公益慈善周刊

2012年4月21日　　2013年第14期(总第068期)

⊙政策点击

李立国在第八届“中华慈善奖”表彰大会暨中国慈善联合会成立大会上的讲话.....5
联合起来 加快发展慈善事业——李立国在中国慈善联合会第一次会员大会上的讲话.....7
窦玉沛：中国慈善联合会筹备工作情况报告.....11
民政部：管理费用并非越低越好.....14
王建军：将机遇化作动力 用责任谋划未来.....16
广东省374社会组织分享8700万省级财政专项扶持资金.....18
江西省社会组织开展公益创投.....18
苏州市第二届公益创投活动即日起正式向社会征集公益项目.....19

⊙专家视野

对话汤敏：现代慈善启蒙与路径.....21
王振耀：民间组织将建立淘汰机制.....24
王名：基金会发展需要人才、政府和社会的力量.....26
贾西津：促进公益组织制度性生长.....28
马庆钰：为社会建设而培育社会组织角色成长.....31
刘林清：公益广告对社会文化和社会管理影响巨大.....36

⊙行业观点

2013博鳌亚洲论坛《中国社会企业与社会影响力投资发展报告》解读系列——社会企业的概念与本土化定义.....38
中国慈善家：商业社会，如何做公益.....42
光明日报：为“中国梦”注入公益的力量.....51
晶报：公益的“眼泪指数”.....53
中国发展简报：当公益遭遇潜规则.....57
文汇报：公益人探索“后暴走时代”.....59
NGO发展交流网：斩断公益界那只看不见的“怪手”.....61

都市快报：创意正在推动一种新的公益模式.....62
中国周刊：环境诉讼律师的漫漫长路，“地球保卫战”越来越难打.....65
大河报：“援手烧伤少女” 后续，三种渠道捐款数额为何大不同？.....70
共识网：中国社会组织放开登记 健康生态秩序尚未建立.....73
中国网：袁厉害获“年度公益人物”的尴尬与悲怆.....76
公益邦：公益圈之乱，吐槽五大原罪.....78
刘选国：“伟大”的土壤已经开始产生.....80
广东社科联副主席呼吁尽快出台“社会组织法” 预防社会组织“垄断化”.....83
程刚：FTI 透明指数推动中国公益新征程.....84
褚蓥：中国公益行业最缺募捐人才.....90
设计师对公益组织的 6 点建议.....91
姚松乔：行业化使 NGO 丧失了最初使命.....96

⊙行业动态

第八届“中华慈善奖”名单揭晓 表彰大会在京举行.....98
聚焦社会组织管理制度变革：专家呼吁尽快出台“社会组织法”.....98
公益慈善业内人士呼吁：尽早出台社会组织依法自治细则.....100
《基金会蓝皮书：中国基金会发展报告 2012》发布.....102
我国非公募基金会数量首次超过公募基金会.....103
国际 NGO 中国生存报告.....104
中国慈善联合会 19 日在京成立 发布《慈善宣言》.....109
京华年度公益颁奖 “变革”总结 2012 中国公益.....110
福布斯 2013 年中国慈善榜 恒大许家印 4.2 亿排第一.....112
民间机构提前 3 天预报大理地震 省地震局：违法.....121
社会组织已成中关村创新第三极.....123
浦东慈善基金投资公益项目.....126
广东仅有 10%社会组织承担政府转移职能.....127
希望工程激励行动 2013 启动.....128

⊙公益人

刘尚文：社会企业的梦想.....130

⊙亮机构

向日葵社会工作服务中心：借公益创投探寻“造血模式”.....134
曙光救援：民间救援从山野到社区 600 多名志愿者自费运营.....136

⊙国际观察

那些用创新改变世界的 NGO.....139
2013 年斯科尔世界论坛召开：颠覆性创新改造世界.....142
随着颠覆的节奏翩翩起舞.....144
反思每年地球日活动 产生大量垃圾违背初衷.....146
慈善顾问教美国富人如何花钱.....147
美慈：打动美国第一夫人.....149
新加坡社会组织的仪轨建设.....151
一个踢不坏的球所能够带来的…….....153
社会企业创新方案解决拉美水资源和卫生问题.....157
狄奥多拉基金会：让病童怀抱梦想.....159
彼得·巴菲特：寻慈善与音乐结合点.....161

⊙企业社会责任

看波士顿爆炸案后美企如何 CSR.....166
美国大企业联名呼吁国会对气候变化采取措施.....168
联合国全球契约组织总干事乔治·科尔:企业社会责任是全球命题.....169
全球主要生产加工部门每年造成逾 7 万亿美元环境损失.....172
IIRC 发布国际综合报告框架征求意见稿 中国将参与其中.....173
社会责任不因地域差异而“豁免”.....174
企业领导委员会的报告称员工投身慈善事业可提高公司业绩.....180
绿公司年会 商界“大佬”齐聚昆明.....180
宝洁、欧莱雅、安婕妤公益模式创新之路.....187
谷歌将建热线电话网 协助打击全球人口贩卖.....190
通用电气：成为“好公司”.....190
美国公司种茶拯救森林 让经济与环保双赢.....194
雀巢联合保护国际制定“商品采购中的森林砍伐指南”.....196
亚行向绿色动力环保集团贷款 2 亿美元用于垃圾发电.....196
券商公益投入超 6 亿元.....197

“伊利方舟”：伊利集团的公益样本.....198
思科大中华区副总裁、公共事务部总经理奚祖强：“有我，有网络，我们做更多”.....200

⊙雅安地震专题报道

央视评论雅安地震救援：整个中国一跃而起.....202
雅安地震救援：民间公益与官方公益冰火两重天.....203
壹基金在雅安地震首日募得 2900 万善款.....205
i 黑马：企业家们为什么都信任壹基金？.....207
虎嗅网：幼年壹基金，捐款多信任重，Hold 住啊！.....210
震灾当前，腾讯第一个站出来，500 万！这就是互联网公司的速度！.....215
徐永光:雅安地震每笔捐款都应交待.....217
左志坚：关于地震和救灾的常见误区.....218
褚蓥：雅安地震后中小组织募款策略选择.....220
杨禹:红十字会遭公众冷落对救灾并非好消息.....221

⊙公益布告栏

第三届黄埔公益领导力协力营招生.....223
联劝 2013 年“一个鸡蛋的暴走”资助项目征集.....227
中伦公益律师培养计划.....229

⊙新书快递

《Social Organization and the Authoritarian State in China》.....230

⊙政策点击

李立国在第八届“中华慈善奖”表彰大会暨中国慈善联合会成立大会上的讲话

同志们，朋友们：

刚才，我们隆重表彰了第八届“中华慈善奖”获得者，向获奖者代表颁发了证书和奖杯。各位获奖者是慈善领域的标杆，是全社会学习的榜样，我代表民政部向你们表示热烈的祝贺！同时，也代表会议主办方，向各位与会代表表示诚挚的欢迎！

慈善事业是人们自愿参与、奉献爱心的高尚活动，是中国特色社会主义事业的重要组成部分。发展慈善事业，有利于调节收入分配关系，健全社会保障体系，有利于加强社会主义核心价值体系建设、提高公民道德素质，有利于建立平等友爱、团结互助的人际关系，促进社会和谐稳定。

当前，我国已进入全面建成小康社会的决定性阶段，慈善事业发展面临着大好机遇。党中央和国务院高度重视慈善事业，党的十八大报告、国务院批转的《关于深化收入分配制度改革的若干意见》对发展慈善事业先后作出新的决策部署。中央明确对公益慈善类社会组织实行直接登记，为慈善事业发展提供了有力的政策保障。国民经济持续快速发展，城乡居民收入水平显著提高，社会财富不断增加，为慈善事业发展奠定了雄厚物质基础。人民群众参与社会管理服务的意识日益增强，越来越多的个人和机构愿意通过设立慈善组织、捐赠资产或服务的形式奉献爱心和智慧，为慈善事业发展创造了良好社会条件。贫富差距还将长期存在，需要帮助的社会群体规模庞大，人民群众的社会服务需求日趋增加，为慈善事业发展提供了广阔空间。

我们要牢牢把握大好机遇，乘势而上，多措并举，推动慈善事业发展实现新跨越。要鼓励社会成员积极捐赠，规范慈善组织资源募集和使用活动，引导捐赠受益人行为，吸引越来越多的人投身到慈善事业中来。要大力培育各类慈善组织，实行慈善组织在民政部门直接登记，增强慈善组织自主发展能力，为慈善事业发展打造坚实的组织基础。要继续完善税收优惠、政府购买服务、人才队伍建设、政府表彰等扶持激励政策，为慈善事业发展提供良好的制度保障。要着力强化慈善事业监管，完善慈善信息公开制度，加强慈善组织财会管理，促进行业公信力和透明度提升。要广泛传播慈善文化，大力宣传慈善人物的先进事迹、慈善活动的积极影响、慈善组织服务社会的作用和成果，推动慈善文化进机关、进企业、进学校、进社区、进乡村，营造慈善事业发展的良好氛围。

“中华慈善奖”评选表彰活动已经连续举办了八届。希望这次和以往受到表彰的慈善组织、爱心人士和爱心企业继续保持荣誉，在社会起好带头作用，带动更多的人投入慈善事业、汇入献爱心

的洪流。慈善事业需要政府搭建平台、优化环境，需要榜样率先垂范、激励带动，需要每一个人身体力行、快乐参与，还需要慈善组织来具体实施、付诸实践。

改革开放以来，我国现代慈善事业起步发展、方兴未艾，既在经济社会发展中不断发挥作用，又面临着新的发展要求。一方面，社会捐赠数额、志愿服务总时间、慈善组织数量逐步增长，慈善事业的社会贡献不断增加；另一方面，慈善组织发育不足、慈善行为不够透明、行业交流合作匮乏的问题还比较突出。单纯依靠行政机关的支持推动、规范管理，已难以适应慈善事业快速发展的要求，需要依靠慈善行业自身力量来规范行为、反映诉求、提供服务、发挥作用。因此，民政部在做好“中华慈善奖”评选表彰、发挥榜样示范带头作用的同时，又协商推动了中国慈善联合会的成立。

昨天下午，中国慈善联合会举行了第一次会员大会和理事会第一次会议，审议并通过了《中国慈善联合会章程》等一系列文件，选举产生了中国慈善联合会第一届理事、常务理事、会长、副会长及秘书长。可以说，备受世人瞩目的中国慈善事业增添了新的合作平台，为激励人们投身慈善事业又注入了新的动力！

在理事会上，大家推举我担任中国慈善联合会首任会长，这既是对政府支持发展慈善事业的信任和肯定，也是对我工作的鼓励和鞭策。作为全国联合性慈善组织，按其社会属性，由慈善组织代表或慈善领域知名人士担任会长为好。作为政府支持发展慈善事业的主管部门负责人，按照慈善事业多元主体构成，在慈善联合会创立初期，经协商、选举而担任会长，也是一项现实可行并得到会员公认的安排。我一定认真履行联合会章程赋予的职责，紧密团结和带领联合会各位同仁，依靠全体会员和社会各界力量，努力把中国慈善联合会建设成为慈善主体的联合体、慈善行业的代言人、慈善事业的助推者、慈善秩序的守望者，不辜负全体会员的重托，不辜负社会各界的期望。联合会成立初始阶段，要着重做好四个方面的工作：

一是促进会员发展与合作。着眼于建设全国联合性慈善组织，以团结、包容、开阔的理念，积极做好会员发展和服务工作。要把有加入意愿的全国性慈善组织和地方慈善联合组织，以及有影响力、有代表性的个人、企业、研究机构和其他慈善组织，及时吸收到联合会中来。要设计多种载体，建立多种平台，利用多种形式，促进不同慈善主体之间交流信息、沟通情况、分享经验、达成合作，优化配置慈善资源。

二是加强政府和慈善组织联系。要及时搜集和研究慈善界关于促进发展、提升形象、维护权益等方面的意见和建议，及时反映慈善组织有关法律制定和政策完善的利益诉求，为完善国家慈善政策体系建言献策。要在党的领导和政府的支持下，积极宣传贯彻国家的各项慈善法规政策，积极发动、组织各类慈善组织在党政关注、群众需要的地方和领域开展慈善活动，惠及广大人民群众尤其是困难群众。

三是引导慈善行业发展。要及时总结推广慈善组织加强自身建设、开展慈善活动的好经验好做法，树立表彰先进典型，组织开展相关展览（展示）活动，探索新形势下加快慈善事业发展的有效途径和方法。要充分发挥联系广泛和知识密集的优势，为各类慈善主体提供形式多样的咨询服务，促进其能力建设。要积极开展国际交流合作，学习和引进国外同行的先进经验、技术和优秀服务项目，弘扬中华民族的传统美德和当代中国的慈善精神，不断提高我国慈善事业水平。要加强慈善事业宣传力度，在全社会倡导慈善新风、传播慈善理念，营造慈善事业发展良好氛围。

四是推动慈善行业自律。要在集思广益、凝聚共识的基础上，推动制订和协调实施有关慈善行为、组织治理和人员资质等方面的行业标准，提升慈善事业的规范化、专业化水平。要发挥动全体会员的表率作用，加强慈善主体诚信建设，推进行业公开透明，努力减少以至杜绝有损行业形象、伤害公众利益的行为。

同志们，朋友们，中国慈善联合会正式问世了！它需要迈好每一步，做好每件事，在慈善事业发展中书写美丽篇章。让我们紧密团结在以习近平同志为总书记的党中央周围，全面深入贯彻落实党的十八大精神，携手共进、扎实工作，一起发挥中国慈善联合会的积极作用，共同推进慈善事业发展，为全面建成小康社会、加快推进社会主义现代化作出应有贡献。

来源：中国民政部网

地址：http://fss.mca.gov.cn/article/csshjz/ldjh/201304/20130400446497.shtml

【返回目录】

联合起来 加快发展慈善事业——李立国在中国慈善联合会第一次会员大会上的讲话

各位会员，各位理事：

中国慈善联合会是我国慈善领域联合性社会组织。成立这样一个联合会，是许多慈善组织、富有社会责任感的企业和有识之士的共同愿望。通过大家的共同努力，我们的愿望在今天变为了现实。刚才，玉沛同志就筹备成立慈善联合会的有关事项作了说明。下面，我谈几点意见。

一、慈善联合会成立的意义

中国慈善联合会是在我国全面建成小康社会进程中，现代慈善事业加快发展的形势下应运而生

的。改革开放特别是进入新世纪以来，现代慈善事业在我国蓬勃兴起，全社会慈善意识不断增强，参与慈善活动的主体不断增多，慈善资源不断拓展，慈善方式不断创新，政府购买服务、慈善捐赠税收优惠等扶持政策不断推进，慈善事业在社会生活的许多领域发挥了重要作用。但是，这项崇高的事业总体上仍处于初步发展阶段，慈善事业的法规、政策和标准还不健全，政府对慈善事业的支持措施、管理服务机制还不完善，慈善组织的专业能力和公信力还有待于进一步提高。党的十八大提出要“支持发展慈善事业”，殷切希望慈善事业在中国特色社会主义建设中发挥更大作用。由政府、慈善组织、企事业单位和社会知名人士等多元主体协商共建，成立慈善领域的联合性社会组织来整合力量、推动事业，已经到了具备条件、达成共识的时候。

第一，成立中国慈善联合会，有利于表达行业诉求、维护行业权益。目前我国社会组织数量已超过 49 万个，其中相当一部分在慈善领域开展活动。以各种不同方式投身慈善事业的企业、个人、学术机构等不断增多。各类慈善主体为了发挥积极作用、实现发展愿景、维护合法权益，都有实现联合的需要。成立中国慈善联合会，可以集中代表慈善界向有关部门反映诉求、在社会生活中发挥作用、向社会公众展示形象、与其他行业合作交流，更好地维护权益、促进发展。

第二，成立中国慈善联合会，有利于引导慈善行为、优化资源配置。随着我国经济社会快速发展和慈善主体数量不断增加，各类慈善活动层出不穷、日益活跃，但同时也存在一定的自发性和随意性。慈善主体之间的相互交流、合理分工、有序竞争不够，不少慈善组织在资金筹募上互相冲突、在项目安排上彼此重复，导致慈善资源充分利用不够、发挥效益不高。鉴于慈善事业的民间性，政府不宜通过行政手段直接干预慈善行为、调配慈善资源，迫切需要依靠行业自身力量来加强主体联系、引导规范行为、协调资源配置，达到慈善资源效用最大化。

第三，成立中国慈善联合会，有利于制定行业规范、推进行业自律。缺乏共同遵守的行业标准，缺乏行业自律机制，是当前制约慈善事业发展的突出问题之一。企业和个人捐赠，慈善组织募集、管理和使用款物，目前还缺少公开透明的规程，少数个人和组织甚至借慈善名义谋取私利，给行业造成负面影响。破解这一难题，一方面需要加快制定和完善有关法规、政策和标准，有效实施政府监管；另一方面，加强慈善行业的自我管理、自我监督、自我约束更有作用。中国慈善联合会作为行业组织，可以协助有关部门制定行业标准和规范，组织开展行业自律，促进慈善事业健康发展。

第四，成立中国慈善联合会，有利于加强国际合作、树立负责任大国形象。慈善是全世界共同的语言，慈善组织对国际社会的影响越来越大。随着我国综合国力的提高和慈善事业的发展，国内慈善力量参与国际慈善事务将大有可为。成立中国慈善联合会，以一个共同的组织名义，加强同国际慈善界的交往与合作，有利于学习他国先进经验，为国内争取更多的慈善资源，有利于传播中华民族慈善文化，在国外开展好慈善服务。

此外，通过成立联合组织促进慈善事业的良好发展，也是国际慈善界的通行做法，如香港的社会服务联会、英国的慈善部门联合会、美国的基金会总会等。近年来，我国北京、宁夏等省份也先后成立慈善公益联合会，取得了良好效果。成立中国慈善联合会，是对国内外成功经验的学习和应用。

二、慈善联合会的主要任务

作为全国慈善领域的联合性组织，中国慈善联合会将以推动慈善事业发展和切实服务会员为己任，不开展慈善募捐活动，不从事慈善项目运作，不充当慈善领域资源竞争主体。在这一前提下，中国慈善联合会将着力在四个方面扮演好角色、履行好职责。

一是慈善主体的联合体。联合会首先是一个大联合、大团结、大包容的组织。它的成员来自五湖四海，不论是专业开展慈善活动的社会组织，还是积极行善扬善的企业和个人、专注于慈善研究的学术机构，只要拥护中国共产党的领导和中国特色社会主义事业，致力于推进慈善事业发展，符合《中国慈善联合会章程》规定的条件，在慈善方面即使有不同的见解、不同的观点、不同的做法，都可以加入到联合会中来。这个组织能包容不同的声音，尊重不同的做法，求大同、存小异，让每一个加入的会员都能够为慈善事业发展各尽其能力、各显其爱心。当然，作为一个全国联合性组织，为了保证其确定的属性和代表性，会员的选择要符合条件，即以全国性慈善组织及地方慈善联合组织为主，同时适当吸收在慈善领域有较大影响的企业、个人以及地方性慈善组织加入，力争把联合会办成全国慈善领域优秀代表的集合体。

二是慈善行业的代言人。联合会也是慈善行业向外界集中传递声音、表达态度、树立形象、交流合作的桥梁，将致力于搜集和反映业内关于促进发展、提升形象、维护权益等方面的意见和建议，向立法机关反映慈善界在有关法律法规制定和修改工作中的呼声，向政府部门表达慈善界在改善政策环境方面的诉求，向媒体和公众传递慈善界已做、能做、将做的积极贡献，与工商经济、医疗卫生、科技教育等其他行业领域加强沟通、扩大合作，帮助会员获取支持、化解困难、抵御危机、应对挑战，并代表中国慈善走向世界。

三是慈善事业的助推者。协助政府改善慈善事业发展环境是联合会的重要职责。联合会要深入研究慈善事业发展中面临的热点、难点和重点问题，提出有针对性和操作性的政策建议，配合政府慈善事业决策。要在平等自愿的原则下搭建慈善组织、企业、媒体和学界的良性互动平台，促进多方交流与合作，实现信息互通、资源共享。要及时总结推广会员单位加强自身建设、开展慈善活动的好经验好做法，树立表彰先进典型，组织开展相关展览（展示）活动，加快推进慈善事业发展。要充分发挥联系广泛和知识密集的优势，为慈善主体提供形式多样的咨询服务，促进其能力建设。

四是慈善秩序的守望者。联合会还致力于维护慈善领域的内部秩序，确保慈善事业在规范健康

的轨道上运行，将集思广益、凝聚共识，推动制订和协调实施有关慈善行为、组织治理和人员资质等方面的行业标准，提升慈善事业的规范化和专业化水平；将在全体会员的共同支持和积极参与下，加强诚信建设，推进行业公开透明，努力减少以至杜绝有损行业形象、伤害公众利益的行为。

三、慈善联合会当前的重点工作

中国慈善联合会是新生事物，如何把它办成水平高、影响大、信誉好的行业联合组织，需要一个实践发展的过程。我们将充分发扬民主，汇集各方智慧，不断总结经验，将联合会办好、办出特色和水平。当前，联合会要围绕党政关注、行业亟需、自身能为的事情，着重做好几项工作，亮明态度、树立旗帜、鼓舞士气、推动发展。

第一，推动慈善立法。这是关系慈善事业发展的根本性、长远性问题。慈善事业法于2006年起被国务院列入立法工作计划，2008年被全国人大常委会列入立法规划。联合会要充分利用社会组织在推动立法方面贴近群众、沟通多方、机制灵活的优势，积极推进慈善事业法的制定。一是公开征集意见。通过电子邮件、书面信函、在线系统提交、媒体专区讨论等形式，广泛征求社会各界对慈善事业法的意见和建议。二是召开研讨会议。邀请有关专家学者、资深从业者、立法工作者对慈善事业法中需要进一步研究论证的基本概念、行为规范、重大问题进行深入研讨，减少分歧、增进共识。三是在广泛吸纳公众和社会各方意见基础上，以联合会名义提出慈善法立法的有关建议，供立法机构参考。

第二，搞好会员服务。这是联合会工作的出发点和落脚点，要着力做好三件事：一是培育优秀慈善项目，建立慈善项目库。找准突破口，精心设计和培育社会需求大、效果反响好的慈善项目，在会员中做好推介工作，引导慈善资源流向最需要的地方和领域。去年民政部等5家单位指导、20多个慈善组织实施的“善行凉山”行动，就是政府引导慈善资源高效参与解决社会问题的典型，将来这样的引导工作要由联合会来做。二是搭建统一信息平台。依托这个平台，让捐赠者知道去哪里奉献爱心，求助者知道去哪里寻求帮助，慈善组织知道同行做了什么，社会公众知道慈善界做了什么。这项工作不用从头做起，不用每个单位会员建子网站，也不用逐个慈善组织采集信息，只需要通过技术设计，将慈善组织自身网站上的机构信息、财务信息、项目信息聚合到一个新平台上即可。三是举办形式多样的活动，如年会、论坛、沙龙、调研考察等，为会员的交流合作创造机会、提供条件。

第三，促进行业自律。行业自律是慈善事业健康发展的重要保证。联合会要切实发挥行业自律的组织者、协调者作用，健全自律机制，提高自律水平。一是研究完善慈善组织信息披露机制，进一步增强慈善组织履行信息披露义务的行业约束，推动慈善组织及时公开机构基本信息、募捐活动信息、接受捐赠信息、捐赠款物使用信息和财务信息。二是探索建立第三方监督机制，如慈善事件

独立调查委员会、违法和不良慈善行为举报中心、自律专员等等，加强对慈善事业的行业监管。三是制定慈善组织内部利益冲突治理指南，引导慈善从业人员有效规避因个人或职业利益而影响职责公正履行的不当行为，维护慈善组织良好公信力。

第四，提高自身实力。联合会要出成绩、上水平，关键在于提高自身实力。要坚持机构建设和队伍建设一起抓，既做实机构又配好队伍。在机构方面，应配备强有力的秘书处，以便有效处理联合会日常事务、落实理事会和常务理事会决议事项。玉沛同志兼任秘书长，主要是发挥统筹协调、组织领导作用，秘书处的日常工作更多交由执行副秘书长领导的专业执行团队负责。这个执行副秘书长，可以面向社会公开招聘，也可以定向引进，但必须具备跟岗位相称的素质和能力。在队伍建设方面，既要引进具有国际视野、在行业内具有较高声望的领军人才，也要吸纳若干专业扎实、经验丰富的业务骨干，还要招聘一批精力充沛、可塑性强的年轻同志，同时注重发挥志愿者的参与作用，力争打造一支结构合理、精干高效的工作人员队伍。

各位会员，各位理事，中国的慈善事业发展方兴未艾、前景广阔，让我们在以习近平同志为总书记的党中央领导下，改革创新、开拓进取，共同推进中国慈善联合会发展壮大，为促进慈善事业发展、实现全面建成小康社会宏伟目标作出应有贡献。

来源：中国民政局网

地址：http://fss.mca.gov.cn/article/csshjz/ldjh/201304/20130400446426.shtml

【返回目录】

窦玉沛：中国慈善联合会筹备工作情况报告

各位会员：

在各位发起人的积极努力下，在全体会员大力支持下，经过筹备委员会全体工作人员的精心准备，目前各项筹备工作已经基本就绪。现在，我代表筹备委员会向大会作筹备工作情况报告，请各位会员审议。

成立中国慈善联合会是我国慈善事业发展的客观需要，对于加强慈善主体联合、沟通社会各方、推动行业发展、促进行业自律具有十分重要的意义，其筹备和组建过程受到了社会各界的广泛关注。在筹备工作过程中，我们坚持做到登记注册合乎程序，重点事项集思广益，具体工作精益求精。在民政部党组特别是李立国部长高度重视和大力支持下，成立了筹备委员会，主要完成了以下三个方

面工作：

一、按照法定程序，有序进行发起组建工作

根据社会组织登记管理有关规定，同时为了充分尊重会员权利、反映会员意见，我们按程序依次进行了下列工作：

一是依法进行了登记注册。根据发起人的申请，向民政部提交了《关于筹备成立中国慈善联合会的申请》、《中国慈善联合会章程（草案）》等一系列申请登记材料，民政部于2月7日第4次部长办公会审议通过，并下发了《关于中国慈善联合会筹备成立的批复》，同意筹备委员会开展与联合会成立相关的各项筹备工作。

二是落实了初始活动资金和场地。联合会的初始活动资金，由作为初始会员之一的中民慈善捐助信息中心先行垫付，已存入登记机关指定验资账号；联合会的办公场所由中国福利彩票发行管理中心无偿提供，具体地址为北京市西城区广安门南街48号中彩大厦。

三是召开了三次筹备工作会议。今年2月28日，筹备委员会邀请包括发起人和初始会员在内的共52位个人和慈善组织代表召开了第一次筹备工作会议。与会代表就联合会的各项筹备工作进行了热烈讨论，并提出了许多建设性的意见和建议。会后，筹备委员会根据第一次筹备工作会议精神，进一步完善各项筹备工作。同时，结合首批会员发展情况，于4月12日召开了第二次筹备工作会议，共有117名会员参会。与会代表各抒己见，就联合会章程草案、联合会选举表决办法草案、联合会理事、常务理事构成原则和入选条件等重要事项基本达成了一致意见。4月14日，李立国部长亲自主持召开部分会员代表座谈会，就联合会的职能定位、治理结构、运行规则、工作机构设立等重大问题，进一步征求意见。

四是筹备了会员大会和成立大会。联合会的筹备工作一经启动，就得到了广大会员的热烈响应。由于会员数量较多、界别广泛，加之筹备时间较短，联系沟通、文件准备、物料购置、会务组织等筹备工作任务就相对繁重。同时为了扩大联合会的社会影响力，我们将联合会的成立大会与第八届“中华慈善奖”表彰大会合并举行，这给筹备工作增加了一定的难度。经过筹备委员会同志们加班加点，齐心协力，较好地完成了两个大会的各项准备工作。

二、积极发展会员，搭建联合会治理结构

会员是联合会的构成基础，也是联合会所有工作的出发点和落脚点。我们以发展和服务会员为重点、以建立科学合理的治理结构为目标，主要做了三件事：

一是发展了首批会员。经过筹备委员会的努力和慈善界的积极响应，首批共发展会员186名，其中个人会员59名，单位会员127名。为体现联合会的广泛性、代表性，在个人会员中，涵盖了捐赠个人代表、媒体代表、专家学者代表、社会知名人士代表、政府有关部门代表；在单位会员中，

涵盖了社团、基金会、民办非企业单位和企业代表。联合会成立后，还将根据情况逐步调整会员范围，不断增加会员数量。

二是酝酿和磋商了联合会领导成员。慈善联合会由多元主体构成，其中，慈善组织和企业及爱心人士发挥着主体作用；社会各界和知名人士发挥着带动作用；而政府及有关部门发挥着推动和支持作用，加上我国现代慈善事业仍处于初步发展阶段，因此，建议由政府主管部门负责同志与慈善领域富有影响力的人士，共同组成中国慈善联合会的领导机构。随着慈善事业的逐步发展成熟，政府部门的负责人将逐步退出，最终实现枢纽型慈善组织的民间化。据此，我们提名中国慈善联合会领导机构的人选如下：设名誉会长1名，拟邀请回良玉同志担任；设会长1名，拟由李立国同志担任；设副会长8名，拟由王健林、牛根生、李本公、杨澜、徐永光、凌文、黄如论、窦玉沛担任，这个名单考虑到了政府有关部门、社团、公募基金会、非公募基金会、国有企业、民营企业、社会知名人士等方面，具有较为广泛的代表性，这个名单将在今天的理事会上表决。

三是明确了理事、常务理事的构成原则和入选条件，并提出了相应的候选名单。在广泛征求会员意见的基础上，参照其他社会团体工作惯例，拟订了理事、常务理事的构成原则和入选条件，并据此提出了理事、常务理事的候选名单。按慈善组织占45%、捐赠企业和个人占30%、社会各界人士占15%、政府部门代表占10%的原则，提名理事99名；按常务理事人数不超过理事人数1/3的要求，提名常务理事31名。等会我们将进行理事的投票选举；接下来的理事会会议上，还要进行常务理事的投票选举。联合会成立后，会根据会员发展和工作开展情况，适时增补、调整理事和常务理事。

三、广泛征求意见，起草联合会有关文件

一是起草了章程、选举表决办法等重要文件。筹备委员会根据三次筹备会议的讨论成果，通过征询会员意见、咨询专家建议、开展专题研讨等形式，形成了提交今天会员大会审议的《中国慈善联合会章程（草案）》、《中国慈善联合会选举表决办法（草案）》、《中国慈善联合会会费收缴标准（草案）》。目前，联合会章程草案共八章四十八条，把“联合慈善力量、沟通社会各方、促进行业自律、推动行业发展”作为联合会的宗旨，并合理确定了业务范围，科学设计了治理层级和运行规则等内容。我们将在今后的实际工作中按规定程序，继续听取会员和社会各界意见，不断加以修改和完善。

二是制订了会费标准。在充分考虑到慈善行业实际情况的基础上，参考了其他社团的收费标准，根据会员意见，暂定会费标准为每位会员每年1000元。

三是设计了联合会会徽和相关标识。为使联合会成立后的形象推广能够清晰、准确、易于识别，经与国内知名的设计单位和设计师反复沟通，最终确定了以上下心形和多彩纽带构成的会徽图案，并据此设计了信封、手提袋、纪念邮折等宣传品。

四是拟订了《慈善宣言》。为了加强社会各界对慈善事业的理解，凝聚行业共识、动员各方力

量，也为了使联合会向社会发出自己的声音，我们草拟了《慈善宣言》，并根据第二次筹备工作会议、部分会员代表座谈会上的有关意见进行了修改完善。宣言用凝练的语言，阐述了“为什么要做慈善、做什么样的慈善”等基本问题，将在明天的成立大会上向社会正式发布。

另外，为确保选举的公平和公正，筹备委员会经过反复考虑，提名援助西藏发展基金会主任黄京为这次大会的总监票人，提名民政部社会福利和慈善事业促进司慈善和社会捐助处尹冬华、孙卫东，中民慈善捐助信息中心陈阳、张晓青为监票人。援助西藏发展基金会不是理事候选单位；尹冬华等三四位同志均不是理事候选人。

各位会员，联合会筹备工作时间短、任务重，还有一些不如人意的地方，我们将认真听取这次会议和会员以及社会各方面的意见建议，进一步修订完善以章程为核心的文件，构建高效、规范、有序的运行机制和执行机构，不辜负广大会员的殷切期望！

各位会员，联合会的筹备工作得到了有关部门、全体会员、社会各界的大力支持和热心帮助，在此，我代表中国慈善联合会筹备委员会，对大家表示衷心的感谢，并预祝第一次会员大会圆满成功！

谢谢大家！

来源：中国民政局网

地址：http://fss.mca.gov.cn/article/csshjz/ldjh/201304/20130400446453.shtml

【返回目录】

民政部：管理费用并非越低越好

2011 年全国基金会工资福利和行政办公支出占总支出的比例平均仅为 2.07%，远远低于《基金会管理条例》所规定的 10%的上限。这是记者今天从民政部民间组织管理局发布的《基金会蓝皮书：中国基金会发展报告（2012）》（以下简称报告）中获悉的。

报告由中国社会组织促进会、北京师范大学社会发展与公共政策学院社会公益研究中心和清华大学的有关专家学者历时大半年共同撰写而成。“其中的数据全部来自于基金会向登记管理机关报送的年度工作报告。无论是及时性、真实性还是权威性，都是其他报告无法比拟的”，民政部民间组织管理局有关负责人说。

基金会数量七年间翻两番

根据报告，到 2012 年第三季度，全国依法登记的基金会达到 2961 个，与 2005 年（975 个）相比，数量翻了近两番，平均年增长率近 20%，增长速度远远快于社会团体和民办非企业单位。此外，2011 年全国基金会的总资产为 784.9 亿元，年度捐赠总收入 400.7 亿元，年度公益支出 280 亿元，社会贡献和社会关注度大幅提高，整个行业已经初具规模。

民政部门近年来陆续出台了一系列鼓励非公募基金会发展的法规政策和保障措施。从报告的数据可以看出，非公募基金会的增长势头已经超过公募基金会。2011 年，全国基金会数量比 2010 年同比增长 12.51%，达到 2515 家，参加年度检查的为 2411 家。在实际参检基金会中，公募基金会 1115 家，占总数的 46.24%，非公募基金会 1296 家，占总数量的 53.76%，非公募基金会数量首次超过公募基金会。

一些非公募基金会在灾害救助、孤儿助养、疾病救助、贫困地区教育、社区服务、基层公益组织培育、环境保护、非营利组织研究等方面开展了大量的工作，正在逐步成为解决社会问题、缓解社会矛盾、推动社会发展的重要力量。

此外，截至 2011 年底，全国基金会资产总额 784.90 亿元，比 2010 年增长 29.91%。其中公募基金会资产总额 446.01 亿元，非公募基金会资产总额 338.89 亿元，平均每家基金会年末资产额为 3295.12 万元。2011 年全国基金会收入总额为 447.11 亿元，其中，来自自然人和法人的捐赠收入仍是主要收入来源，占总收入的比例约为 89.61%，与 2010 年相比仍增长 73 亿元，增长率近 20%。

报告指出，公益慈善组织生存的根本在于具备良好的社会公信力，无论是基金会还是其他接收捐款从事公益慈善事业的组织，只要不断加强接受和使用公益捐赠的规范性，不断加大信息公开的力度，以满足社会公众的合理期待为工作目标，就能确保组织的健康可持续发展。

管理费用并非越低越好

目前社会上有一种论调，认为做公益就应当有奉献精神，最好就是“0”成本。

对此，民政部民间组织管理局有关负责人表示，公益也是有成本的，尤其是那些追求专业化和公信力的公益组织，更需要一定的行政成本和人力支出，否则将无法维系组织正常的运作。“我们认为，为保证基金会的正常运行，产生适当的管理费用是合理的，管理费用并非越低越好，而是应该在一个适度的范围之内。那究竟怎样的比例算合适呢？我们认为理想状态应当是通过社会选择来决定。例如，基金会向捐赠方汇报捐赠资金的使用情况，由捐赠方来判断是否合理及是否愿意资助，这也是公开透明的作用所在。”

报告指出，公益领域就如同市场一样，有着多种多样的社会需求，也有着不同成本比例、不同规模、不同领域、不同风格的基金会。社会可以通过自己的“捐赠”来投票选择不同的基金会，支持自己认为“成本合理”的组织或项目，甚至是自己成立一家基金会进行“合理运作”。捐赠方理性

的认识和选择，是帮助基金会健康发展的重要力量。

7.46%的基金会无专职工作人员

报告发现，基金会的专职工作人员存在巨大缺口，离专业化和职业化还有较大距离。2011 年，我国基金会专职工作人员 8532 人，平均每家基金会拥有专职工作人员 3.6 名，数量明显偏少。在所有基金会中，17.46%的基金会无专职工作人员，66.88%的基金会拥有 3 名及以下专职工作人员，仅 25%的基金会拥有 5 人及以上专职工作人员。

报告分析，造成这一现状的原因，主要还是因为工资福利等各方面待遇偏低，导致人才流失现象严重，“做公益应当零成本的要求是不合理的，不现实的。”

来源：法制网

地址：

http://www.legaldaily.com.cn/executive/content/2013-04/16/content_4372283.htm?node=32120

【返回目录】

王建军：将机遇化作动力 用责任谋划未来

潮平两岸阔，风正一帆悬。党的十八届二中全会和十二届全国人大一次会议审议通过的《国务院机构改革和职能转变方案》（以下简称《方案》），以政府职能转变为核心，以推进职能转移、下放、整合为基本举措，向市场放权、向社会放权、向地方放权，减少对微观事务干预，改善和加强宏观管理，旨在激发市场和社会活力。《方案》要求更好发挥社会力量在管理社会事务中的作用，改革社会组织管理制度，为社会组织建设与管理指明了方向，令人鼓舞，催人奋进。

《方案》开启了社会组织管理的新篇章，时代赋予了民政部门光荣的历史使命和任务，机遇前所未有。面对机遇和挑战，各级登记管理机关要认真学习、贯彻落实《方案》精神，要站在全面建成小康社会，实现中华民族伟大复兴的历史和政治高度，积极回应广大社会组织和人民群众对深化改革的强烈呼声和殷切期待，做好准备，抓住机遇，迎 接挑战，乘势而上，推动社会组织发展与管理迈向新阶段。

加快顶层设计。推动出台关于改革社会组织管理制度，引导社会组织健康有序发展的意见，明确指导思想、方针目标、工作思路、主要任务和保障措施。推进修订涉及社会组织的三个行政法规，明确各部门职责和登记、管理、执法等原则规范，把境外非政府组织代表机构纳入依法管理的范围。

加快制定年检、信息公开、执法、财税支持、政府向社会组织购买服务等配套政策。

做好直接登记准备。除依据法律法规和国务院决定需要前置审批的，以及政治法律类、宗教类社会组织、境外非政府组织在华代表机构外，成立社会组织可直接向民政部门申请登记。重点培育、优先发展行业协会商会类、科技类、公益慈善类、城乡社区服务类社会组织。

建立综合监管体制。要一手抓积极引导发展，一手抓严格依法管理，在服务中实施管理，在管理中实现服务。建立健全相关部门各司其职、协调配合的综合管理服务体系，建立社会组织负责人管理、资金管理、活动管理、信息公开、年度检查等制度，建立联合执法机制，加大执法力度，建立社会组织服务平台，提升服务效能。建立法律监督、政府监督、社会监督、自我监督相结合的监管体系，维护社会组织良好发展秩序。

推进政社分开。要推进行业协会商会在机构、人员、财务等方面与行政机关脱钩，改变行业协会商会行政化倾向。新成立社会组织，不得由党政机关发起成立，不得与党政机关合署办公，从严控制现职国家公务员兼任社会组织负责人，规范退休公务员在社会组织任职。允许社会组织适度竞争，探索一业多会，形成优胜劣汰机制。促进社会组织依法自治，逐步实现社会组织自愿成立、自我运作、自聘人员、自理会务。

加强培育发展。要优化社会组织发展环境，结合行政体制改革，推进政府向社会组织职能转移，加大财政对社会组织的补贴力度，建立政府向社会组织购买服务制度，健全社会组织税收政策体系。要完善社会组织法人治理，加强诚信自律，推进人才建设，提升社会组织自治水平和服务社会能力。公平对待社会力量提供医疗卫生、教育、文化、群众健身、社区服务等公共服务，促进民办社会服务和公办社会事业公平竞争、共同发展。

推进社会组织党建工作。要理顺社会组织党建管理体制，完善党组织设置方式，提高社会组织中党的组织和工作覆盖。探索社会组织党组织和党员作用发挥的有效途径，充分发挥党组织在社会组织中的政治引领、保证监督、战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，同时加强社会组织工青妇等群团工作。

来源：中国社会组织网

地址：http://www.chinanpo.gov.cn/1800/63329/index.html 【返回目录】

广东省 374 社会组织分享 8700 万省级财政专项扶持资金

记者 4 月 15 日从广东省财政厅获悉，2012 年度省级培育发展社会组织专项资金扶持名单已经省政府批准并公布。省财政厅日前发布的公告显示，全省共有 374 家社会组织上榜，这些社会组织将获得额度分别为 10 万元至 30 万元、总计达 8700 万元的。

从省财政厅发布的公告看，374 家社会组织中，在省级登记机关注册的有 103 家，在市县登记机关注册的社会组织有 271 家。广州、深圳、珠海、佛山四市上榜社会组织最多，分别有 50 家、43 家、18 家、18 家。

根据有关规定，专项资金扶持为无偿资助，由受扶持社会组织统筹用于办公场地租金、社会服务项目成本费用以及培训费用等支出。

来源：羊城晚报

地址：http://www.ycwb.com/ePaper/ycwb/html/2013-04/16/content_1569148.htm 【返回目录】

江西省社会组织开展公益创投

为进一步转变政府职能，提升社会服务水平，促进公益事业健康发展，4 月 12 日，省民政厅、团省委、省妇联、省慈善总会研究决定，在全省社会组织中首次开展公益创投工作，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居民需求的优质公益项目。

公益创投项目主要包括为老服务、助残服务、社区服务、救助帮扶、其他公益 5 大类型。申报项目必须符合创投范围和要求，即定位公益、需求广泛、方法创新、项目示范、机构专业，实施地点以登记地区为主，周期一般不超过 1 年。

据悉，经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 万元的资助。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。

来源：江西日报

地址：http://www.jxnews.com.cn/jxrb/system/2013/04/14/012370357.shtml 【返回目录】

苏州市第二届公益创投活动即日起正式向社会征集公益项目

由苏州市委宣传部，市民政局、市财政局联合主办，委托苏州恩派公益组织发展中心承办的苏州市第二届公益创投活动，即日起正式向社会征集公益项目。相比去年首届公益创投活动，本届活动作为一种常态机制，将更广泛、更专业、更规范、更深入，进一步推动社会组织和专业社工成长、满足社区民众多样化需求、引领和推动政府购买服务、促进社会公益事业的发展。

1、参与活动的主体是全市登记的社会组织。参与创意设计、申报公益创投和实施公益项目的主体，为在苏州市和各市（区）两级民政部门正式登记的社会组织。备案的社区社会组织，可依托所在注册登记的街道（乡镇）社区服务中心、社区社会组织服务中心等相应的民办非企业单位参与，但每个项目资助金额不超过 10 万元。

2、可申报创意设计的公益项目范围仍为四类。本届公益创投活动的项目范围仍然是福利彩票公益金传统的“扶老、助残、救孤、济困”等福利慈善项目、按照社会工作专业理念和方法开展的社会服务项目、推进公益类社会组织和社区社会组织发展的专业服务项目和其他事关民生的公益项目四大类。

3、创意设计的公益项目有五方面规范要求。一是项目要有创新、引领、示范和推广意义，二是项目要指向明确、“着地气”，在当地的“需求”有相当的普遍性和迫切性。三是项目实施可操作，具备良好的社区基础、群众基础和专业知识、实践经验。四是项目具有清晰的发展模式和可复制性，注重增强服务对象的可持续能力。五是项目设计要体现社会工作的专业水准，实施团队中要有一定的持证社工。

4、项目实施覆盖全大市、周期一般为半年。公益项目的实施范围为苏州大市区域；项目的服务对象为苏州大市范围内的常住居民和社会组织。公益项目的实施周期一般为半年，最长不超过 8 个月，争取当年实施当年完成。

5、苏州市福利彩票公益金安排资金 1000 万元。姑苏区和高新区、工业园区的社会组织中标的项目，由苏州市福利彩票公益金全额承担；张家港、常熟、太仓、昆山 4 市和吴江、吴中、相城 3 区的社会组织中标的项目，由所在市（区）福利彩票公益金承担 60%、苏州市福利彩票公益金“以奖代补”40％。项目经费按核定的预算金额包干使用，超支不补、节余不收。经费分三期拨付：项目协议签署后拨付项目总预算的 50%；项目通过中期评估后拨付总预算的 30%；项目实施完毕并通过效能评估后拨付剩余的 20%。

6、4 月 20 日至 5 月 10 日为项目征集申报期。主办方通过各种形式公开向社会组织征集公益项目，并进行“需求调研”和“项目设计”2 场专题培训；社会组织按照规定的项目范围、设计要求，

进行具体项目的创意设计，并在项目征集期内（4 月 20 日至 5 月 10 日），通过苏州市第二届公益创投官方网站（http://szvp.npi.org.cn）提交项目申请材料。主办方对受理的项目组织专家组进行“网上打分”、“现场评议”两轮专业评审，对“入围项目”进行公示，最后由苏州市公益创投活动领导小组确定“中标项目”。

7、所有中标项目 6 月初签约实施、年内结题。在项目实施过程中，活动承办方将进行全程跟踪督导监测、分阶段系统培训、实时个性化辅导和分期效能评估。

8、整个活动建有完善的监督保障机制。(1)凡申报时提供虚假资料以及采取不正当手段虚假参与者，一经发现立即取消其参与资格，三年内不得参加类似活动。活动领导小组办公室负责处理相关投诉（投诉电话 82280507,82280504）。(2)任何单位和个人不得挪用或非法侵占、不当使用项目资金，违者依法追究相应责任。活动承办方和中标的社会组织在项目实施过程中应主动接受财政、审计、民政等部门的指导、检查和监督。(3)中标的社会组织因不可抗力原因无法继续履行合同、实施项目时，应及时向活动承办方提出；未经活动主办方同意，不得擅自向其它组织和单位、个人转让项目。(4)中标的社会组织未严格按照合同约定认真实施服务项目的，活动主办方将不予拨付项目后续资金。

来源：苏州市民政局

地址：

http://www.mzj.suzhou.gov.cn/szmz/infodetail/?infoid=4c1fb901-53e1-4409-a22e-d7d4083dd420&categoryNum=001001

【返回目录】

⊙专家视野

对话汤敏：现代慈善启蒙与路径

慈善业的深刻变革

政府将更多地从直接操作公益事业中解脱出来，从公办公益机构中逐渐退出，还原公益慈善的本来面目。唯其如此，公益社会才能发展得更健康、更大、更强。

《中国慈善家》：我们常用“从解构到重构”这个哲学意味很浓的短语，来形容事物某种应激性的变迁过程。而近年来的中国慈善业，是否可以认为经历了这样一种“从解构到重构”的变迁?

汤敏：你的论断非常到位。我们传统中信奉“仁爱”美德，但在社会转型期，一方面是不少道德传统遭遇信任危机，另一方面是现代慈善理念处于启蒙阶段。于是我们看到接踵而来的慈善风波，几只横空飞出的“黑天鹅”，不仅给公办基金会带来空前挑战，也使公众日益提升的公益热情降至冰点。而背后的反思至今仍不彻底，中国慈善业要实现你说的“从解构到重构”，还需一系列配套改革。

《中国慈善家》：到目前为止，尽管已经有了不少的调整，但还像是扬汤止沸，够不上真正的改革，是不是没认清问题的症结?在你看来，中国公益慈善领域频现“黑天鹅”的根源何在?

汤敏：长期以来，大部分社会组织更像官办机构，如各种部级、局级的公办基金会。用这种方式来办公益，出事只是或早或晚的问题。因为它们第一不受监督，第二拥有无数特权，第三缺少一些创新。这种没有竞争的公办公益机构很容易变成“二政府”。

当然，并不是说这些公办基金会没有做好事，过去这些年，他们也做了大量好事。但是，在这样的体制下，缺乏创新，也不愿去做草根的、艰苦的、细致的工作，而这些是公益机构必备的方式与能力。

《中国慈善家》：既然公办基金会的弊端如此明显、问题如此集中，那么，公益慈善是否更应发挥民间的力量?

汤敏：的确。在社会发展领域和民生领域，民间的公益和民间的慈善，能起到非常重要的作用。就像要发展市场经济，仅靠国有企业不够，还需要一大批民营企业和民营企业家一样，我们在做社会发展、民生工程时，除了有政府机构、公办公益机构之外，同时也需要有一大批民间的社会机构来参与和推动。

换句话说，应该抛弃或者改变原来那种对待公益机构的方式，让更多民间机构参与进来，在运作上更开放、更透明、更创新。

《中国慈善家》：对中国慈善业而言，这不啻是一场深刻的变革。

汤敏：未来政府将更多地从直接操作公益事业中解脱出来，从公办公益机构中逐渐退出。由政

府制定政策，通过服务外包，而实际操作则由民间公益机构来进行，还原公益慈善本来面目。唯其如此，公益社会才能发展得更健康、更大、更强。

《中国慈善家》：从目前很多政策及发展趋势来看，你认为中国公益慈善事业有没有在朝好的方向转变?

汤敏：对此我还是比较乐观的。中国提出了社会管理创新的概念，民政部门正在推动一系列改革，包括取消以前民间组织都需要有一个挂靠单位的规定，对组建基金会的各种限制正在逐渐放开。

同时，我们还在努力做一些机制上的改革。现在对公益机构的管理非常不合理，公益基金会的运作经费不能超过当地社会平均工资的两倍。做公益就该像苦行僧?这其实是种错误的想法。在国际上，做公益本身是个体面的职业，福特基金会的雇员跟国际组织的雇员收入水平是差不多的。否则你就找不到专业人员，做不出专业的事。

企业社会投资模式

社会投资不是由企业家直接操作，而是由专门的社会企业家来做。他们有和企业家一样的思路，但是他们不太愿意去做企业，他们更愿意做这种社会公益事业。

《中国慈善家》：作为金融专家出身的慈善界人士，你如何看待当前做公益较为时兴的方式，比如被视为用企业家的方式解决社会问题的企业社会投资?

汤敏：企业社会投资作为公益事业的一种新模式，在中国有着广阔的前景。那么，谁来投?当然还是企业家，因为只有企业家们才有这个钱、有这个创意、有这个能力来做。投什么?社会投资可以做的事情很多。怎么投?一般来说，这种社会投资不是由企业家直接操作，而是由专门的一批人来做。这批人叫做社会企业家。他们有和企业家一样的思路，但是他们不太愿意去做企业，他们更愿意做这种社会公益事业。

《中国慈善家》：你自己应该也有不少参与吧?在企业社会投资做得比较有特点的案例中，有没有值得分享的?

汤敏：比如茅于轼先生20年前在山西吕梁龙水头举办的小额贷款试点，就是一种企业社会投资的尝试。小小的一笔钱，也就是三五千块钱的贷款，但对农民来说，却解决了很大问题，当地发生了很大变化。下一步要考虑的是，如何把这个小额贷款做大做强。

再比如我和茅于轼先生2002年创办的富平家政学校。我们几个人总共就投入了几十万元，现在它已经能够自我循环，而且越做越大。目前是北京市第二大保姆公司，成了社会投资非常好的一个案例。数额不大的一笔钱，完全以一家职业学校的模式来做，按一个家政公司的方式来做。

其实类似的创意，在我们的社会中有很多，企业家、社会工作者也都在不断地探索。之所以没有把它上升到理论的高度，没有把它叫做社会投资，没有进行大规模地推广，只能说明我们的认识

还不够。

社会企业如何上市

鉴于社会企业“既要有利润，又不以利润为最终目的”的特殊性，以及兼具社会与经济的双重属性，只有允许社会企业“上市”，社会企业才能持续发展、做大做强。

《中国慈善家》：如今，世界上已经成立了好几个专门做社会企业股权与债权的交易所，更多的新型交易市场也正在筹建中。由于社会企业做的是公益事业，一旦“上市”，会不会超出人们的认知范围?

汤敏：前面谈到的企业社会投资，就是社会企业家们所从事的工作。社会企业，是指那些不以利润最大化为目的，而以解决某些社会问题为目的而成立的企业。它首先是企业，也要有利润，至少要自负盈亏，保证企业能长期可持续运转。从这点上看，它不同于全部依赖于捐赠的一般公益慈善机构。

尽管社会企业以企业方式运营，但又不以利润为最大目的，股东投资目的以及对它的绩效衡量更重要的是解决社会问题，而不是赚大钱。就此意义上看，它又不同于一般的企业。

《中国慈善家》：追求赢利，但不追求暴利，社会企业分明是一个介于公益机构和商业机构之间的“两不像”嘛。

汤敏：可以这么说。在过去的十多年里，用企业的方式办公益，已经形成了一支很重要的社会发展力量。社会企业至少是能自负盈亏、自我滚动，而不需要不断捐助，这首先解决了慈善组织不可自我持续的一部分问题。

但即使是社会企业，也存在着投资的资金不能抽回的问题，很多企业仅能拿很少的一部分资金参与社会企业投资。有些社会企业的发展缺乏规范，缺乏透明度，这个领域很快就鱼龙混杂，出几个丑闻就会使公众对社会企业失去信心。于是，为解决这些问题的社会企业交易所就应运而生。

《中国慈善家》：社会企业交易所的出现，看来是势之所趋。那么，它究竟是怎样的一种交易机构，其背后又有着怎样的运行机制?

汤敏：它是一个以交易社会企业的股权与债权为主的规范的证券交易机构。交易所首先是用规范透明的方式，使投资人能在这一交易所中，对社会企业的股权与债权进行交易。通过交易，让那些资金有别的需求的社会企业投资人及时地、体面地、有一定回报地退出。一旦资金能有进有出，资金流转有一定的灵活性，那么，投资人的很多闲置资金就可以派上用场，社会上越来越多的关心社会问题的投资人就会愿意进场来试一试。

《中国慈善家》：基于社会企业的这些特点，社会企业交易所跟其他证券交易所相比到底有哪些不一样的地方?

汤敏：社会企业交易所是规范的交易所，与其他的交易所一样要有严格的信息披露，有上市门槛，有严格监管，有违规惩罚机制。一般说来，这一特殊的交易所上市的企业要有双层的信息披露，一是财务信息，另一个是社会效益信息。通过严格的规范的社会效益评估，向社会披露对解决社会问题的影响。

《中国慈善家》：你对社会企业“上市”持什么态度?

汤敏：在我看来，鉴于社会企业“既要有利润，又不以利润为最终目的”的特殊性，以及兼具社会与经济的双重属性，只有允许社会企业“上市”，社会企业才能持续发展、做大做强。

来源：中国慈善家

地址：http://www.icixun.com/html/view_944.htm 【返回目录】

王振耀：民间组织将建立淘汰机制

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：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（民间组织）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，活不了了就淘汰了。

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：慈讯网

地址：http://www.icixun.com/html/view_921.htm 【返回目录】

王名：基金会发展需要人才、政府和社会的力量

据经济之声《央广财经评论》报道，最新发布的《基金会蓝皮书：中国基金会发展报告(2012)》对于中国基金会发展情况进行了分析。红十字基金会、残疾人基金会等这样的名词人们耳熟能详，基金会的主要作用之一就是做慈善、公益的组织。所谓基金会，简而言之就是用个人或者是其他组织捐赠的财产，以从事公益事业为目的的机构，一般都是民间非盈利性组织。宗旨是通过无偿资助，促进科学、文化教育事业和社会福利救助等公益性事业的发展。

2012 年中国基金会发展报告指出，近年来我国基金会数量迅速增长，规模不断扩大，到 2012 年第三季度，全国依法登记的基金会达到 2961 个，比 2005 年翻了近两番。和谐健康的社会需要有专业、透明、完善的基金会体系。从报告来看，我国基金会的数量在快速增多，但同时，2011 年，我国平均每家基金会拥有专职工作人员只有 3.6 名，这个数量显然偏少。还有近两成的基金会没有专职的工作人员，仅四分之一的基金会有 5 人及以上专职工作人员。由此看来，专业化人才队伍的"供求不平衡"将会成为基金会发展的主要瓶颈之一。当然，要更好发挥基金会的作用，除了缺人，还有其他很多问题需要解决，比如如何规范和促进基金会的健康发展等。经济之声特约评论员、清华大学公共管理学院教授王名对此做出评论。

基金会发展方兴未艾的原因

根据最新公布的这份报告，截止去年第三季度，全国依法登记的基金会数量将近 3000 个，比 2005 年翻了近两番，平均年增长率近 20%，仅从数字看，中国基金会发展可以说"方兴未艾"，这是否跟经济社会快速发展、特别是市场化改革需要推进和发挥基金会参与和管理社会事务的作用有关？

王名：是的，基金会是一个国家经济发展到一定阶段出现的一种社会组织，在发达国家一般是财富积累到一定阶段开始大量出现的一种社会组织，美国实际上是在上个世纪初开始出现很多的基金会，成为基金会发展的一个高潮。我们国家最近这几年出现的现象反映了我们国家整体的经济实

力、财富积累和社会经济发展的进入了新的阶段。

基金会运行状态堪忧的原因

基金会与经济增长相伴相生，但各类基金组织的运行状态却存在可堪忧虑。主要是专业化水平以及项目运营能力较差。就目前来看，"缺人"可以说是基金会的普遍情况。如何看待基金组织目前的运行状态？

王名：这需要从两个方面来看，一方面我们国家的基金会最近几年发展很快，是发达国家几十年甚至上百年走过的一条路，短期之内让基金会从各个方面成熟起来，包括专业团队、资金运营能力、资助体系、治理结构我觉得还是很困难的。另一方面，来自整个社会各个方面的支持还不够，从制度支持、政策支持、人才支持和来自社会监督方面支持，整体还是很缺乏的。

政府需要对基金会给予支持

基金会发展的整体状态是一个渐进的过程，在这个过程需要政府切实转变职能，给基金组织提供更大的舞台和空间？

王名：这几年政府在社会体制改革方面应该说做了很大的努力，包括税收优惠方面、政府资金支持方面、制度建设方面，但是相比于基金会本身发展的需要还有一定的距离。接下来今年两会通过的关于机构改革方案的机构改革和职能转变方案，里面有很多政策方面、体制方面的举措。对于基金会的发展，我觉得制度空间可能会在未来的几年之内有很大的改善，包括政策支持力度有很大的改善，当然能不能满足基金会发展的需要还很难作出判断，因为政府的转变也是渐进的过程。

公益运作需要置于阳光下

说到以公益为宗旨的基金会，很多人都会想起中国红十字会、想起郭美美引发的信任危机，这件事对我国基金会发展的影响巨大。那么，从现在到未来，资金的管理和专业化运作，尤其是提高透明度是不是基金会发展中最为关键的课题？

王名：是的，2011年发生的公信力危机其实伤害了整个社会对公益的热情。而且为推进基金会加强公信力、透明度方面起了一定的负面作用。接下来政府应该加强监管能力，加强相应制度和监管体系的建设。第二，在社会监督方面，包括媒体的监督，希望把基金会的公益运作放在阳光下，这个阳光来自社会各个方面，包括捐赠人、理事会、整个社会的监督体系，这也是下一步需要做的工作。

对个人财富的尊重促进公益发展

基金会要做公益，就需要资金，资金除了来自于社会大众的捐赠外，还有很多基金会是由企业、企业家捐赠的，这种形式被称为非公募基金会。这种个人拿钱出来成立基金会做公益的模式在国外非常普遍，很多知名大富豪都有自己的基金会。在中国，是否如同王石所说，要想让更多的企业家

等富有群体拿钱出来做慈善，关键看个人财富是否得到尊重？

王名：是的，这几年基金会在发展过程中最令人欣慰的就在财富拥有者方面，富人们有了这方面的积极性，2005 年以后，非公募基金会发展一路高速增长，现在已经超过了公募基金会，国外它叫私人基金，王石先生讲的这个道理非常重要。

回过头来看，中国经济这几年的发展也是如此，我们在宪法里承认了私有产权，强调对私人产权的尊重，对财富的尊重，从制度上鼓励更多的有钱人把多余的财富表达对社会的公益关怀。

来源：中国广播网

地址：http://finance.cnr.cn/jjpl/201304/t20130417_512377341.shtml 【返回目录】

贾西津：促进公益组织制度性生长

在现代社会组织体制下，公益事业发展的空间是非常大的。重点在于，从简单的登记注册体制改革到全面实现现代社会组织体制的建设，涉及到社会结构、社会治理的转型。

当代中国社会的快速发展带来了对公益事业的突出需求。当前，中国的公益慈善事业发展状况如何？需要国家政策作出哪些相应的调整？围绕这些问题，《中国科学报》采访了清华大学 NGO 研究所副所长贾西津。

《中国科学报》：您认为目前中国公益慈善事业的总体状况如何？

贾西津：目前，我国慈善事业处于快速发展、扩展、多元化的时期。近年来，基本上每年都会有新的现象出现，尤其是与技术相结合的，如新媒体公益，使参与的主体普遍化。

另外，参与的领域变得广泛和日常化，并日趋专业化。其中“郭美美事件”有着里程碑式的意义，它对公益事业造成了一种冲击。从长远讲，这一事件让业内包括民众对公益事业有了深刻的反思，让公民学会了选择，成为公益走向负责任、专业化的一个很好的契机。

《中国科学报》：政策空间一直是公益领域关注的一个焦点，您认为目前中国公益事业的政策空间有多大？

贾西津：“十二五”规划中对社会组织提出了要求：统一登记、各司其职、协调配合、分级负责、依法监管。其中最重要的一条就是统一登记。

十八大后，对社会组织总体发展方向上的落脚点体现在现代社会组织体系的建设，其中特别提到了责权清晰，政社分开，依法自治。

具体到现有改革思路上，直接登记方式正在积极探索。一方面，对工商经济类、公益慈善类、城乡社区类等社会组织明确提出了实行直接登记，并提供更优惠的政策，扶持其发展。另一方面，对原来一直有限制的比如政治法律类、境外 NGO 组织，目前暂且不会实行登记。

总之，在现代社会组织体制下，公益事业发展的空间是非常大的。重点在于，从简单的登记注册体制改革到全面实现现代社会组织体制的建设，涉及到社会结构、社会治理的转型，而不仅仅是社会组织的管理问题，这两个方面都是我们现有具体制度没有体现出来的，是未来发展方向所在。

《中国科学报》：专业性不强，一直是人们对很多慈善组织的一种评价，您觉得专业性的内涵应该包括哪些方面？

贾西津：在专业性上，首先是它的分工。在国外，不管是社会组织的实践界还是研究界，甚至包括法律支持等，这些领域的分工都是非常细的。比如筹款，这是一项专门的学科：有专门的职业筹款人、职业筹款机构、职业的联合劝募组织、专攻筹款或者某类筹款的研究者、研究机构、培训机构，还有针对筹款问题提供非营利咨询的律师等等。

分工细才有可能专业化。而目前，我国每一个组织都处于功能齐全但功能雷同的状态，在组织类型上仅仅是一个简单的分化。

社会组织发展到一定程度应该呈立体化，比如针对孤独症儿童的社会组织，在国外会形成一种联盟性的伞状组织，围绕孤独症儿童团体建立服务、培训的场所和设施，并有专门的基金会，其中有个人的股份、跨国的集团，集团之间形成联盟，从而形成立体结构，这样它的每一个点才会体现其专业形象。

在法律规制方面，比如筹款，在英国有几十部相关法律都涉及到筹款，详细到你是用打电话的方式还是敲门的方式筹款，是在马路上筹款还是以演出的形式筹款。详细的法律规制也使社会组织在行为上很专业。

《中国科学报》：公益组织和公益事业应该公开透明，其内涵是什么？

贾西津：公益组织的落脚点是公共利益。既然具有公共利益性质，就需要向社会交代。

第一，公益组织的责任交代包括组织本身的治理结构，比如说理事会；第二个是涉及到利益相关者，比如捐赠方、受益方；第三个涉及到社会公众，甚至是无关的社会公众，他既不是捐赠方也不是受益者。所以公益组织在社会责任上、社会交代上有不同的层次，类似于一个上市公司，要向社会交代其所有状况，也意味着开放性。

对于大多数普通的慈善组织而言，不一定要求这么严格，但公众是应该有质询权的，当公众想要了解慈善组织的财务状况、高管人员的工资、重要的财务决策有没有关联交易等信息时，至少应做到有据可查。

《中国科学报》：崔永元倡导“人人公益，全民慈善”，然而目前仍然有很多人认为慈善公益只是政府的事，您如何看待这种认识上的不同？

贾西津：“慈善公益是政府的事”根本就是一个误解。应该反过来说，慈善公益是非政府的事。严格说，政府不能成为慈善公益的主体。

在国外，如果一个企业向政府捐款，极有可能会违法，因为它涉嫌贿赂和洗钱。政府进行的慈善捐赠其实就是一个概念悖论，本身就是一个内在矛盾的提法，所以我觉得这是一个需要纠正的误区。

现在确实存在这个问题，有些人并不太清楚公益的理念；有些人则是要借用公益的名义，把资金作为拉拢关系、企业公关甚至是贿赂的手段。所以我认为，在立法上这点是要禁止的。

“人人公益”的提法并不意味着人人必须要去做公益，而是说人人都有公益权。跟新媒体结合就意味着人人的公益都有实现的可能性，在这种意义上，人人公益既是一个理念又是一种趋势。

《中国科学报》：您认为未来中国公益事业应着重解决哪些方面的问题？

贾西津：首先还是登记管理制度。我们现在正处在这个契机点上，以双重管理体制为核心的社会组织审批性的登记管理，已经被讨论和批评了十余年时间，又有了很多地方创新的实践经验，再加上新一届政府已经提出了进行社会组织改革体制建设的新理念，所以现在正是对双重管理体制进行制度性改变的时机。

在这样一个节点上，我们要做的是做实、做成、做真，就是怎样把上述理念变成真正的制度，这个制度如何同其他制度配套，使它成为现实。然后更多元、更全面地开放，向直接登记转型，从而促进社会组织更加制度性地生长。

来源：中国科学报

地址：http://news.sciencenet.cn/sbhtmlnews/2013/4/271768.shtm?id=271768 【返回目录】

马庆钰：为社会建设而培育社会组织角色成长

我国今天的社会，越来越朝着公共管理的方向发展，那么社会组织角色的成长就是必不可少的。而社会进步和现代化的标志之一，就是从过去传统的政府集中垄断性管理形式转变为政府引导并整合和吸引社会各种力量，包括社会组织共同参与社会管理和公共服务。

现代社会组织体制的背景

记者：马教授您好。十八大报告首次提出要“加快形成现代社会组织体制”，您如何理解这个新提法？

马庆钰：对这个提法的理解和把握至少要注意以下几点：

第一，社会组织体制建设从属于社会体制建设的范畴，它与社会管理体制、社会管理机制、基本公共服务体系共同构成我国社会体制建设的内容。

第二，这是中央为适应我国市场经济发展、社会环境变化和改革开放的要求，而提出的一个社会建设的新目标。

第三，“社会组织体制”，是相对于我国公共权力体系和社会营利体系，对社会组织体系的角色定位，是一个相关角色之间关系性质的概念。

第四，所谓“现代”是一个大致的标准，意味着我国在这个领域的建设应该具有全球眼光和重视并参考当下的国际经验。

第五，“社会组织体制”是今后社会组织管理与发展的方向，其核心应当是政府职能管理部门和广大学者所不懈推动的社会组织自治，其路径是“政社分开”，“权责明确”，“依法自治”。

第六，这里面政社分开的“政”，不仅是狭隘意义上的行政系统的政府，而且还包括了所有公共权力系统的广义的“政府”，所以无论是行政管理部门还是党委权力系统，都要按照十八大所说“加快形成政社分开，权责明确，依法自治”的要求来找准自己的责任定位并与社会组织一道朝着现代社会组织体制建设方向努力。

第七，“加快形成”意味着在现阶段，也就是经历了 30 多年改革开放的积累以后，我国构建公共管理多元格局的条件已经具备，政府应当积极推动为社会组织参与公共事务建立一个制度化平台。

记者：许多读者都很关心，为什么会在这个时候提出这个新概念，背景是什么？

马庆钰：我和很多学者一样，都注意到了这个中央以前从未使用过的新概念新提法，而且民政部的主要领导和民政部民间组织管理局在十八大结束不久，就很快约请国内在社会组织管理领域有影响的专家学者，专门就这个问题进行了交流和研讨。

我认为，主要是因为国内外两个方面的因素推动了我国社会体制建设的步伐，并适时提出了这

个从属于社会体制建设的新目标。外面的因素，就是指国际社会公共管理大趋势的影响。1980 年前后在国际范围内出现了波及广泛的行政改革浪潮，从这个改革的走向来看，就是改变政府的全能理念和强势实践，推动政府传统管理与服务从集中走向分散，从一元走向多元，从垄断走向参与。这个被称作公共管理或者公共治理的大潮，使得社会组织的地位日益凸显。这是我说的外因。

记者：您还讲到了内部因素对“加快形成现代社会组织体制”的影响，具体指什么？

马庆钰：我认为这个影响主要来自三个方面。一是我国政府职能转变的要求。政府职能转变几乎伴随着我国行政改革的全过程。政府在改革中已经认识到一定要按照与市场经济相适应的要求来清理和设定自身职能，但是在实践中一直存在剥离不易和承接更难的问题，即政府扔出去的球没有接球者或接得不好。其中就涉及社会管理与服务的一些职能因为社会组织体系的先天薄弱而难以有效承接的现实。

二是国家战略新布局的要求。十八大报告中正式将我国的四位一体战略调整为“经济建设、政治建设、社会建设、文化建设、生态文明建设”五位一体战略新格局。迄今为止，经济体制、政治体制、行政体制、文化体制都有了框架和实践进展，而社会体制尤其是其中的社会组织体制则正处于探索之中，这与我国的科学发展和整体推进的全局不相吻合。

三是社会组织成长发展的要求。改革开放 30 多年，我国经济积累和增长成效卓著，社会生活水平有了大幅度改善。社会成员在这个新的阶段上，自主权利意识会随着社会进步日益增强，参与社会管理的要求会不断提升，各类社会组织的力量会得到不断积累。如果没有一个规范的社会组织体制，就难以建成社会力量参与国家事务的顺畅通道，社会组织的健康成长和公民社会文化的正确引导就难以得到制度环境的保障。这是与“加快形成现代社会组织体制”相关的一些内因。

中国社会组织的发展现状

记者：我们注意到，现在提到社会组织有好几种提法，NGO、NPO、非营利组织、民间组织等等，许多人都概念模糊。以您专家的角度看，这几种说法有什么异同？

马庆钰：国际社会叫 NGO 很普遍，中文叫非政府组织，在相当多的情况下，也叫 NPO，中文叫非营利组织。在我国，学者们一开始也和国际社会一样，一直称作非政府组织，但是可能因为习惯或者意识形态的作用，官方一直称其为“民间组织”、“社会团体”、“人民团体”、“中介组织”等。实践中由于存在一定的局限性，从 2004 年开始，逐渐变称为“社会组织”。

对社会组织比较确定的说法，是出现在 2006 年党的十六届六中全会关于构建和谐社会若干重大问题的决定中。这个说法的产生，我认为是一种策略，主要是较容易得到各方面的接受。因为在现实中的确存在一些人其中也包括少数官员，将“非政府组织”误解为“异己组织”甚至是“非法组织”的尴尬情况，而且，“非政府组织”在一定意义上也难以表达“非营利”的内涵。因此，将其统

称为“社会组织”也不失为是一个中国特色的变通办法。

记者：政府、企业、社会组织三者的关系是什么？

马庆钰：社会组织介于政府组织和企业组织中间的地带。按照清华大学秦晖教授的观点，政府组织是公共组织，也是非营利性的，但它是“以强制求公益的组织”；企业是营利性的，是“以志愿求私益的组织”。光有这两个范围是不够的，两者无法覆盖其他大量的公益和互益服务范围，因此就必须要有“以志愿求公益”的非政府非营利性组织，也就是我国的社会组织。

从我国公众的公益性服务需求性质看，大致有三个相应的服务主体，一个是行政审批可以通过服务中心和服务大厅由各级政府部门直接做；一个是教育，基本公共医疗卫生服务等，通过大量的事业单位组织来提供，这在我国已经形成固定模式；还有一个是上述两者之间的大量社会服务事项，则可以由各类社会组织来提供。比如对妇女儿童的照顾、养老助残、社会救助、家政服务、慈善救济、社会矫正、安置帮教、就业服务、环境维护等。我国今天的社会，越来越朝着公共管理的方向发展，那么社会组织角色的成长就是必不可少的。而社会进步和现代化的标志之一，就是从过去传统的政府集中垄断性管理形式转变为政府引导并整合和吸引社会各种力量，包括社会组织共同参与社会管理和公共服务。

记者：目前我国社会组织发展的情况怎么样？

马庆钰：我国社会组织在 1998 年以后得到了比较快的发展。这些年虽然有比较大的增长，但是相对于政府和企业的力量来说，社会组织太弱，我国还没有真正形成多元管理和服务的格局。计划经济时代，我国是一个政府大包大揽、无微不至的一元格局；开放改革 30 多年后的今天，我国基本上进入一个政府和企业组成的二元格局，至于说社会组织这个单元，从总体经济规模、就业能力、社会影响来看，仍然微不足道。在美国有 46%的高等学校、51%的医院病床、60%的社会福利机构、86%的文艺体育和文化团体都是由 NGO 组织来做的。这样一对比就看出了巨大差距，我国的社会组织还没有成为我国多元结构中真正重要的一元。

我国社会组织的平衡性和平等性也有问题。我国社会组织中大量组织是官办组织，或者叫作“二政府”。它们有编制，吃财政。即便不是直接的，也与党委和政府有着千丝万缕的关系。这使它们在资源获取上更加容易受到关照，因而成为带有特权性质的社会组织，而那些民间自己成立的没有背景的组织，不仅获取资源困难，就连登记注册都有问题。与这种平等性和平衡性同时存在的问题就是我国社会组织的独立性的缺少。社会组织的主体就是非政府非营利的民间组织。因此它就不应当背离“独立性”和“非营利性”的主要特质，否则就会混同于政府和企业，也就不存在政社分开了。

还有一个差别，发达国家的 NGO 组织在设立上更为便捷。与我国双审查、双管理不同，国外较为普遍采取备案制，备案后即可开展活动，但成立之后受到严格的监督，特别是对公益性组织。因

为公益性组织在税收方面会享有免税的政策支持，由此对其认定和监督尤其严格。同时，其行业组织自我的约束和管理有一套很严格的机制，相对来讲赢得了较高的社会公信度，所承担的社会责任也比较好。这就是为什么国外公民社会的形成相对来讲更加成熟。

记者：目前我国社会组织发展中面临的困难是什么？

马庆钰：挂靠和双重管理仍然是比较主要的瓶颈。一个组织的建立必须要有合法性，否则将无法获得社会的信任及捐助的资源，也无法以法人的身份和地位去面对争讼，同时，只有具备法人身份才能去打造属于组织的社会信誉度。如前面所说，国际社会的合法性获得比较方便容易，只要备案注册就可以，所以那些国家的社会组织发展得快，成立得多。但在我国，这个合法性的获得相对更困难。比如，我们现在想成立一个组织，需要先找好挂靠单位批准，批准的手续极其繁琐，挂靠和双重管理的繁复手续，在某程度上制约了我国社会组织的发展，如此高的门槛，阻挡了大量社会组织的进入。

更为糟糕的是，挂靠后出现的行政干预现象比比皆是，很多挂靠单位领导自然而然地认为其是自己的下属机构，在行政上横加干预，甚至自己出面兼任领导或者指派领导，使社会组织的独立性大受影响。挂靠制度是不合理的，我的一贯主张是“打倒挂靠”。挂靠制度的取消，是我们改革的一个方向。现在各个地方都有不同的创新和改革措施，目前做得最好的是广东。广东的做法是倾向于直接在民间组织系统中登记，一次性取消挂靠。从 2011 年开始，民政部倡导对慈善、公益、社会服务三大领域的社会组织实施直接登记，这是一个很大的进步，也是这么多年来所有学者和政府职能部门共同努力的结果。

记者：最近社会组织领域出现了一些诚信危机的事件，您认为出现这些问题的根源是什么？

马庆钰：这些事件都是对我国社会组织公信度的巨大破坏。伤口的愈合还要假以时日。我的看法首先是社会组织的公益宗旨意识太弱，把自己混同为一般的机关组织，背离了广大慈善捐赠者的信托，这也是我国长期以来社会组织领域中慈善伦理不足的结果。其次是一些社会组织特别是带有官方色彩的组织，官僚习气和做派太重。在组织结构上按照大一统的方式自上而下建立的巨无霸组织，无论对于公益效率还是公益活动监管，都已经成为巨大挑战，中国红会最近成立专门的监督委员会作为一种实实在在的回应，希望能够起到作用。再次是社会公益中存在形式主义和舍本逐末的现象，一个好心企业花 500 万元巨资做 1000 个捐款箱遍布街头，4 年下来竟然收到的是发霉的 6116 元钱，其中最值得反思的是街头捐款箱方式是否是一个好的捐赠方式。最后一点，是评估监督和惩罚的力度。职能部门的监督方式、方法，以及监督能力的不足，也是出现这些问题的原因。目前，在官办的社会组织占比重较大的情况下，监督会受到干扰。民政部有专门针对社会组织的评级机构——社会组织评估委员会，每年都会对登记在册的社会组织进行评级，最好的是 5A 级，2A 级以下

进行警告，被评为 A 级的，要求进行限期整改。与此同时，民政部民间组织管理局的执法也需要敢于依法执法。这些评估监督和执法措施对于规范社会组织的行为必不可少。

如何加快现代社会组织体制建设

记者：如何加快现代社会组织体制建设，您认为具体应该从哪些方面着手？

马庆钰：这涉及的方面比较多。关于对这个命题的理解我已经说过了，这是最为重要的一点，这里不再重复。其次是一定要移除社会组织成立的制度障碍。不要设置限制公民自由和社会生机活力的壁垒，不要搞“挂靠”和“双重管理”，甚至在注册时也不再要求有注册资金的限制，现在广东省的顺德，就连企业申请注册都已经免除注册资金了，甚至办公场所都不再要求专门场所，门槛大大降低。社会组织注册应当学习这些做法。民政部已经针对存在缺陷的《社会团体登记管理条例》、《基金会管理条例》和《民办非企业单位登记管理暂行条例》，开启了修订程序。而在地方，广东省已经制订方案，规定从 2012 年 7 月开始，社会组织均可直接向民政部门申请成立。广州市则率先从 2010 年 5 月开始，在全国迈出社会组织直接向民政部门申请登记，结束双重管理的第一步。这是我国社会管理创新的重要成果，有必要在全国得到推广。

记者：您前面提到社会组织缺少独立性，这是否也是需要努力的方向？

马庆钰：这是我要说的第三点，就是要限制公权组织与社会组织一体化。社会组织的公益使命和独立性是其存在的价值所在，其价值萎缩主要来自于公权主体对它的干预和同化。我国社会组织要发展和发挥社会管理的作用，各类公共权力主体首先要做到与社会组织保持距离，维护社会组织的独立性，在克服“二政府”现象上作出努力。为此，要求我国的党政机关和事业单位，禁止发起成立或者指定发起人成立行业协会商会、工商经济类、公益慈善类和社会服务类社会组织；不自己举办或者委托举办民办非企业单位；党政群机关和事业单位离退休人员应规定在一定期限内，不在社会组织内兼任职务。与此同时，还要全面总结和谨慎对待在社会组织中普遍开展的执政党组织建设工作，避免因不当做法，导致社会组织成为执政党的“支部”。“政”不仅包括政府，也包含了政党。因此不仅仅是让政府权力体系与社会组织分开，还要让政党体系也与社会组织分开，保障其独立性。对社会组织的内部管理不能干扰，对人事工作不能越俎代庖。

第四点是，为社会组织参与公共服务搭建平台。现在一个获得普遍认可的途径就是政府通过购买服务建立有效的政社合作。政府要从原来的职能当中，梳理出可以由社会组织承担的服务事项。然后是有一个完备的购买程序，包括确立政府购买社会组织服务的负责机构，公布购买公益服务项目目录，根据项目制定相应的财政预算，搭建网上申报系统，由职能部门负责组织对申报进行评审，项目实施后进行跟踪检查和督促，项目完成后进行评估和社会网上评价等。还有就是政府要提升社会组织的服务资质，帮助较弱的社会组织进行培训，就法律条文、申请程序、申请技术、标书制作、

成本管理等进行专门训练，针对特殊困难群体组成的社会组织的服务产品制定有限度的倾斜性购买政策，以及对现有政府采购法作必要修改以与购买服务的政社合作机制实现法律对接等。

来源：中国社会组织网

地址：http://www.chinanpo.gov.cn/1800/63326/yjzlkindex.html 【返回目录】

刘林清：公益广告对社会文化和社会管理影响巨大

4 月 18 日下午 14:30，中国记协和全国三教办在中国记协二楼新闻发布厅举办媒体公益广告传递正能量评议会。本次评议会以“弘扬中国精神凝聚中国力量”为主题，对公益广告在传承中华文明、弘扬中国精神、倡导好品德等方面情况进行交流评议。三项学习教育专网、新华网现场图文直播。

中国传媒大学教授、全国公益广告创新研究基地秘书长刘林清]能够参加这个会我感到很高兴，在各位与会者面前，我发表一篇忐忑不安的发言。我感觉我们的广告是一个非常伟大的事业，物质文明和精神文明是社会主义建设的两个并行不悖的组成部分。

广告涵盖了商业广告和公益广告两大部分。商业广告代表了我国的经济形势，显现了物质文明建设的成果；公益广告表现了我国的政治形态和公民意识，是精神文明建设的组成部分。随着我国市场经济和政治文明的发展,公益广告对社会文化和社会管理形成巨大的影响。它在物质文明与精神文明之间架起桥梁, 使得物质基础的不断丰富与道德水平的持续提高在全社会范围内交融。公益广告是文明社会的标志，体现崇高的精神境界。对于公益广告进行深入细致的研究具有重要的现实意义。

公益广告是指非营利目的，以宣传公共道德观念、维护公共利益为内容的广告作品和广告运作模式。现阶段，由于党和政府的组织和管理，赋予我国公益广告一定政治意义。学术界对公益广告的理解有一个从模糊到清晰的过程。1987 年之前，没有严格意义上的公益广告定义。1987 年 10 月 26 日，中央电视台开播了《广而告之》栏目，这是中国公益广告史上第一个电视公益广告栏目。从此，公益广告受到公众关注，成为我国广告事业与公共事业中不可或缺的一部分。我国公益广告的概念随着公益广告实践的深入发展而明确，形成了现在的内涵。

在我国公益广告是公共广告，也是政治广告，既是我国广告事业的重要组成部分，也体现了党和政府的执政方略。我国公益广告的政治性主要表现在两个方面：其一，公益广告的主题表现党和

政府的执政方向，把党和政府的方针政策以人民喜闻乐见的形式呈现在世人面前，改变了严肃说教的旧模式，体现了“美丽中国”的执政理念。诸如，过路不闯红灯，吃饭不剩饭菜，网上不说脏话等中华美德的公益广告，体现了党和百姓共通的话语体系。

其二，组织和管理公益广告的机构是党政领导机关。

发布公益广告是主流媒体的社会责任，媒体通过发布优秀的公益广告提高自身的公信力。公益广告必须通过媒体的传播才能获得广告效果。由于电视、广播、报刊等大众媒体具有广泛性、时效性等传播特点，因而在这些媒体上播发的公益广告往往具有最强的影响力。同时，主流媒体经常是公益广告活动的发起者和制作者，贡献出了一些最为引人注目、感人肺腑的公益广告作品。因而，媒体在公益广告事业中起到了不可忽视的重要作用。

我所在的全国公益广告创新研究基地是 2009 年 8 月经国家工商行政管理总局批准，2010 年 1 月在中国传媒大学正式揭牌成立的全国性公益广告研究机构，是唯一一个设在高校的全国性公益广告研究机构。基地成立三年以来，先后受中共中央宣传部、中央文明办、国家工商总局、国家广电总局、新闻出版总署委托，参与全国“讲文明树新风”公益广告的征集、评选活动，向第十一届全国人民代表大会提交关于新《广告法》修改和积极推动公益广告发展的提案，编撰了《中国公益广告年鉴 1986 年-2010 年》等。我们与中央文明办、国家工商总局、中央电视台的相关领导保持着良好、畅通的关系。

中国的经济经过三十多年的高速增长，社会财富和生活水平都发生了翻天覆地的变化，在物质生活得到一定程度满足之后，无论党中央、政府和全社会都希望通过公益广告的形式，提升中国的民众道德素养和整体文明水准，因此，公益广告被政府重视，受民众欢迎。中国的公益广告将持续的大发展。发展公益广告事业还有很多的工作需要我们去做，诸如公益广告的立法、鼓励企业参与公益营销的方略、税收的优惠、公益广告基金的建立、公益广告长效机制的建立等。我们一起努力，共同为中国公益广告事业做出贡献。谢谢大家。

来源： 中国记协网

地址：http://news.xinhuanet.com/zgjx/2013-04/18/c_132320324.htm 【返回目录】

⊙行业观点

2013 博鳌亚洲论坛《中国社会企业与社会影响力投资发展报告》解读系列——社会企业的概念与本土化定义

社会企业三类定义的行动主体和动机

属性	行动主体	主要动机	社会企业的定义
A类：广泛意义	投资者	推动私人资本的流入	以创造社会效益为核心文化的企业
	教育者	促进社会企业被广泛地传播、认知	
	创业者	鼓励社会企业家实践	
B类：严格意义	政府机构	有助于制定扶持社会企业的政策和法规	以社会效益为首要目标，社会公益投资为主要利润分配的企业
	第三方评估机构	促进社会企业有效管理和监督	
C类：特殊意义	政府机构	保留中国体制内特色的组织形态	经营性收入为主的民办非企业单位
	社会组织	推动公益组织向社会企业转型	

社会企业三类定义的多角度比较

	A类：广泛定义	B类：严格定义	C类：特殊定义
法人结构	企业	企业	社会组织
经营模式	经营性业务	经营性业务	经营性业务、传统捐助
主要目标	社会目标、经济目标	社会目标	社会目标
利润分配	没有限制	超过50%利润流入社会公益投资	不能分红
监管机构	工商	民政、工商	民政
政策优惠	没有	有	有
投资收益	全部的投资回报收益	有限的投资回报收益	没有投资回报收益，视同慈善捐款
认证重心	社会效益、财务可持续性	社会效益、利润分配	经营收入
定义的价值诉求	推动社会企业文化、投资	协助政府有效管理和政策制定	保留中国特色的社会企业形态

社会企业三类定义的行动主体和动机

属性	行动主体	主要动机	社会企业的定义
A类：广泛意义	投资者	推动私人资本的流入	以创造社会效益为核心文化的企业
	教育者	促进社会企业被广泛地传播、认知	
	创业者	鼓励社会企业家实践	
B类：严格意义	政府机构	有助于制定扶持社会企业的政策和法规	以社会效益为首要目标，社会公益投资为主要利润分配的企业
	第三方评估机构	促进社会企业有效管理和监督	
C类：特殊意义	政府机构	保留中国体制内特色的组织形态	经营性收入为主的民办非企业单位
	社会组织	推动公益组织向社会企业转型	

社会企业三类定义的多角度比较

	A类：广泛定义	B类：严格定义	C类：特殊定义
法人结构	企业	企业	社会组织
经营模式	经营性业务	经营性业务	经营性业务、传统捐助
主要目标	社会目标、经济目标	社会目标	社会目标
利润分配	没有限制	超过50%利润流入社会公益投资	不能分红
监管机构	工商	民政、工商	民政
政策优惠	没有	有	有
投资收益	全部的投资回报收益	有限的投资回报收益	没有投资回报收益，视同慈善捐款
认证重心	社会效益、财务可持续性	社会效益、利润分配	经营收入
定义的价值诉求	推动社会企业文化、投资	协助政府有效管理和政策制定	保留中国特色的社会企业形态

在 2013 博鳌亚洲论坛上，“社会企业”一词不仅成为一场分论坛讨论的主题，更是成为论坛上公益领域参会者交流论道的核心词汇。

过去几年间，越来越多的商业创业者不再满足于单纯的经济回报，而是希望通过商业手段解决社会问题，提升自我社会价值; 另一方面，越来越多的公益组织也试图摆脱对传统捐款的依赖，谋求可持续的财务来源。社会企业在中国应运而生，并开启了第一拨社会创业潮。

然而，关于“社会企业”究竟是什么，大多数人会用简单的一句话做这样的表述，“社会企业就是用商业的手段来达到公益的目的。”如何准确定义，可能就无从知晓。而对于更广大的公众来讲，这一词更是陌生。

紧接着，由上海财经大学社会企业研究中心、北京大学公民社会研究中心、21 世纪社会创新研究中心、美国宾夕法尼亚大学社会政策与实践学院共同撰写完成的《中国社会企业与社会影响力投资发展报告》伴随博鳌论坛新鲜出炉。报告中的第一部分便将“社会企业”一词做了概述、分类和本土化定义。

在此，《公益时报》将报告加以整理，以飨读者。

为什么需要

“社会企业”这一概念最早源自欧洲。早在 1844 年，英国若干名为“合作社”的组织便以该模式加以运作，其从事企业活动以达成社会公益目的而非商业利润。自 20 世纪末，一些企业家开始关注社会公益事业，以其企业的相关管理模式、运营模式参与到解决人权问题、环境问题、健康问题等相关社会问题中。这些企业家被称为具有“社会企业家精神”，从而推动“社会企业”在全球蓬勃发展起来。

社会企业的存在价值在于何处？

第一，市场存在缺陷。市场机制天然存在很多局限性，很多问题完全靠市场是解决不了的。大家都追求高利润，容易忽略那些不能带来高回报的社会需求，社会问题的解决需要一些新的办法。

第二，政府也不能解决所有问题。比如说政府资源不够，政府靠收税只能做一定的事情，再者政府的效率不高，靠政府解决所有的社会问题也不现实。

第三，靠 NGO 也不行。NGO 大部分都是慈善组织，慈善组织需要不断地由捐助者捐钱，它的影响力就有限，得不断地靠别人输血才能做。像这些方式目前很多问题解决不了。政府、NGO、企业解决不了的，需要新的方式来解决。

社会企业就在这样的背景下生根发芽，社会企业家开始涌现，社会创投跃跃欲试。学界对此表现出极大关注，地方政府开始尝试社会企业的孵化，媒体亦开始呼唤社会企业家精神。经过几年沉淀，一批优秀的社会创业者、社会投资者逐步显现。

然而，对于“社会企业”的明确界定至今却众说纷纭。

定义三要素

“社会企业”所涉及的概念范围较为广泛，形式多样，可能是非营利性机构采用企业化的管理模式，亦可能是营利性企业介入公益非营利领域，亦可能是几个非营利性组织共同投资为了达到社会公益目的所创设的营利性公司。

有关“社会企业”的定义在国内仍然模糊，其争论仍在进行。结合社会企业的发展历程以及近年来众多社会企业的案例分析，报告认为一个严格的“社会企业”定义应该具有三个要素：“目标设定”、“运营模式”、“利润分享方式”。

“目标设定”是指企业的主要目标、使命是什么；企业所存在的主要动机是什么，各个国家和地区的定义不尽相同。意大利相关政府部门强调了这些社会目标主要是提供社会所需要的产品和服务，而香港政府则将这些目标更为广泛扩展到环境、社会公正等相关问题上，如为特殊群体提供服务、为社会的弱势群体提供就业以及培训机会等。欧盟委员会与美国社企联盟都指出：社会企业的重要特征是其企业的社会目标。不论表述如何，其定义都意在强调有益于解决相关社会问题。

“运营模式”是指企业采取了何种经营的手段以实现其设定的目标。美国社会企业联盟指出了社会企业需按照商业规则以及方法进行企业活动，并且借助市场的力量。在其补充定义中强调，社会企业的商业活动应当是企业重要的利润来源。有些国家则强调社会企业是一种“商业模式”，多少表明了社会企业是以企业的运营模式从事商业活动。

“利润分享方式”是指企业如若盈利，其利润如何分配、最终流向哪里。在香港政府的定义中，着重强调了社会企业所具有的“利润分享的方式”，即：社会企业的利润会再次投入到其社会公益相关的企业活动中，而不是进行股东分红。欧洲委员会的官方的定义都着重强调了其利润的流向：不应用于投入到追求利润最大化，而是其主要或全部利润流向实现其社会目标的再投入中。这一点使得社会企业显著有别于一般企业，即社会企业是营利性的，但其营利动机以及利润流动走向始终围绕实现其“社会目的”。可以看出，这些政府或机构意在利用清晰的利润流向来界定社会企业。

概念本土化

报告认为社会企业需要有中国本土化的定义。定义的设计首先基于三个有利于原则，即：有利于推动社会企业的发展；有利于监督的实现；有利于与本地文化认知的连贯。此外，还要考虑到不同的行动主体有不同的动机和侧重点，从文化推动的角度、从政策制定的角度、从国情结合的角度，我们提出社会企业的三级概念框架，并且认为：社会企业是一种可以认证的标准，而非注册的某种新形式。

A 类定义：

“以创造社会效益为核心文化的企业”是一种广泛意义上起文化倡导作用的定义，推动这样的社会企业发展，能促进整体商业文化朝着更具有社会价值的方向发展，同时促进私人资本的流入，因为资本天然有着回报的要求，不限制利润分配的做法，可以有效地激发资本的活力；也没有必要获得政府的政策优惠。

A 类企业本身就是企业的形态，受到政府工商部门和其他业务相关部门的监督，而认证的核心在于其社会绩效，于是需要开发一套指标体系并结合财务可持续性，才有利于投资和影响力扩大。

B 类定义：

以社会效益为首要目标、社会公益投资为主要利润分配的企业是从政策制定的角度出发，推动这样的企业，能有效规范社会企业行为，从而制定政策优惠和扶植条件。这类社会企业首要创造的是社会效益，致力于改善民生，这与当前我国政府提出的社会管理的创新思路是一致的。

这个定义有几个显著特点：明确了社会企业的形态；以社会效益为首要目标，其营运围绕着这一目标的实现，而不是以利润最大化为首要目标；基于社会投资的利润分配将社会目标的首要与否作为认证社会企业的标准，是危险且主观的。

另外，报告特别说明，为了有效监督企业是否基于设定的目标运营，应该开发相应的社会效益指标和第三方评估机构，促使社会企业如同普通企业发布年度报告一样，发布社会效益报告（可由民政部认可的第三方机构出具审查报告）。如果企业的首要目标发生了转变，则应该取消社会企业的认证。但是，社会企业的社会效益大小，不应该作为判断社会企业属性的标准。

C 类定义：

经营性收入为主要利润来源的民办非企业单位是结合本地特色的一种社会企业定义。民办非企业单位在从事社会服务活动的过程中，可以根据国家的规定收取合理的费用，以确保成本，略有盈余。民办非企业单位的非营利性特点，理解为不以营利为目的。从民办非企业的特点上看，本身已经满足了经营性活动为运作模式，以及社会服务目标为使命的社会企业两大主要维度。只是目前的法人结构体制下，它属于社会组织范畴，受民政系统管理，能接受捐款资助，但是不能分红。我们也将其作为特殊意义上的社会企业定义。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5798.htm?div=-1 【返回目录】

中国慈善家：商业社会，如何做公益

公益，不再仅仅是一种被人审视的善，它越来越成为传达价值的普遍方式。一个身负商业使命的公司，如何借助公益行为，向社会传递更深刻的价值理念，而不被社会解读为动机不纯的公益秀？

在每一次捐赠 X 光或超声波设备之前，通用电气都需要知晓这些设备最终会由谁来操作、维修和管理——正是这些因素决定了捐赠的设备是否能够真正地发挥作用

在经历了或远或近的灾难之后，公益变成了社会之痒。

当公司的捐赠被越来越多的人怀疑为老套而不得不为的慈善秀，有没有一种更符合公司发展战略的公益方法存在，使公司的品牌、运营和价值观与之相匹配，以获得更直接的回报？

当传统思维中单纯以财物和人力表达善意的方式显得愈发单薄和低效，能否发现一种与生活联系更紧密、参与更广泛、互动更深入的创意公益理念，致力于在善意、目的与能力、资源、投入之间建立良性循环，让公益获得可持续发展的动力？

其实，打破传统模式的创意公益无处不在。

你可以一边学习一边行善——在美国计算机程序师约翰·布林创办的“免费大米”网站（Freerice.com）上，只要答对一道英语测试题，便意味着你向联合国[微博]世界粮食计划署捐出了 10 粒大米。仅用了一年时间，这个约翰最初为了帮助儿子学习而建立的创意公益网站，现在每天捐赠的大米便足以解决 1 万人的吃饭问题。汇聚散落在各个角落微弱的善的能量，创造出蚂蚁搬泰山的效果。

你也可以一边购物一边行善——参与到爱尔兰摇滚乐队 U2 主唱波诺与若干大型企业联手推出的“红色计划”中来，在诸如盖普、苹果、阿玛尼、匡威等品牌的共约 75 种带有红色品牌“RED”标志的商品里，任意购买一件，便为非洲的患病妇女和儿童购买抗艾滋病的药物出一份力。创意的公益模式与强大的造势宣传，使“红色计划”在启动后的短短八个月内，就为“与艾滋病、肺结核和疟疾斗争的全球基金（The Global Fund）”募集了 1000 万美金。

你甚至可以一边旅游一边行善——参加中国民间公益组织“多背一公斤”活动，在游山玩水的同时，为山区小学生送去他们盼望已久的书本和文具。与兴趣相结合的创意公益模式令人眼前一亮，其效果之好也是创办者安猪远远没有料到的，单是 2008 年，活动捐助的学校就新增了 300 所，曾经的五年目标才用了一年就轻松突破。

可见，不管是个人还是团队，是公民还是企业，做公益，你完全可以换个思路来。

探寻可持续公益模式新路径

2007 年 7 月，美国的一名肾衰竭患者芭芭拉·邦内尔在日夜等待一个健康的肾，就在危急时

刻，让所有人惊喜的是，一位素昧平生的小伙子马特·琼斯决定把自己符合条件的肾脏捐给芭芭拉，但是，他提出了一个特别的条件，即“接受我捐赠的病人，他的家人和朋友中的一个必须也要同样捐赠自己的一个肾脏给其他人”，患者的家属同意了。于是，爱心开始往下接力，只要规则不被打破，这项肾脏的捐赠活动就能无限地传递下去。这就是一种可持续的公益模式。

公益模式的新路径所欲解决的核心问题是：如何使公益行为获得可持续发展的动力？如何使公益行为从个人行为变成群体行为？

从片面共生到互利共生

《吕氏春秋·察微》中有这样一个故事，春秋时期的鲁国制定了一条法律，即如果鲁国人在外国看见同胞被卖为奴婢，只要他们肯出钱把人赎回来，国家就会给他们补偿和奖励。孔子的弟子子贡从国外赎回来很多鲁国人，且情愿为国分忧，拒绝国家的补偿，而孔子却责怪他：国家的奖励让行善的人不仅不会受到损失，而且能够得到赞扬，长此以往，愿意行善的人就会越来越多，该法律便是一条善法。子贡看似高尚的拒绝行为反而破坏了善法延续的规则，拔高了社会对每个人的道德要求，把“义”和“利”对立起来，以至于以后行善的人可能再也得不到赞扬，甚至会被耻笑。相比之下，孔子的另一个弟子子路的做法就更妥当，他救起一名落水者，并收下了谢礼，让善行得以长久的持续。

这个“子路受人以劝德，子贡谦让而止善”的典故正是提出了公益新路径的三大转向之一——从片面共生到互利共生。过去的公益慈善认识总不乏乌托邦式的幻想，但是纯粹、无功利的想法能够激发起建造空中楼阁的冲动，却不能真正为人们提供结实的居所。

事实证明，传统的单项受益公益模式与双向受益公益模式相结合，将产生相乘而不只是相加的效应。正如比尔·盖茨在其文《让资本主义更有创意》中所说：“能利用创新科技帮助穷人的，主要是企业，而要充分利用企业的能力，需要一种更有创意的资本主义，将市场力量延伸，使企业既能帮助穷人，又能获利。”

从支票到行动

但是，要建造结实的居所可不是一句口号那么简单，需要具体到一砖一瓦，公益事业也是如此，开出去的支票要想真正发挥作用，离不开对其中环节的深入参与。吉利汽车[微博]的创始人、知名企业家李书福曾投入 5000 万资助 1000 名品学兼优的寒门学子完成大学学业，但是钱捐出去后，一些并不符合受捐条件的人也拿到了他的赞助。为此，他又不得不自己再掏 200 万寻找真正的受助人，从而把一件公益项目变得复杂而艰难，后来这个现象被人们称为“李书福难题”。

正如“李书福难题”所反映出的公益在执行过程中的错位与模糊，我们无法回避公益行动中善心被滥用的问题，有如此多的公益丑闻表明，没有深入的参与，乌托邦最终将会变成可怕的地狱。

所以，公益新路径的三大转型之二——从支票到行动，就显得尤为关键。

美国通用电气就深刻认识到了这一点：在每一次捐赠 X 光或超声波设备之前，通用电气都需要知晓这些设备最终会由谁来操作、维修和管理——正是这些因素决定了捐赠的设备是否能够真正地发挥作用，而问题的解答也同时要求企业必须参与到项目的实施过程之中，而不只是把钱和物捐出来那么简单。

传统的思维中，公益往往被视作社会精英的行为，导致了公众对慈善捐赠排行榜一贯的热衷与追捧，而对支票数额的过分关注令公益活动的执行力与参与度遭到长期忽视，除此之外，参与的不便也是让公益效果难以扩大的重要因素。让我们感到欣慰的是，像红色计划这样的活动，正在带动越来越多的传统企业实行模式创新，突破限制，为企业与普通人的参与大开便利之门，让公益不只是停留在支票上。

从“输血”到“造血”

由《21 世纪经济报道》发起，雪佛兰汽车赞助的乡村支教行动“红粉笔计划”宣称：文化知识的贫乏、观念意识的落后以及思维方式的单一，都不是靠单纯的财物捐助可以解决的，需要辅以大量优秀人才帮助开阔孩子们的眼界，启发他们的心智，培养他们独立思考的能力以及帮助乡村树立摆脱贫困的社会责任感。而受过良好教育并具有专业特长的商务人士是最合适的人选，他们可以言传身教地帮助乡村孩子们唤起学习的动力和对生活的追求，从而使他们树立自我成长的理念，从“授人以鱼”到“授人以渔”。

如今，这个“红粉笔计划”提出的“自我成长”理念已经被越来越多的公益人士所认同，过去以捐赠为主的公益事业，其作用主要在于“治标”，只能解决一时之难，如若想“治本”，则需要被救助方同时获得一种持久自立的能力，实现公益新路径的三大转型之三——从“输血”到“造血”。

基于对该理念的认同，2007 年 5 月，宝洁公司将其参与支持希望工程的方式进行了全面升级，从单纯的“救助模式”拓展为“救助-发展模式”，即在继续为家庭经济困难的学生提供助学金、帮助乡村小学改造危旧校舍的同时，通过物质、精神等多方面的持续扶持，帮助受助学生和学校提高自我发展的能力。升级的项目还包含了一系列的公益服务产品，如希望工程教师培训、希望工程图书室、希望工程电脑教室、希望工程快乐体育园地等。宝洁将原本单纯的弱势扶助方案由长远效果有限的“输血”转向可持续有效的“造血”，在带给孩子们更全面更立体的帮助的同时，赋予他们自行站立的能力。

能力+价值的实现=完美的公益

有一个关于玉米种子的故事：一位农民的玉米在最佳产品的比赛中连年获胜，当被问及秘诀时，他的答案却让人大吃一惊，他靠的是将自己的玉米种子分给邻居们。不过，转念一想不禁莞尔，由

于风会将成熟的玉米花粉从一块地吹到另一块地，如果邻居的玉米不是好的品种，那么杂交的传粉就会使这个农民的玉米质量不断退化，相反，如果大家种的都是优良的玉米种子，那么相互杂交的玉米也会质量越来越高的。

在故事中，农民拥有高品质的玉米种子是其独特的能力，而想要种出绝佳的玉米是其价值的实现，二者的结合便是一个双向互利的完美公益。同样，如果把公益事业比作一组基因，能力是它的 X 染色体，那么价值的实现就是它的 Y 染色体。

X 染色体：能力

2008 年的汶川地震期间，具有社会责任感的企业纷纷做出了捐助，其中，Google 公司的捐助是最特别的一个，他们捐出的不仅是物资，更有专业技能。在汶川地震发生后的短时间内，灾区的交通和信息遭到了破坏，而震区又恰好不在国内卫星的覆盖范围内，于是国家测绘局向谷歌[微博]公司提出求助，几个小时后，免费的最新震区卫星图片就从 GoogleEarth 的合作伙伴网络传向了国家测绘局和地震局。不仅如此，Google 还利用自己的专业能力，在之后的灾民寻亲活动中发挥了惊人的作用。

从能力优势出发，Google 在汶川地震中所做的事情恰如其分，这种行为与其核心能力是如此吻合，以至于没有谁能够代替。而事实证明，这种专业能力的资源在关键时刻的重要性往往比任何物质还要重要。

如今，由于现代商业生产经营活动的高度细分和专业化，很多企业在某一种或一些能力方面处于绝对的领先地位。由此可预测到，在未来，专业能力的投入将会成为企业运作公益的主要内容。

当然，可以捐献出来的能力不仅包括专业技能，还可以包括个人的兴趣爱好。宝洁公司前 CEO 约翰·白波在其自传性著作《无语之争》一书中提到："宝洁能为社会提供的最有价值的帮助，应该通过宝洁员工的兴趣和能力来实现。这种帮助远比金钱上的援助更加重要。"

在这一方面，国际非营利医疗教育组织奥比斯就是一个成熟的样本。奥比斯通过提供医疗设备和技术以及培训眼科医护人员，协助发展中国家制定长远的救盲计划。与奥比斯合作的个人或机构所提供的主要就是自己的能力，如联邦快递的飞机驾驶员利用休息时间为奥比斯飞机眼科医院义务驾驶飞机，全球的 400 多位顶级眼科医疗人员将年假捐给奥比斯，在业余时间发挥专业能力义务防盲、治盲。

Y 染色体：价值的体现

对自我价值实现的渴望同样推动着公益模式的尽善尽美。

"功夫之王"李连杰在 2007 年创办了以互动式慈善为核心模式的"壹基金"，号召大家每人每月捐助一块钱，互相关爱，彼此关怀。他向公共坦言，要以公益事业作为自己 40 岁后的第二人生计

划："我是一个走过来奇奇怪怪的人，见过很多皇后、总统，见过很多有钱有势的人，见过黑社会，经历死里逃生等坎坷的几十年的人生经验，到今天我才说，我愿意，在我40岁以后，把爱回馈于社会"。

李连杰的第二人生计划不仅实现了自己期望的价值，更是吸引了众多想以另一种方式完善自己人生的人，被壹基金委以重任的执行主席周惟彦便是其中之一，为了达到人生新的高度，这位曾任新浪华东区市场经理和柯达民用数码部中国区经理的年轻女子，甘愿在壹基金不拿一分钱，做了个彻彻底底的义工。

社会物质财富的积累，新一代人所秉持的价值观与理念，对周围世界不断增强的责任感，逐渐催生了个人自我价值的实现与公益相融合的新潮流。但是，在凶险残酷的商界，人们长期以来都将经营目标与社会公益看作是相互独立乃至对立的关系，在大部分人的理念中，企业的公益事业通常只会出于两种考虑：即不求任何回报的回馈性公益，和为了维护与政府机构关系的做秀性公益。

那么，有没有第三种可能性，使企业策略可以同时满足经济效益与社会公益这两个目标呢？

可以说，美国的化妆品公司美体小铺的发展史就解答了这个疑问，自始至终，公益贯穿着这个品牌的萌发和生长：他们反对用动物做实验；通过"贸易但不是救助"的计划帮助发展中国家发展经济；为保护热带雨林做贡献；积极支持妇女运动；成为废物回收利用方面的一个榜样；参加挽救鲸鱼种类的活动；宣传对其他濒危物种的保护；支持替代能源的发展??一路走来，美体小铺的品牌战略与公益紧密相连，相辅相成。同时，通过传达对环境、本土居民以及动物实验等问题的看法，美体小铺不断地将报纸、杂志、电视台吸引过来，品牌影响力也在相应的不断扩张，最终在几乎没有做过什么广告的情况下成为了世界性的知名品牌。在商业丑闻满天飞的今天，美体小铺创造了一个企业战略与社会公益完全融合的绝佳样本，着实值得喝彩。而如何才能将企业的价值与公益完美的嫁接呢？这是一个需要仔细考虑的问题。

联合利华是这么做的，在菲律宾，其每年销售额的80%都是来自于低收入用户市场，为了扩大这块核心市场，他们用公益的途径协助低收入小区杂货店的经营和发展。如此一来，不但小区杂货店得到了发展，联合利华也节省了一大笔建立渠道的成本，相应的还增加了更多的消费者，何乐而不为呢？

同样的道理，通用电气对公益事业的捐助已经足够多了，但他们还要继续捐钱支持教育事业，正就是因为其背后长远的战略考虑——在教育领域的公益投入是为了公司的人才战略服务的，人才的需求正是通用电气与社会的有机融合点。

可见，在这个高度不确定的时代，公益与个人、企业的互动越来越频繁，我们应该学会积极地影响其结果，而不只是被动地作出反应；从自身的能力与价值实现出发，而不是从已有的公益模式

和项目出发。重新想象，每个人和每个企业都有可能成为发动变革的源头。

发现商业与公益的交融点

公益是企业战略新的驱动力

内蒙古库布其沙漠是我国的第七大沙漠，然而，在其边缘的一个大沙丘上，漫天黄沙尽头的一个农场却如海市蜃楼一般呈现出截然不同的景象：大道两旁柳树成荫，繁茂的头都花在墨绿色的田野盛开，大型喷灌设备张开臂膀均匀地浇灌着绿油油的土豆枝叶。这里就是百事公司在中国最大的土豆原料生产基地——达拉特旗模范农场，这片农场由百事公司投资经营和管理。这个塞外江南般的新农村模范基地的产生，最初完全基于百事公司对产品乐事薯片的战略需求，而现在，不仅土豆的种植满足了百事公司的需求，当地的沙尘暴情况也由于土豆的大面积种植而得到很大程度的改善，达到了双赢局面。

这是一个典型的互利共生模型，也是一个模式创新的有趣标本。过去，企业参与公益都比较被动，只能从人们熟知的既有公益项目中进行选择，而百事在达拉特旗的实践则体现出了鲜明的主动性，从自身的需求出发寻找企业与公益的融合点，有针对性地做公益。

不仅如此，在这其中，你还能看到一个完整的链条——从土豆到市场领导品牌再到产业。据此，百事创造性地提出了一个“经营即公益”的模式，将企业的经济价值、生态价值和技术价值与社会共享，最终为企业和社会皆创造出倍增的价值。

如此看来，企业战略完全可以转化为一个兼具良好经济效益与深远社会意义的事情。说到底，世界上很多有益的事情其实都源于对个体利益的需求，重要之处在于，这种个体利益需求从一开始便与社会利益存在一致性，并非相互抵牾的关系。

百事公司的另一项公益事业投入则为我们呈现出了又一种可能性。2000 年，全国妇联下属的中国妇女发展基金会开始组织实施大型公益项目“母亲水窖”，以向社会集资的方式修建集雨水窖或小型集中供水工程，关爱西部妇女及其家庭。在众多参与的企业中，百事的投入不仅限于资金的支持，更将其长期与水打交道积累的丰富经验与专业能力释放出来，对此，百事的理由是：通过自己擅长的方式来做对社会有用的事，才能形成高效的公益模式。

百事将公司利益与社会公益巧妙融合的能力告诉我们，这将成为一个有趣的现象：社会的变革使得企业能力与战略不断进化，企业与公益事业的整合可以像魔方一样变幻多姿，而不是一成不变，枯燥无味。

作为一个始终引领新经济创新之路的先锋式企业，微软[微博]在公益方面同样有着强烈的创新意识。在北京望京高科技园附近，一名打工妹成立的面向外来务工人员子弟的小学向微软公司申请资助，但经过考察，微软公司拒绝了该申请，而是资助了北京什刹海社区的学习中心，并导入其全球

性公益项目“潜力无穷”。原因在于，社区学习与微软价值实现的目标即企业战略存在有效区间（交融点），选择社区中心，更能有效地实现微软的价值输出。

由于有效地坚持了企业引导型的模式，微软在公益方面化被动为主动，尽力避免公益行为的孤立存在，使其成为具有战略意义的选择，实现了整体效应的最优化。成功带领 IBM[微博]实现复兴的郭士纳在谈到企业如何将公益转变成对社会问题“实施真正的变革”时就说过：“如果美国所有的公司都能够思考，如何将自己独特的技能和资源应用到解决社会问题上，那么给社会带来的效益，可能会是 110 亿美元现金捐款的很多倍了。”

公益与品牌的创意嫁接

公益能够帮助企业更完美地实现价值的输出，更可以促成一个伟大品牌的诞生与发展。

一位美艳动人、衣着暴露的性感女子，用手指挑逗性地碰触着双唇，用这样具有强烈刺激性的画面为艾滋病毒感染者筹款，是不是很另类？这就是 MAC 公司用以参加艾滋病防治的 VivaGlam 唇膏系列，迄今为止，通过该系列的销售已筹得超过 1.5 亿美元的善款，并将销售所得全数捐给了抗艾事业，完成了“一支唇膏闹革命”的旅程。另外，这个模式还存在更广泛的社会效益，即帮助激励员工，使 MAC 的员工流动量大大低于化妆品行业的平均水平，至此，MAC 公司的 VivaGlam 唇膏已成为全国“公益事业关联营销”最大胆的样板之一。

“公益事业关联营销”的模式于 1983 年由位居全球 500 强前列的美国运通公司开创，当时，该公司提出了一项创新计划来资助修缮被风化的自由女神像，以通过将特殊信用卡进行的每笔交易捐出 1 美分的形式进行，这个创新计划总共募集了 1900 万美元，在修复了自由女神像的同时，大幅提高了该公司的信用卡用户和交易数量。作为第一个明确提出将公益事业融入品牌营销活动的案例，运通因此开创了一种全新的品牌营销模式，即将企业与非营利机构特别是公益组织相结合，将产品销售与社会问题或公益事业相结合，在为相关公益事业进行捐赠、资助发展的同时，达到提高产品销售额，实现企业利润，并改善企业社会形象的目的。

在今天看来，这依然是一个很了不起的双赢创意：对于品牌而言，这是个低成本、高曝光率的推广手法；而对于公益事业，它又能提供持续的资金支持。在群体心理学中，人们把群体中两个或以上的个体通过相互作用而彼此影响，从而联合起来产生增利的现象，称之为“耦合效应”。在今天，品牌与公益之间，类似的效应也同样存在，而且不断推动着二者的整合互动。

同样的，近两年，制药公司中美史克为其旗下的品牌“芬必得”拍摄的一组公益广告在电视上投放，广告手法和大众常见的药物广告完全不同，邀请收养了 103 个流浪儿的石清华老师和中国的第一代公益律师郭建梅在广告中讲述他们的人生故事。广告激起了很大反响，大家不仅感动于广告中的主角，也产生了对“芬必得”品牌的高度认同。

处在注重“眼球经济”的时代，越来越多的企业选定有价值的公益事业，借助独具匠心的实施策略，将社会上的非营利性事业与商业相结合，将利己主义色彩浓厚的纯商业行为，逐步改变为有魅力的公益之举，最终实现社会与品牌的双赢。

农夫山泉的“一分钱”公益行动也是一个很好的例子，北京申奥成功的 2001 年，农夫山泉推出了“一分钱”广告：“再小的力量也是一种支持。从现在起，你买一瓶农夫山泉，就为申奥捐出一分钱。”这一促销行为，巧妙转换常见思维，将通常让予消费者的利益转换为社会公益，将单纯的市场行为转换为奥运这一关注度极高的公众行为，以促销能够付出的最低代价——“一分钱”，带来品牌形象的最大提升。而结果证明，品牌与公益创新融合的效果是惊人的，在活动实施之后的半年多，“农夫山泉奥运装”在全国销售近 5 亿瓶，比上一年同期翻一番。

除此之外，宝洁品牌价值链公益模式也值得借鉴。在宝洁这样富有创新精神的企业中，品牌由最初的一个标志、符号形象发展为一个精心设计的商业系统，这个系统与品牌的所有利益关系人有着紧密联系，从上游供应商到下游的零售商以至用户，每个环节都有可能为品牌加分或者减分。正是因为宝洁公司认识到了这一点，在其品牌建设工程中加入了一条新的公益链条，与原有的品牌价值链和谐融合，相互促进。不仅如此，宝洁公司还创意性地与供应链上下游的商业合作伙伴及其他热心公益的企业、机构共建公益事业体系：2008 年，中国南方雪灾，宝洁与其上游供应商——包装设备供应商达意隆(5.90,-0.03,-0.51%)共同捐建了湖北某受灾小学；从 1996 年始，每年的夏秋季节，宝洁公司都会在全国大中城市携手下游零售商，开展一年一度为希望工程筹建善款的义卖、捐资销售活动；2008 年，宝洁还与跨行业企业惠普[微博]公司合作，在地震灾区已建的宝洁希望小学和宝洁抗震希望学校援建了 20 个“惠普希望电脑教室”项目。如此一来，宝洁通过公益创新，打通产业链，与社会各方形成良好互动，宣扬全民公益，形成人人参与的“公益总动员”，优势互补，资源整合，创造了更稳固的商业伙伴关系，实现双方美誉度和商业发展的持续共赢。

当今社会，这是一个日益突出的现象：网络的透明化将让品牌彻底裸露于公众视线之下，企业将面临外界越来越严重的监督。所以，任何有悖于社会公众道德、触犯公益的品牌行为都将掀起致命风波。除此之外，品牌还面临另一重危机，即传统营销的逐渐衰落。消费者的生活方式不断碎片化，传统媒介的费用越来越高但传播影响面却越来越窄，消费者对于任何形式的传统广告似乎都不太买账。重重危机下，将品牌与公益进行创意嫁接，使产品从日益同质化的商业世界中脱颖而出，直观地改善了品牌形象，远远超出普通营销项目的意义。

长长的因果链，由你我开始

行善在身边

佛家云：世间万物皆有因果。不管你是否留意过，你的每一次微小的选择背后都有一条长长的

因果链，再细微的举动都可能成为影响世界力量的一部分。

比如一件羊绒衫的生产需要 5 只羊一年的产绒，而一只羊一年要吃掉 2-3 亩草场，在你买羊绒衫的时候，是否清楚这意味着它已消耗了 10-15 亩草场的草。所以，如果你住在北京，又经常遇到沙尘暴，不要一味地怨天尤人，沙尘暴的源头也恰好是羊绒衫的产地，这个结果正是无数个你的选择导致的。

当然，通过公益，你也一样能够成为使世界越来越美好的一分子。Google 的前中国区总裁李开复[微博]先生创办的“我学网”就是为普通人搭建了这样一个互助的公益平台，以帮助年轻人走出困惑，收获经验的“我学网”基于一种彻头彻尾的志愿者文化——所有支持网站运行的人，包括李开复本人，都是义务工作者。以跨国公司高管、大学教授、知名企业家、作家为主的网站顾问基本上都是利用业余时间给青年学子答疑解难，网站的编辑助理，甚至服务器和空间都是由热心的志愿者免费提供。尤为可贵的是，这个网站建立的是一种双向互利的良性机制，其公益模式完全以个人能力为基础，任何人在帮助他人的同时亦会获益，相互促进，良性循环。

让成功更有意义

对于逐渐富裕起来的“新贵阶层”来说，公益还有一个不容忽视的价值——那就是，它始终是一个人由富而贵不可或缺的元素。正如美国著名的实业家卡耐基的名言：“在巨富中死去是一种耻辱。”对于确认一个人的价值高低和人格的完善程度，公益的确是一个很有效的“标签”。所以如今，几乎每个成功人士都有一个公益计划，就像另一场越来越激烈的竞赛，公益成为了社会地位的新象征。也许很多人依然会怀疑他们慷慨解囊背后的动机，但是，从结果来看，这不应该成为一个被嘲讽的现象，毕竟，如果社会地位可以用公益投入来衡量，对于社会并非是件坏事。

台湾的圣严法师说：“成功可以分为三种，一是金钱上的成功，二是权势上的成功，三是人格上的成功。前面二者皆是虚幻的。”企业家王石也认为，参与公益是社会精英“开始自我认识，自我教育，自我完善的过程”。即便是这样，个人的公益行为同样寻求模式的创新和持久，参与其中，像经营企业一样经营公益。

在内蒙古最西部的阿拉善盟，生态的急剧恶化让这里成为了沙尘暴的发源地——只要一天时间，这里的沙尘就能吹到北京。这样一个让政府都无计可施的问题却激起了一群企业家的雄心和善心，他们成立了一个专门的公益机构——阿拉善 SEE 生态协会，该机构汇聚了中国企业家中的佼佼者，不仅有王石这样卓越的大陆企业家，还有来自台湾的诸多企业家。他们将精力投入到了与自己过去的生意毫无关系的事业中，运用过去所积累的经营能力重新创业，开创自己的第二人生。企业家们的方法就是建立一个良性成长的机制：必须立足当地资源，为其造血，让阿拉善盟成为一个适于生活且能够持续发展的所在，让当地人获得改善个人生活状况的能力，为他们创造一个以自己为主体

建设和维护生态的机制，“授人以渔”才能做到可持续发展。

就这样，中国的精英企业家们在阿拉善盟创造了一项具有标本意义的“新贵运动”，这种运动与高尔夫这种所谓的贵族运动有着本质的区别。他们想改变和回馈社会，但是不满足于仅仅给慈善团体写支票，而是想积极地参与到公益事业中来，因而努力探求创新模式，以创业精神将“创造社会价值”与“高效率的模式”相连接。

出于同样的考虑，2006 年，“股神”巴菲特宣布将 310 亿美元捐给比尔·盖茨夫妇的基金会，这位睿智的投资家不直接去建立基金会，就是因为他深知巨额的资金要想在公益领域真正发挥效应，必须有强有力的经营者和创新家，比尔·盖茨夫妇正是最合适的人选。

具有全球影响力的管理学大师查尔斯·汉迪在其自传中这样写道：“如果我想要在别人的生活里占有一席之地，我必须重新发现真实的自我。”

来源：新浪财经

地址：http://finance.sina.com.cn/leadership/mroll/20130415/133415151258.shtml 【返回目录】

光明日报：为“中国梦”注入公益的力量

公益广告“FAMILY”曾经感动无数儿女，唤起他们对父母和家庭的责任与爱。这个广受欢迎的广告创意，就来自于央视向社会公众的公开征集。现在，央视再一次面向全国征集新颖优秀的公益广告作品和创意，意图制作出更多更好的公益广告——

公益广告寻创意期待更多参与

一条公益广告，短则几秒，长不超过一分钟，却往往在一瞬间，让人心头一动，甚至潸然泪下。“妈妈，洗脚！”公益广告中小男孩儿清脆稚嫩的嗓音，成为民众多年忘却不了的记忆。

4 月 15 日，“全国电视公益广告大赛”正式在京启动，首次面向全国征集新颖优秀的作品。大赛设置“电视公益广告作品奖”、“电视公益广告最佳网络人气奖”、“电视公益广告创意脚本奖”等奖项，获奖作品将在电视台、网站和户外等 35 家媒体持续展播。

记者从组委会了解到，本次大赛并不是一项专业领域的广告比赛，而是希望所有人都热心参与，因此专门设置了“电视公益广告创意脚本奖”。因为制作电视广告作品需要一定的专业技能，但提供广告创意脚本是没有门槛的，每个人都可以参与，提出自己的公益主张和创新表达，优秀的创意脚本央视还将购买版权，并出资拍摄制作。此外，大赛还设置了“电视公益广告最佳网络人气奖”，每

个人都可以通过网络对公益广告投票，表达自己的意见，选出自己心中最佳的电视公益广告。

本次大赛历时四个半月，4 月 15 日起到 7 月 31 日，是大赛的作品报送阶段，8 月 1 日至 18 日是作品整理、评审阶段，8 月底将举办颁奖晚会。

“我们希望通过征集和展播主题明确、形态多样、富有新意、行动力强的电视公益广告作品，激励更多的人参与公益事业，将每个人的公益心和公益理念转化为实际行动。”中央电视台副总编辑兼广告经营管理中心主任程宏如是说。

一条公益广告就好像是一盏灯

近年来，越来越多主题多样、制作精良、创意新鲜的公益广告，走进人们视野。2012 年，中央电视台推出了 130 多个公益广告，播出频次约 20 万次，播出时段总价值超过 20 亿元。各类公益广告的主题可能不尽相同，有反映社会热点类的，有提倡节约环保类的，有构建和谐社会类的，有弘扬传统文化类的。有一点共通的是，公益广告中的正能量为化解社会戾气开具了“良方”。

曾在央视黄金时段播出的公益广告“FAMILY”就是这样一张“良方”。这则首次由央视广告中心向社会公众征集的公益广告，创意虽简短，可内涵却极其深厚，转载、传看，好评不断。有网友说：“央视的公益广告‘FAMILY’太让人感动了，看一次就想哭一次，想起自己以前是那么的不懂事，总想离开家，现在经历了生活的磨练，懂得了要孝敬爸妈和守护我们的家。”另有网友评论道：“‘FAMILY’广告创意十足，善于发现，依托几个字母的跳动寓意，道清了‘家庭’的含义。有爱就有责任，家和万事兴。”这部作品最终摘得第 26 届中国电视金鹰奖优秀电视形象宣传片奖。

正如一句著名的公益广告词所言，一条公益广告就好像是一盏灯，灯光亮一些，我们身边的黑暗就会少一些。中央电视台台长胡占凡指出，希望通过公益广告为“中国梦”注入公益的力量，弘扬当代中国社会的价值观。“当前，全国各地正在热议‘中国梦’，我想，这个梦想不仅包括物质的丰富，更包括精神的富有。”

国家广告研究院院长丁俊杰认为，借公益广告引领社会风尚，凸显社会主流价值观，反映百姓心声，不仅是媒体的重要职能，更成为媒体公益为先的社会责任。“公益广告是文化建设的组成单元，国家级的媒体应该在这方面发挥带头作用。黄金时段收视率最高、影响力最大，应该有一定数量和一定水平的公益广告来传播社会文明，引领社会风尚。央视在公益广告方面的表现值得关注和肯定。”

公益广告提升空间巨大

近几年来，虽然我国电视公益广告发展迅速，但是在制作、创意和影响力方面，仍然有很大的提升空间。有资料表明，文明程度越高的国家和城市，公益广告越多。一些发达国家，如美国、法国、日本等国，公益广告占到企业广告发布的 40%，而我国的公益广告在广告总量中一般不足 5%。

“中国电视公益广告在制作、创意和影响力方面，与世界水平依然有很大差距，中央电视台有

责任推动其发展，扩大公益广告的影响力。”程宏表示，这次大赛不希望办成组委会关起门来做的封闭式比赛，而是希望全程公开，在过程中不断完善和丰富，持续扩大赛事的影响力。“因此，我们与各省市电视台、各主流网站以及平面、航空、移动、户外媒体大力合作，一边征集作品和创意，一边展播优秀作品，一边发动社会热烈讨论，吸引全社会广泛参与。”

当前，企业已成为我国公益事业与公益广告的重要参与主体，企业赞助公益广告也正在成为趋势。今年 1 月 21 日，中宣部、中央文明办、中央外宣办、工业和信息化部、国家工商总局、国家广电总局、新闻出版总署七部委联合发文，强调要动员社会力量参与公益广告，可选择信誉度高、公众形象好的企业冠名，推动公益广告宣传常态化。

来源：光明日报

地址：http://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2013-04/17/nw.D110000gmrb_20130417_1-10.htm?div=-1

【返回目录】

晶报：公益的“眼泪指数”

缘由

清华大学邓国胜老师批评目前公益项目大多依赖“眼泪指数”。究竟“眼泪指数”对公益有何影响，它又是怎样在中国公益形成的，疑问就像洋葱，需要一层层拨开。

眼泪之后，多走一步

张梦颖

《公益时报》副总编辑

记得以前因为一个版面的稿件和某同行有过一轮探讨，当时是一个图片专题版，反映的是农村小额信贷，中间大部分的照片都集中展示了该贫困地区农民在接受小额信贷得到帮助，生活得到一定改善的场景，人们的脸上少见阴霾，此前这批人的生活困境仅在图说里做了简短的说明。这位同行当时尖锐的指出，做公益扶贫类报道，没有展示任何贫穷和困窘，就达不到震撼的效果！

做新闻报道其实切入点和落点不一而足，见仁见智，但我不认为做公益类的报道，就只能把伤口反复撕开给人看。

如果回顾几次在微博上掀起广泛的传播以及讨论的高潮的公益事件，我们最常见的也是一些猛烈的撕开伤口的手段。去年在网上甚至出现过晒出死亡儿童开胸验尸的图片传播。类似这样的行为，类似这种图片猛一接触，很容易激起人心理上强烈的愤慨甚至生理上的痛苦反应，愤慨进而激发转

发的热情，瞬间把舆论置于一片血泊的海洋。但是在情绪涌动之下，我们也常常容易忽略对事件信息全面的认识和仔细的追问。所以类似这种行为，究竟会把事情推向何方还真是难以预知。

简单的撕开伤口，有时候是一种近乎非理性的行为，而且会造成很多后果。

记得有一次在一个和公益圈的人士交流的场合，一位在中国从事公益的外国朋友问我，为什么中国的媒体对于公益的报道那么温和，为什么不能再犀利一些？当时瞬间还真把我问住了，但转念一想，我这样回答——媒体的本质，除了追问事实之外，还有一个就是发现价值，而今天从事公益类新闻报道，是仅仅撕开伤口，或者再加上报道一些好人好事就够了吗？这不尽然，或许试图去解释公益世界，发现再急剧变动的发展脉络中的价值是更加需要的。负责任的媒体，不应该沉醉于渲染苦难，而应该研究解决苦难的方法，关注公益操作层面的操作者以及他们的思考、行动，才是正途。

我们每个人都应该仔细想一想，是沉浸在苦难中，还是可以从伤口往前再走一步？

话又说回来，前两天有机会拜会红基会的刘选国先生，这段时间，他花了很多时间研究国外的一些大型的基金会，谈论中，他提及了一个“零售式慈善”的概念，他举例说早期洛克菲勒基金会正式成立之前，实际上洛克菲勒的行善方式也是零售式的，后来成立了基金会进行专业运作后，才逐渐发展到今天这样的规模，成为了一个“伟大”的基金会。

在此处我提及这个概念，是因为我认为，公益中的“眼泪指数”实际上即使催生了公众随手做慈善公益的行为，但更多直接催生的往往也是一种“零售式”的公益慈善，“零售式”的公益和慈善，相关联的是慈善资源使用的效率低下——从社会“第三部门”进化进程的角度观察，这并不是一个能将零散的社会资源最大化的好方式。其实最理想的方式，还是社会公众中，自发产生关注某些领域的专业公益组织，公众将手中能够捐出的小小的慈善资源汇聚到一起，由这些通过自己行动赢得公众信任的组织去直接进行救助，而反过来，公众也对自己的捐赠使用有一个问责的主体，这样远远比看到一张图片落泪，直接往私人账户打钱效果好的多。

当然说到这里很多人会觉得我太过理想化了，很多人会觉得对公益组织根本就不信任，所以还是宁可用最直接的方式提供帮助。我要说，任何事情的发展都有一个过程，公益的行业也在不断地发展和变动中。好的模式，不应该因为发展道路上遇到的一些特殊的环境和产生过问题而被全盘否定。

媒体要善用自己的舆论资源，公众要善用自己力所能及的捐赠，首先都要学会正视伤口，擦干眼泪，再多走一步。

为什么你的眼里常含泪水

郭敏

云南信息报《公益周刊》主编

我手边正好有一本书，台北海外和平服务团泰国工作队领队赖树盛先生的《边境漂流》，记录他从2003年开始在泰国边城美索镇的国际服务及志工经历。封底的一段文字，他散步时候看见一户新搬来的缅甸人家在地上用餐，男主人朝他招招手示意过去，他的第一反应是他们可能是向他讨钱，但结果是他们想邀请他一起晚餐，“强忍着眼眶里的泪水，我落荒而逃似的在道谢后匆匆离去。那是感激的泪水，更是羞愧的泪水！脑海中出现很多疑问：是谁富有，又是谁贫穷？是谁自私，又是谁无私？到底是谁在帮助了谁？”

这段文字真是好，好在它道出了公益的眼泪为谁而流的问题的本质。而后面的一连串的追问，恰恰是答案。

另外的一个例子前两天刚刚发生在我身边。昆明本土一家致力于公益徒步的机构，组织了一场梯田徒步，途中在一所小学做活动，机构的负责人在台上声情并茂地向孩子们演讲，“想一想你们艰辛的父母”、“想一想你们疲倦的老师”等等各种催泪的句子，有些话纯粹罔顾事实胡乱编造，终于把台下的孩子们都说哭了，他的演讲也结束了。据说这是这位仁兄的一贯手段，不见眼泪不闭嘴，这手法有人赞同，也有人反对。

公益和眼泪到底是一种什么关系？过去的做法，包括现在很多人（尤其是企业家）和机构，在做公益宣讲、筹款和倡导的时候，一定要从情感诉求上把人说哭，好像眼泪是公益的灵魂一样。如果按照眼泪指数划分，应该有不少人认为五颗眼泪的事情一定比一颗眼泪的事情更重要更紧迫，这当然是偏见，因为有无数事实证明眼泪是可以骗来的。

实践公益的途径有千条万条，没有统一标准，所以催泪的方式未尝不可。但是有几点我认为要注意，第一是不能强迫，自己流泪不能也要求别人流泪；第二不能说谎，不能为了让别人流泪而编造故事；第三不能因为感动而淡化或忽略了其他的公益诉求。

那么我个人的观点是，流泪是纯属私人的事情，它可以成为公益事业的附属品，但是不应该成为它的产品。公益事业的附属品可以有感动有眼泪有心灵的净化有技巧的提高，但是公益事业的产品应该是社会问题的解决。

公益事业牵扯着人性，甚至是人性最脆弱的一面。回到赖树盛先生的例子，再理性的人，处在这样的环境中，也避免不了有感性的发作，也就是流泪。但是眼泪应该为自己而流，是自我情绪的表达，它对我们了解自己的所为，起到启发的作用，但是不应该成为拔高我们道德感的催化剂。

说到底，公益应该讲求如何平衡感性与理性。全凭了感性，会失去方向，全凭了理性，会失去力量。

《阿甘正传》与“眼泪指数”

刘敬文

晶报《深圳公益周刊》主编

第一次听到“眼泪指数”这个词语是在《公益时报》的一篇报道上，清华大学邓国胜老师批评目前公益项目大多依赖“眼泪指数”。我认为这个词语很好，之前有相类似的词语如“悲情公益”啥的，都没有“眼泪指数”形象。

“眼泪”相信是很多公益项目无法避免的，确实很多弱势群体的遭遇让人不禁伤怀，可是“眼泪”如果成了唯一的元素，成为了“指数”，那这个公益项目的专业性是存疑的。

媒体人需要自省的是，往往这一类的公益项目，是在媒体的助长下促成的，甚至可以说，在公益刚刚发育的时代，一般是媒体发起类似的救助项目，我们经常能够在媒体上看到这样的项目，例如某家庭遭遇严重家庭危机，宝宝突然患了重病，家庭陷入困境，公益组织介入，或者媒体单独介入，这个时候，媒体会把家长涕泪俱下讲述自己的困难的细节放大，从而引发大家的关注，引起公众捐赠，我们很少回头想想受助者的感受，他个人和家庭的尊严。

从项目的专业具体说，这一类“眼泪指数”项目是由于行业发育不良，公益组织无法靠专业的工作取得日常的募款导致。中国的公益人刚刚才开始接受专业募款这件事，行业上比较专业的基金会，才会有专门的部门去负责日常的募款，因为从前行政化时代的基金会，钱不是主动募集而来，基本是大企业送上门的，这个所谓“以权谋捐”，留待下会分解。

表面上看，“眼泪指数”似乎仅仅是过于悲情，过度表演而已，实际上它对公益行业有极强的消解和破坏作用。需知道，悲伤是一种在日常生活中不太日常的情感，感动同样也不太日常，“眼泪”并不是一个让人愉悦愿意持续去做的事情。我们在潜意识里，其实是避免面对这样的情况的，如果大部分项目都是奔着“眼泪指数”去的，这会虚耗公众的情感，让公众潜意识产生一个对公益行业潜在的负面评价。就像李清照的词“悲悲惨惨戚戚”，可是她如果每一首都是这样，相信大家会避免读她的词。

我心目中好的公益项目传递给公众的感觉应该是跟看了《阿甘正传》一样，笑中带泪，而且那种眼泪是在眼眶里晃着晃着不会落下的，大家不仅仅在这里看到无奈，同样能看到弱势群体的自信、有尊严的一面。

我也经常发现，操作“眼泪指数”这种项目的从业者往往有很强的救世主心态，这是很要不得的，从来没有救世主，公益的介入并不能彻底改变弱势群体的命运，充其量，就是陪伴着受助者一起，积极去面对这个命运。

写到最后，我发现“弱势群体”这个词语本身也有过度解读的意味。阿甘是所谓的弱势群体，可是，他从来没示弱过，他一直是自尊自强地努力着，而陪伴他的妈妈，注意是“陪伴”，就这样陪

伴着，她的眼泪，从来没有掉下来。

来源：晶报

地址：http://jb.sznews.com/html/2013-04/15/content_2444129.htm 【返回目录】

中国发展简报：当公益遭遇潜规则

我们因何暴走？

因为理想，因为爱情，

因为信念，因为了解。

无论我们的地位有多么悬殊，我们的财产有多么悬殊，我们无非都是一样在路上行走。

这是上海公益事业发展基金会（联劝）推出的“一个鸡蛋的暴走”公益筹款活动导语，参与者需在 12 小时内走完 50 公里，并游说周边朋友为其暴走行为捐赠善款，用于为贫困地区儿童每天提供一个鸡蛋。这个疯狂、好玩又感人的快乐公益创意落地后，很快激发了公众的参与热情。2011 年首届活动 122 支队伍逾千人参加，募资近 68 万元，到 2012 年第 2 届活动，参加者增加至 208 支队伍 2000 多人，募资 237 万多元。从第 2 届起，“一个鸡蛋的暴走”转型为平台性筹款活动，在延续先前活动的同时，联劝还采用了创新方式征集儿童类公益项目并提供资助，让捐赠人参与决策善款流向，提高项目的规范透明度。“一个鸡蛋的暴走”迅速成为一个具有影响力的公益品牌。

今年 4 月 20 日，第 3 届活动的 400 支队伍约 2000 人，也将在路上行走。但活动前网友在微博上爆出部分队伍被取消资格的事件，引发了轩然大波。

辟谷济善团队在 2 月 4 日经过抽签和公证程序，共有 8 支队伍正式获得参加资格。随后启动了相关的组队和筹款活动，并将先期筹到的款项打入联劝账户。3 月下旬，该团队却突然被联劝通知取消参加资格。这对曾连续两届参与“暴走”活动，并因表现不俗而获得联劝颁奖的辟谷济善团队而言，无异于晴天霹雳。辟谷济善团队成员以定期辟谷的方式从事慈善活动，用省下的生活费捐助受困者。

辟谷济善团队与联劝进行了多次沟通。网友因韬披露，得到的答复，包括“活动人数太多”、“上级单位说你们的队伍有敏感词”、“没有书面通知，也不做公开说明”、“如果你一定要理由，就是联劝的潜规则”等等。在辟谷济善团队看来，这些答复均含糊其辞，不具说服力。在 4 月 8 日晚最后一次联劝组织的队长见面会上，辟谷济善团队陈述了自己的观点并表达了诉求，呼吁联劝公开道歉

并恢复其参加资格。他们还出具了律师函，表示如果不能达成上述结果，将通过法律途径维权。到 4 月 15 日双方商定的最后答复期限，联劝仍然保持沉默，辟谷济善团队最终按计划向法院起诉。辟谷济善的“步步紧逼”，考验着联劝的立场站位，以及处理危机的智慧和能力。

关注此事的网友和业界人员众说纷纭。有观点认为，联劝也是受害者，是被隐在幕后的干预者潜规则了。有网友从“顾全大局”的策略出发，认为被潜规则的联劝如果起而抗争，会成为“烈士”导致整个活动泡汤，因此有必要做出妥协。而网友@平璋 9 则回应：“今天因为压力，你可能取消我们的资格；明天因为压力，可能不按公平的程序，将公众的钱转给红会。后天就会因任何原因使公益的规则走形。” @平璋 9 发出追问，“正是太多的‘顾全大局’，才有现在这么多的社会问题。”让人感受到草根公益者面对现实困境不妥协、不放弃的坚韧、执着与锐气。网友@因韬同样质疑，“以‘独立’、‘草根’和‘民间’来自我定位的联劝，你可曾为我的离开而抗争？” 他们坚持，公平、公开、公正，是公益行业不可触碰的底线。

公民社会的成员是推动社会变革的公益共同体，但在遇到一些需要价值判断的问题时，由于站位（定位）、处境和行事策略的不同，或者价值观存在差异，就可能出现分歧，产生分化。

作为公益生态链上的重要一环，联劝定位为草根支持，承担着对接政府和草根 NGO 的功能。左手政府右手草根，是基于两方的信任。草根的热情参与成全了联劝的影响力，也为政府带来了社会管理创新的政绩。同时，活动规模和影响力的扩大，也会使政府增加了担心而变得谨慎。联劝作为“夹心饼干”，有着草根没有的“风光”，但“在体制内做事”，背后的难言之隐和尴尬也许并不为人所知。假设“幕后黑手”的操控一说成立，面对潜规则，联劝在策略上可能更希望通过牺牲“细节”而“顾全大局”：否则如传言所预测的，可能意味着活动的整体取消，丧失已经拓展的空间。但隐忍和妥协，也意味着联劝需要面对草根的诉求，承担质疑并损伤部分公信力。

联劝的主要发起方，恩派公益组织发展中心主任吕朝在 2009 年曾发表文章《净土和江湖》，告诫希望进入公益圈的新丁们，NGO 并非净土，NGO 是个江湖，泥沙俱下，鱼龙混杂。在江湖里混，必然是台面上的明规则与台面下的潜规则并行。信奉理想和公平正义的 NGO 人，需要直面这个现实。

而 NGO 圈外的社会环境，是一个更大更复杂的江湖。公益的理想和普适规则，更会受到社会潜规则的挑战。在公益的江湖，纯粹的理想情怀尽管可贵，但往往被现实的江湖，被变通、妥协和周旋之举碾得支离破碎。一些公益价值的是非原则和底线，面对现实的逼仄，很容易被模糊化，并演变为不同的应对方式。这次事件提醒人们，公益是一种社会变革，不是请客吃饭，不是鸟语花香，公益是面对现实问题的真切触碰和冲撞。

行走在江湖，透明的天花板随处可见。在现实的环境下，如果将“幕后操纵”理解为一种“不可抗力”，也许联劝的难言之隐能够让人产生同情。面对不可抗力，每个机构都有自己的局限，只能

做力所能及的担当。与潜规则背后的真相同样重要的，是面对潜规则的应对原则。这关乎智慧、策略、勇气和担当。是冒着成为“烈士”的风险赢得尊敬，还是“顾全大局”让整个活动得以继续。正如网上讨论所表明的，不同的人有不同的答案。在公益的大旗下，有不同的角色，不同的站位，多元化将是公民社会的常态。

假设“幕后操纵”是这次事件的起因，那么这恰好暴露了有关部门在“维稳”和依法行政中存在的问题：正是因为有关单位行事诡秘，不能将自己的行为置于透明法治的框架下，担当起自己的责任，才让联劝背负这个黑锅。初生的公益事业还很脆弱，事件的关联方，包括联劝与草根机构，谁都伤不起。

2012 年 11 月，反歧视机构——-南京天下公起诉苏州一家酒店违约，单方终止会议服务合同。今年 3 月，当地法院判决酒店方败诉，向天下公返还定金并赔偿损失。法院并未采信酒店方所称，警方“维稳”是导致终止合约的不可抗力的理由。媒体评论说，这可能是因警方“维稳”导致酒店违约官司中，中国公益机构获得的第一份胜诉判决。

可以预见的是，随着公益政策环境的改善，会有越来越多的公益组织和公益活动高调进入公众视野，也意味着政府相关部门在社会管理（包括“维稳”）活动中，亟需提高规范化和透明化的行政能力。就算是出于“维稳”的目的，公开出来又有什么为难的呢？

现实中的公益，尚不是理想和信念构筑的净土，是需要去澄清的江湖。

来源：中国发展简报

地址：http://www.chinadevelopmentbrief.org.cn/qikanarticleview.php?id=1376 【返回目录】

文汇报：公益人探索“后暴走时代”

“一个鸡蛋的暴走”今年尚未启动网捐已达百万元，但项目做得很累—— 公益人探索“后暴走时代”

叶盈辞职了，带着对“一个鸡蛋”的爱和眷恋，离开了联劝——上海公益事业发展基金会。在今年的“一个鸡蛋的暴走”中，这位辛勤耕耘的公益人将只作为志愿者现身。虽然这有点突然，但叶盈说，“鸡蛋”已经成熟，作为对外公关主管的使命也完成了。

明天，“一个鸡蛋的暴走”又要启程了——392 支队伍、2000 多位爱心人士，将徒步完成 50 公里爱的旅程，为“一个鸡蛋”等儿童公益项目筹款。目前，网上捐款已达百万元。本报记者也将组

队参与这次活动。继去年春天“一个鸡蛋的暴走”后，这项沪上超大规模的民间公益行动已进入成熟期——“后暴走时代”里，有无奈和忧愁，但爱和梦想依然同在。

捐赠人决定善款流向

联劝的朱赟皎说，今年的筹款目标是 300 万元，去年募得 237 万。其中企业捐款部分有约 16 万元用于行政经费，221 万元直接用于项目。因为这个数字远远超出当时“一个鸡蛋”项目所需的 100 万元，“甜蜜的烦恼”随之而来，余下的 121 万元善款，怎么用？

按照基金会管理条例，项目款项需要在 1 年内使用至少 70%，善款必须投向更多公益项目。联劝当机立断，决定将这大笔善款流向的决定权，交给捐赠人。从去年 6 月至今，联劝举办了 6 场“评审会”，从全国筛选的优秀公益项目，一个个“过堂”，由捐赠人代表和公益顾问组成评审团，投票决定是否“给钱”。

爱聚公益的谭静远，在评审会上当场流下了热泪，她带来的农村留守儿童健康体检项目，经过“答辩”最终获得约 10 万元善款。就在这眼泪和喜悦中，全国 16 个优秀民间儿童公益项目获得了资助。而广受关注的“一个鸡蛋”项目，截至 2012 年下半学期，已惠及 23 所乡村小学、5643 名学生与教师，让他们每天吃上了一个鸡蛋。

“联合劝募”刚刚起步

如果仅从投入和产出看，“一个鸡蛋的暴走”的筹款效率并不高，但是公募活动的社会影响力，却是公益人固执坚守的动力。从“一个鸡蛋”项目本身看，公众捐款均为“直投”公益项目，目前，联劝基金会仍然不会从公众募款中提取行政费用，虽然这避免了滥用善款，但由于运营成本不能保证，项目做得很“累”，效率受到制约，公益人的劳动付出也得不到更多保障。在叶盈的“使命完成”背后，有些至今无法突破的桎梏，或许是公益人出走的潜台词。

作为民间公益草根，联劝基金会一直有个关于“联合劝募”的梦想，就是通过一个专责募款机构，有效集结社会资源，再按需分配给合格的公益组织，并且代替捐赠人监督善款使用。虽然这一模式在国外已发展了上百年，但目前国内还没有成熟的民间联合劝募组织。3 年多前，这群热心公益的年轻人成立联劝时，目标就是搭建捐赠人与公益组织间的桥梁。

眼下，不少事都有了眉目，但“联合劝募”之路还只能算起步。民间公益的公信力依然是最大的考验，国外的经验似乎也无法照搬到国内。从联劝现有的公益项目看，规模如何扩张，管理效率如何提升，如何更加专业化，如何突破项目设计能力的局限性……都面临自我挑战。“后暴走时代”，公益人仍将在探索之路上继续“暴走”。

来源：文汇报

地址：http://whb.news365.com.cn/zhxw/201304/t20130419_1076191.html 【返回目录】

NGO发展交流网：斩断公益界那只看不见的“怪手”

最近，上海知名的公益行动项目“一个鸡蛋的暴走”引来众多非议之声，其因组织活动中途取消了8支队伍“参与名额”而招致参与者、同行的质疑。

按理说，参与名额的征选标准自早有定论，作为组织者更有充分的技术水准来操持，可是，被取消资格的队伍组织者去年曾参与过该公益行动，并圆满地完成了筹款、组队、参与等行动，而且此次明明通过了公开抽签、并获得8支队伍的暴走名额，3月２０日却接到主办方的通知称，“资格被取消”。这对参与者而言，自然有被戏弄之意，但无论如何都想探究其中的因由，“要说法”成为行动者反击的第一步。

围绕着筛选标准，被取消资格的参与者穷追不舍，活动主办方联劝基金会工作人员朱赟皎说：“我们进行了一些相关条件的匹配，基于一些关键字和敏感词，最终取消了8支队伍的资格，他们质问我什么关键词、敏感词，这真的没法告诉大家。”主办方虽有难言之隐，可是对于行动者似乎根本无法接受如此说法，更因没有书面通知及相应的沟通，使被取消资格的行动者颇为不满。双方未有更进一步针对身份问题的针锋相对，却引来无数民间围观者，众说纷纭之中，各种信息也由此不断被披露，民间的意见大多倒向行动者，并质疑主办者有“因性治罪”之嫌。为此，行动者欲诉诸法律途径来面对这样的“无理纠纷”。

行动者对“身份敏感”的界定当然颇有微词，毕竟这有政治定性的倾向，对于参与者而言，公益行动的指向不应该有任何政治定性的因素，况且，比较有影响力的公益行动之所以广受关注，莫过于其行动理念与参与者的价值谱系同合，才能引起琴瑟共鸣，才催发行动者为共同价值奔走呼号。在当下价值同行的公益行动表里，不管组织者具备怎样的公益素养，推行怎样的公益秩序，人们往往只看重的是行动指向的社会问题，而这样的社会问题深深唯系着行动者价值取向。

只是，在当下任何指向公共议题的公益行动都会包裹着某些政治潜规则，此缘于公权与私权、公共领域与行动领域、组织诉求与个体诉求尚有割裂的社会领域中，政治往往高于社会、法治理念之上，也无怪乎，富有影响力的社会行动者会招致莫名的“政治潜规则”。主办方迫于怎样的压力，无从追索，以现今他们的姿态而言，行动者们认为他们枉顾公共舆论不愿真诚对话，已经难有信任之托。

固然，双方的拉锯战从目前来看仍难见分晓，一个穷追不舍，一个有苦难言，最终是否会从法律层面上见分晓，自难判定。倒是，在此事件中，值得我们思考的是，主办方遇到政治“不可抗力”，行动者遇到了主办方的“潜规则”，始作俑者是谁？我们应该如何斩断公益界那只看不见的“怪手”，还公益清明？

对于始作俑者，民间言论自有定论，虽未被挑破，但大家似乎也心知胆明，可面对这样的政治压力，面对民间行动空间被公权力挤压，行动者与公益组织的立场与疑惑始终存在差异，行动者更趋向于追求公民的自由人格，公益组织更趋向于安全生存之下渐进发展，这种真实的差异无法用只言片语来填平彼此的鸿沟，但两者之间始终存在一些共同价值认知与情感认同，基于对公益秩序的良性发展的共识，是否应该思虑：基于事件真相，导向公民社会中良性的公共领域对话，使两种差异认识能有交集？使民间的纷纭议论声更趋于理性探讨当下的社会发展议题？

正如台湾学者吴介民先生所言，民间社会不等同于公民社会，唯有各个认同主体都能够在公共领域当中，公开无惧但不失温雅地自由沟通，公民社会才有存在的条件。公民社会，可以对政治问题的解决方案没有共识，但是不能不努力经营一个可以包容差异的公共基础。联劝基金会可能还未意识到，该事件在被媒体报道、引发各种热议之后已非只是双方之间的份内事，它已经关涉到未来行动者在遇到不可抗力时将要争取怎样的抗争空间，诚如不久前公益组织南京公天下状告莫泰酒店一般，“反维稳”胜诉意味着将维稳过程公开化并不会“见光死”，唯有行动与博弈方能扩宽行事空间，而南京公天下也做出了将愚民政策剔除出公共事务的有益探索。

无庸置疑，行动者历来都信奉主张自身权益的行事逻辑，但联劝基金会输就输在了顺从了公权力的“造反逻辑”。对于这种二元对立逻辑，公益行动一直致力打破，自然难以接受。当然，在该事件中，出现任何非理智的声音，或出现二者肉博、相互诋毁之举都不可取，民间社会取得共识需要双方共力，我们应乐见行动者公民权利意识的浮现，也应乐见公益组织能自力救济应对政治压力，将个别社会团体中的“私事”扩延至“公事”，构成一个“讲道理”的社会公共生活。

来源：NGO 发展交流网

地址：http://www.ngocn.net/?action-viewnews-itemid-86854 【返回目录】

都市快报：创意正在推动一种新的公益模式

公益创新-创意

三块钱，不算多，却能让一个山区孩子吃上一顿热腾腾的免费午餐；一公斤，不算重，却能为一个班的孩子带去一份丰富的精神营养品。

4 月 12 日，一个直径 1.8 米的比萨被快报读者爱心认购，筹集的钱将为 270 多个孩子送去一份免费午餐；民间公益“多背一公斤”，最近推出升级版的“一公斤盒子”，将为山村小学的孩子带去

一学期的创意课堂。

类似的慈善创意还有很多，比如“首席执行官露宿”（上千名澳大利亚工商界大佬脱下西装，在街头露宿，为流浪汉募款）、“幸福对半分”（巴西一家公益机构与连锁超市合作，推出半份比萨、面包、水果、蔬菜等食物，顾客全价购买，所付金额的一半用于帮助营养不良的儿童）……

每一个小小的慈善创意，都在让生活更温暖，并改变着我们的世界。

一份比萨一份爱心

三块钱可以做什么？可以买到一份现烤的比萨，同时为江西鄱阳山区的孩子买到一份免费午餐——四两米饭和一份荤菜一份汤。

4 月 12 日下午，在快报 15 周年读者节世贸站，菲滋意式休闲餐厅现场烤制的巨型比萨被分成小块向读者义卖。“80 后”的小杨买了一份，她说，“三块钱对我来说是个小问题，对孩子们却意味着一顿午餐，这样的活动挺好的”。整个义卖活动共筹到 830.7 元善款，将全部用于免费午餐项目。

除了比萨义卖外，支付宝在现场展示的两台声波售货机，也将把售卖可乐的款项全部捐给免费午餐。

通过创意来做慈善，快报已经做过不少尝试。去年 12 月，在快报即将跨入第 15 个年头时，一场创意慈善下午茶，为浙江开化 5 万多孩子成功募到 2013 年大病医保资金。浙江卫视主持人华少的“中国好舌头”——用 30 至 45 秒时间为爱心企业录制一段广告语口播视频，被杭州千岛湖啤酒有限公司以 10 万元的价格竞拍成功。

最近，华少已经把录好的口播视频发给千岛湖啤酒公司，后者策划的一场“千岛湖生态好啤酒，挑战好舌头”活动，已在 1045 女主播电台启动，明天起网络挑战赛也将展开。

“快报这场慈善下午茶活动，有创新、有创意，既帮助了企业品牌推广，也帮助了一批需要大病医保的山区孩子们，让双方都能从中受益。”杭州千岛湖啤酒有限公司市场总监郑名善说。

一个鸡蛋一场暴走

快报推动的免费午餐项目中，每周必须有一餐保证每个孩子有一个鸡蛋吃。上海也有一家民间公益机构在为“一个鸡蛋”而奔走。

“一个鸡蛋的暴走”，由上海公益事业发展基金会（又称作“联劝”）发起，最初只是为西部贫困地区的孩子筹钱买鸡蛋补充营养，现在发展成一个平台性公益筹款活动。

它的募款方式很特别，就是通过挑战徒步 50 公里，向各自亲朋好友打赌筹款。参与者绝大多数是公司白领，他们通过各种方式、算法来筹款，有的是跟朋友打赌，走完全程捐多少钱，有的是约定走一公里朋友捐多少钱。2011 年，一位参与者用钢筋条做成鸡蛋壳扣在身上，上面用纸糊起来，辟出很多广告位，连他的光头也被画上很多广告，他通过这种方式募到约 5 万元善款。

去年，“一个鸡蛋的暴走”筹到 237 万多元，这些钱用于包括“一个鸡蛋”项目在内的 16 个民间儿童类公益项目。今年暴走活动将于 4 月 20 日在上海浦东举行，将有 392 支队伍、2000 多人参加。

“一个鸡蛋”项目负责人王可东说，暴走活动很大程度上借鉴了香港乐施会的 100 公里毅行。这是香港最大型的徒步筹款活动。“现在整个公益行业都特别推崇创新，创新能给公益行业增添很多活力，增加曝光度，这肯定是公益行业会继续追寻的一条路，因为有创新才能有生命力。”

一个盒子一个课堂

一个叫“一公斤健康盒子”的公益产品，最近刚刚破壳而出。这个盒子“装”进了一堂课，可以让学生通过角色扮演、相互体检，共同发现自己及朋友的健康状况，自发地提高健康意识。

“多背一公斤一开始是呼吁大家旅行时带一些文具、书籍到学校，但渐渐地发现，乡村学校对硬件的要求越来越少，反而缺乏的和难解决的是人的问题。”“一公斤盒子”项目负责人谭静远说，“志愿者可以给学校带去比较新的活动、知识，我们就想可以给他们提供一些什么支持，最后想到这样一个工具，让志愿者去上课、做活动时会更专业、更简单，学校老师也可以尝试上一些不同的课，改变上课的方法。”

他们开发出的戏剧、阅读、美术、手工等四款盒子，从 2011 年 8 月项目启动至今，已向 24 个省市自治区 200 多所学校发放了 2700 多个。现在这四款盒子又升级为箱子，在盒子基础上增加了更多补给，如美术箱子多了一些彩纸、颜料、双面胶等，可以满足一个班级一学期素质课程的需求，而新诞生的健康盒子从 4 月 10 日起已开始接受申请。

“我们设计某一个主题的盒子，想法是来自于对学校的走访或通过志愿者了解的信息。”谭静远说，有了想法后还会做一些调研，了解针对某个主题有什么教学方法，参考国内外的做法，找到比较简单、已经成功但在国内还没有推广的模式，再经过两三轮的测试，一个盒子才会诞生。

除了健康盒子外，他们最近也推出针对短期支教大学生的聪明训练营、针对乡村老师的盒子实验班和盒子预备班。这一系列创意背后，是脱胎于“多背一公斤”的爱聚公益创新机构。它以社会企业的形式运营，用商业的目的、方法实现公益的使命，通过为企业和基金会设计公益产品或策划公益项目来获得收入。

在谭静远看来，“创意能推动一种新的公益模式，让公众参与进来。我们的活动方案都是向公众征集的，盒子也是跟老师一起设计的，一起发现和解决问题，而传统的公益是觉得老师需要什么就给什么，但这样花再多钱也不一定能带来长期的效果”。

来源：凤凰网

地址：http://news.ifeng.com/gundong/detail_2013_04/14/24188436_0.shtml 【返回目录】

中国周刊：环境诉讼律师的漫漫长路，“地球保卫战”越来越难打

刘湘开着车从南六环进京，他刚在沧州打完一场大气污染侵权案。眼见笼罩在风沙和雾霾中的京城，刘湘不禁觉得讽刺。

作为“污染受害者法律帮助中心”（以下简称“帮助中心”）的律师，刘湘和他的同事们被媒体称为“地球代言人”。最初，环境诉讼更多是保护人们的财产，后来是保护人们的 健康，现在，他们更希望保护环境本身。可这场“地球保卫战”，越来越难打了。

取证变难了

15 年前，“帮助中心”成立的时候，“污染受害者”还是个新鲜词儿。污染受害者也远比现在更容易打赢官司。

1995 年，“帮助中心”的创始人王灿发免费为一个江苏的养鸭农民打官司。这位养鸭农民贷款买的 4000 只鸭子因为喝了周围几家大型企业排放的污水几天内就死光了，受害人既没 有能力起诉，又请不起律师。王灿发主动联系到养鸭农民，帮他打赢了官司，拿到了 40 万元的赔偿金。

这一成功的案例给了王灿发启发，当时，很多学者对污染事件关心，但没有很好的方式介入；与此同时，粗放的乡镇企业开始将污染带到乡村，而很多农民不知该如何维护自己的 权利。

1998 年，王灿发在中国政法大学文化楼一间民居成立了“帮助中心”。

得到消息的刘湘专程从秦皇岛来到北京找王灿发。刘湘学的是环境法，可因为接不到环境诉讼的案子，早在 1980 年代转作商业律师。但他却希望学有所用。

“中国的经济发展得很快啊，但是环境污染却愈来愈严重，环境法律却没有跟上。我们只能通过公众，通过那些最有积极性抵制污染的受害者们来给污染者施加压力。”刘湘至今 记得创办人王灿发在第一次见面时跟他说的一番话。

刘湘成了中心的兼职律师，那时的他根本没想到自己会在这条路上一直走到现在。

最初几年，“帮助中心”接到的咨询和委托多为和养鸭大户类似遭遇的案件。贵州死了一池鱼、河北枯了一片田，律师们的操作方式也都简单：庭外调解商量一个赔偿，调解不成 就上诉，污染者八成会败诉。

但到了第四年，因为法律的突变，情况悄然出现“大逆转”。那一年，民法修订重新规定了几种特殊案件的举证责任，其中就包括“因环境污染引起的损害赔偿诉讼”。

2002 年“帮助中心”接到一个案子，因为举证责任的转变，这个案子打了 11 年，至今未结。

重庆铜梁的一个渔民在江边养鱼，下游一家碳酸丝厂排污直接排到江里，毒死了江鱼。此前，这样的官司原本胜面很高，但举证责任的变化，一下让这个案子困难重重。

“这基本变成了不可能完成的任务，”刘湘解释，“鱼每天吃很多东西，水里有很多物质，即便是污染物也不一定是来源单一的，很难证明侵害就是被告造成的。”

铜梁的官司败诉了，这个渔民一直上诉，直到今天还没有放弃。

环境诉讼一下子变得难打起来，而刘湘只能这样理解法律政策的改变。“环境侵权案越来越多，如果不搞举证责任倒置，恐怕所有企业都要破产了”。

没过多久，表面证据链不明显的环境侵权案子法院就不再受理了。

政策改变后，可以打的官司变少了，但打一场官司要花的时间和精力却成倍地增加。渐渐地，刘湘把工作重心转到了“帮助中心”，从兼职律师转为全职律师。

从财产到健康

此时，刘湘也觉察到一个更大的变化，此前，环境案件本质是经济问题，受到污染侵害的多是农产品，受害者要求的是财产损失。后来，人成了污染的受害者。

2007 年的一天，刘湘接了纪执歧的案子，这个党校教师坚持认为，是化工厂的浓烟让自己的妻子患肺癌死去。

纪执歧住在河北沧州市青县的一个村庄。1997 年，村子旁建起了一座成原化工厂，化工厂的烟囱离纪执岐家不足 10 米。从化工厂开工那天，烟囱就一直突突地冒着黑烟。 纪执歧说 ：“烟尘落到地面上，地面都被染成黑色。”

2007 年，纪执歧的老伴因为肺癌去世。他坚持认为，凶手就是化工厂的浓烟。

纪执歧原是青县县委党校教员，从 2003 年，纪执歧就已经意识到化工厂排放的黑烟会影响到家人的健康，他开始向县环保局、省环保局、国家环保部门反映成原公司的污染问题。

“有几次，我还带了我们家院子里种的白菜去上访”。纪执歧带去的白菜，切开一看，整个被黑色的粉末覆盖。2006 年，他的老伴查出患上肺癌，一年多之后就去世了。这一次他 一定要把成原告上法庭，“不为别的，只为我老伴的死讨个说法。”

这已经不是刘湘第一次接因污染而起的人命官司了，一年前他就为一个镉中毒死亡的女孩儿争取赔偿。但老纪的案子更复杂，被污染的空气更不好举证。

2007 年 11 月 26 日，纪执歧将成原公司告上法庭，请求青县人民法院认定成原公司的污染事实并赔偿损失近 56 万元，拉锯从此展开。

一审，青县法院驳回了纪执歧的诉状，纪执歧提出上诉，沧州法院下发裁定将这个案件发回青县法院重审。二审，青县法院判成原公司赔偿八万元，成原公司当庭上诉。再审，纪 执歧依旧胜诉，但赔偿减到了八千元，双方均提出上诉。

现在，纪执歧和刘湘还在等待新的开庭，那是漫长的等待，在法庭上，刘湘曾难掩激愤地对法

官说："这个案子就是看你站在谁的立场上！"

自从刘湘接受了纪执歧的案子，隔几个月都会有癌症村的村民集体来找他打官司。"这个口子开了恐怕是政府不愿意看见的，这就是法院的立场"。

"这是人祸！"纪执歧再说起当年的官司依旧愤慨，据他所知，成原公司附近的村民已经有十个人得了癌症，其中八个是肺癌。

2013 年 3 月份，一个上海老太太打电话到中心寻求法律帮助，她要上告城建集团在她家门口建变电站。"变电站的辐射是会死人的，我不要一分钱赔偿，你们帮我把变电站赶走。"

此时，刘湘已经是"帮助中心"诉讼部部长了，他犹豫要不要接下这个案子，"污染变得越来越难举证了。"

现在中心接受的案件已经超过 20%是环境损害健康的诉讼，"他们更关心健康"。

政府的立场

事实上，取证并非环境案件中最难的一环。

两年前，"帮助中心"接过一个案子——河北一个村庄村民集体上告污染工厂，要求把村子搬迁。刘湘去当地调查，他发现企业就在村口而且是上风向，按照常理，这个工厂不该 通过环评，即使投产，政府也应该直接勒令企业停产。

刘湘找到这家企业，果然和他猜测的一样，这家企业投产一年多根本没有办环评手续，村民上告以后正在补办手续。

"补办环评手续政策上恰恰就是被允许的，"刘湘遇到不少企业都是先建厂，干上两三年出了事儿再办环评手续，两三年赚的钱也早就超过环评后要赔偿给周围村民的钱，"如果 不出事儿，这个环评手续当然就是能不办就不办的。"

遇到这样的企业，刘湘就知道碰了钉子，他们往往是乡政府、镇政府扶持的重点企业，"帮助中心"接这样的案子，就意味着要面对当地政府的横眉冷对，更可能会吃法院的闭门 羹。

在这起案子中，法院一直不开庭，理由是工厂的环评手续未齐全。刘湘去乡政府询问手续时，政府的工作人员有意无意地告诉他，村民上访扰乱治安，是一群刁民。

"利润丰厚的工厂可帮助当地增加财政收入、增加工人就业，而且部分官员与工厂还有一定利益纠葛，所以当地政府对于其安全问题及对环境带来的危害只不过是睁一只眼闭一只 眼，"刘湘完全明白乡政府和企业的立场。他曾经在一个地级市的招商引资大会见到大领导发言就直接说："这个项目马上上马，简化程序尽快生产，先把产值搞上去。"

刘湘也了解他们的处理事故流程：不出事就搞生产，出事儿了能拖就拖，能压就压；媒体曝光，政府马上出面关闭工厂，赔偿受害者，提供紧急医疗帮助。"问题就一瞬间被政府 '解决' 了"。

成立 15 年，“帮助中心”只有近 200 起案子立案开庭，还不到委托的五分之一，胜诉的更是只有 58 起。

刘湘总觉得，环境律师和污染受害者像是个伸手找企业要钱的乞丐。甚至有法官对他说：“干企业都不容易，你们别太狠。”

刘湘经手的案件，即使胜诉，赔偿也会被打个大折扣：湖南省株洲市新马村 6 岁女孩刘冰洁因镉中毒死亡，一审胜诉，标的 20 多万元，法院判了 6000 多元；河北省青县环境污染损害 案中，死亡六人，判赔八万多元，仅为标的三分之一；江苏盐城水污染事件，法院虽认可了专业部门对损失的鉴定一百八十多万元，但仍只判赔几十万元。

羞答答的公益诉讼

如果说政府站在污染企业立场上，让律师们感到困难重重，那么，如果连受害者都在维护污染企业，就让律师们无计可施了。

对于环境律师而言，他们最初保护人们的财产，后来保护人们的健康，但环境本身，才是最重要的受保护者。

可有时候，当环境受到了侵害，却没有人充当原告。很多被污染企业侵害的人们，把那些企业视为改变自己境遇的唯一帮助者。

“他们在污染企业打工来供养在大城市的孩子。这些人宁愿承受污染，没有人比他们更怕企业关门。”在法律上，所有的障碍刘湘都可以去努力，唯有寻找受害者，是他完全无能 为力的，“很坚决去维护权益的人少了。”

创办人王灿发一直希望的是，有一天“帮助中心”可以向那些污染企业直接提起诉讼，他们不求任何经济赔偿，只希望企业尽早停止污染。

2005 年，中华环保联合会提起国内首例公益诉讼，自此，国内的环保 NGO 和法律机构都在不断尝试公益诉讼之路。

直到今年，新的民诉法规定里才第一次承认了“公益诉讼”，但却规定了提起公益诉讼的机构，必须是民政部注册的以环保为宗旨的公益组织。

“中心目前没有这样的资格，”“帮助中心”是在中国政法大学旗下成立。2010 年，“帮助中心”成立的北京环助律师事务所注册在北京司法局，虽然它们是提供环境法律援助为 主的公益性律师事务所，“但人家要民政部的身份我们就是拿不出。”

主任王灿发只好曲线救国——和有资格的公益组织合作。

2012 年 5 月，中国首例由民间环保组织提起环境公益诉讼案件中——自然之友联合重庆绿色志愿者联合会诉曲靖环保局——王灿发就帮他们做参谋。

“公益诉讼只不过是羞答答地探出了一点点身子，”前不久，刘湘也曾代理过一次公益诉讼的案子，而那次法院直接驳回上诉，法官的理由竟然是：法律上没有明确规定如何认定 环保宗旨。

“让我们的律师栽跟头的往往正是‘法律’”，多年来，王灿发以人大代表身份把“帮助中心”的经验总结后提出立法提案，今年他最希望实现的就是打开公益诉讼的大门。

今年，针对目前法律上缺乏明确认定污染侵权法律赔偿标准而提出的《环境污染损害赔偿》已经进入了立法讨论阶段。

“也许，今后因为没有标准而出现的人情判决会减少。至少我们能看见大环境在改变”，刘湘总是不知道怎么去安抚和留住诉讼部那些跟自己有着相同理想的年轻人，“地球要毁 灭到什么程度，我们这些所谓的代言人才能有自己真正的武器？”

绿事件

3 月 23 日 20 时 30 分至 21 时 30 分，北京鸟巢、水立方、世贸天阶等标志性建筑同时熄灯，同一时段，从上海东方明珠到武汉黄鹤楼，从台北 101 到香港天际 100 观景台，中国各地多个标 志性建筑均熄灯一小时，全国共有 127 个城市加入“地球一小时”活动。另据世界自然基金会介绍，包括悉尼歌剧院、帝国大厦、东京塔、迪拜塔、白金汉宫在内的各国标志性建筑 也在当地时间晚八点半熄灯一小时。超过 150 个国家和地区的 7000 多座城市参与了今年的地球一小时活动。

3 月 20 日，中国人体器官捐献管理中心发布消息，今年 6 月底，中国人体器官捐献信息管理系统有望上线运行，首步启动器官捐献志愿者的在线登记注册功能。去年年底，卫生部副 部长黄洁夫曾表示，未来两年，我国将摆脱对死刑犯器官捐献的依赖。

3 月 21 日，我国首个关注遗嘱的公益项目“幸福留言——中华遗嘱库”在北京启动。中华遗嘱库将为 60 岁以上老年人提供免费办理遗嘱的登记、保管和传递服务，以协助老年人处理 好家庭问题。专业律师表示，这样形成的证据在法庭上几乎可以做到无懈可击。

近日，广州市民政局宣布将组织设立广州市慈善组织社会监督委员会。该委员会可对广州市慈善组织接受社会捐赠及开展慈善募捐活动情况进行监督。广州市民政局已经开始了委 员的遴选推荐工作，并向人大代表、政协委员、律师、慈善家、会计师、审计师、媒体工作者等发出了聘请函。

3 月 11 日，广州市政务会议审议通过了《关于加强和改进流浪未成年人救助保护工作的实施意见》，携带子女乞讨者可能会被剥夺监护权。

3 月 23 日，小母牛联益峰会暨小母牛联益慈善之夜在北京举行。国际小母牛组织是国际上颇具影响力的非赢利机构之一，旨在减少饥饿和贫困，保护地球环境。这次活动所有收益将 投入小母牛在国内的扶贫项目，秉承“小母牛”特有的“礼品传递”模式。峰会以“授人以渔，牛转命运”为主题，共同探讨如何通过慈善搭建一个融通企业利益与社会责任的共 享价值平台。

来源：中国周刊博客

地址：http://blog.sina.com.cn/s/blog_5e1b2f9d0102e7jr.html 【返回目录】

大河报："援手烧伤少女" 后续，三种渠道捐款数额为何大不同？

阅读提示

13 岁的南阳女孩闫倩玉火海救母被严重烧伤，生命垂危，经大河报报道后引发广泛关注，短短一周捐款便超过 200 万元。

爱心如潮之下，三种捐款渠道的募款效率差别立现。虽然都做到了透明公开，但院方接收的捐款竟占善款总额的近 92%，民间捐助平台"完胜"具有官方背景的慈善机构。

但民间临时自设的捐助平台，因缺少名分，受人力、经验制约而疲于应对，得到法律认可、具有广泛公信力的常设性第三方捐助平台亟待出现。有声音认为，只有打破公募权垄断、引入慈善机构竞争，才有可能缔造这样的平台，让慈善事业得以健康长远发展。

数字

三种捐赠平台收获迥异，医院最多

昨日下午 5 时，河南省慈善总会捐赠服务部向大河报记者通报说，从 4 月 9 日到 16 日，省慈善总会收到救助闫倩玉的善款总额为 70098 元，最大的两笔均为 1 万元，来自两位爱心人士。

截至昨日下午 7 时 20 分，新浪微博微公益平台收到了爱心捐款 82262 元善款。

截至 4 月 15 日零时，南石医院累计收到爱心款 1936635.54 元，已全部交至小倩玉个人住院费用账号。

三问

[1]到底什么样的捐赠平台值得托付？

小倩玉事件经大河报独家报道后，众多爱心人士纷纷通过各种途径联系本报，表达捐助意愿，但如何选择第三方捐助平台，让众多爱心人士信赖，报社亦十分犯难。不少热心人士出于对大河报的信任，希望将善款交给报社，再转交给小倩玉。不过，这种方式需要大量人力投入，且报社缺少运营经验，更重要的是不符合法律法规，最终未被采用。

在合适的捐赠渠道难以敲定且时间紧迫的情况下，大河报最终公布了省慈善总会、新浪微博微公益平台及南石医院的专用爱心账户 3 种募捐渠道。

昨日下午，河南大学附属南石医院事业发展部主任高涌说，接收社会救助以来，他们专门从办公室抽调了 4 人专职负责捐赠事宜，“他们天天忙得团团转，有时候到半夜还吃不上饭”。

高涌也坦承，这种接收捐助的方式，他们很少进行，没有成熟的经验，如果社会上有一个具有广泛公信力的第三方捐赠平台，他们能省去很多麻烦。

[2]三种渠道捐款数额为何大相径庭？

短短一周，救助小倩玉的善款就突破了 210 万元，其中医院接收的捐款最多，达到总额的近 92%。根据高涌的说法，近 194 万元善款中，有近三分之二是热心人士通过现场捐赠的，大概三分之一是通过银行转账捐赠。

有网友评论说，获捐善款的多少，反映了广大热心人士的信任度，那就是在进行慈善捐赠时更信赖民间机构，“对官方背景的慈善机构，公众还是不太信任”。

对此说法，省慈善总会宣传部工作人员高女士并不认同。她说，短短数日，公众通过省慈善总会的捐款就达到了 7 万多元，大家的热情还是很高的，“不存在误解和信任危机问题”。

高女士讲，目前，省慈善总会对小倩玉的定向捐助几乎全部采用网络转账的方式，这种方式太麻烦，很多人不习惯这样操作，这是造成他们受捐相对较少的重要原因。

[3] 200 多万善款，如何钱尽其用？

目前，包括很多爱心人士在内的社会各界，对 200 多万元善款能否真正用到小倩玉身上非常关注。对此问题，高涌受访时说，该院每天都在医院网站上公布捐助详情，接受监督。“有的好心人捐完钱，不登记就走了，我们就用好心人代替，反正每一笔捐助，不管数额多少，我们都要做到公开，每天的善款汇总后都会全部打入小倩玉的住院费用账号。”

高涌认为，这种捐助方式虽然比较原始，“但没有那么多中间环节，捐赠公开、过程公开、使用公开，还是值得信任的”。

不仅是南石医院，省慈善总会、新浪微博“微公益”捐赠平台虽然获捐相对较少，但也都公示了每笔善款的捐赠情况，同样主动接受着社会监督。

省慈善总会宣传部工作人员高女士还表示，他们的网络运营、工作经费都有专门的渠道，全部都有正当来源，“保证根本不会用到一分钱善款，全部做到专款专用，大家可以完全放心”。

呼声

“社会太需要第三方捐赠平台”

昨日下午 6 时，曾经连续 5 次向河南的困难人员进行大额捐助的东北“袜子哥”项先生告诉大河报记者，前几天，他特意赶到了南石医院，准备向小倩玉捐款 10 万元，但当时小倩玉的获捐善款已经接近 90 万元，“考虑到这已经能挽救小孩的生命，我就没有再捐助”。

项先生说，近几年，特别是“郭美美事件”出现后，他在慈善捐助时从来不向任何具有官方背景的慈善机构捐款，一般都是到现场向当事人直接捐助。

“像这次小倩玉事件，媒体我还是比较信任的，但包括医院，我都不太信任，说心里话，现在社会上太需要一个具有广泛公信力的第三方捐赠平台了。如果不打破公募权垄断，如果不引入慈善竞争，给民间慈善机构充分的发展空间，这个平台可能也很难出现。”

国内第一家民间公募慈善基金会——壹基金救援联盟执委会总干事蒋怡李昨晚接受大河报记者采访时表示，小倩玉事件就是一个活生生的例证，客观上要求社会完善慈善行业缺乏第三方捐赠平台这一现实缺憾，“这也是必由之路”。

不过，具有公募资格的纯民间慈善机构的出现却并不容易。清华大学公共管理学院创新与社会责任研究中心主任邓国胜教授接受媒体采访时曾表示，慈善机构成立必须要找到业务主管部门才能在民政部门登记注册，这个体制使得纯民间的慈善机构没有办法获得合法的身份，谁愿意为一个纯民间的有公募资格的机构做业务主管？

一个振奋人心的消息是，国务院上个月底发出通知要求，今年 12 月底前完成《社会团体登记管理条例》修订工作，对公益慈善类、城乡社区服务类社会组织实行民政部门直接登记制度。

最新情况

小倩玉出现败血症

医院 24 小时密切观察

昨天下午，记者从南阳南石医院了解到，当天中午，小倩玉病情出现变化，已发生败血症。目前，医院已采取措施，并 24 小时密切观察小倩玉的病情。

南石医院宣传负责人告诉大河报记者，昨天中午 12 时后，小倩玉的病情发生了一些变化，出现心律增快、体温升高、尿量逐渐减少的情况，但意识尚清。下午 1 时，血培养结果显示“致病菌阳性”，医院由此验证小倩玉已发生败血症。随后，院方立即再次组织会诊，采取治疗措施，并严密观察各脏器功能变化。

4 月 15 日，南石医院院长赵俊祥在接受记者采访时表示，目前小倩玉正处于烧伤的“感染败血症期”，“这个时期，只要创面存在，随时会感染败血症，一旦感染败血症，多脏器官就容易出现衰竭，一旦一个、两个器官衰竭，患者随时就会出现生命危险”。

来源：大河报

地址：http://newpaper.dahe.cn/dhb/html/2013-04/17/content_879530.htm?div=-1 【返回目录】

共识网：中国社会组织放开登记 健康生态秩序尚未建立

陶喜在一家 NGO 工作，从去年底开始，他就一次次往民政局跑，为的是办理民办非企业单位(下称“民非”)注册。他们的项目在过去几年里获得的社会认可度较高，找主管单位倒没费太大劲，但民政局的注册手续办得很拖拉，资料交了一次又一次，却始终没有实质性进展。 他上一次跑民政局的时候，恰好碰到一个小姑娘在旁边问民非注册的事。办事人员让小姑娘先去找到主管单位再来办，姑娘问：“不是说注册公益组织不用再找主管单位了吗？”“那是新闻，到我们这儿还早着呢。”办事人员的回答很平静。

这是 3 月中旬发生的事。3 月 10 日，时任国务委员兼国务院秘书长马凯在“两会”上做了关于国务院机构改革和职能转变方案的说明，其中提到要“重点培育、优先发展行业协会商会类、科技类、公益慈善类、城乡社区服务类社会组织。成立这些社会组织，直接向民政部门依法申请登记，不再需要业务主管单位审查同意”。这让不少因为找不到“婆婆”(业务主管单位)而无法在民政部门注册的社会组织又燃起了希望。

大概是因为受过的打击太多了，像陶喜一样的民间公益人士不敢过分乐观，自然之友理事李波的反应很具代表性：“我 1995 年就听说有人在进行 NGO 开放注册的政策研究，快 20 年了，我已经不相信这类在石头墙上画门的消息，等至少一般背景的 3-5 家组织顺利注册再说吧。”

出乎陶喜意料的是，一周后再去，注册的事却办得出奇顺利，但程序照旧，仍需要先由主管单位出批文，再进入验资审批手续，“好歹是有些推进了”，陶喜有些小满足。

并不是所有民间组织都如此幸运。1990 年起致力于为智障人士提供教育、就业培训和庇护就业的慧灵，为服刑人员抚养子女、为刑满释放人员创业就业提供支持的太阳村，用声音解说技术为视障人士提供文化产品服务的红丹丹等，都一直没有拿到民非身份。它们不得不暂时以工商企业身份注册，以便开展一些对公业务，这也才能为全职工作人员上交三险一金。但这样一来，它们事实上的非营利身份与营利企业难以辨别。

尽管注册艰难，它们仍在坚持尝试，其中很重要的一个原因是，按照现行制度，如果不具备民非身份，它们将无法参与当地民政部门组织的政府购买服务竞标，无法以合适的身份接受捐赠，无法为捐赠人开具捐赠发票，更没有资格申请免税。

最大的困难是找“婆婆”。慧灵的注册公关团队从 2010 年到 2012 年 2 月，发起了 69 次公关，可能的主管单位在区残联、市残联、市民政局之间来回踢皮球，先是“市民政局的工作人员称如残联承认不做主管单位并且同意民政主管，就给慧灵登记”。转过头，市民政局又告诉他们所有福利机构得找区民政局注册。区民政局说“没有主管单位不给登记”，只能找区残联或市残联。区残联说不

行，市残联说“按政策还得找区残联。”皮球踢了一圈，问题至今还没解决。

听说今后会放开民非注册，慧灵公关团队成员周佩仪表示，她们很快会重启公关。她们上一次去的时候，民政局的人建议她们去中关村某个创业园区注册，“那边好像能特事特办。”但谁心里都没谱。进入北京以来，慧灵为身份奔忙了 13 年，创始人孟维娜已经“很有耐心了”。太阳村、红丹丹等一系列机构也一样。即便是梁从诫 1994 年发起的中国第一家民间环保组织“自然之友”，也是在 2010 年梁先生去世后才终于获得了独立身份。

心理咨询师李京年初注册了一家咨询公司，打算承接一些企业的团队建设、心里减压和疏导以及个人咨询等服务。最初她是想注册民非的。几年前，她接触到一个社区发展机构的社区活动，发现社区有这样的需求。尝试着帮一些社区组织了几次活动后，街道希望购买她的服务，这时身份成了问题。注册成企业则无法参与政府购买，注册成民非则意味着要找“婆婆”。从去年 4 月开始，她试过找民政、卫生、社工委、街道等一系列单位做业务主管单位，但好像总找不到直接业务相关性。“而且要我 50 万注册资金。实在不行就算了。”说这话的时候，她正坐在去往 7·21 水灾中受灾较重的房山娄子水小学的大巴上，车子里噪声隆隆。

放开民非注册就万事大吉了吗？更重要的是政府相关部门要转变对社会组织的管理理念和管理办法。我国相关政策规定，非公募基金会的年度支出不低于剩余资金的 8%，这比美国规定的 5%还高。非公募基金会每年都要保证 8%的公益支出，投资收益好的时候，要交企业所得税，收益不好的时候，要蚀本金支出 8%，这样只能导致资金越来越少，更不可能出现如福特基金会那样从 4 亿多美元发展到如今超 100 亿美元的大基金会。事实上，非公募基金会的本金越大，单是利息收益也越多，以投资收益作为公益支出一方面能使基金会本金增值，跑赢 CPI，另一方面也足以满足公益需求，而不是“杀鸡取卵”。

南都基金理事长徐永光在 2012 年北大公益传播媒体高级研修班上曾高度赞扬广东省率先放开社会组织注册的尝试，但也表现出了担忧：“财政部门拿出专项资金购买社会服务，但是不能有一分钱用作社会组织内部的管理经费。有政府背景的社会组织可以办到，草根组织要是没有管理经费。自己贴钱做，就很困难，这就限制了他们参与政府购买服务的平等竞争机会。”另外，“与工程招标相比，政府购买服务的腐败风险会更大，如果不建立严格规则，保证资金分配的公开、公平、公正，有可能成为新的寻租领地。”

正是从这个意义上看，前民政部慈善司司长、中国公益研究院院长王振耀认为，注册破冰后最重要的问题是实施细则的制定和落实，以及相关条例法规的修订，这其中包括注册基金会过高的资金门槛，一刀切的行政管理费用和捐资比例，极低的人员工资标准，以及并不合理的税制。

税制问题的确尴尬。2011 年，曹德旺捐股成立河仁基金会的时候，需要缴纳超过 5 个亿的企业

所得税引起社会各界巨大反响。几经来回，该基金会才得到了税务总局 5 年内缴齐税金的暂缓令。

更早的 2009 年，还发生过被要求缴纳企业所得税的数家基金会联合“抗税”事件。其中，公募基金会青基会因为所获地震捐款分批拨付，在次年初核税时仍剩余 2 亿元捐款，被要求缴纳 25%的企业所得税。但这些钱还需要继续拨付到灾区，缴税就意味着拨付到项目上的款项会减少，也就涉及对于捐赠方的违约。而南都、友成等非公募基金会则面临其所做的投资如有盈利，也需要缴纳 25%的企业所得税以及 5.5%的营业税。民间组织的开支压力还包括为员工缴纳三险一金等各种费用。对一个筹资能力不高的民办非企业而言，这些支出都是沉重的负担。

要想免税？不易。在 2010 年自然之友注册成民非后，不仅失去了其原本作为中国文化书院二级单位而随母体享有的免税政策和税前抵扣资格，也因此失去了一家与他们合作了两年的企业支持。北京光华慈善基金会常务副秘书长赵华认为：“这是注册制度造成的模糊，大部分民办学校、民办医院也是民非注册，需要有一个有效的、能够区分营利和非营利的方法后，才能对真正的非营利组织免税。”在香港等地，营利组织和非营利组织均可以迅速获得注册，只有在免税资格审核时，才会区分其性质。

有问题的不仅是政府，整个社会对现代公益的认识也亟待提高。执业律师白雅君在其生活的大连注册了三家社会组织：一家民间研究所、一家民间图书馆和一家民间自闭症康复机构。“我建自闭症康复机构的时候找过 5 个学这专业的硕士生，人家跟我说不行，他们之前从事这些工作的同学都穷得转行了，还能坚持下来的不是基督徒就是佛教徒。”在很多人眼中，从事慈善公益就与牺牲、苦行、不收费、吃糠咽菜划上了等号。“但做这样的机构，需要的是高水平的专业人士，而不是只有爱心的人。向康复对象收合理的费用是为了机构的可持续发展，收费可能不足以冲抵全部支出，这时候政府和慈善组织可以配资。让专业人士获得合理的报酬和体面的生活，是因为强调牺牲的公益做不长久，留不住真正优秀的人才。”

“当注册逐步放开，时机成熟，才有机会出现真正的竞争和有实力的民非组织，那些能力不足而不思改变的组织有可能被淘汰，就像 1992 年以后的一段时间里，没有出现大公司，小公司一家家开，一家家倒，但竞争最终还是让大公司走向了前台。”白雅君说。

与白雅君有同样看法的人不少，英特尔企业社会责任部门社会创新经理周茜也认为，对于这个被混称为“非营利机构”、“NGO”、“民间组织”、“第三部门”等各种名称的组织领域，一个真正健康的生态秩序尚未建立。在商业领域，企业各自分工，有从事生产制造的，有从事金融服务的，也有从事公关、咨询、中介的，甚至破产、裁员也有人管，专业化程度高，且具有自我调适和淘汰机制。但这一切尚未在社会服务和非营利领域出现。

很多基金会同时要做资助和项目操作，有的民间组织覆盖了诸多毫不相关的工作领域，还有基

金会坐拥大量资金，却热衷于用并不可持续的方式做公益。如何打通民非组织与其它社会支持系统的需求，提升民非组织的能力是她最为关注的。在运作了 3 年“芯世界公益创新计划”后，该项目即将被孵化成一家以“促进跨界合作与创新，催化公益生态圈”为宗旨的社会组织。简言之，这个组织近似于商业世界的咨询、中介或行业促进会之类的机构。与其相似的以支持公益机构发展为己任的社会组织正在涌现，但它们同时面临一个问题，服务于前文所提倡发展的四大类社会组织的它们，身份将如何被界定？

哈耶克说，自由秩序是一个自发生成的过程。毕竟，在做大社会的过程中，我们迈出了第一步。

来源：共识网

地址：http://www.21ccom.net/articles/zgyj/ggcx/article_2013041881571.html 【返回目录】

中国网：袁厉害获“年度公益人物”的尴尬与悲怆

“公益推动中国——寻找变革的力量”2012 年度公益颁奖典礼在京举行。中国红十字会常务副会长赵白鸽、河南民间收养孤儿的袁厉害、知名学者于建嵘、媒体人周筱赟和残友创始人郑卫宁等个人，获得“年度公益人物”奖。(4 月 14 日《北京青年报》)

袁厉害获得了“年度公益人物”。表现上看来，这是一则弘扬社会正气、充满正能量的评选活动颁奖。然而，笔者却感觉到袁厉害获得“年度公益人物”却充满了尴尬与悲怆。一方面，最近红十字会一直饱受质疑，红十字会常务副会长赵白鸽的当选，确实有些让人感觉意外，另一方面，袁厉害个人的悲情遭遇，也似乎对这一突如以来的奖项，构成了某种讽刺，更悲怆的是，若没有那场 7 名儿童被烧死的惨烈大火，相信我们还不知道有袁厉害这个人的存在。

就在 3 个月之前，因为那场发生在河南兰考县的烧死 7 人的大火，袁厉害成为了争议人物。袁厉害被当地政府官员批评为“违法收养”，更有好事者说袁厉害拥有 20 套房产。3 个月之后，这个违法收养的厉害人物，却变成了“公益年度人物”，好似一场“穿越剧”。

不可否认，这当然是一次对袁厉害之前所做之事的公开褒奖，是对兰考地方政府相关言论的彻底否定，更是一次对民间公益事业的成功激励。无论如何，单方面来看待将袁厉害评选为“年度公益人物”，还是起到传达正能量的作用。至少，在此前，我们没有看到袁厉害，在官方主流体制中得到一个正面的认可。

但是，我们更应该看到，真正的公益，不仅仅要让处于争议中的袁厉害得到公正的评价，得到

了个公平的价值评判，更要从社会的方方面面来建立健全我们社会的公益制度和慈善体系，让社会之中出现更多的袁厉害——相信这才是此次“年度公益人物”颁奖典礼的最终目的。因此，要让袁厉害们真正能得到抚慰，中央以及地方政府还需要从以下几个方面进行努力。

一是，尽快修改恶法如《收养法》者。不得不承认，袁厉害确实是一位违法者。因为《收养法》第二章第六条中规定了收养人的条件，其中第一项便是“无子女”，同时，还规定“收养人需要年满三十周岁”，第八条规定，“收养人只能收养一名子女”。袁厉害的这种爱心释放，违反了相关条款，这只能说是如《收养法》之类的公益慈善事业相关法律的不完善。甚至是成为社会公益事业的体制性障碍。

二是，政府才应该成为社会公益的第一责任者，无论是孤儿院，还是养老院和福利院，都需要在全国配齐。前段时间，有人发现了“无意泄密”的“百度地图”，在这份地图中，我们搜“收费站”的结果是密密麻麻，我们搜“收费景区”的结果是密密麻麻，我们搜“夜总会”，也是密密麻麻，可是，我们搜“孤儿院”、“福利院”，结果却是聊胜于无。这说明，政府在公益事业的硬件建设方面，完全落后了整个社会的发展速度。

一项评选活动，本应该没有争议，没有尴尬，然而，在袁厉害的身上以及在袁厉害获得该奖的结果上，我们却看到了许许多多的尴尬和悲怆。事实上，只有让我们的慈善和公益体制更加客观、公平，让袁厉害们的爱心列有更广更大更合理的释放平台，这种尴尬才会消散。

来源：中国网

地址：http://opinion.china.com.cn/opinion_71_68671.html 【返回目录】

公益邦：公益圈之乱，吐槽五大原罪

中国公益跟随经济改革历经三十载，却未能像中国经济同样开放，虽有可圈可点的成绩，但生机勃勃的背后仍然步履维艰。在此斗胆全面解析公益圈丛林乱象，敲响警钟与同仁共勉：

评奖泛滥与多重标准之乱

虽然公益圈奖项未严重堕落到成为金钱交易，弄虚作假非法牟利手的商品，但每到年底眼花缭乱的奖项和颁奖盛典背后的故事也是各有千秋——公关公司或媒体主导“评选”的奖项成为年底表彰优秀广告客户，以保持合作关系的伎俩；作为第三方略有政府背景的机构，更是将奖项作为提供给企业服务的免费“赠品”；另一面，泛滥的奖杯和缺乏含金量的奖项又突然间成为企业昭告天下的公关元素，标准模糊和暗箱操作的评选标准使获奖变得无奈。简言之，公益圈的名目繁多的大多评奖成为“赠品”“送礼”，难有公信力和说服力，颁奖成为走过场，引起质疑，难以服众。

“人格分裂”行事

何谓“人格分裂”型行事？即为言行不一，表里冲突的例子比比皆是——大多在中小机构的公益从业者其劳动权益和社保等无法实现，这与公益机构道貌岸然的正义形象背道而驰；某国际机构一面可以大肆推动人权运动和员工权益，另一面机构内部却不断上演难以解决的劳资纠纷丑闻和裁员风波。虽然多数机构面临不同的资金困境，但是“双重人格，自相矛盾”的行为也是令人愈发对公益行业失去信心。

灵魂人物缺失

虽然公益圈有德高望重的圈主支撑，无论是为人低调的资中筠前辈，王振耀和徐永光老师，或是学界代表王名或金锦萍教授，他们都是不乏挫折，永远前进的领导者，但是仍不足够伟大并成为力挽狂澜的灵魂人物。远有马丁．路德．金和孙中山式的革命性代表，近有尤努斯，和法土拉．葛兰式远见和毅力并存的现代英雄式人物，但是中国当代仍然缺少可以与之齐名的实践派理想家，缺少可以冲破传统，重新创造共享价值的领袖。

帮派林立，唯我独尊

犹如华山论剑武林争斗，公益圈的明争暗斗如金庸笔下天龙八部的帮派之争——各类名头 CSR 标准林立，各立山头的公益组织，学院派或是第三方机构虽各自拥有独当一面的风云人物当家，但同行之间缺少沟通和合作的胸怀，我们目睹阿迪达斯之于锐步、耐克之于匡威经过一番角力竞逐后，化敌为友并结成利益共同体，共同分享市场蛋糕达到竞合。当我们整天津津乐道与这些案例并作为商业可持续案例之经典时，我们却在另一面做着和这些商家当年一样的事情，防御敌对甚至鱼死网破，并行行业间没有达到共识来减少竞争压力，难以形成资源互补，共赢共荣。公益圈同样呼吁破除内心狭隘，应该培养企业家胸襟和境界，将战略竞争者转化为利益相关方，共谋合作共同发展。

公益交易，在营销中迷失

从无锡尚德的诈捐门，河南宋基会的迷雾慈善，再到 APP 和蒙牛的公益漂绿事件，”公益”话题在微博时代成为网络公关和企业造势的噱头，或是自我炒作，或是用明星点缀带来吸引眼球的曝光成为公益营销的唯一目的，此类做法不但背离了营销实质，更加脱离了公益之本。营销之实质不是促进增加消费成为销售导向，而是专注与通过多种方式令消费者满意，当环保成为时尚，当然需要利用契机率先占领细分品牌市场。如一度风光的通用汽车二十年来专注与生产大功率引擎的 SUV，却在经济衰退和倡导环保的今天惨遭淘汰；同样启用格莱美近年的娱乐圈红人 Will.I.Am 代言，可口可乐公司 EKOCYCLE 品牌成为成功的公益营销案例更是得益于将鼓励回收和对消费者的可持续发展倡议融入独立品牌，用再生材料产品倡导绿色生活。

纵观五大原罪，难免黯然神伤，也许只有套用荀子的“性本恶”和西方道明会神父早在 13/14 世纪指出的人类”七宗罪”来诠释公益圈之乱才更为合理和赋予逻辑。

声明：此观点仅代表个人立场，与公益邦或公益邦成员无关！

来源：公益邦微博

地址：http://weibo.com/u/3319359992 【返回目录】

刘选国："伟大"的土壤已经开始产生

前不久，刘选国撰写了一篇名为《中国的基金会离伟大还有多遥远》的专栏文章曾在本报刊出，文章中间的心得来自于他近一年来遍访各大国际基金会中国办事处交流学习的感受。

曾在中国青少年发展基金会工作两年半，在中国红十字基金会工作七年，近十年的基金会从业经验让刘选国对这个行业深有感触。2012 年下半年，他从秘书长转任副理事长，开始有时间从具体的管理工作中分出一些精力思考行业。刘选国说，他很想站在行业与未来的角度思考一些问题，中国公益走到今天，需要有更多的人来做这件事。

刘选国认为，相比来说，在公益机构的未来发展中，类似红基会这种传统的公募基金会以后可能会越来越类似于美国的社区基金会或者联合劝募机构。而真正对国家、社会、民族施加巨大影响的"伟大的基金会"，更有可能诞生在眼下数量迅速增长的非公募基金会群体这样的土壤中。

人物档案：

刘选国，1962 年 5 月出生，湖北省罗田县人，中共党员，长江商学院工商管理硕士，2010 年 9 月至 2012 年 7 月任中国红十字基金会秘书长，2012 年 7 月至今，任中国红十字基金会副理事长。

《公益时报》：之前这篇讨论"伟大"基金会的文章是在怎样的背景下撰写的？你认为红十字基金会离伟大的距离有多远？

刘选国：从 2011 年郭美美事件之后，我们这个行业遭受批判，引发了很多改革与反思。经过一段时间沉淀之后，这个行业应该得到成长，慢慢成熟。要从这些批判中增长见识，学到新的东西。我们都不自觉地把眼光关注到国外国际，把国际好的伟大的基金会拿来作为参照。我们机构做了几件事：2012 年年底启动 ISO9000 认证，进行国际的质量标准，加强机构内部建设、规制建设，提升机构的执行项目、筹资、财务管理等标准化水平。同时，我们启动了红十字与红新月联合会的 OCAC 标准评估，实际这个标准指标有很多不大适合基金会模式，是针对国家红会的。但参与 OCAC 评估后，我们看到红基会对照国际水准能达到什么高度，让我们也来做些反省，哪些地方做得好，能得高分，哪些做得不好，是不及格的。

的确，我们中国的基金会尽管走过了 32 年的历史，但我们真正离伟大比较近的基金会，可能还没有出现。

《公益时报》：那么，中国的基金会怎样才能更接近伟大？

刘选国：有可能我们中国将来最伟大的基金会出在非公募基金会，像我们这种公募基金会以后发展更类似于美国的社区基金会或者美国的联合劝募机构，最可能做的就是一些授人以鱼的慈善项目。

为什么我们这种基金会可以成为优秀的基金会却成不了伟大的基金会呢？因为我们这种基金会，一方面要筹资，筹资过程中就受到捐赠方的影响。所以很多项目不能够完全按照自己意志使用资金，要和捐方联合设计项目，按照他的意图落实他想做的事，包括我们红基会现在很多专项基金，某种程度上受制于捐赠方。

而美国基金会在原始捐赠人逝世后，后代对基金会干预不是太多，或仅仅是在董事会里有一两个席位，董事会变成真正的公共机构，吸纳很多专业人才。中国的基金会应当说已经开始有这个势头了，比如曹德旺30多亿的股权捐赠。如果这些企业家能够真正地尊重基金会治理模式，股权真地交给基金会打理，让基金会来做投资增值，按照理事会安排把钱用来做基金会宗旨认可的项目，伟大的基金会会从这类非公募基金会中产生。

《公益时报》：你之前提及的福特、洛克菲勒等基金会都自己拥有庞大的资金供机构支配，除此之外，“伟大”还有什么其他构成元素？

刘选国：不仅仅是资金的实力、做的事，还有它的治理结构以及在人类进步社会发展的过程中它能够发挥的作用。这些伟大基金会的共同特点首先是：不仅仅是做扶贫或者其他的慈善项目，更多是授人以渔，消除贫困的根源，做政策的撬动，做改良社会的工作。

《公益时报》：欧美这些大型的国际基金会往往都由一些高级的专业人才进行管理，那么中国基金会走向伟大的路途上，人的问题你怎么看？

刘选国：中国的民营企业家开始有慈善的冲动，但怎么让他们的资金更好地发挥作用，让慈善成为一种科学，这还有个过程。要把他们的钱更好地用于社会，可能还需要专业的人来参与，参与设计、参与运作。未来职业慈善运作肯定是能吸纳一些优秀人才进来，我们国家已经开始慢慢出现，但目前制度条件、待遇条件还不够完善，所以还没有吸纳更多人加入。

资中筠的著作中曾讲到美国大基金会跟美国政界人才流动的渠道是畅通的。国务卿或部长退了后到基金会做主席，有的基金会主席去当国务卿、当部长，这是很常见的，中国似乎目前还没有这种互相之间的流动。

中国过去三十年民间组织出现的困境是，创办这个组织的人非常优秀，但是由于待遇报酬发展前景解决不了，吸引不了人才进入，所以出现的困境是：他想退休但退不了。他这个组织离开了他就不行了，找不到一个人来接替他。机构筹资能力发展能力差，养不起优秀的人才。这个状况应当说非公募出现后，开始得到一些改观。由于非公募实力的支持，出资人都是些企业家，他知道人才的价值，所以非公募人才待遇报酬比公募普遍高，开始向国外基金会驻华机构的薪资靠拢，所以这块将来会有优秀的人才进来。非公募的优秀人才可能会超过公募。所以，公募基金会需要改革，如果我们不改革，薪酬体制老跟不上，就会成为非公募的培训学校，他们会不断到我们这里来挖人。

《公益时报》：看起来你更看好的是非公募集基会的发展潜力。那么，类似于红基会这样的传统的公募基金会怎样面对来自非公募的竞争？

刘选国：公募基金会面临着新的竞争的环境，今年国家的动作更大，放开草根组织登记的限制，过去认为公募基金会有垄断，那么现在就是完全竞争的状态，筹款面临来自更多小的、新成立的基金会、民非的挑战。另一方面，过去的很多捐资方现在自己成立了基金会，不会把钱捐给你了。面对竞争性的筹款市场，公募基金会必须进行进一步专业的细分，突出你机构的优势。在你擅长的领域做大做强，做得更专业，靠专业性来吸引捐赠方兴趣。我们这几年一直强调公开透明，让捐赠方参与一起做慈善，让他在过程中获得快乐。

公募基金会过去曾经有的优势，在未来发展过程中还会成为你的行业优势，比如红基会依托红会，红会组织一直延伸到县一级，所以县一级的红会实际上就是我们的合作伙伴、项目的执行方，它会减少我们做项目的实施成本，提供进入路径。这些优势发挥好了，都会成为我们将来的竞争优势。

我曾把基金会定义为公益服务商，就是为企业公民实现他的慈善目标，提供专业的慈善服务。你的服务做好了，客户就维护好了，就会有一批忠诚的公益合作伙伴。做公益需要成本，大财团、富豪可以用自己的团队来做，但更多的公众和小企业还是需要专业的公益组织服务，所以专业化，专业的细分，是未来公募的立足点。

同时，我们研究了近几年针对普通公民的小额捐款项目，利用普通公民非定向小额捐款来开展公益项目，我们对数据库筹款模式学习研究了好几年。中国公益组织过去捐款百分之七十以上来自企业，而国外的公益组织捐款百分之八十以上来自公民，募集公众捐款、募集小额捐款，为具有爱心的公众和中小企业提供公益服务，应当是未来公募基金会的主要业务发展方向。

《公益时报》：红十字会整体改革的进程对红基会是否有关联效应？

刘选国：媒体的报道可能给社会上造成的一种错觉，红会的改革似乎是从郭美美事件开始的。实际上从 1999 年红十字从卫生部分离后就已经开始了改革路程，我到红十字系统工作七年，已经历过总会的三任会长，他们都在不断改革，治理结构在不断完善，品牌和项目管理能力也在不断提高，项目执行更符合国际标准，这是他们不断在推进的工作。郭美美事件后，改革的力度更大，步伐更快，同时社会也更加关注。

因为红十字会系统是参公单位，自然带有一些行政化色彩，国际上来看，都定位为政府在人道领域的助手，承担着很多政府授权的职能，要保持一些行政化的色彩。现在的改革让它又有了一些有市场化的色彩，比如面向社会招聘人才，引入市场化的绩效考核机制，更加公开透明，让媒体主动介入等。更多的做法是向国际红十字组织的治理模式靠拢。

对红基会来说，在红会系统中，一直是改革走在比较前面的一个机构，从 2005 年以来一直是以企业化管理模式运作，我们的人才是公开招聘进来的，薪酬参照国内其他基金会及企业单位的制度有自己的体系，干部实行的是聘用制，能上能下。实行这样的机制，能保持机构的活力。所以改革对于一个社会组织来说是永恒的话题，因为你面对的需求，面对社会支持你的资源，社会环境，不断地发生变化，所以不断地要对机构内部做改革调整，以适应社会的变化。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5806.htm?div=-1 【返回目录】

广东社科联副主席呼吁尽快出台“社会组织法” 预防社会组织“垄断化”

广东目前已释放出为社会组织“松绑”的信号，拟降低社会组织登记门槛，鼓励社会组织参与公共服务。在社会组织“去行政化”之后，如何避免其走向另外一个极端——“垄断化”，也是我们应该关注的问题。日前，广东省社科联副主席李旭明在谈到这一问题上认为，从顶层设计下通过立法来推动社会组织的监管，是避免社会组织沦为“二政府”，使其科学发展的好办法。

李旭明认为，社会组织如何立法监管的问题，是很根本的一个问题。我国对社会组织的监管就是三个条例——《社会团体登记管理条例》、《民办非企业单位登记管理暂行条例》、《基金会管理条例》。这三个条例，目前是我国对社团管理的主要法律依据。但是严格来讲，这三个条例都不是法律，它只是国务院颁布的相关条规。所以下一步政府监管，最主要一点就是抓立法。

李旭明认为立法要进行顶层设计。社会组织今后发展的路线是什么，国家和社会对社会组织的定位是什么；社会组织和政府的关系怎样等等，都应该考虑进去。李旭明认为，可以考虑把原来的法规上升到全国人大，出台《社会组织法》。

今年全国两会以后出台的《国务院机构改革和职能转变方案》提出，2013 年 12 月底前民政部会同法制办完成《社会团体登记管理条例》等相关行政法规修订工作，对行业协会商会类、科技类、公益慈善类、城乡社区服务类社会组织实行民政部门直接登记制度。但在广东，李旭明认为这方面工作的进度还是有点慢。李旭明呼吁，广东尽快出台相关细则，明确广东省社会组织登记、监管等工作。

李旭明还表示，民政部门也需要改进提升监管的方法，政府要厘清政府与社会、政府与社会组织之间的关系。另外，社会组织也要加强自律，自我监管，不干违法违纪的事情，这样才能构建一个与市场经济体制相匹配的社会体制。

来源：人民网

地址：http://gd.people.com.cn/n/2013/0415/c123932-18466109.html 【返回目录】

程刚：FTI 透明指数推动中国公益新征程

中国经济网公益频道“行走的思想者”系列访谈对基金会中心网总裁程刚先生进行专访。在这初春时节，十八大不断释放出的改革信号也激发出了公益界的强劲信心与希望。回首中国公益事业这几十年来的发展，在公益这条艰难的道路上前行的职业公益人承受着莫大的压力，一方面公益行业对整个社会弱势群体起到了极大的帮扶作用，另一方面谣言、污点事件也如影随行。在今天新的发展环境下，作为公众关注焦点的公益行业如何能实现政府与公众的期待？中国的公益又将如何摆脱阴影健康前行？

公益界合力推动基金会中心网 开启中国透明公益

2012 年 8 月 20 日，中基透明指数 FTI(China foundation index)上线试运行——这是中国第一份基金会透明指数。FTI 的开发运行者、基金会中心网理事长徐永光表示：“中基透明指数 FTI 旨在有效推动基金会行业的透明度，成为一把打开基金会透明大门的钥匙。”在全行业的参与下，现在中基透明指数已经成为公益行业的透明标杆。

赵天驰：中国经济网公益频道“行走的思想者”就是向社会展现真正的职业公益人的实践道路与思想，一方面分享经验，一方面消除对公益认识的误会。基金会中心网是整个公益界不可或缺的一个阵地，它的出现开启了透明公益的历程，从诞生到现在仅仅两年中基金会中心网就对整个业界产生了巨大震动，请问创立基金会中心网的初衷是什么？

程刚：早在 90 年代，业界的有识之士商玉生、徐永光先生就在一直思考、交流行业自律的道路应该怎么走，也在设想通过行业自律来规范公益领域，我那时还在基金会工作，1998 年我特意将基金会中心网 www.foundationcenter.org.cn 域名保留了下来，这么多年中好几次我们想启动这个项目机时都不成熟，因为业界还没有形成对通过成立基金会中心进行行业自律的共识。

随着公益行业的发展公众对公益透明度的要求日益强烈，到了 2008 年公益界迎接来一个大事件

——2008 年地震，这次地震全国的捐款总量超过了一千亿，这不仅是中国空前的捐赠数额，此次参与公益救援的公众人数也是前所未有的，这件事件唤起了整个社会对公益行业的高度关注和参与热情。非常自然随后全社会随即聚焦在款项的使用上——捐款都用到哪里去了？都是捐给谁了？

直到 2009 年，徐永光带领一个代表团去美国访问时，发现美国有一个机构 ---美国基金会中心（Foundation　Centre）。它成立于 1956 年，这个机构将美国所有的基金会公益信息归纳整理后向公众公开，同时给专业的公益组织提供分类性服务。它成立的社会背景跟中国现在的情况差不多，当时二战结束后经济发展促使一些基金会设立，公众对基金会的资金使用有很多质疑，也有一些人对基金会的存在价值也不认同，因此一些业内人士在华盛顿 BC 成立了一个成立了一个基金会中心办公室。那时还没有 IT 技术，他们就到事务总署把报表一一抄回来再做成册子放在那里，以供公众去阅读了解，这样不仅通过推动公益行业信息披露推动行业自律，同时也通过让公众了解基金会的成绩来澄清外界误解。这个机构的成立为美国公益事业规范化发展起到了极为关键的作用，也给我们带来很多启发。

2009 年底，15 个非公募基金会的领导人和我一起来商量筹划启动基金会中心网，整个行业希望以一个有效的模式促进公益行业自律和公开透明，因此形成了合力来推动了中国基金会中心网的设立。

坚守核心使命　实现行业自律

赵天驰：作为一个致力于推动透明度的机构，基金会中心网是如何定义自身的使命？

程刚：中国很多 NGO 有无限责任的理念和理想：想干一件事的时候都想干的很大，但一个公益机构能长期发挥社会作用必须要有非常明确的使命，我们经过内部的不断讨论，最后定位很简单：

第一，要建立基金会行业的信息披露。

第二，对行业能力建设的提升做一些服务。

第三，倡导健康、良性的公益文化。

落实到使命的具体实现就是聚精会神于信息披露，基金会中心网永远的目标与核心价值就是倡导“透明度”，通过透明度来形成行业自律。

推出中国公益透明标准----FTI透明指数

赵天驰：基于现代网络技术的 FTI 从诞生到现在短短时间就取得了业内广泛认同，甚至也成为了基金会的既定工作环节的一个部分，FTI 指数为什么这么迅速就成为公益行业不可缺少的组成部分？

程刚：现在互联网技术时代使中国基金会中心网的信息公开模式和美国当年的信息披露模式有了很大不同，我们的信息披露基于强大的互联网平台的数据库系统。

我们推出的中基透明指数——FTI 将成为企业捐赠前评估基金会的重要工具。将中国所有的公募基金会与私募基金会全部以榜单的方式列表进行公开展示，然而这却不仅仅是榜单，点击开榜单上的每个基金会的名字就能看到该基金会的各项指数清晰呈现，也就是将这两年基金会中心采集的基金会透明数据量化，并且根据量化的程度显示对应的分值。

赵天驰：据了解很多未建网站和网站技术不完善的基金会都能通过这样平台完善的展示数据，这样使得基金会中心网能将整个公益行业以数据的方式呈现在了公众眼中。

程刚："中基透明指数"除发布年度排行榜以外，还按周发布全国基金会的透明指数信息。打开"中基透明指数网"，首先映入眼帘的是最新一周全国基金会透明指数排名表，你看这很象是股票系统的升降榜，非常直观清楚，我们现在看到的好比就是本周的升股榜，你们可以看到分数都在变化，并且我们还辅以每周升幅榜、指数走势图、地区排名表等。在网站的显眼位置，还有一个犹如股票指数的"FTI 实时显示牌"——2013 年 2 月 1 日显示的数字是 47.96 分(总分数是 129.4 分)。简言之，这里就是中国公益慈善基金会信息公开透明化程度的一个实时显示窗口。

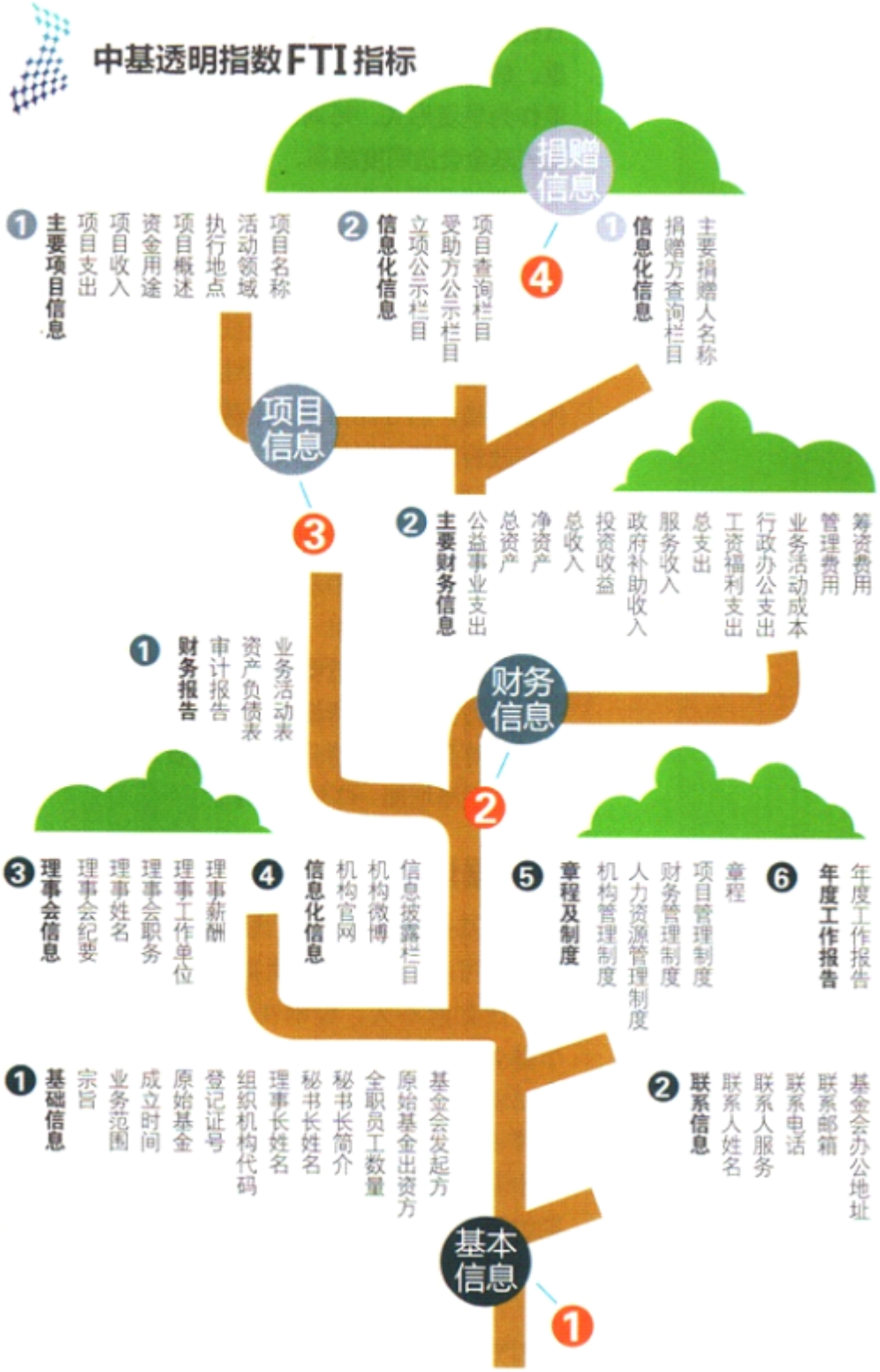
赵天驰：FTI 指数设计有着极强的功能性，所以能够被广泛接受，完全有理由相信不久的将来 FTI 指数也将是捐赠机构衡量公益机构的重要工具，您是否可以分享一下将 FTI 成形的思路。

程刚：成功地推动一件事情最关键的是首先将问题的核心想透，只有这样才能使后面的具体工作被大家所接受，被行业里的资深从业者们认可是非常重要的。

此前公益的管理以及法律环境都不是那么完善，信息管理的统计也存在着管理方面的一些具体困难，我也曾经担心因为业内的反对而前功尽弃，但"FTI 透明指数"的推出也得到了理事机构的一致认可。我们联系通知了一千多个基金会，只有有五个基金会的反馈说是无所谓，还有一个是不参加的，其它一千多个基金会都作出了很好的回应。这也说明 FTI 有一个很好的认同基础，这对 FTI 的应用推开是非常重要的基础。

赵天驰：FTI 评价指数的指标设计是如何得来的呢？

程刚：民政部先后发布《公益慈善捐助信息披露指引》《关于规范基金会行为的若干规定(试行)》等文件，对基金会组织运营行为以及信息公开作出了强制性规范，旨在推动透明化。但由于这些制度框架结构较粗糙、内容较简单，在实际执行中效果不甚理想。为了有效地使透明度指数成为被实际运用的工具，在这个榜单背后我们做了大量细致的工作。



基金会中心网图示

程刚：我们从产生 FTI 的初步想法，到上线试运行，前后经历了一年多时间，这套指数综合了指标、权重、信息披露渠道、完整度等参数，并以排行榜单作为呈现形式，每周更新一次，排名越

靠前，代表基金会透明度越高。

指标体系分为四类，共计 60 个，根据德尔菲法对不同指标附不同权重，满分为 129.4 分。60 个指标包括 40 个合规性指标和 20 个倡导性指标。合规性指标是政府要求必须披露的，比如基金会基本信息等，具有一定强制性，达到这些指标就代表及格；倡导性指标则是基金会业内认同的，不在政府监管部门的要求之内，比如是否建立网站、开设信息披露平台，在栏目里公布年报信息、审计信息等。在设计这个系统时我们依据几个原则。

第一，确保理论研究具备坚实的科学基础。FTI 透明指数的方案征求了业内很多基金会领导人的意见，我们也和清华大学的廉政治理研究中心合作，这个中心的专家们是专注于推动政府信息公开透明，专家们专业水准和国际化的眼光对我们系统也有很大的完善作用。

第二，以基金会的广泛参与规划为基础。基金会在 FTI 推出前期为各个指标的权重系数提供了建议，95%的意见基金会中心网都听取了，这样 FTI 设计的过程也成为共同参与的过程。

将公众想看到、想了解的披露出来，这是我们建立基金会中心的目标，但基金会中心制定的标准凭什么使基金会都能接受呢？就是基金会的广泛参与。刚才你说到的基金会人手不足，尤其是小型的基金会无法立刻实现高度精细化的披露。的确，标准的制定也得以实际的工作状态为出发点，不能以不切实际的标准进行要求，只有这样才能在发展中促进基金会的成长。

第三，明确的倡导性。我们的指标中 43 个指标是合规性指标，是民政部要求基金会必须做的，还有 20 个左右是基金会中心网倡导的，比如要求基金会披露秘书长的个人简历，对于公众实现知情权来说这是非常重要的。

第四，数据进行合理分类。例如我们将每个省进行分类，并以省为单位打分，这样大家也可以很清楚地看到每个省的基会的发展程度；将公募与非公募进行了分类，我们强调非公募基金会的透明度是因为非公募基金会只是资金来源不同，但只要是捐出来的钱就应该是属于社会了，所以也必须要接受透明度的监督。

第五，数据由各基金会自己进行填写上传，接受社会监督。这一套体系的网络支持平台很复杂，涉及到网下信息的收集采集、判断、安全、备份、更新等工作，发布 FTI 指数后在业界差不多三周通知了将近一千家左右的基金会相关人员赶紧着手进行准备与填写。

第六，基金会中心只做评估不做评价，这仍然是我们现在遵循的标准。我们作为公益行业透明度推动的一个推手，一个平台，因此既不做评价，也不搞排名，我们让大家的数据自己来说话。比如截止 2010 年 1 月大学基金会在 210 个，目前这类的基金会排名还比较靠后，说明教育类的基金会需要加强数据化建设。

让透明成为习惯　促进公益机构长远发展

中国基金会中心网的建设借鉴了美国基金会中心的模式，但中国的情况与美国还是有很大的不同。美国公益事业经过多年发展，法律也相对细致、完善，中国的公益行业发展的时间毕竟相对比较短，基金会管理条例和问责体系都不是很健全，并且对已有的条例也没有很好地落实和执行。在这种情形下，公众更容易关注社会和网络上的公益行业负面消息，公益行业的努力与成绩却往往被忽视掉了。

其实任何行业都会有害群之马，但是因为信息没有清晰公布，所以就很容易让负面的消息被无限放大，以致于整个行业的形象都被扭曲了，对公益事业的发展产生了很大的伤害，成立基金会中心网是公益行业再向前发展的必然需要。

另外，基金会中心网的信息公布特别开发了一套体系，这套体系是开放的，体系规则也是完全开放的。简单地说，基金会中心网推进了两年的信息公开，FTI 的模板、模型都开放了，FTI 的模型参数也会逐年改变、细化，将公益透明度做得更细致。就好比今年穿长袖衫算透明，明年就得穿短袖衫了，后年就得穿 T 恤衫，这个过程也是基金会逐步适应的一个过程。

对于公益机构，这样体系化的透明度以科学的方式促进行业发展，提高公信力，这就是我们第三项“推动建设、健康良性的公益文化”使命的具体实现。

推动透明度　自身全透明

赵天驰：基金会中心网在整个公益行业产生了极大的影响力，很多人也好奇于基金会中心网自身的运行与管理是如何展开的？

程刚：基金会中心网本身也以 NGO 的方式进行管理，并采用这套基金会信息公布体系体系使基金会中心的财务透明、信息公开，只有这样才能赢得基金会的认可和尊重。

赵天驰：没有灰色利益的界入，先将自己晒到阳光下，这让基金会中心有极强的公信力。

程刚：我们坚持要做到全透明，我们请审计公司对我们进行财务审计，我们也要求管理成员的薪酬公开，这甚至都超过了审计公司的审计范围。今年 10 月 3 号我们接受美国基金会中心的邀请去美国，美国一位学者了解我们的工作以后，写了一篇文章说“中国的基金会中心形成了成熟的体系，比美国基金会中心更透明”——这是对我们推动透明度的决心和行动的肯定。

编者语：

基金会中心网的运行不仅得到整个公益界的呼应与认同，并且得到了美国基金会同行的高度赞赏。并且中基透明指数 FTI 所发布的客观数据便许多难以察觉的问题也随之曝光，这引发了基金会行业和相关监管部门的高度重视与深刻反思。

中国公益即将进入新的发展时期，企业是公益事业发展的重要推动力量，大部分捐方经常感到纠结的是对捐赠的使用情况与使用效率完全不得而知，以后捐方在捐款的时候用 FTI 透明指数来查

一查受捐机构的透明度，就可以做到了心中有数的捐赠。这正如徐永光先生所说的，将透明的钥匙交到公众手里。

经过风波与磨难，公益的春天即将到来，FTI 透明度的推出也正逢其时，我们相信 FTI 透明指数不仅推动公益机构以更规范化的方式进入下一段新征程，也将促进社会各界以理性为基石来合力开启中国公益行业的新时代！

来源：中国经济网

地址：http://gongyi.ce.cn/xiangshanxingdong/zhuanfanghuigu/2013040711994.html 【返回目录】

褚蓥：中国公益行业最缺募捐人才

中国公益行业最缺哪类人才？答案是各类人才都很缺乏，但最缺的还是募捐专业人才。为什么这么说呢？因为募捐人才是公益组织的向外开启门户，缺少了募捐人才，就等于缺少了门户。一家公益组织没有好的募捐人才，服务再好也没人理会。在国外，担任公益组织的负责人的也通常是募捐人才。

那么，我国的公益行业的募捐人才市场到底是怎么样呢？我在年前连续走访了多个城市的公益组织，包括多家老牌基金会和草根公益组织。从走访的结果来看，情况不容乐观。

大多数公益组织都没有专业的募捐团队，它们仅有的募捐人员是组织的理事长、秘书长或理事。这些组织每年就靠这些领导四处奔走所募得的善款维持运作，甚至还有个别组织只靠理事长一人去筹款。所以，这些组织的头上时刻都悬着一把达摩克利斯之剑。哪天这个领导有什么意外情况没法出去跑善款了，整个组织都会因此停摆。还有些组织将募捐人员与项目人员混同，让管项目的人去管筹款。于是，项目一旦出了问题，客户也就跑了个精光。

有几家老牌基金会倒是请了个把专业人员，但没有单独出来搞成募捐部门，而是把他们给整合进了品牌建设部。这个部门主抓品牌建设，兼管筹款。这种做法也不可取。募捐行业有句话叫做：你想要把筹款做成什么样，你就能得到什么。这也就是说，你想要把筹款搞成品牌建设，那你就只能得到品牌，但却得不到善款。

另外，我国公益组织的募捐人员很多都来自于企事业单位，之前的工作背景更是五花八门，包括市场营销、活动策划、活动执行、品牌推广等。这些人才虽然有在企事业单位工作的经历，在市场营销或活动策划与组织等方面更是一把好手，但对公益行业并不熟悉，对公益领域的市场营销更

是全然不知。

最后，还有的组织在筹备大型募捐活动时，没有组建筹款委员会，也没有聘请专业的人士进行指导，并且贪多求快，一两个月就草草搞出一场活动。最终，活动是搞起来了，而且还凭借着组织的品牌声誉筹到了一些善款。但这种做法无异于杀鸡取卵，吃了老本，只能做成一锤子买卖，无法长久。像慈善晚宴一类的大型活动，是非常需要专业人士从中策划指导的，否则活动办不成是小事，砸了招牌才是大事。

所以，我国的公益行业最缺大量的具备专业技能的募捐专业人才。这两年来，我国公益行业兴办公益培训成风，仅去年一年就有六七个新的培训项目上马。但这些培训项目无一例外地将目标对准了公益领袖培养，而没有人将注意力放在募捐专业人才培训之上。但实际上，我国公益行业现在最急缺的却是募捐专业人才。因此，我们有必要将更多的精力投到募捐专业人才培训上来，令更多的有公益视野和募捐专业技能的募捐专业人才加入到公益行业来。

作者褚蓥　清华大学公共管理学院博士后

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5804.htm?div=-1 【返回目录】

设计师对公益组织的 6 点建议

2012 年开始，我参与了多个国内社会影响力项目（Social Impact Project）的规划和设计阶段，在四川，我接触了多个跟教育相关的公益组织，和在纽约、墨尔本、伦敦这样的世界一线城市、或是加纳、乌干达这些非洲大陆属地的 ThoughtWorks 人一样，我们都在致力于把创新和技术实践融入社会责任实践中去。

越来越多的公益组织希望利用创新将自己公益的理念传播，用技术解决组织运营中的各种问题，作为产品设计师，以下是我希望分享的六点建议：

做公益就是在做产品

产品的核心逻辑是：资源—内容—价值—客户—付费，即用内容包装资源、产生客户愿意付费的价值、最终完成付费。而公益的本质也有类似，只是付费的对象是整个社会、弱势人群，或者付费的货币是传播力。具体来说，公益就是在做以下几件事情：

把自己的资源包装一种内容：例如环保组织的资源是一群致力于水污染的学者，他们产出的生

活用水知识总结就是一种内容；

让内容产生价值：价值的唯一定义是有人消费，例如环保组织的学者因为经常在微博上发一些关于水健康的小知识聚集了 1000 个微博粉丝，这时内容就是有价值的；

让价值持续传递给客户：价值本身是短暂的，只有价值为客户的持续交付才可能让价值持续，例如环保组织的微博不但积攒了更多的粉丝（价值升值），还通过线下活动获得了更多关注（价值衍生）；

让客户付费：在公益组织中客户的付费就是指捐赠钱物或是影响力（例如转发微博，联系企业），让公益组织生存的说到底是钱和影响力。

当这四件事都被很好地完成了，公益组织才可能持续成长壮大，“产品”才可能常青。根据这个逻辑，我慢慢发现，很多公益组织在某个项目的开展前，并没有很好的思考这个问题，在鸿图大展的浪漫主义情怀之后，剩下的只是道德无力的挫败。

那么，逻辑顺序正好倒置，才开始任何一个项目之前请问自己：

为了使我们的组织继续成长，这个项目如何获利？我们希望的是捐助？还是社会影响力？

为了使这个项目获利，作为交换，我们为谁服务？ 在满足他们之后，他们真的会交换给我们想要的吗？

为了使他们会交换给我们想要的，我们给他们提供什么价值？为什么说他们认为这是价值？解决了什么问题？

为了实现这种价值，我们提供什么东西给他们？解决方案是什么？能解决吗？

为了交付解决方案，我们凭什么说我们能给？我们有什么资源支持我们做到这一点？

很多时候，我们看到情况是，还没想清楚项目对组织来说意味着什么，就开始为臆想的客户解决臆想的问题，并设计一个我们没办法运营的解决方案。

我们在帮助立人乡村图书馆的朋友回答这些问题

这样的事情在产品的世界里经常发生，而在公益组织的世界里也不少见，只是慈善让人不忍评判，失败顿时有了道德的借口。

让专业的人做专业的事

绝大部分的公益组织者来自于草根，他们在中国社会根基最薄弱的地方，受人尊敬地发挥着自己的价值。但是不得不回避的事实是，在专业上，大部分的公益组织参与者缺培养，在产品规划设计、项目组织运营、市场研究推广等方面都缺乏足够的专业技能。

就产品规划设计一点来谈，大量与我们讨论的公益组织，哪怕再小都有一个平台化的梦想，他们希望自己管理的参与者能够自组织地在平台上活动，建立一个自给自足地生态环境。

任何一个有经验的互联网人都会认识到的一点是，任何不在解决现有实际问题的平台化建设基本没有成功案例，这一点的认识需要专业工作的培养。

人人都是互联网产品经理的谬论让所有人都雄心勃勃，无论在产品的设计期或者演进期，他们都愿意左右产品的设计方向和细节。但事实上，互联网公司的初级产品经理都需要至少两到三年时间历练成长，经受失败的打击，而作为从未有经验的公益组织成员，如何能够在一开始理解产品设计。

而更不可忽视的区别是，IT 能力越高失败成本越低，拥有一流 IT 能力互联网公司产品经理成长的成本远远低于公益组织者。

因此，作为设计师，我们更愿意听到来自公益组织对真实问题更生动的描述，设计的工作交给设计师去完成，在参与立人图书馆项目的设计过程中，我们听到了这样的故事：

“我们的图书馆经常收到不需要的书，管理起来很麻烦，又担心辜负了人家的好意，每个图书馆要的书也不太一样，为了解决这个问题，我们有些特别忠实的会员会用 excel 把这次要捐赠的书记录下来，通过邮件发送给我们，我们标注出来哪些书是需要的，再回复给他”

这样的故事告诉我们问题为什么发生、产生了什么结果、大家是怎么解决的，这样的故事是我们欢迎的，而简单说“我们的问题是没有一个图书管理平台”则不是一个好的故事，它把解决方案当成了问题本身。

立人捐书 APP 最早的草图设计，产品设计需要专业的设计师进行。

做力所能及的事

就像创业着总是怀揣着一颗改变世界的梦一样，在谈论理想的时候，天生感性的公益组织者也养成了“前缀病”。

所谓“前缀病”是给自己构想添加各种看起来令人兴奋的各种“前缀”，它们包括“智能化”、“定制化”、“社会化”、“web2.0”、“平台化”种种，这些在互联网世界里最令人感到无聊的文字游戏也真真正正在公益组织者身上发生。

这就是“我们要做什么”到“我们能做什么”的思维转变。前者关注结果——如果成功，它将变成什么样；后者关注原因——因为我们有这些，我们的客户要这些，所有我们要做那些。

事实就是这么残酷，白手起家的蒙汗药让你只看见成功的结果而看不到由何而起，你自以为是地认为成功都是他们当初义无反顾地要，于是你也义无反顾地要。殊不知，成功都是因为你有什么，它根本不在乎你要什么。

在我看来，深耕现有的参与者是最好的选择，在参与开放课堂项目的过程中，我们最开始的想法是针对中小学社会实践课的教学。但是慢慢发现，我们能够获得的教师以及内容资源只集中在小

学 5，6 年级的科学课。

开放课堂的设计过程本身就是不断做减法的过程，这需要深刻了解公益组织的资源限制做出决定。

于是，与其构建一个巨大的平台，不如针对核心的 30 位老师服务，最后这个数字降低到不超过 10 位，看似我们放弃了很多可能的机会，但作为一个没有一名全职参与的项目来说，这是我们力所能及的事。

包装已有价值

越关注“我们要做什么”就越会忽略“我们有什么”，事实上很多公益组织经过几年的发展已经拥有了一些独特的价值，而很多情况下，他们都在急于创造新的价值而不去包装已经存在的现有价值。

究其原因，它们并不认为那些是价值。确实，几年运作的沉淀结果总是些零零碎碎的细枝末节，缺乏组织，毫无章法，但是，事实上，可以被重新包装的价值大致包括两个方面：

被总结的内容：这是公益组织最常见的价值沉淀，开放课堂背后的教育大发现组织，经过若干年的发展，总结了大量学生社会实践课的作业，这些内容对于社会实践课老师的授课有潜在的价值，甚至可以吸引对教育感兴趣的家长；

被发现的问题：很多人并没有意识到这也可以成为价值，在公益组织的运作中有很多重复性的事务，事务过程中一定总结了很多问题，这些问题可能成为共通性的问题，这些问题的解决不但提升组织效率，也可提升参与者的体验。

而真实的情况是，这些价值要么被蒙藏灰迹之中，要么被习惯的忍受打败，更多人愿意为外面的新奇玩意兴奋激动而不回头思考自己手中的金子。

因此，从这两个角度出发，思考自己的组织中到底总结出什么，哪些内容可以提炼，就像立人图书馆总结各地县镇图书馆孩子的阅读习惯，制作调查报告，提升自身的专业影响力；同时思考组织运作中可以被改进的问题，提升参与者体验，又如立人图书馆发布捐书 APP 应用解决不需要捐书过多的问题。

所谓创新，就是用创造力包装旧内容产生新价值；所谓创新，就是用创造力解决旧问题产生新价值。

共赢和交换资源

资源是有限的，特别对于公益组织而言，也许是因为大部分公益组织者较为感性，这件事本身的道德属性，我们还看不到资源的共赢。

在我看来，最好的关系是合作，最好的合作是共赢。公益组织要学会利用外部的资源，这些资

源包括公益组织之间，也包含外部的专业能力。

很多公益组织者的前提假设中，公益是一件不求回报的事情，既然参与就不应该求索取。在和开放课堂的合作过程中，我始终强调的是，只有价值的互换才能使得合作稳定和长久，共赢才是合作的本质。

这里的需其实很简单，就是社会影响力，作为合作伙伴，可以帮助我们提升在这个领域的口碑，多帮着联系朋友，组织活动。我们用技术和设计资源提升在公益组织的社会影响力，这样的合作才能持久，才能共赢。

另一方面，我看见公益组织之前其实有很多可以桥接互助共赢的资源，例如我们正在帮助一个从事 Scratch 儿童编程教育的组织，把他们的资源放在开放课堂上。但是没有我们之前，很多这样的事情大家都是在闭门造车，并不知道对方在做相同的事情。

就像互联网创业者已经形成了很好的社区气氛，有很多线上或线下的媒体进行宣传和支持，创业者之间也形成了良好的互动习惯。公益组织届还需要更多的标志性人物，建立这样资源互助和共享的平台。

保持学习

不可否认的是，保持学习习惯，保持成长的人并不多。而一个公益组织的成长不在于推出了多少惊人的项目，拉到了多少捐赠，而在于公益组织的核心成员成长了多少。

对我来说，我做公益并不是希望我们帮助规划和设计的产品帮助到了多少人，我更加愿意看到的是公益人的成长——他们更加专业、更加有求知欲——只有公益人的成长才能带来公益事业的真正成熟。

开放课堂的协调人四川师范大学的吴长城老师从去年 7 月开始和我们一起工作，为了了解我们的敏捷开发过程，他甚至读完了《硝烟中的 Scrum/XP》，这对于一个读文科的师范类学校老师而言，已是不易。但正是他的求知欲和学习热情，一直激励着我们朝着既定的目标努力。

写在最后

从 2012 年 7 月开始，我在成都接触公益组织，借助 ThoughtWorks 技术和设计能力帮助教育界的公益组织，目前我们支持的教育组织有四个，它们是：

立人乡村图书馆：致力于中国县镇级少儿图书馆推广；

教育大发现：关注开放教育，推广创新教育实践的公益组织；

阳光书屋：致力于乡村信息化教育，以平板电脑为载体让每个农村孩子接触优质教育工具；

LEAD 北京阳光志愿者俱乐部：关注打工者子弟教育的公益组织。

通过创新和技术，我们为立人乡村图书馆，设计交付了帮助解决捐赠不需要图书和定点捐赠问

题的捐书 APP；为教育大发现设计交付开放课堂，帮助小学社会实践课老师分享课程教案的网站；为阳光书屋交付平板电脑端的互动式教案（媒体报道）；为 LEAD 阳光组织交付活动召集系统。

这些小的创新产品也吸引了很多 ThoughtWorks 之外的设计团队（如彩程设计）、产品经理（如超有爱百词斩）、开发团队（如 Ruby 社区的朋友）加入，我希望更多的专业能力投入到公益的世界里来，他们的公益事业太需要设计和技术的能力支持。

希望这些能给 80 万公益人一些帮助。虽然好像也不能改变多少，但只要是能让这个一般般的世界变得稍微好一点，还是得做。

来源：一只土贼微博

地址：http://www.tuzei8.com/2013/02/suggestions-for-ngos/ 【返回目录】

姚松乔：行业化使 NGO 丧失了最初使命

我现在是“国际河流”(International Rivers)在中国的项目顾问，大学本科论文写的是公民社会的理论和实践，当时得出一个非常消极的结论——在中国这样一个环境下，公民社会中的 NGO 既受压制，又受企业和基金会资金的导向，同时又还无法代表大众利益诉求，所以三方面都没办法得到实践，公民社会某种意义上仅停留在字面上的讨论，或者是一个自我安慰的话语。

但是大学实习我还是都在 NGO 领域，做过教育，也做过心理，本科论文案例用的是中国的妇女运动，现在我做的是环境运动。我觉得环境运动比妇女运动好的一点是，环境问题显露地暴露在社会中，在北京呼吸空气你就知道环境已经有问题了，但妇女问题，以及其它很多社会公平问题都没暴露出来。所以我现在觉得环境运动其实是一个发展比较好的社会运动。

我之前在美国念本科，我的主要导师都属于比较左派的学者，可以说我接受的是比较左派的社会科学教育。我们会讲现在全球的一个大问题是，社会运动已经过了上世纪六十年代的那种情景，开始变得组织化了，渐渐形成了行业，基金会给钱，人员提供项目。很多 NGO 同行到美国或者欧洲考察，说 NGO 行业已经很发达了，大家作为 NGO 的工作人员享受很好的待遇，或者说有一个行业生态链是非常好的事情。但是从社会运动学的角度来看，它行业化以后，其实是丧失了运动初期的尖锐性以及一开始的使命，而逐渐成为现有体制中的一部分。

我们国际河流总是自认为是国际组织里面还存在非常大勇气的组织，很多国际组织现在已经没有勇气了，都是跟着政府或者是跟企业走，原本更尖锐的价值观被收买了，或者只是在可以运动的

空间内运动。

但是我们自己也面临着在全世界各地生根的过程当中，也在讨论我们该怎么样去做。我们其实也跟一些国内央企进行政策上的倡导、交流，看起来好像我们的工作手段并没有那么激进，但是我觉得我们组织本身的立场就已经非常激进了：为社会发展中利益受到剥夺的少数人说话 ，但工作的策略、态度都可以有不同的改善和调整。

在整个环境运动当中，很多时候讨论到最后还是一种发展模式的问题，在这方面，有焦虑感的除了中国的 NGO，基础四国或者新兴经济体的 NGO 都有同样的考虑。美国的环境运动似乎胜利了，其实并没有完成，美国没有付出的环境代价让发展中国家来付，现在中国、巴西、印度、俄罗斯、南非崛起，也是在提升它们自己的利益，同时把成本转移到非洲和东南亚国家。

这样纯粹追求经济增长的发展模式使 NGO 意识到，环境运动并不是反对几个人的问题，以前好像是发达国家污染了大家共有的环境，而现在大家都是这样的发展思路，但是这样的发展模式是肯定不可能继续完成下去的，不过同时可能也提供了一个机会，你怎么能从内部来扭转这个发展模式。这不只是中国的问题，也是其他新兴经济体的问题。

在冷战时期，我们觉得还有一个外在的敌人，但现在慢慢地发现其实敌人也是我们自己，我们自己想要追求好的生活质量，或者是我们想要经济先发展起来才去治理环境。中国以前还可以说别人，但现在自己的问题也很大，所以说很多时候也要往里看。

另外，我们支持很多草根运动，比如说非洲我们有一个很成功的草根运动，但是一般也是因为有比较有效的组织方法和很好的运动领袖，通常也是受到良好教育的精英，纯草根的运动要成功还是需要经过一些训练或者战略性的思考和行动的。

作者简介

姚松乔：就职于国际河流中国项目、全球妇女基金会亚洲地区顾问

来源：环球网

地址：http://hope.huanqiu.com/domesticnews/2013-04/3836515.html 【返回目录】

⊙行业动态

第八届“中华慈善奖”名单揭晓 表彰大会在京举行

由民政部主办的我国慈善领域最高政府奖——第八届“中华慈善奖”获奖名单 19 日在京揭晓，共有 99 个在 2012 年为我国慈善事业做出较大贡献的个人、企业及项目获奖。

本届表彰榜上，曹德旺等 20 名个人荣获“最具爱心捐赠个人”奖；宝钢集团有限公司等 40 家企业荣获“最具爱心捐赠企业”奖；阿扎提古丽•日介甫等 19 名个人（团队）荣获“最具爱心慈善楷模”奖；爱心助环卫等 20 个项目荣获“最具影响力慈善项目”奖。

“中华慈善奖”每年举办一次，旨在表彰在我国扶老救孤、助残助学、救灾扶贫及支持文化艺术、环境保护等公益慈善事业中做出突出成绩的个人、企业和优秀慈善项目，大力弘扬慈善精神，激发全民向善的热情。

本届“中华慈善奖”评选活动得到社会各界的广泛关注，申报者来自全国 31 个省（自治区、直辖市）和港澳台地区，网络投票活动也吸引了超过 450 万人次的网友踊跃参与。评委会从影响力、持续性、适应度、公信力、创新性等方面进行评审打分，经评委会审议、社会公示、征求相关部门意见后，最终评出各奖项。

来源：中国民政部网

地址：http://www.mca.gov.cn/article/zwgk/mzyw/201304/20130400446419.shtml

【返回目录】

聚焦社会组织管理制度变革：专家呼吁尽快出台“社会组织法”

新近出台的《国务院机构改革和职能转变方案》（下称《方案》）提出，改革社会组织管理制度，逐步推进行业协会商会与行政机关脱钩，强化行业自律，使其真正成为提供服务、反映诉求、规范行为的主体。探索一业多会，引入竞争机制。重点培育、优先发展行业协会商会类、科技类、公益慈善类、城乡社区服务类社会组织。成立这些社会组织，直接向民政部门依法申请登记，不再需要业务主管单位审查同意。

在此背景下，各地已释放出为社会组织“松绑”的信号，拟降低社会组织登记门槛，鼓励社会组织参与公共服务。在社会组织“去行政化”之后，如何避免其走向另外一个极端——“垄断化”，也是

很多业内人士关注的问题。

而在《方案》的指引下，社会组织如何建立健全组织结构和管理体制，发挥作用“迎来春天”？近日，多位专家学者对此发声。

广东省社科联副主席李旭明认为，从顶层设计下通过立法来推动社会组织的监管，是避免社会组织沦为“二政府”，使其科学发展的好办法。李旭明认为，社会组织如何立法监管的问题，是很根本的一个问题。我国对社会组织的监管就是三个条例——《社会团体登记管理条例》、《民办非企业单位登记管理暂行条例》、《基金会管理条例》。这三个条例，目前是我国对社团管理的主要法律依据。但是严格来讲，这三个条例都不是法律，它只是国务院颁布的相关行政法规。所以下一步政府监管，最主要一点就是抓立法。

李旭明认为立法要进行顶层设计。社会组织今后发展的路线是什么，国家和社会对社会组织的定位是什么，社会组织和政府的关系怎样等等，都应该考虑进去。李旭明认为，可以考虑把原来的法规上升到全国人大，出台《社会组织法》。

李旭明还表示，民政部门也需要改进提升监管的方法，政府要厘清政府与社会、政府与社会组织之间的关系。另外，社会组织也要加强自律，自我监管，不干违法违纪的事情，这样才能构建一个与市场经济体制相匹配的社会体制。

此外，据统计，我国现有的行业协会中，官办、半官办的占大多数。官办、半官办性质的行业协会一般是由政府职能部门筹办，或挂靠在政府职能部门名下。对此，江苏省餐饮行业协会秘书长于学荣表示，在工作中，制约协会发展的一个重要原因就是行业协会身份不明确，容易让社会理解为是政府、是事业性单位，还有的人认为就是企业。“究竟是什么？没有明确界定。我认为，行业协会是参与社会管理的组织之一，是具有独立法人资格的组织，是社会主义市场经济中的行业经济组织的联合体，是服务组织。”于学荣说。

中国海南改革发展研究院公共政策研究所所长方栓喜认为，行业协会不靠政府也能够生存下来，也许还能够过得更好，主要在于为社会提供了有价值的服务。“当然，现有行业协会确实还需要行业协会的领导架构、人事制度、治理模式做出很大的调整，以适应社会与市场的需求。实行政会分开、引入竞争机制后，不提供服务的行业协会就不会有人找，就逐步边缘化了。新体制取代旧体制是个大趋势。”方栓喜说。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5781.htm?div=-1 【返回目录】

公益慈善业内人士呼吁：尽早出台社会组织依法自治细则

据民政部统计，截至今年 3 月底，已有广东、安徽、北京、天津、宁夏等省（区、市）先后在不同领域对现行社会组织管理体制做出了突破，大大促进了当地公益慈善事业的发展。今年 3 月底，《国务院办公厅关于实施任务分工的通知》（以下简称《通知》）颁布，标志着国家层面的社会组织登记管理体制改革也拉开帷幕。通知提出，2013 年 12 月底前民政部将会同法制办完成《社会团体登记管理条例》等相关行政法规修订工作，对行业协会商会类、科技类、公益慈善类、城乡社区服务类社会组织实行民政部门直接登记制度。这令公益慈善业内对于未来前景更为乐观。

4 月 12 日，由基金会中心网、腾讯公益慈善基金会主办的“最公益”讲堂在京举行，清华大学公共管理学院 NGO 研究所所长王名、北京农家女文化发展中心理事长谢丽华、北京恩派公益组织发展中心项目总监王维娜对社会组织管理体制改革方向等问题进行了深入探讨。

国家层面的“破旧立新”

国家层面的社会组织管理体制改革突出亮点在哪里？清华大学公共管理学院 NGO 研究所所长王名认为，非常关键的一点就是取消行业协会商会类、科技类、公益慈善类、城乡社区服务类社会组织的业务主管单位，这意味着多年来社会组织登记注册的“高门槛”被撤销。

王名分析称，这将是一个根本性的制度改革和制度创新。据其初步测算，四大类社会组织约占我国社会组织总量的 2/3，目前已经登记注册的大约 47 万家，但实际数量可能接近 80 万家。如果开放全国四大类社会组织的登记注册，将有大批社会组织得到激活。

除取消业务主管单位外，《通知》还要求民政部和国务院法制办在 2013 年底前完成对《社会团体登记管理条例》、《民办非企业单位登记管理暂行条例》和《基金会管理条例》“三大核心条例”的修订工作，这相当于从国家层面制定了社会组织登记管理体制改革的日程表。此外，还明确要求在 2017 年基本形成“政社分开、职责明确、依法自治”的现代社会组织体制。

对这两点，王名的理解是：“任务很艰巨，一个是旧体制的改革必须在今年落实，新体制的建立必须在 5 年后完成。”

改革需求孕育于民间土壤

作为一线的草根公益组织领导人，北京农家女文化发展中心理事长谢丽华看到政策动向背后的民间推力：一些公益组织看上去其貌不扬，三五个员工，甚至连一个正经办公室都没有，但做一场活动却能召集上千人，具有强大的社会动员能力，这必然孕育出基层自治的内在需求。一些基层政府看到了这种需求背后的潮流，所以从基层行政部门的工作开始就慢慢做出了工作方式和政策导向的调整。

北京恩派公益组织发展中心项目总监王维娜认为，民间组织的需求是一种明确的改革信号，但其中潜藏着很多焦虑：基层组织大量涌现，合法的身份认定需求也更为迫切，登记部门要回应这样的需求，但人力、规章等都不够充足，责任、风险也不够清晰，因此，很多部门对外的公开回应只能是“等政策”。王维娜认为，国家层面的改革信号在此时释放，恰到好处地回应了民间的改革需求。

重点和难点在于“两大转变”

面对即将全面铺开的社会组织登记管理体制改革，专家们认为，有两个方面的转变也将随之发生，这两个转变既是重点，也是难点。

王名认为，首先，《通知》的出台预示着政府和社会之间的关系将发生根本性的转变，各级政府和官员必须逐渐转变对社会组织的认识和态度。“高层领导的顶层设计已经很明确：人们需要社会组织，政府、社会乃至中国的改革和发展都需要社会组织。基层官员都应当接受这样一种观念，不要还害怕‘把握不准’，怕因为社会组织‘出事’而丢掉自己的官帽。”对此，业内也呼唤社会组织依法自治的细则及早出台，包括地方层面的管理细则。

其次，主管社会组织登记管理的政府部门面临能力建设和转型问题。目前主管部门的主要职能是登记许可，未来的职能则主要有三个方面：第一，登记许可，工作量会更大；第二，支持培育，建立包括孵化扶持、购买服务、税收优惠等在内的一系列机制；第三，监督和执法，整个社会都应该调动起来参与其中，包括政府监管、媒体问责、行业自律和公众监督等。

最后，王名认为，社会体制改革包括三个阶段，一是“还组织于社会”，二是“还服务于社会”，三是“还治理于社会”。“《通知》的出台意味着我们刚刚迈出第一步。但未来我们必将走得更远，因为社会组织的成长、社会力量的涌现是社会发展的必然趋势，政府部门、立法机关、社会组织、媒体和学者都一起来共同推动，这个春天才会真正到来。”

来源：南方日报

地址：http://epaper.nfdaily.cn/html/2013-04/16/content_7182086.htm 【返回目录】

《基金会蓝皮书：中国基金会发展报告2012》发布

由社科文献出版社出版的《基金会蓝皮书：中国基金会发展报告（2012）》（以下简称报告）日前发布。报告共包含1个总报告和4个分报告。总报告描述了中国基金会发展的整体状况，主要包括基金会发展数量、资产状况、收入状况、支出状况和专职工作人员状况。4个分报告分别介绍了2011年北京市和江苏省登记的基金会发展状况，以及大学基金会和民政部主管的非公募基金会的发展状况和呈现出的几大特征。

报告指出，截止2011年底，全国基金会数量比2010年同比增长12.51%，达到2515家。在实际参检的2411家基金会中，非公募基金会为1296家，占基金会总数的53.76%，非公募基金会数量首次超过公募基金会。

报告发现，中国基金会的发展地区差异明显，与经济发展水平密切相关。东、中、西部基金会发展不均衡现象较为突出，多数基金会分布在东部地区，中部次之，西部最少。

报告指出，2011年中国基金会资产总额为784.90亿元，比2010年增长29.91%。其中公募基金会资产总额446.01亿元，非公募基金会资产总额338.89亿元，平均每家基金会年末资产额为3295.12万元。

报告发现，2011年全国基金会收入总额为447.11亿元，其中来自自然人和法人的捐赠收入为400.67亿元，比2010年增长18.8%，占总收入的比例约为89.61%。同时，2011年全国基金会总支出约288.87亿元，其中公益事业支出为280.49亿元，占总支出的97.10%。

报告指出，2011年，全国基金会工资福利和行政办公支出占总支出的比例平均为2.07%，远远低于《基金会管理条例》规定的10%的上限。从比例的具体分布来看，低于10%的占基金会总数的83.82%，高于50%的占基金会总数的4.38%。在比例低于10%的基金会中，低于1%的基金会占总数的27.89%。这些基金会每年支付的人员工资和行政办公支出不足2万元，很难保证正常活动的开展，更无法满足进一步加强组织能力建设的要求。

报告发现，2011年，我国基金会专职工作人员8532人，平均每家基金会拥有专职工作人员3.6名，数量明显偏少。在所有基金会中，17.46%的基金会无专职工作人员，66.88%的基金会拥有3名及以下专职工作人员，仅25%的基金会拥有5人及以上专职工作人员。专业化人才队伍的“供求不平衡”将会成为基金会发展的主要瓶颈。

此外，报告研究认为，未来中国基金会的发展存在三大趋势：一是捐赠收入在基金会收入结构中所占的比例将越来越重；二是基金会将更加注重项目运作的专业性和信息公开透明度，社会公信力有望提升。三是对基金会专业化运作的要求将越来越高。

报告由中国社会组织促进会、北京师范大学社会发展与公共政策学院社会公益研究中心和清华大学的有关专家学者历时大半年共同撰写而成。报告撰写期间，得到了清华大学、北京大学、北京师范大学、中央财经大学等多所著名高校的大力支持和凯风公益基金会的资助。据了解，从 2008 年开始，民政部民间组织管理局就开始对中国基金会的整体发展情况进行研究和分析，2011 年首次出版了《中国基金会发展报告（2011）》。2011 年的报告受到了政府部门、学术界、基金会以及关注公益慈善事业的公众的广泛好评。2012 年，社科文献出版社将报告正式列入“蓝皮书”系列，今后将每年出版一册。届时，报告有望成为基金会领域的品牌书籍，为社会公众了解基金会提供窗口，为学术机构和研究者提供学术参考，为政府部门制定有关政策提供依据。

来源：中央政府网

地址：http://www.gov.cn/gzdt/2013-04/16/content_2379613.htm 【返回目录】

我国非公募基金会数量首次超过公募基金会

记者 16 日从民政部民间组织管理局获悉，截至 2011 年底，全国基金会数量达到 2525 家，在 2 4 1 1 家参加 2011 年年度检查的基金会中，非公募基金会为 1296 家，占基金会总数的 53.75%，非公募基金会数量首次超过公募基金会。

根据民政部民间组织管理局发布的《基金会蓝皮书：中国基金会发展报告（2012），非公募基金会呈现出比公募基金会更快速的增长势头。2011 年新成立的 351 家基金会中，非公募基金会达 264 家，占 75.21%，是公募基金会数量的 3 倍。

报告分析指出，自 2004 年颁布的《基金会管理条例》将基金会划分为公募基金会和非公募基金会以来，有条件、有能力的个人、企业和单位，可以按照自己的意愿成立非公募基金会，极大调动了各社会主体投身公益事业的热情。

民政部民间组织管理局有关负责人表示，非公募基金会不仅在数量上增长迅速，项目运作也日趋成熟，社会效益日益凸显，在灾害救助、孤儿助养、疾病救助、贫困地区教育、社区服务、基层公益组织培育、环境保护、非营利组织研究等方面开展了大量工作，正在逐步成为解决社会问题、缓解社会矛盾、推动社会发展的重要力量。

据了解，公募基金会和非公募基金会的区别主要在于是否面向公众公开募捐，公募基金会有公开募捐资格，非公募基金会没有。在项目运作、行政管理等方面，二者并没有太大区别，具有很高

的相似性。

来源：中央政府网

地址：http://www.gov.cn/jrzg/2013-04/16/content_2379458.htm 【返回目录】

国际 NGO 中国生存报告

3 月 23 日，小母牛联益慈善之夜在北京举行，活动流程的第五项是联益基金会（小母牛）专项基金的启动仪式。事实上，类似像小母牛这样努力在中国寻求本土化道路的国际 NGO，经过与中国政府的多年合作，已经深谙生存之道。除了资金来源不同外，与本土 NGO 几乎并无二致。他们很少或不再雇佣境外人员，并开始逐步尝试脱离对总部资金的依赖，开拓新的支持渠道。

2013 年 3 月底，国务院发布的《国务院办公厅关于实施任务分工的通知》指出：公益慈善等四类社会组织年底可直接登记。该举措被期待为“社会组织发展的春天”。

遗憾的是，这其中并不包括活跃在国内的几千家国际 NGO，他们依旧“登记无门”。而对于相对幸运的基金会来讲，虽然参照 2004 年颁布的《基金会管理条例》，允许其在中国内地设立代表机构，但登记注册依然按照双重登记制度的思路进行。

复杂的身份

国际小母牛组织是一家总部位于美国阿肯色州的非营利机构，致力于减少全球饥饿和贫困，保护地球环境。因最初向贫困家庭提供小母牛和养牛技术培训而命名。自 1985 年进入中国以来，在中国深耕超过 20 年，小母牛项目帮助人群从几十户农户到数万户，为贫困地区农户提供从种畜到饲养技能的链条式服务，受助农户实现自力更生后，在未来两至三年内将最初接受的农畜后代或等额资助，以及所学知识、技能和经验一并传递给其他贫困农民。

而北京联益慈善基金会（以下简称联益）2011 年 3 月获准成立，自诩是继“壹基金”在深圳取得公募资格后，首家经北京市民政局获批成立的民间公募基金会。

虽然这种国际 NGO 挂靠本土公募基金会，成立专项基金的案例并不多见，但实际上早在两年前，四川海惠助贫服务中心（以下简称海惠）就已经开始尝试与上海公益事业发展基金会（联劝）达成协议，共同成立联劝（海惠）专项基金。

海惠即为国际小母牛中国办事处。作为最早进入中国的为数不多的 NGO 之一，1989 年，国际小母牛中国办事处在四川建立，挂靠在四川省畜牧局内。虽然由政府代管在行政上有一定优势，但

为了确保项目的规范化和专业性，国际小母牛组织仍决定单独注册建立小母牛项目办。

探索注册之路是艰难的，好在国际小母牛组织并没有一味地去追求以国际 NGO 的身份注册，考虑项目办没有外籍员工，而是尝试找省级有关部门探讨国际小母牛组织中国本土化之路。四川省民政厅民间管理局负责人很同情小母牛项目的处境，表示只要小母牛项目找到有关厅局（办）作为挂靠或主管单位，就可进行国际小母牛组织的本土化注册申请，只是注册名字不能用小母牛，因为在这个圈子里，大家都知道小母牛是国际 NGO。

经过各种复杂的交涉后，2008 年，国际小母牛中国办事处终于以“四川海惠助贫服务中心”的名义在四川省民政厅注册成民办非企业单位（以下简称民非）。2011 年 2 月，为参与上海市对口援疆工作中的社区扶贫项目和上海市郊的社区综合发展，海惠的姐妹单位“上海海惠社区民生发展促进中心”正式成立，身份仍为民非。

“注册的过程是比较曲折的，但好在我们并没有一定要以国际 NGO 的身份来注册，总部也考虑到国情和机构处境，允许我们以这样的名称（海惠）来申请。所以虽然我们是国际组织，但无论在注册上，还是项目执行上，都在走本土化的道路。现在对外宣传的牌子就是海惠 -小母牛项目。”国际小母牛中国办主任陈太勇告诉《公益时报》记者，注册成民非或者干脆在工商部门登记是大量在华寻求独立身份的国际 NGO 的最终选择。

针对两个二级基金的成立，陈太勇就表示目的为了增加一个公募的支持平台。“2012 年 3 月，就已经和联益签署了合作协议，但一直在策划合适的活动方式和时机。”据了解，该天的活动邀请了联益和小母牛双方的企业合作伙伴，并在当晚举行了慈善拍卖。

“基金会”的优势与尴尬

对于国际组织来讲，在华拥有合法身份的好处显而易见：可以更安全地实施项目、可以与更高层级的部门展开合作，企业基金会被认可甚至可以为企业市场开拓带来机会。

相对于“注册无门”的其他类型国际组织，基金会显然要幸运得多。2004 年颁布的《基金会管理条例》对基金会的设立主体并没有做境内外的限制，依照该条例，外国人可以在华捐资设立基金会，境外基金会也可以在中国内地设立代表机构。当然，登记注册依然按照双重登记制度的思路进行。而且，此类组织必须在民政部登记注册方能取得合法身份。

2013 年 1 月，研华文教基金会正式拿到了民政部批文，成立了基金会北京代表处。1997 年，财团法人研华文教基金会在台湾正式成立，主要项目为产学合作、社会公益以及内部员工的企业文化建设。

“基金会在大陆开展项目是比较早的，但在 2011 年下半年才开始准备注册，通过国台办向民政部正式提出申请，从准备材料到调查审核再到被批复大约是一年半的时间。”基金会工作人员郑妲新

告诉《公益时报》记者，因为研华科技是台资企业，所以作为企业基金会的研华文教基金会主管职能部门是国台办。

郑妲新表示，办事处的注册成功得力于国台办的大力支持。“上层部门的交涉和沟通会相对容易一些。”她认为对于有注册需求的境外背景基金会来讲，相比准备民政部要求的众多资料，其职能主管部门是否负责更为关键。

“另外，研华科技在北京算是纳税数额比较大的台资企业，可能在注册审核上也有一定考量。”郑妲新补充。

据中国社会组织网显示，目前正式在中国登记注册的境外基金会（含中国香港和台湾地区）仅二十几家。

致力于保护野生生物和自然栖息地的国际野生生物保护协会（WCS）成立于 1895 年，总部设在美国纽约。1996 年在上海建立了中国项目办公室，2005 年，中国项目总部转移到北京。总部迁移后，WCS 就开始筹划向民政部门申请注册。“2007 年，做了第一次努力，申请递到了国家林业局，因为国家林业局是我们的业务主管单位。”WCS 工作人员甘敏芳告诉《公益时报》记者，此次申请得到的回复是对于协会类性质的境外机构注册办事处，没有相应的法律可以参照。

“后来就不了了之，2011 年有消息说民政部要修订社会组织管理三条例（即《基金会管理条例》、《社会团体登记管理条例》和《民办非企业单位登记管理暂行条例》），又陆续有开放登记的说法，我们就一直在等。”甘敏芳说。

但实际上，等待并没有给这些国际组织带来收获。他们开始考虑曲线操作。“虽然仍缺少适用的法律条款，但境外的基金会是可以在中国设立办事处的。WCS 在美国和基金会的性质是没有区别的，适用于相同的法律注册条款、相同的免税政策，所以总部批准我们也可以叫 WCS foundation（基金会），以基金会的名义提出申请。”甘敏芳表示，2012 年 WCS 开始做第二次努力，包括总部在内又把相关的资料重新准备了一轮。

“因为拿到证书没有多久，具体的不同还没办法讲，只能说有好处。包括邀请合作伙伴时，有民政部认可的基金会代表处的身份会显得更正式，也更有公益色彩。包括一些项目的执行，之前是和高校合作，有了身份后合作伙伴的层级可以上升到教育部，这样项目运作也会更方便。”郑妲新介绍，2013 年 3 月底，由研华文教基金会和教育部教育管理信息中心合作的某创新经营模式竞赛已经开赛。

单一的资金渠道

改头换面注册民非、工商注册、正式在民政部注册基金会、挂靠本土公募基金会成立二级基金……为了达到生存和开展活动的目的，国际组织选择了各种各样的存在方式。但对于那些项目和

合作伙伴相对单纯的机构而言，身份则没那么重要。

汤森路透基金会是依托于新闻和专业信息供应商汤森路透集团成立的公益机构。其旗下网站 TrustLaw 提供免费的全球法律服务，以及妇女权益和高效行政的信息及新闻资讯。在中国，基金会主要向社会企业家和 NGO 提供免费的法律服务，与友成企业家扶贫基金会、恩派（NPI)公益组织发展中心等均有合作。“我们就是一家企业基金会，没有独立的法人身份，暂时也并没有申请注册成立办事处的打算。”基金会中国项目主管刘东伟认为身份问题对于基金会执行项目并无影响。

“因为我们没有任何资金支持的项目，与合作伙伴没有资金往来，不需要一个独立帐号。”刘东伟介绍，基金会和企业 CSR 部门分开，在中国的全职员工只有他一人，因此基金会每年所需要支出的经费只包括他一人的工资和差旅，均来自公司财务。

同样作为企业基金会的研华文教基金会，所有的资金也均源于企业。“研华科技股东分红的百分之三，每年会滚动到基金会里，所以不需要开拓其他收入渠道。”郑妲新表示。

事实上，因身份问题制约，在华国际 NGO 的资金来源均较单一，对总部的依赖程度很高。“WCS 百分之九十以上的资金来自美国，大约每年 100 万美金左右。从 2009 年开始，国内开始有个人捐赠进来，但笔数很少，额度也不大，每年也就一二十万的样子。”甘敏芳说，2012 年，WCS“野生生物卫士奖”的项目得到了阿拉善 SEE 基金会支持，是第一笔来自国内机构的资助。

“大部分的资金还是来自海外，以上一个财务年度（2011 年 6 月—2012 年 7 月）为例，机构 53%的资金来自香港，30%的资金来自美国，剩下的不到 20%是机构自筹。”陈太勇告诉记者，小母牛香港的筹款能力很强，每年的捐赠收入都有几千万，而海惠上一年包括承诺分期捐赠在内的捐赠总收入（自筹部分）为 1500 万。“主要来自企业和企业基金会的捐赠。”

海惠在资金上对国际小母牛组织总部和其香港分会严重依赖，减少依赖的唯一办法就是解决筹款问题。实施本土化战略以来，海惠积极拓展新的收入渠道，包括成立二级基金在内，但效果却并不明显。据了解，联劝（海惠）专项基金成立两年来，包括捐赠物资折合在内共筹款不足 20 万。上文提到的小母牛联益之夜举行的慈善拍卖，截止到记者发稿，到账约 50 万。

“我们虽然没有挂靠成立二级基金，但和中华环境保护基金会有项目的合作，也算是有公募的渠道。”甘敏芳说，同海惠一样，虽然环基会积极帮助 WCS 寻找资金支持，但却一直没有获得额外的捐赠机会。

发展趋势与官方合作

事实上，国际 NGO 在华活跃的时间并不长，上世纪 80 年代后，较多地进入中国；以世界妇女大会在北京召开以及中国加入世贸组织等事件为契机，国际 NGO 开始迅速发展。除了扶贫、教育等传统慈善领域，国际 NGO 更关注艾滋病防治、环境保护、妇女儿童、社会企业、公平贸易、农民工

权利保护等较新的公益领域，一段时间内为中国公益事业发展带来了国际经验和国际视角。

以国际 NGO 最活跃的云南省为例，21 世纪初期，国际组织贡献较大。根据云南省国际民间组织促进会《境外非政府组织发展及管理研究》的统计，国际 NGO 在滇的项目资金投入 2003 年是 3200 万元，2004 年是 5300 万元，2005 年是 8600 万元，2006 年达到 1.2 亿元。

而近几年，在中国逐渐成为世界第二大经济体的背景下，发达国家的援助政策做出方向性调整，许多国际组织也相应灵敏地做出回应，逐步减少或停止在中国的资金支持。

同时，2008 年发生在云南的香港伪慈善家李国华猥亵孤儿院女童案件进一步为境外 NGO 管理敲响了警钟。2009 年 12 月 29 日，为了规范境外 NGO 管理，同时也为了进一步为云南省内有关组织与境外 NGO 交流合作提供服务保障，云南省政府办公厅下发了《云南省规范境外非政府组织活动暂行规定》，并于 2010 年 1 月 1 日起正式实施。境外非政府组织（以下简称境外 NGO）在云南开展项目及活动，均需到省民政厅登记备案，否则即为非法。极少数身份可疑的国际机构开始撤出中国。

因为身份各异的原因，在华国际 NGO 的规模一直难以统计。仅就在民政部登记的基金会来看，资金投入可圈可点。2012 年 1 月 16 日，民政部在京召开境外基金会代表机构工作座谈会。会上发布消息，自《基金会管理条例》颁布实施以来，民政部依法登记的 19 家境外基金会代表机构，累计在中国内地实施了 1714 个公益项目，总投入超过 40 亿元人民币，其中，2011 年的公益项目支出为 10.5 亿元人民币。

值得一提的是，无论身份如何，几乎所有现存的在华国际 NGO 都倾向与政府部门合作。据北京师范大学社会学系韩俊魁在 2011 年的调查统计，选择经常与政府合作的境外在华 NGO 比例高达 74.5%，若加上偶尔合作，这一比例达到 93.6%。“从合法性上看，与政府合作会让那些没有登记的国际 NGO 绕开法律合法性的质疑展开活动，获得的行政合法性让其获得了较大的腾挪空间。”

“我们所有的工作都要与政府部门打交道，因为我们的工作都是在保护区内进行，一定要和当地的林业部门合作开展项目。尤其是广州方面的项目，与野生动物走私有关，必须和国家执法部门合作。”甘敏芳表示。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5795.htm?div=-1 【返回目录】

中国慈善联合会 19 日在京成立 发布《慈善宣言》

19 日，由王健林、牛根生、黄如论、杨澜等人发起成立的，我国慈善领域联合性、枢纽型社会组织—中国慈善联合会在人民大会堂正式宣告成立。

仪式由民政部副部长窦玉沛主持，中国慈善联合会会员、有关政府部门、新闻媒体等各界 600 多位嘉宾参加了成立活动。据悉，中国慈善联合会的宗旨为联合慈善力量，沟通社会各方，促进行业自律，推动行业发展。

在 18 日举行的中国慈善联合会第一次会员大会上，审议通过了联合会章程、会费收缴、会徽等事项，选举产生 99 名理事、31 名常务理事以及名誉会长、会长、副会长、秘书长。王建生、牛根生、李本公、杨澜、徐永光、凌文、黄如论、窦玉沛当选为联合会副会长，国务院原副总理回良玉任联合会名誉会长，民政部部长李立国当选为会长。

改革开放以来，我国慈善事业从无到有发展起步。我国的社会捐赠总额从 2006 年的 127 亿元增长到 2012 年的约 700 医院。其中，2008 年和 2010 年，由于发生四川汶川地震和玉树地震的特大自然灾害，捐赠总额均超过千亿元。截止到 2012 年底，全国社会组织数量已超过 49 万个。

“新兴的公益慈善行业，不但成为社会建设的重要主题，而且将带来我们社会生态、财富生态、文化生态的重要改变。”中国慈善联合会会长李立国表示，发展与经济社会发展水平相适应的现代慈善事业，具有广阔的舞台和巨大的潜力。

李立国说，作为全国慈善领域的联合性组织，中国慈善联合会将以推动慈善事业发展和切实服务会员为己任，不开展慈善募捐活动，不从事慈善项目运作，不充当慈善领域资源竞争主体。在这一前提下，中国慈善联合会将着力在四个方面扮演好角色、履行好职责：一是慈善主体的联合体；二是慈善行业的代言人；三是慈善事业的助推者；四是慈善秩序的守望者。

会上，中国慈善联合会发布《慈善宣言》，副会长杨澜宣读：“我们倡议要做廉洁的慈善、透明的慈善、参与的慈善、合作的慈善、专业的慈善、创新的慈善，走出一条具有中国特色的慈善之路。”

来源：新华网

地址：http://news.xinhuanet.com/politics/2013-04/19/c_124603328.htm 【返回目录】

京华年度公益颁奖 “变革”总结 2012 中国公益

4 月 12 日，由京华时报社主办的“公益推动中国——寻找变革的力量”2012 年度公益颁奖典礼在北京华侨城大剧院举行。

作为对 2012 年中国公益的总结，本届评奖从“变革”的角度，评选出年度公益人物奖、年度可持续未来奖、年度公益传播力奖、、年度制度创新奖、年度人文关怀奖和年度公民推动力奖 6 个奖项。

赵白鸽、袁厉害、中国扶贫基金会、北京公众环境研究中心、深圳市民政局等个人、机构及政府部门获奖。

2012 年，中国公益领域在平稳中酝酿着变革，无论是政府、民间公益组织、还是公民个人，都在通过不同的方式参与并推动着现代公益的发展。本届“公益推动中国”公益评奖以“寻找变革的力量”为主题，力图突破传统，从大众的视角，兼顾公益专业性和影响力遴选出那些推动公益变革的力量。

本届公益奖评选通过自愿申报、专家评审后产生。

其中，年度公益人物奖分别颁发给了中国红十字会常务副会长赵白鸽、知名学者于建嵘、媒体人周筱赟、残友创始人郑卫宁、河南民间收养孤儿的袁厉害。

评委会认为，获奖的个人有些人虽然在公众中有争议，但他们或者通过直接践行公益，或者通过引发公众关注的方式来催发公益的现代化， 分别在公益领域的“变革”进行中有所建树。

年度可持续未来奖是“公益推动中国”不同于当下诸多公益奖项的一个内容，该奖项致力于寻找那些对生态的可持续发展做出贡献的公益组织或项目。作为深刻影响了 2012 年公众生活的 PM2.5 信息公开问题的推动者之一，公众环境研究中心成为本届年度可持续未来奖的获奖者。同时获得此奖的还有在生态保护上做出突出贡献的佳能“影像·旷野寻踪”野生大熊猫追踪项目和梅赛德斯·奔驰“自然之道”自然保护项目。

当前中国公益普遍存在传播制约项目效果的不足，年度公益传播力奖寻找既能将优秀公益理念植入人心，同时又为公众提供了良好参与平台的公益项目，旨在鼓励公益机构在传播上努力创新，将公益项目的效果最大化。中国扶贫基金会的“感受六块三”和上海联劝基金会的“一个鸡蛋的暴走”两个项目最终获奖。

2012 年，中国公益领域有两起事件引发了公众广泛的关注和感动。广东女孩吴华静车祸重伤，她的父亲按她生前愿望替她作出器官捐献决定，卫生部副部长黄洁夫亲自为她捐献的器官作了移植手术。

而国家一级保护动物白鹳在去年迁徙路过天津大港湿地时，却吃到了人类为它们准备的毒药。

天津、北京、河北的志愿者们迅速聚集到湿地，紧急救援中毒的白鹳。

这两个群体入选年度公民推动力奖。

年度制度创新奖是“公益推动中国”特别为具有变革精神、引领创新风气的政府部门设置，在现代公益刚刚起步的阶段，如何突破旧有制度限制，敢为人先，为民间公益力量的崛起拓展更加广阔的空间，作为昔日中国经济腾飞的出发点，深圳民政局在社会建设中再次作为，举办了首届中国慈展会，获得年度制度创新奖。

年度人文关怀奖致力于寻找在公益领域深刻体现人文关怀精神，持久、创新、深入解决社会问题的项目，光华基金会的“励志人生”项目、BMW 车企儿童道路安全项目、郑州日产“牵手工程”从不同领域体现了这种人文关怀精神，分别入选。 今年是京华时报创刊 12 周年，“公益推动中国”是京华时报社庆系列活动的第一场活动。京华时报数年来通过对中国公益事业的梳理、关注与报道，实施公益项目，积极承担社会责任。

2006 年京华时报 5 周年，京华时报设立了京华天使基金，是中国第一个由报纸设立的公募基金。

2010 年，京华时报公益周刊创刊，是国内第一家以创办周刊的形式关注公益新闻的报纸。

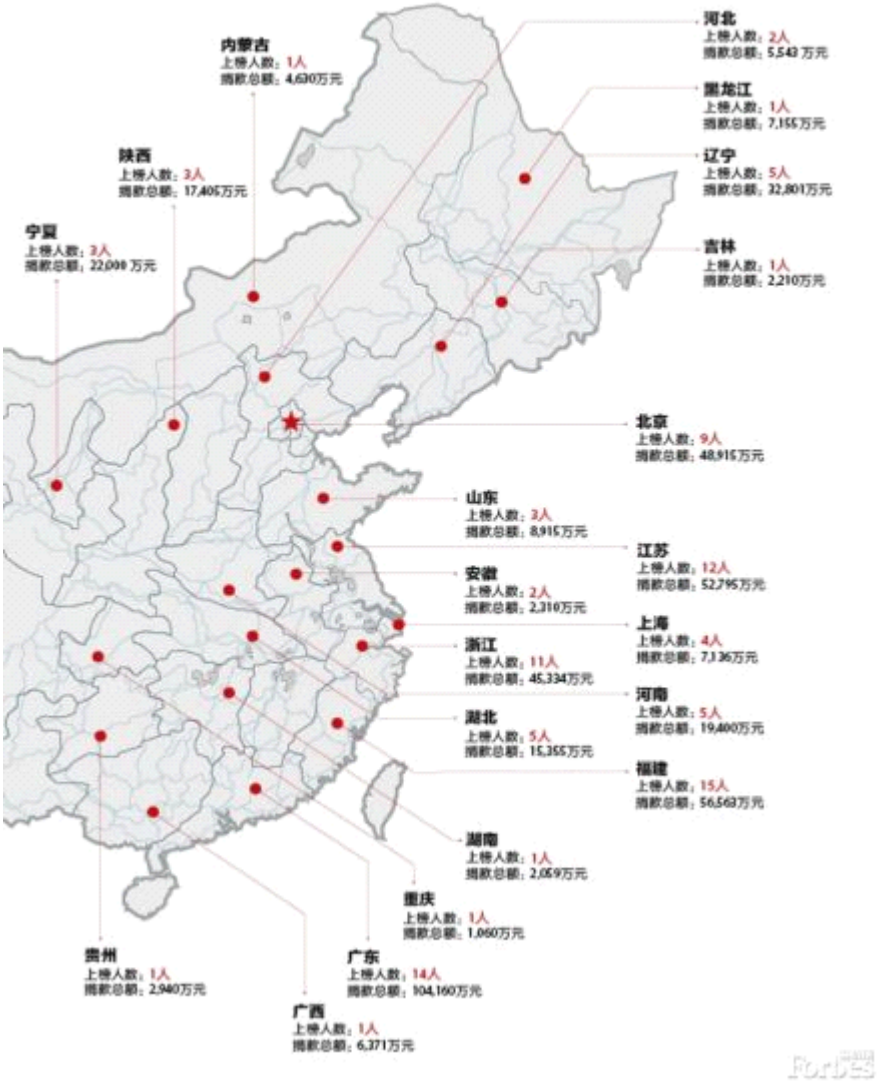
作为中国最具影响力的都市报之一，京华时报始终认为，一份报纸的社会责任除了生产好新闻，也体现在她为公益做了什么，基于此，报社始终将公益看作和新闻同样重要的发展战略。

未来，京华公益奖还将持续进行评选，通过不同的主题设置，在每一年寻找中国公益领域最富生机、最具活力、最有价值的个人、公益组织及政府部门，借此积极参与、见证并推动中国公益事业的发展。

来源：京华时报

地址：http://beijing.jinghua.cn/c/201304/14/n3853905.shtml 【返回目录】

福布斯 2013 年中国慈善榜 恒大许家印 4.2 亿排第一



2013福布斯中国慈善地图。

恒大地产集团的董事局主席许家印以4.2亿元捐赠额排名第一

13位企业家2012年现金捐赠过亿元

上榜的100位企业家现金捐赠总额为46.5亿元

福建、广东、江苏、浙江、北京是主力捐款地区

房地产依然是捐赠最慷慨的行业

13位企业家连续5年登上福布斯中国慈善榜

福布斯中文网 4 月 18 日公布 2013 年中国慈善榜。今年是《福布斯》中文版第八次发布中国慈善榜，上榜的 100 位企业家(企业)现金捐赠总额为 46.5 亿元，与去年的 47.9 亿元有小幅下降。入围门槛也由去年的 1,000 万元，下降至 420 万元。

2012 年捐赠过亿元的企业家有 13 位，他们的捐赠总额占上榜总金额的 48%。其中恒大地产集团的董事局主席许家印，扬子江造船的董事长任元林，大连万达集团的董事长王健林分别以 4.2 亿元、2.64 亿元、2.58 亿元的现金捐赠总额名列前三位，其中有两位是地产富豪。许家印已连续两年排名第一。详见详细榜单。

去年荣登榜单的 100 位企业家中，今年依然有 46 位在我们的榜单上，显示了他们对慈善事业的持续关注和热情。今年上榜的企业家中，有 48 位同样也是 2012 年福布斯中国富豪榜的上榜富豪，表明富豪们在创造财富的同时也在积极回馈社会。

从行业上来看，房地产虽然受政策调控的影响较大，但依然是最慷慨的行业，捐赠总额占上榜捐赠之比高达 48.2%，延续了以往的趋势。

从地域上看，福建、广东、江苏、浙江、北京是入榜人数最多的 5 个地区，其上榜人数占到总数的 60%，捐款总额占总捐款额的 65%，是主力捐款地区。从捐赠方向上看，教育、医疗、扶贫等依然是捐款的主要流向，说明基本的民生问题是企业家们比较关注的方向。

最近 5 年，共有 278 位企业家先后登上一年一度的福布斯中国慈善百强榜单。其中有 13 位企业家(企业)连续 5 年上榜。过去 5 年捐赠最多的企业家排名前三的是大连万达集团的董事长王健林、世纪金源集团的董事局主席黄如论、福耀集团的董事局主席曹德旺，他们 5 年来的捐赠总额分别为 20.2 亿元、12.7 亿元、12.2 亿元。5 年捐赠总额排名前十的行业 70%来自房地产。

企业家们更喜欢成立自己的基金会，或在大型基金会、各地慈善总会内部成立自己的专项基金。从中国慈善榜上看，2010 年之后，福布斯中国慈善百强的捐款总额下降比较严重，全社会的慈善公益捐款总额降幅更大。一方面因为过去几年中国民营企业面临各方面的困难，另外一方面也反映出中国需完善相关的法规，鼓励企业家和公众更积极参与公益慈善活动。

福布斯中文版每年根据中国大陆企业家(其中包括部分企业家所代表的企业)在前一年实际发生的现金额捐赠(不包括非现金额捐赠)，经过权威部门的数据来源核实，编制出福布斯中国慈善百强榜。历年榜单参见福布斯中文网。

除此之外，福布斯中文版每年底编制出中国慈善基金榜，并于 2011 年在中国首次发布中国慈善基金透明榜，推动了公益慈善基金会向公众系统披露信息，提升披露标准，有力地推动了中国慈善

公益事业的透明化。

	2009 年榜单	2010 年榜单	2011 年榜单	2012 年榜单	2013 年榜单
捐款总额（亿元）	44.2	25.9	81.2	47.9	46.5
入围门槛（万元）	1,100	500	1,400	1,000	420
人均捐赠额（万元）	4,424	2,592	8,120	4,792	4,651

5年慈善榜回顾。

董事长/实际控制人	企业名称	公司所属行业	2013排名	2012排名	2011排名	2010排名	2009排名	最近5年的捐款总额（亿元）
许家印	恒大集团	房地产	1	1	9	13	42	10.31
王健林	大连万达集团	房地产	3	3	1	5	7	20.16
黄如论	世纪金源集团	房地产	4	4	5	1	1	12.70
马化腾	腾讯控股	即时通讯、门户网站、网络游戏	6	11	21	7	39	4.35
宗庆后	娃哈哈集团	饮料	9	80	91	38	64	1.85
杨国强、杨慧妍父女	碧桂园	房地产	11	12	14	2	2	7.09
陈卓林夫妇	雅居乐地产	房地产	14	6	11	19	4	6.22
曹德旺夫妇	福耀集团	玻璃制造	27	14	2	29	60	12.18
张近东	苏宁电器	家电零售	32	23	18	15	14	3.07
王玉锁夫妇	新奥集团	能源、房地产	33	64	45	33	82	1.34
何享健	美的集团	日用电器制造	35	34	15	86	25	2.35
沈文荣	江苏沙钢集团	钢铁	43	30	54	28	12	2.32
郭广昌	复星集团	钢铁、房地产、医药、金融	55	52	29	16	27	1.76

连续5年上榜的中国慈善企业家

2013排名	企业名称	董事长/实际控制人	2012捐款总额(万元)	2012年主要捐赠
1	恒大集团	许家印*	42006	向广东省扶贫基金会捐款3.5亿元
2	扬子江造船	任元林*	26400	向江苏元林慈善基金会捐款25660万元，建设元林老年大学；先后向基督教三自爱国会捐款700

				万元
3	大连万达集团	王健林*	25847	向大连市慈善总会捐款16700万元，用于支持中国足球振兴
4	世纪金源集团	黄如论*	22593	向连江慈善基金总会捐款15309万元；向吉林省慈善总会捐款3000万元
5	浙江恒逸集团	邱建林*	17269	向浙江慈善总会捐款1亿元；向萧山慈善总会衙前分会捐款5000万元
6	腾讯	马化腾*	14106	向腾讯公益慈善基金会捐款14106万元
7	新华都实业集团	陈发树*	11945	先后捐款共计8000万元，用于援建闽江学院——新华都商学院
8	中国民生银行	董文标	11793	向炎黄艺术馆、民生现代美术馆、北京民生中国书法公益基金会捐款9700万元，用于支持文化公益事业；向中国光彩事业基金会捐款1160万元
9	娃哈哈集团	宗庆后*	11244	向浙江大学教育基金会捐款7000万元；向扶贫基金会捐款2948万元，用于娃哈哈营养快线“筑巢行动”
10	陕西保榆煤焦集团	刘彪	10610	捐款1亿元成立刘彪慈善基金会
11	碧桂园	杨国强、杨慧妍父女*	10169	先后向广东省扶贫基金会捐款7100万元
12	雏鹰农牧	侯建芳*	10110	向河南省慈善总会捐款5000万元，使用方向围绕“三农”；向中国留学人才发展基金会捐款5000万元，用于资助带动老区人才培养
13	宝丰能源	党彦宝、边海燕夫妇	10100	党彦宝先后向宁夏燕宝慈善基金会捐款10100万元
14	雅居乐地产	陈卓林夫妇*	9477	向梅州市慈善会捐款3000万元；向华民慈善基金会捐款1000万元
15	恒安集团	许连捷*	9017	许连捷向晋江市慈善总会捐款总计8970万元

16	卓尔发展	阎志*	7155	向武汉市商业博物馆捐款2000万元；向汉口北总商会捐款1600万元
16	黑龙江兴安矿业	公明淑	7155	捐款7000万元用于新农村建设
18	通鼎集团	沈小平	7107	向南京大学教育发展基金会捐款1600万元；向中国人民大学捐款1000万元
19	中恒集团	许淑清	6371	先后向中国儿童少年基金会捐款4800万元；向广东省红十字会捐款700万元
20	恒源煤电集团	孙俊良	6368	捐款2800万元用于修建水井湾新村；捐款2000万元用于传统文化设施修缮
21	泛海集团	卢志强*	6301	向泛海公益基金会捐款5000万元；向复旦大学教育发展基金会捐款1000万元
22	太阳纸业	李洪信家族*	6000	向兖州市兴隆文化园捐款6000万元
23	石嘴山市大榆树沟煤炭	陈逢干	5950	向浙江省天台县慈善总会捐款1600万元
23	宁夏兴俊实业	杨兴义	5950	向天台山生态园捐款5500万元
25	时代地产	岑钊雄*	5917	向广州市慈善会捐款1525万元，用于建设广州市社会儿童福利院特殊教育学校康复楼
26	万科集团	王石	5835	向温州市人民教育基金会捐款1200万元；向万科公益基金会捐款1000万元
27	福耀集团	曹德旺夫妇*	5180	向福清市慈善总会捐款总计3500万元，定向捐建崇恩寺；在环保事业上投入1550万元
28	中骏集团	黄朝阳	5148	向厦门大学捐款2000万元；向福建省归国华侨联合会捐款1000万元
29	阿里巴巴	马云*	5000	向阿里巴巴公益基金会捐款5000万元
30	劲牌有限公司	吴少勋	4910	捐款600万元用于支持地方文化建设；捐款468万元用于环境保护及污水治理
31	内蒙古伊泰集团	张双旺夫妇*	4630	捐款2000万元用于饮水工程

32	苏宁电器	张近东*	4476	向中国扶贫基金会捐款1881万元；向江苏省慈善总会捐款1030万元；向中国宋庆龄基金会捐款1000万元
33	新奥集团	王玉锁夫妇*	4463	向同济大学教育发展基金会捐款500万元；向中华文化促进会捐款400万元；向中国人民大学教育基金会、北京大学教育基金会、中国光彩事业基金会各捐款200万元等
34	福建三安集团	林秀成家族*	4277	向安溪县慈善总会捐款3000万元；向安微省芜湖市慈善总会捐款1000万元
35	美的集团	何享健*	4005	“广东扶贫济困日”活动捐款3000万元
36	万向集团	鲁冠球父子*	4002	向青海省慈善总会捐款4002万元
37	河南永威安防	任太平	3932	先后向河南省慈善总会捐款3864万元
38	匹克集团	许景南家族	3642	向泉州市慈善总会捐款3000万元
39	恒兴实业	柯希平夫妇*	3537	向厦门大学教育发展基金会、福建省上杭县 慈善总会、福建农林大学安溪茶学院各捐款1000万元
40	富迪健康科技	陈怀德	3227	向广州市越秀区慈善会捐款1666万元，用于建设广州市越秀区东山福利院第四期工程等
41	大商集团	牛钢	3150	向大连市慈善总会捐款3150万元
42	星河集团	黄楚龙*	3120	向常州市宝林寺捐款3000万元，建观音塔
43	江苏沙钢集团	沈文荣*	3012	向张家港市慈善基金会捐款2000万元；向苏州大学教育发展基金会捐款500万元
44	天伦集团	张瀛岑	3000	河南省敬老助老总会上捐款3000万元
44	华夏董氏兄弟集团	董佩永	3000	捐款730万元用于国防后备力量建设；捐款600万元支援老区建设
46	宏立城集团	肖春红	2940	向贵阳市慈善总会捐款1500万元
47	福建晋兴集团	陈建福	2910	向晋江市慈善总会捐款2300万元
48	太东集团	苏志团	2568	向惠州市慈善总会捐款1509万元，用于慈善事

				业
49	亨通集团	崔根良父子*	2408	向吴江市慈善基金会捐款500万元；向江西老区敬老院捐款386万元，用于“鹤轩安耆”工程项目
50	常州天禄建设开发有限公司	陈祖伟	2343	向夏溪敬老院捐款1883万元，用于房屋、水电建设
51	亿达集团	孙荫环*	2304	向大连慈善基金会捐款2304万元
52	安溪荣德矿业	杨景队	2235	向安溪县慈善总会捐款2100万元
53	日照钢铁	杜双华	2215	向延边朝鲜族自治州慈善总会捐款1050万元，用于教育；向日照市慈善总会捐款300万元
54	吉林神华	李彦群	2210	向吉林市低保困难家庭捐款1000万元
55	复星集团**	郭广昌*	2153	向同济大学教育发展基金会捐款500万元；向上海交响乐事业基金会捐款和上海市老年基金会各捐款300万元
56	中天建设	楼永良	2071	中天爱心公益基金捐款1243万元，用于助学、扶贫助困、帮扶农村建设
57	三一集团	梁稳根*	2059	向北京大学教育基金会捐款825万元；向李卓然故居捐款500万元
57	福星惠誉房地产	谭少群	2059	捐款1712万元，用于“清洁乡村”工程、水利工程和农村建设
59	康美药业	马兴田家族*	2036	向普宁市慈善总会捐款1000万元，用于流沙新河引水改造工程
60	亿晶光电	荀建华	2000	向金坛市荀姚光彩基金捐款2000万元
60	利郎（中国）	王冬星家族	2000	王孝沛向晋江市慈善总会捐款2000万元
62	福建达利食品	许世辉家族*	1930	向福建省惠安县慈善总会先后共捐款1000万元
63	中南控股集团	陈锦石家族*	1823	向常乐镇中心小学和幼儿园分别捐款300万元；向中国下一代教育基金会捐款300万元
64	源昌集团	侯昌财	1730	向南安市慈善总会捐款1530万元；向厦门市教

				育基金会捐款200万元，用于教育事业
65	龙湖集团	吴亚军*	1640	向中国绿化基金会捐款1000万元；向重庆市扶贫开发办公室捐款300万元
66	太阳雨太阳能	徐新建*	1617	捐款680万元资助2012年最美乡村教师；向韩红爱心基金会捐款300万元
67	宝文置业（安徽）	王大明	1610	向安徽师范大学教育基金会捐款1000万元
68	康恩贝集团	胡季强	1564	向浙江大学教育基金会捐款1000万元，用于学科发展、科学研究、人才培养等；向兰溪市第三中学捐款100万元
69	广东香江集团	刘志强、翟美卿夫妇*	1485	向中国儿童少年基金会捐款300万元，用于全国妇联人才开发培训；向中国光彩事业基金会捐款200万元等
70	大北农	邵根伙*	1427	向中国农业大学教育基金会捐款1000万元
71	玖龙纸业	张茵*	1400	在“广东扶贫济困日”活动中捐款1000万元，用于支持地方扶贫等公益事业
72	中国龙工集团	李新炎夫妇*	1294	向李新炎慈善基金会注资529万元
73	启福置业	卢福明	1258	向郑州慈善总会捐款1237万元，用于救助贫困教师家庭等
74	华耐家居集团	贾锋	1142	向华耐同心公益基金会捐款1000万元，用于慈善捐助
75	奥康集团	王振滔父子*	1105	捐款822万元用于“爱心接力”温州、内蒙、济南、安徽、四川、珠海站活动
76	福建正祥投资	吴富立	1103	向厦门大学教育发展基金会捐款1000万元助学金
77	天明集团	姜明	1100	向郑州市红十字会捐款1000万元，用于开展爱心助学工作
78	森马服饰	邱光和家族*	1082	向瓯海区慈善总会捐款800万元；向温州市慈善总会捐款100万元，用于定向爱心营养餐工程

79	长城汽车	魏建军*	1080	“7?21”抗洪抢险大型募捐晚会上捐款1000万元
80	金科实业	黄红云家族*	1060	向重庆市慈善总会捐款1060万元
81	广州立白集团	陈凯旋	1056	广州市光彩事业促进会表彰大会，捐款1000万元
82	圣农实业	傅光明家族*	1000	向南平市慈善总会捐款1000万元
83	广东中奥汽车销售	张建成、唐白莉夫妇	980	向贫困对象、五保户捐款500万元；向洞口一中捐款470万元，用于图书馆人行桥建设
84	安踏（中国）	丁世忠家族*	910	荣誉董事长丁和木向晋江慈善总会捐款650万元
85	辽宁依生生物制药	张译	900	向中国宋庆龄基金会捐款800万元，用于支持新农村建设
86	人福医药集团	王学海	757	向地质大学教育发展基金会捐款500万元；向湖北省红十字会捐款165万元等
87	万丰奥特控股集团	陈爱莲	755	向绍兴市慈善冠名基金捐款300万元；为支持浙江男排事业发展捐款300万元
88	青岛汉缆股份	张思夏	700	向青岛市崂山区慈善总会捐助700万元
88	安徽宣酒集团	李健	700	捐款200万元用于助学；捐款100万元用于新农村建设
90	精工控股集团	金良顺	635	向绍兴市慈善总会捐款600万元
91	平阳县善旺农业开发有限公司	林垂午	608	捐款500万元定向山门中心敬老院建设；捐款108万元助教
92	东兆长泰投资	郭向东	600	向重庆市慈善总会捐款600万元
92	鞍山宝得钢铁	张永全	600	向鞍山市慈善总会捐款600万元，用于助学、扶贫、助老
94	国茂减速机集团	徐国忠	589	向武进区光彩事业促进会捐款439万元；向武进区慈善总会捐款100万元

95	盛虹集团	缪汉根家族*	510	向吴江慈善基金会捐款500万元
95	江苏瑞华投资	张建斌	510	向江苏12县市区慈善总会捐款230万元；向南京市红十字医院捐款150万元
97	武汉常阳新力建设工程有限公司	刘少文	473	向湖北省青少年发展基金会捐款473万元，用于帮扶贫困大学生
98	上海川源国际物流	张显林	463	向寿宁县教育发展基金会捐款100万元；向寿宁县健民卫生事业发展基金会捐款100万元
99	步长集团	赵步长父子*	427	向北京市红十字基金会捐款427万元
100	北京立国集团	寇立国	420	向中国检察官教育基金会捐款200万元，用于资助教育事业

（榜单来源：福布斯中文网）

来源：和讯网

地址：http://gongyi.hexun.com/2013-04-19/153354946.html 【返回目录】

民间机构提前 3 天预报大理地震 省地震局：违法

昨日大理州 5.0 级地震发生之后，在微博上一条曾在 3 天前就预测大理将发生 5.0 级地震的微博受到了很多网友的关注。

记者联系上了微博博主，该博主表示，他是通过分析云南省地震局官方网站的数据得出的预报信息。对此，省地震局回应表示，地震局欢迎民间机构与地震局进行一些学术上的探讨和交流，但民间机构对外公开发布地震预报信息是违法的。

民间机构预报地震受网友追捧

“预计 72 小时内黑色圈圈内的地区都将有一次较强震感，初步锁定为 5 级地震，浅源，发生的位置主要是云南东北昭通（余震）、大理西南部和腾冲交界区域、和缅甸交界区域一线（地壳运动所致）云南巧家县和四川宁南县交界区域。”早在 4 月 14 日凌晨时分，微博名为“预报中心”的网民就在新浪微博上发布了云南地震预报信息。该微博被网友转发了 377 次。在大理 5.0 级地震发生后，

“小丛”等知名网友都转发了该微博。“跪了。”知名网友“小丛”在微博上表示。

在大理 5.0 级地震发生之前，“预报中心”还陆续发布了 3 条地震预报的微博，并附有预报将发生地震的地图，及一张昆明地震监测点的原始数据图。

这一微博得到了一些网友的转发及称赞。“顶，预报高手在民间，持续关注中。”网民“orfila2011”在评论中表示；“陕西蓝天救援队”官方微博也表示，民间在地震预测工作中有价值的经验方法，有关部门应给予足够的重视。

预报根据省地震局数据分析得出

该民间地震预报微博的资料显示，所在地位于湖北。“很久以前，该微博就已经在微博上播报地震预测信息，但一直很神秘。”有网友表示。昨日，记者通过微博联系上这一神秘民间地震预报机构。

该民间机构是怎样获得地震预报信息的？该微博博主向记者表示，他们是根据云南省地震局官网云南地震数据共享中心查询到了云南省内的一些地震监测数据，分析得出的预报信息。记者发现，确实可以通过该网站查到云南各地震监测点的预处理数据。

该微博博主还透露，分析这些相关数据需要很多专业知识，但并不需要仪器。对于民间机构预报地震的动力，该博主表示“物质和精神都有”。对于其他信息，该博主不愿意更多透露。

省地震局：民间仅限于学术交流

“地震预测预报必须遵守相应的法律法规。”省地震局科学技术处处长、新闻发言人张俊伟在接受记者采访时表示，根据我国法律，任何个人或民间机构对外发布地震预报信息都是违法行为。

国家《地震预报管理条例》规定，省、自治区、直辖市的地震长期预报、地震中期预报、地震短期预报和临震预报，由省、自治区、直辖市人民政府发布。

对于这些民间的地震预报机构，张俊伟表示，云南省地震局一直都有所关注和了解。除了本次发布预报信息的“预报中心”外，这样的民间地震预报机构及人士还有很多。对于有网友提出能否加强官与民的合作交流。张俊伟表示，目前他个人并没有与这些民间机构取得过联系，但地震局对这些民间机构一直抱着包容与开放的态度，欢迎其与地震局进行学术探讨和交流。

“但另一方面，对外公开发布地震预报信息始终是违法的。我们对这些公开发布地震预报信息的民间机构也很头痛，担心给社会带来不良的影响。”张俊伟认为，市民、网友不应采信民间机构发布的地震预报消息。

来源：北青网

地址：http://news.ynet.com/1183/2013/04/19/346@434361_1.htm 【返回目录】

社会组织已成中关村创新第三极

上周，以“创新、发展、自律、服务”为主题的中关村示范区社会组织工作大会召开。自 1987 年中关村第一家协会组织——北京民营科技实业家协会成立以来，经过 20 多年的发展，目前，活跃在中关村的创新型社会组织已达百余家，聚集各类创新创业主体万余家，覆盖了中关村各个产业和技术中介服务领域，已经成为继企业和院所高校之后的中关村创新第三极。

抢占国际话语权

“如果说某一行业的企业以前都是各干各的，产业联盟的成立就有效地将各种资源实现整合，形成‘组合拳’。不仅让联盟中的企业共享到优质的技术资源，更重要的是为企业共同创新发展提供了更好的机会。”国家半导体照明工程研发及产业联盟秘书长吴玲总结说。

北京商报记者了解到，首次实现了世界上最大规模的全彩色可变场景 LED 景观照明，节电达 70%的“水立方”；照度提高 40%，功耗降低约 80%，灯具壳温由原来的 80 摄氏度降低到 45 摄氏度的人民大会堂主席台的照明灯更换项目……一些广为人知的项目背后正是国家半导体照明工程研发及产业联盟的不懈努力。

成立于 2004 年的国家半导体照明工程研发及产业联盟经过近十年的发展和创新，已经掌握了国家、国际标准制定的话语权，促进了中国半导体照明产业由“小”变“大”、由“大”变“强”。

国家半导体照明工程研发及产业联盟承建的“半导体照明联合创新国家重点实验室”是首个依托产业联盟建设的国家级重点实验室。该联盟还成立了国内首个依托联盟的标准化委员会，以自主技术支撑标准制订，基于联盟技术规范基础制定的 4 个国家标准已经正式发布。

此外，联盟发起成立了目前惟一一个总部设在我国的战略性新兴产业国际组织“国际半导体照

明联盟（ISA）”，有 68 家成员单位，次级成员超过 4000 个，全部成员占全球行业产值的 70%。中国任主席国，参与并引导国际标准制订，极大地提高了我国半导体照明产业在国际市场的影响力。

以联盟为依托开辟市场

“目前，我国面临的环境问题呈现结构型、复合型、压缩型的特点，解决问题的难点已不是某一个领域的技术困难，环保产业提供的支撑也不再局限于单纯的末端处理设备及工程，而是需要综合各方面的能力，更需系统的、综合的解决方案。”中关村国家环境服务业发展联盟秘书长徐云表示，“动态联盟是通过核心能力优势互补达到‘强强联合’，实现资源的最佳配置，并以最低的柔性成本对外部需求做出敏捷的反应，同时在合作竞争中表现出风险不守恒规律，从而很好地规避风险。通过联合、联盟、结成战略伙伴关系组成的动态联盟被国际公认为是最好的合作模式之一，对我国解决区域的、综合的环境问题与促进生态文明建设都具有现实的指导作用”。

据介绍，中关村国家环境服务业发展联盟凝聚了环保能源行业的主体技术，针对各地需求制定有利于成员企业介入的整体解决方案，并提供“规划方案编制-适宜技术筛选-组织全面实施-协助项目竣工验收”全过程的综合服务，通过承接项目，带领企业直接进入与需求方的技术配套设计阶段，降低了企业进入市场的门槛，为联盟成员创造发展机遇。

中关村国家环境服务业发展联盟组织成员单位共同打造新型绿色建筑产业链，已形成了光伏发电、冷热源、绿色建材等六大绿色环保系统，并成功为园博会主展馆绿色建筑示范工程提供技术支撑，节能效果达 60%以上，实现污水零排放，成为国内大型公共建设中系统性应用节能环保技术的典型。

科技和金融无缝对接

2003 年 7 月，中关村科技园区在全国率先成立了企业信用自律组织——北京中关村企业信用促进会,一个为企业和金融机构牵线，让科技和金融实现无缝对接的服务平台从此诞生。

北京中关村企业信用促进会秘书长刘英表示，“我们通过‘以信用促融资、以融资推动企业发展’和‘政策引导、信用评级、第三方担保、银行贷款’的基本运行模式，建立起由担保公司、企业信用促进会、商业银行、企业、中介机构和相关政府部门合作的企业信贷融资促进平台，通过信用评级、融资担保、信用贷款、信用保险、政府贴息、中介服务支持等措施和手段，整合信用资源，培育信用基础，促进企业信贷融资”。

目前，促进会已经拥有了近 4000 家会员单位。信用已经成为中关村企业的“金名片”，在企业融资、市场交易、申请政府扶持资金、项目招投标、政府采购、企业形象推广等方面得到了广泛的运用，特别是对中关村“轻资产重智力”的高科技企业，越来越显示出信用创造财富的价值。

刘英表示，促进会将力争在今年年底前构建起中关村企业信用监管和综合服务平台，形成较为

完善的法规制度体系，建立科学有效的监管模式，培育充满活力的信用服务市场，为更多的企业提供服务。

社会组织成长的沃土

自 1987 年中关村第一家协会组织——北京民营科技实业家协会成立以来，经过 20 多年的发展，目前，活跃在中关村的创新型社会组织已达百余家，聚集各类创新创业主体万余家，覆盖了中关村各个产业。

据了解，为扎实推进中关村建设，发挥示范区先行先试政策优势，社会组织管理改革已被列为中关村示范区体制机制创新的重点内容，并推出了一系列实质性改革措施。一是中关村示范区成为全国第一个集中社会团体、民办非企业单位和基金会三类社会组织，打破双重管理体制，无需业务主管单位审批，直接由民政部门登记的区域；二是在示范区登记的社会组织可以直接冠“中关村”字样，有利于聚集“中关村”品牌的优势资源；三是社会团体可以在全国范围吸收会员和开展活动，大大拓展了示范区社会团体的发展空间，凸显了国家级创新区引领示范的本质；四是示范区成为全国现今惟一依法将产业技术联盟作为社会团体法人登记的区域，打破了产业技术联盟多年由于名称规范问题而不能法人登记的桎梏，一批科技部等国家支持的产业联盟落户中关村。

正是中关村良好的成长环境孕育出了众多的社会组织，社会组织的快速发展再次带动了中关村的快速成长，中关村正以稳健的步伐逐渐成为全球科技创新中心。

中关村社会组织三大特点

涉及领域广泛，综合性与专业性社会组织并存。

纵横交错发展，协会组织利用行业优势促进创新资源对接，产业技术联盟利用上下游产业资源搭建共性技术平台。

自身发展迅速，会员企业数量迅速增加，人才队伍呈现年轻化、专业化发展态势。

来源：北京商报

地址：http://www.bbtnews.com.cn/news/2013-04/1500000029401.shtml 【返回目录】

浦东慈善基金投资公益项目

公益创投有项目，没钱；慈善基金有钱，没有创新慈善项目。4 月 10 日下午，一场别开生面的项目签约找到了结合点：让慈善金成为公益项目的投资人，公益创投引进了新“风投”。

据了解，这还是慈善基金会首次尝试用公益创投的方式来使用慈善基金和运作公益项目，这在上海的 18 个区县分会中，也是头一家。通过公益创投平台，23 家机构的 27 个项目通过申请，最终，7 家机构的 7 个项目获得了总共 100 万元的慈善基金投资，分别投向养老、助残、扶幼等多个方向。

“我们想免费为早老性痴呆的隐性患者做点公益防治，缺的是钱。”上海尽美长者服务中心成立于 2012 年 9 月，他们的特长是用专业技能帮助失智老人，然而这种帮助价格不菲，困难家庭根本承受不起。因此，该中心的“塘桥社区失智老人预防及家庭支持项目”受益人也只有 50 人，其负责人说：“由于受益面小，这个项目很难获得投资。”然而，在评审会上，专家们一致认为：不能单从组织规模和受益人群来看，更应该看到老年社会新的需求，应该在慈善项目上创新。最终，这个项目成为慈善基金会浦东分会七个资助项目之一，获得一笔将近 20 万元的资助资金。

事情还得从头说起。“100 万专项资金，寻求合适的慈善项目。”去年 8 月 15 日，上海市慈善基金会浦东分会在上海市民政局公益招投标创投平台上发布了 2012 年创投征集，开创了上海用公益创投的方式来使用慈善资金和运作公益项目的先河。为此，基金会从市民政局专家库中抽取 11 名专家，分别来自不同的行业，可以从各个角度对项目进行评估。一个多月的时间，浦东创投累计收到 25 家机构提交的 30 份项目申请，最终 23 家机构的 27 个项目通过申请。紧接着，创投将项目申报材料以及相关调查报告发送给评审专家，经过多位专家的多轮线上线下评审，最终胜出的中标单位既有乐群、中致这样比较成熟的公益组织，也有类似尽美这样的新生力量。

“如果没有创投，我们也不知道有这么多优秀的社会组织，这么多的优秀项目。”上海慈善基金会浦东分会会长陈南岗也很感慨：“利用招投标平台开展公益创投，符合现代基金会的运作规则，今后，我们将把更多的精力放在资金的募集上，把花钱的事交给社会组织去做，他们比我们更专业。”

据悉，今后分会将加强项目跟踪和资金监管，为今后慈善项目招投标可持续发展打下基础。

来源：东方网

地址：http://sh.eastday.com/eastday/shnews/m/20130412/u1a7318683.html 【返回目录】

广东仅有 10%社会组织承担政府转移职能

目前广东省社会组织共有 3 万多个，却只有 10%的社会组织承担着政府转移的功能……这是近期在人民网和广东省政协合办的《界别圆桌汇》节目中，来自广东省政协界别发言人王理介绍的一组数据。这组数据让在场的来自社会保障界和社会福利界的三位嘉宾不胜唏嘘。

资料显示，近年来，广东省社会组织年均增长 10%以上，社会组织已经成为广东省社会建设的一支重要力量。据了解，广东省社会组织近年来一直在进行“去行政化”和“去垄断化”改革。广东省政府以转移职能、购买服务等方式培育发展社会组织，并出台了相关意见明确政府购买服务的具体事项。目前广东仅有 10%左右的社会组织承接了政府转移职能。

承担政府转移职能的社会组织需要的资质和条件

“并不是所有的社会组织都可以承担政府转移职能”王理宗介绍到，社会组织相应地要具备一定的资质和条件：第一需要有独立的法人资格，承担法律责任。第二要有比较健全的治理结构。第三需要有比较严格的财务管理。第四需要承担不同的购买服务能力的技术和设备，第五必须在三年内没有重大的违规违纪违法行为。

据共同参与探讨“如何发挥社会组织作用”的广东省社科联副主席李旭明介绍，按照政府转移的目录，共有四大类：公益类、社区服务类、慈善类、学术类。近期，广东省社工委也公布了 2013 年广东深化社会体制改革工作要点，其中提到去行政化的改革将要从行业协会、商会扩大到工艺、慈善类、社会组织。

防止社会组织承接政府职能出现“惰性”

另外，李旭明表示在政府购买社会组织服务中要防止出现依赖政府的惰性。本来政府跟社会组织是各有定位的，现在国家鉴于社会组织发育还不健全，采取一些措施扶持社会组织的发育是应该的，社会组织的本意，给它的定位是自主、自办、自律、自我发展的组织，社会组织也不能靠着承接政府购买服务的各种资金支持而产生惰性。社会组织从总体上来讲，只有自强不息、自谋发展才能走的更远。

不是政府给社会组织放权 应该各归其位

广东省政协常委莫道明表示，对于社会组织发育，不是政府在给社会应该放权，一个合理、有序的社会，应该是社会组织与政府各归其位，回到本位，政府、社会和市场，本身有各自的角色、定位和作用，各自的边界的覆盖，构建一个真正的和谐社会。

莫道明认为，社会组织的发展有赖于全社会共同扶持，让它归位这才是社会组织走向健康的必要条件。

来源：人民网

地址：http://gd.people.com.cn/n/2013/0415/c123932-18466063.html 【返回目录】

希望工程激励行动 2013 启动

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。“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。

支持 1500 名大学生

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。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”的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；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，各获资助团队通过各种方式自筹项目资金，其中有 83 个团队筹足或超过 20%的项目款。此外，因为和英国大使馆的合作，“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。

2013 提供便捷筹款渠道

此外，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。

“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”的高校和优秀辅导老师。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平台，并由专家老师点评提出解决的对策和未来实施的建议。

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。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，主办方将与京东商城合作，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做讲座，提供项目发展建议。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5801.htm?div=-1 【返回目录】

⊙公益人

刘尚文：社会企业的梦想

33 岁的刘尚文去年回到家乡广州创办社会企业天地人禾，公司只有 3 个股东，同时也是员工，在清远连州向阳村跟 16 个农民合作种稻米，用他的话说，是为一部分人提供安心大米。

现在，他遇上了麻烦，第一批收割的 30 吨大米还没卖完，距离目标尚有一大段距离，而春耕又近在眼前，他预设了自己会碰到很多困难，却低估了营销的难度。

从公益到社会企业

刘尚文一直喜欢环保，2007 年他进入北京绿色和平组织。决定创办社会企业来于现实冲击：一是市场上卖的有机粮食假货充斥，销售渠道难以让人信赖;二是刘尚文在 SEE 基金会工作期间，接触到很多公益组织开展“农村生态扶贫”项目，他由此意识到公益组织缺乏专业化能力解决问题，但是一旦公益组织退出，农民和资金将对接不上。

现实的冲击让刘尚文回想起 2005 年做过的一次农村调查，他在 2 个月内跑了山东、湖南两省的近 80 个农村，至今忆起还是“触目惊心”。农民长期接触化肥农药，普遍患上皮肤病，因为反复感染，很多是顽固性皮肤病，手臂的皮肤烂得严重，医生都说没法医治。“我们常说农药蔬菜有害身体，其实城市人不是最大的受害者，农民才是，他们接触农药的频率、浓度和时间是我们的数倍。”

2011 年底，刘尚文和好友姜伟洪筹办天地人禾。什么是社会企业?内地至今对此没有一个明确的定义，也没有社会企业法人。刘尚文理解的社会企业是“用商业方法决社会问题”，相比于传统的公益模式，是否能够更有效地解决社会问题，以及这种方法能否规模化地使用，“可复制的商业模式是最重要的”。

承担风险

刘尚文决定找一块地方种水稻，为消费者提供安全大米。2012 年 3 月，他和姜伟洪开车从广州出发，寻找合适的村庄合作，查看水土、植被、是否有化工厂和矿区，然后与当地政府和村民互动，最后选定与向阳村合作。

为了让农民放心地把大米交给天地人禾，他们承诺承担生态种植风险，提前下订单，预付收购价近 30%的订金，并免费提供一部分有机肥料、鸭苗、生物农药。

按照协议执行，农民收入要比此前翻一番，唯一要做的就是按照天地人禾的标准种稻米。刘尚文等人测试土壤、水和稻米，“把抽样送到广东省农科院土壤研究所，检测镉、汞等重金属污染物”。此外，农民要投入更多的人力拔草，不能用除草剂，而是通过养鸭子之类传统的方法除虫。现在，签约的农民为 16 名，刘尚文和姜伟洪每月去向阳村三次进行检查，并由村委会出面协调。“村委会

起到背书的作用，对村民来说，我们是外人，他们对外人肯定有戒心，特别是在一个以宗族为主的村庄里。”尤其是村委会副主任唐振清，既在当地家族里有名望，又是种田能手，由他出面向农民解释项目内容，负责发放有机肥、种子和紫云英。

营销瓶颈

选种之前，天地人禾调查了广州消费者喜欢的大米口感。口感主要跟两个因素有关—品种和种植环境。向阳村海拔约 600 米，大部分是梯田，气温较低，水稻生长周期长，有先天优势。在品种选择上，“广东人会更喜欢干爽的米，譬如丝苗米，以及相对有饭味的米，像常规稻就比杂交稻的饭味好，然后结合油性、香味，我们选择了现在的品种。”

刘尚文还走访了市场，确信中产阶级中有一群人有足够的支付能力买更贵的大米，只是找不到可信任的渠道、企业提供服务。

然而，产品有了，市场有了，让产品在市场上流通，似乎并不容易。

2012 年 10 月底，水稻收割后，天地人禾的仓库里有了 30 吨大米，零售价每公斤 30 元，会员价为每公斤 24 元，免费送货上门 2.5 公斤“透明”包装，包装袋上清楚地写着这包大米由哪个农民种植、播种及收割时间、种植方式、肥料使用信息等。

天地人禾的客户分为有两种：零售客户和会员。会员被称为谷东，需长期订米，每月确定数量，可选择糙米、精米、婴儿米粉三种组合形式，服务员在规定的时间内送货上门。目前有 30 多个谷东，主要依靠口口相传发展。此外，也通过淘宝零售和微博网上直销。刘尚文承认，他们预计了创业前期资金、组织等方面的困难，但对营销考虑不够，“直到 10 月份产品出来才开始销售，太晚了，使得后面的营销工作很被动”。

当谷东达到 300 人时，天地人禾才能进入良性循环，否则将很难发展。说起第一批客户，刘尚文露出一丝苦笑：“我以为找到这些消费者不难，但现实是很难。”他眼中的消费者，不仅对天地人禾的产品、服务有需求，还很注重食品安全，同时对原生态环境保护理念有共鸣。他清楚这是细分市场中的细分市场，要走社群营销，不需要大量消费者，只需要一群小众消费者。但刘尚文还没有找到方法，聚拢这些小众消费者，有时甚至看到消费者就在那里，却不知道如何靠近。

“对社会企业营销我们没有系统地思考，它跟普通企业营销没太大差别吧，都是建立品牌形象、找到核心的卖点、传播的覆盖面和转换率。”刘尚文说，“消费者会向身边的朋友传播、推荐我们的活动，慢慢建立社群营销的氛围。但要让雪球滚起来，我们还要咬紧牙关过一年。”

也是一种现实

收割完水稻，向阳村农民开始种紫云英养田，紫云英在冬天有固氮作用，以后就不用施太多的有机肥。而春耕紧接着到来，刘尚文启动了新一轮的种植计划。

消费者合作社是一种消费者自发组织、自己出资、自己拥有的零售单位，也就是消费者联合下订单、以销定产的模式。作为社区支持农业的一种方式，天地人禾希望能像台湾的主妇联盟，集结家庭消费力量，以共同购买方式直接向农民订购，消费者可在社区取货区、门市提货。“我们愿意成为中间对接角色，为消费者找放心食物，举办体验活动，让会员知道农作物的产销过程。”

以社会利益为企业目标，是“营销 4.0”。菲利普·科特勒认为：“‘营销 4.0’的企业本质上更多是一个社会企业而不是经济意义上的企业。此时企业也会寻求盈利或至少打平成本，但企业的根本目的是为增进社会福利做出贡献。穆罕默德·尤努斯让自己的格莱珉银行与达能公司共同成立了一个酸奶品牌企业，生产穷人消费得起的酸奶。他们希望那些有同情心的人会投资进来，但公司不承诺分红或分享股息，唯一的承诺是在投资者需要时将其投资予以返还。显然，如果‘营销 4.0’概念成立的话，不会成为经济的主流，而只会成为一些‘行善’企业的利基做法。”

刘尚文也承认，有时同事会被他疑惑，分不清哪时是公益，哪时是商业。天地人禾运行半年，已经投入了几十万，企业要进入回报期，起码还要坚守两年。但这是一件正确的事，“市场上的食物真的有问题，而我们每天都在吃，包括我个人和家庭。如果我能解决自己的问题，我也许也能解决别人的问题。”商业模式尚未明朗，但消费者和农民的反馈给了他信心，通过一年探索，刘尚文深信一个人只要真想把事情做好，在朋友、合作伙伴的帮助下，总会度过难关。

天地人禾的工作才刚开始，刘尚文将要走过一段漫长而艰辛的路，它会只是看上去很美吗?或者正如尤努斯在《企业的未来》中所说：“开发这些企业的雏形需要花费些时间，但是一旦在某种社会企业的设计方面出现新的创意，同时其雏形得以成功开发，这种形式就能一直复制下去。设计每个小型的社会企业犹如研制一粒种子。种子研制出来之后，任何人都可以将其种在需要它的地方。社会企业不只是一个令人愉快的构想，它也是一种现实，一种已经开始使人们的生活发生积极改变的现实。”

专家视点

社会企业营销

心创益传播机构创始人、总裁 Diana

我认为做企业，就应该秉承高效和专业的商业操作手法。比如商业模式设计、专业化营销、资金运作等，即使短期依靠政府或基金会支持，也要有完整的盈利模式，以便在未来独立自主地运营并自负盈亏。

我曾经参加过一个社会企业家论坛，大家讨论的焦点集中在如何分配利润上，但是现场参与讨论的社会企业至少有 95%离盈利还很远，其中一大部分企业是由 NGO 或非营利机构转型而来。因此，社会企业要调整思路，比如预算概念、商业模式概念等等。当然，利润分配是基础，也是社会

企业区隔于商业企业的根本，鉴于中国目前没有相关的标准，而国外的标准各不相同，我建议中国社会企业根据自己的现状制定利润分配准则并写进公司章程或其他文件，立此存证并执行。毕竟，切实解决社会问题才是一个社会企业的立身之本。

只要社会企业的盈利模式是健康的，提供的产品和服务是目标人群所需要的，就不存在做营销难的问题。我接触的社会企业所面临的问题更多是在盈利模式层面，比如对目标群体的界定不够清晰、用户需求或支付能力不足等。我理解的社会企业营销与商业企业营销没有本质的不同，可能预算和资源相对少一些，但这其实是商业企业同样面临的问题。

我认为，一般性的营销概念在社会企业的运营中是通用的，即使是面向低收入人群的服务，也要从市场、竞争对手、用户需求等方面充分考量，制定精密的策略和计划，并不是说好心地提供了服务，社会企业就一定能发展。

目前很大一部分社会企业依靠政府、基金会甚至社会创业比赛的奖金维持运营，对营销有需求但基本处于基础阶段，在我看来营销最大的两个问题在于：一是缺乏战略规划，二是资源导向型。

缺乏战略规划是指一些社会企业很困惑，觉得自己这也做了那也做了，但是效果为什么不理想，其实主要原因在于做营销前没有清晰地规划，并界定衡量营销目的的指标。资源导向型是指由于没有太多的营销预算，少不得四处找朋友找资源做营销，但随之而来的问题就是，有了资源如何使用，因为与资源对接、磨合同样消耗人力和时间成本。这就需要社会企业做出清晰的判断，哪些是有效的资源(为实现营销目的而服务)，哪些是负资源(消耗大量精力和时间，却无助于达成营销效果)。

而营销的关键是了解目标群体的习惯和行为方式，根据目标群体的特点选择传播资讯、传播渠道。由于是社会企业，反而可以通过突出社会使命和公益性获取商业机构无法获取的机会，比如教育或医疗系统的支持等等。

建立品牌就是创造一系列正面的品牌体验，让消费者在每一个品牌接触点都感受、体会品牌传递的正向、可记忆且可传递的体验。社会企业建立品牌同样要遵循这些规则，我的建议是抛开社会企业身份，从目标群体的角度体会自己要提供什么样的品牌体验。社会企业终究要在市场上成功才能实现可持续发展，消费者不会因为你是社会企业而买单。

来源：公益慈善论坛

地址：http://www.loongzone.com/forum.php?mod=viewthread&tid=158262 【返回目录】

⊙亮机构

向日葵社会工作服务中心：借公益创投探寻“造血模式”

由于非公益的属性，资金一直成为困扰许多社工机构的最大难题。而近年来不断涌现的各种公益创投，则为这些机构解决资金问题提供了较好渠道。近期，中山一社工机构通过参与公益创投，其两大项目从众多参赛项目中脱颖而出，成功获得 15 万元的资金扶持。

据了解，这是中山第一次组织大批机构参与公益创投。有业内人士认为，现在的慈善领域犹如一块水分入不敷出的干涸之地。而公益创投的出现则如一眼清泉，为这块土地注入了持久的活力。

去年，广东省政府顺应省 7000 多万妇女（含流动妇女）的发展需求，联合香港李嘉诚基金会共同出资，携手推出“集思公益 幸福广东——支持妇女计划”。当时，中山市共计 20 多个单位和组织参与到公益项目的比赛当中，这也是中山第一次组织大批机构参与公益创投。

经过一番激烈的比赛，中山几个公益机构成功获得公益投资。而中山的向日葵社会工作服务中心更是成为“大赢家”，两大项目共计获得 15 万元的投资。

向日葵社会工作服务中心总干事张铁玉告诉记者，早在去年 12 月份，向日葵社会工作服务中心就开始关注“集思公益 幸福广东”支持妇女计划的动向，并收集中山市各个地区的妇女资料进行分析整理，为最需要服务的妇女设计出适合她们的方案，并按大会要求按时递交申请。

本来该中心设计了七八个方案，但最终还是选定了两个有代表性的项目参加比赛。在历经多天的项目宣传及多方联动后，向日葵策划的“关怀 Teen 空计划”和“外来工妇女计划之爱在中山城”都获选了“集思公益 幸福广东”的公益项目。

“事实上，一开始我们心里还是很没底的，毕竟这是第一次参加这类型的公益创投。但我们又不得不参与，因为社工机构本身就是非营利性的公益组织，我们必须接触这类更大的公益平台，去获得更多支持，才能帮助更多需要帮助的人，所以我们很珍惜这次机会。”张铁玉坦率地说。

记者了解到，上述两个项目落地将惠及中山市内的 2500 名女性。该中心将通过运用社工的专业知识，为她们提供多项有益于身心健康的活动及提升就业与个人专业技能的实质性培训教育。另外，该中心还计划通过微博、论坛等方式及时更新活动的动态，并通过这些渠道去向社会传递“关爱女性”的正能量。

两公益项目获 15 万元投资

是什么样的方案，令向日葵社会工作服务中心能从参与的众多公益机构中脱颖而出，赢得评委认可？

记者了解到，此次比赛产生的可获得 5 万—10 万元资助的项目数量，共计有 45 个。而该中心

的“外来工妇女计划之爱在中山城”项目在此次比赛中获得的是10万元支持，整个项目共计持续5个月。

张铁玉告诉记者，这一项目所面向的群体，是刚进工厂工作的外来务工女性，很多刚来中山第一次参加工作的外来务工女性，一开始比较难适应厂区的生活和工作环境，她们普遍会感到孤独、失落或者无所适从。这一项目的目的是从她们的人际交往、归属感等方面着手，帮她们更快地融入工作与新环境中。

那向日葵社会工作服务中心计划从哪些方面着手？

据了解，在这个计划中，该中心准备先通过组织活动的方式，比如大型的宣讲活动或者小组运动会，寻找这些外来工的一些相近因素，让她们能够以十多个人作为一个小组聚集起来参与活动，让她们更快地接触到与自己有相近因素的人，从而寻找到家乡的归属感。

第二种方式是个案工作。针对一些比较特殊、有代表性的外来务工女性，该中心会将她们列为重点跟踪对象，进行有针对性的重点服务。

另外，向日葵中心在执行项目的过程中，还计划尝试开展妇女技能培训。据张铁玉介绍，他在与市家政协会接触的过程中，发现国家很鼓励妇女参加技能培训，也提供一定的资金补助。向日葵中心跟家政协会做了个课题，希望能为外来务工女性提供家政方面的培训。比如目前的老年护理十分紧缺，如果有外来务工女性有意向学习，向日葵中心可向其提供培训机会。

让外来女性找到家乡归属感

除了“外来工妇女计划之爱在中山城”项目外，向日葵策划的“关怀Teen空计划”也成功入选此次资助项目，获得5万元的资金扶持，项目运作周期为5个月。

据介绍，这一项目主要针对处于青春期的青少年。这一阶段，这些学生普遍存在着骚动、逆反等心理，需要良性的开导。另外，这些青少年普遍已经踏入了高中，高中学习压力比较大。如何帮它们更加正确地、理性地看待学业压力，从而帮它们释放压力，这是项目的初衷。

张铁玉表示，这期间的青少年心理变化较大，也比较重视隐私。故对于这些青少年的辅导，向日葵更多的是采取跟踪个案案例的方式来进行关怀。目前，向日葵已经选择了火炬区濠头中学的一些学生进行跟踪，计划逐渐覆盖到周边一两个学校。

记者了解到，两个计划所获取的资金支持，可能还有后续的第二期。向日葵中心希望能通过这次机会，在关爱外来务工女性与青少年方面，总结出一些经验或者模式，为中山推广外来工服务探路。

“这次参与公益创投并取得成功，对我们来说影响非常大。作为非盈利性的民间组织，我们不可能去谋取盈利。我们必须去寻找这样的社会服务机会，接触更广大的平台。也只有有了这些支持,

才能够引起当地政府的更大重视。”虽然目前向日葵中心专职的社工只有 5 个人，但张铁玉表示，未来将慢慢通过“社工+社群+志愿者”的方式，探索出一条全新的公益化道路。

来源：南方日报

地址：http://epaper.nfdaily.cn/html/2013-04/16/content_7181814.htm 【返回目录】

曙光救援：民间救援从山野到社区 600 多名志愿者自费运营

近年来，民间救援组织日益兴起，成为政府应急救援体系的重要补充。在陕西，600 多人组成的曙光救援小有名气。3 月底，他们与西安市碑林区合作成立社区应急救助中心，对队员们来说，这是从专业的山野救援走向范围更广的社区救援；对地方来说，这是一种社会管理创新。二者的合作刚刚开始，但在将来的资金缺口和可能面临的法律问题上，还有待观察。

编 者

为何从山野走向社区？

山野救援覆盖有限，社区救援作用更广

4 月 10 日，在曙光救援门口，记者偶遇前来面试的“老 A”。闲聊中，记者得知“老 A”本名李新春，从事户外线路咨询和策划工作，接触户外运动已有 4 年。“前年，咸阳的 17 名驴友在秦岭梁登山被困，曙光救援协会出动 40 多人将他们营救了下来，当时就引起我的注意，后来跟会长接触了几次，决定过来面试，希望能入会。”“老 A”很是期待。

曙光救援全名为陕西省曙光应急救援协会。在山野救援领域，曙光救援很专业。成立 4 年来，他们已义务参与实施 56 次紧急救援行动，成功施救了 316 名在山野中迷失或受伤人员。但会长陈晌同并不满足于此，“只做突发性的山野救援，门槛比较高，对社会的促进作用也有限，同时老会员互相配合得很好，越做越专，新生力量反而跟不上，将来协会有销声匿迹的可能。”陈晌同意识到，公益服务的内容需要拓宽，“社区救援和山野救援有 80%的技能是共通的，而社区救援受惠者的范围显然更大。”

3 月底，曙光救援社区应急救助中心在西安市碑林区社会组织发展培育中心挂牌，中心可免费享受到办公场所、会议室、培训场地等后勤服务。目前，具体的救援实施方案、布局等内容还在规划中。今后小区中若是遇上老人突然犯病，或是住户家中失火等，都可以在第一时间寻求救援。

与社区的合作机会，也是曙光救援努力争取而来。2012 年 10 月，碑林区组建了社会组织发展

培育中心，旨在为公益慈善类、社会服务类社会组织搭建培育扶持的公共平台。“很快曙光救援找到我们，一开始觉得他们并不适合，户外救援太专业了”，碑林区民政局社会事务科工作人员刘婧介绍，之后反复沟通，没想到竟碰撞出了“社区救援”的点子。

社区救援，顾名思义，就是为城市社区培训大量的具备专业急救求生知识和技能的志愿者。“社区救援的覆盖面、惠及面更广，培训内容也很丰富，曙光救援又具备这方面的专业素养，让社会组织加入到社会管理中来，才是社会管理创新”，刘婧说。

社区救援服务还未正式开展，陈昫同已习惯每天来到办公室酝酿新思路。比如，起草救援组织的从业规范，曙光救援制定了一份完备的协会章程，规定通过救援技能专业培训考核的会员，才发给会员证。

业余队伍如何保证专业？

600 多名志愿者，自费 70 多万维持运营

曙光救援目前拥有正式会员 600 多人，由公务员、企业员工、个体商户等各行各业的志愿者组成，分布在西安、咸阳、宝鸡、榆林等三秦大地的各个角落。

“很多人都是通过网络来到这里，网名很熟悉，但真名却很少提及，你的工作家庭情况也没有人在意”，已入会两年多的“头狼”告诉记者。平日里，会员们奔忙于各自的工作生活，每有驴友被困的消息传来，则“一呼而应者云集”。“有的时候，驴友被困山中，公安消防人员因为没有专业装备，很难深入，我们进山里头把人找到，营救出来，再移交给公安消防”，“头狼”说。

陈昫同的网名叫“鲨鱼”，早已放弃自己生意，全职打理协会事务。他是地道的西安人，36 岁的年龄，谈吐举止老成沉稳，据旁人说他常年只穿一身迷彩服。高中学历，做过出租车司机、调酒师，从事过市场推广，后来考取了国家 C 级拉力车手，2008 年拥有了自己的户外店。

“汶川地震时，开车去灾区送物资，真正感受到灾难面前个人力量的渺小。”一年后，他和七八个朋友搭起了“西安户外救援队”的“草台班子”，“纯属志趣相投，赶上近几年户外运动越来越火热，紧急事故也越来越多，到 2010 年中旬就聚拢了二三十人。”2011 年下半年，陕西省各地市有成组织的志愿者团队慕名前来，于是“陕西户外救援队”也就应运而生。

“头狼”说，大家出于一副热心肠才聚在一起，并不图什么。几年来为维持组织的正常运行，会员们已出资了 70 多万元，这还不包括救援活动中参与人员自己承担的交通、物资等开支。

45 岁的“阿紫”放弃了实体花店业务，全职到这里上班，负责行政事务，一周值六天，“我想做点自己喜欢的事情。”最近两天，阿紫一直忙于整理会员的资料，“人员流动还是比较快，因为工作家庭关系，以前一年大概有百分之四十的会员流动，现在基本稳定些。”

人多了，素质难免参差不齐，于是陈昫同开始组织面试、培训，“请了攀岩教练、GPS 厂家、外

科医生来授课，甚至还有西安医学院的法医教授，队伍慢慢开始往正规走，专业水平提升了，人员管理也加强了。”

如何保障社区救援常态化？

缺资金软硬件难提升，法律风险仍需防范

随着相关政策的放宽，“陕西省曙光应急救援协会”于今年年初正式“挂牌成立”，并接受陕西省民政厅民间组织管理局的业务指导和监督管理。“我们是陕西省首家直接登记的社会团体”，陈昫同言语间不乏自豪。

身份问题解决了，但似乎并没有为曙光救援带来看得见的好处。出身民间的曙光救援，尽管在庙堂之上“挂了号”，凡事仍要靠自己周转腾挪，日子过得还是捉襟见肘。“服装、担架、医疗器械、照明设施还有无线电台等通讯器材，购置救援装备的费用就在 20 多万元”，协会副会长罗裕春说，“其中高空保护装备，比如绳索、下降保护器、安全衣等，更是损耗非常快，每次更新装备都要两三万元，全靠大家自己筹集。”

“2012 年的鳌山救援行动，在当地驻扎了 10 天，天天睡帐篷，到第四天我们带的东西就都吃完了，幸亏后援人员把补给送了上来”，野外搜救经验丰富的“鱼”给记者算了一笔账，去年一年下来，他购置救援器材、开车前往救援地点的交通费用等就在一万元以上，“做的事情有意义，花点钱也没什么。”

相对而言，山野救援的覆盖面窄，而社区救援的辐射范围和受惠人群则要大得多。仅仅依靠会员自掏腰包筹集的资金，恐怕很难维持社区应急救助中心的大规模长时间运行。虽然目前协会可免费享受到办公场所、会议室等后勤服务，但仍需要更多来自社会的资金支持来保证会员培训、专业设备等多方面软硬件的提升。

开展救援就意味着风险，风险在救援者和被救者身上同时存在。目前协会给参与救援的会员办理保险，并现场拍摄救援视频，能在一定程度上保障救援人员的基本权益。但在救援过程中，如果被救援者出现人身意外，又或者救上来后抢救不及时，这些责任由谁来承担？

陈昫同告诉记者，他们在救援中还没有遇到过类似问题，目前也没有好的应对方案。社区应急救助中心 3 月底才成立，还没有一例社区救援的案例，相关经验和知识仍需积累。而记者在查阅资料时，也并未发现与志愿救援服务权责相关的法律条文。有专家建议，民间救援组织还需进一步提高和完善救助技能，确保救援成功率。开展救援时可能产生的对救援者和周围环境的伤害与损坏，在满足救援必需的前提下，应该给予免责。

来源：南都网

地址：http://ndgongyi.oeeee.com/html/201304/12/47192.html 【返回目录】

⊙国际观察

那些用创新改变世界的 NGO

公益性期刊《全球》杂志（《The Global Journal》）自 2012 年起开始给全球的非政府组织（NGO）排名，在 2013 年年初，这张 TOP100NGOs 榜单新鲜出炉。然而有趣的是，荣登榜首的全世界最大的非营利组织、平均每年为 1.1 亿人口提供服务的孟加拉农村发展委员会（）随即在其网站刊登博客文章《你怎样排列 NGO？》，提出这个排序没有对 NGO 进行评估的统一标准，因此这份榜单的权威性需要考量。

《全球》杂志方面则称编辑们参考三大指标来衡量组织：影响力、创新性和可持续性发展能力。但同时也强调，“尽管我们努力保证排名是根据具体的信息通过一个严格的、客观的过程，但没有科学的测量办法。”

尽管如此，这样的排名对于 NGO 的从业者思考自身价值、借鉴社会创新和提高工作效率还是颇有助益的，尤其是中国 NGO 对自身的反思。因为榜单中并没有中国 NGO 的身影，那么我们如何发展壮大、走进国际视野，看来，要走的路还很长。

基于版面有限，在这里我们将排名中的前三甲与大家分享。

BRAC

总部地点：孟加拉国

孟加拉国农村发展委员会：

小额信贷发展世界

孟加拉国人多地少，环境恶劣，灾害频繁，是联合国公布的全世界最贫困的 39 个国家之一。但是，在这个贫穷的国度里，却活跃着一个超大型的跨国非政府组织——孟加拉国农村发展委员会 BRAC（(the Bangladesh Rural Advancement Committee)。几十年来，BRAC 面向广大农村地区，坚持不懈地从事扶贫减贫工作，为孟加拉社会经济的发展做出了重要贡献，受到政府和民众的高度评价。孟加拉经济学家、小额信贷之父穆罕默德·尤努斯说：“让贫穷只存在于博物馆中吧！那时，我们的后代会惊讶地追问我们：什么是贫穷？”

该组织是由一位名叫法佐·哈桑·阿比德的孟加拉慈善人士于 1972 年发起成立的。那时的孟加拉国刚刚结束了艰苦卓绝的东巴战争而独立，边境地区聚集着大量的自印度返回家园的战争难民。阿比德和数十位同伴们一起，四处筹集食品和物资，向受难同胞们提供救济，利用有限的力量帮助国家和民众走出战争的阴影。

1978 年，孟加拉人民生活渐渐好转，但多数人仍在为温饱而努力。在这个伊斯兰国家的农村地

区，女性的政治和经济地位尤其低下，生活艰难。鉴于此，BRAC没有停下脚步，而是从战争救济转向扶助广大农村地区的贫民尤其是贫困妇女，开展大规模的扶贫减贫工作。它以自主经营为主，广纳善款，积蓄实力，向贫民提供微型贷款、经济救助、医疗保健、小学教育、就业培训等。阿比德等人坚信，在孟加拉这样的国度中，必须通过这些手段增强穷人的生存能力和政治意识，使他们认识到贫困并非是世袭和必然的，打破人们内心深处的贫困与绝望循环。

2004年，BRAC开支为2.45亿美元（其中77%为自营收入），所操作的各类项目惠及全国64个地区、78%村庄的近1亿人，对国内生产总值（GDP）的贡献率达到1.14个百分点，为全国创造了635万个就业机会，成为孟加拉国内政治和经济生活中一支举足轻重的力量。

当前，BRAC在全国设有1800多个办事机构，面向特贫、文盲、残疾和身患重病的人群，运营着经济发展、社会发展、人权与法律教育与服务、教育与健康四个核心项目。

经过三十多年的不懈努力，BRAC的教育与健康项目成就辉煌，并拥有总资产接近4亿美元，成为南亚地区公认的管理独立、财政自主的非政府组织的一个典范。据不完全统计，1985年以来，它从22个平均只有一间教室的小学开始经营，共建立了4.9万所5年制“非正式小学”（相当我国民办小学），吸纳学生100多万（其中女生占66%），占全国在校小学生总数的11%。作为教育与健康项目的一部分，BRAC还在全国农村地区创办了900多个图书馆，免费或以极低的费用向贫民开放。BRAC的医疗健康、营养和人口项目以传染病防治、妇幼保健为主，截至2011年在全国建立了48个健康中心（医院）和51个医疗诊断实验室，覆盖全国80%的人口。其对农村地区的渗透和影响力超过了孟加拉国家卫生部。

Wikimedia Foundation

总部地点：美国

维基媒体基金会：励志包围全球知识

“我们的使命，就是为每个人提供免费的知识，一个免费的为地球上每一种语言而打造的百科全书，并且通过互联网，它会是令人难以置信的花费。”互联网企业家和维基百科的创始人之一吉米·威尔斯这样说。

的确，维基百科已经成长为全球第五大访问网站，并成为最有影响力的免费在线百科全书。威尔斯在2003年成立了非营利的维基媒体基金会，以支持维基百科及其姊妹项目，包括负责维基百科、维基词典、维基语录、维基教科书、维基文库、维基物种、维基新闻和维基共享资源。

维基媒体基金会的旗舰项目便是无处不在的在线百科全书“维基百科”。2001年1月正式启用至今短短十几年中，它已经彻底改变了知识的收集和共享，成为一个拥有285种语言、超过1,100万条条目的在线百科全书，根据各地所有互联网用户开放访问，这是对维基全职编辑和超过100,000

名志愿者组成的“更新大军”的承诺。

今天，维基媒体基金会也许在教育领域扮演着最有影响力的非政府角色。通过 142 名有限的工作人员负责管理其平台，却促进共享知识在人类历史上规模最大的集结，目前有共计 23 万篇文章，每月超过 470 万人浏览。

维基媒体基金会的未来战略的核心是扩大发展中和不发达国家的语言编译。维基百科的持续扩张，被看作不仅代表个人资产，而且还是公民获取信息从事社会建设层面的一个重要方面。

其实，维基媒体基金会亦是一个开创性的例子，可以实现一个 NGO 在互联网上的公益价值。他的工作致力于大规模的私人捐款，而不是基于大的体制补助资金模型。通过新技术的创新应用，对世界各地的千百万人的生命有一个深刻和持久的影响。

Acumen Fund

总部地点：美国

聪明人基金：不只用金钱来衡量绩效

在 2011 年，总部位于纽约的聪明人基金（Acumen Fund）庆祝十年的慈善捐赠。在最近的一次统计中，整合了洛克菲勒基金会、思科基金会和个人慈善家的种子资金，该组织通过一个多元化的投资组合，在全球 72 个国家批准投资超过 81 亿美元。

聪明人基金是传统投资基金和慈善捐款的混合体，它接受爱心人士的捐款，但不是把资金转赠给提供救济物资的地方政府或公益团体，而是通过借款或股权，投资致力于解决贫穷问题的发展中国家新兴企业。被投资的私人营利企业，必须以创新的方式为贫民谋福。

聪明人基金的创始人和 CEO 杰奎琳·诺沃格拉茨（Jacqueline Novogratz）深信市场机制是收集真实需求的最佳工具，只有细心聆听和询问实际的需要，才能推出实惠的产品或服务，因此聪明人基金比一般的慈善捐款更注重衡量产出效益与工作的执行效率。

聪明人基金会在衡量社会影响力方面的努力催生了 IRIS（影响力报告与投资标准），用尝试建立追踪和报告社会影响力标准的办法，为社会影响力投资的主要领域设计专用模板。除了财务表现以外，IRIS 还使用社会影响力及作业流程方面的指标，让百家争鸣的社会企业，能够有互通的语言和报告的呈现格式。

透过非财务的指标和一致的衡量标准，让投资人不但能看见社会企业和社会影响力投资在财务以外的回报，更能进一步检视相同领域的社会企业营运效率和投资效益。这种透明化的做法，让社会影响力投资的透明度和可信度往前迈进了一大步。

目前聪明人基金的投资组合，以水资源、健康、能源、住房、农业和教育这六大块为主，地理区域则集中在南亚和东非。但这种投资要收到成效，需要比较长的时间，至少 7 到 10 年，这比一般

缺乏耐心的私人创投所期待的回收时间要来得更久，所以杰奎琳称这种资金为“耐心资本（Patient Capital）”，其目的不在于追求高报酬，而是催化让贫苦者自立、自尊、自信的新型企业。

聪明人基金对单一投资案的注资金额在 30 万到 250 万美元之间，以借款或股权的方式进行，期望在 7 到 10 年后收回借款或将股权转手。除注资以外，也提供企业管理和人力资源服务，以协助新创企业成长。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5792.htm?div=-1 【返回目录】

2013 年斯科尔世界论坛召开：颠覆性创新改造世界

“今年，我们以‘颠覆性’这一主题聚集到一起。所谓‘颠覆’，就是那些曾深刻改造我们世界的、可持续性及非持续性的创新。对他们孜孜不倦的追寻深感敬佩的同时，也让我们不禁惊叹于过去我们的落后生活。”在斯科尔世界论坛的开幕式上，斯科尔社会企业中心(Skoll Centre for Social Entrepreneurship)主席、赛德商学院(Said Business School)MBA 项目总监史蒂芬·钱伯斯(Stephan Chambers)这样说道。

2013 年 4 月 10-12 日，由牛津大学举办的斯科尔世界论坛(Skoll World Forum)在牛津举办。在过去的十年内，斯科尔世界论坛一直致力于每年将近千位的社会企业家与各行业的精英汇聚一堂，让思想家、学术界、媒体、企业界、政府、慈善界和实践者在牛津大学分享信息和智慧、接受启发。这些来自全球的专家们在这里探索如何以新的创业方法建立和支持民间社会，如何帮助解决诸如贫穷等地方性社会问题，如何获得资金、年轻人的加入以及可持续发展的资助。

今年的论坛关键词是“颠覆性”。颠覆性创新能够重塑行业、替换过时技术并推翻不合理的框架。在改变社会企业家理念的这一层次上探讨“颠覆性”，这意味着他们必须以颠覆者的身份进行思考，要首先明白是什么构成和助长了我们今日最大的社会问题，之后对此构思解决方案，共同创建一个更加公正的、可持续的、有朝气的世界。“颠覆性”为人们开辟了一条路径，这条路需要商业、政界和民间组织的领袖摒弃渐进式的缓慢发展模式，要敢于想象和设计一个全新的方向。

斯科尔基金会的创始人杰夫·斯科尔(Jeff Skoll)，在开幕式上对过去十年里社会企业世界中的十大成就进行了总结。“我们离终点还很远很远，但是我们也应该向这些年的工作成就表示庆祝。”

在这十项成就中，斯科尔列举了“科技与社会的互相推动”、“全球对挖掘创新的承诺”、“森林

采伐速度的减缓”、“数十亿计的人获得清洁水源”、“社会企业成为主流”、“市场走上可持续化”和“全球医疗的进步”等等，而“贫困人群的减少”更成为了首要成就。斯科尔说：“与十年前相比，贫困人群大幅度减少。如果我们继续努力，在下一代人中，我们将终结贫困。”

除了表彰获得的光荣与成就，分享失败的教训也是社会企业家在这里聚集的原因之一。

在其中一个分会场，欧洲对外关系委员会(European Council on Foreign Relations)创始人与联合主席梅布尔·范·奥兰治(Mabel van Oranje)作为演讲嘉宾向参会者提出了这样的问题：“我们并不擅长谈论失败，但你们是否能够分享一些失败的经验。”

挪威前首相布伦特兰(Gro Brundtland)首先接过了这个话题，她曾于 1989 年落选首相，但在第二年顺利当选。她认为，面对失败的时候，应该以长期的眼光从成功的角度去看待。“回顾我的一生，我将其看做一场长期上的成功，所以我并不会特别在意其中的失败。”她说，但她补充道，“我遵循着我的价值观、我的信念和我的愿景，即如何帮助创建一个更加美好的挪威和一个更好的国际社会。在这条路上，从来都有障碍、困难，从来都有数不尽的批评。”

“如果你保持自己的热情，并认识到成功之路是漫长的，你就会接受所有的挫折，而且将会更加欢喜地迎接最终的成功。”布伦特兰说。

今年的演讲嘉宾还包括诺贝尔和平奖获得者、小额信贷开创者穆罕默德·尤纳斯(Mohammad Yunus)和联合国前秘书长科菲·安南(Kofi Annan)。

在 12 日的闭幕式上，安南以“改变的勇气”为题向在场的所有社会企业家做出了一番真挚的演讲。

安南诚恳地谈到：“作为一生都贡献于联合国的人，我并不是传递‘颠覆性创新’观念的最佳人选。毕竟，联合国并不以创新和多元化著称于世，按章办事和恐于改变仍然是大多数人的做事模式，而并没有肩负创新的领头羊。”

安南说，自己在冷战之后接手联合国，但在战争之外，“不持护照的问题”却超越了各国边境在全世界蔓延开来，无法仅靠一国之力能够解决。他列举了气候变化、艾滋肆虐和枪支滥用等问题，并认为还会有一系列问题将“陆续到来”。

而作为不得已的对抗，联合国发起的“千年发展目标”(MDG)和全球抗击艾滋病、结核病和疟疾基金会(Global Fund)正是联合各方力量、实现颠覆性创新思考的典范。

“我们必须改变我们的基本态度，并不是要对权力进行破坏，而是在重建、预防上多做文章，寻找问题根源而不是简单地应对危机。”在肯定的语气中，安南结束了发言，也宣布了今年论坛的闭幕：“女士们，先生们，我丝毫不怀疑我们的任务之重，也不低估成功路上的障碍。但我也从未如此确信，我们的能力能够使世界更加美好。”

链接

1999 年，杰夫·斯科尔创建了斯科尔基金会，为解决社会挑战的企业家提供资助。该基金会的标志性项目斯科尔公益创业奖(Skoll Awards for Social Entrepreneurship)，已向环境可持续性、和平与安全等多个领域的公益创业者提供了 2.5 亿美元的资金支持。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5803.htm?div=-1 【返回目录】

随着颠覆的节奏翩翩起舞

如果这周参与斯科尔世界论坛的嘉宾每听到“颠覆”一词就喝一口水的话，我猜他们肯定都要水中毒了。

颠覆性，曾经意味着要攻陷校长办公室的这一词语，如今成了这场牛津大学赛德商学院第 10 届社会企业家年度聚会的点题词。

杰克·斯科尔，这位由 eBay 亿万富翁转型的慈善家和电影制片人，以这样的方式结束了他的欢迎辞：“让我们颠覆出一个不一样的世界吧。”非营利私对私小额贷款机构 Kiva 的主席普丽玛尔·莎哈(Premal Shah)也在预录的一段采访中谈到：“当今世界的问题之大之急，解决之道唯有颠覆性的思维。”身兼全球防艾倡导者的歌手安妮·蓝妮克丝(Annie Lennox)，也向听众呐喊：“我想颠覆整个媒体界。”“危机行动”(Crisis Action)，这家动员民间团体在武装冲突中保护平民的组织领导者吉玛·莫滕森(Gemma Mortensen)，认为她的机构就是在“打破不公平的社会状态”。

社会企业家们早已完全采用了科技界常用的“颠覆”一词，这种现象最早从商业策略家克莱顿·克里斯坦森(Clayton Christensen)的《创新者的窘境》(The Innovator’s Dilemma)一书中即可见端倪。在书中，他认为“颠覆性创新”能通过改变整个行业的面貌来消除那些根深蒂固的顽疾。

在这一观念中，最基本的概念是，那些最初看起来笨拙甚至是无用的科技，能够以其优异的表现，在成熟的市场边缘收获大量的边际客户。随着时间的沉淀，新科技的表现日渐稳定，而价格也趋于下降，这时原本市场内的核心用户也会开始探寻使用新的科技。个人计算机赢得对大型计算机的战役，就是最经典的案例之一；而智能手机和平板电脑攻陷个人计算机则算得上是最近的佐证。

在社会领域，必然也有思想守旧的机构与陈腐的体制急需相对激进的改革。同时，也有社会需求使得一些新的解决方案得以实现，比如现今已经相当低廉的科技：移动互联技术和光电池等等。

“我支持颠覆。”华盛顿邮报专栏作家、《过时想法的暴政》(The Tyranny of Dead Ideas)一书作者马特·米勒(Matt Miller)说，“美国最应颠覆的是医疗业和教育业。”

但并不是所有的行动派在体制改革上都是支持颠覆的。虽然不乏例外，但大多数社会企业家的工作都是在沉闷地默默钻孔，而并不是改变整个行业的面貌。影响力投资基金的先驱典范——聪明人基金(Acumen Fund)的执掌者杰奎琳·诺沃格拉茨(Jacqueline Novogratz)认为，企业领导理论急需“毁灭性的冲击”，并已经觉察到存在于社会企业群体中的“一丝倦意”。

莫莉·梅钦(Molly Melching)是一名反对非洲女性割礼的活动者，她则向大家分享了一个警示性的故事，即在未充分考虑人口代价的情况下，社会颠覆性改造也会引发不少严重后果。

梅钦已在塞内加尔生活了近 40 年，并创立了 Tostan 机构，这家机构在 1997 年发起了一场大型运动，试图终止当地的女性割礼习俗。

该年 7 月，在 Tostan 的组织下，当地村庄马里昆达·班巴拉(Malicounda Bambara)的 35 名妇女宣布她们废除了这一习俗。但接下来的事促使 Tostan 重新思考自身的策略。这些妇女的家人对此感到非常愤怒，觉得她们如此公开地宣布这一决定，是严重背叛了她们的家族。暴力场面接踵而至。

“我们的行动导致了社会和谐的颠覆，并且导致我们在关系网中不被信任。”梅钦说，“颠覆有可能导致愤怒和抵制。”

最终，村中的领袖使她们了解到，反对声音并不是针对放弃习俗的决定，而是针对终止这一习俗的具体宣布方式。从此，Tostan 开始从村庄中最保守的长者们身上做工作，逐渐让他们成为这场运动的带头人。随后一年，13 个村庄一道在当地长者、政府官员和 NGO 面前承诺终止这一习俗。由此，至今已有 5000 个村庄做出了这样的表态。梅钦说，在未来三年中，塞内加尔将会成为非洲第一个完全终止这一习俗的国家。

“颠覆在许多情形下是必需的，但在对抗的形态之外，颠覆可以从内部发起，这样反而更加有效并持之长久。”梅钦说，“当大多数人采纳颠覆性的创新后，我们就会迎来一个新的社会秩序。”

（本文作者大卫·本克系《华尔街日报》资深记者、关注影响力投资领域的 Impact IQ 公司 CEO）

链接

颠覆性创新(Disruptive Innovation)，又被称作破坏性创新或破坏性科技，是由哈佛大学商学院的商业管理教授、创新大师——克莱顿·克里斯坦森从哈佛所做的研究工作中总结提出的理论。

它指将产品或服务通过科技性的创新，并以低价特色针对特殊目标消费族群，突破现有市场所能预期的消费改变。颠覆性创新是扩大和开发新市场，提供新的功能的有力方法，反过来，也有可能会破坏与现有市场之间的联系。该理论在管理实务上产生重大影响，并引起了学术界大量讨论。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5805.htm?div=-1 【返回目录】

反思每年地球日活动 产生大量垃圾违背初衷

据“emagazine.com”网站报道，每年地球日上的派对庆祝都会产生大量的垃圾，这违背了该节日的初衷，因此，今年，有环保特色的地球日正在悄然兴起。

2012 年地球日的一场派对过后，美国旧金山的庆祝者们在标志性的公园里留下了成堆的垃圾，包括啤酒瓶、饮料罐、塑料袋等。附近的居民对此十分反感。旧金山娱乐及公园部门公共事务部副部长 Connie Chan 表示，包括地球日在内的许多庆祝活动过后，公园的环境破坏是让人头大的问题。

不过令人欣慰的是，除了这些派对狂热者，越来越多的人开始通过美化环境的方式来庆祝地球日。加利福尼亚州滨海委员会在地球日当天，号召全州居民加入“海岸管理员”活动，通过清理自然景观来为地球日付出自己的一份力。

在美国，类似的地球日环保活动随处可见。奥内达加郡资源管理机构(OCRRA)庆祝地球日至今已有 21 年历史。在这么长的岁月里，他们清理了超过 200 万磅的垃圾。

“苍穹计划”是“地球日网络”组织于 2010 年正式启动的地球日 40 周年纪念活动。该计划与著名导演詹姆斯•卡梅隆及其电影《阿凡达》联手，承诺在下一个十年里种植 1000 万棵树。

由“地球日网络”发起的另一个活动“十亿绿色计划”，已成为全球最大的环保运动。该活动已经达成了最初的目标--在全球发起十亿个环保行动。如今已经把眼光放到第二个十亿计划上。任何个人和组织都可以在“地球日网络”的官网上注册他们正在进行的环保活动。滴水成河，聚少成多，每个人付出的努力加起来就能为地球献出一大份力。

“地球日网络”的主管富兰克林•罗素说，“地球日网络”是地球日活动的延伸，旨在让更多的人知道并参与到地球日活动当中，共同努力使地球变得更加美好，走可持续发展道路。

来源：环球网

地址：http://hope.huanqiu.com/globalnews/2013-04/3846906.html 【返回目录】

慈善顾问教美国富人如何花钱

在美国，当一些富人想认真规划自己的慈善事业时，往往会找到一些专门的慈善咨询机构，比如洛克菲勒慈善顾问公司。

西德尼·弗兰克(Sidney Frank)去世的前一年，他开始认真考虑家族的慈善事业规划。作为一个缔造了灰雁伏特加的成功商人，弗兰克是美国梦的代表，早年曾在布朗大学就读，一年后因贫困而辍学。白手起家并大获成功之后，弗兰克给布朗大学捐赠了 1 亿美元作为奖学金，此外他还希望，在去世之后继续帮助那些和当年的自己有相同困境的人。于是，他找到了洛克菲勒慈善顾问公司。

2006 年，弗兰克去世，他的家人在洛克菲勒慈善顾问公司的帮助下成立了弗兰克基金会。在出席过一个关于气候变化问题的研讨会后，弗兰克基金会希望将碳排放作为其关注重点。此后，洛克菲勒慈善顾问公司为弗兰克基金会的碳排放议题募集到了一系列捐赠，并聚集起了包括能源基金会、洛克菲勒家族基金和塞拉俱乐部等资源。

以洛克菲勒慈善顾问公司和弗兰克基金会的合作项目为起点，碳足迹的美国披露运动就此兴起。该项目也成为迄今为止洛克菲勒慈善顾问公司最为人称道、最成功的项目。

作为一家以专业著称的公司，洛克菲勒慈善顾问公司的最大业务是帮助各种基金会和社会组织设计各种公益项目，并帮助他们评估项目的执行效果。

洛克菲勒慈善顾问公司由洛克菲勒家族成立，早期业务仅限于为洛克菲勒家族的慈善事业提供一些咨询服务，后来业务渐渐延伸至洛克菲勒家族以外。2002 年，洛克菲勒慈善顾问公司从洛克菲勒家族中彻底独立出来，不再是洛克菲勒家族基金会的一部分，其最大的捐赠者也不再是洛克菲勒家族。与此同时，公司的主要业务方向也扩展至给各种基金会提供治理、系统和流程等方面的专业建议。

如今，洛克菲勒慈善顾问公司的最大合作伙伴，也是美国最大的基金会——盖茨基金会。2010 年，洛克菲勒慈善顾问公司从盖茨基金会得到了 370 万美元的捐赠，以开展为世界范围内的重要捐赠方和潜在捐赠方开发资源的工作。

洛克菲勒慈善顾问公司总裁兼首席执行官梅丽莎·伯曼(Melissa Berman)经常访问中国，与中国慈善界进行交流。在最近一次来到北京时，她造访了《中国慈善家》杂志社。她介绍，洛克菲勒慈善顾问公司已在全球慈善界建立起一个强大的联系网，在美国有慈善委员会，欧洲则有位于布鲁塞尔的慈善中心。公司一般会与当地最知名的基金会合作，双方共同分享资源和信息。在初步的意向建立之后，公司会派驻专门的人员跟踪项目执行。依靠这种“借力打力”的方法，2012 年，洛克菲勒慈善顾问公司在全球超过 20 个国家开展了服务项目。

在印度尼西亚，洛克菲勒慈善顾问公司致力于和印度尼西亚的普通家庭一起努力，以寻找登革热的解决方法。为实现目标，洛克菲勒家族基金会雇佣了数百名当地妇女担任健康工作者，在雅加达进行挨家挨户的访问，马来西亚的大学教师们也参与其中，之后，再由科学家们分析所有被收集来的数据，并提供适合各个家庭的解决方案。目前，印度尼西亚已有将近 50 万个家庭在登革热项目中获益。

在纽约，洛克菲勒慈善顾问公司和一位地产商达成了合作，这位富商曾经向慈善机构捐赠过数十亿美元资金。由于自小在纽约的贫民窟长大，该富商最希望帮助的对象是贫困社区，但却苦于无法在这类贫困社区里找到可信赖的慈善机构进行合作。当洛克菲勒慈善顾问公司这种专业机构介入后，最终有效保证了项目的质量和效率。

“我们帮他设计了帮助儿童和改善旧社区的项目，例如修建操场和诊所。”梅丽莎介绍说。而这仅是工作的开始，在此之后，洛克菲勒慈善顾问公司还会采取两种方法去评估服务的结果。首先是每年对受益人群进行调查，以得到是否发挥有效作用的第一手材料。其次是开展专业的外部评估，以确定这些进展是否达到了最初设置的目标、是否执行了履行目标的策略、是否符合调查研究的结果等。

在美国有将近 10 万家基金会，其中 90%以上均为私人和家庭出资建立的基金会，对于专业的慈善咨询机构，存在着不小的需求。“由于我们的专业性，并且接触大量基金会，有着丰富的运作经验，因此可以给基金会提供非常专业的服务支持。”梅丽莎告诉《中国慈善家》。

在全美国，类似洛克菲勒慈善顾问公司这样面向全球的服务机构还有至少五家，包括 Bridgespan、艾瑞咨询[微博]公司、TCC 集团、TPI 和 FSG，但无论从专业化程度还是业内知名度看，洛克菲勒慈善顾问公司都远高于同行。

来源：新浪网

地址：http://finance.sina.com.cn/leadership/mroll/20130415/133715151282.shtml 【返回目录】

美慈：打动美国第一夫人

即使是在塔利班掌权下的阿富汗，美慈也和政府达成了合作。这家总收入近 40 亿美元、在世界 NGO 组织中排名第 11 位的机构，究竟有何秘诀？

在西方国家，保罗·达德利·哈特（Paul Dudley Hart）是一个颇具传奇色彩的名字——正是他和他的伙伴们发现了泰坦尼克号的沉船遗骸。在结束了 25 年的海上生涯之后，这位曾经的海洋专家又展开了新的探险——以国际美慈组织（Mercy Corps）高级副总裁的身份，奔波于世界上最艰险贫瘠的地区。

哈特所在的国际美慈组织（以下简称“美慈”），是一个国际性的救援和发展机构，长期致力于协助世界上被痛苦、贫困和遭受不公平压迫等问题困扰的群体。自成立以来，美慈为 107 个国家提供了 19.5 亿美元的资助，为超过 40 个国家的 1640 万人口提供了服务。

近期，哈特带领他的项目组踏上了中国的土地。激励他来到中国的信念是，和中国的 NGO 一起合作，共同改善世界。“中国的财富已经位列世界第二，这个国家很可能出现像卡内基那样改变世界的人，慈善事业在中国的地位也将日益重要。”哈特在接受《中国慈善家》记者专访时说。

打动第一夫人的 NGO

1979 年，在目睹过柬埔寨、越南难民的惨状之后，年轻的美国人丹·奥尼尔（Dan O'Neill）决心为此做点事。借助岳父母在娱乐界和媒体界的盛誉和人脉，奥尼尔很快募集到了不少资金。但是，如何有效使用这些钱呢？他想到了成立一个非营利组织。而这需要获得政府的支持。

奥尼尔不假思索，抓起电话就拨通了白宫，想同卡特总统直接对话。但接电话的并非卡特总统，而是卡特夫人。电话中，奥尼尔以自己的决心与爱心打动了这位第一夫人。顺理成章地，国际美慈组织便在美国政府的支持下成立了。

如今，美慈的项目已经拓展到世界上几十个国家和地区，涵盖了农业、经济发展、健康、气候变化、社区发展和灾后重建等多个方面。其中，经济发展投入资金最多，下设农业发展、青年教育等分支。美慈投入最大的项目分别在阿富汗、伊拉克和苏丹。

作为一家服务于全球的非营利组织，美慈拥有一个超过 3700 名员工的国际化团队，其中 5%来自欧美，另外 95%则全部来自开展项目的地区，比如中国、印尼、索马里、巴基斯坦和蒙古等。美慈的行政管理人员也大多来自全球各地，比如现任美慈在哥伦比亚地区的主管就是一位印度人。

过去的 32 年中，美慈创造了近 40 亿美元的收入，在世界 NGO 组织里排名第 11 位。目前，美慈的项目资金大多来自欧美的政府，但哈特希望，这种情况能够在将来得到改变。哈特的另外一个愿景就是，美慈能够作为全球性机构提供地方性解决方案。当然，促成这样的改变“需要从全世界

募集资金”。

每年，美慈都会将收入的 88%投入到项目运作中——这个百分比涵盖了所有的日常运营和资金筹措的投入。虽然大多数基金会的管理开支都控制在 10%的比例，但哈特对此并不赞成，他认为，“如果不允许 NGO 和基金会花费必要的日常支出，资金方面的困难将会降低公益组织的管理质量。”

通过多年的项目实践，美慈获得了许多合作伙伴的认可与支持，其中也包括世界上最大的慈善机构——盖茨基金会。“美慈与盖茨基金会的合作是伙伴式的。我们共同设计项目方案，共同开展项目运作。除了金钱支持外，盖茨基金会还给予了我们大量的智力支持。”哈特说。

美慈的全球足迹

在全球的许多战争或灾难现场，美慈都以其及时性和快速行动力给人们留下了深刻印象。从印尼亚尼省强震到伊朗巴姆地震，再到巴基斯坦地震，美慈无一不是在 24 小时至 48 小时之内就到达了现场。

事实上，美慈的超强执行力正源于一种对被救助地区需求的重视——这也是美慈被盖茨基金会选作合作伙伴的原因之一。

每当去到一个全新的国家和地区，美慈首先会与当地的 NGO 组织交流沟通。谈话通常是以这样的问题开始：“你们希望怎么改善你们的社区？什么问题阻碍了你们社区的发展？”

2003 年，美慈在伊拉克地区开展了一个合作项目，并承担 90%的项目费用。哈特当时任项目总监。在与当地人的会谈中，哈特领导的项目组问：你们认为现在什么问题最紧迫？当地人回答：第一，我们需要清洁的水；第二，需要把街道污水清理掉；最后，必须让医院恢复正常运转。此后，项目组围绕这些需求设立了具体的项目计划。

倾听当地社区的真实声音，尊重当地政府，项目才会真正具有实际价值，也才更容易成功，并进一步发展为长期项目。哈特认为，这也是美慈得以成功的关键。而在那些全球最艰苦的地区，诸如索马里、朝鲜等，更要取得当地政府的认同，因为在这些地区开展项目，最大的困难不是技术问题，而是社会问题。

在阿富汗，即使是塔利班当权时期，美慈的项目组也和政府达成了合作。当时，塔利班让不少妇女失去了工作，很多家庭难以为继。于是，美慈设立了小额贷款项目，并展开培训，教授当地妇女在家中互助工作。“塔利班并没有支持我们的工作，但我们遵守了塔利班的政策，并且想出了解决办法，所以塔利班默认了我们的做法。”哈特说。

在慈善业界，美慈以灵活、新颖的项目备受赞誉，小额贷款项目正是其中的一大亮点。

12 年前，美慈与联合国[微博]开发计划署（UNDP）以及美国的农场主合作，在蒙古开展了一个农业地区经济发展项目，帮助大量牧民和农业企业进行多样化生产和扩大经营。现在，这个项目已

经孕育出了蒙古第二大银行，不仅不再需要资金投入，并且有利可图。

在印尼，美慈创立了为 50 万小额贷款机构服务的“银行的银行”——股份制的安达拉银行。盖茨基金会赞助了 1900 万美元，国际金融公司（IFC）和其他机构也参与了捐助。安达拉银行致力于促成小额贷款机构与商业银行的合作，使之有能力为客户提供新的金融产品及服务，比如汇款、小额贷款保险、自动取款机和网上银行等。

上世纪 90 年代末，美慈在中国扶贫基金会的邀请下来到中国。在最初帮助中国贫困地区建立小额贷款体系之余，美慈的项目逐渐延伸到诸多其他领域，诸如汶川地震后的社会心理康复，帮助建设因流动人口和艾滋病导致的极度贫困的农村等。

目前，美慈在中国的重点项目包括帮助中国的 NGO 加强管理能力，以及针对少数民族青年的金融知识培训。2009 年开始，美慈开展了一个中国非公募基金会高层参访美国基金会项目，来自 11 家中国非公募基金会及中国非营利组织支持机构的 14 位人士参加了访问，他们在各自机构分别担任理事长、理事和秘书长等领导职位。

谈及美慈的发展目标，哈特不无期待，“未来的美慈应该属于整个世界，服务于整个世界的需要”。

来源：新浪财经

地址：http://finance.sina.com.cn/leadership/mroll/20130415/133715151286.shtml 【返回目录】

新加坡社会组织的仪轨建设

仪轨建设只是社会组织发展的一个环节，这些看起来似乎有点“虚”的程序其实一点也不“虚”。多一点道义上的肯定、精神上的约束，多一点庄严和神圣，值得借鉴。

前不久，恰逢一支中国青年企业家代表团访问新加坡，笔者促成了他们到访南洋理工大学公共管理研究生院，并举办了一场中新对话。新加坡前国会议员曾士生先生也到场演讲。晚上，笔者与这支代表团一起赴新加坡中华总商会参加新加坡现代企业管理协会第 15 届理事会成立典礼，这一场成立典礼的仪式给参加活动的中国商会组织成员及本人带来较大感悟。

成立典礼由新加坡中华总商会会长蔡其生先生担任主宾，筹委会主席和现任会长也分别致辞等等，这些与国内社团组织成立并无太多区别，区别是在于有一个庄严的就职仪式和宣誓典礼。在宣誓典礼上，新任会长要率领新任理事一起向见证主宾宣誓，一经宣誓，便意味着社团管理层要照此践诺。同时，新会长还要发表就职演说，提出施政纲领。这一幕，令人想起了我国香港、澳门特首

的就职典礼，虽然新加坡此类社会组织的体量有限，但典礼仪式的庄严肃穆以及所带来的神圣感却颇有相通之处。至于仪轨，简言之，就是仪式的规范，早期多用于宗教仪式的规范，如今仪轨已不仅仅限定于宗教仪轨。据笔者观察，新加坡华人社会组织在成立、换届和重大活动等多个领域已经形成一整套相对完善和制度化的仪轨。

在社会组织建设中，仪轨建设也是重要一环。在 19 世纪中后期华人“下南洋”移民潮兴起后，华人社会组织便开始蓬勃发展，第一间华人宗乡社团组织是作为莱佛士登陆新加坡先遣队的木匠曹亚志在 1822 年创办的宁阳会馆。为什么华人社会组织会有如此悠久的历史？这主要是因为当时的新加坡作为英国殖民地，殖民地政权在对华人事务不甚积极，南来的华人大多举目无亲，在生活、就业以及社会福利等方面得不到有效保障，华人不得不抱团求存，一批以地缘、血缘和业缘为基础的宗乡会馆遂应运而生。当时新加坡华人社会大致有五大方言族群：闽南、潮汕、广府、客家、海南。以新加坡早期潮汕族群为例，善堂是其社团活动的纽带，而潮汕善堂的大峰祖师崇拜，则附加了潮汕社团的宗教仪轨，比如“扶乩”仪式。这种宗教仪轨经过与慈善事业、社群认同的“三元互动”，逐渐转化并强化了人文认同，增强了华人社团的凝聚力。到了现代商业社会，除了传统宗教仪轨外，一般社团组织的仪轨逐渐规范化为简易化的宣誓、监誓等通行仪轨。如成立于 1929 年的新加坡潮州八邑会馆，在 2011 年 3 月 10 日举行的第四十一届董事典礼上，就是由时任新加坡外交部长的杨荣文先生主持监誓仪式，并有观礼嘉宾若干。

虽然仪轨变得更简单、通行，但仪轨所带来的信仰感却更加普遍，认同感也得到加强，举凡新加坡社团举行换届仪式，相应的仪轨总是不可或缺，成员都会正装出席，有的还多番演练，务求庄严神圣。之所以如此，以笔者观之，不仅是要强化公共社团职务的崇高感，也要社团管理者肩负起更多的责任，提升使命感，推动社团发挥更多的作用，使社团领导名副其实，既能推动社团成员的互助、共赢，也有助于政府加强管理，降低社会沟通成本。此外，当代社团对于仪轨仪式的尊重，也反映了新加坡华人社会对于华人传统文化的传承和重视。同时，这与当代新加坡政府对社会组织发展的重视也是分不开的。新加坡从总理到各部部长，均经常应邀参加一些社会组织的活动，尤其是成立、换届典礼。包括一些少数族群社区居民，新加坡政府也会促使他们成立社会组织，以保留少数族群的传统和文化，并推动他们融入主流社会，增强作为“新加坡人”的认同感。李显龙总理就曾专门出席了锡克族人所组织的新加坡卡尔萨协会庆祝成立 75 周年的晚宴。在政府的积极推动和支持下，新加坡社会组织的仪轨已经在一定的地域特色和文化属性的基础上，形成了较为完善的带有制度化色彩的基本规范和价值体系，这对于新加坡社会组织的有序、健康、诚信发展是极具价值的。有一个特别需要注意的现象是，新加坡社会组织基本上两年一换届，且一些社会组织已经在实际运作中实现了不连选连任，此举相对摆脱了社会组织的寡头治理状态，提高了组织成员对组织管

理的积极性，也使得每一次的换届仪式显得更为隆重。就职仪式对于社会组织领导人来说，和奥巴马担任美国总统的就职仪式在性质上并无多少差别。

反观国内部分社会组织建设，由于处在早期发展阶段，常常与社会组织开创者的个人魅力挂钩，一些社会组织严重依靠开创者的个人号召力、智慧和才干，未能形成有效的规范引导和制度建设。邓飞之于“免费午餐”、坤叔之于“东莞市千分一公益服务中心”，均或多或少与他们的个人精神魅力、社会号召力有很大关系。这也是社会组织或公益事业草创期的一种特色。在这一方面转型较好的有两个典型：“阿拉善 see 生态协会“和”壹基金“。前者从一开始就实现了组织建设的规范化，每一届的会长、监事长、章程委员会主席都由较为激烈的选举产生，王石、任志强、冯仑等名人虽发挥了一定的魅力作用，但通过选举机制和协商机制逐步调和，新的领导者不断成长；后者则通过组织的发展和规范化逐渐从李连杰的个人精神魅力主导中摆脱出来，公共性、社会性日趋明显。但是，即便如此，这些国内较为知名的社会组织，在仪轨上多是靠个人之间的口才、知名度、信任度等。对于社会组织的长期发展来说，纵然可以维持，但要进一步发展，一个能够带来神圣感、庄严感、使命感的仪式规范还是有必要的，这是组织走向良性发展和稳定发展的必然要求。

仪轨建设只是社会组织发展的一个环节，这些看起来似乎有点“虚”的程序其实一点也不“虚”。多一点道义上的肯定、精神上的约束，多一点庄严和神圣，值得借鉴。

作者系南方日报评论员、新加坡南洋理工大学“市长班“学员

来源：南方日报

地址：http://epaper.nfdaily.cn/html/2013-04/16/content_7182138.htm 【返回目录】

一个踢不坏的球所能够带来的……

如果没有打气筒，踢足球将变为一件难事。然而，无需打气的“同一个世界足球”正解决了这一难题。如今，这家公司正将创新的触角延伸至其他球类，好让世界任何角落的儿童能选择他们喜欢的球类运动。

带给非洲的高科技足球

蒂姆·贾尼根(Tim Jahnigen)刚刚结束了他在马拉维和肯尼亚两国整整一个月的行程，这一趟下来，他在当地发放了约 11,000 只足球。他带给当地孩子的这些足球和我们平时见到的不大一样，均是由特殊材料做成的，几乎踢不烂、玩不破。在过去两年多的时间里，贾尼根给非洲大陆和中北美

洲带去了 20 多万只这样的足球，如今，他已经非常习惯地看着孩子们围绕着自己的这项发明互相追逐了。

然而，贾尼根说，马拉维还是令他印象深刻。他在马拉维期间，正赶上该国女总统乔伊丝·班达(Joyce Banda)宣布了一项新的全国青年足球锦标赛事。在这里，贾尼根再一次感受到，小小的足球能够带来多么大的变化。

他说："（在马拉维）一个足球的价格比一个家庭的平均月收入要高出四倍。所以我们做的事情能给这个国家上上下下带来不小的影响，我此刻有种难以言喻的感觉。"

"同一个世界足球"(One World Futbol)，是贾尼根创办的组织，它的故事在美国已经家喻户晓了。2006 年，贾尼根在一则电视报道上看到苏丹达尔富尔(Darfur)地区的孩子们只能以石头和垃圾当玩具，他决定要发明一种能够在任何环境条件下都能经得住考验的球类产品。歌手史汀(Sting)为制作这个产品原型捐助了 3 万美元，而雪佛兰公司则乐意帮助他在接下来的三年内发放 150 万个成品。而余下的工作，则是辛勤的开发努力。

这种足球分多种颜色，由一种名为 PopFoam 的硬泡沫材料做成，这种橡胶材料与制作卡骆驰(Crocs)拖鞋的材料十分类似。这种材料弹性很好，但又十分结实，最重要的是，异常耐用。用这种材料做出来的足球，无论是在阳光暴晒下，还是在雨水浸泡中，甚至是暴露在氯气中，也不会出现皱褶、裂痕和增重。贾尼根称之为科技的杰作——将足球从此变成了一项适合任意场地的运动，不再需要专门的球场。

让"坚不可摧"渗入社区

这种"坚不可摧"的足球不仅给众多非洲儿童带去了欢乐，也彻彻底底地改变了桑德拉·克雷斯(Sandra Cress)——一名足球推广官员的人生轨迹。

1996 年亚特兰大奥运会，克雷斯借着盛世的举办，把足球这项美国人相对陌生的运动带向了自己的家乡。如今，这个亚特兰大人已经定居在肯尼亚首都内罗毕(Nairobi)，专职帮助全世界的儿童从用上这只特殊的足球开始，获得健康的生活。

克雷斯说她见过第三世界国家的孩子把变质的水果绑在一起当球踢，这使她痛心不已。而"同一个世界足球"是第一次让她把对足球的热情和在不同国家以体育实现人道援助的经验相互结合起来，并且挥洒得淋漓尽致。

"每当听到又有原本贫困的孩子因为运动使自己走向成功的例子，我都发自内心地高兴。"如今已是"同一个世界足球"销售总监的克雷斯说，"我希望这种参与运动、通过运动构建友谊和群体的简单愿望，能够让世界范围的社区都变得更加安全和友好。"

在离开亚特兰大后，她继续为耐克公司承办足球赛事，并帮助南非申办 2006 年世界杯，然而全

球足球行业对发展中国家的帮助甚微使她备感失望。为了实现她想看到的改变，她前往普林斯顿大学(Princeton)攻读公共政策学的硕士，又在其后就职克林顿基金会从事国际人道主义工作，最终她接触到了这只“坚不可摧”的足球。

她深深地认同这种耐用足球的理念，并且看到这只足球能让儿童走上健康道路的巨大潜力，于是，她以志愿者的方式加入了“同一个世界足球”。有机会参与运动的孩子通常能够更快地从创伤中恢复，并且能更快地懂得规则与责任。而像传授生活技巧与艾滋病预防知识、把孩子留在学校、减少性别暴力和促进和平与谅解，诸如此类的信息都能通过足球的引入而变得更容易渗透在社区当中。

从人口密集的城镇到遥远的乡村，她见证了这些足球如何为孩子们的精神“打气”。今年初，克雷斯为桑给巴尔(Zanzibar)送去了两万只足球，那里是坦桑尼亚位于海上的一片群岛，许多儿童都饱受营养不良的摧残。

“比起欧美的儿童，那些儿童实在长得太小了。12 岁的孩子看起来像 8 岁，15 岁的孩子顶多像美国的 11、12 岁。”她在博客中写道，“成长的阻碍……是源于桑给巴尔的极度贫困。”这些孩子瘦弱的体型却并没有影响到他们对踢球的渴望，克雷斯补充道。

克雷斯这样生动地记录下了足球带给孩子们的变化:“这些孩子模仿着他们心目中足球偶像的动作——梅西、罗纳尔多、玛塔、范佩西……一个孩子犯规了，就会有另一个孩子出来认真地测量起人墙到达任意球的距离。这项‘美丽的运动’让这些孩子们在不健康的环境下变得健康，它让孩子们有了享受美好、体验快乐和结成友谊的瞬间。踢足球让他们懂得并遵守游戏规则，也让他们得到自信，并且相互间报以尊重。”

B 型企业的成长模式

然而，“同一个世界足球”并不满足于 20 万只足球。贾尼根注意到，世界上有 13 亿低于 12 周岁的儿童，其中的大多数是买不起足球的。这样说来，即使他一年能发放 100 万只足球，能满足的孩子仍然仅为其中的少数。除此之外，他还想把项目触角延伸至其他球类运动，这样能做的事情可延展出一个系列。

“我们的科技可以被运用在任何需要充气的球类项目上。我们的长期目标是制作所有的运动用球——篮球、排球、橄榄球、绳球（一种美式球类运动）、美式足球、篮网球（一种英式球类运动）。”他说。

但是，下一个亟待开发的运动用球原本就不需要充气——为东南亚儿童专门设计的板球。贾尼根说有 5 家大型板球联盟已经邀请他设计用 PopFoam 来制作比赛用球了，实在盛情难却。另外，在足球之外，板球是已成为世界覆盖面积最广的一项运动了，所以对此进行开发也必定是一件有深远意义的事。

贾尼根开发的这种板球比传统板球稍轻，但确保有足够重量便于有效投掷和击打。它的内部坚硬，但外部柔软，能够充分吸收冲击力。这样一来，孩子们在玩的时候就不会轻易伤到自己和旁人。

“同一个世界足球”在美国被定义为“B 型企业”(Benefit Corporation)，即介于慈善机构和商业机构之间的一类企业。在这类企业中，其改造世界的目标和公司盈利是同等重要的。在最初成立时，贾尼根本考虑过做非营利机构，但最终认为商业的形式将会给这番事业带来更大的运转空间和机遇。

克雷斯也将她在亚特兰大期间的经验用在了扩大销售和全球覆盖度上，作为亚特兰大奥组委足球项目竞赛经理的她，曾为那项遍布美国东南五大城市、有 24 支国家队伍进行角逐的赛事招募员工和志愿者。

“我在亚特兰大学到了很多，因为我们 1992 年接手了规模甚小的组委会，用了不到四年时间，就把它发展成了‘财富 500 强’那类庞大的机构。”克雷斯说，“在缺乏资源又必须迅速成长的机构工作，我得心应手。”

现今阶段，“同一个世界足球”的主要收入得益于与雪佛兰的商业合同，但也有四分之一的足球是通过其自身的网站销售出去的。在网上，如果你花 40 美金买下这样一只足球，便意味着，在世界的某个地方，你同时也为某个孩子捐去了同样一只足球。（与汤姆斯布鞋的模式一致）

贾尼根说，“买一赠一”唯一的缺点是，价格始终高于其他销售渠道。而如果要实现大规模销售，“同一个世界足球”也将至少要提升至 100 美元/个，以满足代理商、零售商和自身成本。贾尼根承认：“无论这种球有多耐用，也不会有人愿意掏这么多钱来买的，我们现在的价格高出了市场水平。”所以，在正式进入市场之前，“同一个世界足球”还必须要找到能够承担这部分价格的合作伙伴，或者是寻求到一名愿意补偿其中差价的慈善家。贾尼根乐观地认为，他最终会得偿所愿的。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5800.htm?div=-1 【返回目录】

社会企业创新方案解决拉美水资源和卫生问题

据“商业战胜贫困”网站报道，全球农业在线研究机构 Agora 称，近年来，针对水资源短缺和卫生设施问题的研究数据愈加完善，人们的相关意识也在逐渐增强，但现实依旧残酷。据统计，全球仍有 25 亿人口(占全世界人口 37%)面临着因卫生设施不足而导致的健康危机，有超过 7.8 亿人喝不到安全饮用水。

联合国千年发展目标的统计数据显示，安全饮用水的目标有望达成，但基本卫生设施仍可能得不到保障。联合国表示，按照目前的发展速度，完成联合国千年发展目标中的 7c 目标，即到 2015 年将无法持续获得安全饮用水和基本卫生设施的人口比例减半，可能要推迟到 2026 年才能实现。

即便如此，要让所有人都喝到安全饮用水，卫生状况得到极大改善，各国仍有很长的路要走。然而，在过去三年里，拉美地区的两家初级社会企业，智利的 TOHL 和秘鲁的 X-Runner 取得了杰出成就，为最终目标的实现奠定了基础。

“人道主义物流管道作业”(Tubing Operations for Humanitarian Logistics，TOHL)

2010 年，智利和海地遭遇重大地震灾难。TOHL 的创始者们(来自佐治亚理工学院的工程学学生)设计了独特的援助方案。他们用直升机铺设耐用管道，将水资源运输到受灾国乡村地区。与铺设地下管道或用水车运输的传统方法不同，TOHL 的水资源解决方案更加环保，使用寿命长达 20 年，且平均花费约为传统方式的十分之一。

2012 年 TOHL 从“启程智利”获得资金后，其现任总裁兼 CEO 本•科恩便立即飞往圣地亚哥开展工作。

该项目的其他工作在几个月内逐渐就绪。他们达到了已知的最快管道铺设速度(在山岭地区，每千米用时 9 分钟)，并为智利化学矿业公司(SQM)提供工程项目。该工程模型在矿业、军事、消防以及救灾(也是 TOHL 的最初目标)等多领域均有开发潜能。TOHL 管理团队将圣地亚哥周边的 4 个农村社区确立为 2013 工作的重点区域。他们不仅提供技术解决方案，更期待能够借此帮助更多的人获得安全饮用水，改善人们的生活。

X-Runner

瑞士产品设计师杰西卡•阿尔滕堡致力于开发一种安装简易、无需用水、可进行资源回收利用的生态厕所。2010 年，阿尔滕堡在印度建立了高效生态干厕。现在，她和资深小额信贷专家伊莎贝尔•梅德姆一起，在世界上最干旱的首都之一——秘鲁首都利马的贫民区开始了新的实验。

X-Runner 干厕能够收集并存储固体废物(添加锯屑等可去除臭味，减少蚊虫滋生，既卫生又环保。)，数周后由阿尔滕堡和她的团队做进一步处理。在印度，X-Runner 干厕可收集沼气，在秘鲁则

是堆肥。

X-Runner 能够帮助许多家庭和小型企业节约水资源，改善卫生条件，并通过创新方法改变那些在经济发展过程中被忽视人群的生活。

阿尔腾堡对此颇感自豪，“自 2008 年以来，在卫生环境方面，我们已经做了很多;我认为真正被忽视的是城市卫生状况。”在谈到利马，特别是其贫民区不断增长的人口时，她指出，越来越多的农村人口转移到城市的低收入区域生活，但他们依旧面临缺水和卫生恶劣的老问题。阿尔腾堡说道：“人们开始明白，解决水资源短缺问题是一场持久战。”

未来发展

作为 Agora2013 年的合作伙伴，科恩和阿尔滕堡致力于获得更多的人力、社会和金融资源，以进一步扩大业务范围;在充分试验和不断发展的基础上，对拉美以及全球产生更深远的影响。TOHL 团队现已在南苏丹和其他偏远干旱地区寻找适合的解决方案，并继续加强与政府的合作。X-Runner 则计划将销售目标从 2012 年的 50 组增加到 2013 年的 500 组。Agora 的合作企业也由 2011 年最初的 9 家增加到现在的 27 家。

世界卫生组织和联合国儿童基金会明确指出，全球仍有 17 亿人口无法获得基本的卫生设施，有 80%的农村人口喝不到安全饮用水。仅在拉美，就有约 700 万秘鲁居民缺乏基本卫生设施，超过 100 万智利人面临饮水困难。尽管有 TOHL 和 X-Runner 这样的公司致力于解决这个问题，但要真正达到这些目标，相关国家仍有许多工作要做。

然而，科恩、阿尔腾堡和 Agora 相信，拉美地区的解决措施是一个良好的开端，实现为每个人提供安全饮用水和基本卫生设施的宏伟目标指日可待。

来源：环球网

地址：http://hope.huanqiu.com/exclusivetopic/2013-04/3832469.html 【返回目录】

狄奥多拉基金会：让病童怀抱梦想

每年，200 多名滑稽小丑为了 8 个国家、162 座医院里 30 万病童的欢笑而努力着——这都是狄奥多拉基金会(Fondation Theodora)的贡献。20 年前，Poulie 两兄弟在洛桑创立该基金会的初衷是想让自己所获得的母爱得到延续。

狄奥多拉基金会的主席 André Poulie 如此描述自己的观察：“ 孩子在医院，特别是第一次的时候，几乎都会害怕。他们生着病，不明白周围正在发生什么，加上陌生环境、远离家庭、朋友、游戏等等… 这些都会让他们感到恐惧。”

他对这种心境有着深刻的亲身体验。当年，9 岁的 André在和兄弟 Jan 一起玩割草机的时候不慎将脚严重切伤。后来的两年中，他陆陆续续在洛桑市医院住了半年，经历了 14 次外科手术。

“70 年代的医院没有任何为孩子特设的设施和服务。让儿童住在为成人设计的医院里，感觉有点儿像在军营。医院的规定很严格：探访时间被限制在几个小时之内，小朋友们不能来探望，只有家长可以。医院甚至叫家长也不要来得太频繁，因为当大人离开的时候孩子会更难过。”

游戏和欢笑

“在这样无聊的漫漫长日里，妈妈狄奥多拉的到来是我唯一的慰藉。她知道怎样给我还有其他的孩子解闷儿，我们一起做游戏、读书，她还特别幽默。她试着让我们的住院生活少一些苦涩，在她探访的时间里，我们仿佛不是在医院，而是进入了另一个世界。”

20 年后的一场经历改变了 André Poulie 的生活：母亲 Theodora(狄奥多拉)罹患癌症，André辞去美国市场营销的工作，回到瑞士，和 Jan 一起照顾弥留的母亲。母亲死后，两兄弟决心要为病患群体做些什么。

“因为我爸爸也是患癌症去世的，所以我们一开始打算支持肿瘤研究。但是有一天早上，我忽然想起在美国读过的一篇文章，关于一个滑稽小丑在纽约医院里安慰病人的故事。我对自己说，把小丑表演带给瑞士医院里住院的孩子们，这个主意不错。”

忘我一刻

1993 年 4 月，André和 Jan 自筹资金，邀请了 2 名专业小丑，并获得了洛桑沃州大学医学中心 3 个月的试行机会。“试行获得了成功。儿童肿瘤科的主任发现了一个特别的变化：出院时，孩子们会说要留在医院，因为他们想见小丑。”

于是，兄弟俩(时年分别为 28 和 30 岁)成立了狄奥多拉基金会，投身寻找赞助人和小丑们。20 年后，基金会成员活跃在全瑞士所有收治儿童病患的医院里。小丑们称自己是“梦大夫”，也穿着白大褂。他们的工作是让病童和家人暂时忘却现实，全心欢乐。

巴塞尔大学儿科主治医师 Christoph Rudin 回忆道："他们 18 年前进入了我们医院，开始还有人担心他们是想来讽刺医生。但后来，我们很快意识到他们为孩子带来的积极影响，甚至是那些重病或残障的儿童。如今，我们简直无法想象没有梦医生的儿科。"

病孩子也是孩子

Rudin 医生说："小丑们不仅能创造欢乐， 而且他们的工作也很有用，是医院运转的一环。他们保持和医护人员的沟通，会考虑到每个孩子的需要和身体状况。"也就是说，为基金会工作，光有小丑即兴表演的经验还不够。梦医生们要接受护士学校关于医疗和心理学方面的培训。

在很多医院，第一个对狄奥多拉基金会敞开大门的都是小儿肿瘤科。André Poulie 说："比起其他科的医生，肿瘤科的大夫更早地明白了病人需要的不只是治疗和药物，家人的支持和良好的情绪也必不可少。这点在小儿患者身上尤为明显：虽然身患重症，他们毕竟是孩子，需要嬉戏玩耍。"

瑞士抗癌联盟前主席 Giorgio Noseda 支持这一观点："除了身体上的痛苦，住院病童们还因为离开家而承受着心理上的痛苦。小丑们的探访对他们起着重要的治疗作用。医治疾病不仅要通过传统意义上的医药手段，而且要对病人给予全方位的关怀。很多研究证明，心理上的支持对于承受病痛和获得康复有着重要作用。"

国外的成功

当很多类似的国外组织都纷纷告散之时，狄奥多拉基金会却一直生机勃勃，活动遍及法国、英国、意大利、西班牙、白俄罗斯、土耳其和香港。André Poulie 解释道："如果在瑞士这样一个语言文化多样化的国家里，我们的工作能够获得广泛的认可，那么，我们在其他国家也一定会受欢迎。"

在他看来，海外的成功归功于基金会的工作哲学：追求质量-典型的瑞士风格。基金会在人员培训、工作统筹、财务管理上都精益求精、关注细节。

直到今天，André Poulie 还不敢相信基金会的成功："一开始，我们只是两个做梦的人，拉了两个小丑和一家医院 '入伙儿'。现在，有近 200 名小丑为我们基金工作，每年拜访的病童有 30 万之多。我想，如果人们真的坚信自己的梦想，并为实现它而努力工作的话，有时是可以做成意想不到的事情的。"

来源：瑞士中文网

地址：http://www.swissinfo.ch/chi/detail/content.html?cid=35456474 【返回目录】

彼得·巴菲特：寻慈善与音乐结合点

一个美国“富二代”家庭教育与个人成长的典型案例——“股神”巴菲特的儿子，如何走出笼罩在成长之路上的父辈影响，选择一个令人不解却又拥有独立价值的人生？彼得·巴菲特与中国人印象中的“富二代”究竟有何不同？

彼得·巴菲特亲自提着他下午演出时将要穿着的礼服，从华彬歌剧院的楼梯缓缓走下，身后跟着他年轻的女助理。他的长卷发向后梳起，嘴角带着礼貌的微笑，一副十足的艺术家派头。

“他跟他老爸长得一点也不像。”一位现场工作人员悄声说道。

彼得·巴菲特的老爸不是别人，正是沃伦·巴菲特，现年 83 岁的全球著名投资家，多次登上福布斯全球富豪榜首。在中国人眼中，这位爱喝可口可乐的随和老头是一个神一般的存在，中国人称他“股神”。

“有这么一个有钱的爸爸，你为什么还要辛苦地搞音乐?”2012 年 12 月初，在浙江文澜中学的见面会上，学生又一次向彼得抛出这个问题。这也是彼得被世人问得最多的问题之一。

为了向公众解释这些问题，2011 年初，彼得·巴菲特出版了一本书：《做你自己》(Life Is What You Make It)。随着这本书在中国的热销，彼得也第一次进入中国大众视野。尽管他已经是著名的音乐家，并且获得了美国电视界最高奖艾美奖，但人们得知他的家世后，第一反应还是跟文澜中学的学生们并无二致。

《做你自己》如今在中国卖出了 40 多万册，人们把它看作一个美国著名“富二代”写作的寻找自己独立人生的励志书。某家银行还特别向出版方定制了 10 万册作为礼品赠予客户——对于富起来的中国人来说，“富二代”正成为一个头痛的话题，被宠坏的年轻人在公众眼中常常被贴上“缺乏责任和教养”的标签。这也正是这本书畅销的原因之一，大众非常想知道，作为世界上最有钱的“富二代”，彼得·巴菲特的成功是怎么做到的?

巴菲特家的孩子不能随心所欲花钱

2012 年 12 月 7 日下午三点，由《中国慈善家》出品方慈传媒主办、彼得·巴菲特为主要演奏者的音乐分享会准时开始。这场以慈善为主旨的音乐会云集了北京各界的企业家、慈善家、富豪。在正式演出之前，彼得·巴菲特接受了《中国慈善家》的独家采访，随即调试演奏灯光和音响，进行彩排，几个小时下来，他只喝了半瓶水和一杯咖啡，没有休息。

灯光亮起，观众静坐，彼得·巴菲特伴着钢琴开始讲述自己的故事。

彼得·巴菲特先生现年 54 岁，出生于奥马哈——美国中部一个只有 50 多万人口的小城。这个小城每年都有几天会异常热闹，很多人从世界各地云集而来，原因在于彼得的父亲。沃伦·巴菲特

虽然富可敌国，但公司总部仍设在奥马哈，针对投资者开放的公司年会，每年都能吸引大量听众。很多人甚至会自费从世界各地赶过来，聆听这位“奥马哈先知”关于投资的智慧建言。

童年的彼得是一个安静的、喜欢与钢琴为伴的孩子，他并不知道父亲拥有如此巨大的财富。在他的记忆中，父亲只是一个非常专注的人，他常年穿着卡其色裤子和开衫毛衣，在书房中忘我地研究资料。正如沃伦·巴菲特 11 岁就买了人生中第一只股票那样，7 岁时彼得·巴菲特就发现音乐对于自己的非凡意义。有一天彼得心情不好，他把一首欢快的《扬基歌》降调缓慢演奏，很快家人过来询问他是否心情不好，这使得他头一次意识到音乐对他可能有特别的作用，能表达他内心的想法。

这一年，沃伦·巴菲特的个人财富已经达到 400 万美元，手里掌管的资金已经高达 2200 万美元。但彼得和他的哥哥霍华德与姐姐苏茜，并不能随心所欲地花钱。他们如果想要零花钱，必须通过做家务获得。彼得清楚地记得有一次父亲给了他 5 美元零花钱，买完东西的零头还让彼得还给他。“出生时含在嘴里的金汤匙，最后可能会变成金匕首”，沃伦·巴菲特的用意，彼得很久之后才真正明白。

彼得在书中开诚布公地写道，他最大的财富来自于小时候内心的安全感。这是一个和睦幸福的家庭，有一个专注工作的父亲，有一个对世界充满好奇心、乐于帮助别人的母亲。在彼得看来，母亲扮演的角色更像是老师。“她教会了我倾听的重要性，当你真正倾听的时候，人们可以教会你很多关于世界、关于自己的知识。”在彼得的记忆中，家里总是有来自世界各地的拜访者，而母亲也愿意在周末带着他去不同的教会，这使得他从小就知道应该对世界持有多元的价值观。

彼得所念的小学也是母亲曾经念过的学校，母亲会经常去学校看望他，坐在教室最后一排聆听彼得的课程。母亲的关注，在彼得的人生成长中起到过非常重要的作用。在彼得上高中的时候，他很快显现出不同于“证券分析员”父亲的特质，更像是一个“文艺青年”，比起严谨的数据分析，他对摄影兴趣更大。 在高中三年级的时候，他打算退学去怀俄明州的杰克逊谷当一名摄影记者，一边自食其力，一边享受自然美景。这个激动人心的想法却随着老师的建议滑向另外的轨迹。他的新闻学老师有一天找他谈话，请他担任毕业纪念册的编辑，对于每一届毕业生而言，这是非常荣幸的事情。因为美国高中是四年制，这意味着彼得还要在高中继续呆上一年多的时间，不过他愉快地答应下来，后来他才得知这一切都是母亲的主意。

“富二代”音乐家需要靠自己拉赞助

彼得·巴菲特已经弹奏了两首曲子。整个演奏厅的空气温暖而干燥，他演唱的时候嗓音有点沙哑，但他依然泰然自若，面对盛装出席的数百位中国观众，一架钢琴足以让他掌控整场表演。

但是彼得并不是一开始就能掌控自己的人生，事实上，作为沃伦·巴菲特的儿子，他经历的迷惘并不比普通人少。至今他的履历上仍然写着斯坦福大学肄业，“如果不是巴菲特的姓氏，我有资格和那些平均学分 4 分并且拥有完美的 SAT 考试成绩的学生在课堂上平起平坐吗?”他经常这样自问。

彼得曾为是否要进入华尔街工作认真思考过 15 分钟，“那里不适合我”，他很快放弃了这一想法。

在斯坦福，他上了很多选修课，希望能找到自己喜欢的事情。他亲眼目睹一位同学在走廊上打电话给她的父母。“她父亲沉默了一会儿，最终同意她不必非得做医生，可以按她的愿望当一名律师，她喜极而泣”，那一刻使彼得感到很无奈，好像医学和法律是她人生中唯一能做的选择，“金钱有时候并不代表着优势。”

大二的一个晚上，彼得在同学的宿舍听到一个吉他手的演奏，他完全被“乐曲中蕴含的朴素”打动了，不久后他拿着从祖父那里继承来的 9 万美元，从斯坦福退学，租住在旧金山的一栋公寓里，开始了他职业音乐人的生涯。

彼得职业生涯中第一个重大机会出现在洗车时。23 岁的一天，他在门口一边洗着他的破旧汽车，一边跟邻居攀谈时，得知对方的女婿是一个总需要音乐的动画制作人。彼得联系了邻居的女婿，并且获得了一份工作——为新成立的有线电视频道设计 10 秒钟的动态广告，彼得抓住了这个机会，并取得了成功。这个频道被称为 MTV，后来成了 20 世纪 80 年代最热门的文化事物。

慢慢地，彼得拥有了更多的工作机遇并期待有一天可以为电影配乐。真正的机会终于来临，凯文·科斯特纳找到了他，希望他能为自己即将上映的影片《与狼共舞》配乐。一直以来，彼得所做的曲子都是商业性的，时长几十秒钟，这让他很难驾驭长达两个多小时的宏大叙事音乐。最终他只能完成其中一个场景《火舞》。

多年之后，彼得·巴菲特还在反思自己的这段经历。尽管《与狼共舞》取得了巨大的成功，并在当年获得七项奥斯卡大奖，但是彼得没有争取到把自己的名字署在电影原声音乐带中，并且这段最精彩的《火舞》，他并没有将之改编成任何可供电台播放的规格，这使得他错失了很好的推广自己的机会。

不过机会还是会垂青那些有准备的人。从《与狼共舞》中彼得接触到了印第安人文化，随后他恶补了史诗叙述方面的知识，为电视剧《500 部落》创作了 8 小时的音乐，并借助这一势头，创作出一部融合音乐、舞蹈、叙事和视觉效果的多媒体剧《魂》。

为给《魂》寻找赞助方，彼得感受到了从未有过的压力，对方在听过他的自我介绍后惊讶不已，“开玩笑，你的父亲不是沃伦·巴菲特吗?”在这一点上彼得的父亲沃伦·巴菲特显得非常坚决。“我给子女们钱让他们做事，绝对不会让他因为有钱而变得无所事事。”最终，彼得靠自己的努力办成了音乐会，而沃伦·巴菲特也亲自买票观看，他在采访中幽默地表示，“这也是我在彼得的钢琴课投资上获得的最大收益”。

彼得在事业的上升期，曾卖掉了自己在旧金山的小公寓，转而在美国中部的密尔沃基买了一个非常大的房子。这栋房子让他背负起巨大的债务，而他的大多数业务伙伴都在旧金山，这使得他需

要在两地不断奔走。“我误以为拥有一幢大房子是成功的一个标志，也许我还误以为自己在专业上所取得的进步，需要用一种可见的标志来证明。”“这是我一生中经典的错误之一。”

寻找慈善与音乐的结合点

中场休息时分，音乐会引入了一个小型的财富分享会，除了彼得·巴菲特之外，参与者还有洛克菲勒家族的第四代掌门人佩姬·洛克菲勒，以及美国印刷大王的后代艾略特 ·唐纳利。彼得·巴菲特对着台下的中国富豪坦言，“我开的车，和纽约的出租车是同一个牌子和型号的。另外一辆车是我 18 岁的时候买的，当时是 2000 美元的一辆旧车，现在还在。至于手表，我根本没有。”

2006 年，沃伦·巴菲特做出了一个震惊世界的决定，他把 370 亿美元的资产捐给了比尔·盖茨与梅琳达基金会。另外他也给三个子女分别捐赠了 10 亿美元，让他们成立自己的基金会。在一次乘坐飞机时，沃伦·巴菲特对彼得说，你觉得慈善影响了你的音乐吗?对于喜欢独处的彼得来说，掌管如此大的基金会意味着对公共事务更多的投入，当时彼得心里说，这二者会有什么关系?

直到彼得去了非洲，看到处于贫困中的儿童，他的思想发生了重大的改变。他联合黑人歌手阿肯，写了一首歌曲《血入金》(Blood into Gold)，讽刺贩卖非洲儿童的人用孩子的血为自己赚取金子，呼吁制止人口贩运。这成为联合国大会的特别表演节目。

彼得和妻子珍妮弗一起用父亲捐赠的钱成立了 NOVO 基金会，NOVO 是拉丁语，意为“变化、改变或创造”。彼得并不认同要把捐助重点放在音乐上面，“适合我的，并不一定适合别人，每个人都需要找到适合他们自己的方向。”他把基金会捐助的对象定为未成年的少女 。“如果给女孩受教育的机会，最后她们的孩子就会变得更加健康，受到很多的教育，生活得更好，世界会因此变得更加美好。”在这一点上，他和父亲的思路不谋而合。“我父亲的投资很成功，他在投资之前会翻阅很多资料，找到市场上被低估的资产，一旦认准了就大笔投资，然后慢慢等待。多年后，市场和世界会看到价值在不断上升。所以我们投资的也是被低估的‘资产’，今天的女孩会成为明天的母亲，这些益处将会传递给后代。”

2012 年沃伦·巴菲特又把一大笔资金作为自己的生日礼物捐到子女的基金会中，NOVO 基金会目前的金额已经高达 20 亿美元，彼得坦言自己对基金会的管理充满了信心 。“因为我身边有一个非常优秀的团队，在我们这个领域工作的人都非常聪明，人品也很好。在很多问题上我们都可以达成一致。”

这样一个庞大的基金会，全职工作人员只有 11 名。“对于一个拥有 20 亿美元的基金会来说，人数确实很少。不过我们喜欢和伙伴一起工作。我们不太喜欢人数众多的基金会工作模式，我们的重心还是放在处理事情上。”目前整个基金会主要由彼得的妻子珍妮弗负责，每周一他们都会和员工见面，定期召开会议。

巴菲特家的教育方式并非个案。投身慈善公益，已经成为全球许多富豪子女的新选择。彭博社创始人迈克尔·布隆伯格的女儿艾玛·布隆伯格辞去公职后担任“代表儿童”组织和纽约公共图书馆幼狮组织的董事会成员。而金融巨头乔治·索罗斯的女儿安德莉亚·索罗斯则在促进中国西藏地区的文化传承和可持续发展方面花了大量精力。

20 年前的一天，彼得回家探望父亲，父亲临出门时对他说，“我们俩做的事情是一样的，我在伯克希尔·哈撒韦公司这张画布上绘画，而你是在音乐这块画布上绘画。”这句话，解开了“巴菲特”这个姓氏对于彼得成长中的困惑。现在，彼得也终于懂得了父亲所说的慈善与音乐的关联。“在我全世界的演出中，我也会积极宣传基金会所做的事情，类似于宣传员的角色。现在我涉足基金会，也参与音乐的创作。”

音乐会也于此时进入高潮，在非洲探访的画面中，他和大提琴手麦克·科特合作演出了一首情绪强烈的歌曲——《解放》。

做你自己

现年 54 岁的彼得拥有一对双胞胎女儿，其中一个在去年当了妈妈。“我很高兴她们也能做自己”。而当上曾祖父的沃伦·巴菲特也开始考虑自己的身后之事。他在 2012 年宣布，大儿子霍华德会在伯克希尔·哈撒韦公司中扮演继承人的角色。对此彼得显得很高兴，“他比我适合多了。”

他依然只想做自己的音乐，并继续花大量的时间创作关于印第安人的乐曲。“2014 年《魂》也许会在中国上演，这是一场很宏大的演出，需要很长时间来做准备。”同时他也想更多地了解中国，“我们确实想去中国更多的地方，更多地和当地的人接触，领略地方文化、歌曲和舞蹈。”

音乐会进入尾声，由和彼得合作多年的大提琴手麦克·科特与中国歌唱家央金拉姆表演，二人即兴表演了一段乐章，央金的声音与大提琴的琴音交相辉映，在歌剧院的上空久久回荡。央金拉姆是藏族音乐家，2012 年获得格莱美奖。格莱美是国际级别的音乐奖项，但央金拉姆的演唱方式和演唱内容都是中国藏族传统的。

“这也正是我来中国的原因。我的灵魂演出也正是秉承这样的宗旨，告诉人们要记住你来自哪里，揭示什么是内在的意义。在中国的经历让我觉得我的个人故事和中国的听众产生了很深的共鸣。不过就国家而言，中国在向西方学习，但是中国和西方无论从经济、文化上都是不同的，中国有很深的历史文化底蕴，中国需要做自己。”

彼得在演出最后说的话显得意味深长，不过人们都深深沉浸在音乐的感动中，并没有注意到这些。

来源：慈讯网

地址：http://www.icixun.com/html/view_924.htm 【返回目录】

⊙企业社会责任

看波士顿爆炸案后美企如何 CSR

当地时间 15 日下午 2:48 分左右，正在进行马拉松比赛的美国波士顿接连发生两起致命恐怖爆炸袭击事件，并导致 3 人死亡，152 人受伤，将一年一度的欢乐盛事变成了血腥的犯罪现场。

目前波士顿官方已经找到了一名爆炸袭击的嫌疑人，希望在该事件中受伤的朋友能早日安康。

波士顿爆炸案中，一些企业起了重要作用，Google 第一时间推出寻人服务；Facebook、Twitter、youtube、instagram 等等都将事件迅速传播出去，不过 Twitter 上却出现了不少假消息；波士顿的店铺提供免费的 Wi-Fi 网络；而中国的匹克却被指借灾难营销。

九个头条整合梳理了一些企业在这起事件中的做法或起的作用：

1、谷歌：推出寻人服务

在波士顿马拉松赛发生爆炸案，造成大规模伤亡后。与过去 3 年中历次灾难事件发生后类似，谷歌第一时间为此次爆炸案推出了 Person Finder 寻人服务。

这项服务让许多电话无法拨通的朋友通过谷歌寻人服务，可以搜索自己亲朋好友的状况，而当地居民和知情人士则可以分享目前的情况。随后谷歌在 Google+上宣布了这一服务的推出，赢得了大家一致的好评。

一条评论称：“我向谷歌脱帽致敬，谷歌永远在那里，永远愿意以力所能及的方式提供帮助。感谢你们。”而另一条评论则称：“科技的力量实时满足了实际需求。”

此外，谷歌还提供了一张表格。波士顿居民可以填写这张表格，以暂时收留有需要的人住宿。

2、Twitter：一些假消息被传出来

爆炸案发生后，Twitter 上即时出现了大量现场照片和消息，成为波士顿警方和马拉松赛组织者等公共机构的有效沟通工具。

虽然 Twitter 传播新闻的速度很快，但有些业内人士还是发现，在事件发生后，随着时间的推移，它的价值也在降低。甚至有一名 Twitter 用户说：“Twitter 在灾难发生后的头五分钟效果最好，但 12 小时后效果最差。”

因为在事件发生之后，开始有假消息流传出来，尤其是关于一名 8 岁小女孩的新闻。这些假消息甚至连有些媒体都被误导了。

当然，这也许不能说是 Twitter 公司的错。

3、Instagram：用户自发发照片和祈祷

有许多用户通过 Instagram 将现场拍摄图片上传到 Instagram 社区并使用#BOSTON 这样的标

签进行组织。这使得全世界的 Instagram 用户都能通过它去更清楚的了解波士顿爆炸案。

除了能了解现场信息之外，还有很多用户自发在 Instagram 上发照片进行祝福。

4、YouTube：网友上传视频提供线索

在爆炸发生之后的混乱使得警方的分析工作变得更复杂，而对于拍摄了相关照片和视频的人来说，也不清楚这些视频和图片对该案件有没有帮助，也不知怎么提供给警方，于是就有不少人将视频上传到了 YouTube。

用户可以使用标签等方式来标记相关视频，但这样搜索起来有可能带来大量不相关或重复的内容。

5、Facebook：能帮你联系上你的朋友

国外朋友提供一个如何使用 Facebook 寻人的方法：通过 FB 上的社交图谱搜索到在波士顿的朋友或浏览在波士顿地区的用户页面，就可以联系在当地居住的朋友的 FB 状态，看他们是否说过自己安全，如果没有，请在心里保佑他们平安。

社交图谱就是专门为搜索特定人设计的，有些遗憾的是，目前这种新功能还处于早期阶段，并不完善。它目前只适用于一小部分母语是英语的美国用户。其它暂时无法处理的类型强调了 Facebook 需要改善多少产品。幸运的是，还有一个变通方法。就是访问波士顿的在 FB 上主页，寻找有“住在波士顿的朋友”的选项，虽然这不是一个最新的用户列表，但至少会包括其中，能帮你联系上你的朋友。

6、波士顿的店铺：提供免费 Wi-Fi

“Wi-Fi 如果你在波士顿有店铺生意，记者罗伯特（Roberto Baldwin）有个好建议。请你将 Wi-Fi 密码解除，这样附近的人们就可以上网查询，并向家人朋友发邮件。”这是波士顿的一名记者在他的报道中提出的建议。

据称，周围很多餐馆确实都为参赛者等受惊人群提供免费“food, drink,wi-fi, and stay”。

7、中国匹克："及时"地推出营销广告

也许匹克确实是为了号召大家“一起为波士顿马拉松爆炸案中的死难者和受伤者祈祷！”但不过其表述的方式还是引起了部分网友的指责，认为多少有借灾难博眼球的嫌疑。

来源：九个头条

地址：http://www.topnews9.com/arc/20130416/18796.html 【返回目录】

美国大企业联名呼吁国会对气候变化采取措施

33 家美国大企业联名呼吁国会对气候变化采取措施，他们将绿色经济视为一个重大机遇。

美国商界巨头们给奥巴马总统重振美国气候变化政策的努力提供了一项重要帮助。年收入总额高达 4500 亿美元的 33 家大企业联合签署了一项《气候宣言》，敦促国会对气候变化采取行动。其他企业和个人也可以签属这一宣言。

在上述 33 家最初签属宣言的企业中，不乏一些在美国最知名的品牌，如宜家、仲量联行测量师事务所、欧莱雅、Timberland、Ebay 和联合利华。

这一宣言专门选在奥巴马总统宣布下一财年预算之时候发布，将对气候变化的“大胆”应对列为美国在 21 世纪最伟大的机遇之一，其目的显然就是要将气候变化拉回政治讨论的中心。

自从 2009 年的哥本哈根气候大会失败以来，美国的气候讨论日益衰弱。一个对气候科学泼脏水的敌意运动一直没有停歇，已经在公众中造成了某种的认识混乱。因此，宣言对那些企图破坏绿色经济的人进行了明确批判，其中写道：“我们不能拿孩子的未来冒险，空空指望绝大多数科学家都是错的。”

尽管奥巴马总统在竞选时声称要大力展开气候行动，但他的政府在上台后却未能通过国内气候立法。这一失败很大程度上要归因于势力强大的共和党国会议员对气候立法的敌意。奥巴马政府也确实在 2012 年通过了诸如《汽车燃油经济性标准》及风电生产税抵免等措施，但全面的气候法案仍然遥不可及。

虽然美国政府在气候立法上发生了政治瘫痪，但公众对于气候变化的关切在不断增强。其中一个重要的推动因素就是近来的一系列极端天气事件，包括去年的严重干旱和飓风“桑迪”的影响。后者使纽约变成一片泽国，造成约 600 亿美元的物质损失。最近的民意测验表明，如今大多数美国人都相信气候变化正在发生，认为大企业和政府应该做出更大的努力来应对。

美国的许多州和城市都制定了自己的减排和气候适应计划。近年来美国的排放一直在减小，主要原因是经济衰退。那些签署上述《气候宣言》的商业巨头们已经制定了促进清洁能源和提高能效的战略，世界五百强中的大多数也是如此。然而，他们坚持认为：如果没有明确的政治行动，他们的努力将相当有限。

奥巴马总统上周呼吁商界和市民社会团体明确一点：“所谓我们的经济发展与我们的环境之间存在矛盾的观念是不正确的”。他的新财年预算计划中包含了一系列旨在推动低碳投资的措施，如增加绿色经济开支、取消多达 40 亿美元的化石燃料产业减税优惠，以及将清洁技术开支增加 40%的计划等。这样一个预算计划很可能遭到众议院的激烈反对，但商界巨头们的力挺将让奥巴马总统获得鲜

明的政治支持。

来源：环球网

地址：http://hope.huanqiu.com/globalnews/2013-04/3845536.html 【返回目录】

联合国全球契约组织总干事乔治·科尔：企业社会责任是全球命题

“契约”一词，最早出现于《魏书·鹿传》：契约既固，未旬，综果降。

千年后的今天，契约，这个自古就在人类活动中屡见不鲜的承诺式范本，对现代人行动思维的影响日益深刻。

1999 年，时任联合国秘书长安南在达沃斯经济论坛上提出，要将“全球契约”这样一个在当时看起来有些超前的概念发展成为一项工作计划。后来，德国人乔治·科尔成为这项计划的执行者，如今，作为联合国全球契约组织（下称“全球契约组织”）总干事，他的大部分时间都在和各国首脑、企业家谈契约精神，希望他们能加入这个组织。

全球契约组织始终致力于推广基于国际公约的涵盖人权、劳工、环保、反腐败 4 个领域的 10 项原则，努力构筑一个包容性的、可持续性的全球经济环境。目前，全球有超过 1 万家企业成为联合国全球契约组织的成员单位。加入这个组织，就有机会申请到联合国的各种商业合同，可以帮助中小企业成为大企业的供应商、经销商或是合作伙伴。

“我们的想法很简单，就是在人们开始越发关注环境保护、社会责任的问题时，让企业认识到，对社会的贡献不仅是提供产品和服务，还要看企业的行为方式。”在博鳌亚洲论坛 2013 年年会现场，全球契约组织总干事乔治·科尔接受了《中国经济周刊》专访，并作出上述表示。

与此同时，在论坛现场，《中国经济周刊》还采访了多名国内知名的商界领袖，一起探讨中国企业在环保等社会责任方面的研究和实践。

300 家中国企业加入全球契约组织

全球契约组织目前在中国共有 300 家成员，包括国企、民企和行业协会等机构。“最初的几年非常困难。”据科尔介绍，10 年前，很少有中国企业会想到自己应当主动承担起社会责任和保护环境的观念。“那个时候，要倡议企业不仅要赚钱，还要传递社会价值，犹如天外来物般不可理喻。”科尔坦言，但如今，环境保护真正受到重视，员工待遇成为企业文化的一部分。

据悉，中国石油化工集团、国家电网、中国远洋运输集团、宝钢集团、国家开发银行、海尔集

团、华为技术股份有限公司、中国五矿集团等一大批行业“标杆”企业都成为全球契约组织的成员。

“这与中国政府支持推广全球契约价值和理念是分不开的。”科尔坦言，中国政府是第一批支持全球契约组织的政府之一，不仅是在政治层面的支持，还包括为其信托基金捐款。此外，中国政府还鼓励企业与全球契约组织合作。

“我认为，中国政府之所以这样做，是因为它已经认识到，社会面临的挑战如此严峻，没有哪方能单独应对，增强企业社会责任感意义重大，因为当企业开始负责任，他们的行为才注重可持续性，许多挑战自然迎刃而解，这也是政府的利益所在，政府为此也提出了诸多建议，比如国资委出台了若干政策，积极鼓励企业责任。”科尔表示。

在参与全球契约组织的中国企业中，约有 15 家国企，占绝大多数的是民营企业。科尔解释，这与全球价值链有很大关系。民营企业一般直接处于跨国公司的价值链中，他们有动机改进在环境和社会问题上的记录。

同时，科尔认可大型国有企业在这方面扮演了领导的角色，“这些国企认同人权、劳工待遇、环境以及反腐的价值，对保持竞争力的重要性。”科尔表示，企业加入全球契约最大的动机在于，改进业绩，打造全球性品牌。“随着中国公司日益走向全球化，他们成为了对外投资者，随着他们在世界各地更加活跃，他们日渐意识到，仅把投入市场的产品和服务做好是不够的，应对环境和社会问题同样重要，因为这些问题关系重大，在不同国家受到不同程度的重视，但在全球范围内，这些价值日趋重要。”

作为中国最早加入全球契约组织的国有企业，中国远洋集团董事长魏家福认为，“全球契约的 10 项原则恰恰使我们找到了如何从一个中国公司，进入到全球化公司的条件或者大门。”

中国五矿集团公司总裁周中枢坦言，全球契约倡导“10 项原则”，中国五矿倡导“珍惜有限，创造无限”的可持续发展理念，这两者是一致的。加入全球契约组织以来，中国五矿相继受邀成为全球仅有 20 家企业的环境先锋团队成员和全球只有 55 家企业的全球契约 LEAD 项目成员，积极参与联合国能源效率、原住民发展等相关事务的讨论，不断在全球契约年度会议和地方网络中发挥领导力作用。

全球契约组织不是一个贸易壁垒

经过几十年的快速增长，中国经济已经成为世界瞩目的焦点，但随之而来的还有让公众担心的环境保护、食品安全等问题。

“我认为，现在中国在环境方面面临的挑战和问题是非常严峻的。当然这不仅仅是中国，世界上很多国家都面临着同样的问题。”科尔坦言，全球契约组织的角色是为企业提供了一个学习和改进的通道，给他们提供最佳的案例、发展运营激励机制，以及将良好的训练转化成经营战略的工具。

科尔坦言，没有哪个机构能够从不犯错，但是通过好的政策，能够确保当错误发生的时候，能马上采取措施纠正，或者将犯错的可能性最小化。要做到这点，则通过建议 CEO 们认同全球契约十大原则，展示领导力，传达给所有雇员其公司合乎道德、尊重劳工、善待环境。

经过十几年的发展，企业社会责任在中国已经越来越被企业家所重视，但也有评论认为，企业社会责任的提法只是一种树立贸易壁垒的方式。对此，科尔不以为然。他表示，全球契约组织所提倡的十大原则，是道德、追求层面的标准，并非硬性的基准，重要的是参与的意愿。“从这个方面来说，全球契约组织就像一个改进表现的电梯，重要的是，企业愿意登上这座电梯，这是不断改进的过程，因此，我坚持认为，全球契约组织不是一个贸易壁垒，而是一个持续改进的学习平台。”科尔说。

科尔认为，中国虽然是发展中国家，但良好的表现应成为基准。他表示，不管起步怎样，世界都应追求高标准，国家之间总有差异，每个企业也都深受其文化、历史影响，“全球化、科学和技术流动以及透明化的美妙之处在于，我们都有可能追求同样的价值和原则，我相信联合国在这方面能提供些东西，因为发展中国家和发达国家都认同这些重要的普世原则。”

就全球契约组织在中国的影响力，科尔坦言，全球契约组织目前可能还不太为人所知，这与中国只有 300 家企业参与者有关，这些企业只占中国工商界的很小一部分，所以他们还不够强大，不具备强大的改革能力。

科尔认为，目前全球契约组织所面临的最大挑战是扩大规模，让大多数企业参与行动，使市场成为一股向善的力量，“尤其在中国，规模问题迫在眉睫，我们希望到明年，全球契约组织的中国成员翻倍，后年，再翻倍。”

科尔称，“中国在很多方面都在实现承诺，我必须说，中国还领先于很多其他国家，但中国也遭遇了很多挑战，必须直面。”

“中国企业做的比西方媒体报道的好很多”

《中国经济周刊》：加入全球契约组织的中国成员表现如何？你认为中国企业在履行社会责任方面做得如何？

乔治·科尔：加入全球契约组织需要有两个条件：第一，企业自身发展具有一定规模；第二，企业要遵守和接受全球契约组织的 10 项原则。

加入之后，会员企业要定期发布公开、透明的执行报告，如果达不到上述标准就将被淘汰。一些企业因惧怕透明公开，所以不愿加入。目前在中国，企业会员有 300 多家，现在的淘汰率在 30% 左右。不过，中国会员的淘汰比例和其他国家比起来是比较低的。

中国企业在社会责任方面做得非常好，比西方媒体报道的要好得多。他们很忠诚地去实现自己

的承诺，而且他们目光长远。但是中国企业也面临着一些挑战，比如受到价值观、文化上的因素、语言上的障碍等等，这使得他们可能容易被误解。

《中国经济周刊》：你如何看待中国目前的环境保护问题？

乔治·科尔：如果一家企业只想一年内变得富有的话，那么他可能不惜一切代价牺牲环境成本，如果希望打造百年老店的话，那么应当把环境、社会以及治理问题整合到企业战略当中去，这会让企业在未来国际市场竞争当中抢得先机。

环境问题是一个非常复杂的全球性的挑战，包括空气污染、水资源污染等等都是跨越国界的全球性问题。中国的空气污染以及水资源污染问题，在世界上很多其他国家也存在，现在由于气候变化，极端天气变化也频频发生，在全球层面仍然需要时间来解决这样的问题。

而每个国家都基于其国家的利益有所推迟，但是这是一个我们无法回避的公共产品方面的挑战。商界领袖当前在技术、社会和环境领域都受到了很大的挑战。经济模式不仅要在市场上取得成功，而且须对环境和可持续发展有益，且不能以破坏环境为代价。今天的企业领袖所面临的挑战是选择成为问题的解决者还是原地踏步，我们需要更多的创新和绿色的投资。

来源：中国经济周刊

地址：http://www.ceweekly.cn/html/Article/20130415745666445 6967.html 【返回目录】

全球主要生产加工部门每年造成逾 7 万亿美元环境损失

联合国环境规划署 4 月 15 日发表媒体通报称，由该机构下属的“生态系统和生物多样性研究经济学（TEEB）”国际项目委托英国著名环境咨询公司特鲁克斯特（TruCost）编撰完成的一份最新报告显示，包括农业、林业、渔业、采矿业、石油和天然气勘探等在内的一些主要生产和加工部门每年所造成的环境、卫生及关乎人类福祉的其他关键要素的损失高达 7 万 3000 亿美元，急需国际社会采取更加严格的措施，以确保生态可持续性发展。

这份题为《自然资本处于风险——企业最大的 100 项环境外部性（Natural Capital at Risk – The Top 100 Externalities of Business）》的报告指出，全球企业每年在世界范围造成的环境损失约为 4 万 7000 亿美元，相当于可确认的由第一产业导致的环境成本总额的 65%。其中大部分来自温室气体排放、水和土地的使用，其环境成本分别占总量的 38%，25%和 24%；此外，空气污染、水土污染以及废物处理导致的损失分别为 7%，5%和 1%。

报告称，具有最大环境破坏性的产业目前是燃煤发电，尤其是在亚洲和美洲，其每年因为温室气体排放、大气污染以及健康支出增加等所造成的损失在东亚地区为 4530 亿美元，处于所有生产行业之首；在北美地区约为 3170 万美元，位居污染产业排名第三位。它所导致的社会成本远远高于其带来的经济收益。

其他对环境冲击较大的产业还包括农牧业，主要体现在过度用水和土地使用方面。例如在南美洲，养牛业的环境成本每年约为 3540 万美元；在南亚，小麦和稻米生产则分列环境成本最大产业的第四和第五位。此外，钢铁生产的环境成本高达 2250 亿美元，位居全球最大污染行业的第六位；水泥生产紧随其后，其排放的二氧化碳占全球总量的 6%，而东亚地区所生产的水泥占到全球总产量的 55%。

报告强调，随着中产阶级消费需求的不断增长，在未来一段时间，资源稀缺和生态系统退化等问题将进一步恶化。因此，报告呼吁各国企业和投资者在决策过程中关注自己的生产活动对自然资本所造成的冲击，并采取行动提高资源利用效率，同时不断减少污染足迹。

来源：证券时报

地址：http://csr.stcn.com/content/2013-04/16/content_8298627.htm 【返回目录】

IIRC 发布国际综合报告框架征求意见稿 中国将参与其中

4 月 16 日，国际综合报告理事会（IIRC）发布国际综合报告框架征求意见稿，面向全球征求意见。对此，财政部副部长、中国注册会计师协会会长李勇表示，改进企业报告模式促进经济可持续发展，中国将积极参与其中。

近年来，企业综合报告这一概念在国际上逐步兴起。“综合报告是企业报告的一种形式，旨在将财务信息与非财务信息整合在一起，为利益相关者提供更加全面、相关、准确的决策信息，并有着清晰、简洁、易懂的特点，其产生顺应了全球经济可持续发展对企业报告模式改革的要求，是创新可持续发展经济模式的重要一步。”李勇在财政部网站上发布的撰文中介绍。

此前，IIRC 在与国际会计准则理事会（IASB）签署同意共同制定综合性企业报告框架时，IIRC 执行总裁保罗·德鲁克曼就表示，国际综合报告框架的制定就是创造条件让综合报告成为企业与投资者之间更有效沟通的一种语言，创建一个新的企业报告语言可以更好地赋予企业和投资者，并最终可以为加强世界经济的可持续发展做出贡献。

现阶段，企业社会责任报告已成为中国企业披露社会责任信息的重要渠道和工具。而早在 2001 年，中石油就发布了中国第一份环境健康安全报告。2006 年 3 月，国家电网发布了国内企业第一份社会责任报告，随后一些大型国有上市公司以及民营企业也相继发布了企业社会责任报告。

2006 年至今，中国企业社会责任报告的数量迅速增加。根据企业社会责任中国网统计数据，2010 年-2011 年，中国共有 898 家企业（机构）发布了 2010 年度企业社会责任报告。截至 2012 年 4 月 20 日，中国已有约 540 家企业（机构）发布了 2011 年度企业社会责任报告。

值得注意的是，企业社会责任报告数量增加的同时，报告内容机构也趋于更完整。从 2011 年发布的社会责任报告情况看，多数报告具有完整的结构，围绕经济、环境和社会三个方面披露公司的管理和绩效信息，并对公司的可持续发展情况进行说明。

李勇指出，中国政府一直重视以社会责任报告促进企业报告的改革,并取得了积极的成果，中央企业和上市公司披露社会责任报告的数量越来越多。

此外，李勇表示，随着中国对这项工作的积极参与，综合报告框架的理念和良好实务将会对中国提供有益的借鉴，推动中国企业报告的改革。

来源：人民网

地址：http://paper.people.com.cn/gjjrb/html/2013-04/17/content_1226592.htm 【返回目录】

社会责任不因地域差异而“豁免”

近日,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。中国纺织工业联合会社会责任办公室首席研究员梁晓晖发布《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》报告。

据介绍，2012 年，中国纺织工业联合会社会责任办公室启动中国纺织行业产业转移与社会责任调研，历经半年时间，跨越 12 个省（自治区、直辖市），通过问卷和访谈的形式，实地调研了近 50 家企业。调研对象除了转入、转出地的企业之外，还包括当地政府、行业组织以及员工等利益相关方，共收集问卷 148 份，其中企业问卷 41 份、政府/协会问卷 18 份、员工问卷 89 份。报告解析和展现产业转移过程中企业履行社会责任的机遇和挑战，并提出对中国纺织服装行业各个利益相关方的政策和行动建议。

据调研报告显示，多数产业转移政策引导更重视政府与转移企业之间的相互关系，而忽视企业

对其他利益相关方的影响。同时，由于产业转移的某些结构性特点，转入地企业在社会责任方面的应对能力、管理水平和驱动机制与转出地企业相差较大。而在企业社会责任普及、环境保护、社区参与和发展等方面转移企业表现较为亮眼。

政策引领

政策是推动产业有序、科学转移的必要手段，政府的引导和规范，不仅决定产业转移的状况和性质，也决定着参与转移洪流的企业在社会责任领域的表现与走向。

产业转移的政策集中出台于 2008 年至今的 5 年时间内，早期以地方性政策为主，2010 年 8 月 31 日国务院出台的《中西部地区承接产业转移的指导意见》是中央级产业转移的政策核心。产业转移政策的内容主要涵盖土地政策、财税政策、金融政策、投资政策、商贸政策、人才政策。

注重经济目标实现　忽视社会责任影响

毋庸置疑，无论是中央层面还是地方层面产业转移的根本目标之一是促进经济发展，另一方面，产业转移政策在经济目标的实现路径上都附加一个共同的理念，即优化产业布局和促进产业升级。同时，产业转移政策中经济目标与可持续发展目标之间有着内在的统一，这与从改革开放开始的上一轮产业转移政策和实践中体现出来的“先污染，后治理”的思路截然不同。

据中国纺织工业联合会调查显示，对于“地方相关政府部门或行业协会是否有必要对转移企业在社会责任方面提出要求或给予支持”这一问题上，超过 70%的转入地政府和 2/3 的转出地政府都认为“十分有必要，我们打算这么做”。

对于调查中的另一个问题“如果地方相关政府部门或行业协会对转移企业在社会责任方面提出要求，应该包括哪些方面”，转入地政府和转出地政府的前三项选择都是保障员工权益、保护环境和促进节能减排，以及坚持公平竞争。

在地方性政策中，与环境保护、资源节约相关的可持续发展问题受到了最直接和最广泛的关注，多数政策都明确要求产业转移需考虑节能减排和环境保护。例如，《新疆维吾尔自治区纺织工业第十二个五年发展规划》中指出，纺织工业发展的主要对策措施之一，是要注重承接产业转移的可持续性，明确要求“禁止落后淘汰设备、重污染企业转入，限制无序布点”。《合肥市承接产业转移加快新型工业化发展的若干政策》中规定，对资源综合利用和节能环保产业化项目，在项目竣工投产纳税后，给予企业管理团队 10 万元一次性奖励。

然而，保护员工权益、公平竞争等议题在地方层面的产业转移政策中鲜有提及，更有甚者，在个别地方这些社会责任的核心因素沦为刺激产业转移的政策牺牲品。例如，有些地方政策对转移而来的企业在社保缴费基数、参保费率和缴费方式上提供优惠。又如，2010 年，中部某省教育厅发布规定，要求部分学校组织学生到相关企业“顶岗实习”，以保证企业正式落户该省。

社会责任的其他议题，包括企业治理、公平竞争以及社区参与和发展等，则几乎在所有的产业转移政策中都未予考虑和关注。可见，相对于责任目标，这些政策更加关注经济目标的实现，因而强调对经济活动的调整，而比较忽视产业转移的社会责任影响。

转入地政策实施的一个普遍现象是转入地对促进转移项目的“落地”政策实施效率通常很高，而对协助其“生根”的政策，包括与企业管理社会责任影响有关的政策，其实施则多打折扣。

地区协调配合不足　产能区域分布失衡

虽然工信部制定的《产业转移指导目录》旨在进行区域分布统筹和国家宏观指导，然而这一新政策的实施效果仍未显现。实际上，各个转入地之间已经产生了普遍的产业趋同和重复建设，这加重了行业和产能的区域分布失衡现象。例如，在 70%以上的转入地政策中，服装制造业都是意欲承接的产业。可见政策制定者对区域内外的产业布局和发展重点缺乏系统的了解，对当地的产业基础、资源禀赋和市场潜力等因素缺乏比较优势分析。

企业决策

据调查显示，转出地 38.46%的企业已经有过迁移行为，30.77%的企业有将来迁移的打算，这说明转移已经是东南沿海地区企业的普遍选择。

随着社会责任在中国的普及，尤其是政府对企业履行社会责任的引导和推动以及社会层面对企业实践的关注和监督，转入地企业对社会责任的意识和认知程度与转出地企业的差别日益缩小。

社会责任意识渐趋普及　两地管理水平差距较大

东部沿海地区的纺织服装企业在我国最早接触社会责任理念和机制，他们也是社会责任管理和绩效相对比较先进的企业群体。据调查，85.71%的转出企业比较了解社会责任的概念和议题，58.33%的企业有职能部门负责社会责任管理工作，25%的企业还设立了独立的社会责任部门。80%的转入地企业比较了解企业社会责任的概念和议题，虽然略低于东部沿海地区企业的比例，但已经足以表明企业社会责任的理念在中西部地区已渐趋普及。

但转入地企业在社会责任方面的应对能力、管理水平和驱动机制仍与转入地有一定差距。在转入地，几乎没有企业设立独立的社会责任工作部门；在转出地，71.43%的企业经常遇到商业伙伴等提出的社会责任要求和查验，而在转入地只有 33.33%的企业有此经历；64.29%的转出地企业会对供应商提出社会责任相关要求，这也远高于转入地 31.82%的比重。这与产业转移的某些结构特点有关，转入地企业产品以中间产品为主，终端产品主要供应国内市场，但企业社会责任管理能力和机制的缺失更多源于企业内部的原因。

劳动力成本相差不大 中西部工资增速较高

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，转移到中西部地区并不必

然能降低劳动力成本。首先，专业技术人才缺乏是转移前后企业面临的共同难题，无论在转入地还是转出地，企业的一个重要责任和长期挑战都是持续为员工提供具有竞争力的工资，提供更好的职业路径和发展平台；其次，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，即使在中西部地区，仍有 36.84%的企业反映劳动力供应不足，劳动力成本增加也是迁移后遇到的主要困难之一。国家统计局 2011 年的调查数据也显示，东部地区和中西部地区农民工收入差距缩小，而且中西部地区的增幅高于东部地区。

转入地企业和转出地企业在工作时间上不存在明显差别，这说明产业转移为中西部带来了与东部同样的生产效率，也说明迁移并无益于劳动时间的解决。

受近几年招工难形势的影响，为员工创造安全健康的工作环境已成为企业的基础工作，因此，无论是转入地还是转出地企业都很重视员工的安全与健康，所有企业都制定了安全生产制度，为工人提供特定的岗位技能培训和安全设施或劳保用品。

与转出地一样，在转入地，员工反映意见、建议和抱怨的积极性并不低，而且两地反映意见的渠道也都以意见箱、手机短信以及直接面谈为主。调研也发现，由于转入地企业的员工多是本地人，家庭和社会关系在预防和解决劳动纠纷方面发挥了一定作用。

织造和服装行业更受青睐 环保压力限制产业链完善

转入中西部的纺织服装企业以织造和服装制造为主，这是两个相对清洁的行业，而织造和服装之间的印染环节转移较少。这种情况利弊都非常明显：在保护转入地环境的同时限制了当地构建完整的纺织服装产业链，使得原材料资源难以实现更高的附加值，也增加了转入地服装产品的成本，因此，是否引入印染企业是中西部很多地方都在讨论的问题。转入地新建企业的环保制度落实比较严格，环保设施比较先进，多数企业都能达到甚至超过转出地既有企业的水平。尤其是按照转入地政府统一规划建设与园区的企业，其环保硬件配套都能达到国家和当地政府的要求。

转入地企业在环保问题上面临的问题是环境保护管理水平相对落后。据统计，只有 80%的转入地企业建立了基于环保要求的环境管理体系，低于转出地企业 85.71%的比例。另外，在转入地，只有 15.63%的员工比较了解工厂有关环境保护和节水节电方面的要求和制度。

东部企业注重与社区互动 中西部企业谋求扎根当地

就社区参与和发展而言，超过半数的转出地和转入地企业都致力于协助当地解决社区特殊人群的就业，以及支持和促进社区教育和职业技能。转出地企业更注重于当地社区的“互动”，通过鼓励和支持员工参加社区服务，定期与本地相关方沟通、听取建议和意见，积极回应社区组织的关注和诉求，谋求与当地树立良好的社区关系。而转入地企业则更关注在当地社区的“融入”，通过推动当地基础设施建设，对本地区资源使用进行合理补偿等方式促进在当地发展中“落地”和“生根”。

实践参考

无论是政策层面还是企业实践层面，产业转移中对于社会责任的关注度和融入度都在不断加强，而且也产生了诸多具有创新意义和借鉴价值的良好做法。然而，目前进行中的产业转移仍然面临很多社会责任和可持续领域的问题和挑战，这些问题和挑战的解决需要各个利益相关方在切实履行自身责任的基础上进行对话、参与和合作。

政策制定方向建议：

政策对于产业转移起着决定性作用，各级政府要在政策层面将产业转移与社会责任统一起来，在制定承接产业转移政策时必须兼顾经济目标与责任目标；

除环保和节能减排的要求外，各地政府应完善对社会责任内涵的全面理解；

从经济政策与社会责任的直接关联来看，各地政府也必须全面衡量产业转移中的经济内容对社会责任各领域的影响，尤其是结构性和体系性的不利影响；

中央政府部门应该继续强化对区域间产业对接的协调指导和宏观规划；

各级政府应更加关注产业转移政策的实施方式，防止相关政策在要素领域的实施中可能导致的不利环境和社会影响。

参考实例

新疆作为我国主要的产棉区，近年来随着东部纺织企业的纷纷转入，新疆棉纺产业发展迅速，但由于缺乏印染产业，新疆大量的棉纺坯布都外运到沿海地区进行印染加工。毫无疑问，如果新疆能够承接足够的印染产能转移，新疆将可以构建从棉花种植到服装织造的完整产业链。

但是，新疆各级政府对发展印染产业采取了审慎的态度和严格的要求。《新疆纺织工业“十二五”发展的总体思路》规定，印染产业的发展“要严格按照国家《印染行业准入条件》，根据国家和自治区污水处理标准和年度排放限量指标及环保要求，在阿克苏纺织城建设印染能力，采取集中加工的方式，集中处理污水和排放”，并规定通过推广无水及少水印染加工技术，选用高效、节能、低耗的连续式处理设备和工艺等技术方法大幅降低工业用水消耗量。

转移企业方向建议：

转出和转入的企业都必须转变发展观念和转移中的机会主义倾向，充分意识到即便在中西部地区，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。

转入企业在持续传播正确的社会责任理念的同时，应该更加关注社会责任实践和行动的引进和转移。

参考实例

转入江西新余的某纺织企业的企业宗旨是“以对员工、对环境、对客户更负责、更友善的方式

从事生产和经营活动”。该企业设有企业社会责任中心，在网站上也设有“社会责任”专栏，展示其履行社会责任的实践活动，并定期对管理层和员工开展社会责任培训与考核。由于企业员工多数是本地工人，企业非常重视通过各种社会责任举措回馈和融入当地社区。例如，工厂每年会为员工留出带薪农忙假期；工厂还从上海聘请志愿者为本地农村孩子提供包括合唱、英语、计算机、足球在内的课外艺术教育和其他课程培训——这不仅为农村孩子提供了一个校外教育平台，同时也极大地提高了其父母对企业的忠诚度。

品牌商和采购商方向建议：

国际品牌商和采购商应该将更多社会责任资源投放于相对落后的内陆地区，强化对其二级供应商在转移至中西部后的社会责任绩效的管理。

就社会责任而言，无论是否考虑产业转移因素，国内品牌商的首要任务都是建立和完善其供应链社会责任管理机制。

参考实例

某国际品牌在 2011 年开展了供应商转移情况专题调研，包括对国家层面的“十二五”规划和中西部地区的地方政策进行了研究，并发现其 15%的供应商有转移的考虑。虽然大多数供应商没有转移的打算，但是该品牌决定开始对选定的内陆地区的供应链配套进行评估和研究，以便将来在该地区开展业务。同时，该品牌决定将其供应商社会责任准则一体适用于这些新地区，来自内陆地区的新供应商必须满足这些准则的最低标准以按照正确的方向开拓业务。该品牌表示，将在这些地区积极寻求共享其企业价值和愿景，努力发展良好的社会和环境实践的商业伙伴。

行业与社会组织方向建议：

作为意见团体，行业组织和社会组织可以监督、调查和研究产业转移中的社会责任问题，提出倡议和解决方案，并积极开展政策游说和企业沟通。

作为行动团体，行业组织和社会组织可以为政府和企业提供社会责任领域的培训和咨询服务，参与制定区域性和行业性的社会责任政策或行动指引，协助企业履行社会责任。

参考实例

沿海地区某镇的商会先后辗转中西部多地考察当地的政策环境、产业配套情况和社会支持系统，帮助本地企业“抱团转移”和“链条化转移”至湖北发展。

他们认为，这种结构式的集体转移在经济上可以形成价值链条，产生更高效益，提高转移企业的存活率;从社会责任角度来看，互依共存的集体转移可以使本地企业在异地形成很强的集体荣誉感和责任使命感，从而互相监督和正向竞争，以避免“本镇几十年铸就的产业声誉在异地蒙羞”。

来源：证券时报网

地址：http://csr.stcn.com/content/2013-04/16/content_8298254.htm 【返回目录】

企业领导委员会的报告称员工投身慈善事业可提高公司业绩

据“SocialEarth”网站报道，现如今，作为企业捐赠的新形式，由员工为慈善机构募捐的方式受到了社会的广泛关注。这种方式不仅有利于员工积极性的提高，也对完善企业的社会形象很有帮助。

鼓励企业慈善委员会 2010 年度的报告指出，2009 年以来，越来越多的企业积极投身于社会慈善事业中，超过 50%的企业大幅增加了慈善捐款额。由企业员工集资成为了企业捐赠的重要途径。

另一种企业集资方式是集思广益，即收集不同的想法而不是传统的货币。丰田汽车公司就曾利用这种方式招揽顾客。在丰田公司曾在其“Facebook”首页列出了五个非营利组织，并鼓励汽车迷们投票选出自己最中意的一个，最终的获胜组织将获得一辆丰田汽车，而亚军将获得 1000 美元(约合人民币 6200 元)的善款奖励。

鼓励企业员工积极参与慈善事业，不仅使员工更深刻地认识到公司作为独立法人所要承担的社会责任，更能充分激发他们的工作潜力，从而提高其工作积极性，公司的业绩也会因此得到大步提升。企业领导委员会的报告指出，员工积极参与慈善活动的企业，人事变更率降低了 87%，员工的工作业绩则提高了 20%。

来源：环球网

地址：http://hope.huanqiu.com/exclusivetopic/2013-04/3841613.html 【返回目录】

绿公司年会 商界“大佬”齐聚昆明

绿公司年会与中国绿公司项目

2007 年，时任中国企业家俱乐部理事长的马云参加冬季达沃斯论坛归来，给俱乐部带回了“绿色”信息：“世界都在谈绿色变革，谈可持续发展对全球经济、社会和未来的影响。”他敏锐地洞察到企业必须进行绿色转型，才能实现可持续地发展。稍后，马云与俱乐部顾问吴建民，俱乐部创始人、常务副理事长刘东华等积极倡导发起“中国绿公司”项目，得到了俱乐部理事共同响应。

自此，中国企业家俱乐部以“推动商业和社会可持续”发展为基本理念，于2007年发起了“中国绿公司”公益项目，并自2008年起，在每年的世界地球日4月22日举办“中国绿公司年会”。每年有超过800位全球富有远见、最具变革力的商业领袖、政界要员、学界权威、NGO组织代表和主流媒体人出席。中国绿公司年会已被公认为中国经济可持续发展领域最具影响力的国际化高峰论坛。

项目组还支持发起了“中国绿公司百强”评价项目，由中国企业家俱乐部支持成立的道农研究院主办。该榜单每年将在绿色公司年会上发布。中国绿公司百强是国内第一个全面评价企业可持续竞争力的跨行业排名，被媒体评价为最具前瞻性的公司竞争力评价体系。

中国绿公司项目还包括绿色社区组织“中国绿公司联盟”以及媒体平台《绿公司》杂志。

中国企业家俱乐部

中国企业家俱乐部CHINA ENTREPRENEUR CLUB(CEC) 成立于2006年12月。由31位中国最具影响力的商业领袖、经济学家和外交家发起成立。他们是中国新经济中最有生命力的代表，同时也是中国企业中承担全球企业公民责任的先锋。

作为中国最具影响力的商业领袖俱乐部，CEC致力于成为全球最成功的非盈利组织之一。CEC相信，企业家精神是推动社会全面进步的重要力量。CEC将致力于提升中国企业在中国及世界可持续发展中发挥的作用。

作为民间非营利机构，俱乐部以“推动中国企业家精神社会化，促进经济及社会的可持续发展”为使命，努力实践着具有正气的商业力量和绿色经济发展路径。

保护鲨鱼、拒吃鱼翅公益项目在2009中国绿公司年会发布。

由中国企业家俱乐部、昆明市人民政府联合主办的商业可持续发展高峰论坛——“2013(第六届)中国绿公司年会”，将于4月20日～22日在昆明举行，此次年会以“商业的意义与持续增长”为主题，数百位中外政、商、学等各界代表将在年会上围绕经济改革、城镇化、跨国并购和商业伦理等话题展开多场思想碰撞。

落子昆明 契合年会“绿”理念

“自从经济危机之后，西方的商业模式已经不再是企业标杆，现在我们都在重新思考商业。对于绿公司的定义是，通过打造良性生态，营造可持续发展的商业模式。”中国企业家俱乐部创始人、常务副理事长刘东华表示，俱乐部希望借助年会的召开，将可持续发展的理念和经验，传递到更多城市去。因此，中国绿公司年会前两届在北京举办，先后走向成都、青岛和武汉，今年即将在昆明举办。年会的选址除了举办地应该是区域中心城市，对周边地区有着巨大的辐射效应外，最为重要的是举办城市与绿公司年会所倡导的核心理念一致。2010年选择成都，正契合成都提出的“世界现代田园城市”的伟大梦想。2011年选择青岛，一个重要的原因是青岛市委书记李群提出的“世界眼

光，国际标准，本土优势”。通过举办年会，地方政府一方面对外表达自身开展可持续发展的意愿，另外一方面也可以从全球顶尖的学者、专家，以及中外著名的企业家身上汲取经验和智慧，使自身受益。

2013 年，中国绿公司年会选择昆明。借年会举办的契机，几年来凝聚而成的国内外大量有关可持续发展的智慧、资源和商机将被带到昆明。同时，昆明作为承办城市，也可以利用媒体和数百位重量级参会嘉宾传递重视可持续发展的良好城市形象。年会带来的可持续发展理念和路径的探讨，对昆明城市发展和企业战略调整也都将带来积极影响。此外，在年会期间，俱乐部理事都会和地方政府举办座谈会，给地方的经济可持续发展提供有价值的建议和参考。

昆明市委常委、副市长朱永扬表示，“可持续发展”是绿公司的理念，与昆明未来战略发展的需要不谋而合。希望借此契机，昆明不仅可以对外表达自身可持续发展的意愿，展示可持续发展的决心和举措，还可以从全球顶尖的学者、专家以及知名的企业家身上汲取经验、启迪智慧，为昆明经济社会的可持续发展增添动力，进一步增强昆明可持续发展的能力。同时，参会企业家及其企业对昆明进一步的投资展业，将对昆明城市发展和经济结构的战略调整带来积极影响。

论坛首设“议题主席团”“领袖夜问”

中国绿公司年会由中国企业家俱乐部于 2008 年创办，致力于推动经济的长远及合理增长。过去 5 届的中国绿公司年会，每年都有超过 800 位国内外企业领袖、政界要员、学界权威、NGO 代表出席。

本届年会同样带来了一批重量级的“大佬”，诸如柳传志、俞敏洪、马云、王石、王健林、朱新礼、张维迎、周其仁、许小年等都将在各个主题论坛中分享自己的观点。此外，企业家冯仑、宁高宁、刘积仁、田溯宁、黄怒波、周成建、蒋锡培，以及英国驻华大使吴思田、意大利驻华大使白达宁、英中贸易协会主席白乐威爵士、剑桥大学李约瑟研究所所长古克礼等国内外嘉宾将参与论坛讨论。

与往届不同的是，本届年会，由企业家和经济学家亲自担任会议主持人。柳传志、王石、马蔚华、周其仁、张维迎等将分别担任“改革红利呼唤行动英雄”“美丽商业”“资本全球化的机遇与挑战”“中国制造的未来”“城镇化红利在哪里”等五场论坛的议题主席，主导整场论坛的话题讨论和嘉宾互动。

年会全面升级 2012 年举办的导师论坛，在嘉宾上由战略导师+跨界主持人搭档合作，形式结合导师主题分享、参与者互动提问。万达集团董事长王健林和新东方教育集团董事长俞敏洪还将分别担任年会的战略导师和创业导师，和与会者分享万达战略转型的模式与路径，与创业者们共同解码创业型公司的生存和发展之道。

年会除延续互动分组讨论形式的绿公司圆桌会外，首度推出“领袖夜问”。邀请中国商业教父级的人物——柳传志，中国电商格局的缔造者——马云，中国互联网的领军者——曹国伟，分别开启商业导师闭门私密面对面交流，商业导师将倾听参与者的问题，并悉心作答，为参与者提供更具价值的私密分享。也许会在不经意间赢得新的商业机会；也许商业思路就此豁然开朗，成为参与者商业人生中的一次难得特殊经历。

在往届企业走访的基础上，本次走访将继续深入当地案例企业，并以座谈会+参访的形式，使得参访者与被访企业都获得更多价值。

链接

绿公司年会的发展历程

2006 年末 中国企业家俱乐部正式创立。

2007 年夏 中国绿公司项目正式启动；“北京倡议”隆重发出，中国绿公司联盟首批成员诞生。

2008 年 4 月 22 日 首届中国绿色公司年会隆重举行，首届中国绿色公司标杆企业评选成功发布；企业领袖集体出演的中国绿色公司公益广告片首度亮相。

2009 年 4 月 22 日～23 日 第二届中国绿公司年会举行；2008 年度中国绿公司标杆企业及中国绿色公司星级标杆企业评选隆重揭晓；商业领袖率先发起“保护鲨鱼、拒吃鱼翅”公益倡议。中国绿公司年会已成为中国最具影响力的关注商业可持续发展的高端论坛。年会首度提出绿公司概念，即通过打造良性生态赢得可持续竞争力的公司。

2010 年 4 月 21 日～22 日 中国绿公司年会首次移师北京在成都举行；中国绿公司百强榜首度发布。“树绿家园”公益行动发起。年会首次成为交通碳中和会议。潘基文为年会发来贺信，多为国际学者、政界、企业界代表参会，年会成为国内最具国际化色彩的可持续发展商业论坛。

2011 年 4 月 21 日～22 日 第四届中国绿公司年会在青岛成功举行；第二届中国绿公司百强榜发布；“善水行动”公益活动发起。年会首次成为全面碳中和会议。

2011 年末 中国绿公司项目整合项目内的各产品和内容，全面推动中国企业走向可持续发展的基业长青之路。

2012 年 4 月 12 日～23 日 第五届中国绿公司年会在武汉成功举行。第三届中国绿公司百强榜隆重发布。

2013 年至今 年会将于 4 月 20 日～22 日在昆明举行。

对话

通过打造良性生态 赢得可持续竞争力

云信《公益周刊》：如何理解中国绿公司项目中的“绿”?

蔡涛(年会媒体负责人、中国企业家俱乐部品牌总监)：中国绿公司年会的“绿”不是狭义的环保的绿，而是大绿，它的话题更多的是关注企业和经济如何实现长久的、健康的持续发展。绿公司的定义，即通过打造良性生态赢得可持续竞争力的公司。

从一段较长的时间看，企业界仍然是可持续发展的重要推动力量，但同时也需要全社会的共同努力。在 2007 年绿公司年会刚刚起步的时候，公众对可持续发展的理念并不是很了解。但随着这几年各机构和媒体的推广，以及食品安全、商业诚信和环境问题的凸显，可持续发展已经拥有了良好的群众基础和关注度。比如我们倡导的“保护鲨鱼、拒吃鱼翅”就不仅在企业家层面，也在社会产生了较大的影响力。

不过绿公司年会的首要受众目标仍然是企业，一方面绿公司年会从对企业界的启蒙到共同探索有效路径，已经做了很长时间的努力，仍有很长的路要走。另一方面，领先企业的行动，也可以影响到供应链、合作伙伴和消费者，从而推动整个社会的可持续发展。

云信：如何理解企业家精神和企业家的社会责任?

蔡涛：中国改革开放三十年，涌现出许多企业家，他们用做企业来承担社会责任是第一步。“推动企业家精神社会化”是中国企业家俱乐部的机构宗旨之一。用关键词介绍企业家精神，包括探索、创新、坚守、务实、自省、无怨等等。当企业做大做强之后，就要反馈社会，包括传递正确的价值理念，包括支持公益事业，更重要的是如何通过做企业的过程给社会带来更多重要的价值。

中国绿公司年会提出的绿公司是通过打造良性生态赢得可持续竞争力的公司。良性生态既包括自然生态、环境生态，也包括人文生态、社会生态，双重生态。企业也只有站在全社会全人类的高度来思考问题，才能促进良性商业、社会与自然生态的形成，让整个世界真正获得可持续的发展，从而使自身获得持续的竞争力。

云信：中国企业家俱乐部和中国绿公司年会在推动中国企业家实践社会责任方面起到了什么作用?

蔡涛：中国企业家俱乐部通过举办中国绿公司年会，凝聚了一大批致力于绿色领域的企业家、专家、学者、政府官员、NGO 组织，并通过中国绿色公司百强评选树立绿色企业榜样，让更多企业学习和实践，也为企业家提供了很多可持续发展的理念和路径。中国企业家俱乐部作为企业家实践社会责任的绿色大本营，不仅为他们提供绿色方面的先行理念和路径，同时也举办各种公益活动，向社会释放价值。

中国企业家俱乐部的“智库”功能由下设的道农研究院承担。道农研究院成立于 2007 年，是以商业可持续发展为研究核心的民间智库，致力于搭建企业、政府、学界、社会组织、公众之间的良

性互动平台，目前的主要课题为中国绿公司项目，亦是中国绿公司百强评选的主办机构。道农研究院目前实施过“绿色会计”、“气候变化与中国企业”和“中国绿公司百强”等研究项目。

在两年前，中国企业家俱乐部常务副理事长刘东华提出“先问是非，再论成败，只做益虫，不做害虫”，中国企业家俱乐部聚集的是一批通过走正道获得巨大成功的企业家。而且他们通过走正道获得巨大成功之后，更增加了走正道的信心。中国企业家俱乐部一个非常重要的使命，一方面是，怎么让这些走正道获得成功的人能够持续成功。再一个方面，也希望影响更多的人通过走正道的方式去追求成功。这是俱乐部一个非常重要的职责。

中国绿公司年会立足本土，但有浓厚的国际化色彩，不仅有相当比例的国外政商学界嘉宾，而且讨论的不仅有中国特色的本土化议题，也有全球化的议题，已经成为国内最具国际化色彩的可持续发展商业论坛，在国内外都有相当的影响力。可持续发展是一个很宏大的议题，而且需要我们长期关注。因为无论是个人、企业还是城市、国家，在同样的社会生态和环境生态中存在，不考虑发展的可持续性，那就没有将来。

参会嘉宾

柳传志

这位被尊为中国商界教父级的人物将担任 2013 中国绿公司年会开幕式主持人，他还将担任主旨论坛的议题主席，主持“改革红利呼唤行动英雄”环节的讨论。此外，他还将在 21 日的“夜问领袖”环节现身，与绿盟尊享会员面对面交流。

王石

他被称为房地产行业“教父”，是国内最早提出公司专业化的企业家。他热衷登山，爬过“三座山峰”，第一座是创办企业，第二座是珠峰，第三座是海外游学。他就是王石，他将担任本届中国绿公司年会议题主席，带领众优秀企业家共绘“美丽商业”蓝图。

李东生

他曾以“鹰的重生”自喻带领 TCL 走出跨国并购的困境，他相信“既然国际化的道路是正确的，就要坚持走下去”。他是李东生，一位笃信“国际化”的探路者，本届绿公司年会上他将携手中外企业家，一同“突破跨国并购三重门”。

胡葆森

他是中国最后一届工农兵大学生，他创办的地产公司首创“省域化发展”战略模式，坚持“根植中原、造福百姓”的核心价值观。他是河南职业足球的奠基者，被誉为新豫商的精神领袖。他是建业地产股份有限公司董事局主席，本届年会上，他将与各界精英共同探讨“城镇化红利在哪里”。

曾璟璇

她的经历像极了财经小说中的女主角，出身平民之家，依靠个人打拼，从普通职员做起，成为渣打银行在中国的第一位女性 CEO。在她带领下，渣打拿到了外资银行在中国的第一张零售牌照。她是曾璟璇，本届年会上，这位女银行家将与各路资本高手汇聚一堂，共议“资本全球化的机遇与挑战”。

部分确认参会嘉宾

联想控股董事长兼总裁柳传志、新东方教育科技集团董事长俞敏洪、中国企业家俱乐部创始人刘东华、招商银行行长兼首席执行官马蔚华、万达集团董事长王健林、新浪首席执行官兼总裁曹国伟、汇源果汁集团董事长兼总裁朱新礼、老牛基金会创始人牛根生、英国驻华大使吴思田、意大利驻华大使白达宁、比利时驻华大使奈斯、北京大学教授张维迎、北大国家发展研究院院长周其仁、著名经济学家许小年、德龙控股董事局主席丁立国、阿里巴巴集团董事局主席马云、华谊兄弟董事长王中军、用友软件董事长兼总裁王文京、爱国者数码科技公司董事长冯军、万通投资控股股份有限公司董事长冯仑、中粮集团有限公司董事长宁高宁、中国宽带资本董事长田溯宁、中信产业投资基金董事长兼首席执行官刘乐飞、东软集团董事长兼 CEO 刘积仁、吉利控股集团董事长李书福、银泰投资董事长兼总裁沈国军、TCL 集团董事长兼首席执行官李东生、大自然保护协会北亚区总干事长张醒生、美特斯邦威集团董事长周成建、远东控股集团董事局主席蒋锡培、国务院发展研究中心副主任侯云春、中国企业家俱乐部秘书长程虹……

旁边报道

2013 中国绿公司百强将出炉有多家 2012 年上榜企业落榜

考量企业可持续竞争力的中国绿公司百强榜还将继续在年会上发布。

中国绿公司百强评价围绕“文化、经济、环境、社会、创新”五项跨行业指标进行。2013 年，在“中国绿公司项目专家委员会”的共同商议下，将五项指标中能够获得定量数据的部分作为信息搜集和评价的重点，同时归纳整理了跨行业的定性采分点和争议事件失分点，从而规范了评分体系。同时，本届评选将首次公布行业内企业排名，在跨行业评价指标的基础上，针对每个行业面临的独特社会和环境挑战，设定了三个关键指标，并据此对企业进行评价。

同时，在专家委员会的集体参与下，榜单首次确立了企业不能触碰的“三条红线”，包括“因触犯法律的事件被起诉”“有重大环境污染、员工安全、伤害消费者的恶性事件”以及“多年连续亏损”。百强榜以客观第三方的独立性为评价准则，今年有哪些企业将首次上榜，哪些往届获奖企业下榜，将成为媒体和企业关注的热点。

年会再延续全面碳中和

本届绿公司年会还将延续往届传统，通过中国绿色碳汇基金会的造林项目抵消年会的交通、住

宿、餐饮、设备应用等在内的所有碳排放，成为环境友好型的碳中和会议。

继 2010 中国绿色公司年会成为交通“碳中和”会议后，2011 中国绿公司年会购买了整个会议包括交通、住宿、餐饮、设备应用等在内的所有碳排放，成为全面碳中和会议。2013 年，年会将延续往届传统，继续与老牛基金会合作，通过中国绿色碳汇基金会的造林项目抵消年会的交通、住宿、餐饮、设备应用等在内的所有碳排放，成为环境友好型的碳中和会议。

来源：云南信息报

地址：http://news.ynxxb.com/content/2013-4/16/N10373449146.aspx 【返回目录】

宝洁、欧莱雅、安婕妤公益模式创新之路

公益慈善，既是企业爱心反哺社会的行为，也是一种社会责任的担当。大凡一个成功知名企业，无不有着众多的公益善举和良好的公益可持续运作模式。

宝洁、欧莱雅、安婕妤等都是日化化妆品行业中佼佼者，进入中国大陆最短的也有十五年。它们都无一例外地身体力行展开各具特色的公益慈善事业，受到了社会各界的广泛关注，而且还受到了国家相关权威机构的嘉奖，如宝洁荣获了包括“中华慈善奖”、“中国民生行动先锋”、“光明慈善奖”等众多荣誉，欧莱雅中国连续摘得“2008 年度中华慈善奖”和“最佳企业公益模式创新大奖”等，而安婕妤荣膺中国扶贫基金会的“2012 年度扶贫爱心奖”称号、迄今为止援建安婕妤阳光小学 14 所等，它们都是日化行业里公益慈善事业的坚实践行者和先锋者。

同样的公益，不同的理念

不管是倡导“从我做起，携手商业伙伴，感召消费者，帮助需要帮助的儿童学习、生活、成长”的公益模式的宝洁，还是致力于绿色环保公益事业的欧莱雅，抑或是践行“关爱生命、重视环保、热衷公益”慈善理念的安婕妤，它们都是“不以善小而不为”，行善的足迹涉及范围都很广泛。不过也都有着大致相同的领域，特别是支持教育，几乎是共同倾力关注的所在，同时还有在灾难救济中体现出企业的高度责任感，值得一提的是，他们不仅尽己之力，还发动更多人参与到公益事业当中，推动着中国公益慈善事业的发展与进步。

虽然宝洁、欧莱雅、安婕妤等化妆品品牌都有着热衷公益事业的企业胸怀，不过却有着差异化的理念和行动，也因此形成了不同的公益慈善模式。笔者就选择它们在支持教育、救灾扶困、倡导善行等方面做一个比较，探究日化行业公益模式的多元化发展趋势。

公益以人为本，教育先行

一个国家的繁荣依靠教育的发展，教育事业是一个国家的百年大计。让更多的人接受到更好的教育机会，成为众多公益首选的愿景。支持教育事业，也成为宝洁、欧莱雅、安婕妤不遗余力的选择，而且也都长期坚持，并形成了自身的一套鲜明的做法和方式。

宝洁，无疑是希望工程公益事业的积极、坚定拥护者。1996 年，宝洁公司携手中国青少年发展基金会支持希望工程。截至 2009 年 11 月，宝洁已累计向希望工程捐款 5300 万元人民币，其中包括宝洁全球公益基金捐赠的 1226 万元；在中国 28 个省、市、自治区援建宝洁希望小学 180 所，是国内援建希望小学最多的企业。

欧莱雅以“真情互动”助学。从 2003 年起，欧莱雅与中国青少年发展基金会合作，启动了“真情互动”校园义卖卖计划，专门资助来自西部的品学兼优的贫困大学生。截止 2006 年，该助学金累计筹集善款达两百万人民币，共帮助了 656 位大学生顺利完成学业。

安婕妤关注教育，爱心助建阳光小学。自安婕妤进入大陆，就启动在大陆贫困地区捐建阳光小学的计划，仅 2004 年一年就捐款建设了 4 所安婕妤阳光小学。安婕妤阳光小学覆盖了四川、云南、陕西、新疆、黑龙江、河北、河南、广东等省市、自治区的贫困地区。安婕妤阳光小学助建计划还在推进，将会有更多贫困地区的学校被纳入安婕妤阳光计划中。

公益，让教育更美好，宝洁的希望工程规模庞大，受惠范围广；欧莱雅“真情互动”结合市场，专项资助西部贫困生，受助目标群体明确；安婕妤打造安婕妤阳光小学，圆梦贫困学童，都有着功不可没的公益爱心力量。

救灾扶贫体现社会责任感

不管是平时的扶贫救困，还是国家出现灾难的应急救援，都体现了一个企业的社会责任感。宝洁、欧莱雅、安婕妤的表现都很突出。

就如在汶川特大地震发生后，宝洁、欧莱雅、安婕妤都心系灾区人民,积极承担社会责任，纷纷解囊相助。

宝洁公司与旗下品牌迅速行动，持续向灾区提供切实有效地援助。截至 8 月 31 日，宝洁公司向地震灾区捐款捐物已超过 5326 万元，其中，宝洁公司向中国青少年发展基金会捐款 1000 万元，启动“宝洁希望工程赈灾教育基金”，用于援建灾后学校重建、加固已建希望小学以及心理康复项目。欧莱雅通过成都市红十字会、友成企业家扶贫基金会和全国妇联中国儿童少年基金会特别设立的“汶川大地震孤儿救助专项基金”等有关机构，先后四次向地震灾区共捐赠了 900 万元现金和价值 800 万元的物资。并设立了“欧莱雅希望图书室”。

安婕妤公司及其优秀的事业伙伴，在共享经营成果的同时，更加都能见到他们救助的身他们将

经营成果再次分享到了环境保护、儿童教育、知识传播、关爱生命等各项公益活动中。在 1999 年南亚海啸期间，安婕妤向公司两岸同胞发起“乐捐”倡议，发动同仁一日捐。2008 年，汶川大地震期间，捐赠人民币 1,203,207 元用于汶川在后重建工作。同年，捐赠价值 65 万人民币的物资用于南方雪灾。并透过安婕妤品牌的影响力和知名度展开公益促销活动，让更多的爱心人士走入到公益活动之中。安婕妤阳光小学温暖了更多弱势的儿童重返校园。

号召更多人行善

宝洁、欧莱雅、安婕妤都极力地通过自身的特点和行业资源优势，发动更多人参与到公益慈善事业当中来，让公益爱心植根于最广大的的民众之中。

宝洁通过从我做起，携手商业伙伴，联合公益伙伴，感召消费者，共同帮助需要帮助的孩子生活、学习、成长。在宝洁希望小学公益项目建设中，宝洁公司联合了员工及产业链上的合作伙伴、非商业相关的公益合作伙伴以及广大消费者，拓展了慈善捐助的广度和深度，创造了独具特色的宝洁公益模式。欧莱雅发起了“保护长江，拯救白鳍豚”绿色行动，吸引了上海、苏州、宜昌等地近 60 万少先队员参加，共同关注环境环保，致力绿色环保公益模式。安婕妤通过“兑换美丽，希望起飞”、“小包裹 大爱心，手拉手 心连心”、“2012 无龄 V 脸抢回馈，衣物捐赠赢现金之暖冬计划”等活动，吸引更多爱心企业、事业伙伴、乃至消费者加入到公益行列来，形成强大的美丽消费公益爱心圈模式。

可见，积极投身公益活动，已深深地融入了宝洁、欧莱雅、安婕妤的企业发展战略和企业文化之中，公益事业伴随着其成长的整个过程。他们拥有各具特色的公益运作模式，都不遗余力地支持社会公益事业，都是彰显了知名品牌的高度和厚重的社会责任感。

来源：中金在线

地址：http://news.cnfol.com/130417/101,1280,14883751,00.shtml 【返回目录】

谷歌将建热线电话网 协助打击全球人口贩卖

据“fastcoexist.com”网站报道，近日，谷歌公司宣布将把价值 300 万美元(约合人民币 1856 万元)的“国际影响力奖”颁给北极星项目、自由亚洲和拉斯特拉达国际三个反走私组织，帮助他们建立一个全球打击人口贩卖热线电话网。

9 个月前，谷歌在一次峰会上提出了曝光、扰乱贩卖人口非法网络的想法。这些大型网络贩卖人口活动通常涉及器官摘取、贩毒和非法武器贸易。2012 年，超过 2000 万人被贩卖到世界各地，利润超过 320 亿美元(约合人民币 2000 亿元)。谷歌声称，必须找到方法解决非法贩运问题。

谷歌将为全球人口贩卖热线电话网提供技术指导，其旗下 Palantir Technologies 将捐赠分析平台，Salesforce.com 将帮助北极星组织扩大呼叫跟踪功能在国际上的使用范围。谷歌的董事富勒表示：“这将有助于我们突破瓶颈，超越发展，为弱者提供更有效的服务。”

来源：环球网

地址：http://hope.huanqiu.com/globalnews/2013-04/3832612.html 【返回目录】

通用电气：成为“好公司”

尽管伊梅尔特掌权的最初十年被称作“地狱的十年”，但他力推企业社会责任概念，使这个巨无霸企业告别了单纯的盈利机器形象。

掌舵美国通用电气公司(General Electric,以下简称 GE)的 12 年来，杰夫·伊梅尔特(Jeffrey R. Immelt)的权威不断遭受空前质疑。正是在这位被传奇 CEO 杰克·韦尔奇挑中的接班人手中，GE 失去了曾经的“世界最大市值公司”的宝座。韦尔奇交出的 GE 市值近 4000 亿美元，如今，缩水至 2400 亿美元左右。昔日“老大”，如今只能“位居前十”。GE 这十年，被称作“地狱中的十年”。

全球经济危机、9·11 事件，以及互联网经济崛起等等，不足以解释 GE 为何衰退，因为与它市场地位相当的 IBM、惠普等老牌企业，表现要强得多。乃至有一次韦尔奇提到他的这位接班人时，也不客气地表示“该踢屁股”。

但多年以后，提及伊梅尔特在 GE 的历史贡献时，人们也许会这样评价一句：他使 GE 从一个单纯注重盈利的商业巨兽，变成一个注重社会形象的“企业公民”。销售员出身、十分擅长营销的伊梅尔特为 GE 打下的这个烙印，是他的前任——工程师出身的韦尔奇不曾赋予 GE 的。伊梅尔特甚至还

提出了“绿色创想”战略。虽然“绿色创想”的源起来自社会压力，但是伊梅尔特却计划将它变成绿色能源领域的增长发动机，并希望它可以取代韦尔奇时代 GE 金融服务的增长引擎地位。韦尔奇用了 20 年将 GE 的市值从全球第十推到全球第二;绿色创想的提出已经将近 10 年，伊梅尔特所引领的商业的未来会是什么样呢?

伊梅尔特的伟大愿景

2001 年 9 月 7 日，杰夫·伊梅尔特从杰克·韦尔奇手中接棒，出任 CEO。四天后，9·11 惨案发生。而这一年早些时，安然公司轰然倒塌，拉开了长达十年的全球经济危机的序幕。这算不上是发展商业的好时机。

“世界发生了变化，”伊梅尔特上任不久就提出了自己的想法，“企业如今不再受人赞赏，贫富之间的差距比以往任何时候都大。现在到了利用我们的平台成为好公民的时候了，因为这不仅是应该做的事情，这是企业必须做的。我们的时代属于既为自己谋利益也关注别人需求的人。”

伊梅尔特身高 1 米 92，体形魁梧，曾在达特茅斯当过橄榄球员，几乎天天工作 14 个小时，那种干劲处处都像其传奇式的前任杰克·韦尔奇。韦尔奇领导下的 GE 以管理严格以及股东回报高于市场水平而著称。伊梅尔特则想要 GE 成为一家真 正伟大的公司,“大家之所以来 GE 工作，是因为他们想得到升华。他们想努力工作，想获得提升和期权。但是，他们还想为一家不同凡响、能为世界作出重大贡献的公司工作。”

就 GE 的庞大规模和影响力而言，这一思路的转变来得有些晚，算是后知后觉，但伊梅尔特触动了这个开关。

上任伊始，伊梅尔特就意识到了 GE 存在的某些问题，包括社会责任方面的问题。在他要求下，GE 的管理人员对公司社会责任表现进行了一次调查。他们走访了投资人、有关主管部门和美国及欧洲的 65 家企业，其中包括强生、IBM、BP、礼来、耐克和奇基塔果品等。虽然这些公司本身几乎都面临着一系列社会和环保问题，但是多数调查对象公认，GE 已经落伍了。“这一点多少有些令我感到不安，因为我以前在 GE 内部没有听到过这样的说法，”参与调查的 GE 保健公司市场营销经理斯里尼·塞萨德里(Srini Seshadri)说。

在交给伊梅尔特的 GE 社会责任调查报告中，GE 在管理质量、引进人才和投资价值方面列为全美前五名，但在社会责任方面却位于第 72 位。这样的调查结果出乎所有高层管理者的预料之外。

2002 年，伊梅尔特任命了公司第一位负责企业社会责任的副总裁——鲍伯·柯克兰(Bob Corcoran)。年近六旬的柯克兰此前已在 GE 服务了 36 年，在伊梅尔特经营 GE 保健公司(GE Healthcare)时就在其手下工作。

柯克兰负责将伊梅尔特关于成为好的企业公民的理念逐一传递给公司在全球的各个业务部门，

并鼓励更多的员工成为志愿者。在接受《中国慈善家》专访时，柯克兰说，GE 的三大支柱是，赚取利润、符合道德地赚取利润和差异化策略。

创造好声誉

GE 展示其全球社会责任感的首要领域，发生在卫生保健领域。GE 的保健商业业务发展有 100 多年历史，但直到 2002 年，GE 基金会才开始关注卫生保健领域。

这一年，伊梅尔特对鲍伯·柯克兰等公司高管说，“我希望在非洲做些事情。”他说，“那里的经济不好，制造业很弱，所以我们可以在非洲做些不同的事情;但是我并不想简单地捐赠，我希望在我们的技术、产品、金钱、人力和志愿者方面都有投入。”

GE 选择了非洲的加纳作为试点。它与加纳的公共卫生部门建立起广泛的合作关系，允诺在五年里投入 2000 万美元，陆续捐赠了超声波、X 光、病人监视、细菌培养、冷藏和冷冻设备。同时他们还提供相应的医生培训项目，在软件和硬件方面同时提高当地的医疗水平。

GE 的介入极大地改善了加纳的儿童存活率。世界上五岁以下的儿童 37%的死亡原因在于呼吸障碍，在非洲比例更大。而多数儿童用呼吸机造价高昂，在当地难以广泛使用。一个意外的机会让 GE 的工作人员意识到，在美国用来治疗成人打鼾的呼吸机完全可以用来帮助那些非洲的婴儿们缓解呼吸障碍，每台价值仅 100 美元。这将成为 2013 年 GE 在非洲大规模推广的重要公益项目。

鲍伯·柯克兰称，“我们捐赠的这些小型辅助呼吸设备可能挽救这些非洲婴儿的生命，而且这些医院用于抢救的成本也大大降低了。这是我们在将商业与捐赠相结合方面的创新。”他甚至不无自豪地补充，“我们这方面比盖茨基金会做得要好，我们不仅仅是投入金钱，而且还投入科学技术;而他们没有科学和技术方面的任何投入。”

从加纳起步，GE 基金会将保健领域的公益支持扩展到了卢旺达、肯尼亚、马拉维、坦桑尼亚、柬埔寨等国。近 10 年来，它在 40 个国家捐赠了 200 多个医院和医疗中心。

比如在洪都拉斯首都特古西加尔巴，最好的公立医院只有一个病人监护仪和两个婴儿保温箱，这样规模的国家医院标准配备是 50 个病人监护仪和 50 个早产儿保温箱。

柯克兰第一次走进这家医院时，看到了 71 个没有满月的在死亡边缘挣扎的新生儿，他们多数都有发育问题，有七个婴儿的肠胃甚至脱落在体外，10 个婴儿有心脏问题，护士仅靠触摸婴儿的颈部动脉判断他们是否尚在人世。当地政府给医院的拨款大多用来改善基础设施，没有购买医疗设备的资金。用不到 100 万美元的投入，GE 基金会购买了婴儿保温箱、病人监护仪和一个中央监护台。有了中央监护台，一个护士可以在一个房间同时监护三个婴儿。六个月后，当柯克兰再次来到这家医院，这时的婴儿死亡率降低了 76%，医生们介绍说，六个月里有 500 个婴儿依靠这些仪器成活。

GE 在洪都拉斯几乎没有任何业务，它的医疗保健业务更多是在中国、印度和墨西哥，没有直接

抑或间接的市场前景，根本谈不上用基金会的慈善为其全球化铺路，更奢谈股东回报。那么，它为什么要捐赠给这里的公立医院呢?

柯克兰说，就是因为 GE 要让人知道它是一家好公司，不仅仅在美国，而且在全世界都要如此;况且人们对大企业应尽义务的期望正在增大。

GE 的负责法律和公共事务的高级副总裁小本杰明·海恩曼(Benjamin W. Heineman Jr.)认为，公司应当对其声誉多加投资。“正如商誉在资产负债表上具有价值，”他说，“或者品牌有品牌的价值，从广义上说，声誉对于公司同样也极具价值。”

同时，GE 也开始对其在发展中国家的供应商进行审查，以确保它们能按照劳动、环保、健康和安全标准行事。

在中国市场，GE 作出的一个决定是，不再向中国出售低档超声设备(同时在它卖出的高档设备上贴上警告标签)，因为它不想让中国人用这些设备做胎儿性别鉴定，导致孕妇可能打掉胎儿——这可能会对 GE 的形象产生极大的负面影响。GE 不愿冒这个风险。

经过持续几年的努力，GE 在社会责任方面的评价迅速提升。2004 年秋天，GE 被纳入道琼斯可持续性指数，该指数汇集了 300 家在环保、社会和财政可持续性上符合其十分详尽的标准的一流企业。

2005 年春天，GE 开始公布有关履行公民义务的报告。

绿色创想

爱迪生创立 GE 之后，GE 的核心业务历经多次变革：在大型机械业务遭遇反垄断官司时，它将产品线由商业客户拓展到洗衣机、空调、收音机等大众消费领域;二战时，它发展了飞机、船只及军工制造业务;六七十年代，它还拓展了医疗设备、计算机、核电、金融等业务，这些业务有的仍然在做，有的早已退出。

与韦尔奇时代大力推动金融业务相比，GE 在伊梅尔特领导下的转型，并非转向传统制造业，而是转向了生物科技、医疗、新能源等新兴产业领域的投资。

作为一家老牌制造公司，GE 过去经常把环保法规视作一种成本或负担。如今，伊梅尔特把清洁能源看成是发展的机遇。从 2001 年起，GE 接连收购了一家净化水公司、一家太阳能设备制造商和一家风能设备公司。2012 年年末，GE 和中国科学院广州能源研究所签约，为生物质秸秆残渣气化技术的开发和商业化应用提供支持。

“风能、水利、降低废气排放、开展环保业务??在未来 10～30 年里，短缺经济学将大大推动技术创新，”伊梅尔特说，“这是加速公司发展的一条途径。”

2009 年，GE 推出了 80 余种相关产品，涉及再生能源、铁路运输和水处理技术等。

鲍伯·柯克兰告诉《中国慈善家》记者，绿色创想这一市场策略源自一个小股东的诉求。2004 年，伊梅尔特接到一个股东的诉求，这是一个美国的天主教修女团体，她们在旧金山拥有七家医院，她们用医院的钱购买了 GE 的股票。她们想知道 GE 为降低碳排放、降低能耗、全球变暖方面所做的努力。

“经过研究之后，我们发现 GE 的资源利用效率很高，在 2004 年飞机产品的能耗已经达到了欧盟 2008 年的标准。我们的碳排放效率在世界上也是位居前列的。”柯克兰说。

伊梅尔特了解到所有情况后认为，GE 是这个产业里最富责任的公司，需要做得更好，成为其他公司竞相模仿的对象。这就是“绿色创想”的由来。

在绿色创想发布之前，伊梅尔特也与环保主义者有过会谈，这些人大多持否定态度，环保主义者们唯一承认的事情是——如果 GE 做出改变，那将是件伟大的事。

绿色创想提出五年之后，GE 在这个领域的销售、研发等方面的投入增加了一倍，GE 的可持续发展报告的发布也得到了伊梅尔特的特别重视。与此同时，GE 的全球能耗降低了 30%，其绿色产品也被全球数百家公司纳入了市场规划。

2009 年，“绿色创想”业务所创造的收入达到了 180 亿美元，而在风电设备生产方面，它已是全球第一。

绿色创想除了对环境责任方面的重大意义外，会是下一个最好的商业模式么？

伊梅尔特显然对此信心满满，他答道：“如果这样做对生意不利，我们很可能就不做了。”

来源：慈讯网

地址：http://www.icixun.com/html/view_854.htm 【返回目录】

美国公司种茶拯救森林 让经济与环保双赢

生态环境总是随着经济的发展被破坏。近一世纪以来，巴拉圭境内的巴拉那森林(parana forest)有超过 95%的数目被砍伐。当地居民为了发展经济选择滥伐森林，这引起了环保团体的关注和反对。环保和经济两方对抗的景象，不断在世界各地上演，难道鱼与熊掌真的不能兼得？

一家由美国人成立的公司 Guayaki 打破了这样的困境。他们在南美洲用不一样的方式栽种 Yerba Mate(玛黛茶)来让经济和环保双赢。

Guayaki 公司称他们的商业模式是市场导向式恢复(MARKET DRIVEN RESTORATION business

model)，也就是贩卖市场需求产品(玛黛茶)的同时，也因为利用生态方法栽种而让森林重生。消费者需求越多，森林就能够恢复更多，形成良性的循环。

玛黛茶由巴拉圭冬青的叶子烘培而成，含有 24 种维生素和矿物质、咖啡因，甚至还有抗氧化的功能。玛黛茶最早被中南美洲原住民视为上帝赐予的饮料，认为能够带来健康和长寿。目前玛黛茶是中南美洲最受当地居民欢迎的饮料。

一般大众栽种玛黛茶的方式是先清理一大片土地，好让巴拉圭冬青能够接触日光，加快生长和采收。但是这样的栽种方式，除了容易使土壤失去养分造成生产力下降外，还会使原始森林被砍伐破坏。

Guayaki 公司采用生态工法栽种玛黛茶——让它在大树树荫下生长，避免直接曝晒阳光。在这种环境下生长的玛黛茶，虽然产量较低，但有更高的品质和营养，而且让原本要被砍伐的森林能够继续存活。

为了推广这种生态方法，Guayaki 公司为农民提供高于当地工资两倍的薪资，让越来越多的小农选择与 Guayaki 公司合作，原本被破坏的森林也因此得到复育。

Guayaki 公司瞄准消费水准高的北美市场，推出一系列以养生、健康、环保为理念的产品者，还透过各项认证来取得消费者的认同。

Guayaki 不但是第一家 Yerba Mate 的公平贸易认证公司(2009)，同时也被认证为 B-Corp 社会企业(2011)和有机产品公司。他们强调使用环保包装让产品自然腐坏，同时拥有碳足迹认证，生产过程也使用替代能源，如太阳能。

根据最新统计，Guayaki 公司从 1996 年成立以来，已经复育 27,700 英亩的森林，相当于整个新竹市的面积。从 2006 年到 2011 年，Guayaki 公司营收增长了四倍，目前年营收超过一千五百万美元。它的成功证明经济成长和环境保护有双赢的可能。

来源：商业周刊

地址：http://www.businessweekly.com.tw/blog/article.php?id=3409 【返回目录】

雀巢联合保护国际制定“商品采购中的森林砍伐指南”

雀巢与非政府组织保护国际基金会（CI）共同启动一项计划 --“商品采购中的森林滥伐指南”，该计划将利用卫星数据来跟踪和揭露滥伐森林最严重地区的毁林现象。

指南鼓励企业、政府和民间组织协调一致来共同解决滥伐问题。

雀巢认为这只是一个开始，仍需要更多的支持与发展。

来源：商道纵横

地址：http://www.syntao.com/CSRNews/CSRNews_Show_CN.asp?ID=16016 【返回目录】

亚行向绿色动力环保集团贷款 2 亿美元用于垃圾发电

4 月 12 日，亚洲开放银行与绿色动力环保集团股份有限公司签订贷款协议，亚行将为其提供 2 亿美元贷款，用于帮助中国中小城市将生活垃圾转变为可再生能源。

根据协议，其中 1 亿美元将由亚行直接提供，另外 1 亿美元由亚行组织银团提供。此外，亚行还将为本项目提供 50 万美元的技术援助以帮助绿色动力加强其公司治理体系的建设。

亚行私营部门业务局局长菲力浦·阿奎舸表示，中国目前正经历大规模城市化进程，高水平的城市化能为中国带来很多好处，但也对市政环保提出很多要求和挑战。中国目前的年生活垃圾产量超过 2.2 亿吨，居世界第二。尽管中国的人均生活垃圾产量仅为工业国家平均水平的 20%，但预计在 2030 年中国中小城市人口将增长 24%，市政固体垃圾量随之将有巨大增长。

亚行贷款将帮助绿色动力在中小城市建立至少 9 座垃圾焚烧发电厂，每年处理超过 200 万吨的城市生活垃圾，减排 45 万吨温室气体。预计到 2018 年，这些利用清洁技术的工厂年发电量可达 6.1 亿千瓦时。

来源：新华网

地址：http://news.xinhuanet.com/energy/2013-04/19/c_124604034.htm 【返回目录】

券商公益投入超 6 亿元

中国证券业协会撰写了《2012 年度证券公司履行社会责任情况报告》并向媒体发布。报告显示，证券公司在步入全新创新发展新阶段、保持行业连续 7 年盈利的同时，切实履行了作为企业公民的社会责任。

对于企业公民来说，盈利永远是一项重要目标，这也是履行其他社会责任的物质基础。

以客服促经营

与社会责任双赢

在客服方面，各证券公司以丰富的服务内容，高水平的服务团队、差异化的金融创新产品，确保客户得到全面、优质、及时的服务。在充分的市场竞争环境下，客户是证券公司开展各项经营活动的核心。提高客服质量，是证券公司提高自身竞争力、履行社会责任的双赢之路。

据报告介绍，目前所有证券公司均设有提供客户服务的相关部门，绝大部分公司建有基于互联网和电信产品的电子化综合服务平台;与 2011 年相比，证券公司客户服务体系日臻完善，客户适当性管理制度基本建立，投资者教育与保护工作的力度不断增强，在客户满意度、投诉处理、资费透明、信息保护、应用系统安全稳定等方面都取得了长足的进步;以客户需求为导向的产品创新模式满足了不同类型客户对金融服务的差异化需求，同时也为公司的发展注入了新的活力，在公司与客户之间连接起新的纽带。114 家证券公司全年电话服务总量达到 6100 万人次，通过互联网及短信提供服务达到 25 亿次;证券公司全年共接到各种投诉 5020 起，截至 2012 年年末，各公司对当年投诉处理的办结率平均达到 90%以上。

落实降费政策

夯实信息安全

针对客户的资费透明与公开是证券公司取得客户信任的最基本要求，直接关系到客户的切身利益，同时也是自身诚信水平的具体体现。调查显示，2012 年各证券公司均严格按照要求向客户明示收费标准，并有明确的信息提示。在公司对客户提供服务的范围发生变化导致收费标准变化时，各公司均能以明确、快捷的信息提示告知客户。

去年，沪、深交易所和中登公司分别在 4 月和 8 月两次下调了交易经手费和 A 股交易过户费。报告披露，各证券公司及时按照政策要求在柜台交易系统一级费用固定收费栏中做出相应处理，并相应调整了客户佣金标准。对与所属营业部书面约定按照净佣金方式收取证券交易佣金的客户、或者明确约定按照交易所规定的经手费标准收取规费的客户，统一对其佣金标准进行及时调整。

当前，客户在证券公司开展的各项业务活动都高度依赖 IT 系统，因此确保各信息系统的安全稳

定运行将直接关系到客户的切身利益，是客户利益的基础性保障。各证券公司交易、清算等核心系统对实时性、准确性、安全性的要求极高，一旦出现问题会给客户投资活动带来巨大的经济损失风险。据统计，2012 年非现场交易已经占到证券公司交易总量的 89.92%，其中网上交易占交易总量的 78.27%，手机交易占交易总量的 8.66%。全年各证券公司在信息系统建设方面的投入共计 63 亿元，2012 年全部证券公司的信息系统故障率比 2011 年下降了 42%。

去年公益投入 6.1 亿元

媒体获悉，2012 年证券公司用于公益行动的资金合计达到 6.1 亿元，涉及捐资助学、投资者教育服务、环境保护、扶贫济困、社区发展以及突发自然灾害救济等领域。报告显示，截至 2012 年末，共有 24 家公司设立了专门用于各类慈善公益活动的非公募基金或基金会;2012 年共有 46 家公司参加了专项或对口扶贫项目，合计投入扶贫资金达到 1500 万元。

报告还披露，2012 年，有 107 家证券公司提出了自己的社会责任愿景。公司良好的责任愿景不但是对未来美好的期许，更是证券行业报效祖国，感恩社会的良好发展方向。截至 2012 年末，共有 57 家公司做出过与社会责任相关的承诺，包括全球契约十项原则、联合国关于环境的公约宣言、以及其他官方或非官方的自发承诺形式。还有 17 家证券公司参加或正准备参加联合国全球契约、世界可持续发展工商理事会、中国可持续发展工商理事会、社会责任联盟、中国社会工作协会等专门的国际或国内社会责任组织。

来源：证券时报

地址：http://epaper.stcn.com/paper/zqsb/html/2013-04/19/content_461643.htm 【返回目录】

“伊利方舟”：伊利集团的公益样本

“每个孩子都牵动着几辈人的心，我们再也支付不起忽视校园安全隐患的成本。”作为“方舟工程”最主要的发起者和推动者，伊利集团相关负责人表示，“伊利就来自西部，比许多人更清楚西部地区孩子们的生存状态，所以我们更加希望能帮助他们，还给他们一个真正安全的校园。作为企业，我们的力量也许绵薄，但我们会尽最大的努力，一直坚持，让家长们心安、孩子们身安。”

据全国妇联儿童工作部发布的调研报告，目前中国有 5800 万留守儿童，占全国人口数的 4%。“伊利方舟”是伊利集团为解决西部留守儿童安全问题而成立的公益项目。去年 11 月，中国西部人才开发基金会、伊利集团和上海展望发展学院共同发起了该公益项目，并对百名来自西部的校长和

教育工作者进行为期一周的校园安全培训；4 个月后，方舟工程组织专家走进西部学校，实地解决西部校园安全问题。

西部人才开发基金会常务副秘书长汪文斌介绍，方舟工程是“按需培训”，分为 “校园常见安全事故的预前防范与处理”、“中小学幼儿园学生伤害事故的实案剖析”、“西部地区青少年营养健康与食品安全”等模块，专项解决西部地区目前主要存在的几大问题。

鱼田小学是方舟工程西部校园安全实地问诊的第一站。专家们针对教学环境、食品卫生、器材设施、防火规范、交通安全、宿舍条件等方面进行了系统的考察，并组织全校的老师进行了深入的交流。当地政府领导也表示，会给鱼田小学校园安全改造更大力量的支持。对此，鱼田小学校长刘厚云表示，校园安全要落到实处就要靠投入，这必须由政府加以援手。

留守儿童的安全问题由来已久，各地也根据自己的实际情况，探索出了许多模式，如成都的儿童托管模式、河南滑县的留守儿童档案模式、安徽和县的留守儿童档案模式等等。相对于这些模式，“伊利方舟”工程则是一个公益样本。它更偏重于通过政府、公益机构和企业的多方合作，将知识培训和实际需求相结合，吸收社会各方参与，用授人以渔的方式开展校园安全公益活动，与政府部门的举措相配合，发挥着独有的作用。

目前，“伊利方舟”工程已经在贵州、青海、云南等八个西部省市、自治区的上百个县开展。“实实在在做事，就会改变。”许多参与培训和回访的专家、老师对“伊利方舟”工程给出了这样的评价。同时他们也相信这种政府、公益组织、企业三方合作解决留守儿童问题的模式，会吸引更多人参与，发挥更大的力量。

来源：和讯网

地址：http://gongyi.hexun.com/2013-04-16/153195012.html 【返回目录】

思科大中华区副总裁、公共事务部总经理奚祖强："有我，有网络，我们做更多"

"哈佛商学院教授迈克尔•波特曾提出一个概念，他认为企业社会责任应关注是否能够创造'共享价值'——既有益于社会，也有利于企业。企业社会责任是思科的核心价值之一，回馈社会一直是思科企业文化的重要组成部分。这不仅是企业应当奉为宗旨的正确之道，而且具有良好的商业意义。"思科大中华区副总裁、公共事务部总经理奚祖强向记者介绍道。

关注社会需要

2008 年汶川地震发生后，思科与中国政府建立了独特的政府产业合作模式，在政府及合作伙伴的大力支持下全面开展四川灾后重建工作，拉开了一个为期三年、投入援建资金总额超过三亿人民币的企业社会责任项目——"思蜀援川"的序幕。

亲自参与了"思蜀援川"项目的奚祖强表示，自然灾害发生之后，公司关注的第一件事是确保员工和合作伙伴的安全，第二步则是看社会有怎样的需求。他介绍到，"思蜀援川"项目致力于利用思科先进的信息通信技术，提升四川受灾地区的医疗教育水平，有效促进当地人才培养工作。思科先后为汶川、北川、绵竹、什邡、茂县、都江堰、平武、彭州等 8 个极重灾区以及崇州、宝兴、松潘等部分重灾区县市的 66 所医疗卫生机构、102 所教育机构提供了现代化的信息化基础设施，打造起了面向 21 世纪的区域卫生以及区域教育新模式。项目设计与中国政府的发展计划和相关改革政策紧密契合，参与各方都采用全新的协作方式，为实现共同的目标而不懈努力，这也是项目取得成功的关键因素之一。

网络承载教育

思科网络技术学院项目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营利性教育项目。作为"全球最大课堂"，思科网络技术学院自 1997 年面向全球推出以来，已经在 165 个国家拥有了 1 万个学院，有近 400 万学生参与过该项目。2012 年，全球有 100 多万名学生同时在网络技术学院参加学习。

在中国，思科网络技术学院总共培养了逾 20 万学生，在学网院学生近五万名。网络技术学院还通过"思蜀援川"项目在四川省进一步扩展，四川省所有相关的高等职业学院均成为了网络技术学院的分院，为进入不同领域工作的学生提供信息通信技术培训，有效支持了四川的灾后重建工作。

奚祖强说："在过去，我们的经济发展需要通水、通电、通路，现在还要通网络。如果地区发展没有网络，发展会慢很多。我们也相信，网络把人与人、社区跟社区、企业跟企业有效相联，会带

来一个几何级的影响力，而不仅仅是一加一等于二。”

点滴爱心汇聚成网

思科始终相信，通过网络的力量，人们彼此相联并将点滴爱心汇聚成网，而由此产生的力量将超乎想象。思科在从公司层面承担企业社会责任的同时，也鼓励员工积极参与社会公益活动。在这种理念的熏陶与鼓励之下，思科员工在全世界参加了 300 多个 NGO 的志愿者活动，并在中国重点与几个 NGO 合作。思科中国员工自发组织和参与了众多公益项目，这些志愿者活动有留守儿童的教育、残疾儿童医疗、青海玉树地区的健康卫生培训和农民工子弟教育等。

奚祖强说：“由于我们的员工主要集中在大城市，我们参与的公益项目也主要在大城市。但实际上，很多最需要帮助的人生活在偏远的地区，这也是我们一直在思考解决的问题之一。”

思科一直致力于中国社会公益活动，特别是偏远地区儿童的教育事业。截至目前，思科员工已经为河北、江西、安徽、浙江的偏远地区捐建了多所希望小学，志愿者们还会不定期地前往，提供支教帮助。思科还总结了以往捐建思科员工希望小学的经验，在经济捐助的同时，为每个希望小学捐赠思科 WebEx 系统，为学校安置远程多媒体教室，提供互联网多媒体教学资源，让大山里的孩子们也能和城里的孩子们一样有机会通过互联网接触全世界。

You+Networks=Impactx

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。全球各地的人们每天都有可能面临各种看似无法解决的难题，诸如疾病、落后的医疗卫生与教育条件、突如其来的自然灾害等等。也许人们会认为问题太多太大，个人的能力有限而无法顾及全部。然而思科给出的回答是：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。思科的企业社会责任愿景“You+Networks=Impactx”，体现了我们如何致力于利用网络的优势和自身的积极努力，为社会带来更多积极变化及深远影响。

思科希望能够助力中国的跨越式创新和城市化进程，加强环境保护，针对教育、医疗等重点行业提供定制化的解决方案。在履行企业社会责任的同时，思科也将借助网络优势，整合爱心能量，为需要帮助的地区和人群送去更多关怀，用爱与责任开创一个更加美好的未来。

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2013-04/16/content_5799.htm?div=-1 【返回目录】

⊙雅安地震专题报道

央视评论雅安地震救援：整个中国一跃而起

在这个周六的清晨，最先跃起来的，当然是地震波及范围之内的人们。震区居民的直接逃生避险，是第一时间的第一波救援——自救。从目前掌握的情况看，除雅安部分极重震区外，多数地方的百姓自救顺利。很多人在第一瞬间的反应处置，有汶川地震经历与日常应急训练相叠加的痕迹。

微博微信等社交媒体显示了无与伦比的反应速度。这是 5 年前 5·12 那天所没有的景象。它们不仅构建了震情传播的平台，也构建了一个粗线条的救援平台，甚至是对社会应急救援机制的监督平台。震后一度仍在按部就班收费的个别高速公路，就在微博上一片喝退声中，做了本来应该更早做出的调整。

和前年“7·23”甬温线动车撞车事故后的头两个小时相比，社交媒体在特殊情况下的作用方式，大幅拓展。中国国家救援队、主流媒体官博等纷纷呼吁震区博友提供灾情。第一时间突进灾区的传统媒体记者，则从微博上发布一路见闻。冲在最前面的一些当地记者的重要目击，由此迅速被整个舆论场扩散共享。

社交媒体的两面性也同步体现出来。地震后头半个小时，微博上流传了 N 张惨烈照片，夸大了震情。那是 5·12 的旧照。微博可加速传递灾情，也可能夸大灾情。铺天盖地的地震讯息在几亿个手机、电脑上呈刷屏状，这会调动起救援的神经，也可能营造另一种潜在的恐慌。在第一反应上，社交媒体遥遥领先。而系统的救援逐步展开后，社交媒体又显得后劲不足，很难提供完整信息链，而逐步演变为传统媒体所做救援报道的二次传播平台。

传统媒体在雅安地震发生后，显示出了比以往更快的反应能力，包括展开报道和一拨拨记者向震区的快速突进。“人人都是记者”这句话的局限性，由此显现。博友提供的碎片化信息固然最快，但鱼目混杂。由职业记者们发回的一线报道，显然判断更专业、表述更靠谱，迅速占据了舆论场的信息主导。

公众通过媒体紧盯震情，传统媒体和社交媒体共同构建了这个通道。而党政军群的紧急应对，才是地震救援的主体。四川的地震应急体系，在全国各省区市，可能是最具反应能力的。它成长于汶川地震救援，过去五年得到持续发展，日常亦练兵不断。今天的启动，没掉链子。

人民解放军和武警部队的突进救援，更是震后 24 小时内的决定性力量。这个时刻，子弟兵的救援几乎是唯一成建制的救援。百人、千人规模的突击队，发挥着其他救援所不能企及的救援覆盖力。

从地震破坏力和影响范围看，雅安地震和汶川地震毕竟差着一两个等级。震中芦山固然有道路损毁等难题，但和之前的舟曲、玉树等偏远高寒地之地相比，雅安地区终归靠近成都平原中部，有

利于救援力量的迅速大体量抵达。更多的难题可能来自于防范滑坡等次生灾害，避免救援力量遭遇意外牺牲，以及如何妥善转向灾后安置与重建。

习近平、李克强等中央领导的指示，李克强、汪洋等在灾区的抵前指挥，全国人民的高度关注、情感支持和多种形式的驰援，迅速使雅安地震救援上升为国家行动。我国是个地震多发的国家，西南是个地震多发的地区。地震救援，考验这个国家集中力量办大事的能力，也检验社会管理和应急防灾综合能力，更体现社会公众有序参与重大公共事务的能力。

地震发生后第一个白天给人的总印象是：整个中国一跃而起，初期救援有序有力，震区难题仍在释放，更多考验还在后面。

来源：央视网

地址：http://news.cntv.cn/2013/04/20/ARTI1366458553615827.shtml 【返回目录】

雅安地震救援：民间公益与官方公益冰火两重天

4 月 20 日 8 点 02 分，四川省雅安市芦山县发生 7.0 级地震，灾难触发了各股公益力量的救援响应，不管是官方还是民间的公益组织都迅速采取行动。但一个鲜明的对比是，以壹基金为代表的民间公益组织一呼百应，壹基金在一天内所收到的承诺捐款总额便超过 2000 万元；但中国红十字总会发出的救灾倡议却招致一片骂声，中国红十字基金会公布数据显示，截至今日 16 时共收到来自个人捐赠的善款共计不过 3 万余元。

业内专家认为，事实证明，“郭美美事件”对官方公益组织公信力的损伤还远未被修复，而同时具备公信力、专业性与效率的民间公益组织正在发育，希望此次救灾及重建行动能成为促使公众重拾对公益慈善事业信心的机会。

民间公益救援一呼百应

雅安地震发生后，壹基金创始人李连杰通过微博第一时间发出救灾行动倡议，壹基金成为行动最为迅速、表现最为耀眼的民间公益组织之一。除以最快速度派出专业救援队伍、发送救援物资之外，地震救灾的专项筹款行动也同时展开。

一时间，众多企业纷纷认捐，并指定要求将捐款交给壹基金。腾讯、阿里巴巴以及 SOHO 中国分别承诺捐赠 500 万元，中国平安紧急捐赠 650 万元，万科公司及巨人网络董事长史玉柱分别认捐 200 万元，此外，包括赵薇、李冰冰、李静等在内的明星、名人也纷纷表示向壹基金捐款数十万元。

不仅如此，包括新浪、百度、阿里巴巴、可口可乐等大公司也迅速展开与壹基金的合作。通过新浪微博微公益平台，壹基金发起的目标为 500 万元的小额捐赠，截至记者发稿时，捐款额就已累计超过 390 万元。

除壹基金之外，其他的多股民间公益力量也在行动当中。

邓飞所领导的“大病医保”公益基金紧急决定在雅安重灾区建立一支医疗专项基金，为灾区伤病儿童提供高额的医疗报销，雨季首支基金投入将达到 300 万元。“爱心衣橱”团队也迅速调配出防风防雨保暖透气的儿童冲锋衣裤约 5000 套发往成都。一向高调的陈光标，已于今日下午到达灾区，协调租用了 13 台大型机械参与救灾。友成基金会、南都公益基金会、天涯公益等机构开通了完备的信息沟通渠道，以随时对接求助需求与救灾力量。

官方公益机构遭到冷遇

与民间公益行动的“一呼百应”形成鲜明对比的是，以红十字会为代表的官方公益慈善组织难以得到人们的信任和尊重。

雅安地震发生约两小时后，中国红十字会总会通过官方微博发布消息通报救灾行动，表示已与四川省红十字会取得联系并了解灾情，四川及雅安当地的红十字会已派出救灾工作组并组建救援队，总会工作组也正在赶往机场赴灾区考察灾情。截至记者发稿时止，这条简短的消息居然已被转发 11 万余次，评论 2 万余条，几乎都是一边倒地指责红会。还有人在网上贴出“郭美美”的照片，提醒大家“当你决定捐款的时候，不要忘记这个人。”

另据中国红十字基金会发布的数据，截至今日 16 时，红基会共收到社会各界爱心个人捐款共 213 笔，共计 34567.62 元，这与壹基金的筹款额相比可谓“天壤之别”。

不过，尽管面对负面的“民意”，以红十字会为代表的官方公益慈善组织还是对救灾表现出极大的积极和诚意。据了解，今日下午，中国红十字会总会向四川灾区调拨的两批救灾物资已送达灾区，中国红十字基金会已安排 400 万元救灾款物，四川、山东、上海等地的红会也开始捐款捐物。中国妇女发展基金会针对地震灾区缺乏生活必需品尤其是妇女儿童急需生活日用品的实际情况，紧急筹措了 80 万元专项救灾资金，其中 30 万元将购置 3000 个“母亲邮包”连夜发往灾区。

［专家观点］这是让公众重拾信心的重要机会

雅安地震救灾，全国众志成城，但民间公益与官方公益的境况却“冰火两重天”，这被业内人士认为是在过去几年中，民间公益组织积累的社会认同与官方公益组织积累的不信任的双向爆发。

中山大学政治与公共管理学院教授郭巍青表示，论快速反应与专业水平，各方都有提高，而信任问题则会在捐赠环节上凸显。“谁都不想‘为政府捐款’这种傻事重演，但有足够公信力与效率的民间组织仍在发育中。”

南都公益基金会理事长徐永光认为，在雅安地震救灾的募捐环节上，无论政府还是基金会或其他公益组织，都应该各自做好捐款接收募集和落实，并向捐款人交待，不要搞电视台举牌，最后一笔糊涂帐。“面对灾难，中国政府能力很强，民间亦不缺乏爱心和支持，缺的是对爱心的呵护。愿雅安救灾和灾后重建能成为重拾公众对公益慈善组织信心的重要机会。”

中国社会科学院社会政策研究中心副主任杨团表示赞成徐永光的观点。“大自然在汶川地震五周年之际用雅安地震再次考验中国，能否让公众重拾对慈善公益的信心，对政府、社会组织和企业来说都是新的挑战。”

微基金发起人梁树新则对民间公益力量参与地震救援提出了理性的建议："不要盲目奔赴灾区；先收集前方信息和需求；各 NGO 做最擅长的事；联合行动；依托互联网。"

来源：南方日报

地址：http://bo.nfdaily.cn/timeline/content/2013-04/20/content_67406506.htm 【返回目录】

壹基金在雅安地震首日募得 2900 万善款

地震半小时后，"壹基金联合救灾雅安地震救援行动"工作小组成立，壹基金联合救灾雅安地震救援行动启动。截至昨晚 10 点，企业和个人向壹基金认捐善款已经超过 2900 万元。

救援联盟 9 个团队进入灾区

据了解，地震 1 小时后，壹基金第一阶段紧急救援行动开始，壹基金救援联盟的四川及周边救援队集结后出发前往灾区搜救、转运伤员。其中，救援联盟泸州支队 20 名受过专业救援训练的队员作为第一梯队赶往雅安。"联盟四川队已经开始准备行动，请雅安的朋友在此微博下跟帖，说明你的位置和当地情况，需要何种救援。其他朋友请转发。"昨天上午 9 点 26 分，一线救灾的"壹基金救援联盟"开始线上寻找救援信息。

15 点 40 分，壹基金工作人员、四川山地救援队和陕西救灾联盟已抵达雅安灾区实施救援。另有 8 个救援队正在赶往灾区路上。4 车救灾物资已发货在路上。可口可乐公司在雅安捐赠 48000 瓶矿泉水用于壹基金救灾行动。

另据了解，壹基金联合救灾的伙伴也同步展开第二阶段灾后安置工作，从四川、陕西和贵州的备灾仓库起运帐篷和生活物资，并为灾区儿童提供安置场所"儿童服务站"。据壹基金介绍，灾难中的儿童还将面临更大危险，壹基金将会持续关注灾区。在第三阶段灾后儿童心理服务工作中，为当地儿童搭建"壹乐园"，缓解灾后复杂环境对儿童心理的二次伤害。

"目前上述认捐尚未实时到账"

壹基金启动救援行动后，不仅得到热心网友的支持，还有许多明星志愿者在新媒体上呼吁，在壹基金发起人李连杰和执行理事长王石的号召下，文章、陈坤等艺人也共同支持救援行动。与此同时，企业也积极响应救援行动，通过壹基金向灾区伸出援手。

截至昨晚 9 点 10 分，史玉柱认捐 200 万元到壹基金。腾讯公益慈善基金会认捐 500 万元，马化腾宣布其中 250 万元将通过壹基金用于紧急现场救灾。阿里巴巴向壹基金认捐了 500 万元紧急灾难救助金。中国平安向壹基金认捐 650 万元，用于采购救灾物资，开展灾后重建，关注灾区儿童心理恢复等方面。万科公益基金会决定先期紧急捐赠 200 万元款项给壹基金用于紧急救援阶段所需，并表示在深入了解灾区需求和灾情的基础上，万科公益基金会再确定后续的行动计划和投入。银海万向控股集团也先期向壹基金紧急捐款 200 万元。潘石屹也承诺捐赠 50 0 万元进入壹基金，用于专项

救援行动。壹基金方面表示，目前上述认捐尚未实时到账。此外，可口可乐调运 2000 箱饮用水配合壹基金前方工作人员用于紧急救援行动。

除了企业捐款，个人也通过各种渠道将爱心款捐向壹基金，昨天仅在新浪微公益平台，公众捐款便达 4107111 元。截至昨晚 10 时，企业和个人向壹基金认捐善款已经超过 2900 万元。

“汶川地震中，腾讯在 2 小时内筹款 100 万元捐给壹基金，在 12 小时内分别向红会系统和中国儿童少年基金会捐赠 200 万元。今天的捐赠没有跟红会系统沟通合作，但不能比较，汶川地震的情况比较特殊，当时壹基金还挂在红会旗下，给壹基金的钱也是进入红会系统的。”昨日，腾讯公益慈善基金会秘书长窦瑞刚注意到了人们拿红会系统的筹款能力与壹基金能力比较的问题，他认为这样的比较是添乱，希望现阶段大家聚焦在前线的救援上面。

慈善榜

香港慈善组织：香港红十字会及香港世界宣明会昨天分别紧急拨款 100 万元人民币及 78 万港元赈灾。

广东狮子会：昨晚广东狮子会为 4·20 芦山地震进行募款，目前已募集到 257 万元善款以及价值超过 70 万元的物资。

恒大：中国扶贫基金会对外宣布，恒大集团第一时间通过中国扶贫基金会向四川雅安地震灾区捐款 2000 万元。这是地震灾情发生后第一个做出反应的大型企业集团。

广药：广东省红十字会已经收到广州医药集团有限公司 50 万元人民币和价值 250 万元药品的捐赠函，全部用于四川芦山地震灾区。

格兰仕：企业表示，集团紧急从市场调拨 10000 份微波美食、200 台光波微波炉，捐赠给灾区，此外还有一批帐篷。此批物资将由格兰仕四川分公司直接送抵灾区。

加多宝：企业表示，调集第一批物资 1000 箱加多宝凉茶与 1000 箱昆仑山矿泉水送往灾区。

中国平安：已向壹基金认捐 650 万元。

国美集团：启动 200 万元救助款用于雅安灾区的先期救援工作。目前已与当地民政局取得联络，争取尽早将首批物资送往灾区，其中包括 10 万瓶水、2000 箱方便面、300 顶帐篷。

来源：南都网

地址：http://epaper.oeeee.com/A/html/2013-04/21/content_1844714.htm 【返回目录】

i 黑马：企业家们为什么都信任壹基金？

4 月 20 日雅安 7 级大地震，举国关注。企业界纷纷宣布捐款，但很多企业都指定捐献到民间公益组织壹基金。据公开报道，地震首日，中国红十字会筹得救灾款项三万多元，壹基金筹得款项一千多万。随着企业捐款的增加，壹基金的募资数字还在不断膨胀中。而在 2008 年的汶川地震后，到 2011 年，中国红十字会共获得捐款 199 亿元。前后两次地震，差别如此之大。我们抛开中国红十字会因郭美美事件，信誉彻底破产的历史原因不说，我们如果把壹基金作为一个社会企业，那么李连杰就是一个社会创业家。我们不禁要问，为什么壹基金会获得企业界普遍的信任？

I 黑马试着抛砖引玉分析一下。

满足了中国中产和富裕阶层透明慈善的刚需。

当中国企业老板的身价不断地刷新胡润、财富等榜单的排名时，中国企业和企业家回报社会的需求也达到了新的高度。据 2012 中国慈善排行榜慈善家榜单显示，2011 年度上榜慈善家有 231 位，捐赠总额约 81 亿元；上榜企业有 605 家，捐赠总额超 104 亿元。2011 年度捐赠过亿的慈善家和慈善企业达 31 个，合计捐赠总额超 96 亿元。其中，捐赠过亿的慈善家有 9 位，捐赠总额超 52 亿元，同时，22 家企业捐赠额超亿元，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）均创历年新高。此外，96 位慈善家和 167 家企业 2011 年度捐赠达到或超过 1000 万元。

此外，中国中产阶层在满足了车子、房子等需求后，也有很大一部分精神需求转向慈善。

无论是有钱的企业家还是富裕的中国中产阶层，他们都有强烈的捐赠需求。但他们普遍对捐赠给官办的慈善机构表达了不信任，这种不信任的积累是官办慈善机构长期不透明的运作造成的，当然也受到民众对政府机构普遍不信任的“连带”。

企业家要么和一些官办机构建立慈善项目，但这又会带有太明显的“企业营销”色彩，难以获得社会普遍认同，要么就捐给信得过的民间慈善组织。

壹基金就是抓住了这股慈善需求的刚需，营运而生。据公开信息，壹基金最早叫“李连杰壹基金计划”，创立于 2007 年 4 月 19 日。当时还挂靠在中国红十字会总会下面，是中国红十字会总会架构下独立运作的慈善计划和专案。当时李连杰以中国红十字会“博爱大使”的身份发起。为了保证基金的透明，还聘请了全球四大会计师事务所之一的德勤华永会计师事务所有限公司（Deloitte）和毕马威国际会计师公司（KPMG）对善款的收支进行审计；凯誉管理咨询有限公司（KCS）提供善款的财务报告。

像运作公司一样运作一个基金

刚诞生的壹基金就强调了“要像运作一个公司一样运作”，壹基金聘用了数十位不同专业背景的工作人员全职工作，组建了一支高效率的执行团队，包括拥有跨国工作经验以及 500 强公司工作经验的资深管理人士。同时国内公益领域的数十名知名专家学者也受邀组成了壹基金的顾问委员会。这点容易得到企业界普遍的认可。因为无论中国还是全球，公认的企业是社会最有效率的组织，是

社会创新的主体，壹基金强调一个慈善组织要像企业一样运作，让企业家们容易理解，也更愿意以“股东”的身份参与。

让企业家参与进来，把壹基金从 2C 转向 2B

在中国乃至全世界，慈善捐款的主体还是企业和企业家。壹基金刚开始的理念还是 2C 的概念。这个概念可以为壹基金赢得声誉，但没有办法让它筹集更多资金。李连杰跟马云企业界大佬都很熟，在企业界拥有广泛人脉的，他并不是不清楚这一点，只是刚开始壹基金是中国红十字会旗下的项目，中国企业界普遍对官办慈善不信任，所以他也不好一上来就发动很多企业家大规模支持壹基金。

李连杰 2008 年 10 月，在上海成立了非公募“上海李连杰壹基金公益基金会”（下称“上海壹基金”），并与中国红十字会签署协议，将“上海壹基金”作为“壹基金计划”的项目执行机构。
财新曾撰写过一个文章《壹基金再生记》，财新认为，当时的壹基金以私募身份运作公募基金，并非绕开政策瓶颈的完美设计。治理模式、资金运用规则互不兼容，游走于法律模糊地带饱受质疑，并不是长久之计。2009 年底，李连杰及其团队走上了谋求独立公募基金身份的道路，但道阻且长，且行且停，前景一度迷茫。

终于在 2010 年 12 月 3 日，深圳民政局正式批准深圳壹基金注册申请。壹基金深圳挂牌，宣告了壹基金的真正独立——它告别了原来挂靠于红十字会以及上海私募基金会的尴尬局面，获得了独立法人资格，有了独立的账户，可以自主开展活动。更重要的是，它不同于以往的官办公募基金，是真正意义上的平民慈善。

让我们来看看壹基金的组织架构：深圳壹基金发起机构为上海壹基金、老牛基金会、腾讯公益慈善基金会、万通公益基金会及万科公益基金会，注册原始基金 5000 万元，每家出资 1000 万元。理事会由李连杰、北京大学国家发展研究院院长周其仁、万科集团董事会主席王石、招商银行行长马蔚华、腾讯 CEO 马化腾、阿里巴巴集团首席执行官马云等 11 人组成；周其仁担任理事长和法人代表，王石担任执行委员会主席。

这个管理架构说明很多问题：1、说得上的企业界大佬都参与进来了；2、还团结了学界精英周其仁，具有普遍的第三方性；3、这个机构的参与企业家都是亿万富翁，不差钱，没有利用慈善来谋私利的必要；4、企业界的人办的慈善组织，更容易获得企业界的人的认同。5、这个基金不是某个企业主导，所以不用担心倾斜于某个企业的问题。6、这些发起企业都有广泛的资源调动能力，比如腾讯能直接覆盖中国几乎全部网民，阿里巴巴拥有中国最大的在线支付工具，万科是中国最牛的地产商等等。

可以说，目前国内没有比壹基金更豪华的民间慈善组织了吧？

持续不断的品牌传播

在传播上，壹基金主动请国际著名咨询机构贝恩公司（中国）为壹基金的长期战略发展提供指导；奥美、BBDO、麦肯光明等多家全球领先的广告公关公司亦为壹基金提供国际专业水准的传播规划服务，主动跟媒体沟通。

在一篇名为《浅谈壹基金的管理运作和品牌营销》文章中，对壹基金的品牌传播做了总结：

（1）增加曝光，针对不同媒体采取不同策略。

在大地震事件（指汶川大地震）中，壹基金注意到要针对不同的媒体采用不同的媒体策略，这往往根据机构的宣传对象、媒体的特征以及媒体受众群进行判断。比如，为了传播的内容能够到达政府部门和专业人士当中，就必须增加机构在专业类媒体上的曝光。这一方面是专业媒体会在政府机关和主管部门当中发行，可以让其充分了解组织的具体运作，增加信任感；另一方面，专业媒体上的传播也容易在业内打响知名度。

（2）表现发言人的魅力和发言技巧，避免过度煽情。

在地震议题中，李连杰作为壹基金的新闻发言人，为机构的品牌确立做了很好的工作。李连杰有多年面对传媒的经验，在发言中，他常常能够直人主题，紧紧围绕机构理念，充分阐述机构的项目和募捐制度，强调组织的专业性和透明度。不得不说，拥有李连杰这样的发言人是壹基金非常大的优势。

当时有关中国红十字总会善款募集与使用的各种讨论很多，李连杰努力强调，壹基金与主管单位中国红十字总会在募款和拨款的程序设计上有所不同。这种表达很快为壹基赢得媒体的关注目光，也凸显了品牌自身的特点。

注：本次芦山地震的品牌传播同样也突出李连杰，李连杰利用微博直接告知民众壹基金的组织架构和善款公开透明等，但也有硬伤，比如介绍发起人的时候把牛根生拉进来了，被王小山等人在微博上公开质疑，认为壹基金不应该与牛根生为伍，“牛根生是做毒牛奶的，换个国家该自杀谢罪的人，这里居然堂而皇之做慈善！”一旦处理不好就是媒体、民众和企业家几方面都得罪的事情了，最好的处理办法是在传播过程中弱化牛根生的身份。

（3）加强与媒体深度沟通，严格进行风险控制。

在一个媒体高度关注的危机事件中，如何控制传播过程的风险因素，往往也非常重要。壹基金在这方面的工作也表现得比较出色。

在安排李连杰接受采访时，壹基金会与媒体单位进行深度沟通，与对方一起探讨和挖掘话题，并且严格过滤访问提纲。比如，在李连杰接受凤凰卫视《鲁豫有约》栏目采访时，壹基金就通过这种方式控制媒体出口。而且，在控制问题的同时，壹基金也对回答做足准备，充分挖掘发言素材。

来源：i 黑马

地址：http://www.iheima.com/archives/38672.html 【返回目录】

虎嗅网：幼年壹基金，捐款多信任重，Hold 住啊！

虎嗅昨天率先报道了马化腾马云王石等民营企业家都将自己企业公益基金此次为雅安地震捐出的善款放入壹基金进行捐助，而中国官方最大的慈善组织中国红十字会总会在微博上收到的反应却不佳。

各路捐助仍在进行。对壹基金的关注与争议在微博上开始升温。有的人去查壹基金的英文介绍，发现它介绍说，捐给壹基金的钱还是会捐给红会……

对此，@壹基金微博主页 21 日早上解释：

非常抱歉给大家带来困扰，网友反映英文版网站没有更新。目前英文版的内容是壹基金成立公募基金会（2010•12•3）以前的内容，由于网站更新同步的问题未显示修改内容。我们工作上的失误给大家带来了困扰，非常非常抱歉，网站管理人员正在修改。对壹基金任何工作上的批评建议都开放欢迎，感谢！

@李连杰亦于 21 日早上九时重申：

壹基金是注册在深圳的独立法人组织。理事会由冯仑、李连杰、柳传志、马化腾、马蔚华、马云、牛根生、王石、杨鹏、周其仁、周惟彦 11 人组成。目前负责运作的执行长是王石。所有善款由招商银行托管，为专用账户。任何组织、个人都不可能私自动用。理事会也会用集体的专业知识，保护善款透明、有效地运用。

在虎嗅昨天那篇文章里已说明："2010 年 12 月 3 日，深圳壹基金公益基金会正式注册成立，从而成为国内第一家民间公募基金会。"自那以后，壹基金都是独立运作，有专属专用账户。

但是，这只是在法律上赋予了壹基金的合法性与正当性。而在实际运作上，壹基金自己实际上还要付出大量努力，来让自己的治理管理运作变得有效率——特别是汇聚了这么多知名企业家，面对动辄数千万元的筹款与预算。这不是有善心就能做好的善举。

下面这篇来自《21 世纪经济报道》衣鹏于 2012 年 2 月的报道，可以帮助我们一窥壹基金背后，这些理事是如何管理壹基金。那是远远比一口承诺交付多少捐款更复杂的事情。原题为《壹基金祛魅：一家民间公益组织的治理试验》，有删节。

2012 年 1 月 11 日，深圳招商银行大厦二层会议室。62 岁的银行家马蔚华举起左手，像个发现试卷印刷错误的考生。他一脸疑惑地问："这 500 多万元加上去，你们算的管理费比例就不对了吧？"

长桌的另一侧，一位年轻的财务总监频频低头，她试图重新组织语言，但抢过话头的是电影演员李连杰。"你还是没拧过来，马行长是对的"，他压了压棒球帽檐。

身旁的冯仑连连点头，几年来万通地产董事长的讲演录已付印约上百万字，他已在这会议室坐了快 3 个小时，发言时间总计还不到 10 分钟。

会场里的人们打起精神，盯住手中那张财务报表，包括上一年 7000 多万元决算，和 2012 年 9500 余万元预算，可能会来自数百万名中国公民的捐赠。

财务总监不时看看身旁坐的杨鹏。在深圳壹基金公益基金会，杨的头衔是秘书长，他的一切工作向理事会负责。杨曾经是一名研究公共政策和中国古典哲学的学者。

杨两次试图解释，万科地产董事会主席王石提醒他，要注意情绪。王在一年前壹基金成立后担任执行理事长。

11 位理事构成基金会最高决策机构：理事会。其中企业家理事占 7 位，当天由他人代行表决权的企业家理事包括，柳传志、马云、马化腾和牛根生。唯一一位女性理事周惟彦，也有数十年的资本市场生涯。

财务总监并没有算错。在场的学者吴君亮近年频频在各地申请财政信息公开，他认为壹基金的部门预算，已接近香港政府部门公共预算的水准，但在陈述中受限于时间，未能将最好的表格呈现出来。

桌面上的气氛仍不轻松。在中国掌管总计上千亿资产的理事们，正在使用一些西方国家管理公共事务的方法：执行部门编制预决算报告，经过理事会上的民主议事程序后，用于分配公众托付的资源。

因为一系列公众关心的成本数据，坐在最中间主持会议的理事长、经济学教授周其仁以少见下命令的口气说，“你们要讲清楚。”

“独立之路”

理事会前几个晚上，杨鹏都在壹基金总部暂时租用的一个工艺品市场里来回走动，对年度预决算的草案反复修改。

公募基金会每一年的财务审计报告将向社会公开，直接关系组织和理事个人的信誉和形象。在理事会前一周，秘书长需要将近百页的预决算报告发予理事和监事，经表决通过的报表，将部分对外披露。

理事会一年来共召开 4 次，每次都超过 4 个小时。激烈的争论不时出现。王石在 1 月 11 日上午受访时说，理事会最大的挑战，是要保证不出现负面事件，让公众捐款人满意。

相比上市公司的中小股东，普通捐赠人对公益界的容忍度更低。李连杰在理事会一开始就说，不发生腐败是组织的底线。

李连杰在五年前创立壹基金。最初以中国红十字基金会下设的“李连杰壹基金计划”向公众筹款，一部分善款拨付往在上海注册的非公募基金会“上海李连杰壹基金公益基金会”执行项目。

尽管在 2008 年后多次的灾难中筹款过亿，李连杰们始终担心，因缺乏独立的财务和项目系统，无法满足捐赠人对捐款去向等的信息要求。于是，他们决定走上“独立之路”。

中国政府对涉及向不特定公众募款的社会组织的注册管理较为严格，法律要求公募基金会在提起注册申请前，先确认一家有政府背景的业务主管单位。现实中如果申请机构的发起单位（人）缺少政府背景，往往会难以获得有业务主管资质单位的接纳。

民间机构在民政部发起申请注册公募基金会，30 多年来并无先例。李连杰最高曾拜会到全国政

协的官员，马云曾专程在海南的酒店为壹基金组织研讨会；冯仑和王石在北京亦动用了影响力。

2010 年初，现任的 7 位企业家理事都已在申请文书上签字。这即是如今理事会和发起单位结构的最早源头。这份文件送往民政部后，没有获得正式答复。不久李连杰公开说，“壹基金因身份危机可能中止”。

最终，深圳市 2010 年末从民政部获得了“先行先试”授权，壹基金才得以公募基金会在当地注册。杨鹏等特意向主管单位的负责人申请，邀请当地民政局官员出任监事会监事长，监督理事会和执行团队的工作。

壹基金监事长、深圳市民间组织管理局局长马宏承认壹基金比较特殊，“我们并不要求在所有民间机构担任监事，事实上也没有这个精力。”

分权的设计

壹基金的企业家理事们，几乎都已进入资本市场，对公司治理结构设计富有经验。被冯仑认为尤其擅长设计公司架构的王石，在壹基金办理公募注册申请时就是核心人物。

两年前，王石曾任阿拉善 SEE 生态协会（以下简称 SEE 协会）第二任会长，冯仑去年选举成为 SEE 协会第四任会长，马云、马蔚华等都是 SEE 协会及多家公益组织的参与者。杨鹏是王石任 SEE 会长时的秘书长，壹基金现任监事会成员、审计长张敏是 SEE 协会财务总监。

因为在议事中引入了英美议会和孙中山都曾采纳的罗伯特议事法则，SEE 协会被认为是植根企业家圈子的公益事业管理的民主共和试验。而与 SEE 会员制组织充分自治不同地是，壹基金每年涉及数百万名捐赠人。

壹基金的章程是组织内最高法则。内部分权的架构显得尤为重要。起草者对政府发布的通行模板作了大幅改动。理事们在 1 月 11 日再度表决，将在删除部分措辞后，向社会公开这份文件。

因为基金会的理事长不能在其他单位任法人代表，周其仁成为理事长的最佳人选，他的语言充满说服力，几乎都能约束习惯做长篇发言的理事。

王石的角色介于决策和执行之间，与他一度在企业中角色相近。他的项目审批权限是，新设预算在 500 万以下的项目计划，这几乎是万科在深圳一套正常商品房的价格。新项目的危险在于如果设计不当，可能为壹基金和理事们带来负面新闻。

壹基金架构设计的最大难题，正是控制决策风险，同时平衡执行效率。因此，一项介于决策和执行的执行委员会（以下简称“执委会”）制度，将在 2 年过渡期内运行。

执委会事实上将执行权分为两层。在秘书长领衔的执行团队之外，执行委员会被称为“最高执行机构”，由创始人李连杰、执行理事长王石、发起机构代表、秘书长及王石提名的其他人选参加。现任执委会共 8 人组成，设一名会议秘书。

因为王石和李连杰参会时间不定，执委会不得不分化为两套工作机制，再度增加了决策环节。如果执行理事长参会，则会议称为执委会，可以直接就基金会事务作出决策。如王石未参会，则称“执委会工作例会”，实际上，工作例会是王、李以外，六位执委会成员以协商方式议事，为执行理事长的决策提供咨询的平台。在出现绝对多数意见的情况下，工作例会将多数和少数意见均报王石

和李连杰；如果投票结果等量，则往往再次进行协商。

执委会事务最终实行一人决定原则，仅需王石签字同意。一种可能的情况是，如果王石内心支持的项目在工作例会上未获多数支持，即便王石实际上有发回重议的权利，但也会谨慎地使用。

执委会最重要的事务，是审批秘书长上报的项目计划。此外，秘书长薪资，副秘书长的任命和薪资，也由执委会讨论决定。

程序的烦扰

杨鹏最初起草执委会制度时，希望借此发起单位保持参与感，理事也可能了解更多日常信息。但 2011 年 1 月的理事会后，执委会工作例会中却麻烦不断。

壹基金必须是一个需要快速决策的组织。公募基金会在一个财务年度内，公益支出需占上年总收入的 70%。因为长达半年处理原北京和上海资产的清缴，理事会在 7 月才通过了年度预算。壹基金 2011 年的“花钱”负担尤重。

壹基金第一次理事会上，理事们作出了一项看上去保守的决议：壹基金每一种新的项目活动形态，都要经过执委会批准同意。

新任秘书长和团队研发的项目几乎都属于新的计划。首次理事会 20 天后，杨鹏开始布置团队执行一项筹集 60 万元的儿童压岁钱发放项目。这一“大爱压岁”项目在决策程序上，激起了壹基金内部至今最激烈的争论。

执委会一些成员认为，秘书处没有提交“大爱压岁”的可行性报告。杨认为项目很小，完全是秘书长的权限范畴。也有执委会成员提到，过去壹基金并不做这类需要大量执行人力的项目。但最终执委会勉强通过了项目计划，有人认为，杨鹏采取了很强硬的方式。

杨认为项目不涉及对存量资产的使用，所有资金专门筹集，有利于初到深圳树立形象。更深一层原因是，他希望向壹基金团队传递一种信号：今后的项目都要直接和广泛的受益人联系起来。

这意味着许多项目的启动，需要把握住社会舆论的时机，并直接和受益人发生接触。但已有的决策结构，并不总是支持快速反应。

在春节后互联网上兴起微博打拐后，杨鹏又提出了一项公益计划，并很快与微博上打拐风潮中的人物于建嵘等展开合作，但不久这一项目被理事会叫停。

李连杰并不青睐看上去旨在迎合热点的项目，也坚持不希望壹基金的项目掺杂到大众情绪中。

民意的压力

1 月 11 日上午的理事会，最后一个环节是表决 2012 年的预算计划。马蔚华在理事会上提出的问题，实际上是关于项目执行中的成本比例计算问题。

理事们认为，如果壹基金按照曾设想的“零管理成本”运作迎合公众情绪，不利于行业长远发展。

基金会管理条例规定，基金会工作人员工资福利和行政办公支出不得超过当年总支出的 10%。这一部分支出一般统称为行政管理费用，有时也简称为“管理费”。

马蔚华手中的报表里，这一数字是 4%。但同时在其他财务科目中，还明显存在运营成本。如果

这部分成本也计入行政管理费用，比例就不再是 4%。

……

经过约 10 分钟的讨论，周其仁建议将预决算报告进行摘编，明确分开法律规定的行政管理费，（和）项目中的间接成本和筹资成本。马蔚华则一再提出，如果不清晰表述，可能会造成民众的误解。

最终执行团队向理事会确认的数据是，全部人员薪酬福利和行政费用的比例约控制为 8%。对合作伙伴在项目执行中其他间接成本，也约定了一个严格的比例。

因为顾忌到民意，多数基金会都在尽力缩减行政管理费用。但同时，公益界内部对低工资福利造成的人才流失，也讨论延续了一整年。壹基金秘书长的薪酬也将来自定向捐赠。

那种时候，杨鹏总会想起很有冯仑风格的一句话，“要考虑公众接受程度，要按法律规定实现透明治理，不得不脱掉上衣，但法律没有规定的，别自己去把裤子也脱光了。”

虎嗅注：综上可看出，壹基金也只是一个幼年的、在努力向成熟完善公募基金的相关标准靠拢的慈善机构。在中国慈善实践、环境氛围与公众信任普遍缺失的情况下，且有李连杰与众多企业家的信誉作背书，壹基金在短时间内收获了大量信任（比如不到 24 小时内，此次社会各界已向壹基金捐款数千万元，远超过中国红十会字公开募集的数额）。但是，能否将社会这些迅速投来的资源与信任用得恰到好处，壹基金实际面临着巨大挑战。我们需要给壹基金更多的空间与时间。

同时，面对媒体或公众将壹基金与红会放在一起进行比较的情况，估计李连杰本人与王石等一干企业家也感觉到莫名压力。

李连杰 4 月 20 日即在微博里说：

两年前，我个人成为了国际红十字会历史上第一个签约大使。对于推动红十字会“人道、中立、博爱、奉献”的精神，我认为应继续给予尊重与支持。壹基金家人要推动正能量，要理性、成熟、持续、专业、透明地从事公益和慈善。改变需要时间。只要不触及原则与底线，就要给予各个公益组织成长的空间。

中国的公益慈善正走向越来越透明、公正、专业、可持续的发展道路。在这条路上，中国仅仅探索了十几年。没有当年中国红十字会的支持就没有壹基金今天的独立和成长。要允许任何一个公益组织在成长过程中出现技术选择的偏颇。毕竟，红十字会在人类历史上做出过很多贡献。请大家对红十字会的工作给予支持。

在今天（21 日）的绿公司年会上，王石称“受壹基金创始人李连杰委托和理事长周其仁委托说几句话”。他说，地震发生后很多企业通过壹基金平台捐赠，但没有红十字会就没有壹基金。“仅仅壹基金远远不够，不要因个别事件，失去对红十字会、传统民政系统震灾期间发挥作用的信任。”

来源：虎嗅网

地址：http://www.huxiu.com/article/13332/1.html 【返回目录】

震灾当前，腾讯第一个站出来，500万！这就是互联网公司的速度！

每次大灾之后，大公司都是慈善主力军。这是公司社会责任所在。4月20日是周六，央企国企在雅安地震灾后的慈善决策速度显然不如互联网公司快。

地震发生后仅三小时多一点，腾讯即率先宣布向灾区首批捐款500万元。赞！

随后，金山百度阿里等多家互联网公司陆续发出捐款承诺，并从自己公司业务角度表示愿意承担各种责任。赞！

以下是不完全、未完成的互联网公司捐款救助清单。对这样的善举，我们须不吝传播。会持续更新。

4月20日 11:24 【腾讯宣布紧急向四川雅安地震首批捐款500万元】腾讯公司宣布紧急向四川雅安地震首批捐款500万元支援救灾。腾讯公益慈善基金会理事长郭凯天表示，抗震救灾，刻不容缓，腾讯将全平台开通救灾通道，携手网友一起协助救灾工作。期待其他互联网公司也加入到救灾行动中来。

4月20日 12:34 【金山软件紧急捐赠100万元支援雅安灾区】金山软件集团决定，第一时间紧急捐赠100万元人民币支援雅安灾区，同时号召金山员工自发捐款。

4月20日 13:01 【支付宝上线雅安地震捐赠平台】支付宝与中国扶贫基金会、壹基金合作，已经紧急开通了针对四川雅安灾区的捐赠通道。大家可以登录支付宝爱心捐赠平台献出自己的一份爱心，捐赠地址。手机用户可以登录支付宝手机客户端，从“爱心捐赠”功能键进入。（截止下午五点半，通过支付宝爱心捐赠平台捐赠的金额超过100万元。）

4月20日 13:26【易迅网协助配送救灾物资】其官微称，作为腾讯旗下电商网站，易迅网将在腾讯集团的统一救灾部署下，调动公司物流体系协助配送救灾物资，具体信息我们将稍后通过微博公布。

4月20日 13:27 【小米公司首批捐款100万】小米公司宣布向雅安首批捐款100万，同时启动公司内部员工捐款。另外小米公司称将成立专案小组评估落实捐款方式。

4月20日 13:32 【百度宣布向雅安地震灾区首批捐款500万元】继腾讯宣布向向四川雅安地震首批捐款500万元支援救灾后，国内另一家互联网巨头百度公司迅速跟进，宣布向雅安地震灾区首批捐款500万元，用于灾难救助。同时百度宣布将互联网的技术和产品最大程度支持灾难救助。

4月20日 13:40 【乐视网向雅安地震捐款100万元】乐视网决定为赈灾捐款100万。

4月20日 14:06【神州租车关于支援四川雅安地震救援的公告】神州租车自4月20日15时开始，到4月30日24时，在成都，无偿向参加救援的机构和媒体提供用车。如有需要，请与我们联系。

4月20日 13:41 【奇虎360宣布向雅安地震捐款360万元】360公益基金宣布向雅安地震捐款

360 万元，同时 360 搜索（so.com)也将尽快推出地震区寻人、报平安功能，帮助雅安人民共度难关。

4 月 20 日 13:51 【阿里巴巴宣布向雅安地震捐款 500 万元】阿里巴巴公益基金会宣布将紧急向四川雅安地震首批捐款 500 万元用于紧急救灾及灾后重建。

4 月 20 日 14:11 【网易慈善基金宣布捐赠 500 万支援雅安地震灾区】4 月 20 日中午，网易慈善基金宣布向四川雅安地震灾区紧急捐赠 500 万，支援灾区前方救援。同时网易公司宣布将实时关注灾区救援进展，集公司全部产品及技术之力全力支持抗震就灾。

4 月 20 日 14:20 【OPPO 首批捐款 100 万】OPPO 公司已成立地震应急小组，首批捐款 100 万，并已发动公司内部员工、全国各地代理商发起捐款；OPPO 四川服务中心 已将首批救援物资送达雅安医院，后续物资将陆续送达；目前全国各地 OPPO 代理商也在紧急行动中。

4 月 20 日 16:20 【京东商城捐 200 万元物资】京东集团决定向四川雅安地震灾区提供包括物资在内的首批捐助共计 200 万元。第一批捐赠物资包括饮用水、饮料、食品和衣物。

4 月 20 日 18:39 【易车公司宣布向雅安地震灾区捐款 100 万元】易车公司通过汽车人关爱基金捐助 100 万人民币，用于救助雅安灾区。

4 月 20 日晚间，【UC 优视公司决定首批为雅安灾区捐款 100 万元】同时，已经联合支付宝上线用户自助捐款通道。

4 月 20 日晚间，【凡客诚品向雅安灾区捐款 200 万元现金】另外还将支援 2 万件冲锋服至灾区援助。

4 月 20 日晚间，【人民网宣布捐款 100 万元人民币】

4 月 20 日晚间，【分众传媒捐款 100 万元】分众传媒董事长兼首席执行官江南春在微博中称，公司副总裁嵇海荣代表分众向雅安灾区捐款一百万元。并指示调用分众媒体平台大力发布灾难救助信息关注支持雅安。

4 月 20 日晚间，【唯品会捐出 1 万双鞋子】唯品会称已经向暖流计划捐出一万双鞋子用于雅安灾区，傍晚从北京出发。

4 月 20 日晚间，【亚马逊中国表示将捐赠 100 万元人民币】

4 月 20 日晚间，【易居中国捐款 100 万元】易居中国董事局主席周忻及公司经营班子决定，通过新浪微博微公益平台，为雅安灾区捐款人民币 100 万元。

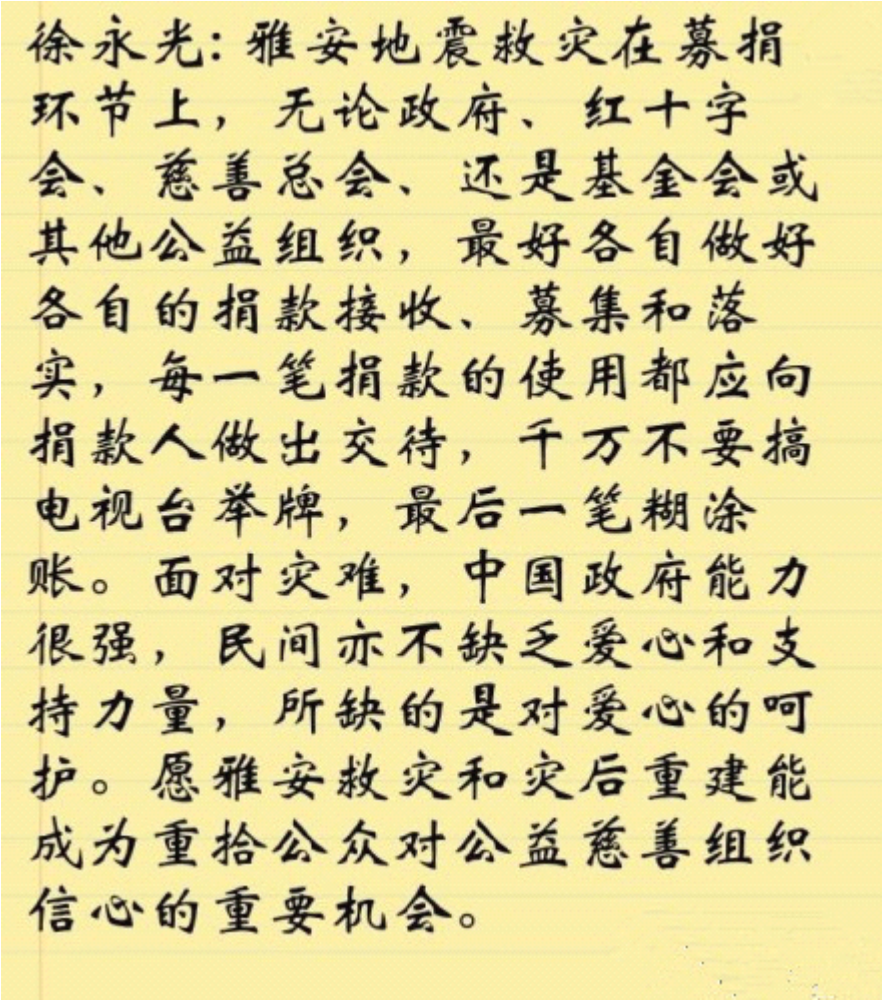
4 月 20 日晚 23：09，【高德集团宣布捐款 100 万元】救灾款项将通过壹基金向灾区投放。同时高德旗下产品“高德导航”将从即刻起至 29 日 8:02，开放免费下载通道。

未完待续……

来源：虎嗅网

地址：http://www.huxiu.com/article/13318/1.html 【返回目录】

徐永光:雅安地震每笔捐款都应交待


徐永光：雅安地震救灾在募捐环节上，无论政府、红十字会、慈善总会、还是基金会或其他公益组织，最好各自做好各自的捐款接收、募集和落实，每一笔捐款的使用都应向捐款人做出交待，千万不要搞电视台举牌，最后一笔糊涂账。面对灾难，中国政府能力很强，民间亦不缺乏爱心和支持力量，所缺的是对爱心的呵护。愿雅安救灾和灾后重建能成为重拾公众对公益慈善组织信心的重要机会。

雅安地震救灾在募捐环节上，无论政府、红十字会、慈善总会、还是基金会或其他公益组织，最好各自做好各自的捐款接收、募集和落实，每一笔捐款的使用都应向捐款人做出交待，千万不要搞电视台举牌，最后一笔糊涂帐。面对灾难，中国政府能力很强，民间亦不缺乏爱心和支持力量，所缺的是对爱心的呵护。愿雅安救灾和灾后重建能成为重拾公众对公益慈善组织信心的重要机会。

来源：慈讯网

地址：http://www.icixun.com/html/view_1030.htm 【返回目录】

左志坚：关于地震和救灾的常见误区

2008 年 5 月，我刚从国外出差归来，立即上了去四川的飞机。那次我负责川震南线（映秀—汶川—茂县）的采访。我本行是商业报道，但没想到那次巨灾之后，竟成了灾难记者。

一年之后，灾区回访，把北线（绵竹—北川—安县）所有重灾区走了一遍。2010 年，又逢玉树地震，再次带队去了青海。2011 年，四川灾区完成重建，三赴灾区，那次去了遥远的青川。同年，日本大地震，调派记者去东京，并在后方组织和协调专题报道。

是的，几乎每年都在做地震报道。我的意思是，灾难其实离我们很近。就在上周六，我刚刚到成都，做川震五周年的回访，并在映秀住了一天。没想到刚离开，又是七级强震撼动四川。

这一次，又是举国沸腾，但一些认知误区仍然存在。我想就这五年来的观察，做一些简单的总结，希望对关心灾区的朋友有些帮助和启发。

一、震中是否就是受灾最严重的地方？不一定。

在 2008 年的灾难中，当地震局监测到震中在映秀时，所有注意力都被吸引到那里。加上映秀道路中断，天气恶劣，直升机又无法抵达，这放大了外界的焦虑。又因为映秀离成都非常近，许多民间救援资源就都发往映秀。但另一方面，人们没有意识到北川其实更惨烈，整个老县城被埋。其实当时北川的交通条件比映秀好许多，如果有更多资源投放到北川，或许能救出更多人。

你能看到的重灾区，都只是媒体和官员最容易抵达的地方。你视线之外的地方，有可能更严重。

二、救灾越快越好？也未必。

快和效率是两码事。比如说，你在第一时间把大量部队集结到映秀，结果人员伤亡最惨是在北川，那整体救援效率未必就高。我们要的是救援效率，这就要求指挥者必须很专业，而不是很热血。

512 那次因为气候太恶劣，直升机无法获取完整信息图，这次就很好，无人机很快拿回了全景图，这就对指挥者调配救灾资源起到很大的作用。完整透明的信息是科学决策的基础。

三、救人应该靠政府，老百姓不要添乱？这话要一分为二的看。

08 年我基本是和先头部队同时抵达映秀。部队已经尽了最大的努力，但等他们走整整一夜，抵达震中时，能做的事情实在是有限。而且山区道路不畅，意味着大型机械无法进入救人，徒手挖人的效率是很低的。我亲眼看到两位士兵花了很长时间去搬卡住的楼板，却只能无奈的放弃。

最有效的救援恰恰是灾民自救。无论是时间还是地理位置，都比外来的部队有优势。这时候，防灾教育就特别重要，平时的演习和组织，在灾难真正来临时，是能救命的。不知道 08 年之后，四川各地的防灾教育做的如何？

四、志愿者最好不要去灾区？这个要看是什么志愿者了。

如果你连山区都没去过，必要的冲锋衣、睡袋什么都没有，我也觉得没必要去。但如果你在某些方面有一技之长，灾区可能很需要。比如说，我当时是和广东的医疗队同时进的映秀，医疗人员体力未必有多好，但灾区很需要啊。

另外，一起同行有四川户外俱乐部的朋友，他们背 70 升的包，全部是药品，送到之后部队非常

感激，当时最基本的消炎药都缺啊。这些志愿者也没有停留，送到就离开，给我印象很深。

其实民间资源总归是越多越好，问题不是志愿者要不要去，而是如何组织起来，让救援更有效率。这方面政府应该统筹。

五、红十字会不放心，我该给谁捐款？我觉得普通个人前三天不需要考虑捐款的事儿。

玉树地震那次有朋友给我电话，让我在灾区给灾民几千块钱，回来她给报销。我说现在有钱也没地方用啊。其实但凡这种巨灾，对人类文明是瞬间毁灭性的打击，一下打回原始社会。停电停水停电话，钱没用。最紧缺的反而是物资，有现成库存的可尽快发过去。一般来说，前三天，最需要帐篷（防余震只能住户外）、药品（伤员太多）、电源（没法住楼里或者干脆电厂损毁）、食品和水。

六、我们要给受灾最严重的地方捐款？不一定，因为受灾最严重的地方，资金太多，其他地方可能更缺钱。

提到 512 地震，通常第一时间想起的是映秀、北川，或者还有汉旺。但以我之后回访的经验来看，这三个地方重建资金绰绰有余，因为他们知名度太高。一些不出名，尤其是比较偏远的地方，其实更缺钱。

这方面最典型的例子是青川，这个地方离成都太远，坐车要大半天，山路长又弯，但惨烈一点不弱于映秀，有整个村子被全部埋掉的。问题在于，由于交通闭塞，记者、官员都很少去，曝光不足，捐款企业没法获得曝光的机会，官员也捞不到政绩，那自然不重视。这种地方往往经济基础偏弱，反而更应该救助。

恐怕政府、媒体都无法很好的解决这个问题，只有专业的 NGO 才可以。当然企业也可以做的更专业，而不是更热血。这次雅安地震，我就一直很关心那些尚未被报道的灾区。

七、地震局没有尽责，有人预测了地震，政府不重视？这个是误解。

我很小时就在科普书上看到说地震是无法精准预测的，现在依然如此。现代的科学只能让大家知道，自己是否在地震带上，知道这一点，就已经足够保命了。

所以应把主要精力放在防震减灾上。只要地震时房屋主结构不垮，就有足够时间跑路，小命就能保住。政府的重心应是组织演习、核查建筑质量、加强科普教育，但这些不容易出政绩。

来源：拇指阅读

地址：http://www.mzread.com/posts/s/n8l03oqf4x3k 【返回目录】

褚蓥：雅安地震后中小组织募款策略选择

雅安地震牵动全国人心，所以，我国的公益组织也开始大范围的“动起来”了。今天仅一天，壹基金就募到了 1 千多万，堪称雅安地震后公益组织募捐的“魁首”。相比那些大型组织，大量的中小组织既没有它们有钱，也没有它们有名，在公益募捐领域中似乎不占有优势。但这仅是表面现象。如果中小公益组织能够有效设计募捐策略，就能够在这个大环境中占据一席之地。那么，中小组织该如何设计自己的募捐策略呢？褚老师认为，中小组织可以采取如下策略：

第一，调整思路，出奇制胜。在现有环境下，中小组织搞单纯的捐衣捐物捐钱等公益项目，已经不能引起公众的注意力。它们在公众号召力上远远比不上壹基金等大型基金会。所以，如果采取这种募捐策略，肯定是效果不佳的。这个时候，中小组织应仔细分析大型组织注意不到的市场空隙，看看还有什么领域是大型组织没有覆盖的。比如，爱心衣橱等大型组织宣布要提供大量的衣物，但是它们自身又没有超强的物流能力。如果有中小组织能够抓住这块领域，与几个大型物流公司合作，或组织车队，专做后勤保障，并以此发动募捐的话，定可以取得奇效。这就是调整思路所能起到的效果。

第二，将热点与宗旨结合，传导组织文化。灾后募捐，既是一个募捐的黄金期，也是一个传播组织文化，打造组织品牌的黄金期，而这一切的关键则在于如何设计募捐项目。比如，笔者注意到免费午餐今天宣布自己要向灾区捐餐饮，并以此拉动网络募捐。这既是一种有效的募捐的策略，也是一种与热点结合，宣传组织宗旨，传导组织文化的策略。通过这一过程，中小组织不仅能够募到款，还能打造组织的品牌。

第三，多组织协作，合力募捐。灾难之下，人们都能抛弃心理障碍，相互协作，共度难关。这一点可以为中小组织所采用。中小组织由于规模较小，所以都有自己专攻的领域。这时如果多个组织能够项目协作，共同发起一个项目的话，则可以在规模上超过某些大型组织，实现 1+1 大于 2 的募捐。比如，笔者注意到，今年西昌研究所就向某个基金会提出了合作的申请。这是一种项目结合，发挥各自特长，且取长补短的做法。

第四，信息全公开，展露正面形象。在灾后募捐中，捐赠者最为关心的是善款的去向，特别是自己捐的那部分钱的去向。而这是法律所没有强行要求披露的。如果中小组织能够在这一方面做扎实，能够做到信息的全公开，全透明的话，比如设专人电话告知捐赠者善款去向，那么它就能有效赢取这些客户的“芳心”，由此便可以获得一批稳定的客户。这是一种特殊环境下客户维持的技巧，通常百试不爽。

总之，在大灾环境下，中小组织要想成功赢得善款，就需要调整策略，改变募捐方式，便不利环境为有利环境。

来源：作者微博

地址：http://weibo.com/u/1899389865 【返回目录】

杨禹:红十字会遭公众冷落对救灾并非好消息

雅安震后第一个 24 小时里，三组“关系”有人议论、引人思考。

第一组关系：红十字会与壹基金。

震后第一波企业捐款，多数给了李连杰的壹基金。而红十字会得到的大额捐款不多。本来正并肩作战的两个慈善公益组织，因此被结了对儿来评价。这一局面也被很多人拿来，与 5 年前汶川地震时各界争先恐后向红十字会捐款的场面相比较。

几乎所有人都在说：这是红十字会失去公众信任的结果。是的，红十字会为什么失去信任，人人心里都跟明镜似的。大灾之际捐出善款者，无论企业还是个人，无论千万还是一元，都愿意把绵薄之力，托付到可靠之所。

红十字会被部分公众冷落，从救灾的现实角度看，令人遗憾。毕竟，红十字会仍是今天中国最具规模、最有覆盖力的公益组织。虽然壹基金等民间组织风起云涌、活力毕现，但有活力有口碑，和有足够的覆盖力，还是有区别。至少是各有所长。

在近年来历次地震、泥石流等重大自然灾害救援中，红十字会都发挥了重要作用。成千上万朴实的灾区农民，平时并不知晓互联网上对红十字会的讨伐，而此时，却多数人都认识那个鲜艳的红十字标志。他们对红十字的朴素信任，并未失去。所以，此时的红十字会遭遇失血，对救灾大局来说，并非好消息。

毫无疑问，红十字会不能对公众有丝毫怨言。红十字人唯有不计毁誉，埋头苦干，用行动说话。这可能是暂时失血的一段日子，但也可以把它变成找回信任的一段日子。发挥红十字会的救灾覆盖力，发挥出它与各地政府、医疗结构的长年合作积淀，与壹基金们携手合作、不分彼此——这是红十字会今天所能做的全部。

第二组关系：国企和民企

震后第一日，很多企业慷慨解囊，宣布向灾区捐款。有人细一打量，发现其中多数是民企，而国企宣布捐款的还不多。微博上由此有人热议：大灾之前，民企的表现，完胜国企。

这个判断显然偏颇。

民企捐款快，是历次类似灾害发生后的普遍现象。而来自国企的捐款捐物，按过往规律看，随后会源源不断到来。这有一个决策机制的原因：民企的决策流程短，往往是老板个人决策，直接拍板。而国企不是某一个人的企业，在现代企业制度的规范约束下，国企的社会捐助行动，往往要经过制度要求的决策程序。这个程序再繁琐也要走，因为国企的钱亦是公众的，这是在对公众利益负责。这个过程再改革再精简，也快不过很多民企老板的一念之决。

更重要的是，熟悉灾区情况的人，只要不带偏见，都清楚地知道：在灾害救援的危急时刻，支撑着整个灾区的基础供电、供油、运输、通讯等救援命脉的，大都是国有企业。大批的国企员工奋战在救援与重建的一线，大量参与救援的子弟兵、医生、新闻记者、民企救援队，接受着国企提供的基础性支持。

在救援一线，其实没有人拿着身份标签看人和办事。在那里，所有救援者是一家人。网上的闲扯，在国企和民企间人为挖掘道德鸿沟者，要么不懂，要么故意。

第三组关系：党员干部和群众

这个关系，在震后第一天，还没有太多人去议论。但却是比前两组更本质、更重要的关系，注定是人们体会、观察和思考的对象。

几天前，中央刚提出要进行党的群众路线的教育。好了，雅安地震救援，就是一个最好的实践场所。这也是真实的检验平台。党员与群众的关系如何，干部与群众的关系如何，这个时候，这种场合，没什么虚头巴脑的仪式，干吧，所有人的眼睛是雪亮的。

多少次，在灾区，党员干部冲在前面，站在最危险、最艰苦的位置上。这是他们的本份和职责。也曾有关键时刻掉链子的。但一次次的实践证明，绝大多数党员干部是好样的。每一次救灾，对党员干部与人民群众的关系，都是一次检验，更是一次促进。

中央提出，党的群众路线教育，目的是让党员干部们“照镜子，正衣冠，洗洗澡，治治病”。对此刻身在雅安地震灾区的广大党员干部来说，没有条件照镜子，人民群众的眼睛就是一面镜子；没有条件去洗澡，你流出的每一身汗水，就是最有力的洗澡水。

三组关系，一个道理：所有的评价，都会在行动中获得。

来源：新浪网

地址：http://news.sina.com.cn/pl/2013-04-21/093326896996.shtml?bsh_bid=221769013 【返回目录】

⊙公益布告栏

第三届黄埔公益领导力协力营招生

中国社会处于转型期，公益组织和公益行动正在飞速发展。扎根社区（社群）埋头苦干的公益组织开始抬头了解民间公益推动社会发展的公民社会理念，大量涌现的新型社会组织和团体带着更为广阔的社会视野和创新手法在推动社会发展，同时在各个领域出现的公益行动，正影响更多人参与到社会建设中。

在此背景下，受香港乐施会的资助，由广州市恭明社会组织发展中心主办的黄埔公益领导力协力营，将通过集中培训、团队合作行动、以及多方对话等方式，搭建中国民间公益领导者学习成长的平台，提升其社会视野、团队引领以及自我成长能力，推动民间公益的发展。

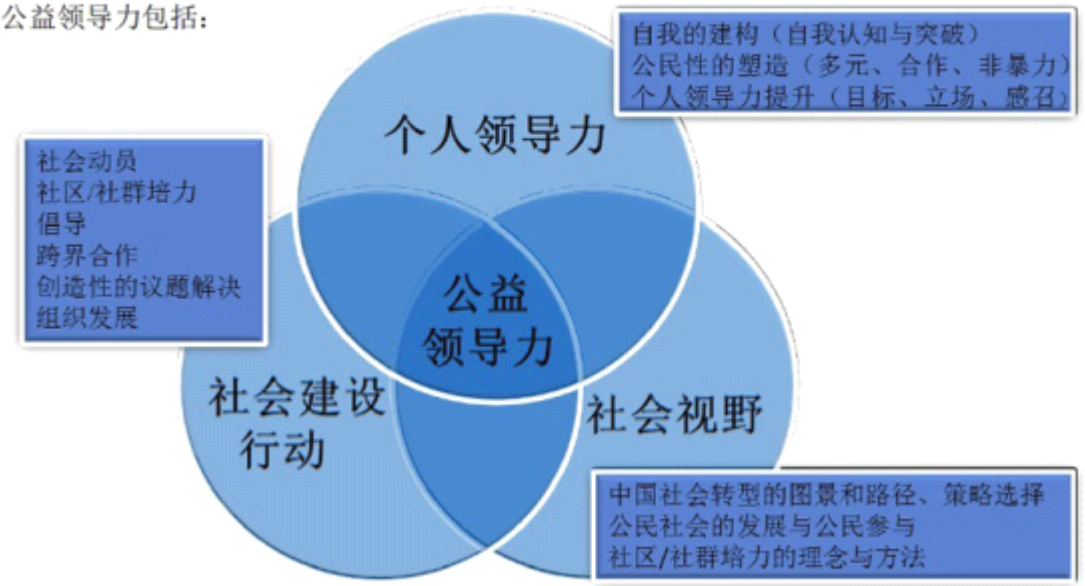
黄埔公益领导力协力营第三届（2013-2014）介绍

黄埔公益领导力协力营主要针对在民间公益领域工作五年或五年以上，致力于为社区/社群服务，有一定社区/社群基础的公益领导者或有影响力的行动者开展的能力提升计划。

1. 公益领导力

公益领导力是指公益领导者感召、动员、激励、引领其追随者和支持者，以积极、建设、理性的公益行为/行动回应、解决社会发展中的社会问题或满足社会需要，并践行和实现公益目标的能力。

公益领导力包括：



2. 第三届黄埔公益领导力协力营课程及时间安排

时间安排	4.15 日-5.6 日	5.2 日 -5.10 日	5.12 日 -5.13 日	6 月	8 月	11 月	2 月
第三届黄埔公益领导力协力营	接收报名表 截止时间 5 月 6 日 24 点	面试或电话访谈	电话或邮件通知录取学员	第一期 5 天	第二期 5 天	第三期 4 天	第四期 5 天
集中培训地点	广州						
备注	◈ 第一期时间初定:2013 年 6.6 日-6.10 日（5 天） ◈ 如您于 5.14 日前未收到录取通知，将视作未录取为本次学员，我们可能无法一一通知，敬请谅解。						

课程	知识/技能	个人领导力	对话
第一期：社会转型与公民社会发展	★ 中国社会转型和策略选择 ★ 公民社会的发展与公民参与 ★ 社会性别、多元发展和社区/社群组织培育	个人领导力课程贯穿四期学习全程： 包括体验式、指向个人领导力提升的系列工作坊， 及与知识相结合的领导者态度、领导者精神等关于公益领导力内涵的探讨课程。	对话将贯穿课程始终：包括与嘉宾的对话；同为领导人的学员之间的对话。 对话的内容包括不同议题的多元视角思考，如社会性别与多元发展等。 也包括小组合作行动中的沟通与合作学习。
第二期：社区营造与社群培力	★ 台湾社区营造 ★ 本土社区建设 ★ 社群培力 ★ 议事规则与社区/社群		
第三期：社会动员	★ 资源动员 ★ 舆论动员与媒体运用 ★ 跨界合作		
第四期：议题解决与社会发展	★ 多样的倡导手法 ★ 议题解决与组织发展 ★ 社会发展的香港及台湾视野		
培训方式与手法	公益领导者的自我成长—— 体验式培训：系列个人领导力工作坊；领导力日常锻炼；		
	公益领导者的社会视野 与 公益领导者的公益行动能力—— 嘉宾分享：主题讲座；案例讨论；与资深公益领导人对话 合作学习：知识分享；小组合作行动；行动研究		

学员招募

黄埔公益领导力协力营面向全国觅寻 20-25 名民间公益组织领导人及公益行动者参加，欢迎有成长愿望的人士报名加入。

1. 从事民间公益工作五年或五年以上，致力于为社区/社群服务，有一定社区/社群基础的公益领导者或有影响力的公益行动者。如在本领域有突出经历，可放宽至从事民间公益工作三年或三年以上。

2. 对所在公益行业/社会议题领域，有学习积淀与实践反思；对所从事公益领域与社会发展的关系有思考。

3. 愿意长期致力于公民社会或者公益领域工作的推动，愿意长期服务于所在的民间公益领域或社区/社群。

4. 优先考虑弱势社群/社区自组织领导者；在本领域从事开创性工作的公益组织领导者，和在本领域创造性地解决问题的公益行动者，同时学员的招募会考虑社会性别的平衡。

往届学员寄语

"参加黄埔公益领导力协力营是我 10 年公益生涯的第一次高阶培训，也是最有意义和价值的培训，她让我重新认识自己，认识自己所从事的 NPO 事业。或者我已经忘了导师所说的每一句话，但我一定不会忘记我和我们的队友手牵着手，在风雨中一次又一次、艰难地完成任务；一定不会忘记导师和我们一轮又一轮的人生激辩。就象在黑暗中前行，忽然打开了一扇窗！

希望新一期的同学关上你的手机，以勇敢、开放、包容、积极的心态参与其中，好好享受这样一个友爱、奇妙、快乐、收获的人生旅程。

请相信我，一切的变化就从这里开始。"

—莫凡（麦田计划 创始人，第一届学员）

亲爱的公益伙伴，你是否有这样的同感：从事 NGO 工作越久，肩上扛起的困惑越多——个人能力发展面临的瓶颈期、同事对组织积弊的怨言、生存环境的变化、组织使命和方向的演进……

在这些困惑面前，我们渴望与朋辈交流探讨，放眼身边却多是年轻面孔、难以触及资深公益人的苦恼；我们渴望向前辈请教，却发现 NGO 领域的前辈和导师寥若星辰，走近 TA 们的机会太有限。

那么，就来黄埔领导力协力营吧！你将遇到的，是一群与你一拍即合的理想主义者、是一群与你一样有着多彩故事的跋涉者、是一群与你同样面临机构治理瓶颈和个人发展制约的自我挑战者、以及两岸三地的领域内先驱。

——陆军（北京益仁平中心 常务理事，第二届学员）

"罗曼.罗兰曾经说过，理想主义者好像萤火虫一般，分散在这个世界的各个角落，独自发着微弱的光。这些光需要聚集，彼此温暖，彼此照亮。

黄埔公益领导力协力营，为这个社会孤独地发着光的萤火虫们提供了一个彼此温暖的平台，大家在这里呼吸清新的空气，沐浴爱的光华，然后回到社会的广阔的原野，变得更有力量，更有战斗的勇气。

今天这个世界的真正变革，需要我们具有技术的知识，也要有人文的知识，但是，正如晏阳初所说，这两项加起来都还远远不够，最最重要的，是要求我们具有勇猛开拓的精神。我祝愿大家可以在协力营稍稍地体验到这种精神，而不止于技术或人文知识的收获。

——邱建生（晏阳初平民教育发展中心 总干事，第一届学员）

参加黄埔协力营的时候是我近几年来最疲惫乏力的时候，感觉自己的心就快枯竭了。

协力营里的伙伴们其实都是另一个不同的自己，我总是可以从他们身上重新发现和认识自己。每次参加协力营都是一次充电，所以我要感谢伙伴们给我的支持。也是你们给我以启发：要守护好我们的心！因为她是我们继续前行的动力和源泉。

——孙恒（北京工友之家 总干事，第二届学员）

协力营是我生命中最温暖、有力、有爱的一段记忆，在那里我收获了好多走进彼此生命的伙伴。有人说：做公益是一个"生命影响生命"的过程，很庆幸能够在 2011 年遇到这样一群人，让我可以对自己的生命有更多思考，也有力量和信心去影响更多人！

——王奕鸣（瓷娃娃罕见病关爱中心 主任，第二届学员）

"黄埔公益领导力协力营是我公益旅程中最为深刻的一段记忆，如果用三个词来形容的话，那就是 '生命伙伴'、'支持' 和 '诚意'。在协力营，伙伴们分享彼此的生命故事，体会一种最质朴情感的流动，温暖心间；在协力营，感受爱与支持的力量，使自己在无力之时，坚持走下去。黄埔公益领导力协力营也是中国公益领域中最具诚意的相遇，很期待与您们同行。

——胡小军（千禾社区公益基金会 秘书长，第一届学员）

当荆棘挡住了路上的鲜花，当理想的灯照不穿前进的路，当公益逐渐由乐变痛，当爱已经成伤，始终相信，这个世界上还有人在为了理想而奋斗，相信黑黢黢的天空下，有人仍在仰望星空。

黄埔公益协力营，是一只手，把我从繁忙的日常事务中拉出来，让我跳出那个滴溜溜转动的忙碌圈，去看看我自己。看看自己的内心，是什么驱动自己走这条不平坦的路；去看看旁边，那些与我们一起挣扎但比肩的友人；去看看历史，我们所做的一切对于世界的实际意义。这是一个机遇，秘密都在空气里。

——廖瑾(纯山教育基金会 总干事，第二届学员)

主办方简介：

广州市恭明社会组织发展中心是一家社会组织发展支持性机构，通过为社会组织提供顾问、辅导、研讨、评估、培训等工作，提升其社会服务和组织运作能力，以更好地回应社会需求，为社会提供服务。中心成员从事多年的支持型组织工作，在社会组织能力建设方面具有丰富经验。

报名须知：

1. 凡报名者需取得工作所在机构/单位的同意。

2. 四期培训为连贯课程，需全程参与。

报名方式：

请填写报名表（附件），并于 2013 年 5 月 6 日 24 时前发送至 train.ics#gmail.com（请把#改为@），报名邮件主题请注明“名字—第三届黄埔公益领导力协力营报名表”，不接受口头报名。

学习费用：

1. 本次协力营全程学习（四期 19 天）的成本费用约 10000 元/人（不含行政成本），由主办方向基金会筹措支持学员学习，录取学员免费。

2. 参加各期集中培训的交通费由学员自行承担，确有困难者可向主办方申请交通费支持，支持额度有全额支持和 50%支持两种。

联系方式：

地址：广东省广州市新港西路 135 号中山大学西门海珠科技园 A 座 807 室

办公电话：020-84111551

邮箱：train.ics#gmail.com（请把#改为@）

联系人：陈焯宏 王靖

报名截至 2013 年 5 月 6 日，如有任何疑问，可通过以上联系方式提出、直接联系，谢谢！

来源：NGO 发展交流网

地址：http://www.ngocn.net/?action-viewnews-itemid-86839 【返回目录】

联劝 2013 年“一个鸡蛋的暴走”资助项目征集

关于"一个鸡蛋的暴走"：

"一个鸡蛋的暴走"是上海公益事业发展基金会（联劝）秉承"联合劝募"理念而举办的大型公众募款活动，为中国优秀的民间公益项目募集善款的同时，努力搭建捐赠人与优秀民间公益组织之间的桥梁，并打造一个可靠、高效的公益资源平台。

2013 年 4 月 20 日，"一个鸡蛋的暴走"将在上海有超过 2000 人挑战 50 公里徒步，为中国儿童领域的民间公益项目募款，所得善款除继续资助已有的优秀项目外，同时面向全国公开征集优秀的儿

童公益项目。"一个鸡蛋的暴走"将会在未来根据联劝的发展战略适时拓宽受资助的公益领域。

1、资助总额：本次开放给公益组织申请的资金来自联劝基金会通过 2013 年度"一个鸡蛋的暴走"活动所筹得的善款，目前活动筹款正在进行中，资助总额将在暴走活动结束后最终确认。2012 年度资助情况请参见 http://baozou.lianquan.org.cn/page/report.html

2、截止日期：提交项目申请书的最终截止日期为 2013 年 5 月 31 日。

3、申请表下载地址：http://baozou.lianquan.org.cn/page/download.html

4、提交邮箱：bzxiangmu@lianquan.org.cn 邮件标题以及文件名命名格式：项目名称+机构名称

5、项目申请范围：申请项目应为儿童领域公益项目。

6、项目周期：申请项目的完成截止日期不能超过 2014 年底

7、项目申请数量：每家机构申请项目数量不能超过 2 个。

8、项目申请预算上限：每个申请项目的预算上限为人民币 10 万元，所申请资金可以是整体项目的部分资金需求量。

9、关于项目管理经费：本次项目征选对预算中的行政管理经费/人力成本比例不设硬性要求，请申请机构按照自己认为合理的预算构成进行申请。

10、评审时间：联劝基金会将在申请截止日期后，从 6 月份开始举办多场不同形式的项目评审会对申请项目进行审核。因此，受资助项目的确定将会在下半年不同的时间内分批公布。评审过程的各个时间截点将根据项目评审的实际进展进行安排，联劝基金会拥有最终解释权。

11、暴走项目评审标准可参考如下方面：

社会需求广泛性/迫切性

社会需求分析调研能力

受益群体清晰性

项目计划有效性

项目执行方式的创新性

项目可持续性

项目预算合理性

相关经验/以往项目成果总结反馈能力

团队配置

12、获资助机构需定期在乐捐乐助网(www.wisegiving.cn)以及微博公布项目进展信息。

申请表下载地址：http://baozou.lianquan.org.cn/page/download.html

来源：NGO 发展交流网

地址：http://www.ngocn.net/?action-viewnews-itemid-86863 【返回目录】

中伦公益律师培养计划

2013 年 1 月，由中伦律师事务所、中伦公益基金携手致诚公益律师团队共同发起的“‘公益律师 薪火相传’中伦公益律师培养计划”正式启动。

本次公益行动的第一阶段工作公开招募并已正式入选了 3 家公益法律服务机构（组织）。第二阶段工作为公开招募公益律师，详情请查阅《公益律师招募书》，请参与者于 2013 年 4 月 22 日前提交《公益律师报名申请表》。

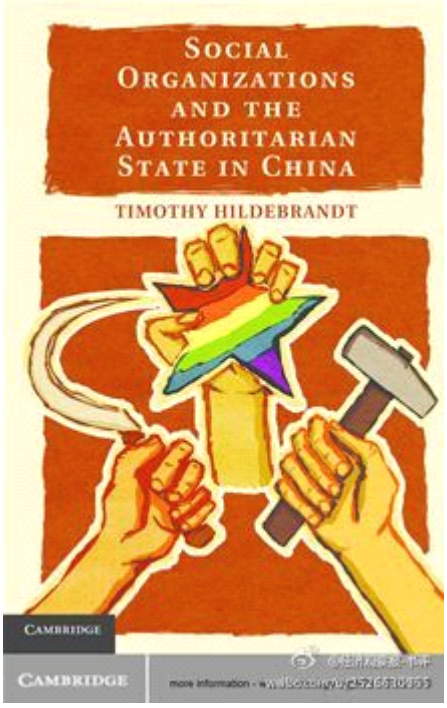
通过本次集中招募、选拔的公益律师将至公益法律服务机构工作、提供服务，中伦公益基金为公益律师提供培训、为公益法律服务机构提供资金支持，期待您的参与！

来源：中国发展简报

地址：http://www.chinadevelopmentbrief.org.cn/sortinfoview.php?id=8137 【返回目录】

⊙新书快递

《Social Organization and the Authoritarian State in China》



这是一本探讨 NGO 与中国的书，国际上，NGO 等社会组织有能力改变政治现状，但它在中国并未带来其在他国的巨大改变。本书讲述的是 NGO 在中国生存的复杂环境，作者对比分析了中国的环保、预防艾滋及 HIV、同性恋等三类 NGO，探讨在威权政治背景下，国家-社会关系是如何发生变化，以及它们与政府的关系。

【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个世纪九十年代起，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