

广东省日慈公益基金会秘书长

曹原:冷门基金会的生存法则

■ 本报记者 菅宇正

“基金会本身不能向任何服务对象收取费用,而行政支出一直以来都是基金会头疼的问题。我们准备今年在上海注册一家社会服务组织,工作人员基本上都来自于基金会,将基金会的服务通过社会服务组织有偿地提供给社会上有需求、有能力购买的个人、组织或企业,获得的收益将全部用作员工的薪资福利发放以及基金会项目的发展。一方面拓宽我们的服务对象,另一方面也为降低基金会的行政支出比例减去一个很大的‘包袱’。”日前,广东省日慈公益基金会秘书长曹原向《公益时报》记者说道。

广东省日慈公益基金会(以下简称“日慈基金会”)成立于2013年12月31日,致力于关注青少年心智发展与心灵成长。成立3年多以来,基金会开展的项目有心灵魔法学院、教师支持中心、心益计划、亲子魔法盒、慧心助学等,这当中有的项目完全面向贫困地区的青少年,有的则面对当下社会公众。

“亲子魔法盒是基于美国正面管教理念设计的产品,帮助家长更好地管控情绪,降低家长在孩子成长中对孩子造成的心理伤害。这在当下快节奏的社会中,是很多家庭都需要的,并不单单是偏远贫困地区的家庭。”曹原说道,“还有对教师心理进行辅导的教师支持中心,我们也有完整的心理辅导课程,可以面向除教师之外的企业员工、白领等群体。”

此前,由于基金会成立时间不长,项目开展范围不大,自身还在不断完善当中,对于项目发展方向,日慈基金会并没有清楚的计划。据日慈基金会年报显示,其2014年和2015年公益支出分别是63.23万元和81.81万元。“这两年,支出费用基本上都用在了项目的前期设计和研发中,数额不大。”曹原说道。

随着项目的逐渐实施以及范围的逐渐扩大,项目投入也随之增多,工作人员需要增加。面对这样的情况,如何保障基金会自身良性循环成了一个新课题。“我们的项目,其实有的受众面很广,社会上许多人都需要。为有需求、有能力购买的人提供服务,收取一定费用,不但可以扩大项目的影响力,还可以实现一部分收益。”曹原说,“基金会本身是不能向服务对象收取费用的,因此,我们准备今年在上海注册一家社会服务组织,人员还是以基金会的人员为主,通过为家庭亲子以及为企业、学校等群体提供相应服务,收益将全部用于基金会工作人员的薪资福利发放以及项目发展,这样就可以减去基金会很大一个‘包袱’。”

据了解,日慈基金会已经开始着手成立社会服务组织。

个人出资的基金会

2015年正式担任日慈基金会秘书长的曹原,也曾按照父母的意愿进入咨询公司工作。“不适合自己”、“我喜欢公益”,这是曹原在企业工作后的自我总结。

他也曾自己注册成立了一家草根NGO。“草根NGO,最大的问题就是资金短缺;筹集资金意味着人手的投入,而机构本身人手就捉襟见肘,必然导致设计、执行项目受到影响;项目执行不好又会直接影响资金的筹集情况。这就是目前我们很多草根NGO无法发展的原因。而运作一家非公募基金会,资金来源相对固定,只需考虑如何将项目设计得更好,运作得更合理。”曹原说道。

日慈基金会原始注册资金300万,全部由基金会理事长曲江亭个人出资,而曲江亭的另一个身份,是上海日播投资控股有限公司和日播时尚集团股份有限公司的董事。谈及基金会的性质,曹原说道:“日慈基金会就是一个由个人出资成立的非公募基金会,虽然发起人具有企业背景,但基金会本身作为独立法人,内部决策以及项目执行并不受制于企业,只是在项目运作当中,会与企业进行合作。”

年初提交预算,年末根据实际费用支出再由理事会注资,作为基金会捐赠收入,也保证年检顺利通过,这是日慈基金会的实际情况。

网络筹款意在传播

2014年,日慈基金会捐赠收入为67.34万元,2015年为121.72万元,基本上都是曲江亭个人出资,并未进行其他筹款。2016年,日慈基金会第一次参与腾讯“99公益日”,试水互联网筹款,与3家公募基金会合作,筹集资金90万元。除此之外,基金会还拿出了100万元投资货币基金,“收益不高,七万到八万的样子,收益高的理财产品风险也大,我们得慎重考虑”。

2016年全年,基金会累计筹集资金240万元。对此,曹原说道:“项目逐渐增多,范围扩大,需要的投入资金也越来越多,单纯地依靠创始人的资金也不是办法。”

而对于网络筹款的态度,曹原认为“是一种传播手段,但不是我们主要的筹款渠道”。

“90万筹款中,实际上来自社会公众的个人捐赠很少,主要是曲江亭通过发动其企业资源,包括企业员工、上下游供应商等



捐赠筹集的。”曹原说道,“这类公益项目,不同于救助类项目故事性强、需求明确、效果迅速而显著,给公众很强的认同感,它的社会认识度并不高,想要通过互联网筹款,短期内并不太现实。所以,参与互联网筹款,目前只能是作为一种传播手段,让公众看到这一类的公益项目,但不会是主要筹款手段。”

向资助型基金会靠拢

2017年,曹原预计全年基金会支出600万。

“我们希望能够把项目覆盖到更多的地区,让更多的人受益。而且作为公益行业中的冷门,我们希望能够帮助和我们愿景及使命相同的公益机构,给予他们资金支持,也让我们逐渐向‘资助型’基金会转变。”

600万的支出,也就意味着日慈基金会的捐赠收入不能少于600万。对于如何实现基金会捐赠收入的成倍增长。在现有基础上,除了成立社会服务组织外,曹原还计划举办慈善晚宴。

“我们将举办一场慈善晚宴,通过现场拍卖的形式筹集一部分资金。参与的人绝大多数都

是天使投资人,他们本身具有一定资金和社会影响力,这也是推广基金会自身的一个很好的渠道,‘影响那些具有影响力的人’会对我们有很好的帮助。”

社会服务组织与慈善晚宴,曹原计划依托这两项筹集330万资金。“如果有资金缺口,我们还是由理事会出资。”

不转型为公募基金会

去年《慈善法》颁布实施,其中最为重要的就是公募权的放开。而在曹原看来,他们并不会考虑转型成为公募基金会。

“转型成为公募基金会,目的在于公募权,希望面向社会筹款。显然我们对此需求并不高,因为即便获得公募权,就当下公众对于心智发展类公益项目的认可度,筹款也不会很理想。我们应该面向对儿童心理发展感兴趣的群体,比如母亲、教师等,或者与企业建立合作,寻求大额捐赠,逐渐让社会认识这一类公益项目。其次,转型成为公募基金会,无论在信息披露方面,还是基金会全年公益支出比例方面的要求,对我们而言都是不合适的。所以我们并不会转型。”

据基金会中心网显示,日慈基金会透明度得分为78.8分,在广东820家基金会中排名第21位。对于公开透明,曹原有自己的看法。

“公益的本质就是公共利益,因此,不论是公募基金会还是非公募基金会,都有对公众公开包括资金、项目运作等情况的义务。但是,对于不同的机构,不能在特定时期以相同的标准要求,这是不切实际的。因为在不同时期,不同的基金会自身能力是不同的。”曹原说道。

“日慈基金会目前全职工作人员7人,2名研发人员,1名行政人员,剩下的全部都负责项目,我们本身的人员非常有限。目前,我们要协调人员负责每年基金会的年检、评级、免税资质认定等一系列工作,目前按照相关规定把要求予以公开的信息主动披露,我们是非常尽力在做的。相对而言,成立早、发展迅速的大型基金会,人员相对完善,在这方面投入更多,主动披露的信息更完善,但不能因此而否定我们在这方面做的工作。所以,关于公开透明,不能一概而论,要客观地站在不同基金会的角度。”