

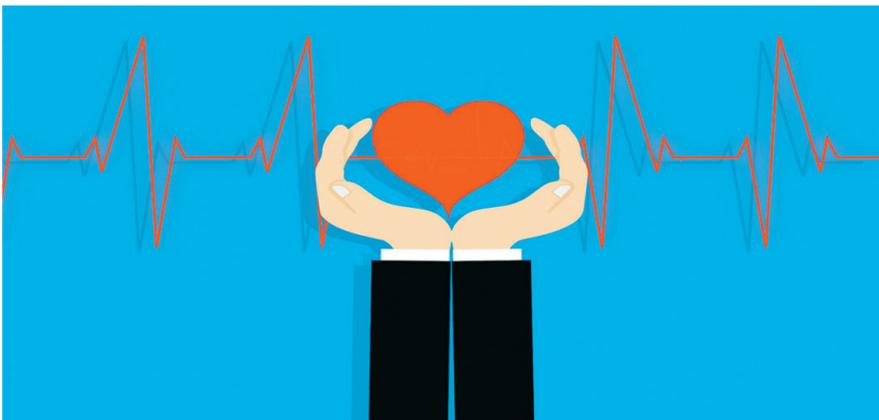


聚焦  
jujiao

## 《中国捐赠百杰榜(2021)》在京发布——

# 104位慈善家捐赠超697亿元

本报记者 顾磊



1月20日,《中国捐赠百杰榜(2021)》在京发布。该榜单取年度慈善捐赠数额前百位予以分析,已连续发布11年,清晰地呈现出中国大额慈善捐赠的走向与慈善领域的变化。

百杰榜显示,2021年中国捐赠百杰共有104位上榜人(多人并列),上榜门槛达3000万元,捐赠总额697.24亿元。百亿元量级的捐赠人有3位;10亿元量级捐赠9位,亿元量级捐赠50位。无论是上榜门槛,还是榜单总额、亿元捐赠人数,均创“中国捐赠百杰榜”历史新高。

本次榜单发布会由民德咨询公司、京师善财传承实验室联合主办,北京师范大学中国公益研究院、北京师范大学社会治理与公共传播研究中心提供学术和平台支持。

### 上榜“新人”过半 3人连续11年上榜

2021年百杰榜上,首次上榜人数为54人。上榜2次的有15人,3次的16人,4次的有4人,上榜5次至9次的共有12人,上榜11次即每年上榜的有3人,均来自房地产行业,其年度捐赠额经常超过1亿元。

北师大中国公益研究院负责人表示,“首善”上榜的频率相对低一些,因为一次性承诺数十亿元或上百亿元捐赠之后,其慈善安排的格局已定,短期内少有新的捐赠资源投入。

### 广东上榜人数最多 北上广深位居前列

2021年百杰榜上榜人所在企业(总部)或单位的分布省份相较2020年有所下降,共有22个省(市区),另有两位海外侨胞。从数量上来看,上榜人集中于广东(31位)和北京(26位);第二梯队是上海(9位)、福建(6位)、浙江(6位);安徽、山东、河南、辽宁、四川、天津、湖北各有2位上榜人;广西、陕西、山西、重庆、宁夏、湖南、内蒙古、海南各有1人上榜。

“广东上榜人数多,除了经济相对有活力之外,也与近年来大力推广的广东扶贫济困日活动有关。”上述负责人表示,每年6月底至7月初,各级政府、慈善会、扶贫基金会就开展劝募活动,辖区内影响力企业多会积极响应并踊跃认捐。

### 年度捐赠总额创新高 超历史平均值3倍

在2011年至2020年间,百杰

榜上捐赠总额最低为2011年的122亿元,最高为2016年的379亿元。10年间,榜单总额平均值为218.89亿元。

2021年百杰榜的捐赠总额为697.24亿元,远超过去任何一年,是此前历史最高点(2016年)的1.84倍,是历史平均值(218.89亿元)的3.18倍。

本年度“首善”王兴的捐赠总额是107亿元。此外,2011年至今,百杰榜“首善”前三位依次是虞仁荣(2020年承诺捐200亿元建东方理工大学)、马化腾(2016年宣布捐1亿股腾讯股票注入慈善基金,价值169.8亿元)、马云(2014年向慈善信托捐赠3500万股阿里巴巴集团股份,价值169亿元)。

此外,2021年出现的百亿元量级捐赠事件有3次,为历年最多;十亿元量级的捐赠人9位,为历年最多;亿元捐赠人50位,依然为历年最多。

### 上榜门槛达3000万元 为历年最高

2021年百杰榜最低上榜金额达到3000万元,为历年最高值,比2020年的历史高度2000万元增长了50%。本年度有5位上榜人年度捐赠3000万元,并列榜单第100位。据不完全统计,2021年捐赠总额在1000万以上但低于3000万元、符合百杰榜编制范围的捐赠人另有200余人。这些数据意味着,在2021年百杰榜之外,还有非常值得关注和开发的大额捐赠人和捐赠资源。

2021年,在新冠肺炎疫情、洪涝灾害等挑战面前,中国慈善家和民营企业面临种种困难和不确定性,深刻

理解共同富裕和三次分配的制度安排,并在自然灾害和新冠肺炎疫情发生后作出快速反应,为防汛抗洪、乡村振兴、科技创新、社会服务等事业慷慨解囊,体现了民营企业等群体对“达则兼济天下”的传承和“先富带动后富,实现共同富裕”的使命担当。

### 8笔股权捐赠占 百杰榜总额47%

2021年百杰榜至少有8笔股票或股权捐赠,其中4笔用于设立基金会等慈善组织,4笔被捐给高校。这些股份捐赠的价值总额达327.67亿元,占2021年百杰榜总额的47%。

上市公司股票价值具有波动性,2021年底在港交所上市的小米和美团股票价格与年中安排股份转让时均有较大降幅。百杰榜研制团队认为,从长远来看,这些股票具有较好的增值空间。以河仁慈善基金会为例,2011年,福耀玻璃董事长曹德旺历经周折后向其设立的河仁慈善基金会捐赠个人持有的3亿股福耀玻璃股票,过户当日市值35.49亿元。10年后,河仁基金会已经在奖助学金、赈灾救济、公共卫生、扶贫济困、文化传承、扶老助残、生态环境这七大领域捐助30.74亿元,但是基金会的资金池并未减少。根据2022年1月19日河仁慈善基金会官网数据,其所持股票市值90.61亿元。此形势令河仁慈善基金会有底气宣布投入100亿元创建福耀科技大学。

研制团队还指出,一般来说,优质股票的增长潜力远超基金会增值保值水平,能为所持有的组织带来源源不断的股息、红利等收益,保证慈善事业的可持续发展。

### 相关阅读

## 2021年百杰榜十大特征

- 一、榜单总额697亿元,创历史新高,是历史平均值的3倍多。
- 二、亿元以上捐赠占榜单6成以上,百亿元、十亿元、亿元捐赠人数均创新高;
- 三、最低上榜额3000万元,创11年新高,“榜外”有大量千万元捐赠不容忽视;
- 四、股票捐赠越来越多,8笔股捐占榜单总额47%;
- 五、大额捐赠人的慈善规划意识提升,3-10年承诺捐赠较多;
- 六、企业或家族基金会存在感日增,成为企业或高净值家族捐赠重要通道;
- 七、洪涝灾害、疫情防控等突发事件激发企业捐赠潜力,河南接收大额捐赠次数为榜单总数的20%;山西接收捐赠次数占7%;
- 八、来自房地产、制造、信息技术三大行业的捐赠人占百杰榜七成名额;
- 九、36%的大额捐赠资源投入教育领域,其中新型高校和知名高校吸金能力突出,技术创新成为巨额捐赠“宠儿”;
- 十、包括高校基金会在内的各类基金会接收近半捐赠额(49%),各级红十字会接收20亿元,占榜单总额近3%。

### 民盟山西省委会建议:

## 加强监管 杜绝“超能力救援”

本报记者 王永

1月21日,在山西省政协全会上,民盟山西省委会呼吁,参与救援必须自身具备相应的专业能力,公益救援应设立必要的专业门槛。与此同时专业救援行动应排除非专业人员排除在核心作业区外,避免不必要的危险。

据了解,2021年11月23日,河北邯郸大名蓝天救援队在当地漳河桥执行救援任务时,一名队员落水后遇难;12月1日,邯郸魏县蓝天救援队在漳河水域进行救援行动时,2名救援人员落水遇难。噩耗传出后,蓝天救援队创始人第一时间向全国各地蓝天救援队发出提醒:远离超出能力范围内的救援,避免悲剧再次发生。

民盟山西省委会调研发现,蓝天救援在全国31个省、自治区、直辖市都设有授权队伍,但实际上,这支民间救援队的

入门门槛并不高。“这样一支本应用于执行简单的搜寻任务和协助职业救援的民间队伍,却经常被安排去执行需要较高专业水平、且存在很多未知风险的山地救援和水域救援(或打捞)任务。”

民盟山西省委会在其提案中呼吁,山西省应急管理厅尽快研究并设立统一的救援专业技能资格考试;明确启动社会救援力量的前提条件,即在何种情况下需要启动社会力量救援。同时,增加针对社会应急力量救援队伍中有关人员和财产的保障办法。

“应加强对辖区内救援行动的监管,严禁非专业人员进入救援核心作业区。”民盟山西省委会认为,应该确保在救援任务中的参与人员专业,救援方案科学、合理,坚决杜绝“超能力救援”事件的发生。



## “善品公社”助合作社连续6年分红



农户在果园劳作

本报讯(记者 顾磊)四川省雅安市石棉县坪阳黄果柑专业合作社2021年度工作总结暨分红大会日前举行。2021年该合作社通过开展多项经营业务累计获得收入903499元,合作社324户认证农户均可分得股金分红1385元。这已经是合作社连续6年分红。

石棉县是黄果柑核心产区。2021年,石棉县人民政府联合中国扶贫基金会策划实施主题为“产业助农结硕果·

乡村振兴再出发”的营销推广活动,并在多家爱心企业的公益资金支持和市场流量推广下,让农户们有了实实在在的获得感。石棉县坪阳黄果柑专业合作社于2021年被认定为“国家级农民专业合作社示范社”。

据了解,早在2015年,石棉县人民政府和中国扶贫基金会先后达成“互联网+扶贫”和“乡村振兴”战略合作,选择黄果柑产业和石棉县坪阳黄果柑专业合作社作为首批立项扶持产业及示范社,依托中国扶贫基金会产业板块的旗舰项目“善品公社”并整合各类社会资源,围绕农业经营主体孵化、品控管理标准制定、渠道授权体系设计、地域公共品牌培育、本土人才培养、数据支持系统研发、供应链优化等模块,创新推动石棉黄果柑产业转型升级并促进全产业链条发展,6年来成效显著。

中国扶贫基金会副秘书长丁亚冬表示,将一如既往地继续加大力度支持石棉黄果柑产业的发展和地域公共品牌提升。

## 中银慈善基金会为千余名儿童捐赠羽绒服

本报讯(记者 赵莹莹)1月19日,在陕西省淳化县大槐树村村委会,45名小学生从工作人员手中接过了由中银慈善基金会“冬日暖心”计划捐赠的爱心羽绒服。春节前夕,陕西咸阳巨家镇中心小学、淳化县石桥镇中心小学等10所学校和幼儿园共计1534名孩子,都将陆续收到羽绒服和慰问信,帮助他们温暖过冬、开心过年。

自2002年以来,中国银行连续20年定点帮扶陕西省咸阳市淳化、旬邑、长武和永寿4个县。去年入冬以后,持续性雨雪天气给当地群众的生产生活带来困扰,加之寒潮不断来袭,新冠肺炎疫情又让孩子们提前放了寒假……中银慈善基金会通过中国银行驻咸阳帮扶队了解到相关情

况后,决定原来每年捐赠羽绒服的规模由500余人扩大到1534人,让每一个有需求的孩子都能温暖过冬。“小小羽绒服,不仅传递了温暖和呵护,更传递着一种精神、一种力量、一种激励、一种期望。老师和孩子们会把这份关爱转化为刻苦学习、奋发向上的力量,教好课、上好学,将来为社会作贡献。”巨家镇中心小学校长苏宏刚说。

据了解,北京中银慈善基金会自成立以来,为北京、内蒙古、陕西、青海、云南等省区区的困境儿童送去多方面的精准服务,托起他们奔向明天的希望。“冬日暖心”计划自2018年持续实施4年来,已为咸阳“北四县”贫困学生捐赠羽绒服、“温暖包”3000余件(套)。



### “银天使计划”关爱空巢老人

春节前夕,中华社会救助基金会“银天使计划·老有所衣”项目筹集的5000份“温暖包”陆续运抵重庆、甘肃、云南等地,关爱当地空巢老人。

在山西省武宁县凤凰敬老院,老人们喜笑颜开地换上新衣,纷纷表达对礼物的喜爱之情。吉林省延边朝鲜族自治州安图县,工作人员上门入户将“温暖包”送到行动不便的空巢老人家中,询问老人生活冷暖,帮助他们解决生活困扰、抚平内心孤寂。据了解,自2015年发起至今,“银天使计划·老有所衣”项目覆盖青海、云南、甘肃、陕西、贵州、重庆、宁夏等23个省市区,为约6.5万名空巢老人送去温暖。

(本报记者 赵莹莹)

### 记者观察 jizheguancha

## 公益月捐:“起步”之后开始提速

本报记者 顾磊

受新冠肺炎疫情影响,自2020年起,不少公益组织的业务受到影响,筹款额甚至出现负增长。然而与此同时,互联网上的公众捐赠却不降反升,一个值得注意的现象是,月捐正在快速增长之中。

所谓“月捐”,即捐赠人每月按照约定金额向公益组织和公益项目捐赠。这是爱心机构和参与公益的重要方式之一。

月捐的增长态势在部分互联网平台上体现得较为明显。在2021年中国基金会发展论坛“公益机构月捐如何繁盛生长”平行论坛上,帮帮公益平台负责人杨云云透露,该平台的月捐业务自2020年初上线,当年的月捐总额约为2838万元,上线项目数量为142个;截至2021年11月22日,月捐总额已达6662万元,占平台捐赠总金额近68%,上线项目数也达到265个。

易宝公益平台负责人王玉慧介绍,该平台的月捐业务明显增长,同时也有新的突破。

易宝公益平台在2021年7月解决了支付上限的难题,实现了超500元的大额月捐。当年8月即迎来首位大额月捐人,每月捐赠2000元。“之后出现了不同额度的大额月捐,如520元、700余元等,这令我们很开

心。”王玉慧说。

对于开展月捐业务的公益机构和项目来说,其操作方法正在日趋多元和成熟。

北京韩红爱心慈善基金会宣传总监韩颖透露,该基金会2019年转型为公募基金会时,就将月捐业务纳入转型计划之中。2021年,该基金会的月捐和直接捐赠两部分资金总额,已经在机构筹款额中占比约70%。韩颖表示:“转型之前的7年中,我们的主要资金来源是企业捐赠,为了寻求稳定、多元化、可持续的资金来源,启动月捐是必由之路。”

为了做好月捐,北京韩红爱心慈善基金会探索了各种方法。例如,通过问卷调查了解捐赠人的参与意向、捐赠习惯等;借鉴行业中优秀案例的经验;开展线下活动增强公益体验和互动;保持复盘和分析,总结有效经验等。

另一家环保野生动物保护机构猫盟,自2020年5月开启月捐业务,截至2021年11月底,其月捐收入已占机构年度收入的一半以上。该机构通过一系列线上线下方式发展月捐,其中社群运营效果显著,例如让社群自行行善,为动物园捐赠相关物资等;同时,注重透明度建设,呵护捐赠人对机构的信任。

记者注意到,在月捐领域,由于“下场”的机构越来越多,且各家机构情况不一,因而发展出差异化的运作模式,让月捐的形态更丰富。

上海仁德基金会秘书长王宛蓉认为,月捐方案应围绕品牌公益项目去设计,优质项目能被更多人接纳。她认为,公益机构应该通过长期运营去布局月捐业务,一是开展信息化建设;二是让专业的人做专业的事;三是结合组织发展战略和核心捐赠人群体的特点去选择月捐项目;四是开展社群运营;五是提高月捐项目运行质量,做好信息披露。

另一家机构深圳市社会公益基金会则侧重于服务。该基金会自创办至今,有较强的金融特性,形成了比较成熟的创投扶持体系。该基金会将月捐融入为捐赠人、资助对象提供的多种服务中,实现了业务的显著增长。在这个过程中,机构并不强调向月捐伙伴索取,而是基于创投和赋能的视角去帮助伙伴们发展与成长。

近两年的月捐业务增长与大环境有关。一方面,随着经济社会发展以及公益事业逐渐壮大,出现了越来越多的理性捐赠者;二是受疫情影响,机构更渴望有稳定的收入来源。然而,随着月捐形态日趋丰富、规模日

渐提升之际,公益行业也出现了一些反思,例如不应盲目跟风和冒进。

“事实上,挖掘和维护好捐赠人的成本很高,比如做助学项目或乡村建设项目,需要实地走访才能知道学生及当地的具体情况。”深圳市图鸥公益事业发展中心公益众筹顾问谢佳怡将与捐赠人和受助人相关的成本作为运营指标的“最小值”来看待,而“最大值”则是机构或项目的服务门槛。

“如果服务跟不上,就会导致捐赠人流失。”谢佳怡认为,公益机构应在成本和效益之间找到平衡,否则月捐会越做越没信心。

北京七悦社会公益服务中心主任卢玮静提供了另一种思考。她认为,公益机构通过互联网筹款,本质上是按照不同平台的制度架构和规则体系进行筹款,与捐赠人并没有直接接触,往往会形成对平台的“资源依赖”。

月捐业务是打破这一瓶颈的有效方法,它是真正意义上的公众捐赠。卢玮静认为,如何服务捐赠人并让月捐业务可持续发展是公益机构面临的真正考验,因而应反思发月报、线上线下触达等当前通行做法是否真正有效,总结经验并提升专业性,让月捐的未来有更美好的前景。