

# 企业家的选择

赵冠军

财富正在以前所未有的方式和速度聚集。为什么企业家能够创造财富?如何为所有利益相关者创造价值?企业存在的意义是为了服务于社会的更大利益吗?企业家的选择是什么?

“企业家”一词是从法语中借来的,原意是指“冒险事业的经营者或组织者”。成功的企业家似乎普遍具有几个特征:市场精神,社会洞察力,整合社会资源,处理政商关系,达则兼济天下。

无论是在历史上的等级制度社会,还是在今天的市场竞争和进化法则中,为了保持持续和增长,对于财富拥有者或者企业家而言,慈善捐赠是一种做事方式,一个行为选择。不管对局势和前景抱有何种顾虑,企业家的捐赠行为一直保持着积极向上的姿态。

到底是什么激发了财富创造者们选择慈善的热情和智慧?

## 慈善的动机

《公益时报》社自2004年开始每年编制发布大额捐赠的统计榜单,16年以来共记录了2845位企业家和7223家企业的大额捐赠,曾提出“慈善不问动机、捐赠不问出处”的口号。

到底是因为有需要帮助的人就会有捐赠,还是因为先有了捐赠人而需要去寻找受助群体?一个人或者一家企业为什么要拿出私人财富去帮助他人?捐赠的动机是一种什么样的历史印记、价值追求和精神品质?

第一,在等级制度比较鲜明的传统社会中,财富拥有者为了追求荣誉并获得市场主导地位,基于政治影响力和政治投资进行捐赠。公元前594年,梭伦当选为雅典城邦的“执政兼仲裁”,通过改革将财富与担任公职的资格结合,提高了财富在社会中的影响力,当时的富人为了证明担任公职资格而踊跃承担公益事业。

第二,基于社团地位的捐赠,为社会团体捐赠以获得领导人职务或荣誉,提升企业和个人影响力。社会团体、行业协会等在人脉资源、信息渠道、宣传窗口、求助平台、话语权重等方面有特殊作用。

第三,在充分竞争的市场环境中,基于营销的捐赠。市场营销不断发生变革,一些策划团队寻求营销的差异化,通过对现代人生活模式的调查,以公益行动拉近关系,和消费者在价值观上寻求共鸣。

第四,基于理想主义实践的捐赠。有信仰、有追求的人,我们一般称之为理想主义者。绝对意义上的理想主义者,心目中存有人类思想意识中最美好的社会,通过捐赠实现个人对美好社会的憧憬。真正的理想主义者越多,社会也就越完善。

第五,基于同情心或者同理心的捐赠。同情心是人性的基石,同情他人的处境,理解他人的所感所思,让人脱离自利苟且的动物界。亚当·斯密的《道德情操论》提出,“人性=同情心”,同情心是一种自我发挥作用的强大力量,一种有力的动机。汶川地震引发的国民捐赠热潮,以及针对“玉石十元捐赠”的网络反驳,是非常生动的体现。

第六,基于血缘关系和乡村宗族、地缘关系的互助。中国传统社会的最大特征是宗族互助,以北宋范仲淹的义庄为滥觞,利用田租以赡族人。与历代王朝的



政府救助相比,宗族互助在直接性、效率性、广泛性、针对性和有效性等方面具有独特模式。

第七,影响力投资和兴办社会企业,或者说是基于慈善资本主义的捐赠。美国杂志《经济学人》将慈善资本主义一词带入人们的视线,是指新一代慈善家对于自己作为社会投资家的一种认同,慈善家将资本投入慈善事业,自行监管以求获得最高的社会投资回报率。

第八,基于宗教信仰的捐赠。宗教在社会中的一项重要功能就是影响信徒帮助他人,提供公益服务是宗教扩大影响、体现自身价值的最主要、最有效的途径之一。

第九,基于资产配置或者传承的考虑,以及对未来不确定环境的试探性选择。所有的竞争优势都是一时的,很多可持续优势来源于小概率事件。

管理思想家查尔斯·汉迪说:“人们要想生存,就需要吃饭,这是我们生存的一个限制条件,也是非常重要的一个因素,但没有人会生活的目的是吃饭。”

无论基于什么样的捐赠动机,最终都实现了帮助他人的终极目标,财富发挥了更大的社会价值。

## 伙伴的选择

任何时代,公权力都在支持经济和社会系统的有效进化方面长期发挥着重要的作用。在公益事业方面,公权力同样作为资源配置甚至是资源本身,扶持、推动、参与了其在当代的快速发展。从捐赠流向来看,长期以来,

大量企业家和企业曾选择直接捐赠给中央和国家机关直属或者主管的社会组织。

强调社会分工是人类出现商品经济发展的基础。社会组织领导人强调公益的职业化、专业化和行业化,呼吁企业家和企业选择捐赠资金给社会组织去执行,以完成社会目标,践行社会组织的使命与责任。

我国现在社会组织分为社会团体、基金会和社会服务机构,其中基金会是公益事业的主要力量。从1981年成立第一家基金会以来,基金会在我国经历了从无到有、从监管到限制、从整顿到发展三个阶段。目前,活跃的基金会主要有以下五类运营模式:

第一,相对独立运行的基金会。按照机构使命和章程开展工作,接受登记机关的年检,组织人事、财务独立自主,职业团队根据社会问题设立公益项目,从面向企业募捐逐步转向公众募捐,通过信息公开接受捐赠人监督,项目设立和执行不受捐赠人直接影响。

第二,参照事业单位管理的基金会。有行政级别、事业编制,组织人事、行政等需主管单位审批,理事长一般由业务主管单位的领导人担任,与大型企业合作成立专项基金共同发起的公益项目,执行大额捐赠有政府或群团的系统优势。

第三,以公募权和名号品牌开展合作的基金会。除了核心负责人和行政、财务部门,机构运营主要依赖外部力量,包括媒体人、社会筹款人、公关公司等,以

合作设立专项基金的方式授权运营。理事长一般由业务主管单位的离退休干部担任,捐赠人很容易混淆这类基金会与行政机关、事业单位。

第四,股份公司捐资成立的基金会。大部分作为企业部门存在,专职人员人事任命、薪酬待遇等来自企业,以资助和提供平台服务为主,按照企业的战略部署开展工作。

第五,企业家或捐赠人独自设立的基金会。这类组织资金来自于个人捐赠,即便捐赠人是企业家,机构的运转也与企业毫无关联,聘用专职人员,既资助其他机构也独立做项目,有大额原始基金或持有公司股票、股权等。

当前,机构注册的增量则主要是企业和个人捐赠成立的基金会。越来越年轻的企业家和企业开始更多选择独立成立基金会。

## 公益的未来

中共十九届四中全会审议通过了《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》,明确指出重视发挥第三次分配作用、发展慈善等社会公益事业。

如何创造更加美好的未来?社会的稳定进步将更有利于谁的利益?马克思讲过,人们自己创造自己的历史,但是他们并不是随心所欲地创造,并不是在他们自己选定的条件下创造,而是在直接碰到的、既定的、从过去承继下来的条件下创造。

时下,中国企业家的捐赠选

择正在发生变化。改革开放以来的第一批企业家,习惯通过政府和群团发起的机构进行捐赠,既响应党和政府的号召,也能得到机构品牌和影响力、领导人职位等。现在新一代企业家和新富阶层,很年轻就获得巨额财富,接受现代教育,除了商业上的成功,更愿意独立捐赠成立基金会并亲力亲为,寄希望于在商业之外同样获得成功。

此外,作为第三部门存在的社会组织发展路在何方?首先,反腐成为新常态,政商关系更为清晰;其次,事业单位改革推进,作为事业单位存在的基金会会发生变化;第三,要求与业务主管单位脱钩的社会组织越来越多;第四,政策严格限制公职人员和离退休干部社会兼职;第五,信息社会来临,虚张声势的机构将减少影响;第六,监管不断加强,浑水摸鱼的机会主义者将被清场。

互联网作为工具和社交平台,为慈善捐赠提供了方便快捷和透明度,但是,如何激发社会整体的公益行为,还有很长的路要走。作为依托政府部门或者群团组织、社会人士发起的传统公募基金会,如何能够利用系统优势保持活力、继续与大企业开展合作,如何提升能力、实现稳定和有效的公众筹资渠道,既是挑战,也有机遇,这要靠机构持续的影响力、公信力,特别是职业团队的锻造,绝不可能单纯依靠网络的杠杆,同样像企业家做企业一样,有市场精神、洞察力和整合资源的能力,有长远的规划。

独立于政府财政预算、企业运营、私人拥有的公共财富正在增加,企业家的选择正在推动这一改变。公益事业要发展,同样需要造血能力,同样需要资产,同样需要持续的影响力。未来私人财产捐赠成立的基金会将会越来越多,他们将企业管理的经验 and 思想带入社会领域,这些获得了优质人才、大额捐赠、公司股票等大量资产的基金会,有充足的资金保证机构能够持续对某一问题进行关注而获得长足发展,也必将推动基金会组织不断革新。还有一种做法,类似于Facebook的CEO扎克伯格捐出99%的公司股份,他没有创建基金会,而是注册了一家以慈善为业务的公司,同样是一笔独立于商业之外的财富以实现社会公共目标。

任何组织或者事业都将面临两个基本挑战,一个是面对今天的挑战,一个是应对未来的挑战。

新时代,社会在进步,需求不断在变化,公益的未来更加清晰。捐赠既是价值伦理,更是社会行为,如何在中国情境下持续激发慈善的动机,无论是从宏观层面还是从具体操作层面,都需要不断优化的制度安排,这是留给发展改革者的重要的、现实的课题。

(本文作者系公益时报总编辑)