

中华 公益

CHINA PHILANTHROPY

2015年第5期 总第16期

主办 南京大学河仁社会慈善学院

单位 河仁慈善基金会

打一场保卫“星儿”的康复之战

时尚与公益的碰撞：小黑裙+红丝带=?

饥饿餐厅”拉开“饥饿24小时”公益体验活动帷幕

探寻“一带一路”治沙扶贫 库布其精准扶贫公益摄影展开幕





南京大学河仁社会慈善学院成立于 2011 年 5 月 23 日，由我国著名慈善家与企业家、福耀玻璃工业集团股份有限公司董事长曹德旺先生暨河仁慈善基金会在南京大学社会学院基础上捐建而成，统称南京大学社会学院暨河仁社会慈善学院，是南京大学人文社会科学的重要院系之一，同时也是河仁慈善基金会的专门教育研究机构。

河仁社会慈善学院依托于南京大学社会学院的办学基础，同时汇聚公益、教育、政府、企业及其他各界的力量，致力于公益慈善的理论研究、人才培养、公益咨询、国际交流与合作等工作，着力促进中国公益事业发展，是我国高校首家设立的支持性公益教育研究机构。

目前，南京大学社会学院暨河仁社会慈善学院已经在社会工作专业硕士（MSW）与博士点（DSW）下增设公益慈善研究方向，并在社会工作本科阶段增设公益慈善专业课程，同时招聘博士后研究人员进站从事公益慈善研究工作，以培养从本科、硕士、博士到博士后的全系列公益慈善高级专门人才。

河仁社会慈善学院自成立以来，已经开展了一系列工作，如开设河仁慈善工作坊，定期组织师生进行专题研讨，举办河仁慈善论坛，邀请海内外公益慈善界的专家学者与公益慈善领袖登台演讲，2012 年 9 月 22-23 日与河仁慈善基金会、上海增爱基金会、江苏省慈善总会联手成功举办了《首届中国（南京）公益事业发展论坛》等。



中华公益 CHINA PHILANTHROPY

2015年第5期 总第16期

主办单位

南京大学河仁社会慈善学院

河仁慈善基金会

名誉主编

曹德旺

主编

周晓虹

副主编

陈友华 方长春 林瑞华

执行主编

何丽娟 张鑫 佘莉 刘烨蓉

出版时间

2015年11月

地址：南京市栖霞区仙林大道163号

河仁楼251室，210023

电话：025-89680964

邮箱：hrca@nju.edu.cn

网站：<http://charity.nju.edu.cn>

<http://sociology.nju.edu.cn>

目录 | Content

纪实 | Report

- 1 9·9公益日：记录一场“运动式”筹款
- 4 三大网络平台年捐赠额增长42.6%
- 6 中国公益慈善国际化的难题与答案
- 9 打一场保卫“星儿”的康复之战
- 13 尤努斯：慈善不能解决贫穷
- 14 电商成为扶贫新动力

聚焦 | Focus

- 19 时尚与公益的碰撞：小黑裙+红丝带=?
- 22 港华“捐人”行动
- 26 BTV启动“袋动中国”公益行动 8省市文明旅游大接力
- 30 “微笑梅里”队员出发 肌无力患者挑战雪山
- 33 饥饿餐厅”拉开“饥饿24小时”公益体验活动帷幕
- 35 探寻“一带一路”治沙扶贫 库布其精准扶贫公益摄影展开幕
- 37 英国贝茨勋爵回顾徒步中国募集善款活动

观点 | View

- 41 慈善人物辨析

人物 | Figure

- 53 袁纳纳：从“袖珍人”到公益人

机构 | Organization

- 57 中国红十字基金会

声音 | Voice

- 62 各方言论

指数 | Index

- 64 2015福布斯中国400富豪榜（前40名）

9·9公益日：记录一场“运动式”筹款

来源_公益时报



9999万，腾讯砸出的这样一个巨额配捐数字，有如一枚由大规模杀伤武器发射出的导弹，让整个国内公益圈震荡不已。从2015年9月7日0时至9月9日24时，共计205万人次通过腾讯公益平台捐款1.279亿元，参与人数和捐款金额均创下国内互联网的募捐记录，见证了“指尖上的公益”所迸发出的强大力量。

从基金会方面得到的数字同样更能印证这场捐款的集中效应。中华少年儿童慈善救助基金会三天总计获得配捐金额16,859,874元，其中自主项目占比38%，专项基金占比

28%，合作项目占比29%，童缘联合劝募项目占比5%；中国社会福利基金会三天总计获得配捐金额14,124,426元，其中五个项目配捐金额超过百万……

的确，从交出的各种史无前例的数据来看，“9·9公益日”无疑配得上国内首个全民公益日的名号。然而，这样一场大型的捐款“运动”，带给中国公益圈的必定不仅是三日的尘嚣。即使在这个健忘的年代，这场运动也会让席卷其中的数百家NGO和数百万公众，以及腾讯本身，在未来很长一段时间内再次斟酌公益发展的方向。

中国社会福利基金会副理事长兼秘书长 缪力

这次“99公益日”把所有公益人的心连在了一起，零点配捐，所有人都没有睡。活动共募集了1.279亿元，连同配捐共2.27亿元，参与人数超过205万。这个行动开创了中国网络募捐的先河，也充分展示了中国公益事业前途无量，拥有着巨大的空间。

“99公益日”让我们看到了互联网的力量，看到了互联网是公众表达自己爱心的最好平台，也是募款的最好平台。也让我们看到了联合的力量，能够把网络、企业、媒体人、评论人、捐赠者等联合起来。

虽然我们一直在实践，但中国社会福利基金会在网络筹款中做的并不是最好的。在传统时代，是皇帝的女儿不愁嫁，现在我们却要配合基金上线，打破了传统的思维观念。这次活动前，我们在8月20日召开的动员会，动员了下属128个专项基金，募捐了1884万元，加上配捐共计3278万，真正开辟了“募用分离”的时代。

以前，公募基金会信息闭塞，公益项目执行效率低，缺乏有效的透明机制，与社会的期望相差甚远，所以我们的出路就是“去行政化”。草根NGO最缺乏的就是“公募资质”，但它们对自身领域非常专业，最热爱自己领域的工作、最不怕打击。

因此，我们为所有的草根公益组织提供“公募资质”，让专业的人做专业的事。当年，“瓷娃娃”在找到我们成立专项基金的时候，无力承担100万的启动资金，我们主动配资帮助他们成立。这其中最典型的例子就是“免费午餐”项目，从2011年4月2日至今，已经募集了1.48个亿。

麦田教育基金会传播官员 陆杰

麦田成立于2005年6月16日，目前有9个项目，在全国75个城市成立了团队组织，让贫困地区的孩子享受教育。对于“99公益日”，我们还是有一定准备的，8月20日我们开始为我们的“彩虹口袋”项目组建筹款团队。

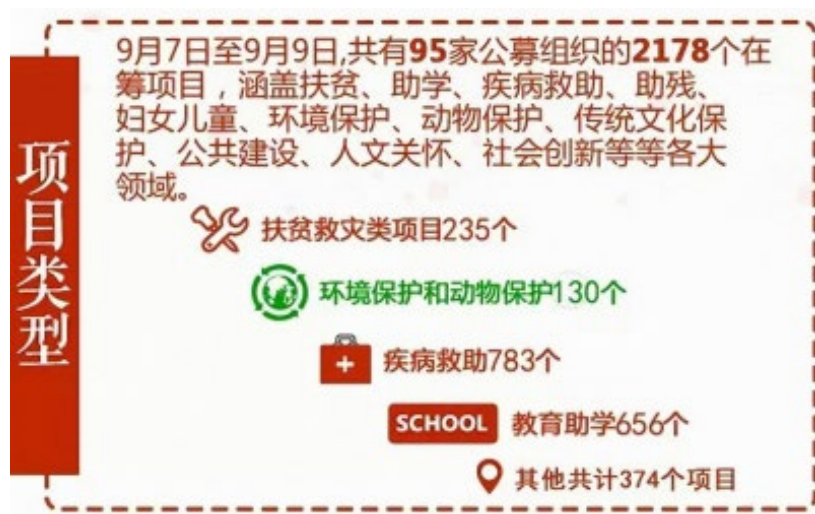
这次我们规定，各地方团队如果筹款1万元以上，那么自筹款项和配资款项均可用于该团队的“彩虹口袋”项目。在9月7日刚开始“一起捐”的2个小时，发现没有多大用处，因为大家都睡觉了，所以我们只能工作人员自掏腰包，把零花钱都砸进去。最终，我们在“99公益日”活动期间获得捐赠人数19362人、筹款596198.74元。

对于这次的筹款失利，在痛定思痛后，我们总结如下：第一，没有充分地准备好预案；第二，我们平时缺少大额捐赠资源的积累；第三，筹款团队是在活动开始后才加入的；第四，今后要把我们自己推荐出去。

我想，如果作为一个长期参加公益的公众人物，首先应该是在线上参与，把项目公布出去。但我不是一个很有名的公众人物，身体力行更加重要。

北京感恩公益基金会发起人 才让多吉

我们第一天筹款100多万，加上配捐总共180多万。我在活动刚开始的时候预言，“99公益日”这9999万不会被抢完。腾讯花6年时间筹款5.3亿，却在短短3天分完9999万。腾讯公益在平时的捐赠水平为100多万，而在如尼泊尔地震等灾难发生时最高也只有1500万，金钱的驱动大于了灾难和情感。我听到有大型基金会把钱发给公司人员，让员工捐赠来套腾讯的钱。



回想“99公益日”，我觉得腾讯在活动初是对公益人善意的，但结果两个小时抢光了2000多万。但是当我看到活动开始后捐赠资金变成每笔5000、1万地向上冲时，已经变了味。变成了有钱人的游戏。腾讯在活动开始后25分钟改变了配捐规则。在活动第一天下午腾讯宣布最高每人配捐999元时，这是对全社会企业的一种挑衅。活动三天中，第一天用9小时43分抢光3333万，第二天用了4小时41分，第三天用了3小时12分，每个人都在破坏着契约。我们完全被资本和金钱所绑架。

自然大学联合发起人 冯永锋

在这过程中，一场基于互联网的公益行业同步众筹的风暴，其实是在做一个试验，看在最宽广、最社会化的平台上，究竟有多少个公益组织、环保组织、慈善组织、民间组织，能够通过持续的甚至可能单调的传播，获得真正意义上的支持。

如果腾讯或者说更多的平台，把这个项目再延续几次，比如，一季度一次，那么，公益机构的诉说能力，就会遭遇到真正的考验。你以为自己很能说，你以为自己很愿意

说，你以为自己说的都是公益痛点难点，可你说的，可能公众仍旧听不进去。而且，更可悲的是，在公众尚未听进去之前，你对自己已经起了疑心。

但如果没有持续不断的诉说，公众参与公益的通道，如何被修建？但如果没有持续不断的诉说，政府型公益、企业型公益、伪善型公益、审判型公益的顽疾，如何被击碎得烟消云散？

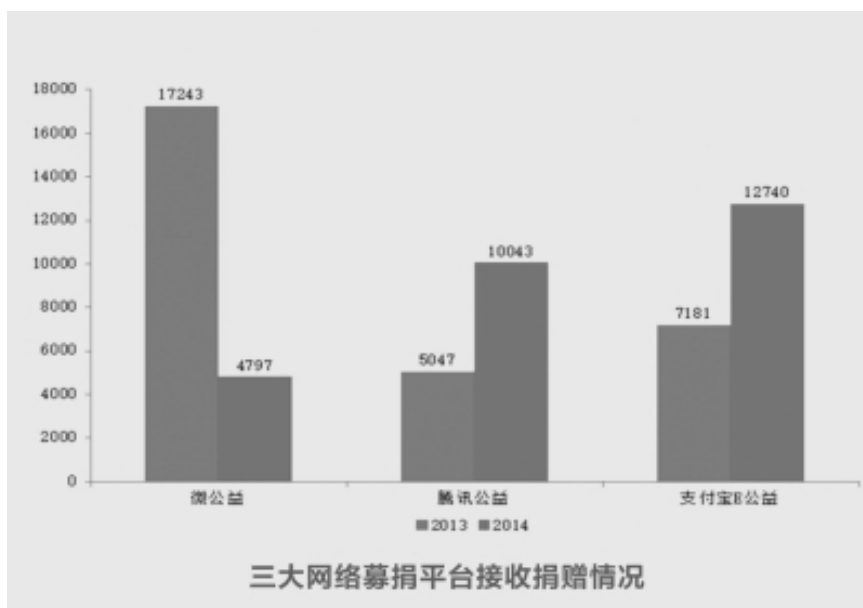
公益的能量来自于社会，而不是来自于公益行业。公益行业只是一个中间体、导流渠和增持器，公益组织在这个全民公益的时代，要做得最多的事，就是尽快地把自己痛心的发现，迅速地向社会递送。然后反过来，把社会的能量和解决方案，一步步地通过扎实的践行，引导到公益需求方上。

如果小小地评估一下，我们就会发现，这三天的时间，很多诉说，还囿于公益圈内。离真正的走向社会，还远得很。

（部分专家观点来自9月14日“网络众筹：公益组织的机遇与挑战”主题论坛）
<http://www.gongyishibao.com/html/yaowen/8475.html>

三大网络平台年捐赠额增42.6%

来源_公益时报 作者_王勇



在第四届慈展会上发布的《2014年度中国慈善捐助报告》显示，2014年我国境内接收国内外社会捐款捐物总额共计1042.26亿元，互联网捐赠由于具有方便快捷、互动性强等特点，得到了迅速发展。

2014年，新浪微公益、腾讯公益、支付宝E公益三大在线捐赠平台和淘宝公益网店共募集善款4.28亿元，相比2013年增长42.6%，呈现大幅度增长的趋势。

据统计，新浪微公益募集善款4797万元，腾讯公益平台筹款10043万元，阿里系公益平台（淘宝平台、支付宝平台）共募集2.8亿元。

其中，通过微博和微信等移动客户端捐

赠人数占总人数的68%，捐赠金额占61%，手机捐赠已超过传统的电脑捐赠成为主流。

2014年，腾讯公益平台共接收506.7万笔捐赠，共募集捐赠款10043万元，同比增长99.0%。此类在线捐赠的捐赠者以青年为主。以新浪微公益为例，参与捐赠的网友中，95.7%是35岁以下的年轻人。

此外，2014年我国开启了公益众筹元年，据第三方数据显示，通过网络众筹成功的公益项目总计299个，公益众筹全年筹资额超过1272万元，逐步成为在线募捐的重要途径。

不过虽然增长迅速，但网络捐赠的总额在全部捐赠中所占比例仍然有待提高。



《报告》显示，2014年我国境内接收国内外社会捐款捐物总额共计1042.26亿元，时隔4年捐赠量再破千亿元大关，占全年GDP的0.16%，比上年小幅增长5.3%，逼近2008年的捐赠峰值。

2014年，全国接收货币及有价证券捐赠778.95亿元，较2013年增加127.2亿元，同比增长19.7%。由于2014年灾害较上年减少，物资捐赠比例有所下降，全年物资捐赠折算价值约263.31亿元，比上年减少约22%。

考察这些捐赠的接收方，2014年基金会和慈善会系统仍然是接收捐赠的主要对象，二者共接收捐赠693.03亿元，占捐赠总额的比重为66.5%，基金会接收捐赠约383.15亿元。各级政府机构接收捐赠238.4亿元，占捐赠总额的22.9%，其中民政部门直接接收

捐款为79.6亿元，占比7.64%。红十字会系统接收捐赠26.43亿元，占比2.5%。

截至2014年年末，全国共有基金会4117家，比上年增加568家，增幅达16.0%，继续保持快速增长；其中非公募基金会新增473家，占新成立基金会总数的83.3%，成为我国基金会增长的主力军。据不完全统计，各类基金会所接收的捐款有67.6%流向非公募基金会。相比于捐赠已有的组织或项目，部分个人大额捐赠者更倾向于先成立专门的基金会(或设立基金)，再开展公益慈善活动。

总体来讲，政府部门或带有官方背景的机构或组织接收捐赠占到61.4%，而民间慈善组织接收社会捐赠的比重相对较小。

(<http://www.gongyishibao.com/html/yaowen/8530.html>)

中国公益慈善国际化的难题与答案

来源_公益时报 作者_王会贤



9月19日，中国公益慈善事业国际化专题研讨会召开，公益组织为什么国际化、怎样国际化、困难有多少，这些问题都在讨论话题之中。

目前，在对外公益慈善方面，我国民间组织的潜力没有得到发掘。

据中国扶贫基金会副会长王行最介绍，原因包括政府援外资金未采购民间组织的服务、国内尚未形成良好的舆论环境、民间组织自身国际化的能力存在局限等多个方面。

因此，“我们一方面需要‘走出去’，学习其他国家慈善的模式和经验；另一方面还需要‘请进来’，请国外的朋友来给我们带来好的经验。”南都公益基金会理事长徐永光表示。

当代世界研究中心博士张伟杰则指出，“一带一路”建设的推进，为社会公益活动的国际化提供了一种契机，也可能为中国公益慈善公益国际化提供很多渠道，或者是

找到一种可行的模式。

当代世界研究中心博士 张伟杰 “一带一路”来了 公益慈善如何搭车

2013年中国政府先后推出了共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的倡议。今年3月份又发布了《共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动文件》，标志着“一带一路”倡议正在转换为实际行动。

开展“一带一路”建设要实现五通，分别是政府沟通、民心相通、信息连通、贸易畅通和金融通。怎么促进民心相通？大项目建设周期很长，要让沿线国民众直接享受到“一带一路”建设带来的益处，开展社会公益项目是一种最直接、最有效的途径，也是我们中国和沿线国的民众之间相互了解、增加彼此信任的渠道。

随着“一带一路”建设的推进，中国社会公益要走一个国际化的道路，需要考虑以下几点：首先，政府和企业还有民间组织、公众之间如何互动。像公益资金的税收减免和进关费用问题，都需要与沿线国的政府进行官方层面的协商，同时还要就一些法律法规对接问题作出安排。企业是项目建设的主体，同时也承担着社会责任，其中一部分社会责任是否可以转让给民间组织来承担完成，二者如何进行衔接，也需要考虑。还有如何让我们的公众更多地理解和支持中国的社会公益慈善的国际化的问题。

国际化的“中国标准”，我们讲中国社会公益慈善的国际化不是说去中国化，恰恰相反，社会公益国际化一个重要基础，是要把我们的国情作为公益国际化化的一个起点。我们是一个有五千年文明史的发展中的大国，五千年的文明史是说我们的文化，讲发展中国家是我们的一个能力问题，讲大国是我们承担国际责任的问题，这三者之间相互适应。这个过程之中，我们要探索出一条符合中国国情的中国模式。

国际参与的问题，“一带一路”建设是共商共建共享，结合“一带一路”开展社会公益活动也是开放型的合作。在公益项目的设计、规划运营方面，不仅需要对象国的积极参与，也要请当地的民间组织参与进来，同时面向第三方，开展整个国际社会的合作，增强公益项目的国际色彩。

讲好中国公益传播的故事，以前我们也曾经在海外开展了一系列的公益活动，但是不太善于对外讲好我们公益活动的故事，一般是只做不说或者是多做少说。对于这种信息化高速发展的时代，我们应该利用这种传播的便利条件，多宣传、多讲。因为这种社会公益活动一般只面向特定民众，影响范围

非常有限，如何通过对外讲好我们的故事，扩大我们公益慈善的社会效果，形成公益的中国品牌，也是我们需要考虑的一个问题。

“一带一路”建设的推进，为社会公益活动的国际化提供了一种契机，也可能会为中国公益慈善公益国际化提供很多渠道，或者是找到一种可行的模式。

中国扶贫基金会副会长 王行最 中国民间组织走出去 困难有三

从国际上来看，西方对外援助也是分阶段的，第一个阶段是政府主导，1945—1979年，这个阶段所有的对外援助都是政府对政府，后来发现这种效率比较低，并且受助范围主要局限在精英阶层。

所以在80年代到90年代中期，西方国家调整了对外援助战略，逐步过渡到政府对政府加上民间对民间的过程，70年代政府援助通过民间组织执行的只有0.2%，1994年的时候上升到15%。

从1995年开始，新的理念要求海外发展援助应帮助受援国建立由竞争的市场经济、负责任的政府和健康的民间组织，三者协调发展的模式。

经典的案例就是在2011年的时候，美国回归了缅甸。美国的民间组织在2008年纳吉斯台风之后进入缅甸，通过开展卫生、教育和生计等项目，对缅甸民生现状有了深入了解，在此基础上，他们设计出适合缅甸民生需求的项目。2011年11月，国务卿希拉里访问缅甸，收集汇总所有民间组织的项目，提交到美国国会讨论通过后，由财政拨款给美国国际发展署(USAID)，USAID委托民间组织来执行。而这些民间组织执行项目汇总统计在一起，成为奥巴马总统2012年11月访缅时对外宣称的1.7亿美元援缅项目。

中国对外援助方面也需要民间组织的参与。对于当前中国在国际上的影响和地位来说，在对外援助上还是比较有局限性的，在过去的援助模式里面，更多是政府对政府，民间组织的潜力没有得到发掘。

根据新加坡世界未来基金会秘书长陆波等做的调研，目前有国际业务的社会组织仅37家，占总数的0.92%。第一个原因是政府援外的资金没有对外开放，未采购民间组织的服务，所以资金的来源受到了局限；第二，国内尚未形成良好的舆论环境，不利于公益组织走出去；第三个是民间组织自身国际化的能力也存在局限。

南都公益基金会理事长 徐永光 **走出去，请进来，再走出去**

“走出去”，就是我们要学习其他国家慈善的模式和经验。“请进来”，我们要请很多国外的朋友来给我们带来好的经验。这一次的慈展会来的外国机构代表和外国嘉宾在八九十人的规模，说明本次慈展会非常开放。

我大概二十年以前就开始走出去，看国外的这些公益慈善机构，特别是美国。美国有五个模式我觉得都可以搬过来，而且已经在搬了。

第一个模式搬成功了，基金会中心网，照搬美国基金会中心的模式，而且还有创新，创造了世界上第一个基金会的透明指数，为中国的4千多家基金会进行排名。公众根据透明度可以进行选择，谁的透明度高就支持谁。

第二个模式搬了十几二十年没有搬成的，就是美国的联合劝募、联合之路，这种模式实际上对社区公益的发展、对于企业和志愿者参与社区公益非常好。但可惜美国的

联合会没有和中方合作。但这些模式已经有一些基金在用，比如上海联劝公益基金会。

第三是美国的社区基金会，社区基金会非常有活力，也是非常适合在中国落地。

第四是我一直在推动引进，美国的共同基金，70年代为慈善机构打理资产来支持资产保值增值的一个机构，这个机构在中国非常需要，因为现在中国的慈善资产光基金会就1100亿，慈善会也有1000多亿，这2000多亿的慈善资产大部分存银行，没有去投资理财，造成了很大的浪费。需要一个平台帮助他们打理。

第五是美国的公益慈善的市场化、专业化分工做得非常好，有大量的第三方专业服务机构，提供财务、咨询、法律、筹款、战略规划、传播、公共关系、培训等服务。

我觉得这五个模式都要搬过来，最新的还有美国和英国兴起的社会投资、影响力投资和社会企业，这些模式对中国现在的公益慈善创新是非常有价值的，而且也在紧追。三个月以前“中国社会企业与社会投资论坛”在深圳召开，这在中国也开始热起来了。

“走出去”，就是中国的慈善机构也需要走出去帮助别人。但我们现在碰到了很大的困难，第一个就是公众不理解，说中国还很穷，还很多人需要帮助，干嘛要出去帮别人？我们需要走出去，慈善没有国界，这是全人类的一种共同的责任。中国又作为一个过去接受别人帮助的国家，现在我们有条件了，也应该这样做。<http://www.gongyishibao.com/html/yaowen/8536.html>

打一场保卫“星儿”的康复之战

来源_公益时报 作者_张明敏



孤独症，又称“自闭症”，是广泛性发育障碍的代表性疾病。2014年，根据北京市卫生局做的2~6岁发育障碍流行病学调查，“孤独症”发生率为千分之一点五三。

有人说孤独症患儿是“星星的孩子”（昵称“星儿”），每个“星儿”都生活在自己的世界里，孤独地在天上闪着冰冷的光芒，而国内的数千个康复机构正在帮助“星儿”们努力完成着康复。

当下，“星儿”、家长、机构和公众等

多方正在这样一个有机的社会里发生着“化学反应”，为这个群体的成长构建着坚实的臂膀。但孤独症康复又是一个十分漫长的过程，这使得孤独症康复技术和社会接纳环境时常遭遇着各种考验。

2015年9月23日，中国宋庆龄基金会、北京星希望孤独症康复中心联合举办了首届孤独症康复技术国际研讨会，一场为保卫“星儿”的康复之战也随之打响。

社会接纳“星儿”程度堪忧

1997年，一家名为“星星雨教育研究院”的机构在北京成立，这是中国第一家专门为孤独症儿童和家庭服务的民间机构，它的出现填补了我国孤独症民间服务领域空白。

从2005年起，“星星雨”发起“心盟孤独症网络”，为全国60家民间孤独症服务机构提供能力建设和技术支持，为孤独症领域的NGO提供一个交流、分享的平台，促进中国孤独症儿童服务行业的健康发展。

随后近十年发展中，国内孤独症康复机构如雨后春笋般发展壮大，但机构训练出的孩子在社会化生活的进程中仍然遭遇着不少的麻烦。

对于没有接触过孤独症的孩子的公众来说，觉得患孤独症的孩子不可理喻，也不敢触碰他们，生怕出现任何问题。康复机构帮助孤独症孩子康复训练使其具有社会生活的能力，但孩子一旦进入社会却遭遇社会的“不理解”对待，这对于孤独症孩子来说，康复的目的则无从达到，这种现状令孤独症的儿童社会化状态堪忧。

有关专家指出，由于孤独症康复阶段漫长，“星儿”家长大多觉得短期改善不大而选择放弃，但如果家长们将放弃变为接受现状，则更容易知道“星儿”作为公民的权利在哪，以及怎样才能使“星儿”得到有效保护。

国外的最佳疗法

国内家长认识孤独症的时间并不算太长，在治疗孤独症方面形式还是较为单一。最熟悉的训练方法是“药物”或者“游

泳”，但康复效果并不是很理想。

根据“星星雨教育研究院”统计，国外ABA教学法是目前治疗孤独症最好的方法之一，但由于该方法未向国内普及，大多数中国“星儿”家长并不方便学习。1993年，“星星雨”自行研发出一套家长训练模式，通过该模式向全国家长进行普及式推广，全国各地的孤独症患者家长们要想获得治疗技术，必须要在接受3个月培训课程，以便能够用中国式方法来教育“星儿”。

大多数情况下，对于国内“星儿”家庭来说，只有这种模式是可行的，但是，由于孤独症康复机构并没有全国覆盖，在一些地区还处于盲区，“星儿”家庭得不到机构服务，国外技术又较难普及，这些家长必须首先在机构学会康复技能，从而自己承担起训练教育“星儿”的责任。

随着国际间交流的逐步增加，国外很多先进技术也逐步传向国内，但由于这些技术研发团队成员大多为外国人，所以国内吸收起来并不容易。

很多机构虽然引进也在逐步进行学习，如“UDA”、“地板时光”、“结构化教育”、“语言”、“行为关键”、“反应训练”、“图片交流”、“社交故事”、“游戏治疗”等等，但这些方法也会因为家长们学习或者理解不同，运用起来存在一定差距。

中国智力残疾人及亲友协会名誉主席马延慧认为：“现在全国各个大型医院基本都已经具备了孤独症诊疗技术和方法，家长们要想获得最佳训练方法，首先还是应该从遵循相关医嘱开始，根据院方对儿童的诊断来判定适合哪种训练方法。”

中国技术需“本土制造”

1943年在欧洲发现第一例孤独症后，这一概念逐渐传入中国，随之而来的孤独症康复技术也一并传入，但相对于西方国家来说，中国的孤独症康复技术还存在着底子薄弱的特点。

当前，中国孤独症康复技术大多依靠国外进口，由国外专家来华教授的方式培训中国孤独症康复专家。另外，也有将中国专家送到国外学习的案例，但往往由于国外学习生活条件较好，选择学成回国的专家不占多数，这对于中国孤独症康复技术发展来说，“本土制造”将成为一个必由之路。

“请外国专家来华，不但成本高，还存在技能断层的问题，孤独症是需要一个长时期训练的过程，所以见效并不能立马达到，这需要专家长期指导。因为外国专家不可能长期在华，只能一段时间留、一段时间走，给中国受训人员的信息也不稳定，在国外技术也许是成型的，但在中国可能就是段片的。”北京星希望孤独症康复中心创始人杜佳楣对《公益时报》表示。

“本土技术制造，可能是解决目前中国孤独症康复技术的最好办法。”杜佳楣补充道。

杜佳楣的女儿今年已经14岁了，2004年2岁半的女儿“焯焯”被医院诊断出孤独症，当时还是学校教师的杜佳楣对这样一个结果也有些不能接受，但有时人学会接受就是希望的开始。

拥有英语专业学位的她前往国外学习孤独症康复技术，结合国内实际，自创一套适合本国孩子的孤独症康复技术，并将这套技术用在自己孩子身上。经过多年努力，“焯焯”现在已经完成了普通小学5年级的课程。

2011年，杜佳楣创立了北京新希望孤独

症康复培训机构。“星儿”的“关注时代”2006年，国务院同意批准《中国残疾人事业“十一五”发展纲要》，将孤独症纳入工作计划中。2008年，中共中央、国务院发布《关于促进残疾人事业发展意见》，并且提出要逐步解决孤独症儿童和残疾少年教育问题。2009年，中国残疾人联合会在全国31个城市开展孤独症儿童康复训练事业，各地建立康复指导中心，专门设立孤独症儿童康复训练部门。2010年，卫生部颁布《儿童孤独症诊疗康复指南》。

2015年9月21日，中国残疾人康复协会正式成立了“孤独症康复委员会”。

而同政策一样，学术和媒体界也无时不在关注着孤独症这一群体。

根据相关统计，从1993年起至2011年，孤独症科学研究论文大概有三百多篇，涉及医疗、教育、心理、康复以及社会服务等。另外，关于孤独症在全国影响非常大的两部电影，分别是《海洋天堂》、《遥远星球的孩子》，对于帮助大家了解、认识、关注、支持孤独症发挥了重要作用。

照顾家庭成本成最大负担

对患有孤独症孩子的家庭，承担照顾孩子的责任十分重要，但这种照顾的成本之高有时也会压得这些家庭喘不过气来。

“目前来说，家庭中的孩子一旦被诊断出孤独症，这个家庭将会背负起沉重负担。父母双方必须有一个辞职来照顾孩子，或者是祖辈来照顾，而如果是对于那些离异的家庭来说，这样全天候照顾是不可想象的。”马延慧说。

孤独症家庭需要自身建立起一个有效的支持系统，每位家庭成员都发挥自己的作用，给孩子一个恰当有效的支持。

另外，经济压力也会对孤独症家庭产生影响，在康复训练中，家庭康复只是一部分，而更多还需要家长带领孤独症儿童前往专门康复机构和医院进行康复训练，这样一来，花销会很大，有时一个家庭在康复机构花费的费用会占到家庭收入的50%，这已经相当高了，可以说家长们为治疗孤独症孩子倾入了全部心血。

杜佳楣：国内孤独症康复环境堪忧

杜佳楣，1999年就职于北京信息科技大学外国语学院。2004年6月，在北京首次0~6岁儿童健康抽查活动中，她年仅2岁半的女儿“焯焯”被诊断为孤独症。从此，杜佳楣带着焯焯开始了艰苦的孤独症康复训练之路，2011年以“星儿”家长的身份创立公益机构——北京星希望孤独症康复训练中心。

《公益时报》：孤独症能够被治愈吗？

杜佳楣：孤独症没有痊愈的概念，只有说症状减轻或得到提高，有些行为还是会伴随一生。有数据统计，在新生儿中，韩国每38人中有一个，美国每55人中有一个，中国每88个人中间有一个，这种比例还是蛮高的。对于智力来说，75%的“星儿”还是受损的，和普通人相比，这部分孩子要麻烦一点。一般普通人智力在70分以上，以下就算是弱智。

《公益时报》：国内孤独症康复社会环境如何？

杜佳楣：比较堪忧。非孤独症的孩子家长，可能都会认为孤独症孩子是个神经病，他们对这群孩子抵触，不敢将正常环境向孤独症孩子开放，孤独症孩子得不到正常环境，康复对他们来说将变得异常艰难。孤独症康复的基础就是走向社会，专业机构给予孩子的康复帮助很大，但孩子们学到一身本领，没有一个适合土壤成长，他们一身的技能就会慢慢退化，最终康复成为一句空话。

《公益时报》：孤独症康复机构面临哪些困难？

杜佳楣：2015年全国普查时，孤独症康复机构是2000多家，但从业队伍还有很大提升空间。培训力量缺乏是一个不得不面对的现实状况，国外孤独症发现得早，康复技术也研究得早，我们大部分技术都是从国外引进，但国外专家又不可能常驻国内，这在一定程度上造成了国内孤独症康复机构人才力量短缺。孤独症康复技术也是一个庞大体系，从理论学习到实操、计划都需要一步步建立，所以国内康复机构师资力量匮乏是一个不争的事实。

《公益时报》：康复机构收费价格如何？

杜佳楣：孤独症康复机构性质是全天候的，每个孤独症孩子训练也必须每天都有必修课，所以相对于普通教学相比，孤独症机构收费可能会偏高。目前，收费价格民办在2000~4000元，商业机构一万多元。这种康复每天都得做，所以这相对于孤独症家长来说也是一笔不小的家庭开支。

《公益时报》：给“星儿”家长的建议？

杜佳楣：依靠专业好、技术优的康复机构固然好，能够帮助孩子带来更多改变的还得是家长自己。康复机构每天提供4~6小时的训练，但对于孩子来说大部分时间还是处在家里，所以家长们这一棒接力就非常重要。当前，很多家长在尝试一段时间后，觉得效果不明显，就想着放弃后完全托付给机构，这并不利于“星儿”的康复，家长们更多需要面对现实调整自身心态，选择正确方法，陪伴孩子一起走下去，这样的“星儿”会变化很快。（<http://www.gongyishibao.com/html/yaowen/8541.html>）

尤努斯：慈善不能解决贫穷

来源_ 新华网



诺贝尔和平奖得主穆罕默德·尤努斯14日在香港表示，慈善不能从根本上解决贫穷问题，通过小额信贷等金融和商业手段帮助贫困人口在经济上获得独立，才能更好地引导他们通过奋斗改善生活。

14日下午，穆罕默德·尤努斯教授在香港中文大学召开记者会，开始推广香港“格莱珉计划”，帮助香港贫困人口改善生活。

尤努斯1940年出生于孟加拉一个富裕的珠宝商家庭，曾经留学美国并获经济学博士学位。回国后，面对国内严重的饥荒和大量的贫困人口，尤努斯放弃了安逸的生活，致力于通过金融手段帮助穷人。因此，尤努斯也被誉为“穷人银行家”。

尤努斯开创并发展了农村小额贷款服务，专门服务因贫困而无法获得传统银行贷

款的创业者。2006年，为表彰他从社会底层推动经济和社会发展的努力，尤努斯与孟加拉乡村银行共同获得诺贝尔和平奖。孟加拉乡村银行也被译为“格莱珉银行”，他的这一方式也被称为“格莱珉计划”。

尤努斯在记者会上说，“慈善虽然还在起作用，但已经很难有回报了。如果转而采用一种商业模式，给慈善加一个商业的“发动机”，那将非常有用。同样的钱可以被无限次地重复使用。因此，（格莱珉计划）对于穷人很有用。我们把自己创立的这种模式叫做社会企业。”

目前，“格莱珉计划”已经进入中国内地。据“格莱珉中国”总裁高战介绍，在江苏北部的农村，已经有300万人民币规模的“格莱珉计划”在运行。

电商成为扶贫新动力

来源_公益时报 作者_新闻编辑部

10月16日，2015减贫与发展高层论坛在北京举行，国家主席习近平出席论坛并发表重要讲话。

在讲话中习近平指出，未来5年，将使中国现有标准下7000多万贫困人口全部脱贫。为了打赢这场攻坚战，将把扶贫开发作为经济社会发展规划的主要内容，大幅增加扶贫投入，出台更多惠及贫困地区、贫困人口的政策措施，提高市场机制的益贫性，推进经济社会包容性发展。

运用市场机制扶贫，离不开企业的力量。对于企业而言，农村不仅是扶贫的对象，更是一片市场的蓝海。这一点突出表现在电商扶贫上。

农村电商被赋予发展经济和扶贫济困的双重角色，各大电商企业纷纷布局农村市场，并相应提出扶贫计划。

2015年10月，苏宁启动“电商扶贫双百示范行动”，未来三年，苏宁将在100个适合发展农村电商的贫困县建设100家店包含

苏宁易购直营店、服务站；并相应在苏宁易购上线100家“地方特色馆”，促进农副产品、民族手工艺品、旅游产品等上网、进城；2014年10月，阿里宣布推出“千县万村计划”战略，在未来三至五年内投资100亿建立1000个县级运营中心和10万个村级服务站；京东通过建立“京东帮服务店”和“京东县级服务中心”加速农村电商推进……

这一系列动作意味着什么？

电商扶贫一度被解释为：通过互联网的核心优势，整合设计、宣传、推广等资源，与被边缘化的生产者紧密合作，将他们从易受伤的角色，转化成为商品的利害关系人，在市场中扮演更积极的角色，从而使其获取更多利润，达到扶贫的效果。

那么，这些电商布局农村真的是抱着扶贫目的吗？还是一种商业战略？亦或是以商业的手段改变农村贫困面貌实现多赢？

电商扶贫究竟应该怎样做，有哪些优势？在商业和公益之间如何平衡角色？

尤努斯表示，“格莱珉计划”将进入香港。香港虽然是世界金融中心，但也存在着巨大的贫富差距，大量的贫困人口需要“格莱珉香港”的帮助。“香港是一个充满活力和创造力的城市，这里有着悠久的创业历史。因此，一旦有一个具有创造性的提议出现，比如说社会企业，这将很快会成功。”

据介绍，“格莱珉计划”已经遍布全世界

100多个国家和地区，累计发放贷款165亿美元。除了关注贫困人口，“格莱珉计划”也正在大力扶持青年人创业。尤努斯希望，更多的青年人能够从寻找工作的旧有思维中解脱，大胆地创立自己的事业。

(<http://www.pubchn.com/news/show.php?itemid=86791>)



阿里巴巴：吸引人才回流创业

10月12日，阿里巴巴农村淘宝上行渠道首次尝试公开预售“团年猪”。这些猪苗都是来自安徽舒城、江西进贤、黑龙江明水三地的土猪，挑选约4千头农户生产的生猪发起预售，预售之后猪苗由农户继续代养，等春节前出栏宰杀完毕后配送到消费者手中。预售期间一头整猪的认购费用为2499元，多人合并认购一头猪的话，每斤猪肉约合24.8元，相当于一次性地在预售期间募集了养猪款，通过订单农业的方式解决了农民的后顾之忧。而对于消费者而言，所有猪苗首次上了保险，若因不可抗力卖家原因不能如约发货，消费者则订单年化收益率高达8%。

预售结束后，如何让城里的主人掌握猪的近况？农村淘宝合伙人将发挥重要作用。事实上，因国家检疫标准需要，每只猪苗都打了耳标——这就像每只猪苗都有一个身份证，此将作为后续溯源的依据。未来，合伙人们还将每个月定期到农户家中采集饲养动态，统一上传到农村淘宝后台。对于城里的猪主人而言，只要打开农村淘宝页面，在订单页面找到“溯源信息”入口，点击进去就能实时查看最新信息，包括农户和农村淘宝合伙人的基本介绍，包括猪每个月的成长动态、照片等。

农村淘宝合伙人正是阿里布局农村电商及扶贫工作的重要一环。

所谓农村淘宝，就是通过搭建县村两级服务网络，充分发挥电子商务优势，突破物

流和信息流的瓶颈、人才和意识的短板，实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通功能，加速城乡一体化，吸引更多的人才回流创业。

2014年10月阿里集团发布了农村战略，提出了“服务农民，创新农业，让农村变美好”的目标，计划在接下来的3-5年，拿出100亿元投入到1000个县的10万个行政村，用于当地电子商务服务体系的建设。

截至9月30日已经在22个省147个县落地，包括了31个国定贫困县和42个省级贫困县，贫困县覆盖率达到50%。2015财年农村淘宝计划扩至250个县，其中至少包括100个国定或省级贫困县。

配合农村淘宝，阿里旗下的各项涉贫业务也加速推进，共同搭建起农村电商扶贫工作。淘宝大学半年来已成功开办31期县长电商研修班，覆盖全国25个省区424个县，培训县级领导干部1174人，其中包含了170国定和省级贫困县。未来淘宝大学可以给16万个贫困村驻村书记送课上门。蚂蚁金服连接



了2300多家农村金融机构，服务了200多万农村电商以及数量庞大的农村支付宝用户，2014年为来自832个国定贫困县的约2.02万名经营者发放贷款29.73亿元。

腾讯：建设移动互联网乡村

“你们这个土鸡是正宗的吗？”“您放心，我们都是低收入农户自家散养的土鸡，绝对正宗。”经过简单的几句交流，浙江省遂昌县金竹镇网扶微商平台“金扶直通车”完成了上线以来的第一笔交易。

2015年10月，“金竹镇网扶工程”的微信号与微信公众号同步上线运行，并推出首波主打商品——农家散养土鸡，经过全镇党员干部的转发宣传，在微商平台上线的两个小时后完成了首笔交易。

根据客户要求，“金扶直通车”微商平台销售的首只土鸡来自金竹镇王川村低收入农户曾发光家。由于曾发光身患残疾，曾家常年收入偏低。在得知自家的土鸡经过微商平台已经销售出去时，曾发光说：“以前都是我老婆一个人在地里干活挣一点钱，现在有政府帮着我们一起销售家里的农产品，每年也能给我们增加不少收入。”

作为一个由社交平台延展开的综合性平台，微信的发展也带动了微商的发展。但事实上，由于微商并非其主要业务板块，腾讯自身的扶贫项目与微商业务关联很小。

作为扶贫样板，腾讯基金会正努力把贵州黎平铜关村建成中国第一个移动互联网村。在这里，2014年底，共有50位村民接受了第一批培训，其中39名通过考试、签署合作协议、自愿缴纳200元押金并同意在遵守《村规民约》的基础上，承诺至少在半年内与腾讯“移动互联网村”项目团队充分配合，依托微信展开村寨事务协作，并领到由中兴通讯捐赠的智能手机一部。该手机预装了微信、地图、音乐、搜索等软件，与乡村的实际需求无缝对接。腾讯基金会与中国移动达成战略合作协议，移动在当地特别架设



基站，提供4G网络的支持，同时给每位村民提供20个月每月1G的上网流量，让村民们更加顺畅和充分地使用手机。

这场培训是腾讯“移动互联网乡村”计划的一部分，借助自身的互联网核心能力助推西部乡村发展，是这一计划的主旨。腾讯于2011年7月与黎平县委县政府合作，捐资1500万元，在岩洞镇建设腾讯·铜关侗族大歌生态博物馆，并整合设计师、电商及推广资源，为当地农副产品、手工艺品增加附加值，希望以公平贸易的方式，为村民提供在家门口就业的机会和一份有尊严的收入。

京东：为农村的买与卖服务

电商进农村，解决的是两个问题，“买贵卖难”，让村里人能买到各地的好东西，让村里的好东西能卖出去。帮村民买东西需要在农村铺设基础服务，卖东西则需要支持农民学习电商、创业、培养品牌。在这个过程中，同时可以解决部分农村就业问题、食品安全问题等。

农村电商是京东集团2015年度五大重要战略之一，包括工业品进农村、农村金融以及生鲜电商三部分。

今年9月20日，京东第1000家“京东帮”服务店在贵州省遵义市开业，提前近四个月完成了2015年年初制定的农村电商全年发展计划，并在继续增加。至此，京东在近10个月的时间里，近600家县级服务中心开

业，招募乡村推广员近10万人，1000家“京东帮”服务店投入运营且其服务范围覆盖近30万个行政村。在口口相传的口碑营销至关重要的农村，推广员的作用不可忽视。接下来，京东将尝试利用农资销售平台和乡村推广员体系，从种子、化肥和农药的销售到日常使用，严控农产品的品质，为食品安全问题的解决贡献更多思路。

今年4月，中国妇女发展基金会及组织的“第一期电子商务创业培训班”，在河北省无极县电子商务与物联网孵化器举办，京东公益及京东乡村项目组为当地妇女讲授了乡村电商发展及京东乡村推广员的培养计划。未来京东将在无极县建立京东服务中心、招募京东乡村推广员，将农村电商深耕细作，同时有效解决农村妇女的就业问题，帮助农村妇女获得独立经济能力。

刘强东说，京东与其他几家电商农村战略的最大不同，是京东更加重视农村电商基础的夯实，京东花了整整一年的时间搭建农村的物流和村民代理体系，希望通过京东让农户和消费者建立直接的联系。

以在四川的布局为例，去年12月，京东与仁寿县政府就开展农村电子商务合作签订战略合作协议，将京东首个农村电商试点县放在四川。今年5月，当地21万亩绿色枇杷种植园出产的枇杷借由京东平台与物流配送网络销往全国。9月24日，京东“京农贷”又在仁寿落地，向四川福仁缘农业开发有限公司发放首笔贷款。截止到今年8月底，京东为超过10万户的农民发放贷款，违约率不到1%。

苏宁电商：打造精准式扶贫

随着苏宁互联网的成功转型，苏宁成为国内首家打通线上线下渠道、实现O2O融合运营的互联网零售企业。

9月25日苏宁和国务院扶贫办签署“全国农村电商扶贫战略合作框架协议”，标志着在2015年国务院扶贫办确立十项扶贫工程之一的电商扶贫领域，苏宁正式起跑。

江苏省泗阳县属中国青虾之乡，这里的

青虾养殖户们从今年9月份开始就忙的不亦乐乎，短短2个月时间，业务量比平时增加了几倍，收入也开始翻番，带来这一变化的是互联网的介入。

6月11日，苏宁易购平台和众筹平台在江苏省泗阳县成河村60亩青虾养殖示范基地正式落成。通过这一平台，青虾捕捞起水，立刻就能通过物流打包运输到客户家中。青虾养殖户与消费者间实现了零时差购买，既能有效帮助养殖户拓宽销售，又能使消费者买到新鲜的青虾。

同时，依托当地场地资源，全国首家线下县级地方特色馆——苏宁易购超市频道“泗阳馆”落地，将集农特产品展示、体验、销售、旅游等功能于一体。

据苏宁副董事长孙为民介绍，苏宁计划利用互联网工具和线上线下平台，在全国范围内进行精准电商扶贫，未来三年建设100家苏宁易购直营店或服务站，在大城市核心商圈线下实体门店建设农村电商扶贫O2O专区，并在苏宁易购上线100家“地方特色馆”，促进农副产品、民族手工艺品等上网、进城。

和泗阳县城河村一样，位于茅山老区的江苏镇江市丹徒区也被互联网光顾了一回，而就这一回光顾却给这里的村民脱贫带来了极大改变。

苏宁在当地援建了8亩大棚，全部加入了互联网元素，形成高科技农业孵化基地。大棚内设有传感器等智能设备，能够对温度、湿度、光照强弱等进行实时监测，当地种植户只要在手机上下载一个APP即可对大棚进行远程控制，一个手机，呼不出户，掌控一切，极大减轻了种植户负担。

这个基地未来不仅能够种植新奇的农产品，还将带动当地其他业态的发展，对旅游业的开发、青少年实践基地建设将起到推动作用。

据了解，由苏宁和国务院扶贫办共同打造的“电商扶贫双百示范行动”将定点扶贫全国约104个贫困区县，惠及1万余个贫困村，234多万农村贫困家庭，761万贫困人口。

苏宁将为一个贫困村镇推广一款特色农产品，为一个贫困县打造一个优势产业，多产业联动带动当地产业集群发展，多渠道配合解决销售问题，逐渐形成特色化、精准化、社会化、产业化的电商扶贫思路，真正实现精准扶贫、脱贫。

魏延安：电商巨头扶贫的基因分析

互联网流行一句话，基因是很重要的。在电商扶贫的问题上，各大电商平台都有动作，但因为基因的不同，其路径与模式也不尽相同。

苏宁采取的策略，都是与自身O2O的商业模式相匹配的，既有线上销售，也有实体展示，有利于体验与营销；下一步还准备开展生鲜预售、产地集采等业务，加快开放平台与物流体系，让自身优势进一步发挥。

阿里巴巴在农村电商的布局中，把生活服务的代收费、消费方面的代买和生产方面的代卖，还有返乡创业扶持等功能融合在一起，让电商下乡、农产品进城、农民创业等目标一并实现，同时还通过淘宝大学、菜鸟网络、蚂蚁金服等提供系统服务，以达到培养人才、改善物流、金融服务等目的，努力推动从“授人以鱼”到“授人以渔”再到“营造渔场”的生态打造，实现信息化惠农、消费便捷减支、生产生活理念转变、农产品上网、人才返乡等扶贫社会目标。

京东在电商扶贫中，同样是基于自营业务优势的发挥。在农村电商的具体操作上，又按“两条腿”走路，把大家电等业务独立归属于京东帮，完成售、送、装、修一体化；其他产品的销售则归属于京东县级服务中心，再在乡村设站，村级招募京东推广员，目前已经超过10万人，推进可谓神速。下一步还有金融跟进。

与前面三家相比，一亩田的路数明显不同，虽然也是一个电商平台，但不直接零售，而是把目光瞄准了农产品的信息撮合，致力于减少中间环节与推动交易电子化，从而与竞争激烈的网络零售实现了错位发展，

也显示了独到的市场眼光。

电商扶贫从理论上的提出到实践上的探索，比农村电商时间更短，各大电商平台能做到今天这个程度已属不易，但与政府的期望和农民的迫切需求相比，还是有改进的空间。有三点建议：

一、电商平台的电商扶贫定位与政府的目标还需要进一步契合。扶贫进入精准扶贫阶段，最重要的是让贫困户增收脱贫。也就是说，工作重点在个体农户，而不是泛泛的县域概念。但目前的电商扶贫更多的是农村消费市场的开掘，与扶贫还有距离。如何让更多的贫困户在电商中直接受益，还需要进一步探索。

二、电商平台的业务模式对农民的期盼还需要进一步满足。目前的农村电商也好，电商扶贫也好，主要还是工业品下乡，而农产品进城才刚刚起步，贫困地区的网上消费与网上销售严重不对等。显然，能不能在网上以好的价格把农产品卖出去，对农民而言意义更大。

三、电商扶贫的模式还需要进一步探索。目前的电商扶贫，大多着眼于经济角度，与社会、生态等领域结合还不紧密。比如说，贫困地区往往是生态优美的地区，如何把这一优势资源通过互联网与电商的路径开发出来，应该有空间。同时，贫困地区的产品特别是农特产品，如果仅仅是加强推广可能效果也有限，因为面临没有名气、标准化程度不够、包装设计落后、品牌严重缺失等问题，必须要有系统性帮扶。

同时，对于电商扶贫而言，不宜急功近利，要把扶贫的公益性与电商平台的经营性结合起来，尊重市场的规律、社会的机理，鼓励更多的电商企业参与，同步加强学术研究，以期电商扶贫的理论与实践不断丰满起来。（作者为共青团陕西省委农工部部长，知名三农学者）（<http://www.gongyishibao.com/html/yaowen/8608.html>）

聚焦创新型公益

时尚与公益的碰撞：小黑裙+红丝带=?

来源_公益时报 作者_高文兴



SOIRÉE每卖出一条小黑裙，就会通过“路人甲”定向捐赠10元钱给“中华红丝带基金母婴平安项目基金”。

在四川大凉山，有一个叫“保护”的男孩，他的妈妈在分娩前不幸感染了艾滋病，后来受到红丝带母婴项目资助，顺利地生下了没有感染艾滋病的他。家里人非常高兴，因为孩子是在红丝带保护下出生的，所以他们给孩子起名叫“保护”。

但是在全国，还有很多女性，因为受贫困、传统观念和医疗条件所限，忍受着生育的艰辛和新生儿无法存活的痛苦。

当一个曾经分娩14次，最终仅存活3个孩

子的母亲哽咽地诉说她的遭遇时，我们看到的只有无助和柔弱。

然而，女性作为社会中最重要角色，应该是自信、优雅、力量的代言人。

王思明，中华女子协会会长，从事女性关爱事业多年，一个喜欢穿黑裙的女性。在一次服装设计课上，她萌生创立首个专卖小黑裙品牌的想法。

于是，SOIRÉE品牌应运而生，在法语里，它代表夜晚和美好。思明希望，小黑裙能带给穿着它的女性美好、自信、优雅和力量。



SOIRÉE小黑裙创始人王思明女士表示，做小黑裙的初衷源于黑色是永恒的流行，代表了一种优雅，一种神秘，一种力量，一种自信，无论出席任何场合，穿一件小黑裙准没错。她坚定的表示，女人的魅力天生有无限可能，她希望每个女人都有一件属于她的小黑裙。小黑裙是经典，SOIRÉE要做的就是将经典传承下去。SOIRÉE是一个只卖小黑裙的品牌，简约不简单、专一更专注、极致不极端！做个有情怀有态度的品牌。

为了支持女性健康，日前，小黑裙携手路人甲，在公益领域发起一次红与黑的碰撞。每卖出一条小黑裙，就会通过唯一捐赠渠道“路人甲”定向捐赠10元钱给“中华红丝带基金母婴平安项目基金”。善款用于支持开展村妇保员培训，在重点地区开展健康教育咨询检测，发放“红丝带母婴平安

包”，提高住院分娩率，降低产妇新生儿死亡率，杜绝艾滋病等传染性疾经母婴传播的风险。

而在公益之外，这个全新品牌本身的魅力也丝毫不输给其他时尚品牌。据了解，品牌上线首日就吸引过万粉丝关注，订单纷至沓来，这在其他服装品牌中寥寥无几。如此“吸睛”且“吸金”的能力，着实让人有些咋舌！可它到底是凭借什么样的别具匠心的模式，才可以首日就旗开得胜？

首先，与传统思维不同之一在于SOIRÉE小黑裙的理念。每一条SOIRÉE小黑裙都有一个它的专属设计师。SOIRÉE联合了国内外优秀独立服装设计师和跨界设计师。每位设计师将自身的理念与生活感悟紧密结合，只设计一款以设计师命名的SOIRÉE小黑裙。设计师以创造艺术品的完美理念去打造每一条



SOIREE小黑裙，以确保SOIREE小黑裙的经典品质——让每一件SOIREE小黑裙都拥有灵魂；让每一件SOIREE小黑裙从设计师开始就有故事。据SOIREE小黑裙内部人士透漏，目前在平台已上线的SOIREE小黑裙有12款，这12款小黑裙都是经过无数轮设计师修改、制版、推翻、讨论、更改的反复后，最终从上百件设计师成衣之中，选定的12款面市，后续将每隔15天推出新设计师款小黑裙，预计到年底将有近百款在平台陆续上架。

其次，即是最为关键的SOIREE营销模式：SOIREE小黑裙目前只通过微信平台卖，而与众不同之处在于是其采用的微分销模式。消费者只需要通过“微信支付”在“小黑裙SOIREE”公众平台，成功购买一件小黑裙，系统将自动生成拥有个人专属二维码，即可成为SOIREE小黑裙的代言人，而吸引代言人积极分享自己专属二维码到朋友圈、好

友或微信群，其真正的原因是，SOIREE小黑裙拿出售价的一部分作为给各位代言人的分享奖励，也就是好友通过代言人专属二维码扫码成功关注并购买，代言人都将获得相应分享奖励回馈。

据某代言人透漏：“我认为这种方式特别好，每当我遇到好的东西都会跟身边的闺蜜分享，但分享就分享了没有其他，而SOIREE小黑裙首先我认定它的品质我才会跟朋友推荐，身边的朋友购买后我竟然还有分享奖励。在小黑裙上线的第一天，我就转发了朋友圈并在几个好友群推荐了一下，没想到竟获得了1000多元的分享奖励，这大大的出乎了我的意料！”

小黑裙在时尚界与公益界的齐头并进，必将为众多母亲和新生儿的健康送去更多保障。（<http://www.gongyishibao.com/html/shehuichuangxin/8459.html>）

港华“捐人”行动

来源_公益时报 作者_徐辉



有些事情可能无法假设。假如，有人陪伴在贵州毕节当地留守儿童身边，不管他们是以什么身份，那四个幼童是不是就不会以喝农药的惨烈方式结束生命，而是能够度过生命中的这次危机？

看到6月份贵州毕节发生4幼童喝农药自杀的报道，当时身在香港的香港中华煤气企业事务总监、港华集团高级副总裁杨松坤“很难过”。彼时，港华燃气正参与一项关爱留守儿童的公益项目——“留守儿童陪护计划”，已经在重庆巫溪县的两个村庄：大坪村和羊桥村开展了一年多的时间。

“捐人”陪护留守儿童

从2014年2月开始，9位港华燃气在城市工作的员工，分三批每批三位员工以义工的身份前往重庆巫溪县的大坪村和羊桥村，并驻扎在当地开展为期半年的“留守儿童陪护计划”，陪护当地的留守儿童。他们为当地留守儿童辅导功课，开展音乐、美术、体育等素质教育，进行生活关怀及心理疏导。

这是港华燃气参与的中国光彩事业基金会与北京地球村环境教育中心合作实施的“光彩爱心家园——乐和之家”项目。该项目招募各方志愿者进入试点村落，陪护当地留守儿童。

据了解，北京地球村环境教育中心于2009年起组织实施了以关爱农村留守儿童再造乡村社会的“乐和之家”公益项目。2013年，中央统战部批准支持，中国光彩事业基金会与北京地球村，依托原有“乐和之家”项目实施基础与经验，联合发起实施“光彩爱心家园——乐和之家”项目。港华是参与此项目的第一家企业，到目前为止，也是唯一一家参与该项目的企业。

知道“光彩爱心家园——乐和之家”项目是在企业公民委员会的一次会议上。北京地球村环境教育中心的负责人廖晓义向在座的企业家介绍了这个项目。介绍完后，廖晓义问当时在座的企业代表，是否愿意“捐人”出来参加这个项目？

当时在座的港华燃气的参会代表举手表示港华燃气将参与支持这个项目。

“据了解当时和港华一起举手表示参与的企业，只有港华参与了这个项目，真正地派驻了义工。”杨松坤颇为自豪地告诉《公益时报》记者。

“用生命去影响生命”，这是杨松坤支持港华员工启动“留守儿童陪护计划”的初衷。“在香港并没有‘留守儿童’的概念，像我自己，爸爸是海员经常不在家，但是妈妈在家里一直照顾我。”杨松坤说，港华燃气在内地开展业务的这些年，开始逐步关注到内地留守儿童的问题。

据统计，中国全国农村留守儿童逾6000万，占全国儿童总数的近22%。这个庞大的被称为“时代孤儿”的留守儿童群体，不仅在生活、教育和人身安全等方面难以有保障，由于父母之爱的缺失，导致出现各种问题甚至发生各种悲剧。今年6月份贵州毕节4

幼童喝农药自杀的事情，是中国农村留守儿童悲剧的一个缩影。

做符合社会期望的事情

面对中国留守儿童的沉重问题，一家企业能够发挥什么作用？中国留守儿童问题的形成，具有社会深层次的复杂原因，要解决这个问题，需要社会各方的共同努力。需要形成以政府为主导、以学校为重点、以社区(村)为依托、以家庭为核心、以社会参与为支持的农村留守儿童关爱服务体系，开展留守儿童关爱服务，方有可能见到解决留守儿童问题的希望，杜绝悲剧事件的发生。

“光彩爱心家园——乐和之家”项目让杨松坤看到了企业能够在解决中国留守儿童问题上发挥作用的机会，这个项目的存在为港华燃气提供了帮助留守儿童的平台。港华用“捐人”的实际行动，来承担起一个企业的社会责任，为中国留守儿童的问题尽企业的一己之力。港华燃气将这个项目命名为“留守儿童陪护计划”，尝试着企业去参与解决中国留守儿童问题的一个新样本。

“留守儿童陪护计划”的具体流程是，港华燃气号召企业员工报名去农村做义工，被挑选参与“留守儿童陪护计划”的员工在经过北京地球村环境教育中心的培训后，在农村生活半年。在半年的时间里，陪护着留守儿童，帮他们解决在成长过程中遇到的各种问题。在这段时间，港华燃气除了照发他们的工资外，每个月还发1800元的额外补助。

六个月的时间，虽然对于缺乏父母关爱的留守儿童来说，义工陪护的时间与实际需求相比仍然不够，可是这段有义工陪护度过

的时光，是他们留守童年生活中不能忽视的一抹绚丽。六个月对于企业而言是具有挑战性的时间，员工离开岗位半年，照发员工工资的同时，再额外发补助，已经是企业所能承受的极限；对于员工而言，别家离子，在异乡生活半年，也要面临重大的考验。知难而上，港华燃气愿意做第一个敢吃螃蟹，将自己的员工捐出去实施“捐人”计划的企业。

杨松坤认为，企业承担社会责任，不仅仅是去捐钱。企业社会责任的内涵有不同层面，企业首先是要依法纳税，遵守法律法规。而企业只做到这些是远远不够的，还需要去做符合社会期望的事情，实现企业和社会的双赢。

“这样做的好处是，员工会觉得企业在获取劳动所得之余还在为弱势的社群做好事，他们就会很开心，为身为这样有责任感的企业中一员感到骄傲。”杨松坤相信“捐人”计划的实施会让员工更加地信赖港华，从而增强企业员工的凝聚力。

港华的“捐人”行动，确实让义工体会到了身为港华人的自豪。有几位义工向《公益时报》表示：“港华燃气向来重视公益，回馈社会，担负社会责任履行义务。而‘捐人’项目是港华公益道路开启的另一扇公益之门。在这样有社会担当的企业中，作为港华的员工，特别是第一批捐人计划的志愿者，我们深感骄傲和自豪。”

企业也是受益方

如今，港华燃气派出的9名义工平安载誉归来，所服务的留守儿童也都对义工们

的付出有正面回馈，而且，这9名义工通过这半年的义工生涯的锻炼，实现了各自的成长，在回到以前的工作岗位后，更加“敬业爱岗”——这让杨松坤坚信自己当初“捐人”决策的正确性，“收获的比失去的要多的多”。

第一批义工中，来自绵阳港华的杨驰现在已升职为“绵阳港华”的客户经理，升职的任命是在杨驰从重庆巫溪县羊桥村回来半年后下达的。在杨驰的半年义工生涯结束重返工作岗位后，绵阳港华总经理王祥斌感受到了杨驰的变化。“他回来后带给我的是惊喜，甚至是震撼……”

半年的义工生涯让杨驰成长。他曾在“留守儿童陪护计划汇报”中写道：奉献自己的微薄之力帮助到需要的人，得到了极大的快乐，也让自己成长。我感受到了农村留守儿童的坚强、乐观，通过分担他们的苦难和快乐，增强面对困难的信心。

这些收获又实实在在地转化为了工作上的感悟。通过陪护儿童，杨驰明白了，只有了解服务对象的真正需求，匹配服务对象所需的服务，才能促进服务质量和效率的提高，只有了解他们的真正需求，才能利于工作目标的达成和高效率。

王祥斌一直将“捐人”理解为，送自己的员工去培训。而去做义工的员工的成长证明了自己的理解没错：在做公益事业的同时，也培养了港华的干部，而且，在公益中的培训，其效果未必比学校培训的效果差。“坦白说，‘捐人’对于企业来说是人力成本的考验，但从现在的结果来看，这种培训的投入和产出是可以接受的。”

看到了义工们的巨大变化后，绵竹港华总经理高洪海直接对《公益时报》表示：“捐人”的活动能够起到其他的培训所达不到的效果，希望能够继续下去。从表面上看，企业支付了薪水，又捐出了人，企业是在付出，但实际上企业也是受益方。

百家港华企业共同行动

虽然“捐人”行动好评如潮，但由于地球村项目有所调整，港华燃气与“乐和家园”项目的合作也将暂时停止，“留守儿童陪护计划”也提前结束。第三批3位港华义工也将提前回归到日常的工作岗位。但是，这并不意味着港华燃气不再关注中国留守儿童领域，相反，港华燃气在中国留守儿童领域将会有更大的筹划。

“公益是创新，港华不会拒绝参与好的公益项目。港华对企业社会责任的承担，一直伴随着企业的发展而共同发展。”杨松坤说。当然，杨松坤也明白，企业能力有限，中国留守儿童的问题不是一天一时能够解决，企业肯定要量力而行。“但无论怎样，港华燃气都要去做力所能及的事情，这是我们的企业文化。”杨松坤强调，港华燃气不会去做锦上添花的事情，而是会雪中送炭：受助方需要什么，我们就给什么，这也是港华燃气的理念。

贵州毕节的悲剧发生后，国家领导人强调“悲剧不能一再发生”。民政部也声明将推动建立健全包括重病重残、事实无人抚

养、父母服刑、戒毒人员子女等困境儿童福利保障和社会保护工作，加快未成年人社会保护试点和适度普惠型儿童福利制度试点工作进度，加大试点工作覆盖面。同时会同有关部门积极推动农村留守儿童关爱服务体系建设。贵州亦在全省范围内对农村留守儿童进行全面排查，彻底查清留守儿童情况，织牢救助网底。

“虽然国家相关部门对留守儿童关注和支持的力度在加强，但是我相信除了政府和NGO在留守儿童领域的努力，也还存在企业继续发挥作用的空间。”杨松坤说。比如，港华燃气可以组织全国港华企业的员工去就近的地方做义工，帮助弱势社群中的儿童，也算是“捐人”计划的升级。

杨松坤告诉《公益时报》，港华燃气在中国有100多家企业，可以号召这100多家企业的员工，在当地就近去寻找需要帮助的留守儿童。“港华燃气和当地的港华企业可以给予员工一部分资金上的支持。”在杨松坤看来，这个计划的实施有两个可以看得到的好处：一方面，本土员工就近提供义工服务的方式，可以因地制宜，更好地满足留守儿童的需求；另一方面，动员100多家企业员工的参与，义工的数量更多，形成的力量更大，自然帮助的留守儿童的数量也会更多，影响力也会更加深远。（<http://www.gongyishibao.com/html/qiyeCSR/8481.html>）

BTV启动“袋动中国”公益行动 8省市文明旅游大接力

来源_公益中国网



由首都精神文明建设委员会办公室、北京电视台共同发起，由北京生活频道、天津新闻频道、河北都市频道、山东齐鲁频道、湖北经视频道、江苏城市频道、陕西都市青春频道、青海经济生活频道八大地面频道及人民网、BRTN北京网络广播电视台、北京北广传媒等媒体联合主办的大型环保公益活动生活微行动——文明旅游 袋动中国——于9月29日在北京奥林匹克公园举行了启动仪式，首都精神文明建设委员会办公室副主任韩龙彬、北京电视台副总编辑朱江、北京市控烟协会会长张建枢等领导以及来自各届的

志愿者嘉宾共同出席了本次活动，王祖蓝、吴樾、聂远、王潮歌、张信哲、林依轮、李春波、周艳泓、沈丹萍、何云伟、冯远征夫妇等众多位明星也作为志愿者参与了本次公益活动。“文明旅游 袋动中国”活动将通过全国8省市烽火接力、北京14景点全城接力以及“3分钟与1米风景”线上分享接力这三大文明接力活动，号召大家在十一黄金周出行期间能够自觉自律、文明出游，不乱扔垃圾，不给景区添堵，希望通过汇聚社会力量，共建社会大文明，这是该公益活动第二次在黄金周期间联动全国媒体开展。

全国8省烽火接力，全国传递文明能量

“文明旅游 袋动中国”活动将以北京为起点，经过河北、天津、湖北、山东、陕西、青海、江苏8个省市开启烽火相传的文明大接力，形成全国范围内的大联动，期间将有数万名全国各地的志愿者参与其中，整个活动将辐射游客1.5亿。

据了解，接力活动将由北京生活频道《生活2015》、天津新闻频道《热播一小时》、河北都市频道《民生315》、山东齐鲁频道《每日新闻》、湖北经视频道《湖北经视直播》、江苏城市频道《零距离》、陕西都市青春频道《都市快报》、青海经济生活频道《百姓1时间》八大民生节目联合举行，活动将在各城市选取包括北京八达岭长城、曲阜孔庙、武汉黄鹤楼、南京夫子庙、西安大雁塔、西宁塔尔寺、承德避暑山庄、天津五大道、青海坎布拉等40多个著名景区开展，从9月29日起到10月6日，每个城市台都将负责为期1天的主活动，跟踪报道当地活动情况以及前一个接力城市的活动概况和下一个接力城市的准备情况。北京地区，生活频道《生活2015》节目将自活动启动之日开设报道专题，景区的文明旅游指数、垃圾数据，趣味测试、实时环境监测及人流量等都将真实反映在电视屏幕上。而人民网旅游频道也会开设活动专题页，实时更新活动内容。

据北京电视台副总编辑朱江介绍：这是北京电视台第二次联动全国媒体在十一黄金周期间开展以文明旅游为主题的公益微行动，去年我们叫“袋袋来了”，今年我们叫“袋动中国”，活动名称的改变本身就说明了我们活动的提升。从媒体阵营看，我们联合主办的电视台由去年的6家增加到今年的

8家，另外，人民网、新浪网、凤凰网等网站和一些一线的社交媒体也加入到发起阵营中；从我们的活动范围看也在进一步扩大，参与接力的各省市的一线景点都囊括在我们的行动之列，特别是今年我们还将去到西部重地青海。大家知道青海是国家“一带一路”建设的核心区域，旅游文化产业是青海推进丝绸之路经济带建设的重要内容之一，因此，本次活动能够在青海开展也可以说是意义重大。由媒体发起的公益行动影响力在不断扩大，希望我们今年能够在全社会界的大力支持下，通过我们媒体的号召力，不断扩大文明传递的队伍，通过今年8大省市的烽火接力，在全国范围内掀起一次文明旅游、文明出行的热潮。

14个景点打响文明PK战 北京全城互动接力

除了全国的烽火接力外，北京地区也将以两两PK的方式开展一场全城接力。据了解，“文明旅游 袋动中国”活动期间，北京分会场将选取雁栖湖、颐和园、八达岭长城、水长城、古北水镇、颐和园、玉渊潭、欢乐谷等14个具有象征意义的景区开展全城文明接力，主办方将于每天选择两个景区进行文明PK，PK现场除向游人发放环保纪念品外，志愿者还将随机开展各种形式的文明旅游小游戏，亦会有明星志愿者加盟互动。

据主办方介绍，北京作为首都，拥有丰富的历史文化与旅游资源，无论是人文景观还是自然景观，都是节假日期间全国各地人民奔赴的主要景区，以奥体公园为例，去年仅国庆节当日，游客就达到30万人，按每人游览2小时计算，这些游人一天产生的垃圾高达108吨，这么多垃圾可以把鸟巢变成一

个巨型的垃圾堆。那么依照统计，去年全国共接待游客4.75亿人次，这些游客产生的垃圾总量可达85.5万吨，足以把我们所有的景区都将变成垃圾场。因此，作为本次活动的发起方，北京地区将义不容辞的做出表率，为整个“文明旅游 袋动中国”公益微行动助力助威。北京地区的全城接力情况将在《生活2015》节目中进行报道。

3分钟与1米风景双分享 线上发起全民接力

“文明旅游 袋动中国”的第三大接力活动将在线上举行。

“我和世界的三分钟”及“一米风景”互动游戏将与地面接力活动同期启动，这两大线上接力互动分享活动主要是通过展示自己的文明宣言来传递文明旅游活动的宗旨，号召更多人加入到文明传递的志愿者队伍中来。据主办方介绍，3分钟是一个质变的过程，一件事情在3分钟内可以由好变坏，也可以由坏变好，如果我们按每人每天平均出行10小时、每3分钟丢弃一件垃圾计算，那么去年黄金周期间产生的垃圾就可以覆盖约600万平方公里。相反，如果我们在每3分钟之内都能减少一件垃圾或者将产生的垃圾带走，那我们就能换来这几百万平方公里的洁净。同样，号召网友自拍脚下一米的风景的方式来展现每一个人力所能及的干净空间，实现“你脚下的一平米就是世界的每平米”，只要我们每个人脚下的一米是干净的，这个世界就是干净的。

这两大线上接力活动将通过生活2015官方微信的微站发起，观众可以通过电视扫码、BTV官微及生活频道官微等渠道进入微站，成为线上接力活动的志愿者。

明星加盟微公益 多种方式号召全民参与公益行动

在本次全国联动的公益活动中，众多演艺界明星也作为志愿者加盟进来。他们通过社交媒体、宣传短片以及现场参与等方式来号召大家共同参与文明传递。

据了解，活动启动仪式之前王祖蓝、李春波、张信哲、聂远等明星就已经通过微博发出自己的文明宣言，号召大家参与本次公益活动，分享活动信息；张歆艺、瞿颖、毛宁、苏醒、沈丹萍、李春波、王祖蓝、曹云金等明星则通过录制宣传片的方式，号召大家汇聚力量，通过一点改变创造无限可能。梁丹妮、冯远征夫妇也通过一段有趣的小短片分享了他们对于文明出行的看法，号召大家文明旅游，带走垃圾，创造奇迹。

活动启动当天，李春波、吴樾、孔琳、何云伟、周艳泓等演艺明星也来到了现场为公益活动加油，他们在现场接受采访时表示：自己几乎关注了北京电视台这些年开展的所有生活微行动，这种通过个人微小力量的汇聚给社会带来巨大改变的公益活动是非常有价值的。文明旅游是一个公民最基本的修养，尤其是作为中国这样一个旅游大国的公民，应该有更高的文化素养，作为大家熟知的演员，自己愿意为每个号召文明、传递文明的行动尽一份薄力，也希望有更多的媒体能够加入到这个阵营中来，通过自己的一点改变带来无限的可能。

除了明星志愿者和线上加入分享接力活动的志愿者外，本次活动还汇聚了来自全国各地、各个机构的数万名志愿者，仅北京地区就包括了来自北京市各区县文明办、旅游委、中国共产主义青年团、北京市社区服务协会、北京控烟协会以及大学生志愿团体等

机构共会派出数千名志愿者，这些志愿者都将加入到烽火接力的活动中，在黄金周期间、在全国八大省市的各个景点传递我们的文明正能量。

首次启动全媒体矩阵实时传播 高新技术全景展示文明成果

据了解，本次活动还首次采用了全媒体矩阵实时传播的技术。除了各大联合主办的城市台外，将有更多新媒体力量加入到传播阵容中，最终，活动将组成由八大城市台、新浪微博、腾讯微信、BTV大媒体、北京IPTV、奇虎360等组成的全媒体报道阵容，这一全媒体矩阵将在活动期间实时报道现场情况，通过热搜、话题、分享、展播、矩阵传播等各种渠道支持此次的文明传递与接力。北京地区的数百块户外屏幕也将在未来10天内连续报道活动盛况。特别值得一提的是，本次活动还将采用智能摄像技术，共有100部360水滴摄像机出现在烽火接力的八省市景点现场，为我们记录各地节日的热闹景象、记录下大家的文明行为，向各大媒体传输活动现场实时画面，让我们的公益微行动能够更加真实的得以呈现。

三江之源举办闭幕式 文明精神继续前行

在活动现场，主办方宣布“文明旅游袋动中国”公益微行动将于10月9日于青海坎布拉举行闭幕式，并同时发起了一项号召：希望在十一黄金周期间，每一位去青海的游客都成为此次公益微行动的志愿者，不

仅不再乱扔垃圾，还要清理垃圾，被游人破坏的美丽将由游人来修复。据相关负责人介绍：坎布拉是我国著名的自然景区，也是藏传佛教后弘期的发祥地，风光魅力堪称全国之最，是中国的西部盛景，每年都有数量可观的游客来到这里，但同时也留下了大量的垃圾，地上、树上都能看到游人留下的垃圾，而现在，我们希望“文明旅游‘袋’动中国”公益行动可以举全国城市媒体之力，举全社会心存文明力量的机构与个人之力，汇聚每个人的力量去抚平这个伤痕，在此后的这些天里，我们将时刻关注坎布拉的情况，希望到10月9日我们举行闭幕式的时候，能够共同见证一个美丽的结果。坎布拉是我们活动的最后一站，但这并不意味着结束，这里将成为我们文明旅游精神的延续之地，希望我们倡导的这种公益行动能够继续前行，汇聚我们每个人微小的力量，为我的世界带来无限的可能。（<http://www.pubchn.com/news/show.php?itemid=86691>）

“微笑梅里”队员出发 肌无力患者挑战雪山

来源_公益中国网

10月15日，由新华网、中国社会福利基金会联合劝募中心、北京爱力重症肌无力罕见病关爱中心共同主办的“微笑梅里-罕见的行走2015”在北京举办队员出发仪式。由4名重症肌无力患者与8名爱心公众、志愿者组成的“爱力勇士队”将前往云南，沿古老的梅里雪山转山路线，完成为期5天、平均海拔3100米、累计上升4000米、总里程90000米的艰苦行走，希望用这一罕见的行动为2016年爱力康复营项目与第二届全国重症肌无力患者大会项目筹款，帮助重症肌无力病友早日回归正常的社会生活。

北京爱力重症肌无力罕见病关爱中心的执行主任清昭介绍说，“罕见的行走”是由北京爱力重症肌无力罕见病关爱中心发起的创新型运动筹款品牌，以“罕见的人，罕见的故事，罕见的地方”为定位。“微笑梅里-罕见的行走2015”是人类疾病史上，第一次由多位重症肌无力患者共同进行的这么高海拔和强度的行走，而这次徒步的强度相当于他们要连续5天每天攀登泰山一次。“对病情严重的患者来说，生活中的每一步都是罕见的行走。希望用罕见的行走，未来让重症肌无力患者的户外行走变得并不罕见。”

重症肌无力（英文名Myasthenia Gravis，简称MG）是由神经与肌肉接头处发生传导障碍，而引起的慢性自身免疫性疾病，不遗传，任何人可能后天获得。在我国，年平均发病率约为7.40/百万人（女性7.14，男性7.66），18-35岁女性，35-55岁男性为高发年龄段。目前我国约有超过65万名患者。病情严重时，患者可能无法吞咽一块柔软的馒头或者喝下一口水，甚至引发“重症肌无力危象”，危及生命，但却可以治疗。

国际神经免疫学常务理事，中国免疫神经学会常委、中国重症肌无力学科奠基人许贤豪教授用八个字总结重症肌无力这种疾病，“难以治愈，可以治疗。”从目前的重症肌无力治疗情况看，治疗方法比较成熟有效，患者经及时治疗，可以回归正常的社会生活。

然而，由于社会对重症肌无力缺乏了解，公众缺乏认知，患者自身对疾病也缺乏疾病知识和康复信心，重症肌无力急需进入公众视野，得到社会广泛关注，避免更多本可以不发生的问题出现。



据爱力关爱中心2014年发布的《中国重症肌无力患者生存调查报告》显示，54.15%的患者曾被误诊，36.68%的患者曾经发生重症肌无力危象，而更有因缺乏治疗信心而自杀的患者。高发的误诊率和危象发生率给患者家庭带来沉重的经济负担。44.98%的患者家庭，难以承受经济压力，只有14.41%的患者家庭享有低保。虽然病情稳定后的日常治疗上，84.28%的患者日常治疗费2000元以下，而91%的患者和85.81%的患者却都不在大病或慢病医保范围。日常治疗保障的缺乏，导致70.3%的患者生活需被照料，其中10.7%的患者却无人照料，生活质量严重低下。另外，有43.67%的患者因病被辞退、未能续签劳动合同或被迫离职。29.04%的单身成年患者因病难以成婚，5.24%患者被离婚，重症肌无力患者家庭在经济、就医、就业、养老、心理、情感六大版块面临严峻考验。

主办方之一中国社会福利基金常务副秘

书长肖隆君在出发仪式中介绍，当前，公众对于重症肌无力等罕见病的认知程度非常有限，信息来源渠道有限。应该努力加强公众的宣传倡导，一方面可以帮助预防避免重症肌无力这类自体免疫性疾病的诱发因素，另一方面，优先关注和帮助如重症肌无力这类完全可以治疗康复的疾病患者，为患者积极康复创造社会环境，大幅提升患者的生活质量，能够直接有效减少这个群体面临的社会问题，节约社会资源，推动社会进步。

据介绍，本次转山队共12名，包括来自北京、吉林、贵州、重庆的重症肌无力患者（力勇士），以及8名来自社会各领域的爱心人士与志愿者。参与本次行走的力勇士病友队员都曾在疾病的苦旅中跋涉过，有着令人感动的生命故事。一位病友说：“自己患病多年，走过很多弯路，也曾经因缺乏疾病知识而一度失去康复信心。重症肌无力患者可以康复并回归正常的生活。我们此次就是想让社会各界看到重症肌无力患者在梅里雪



山绽放的微笑，也让更多的病友自信起来。”他们将携带由患者亲手编织的“金刚祈福结”和来自社会各方的点赞照片旗帜，行走沿途依当地风俗为所有病友、爱心人士祈福。

爱勇士队员韩彦明说，他曾因车祸而造成脊柱强直，一直坚强锻炼。他在重症肌无力的朋友身上，看到信念和勇气的力量。他为有机会能与重症肌无力患者们共同完成这次历史意义的行走，感到自豪，也希望通过自己的行为，带动更多的爱心人士加入到关心他们的行列。

出发仪式现场，记者看到已经制作的系列的明星明信片。目前，已有韩庚、何润东，“温太医”张晓龙，著名民谣组合“安与骑兵”，影视新秀冯桀等明星艺人，以及自由滑雪世界冠军程爽、短道速滑世界冠军刘秋宏、跆拳道世界冠军吴静钰等体育界明星为这一壮举拍摄了支持海报或视频。

项目爱心大使—自由滑雪世界冠军程爽

莅临出发仪式现场，为现场的队员带来鼓舞。她希望以自己面对体育运动的精神，鼓舞患者群体用顽强的意志面对疾病和困难。爱力关爱中心主任清昭说：“罕见的行走将成为爱力的年度品牌筹款项目，我们感谢已经参与的社会各界人士的支持。对病重期的患者来说，他们的每一步都是罕见的行走。在此，我们希望有更多的爱心人士一起行走起来，更多的重症肌无力患者一起行走起来，让这样的行走不再罕见。”

(<http://www.pubchn.com/news/show.php?itemid=86795>)

“饥饿餐厅”拉开“饥饿24小时”公益体验活动帷幕

来源_公益中国网



饥饿餐厅

2015年10月16日是联合国确定的第35个世界粮食日，10月17日是中国第二个扶贫日。为促进中国和全世界消除贫困与饥饿，中国扶贫基金会联合多家媒体共同发起“饥

饿24小时公益体验活动”：倡导18~60周岁有条件的人10月16日12时到10月17日12时24小时不吃饭。体验饥饿，关注贫困并捐出一天餐费帮助受饥饿困扰儿童。



10月16日12:00，北京电视台、公益中国网等媒体在中国扶贫基金会见证了扶贫基金会工作人员及大学生志愿者共同参与的“饥饿餐厅”活动，这一活动宣布“饥饿24小时”公益体验活动正式开始。

“饥饿餐厅”是“饥饿24小时”公益体验活动的重要活动之一，在10月16日中午开始，参与“饥饿24小时”体验活动者开始饥饿体验，饥饿餐厅主要以虚拟食物为主，通

过饥饿餐厅的体验，让参与者体验饥饿、关注贫困。

此次活动得到了社会各界的广泛关注与支持，目前，已有20多位明星为本次活动录制视频参与微博互动，近百所高校响应倡议参与体验。许多企业员工、媒体人士也有组织地或自发地参与了饥饿体验活动，通过这种方式关注贫困，帮助饥饿儿童！



中国扶贫基金会员工介绍，如因身体原因不能参加饥饿体验，还可以通过脸萌、魔漫等APP制作饥饿24专题头像，更换自己的微信、微博、QQ头像来表示对活动的支持；也可以通过中国扶贫基金会微信公众号、中国扶贫基金会天猫官方公益店、腾讯公益平台、支付宝钱包、新浪微公益、易宝公益圈

等捐赠平台直接进行捐赠。捐出一天的餐费，支持爱加餐项目和苏丹微笑儿童项目。在活动结束后，中国扶贫基金会将发布善款的使用计划，并将定期公示项目执行情况。（<http://www.pubchn.com/news/show.php?itemid=86805>）

探寻“一带一路”治沙扶贫 库布其精准扶贫公益摄影展开幕

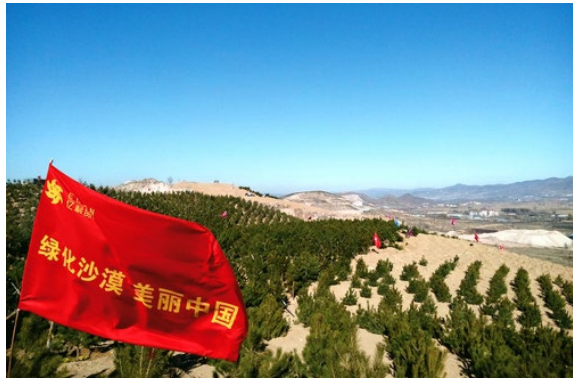
来源_公益中国网 作者_徐宪刚



10月17日，世界“消除贫困日”、中国“扶贫日”。由北京青年报、亿利公益基金会共同发起的“探寻‘一带一路’治沙扶贫，库布其精准扶贫公益摄影展”在京举办。

中国主流媒体摄影记者、环保达人、公益活动家、企业家用手中的镜头，从内蒙古库布其生态环境改善、文化扶贫、“六生态”产业扶贫等三个角度，130幅摄影作品，栩栩如生地记录了当地人民如何通过近

30年时间的自力更生、艰苦奋斗，积极寻找内生动力，让内蒙古库布其大漠从寸草不生，到满目葱绿；人居环境从无路、无电、无水、无讯、看病难、上学难、购物难、生产难、生存难，到实现通水、通电、通讯、文化生活丰富、人有所居、老有所养、医疗卫生有保证、购物有场所的“十个全覆盖”，当地10万农牧民从靠天吃饭，到兴旺六大生态产业，富裕一方百姓。



众所周知，沙漠与贫困如影随形、错综交织。可以讲，哪里有沙漠，哪里就有贫困。可以说，世界上所有沙漠困境都是一样的。历史上，很少有沙漠治理成功的案例。为何库布其可以做到：“绿化了一座沙漠，兴旺了一片产业，富裕了一方百姓”？

如今的库布其，一改往常“输血”扶贫，走出了可持续发展的“科技扶贫、产业扶贫、文化扶贫”脱贫道路。从“输血”强基础，到“造血”发展产业、惠民生，让当地负GDP，变正GDP。



今年，7月28日，非盟主席、前加纳总统库福尔先生考察库布其后说：“非洲也大力推行过治沙和治贫计划，但都失败了，中国亿利资源集团在库布其做到了”。库福尔所说的亿利资源集团，就是库布其精准扶贫的发动机。

如今的库布其人，由过去的散居游牧、靠天吃饭转变为现在拥有五重新身份。他们有的把自己闲置的“荒沙废地”转租给企业或以沙漠入股企业成为了股东；有的跟上企业种树、种草、种药材；有的发展沙漠蒙古族特色的“农家乐”、“牧家乐”旅游餐饮服务；有的种瓜种菜、养牛养羊；有的进入企业当上了产业工人，通过多种渠道创业就业，增收致富。

习近平总书记指出：贫困地区发展要靠内生动力，一个地方必须有产业，有劳动力，内外结合才能发展。在库布其，亿利资源集团通过创塑“政府政策引导、私营企业公益+商业化运作+民众积极参与”模式，让“生态、产业、扶贫”协同发展，三者相辅相成，互相联动，协同发展。这样的好处是，公益事业通过市场化运作，树木有人种，日常有人管，事事可追责，年年都增汇。

消除贫困，必须立足实际，找准主攻方向，因地制宜，发挥比较优势，寻找和提高内生动力。无疑，库布其精准扶贫是一个可借鉴的案例。（<http://www.pubchn.com/news/show.php?itemid=86807>）

英国贝茨勋爵回顾徒步中国 募集善款活动

来源_新京报



54岁，英国上议院议员，终身贵族，曾任英国上议院副议长及副主席、英国保守党副主席，现任英国内政部国务大臣、枢密院顾问官。

习近平主席10月20日在英国议会发表讲话时，提到了4组中英友好人士，表示中英关系发展的源泉来自两国人民的互相理解、

支持和友谊。英国议员贝茨勋爵在中国为和平和慈善事业徒步行走1700公里的故事被习主席专门提到。

今年7月27日，贝茨勋爵和夫人从北京出发，途经北京、河北、山东、江苏和浙江5省市，历时71天，总行程1701公里，于10月5日傍晚顺利抵达终点站——浙江杭州。

贝茨把这次徒步中国的活动，定义为“为和平方走”。今年是首届中英文化交流年，也是纪念世界反法西斯战争胜利70周年。“这次徒步，是希望以实际行动来推动和平，提醒人民记住那场可怕的战争，记住战争带来的可怕后果。”此外，贝茨勋爵把这次徒步沿途募集的80万元善款将全部用于中国的慈善事业。

“听到自己的名字，非常意外”

新京报：你参加了20日习近平主席在英国议会威斯敏斯特宫的演讲，你观察到的现场情况如何？

贝茨勋爵：习主席的演讲是在威斯敏斯特宫的皇家画廊举行的，只有世界上最重要的政治家和最尊贵的客人才有资格在皇家画廊演讲，可见我国对习主席访问的足够重视。

皇家画廊室内的正式座位不到400个，议会提前几天发出习主席将在议会发表演讲的告示，上议院和下议院议员加起来有1000多人，还有其他领域的人要来参加，入场券一票难求。习主席演讲时，我观察了一下周围，座无虚席，所有的正式位置都坐满了人，连走廊两边的休息长凳上也坐满了人，现场大约有500多人，盛况空前。

新京报：习近平主席的演讲是怎样提到你的？听到自己的名字时，你的第一反应是什么？

贝茨勋爵：习近平主席的演讲非常好，受到了议员们的热烈欢迎。习主席回顾了中

国和英国在历史、文化等方面的交往，提到了四组中英友好人士的故事，很荣幸我在中国慈善徒步的故事能被习主席提到。习近平的原话是：“最近，英国议会上院议员贝茨勋爵在中国开展了为期两个多月的慈善徒步行走，他顶着烈日步行约1700公里，将募捐来的善款投入中国慈善事业，并呼吁人们珍爱和平。”

听到自己的名字，非常意外，很震惊，完全没有想到习主席会在这么重要的场合提到我的名字，我的中国夫人雪琳坐在我旁边用手肘碰了碰我，她很激动，她是我慈善徒步整个活动的总策划和幕后支持，有一点点遗憾的是没有提到雪琳的名字，我希望她能和我一起分享。这对我俩来说是一种认可和荣誉。

新京报：你周围的人有何反应，他们如何看待你被习主席提名这件事？

贝茨勋爵：此前，我只和几个老朋友提起过我到中国慈善徒步的事情，大多数议员还不知道这事。他们昨天从习主席演讲中听到我的故事，演讲结束后，坐在我周围的一些议员、勋爵走过来跟我祝贺，还有人问我，脚怎么样了，鞋子走破了几双？中国的国家媒体也来采访我，总之，当时非常忙。

新京报：习近平主席和你见面交谈了吗？

贝茨勋爵：明天习近平主席将会见20名英国老朋友，我接到邀请将和习主席见面，我很期待。

当英国梦遇到中国梦

新京报：习近平主席访英的官方宣传片《当英国梦遇到中国梦》讲述了7个英国人与中国的故事，你的故事是第一个。

贝茨勋爵：我很荣幸能入选到形象片中，宣传片的主题是：到中国来，追寻自己的梦想。我的确在中国实现了徒步1701公里梦想。很多人都对我说，你用2个多月时间徒步中国，不觉得很疯狂吗？对我来说，这是梦想，我实现了。

新京报：你的故事是如何选到宣传片中的？

贝茨勋爵：我这次徒步是个人行为，但是因为我有官方身份，徒步之前，我把我的计划告诉了英国内政部、外交部，得到英国官方以及卡梅伦首相的支持，我也通过中国驻英国大使向中方申请，中国外交部赞同我的“为和平徒步”行动，委托中国红十字会支持我在中国的徒步活动。

九月的一天，中国的宣传部门告诉我，要为习近平主席访英做一期形象片，要把我的故事拍出来，我觉得这对英中两国民间交往来说是个好事，就同意了，他们跟踪拍摄了我徒步一天的经过。

新京报：你是如何理解英国梦和中国梦的？

贝茨勋爵：美国人有“美国梦”，中国人有“中国梦”，但我不曾意识到有一个集体意识的“英国梦”，因为英国文化比较现实，英国人对“梦”这类充满感情的词语持

怀疑态度。但我并没那么“英式”，我热爱“梦”这个词的含义，我的生活也是由梦想塑造的。

我觉得中国梦也是由具体的一个个中国人的梦想合力来实现的。英国梦和中国梦会有一些共性，那就是，每个个体发展自己独特的天赋、才能和梦想，创造一个更好的世界。

此次徒步我希望给大家一个讯息，徒步并非是我多么伟大，而是如果你想真正做好一件事，真正追寻你的梦，你也一定可以的！实际上我们每个人都是伟大的，都有能力完成了不起的事情。这和年龄、教育程度、社会和职业地位、健康、财富都无关。如果你能跟从你的内心，着手当下而不是好高骛远，并且心存勇气，敢于尝试并踏出第一步，那么任何一个人都能成就了不起的大事。

“因为了解，我更爱中国”

新京报：你的慈善徒步活动共募集了多少款项，这些钱都用在哪儿？

贝茨勋爵：整个慈善徒步截止到目前共获得善款80万元，比我们意料中的多了30万元。非常感谢贵报，对徒步活动首发专访，让更多中国人了解我的活动，得到更多人的捐款支持。

募捐到的所有善款都将用于中国的慈善事业，已经有50万捐赠出去了，分别捐给了三个儿童项目：江苏邳县希望之家，江苏宿

迁的一家儿童福利院、河北一家中学，以及两个老兵项目：浙江和山东的抗战老兵基金。还有30万正在找新的项目准备捐出去。

新京报：通过徒步，你对中国的了解加深了吗？

贝茨勋爵：1998年，我首次来中国青岛做调研，对中国发生的一切都感到很新奇。后来因工作关系，我又到过中国13、14次，但主要是在北京、上海等大城市，这次徒步经过一些小城镇，尤其是美丽的乡村，给我留下非常美的印象，这符合我想象中的美丽中国。这次徒步我的收获特别多，这是我坐飞机、火车、开车接触不到的真实的中国，我看到的是一个越来越强大和有深度的中国。给我印象最深的是中国农村，有着惊人的宁静的美，还有中国人民，他们勤劳友好善良，对我非常热情，我沿途和他们聊天，非常愉快。

总之，通过徒步我对中国有了更深的了解，因为了解，我更爱中国。

新京报：你对中英关系有何看法和期待？

贝茨勋爵：中英关系进入“黄金时代”，两国高层频频互访，2013年卡梅伦首相访华，现在习近平主席访英。习主席这次访问将加强中英两国的关系，向世界展示两国在未来继续深化合作的愿望。

两国民间层面的文化交流也非常频繁，今年是首届中英文化交流年，我希望徒步之旅所留下的每个脚印都能够成为英中文化

友好桥梁的见证；我希望募集善款为那些在这个充满冲突与苦难的世界中寻找和平的人们带来帮助与支持。我相信习近平主席说的那三句话：正义必胜，和平必胜，人民必胜。这三句话能引起世界人民的共鸣。（<http://www.pubchn.com/news/show.php?itemid=86836>）

慈善人物辨析

高调VS低调！高调被指作秀，低调难以发挥名人慈善应有的示范效应。高调如陈光标，在国人保钓活动如火如荼之际又做出一件令人震惊之事，斥巨款在美国《纽约时报》上登出半版广告，声明钓鱼岛自古以来属中国领土；低调如“地产大亨”王石、“专利哥”何国苗，前者退居幕后默默支持壹基金发展，后者不求回报低调支持家乡公益事业。名人慈善究竟何去何从？

尺寸之间：论陈光标慈善印象及其情理合宜性辨析

一千个人心中有一千个“慈善家”的形象。当代中国，在转型的嬗变中，同时也催生了很多企业慈善家。千万富翁、热心公益常常是这些人的标签，而在同质性标签下的个体却并非千人一面，每个企业慈善家的背后都有不同的故事、不同的支撑理念、不同的表现方式……转型期中国的慈善的不具形化不完善化的现状，形塑了各具特色的慈善家。而被温家宝总理称为“有良知、有感情、心系灾区的企业家”，拥有“中国首善”称号，但近年来却颇具争议、褒贬不一的企业慈善家——陈光标更可谓是其中的典型代表。

如何完善当代中国的慈善体制，如何建构更加和谐的“企业家—慈善家”系统，如何在一个地广人密、异质性强的现代中国社会中培育慈善的肥沃土壤，研究典型慈善家的行为就成了必行之路。本文重点剖析了“中国首善”陈光标的慈善行为印象，并对其慈善行为的合理性、合情性与争议性进行重点探究，为当代中国的企业慈善家伦理的构建提供扎实而具象的个案素材。

一、陈光标的慈善行为印象

（一）高调慈善

陈光标曾多次宣称自己要高调做慈善，认为高调慈善和低调慈善的爱心是平等的，且直言不讳地说：“我就要高调做善事，假如你不服你来争，你来跟我争‘中国首善’这个名称。”“高调慈善”不仅出自其口，也确实彰显在他多次的慈善行为中。其中最典型的莫过于“人民币墙”事件。

2010年1月24日，在中国工商银行江苏分行会议厅里，陈光标将10万元捆为一块“墙砖”，面墙共330块，共计人民币3300万元。这些钱和一些没有亮相的支票，加起来一共是4316万元，由全国513名企业家和爱心人士捐赠。

但是，陈光标并非只是一味高调，仅仅时隔一年多的2011年3月27日，在向台湾新竹县低收入及弱势群体的捐助中，他一改之前所有红包亲自发放的做法，而是将657万新台币送给新竹县政府，请其转发给315名弱势者每人一万元红包，加上9个身障和慈善团体。其后，陈光标还依序到南投、桃园、花莲、高雄发善款，同样并未亲自发送。



与此同时，针对高调慈善的评价，陈光标本人还给出了一番私人的解说：“我本来就很高调嘛，我有这个思想准备，也不怕任何人的责备、谩骂，要怕就不高调了，我的心理承受力是无限的。我的高调不是为了个人，也不是为了宣传个人。我从小做好事就高调，得了小红星就要让别人都知道。做好

事如果我不说出去，心里憋得慌。一个人做一件好事，能传播给十个人，等于做十件好事。如果能传播给一万个人，等于做一万件好事。”

来源： <http://baike.baidu.com/link?url=wZhvCTIKNpVzT4Dg94guJmA01o2YeFM29w1jBvCMQCpqPjUhxDBAy7H2S1rvGIL3>

（二）准完全慈善

中国的企业慈善家，留给大众的印象多为“先企业后慈善”，发展好自己的企业是第一位的，致力于慈善事业是第二位的，这也本是企业慈善家的应有之义。但陈光标的出现则打破了这一传统，无论是他曝光的对慈善的投入精力、投入力度、投入理念甚至是公开的投入数额，都将其推向了一个形象上的全身心的“准完全慈善”倾向。当然，这不是说陈光标只积极慈善而不发展自身的企业，但和主流企业慈善家的做法相比，他投入慈善的部分就显得较为完全了。这与他

的慈善理念是密不可分的，他希望自己“像我的名字一样，立志做中国慈善事业的光荣榜样和道德标杆”。


他从三十岁开始从事慈善事业，截止2010年10月累计捐献款物约14亿元人民币。他在2008年汶川大地震之后第一时间出钱出力救助，被温家宝总理称为：“有良知、有感情、心系灾区的企业家”，当选全国抗震救灾模范，被称为“中国首善”。2010年9月宣布死后捐出全部财产（截至2010年陈光标拥有总资产约50亿元人民币）。



（三）暴力慈善

陈光标的“暴力慈善”这一形象来自于云南地震事件。陈光标在云南盈江地震灾区行善时，他让灾区群众一起手举200元捐款合影的行为，受到大众争议，并被称为“暴

力慈善”。

来源：<http://baike.baidu.com/link?url=wZhvCTIKNpVzT4Dg94guJmA0lo2YeFM29w1jBvCMQCpqPjUhxdBAy7H2S1rvGIL3> 

对此，陈光标解释说：“当时有志愿者在后面喊‘感谢陈光标’，我说你不要感谢我，感谢共产党，感谢政府，我的财富都是党和人民给的，我来帮助你们是应该的。后来志愿者就让灾民把钱举起来。我想告诉灾民的是，党和人民心系你们，很快就会有自己的房子。我不是拿200块钱让大家炫耀，我没有这种心理。”

作为局外人，我们无法还原当时的事实状况。媒体对其焦点性的报导与陈光标本人的具体阐述之间存在一定的出入。于此，无法获得第一手信息的我们无从判断，但基于这样的矛盾，也使我们不得不反思媒体在报道慈善行为与传播现代慈善理念时的责任的重要性。陈光标的行为可能部分是事实，部分是媒体对其误读的后果。在当代社会，大

众传媒的信息获取度使其掌握了一定程度上的话语权，其对社会舆论、社会导向性的影响颇深。因此，媒体是否能客观的还原慈善事实，是否能抛弃功利化立场（当前媒体间存在一定程度上的“爆点”就是利益的不纯粹想法），构建客观而实践性的慈善宣传氛围意义重大。同时，媒体还肩负着监督公益慈善的责任，无论在何时何地，针对何人何种组织，负责的报导与曝光都是媒体在当代慈善构建中的应尽之义。

当然，面对大众及部分专家对其“暴力慈善”的批评，陈光标也有自己的看法，他认为当前中国的慈善事业就需要用暴力慈善去推动、去改革、去创新，让社会去争议，去讨论，这样慈善事业才会有进步。

（四）慈善品牌

由于陈光标对慈善事业的大力投入，高调慈善与高频曝光度，他已经渐渐将自己的名字做成了一个慈善品牌。当有人说到陈光标的时候，大家的第一反应并不是某个企业家，多是“中国首善”，慈善家，也有认为是娱乐性人物……

语言具有建构能力，符号内涵着权力，品牌即被赋予了宣传力与代表力，当陈光标变成一个慈善品牌，慈善理念从中自然倾泻而出，通过“言说”的能力传播开来。同时，这样的慈善品牌也成为中国慈善事业中的一个参照点，慈善家很多，但品牌化的慈善家很少，在品牌的“暗示”下，慈善氛围或可以形成晕染。当然，慈善品牌同时也为陈光标本人带来一定责任与权力，如何运用这个品牌，有时候尽在他一念之间。

（五）多样化慈善

企业慈善家的慈善方式主要集中于捐款捐物等，这便于操作也便于管理。而陈光标恰恰异于传统，除却捐款捐物等传统慈善方式，他尝试进行了多样化的慈善方式，从他的首善——汶川地震救助中已经可见端倪。

在汶川地震发生当日，他带着二十万元现金、二百万元支票、一百二十名人手和六十台工程机械，从江苏、安徽日夜兼程，几乎与军队同时抵达了灾区，成为自发抗灾抵达地震灾区的首支民间队伍。救回了131个生命，其中他亲自抱、背、抬出200多人，救活14人，还向地震灾区捐赠款物过亿元。

其后，他的慈善公益方式日益多样化。

2009年，陈光标捐资1亿多元在南京成立了“黄埔防灾减灾培训中心”，免费向公众提供服务。

2011年9月25日19点，陈光标在贵州毕

节政府广场举办了主题为“一路慈善一路歌”的慈善演唱会，并现场向观众派发3000头猪羊，捐赠的100台农用拖拉机则由当地政府统一分配。

2012年8月31日陈光标在美国《纽约时报》上登出半版广告，“郑重向美国政府、美国人民声明”，钓鱼岛自古以来就是中国的领土。

2012年10月10日，陈光标在南京举行以旧车换新车仪式。对因钓鱼岛争端被砸的日系私家车以旧换新。

2013年1月12日，陈光标和著名钢琴家朗朗向南京市环卫工人、劳动模范、贫困家庭、低保户捐赠了5000辆环保自行车，并向全国发出“多骑车少开车，绿色出行从我做起”环保倡议。

2013年1月25日晚，陈光标率领公司40名员工来到南京街头一饭店吃剩饭剩菜。出发前，陈光标不仅给员工开了“动员大会”，还给每个员工发了一双筷子，并强调：“说百遍不如一遍”。陈光标表示从明天开始其公司食堂不烧晚饭，鼓励员工走上街头饭店吃剩饭、剩菜，希望能够以点带面，让更多人节约粮食和水电。

这些多样化的公益慈善方式，或符合规范或不符合规范，积极影响与消极影响混合，不论其初衷如何，也可作为一种对慈善边界与框架的创新探索。但同时必须注意，对慈善理念框架的探索与完善必须在慈善伦理范畴内，并不是任何事情都可以尝试，多样化也并非就意味着一定好。在已有的慈善伦理与理念的框架内，参照发展较为完善系统化的慈善模式，进行适当程度的探索与发展才更符合我国国情与慈善的本位原理。若多样化只带来紊乱与不规范化，则得不偿失。

（六）慈善娱乐化与慈善表演化

伴随着陈光标的过度曝光行为与其慈善行为的重形式现象，大众对他的慈善娱乐化与慈善表演化的指责也与日俱增。

2011年3月中旬，陈光标在日本地震灾区救援中，将一名日本妇女从危房中救出来，遭网友批驳，称其生硬作秀。

2011年9月16日，陈光标在公司内砸掉奔驰车，新购自行车发给员工，率百名员工骑自行车上路，并承诺给骑单车上班的员工发放补贴。其砸车行为被指违法，回应称愿无条件接受法律处罚。网友认为这种行为流于形式与表演，造成实质浪费。

2012年12月21日，陈光标在微博中高调秀出亿元堆砌的2.3亿元“钱山”，寻找中国青少年发明创新获得者。他称“拿出2.3亿元奖励海内外青少年发明创新”，通过微博发布竞答要求和题目，两小时后，陈光标发微博道：“很遗憾未有一人中奖”，并再次为自己的茶饮料打起了广告。

2013年2月1日至2日，陈光标头戴假发亮相在北京举行的民间春晚，连唱三首歌，包括《钓鱼岛是中国的》，陈光标还在现场变魔术玩杂耍，叼自行车。

2013年2月4日下午，陈光标在其官方微博上发布了一条消息，称其申请改名“陈光盘”，目的在于号召大家节约粮食，春节、婚礼等不放鞭炮，以及节约用水，节约用电。

2013年3月，陈光标变身娱乐明星，零出场费加盟《中国星跳跃》节目组。

以上的种种行为，激起了大众的激烈讨论，各方观点不一，但核心词始终围绕着陈光标的慈善表演化与慈善娱乐化展开。

（七）传播慈善

在陈光标的慈善事业越做越大之时，他也越来越热衷于传播公益慈善理念。在他看来，“让更多的人享受到企业发展的成果，应当成为企业家的价值观”。

他说，“一个企业要发展，离不开社会提供的优良环境和支持。另一方面，每个企业都有自己的社会责任，企业越强大，承担的社会责任就越多。让更多的人享受到企业发展的成果，应当成为企业家的价值观”。

陈光标的信念表明，在当代中国慈善氛围还不甚浓郁之时，个人慈善只是源头，但如何引源开流则需要大力传播慈善理念。

二、论陈光标慈善行为的合理性与合情性

陈光标慈善行为兼具合理性与争议性、积极影响与消极影响，其中的复杂性与争议性并非仅仅因其个人性格与特征，而是由当下的特殊社会结构与慈善氛围所形塑。现在中国处于转型关键期、社会结构复杂，慈善事业起步不久，规范缺乏，慈善理念还未广泛传播却已遭重创，特定的历史阶段孕育特定的人物与行为，将陈光标的慈善行为放在整个社会结构背景的大框架下进行评析，会发现具有历史视域内的合理性与合情性。

（一）陈光标慈善行为的合理性

1、企业慈善的必要性

上海富大集团总裁袁立曾撰文道：“企业如同一棵生长在自然环境里的植物，土壤提供了养料，阳光、雨露、空气等提供了其生存不可或缺的条件。企业赢利，其实是依靠了他人、利用了社会资源、赢得了别人的

钱壮大自身后才可能逐渐成长为一棵大树。如果这棵大树在扩展过程中，只消耗资源而不向环境作出自己的贡献，甚至为了自己的发展一味破坏生态和掠夺自然资源，那么这棵树也活不长久。这个自然界的因果法则可以引申为企业在社会中的生存法则。企业老板应当明白这个道理，回报社会不仅是企业的责任与义务，也是企业不断发展的生存之道。”（袁立，2008）。

由此可见，企业慈善是当代企业伦理所在之一，只有在富人、穷人与国家之间形成较为稳定的循环系统，社会才能得以健康发展，企业本身也才能得以可持续发展。

当然，企业慈善的必要性不仅在形而上的精神层面，也在形而下的群体实利层面。

首先，企业慈善的必要性体现在企业家的精神满足与社会责任伦理。正如陈光标本人所说，企业的社会责任感才是真正彰显一个企业社会价值的标尺，要求企业超越把利润作为唯一目标的传统理念，强调对消费者、对环境、对社会的贡献。企业的财富来自于社会，当百姓遇到自身难以解决的经济困难时，企业家就有责任拿出部分钱反哺社会，帮助他们度过难关。慈善事业是有社会责任感的企业回馈社会的一种最直接的方式，也是百姓眼中企业履行企业公民责任的一种重要方式。

其次，企业慈善的必要性体现在对各个群体的实利满足。社会资源占有的不平衡性导致了富人与穷人的必然分野，然而资源的投入与产出是循环的，若只有富人的产出增加，而没有穷人的所得增加，供应超过需求，则经济循环发展无法实现。企业家的慈善在此时即可发挥重要作用，参与第三次分

配，在富人越富的同时，引流一部分财富回到穷人手中，增加穷人的需求与能力，促进经济循环的平衡与再生产。同时，企业慈善也减少了穷人由于“贫困的再生产”，完全陷入极度贫困的深渊，从而造成恶性事件、影响社会公平与稳定的情况发生。

由此可见，陈光标的大部分慈善行为具有普遍性的价值与利益基础。

2、社会发展阶段的特殊性

改革开放三十多年来，中国社会一边在嬗变，一边在创造奇迹。中国已经从前工业社会转型为工业社会，从传统社会转型向现代社会甚至伴随着部分第二现代性的特征，其间经济的飞速发展，富人阶层的崛起，可谓“三千年未有之变”。但同时，也是一个进步代价反差明显的社会，各种社会问题接踵而来。在转型的同时，不同时空社会的问题复杂纠结：与西方社会发展不同，我国面对着古典阶段与后古典阶段的双重社会问题，“未富先老”的双重矛盾、财富分配与风险分配的双重压力困扰着国家与社会。

根据社会学者李强的社会分层调查研究，当前我国社会分层结构变化已发生了这些新趋势：贫富分化明显，财富集中度高，分化形势严峻；贫富差距引发社会问题的机制——在结构紧张的客观环境下，社会公众将贫富差别归因于“社会不公”；阶层结构出现了定型化的倾向。除此之外，根据日常生活观察，笔者发现如今将“蛋糕做大”与将“蛋糕分好”之间产生了一定的矛盾，“发展型相对剥夺感”日趋增强，及至在网络等公共舆论空间，已经出现了社会怨恨感强烈的氛围。

因此，如何调节阶层之间的关系，如何缓和社会矛盾，如何变仇富为追富，成为了当今的重点问题，而企业慈善的制度化与系统化发展可谓是一条前景良好的新思路。

在此基本背景下，陈光标的慈善行为虽然部分有欠妥当，但首先他的高调与“准完全”的慈善行为可以缓解部分阶层敌对的情绪；其次，他的慈善行为已形成品牌效应，他对于慈善理念的大力传播有助于促进企业家之间的互相感染，晕染社会慈善氛围。当然不可忽视的一点是：陈光标的部分慈善理念实际上既不科学，也缺少规范，伴随着他的社会影响越来越大，某些不甚正确的慈善理念也得到了传播，使得中国的公益慈善领域出现了一定的混乱。总体而言，他的各种慈善行为虽不可谓全部正确、全部具有正面效果，但在现阶段的特殊背景下亦是比完全不做值得肯定，当然前提是错误的慈善行为需得到遏制。

3、伦理价值的断裂与缺位

中国自新文化运动后，已将传统文化打碎，但又并未重建，故传统文化中关于慈善的伦理价值并不能对我们今日的行为进行指导以及渗透；同时，当中国受现代化与全球化的影响下，接受西方的现代文化渗透，但又并未系统引进西方的慈善伦理价值理念。故而，今日中国的慈善伦理价值也只是在黑夜中摸索前进，并未形成系统规范，对行动者的约束力甚小。因此，中国的慈善事业举步维艰。

同时，受中庸思想的隐性影响，中国企业慈善伦理偏重低调与中庸，而中国慈善事业之所以举步维艰，也正在于缺少了一大批倾心从事慈善事业的企业家。而全民慈善意识和人道主义精神同样缺失。

在这样的情况下，陈光标的高调慈善、

完全慈善行为就为中国的慈善事业增添了一种动力，形成了一种榜样效果；而他的多样化慈善形式未尝不是对中国特色的慈善价值伦理进行的一种新的尝试与探索，无论结果如何，至少引起的关注度在一定程度上为慈善事业的发展创造了新的推动力，为价值伦理的完善提供了或正面或负面的思考；同样的，他的各式慈善行为在引起争论的同时，也使我们的慈善价值论理越辩越明。

（二）陈光标慈善行为的合情性

“作为人群集合体的一种行为，民营企业企业家从事慈善事业的行为涉及到利己行为与利他行为的多重选择”（吴妍、姚俭建，2008）。根据吴妍（2008）对民营企业企业家从事慈善事业的利他行为的经验观察，发现慈善行为背后复杂的心理动因，具体表现为：一是利己基础上的利他；二是互惠利他；三是纯粹利他。

“利己基础上的利他”型慈善，以满足和推进自身企业的发展为立足点，带有很强的商业性，慈善的社会效益往往不是他们着重关注的方面。

“互惠利他”型慈善是指兼顾自身和社会二者的利益，行动逻辑是互惠、双赢，内在经济利益和外在社会要求让企业家意识到自己更是负有社会责任的国家“居民”。

“纯粹利他”型慈善分为“理性的纯粹利他”和“情感的纯粹利他”两者。前者主要是指主动吸收慈善思想，具有较强的社会责任心，把部分资产捐给社会，以此给子女创造社会声誉和影响力，并用声誉激励下一代的行为；后者主要是指受我国传统思想文化熏陶，或受宗教信仰影响，或受自身经历影响而产生的强烈的反哺社会、承担慈善责任的行为。

而在这三种类型社会心理中，互惠利他

是符合现阶段我国实际国情的理想心理状态。因为它一方面有效克服功利思想，另一方面更具有主动性和稳定性，不像纯粹利他的心理过于理想化和非确定性。

根据以上吴妍对民营企业慈善心理的分析，我们可以发现陈光标一部分的慈善行为落在纯粹利他范畴中。

首先，陈光标认为，慈善不只是一种简单的捐助行为，而是以道德和爱心为基础，源自社会需要而发自内心的捐赠。同时，慈善也是一种分配机制，能够部分促进社会财富的“第三次”分配。因此，他积极主动学习慈善理念、贯彻慈善理念，实践慈善理念，可见其部分慈善行为带有“理性的纯粹利他”色彩（当然，思想与行为之间存在距离，陈光标的自我言说是否就是其真实意愿与初衷，我们不得而知。但从行为所呈现的视角而言，他的一部分行为仍可归类于此）。其次，少年时期的陈光标极度贫困的经历和父母的谆谆教诲，使成功以后的陈光标总是尽量去帮助别人，这就使其个别慈善行为带有了“情感的纯粹利他”色彩。

然而，正如以上的分析，“纯粹利他”的慈善行为毕竟具有过度理想化和非确定性的特点，也并不完全符合现阶段我国实际国情的理想心理状态。因而，陈光标混杂了“互惠利他”以及“利己基础上的利他”的慈善行为，也就不难理解了。因此，陈光标的各式复杂的慈善行为在现阶段国情之下是具有一定的合情性的。但对于其某些已经不能简单用“互惠利他”以及“利己基础上的利他”来概括或分类的“雷人”慈善行为，其中蕴含的心理动因恐怕已经

越出了慈善事业的规范与伦理范畴，既不合理也不合情，必须予以否定。

三、陈光标慈善行为的争议性

从2008年的汶川首善之后，陈光标开始了他一系列的慈善行为，既得到了政府的肯定，也有并不被完全认可的时候，既被大众热烈关注又被大众褒贬不一，可以说，他是一个话题人物，一个争议性人物，那么他的慈善行为究竟因何引发了如此大的争议？他又因何话题不断？下文将主要对他的争议性进行讨论。

（一）高调行善、过度表演的慈善风格与中国传统文化相背

中国人讲求中庸，讲究低调，追求“谨言慎行”、“谋定而后动”，而大部分民营慈善家的慈善行为也多符合这一风格。然而，陈光标出现了，带着他高调行善、过度表演的风格出现了，他既有慈善之实、也有慈善之理念，但他的部分慈善行为并不能获得大众的欣赏与认可。这样的行为与现代慈善理念存在一定背离，还兼之会有“沽名钓誉”、“自恋主义”的可能性，但不可否认，陈光标的慈善行为还是起到了一定的带动作用。而且正如上文所谈到的，在转型中国的现状下，在慈善制度不完善、全民慈善意识和人道主义精神欠缺的情境下，陈光标的“出格”行为、高调行为、别出心裁的行为以及形成的自己独特的慈善品牌，可以起到一种特别的榜样作用。在自发、自觉的慈善理念缺乏的情况下，如果所有慈善家都过于低调不言说，只奉献不宣传，那对于慈善氛围的形成、慈善意识的提

高所能起到的作用可能会在具体的一个阶段内被削弱或被延后。

也不是说，所有人都要做陈光标，所有人都要学陈光标，在当代大众传媒的作用下，慈善行为的报道与慈善理念的宣传会越来越多，即使慈善家们都默默奉献，只要做过了就不会“雁过无痕”。慈善做多了，便会不证自明，社会总能感受、揭示并宣传的。而且，自己宣传自己很容易沦入“功利主义”的漩涡，且易给本已过度消费化、包装化、功利化的社会带来浮躁的不良影响。让社会自发的宣传更能带来一种厚重、规范的慈善公益氛围。只要有越来越多的慈善家做实事，丰富自身的慈善思想，那么慈善的氛围终可实现。

（二）娱乐化慈善行为不利于慈善的行为规范

慈善本意乃是助人。诚然，陈光标慈善的初衷也是如此。但随着时间的推移，随着社会生活的丰富化与多样化，随着陈光标个人生活与事业的拓展性发展，他的慈善行为中混入了一些不易鉴别的、微妙的娱乐化倾向，即使是在今天这样的利益化、世俗化愈演愈烈的社会中，却也不免让观众心生疑窦。

诸如，通过开演唱会进行善款捐献，通过参加跳水节目提高自身的曝光率，通过申请更名“陈光盘”以及将一家人更名为绿色生态系列的种种行径，在一定程度上，出现了一种慈善行为的娱乐泛化效应。当然，这样的行为也可以理解为在一定程度上，增强了慈善行为的多样性，增强了慈善施与者与接受者的双向互动互惠效应。这样的倾向不能说是全然负面，没有一丝积极意义的，但

在目前充斥着怀疑与怨恨式批判的转型期社会氛围下，不仅为公众的监督与评判带来了盲点，也不容易让大众在感情层面上接受。

最为关键的是：娱乐化的慈善行为，不符合慈善的初衷与规范，容易扰乱慈善的正常行为秩序，形成负面的示范效应与跟风效应。对于慈善建设初期阶段的我国社会，慈善的行为规范的树立具有重要且深远的影响。

从陈光标种种不规范的慈善行为中，折射出了我国对公益慈善行为规范缺失的拷问。发展现代慈善事业，并非任何行为都是“存在即是合理的”，也并非只要宣称自己是在做善事就可无所顾忌。将慈善事业规范化是当务之急，如今社会上的各种盲目慈善、功利慈善、慈善不透明、慈善泛娱乐化、普遍的慈善信任缺失等现象，都源于慈善行为规范化的缺失。虽然我国目前的慈善理念尚不完善，但我国自古就有传统慈善伦理，而且他国已有较为成熟的慈善理念与做法，学习与模仿对当下的中国的慈善事业发展尤为重要，不能总是在摸着石头过河，摸着石头过河意味着总是在黑暗中摸索，是一种缺少理论指导的盲目的实践。而且，随意开拓慈善理念的边界，将过多不纯粹的概念理念行为（如陈光标的娱乐慈善等）纳入其中，在当代价值观体系略显紊乱的状态下，更是一种风险。在大力发展慈善理念，规范慈善行为的初期，最需要的是规范而切实的引导，而非模糊紊乱的宣传，这相当于在我国慈善事业规范的基石上就开始出现了裂痕。若不及时规整，这道裂痕会越来越大，现阶段就应该从根源上杜绝这种风险的存在，给慈善事业的发展一个扎实合理规范的根基。正如朱贻庭教授所言，“发展现代慈

善事业，需对传统慈善伦理大力弘扬并进行现代转化，关键在于将慈善事业普遍化、常态化与法制化，根本在于发展多样化的民间慈善事业，应尽快推出《慈善法》。”（王银春，2011）。

（三）个别行为不符合公益慈善伦理

慈善虽然是一种从慈善家流向被助者的单向赠予行为，但从慈善伦理本位而言，这两者在人格尊严层面是平等的。发展慈善事业与尊重受助者的人格尊严要统一，慈善需以人为本，不仅关注物质，更要关注受助者的心理与精神感受。然而，在当代中国，由于现代慈善伦理的普及不完善与慈善事业发展的滞后性，还是存在相当部分的慈善行为出现捐助方与受捐方的人格不平等现象，虽然并非都源自刻意，但客观上造成的事实后果还是不容忽视的。

作为慈善行为众多的“中国首善”，陈光标在这一方面也没有免俗，同样存在着以上的不甚合情合理的行为。诸如，在灾区要求所有受捐群众举起发放的捐款一起合影留念，在钱币搭成的捐款“钱山”前拍照纪念等行为，或多或少存在着不顾及对方尊严、使得捐赠双方地位失衡的印记。这样的行为，极易引起受捐群众的受伤害心理。本来，处于弱势地位已非他们所愿，接受捐赠时还要受二次伤害，可谓“雪上加霜”。李进教授强调指出：“慈善能够带来双向幸福，捐助者反而要感谢受助者，因为通过慈善使捐赠者的心灵得到了升华。”（王银春，2011）。可见，慈善中并非只是单向的感激与幸福感，捐赠者与受捐者形成一种相辅相成的关系。慈善的进行绝不能以损害人格为前提，需要与尊重人格相结合。

当然，也许陈光标的行为初衷也并非就是伤害受捐者的感情，但从行为的后果而言确实可能造成这样的影响。因此，如何更好地考虑到受捐者的尊严和感情，如何更好地遵守现代慈善伦理，也是陈光标以及众多的慈善家需要首先考虑的事情。

四、结论

纵观陈光标的“慈善史”，可以发现，诸如“高调慈善”、“准完全慈善”、“暴力慈善”、“多样化慈善”、“慈善娱乐化”、“慈善表演化”等形容词已经成为了他个人形象的标签。可见，首先他确实是一个热心慈善，且运用自己的方式为慈善事业的多样化发展寻求出路的慈善家。其次，媒体可以建构一个“大慈善家”的形象，市场也可以推广一个“大慈善家”的形象，群众也需要一个“大慈善家”的形象，而在中国目前这个典型代表恰恰就是陈光标，可见其并非只高调不慈善，虽然他的许多慈善行为的初衷、表现形式与结果值得商榷。

最重要的是，无论是从合理性还是从合情性的角度分析，陈光标的慈善行为都具有必要性与重要性。转型期中国社会的特殊社会结构与社会氛围中，企业慈善的必要性、社会发展阶段的特殊性、以及价值伦理的断裂与缺位的情形下，陈光标的慈善行为具有历史框架内的合理性。而从民营企业慈善家的慈善心理出发，陈光标的慈善行为又具有合情性。但与此同时，必须明确，他的部分慈善行为与中国传统伦理、现代慈善规范化以及现代慈善伦理相违背，而对这部分的争议与讨论，也正说明了我国目前在寻求慈善事业的发展与慈善事业规范化的努力。对他的关注，说明慈善事业之于政府与人民，并

非是被冷漠以对的空白盲点，说明慈善规范是在尺寸之间的，需要被小心对待不容过界。

陈光标现象并非个人化问题，而是在我国慈善事业发展的过程中必经的曲折复杂历程，只是他用自身独特的言说与行为构建将慈善现状与慈善问题突出呈现。如何让慈善多一些规范、多一些热情、多一些途径，少一些盲目、少一些造作、少一些浪费，以陈光标现象为鉴，把握好尺寸，适当扬弃，不失为一种方式。

参考文献：

成伯清：《怨恨与承认——一种社会学的探索》，《江苏行政学院学报》2009年第5期。

王银春：《21世纪中国慈善事业与慈善伦理》研讨会综述》，《探索与争鸣》2011年第1期。

吴妍、姚俭建：《民营企业参与慈善的社会心理动因分析》，《社会学》2008年第1期。

杨团、葛道顺：《中国慈善发展报告》，社会科学文献出版社2009年版。

袁立：《民营企业对社会责任的认识与实践》，《社会学》2008年第1期。

赵海林：《企业家与慈善家——论中国富豪的社会责任》，《社会观察》2008年第1期。

郑杭生：《纪念改革开放三十周年改革开放30年：快速转型中的中国社会——从社会学视角看中国社会的几个显著特点》，《社会科学研究》2008年第4期。

附：陈光标慈善语录及简评

1. 慈善不是一时一地的阵地战，慈善是长征，而且永远不终点。但慈善不是苦难的长征，而是快活的长征。慈悲不分民族，不分国界，不分信奉。馈赠者快乐，受捐献者也快乐，在慈善长征的路上，一路都是欢声笑语。

2. 活在人们尊敬中的善士，比孤单逝世在存折单上的守财奴光彩、巨大。

3. 让更多的人享受到企业发展的结果，应该成为企业家的价值观。

4. 财产如水。如果你有一杯水，你可以单独享受；如果你有一桶水，能够寄存家中；但如果你有一条河，就要学会与别人分享。

5. 我就要高调做善事，假如你不服你来，你来跟我争“中国首善”这个名称。

6. 高调慈善和低调慈善的爱心是平等的。

简评：爱心无所谓平等，仅仅只有伟大与渺小之分。

7. 这么多求助我的人，其实我有时候也真的很烦，但是我能帮助他们还是很快乐。

简评：折射出一个正常人的正常思维状态。

8. 上次被媒体评为“暴力慈善”的照片实际并非如此，我当时给400多个农民发了钱，让他们把手里的钱举起来看看还有谁没有拿到，结果被媒体拍下了这个瞬间。

简评：这可能是事实，因此，对陈光标的行为部分是出于媒体对陈光标的误读。可见媒体在报道慈善行为与传播现代慈善理念时的责任的重要性。

9. 我认为直接给钱的方式更直接，更有效，更快捷。

简评：在物质极大丰富的社会，此言具有一定的合理性。

10. 中国的慈善事业也是在摸着石头过河，需要大力发展。

简评：世界上已经有较为成熟的慈善理念与做法，学习与模仿在中国慈善事业发展中尤为重要，不能总是在摸着石头过河，摸着石头过河意味着总是在黑暗中摸索，这是一种盲目的实践。如何对现有模式进行本土化扬弃才是核心关键。

11. 我做的是探索，我不敢说我做的百分之百是对的，但这是一种尝试，更何况慈善是多样化的方式，我做我的慈善。

简评：这话不完全对，做慈善也应遵循基本的行为规范，不能认为我只要做善事，用什么方式方法都可以。这本身牵涉到慈善的伦理问题。

12. 我不能让所有人都认同我，但是我希望更多的人理解我、支持我、包容我。

13. 我对于“毁誉参半”的评价并不认同，我认为高调慈善就是要让人感动，就是要透明，就是要让所有人知道。

简评：高调行善与透明是两个不同的概念，两者间并不存在必然的联系。

14. 在救灾第一线，我一分钟都不想停下来，一停下来就觉得愧对灾民，就想哭。

15. 我愿意带100个孤儿回江苏，发动江苏的民营企业家来共同认养，重新给他们一个温暖的家庭。

16. 捐赠的地方不投资，投资的地方不搞捐赠。

17. 富而有德，德富财茂。

18. 人要成功，做到“两吃两放”，即放下架子，放下面子；能吃苦，能吃亏。

19. 像我的名字一样，立志做中国慈善事业的光荣榜样和道德标杆。

20. 慈善不仅仅是“手的给予”，而更应该是“心的给予”。

21. 既要生产利润，又要生产道德。

22. 企业家的最高境界是“从无做到有，从有做到无”。

23. 你说我沽名钓誉也好，贪图名誉也罢，我都认了。

（本文作者叶青，南京大学社会学院硕士研究生，南京大学河仁社会慈善学院研究助理。）

袁纳纳：从“袖珍人”到公益人

来源_公益时报 作者_李庆



2013年4月13日，站在北京国家发改委门口，袁纳纳举着“药可以，因便宜而停产；生命不能，因无药而停止”的牌子”倡导绒促素恢复生产。

“你知道梅西吗？”她问我。

“当然！”

“他就是生长激素缺乏症患者，在12岁左右的时候确诊，因为有很好的治疗，所以现在完全康复，还娶妻生子。”她说。

笑容在她的嘴角扬起，“虽然我没有梅西那么幸运，长到正常的身高，但是我有一

个健康、可爱的儿子，和一个疼我、宠我的爱人。”她幸福地跟我说。

“自己生活幸福了，想让更多同伴幸福”。那些病友被误诊，让她觉得必须让人们了解这种疾病。“总要有一人站出来做这件事”，她笑着告诉记者。

在那一刻，她灿烂的笑容犹如一抹阳光照进了“袖珍人”的世界。

她，就是“袖珍人之家”的发起人，袁纳纳。



没见过50岁以上的“袖珍人”

见她的第一面是在“第四届瓷娃娃全国病友大会”的欢迎晚宴上，和她坐在一桌吃饭，流行的波波头，大大的眼睛，特别爱笑。用餐期间不停的给坐在身旁的小伙伴夹菜，每上来一盘菜她总是第一时间询问旁边的伙伴要吃这个吗？够得着菜吗？不停地转动玻璃圆盘招呼大家吃菜，如姐姐般心细地关照大家。

若不是她告诉我，她是个成长障碍生长激素缺乏症患者，也就是我们通常说的“袖珍人”，我根本没法想象她也是个罕见病患者，因为她看上去除了个子稍矮一点以外，没有任何特征显示。

她是袁纳纳，一个成长激素缺乏症患者，也是北京“袖珍人之家”的发起人。由于之前一直被误诊，16岁时身高还不到1.2m，直到16岁那年才在北京协和医院被确诊。治疗了一个疗程，三个月的时间长高了5-6cm。如果16岁之前治疗，袁纳纳会长得更高。

由于家里经济条件不允许，第一次治疗结束后她就放弃了，直到26岁她才接受第二次治疗。“因为直到26岁我还没有第二性的发育，那时我开始非常抵触男生的体毛、喉结等等。如果这时候我不选择治疗，我根本无法像常人一样的结婚、生子。”袁纳纳说。

说起第二次接受治疗的经过，袁纳纳介绍到：那是我上班之后，有一个去上海出差的机会。我去找了生长激素医药药商的总代理，把自己的情况跟他们说了，告诉他们我当初治疗效果很好，药能不能想办法给我便宜一点，或者是赠点给我？结果特别顺利，接待我的人是个那个总代理的销售经理，他让人带我去检查，检查完了给了我五个月的药。“所以我是幸运的。”纳纳说。这个时候治疗就没有小时候的效果那么好，有很多副作用，比如眼睛肿、膝盖疼等，甚至都会影响工作。但是慢慢的我开始有了第二性的发育，身高长到了1.39m，我们这类患者超过20岁再治疗，长高的机会就非常小了。”

“这类患者虽没有病痛折磨，但是如果一直不治疗，就如同小孩子一般停止发育，身高就只有1.3m左右，也没有第二性征发育的迹象，结婚、生孩子都是非常困难的，也可以说是不可能的。女生过了30岁之后就像绝经期的妇女一般衰老很快，慢慢皱纹变多，情绪不好，随着衰老会影响寿命，目前为止我还没有见过50岁以上的袖珍人。”袁纳纳说。

成立“袖珍人之家”

袁纳纳之前在医院里从事网络编辑工作，常看见很多和她一样的病友来医院做诊疗，有很多治疗的比较晚，确诊后不能进行治疗或者承担不起治疗费用，还有一直被误诊的病友。不断地看见这样的情况，袁纳纳的压力特别大，因为她曾经也饱受被误诊的痛苦，于是她认为自己有责任站出来为病友们做些事情，让更多的人了解和认识这种疾病，这是袁纳纳想要成立袖珍之家的初衷。她说：“我想能不能建一个网站，让同病相怜的人，找到依靠和温暖。”

就这样，“袖珍人之家”公益网站于2010年5月1日正式上线，在这个平台上，来自全国各地的生长激素缺乏症患者有了归属感，很多病友在这里交流畅想，求医问药，互通友谊，互送温暖。2013年6月“袖珍人之家”通过了北京市东城区民政局的验证，是一个从事公益性、非盈利性社会工作的民间公益组织，致力于为生长激素缺乏症等其他矮小症群体开展关怀和救助服务，促进社会和公众对于矮小症群体的了解和尊重，消除对他们的歧视，维护该群体在医疗、教育、就业、关怀等方面的平等权益，推动有利于生长激素缺乏症等矮小症弱势群体的社会保障相关政策出台。如今已拥有2000名活

跃会员，日访问量为500-1000人次。

袖珍人之家的网站共设立了五大板块，咨询服务、关怀救助、政策倡导、信息交流、调查研究。2013年进行中国第一份《袖珍人生存状况调研表》共收集316份有效问卷。

“我们是全国第一家，也是唯一一家注册了帮助袖珍人的公益组织。”袁纳纳自豪地说。

最大的困难是自己

网站建立之后，为了减少开支，袁纳纳的先生陈立章担任“总干事”，购买服务器、运行、技术、网管都是他一个人负责。袁纳纳承担了“对外联络”和“心理咨询”的任务。好友魏泽洋被强行封为“副总干事”，为网友解答治疗中的困惑。

“袖珍人之家”的房租，举办活动都需要经费。所以网站的运行，远比想象得困难的多。也没有募捐款物的渠道，缺乏资金来源，目前正在尝试通过拓宽筹款渠道，寻找固定的摊位，组织义卖，完善项目设计，申请行政相关经费等方式来解决资金问题。除了资金之外，还有人力资源的匮乏。目前只有一名专职人员，一名兼职人员，无法有效保证沟通协调性。再就是宣传问题，目前组织宣传力度不够，知名度不高。

大章也曾设法寻求有关部门的帮助，袁纳纳也找到残联求助。结果却让他们心灰意冷，有的答复说网站必须缴纳启动资金并找到一个上级单位托管，才能给“身份”；有的要求他们先把网站做起来，才考虑给予支持；有的NGO组织自己都没有合法身份和资金保障，更谈不上伸手援助了。

有一阵，网站就那么不冷不热地活着。大章就开始疯狂加班，赚钱养活“袖珍人之家”，袁纳纳也干起了儿童摄影的老本行。

“一直到现在，最大的困难还是资金上的”。“袖珍人之家”的前期启动资金都是大章的支持，包括房租和人员的工资。目前“袖珍人之家”的运营资金主要来源于“瓷娃娃罕见病关爱中心中国罕见病发展中心”及“安徽益和公益服务中心”的支持，有少量资金是公众的捐款。

为了维持“袖珍人之家”的运行，袁纳纳和大章曾经靠借贷来维持，她曾经脑海里闪过过放弃做公益的念头，但是，她只要想到自己投身公益的初衷，想到很多病友是不能等的，因为他们可能会错过最佳治疗时间，所以她坚定地告诉自己：“困难无法阻止我继续做公益！”

让每一位生长激素缺乏症患者用得上药

从2010年至今，在袁纳纳带领下的“袖珍人之家”，为约1000名成长激素缺乏症患者提供了咨询、心理辅导等服务，同时救助了6名袖珍人一个疗程的治疗费用。据了解，一个疗程费用为1万左右。

另外，热线接听200人次/年，网络答疑300人次/年，协和医院绿色通道协助挂号50人次/年。

2014年在“袖珍人之家”和“老K之家”共同努力下，发改委和厂家联系，使已经停产的药物绒毛膜促性腺激素在六个月内，恢复了生产。

日前“袖珍人之家”准备给人力资源和社会保障部邮寄建议信，为生长激素缺乏症患者提交关于将注射所用药物“重组人生长激素”纳入国家医保药品目录的建议。

生长激素的药，可以让生长激素缺乏症患者得到很好的治疗，每晚睡前注射最佳，因为这个时间注射能模仿生长激素的分泌。这种药是处方药，每天一针，剂量根据体重

来定，一个疗程约3个月，需1万元左右，效果好可长两三厘米。最佳治疗时间大约从3岁到30岁之间，“不过具体情况得视骨龄来定，在骨龄闭合前才有用”。“由于这种药的价格是一个普通家庭难以承受的，那么，我们这样的一个群体，该怎么办？高昂的治疗费用，也许只有国家才是我们患者最大的依靠了吧？”据了解，目前全国给予“袖珍人”生长的“重组人生长激素”享受医保报销的只有上海和杭州两个城市，报销的比例为50%。

“我们希望未来能够让每一位生长激素缺乏症患者用得上药，用得起药。为生长激素缺乏症患者提交关于将注射所用药物‘重组人生长激素’纳入国家医保药品目录的建议，不管最终的结果是可以全额报销，或者报销一万，只要有这个报销，就可以帮助到这个群体，我都要去努力！”

链接

成长障碍生长激素缺乏症：主要表现为身材矮小、生长变慢两个方面。患者虽然身材矮小，但体型匀称，皮下脂肪多，肌肉不发达；骨骼成熟迟缓，骨龄较年龄小，智力多正常。

这类患者主要由于出生过程中遭遇难产，脑垂体受损造成生长激素分泌不足导致矮小，3岁后生长速率滞后常人，成年袖珍人士身高在130厘米以下，并伴随第二性征发育障碍。

由于大多数袖珍人士家庭经济困难，收入很低，加上父母和社会公众观念落后保守，使袖珍人士自己不了解疾病，不接受且不能正视自己的生理状况，这不仅制约着袖珍人士的发展，还削弱了袖珍人士融入社会的机会。

中国红十字基金会

中国红十字基金会（简称中国红基会）是中国红十字总会发起并主管、经民政部登记注册的具有独立法人地位的全国性公募基金会。



机构宗旨

宗旨是弘扬人道、博爱、奉献的红十字精神，致力于改善人的生存与发展境况，保

护人的生命与健康，促进世界和平与社会进步。2008年和2013年，连续两次在全国性社会组织评估中获评“5A级基金会”。



主要开展项目：

目前，中国红基会主要实施两大系列的公益项目：一是助医领域的“红十字天使计划”，一是助学系列的“博爱助学计划”。

“红十字天使计划”

这个项目是2005年8月以来中国红基会推动的重点公益项目，其宗旨是关注贫困农民

和儿童的生命与健康，广泛动员国内外的社会资源，募集资金和医疗物资，资助贫困农民和儿童参加新型农村合作医疗，对患有重大疾病的贫困农民和儿童实施医疗救助，协助政府改善贫困乡村的医疗卫生条件，捐建农村博爱卫生院，培训农村医务人员，促进我国农村医疗卫生事业健康发展。

目前，“红十字天使计划”已经初步形成包括援建乡村博爱卫生院（站）、培训乡村医生、开展贫困农民和儿童大病救助三个方面内容，直接捐资救助和资助设备通过定点医院免费治疗救助两种救助模式，大病救助种类包括白血病、先天性心脏病、脑瘫、进行性肌营养不良、唇腭裂、目盲、聋哑、癌症、心脏病、城市亚健康等十多个病种的公

益项目体系。

“红十字天使计划”是中国红基会推动的重点公益项目，自2005年8月启动以来，项目内容不断完善和丰富，已经成为中国最著名的公益品牌之一。2008年4月，“红十字天使计划”荣获了我国慈善领域的最高政府奖项——2007年度“中华慈善奖”最具影响力慈善项目。



“博爱助学计划”

主要目标是帮助贫困地区农村改善教学条件，资助贫困家庭孩子上大学，主要包括四个方面的内容，分别为：援建博爱小学；捐赠博爱电脑教室；捐赠“红十字书库”；设立博爱助学金资助贫困家庭孩子上大学等。

受教育权利的公平是最大的公平。但是中国贫困地区的教育落后问题时至今日仍然十分严峻：经费不足、校舍破烂、学生交不起学费、学校师资流失——要从根本上解决贫困地区经济落后的问题，必须从缩小教育

条件的差距入手。

为了弘扬“人道、博爱、奉献”的红十字精神，广泛动员社会资源资助贫困地区教育条件的改善，中国红十字基金会在教育领域倡导实施“博爱助学计划”公益项目。“博爱助学计划”的宗旨是：广泛动员社会力量，在贫困地区农村援建博爱小学，为贫困地区中小学捐赠博爱电脑教室和“红十字书库”，设立博爱助学金资助贫困大学生完成学业，协助政府改善贫困地区的办学条件。

业务范围

第七条本基金会公益活动的业务范围：

（一）贯彻执行《中华人民共和国红十字会法》，开展红十字人道主义救助活动，促进红十字事业健康发展；

（二）在自然灾害和突发事件中，对伤病人员和其他受害者进行救助；

（三）协助政府改善贫困地区的医疗卫生条件，关注和保护人的生命与健康；

（四）协助政府改善贫困地区的办学条件，资助和支持教育事业；

（五）扶危济困，敬老助残，资助和支持老年福利事业；

（六）开展与国际及港、澳、台地区的交流与公益合作；

（七）开展符合本会宗旨和红十字特色的其他公益活动；

（八）广泛募集公益资金，增加基金来源，按照合法、安全、有效的原则，实现公益基金的保值增值。

财产的管理和使用

第二十九条本基金会为公募基金会，本基金会的收入来源于：

（一）组织募捐的收入；

（二）自然人、法人或其他组织自愿捐赠；

（三）投资收益；

（四）其他合法收入等。

第三十条本基金会组织募捐、接受捐赠，应当遵守法律法规，符合章程规定的宗

旨和公益活动的业务范围。

第三十一条本基金会组织募捐时，应当向社会公布募得资金后拟开展的公益活动和资金的详细使用计划。重大募捐活动应当报业务主管单位和登记管理机关备案。

本基金会组织募捐，不得以任何形式进行摊派及变相摊派。

第三十二条本基金会的财产及其他收入受法律保护，任何单位、个人不得侵占、私分、挪用。

第三十三条本基金会根据章程规定的宗旨和公益活动的业务范围使用财产；捐赠协议明确了具体使用方式的捐赠，根据捐赠协议的约定使用。

接受捐赠的物资无法用于符合本基金会宗旨的用途时，基金会可以依法拍卖或者变卖，所得收入用于捐赠目的。

第三十四条本基金会财产主要用于：

（一）开展红十字人道救助活动；

（二）资助和支持医疗、教育、老年、扶贫等社会福利事业。

第三十五条本基金会的重大投资活动是指：

（一）年度投资计划；

（二）500万元以上的投资活动。

本基金会的重大募捐活动是指：

（一）依据国家法律规定，须经审批的或全国性募捐活动；

（二）预计募捐金额超过1000万元以上的募捐活动；

（三）在境外的募捐活动。

第三十六条本基金会按照合法、安全、有效的原则实现基金的保值、增值。

第三十七条本基金会每年用于从事章程规定的公益事业支出，不得低于上一年总收入的70%。

本基金会工作人员工资福利和行政办公支出不得超过当年总支出的10%。

第三十八条本基金会开展公益资助项目，应当向社会公开所开展的公益资助项目种类以及申请、评审程序。

第三十九条捐赠人有权向本基金会查询捐赠财产的使用、管理情况，并提出意见和建议。对于捐赠人的查询，基金会应当及时如实答复。

本基金会违反捐赠协议使用捐赠财产的，捐赠人有权要求基金会遵守捐赠协议或者向人民法院申请撤销捐赠行为、解除捐赠协议。

第四十条本基金会可以与受助人签订协议，约定资助方式、资助数额以及资金用途和使用方式。

本基金会有权对资助的使用情况进行监督。受助人未按协议约定使用资助或者其他违反协议情形的，本基金会有权解除资助协议。

第四十一条本基金会应当执行国家统一的会计制度，依法进行会计核算、建立健全内部会计监督制度，保证会计资料合法、真实、准确、完整。

本基金会接受税务、会计主管部门依法

实施的税务监督和会计监督。

第四十二条本基金会配备具有专业资格的会计人员。会计不得兼出纳。会计人员调动工作或离职时，必须与接管人员办清交接手续。

第四十三条本基金会每年1月1日至12月31日为业务及会计年度，每年3月31日前，理事会对下列事项进行审定：

- （一）上年度业务报告及经费收支决算；
- （二）本年度业务计划及经费收支预算；
- （三）财产清册【当年度捐赠者名册及有关资料】。

第四十四条本基金会进行年检、换届、更换法定代表人以及清算，应当进行财务审计。

第四十五条本基金会按照《基金会管理条例》规定接受登记管理机关组织的年度检查。

第四十六条本基金会通过登记管理机关的年度检查后，将年度工作报告在登记管理机关指定的媒体上公布，接受社会公众的查询、监督。

终止和剩余财产处理

第四十七条本基金会会有以下情形之一，应当终止：

（一）完成章程规定的宗旨的；

（二）无法按照章程规定的宗旨继续从事公益活动的；

（三）基金会发生分立、合并的。

第四十八条本基金会终止，应在理事会表决通过后15日内，报业务主管单位审查同意。经业务主管单位审查同意后15日内，向登记管理机关申请注销登记。

第四十九条本基金会办理注销登记前，应当在登记管理机关、业务主管单位的指导下成立清算组织，完成清算工作。

本基金会应当自清算结束之日起15日内向登记管理机关办理注销登记；在清算期间不开展清算以外的活动。

第五十条本基金会注销后的剩余财产，应当在业务主管单位和登记管理机关的监督下，通过以下方式用于公益目的：

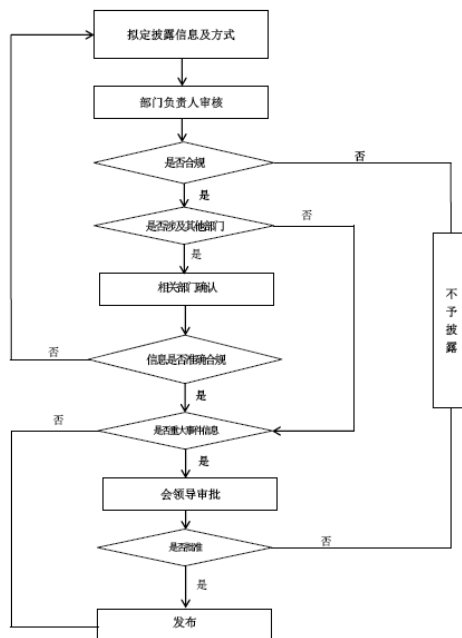
（一）资助兴办的公益事业；

（二）捐赠给中国红十字会。

无法按上述方式处理的，由登记管理机关组织捐赠给与本基金会性质、宗旨相同的社会公益组织，并向社会公告。

附件

中国红十字会信息披露流程



联系方式:

办公室: 010-65124154 010-65124680(传真)

财务部: 010-65222340 010-65228200
caiwubu@rcrcf.org.cn

宣传部: 010-65593949

筹资联络部: 010-65129097

专项基金管理部: 010-65263835

社会监督办公室: 010-65139307

项目管理部(援建项目): 010-65599176

小天使基金办公室(救助白血病儿童):
010-65124690

天使阳光基金办公室(救助先心病儿童): 010-65136497

嫣然天使基金办公室(救助唇腭裂儿童): 4008102727 8610-85906228

红十字书库办公室: 010-68438791

中国红行动办公室: 010-65263835

各方言论

微公益：【周成洋：用阳光跟帖止住网络暴力的蔓延】建立网络道德规范，对网络暴力“说不”应该成为我们的一种共识。恪守文明底线不应仅仅在现实生活中，更应延伸至虚拟的网络世界。用理性的视角去看事情，用善意的语言去交流互动，才会让网络空间充满温情。

中国公益研究院： #中国首部慈善法# 由全国人大起草的《慈善法（草案）》经历了10年的酝酿、2年的起草后，终于公布。作为我国首部慈善领域专门法律，该法案将注定一改慈善领域缺乏基本法律，法律位阶较低等现状，助推我国慈善领域的健康发展。草案对“慈善活动”作出准确界定：慈善行为不仅包括扶贫济困，还包括促进教育、科学、文化、卫生、体育事业的发展。草案将每年的3月5日，也就是“学雷锋纪念日”，定为“中华慈善日”。

腾讯文化：【蔡聪：媒体应尊重残障人士的主体性】我们强调残障人士的主体性，就是希望他们：第一能够独立生活，第二他们的能力能够得到承认，第三希望能够在社会上获得平等的机会。只要社会提供足够支持，残障人士同样能够体现并彰显自己的价值。

公益时报：【资中筠：悄然进行的新公益变革】创投公益的核心内容，就是借用“风投资本”的模式，以市场的模式做公益，使公益不仅仅是无偿的捐赠，也可以是一种可盈利的事业。其目标对象当然还是弱势群体，但是不把穷人当作单纯受捐赠者，而是潜在的创业伙伴。

新浪公益： #马云乡村教师奖# 人生又长又短，长在不知道哪一天会离开，短在可能没有到达归途就已经死亡，人梦想有大有小，我的老师一辈子影响着我，告诉我一辈子总该有点追求，追求不是一定要高官厚禄，是要对得起来到世界，对得起亲人朋友，对得起自己当年给自己的承诺，就好。

不管我现在是一个人走在异乡的街道上始终没有找到一丝归属感，还是在跟朋友们一起吃饭开心地笑着的时候闪过一丝落寞，不管现在是在努力着去实现梦想却没能拉近与梦想的距离，还是已经慢慢地找不到自己的梦想了，我都要去相信，没有到不了的明天，那是小学时候，在帐篷学校里的那个老师给我讲过的哲理：要给自己一个目标，不管能不能到达，脚踏实地去做，用上良心去想，做一个有温度有理想的人。

新京报：【评论：“有偿献血”的困境亟待破解】缺血催生卖血，这是一个简单的逻辑，也是一个可怕的逻辑。事实上，“有偿献血”的根源在“血荒”，“血荒”的根源在献血制度的信任危机。由于血液采集、管理、使用等环节不够公开、透明，献血制度给人留下了“无偿献血、高价用血”的刻板印象。当无偿献血者无法确信自己捐献的血液会得到妥善管理、合理使用，甚至连有没有浪费和腐败都要打个问号的时候，出现“血荒”也就不足为奇。

现行《献血法》已实施17年，其弊端被诟病久矣，人大代表、政协委员多次呼吁修改，但现实依然“按兵不动”，阻力究竟在哪里？面对“有偿献血”乱象，修改《献血法》、改革献血机制，要提速了。

新京报：【徐永光：有孩子因贫失学 希望工程就不会停】“这个社会离开了谁都会运转，既然我的使命是开荒，事做成了我的任务也就完成了。”从业26年，风雨过后，徐永光早不在意自己的名利地位。退休在即，他只想再做些能做的事，把慈善行业再往前推远一些。

美国基金会中心总裁布拉德史密斯曾说，“那些质疑中国慈善行业透明度的人们，请快点跑到你的电脑前，登陆中基透明指数网站，看看2000多家中国基金会领导人们共同完成的令人叹为观止的指数平台。中基透明指数令欧洲和美国的基金会同仁们感到自愧不如。”新加坡前总理吴作栋则称赞“中基透明指数的上线意味着基金会中心网正在为中国乃至世界的基金会行业设定新的道德标准”。

公益资讯：【13省公布养老金并轨方案 多地确保待遇不降低】据中新网记者不完全统计，目前至少已有13个省份向社会公布了养老金并轨方案。其中，多地方案提出设立10年过渡期，确保“中人”（改革以前已参加工作、改革后退休人员）的待遇不降低。

联合国儿童基金会： #可持续发展目标#美好的未来始于今天的儿童。为最弱势的儿童提供帮助，让他们在生活中拥有获得公平的机会，帮助他们摆脱极端贫困的束缚。

公益时报： #第五届中国社会工作行业大会#对中国社会工作联合会等行业组织，宫蒲光强调要坚持政治引领与专业方向相统一、公益导向与市场机制相统一、经验传承和大胆创新相统一、脚踏实地与扩大影响相统一。要履行好两方面职责。一是要履行好推动社会工作事业发展的职责；二是要履行好促进社会治理创新的职责

公益时报：【郑渊洁：用自己的钱做公益 就是最高端的理财】从第一次汶川地震的38万捐款，到玉树的100万，再到如今持续的捐赠，让我对公益的理解不断改变。有人问我为何捐款，钱捐了可就没了，为何不拿来理财？我的父亲是山西人，我的母亲是浙江人，我生来就是“钱商”和“票号”的结合，怎么可能不会理财，而用自己的钱做公益，就是最高端的理财。我觉得这些钱捐赠之后，对我而言不是失去，而是占有。因为这些钱是做公益，是对社会有意义，公众知道这些钱是我捐的，所以他们在某种意义上永远都是我的，无风险！

公益时报：【推荐|南都公益基金会侯佳：公益传播官不是边缘行业的边缘职业】我们将把每一个项目的内在公益价值重新提炼，提炼到回应社会问题与倡导社会精神的层面，把这些信息共同整合到南都公益基金会的使命愿景“支持民间公益，让人人怀有希望”中去，与之对接一致。比如景行计划、社会投资等项目的专业性较强，公众理解起来略有困难，今后传播部会策划有利于公众理解和互动的传播方式。

民政微语：【为何不提倡其他社会力量自行进入灾区？】杨晓东：在灾害紧急救援阶段，必须突出救援效率，主要是人民解放军、武警部队、公安干警、民兵预备役人员等灾害救援突击队、主力军发挥作用。对于其他不具有救援专业设备和技能的非专业救援人员，不提倡其自行进入灾区。

公益慈善论坛：我们希望人人慈善，却不允许人人募捐？因为少数人滥用募捐谋私利这个可能性的存在，便要多数人的权利都剥夺去？这个代价实在太高，且无必要。少数人的恶，自然有现行的法律来惩戒，但因此禁止所有人出于慈善目的公开募捐的权利，将国家对公民的不信任以法律的形式确立，何尝不是一种恶呢？

2015福布斯中国400富豪榜 (前40名)

单位: 万元

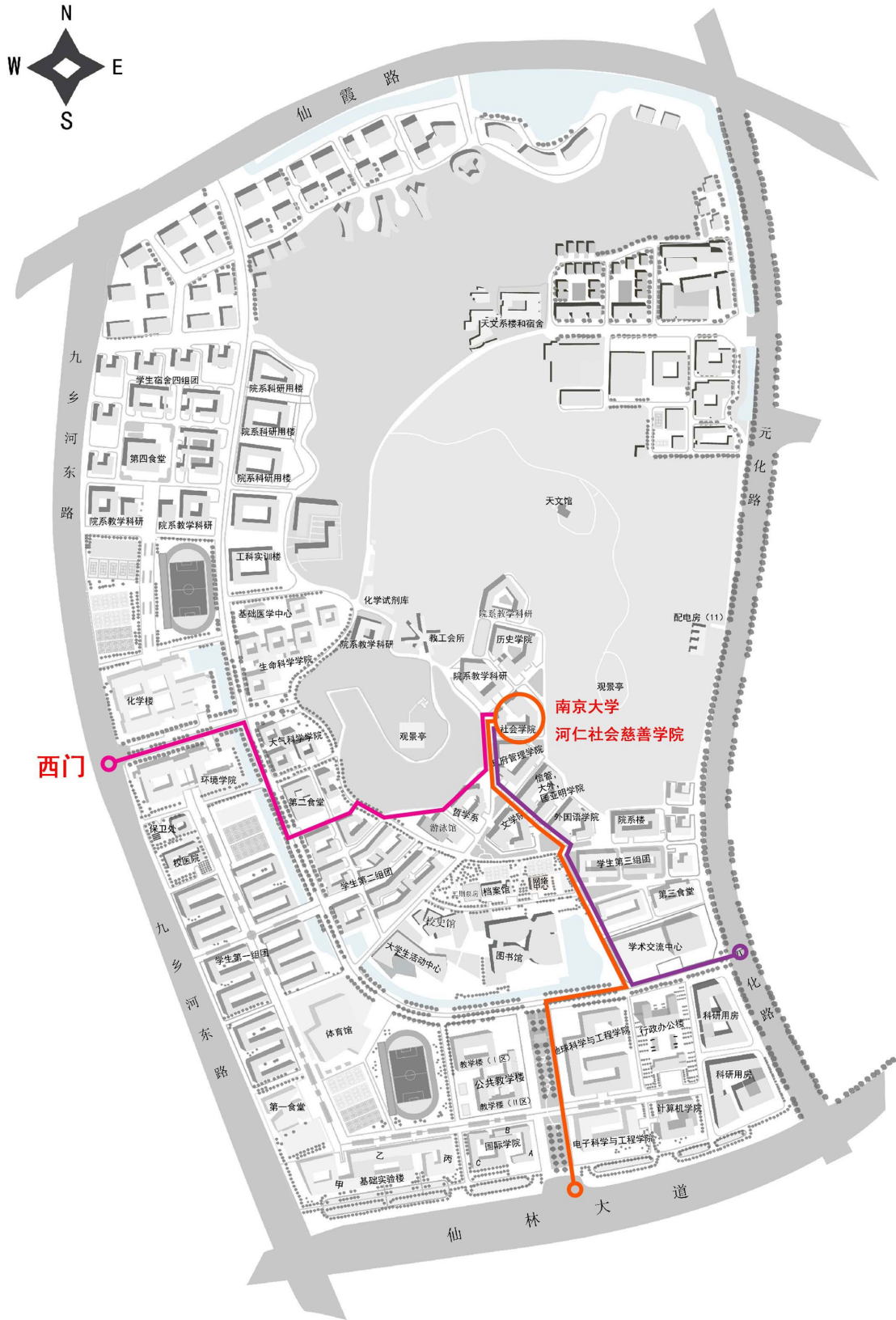
来源_福布斯中文网

网址_ <http://www.forbeschina.com/review/list/002143.shtml#jump>

2015年排名	2014年排名	姓名	2015财富 (亿人民币)	2014财富 (亿人民币)	公司	居住地 省直辖市自治区	市	行业	性别	年龄
1	4	王健林	1905	807.8	万达	北京	北京	房地产	男	61
2	1	马云	1384.3	1193.4	阿里巴巴	浙江	杭州	电子商务	男	51
3	3	马化腾	1117.6	881.3	腾讯	广东	深圳	即时通讯、门户网站、网络游戏	男	44
4	8	雷军	838.2	556.9	小米科技	北京	北京	智能手机、投资	男	45
5	7	王文银	768.4	612	正威国际	广东	深圳	金属采矿	男	47
6	2	李彦宏	660.4	899.6	百度	北京	北京	搜索引擎	男	46
7	9	何享健	590.6	459	美的集团	广东	佛山	日用电器制造	男	73
8	15	许家印	552.5	361.1	恒大集团	广东	广州	房地产、农业、饮料、体育	男	57
9	10	刘强东	495.3	434.5	京东商城	北京	北京	电子商务	男	41
10	19	丁磊	476.3	299.9	网易	广东	广州	门户网站、网络游戏	男	44
11	25	郭广昌	463.6	263.2	复星国际	上海	上海	钢铁、房地产、医药、金融	男	48
11	6	宗庆后	463.6	673.2	娃哈哈集团	浙江	杭州	饮料	男	70
13	16	鲁冠球父子	444.5	330.5	万向集团	浙江	杭州	汽车、有色金属、房地产、农业、金融	男	70
14	14	魏建军	406.4	367.2	长城汽车	河北	保定	汽车	男	51
15	18	张志东	400.1	318.2	腾讯	广东	深圳	即时通讯、门户网站、网络游戏	男	43
16	13	陈丽华家族	393.7	373.3	富华国际集团	北京	北京	房地产	女	74
17	78	贾跃亭	381	113.2	乐视网	北京	北京	信息传播服务业	男	42
18	91	周群飞夫妇	374.7	104	蓝思科技	香港	香港	触控防护玻璃面板、触控模组及视窗触控防护新材料	女	45
19	11	刘永行	355.6	397.8	东方希望集团	上海	上海	饲料、重化工业、投资	男	67
20	23	周建平家族	352.4	269.3	海澜集团	江苏	江阴	服装连锁	男	55

21	22	王传福	349.3	287.6	比亚迪	广东	深圳	电池、汽车、新能源	男	49
22	28	孙广信	336.6	232.6	新疆广汇实业投资(集团)	新疆	乌鲁木齐	能源、汽车销售服务、房地产	男	52
23	32	龚虹嘉夫妇	330.2	208.1	海康威视	香港	香港	电子产品制造	男	50
24	19	杨惠妍	323.9	299.9	碧桂园	广东	佛山	房地产	女	34
25	16	许荣茂	314.3	330.5	世茂集团	香港	香港	房地产	男	65
26	30	刘永好家族	311.2	226.4	新希望集团	四川	成都	饲料、房地产、金融、化工	男	64
27	5	李河君	304.8	795.6	汉能控股集团	北京	北京	能源	男	48
28	36	张近东	301.6	195.8	苏宁云商、苏宁置业	江苏	南京	家电零售、房地产	男	52
29	28	卢志强	298.5	232.6	泛海集团	北京	北京	金融、房地产、投资	男	63
30	21	童锦泉	292.1	293.8	长峰房地产	上海	上海	房地产	男	60
31	27	梁稳根	279.4	244.8	三一集团	湖南	长沙	机械装备制造	男	58
32	65	王文学	254	128.5	华夏幸福	河北	廊坊	房地产	男	48
32	26	王卫	254	257	顺丰速运	广东	深圳	物流	男	44
34	42	黄如论	250.8	183.6	世纪金源集团	北京	北京	房地产、投资	男	64
35	46	庞康	247.7	159.1	海天味业	广东	佛山	调味品	男	59
36	40	邱光和家族	241.3	189.7	森马服饰	浙江	温州	服装连锁	男	63
37	68	孙飘扬	235	125.5	恒瑞医药	江苏	连云港	医药制造	男	57
38	53	李书福	228.6	146.9	吉利集团	浙江	杭州	汽车制造	男	52
38	0	汪滔	228.6	0	大疆创新科技	广东	深圳	无人机	男	34
40	23	张士平家族	225.4	3500	中国宏桥集团、山东魏桥创业集团	山东	滨州	矿业、纺织	男	68

南京大学仙林校区平面图





地址:南京市栖霞区仙林大道163号
河仁楼251室, 210023

电话:025-89680964

邮箱:hrca@nju.edu.cn

网站:<http://charity.nju.edu.cn>