

企业如何参与公益慈善事业？做公益如何可持续？

产品名称	企业如何参与公益慈善事业？做公益如何可持续？
公司名称	北京首税会计服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区十里河新华国际广场D座913室
联系电话	18518660989

产品详情

企业如何参与公益？做公益如何可持续？

现在，越来越多的企业愿意积极主动去做公益慈善，这也是企业社会责任理念逐渐深入人心的体现。近些年来，随着脱贫攻坚与乡村振兴、健康中国、生态文明、共同富裕等国家重大战略的提出，更加迫切需要激发民间的活力，发挥公益慈善的作用。

在这一背景下，企业大有作为。问题是，企业如何开展公益慈善活动呢？

问字友言：

我曾经耳闻目睹过几个失败案例：有人去山村做公益，捐赠了很多鸡和猪，让他们搞养殖，但直接被老百姓吃了。还遇到过为了做公益，他从村民手里买鸡，但当这些鸡卖完了，村民会再从市场上买一些鸡回来，然后再卖给你，自己不去养了。

这些帮助并没有实质性带来什么变化，这也是公益慈善落地中经常遇到的问题。

这位问字提到的问题，其实是非常普遍的——传统的捐赠型慈善，由于缺乏被助人的责任与参与，贫困问题不仅没有有效解决，反而日益严重。这也是我前面提到“科学慈善”理论诞生的原因。

早在一百年前，卡耐基、洛克菲勒为代表的慈善家就提出了鲜明的慈善观点。卡耐基认为慈善应该“助人自助”，他在美国各地捐建图书馆；洛克菲勒是“重预防”，他主要是资助医疗领域的研究，捐建现代化的大学和医院；盖茨基金会则会为孕妇注射疫苗以降低新生儿死亡率，研发高收益、抗病虫的杂交香蕉等。

现代慈善最大的特点就是整合资源，精益求精，追求慈善效率，讲究以结果为导向。而企业参与其中，就要将企业的管理模式应用到公益行为之中，而不是简单的一捐了事。

企业家最重要的DNA就是创新，而我们公益慈善行业最缺的其实就是创新，需要企业家们管理的技能、创新的思维。未来中国也迫切需要一大批企业家、新富阶层的参与和推动，为中国公益领域注入源源不断的资源与智慧。

问字发言：

我们2019年在贵州一个少数民族村落建了一所希望小学，投入很高，建得也很漂亮，但再回去的时候，发现已经荒废了。企业的困惑是，我有意愿去做这个善事，但我对于捐赠实施主体也就是基金会的运行，以及他的可持续性，是不好控制的，我自己又没有足够的精力去亲力亲为。

这种不可持续、不可控的问题，我们在公益慈善中见过太多了。如何解决？有几种方式，一种是自己直接去做，但需要投入的精力就更多。如果是跟基金会合作共同去做，那就要找到可信任的基金会，并且充分了解他们的治理架构和运行方式。

另外我们可以看看跨国公司，他们做公益慈善的介入程度会比我们高。就像投资机构做创投一样，我给你捐了钱，我得参与你的管理，这就是“公益创投”。

公益创投（Venture Philanthropy）起源于欧美，是一种新型的公益资本投入方式。它为初创期和中小型的公益组织提供“种子资金”，以及管理和技术支持。通过与被投资者建立长期的合作伙伴关系，达到促进能力建设和模式创新的目的。

公益创投与商业投资本质的区别，在于其投资目标的非营利性：公益创投不要求回报，或者将投资回报继续用于公益事业。

百年汶川地震后，诺基亚给木庆龄基金会捐了一毛钱，在整个项目实施过程中，他会定期跟基金会开会，这也是一个企业和基金会共建的过程。

我们发现，很多企业家愿意捐钱，却不太关注捐的钱用得怎么样。我们在一次调研中发现，71%被访谈的企业家捐赠完之后，对捐赠款的流向及其效果并不太了解。或者缺乏对捐款流向的追踪，或者未主动对捐赠项目进行监督评估。从访谈和网上搜索的情况看，捐赠项目有独立第三方评估报告的慈善家，不到10%。

但是捐赠也是投资，而且是一种社会影响力投资——这是指既能有社会、环境效益，又能伴随一定财务回报的投资。慈善资源也是稀缺资源，它的使用同样需要精益求精、关注效率、讲究回报。

在这个方面，我们与国际上还有很大的差距。希望大家将来做公益慈善项目，不仅要有创新，而且还要关注它的效率和影响力。

问字发言：

我目前所在的央企，是在贵州做点对点的扶贫，通过成立农特产专项供给体系，向我们将近20万的员工进行内销。另外在教育上也进行了投入，虽然短期较难看到收益，但教育是根本出路，我们也可以定点为企业培养后备力量。另外还可以分享一个成功案例，某大型医药企业的乡村医生项目，每年将30多名医生送到各级乡村给予医疗资源支持，同时可以为自己的产品进行宣传。这些医生每年也会被请到年会上做分享，在内部大力倡导公益。所以，当公益板块跟企业的主业有一定结合，其实也是对自己的产品和专业的影响力输出。

你的这些经验特别好，值得人家学习借鉴。尤其是企业做公益慈善，要发挥企业的优势与专长，这样才

可能做得更有效率和影响力。另外，规模大的企业，不仅可以带动销路，也可以动员员工，带动更多的上下游产业共同来去做。

比如“蚂蚁森林”就是阿里巴巴的员工志愿者设计的。2012年阿里巴巴全集团员工选举产生了10位公益委员，鼓励员工人人三小时参与公益慈善。“蚂蚁森林”就是员工公益带来的效果。