

“社会创新家”创始人宋厚亮:

社会创新是公共财富最有力的创造方式

■ 本报记者 文梅

最近,一个名为“社会创新家”的公众号在公益圈引起了关注,徐永光、何道峰、陈越光、金锦萍、王振耀、邓飞等业界知名人士先后为其撰写创刊贺词。

这个公益圈新锐的操盘者其实是一个“老兵”。“社会创新家”创始人宋厚亮曾担任《中国慈善家》杂志执行主编,曾出版《告别土豪:中国慈善新时代》一书;2017年,他得到天使投资,创立了北京弘益文化有限公司,紧接着运作出版了南都公益基金会理事长徐永光所著《公益向右,商业向左》一书,引发公益圈热议。

近日,《公益时报》记者采访了宋厚亮,谈及近年来媒体记者转型做公益,宋厚亮说“优势很明显”。“有过记者生涯的历练,做事情效率比较高,资源相对丰富,特别是人脉资源的梳拢还是很有一套章法的。”

“劣势呢?”

“由于职业的缘故,记者多少还是有点‘万金油’之嫌,知识杂而不专。现在‘社会创新家’诞生,对我们而言需要做的就是沉下心,好好地学习和钻研,尽快具备专业知识和判断力。如果你达不到七成的专业素养,别人干的好坏你是无法判别的。”

从有想法到开干用了差不多两个月。谈及为何要发起“社会创新家”项目,宋厚亮说:“如果是对的事情,你去做就对了。”——这句话他至少重复了三遍。他说,他和他的创业伙伴对财富的渴望没有那么强烈,就是愿意为热爱的事业拼一把。

打造社会创新的正向场域

《公益时报》:“社会创新家”一亮相就“来势凶猛”,有人戏谑地说:“宋厚亮这是要搞事情!”可否说说你们打算“搞点什么事情”?

宋厚亮:我和我的合伙人张泉翔都是做内容出身,张泉翔以前是澎湃新闻的,所以我们俩就经常在一起琢磨——纵观当下时代,“去中心化”特质日益凸显,科技创新和商业创新是核心话题。转而想到,我们多年关注公益领域,未来中国的公益创新会是怎样的?整体的社会创新又会怎么发展?我们又能在这样的时点做些什么?探讨的结论是:我们可以尝试从内容角度对社会创新进行挖掘,建立一个平台,跟所有的社会创新“正在进行时”进行互动和链接,最终形成一个社会创新的正向场域。

平台框架搭建起来以后,就这方面的问题,我们和徐永光、何道峰、金锦萍、邓飞等多位专家和业界人士多次沟通,他们也觉得社会创新将会是一个社会发展的趋势,认为我们的着眼点

和发力方向是正确的。基于此,诸位老师应我们相邀,陆续撰写了“社会创新家”的创刊贺词,并在文中就“社会创新家”这个概念和相关思考予以了不同的阐述。

《公益时报》:我注意到各位专家对“社会创新家”的阐释各有角度,你对它的定义和理解是什么?

宋厚亮:这些专家老师们是从各自不同的认知角度对“社会创新”和“社会创新家”予以了诠释。有的认为社会创新就是公益创新,也有认为社会创新就是一种融合了商业创新、科技创新等多形态、多领域的创新。

我认为,这两种认知是当下中国公益界很重要的两股力量,且不断地激荡、不断地交织、不断地发生碰撞。这两种力量我都认同。公益创新的,我们关注和吸纳;融合了商业创新、科技创新等跨界创新的,我们同样可以吸收进来,尤其像社会企业这种类型,也不会被我们忽视和舍弃。

我们要做的是在这两股力量的交织过程中做好平衡,选择我们应关注的重点。我们观察和看重的是社会创新家所带来的强大生产力,以及连带的良性社会效应。我相信:虽然社会创新家在中国是刚刚起步,但未来这个趋势一定会越来越明显。十年以后,商业创新、科技创新和社会创新一定会是三足鼎立。

《公益时报》:既然“社会创新家”在目前属于概念和轮廓并不足够明确的新事物,你在内容生产、概念传播和平台运营的定位方面是否也会因此产生模糊?比如有些并不属于“社会创新家”的人或者群体也有可能被纳入进来?

宋厚亮:就内容传播和平台定位而言,我们的认知并不模糊,这其实属于一个问题两个维度和方向。如我们提到“商业创新”,其特质很明显,就是以商业利润为第一诉求的,而无论是公益创新还是融合了商业因素的社会创新,都不是以利润为第一诉求的。比如说,李一诺创办的“一土学校”是公司化的注册,如果按照平常我们对公益机构的认定,她这个肯定属于商业公司。但实质上“一土学校”并非纯商业的机构,也不以赚钱为目的,它就属于社会创新,更多的是在教育模式上突破了现有的传统和窠臼,自主开发了一套全新的教育体系。再比如邓飞的“e农计划”项目在其内生和外延方面都体现了新思维和新模式,虽然也兼具商业化运作,但项目根本诉求是为了解决社会问题,也是一种典型的社会创新。类似这些都是我们关注的重点,是我们搭建“社会创新家”平台的基本要素。所以我说我们的方向并不模糊,还很明确。

社会创新须兼具共益动能

《公益时报》:据你了解,“社会创新家”在国外发展现状是怎样的?中国跟进程度如何?

宋厚亮:美国发展很快,例如做B Corp(共益企业)认证的B Lab,其创始人就是社会创新家。美国现在为社会创新付出很大的力量,像哈佛大学、斯坦福大学等名校,他们都设置有社会创新中心机构以及年度性的千人大会,你可以看到非常多的案例在不断地提交上去,大家一起探讨交流。孟加拉的尤努斯先生每年也都会搞属于全球范围的社会创新大会,规模很大,内容也很丰富。

截至目前,官方正式公布的共益企业(中国内地)一共有6家: BottleDream、First Respond 第一反应、Singbee、叫板 pizza、众建筑以及深圳联谛信息无障碍公司。

国内公益领域进行社会创新的机构很少,但也已有人开始尝试。例如乐平基金会,他们就在推社会创新,但整体运作比较低调。除了社会影响力投资、创新项目,他们还在天津试点了生态农场,效果很好。可以说他们就是将公益创新与商业创新进行恰当融合的范本,在这方面他们已经走在前面了。再就是上海的恩派,最早他们是公益机构的孵化器,但这几年他们的方向调整较为明显,即他们资助的机构已不仅仅是公益机构,也对商业公司进行资助,去年还成立了社会影响力投资基金。

个人方面,除了我刚才说的李一诺、邓飞,还有原财新记者蓝方做的C计划项目、中国发展研究基金会的郝景芳创办的“童行计划”,这些项目从外壳上看都是商业架构,但再看其内容和模式,都属于典型的社会创新。但总的来说,社会创新在中国还是个非常新鲜的事物,需要很多人、很多机构的共同努力,才有进步和提升的空间。

《公益时报》:我们是否可以认为,未来社会创新完全有可能成为非营利性组织运行的灵魂,或者演化为创造公共财富最有潜力的方式?

宋厚亮:并非所有的非营利组织都适合做社会创新,比如严格倡导某种价值倾向的传统非营利组织。但我觉得目前在国内来说,破解社会痛点、解决社会问题这些都可以很好地融合和吸纳社会创新。目前在美国大部分的非营利组织都是向这个方向转型的。比如扎克伯格,他把99%的股权都捐出来了,但不是捐给哪家基金会的,而是成立了



一个慈善投资公司,把钱都放进这里面用来支持社会创新。盖茨的捐赠方向也在逐渐关注到社会创新领域,包括美国老牌的基金会洛克菲勒,也都在往这个方向发展,其核心就是关注和解决社会公共问题。

也就是说,社会创新未必会成为非营利组织独享的社会成果,是可以让全社会参与和分享的,只要最终可为民众造福、可推动社会发展进步,它就了不起。但它一定且最终会演化为创造公共财富最有潜力的方式,它也是动力十足的社会生产力之一。

顺势而为 未来可期

《公益时报》:你要如何避免让“社会创新家”演变成一个时髦好听、昙花一现的概念炮制和炒作?

宋厚亮:其实早在几年前,“社会创新”这个词就一度“热闹”过,业界讨论、商榷,还有各种评奖、推介,但没过几年就慢慢陷于沉寂了,原因是火候不到,成不了“势”。现在我们将它重新梳理然后郑重推出来,就是看准了一个恰到好处的“势能”,这种“势”是很重要的——做早了时机不到,做晚了也没有机会了。从现在发展来看,此时此刻推出“社会创新家”还是很合适的,很多主动跟我们联络的机构以及向我们推荐的案例也大大

超出我们的预估,一开始我们也不知道这么做的机会有多大,但是事实证明我们的判断是正确的。于是,无论是市场模式,还是可持续方式,在我们的心里就越来越清晰了。

《公益时报》:如何看待未来中国的公益之路?

宋厚亮:其实中国公益从过去十年到现在,有好问题还始终没有得到解决,这也难免让业内一些资深人士较为悲观。比如社会组织与政府的关系、与市场的关系,更具体地说——人才问题、薪酬问题等。但我觉得在此基础上,可能还是要更多的看社会发展趋势。近年中国的基金会发展速度很快,已经6000多家了,但美国现在有8万多家基金会,这是不可比的。我在想,也许中国的基金会达到3万家到5万家的话,中国的公益慈善格局才有可能真正地凸显出来,现在还远远达不到“格局”一说。所以我对《公益时报》还是很钦佩的,你们报社创刊十多年了,可以说在中国公益的倡导传播方面起了很大的推动作用,而且直到现在还在坚守,很不容易。但总的来说中国公益慈善推动速度还是相对缓慢的,公众对于公益慈善的认知还是比较匮乏的。另外如果中国的财富阶层能够在这方面多做一些务实有效的推动,可能影响面会更大一些。