

南都基金会理事长徐永光:

假如四平八稳,我对行业还有什么价值?

■ 本报记者 文梅

徐永光在公益圈名声响亮。1988年,他辞去团中央组织部长职务,创立中国青少年发展基金会,开创了中国家喻户晓的公益品牌“希望工程”;2007年,他成为南都公益基金会的联合创始人,致力于推动公益慈善行业的发展与社会创新。

徐永光在业界评价两极化——有人说他是中国公益圈的先驱和革命者,贡献巨大、成绩突出,无人能比;有人说他功利冒进、喜走捷径,特别是近年来大力推崇社会企业及“公益市场化”,更让他成为众矢之的,毁

誉参半。

“你可以放开问。我们讨论公益行业的发展,有困难是常态,有争论也正常,不争论这个行业更完。”这是徐永光的开场白。

徐永光似乎不在意别人予他的是“谤”还是“誉”。面对激进、保守和中庸,他坚定地选择了保持改革创新之心、勇往直前的“激进”。他反问记者:“假如徐永光扮演一个中庸的人,四平八稳,我在公益行业还能有什么价值?”

或许可以说,这是徐永光爱公益的方式,这种爱还体现在他近乎“童言无忌”的批判。对当下

有些公益人表现出的自我喝彩和自我陶醉,徐永光直言这些都是“虚幻的美丽”。

结束采访后,徐永光匆匆拿起外套和背包,赶赴下一个邀约。等电梯的空当,《公益时报》记者问,工作强度这么大,也已不再年轻,为什么总是满面春风、神采奕奕且毫无疲态。他一边笑着拨弄手机一边说:“烦恼靠自己化解啊,我做的是有意思的事。”

临别时,徐永光高扬起手臂向记者挥手再见,那笑容中透着股掩饰不住的自信和不羁,怎么看,都不像年近七十的老人。



图片由受访者提供

中国公益之“左右夹击”

《公益时报》:原外经贸部首席谈判代表龙永图认为,当下中国公益慈善事业仍然处于相对边缘化的位置,唯有从边缘化进入主流,中国公益慈善才能发挥更大作用。如果说这是一条可行的路径,你认为如何才能拆除从“边缘”到“主流”的藩篱?

徐永光:边缘化的问题,我觉得要从三个部门的关系来谈才能说得比较清楚。以作为第三部门的公益组织来讲,一边对政府,一边对商业。从公益需要民办民营角度看,它继续受政府挤压,即政社分开不但没有进步,反而在愈加倒退,口子卡得越来越紧。现在捐款的大头还是被那些具有政府背景的基金会和慈善会拿走80%~90%。这种情况下的慈善还能具有活力吗?同时,公益组织与商业的关系又是挑战。

《公益时报》:看来现实不容乐观?

徐永光:要想改革首先就得打破路径依赖,因为它已经形成了具有政府背景的慈善机构、企业与政府的利益“铁三角”。这种背景下的国字头基金会,通常理事长、秘书长都是政府任命、按照局级处级干部待遇来安排的。他们实际上是政府任命实职的官员,做的是政府的项目,那当然要对政府负责。而企业就愿意给这些有政府背景的基金会捐

款,由此借机搞好政商关系。对于这样的基金会来讲,如果要走公众募捐的路子,要管理、要处理各种琐碎事务,但筹到的可能就是碎钱,他们觉得麻烦得很。现在有些企业一年捐一个亿,如果按照公众个人计数,相当于100万人每人捐100块钱。可是这类基金会就会觉得“干嘛要受这个累啊?”这种思维搞反了——恰恰是有100万公众每人捐一百块钱,这家公益机构才有前途和未来。

但我们必须看到,虽然在我们公益慈善事业发展进程中,“国营慈善”拿走了最大的资源,但是本质上它们已经趋于边缘化,成为改革的对象;而当下逐渐主流化的是那些扎根于基层和社区有活力的民间草根NGO组织,虽然它们还没有能力集聚大量资源,但它们代表了中国慈善公益的方向和未来。对于“官办慈善机构”来说,它们多年来已经形成了一种路径依赖,让它们马上抛开这种依赖是很难的。可是如果不改革、不创新,等待他们的只有边缘化。自己边缘化也不要紧,因为政社不分,再把中国慈善引向“塔西佗陷阱”(跌入公众不信任的陷阱,而且爬不出来),那就是罪过了。有前车之鉴,还需要多说什么?

当然,公募基金会中有几家的表现还是比较亮丽的,比如启动改革比较早的扶贫基金会。再就是儿慈会、社会福利基金会以及社会救助基金会。后面提到的

这三家比较有意思,因为它们都属于新创办的基金会,不具备过去老品牌项目的优势和“吃老本”的本钱。没有本钱,那只能是走新路。但你知道走新路、自创一个公益品牌有多难吗?所以它们都选择了和草根NGO合作,让草根NGO共享它们的公募权,如此一来资金都聚集到这里,它们收取一定的管理费。草根NGO有了自己的募捐渠道,这几家基金会也搭建起了不错的平台。扶贫基金会是主动改革,这三家是顺应潮流,可以说它们代表了公募基金会的未来。

再说说公益与市场及商业的关系,传统公益在这里受到双重挑战。一个挑战是互联网让商业自然地融入了公益。可以说所有的互联网企业都是借由公益起步的,一开始它们都是免费的。这个问题20年前我就发现了,“哦,它们是用公益的手段做商业”。用公益做奠基铺路,使用到一定程度你离不开它了,那么商业的机会就来了。因为信息产品有“共享性”,这三个字与公益有着天然的亲近与联系,一旦抓住机会,它们的市场很快就能做大。所以李劲说了一句话:“商业在走公益的路,让公益无路可走。”淘宝有“公益宝”;蚂蚁金服有“蚂蚁森林”;京东回收旧玩具,把玩具清洗、消毒、整理后送给农村地区的孩子,十天送出四十万件……这些互联网企业稍微动动脑筋,把公益的好多事情就干了。这是不是可以叫“入侵”公益了?99公益日都成了一年一度的公益“运动会”了。当然,公益欢迎这种“入侵”,这既是双赢,也是压力。第二,社会创新的一个突出成果是社会企业。很多公益的事情可以用商业的模式来做。公益本身是有天花板的,因为烧钱,钱少社会问题多,烧不动,走不远。说到这里,公益的另一个挑战就出来了,就是用商业的手段做公益。用小额贷款解决贫困问题,是最好的案例。当免费的商业和收费的公益相继涌现,那么传统的公益该何去何从?那只有迎接这个挑战。

在此基础上必须明确一个认知——只要你做的公益真正有效,人们还是愿意关注并给你捐款的。但事实是我们在这方面非常差,只是空谈情怀,公益资源调度和使用的有效性非常差。你会发现,不少公益机构不是从需求出发,一厢情愿地使用公益资源,经常做“情怀最伟大,过程很享受,结果不重要”的事情。我们的公益圈现在就是这种状态,因此也导致了整个公众的动员还是很弱的。所以我对官办的慈善机构和草根公益组织都骂,我有一篇文章叫做《危若垒卵的慈善体制将终结于互联网》,文中我先骂“国营慈善再不改革误国误民”,然后说一些混情怀的草根NGO“与其苟延残喘,不如早日关张”。

《公益时报》:你有些恨铁不成钢的无奈。

徐永光:其实现在在我始终试着在解开一些结,我也不断地在回答一些问题。最根本的结在哪里?我现在还很难说得清楚。但现在的一个结就是当下的公益还不是真正的民间公益,还是在计划经济和国营慈善资源控制下的公益,政社没有分开,这是我觉得最根本的障碍。其实政府根本不用担心公益机构的管理,他们不好好干,有法律、有监督机制,甚至公众用脚投票都可以把他们“灭”掉。其实我早就讲了,好的公益生态有八条:法律规范、政府监管、组织善治、行业自律、社会监督、公众选择、平等竞争、优胜劣汰。如果再加一条,那就是“政社合作”——政府和民间公益机构合作。只有政社分开,监管才能实施到位。政府如果越了位,监管就会缺位。这个问题一天不解决,中国公益就得不到真正的发展。

“跑不动”的机构必遭淘汰

《公益时报》:有人质疑你的“公益市场化”观点,说“中国公益还没走顺呢,就让我们跑起来,而且还要百米速度冲刺,能跑得动吗?”

徐永光:你跑不动就被淘

汰,不能窝在那里拖累这个行业。我们有两次人力资源的大调查,结果是三分之一还要多的公益组织没有给员工买保险,也就是说有三分之一的公益机构自己在违法。你说公益是解决社会问题的,但目前看来起码有三分之一的公益机构在制造社会问题;你说在帮助弱势群体,其实你在制造弱势群体。政府进不去、商业玩不转的,都来做公益?“我们收入很低的哦,你愿意吗?愿意就来吧。”如果每一家公益机构都是低薪酬、低待遇,那吸引的是什么人?那不是做公益,是收容所。这样是否会将外面找不到饭吃的人吸引到你的机构来混日子?所以我说,公益不好做,但是好混。那我就说这个行业淘汰掉三分之一才有希望。结果深圳慈善会的典春雨就说:“徐老师,起码淘汰掉一半吧。”

企业家精神兼具创新与冒险

《公益时报》:结合你多年来对中国企业的观察以及对企业社会责任的深耕,你如何理解企业社会责任?

徐永光:关于企业社会责任我有4个版本的阐释。1.0是履行了法律强制责任的企业,比如说产品合格、依法纳税、不污染环境,保障员工权益的;在履行了法律强制责任基础上,又自愿捐款支持公益事业、自愿担当社会责任的,属于2.0;在前述基础上,还可以对自身企业的上下游产业链担当责任就属于3.0。比如阿拉善SEE建立的“房地产绿色联盟”,要求提供的水泥、建材等上游企业产品,必须符合环保,下游对消费者提供的产品也是好的;最高一级4.0就是能够发现社会问题,并且以解决问题为使命的企业,比如小额贷款企业、比如残疾人企业、安全食品生产企业等。纵观当下,我们大量的企业连1.0都达不到,可能也就是0.1、0.2。这些“低版本”的企业就会出现污染环境、偷税漏税、祸害员工等若干社会问题。(下转10版)



徐永光在“希望工程”受益人照片墙前(网络配图)