



公益慈善周刊

中国农业大学人文与发展学院 主编：董强

政策点击

民政部召开“2015年度中国社区治理十大创新成果”发布会 - 3 -

廖鸿副局长参加第三届中韩慈善事业发展研讨会并发言 - 4 -

天津率先发布《天津市社会组织公益创投规程》地方标准 - 5 -

深圳：社会组织不成立党组织不能评选 5A 级 - 6 -

专家视野

邓国胜、佟丽华、徐家良评估“民非暂行条例修订草案”征求意见稿 - 7 -

冯永锋：淘汰落后，靠手艺还是靠工具？ - 9 -

行业观点

文汇报：社会组织服务领域在“扩盘” - 12 -

公益时报：恩派：让“公益创投”成为社会型投资新风尚 - 14 -

公益时报：弘毅社会影响力中心：打通公益与商业的社会价值投资平台 - 17 -

公益时报：爱佑益+：70 家公益机构，3000 万资助，你心动了吗？ - 21 -

公益时报：“影响力”投资成社会企业最大“金主” - 27 -

公益时报：社会企业融资难如何解决？ - 31 -

中国慈善家：离公益界最近的设计师：南都、恩派、CFC、非公募论坛 logo 都出自他手！ - 34 -

NGOCN：网络筹款出事了：是职务侵占还是被报复？ - 38 -

公益资本论：腾讯出手，“叫板”轻松筹？个人求助该找谁 - 40 -

发展观察：权力、压迫与霸权：如何评价今天我们资方和草根 NGO 之间的关系？ - 51 -

发展观察：警惕公民社会意识形态化 - 54 -

李志艳：深度参与并不损害资助双方关系 - 57 -

李志艳：战略聚焦的五种方式 - 59 -

陈嘉俊：如果是“社会的公益化”呢？辩一辩徐永光的“公益市场化” - 60 -

行业动态

全国数十家社会组织驰援阜宁救灾	66 -
寻找中国社会企业 第二届社会企业与社会投资联盟年会在京举行	69 -
凤凰公益“行动者联盟”正式启动 上百公益组织加入	72 -
环保组织针对毒跑道事件发起公益诉讼	74 -
第一反应®获 B 型企业认证殊荣, 创中国大陆认证先例	77 -

台湾观察

NGO 转型做社企? 在宇宙混得不好的 NGO, 无论到哪里都不会好!	79 -
当 NPO 遇上重大灾难: 八仙事件中的阳光基金会	82 -

国际观察

奥兰多枪击案后, 美国公益组织做了什么?	85 -
美国社区基金会	87 -
日本社区基金会的理念移植	92 -

企业社会责任

运动品牌如何推进绿色供应链管理?	102 -
Whattt?! 戴尔电脑的包装材料是可以吃的?!	103 -
中国石化发布 2015 年社会责任报告	106 -
茅台集团再次斥资 1 亿元注入希望工程	110 -

公益布告栏

【全国】行业协会商会与行政机关脱钩联合工作组关于公布 2016 年全国性行业协会商会脱钩试点名单(第二批)的通知	112 -
【全国】民政部公布第八批“离岸社团”“山寨社团”名单	112 -
【全国】马云召集草根英雄开全球公益大会	115 -
【全国】拒绝套路, 用最高的诚意打包这场大会给你 2016 公益筹款人大会报名启动!	117 -

政策点击**民政部召开“2015 年度中国社区治理十大创新成果”发布会**

6 月 24 日上午，“2015 年度中国社区治理十大创新成果”发布会在京召开。民政部基层政权和社区建设司陈越良司长发表讲话，会议由民政部基层政权和社区建设司汤晋苏副司长主持。

陈越良司长指出，社区治理是社会治理的源头和支点，社区治理现代化是社会治理现代化的重要前提和根基所在。党的十八届五中全会精神和习近平总书记重要讲话精神，体现了中央对新形势下深化社会体制改革规律、路径和模式的准确把握，为创新社区治理提供了根本遵循。各地始终把社区治理作为增强群众获得感的民心工程和增强改革耦合性的基础工程，以五大发展理念为指引，不断推进社区治理法治化、规范化、精细化、现代化，着力构建了全民共建共享的社区治理格局：一是坚持创新理念，提升社区治理发展动力；二是坚持协调理念，促进社区治理城乡统筹；三是坚持绿色理念，建立社区治理长效机制；四是坚持开放理念，扩大社区治理交流合作；五是坚持共享理念，夯实社区治理群众基础。

陈越良司长表示，“2015 年度中国社区治理十大创新成果”，立足实情，直面问题，完善机制，力求突破，走出了具有本土性、科学性、前瞻性的社区治理新路子，体现了顶层设计与基层探索有机结合，体系建设与能力建设有效融合：一是搭建社区服务平台，提供精准服务；二是发挥多元主体作用，完善治理结构；三是健全社区协商机制，提升自治能力。这些获选成果贯穿了坚持群众主体的改革立意，契合了解放和增强社会活力的改革方向，体现了依托社区治理创新撬动社会治理创新的改革路径，为各地推进社区治理创新提供了有益借鉴。

陈越良司长要求，各地要以“2015 年度中国社区治理创新十大成果”发布为契机，努力掀起社区治理创新的新浪潮，奋力开创社区治理现代化建设的新局面。一是要坚持统筹谋划，将社区治理创新工作列为加强和创新社会治理的重点任务，抓好社区治理的统筹规划、顶层设计和整体部署，建立权责清晰、运转高效、协调有力的社区治理组织机制，为推进社区治理创新提供组织保障。二是要坚持问题导向，善于发现、研究和解决问题，狠抓问题发现和需求调查环节，把居民群众关心的热点、难点问题作为社区治理创新的工作重点，把居民群众是否满意作为评判社区治理创新的重要依据，力争在社区治理的制度设计、体系支撑、政策创新等问题上有所突破。三是要坚持示范引领，充分发挥先进典型的示范引领作用，因地制宜，因势利导，按照试点先行、典型引路、重点突破、梯次推进的工作思路，培育一批可复制、可推广的社区治理创新典型。

民政部政策研究中心王杰秀主任宣读了“2015 年度中国社区治理十大创新成果”及提名成果名

单，江苏省太仓市、北京市朝阳区、福建省厦门市思明区、浙江省杭州市西湖区、浙江省宁海县党政负责同志作为“2015 年度中国社区治理十大创新成果”获选单位代表介绍各自创新经验。

来源：民政部

地址：<http://www.mca.gov.cn/article/zwgk/mzyw/201606/20160600000929.shtml>

[【返回目录】](#)

廖鸿副局长参加第三届中韩慈善事业发展研讨会并发言

2016 年 6 月 15-16 日，第三届中韩慈善事业发展研讨会在浙江省宁波市召开。民政部国际合作司司长康鹏、民间组织管理局副局长廖鸿、浙江省民政厅副厅长江宇、宁波市副市长李关定，韩国保健福祉部部长尹炫惠、事务官河珍等出席研讨会。康鹏、尹炫惠、宁波市副秘书长张霓首先代表中韩及宁波市致辞，介绍研讨会相关情况。中韩两国官员、专家、从事慈善工作的社会组织代表以及相关企业，分别围绕会议主题进行发言。研讨会由民政部社会福利和慈善事业促进司副司长孟志强主持。

廖鸿副局长在研讨会上作了题为“慈善组织的培育与管理”的交流发言。他说中国的社会组织已发展到 66 万家，慈善组织只是其中的一类，以基金会、慈善会为代表的狭义概念的慈善组织有 7000 多个，总资产超过 1000 亿元，年募集和接受款物近 1000 亿元，年支出公益金 500 多亿元。廖鸿介绍了中国慈善组织的类型、登记层级、活动范围、资金来源、资金使用方式。指出中国的慈善组织之所以近年来快速发展，得益于中国经济的成长，2015 年中国人均 GDP 达 8016 美元。社会财富增加，民众生活改善，每年有 1 亿多人次出国。教育水平提高，中国有高校 2800 多所，在校大学生 3500 多万，高校毛入学率 37%。2008 年，中国开展了声势浩大的 5.12 汶川大地震救援，举办了北京奥运会，极大地促进了中国慈善组织和志愿服务的发展。在立法方面，中国颁布了慈善法、红十字会法、公益事业捐赠法、企业所得税法、基金会管理条例等。在扶持方面，降低登记门槛，对非营利组织特别是公益慈善组织实施税收优惠和减免，推动开展政府购买服务，加强人才队伍建设。在监管方面，加强内部治理，强化政府监管、社会监管和行业监管，提高其公信力。今后要进一步贯彻落实将于今年 9 月 1 日实施的慈善法，加大扶持力度，注重事中事后监管，激发慈善组织活力，促进中国慈善事业更好更快发展。

本届研讨会的主题是“慈善法治”与“社会参与”。研讨会上，中国慈善联合会、浙江省民政厅、北京市民政局、宁波市民政局、宁波慈善总会、北京 SK 幸福公益基金会和相关慈善组织与韩国保健

福祉部、韩国红十字会、韩国社会福祉共同募金会，以及东风汽车公司、宝钢集团、韩国现代汽车、衣恋集团等部门和单位代表，就社会公众参与慈善事业、企业参与慈善活动、慈善组织的培育和管理、闲置物品的综合利用等方面进行了深入交流，分享了筹款、慈善活动设计、活动推广、企业履行社会责任等方面的实践经验。浙江省、湖南省、江苏省、浙江大学教育基金会等有关方面 60 多人参加会议。

2012 年，中国民政部和韩国保健福祉部建立了中韩慈善事业发展研讨会机制，通过总结并交流中韩双方开展慈善活动的创新性做法和经验，为两国政府官员和民间人士在慈善领域搭建了交流与合作的桥梁，本届研讨会是该机制的继续落实，是双方合作的再次深化。

来源：中国社会组织网

地址：<http://www.chinanpo.gov.cn/1938/96618/index.html>

[【返回目录】](#)

天津率先发布《天津市社会组织公益创投规程》地方标准

6 月 17 日，在第二届天津公益行启动仪式上获悉，《天津市社会组织公益创投规程》已经批准正式发布。依据天津市市场和质量管理委员会第 7 号《天津市地方标准发布通告》，《天津市社会组织公益创投规程》（DB12 / T634--2016）获准自 2016 年 7 月 15 日起正式实施。这是为聚焦政府、社会力量支持社会组织公益创投流程而编制的地方标准，更是天津市落实《慈善法》、落实民政部加强民政事业标准化建设的要求，健全公平竞争、公开透明运行机制的新成果，在全国尚属首例。

2013 年至 2016 年，天津市财政拨付社区公益事业专项补助经费总额达到 1.68 亿元。2015 年，天津首次组织实施社会组织公益创投活动；全市 16 个区县，有 3 个区出台了公益创投文件，8 个区推进了公益创投实践，各区县都开展了丰富多彩的公益慈善活动。2015 年两会期间，民政部李立国部长接受记者采访时“希望制定出一套公益创投的标准化流程。”为贯彻落实民政部、市委市政府和市民政局关于标准化建设的要求，适应天津公益创投实践亟待规范的迫切需求，天津社团局与南开大学合作着手研究编制《天津市社会组织公益创投规程标准》。在市民政局、市质监局指导下，市社团局与南开大学合作，从起草到通过专家评审，历经一年时间，数易其稿，于 6 月 7 日通过专家评审。这是继《天津市社会组织法人治理结构准则》地方标准正式发布之后又一制度创制成果。

《天津市社会组织公益创投规程》重在公益创投工作全流程规范的界定，适用于天津市各级财政资金支持的各类公益创投项目，其他类型的公益创投项目可参照执行。《规程》对天津市社会组织公

益创投的术语与定义、流程与组织主体、发布项目征集方案、项目申请与立项、项目执行与督导、项目结项和项目后评价作出明确规定。《规程》附录收录了项目申请评价、跟踪评价、结项评审、后评价指标体系，具有较强的指引性与操作性。健全社会组织公益创投标准化工作流程，将对推动公益创投项目规范化管理、增进公共政策执行的公正性、透明性，加强资金监管，促进多元主体分工协作，提升公益项目运作效率，都将发挥积极作用。（根据天津市民政局信息整理）

来源：民政部办公厅

地址：<http://www.mca.gov.cn/article/zwgk/dfxx/201606/20160600000905.shtml>

[【返回目录】](#)

深圳：社会组织不成立党组织不能评选 5A 级

从深圳社会组织管理局获悉，今年起，深圳社会组织 5A 级评选纳入申报必备条件，没有成立党组织的社会组织在申请时将被一票否决。

据初步统计，目前全市已有超过 11000 家社会组织，而目前市社会组织党委管理的党组织仅有 426 个。为了解决组织覆盖率不高的问题，据悉，今年社会组织管理局将是否成立党组织作为申报 5A 级社会组织的硬性标准，对未符合条件的社会组织实行一票否决。

值得一提的是，为了激发社会组织党建工作的积极性，市社会组织党委今年既给钱又给人。目前深圳市财委对“两新”组织党员每人每月给予 500 元活动经费，党委书记给予每月 400 元补贴。（记者 罗典）

来源：深圳晚报

地址：http://wb.sznews.com/html/2016-06/21/content_3551856.htm?v=pc

[【返回目录】](#)

专家视野

邓国胜、佟丽华、徐家良评估“民非暂行条例修订草案”征求意见稿

民政部于5月26日-6月26日期间公开向社会征求《社会服务机构登记管理条例》（《民办非企业单位登记管理暂行条例》修订草案征求意见稿）意见。这是根据慈善法的规定，对1998年国务院颁布的《民办非企业单位登记管理暂行条例》进行的修订。《中国社会报》特邀参与条例修订的专家学者对征求意见稿进行解读。

邓国胜 清华大学公益慈善研究院副院长、教授，长期从事非营利组织研究。

邓国胜：征求意见稿有七大突破

突破一，将“民办非企业单位”改为“社会服务机构”。“民办非企业单位”概念长期广受诟病，含义模糊，长期没有被公众认知，也不被社会服务机构员工认同，难翻译且不被国外同行理解。“社会服务机构”概念则能准确反映此类组织特征。

突破二，降低了社会服务机构登记注册的门槛。征求意见稿对社会服务机构的登记管理体制采取了分类处理的办法，顺应了历史潮流与发展趋势。

突破三，允许县级登记的社会服务机构设立分支。允许县级人民政府民政部门登记的社会服务机构在住所地县级区域范围内设立分支机构，但县级以上人民政府民政部门登记的社会服务机构仍然不能跨区域设立分支机构。

突破四，完善社会服务机构内部治理结构与机制。对社会服务机构的理事会构成、职责和议事规则、监事（会）职权、法定代表人、理事、监事的任职资格和履职要求提出了具体明确的要求。

突破五，加强社会服务机构公信力建设。将年度检查调整为社会服务机构的年度工作报告制度，建立信息公开制度。设置“活动准则和财产管理”专章，对社会服务机构的财产权利、财产管理、对外投资、接受捐赠、会计审计等事项进行了规范，强化了社会服务机构的非营利属性。

突破六，从政策层面鼓励扶持社会服务机构。增加了政府补助、购买服务、土地划拨、人才培养、税收优惠等国家对社会服务机构的鼓励措施。

突破七，细化关于加强对社会服务机构监管的法律责任。强化了登记管理部门、业务主管部门和有关职能部门的监管职责，引入吊销登记证书等处罚措施，进一步明确社会服务机构的违法情形和相应的法律责任。

佟丽华，致诚公益律师团队负责人、著名律师，中致社会发展促进中心主任，长期致力于通过

大量案件基础上的实证研究推动立法和政策改革。

佟丽华：社会服务机构立法呈六大亮点

亮点一，“民办非企业单位”称呼将退出历史。这个以否定式命名的“特殊称谓”历经18年终将要退出历史，结束被多方长期诟病的命名方式。

亮点二，三大类社会服务机构实现直接登记。科技类、公益慈善类和城乡社区服务类三大类社会服务机构设立时直接向登记管理机关申请登记，不再需要业务主管单位的审查同意。

亮点三，取消了“不得从事营利性经营活动”的禁令。征求意见稿删除了《暂行条例》关于民办非企业单位不得从事营利性经营活动的规定。为使社会服务机构保持可持续发展，就必须考虑财产的保值增值问题，通过投资等经营活动所得的利润只要用于慈善公益事业，就与社会服务机构的非营利属性不相矛盾，同样也不违反法律。

亮点四，资不抵债可能被破产，畅通了退出机制。征求意见稿规定，社会服务机构不能清偿到期债务，且资产不足以清偿全部债务或者明显缺乏清偿能力的应当终止，畅通了社会服务机构的退出机制，有利于将“僵尸组织”及时清出社会组织行列。

亮点五，对社会服务机构的组织结构有了完整明确的规定。征求意见稿第四章用7个条文专章规定了社会服务的组织结构，有利于社会服务机构的运作透明、民主，防止权力被滥用，也避免了因章程规定不完善而导致机构内部管理混乱的问题。

亮点六，明确了信息公开的内容。信息公开是社会对服务机构进行监督的重要方式，但是没有任何私密的机构也是无法立足发展的。征求意见稿中明确了哪些应该公开、哪些可以选择公开、哪些不能公开，符合了慈善法的要求，也使服务机构得以进退有据。

徐家良 上海交通大学第三部门研究中心主任、教授，主要研究领域为公共组织与公民社会、地方治理与公共政策。

徐家良：有一些条款和问题需要进一步斟酌和讨论

一是关于章程核准的问题。社会服务机构的章程属于社会服务机构理事会的重要决策活动，在事先征求业务主管单位、登记管理机关的意见后，只报业务主管单位、登记管理机关备案即可。

二是关于行业组织作用发挥问题。建议增加行业组织参与管理与服务的条款。一般来说，百分之百行业事务，应先由社会服务机构自行处理百分之七十，行业组织处理百分之二十，最后百分之十由政府与社会处理。这样，对政府与社会来说，工作量少负担轻，对行业来说，可以做到自律规范、效率高。

三是关于监事选派问题。建议删除业务主管单位和登记管理机关选派，规定监事由主要捐赠人、社会专业人员选派产生即可。监事的来源构成，应该属于社会服务机构自主决定的事项，如果加以干

涉，会削弱社会服务机构的内部治理能力。而且业务主管单位和登记管理机关都是监管部门，不宜担任监事、选派监事，否则会出现裁判员兼运动员的问题。

四是分支机构问题。建议放开关于设立分支机构的区域限制。为了做大做强社会服务机构，减少管理成本和运行成本，提高社会服务机构的品牌推广，不仅仅是在县级，应该在所有层级都可以。但为了加强管理和监管，需要向分支机构所在地的民政部门备案，接受所在地民政部门的管理和服务。

五是关于权利救济问题。建议增加相关权利救济的内容。征求意见稿中详细规定的社会服务机构接受处罚的条款，但没有一个条款涉及权利救济，这在义务权利上是不对等的。

来源：中社舆情

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?timestamp=1466785776&src=3&ver=1&signature=hAY76ssKPuxWLF98OyLH18qR2DHbbqIPF9dUJ0-S-ArGAimgh1XLViKfjceCXqQf7UT1e3GYY0-NeJMMQoS Aqs408dYwIUEBhsY-8kM-Z47WLW5is8eHSDRx*dfk6aQbDqi5wsdvKIMPTu7z9K2f-95HETAID9gOPFkTmwerOM0=

[【返回目录】](#)

冯永锋：淘汰落后，靠手艺还是靠工具？

2016 年 6 月 17 日，估计是中国公益界的一个大日子。在这一天，在深圳，在腾讯主办的“中国首届互联网公益峰会”上，徐永光老师作了一个重要的发言。这发言的最后一段，他说，中国的公益组织，最好每年要淘汰掉百分之五，连续淘汰十年，估计就可淘汰或者和换血百分之三十。整个公益行业的机体将像被换了血型和性格那样，甚至像换成了外星人、机器人那样，焕然一新。

据说这是徐永光老师在公开场合就此问题的第一次正式表态，内心挣扎了好几年，忐忑了好几天。有意思的是，这么重磅的表态好几天过去了，似乎没有几个敢出来顶嘴的，也没有引发多少波浪式的争论。无论是微信群还是酒桌上，无论是私密场合还是公共空间，似乎都没有人觉得这么决绝的说法有什么问题。

不知道为什么，我突然想到的是中医与西医的一个微妙的区别。但却似乎都有一个共同的后果。

我们人类做事，一向是以有手艺而自豪的。中医就是如此，他仅仅凭着把切一下你的脉搏，瞅看一下你的神情，听闻一下你的诉苦，像说闲话那样聊了几句病情，然后，就给你开出了一个方子。而且，据说每一个方子都那么的不同。药名一样的，药量不一样；药量一样的，药名不一样。药量药名都一样的，药的排序不一样，煎的火候不一样，喝的时辰不一样，盛的器皿不一样，坐的方位不一样，

无穷的组合，最后有可能得出一个精准的结果，这结果就是，你的病，有可能真的好了。

但也可能迟迟不好，你不知道这是自己未遵医嘱的报应，还是医生手艺不靠谱的必然结局。

于是换了西医。西医的医生似乎是不看病的，他们靠的是仪器来排除。仪器的内存里装了几万种人类的常见病，而你似乎只可能患上一种。但管你是哪一种，都需要按照几万种的可能进行筛查。你看个感冒也要做个全身的检测，你看个着凉也要做个全身的检查，反正，不管你得了什么病，先送到仪器那去做检查就是了。检查结果说你是白血病，你就必然是白血病。检查结果说你是相思病，你就必然是相思病。

但也有好多人，检查了无数次，就是查不出什么病，仪器和医生都在告诉他没病，但他又知道自己浑身不舒服，哪里都可能有病。

中医让人绝望，西医也一样让人绝望。依靠手艺的让人无法信任，依靠工具的也似乎让人无法信任。因为让人信任只有一个办法，解除我无名的病痛和未名的恐惧——在最短的时间，用最简省的办法，付出最少的痛苦，支付最低的费用，享受最愉快的过程。

然后想到的是，淘汰公益界的“落后产能”，是采用强制手段？正式员工人数低于三位以下的，不许做公益？机构年运营经费少于十万元以下的，不许做公益？老板年龄超出六十岁以上的，不许做公益？没有正式注册为公益组织的，不许做公益？做了十年还是发起人在那当主导的，不许继续做公益？

似乎都不是办法。那好的办法是什么的？是从手艺不良的角度去淘汰，还是从工具不精的角度去淘汰呢？是主观自我的审查后主动的退场，还是消费者监督举报后的驱逐出境？

似乎没有一种办法是良性的办法。枯木不愿意发新芽，那么，最好的办法，其实是朽木旁边长出新的种子。青草不愿意长成大树，最好的办法，是撒播更多的大树的种子。

公益处处是空白，与其在一个原来的小群落里竞争和生长，不如到其他更开阔的空间去施展和喷发。

也就是说，公益界当前需要的不是强制淘汰，而是鼓励进取，甚至是刺激进取。

让徐永光老师痛心的可能不是公益界有太多的组织到了濒临淘汰的边缘，而是公益有太多的事没有人做，公益界有太多的机遇没有人捕捉，公益行业需要太多的机构和从业人员而当前只满足了不到万分之一。

不是因为这个行业严重缺乏人才，就允许不思进取者在里面混事。而是，要想让行业充满活力，必须同时创造两个发展条件，一是让明显有活力的组织得到更强大的支持和助成；二是，让新生力量得到更多的阳光的雨露。无论他们拥有什么手艺，也无论他们掌握什么样的工具。

一个好的社会，是一个利他加助成的社会。之所以一些国家会在很短的时间内出现一些伟大而巨大的公司或者说机构或者说个人，是因为社会的各种资源能够富有想像力地、甘于冒风险地匹配和投

入。但在中国，这一点实在是太让人揪心了。

我从不担心拆台者，我只担心搭台的人太少。围观的人、评价的人太多。

所有的台子上，都需要好戏剧。就像任何一个行业，都需要好的项目。

公益机构的“好的项目”，当然是在草根组织、在前线组织，在公益核心战区的组织那里。绝对不可能在那些辅佐性的机构手里握着。因为一切未经市场检验的项目，都不是好项目；一切未经战场检验的好枪法，都不是好枪法。

但这些手握战术秘籍的组织或者说个人，居然需要自己花费极多的力量去向世界证明自己的价值，去向社会诉说自己的理想，去向资源乞求可怜的支持。

大家不是主动去追逐好的项目，不是去赞赏和助成伟大的英雄，却是一而再再而三地审视自己的口袋，质疑自己的决心，否认自己的冲动，把对优质项目英雄人物的助成费、资助额，一降再降，一省再省。不要说富有想像力的资助，简直是锱铢必较，简直是想一分钱掰成五瓣来“投入”。不要说甘于冒险的追逐，见到了英雄人物，恨不得人家向你下跪，给你荣光，拜你为王。

整个公益行业至今仍旧是审批型的行业，不是助成型的行业。整个公益行业仍旧是小作坊的思维，没有大投入的魄力。在这样的环境下，你去希望一个行业得到巨大的振兴，岂不是痴人说梦？

举例来说，如果一个机构需要三个亿的资助，你却给他三十万，你是在帮助他呢，还是在嘲笑他呢？

举例来说，一个人能够带动一万人发展，你却只觉得他只能支持十个人，你这是在发展他呢，还是在淘汰他呢？

一个缺乏牺牲精神的资助者，是不可能烘托出伟大的行业领先机构的。一个缺乏想像力和冒险性的追逐者，是不可能帮助英雄人物做出更多的业绩、填补更多空白、带领更多伙伴的。

如果我们老想通过淘汰落后来改善行业萎靡，而不是想通过鼓励先进、助成行业领军团队来迅速拓展发展空间，那么，这个行业当然不可能出现真正意义上的发展。如果我们停留在小打小闹的胸怀里，却幻想行业巨头自动出现，那么，我们确实是把世界想得太美好，我们是把自己想得太重要了。

呼唤更有想像力的资助者出现。当有好的项目需要三个亿的时候，你最好，给它们十个亿。你将得到意想不到的良好收益。

来源：卖风买酒

地址：

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzIyMjEwODEwOQ==&mid=2654722933&idx=1&sn=06591637a6368389db9e6a4725088abd&scene=4&pass_ticket=1zRPoQc9k5KfzrcR9zl0EMAdOyJrNPTi32qGB79S70M%3D

[【返回目录】](#)

行业观点**文汇报：社会组织服务领域在“扩盘”**

杨浦社会组织发展新政试行一年多，“转正”之前，政府邀请市场机构进行效果评估。

部分社会组织注册资金降到全市最低，直接登记审批时限比市里要求的短 10 个工作日——杨浦区 2015 年初发布社会组织发展新政，两年试行临近期满，政策“转正”之前，区民政局历史上第一次邀请市场机构介入，开展施政效果评估。

所谓“政策利好”是一厢情愿还是此言不虚？政府希望第三方机构给出中肯的答复，以便参考评估报告对政策条款进行增删。

社会组织已成不可或缺的服务提供者

杨浦区现有社会组织 677 家，其中有 51 家成立于 2015 年，新增机构数量比 2014 年高出 54.5%。这个增长势头还在延续，今年上半年，约有 50 家社会组织向区民政局申请核名登记，现有 30 家完成了核名。

上海各区县为推动社会组织发展出台了众多政策，在杨浦，市一级的四类组织直接登记措施和区一级的登记门槛下调措施是最重要的推手。

2014 年 4 月 1 日起，上海对新成立的行业协会商会类、科技类、公益慈善类、城乡社区服务类社会组织实行直接登记，注册这四类组织不再需要业务主管单位审查同意。上海市民政局规定，社会组织直接登记审批时间不超过 30 个工作日。

2015 年初，杨浦出台促进辖区社会组织发展的实施意见（试行）和若干政策（试行），把社会组织直接登记审批时间下调到不超过 20 个工作日，取消了社会组织分支机构设立等行政审批事项。同时规定，今后新成立的社区服务类、公益慈善类民办非企业注册资金降低至 5000 元，资金门槛全市最低。

“社会组织的长足发展主要取决于社会需求的大小。社会组织服务领域每年都在‘扩盘’，在养老、助残、救助、青少年、外来人口、妇女儿童、婚姻家庭、文体、法律等领域，社会组织已是不可或缺的服务提供者。”杨浦区民政局党委副书记、社团局局长余征表示，政府部门的职能让渡构成社会组织生存空间的“基本盘”，杨浦用于购买社会组织服务的资金持续增长，2013 年该区向社会组织购买公共服务项目 133 个，涉及资金 2635.9 万元；2014 年购买项目 196 个，涉及资金 3503 万元；2015 年购买项目 279 个，涉及资金 4450 万元。

只拿数字比大小，新政也算“不辱使命”。但是政策的落地和实施是个复杂的过程，政策意向和

行业走势的相关度需要更多研究。于是，杨浦区委提出请第三方进行施政效果评估。

扶持政策形成“梯度激励”

上海零点指标信息咨询有限公司作为第三方开展了政策评估，他们在200家杨浦区社会组织构成的样本框中进行抽样，对38家机构作了问卷调查和深度访谈。

结果显示，直接登记措施和门槛下调措施得到社会组织的广泛认可，成为社会组织快速增加的主要助推力量；同时，社会组织参与政府购买服务的积极性不断提高。

受访机构对不同类型的政策表现出的关注度差异明显，购买服务类政策关注最高。购买服务需通过公开竞标、竞争性谈判和答辩准入等方式进行——关注度接近100%。可见，政府购买服务是社会组织赖以生存的重要途径。

补贴类政策也有较高的关注度。在杨浦区依法登记的新成立的社区服务类、公益慈善类社会组织，可申请1万元一次性开办补贴——关注度65.79%；前述两类机构租赁办公场所的，按月租金的30%，不超过500元/月获得房租补贴，补贴期限不超过2年——关注度47.37%；根据专业资质、工作绩效、工作年限等因素，给予专业社工人才每月500元到1200元的薪酬补贴，骨干人才纳入社工督导培养计划——关注度44.74%。

奖励类政策关注度相对较低。对获得国家级荣誉的在杨浦区依法登记的社区服务类、公益慈善类社会组织及其研究成果给予8万元奖励，如为市级荣誉则给予5万元奖励——关注度23.68%；对获得国家级荣誉的杨浦区专业社工人才及其研究成果给予8万元奖励，如为市级荣誉则给予5万元奖励——关注度15.79%。

享受激励政策比享受开办政策、补贴政策的难度系数高很多。报告指出，“不管是社会组织还是个人，获得国家级荣誉，市级荣誉都相当不易。”

余征表示，扶持政策想对社会组织形成“梯度激励”，引导他们向着更好的水准发展，能力越强，得到奖励的机会也越多。比如，目前杨浦区对规范化建设评估3A级以下的社会组织没有奖励政策。

市社团局主管的社会组织规范化建设评估是衡量社会组织服务能力、发展前景的重要官方指标，评估结果由高到低分为5A到1A五个等级，评估要求不可谓不高，零点评估团队访谈获悉，有的参评机构“准备自查报告和相关材料耗时近1年”。杨浦600多家社会组织，现有100多家获得了规范化评估等级，有了如此重要的能力“背书”，它们在获取各类奖励时比其他机构有更多优势。

有进有出、有升有降的生态环境

按照上海的规定，规范性文件凡是冠以“暂行”、“试行”之名的，有效期自施行之日起不超过2年。有效期届满后需要继续实施的，应当在该文件有效期届满前6个月进行评估。

第三方的评估报告成为杨浦区对社会组织扶持政策进行“废改留立”的依据之一。“个别政策由

于制定时考虑的不成熟，执行‘遇冷’，少有关心，是废除还是修改，我们会在修订时认真考量。”余征介绍，上海科技类社会组织的扶持政策推行相对较晚，2015 年杨浦区文件出台时也没有纳入相关内容，现在上海要建全球科创中心，杨浦又是市里确定的科创中心重要承载区，下一步“立新政”会重点考虑对科技类社会组织的扶持。

“这几年新成立的社会组织数量一直在增加，但社会组织总数增长并不快，因为有一部分‘僵尸’社会组织被我们注销了。”余征说，民政部门在监管中发现，一些社会组织常年“休眠”，名存实亡，自去年以来，杨浦区关闭了二三十家这类机构。

理想的社会组织生态应该“有进有出”“有升有降”。除了探索社会组织退出机制，杨浦还计划出台优秀社会组织的推荐名录，对社会组织的规范化建设等级、服务对象满意度、专业人员配备情况、机构业务增长等进行综合考量，择优纳入“优选名册”。名册将在政府网站公示，供服务采购方选择合作对象，也作为社会组织信用评定的参考。

“优选名册”的申报将于 7 月 1 日启动，社会组织自主申报，业务主管单位、行业主管部门审核，区民政局复审，并与市社团局进行信用信息比对，预计 9 月 1 日前在指定网站上发布。“优选名单”同样有进有出、有升有降，每年都要进行复评，动态调整入选机构。

社会组织始终存在从业人员缺口，杨浦区也不例外。零点公司报告建议加强社会组织从业人员的激励保障，通过“待遇留人”“事业留人”“情感留人”等方式帮助社会组织留住人才。

对此，杨浦区民政局在社会组织人才培养方面作了新探索，今年下半年，区民政局打算组织有“专升本”需求的社会组织人才参加深造。杨浦区和复旦大学合作成立的社会组织创新创业人才培育基地，将为社会组织从业者提供包括学历教育在内的多层次培训体系。（本报记者 钱蓓）

来源：文汇报

地址：http://client.whb.cn/new/index.php?option=com_m_news&task=news&id=72660&p=8 [【返回目录】](#)

公益时报：恩派：让“公益创投”成为社会型投资新风尚

作为一个公益支持性组织集合体，恩派从注册的第一个机构——上海浦东非营利组织发展中心开始，就以“助力社会创新，培育公益人才”为己任，旨在为初创期和中小型民间公益组织提供切实的支持。

恩派公益创投的起源与发展



“在恩派成立的早期，为了给草根组织筹资，我们借鉴了国际的各类创投模式，用公益创投大赛的方式让企业以项目为载体资助公益组织发展。比如‘联想公益创投’，由联想集团出资千万，用公益创投的方式去资助草根组织的发展。这样不仅可以激励真正投身解决社会问题的公益团体，而且经过量化指标测算，公益创投在提升企业品牌内涵层面的贡献远超出等量广告费投入。”谈到公益创投的起源，恩派非营利组织发展中心副主任王维娜告诉记者。

从2007年起，恩派的这种“公益创投大赛”的方式引起了各界广泛认同，除了最早的联想，之后又与康师傅、英特尔、淡水河谷、帝亚吉欧、招商局等企业合作，托管的公益创投资金超过5000万，资助的公益项目近300个。为数千家民间机构提供成长支持服务，培训公益人才过万人，为公益机构筹集超过3亿元人民币的运作资金，涵盖扶贫、教育、环保、青少年发展、助残、社区服务、社会工作等诸多领域。

谈到公益创投的概念，王维娜介绍道：“早期公益创投是为初创期和中小型的公益组织提供‘种子资金’、管理和技术支持。通过与被资助的组织建立长期的合作伙伴关系，帮助其完成创业期的阶段性目标，并通过社会资金整合间接地帮助解决社会问题，达到促进组织能力提升和模式创新的目的。”“公益创投在运作方式上同商业投资行为有一定相似之处，它与商业投资本质的区别在于其投资目标的非营利属性，即：公益创投对投资回报的解读更多的集中在被资助对象的成长性及其社会问题解决的有效性上。”王维娜说到。

早期的“高参与度捐赠”模式

说到投资模式，恩派非营利组织发展中心发起人、主任吕朝认为，恩派前些年所开展的公益创投的做法更像是高参与度的捐赠或者公益招投标，就是以扶持为主不求回报。但是，公益创投应该呈现新的动向，从传统的输血式的公益，向营造公益造血机能的有益探索。

吕朝所说的高参与度的捐赠及公益招投标，就是恩派早期开展公益创投的两种模式。

第一是和企业合作的模式，由企业来出资支持草根公益组织，恩派采用公益创投大赛等方式来操作整个创投计划全程。

在与企业的合作过程中，恩派有自己的一套指标体系。事实上，一家公益组织要真正成为公益创投的资助对象，需经过项目的筛选及评审、核定投资方案、资助方决议、签订资助协议、项目跟踪管理、成果展示等流程。“除了给予资金支持以外，恩派需要用自己所掌握的资源帮助资助对象去发展壮大，为投资对象梳理业务的同时，要帮他们在财务规范、团队管理的制度和流程优化，项目设计、能力建设、市场开发、计划完成度、阶段性评估、成果展示等方面基于‘陪伴式’服务。”

第二是和政府合作的模式，自 2008 年公益创投的做法较为成功之后，恩派将其推荐给了上海市民政局，上海民政局在肯定的同时，拿出了千万量级的资金在 2009 年发起上海社区公益项目大赛，自此开创了民间公益组织同政府合作推动政府资金资助社会服务型机构的模式。之后恩派又和苏州市、东莞市、深圳市、北京市等众多政府合作，同全国各地有意发展社会组织的相关部门一起掀起政府资助公益组织发展、购买社会组织服务的潮流。

无论是企业创投还是政府创投，大部分选用的都是公益创投大赛的方式。此外还有一些公开招募或招标，分别依据资助方向，用专业指标体系测评的方式优选出被资助机构。“不管是企业还是政府，都希望资助到的是能够明确看到潜力，具有参与市场竞争的能力、社会效应更易被验证的机构解决方案，特别是已经具备一定品牌效应的公益项目或机构。”王维娜告诉记者。

恩派公益创投的第三种模式

早期的恩派通过与企业及政府的合作模式开展公益创投，然而，资助对象中不乏存在一些不能够明确看到潜力，且不具有市场竞争能力的草根机构是企业 and 政府支持以外的。为了资助这类草根组织，恩派于 2015 年成立了非公募基金会“恩派基金会”，旨在支持恩派体系创新并扶植国内的初创期社会创新型组织。同时，考虑到处于成长期机构的资金需求，基金会下设了一个基金，该基金在推动一个公益创投计划，以社会投资的机制推动有潜力的社会企业实现快速发展。

该基金为“恩派公益创投基金”，引入社会影响力投资，包括 LGT 影响力投资以及其他几家投资方共同组建资金池，用恩派多年来所积累的标准，去资助一些真正有潜力、有价值、将来可能参与到社会问题解决、参与到市场竞争的社会型企业。这种模式便是恩派公益创投的第三种模式。

“恩派计划尝试借鉴商业领域的投资视角，以参股的方式获得投资回报并回馈到基金中，可使得机构形成造血机能之后保障基金本身得到可持续发展。不过该基金去年刚成立，还处在一个探索阶段，仍需要长期的打磨。”王维娜介绍说。

创投行为本身并不是 100%成功率的

恩派在公益创投方面经过多年的努力，像新途、手牵手、青翼、WABC、歌路营、乐龄、百特教育、瓷娃娃、雷励中国、爱有戏、益众、十方缘、绿主妇等机构已经成为中国公益领域的知名品牌。有些机构甚至在国际上都具有一定的影响力，以致联合国的有些项目都在向他们抛橄榄枝。

但是，创投行为本身并不是 100% 成功率的。一般情况下，委托恩派运营的政府创投及企业创投的周期为 12 至 18 个月，经过这个周期，机构都会发生根本性变化，这其中不乏一些不成功的案例。“这里面有几个因素总是为创投行为带来不确定性，一是创业者对自身及外界压力的承受能力；二是创业过程中不可抗风险；三是机构的业务未经市场验证，对需求的预判失当。因此，我们只能在经历多年的实践不断总结出未来创投操作方面规避这些风险的方式和手段，将这些风险降到最低。”王维娜介绍说。

公益创投为行业带来的影响

谈及恩派多年做公益创投为行业带来的影响，吕朝告诉记者：

首先，我们改变了企业投入公益慈善的方式。和联想的持续合作，发掘出了大批的年轻社会创业者。以往的企业选择公益的方式大多是类似希望工程、大灾大难捐款等，而这种资助草根组织的行为是从我们大规模做公益创投开始的。

其次，恩派还跟电视台合作，如上海东方卫视、旅游卫视、中央电视台等，一方面挖掘出了很多好的项目及组织，更重要的是在行业内起到了很好的传播及倡导的作用。

最后，我们和上海民政局的合作开辟了政府购买草根组织服务的先河，此后，财政部委托民政部投了 2 亿元来做全国范围内的政府购买服务，如今政府购买服务已在全国各地蔚然成风。

来源：公益时报

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5NTM3MjM5Mg==&mid=2652341827&idx=1&sn=e58ca121bf6635342339934d70d8fa05&scene=1&srcid=0624k0Pl2tKSNwfPTqzjVRgy#wechat_redirect [【返回目录】](#)

公益时报：弘毅社会影响力中心：打通公益与商业的社会价值投资平台

近年来，寻求公益与商业“联姻”的“社会影响力投资”已成为备受公益机构和社会企业青睐的

发展方式。然而，要想使二者结合的利益达到最大化，需要一个致力于打通公益与商业的社会价值投资平台，弘毅社会影响力中心(下文简称：中心)便应运而生。

“中心借鉴了国内外社会影响力投资的发展模式和经验，通过建立社会价值投资平台、中国好项目平台、公益众筹平台及公益信托平台，对接国际机构、政府、捐赠方、社会价值投资方、项目执行方、需求方等利益相关方，实现社会影响力的最大化。”中心主任徐启智在 6 月初的一场沙龙中作了简要概述。

目前为止，国内大多数从事社会影响力投资的组织还不够成熟，第一类仍然走的是传统基金会的路子，几乎完全是给予型的;另一类是商业活动，多数是以挣钱为目的，公益只是走走形式。徐启智说：“目前，中心正探索把这两条路汇合在一起，将两种路融合到中心的平台上进行投资。”

中心的战略发展方向是推动社会影响力投资在中国的发展。依此战略，中心工作的侧重点是希望聚焦于社会企业，以及有社会企业潜质的公益项目，协助这些公益项目与社会企业进行筹款。

中心目前在初创阶段，尤其对社会企业的服务比较陌生，因此仅遴选了 2 个项目作为试点：“援手项目”(Hands on)和“跨代养老项目”(Generation Bridge)。两者预计分别在 7 月份和第四季度正式开展。

“援手”项目预计下月正式推出

“援手项目”(Hands on)是与 3D 打印产业联盟、维基新工厂(Wiki Factory)等不同领域的机构共同发起的，旨在为中国伤残儿童(青少年残障人士)筹集援助款项，为他们量身订假体肢，特别是手掌残缺的儿童。

“援手项目”主要针对手掌有缺陷的儿童及青少年，无论是先天或后天导致的，都是符合标准的受益人。

据中国残联数据显示，中国大约有 2400 万伤障人士，有大约 420 万伤残儿童。

由于每个儿童的残疾情况不一，因此假肢都必须一一定制。目前市场上假肢价格从 1 万到 10 万不等，“援手项目”利用 3D 打印小量订制、大量生产的特性，2000 元即可让一个孩子用上一件量身订做的假肢。

“该项目的 3D 打印义肢不公开出售，是由各发起方免费提供给受益人。但 2000 元的费用需由发起方向社会发起公益筹款来募集。”徐启智介绍说。

对于“援手项目”中企业、基金会、中心三者之间的关系，徐启智有这样的解释：“目前参与进来的企业有三方：义肢 3D 打印技术商、具有爱心的创客空间、众筹平台运营商。这三类企业参与进来，可以收获爱心企业公民的社会赞誉。对于基金会和中心来说，则是收获了一个推动有影响力好项目的美名。”

众筹平台筹集的善款资金，主要由义肢 3D 打印技术商和具有爱心的创客空间两者使用，一个是用于支付义肢 3D 打印的耗材，另一个是支付量身定制服务(义肢必须百分百按受益人实际的情况进行定制)。

“我们在成都已经同众多创客团体建立了极为良好的合作伙伴关系，项目的第一批 3D 打印义肢的生产、测试、安装工作将在成都进行。若效益不错，希望能扩大到全国范围。”徐启智说。

引进“跨代养老”项目，推动社区养老

中心正在全力推进的另一个项目是“跨代养老项目”(Generation Bridge)，该项目在德国已运行近 10 年，2014 年还获得德国民政部最佳公益项目大奖。

2015 年引进中国后，“跨代养老项目”在上海一家养老院进行了为期一年的调试，预计 2016 年第四季度可以正式在中国大陆地区推广。这个养老项目最具特色的地方是将青少年与老人联系起来。在特别的社区中，让不同家庭生活同一个屋檐下，本来素不相识的人得以组成新的“大家庭”。入住的老人需要基本照顾时，邻居的年轻人可以施以援手。反过来年轻人出门时，老人(并非孩子的祖父母)可以代为照顾孩子。这样一来，养老不再是给老人纯粹提供吃喝的物质供给，而是给予他们老有所依的精神慰藉，同时也让青少年获得跨代老人的帮助和关怀。

该项目前期的资金是由项目引进方深圳社会影响力股权投资基金管理有限公司投入，未来希望能吸引社会公众共同捐赠或投资。

“跨代养老项目”中的受益老人其实是所有类型的老人，包括独居的、夫妇双全的、在家的、在养老院的、在社区养老中心的等等。该项目的运作主要依赖志愿者，这些青少年和老人以及青少年的家庭都可能是志愿者。

“志愿者的成本依国家规定主要有二：一为志愿者的培训、二为志愿者的保险。我们也希望能补贴志愿者服务时来往的公共交通费用以及误餐费。这些我们希望能从企业、基金会以及公众募集善款中支付。”徐启智说。

中心在“援手”和“跨代养老项目”的收入就是项目管理服务费。徐启智表示，项目管理费用由中心使用，按国家规定控制在捐款 10% 的金额之内(由于中心没有公募资质，因此这笔费用将由与中心合作的公募基金会提供。基金会配合此项工作会产生一定成本，此项成本将纳入到项目管理成本中。)

对于中心在这两个项目扮演的角色，徐启智认为，作为这两个项目的发起人之一，中心在前期扮演引进企业间共同合作的资源协调人和项目策划人，在试点期间做为公募资质提供者、项目执行总协调人，项目执行效益监督评估人，在后期全国推广时将担任项目执行效益监督评估人、项目执行总协调人。

中心是青基金会新工场的“升级版”

为了实现社会影响力最大化，中心专注于对两种类型机构的服务：社会企业以及公益组织。由于每一个组织、项目都有其特殊性，因此需要对它们量体裁衣，制定适合自身的发展计划。原则上，社会企业是希望辅导到上市才退出，公益组织则以项目影响力的最大化作为参考目标，不仅仅以时间为退出的条件。

两类机构的资金投入方式都是筹资，但渠道不同。对公益机构而言，中心将协助其利用各类公众筹款渠道进行筹款；对社会企业而言，中心将帮助其尝试发行商业基金以及引入其他天使基金。

如今，中心的经营成本主要集中在人员投入。徐启智表示，“单位招募的人员要求比较高，不仅对公益，还要对商业尤其是投资的领域有所了解，对社会影响力投资还需要有一定的认识。目前的成本集中在人员的工资上。年底计划有 9 名员工，但目前只有 4 名。”

中心的员工工资初期是由发起方捐赠，未来中心希望能在提供服务的项目中收取的服务费用(例如项目管理、财务管理、项目监测、项目评估)里支付工资。中心的预期收入来源有两部分，一部分是公益项目收入；另一部份是社会企业项目收入。公益项目收入主要来自于承接的公益项目，社会企业项目收入来自于投资收益。

徐启智原来是中国青少年发展基金会新协力工场的总干事。在 2014 年接手新工场，目标是做一个公益组织加速器。“青基金会本身具有公募资质，协助当时与新工场合作的公益组织、公益项目在社会上发起筹款，特别是通过众筹渠道进行筹资。”徐启智说。

2013 年度，新工场的筹资总额为 650 万，之后的两年，每年的筹款金额较去年要翻一番。“2016 年离开时，新工场筹资额已经达到一年将近 2400 万元。这虽然不是一个大数字，但是连续两年的成倍增长却已足够证明，一个专注协助公益组织公益筹款的平台确实能够发挥效果。”徐启智说。

徐启智认为，如今的中心是新工场的“升级版”，这个平台不仅仅协助公益机构利用多种渠道进行公益筹款，而且还要帮助高社会价值的潜力项目与机构获得商业投资。

在整个公益与商业的有机链条中，徐启智认为中心最合适的定位是“资源协调者”和“社会效益监督评估者”。不同于一般公益机构直接自己策划项目找合作企业，中心自己并不产出项目。无论是“援手”还是“跨代养老”，都不是在中心的手中实现了从零到一的过程。“我们不直接创造和策划项目，而是加入、补强、完善已有的项目，”徐启智说。

用自己建立的标准挑选出合适的、能够平衡社会价值与商业价值的项目并与之建立合作，以“资源协调者”的身份支持他们筹款，协助他们找到落地所需要的资源，再以“社会效益监督评估者”的角色做公正的第三方进行项目监测评估并做出客观报告，公开给捐赠人与整个社会知晓。

徐启智表示，相对于公益机构自己去找企业合作，中心对爱心企业而言是提供一站式服务，替企

业遴选出适合企业公益战略的项目，如果没有一个单一项目符合，中心有能力协调多个公益组织加入到一个符合企业与合作公益机构战略利益的联合公益项目，并且在执行时承担协调人的角色。这就避免了对单一公益组织而言，项目如果不符合企业的公益战略需求，很容易就被一口回绝的情况。

“社会影响力投资”在中国近年的发展如火如荼，公益机构和企业都希望能有一个平台出现，让两者的利益达到最大化。

来源：公益时报

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5NTM3MjM5Mg==&mid=2652341816&idx=1&sn=39baa74c9aa7c95b72e0ef1c51e136b9&scene=1&srcid=0624w4kp2bTmsubKe8v0qJT3#wechat_redirect [【返回目录】](#)

公益时报：爱佑益+：70 家公益机构，3000 万资助，你心动了吗？

相信这周持续关注我们的小伙伴已经对“公益创投”的概念有了一定的了解，今天小编再为大家介绍一个在这方面做得比较出色的机构——爱佑慈善基金会(以下简称爱佑)。

上月末，由爱佑主办的“慈善+”2016 跨界公益论坛在北京举行，爱佑在论坛中发布了 2015 年度报告。报告显示，爱佑公益创投项目(“爱佑益+”)矩阵正逐渐形成由多维度资助、公益社群和公益人才培训所组成的完善体系。

据记者了解，2016 年“爱佑益+”计划资助 70 家公益机构，其中包括 20 家比较成熟、专业方向比较清晰、处于战略转型期的机构以及 50 家初创期的机构，预计投资达 3000 万元。怎么样，心动了吧?那么，什么是“爱佑益+”，其又是如何运作的呢?

依托自身经验和资源



爱佑是 2004 年《基金会管理条例》颁布施行后国内首家注册成立的非公募基金会。经过 10 余年的探索与发展，爱佑已经打造了孤贫儿童医疗救助领域与公益创投领域两条慈善生产线。

“从自身发展战略来看，早期爱佑也考虑过要做资助型基金基金会，但由于成立初期项目的可选择空间不大，基金会并没有走这条路。”爱佑公益创投项目投资总监张琳告诉记者，“到 2013 年中国的公益环境已经发生很大变化，出现了很多优质的 NGO 和公益组织，同时很多机构表示在组织管理、项目发展以及资源等方面有了瓶颈。另外，当时社会上也有一些声音，包括民政部，大家希望爱佑依托自身 10 年来积攒的经验和资源，和外界多一些互动及共享，共同推动公益事业的发展。结合这两方面的考量，2013 年爱佑开始尝试做公益创投。”

2013 年 6 月，爱佑启动了公益创投项目，2014 年 9 月正式定名为“爱佑益+”。该项目意在搜寻具有潜在巨大社会影响力的社会企业和公益组织，依托爱佑多年来积累的经验和资源，为其提供资金支持、资源拓展、战略指导、管理(人力资源、财务和 IT)辅导、品牌活动等多方面支持。



图片来自公益万项

2015 年 1 月，爱佑投入 1000 万元成立“公益创投引导基金”。截止到 2015 年年底，“爱佑益+”共资助了包括广东省绿芽乡村妇女发展基金会、公众环境研究中心、罕见病发展中心、科学松鼠会等在内的 30 家公益组织，总投资约为 1500 万元；首批资助机构人员规模平均增长超过 40%，收入平均增长超过 120%。

“今年爱佑预计投入 3000 万元，计划资助 70 家机构，包括 20 家比较成熟、专业方向比较清晰、处于战略转型期的机构，以及 50 家初创期的机构。”对于资助资金的来源，张琳谈到，“资金来源部分是基金会的非定向资金，另外还有一些专项基金，其中包括基金会原有捐赠人的捐赠，以及一些对公益创投感兴趣的新的捐赠人的捐赠。这两部分各占 50%左右。”

量身定制的资助模式



IPE 致力于促进环境治理机制的完善

公共环境研究中心(IPE)是爱佑公益创投项目“爱佑益+”资助的第一家机构,也是经常被提及的一个案例。IPE 是一家在北京注册的公益环境研究机构。自 2006 年 6 月成立以来, IPE 开发并运行中国污染地图数据库,推动环境信息公开和公众参与,促进环境治理机制的完善。

2013 年 8 月,爱佑和 IPE 签订了资助协议。当时项目主要从两方面入手,一是帮助 IPE 做战略梳理,协助其制定战略规划,二是帮助其提升组织能力。

“基于对公众环境研究中心优势和外部环境的研究,通过反复沟通,我们和 IPE 达成了共识:三年内集中在数据公开业务(以污染地图为核心)和绿色供应链两个核心方向上做出深度影响力。”据张琳介绍,此前 IPE 共设置了五个战略发展目标,但根据其自身的人力资源等情况,实施起来有一些难度。

为协助 IPE 开发的蔚蓝地图 APP 顺利上线,爱佑为其提供了 15 万元资金支持,为机构购买法律服务提供保障。此外,为帮助机构更好地发展,爱佑还为 IPE 引进了多家资助方。“我们为机构引进了 SEE 基金会。SEE 与 IPE 签订协议,承诺在 5 年之内提供 2000 万的资助。而且,通过对机构背书,对接阿里云资源,解决了数据崩溃问题,为机构数据库搭建提供了良好基础。”

在组织能力建设方面,项目组对 IPE 的人力资源、财务、IT 等几方面进行了全面的诊断,帮助

其招聘人力资源总监、财务负责人，搭建人力资源管理和财务部门，并帮助其梳理业务需求，对搭建新数据库和业务系统提供建议。“2013 年，IPE 只有 11 人的团队，基本只有项目人员，缺乏财务、人力、品牌等岗位，没有中层管理团队的状况。到 2015 年其员工数量达到 28 人，职能部门基本健全。其收入也从 2013 年的 317 万元增加到 2015 年的 1263 万元。”



事实上，一家公益组织要真正成为“爱佑益+”的资助对象，需要经过项目筛选、初步尽职调查、项目立项、尽职调查、拟定初步投资方案、投委会/捐赠人决议、签订合作协议、项目跟踪管理等八个流程。“爱佑主要关注孤贫儿童医疗救助领域，在具体的分支领域不具备更权威的指导性，我们目前也没能力去做过多细分专业的引领或推动。因此，基于爱佑自身的能力，我们会优先考虑机构的专业性，选择那些具有一定的专业发展基础，但机构的组织能力发展遇到一定的瓶颈、资源出现缺乏的公益组织，我们会用整个管理体系、后台支撑的模式帮助机构进一步发展。”张琳告诉记者。

首发公益机构评估模型



目前，“爱佑益+”对公益组织的资助采用的是“3+X”的模式，“3”代表3年，也即爱佑承诺的资助期。不过，项目的资助合同是每年签订一次。在每一年年初，爱佑会与机构进行沟通，确定资助重点，并在年底进行评估。如果年初确定的资助重点已经完成，或者机构的成长已经实现，下一年的资助重点会进行调整；如果没有完成，爱佑会分析其中原因，确定是否继续在这个方向进行支持。张琳表示，各家机构的状态和需求都不一样，有的是在人力方面，有的是在品牌方面，还有一些机构需要战略调整；在最初的尽职调查、跟机构签订合作协议之前，包括整个支持过程，对于资金的使用方向以及额度，他们都会和机构进行沟通和确定，“就整体而言，我们会承诺3年的支持，但这是有条件的，如果出现重大的误差，我们也会提前终止对整个项目的资助。”

在“慈善+”2016跨界公益论坛上，爱佑首次发布了《“爱佑益+”公益机构评估模型》。据了解，该模型是爱佑基于自身运作经验，并参考国内、美国以及欧洲主流的公益组织能力评估模型，与安永（全球领先的审计、税务、财务交易和咨询服务机构之一）共同合作开发的投前、投后整套评估模型，以此进行项目筛选、项目持续跟踪、投后能力建设效果评估，并根据模型的持续积累不断地优化资助选择和资助方案制定。

张琳表示，由于爱佑做的主要是机构的能力支持和能力培养，依托这个评估模型，他们可以在各个阶段对机构不同的能力模块给出相应分数，并从中看出变动的情况，每一个资助行为和最终产生的结果之间会有比较清晰的展示链条。此外，公益创投项目每年会制定关于被资助机构成长以及项目自身创新两方面的绩效指标，并在项目结束后向捐赠人提供成果总结。

“目前我们资助的全部是非营利机构，没有计算投资回报率，但是会统计被资助机构产生的社会效益。”张琳认为，对基金会来说，公益创投项目能够起到很好的协调作用，为基金会的发展打开更广阔的空间。“如果仅在单一领域发展，我们对其他行业的认识不会得到提升，在选择范围以及新项目立项等方面都会面临很大的局限。另外，对捐赠人而言，在公益升级的过程中，他们也希望看到效率更高、不同模式的公益项目出现，而不是都集中在传统领域。”

来源：公益时报

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MjM5NTM3MjM5Mg==&mid=2652341866&idx=1&sn=a0da2cc9f9d3c019b95a22a4c7769062&scene=0#wechat_redirect

[【返回目录】](#)

公益时报：“影响力”投资成社会企业最大“金主”

6 月 16 日，坐标新加坡。

来自印度的麦克站在星展基金会首届亚洲社会企业峰会的讲台上非常有底气，在谈到他的社企时会不时激动一下，台下来自亚洲的 200 名顶尖社企专家、孵化器及能力建设者也为麦克积极呼应着。

这位早年留学美国，拿到 MBA 硕士学位后坚定回国，却以在当地推销“厕所”的方式报效祖国。高学历、卖“厕所”，这貌似不太对等的两者，如今却以这种方式解决着印度当地巨大社会问题，产生着巨大的社会影响力。

如今，义利并举、公益与商业的融合投资，在追求一定的财务回报外，在社会和环境影响力方面也有量化的回报指标已经成为社会企业的重要标志，这已经引起了资本市场的足够兴趣，并积极为其“保驾护航”。

“社会影响力”成投资必要条件

在美国念完 MBA 硕士后回到印度。但麦克似乎对所学商科专业并不感兴趣，看到当时印度卫生条件恶劣，麦克决定“大干一场”。

2009 年，麦克在印度注册成立了一个旨在向当地低收入群体，低价售卖厕所，帮助改良卫生条件的公司。麦克说，公司成立之初发展异常艰难，即便是带着制作详细的融资方案找寻银行家融资时，也会遭遇嘲笑，被认为售卖厕所很难有投资回报，并给出 26% 的高息贷款条件。

正当麦克一筹莫展时，印度当地一家公司决定给麦克注入一笔资金，助其发展。果不其然，麦克在拿到融资后，非常珍视，通过几年发展后开始有所盈利，同时，麦克此时也加入当地的社会企业孵化器组织，通过自身项目的社会影响力拿到孵化融资。

2016 年，麦克的公司已经有接近 30% 的盈利利润，在印度帮助解决了 20000 人如厕问题，同时改良了当地的卫生习惯。

一次，麦克作为厕所公司的创办人，前往印度北部一个偏远村庄考察，突然间一个上年纪的妇女跑了过来，撞了麦克一下，麦克说，你知道在印度这样是很不文明的，但麦克没有想到，接下来的对话令麦克感到作为一家社会企业存在的价值。

妇人告诉麦克，自己所在村子由于没有厕所，13 岁的孙女经常夜晚独自出去方便，但夜晚受到毒蛇、蚊虫咬伤的几率很大，这样一来，晚上精力消耗掉很多，睡眠不足，白天在学校就只能瞌睡，直接影响学习成绩，后来索性就不去上学了，但有了厕所后，孙女不用花费精力赴村子外方便，晚间睡眠充足，白天上课精力集中，直接对成绩提升起到了积极作用，妇人对麦克表示极大感谢。

讲到这里，麦克觉得对于社会企业的影响力，这个“厕所”项目已经足够大。

2014 年，由星展银行全额捐赠 5000 万新加坡元设立的星展基金会，专门致力于亚洲社会企业培育发展。

星展基金会理事长吴幼娟在接受《公益时报》记者采访时表示，“孵化器更多应该看到社会企业在改变社会问题上产生的社会影响力。而社会影响力成就会有一个评估体系，如果当盈利能力超过了社会影响能力，我们就不再看做社会企业，而盈利能力也不是我们决定是否资助的主要方面。”

需要改变的融资结构

香港“有机上网”是一家旨在协助有需要的学生进行网上学习的社会企业，意思是“有机(计算机配套)便可以上网，上网便可以有机(机会)”。

黄岳永是这家机构的行政总裁。这位有着多年商场实战经验的“老江湖”认为，社会企业的融资对象，不一定是政府资金，首先应该向市场要资源。

黄岳永说，“有机上网”做过测算。2011 年，香港学生的上网人群比例已经达到了 85%，但仍有 15% 的学生不能上网，“有机上网”随后接受香港政府资金运作，将这 15% 不能上网者比例降低为 4%，上网比例提高至 96%，但此时政府政策出现摇摆，认为 4% 的未上网者并不需要再继续改变他们，政府也认为，“有机上网”将未上网人群降为 4%，已经是了不起的成绩，认为“有机上网”已经足够强大，应该将政府资金投入更多能利用的群体中。

这之后，香港政府不再向“有机上网”提供资金支持，这突然间的“断奶”对于“有机上网”是一个较为不好的信息，黄岳永觉得，如果我们一开始就不接受香港政府的资助，选择尝试通过市场方式进行融资，那么效果可能会不一样。

“拿到香港政府资金支持后，就会有 KPI 考核，还有一些规定，这实际上是对你的业务发展模式和融资能力产生一定阻碍，这时的社会企业可能更多需要遵循政府资金要求的方向运作，我们即便有盈利，但盈利分配也会受到政府要求的影响。”黄岳永说，“如果社会企业一开始就选择市场作为融资方，发展效果可能会很不一样。”

但即便如此，黄岳永也坦言，初创社会企业要想拿到市场融资也并非易事。

2015 年，星展基金会委托依甸咨询研究所以《社会融资的创新》为主题，调查社企资金短缺问题所在。

结果显示，“商业投资者经常会被主流融资工具约束，只愿意采用长期融资或股权投资方式。另外，商业投资者注意力往往限于少数工业领域或特定的社会规模。这样投资趋势就对初期社会企业带来巨大的挑战，而许多初期社会企业需要珍视社会影响力的风险资本，获短期营运资本。创业初期得不到投资者青睐将对社会企业日后发展和吸引投资者潜力产生影响。”

星展基金会主管刘碧婵说：“通过改良的融资工具，慈善资本家，例如基金会，将能在社企融资

方面，为降低风险扮演更大的角色。打造综合性的结构以满足社企的发展需求将是重要的突破。”

孵化器“日子”并不好过

除了社会企业创业者之外，社会企业孵化器在支持上扮演者举足轻重的作用。

“亚洲社会企业挑战赛”是星展基金会与新加坡国立大学在 2014 年联合推出的公益孵化项目，旨在发掘有潜力持续发展、具社会影响力的社企，今年已是第三年。截止 2016 年 5 月，已有来自 25 个国家的参赛者提交超过 1 千封参赛作品，优胜队伍将获得超过新币 17 万 5 千元的“种子”资金。最终，将会有超过 250 人的初步评审团挑选了 120 家社企，并从中筛选出 12 家到新加坡参加 9 月决赛。期间，入选机构将会接受导师培训等一系列服务。

北京保益互动科技发展有限公司与上海“索益文化发展中心”分别是两家专注于为残障人士服务和为政府、企业、民间公益活动策划、执行、品牌咨询的社会企业。

2015 年，北京保益的盲童伴读(开发盲童有声软件)公益项目，参加到公益孵化项目中，获得了星展基金会 20 万元的资助。目前，项目开发也已经接近尾声，已经获得了超过 3000 多次下载量，而李磊的“索益文化发展中心”通过竞争作为成功进入社会企业 120 强。

据《公益时报》了解，目前星展基金会在中国境内资助的孵化器并不涉及利益分配，投资方与孵化器均是无偿投资，孵化器与孵化对象间也是无偿孵化，不涉及利益分配，这使得社会企业的孵化器的自我造血功能还有很大提升空间。

2015 年，星展基金会和亚洲公益创投网络研究考察了星展银行在各国主要市场的 15 家社会企业孵化器后联合发表了《社会效益孵化窍门》研究报告。

报告发现，这些专门用于社会企业的孵化器和主流商业孵化器其实不分上下，不过尽管社会企业肩负着解决社会需求的任务，但这些特定的孵化器却很少给与社会影响力测量的辅助，多数社会企业孵化器也没有创造足够的收入，无法自力更生，往往依赖补助金运作。

星展基金会主管刘碧婵表示，“在亚洲，大多数社会企业孵化器还处于萌芽阶段且资金微薄，这样一来降低了孵化器孵化社会企业的能力，孵化器能否获得充足的资金从目前来看是一个挑战。”

社企利润分成各国、地区不同

以解决社会问题设立的社会企业，将会把解决社会问题产生的影响力评估放在首要位置，另外社会企业盈利也将是个绕不过去的话题，而对于盈利的分层各国和地区则有着不同的规定。

2011 年成立于上海的“索益文化发展中心”是一家专注公益传播的社会企业，服务于非营利组织，政府与企业，2015 年该机构通过提供活动策划、执行服务成为星展基金会的合作伙伴。

作为该机构的创办人，李磊觉得，这种机会是社会企业成长的一种有效渠道，社会企业利润分配也是一个不可回避的话题，当然，利润分配的前提是社会企业首先盈利。

“社会企业就应该看待成一家企业，那盈利将会成为一个必然的需求，应该允许一定利润的分配，进一步用来发展企业。”李磊对《公益时报》表示。

新加坡星展基金会理事长吴幼娟在接受《公益时报》采访时表示，“社会企业盈利分配在新加坡并没有一个相应法令规定，业界也没有形成一个统一看法，但我们基本鼓励将盈利的 70% 重新投入到项目和企业自身发展上。”

对话：新加坡星展基金会理事长吴幼娟

《公益时报》：你如何认定社会企业？

吴幼娟：在新加坡并没有一个社会企业注册机构，所有社会企业均为企业方式注册，也不享有免税等政策。认定更多是看社会企业的社会影响力，而不是看社会企业的盈利能力。社会企业与企业最大的不同，应该不是将盈利放在首要位置，而是更多考虑社会影响力。

《公益时报》：你如何看待中国社会企业？

吴幼娟：目前，中国大陆对社会企业定义还不太清晰，但这也可能是全亚洲共同的问题。另外，传统公益机构已经注意到社会企业这种新的模式，一部分已经开始向社会企业转型，但这个过程会非常复杂，不容易做到，也并不是将现有商业模式搬到公益机构中就成了社会企业，这需要很长过程。

《公益时报》：你怎样看待社会企业利益分配？

吴幼娟：社会企业利润确实是一个不可避免的话题。目前，新加坡并没有一个法令规定利益分配多少，但我们界内倾向于将 30% 利润用于分配，70% 投入社会企业再发展。社会企业本质上还是属于企业，但不以盈利多少为使命，而是以创造社会价值大小为使命，但这不等于不盈利，如果有盈利适当分配是可以的，也更有利于激发社会企业发展。

《公益时报》：怎样看待社会企业融资？

吴幼娟：社会企业融资跟商业融资没有什么区别，但市场融资需要社会企业能力足够优秀，市场融资也并不是一个简单的过程，星展基金会将帮助社会企业降低融资门槛，给社企经济发展模式的建议，使其能够顺利融资，并提供适当资助，但这并不等于社会企业质量会下降。

来源：公益时报

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MjM5NTM3MjM5Mg==&mid=2652341799&idx=1&sn=bd021a47b674e4fc9126dee9f6193488&scene=1&srcid=0624gPIQ9DoxpXZgTSL57qxM#wechat_redirect

[【返回目录】](#)

公益时报：社会企业融资难如何解决？

6 月 16 日，新加坡。

来自印度的麦克站在星展基金会首届亚洲社会企业峰会的讲台上非常有底气，在谈到他的社企时会不时激动一下，台下来自亚洲的 200 名顶尖社企专家、孵化器及能力建设者也积极回应着麦克。

这位早年留学美国，拿到 MBA 硕士学位后回国的海归，却在当地推销起了“厕所”。高学历、卖“厕所”，这貌似不太对等的两者，如今却解决着印度当地的重大社会问题，产生着巨大的社会影响力。

如今，在追求一定的财务回报外，在社会和环境影响力方面也有量化的回报指标，已经成为社会企业的重要标志。而这已经引起了资本市场的足够兴趣，并积极为其“保驾护航”。

追求“社会影响力”的商科毕业生在美国念完 MBA 硕士后回到印度，麦克没有选择热门的商业领域，而是针对当地卫生条件恶劣的状况注册成立了一个旨在向当地低收入群体低价售卖厕所，帮助改良卫生条件的公司。

公司成立之初发展异常艰难，麦克表示，即便是带着制作详细的融资方案去找银行家融资时，也会遭遇嘲笑，因为被认为售卖厕所很难有投资回报，并给出 26% 的高息贷款条件。

对于不以利润为第一追求，而是追求社会影响力的社会企业来说，在初始阶段融资难是普遍现象。

正当麦克一筹莫展时，印度当地一家公司决定给麦克注入一笔资金，助其发展。麦克在拿到融资后，非常珍视，通过几年发展后开始有所盈利。如今麦克的公司不仅盈利状况良好，还帮助解决了 20000 人的如厕问题，同时改变了当地人的卫生习惯。

麦克这样的社会企业无疑是重要的，但这样的社会企业在发展过程中，无疑会遇到比一般企业更难的融资等方面的困境。

谁来解决这一问题？除了政府支持，社会企业孵化器的建立尤为重要。

2014 年，星展银行全额捐赠 5000 万新加坡元设立了星展基金会，专门致力于亚洲社会企业培育发展。

星展基金会理事长吴幼娟在接受《公益时报》记者采访时表示：“孵化器更多应该看到社会企业在改变社会问题上产生的社会影响力。而社会影响力成就会有一个评估体系，当盈利能力超过了社会影响能力，我们就不再看作社会企业，而盈利能力也不是我们决定是否资助的主要方面。”

需要改变的融资结构

目前，很多社会企业的资金来源主要包括政府资金、孵化器资金、商业资金。由于商业资金难以获得，孵化器尚处于发展阶段，不少地区的社会企业主要依靠政府资金。

香港“有机上网”是一家旨在协助有需要的学生进行网上学习的社会企业，意思是“有机（计算机配套）便可以上网，上网便可以有机（机会）”。

黄岳永是这家机构的行政总裁。据他介绍，“有机上网”做过测算，2011 年，香港仍有 15% 的学生不能上网，“有机上网”随后接受香港政府资金运作，将这 15% 不能上网者比例降低为 4%。此后政府政策出现摇摆，认为 4% 的未上网者并不需要再继续改变，政府也认为，“有机上网”将未上网人群降为 4% 已经是了不起的成绩，认为“有机上网”已经足够强大，应该将政府资金投入更多能利用的群体中。

这之后，香港政府不再向“有机上网”提供资金支持，突然间的“断奶”对于“有机上网”是一个较为不好的信息。黄岳永觉得，如果自己一开始就不接受香港政府的资助，选择尝试通过市场方式进行融资，那么效果可能会不一样。

“拿到香港政府资金支持后，就会有 KPI 考核，还有一些规定，这实际上是对你的业务发展模式和融资能力产生一定阻碍，这时的社会企业可能更多需要遵循政府资金要求的方向运作，我们即便有盈利，但盈利分配也会受到政府要求的影响。”黄岳永说，“如果社会企业一开始就选择市场作为融资方，发展效果可能会很不一样。”

但即便如此，黄岳永也坦言，初创社会企业要想拿到市场融资并非易事。

2015 年，星展基金会委托依甸咨询研究所以《社会融资的创新》为主题，调查社企资金短缺问题所在。

结果显示：“商业投资者经常会被主流融资工具约束，只愿意采用长期融资或股权投资方式。另外，商业投资者注意力往往限于少数工业领域或特定的社会规模。这样投资趋势就对初期社会企业带来巨大的挑战，而许多初期社会企业需要珍视社会影响力的风险资本，获短期营运资本。创业初期得不到投资者青睐将对社会企业日后发展和吸引投资者潜力产生影响。”

星展基金会主管刘碧婵说：“通过改良的融资工具，慈善资本家，例如基金会，将能在社企融资方面，为降低风险扮演更大的角色。打造综合性的结构以满足社企的发展需求将是重要的突破。”

孵化器“日子”并不好过

随着人们对社会企业的重视，越来越多的社会企业孵化器开始出现，为社会企业提供有力的支持，但如何可持续成为一个必须面对的挑战。

“亚洲社会企业挑战赛”是星展基金会与新加坡国立大学在 2014 年联合推出的公益孵化项目，旨在发掘有潜力持续发展、具社会影响力的社企，今年已是第三年。

截至 2016 年 5 月，已有来自 25 个国家的参赛者提交超过 1 千封参赛作品，优胜队伍将获得超过新币 17 万 5 千元的“种子”资金。最终，将会有超过 250 人的初步评审团挑选了 120 家社企，并从

中筛选出 12 家到新加坡参加 9 月决赛。期间，入选机构将会接受导师培训等一系列服务。

据《公益时报》了解，目前星展基金会在中国境内资助的孵化器并不涉及利益分配，投资方与孵化器均是无偿投资，孵化器与孵化对象间也是无偿孵化，不涉及利益分配，这使得社会企业孵化器的自我造血功能存在严重问题。

2015 年，星展基金会和亚洲公益创投网络研究考察了星展银行在各国主要市场的 15 家社会企业孵化器后，联合发表了《社会效益孵化窍门》研究报告。

报告发现，专门用于社会企业的孵化器和主流商业孵化器其实不分上下，不过尽管社会企业肩负着解决社会需求的任务，但这些特定的孵化器却很少给予社会影响力测量的辅助，多数社会企业孵化器也没有创造足够的收入，无法自力更生，往往依赖补助金运作。

星展基金会主管刘碧婵表示，“在亚洲，大多数社会企业孵化器都还处于萌芽阶段且资金微薄，这样一来降低了孵化器孵化社会企业的能力，孵化器能否获得充足的资金从目前来看是一个挑战。”

社企利润分成各国、地区不同

以解决社会问题设立的社会企业，一般会把解决社会问题产生的影响力评估放在首要位置，但社会企业盈利也将是个绕不过去的话题，而对于盈利的分成，各地则有着不同的规定。

2011 年成立于上海的“索益文化发展中心”是一家专注公益传播的社会企业，服务于非营利组织、政府与企业。2015 年该机构通过提供活动策划、执行服务成为星展基金会的合作伙伴。

作为该机构的创办人，李磊觉得社会企业利润分配也是一个不可避免的话题，当然，利润分配的前提是社会企业首先盈利。

“社会企业就应该看待成一家企业，那盈利将会成为一个必然的需求，应该允许一定利润的分配，进一步用来发展企业。”李磊对《公益时报》表示。

新加坡星展基金会理事长吴幼娟在接受《公益时报》采访时表示：“社会企业盈利分配在新加坡并没有一个相应法令规定，业界也没有形成一个统一看法，但我们基本鼓励将盈利的 70%重新投入到项目和企业自身发展上。”

对话：新加坡星展基金会理事长吴幼娟

《公益时报》：你如何认定社会企业？

吴幼娟：在新加坡并没有一个社会企业注册机构，所有社会企业均为企业方式注册，也不享有免税等政策。认定更多是看社会企业的社会影响力，而不是看社会企业的盈利能力。社会企业与企业最大的不同，应该不是将盈利放在首要位置，而是更多考虑社会影响力。

《公益时报》：你如何看待中国社会企业？

吴幼娟：目前，中国大陆对社会企业定义还不太清晰，但这也可能是全亚洲共同的问题。另外，

传统公益机构已经注意到社会企业这种新的模式，一部分已经开始向社会企业转型，但这个过程会非常复杂，不容易做到，也并不是将现有商业模式搬到公益机构中就成了社会企业，这需要很长过程。

《公益时报》：你怎样看待社会企业利益分配？

吴幼娟：社会企业利润确实是一个不可避免的话题。目前，新加坡并没有一个法令规定利益分配多少，但我们界内倾向于将 30% 利润用于分配，70% 投入社会企业再发展。社会企业本质上还是属于企业，但不以盈利多少为使命，而是以创造社会价值大小为使命，但这不等于不盈利，如果有盈利适当分配是可以的，也更有利于激发社会企业发展。

《公益时报》：怎样看待社会企业融资？

吴幼娟：社会企业融资跟商业融资没有什么区别，但市场融资需要社会企业能力足够优秀，市场融资也并不是一个简单的过程，星展基金会将帮助社会企业降低融资门槛，给社企经济发展模式的建议，使其能够顺利融资，并提供适当资助，但这并不等于社会企业质量会下降。（记者 张明敏）

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2016-06/21/content_14236.htm?div=-1 [【返回目录】](#)

中国慈善家：离公益界最近的设计师：南都、恩派、CFC、非公募论坛 logo 都出自他手！

挂断电话，张建军点开文件，缩放再缩放，屏幕上便密密麻麻挤满十几套配色鲜活的图标。他框选、删除，最终只余一套方案。

刚刚还在说标志像自己的“孩子”，转眼就删得干脆利落，“这些都是为一个慈善组织的活动设计的标志，客户确定了最终方案。”他转过头解释说。

每个标志都是针对某个对象设计的，所以落选方案不会被留作其他标志设计的备稿。

张建军说，人们看标志，就是两秒。“一个标志里不用说出几十个创意来，也不需要华丽的语言来包装，但一定要简单。”他补充道，“假使真的两秒钟看不完，也要留下一个抓人眼球的形象。”

20 岁出头，张建军从中央美术学院毕业，到外经贸部直属的中国包装装潢设计公司广告部工作，一年后赴港，在香港侨裕集团负责产品开发设计，同时于香港大一艺术设计学院工商设计系进修。

2004 年，他返京，创立北京万象更新设计中心。跟内地完全不同的新颖设计风格给他带来了不

少客户，张建军将之归功于在美院打下的基础和在香港学习、工作积累的经验。

设计是个看阅历的职业，他说，研究的标志多了，客户一提出构想，他脑子里立刻就知道对方想要什么。

感受到内地标志设计的“土气”，张建军觉得这是好事，有差距才有市场，“如果哪哪都做得很棒，（我）就可以在家歇着了。”

当时张建军手底下有不少刚毕业的“小孩”，他手把手地教，“我更像一个老师，”他笑着评价自己。

这一年，他精简公司规模，注册成立北京灵感广告有限公司，既做老板也做设计师，自己管自己。

2006年，张建军的客户名单里头一回出现了慈善组织。在南都公益基金会的临时办公室里，他和该基金会秘书长徐永光第一次见面。张建军“港范儿”十足，举止彬彬，徐永光对他印象很好，看过他的设计作品后，便问他要不要帮南都基金会设计标志。

“树”是很多境外NGO设计标志时常会用到的元素，它寓意着不断生长，有生命力，南都基金会也想用它做标志。



张建军设计的南都公益基金会logo

张建军看到，秋天的北京，银杏排列街道两边，市民们在银杏道上跟满地金黄拍照留念，其景甚美，遂提议用“银杏树”这个形象。“银杏的果实‘包治百病’，银杏又是世界上最古老的树种之一，”徐永光当下拍板同意。

张建军做了几套方案，把写实的银杏树重新勾画，在树根处加了一个山坡样的笔触。他脑中浮现出一个画面：参天银杏，驻足者三三两两，或读书，或乘凉……树下兴许还埋藏着谁的回忆。“你看，一个标志可以引申出这么多丰富的东西。”他说。

南都基金会不仅是一棵“大树”，还要有生长的空间，有鲜活的生命力。几经调整，最终呈现在

标志上的银杏树，枝桠间多了一个小杈。至此，方案落地，皆大欢喜。

张建军很享受这种相互信任的工作状态，他形容徐永光“性格好”，而自己也像个小孩，两个葆有童心的人，交流起来好不痛快。

“一个单纯的人，才能做出事来。”张建军说，“如果老谋深算，有太多心机，事情就不会干得太漂亮，想太多就受限了。”



这次合作之后，他又接着给恩派公益组织发展中心、中国非公募基金会发展论坛、基金会中心网等慈善组织和平台设计了标志方案。有些是徐永光推荐的，有些是看了南都基金会的新标志后找来的，“比如恩派，到现在整十年，一直是我帮他们做标志设计。”他说。

“难”，张建军承认，给慈善组织做标志更有难度，“你上网搜慈善组织，会发现标志大同小异，很多手和爱心。”他说，“现在这种类型的标志大家肯定不喜欢了，但跳出去做个新的，大家又不一定接受。每个人对美的见解是不同的。”

说话间，电话铃响，张建军道了声“抱歉”接起，是恩派公益组织发展中心打来确认其“十年社会创新无极限”标志的最终方案。他点开文件，很多个灵动的数字“10”跳了出来，颜色绚烂得仿佛可以瞬间驱散窗外雾霾。

张建军很喜欢这套设计，他选了几个不同配色的“10”给我看，“你看到的是一个方案，我花了好多心血呢，它们就像我的孩子一样。”

他放大图标展示细节，“我做的是一个欢快的、气泡升腾上去的感觉，五颜六色的，很现代，有年轻人的朝气。”

正是下班时分，屏幕上的鲜艳色彩和屋外的灰霾奇异共存着。雾霾笼罩下的城市，看不出轮廓。



为恩派设计的标志，风格欢快

张建军落地窗前架了一只防毒面具，挺应景，他说自己想拍一张雾霾和面具的合影，便在网上买了。让大部分人憋闷的雾霾倒是给他提供了乐趣。

“设计为人们传递美好的视觉形象，传递感受。当你眼见的都是美的，设计出来的东西很难不好看。”

张建军热衷于拍照分享各种生活小景，平淡无奇的东西在他看来亦有滋有味。他的朋友圈和工作室一样，精简而美，望进去，满眼都是愉悦。

“见多识广”，他强调，设计师不仅心态要好，还要有国际化的视野，不能局限于自己设计的那点东西。每一年，标志都有一个流行趋势，要对这种流行信手拈来。

为了了解趋势，找寻灵感，他时不时让自己处于“在路上”的状态一出去，到世界各地转转。“旅行亦是学习的过程，”他说。

现在，标志的国际流行趋势是简单化，“包括星巴克、谷歌、苹果在内的标志都是越来越简单，”张建军说，“做人也一样，不要把那么多琐碎的东西都加在身上。”

谈及公益，他也喜欢从大的范畴精简到个人行为，“不要放在嘴巴上，而是放在行动中、点滴上，你就往浅了想，不要随地吐痰，不要闯红灯，开车不要有路怒症，公共场合小声说话等等……做好自己的本分。”

以前，张建军对很多事都有抱怨，觉得国内外差距很大，会直言“这些都是西方人最普通的生活习惯，说白了是教养的问题。”现在，他关注更多的是去掉外皮的“差距”本质，“从根本上来说，公益心是要从小培养的，大了再强调、再改造，就很难了，人生观、价值观全都形成了。”

“做好自己，”张建军反复强调这几个字。在这个设计师眼中，公益慈善可以很简单，“过好自己的生活，不妄加干涉别人的生活，不给人添麻烦。这是最重要的。”他说。

来源：中国慈善家

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MTE3MzgyMA==&mid=2650174059&idx=1&sn=1d4d605cfaeaddd0a23a12aa32468e51&scene=0#wechat_redirect

[【返回目录】](#)

NGOCN：网络筹款出事了：是职务侵占还是被报复？

“义工李白”（闫伟杰）被捕一事曝光十多天了，说是涉嫌职务侵占——真是这样吗？侵占了多少钱财？以怎样的方式？这是我看到报道后的第一反应。

但这些信息在南都的报道中并未提及，也没看到其他媒体跟进报道。这位从业十多年的资深义工，就这样不明不白、不声不响地栽倒在公益之乡大凉山脚下。

不明不白，说的是职务侵占的事实没有向公众交代清楚。

现在知道的信息中，只提到公私账户合用和用善款购买理财产品，但财务不规范是一回事，职务侵占又是另一回事。中国当前有相当一部分发展不够健全的机构，没专职的财务人员，有时不得不用私人账户接收善款，这可不能跟私吞划等号。

至于用善款购买理财产品，没有提及是哪款理财产品，也没有说明收益归谁，如果收益归机构所有，那还叫职务侵占吗？打个比方说，如果有百万元项目款放到余额宝里，每天收益近百元，风险也在可控范围内，那还只让善款放在银行随通胀贬值吗？

不搞清楚这些细节，就不能简单的给其扣上职务侵占的罪名。

遗憾的是，报道中没有述及这些细节，却提到打悲情牌煽情牌筹集善款、同时运作多个项目等，并援引“知情人士”的话，说大家对此“颇有微词”。这就有些捕风捉影了。因为每个人、每个机构做公益的方式可能都会有区别，相互之间也可能瞧不上，但这并不代表其中一方的方式就是错的，更不意味着那是违法的。

公益机构筹款打“悲情牌”、“煽情牌”常被诟病，但是，这些词语本身就有问题，如果事实本身就悲情、就很可能震撼人，难道还非要将其贴上“快乐”的标签、呼吁大家理性看待吗？至于同时运作多个项目，更不算错，除非超出机构的工作能力，但那也只是错，不是违法。而且很多公益机构的人员工资都是走项目款出的，没有专门的人员工资支持，如果不是“一个还没做完就要求上另一个”，那项目中断期间人员工资如何筹措？先把人开了再说？那经验又如何积累？草根公益机构的难处，恐

怕不是那些吃官饭的“合作机构”所能理解的。

此外，侧面“证明”闫伟杰“有问题”的，是他众筹得 141 万元的项目存在宣传与事实不符。该项目计划向凉山州昭觉县和布拖县 300 个代课老师发放补贴，并介绍当地代课老师月工资只有 600 元。报道引用了“知情人士”的话：“(600 元)这根本不符合当地现状，比当地最低工资标准还低。”，并指出四川省 2015 年的最低工资标准为每月 1260 元。

我不知道这位“知情人士”到底是何方神圣，有没有对代课老师的工资做过调查，但至少忽略了“代课老师”不是正式工作人员的问题，最低的月工资标准不一定适用，甚至不一定签订了规范的劳动合同，而且还需扣除社保金，那么每月到手 600 元也是有可能的。

有趣的是，这一宣传竟然能引起警方关注，两天之后“义工李白”（闫伟杰）就被带走。我好奇之处有二，一是原来凉山警方这么热心公益，不知道他们有没有调查清楚代课教师的工资问题，而即便宣传有不实之处，需要由警方出手吗？二是警方带走闫伟杰出于什么理由，为何后来所说的职务侵占和为代课老师筹款似乎没有关系——这个众筹的钱还未给到闫伟杰，他就被带走了？这是符合程序正当的吗？

在这类当事人涉嫌犯罪的报道中，如果没有对“疑罪无从”和“程序正义”的坚守，只采用官方信源和口述证词很容易出问题，很多人对“央视认罪”不以为然正是这个原因。单一报道会导致多元视角和声音的消失，公民权利很可能因此被漠视。

闫伟杰的事不禁让人想起去年大凉山的“最悲伤作文”。因为在支教机构索玛花的微博上贴出被媒体广泛报道，凉山贫穷招致公众聚焦，越西县一副县长便对媒体直言，《最悲伤作文》对县里是“一个沉重的教训”，“不论是有意还是无意的，都对这里产生了伤害”。随后他们要求所有支教老师持证上岗，限期拆除已运转三年的索玛花爱心小学，索玛花负责人“老邪哥哥”也被警方带走调查。

当时北京青年报的评论怀疑这种做法是“报复性执法”。“义工李白”的事情与之何其相似，归根结底，是当地政府感到形象受到伤害，怪罪于这些给他们“添麻烦”的公益组织。而如果真是在乎公益机构账目，那应该由民政部门出面规范财务管理，而不是由公安出手调查宣传不实。“老邪哥哥”更为幸运，他被带走引发媒体关注，很多支教志愿者为其发声呼吁，索玛花账目也没被查出什么问题。

但“义工李白”就有问题吗？从目前报道来看很难确定，但警方如此调查有“报复执法”之嫌。

与索玛花出事时不同，公益人此次噤声不语，其机构工作人员不见踪影，代理律师也是沉默是金。有的人觉得他平时和政府走得近，对他不了解不便发声，有的人相信他没有问题，但担心已成铁案，发声反会害了他，有的人不想对公共事件发声，认为低调才能幸存，才能在大凉山持久做下去，还有些人反思公益行业需要自律，管好自家的财务，还想召开研讨会讨论这个问题。

当然，谁都有沉默的权利，但如果沉默成为公益人的共性和共识，连同行的基本权利都懒得守护

时，那公益也就摇摇欲坠、只能仰仗政府的鼻息了。

公益众筹也将大受影响，因为要完成网络众筹只能高调传播，寻找爆点，但这爆点又很可能是当地政府的敏感点，公益机构若想安全只能裹足不前，和网络众筹说再见。可那些需要资源的本地民众呢？凉山当地怕是不会关心的，他们更在乎的是形象，是脸面。

可是，如果这种模式继续复制，那么公益活动稍有不慎，引来官方不满，便会有调查上门，便会有媒体定性，“疑罪从无”变成“无罪从疑”，原本造福社群的公益变成连同行都避之不及的公害，算入“每年 5%”的指标被自动淘汰，那公益，还从何谈起、从何做起？

来源：NGOCN

地址：<http://www.ngocn.net/news/2016-06-22-849bc6254c9bcdfb.html>

[【返回目录】](#)

公益资本论：腾讯出手，“叫板”轻松筹？个人求助该找谁

近日，腾讯上线了一款在线自救平台“WE 自助”，当中有这么一个细则引起了大家的注意：

(二) 项目筹集低于5万元（含5万）人民币的部分：

由发起人直接申请提现；

后续筹集超过5万人民币的部分：

发起人可选或后台将默认匹配一家具有公开募捐资质的慈善组织介入管理并按其款项拨付、监督制度执行。需要提供受助人相应的治疗发票等才可拨款；且该慈善组织将对超过5万元的善款收取1%作为服务管理费用。

WE救助平台不收取任何服务费。

为此，有业内人士打了个有意思的比喻，筹款 5 万以内就是“轻松筹”，超过 5 万就变成了“腾讯乐捐”。

这个平台跟“轻松筹”有啥区别？为啥以 5 万元为界限？公益资本论尝试联系腾讯公益的小伙伴，但目前还未有回应，我们将持续关注。

腾讯 VS 轻松筹，你选哪个？

@玛丽-灵析

虽然形式上，轻松筹和“腾讯 WE 自助”一样，但我内心投给腾讯。腾讯公益运营周期长，经验丰富，目前运营 We 救助，以公益为出发点，5 万元以下不收手续费。相比轻松筹每笔 2% 的手续费，显然更符合公共利益。此外 5 万元以上引入基金会认领合作，可以作为基金会筹款项目，收取 1% 的项目管理费，基金会需要进行审核、需要进行信息披露，作为成本也较为合理。

@吴锦莹

我认为个人求助就是个人求助，即便超过 5 万元的部分要入慈善机构账户，性质上也是个人求助。个人求助与慈善募捐的根本区别在于是为私益还是公益。

个人求助与慈善机构合作是最规范的，而且腾讯这个平台默认了几间慈善机构，系统自动匹配，不用个人去求慈善机构为其背书，腾讯做了个人与慈善机构的中介平台，这一点完胜轻松筹。

@张媛

如果界定为个人求助，那么无论 5 万还是 50 万都是个人求助，都不是《慈善法》管辖的范围。法律上并没有把金额 5 万作为个人求助和公募的分界线，所以这样的规定看起来没有什么依据，可能是发起方为了避免金额过大带来的风险而自定的规则。

腾讯出手，轻松筹的轻松骗还能走多久？

来源：微信公号“两颗松”；作者：松果

轻松筹的项目竟然可以随意修改目标金额。

首先了解下众筹模式，众筹主要两种模式分别是 All or Nothing 模式和 Keep it All 模式。区别在于如果一个项目没有成功达到目标金额，前者所有支持者的资金将会被全额退回，后者则看发起方意愿。

但每个众筹平台无论选用什么模式，都会提前公示规则，告知发起人和支持者每个用户。“轻松筹”这就不伦不类啦，可以改目标金额，挂羊头卖狗肉，平台的规则就是没有规则。

第二，我们需要明确一个概念，众筹是一个金融产品。金融的本质是风险。没有一款金融产品是可以修改目标的，当我第一次听说轻松筹可以随意修改目标的时候，被雷的外焦里嫩。

骗捐的人无论筹到多少钱，只要将筹款目标调整到已筹集资金以下，只要付出 2% 的手续费就可以全部提走。加上发起筹款无需审核，可以说骗捐几乎是零成本。“羊群效应”骗子的智商当然知道，而且现在谁没几十个微信群啊，不明就理的用户被骗捐是很正常的事情。

另一种情况，发起人也可能真有筹款需求，第一次筹款，三十万一下筹集，第一次发现原来钱这么轻松就聚起来了。这一刻，人性是不值得相信的，轻松筹让一个原本苦难的人去挑战人性，并把他推向了恶魔。于是他将目标调整的五十万，也很快就筹到了，但实际上，后来的二十万实他不需要的。这样的案例被媒体报道的层出不穷。

互联网的发展给筹款带来的极大的便捷性，也给骗捐带来极大的便利，众筹网、京东众筹、淘宝众筹等用众筹的商业模式让公益众筹骗捐成本最大化，想要公益众筹骗捐的人，首先要搞定平台审核人员通过内容审核，然后获得公众支持取得众筹成功，最后还要通过财务实名信息审核（一般会与政府系统联网，如个人信息与公安局联网验证）。我们常笑称，这样都能骗捐成功，机会成本太大，这样聪明的人去其他地方可以骗更多。

腾讯公益、新浪微公益、阿里公益等老牌筹款平台更多的是依托基金会提供公募支持，由基金会监督项目方执行与财务安全。所以说，互联网筹款平台总有一种方案来杜绝骗捐的产生。而轻松筹的不作为与纵容，更是一种恶。

其实，2%的手续费并不能给轻松筹带来多少收益，但是其为了用户量，为了刷存在感，让轻松筹平台成为骗捐的温床，则太不应该。

零成本的骗捐，不仅仅是对捐赠人一次感情欺骗，也让筹款信息泛滥，公众爱心透支；原本公益筹款就很脆弱，一个骗捐伤害一大片，而且恢复周期特别漫长。这给整个慈善行业带来雪上加霜的打击，如果你有关心，近一年时间，公众对慈善行业的质疑屡创新高；但来自公益机构的丑闻数量其实降低了。

因此，我不会再在轻松筹平台支持一分钱。基于朋友的信任，我有几个不成熟的小建议：

1. 如果你是公益机构，或者你要发起公益项目，为了维护行业健康，请使用腾讯、阿里、京东、新浪、众筹网规范的筹款平台；
2. 如果你想快速发起筹款，追梦筹、京东轻众筹的轻众筹产品也是很方便的；
3. 如果你需要发起个人医疗救助项目，推荐使用腾讯这个最近推出来的“WE 救助”在线自救平台。

（下面来介绍这个平台）

step 1 进入“WE 救助”

目前“WE 救助”仅在腾讯公益微信公众号的导航栏有进入入口，还未在腾讯公益 PC 端、微信钱包——腾讯公益等发现流量入口，应该是腾讯还未开始重点推广。



step 2 了解"WE 救助"

We救助

"WE救助"致力于为急需疾病救助的患者提供一个在线自救平台。汇聚点滴爱心力量，帮助深陷困境的人们。



上传疾病证明，发起项目



分享给亲友，开始筹款



项目结束，快速提取善款

[发起项目](#)

[查看个人记录](#)

《WE救助用户协议》

Copyright © 2016 Tencent



筹款说明

- (一) 项目筹款期间：不得长于**30个自然日**；
项目自动结束：筹款达到设定目标金额或筹款时间结束。
- (二) 项目筹集**低于5万元(含5万)人民币的部分**：
由发起人**直接申请提现**；
后续筹集**超过5万人民币的部分**：
后台将默认匹配一家具有公开募捐资质的慈善组织介入管理并按该款项拨付、监督制度执行。需要提供受助人相应的治疗发票等才可拨款；且该慈善组织将对超过5万元的善款收取1%作为服务管理费用。
WE救助平台不收取任何服务费。
- (三) 项目成功发起后，不得修改项目的筹款目标金额和受助人信息，只能修改图文。**
- (四) 发起人需要填写完整的与受助人关系证明或委托书材料，若发起项目时跳过填写该部分，在申请提现前也必须补充上传。
- (五) **项目一旦被实名举报，则会暂停筹款**，同时启动本项目的举报处理流程，并根据调查审核情况对该项目进行处理。若经平台审查并证实举报确实、有误的，平台将在3日内恢复继续筹款，否则将按投诉处理机制对项目进行下线处理；涉嫌违法的，还将进一步向有关机关检举。
- (六) 发起项目前，请仔细阅读[《发起人须知》](#)和[《WE救助用户协议》](#)，了解发起人承担的相关责任和义务。

了解平台规则，一方面实现了个人救助的便捷发起，另一方面也最大程度的杜绝了骗捐行为。平台不收取费用，公募支持机构对超过5万元的善款部分收取1%作为管理服务费。也很好理解，毕竟基金会人员帮忙核实信息，监督善款使用也是需要人力成本的嘛。

step 3 实名认证

The screenshot shows a mobile application interface for '实名认证' (Real-name Authentication) under the '腾讯WE救助' (Tencent WE Relief) header. The form includes the following fields and instructions:

- 姓名 (Name):** 两棵松 (Liangke Song)
- 证件号 (ID Number):** 请输入身份证号 (Please enter ID number)
- 手机号 (Phone Number):** +86 > 13552049448
- 提示 (Note):** 请输入与您微信钱包绑定银行卡相同的姓名与身份证。如果未绑卡, 请前往微信钱包绑卡 (Please enter the same name and ID as the bank card bound to your WeChat wallet. If not bound, please go to WeChat wallet to bind the card).
- 上传您的身份证照片 (Upload your ID card photo):** Two dashed boxes labeled '身份证正面' (ID card front) and '身份证反面' (ID card back) with plus signs for image selection.
- 提示 (Note):** 请上传清晰的身份证照片, 必须可看清身份证号和住址 (Please upload clear ID card photos, must be able to see ID number and address).
- 上传手持身份证照片 (Upload your photo holding ID card):** A dashed box labeled '手持身份证照' (Photo holding ID card) with a plus sign, and a thumbnail image labeled '查看示例图片' (View example image).
- 提示 (Note):** 拍摄时眼睛面对镜头, 并确保身份证上图片和字迹清 (When shooting, look at the camera, and ensure the photo and text on the ID card are clear).

网络认证常用的方式, 一分钟可以完成

step 4 项目发起

发起项目前，请确认您已成年，并准备好个人与受助人的身份和医疗诊断证明等资料

请选择发起项目原因

- 我本人需要帮助**
由您接收善款，需提供医疗诊断证明照片。
- 我的父母/亲兄弟姐妹/子女需要帮助**
由您接收善款，需提供户口本/出生证明、受助人身份证及诊断证明照片。
- 我的配偶需要帮助**
由您接收善款，需提供结婚证、受助人身份证及诊断证明照片。
- 我的其他亲友需要帮助**
由受助人或直系亲属接收善款，需提供委托书、受助人身份证及诊断证明照片。
[🔗 委托书范本](#)

下一步

非直系亲属，需要出具委托书，并贴心提供了委托书范本（委托书可以在提现的时候补交的规则，再点个赞）



上传医疗证明

①	②	③
上传证明	填写资料	提交审核
筹款项目名称	9个字以内	
筹款目标	请填写整数	元
真实姓名	受助人真实姓名	
疾病名称	疾病名称	
受助人年龄	请选择	>
医院所在位置	请选择	>
医院名称	受助人所在医院名称	
工作单位/学校	发起人所在工作单位/学校	
项目说明		
请详细描述受助人的基本情况，包括家庭情况、经济状况、患病时间、治疗过程等。		


填写详细资料

请详细描述受助人的基本情况，包括家庭情况、经济状况、患病时间、治疗过程等。

不得出现个人手机/微信/QQ/银行卡/支付宝等私人信息，否则项目将被打回无法上线。

①项目描述不能为空

受助人照片、治疗过程照片等（最多9张）
第一张请上传受助人照片 将展示为受助人信息

 照片

①请上传项目图片

提交

对于一个真实的发起人来说，上诉信息并不复杂，对于普通用户来说，这样的产品更加可信，天有不测风云，人有旦夕祸福，如果你身边有人不幸生病需要发起筹款，推荐使用“WE 救助”。而我唯一担心的是，这里对接的公募慈善组织，是否会因为 1%的管理费太低，而影响积极性或者办事效率。也不知道上线审核效率几何。

事实上，在被各方轮番吐槽的同时，轻松筹并未闲着。或许，是时候该做些什么了。

轻松筹携手公募机构上线微基金

来源：微信公众号“中国红十字基金会”

6月21日下午，中国红十字基金会轻松筹微基金页面上线暨“轻爱行动”启动仪式在北京大学人民医院举行。

“轻松筹微基金”致力于打造一个快捷发起募捐项目、确保项目真实、资金管理规范的患者自主发起救助的平台，为患者提供便捷、高效的人道服务，所募集善款将由中国红十字基金会轻松筹微基金托管。轻松筹微基金，将以众筹+企业配捐的形式，帮助众筹有困难的求助者。

主办方称轻松筹微基金救助模式可概括为九个字，即：

1、“电子档”即救助不受病种和年龄限制，受理电子求助材料，患者无需邮寄纸质资料。

2、“配捐杠”即中国红十字基金会投入 50 万人道救助基金，采用配捐的方式助力贫困家庭的募捐。

3、“社工帮”即引入医院社工服务，协助患者申请人道救助，让患者免于奔波之苦。

在因病致贫、因病返贫的问题仍然突出的情况下，在慈善法出台的背景下，这种公募机构与互联网平台合作的方式，将极大解决大病贫困患者寻求救助不便利、手续繁杂等问题，提升救助的效率。而医院社工和志愿者的加入，使救助由单纯的筹集资金向人道服务拓展，形成有温度的人道救助服务体系。

来源：公益资本论

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?src=3×tamp=1466857641&ver=1&signature=AtY4m45EgLQEGU7GaSEev7nH2YQ6-uKFHtdibcruy2eSUdFFBS2NoxQqatSbM0uK-Se9zrA8SR57nUyOso7wyNYxMfvE-5GSqtIT71FMqQNNcImbj26aAtXfC1Zwn8LWF84f9AaY6di7hZdsHTtb5pHngbPnH*XIXELjr-WQ860=

[【返回目录】](#)

发展观察：权力、压迫与霸权：如何评价今天我们资方和草根 NGO 之间的关系？

我总有一种感觉，自己进入 NGO 行业的时机不对，错过了这个行业的黄金时代。

在我还没有进入这个行业的时候，我听说了特别多关于这个行业的非常鼓舞人的故事，其中有许多是关于资方的。比如有的资方哪怕是几万元的小额资助，也会花几年的时间陪伴潜在的受资助方，倾听他们的声音，帮助他们厘清自己的真实处境。又比如说有的资方会如何通过内部的规定，保证与自己合作的草根 NGO 不会因为项目变动而断粮。这些故事，连同其他所有鼓舞人的故事一起，构建了一个仿佛充盈着骑士精神的黄金时代。

等我自己真正进入到这个行业的时候，现实似乎就生猛和残酷得多了。

在这里我无意针对任何一个与我们有或未曾有过任何联系的资方，而希望谈一些更大的、可能和这个行业当中每一个人、尤其是那些在草根 NGO 工作的人直接相关的问题：如何评价今天我们资方和草根 NGO 之间的关系？

从我们自己有限的从业经历来说，我们感谢所有支持过我们的资助方，在许多时候我们感觉这些支持我们的朋友们在想尽一切办法燃烧自己去成就我们自己的理想，而且在这个过程中，我们感受到了他们平视的目光。

这种平视的目光很重要，因为在这种目光中，我们彼此都是平等而独立、大写的“人”。

伴随着这种平视目光的，必定是真诚的倾听、长久的陪伴、以及不凡的耐心。以此为基础，我们建立起真正的伙伴关系。我们的伙伴理解我们工作的意义，相信我们工作的方式、期盼我们工作的成果、与我们共同守望一个遥远得有些模糊、却在彼此心中清晰可见的光亮的地平线。

但是，这样的叙述太浪漫了，任何对这个行业稍有了解的人都会同意：这绝不是今天普遍意义上的资方与草根 NGO 之间的关系。

在普遍意义上，今天资方和草根 NGO 之间更突出和显见的，是压迫和被压迫的关系。

资助方与受资助方之间的权力关系显而易见，然而今天行业中的主流话语绝不是帮助我们识别、反思这种权力关系，更不会试图从任何程度上去削减这种权力关系对我们的工作和整个行业的负面影响。恰恰相反，今天的主流话语和行业惯例，绞尽了一切脑汁、用尽了一切办法去掩盖这种权力关系，并且将这种权力关系中充满霸权和压迫的一面加以合理化，并试图以此未圭臬，规训整个行业。

这些将霸权和压迫合理化的规训手段层出不穷、充满想象力，让人瞠目结舌、叹为观止。

规训手段中最常见的，就是如何将“合同”或“合约”变成一种免除强势者责任、强化弱势者不利地位。合同本来应该保证双方的自愿参与和平等权益，但是今天面对今天资方早已拟就的格式合同，草根机构可以商议的空间非常有限。而面对资方所能够动员的法律专业资源，草根机构无论自身还是其所能够寻求的法律专业支持，都可以说少的可怜，有些时候草根组织甚至连一个合同到底是不是不利于自己，都难以判断。于是我们可以看到这样一个吊诡的情形，资方们一方面纷纷抱怨草根组织能力不足，但在繁多的能力建设项目中，唯独鲜见那些帮助草根组织提升自己在资助—受资助关系中不利地位的能力建设项目。于是所谓的“能力建设”这套话语的实际成色就很清晰了：资方在乎的是草根组织完成资方自己意志的能力，而绝不是和自己平起平坐的能力。而格式化合同中有限的商议空间和极不对等的法律专业能力和资源还仅仅是硬币的一面，硬币的另一面则要恶劣得多：某些资方自我膨胀到了令人费解的地步，草根机构稍有“忤逆”、立即“断粮”，而被“契约精神”所掩盖的，则是挖空心思设计好的文字游戏和精彩绝伦的权势游戏。

但是，真正的规训技术远超于此。福柯有过一个精彩的比喻，一个最有效的监狱，就是让犯人看不到看守，但同时又确知看守能够清楚地看到自己的装置。这种装置在 NGO 行业中最显而易见的设置，就是资方之间各种正式和非正式的联合，这些联合使得资方成了一个互动密切、信息通常、共享身份和认同的小圈子，这种小圈子有些是公开的、有些是隐秘不宣的，但是都在强化资方之间的团结

感和一致行动。而草根组织呢？它们总是松散的一——因此是易于击破或者至少是易于被孤立的——它们同时也被大量地排除在这个小圈子之外，只有那些有支付能力而且愿意驯服地服务资方的个别机构，有分一杯羹的荣幸——想一想这个行业各种会议里多少是为资方服务的，以及这些会议门票的价格，还有哪些机构能和这些会议愉快地玩耍，你就知道我在说什么。

一个全景式监狱就足够规训整个行业了吗？远不止此！今天资方对于话语权的垄断程度和对于符号资本的攫取程度是一般人难以想象的。这绝对不是谁更容易发出声音的问题，而是谁更能够将自己的声音合理化的问题。以“专业性”为例，今天如果说这个行业还有什么共识的话，恐怕唯一的共识就是这个行业的专业性非常的低。但是这样的共识掩盖了知识—权力关系，真正的问题不在于这个行业到底“有没有专业性”，而在于“谁能够定义专业性”。在“专业性不足”这个伪共识之下，我们今天其实听到的更多的是资方对于草根组织“专业性不足”的指责和抱怨，却甚少听到资方如何证明自己的“专业性”成色如何。我们的资方真的已经足够专业了吗？当然不是，今天基金会当中盛行的“公益市场化”论，恰恰说明了资方的专业性是如此地不足、对这个行业是如此地不了解、既不了解理论、更不掌握方法，以至于有病乱投医，要用商业部门的办法来做 NGO 的工作。而偏偏是这样一群既不了解理论、更不掌握方法的人认为自己真理在握，肆无忌惮地对整个行业进行“布道”，而更让人觉得诡异的是，越是这种“布道”的受害者或易于受害者，越是容易拥护这种布道，这才是真正的规训所在。

我总在想，今天的资方有多少人意识到自己手中的钱是“公器”？遗憾的是，似乎有这种觉察的人越来越少。我们今天基金会的公共性仿佛正在逐渐消逝，成为强人意志和小圈子游戏的权力场。

要为一件事情寻找一个借口并不是一个困难的事情，官僚主义和消费主义的时代大潮已经给了我们太多的缝隙，以至于个人可以轻易地从公共生活中免除责任。泛滥的好人主义以及由此掩盖的利益勾连，正在一点一点蚕食中国 NGO 行业和我们的公共生活中真正的勇气和担当。

行文至此，我必须声明我无意将资助方—受资助方的关系本质化，也无意将这种关系所蕴含的权力关系本质化。我的真正用意，在于讨论今天现实中的一种主流情势或者说一种趋势。任何人都会从自己的经历当中找到可以反驳这种主流情势或者说趋势的个体经验，但是，这种个体经验在多大程度上可以构成今天我们中国 NGO 的时代风潮（Zeitgeist）？或者说，我们今天中国 NGO 行业的时代风潮究竟是什么？——尝试去思考这些问题，恐怕远比重率地站队有意义得多。

更有建设性的工作则在于，如果我们同意今天中国 NGO 行业的资助方—受资助方之间的权力关系正在导向压迫和霸权，则我们应当如何应对这样的情况？如果我们回顾这个行业真正的发展史，则不难发现，NGO 行业曾经一度对于权力关系有过高度的敏感性，并且有一整套的理论和方法尝试去反思和消解权力关系所导致的压迫和霸权，即便这些尝试的真实效用是有争议的，但是这种敏感性却

是真实存在而又难能可贵的。这种敏感性和相伴的理论和方法扎根于发展学尤其是参与式发展的范式中，也随着发展学尤其是参与式发展的式微，正在逐渐地消逝，而重拾这种敏感性，恐怕是打破目前僵局的关键所在。

来源：发展观察

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzA3NjgwMjE3NA==&mid=2650787262&idx=1&sn=26cf9c5251da540e8ea8efc33ddaddfa&scene=2&srcid=0620RePklk4HFhX1W4S Ytllu#wechat_redirect

[【返回目录】](#)

发展观察：警惕公民社会意识形态化

很长一段时间里，公民社会在中国都是一个争议颇多的议题，80 年代、90 年代初、90 年代末和本世纪初都各有几次讨论高潮，争论的焦点一直集中在中国是否有公民社会，或曰，“公民社会”这个概念是否合适用作描述中国的情景。

从本义上说，“公民社会”是对公共生活的一个领域的描述，有如相对应的“国家”和“市场”一样，并不必然地自带价值属性，但是随着冷战的结束和新保守主义的兴起，公民社会当中的一部分功能属性，尤其是正向的、与社会变革（主要是社会主义向“后”社会主义变革）的功能属性被集中地讨论和关注，成为了一套公民社会的“正向功能叙事”。

但是这套“正向功能叙事”绝不是没有争议的，在许多国家和地区，学者、媒体从业者、NGO 工作人员、社会活动家甚或普通公民都在反思甚至批判这套公民社会的“正向功能叙事”。其批判的焦点主要集中在：质疑公民社会的“正向功能”的真实性和有效性，批判“公民社会正向功能叙事”与“新自由主义”和“新保守主义”的历史链接，反思在“公民社会正向功能叙事”的背景下被刻意或心照不宣地掩盖了的压迫、欺凌和霸权，批判主流公民社会叙事中自带的男权制和父权制核心等等。

奇怪的是，在中国公民社会领域，这样的反思和批判非常罕见，人们的争论仍然主要停留在公民社会这个概念本身的普世性和有效性上，学界现有的对于这个概念的批判良莠不齐，有的尚有些启发性，有些则是明显的动机不纯。而相对应的，在 NGO 的工作领域，则极为罕见地对“公民社会”给予了极高的认同感——之所以说是罕见，是因为这种整齐划一的溢美，连传统的“公民社会强国”如美国者都未必相如。

这种对于“公民社会”的高度认同感扎根于对“公民社会”的意识形态化，即，将公民社会由描述性概念转化为判断性概念、由策略性路径转换为目标性追求、由功能性分析转换为价值性判断，也就是认为公民社会就是一种自带善性、应予追求的价值目标甚至终极目标。

这种对于公民社会的“意识形态化”当然是其来有自，“冷战终结”和新自由主义的兴起给公民社会的意识形态化提供了丰厚的历史性机会和国际性土壤，而 civil society 翻译成“公民社会”还是“市民社会”，以及在中国语境下用“公民”消解或对抗“人民”的本土资源，都是公民社会意识形态化的结构性条件。

但是光有这套结构性条件还不足够，真正能够利用起这些结构性条件的，还需要有身在这个行业里的吹鼓手，恰恰是吹鼓手们超凡的卡里斯马气质，以及对经济资本、文化资本、符号资本和社会资本的超凡运用，才是完成公民社会意识形态化的关键一环。

本文无意探讨这些卡里斯马的吹鼓手们是如何对公民社会进行意识形态化的工作的，这里有太大的工作量，不过写完想必会是一篇精彩的文章。我试图讨论的问题在于：如何理解或者说评价“公民社会”在中国的意识形态化？

我认为，从任何层面、任何角度、任何历史阶段来看，都要警惕公民社会的意识形态化。——这绝不是基于知识分子的概念洁癖或知识自矜而做出的判断，恰恰相反，从我们已经走过的不长的行业发展道路的现实情况来看，才能够让我们有这样的判断。换句话说，我绝不认为一个概念必须加以教条化，人们绝不能从任何层面能动地、有创造性地在实践中使用这个概念，而是，从已有的现实情况来看，将公民社会意识形态化的所谓“能动性”恰恰在伤害 NGO 行业的能动性本身。

从本质上说，公民社会的意识形态化在事实上阻隔了可能围绕公民社会开展的有效讨论，回避了公民社会这套叙事或实践进程中可能带来的问题，甚至掩盖了许多的压迫和伤害。——这是我们需要警惕公民社会意识形态化的一部分原因，但是绝不是根本原因，我们真正需要警惕的不（仅仅）是公民社会意识形态化的话语，而是这套话语的生产机制。

事实上，将一种叙事取代丰富叙事，本身就是消解公民社会中非常重要的多元价值观，而将公民社会意识形态化的过程，恰恰是去多元化的过程，从这个角度说，也正是在消解公民社会得以成立的一些基础性要件。——也就是说，公民社会的意识形态化本身是反“公民社会”的。

而在这种取代和消解的过程中，吹鼓手们所做的工作，是以个人凌驾于社群之上，以强人意志取代社群合意，以一人之利益得失之计算取代公民社会领域真实的情境与需求，看似在建设知识、实际在构建关于“什么是知识”或者说“如何评判是否是知识”的新霸权，看似是在鼓吹公民社会，实际则是将自己妆扮成公民社会的代言人。

这些公民社会的代言人们真的在乎“公民社会”吗？不见得。宣称自己支持某事和自己实际上真

的在笃行某事之间往往有着巨大的鸿沟，往往需要我们静下心来细致地观察、公允地评判，这是历史早已教会了我们的事情。如果我们细考那些以公民社会代言人自居的吹鼓手们的真实行径，则恐怕不难发现，他们用“公民社会”掩盖的，还是那套适者生存的丛林法则、那套顺昌逆亡的江湖规矩、那套比狠斗凶的血酬定律，只不过是“心灵鸡汤”将这套东西披上了一套温情脉脉的外套，让人难以识别。

而且，对于代言人们来说，“公民社会”既然只是能动地、有策略性地构建出来的意识形态，则用时如虎皮、弃之如草芥也是理所应当的。——本质上这就是投机主义，你以为遍洒两碗鸡汤，就不是投机了吗？Too simple, sometimes naive!这种投机使得他们在声称宣扬“公民社会”的幌子下，实际为国家和资本主义不断地改造和规训 NGO，将 NGO 驯化为温顺的、“识（某些人的）大局顾（一小撮人的）大体”的、小修小补、小骂大帮忙的、机制化的帮闲。

于是乎，国家和资本主义就会更加倚重这些代言人，甚至给予他们一些耍小聪明似的“淘气空间”（或曰“精心测算后的表演式反抗”），以此让这些代言人们看起来不至于太脱离于他们宣称的物事，从而能够继续为国家和资本主义效力。这种效力的本质，就是主动去为国家和资本主义去充当居间和买办，这个过程看上去是代表 NGO 主动“嵌入”国家和资本主义，实际上则是成为了国家和资本主义嵌入 NGO 领域的渠道和抓手。而为了强化这种渠道和抓手的效用，代言人和国家以及资本主义心照不宣地构建出一个以代言人或代言人们为圆心、其它关联性的组织和个人为圆中绕圆心运动的点的同心圆，而并按照亲疏远近进行权力和资源分配——此所谓“差序格局”。

以一个人、一条主线为核心展开的同心圆式的“差序格局”下的叙事和资源分配机制，绝不是、也不可能是公民社会，这本应是常识，但是被吹鼓手们的鸡汤一灌，则我们连常识水平的判断力都不具备了，这恰恰是这套话语生产机制的可怕之处。一个人，倘若认为洗脑工作是必要的、是策略性的、是伟大光荣正确的，他最合适的工作，是去从事党工或者去当个神职人员，而绝不会是一个公民社会领域的行动者。而恰恰是这样一些人，今天正在成为公民社会的代言人，这正是这套知识生产体制最吊诡之处。

行文至此，我必须声明自己无意反对“公民社会”这个概念及其应用，但是我认为必须警惕将“公民社会”和单调乏味、鸡汤味浓厚的意识形态直接划上等号，更要警惕某些人对“公民社会”的站台和代言。如果说我们的公共生活里有“公民社会”这么个东西，它一定是丰富且多元的，这种丰富和多元也必须建立在不同的反思、实践和批判中，而绝不可能是、也不应该是一曲和谐的颂歌。

如果让我用一句话总结今天的中国 NGO 领域，则莫过于“盲人骑瞎马、夜半临深池”，只是我们究竟为何而盲、如何骑上了瞎马、怎么就在这半夜三更的时候跑到了水塘边——这一系列的问题，实在是不能不深思。而警惕公民社会意识形态化，则恐怕是有益的深思的开始。

来源：发展观察

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?src=3×tamp=1466858822&ver=1&signature=z6nS2JqRwAlvKlKXuaz7d017eHjJXptZPZq3HQAz1AKliYVPITyTuT7tc5rpB*YxpRGcPBEmpqb0HKP4Gu1q5QFJ81QgYczyRMs60iQr-2ts6Oh49XvKc09MQhzFjqUK9qUOaxhGU9YnLQh6Vk2sNXX9*7Ci6GvS0yEBbanDI=

[【返回目录】](#)

李志艳：深度参与并不损害资助双方关系

美国有效慈善中心（CEP）新近发表了一篇文章，依据其积累的多年数据，他们发现资助方深度参与被资助方的事务，并不会破坏双方的友善关系。这一观点，与我们在中国资助者论坛（CDR）的观察不谋而合。

资助方与被资助方双方关系，并无固定范式。

绝大多数资助方采用轻度干预的方式。他们最常使用的话语是：“在项目上、议题上，被资助方更专业”；“被资助方最知道自己需要什么”。轻度干预的资助者，最经常与被资助方打交道的场景是，资助之前的尽职调查和资助之后的进度监测。

少部分资助者采用深度参与的方式，他们与被资助方接触频繁且互动深入。他们在项目申请阶段，与被资助方就项目设计多轮磋商；他们协助被资助方评估机构能力，寻找机构战略发展方向；他们帮助被资助方引入评估系统，建立基于数据和实证信息为基础的决策机制。虽然仍然是外部协助者的角色，并不也不可能实施决策职能，但参与的深度明显很强。

目前，中国绝大多数资助官员尚不具备项目设计、组织战略规划的能力。轻度参与可以避免不恰当的或错误的干预。但相伴相生的是，这种方式容易导致资助官员由于缺乏专业训练及体验，对其长期专业技能发展不利。

在美国，越来越多资助方在使用这一方式。在中国，我们也能找到若干成效显著的案例。他们要么采用自成体系的方法，深度介入到项目或组织设计，要么在议题上不间断持续发言，引导并塑造议题内伙伴们的认知和思维。

一些资助方可能会担心，深度参与会给双方关系带来挑战。但 CEP 的数据显示，事实并非如此，甚至与之相反，深度参与的资助关系，常常是正向的。

CEP 的核心服务是从被资助方的角度评价资助方的战略清晰性、流程友好性、对被资助伙伴以及领域的影响力等等。我曾于 2012 年拜访 CEP，当时美国前 50 位的资助型基金基金会中的大多数是他们的客户。CEP 积累了丰富横向和纵向的数据。因此，CEP 的观点，值得采信。

深度参与的资助有很多好处，比如它有利于资助方积累关于被资助机构的战略目标、工作环境以及相关议题的知识，从而使得资助方可以为其提供更加准确的资源链接；深度参与也有利于双方关系的持续性，互动越多的伙伴，多年资助的可能性越大；数据还进一步显示，深度的伙伴关系，也常常是社会影响力的代名词，关系深度与资助方对被资助方机构、社区及领域的影响力正相关。

这些结论，与基金会评价榜 2013、2015 两年的调研发现相呼应。被 NGO 高度评价的基金会，以我之见，可不是靠“给钱多、又不管”，很多都是高频互动、深度参与的功劳。

在 CDR 的研讨中，我们曾多次提到，“资助更像农业”，需要精耕细作，针对每一家机构提供定制化服务，恐怕是难以避免的。

当然，深度参与对资助方也提出了两项挑战。其一是工作团队的专业能力，其次是资助的数量。

先说数量。粗略的经验，如果内部行政工作负荷适当，资助官员又专注于资助服务的话，每名资助官员同时服务 10-15 家机构，这个工作量应是适宜的。

再说专业能力。前文说到，如果资助方长期采用轻度参与的模式，不利于工作团队的能力提升。如果资助机构制定资助业务升级策略，逐步提升资助的专业技术含量，并配置方法、工具、导师等支持性措施，这样既有利于资助官员的成长，又有利于机构的影响力。

只要设计得当，资助方可以采用深度参与的方式，也不必以牺牲资助关系为代价。资助方与资助官员，可以放下对维护双方关系的担忧，从而更用心地把精力放在提升服务深度、服务强度、服务高频度上来。从监管角色转换到服务角色，走出舒适区，提升服务技能，努力推动实现双方共同的目标，良性的资助关系自然会到来。

来源：资助者论坛

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI0MjIwOTM3MQ==&mid=2652496430&idx=1&sn=03e9c35fd28a85084c4821a84aad8bd7&scene=1&srcid=0624fast3yuqzMUWIpGHuu1h#wechat_redirect [【返回目录】](#)

李志艳：战略聚焦的五种方式

很多慈善家有着非常朴素的善念。他们希望“世界更美好”，希望“建设公民社会”，希望“社会彼此关心，人和人之间不再冷漠”，希望“促进创新”，希望“世界变得不同”，希望促进“世界和谐”，“人类进步”。

慈善家掏出真金白银，一腔热忱地投入公益事业，让人敬佩。但我们也必须指出，宽泛的发心，远远不够，因为它们对公益行动几乎没有指导作用。慈善家对自己的要求还需再进一步，要去界定慈善事业的聚焦点，或者允许秘书长及其管理团队找到聚焦点，并尊重其选择。

很多慈善机构发展艰难，常常就因缺乏清晰地聚焦点。宽泛的理想，看似给了工作团队无限的空间，实际上是给随意随性的干预留有余地，让团队无所适从。

过去几年，我曾持有“聚焦有利于能力增长”的观点。聚焦了，工作团队然后知道自己该学什么；聚焦了，工作团队然后可以持续操作，像卖油翁那样，刻意反复练习，直至手熟而增长技能。

后来，我明白这个观点只对了一半。“聚焦本身就是一种能力”。知道自己关心什么，知道自己希望改变什么，这是我们这个时代人们特别缺乏的能力。甚至再降一层级来说，从现有的工作中体验到乐趣，因此持之以恒，不愿舍弃，也不是很多人所具备的。我们看到很多慈善公益机构，四面开花，多元化发展，说一句略带挖苦的话----因为深不下去，所以横向发展----恐怕大多也是合适的。

那些强聚焦的机构，往往能力都很强。不仅是因为聚焦了，所以能力增强，更是因为本身能力强，所以才敢于而且能够聚焦。

勇于聚焦，并尽快做出聚焦选择的慈善家，是升级版的慈善家。聚焦，是慈善家们在善心、善念和善款之后的又一修炼。

如何聚焦呢？洛克菲勒咨询集团（RPA）曾为此专门撰写过一篇 *Find Your Focus*，我在此略加编撰，总结为五种方式：

方式一：聚焦于具体的社会问题

有的基金会专注于某种疾病的防治；有的基金会关注基础教育阶段儿童的阅读问题。需要特别说明的是，环保、教育、扶贫、卫生健康等并不是好的聚焦层次，因为它们还是有点太大了，还需深入分解。

方式二：聚焦于具体人群

有的基金会聚焦于关注婴幼儿、青少年、留守儿童、流动儿童、农村女性、失独老人、艺术家等等。有的基金会关注具有社会创新精神的公益领袖，也属于此类。

方式三：聚焦于特定地理区域

这是社区基金会的模式，他们关注特定地理区域内公众普遍面临的就业、教育、健康等热点问题。一些区域性的枢纽机构，其实也属于此类。

方式四：聚焦于特定类型的组织

有的基金会致力于支持图书馆、博物馆、艺术团；有的基金会支持智库/政策倡导机构；有的基金会把公益基础设施类机构作为支持重点，有的基金会扶持具有巨大规模化潜力的组织。这类聚焦方式在国内也非常多见。

方式五：多重聚焦

当然，还有一种模式是混合多重聚焦。比如，有的基金会专注支持教育领域的初创公益机构；有的基金会关注支持特定区域内的初创公益机构；有的基金会专注于支持教育领域的研究类机构或者研究人员。

最后，一个很关键的问题：聚焦到什么程度合适呢？

我们绝大多数慈善机构面临的是聚焦不足而不是聚焦过度的问题。对于过度聚焦的担心，总体说来是大可不必的。当然，从理论上，我们必须对这一问题做出回答。

我的观点是，每家机构都要聚焦到这样一种程度，其工作团队成员通过适度的学习和努力，能够熟练掌握工作所需要的信息和知识，能够成为某种程度上的专业工作者。如果工作团队对学习相关专业知识，感觉到无从下手，或者无力掌握，那么这个范围就有点大了。如果不更新工作团队的话，组织就应该进一步聚焦，待到工作团队能力成长，做出一定影响力之后，再逐步放宽一些范围。

来源：资助者论坛

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI0MjIwOTM3MQ==&mid=2652496433&idx=1&sn=f8288ecfdc23e3ad9d520f646e87c463&scene=1&srcid=0624adCD6NIDqOmwrAZvEaE0#wechat_redirect [【返回目录】](#)

陈嘉俊：如果是“社会的公益化”呢？辩一辩徐永光的“公益市场化”

我承认，写出以下文字，是带着情绪的。但，情绪也是我的一部分。

权威和计划思维，你觉得你还是老大

因为徐老师的“公益行业如果每年有 5%左右的淘汰率，5 年内淘汰掉 1/3 拖累行业发展的落伍机构，这个行业才有希望。”，让我彻底被激活了。原本打算好好照顾怀孕 7 个月的夫人，但还是对着电脑敲了五个小时，写下如下文字。

我今天，的确是来辩你的！请接招。

这个观点跟一些极端环保主义者说的“中国人口这么多，资源这么少，资环破坏这么严重，应该减（sha）少（diao）一部分人口”都是一种权威思维和计划思维。请问，要减少哪些人呢？谁来做裁判？评判标准又是什么呢？能否申述呢？

我认为，是有很多机构半生不死，但，又如何？TA 们是一个社群，捍卫了一些非主流的价值，坚持了一些我们尚未认可的工作，这能够判断对错吗？用今天的眼光看来也许 TA 们都是自 high，但如果用明天的目光呢？不要忘记，公益的核心不完全是解决社会问题，还有多元价值的坚守，聆听和尊重。

不要以为一个每年都要亏几千块钱的青年空间就没有 TA 的社会价值。不要以为一个志愿者组织近几年随着团队成员越来越忙少做活动了，就意味着没有生命力。不要以为一个机构的现金流少规模小无法复制推广就认为这个模式不可取。

本身就是有一些模式不需要也不必要更不应该不可能复制推广，然而，又如何？

有些“应该死去”的机构，只不过是符合主流的评判目光罢了。创新性、可复制性、专业性，看多了我都想吐。我觉得这几个方面，中国的基金会是最需要提升的。

讲到基金会，是的，公益圈的上游，垄断着大把资源——包括筹资的渠道和网络（你不陪腾讯玩 99 公益日，那你就眼红别人咯），包括话语权。公益应该是怎么样的，由这群大佬及其背后的捐款人的意志决定。

明明是社会捐赠的金额和捐赠的方式严重滞后于社会问题的爆发，偏偏说 NPO 没法筹集资源；明明是大量基金会装睡，拿着大把的钱自 high，偏偏说 NPO 没有生存能力；明明是公益圈的金字塔让大量一线 NPO 见不到天日，偏偏说 NPO 挣扎求生不如死了算了；明明是那些做资助的基金会不愿意给出社会化工资，偏偏说 NPO 的负责人不愿意买社保；明明是位高权重的人在以自己的准绳来衡量他人，偏偏说 NPO 很弱很差很糟糕。

我想说，到底是谁在创造弱势群体？

做社企，做服务，可以有营收，但同样地，靠捐款人捐赠没有错。

一个 NPO 如果违法乱纪，账目有问题，那应该按照相关程序处理；

但如果一个 NPO 尽管半生不死，只要 TA 依然能够找到资源让自己继续半生不死下去，我们又有什么资格说三道四呢？

徐老师在谈淘汰，但连社会影响评估都做不好的大环境之下，你说的淘汰又是什么标准的淘汰呢？如果我有机会对着媒体说，我会说，请把那些每年拿着几千万又不做事的基金会淘汰掉吧！关于淘汰的机制，更应该引入价值取向和社会公共价值的考量。那些拿着大量资金看上去活得很好的机构，难道就不会浪费社会资源吗？

在谈论“公益市场化”之前，先谈谈什么是公益

徐老师，看了你这么多的文章和演讲内容，一直没有搞清楚的是，公益到底是行业还是一种价值理念？

如果说，公益组织这些法人和公益组织里面的从业人员说成是一个行业的话，任何一个行业都应该跟社会接轨，用社会化的方式存活在世上。包括寺庙也要化缘，这我认为应该是一个普世的真理。因此，对于民非企、社团和基金会的运营，应该去行政化去道德化，以专业的视角有效的手段实现组织使命，我是非常认可和身体力行的。

如果你说暂时没有人能说服你关于“公益市场化”的观点，那是因为你说了句“人肚子饿了要吃饭”之类fei话。反对者一般会说，人就不能只吃肉不吃饭吗？你会说这是咬文嚼字；还有反对者会说，我饿了也不吃，就不吃，如何？你会说，那你就拉倒吧。当然还有反对者说，小心吃错东西拉肚子。你会说，吃东西是大势所趋。

的确，关于“公益市场化”的话题，我看很多论点都不是在一个平衡线上讨论的。自然，你会认为依然没有人撼动你的权威。

但我今天要跟你谈的是，人是什么？以及，人活着是为什么？

我们在精致的功利主义的熏陶之下，逐渐养成了以“解决具体某个社会问题”为导向的公益观，人们做“公益”，是要解决社会问题（一般特指帮助某个人，或者服务某个群体，或者让一个市民不愿意的事情停止）的。因此，我们发现，由于“公益”作法常常强调聆听和尊重，常常被感动，常常强调参与式和权利观，反而显得不够精明和有效率。于是乎，你大力呼吁和呐喊，公益组织要提高效率，用市场化的方式做公益。

然而，是的，然而。如果公益的理解，不是一个行业呢？如果公益的理解，不是去解决某个我们看得见的社会问题呢？

我认为公益，往往是在解构不平等的权力关系，在回应不合理的社会结构，在推动不正义的问题被曝光，让非主流成为主流，让少数被看见。因此，公益不完全是“以解决问题”的逻辑来实现其价值的，更可能的是，以“程序正义”、“机会均等”、“多元价值”等为逻辑的。甚至，公益是基于“同理心”的，让少数被保存或被看见。

甚至，公益我理解为公民社会的概念呢？

曾经分享过以下观点：

权利视角下的公益，也是一种让不合理的权力关系改变的方式；权利视角下的公益，也是一种让片面的认知变得多元化的尝试；权利视角下的公益，也是一种让人与人彼此信任的渠道。广场舞大妈可以演变成职业女子天团，也可以继续做广场舞大妈。而后者，似乎更能实现让人与人彼此沟通的价值。

一群反对大学城修建金光隧道的大学城师生，自费出钱找自媒体帮忙发声，然后又又可以改变些什么？这亏本买卖缺是城市公民权利的实践。

雷闯千里徒步反乙肝歧视，竟然没有趁机上“分答”流量变现，这就太浪费了？！

如果公益是一个价值的选择，这没有关乎好坏对错，只关乎我们选择了什么。

拜客，一个推动自行车友好城市的公益组织，几乎每次出现在公众场合，都会有人质疑，难道你们就想满大街的人都骑自行车吗？！

我说，就是。

有人（产业）为了倡导机动车的路权，推动大量政府补贴和基础实施的建设。

为什么，就不能有人倡导自行车的路权？

对不对？错不错？我当然是说，中国的城市发展必然是公共交通和自行车和步行结合的有机体。但一定有人会觉得条条大马路挺好的。

是的，是我们选择相信，一个好城市，应该是自行车友善的。

如果公益是一种对公权力的监督，这似乎没能谈论多少市场化。

毕竟，中国公益行业的最大买家，就是中国的政府及关联的单位。

监督政府合理使用权力，倡导少数群体的权利，程序正义，法制法治，这些现代公益的核心，跟商业/市场行为不是共生而是协同博弈的过程。

是社会应该“公益化”，是主流应该成为“我们”。

“当人人都是公益人的时候，可能会带来系统的大改变”——621 公益人大会，Ada

相比“公益市场化”的观点，我当然倾向“公益社会化”的论调。但，我认为更重要的是，“社会公益化”。

不是免费，不是低效，而是关于公民社会的想象，关于对普世价值的探寻，对他人的尊重和理解，不以最大的恶意猜测别人等等。

不是公益圈不够社会化，而是社会还不够多地接纳公民的想象，没有公共生活的共同体，更缺乏公民参与到社会的空间。

我们听过太多的演讲（正如今天的 621 公益人大会），做过太少的行动。也不是我们不想去做，

而是无力与无奈。

松散的公民个体的集合敌不过强硬的利益部门，众多中大教授却反对不了一个中大校长的任性决定，

不是公益圈不够社会化，而是社会怎么看待公益

有关部门是不是把大部分公益人都看成是敌对分子了？

在普通市民心中做公益的就是不是不务正业了？

在财税部门看来，公益就得好吗？好，有不见得办理个免税资格有多容易？

不是公益圈不够社会化，而是我们很少去尝试让社会公益化

我喜欢的 V-bus，微辣青年，她们做很多关于协作、沟通、聆听方面的工作坊，我就觉得很受用，如果有更多社会人因为接触公益，一些公益人所共享的价值，例如尊重他人、聆听对方，会不会也被传递开去？

我自己每年都有捐出收入的 10% 的个人财产计划，而如果有更多的普通人都愿意拿出年收入的 1%、5% 用来做善款呢？

我在想，公益圈做了很多公益圈内的倡导，但把公平尊重、把对财富的认知进行传递的过程中，是不够的，是缺失的。

结果，发现，因为社会很不公益化，所以公益圈也很不社会化....啊啊啊啊

去中心化，首先就是年轻人淘汰老人家的过程，也是公益上下游再博弈的过程。

最后，我承认是带着一点点情绪来谈论这个话题。但你会发现，很多社会 ge 命，也是年轻人取代老人家的过程，是年轻人不满老人家的结果。

中国公益圈的进化，除了依靠第一第二代老人家们的呐喊之外，更重要的是老人家们尽快退下来。只有你们退下来，新的力量新的声音才会被传播和释放。

我相信徐老师是能够接受这种观点的，特别是他既然能够说公益行业 5 年内要淘汰 1/3 的机构，那么出现“公益行业 5 年内要淘汰 2/3 的老人家”自然不足为奇了。

为什么我不喜欢老人家呢？不是对某个老人家有偏见，而是咱们这圈子就很喜欢大佬（其实要的是他背后的资源，然而想着也可悲。不要你的人，而是要你所在基金会的钱和资源）。然而咱们的大佬，都是忙着登台和“高瞻远瞩”，以及学者型的。TA 们自觉不自觉地深度地插入到公益圈的上游——拥有着话语权和资源分配权（充当着各种理事和理事长）。

公益这个行业，已经过了画饼充饥的时代，更告别了权威的时代。就算老人家们不愿意下台，这些舞台也迟早会被人遗忘。

公益，应该由每一个“我们”来定义。

来源：俊说

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA4NDIzNTYwNA==&mid=2650131959&idx=1&sn=3e81a89b8df3d13a103cb2e77e35b883&scene=2&srcid=0621mTonJkCfYtkKe101faAK#wechat_redirect

[【返回目录】](#)

行业动态**全国数十家社会组织驰援阜宁救灾**

中青在线北京6月24日电6月23日,江苏盐城遭遇龙卷风袭击后,中国慈善联合会救灾委员会于当天晚上21:00启动灾害应急响应,第一时间将信息发布给成员单位,并及时联系盐城当地相关公益慈善组织,同时和盐城市文明办、阜宁县委统战部、文明办、团委、妇联等进行了对接。中国红十字会基金会、中国扶贫基金会、中国社会福利基金会、爱德基金会、中国妇女发展基金会、北京蓝蝶公益基金会、京东公益基金会等都开始响应。并与中国灾害防御协会地震应急救援专业委员会、基金会救灾协调会进行协商联合救灾。

6月24日凌晨,中国扶贫基金会救援工作组、苏州绿舟救援队、青岛红十字蓝天救援队、南通众安救援队、南京蓝天救援队、山鹰救援队、无锡蓝天救援队、爱德基金会、常州龙城救援队、徐州恩典公益组织、南京蓝豹救援队、常熟天龙救援队等先后到达阜宁县城。

6月24日上午,在阜宁团县委的支持下,中国慈善联合会救灾委员会、中国灾害防御协会地震应急救援专业委员会、基金会救灾协调会联合在阜宁县人民医院南院区成立“6.23”社会组织联络服务中心,及时对接当地相关部门和公益慈善机构,为参与救灾的社会组织提供信息共享、资源对接、会商等平台。

中国扶贫基金会救援工作组一行12人抵达重灾区陈良镇新涂村开展搜救、医疗工作,该村700余户,受灾严重,现场看到多处房屋夷为平地,大部分电线杆折断,据救援人员反应,水和食品基本能保证,灾区民众急缺帐篷、生活用品等救援物资。目前480顶帐篷、1000个家庭保障箱分别由南京、成都备灾库运往灾区。

根据中国红十字会总会的统一部署,中国红十字基金会紧急启动风灾救灾应急响应,发起“天使之旅-盐城行动”全力投入救灾工作。中国红十字基金会向江苏省红十字会提供50万元人道紧急援助资金,其中40万元由中国红十字基金会赈灾工作组前往灾区购置赈济家庭箱发放给受灾家庭,另10万元委托江苏省红十字会代为采购紧急救灾物资,用于紧急救援阶段救灾工作。同时,中国红十字基金会于6月23日晚派出第一批救援工作小组,由救灾赈济项目中心主任杨苏带队奔赴灾区,开展灾情评估,参与紧急救援,组织“赈济家庭箱”采购工作。

6月24日上午十一时,中国红十字基金会第一批救援工作小组抵达阜宁,即刻投入紧急救援工作中。

中国妇女发展基金会派驻心理援助专家驰援江苏阜宁,先后到达阜城镇人民医院和受灾较为严重

的硕集中心学校开展前期的心理需求调研，淮安分队 5 人和中科院心理研究所 4 位专家正在待命，将根据一线分队发回的需求随时准备出发。另外，根据阜宁县妇联发来的灾区妇女儿童需求，中国妇女发展基金会决定紧急向阜宁灾区调运首批价值 60 万元物资，包括 1000 个“母亲邮包”家庭包（内含床上用品、厨房用具、雨衣、家庭急救小药箱等物品）和价值 30 万元的儿童止痒花露水、防蚊液、湿巾等，目前物资正在装车，预计 6 月 26 日运抵灾区。

北京蓝蝶公益基金会救援队一行 18 人，24 日上午十点抵达阜宁县，第一时间会同阜宁民政，教育，团委等部门及爱德基金会等救援机构临时召开救灾供需信息交流会，并根据需求信息确定支持方向，采购第一批救灾物资，然后兵分两路，一路与当地团县委干部前往硕集小学临时安置点评估 0-16 周岁群体需求；另一对前往重灾区陈良镇新涂村，在新涂村房屋受损情况极其严重受灾群众已被转移安置。

南通众安救援队于 6 月 24 日上午 7 时抵达灾区最西部区域的阜宁县板湖镇戚桥村，当地损毁房屋达到百分之九十九，受伤人员十多人，九时撤出回指挥部，报告灾区情况和所需物资情况，下午 2 时在赴戚桥灾区，协助当地政府以及武警清理危险房屋。

京东集团及京东公益基金会协调多个部门第一时间成立京东救援小组，阜宁站点员工连夜协助清除路障，为乡村兄弟准备水、方便面、照明设备，并紧急协调就近仓库，调配了 17000 余件生活用品，陆续用 5 辆货车分别从宿迁、南京运抵阜宁。6 月 24 日下午 4 点 44 分，京东第一批救援物资车辆抵达阜宁县城，奔赴灾区现场。同时，阜宁站点在当地协调 13 台面包车，协助运输救灾物资及伤员，乡村服务中心主管协同 20 多位推广员和站点员工也将前往受灾地区支援。另外，由中国扶贫基金会发起的“阜宁风暴，吹不走你我的真情”已在京东众筹上线。

绿舟救援队 6 名前方队员 24 日凌晨 3 点钟到达重灾区陈良镇，受当地政府派遣，到卫东村和新涂村进行排查和救治，劝走和转移仍在危房中的灾民 5 人。帮助一名伤者简单包扎后，协助叫救护车送医治疗。同时协助武警做好风险管理控制工作，防止灾民回危房取东西造成 2 次伤害。当天 13:00 根据前方队员信息反馈，及与政府的沟通，阜宁龙卷风生命救援基本结束，转入灾后安置阶段。绿舟救援队根据自身专长，根据当地团委要求，派出 8 人心理救援分队赶赴灾区，进行灾区心理危机干预工作。8 名心理咨询师分别来自上海，无锡和苏州，有非常丰富的心理咨询经验，希望能够尽绿舟所能，帮到灾民，尽早恢复正常生活。

盛世汇海公益基金会第一时间成立救灾工作小组，并根据中国慈善联合会救灾委员会的安排，派志愿者进入灾区一线勘察灾情，还向江苏省青少年发展基金会捐款 10 万元，用于紧急救灾及灾后重建工作。同时安排采购方便面、手电等灾民急需物资，物资预计将于 25 日发放到受灾民众手中。

蓝天救援江苏、南京、江阴、淮安、山西、常州、无锡、金坛、上饶、乐清、广西、广东、常熟、

山东、昆山、天津十六支分队的 130 余名队员已 24 日上午前陆续抵达受灾现场展开救援救助工作。同时指挥中心后台保障人员 63 人。截止 24 日上午 10 点，蓝天救援分成多个工作组走访排查了 17 个村和一所小学等受灾严重的地区。搜寻并处理遇难者遗体 1 具，帮助受灾群众挖掘转移粮食 8000 余斤、处理折断倒塌电杆 18 根、清理妨碍救援通道的倒塌树木 42 根、上交公安手机一部、废墟中零钱包一个。蓝天救援接下来的将继续协助政府展开相关的搜索搜寻工作。蓝天救援已经成立了现场消杀队，协助受灾地区的消杀防疫工作；并成立的赈济组，协助进行救灾物资及赈济品的接收发放工作。蓝天救援还将派出专门小组全力抢通被堵道路，清理道路上倒塌的电线杆、树木杂物，方便物资进出、方便灾民通行；协助灾民转移生产生活物资。

深圳壹基金公益基金会启动响应，6 月 23 日晚上备灾仓库转运物资，两支救援队出发。6 月 24 日灾后第一天，第一批救灾物资可口可乐中国的 192000 瓶冰露水，壹基金安徽备灾仓库的 15 顶帐篷、500 个温暖包已运抵灾区。第一梯队的徐州、河南两支救援队分别在灾区协助物资发放，并携带卫生急救装备提供医疗服务。成员日出东方四季沐歌、太阳雨启动应急响应，已在灾区发放帐篷、衣物、饮用水、手电筒，同时还为灾区搭建太阳能供电站。企业联合救灾伙伴招商局“灾急送”连夜装车起运成都仓库备灾物资 100 顶帐篷、1000 件彩条布、1000 个睡袋发往灾区；截至 6 月 24 日 18:00，超过 11 万人次爱心家人通过蚂蚁金服公益、腾讯公益、阿里巴巴公益等平台捐赠善款 1936189.06 元。

中国社会福利基金会救灾救援部紧急启动江苏盐城风灾救灾救援响应，已调度蓝豹救援属地机构南京蓝豹救援队、蓝豹救援属地机构山东蓝豹救援队、绿舟救援联盟苏州队共计 12 人，作为第一救援梯队连夜驰援灾区；中国社会福利基金会紧急拨付首笔救灾资金 10 万元，支持江苏灾区。6 月 24 日中午，蓝豹救援南京、山东抵达在阜宁设立的社会组织救灾服务中心参与了救灾协调会议，苏州绿舟留守陈良镇。南京蓝豹救援队第二梯队也带着物资前往灾区，山东蓝豹带着部分药品和个人装备步行进入吴滩镇立新村、蔡河村。16 时，经与吴滩镇政府领导沟通之后，在立新小学设立物资转运站和前方指挥部。

爱德基金会第一批救援人员于 6 月 24 日凌晨两点抵达阜宁县，与县救灾指挥部沟通后，立即前往灾情严重的陈良镇开展灾情调查工作。6 点前往硕集中心小学受灾群众安置点进行灾民需求调查评估。同时爱德基金会第二批救援人员根据灾民需求采购了应急手电筒、驱蚊用品等急需物资，并立即赶赴灾区，当天下午发放到急需这些物资的受灾群众手中。截至目前，爱德基金会已经通过腾讯公益、蚂蚁金服公益等网络平台，为受灾群众募集救灾善款人民币 120 万多元。

徐州恩典公益于 6 月 23 日凌晨组织 10 名志愿者自驾驰援阜宁，到达灾区之后立即投入救援工作，走访了多个村落查看受灾情况，逐户提醒灾民进行自我保护。6 月 24 日下午，恩典公益前往医院探望受伤灾民，带去慰问品，另一部分志愿者运用娴熟帮助消防官兵支搭帐篷。此次恩典公益还为灾区

带去了价值 5 万元的物资，有药品、食物、水和被子。将陆续发送给受灾群众，同时继续进行救援工作。

常州龙城救援一行 4 人于 6 月 23 日 22:30 出发，6 月 24 日凌晨 2:30 抵达阜宁县政府，接指前前往射阳县陈洋镇，排查洋北村和二洼村，确定人员已经安置疏散，伤员送医，已无被困人员，后调查龙卷风路径东端，完成任务后，赶到双桥村与青岛蓝天汇合，一同开展现场救援工作，结束后至指挥部报道。决定结束生命救援，转入江苏省红十字会赈济救援队开展相关赈济工作。

盐城响水助力微梦公益协会联合江苏风哥网络科技有限公司组织 10 名志愿者于 6 月 23 日 11:00 集中出发，在凌晨 4 点将运送的 628 箱纯净水卸送至阜宁县陈良镇，与当地确定受灾人员均已疏散，了解当地初步需求后，转而为部分合作公益机构提供信息服务支撑工作。

慈济慈善事业基金会 6 月 23 日晚获悉情况，立即动员上海、苏州、昆山、南京等地志工，并与当地政府取得联系，于 24 日下午派出 16 人先遣团队前往勘察。同时基金会在苏州设立赈灾协调中心，应灾区需求协调后勤物资以及志工团队等事宜。勘灾先遣团队此次携带 20 条毛毯、3 张福慧床、120 个环保袋，以及香积面和香积饭等物资已运往阜宁县。

响水义工协会一行六人，于 6 月 24 日上午九时奔赴阜宁灾区，和当地志愿服务组织会合展开救援活动。发放物品和搭建帐篷，因为灾区血液紧张，响水义工组织会员爱心人士献血。(编辑：王亦君)

来源：中青在线

地址：http://news.cyol.com/content/2016-06/24/content_12902343.htm

[【返回目录】](#)

寻找中国社会企业 | 第二届社会企业与社会投资联盟年会在京举行

6 月 24 日至 25 日，北京。由老牛兄妹基金会和神州专车支持的第二届社会企业与社会投资联盟年会隆重举行。这是中国最大规模、最具影响力的社会企业盛会，这两天，在北京的亮马河酒店，将留下众多社会企业家的身影，100 多位国内外跨界演讲者，在此进行思想碰撞，一场全国社会企业领域的“北京论剑”正式拉开。

社会企业潜力巨大

据悉，社会企业发轫于国外，以商业模式致力于解决社会问题。在社会企业较为发达的英国，目

前有 7 万多家社会企业，创造的经济价值数以百亿英镑计，且该国接近 80% 的英国的社会企业处于可持续性发展状态。在美国、韩国、泰国等国，社会企业也正蓬勃发展。

2007 年，作为在全球推广社会企业的组织，英国文化教育协会首次在中国引入“社会企业”的概念。尽管社会企业在中国的定义尚未达成共识，但该类机构与组织正飞速发展，已初具规模。

国务院参事、南都公益基金会理事长徐永光认为，社会的痛点就是社会企业与社会投资的“靶心”。在未来数年，养老、健康、教育、环保、垃圾处理、家政服务等领域将会涌现大批优秀社会企业，这些领域中，均有万亿级的市场空间，因此，未来 5 年，中国将成为世界社会企业第一大国。

中国公益研究院院长王振耀也表示，传统的福利企业和公益慈善模式已经无法更好地、更可持续地解决社会问题，而社会企业的兴起无疑提供了一种新的更具发展潜力的方式，而这种方式也是被政府所鼓励和支持的。

为了给刚刚起步的社会企业添上“一把火”，中国社会企业联盟开展此次活动，旨在建立支持中国社会企业与社会投资发展交流和展示平台；鼓励由社会企业家、社会投资机构、媒体、学者和政策制定者等组成的利益相关方之间的对话，加强相互理解和跨界合作；通过与国际伙伴交流社会企业与社会投资的创意与实践，构建跨文化的交流和网络，加强国际交流与合作。

社会企业的影响才刚刚开始

马修·比硕 Matthew Bishop

本次年会分为主论坛、分论坛和其他活动。在主论坛上，《经济学人》纽约部主任、《慈善资本主义：富人如何拯救世界》作者马修·比硕(Matthew Bishop)表示，“传统慈善基金会不管其使命如何，都过于看重一些项目的短期赞助而不是可持续发展，在成果的衡量方面更是没有确定性标准。”他认为，社会企业是解决社会问题的新模式，也是慈善事业运作的 2.0 方式。“未来是什么样的一种生活，社会企业的影响才刚刚开始。”

中国扶贫基金会秘书长刘文奎发表题为《社会企业如何让社会更美好》的主题发言：“社会企业既可以直接为弱势群体服务或解决社会问题，也可积累社会资本。”他认为，社会企业的形态，融合了现代企业制度与现代慈善机制的长处，规避二者的短处，使得公益慈善获得力量。使得企业在追求经济利益的同时，重视社会利益。他建议，“让社会更美好，就要大力发展社会企业”。

影响力投资是本次年会引人关注的热门话题。该理念由美国洛克菲勒基金会于 2007 年提出。简单来说，所谓影响力投资，就是在追求经济回报的同时，在社会和环境影响力方面也有量化的回报指标。“影响力投资混合了资本的利润诉求和公益的价值诉求，在全球投资市场上方兴未艾，冲击着人们在解决社会问题时的诸多观念和行为。”道资本集团创始人张涛在发言中说。

“责任投资将改变世界。” Calvert 基金会联合主席及创始人、商道纵横主席和联合创始人施威恩

在演讲中也表示。这位在投资与商业领域推动社会责任的倡导者认为，金钱只是工具，而不是掌控者，“利追利往往不会有好结果，没有价值观导向的投资会失败。”他倡导在贫富分化仍在不断扩大，社会矛盾突出的社会背景下，资本应该选择投向那些致力于解决社会问题的社会企业。

但是，张涛也表示，影响力投资在可预见的未来注定不会成为投资界的主流，其角色应该更多是社会企业前期或过程中的“催化资本”，通过自身的“掺和”来撬动主流资本的信心和参与。

张涛认为，影响力投资在中国面临三大挑战，缺乏有效的有介、缺乏有力的基础设施和缺乏充分吸收资本的能力。“这种对发展中的社会企业而言，无疑会成为社会企业发展的障碍。影响它们日后的发展和吸引投资者的潜力。”

中国公益研究院院长王振耀则认为，中国和世界已经进入了一个“善经济时代”，公益慈善事业开始产生广泛社会影响。“善经济其实是社会价值开始支撑经济发展，到这个时候经济形态要追求企业社会责任。这正是社会企业发展的巨大机遇。”

让思想的碰撞更有力

在主论坛环节，7名来自中国大陆、中国台湾地区、新加坡和英国的社会企业，各自分享其在能源、教育、助残、文化、农村社会发展和普惠金融六大领域的社会企业实践和探索。25日，“社企在路上”分享活动上，共有4名社会企业家分享了各自的案例。

此次年会设置了15场分论坛、工作坊和路演活动。分论坛内容包括“社企·在路上”分享会，如何让社会意义为社会企业产品增值、为企业凝聚文化，影响力投资市场在中国可行性，设计+社会企业设计思维改变世界等内容，内容涵盖社企理念、社企管理、融资扩张、跨界合作等领域。

作为本次年会一个特别环节，中社联益“善企”奖颁奖典礼吸引了各方关注。该奖是国内首个关注社会企业报道作品的传播奖项。该活动邀请国内社企界、公益界和媒体界的专家学者担纲评委，采取公众推荐、公众参与网络投票的方式让好的社企报道作品走进公众，吸引公益、财经和大众媒体对社会企业的关注和持续报道。主办方透露，将成立社企传播联盟，为媒体进行社企报道提供支持。

为搭建交流平台，让思想的碰撞更有力，本次活动别出心裁地设计了闪电发言环节，3分钟内说清楚自己是谁、做什么，并获得在场观众的支持。此外，还有南北社企大PK、论坛展览会、VIP晚宴等丰富多彩的活动。

100余位国内外跨界演讲者将奉献最前沿的实践和思考，而来自世界各地的社会企业家、关注社企的机构和人士，将在此充分交流，为成长中的中国社会企业发展嵌入崭新的基因。

中国社会企业与社会投资论坛（联盟）

2014年，南都公益基金会等17家机构联合发起社会企业与社会投资论坛（联盟），联盟的宗旨旨在整合资源共同推动社会企业和社会投资的发展。该联盟致力于搭建一个具有广泛性代表的开放平

台，举行社会企业和社会投资论坛，一是为促进跨界交流合作，推动行业整体发展，二是构建良好的外部环境，提升行业认知度。

去年 6 月，中国社会企业联盟在深圳召开首次年会，近 800 人参加；今年 6 月 24 日至 25 日，第二届年会在北京召开。截至目前，联盟已有 150 多位成员，预计在今年年底，该联盟成员将超过 200 位，未来 5 年内，成员超过 1000 位。

来源：南都公益基金会

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?timestamp=1466783539&src=3&ver=1&signature=hAY76ssKPuxWLF98OyLH19pohvmjNUwUrFTVV-54GwHavI4JzcN6eDQYrw80iO0Cz6clbW*FZHtZunv72fa1keu0WSs2ypq79K1PRrIbvNGTMDed7vIEoR49hYgFwd2zvz67uz0ywWKiAi5u3syWomOlsiBabr52TEZsKXdBwe8=

[【返回目录】](#)

凤凰公益“行动者联盟”正式启动 上百公益组织加入

6 月 22 日，由凤凰公益主办的“行动者联盟”启动仪式在北京举行，上百家公益机构、多名创意专家及几十家热心公益的企业到场参与，首批联盟成员五个重点公益项目加一个公益创意进行了推介展示，著名演员周海媚、石安妮现场助力。启动仪式现场，也揭晓了“2015 华人创新公益行动评选”结果。本次活动邀请到央视著名主持人路一鸣担任嘉宾主持，联盟成员中国社会福利基金会、中国扶贫基金会、中国少年儿童文化艺术基金会、中华社会救助基金会、中国儿童少年基金会、中华少年儿童慈善救助基金会、中国妇女发展基金会、壹基金等近 20 家国内大型公益基金会相关负责人出席，爱心衣橱、传梦基金等几十家民间公益机构也作为首批联盟成员共同参与启动仪式。

“行动者联盟”是由凤凰公益发起，旨在为公益界、创意界、明星艺人、企业等各方搭建互助合作的公益活动平台。凤凰网高级副总裁刘书在致辞中表示，凤凰网希望通过“行动者联盟”凝聚公益、媒体、明星艺人、创意界、企业等各方力量，从而“打通各界壁垒，共同推动公益事业发展”。她还提出，未来每年凤凰网都将通过线上传播、线下活动等方式推出联盟成员重点合作项目。

中国公益研究院资深顾问、北京师范大学教授傅昌波也发表致辞，他对本次公益合作做出高度评价，并在讲话中多次重申公益“跨界联合”的重要性。他表示，“公益不仅需要创意界支持，需要明

星艺人扩大影响力，也需要企业参与，从而实现‘1+1>2’的联动效应”。

“2015 年度十大杰出创益项目”评选结果揭晓：“饥饿 24 小时”等项目获奖

活动中，“2015 华人创新公益行动评选”结果揭晓。“饥饿 24 小时”、“去远方学手艺”、“Running Together”、“路人甲公益”、“伊利方舟”、“天天正能量”、“中国儿童失踪预警平台”、“易碎的朋友”和“抗癌公社”项目，凭借创新想法或形式脱颖而出，荣获“2015 年度十大杰出创益项目”，其中一个获奖项目空缺。“5100 保护水资源”和“公益慈善学园”则因网络支持率高，获得“2015 年度最具网络人气奖”。“2015 华人创新公益行动评选”由凤凰公益、中国公益研究院于 2015 年下半年联合启动。该评选依托凤凰全媒体传播平台，面向社会征集、选拔了一批适合新媒体传播的创新公益项目。评选一共收到了 300 余个参评项目，涉及关爱自闭症儿童、环境保护、动物保护等多个领域。

五大重点项目重磅展示：明星名人现场当“老师”

作为行动者联盟启动仪式的重磅环节，联盟首批成员五个重点公益项目“为你发声”、“中网小画家”、“拯救大象罗拉”、“女童保护”、“美丽童行”进行了推介展示，一个关注唇腭裂儿童的公益创意也首次现场公开。

“中网小画家”项目将网球运动与绘画、成人与孩子紧密结合。该项目在去年一经推出，便得到世界小姐冠军张梓琳、著名音乐人王铮亮以及众多网球界名人的支持。项目推介人、“中网小画家”组委会主任迟鹏表示，“中网小画家”通过举办公益网球校园行、办画展等形式丰富孩子们的业余生活，在中网赛事之间，多名儿童可在网球场同时作画。自闭症儿童也加入小画家行列，画作参与网上义拍。

周海媚以“明星讲师”的身份出席，对致力保护儿童远离性侵害的“女童保护”项目进行推介。她为来自史家小学的 12 名小学生上了一堂节选的女童保护课程《爱护我们的身体》，情景模拟和互动赢得了现场观众的掌声。女童保护基金负责人、凤凰公益主编孙雪梅在“课”后的推介中表示，除了做儿童防性侵教育，推动制度完善之外，“女童保护”希望通过制作电影、动漫等多种方式，让更多人重视性侵儿童现象，让更多孩子和家长学会儿童防性侵常识；同时也将加强与各地官方部门、公益机构、企业等各界的合作。

“拯救大象罗拉”是由王石、王珞丹、李宇春、孙冕和小柯等 11 位名人明星代言的全球减少象牙消费的公益项目。该项目推介人、国际爱护动物基金会中国代表何勇通过 PPT，为观众展示了当下大象生存现状，并动员大家加入到保护大象队伍中来。王珞丹作为项目公益大使，也特意为本次活动录制助力 VCR，以公众人物之力号召大家善待动物，停止消费象牙。

“为你发声”项目通过明星之口为孩子讲故事。该项目利用远程技术将看似遥不可及的名人拉到

孩子“身边”，让老师在线上对孩子们进行教学。项目推介代表、星河拾捌文化经纪公司上海分公司总经理周楠在推介时表示，与传统支教模式相比，远程支教技术具备更高的便捷度和可操作性，对于山区孩子而言也会是别样的学习体验。

“美丽童行”作为凤凰网名牌公益项目，十年来一直关注中国贫困儿童生存、健康、教育及未来发展。在推介环节，该项目代表、凤凰网市场部总监侯春艳重申了“美丽童行”关爱贫困儿童的不变初心，凤凰公益编辑张衍飞以媒体人身份，表达对当下公益的思考，并表示希望未来联动更多力量一起参与“美丽童行”线下行走活动。

推介最后，一个让人“脑洞大开”的公益创意通过视频呈现，多位明星成了“唇腭裂”，在获得网友点赞献爱心后，彻底“康复”。推介嘉宾、凤凰网全国营销中心总经理郝炜介绍，此创意为杰尔广告原创，希望有明星参与“挑战”，也希望化妆品等企业能深度参与创意落地。

“行动者联盟”正式启动：希望多方力量共舞共赢

“行动者联盟”启动仪式在最后压轴而出，由凤凰网高级副总裁刘书，中国社会福利基金会副理事长兼常务副秘书长肖隆君，电众数码首席营销官尹敬业，凤凰网全国营销中心总经理郝炜，爱心衣橱基金秘书长乔颖，凤凰网公益频道主编孙雪梅作为代表上台启动，其中既有媒体，有创意营销专家，有官方公益机构代表，也有民间公益机构代表。嘉宾扫描二维码后，首批联盟成员、爱心机构、企业以及公益项目图标在屏幕上如“天女散花”。最终化而为一，屏幕定格为“行动者联盟”。

凤凰网高级副总裁刘书表示，“行动者联盟”是一个沟通联结各方的桥梁，在这个平台中，明星艺人找到喜欢的公益项目，企业资助与其社会责任契合的公益项目，创意界人士可以参与公益项目的设计，公益组织可以得到更多的传播资源和企业支持。“为了推动公益事业发展，凤凰网愿与社会各界一起携手努力！”她说。

来源：凤凰公益

地址：http://gongyi.ifeng.com/a/20160622/41627194_0.shtml

[【返回目录】](#)

环保组织针对毒跑道事件发起公益诉讼

备受关注的“毒跑道”事件又有新进展。

《法制日报》记者今天从环保组织“中国生物多样性保护与绿色发展基金会”（以下简称绿发会）获悉，因铺设塑胶跑道散发异味引发众多入园儿童身体严重不适，在多次同有关方面交涉未果的情况

下，绿发会已于 6 月 21 日将“北京市朝阳区刘诗昆万象新天幼儿园”（以下简称万象幼儿园）诉至北京市第四中级人民法院，提起环境公益诉讼。

值得注意的是，这很可能是迄今为止，国内针对“毒跑道”事件发起的首例环境公益诉讼

朝阳区万象幼儿园被家长举报

在今天召开的新闻发布会上，据绿发会副秘书长马勇介绍，近期，绿发会收到很多家长举报，万象幼儿园塑胶跑道散发刺激性味道致使很多孩子集中出现身体不适，要求绿发会行使法律赋予的提起环境公益诉讼的权利，维护社会公共利益。

“接到举报后，我们立即启动应急调查程序，向幼儿家长和其他有关人员了解情况，收集与万象幼儿园的塑胶跑道有关的资料，收集了大量幼儿集中生病的病历，并派专人前往万象幼儿园调查。”马勇说。

绿发会工作人员经调查确认，2016 年 3 月 22 日，万象幼儿园同北京百尚家和商贸有限公司（以下简称百尚公司）签订了《体育场地营造合同书》，双方约定由百尚公司负责万象幼儿园的塑胶工程（即塑胶跑道），工期为 2016 年 3 月 26 日至 2016 年 4 月 1 日。

此后，万象幼儿园的塑胶跑道已完工并于 4 月份投入使用。但在该塑胶跑道建成使用后，向外散发很大的刺激性味道，致使很多在该幼儿园的孩子集中出现身体异常状况，表现为流鼻血、眼睛不适、发烧、皮肤过敏等症状。目前，已有不少孩子诊断就医

园方明确表态不会拆除塑胶跑道

根据调查结果，绿发会随即向万象幼儿园发出正式公函，并两次前往该幼儿园当面交涉，要求万象幼儿园为了保证众多幼儿的身体健康，立即采取措施，拆除有刺激性气味的塑胶跑道，清除塑胶跑道对大气环境和土壤的污染，消除由于塑胶跑道污染环境而给幼儿身体健康带来的威胁。

6 月 20 日，绿发会在万象幼儿园与该幼儿园负责人沟通情况时，该负责人明确表示，不会根据绿发会的要求立即拆除塑胶跑道

马勇指出，这种带有刺激性气味的塑胶跑道直接污染大气环境，进而对长期多次接触或者靠近这种跑道的人的健康产生有害影响，特别是对抵抗力较差的幼儿健康影响更大，在幼儿园和中小学应该严格限制铺设直至禁止铺设，已经铺设并且已经产生危害后果的应该立即拆除。

“这种塑胶跑道不但直接污染大气环境，同时也会污染其覆盖下的及周边的土壤。对大气环境和土壤的污染都会直接危害人们的身体健康，是对社会共利益的侵害。”他说

多次沟通无果提起环境公益诉讼

经两次派人现场联系万象幼儿园、北京市朝阳区教委，并递交函件要求立即拆除问题塑胶跑道，均未获积极进展后，6 月 21 日下午，绿发会工作人员将诉讼材料递交至北京市第四中级人民法院，

对问题塑胶跑道使用者万象幼儿园等提起环境公益诉讼。

“经法院仔细审查后，已将诉讼材料收下，并给我会工作人员一次性补正材料告知书。”马勇告诉记者。

“这是中国绿发会针对‘毒跑道’事件的首起环境公益诉讼，历经多次沟通、协调无果，我们只能通过诉讼促进解决校园塑胶跑道污染问题，保护孩子们的身体健

康。”他说。

在绿发会的诉状中，记者看到，万象幼儿园和百尚公司分别被列为第一和第二被告。作为原告方的绿发会，共提起 5 项诉讼请求，其中包括：请求判令被告立即拆除北京市朝阳区刘诗昆万象新天幼儿园内的塑胶跑道；请求判令被告采取修复或替代性修复措施；对塑胶跑道污染的土壤、大气环境进行修复；请求判令被告赔偿土壤和大气环境开始被损害至恢复正常生态功能期间的服务功能损失，具体损失数额以评估为准

环境污染责任实行举证责任倒置

马勇指出，本案涉及的塑胶跑道首先直接危害的是幼儿的身体健康，在家长和绿发会多次向被告一反应情况后，万象幼儿院仍然以各种理由拒绝拆除塑胶跑道，主观恶意更大，应该承担环境侵权的全部法律责任。

百尚公司作为采购方和施工方对塑胶跑道的主体材料和附属材料理应具有专业知识，对这些材料会给环境造成的影响应该具有专业判断，应该对塑胶跑道污染环境的后果承担法律责任。

事实上，希望绿发会就“毒跑道”事件发起环境公益诉讼的，并不止万象幼儿院患病儿童的家长。目前，绿发会还接到朝阳区兴隆小学和北辰福第幼儿园的家长来电反映学校塑胶跑道问题，希望绿发会能够参与解决。

马勇说，“过去一年来，包括我们在内的社会各界都在努力普及新环保法和环境公益诉讼制度。但是这次在跟有关方面交涉时，我们发现普法工作还需加强。”

这是为什么？马勇告诉记者，侵权责任法规定，环境污染责任实行“举证责任倒置”，简单来说，就是应该由学校就法律规定的其行为与损害之间不存在因果关系等承担举证责任。“我们要求他们马上拆除塑胶跑道，他们却反对来要求我们来证明因果关系。在这个过程中，制造商、施工方、使用方可能都有责任，谁也不要侥幸，以‘难以证明因果关系’而进行拖延。孩子们的健康等得起吗？等不起！”

根据民事诉讼法第五十五条、环境保护法第五十八条和侵权责任法、最高人民法院关于环境民事公益诉讼司法解释等相关规定，绿发会作为从事环境公益活动的社会组织，有权对污染环境、破坏生态、危害社会公共利益的行为提起诉讼。马勇说，“希望法院方面能够依法支持我们的诉讼请求。”（记者 余瀛波）

来源：法制网

地址：http://www.legaldaily.com.cn/xwzx/content/2016-06/22/content_6684363.htm?node=53628

[【返回目录】](#)

第一反应®获 B 型企业认证殊荣，创中国大陆认证先例

我们十分荣幸的宣布，第一反应®于 2016 年 6 月 16 日获得 B 型企业认证，成为中国大陆首家通过认证的企业！

We are very proud to announce that First Respond became **the very first** Certified B Corporation® in Mainland China as of June 16, 2016.



DECLARATION OF INTERDEPENDENCE

We envision a global economy that uses business as a force for good.

This economy is comprised of a new type of corporation – the B Corporation – Which is purpose-driven and creates benefit for all stakeholders, not just shareholders.

As B Corporations and leaders of this emerging economy, we believe:

That we must be the change we seek in the world.

That all business ought to be conducted as if people and place mattered.

That, through their products, practices, and profits, businesses should aspire to do no harm and benefit all.

To do so requires that we act with the understanding that we are each dependent upon another and thus responsible for each other and future generations. 第一反应

关于 B 型企业

2006 年，Jay Coen Gilbert、Bart Houlahan、和 Andrew Kassoy 联合创立了非营利性机构 B-Lab，

通过建立 B 型企业认证体系 (Certified B Corps)，旨在重新定义商业领域的成功——让所有企业“运用商业之效力，打造世界之美好”，不仅力图成为“世界上最好的企业”，更成为“为了更好的世界而存在的企业”。全球已有 50 个国家、横跨 130 个产业、总共 1,700 多家企业通过 B 型企业认证，而全球申请的企业总共有 4 万多家。要通过 B 型企业认证，申请的企业必须在社会与环境业绩、责任和透明度方面都满足其系列要求。

第一反应®

第一反应®总部位于上海民政局公益新天地园，是首批认证的中国社会企业，得到联合国认可，民政部等政府部门的大力支持。它是中国领先的急救培训和赛事生命救援机构，中国多个大型马拉松赛事的官方指定应急救援机构，已为百余场赛事提供保障，成功挽救了 10 位心脏骤停跑者的生命。作为国内领先的创新型安全培训机构，AHA 授权培训中心，至今已完成超过 30,000 人次的急救培训。它还为超过 100 家企业提供定制化的企业安全服务，如中国最高楼上海中心、大型园区阿里巴巴、大型厂区南京国电，校区中欧国际工商学院等。第一反应与腾讯公益，真爱梦想等机构紧密合作，致力于应急知识的普及，希望借助互联网+模式，5 年内让至少 2,000 万中国人掌握基本应急能力，将互助互救发展为中国社会的常态。

来源：第一反应

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5NTMyMjc0Mw==&mid=2650698989&idx=1&sn=1edbff0291cfee94a930888ed8579c8&scene=1&srcid=0624m5rnfKCzaOsbN6b8UkB9#wechat_redirect [【返回目录】](#)

台湾观察**NGO 转型做社企？在宇宙混得不好的 NGO，无论到哪里都不会好！**

编按：NPOst 邀请资深国际 NGO 工作者褚士莹阿北，每周六晚上隔空问诊（大误），回答关于非营利工作领域的问题。无论你是志工、NPO / NGO 工作者、捐款人、有志投身公益者，都可以来填表单问问题喔！褚阿北每周将抽出 1-3 个不等的问题来回答，现在就来举手发问吧！

27 岁非营利组织工作者：

现在很多非营利组织急着想转型为社会企业，阿北对社会企业有什么想法？这是非营利组织的好出路吗？

脾气又变差的褚阿北：

NGO 为什么要转型？混不下去了吗？！

电影《银河街道》（ギャラクシー街道）是日本导演三古幸喜第一次以宇宙为舞台的作品，故事发生在 2265 年，背景是宇宙上的 246666 干道上，来往宇宙及地球之间的没落太空站中，一家名叫「33 汉堡店」的百年快餐老店。男主角因为生活不如意，开始想结束营业，申请回地球生活，就在这这时，店里工作上百年的女服务生，不以为然的说出了全片的经典金句：

「在宇宙混得不好的家伙，无论到哪里都不会好！」（宇宙で成功できないやつはどこでも成功できない!）

很多人总在不如意的时候，冀望换个环境、换个工作、甚至换个伴侣，希望一切都会变好，NGO 也一样，**遇到困难，是不是换成「社会企业」的招牌就好？**难道那些管理不够专业，没有市场竞争力，不会募款，不懂得自我营销，资源不知道如何分配，人力不足这些问题，就会自动变好吗？

安置未成年未婚妈妈的 NGO 机构，如果面临募款、经营的难题，就让这些年轻妈妈不要顾小孩，也不要继续念书，机构去开一家烘焙坊强迫她们在里面做凤梨酥，说这叫做社会企业，真的比较好吗？未婚妈妈都特别会做凤梨酥吗？为什么老是有 NGO 组织想来想去都是凤梨酥，请问真的有人需要买那么多凤梨酥吗？（激动迁怒凤梨酥）

「为了」社会目的而营利，还是「透过」社会目的而营利？

最早、也是最成功的社会企业，应该是 1948 年二次世界大战后期乐施会（Oxfam）成立的慈善商店吧？以流通物资，卖二手衣物、二手书作为计划经费来源的手段，在英国非常成功，如今全英国有 700 多家乐施会商店。

但在说出「那我们也来开一家二手爱心商店吧！」之前，有没有想过，**在 70 多个国家都有办公**

室的乐施会，为什么其海外分部几乎没有仿效开商店？除了荷兰、德国，这两个在欧洲以节俭出名的国家有分店，其余只有在前英国殖民地的香港有一家，除此之外其他都没有。

拥有将近 70 年的 know-how，却没有在 70 个国家都这么做，一定有其原因，使得乐施会决定在大部分国家维持「非营利组织」的模式营运，而不复制在英国成功的社会企业。

有时候，为什么不应该做的原因，可能远远比应该做的原因更重要，可是我们有想过、并且想懂，乐施会不这么做的原因吗？

台中的「角落微光」创办人张景皓，自认深受英国式社会企业启发，在台湾鼓吹社会企业定义应该是「为了」社会目的而营利（Business FOR social purpose），而不是「透过」社会目的而营利（Business VIA social purpose）。然而，目前我在台湾听到想要转型成社会企业的非营利组织，讨论的重点往往放在如何以收割的方式，分析已经熟悉的社会需求，跟长期建立的小区网络换取现金，减少对于政府或外部捐款的依赖。也就是说，势必是从最容易得到利润的地方下手，而不见得选择最符合组织精神和社会需求的项目，本末倒置，失去社会企业的核心价值。

如果 NGO 只是为了转型而去做营利行为，就是「透过」社会目的而营利。

孟加拉国银行家、诺贝尔和平奖得主尤努斯博士当年开始做葛拉敏穷人银行的时候，孟加拉国社会是需要微型贷款的，所以这个计划在当时确实是「为了社会目的而营利」，当然是社会企业。但是如果数次以高价邀请尤努斯博士来台演讲的 NuSkin 直销公司，受到启发而决定要成立一家葛拉敏穷人银行台湾分行，在台湾这个其实不需要这种微型贷款的社会里推行，就算运用直销技巧，大家统统从健康食品、保养品改行卖微贷产品，做成功、也赚到了钱，那也只是「透过」社会目的而营利，并不符合严格检视下的社会企业精神。

你以为社会企业这么好赚吗？

拿香港来说。社会企业在香港，表面上欣欣向荣，几乎每个礼拜都听到有新的社企开张，但多数新闻很大、规模很小，甚至只有一辆车的出租车行也有，一年后再去找，早已渺无踪影，一起开进了黑暗中，有如一场消失的对话。

不过，根据香港「社企民间高峰会」筹备委员会主席李正仪说，虽然社企在商业竞争激烈的香港社会，常予人「弱者」的印象，但是香港社企存活率已经是全球排名最高，韩国能撑过 3 年的社企，甚至不到 3%。

创业本来就艰辛，无论任何国家，新创事业第一年倒 1/3，第二年倒闭 50%，第三年剩下 1/3，五年后顶多剩下 20%。在台湾，AppWorks 合伙人程九如也说：「以创业这个领域来看，若没有接受任何机构的辅导而独立进行，存活率 5% 算高了。」

别忘了，社会企业谁都可以创设，不限制个人、公司、NGO，甚至政府。社会企业的成立本身就

是创业的一种，因此任何想创业的人或团体，都可以创立，不需要任何资格认可，所以门坎是很低的。虽然说门坎很低，还是比上班要高很多，不过任何创业都是这样。NGO 跟着其他创业者走上社企创业之路，如果以韩国的 3% 存活率当作参考基准，NGO 成立的社企真的有优势吗？

过度拥抱、或是不能拥抱商业精神的 NGO，都没有资格做社企。

不能拥抱商业、甚至不能理解商业原则的，就会忽略利润，当然就没有办法存活下去。存活 5 年以上的社企，肯定知道怎么赚钱；存活 10 年以上的社企，绝对知道怎么管理。不幸的是，这两项都不是典型非营利组织工作者的强项。

最后都回到人的问题

当然，评估社企是否成功，单纯用是否能够市场上存活作为指标，意义不大。就像拿一个终生无趣、对社会没有贡献，但在世界上活超过一百岁的人瑞，跟三岛由纪夫很精彩但很短暂的人生相较，一样荒谬。

一个社企能否成功，由哪个 NPO 来执行，老实说关系并不大，却跟创业者本身的性格、专业能力、经营背景有直接关系。

这也是为什么，虽然同样是德国「黑暗对话」(DID) 发展出来的同一套黑暗体验，虽然在全世界有 29 个据点，但由管理顾问出身的社企投资家谢家驹策动、因病提早退休的实业家张瑞霖操盘的香港执行团队，却特别突出。这两人都带着前半辈子累积下来的商界资源全心投入社会创新，把香港 DID 经营得比非营利意味浓厚的德国总部更能获利，成为 DID 领域的一株奇葩。

2011 年，财团法人爱盲基金会取得授权，将 DID 引进台湾，却没有选择直接由爱盲的 NGO 系统操作，而是从 IT 领域聘用蒋筱钰作为台湾 DID 总经理，因此成为全世界第一个取得 Yahoo! 企业订单的 DID。

一位长期观察社会企业的 NGO 前辈说过，**如果一个社会的社企还在萌芽阶段，站在先行者的立场，在策略上先做出几个容易成功且亮眼的案例，确实具有鼓舞及引领作用。**一开始就埋头去做最困难、不计成败的项目，那可能是宗教家或慈善家的工作，却不是社企倡议者应该扮演的角色。

然而，一旦社企创设成功了，只耽溺在光环中，不去挑战更高难度的，借某个创投前辈的话来形容，就是一种「堕落」。

所以，NGO 是不是只要去挖经营之神来管理，鱼帮水水帮鱼就会成功呢？张瑞霖在书中提过，从事社企创业跟一般商业创业不同，过程中会有很多在商场拚搏时不可能会有助力。商业创业容易把成功标签在某个明星级人物身上，但**真正的社企创业者，知道自己不能居功，他们知道一旦自己忘却了初衷，这些助力很快也会跟着消失不见，这是社企创业有别于一般创业之处。**

「谁来做社会企业？」这个问题的答案，说到最后，跟是不是 NPO，或哪个 NPO 都没有关系，

而是有没有对的「人」可以在对的时候做对的事。

毕竟，在宇宙混得不好的家伙，无论到哪里都不会好。

来源：公益交流站

地址：<http://npost.tw/archives/26099>

[【返回目录】](#)

当 NPO 遇上重大灾难：八仙事件中的阳光基金会

编按：八仙事件过后，联合报愿景工程青年工作室制作了「八个人的八仙」后续追踪报导，并写了专题缘起（八个人的八仙：八仙事件周年论坛），同时将于本月 26 日，举办八仙周年论坛（那一夜，后来呢？八仙事件周年论坛）。作为媒体合作伙伴，NPOst 也访问了八仙事件中的社会组织与工作人员，探究这个重大社会伤痕带来的点滴改变。

阳光基金会在八仙尘爆事件前，已是协助烧烫者生心理（生理、心理）重建的「老字号」专业 NPO。当尘爆骤然发生，阳光基金会的工作量随之前所未有的暴增，要面对的更不只是伤者，还有亲友、捐款人、政府、媒体……几可说是焦头烂额。对各个 NPO、NGO 来说，阳光面对重大灾难时的困难与应变，不失为每个社福组织的重要参考。

去年（2015）6 月 27 日，尘爆事件在八仙乐园发生，15 个人因此在数月内相继离世，484 个人带着轻重不等的烧烫伤活下来，其中烧烫伤面积大于 40% 者，有 248 人。世界多国政府纷纷宣布从此禁止彩色粉尘活动。

除了政府大动作指挥救灾，台湾民间再度发挥有钱出钱、有力出力的精神，这些钱与力，也有不少流向了专业的 NPO 组织，以適切协助八仙伤者们，例如极具专业可信度的阳光基金会。事件发生后，阳光要面对的包括担忧伤者的亲友、需要卫教合作的医院、可能释出更多资源的政府、希望采访报导的媒体、热心捐款的大众……许多人都期待着阳光基金会起身，撑起全方位的需求。

捐款与资源，如何管理？

「这一切骤然发生，要一个中小型的非营利组织同时处理，几乎是不可能。」阳光基金会的宣广部王君裳主任说：「我们没有很多时间，必须快速估算经费、尽快向卫福部送出劝募字号申请，成立『八仙尘爆烧烫者生心理重建服务基金』对外募款。」

「『八仙尘爆烧烫者生心理重建服务基金』在六天内募到目标金额 2.6 亿，我们随即关闭账户。这么做让某些捐款者很失望，甚至不谅解：『我才刚刚跟我朋友拉到款，怎么现在你们不能收了？』」

「但秉持着专款专用、财务透明的原则，并考虑到还有很多缺少善款的弱势社会团体，我们达标后便不再收受阳光八仙专户捐款。如果仍想捐款，我们欢迎大众可以改捐阳光基金会的『烧伤及颜损者生心理重建服务基金』，关怀全国不分区的烧伤与颜损朋友。」

除了来自企业的大额捐款，八仙尘爆事件中来自一般大众的小额捐款，也透过超商和在线管道，更便利地完成。突然新增了这么一大批捐款者，台湾的 NPO 有没有机会运用数据分析捐款人群像？事与愿违的，「这次的事件来得急，大多数的捐款数据并不完整，例如透过超商机台（如 ibon）捐款的人，除了姓名之外不会显示任何数据。」不过王君裳表示，整体而言，这次使用超商捐款的民众有很明显的增加。

此外，八仙事件让阳光基金会在这么短的时间内，遇上前所未有的大量伤者，调度人力、增设据点都成为当务之急；但待 3、5 年后，八仙伤者都会陆续从阳光「毕业」、重新回归社会，这些人力或据点该怎么功成身退？

「八仙事件到现在要满一年了，很多伤者将在暑假后回到学校，所需要的资源会随着他们的康复逐年递减。对阳光基金会来说，要在短时间内征聘、训练大量人力，并不实际，因此需要弹性运用短期的志工人力，并以项目的模式增聘专业人员，同时思考项目结束后，能转换出什么方式和这批人员继续合作。」

「而在新北市和台北市新增设的两个重建中心，是和政府合作取得的场地，一样采取项目合作的方式。3 年之后当重建中心在八仙事件中的阶段性任务达成，就会返还场地的使用权。」新北阳光重建中心的赖秀雯主任补充说明。

服务的对象，不只伤者

除了主力直接服务的社工师、物理 / 职能治疗师、咨商心理师……阳光基金会背后还有宣广、财务等专责间接服务成员。他们不只需要服务烧烫伤者和他们的家人，也需要回复想捐款的支持者的询问电话。

「我们对大众也有说明的义务。其他包括伴随捐款发生的客诉，也是我们要处理的工作之一。还有很多组织想捐物资、企业想捐款，或是担任合作志工……」王君裳细数。

「除此之外，还有很多媒体希望了解阳光基金会的情况，尽管受访乍看之下与直接服务无关、甚至更缩减了我们眼前有限的工作时间，但却会影响大众对这件事情的关注程度，以及后续相应的捐款行为。」

不管是宣广部、还是其他部门的业务都好，这次事件下有感受到哪些新的传播媒介是强而有力的吗？「其实我们没有多方寻找不同的发生管道，这次事件的关注度大，大家都会自己上 facebook 来追踪我们的动态，了解最新的状况。」对阳光来说，当 facebook 在台湾人生活习惯中扮演了强大的

角色，集中火力经营这个公布管道就已足够。

八仙伤友，和其他阳光伤友别无不同

其实阳光基金会面对每个伤者，是依个体的独特需求安排服务内容，而非遵循烧伤面积等特定指标来将伤者分流。赖秀雯说：「的确，烧伤面积和需求程度的相关性很高，但两者之间不是等号。有些伤者生理上的需求多一点，有些则是心理的适应需要多一点陪伴。当然烧伤需求会有医疗、复健等等的共同性，但因人而异的个别需要也是需要关注的，例如未来回到学校或职场的准备。」

处理八仙个案的大方向，和过去阳光协助过的伤友并没有差别待遇。同为烧烫伤下需要复健的人，真要说八仙伤友们的处境有什么不同，大概就是他们都非常年轻。「他们复原的速度更快，而且普遍有家长投入照顾，甚至为此暂停工作，运用资源的态度也更积极顺畅。因为很多人是和同学朋友一起去八仙、一起受伤、现在一起复健，同侪之间也会成为一股特别的支持力量。」社工师出身的赖秀雯提出他的观察。

「过去所遇到的弱势伤友，可能本身就是家庭里的经济支柱，在职场上遇到工商职业伤害，复健时会较孤单，或资源较匮乏。八仙伤者之中即便也有回归职场的问题，面对的问题或压力，也会随着他在家中角色差异而有所不同。」

随着伤口的康复，接下来将会有近 500 个八仙伤友重返社会，继续就学、就业、和更多人互动。而大众在遇到伤友时很容易不知所措，未必是出于歧视或害怕，而是不确定如何应对才能自然得体、不伤及对方心情。阳光基金会的社工师，对此有什么样的建议？

「把他们当成普通人。」赖秀雯的回答很简单。「的确，一开始看到疤痕时可能会不习惯，但试想，如果你鼻头上长了一颗大痘痘，难道也希望别人一直盯着看吗？很多时候，只要记得己所不欲，勿施于人就可以了。」

「从以前到现在，很多伤友去医院复健的路上，都会遇到『没有恶意』的路人问他们发生了什么事，或是建议他要怎么做才会赶快好。但这些建议未必是对方需要的，对到视线时给予一个微笑便已足够，敏感的问题、多余的善意是不需要的。」

八仙事件来的速度急、规模大，几乎挑战了一个台湾 NPO 不可能的任务。尽管若时光重来，阳光基金会的无名英雄们亦无法阻止尘爆发生，但，「当日若我决定买了票，那他就是我。」在许多人的生命遭逢意外之际，阳光能伸出手承接住他们，治愈他们在身体和心理上的伤口，最后重新回到社会上做为一个普通人，寻常生活。

来源：公益交流站

地址：<http://npost.tw/archives/26061>

[【返回目录】](#)

国际观察

奥兰多枪击案后，美国公益组织做了什么？

背景提要

美国当地时间 12 日凌晨 2 点多，在佛罗里达州奥兰多市的一家著名同志酒吧 pulse 发生了一场被美国人称为“屠杀”的枪击案。枪击案造成了近 60 人死亡，四十多人受伤。

当时约 320 人参加了酒吧举办的拉丁主题狂欢，枪手拿着长枪对着舞池和吧台发出了长达一首歌时间的连续扫射。

这次事件被称为美国历史上伤亡最惨重的枪击事件，引起了全美人民的广泛关注，该话题持续占据了各大社交媒体的话题榜首。

平等佛罗里达：10 个小时筹款 100 万美元

枪击案发生后，美国公益组织迅速反应起来。其中，一家名为平等佛罗里达（Equality Florida）的公益组织在众筹网站 GoFundMe 上发起众筹项目，一天之内筹到 100 万美元（事实上，前 10 个小时就几乎筹到了 100 万美元），到美国时间的 18 日晚上八点（共 5 天），该项目已经筹得 5357058 美元（他们的筹款目标是 700 万美元），捐款人数 108531 人，筹款页面被转发 211000 次，捐款来自 100 多个国家。据该众筹网站负责人称，这是历史上众筹金额最快达到 100 万美元的项目。

另一个众筹项目也在众筹网站上于 5 天内筹得 418059 美元捐款。众筹项目由佛州中部同性恋社群中心（the GLBT Community Center of CentralFlorida a）联合佛罗里达中部 8 家公益组织和众多同性恋社团发起。

平等佛罗里达关注同性恋群体的公民权利，众筹项目捐款将用于此次枪击案中的受害者和他们的家人。善款将由美国受害人中心（National Center for Victims of Crime）分配使用。

公益组织平等佛罗里达的创始人兼执行长纳丁·史密斯讲述了她在事件发生后的行动。

星期天，当枪击案发生的时候，纳丁正在佛罗里达迪士尼给她儿子过生日。最初，她根本没有搭理手机的不断振动。当她打开手机，涌入的一堆消息和留言才让她意识到发生了大事。

纳丁立刻动身去了平等佛罗里达在奥兰多的办公室。她召集了一些同事迅速设立了众筹网站的项目。纳丁说，突发事情发生后，大多数人都会问“我能够帮上什么”。我们在第一时间给出了回应，我们号召人们献血或者捐钱以帮助受害者，以及他们的家人。

纳丁称她获得枪击案信息最开始来自于国外媒体。他们得知事件详情后，纳丁和她的同事开始联系平日建立起的众多媒体渠道，以保证随时了解事件的最新进展。

平等佛罗里达的电话和邮箱迅速收到成百上千的咨询和捐赠信息，这些信息来自个人、企业和记者等。周一早上八点到中午，他们大概收到了大约 350 封邮件发来的问题。这些邮件中，有的人询问朋友的下落，有的人想要献血。其中还有来自希拉里竞选团队的信息，他们希望得到平等佛罗里达的授权，让竞选团队能推广众筹相关信息。

到周一晚上的时候，纳丁说她已经接受了 15 家媒体的采访，她的一些同事接受的采访比她还多。

公益组织形成联盟应对事件的后续发展

佛罗里达当地非营利组织，同性恋社群以及一些捐赠机构立即形成了松散的，并不断壮大的联盟，以满足奥兰多枪机案中受害者们产生的多种需求（包括身体上和心理上）。

平等佛罗里达的执行长纳丁说，如果公益组织不在突发事件中形成联盟，单个公益组织根本不能应对事件持续发酵带来的影响。

佛罗里达州大约有 6 个关注同性恋社群的公益组织迅速组织起来建立生命热线，募集善款，并在枪击事件发生后一直与媒体保持紧密联系。

美国全国性的公益组织也行动起来。上周一时，超过 50 家同性恋组织的领导人和资助方们联合发布了一封公开信，号召人们共同抵制对同性恋群体的暴力。

信中指出，对同性恋群体的暴力问题在美国更加普遍，包括在美国的穆斯林社区。反对穆斯林的情绪不应该将人们的注意力从对同性恋社群的关注中分散开。

大卫博内特基金会(the David Bohnett Foundation, 该基金会关注全美同性恋社群相关的科技产品)的执行长迈克建议，资助方不仅要考虑公益组织处理当下问题的费用，还要考虑他们在应对枪击案发生后的长期需求。

他说：“枪机案将会产生连锁反应，其影响还将持续。”

平等佛罗里达的纳丁表示，有些资助方，像阿克斯基基金会（Arcus Foundation），为公益组织提供了紧急支持（例如，差旅费）。有些资助方，像吉尔基金会（the Gill Foundation）提供了开展众筹的相关费用。

来源：公益慈善周刊

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5NDA4MDUxNQ==&mid=2653274742&idx=1&sn=7766760e78984fac029a4ddc85b8f817&scene=0#wechat_redirect

[【返回目录】](#)

美国社区基金会

王筱昀，印第安纳大学慈善学院博士

朱健刚，中山大学教授

正文

（一）社区基金会的功能、运作模式和历史沿革

美国第一家社区基金会克利夫兰社区基金会诞生于 1914 年，这也是全球第一家社区基金会。目前，美国有 700 余家社区基金会，总资产超过 500 亿美元，2011 年资助总额达到 42 亿美元[1]。不过，值得注意的是，美国社区基金会的“贫富不均”比较显著，2012 年的数据显示，在 700 多家社区基金会中，资产排名前 300 的社区基金会占到总资产的 90% 以上。其中约 160 家社区基金会拥有一亿美元以上资产，约 30 家社区基金会资产在 5 亿美元以上，大多数社区基金会规模较小[2]。

社区基金会最初是作为公益信托机构存在。克利夫兰基金会的创立者是信托公司主管弗雷德里克·高夫。早期社区基金会是不进行募款活动的，资本全部来自信托公司或者银行闲置的信托资金。美国当时存在大量的闲置信托资金，这些资金的委托人去世了，而委托人关于资金用途的嘱托，因为社会经济环境的变化，已经无法兑现（比如受益人或受益组织不再存在）。这些闲置下来的资金不仅发挥不了任何用途，而且还消耗着管理费用，成为信托公司的负担，于是，根据美国法律，高夫决定，将这些闲置资金设立社区基金会，本质上是公益信托[3]。社区基金会的管理结构也非常简单，银行管钱，并从投资收益中收取一部分作为管理费，剩余的部分交由资助委员会用于公益目的，资助委员会成员主要由政府官员、法官和银行任命[4]。

二战后，社区基金会的组织结构和功能有了巨大变化。首先，是社区基金会采用公司制结构，即理事会取代“银行+资助委员会”成为唯一最高的决策机构。这一结构变迁，使社区基金会挣脱了银行的束缚，获得了更大的发展空间[5]。随着这一变化，社区基金会的资本运作更加灵活，理事会可以摆脱一两家银行的控制，自由选择银行和投资组合。对于一家资产千万美元以上的基金会，平均可以达到 10% 以上的年投资收益率[6]。

同时，社区基金会服务捐赠者的功能得以增强，公益信托的形式也更加灵活。每家社区基金会都管理着成百上千个规模不等的基金。这些基金有完全由理事会决定用途的非限定基金，也有由设立的机构和个人指示用途的限定基金。一些社区基金会还设有用于支持基金会行政开支的基金和支持特定社区项目的基金，形式多样。

早期社区基金会吸引遗产捐赠，而近三十年来社区基金会的资产增长主要由在世捐赠者拉动。捐赠者可以设立基金，社区基金会将根据捐赠者的建议决定资金用途。相比于捐赠者自己成立基金会，

这一形式实现了管理上的效率。社区基金会还开展捐赠者咨询业务，提供公益行业信息，协助捐赠者做出最明智的决定[7]。

社区基金会不仅服务个人捐赠者，也服务慈善机构。它替社区公益组织管理资金，通过规模效益实现更高的投资收益，慈善机构虽然需要向社区基金会缴纳管理费，但仍然大大节约了成本。对于社区基金会来说，管理费收入支撑了社区基金会的行政开支。2012 年对 46 家资产超过 2.5 亿美元的社区基金会的统计显示，管理费收入占到基金会收入的 75%，平均每年 4 百万美元[8]。

需要强调的是，这些基金绝大多数是永久性的保本基金（endowment），即不花本金，只使用投资收益。这种财务模式，对社区基金会的资产规模提出了较高要求，一个有影响力的社区基金会通常需要千万美元的资产规模，但这也保证了社区基金会的百年基业和可持续性，它成为社区慈善资金的蓄水池，调节着资金流。

90 年代以来，由于新政策法规的出台，营利性公司也可以受理公益信托业务，而且因为投资公司的专业性和资金规模，它们的投资收益率要好于社区基金会，也就是说，捐赠者在营利公司设立同样数额的基金，每年可以产生更多收益用于资助。这冲击了社区基金会的公益信托业务。面对这一挑战，社区基金会在重新寻找自己的价值定位[9]。

相比于营利性公司，社区基金会的优势在于丰富的社会资本，它连接着非营利社区、企业和政府，并且，它与社区主要捐赠者家庭长期互动，建立起深厚的相互信任关系。一个历史悠久的社区基金会，它的触角已经深深嵌入社区的关系网络，并成为这一网络的节点。

利用这一网络优势，社区基金会拓展了捐赠者服务的广度和深度。例如，硅谷基金会与硅谷企业建立了合作伙伴关系，代为运营企业社会责任业务。这一业务源于 2008 年金融危机，企业面临财政困难，无力独立运营企业社会责任部门，因此将这项业务交由社区基金会承接。再如，社区基金会为美国近来十分流行的捐赠者俱乐部（Giving Circle）提供后台支持。社区基金会还与美国大数据公司合作，通过捐赠记录分析需求和趋势，为捐赠者和社区基金会运营提供数据支持[10]。社区基金会非常重视捐赠者关系维护，通过组织各类社交活动（如捐赠者和受益人见面会）培养社区认同，让捐赠者拥有家一般的温暖。

更重要的是，社区基金会不仅满足于公益信托这一功能，它更强调发挥社区领导力，搭建跨界合作的平台。社区基金会本身通常不具备某一特定领域，如环保、教育的专业服务技术，但它的优势在于资源整合、组织协调。针对某一社会问题，它可以召集相关方开展讨论，并提出政策建议。某些时候，社区基金会扮演了民意机构的职责，它搜集来自社区的意见，为政府决策提供依据。例如，波士顿基金会就扮演“社区智库”的角色，针对社会议题，它委托研究机构搜集分析数据，并通过组织论坛推动理性对话和政策变革[11]。

同时，社区基金会不满足作为捐赠者的中介资助主流慈善机构，它们积极发起公益项目，并且有耐心实施长期计划。波士顿基金会在80年代就长期资助草根机构以改善城市的贫困社区，这一颇具风险的项目也取得了筹款上的成功[12]。

（二）社区基金会的发展环境

社区基金会所面临的环境大致可以分为如下三个面向：社区慈善；行业生态；政策环境。本文将就这三个方面一一阐述。

美国的社区慈善十分活跃，拥有种类繁多的社区组织，学者将美国社区慈善机构分为九类[13]，其中与社区基金会关系密切的主要是社区的联合劝募机构——联合之路。联合之路也有着悠久的历史，与社区基金会类似，它也将社区发展作为使命。只不过，联合之路是全国性的机构，在各社区设有分部，而社区基金会是各自独立的。另外，在运作方式上，联合之路强调在工作场所募捐，吸引人们收入的盈余，各慈善机构以会员形式加入，获得共同筹募的捐款。而社区基金会吸引人们资产的盈余，设立永久性资金池，替慈善机构管理资产。不过，近年来，联合之路和社区基金会的区别越来越模糊，两者之间的合作也在加强[14]。

无论是联合劝募还是社区基金会，它们在社区慈善中都处于枢纽位置，联合劝募节约了慈善机构的募款成本，而社区基金会降低了资产管理成本。社区慈善组织通常规模较小，它们通过联合劝募和社区基金会提升了财务管理的效率。同时，联合劝募和社区基金会都利用自己的平台优势，协调组织慈善机构、政府、企业共同解决社会问题，发挥集体影响力。

从社区基金会的行业发展来说，它得到了莫特、福特、礼来等私募基金会的支持。上世纪八十年代，私募基金会联合社区基金会行业协会支持社区基金会发展，为社区基金会提供配套资金和技术支持。配套资金的形式是特殊的“挑战型配套”(challenge grant)，即如果社区基金会没有募到最低标准要求(或承诺)的数额，则挑战失败，资助方将拒绝给予资助，这样的方式使资助发挥了杠杆作用，同时强调社区基金会自身需要具备一定的募款能力。而技术支持则包括一对一咨询、人员培训、行业交流等，主要目的是帮助社区基金会募款成功。[15]

私募基金会之所以青睐社区基金会，是因为他们相信，社区改善需要依赖本地机构，而社区基金会的本地知识和资源将为私募基金会的全国性项目提供帮助。

从地域上，因为对资产规模的较高要求，社区基金会通常活跃于资本富余的城市地区，并通过设立地域基金、地区办公室辐射乡村。地域基金是专门用于某一特定区域的基金，由独立的委员会管理，委员会负责筹资、资助和募集基金的运作经费，所挂靠的社区基金会则提供资本运营和后台支持。从法律关系上，社区基金会的理事会负有最终责任，需要批准地域基金委员会的决策，但地域基金的委员会实际上拥有充分的自主性。[16]另外，美国还存在州级社区基金会，它可以说是社区基金会的社

区基金会，最为典型的是内布拉斯加州社区基金会。因为地广人稀，不少社区基金会规模较小，州级社区基金会就鼓励各地小社区基金会在州级基金会设立基金，由州级基金会代为投资管理，提高管理效率[17]。

从政策环境上说，社区基金会是公募慈善机构（public charity）[18]，即资金来源于公众，而非单一的个人或组织。它享有比私募基金会更为有利的发展环境，比如，美国私募基金会每年要支出净资产的5%，而社区基金会则没有这一强制的支出限制，在税收上，社区基金会也享有更多优惠，也就是说，个人在社区基金会设立的基金比自己单独成立私募基金会，可以获得更多税收减免。这些优惠政策，都鼓励个人捐赠社区基金会，而非自己设立家族基金会。

总之，美国的社区基金会是公益信托机构，它为个人和机构管理公益基金。但是，它的功能又远远超过公益信托，它利用自己的社区网络，发挥社区领导力，为跨界合作提供平台。美国社区基金会享有政策优惠，并长期得益于私募基金会的支持。同时，社区基金会间、社区基金会与其它社区慈善机构间的合作，也改善了社区基金会的生存环境。

参考文献

- [1] Foundation Center. 2012. Key facts on community foundations.
http://foundationcenter.org/gainknowledge/research/pdf/keyfacts_comm2012.pdf
- [2] The Columbus Foundation. 2013. Guideposts point to new heights:2012 Columbus survey findings.
http://www.cfinsights.org/Portals/0/Uploads/Documents/2012%204%20Columbus%20Survey_FINAL.pdf
- [3] Hardy, M. 2012. Defining community need through the lens of theelite: A history of the Indianapolis Foundation and its funding of theIndianapolis Symphony Orchestra, 1893-1984.https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/3086/Marc%20Hardy_Dissertation_4-16-2012.pdf?sequence=3
- [4] Hammack, D. 1989. Community foundations: The delicate question of purpose. In R. Magat (Ed.), An agile servant: Community leadership bycommunity foundations. Washington, D.C.: The Council on Foundations.
- [5] Carson. 2013. The future of community foundations.
- [6] 深圳社科院徐宇珊博士对 CommunityFoundation of Bloomington & Monroe County 的访谈
- [7] Carson. 2013. The future of community foundations.
- [8] The Columbus Foundation. 2013. Guideposts point to new heights:2012 Columbus survey findings.
- [9] Bernholz, L., Fulton, K.& Kasper, G. 2005. On the brink of new promise: The future of

U.S.community foundations.

[10] Donovan, D. 2014. Transformed fund reaps windfall: Strategy to tap entrepreneurs and high-tech companies pays off. *The Chronicle of Philanthropy*.

<http://philanthropy.com/article/Fund-Reaps-Windfall-After/144581/>

[11] Grogan, P. (2013). An emerging civic leadership model: A community foundation's distinctive value proposition. *Herefor good: Community foundations and the challenges of the 21st century*. Armonk, NY: M. E. Sharpe.

[12] Segal, M. (1989). Boston: Poverty and community organizing. In R. Magat (Ed.), *An agile servant: Community Leadership by Community Foundations*. Washington, D.C.: The Council on Foundations.

[13] 这九类组织包括：（1）社区基金会（2）联合之路（United Ways）；（3）联邦制机构（federated organizations）的地区支部，多针对特定人群和领域；（4）针对特定群体（少数族裔、同性恋者、女性、特定宗教信仰）的基金；（5）服务特定人群、资助特定领域（如教育、医疗）的社区公共基金会（community-based public foundations）；（6）捐赠者俱乐部（giving circle）；（7）移民成立的向出生地捐款的社团；（8）因非营利医院改制为营利医院而成立的社区医疗基金会；（9）营利性慈善中介公司。（Bernholz, L., Fulton, K. & Kasper, G. 2005. *On the brink of new promise: The future of U.S. community foundations.*）

[14] Ragey, N., Masaoka, J. & Peters, J. 2005. *Convergence & competition: United Ways & community foundations a national inquiry*.

http://www.compasspoint.org/sites/default/files/docs/research/4_cpunitedwaycommunityfdn.pdf

[15] Charles Stewart Mott Foundation. 2012. *Community foundations: Rooted locally. Growing globally*.

[16] Sacks, E. 2004. *Serving a wider community: Community foundations' use of geographic component funds and other strategies and structures to cover territory*. Worldwide Initiatives for Grantmaker Support (WINGS).

http://wings.issuelab.org/resource/serving_a_wider_community_community_foundations_use_of_geographic_component_funds_and_other_strategies_and_structures_to_cover_territory

[17] 参见内布拉斯加州社区基金会官网 <http://www.nebcommfound.org>

[18] 美国慈善组织(charity)，即税法中的 501(c)(3)组织根据资金来源分为两类：私募基金会（private foundation）和公募慈善机构（public charity）。私募基金会的资金主要来自一个个人或机构，家族基金会和企业基金会多属于私募基金会；公募慈善机构指资金来自公众，详见

<http://grantspace.org/Tools/Knowledge-Base/Funding-Resources/Foundations/private-foundations-vs-public-charities>

来源：公益慈善学园

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA3NTk4NDk3OQ==&mid=2649286703&idx=1&sn=af46cd432dc515cd25f56b4193d2858c&scene=1&srcid=0624jdHNOeQblAdEthIinYoD#wechat_redirect [【返回目录】](#)

日本社区基金会的理念移植

俞祖成，日本同志社大学综合政策科学研究科教员

导语

邻国日本为何引入欧美的社区基金会理念？诞生于 1991 年的日本第一家社区基金会——大阪社区基金会如何构建其内部治理机制？同时如何开展其项目运作？其取得的成果和面临的困惑又是什么？

正文

一 大阪社区基金会的创设动机

20 世纪 80 年代末期，日本社会迎来泡沫经济的鼎盛期，企业盈利屡创新高，国民收入亦大幅提升。在全国经济看似一片景气的时代背景下，企业参与社会贡献活动的热情陡增，普通市民投身公益慈善活动的意愿也日趋强烈。然而，面对日益高涨的民间公益热情，日本社会并未能及时作出回应，其原因在于，受“官主义”长期统摄的影响，日本民间捐赠的方式主要局限于“财界募捐方式”（又称为“奉贺账方式”或“劝进账方式”）和“特定捐赠方式”这两种。前者类似我国的摊派式、动员式募捐，后者则指面向政府部门的指定捐赠以及面向“红羽毛共同募捐组织”（类似我国的慈善会）和“日本红十字会”的大众募捐。

然而，上述两种传统的捐赠方式往往忽视乃至抹杀了捐赠者的自愿性和能动性。因为捐赠者不仅无法决定捐款的具体用途，甚至无法有效监督捐款是否被正确使用。而另一方面，大量市民活动团体和志愿者团体却囿于活动资金的匮乏而举步维艰，从而不得不日益依赖政府的补助金。为了打破这一现状，在日本近代史上公益慈善活动最为活跃的大阪地区，作为企业家组织的“大阪商工会议所”率先展开探索性行动。

无独有偶，1986年，出口正之在《公益法人的活动与税制：日本和美国的社团/财团》一书中首次将“社区基金会”概念介绍至日本，并于1987年向大阪市提出创设社区基金会的提案（出口，1986；出口，1987）。1989年，大阪商工会议所事务局查询到出口正之的这篇文献后振奋不已，随即展开社区基金会组建工作的可行性分析。1990年5月，大阪商工会议所专门成立“文化税制推进特别委员会·社区基金会研究会”，并于同年7月向美国派出“社区基金会调查团”。同年11月，大阪商工会议所出版发行《社区基金会调查团报告书》，并随即召集相关专家进行一番论证后发布“大阪社区基金会设立构想”，同时组建“大阪社区基金会设立筹备委员会”。

1991年11月，大阪商工会议所在获得通商产业省大臣（现经济产业省大臣）的组建许可后，捐赠出成立社区基金会所需的原始基金1亿日元以及设立事务费12万日元，从而成功创设“财团法人大阪社区基金会”。与此同时，大阪府政府和大阪市政府为了表示对社区基金会的支持，分别捐出2,500万日元（三岛，1996：154-158）。2010年3月，根据新公益法人制度的要求，大阪社区基金会向日本内阁府提交公益认定申请并顺利获得认定，之后更名为“公益财团法人大阪社区基金会”（The Osaka Community Foundation）（山本，2010：35）。

二 组织使命与治理机制

大阪社区基金会在组织章程中将其组织使命定位为：“在最大限度尊重普通市民和民间企业等的社会贡献意愿的基础上，将从中筹集的捐赠用于针对公益项目的资助和表彰以及在校学生奖学金项目等领域，以资提升本地社会的公益发展水平。”为了实现这一组织使命，大阪社区基金会在大阪府及其周边区域展开以下项目：

①资助或表彰包括振兴学术研究、发展艺术文化、保护保全环境、推进国际交流、健全青少年、充实社会教育、激活本地社会以及增进本地福祉等在内的公益事业；②向在校优秀学生提供奖学金资助；③支援普通市民或民间企业等开展的社会贡献活动，同时积极展开以提升捐赠文化为宗旨的普及启蒙活动；④实现组织使命所需的其他必要项目。

为了高效、透明地推进各项活动，大阪社区基金会根据相关法律制度的要求与组织自身的发展需要，构建起较为完善的内部治理机制，其中包括评议员会、理事会、监事、会计监查人、事务局、选考委员会以及顾问。

（1）评议员会。评议员会制度是日本财团法人（基金会法人）的独特制度。与社团法人不同，财团法人由于不存在会员（社员），故无法拥有类似社团法人的最高权力机构——会员（社员）大会。于是之，为了有效监督和牵制理事会，日本的财团法人一般设有“评议员”或“评议员会”。根据大阪社区基金会的章程规定，其评议员会由5~8名不领薪酬的评议员组成，并拥有针对以下事项的决议权：①理事、监事以及会计监查人的选任或解任；②理事和监事的报酬设定及其相关规程的制定；

③章程的变更；④借贷对照表、净资产增减计算书以及财产目录表等的认可；⑤借款事项以及重要财产处置事项；⑥基于公益目的所获取的财产余额的赠与以及剩余财产的处置事项；⑦原始基金的处置以及其他特殊情况的认可。评议员会由理事长负责召集，包括“定时会议”（每年1次）和“临时会议”（视情况召开）。目前，大阪社区基金会的评议员会由7名评议员组成，包括6名经济界人士和1名公益界人士。

（2）理事会。根据大阪社区基金会的章程规定，理事会由5~8名的理事组成，并从中选出理事长（又称为“代表理事”）和专务理事（又称为“业务执行理事”）各1名。其中，专务理事为领薪专职人员，其余理事则均为不领薪酬的志愿者。理事会除了监督各理事的职责履行情况外，还拥有针对以下事项的决议权：①有关召集评议员的事项；②项目计划和收支计划；③项目报告和收支决算；④各项组织规定的制定、变更以及废止；⑤理事长和专务理事的选任与解聘；⑥借款以及重要财产的处置、接受与转让；⑦事务局长及其他职员的选任与解聘；⑧事务所及其他组织机构的设置、变更以及废止等。理事会由理事长负责召集，包括“一般理事会”（每年2次）和“临时理事会”（视情况召开）。目前，大阪社区基金会的理事会由6名理事组成，除理事长和专务理事（各1名）之外，还包括3名公益界人士和1名大学教授。

（3）监事和会计监查人。根据章程规定，大阪社区基金会必须设置1~3名不领薪酬的监事和1名会计监查人。其中，监事的职责包括：①监督各理事的职责履行情况并提出监查报告；②调查基金会的业务和财产状况；③出席理事会并就有关事项进行意见陈述；④检举理事有关违反章程或法律等的不正行为；⑤核查理事会向评议会所提交的各项提案并向评议会陈述相关意见。目前，大阪社区基金会设有2名监事，其职业分别是律师和某监查公司的专家。此外，会计监查人的职责在于根据相关法律对基金会的借贷对照表、净资产增减计算书以及财产目录表等进行审查并提出会计监查报告。

（4）事务局。根据理事长制定的事务局运营事项，大阪社区基金会设有由专务理事所领导的事务局（办公室），负责执行理事会的各项决策。目前，该事务局共有4名全职人员，包括专务理事、事务局长、筹款/资助专员、会计专员。需要指出的是，除会计专员属于派遣职员外，其他3名职员均为大阪商工会议所的挂职人员。

（5）选考委员会和顾问。为了公平公正地遴选项目资助对象，理事长在获得理事会授权的前提下有权设置若干选考委员会。选考委员会由各界有识之士（无薪酬志愿者）组成，主要依据理事会事先制定的选考委员会章程进行运作。目前，大阪社区基金会设有由3名公益界人士和5名大学教授所组织的统一选考委员会。此外，大阪社区基金会还设有2名不领薪酬的专业顾问。

三 大阪社区基金会的项目运作

市民、企业或其他民间团体出于某种动机或愿望，通过设立冠名基金等方式向大阪社区基金会提

供捐赠。之后，大阪社区基金会通过各种方式将捐赠资助给其他非营利团体、研究机构或在校优秀学生。为了切实履行各自的问责义务，受资助方必须向大阪社区基金会提交成果报告书，同时大阪社区基金会也须将相关信息汇报给捐赠者。如图1所示，一目了然，大阪社区基金会的项目运作主要包括两大类：募捐项目和资助项目。



图1：大阪社区基金会的项目运作流程图

资料来源：公益財団法人大阪コミュニティ財団 website（2016）

募捐项目

为了最大限度地激活民间捐赠热情，同时尽可能使社区基金会的理念契合日本社会文化，大阪社区基金会对募捐项目进行了精心设计，例如允许匿名捐赠、对捐赠的额度、时限和种类等不作任何限制等。概括而言，大阪社区基金会主要设计了三种募捐方式：“发展赞助会员”、“新设冠名基金”（包括市民个人设立的冠名基金“My Foud”和企业设立的冠名基金“Our Foud”）以及“通过已设基金接受捐赠”。其中，赞助会员是指认同大阪社区基金会的组织理念并每年提供一定赞助的组织会员（法人会员和个人会员的年度最低赞助额分别为5万日元和1万日元，这些赞助将全部纳入基金会的运营经费）。而另外两种方式则主要通过“基金”的形式加以展开。

正如出口正之所指出的，从结构上而言，社区基金会是由具有不同名称和不同个性的多个小型基金所构成的“公寓型基金”。在此意义上，大阪社区基金会认为社区基金会中的“社区”一词不仅包含“地域社区”之意，还包含“基金集合体”之意。概括而言，如图2所示，大阪社区基金会通过实践摸索逐渐构建起如下基金分类体系。

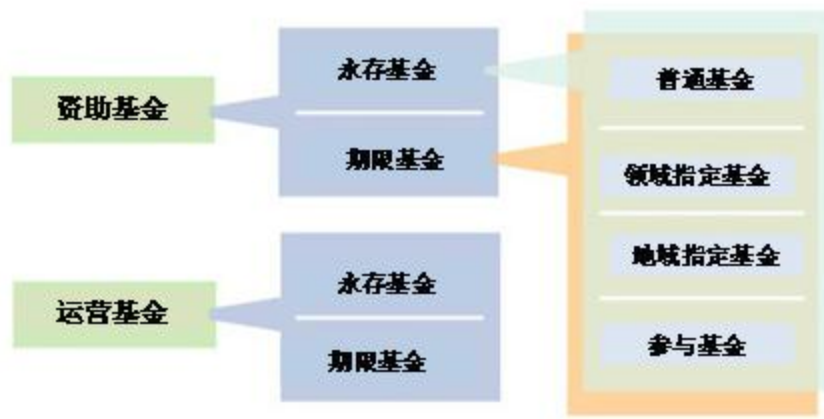


图 2：大阪社区基金会的基金分类体系

资料来源：公益財団法人大阪コミュニティ財団 website（2016）

（1）根据使用途径，可将基金分为“资助基金”和“运营基金”。其中，资助基金主要用于公益项目和奖学金项目的资助。而运营基金则主要用于基金会日常运作所需经费的支出、社会贡献活动的调查研究项目支出以及公益文化普及启蒙项目支出。

（2）根据使用期限，可将基金分为“永存基金”和“期限基金”。所谓永存基金，是指保存本金并仅利用本金所产生的利息进行项目资助或支出的基金。与之相对的，期限基金是指在捐赠者所要求的一定期限内将本金和利息一并进行项目资助或支出的基金。

（3）根据资助方式，可将基金分为“普通基金”、“领域指定基金”、“地域指定基金”以及“参与基金”。其中，普通基金是指捐赠者可将资助事项全权委托给基金会的基金。而领域指定基金则意味着允许捐赠者指定具体的资助领域（如环保领域）。与之相类似，地域指定基金的捐赠者则有权指定具体的资助地域（如捐赠者的故乡）。另外，参与基金允许捐赠者随时提出有关遴选资助对象的建议，不过该基金要求捐赠者至少提供单笔 1,000 万日元以上的捐款。

当然，捐赠者在设立独立基金之时，往往采取上述各种基金类别相互组合的形式。为了安全有效地运作和管理这些基金，大阪社区基金会通常采取购买国债或地方债、以及银行存款或金融信托等方式进行保值和增值。当然，运作和管理这些基金需要一定的经费，为此大阪社区基金会每年度末从各基金的增值收益中提取相当于该年度末基金剩余总额的 5% 作为基金管理费。此外，为了切实履行问责任务，大阪社区基金会向每位捐赠者邮寄有关各基金的《运作报告书》和《资助实施报告书》，以及大阪社区基金会的《年度事业报告书》和《基金会资讯》（每年发行 3 次）等资料，同时邀请所有捐赠者参加大阪社区基金会主办的“大阪社区基金会聚会”和“社会贡献席明纳（seminar）”。

资助项目

为了公平、公正、透明地分配募捐资金，在参照美国社区基金会相关经验的基础上，大阪社区基

基金会对其每年 1 次的资助项目进行了精心设计。以大阪社区基金会 2014 年度的资助项目为例，其整体流程包括发布申请指南、接受资助申请、审查和选考、发布选考结果、支付资助金、项目反馈和评估（参见图 3）。限于篇幅，本文仅对申请指南、审查和选考、项目反馈和评估这三个环节做简要说明。

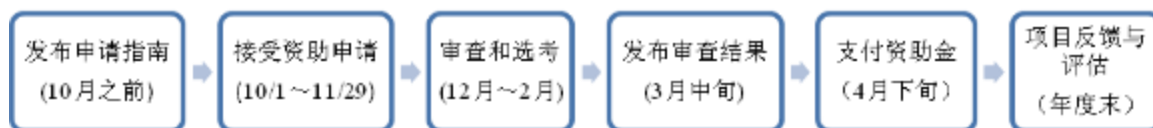


图 3：大阪社区基金会资助项目的整体流程

资料来源：笔者根据大阪社区基金会专务理事所提供的资料制作而成。

第一，制定和发布申请指南。作为资助项目最为关键的前期准备工作，大阪社区基金会将在每年 10 月之前通过其官网等途径发布资助申请指南，内容包括项目流程、申请资格、资助额度、资助金的使用范围、选考基准以及其他注意事项。其中值得关注的是，大阪社区基金会对资助对象的申请资格并未做出苛刻限制，只要具有 1 年以上活动业绩的非营利团体，不论其是否具有法人资格，均可提出资助申请。不过，这里所谓的“非营利团体”，不包括宗教性团体、政治性团体以及与捐赠者具有利害关系的团体。此外，不接受以债务偿还、基本设备购置以及维持组织运作为目的的资助申请。

第二，审查和选考。其大致流程包括：事务局的资料审查、选考委员的专业审查、选考委员会的共同审议以及理事会的最后决议。其中涉及两大难题：“选考委员会的设置”和“选考标准的设定”。关于前者，大阪社区基金会的首任专务理事三岛祥宏曾作如下解释：“按照不同的资助领域相应地设置各种选考委员会，这几乎是不可能的。而设置由不同领域的专家所组成的大型选考委员会，也容易导致审议工作无法顺利推进。为此，我们只选任 6 名活跃在大阪不同领域的专家组成选考委员会”（山田，1997:23）。关于后者，如表 1 所示，大阪社区基金会在其申请指南中进行了明确提示。

选考标准	审查要点
必要性与公益性	<ul style="list-style-type: none"> · 是否具有较高的社会需求和紧急性 · 是否清晰表达了项目的社会目的
独创性与前沿性	<ul style="list-style-type: none"> · 是否具有崭新的行动框架 · 是否具有崭新的视点、想法以及手法
实现可能性	<ul style="list-style-type: none"> · 项目的内容和方法是否妥当 · 项目的实施日程和实施体制是否妥当 (是否能够根据需要与其他团体展开合作)
费用和预算的妥当性	<ul style="list-style-type: none"> · 是否根据项目内容制定经费预算 · 单价是否妥当 · 资助性价比是否较高 · 项目收入的预算是否妥当 · 是否向项目受益者收取适当费用
社会效应与发展前景	<ul style="list-style-type: none"> · 项目是否具有较高的社会效应以及是否具备可持续性 · 资助结束后, 受资助团体是否能够获得进一步发展

表 1: 大阪社区基金会的资助对象选考标准

资料来源: 公益財団法人大阪コミュニティ財団 website (2016)

第三, 项目反馈和评估。作为资助条件之一, 大阪社区基金会要求所有资助对象在资助项目结束后的 3 个月内提交“项目实施报告书”。此外, 大阪社区基金会还有权在资助项目实施期间要求受资助方提交有关实施进展的报告书。当然, 单凭书面报告往往很难获得全面准确的反馈信息。为此, 大阪社区基金会还根据需要在每年度末随机选取 10~15 家资助团体, 派出包括理事长和事务局长等干部在内的调查团进行实地调查访问, 就资助项目的具体情况、实施过程、主要问题以及发展前景等内容进行现场调查, 以此获得有关资助项目的第一手信息, 并深化与资助团体之间的交流与合作。

此外, 从 2003 年开始, 大阪社区基金会将原来具有恳亲(联谊)性质的集体聚会发展为较为正式的“大阪社区基金会聚会”。该聚会每年分别在东京和大阪召开, 邀请包括基金会干部、赞助会员以及捐赠者在内的所有利害关系人员参加, 同时选取 3~5 家资助团体在聚会上进行资助成果汇报并接受来自会场的提问和质疑。

四 大阪社区基金会的成果及其面临的问题

为了寻求超越传统捐赠的既有概念和常识的新理念, 以大阪商工会议所为核心的有识之士通过借鉴和移植美国社区基金会的理念和模式, 成功创设作为日本首家社区基金会的大阪社区基金会。自 1991 年设立以来, 在社会各界的支持下, 大阪社区基金会不但克服了包括泡沫经济危机、经济紧缩以及金融危机在内的各种经济危机, 而且在募捐金额和资助金额上屡创新高。截至 2016 年 2 月底, 大阪社区基金会共设立 248 个独立基金, 累计获得约 37.8 亿日元的社会捐赠。与此同时, 成功对外资助 2,362 个项目, 资助金额累计高达 12.2 亿日元(参见图 4 和图 5)。

毋庸置疑，大阪社区基金会在不断获得发展的同时，也遭遇诸多发展难题。除了需要克服前述各种经济危机所带来的不利影响之外，作为日本社会新事物的大阪社区基金会还须时刻应对来自社会各方面的挑战。其中，法制规制问题曾一直困扰大阪社区基金会。如前所述，在2008年新公益法人制度实施之前，囿于旧公益法人制度的严格规制，从设立之初的法人注册到税收减免资格申请，大阪社区基金会均遭遇重重挫折。所幸的是，借助大阪商工会议所在商界和政界所具有的影响力，大阪社区基金会最终得以注册为财团法人。

然而，关于税收减免资格的申请，直到2010年根据新法重新注册为公益财团法人之后才获得较为全面的税收减免待遇。另外，由于大阪社区基金会的每一步发展均借助了大阪商工会议所的力量，使得大阪社区基金会的发展模式一直无法得到普及，进而导致其社会效应迄今仍停留在理念移植阶段。此外，在基金会核心成员的选任、专职人员的培养以及资助领域的选定等内部运营方面，大阪社区基金会亦面临不少难题。

在借鉴大阪社会基金会模式的基础上，成立于2009年的京都地域创造基金在依靠草根公益人士在内的普通市民的智慧 and 力量的基础上，通过持之以恒的制度创新，最终实现日本社区基金会从理念移植走向本土融合。限于篇幅，关于日本社区基金会的本土融合问题，笔者将另撰文述之。

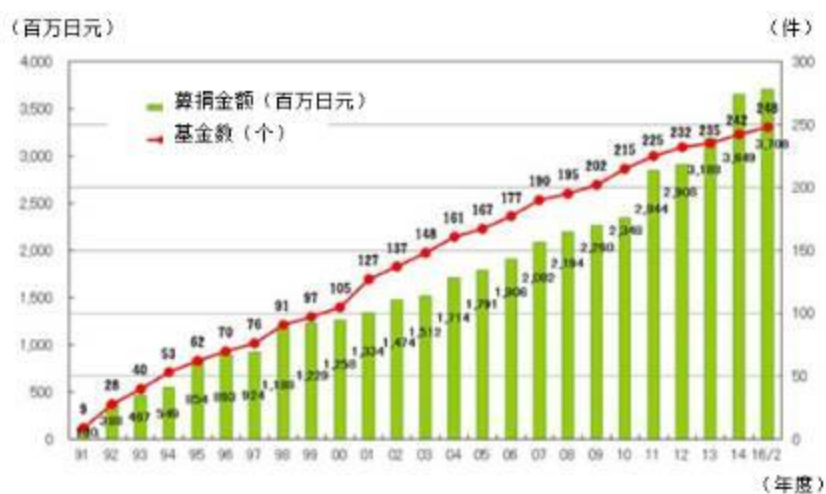


图4：大阪社区基金会的募捐金额与基金数量的历年变化（累计）

资料来源：公益財団法人大阪コミュニティ財団 website (2016)

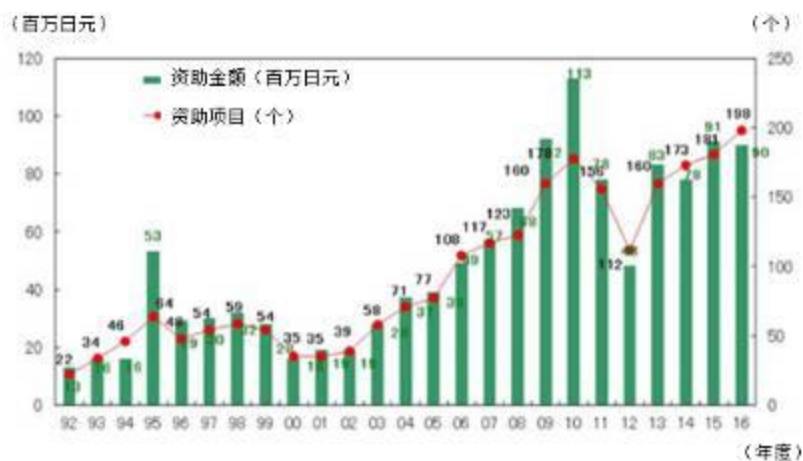


图 5: 大阪社区基金会的资助金额与资助件数的历年变化 (非累计)

资料来源: 公益財団法人大阪コミュニティ財団 website (2016)

参考文献

- ・公益財団法人大阪コミュニティ財団 website (2016), URL: <http://www.osaka-community.or.jp/index.html>, 2016年5月4日最終アクセス。
- ・出口正之(1986)「アメリカの財団をめぐる歴史的・宗教的背景とその活動」(橋本徹・古田精司・本間正明『公益法人の活動と税制——日本とアメリカの財団・社団』清文社、1986年)、209～240 ページ。
- ・出口正之(1987)「長寿社会における民間非営利部門の活用——日本でコミュニティ・ファウンダーションの創設を」(『長寿社会への提案——長寿社会に関する懸賞論文入賞作品集』1987年)、16～35 ページ。
- ・三島祥宏(1996)『コミュニティ財団のすべて』清文社。
- ・山本芳文(2010)「公益法人の新制度移行に向けた取り組み——大阪コミュニティ財団」『公益法人』第39巻第5号、33～35 ページ。
- ・山田和秀(1997)「コミュニティ財団の発展でフィランソロピーの活性化を」『公益法人』第26巻第1号、21～25 ページ。

补记

本文写作得到“深圳市光明新区社区基金会发展规划课题”的资助。另外，感谢大阪社区基金会专务理事坂上义明先生于2014年5月26日接受笔者的访谈并提供大量内部参考资料。

来源: 公益慈善学园

地址:

<http://mp.weixin.qq.com/s?timestamp=1466783969&src=3&ver=1&signature=hAY76ssKPuxWLF98OyLH>

[15jO8u9UnyELG6IUczou0p9NjhygdetwNhL3wJ4gJFr2uMiEzPwezL6IOiKDXiKc9tz7V03ZhFBEZI-2T5D0GuaKvFlkZaUntaOn4Ya5ICsu4o1PjogowgkYqSjrm0EYGHpvvLwjnqe49EARzcY3ebg=](#)

[【返回目录】](#)

企业社会责任**运动品牌如何推进绿色供应链管理？**

近年来，绿色环保潮流的兴起，运动品牌为了提升品牌影响力，积极推动绿色供应链建设，采取各种联合行动，并通过各种考核和激励手段促进供应商实现节能减排。

早在 2011 年，包含 Adidas、C&A、H&M、LiNing、Nike 以及 Puma 等在内的知名运动品牌就联合发布了《有毒化学品零排放准则》，并呼吁全球成衣及制鞋业加盟其中，在 2020 年实现危险化学品的零排放。近几年，品牌商们也各显神通启动了不少绿色项目。例如：NIKE 为了减低碳排放，在开发低碳环保鞋产品方面投入数千万美元，完善了生产不含 SF6 气垫的工艺；PUMA 和 H&M 于 2012-2015 年间面向供应商推动了一项 SAVE 计划，努力推动亚洲地区供应商节能节水和减排废弃物；NewBalance 也在 2015-16 年间启动了对中国供应商的节能培训.....

客观地讲，由于品牌商是供应商的“上帝”，供应商为了维护和客户的良好关系，必然会采取各种努力去满足品牌提出的要求，从而改善工厂的能源利用效率、水资源利用效率，或达到工业废弃物的减排、减少有害物质的使用.....

但是，品牌商如何让这些行动具有可持续性，并且让越来越多的供应商采取实质行动，参与到绿色供应链建设当中。我认为可以考虑从以下三个主要方面进行改善：

1 让绿色供应链绩效和订单直接挂钩

据了解，绿色供应链建设一般由品牌商的可持续发展部门推动，而品牌商的采购则由另外的部门负责。如果两个部门不能充分沟通，供应商企业做好做坏一个样，这对于那些不重视节能减排的企业就没有真正的约束力，从而影响品牌商整个绿色供应链建设的最终成效。所以，将订单采购和供应商绿色管理有机结合，会预防和降低品牌商的绿色供应链风险，提升绿色供应链建设绩效。

2 由品牌商外部驱动向供应商内部需求驱动转变

品牌商在实施绿色供应链管理时，通常会给供应商设定一个节能、节水的达标比例，例如 10%、20%等等，但实际上不同类型、不同管理水平企业，其改善潜力差异巨大。与其外加一个可能不切实际的节能减排目标给供应商，还不如直接让供应商自己提出一个切实可行的目标，品牌商则通过提供技术信息、专家资源乃至融资扶持等方式，协助供应商企业去落实。对供应商的能力建设，也是品牌商实施可持续供应链管理的重要组成部分。

3 设定重点、循序渐进推动绿色供应链建设

品牌商对供应商的绿色供应链要求通常比较全面：能源、水、工业废弃物、温室气体、限制危险

化学品的使用.....但由于经济形势不景气,或专业人员缺乏,很多企业并无资源同时落实所有项目,过多的要求导致供应商无所适从,部分供应商会应付了事。建议品牌商在推动绿色供应链管理过程中多从供应商企业角度考虑,集中有限资源循序渐进推动供应链企业绿色升级改造。

实质上,不光是运动品牌,包括 Apple、Danone、Cocacola 等品牌也都在推动绿色供应链建设,也都有着同样的困惑,相信以上建议都可供参考。

本文原标题:运动品牌如何推进绿色供应链管理

作者:商道纵横合伙人 梁庆锋

来源:商道纵横

地址:

http://mp.weixin.qq.com/s?timestamp=1466784997&src=3&ver=1&signature=hAY76ssKPuxWLF98OyLH17eKQNs*-mU*OzKXdd74hQhYkdJ42Pgtco6o4RUHGWoMZqYvdRLQyHqz8yhSzAXMcm29MrjTutMrRxiEELfSmxIKPOL8Vi6nR2XE9VN1*RwuGZU-eZahLCb1qPHVuJcnsSvp4dF0ZWVh0YQ9FtOBq8=

[【返回目录】](#)

Whattt? ! 戴尔电脑的包装材料是可以吃的? !

你有没有想过,电脑的包装材料是可以吃的?

IT 行业正在兴起一股“绿化运动”风潮,很多 IT 厂商在 3C 设备的包装上别出心裁,竹子、蘑菇、牛奶瓶、稻草、小麦皮等材料竟然通通被用在了电脑的包装上,为不断革新的 PC 行业带来全新的灵感。

这些包装材料全部都是可再生利用资源,使用完后可通过有机分解,再回到土壤里面循环再生。

竹子蘑菇玩转包装

戴尔从大自然中寻找灵感,希望找到一种更环保的材料代替泡沫用于商品包装。竹子以轻便、强劲且每小时生长一英寸(约 2.6 厘米)的再生速度率先受到了戴尔公司的青睐,成为了第一只被吃的螃蟹。

以上这些就是以竹子为原材料制作的包装材料,是不是长得十分俊俏?他们比纸巾更加轻便和坚韧,像钢一样,在延展或拉伸时可以承受很多应力,保护电子设备,妥妥的。

这些“竹包装”原料来源于我国熊猫故乡江西竹林,由江西省奉新县的三森纸业加工制作。在这

里，原始的竹子经过切片，制浆，洗涤，烘干等处理后，被做成一米多高重 900 公斤的大纸卷。

在这个过程中，除了制浆时加入柔化成分外，几乎不添加任何化学成分。整个制作过程（从竹子生长的竹林，到制作完成产品所经历的每个步骤）都已经获得 FSC（森林管理委员会）认证。

FSC 是一个对全球森林经营活动进行环境效益、社会效益和经济效益认证的知名机构。

目前，戴尔的 Streak 平板电脑、Venue 和 Venue Pro 智能手机以及众多 Inspiron 和 Latitude 笔记本电脑型号，都采用了这种新型的“竹包装”。

“竹包装“强韧、轻巧，但是只适用于笔记本电脑和智能手机等较轻的产品，那服务器和台式机咋办？

当竹子被玩坏后，坎叔又把目光伸向了蘑菇。蘑菇也能做包装？

Are you kidding me?!

当坎叔找去四川天海农业的蘑菇基地时，总经理大哥刚开始还以为这位叔酷爱吃蘑菇，后来发现是要利用蘑菇做高科技产品的包装时，相信脑袋里一定是一万个黑人问号.jpg。

没错！

蘑菇也能做包装，而且是专门伺候服务器和台式主机等重型产品的包装！“蘑菇包装“之所以独特，是因为它与加工制成的”竹包装“不同，它完全是长出来的！

天然生长包装，纤维强度更大，不但防震效果抗抗的，还能食用，能生物降解和用于堆肥或覆盖，因而处置起来更方便、更环保。

据了解，“蘑菇包装”的制作过程并不复杂：先制作好包装的模具，将小麦皮、稻草等农业废品放进模具，然后再把蘑菇的孢子注射进模具，利用其中天然的糖分和淀粉成长成一个坚固的蘑菇菌丝，长出“活包装”形状，就生产出一个“蘑菇包装“啦！

戴尔实验室对蘑菇缓冲垫进行了大量的测试，“蘑菇包装”均以优异的成绩通过测试，满足戴尔产品在运输过程的产品保护高标准要求。

经济与环保双赢

采用“竹包装”和“蘑菇包装”是否只是戴尔的营销噱头？

虽然表面看来，竹子、蘑菇、稻草、小麦皮等都不是什么高价的包装材料，但是在产品还没得到量产之前，其开发成本都不可小觑。

如果使用环保包装成本的代价是成本上升，利润减少，或者是成本嫁接到消费者身上，那么环保包装材料就无法得到更广范围的推广使用。

关于这个问题，坎叔是这样回应的：

在比较成本的时候，不能单独抓住一点比较，而是要看整体的变化。蘑菇是无法和塑料进行价格

比较的，因为制作塑料的原料是石油，石油的价格是在持续波动中的。竹子在戴尔这几个创新材料里面用量比较大，它的价格基本上跟现有的一些材料的价格是持平的。

众所周知，戴尔是一个非常讲求成本控制的公司，在过去几年，我们节省了大约两千万磅包装材料，折算起来就是大约一千八百万美元。

与塑料、蘑菇相比，竹子的体积和重量较大，有可能会增加“竹包装”的运输成本。戴尔的解决办法是这样的——当地生产，竹子的种植地点离产品的生产设施非常靠近，有效减少运输成本和碳排放量的排放。

事实上，“就近取材”一直是戴尔改革包装材料的重要原则，例如在北美，牛奶瓶和充气袋随处可见，戴尔就回收利用其作为缓冲材料。

而对于“蘑菇包装”，因为利用的是蘑菇的孢子，所以原材料的运输成本几乎可以忽略。同时，蘑菇的生长速度快，五到十天后，蘑菇的根部结构就能完成生长，模具也可以重复利用，所以“蘑菇包装”的制作成本也是经济可行的。

目前，戴尔已经有超过 75% 的便携设备采用“竹包装”或“蘑菇包装”等绿色包装，供应中国、韩国、日本和部分欧洲市场，由于体积更小，更是节省了不少运费！

By the way, 过去几年，戴尔每年还顺便成为了《新闻周刊》评选“最绿色公司”的前五强，Interbrand 评选“最绿色的五十家公司”的前十强。可谓是名誉双收，坎叔心底一定是千万句“哈哈”。

更多的行业在行动

在你深深的脑海里，除了 IT 行业外，还有哪个行业是使用塑料袋、包装盒最多的一个行业？是谁在背后支持着你买买买？

没错！就是快递小哥！噢，不，是物流行业！

据悉，目前快递企业普通使用的塑料包装袋均由非可降解材料制成。来看一组天文数字：

2014 年全国共消耗约 140 亿张快递运单、20 亿条编织袋、55.84 亿个塑料袋、21 亿个封套、67 亿个包装箱、114.5 亿米胶带、20.1 亿个内部缓冲物。

加起来绕地球 N 个圈！比某飘飘还厉害！

使用传统包装，是对地球的严重污染和资源浪费；使用环保包装，是环保、荣誉、经济三大光环加持，天平当然是开始向后者倾斜。

在刚过去的 2016 年全球智慧物流峰会中，菜鸟网络宣布联合 32 家中国及全球合作伙伴启动菜鸟绿色联盟——“绿动计划”，承诺到 2020 年替换 50% 的包装材料，填充物为 100% 可降解绿色包材。

这一绿色联盟包括“四通一达”、中国邮政、俄罗斯邮政、加拿大邮政、Fedex、新加坡邮政、苏宁、日日顺等中国及全球知名物流企业。

这是迄今为止物流业最大的一次环保联合行动，马爸爸也表示支持，

“我们不能一方面让生产制造效率提升,另一方面制造了大量的物流和快递的垃圾。这些垃圾不仅破坏了环境,更破坏了生态资源。”

从 IT 企业到物流企业，有更多的行业正在进行着包装革命，有时，商业理念也会对社会产生重要影响！

By the way，当有一天，你收到 3C 产品，发现里面长出一朵蘑菇时，可千万不要惊讶哦！

来源：CSR 环球网

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?timestamp=1466785236&src=3&ver=1&signature=hAY76ssKPuxWLF98OyLH13-CgwHQ-cToYUDCl2L8BeE4X9xIBwPivd0vPKFcBNvU0T6BGX5*fwot7a-mYibD1*dD6JJ8QTsSwUmBYP8CLpqQNaAMsTP1uB6qXIYYEYySN5QlwSjSf1u1DKD3KPMmbc2uAxxjZa3*hGcmR6BXAkM

[【返回目录】](#)

中国石化发布 2015 年社会责任报告

2016 年 6 月 7 日，中国石化在京举行发布仪式，正式发布《中国石化 2015 年社会责任报告》。报告以“责任创造价值”为主题，图文并茂呈现了中国石化在履行企业社会责任方面的重要举措和实践。这是中国石化自 2008 年起连续第 9 年发布企业社会责任报告。中国石化积极开展从“输血”到“造血”的精准扶贫帮扶、援青援藏、捐资助学等公益活动得到社会认同关注，凤凰县古城红心猕猴桃合作社社长向玉庭，安徽颍上、岳西县，湖南凤凰、泸溪县，甘肃东乡县等 6 个中国石化定点扶贫县挂职干部参加发布仪式，用一个个平常的故事讲述中国石化的社会责任。

切实履行企业社会责任。中国石化党组成员徐槿在发布会上表示，2015 年，面对低油价和市场需求疲软严峻挑战，中国石化坚持价值创造为企业经营发展的首要目标，开拓进取，积极作为，各方面工作取得了新成绩、新进步，切实履行了企业经济责任、政治责任和社会责任。2015 年，保持原油勘探开发合理力度，大力发展天然气等清洁能源，积极开展油气国际贸易，切实抓好炼油化工生产，不断增强国家能源安全 and 经济安全能力。2015 年，国内原油产量 4,174 万吨、天然气产量 207 亿立方米、海外权益油气产量当量 4,436 万吨，为社会提供了 1.89 亿吨成品油、6,287 万吨化工产品，较好地满足了市场需求，促进了国民经济持续健康发展。公司一体化业务协调发展，炼油和化工业务

显著增长，销售板块稳步发展，积极发展新兴业务，逐步实现从油品供应商向综合服务商的转变。2015 年，中国石化跃进 2015《财富》世界 500 强企业第 2 位，资产总额达 20,585 亿元，营业收入 20,473 亿元，利税总额 3,557 亿元，相当于每天贡献利税 9.75 亿元，为美好生活加油，为美丽中国助力！

专家高度评价报告。报告被中国企业社会责任报告专家评级委员会评为五星级报告，这是中国石化自 2012 年以来连续第 5 年获此殊荣，在中国企业中保持领先。中国企业社会责任报告专家评级委员会评级小组组长，中国社会科学院企业社会责任研究中心主任钟宏武说，报告重点披露能源保障、环境保护、科技创新、安全生产、海外社会责任、社会公益等行业与社会热点议题，回应相关方期望。披露了营业收入、原油产量、安全隐患治理投入、环保治理投资等 47 个关键绩效指标连续 3 年以上的历史数据，通过访谈、实地调研、问卷调查等方式收集相关方意见，是一份卓越的企业社会责任报告。

湖南凤凰古城红心猕猴桃合作社社长向玉庭：代表凤凰县 38 万农民兄弟衷心感谢。中国石化在定点扶贫县凤凰、泸溪、岳西帮扶开发红心猕猴桃产业，并在中国石化易捷便利店推广红心猕猴桃产品，“输血”和“造血”结合，帮助当地村民提高经济收入，2012-2015 年，共帮扶开发种植猕猴桃 2,570 亩。凤凰县古城红心猕猴桃合作社社长向玉庭表示，在试种红心猕猴桃初见成效但又无钱扩大规模之时，中国石化向他伸出了援手，先后投入 200 多万元扶持当地发展红心猕猴桃产业，成立了“古城红心猕猴桃农民专业合作社”，农户的人均年收入由原来的 1500 元提高到了两万元。我是一个靠自己双手脱贫的农民，感谢党的富民政策，也感谢中国石化对我们凤凰老百姓的支持。

湖南泸溪县中国石化挂职干部石宝明：克服各种困难，脚踏实地做好扶贫工作。中国石化把加快脱贫致富、提高当地发展能力、缩小发展差距作为扶贫工作的重点，注重培养当地经济发展的内部自生动力，切实改善当地百姓生活质量。“十二五”期间，中国石化 6 个定点扶贫县共投入扶贫资金 2.47 亿元人民币，实施扶贫项目 136 个，包括支援基础设施建设，事业教育，产业开发，劳务输出培训等，扶贫成效显著。泸溪县中国石化挂职干部石宝明表示：“在挂职期间，以严细实的精神，深入开展调查研究，了解民情，问计于民，精心选好定点扶贫项目，突出精准扶贫、强调造血功能，以农村特色产业开发和小型基础设施建设为重点，抓好红心猕猴桃基地建设和农村饮水安全工程，克服各种困难，脚踏实地做好扶贫工作。”

围绕“责任创造价值”，从五个方面讲述责任。报告以“责任创造价值”为主题，构建中国石化“价值创造型企业社会责任——责任油滴”模型，阐述公司在责任管理等方面的做法，从“创新、协调、绿色、开放、共享”五大方面重点阐述公司履责实践与绩效，为人民服务、为社会服务。

以创新驱动提质增效。创新是引领发展的第一动力，中国石化坚持把创新摆在公司发展全局的核心位置。2015 年，发明专利授权量达 2,844 项，位居 2015 年我国企业发明专利授权量企业排名第 1。

2015 年，镇海炼化、茂名石化、燕山石化和九江石化智能工厂试点建设基本完成，为转方式、增效益、促发展注入新动能。其中，九江石化智能工厂试点建设被工信部评为“2015 年智能制造试点示范项目”，是全国石化行业唯一入选企业。2016 年 1 月，中国石化高效环保芳烃成套技术荣获 2015 年度国家科技进步特等奖，标志着我国成为世界上第三个掌握该技术的国家。应用芳烃技术每年生产的化学纤维可以替代约 2.3 亿亩土地产出的棉花，对有效解决粮棉争地矛盾、人们穿衣难题至关重要。

以协调推动持续发展。协调是持续健康发展的内在要求，中国石化不断加强勘探开发、炼油、化工、销售、新兴业务等板块等之间的资源优化，促进上中下游产业链协调发展，推动传统与新兴业务协同发展，增强公司整体实力和竞争力，同时进一步增强保障国家能源安全和经济安全能力，促进国民经济持续健康发展。2015 年，境内生产原油 4174 万吨；天然气产量 207 亿立方米；境外权益油气产量 4436 万吨油当量；在境外 40 多个国家从事石油工程技术服务，境外 6 个国家从事炼化工程项目；原油加工量 23829 万吨，化工产品经营总量 6287 万吨，成品油销售量 17137 万吨，非油品营业额 248.3 亿元，同比增幅 45%。同年，国家级示范区——中国石化涪陵页岩气田 50 亿立方米/年产能建成投产，标志着我国首个实现商业开发的大型页岩气田一期正式建成投产，发展前景喜人。2016 年 1 月，国内近十年罕见的高产探井——北部湾涠四井试油获高产油气流，日产超千吨。

用行动呵护碧水蓝天。绿色是永续发展的必要条件和人民对美好生活追求的重要体现，中国石化坚持绿色低碳发展战略，注重节约资源和保护环境，努力建设资源节约型、环境友好型企业，助力美丽中国建设，促进人与自然和谐发展。2015 年，工业取水量下降 1.0%，外排废水 COD、氨氮、二氧化硫、氮氧化物排放量分别下降 4.14%、3.97%、4.84%、4.19%。2015 年，中国石化持续推进油品质量升级，油品硫含量从 2000 年近 1,000ppm 降至目前的 10ppm，截至 2015 年底前，在东部 11 个省市全面供应国 V 车用汽柴油。809 项“碧水蓝天”环保专项行动项目全部落实、落实投资 214.7 亿元。持续完成“能效倍增”计划项目 484 项，实现节能 98 万吨标煤，并荣获联合国全球契约中国网络颁发的“中国企业十大绿色行动”。连续 5 年开展碳盘查和碳核查，累计碳交易量 390 万吨、交易额 1.4 亿元，碳资产管理走在了前列。

以开放共谱合作新篇。开放是企业增强活力的重要方式，中国石化携手政府、投资者、客户、供应商、承包商、非政府组织等各利益相关方推进共同发展，全方位为客户创造价值，推动产业繁荣发展，促进互利共赢。积极响应国家“走出去”战略、“一带一路”倡议，大力拓展海外业务，践行海外履责。“十二五”期间，在“一带一路沿线”10 个国家从事油气勘探开发业务，5 个国家从事炼化及仓储业务，22 个沿线国家签订石油工程服务合同，20 个国家开展国际原油贸易合作。2016 年 1 月，中国石化首个海外炼化项目——延布炼厂正式投产，开创了“走出去”、践行“一带一路”倡议的新篇章。密切关注海外环境保护、安全健康、员工发展以及社区发展，履行国际公民责任。

以共享助力社会和谐。共享是企业与社会分享发展成果的重要体现。中国石化通过践行安全生产、权益保护、公益慈善等方式用心呵护员工、社区等，努力让运营中的利益相关方及社会分享企业发展成果。保障安全生产，维护生命健康，大力弘扬石油石化优良传统，更加突出抓基层、打基础，把抓安全生产作为加强“三基”工作的突破口，通过狠抓安全生产责任制的落实、油气管道等安全隐患治理、承包商管理、安全监管和责任追究等措施，安全生产形势总体趋好。热心社会公益，倾情回馈社会，充分发挥企业优势，确定在社区发展、公益慈善、服务社会三大核心领域实施爱心行动，用实际行动传递正能量，创造社会价值。

2015 年中国石化对外捐赠支出折合人民币约 2.0 亿元。捐赠健康快车免费治愈白内障患者 34798 人，累计捐赠 1.27 亿元。春运期间，在广东、广西两省（区）的 193 座中国石化加油站建立“情暖驿站”，为 1 万名“返乡摩骑”提供暖心服务；“十二五”期间，援青援藏累计投入约 1.85 亿元，实施项目 45 个；定点扶贫投入 2.47 亿元，实施扶贫项目 136 个；资助贫困生 940 人；志愿者服务人数 84 万人次，志愿者服务总时长 42 万小时。

积极履行社会责任得到社会各界的赞赏和肯定。中国石化连续 6 年荣获“全球竞争力品牌中国十强”，获“国家科技进步特等奖”、“中国企业十大绿色行动”、“最佳海外形象企业奖”、“中国企业社会责任十年见证·典范企业”奖、“光明功勋特别奖”等奖项。获评中国社科院评选发布的中国《企业公益蓝皮书（2015）》五星级公益项目，为企业品牌公益项目 10 个五星级项目之一，被授予“公益典范·最佳实践”荣誉称号；中国石化“情暖驿站·满爱回家”大型公益活动荣获 2015 年“全球品牌与声誉杰出成就奖企业责任金奖”、“黄金标准企业公民奖”、国资委“中央企业优秀志愿项目”和团中央“全国青年志愿服务大赛银奖”等国际、国内奖项；

2016 年，中国石化将秉承创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，贯彻实施价值引领、创新驱动、资源统筹、开放合作、绿色低碳五大发展战略，着力推进结构调整与转型，加大供给侧结构调整，为社会提供更为清洁的产品、更为优质的服务，更好地满足人民需求，着力打造世界一流的资源节约型、环境友好型企业。

来源：中国石化

地址：http://www.sinopecgroup.com/group/xwzx/gsyw/20160607/news_20160607_525068392560.shtml

[【返回目录】](#)

茅台集团再次斥资 1 亿元注入希望工程

2016 年 6 月 13 日,“国酒茅台·国之栋梁——2016 希望工程圆梦行动”在贵阳孔学堂隆重召开,中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司(以下简称“茅台集团”)向中国青少年发展基金会、共青团贵州省委捐资 1 亿元人民币,帮助 20000 名贫困家庭的大学新生圆梦大学,解决他们从家门到校门的困难。

与往年不同,今年的圆梦行动,将大力度向贵州本地的贫寒子弟倾斜。受助人中,将有 10000 个名额留给来自贵州贫困家庭的大学生。

“这是我们落实省委书记陈敏尔的有关指示而做出的重大调整。”茅台集团董事长袁仁国、党委书记李保芳异口同声地告诉记者。“十三五”期间,拥有 600 万贫困人口的贵州,已进入扶贫攻坚的深水期。让公益行动与贵州扶贫战略深度结合,这是贵州茅台积极参与贵州大扶贫、助推实现小康梦的重要举措。

“我们资助一名大学生,就是在正向影响一个贫困家庭。这些孩子完成学业走向社会的那一天,往往就是一个家庭迅速脱贫的重要转折。”团中央一位代表这样认为,“茅台的行动,不仅是一次简单的公益活动,通过他们的示范作用,将影响各界更广泛地参与到扶贫攻坚这一伟大的事业中来。”

2012 年至今,茅台集团已连续五年累计捐资 5 亿元资助 10 万名来自全国各地贫寒家庭的优秀学子圆梦大学,范围覆盖全国 33 个省市的 1200 多个县。

据介绍,“国酒茅台·国之栋梁——2016 希望工程圆梦行动”资助对象为:建档立卡贫困户且当年参加高考并被全日制普通高等院校录取(军校、师范及委培等免费生除外),农村家庭经济困难、品学兼优的高中毕业生,每人可获得 5000 元资助金额。

符合受助条件的学生向希望工程管理机构(县团委)自愿申请,填写《“国酒茅台·国之栋梁——希望工程圆梦行动”助学金申请表》。县级希望工程管理机构(县团委)按照资助条件和优先次序用比选的方式对提出申请的学生进行初步审核,遴选出本县拟受助的学生名单进行公示,公示无异议后将申请资料报省级青基会审核。省级青基会审核合格后,确定本省最终受助学生名单并实施资助,于开学前向受助学生划拨资助款,同时将受助学生名单录入希望工程学生资助管理系统。

“国酒茅台·国之栋梁”大型助学活动被外界评为是希望工程实施以来国内爱心助学活动中捐助金额最大、受资助人数最多、覆盖面最广、影响力最深远的公益举措,在学生及其家庭、政府、媒体等社会各界都产生了巨大影响,成为帮助贫困大学生圆梦大学、实现社会上升流动、阻止贫穷代际传递的一件功在当代、利在千秋的大事。

茅台集团董事长袁仁国在新闻发布会上说:“古今中外,欲强其国,必强文化,欲强文化,必强

教育。敬才、求才、用才、育才是当今中国时代之风。而教育扶贫是扶贫攻坚的优先任务，是阻断贫穷代际传递的重要抓手。扶贫必扶智，让贫困地区的孩子们接受良好教育，是扶贫开发的重要任务。为中国的青年教育事业贡献自己的力量，是每一个中国人的责任，更是茅台集团的责任！”（张璇）

来源：公益时报

地址：http://www.gongyishibao.com/newdzb/html/2016-06/21/content_14250.htm?div=-1

[【返回目录】](#)

公益布告栏**【全国】行业协会商会与行政机关脱钩联合工作组关于公布 2016 年全国性行业协会商会脱钩试点名单（第二批）的通知**

各全国性社会团体业务主管单位：

按照《中共中央办公厅 国务院办公厅关于印发〈行业协会商会与行政机关脱钩总体方案〉的通知》（中办发〔2015〕39 号）要求，经行业协会商会与行政机关脱钩联合工作组审核批准，现公布 2016 年全国性行业协会商会脱钩试点名单（第二批）。请各业务主管单位认真做好相关组织实施工作，逐个制定主管的全国性行业协会商会脱钩实施方案，并于 9 月底前提交民政部。

附件：[2016 年全国性行业协会商会脱钩试点名单（第二批）.doc](#)

行业协会商会与行政机关
脱钩联合工作组

来源：民政部

地址：<http://www.mca.gov.cn/article/zwgk/tzl/201606/20160600000910.shtml>

[【返回目录】](#)

【全国】民政部公布第八批“离岸社团”“山寨社团”名单

根据举报线索和核查情况，我部现公布第八批“离岸社团”“山寨社团”名单。欢迎社会公众继续提供“离岸社团”“山寨社团”名单及活动线索，我部将持续对名单进行更新。

举报邮箱：mjjzfb@sohu.com

第八批“离岸社团”“山寨社团”名单（84 家）

1. 中国书法家美术家协会
2. 中国书法美术家协会
3. 中国书法研究院
4. 中国书法艺术研究院
5. 中国书法协会
6. 中华清风书画协会

7. 中国书画名人研究会
8. 中国书画文化研究院
9. 中国书画艺术家联谊会
10. 中国书画艺术教育协会
11. 中国书画艺术协会
12. 中国书画艺术院
13. 国际王羲之书画艺术研究院
14. 中国当代国际书画家协会
15. 中国榜书书法家协会
16. 中国国际书法艺术家协会
17. 中国国际书画研究院
18. 中华国际书画艺术研究院
19. 中国国际书法美术家协会
20. 中国工艺美术研究院
21. 中国当代艺术研究院
22. 国际摄影家联盟
23. 中国摄影协会
24. 中国雕塑家协会
25. 中国佛教文化发展促进会
26. 中国国际孔子文化促进会
27. 中国国际青少年文化交流协会
28. 中国国际影视文化交流协会
29. 中华国学文化发展促进会
30. 中华国学文化研究院
31. 中华全国国学促进会
32. 中华文化研究院
33. “中国化管理协会”（与民政部登记社团重名）
34. 中国艺术家联合会
35. 中国青少年艺术教育协会
36. 中国婴幼儿早期教育协会

37. 中国早教教育协会
38. 世界华人联合会教育专业委员会
39. 中国城建教育协会
40. 中国儿童早期教育协会
41. 国际易学研究院
42. 世界易经学会
43. 中国风水联合会
44. 中国国际易经风水文化研究院
45. 中国国际易学文化研究院
46. 中国杨公风水学研究院
47. 中国易经大玄空文化学术研究院
48. 中国易经科学研究院
49. 中国易经文化协会
50. 中国易经学术研究院
51. 中国周易风水协会
52. 中国周易风水研究会
53. 中国周易学院
54. 中华周易名家协会
55. “中国保健协会”（与民政部登记社团重名）
56. 中国保健食品协会
57. 中国厨艺联盟会
58. 中国顶级厨师美食协会
59. 中国分子美食协会
60. 中国名厨美食联合会
61. 中国名厨名店战略促进会
62. 中国建设行业协会
63. 中国建筑业企业管理协会
64. 中国糖尿病协会
65. 中华糖尿病协会
66. 中国演讲协会

67. 中国音视频协会
68. 中国八卦掌研究会
69. 中国创业投资协会
70. 中国工业 4.0 协会
71. 中国国际公共关系联合会
72. 中国慈孝总会
73. 中国回忆录研究会
74. 中国课改名校协作会
75. 中国留学生创业协会
76. 大中华新海归协会
77. 中国汽车后市场联合会
78. 国际节能环保协会
79. 中国形象设计协会
80. 国际品牌与设计交流中心
81. 亚太酒店设计协会
82. 中国工程设计协会
83. 亚洲模特协会
84. 中国健康养老产业联盟

来源：民政部

地址：

<http://www.mca.gov.cn/article/zwgk/mzyw/201606/20160600000883.shtml?from=timeline&isappinstalled=>

0

[【返回目录】](#)

【全国】马云召集草根英雄开全球公益大会

这个七月，马云将为无数普通人举办一个世界级的大会。这个会，就是将于7月9日至10日，由杭州市政府和阿里巴巴在杭州主办的全球XIN（亲下面加心）公益大会。

会议的主角，是一群一直以来默默躬身于公益事业的草根英雄，他们以一股股微弱的力量，践行

着让世界更美好的梦想。7 月 9 日和 10 日两天，他们的梦想与践行将在杭州汇聚在一起，如星辰大海。

这些公益界的草根英雄，在各自耕耘的公益领域都做出了令人眼前一亮的成就：

寸玉周是鹤庆草海本地人，原来是一个商人，生意做的很成功，但是他放弃了挣更多钱的机会，拿着不到 2000 块钱的微薄工资，和一群 20 多岁的小年轻“混”在一起，做为鹤庆草海保护中心的一员，保护着鹤庆草海那一片面积不到 2 平方公里的“小水塘”；

自然之友负责人张伯驹，在新环保法生效后，及时依法履行民间组织的职责，替大自然代言，将生态环境破坏者送上法庭，通过法律手段为中国绿色发展保驾护航；

中国有 2600 多个自然保护区，其中 75% 的保护区周边的人口都属于相对贫困人群，这些社区拥有最好的水资源、土壤资源、空气资源，生产最好的农产品，但是这些农产品没有得到很好的推广，谢焱建立的保护地友好体系，正是解决保护区周边社区发展的一个非常有益的尝试；

绿色江河的杨欣，致力于保护三江源的生态环境，建立了中国第一个长江民间生态保护站……

这一个个案列，不过是从公益长河里掬起的几朵浪花，首届 XIN 公益大会要做的，就是把无数朵如此普通的浪花汇聚在一起，掀起公益理念传播的巨浪，就像马云经常说的：公益是为了唤醒，让更多的人加入进来，所以，做公益要高调。

既然是阿里巴巴主办的大会，肯定和互联网密不可分。其实在 DT 时代，公益也早就弥漫着互联网的特质，如通过明星演唱会众筹、公益朗诵会等创新形式引起社会公众广泛关注的“唤醒沉睡的耳朵”项目，为万千贫困聋儿进行人工耳蜗资助、康复训练资助以及聋儿家长培训等；又如百城万人残疾人网络就业行动，通过组织各地残疾人开展淘宝云客服的培训、学习、后续管理、心理干预等方式，为大量的残疾人提供就业机会，还通过网络众筹了首个残疾人集体婚礼；还有通过网络众筹和创意众筹，联合各界保护喀什地区的小圆枣古树，促进农户增收脱贫、青年返乡的维吉达尼小圆古树认养项目……

在众多互联网属性的公益项目中，最为引人瞩目，同时也更具纵深意义的项目，自然是农村淘宝致力于用互联网改变农村的“你好，乡亲”项目。农村淘宝是阿里巴巴集团的战略项目，通过与各地政府深度合作，以电子商务平台为基础，通过搭建县村两级服务网络，充分发挥电子商务优势，突破物流、信息流的瓶颈，实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通功能。在三至五年内，阿里巴巴投资 100 亿元，建立 1000 个县级服务中心和 10 万个村级服务站，服务农民、创新农业，同时辅助以各类公益项目，让农村变得更美好。

小而美的公益项目，通过长尾效应惠及大众的互联网公益，构成这次公益大会绚烂的复调，众多期待大会开幕的草根英雄们，称这次大会是“走心”的大会，并专门为大会创造了一个无论是新华字

典还是大不列颠百科全书都没有的新字：XIN（亲下面加心）。

来源：人民网

地址：<http://gongyi.people.com.cn/n1/2016/0622/c151132-28468378.html>

[【返回目录】](#)

【全国】拒绝套路，用最高的诚意打包这场大会给你 | 2016 公益筹款人大会报名启动！

如果今年你只参加一场筹款人会议

那一定是这场

“自上世纪六十年代以来，西方国家的市场专员和市场学学者就开始探索如何通过建立良好的客户关系而提高公司的销售业绩。我们对这些文献进行了研究和整理，并结合我们自己对于捐款人捐款满意度(satisfaction)、信任度(trust)和坚守度(commitment)的实证研究，提出了一系列公益慈善机构如何提高捐款人忠诚度(loyalty)和终身价值(life-time value)的建议。

我很荣幸这次可以与中国同行分享我的研究结果。很感谢中国公益筹款人联盟的邀请。我希望我可以成为中西方筹款人交流的一个桥梁，通过促进我们相互的学习，加深我们相互的了解，以推进世界各国募款人更高层次的创新，使我们都能够更加有效地加强对公益慈善行为的引导。我衷心期盼与你们交流。

Adrian Sargeant

普利茅斯商学院可持续慈善中心筹款学教授

国际著名筹款专家

2015 年

作为中国首个公益筹款人学习交流平台

我们以“从传统到现代”作为主题

召开了第一次的筹款人大会

从行业趋势、筹款模式、筹款伦理及商业经验

等各个方面探讨了筹款可以走的路

也很高兴得到行业对会议的积极反馈与认同

77.63%的参会人认为会议对实际工作有帮助

2016 年

我们作为首个中国筹款人代表团

赴美参与国际筹款人大会

与美国筹款人协会达成了合作意向

我们力图在本次第二届筹款人大会上

将更多国际前沿观点、成熟经验

融合本土实践案例

呈现给中国的公益筹款人

我们相信，公益组织与筹款人

不是机构与钱的关系

筹款人是连接机构与其支持者

从而建立亲密关系的入口

也是机构强化升华与支持者关系的路径

于是，我们有了本届主题——

万物互联：筹款作为联结的通路



今年大会地点依然在北京，在北京，在北京！

会议安排

会议时间：2016 年 7 月 28-29 日

会议地点：北京京瑞温泉国际酒店

大会形式：主题演讲+晚宴+展位+平行论坛

大会规模：350 人

主办单位：南都公益基金会、深圳壹基金公益基金会、中国扶贫基金会、浙江敦和慈善基金会、阿里巴巴公益、北京瑞森德筹款研究中心

大会合作伙伴：上海联劝公益基金会、时瑞公益、时趣 Social Touch

在内容上

我们有高度、可实操

在为期 2 天的会议时间里

你可以全方位无死角了解到

道：行业趋势

解读慈善法后时代中国公益筹款行业发展趋势、厘清认知误区。

理：筹款理论

理解捐赠人心理、了解关系筹款理论的发展；

沿革学习如何在实际工作中维护、挖掘捐赠人的终身价值。

时：机遇与挑战

全面把握互联网时代，公众参与公益的入口与路径；

中国第一个国家级慈善日即将来临，你可以做哪些准备？

术：模式与产品

如何避免当一个孤独的筹款人？

面对面筹款、志愿者筹款、社交筹款、点对点筹款、次捐/月捐……究竟哪款适合你？

人：职业发展

当一枚职业筹款人是什么样的体验？

机构到底需要怎样的筹款团队？

在嘉宾上

我们更加多元

本次大会分享嘉宾

有能带来国际视野的国际著名筹款研究学者
有能提供巨额筹款案例的美国职业筹款人
有能贡献香港多年实践经验的筹款部门管理者
有多年致力于推动筹款专业化的老司机
有活跃在一线、二线、三四线城市的行动者
也有致力于为公益筹款人搭建舞台的商业伙伴
我们期待和你一起，真诚地思考
筹款会如何走下去
重磅嘉宾
跨境分享



Adrian Sargeant
普利茅斯商学院可持续慈善
中心筹款学教授



Richard Truitt
美国筹款人协会国际会员管
理委员会香港分会总裁



Vincent Law
美国筹款人协会国际会员管
理委员会理事



萧美娟
国际培幼会香港行政总裁、前香
港乐施会筹款及传讯总监

更多已确认参会分享嘉宾（部分）

沈旻 深圳壹基金公益基金会副秘书长

徐永光 南都公益基金会理事长

刘盛 公益筹款人联盟秘书长、瑞森德首席咨询师

程刚 基金会中心网总裁
朱健刚 中山大学中国公益慈善研究院执行院长
彭艳妮 南都公益基金会常务副秘书长
刘文奎 中国扶贫基金会秘书长
梅冬 歌路营副总干事
王波 中国互联网发展基金会
曹亦苹 公益筹款人联盟研究员、瑞森德研究副总监
杨光 新浪微博微公益副总监
顾潇 阿里巴巴集团社会公益部总监
潼木 蚂蚁金服支付事业群高级产品专家
颜志涛 中国扶贫基金会秘书长助理
林加帅 温州市快乐之本社工服务中心总干事
薛贞 时趣 Social-Touch 策略总监
王志云 上海联劝公益基金会秘书长
肖洁 上海联劝公益基金会资源拓展部总监
黎颖露 北师大中国公益研究院慈善法律中心执行主任
郑迪 瑞森德副总裁
罗海岳 深圳壹基金公益基金会理事会秘书
刘正探 北京新阳光慈善基金会理事长兼秘书长
王真真 免费午餐品牌合作总监
宿彦慧 真爱梦想公益基金会火堆事业部总监
叶盈 公益筹款人联盟执行秘书、瑞森德首席筹款咨询师
杨沅泽 浙江敦和慈善基金会高级项目官员
梁思思 益宝计划项目经理

(排名不分先后, 按出场顺序呈现)

更多嘉宾携干货参与中

腾讯公益嘉宾
宣明会嘉宾
长安信托嘉宾
雷励中国嘉宾

.....

敬请期待

会议议程

—— 7月28日 ——		
参会说明会&破冰	大会正确地打开方式指南	大会秘书处
“道”：万物互联时代的筹款		
大会发起方代表致辞（筹款与筹款人的角色）	徐永光 (南都公益基金会理事长)	
政策解读	民政部民间组织管理局领导	
中美筹款行业生态系统对比与反思	刘盛 (公益筹款人联盟秘书长 瑞森德首席咨询师)	
座谈：如何构建健康的筹款行业生态系统	刘盛、程刚（基金会中心网 总裁）、朱健刚（中山大学 中国公益慈善研究院执行院长）	
“理”：捐赠人与机构的联结如何发生与深化		
关系筹款： 掌握你的捐赠人心理	Adrian Sargeant (普利茅斯商学院 可持续慈善中心筹款学教授)	
评论与解读： 关系筹款理论如何指引实操工作	刘文奎 (中国扶贫基金会秘书长) 梅冬 (歌路营副总干事)	
“时”：互联网经济赋予我们的机遇		
2015年度中国网络公益参与报告核心观点分享	曹亦苹 (瑞森德研究副总监 公益筹款人联盟研究员)	
脑洞：国际互联网筹款平台创意案例分享		
对话： 中国第一个国家级慈善日，你准备好了吗	中国互联网发展基金会、阿里巴巴公益、腾讯公益、蚂蚁金服公益、新浪微公益代表	

“术”：不要做孤独的筹款人	
如何将你的支持者/粉丝转化为筹款志愿者	萧美娟 (国际培幼会香港行政总裁、前香港乐施会筹款及传讯总监)
和捐赠人面对面：街头筹款实践分享	林加帅 (温州市快乐之本社工服务中心总干事)
	萧美娟点评分享香港街头筹款经验、与林家帅互动演示
筹款人之夜	

—— 7月29日 ——		
平行论坛		
会场一：以社交构建稳健的筹款体系	10页看懂移动社交传播环境	时瑞公益 时趣互动 Social Touch
	3个方法论玩转移动社交活动战役	
	如何开拓新的捐赠人	
会场二：深度解读点对点筹款——贯彻公众筹款战略的利器	点对点筹款的过去未来及其战略意义	上海联劝公益基金会
	从一起捐、体验式筹款到运动筹款——如何设计一款适合你的点对点筹款产品	
	从点对点到O2O：筹款实用工具盘点	
会场三：月捐如何创造持续捐赠	月捐的国际地位与香港经验	筹款人联盟
	月捐在中国大陆的实践与挑战	
	当月捐遇见互联网	

会场四：闭门沙龙（定向邀请）	慈善公益+金融： 探索慈善公益信托新模式	瑞森德咨询
	筹到5400万美元之前我做了哪些准备： 大学基金会国际筹款案例分享	筹款人联盟
人：最重要的连接点		
每个筹款人都需要明白一件事 ——捐赠文化如何耕耘	Richard Truitt（美国筹款人协会国际会员管理委员会香港分会总裁）	
筹款人的职场成长之路	Vincent Law(美国筹款人协会国际会员管理委员会理事)	
筹款人在中国的实践	王真真（免费午餐品牌合作总监）	
	宿彦慧（真爱梦想公益基金会火堆事业部总监）	
	刘正琛（北京新阳光慈善基金会理事长兼秘书长）	
联盟人才培养计划发布	叶盈（联盟执行秘书）	
座谈：你的机构需要什么样的筹款人才？		
大会闭幕	国际筹款伦理倡议机构签约仪式 暨大会闭幕式	发起机构代表、Vincent、Richard

在形式上

我们更有经验

基于第一届的经验与反馈

我们做了一些改变

1) 增加了嘉宾的专题演讲时间

让嘉宾能更充分表达观点。

2) 增加筹款专题分论坛

提供更聚焦、更具实操意义的方法论、案例与工具盘点。

3) 增加国际经验本土嘉宾点评环节

籍由本土嘉宾解读，帮助大家将理论更好运用到实际工作中去。

4) 增加晚宴分享环节

晚宴自助餐改为桌餐，再也不用跑来跑去，可以好好聊天了；

增设晚宴分享环节，不浪费美好的夜晚。

参会费用&会员权益

会务费主要用于参会人员的餐饮、年会资料等费用（交通、住宿费用需自理）

会议期间，大会将为参会人员提供第一日午餐和晚餐、第二日午餐以及茶点和会议资料

会务费标准：2,000 元/人（大会可以为参会人员开具培训类发票，可备注公益筹款人大会）

感觉参会费用高得“天啦噜”

不如先成为联盟会员吧

会员类型	年度筹款人大会会员参会折扣 (标准参会费 2,000 元/人)		
	免费参会名额	5 折参会名额 (1,000 元/人)	推荐参会人员折扣 (名额不限)
个人会员 (会员年费：366 元/年)	0	1 人	9 折 (1,800 元)
社会组织会员 (会员年费：1,200 元/年)	1 人	1 人	8 折 (1,600 元)
基金会会员 (会员年费：5,000 元/年)	2 人	1 人	8 折 (1,600 元)
商业机构会员 (会员年费：20,000 元/年)	2 人	1 人	8 折 (1,600 元)

识别图中二维码即可报名成为会员



已是会员/直接报名，看这里

点击

<http://www.cafpnet.org/index.php?s=/Home/Apply#rd&sukey=3997c0719f151520bab65c31909a384f31a23b5fe58066b58df653004e2315fccce8fd2029556ab2ad8b4166ae8db3e1>

进入联盟首页

即可报名参与大会

报名截止时间：2016 年 7 月 20 日（名额有限，按缴费顺序确定参会资格）

大会采取审核报名方式，报名信息提交成功后，工作人员将在 5 个工作日内与您联系，确认审核结果及缴费方式。缴费成功者，主办方会向您发送短信确认，大会当天凭短信入场。

公益筹款人联盟官方页面为唯一指定报名通道，谢绝空降。

有问题，来这儿

咨询热线：021-52342326

（工作日 10:00-18:00）

联系邮件：service@cafpnet.org

2016，等你来

来源：筹款人联盟

地址：

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzAwMDM1NjQ3OA==&mid=2650110417&idx=1&sn=b01038e5af651e9bd359110e55d7c607&scene=24&srcid=0625ZGU53jesqObbyV6gDXLA#wechat_redirect

[【返回目录】](#)

【刊物简介】

公益慈善周刊由中国农业大学人文与发展学院副教授董强策划编辑，旨在为广大公益人提供一周内最全、最新的行业资讯，在公益行业观察、研究、咨询方面为 NGO 机构的发展与地方民间组织政策的推动发挥积极作用。目前是中国公益领域最权威，覆盖最广的电子媒体。

【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、亚洲开发银行、民政部、北京市民政局、南都公益基金会、敦和公益基金会等众多的国际与国内研究与咨询活动。

目前，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：


- 公民社会基础理论研究
- 公益行业发展咨询研究
- 公益组织发展咨询研究
- 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。



官方微信账号：[gycsweekly](https://www.gycsweekly.com)，二维码 ，欢迎大家关注！

主办机构：中国农业大学人文与发展学院
主 编：董 强
编 辑：刘春霞、潘思佳、李明蔚、李振
办公电话：010-62731470
电子信箱：gycsweekly@gmail.com