的是人道主义救助，是有救无类，不因为金钱、地位和荣誉而分先后次序进行救助。规定捐款者遭遇困境可得到优先救助，明显与该会的宗旨和职责相违背。

将捐款与优先救助相挂钩，透露出浓浓的商业气味，将红十字会当作了一个营利机构，多捐款多得到或者优先得到救助，而少捐款或者不捐款，就得不到救助或者救助滞后，这不是像私立医院

的商业行为吗，甚至像是菜市场的“一手交钱、一手交货”的行为。这与《红十字会法》规定的“中国红十字会是中华人民共和国统一的红十字组织，是从事人道主义工作的社会救助团体”的性质，又是背道而驰。

所谓的“捐款者在遭遇困难时可优先得到救助”，实际上是用金钱来绑架慈善。红十字字从性质上是非营利的、公益性的“社会救助团体”，人们自愿捐款给红十字，是为了表达爱心，是一种助人为乐的慈善体现。而现在，捐款与优先救助相挂钩，慈善就变成商业行为，金钱绑架了慈善。因此，这一规定不但会有损红十字会的名誉，更会伤了慈善者的心，伤了慈善。

盐城市红十字会建立捐薪回馈激励机制的“良苦用心”可以理解。“郭美美事件”后，整个慈善组织遭遇到了前所未有的“寒冬”，捐款数量大大减少，至今仍未回过神来。各地红十字都愁着“找米下锅”。所以，盐城市红十字会也是“八仙过海、各显神通”，出此下策恐怕是不得已为之。

但是，这种金钱绑架慈善的做法，难以短期奏效，而从长远来看更是有损名誉。解决红十字会“无米下锅”的问题，并不在于将捐款与优先救助相挂钩，而是要扎扎实实做好三件事，第一件就是将红十字会的财务彻底公开，将每一笔捐款动向说明清楚，取信于民；第二件就是将红十字会去行政化，要尽快将红十字会转变为一个真正的民间组织；第三件事，就是通过立法，逐步将红十字会垄断慈善事业的状况改变，让慈善组织千帆竞发，而红十字在竞争中增强自身能力，赢得更多人的信任。但愿在“审议”中去掉这个挂钩的做法，增强一些符合慈善组织性质的措施和制度。

来源：燕赵都市报

地址：<http://www.yzdsb.com.cn/>

[【返回目录】](#)

社企流：社会影响力难评估 企业社会责任界限模糊

英国学者约翰·埃尔金顿(John Elkington)在九十年代提出“三重底线(triple bottom line)”的概念，意指企业应致力在社会、经济利润以及环境保护三者之间取得平衡，同时追求人类、地球与利润的可持续经营。

十几年前，全世界最大的石油公司之一荷兰皇家壳牌(Shell)就曾以这三大项目做为评量“年度可持续报告(Annual Sustainability Report)”的标准。现今在伦敦证券交易所上市的百大公司(伦敦富时100, FTSE100)多数也依循这套方法指标。

企业几乎不曾在达成经济绩效上失败，即使近几年要达成目标越来越难。而环境绩效也逐渐受

重视，成为企业议程中的重点项目，例如近年国际知名运动服饰品牌 Puma 便发表环境报告，主动公开生产过程中对环境友善或造成损伤的信息。

难以评估的企业社会绩效

衡量社会影响力并不像衡量财务状况一样简单明了，盈亏从数字上便可一目了然；员工做社工服务所付出的心力，又或者企业给在读青年提供实习机会，该如何衡量成效？

目前约有三百多家公司采用伦敦标竿集团(London Benchmarking Group, LBG)模式来评估企业对社会的贡献，该模式将企业的现金捐助、员工社会服务时间、募款、物资捐赠，以及管理成本等纳入计算捐赠款项。

学术界亦发展出许多复杂的理论系统，INSEAD 商学院的政治经济系教授卡普斯坦先生(Ethan Kapstein)长期进行企业的社会影响力评估，他在去年六月发布的一篇研究中指出，全球最大的产金商纽蒙特矿业公司(Newmont)提供了美国 48,000 个直接或间接的工作机会，每年向政府缴纳 2.43 亿美元的税金，并且花费 4800 万美元在农民援助计划上，这样的成绩虽然相当令人惊艳，但同时也难以切割，应单独算在经济或社会一方的绩效上。

模糊的界线

衡量的两难带来一个更大的概念性问题，一间企业的社会责任从哪里开始和结束？以往，大多数的企业认定，办公室到工厂之间的事才是属于企业负责的范围，而企业的社会影响力则着眼于带来多少工作机会和其劳工保障。直至八十年代英国的社区运动催生了社区企业联盟(Business in the Community, BITC)，将企业的社会责任扩展至社区服务范畴。

而后随着全球化时代来临，曾经在本地生产的食物与服饰多已外移至国外工厂，同时带来了劳工剥削问题，随之而来的社会压力也促使企业制定劳工待遇的基本准则。现在全球化的风潮丝毫没有减弱，当跨国企业的影响力越大，他们所该自觉的社会责任也越大，在今天，社会期待药厂能解决热带地区的疾病问题，物流公司必须帮忙救灾，银行要给穷人提供信用获准。

被忽视的社会影响层面

虽然企业的社会责任越来越受重视，但有两大重要议题仍被长期忽视。

第一是企业与政府之间的关系。企业很少公开其游说活动的资讯，更别提罢工、政府提供某些企业特许优惠与利用慈善组织避税等问题。近来公众意识逐渐抬头，上街抗议避税的声浪升高，一些企业主开始注意到这个讯息，例如矿业公司 Rio Tinto 便于近期缴纳了近 740 亿美元的赋税。只不过这样的案例终是例外，企业界对于巴菲特和一些富裕实业家领头的“有能力者多缴税”(Tax me harder)的立场依然保持沉默。

第二是产品的社会责任。以民生消费品公司联合利华(Unilever)为例，平均每天世界上三个人中

就有一个正在用他们的产品，无论熬汤、洗衣还是煮饭。在生产如此大量家用和个人用品的情况下，联合利华可以推动社会积极的发展，例如他们推广“力宝肥皂(Lifebuoy Soap)”与使用肥皂洗手的好处，改变消费者的卫生习惯，成功降低世界上四分之一的儿童腹泻现象，并将肥皂以小包装低价位售出，增加贫穷人民购买能力。此外，商品的社会影响力并不单取决于该商品本身，而是消费者的使用方式，例如一杯琴酒可能无伤大雅，但是十杯就是不明智的举动，这些消费者使用意识则受到商品形象与行销方式的影响。

产品行销的社会责任

企业可通过产品的行销方式影响消费者行为，进而提倡正确的生活方式，这都属企业的产品社会责任范畴。例如烟酒业已明确向消费者说明使用过量有害健康，且推广孕妇与驾驶不宜饮酒的观念。食物业也渐重视社会的肥胖问题，越来越多的产品有营养标示。百事食品公司(PepsiCo)日前承诺不向 12 岁以下儿童销售营养成分不高的饮料，明年预将同样的运动扩展到洋芋片等其它零食。雀巢食品公司(Nestlé)则致力提倡规律运动等健康生活观念，如持特选产品可免费上一堂健身课。另外一种更根本解决社会议题的方式是，企业应考虑停止贩售对社会或消费者有害的产品。

来源：社企流

地址：<http://www.seinsights.asia/news/131/1074>

[【返回目录】](#)

冯永锋：2013 年基金会的“三粒小火苗”

当我们感叹世界浑然不变的时候，发现世界却是悄悄地在发生转变的。当我们期待世界一夜之间发生重大变革的时候，却又触碰到了无数的坚硬与虚空。最近感受到了基金会有几粒小火苗地小心地跳动，或者，他们代表了某种转变的脉搏。

南都基金会：资助转型向人才，向机构

三年多前，南都基金会很小心地推出了“银杏伙伴计划”，志在资助公益组织中草根团队中的“小草尖尖”。他们发现了这个行业一个很有意思的现象，就是正在成长的机构，其领导人是压力最大，得到的机会未必最多的一个群体。如果能够给这些人物，以资金上的支持，那么，应当对稳定这支难得的队伍是有益的。

但公益机构的新型领导人们，对资金的需求未必是第一位的，他们更需要针对他们需求的一些培训、交流和沟通。因为大体来说，这个断面的人群，阅历大体相同，经验大体相当，遭遇的阻碍

和困惑也大体相似。差别只在于有人更擅长主动突破，有人更静待社会的冲击和事件的裹挟。于是，又发明了“互访，结伴出访，内部协助网络”之类的可能比简单的教化和上课更有意义的成长支持型活动，以试图培养其“公益领导力”。

培养领袖型人才是很多基金会的追求，但有些机构贸然出击，以为把一伙人招到教室里，找些国际先进经验，找些从未见识过中国公益风土的专家教授来整上几把，人才就会神速领袖起来。这样的失败案例很多。任何缺乏在地性的、任何缺乏激发参与者自身认同感的、任何缺乏平等互助内生精神的“培训”，多半都会沦陷为纸面工夫。估计南都也是看到了这一点，试图寻找到更中国本土的公益领袖培养经验。当然，这方面的探索不过刚刚开始，需要对其过程和行为、对未来成果进行更持续的评估。

大概在一年前起，南都又推出了“景行计划”，这是一个明确宣布直接指向机构资助的计划。中国的公益机构，一般缺乏“自由资金”或者说“模糊资金”或者说“信任资金”。这与公益行业本身的哲学特点是严重不相符的。如果说，政府、商业、军队这样的行业的运营哲学，是基于怀疑和互不信任的话，那么，社会矫正怀疑过度的一种方式，就是让公益行业从信任的源头出发。而信任，则意味着欣赏、赞美、放手、认同、尊重，意味着义无反顾的协助和支持。

信任不是在口头上说了算的，对于基金会来说，它就是体现在资助项目书的预算表和工作计划中。可惜，很多公益机构经手的项目书，不要说机构的自由发展资金，就是人力成本，经常都得不到承认。基金会尤其是国内缺乏经验却又不愿意经受基本失败洗礼的各类官办民办私办基金会，最擅长做的事就是砍掉项目中的人力成本、办公成本和不可预测成本。

但公益机构的发展，往往是三大块是需要自由资金来支持的，否则，他们就只能通过财务变通或者财务造假来蛮横地实现。一是某些尚未筹集到项目的员工工资——中国的基金会是最不靠谱的，导致公益机构财务一直处于动荡状态，要维持基本的平衡，必须有一定的“对冲资金”，稳固根本。二是发现新业务时积极投入的财务成本——有些业务是的项目框架内的，但进一步追进，原有的项目书就可能已经乏力。三是机构创新的一些想像力支持成本——想像力不是漫无边际也不是随心生发的，想像力需要经验的支持，更需要适度的资金来协助。

“景行计划”也许是看准了这一点，才铁了心要做下去。另外，这个计划还将实现一个非常重要的救急——当公益机构越来越面向公众筹资的时候，公众比传统基金会更不能容忍公益机构的运营成本，尤其是人力成本。公众由于持久遭受官办基金会的欺骗和敲诈，他们对草根基金会的人力资源成本往往同样的抵触。说服公众信任草根机构，尤其信任是智库型的、人力资源成本占总成本80%左右的公益机构，需要比较长的时间，也需要有大量的举例说明，因此，在这相对艰难的过渡时代，如果有私募基金能够勇敢地站出来，坚决地支持人力成本，也是相对精准的业务校正。

SEE基金会：行动获得经验，哪怕因此变形

SEE基金会经历了将近两年的相对闭塞期。他们将这样的时间称为内部战略调整或者说苦练内功。我相信他们这样的自我判断是真实的。

SEE基金会一度狂妄地做出过“十二五计划”，想要在五年内花掉5个亿；后来诚实地发现，自身的花钱能力远未达到这个水平，于是这个想法就慢慢地消散了下去。SEE基金会此前与阿拉善生态协会合二为一时，也同样狂妄地相信，企业家之间会议室里的“民主演练”，对促进中国公民社会有非同凡响的价值，对促进中国的草根环保组织成长有非同凡响的价值——这种精英思想目前来看也可能遭受了一些冷遇和挫败，因为在中国，可能真正推动变革的，不是政客，不是思想家，不是企业主，而是大量的普通个体，他们用坚实的生命承受着苦难，却也在承受苦难时，转化出了无数的社会前行的自由动力和“改革经验”。

SEE基金会推出的资助框架中，“策略发展”与“创绿家”实践经验相对丰富，而“劲草同行”——也就是人才资助，貌似还在困顿当中。但无论是策略发展，还是创绿家，如果你仔细地研究他们的真实兑现过程，会发现，其实与原先的设计的初衷，是有一定的变形的，但恰恰是这诚实的变形，让业界开始有望重新信任这家动荡太久的机构。

策略发展，原先雄心勃勃地是要资助国内环保组织中的“A级机构”。这样的机构有点类似于国际基金会喜欢定义的“枢纽型机构”，这样的机构至少要具备三大条件，一是本身的业务水平相对稳定和精熟，其取得的经验让业界瞩目。二是这样的机构有带动同行发展的兴趣和意愿。三是这样的机构得找到一批相对差异化的合作伙伴。

理论设计得非常的完美，但一旦执行，就发现，国内真正符合其A级品质标准的，真的是非常的不多。数来数去，不过三两家而已。当然，导致这样的结果有两个原因，一是国内的草根环保组织，确实不少还有待时日成长。二是有些草根环保组织，即使到达了其A级标准，但其方法本身的创新性和探险性，又导致SEE基金会不敢真心尝试，生怕资助的过程是给自己找来麻烦的过程，而不愿意相信资助的过程是更有力地促进行业发展的过程。

没有办法，只能变形。或者说，只有变通，才可能让这个框架不至于推倒重来，才可能不至于让整个机构重新“讨论发展战略”，关门又去苦修。像很多机构曾经做过的那样。关门苦修只会让自己更加落后于时代的要求，一个不肯在实践中接受失败训练的基金会，是永远不可能让业界信任的基金会。

变通办法来得太过于巧妙，以至于有些业界同行一时都没有回过神来——其实说起来倒也简单，不是国内本土找不到太多像样的看得上眼的“A级伙伴”吗？那么好，我找国际的基金会大佬们。不少国际环保基金会在国内修炼多年，其能力应当非凡，其经验相当可鉴，其人力济得要溢满一地。

于是，SEE 的策略发展部工作人员，以相对弱小的资金实力，去投靠这些国际基金会的某些项目，在投怀送抱中，整合出一些颇有创意的项目来。相信这样的拼合或者说国际婚姻，将对中国的本土草根环保成长多多有益，也对帮助 SEE 基金会在真实资助过程中，更真实地体会到中国本土的资助需求。最终找到真正有效的资助渠道。

“创绿家”也完成了一次变形。当这个项目初次放开时，看其公告，说是收到了 170 份以上的项目申报书，几轮专家评审下来，最后只有十来家得到了资助。拼杀的过程与以往一样的残酷，结果一样的惊心动魄和让人迷乱，大量的项目进入了让人不知如果开花结果的“种子库”冰冻起来。

但不管怎么样 2013 年 3 月份，第二轮资助又启动了。并且明确表示，一年至少会启动春夏秋冬四轮资助。如果按照一个季度资助 15 个项目计算，一年至少可资助 60 个项目。如果按照一个项目资助 15 万元计算，一年至少可资助出将近 1000 万元。

但如果你仔细地去看每一个项目书，你会发现，真正的资助过程中背离原先设计的宗旨的。创绿家本质上是一个“项目资助”，与机构是不是新生无关。几乎所有的草根环保组织，都没有放过这个机会，大家只是套用其格式，假装拼凑出了一个新生“环保创投小组”来应对而已。

这意味着什么？这意味着，业界最需要的，其实是随时发生的“项目资助”。这意味着，SEE 基金会自 2008 年成立以来，最不肯做的事情，最终还是要扎实地去做。早知如此，何必当初？

如果 2008 年以来，SEE 基金会肯扎实地到全国各地的环保组织做贴心的“服务型资助”，做反应敏捷的“快速资助”，做尊重业内生的“在地型资助”，甚至做填补空白的“激发型资助”，而不是做浮夸传播的评奖拼杀，根基不实的“领导力培训”，梦想难以成真的“公民社会引领”，把机构动荡转嫁为业界动荡的“理事大会”，也许到今天，中国各地的草根组织，已经形成了比较“有眼成势”的大龙。某种程度上说，也许到了 2013 年，SEE 基金会，才肯重新认识这些项目资助的真正价值。但愿今后不会再发生动荡。否则，SEE 基金会的员工将会更加频繁地更换，在业界的声望将继续降低，其筹集到的资金，将没有人能够将其花好，企业家们隔山打牛的理想，将又一次梦碎。

中华社会救助基金会：支撑公众的公益梦想？

在过去，中国的官办型基金几乎垄断了中国公众的公益能量。在当前，这个垄断的趋势并没有得到多大的变化，而能够打破这个变化的，动力可能来自三个方面，一是新生的官办基金会可能有些新的探索。二是私募基金会的冲击尤其是“服务型基金会”带来的真实变革。三是公众“零散资助”对公募基金会带来的挑战。

这三股力量应当是共同发生作用的，其机理奥妙而不可言，我们更多的时候，只能感受到结果，而不太容易体会到过程。因为这样的过程，往往是混沌的、非理性的、不专业的、不可复制的。

一个社会的公益表达，有一个很有意思的特点，就是其“草根性”。草根性并不是说“自下而上的”，而是来自于社会的所有可能角落的，就是说，真正的公益行动，总是发生在“我们预料之外”的地方。这与文学创作、科研发现是有一样，万众期待之处，往往毫无作为，而社会忽略的边缘，总有生机冒出。

可公募基金会的三大特点，却与社会的公益灵动无法对接。第一个特点是逃避风险，追求稳妥——而社会公益往往是创新性，需要迅速的决断和英明的担当。第二个特点是步伐缓慢，程序冗长——沉闷乏味倒在其次，无法快速支撑到位是让人难过的，因为，灵感出现之日，往往就是资金需求之时。三是信息闭塞，认知陈旧，评价方式单一，与滞后于社会的发展；而公益的边缘性或者说不专业性或者说创新性，二者总是难以有效对接。

这三个不对接，直接带来了诸般经络不畅的痛苦。这痛苦，于基金会能感受到，于社会能感受到，于公益行动者，也能感受到。

但有些改变是可以发生的。中华社会救助基金会这两年，与邓飞合作了“微博打拐”“让候鸟飞”公益基金，与王克勤合作了“大爱清尘”公益基金，与伊能静合作“静新图书基金”，都表明，这样的合作可能会给传统的官办公募基金会带来一些新的风气。

官办公募基金会下设专项基金，这是很老套的事儿，去查随便一个公募基金会，会发现下面挂靠着无数的专项基金，有些专项基金的名目让人匪夷所思，但也运营了许久。某种程度上说，这是避免公募基金会自身工作动力不足、经验欠缺的一个好办法，也是困难转移给社会的一个有效渠道，但更有意义的是，这种挂靠就像早期民营资助挂靠红帽子来“承包经营”一样，给业界会带进一些新鲜的活力，尤其对那些志在推进公益革新的当代英雄——比如邓飞、王克勤、伊能静们来说。

当代的公益界既然是草根的、边缘的、灵动的，那么，他们最需要的服务就是快速的资金支持 and 能量供给，以及社会信任度的提升。这些“专项基金”如果真心要做事，往往会保持着敏锐的目光，也与社会的地气比较接通到位，那么，就有可能很好地发挥基金会的“服务公众功能”。

所谓的服务公众，是公众往往有公益梦想，但需要公益基金会和公益机构来协助其完成。而完成的办法当然是大量的参与机会。对于想捐款的人来说，一个可靠的、信息即时送达的基金会，将是让人感受到服务力的。对于想参与公益活动的人来说，公益梦想家的冲动如果能在基金会的支持下在最短的时间内转化为公益行动，那么，这对公众也是莫大的安慰。

于是乎，新型的公募基金会将可能转化为“资金过境平台”、“公益监管平台”、“公众公益能量吸引平台”。或许，这本身才是公募基金会的真正使命所在，也是公募基金会的真正业务领域。

但我们看到的更多的传统的作派——事先筹集(摊派)到一笔资金，然后再通过漫长的预算和申报，向下摊派和分发。公益的活力在公募基金会自身的体重压力下，窒息得无法表达。导致大量的

公募基金会遭受的不是社会的质疑，而是被社会无情地抛弃。

具体来说，公募基金会将会针对一个具体的公益梦想，协助其通过微博等平台，与一些公益声望高的名人合作，发起一些精准的募捐活动。这个募捐活动简单、快捷，资金到账后可快速供给业务需求者，让公众行动能力在最短的时间内发作。基金会也由传统的项目申报书审核者，转型为“推荐者”，而公众在捐赠和观望时，都在成为真正的“项目书审核者”。同样，公益项目的行动者，其透明的状态也由简单意义上的“事后财务透明”，转向创业之始的“全业务透明”。由于募捐的随时化、精准化和碎片化，公众参与的通道也变得丰富，公众的公益梦想，分分秒秒都有了参与的可能。而社会，也由此全面进入公众公益时代，公募基金会资金来源，将由政府、企业，全面转向普罗大众。

如果大量的公募基金会都如此转变，那么，中国的“公益超市”将琳琅满目，无所不有，整个国家的公益能力，将在真实的表达、证实、互相的信任、共同的助成中，以“迅雷不及掩耳盗铃”的速度爆炸式发展。春天是同时到来的。公益是可能一夜之间同时发作的。

来源：公益慈善论坛

地址：

<http://www.loongzone.com/forum.php?mod=viewthread&tid=158168&extra=page%3D1%26filter%3Dtypeid%26typeid%3D25%26typeid%3D25> [【返回目录】](#)

倪以理：NGO 的盲點

每捐 1 元給慈善機構，有多少直接幫到真正有需要的人？又有幾多會花費在機構的行政成本？相信是不少捐贈者心中的疑問。但以行政成本高低，衡量慈善組織效益，是否得宜？麥肯錫香港區總經理倪以理就認為未必，無論是慈善組織、捐贈者，都需要新思維，去想想如何做善事。

問：金融中心 答：倪以理（Joe）

問：Joe，香港最近就慈善團體立法研究，而在美國，對慈善團體營運模式，也引發不少討論。

答：美國著名非牟利組織籌款專家 Dan Pallotta 最近在 Ted forum 做了一個非常震撼的演講，題目為「The way we think about charity is dead wrong」。Pallotta 指出，美國的貧窮率過去十年一直維持在 12%，處處都是社會問題。但過去幾十年，NGO 組織無甚作為，未見對改善這情況有太大幫助。

開支受局限 影響功能

問：那麼 Pallotta 如何分析背後的原因？

答：他提出了多項社會對 NGO 的偏見，導致 NGO 的行為文化受到局限，很難發揮機構更大的功能和創新能力。

第一點是 NGO 的薪酬架構帶來人才限制。Pallotta 說，社會認同商業機構可以巨額人工補償員工的貢獻，但是在 NGO 任職，就自然應該是 low pay 的，需要用理想和工作性質去維持動力。

舉個簡單的例子，史丹福大學 MBA 畢業的學生，平均十年後（38 歲左右）的收入是 40 萬美元，但是一家慈善組織的 CEO 平均收入只有 8.4 萬美元。

如果是數口精的，就會發現投身慈善事業，倒不如在商業機構打工，然後每年捐 10 萬美元，坐在 NGO 董事會指指點點，又有面子，又可享 philanthropist（慈善家）之美名。

Pallotta 認為，這就是我們社會價值矛盾之處。對於一位發明暴力電子遊戲的 CEO，一年賺幾千萬美金，又可以上《Fortune》雜誌。但是對於一個想消滅疾病的慈善組織 CEO，一年賺幾十萬美元都嫌多，甚至認為他沒有足夠的奉獻。

第二個大問題，是社會對於 NGO 經費的看法，尤其是認為籌得的善款應該花到受益人身上，對於所有日常經費開支（overhead），都顯得相當反感。

Pallotta 舉一個營銷的案例：在商業社會，推廣、賣廣告是必然的經費。當賣廣告的 marginal benefit（邊際效益）多於 marginal cost（邊際成本）時，推廣是值得的。

換一句話，一般的零售品牌可以透過廣告將產品的優點介紹給大眾。但是大部份 NGO 都不敢在傳統媒體賣廣告，怕提高了 overhead 成本。結果限制了 NGO 的營銷手法，不能夠讓廣大市民了解和參與。

1998 年，美國癌症協會只花了 100 萬美元，宣傳反吸煙相關的立法。同年，五大香煙品牌花在廣告、宣傳的使費多過美國癌症協會 6,000 倍。

Pallotta 的總結是，NGO 其中一個做不大的原因是沒有投資在「做大個餅」。Amazon 在發展的時候，是不計成本地去擴張它們的服務，創立他們的品牌和規模，試問如果 NGO 今天看到一個同樣有潛力的機會時，他們會否有同樣的膽識？

問：Pallotta 的想法，好像是要把 NGO 引入更多商業標準。Joe，你認同嗎？

答：Pallotta 為了 make a point，當然他的觀點是比較極端。早前香港研究監管慈善團體的法例時，也討論過應否監管 overhead 比例。但我覺得透明度更為重要，行政成本多與少應該受到監查，管理層應該要為行政使費，作出合理的交代，但毋須要去為行政成本去劃一個「硬指標」，更不應盲目下定論，以為行政成本越低越好，以此評定慈善機構的表現和社會貢獻。

另一點是，傳統思維會認為 NGO 管理人才，以及商業人才，來自兩個不同世界，薪酬根本不需要比較。但商業與 NGO 人才之間這條線越來越模糊，cross-over 越來越多，更多出身商界的人才創辦 NGO。

我不認為 NGO 沒有金錢的報酬，就一定請不到適合的人才。不過，NGO 對社會的貢獻不比商業機構少，當有 NGO 管理層的薪酬貼近私人市場時，不應該將之視為「不道德」。我們應該看他們在做出甚麼樣的貢獻，值不值這個報酬。

增加透明度 說服大眾

問：作為 NGO，應該如何去說服捐贈者去接受這一套想法？

答：我相信，不少人對 Pallotta 的說法，會覺得唔舒服。尤其知道大慈善團體的 overhead 比重較多，自不然覺得不滿善款未能去到有需要的人手上。

NGO 可考慮的做法，就是把捐款分戶兩個基金，一個是做營運，另一個給受助人，令捐贈者更清楚資金運用。

另一個重點是，機構與捐贈者要達成共識。香港社會也有很多人口老化、貧窮等問題，這些都是年月累積下來。若果要解決這些社會問題，NGO 可扮演一個怎樣的角角色？捐贈者是希望機構長遠發展，解決社會問題？或是將資源直接分配給有需要的人？機構一定要跟支持者說明機構的目標和遠景。

香港有很蓬勃的 NGO 生態，各種各類都有，資源非常分散。它們大部份的首要目標，通常是關注受助人數等指標每年的增長，同時也努力確保 overhead 低。

無論是商界或是其他捐贈者，近年從做慈善轉而重視 impact investing，除了幫助有需要的人，也關注到捐款持續性，正正反映慈善事業的發展處於轉型的階段。

有人批評利用 Pallotta 的商業觀點和手法去評估 NGO 是不應該的，但他的說法，仍有很多值得討論的地方。Pallotta 正正提醒我們，如何更有效地運用資源發展 NGO 這一行業，尤其慈善組織對於社會的最終影響是甚麼？

来源：苹果日报

地址：<http://hk.apple.nextmedia.com/financestate/art/20130411/18223683>

[【返回目录】](#)

刘敬文：公益人应当向山寨业学习什么

写作前转发了一条微博，博鳌论坛请了包括冯仑、王兵等企业界公益界的人士谈论公益和社会企业，我评论了一条：没有创新观点。很快有位网友就上来说，我的观点特别创新，完全没人理我。我读了一下这位号称创新的网友的文章，上溯五千年，东扯西拉，内容庞杂，可惜，创新仍然欠奉。

虽然我们喜欢用“创新”这个词语，可是我们真正能够看到的创新寥寥无几，就连发育不错的中国IT界，它们的创新放在世界范围之内，也就是勉强称之为微创新，基于用户体验的创新。“创新”放到发育不良的公益界，更是显得突兀。一般号称创新的人，不是见识太少，就是另有目的。

基于上述的背景，我个人的看法是：中国公益行业至少在10年内，在整体行业层面(不排除个别案例的创新)，都是以模仿成熟的慈善公益样本为主。类似2000年前后的中国互联网业，或者2005年前后的深圳山寨手机业。

不过这个比喻公益同仁可能有点生气，把我们比作中国互联网业还不错，把我们比作深圳山寨手机业真是岂有此理。咱们公益人还真别瞧不起深圳的山寨手机业，我们也未必能做得那么好。

单就模仿能力的强大来说，公益人就要好好学习，深圳山寨业能够做到开发一款新手机从方案到实现不超过一个星期。如果按某些公益组织的效率，我们要模仿一个国外成熟的公益模式，不研讨一年半载的根本没办法落地。

另外，深圳山寨业之所以强大，是由于产业链特别完整，做方案的，做摄像头的，做屏幕的，搞组装的，都发育得很充分，相互依存，付款都是季度或者半年才结算。我们的基金会给1万块经常分3期拨款，中间还要浪费人力物力去考察用款情况，效率低得惊人。原因当然大家都明白，钱是捐助人的，当然要负责任啦，这个理由大得压死人了，可能大家不会换个角度来想，做项目效率如此低，这样就是负责的态度吗？难道没有更好的方式了吗？

当然，这里还要讲起模仿和山寨的界限。深圳山寨业的教训就是，凡是执迷于做高仿机贴牌机，完全没有自主品牌的，最后都会失败的。这就提醒我们，在公益行业，虽然大部分项目都能找到模仿的痕迹，可是，你不能懒到全盘照搬，甚至连名字都不改。例如前一段时间“爱心衣橱”的风波。在模仿当中，找到与现实的切合点，不断修改和调整，并且最终形成自己的品牌，这是我们应该有的态度。

很多内容形式类似的项目，建议大家借鉴山寨业产业链的概念，尤其是基金会，即使你再有能力，也不要一脚踢，尽量能够多方合作，尽管一开始效率会低一些，可是帮助了行业的发育，最终的受益者还是自己。

来源：公益时报

地址:

<http://www.gongyishibao.com/gongyi/ZLxZL/201304/dcfeeca2a9ea459287164a6f2a24f20f.shtml>

[【返回目录】](#)

张梦颖：或者合作，或者创新

前两天网曝禾邻社诉万科公益基金会抄袭公益项目设计的事情——这家上海的民间 NGO，与万科基金会进行了基于某一个楼盘的项目合作，进行了项目“全民植物地图”的详细方案规划与执行，结果后来该楼盘的项目合作结束后，万科地产却将该项目在全国范围内执行了，禾邻社并不完全知情。接下来的戏码也就水到渠成——民间 NGO 认为自己的智慧结晶和创新思路被窃取了，愤而将此事踢爆。

禾邻社与万科的争端的特殊性在于：第一，是超越了项目方案设计阶段，进入了实施环节，另外被指抄袭的项目，因为跨出了公益组织的范畴而与商业经营的领域混淆而更加值得关注。

事情尚未有公论，但是却可带来一些相应的思考。

公益的目标是全人类共同的福祉，是更好、更幸福的生活，所以所有的参加者，都觉得只要目的向善就是好的，应该不分你我。但是在现实生活中间，这种“大同世界”的观念往往会受到各种格局，各种利益的挑战。到最后，在合作的过程中，反倒因为目的性的不完全统一，不但做不到不分彼此，甚而有之会翻脸不认人。

首先要明确的是，公益领域智力成本需要肯定，如果因为是做好事而忽略这种付出的实际价值，长此以往会带来两个恶果：其一，在公益领域，长久发展下去会导致创新乏力，公益领域的智力贡献如果长期得不到实际肯定，这和没有版权保护的书籍作者、音乐人自然缺乏创新动力一个道理；其二，公益行业本身的社会认同度以及从事公益的人的社会信用度也会持续低迷，发展下去导致在公益人才方面劣币驱逐良币。

其次，在相同领域上面临公益项目诉求的一致，合作是首选的。既定社会区域社会问题往往主要存在的就那么几大类，但是在合作的过程中，要各有所长，要划定基本规则，交流上注意节奏，重要的节点要用协议或者合同的文本进行严谨的规定，并且适度地引入专业的法务等人士进行支持。没有效率或者凑热闹的合作还不如不合作。

此外，NGO 要坚持致力于专业化基础上的创新。否则，在社会公共服务逐渐市场化的过程中，

没有专长和能力，社会领域的资金等相应资源，没有购买你的服务的理由，所以这样的 NGO 终究免不了被淘汰的命运。

如果分开来看公益事业的“道”与“术”，或许可以说，公益之“道”是应该大量地被模仿和复制的，越如火如荼越好。但是公益之“术”是公益创新的蓝海，类似禾邻社和万科的纠纷，事实上就是在“术”的领域出现了不一致。“术”的层面，牵涉到各种资源的实际调用，各种力量的实际付出，这些层面上的合作，需要坐下来仔仔细细谈清楚，再行实质。这样不仅仅是“亲兄弟明算账”，同时从根本上提高了不同社会力量彼此的合作效率。

来源：公益时报

地址：

<http://www.gongyishibao.com/gongyi1/ZLxZL/201304/f6b9d2a747b14e4ebfb4a5efaa33d76d.shtml>

[【返回目录】](#)

◎行业动态

世界各国第一夫人做慈善 助力国家形象

3月22日，中国国家主席习近平乘坐的专机抵达莫斯科。和习近平一同走下飞机的，是他的夫人彭丽媛。“第一夫人”，这个在中国缺失了多年的词汇，开始迅速蹿红。

从22日至27日的6天出访中，彭丽媛的行程多集中在公益和慈善组织中，她在俄罗斯看望孤儿，在坦桑尼亚参观妇女组织。“俄罗斯之声”资深记者伊戈尔·杰尼索夫评论说：“彭丽媛广泛受到人们的喜爱和尊敬，不仅在于她那美妙的歌声和靓丽的面容，还在于她善良的性格和积极投身于慈善事业的热情。”

“贤内助”的公益形象

做好丈夫的贤内助，展示并帮助提升国家形象，通常都是第一夫人需要担负的责任。除了这些，很多第一夫人也会选择投身公益慈善。

随着奥巴马当选美国总统，米歇尔·奥巴马作为美国第一夫人，以“慈善先锋”的形象频频出现在公众视野里。她对退伍军人和家属甚为关注，经常出席军方的活动，为他们争取福利、教育和工作机会。2011年，米歇尔与副总统夫人吉尔·拜登共同发起“联合力量(Joining Forces)”，推动解决退伍军人家庭面临的各种问题。迄今，这一组织已经为5万民退伍军人和他们的家属找到了工作。

此外，米歇尔还在白宫内种菜，经常邀请青少年去参观交流，以此倡导健康饮食，同时教育美国的下一代健康、积极的生活。

2010年，奥巴马夫妇把17.2万美元个人收入投入慈善事业，分别捐赠给37个慈善机构。

英国前首相托尼·布莱尔的妻子切丽·布莱尔也从事慈善多年。今年3月19日，切丽代表自己的慈善机构——切丽·布莱尔妇女基金会访问印度，旨在促进印度偏远农村的贸易。她穿着印度女性传统服饰，眉心点红，脱了鞋子，一丝不苟地帮助当地工人劳动。先是帮志愿者们清洗豆子，后又帮助工人装黄姜粉，宛若一寻常农妇。

2012年卸任的法国总统萨科齐，其夫人布吕尼作为一位世界名模，出任全球防治艾滋病形象大使，踏上了国际人道救援工作的舞台。

在被中国公众尊称为“第一夫人”之前，彭丽媛对慈善已投入甚多。

作为在中国家喻户晓、受人爱戴的歌唱家，彭丽媛经常用歌声支持慈善事业。在中国红十字基金会慈善公益晚会舞台上、在中央电视台赴四川地震灾区慰问演出现场、在抗击非典第一线的北京小汤山医院，她都用了歌声抚慰着那些需要关怀的心灵。

2006年，彭丽媛来到安徽阜阳，看望了艾滋病贫困儿童救助协会的200多个孩子。她给孩子们

喂饺子，有孩子亲切地喊她为“彭妈妈”。

2008年汶川地震发生后，彭丽媛除了积极参加募款义演外，还个人捐款20万元。

2011年6月3日，彭丽媛被世界卫生组织聘为“抗击结核病和艾滋病亲善大使”。

达芙埃尔·密特朗是法国前总统弗朗索瓦·密特朗的妻子，她曾说过，“作为第一夫人，没有任何值得夸耀的地方，主要看她个人的人格魅力。”成为第一夫人后，达芙埃尔致力于国际事务和社会公益，积极呼吁世界和平，为防治艾滋病奔走，为促进水源保护、土地的合理使用和教育平等而呼吁。1986年，她担任法国自由基金会主席，帮助第三世界的社会经济发展。

慈善寄托个人情怀

树立公益形象、引领社会风气不假，但是，很多第一夫人在从事慈善时也往往会有较明显的个人痕迹，寄托着个人情怀。

美国前总统比尔·克林顿的夫人希拉里，早在青年时期就公益情结极重。大学刚毕业时，她放弃了去薪酬极高的著名律师事务所工作的机会，选择去保护儿童基金会上班。

美国前总统杰拉尔德·福特的夫人贝蒂·福特，在推动美国妇女做乳房X光检查方面不遗余力。此前，在美国，谈论乳腺癌是一件极其忌讳的事情。作为曾经的酒精沉湎者，贝蒂在接受治疗时，萌生了创建一个不以营利为目的、专门从事戒酒和药物依赖治疗的机构的想法。1982年，贝蒂·福特中心建立，除了实现贝蒂之前的想法之外，这一中心也向普通美国家庭和儿童提供相关疾病的预防和教育方案。

美国前总统布什的妻子劳拉，也是在她的母亲被查出乳腺癌后，开始致力于与乳腺癌防治相关的慈善活动。

前任英国首相戈登·布朗的夫人萨拉·布朗，她的第一个孩子出生几天后因脑出血夭折，为此萨拉创办了“猪猪儿童银行”，专门资助研究孕期并发症及婴儿死亡的原因。

克洛德·蓬皮杜与丈夫——法国前总统蓬皮杜先生都酷爱艺术，因此，作为第一夫人的克洛德，对艺术上的投入超越了其他第一夫人。她积极推动建成蓬皮杜中心，中心建成后，参观的游客超过了埃菲尔铁塔，为法国经济作出了重大贡献。1970年，她创建了个人慈善基金会，用来帮助残疾儿童、老年人以及病患者。该基金会的网站上，开篇写道“与人无助便一无是处。”

欧美的第一夫人们很多时候是从个人兴趣和情怀出发从事慈善，非洲的第一夫人们，则往往以一个战斗群体的姿态出现，共同致力于解决非洲的问题。

由于艾滋病在非洲异常猖獗，于是，2002年，非洲的第一夫人们联合成立了抗艾滋病组织行动委员会。赞比亚前总统夫人玛瑞恩·姆瓦纳瓦萨是当时会议的发起人之一，同时担任该组织的主席。

2009 年，“非洲第一夫人健康峰会”在洛杉矶举行。这次峰会不仅聚集了来自非洲的第一夫人们，也吸引了其他很多国家的第一夫人。

来源：慈讯网

地址：http://www.icixun.com/html/view_832.htm

[【返回目录】](#)

“希望工程激励行动” 2012 总结暨 2013 年启动仪式举行

通过网友答题，企业捐赠物资的方式，小题大做网站促成公益捐赠，这些捐赠项目满足了白血病患者、盲童、贫困山区等群体的物资需求。以北京市盲人学校项目为例，共有 4054 名网友参与答题，价值达到 102000 元。而另一个项目中，金顶集团捐赠的体育用品则关注的是贫困地区儿童的身体健康。这种利用互联网创造的一种既能有效利用大众的兴趣答题，又能聚合企业力量捐赠的公益方式，即是答题做公益捐赠。

这个项目是“希望工程激励行动”（以下简称激励行动）北京大学的小题大做团队实施了一年的微公益项目，8 名大学生自组团队，发现社会问题，设计项目并且实践取得项目成果。他们先后与北京联动优势公司、万华生态板业公司、中国平安合作，通过动员北京市四中、北京大学、北京师范大学同学和其他社会公众网上答题，根据答题数量由合作企业为北京盲校、新阳光慈善基金会病房学校和绿色希望工程捐赠。这样一个大学生公益项目直接参与人数达 10000 人。

这就是 2012 年“希望工程激励行动”的 133 个获资助项目之一。2013 年 4 月 12 日，“希望工程激励行动”在京举办 2012 年总结分享会暨 2013 年启动仪式，这个项目作为“激励成果奖”的获得者也向来自 26 所高校的参与希望工程激励行动的 200 余名项目团队代表和众多高校老师、嘉宾进行了项目展示。团中央书记处书记、中国青少年发展基金会理事长贺军科，中国人民大学副书记马俊杰，中国青少年发展基金会常务副理事长顾晓今，秘书长涂猛，英国大使馆文化教育处社会发展总监 Mary Mackay，总监助理倪静、多背一公斤创始人安猪等领导和嘉宾参加了活动。

“希望工程激励行动”由中国青少年发展基金会发起主办，2011 年起与英国大使馆文化教育处合作。项目旨在支持在校大学生持续开展社会公益服务，为社区带来有益改变；通过项目实践，帮助青年提升能力，成为有责任的行动者和公益文化的倡导者。2012 年，“希望工程激励行动”的实施得到了北京、浙江、湖北三地 45 所高校的热情参与，共收到项目申请 635 个，经专家评审后，最终 133 个项目获得资助。项目支持了 1500 余名大学生开展社会公益服务项目，服务人群逾万人，志

愿者人数约 5000 名，影响人群逾十万人。项目领域覆盖：青少年教育和健康、环境保护、动物保护、社区服务、社会福利、文化艺术等。大学生创意设计的公益项目实施周期为 1-3 年，每个项目均获得了最高人民币 1 万元以内的资金资助。2012 年“希望工程激励行动”各项目实施资金共计 1,110,242.86 元，其中学生团队自筹资金 193,307.5 元。

2012 年“希望工程激励行动”实施相比之前有很多创新，例如项目团队通过微博、网络论坛等渠道进行了积极的项目自我宣传和推广，各激励行动团队发微博共计 7000 余条，粉丝数量达 13000 余名，网站论坛发帖 400 余篇，论坛点击量逾 4000 次；同时，为了提高项目参与者向社会募集公益项目资金的实践能力，2012 年项目采取了全新的资金筹集方式，每个项目 20% 的资金需由团队通过接受公众网站捐款、手机短信捐款或线下活动等方式自筹。在 2012 年 6 月至 7 月期间，各获资助团队通过完美等方式自筹项目资金，其中有 83 个团队筹足或超过 20% 的项目款。此外，因为和 BC 的合作，希望工程激励行动为项目团队提供了更好的培训资源，特别聘请中英两国专家，为大学生量身设计培训课程，培训内容包括：问题分析、战略规划、市场营销、预算控制、项目实施、团队管理、志愿者管理、社会企业参观体验等。培训直接参加人数 300 人，间接受益人数逾千人。在项目实施过程中，“希望工程激励行动”每个月组织一次高校激励沙龙，为同学们提供分享、交流学习的机会。2012 年 1 月和 2 月，激励行动选拔 39 名优秀项目代表赴香港、英国交流，参观访问多家香港、英国社会企业并与香港科技大学与英国牛津大学学生社团交流。两次参访活动使同学们开阔了眼界，增强了自信，同时也推动希望工程文化交流。

“希望工程激励行动”2012 总结交流暨 2013 年启动仪式，共评选出“激励成果奖”32 个，“激励创新奖”5 个，“营销先锋奖”13 个，表彰了获得“优秀组织奖”的高校和优秀辅导员。此次激励行动总结交流活动也为各团队项目搭建学习交流的平台，各团队总结项目执行情况，分享实施经验，讨论项目实施面临的挑战，并由专家老师点评提出解决的对策和未来实施的建议。中国青基会将持续呼吁社会关注大学生参与公益，推进希望工程激励行动广泛开展。

2013 年“希望工程激励行动”将坚持以成效为导向，继续帮助大学生团队通过有效的实施项目，提升他们的综合能力，使大学生和他们服务的对象发生积极的改变，并且具有持续性。2013 年，激励行动将继续创新，包括鼓励项目团队通过微博、网络论坛等渠道进行积极的项目自我宣传和推广；同时，今年的项目资金将为大学生提供更便捷的筹款渠道，主办方将于京东商城合作，通过义卖京东自有商品进行筹资。2013 年，为了加强项目团队间的交流，主办方将继续定期举行一次高校激励沙龙，每月在不同高校邀请合作伙伴或公益机构为大学生团队讲座，提供项目发展建议。

来源：凤凰网公益

地址：http://gongyi.ifeng.com/huodong/detail_2013_04/12/24162004_0.shtml [【返回目录】](#)

北京推“公园公益超市” 公园设施期待市民认捐

一到春暖花开的季节，北京的公园和风景名胜区就成为最吸引人的地方。绿草成荫，繁花似锦，一家人出游共享春光，可谓其乐融融。近日，您逛公园不但可以赏美景，更可以献爱心，为这美景再添一抹美丽。记者从市园林绿化局公园风景区处了解到，北京将推出“公园公益超市”，让更多的公园相关设施得到社会公益捐助，首批八个试点公园已面向社会接收捐助。

北京市园林绿化局2013年推出“美丽北京，魅力园林”的公众服务品牌，全面升级全市公园风景区工作，打造具国际水准、首都特色的公园风景区服务体系，为此也加大了各项经费投入。与此同时，鼓励民间资本及社会公益资金参与公园建设与管理，并选择条件成熟的公园进行试点。“公园公益超市”即是在此背景下应运而生的新鲜事物，它是指市民、企业或公益组织捐赠公益资金，对公园设施进行认捐或认养，是鼓励市民参与公园公益事业的途径，也是吸引社会公益资金投入公园公益事业的有益尝试。认捐指新购置公园设施，认养指对公园已有设施按照每年维护费用进行资金捐赠。首批八个试点公园分别是东城区的明城墙遗址公园、柳荫公园、青年湖公园、龙潭西湖公园和朝阳区的红领巾公园、元大都公园、大望京公园、庆丰公园。市民们可以在上述公园认捐园椅，认养园椅、果皮箱、路灯、栏杆等设施。

据介绍，目前全北京市有334家城市注册公园，收费公园只有40多家，在这40多家公园中，学生、老年人、军人等各类群体还有各项优惠，其余290余家都是免费公园，而且现在新建的公园也基本上都是免费公园。近些年来，北京市公园数量越来越多，质量不断提升，运行维护成本也在逐年加大，公益捐助也是对于公园运营维护资金的有益补充。朝阳公园已率先在这一方面做出举动，并收到社会公益组织的捐赠，用捐赠资金购买的百来把园椅已经安装到位，用捐赠资金建设的“棋趣园”更是为游客提供了不少方便，树荫底下的“棋趣园”，错落有致的建起了不少石桌石凳，桌面上刻着棋盘，游客走累了，可以在此对弈、喝茶休憩，别有情调。

凡在试点公园认捐、认养者均可在其认捐、认养的设施上挂立有自己信息的铭牌，当然限于此项目的公益性质，铭牌的大小和书写内容会有严格的规范，杜绝广告。

“公园是市民休闲文化生活中最重要的场所，它的整体建设与社区生活的幸福指数息息相关，公益超市也是提升市民参与公共生活意识的非常好的渠道”。市园林绿化局公园风景区处处长张亚红说：“在国外，市民认捐公园中的设施，这种做法非常普遍，而在国内，这一尝试还刚刚开始。”她介绍说，相关管理办法已在制定，以促进公园与公益捐赠顺畅对接。当然，认捐除去各公园有具体规定外，市民也应量力而行，爱心无论大小，只要表达出对公益事业的一份关注即可，这也是社会生活中丰富多彩的公益活动中的的一种。

据介绍,在“美丽北京,魅力园林”的公众服务品牌下,今年北京市园林绿化局将有多项举措推进公园公益事业的发展,“公园公益超市”只是其中的一个,另外“5个100”系列展示活动也将陆续推出,充分发挥公园所具有的文化、体育、旅游等平台 and 载体作用,为市民提供更高质量的绿色空间,更加丰富多彩旅游休闲文化活动。今年的北京公园,好戏连台,敬请市民期待。相关内容可随时留意首都之窗北京网或首都园林绿化政务网。

试点公园认捐、认养公园设施联系方式:

明城墙遗址公园:可认捐园椅、果皮箱、牌示、园路。可认养果皮箱、牌示、园路、园椅。

(联系人:闫女士/李先生 65270574)

柳荫公园:可认捐果皮箱、园椅。可认养健身器材、园灯、导游图、牌示、宣传栏。

(联系人:姚先生 13683331800)

青年湖公园:可认养园椅、果皮箱、路灯、牌示、导游图

(联系人:刘女士 84116321-8032)

龙潭西湖公园:可认捐绿地栏杆。可认养果皮箱、园椅、园灯

(联系人:司先生 67133105)

红领巾公园:可认捐认养园椅、果皮箱。

(联系人:李先生 85810901)

元大都公园:可认捐园椅、果皮箱。可认养监控系统、路灯、园椅、果皮箱、公园围栏、园区跨河桥、廊架。

(联系人:刘先生 84634582)

大望京公园:可认捐园椅、果皮箱、宣传橱窗、售货亭、警示牌、提示牌。认养园椅、果皮箱、宣传橱窗、导示牌、警示牌

(联系人:刘女士/樊女士 84762519/84762518)

庆丰公园:可认捐园椅、果皮箱、运动健身器材、老年活动中心、棋牌桌、导向标牌、疏散牌、厕所标志、警示类标牌、草地牌、植物名称牌。可认养牌示、园灯、园椅。

(联系人:钱先生/陈女士 52839179)

来源:中国网

地址:http://www.china.com.cn/travel/txt/2013-04/12/content_28521780.htm [【返回目录】](#)

多个中央彩票公益金项目申请追加

近日，2013 年小天使基金彩票公益金项目第一次资助评审会召开，1960 名白血病患者将得到 6000 万元彩票公益金的资助。但是，据公益时报报道，目前，向中国红十字基金会小天使基金申请救助的白血病患者中，仍有近 1500 名患儿还在排队等待救助。据了解，红基会已经向财政部申请追加彩票公益金，以解决白血病患者排队等待救助问题。3 月，数个由中央彩票公益金支持的公益项目持续推进，在取得了良好的社会效果后，它们不约而同地选择了追加彩票公益金支持。

白血病患者求助每月递增逾 260 名

小天使基金的数据显示，白血病患者的求助以平均每月 260 多份的速度在递增，截至昨日，共有近 3000 人申请救助，而根据每月的申请增长速度，预计接下来的几个月还将有约 3000 人申请求助，总共需要 1.8 亿元救助金额。除了已确定的 6000 万元彩票公益金资助，今年的救助金额仍有 1.2 亿元空缺。

红基会透露，目前正在向财政部申请未来三年追加 2.1 亿元彩票公益金支持，以解决白血病患者排队等待救助问题，提高救助的效率。3 月 20 日，红基会召开小天使基金、天使阳光基金彩票公益金项目资助评审会，评审通过了 2013 年彩票公益金 8000 万元资助计划，其中 6000 万元救助贫困白血病患者，2000 万元救助贫困先心病儿童，预计全年可资助患儿 2900 余名。

2009 年至 2012 年，红基会共获得彩票公益金 2.3 亿元支持，共为全国 31 个省（市、区）和新疆生产建设兵团的 8019 名贫困白血病、先心病患儿（其中白血病患者 6297 名、先心病患儿 1722 名）提供了医疗资助。国家审计署和社会第三方评价机构分别对彩票公益金项目进行了全面审计和评价，均对项目产生的社会效果表示满意，对执行情况给予好评。

可以说，同样由中央彩票公益金支持的中国红十字基金会小天使基金、天使阳光基金项目是在死神手里争夺孩子。

“两癌”救助金增加到 1 亿元

经国务院批准，“十二五”期间，财政部安排 2.5 亿元中央专项彩票公益金支持中国妇女发展基金会“两癌”救助项目，项目时长 5 年，每年向“两癌”救助项目拨付 5000 万元公益金。2011 年和 2012 年每年 5000 万元的公益金救助款已经全部向患者发放，共救助患有“两癌”的贫困妇女 9900 人。

2013 年，中国妇女发展基金会加大了对“两癌”救助项目的预算，扩大“两癌”筛查范围，从 3 年筛查 1120 万人到现在 1 年筛查 1120 万人。同时农村免费“两癌”检查项目试点外的贫困患者也在增加，为此，今年中国妇女发展基金会向财政部的申请额度加大到 1 亿元，目前正在等待批复。

人体器官捐献申请追加公益金

从 2011 年至 2015 年，财政部安排中央专项彩票公益金 4000 万元用于人体器官捐献事业。3 月 6 日，中国人体器官捐献管理中心副主任刘维新表示，在人体器官捐献工作中，彩票公益金发挥了极其重要的作用。

早在 2011 年，为了支持中国人体器官捐献事业，财政部将 4000 万元公益金用于“十二五”期间的器官捐献工作，分 5 年使用，平均每年 800 万元。“目前，器官捐献事业的发展主要靠彩票公益金，这是极其重要的。器官捐献工作是一项系统工程，难度很大，支持力度需要加强，今年提出了追加申请公益金，申请已经于今年初递交给财政部了，希望财政部能批复更多的公益金，希望用好公益金的每一分钱”

来源：南方日报

地址：http://epaper.nfdaily.cn/html/2013-04/12/content_7181361.htm

[【返回目录】](#)

2013 胡润慈善榜揭晓：黄如论 5.8 亿成中国最慷慨慈善家

北京时间 4 月 10 日，胡润研究院发布《2013 胡润慈善榜》，62 岁的黄如论以 5.8 亿元的捐赠额成为 2013 年度“中国最慷慨的慈善家”，52 岁的南京房地产开发商杨休以 4 亿元的捐赠额位列第二；55 岁的许家印以 3.9 亿元的捐赠额位列第三。

这是胡润研究院连续第十年发布“胡润慈善榜”。《2013 胡润慈善榜》以 2012 年 4 月 1 日至 2013 年 3 月 31 日的捐赠额为统计范围。企业家若控股公司 50% 以上，企业捐赠计入个人捐赠数额。

黄如论、曹德旺连续十年进入胡润慈善榜，十年累计捐赠分别近 35 亿和 50 亿；许家印、朱孟依、和卢志强连续九年进入胡润慈善榜。有 18 位慈善家的捐赠额超过 1 亿元。

榜单显示，平均捐赠额连续两年下降，比去年下降了 45%，比前年下降了一半。房地产业慈善家最多，有 43 位，前十名中也是房地产商最多，有 5 位，远远高于胡润百富榜上房地产商 20% 的比例。

前十名慈善家：

排名	姓名	捐赠总额 (万元)	主要捐赠方向	年龄	公司	主要行业
1	黄如论		教育、扶贫	62	世纪金源	房地产、投资、矿

		58,200				
2	杨休	40,000	母校	52	天地	房地产
3	许家印	39,200	扶贫、教育	55	恒大地产	房地产
4	任元林	27,000	老年大学建设	60	扬子江船业	船舶
5	裘国根、骆奕夫 妇	20,000	母校、教育	44	重阳投资	金融与投资
6	欧宗荣	11,800	教育、家乡建设、 环保	49	正荣	房地产
7	宗庆后、宗馥莉 父女	11,700	教育、扶贫	68、 31	娃哈哈	饮料
8	党彦宝、边海燕 夫妇	11,100	社会公益	40、	宝丰能源	能源
9	许世辉	10,900	教育	56	达利	食品
9	杨国强、杨惠妍 父女	10,900	社会公益	58、 32	碧桂园	房地产

来源：人民网

地址：<http://finance.people.com.cn/money/n/2013/0411/c218900-21096516.html> 【返回目录】

胡润慈善榜：慈善捐赠金额连降两年

10 日，胡润研究院发布了《2013 胡润慈善榜》，世纪金源集团的黄如论以 5.8 亿元的捐赠额成为了 2013 年度“中国最慷慨的慈善家”。今年上榜慈善家的平均捐赠额占企业家平均财富的 0.6%，相比去年的 1.3%有所下降。平均捐赠额为 5597 万元，比去年下降了 45%，比前年下降了一半，已连续两年下滑。

金额：捐赠额连续两年下降

据介绍，这是胡润研究院连续第十年发布“胡润慈善榜”，以 2012 年 4 月 1 日至 2013 年 3 月 31 日的现金捐赠、与现金相关的捐赠以及有法律效力的承诺捐赠为统计范围。企业家若控股公司 50% 以上股份的，企业捐赠计入个人捐赠数额。上榜门槛为 1100 万元，比去年降低了 34.5%，共 100 位企业家上榜。

榜单显示，世纪金源集团黄如论以 5.8 亿元的捐赠额成了 2013 年度“中国最慷慨的慈善家”，南京房地产开发商杨休以 4 亿元的捐赠额位列第二，55 岁的恒大地产集团董事长许家印以 3.9 亿元的捐赠额位列第三，去年排在首位的福耀集团董事长曹德旺今年下降到了第 30 位。

商报记者统计榜单发现，100 位上榜慈善家共捐赠了 56.5 亿元。胡润百富创始人兼首席调研员胡润表示，今年上榜慈善家的平均捐赠额占企业家平均财富的 0.6%，相比去年的 1.3%有所下降。平均捐赠额为 5597 万元，比去年下降了 45%，比前年下降了一半，已连续两年下滑。

方向：教育成主要捐赠领域

这些企业家的捐赠主要集中在哪些方面？榜单显示，教育成了过去一年中捐赠的主要方向，占 34%。其中前十名慈善家中，就有 8 位的捐赠方向为教育领域。

例如，黄如论 2 亿元捐建清华大学艺术博物馆，宗庆后、宗馥莉父女捐资 7000 万元在浙江大学成立教育基金会用于科研，王健林捐款 2500 万元为凉山适龄儿童建学校。

胡润表示，近年来，企业家回馈母校则成热点，过去一年，上榜慈善家中给母校捐赠的有 13 位。此外，社会公益、扶贫、救灾的分别占 26%、15%、1%。胡润介绍，2009~2011 年度的救灾捐赠有明显上升，主要是由于 2008 年的汶川地震和南方雪灾、2010 年的玉树地震等影响。

行业：地产业慈善家最多

榜单显示，100 位上榜慈善家平均年龄为 53 岁，比去年慈善榜平均年龄大 2 岁。80 岁的麦彦桐是榜上最年长的慈善家；29 岁的孙明楠是榜上最年轻的慈善家。女性慈善家比去年增加了 4 位，共 14 位上榜。

从上榜慈善家的行业分布来看，房地产行业慈善家最多，共有 43 位，前十名中房地产(000736,

股吧)商就占 5 位。此外,制造业有 17 位,排名第二。从事建筑业、金融与投资 and 能源的各有 9 位,并列第三。

从慈善家的地域分布来看,粤商和闽商是近年来最慷慨的企业家群体,分别有 25 人和 15 人上榜,而《胡润百富榜》上人数最多的浙商仅以 8 人排名第三。从总部来看,广东是最多慈善家设立公司总部的地区,有 28 人上榜;其次是福建,有 13 人上榜;北京有 12 人上榜,排名第三。

来源:网易公益

地址: <http://gongyi.163.com/13/0411/10/8S62MRVB009363EC.html>

[【返回目录】](#)

胡润: 成功富人离不开做慈善

中国,“胡润”不仅是一个人名,更是一个品牌。从 1999 年至今,他用了 14 年的时间,不仅靠给中国富人“排排坐”成功养活了自己全家而且跻身中国新锐人物行列,俨然已成中国社会的一个风向标。如今,这位被称为研究中国民营经济的“教父”、“百富榜”的创制者已经成为话题人物。他是中国富人的朋友和仇人,以及中国富人由富及贵格调的引领者。

上周,胡润亮相深圳富源学校,担任这个知名学校的剑桥国际学院名誉院长。借此机会,记者专访了胡润。

进入不惑之年的胡润看上去精神奕奕,笑容亲切。来中国近 20 年,他却说自己并不算是“中国通”,用“两脚踏中西方文化,一心评中国富豪”来形容最恰当不过。他的中文说得比一般的老外标准,甚至偶尔夹带一些“京片儿”的口音,而且会说“三百六十行,行行出状元”这样的俚语。在交谈的过程中,他多数时候有问必答,特别严谨细心。比如问到数据时,他一定会将材料翻到这一页指给你看;不懂的时候他很坦然地说不懂。当然,哪些可以适当透露,哪些坚决不能说,哪些只能和你“打太极”、“兜圈子”,哪些可以借题发挥为自己的百富榜做宣传,他都门清,又像极了精明的商人。

谈深圳富豪:

有 22 人资产过 10 亿美元

记者:你之前多次来到深圳,深圳给你留下最深的印象是什么?

胡润:深圳来过多次,基本每年至少来一次。担任深圳富源剑桥国际学院的名誉院长之后,我想以后来的次数会更多。深圳是一座年轻的移民城市,很多地方的人都聚集在这里,有很多对财富充满野心的年轻人。它的价值是多元的,这一点很有吸引力。深圳就像是一扇打开的窗,让外界了

解到中国的发展变化，也为即将创业的人提供了可以学习的案例。

记者：去年深圳有包括马化腾在内的 8 人登上你的百富榜。你是否也做过统计，目前深圳富豪在全球中占据什么位置？

胡润：深圳地区的富豪人数在中国内地排第三位，前两位是北京和上海。在我们刚公布的“全球富豪榜”上，个人资产上 10 亿美元的全球富豪总人数共有 1453 人。其中，深圳有 22 位富豪上榜，在全球排到第 10 位。在深圳的前面是香港、北京、上海等。上海比深圳仅仅多两位。深圳有很好的环境来造就成功的企业家和企业，这是很了不起的。

记者：就你的观察，深圳的企业家与其他国家、地区的有什么不同，其特点是什么？

胡润：我做过针对性的分析。在心态方面，与国内其他地方的企业家相比，我感觉包括深圳在内的广东企业家整体来说相对比较低调，不会太过“炫富”，他们都很踏实、务实。更重要的是，他们很重视下一代的教育，比如很多企业家都会把自己的孩子送到国外读书。从行业特点上看，深圳的一大特点是技术型富豪所占比例较高，这与深圳鼓励高新技术发展密不可分。

谈百富榜：

数据来自官方媒体、基金、本人

记者：之前你说过，你们的盈利主要是通过媒体去盈利，通过广告，而不是研究对象。这种盈利模式在推行的过程是否遇到困难？

胡润：最大的困难是来自于企业家本身，他们会称百富榜叫“杀富榜”，我跟他们说，这是“光荣榜”。阳光化的财富对经济的长期发展是有促进作用的，让企业家来认识到这一点有困难，我们也一直在努力。一些富豪喜欢“宁做乌龟不做鲑鱼”，一个是他的钱有“罪”，如果浮出水面会出问题，这是我们最看不起的一类。第二是现在的一些人不愿意出名，因为他的钱来得比较容易，比如从股票市场来的，他觉得没有任何必要对外说。

记者：1999 年推出中国第一份财富排行榜“百富榜”开始，关于这份榜单的讨论与争议一直没停止过。有人认为这是一种研究事业，也有人认为这是一种商业诱惑，你怎么平衡？外界的声音是否会影响到你在上榜人物取舍方面的标准？

胡润：我读达尔文的故事启发很大，他之所以能做出伟大的研究与他太太的财富分不开。如果没有盈利，那么很难保证研究的质量。所以，必须要有盈利，才能把调研质量提高，没有盈利就没有钱投资到研究事业上。至于外界的影响，当然我们会关注，但我们的榜已经做到第 14 年了，应该用我们的榜来做标尺。你怎么获取信息，检索的渠道很重要，我们是有的放矢的，知道能够证明数据是最正确的。

记者：权威的榜单都依靠大量客观数据支撑，你的数据和信息的渠道来源是什么？

胡润：基本上说，分三部分。第一部分是官方媒体渠道获得数据，经过筛选和判断；其次是基金方面的确认，在这里可以让财富“阳光化”和“透明化”；最后我们会找到企业家本身确认，这里面会有一些“水分”，也需要我们多方寻找数据来佐证。做排行榜需要独立，不是仅仅看上去很独立，真正的独立，才能保证权威性。

谈财富观：

企业家必须表现出社会责任感

记者：你在中国研究了十多年的富豪，你认为中国富豪的财富观以及对财富的使用呈现怎样的变化趋势？

胡润：最近十几年，中国富豪群体最大变化来自心态。他们愿意“走出去”，出国学习，不会像以前那么不理解财富的“阳光化”。改革开放改变了他们旧有的思路。在对财富的使用上，他们比从前更了解财富的使用以及增值，比如他们会拥有国内国际的优秀顾问，可以帮其打造最完美的投资或置业方案，所以他们甚至还知道钱在国外该怎么用。

记者：之前你提到过，中国的企业家正经历一个转型的过程，即从“暴发户”转为“新贵”。你认为这一群体与传统意义上的富豪最大的不同在哪里？

胡润：“新贵”从字面上理解是“富而贵”，新财富阶层指一种富有社会责任感，且有长期发展目标的人群。新贵首先是被认可。这些人一有钱后就会参加各种高端俱乐部融入富人圈子。官方认可的身份也是他们所渴望的。因此他们会参加大量慈善活动，体现自己的社会责任感，并且通过文化提高自己的品位。富豪不代表贵族，贵族也不代表富豪，但是中国的富豪应该把新贵当成自己奋斗的目标。这样的话，中国的下一代不会有什么问题。

记者：每天都和财富以及创富的人打交道，你对待财富的态度如何？你欣赏哪一类的企业家？

胡润：财富首先是实现基本生活需求的阶段，但拥有财富不等于拥有一切，财富买不到时间、健康与幸福。我很难具体说喜欢哪一个富豪，但我赞成企业家必须表现出社会责任感，一个成功的富人离不开做慈善。当个人财富积累到一定程度，你的财富不仅属于你自己，也属于整个社会，你必须参与到慈善事业当中来才有人生的意义，而不是仅仅去工作。

来源：凤凰网公益

地址 http://gongyi.ifeng.com/linian/detail_2013_04/02/23788024_0.shtml

[【返回目录】](#)

交钱就能成诚信单位 消费者保护基金会涉有偿评奖

据中国之声《新闻纵横》报道，最近，国内有不少企业都收到了一份传真，内容大致是说，有这么一个活动，叫开展《中国诚信品牌大全》及“全国消费者维权诚信单位”评选，而通知的抬头可不一般：是叫做“中国保护消费者基金会”以及“中国国情调查委员会”的机构。

这个国字号基金会下发的通知里说，企业可以自行申请“诚信单位”与“诚信品牌”两项荣誉，当然了，这国字号的荣誉可不能白给，每项荣誉收费5800元。同时，企业也可以申请在《中国诚信品牌大全》中的版面位置，每个整版收费一万两千元。

在民政部网站中，记者通过对“全国性社会组织”查询，找到了在民政部注册的中国保护消费者基金会，并显示“业务主管单位国务院国有资产管理委员会”。

看来，这个组织还挺正规。但是最关键的，身为正规机构，上来就谈钱，还动辄就一万多，又有点让人质疑。根据传真上登记的电话，《北京晚报》记者以企业经营者的身份进行了暗访：

记者：这个申请需要什么呢？

工作人员：这次我们还有一个诚信评判的大权，等于这是一个特刊，特刊我们会把行业里的标杆企业或者说是龙头企业也好用图文并茂的方式来体现，相当一个大型的一个工具书。

记者：工具书，就是一版是12000。

工作人员：一版是12000，对。

记者：后面我看还有一个什么宣传的意思？

工作人员：这个是这样的，因为您申请的荣誉，我们最终可以在平面媒体包括网络媒体对咱们有一个综合的公告宣传。

记者：就这两个申请的荣誉都是58000一个？

工作人员：对。

记者：这个费用是收的是资助的费用？

工作人员：包括需要宣传，等于说这是一个综合的费用，让您申请这个荣誉，或者申请这个（事件），都包含了所有的媒保，所有的宣传。

那么交完钱之后呢？电话那头的人却让记者把心放到肚子里：钱交了没有？交了，一切就没问题。

记者：我的理解就是如果我把款打过去，不会有什么风险，打过去了之后合不合格或者什么的。

工作人员：一般情况的话这个概率就很小了。

记者：一般不会是吧？

工作人员：对。

说白了，这就是有偿评奖，有钱就能买个诚信的牌子挂着。问题是，此“中国保护消费者基金会”是不是就在民政部注册的中国保护消费者基金会？记者在基金会的官方网站找到了联系电话，致电求证。对方的一位负责人听了记者的描述，立刻判断：你上当了。

负责人：我们就不知道有这么家单位，就更不要说跟它还合作过。这种事情根本就不存在，中国保护消费者基金会没有什么下属单位，他所说的什么工作站，什么办事处都不允许有，没有分支机构。他所列举的这些活动，全部都是违规的，这种评选的都不允许搞，不要说收费的，免费的现在都很难被批下来。

照这位负责人的说法，这就是有人打着中国保护消费者基金会的旗号从事营利活动。如果是这样的话，事情就简单了。可是随着记者的调查不断深入，发现这个“有人”，不是旁人，正是中国保护消费者基金会的熟人。

在这起有偿评选的活动中，收款单位是北京中通广联信息咨询有限公司。记者通过北京市工商局的网站查询，发现这家公司的法定代表人名叫孙千力。这孙千力又是什么人？跟中国保护消费者基金会又有什么关系？

再进一步调查，在中国保护消费者基金会主办的另一项成为“安全消费中国行”大型活动中，北京中通广联信息咨询有限公司正是承办单位，而孙千力的名字恰恰出现在活动组委会名单中，其身份是投诉接待处的联系人。更为蹊跷的是，这家公司和中国保护消费者基金会的办公地点在同一栋楼里，而且是楼上楼下。正在记者多方尝试和基金会方面交涉希望就“孙千力”身份进行求证时，意外的是，一位自称是“孙千力”的人主动给记者打了电话进行了解释。

孙千力：我们自己在做这些事当中，有时候可能有点儿把这个事情给搞得有些瑕疵，可能是我们的一些责任。按说他那个牌子是不收款的，就是我们做这个书是要有个费用。这个书的费用当中我们是包括了宣传，将来的纸，就要是平面媒体，网站上的一些推广、宣传，这个费用。

记者：那您这边和保护消费者基金会到底有没有关联呢？

孙千力：有关联，就是说我们原来编撰这本书，是消费者基金会同意我们编这本书。

按孙千力所说，是由于工作人员的失误造成原本免费的荣誉称号评比。但无论如何，有钱就能参与评奖、就能评上奖的性质并没有改变。而且，最重要的是，收上来的钱去哪了？

孙千力：我们现在还没有给它交一分钱，将来基金会牵头我们就是去承办一些，比如说到西部或者贫困山区做一些捐助活动。从昨天前天4月8日一报道，然后我们昨天把所有的这个活动全部给停了，然后后续工作我们也正在做，就是该跟企业沟通的跟企业沟通。

除了中国保护消费者基金会，本次活动的推介方称，另一主办方是“中国国情调查委员会”。这

又是一家怎样的组织呢？网上的介绍是，“中国国情调查委员会创建于 1991 年 7 月，发起人为国务院发展研究中心、国家统计局、中共中央党校、中国社会科学院以及北京大学、中国人民大学等单位的领导或著名专家学者。”

但是这种事，网上说了不算。中央台记者就此联系了国家民政部相关部门得知，“中国国情调查委员会”并没有在民政部登记。而国务院发展研究中心工作人员称，国务院发展研究中心下属机构里也并没有“中国国情调查委员会”。那么接下来会怎样呢？中国之声还会继续为您关注。

来源：中国广播网

地址：http://china.cnr.cn/yaowen/201304/t20130411_512335317.shtml

[【返回目录】](#)

一场尚未落幕的公益知识产权纠葛

2013 年清明节期间，一个名为“禾邻社”的草根公益组织在微博上发表长篇声明，控诉万科公益基金会不遵守契约，擅自窃用禾邻社的“全民植物地图”方案。一时间，此事件聚焦了众多公益人士的视线，随即，《公益时报》记者与禾邻社的相关负责人取得了联系，其执行长田晓耕接受了采访。

截至记者发稿前，禾邻社艺术总监卢璐告诉记者，万科公益基金会的执行秘书长沈彬在休假期间临时决定以个人身份与禾邻社方面进行面谈。随后，记者又拨通了万科公益基金会吴良的电话，她回应说：“目前，万科公益基金会还没有接到面谈的通知，更具体的事项，现在还不宜透露。”

合作洽谈

禾邻社是一个以自然艺术推广可持续社区理念的非营利艺术机构。“全民植物地图”的这个想法从禾邻社成立之初就开始酝酿。2009 年 9 月，禾邻社得到上海社区公益创投大赛的支持，进入浦东三林世博家园开展“生活在这里”社区融合互动剧场项目。在项目实施过程中，创始团队的艺术青年们尝试用各种好玩的艺术形式吸引社区居民走出房门，参与发生在社区公共空间的艺术活动。

“在尝试的过程中，公共空间逐渐成为一个关键词，我们开始以社区艺术工作室为载体，引入艺术家和其他艺术机构与社区居民互动，以艺术活动来复活社区公共空间的活力。这也是现在‘全民植物地图’的源头。”田晓耕说。

2012 年 6 月 1 日，禾邻社通过邮件就“全民植物地图”向万科基金会执行秘书长沈彬先生提出合作建议，沈彬先生表示对项目感兴趣，并转交其同事吴良继续与禾邻社沟通。因几次电话和邮件

沟通都未能使双方明晰彼此的诉求，遂约定于同年7月在深圳召开的首届中国公益慈善项目交流展示会上见面详谈。

同年的7月13日，禾邻社的工作人员拜访万科基金会展台，沈彬未能如约参加会面，由吴良和张凡与禾邻社商谈项目。沟通中，禾邻社希望能和万科基金会签订关于本项目的长期合作协议(包括试点、一年计划、长期推广计划)，万科基金会并不接受此提议。

田晓耕告诉记者：“当时我们确实有这种担心，万科集团有活动操作能力很强的万科物业，担心试点项目之后方案会被万科的商业公司复制使用。但是我们觉得既是福泽大众的公益项目，首先要以信任做基础，而吴良也做出担保，万科这样的大公司很讲信誉，决不会做出这样的事情。”于是通过这次会谈，禾邻社打消顾虑，和万科基金会达成合作意向。

2012年8月，禾邻社对选定的试点上海“万科假日风景”进行了认真的调研，与万科基金会以及上海万科地产公司多次沟通，制定和修改项目方案。

大约一个月后，禾邻社和万科基金会正式签订了“‘熟悉的新朋友’全民植物地图——万科假日风景项目合作协议”，包括了详细预算以及具体方案。其中第四条最后条款“乙方拥有乙方制作的项目中所有材料的知识产权和版权，包括工作方法和模式，工作坊教材等。未经书面许可，任何人不得影印、复制、抄袭、传播或用做其他商业用途。”

意外走向

2012年10月20日，项目正式在上海万科假日风景开展，同年11月3日项目的最后一次发放活动完成。

“2012年11月5日，我写邮件给沈彬先生、吴良女士及其他项目直接负责人，总结活动得失，并在这次成功合作的基础上开启下一阶段的合作。7日，禾邻社项目经理向万科基金会及上海万科地产公司的项目相关人员以邮件形式发送了项目总结报告和项目决算。但这两封邮件均石沉大海，万科方面在月内没有主动以任何形式给予答复。”田晓耕说道。

“经过我反复沟通，吴良要求禾邻社等待结果。而这个等待从12月一直到了2013年1月元旦假期之后，吴良女士通过电话告知万科基金会将继续与禾邻社合作此项目，并尽可能多尽可能快地推广实行。”

让人颇感意外的是，2013年农历新年之后，万科集团在全国各地的分公司陆续从微薄、电话联系禾邻社，表示对项目感兴趣。田晓耕表示：“我们完全没有想到，在没有任何通知的情况下，万科公益基金会已向全国的分公司公开此项目的资料。”

今年3月初的时候，田晓耕拨通了沈彬的电话，希望基金会对于合作方式的改变作出解释，并且协助禾邻社积极处理突然出现的各地分公司的要求，希望有计划地推广以保证项目质量。但沈彬

称更改合作方式是为了促进各个分公司树立与本地 NGO 合作的意识，并且请禾邻社不要急于与外地万科公司合作，先做好上海万科的合作。

维权行动

2013 年 4 月 1 日，禾邻社接到南京万科的电话，对方说他们已经得到经费开展“植物地图”活动，已经筹备过半，定在 4 月 13 日进行，但是自己的执行效果不理想，请禾邻社提供详细方案救急。

“我们才意识到情况已经朝着非常不利于机构的方向发展了。”田晓耕对《公益时报》记者说。“4 月 3 日，我再次与吴良女士沟通，明确 4 月 3 日下午 3 点之前，如若万科基金会不妥善处理，禾邻社将采取行动维护机构合法权益。她说将讨论之后回复。当天 2 点 55 分时，我们收到邮件，万科基金会拒绝承认侵害禾邻社权益，拒绝与禾邻社协调解决此次争端。”

于是，禾邻社开始着手调查取证，并且采取行动维权，并将维权的法律事宜交付给“复恩法律机构”，同时将具体争议过程公之于众。

随后，万科公益基金会在微博上发表了一封针对“禾邻社”的致歉信。不过，因为致歉内容问题，禾邻社表示暂时不能接受此封通过万科公益基金会官方微博发布的致歉函，请万科公益基金会保持与禾邻社的沟通，找出合理的解决方法。

“致歉函中有意识地简化‘全民植物地图’的作用，含糊禾邻社与基金会合作的‘全民植物地图’的项目目的，同时强调公共资源‘绿地图’的作用，无疑想弱化基金会的侵权行为。再次，根据禾邻社所收集的证据判断，致歉函中所指‘基金会向各地万科公司推荐植物地图活动’并不恰当，万科公益基金会极大地弱化了甚至说是不愿意承认违约侵权行为。在证据中，万科公益基金会、万科集团、万科地产这三个不同所指的主体又频繁纠葛在一起。最后，万科公益基金会没有承认在 2013 年禾邻社与其沟通中的故意欺瞒行为，并对禾邻社因此产生的损失负责。”禾邻社执行长田晓耕对上述回应解释道：“一方面我们和基金会继续沟通，另一方面收集证据，如果这个基金会不停止盗用方案，机构将采取法律手段，也会通过我们的官方平台公布证据。禾邻社公开此次事件，除了要维护自身权益之外，更想引起公益相关各界的讨论，改善草根公益机构的生存环境。”

链接

“全民植物地图计划”发端于 2012 年春天的上海，此计划据称将要覆盖上海的城市公园、社区绿地、企业园区和近郊农场。禾邻社协同社区居民、企业员工、学校的学生通过实地探索、拍立得、植物笔记、手机签到等方式记录植物分布、标注植物基础信息。绘制而成的地图将通过免费发放、电子下载、明信片、植物图册等方式向公众传播。“计划”通过联动(禾邻社)专项基金向公众募款，企业、社区、个人向该基金捐赠，并可选择指定捐赠支持某一地区的地图制作。

来源：公益时报

地址:

<http://www.gongvishibao.com/gongvil/vaowen/201304/b097a5dabf9e4472a657241bd81ae24f.shtm>

[【返回目录】](#)

北京青基金会连续十年“晒账本”将建社会监督队伍

3月29日,北京青少年发展基金会在京举办的记者会上,公布了2012年机构捐赠款物的收支情况。北京青少年发展基金会秘书长陈淑惠告诉记者,2012年,北京青少年发展基金会共接受海内外捐款41,498,040.60元,资助支出30,765,663.59元;接受捐赠物资1,474,852.55元;捐赠物资支出334,851.55元。

个人捐赠占总捐赠笔数 83.9%

据了解,这是自2003年以来,北京青少年发展基金会第十次面向社会“晒账单”。

“公信力建设是公益组织生存发展的根本,北京青基金会始终把公开透明放在重要地位。”陈淑惠介绍,十年来,机构始终坚持这一工作目标,不仅在网上将每一笔捐款收入向社会公示,每年还通过主流媒体公示审计报告,公布机构的捐款的收支情况。2012年,机构在原有工作基础上,严格执行《北京青少年发展基金会信息披露办法》、《北京青少年发展基金会信息披露实施细则》,公开透明建设又向前推进,将捐款的使用情况每月向社会公示,明确每一笔捐款的支出金额、捐款去向。

另外,陈淑惠告诉记者,2012年,北京青基金会接收个人捐赠占总接收笔数的83.9%,捐赠金额占总接收金额的16.7%。接收企业捐赠占总接收笔数的16.1%,捐赠金额占总接收金额的83.3%。

捐赠款物结余情况,截至2012年12月31日,捐款暂存(待拨)累计55,777,069.14元,捐赠物资暂存(待拨)累计1,541,207.00元,捐赠款物暂存(待拨)合计57,318,276.14元,所有捐款均存放于北京银行、工商银行、农业银行、华夏银行,未作任何风险投资。

组建社会监督志愿者队伍

在2012年,北京青基金会援建希望学校17所;为8所希望学校配备了教育、教学设施;建立希望阅览室5个;建立希望电脑教室17个;建立希望厨房6个;为4,394名家庭经济困难中、小学生,1,029名家庭经济困难优秀大学生提供了教育资助;为92名优秀青年教师提供了师资培训及奖励。

为1,894名家庭经济暂时困难青少年提供了生活扶助;为3名重病青少年提供了医疗救助;资助了109名家庭经济暂时困难的解放军官兵;资助了359名服刑人员子女。

向 3,703 名家庭经济困难学生赠送了书包、服装、棉鞋;向 100 名外来务工人员子女发放大礼包;为 200 名学生免费提供了一年的牛奶。向 3 所打工子弟学校提供了取暖费用;向三家儿童福利机构提供了电脑、服装和书籍;向西藏自治区拉萨市尼木县人民医院捐赠了一批药品。

同时,北京青基会组织 698 名中小學生参加了夏令营、冰雪嘉年华或外出参观等活动;为新疆和田市试点家庭小课桌活动、保护母亲河科教项目活动、青春国粹名家曲艺公益演出活动、“现代梦想之屋活动”、毛主席纪念堂志愿服务活动、北青 PAD 达人比赛、“3510 绿色骑行”等活动提供了资金支持;“绿色希望工程”植树 1,941 亩。

2013 年,北京青少年发展基金会又推出新举措——组建社会监督志愿者队伍,将请部分长期捐赠者对“学子阳光”、“希望之星 1+1”、“善薪计划”等项目的善款落实情况进行监督核查,使公益善款管理更加公开透明。

来源:公益时报

地址: <http://hope.huanqiu.com/domesticnews/2013-04/3818907.html>

[【返回目录】](#)

草根 NGO 需求旺盛 慈善人才培养体系出炉

“招聘启事挂在网上已经一个多月了。效果不好,应聘的人少,更别说合适的人选了。”绿家园环境友好中心的副总干事璇芷忧心忡忡。

作为一家关注环保的 NGO 组织,绿家园即将走过第 15 个年头。机构日益发展成熟的道路上,需要专职人员的同行。

“公关传播的人选,我们找了一年没找到。企业资助、调研、数据收集等位置,也都空缺着。”缺人,成了总干事林英最头疼的问题,“没人就没法争取项目。没有项目更找不到人,留不住人。”

继政策、资金瓶颈之后,专业人才匮乏成为草根 NGO 的新难题。

需求旺盛,人才难招

与招聘网站客服经理的一通电话,让璇芷更无奈了:“他们说根据我们的入职要求,起码月薪 4000 元,而我们列出的基本月薪只有 2000 元。”

作为一名资深环保 NGO 从业者,从 5 年前 800 元起步,璇芷目前的月薪只是税前 3000 元。她的薪酬代表公益行业的主流工资水平。

根据南都公益基金会 2010 年发布的《中国公益人才发展现状及需求调研报告》,九成 NGO 从业

者的薪资收入在 5000 元以下，其中无固定收入和月薪在 1000 元以下的占到 18.4%。

对于网络招聘，初次尝试的璇芷有点“一头雾水”。在专业的招聘网站上，公益行业没有专门的版块，处于尴尬的境地。“现有的环境保护类别，主要指环保企业和相关职能部门，归入企业类则面临薪酬过低没吸引力，最后只能选择投放到事业单位。”

经过多次的招聘面试，璇芷更纠结的是“难以找到合适的人才”。

除了价值观，他们对员工的要求是“以一抵十，一人独当多面”，“从项目调研到策划、项目执行、反馈总结，一般是一个人跟到底”，连轴转加班都是家常便饭。

面对高压力的工作，应聘者不是知难而退就是要求“提高工资”。而他们无法给出满意的薪酬。

“对于公益行业，社会认知和行业要求还离得很远。”璇芷说，“人才需求极其旺盛的草根 NGO，招人尤其难。目前招聘成功率最高的是熟人介绍。”

好不容易历练成熟，人又走了

目前就职于福州某广告公司的李捷，曾经是绿家园的一位专职工作人员。对于离开，李捷无奈地说道：“压力逼着我走另一条路。”

2010 年 10 月走进公益行业时，李捷怀着极大的兴趣。执行项目的成就感，团队的和谐和努力，都让他深深眷恋。

月薪仅仅 1000 元，这个“85 后”的男生还经常为执行项目倒贴。开始的时候，这些是充实生活中的细小瑕疵。然而随着年纪增大，生活不易成为最现实的障碍。

这位策划过福州南后街“减少一次性餐具”活动的男生，清晰地记得自己离职的时间是 2011 年 11 月 20 日。“11 月 19 日，我完成了绿家园的最后一场活动，南后街 38 家商铺承诺少用一次性餐具。”他说。

项目成功了，李捷却离开了，因为“职业理想的满足感无法敌过现实”。

在公益圈内，像李捷这样的人才流失并非个案。尽管有 80% 的公益人才表示愿意将公益作为终生职业，并会留在现机构工作，但从实际情况来看，近六成的机构出现人员离职流失，其中有近八成流向了非公益领域。

刚进入公益行业时，收入虽然低，但相较于其他行业，还不至于落差悬殊。但是工作几年后，薪酬待遇和社会福利增长并没有与资历形成良性的正比，与同龄人的差距越来越大。迷茫的职业成长空间，让年轻人缺乏与其一同成长的耐心，人才流失不可避免。

其实，璇芷也面临着很多诱惑，以她的资历足以谋求一份 10 万元年薪的体面工作，但她 5 年来“从一而终”。如今，已是“老人”的她，对于机构的人才流失倍感无奈，“好不容易历练成熟，人又走了，一切从头开始”。

清华大学 NGO 中心今年 3 月发布的调研显示, 当前我国公益人才的专业从业经验非常不足。参加工作 3 年以下的员工占近 70%, 而工作 10 年以上的仅占 3.7%。

公众误区：做公益是无偿付出

铁打的营盘流水的兵, 对于公益行业能否当成职业, 传统观念存在误区。

“参加支教项目, 参加志愿活动, 大学生挺热衷, 但是把公益组织作为职业第一选择的学生还是比较少的。参与公益的兴趣很难转化为从业的动力和支撑。”璇芷说道。

有学者称之为“对 NGO 职业边缘化认知”。在大多数人看来, NGO 的工作主要倾向于志愿性、公益性、业余性, 重点在于为大家提供一个做公益慈善事情的平台, 并不是一个有效的就业渠道。

搜狐公益的调研显示, 公众更多希望做公益是一种无偿的纯粹付出, “引进高端专业人才”不过是锦上添花。

“人才缺乏原本是一个果, 现在又成了制约行业发展的主因。”公益行业陷入了“到底是先有鸡, 还是先有蛋”的怪圈。

培养公益人才的尝试

可喜的是, 有识之士正在为改善公益事业人才缺乏现状而努力。

早在 2010 年 9 月, 南都公益基金会就致力于公益人才链的上游储备, 推出了银杏伙伴成长计划。去年 12 月, “中国公益慈善人才培养计划”正式启动。安利公益基金会出资 1000 万元, 计划通过三年时间, 用于建立慈善人才培养体系。

4 月 3 日, 璇芷得到了“劲草同行”网络通知, 她与全国其他 8 位草根 NGO 组织的青年骨干成为首批成员, 将获得每年 8 万-10 万元的资助。

“劲草同行”网络由 SEE 基金会(北京市企业家环保基金会)和全球绿色资助基金会(GGF)联合发起。旨在扶助成长期的民间环保组织的关键人才, 让他们与所在组织共同走上发展成熟之路。

“我们提供的不仅是资金资助, 还有导师和同伴陪伴成长, 并构建伙伴学习网络。”GGF 中国顾问委员会顾问李舟告诉记者, 这种公益导师陪伴式成长他们已坚持多年。

厦门担当者行动总干事官文宾认同这样的变化: “通过对社会企业家的培养, 带动团队, 进而带动行业发展, 是很好的尝试。”他期望以后也有这样的平台, 能针对公益组织一线的职业工作者。

截至 2009 年底, 全国共有登记在册的社会组织 43.1 万个。从 1988 年到 2009 年, 我国社会组织数量增长了近 100 倍。

数量级的增长速度却缺乏足够的人才支撑, 年轻的公益行业期望获得持续前行的动力。

来源: 网易新闻

地址: <http://news.163.com/13/0410/08/8S39LECV00014AED.html>

[【返回目录】](#)

世界第一 CEO 助阵慈善晚宴 嫣然天使筹款 200 万

“这是我第一次来成都，这是一座很特别的城市，今天我也进行了一场非常愉快的成都之旅。”4月10日傍晚，“世界第一 CEO”杰克·韦尔奇亮相铂雅苑星河湾酒店国际会议中心慈善晚宴。现场近 500 名慕名而来的企业家，翘首期盼了近一个月后，总算见到了“管理之神”韦尔奇。

迎接韦尔奇 安保很严格

4月10日，一头白发却精神矍铄的杰克·韦尔奇吐露着他对成都的感受，“我之前去的都是一些东部城市，这次来到成都，也被它宏伟的新建筑和别样的风情所吸引。”他所到的地方，都有许多黑衣保镖和助手保护，非常威风。

此次杰克·韦尔奇慈善欢迎晚宴选在了成都铂雅苑星河湾酒店国际会议中心举办。4月10日下午6点，记者到达酒店，发现这里警卫森严。宴会厅每个入口都有 8~10 个安保人员，只有持有邀请函的嘉宾和工作人员方能入场。场内，1700 平方米的宴会厅已经坐了不少嘉宾，那张能容纳 25 位嘉宾、椅背为红色的主桌，虚位以待杰克·韦尔奇。40 桌椅背为白色的副桌，每张桌子上都有台卡。

谁和自己同桌 他很好奇

晚宴前，韦尔奇就曾好奇地向此次成都行的“义务导游”成都姑娘裔锦声打探，究竟谁会跟自己坐一桌呢？记者通过主桌上的台卡，提前揭晓了谜底：与他同在主桌就餐的，除夫人苏珊·韦尔奇外，还有活动主办方的相关领导、嫣然天使基金创始人李亚鹏和一些重量级企业家，包括宏达集团董事长刘沧龙、汇能集团主席林忠豪等业界翘楚。

而副桌上早已坐了不少预订入场券期待见到韦尔奇的企业家。一位嘉宾对记者表示，因为崇拜韦尔奇，一口气订了三张 VIP 入场券。

糯米排骨招待韦尔奇

开席前，记者从宴会主厨大师手上获取了菜单。菜品以粤菜为主，杰克·韦尔奇所在的主桌采用分餐制，其他副桌为桌餐。颇为有趣的是，副桌的菜品比主桌更丰富。

不断有人敬酒合影 韦尔奇感叹文化差异

4月10日的晚宴，韦尔奇从始至终是全场的焦点。晚宴开始后，不断有嘉宾来敬酒，希望合影。对此，韦尔奇有点纳闷：“为什么大家不看正式的节目表演，都来和我聊天呢？呵呵，看来东西方文化真的有差距。”

在他的演讲中，他说，“这是我第一次来到成都，成都真是一个特别的地方，从大熊猫到建筑都很特别，当然，这里的人们也非常友好。今天我进行了一场非常愉快的成都之旅。”韦尔奇笑着说，自己早在上世纪 80、90 年代就曾来过中国，不过当时主要是去一些中国东部城市，这次来成都，感

触很深。“我感觉，成都的建设速度很快，成都在成为国际化大都市的同时，保持着悠久的历史 and 丰厚的文化底蕴。我和我夫人能来到这里感到非常荣幸，感谢各位能来到这里欢聚一堂。”

晚宴为嫣然天使基金筹整整 200 万

幽韵流长的古琴、典雅清新的青花瓷枕、温润滑腻的清代古玉……在慈善欢迎晚宴上，件件义卖品在八益拍卖行义卖师的手中转换成为捐赠者的爱心。20 件义卖品筹得了 190 万元善款，就要正式递交这份捐赠时，主办方相关工作人员突然冲到台上，他宣布主办方要捐出 10 万元，凑足 200 万元。从主办方负责人手中接过善款后，李亚鹏显得有一点激动，“今天时间有点晚了，谢谢坚持到最后的人，也希望大家把慈善坚持到最后。”

来源：环球网

地址：<http://hope.huanqiu.com/domesticnews/2013-04/3822275.html>

[【返回目录】](#)

找“上门”来的募捐，学校募捐遭遇诚信危机？

家长质疑民办学校募捐 本报记者顺藤摸瓜揪出新型骗局！募捐文件有假 学校昨报警

近日，记者接到禅城区一民办学校家长反映，孩子所在学校日前发起募捐，要求每人最少交 2 元。该家长质疑学校对捐款原因不明晰，善款的去向也不明确，仅凭一份文件就号召学生捐款的做法不妥。让人意想不到的，在本报记者的追踪调查下，居然发现这是一种新型骗局！昨日下午，记者就学校所称的捐款活动“发文方”中国教育工会佛山市禅城区委员会进行求证，教育部门回应今年该部门并未有发起这样的募捐活动，并派工作人员到该学校确认该募捐文件是假文件。昨晚该校负责人紧急到石湾派出所报案。

家长：学校募捐太笼统 真假难辨

昨日，记者接到家住禅城的家长王女士反映，她家的孩子是东方河宕学校的学生，该校是一所民办学校。“最近我们接到学校发来的一条简短的短信，称是转达禅城区教育局【(2013) 9 号】紧急文件，文件主要内容就是要组织全区师生共同参与禅城区教育救助金募捐活动。”该家长称，尽管短信中没有说明具体的捐款金额，但老师在向孩子传达时，却多了一个“最低限额”的条件。“每人最低两元。”该家长反映道。

“我们不是计较那几块钱，做家长的介意的是，这是不是真的是教育局发布的募捐。”该家长还提出，如果这真是教育部门发文号召的捐款，那这笔钱拿干什么去了？“单方面学校发这样一份笼

统说法的通知，然后就叫我们捐钱，这样会令孩子对捐款这种活动麻木的，完全不知道自己是发起什么爱心去帮助什么人。”该家长认为在类似捐款发起前应该向家长有更清楚的解释，她透露，自己也曾向孩子班上的班主任了解过，结果连老师也称“说不清楚，只是接通知说教育局要募捐，就发起募捐。”家长王女士不满地说。

昨日记者联系该民办学校谢校长，其向记者确认，近日确实有向学生发起这样的募捐活动。文件大概的内容就是号召向全体学生、教职工发起募捐活动，募捐的钱用于对禅城贫困学生的资助。“我们收到的文件是由中国教育工会佛山市禅城区委员会发出的，上面有公章，还提供了禅城慈善会的银行账号。”

怪事：“发文方”教育局工会不知情

“实际上文件里面已经说明了原则，就是自愿。”该校校长表示，设捐款门槛是老师个人行为，这样的做法是不对的。该校校长还告诉记者，今年该校全体师生共捐了7000多元善款，其中全校2500多名学生捐了6000多元，学校老师捐了1000多元。

记者了解到，该账号是中行账号，虽然文件上称钱是汇给禅城慈善会，但账号名称却是一名叫“金笠”的男子。

记者还了解到，这并非该校首次进行的类似捐款。该校领导向记者透露，过去几年学校都有号召参与类似的捐款。

那么，教育部门是否真有组织这样的活动？昨日下午记者联系了中国教育工会佛山市禅城区委员会，该机构实际上也是禅城区教育局工会。“今年肯定没有这样的募捐活动。”工会相关负责人确认最近该部门没有下发过类似的文件。接到记者反映的情况后，该负责人昨日下午联系了学校，让学校把传真件的原文发给相关部门看。

让记者意外的是，对于捐款的发起者该校校方竟然也“一头雾水”，一开始该校校长把主办方记成是团委，查看文件后才确认是中国教育工会佛山禅城区委员会。该校校长称，这份文件是他自己接收的，当时一名30多岁的男子来到学校把这一份文件递给他，但上面并无联系电话。“因为过去几年我们学校都有参加类似的慈善募捐活动，所以我也没进行核实。”该学校校长坦承，募捐活动学校每年都会有至少一次，有时候多则两三次，文件上面又没有联系电话，钱寄出去前自己也没有和募捐活动的主办方联系过。

真相：文件被确认有假 学校报警

记者将该情况反映给禅城区教育局工会，相关负责人表示，该部门确实没有发文，因此学校收到的文件真实性有待进一步核实。而在本报记者的帮忙联系下，昨日晚上，教育部门紧急赶到学校，发现该文件确实为伪造。”我们看了那份文件，上面其实有破绽的，因为没有落款和盖章，只有抬头，

发文单位表述也并不准确。“在教育部门相关教师的陪同下，该校校长赶紧到石湾派出所报案。

昨天晚上 8 时 45 分左右，从石湾派出所报案出来的谢校长告诉记者，目前已经初步确定这是一种新型的骗局，骗子利用假文件，提供假的账号，骗取学校的募捐款，公安机关表示将立案进行调查。“现在回想起来确实很奇怪，往年教育部门及慈善会发起类似的捐款，都是直接在网上发文的，但今年却是一个陌生人直接送到了学校。”该校校长称，但因为一方面此前也有类似的募捐活动，另一方面确实有些文件教育部门会直接派人送到学校，因此自己放松了警惕。

“幸亏及时发现，钱才没被骗走。”该校校长称，尽管昨日曾叮嘱相关老师尽快把钱汇出，但事实上钱还没寄出。“我们会尽快按每个学生捐款的金额发回给每一个学生。”谢校长说。

追问：为何学校会险些上当？

为何校方会轻率地向全校募捐？为证实学校的一些说法，记者昨日下午除了向教育部门求证外，还以家长身份联系了禅城区慈善会。从禅城区慈善会记者了解到，最近他们确实有通过教育部门发文给全区 350 多家幼儿园及中小学，发起“慈善 1 元捐”活动，倡议学生捐出自己的利市。“这次募捐的钱主要用于帮助禅城区低保或者低保临界家庭有需要的贫困学生。”慈善会工作人员陈先生在向财务人员核实后，表示暂未收到东方河宕学校的这笔款项。

但记者留意到，校方所称的“骗子”提供给学校的文件中，并未提及有“慈善 1 元捐”活动字眼，但在时间、活动形式及目的上与“慈善 1 元捐”活动类似。

由于类似的募捐活动已经进行多年，有家长担心此前是否捐给学校的钱也落入骗子口袋。昨日，禅城区慈善会工作人员陈先生表示，禅城慈善会目前可以查到东方河宕学校过去几年有据可查的几笔捐款，如 2012 年募捐款收到 2000 多元，2011 年收到 3700 多元。

“我们每次收到捐款后都会根据学校给我们汇款的回执，开出专门的收据，要求学校把慈善会的收据在学校内进行公示。”该工作人员称，类似的做法也适用于其他有过捐款的学校。而这些捐款的笔数和金额，在禅城区慈善会的网站上都能够查询到。

这一新型骗术是否有其他学校上当？本报记者将继续进行追踪报道。

来源：广州日报

地址：http://gzdaily.dayoo.com/html/2013-04/09/content_2206138.htm

[【返回目录】](#)

校园安全：我的“方舟”我做主

近日，一场别开生面的校园安全剖析会在云南省大关县木杆镇鱼田小学举行。土木结构的双层老楼及楼前仅有的一方水泥空地是这个学校的全部。在室外空地上，该校的老师、学生、学生家长、当地教育局与消防队相关人员、以前从外省赶来的专家等围坐在一起，在鱼田小学校长刘厚云的主持下，就鱼田小学的安全问题进行着热烈的讨论。“我们学校在校园安全方面存在哪些问题？”“哪些问题是大家认为最突出、最迫切需要解决的？”“在现有条件下如何最有效地解决当前问题、消除隐患？”实质性的问题被一一列在了题板上。

“我的方舟”

寻找“我”的专属性

“方舟工程”是由中国西部人才基金会与伊利集团共同发起，致力于西部地区中小学（幼儿园）校园安全的公益项目。校园安全，一直受到社会各界的普遍关注。然而长期以来，尽管各级教育部门出台了很多有关校园安全的政策文件与管理办法，近年来仍时有发生安全事故发生。主办者在总结现有校园安全工作存在问题的基础上，提出了培育种子、搭建平台、建立机制、加强针对性、查补薄弱的“校园安全问题整体解决方案”。基金会常务副秘书长汪文斌说：“西部地区地理气候条件复杂，学校校点分散，校园安全差异性很大，各校面临的安全隐患千差万别。‘方舟工程’就是引导各校结合自己的实际，立足于学校面临安全问题的特殊性和紧迫性，全面剖析‘我校’、‘我生’、‘我师’的情况，具体问题具体分析，制定相应措施。”

立足于打造“我的方舟”，项目组编写了“我的方舟”校园安全指引手册。手册包括深度剖析、工作记载、模拟演练、校外安全等六大版块。此次鱼田小学举行的剖析会就是按照手册的指引，进行的第一次深度剖析。现场发言积极且认真：“校舍是70年代的土木结构，年久老化，容易引发火灾”、“学校与周边村庄都没有自来水，饮用水是个很大的隐患”……针对“水”、“火”两项最薄弱环节，参与专家及师生们纷纷支招，商讨提出解决办法。

“我的方舟，我有责任”

参与该项目设计的展望发展学院理事长杨长聚表示：“‘我的方舟’这个说法，不仅仅是表示针对学校差异性寻找学校薄弱环节，还应该代表着发动学生、老师等自发维护校园安全，建设校园方舟。‘方舟工程’这个项目以校园安全为切入点，同时逐步深度开发与此相关的社会责任。推进从大的‘方舟’到自我的‘方舟’责任意识，培养孩子的责任意识。”

项目从开始实施起“我的方舟，我有责任”的责任意识就一直贯穿始中。2012年11月底“方舟工程”首期的七天校长培训（种子培育）开始，意味着“方舟”之旅的开启。培训现场校长们不

只是被要求听从专家的讲课与单一地接受灌输，而是在现场与专家进行互动，表达自己的需求，提出自己的想法。据介绍，来自广西东门镇中学的校长欧文军在听完培训及考察后当即完成了自己对学校安全管理的规划蓝图。杨长聚说：“人人参与、相互学习、教学相长，这才是培训的意义所在。”

云南大关县天星二中，校长在参加完培训后制定了一系列落实到人的校园安全管理措施（搭建平台）：“平安校园工作流程”、“学科教师安全责任书”、“班级安全日志”等。同时记者更感动于学生们自己编写的关于校园安全生动又活泼的黑板报，还有校长总结的朗朗上口又简单易懂的口号：“安全工作人人挑，人人肩上有目标，大事有人管，小事有人问，人人肩上有责任”。

“我的方舟”

不一样的安全考量

校园安全涉及面较广，除了传统意义上的自然灾害、校园管理、社会安全、公共卫生等方面外，社会的发展也赋予了校园安全新的内容，带来新的挑战。汪文斌说：“‘方舟工程’在注重传统问题的同时，也将特别关注新的挑战，例如网络安全，学生的生理、心理安全，特别是留守儿童的心理疏导。”“方舟工程”特别为留守儿童设计了“三联两票”包寄来回的公益明信片，将学生、老师、父母联接在一起。明信片里不仅有亲子的沟通还有家校的互动，为留守儿童提供情感疏通渠道。

“方舟工程”支持方伊利集团相关负责人表示：“我们会系统关注校园安全问题，待机制建立成熟，再对安全问题逐个聚焦、击破！”

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/09/content_5682.htm?div=-1 [【返回目录】](#)

曹德旺：河仁基金会将变革

2011年5月，经过曹德旺多年的制度破冰努力，由他拿出价值约35亿元福耀玻璃股票设立的河仁基金会正式宣布成立。它是中国第一家以股捐形式设立的民间慈善基金会，一时间在中国激起了千层浪。当年，曹德旺被冠以“中国首善”。他决心使这家慈善基金会完全与曹家脱钩，“捐给社会”，并借鉴福特基金会的模式，采用现代化治理结构进行管理。

近两年来，与当初的高调相比，河仁基金会显得有些低调而神秘。关于河仁的消息，零星而稀少。曹德旺承认，河仁基金会近两年来还缺乏清晰的战略，制度上有待完善。总共花去了上亿元，做了不下20个项目，但对社会的影响力和推动力还不足。在他计划中，2013年的下半年，将完成

河仁基金会内部的一次改革，战略方向也得到了初步确定。

以下为访谈纪要：

《中国慈善家》：您能不能对河仁这两年做一个总结？

曹德旺：河仁现在的干部还没有完全到位，因此它的制度还不够完善，就是花了点钱做了一些项目，已经花了一个多亿。它的影响力和推动力还不够。今年我将对人事进行重新调整。

《中国慈善家》：河仁基金会现在怎么定性呢？您以前说它是全民所有、全社会所有。

曹德旺：因为它已经在民政部注册了，主管单位是民政部，这表明基金会的性质本身已经改变了，不是曹家的了。另外，根据中国的法律，他们尊重我，让我去监管。我没有花它的一分钱，我去参加会议，连机票都是我自己买的。

《中国慈善家》：家族基金会是一种非常有力量的模式，既可以发挥基金会创始人的精神驱动力，锁定一些核心推动领域，也可以通过现代治理结构，保持运作的效率和合理性。为什么要回避家族基金会这一提法？

曹德旺：我没有排斥“家族基金会”。基金会在国际上的表现形式千奇百怪。比如信托基金会，他的家族成员是可以享受的。我的基金，家族成员不能享受，是社会享受。虽然是我个人出资，但与家族没有关系了。

《中国慈善家》：但是它仍然可以由家族成员来管理。

曹德旺：这是两种概念。福特公司现在的掌门人是福特的孙子，他们换了几届掌门人之后，最终还是决定把福特的孙子接回来干。因为他的祖宗积的阴德在那里，福特仍然在福特公司有很大的影响力。实际上，福特的孙子不是福特公司的股东。

《中国慈善家》：河仁基金会怎样才能成为像福特基金会那样有战略的慈善组织？

曹德旺：有个过程嘛。它还不是像办企业那样，它没有那么容易。企业不是世外桃源，基金会也不是。社会讲钱从这里进来，人从这里进来，各种分歧也随之进来。社会存在的问题，基金会里都存在，它也是个江湖。不是那么容易做成的。

《中国慈善家》：河仁现在做了很多扶贫项目。扶贫是一项国家非常重要的政策。作为一个慈善基金会，河仁做的扶贫项目和政府的扶贫行为如何区隔开来？

曹德旺：我也不知道。我认为河仁基金会未来应该多做一些推动慈善事业发展的事情，推动生态文明建设，比如去社区搞宣传、慈善项目评选和相关政策的研究等。

《中国慈善家》：河仁基金会以后的专业化要依靠一些什么力量来支持？

曹德旺：我相信，河仁基金会在半年之内，会对中国的基金会的发展产生一定影响。一旦新的秘书长到位，他就会按照新的思路来做。河仁基金会将会进行一次变革。

《中国慈善家》：这个变革，到底是什么样的？

曹德旺：最近都在开会研究。比如，在战略上，我们打算分成三大块。一块是关注社会科学的研究，这块就把河仁定位为研究和培育机构，它将作为河仁的业务主体，里面包含“河仁学院”。南京大学建了“河仁学院”，担当着 NGO 管理人员的培训。它最近要成立一个“河仁慈善研究中心”，会建立“河仁学者”制度，吸引学者参与慈善项目的研究，根据研究成果的优劣来选拔“河仁学者”，每年有一定的经费投到这个方向上。第二块是对教育进行投入。这次的创新之处在于把佛教也纳入教育的范畴，宗教信仰这一块也会支持。这一块占的比例不大。还有一块就是社会救助，河仁自己不经手，通过外包给 NGO 来做。

《中国慈善家》：河仁变革，您觉得需要注意些什么？

曹德旺：第一，成功要有个正确的动机；第二，要能够沉得住气，要学会淡定。

《中国慈善家》：谈到河仁基金会未来的发展，按照您的设想，您哥哥五年后还会继任吗？

曹德旺：这个不要问了，你要求太高了。应该给我一些时间来调整。

《中国慈善家》：您上次感叹，人心坏了。在重建信仰方面，河仁基金会是不是应该有一些作为？

曹德旺：河仁基金会只是社会中的一员，它的力量是非常有限的。英雄是改变不了环境、改变不了社会的。是时代造就了英雄，不是英雄造就了时代。

《中国慈善家》：您最近多次谈到生态文明建设，河仁基金会在这方面有没有一些介入？

曹德旺：推动生态文明建设是非常好的事情。河仁基金会将来的一个发展方向是在战略研究上花一定的精力，去资助那些做慈善研究、教育发展规划的机构，帮助国家落实生态文明建设。河仁基金会这么做，是为了发挥一个慈善基金会应该具备的感召力和影响力。河仁去年和中央电视台 12 套合作发起“社区英雄”评选，举行颁奖典礼，取得了很好的效果。今年他们还打算做慈善微电影评选。这些都是基金很好的去向。

来源：慈讯网

地址：http://www.icixun.com/html/view_870.htm

[【返回目录】](#)

易思闻思公关为英国社会企业好途协助提供公益服务

2013 年 4 月 12 日,北京——亚洲独立公关咨询公司易思闻思公关 (EASTWEST Public Relations) 今日宣布, 公司将为英国社会企业好途协助 (Hao2. eu) 在中国地区发展提供公益援助 (Pro bono), 帮助其规划和制定在华公关传播策略, 并在品牌定位、信息规划、媒体关系管理以及跨平台数字沟通等领域提供公益性咨询服务。

根据社会企业研究中心的资料显示, 社会企业在中国有近十年的发展。尤其是在 2008 年汶川地震之后诞生了许多社会企业, 他们已经经过了 5-6 年的初创期考验, 并在理论构建、管理理念、市场运营经验上取得了很大的进步。但是总体而言, 社会企业在企业传讯和市场沟通方面, 明显缺乏专业的知识和传播能力, 在如何利用社会化媒体与公众互动时也缺乏沟通策略。

易思闻思公关创始人及总监金宝 (Jim James) 表示: “好途协助是一家创新型社会企业, 它把 3D 虚拟技术运用到了社会公益事业中, 在英国获得了广泛应用和认可。我们希望帮助好途协助在中国取得同样的成功。易思闻思公关一直专注于服务 B2B 客户, 我们在科技领域拥有丰富的经验和资源, 我们希望将我们的优势资源运用于公益援助中, 帮助好途协助在中国获得更多的关注。”

作为一家创建于英国的社会企业, 好途协助 (Hao2. eu) 最初利用 3D 虚拟技术帮助自闭症患者克服了现实环境中的沟通障碍, 通过搭建仿真的 3D 虚拟工作环境、虚拟教学环境帮助自闭症患者获得更好的职业培训和就业机会。该项技术之后得到了英国自闭症协会、英国格林威治大学、英国技术策略发展委员会等专业机构的认可, 公司将之推广应用于更广泛的领域, 帮助广泛的残障人士融入社会, 以及帮助不同的组织机构通过虚拟平台进行内部创新。

好途协助的创始人及 CEO Nicola Herbertson 表示: “好途协助开发的 3D 虚拟技术产品和服务在英国取得了成功, 2013 年我们希望把这项技术引入中国。我们在中国建立了合作伙伴, 目前已经选择与位于上海公益新天地的无障碍艺途开展我们的试点项目。在此期间, 与中国合作伙伴、服务受益方等的沟通就变得尤为重要, 我们很荣幸能够得到易思闻思公关的支持, 相信这将能够更有效地帮助好途协助进行企业传讯与传播。”

过去的几年中, 易思闻思公关曾先后开展了多种公益援助活动, 其中包括在新加坡发起的 ‘互联网与关爱儿童 (Cybercare Kids) 行动’, 为新加坡儿童上门安装电脑并教受互联网使用知识; 2004 年在 ‘男童军旅爱心礼物箱 (The Boys’ Brigade Sharity Gift Box)’ 公益活动中为贫困儿童送爱心; 2006 年在新加坡南洋科技大学金氏遗产基金 (Wee Kim Wee Legacy Fund) 下设立了专项的 ‘易思闻思公关助学基金 (EASTWEST PR Endowment Fund)’, 用以资助该校传播与信息学院的学生学习。此次为好途协助提供的公益服务, 是公司首次在中国地区开展的公益援助活动。

关于易思闻思公关 (EASTWEST Public Relations)

易思闻思公关是一家亚洲独立的公关传播咨询公司，面向客户提供全面的公关、数字营销以及社会化媒体沟通服务。公司始建于 1995 年，在新加坡、中国北京、英国伦敦设有分公司，代表全球客户在亚洲地区执行公关策略。公司客户来自于科技创新企业、消费电子类企业、专业服务公司等多个行业。迄今为止，公司通过全球公关网络帮助逾 400 家企业在亚洲 12 个国家获得品牌知名度。如果需要了解更多信息，敬请浏览易思闻思公关网站 www.eastwestpr.com。

关于好途协助 (Hao2. eu)

好途协助是一家以创新为目标的社会公益性企业，目前已同欧洲，英联邦及中国的多家机构组织签署了合作伙伴协议。从 2010 年上半年开始，好途协助一直专注于 3D 虚拟技术平台的应用及开发。目前可以提供一系列基于 3D 虚拟平台所开发的产品及服务，帮助各类组织机构提高服务水准，尤其是帮助残疾人士获得更好的服务。

公司的创新意识已经被多家英国及国际机构所认可，在于 2010 年度获得南伦敦地区最平等雇主奖项，2011 年度入围 URAC 国际护理协会‘国际健康促进’最终候选企业名单，2012 年度入围英国 Nominet 互联网“CBI 最具创新精神企业”最终候选企业名单。

来源：新浪博客

地址：http://blog.sina.com.cn/s/blog_67948e250101kgsz.html

[【返回目录】](#)

水牛书店：社会企业模式带动阅读

前台湾立法院院长罗文嘉接手“水牛书店”，以社会企业模式经营书店、关心故乡，推广新屋孩子的阅读风气。水牛书店透过换书、送书方式让小朋友喜爱阅读，之后将扩大至偏乡，让偏乡孩童也能通过阅读来提升竞争力。罗文嘉很乐意将水牛书店的成功经验分享给大家，就如同水牛书店成立的宗旨即是“分享”。

前立法委员罗文嘉接手的“水牛书店”，昨天在新屋乡中兴路的儿时旧居热闹揭牌，开幕活动未邀请任何政治人物或贵宾，但透过罗文嘉脸书讯息远道而来的好友与地方乡亲，仍将小小的书店挤得水泄不通。

“关心这块土地的方式很多，政治当然是一种方式，而我过去也花很多时间在政治上。”褪下昔日政治光环，摇身一变成为老字号“水牛出版社”社长，罗文嘉自嘲自己是个“不成功的政治人物”，

现在以开书店的方式来关心这块土地，反倒行有余力，还有自信可以做得更好。

“水牛书店”是一家不以盈利为目的社会企业书店，未来将以推广偏乡阅读为主，希望能让买不起书，却喜欢看书的小朋友，能看到更多好书，带动新屋乡小朋友阅读的风气。

“人如果能养成阅读习惯，就是这辈子送给自己最好的礼物，我们所做的就是在乡下播下阅读的种子。” “水牛书店”只是个开始，罗文嘉希望能激励更多人回到故乡做类似的事，如果每个乡镇都行动起来，对台湾本质的提升一定有很大帮助，他也很愿意分享“水牛书店”的成功经验。

“水牛书店”也推出了许多送书、换书方案，以鼓励小朋友多读书。罗文嘉说，他们的宗旨就是“分享”，与朋友们一起分享“水牛书店”这种实践方式，与小朋友一起分享书籍。

来源：社企流

地址：<http://www.seinsights.asia/news/131/1075>

[【返回目录】](#)

◎公益人

邓飞的战争

“秀才能带兵，记者怎就不能做公益呢？”

邓飞从湖南石门县去往长沙的路上，换了两部车，走过了一条200多公里的高速路，连接手机的耳机却始终塞住耳朵。他摆弄着两部手机，一部手机屏幕上显示着微博最新接收的评论，另一部手机不时响起、保持在通话状态。

“你好，我邓飞。”开场白短促有力。这是2013年3月12日，农历大年初三，“中国贫困山区小学生免费午餐”（下称“免费午餐”）发起人、《凤凰周刊》记者部主任邓飞在网络上发起了一场“中国水污染独立调查”。这是继“微博打拐”后，两年来邓飞发起的第五个公共事务。而其中最著名的免费午餐，也刚满两周年了。

邓飞曾是一名社会调查记者，如今在新浪微博上拥有345万以上粉丝。他习惯在微博上谈论并介入社会公共事务，他是一个“公知”，或者换一个说法——公共事务发起人。在笔记本、平板电脑与智能机构成的交互世界中，邓飞保持着与世界的联系。熟悉他的人

对此会感到惊讶，毕业于湖南大学新闻系的邓飞，看上去似乎并不是一个有条理的网络管理者。他的Airbook桌面凌乱，打开qq有着上万条未读留言，弹窗出现的邮件提醒更是让他束手无策。但这并不碍事，他从纸媒提问者变成了互联网发言者，扮演着公共事务推进者的角色。

社交网络成就了邓飞。2010年末，邓飞利用新浪微博直播了一场抗拆家庭与拆迁官员的对峙，获得网友大量关注，并迅速改变了现实的走向，改变的速度令有着舆论监督经验的邓飞感到意外。

到他进一步意识到由社交网络织成的新媒体的巨大威力时，已是2011年1月末的一个早上。邓飞照例比多数同事提早来到《凤凰周刊》办公室——位于北京建国门外公寓楼中的一间铺着绿色地毯的圆桌会议室——人们推开门时，他兴奋呼喊起来：“快来快来，我们在做一件大事，”他从电脑后面露出半张脸，脸上一双放射精光的眼瞳。他发出的利用移动互联网打击人贩子的微博正被广泛转发评论，“我们要搞一场‘微博打拐’。”

大年初三，邓飞在老家收到微博线索，提早结束春节假期，帮助一位深圳父亲寻找被拐卖的男童。2008年，邓飞为这名被拐的男童写过一篇调查报告，引起舆论关注，三年后，通过微博网友的报料，有人在一个苏北县级市找到了孩子。

邓飞为他的微博打拐找到了和一个“针与稻草”的比喻：“要找到一根掉进稻草堆里的针很难，但发动每一根稻草们观察各自身边，针就容易被找到了。”邓飞用哥伦布发现新大陆一般的口吻将此形容为“打拐的人民战争”。

察觉到世界改变的先兆后，邓飞扮演起了“推销员”的角色。在各类记者聚会上，他端起苹果手机，向老兄弟发表“乔布斯式”的科普演说。一套充满想象力与鼓动性的说辞，让这个曾国藩的湖南老乡相信，他找到了一条前所来有的改变自己与这个国家的路径。

2011年农历春节过后，邓飞改变了以往“把调查记者作为终身职业”的想法。“中国太大，新闻太多，超越我们的想象尺度，足令最优秀编剧都望尘莫及，我写不完，开始感觉我如同童年一个人置身在家乡的芦苇荡里，无边无际，涌起看不到尽头的绝望，”他像美国记

者一样奋斗的梦想渐渐破灭。4月，他在《凤凰周刊》发表了名为《国家的孩子》的报道，这篇讲述“微博打拐”的报道，成了他最后的一篇新闻报道。

这时，他得到了财新传媒总发行人兼总编辑胡舒立的青睐，在其所担任院长的中山大学传播与设计学院脱产学习，申报的研究方向是“微博、手持阅读器等新工具和新闻报道的相互影响”。4月2日，脱产学习期间，他带着从一位企业家朋友处劝捐来的两万元人民币和

从微博上召集来的演员孔维，赶到了贵州沙坝小学，宣布将为这所地处海拔上400多米的少数民族山区学校开办“免费午餐”。

一个8岁男孩引起了邓飞的注意。这个男孩端着双层饭盒走上前来，领取自己的第一份“免费午餐”。他得到了一份米饭、一勺酸菜炒肉、一勺烧土豆，一勺白菜汤和一个煮鸡蛋。他没有吃鸡蛋，小心翼翼地将它揣进衣兜，他将把鸡蛋留给家中未到学龄的弟弟妹妹或者留作晚饭。尽管做好了准备，山区小学的贫穷依然令到场者触动。

邓飞在开餐前做了一番并不流畅的演讲——一回，当时，他说目睹的贫穷令他语塞——一面对着数百孩子和家长，他说，这个学校只要有孩子，就一定会有免费午餐。这是“免费午餐”运动的开始，它的理念是：倡议每天捐助3元，帮助贫困乡村学童获得一顿午餐。

这场后来席卷全国的运动因何而来？在一改天涯论坛组织的邮轮旅行上，邓飞遇见了一个叫蔡加芹的贵州支教女教师，这个20岁出头的女孩告诉邓飞：“山里小学的孩子中午没有饭吃，为了应对饥饿，有时只能喝凉水充饥。”

这令邓飞感觉震惊。1978年，他出生在洞庭湖边沅江县的一个小渔村里。八岁前与爷爷生活，虽然困苦，但没有遭遇饥饿，他好奇的是，为什么中国发展这么多年，还有孩子吃不上饭？

他向蔡加芹承诺：“我们去你的那个学校，给孩子们建一个食堂，让他们中午有饭吃。”不久后，财新《新世纪周刊》刊出了一期名为《营养的贫困》的调查报道，讲述中国贫困地区儿童严重而普遍的营养匮乏。邓飞意识到，是时候做些事情了，他告诉一位记者好友：“这个事情太大了，写报道解决不了，我们必须自己动手。”

2011年4月，邓飞发起了“免费午餐”，与此同时，他的同行王克勤与孙春龙分别发起了“大

爱清尘”与“老兵回家”公益项目。当人们质疑记者做公益的能力时，邓飞用曾国藩的例子来解释：“当年的湘军领袖曾国藩就是个秀才，他不也带兵打仗了吗？秀才才能带兵，记者怎么就不能做公益呢？”

后来，在讲述自己的行动逻辑时，邓飞愿意跟人分享一部名为《Tree》的印度公益片。片子说得是，在一个台风过后的夏天，大树被刮倒在路中，人们等待一旁袖手旁观，一个男孩从公交车上跳下，试图推动巨木。孩子的执着感动并带动了所有人，最终，人们从四处涌来，一同搬走了树木。“我不就是这个孩子吗？”邓飞有些激动地告诉人们，自己要“用赤诚柔软无数人，以善引善。”

发起本身也成了意义。他以一种公开宣示目标的姿态出现在公众面前，向人讲述“柔软的力量”，向企业家劝募，向执政者传达善意，并在互联网上与新加入的追随者互动。一年后，他又成为了“中国儿童大病医保”、“让候鸟飞”与“中国水污染独立调查”的发起人。在邓飞看来，“中国儿童大病医保”是“免费午餐”理念在医疗领域的延续——给每一个乡村孩子买上一份大病医疗保险，使乡村儿童在面对大病时，不至于无钱治疗，病有所医。“让候鸟飞”与“中国水污染独立调查”则致力于乡村自然环境的保护。所有项目组合在一起的图景看上去将会是一场令人期待的“新农村运动”。

“亚里士多德”式的三权分立和一票否决权

“同学们，下午好，我是邓飞，江湖人称我飞哥，也欢迎同学们叫我飞哥。”2012年初，在香港当代文化中心举行的一场演讲上，邓飞围着一条深色的围脖，微笑地走上台前。他向人问好的方式，是调查记者生涯留下的话语遗产。

“他是硬汉式的调查记者。”一位熟悉邓飞的年轻调查记者，用推理小说流派的划分标准来评价他。作为过去十年中国最出名的调查记者之一，邓飞几乎不掩饰自己的性情。他习惯用“兄弟”来称呼彼此，喜欢张学友或刘德华的老歌。他愿意照顾同乡、提携后辈。

自1980年代起从金庸小说中舶来的侠义情怀，是他青年时代的小城生活的一部分，并构成了他后来的世界观。

在同行们看来，邓飞以乎格外愿意理解大家遭遇。他开始运用自己的能力，为负担“无力感”的同道们提供尽可能的帮助——将新入行的校友带入记者圈，接济因被辞退而难以负担奶粉费的老记者——越来越多的人接受了邓飞的襄助，他们开始称呼他为“飞哥”。

当邓飞在微博上发起“中国水污染独立调查”后，一个名为“蓝媒沙龙”的调查记者组织则被他发动起来，开始跟进调查。这个组织成员大多来自于qq上邓飞担任群主的名为“蓝衣”的qq群。“蓝衣”群创建于2008年，容纳了来自全国各大媒体的从业者，后来发展规模近500人，以调查记者为主。在这个让人联想到1930年代“蓝衣社”的沟通群中，邓飞和他的同道们分享经验、传递信

息并在发生险急，情况时互相声援。

随着现实与网络世界的声名积累，邓飞成了调查记者圈内的组织者，“蓝衣”群的成员们则在后来成为了“免费午餐”的共同发起人。

“免费午餐”志愿者的组织办法是在高校里建立团队。在“免费午餐”乡村小学周边高校，大学生们建立起团队，定期探访与监督“免费午餐”乡村小学开餐情况。人们不需要担心人员缺乏，志愿者们用高校社团的组织方法，将体制稳固下来。这意味着不断有新生入学，也就不断有可发动的力量。

现任同济大学设计学院院长助理的梁靖曾在德国做设计师，通过微博应征，为“免费午餐”设计了一枚笑脸 logo。在邓飞的劝说下，他兼任起“免费午餐”创意总监，加入了这个 20 余人的团队。

团队的结构称不上严谨，有些时候甚至呈现出一种临时感。“免费午餐”两周年活动筹备期间，聚集在上海的工作人员经常加班至深夜，他们通过一个庞大的微信群进行工作沟通，让他们头痛的状况是，必须面对磨合所带来的效率低下类仪血管堵塞的症状蔓延在“免费午餐”团队中一一至今，他们没有一个集中办公的场所，绝大多数工作需要在网上处理。邓飞时常因此疲惫不堪。尽管他看上去精力过人，但繁琐的事务加上长时间缺乏睡眠以及经常的长途奔波，对他的健康造成了负面的影响。一种加速老化的现象在他身上出现：白发增多、双眼充血，并且屠气虚弱一一这让他下决心改变状况。目前解决的办法是，在管理条例允许范围内，邓飞更多下放权力和责任，他的伙伴们开始进行更为细化的分工合作，邓飞自己则试图摆脱开细琐事务，从“项目经理”转变为“执行官”。

实际操作层面的障碍，却并不妨碍这个团队成为一个理想聚合体。邓飞是一位富有感染力的鼓动者和倡导者。相比于具体事务的操作，他相信自己更擅长扮演“刘备”的角色，招揽各具特长的人才，使其成为伙伴。“免费午餐”团队中大多数成员，都有着与梁靖类似的入伙经历，他们有着各自的工作，在社交网络及其延伸的现实社会中，与邓飞相识并被其说服：“免费午餐”不仅仅是一顿饭。梁靖用自己的经历为之作注脚：“我曾帮助一所贵州山区小学申请了‘免费午餐’。一年后，当我回到这所学校时，变化令人震惊：更多的企业资助随着“免费午餐”进入学校，以往与外界隔绝的学校，通过赞助的智能手机与外界沟通，并利用第三方机构开发的手机 APP 管理午餐支出、营养配比以及接受联网监督。”

团队合作发展部主任胡益华，一位年轻却富有经验的刑事律师将之形容为中国乡村新兴起的“数目字管理”。说，上述应用准备在湖南、贵州、云南等上 83 所“免费午餐”乡村小学普及应用。根据“免费午餐”官方网站数据，截至目前，项目覆盖学校分布在上 6 个省 90 个县中。从 2011 年 4 月 2 日到 2013 年 2 月，“免费午餐”基金募款已超过 4500 万元，用餐人数超过 220 万。

邓飞试图用“免费午餐”的实践展现乡村更多的可能性，但筹款是个棘手的问题。中国大陆的现实是，民间组织难以获得合法公募资格，必须挂靠国家基金会，间接获取合法公募权。但在2011年，官办慈善遭遇了前所未有的质疑。一位20岁女孩郭美美在微博上受到广泛关注。她的网络空间所公布的豪车豪宅照片与她的身份认证“中国红十字会商业总经理”，引发了舆论对中国红十字会的猜疑与愤怒。如何与官方合作，邓飞需要谨慎考量。他和伙伴们选择了民政部下的中国福利基金会，这个基金会看上去规模更小，自主性更大。

邓飞最终形成了一种“亚里士多德”式的民主模式，管理、执行与监督，三权分立。在9人组成的“免费午餐”管理委员会中，中国社会福利基金会占据了主任一席，但决策需同担任执行主任的邓飞和来自外部企业、媒体的管委会成员一同投票表决。投票的原则是少数

服从多数，作为项目发起人的邓飞拥有一票否决权。这保证了他的领导地位，也意味着他需要承担的风险口执行部门需对管委会负责，负责免费午餐筹款、创意和宣传联络等工作。行政与立法的界限并不会严格分别，管委会中一些成员同时在执行部门担任职务。在团队人数和管理预算有限的情况下，邓飞和他的公共团队，对决策的执行力更为看重。

对“免费午餐”团队的监督来自于社会贤达。按照“免费午餐”整体构建，来自企业界、学界与媒体界的上10人——他们当中既有下海投身公益的原厅局级官员，控制8点档荧屏的畅销电视剧编剧，也有身价上亿的上市公司老板——组成监委会，凌驾在邓飞等人组成的九人管委会之上，不对具体事项进行表决，仅按时听取管委会汇报，当出现问题时行使监督权力。这套机制运行的效果，在“免费午餐”开展两年来还未有机会得到印证。

“把锋利的笔插进上衣口袋，罩上燕尾服”

对公益本身的误解，往往来自邓飞团队与地方政府的碰撞。在贵州开展项目后，邓飞一度遭到地方教育局的软抵触。当地官员辩解说：“当地人一天就只吃两顿饭，所以孩子们也只吃两顿饭，并不存在饥饿问题。”这引起了邓飞的反思：“我认为我们当时欠缺考虑，或许事先沟通下教育部门会更好。但我们的伙伴也担心，如果事先沟通失败，教育局不让在这个学校开餐或许连这个机会都会丧失。”局面与前不同，如何伸手与政府合作，而不是用嘴批评政府，成了摆在邓飞面前的问题。

他试图在与政府关系较好的家乡湖南先寻找一条出路。邓飞说服了湖南新晃县教育局，让他们同“免费午餐”基金签署了项目资助协议，正式承诺为该县4上所村小修建厨房，并为享受免费午餐的每个孩子每天提供一元餐费。对这笔年投入超30万人民币的协议，邓飞视作一种崭新模式——“政府、媒体、公众参与的1+1+1式共治模式”。

更重要的转机发生在数月后，邓飞去了湖北鹤峰县，接触了县长杨安文。他早已打听过杨安文的底细：湖南老乡，出身清贫，在当地颇具民望，办公室茶几上放了两块牌子，一块写着“谢绝送钱

送礼”，另一块写着“有事就说，争取在巧分钟解决”。对方是个直性子，邓飞便不拐弯抹角，他在接风的宴席上间身旁的杨安文：“鹤峰县能不能推行湖南新晃县‘免费午餐’的模式，3元一顿午饭，政府出资，一份免费午餐，项目出2元？”

“这本来是我们该做的事情，还有公益组织出钱和监督，为什么不搞呢？”杨安文的声音不大，说话慢条斯理，语气却充满激情，他向邓飞及其“共治模式”投出了“信任票”。饭桌会谈的结果是，鹤峰县与“免费午餐”团队共同制定《“鹤峰模式”实施细则》，鹤峰县在全县乡村学校推行免费午餐成了湖北省首个“免费午餐全覆盖县”，也是第一个将“免费午餐”标准化的试点县。

不久，杨安文被新任为鹤峰县委书记。同时上任的还有分管教育的副县长谢成校，前任副县长在交接工作时，发短信专门向其强调了“免费午餐”的重要性。

有关“免费午餐”的红头文件出现在了鹤峰县各级领导的办公桌前，邓飞成了这个国家扶贫开发重点县的知名人士，他开始频繁出现在县城电视台节目与以及当地人的言谈中，并与当地官员迅速成为了伙伴。一次杨安文向邓飞提出，希望他在帮助鹤峰百姓的同时，也能够帮助鹤峰的百姓有所提高——对于地方主官而言，经济报表上的变化是考评政绩的核心指标。

邓飞给杨安文的回答是：鸡不要和马去赛跑。”他希望鹤峰县留住洁净的空气与水源，发展旅游与养老经济。他把相熟的企业家、媒体以及十几个公益团队拉进山里，与鹤峰县委常委们一起开会研讨发展生态旅游和电子商务卖出土特产。商业与公益从两条并行不悖的轨道上几乎同时驶出，鹤峰县成了一个新的令人兴奋的实验场。

2013年3月，邓飞决定将他发起的第三个公共事务“中国儿童大病医保”在鹤峰县展开首个试点。“中国儿童大病医保”基金会将每年在此投入上亿元，为鹤峰22232名6至16周岁儿童购买一份商业医疗保险，保费每人每年75元、最高赔付额20万元、赔付保障金总额达44.5亿元。

杨安文为此做出了“破天荒”的行政安排。他牵头成立了一个“免费午餐”计划及乡村儿童大病医保项目工作领导小组。一个显著的改变是，小组成员由县各级部门负责人构成，为政府工作的公务员如今成为了民间发起的公益项目的合作者。

“这是鹤峰的一小步，却是中国的一大步。”在发起免费午餐半年后，邓飞意识到，中央政府即将加快步伐，赶上民间组织。

这是2011年10月，时任总理的温家宝此前在一所学校考察时曾表示要为农村学校提供午餐。10月26日，国务院常务会议决定启动实施农村义务教育学生营养改善计划，中央表示将每年拨款上60多亿元，按照每生每天3元的标准，为680个县(市)的2600万名农村义务教育阶段在校学生提供营养膳食补助。在邓飞看来，教育部后来所推行的“营养改善计划”，许多实施细则源自“免费午餐”在鹤峰等地的经验。

但来自中央与各大部委的文件，并不愿意多谈民间组织的功劳。邓飞和他的“免费午餐”在庞大的政府预算面前，看上去像个局外人。直到2012年春季，他受邀前去参加教育部举办的营养改善计划调度会。

那次会议给他留下了深刻印象。教育部一位领导对乡村儿童营养改善表达期待，认为在政府战略与巨大民意的冲击下，边远区县“山高皇帝远”的吏治结构将发生改变，具有公共服务精神的现代政府意识将逐渐生长。这令邓飞感到鼓舞。

但在现场，他拿起手机的动作被制止。官员们担心自己的讲话被微博直播，而邓飞放心不下的是官员的“口味”——他们只能或者更愿意为孩子提供面包加牛奶。邓飞觉得热菜热饭更有营养。后来发生的一些故事，也让邓飞越来越坚持自己的观点——一些学生在吃下政府提供的套餐之后，出现食物中毒症状。

质量问题波及到“免费午餐”。邓飞不得不调整方针：一边呼吁发起监督午餐质量的“抓午餐鼠”活动，一边带着“免费午餐”项目向国家覆盖不到的更贫穷地区挺进，并支持配合愿意为孩子做饭的地区。他的目标是要推动政府的采购——包括免费午餐团队在内的民间组织能获得国家上60亿元营养改善计划的采购，让有热情、有能力和容易被社会监督的民间组织去执行一些繁琐、具体的社会事务，社会真正来管理社会，而不是事事都依靠政府解决。

“政府和商业是两极，我们要做的是第三极，参与到国家性社会建设运动中来。我没有多少能力，我不认为自己会比别人能干，但我以前是个写失败史的记者，我知道问题在哪里，我也愿意关切外界、悲悯弱势者，我愿意做一个吹哨子的人。”邓飞说。

在接受《基督教科学箴言报》记者PeterFord采访时，邓飞也表示，“更愿意做一个探险者，找出问题、揭露问题，并帮助政府解决问题。”相比批评者的角色，这样的定位更加温和。但这也意味着，他必须把锋利的笔插进上衣口袋，罩上燕尾服，学习一种全新的回旋舞步。

舞台对他作出了回应。2012和2013年春节，邓飞作为嘉宾参加了央视春节联欢晚会现场——这是一种殊荣，它意味着被体制内主流话语所认可。春节后，他进入中欧商学院，开始学习组织管理，他的同学将是大陆最顶尖的商业精英——被聚光灯笼罩的代价也是显著的，他的家庭生活时间减少，随身物遗忘几率增加，他开始越来越依赖助理打理生活。

最终邓飞建立起了一种充满个人魅力的组织形式。他并不需要过多担，比他人的掣肘，只需要维持好个人的声誉，即有机会发起一场“社会游说”——当邓飞最近开始考虑，整合其此前数个公共事务，发起“中国乡村公益项目联合体”的可能性时，国内一些观察者如此定义。

“我们是时代的撬动者。民间组织拥有改变的想法，也证明了能够那出解决方案，对政府的影响力也不再只有压力，还有了推力和牵引力。同时，我们愿意尊重政府的内部结构，我们要解决的

问题同样是他们面临的问题，因此，希望有所作为的公务员会支持我们，以往处在观望状态的公务员也会认可我们的解决方案。摆在我们面前的将是一个更加多元、更富张力的时代。”邓飞希望向人们宣示，作为一个公共事务发起人，他展现出了足以赢得民意的号召力。

关于道路，邓飞时常会怀想一条蜿蜒的水路。从常德到凤凰，坐乌篷船顺沉水下，颠簸十余天口上个世纪 30 年代，另一个湖南人沈从文沿沉水回乡，写了一本致爱妻“三三”的《湘行散记》。邓飞少年时代曾熟读这本散文集，后来他将自己年幼的女儿呼为“三三”。“沈从文笔下的那条河流，是很多人的精神家园，包括我。”邓飞时常会去湖南，见到渡口，他会停下来坐一会儿，看白色水鸟飞过。

“飞翔”是他名字中的一个寓意。早年，当“免费午餐”发展为影响舆论与政府视野的“新农村运动”后，他自己也经历了一场“跨越式发展”。他没有宗教信仰，但与一些僧侣保持着友谊，有时会在手上缠一串佛珠，他承认自己一直很幸运，没有什么死结，“想要什么，天上就会掉什么下来”，他相信“天意”在某个地方眷顾着他。

来源：星尚画报 赵家鹏 新浪微博

地址：<http://weibo.com/johnchao1987>

[【返回目录】](#)

◎亮机构

野地——清洁饮水与企业社会责任（CSR）合作融资项目

国外支持受限，必须寻找国内融资途径

昆明野地环境发展研究所（以下简称“野地”）是2003年1月24日在昆明民政局正式注册成立的非盈利非政府组织。野地主要致力于支持云南省及西部临近省份的环保相关活动，并积极推动该地区整体可持续发展。野地自2008年开始在农村实施饮水项目，一直为目标社区寻找可持续的解决方案。机构的策略是有效运用社会各方力量和支持，通过修建适宜于当地的饮水设施，为偏远干旱地区居民提供安全清洁饮用水。

但2009年后，野地却面临融资困境。野地自成立以来其合作伙伴和资助方都是外资企业和机构，这导致野地很少去考虑国内的融资渠道。但随着中国经济的发展和国内对公益组织管理政策的出台，特别是《云南省规范境外非政府组织活动暂行规定》的实施，使得国际资助的投入日渐减少。因此，拓展新的融资渠道和方法，是野地自身亟待解决的命题。

企业的社会责任部（CSR），是野地国内融资的首要目标

在众多融资渠道中，与企业的社会责任部（CSR）进行合作，是野地急待探索的领域。根据2010年针对中国大中型企业公益发展水平的最新调查，93%的企业以捐款的方式参与公益[1]，但这些捐款大都流向了有官方背景的大型基金会和地方政府。透明合作平台和有效监管机制的缺失使得NGO和企业的合作还处在相互探索的初级阶段。小型而专业的非盈利组织如何赢得企业的认同及资源支持，是许多类似于野地这样的公益组织所面临的问题和挑战。

2012年，野地同帝亚吉欧洋酒（上海）有限公司继续开展“生命之水”计划，这是该公司资助干旱地区解决饮水问题的一个长期计划，是公司企业社会责任部的一个核心品牌。早在2010年，野地同帝亚吉欧已共同为云南恐龙山镇6个自然村的132户农户提供了安全稳定的饮用水，并完成了农田灌溉设施修缮、户用沼气、太阳能示范等社区综合发展活动。野地利用这个契机，提出进行“NGO&企业CSR案例研究”的目标，希望通过案例研究，深入地了解企业CSR与公益组织合作的要求和思路，为NGO与企业CSR的合作提供参考意见，并通过该案例研究，为野地打开企业的融资渠道。

个案研究以《一个跨国大公司和一个小公益组织的水姻缘——帝亚吉欧洋酒贸易（上海）有限公司企业社会责任与昆明野地环境发展研究所合作个案研究报告》为题，对NGO与CSR合作过程中的经验教训做出总结，并利用案例研究，探索野地与企业CSR合作的支点。如同在案例研究中野地所提到的一样：“很多人把企业和公益组织的合作比喻为联姻……，如同男人和女人有不同的生理特点决定了他们的社会分工不同，决定他们必须要结合才能延续生命，公益组织和企业也有着不同

的使命和社会角色，两者合作才能更好地实现各自的社会价值和使命。”案例中还提到，NGO 不仅要了解由于社会分工的不同和企业的文化与语境的不同，双方沟通中需要突出 NGO 的角色与特点，突出 NGO 的专业性和专业能力，而且由于双方在战略和领域发展方面有着共同的目标，NGO&CSR 的关系更像“盟友”，而不是企业慈善捐赠项目中的“捐赠方”和“实施方”的关系。

虽然双方通过长期的合作，相互之间都有很高的认同，但是野地在案例研究中也发现，目前在中国具有像帝亚吉欧这样有明确的企业社会责任战略方向的企业并不多，野地的案例研究报告也只能成为一些公关公司和专业为企业提供 CSR 咨询或服务的公司的参考案例，并没有给机构带来直接的资金支持。野地希望向企业 CSR 寻求融资的意图，实现起来，显然还十分遥远。因此，野地只有另寻出路。

愁资？筹资，通过品牌规划拓展资源渠道

为了筹集资金，野地决定走出去，向企业筹资。但是野地之前一直专注于农村清洁饮水项目的实施，这些项目通常是由国际机构支持的，虽然目标十分明确，但野地却没有机会从机构的角度出发，规划自身的策略和机构的品牌项目。2012 年，基于机构筹资渠道受限，野地必须考虑拿什么“产品”向企业筹资。经过讨论，野地决定对农村清洁饮水项目进行整体的规划和品牌打造，使该项目成为野地的核心品牌，以吸引更多的企业资金。

公益组织品牌营造同企业产品的品牌规划有什么区别，野地的负责人刘芸心里完全没有底。不过她还是组织团队积极地构思和设计农村清洁饮水项目，并在此过程中，广泛收集野地利益相关方的意见，使清洁饮水项目更符合本土企业的要求。同时，野地也乐于采纳公益组织品牌营造顾问的意见，将企业志愿者参与社区互动、项目可拆解的灵活性，以及明晰的捐赠预算等内容放进了项目推广的说明中，使潜在的捐赠企业能够更直接地了解、并方便灵活地参与野地实施的清洁饮水项目。

同时，野地还针对一些小型企业和爱心人士的需求，设计了一个小的清洁饮水项目“共享共饮计划”，通过小额和灵活的捐赠方式，拓展野地清洁饮水项目的融资与筹资渠道，使每个单独的饮水项目都将是整个清洁饮水计划的一部份，每个捐赠者都将成为这个项目的支持者和推动者，这样就可以有效地整合和扩大项目影响力。

有了共享共饮计划，野地开始大胆地走出去，在美商会、欧商会以及企业的一些年度聚会上进行推广，寻找潜在的合作伙伴和项目支持方。野地的农村清洁饮水项目成为野地的核心品牌，并以“短、平、快”的方式为野地带来一些企业的兴趣和关注。但是一个核心的品牌项目，是否就可以解决机构长期的生存困境和融资瓶颈呢？刘芸觉得前面的道路并不平坦。

绝处逢生，“社会营销”—野地资源整合上另辟溪径

2012 年，在同帝亚吉欧公司合作以及清洁饮水项目的品牌规划过程中，野地意外地发现“乡村

跳蚤市场”非常受欢迎。乡村跳蚤市场原本只是为了企业志愿者的参与而设计的一个活动，即来自城市的志愿者将捐助物资带到项目实施的乡村，并用“以物易物”的方式进行交换，促进城乡交流。为了扩大野地项目的公众参与和认知度，野地同云南的媒体合作，先后举办了三次主要由城市普通家庭参加的乡村跳蚤市场，迄今为止总参加人员达 1000 多人。野地的这个活动不仅让野地出现在公众的视线面前，同时也为他们的清洁饮水项目带来一些本地的企业、志愿者等社会资源。野地决定继续组织乡村跳蚤市场，并为企业为员工参与活动的组织和策划服务，同时向企业收取服务咨询费，用于基本运作费用以维持机构的运营。

通过共享共饮计划的开发与推广，野地还找到了一家提供农村净水设备的社会企业，并与其发展成为战略合作伙伴。该公司针对全球干旱和贫困地区研制了一种低廉的的净水设备，这种设备也适用于野地在农村执行项目的地区。野地以“经销商”的身份，在项目执行的过程中，介绍和推广使用这套适合农村家庭使用的净水设备。而作为“经销商”所得的收益，也可以作为支撑机构一部分的运作费用。除了实施具体项目的方式，野地计划通过这种社会营销模式，作为另一种解决农村社区干旱与清洁饮用水问题的方案。从项目的申请到与企业的战略合作，再到社会营销，是野地在中国公益环境快速成长和变革中所做出的另辟蹊径的选择。

在“公益产业链”中，野地的重新定位

为了机构的可持续发展，基于融资渠道的变化，野地一直都在思考和探索机构在中国“公益产业链”中的定位。“公益产业链”是中国公益事业发展中提出的一个概念。在社会公共资源分配中，给予资金的基金会、企业的 CSR 和政府为价值链的上游组织，项目的受益人和服务对象在价值链的下游，而像野地这样的草根公益组织，作为资源的实施者则处于价值链的中部。在 2009 年之前，野地的资助几乎全部来自于外资企业和国际基金会，在西方成熟的公益产业链中，野地定位是“资源分配和实施方”。但是在中国公益产业链的上游还不成熟且处于成长期的阶段，野地很难在短期内从上游整合和争取资源，因此不得不选择从公益价值链的最下游——公众和服务对象入手来扩大大众关于农村对清洁水源需求的认知和寻找公众间相互支持的可能性。野地探索运用市场的社会营销手段，也用企业熟悉的“市场”方式，通过乡村跳蚤市场搭建社会资源平台，从公众对这方面的问题的认知入手，整合社会公共资源，最终实现野地作为公益机构的目标——推动社区的可持续发展。这样的选择与其说是机构战略思考，不如说是基于现实环境的选择，但是这个至下而上的尝试与探索，也许会成为许多中国草根公益组织生生不息的创新能力和生存动力。

来源：温洛克国际 sen 项目

地址：

<http://www.senchina.org/demonstration-project-newsletter/the-overall-design-of-the-sou>

[th-arid-regions-of-clean-drinking-water-projects-and-the-financing-channels-for-enterprises-research-project-newsletter.html](#)

[【返回目录】](#)

◎国际观察

英国社会股票交易所有望年内成立

广受外界关注的英国“社会股票交易所”（Social Stock Exchange），有望在今年下半年成立。不过，近日据社会股票交易所的发言人介绍，这个交易所实际上并非真正意义上的投资交易平台，而更像是一个“橱窗”，用于向社会投资人集中展示有投资需求的社会企业。

据称，首批上线的机构预计有 20 家，所有这些机构都会先完成描述其社会效益的社会影响报告。而如果想以社会投资方的身份成为该交易所的成员，一家机构必须已经在提供一笔社会投资。

社会股票交易所的平台将同时向社会企业和提供债券类投资产品的慈善组织开放。不过，它并不会介入诸如准股权或社会影响债券这类的专家级别的投资产品。

英国大乐透基金（Big Lottery Fund）将出资 30 万英镑，用于支持首批上线机构完成其社会影响报告。大乐透基金英格兰地区负责人 Nat Sloane 认为这不仅能增加针对社会企业和慈善组织的社会投资，更能支持他们更加全面地展示其社会影响。

来源：英国文化协会

地址：<http://dsi.britishcouncil.org.cn/zh/whatisnew/20130326/1133.shtml> [【返回目录】](#)

英国人普遍认为在慈善商店消费是美德

在英国伦敦西北部店铺林立、人潮涌动的汉普斯泰德大街中部，人们的视线很难不被那些店门上写着“心脏病基金”或“为老人服务”的小屋所吸引。往那些小屋的橱窗望一眼，能看到琳琅满目的服装鞋帽和家庭装饰品，大多经过了精心摆放。初到英国时，我还以为是商店的店主急于开张，还没来得及更换店名。后来才知道，这些都是慈善商店，目前英国全国范围内已有 7000 多家这样的商店，仅伦敦就有数百家之多。

这些慈善商店主要是由一些慈善机构，如儿童基金会、癌症基金会、伤残军人基金会等机构开办的。店中出售的物品，小到针线盒、烟嘴、鼻烟壶，大到沙发、钢琴、家具等，可谓应有尽有，全部都是本地居民无偿捐赠来的，所得收入则全部用于慈善活动。据说，这些小小的慈善商店每年可从社会上募集到 1.1 亿英镑，在英国慈善环境中扮演极为重要和活跃的角色。

慈善商店里的店员年龄一般较大，60 多岁的居多。他们都是商店所在社区的居民，义务工作，

几个人轮流值班。有时一个人既是收银员，又是清洁工。每家店都有一套严谨的程序，收到捐赠物后先要认真登记，然后分类处理，定价后贴签出售，每出售一件物品都要登记。

起初，我对这类商店并不感兴趣，但在朋友的鼓动下去了几次，几乎每次都会看到喜欢的衣服，款式、质地都很好，而且合体，价格又很便宜，简直跟白捡一样。但是心里总有些阴影，觉得毕竟是别人穿过的衣物，最终没有下定购买的决心。

英国朋友则和我完全相反，他们不仅喜欢光顾这些店，而且还不断向朋友炫耀自己在慈善商店里买到的物美价廉的东西。当地很多人对我说，在如今的英国，慈善商店可不是穷人逛的商店。只要翻一翻潮流杂志上那些定期出现的慈善商店侦查快报，你就会发现，在伦敦这座全球最昂贵也最注重风范的城市，能从慈善商店里寻到宝贝，是对一个潮流人士审美及生活情趣的最佳褒奖，明星、艺术家、家庭主妇、游客、流浪汉等各界人士都会乐此不疲地去慈善商店淘宝。

在英国人眼里，在慈善商店消费是一种美德，是在做善事，同时也是一举两得的事，一方面支持了慈善事业，一方面又节省了开支。慈善商店使废旧物品物尽其用，又帮助了需要帮助的人，既利于民又利于国，节约资源的同时又保护了环境。

对慈善商店的作用有了正确认识以后，我原来的那些偏见随之消除。渐渐地，逛慈善商店竟成了生活中的一种乐趣。逛这种商店，我多数时候不是捐物品，也不是买东西，而是静静观察那里的顾客。我曾经看到一个衣着体面的中年妇女提着一大包东西来到店里，义工打开她的包裹，一件一件地登记，有叠得方方正正的窗帘、床单、桌布，还有衣服、鞋袜、玩具、图书、厨具，所有物品都打理得干干净净、整整齐齐。

在这里，我看到的不仅是整洁的物品，而且感受到了普通英国公民的爱心和一种平静、祥和、精细、善良的心态。一个城市不单要有美好的事物，还要有一个地方，能让美好的事物有机会再次流通，去到真正需要它和喜爱它的人那里。而这样的过程本身能把美好带给更多的人，产生的公益筹资能帮助更多的人，这大概就是慈善商店长青的秘诀吧。

来源：环球网

地址：<http://hope.huanqiu.com/globalnews/2013-04/3820620.html>

[【返回目录】](#)

社会企业如何解决金融排斥困境

从提供短期贷款到理财教育，社会企业在金融服务业中扮演不可或缺的角色。

金融排斥(financial exclusion)指经济弱势族群无法接触到主流金融产品与服务的现象。这一问题在英国已十分严重：共有八百万人因收入低而无法向银行申办贷款，两百万民间高利贷业者(doorstep lender)借钱筹措资金，一百四十万人没有银行帐户。

造成金融排斥的因素相当复杂且相互影响，并和社会议题息息相关(如理财知识水准、金融服务和商品的价格、地理位置等)，因此解决金融排斥是非常大的挑战。更糟的是，面临金融排斥问题的民众不成比例地集中于尼特族(Neet，即不升学、不就业、不进修、终日无所事事的青年族群)、离开安置机构者、游民，以及残障人士等。

因此如何处理金融排斥、改善经济弱势族群生活，便成了重要的课题。

公司利益优先：短期贷款

Wonga.com 提供了全年无休的短期贷款服务，民众只要登陆网站申请贷款，系统便会在 15 分钟内将资金汇至借款者的银行帐户。2011 年，Wonga 在坏账率高达 40%的情况下，仍净赚四千五百万英镑。

产生这种结果的原因除了高利率之外，还有两个关键因素。第一，Wonga 提供既便利又快速的贷款服务。第二，Wonga 有五成的收入来自固定客户群。它有一项策略：只要借款人在期限内还款，即可提高贷款上限。

社会利益优先：私人贷款及储蓄方案

MoneyLine 是一个将贷款提供给面临金融排斥的民众的金融机构。在这个复杂且充满竞争的金融市场，MoneyLine 必须设法同时达到营运规模、财务永续(financial sustainability)、以及社会责任三个目标。

目前 MoneyLine 在英格兰及威尔斯拥有 17 家分行，并在过去 10 年内贷出了三千万英镑，帮助了一万六千名处于金融排斥困境的民众，因而在 2011 及 2012 年获得了 UK's Responsible Lender of the Year 奖项。而 MoneyLine 的成功可归因于两个因素：提供民众能够负担的贷款，以及鼓励客户储蓄。

MoneyLine 之所以能够提供较便宜的贷款，是因为它的经营目标并非替股东赚取利润，也不需要花钱打广告及租用办公室。MoneyLine 的收入恰好抵销经营的成本。除了提供贷款服务外，MoneyLine 还鼓励借款者储蓄，并设计了一个只要 50 便士即可申请的储蓄帐户。这个储蓄帐户的规定每周最低存款额为 50 便士，每年只能提领两次现金。

无止尽的债务循环

Wonga 和 MoneyLine 的差异应该是显而易见的，Wonga 的目的在于为公司赚取利润，而 MoneyLine 的目的在于达成社会效益。如此不同的特性，决定了他们各自的经营模式和贷款利息的高低。

虽然利率随着借款者的信用风险而调整，Wonga 的高利率模式仍引起了外界的批评。Wonga 的客户每年平均贷款次数高达四次，这被认为是“让借款者陷入无止境的债务循环”。即将上任的大主教坎特伯里(Canterbury)也形容这样的贷款为“高利贷”，并评为“没有道德的商业模式”。

而对于 MoneyLine，很多人认为它的商业模式大大造福了社会。2012 年，威尔斯国民代表大会的政治家称赞 MoneyLine 成功的解决了威尔斯东南区金融排斥的问题。在众多的贷款之中，甚至有借款者借了 100 镑，却只要归还 82 镑的个案，而 MoneyLine 另外会索取 19 至 35 镑的费用。据估算，MoneyLine 的低利率贷款帮助借款者省下将近两百万镑的利息费用。MoneyLine 也因为鼓励储蓄而受到了赞扬，其顾客在 2011 年开设储蓄帐户的比例竟然接近 100%。

理财知识教育

虽然提供低利率贷款和储蓄帐户稍微改善了民众面临的财务问题，但有些人批评贷款给那些已经处于金融排斥困境的人，是治标不治本、陷其于不义的作法。然而，这些贷款者是为了喂饱家人、支付家用、购买冬衣，并非为了满足个人欲望，因此这种贷款仍不可或缺。

而提供理财知识的重要性其实不亚于提供低利率贷款。美国研究指出，储蓄率在理财知识为义务教育的国家中显著高于其他国家。理财教育不但能提供民众理财基本知识，还能教导民众如何处理他们的财富，比如规划预算与贷款。

尽管英国已经有许多提供理财教育的机构，如 Credit Action 和 Toynbee Hall，但社会企业家在此仍有相当大的运作空间。透过提供理财教育，社会企业不但能够帮助受金融排斥者、改善社会问题，还能降低贷款违约率，达到可持续经营的目标，而这也许是解决金融排斥和恶性债务循环唯一的、可持续的方法。

来源：社企流

地址：<http://www.seinsights.asia/news/131/1051>

[【返回目录】](#)

非营利组织应利用数字化媒体扩大影响力



据“ssireview.org”网站报道，非营利组织想要提高公众关注度与参与度，就应该学习利用数字化媒体来吸引政治目光，更有效地改善人类生活。

众所周知，数字化媒体技术使公众参与度有了变革性的提高。根据美国皮尤研究中心“皮尤互联网和美国生活”项目在 2012 年 8 月的一份调查，81%的美国人在使用互联网，使用“脸谱”、“推特”等社交网站的占其中的 69%。

皮尤 2012 年 10 月的另一项调查显示，66%的社交媒体使用者(其中有 39%是成年人)曾在社交网站参与过市政活动。其中，规模最大的属政治活动，2012 年美国总统选举期间，政治团体利用数字化媒体工具筹集了数十亿美元的资金，吸引了数千万活跃的投票者。

当然，非营利组织与政治活动不同。一方面，非营利组织只有微薄的预算开支。根据美国非营利组织理事会的数据，超过 80%的非营利组织一年的支出费用不超过 100 万美元(约合人民币 620 万元)。但在总统竞选时期，政治活动一天的开支就超过 100 万美元。另一方面，非营利组织也没有一个领头人物去吸引大批的追随者。

美国乔伊斯基金会(The Joyce Foundation)在咨询了一些专家后，对此问题进行了更深刻的解读：非营利组织缺少使用新媒体的三项基本要求，即培训、方式和人才。培训包括基础和高级课程，教授人们怎么使用新一代在线工具来推进政策教育目标;方式即指如何正确使用网络进行宣传;同时，招纳数字化媒体人才也非常重要。

乔伊斯基金会表示，在帮助非营利组织适应数字化革命方面，他们起着重要作用。该基金会将会着眼长远，投入新理念来更有效地识别挑战，解决问题。

来源：环球网

地址：<http://hope.huanqiu.com/exclusivetopic/2013-04/3826910.html>

[【返回目录】](#)

盘点科技界 15 大慈善家

甲骨文 CEO 拉里·埃里森 (Larry Ellison) 以极其奢华的生活方式而著称，豪华跑车、飞机、别墅应有尽有，他甚至买下了一个夏威夷岛屿。不过他也是一名大慈善家，成立了“埃里森医疗基金会”。对此埃里森曾说，“我们专注于与衰老相关的疾病——我是指有明显原因的。”他正试图帮助找到医治老人痴呆症、关节炎等疾病的方法。他慷慨解囊，根据慈善网站 Philanthropy.com 的报道，单是去年，其基金便新拨出了 70 笔捐赠，捐赠总额达 4650 万美元。

微软创始人比尔·盖茨 (Bill Gates) 向盖茨基金会捐赠了 33 亿美元，希望借此解决诸多的全球性问题。他正致力于帮助根除小儿麻痹症，解决贫困问题，以及改善教育。其部分公益事业甚至更加基本。例如，他正着手找到更好的处理粪便的方式。其基金会发起了一项名为“重造厕所”的活动，由他亲自挑选出最佳项目。他还提供 10 万美元奖励人们造出更好更受欢迎的避孕套。

微软的另一位亿万富翁创始人保罗·艾伦 (Paul Allen) 同样以奢华的生活方式而著称，他拥有数支职业体育球队和大量的珍贵收藏品，还建造了音乐博物馆。他向艾伦脑科学研究所投资了 5 亿美元。该研究所将研究大脑如何运作，旨在找到治疗老人痴呆症等疾病。他的母亲患有老人痴呆症。该研究所的终极目标是，复制大脑，利用人工智能打造机器。

著名风险投资家彼得·泰尔 (Peter Thiel) 数十亿美元的财富主要源自早期投资 Facebook 的回报。他也有致力于抗衰老事业。他正在资助或帮助人们活到 150 岁或以上的医疗研究。他并不认为人都得死亡。他的泰尔基金为一系列的抗衰老项目提供支持，如从事人工智能研究的 Singularity Institute，以及人工可忽略衰老策略基金会。泰尔基金还支持诸如保护记者委员会、人权基金会的社会事业。

劳伦·鲍威尔·乔布斯 (Laurene Powell Jobs) 继承了丈夫史蒂夫·乔布斯 (Steve Jobs) 价值约 107 亿美元的苹果和迪士尼股权遗产。(她的迪士尼股份的价值实际上超过其苹果股份。) 数十年来，她一直支持移民改革和教育事业。不过她最为人知的也许是她于 1997 年成立的公益组织 College

Track。该组织致力于帮助贫困孩子完成高中学业考上大学。她还运营 Emerson Collective 基金会，向社会企业家和教育领导者提供捐赠。她也曾支持电影明星本·阿弗雷克（Ben Affleck）的公益组织。

谷歌联合创始人谢尔盖·布林（Sergey Brin）及其妻子安妮·沃茨克奇（Anne Wojcicki）最为人知的慈善活动也许是他们治疗帕金森氏病的支持。事实上，布林曾发博文说过他的母亲患有该病，他自己也很有可能患上。沃茨克奇联合创建的基因检测初创公司 23andMe 对帕金森氏病有一项重大发现。布林夫妇近年来向迈克尔·福克斯帕金森氏病研究基金会共计捐赠了大约 9500 万美元。除此之外，他们还成立了自己的 1.9 亿美元基金会，专注于解决社会问题。该基金会支持的组织包括投资社会运动初创公司的基金 Ashoka，人权基金会，以及帮助北加州贫困家庭的公益组织 Tipping Point Community。

亚马逊 CEO 杰夫·贝佐斯（Jeff Bezos）并不以慈善事业而闻名，不过他已经从事过各种各样的慈善事业。他捐出 1000 万美元在西雅图历史与工业博物馆成立“创新中心”。他和妻子麦肯齐向普林斯顿大学提供了 1500 万美元的大脑研究资金，还捐出 250 万美元帮助婚姻平等运动。相比他出资大约 4200 万美元打造巨型时钟，上述 2750 万美元还不算多。该巨型时钟将在今后的 1 万年里，每隔 1 年、每隔 10 年、每隔百年和每隔千年报一次时。贝佐斯旗下的慈善基金会致力于教育事业，同时也曾向西雅图的弗雷德·哈钦森癌症研究中心捐赠 1000 万美元。

戴尔 CEO 兼创始人迈克尔·戴尔（Michael Dell）在德州是众所周知的大慈善家。他和妻子苏珊运营的慈善基金会旨在帮助城市贫困儿童，支持各种各样的教育和医疗保健事业。单是今年，他们的基金会就像德州大学一新医学院捐出了 5000 万美元，还向德州中部的社区医疗保健项目提供了 1000 万美元。亿万富翁慈善家艾里·布罗德（Eli Broad）还将戴尔视作仅次于比尔·盖茨的影响力第二大的慈善家。

云计算解决方案提供商 Salesforce.com CEO 马克·贝尼奥夫（Marc Benioff）和妻子琳妮热衷于支持在其钟爱的家乡旧金山的各类慈善事业。他在接受《福布斯》采访时透露，他们迄今为止最大的一笔捐赠是给予加州大学旧金山分校只有 180 个床位的贝尼奥夫儿童医院的 1 亿美元，用以支持它“开创性的胎儿外科技术研究”。他们还支持流浪者关爱组织，尤其是那些帮助无家可归的单亲母亲的组织。贝尼奥夫还发明了著名的 1-1-1 慈善模式，让企业分别捐出 1% 的盈利、股份和职员时间从事公益工作。

Facebook 联合创始人达斯丁·莫斯科维茨（Dustin Moskovitz）如今正在创建公益初创公司 Asana，希望在全球范围帮助消除贫困相关的疾病。他的基金会 Good Ventures 为其女友卡里·特纳（Cari Tuna）运营的公益组织 GiveWell 建议的社会事业提供资金。Good Ventures 已经向各类事

业捐出了大约 400 万美元，其中包括抗疟疾疫苗、肠内寄生虫药物以及诸如婚姻平等活动的一些社会问题。

SAP 联合创始人、亿万富翁哈索·普拉特纳 (Hasso Plattner) 钟爱科技设计。他向斯坦福大学哈索·普拉特纳设计学院投资了 3500 万美元，还向专门从事企业软件设计研究的哈索·普拉特纳研究所提供了大约 2.65 亿美元。同时他也不忘投身社会公益事业。过去几年他共捐出了数百万美元抗艾滋病资金，还曾在其位于南非的豪宅举办艾滋病募捐活动。南非是备受艾滋病打击的国家之一。

即便是以亿万富翁的标准来看，Facebook CEO 马克·扎克伯格 (Mark Zuckerberg) 和妻子普里西拉也特别慷慨。他们向硅谷社区基金会共计捐赠了价值近 5 亿美元的 1800 万股 Facebook 股票。根据《慈善纪事报》(Chronicle of Philanthropy) 的数据，这使得他们在 2012 年成为仅次于巴菲特的第二大慈善家。他们的基金会主要支持教育与健康项目。扎克伯格之前在 2010 年也曾捐出 1 亿美元来改善新泽西州纽瓦克市的学校条件。

Workday 亿万富翁联合创始人大卫·杜菲尔德 (David Duffield) 的财富主要来自其首家公司。他非常热爱动物。其基金会 Maddie's Fund's 以他家已于 1997 年离世的一只迷你雪纳瑞犬的名字命名。该基金会资助各类动物事业，从禁止杀戮动物庇护所到兽医研究。

Facebook 首席运营官谢丽尔·桑德伯格 (Sheryl Sandberg) 并不介意出现在聚光灯之下，最近为了宣传其女性主题新书，她还常常上电视。然而，她在做慈善上却十分的低调。大家都知道她慷慨解囊，她在去年 12 月捐出了 42.9184 万股 Facebook 股票，当时这笔股票价值 1200 万美元。不过她并未公布受益方。女性问题是她最关切的问题，其新书的所有收益都将用以解决这方面的问题。桑德伯格还是妇女互助国家组织和 V-Day 的董事会成员，且担当顾问角色。她还曾帮助谷歌成立慈善部门 Google.org。

eBay 创始人皮雷·奥米戴尔 (Pierre Omidyar) 和妻子帕姆也是非常有名的慈善家。帕姆是致力于开发帮助危重症患儿技术的公益机构 HopeLab 的董事长。

来源：网易

地址：<http://tech.163.com/photoview/OAI20009/3411.html#p=8RP1QKOR0AI20009> [【返回目录】](#)

公众不关注公益性质 盲目捐赠 10 年未变

“ssireview.org”网站指出，捐赠者对公益性质及实施效果的态度与 10 年前相比没有发生大的变化。学者凯蒂·坎宁安和马克·里克斯曾经采访了很多金融行业的捐赠者，发现他们可以捐赠大笔的资金，却认为关注公益性质是浪费时间，他们更重视非营利组织是与其的个人关系。

其实，在这些目的不同、关于公益性质及其效果的观点背后是捐赠者的一种“执着”的态度，一旦认定就不再接受其他选择，这不仅不利于受捐组织的不断成长（甚至会助长该组织的懒惰状态），也不利于新的慈善组织被接纳。

该网站提出了 3 点建议来改变这种状况：

- 一、放弃不合时宜的“执着”，用发展的眼光看待曾捐助的组织；
- 二、用更开放的心接纳新公益信息、模式；
- 三、用持续积极的态度对待“捐助”行为，做更负责的捐助者。

来源：环球网

地址：<http://hope.huanqiu.com/exclusivetopic/2013-04/3808137.html>

[【返回目录】](#)

俄上万 NGO 面临罚款或关闭

俄罗斯司法部 9 日宣布，上万非政府组织(NGO)面临罚款或关闭，包括俄罗斯最大独立选举监督机构戈洛斯协会。

俄司法部网站当天发布一份报告，宣布司法部已经要求法庭关闭或暂停将近 9000 个非政府组织的工作，另有 5610 个组织面临罚款。

司法部在另外一份声明中单独列出戈洛斯协会，宣布将向法庭起诉这个组织，因缘由是它没有按照一项新法律规定登记为“外国代理”。

一些批评者称，戈洛斯协之所以成为处理目标，是因为它在 2012 年 3 月总统选举和 2011 年 12 月国家杜马选举中所起作用。两次选举期间，俄罗斯发生针对时任总理弗拉基米尔·普京的大规模示威，戈洛斯协会声称选举存在舞弊，对示威推波助澜。

普京对这种说法予以驳斥，称司法部门对非政府组织的检查属于常规措施，促使它们的活动符合法律。

司法部说，戈洛斯协会“接受外国资助、在俄罗斯从事政治活动，也就是行使外国代理作用”，拒绝登记为“外国代理”系违法。

戈洛斯协会誓言将在法庭抗争，辩解说自去年 11 月适用非政府组织的法律生效以来，没有接受任何外国赠予。协会副会长格里戈里·梅尔孔延茨指认罚款和指控是“败坏俄罗斯非政府组织名誉、向其施加压力运动的一部分”。

如果法庭裁定戈洛斯协会违法，协会将受到最高 50 万卢布(约合 1.6 万美元)罚款，协会主管将受到最高 30 万卢布(约合 9600 美元)罚款。

来源：新华网

地址：http://news.xinhuanet.com/world/2013-04/11/c_124564672.htm

[【返回目录】](#)

美咖啡馆推出由顾客定价的慈善菜品 收入捐慈善

据“fastcoexist”网站报道，在美国 Panera Bread 咖啡馆顾客可以为“土耳其辣椒”这道菜支付任意金额，咖啡馆将会把这笔钱捐给当地的粮食救助组织。

自 2010 年开始，48 家位于圣路易斯市的 Panera Bread 咖啡馆共同推行这一项试验，顾客在该店消费的土耳其辣椒由顾客自行定价，并将所付的钱投到一个募捐箱里，当然，顾客也可以刷卡，所付金额将被全部捐赠给当地的粮食组织。经过近三年时间，咖啡经营者发现这项试验出人意料的成功。首先，慈善菜品销售量比原来未试验时高，且 80% 的顾客都会为此道菜付出更多金额（正常的销售价格为 5.89 美元）。

Panera Bread 咖啡馆并没有把这项慈善措施用到该店的所有菜品上，出于经营成本可控的考虑，他们只对土耳其辣椒进行募捐，而店内其他菜品维持原价。到目前为止，Panera 公司已将这项试验推广到旗下 1600 家店面。

来源：环球网

地址：<http://hope.huanqiu.com/globalnews/2013-04/3807377.html>

[【返回目录】](#)

意大利“待用咖啡”：让穷人享受温暖

微博：台湾网友“STAYREAL”4月2日发微博称：“和朋友来到一个小咖啡馆。又有两位客人进来：“五杯咖啡，两杯给我们，三杯待用(Suspended)。”我问朋友：“什么是待用咖啡？”“等一下你会明白。”后来，进来一位老者，轻声问服务员：“请问现在有待用咖啡吗？”原来人们提前买了咖啡，让付不起的人享受温暖。这开始于意大利 Naples，现已传遍全世界。”除了文字，这位网友还放上了一位老者享用免费咖啡的图片，很是动人。

记者鉴定：短短4天，这条微博已经被转发了10多万次，那么，“待用咖啡”是真是假？记者首先用谷歌搜索了国外关于“待用咖啡”的相关报道。输入“suspended coffee”关键字，立刻发现了20余条关于待用咖啡的报道。英国《独立报》7天前以“一杯待用咖啡：美好而温暖的善举”报道了“待用咖啡”传统。而《时代》网站上也有以“买杯咖啡给那些需要的人”为标题的文章。此外，英国的“肯特新闻”、“消费者”等网站多次报道了“待用咖啡”运动，并呼吁大家加入为需要的人买一杯咖啡的善举之中。

那么，这个传统在意大利是不是广为盛行呢？网友们也纷纷展开求证。一位旅居意大利的网友“寐语者”表示：“没有听说过这种事，看到这条微博我也去问了好几个意大利人，他们都笑。这是个美好的故事。”

而网友“符小呆师姐的考证”称：昨天特地就这个事儿问了我来自那不勒斯的室友。他今年23岁，表示听说过这个传统，但是在他的记忆里却从来没有出现过，因为很多年来人们互相越来越不信任，这个传统于是也就消失。”网友“reddit”在果壳网上留言：“我是意大利人，这在那不勒斯是真事。那不勒斯其实挺乱的，我一般给外国旅行者很多建议。但是，那不勒斯最黑的黑店都不会在预付咖啡上骗钱。”

鉴定结果：“待用咖啡”并非美丽传说，而是真事。这个来源于意大利的那不勒斯的美好传统，目前不少英国咖啡店和社会团体开始推广“待用咖啡”运动，被许多国外媒体争相报道。

来源：新华网

地址：http://news.xinhuanet.com/world/2013-04/07/c_115284406.htm

[【返回目录】](#)

美慈公益新模式：减灾同时增长经济

据“全球展望”网站4月9日报道，国际美慈组织(Mercy Corps)将启动名为“通过经济发展控制风险”的项目(简称M-RED)，以降低自然灾害风险，同时提高人民收入。

三年来，美慈不断从失败中吸取经验，最终开创出一条促进经济增长与降低灾害相结合的新模式。该项目将在尼泊尔和东帝汶等灾害频发的地区进行试验。此外，学习借鉴印度尼西亚相关防灾经验，并实现国与国之间相互交流也已纳入该项目的计划中。

立足市场，降低灾害风险

灵活的地区在遭受打击后，往往能够恢复得更快。降低风险可使灾害带来的损失最小化。立足市场，增加就业机会，也能帮人们在遭遇天灾后迅速恢复。

高效降低风险的措施尤为关键，如堤坝的侵蚀。一直以来，人们都是通过种草的方式巩固大坝，但这却不如在堤岸旁种植高附加值的经济作物可靠。

美慈也将试验其他以市场为导向的方式。在东帝汶，该团队将会调查如何通过提高水产养殖与渔业收益来降低经济与环境风险，促进收入多元化并更好地管理水资源，以减少洪水灾害。

减灾同时，发展市场

美慈认为地区内需建立灾难管理机构，明确最具风险的区域，以及人们最需要的物品。然后以增收减灾为目标开展相关活动。

比如种植经济作物。这既能提高土壤肥力，又有益于经济增长。在东帝汶，人们可以多种植芒果、桐树、丁香、咖啡等，满足内需的同时出口创汇。种植珍贵的柚木和红木也是不错的选择，它们可以降低滑坡风险，还可做建材创收。沿海地区则可以通过种植甘蔗和竹子防洪，这样也能带来经济效益。

在水资源管理方面，也应在防灾同时有利于市场。例如滴灌。它既有效防止了水土流失，又可以种植更多作物，获取更大的收益。

简而言之，人们要做的就是共同开发最适合本地市场的方式，降低灾害风险，提高经济收益。

在未来的三年，如果随着市场的进一步开拓，人们收入能持续增长，应对灾害的能力也不断提升，那么，这样的模式便会广为流传，应用到更多地区。

来源：环球网

地址：<http://hope.huanqiu.com/exclusivetopic/2013-04/3823167.html>

[【返回目录】](#)

瑞士“奴隶儿童”的平反之路

截至1981年，数万名瑞士儿童或被寄养在农家、或被登记收入孤儿院，受到不公的待遇。瑞士联邦准备为他们讨回公道。保护受害者的维权组织也行动起来，要求对当年的受害儿童进行经济补偿。可是，这一努力现在依然面临重重阻力。

Paul Stutzmann 回忆道：“我从来没见过我的父亲，妈妈把我托付给外婆。外婆去世后，我先是被修女抚养，后来又被送到一户农民家。我每天上学前都要给牛挤好奶，那家人对我很不好，不把我当回事儿。”

19到20世纪间，瑞士有近10万儿童被寄养于他地-Paul Stutzmann 这位72岁的弗里堡老人就是当年其中的一位。那时，他们被视作廉价劳动力，挨打、受饿、甚至遭受性侵犯。1980年之前，年轻的单身母亲和社会边缘人物时常会在未经调查的情况下被强行关押或送往精神病院。当局甚至会对他们进行绝育或性器官切除手术，并强行收养他们的子女。

21世纪初，媒体开始关注当年受害的儿童，揭露他们曾经的遭遇，并呼吁议会就该历史问题进行干预。很长时间以来，教堂、各州、县和联邦都在互相推卸责任，有的还试图将问题的严重性最小化。2010年，继大量公关游说工作之后，事态有了转机。由于行政原因曾被关押于伯尔尼 Hindelbank 监狱的无辜者们获得了伯尔尼州和联邦的道歉。

众多受害者期待的那一天很快就要到来了：4月11日，瑞士联邦司法部部长西蒙奈特·索马鲁嘎(Simonetta Sommaruga)、各有关单位、教会、州和城市当局代表以及瑞士农民协会代表等将出席伯尔尼的一个纪念仪式。所有当年“在强制行政手段下，自由受到侵害的人们”也受邀参加，并将在仪式上获得官方正式道歉。这是有关各方首次的大聚首-4月11日注定将是历史性的一天。受索马鲁嘎部长委任，原联邦议员 Hansruedi Stadler 将为负责机构和受害者未来的交涉工作进行仲裁。

太多的羞辱和痛苦

Walter Zwahlen 于2008年建立了“受害儿童网络”组织，并任该组织主席。他回忆道：“在那个年代，我们觉得让儿童受点儿苦没有什么不妥，认为贫困境况是可以通过劳动而扭转的。而有一次，我受邀参加一个受害者聚会，他们讲述的故事让我瞠目结舌。”

当年的受害儿童中，如今健在的约有1万人，但“受害儿童网络”组织的成员只有40多人。对此，Walter Zwahlen 解释到：“巨大的羞辱感让很多人迟疑，不敢站出来，尤其是再次揭开伤疤的痛苦让人不堪。”

关于虐待童工的问题，在瑞士还没有国家层面的调查研究，因为相关的档案分散在各州、县和单位，有的甚至被销毁。这种情况下，当事人的口头证辞可以说是最为可靠的证据。

Walter Zwahlen 目前已经建立了拥有 620 本专题书目的图书馆,汇总了各个西方国家的有关出版物。Zwahlen 表示:“那儿都有一样的问题,在其他国家和在瑞士一样,相关文献寥寥无几。但是被证实的历史相互呼应,涉及了从德国、捷克斯洛伐克、挪威,直至波兰的广大地区。”

多年的压力

原洛桑高等社会工作学院教授 Pierre Avanzino 表示:“我们不能再坚持说这样的事情不存在了。很多家庭都有当年被寄养的亲戚。”

这位历史学家已就此问题进行了几项调查,他提到:“1987年,许多遭受同家长强制分离的儿童获得了名誉和经济上的补偿-这一结果的获得并不艰辛,因为‘流浪儿童’行动拥有联邦政府的支持赞助。文献全面集中,有关当局不可能推卸责任、拒绝道歉和赔偿。”

无论是被收容、寄养的童工还是当事行政单位,都承受了多年的心理压力。终于,在经历了欧洲人权法庭前的绝食示威以及 2009 年在瑞士举办的相关展览之后,瑞士伯尔尼、卢塞恩、图尔高和弗里堡各州都对历史上的过失表示了公开道歉。

两项由议员提起的议案都旨在弥补瑞士社会经历的这一道德创伤,并建立国家层面的研究项目。但保守党派、议会的财政委员会以及国民院都认为没有必要进行物质上的补偿。

围绕“10亿”各抒己见

德瑞花边报纸《一瞥报》(Blick)曾邀一家大银行的首席经济师进行统计,结果显示:当年寄养儿童在农业领域进行的免费劳动达到了 200 至 650 亿瑞郎的天文价值。而仍在世的 1 万名受害人应该获得共 12 亿瑞郎的补偿。”

Walter Zwahlen 认为这一统计数字是“情理之中”的。“如果按每人平均免费工作 9 年的话,每个童工的劳动在 40 年代的价值为 1.6 万瑞郎,即合如今的 12 万。”

瑞士农民联合会(USP)表示:“这么多年过去了,现在再来确定补偿费用的数字很困难、甚至是不可能的。特别是不能不考虑到每个儿童当年的生存条件,他们的境遇各不相同。”

《一瞥报》(Blick)所做的上述调查显示,45%的瑞士人相信当年的寄宿儿童确实受到过剥削;27%的国民认为有必要对受害者进行补偿,但 10 亿瑞郎还是过多了。

Walter Zwahlen 希望时间能够改变人们的看法。“瑞典和加拿大已经对当事人进行了赔偿;爱尔兰天主教教会赔偿了 10 亿欧元;比利时天主教教会也是一样,而同时,荷兰的天主教教会也在考虑这个问题;至今,奥地利已赔偿了一小笔钱,德国在今年也要赔付…瑞士应该跟上这些国家的脚步。”

Pierre Avanzino 对此却持怀疑态度:“要促成经济赔偿,巨大的政治压力必不可少,可我还没发觉这一迹象,问题的讨论仅仅局限在少数几个人的范围内。人们对这一历史的事实性还存在很多怀疑。我个人认为,政治家们并没有把这些当年的受害儿童放在眼里。而且,如果我们希望该问题得

到解决的话，就必须立刻行动起来，因为当事人都年事已高，将不久于人世。”

当年的受害儿童、弗里堡人 Paul Stutzman 会去参加伯尔尼 4 月 11 日的大会吗？老人迟疑地回答道：“我觉得我没有那个勇气。况且，我一辈子过得不错，对我来说，儿时的一切都过去了，不再成为问题。”

来源：瑞士中文网

地址：<http://www.swissinfo.ch/chi/detail/content.html?cid=35403670>

[【返回目录】](#)

阳光之家：给每个人有尊严的晚年

据推测，到 2050 年，日本的百岁老人将达到 70-100 万人。“人生百年”将不再停留于“美好愿望”的阶段，而是成为摆在所有人面前的事实。这样的事实虽然可喜可贺，但却给社会带来一个巨大的挑战——如何保证高龄的老人们度过有尊严的晚年？

阳光之家的理想

阳光之家的创始人堀井利修，经历了 26 年护理自己的祖母和养母的生活，深刻感受到靠牺牲家人来护理老人，不仅会带来家人的痛苦，也容易使老人在无奈中失去作为长辈的、作为人的尊严，造成老人的不幸。于是 1988 年，堀井在自己年过 50 岁的情况下创业，成立了为老人们提供真正的不失尊严的护理之家——“阳光之家”。

阳光之家的理想，是为每一位来居住和接受护理，或者参与活动的老人提供让他（她）们充分感受到自由和尊严的、安心、安全的居住和相聚的场所以及相关服务。他们要护理的不仅是老人的身体，更重要的是维护老人的心灵，维护他们“活着的价值”。为了使老人们能够继续居住在生活了多年的熟悉的社区，自由、安心、安全、个性、充实地度过每一天，阳光之家将“慈爱精神”作为经营理念，长期以来通过实践和研究开发了一系列实现“慈爱精神”理念的护理方法。这种护理方法主张基于每位老人的个性、经历、期望来制定和实施护理计划，消除老人的孤独感和不安感，带给他（她）们轻松和愉悦。

确立“社区养老”的经营模式

尊重每一位老人，这样的护理理想在当时看来如同天方夜谭。上世纪 80 年代末的日本，护理老人主要有三种方式。一种是针对身体、精神上有显著障碍，不能自理的老人的“特殊养老院”；一种是供可以自理的老人生活的“收费养老院”；再有就是居家护理养老。需要护理的老人除了居家养老，

只能选择特殊养老院。但是由于床位不够、护理人员不足、护理形式一刀切等原因，特殊养老院无法满足需求。能够迎合每个老人的个性化护理机构必然伴随高成本和小规模化，这在人们的想象中一定是无法盈利，无法经营下去的。

针对这样的想象，堀井提出了“社区养老”的经营模式。这种模式，是指在自己熟悉的特定的地理范围内，集中建立有各种不同侧重点和特色的小规模养老设施的模式。其特点是，充分利用本地的人力物力资源，构筑有关各方的合作机制，实现本地养老，同时又以养老事业带动本地社区经济效益，追求双赢。阳光之家现有各式养老机构 12 所，都集中在创业者土生土长的神奈川县湘南地区，初期的几所设施是利用当地原有的公寓、公司宿舍楼等改造而成的。阳光之家重视本地原有社区资源，员工也是本地人。

1988 年公司以 5500 万日元的注册资金成立，经过近 4 年的准备，突破了当时小规模养老机构得不到行政认可的局面，1992 年作为 5 年的公开试验项目成立了“阳光之家镰仓馆”。镰仓馆是改造当地一座小型公寓建成的，与松下电工合作开发的带淋浴洗手间配备在每一个独立的房间里。成立第二年起就开始盈利，通过 5 年的试验充分证明了小规模养老设施是可以经营下去的。1996 年，阳光之家获得了“神奈川县新企业创造大奖”，1997 年又获得了“新事业大奖”，作为一种新的养老经营模式得到了广泛的认可。

从那以后，阳光之家接二连三开始创建各式小规模社区养老机构，例如 1997 年成立的护理式住宅阳光之家鹄沼馆，有护理人员和医护人员常驻；1998 年成立的神庭阳光之家，以基督教信仰为特色，但并不排除非教徒；2004 年成立的阳光之家镰仓栗田馆，具有一定医疗设备和人员；同年成立的街角之家南林间馆，提供家庭气氛的养老护理等。在这些机构当中，有专业性很强的（痴呆症老人护理），也有综合性的；有公寓形式的，也有小规模住宅（别墅）形式的；有居住式的，也有居家养老辅助式的。居住式养老机构规模最大的不超过 30 居室，最小的只有 7 居室。“要想提供个性化护理，人数不能超过 50 人”，这是创始人堀井的见解。坚守小规模养老的信念，公司成立这么多年来，除了当初的第一期以外，一直没有亏损过。

养老专业技术

看似成本极高的阳光之家，为什么能保持如此好的经营状态呢？

首先最重要的，是体现其理念“慈爱精神”的养老专业技术。阳光之家称之为 PQ(Perception Quality)，也就是感知性质量，这个指标意图彻底追求老人的“感知”是否是高质量的。通过重视老人的感受，不断调整和改善护理和服务方式，始终体现“老人才是主角”的专业护理技术。

其次，为了进一步提高阳光之家的专业性，公司在 2001 年成立了专门设计和建筑护理式住宅的建筑公司“里拉之家”。其后的几所小规模住宅型设施，都是采用本公司的技术建筑的，开创了建筑

行业中护理式住宅的新领域。

第三，作为阳光之家的集资策略，值得注目的是“小规模私募债”的形式。这是企业债券的一种，只要集资对象在49人以下，属于亲戚朋友熟人，则不需要行政批准，也不需要通过金融机构。2003年和2006年，阳光之家本着“本地社区支持本地养老”的理念，发行了两次“社区福利私募债券”。以社区居民为购买者，每股100万日元，发行40股，当天就卖完了。发行私募债券不仅是中小型企业筹资的有效途径，同时还是使公司受到第三者（投资者）监督，特别是受到当地社区居民的监督和认可的良好机制。

第四，阳光之家提供服务时注重“集中与选择”。集中，是指积极利用统一性资源。比如充分利用国家护理保险的制度来提供各种保险支付范围内的服务，送餐服务中材料通过统一购买来节省成本等。选择则指为追求品质的个性化服务，比如保险不能支付的服务，或者在各个机构的厨房进行的应对个人嗜好的餐饮服务。集中重视量，选择重视质。

最后，“社区参与式合作养老”的模式，可谓阳光之家成功的最主要秘诀。它的养老机构都建在老人们熟悉的社区内或附近，很多由本社区的居民们投资建设，并雇用本社区的居民就职。2008年阳光之家的从业人员有230人，都是本地区的居民，特别是中年女性占绝大多数。另外还有很多居民志愿者参与阳光之家的各种设施的活动。与本地各种医疗机构、保健机构的合作，也是参与式合作养老的重要一环。在特定区域内，由本地居民、有关机构共同推进养老事业，形成区域内的养老经济，促成利益循环。这就是阳光之家创出的新的养老模式。

让阳光模式普及起来

为了使阳光之家的成功经验被更多有需求的社区借鉴和活用，阳光之家成立了支援社区养老事业的“SunNET（阳光网络）”。对象是拥有土地，想开展新事业的人；正在做老人护理事业，想使事业有新的进展的人；想为社会做出贡献的企业人；有充裕资金的人；有护理经验的人；没有资金也没有经验但是有意为之的人；退休后想在社区做事的人等。阳光网络作为其事业伙伴，为其提供咨询和经营建议，促成其经营模式的成型和转型，使更多人能够在各自的社区开展养老事业。

小规模多功能的“街角伙伴俱乐部”，住宅型养老机构（以“阳光之家”为名的各机构），为有特殊需求的老人提供的设施性养老机构（街角之家），以宗教、兴趣爱好、价值观等为纽带的家庭式共同生活空间（里拉之家），是阳光之家养老事业的主要内容。根据这些经验，阳光网络会就各个社区的特点和需求、经营者的目标来量体裁衣，设计出适合其社区的福利服务事业计划，以社区为主体来开展。2003年，在阳光网络的帮助下，“里拉之家”成立了。2005年，阳光网络老人送餐系统开始外卖。

阳光模式，正在进行中。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/09/node_14.htm

[【返回目录】](#)

耄耋索罗斯：慈善事业给了我工作的理由

1930 年出生的索罗斯今年已经是 83 岁高龄老人，人们总会形容他是“金融大鳄”，他自己也形容自己是会“咬人”的鳄鱼。索罗斯在今年 4 月接受香港媒体采访时仍表示，他对中国经济转型抱有信心。与此同时，这位举世瞩目的老人近段还对中国高房价歧途开了“征收房产税”的药方。

索罗斯不仅是金融家，还是慈善家。耄耋老年的他，将多数时间给了慈善事业，正如他自己所言：慈善给了我工作的理由，赋予我生命更高的意义。

以下文字来自雅虎财经：

著名对冲基金经理索罗斯就像一条鳄鱼，出其不意间会咬你一口。他弄垮了英格兰银行后，开始在世界扬名；而让亚洲人铭记他的，是因为 1997 年爆发的亚洲金融风暴。索罗斯利用资金横扫东南亚后，带领国际炒家将目光投向刚刚回归中国的香港，开始做空港币。在香港特区政府的顽强抵抗下，索罗斯败长麦城，直接损失超过 20 亿美元。

2011 年 7 月 27 日，这名曾令很多国家痛恨的金融大鳄，表示将结束近 40 年的对冲基金经理生涯，转变为一位慈善政治家。

很多人对于索罗斯表示不能理解，一方面他在金融市场上像冷血残忍的鳄鱼一般狙击他认为估值错位的主权国货币；另一方面，索罗斯又大搞慈善，他的基金会遍布全球，32 个分支机构每年支出 7.5 亿美元。

这似乎是对不可解释的矛盾。其实不然。

第一，索罗斯的慈善是所谓“大慈善”，不是针对弱势群体或者不幸群体的赈灾济贫，而是倡导建立开放社会和世界金融新体系。

索罗斯现在几乎所有精力都放在慈善方面。他说：“我的基金会目前每年支出 7.5 亿美元，我的目标是一年支出 10 亿美元。我老了，趁我还活着的时候赶紧把钱花出去。慈善给了我工作的理由，赋予我生命更高的意义。”

讲到全球气候变暖，索罗斯说：“我以前没怎么关注，总觉得有这么多人关心这个问题，不需要我参与。但哥本哈根会议无功而返，让我意识到我们不能单指望政府解决这个问题，整个社会

都要参与。所以，我现在加入了气候政策研究院的融资委员会，希望能尽一份绵薄之力。我关注的是雨林，特别是印尼的雨林，很多人认为二氧化碳的排放源主要是工业生产，其实不然，雨林才是罪魁祸首，我和荷兰等国的专家合作，正在进行这方面的研究，希望我们研究的结果能在坎昆会议上公布。”

第二，索罗斯关于市场、社会、道德问题的理解也决定了他既冷血又温血。

他认为，市场制度区别于其他制度的一个关键特点是：市场是非道德的(amoral)，即市场不是以道德标准来衡量的。正因此，市场机制才会有效、高效。在一个有效市场上，个体参与者的决策对于市场价格的影响很小。所以，个体参与者对总体结果不承担责任，或者只承担很小的责任。但是，社会是要讲道德的，社会的发展涉及道德范畴。政府负责管理社会，包括制定市场机制的游戏规则。所以，政府要讲道德，必须用道德标准衡量。

索罗斯在回答企业家的问题时也说：“我很幸运，我做的是金融行业。如果我和你一样做实业，要面对员工，给他工资少一点，我自己就多赚一点，我活好一点，他就活得差一点，这样作决策就难多了。”他说，他一直都能把在市场上赚钱和在社会上花钱这两件事情彻底分开，残忍和慈善互不干涉。

索罗斯说，在成为公众人物之前，他从来没有这方面的顾虑，但声名鹊起后，很多人开始关注他，他的决策会有很多人跟从，他做多或做空一个国家的货币，很多人会跟着做多或做空，结果可能真的会给那个国家带来伤害，这让他很为难。这就好比一只手绑在背后与人搏斗。

他最后开玩笑说：“我不是个圣人，如果你在市场上碰到我，还是得小心，尽管我老了，但还是一条鳄鱼，小心我吃了你。”

来源：雅虎公益

地址：<http://gongyi.cn.yahoo.com/ypen/20130409/1696154.html>

[【返回目录】](#)

迈克·里奇：捐赠是信任的表达

“迈克·里奇(Mike Richey)有很多很好的关于公益理念的想法，给我们带来很多新鲜的思考。”北京师范大学中国公益研究院院长王振耀这样评价。“其实不难发现，美国人跟中国人的思考有一点区别就是行动力。他想到了一些建议，让大学就能筹划公益慈善活动，让大学就能开展很好的募捐，让大学实现优秀的公益管理。与他私下交谈的一个小时，我没有想到有这么多的收获。”

在京师公益讲堂上，与在场的听众分享了美国的慈善文化，同时，也带来了一个新的理念——捐赠也需要开发。

相比较之下，中国大部分人每年捐款不多于5元钱，从中不难想象和发达国家的差距有多远，同时国内公益领域的捐赠文化远远没有形成。一方面经常会听到捐赠不够的埋怨，但另一方面，却不知道捐赠也是可以开发出各种产品的，比如迈克·里奇分享的“百元俱乐部”。

“我们并没有用心地开发过公众的爱心，可以看出我们公益慈善工作者的工作机制也有相当大的差距。另外，我能体会到美国社会对捐赠人的尊重。仅仅把捐赠人名单和金额在报纸和网络公布，这并不是一个体现公信力的好方法。如何使捐赠人感到自己的绵薄之力让对方由心中感激，这应该是我们保证公信力的出发点。”王振耀说。

观点一：基金会和个人捐款成为肯塔基大学预算主要来源

迈克·里奇认为在政府拨款之外，面向基金会和个人的慈善筹款对于美国的大学尤为重要。举例来说，1971年，当我还是学生的时候，肯塔基大学的总预算是1.03亿美元，其中55%是来自州政府拨款，其余则来自学生缴纳的学费和申请的学术基金。41年过去后，我们的总预算从1.03亿增长到了26个亿，但是其中州拨款的比例下降到仅为11%。在这个数字当中，我们的学费在上升，我们也有一些科研项目的资助，但是绝大部分是来自个人的捐款。

几年前，我们校方开始认识到，面向个人和基金会的筹资工作对学校非常重要，于是我们发起了一项捐款的倡议。这项倡议实际上有两大目标人群：一是面向我们20万的校友，二是面向对肯塔基大学友好的人士。在校内，我们每一个部门都参与到这项捐款当中，其中包括文理学院、教育学院、法学院、商学院等所有的16个学院，甚至还包括我们的篮球队、其他体育队和校医院。我们的最终目标是从这个运动当中获得10亿美元，最终的捐款金额超过了这个目标，项目执行十分成功。

观点二：资金永远不会有足够的那一天

迈克·里奇：我们用所获得的资金支持了以下项目：赞助了91个高级教授职位和200个普通教授职位，用于发放奖学金、科研经费和研究生助学金。我们也是美国所有大学中，第一个成功获得10亿美元捐款的。

这项倡议于2007年12月结束，当时我以为，我的使命结束了，我可以退休了。但是资金是永远不会有足够那一天的，我们的学生需要奖学金、学科需要经费、系院需要支持，所以我们仍然要在筹资方面继续努力。通常的情况是，一下子筹了这么多钱，在接下来几年可能会有一段疲软期。但在肯塔基大学，我们的筹资至今还没有出现过疲软。到2012年，我们又再次突破了1个亿，筹得1.05亿美元。

对于这几年来的捐款筹资，我们认为至少在两个方面是成功的。第一点是每年筹得的总款项在

上升;第二个标志是具体捐赠者数量的上升。2008年,我们有42,000多名捐赠者;到了2012年,我们获得了56,000余名捐赠者。而每年捐款的总笔数也从2008年的82,000余笔上升到2012年的100,000余笔。

观点三: 筹款需要花费时间与捐赠人一对一交流

迈克·里奇: 在美国,每所大学都设有捐赠基金。肯塔基大学投入一笔资金到这个基金用于投资理财,将所得的回报用于项目使用。现在,我们每年对基金的投入是10亿美元,其中4%的基金年收入用于支持学校的项目。

在大学基金方面,许多大学的捐赠基金总额都比我们多,肯塔基大学进行筹资捐款的历史也没有一些老牌大学长。眼下,我们正面临很多项挑战,例如,我们需要6500万美元为商学院建造之前所说的新楼,需要修建价值1亿美元的科技楼,还要用1.1亿美元扩建运动场,以上总需2.75亿美元,至少要通过募捐活动筹得其中的7500万美元。

为了使筹款活动成功,我们需要花费很多时间,一对一地和捐款人交流。在上次倡议中,我们和41,000人进行了这样的沟通交流。我可以保证,未来募捐所得的资金,将有一部分用于国际交流,包括与中国学术界及中国高校的交流,我们非常愿意和中国的大学成为合作伙伴。

观点四: 保证每一个捐赠人感受到来自我们的温暖和敬意

迈克·里奇: 首先,我们设立了一个机制,保证每一个捐赠人都能得到来自我亲笔签名的一个感谢信,让捐赠人感受到这份温暖。有些人可能每年只捐给我们50美元,但对于公益事业,再小笔的款项都不算少,因为经验发现,即使很小数额的捐赠,如果能连续进行5年,这样的人就很可能在人生未来阶段做出大额的捐赠。

对于连续5年做出小额捐赠的人,我们的公益办公室会打电话邀请其成为“百元俱乐部”的成员,即每年捐赠至少100美元。如果年度捐赠超1000美元,我会给捐赠者寄去一个能贴在车后窗的车贴,让大家知道他的善行。如果是1万美元,我会做一个牌匾赠给他。对于巨额的捐赠,我们还可以采取命名建筑物的方式。

在美国,人们希望自己能对社会有贡献,或是希望纪念自己失去的亲人,以他们的名字命名某个建筑,以示长期纪念。在美国,向公益事业做出的捐赠是可以免税的。其次,通过向我们捐款,也可以表达个人对肯塔基大学的信任。

观点五: 培养学生捐赠精神,普及公益文化

迈克·里奇: 捐赠和公益是美国的文化之一,它始于家庭,始于宗教信仰,也始于学校。

以我个人来说,我有两个孩子、三个孙子和一个外孙女。在这些孩子小的时候,每个星期我都会给他们一些零花钱,告诉他们可以随便花,但是其中必须要有10%用于帮助别人。

在肯塔基大学，我们也向学生传递公益理念。每年我们有成千上万的学生和教师抽出时间从事志愿活动，同时也捐出善款。8年前，我们在肯塔基大学的学生中发起了一个项目“蓝色舞蹈”(DanceBlue)，这是一项24小时不间断地舞蹈马拉松活动。我们只允许800名学生参与，在整整24小时中，他们不能停、不能坐下来，通过这样的方式募款，把所得捐给患癌儿童。在没有捐款的学生中，则有人每年捐献了甚至2000多个小时来组织这场活动。去年，一名85岁高龄的老人得知了这个活动，在身体很不好的情况下到现场看这些年轻人跳舞。两个月前，她的律师找到我们，告知她已经去世，但把价值50万美元的遗产捐给了我们。

人物档案

迈克·里奇，1973年获肯塔基大学农学院学士学位，1979年获肯塔基大学农学院硕士学位。1998年，加入学校发展办公室，现为肯塔基大学主管发展事务的副校长，首席发展事务官，沙利文奖章获得者。曾任美国全国农学校友与发展协会会长，基甸会国际主席。现为美国未来农民基金会个人捐赠委员会成员，肯塔基大学一百五十周年校庆委员会联席主席。

来源：公益时报

地址：

<http://www.gongyishibao.com/gongyi1/rwzs/201304/4ac9533ffb8b40c398e9b3b4a128f777.shtml>

[【返回目录】](#)

皮埃尔·卡蓝默：富人要正确使用钱财

一年前，中欧社会论坛原主席皮埃尔·卡蓝默(Pierre Calame)卸任欧洲梅耶人类进步基金会会长之职。卡蓝默在诸多社会课题领域颇有建树，包括大学教育体制改革、全球人类责任的伦理重建、世界公民议会建设、中欧及其他地区多元网络、世界公民社会治理、生态与人类的共同命运等。1992年开始，卡蓝默往返于欧洲与中国之间，致力于加强中国和欧洲的交流与合作。最近，皮埃尔·卡蓝默就慈善的真义等问题与《中国慈善家》记者进行了一次深入讨论。

无回馈的财富积累将导致道德灾难

《中国慈善家》：你是怎么看现代社会的慈善的？

皮埃尔·卡蓝默：有关慈善的定义非常陈旧。你可以在任何社会的任何历史时期发现慈善的存在。在欧洲，古希腊人不会称其为慈善，他们认为，好的言行会用好的方式表现出来，也就是说，

富人要正确地使用钱财。对于古希腊城邦的富人而言，利用自身财富回报社会，不是一种选择，而是一种责任。显而易见，任何社会的财富都源自奋斗或继承，但不能孤立于全球社会之外，所以，对于任何富人而言，最大问题就在于如何把个人财富回馈给社会。

无论是美国的社区基金会，还是中国的新建大学和医院的捐助者，都是社会信誉的一部分。如果富人耗费全球资源只为谋一己私利，这是无法想象的。人们集聚财富，最终却不知道财富的意义何在，仅仅为了积累而积累，这样的财富积累将导致社会的道德灾难。

我始终记得若干年前在人民网论坛的一次互动，一位中国网友提出了一个让我非常讶异的简单问题：欧洲也有仇富现象吗？可见，中国的贫富差距已经引发了不小的社会问题。在一个正常的社会里，富人如果不把部分财富回馈给社会，是难以想象的。这也是道德尺寸和心理健康的一种反射。

现在，慈善表现得更加雄心勃勃，人们可以把自己的财富回报给全人类社会。比如我们欧洲梅耶人类进步基金会的创立者，捐献出了全部财富，他们认为，其后代应该通过自己的奋斗谋生，而非继承父辈的财富。

所以，当今时代的慈善，意义已经非常宽广，远非捐赠部分财富以赢得社会声望可比了。

《中国慈善家》：你曾说，“每一个技术的革命都加深了发达和贫困人口之间的鸿沟。”“我们应该学习如何管理人类社会财富的问题。”那么，究竟应该如何管理人类社会财富呢？

皮埃尔·卡蓝默：我们仍然希望主权国家来领导世界，我们认为，主权国家代表了世界的整体利益，同时，我们曾经设想，用管理国家的方式来管理世界。但这种方式已不再有效，我们需要未雨绸缪。

如今，每个人都明白，我们即将留给子孙后代的，是一个不可持续发展的世界。但我们的国家首脑并不关心这个问题。以我所在的国家为例，首脑们关心的仅仅是下一届选举。那么，应该如何处理长远问题呢？在避免全球经济衰退和停止消费以保护我们的星球之间，存在着一种失衡。如果我们不去解决这种失衡，整个人类社会就面临着全面的失衡。这种失衡导致的危机涵盖了生态、种族、金融、经济等诸多方面。

因此，全球发展模式已危如累卵，现在我们正处于整个世界面临巨大转型的关键历史时期。

《中国慈善家》：如何正确地展开公益行动？

皮埃尔·卡蓝默：确定了捐赠社会的目标之后，你将面临几个选择。

首先，捐赠社会的这个“社会”，其范围边界在哪里，是本国还是全球？

其次是投资的回报。如果你真的不求任何回报，那么，你的投入将没有财富增值，在社会声望层面也不会有回报。所以，你是想得到可见的回报，还是仅仅为了体现个人德行和价值观——这是一个重要选择，也是基金会治理的基础。

第三，你是想成为解决健康、贫穷、残障等单一问题的善人，还是希望面向更广泛的社会议题？你是想改善这些现象，还是想根除更为深层的、引发诸多现象的原因？例如现在，每年我们都需要更多的经济增长，以解决1%的贫困，这就意味着，我们的社会在解决贫困问题时越来越低效。那么，你是想成为大海一粟，但希望自己掷出的小石头能够减轻贫困状况，还是选择解决造成贫困的根源？

在非洲，大量的社会组织承担着诸如扶贫、建立社区和农民组织等公益项目，但这些项目没能真正帮助非洲国家和社会的发展，主要原因是，非洲目前的治理方式仍继承了以往的殖民色彩。因此十年前，我们决定帮助建立一个联盟，以重建非洲的治理结构。这是一个长期的项目。这些年来，我们看到，这个联盟已经能够表达建议、表达善意并传播这些善意。

可见，每种选择都是可贵的，它将强烈影响到社会组织的策略和治理。

基金会承担着崇高的社会使命

《中国慈善家》：欧洲基金会的专业性体现在什么地方？

皮埃尔·卡蓝默：欧洲和美国的基金会赠与捐赠，并利用捐赠的收益维护公共利益。拥有这些特质的基金会有两个主要特点。首先它独立，既可以是地方的，也可以是全球的，可以改变其所工作地区的处境；其次它是长期运作的。很少有机构能够在保持独立的同时长期运作。

这两个特点使得基金会的权限极其大，而也正因为此，基金会承担着非常崇高的社会使命。

《中国慈善家》：基金会的责任在21世纪有哪些改变？

皮埃尔·卡蓝默：一位意大利哲学家曾说，20世纪是权利的时代，而21世纪将是责任的年代。德国哲学家汉斯·乔纳斯也表示，随着相互依存的程度不断增加，责任的自然生态也产生了变化。所以，我们应该从新的层面上去理解责任。普遍责任的概念由此产生。

那么，什么是普遍责任？任何社会都有普遍责任，它植根于互利原则和社会架构，所有社会普遍存在的伦理就是责任。由于责任变得普遍，所以责任的内涵也有了翻天覆地的改变。

普遍责任有三方面内涵：首先，你需要为自己的行为所产生的影响负责。第二，更大权力，更多知识，更多责任。所以基金会保持高度独立性的同时，需要承担更高水平的责任。第三，除非我们协作之后仍无法改善状况，否则我们就不能说我们无力改变。这三个维度是基金会的标准的责任。

《中国慈善家》：梅耶人类进步基金会的工作目标是什么？

皮埃尔·卡蓝默：必须承认，90%的基金会正在逃避责任。

显然，挑战越大，越需要长远蓝图。针对我们所面临的多数挑战，我们的应对处理应该面向真正原因，而非表象。例如减轻贫困，意味着要处理产生贫困的根源，而不是帮助人们生存下去，因为一旦失去支持，人们就会重返贫困。大多数情况下，我们所必需面对的问题，根源于对世界发展

蓝图、体制以及政治经济逻辑的心理定势。因此，处理其根源所在，意味着大量的脑力工作。当心理定势变弱，大部分的具体行为就会接受新的思想方法。

基金会的责任需要为新出现的社会角色和社会网络负责。我们所面临的主要问题之一，是机构和心理定势的惰性之间的矛盾，这反映出科技和经济的快速变革。我们不能理所当然地认为现存的制度和角色都可以应对目前的挑战。

因此，我们需要建立长期的、复杂的策略和联盟，来承担基金会的责任。作为战略，意味着灵活，并且允许合作伙伴是灵活的。我们还需要重建从行动到反射的新进程。如果负责的组织是学习型组织，它就能够从以往行为的反馈中适应其战略。

以上这些因素强烈影响了梅耶人类进步基金会孕育出自己的战略。我称之为“雄心壮志的责任”。它的直接影响就是独立和长期发展的可能性。

所以，我们建立了中欧社会论坛，为建立全球性的社区而努力。欧洲越来越认为中国是一个不公平的竞争对手，而中国在担心仍然被欧洲低估。如果我们想要一个和平的世界，就需要达成两个社会之间的深度理解。这正是中欧论坛要做的事。

来源：慈讯网

地址：http://www.icixun.com/html/view_888.htm

[【返回目录】](#)

◎企业社会责任

UNDP：政府与私企合作使用新技术应对灾害

联合国 4 月 8 日电-- 日前，联合国开发署与土耳其常驻联合国使团合作，在纽约联合国总部举行了一场研讨会，主题是“公司企业应对灾害的创新能力和适应性”。记者通过参与会议了解到，这次会议的目的是想强调，在应对当今各种灾害与灾后恢复社会秩序方面，新体现出来的一些市场经验，会议展示了政府部门与私人公司企业如何共同合作，将最新技术发明应用在灾后恢复与预防危机过程中，并讨论了创新型危机应对的新型模式（new models for innovative crisis response）。

记者现场发现，会议期间特别展示了在发展中国家自然与人为等多种灾害发生期间，私人公司能提供应急救援的一些最佳实例。例如，在 2011 年 10 月 23 日和 11 月 9 日，土耳其发生特大地震，土耳其一家全国最大的手机服务商启动应急通讯系统，通过帮助发送一万多条急救求助信息，避免造成更大人员伤亡，并在灾后学校重建过程中发挥重要作用。

联合国副秘书长与联合国开发署副署长 Rebeca Grynspar 先生、联合国助理秘书长与联合国开发署助理署长 Cihan Sultanoglu 女士等均向本报记者表示，具体的技术与操作程序也许会有不同，但是私人公司企业在应对重大灾害方面敢有作为的精神值得肯定。会议期间，联合国开发署官员还介绍了开发署推出的在预防灾害与灾后恢复重建过程中大力使用手机等数字技术的行动方案。

来源：人民网

地址：<http://world.people.com.cn/n/2013/0408/c1002-21060781.html>

[【返回目录】](#)

化学品使用与“绿色时尚业”和“快时尚”的博弈

早在 2011 年，自绿色和平发布了关于 NPE 材料的调查—因众多国际服装品牌，包括阿迪达斯，耐克，匡威，李宁，H&M 等被检测使用 NPE 引发的大众关注，随之带来近年来时尚品牌以各种高姿态的方式承诺停止对水源和工厂外释放有毒化学物质，或是结成联盟发表 2020 倡议。近期，化学品在服装行业使用的话题再次在国际社会中升温。

据 BSR 上周发表的《安全与可持续化学物使用》一文中称：鉴于不断增长的市场需求，法规和声誉风险，企业需要了解化学品的使用对社会和商业带来的影响，并积极管理其使用和相关供应链问题。

对于消费者来说，发现的化学物质对于身体负担”的意识需要不断增强，虽然已为年轻人特别关注，但作为发展中国家的婴儿和儿童比成年人更容易受到化学品的接触。此外，持久性生物蓄积性和毒性的物质（PBT）在环境中一旦被释放，他们便会以风向和洋流分散在全球各地。由于 PBT 降解非常缓慢，其积累可能带来动物和人类健康的负面影响。根据联合国报告称，“重金属，溶剂，有毒污泥，废物及其他废物排入水体每年约在在 300 和 500 万吨之间”。

对企业的影响来说，主动对化学品实施管理可帮助改变消费者的购买习惯，比如当消费者意识到 BPA 在奶瓶的使用为婴儿带来的生理负面影响；主动对化学品进行管理还可以降低合规成本，尤其是随着越来越多的国家寻求规管产品中的化学品。例如，希捷（Seagate）能够保持合规成本上升，在面对日益增多的监管和客户要求下，主动要求供应商充分披露产品的化学成分。

当涉及到公司声誉议题时，化学品的使用同样存在着风险和机遇。风险方面，产品自身与供应链中化学品管理方面的差距势必引起公众高度关注，可能有损企业的品牌。尤其以绿色和平组织针对服装行业运行所开展的高调活动案例为首当其冲；机会方面，企业则可以提升自己的声誉，并通过主动解决客户关心的问题，建立消费者的信任。例如，[Method](#) 以提供新的方法来包装设计和使用安全化学品成分的产品成功地打进竞争激烈的消费品市场。

GreenGoPost.com 的咨询师 Leon Kaye 在 Triplepundit 发表的博客文章中表示，如同其他签署绿色和平的时尚企业一样，贝纳通承诺在 2020 年之前结束其在供应链中有害化学物质释放。这个最新举措和承诺还包括使用液体木材的晾衣架，更加生态友好地使用水性油墨印刷的白色牛皮纸包，更精简的包装和对整个运营碳排放更多的检测。贝纳通承诺在 4 月份之前发布一份更新的限制级物质清单。6 月份之前则要求供应商用更加安全的物质去替代烷基酚聚氧乙烯醚（alkylphenolethoxylates），这种物质通常会在洗涤剂和其他化学纺织品中出现，或被皮革公司使用。与贝纳通一样，在服装制作上采纳更为严格环境生产标准的企业正监督着市场产业中行动迟缓的企业，带动他们在优化供应链环境中的行动，使可持续发展已经成为竞争力，而不是带来额外麻烦。

注：NPE 是一种基础化工原料，广泛应用于纺织、造纸、清洁、个人护理产品等的制造过程中。与之相关的欧盟 REACH 标准中，对纺织品生产过程中的化学助剂中添加的 NPE 的含量规定为不得超过 1000 毫克/千克；PBT 树脂作为五大通用工程塑料之一，在增强改性后可广泛应用于汽车制造、仪表仪器、照明用具、家电、纺织、机械和通讯等领域；双酚基丙烷（BPA）双酚 A 是一种内分泌干扰物，可以模仿人体自身的荷尔蒙，并可能导致对健康的负面影响。美国，欧盟，加拿大和挪威已禁止使用。欧盟认为含双酚 A 奶瓶会诱发性早熟，即 2011 年 3 月 1 日起宣布禁止使用含有化学物质双酚 A (BPA) 的婴儿奶瓶。

“邦”小编观点：时尚界以 ZARA, H&M 等为代表的“快时尚”正在与“绿色时尚”（即可持续时尚—减少浪费，提倡回收和二次使用）并行，积极走进绿色时尚是服装行业发展的趋势，同时也是彰显企业竞争力的综合能力体现；随着不断涌现的 NGO 组织对环境影响的关注，消费者意识和监管的增强，化学品的使用成为时尚行业可持续发展计划的重要组成部分；围绕“化学品”成分的管理必将成为时尚行业改革的重点，充分管理化学品成分在产品中的使用并不断提高标准也正是时尚行业的“领导力”体现。

企业社会责任（CSR）是不会解决世界上任何问题。也就是说，企业社会责任是为企业本身受益的同时也应利于社会和社区的持续发展。在组织，企业和个人应尽量减少负面的结果时，最大限度地发挥积极的成果，即减少对人类和环境的影响，其涵盖各个方面的包括生产，消费和劳动力等方面，这意味着股东，制造商，客户，分销商，包装，材料等都应作为考虑对象。

来源：公益邦

地址：http://blog.sina.com.cn/s/blog_6f52f4fc01019j25.html

[【返回目录】](#)

首个智能手机可持续性认证将关注具有社会责任感的制造和环境

TCO Development 宣布将智能手机纳入其全球 IT 产品可持续性认证的范围。新的认证将让智能手机买家和用户更加容易地选择符合一系列标准的设备，这些标准包括具有社会责任感的制造、对环境影响最小和人体工程学设计。

智能手机拥有和个人电脑（PC）一样强大的处理能力与功能，全球年销售额增幅约为 50%，是当前所有 IT 产品种类中发展速度最快的产品。2014 年，全球智能手机销量预计达到 10 亿部。

但是这种爆炸性增长也带来了必须面对的新可持续性挑战。主要问题包括危险物质、迅速更换、电子垃圾和不达标的制造工作环境。

TCO Development 的认证将关注推动制造智能手机承担更大的社会责任和减少智能手机对环境与人体健康的影响。认证的标准包括制造商承诺遵守国际劳工公约；减少重金属、铍、镍和邻苯二甲酸盐等危险物质；以及节能和人体工程学设计。

TCO Development 产品认证总监 Niclas Rydell 表示：“新的认证将为公私部门的组织带来真正的保证，让它们选择的智能手机能够帮助达成它们的可持续性目标，并带来可持续性更强的 IT 环

境。”

值得注意的是，认证并没有关于 SAR（移动电话吸收辐射率）值的标准。TCO Development 将密切注意这一领域的发展，并建议在用手机打电话的时候使用耳机。

今年 4 月，新的认证系列标准将提出草案，征集公众和利益相关方意见。结果预计在 5 月中旬公布，届时品牌可以为它们的手机申请认证。

TCO Development 简介

TCO Development 是第三方 IT 产品可持续性认证 TCO Certified 的创立者，致力于推动 IT 的可持续发展。TCO Certified 认证产品满足一系列广泛标准，确保在制造、使用和回收环节上都考虑到环境、社会和经济责任。TCO Certified 认证产品类别包括显示器、笔记本电脑、平板电脑、台式电脑、一体式个人电脑、投影仪和耳机。TCO Development 总部位于瑞典斯德哥尔摩，并在北美洲和亚洲设有区域业务。

来源：美通社

地址：<http://www.prnasia.com/story/77495-1.shtml>

[【返回目录】](#)

微软新项目助卢旺达发展“知识导向型”经济

据“全球展望”网站 4 月 11 日消息，卢旺达一直致力于将本国打造为非洲数字化中心。基于卢旺达这一定位，微软公司近期进一步扩展非洲市场的计划无疑是一个重要的举措。

早在 2013 年 2 月，《福布斯》杂志就报道了微软公司针对非洲市场开展的“4africa”项目。微软市场拟在非洲大陆部分代表性国家，如埃及、科特迪瓦、尼日利亚、肯尼亚、南非扩展市场。这项市场推广策略的主要内容有：助推 100 万个中小型企业；帮助约 10 万名劳动力提升工作技能；帮扶 10 万名大学毕业生掌握工作技能，并为其中 75%的毕业生提供工作岗位。

近期，微软公司又准备在卢旺达等国进一步扩展其非洲市场。据悉，这次对卢旺达的市场推广与微软之前在非洲其他国家的推广方针没有明显差异。除了推动公司智能设备进入该国市场外，微软还围绕技术和创业等方面，给该国年轻人提供指导。

卢旺达青年和信息产业部部长让·菲尔波特·恩森吉马纳表示，微软公司这一举措有助于卢旺达经济转型，使卢旺达早日步入“知识导向型”经济形态。并且为卢旺达建设“信息科技中心”提供契机和平台。

来源：环球网

地址：<http://hope.huanqiu.com/globalnews/2013-04/3827099.html>

[【返回目录】](#)

耐克、星巴克、宜家：气候变化政策带来商机

耐克、星巴克、宜家和其他 30 家公司已共同签署了一项声明，敦促联邦决策者采取一些列应对气候变化的措施，包括推广清洁能源、提高效率和限制碳排放等。这次运动由 Ceres 发起。

来自 Ceres 创新气候和能源政策商业联盟（BICEP）的主管 Anne Kelly 说，“气候变化政策是商机”。参与联合声明的公司正逐步减少它们的 CO2 排放 - 这些可持续发展措施正在为他们的业务带来帮助 - 华盛顿那边也将采取行动。

签署该声明的公司中，许多都受到过极端天气灾害带来的影响，比如去年夏天的桑迪飓风。这暴露了美国经济在气候变化中的脆弱性。

来源：商道纵横

地址：http://www.syntao.com/CSRNews/CSRNews_Show_CN.asp?ID=16004

[【返回目录】](#)

思科：网络力量构建公益平台

近日，思科发布了《思科·公益在中国》报告。作为一家 IT 厂商，思科是成功的企业。自 1990 年上市以来，思科的年收入从 6900 万美元上升到 2012 财年的 461 亿美元。目前，思科在全球范围内的员工超过了 6 万名。而在社会公益方面，思科亦是优秀的企业公民。思科 1994 年进入中国，在政府指导下，思科联合合作伙伴和 NGO，借助网络平台，将多年在信息通信技术方面的影响力和创新思维应用于中国、特别是中国边远贫穷地区的教育、医疗、环境以及经济发展领域，积极履行企业公民的社会责任。通过多年努力，思科思蜀援川、网络技术学院、绿色环保以及其他社会公益项目相继在中国取得了成功。

网络提升卫生条件 网络培养社会人才

汶川地震之后，思科与中国政府建立了政府产业合作模式，在政府及合作伙伴的支持下开展了

一个为期三年、投入援建资金总额超过 3 亿人民币的四川灾后重建项目——“思蜀援川”项目。项目主要包括对受灾地区教育援建、医疗援建、信息通信技能扩展方面的支持。项目中，思科通过自身的网络力量对 9,900 多名医疗卫生与教育工作者进行了信息技术技能培训、通过思科网络技术学院培养了 7,400 余名信息化技术人才；为 66 所医疗卫生机构，102 所教育机构，51 所思科网络技术学院(其中 25 所由“思蜀援川”项目直接资助)提供了现代化的信息化基础设施。

上述提到的思科网络技术学院项目(Cisco Networking Academy Program)是由思科携手全球范围内的教育机构、公司、政府和国际组织，以普及最新的网络技术为主要内容的非盈利性教育项目。

思科网络技术学院项目于 1998 年正式进入中国，在十余年的时间里，思科网络技术学院已经遍布中国的大江南北，覆盖了所有省份，成立了 400 余所思科网络技术学院，面向学生教授全面的和最新的网络技术课程。目前中国的在校学生人数 5 万余名，毕业学生人数 20 万人。

绿色网络以身作则 公益行动不遗余力

除了对医疗、教育等领域积极投入，思科在绿色研发上以身作则，为中国节能减排和可持续发展贡献力量。包括思科 WebEx、网真和思科统一通信在内的远程协作解决方案均体现了思科绿色环保的理念。2005 年，思科中国研发中心在上海正式成立，中心为中国本土创新和资源集聚贡献了力量。同时，思科积极开展绿色技术创新研究，加强与高校和科研机构之间的合作。思科中国研发中心已与清华大学、成都电子科技大学、重庆邮电大学分别设立了绿色科技联合研究实验室，致力于在中国发展面向绿色技术的创新活动。据介绍，目前，创新活动主要集中在云计算、视频会议、物联网和无线等领域。

除了从公司层面积极履行社会责任之外，思科还鼓励员工积极参与社会公益活动。思科成立了思科公民委员会和思科基金会。思科公民委员会主要负责与各个 NGO 组织保持长期紧密合作，为员工寻找作为志愿者参与社会公益项目的机会。而思科基金会则在特定情况下，为思科公民委员会的善行善举提供经济支持。除参加公益项目之外，思科员工还自发组织和积极参与了其他诸多献爱心活动，真正使公益成为了渗透于公司内部的一种企业文化。

思科大中华区副总裁、公共事务部总经理奚祖强在接受记者采访时表示：“网络是一条高速公路，过去现代化发展要通水、通路、通电，现在通网络也是必备的一项。网络技术使资源均衡化，边远地区也可以享受到科技。思科认为，网络的力量不仅仅来自于科技，更来自于人与人、机构与机构之间的相连，即：You + Networks = Impactx。因为网络，我们的能量空前强大，我们能做到和实现的比以往更多，这就是网络化时代集体善举、集体创造和集体努力的强大优势。”

来源：网界网

地址：http://www.cnw.com.cn/news-china/htm2013/20130410_267340.shtml

[【返回目录】](#)

马云援建青川7年承诺追踪：山坳坳里的电商扶贫

2013年春的青川县，正是亮黄色油菜花花开烂漫时。那场起于汶川映秀镇，止于青川东河口的大地震，曾让青川遭遇毁灭性的打击。然而，今天的青川，已经少有了苦大仇深的情绪，安静之余包含着一种崭新的秩序。

青川县地处川、甘、陕三省结合部，北接甘肃省文县、武都县和陕西省宁强县，南邻江油市、剑阁县，西靠平武县，东连利州区、朝天区，素有“鸡鸣三省”之称。自西汉置州郡至今，青川已有2300多年历史，因“其水清美”而得名。小小的县城有茶叶、核桃、油橄榄、竹荪等丰富物产，黑木耳、天麻、七佛贡茶更是中国地理标志产品。然而，这样丰富的资源，却因为“蜀道难，难于上青天”，走进不了寻常百姓家。如果没有这场地震，这些纯净珍奇的山货也许一直会不为外界所知。

5.12地震后，青川的山间地头，来了阿里巴巴的救灾支援团队，这批志愿者在青川安营扎寨，成立了针对青川灾区群众免费进行电子商务培训、帮他们就业创业的“阿里之家”。几年来，每月有约10名的阿里巴巴员工来到“阿里之家”，成为支援灾后青川建设的一份子。

青川山区来了时髦的电商支援团，这在当地引起过不小轰动。人们对于电子商务不解的同时，当然伴随着观望、好奇，甚至争议。“开始，连见过电脑的乡民都是少数。”阿里之家的一个员工回忆起刚来青川的情景，感慨良多。

小箱子的“电子圆梦箱”

“小箱子”王裕箱，是个面色桃红、眼睛很大、微胖可爱的青川姑娘。年仅19岁的她，已经历经病魔的无情折磨，但面瘫和腿脚残疾并未让她失去对生活达观向上的态度。

在通向山顶的青川县盘营乡乐元村的自然风希望小学的采访车里，王裕箱用不太利索的川普告诉记者：“我开淘宝店如今不仅能养活了自己，还从贫困家庭收购香菇干，获得的利润还资助了这里的贫困小学生。”而当天去参观的乐园村小学里的“爱心午餐”项目里就有她的一份心意。

在黄土飞扬的山路上，阿里之家的负责人跟记者讲起了“小箱子”的励志故事。

“小箱子”从来没有上过学，母亲和姐姐教给她一些基本的知识。因为身体残疾，她本应该是家里的沉重负担，不过阿里巴巴的援建项目让她的命运出现了转机：2010年下半年“小箱子”在“阿里之家”和县残联联合举办的技能培训上，认识了志愿者唐莎和何卫，在志愿者的鼓励下，“小箱子”决定通过网络尝试创业。“小箱子”的梦想并不远大，身为残疾人的她最初并没想过赚到多少钱，能解决自己的温饱就是最大的成功了。

令人没想到的是，2011年，一个由“小箱子”牵头，与几个残疾人共同开的“圆梦山珍”淘宝网正式成立后，得到了不少网络客的认可。他们利用阿里巴巴的模板，由自己张贴特产图片，精

心编写网站文字，没过多长时间，圆梦山珍就实现了回本，盈利后“小箱子”更是和另一位高位截瘫的“掌柜”董丽琼，决定参与到青川的公益事业中来。“圆梦山珍”团队把卖香菇的钱捐给青川的希望小学。

2012年，青川县残疾人网络创业中心正式成立，“圆梦山珍”成为第一个入驻的残疾人创业团体。如今，残疾人“小箱子”已经在阿里巴巴和当地残联的联合帮助下，成了“圆梦山珍”实体店的掌柜。“圆梦山珍”也成为了青川残疾人自主创业的典范代表，在青川当地家喻户晓。

百万特产的奇迹

阿里巴巴将电子商务的主要发展力量聚焦在“看过更广阔世界”的大学生身上。青川的电子商务正在以大学生为主的青年一代中间酝酿发酵，随着“阿里之家”力量的加入，使得这一概念在青川读书回来的高学历青年中迅速扩散，摆脱理想主义色彩。

基于青川本土的资源优势，让青川的土地资源、生物资源、水资源环境和珍稀特产等自然资源有机结合，形成电子商务平台上的品牌产品链条，一直是刚刚毕业不久，想回家乡青川进行电子商务援建的大学毕业生赵海伶的夙愿。

“在打算做电子商务之前，跟家里发生了极大的意见上的冲突。家里人的思想非常传统，他们觉得既然都从这个穷乡僻壤的地方考学出去，再回来工作就是一件很丢脸的事情。”赵海伶回忆说。

机缘巧合，她遇见了在青川考察的阿里巴巴的‘乐橙计划’志愿者，在听了简单介绍之后，她便决定参加阿里之家的电子商务培训计划。

“青川之于我，就是我童年记忆的全部，所有的美好是在青川这片土地上生长起来的，所以即便家人反对，当时的我就只有一个想法：一定要留在青川，一定要把我的电子商务店铺搞好。”

这个2009年8月毕业于成都外国语大学的青川姑娘，凭借着一股倔劲儿，说服了家里人，在知识和经验皆有贮备的情况下，开始摸索起灾区的电子商务的经营，她的网店以青川当地的绿色蜂蜜、木耳、竹荪等特产为主要销售品。

“像不方便洗澡这种生活上的难题，还能克服，但是没有网络和快递，这两个致命缺陷让我的电子商务发展步履维艰。”赵海伶说，“为了解决网络问题，我只能去当时的党校借别人的电脑用。用得凶的时候，早上6点就会过去，晚上12点人家关了大门我才回来。”

因为跟农户的合作关系并不稳定，加上赵海伶一直忙于读书，对于青川本土的山货并没有过多的了解。于是，网店的供货问题也是让赵海伶头痛的问题之一。“我那时候每天早晨5点就起床，到市场上把所有的山货都看一遍，再把看好的农户的电话记下来。”赵海伶告诉记者。“山货跟普通的东西是不太一样的，山货因为纯天然，可能样子和味道是比拼不过普通货品的，有时候还会显得非常怪异。但是网络上的客户有些并不明白这点，所以我必须对山货进行苛刻地挑选。”

这样的努力，使得赵海伶的运气也跟着好了起来，因为青川电商的崛起，青川的快递行业打破 EMS 一统江山的枯燥局面。申通快递于 2010 年在青川成立了分公司，物流瓶颈得到了有效改善。如今，青川邮政局、申通、圆通、汇通、韵达等快递公司均在青川开了代办点，在青川发货变得跟大城市一样快捷。据了解，2012 年，青川物流发出快递量在 200 件/天左右，而进入青川的快递量高达 600 件/天。

仅仅是个开始

阿里巴巴援建青川的企业社会责任小组，目前也未有撤离的打算，他们觉得，“五年”才仅仅是个开始。现在，青川地区每个月都还有新鲜的阿里“乐橙”志愿者来到这里，这个传统一直被保留，从未有过间断。

在最早一批网商坚持不懈的努力下，青川网商通过淘宝网成交金额也超过 1 千万，青川特产网店已经发展到 50 多家，这 50 多家网店共直接带动 100 多人就业。其中受阿里资助的贫困生王亚丽，毕业后即被青川网商赵海玲聘请为网店客服，像这样循环的就业模式，使得青川的电子商务事业开展得红红火火，很多曾经并不了解电商为何物的“山里人”也开始跃跃欲试或行动起来了。

现在赵海伶再也不会因快递和网络问题苦苦惆怅了，她也已经是淘宝 C 店 3 皇冠卖家，先后解决了 4 名山里孩子的就业问题，还在成都、绵阳开设了实体店。2012 年全年，线上线下的营业额已超过 550 万元，实现了净利润超过百万元的“财富奇迹”。这在青川当地，曾经是想都不敢想的事情。

从阿里巴巴对青川本土化援建的过程中，阿里巴巴对公益事业的持续支持理念得以实践。阿里巴巴集团董事局主席马云曾经对青川援建有过 7 年的承诺，他认为，做公益，最重要的，恰恰就是改变人们的思想以及企业去坚持把公益做下去的耐心。而阿里巴巴的志愿者们更是相信：无论是通畅的平原，还是闭塞的山区，只要有了公益信息的传播，加上志愿者锲而不舍的思想和技术上帮助，任何地方都能打破信息滞后这一壁垒。而像青川这样因为自然灾害而失去活力的灾区，也一定能在先进理念的指引下，恢复创伤，重新被注入新的活力，过上更为时髦、舒适的现代生活。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/09/content_5676.htm?div=-1 [【返回目录】](#)

商道纵横发布《中国 ESG 研究 2012》报告

北京，2013 年 3 月 19 日 - 商道纵横连续第二年发布了针对中国企业环境、社会和治理问题的研究报告——《中国 ESG 研究 2012》。报告发现，2012 年，中国制造行业的环境、社会和企业治理（ESG）风险最大，其中富士康公司是面临 ESG 风险最大的制造业企业。

目前中国面临的最大的 ESG 风险属于社会问题范畴。职业健康与安全事故占全部 ESG 负面信息的 40%。商道纵横认为，中国排名前五位的 ESG 问题是：职业健康和安全、产品安全、劳动条件、商业道德和腐败欺诈。

“基于商道纵横新闻追踪系统的发现，这份报告及时地总结和分析了针对中国市场的特定 ESG 问题，凸显了将 ESG 因素纳入投资风险管理的重要性。”商道纵横总经理郭沛源博士说。

商道纵横新闻追踪系统监控到的有关中国企业 ESG 问题的负面报道显示，56%的 ESG 负面报道来自制造业。商道纵横认为，从产生 ESG 风险的行业分布来看，排名前五位的是：制造业、煤矿、交通、金融和石油开采。产生 ESG 负面报道最多的 10 家公司中有 6 家是财富 500 强企业。

商道纵横的新闻追踪系统监控着有关中国大陆、香港和台湾共 2000 多家企业的 ESG 负面报道。从 2011 年 8 月到 2012 年 7 月，商道纵横新闻监控系统搜集到的企业 ESG 负面信息达 300 多家企业，417 条。

在网站可下载报告：中国 ESG 研究 2012

关于商道纵横

商道纵横 是一家专注于企业社会责任（CSR）和社会责任投资（SRI）领域的咨询机构，致力于为国内外客户提供相关的咨询、研究和培训服务。作为国内成立最早的 CSR 专业咨询机构之一，商道纵横已与包括国内外企业、国际组织、政府机构、非政府机构、媒体和学术机构在内的众多机构建立了良好的合作关系。

来源：商道纵横

地址：http://syntao.com/CSRNews/CSRNews_Show_CN.asp?ID=15951

[【返回目录】](#)

包含中文在内的 5 种语言 GRI G4 报告指南将于 9 月推出

GRI G4 指南第一批 5 种语言（法语，西班牙语，葡萄牙语，德语和中文国语）的翻译将在 2013 年 9 月推出。第二批翻译计划于今年 7 月启动，2014 年 1 月完成，语言包括阿拉伯语，日语，韩语，俄语和印度尼西亚语。

G4 指南翻译工作正在征集赞助，赞助费为 € 15,000。可赞助语言包括法语，德语，中文普通话，葡萄牙语，日语，韩语和俄语。

来源：商道纵横

地址：http://www.syntao.com/CSRNews/CSRNews_Show_CN.asp?ID=15989

[【返回目录】](#)

企业捐赠七年脉络图

从 2006 年开始，由《公益时报》编制发布的中国慈善排行榜，每年对企业在社会 responsibility 方面的捐赠业绩进行统计和梳理，每年的 4 月推出的一份榜单就像是一份脉络单，寻觅着企业在这一年捐赠轨迹。回首历程中，我们看见了企业的慈善成长脉络图，从 2005 年开始拉升、至顶、下滑、探底，最终回升至 2011 年高位运行至今。

企业捐款持续走强

从 2006 年开始中国慈善排行榜开始发布企业捐赠排行榜，当年榜单共发布上市公司和跨国企业捐赠 2 个榜单。榜单显示，2005 年全年跨国公司在华捐赠 100 万元以上企业共计 42 家，合计捐款 4.27 亿元；2005 年全年上市公司捐赠 100 万元以上企业共计 44 家，合计捐款 1.2 亿元。2006 年统计上榜的 86 家企业共捐款 5.47 亿元，平均捐赠 695 万元。

2007 年中国慈善排行榜将企业捐赠按照捐赠数额进行统一排名，不再区分企业性质，从当年排名中看出，222 家企业的捐赠总额为 20.7236 亿元，平均捐赠 936 万元。这个数字，略低于 2005 年度跨国公司捐赠榜的平均数但高于国内上市公司的捐赠数额，2006 年的企业整体上显得更为活跃、慷慨。

2008 年入榜慈善企业 325 家，共计捐赠 54.9 亿元(不含物品捐赠)，平均捐赠 1689 万元。

2009 年入榜慈善企业 899 家，共计捐赠 117.95 亿元（含物品捐赠），平均捐赠 1301 万元。

2010 年入榜慈善企业 448 家，合计捐赠 52.95 亿元（不含物品捐赠），平均捐赠 1183 万元。

2011 年入榜慈善企业 707 家，合计捐赠 116.07 亿元（不含物品捐赠），平均捐赠 1640 万元。

截至最新的 2012 年慈善排行榜数据显示，2012 年上榜慈善企业 605 家，合计捐赠 104.47 亿元，平均捐赠 1719 万元。报告显示，2011 年，来自各类企业的捐赠达到 485.75 亿元，占我国社会捐赠总量的 57.5%。

从上述公布的数据可以看出，企业在入榜数量和捐款数额方面 7 年间呈现逐步增长的趋势，上榜企业数量在 2009 年达到最大，这一年统计的正好是 2008 年中国经历的大灾之年，这一年又被称为中国公益元年。而捐赠数额最多则出现在 2012 年排行榜中，根据上榜 605 家企业合计捐赠 104.47 亿元来测算，2011 年平均捐赠额度达到 1719 万元，是平均捐赠最多的一年。

亿元捐赠时代

2007 年中国出现了首个捐亿企业。据当年的中国慈善排行榜榜单显示，中国石油化工集团有限公司在 2006 年全年向社会捐赠总额达 2.19 亿元，成为本年度最慷慨的企业，同时成为自慈善排行榜统计以来全国首个捐赠过亿的企业。

同时当年捐赠过亿的企业中，也出现了民营企业身影，深圳富士康企业集团就以 18,185 万元捐赠成为本年度前十上榜企业中的第三名。

在接下来几年中，亿元捐赠一发不可收拾，每年上榜企业中都出现不少的亿元捐赠，并且势头发展十分迅猛。从中国慈善排行榜开榜以来迄今为止最大的一笔捐赠在 2008 年诞生，当年榜单中，中国石油天然气集团公司向抗灾领域捐赠 10 亿元，成为榜单有史以来最大一笔捐赠，至今还没有企业打破。

在 2011 年的中国慈善排行榜中也有 22 家企业的捐赠超过 1 亿元，这 22 家企业捐赠总额达 44 亿元，比 2010 年度 11 家超亿元企业捐赠总额多 24 亿元，比 2009 年度捐赠超亿元企业捐赠总额多 32 亿元。

跨国企业：

捐赠先扬后抑

从 2006 年中国慈善排行榜开始发布企业捐赠排行以来，每年的企业榜单公布都体现着当年企业捐赠行为的风向标。

2006 年中国慈善排行榜上榜企业前十名被外资企业牢牢占据，当年索尼（中国）有限公司以在 2005 年捐赠 5215.09 万元成为榜首企业，接下来前 9 名全部都是外资企业并且捐赠额度均超过 1000 万；而在当年的上市企业排行位居第一名的中国联通股份有限公司捐赠额度却只有 890.20 万元。如果将 2 张榜单合并，按照捐赠额度排名，中国联通股份有限公司只能排到第 14 位，在前 13 位均被外企占据捐赠额度也均超 1000 万元。

从 2007 年开始，中国慈善排行榜继续发布企业排行，将国企、民企、外企统一收录，按照捐赠金额进行排名。

根据 2007 年排行榜发布数据统计，前十名中外资企业仅占 2 家，2006 年排行榜外企榜单中第一名索尼（中国）有限公司在 2007 年榜单中被排在了第 9 名，另一家外企是位列第十名的新加坡金鹰国际集团。在接下来 2008、2009、2010、2011 年连续 4 年，跨国企业虽也有捐赠上榜，但中国慈善排行榜发布榜单前十名中再没看到跨国企业的身影。

国有企业：

单一捐赠额度大

连续 5 年居榜首

2006 年开始，榜单上的企业名录悄然变化，国有企业捐赠崭露头角。

2007 年，中国石油化工集团有限公司在 2006 年以捐赠 21,905 万元成为榜首，在捐赠排名前十名中有 5 家国企，3 家民企，2 家外企。在接下来的 5 年中，中国国有企业和部分垄断企业以巨额捐赠连续 5 年成为中国慈善排行榜榜首。

据 2008 年中国慈善排行榜显示，国有企业延续了上一年大额捐赠的传统，中国石油天然气集团公司豪掷 10 亿元摘冠，前十名当中，国有企业占据 4 席，民营企业占据 6 席，国企数量仍然少于民营企业。而纵观 82 家捐赠超过千万元的企业，国有企业仅占 15 家，虽然超过外企 9 家，但远远低于民营企业的数量。

2009 年中国慈善排行榜上榜企业前十强中，国有企业占到了 8 个，中国农业银行在 2008 年以 36,232.46 万元捐赠成为榜首。

2010 年中国慈善排行榜前十名正好与 2009 年国企、民企上榜数量对调，榜单前十名中国企业占 2 家，民营企业占 8 家，但国有企业继续着大手笔。国家电网公司 2009 年以 18,400 万元捐赠成为榜首，民营企业华阳电业有限公司以 18,084 万元捐赠紧随其后。

2011 年中国慈善排行榜前十名中，国有企业占有 6 席，民营企业占有 4 席，中国石油天然气集团有限公司在 2010 年以 129,513 万元捐赠摘冠。

从慈善排行榜榜单榜首不难看出，从 2006 年到 2010 年国有企业连续 5 年成为榜首，每年单笔捐赠金额最大。国有企业捐赠总量虽然占据重要位置，但数额占据自身利润份额不是很高。中民慈善捐助信息中心主任刘佑平指出，“2011 年，我国 108 家央企的利润总和是 15,023.2 亿元，主动捐赠额合计 26.97 亿元（不包含定点扶贫捐赠 10.73 亿元），仅占其利润的 0.2%”。

而 2010 年，是国有企业捐赠走上制度化尝试的一年，尤其在政策指导方面，一些国有企业开始摒弃以往的捐赠做法，寻求一种更为专业化的道路从事慈善事业。当年 7 月份，国资委发布了央企

上半年度捐赠资金流向，这是自 2009 年底国资委规范央企对外捐赠行为以来，首个半年总结。

民企捐赠：

持续活跃捐赠企业数量大

纵观历届中国慈善排行榜，民营企业捐赠绝对算得上是我国公益慈善领域的重要力量，贡献颇大。

据统计，从 2006 年第三届中国慈善排行榜统计企业捐赠开始，截止到 2012 年第 9 届排行榜止，7 年中，民营企业在每年排行榜上榜十大企业中占到了 37 个，平均每年占据上榜十大企业中的半边天。

2010 年民营企业的捐赠数额与国有企业相比毫不示弱，全年捐赠过亿的 36 笔捐赠中，民营企业的数量占到了一半，首次出现了国企与民企旗鼓相当的局面。

从近几年的慈善排行榜统计的数据来看，国有企业的捐赠总额所占的百分比总是高于上榜企业数所占的百分比，说明单个国有企业的捐款额较高；民营企业则恰恰相反，捐赠总额所占的百分比总是低于上榜企业数所占的百分比。

2011 年中国公益虽受到创伤，但中国民营企业慈善捐赠行为仍十分活跃，无论是上榜数量还是捐赠总量，民营企业都遥遥领先，在当年排行榜前 10 名中，民营企业占到 4 席。在 605 家上榜企业中，民营企业达 392 家，捐赠总额为 52.4778 亿元。

中国公益研究院院长王振耀表示，这标志着中国公益领域的巨量捐赠时代正在来临，展现出中国企业家群体慈善意识的全面觉醒。2012 年企业捐赠数据正在统计中，是否能延习一贯的增长趋势，我们拭目以待。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/09/content_5663.htm?div=-1 [【返回目录】](#)

产业转移不应留 CSR 赤字

产业转移必须充分关注对员工、当地社区，以及环境的责任。

4 月 9 日，中国纺织行业产业转移与社会责任调研报告发布会在京举行。报告解析了产业转移过程中企业履行社会责任的机遇和挑战，并对中国纺织服装行业各个利益相关方的政策和行动提出建议。中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲，中国商务部综合司副司长宋立洪，瑞典驻华大使馆公使

衔参赞、企业社会责任中心主任吴思，联合国全球契约中国网络秘书处执行主任程多生等出席发布会，来自企业、工会、行业组织、相关机构、院校和外部专家等近百人开展了沟通和交流，分享了各自的经验和看法。阎岩主持会议。

“产业向欠发达地区转移能够综合发挥东中西部地区的各种优势，不仅有助于优化生产布局，促成合理的产业分工体系，而且也是加快转变经济发展方式，改善中西部民生和社会发展的必然过程。广大纺织服装企业向中西部转移，一方面能够为我国纺织服装行业开拓新的发展空间；另一方面也应该是企业脱胎换骨，寻求定位转变和价值提升的良机。”孙瑞哲在会上指出。他强调：“有序、健康的产业转移意味着企业在合理利用中西部竞争优势的同时，必须充分关注对员工、当地社区，以及环境的责任，避免转移前后的责任落差，以及在当地经营中的责任赤字。”

据了解，此次调研行动由中国纺织工业联合会和瑞典驻华大使馆共同组织，历经半年时间，跨越12个省区，对近50家企业进行了实地调研。中国纺织工业联合会社会责任办公室首席研究员梁晓晖在发布这份名为《中国制造业的区域转移及其对社会责任的影响：以纺织业为例》的调研报告时指出，尽管多数地方性政策都明确要求产业转移须考虑节能减排和环境保护，然而一些经济相对落后地区的地方政府仍然倾向于作出“温饱”先于“环保”的选择。而企业社会责任的其他核心要素，包括员工权益、公平竞争及社区参与等议题，则在这些地方层面的专门性政策中鲜有提及。这反映出目前的政策引导更重视政府与转移企业之间的相互关系，忽视企业对其他利益相关方的影响，这也是企业在产业转移进程中更倾向于短期利用或规避政府政策，而忽略在长期上构建与各种相关方之间有关社会责任的参与和沟通机制。

梁晓晖指出，企业进行产业转移的动因之一是沿海地区的劳动力成本压力，然而，调研发现，转移到中西部地区并不必然能降低劳动力成本，主要原因有三点：其一，专业技术人才缺乏是转移前后企业面临的共同难题；其二，中西部地区与东部地区的工资水平差距不是很大且正在缩小；其三，在所有地区员工对于工资都有较强的增长期望。这说明转移企业必须转变发展观念和转移中的机会主义倾向，充分意识即便在中西部地区，以资源、劳动力和生态环境为竞争优势的产业发展模式都将难以为继。

调研报告针对目前产业转移中面临的社会责任和可持续发展领域的问题和挑战，对政府、企业、品牌商和采购商、行业与社会组织等各个利益相关方提出建议。

来源：中国纺织网

地址：<http://info.texnet.com.cn/content/2013-04-11/435722.html>

[【返回目录】](#)

瓶装水企业社会责任倡议书在京发布

由华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司、中国饮料工业协会、新华社新华 08 网共同发起的 2013《中国瓶装水企业社会责任倡议书》(以下简称《倡议书》)发布会 4 月 9 日在北京举行。

发布会上,各方认为,面对近年来国内水源污染事件频发,部分企业水源地遭受质疑,饮水安全存在隐忧等问题,行业内企业有义务更有责任为消费者构建饮用水的安全屏障,全面承担企业社会责任。

会上发布了由华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司、中国饮料工业协会、新华社新华 08 网共同发起的 2013《中国瓶装水企业社会责任倡议书》,这是国内首个瓶装水企业社会责任倡议书。《倡议书》以维护消费者利益为初衷,从规范企业行为、引导企业承担社会责任为出发点,就产品与消费者、环保和公益等几个方面,向国内瓶装饮用水企业发起了全面承担企业社会责任的倡议,旨在倡导做有责任的企业,做有责任的品牌。

《倡议书》指出,应将为消费者提供安全、放心的饮用水作为己任,遵守国家相关标准和法规进行瓶装饮用水的生产、销售;生产所用原水必须符合国家《生活饮用水卫生标准》的要求,饮用水生产企业,应按照相关标准和法规对水源地进行严格保护;合法、科学、真实、准确对瓶装饮用水进行宣传,杜绝夸大产品功能及宣称保健作用的现象,正面引导瓶装饮用水消费行为。

在企业社会责任方面,《倡议书》呼吁“水企”积极推动低碳、环保的企业生产、经营模式,在生产技术、设备上下功夫,力争在现有技术条件下将能源、原材料消耗降至最低。同时,积极关注自然环境、切实保护环境,并全力支持科技、教育、文化、卫生等社会事业。

中国饮料工业协会相关领导指出,近两年,由于环境污染问题致使消费者对饮用水忧心忡忡,瓶装饮用水企业全面履行企业社会责任的紧迫性凸显。继 2008 年《中国包装饮用水自律公约》、2012 年《中国桶装饮用水行业生产和管理自律文件》之后,相信 2013《中国瓶装水企业社会责任倡议书》的正式发布,将有力推动瓶装饮用水生产企业践行企业公民义务、担当企业社会责任。

中国疾病预防控制中心环境与健康相关产品安全所研究员张岚女士称,水是生命之源、也是健康之源,瓶装水消费需求旺盛、标准不断提升,饮用水生产企业更应责无旁贷的承担对消费者、对自然环境的双重企业责任。

华润怡宝副总经理侯绪华向记者表示,对于中国的水行业来说,市场最需要和最应该倡导的,是在赚取利益的同时,主动担当对环境、社会和利益相关者的责任,投身公益事业,致力于环境保护、大众健康安全的企业行为,企业应该在水资源的利用与保护之间寻找和谐的平衡点。

来源:中国日报

地址：http://www.chinadaily.com.cn/micro-reading/dzh/2013-04-10/content_8724343.html【返回目录】

高污行业上市公司调查：多数不了解环污险

一起被媒体广泛关注的环境污染事故使河北建新化工股份有限公司处于风口浪尖。4月8日，该公司股票因该事件临时停牌。类似的上市公司环境污染事故并不鲜见，对于已试点了6年，目前正在全国范围试点的环境污染强制责任险，污染高危行业的上市公司如何应对？

《证券日报》保险周刊记者采访发现，大多数公司均强调高度重视环保，并采取优化流程、强化管理等措施确保安全生产，但他们对环污责任险知之甚少，购买者更是寥寥。

多数上市公司不了解环污险

从推出至今，环境污染责任险已经走过了6年历程，不少省市几年前就开始试点。那么，属于污染高危行业的上市公司是否购买了环污责任险？他们是如何对待环保问题的？记者采访发现，除少数企业购买了该保险外，多数企业的回答是“没听过”、“不了解”。在对待该险种的态度上，上市公司也出现了分化。

记者对四川、江苏、陕西等已经开展了环境污染责任险业务的省份，属于钢铁、化学原料及化学制品及造纸等行业的近10家上市公司进行了采访。结果发现，仅有南通江山农药化工股份有限公司于2012年购买了该保险。据该公司董事会秘书宋金华介绍，其环境责任险是通过招标的方式选定的，由几家保险公司共同承保。今年1月8日，该公司发生一起爆燃事故，经环保部门监测，事故未对周边环境造成影响，因此没有发生环境责任险的赔付，至今也尚未有其他赔付案例发生。

记者调查的其他上市公司对该险种大多表示“没听过”、“不了解”，且有的公司对该保险持积极态度，有的却持消极态度。

例如，山东晨鸣纸业集团股份有限公司就表示，此前该公司购买的都是常规保险，至今还没有接触到环境责任险，但他们对此持欢迎的态度。该公司证券事务代表范英杰表示，该公司一直努力做好环保，也进行了大量的环保投入，她希望国家对环保的监管力度更大，这也是对污染严重的小企业的限制，从而给大家参与市场竞争创造公平环境。对环境责任险，她表示，既然该保险是对企业、对社会都有益的，他们是欢迎的，如果地方进行强制试点，该企业更会不讲条件地投保。

南京化纤股份有限公司证券代表赵先生听说有环境责任险这个险种后，随即请记者将相关政策文件发至其邮箱，表示希望学习文件精神。

陕西炼石有色资源股份有限公司证券代表赵先生对记者表示：“没有了解过环境责任险，公司应该没有购买”，不愿透露更多信息。

成都硅宝科技股份有限公司相关负责人则明确表示不清楚，不了解相关政策。该公司基本信息中明确了其业务属于化学原料及化学制品制造业，该行业被环保部和保监会联合列入了重金属污染防治的重点行业，但对方称：“我们不是高污染行业。”

把环保风险列为运营主风险

4月10日，停牌两天后的建新股份发表澄清公告称，经自查，自2006年河北建新化工股份有限公司沧县分公司成立至2011年9月停产期间，未在小朱庄村排放工业废水。但作为当地唯一的一家化工企业，该公司为生产过程中遗留的污染源未能彻底清除向媒体和公众进行了书面检讨，目前该公司正在对工厂所有的装置和厂房全面拆除。

尽管进行了澄清，但建新股份复牌的昨日股价大跌7.55%，报收于8.20元/股。

建新股份2012年年报显示：“报告期内，公司按照《公司法》等法律法规及公司自身制度文件进行内部治理，关于环保、安全等方面，定时培训，加强人员管理，内部结构不断完善，在报告期内未发生安全、环保事故等治理上问题。”2012年，其支付的安全和环保费用为95万元，排水费为55.5万元。

记者发现，重视环保几乎是钢铁、化工、煤炭、制药等多个污染高危行业上市公司的共性，这些公司均在年报中强调对环境保护的重视。例如，宝钢股份2012年实施了81项环保项目，其环境保护成本总额达32.72亿元，二氧化硫的排放总量同比下降了22.2%；湖北沙隆达股份有限公司在其2012年年报社会责任部分写道：“公司不断加大污水处理厂等环保设施和大气环境治理的投入，2012年投入达2500万元，确保了生产达标排放。”同时，其本期比上期增加的污水环境整治费用为23.5万元。

与此同时，属于重金属污染防治重点行业的企业以及石油、化工等污染高危企业，大多数将环保风险列为企业运营面临的主要风险，其认为环保要求的不断提高及环保政策的变化可能给公司运营带来重大影响。

宝钢股份表示：“完成‘十二五’节能减排目标和万家企业节能责任目标极具挑战性。”湖北双环科技股份有限公司表示，该公司属化工行业，工艺复杂。生产过程具有高温高压、易燃易爆的特点，同时产生废气废水的排放。随着国家对安全环保监管的不断加强，企业面临着较大的安全环保风险，此风险有可能严重影响公司生产经营的正常进行。

针对可能发生的环境污染事故和国家对环保要求的提高，尽管各上市公司都给出了相应的对策，例如开展培训、完善制度、加大环保投入等，但没有企业敢保证不会发生环境污染事故，其纷纷将

环保风险列为公司运营主要风险。

来源：证券时报

地址：http://csr.stcn.com/content/2013-04/11/content_8279194.htm

[【返回目录】](#)

米歇尔·奥巴马：健康食品让企业与孩子双赢

多年来，美国的儿童肥胖危机一直被人们视作一个不可逾越的难题，一个过于复杂、过于根深蒂固因而永远不可能真正解决的问题。传统看法认为，健康食品就是无法成为受欢迎的畅销商品——市场没有需求，利润空间不及其他的商品——因此，就是不值得投资。

然而，在全美众多企业的努力下，如今我们证实了，这个传统观点是错的。日复一日，那些了不起的美国公司通过生产并销售健康产品，获取了越来越大的成功。这些企业用他们的实际行动证明，那些让孩子受益、对家庭支出有利的事，也可以给企业带来好处。

以沃尔玛(Wal-Mart)为例。就在过去两年里，这家公司表示，他们帮助消费者将用于购买水果和蔬菜的花费减少了 23 亿美元，并将其所售产品中糖的含量降低了 10%。沃尔玛还在那些购物不方便的社区开设了 86 家新店，并通过一项贴标签的措施，帮助消费者辨认货架上的健康食品。而今，这家公司不仅新鲜农产品的销量大增，而且还与消费者建立了良好的关系，与他们所服务的社区建立起更紧密的联系。

发现健康产品也能销路很好的企业，不只是沃尔玛一家。迪斯尼公司(Disney)如今正在将该公司所制作出的儿童电视节目中的垃圾食品广告清理出去，还改善了迪斯尼主题乐园内所出售食品的质量。沃格林斯(Walgreens)则在那些所处社区购物不是很方便的连锁店内，开始出售新鲜水果和蔬菜。全美各地的餐馆都在降低所提供菜品中的卡路里、脂肪和钠的含量，并出售更为健康的儿童餐。

上述企业、以及其他很多公司都是在迎合消费需求中所出现的明显变化趋势。根据爱德曼国际公关公司(Edelman)的数据，如今，82%的消费者认为企业提供符合家庭支出水平的健康商品很重要。与此同时，尼尔森公司(Nielsen)所进行的一项调查显示，尽管目前许多家庭的日常开支吃紧，但新鲜农产品的销售却在 2012 年增加了 6%。哈德逊研究所(Hudson Institute)在 2011 年发布报告称，近年来，在快速消费品的销售额增长中，更健康的食品所实现的销售增长占到 70%以上——而且，当这些企业所出售的更健康食品在全部商品中占到较高的百分比时，他们能够为股东所带来的回报也显著增加。

这些趋势不只是与那些生产和销售食品的企业有关，而是关乎美国的每一家企业。每年为了治疗糖尿病和心脏病等等各种肥胖相关疾病，我们的医疗支出高达 1,900 亿美元，而这其中很大一部分开支是由美国的企业来承担的。除此之外，还有各种与健康有关的开支，比如病假增加、员工生产效率降低等所带来的成本，除非这一问题被一次性地彻底解决，否则这类成本还会继续增加，并威胁到美国企业的生存。

这就是为何美国的企业界开始在为我们的孩子构建一个更健康未来的方面增加了越来越多的投入。企业的这一做法与美国各行业各部门领袖的努力方向不谋而合。在过去几年里，通过“舞动起来”(Let's Move!)这个覆盖范围遍及全美的儿童健康成长计划，我们已经看到，学校的老师们开始将体育教育带回校园。我们看到，市长们在为孩子修建可以放心安全玩耍的地方，宗教领袖们在教导他们的教众学会健康饮食，父母们则为孩子准备更健康的三餐与零食。而且，我们看到，国会的共和党和民主党人齐心协力，共同通过了一项开创性的立法，帮助学校改善午餐质量。

而且我们开始见到切实的成效。在密西西比州，小学学龄儿童的肥胖人口比率下降了 13%。在加利福尼亚州等州以及纽约、费城等城市，儿童的肥胖人口比率也明显下降。

因此，很显然我们正在朝着正确的方向前进。不过我们也很清楚，要彻底解决问题，还有一段漫漫征途要走。我们需要全国上下有更多的领袖人物走出来采取行动，而我本人随时准备与那些真正有诚意采取切实措施来推进一个更健康未来的商界领袖们共同努力。我们需要美国的每一家企业都深入挖掘，发挥创造性，找到更多途径来为美国家庭提供更好的信息和更健康的选择。我们知道，这一切可以以一种让我们的孩子和企业实现双赢的方式来实现。

这就是为何尽管我们还有很长的路要走，但我依然比以往任何时候都要乐观，相信我们未来必将能够彻底解决这一问题。而且我相信，在美国企业界的带动下，我们可以给我们的孩子一个他们理所应得的光明、健康的未来。

来源：华尔街日报

地址：<http://cn.wsj.com/gb/20130321/opn075719.asp>

[【返回目录】](#)

多弗·塞德曼：企业“社会化转型”的十条建议

我们经常说起的社会化转型其实存在着一些问题。首先，我们对于社会企业通常的理解是需要重新定义的。怎样才是社会化呢？其次，如果我们继续用一种懵懂无知的状态进行社会交往的话，那么在本世纪初众多电子商务公司惨遭失败的命运，就会在我们新兴的社会化公司身上重演。

我们要明确如何定义“社会化公司”。长久以来，好像我们一旦学习了一些技巧(比如具备一些社会化媒体的使用能力)，我们的员工就能和不断增长的全球股东进行有意义且有效益的合作与创新。但事实却并非如此。

要让我们的员工有一个持续且深入的社会化互动方式，他们就不能仅仅只是学习一些技巧。比如建一个 Facebook 主页，使用一些内部线上沟通工具或者实时的反馈系统，用标签来取代电子邮箱，或者在我们的公司名字前加一个“e”……这些都不能帮助我们建立一个长期的股东价值。就像我们无法让医生变得更加人性化，也无法让教师更启发人心，同样的，我们也无法用这样的方法使我们的员工产生伟大的创意或者能够进行创造性的合作。

在最近我参加的一个晚宴上，我听到一位极具感染力的演讲者在讨论如何从一个全新的视角来理解社会化公司。当我被问及对这种转变的看法时，我回答道，我们应该更多地聚焦在我们的行为上，而不是新的技术上。这就像，如果我们把美味的牛排晚宴发到 twitter 上，那么那些视牛为神圣之物的人就会因此而认为受到了侵犯。

不要误会我的意思，正如我们所见证的一样，社会化媒体和社会化公司能够给所有人带来巨大的利益。下个月我将参加一个 SXSW 互动会议，那是一个以探索技术革新未来而著名的会议。我认为社会化将是会议的主题。不可避免的，技术会以一种难以想象的方式继续将我们展现和联系起来，而这其中的深意，我们仍无法完全领会。我欢迎这样的趋势，并为其中一个无法否认的结果而欢呼雀跃——组织将会变得更加民主化，同时每个人都能够更多地参与公司的走向，管理和运作。

然而，我想确保的是，社会化公司的愿景是完整的。一个能够繁荣兴旺的社会化公司能够最大化他们的社会关系网络。在这样的环境下胜出需要的不仅仅是新技术，现在的世界，不仅仅是被联系起来，而是互相关联又互相独立的，以下的十条建议就将告诉你如何在这样的环境下变得真正的社会化。

1、拒绝一味的单向对话

国家或者企业单向对话的时代已经结束了，就像奈飞公司与消费者间的价格纠纷，美国银行借贷事件，以及威瑞森对电子账单的额外收费事件，这些都是单向对话。如果一个公司想要真正的社会化，他需要和股东进行真正的沟通，而不是简单的对话。他不仅仅只是发布新闻或者发个 twitter，

而是需要真正聆听和参与协作式的对话。

2、鼓励协同合作

对于企业来说，如果只在技术上实现和员工、顾客和股东进行社会化沟通，并不意味着这种沟通就是有价值的。那些能够建立最深层次联系的公司能够产生更多的价值。比如，谋智网络就开放了他们的浏览器和其他产品，公开财务报表(非上市公司通常不需要公开财报)，向公众开放商务会议，并在网上发布企业策略，以此和消费者建立更深层次的关系。

3、勿让“自主授予”阻碍“自主使用”

社会化媒体能够使员工摆脱那些阻碍他们合作和创新的层级结构，但只有一个崭新的架构才能代替它们。一个授予自主权的系统如果没有持续的组织架构，没有让员工更满意的转变成使用这种自主权，那么现在在埃及发生的动乱和权力真空的状况就会再次上演。员工从老板和任务型的工作中拥有了自主权之后，需要有让这种自主权更好提升自身的创造力和合作精神，从而更好地去追求那些值得努力的价值型工作。那么员工应该怎样做，才能够和顾客进行 24 小时全天候的交流呢？答案就是，一个组织建立一种组织结构来代替原来传统的管理模式，同时建立一个更加人性化的运营系统，让管理，文化和领导系统这三者和谐统一。

4、启发，而不仅仅是激励

社会化媒体把权力转移给了普通的个人和员工，那么领导力也要相应发生变化。以前那种强制性的领导用胡萝卜加大棒的方法来谋取员工的优秀绩效和忠诚度，而现在需要的则是能够激发人们的献身精神，创新能力和充满希望的启发式领导。就像在最高管理层，在足球场或者其他领域发生的一样，21 世纪最有效的管理者能够理解“沟通与合作型”领导方式的真正价值，而摒弃管控型的方式。纽约巨人队的教练汤姆·考夫林因为他领导方式的转变而捧得了两个“超级碗”冠军，那些想要真正社会化的公司也应如此。

5、关注企业文化，而不仅仅是管理

一个充满规矩和条款的管理系统只是告诉员工他应该做什么，不应该做什么。我们很难想象，一个社会化媒体要告诉员工能发什么 twitter。一个更加人性化的运营系统应该把人人性化，而不是规则放在管理的核心。它不强迫员工，而是用价值，任务和目标来激励员工行动。西南航空的员工用他们的创造力和幽默感来帮助乘客完成安全检查；他们每个人不同的个性也会给这个单调的过程带来些不同的色彩。西南航空的价值和文化取代了政策和程序，建立起了员工之间的联系。自然而然的，西南航空的文化使它成为一个优秀的社会化企业。

6、充分信任

我们继续来聊西南航空。为什么它们的员工要取悦乘客？因为公司相信，它的员工能够有效而

且创新性地用自己的方式来和顾客建立联系。一个真正社会化的公司的管理者明白，让他的员工去展开一个 TRIP 的重要性和价值 (TRIP 是信任 (Trust)、风险 (Risk)、创意 (Innovation)、进步 (Progress) 的首字母缩写)。信任带来风险，风险激发创意，创意带来进步。要成为一个真正社会化公司的领导者，就要相信他的每一个员工都能够代表公司去进行互动。无论是只有一名员工的甜甜圈小贩，还是世界上最大的公司，都同样适用 TRIP 法则。拉夫，一个纽约面包圈商，让顾客在收银台的一堆硬币中自行找零，从而建立了良好的顾客忠诚度，并且因为节省了收钱的时间，拉夫可以花更多精力来制作甜甜圈，因此也提高了产量。

7、扩大价值的规模

尽管已经看到了“大而不倒”这种心态带来的灾难性后果，很多公司还是只关注于如何扩大他们的企业规模，而不是关注如何扩大他们的价值。但实际上，后者才能让公司和他的员工，供应商和顾客产生更多有价值的联系。对于社会化媒体，规模的大小并不适合他们。即便是在简单的提价或者征收新的费用上，公司也已经不能给顾客施加影响力了，同时，还要忍受社会化媒体对于公司声誉的影响。在一个社会化网络的世界里，正确的价值、原则和行为拥有修复这种损害的能力。只要扩大他们正确的价值，真正的社会化企业就有能力去面对这些批评，用创新能力带来长期繁荣。

8、考虑“如何做”而非“做了多少”

公司在追求业绩方面已经十分娴熟了。比如创造了多少收益、利润、市场份额、债务，网站有多少访问量，吸引了多少粉丝……公司会用一些荣誉或者其他东西来奖励那些发了最多 twitter 或者吸引了最多粉丝的员工。这种方法增加了一个公司社会交往的数量，但是却忽略了最重要的东西：社会交往的质量——员工如何去做他们要做的东西。很多企业和国家都意识到，对于长期发展和可持续性而言，单纯的数据，比如 GDP，季度收入增长及市场份额等是远远不够的。对于社会化媒体也是这样。社会化媒体专家不应该再使用“做了多少”这样的思维方式，而是要关注他们在社会化交往中“如何实践”出真诚，创造性，忠诚度，创新性等。

9、把商业当做生活的一部分

如果想让我们的企业变得真正社会化，那么那些员工所采用的规则、给我们的群体带来的影响和他们推动的行动，都应该被当做生活的一部分。商业和生活不再是两个不同的领域，它们有着不同的规则。电影《教父》中就有这样一个场景，教父就对桑尼说，“这不是私事，这完全就是生意”。克里昂家族的生存准则不再适应于当今世界。如今，任何事都是私事，因为每个人的行为都会影响他人。我们紧密相连，社会化企业的员工需要在他们所有的社交关系中 24 小时的展现公司的价值。真正的社会化企业赋予他们的员工正确的文化、价值、支持和信任，让他们以此来开展社交生活。

10、依靠“行为”竞争

在一个高度关联的社会化世界里，技术革新带来的优势只能持续几周，而无法像以前一样持续几十年。当今的社会，产品革新，流程掌控和其他传统的竞争差异很快就会被发现、复制、并出现在市场上。现在，唯一剩下的差异就是行为：不是我们做什么(比如和消费者进行社会化的沟通)，而是我们如何做(这种沟通要充满意义)。真正的社会化企业因为员工正确的行为而奖励他们。相应的，消费者、专家或者其他股东也会因为公司有了错误的行为而惩罚他们，比如最近百思买遭遇的声誉危机。

显而易见，要学会以上这些方法，会一点技巧是远远不够的。管理者要让自主权深深地扎根在社会化的价值观里，并且追求它们的重要性。很多企业一直追随的是一种线性的工作模式，而现在这种模式更多变成了我们的生命旅程。当我们为员工创造自主权和工作模式来发展一个更加社会化和可持续的关系时，这些是我们必须牢记于心的。

作者简介

多弗·塞德曼，LRN 公司的首席执行官，作家。于 2007 年出版的《未来领导者：以价值本位的管理方式引爆组织持续繁荣》一书被《世界是平的》的作者奉为“企业持久发展的管理宝典”，也是亚马逊及《华尔街日报》的畅销书。

来源：福布斯中文网

地址：<http://www.forbeschina.com/review/201303/0024596.shtml>

[【返回目录】](#)

黎友焕：绿色壁垒成企业新挑战

4月10日，在穗举行的第二届企业责任与可持续发展国际研讨会上，广东省社会责任研究会会长黎友焕博士透露，截至2011年末，已有36个国家将社会责任国际标准转化为国家标准。随着传统贸易壁垒逐步走向分化，关税、配额和许可证等壁垒的作用逐渐弱化，以绿色贸易壁垒为核心的新贸易壁垒形式不断发展，珠三角地区的外向型加工企业的贸易环境面临新的挑战。

黎友焕称，国家发布的《“十二五”控制温室气体排放工作方案》中，明确分解给广东的控制温室气体排放目标任务是“十二五”碳强度要下降19.5%，为全国各省（区、市）中最高。2011年1月，广东省出台的《广东省应对气候变化方案》提出，到2015年力争单位GDP二氧化碳排放比2005年下降35%左右；到2020年，力争单位GDP二氧化碳排放比2005年下降45%以上，说明企业在努力践行节能降耗。与此同时，随着碳交易所交易规则的完善，对当前还存在的建筑能耗水平高、增

长势头猛、节能改造进展缓慢作出积极地探索，对推动广东一直走在全国节能减排的前列具有重要意义。

黎友焕说，2000 年联合国启动了“全球契约”计划；2010 年国际标准化组织（ISO）发布了《社会责任国际标准指南》（ISO26000）。截至 2011 年末，已有 36 个国家将社会责任国际标准转化为国家标准。“社会责任成为企业参与国际竞争不可或缺的竞争要素。”近年来，随着传统贸易壁垒逐步走向分化，关税、配额和许可证等壁垒的作用逐渐弱化，反倾销等传统贸易壁垒虽然在相当长时间内仍继续存在，以绿色贸易壁垒为核心的新贸易壁垒形式不断发展。ISO26000 成为国际贸易间新的贸易“技术壁垒”的可能性大大增加，珠三角地区的外向型加工企业的贸易环境有进一步恶化的趋势。

来源：南方日报

地址：http://epaper.nfdaily.cn/html/2013-04/12/content_7181301.htm

[【返回目录】](#)

别涛：银行“绿色信贷”标准亟待细化

日前由环保部政研中心与普华永道共同举办的“绿色信贷”政策研讨会上，多位专家表示，银行贸然进入存在环保隐患的企业或项目，很可能遭遇限制而引起项目搁置风险，推行“绿色信贷”是银行风险管理的现实需要。

“绿色金融是当前世界各国关注的热点议题。”环保部政策法规司副司长别涛说，“绿色信贷”政策在我国已实施 5 年多，目前银行“绿色信贷”战略已广泛建立，但“绿色信贷”标准亟待细化。

去年 2 月，中国银监会印发《绿色信贷指引》，前不久又发布了《关于绿色信贷工作的意见》，要求银行业切实将“绿色信贷”理念融入银行经营活动和监管工作之中，增强银行业以“绿色信贷”促进生态文明建设的自觉性和主动性。

银监会统计部有关专家介绍，“绿色信贷”主要包含两重含义，一是银行对于绿色、低碳企业应给予信贷资金支持；二是需要关注和防范贷款项目出现环境问题，对于“两高一剩”的项目不予支持。

如何帮助金融机构有效识别、评估、控制环境与社会风险，鼓励金融业开展绿色创新？据介绍，近年来，环保部门与银行业监管机构的合作不断加强，企业环境信息共享机制初步建立并不断完善，信息报送类型也从单一的企业违法信息扩大到环评、“三同时”验收、强制性清洁生产审核等多种信

息，并已在国家、省、市、县多个层面建立了信息沟通机制。

“绿色信贷”是环境保护部、人民银行、银监会为遏制高耗能、高污染产业盲目扩张，于 2007 年联合提出的全新信贷政策。别涛说：“目前一些地方环保部门与当地人民银行征信系统还未建立部门间的环境信息交流机制。在已建立信息共享机制的地方也存在信息报送频次低于规定要求的现象。”

“去年年底，我们评审‘绿色信贷’工作，各行都有自己的标准体系。”河北经贸大学绿色金融研究所所长王小江说，现行法规标准还比较模糊、不统一。

环保部环境与经济政策研究中心杨姝影说，今年有望启动企业环境绩效评估研究工作，即对某一个行业同一规模量级、同一地理区位的企业，通过对比资源利用效率和污染物排放状况，揭示其财务风险，帮助银行厘清客户优劣，解决差异化评价问题。

专家建议，“绿色信贷”的全面推行，需加强环保、银监与企业间的信息沟通，全面实现信息共享和及时有效，积极鼓励金融业创新符合环保项目模式、属性和融资特点的金融产品和服务，综合利用多种政策资源，建立“绿色信贷”政策激励机制。

来源：新华网

地址：http://news.xinhuanet.com/politics/2013-04/01/c_115237732.htm

[【返回目录】](#)

◎博鳌亚洲论坛专题报道

博鳌论坛多方夜话公益慈善，社会企业发展之初如何破题

4月7日，海南博鳌论坛期间的一个晚上，由美国西部慈善论坛主席、美国白沙投资集团总裁 Elliott Donnelley 主持，海航董事长陈峰、希奈戈研究所主席 Peggy Rockefeller DULANY、VAE SOLIS 首席执行官 Arnaud Dupuy-Casterets、万通董事长冯仑、美国 MWV 公司董事长兼首席执行官 John LUKE、爱佑慈善基金会理事长王兵等及众多企业家、公益人参与的夜话，拉开了一场关于“公益慈善与社会企业的亚洲探索”的大讨论。

《基金会管理条例》自 2004 年 6 月 1 日起施行，条例中明确“本办法所称的基金会，是指对国内外社会团体和其他组织以及个人自愿捐赠资金进行管理的民间非营利性组织，是社会团体法人。”也就是说，允许个人创办基金会，成为中国慈善事业实质上的一个转折点。

近十年来，一批中国企业和个人积极投身公益慈善，伴随非公募慈善和社会企业的发展，政府及公募基金会主导的慈善环境正在被打破，而走向多元化发展路径。

“社会企业”一词在上世纪 90 年代从国际传到中国，由于政策大环境的不同，不可否认在其发展过程中遇到各式问题，国际与国内企业家畅谈“慈善经”时，纷纷道出各自的酸甜苦辣。

定位

社会企业不是纯粹的企业，亦不是一般的社会服务类 NGO，一般是以商业的运作方式去解决社会问题，所得盈余用于扶助弱势社群、促进小区发展及社会企业本身的投资。所以社会企业所处平台和载体尤为关键的。

“社会企业，这本身是在公益领域里一个创新模式。但是他的目标却是惠及社会而不是惠及股东。”万通董事长冯仑说，虽然目前中国也有很多社会企业开始做一些实践，把商业的效率和经营模式带到实际的社会改变过程中，但是目前这样的企业还是少数。“有一个数字，在英国 2009 年有了 6.2 万家社会企业，一年有 240 亿英镑，我们国内应该说刚刚开始，每一家平均才 50 万人民币，这是一个过程。”

爱佑慈善基金会的理事长王兵坦言，在中国，现在比较合适的叫法是民非企业，可能会更加适合当前的公益大环境。“社会企业在中国比较难的是政策和法律，因为他用商业的方式解决社会问题，所以就避免不了一些情况，比如税收、投资、公众质疑等。作为股东一定要分红，但什么叫合理的收入，很难解释。所以在中国我认为现在最合适的还是民办非企业，因为他可以免税，也可以解决你各个方面的问题。”

“在现有的情况下，社会企业只能说是基金会和慈善事业的一种延伸，不能叫真正的社会企业。当然，我相信随着政策发展，像英国、新加坡一样，他都有社会企业的交易所，包括有债券、股份转让的资本市场。现在如果在中国做社会企业投资，只能以捐赠的心态、慈善的心态做一些商业的事情，改变一些社会的问题。”王兵如是说。

困境

“中国的社会企业现在刚起步，但是在政府政策和法律层面是极不配套。”爱佑慈善基金会的理事长王兵在论坛开始时便开诚布公，话题直指目前社会企业发展困境。

除此之外，“这些企业领导人基本上有热情，但是没有领导力，这些社会企业规模上都上不去，主要体现在管理的素质比较低，人才的管理和储备差距比较大，所以现在基本上是一个探索和挣扎阶段。”爱佑慈善基金会的理事长王兵分析社会企业目前困境时这样解读。

环境保护领域，是中国现在最迫切需要民非企业、社会企业的领域，但因为有些涉及比较敏感，他们的发展之路更艰难，而且规模更小。“所以现在中国社会企业发展之路是非常的艰难，而且在初级阶段，可能需要社会、政府和企业家都伸一把手，帮他们做大做强。”

国际其他国家因为与国内政策不同，社会企业的发展土壤也有很大差别。VAE SOLIS 首席执行官 Arnaud Dupuy-Casterets 在论坛上分享了法国的经验，法国慈善的基础，比如教育、儿童保护、艺术基金会等这些都是由政府去管理的，企业 CSR 也是在政府主导下进行。“对于社会环境来说，政府的活动在我们法国是起主导作用的，我们实际上有一个互助社会的概念，没有董事，人人都是利益相关方，比如大家应该了解到，45%到60%的银行以及保险行业，在法国都是我们所说的互助社会，他以互助基金的方法建立起来，他并不是一个私有企业，我想这一点可能是很有趣的。”

破题

以爱佑和阿拉善基金会为例，他们已经开始逐步参与到中国民间社会企业发展中。爱佑慈善基金会成立了爱佑和康，是专门改造中国自闭症儿童交易的民办非企业。“原来社会企业在做自闭症项目时多以家庭为单位，妈妈们组成看护队伍，很小的作坊式。去年9月份在深圳成立以后，我们未来十年将会在全国30个省市建成连锁的、针对自闭症残障儿童的综合服务支持机构，这样在规模、管理上会有提升。”王兵说。

做生意讲究商业模式，做公益就是讲究公益的模式。怎样将商业中更多的经验和做法嫁接到社会企业和公益的发展中，是当天论坛的热议焦点。

万通董事长冯仑举了爱佑为例，“他是个平台模式，不是一个纵向模式，也不是说见到人有困难掏出钱来给他解决一个具体问题。他建立了一个平台，这个平台就是一个生态体系。比如你想资助河南先天性心脏病儿童，把钱给爱佑，爱佑像流水线一样生产，找到医院，找到医生，排出手术最

后做完，做完了还得告诉你信息，这1万块钱对应是哪家孩子，这个孩子怎么联系，今后他的生长发育和未来情况都能知道，这是一整套模式。就像马云电子商务平台一样，你把钱放上面，马上那边就有人，一系列流水线的作业。”

像流水线一样做出公益模式和套路，才是企业家非常擅长的，也是社会企业不同于小规模 NGO 的价值所在。

“正是这样，我们一直积极参与各个公益机构的活动，希望把我们在企业管理和商业经营中一些经验运用到公益领域，提升他的效率。”冯仑如是说。

借鉴

“我们怎么样管理我们企业的运行？”美国 MWV 公司董事长兼首席执行官 John LUKE 抛出这样一个问题，也是在场的社会企业创业者们想听到的深入解答。

作为一个成功的企业，在推广 CSR 中所做的工作与对外公布的消息要保持一致，不能夸大，不能概括，要最大可能地建立起与社区人民的信任。

“在当下的世界中我们经常会看到很多的事例，大家有时候会忘记这样做的重要性，他们有时候以自我为中心，这些企业只关乎自己而忽略他人，他们在社会公众方面就做得很差。今天怎么看待企业社会责任，除了可持续发展要代代传承之外，我想在社区中，你身体力行地实践是很重要的。”John LUKE 说。

另外，John LUKE 期待中国的公益领域能有专门组织致力于培养一些新一代的社会企业家。“他们不仅是自己本身的事业做得好，他们更有一个愿景，更好地呼吁整个世界、社会。同时，他们也讲到了一个自由的企业和商业运作的模式，一旦移植到慈善的土壤中便会结出硕果。”

(公益时报闫冰根据论坛实录整理)

声音

可以使用商业模式促进社会因素的实现，同时也会带来一系列的影响，他们可以让自己的亲朋好友也参与进来，并且把他们的价值观传输下去，传给后代。我们要持续化地使得这种社会凝聚力得到增强，要用持续的方式才能使星火代代相传。

——希奈戈研究所主席 Peggy Rockefeller DULANY

我觉得废纸造纸是环保的解决者，而不是环保的制造者。作为一个企业来讲，企业要经营下去，首先环保要优于国家标准，没有环保就没有造纸。讲到公益，我觉得作为一个企业家，不管大还是小，公益都是一样大小，根据我们的能力做，没有说大的才可以公益。环保无论大企业、小企业，人人都是有责任的，企业不光是把自己企业管好，要有一种企业社会责任是把环保带到社会上。

——玖龙纸业控股有限公司董事长张茵

以出世之身做入世事业，你会感到你的存在是给社会带来价值，给他人带来有益的东西，哪怕是一句话，我认为你把你生命的光和热带给人间，这就是最大的价值，这就是人性最重要的东西，也是慈善事业最重要的理念。

——海航董事长陈峰

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/09/content_5681.htm?div=-1 [【返回目录】](#)

“中国式慈善”：艰难的“泥沼”突围

在此间举行的博鳌亚洲论坛 2013 年年会“公益慈善与社会企业的亚洲探索”分论坛上，与会嘉宾认为，由政府管理的公立慈善组织机构和人员管理能力较弱导致其内部管理出现混乱，与此同时，由私募资金组成的民间慈善组织却缺乏相应的社会资源支持，导致目前中国慈善公益事业陷入“泥沼”。

公立慈善陷管理危机

“中国公立慈善机构的管理水平偏低，管理能力较弱，公信力、募款能力，治理和运营方面最近几年一直都在走下坡路。”万通集团董事长冯仑说。

记者在采访中也发现，随着近年来中国公立慈善组织一系列丑闻和事件的曝光，国内公立慈善事业无论是在普通老百姓还是捐款者心中的公信力相较前几年已经有了明显的下滑。

民政部数据显示，整个 2012 年度，我国慈善捐赠总额在 700 亿元人民币左右，较 2011 年有所下降，而与 2008 年以及 2010 年的破千亿元相比已经有了明显的下滑。

与会部分嘉宾认为，中国公立慈善机构目前存在的最大问题就是高度行政化，缺乏透明度。同时，管理人员要兼顾行政、管理以及募捐多个方面，无法专注于慈善公益事业。

记者在调查中发现，以中国红十字会为代表的中国慈善组织近年来在信息公开方面虽然有所进步，但并未实现完全的透明化。其信息发布栏中的统计数据部分，公布了该机构 2010 年以及青海玉树地震捐款的统计分析，包括筹资、救助资金流等信息，但 2010 年后的统计数据并未发布，同时部分项目如舟曲泥石流捐款立项后也并没有数据反映。

对于捐赠者和普通民众而言，他们最关心的就是捐的钱到底用在哪儿了。而国内大大小小这么多的公立慈善组织，因为管理的原因透明度一直没有得到提升，一个慈善组织出现问题就可能导致

整个慈善公益事业的形象受到损害，公信力也很难得到提升。

民间慈善组织艰难前行

“由企业和私人发起的私募公益基金，这些民间慈善组织确实朝气蓬勃，但其社会资源的占有率远低于其目前的贡献度。”冯仑认为，公立慈善组织占据了大量社会资源，而民间慈善组织却并没有得到应有的支持。

2004年我国颁布《基金会管理条例》允许个人创办基金会以来，中国非公募的民间慈善组织得到了突飞猛进的发展。从最早远远落后于公立慈善组织，到现在数量超越公立慈善组织，中国民间慈善经过探索后，开始进入了一个长期的发展阶段。

2008年汶川地震，民间慈善组织初露锋芒，随后的玉树地震、映秀泥石流等灾害的发生，处处可以看到民间慈善组织的身影。除了这些突发性的自然灾害外，民间慈善组织也将目光放在了一些容易被人忽略的细微之处，例如邓飞等人发起的“免费午餐”计划。

但与此同时，建立门槛高、资金募集困难等各种难题阻挠着中国民间慈善组织的存在和发展。爱佑慈善基金会理事长王兵认为，目前有一半的民间慈善组织收入偏低，处于生存和发展比较困难的状况。

王兵说，包括新兴社会企业在内，大部分的民间慈善组织处于生存挣扎的边缘，不仅很难取得贷款，同时在募捐时也要面临更多的质疑，民间慈善的生态还是在一个探索和不正常的阶段。

“很多捐款者指责自己捐的善款被慈善组织挪用了，都认为自己捐的钱就应当百分百送到受捐者的手中，其实这并不现实。作为民间慈善组织，因为无法获得财政方面的支持，需要从募集到的款项中拿出部分来维持发展。”部分专家认为，国内捐款者类似于此种对于慈善组织误解的观点，也是造成目前民间组织发展陷入瓶颈的重要原因。

加强监管抛弃偏见 还中国慈善应有地位

“中国的慈善事业，无论是公立还是民间组织，与欧美国家还有很大差距，这个差距是全方位的，中国慈善公益事业要做很多的事才能缩小这个差距。”索立斯公司首席执行官阿尔诺·卡斯特瑞兹认为。

与会嘉宾表示，在公立慈善领域，首先要让这些慈善组织真正按照慈善组织的标准和方式进行运作，而不是像一个行政机关，这样才能从根本上扭转公立慈善组织的困境。

“慈善活动并不是不能由政府管理，无论是儿童保护还是一些艺术基金会，在法国慈善活动都是由政府进行管理的。”卡斯特瑞兹说，但与中国不同的是，法国的公立慈善组织对于公众的舆论非常敏感，并且使用的是一种企业的运营方式，努力满足公众的需求，而不是一个简单的行政机构。

另外，也有部分专家认为对于公立慈善组织还应当真正建立一个详细的操作规范和细则，并建

立一个独立的第三方监管机构，完善公立慈善组织的管理，使其真正实现运作透明和信息公开。

而对于民间慈善组织，更多的是需要政府层面的帮助。首先需要平衡民间慈善组织和公益慈善组织的社会资源分配，让更多的民间慈善组织在生存上没有后顾之忧。

来源：新华网

地址：http://news.xinhuanet.com/politics/2013-04/08/c_115308096.htm

[【返回目录】](#)

比尔·盖茨：如何发挥中国在全球慈善的巨大潜力

大约在 15 年前，我当时还在微软担任日常的职务，我意识到全球健康领域存在严重的不平等问题，我虽然没有深入研究，但有一天在报纸上看到一张饼图，讲关于儿童死亡原因。其中有一个轮状病毒我以前从来没听说过，轮状病毒是导致腹泻的主要原因。富裕国家有很好的卫生系统，腹泻从来不会夺取人的性命，但贫困国家每年有数十万人口因为腹泻被夺去生命。更加令人震惊的是，轮状病毒可以接种疫苗解决，但富裕国家才有，每年有 50 万人死于可预防、可治疗的疾病。

我之前对此一无所知，自从了解之后我再也没有办法从脑海中抹去，我一直有计划从事慈善事业，本想退休之后再干，但我觉得不能再等了，这件事情刻不容缓。所以我和妻子商量成立了比尔及梅琳达·盖茨基金会，首要任务是让贫困儿童获得疫苗，2015 年我们希望给 40 个国家提供轮状病毒疫苗。

这是我的故事。但是现在，我最想和大家分享的是中国将如何为全球慈善和公益事业做出更加巨大的贡献，成为其中的一支中坚力量，中国如何利用其人才技术和经验方面的优势和丰富的资源，在全球发挥更加重要的领军作用。还有在座的各位商界领袖、企业家们如何更有效地投资与创新，从而帮助全球数十亿的人口拥有更加美好的未来。

创新改变命运

基金会算是我的第二次创业。从一开始我们对于创新的认识就非常明确，创新帮助微软获得巨大的商业价值，创新推动中国取得巨大的经济增长，创新一定可以改变贫困人口的生活和命运。全球健康领域的事例很好地诠释了创新的作用，因为更好的健康水平往往会给人类发展带来其他方面的惊人效果，比如说人身体健康得到改善，生活其他方面的福利也会得到提高。

我们以前有很多发明，帮助我们在世界健康领域取得惊人的进步，但我们仍然做得不够好，世界没有足够多的疫苗提供给儿童，让他们享受原本应该享受的美丽生命和明天。

是什么导致目前的状况呢？市场失灵是一部分原因，在这方面我们需要做更多的努力。世界没有投入足够多的资源防治疟疾、腹泻，帮助那些需要我们帮助而又没有钱支付能够改善他们生活的创新技术的人们。这些人太穷，他们无力支付，私营企业不会投入产品给他们使用，几乎没有企业提供防治疟疾的疫苗，需要我们不断地弥补市场不能够照顾好的方面。如果我们在这方面做出长足进展，相信每年仍然有 700 万儿童死亡这样的局面会得到大大的改善。

我们与中国

中国是有巨大潜力的。从 2007 年以来，基金会非常积极在中国进行活动，和中国政府在几个领域进行合作。包括共同抗击艾滋病、结核病，另外努力减少烟草使用。现在我们还增加很多其他的活动，我们一起共同努力，和中国一起携手帮助世界的可能性，使我们的能力很好的利用起来，包括受援国。

中国有古谚语：预知前方事，需问过来人。我们的基金会希望和中国建立起互惠互利的合作伙伴关系，充分利用中国的发展经验、强大的研发力量和较低成本生产高质量产品的优势。疫苗方面看到了中国做出很多投资，做了很好的工作。比如成都研究所是中国生物技术集团，我们一起研发了新的改进型日本脑炎疫苗，这是亚洲流行的传染病，我们 2009 年开始发放了 1 亿多剂的疫苗，疫苗非常好、非常有效，成本极其低廉，25 美分/剂，做出很大的贡献，挽救了人们的生命。

比尔及梅琳达·盖茨基金会还和中生集团，和其他部门合作共同抗击脊髓灰质炎。人们到了克服此种传染病的最后阶段，我们从 1988 年开始，当时在 250 个国家流行这种病，现在已经取得巨大的进展，所以去年不到 300 个病例，只有 3 个国家还有这样的疾病。巴基斯坦、阿富汗等，如果这些国家有传染这种病还会传到其他国家，所以我们要根除。我们要有更多低成本的疫苗，这也是另外一种合作伙伴关系，我们和中生集团建立起新的疫苗工厂，非常高效的进行这方面的工作。我们还和其他中国机构建立合作伙伴关系，生产口服的脊髓灰质炎疫苗。

所以中国起到很大的作用，大大推进全球的脊髓灰质炎的根除工作。

中国与世界

我们还和中国科技部进行合作，开展新的结核病药物治疗方案，我们首先说药要做一些新的发明，把治疗时间缩小到 6 个月以内，我对这件事情非常兴奋，因为这方面不仅仅是造福中国人民，还将对全世界做出巨大贡献。

我们看到很多类似这样的机会，中国同样可以发挥巨大的作用。和非洲相比，中国的农业生产率这是很好的例子，在非洲应该按照中国的方法去做，由于全球气候的变化，非洲的小农户不得不在极端恶劣的环境下苦苦挣扎，种植农作物对抗干旱、洪水、病虫害，我们要不断地帮助他们，给他们提供工具。

回首往事，我们看到中国历史上过去 20 年时间里，中国粮食生产率每年上升了 2.6%，农民收入翻了 15 倍，的确是了不起的奇迹，而且是非常令人瞩目的一点。农民收入不断地翻番，劳动生产率不断地攀升，对比一下可以发现，非洲国家的农业生产率一开始低得多，差不多 3 倍，随着时间的推移中国做了非常令人瞩目的提升劳动生产率的工作，非洲的劳动生产率基本没有提高，遗传方面、绿色革命等等很好的做法，如何更好的使用肥料等等，要更好的被非洲人理解才行，这也可以起到很好的作用，带来很大的变化。

举例来说，我们和中国农科院合作，和华大基因合作共同研发水稻新品种——绿色超级稻，劳动生产率极高。我的夫人梅琳达见到了黎博士，他告诉我们如何开发新品种，开发的水稻新品种需要较少的肥料和水，这个项目在实验阶段相当不错，当然还要做很多的工作，最后才能很好的选一些适合非洲国家，从而帮助他们，包括供应链和各种各样的增值服务，把这一切加在一起，我们可以起到很大的成绩和最大的贡献，这都是在农业领域，包括工具、牲畜疫苗，科技部是我们的合作伙伴，告诉我们中国有很多、很多创新，他们很多时候没有意识到他们所做的工作能够产生很大的影响，实际上他们所做的工作可以运用其他国家。

这个领域我们也需要有创新，以确保能源系统是低碳的，中国也可以做出贡献，不同的能源体系可以产生出来，中国可以起引领作用，来做出贡献。我希望大家同意我的做法，这些项目可以带来额外的比例，机会是巨大的。比如说市场，帮助这些国家成为更富裕的国家，他们可以融入到世界经济、国际经济当中，这也是非常正面的事实。

的确，为一个稳定的世界，为一个更加和平的世界，我们必须做出努力。

一点期待

非洲和中国的贸易额从 2007 年以来大大增长，中国的投资达到了很高的水平，所以我一点不惊奇习近平主席在访问非洲的时候再次重申了中国的承诺。中国永远是非洲最可靠的朋友，真诚的伙伴，大家可以做很多事情，人们的期望值也是很多的，有时候还有挑战，我们需要很好的交付这些项目，这些国家也需要各种各样的创新。

所以我们都必须做出承诺，把承诺更好的付诸到实践当中，我认为中国做出了真诚承诺。正如中国国家主席习近平所说，中国追求繁荣和幸福不仅造福中国人民，还造福世界人民。

我呼吁大家伸出援助之手，使一切成为可能。中国最成功的企业家、商界人士们，我希望你们将市场投资的投资技巧和严谨态度同样运用到为中国和贫困人口寻求解决方案上，不光是为中国人，还为世界人类，你们所取得的回报与你们在各自领域取得的回报同样重要，从而为人类共同建立起更加和平、繁荣的世界做出贡献。

演讲提问环节，有人问，“我非常崇拜巴菲特先生，因为他是非常有信仰的人，您觉得美国的慈

善事业做到如此发达更多因为美国人的信仰还是美国人的制度？”

比尔·盖茨回答称，不能简单的说这是因为一个宗教信仰，巴菲特是一个宗教信仰感非常强烈的人，我不像他那样，但我们都是非常认真、严肃的慈善家，这不是主要的原因，或者说唯一的原因，也没有一条黄金法则。

但是有一条己所不欲、勿施于人的基本规则。我们为我们的儿童、为我们的子孙后代所做的事情是需要考虑的重要问题，我希望我的小孩怎么样，同样我希望整个社会怎么样，这是我们的责任，大家对于自己子女的关爱同样也适用于对于社会的关爱，这些责任感对于我们来说是推动工作的重要动力。

我们有很多社会期望，让我们这些成功的商业人士能够通过一些渠道把我们的财富能够回报于社会，大家有这样一种社会期望，我们也非常愿意做这样的事情。当然，我们仍然有很多的问题，你年轻的时候是否能够找到你自己感兴趣的事业，你是否最终能够有这样的决心放弃你自己拥有的财富，或者用有效的方式这么做？不同的人有实现自己理想的不同方法，我希望利用自己在商业上获得的技能来做基金会的工作，仅此而已。

（公益时报高文兴根据比尔·盖茨在2013年博鳌亚洲论坛上讲话整理）

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/09/content_5679.htm?div=-1 [【返回目录】](#)

比尔·盖茨：当创新遇见慈善

8日早上，接受新华社记者专访的比尔·盖茨按约定时间分毫不差地出现，一身笔挺的深色西装，花格纹领带，脸上带着轻松愉悦的笑容。

在表情严肃的工作人员的簇拥下，他本人却毫无架子，笑容柔和，眼神明亮。他回答问题反应很快，一旦遇到感兴趣的话题，眼中会露出孩童般的光芒。

“因为创新才有了我们今天的世界。”盖茨在专访中说。两天前，他在博鳌亚洲论坛上发表演讲时说，创新“一定可以改变贫困人口的生活”。

作为比尔·梅琳达·盖茨基金会联席主席兼理事，盖茨目前最为关心的是慈善，而他创建微软的经历又让他渴望以科技创新改变慈善事业。

6日，盖茨在博鳌论坛作的演讲题目是《为穷人投资》。在他看来，在微软和盖茨基金会的工作

中，他最值得骄傲的“投资”分别是日新月异的电脑产品，以及疫苗的发明和疫苗成本的降低。

盖茨认为，创新使科学家能更多地发现问题、解决问题，尤其是在盖茨基金会所关注的医疗、农业、卫生等方面。

目前，盖茨本人最为关心的项目是脊髓灰质炎疫苗的推广和使用。他说，人类已经到了根除这一传染病的最后阶段，脊髓灰质炎有望成为继天花之后，人类从地球上消灭的第二种传染病。

为了彻底根除这种疾病，基金会正在与中国公司合作确保口服脊髓灰质炎疫苗的供应，同时研发一种低成本的脊髓灰质炎注射疫苗。

科技创新不仅仅帮助盖茨和他的妻子梅琳达改善慈善的具体工作，也成为了重要的推动力量和传播手段。

盖茨基金会在2011年将“社会化媒体促进社会公益”的概念带入中国。基金会将信息发布在网上，以此号召更多人尤其是年轻人加入到基金会的工作中去。

在盖茨心目中，很难说微软和基金会哪一个更重要，他从17岁到50多岁，全身心投入在微软上，这个工作为他做基金会提供了“资源和能力”。

而现在，他正在致力于他的“第二个职业生涯”，同时仍然会在空余时间为微软提供建议。他用“令人兴奋”来描述基金会的工作。

做慈善事业的盖茨并不比做科技事业的盖茨更轻松，他的新闻官告诉记者，他的个人时间安排以5分钟为一个单位，全部需要精确计算。但他说话时从容、平静，并不让他显得争分夺秒。

盖茨是一个关心当下和未来的人。对于科技，他的眼光愿意落在遥远的未来，对于慈善，他看重今天我们能做什么。他的工作，让他看起来像一位穿梭于今天和未来之间的人。

盖茨喜欢代表着未来科技的科幻，他说自己是一位科幻迷，“年轻时候读了不少科幻，现在也还在读”。

他还曾推荐未来学家雷·库兹韦尔的《奇点临近》一书，他说自己99%赞同库兹韦尔的论断，认为技术发展的爆发点将会到来，机器将产生智能。

“一些对人类来说很基础的事，教给电脑就变得让人惊奇。”但他也说，那个“奇点”不知何时到来，“我们现在距离电脑能实现自我思考还有很长很长的时间”。

他曾说过，希望人人都拥有一台电脑，现在，他认为这仍是一项有价值的优先工作，但更重要的是，“让一些孩子不再因为小儿麻痹症而不能自由行动，不会因疟疾而失去生命，不再因为没有足够的营养，而不能得到大脑的全面发展”。

盖茨的博鳌之旅，被排得满满当当，几乎工作时间的每一个五分钟都用来会见重要的人。“在这里，我见到了许多相信尖端科技可以解决大问题的人们，我们都相信中国杰出的科学家将为全球发

展做出伟大的贡献。”

盖茨希望接下来能够和中国深入合作，用中国的创新能力去帮助更多的人。

来源：新华网

地址：http://news.xinhuanet.com/gongyi/2013-04/09/c_124556523.htm

[【返回目录】](#)

洛克菲勒·佩姬：做慈善带钱更要带心

4月6日，希奈戈研究所主席洛克菲勒·佩姬在“博鳌亚洲论坛2013年年会”上表示，从最初希腊语的释义看，慈善就是对人类的爱，其爷爷及祖父作为一代企业家，正是践行了这样一个理念去投身慈善，方式是“给钱”。

洛克菲勒·佩姬表示，她更希望追溯到慈善最初的本意上，那就是对人类的博爱精神。人处于不同的社会层次，有些人可能很有钱，有些人反之。没钱的人可以以自己的方式贡献社会。她认为，人想在社会中拥有一个好的生活，很大程度上“取决于彼此之间相互支持的程度，有多少社会资本可以被我们运用”。

“因此，慈善并非仅指有钱人给没钱人金钱，而是每个人都以最好的方式参与进来，不只要带着钱，更要带着心、带着激情、带着自己的才能，”洛克菲勒·佩姬说，“慈善是用心、用脑去做的一个事。”

洛克菲勒·佩姬特别强调，关于慈善的理念，需要代代相传，如果不能进行传递，就没办法持续增强社会凝聚力。

来源：中国青年网

地址：http://gy.youth.cn/lyb/201304/t20130409_3076312.htm

[【返回目录】](#)

Arnaud: 在法国慈善活动是由政府管理

希奈戈研究所主席 VAE SOLIS 首席执行官 Arnaud Dupuy-Casterets 在“博鳌亚洲论坛 2013 年年会”的“公益慈善与社会企业的亚洲探索”夜话中介绍，在法国关于慈善、教育、儿童保护和一些艺术基金会，等等所有这些社会的行为都是由政府去管理的。以下为其讲话摘要：

Arnaud Dupuy-Casterets: 谢谢，我是一个法国人，我的英语不是很好。像我说过的一样，你问的这个问题很难回答，我想说是的，法国的系统体制是一个非常欧化的系统，你刚才已经说过了，比如捐助，或者这种法国的慈善，你要很好的把它解释出来就是税收。法国人我们交很高的赋税，相反我们也就认为政府的领域管理这些问题，慈善是政府该管的，所以我们在法国有慈善活动，我们也有家族，他们捐助，但是我们的基础，比如从根上来讲关于教育、儿童保护和一些艺术基金会，等等所有这些社会的行为都是由政府去管理的。这是我们的文化背景，因为文化不同，不管怎么说也有企业的慈善活动超过个人层面的。

我想说一下在欧洲以及法国是什么样的角色？如果大家记住，四十多年前我们有一个法国人说过，业务在商言商，很明显现在不是这么回事了，无疑我们所说的企业社会责任 CSR，他意味着一个企业要不断适应周边环境的变化，要听取公众的声音，因为我们采取企业社会责任的政策、方法，美国和其他国家不同的举措，亚洲的举措我们都应该加深对他们的了解，我们要了解到公众对我们有什么样的看法，什么样的意见，以及公众对我们有什么样的期望。

比如说我们现在谈论到环境，在我们欧洲 CSR 的政策，环境保护是我们的核心，以前政策说好像 CSR 对环境的保护按照政策应该是第三个支柱，但是现在应该是首要支柱。我们的想法就是把经济活动中这些负面的因素，把它取代掉，这个特别的重要，因为我们在欧洲、法国面临着一个环境，越来越多的人口增长，大家希望减少人类的活动，少建厂，减少污染，因为污染会伤害水、土壤和空气，所有这些问题都是很敏感的问题，因此我们公司对于这些问题也是非常敏感的，因为公共的舆论一谈到这些问题就变的很敏感。我想这也是在美国和欧洲，我们体制方面，还有亚洲体制方面最大的差别。但是在一个全球的世界中，我想我们应该这样想会比较有趣，我们要想公共对我们有什么样的需求？他有什么样的需求，我们对于企业怎么能够满足公共的需求，比如有环境方面，我们企业是环境、社会、舆论等等方面的支柱。

对于社会环境来说，同时回答你的问题，我想再重申一下，政府的活动在我们法国是起主导作用的，但是我必须要说，我们实际上有一个社会主义经济，实际上我们说到的是一种互助社会，没有董事，人人都是利益相关方，比如大家应该了解到，45%到60%的银行，以及保险行业在法国都是我们所说的互助社会，他以互助基金的方法建立起来，他并不是一个私有企业。我想这一点可能

是很有趣的，这在法国人思想中做生意时是根深蒂固的。

本文来源：新浪网

地址：<http://finance.sina.com.cn/roll/20130406/212215059561.shtml>

[【返回目录】](#)

张维迎：不相信社会责任报告能起作用

4月6日到4月8日，博鳌亚洲论坛2013年年会在海南举行，本次论坛的主题为“革新、责任、合作：亚洲寻求共同发展”。腾讯网作为论坛独家网络合作伙伴，全程对论坛进行图文、视频、微博直播。

经济学家张维迎表示，如果一个企业赚钱了，但是他又给社会带来损害，一定是价格机制出问题或者激励机制出现了问题。

张维迎认为，可持续发展、资源保护最后都需要找到很好的商业模式，有好的市场机制才能解决，否则只是停留在口号。“每天一个公司发一个社会责任报告，我真的不相信它能起好的作用。我这方面花了钱，那方面花了钱，这个东西不能说明任何问题。”张维迎表示。

张维迎表示，市场经济是消费品主权的问题，消费品价格对企业决定如何生产非常重要。“我们搞环境保护、可持续发展，总是为人类更幸福，而不是为人类不幸福。而幸福本身有很多主观观念，这些观念可能有时候是不对的。包括这方面包括引导、媒体舆论都非常重要。无畏消费资源是一种耻辱，这一点是非常重要的。”

来源：腾讯网

地址：<http://finance.qq.com/a/20130406/001189.htm>

[【返回目录】](#)

王兵：中国社会企业处探索和挣扎阶段

4月6日，爱佑慈善基金会理事长王兵在“博鳌亚洲论坛2013年会”上说，中国的社会企业现在刚起步，但是在政府政策和法律层面极不配套。

“社会企业均以商业运作方式去解决社会问题，其平台和载体非常关键，但目前中国比较合适的称谓叫‘民非企业’，这是中国独创的说法，也是经过民政机构注册的，但民非企业投资人没有财产权，也无法参与分红，股权亦不能转让，不能贷款、不能举办分支机构，”王兵说，这些情况“严重阻碍了中国社会企业的发展”。

在王兵看来，这些企业的领导人“有热情，没领导力”。这些社会企业规模上不去的诱因是，管理素质低，人才的管理、储备差距大，目前基本处于“探索和挣扎阶段”。

尽管社会企业在中国存在诸多问题，王兵仍然认为，随着中国未来相关政策、法律的配套逐步完善，社会企业还是有发展空间的。他举例说，“我们爱佑和阿拉善这样的基金会，已经开始逐步参与到中国民间社会企业发展中，爱佑我们成立了爱佑和康，专门改造中国自闭症儿童交易的民办非企业，由我们全资发起的。原来中国民非企业，社会企业做自闭症的都是以家庭的，妈妈们组成的，很小的作坊式的。我们去年9月份在深圳成立以后，未来两个月我们在北京成立以后，我们未来十年将会在全国30个省市，我们要建成连锁的，对自闭症残障儿童综合的服务支持机构，这样在规模、管理上提升这方面。”

王兵认为，关于慈善教育方面的机构很弱小，但在环保领域，中国目前“迫切需要民非企业”，而社会企业领域，因为其“比较敏感”，社会企业的发展之路“更难、规模更小”。他呼吁，希望从政府到企业家，都对中国的“社会企业”发展之路“伸一把手”，做大做强中国的社会企业。

来源：慈讯网

地址：http://www.icixun.com/html/view_828.htm

[【返回目录】](#)

冯仑：民间慈善用 30%社会资源做了 65%捐款

4月6日晚间消息，万通董事长冯仑在“博鳌亚洲论坛 2013 年年会”的“公益慈善与社会企业的亚洲探索”夜话中认为，中国民间公益慈善组织用了 30%的社会资源但是奉献了 65%公益慈善的捐款。以下为其讲话摘要：

冯仑：很高兴大家一起讨论这个话题，我还接着王兵的说，因为我们有很多事是一起做的。现在在中国公益慈善方面，从民间社会来看我觉得是非常值得骄傲的，因为到去年为止，如果我们社会有 100 块钱善款，其中民营，民间有 65 块钱。但是如果民间有 100 块钱贷款，民间只有 30 块钱，我们只用了 30%的社会资源，但是又奉献了 65%公益慈善的捐款，也就是说相当于公营部门，国企，国企可能支配了超过 50%以上的贷款，但是他的捐款才不到 35%。从这个角度来说，刚才王兵讲到，我们现在整个社会公益慈善的现状，和国外成熟市场经济国家比，和历史比较悠久的国家比，在公益慈善方面我们还有欠缺。但是从我们中国过去二十年的历史上看，以民营企业，民营经济这样的发展环境来说，我们能够迅速的在不到十年内，远远的超过公营部门做出这样公益慈善的努力，其实是非常值得大家鼓掌的一件事。

这个过程中有三个方面非常有意思，现在公益慈善基本上三个板块，第一个，传统的公募的公益基金和少量的公营部门下面私募基金，这部分大概 1400 多家，这部分应该说叫看起来日薄西山，不能说人命微浅，但是现在的确被郭美美同志搅合的不算好，整个他的公信力、募款能力，治理和运营方面，现在出现了的确这几年往下走。

第二个方面，由企业和私人发起大量的私募的公益基金，这部分确实朝气蓬勃，如日出东方 (14.96,-0.48,-3.11%)，整个看起来比较红火，像王兵领导的爱佑华夏，一年做心脏病做到 1 万例，全球最大。阿拉善有 300 个企业家，我是轮值的主席，我只当两年的职，接下来由别人做，这个变成全中国最大的环保机构，全中国如果有 100 块钱用于环保，阿拉善大概要支出 50 到 60 元，也就是说阿拉善在民间环保市场上占到 50%到 60%，民间草根的环保 NGO 有将近 500 家，三分之二都用过阿拉善的钱。当然这个跟全球比规模很小，美国在民间环保资金有 60 亿美金，中国不到 1 亿人民币，但是阿拉善的份额非常大。还有壹基金，这个基金会在中国救灾市场上是最大的，这个基金会主要是做救灾，其他领域做的很小，壹基金在救灾领域做的最大。中国第二个方面由企业和私人主导的私募公益基金，这几年在治理结构，专业领域、专业人士、专业发展方面都取得了非常大的成功，而且在市场上越来越活跃。

第三个方面，社会企业，社会企业本身是一个新的，在公益领域里一个创新模式。刚才王兵讲的，是商业的形式，但是他的目标却是惠及社会而不是惠及股东，这个在中国目前也有很多社会企

业开始做一些实践，这样把商业的效率和经营模式带到实际的社会改变过程中。这个在中国目前非常小，小周告诉我一个数字，在英国 2009 年有了 6.2 万家社会企业，一年有 240 亿英镑，我们国内应该说刚刚开始，刚才王兵讲每一家平均才 50 万人民币，这是一个过程。

中国目前在慈善方面我讲就是两句话，第一，作为民间的公益慈善值得骄傲，因为他远远超过了公共部门做的贡献。第二，我们这三大板块里，在私募公益基金和社会企业方面发展是非常迅速的，而且未来在这两个方面是有一个非常大的空间。值得大家期待的。

至于我个人，刚才看到陈董事长非常高兴，我们所有企业界的朋友，以企业治理的经验参与到私募公益基金中，我们参与的基金最主要贡献两个方面的经验，第一个方面，我们在治理方面比较重视，这个治理无非是说他们彼此角色之间的法律关系，包括专业性、透明度，包括所有管理过程中的效率，这部分应该说企业家目前领导的公益基金都表现出他治理方面的自觉性和主动性，以及包括各个排名中我发现都很靠前。王兵领导的爱佑基金，在治理方面是四颗星，民政部把他从北京是弄成全国的，这就是治理方面非常的创新。

第二个方面，贡献的我们在商业模式方面，我们做生意比较讲究商业模式，做公益我们就是公益的模式，像爱佑这样非常成功，他是个平台模式，他不是个纵向模式，也不是说见到人有困难掏出钱来给他解决一个具体问题，就这么简单，他建立了一个平台，这个平台是一个生态体系，大家谁愿意做，你把你的爱心搭在这个平台上，他立即看出效果。比如你想把河南先天性心脏病儿童的事包了，你把钱给爱佑，爱佑像流水线一样生产，像马云[微博]电子商务平台一样，你把钱放上面，马上那边就有人，一系列流水线的作业，把小孩一个个找出来，先天性心脏病。全国一年又 20 万先天性心脏病儿童，其中有 5 万是家庭很困难的，爱佑做了 20%，就是 1 万个，所以他有这个平台，他会把这些人找出来，找出来你还得找到医院，找到医生，排出手术最后做完，做完了还得告诉你信息，这 1 万块钱对应是哪家孩子，这个孩子跟他联系怎么联系，今后他的生长发育和未来情况都能知道，这是一整套模式，这个是企业家非常擅长的，能够把模式运作的非常好。正是这样，我们一直积极参与各个公益机构的活动，希望把我们在企业治理和商业经营中一些经验运用到公益领域，提升他的效率。

我们的价值观非常简单，在发展个人的同时惠及社会，我想这是所有企业家特别关注的一点。我们自己发展，同时给股东回报，更重要的是要惠及社会，我们的利益相关方，同时也使我们企业和个人在生存和发展中，对社会提供更多有意义的帮助。我们的力量很小，但是我们只能关照到我们周边的一些，如果我们力量大了可以做更多的事情，希望我们能够和大家一起探讨，能够做更多的事情。

来源：新浪财经

地址：<http://finance.sina.com.cn/roll/20130406/210215059536.shtml>

[【返回目录】](#)

张茵：企业家可根据自身能力做慈善

玖龙纸业控股有限公司董事长张茵在“博鳌亚洲论坛 2013 年年会”的“公益慈善与社会企业的亚洲探索”夜话中认为，作为一个企业家，做公益不管大还是小都是一份，要根据自身能力做。以下为其讲话摘要：

张茵：谢谢，结合你谈的我想谈两点，首先大家都知道我们是废纸造纸，我们是一个循环的，我很高兴我们选择了这个行业，我觉得废纸造纸是环保的解决者，他不是环保的制造者。我们想想，这个废纸如果不通过环保的处理，完全放到地下去污染，这个水的 CEO 会到了 1000 多，通过我们造纸的处理已经变成了 80 下，国家要求是 60 下，这个行业非常好，是环保。大家有一个误区，你做废纸造纸是不是有污染？实际上你认真想一下，不把废纸处理好，堆成了山你放都没地方放，更重要水都变成是污染的，这个行业我感到非常高兴，我们能够处理这个环保，更能力循环，把这个废物变成一个非常好的产业，在欧美发达国家都是非常好的，废纸循环造纸做的延续的是最好的。在我们国内也是一样，在我进来做造纸的时候，我们只能收到 5%的废纸，95%是靠进口的。今天，我们有一些基地已经做到 40%到 50%的废纸是回收的，这一点我觉得对中国，我自己感觉到对环保的贡献方面是非常满意的，我也希望在我们整个基地方面，都能够用废纸造纸平均在 50%。

大家当然非常关心，我们用废纸造纸的污染，我刚才讲了，作为一个企业来讲，污染是一个企业的责任，环保是一个企业的责任，企业要经营下去，首先环保要优于国家标准，用我的话讲，没有环保就没有造纸，我觉得这是最基本的，对一个企业家来讲，环保是最基本的要求，并不是说一个很特殊的要求，我觉得作为玖龙来讲在环保方面是与时俱进的，我们环保会在我们的大门口，你到我们基地看一看都在大门口，我们 COD 排放量是多少，我们烟雾排放量是多少，骑单车的都可以看到，作为企业家我觉得这是企业社会责任。

讲到公益，我觉得做公益作为一个企业家，不管大还是小，公益都是一份大小，根据我们的能力做，没有说大的才可以公益。在我们国家可以看到，很多救了人没有留下姓名就走了，我们看到一些病重的大家都会伸出援手，所以我觉得环保无论大企业、小企业，人人都是有责任的，从环保上，不管大的企业小的企业，只要是一种企业社会责任，不光是把自己企业管好，要有一企业社会责任，把环保带到社会上，像玖龙就是这样的，我们办了八届的玖龙学生班，大专学生到玖龙就业，

我们连续培训了八届的学生，同时我们在一些偏远的地方给一些爱心午餐。我觉得慈善不是多大多小，我非常赞成刚才 Peggy 谈到的，我们用心做一件事。作为玖龙做环保，我们的理念是人人都在做慈善，慈善不要说是老板在做，而是每一个人都在做慈善，在慈善方面是要用心做。比如我碰到了灾难，比如玉树地震我们去捐款，你捐了这个用心了，捐了这个款真正用到了，做善事要用心用脑做善事，同样带领你的队伍让大家认同你做善事，你要知道不是你自己做善事，同时你帮了自己也帮了其他人。

来源：新浪网

地址：<http://finance.sina.com.cn/roll/20130406/213515059577.shtml>

[【返回目录】](#)

陈峰：中国政府管理慈善机构官员水平偏低

海航董事长陈峰在“博鳌亚洲论坛 2013 年年会”的“公益慈善与社会企业的亚洲探索”夜话中认为，中国政府管理领域太多，以至于管慈善往往是社会“边角料”水平的干部。以下为其讲话摘要：

陈峰：非常感谢你的溢美之词，感谢主持人给我的赞扬，我全当本土企业环境大家，我是这个小岛上的公司，其他都是我们外来的客人。今天我们一晚上讨论人类很伟大的事情，你看着我们台上坐着这一桌人，来自中外，美国人、法国人都在讨论人类的慈善、爱心问题。而且我们感谢我们的听众，你们花一晚上听我们在这儿白话，有钱捐给人家不容易，因为干企业的知道挣点钱很不容易，又舍得把自己的钱给别人，我觉得这更不容易。因此，我觉得我们今天讨论一个很好的主题。

我想就慈善事业问题讲三点：第一点，中国文化自古以来从来就是社会，人们应该追求的东西。每一个国家的历史和传承不同，中国历史慈善事业是来自于民众之中，那时候官府很小，那时候县太爷带着印带着师爷就上任了，只不过代表朝廷组织各方。中国慈善事业主要在民间，民间的形式实际上是三大类，第一类，寺院。第二类，宗族、祠堂。第三类，商道中人，那时候他们认为救助天下的百姓，给苦难的人带来点爱心，他们觉得是应该做的。山西晋商有很著名的常家大院，遇到三年连续大旱的时候，这是大家，非常有钱，他开粥棚，他做慈善事业避免慈善之嫌，他说我们做什么善事，谁帮我们常家大院拿一块砖，到我们这儿吃饭，所以把很多爱心融入到社会的方方面面之中。人类社会之所以能延繁到今天，慈善事业是人类本性的自然行动，多少年来人类社会维持到今天，各种慈爱的人，按佛法讲，大菩萨在世间为众生解决困惑。

第二点，到了今天，一百多年人类发展到现在的社会，社会科技文明、物质文明，一百多年实际上是欧美国家发展模式在统领这个世界，这个发展模式是充满血腥的，因为从欧洲工业革命船尖炮利，然后殖民地，然后掠夺，完成了积累。完成积累以后一些大菩萨投世到他们家说，不行，这个得赎赎，所以后代慈善事业越来越多了，现代社会把慈善事业变成符合现代社会的形式。欧美国家演变到现在也很不件大，尤其在慈善事业的管理方面做出了现代社会很多有效的形式和有效的组织和有效的工作。今天的中国国家的历史演变不同，我们在相当长的时间里是一个共产党领导的管理全社会的工作，这年头我们党很辛苦，什么都管了。今天上午我参加企业讨论的时候，批评我们政府管的太多。你想什么都管都管得好吗？不容易，你这边又要把企业管好，又把政府自身管好，还要把慈善管好，你想着哪儿有那么多人人才？肯定管慈善往往是社会“边角料”水平的干部。我不是讲人家水平低，我借王兵的话，管慈善这些机构和人员偏弱，因此这个事情我觉得可以理解，因为这个社会在演变中，逐步能够把很多功能交到社会中，把管不好，管不了的东西交给社会，这就带来了像王兵先生、冯仑先生，这些当代企业家代表，勇于把自己的爱心效仿西方慈善机构，很敬佩，我对他们的爱心非常赞赏。

第三点，我这个公司二十年，从零开始我拎着一个包从这个小岛上开始，在这个公司发展过程中我没有一个理念，中国文化的商道精神就是激励即天下之大利，用上道汇通天下，用自己的商业行为为社会创造就业，税收、产品，尽我们社会企业公民应该的责任，把这个企业做好。二十年我们幸运的是，在海南二十多年的建的大潮中，很多人物都走了，我是幸存者，像冯仑先生当年第一桶金都是跟我一块儿在这儿，但是他们都跑了，都发达了，跟我在海南见到的人，为官的，经商的都不多了，我有时候感到很孤独，这儿没什么熟悉的面孔了，我还带这儿待着。当年在战争年代有一波共产党、游击队跟共产党总部失去联系，苦苦在这个小岛待了17年。我们从海南这儿发展，到今天幸运的是大潮没有给我们淹没，终于我们发展起来了。这个公司十万人，一年发工资发100多亿，确实国家应该给我一个大红花，有十万人就业。第二个，我们公司收入过了1277亿，我们已经自豪的进入世界500强了，资产3800多亿，应该说创造了中国企业发展的奇迹。更重要的是，我把航空公司做的非常好，全世界6个五星航空，我把中国航空业提到了世界水平。

在我们发展的同时我们始终有一个想法，我们能够在自身发展中，古人讲的兼善天下。我们在二十年中用于社会慈善事情很多很多，我认为都是应该做的，当然我参与冯仑兄和王兵的事情不多，我一般专注于我自己那点事，自己拿点事往往又做不太好，十万人的管理谈何容易，我二十年，每天早晨八点半准时坐办公室，他们一般早晨不起，晚上不睡，我属于当车间主任的命。管一个优秀企业，内部管理是永无止境的，这是真正要做精做细好的企业是要花心血。我并不是说他们企业做的不好，做投资不需要我这种，一般当车间主任需要我们这种。

我们在二十年中关注社会的慈善事业，和我们能够所及的慈善活动，我们该做的都做了，救灾、社会教学、教育，当然我们这些年在海南发了一个通知，我说只要海南海南岛的孩子家里贫困线低于多少，考入内地大学的，我全发奖学金。海南缺水，大家不要以为海南下雨多，但是它的岛中间高，两边低，它都流走了，好多贫困的地区吃雨水。我说这哪儿行，雨水两天半就得生寄生虫。我跟有关部门商量问了一下缺多少？缺150口井，我说行了，我打100口，三分之二我打了，剩下50口给政府。这种东西我们做的很多，我觉得做了一件很可圈可点的就是“海航光明行”，给白内障病人做手术。中国有2000多万白内障病人，有相当一部分是家庭贫困买不起角膜。我一年跟同仁医院联合，他们出医生，我们掏钱，先从青藏高原开始，一路做下去“海航光明行”，干了十多年了，我们所救助的贫困掏不起钱的白内障病人8000多人，使他恢复光明，一个星期做了手术，一个星期摘下纱布他能看见光明，你会发现这个成就感特别大，当一个人失去光明这个人活的劲差多了，当他恢复光明的劳动力对一个家庭作用很大，你可以在这种直接有效的慈善活动中感到你的价值存在。后来我把这个做到非洲去了，莫桑比克的波斯瓦纳，中国到非洲发展很多，有西方殖民主义者说我们到那个国家掠夺国家。后来我们说我们来一个“光明行”，我们在非洲其实没什么投资，我们纯属看到非洲人民白内障病人，我开一架飞机带着中国医生过去，带着角膜，非洲总统高呼中国万岁，我们感觉你把爱心带给人类，不分肤色，因为爱心都是一样的。类似这些东西我们大概二十年花了七亿多。

到今年4月29日我们公司整二十年，我们做三件事，第一件事，总结我们海航二十年发展经验，看能给后人留下点什么，二十年我们创建一个世界500强公司，一个世界级优秀航空品牌，创造一个中国企业发展的奇迹。我觉得有三条原因，第一条，时代造就，没有改革开放，没有中华民族百年复兴历史，这个时代，谁都不行。第二条，社会方方面面的支持、帮助和弟兄们的努力。第三条，我们走了一条新路，这个新路就是在中国社会主义特色的条件下，把西方的企业制度对接。第二，把中国传统文化跟西方管理思想对接，另外把共产党理念和企业的精神对接。我们创造了在中国特色条件下，用比较快的速度实现了世界级企业，国际标准企业的模式。我们做的慈善事业和社会事业获得联合国[微博]颁发的南南奖，中国企业第一个获得联合国颁发的南南奖，我觉得很光荣，说话我们慈善事业和爱心得到了国际社会的认同。

第二个，最高管理层建立退出机制，三十几个人进入最高层，交给年轻人，相信年轻人比你做的更好，人类社会永远是这样，以一个光明的心态看待年轻人，相信年轻人。儿孙自有儿孙福，天下没有不散的筵席，这样我看留给年轻人更多的空间。

第三个，我们几个股东、创业者，大家捐出来成立单一的最大股东，20%成立一个私募基金会，民政注册的，捐出去了，叫“慈航基金会”，中国佛法里有一个观世音菩萨的慈法普度。年年持有海

航资产做慈善事业，我们交税就 3 亿多。我们七个创始人，当然我和副董事长最大，我说大家活着可以享受权益，死了后人也不能卖，无条件转基金会。换句话说，等我们七个创业者都离开世间以后，海航还于公众，玩玩就走，还于社会。

我认为我们用一种新的商业文明，实践一种爱心。我认为中国文化的精神是公天下，私道己出既未公，那时候跟自己生活有关，我说我不吃肉，不喝酒，不抽烟，你把天下众生都看作儿女，待儿女像终生，待终生像儿女，你会发现很轻松。你死的之后 49 天一投胎跟这儿一点关系都没有。因此我认为，如果把心量放大，把自己的我放大，以无我之心，以初世之身做入世事业，你会感到你的存在是给社会带来价值，给他人带来有益的东西，哪怕是一句话，我认为你把你生命的光和热带给人间，这就是最大的价值，这就是人性最重要的东西，也是慈善事业最重要的理念。所以天地之间皆为用心之处，大爱无疆。谢谢大家！

来源：新浪网

地址：<http://finance.sina.com.cn/roll/20130406/214215059581.shtml>

[【返回目录】](#)

◎公益布告栏

2013 芯世界社会创新周：创新玩转五一黄金周

社会创新周 2013

4/29 - 5/1 北京 郎园Vintage创意园

1000多位社创客、公益控、有爱人的大聚会

这是属于自己的挑战
这也是一次重新认识世界的旅行！
我们变了，世界就变了！



你有远见、关爱他人，关心弱势群体。
你有理想，对社会不冷漠，不放弃。
你有改变世界的心，却不知从何做起？
芯世界社会创新周为这样的“你”而设计。

两大版块：室内畅想与户外狂欢，全民公益在行动
三大话题：教育、养老、社区，探讨更好的发展可能
十四项主题活动：开拓视野，收获新知，玩转黄金周

了解更多，关注新浪微博@芯世界公益创新计划 <http://xin.cloudnpo.org>



摘要：继2011年、2012年持续举办后，2013芯世界社会创新周将在4月29日至5月1日于郎园Vintage创意园举办，从室内畅想到户外狂欢，聚焦三大社会话题，十四类主题创意活动

从羡慕别人的生活，到动手创造自己的美好社区；从资助贫困学生，到探寻多元化教育形态；从恐惧衰老，到迎接全新的可能，做公益的机会一直在我们身边，爱心也可以更加理性地传递。我们招集志同道合的朋友，共同发声，联合行动，影响世界，改变世界！

2013芯世界社会创新周由英特尔（中国）有限公司、南都公益基金会、中国扶贫基金会主办，芯世界社会创新中心承办。以“行动即改变”为主题，关注每个人的公益影响力，倡导“我们变了，世界就变了。”期待带领更多普通人了解如何用更可持续的模式设计取代传统的直接捐助，以获得更大的乐趣与成就感，在乐趣中玩转公益。

两大活动版块、三大话题聚焦一级十四类创意好玩的互动活动，将让你体验前所未有的乐趣。让你的这个五一，不一样一些吧？

一、两大活动版块：

1. 室内畅想：室内活动以互动、参与、行动为特点，包括开闭幕思想盛宴、主题论坛、互动工作坊、魔鬼擂台、嘿播室、非-会议、公益演唱会等。

2. 户外狂欢：户外活动以发声、创意、艺术为特点，包括展板论道、我爱我城、超快闪、“好”市集、旧物改造、行为艺术、街头表演等活动。

二、三大话题聚焦：

1. 教育：探讨在多元文化及环境下的教育形态，探寻教育对于每个人的价值与意义。

2. 养老：关注老年人的价值、梦想和社交圈的营建，由生活到心理，由物质到精神。

3. 社区：关注并探索共享的物理及虚拟空间下的“泛社区”。

三、十四类主题创意活动，玩转五一黄金周！

1. 开闭幕式：以创意十足的方式解读“行动即改变”的主题，是艺术与思想的盛宴。

2. 主题讲坛：专属大脑的饕餮盛宴！创意、公益、文化、教育、艺术、科技、金融……各个领域的杰出人物在此分享他们的社会创新理念与经历。

3. 互动工作坊：由国内最优秀的公益组织和专家提供的互动体验，让公众近距离了解、接触、参与更有影响力的公益模式。

4. 魔鬼擂台：有想法、有胆识、有计划的公益创业者担当擂主，分享自己的公益创新方案，接受与会者的挑战、询问，激发辩驳与讨论，寻找支持者。

5. 非-会议：主办方不预先排定议程，观众也不仅仅来当个过客！如果你想要分享你的观点，将你的主题写在简报上，得票最多的你即可演讲。

6 嘿播室：嘿！首先要黑！在黑暗中，放下身份，放下成见，放下心防，共同分享一部影片。嘿！还要“大声说”，说出你对影片的独到见解、体会、思考，寻找黑暗中拥有共同心声的知音。

7. 公益演唱会：做公益，除了辛苦、艰辛，更要充满快乐与积极向上的正能量。在同唱一首歌的旋律里，我们的心会更加紧密的贴近在一起。

8. 我爱我城：每个人的心里，都有一座城。按图索骥，分组行动，发现你所生活的城市里存在的问题、提出可以解决的试行方案，让你心里的那座城，成为现实。

9. 展板论道：与有理想、有态度、有爱心的公益人，畅谈不一样的公益模式，也欢迎观众自制、手绘这世界上最独一无二的海报来此张贴！

10. “好”市集：定义你的“好”商品，它们都可以在这里被交换、分享、售卖。也许它是一个idea，也许它是一篮有机瓜果。只要你觉得它够“好”，这就是你专属的“好”市集。

11. 我是NO.1：人的一生里，多少总会有当第一的经历。它也许很小——你是第一个在小区里收集废电池的人；它也许很大——你是第一个因公益受到总统接见的人……都没有关系。在春天大声喊出你的“第一名”经历。

12. 旧物涂鸦墙：你的旧物，经过艺术家的巧思与巧手改造，废料垃圾也可能变成艺术品。创意改变生活，创新让世界变得更美。

13. 艺术及表演：民间艺人、街头艺术家，为我们带来最High的表演！

14. 超快闪：在48个小时里，在中国的五个城市，从组织到施行，从拍摄到制作，齐心协力，完成一件传递公益理念、表达创新思想的“壮举”！得到最多支持的快闪将空降社会创新周。

活动信息

时间：2013年4月29日-5月1日

地点：郎园Vintage创意园

不断增加的参加群体：

50+世界范围社会创新领域研究者及实践者

60+国内外知名企业管理者及CSR决策人

100+专业及大众媒体、国民记者团

1000+ 25-45岁有经济基础及教育程度较高社会中坚力量以及部分学生群体

活动承办方介绍

芯世界社会创新中心是社会创新周的组织者，始于英特尔公司和民政部社会福利与慈善事业促进司于2010年1月发起的芯世界公益创新计划，经过三年的成长，现在成为一家独立注册和运营的公益组织。

[【返回目录】](#)

第十届中国慈善排行榜发布典礼将在水立方举行

近日，中国慈善排行榜办公室对外发布消息，2013第十届中国慈善排行榜发布典礼暨明星慈善夜将于4月27日在北京国家游泳中心（水立方）隆重举行。在中国慈善排行榜十年之际，本届慈善排行榜发布典礼将以史无前例的盛大规模，数百位超级巨星、社会名流、知名企业家以及顶级国际品牌汇聚的豪华阵容，打造一场慈善主题的视觉盛宴（详情登陆公益时报官网：

<http://gongyishibao.com/zhuan/2013csphb/>）。

据中国慈善排行榜相关负责人透露，目前第十届中国慈善榜的筹备工作正在紧张有序的进行中，今年作为对中国慈善事业十年来的整体回顾，2013第十届中国慈善排行榜发布典礼暨明星慈善夜无论从规格上还是层次上，将冲破历届中国慈善排行榜颁奖典礼的盛况，达到一个新的高度和巅峰。

据悉，今年将继续发布“中国慈善家排行榜”、“中国企业慈善排行榜”、“中国明星慈善榜”三张爱心榜单。

为了最大范围地确保捐赠数据来源的客观性以及公正性，本次榜单数据主要来源于六个方面：民政系统提供的捐赠数据、捐赠者自己提供的捐赠数据、各公益机构提供的接受捐赠数据、上市公司年报公布的捐赠数据、各种公开媒体报道的捐赠数据以及《公益时报》的公益档案数据。在征集完数据后，中国慈善排行榜办公室将组成专业的调查团核实各大捐赠数据。

“中国慈善排行榜”自2004年起每年举办一届。本届作为“第十届中国慈善排行榜”，是对去年中国慈善捐赠的一次全面总结，也是对进行爱心捐赠的企业和企业家进行声誉奖励的榜单，更是对中国民间捐赠十年来的发展脉络的一个系统呈现。

2004年首届慈善排行榜以宣传榜样的力量，鼓励全民捐赠行为，弘扬现代公益精神，繁荣中国公益慈善事业，打造和谐社会为宗旨的中国慈善排行榜诞生。这一活动由中华人民共和国民政部、中央社会治安综合治理委员会办公室、中华全国总工会、中华全国妇女联合会等部委指导，中国社会工作协会主办，《公益时报》社编制发布，中国青少年发展基金会、中国扶贫基金会等26家社会团体作为支持单位。

全国人大常委会副委员长陈昌智、周铁农，全国政协副主席白立忱、张榕明、十届全国人大常委会副委员长司马义·艾买提、顾秀莲，民政部副部长姜力，全国老龄委办公室常务副主任陈传书，全国妇联副主席甄砚，全国工商联副主席宋北杉，中国社会工作协会会长徐瑞新等领导都曾出席慈善排行榜发布活动；知名企业家、慈善家曹德旺、黄如论、牛根生、许荣茂、翟美卿、李春平等众多爱心人士都曾荣登慈善排行榜并莅临发布现场；范冰冰、赵薇、濮存昕、韩红、容祖儿、林心如、贾静雯、高圆圆等众多慈善明星都曾为慈善排行榜助阵。

历届慈善排行榜引发的系列话题在全社会产生了巨大影响，分析人士认为，慈善榜对提升中国企业家的社会责任，激励全民族爱心捐赠，弘扬中华民族乐善好施的传统美德，繁荣中国公益事业，均起到了极大的积极促进作用。

中国慈善排行榜目前已成为中国公益领域最具影响力的品牌活动之一，被学界誉为开创了“政府指导、民间主办、媒体发布”的信息披露模式，更被誉为一份与财富排行榜相对应的中国财富阶层的爱心清单。

此外，作为中国慈善排行榜传统上的系列活动之一——《2012 中国慈善捐赠发展蓝皮书》届时也将发布。该书将通过对 2012 年慈善捐赠数据的流向分析，反映中国慈善捐赠的真实现状，既从数据参考上解析 2012 年各个行业慈善捐赠状况，又从理性分析的角度折射出过去一年国内发生的慈善捐赠状况。

来源：光明网

地址：http://culture.gmw.cn/2013-03/13/content_6991619.htm

[【返回目录】](#)

广州市慈善项目推介会 6 月 26 日~27 日举行

首届广州市慈善项目推介大会拟定于 6 月 26 日~27 日在白云国际会议中心举行。而参与推介会的慈善项目已从 4 月 5 日正式开始接受申报，至 4 月 30 日截止。据了解，首届广州市慈善项目推介大会的筹办目标是征集 1000 个慈善项目，项目募捐 3 亿元。

据介绍，凡在广州市行政区域范围内注册登记的红十字会、慈善会、公募基金会，以及以扶老、助残、救孤、济困和赈灾为目的而设立的公益性的社会团体、民办非企业单位和非营利的事业单位都可进行申报。申报单位可从广州慈善网（<http://gzcs.gzmz.gov.cn/>）下载《首届广州市慈善项目推介会项目推介申报表》，填妥后登录广州慈善网参会申报系统，并上传《申报表》、慈善项目方案以及申报组织登记证书副本复印件等材料，按申请系统说明完成申报程序。

截至 4 月 7 日，已有广州市慈善会等慈善组织向组委会办公室提交了 19 个慈善项目申请。

来源：广州日报

地址：http://gzdaily.dayoo.com/html/2013-04/09/content_2206274.htm

[【返回目录】](#)

北京市温暖基金会“职工服务公益孵化”项目招标

一、项目背景

按照北京市总工会《关于发挥工会枢纽型社会组织作用引导社会组织服务职工群众的工作方案》（京工发〔2013〕11号）的通知要求，为更好发挥工会枢纽型社会组织作用，联系更多的社会力量和社会群体形成工作合力，为全市职工提供更多更好的服务，北京市温暖基金会拟在2012年度“职工服务公益孵化”项目的基础上，继续向职工服务类社会组织购买职工服务项目，通过公益项目招标的形式，推动社会各界的公益意识，倡导对职工生活的关注；通过资助筹备中或开展中的职工服务公益项目，为项目提供实现与展示的平台；通过对项目的招标、评审、跟踪与评估，挖掘有潜力、有价值、可持续的项目，为职工服务提供有益帮助，引导社会组织服务广大职工群众。

二、项目领域、范围及资助额度

“职工服务公益孵化”资助项目范围以“困难职工家庭帮扶救助、职工健康生活方式倡导、外来务工人员社区融入”为基本内容，具体包括以下五类：

生产服务类：职工技术创新与交流、创新成果转化、技能人才培养、劳动保护等。

生活服务类：各类职工公益服务、人文关怀和心理健康、婚姻家庭建设、子女教育、特殊群体等。

职业发展服务类：就业指导、职业生涯规划、技术人才培养与培养、职业道德教育等。

文化服务类：各文化门类培训、文化公益活动项目、体育健身项目开发、文化高端人才引领、职工文艺作品创作与推广等。

专业支持服务类：课题研究、专业咨询、社会组织管理信息化等。

小额资助项目重点向环卫、家政、保安、出租车等农民工较多的行业和区域倾斜，向工会工作相对薄弱的职工群体和区域倾斜。

资助额度：3-8万元。

注：北京市温暖基金会保留对相关项目预算或项目资金的金额范围做出酌情调整的权利。

三、项目实施地点与周期

北京，2013年4月-2014年3月。

四、购买服务项目申请条件

凡是能够直接、有效、广泛地作用于全市职工，能够在职工生产、生活、文化、职业发展等方面提供良好服务的工会体系内外各级各类社会组织均可申报，以工会体系外的社会组织为主，类型上包括在民政部门注册的社会团体、民办非企业单位、基金会和工商部门注册的非营利组织等。

申报单位应具备在北京市依法登记注册，具有独立法人资格和健全的财务管理制度等条件。

五、申请方式

请登录北京市温暖基金会（<http://www.wnjj.org>）网站下载《使用北京市总工会专项资金购买服务申报表》并填写相关材料，将申请表及相关材料纸质版邮寄至北京市温暖基金会办公室（北京市东城区台基厂大街三条 3 号 6 号楼 205 室，100005），电子版以电子邮件的形式发送到：gyzb@bjzgh.org，工作人员将会联系通过初审的项目进行专家评审。

六、申请截止时间

2013 年 4 月 26 日。

七、联系咨询

奥林, 13810856264。

来源：网易公益

地址：<http://gongyi.163.com/12/0326/10/7TH0SHHH00933KC8.html>

[【返回目录】](#)

【刊物简介】

公益慈善周报由中国农业大学人文与发展学院副教授董强策划编辑，旨在为 NGO 领导人以及政府民间组织管理负责人提供一周公益慈善新闻回顾，把握当前公益慈善领域中的热点问题，从而为 NGO 机构发展与地方民间组织政策推动发挥积极作用！

【主办机构简介】

中国农业大学人文与发展学院自上世纪九十年代起，开始关注并参与中国民间组织的发展。人文与发展学院先后参与了世界银行中国发展市场、亚洲开发银行非政府组织参与村级扶贫规划试点项目、民政部民间组织局相关政策调研项目、中国非公募基金会论坛基金会项目案例研究以及众多国际与国内 NGO 的项目评估与监测项目等。

中国农业大学人文与发展学院在公益慈善领域主要关注的重点：

- ③ 公民社会基础理论研究
- ③ 公益组织发展咨询研究
- ③ 公益项目开发、评估与监测
- ③ 公益组织能力建设

【刊物订退阅】

如果您的同行或相关人士希望订阅此刊物，请发送您的姓名、工作单位、职位至 gycsweekly@gmail.com 即可。

如果您希望退订此刊物，也请直接回复上面邮箱告知。

主办机构：中国农业大学人文与发展学院
主 编：董 强
编 辑：赵丽霞、杨文、蒋育龙、陈婉君、阳慧颖
办公电话：010-62731470
电子信箱：gycsweekly@gmail.com