

# 大善、小善，皆可为

## ——中国企业慈善思考

文/杜俊超《雅昌》编辑部

曾记得，在中学考试的时候，有一句俗语可谓至理名言，“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”。所谓大善、小善皆为善，均可为之。

“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”语出《三国志》，是刘备留给刘禅的遗诏中提到的。原文为：莫以恶小而为之，莫以善小而不为。惟贤惟德，仁服于人。其实，这是刘备为其子指明的为君之道，治世之道。然而，数千年来，无论古往先贤，还是当今世人，均使其为行为准则。

“惟贤惟德，仁服于人”亦可成为企业用人、企业发展的重要尺度。以慈善贯穿自身发展始终的企业，必然受到大众的拥护。

在中国，以仁治天下的理念延续千年，在当今企业的治理中，“仁”也得到了不同程度的延伸，各种慈善纷至沓来。

### 低调的奉献者

2014年，一个慈善家邵逸夫的辞世引来公众的纪念，同时也引起大家对慈善的诸多热议。慈善要低调还是高调？慈善是“功利”还是“公利”？

一生行善却为人低调的邵逸夫获得了无数殊荣：中华人民共和国民政部授予其“中华慈善奖终身荣誉奖”；英国女王册封其为爵士，成为香港娱乐圈获此殊荣的第一人；美国三藩市为表彰邵逸夫对该市的福利贡献，将每年的9月8日命名为“邵逸夫日”。

百度地图搜索到的邵逸夫楼，星罗棋布，成为邵逸夫慈善的永恒象征。邵逸夫曾说：“我的财富取之于民众，应用回到民众。”这话朴实且坚决。

据统计，截至2012年，这位实业家与慈善家向内地捐赠了47.5亿港元，兴建了超6000多个教育和医疗项目。定格于107岁的邵逸夫留给大家的不仅是数字，更是永恒的财富与感动。

与邵逸夫类似，多数的企业家行为低调，但他们的慈善却也有声有色。如某企业捐赠 1000 万元善款，用于扶贫助教，知者甚少，然而慈善却落到了实处。

2014 年，《福布斯》中文版第九次发布中国慈善榜，上榜的企业家不约而同地保持着低调。上榜的 100 位企业家（企业）现金捐赠总额为 44.6 亿元，与去年的 46.5 亿元相比有小幅下降。但入围门槛反超去年的 420 万元，上升至 500 万元。

在去年登上福布斯慈善榜的 100 位企业中，今年有 39 位依旧在榜上，而连续 3 年上榜的则有 21 位企业家，其中有 11 位企业家已连续 5 年上榜；这显示出了他们对慈善事业不懈的热情与关注。而在 2013 年福布斯中国富豪榜的上榜富豪中，也有 42 位富豪出现在今年的慈善榜中，王健林首次成为福布斯 2013 年中国富豪榜和 2014 年中国慈善榜的双料之“首”。

2014 年捐赠过亿元的企业家有 12 位，他们的捐赠金额占到总额的 51.4%，其中大连万达集团的董事长王健林、中国民生银行的董事长董文标和恒大地产集团的董事局主席许家印分别以 4.38 亿元、2.72 亿元和 2.59 亿元的现金捐赠总额名列前三位。这三位企业家均非首次上榜，其中两位地产富豪已连续两年在慈善榜上进入前三位。



阿拉善 SEE 协会会员



邵逸夫 25 年 40 亿捐赠内地教育 遍及 31 省 50 所大学

中国的很多慈善家们即使上榜，也不爱接受媒体采访。他们属于典型的沉默贡献者，这也是中国慈善的大多数，他们是中国慈善的重要支柱，中国需要他们。

### 标新立异的慈善

慈善是否允许炒作，是否允许推广？这也是长期以来争论不休的话题。在广告学上，有一句话深得推崇：酒香也怕巷子深。中国的慈善不妨大胆一点，不妨新潮一点，至少吸引了大众的目光，让慈善的沉睡者们从沉默中醒来，让更多的人参与到慈善中来。当然，这一切的前提是，推广的只能是慈善本身，慈善不能作为私利的外衣。

陈光标无疑是中国慈善家中标新立异的代表。

陈光标先生的每一项举动都颇能引起一番轰动：

2008 年汶川大地震后第一时间出钱出力救灾，被前国务院总理温家宝称为“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，陈光标宣布死后捐出全部财产。

2012 年 2 月 8 日，陈光标参加江苏省“两会”的小组讨论，他的江

苏省“两会”提案内容就是建议人民币改版，在人民币上印上《道德经》、《弟子规》、《论语》等名篇名言，以弘扬传统文化。

2012 年 8 月 31 日，陈光标在《纽约时报》登广告宣示钓鱼岛主权。

2013 年 8 月 11 日，陈光标在美国《纽约时报》上刊登半版广告，呼吁日本首相安倍晋三不要参拜靖国神社。

2013 年 12 月 26 日，陈光标用 16 吨重人民币百元钞、共约 15 亿元堆成墙助推经济大普查。

2014 年 6 月 25 日，陈光标如约出现在纽约中央公园船屋餐馆和美国穷人以及各大媒体见面，开启他免费发放午餐和送“红包”的美国行。很难用一句话去评价陈光光标新立异的慈善举动。不过，他自 1998 年开始慈善事业，截至 2010 年累计捐献款物约 26.39 亿元人民币，帮助特困户逾 70 万。这些是实实在在的数字。

在陈光标看来，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，能够有效实现社会财富的“第三次”分配。正是在这种理念的指引下，陈光标将慈善公益变成了他人生中的又一项事业。

陈光标的诸种行为在很多人看来难以理解，但是这些行为对于慈善而言是真实的，对于扩大慈善影响力也是有效的。

### 中国企业慈善地图

《福布斯》中文版 2014 中国慈善榜，从上榜企业的地域来看，广东、北京和江苏成为捐赠企业最多的前三大慈善集中地，集中了 46.0% 的企业，其中广东省占有所有地区的比例为四分之一。而从捐赠数额上看，也是北京、广东和江苏三地占据了前三大捐赠金额，分别占捐赠总额的 26.7%、21.4% 和 11.4%，总计约占捐赠总额的六成。

而从上榜企业的行业来看，房地产行业不仅造就了很多富豪，也集中了最多的慈善企业家，有 40 家企业主要从事房地产行业，也显示出地产富豪是慈善捐赠的主力军。

2013 年的雅安地震等自然灾害得到了社会各界的援助，成为当年慈

善捐助的一大流向；除此之外，医疗和教育一直是历年来捐助的两大重点，其中不少企业家热衷于对母校进行回馈；当然不管是对于企业家，还是普通民众，这都是目前最受关注的民生话题。尽管对于这两块的资金运作以及针对部分基金会行为的质疑声不断，但正是这些来自公众的质疑，能够促使慈善捐赠进入到更公开透明的环节。

另一个值得关注的趋势是越来越多的企业开始成立自己的基金会，或者通过在慈善总会内设立基金会的方式进行慈善行为。例如福耀玻璃的董事长曹德旺已将个人持有的部分福耀玻璃股票捐给河仁慈善基金，而资助项目及如何资助的自主权则全交由基金会自行决定。

### 中国公益还缺钱

由社会科学文献出版社出版的《慈善蓝皮书：中国慈善发展报告（2014）》指出，全国志愿者总量的基数6000万人，巾帼志愿者220万人，助残志愿者700万人，中国红会项目志愿者225万人，企业志愿者200万人，则得出在2013年度，以注册为主的志愿者总量约为7345万人，占全国13亿人口总数的5.65%。志愿者在2013年的捐赠总量大约为8.3亿小时，折算价值为83亿元。

这似乎说明，中国的公益和慈善事业已经发展良好。然而，如果看到英国慈善援助基金（CAF）的调查报告对比，我们不禁对中国的公益事业表示隐忧。

英国慈善援助基金（CAF）根据地盖洛普公司的调查结果，在2013年发布的《全球捐助指数2013报告》中显示，全球被调查的160个国家和地区总排名中，中国慈善捐助总体比率为16%，排名全球第133位，是倒数第3位。其中，帮助陌生人比率是33%，排名倒数第13位；捐款比率是10%，名列倒数第20位；志愿者捐赠时间比率是4%，与波西尼亚、希腊、突尼斯、也门等国并列倒数第一名！美国继续以61%的捐助比率雄居榜首，而中国的香港和台湾地区的慈善捐赠分别名列全球第17和第52位。我们可以清晰地看到中国内地志愿者捐赠全球垫底。

当意识到中国内地捐赠者全球垫底的时候，我们不该对那些曾经的和将来的捐赠者抱有不公正的眼光，他们毕竟是这个社会公益的推动者和风险者。滴滴水露亦能聚成溪流，娟娟小溪定能汇成宽广的海洋。中国的慈善不仅需要充满爱心的企业，更需要充满温情的个人。

### 企业慈善的未来

近年来，国内的公益慈善事业蓬勃发展，公益慈善已经成为现代企业家的必修课。不管是救助天灾人祸，帮扶弱势群体，还是发起经营公益慈善基金，企业家群体正成为公益慈善的重要力量。无数企业家，无数企业的参与，让未来中国的公益慈善充满了希望。

中国越来越多的企业家加入到公益事业中，成立公益组织，建立公益基金会日渐增多，依靠群体的力量做更大更好的公益成为一种趋势。

在众多公益组织中，影响较大的为阿拉善SEE生态协会。这是一家由中国近百名知名企业出资成立的环境保护组织，协会是会员制的非政府组织（NGO），同时也是公益性质的环保机构，奉行非营利性原则。SEE以推动人与自然的可持续发展为愿景，遵循生态效益、经济效益和社会效益三者统一的价值观。SEE的宗旨是以阿拉善地区为起点，通过社区综合发展的方式解决荒漠化问题，同时推动中国企业家承担更多的环境责任和社会责任，推动企业的环保与可持续发展建设。

深圳本土的红树林湿地保护基金会（MCF），成立于2012年7月，是国内首家由民间发起的地方性环保公募基金会。MCF由热衷公益的企业家和深圳的相关部门倡导发起，企业在红树林环境保护中发挥重要作用，其中，来自万科的王石和招商银行前行长马蔚华担任联席会长。目前，MCF已经成为在湿地保护领域一个具有重大影响力的中国本土支持平台。

在众多的公益组织、公益基金中，涌现出越来越多的专业化机构。雅昌文化集团成立的雅昌艺术基金会就是这样的组织，以艺术资源为社会服务，做艺术公益与慈善。2013年，雅昌艺术基金发起“点亮孩子艺术梦想”公益行动是一项艺术助学助教的公益活动，行动援助的对象是我国偏远乡村享受不到现代化艺术教育的小学师生。让艺术家成为公益行动的形象大使，增加了艺术公益的影响力和深广度。

我们有理由相信，随着越来越多富有爱心的企业加入到公益慈善行动中，中国的慈善事业的未来将更加光明。