

对话比尔及梅琳达·盖茨基金会李一诺：

我们的价值是传递中国与世界间的慈善能量

■ 本报记者 闫冰

当李一诺坐在你面前,你可能不会将她与盖茨基金会中国区新掌门、三个孩子的妈妈、18万粉丝的微信公众号博主等一系列身份标签联系在一起。

当她开始说话,明朗的笑容、极快的语速、理性的思维方式,这一切又会让你确定,这是个职场“女汉子”。当她谈起和孩子的相处之道,谈起要改一改盖茨基金会在别人眼中有点严肃的形象时,你又会不禁好奇,她将会给基金会带来哪些意想不到的改变。

先前就职于麦肯锡,如今完全跨入公益领域,在周围的朋友看来,李一诺的决定有点大胆,可在她自己看来,盖茨基金会做的事情自有它的魅力。

“在麦肯锡工作多年,最吸引我的地方,也是工作的最终核心,就是发现问题,再去解决一个个问题,只不过那个时候解决的每一个问题是对客户产生意义,而基金会其实也是在解决问题,但解决的是更大的、着眼全球的问题。”李一诺坦言,这样的挑战让她更有斗志。

比尔·盖茨全职做公益后对基金会的事情特别上心,将基金会中国区的接力棒交给李一诺这种事,他当然不会袖手旁观。他面试了李一诺。

说起这个面试,李一诺觉得倒更像是一次畅谈,一次头脑风暴。原本45分钟的见面,最后聊了2个小时。“他对中国非常感兴趣,也知道中国越来越强大,可都是很宏观的,我给他讲了中国的80后、90后们也有一颗公益心,如何能把这部分力量吸引过来,最终塑造中国各个阶层的慈善文化、捐赠文化,他很感兴趣。”李一诺关于社会化媒体的打造和运用、关于更有趣和创新的项目设计,让盖茨觉得很新鲜。

面对熟悉的领域、全新的伙伴,李一诺更愿意将这样一群人称为“现实的理想主义者”,能看到问题,也有热情和理性去一步步解决问题。不论是中国的公益能量之于世界,还是世界的公益资源之于中国,都需要基金会在中间扮演好纽带的作用,发挥更大的价值。

《公益时报》:盖茨基金会致力于公共领域的问题解决,比如医疗、农业、消除贫困等,在美国,他们是怎样定位自己和政府关系的?

李一诺:其实我们的社会按宏观的属性层面划分,可以分为

私营领域(盈利性企业)、公共领域(政府和政府举办的组织),和社会领域(除去以上两类之外的,公益组织是其中的一个重要部分)。各个领域都有其擅长和不擅长的方面,有能解决和不能解决的问题。我在和盖茨见面时他曾给我讲过一个例子,比如当年疟疾问题的卫生医药研究是由美国军方出资支持的,但是后来由于各种考量就不再支持了,这个时候出现一个难题:疟疾是不是影响人类的一个严重问题,答案是毫无疑问的,但是解决这个问题对盈利性企业来讲没有足够利益,对政府来说可能暂时不是他们最关心的,那怎么办?

盖茨觉得基金会就是去弥补私营和政府的能力局限,解决关乎更多人的重要问题。再比如现在盖茨基金会是WHO的第二大资助方,仅次于美国政府。当然基金会作为社会组织也有能力局限,这就需要私营、政府和社会组织合作,互相弥补局限。

《公益时报》:刚才你提到和盖茨的谈话,他怎样看待中国公益目前的发展以及中国公益力量之于世界的价值?

李一诺:那次很有趣的是我们约了45分钟的见面,但其实最后聊了2个小时,他在说他对中国看法,然后我也说了很多自己的想法。比如基金会在中国的品牌影响力其实需要做得更好,可能走在大街上问一个人,他们都知道比尔·盖茨是一个有钱人,做了一些好事,但是再问盖茨的慈善基金会做了什么呢,他们就知道了。盖茨自己做公益并不是追求名声,但其实基金会是需要一个品牌影响力的塑造的,这也是为了体现它的倡导价值,尤其是覆盖不同的阶层,通过让他们的知晓、参与,来传播正能量。

他是一个很睿智的人,他一直知道中国在发展、中国很重要,中国已经在研发、创新方面承担了越来越多的工作,也给他很多惊喜。可这些都是宏观层面的,我问他,你知道中国的80、90后其实很关注公益吗?甚至文艺女青年也非常关注公益。他说哦,真的没有想过。

我这里有一组数据,能说明中国年轻人的潜力:在腾讯网上捐款平台(乐捐和月捐)上捐款的人当中,79%为15~29岁,12%为30~35岁。这说明中国年轻一代是非常有



人物档案

李一诺,毕业于清华大学生物系,并在美国加州大学洛杉矶分校取得分子生物学博士学位。此前就职于麦肯锡公司并曾调任北京办公室,曾多年担任医疗产业领域的联席领导人,并负责社会与全球公共卫生领域的工作,包括领导中国医疗改革相关的咨询项目等。2015年6月,李一诺新任比尔及梅琳达·盖茨基金会北京代表处首席代表。

公益心的,如果能给他们一个正确的引导,那将是一股巨大能量。而且并不一定要等你有能力了、有钱了再去做公益。做公益和关心社会问题和个人成长,职场成熟,创业都不矛盾,反而是相辅相成的,它能让你从更高的层面,更大的局面看问题,看自己。

《公益时报》:说到吸引年轻人,你自己也有一个微信公号,吸引了大批读者,有什么秘诀吗?

李一诺:讲好故事。奴隶社会的阅读量比基金会的还多,这是为什么呢?我想了想,发现一个问题,就是公益组织不会讲故事,缺乏好故事。

我也关注了很多公益领域的报道,可是我发现他们不受欢迎,因为他们讲的故事不好听,你我都会关注时尚、八卦、心灵鸡汤,我们就是读者,读者不是圣人,都喜欢看好玩儿有趣的东西。而且还有一个有意思的心理,看到一篇文章你为什么转发?其实大家的心理很简单,内容好,我转发了才能显出我的好品味,不然转发了会觉得很丢人。

《公益时报》:你会如何利用自己对社会化媒体的经验,打造盖茨基金会在中国的品牌?

李一诺:年初的时候,盖茨在2015年年信中提到了“全球公民”的概念,他称那些愿意帮助世界上最贫穷地区居民改善生活的人为

“全球公民”,并借助他的年信开启了一场召集成百上千万“全球公民”的行动。成为“全球公民”并不意味着你要奉献一生来帮助穷人,但的确意味着你要去关注具有全球意义的问题。你会偶尔花上几分钟的时间去了解比你处境更差的人的生活,你愿意将同情心付诸实践,去提升公众认知,或是做名志愿者贡献自己的时间,或捐一点钱。“全球公民”越多,他们的行动越积极有效,我们的世界就会取得越大的进步。

我们希望利用社会化媒体的力量激励大家,特别是年轻人,成为全球公民的一员,积极关注各种公共卫生和发展领域的挑战,并力所能及地采取行动,为应对这些挑战出一份力。当然这是一个有点漫长的过程。

《公益时报》:刚才还提到了盖茨基金会越来越重视中国在公益领域的创新和价值,中国公益与发达国家相比,遇到的机遇和挑战在哪里?

李一诺:目前中国的财富阶层中,部分个人财富得到迅速积累,中国拥有全球第二多的亿万富翁,仅次于美国,庆幸的是他们开始投身慈善,捐赠潜力巨大。另外一个积极的方向,是中国慈善立法进程的推进、相关政策的制订、新型社交媒体技术的应用普及,以及第一代财富创造者企业家精神的发扬和传承,给慈善发展提供了前所未

有的历史机遇。中国是很有潜力和希望,在慈善领域开创独具特色的慈善发展新模式,引领世界的。

但是仅仅靠富豪捐赠是不够的,中国的慈善捐赠文化还有待进一步培育,比如有一个粗略的数据比例,中国仅有11%的人进行慈善捐赠,而美国这一比例是64%,目前捐赠总额在GDP中的占比还远低于美国等捐赠文化比较成熟的市场。

《公益时报》:作为新任掌舵人,你对盖茨基金会未来一年、三年甚至更远的规划,有什么考虑和想法?

李一诺:中国在扶贫减贫和改善人民健康水平方面取得了巨大成就和经验,而且中国在健康和农业领域已经展现出创新实力和低成本制造优势,比如乙脑疫苗、澳柯玛 Arktek 疫苗冷藏设备、绿色超级稻。这些对更落后国家是有相当大的借鉴意义的。

我们希望基金会做一个桥梁,一方面,在中国要继续帮助应对国内公共卫生挑战,如结核病和艾滋病防控、控烟等,要从国际引入更多资源帮助中国打造慈善文化。

另一方面,也是更重要的,致力于成为中国在推动全球发展方面的合作伙伴,让中国在承担大国责任方面展现意愿和实力,促进中国的公共和私营部门伙伴发挥资源、技术和政策优势,帮助其他发展中国家解决卫生和发展挑战。

“虽然过去三十年中国发生了天翻地覆的变化,但其实这个变化才刚刚开始,我们能在这样一个微妙的时刻去做一些推动改变的事情,能有一个机会成为描绘未来的一分子,是非常有吸引力的。”

”