

【嘉宾】
孙保罗 中国民企低碳联盟秘书长、原道机构创始人
陈涓玲 伽蓝集团股份有限公司 公关总监
吴晖 百姓义工理事长
吴国源 中国狮子联会浙江东方狮源服务队 2011-2012 队长

可持续发展是最大的问题

主持人: 吴晖做慈善有好几年了。从最初的一些志同道合的志愿者凑在一起策划一些慈善活动, 到 2011 年百姓义工正式注册为 NGO 组织(在特定法律系统下, 不被视为政府部门的协会、社团、基金会、慈善信托、非营利公司或其他法人, 不以营利为目的的非政府组织), 在这几年里, 你觉得自己变化最大的是什么?

吴晖: 以前, 我们是利用业余时间做慈善活动, 队伍是比较松散的, 那段时间是最快乐也最单纯的。考虑的就是怎么把活动做好。注册了 NGO 组织后, 主要考虑的事情变成了如何维持这个机构的运转、怎么赚钱。2011 年要注册为 NGO 的时候, 需要 10 万元的注册资金, 街道出面帮我们向两家企业借了钱。但我们 2011 年注册成 NGO 到现在一直是亏本的, 之前听人家说, 作为 NGO 会有机会拿到一些项目什么的, 但其实拿到项目并不是想象中的那么容易。等企业要我们还钱的时候, 我们根本拿不出来, 后来是当时岳阳街道的团委书记自己拿出 10 万元给我们的。而现在, 这 10 万元的注册资金已经见底。年初的时候, 我们机构的几个骨干就在说, 撑到年底, 不行就关门。不过, 最近两个月, 情况有所好转, 我们拿到了一些项目。

我的另一个困扰是, 在注册为 NGO 之后, 我们的骨干一直在流失。以前, 大家都只是草根志愿者, 有什么活动打个电话, 大家就聚拢来, 很有积极性, 只要做活动, 所有的事情都是靠志愿者互相分担的。当然, 有时会有人因为工作忙或者家里有事情等原因来不了。成为 NGO 之后, 我们有 5 个专职人员, 承担了许多的事务, 有些原先参与得比较多的志愿者慢慢地就参与得少了。他们感觉自己不再被需要。现在, 我们的骨干就只是这 5 个专职人员。坦白说, 他们的工资很低的。有的人家里条件好, 不在意这个, 但是, 并非每一个人都有丰厚家底, 长此以往, 我会担心可持续的问题。

帮助别人首先要尊重受助者意愿

主持人: 两年来, 吴国源一直在参与狮子会的活动。我们都知道助人是件开心的事情, 但是, 有没有例外?

吴国源: 去年, 我们东方狮源服务队有个为先天性心脏病儿童提供医疗援助的项目“狮爱童心”, 那个项目后来停掉了。这中间发生的事情很值得我们思考。当时, 我们和上海的一家心脏专门医院建立合作关系, 按照狮子会的事前调研、事中跟进、事后评估的原则, 我和另一位会员从上海开车到开封去做一位申请我们援助的孩子的情况调研。事情进行得很顺利。这个手术大约要 4.5 万元, 狮子会的捐助加上农保承担的部分, 90% 以上的手术费用就有了着落。可是, 就在我通知孩子的父母赶紧带孩子来上海做手术时, 他们却拒绝了, 理由是觉得孩子还太小(1 岁半), 而且最近没发病。我们几次请医生给他们电话, 说明越早手术越好, 以及手术是需要状态好的时候做。可对方坚持要等孩子大一些才考虑。

与此同时, 另一个会员也遇到了类似的情况, 已经为孩子联系好医院, 但家长因为农忙等事情耽搁了, 终于带着孩子来上海的时候, 孩子已经发病了, 没等做手术就去世了。当时每月的例会上, 气氛很压抑, 大家都很难受。我再次和河南的那个家庭联系, 可对方还是说等以后再说。

主持人: 当时你是什么感觉?
吴国源: 的确有些无奈和挫败。你想要帮助别人, 可对方有自己的计划。事情并不会按照你的“剧本”来发展。我们必须尊重被助者的意愿, 而非按照我们自己的意愿来行事, 来感动我们自己。从事慈善和公益, 需要一个好的团队和一群付出的爱心人士, 相互扶持。

插上可持续发展的翅膀 用智慧为公益慈善事业

【主持人】
阿竹

◀◀主持人的话

近年来, 公益慈善获得了越来越多的关注。公众人物在参与, 企业在参与, 很多老百姓以个人的名义也在积极参与。但并不是有了好的动机, 就一定能获得好的结果。今天的嘉宾都是慈善公益活动的参与者, 听听他们的经验、困惑和思考, 会给我们带来一些启示。

本版插图 郑辛遥



直接“输血”不如教会“造血”

主持人: 去年, 伽蓝集团与联合国开发计划署签订战略合作伙伴协议, 确立为期四年的战略合作伙伴关系, 启动“中国少数民族文化产业可持续发展项目”。为什么会选择这个项目? 你们具体做了些什么?

陈涓玲: 说到慈善公益, 首先要说我们对企业社会责任的理解。在我们的理解里企业社会责任分为四个部分, 是金字塔的结构。从最基础的往上依次是为员工提供发展, 与员工共同进步; 与客户合作共赢、共同成长; 为消费者提供世界一流品质的产品和服务。在此基础上, 我们恪守造福人类的公益事业, 致力传统文化的保护、传承与创新, 推动教育事业、消除赤贫、保护环境可持续发展。这不仅是我们的战略, 更是我们可持续发展的动力所在。

去年 2 月, 我们接触到联合国开发计划署, 他们在 2006 年-2010 年间开展了“少数民族和民族地区综合扶贫项目”, 项目中包含了 27 个村寨。我们选择了 2 个试点村寨建立手工纺织示范基地, 作为长期企业社会责任的方向。它们是云南丽江摩梭手工纺织、湖北土家族西兰卡普。同时, 经过与五指山市政府的深度交流, 又将海南黎族黎锦作为项目示范基地。其中, 对云南摩梭手工纺织的保护项目成为了联合国开发计划署的全球优秀案例, 在全球推广。

以云南摩梭手工纺织项目为例, 我们进行了充分的调研, 确立了四个目标: 第一, 从经济的角度, 通过民族文化产品的创新与开发, 提供替代性的生计方法及就业机会, 实现脱贫致富; 第二, 从文化的角度, 保护民族工艺, 传承民族传统, 促进民族文化的可持续发展; 第三, 从价值观的角度, 传播少数民族优秀的文化价值观; 第四, 从整个社会的角度, 提升公众对民族文化多样性的认知, 提升凝聚力与团结向心力。

我们在对云南丽江温泉村的考察中发现, 他们主要的经济来源是靠务农, 村民们都

民营企业参与慈善要有政治家式的胸怀



主持人: 近几年来, 越来越多的民间力量参与到公益慈善活动中。孙保罗曾是媒体记者, 是社会发展的“观察者”“记录者”。对于民间力量汇聚到公益慈善中, 你怎么看?

孙保罗: 一个社会的文明程度, 在很大程度上取决于这个社会人民总体的幸福指数和安全指数。体现在整个社会体系, 就是对社会弱势群体的支持和关怀。中国民间的公益慈善活动, 因为历史原因, 出现了很长时间的断档。

2008 年汶川地震, 是对中国各阶层人士公益心态的一次巨大的激发。

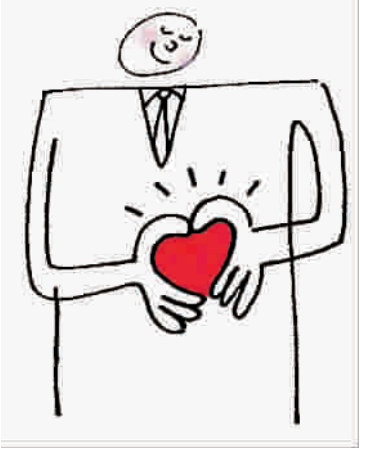
我们更希望公益慈善活动的参与者能来自社会各界, 有钱的出钱, 有力的出力, 有智慧的出智慧。我讲到的智慧, 应该是一批善于资源整合, 善于行为组织, 善于公关开拓, 善于游说博弈的策划人和组织者。

优秀的策划可以让慈善行动引起社会各界的关心和支持, 在这种高关注度下拓展项目执行的空间, 甚至得到政府机构的配合和支持。

主持人: 民营企业家在这中间扮演怎样的角色? 他们有这样的优势? 是否存在误区?

孙保罗: 我们可以从另外一个角度来看民营企业家——经济精英、思想精英、公众人物。我们说民营企业要参与到公益慈善活动, 更多的是体现其社会属性, 社会责任。这里最大的要求, 就是公益慈善与商业利益的严格区分。

当前, 某些企业家在做公益慈善时明显



很有意愿解决生计问题, 而手工纺织是很好的一种方式。他们的目的简单而纯粹, 希望让孩子有学上, 老人生病了有钱看病。与此同时, 摩梭人尊敬老人善待孩子, 家庭观念重, 这些健康积极的价值观, 是我们希望让更多人感知的。

主持人: 作为合作伙伴, 联合国开发计划署为你们带来了什么不同的理念?

陈涓玲: 联合国开发计划署有公开透明的流程, 有创新的公益模式——政府领导、专家指导、协会主导。比如, 云南摩梭手工纺织项目是国家民委在领导。专家指导, 是我们请各类专家去村寨中指导他们, 包括设计专家手把手教他们怎么完善设计风格, 社区建设专家教他们怎么管理社区, 市场营销专家教他们营销技巧等。协会主导, 则是以村寨为单位, 从每家选一个人, 组成协会, 再由协会中的成员选出领导小组, 所有的收益是每家共享。我们不是直接捐钱, 而是教会他们一个赚钱的机制。这种创新的模式, 是把输血的方式变成了造血的机制, 实现了公益的可持续发展。

存在“动机不纯”的情况。其主要的特征就是公益活动策划过程中的功利主义。这是这些企业家角色混淆的后果, 总是以一个政客式的思维来面对公益慈善活动问题, 而没有一个政治家式的胸怀与视野。

例如我认识的一家大型民企, 每年投入冠以公益专项资金的钱有四五千万。但是我发现他们在考虑捐赠对象的时候, 首先是考虑这个机构主办人和负责人的“背景”。他们会把钱投给涉及某些重要的政府官员家属或者关联人士开办的机构, 并以这种创新型的、安全的利益输出方式, 来构建企业的人际关系。企业的这种目的是非常危险的行为, 公益平台成为一种变相寻租的管道, 严重地污染了整个公益慈善的环境。

当然民营企业能够成为精英阶层, 正是因为如果他们愿意, 他们能够为公益慈善事业提供更多的资源, 包括资金、关系、创意和经验。中国民营企业在特殊的社会环境中艰苦成长, 拥有非常强劲的资源整合能力, 企业的如果能够与公益慈善事业结合, 那么不仅仅相关项目可以做得更加有效率和质量, 企业的文化与社会的文化也可以深度地融合, 企业在社会治理中可以发挥更加重要的作用。

例如, 我所领导的机构服务的某大型网络平台公司, 过去长期以资金和食物捐助为主, 但在汶川地震中, 他们利用自身的网络平台, 与政府的公益机构合作, 发起网民小额捐款, 结果集腋成裘, 募捐超过 2000 万, 效果非常明显。

这些案例体现出, 参与新型的公益慈善活动, 民营企业家需要端正的态度, 持续的耐心和过人的专业性。中国的公益慈善事业, 需要插上智慧的翅膀, 需要企业家那价值非凡的大脑, 需要更多公益事业领军者。

【结束语】

把慈善公益做好, 不仅需要善意的动机, 还需要专业知识和技能, 更需要智慧。我国现行的与公益慈善相关的机制、制度、体系等尚有待完善。但有一点是肯定的, 投入慈善公益, 无需驻足等待。只要结果是好的, 多尝试一些方法又何妨? 公益慈善尤其如此。