

10月中旬,在距离活动还有一个多月的时间,各大媒体负责慈善公益领域报道的记者们就早早收到了来自主办方中国光彩事业基金会中华红丝带基金(以下简称红丝带基金)的邀请函。11月末,红丝带基金第二届“水墨丹青绘大爱”慈善义捐竞买活动将在北京举行。

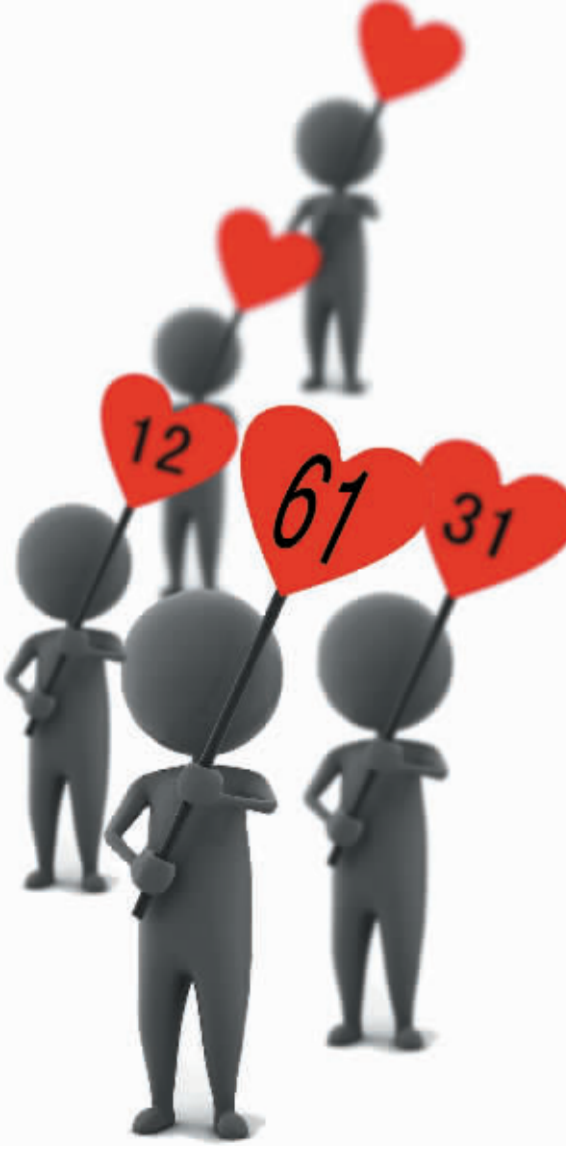
从下半年开始,类似的邀请就如雪片般纷至沓来。从有着十年历史的“芭莎明星慈善夜”到刚刚由邓飞牵头成立的“大病医保”慈善拍卖;从“中国关爱基金会”举办的成交额高达三千多万元的义卖活动,再到由草根机构组织——现场募款仅数万规模的“慧灵慈善晚宴”。

通过举办慈善晚宴或拍卖,以竞买的方式募集善款已经成为当今各组织机构经常采用的一种善款募集方式。

一位采访了很多类似活动的媒体人这样看,“慈善拍卖这种模式之所以被广泛应用,根本的原因在于它比较直观有效。芭莎慈善夜一个晚上就能募集四千六百万,这甚至比某些全国性的公募基金会一年的捐赠收入还要高。大病医保公益基金成立时间并不长,一个晚上就筹到了八百多万,这些数字是很吸引人的”。

而实际上,自慈善拍卖活动陆续在国内的慈善公益领域盛行开来,活动举办的形式不断创新,但严格来说操作水准和募款效率还是参差不齐,最后能具备高知名度并能够一举完成满意筹款额度的项目屈指可数。目前,国内具有较高知名度的慈善拍卖募款活动,如芭莎慈善夜、北京香港马会红酒拍卖晚宴、嫣然天使慈善晚宴等活动,都有着它们各不相同的发展路径和操作模式。同时,在那些看似吸引人的数字背后,各机构都有着难以想象和复制的努力与创意,以及难以借鉴和企及的多元资源。

作为一种非常典型的募款手段,一场慈善拍卖晚宴要成功举办究竟需要那些具体环节来保障?《公益时报》记者就此采访了一些慈善拍卖晚宴的策划者、操盘者、参与者,请他们就他们各自的角度阐述经验。



请谁来

“拍卖、拍卖,首先考虑的问题就是卖给谁。这和开店卖东西是一个道理,你得有一个预设的目标客户群。”一位经常有机会参与慈善拍卖活动的人士这样告诉记者,“那些所谓面向全社会公开义卖的活动只能在网上搞搞,线下举办往往会场门庭冷清。”

红丝带基金是由全国工商联和20余家会员企业共同倡议发起筹建的致力于艾滋病预防和控制工作的全国性公益基金组织。早在2011年11月,第24个世界艾滋病日前夕,红丝带基金举办了首届“水墨丹青绘大爱”慈善义捐竞买活动。

这家由全国政协副主席、全国工商联主席孟孟复任名誉理事长,全国工商联副主席谢经荣任理事长,全国工商联副主席许荣茂任执行理事长的公益机构,将该活动的绝大多数邀请函发给了全国工商联的会员企业。

红丝带基金的工作人员孙凤仙认为,工商联的会员企业对基金的熟悉和认可度较高,企业家参与的积极性也比较高。如果贸然将邀请函发给其他企业,效果则很难预料,“只能通过这些会员企业家再带动他们身边的朋友,来扩大这个范围”。

“这就是一个对口资源的问题。你能让哪些人来拍你的东西,哪些人来接你的盘,在活动举办之前心里应该是有数的。”对此,某公益领域媒体人分析。

2011年10月28日,北京香港马会会所举办慈善晚宴,共筹集款项608万元,买家均是马会会员。北京香港马会会所是香港赛马会在香港本埠之外的第一家会所,2008年亮相京城。香港赛马会在成立之初就确定了自己是非营利机构的宗旨,每年捐出10亿港元用于慈善。而北京香港马会会所显然沿袭了香港赛马会的慈善传统,从2008年9月20日第一届慈善晚宴开始,已经举办了四届慈善拍卖晚宴。

作为一家顶级私人俱乐部,马会的慈善晚宴只邀请俱乐部会员。

事实上,一些资源丰富的慈善拍卖活动已依然变成了具有一定高度的平台,一张某高端慈善夜的邀请函也已然成为了身份的象征。

卖什么

有了买家,还需有“货源”。对于小型或者草根的慈善拍卖活动来讲,这可能并不是一个大问题,受助儿童的一幅画、志愿者的一件手工艺品都可以拿来拍卖。但对于那些大型或者高端的拍卖会来说,拍品则是主办方在活动举办之前最需要花费人力、精力准备的。

此前提到的“水墨丹青绘大爱”慈善义捐竞买活动,最后筹集善款403万元。成交了包括书画、紫砂、红木、玉石作品近百件。

该活动的执行秘书长顾学谦告



2011年马会慈善晚宴的红酒拍卖筹款608万元,用于救助先心病儿童

诉记者,这些拍品主要依靠工商联会员企业面向全社会征集,以字画和艺术品为主。此外,也会有一些针对性的推荐,机构会根据推荐联系艺术家,争取获得支持。“有一个凉山的画家,我们联系以后,了解到我们的帮扶对象是凉山孤儿,就特别热心地捐赠了他的两幅作品。”

顾学谦介绍,对于红丝带基金来讲,拍品以捐赠为主,不需要付出成本。去年流拍或其他原因留下来的作品,会到今年继续拍卖或根据作者意愿做出相应处理。

而北京香港马会会所的慈善拍卖拍品则以“红酒”为主,均是顶级佳酿。马会晚宴筹办的相关负责人对《公益时报》记者表示,马会会员是一个强大的红酒消费群体,与法国各大酒庄的联系都很深入,所以在拍品来源和品质上很有保证。

2008年,马会选择与玛歌酒庄合作,该酒庄捐赠了7款红酒给马会以供拍卖。此后三年,马会不断扩大拍品的供应范围,2011年,波尔六大酒庄庄主现身拍卖会现场。2009年以后的拍品则是马会通过一个很低的价格从酒庄购入,远低于市场交易价格,所以在拍卖时只要能保证拍到一个市场正常价格就会有盈余。这部分盈余就是马会捐赠出来做慈善的部分。

而对于艺术品拍卖,马会相关负责人则建议,主办方不应该付出拍品成本。“艺术品评估下来是有风险的,还是应该尽量联系艺术家捐赠,来消除成本风险。”

在拍品的选择上,马会一直强调品质。拍品一定都是在中国市场很难买到的顶级红酒,否则买家会觉得拍到手很没意思。来拍卖的人都很懂酒,所以即便是慈善拍卖,买家也很在意酒的质量,会在心里有一个衡量,谨慎地出手,来保证物有所值。

所以,在马会的拍卖会现场,常出现这样一种微妙的氛围:市值是18万的酒,拍到20万左右便很少有人再加价。而实际上,甚至出现过成交价格略低于市场价格的情况。显然买者都是行家。

“这种拍卖活动实际上是几方

这些已经不能吸引大家,必须是限量款、金色、鳄鱼皮之类。”一位补充说。

怎么卖

当然,有了“货源”,下一步就是怎么摆货、怎么卖货。

对此,拍卖会除了要保证拍品品质外,还可以通过一些特定主题的设计来提升拍卖会档次。“2009年,建国60周年,马会这一年拍卖的红酒均是1949年生产的。这对于某些人来说很有意义,拍一瓶酒放在家里,在某个重要的场合把它打开,酒里面蕴含着故事。”马会相关负责人说。

而对于品质不是很高的拍品,贺俐宾则认为,活动前期的策划非常关键。贺俐宾是中贸圣佳国际拍卖有限公司首席拍卖师,主持过多次慈善拍卖活动。“一次拍卖会上有这样的环节,一件拍品的价格已经达到瓶颈,这时,邓亚萍亲自上台现场将签名球拍作为这件拍品的附加赠品。最后这件东西拍出了一个很高的价格。当然,邓亚萍上台的环节就是提前策划的。”他坦言如果单独拍出这两件拍品,价格绝不可能达到这样的高度。

除此之外,贺俐宾还认为,晚会现场的许多细节设计也关系到拍卖效果。“如何安排座次、将什么样的拍品放到最先或者最后,在哪个环节穿插文艺表演,甚至拍品目录和宣传手册的摆放等等都非常重要。”他告诉记者,细节的巧妙设计会帮助主办方发掘并调动更多的潜在买家。“而对于一些艺术品来说,展览区的灯光设计都可能影响拍品的最后价格。”

有过一年举办慈善拍卖活动经验的孙凤仙则强调,在持续举办的拍



“2012中国慈善排行榜”颁奖典礼上,范冰冰获得年度公益明星奖,当晚她将自己的夏纳“仙鹤袍”拍卖,为自己投入的慈善项目“爱里的心”募得100万元人民币,用来救助先心病患儿

卖活动中,一定要根据此前的拍卖效果及时调整本年预案。“去年的拍品数量很多,拍卖的时间特别长,几乎持续了一个下午,很影响企业家参与的热情度,今年就会压缩时间,降低拍品数量,提高拍品质量。”另外,孙凤仙还表示,去年紫砂壶的拍卖比较顺利,今年则会重点考虑多争取一些这方面的捐赠。

据了解,在中华红丝带基金2011年的竞买成交作品中,由上海紫壶锦礼品贸易有限公司董事长赵小蝶女士捐赠的十六把紫砂壶受到追捧,最终以五十七万元的价格成交。

“适当增加一些现场其他环节的设计,比如穿插一些明星出场,受助人表演之类的,让氛围轻松一些。”孙凤仙补充道。

拍卖师的角色

慈善拍卖就是一个操盘手将各方资源整合聚拢的过程。而拍卖本身,则更像是一场接力赛。准备拍品、邀请嘉宾、活动现场、起拍,每一个环节都是接力跑中的一棒。无疑,拍卖师跑的就是最后一棒,起着冲刺的关键作用。

贺俐宾认为,拍卖师需要有良好的语言能力、反应能力和控制全场的能力。控制全场的能力包括关注全场的每一位买家,确认重点买家的位置,区别不同手势的意思。“比如,有些人举手是表示对价格认可,而有些人举手是表示要追加,这些都需要拍卖师在现场即时判断。”

而孙凤仙则建议,拍卖师可以适当打破普通拍卖会的规则:“不用那么严肃,多说点话,鼓动一下气氛,别

上来就两万、四万、八万结束了。因为专业的拍卖师规定不可以过多讲话,一旦喊几次之后就必须落锤。”

马会相关负责人也认为,小范围的慈善拍卖活动更像是一场老朋友聚会。“在这样一个热闹、自在、放松的氛围里,拍卖师甚至可以插科打诨,让氛围更活跃一些,特别严肃的拍卖师反而不适合主持慈善拍卖。比如我遇到一个拍卖师,他在几次报价以后开玩笑,说张先生你就要放弃了么?你要被女士吓到了么?这样就很有意思,大家听起来也很开心,氛围就又上来了。”

托底和催款

虽然拍卖师在现场起到了关键作用,为了保证现场效果,活动之前主办方一定要与买方沟通。“一般在拍卖会正式举办之前,主办方都会做这个工作,甚至会找到一些熟悉的客户托底,来防止拍品流拍。拍卖会现场拍场会特别难看。”一位慈善晚宴的运作者如是说。

马会的慈善晚宴范围很小,只针对会员,五六十个人左右。“马会的会员服务部对这些会员的情况都很了解,谁爱喝酒,谁不爱喝酒,谁爱什么样的酒,工作人员心里都有数。而在拍卖之前,这些酒的资料就已经发到会员手上,一共那么几组拍品,谁冲哪款酒来的,拍卖之前就有了大概的掌握。”马会相关负责人说。

马会并不担心流拍现象的发生,因为除了酒以外,买家还将得到更多超值的服:“实际上买家是非常划算的,红酒的进关、报税一系列手续办起来很繁琐,马会日常有偻向会员提供这些服务,但在慈善拍卖会上,这些服务都是附赠的。”

到此为止,一场拍卖会看似结束。而实际上,拍卖会的结束并不意味着拍卖活动的正式终止,还有更为重要的环节留给主办方——催款。“比较大规模的拍卖不能立即拨款,一般都是购买方现场在协议上签字,之后再走账。如果购买方是企业,那么企业内部审批、拨款都需要一定的流程,信誉好的买方到账的速度就比较快,信誉差一点的可能就会一直拖。”某慈善晚宴运作者这样告诉记者,有些买方在拍卖会现场情绪受到鼓舞,事后冷静下来并不情愿支付,半年一年不到账的情况时有发生。

孙凤仙也表示,由于各种原因,拍卖款的到账时间参差不齐,机构的工作人员陆陆续续地催了几个月。她告诉记者,今年,机构将吸取上一年的教训,在企业家现场签订的拍卖协议里会把到账时间标注清楚。

但催款这种事情在马会绝对不会发生,因为会员们大都是现场刷卡完成交易。“会员在入会时都经过财务和个人诚信的调查,他们有这样的实力。并且也都很好面子,刷卡付账上不会啰嗦。”马会相关负责人说。



芭莎慈善夜是众多慈善晚宴中星光最闪耀的,也是一场汇聚众多明星的时尚秀

部分慈善晚宴介绍



- List of charity events including: 芭莎明星慈善夜, 嫣然天使慈善晚宴, 中国慈善排行榜之“善行天下 慈善大典”, 北京香港马会会所慈善晚宴, etc.