

公益应该成为机构的核心竞争力之一

在2016中国公益年会的沙龙论坛上,部分2016年度公益人物、公益企业代表进行了分享与探讨。作为来自不同机构的公益践行者,他们的公益项目涉及的领域各不相同,规模大小不一,但都有着的一颗坚定的公益之心。他们共同呼吁,不论什么类型的机构,慈善都应该是机构的核心竞争力之一;他们期望,通过公益项目的实施,把爱奉献给需要的人,同时吸引更多人加入公益事业的行列中。

中脉道和公益基金会理事长张建伦:

中脉公益基金会的宗旨就是“一老一小一发展”。现在做主要项目,一个是朝阳计划,给贫困地区和学校建2000所医务室,时间五年。第二个是孩子安全守护行动。第三个项目是推行校园文化建设。第四个是跟中国医学科学院健康科普研究中心合作的“我·爱我女性健康工程”。2016年我们感觉最有意义的就是把爱奉献给需要的人。

壹起捐、钢丝善行团创始人钢子:

慈善可以做得更容易,我们善行团队发起“一起捐”,用每人每天一块钱的方式帮助别人。当我们救一个人的时候,不是一个慈善家救了一个人,是大家帮助了他,是大众的力量,是平民慈善。加入善行团,你可以有很多朋友。用大众的力量关注和温暖别人,普通人都可以为国家、为这个社会、为公益贡献一丝力量。一丝奉献的精神、一丝善良,

团结起来就是力量。

NU SKIN如新大中华品牌传播副总裁盛子人:

传递善的力量是我们公司的一个使命。2008年设立中华儿童心脏病基金救助患病儿童至今,已经形成一个从手术、筛查、志愿者到培训等的非常好的机制。去年帮助了超过5500位小朋友获得心脏病的救治。公司还推动我们的行政员工、公司的伙伴拿出钱来参与,七八年的时间募集超过七千万的善款。我们希望能够做得最好,帮助带动更多的人。希望通过人的连接、人的串联、人的改变让我们这个世界变得更美好,让个人都能够建设更好的自己。

江西中顺投资集团有限公司董事长、江西省政协委员宗赣生:

我们企业专门资助少年儿童。我们捐助了300多个孩子,其中读小学的有100个。这个钱是打到他个人交学费,而且对每个孩子的学习都有联系和监管支持。三年前在江西,我们资助了1500万元,建设了共青儿童村。2016年企业又涉及养老和社会停车这两个项目。

百胜中国公共事务资深经理张晓文:

在慈善事业方面,我们特别引以自豪的是一元捐的项目。这个项目最大优势是利用百胜旗下遍布全国的七千多家餐厅渠道优势,去年七八月份在餐厅发起两周一元捐活动,邀请顾客参与到一元捐中来。专业机构的评估显示,这些项目真真切切帮到



了贫困山区的孩子们。这个项目坚持了九年,筹集累计善款1.5亿,有1亿消费者走到百胜旗下餐厅参与募捐,为贫困山区孩子们赠送了三千万份营养加餐,40多万孩子从中受益。

建设银行公共关系与企业文化部处长王强:

近20年来,中国建设银行在公益道路上其实有了很多的探索和实践,做了大小一百多个公益项目,同时捐赠了8亿多善款。母亲健康快车、中国建设银行贫困高中生成长计划等是我们近些年来着力打造的企业公益品牌。母亲健康快车已经持续开展了6年,投入了3700万元,有247辆健康快车在贫困乡县投入使用,60多万人次贫困妇

女受益。中国建设银行贫困高中生成长计划从2007年开始已经持续9年捐赠1.3亿,8.4万人接受了捐赠,6万个学生考上了大学。我们还希望发挥企业的力量,让更多的人参与。

北京师范大学教育基金会秘书长张吾龙:

目前我们有700多个项目得到了基金会或者是慈善人士的支持。人才培养现有体制和机制的改变,需要公益善才来引领,光靠体制内的钱改变不了。2016年,我们有一个2030中国乡村学校计划,想提升乡村学校整体的水平。我们请到管理学大师帮助提升校长的观念,通过管理学和教育学的系统思维的变革来提升老师或者校长对办学

的理念以及创新的动力。

中社战略慈善培育基金发起人、常务副主任兼秘书长李明:

2016年最有意义一件事就是发起成立了中社社会工作发展基金会战略慈善培育基金,成立的初衷是因为,在中国目前整个捐赠里面,企业捐赠占7成以上,是捐赠主体力量。而且有捐赠行为的企业,也面临着捐赠持续性的问题。希望通过工作的开展,一方面能够提升企业家社会使命感,另一方面也希望帮助更多的企业家从战略层面开展公益慈善事业,帮助企业找到一条能够实现社会效益和经济效益共赢的道路。让慈善成为构筑企业核心竞争力的重要元素之一。



长江商学院EMBA项目副院长、市场营销学教授、品牌研究中心主任朱睿:

最好的公益是用商业模式做公益

我对公益的所有理解,概括而言就一句话:最好的公益是用商业模式做公益。做企业的人经常提一句话,优化投资回报率,但做公益的人很少提这句话,因为善心第一重要。但我觉得,公益其实恰恰应该谈这句话。

如果我们关注世界顶级基金会的话,关注做得非常优秀的基金会的话就会发现,他们有非常严格的衡量标准,为的是可以持续。

第一,找到自己的竞争优势。到底善于做什么?而不仅仅是爱做什么。因为如果所有的企业,所有的基金会,都是因为别人在做某一件事情所以去做一件事情的话,永远没法发挥出最大的效能。像腾讯做99公益日是有基

因的。因为他的DNA是连接。只有这样的组织才能在一天之内连接那么多人,筹到那么多善款。像可口可乐,做水资源的处理是有基因的。因为他们本身的商业就建立在优质水基础之上。

所以,找到自己的竞争优势,找到自己之所长,再以此基础做公益,这是实现最大回报率很重要的前提。

第二,合作。在公益领域,竞争是第二位的,甚至是不重要的。而合作往往更重要。如何调动多方资源,真正做到事半功倍,我想这是非常大的目的。

第三,可持续性发展。一个好的公益项目,一个好的企业的可持续发展,一定是可持续的。如果公益组织不能挣钱,如果企业因为做CSR不能得到更好利润,那么这个公益项目是没法持续的。所以优化投资回报率非常重要。

2015年,联合国协同193个会员国一起发起17项可持续发展目标,从消除贫穷、缩小差距到负责任的消费生产等,这实

际上是为全世界未来十五年制定一个17项的全球发展目标。主要针对发展中国家,强调的是政府、非营利组织和企业的结合。这里很重要的一点是发挥企业的商业作用,用企业的商业模式来解决社会问题。

如何用商业模式做公益,和大家分享一个组织——ARZU。ARZU的创始人是一位非常有能力的女性,之前是高盛全球合伙人中唯一一位女性。9.11时她选择辞职。为什么辞职?她当时46岁,辞职时说:这一刻突然觉得我应该干点真正有意义的事情。辞职之后她创建了这个组织,主要是为了帮助阿富汗女性提高她们的地位。她通过在当地建厂生产地毯,直接卖到美国市场。很高一部分的利润反馈给阿富汗的市场,所以雇佣员工时提出工资非常高,但前提是只雇佣女性员工。

当地很多家庭希望他们家庭的女性到这个工厂来上班,但是ARZU提出来,如果想让家庭女性到这里来上班,家里必须答

应三个条件:第一个条件是要允许家里的孩子,不管是男孩还是女孩,来上学,来接受教育;第二,让成年女性有自己的自由,她们可以自由出入,行走,参加活动;第三,所有的员工要上学,认字。而且怀孕期间要去就诊,保证怀孕的质量。只有家庭的男性答应这个条件,家庭里的女性才可以到这个企业来上班。

经过几年努力,ARZU在阿富汗有600个员工,这里面包括做运营、编织等。其中的数字值得一提:ARZU全部的女性员工都是识字的,这在阿富汗当地非常少见;将近20%的员工将她的一名孩子送入大学,这是不可思议的事情;这些编织工的收入比阿富汗人的平均收入(包括男性和女性)高出68%;55%的员工家里已经拥有了自己的住宅,其中有两家甚至买了私家车。

ARZU在阿富汗语里的意思是“希望”。真正好的公益,尤其是用商业的模式做公益一定可以给大家以希望,而且是授人

以渔的希望,是能帮助这些需要帮助的人,有一天能够独立起来不再需要你的帮助。

我所在的长江商学院也做了一个非常有意义的创新活动,以此践行我们用商业做公益的理念,就是善果枸杞。戈壁瓜州有非常好的枸杞,但是没有资源,没有品牌。我们在校友中发出呼吁,帮助他们设计品牌,设计包装。然后在我们的校友平台发起认购,推向更多电商平台。两年之内我们帮助当地枸杞销售是300多万,最重要的是人均收入增加了863元,对当地居民来说这是35%的工资增长。当然这个模式也在复制。

我是心理学专业出身的,最后还想以心理学里我们经常说的一句话来结尾:我们发现同样一块钱,当你花在别人身上的时候,给你带来的快乐要大于它花在你自己身上的时候。当我们能成就他人,而且是用非常智慧的方式成就他人的同时,也可以帮助我们成就自己。