

发起支持:  老牛兄妹基金会
Laoniu Brother & Sister
Foundation

CAPITAL WEALTH LEGACY
RESPONSIBILITY PHILANTHROPY
CHALLENGE GLOBAL

2019中国家族慈善调查报告

A Research Report on Family Philanthropy In China

 CEIBS
中欧国际工商学院

 财富管理研究中心
CENTER FOR WEALTH MANAGEMENT

序言一

慈善助力第三次分配

家族慈善过去在世界文明进程中都发挥着重要作用。根据美国慈善数据中心 Candid 统计，截止到 2015 年底，美国家族基金会数量已达 41855 家，资产合计 4036 亿美元，年度公益支出 286 亿美元。其中三分之二以上的家族基金会都是在过去三十年内成立的，是经济发展和财富增加的真实写照。

家族慈善将成为未来中国社会建设的重要力量。中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定指出要“重视发挥第三次分配作用，发展慈善等社会公益事业”，进一步提升了公益慈善行业的重要性。而《慈善法》的颁布和中华慈善日的设立，也为家族慈善的发展打下良好的基础。中国经济的高速发展为家族慈善的发展创造了历史机遇，今天积极开展家族慈善适逢其时。根据招商银行和贝恩发布的 2019 中国私人财富报告显示，2018 年中国个人投资资产总规模达到 190 万亿元人民币，可投资资产在 1000 万元人民币以上的中国高净值人群树立达到 197 万人，为家族慈善的发展建立起了良好的经济基础。

国际经验显示，家族慈善在多个方面为社会创造着价值，包括：其一是团结家庭成员，家庭成员在共同参与慈善活动的过程中，彼此能够加强联系，并在互动中提醒大家对社会的责任感，以及传承家庭创业时期所创立的价值观，例如，勤奋工作、服务他人、重视问题研究等。其二是保证社会和谐，我们既要做大蛋糕，还要分好蛋糕，这样我们所生活的社会才能更加可持续，而慈善作为第三次分配的重要手段，对社会的和谐稳定发挥着积极的作业。其三是树立社会典范，历史上国内外那些创造过巨额财富的人有很多，但是今天被人们记住的还是那些为更多人创造机会、提供无私奉献和援助的人，家族慈善行为的普及，有利于良好价值观的建立。最后是发挥天赋才能，这个世界上每个人都不一样，通过家族慈善的构架，面对比商业更加复杂多样的社会问题，下一代们可以有机会在社会服务中充分发挥自己的特长和天赋，真正实现个人价值和精神的传承。

2015 年，我们成立了老牛兄妹基金会，以关注下一代成长与发展作为机构使命，愿

景是创新慈善，永续传承。经过了几年对家族公益基金会管理、开展家族慈善领域交流学习等实践摸索，我们决定发起中国家族慈善论坛和数据研究项目并支持撰写发布《2019 中国家族慈善调查报告》，希望以此为媒介，引导财富向善，构建家族慈善交流平台，影响、凝聚更多青年慈善家先行动起来，发挥中国乐善好施的传统美德，一起为建设美丽中国做出贡献。

牛犇 牛琼

老牛兄妹基金会理事长 & 副理事长

老牛基金会创始家族成员



2019年11月8日

序言二

匠心传承 善行天下

“子孙若如我，留钱有何用，贤而多财，则损其志；子孙不如我，留钱有何用，愚而多财，益增其过。”

——林则徐

改革开放40年，社会财富快速积累，根据中国社会科学院出版社的《中国国家资产负债表2018》显示，2016年末，我国社会净财富总计437万亿元，相当于美国同期财富水平的70.7%，位居世界第二。报告指出，社会净财富规模和GDP都是衡量综合国力的重要指标，中国GDP目前亦位居全球第二，达到如此水平，彰显了改革开放的巨大成就。但根据北大《中国民生发展报告》，目前中国居民收入和财产不平等状况日趋严重，顶端1%的家庭占有全国约三分之一的财产，底端25%的家庭拥有的财产总量仅在1%左右。同时，根据wind数据显示，我国居民收入的基尼系数自2000年首次超过警戒线0.4，且自2003年至今，基尼系数从未低于0.46，近年更是逐年增大，由2015年的0.462升至2017年的0.467。

虽然我国社会生产力水平已经进入世界前列，但突出的问题是发展不平衡不充分，这已经成为满足人民日益增长的美好生活需要的主要制约因素。教育不公平现象，如城乡差别、教育政策、录取线、学科与师资、就业导向等问题依然严重，这影响了全民素质教育的发展，很多人输在了起跑线，间接影响了人民工作的积极性与创造性。

十八大以来，习近平总书记屡次发表扶贫系列重要讲话，把扶贫工作摆在积极重要的位置，这是践行社会主义核心价值观的举措，体现了党执政为民的历史担当及“小康路上一个都不能少”的拳拳为民情，体现了新时代的中国梦。国家坚持精准扶贫、精准脱贫的理念，建立打赢脱贫攻坚战的顶层设计，构建了扶贫的四梁八柱，逐步取得显著成绩。根据政府工作报告，2013年至2016年4年间，每年农村贫困人口减少都超过1000万人，累计脱贫5564万人；贫困发生率从2012年底的10.2%下降到2016年底的4.5%，下降5.7个百分点；贫困地区农村居民收入增幅高于全国平均水平，贫困群众

生活水平明显提高，贫困地区面貌明显改善。

在改革开放过程中，民营企业实现了从无到有、从弱到强的快速发展，积累了大量财富，也给予了企业家无限机会，这是时代红利，是一种幸运。当前，国家富强民主的道路上，传承已成为民营企业的主要问题，传承分为精神传承与物质传承，精神传承是核心。做善事行善举，从利己到双赢，再到利他，是家族精神传承的纽带，也是家族财富传承的重要保证。慈善作为知行合一的价值观，是家族传承的密码。

出入相友、守望相助的慈善理念及传统，与蕴含着中华民族精神命脉的社会主义核心价值观一脉相承。社会救助体系不能仅靠政府，民营企业要站在国家发展的战略高度回报社会，要肩负社会责任，尽力所能及促进社会矛盾化解，促进社会平衡发展，与党的号召紧密结合，共同促进“橄榄形”社会的形成，让社会更加稳健，这也能为民营企业的基业长青提供更有创造性的平台。

家族企业，善行天下！不忘初心，无远弗届！

于洪儒

博泽资本、博泽家族办公室 创始人



2019年11月8日

发布单位简介

中欧财富管理研究中心：

财富管理研究中心经中欧国际工商学院批准设立。中心基于严谨的学术观和教学观，通过创造、分享现世金融知识理论不懈致力于金融财富管理领域的知识探索、创新研究，推动行业的标准化与专业化，为金融领域创造可持续价值。同时，中心也积极培养良善和富有责任感的高净值个人、家族、专业财务顾问及财富管理实践人士，赋力实现人心向善、资本向善、社会向善。



调查报告撰写参与者名单：

芮萌——中欧国际工商学院金融与会计学教授、鹏瑞金融学教席教授、中欧财富管理研究中心主任、中欧家族传承研究中心联合主任

尹文强——中欧财富管理研究中心研究员

目录

序言一 慈善助力第三次分配——牛犇 牛琼	2
序言二 匠心传承 善行天下——于洪儒	4
发布单位简介	6
调查报告撰写参与者名单	6
调查报告说明	9
调查报告摘要	11
第一章 慈善与家族基金会的定义	14
第一节 慈善的定义——授人以鱼还是授人以渔?	15
第二节 家族基金会的定义	15
第二章 中西方家族慈善文史梳理	17
第一节 中国家族慈善精神的文化渊源	18
第二节 欧洲慈善的萌芽与实践	19
第三节 家族慈善在美洲的实践与创新	21
第四节 案例——坎普拉德家族基金会在公益慈善、家族传承、企业控制方面的实践	23
第三章 中国慈善事业法制化与家族慈善发展综述	27
第一节 中国慈善事业迈出法制化第一步	28
第二节 中国社会慈善近年整体发展概况综述	29
第三节 中国社会慈善发展的四个阶段	32
第四节 中国家族企业慈善发展概述	34
第五节 小结	43
第六节 基金会与（慈善）信托	44
第七节 家族慈善个人股权捐赠与基金会股权捐赠	46
第八节 案例——曹德旺与河仁慈善基金会 34.59 亿股捐赠的税收优惠	49

第四章	家族慈善捐赠动机、利益一致性与利益群体的文献回顾.....	52
	第一节 家族企业慈善捐赠动机梳理.....	53
	第二节 家族慈善利益一致性研究	54
	第三节 家族慈善的利益群体研究.....	55
	第四节 中国家族践行慈善的必要性研究.....	57
第五章	中国家族慈善当前面临的难点与未来机遇.....	62
	第一节 中国家族基金会当前面临的难点与不足.....	63
	第二节 家族慈善未来发展建议.....	67
	第三节 家族慈善未来发展的机遇与可行合作方向.....	72
第六章	中国家族慈善调查报告总结.....	84
附录	《中华人民共和国慈善法》	86
	参考文献.....	102

《2019 中国家族慈善调查报告》

说明

研究目的：

此次调查报告旨在研究分析以中国 A 股上市公司中的家族型企业为主的家族慈善实践活动。

数据筛选主体：

中国 A 股 1300+上市公司与中国已经成立的 7500+基金会。

筛选条件：

截至数据采集日，企业创始人仍在企业中担任总经理或董事长职位。

筛选结果：

根据筛选条件共筛选出研究样本 122 个家族基金会，含 94 家在 A 股上市的家族企业成立的家族基金会和 28 家知名非 A 股上市的家族企业成立的基金会。

数据来源：

调查报告中所涉及的中国家族企业慈善活动数据主要来自于慈善行业第三方数据平台——**易善数据**（官网：www.yishancredit.com），部分社会慈善数据来源于历年《中国慈善发展报告》、中华慈善公益网（官网：<http://www.china-csw.com/>）、已筛选出的中国各大家族企业慈善基金会官方网站、相应基金会年度报告及百度。

数据处理：

调查报告采用大数据研究和人工校正相结合的方法：

- 1) 原始数据采集：所采集数据方法为用户自主填报方式、分布式爬虫技术方法从各大家族基金会官网、监管机构网站、主流网络搜索引擎的方式和机器学习方式从海量数据文本中提取相关研究数据的方式。
- 2) 数据清洗：基于数据库基本设置规则，对数据进行深度格式化，包括纠正错误格式、修正非有效值、异常值、补充空值、统一数据结构等。

3) 数据匹配：从大量慈善报告、新闻以及基金会年度报告中精确匹配所需信息。

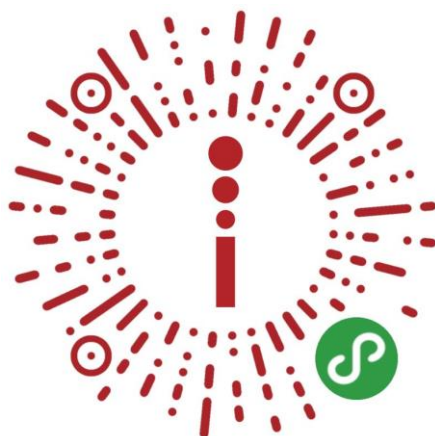
关于易善数据：

易善数据是中国慈善行业第三方数据平台，主要为希望支持和参与慈善活动的国际组织、政府、企业、基金会、行业平台、学术机构及公众提供透明、独立的慈善行业第三方数据服务，推进慈善透明化，让每一分善款物尽其用。

易善让行善更容易。我们通过不断提升数据产品和服务的专业水平，努力帮助用户遴选合作伙伴和公益项目、向同行学习、测量和展示影响力、掌握全球前沿的发展方向和数据，促进慈善透明化，为社会创造更大价值。

易善数据的核心研发团队深耕慈善数据十余年，对行业有着深刻的理解。平台上近百万家企业捐赠方和公益组织的数据都来自互联网上公开的信息，均有可查的数据来源，如中国社会组织公共服务平台、全国慈善信息公开平台、国家企业信息公示系统、以及上千家公益组织的官方网站等。团队在国际上曾同联合国开发计划署、盖茨基金会、洛克菲勒兄弟基金会、福特基金会、亚洲公益创投协会合作开展工作，在国内曾负责民政部主管的国家慈善信息平台的运营工作、与南都基金会、老牛兄妹基金会、乐平基金会建立长期合作关系，同央视和央广等主流媒体合作开展公益活动和报道、建立慈善行业透明度标准等工作。

易善的每一名员工秉承同样的核心价值观：务实、诚信和卓越。我们相信世界上每个人心中都有一份善意，而这份善意能让我们的社会变得更加的包容和美丽。每一天我们从全球的每一个角落搜集信息来呵护着每一份珍贵的善意。



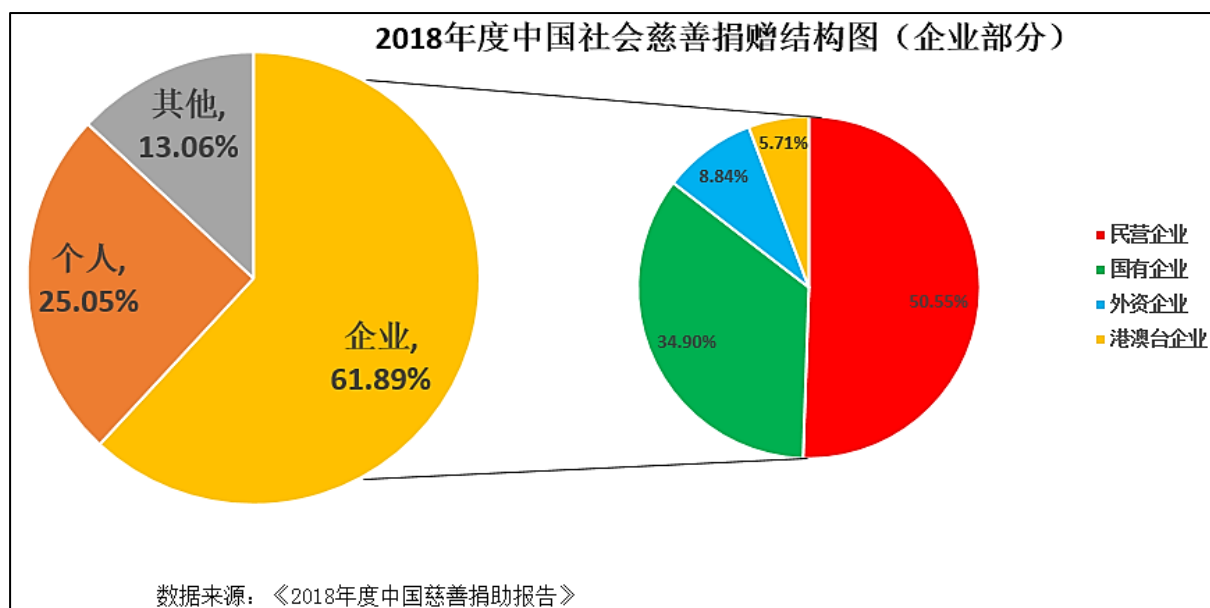
扫码实时查阅易善数据

摘要

2016年3月16日是中国慈善史上更值得纪念的一天，在这一天十二届全国人大第四次会议表决通过了我国首部《慈善法》，于2016年9月1日正式实施。《慈善法》总纲分为12章，112条，为中国慈善事业的未来健康发展奠定了重要基础。《慈善法》的诞生有四大重要意义：1) 作为我国慈善领域的第一法与执行纲要，它不仅是对我国慈善组织的设立、运营、慈善财产的来源与使用、慈善活动与服务的进一步规范，而且也是对慈善募捐、慈善信托、慈善服务、信息公开、监督管理的明确指示，使得慈善主体有法可询，有据可依；2) 慈善法是全面推行依法治国的重要举措，继《公益捐赠法》、《红十字会法》颁布后，党的十八届四中、五中全会明确提出，要全面推进依法治国，加快重点领域立法，并最终形成完备的法律规范体系；3) 《慈善法》的制定和颁布也是领导广大群众脱贫，全面建成小康社会的实际措施；十八届五中全会和中央扶贫开发工作会议上强调要把农村人口脱贫作为全面建成小康社会的重要标志，并倡议广泛动员全社会资源和力量努力形成大扶贫格局，而慈善恰好作为一种特殊的力量渠道，它既能满足社会时代对慈善的热切需求，而且又能与“精准扶贫”、“精准脱贫”高效对接，积极实现双赢；4) 起到了重振社会对慈善信心和净化的作用，《慈善法》的公开颁布有利于向社会净化慈善污点，同时也有利于重塑社会对慈善的信心和认知。

2019年中共十九届四中全会《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》指出要重视发挥第三次分配的作用，发展慈善等社会公益事业，兜底弱势群体。慈善实践活动在提高劳动者收入方面虽不及第一次分配和第二次分配，但它凭借着精神和道德软实力对前二者起到了充分补足的作用，同时能间接促进社会收入的合理分配、缩小社会贫富差距、减轻社会负担、构建精神文明社会、维系社会稳定和谐。

2002年到2018年这17年里，中国社会慈善事业已获得了长足发展，从2002年的20.8亿人民币到2018年的1128亿人民币，社会捐赠总量增长了近55倍，慈善捐赠额增加了约1107.2亿人民币，平均每年增长约70亿人民币，各类企业慈善捐赠占比最大，约为61.89%。



企业类别中，中国民营企业2018年度捐赠约450.32亿元，占企业捐赠总量的50.55%，为慈善事业中流砥柱；国有企业紧随其后，2018年度捐赠总额为310.90亿元，占比34.5%，同比增长7.25%；外资企业、港澳台企业捐赠金额分别为58.64亿元，39.86亿元，分别占比8.84%和5.71%。

在对家族企业慈善实践活动数据梳理后，我们观察发现家族慈善具有以下几个特点或趋势：1) 家族企业近年对慈善事业的表达呈现出更高的热情，2015-2017年，参与慈善实践的家族基金会数量最高高达92家，慈善支出最高达到了38.02亿元；2018年家族慈善力度稍有回落，或与中国经济结构转型调整有关；2) 在分布上，中国家族基金会呈现出南多北少，东多西少的特点；3) 在成立时间上，中国家族基金会年轻化特点显著，成立最久的不超过20年，2009-2019年期间数量增长较为明显；4) 参与慈善实践的中国家族基金会受省级民政部门监督管理较多；5) 中国家族基金会初始设立数额多以200万为主，占比约为50%；6) 中国家族基金会净资产规模极值跨度较大，在15.04万至36.23亿元区间，1000万元以下占比最大，共计39家，占比53%；净资产规模在1001万到5000万共15家，占比20%；净资产规模在5001万到1亿元的共计9家，占比12%；大于1亿人民币的共计11家，占比15%；7) 近3年来，紧随国家扶持政策是中国家族企业参与慈善活动的主要特点，扶贫、教育、医疗卫生、文体艺术、科研是慈善侧重点。

当前中国家族基金会在信息透明度、慈善影响力、内部监督机制架构、慈善实践主动性以及慈善意识方面仍有较大上升空间。对此报告中也提出了五大信息披露原则、重

视慈善宣传、构建由非利益相关性人员组成的内部监督部门、划清政商利益界限等建议。在未来发展方向上,调查报告建议家族慈善主体理性慈善、防范伪慈善、摆正慈善动机、与时俱进解放慈善思想、提升慈善的可持续性和有效性、培养慈善匠人精神。家族慈善可以与家族传承、社会创投、社会影响力投资、社会责任投资指数、互联网慈善、宗教慈善、NGO 组织一路,共谋慈善事业的合作与升级,为社会资源的第三次分配提供有力支持。

此次调查报告是对慈善细分领域中的家族慈善一次较为客观的梳理总结,对监管机构客观了解家族企业及基金会能起到一定积极作用,同时也有利于慈善事业研究者、捐赠人、准备涉足慈善事业的中国家族企业、企业社会责任研究机构、投资者、对家族慈善形成直观了解。

第一章

慈善与家族基金会的定义

第一节 慈善 (Philanthropy) 的定义——授人以鱼还是授人以渔？

在深入探讨中国家族企业慈善实践活动之前，从概念上摆正对慈善的认知是十分有必要的。

《莎士比亚集》的作者、著名文学家塞缪尔·约翰逊曾针对慈善发表过一番深刻见解，他说慈善是一种人类独有的爱，它源自于人类本身的善良。慈善的本质是人道主义关怀。对于慈善的定义和践行方式，追根究底应该是授人以渔还是授人以鱼，是中国现代家族企业在彰显家族精神和企业社会责任感时，值得深度思考的问题。早在 20 世纪初，美国开始构建系统的慈善体系，并对慈善总结定义为是一种略带私人性质并着重关注提升社会整体质量的公益事业，同时它也是一门结合了人文情怀的社会科学学科。诺贝尔经济学奖获得者、美国经济学家加里·贝克尔曾为慈善下定义：“如果将时间和产品转移给没有利益关系的个人或组织，那么这种行为就被称为慈善。” [1]

在这里，我们有必要对慈善 (Philanthropy) 和善举 (Charity) 做一个简单的概念澄清。虽然两者概念都和“怜”、“善”、“爱”相联，有相通之处，但绝不是所有的善举都叫做慈善，反之亦然。两者最明显的地方在于：从适用范围上来看，授人以鱼（善举）更适合解决社会上“短”，“频”，“急”的社会问题，但不具备长期可持续性；授人以渔（慈善）则偏向前瞻性、战略性、发展性、可持续性；善举意在特定的时间里暂缓某些特别的社会问题，而慈善是尝试去挖掘这些社会问题的深层次原因并尝试输出积极、正能量的解决方案。因此，从未来价值和对社会带来的利好角度考虑，慈善应当成为中国每一个家族慈善主体首选的概念并为此付诸实践。

第二节 家族基金会的定义

家族基金会的形式多出现在西方商业家族中，它是家族教育后代、参与社会公益慈善、传递家族良性价值观、道德观、社会观、加强彼此沟通和联系、化解家族内部矛盾、促进家族团结、提高传承成功率的首选方式。

欧美发达国家对家族基金会的定义稍有不同。英国伦敦城市大学卡斯商学院慈善捐赠与公益研究中心在《2009 年家族基金会慈善报告》中指出，家族基金会是一个拥有大额私人资产的独立治理机构，通常以设立永久性捐赠基金的形式存在，主要依靠家族企业和成员的私人捐赠来运营，其核心工作是向慈善机构、个人和其他公益机构提供拨付赠款和其他可持续性服务。

美国基金会理事会（Council on Foundations）则将其定义为：由单一家族成员出资，有至少一位家族成员在基金会任职高层或理事；捐赠人、个人或亲属必须在治理和（或）管理基金会方面发挥重要的作用，并在控制和（或）运营中扮演核心角色。

目前暂时来看，家族基金会在中国的存量并不是很多，而且在实践层面与西方发达国家也存在较大差距，同时与非家族基金会并没有明确的法律分类确据，都以基金会相称，是中国未来基金会要大力发展的方面。

第二章



中西方家族慈善文史梳理

第一节 中国家族慈善精神的文化渊源

现代人对家族的理解大多停留在商业层面。殊不知还有另外两种家族，一种是政治型家族，像中国历朝历代的君王、美国的亚当斯家族、罗斯福家族、肯尼迪家族和布什家族、英国的丘吉尔家族、日本的五大家族（鸠山家族、小泉家族、安倍家族、麻生家族和福田家族）等。另一类是文化型家族，世界最具代表之一的是世袭超过千年的孔子家族，孔子（公元前 551 年 9 月 28 日—公元前 479 年 4 月 11 日）宣扬的“仁爱”、“仁政”、“仁德”、“不忍人之心”等主张一直是中国近现代慈善事业发展进步的强有力文化精神支撑，同时也是慈善精神的核心，这些思想更是加速中国现代慈善事业崛起和创新的催化剂。到 2019 年，孔子家族的后裔已经传到了 80 多代，而且还在继续向世人传扬仁爱精神。

对善恶的结果判别在《易经》中就曾记载：“积善之家，必有余庆；积恶之家，必有余殃。”我们的祖先也是想要通过这句话教育后人要多行善事，少积恶果。在中国几千年的历史长河中，从民间自下而上形成的慈善组织鲜有，而常见的则是古代官府或寺庙不定期组织的救济活动、商业型家族慈善和政治型家族慈善，可以说早期的中国社会慈善多半是在商业家族和政治性家族引导下产生的。家族慈善精神在中国的文化根基深厚，其中对现代家族慈善非常有借鉴意义的可以追溯到宋代的义庄和义田等不动产慈善形式。这种义庄或义田起初多为官府宗亲或大型商业家族所有，其每年土地的收成多用在族内宗亲看病、就学、贫困等救济活动上。后来，范仲淹将义庄的意义发扬光大，将所创办的义庄建立在独立财产的基础上，由专业的管理人和明确的条例辅以支撑，并以慈善为目的，专门用义庄和义田收获的租金救济需要帮助的族亲。另外，他还写家训《给诸子书》定家规，写《义庄规矩》教育自家子弟不要自私贪图富贵而忘却其他族人的贫苦。经过范仲淹后人持续不断的努力和发扬光大，虽历经战乱和朝代更迭，范氏义庄经久不衰，在历史上共存在了约 800 年的时间。在今天，范氏义庄的一些慈善精神与活动典范至今仍为后人津津乐道，同时也对中国现代家族慈善的实践起到了引导的作用。除此之外，中国近代商业文明也多生慈悲为怀的商业大家族，像有名的晋商、徽商、闽商等家族在社会遭遇天灾人祸的时候积极散布家财置办粥棚、开仓放粮救助弱势群体脱离灾难，这些鲜活的慈善实践今天有力地向我们传达：悲悯、怜惜、家国天下的情怀是中国慈善文明一脉相传而又生生不息的重要见证。

第二节 欧洲慈善的萌芽与实践

根据人类现有的可考察历史文献，西方最早的慈善精神大约起源于公元前 3 世纪的欧洲，稍晚于中国。当时古希腊著名哲学家、思想家、科学家和教育家亚里士多德曾在《伦理学》一书中多处谈及外在善、智慧和美德之间的关系，他认为慈与善是人类智慧与美德高度关联下的产物。古希腊历史学家普鲁塔克也曾用慈善这个词汇来描述社会中表现杰出的个人或群体。在中世纪罗马帝国时期，慈善这个词又新生出了更多元的概念，即解释为用以救赎和逃离罪孽的博爱式慈善与无私的爱。到了 17 世纪初，慈善这个概念才被赋予近现代意义，当时因“拯救”并防止慈善概念被园艺业霸占并为此进行激烈斗争而闻名的英国哲学家弗朗西斯·培根认为慈善和善良是彼此互通的关系。以下我们从欧洲地区挑选出了三个在慈善方面有代表性的国家，探索西方早期慈善萌芽、慈善实践与中国的区别。

英国伦敦地区

英国伦敦早在 18 世纪以前就诞生了近代慈善事业萌芽。《1601 年慈善用途法》（又称《伊丽莎白一世法》）的出台让英国成为了世界上首个正式将慈善列入法规的国家。在那个时代，公益慈善事业主要是由教会牵头组织并与民间慈善群体合作完成的，其中一些慈善活动包括：照料受伤士兵、老人、水手、救济贫困群体、修建道路、码头、避难场所、大兴教育场所、人道主义援助出狱囚犯以及设立劳动教养院等等。18 世纪到 19 世纪，受宗教教义的影响，“全民参善风”很快就在欧洲其他地区散播开来，其目的主要有两个，一是宣扬基督教公平与正义的真理，另一个目的是鼓励公民依据圣经检视自我行为。

到了 19 世纪，一些反奴隶制的有识之士，像国会议员威廉·威伯福斯和上层贵族家族开始成为支持慈善事业的中坚力量。他们擅于利用民间群体的力量对政府不公正的立法内容施加压力，其中包括在全世界范围内废除奴隶交易、促进儿童医护、以及动物救治等。虽然当时的英国国内已经不允许有奴隶的出现，但是英国许多贵族仍在西印度群岛雇佣大量奴隶农作，鉴于这个情况，他们通过集体的力量最终在 1833 年成功抵制了一系列新一轮的奴隶交易活动。19 世纪中期，在沙夫茨伯里伯爵的带领下，许多慈善组织开始兴起，帮助贫困人群脱贫是其最主要的目的。截止到 19 世纪末，光是英国伦敦地区就形成了有将近 1000 个慈善组织。这些组织涉及的领域非常广泛，除了严格履

行基督教的教宗救助贫困人群，他们还涉及许多商业领域来为自己获取持续性的资金支持。后来，一些皇家贵族也加入到了慈善事业当中，并投入了大量资金，从此英国伦敦地区的慈善事业蒸蒸日上。到了 20 世纪初，一些历史数据显示，7600 万英镑慈善资金总量当中有将近 2000 万英镑都是捐赠给慈善组织的，占比 26%；而剩下的 5600 万英镑大多用于可持续慈善商业活动，预计每年这些慈善组织可以产生大约 850 万英镑的社会价值。所以，与宗教紧密结合是英国地区慈善萌芽的特点。

比利时地区

比利时慈善事业的开端始于一战期间赫伯特·胡佛建立的比利时救济委员会。一战期间，原本高度依赖进出口贸易的比利时被战争推至了生死边缘，为了自救，比利时国内一些小型救济组织进行了多种尝试，受制于资源和国力，向外寻求外援成为了比利时整个民族的希望。凭借着中立地位，比利时救济委员会一成立就同交战各方积极开展外交博弈，寻求进口许可和食品物资免于征用的保证、筹募资金、购买物资并安排运输，虽然其间不乏同德国占领当局乃至比利时国家委员会之间产生的摩擦与冲突，但它仍成功地成为比利时及后来法国北部德占区近 1000 万民众提供了必要的食品、衣物、医疗等多方面的救济。与前者慈善发起方式不同，比利时救济委员会完全是由民众自发组成的，而非由富商、皇室或教会引领。虽然一战后比利时委员会将主导权给了美国，但它战时的国际救助历史值得今天借鉴。所以始于自救，优于团结是比利时慈善萌芽的特点。

瑞士地区

1863 年 2 月瑞士富贾亨利·杜南倾尽了他个人大部分身家来支持建设日内瓦公共福利组织。不久后，1870 年普法战争爆发，亨利带领的慈善组织也随即转向军人福利方向，并改名为“伤兵救护国际委员会”，也就是国际红十字会的前身。这是一个由瑞士民间发起组成的慈善组织，完全由瑞士公民组成，受瑞士法律保护 and 监督；其宗旨是在国际性或非国际性的武装冲突和内乱中，以中立者的身份，开展保护、救助战争和冲突受害者的人道主义活动。人道、博爱、奉献是其象征。直到二战期间，国际红十字会才更好地发挥了它的作用，例如，在战时，它为平民、受伤士兵和残疾人士提供食物、援助、信件邮寄以及其他人道主义协助服务，为战争的受害者送去温暖。但由于其中立性，它的一些慈善活动还是遭致了盟军方面的怀疑，因为红十字会也在为法西斯德国士兵医

治伤病。因此，瑞士地区的慈善萌芽是一部夹着硝烟与火药味的历史。在总体和平局部动乱的今天，国际红十字会依然在发挥着它人道主义援助和慈善的作用，与世界多国开展合作，积极传播人道主义公约，着重发展医疗技术，为全球有需要的弱势人群送去人道主义温暖。

第三节 家族慈善在美洲的实践与创新

美国是一个移民型国家，15 世纪末开始西班牙、英国、法国、荷兰等欧洲列强就相继移民至此，他们通过武力建立殖民地的同时也将慈善文化带到了美国，所以今天美国的慈善事业能发展到这样的高度一部分要归功于历史和文化融合。如果说欧洲大陆是慈善事业的启蒙之地，那么北美地区则在家族慈善方面堪称实践典范，像钢铁大王安德鲁·卡耐基、资本家约翰·洛克菲勒，都是利用家族的力量把慈善艺术发挥到极致的最好例子。

安德鲁·卡耐基（1835-1919）曾是美国家族慈善领域中最具影响力的人物，虽然在早年经营钢铁企业时被人以“暴君”相称，而且发生过镇压工人流血事件，但是在其 60 岁左右的时候，他做出了一个大胆的决定，就是把他自己的钢铁公司卖掉来全身心投入到慈善机构的创立中，同时，他还为许多教育机构、学术机构、医院还有社会各类慈善机构直接提供过无偿捐助。卡耐基基金会是卡耐基生前创立的规模最大、影响最深的项目。这个基金会设立于 1911 年，初始基金为 2500 万美金，后期捐赠数额增加到了 1.35 亿美金，鉴于当时整个美国社会受教育的程度较低，因此卡耐基基金会在当时最主要的一个目的是支持教育事业和公益事业的发展，以此来向国民提供平等受教育的权利。此外，基金会在全世界范围内还专门拨款建造图书馆和社会研究机构，以促进全人类教育事业的发展。据当时的媒体报道，卡耐基一生捐赠的总额占本人财富总量 90% 之多。

约翰·洛克菲勒是美洲大陆另一位积极为世界慈善事业奉献热情的家族慈善家。当老洛克菲勒（1839-1937）在 19 纪末淡出商业圈后，他的儿子小洛克菲勒继承并延续了父亲之前对慈善的承诺，并加大了对现代医疗、药品的研发与学习、高等教育的投入以及现代科学的研究。据悉，在老洛克菲勒捐赠的 5.3 亿美元当中，有将近 4.5 亿美元都投入到了医疗事业当中。在接受采访时，老洛克菲勒曾说道：我们基金会存在的主要目的是积极、努力而又系统地发掘并根治社会里现存的问题，而不是单单让受益者享受一时短暂的社会福利。1920 年之后，洛克菲勒基金会相继在欧洲的英国、法国、德国和西

班牙等国开设了慈善办公室，大力开展关心人类健康的慈善项目。到了上世纪 50 年代，洛克菲勒基金会又在全球范围内加大了投资力度并进而支持了“绿色革命”（第三次农业革命）来帮助许多第三世界贫困国家比如印度和墨西哥来提高农业产能，力求达到贫困地区人群能够独立生活，真正做到授人以渔的目的。

除了家族个人的情怀，一些单家族和大家族也纷纷设立了慈善专项基金会，例如，美国福特基金会，它为公益慈善事业增添了更多新动力。通过兼并的方式，福特基金会终于在上世纪 40 年代成为了美国境内最大的慈善基金会，它与洛克菲勒基金会合作并在全世界范围内留下了更多慈善事业成果。在全世界一些贫困地区，福特基金会利用资金重点搭建了人权组织关系网，加速了落后地区民主进程，而且还为全世界众多高等学术机构提供研究基金，同时设立了许多奖学金供全世界的年轻领导者到美国学习等等。但是慈善只能是慈善，任何偏离初衷的伪慈善实践只会导致自讨苦吃。20 世纪 50 年代，美国政府高层一心想要通过基金会把国内先进的三权分立司法系统引入到印度和非洲，加速其“民主化”进程，但是由于印度独有的司法遗留传统、历史以及无法短时间理清的政府组织结构等问题，这个“民主计划”后来以失败告终。至于在非洲进行的农业革命，后来也由于各种原因被无限期的搁置了。究其失败原因，我们可以总结为三点：1）慈善活动是维系社会团结稳定的桥梁，大幅颠覆现有社会环境的慈善活动将会难以实践；2）慈善受益群体的受教育程度和地区开放程度是影响慈善深度的重要因素；3）慈善活动不是走向政治舞台的门票，它只是纯粹的慈善活动，因此对慈善管理人的投入程度、承诺程度、还有动机纯度要求非常高，稍有偏离初心就会满盘皆输，所以像这种披着慈善的外衣进行“民主扩张”的政治输出尝试是必然的结果。

政府是慈善事业的第一责任人，没有政府法规的大力支持和良性引导，任何慈善活动和组织既想在社会发展成规模，又想拥有持续力和民众支持这几乎是不可能的。在法律方面，美国主要通过不断改革税法来调整慈善捐赠和相关基金会的发展，历史上共有六次税法改革涉及慈善活动。1913 年 10 月通过的第 16 次联邦税法（Federal Income Tax）修正案第一次涉及慈善捐赠活动的管理建议；1917 年颁布的个税法（Income Tax Law）允许个人 15% 的收入免税；1935 年的税法改革在提高个人和公司的税率同时，允许企业免交 5% 的慈善活动税费；从 1952 年开始，最高减税额度上升至 20%。[2] 当时美国社会普遍对金钱的贪婪和慈善真避税的社会现象，让美国政府看到了人性的缺点，为了净化社会慈善环境并提供积极的政策导向，1969 年美国税法改革方案出台并要求所

有私人性质的基金会必须每年支出一定比例的费用（至少占基金会资产市值的 6%）；1986 年，税法再一次改革，这一次对慈善的要求更加严格，它规定慈善家必须逐条记录赠与活动，否则将取消减税资格。在新法案实施后，每年仅有 25%左右的人能通过慈善活动减免报税。可见西方发达国家在慈善的路上也走过了一条曲折的道路，也经历过野蛮式生长，但也愈加注重法律力量对社会慈善活动的导向、整治作用。

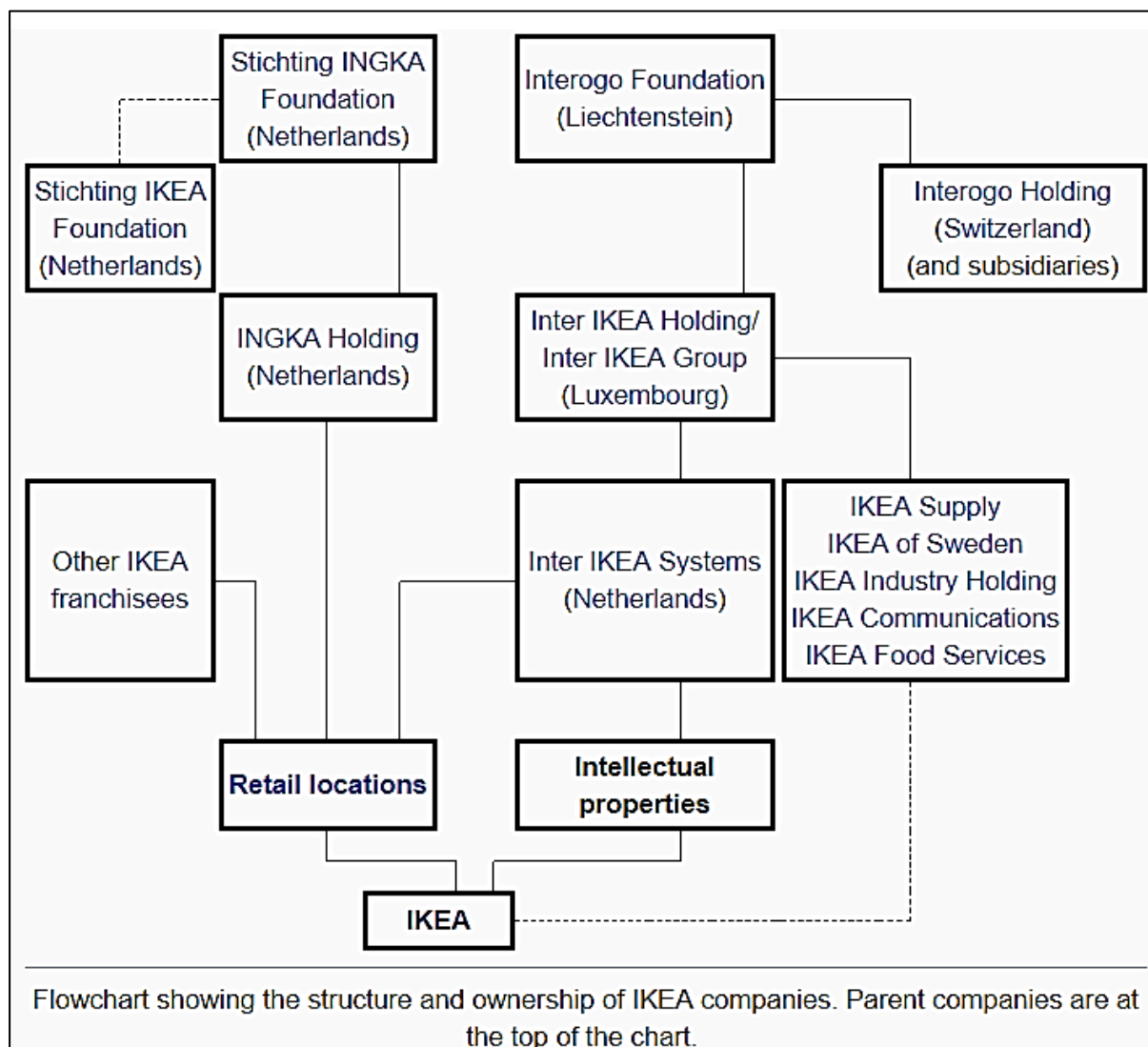
以上是中国、欧洲和美洲慈善精神的发源与实践的简要梳理，经过对比我们不难看出中国无论是在社会慈善还是家族慈善文化上都要早于西方，其实践方式主要是通过商业家族和政治家族的力量解决社会问题，是自上而下的，但受制于古代皇权封建体制和传统思想，这种慈善文化优势始终没有大规模向民间发展；相比之下，由于社会环境的不同，欧洲和美洲的早期慈善实践多为民间自发形成，在实践中逐渐发展成具有群众基础、大规模、专业化的慈善机构和基金会，家族慈善则在慈善活动实践上也更加注重家族传承和企业管控之间的联系。

第四节 案例——坎普拉德家族基金会在公益慈善、家族传承、企业控制方面的实践

西方发达国家的家族企业之所以非常热衷设立家族基金会是因为基金会不仅能为整个家族带来不可估量的名誉无形资产，它还能对家族财富起到保护、增值、传承的作用，并进一步加强家族对企业的实际控制权。

宜家（IKEA）在家族基金会方面的实践应用值得我们学习。Ingvar • Kamprad（因格瓦 • 坎普拉德）是瑞典的一名实业家，以生前创立的宜家家居公司闻名世界。他出生并长大于瑞典南部的一个农场家庭，在幼年时期，由于无法在学校中集中精力，辍学后，他靠在村庄里卖火柴和铅笔为生。17 岁时（1943 年），他注册了送货制家居企业，叫做 IKEA，前两个字母是他的名字首字母，后两个字母是农场 Elmtaryd 和 Agunnaryd 的首字母。余下的 70 年里，他将 IKEA 打造成了世界最大的家具零售商，在全球 29 个国家经营有 350 个商店，总销售额超过 476 亿美元，全球有 9.3 亿人光顾过 IKEA，光是销售收据就有大约 2.1 亿张。2018 年彭博亿万富翁指数上，因格瓦 • 坎普拉德位列第八，身家 587 亿美金。

宜家公司的主体结构比较复杂而且由多个非营利与营利组织所有和经营。但主要分为两大块：一般经营与特许经营。家族企业经营结构、所有权结构图如下(图表 1)：



(图表 1)

与一般的家族企业不同，在宜家的所有权结构图中，家族基金会充当着主要的角色。在这幅结构图中的最上部为母公司，Stichting INGKA 基金会（荷兰）与 Stichting IKEA 基金会（荷兰）管理着零售线，包括特许经营权和 INGKA Holding 公司的管理权。另一条线，Interogo 基金会（列支敦斯登）管理着宜家的知识产权，包括 Inter IKEA Systems、Inter IKEA Holding（卢森堡）和一系列子公司。基金会除了能为宜家规避税务上的开支，它还能让因格瓦·坎普拉德对大部分宜家商店保持绝对的控制权。

在基金会的管理上，INGKA 基金会的 5 位执行委员全部由因格瓦·坎普拉德任命，基金会并且有权利依法对 INGKA Holdings 的任何变动做出决定、对新发行的股票有优

先购买权。5 位委员中如果任何一位自然去世，另外四位有权决定替代人选。值得一提的是，因格瓦·坎普拉德和他的长子彼得·坎普拉德分别占有一席位。控制了基金会（母公司）就顺理成章的控制了整个集团的运营和决定权。另外，在 Inter IKEA Holding 董事会中，因格瓦·坎普拉德的小儿子 Mathias·Kamprad 也担任着董事长。基金会和董事会的控制就完全确保了因格瓦·坎普拉德家族在公司中的主导地位。这种模式看似权力集中，但实际上聚中有散，既能够防止家族利益冲突导致的破裂，又能够规避由于个人集权带来的决策领导失误。

由于宜家公司的上层建筑属于非营利性基金会，因此税负优惠是其第一大优势。同时，这种特殊非营利性质也让坎普拉德家族无法直接获取收益，但因格瓦·坎普拉德却能通过 INGKA Holding 与 Inter IKEA Systems 的特许经营权中获取一部分销售收益。2004 年，Inter IKEA Systems 就收取了近 6.3 亿欧元特许费，但是财报上的税前收益仅为 2.2 亿欧元。有 5.9 亿欧元的税前费用被列为“其他运营费用”。总体算下来，5.53 亿欧元的整体收益中，只有不到 2 亿欧元是税费，税率低至 3.5%。[3] 虽然这种避税最终给坎普拉德家族带来了巨额收益，但是其他非营利机构还是对这种“机智”的避税手段给予了严厉批评，例如 2007 年，专注企业社会责任的 Public Eye 公司就曾在达沃斯世界经济论坛上提名宜家公司为“不负责任公司”。

通过国家认可的合法手段避税就被认定是不负责任的公司未免太过片面，因为它还为全球慈善事业做出了巨大贡献。宜家基金会最初成立于 1982 年。2009 年，宜家基金会修改了慈善章程，将原本专注于建筑和室内设计的基金会范围扩大至关注儿童成长、健康、儿童安全、教育等慈善领域。因格瓦·坎普拉德曾说过，我们都有着最基本的需要：一个足够安全的家、良好的健康、稳定的收入和一个能保证孩子安全的心，我们都希望孩子们获得良好的教育并获取人生的成功。另外，宜家还积极与联合国组织合作，为那些贫困国家的儿童提供补助。据悉，宜家已经成为了联合国儿童基金会（UNICEF）、联合国难民事务高级专员公署（UNHCR）、联合国开发计划署

（UNDP）、拯救儿童（Save The Children）、国际和平（Fight For Peace）等机构的全球最大捐赠者。在过去的 5 年里，宜家在创富的同时心系慈善：2013 年宜家基金会捐赠比例增长 26% 达到 1.1 亿美金，并积极改善全球 28 个国家贫困儿童的生存环境和教育环境；与 UNICEF 达成 10 年长期合约帮助印度 7400 万儿童；2017 年又捐赠 4000 万欧元鼓励企业利用可再生资源应对气候变化。[4] 可见宜家家族基金会是一个将企

业经营、家族传承与慈善紧密相连的结合体。

至此，我们看到了基金会在宜家家族财富传承和公司控制权中所扮演的重要角色，我们也看到了家族经营与社会责任的密切关系。家族唯有将创富、传承与社会责任、公益慈善搭配运用，才能为家族兴旺注入不竭动力。

第三章



中国慈善事业法制化 与家族慈善发展综述

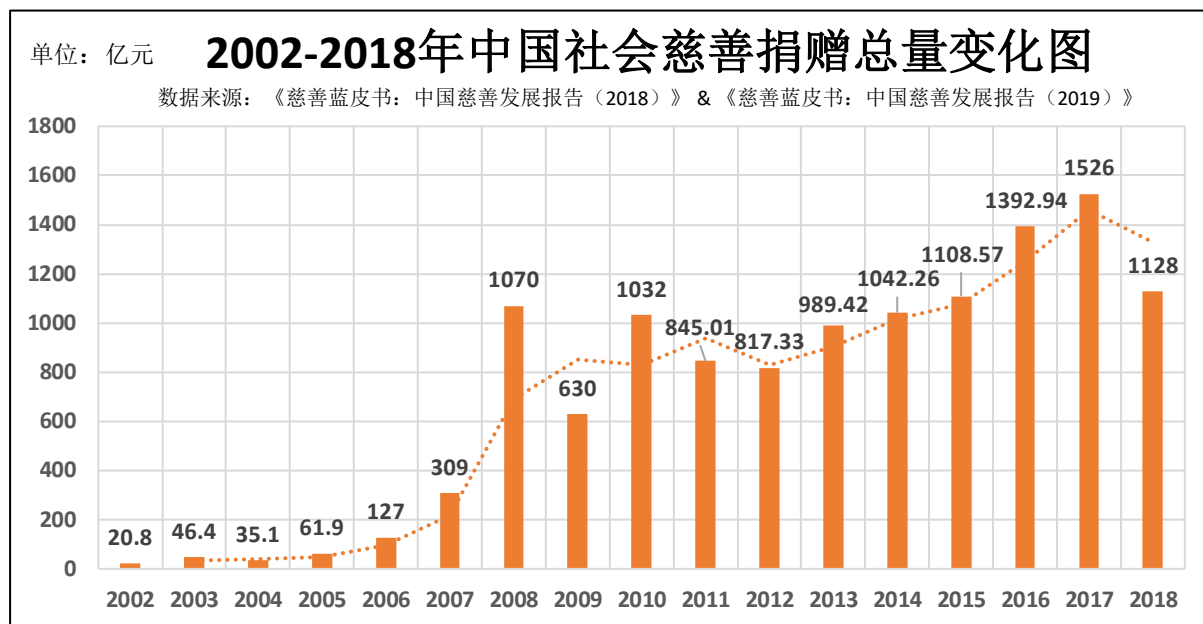
第一节 中国慈善事业迈出法制化第一步

慈善是一个国家政治、经济、文化高度发展下的文明成果。纵观全球大多数发达国家，至少也有百年建国史。美国从 1776 年建国至今约有 242 年历史，英国从 1688 年的光荣革命到现在有 330 年的历史。而中国从 1949 年建国，到 1978 年改革开放，再到今天，对外开放不过 30 年，建国不过 70 年。虽然中国建国时间短、慈善行业经验少、总体发展水平略低，但是近 30 年来中国家族企业的慈善水准实现了从无到有、由弱到强的巨大跨越，已经成为了中国国民经济增长、发展方式升级转变和经济国际化的强劲动力。[5]

2016 年 3 月 16 日是中国慈善史上更值得纪念的一天，在这一天十二届全国人大第四次会议表决通过了我国首部《慈善法》，于 2016 年 9 月 1 日正式实施。《慈善法》总纲分为 12 章，112 条，为中国慈善事业的未来健康发展奠定了重要基础。《慈善法》的诞生有四大重要意义：1) 作为我国慈善领域的第一法与执行纲要，它不仅是对我国慈善组织的设立、运营、慈善财产的来源与使用、慈善活动与服务的进一步规范，而且也是对慈善募捐、慈善信托、慈善服务、信息公开、监督管理的明确指示，使得慈善主体有法可询，有据可依；2) 慈善法是全面推行依法治国的重要举措，继《公益捐赠法》、《红十字会法》颁布后，党的十八届四中、五中全会明确提出，要全面推进依法治国，加快重点领域立法，并最终形成完备的法律规范体系；3) 《慈善法》的制定和颁布也是领导广大群众脱贫，全面建成小康社会的实际措施；十八届五中全会和中央扶贫开发工作会议上强调要把农村人口脱贫作为全面建成小康社会的重要标志，并倡议广泛动员全社会资源和力量努力形成大扶贫格局，而慈善恰好作为一种特殊的资源分配渠道，它既能满足社会时代对慈善的热切需求，而且又能与“精准扶贫”、“精准脱贫”高效对接，积极实现双赢；4) 起到了重振社会对慈善信心和净化的作用，在这个互联网信息大爆炸的时代，任何与慈善相关的负面行为与言论都会被无限放大和传播。虽然某美美炫富事件已经过去了许久，但是在许多人的心中，慈善的信任危机到今天依然没有过去；《慈善法》的正式颁布有利于向社会净化慈善污点，同时也有利于重塑社会对慈善的信心和认知。美中不足，此次《慈善法》在基金会、社会团体、社会服务机构（民办非企业单位）三大社会组织条例上并没有进行额外修订更新，也没有进一步的征求意见等程序；同时，慈善税收优惠政策、非货币性捐赠、慈善信托税收优惠等政策暂时也没有匹配更新。

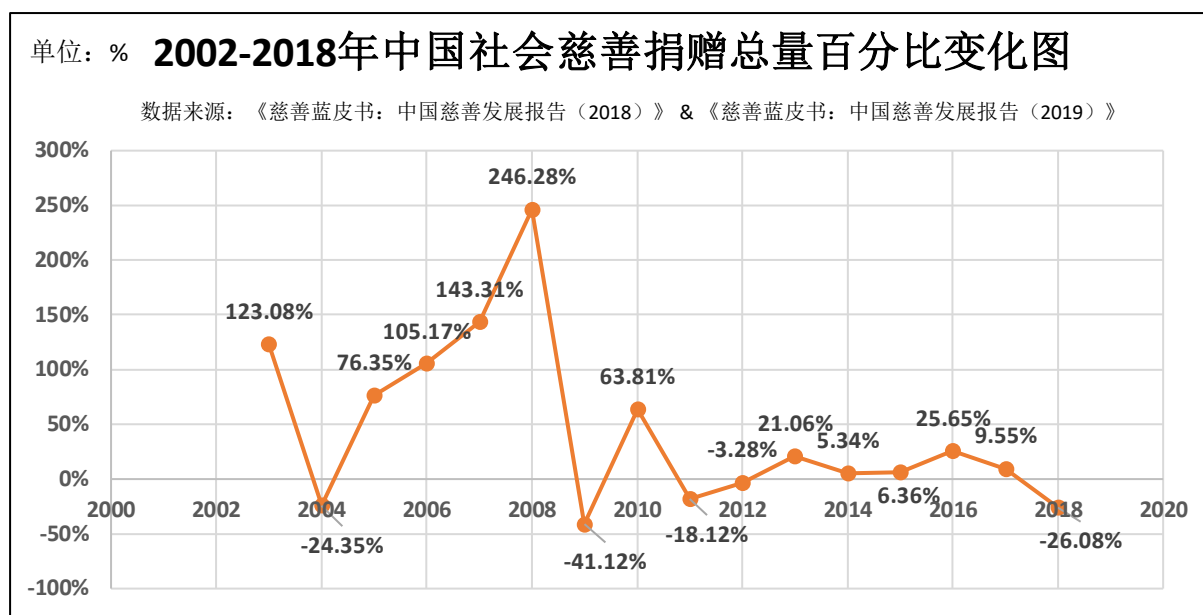
第二节 中国社会慈善近年整体发展概况综述

为了更直观地了解我国家族慈善所处的地位，让我们先整体了解一下近 16 年来我国社会慈善的总体捐赠情况。近 20 年来，随着中国经济的快速增长，社会各界有越来越多的慈善支持者愿意主动参与到慈善事业中去。在对中国过去 16 年的社会捐赠数据进行较为全面搜集和细致整理后，我们总结归纳出了下图表（图表 2）：



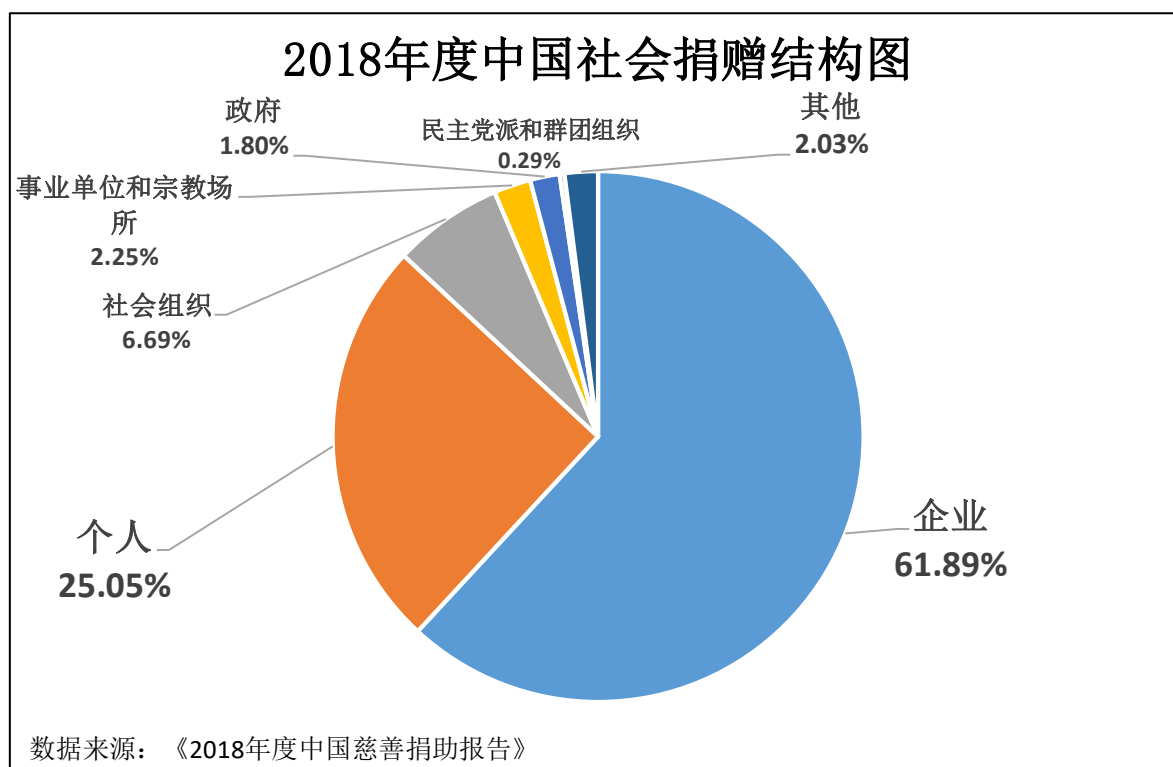
（图表 2）

从 2002 年到 2018 年可统计的数据来看，中国在社会慈善方面有巨大潜力，从 2002 年的 20.8 亿人民币到 2018 年的 1128 亿人民币，社会慈善捐赠总量增长了近 55 倍，慈善捐赠额增加了约 1107.2 亿人民币，平均每年增长约 70 亿人民币。这一组数据暗示我国社会慈善目前正处于成长期，且社会慈善潜质有待进一步挖掘。



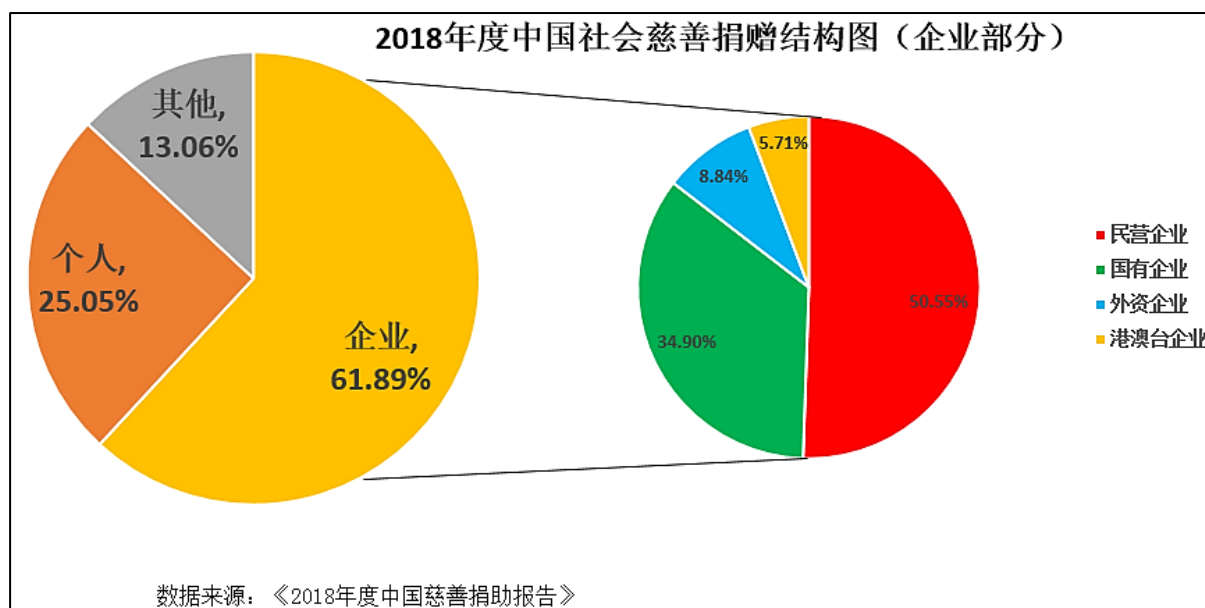
(图表 3)

过去的 16 年里，中国社会慈善捐赠从一开始的高波动性、粗放型摸索逐渐趋向于稳定（图表 3）。在这一段时期，增长与回落相辅相成。2004 年国务院通过的《基金会管理条例》对之前存在的慈善乱象是一次集中整治，同样也是对未来慈善活动良性发展的保障，因此也就出现了先回落，后增长的态势。2008 年左右，社会捐赠到达顶峰，而后迅速跌至谷底，除了受全球金融危机影响外，“暴力慈善”、“慈善口红”、“慈善绑架”等一系列不规范的慈善行为也是造成社会普遍对慈善质疑的重要原因，因此导致捐赠体量跌落。在短暂的经济波动调整后，从 2011 年开始，社会慈善开始逐渐走向稳定期。2016 年开始，社会慈善捐赠增长百分比呈下降趋势，一方面《慈善法》的颁布对慈善行业有了更严格的立法影响，另一方面，中国经济大环境进入结构性调整、经济增长趋于稳定同样也在影响着慈善捐赠体量。经计算，中国社会慈善在这 16 年里的平均增长率约为 44.56%；如果从 2011 年开始算作是中国慈善的新原点，那么从 2011 年至 2018 年 7 年间里的年增长率约为 5.15%，略低于中国 GDP 增速。



(图表 4)

根据中国慈善联合会在 2019 年 9 月最新发布的《2018 年度中国慈善捐助报告》，全国共登记认定的慈善组织超过 7500 个，净资产合计约 1600 亿元，设立慈善信托 204 笔，信托合同规模约为 22.48 亿元。2018 年我国社会慈善捐赠主要流向教育、扶贫与发展、医疗健康等 3 个领域，占捐赠总额的比重分别为 29.4%、24.72%和 20.44%，合计超过总量 7 成以上。其中国企业和个人依然是中国社会慈善捐赠的主要力量，企业的捐赠共计约 698.12 亿元，占比 61.89%；其次是个人的捐赠 282.56 亿元，占比 25.05%，比去年增长 1.77%；政府、事业单位、宗教及社会各界民间慈善组织占比较小（图表 4）。



(图表 5)

在企业捐赠这一部分（图表 5），毋庸置疑，中国民营企业是绝对的中坚力量，来自制造业、房地产业、金融行业对慈善的支持力度最大，分别占比 27.01%、26.82%和 12.81%，其中不乏家族企业。中国民营企业 2018 年度捐赠约 450.32 亿元，占企业捐赠总量的 50.55%，同比减少 8.79%，但仍为慈善事业主力；国有企业紧随其后，2018 年度捐赠总额为 310.90 亿元，占比 34.5%，同比增长 7.25%；外资企业、港澳台企业捐赠金额分别为 58.64 亿元，39.86 亿元，分别占比 8.84%和 5.71%。我们将在后文用数据探索家族企业在慈善方面的种种实践。

第三节 中国社会慈善发展的四个阶段

中国社会慈善的发源与进步总体上可以依据国家颁布的条例与相关规章制度分为 4 个阶段：

第一阶段：1981-1987

代表事件：新中国成立后设立第一个国家级公募基金会——中国儿童少年基金会

第二阶段：1988-1996

代表事件：通过并颁布了第一部《基金会管理办法》、中华慈善总会成立

第三阶段：1997-2003

代表事件：颁布《关于加强社会团体和民办非企业单位管理工作的通知》、《关于进一步加强民间组织管理工作的通知》

第四阶段：2004—至今

代表事件：2016年3月16日正式颁布我国第一部慈善法——《中华人民共和国慈善法》

第一个阶段是 1981 年至 1987 年，在 1981 年 7 月 28 日这一天诞生了新中国成立后的第一家国家级公募基金会——中国儿童少年基金会，可以说是中国慈善事业的开端，它旨在培育中国青少年和儿童，辅助国家发展儿童少年教育福利事业，尤其是中国贫困地区及少数民族的少年教育福利事项。我们所熟知的“春蕾计划”，“安康计划”，“告白行动”都是儿童少年基金会的成就。

第二个阶段是 1988 年到 1996 年。上世纪 80 年代中期基金会管理不善、发展乱象丛生，一些走偏的基金会最终演变成了民间融资犯罪行为。为了规范基金会运作，1988 年 9 月 9 日国务院第 21 次常务会议通过并颁布了第一部《基金会管理办法》，它对基金会的定义、建立要求、资金管理、财务构成、基金会监督机制拟定了初步的规章制度。另一方面，它也直接对当时的基金会乱象起到了严格限制、整治的作用。1994 年，中华慈善总会的成立为中国慈善历史添上了浓墨重彩的一笔，奠定了未来慈善事业的主旨精神和方向，其宗旨是“发扬人道主义精神，弘扬中华民族扶贫济困的传统美德，帮助社会上不幸的个人和困难群体，开展多种形式的社会救助工作。”

随着中国经济环境的腾飞（2001 年加入 WTO）和政治环境趋向稳定，一些在改革开放后先走向富裕的团体和个人开始通过初级的善意带动“落后”群体实现共同富裕。但

当时社会慈善水平和质量仍不高，而且打着慈善的大旗作乱现象仍时有发生。国家既看到了社会各界对慈善公益的热情，又预见未来慈善的发展难点和所蕴含的积极价值，为了鼓励和支持中国慈善事业的健康发展，从 1997 年至 2003 年（**第三阶段**），短短 6 年里，中国政府共颁布了两例涉及基金会发展的法令：1996 年，中办、国办联合印发了《关于加强社会团体和民办非企业单位管理工作的通知》（中办发<1996>22 号），明确了民办非企业单位统一归口登记、双重负责、分级管理的管理体制，要求对民办非企业单位普遍进行一次检查、清理、整顿。1999 年 11 月，国务院又颁布了《关于进一步加强民间组织管理工作的通知》（中办发〔1999〕34 号），意在开展和规范社会福利类民办非企业单位的登记工作。在这段期间，中国大部分基金会的发展和运营活动受到了严格的监督和整顿。

从 2004 年至今是第四阶段，现存的大部分家族基金会集中在这一阶段成立。2004 年国务院通过了《基金会管理条例》，它对社会各类基金会组织和活动起到了监督和规范作用，同时也更好地维护了基金会、捐赠人、受益人的合法权益不受侵犯，鼓励社会各界积极参与慈善公益事业，并促进了中国慈善事业和基金会有序、依法发展（2016 年颁布慈善领域第一部法律《慈善法》）。

第四节 中国家族企业慈善发展概述

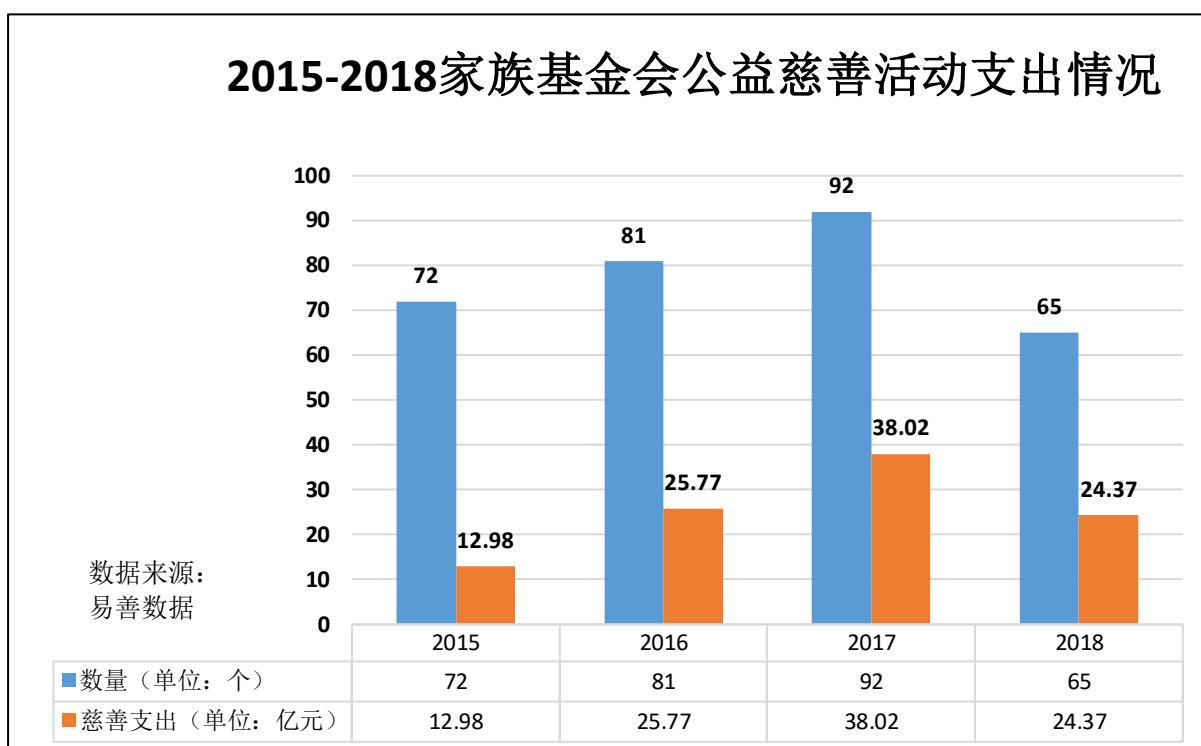
有现代“管理学之父”响誉的彼得·德鲁克曾在《管理的实践》中曾论及企业社会责任的问题时说：“企业的目的必须在企业本身之外，必须在社会之中，作为社会的一个重要组成部分，工商企业必须为社会做出贡献，而非仅仅是盈利。”[6] 企业社会责任的表现最初就是以慈善捐赠的形式出现的，随着经济全球化和世界文化交流的推动，家族企业承担社会责任越来越成为一种潮流，参与慈善的形式也越来越多样化，众多形式中，捐赠仍是最主要的方式。[7] 在中国经济和慈善事业不断进步的同时，一些手里积累了大量家族财富的企业家们开始通过公益慈善来表达企业或家族对社会的感激之情。通过下设基金会的方式，中国家族企业在医疗卫生、生态保护、精准扶贫、贫困地区支教、文化体育建设、新农村建设、科研、自然灾害救助、灾后重建以及其他公益层面都倾注了大量的人力、物力和财力。

中国民营企业构成中的家族企业慈善实践活动是我们此次调查报告的探究重点。同时，作为家族慈善活动的关键参与者——家族基金会，我们也将根据数据对其相关慈善

实践展开深入分析。按照创始人仍在公司中担任总经理或董事长的筛选定义条件，我们从中国 A 股近 1300 多家上市公司和 7500+基金会中共筛选出研究样本 122 个家族基金会，含 94 家在 A 股上市的家族企业成立的家族基金会和 28 家知名非 A 股上市的家族企业成立的基金会，并根据易善提供的公开慈善数据对其进行归纳与分析：

(1) 中国家族企业加大对慈善公益事业的支出

近几年来，中国家族企业对慈善事业的表达呈现出更高的热情。



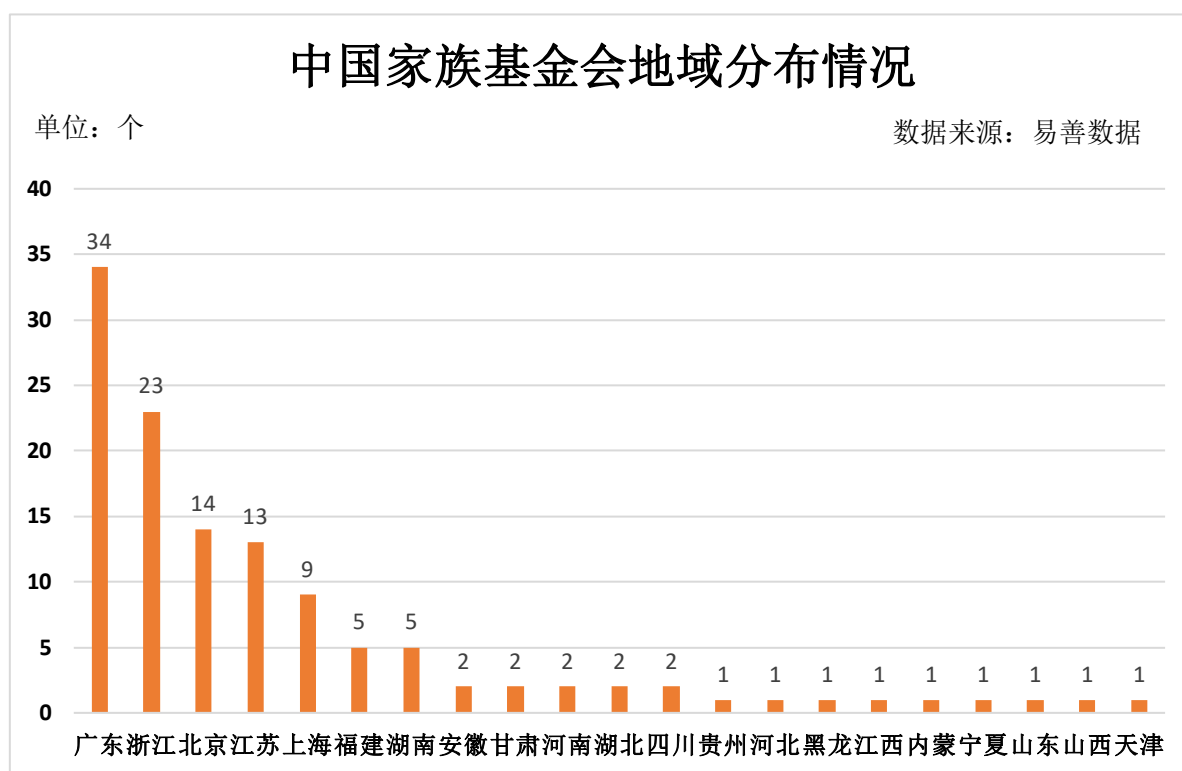
(图表 6)

上图（图表 6）显示的是近四年来中国家族基金会的公益支出信息。2015 年一共有 72 家家族基金会参与了公益慈善活动，公益投入总额为 12.98 亿元，平均下来，每家为慈善事业贡献超过 1800 万人民币。2016 年，可以被称之为中国慈善事业的法制元年，因为在 3 月中国颁布了国内第一部《慈善法》。除此以外，为了与其相配套，2016 年 2 月修订的《企业所得税法》、《红十字会法》，3 月通过的《民法总则》，6 月《宗教事务条例》都为《慈善法》提供了更具体、更基础的法律确据。在法规政策和政府的积极引导下，2016 年参与公益慈善活动的家族基金会数量上升至 81 个，公益事业投入总额为 25.77 亿元，较 2015 年增长了近一倍；2017 年度末，《慈善组织保值增值投资活动管理

暂行办法》、《慈善组织信息公开办法》、《社会组织抽查暂行办法》公开征求意见，以及《社会组织抽查暂行办法》、《慈善组织互联网公开募捐信息平台基本技术规范》、《慈善组织互联网公开募捐信息平台基本管理规范》陆续出台保证了慈善活动有法可依，也对参与慈善的家族基金会有了更高的要求，因此 2017 年度参与社会慈善的家族基金会数量上升至 92 家，公益投入总额也已超过 38 亿元，侧面反映出中国家族企业对慈善的热情进一步升温。2018 年度，家族基金会参与公益活动力度稍有回落，共 65 家参与，公益支出降至 24.37 亿元，或与经济结构性调整有关。

(2) 参与慈善活动的中国家族基金会地域分布

参与慈善活动的中国家族基金会的分布呈现出南多北少，东多西少的特点。

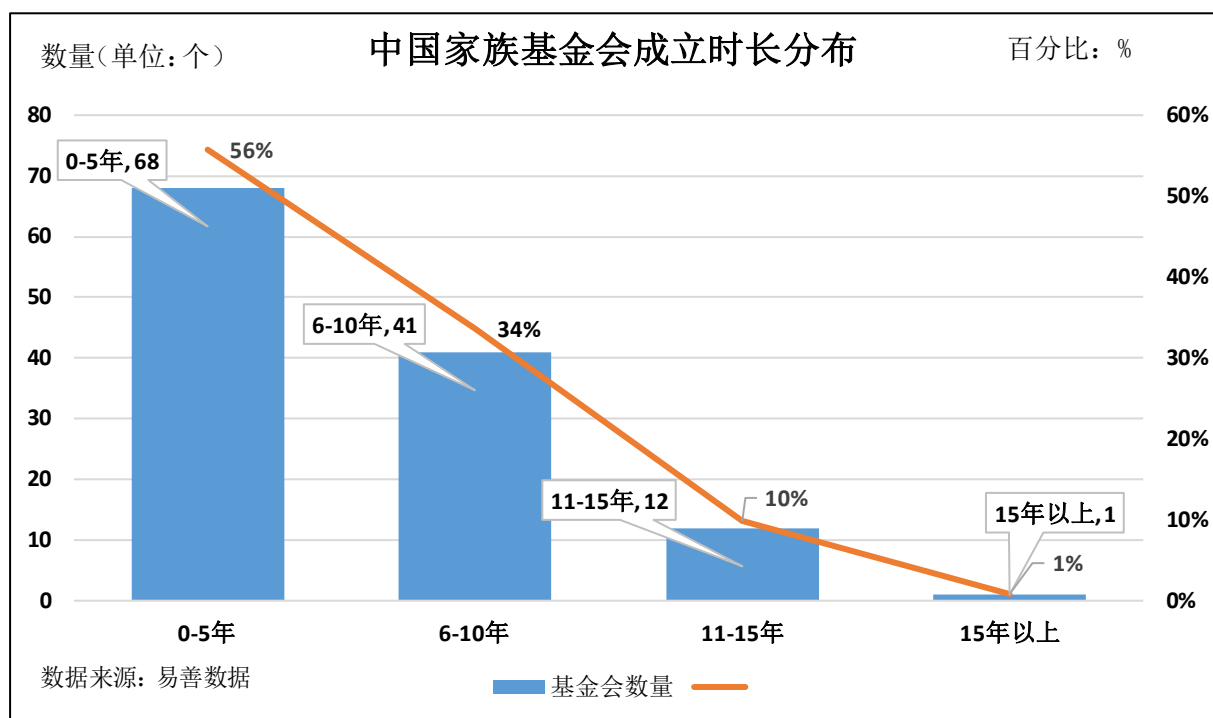


(图表 7)

根据易善数据，我们发现家族基金会在广东省数量最多（图表 7），高达 34 个，浙江紧随其后有 23 个，北京其次有 14 个，江苏省 13 个，上海不足 10 个，而后是其他各大省份。在信息检索的过程当中，我们发现东北地区家族基金会数量稀少，黑龙江仅有一个，吉林省、辽宁省暂无家族基金会。

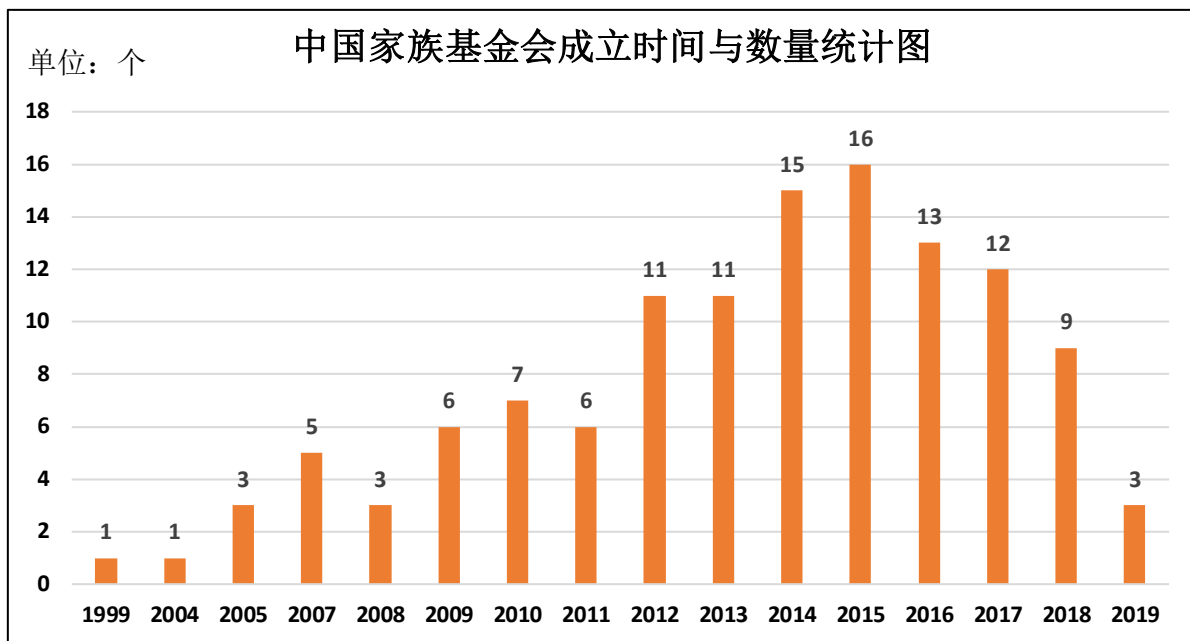
(3) 中国家族基金会成立时间分布

中国家族基金会成立时间年轻化特点显著，成立时间最久的一家不超过 20 年。



(图表 8)

从时间上来看 (图表 8), 中国家族基金会成立的时长普遍较短, 年轻化显著。成立时间在 0-5 年的家族基金会占据了半壁江山, 共计 68 个, 占比 56%; 成立年限在 6-10 年的家族基金会共计 41 个, 占比 33%; 成立时间在 11-15 年的共计 12 家, 占比 10%; 成立时间最长的家族基金会只有一个, 只有 20 年的时间。

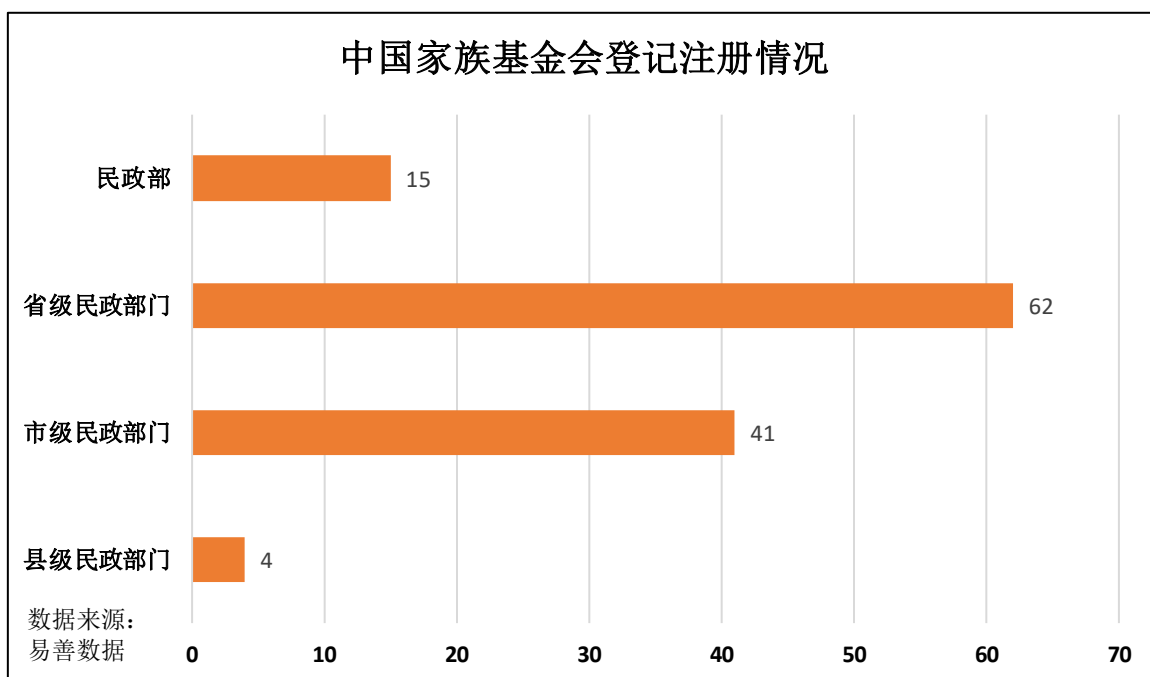


(图表 9)

如图表 9 所示，在家族基金会成长的这 20 年里，1999 年到 2009 年头十年的发展中家族基金会的成立数量还属零星状，平均每年成立不超过 2 家；在 2009-2019 年第二个十年里，家族基金会的增长开始凸显，平均每年成立超过 9 家。

(4) 中国家族基金会登记注册情况

参与慈善实践的中国家族基金会受省级民政部门监督管理较多。

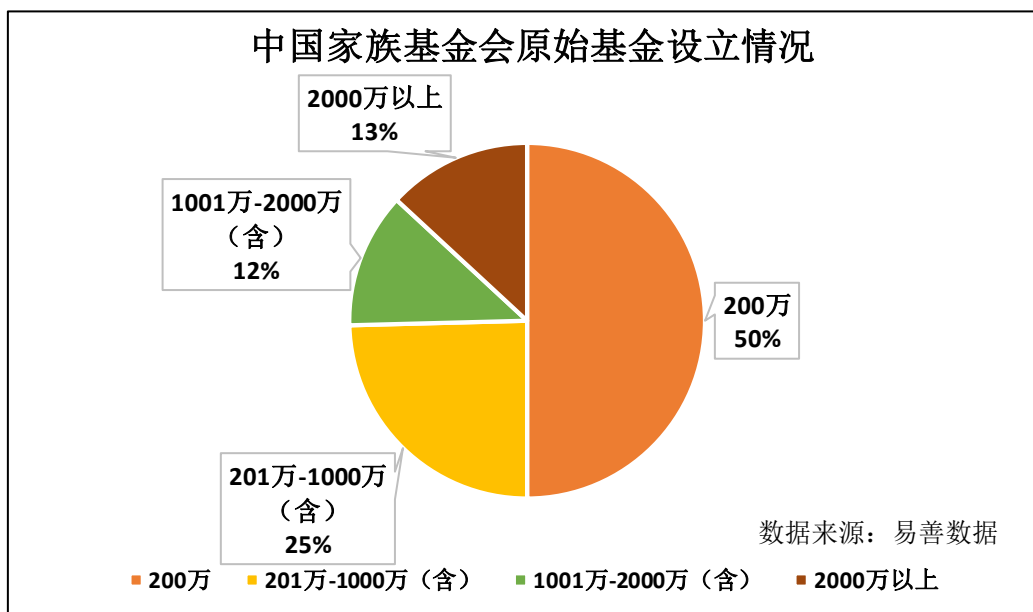


(图表 10)

如图所示（图表 10），家族基金会在省级民政部门登记注册的家族基金会最多，多达 62 个；其次市级民政部门登记注册的基金会有 41 个；在中央民政部登记的有 15 个；县级登记的最少，只有 4 个。

(5) 中国家族基金会原始设立数额存在明显差别

中国家族基金会初始规模多以 200 万为主。



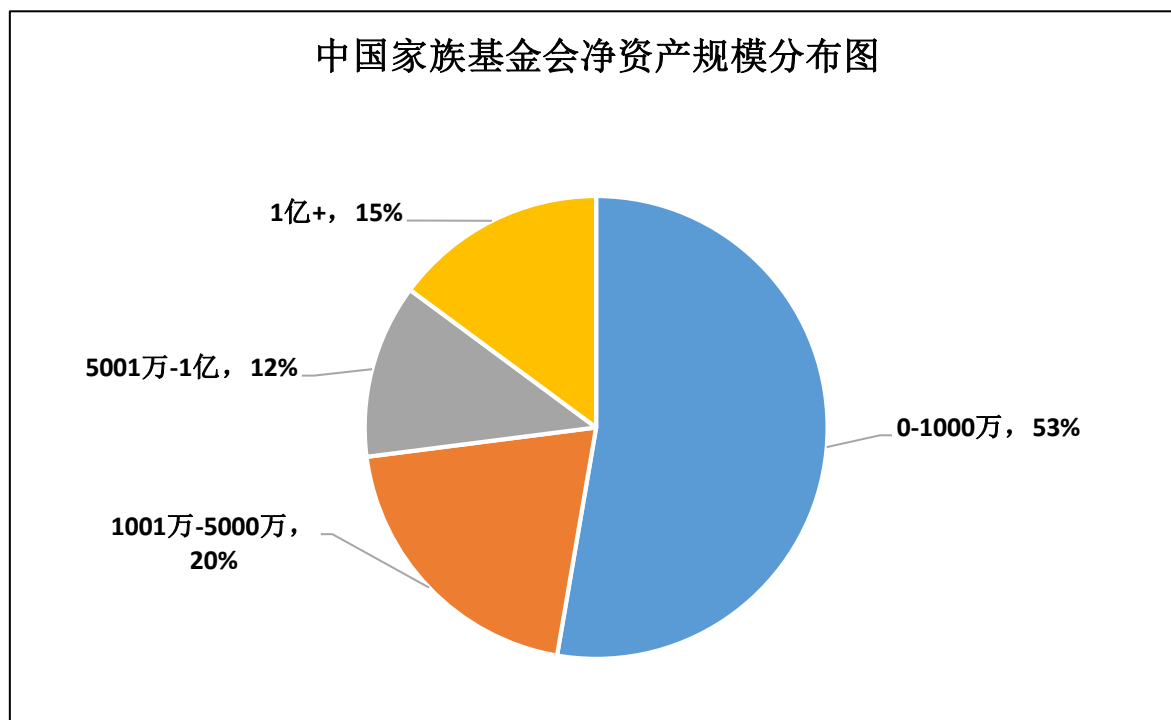
(图表 11)

图表 11 中，在这 122 家家族企业设立的基金会当中，原始设立金额在 200 万人民币的有 61 家，占据半壁江山，这主要和相关法规要求基金会的最低注册资金不能低于 200 万元有关；201 万到 1000 万区间有 30 家家族企业，占比 25%；1001 万到 2000 万之间有 15 家，占比 12%；2000 万元以上的只有 16 家，占比 13%，最高设立金额为 2 亿人民币。

(6) 中国家族基金会净资产规模

在我们所搜集的中国家族基金会年度财务数据中，截至 2019 年 11 月，中国家族基金会净资产规模极值跨度在 15.04 万至 36.23 亿人民币之间（图表 12）。曹德旺先

生创立的河仁慈善基金会净资产规模是其中最大的，高达 36 亿人民币之多，超出规模第二大家族基金会约 28 亿人民币。

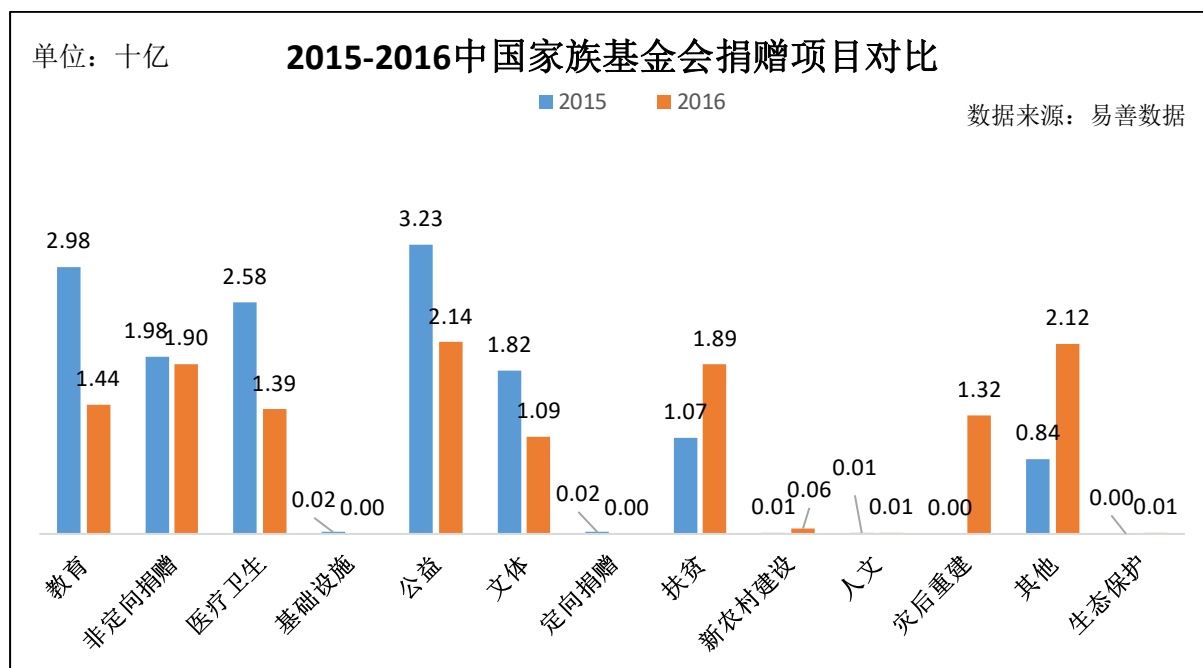


(图表 12)

总体上，净资产规模在 0 到 1000 万人民币的家族基金会数量占到了绝大多数，共计 39 家，占比 53%；净资产规模在 1001 万到 5000 万共 15 家，占比 20%；净资产规模在 5001 万到 1 亿元的共计 9 家，占比 12%；大于 1 亿人民币的共计 11 家，占比 15%。

(7) 中国家族基金会近三年（2015-2018）捐赠情况总览

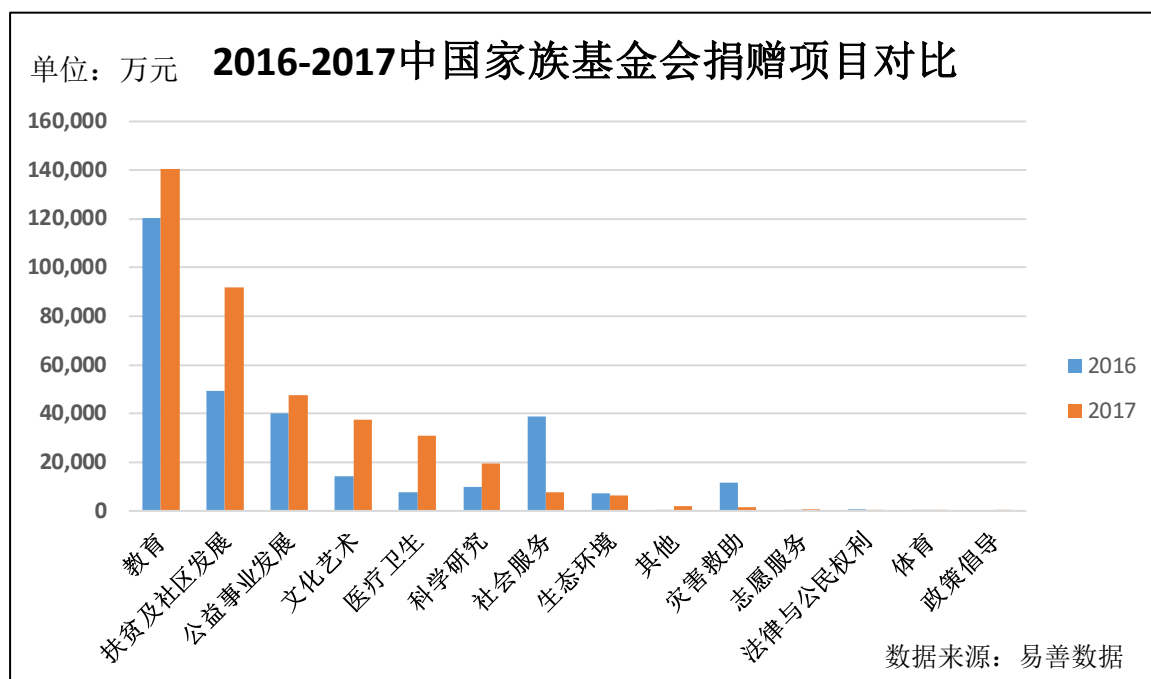
紧随国家扶持政策是中国家族基金会近三年来参与慈善活动的主要特点。2015 年 11 月 29 日，中共中央国务院颁布了关于打赢脱贫攻坚战的文件，文件内含八大重点、33 条建设精神，要求确保到 2020 年农村贫困人口实现脱贫，达成全面建成小康社会的目标。2015 至 2016 年度，数据显示家族基金会和社会各类慈善机构都明显地将当前方向重点转移到响应国家号召的新农村建设、灾害防御和精准扶贫项目。下图中（图表 13）有明显增长的是扶贫和灾害重建，扶贫慈善捐赠活动从 10.7 亿人民币加增至 18.9 亿人民币，灾后重建作为灾害防御的一部分也有 13.2 亿的增持，新农村建设也有 5000 万的慈善投入，在其他各领域的慈善支持都有不同程度的资源转移。



(图表 13)

2016 到 2017 年度，总体来看中国家族基金会在各领域的慈善捐赠支出比例都有所提升（图表 14）。最为明显的是扶贫项目的新增投入（4.2 亿元）。文化艺术、医疗卫生、教育这三个领域的慈善支出均超过 2 亿元，捐赠项目多元化趋势明显。其中原因多为政策导向，如《“十三五”脱贫攻坚规划》、《中国农村扶贫开发纲要（2011-2020 年）》和《国务院关于建立健全普通本科高校、高等职业学校和中等职业学校家庭经济困难学生资助政策体系的意见》这些文件都要求各地加大对贫困地区和教育资源不均衡地区的帮扶，实现共同富裕。

除教育领域外，受《中华人民共和国环境保护税法》、新版《水污染防治法》和《生态环境损害赔偿制度改革方案》的影响，环保项目捐赠支出增加明显。从 2015 年度的 200 万元捐赠额，到 2016 年度的 610 万元，再到 2017 年度的 1000 万元捐赠额，虽然体量并不大，但可见中国家族企业对环保的意识开始逐步深入。



(图表 14)

图表 15 对 2018 年度中国家族基金会所捐赠的项目进行了统计。数据显示，慈善捐赠数额极值跨度在 12 万元至 14 亿元区间；其中教育（38%）、扶贫及社区发展（25%）、公益事业发展（13%）、文体艺术（10%）和医疗卫生（8%）是中国家族基金会所热衷实践的五大项目；教育项目慈善支持程度最高，约为 14 亿人民币。支持程度较低的五个捐赠项目为政策倡导、体育、法律与公民权利、志愿服务和灾害救助。随着我国医保制度的完善，2018 年 10 月，17 种谈判抗癌药品纳入《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》乙类范围，与零售价相比，平均降幅达 56.7%，虽然慈善药品捐赠的支出数据变得不是那么“美观”，但是这类捐赠的减少是极具积极意义的，所以评价一个国家和地区慈善事业的进步与否也并不是捐的越多越好。



(图表 15)

第五节 小结

(A). 目前家族企业捐赠模式上仍偏重授人以鱼。在对上述数据加以分析后,我们发现中国家族企业当前在参与社会公益慈善活动时,方式仍以授人以鱼为主,即直接物质或金钱捐赠。直接捐赠之所以能成为家族基金会参与社会慈善活动的首选方式是因为这种渠道在向受益群体分配资源时更直接,从而减少了信息不对称的可能性,避免了在捐赠过程中中间人乱象的问题,有效帮助了家族企业监控慈善资金流向和压缩时间成本。

虽然授人以鱼好处颇多,但是从唯物辩证角度来看,它在未来对受赠者的影响存在限制。大家也许会产生疑问:用物资或金钱直接资助困难群体不好吗?答案是双方面的。直接资助,毋庸置疑,在短期内的确能够满足受益群体在物质上的需求,但是这种方法并不具有长期可持续性。物质资助在解决燃眉之急问题时不乏成效,而在培养受捐人的能力和价值观上则存在短板,同时还有可能造成受益群体对物质的依赖性。这就好比赠人一定数量的火柴和教人钻木取火技术一样,火柴总有用完的一天,而取火知识则不会磨灭。微软公司曾建议公司内愿意践行慈善的员工把自己的技能和公益时间贡献给需要的人群而不是金钱。因此,我们倡导理性捐赠,寻找能产生可持续影响力的项目重点投入。

科研应该成为中国家族基金会未来慈善的重点。2015 年中国家族基金会对科研领域的捐赠总额为 800 万，占比 0.26%；随着国家政策的引导和观念的转变 2017 年度中国家族基金会对科研的总资助比例升至 2.65%，总额为 6000 万元，但仍有较大上升空间。科研领域应该成为中国家族基金会未来的慈善捐赠重点，因为科研能为全社会谋福祉、谋便利。

(B) . 捐赠服务升级问题

如何寻找合适的慈善项目并摆脱单一的捐赠形式是摆在有志于投身慈善事业的家族企业面前更迫切的问题。家族企业家在参与社会慈善时如果能将更多的时间放在亲身参与和体验捐赠服务上，以身作则，同时借助家族企业本身连带的行业声誉与家族地位，就能让更多的人认识到公益慈善的必要性、扩大慈善的辐射圈、填补公益空白。家族企业家捐赠时间投身慈善一方面能加强自身对慈善事业的深刻理解，把爱心带给更多需要的人，推动全社会慈善的均衡发展；另一方面家族企业家捐赠时间，做慈善的“仆人”能更好的搭建自己社会关系网络，赢得更多商誉，为企业未来的发展蓄能。有学术研究者曾对金钱与时间的慈善捐赠关系做出深入探究并指出：为了增加社会幸福总量和传扬有益于社会的好行为，我们应该更多考虑的是时间，而不是金钱。[8] 也就是说，时间投入对慈善产生的积极影响要远大于金钱投入所产生的影响。

同时，家族企业家应当意识到时间捐赠是一项长期的慈善工程，而且需要比直接捐赠投入更多的个人精力，如若不能保持对慈善的长期热情，或者中途退出，都可能导致公众对其慈善目的误读成“耍大牌作秀”。鉴于时间捐赠存在的声誉风险比较大，所以参与时间捐赠的家族企业家应当首先考察自身对慈善的热情程度，再考虑是否亲自投身到慈善实践当中。

第六节 基金会与（慈善）信托

与基金会的起源相似，信托也起源于中世纪的欧洲。据可考证的资料显示，古罗马帝国可能是最早出现信托的国家。西方之所以能率先出现基金会和信托这一类新鲜事物主要和当时的社会制度有关。一方面是财产私有制的形成，另一方面是社会对继承人制度的普遍认可。随着商品经济的发展和人类文明的推进，一些通过资本原始掠夺方式积累巨额财富的家族开始想到成立基金会和搭配信托工具传承家族财富，并通

过一些社会慈善活动为家族积攒声誉。这也就构成了现代基金会和信托的基本用途。

信托本就是高净值客户和家族的产品，慈善信托的产生也与家族信托享有共同基因。随着高净值财富管理市场需求增多，同时家族企业参与慈善活动的意愿和主动性增强，慈善信托产品也越来越受到更多家族企业的重视。国家层面也鼓励慈善信托的发展，《信托法》第六十一条明确了“国家鼓励发展公益信托”；《慈善信托管理办法》第四条规定，“国家鼓励发展慈善信托，支持自然人、法人和其他组织践行社会主义核心价值观，弘扬中华民族传统美德，依法开展慈善活动。”2018年我国慈善信托规模达11.17亿元，全年新设立慈善信托为84单，两项数据较2017年均增长8成以上。在新增慈善信托中，以产业扶贫、教育扶贫、就业扶贫等为目的的慈善信托达到了48单，占新增信托单数的53.57%，扶贫攻坚已成为设立慈善信托的首选目标。

信托按用途可以分为私益信托和慈善信托。但是无论是哪一种，信托都不具备独立法人资格，因为它是以中间人的信用为基础架设出来的一种有限期金融合约、投资产品，而且也没有像基金会那样有着成熟的体系。在公开程度上，信托的私密性更高，并更偏向于私人高净值用户，而且要求上与基金会有着较大不同，例如：信托没有法人主体资格、受民政部和银保监会监管、不可开具免税发票、它无需缴税、可参与二级市场投资、要经常与委托人和受托人商讨重大事项。但就目前颁布的法律来看，慈善信托登记制度和税收优惠实际规定仍然很笼统，缺乏具体操作细则，同时如何把股权、不动产等非现金类资产纳入信托是目前家族慈善信托的另一阻碍，相信国家未来会出台更详细的政策支持。

基金会有别于信托。通常来说，基金会组织架构明确，没有股东、拥有独立法人的资格、可永续存在并以资产为限对外承担有限责任。虽然基金会的公益性更强一些，而且也不允许设立具体的受益人，但有些政体仍然是君主立宪制的国家可能依旧会允许直接将受益人指定为宗族成员并具有商业性。一些在美国设立的基金会听上去是基金会但实际上他们是按照最低要求而成立的公司，因为按照美国的法律，只要每年的现金支出达到一定百分比（一般为5%-6%），就可以获得税收优惠。但在我国，基金会必须是非营利性并以公益事业为目的，由各级民政部直接管理、最低注册资金为200万、公募基金会每年支出不少于70%、私募基金会比例不少于8%。在税收方面，基金会作为独立的法人，应依法纳税，而且可以开具免税发票。下图为基金会与慈善信托对比信息表格（图表16）：

基金会 v. s. 慈善信托		
	基金会	慈善信托
资金要求	门槛较高，设立资金至少不低于200万元，需经管理机关批准	对信托规模无明确要求，采用备案制
监督机制	受民政部监管	向银监会报告、向民政部报备，私密性较高
法人主体	具备法人主体资格，没有股东	不具备法人主体资格
捐赠发票	可开免税发票	不可开免税发票
慈善支出	非公募基金会每年支出不少于8%，公募则不少于70%	没有具体限制
税收	取得投资收益和股权增值收益时需缴纳所得税；财税【2009】122号文	不是法人实体，无需缴纳营业税和所得税
运营成本	较高，约为5%-10%	较低，约为千分之八，主要包含慈善信托受托人管理费和信托监察人报酬
破产隔离	不能	能
资产隔离	能	能
来源：《慈善法视角下慈善信托与基金会的比较分析》		

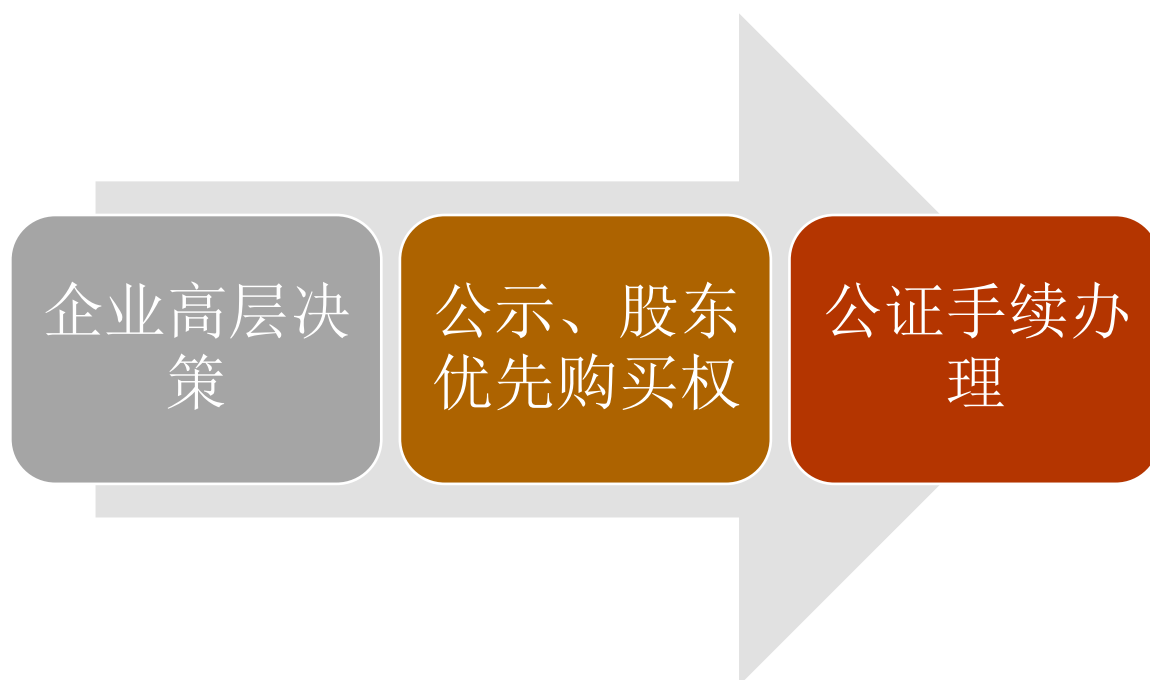
(图表 16)

第七节 家族慈善个人股权捐赠与基金会股权捐赠

近几年来，家族向社会捐钱捐物做慈善献爱心的方式在一些企业家看来已经缺乏吸引力了，股权捐赠目前在家族企业中比较受追捧，因为股权捐赠未来所产生的价值和影响远高于传统物质捐赠。《慈善法》第三十六条第二款明确规定：捐赠财产包括货币、实物、房屋、有价证券、股权、知识产权等有形和无形财产。股权捐赠指的是持有一个公司（本公司或其他公司）股权（股票）的个人或公司以个人的名义或公司组织的名称将股权捐赠给合法、合格的受赠人或受赠公司。股权捐赠曾一度被禁止，如今股权捐赠在中国的解禁离不开曹德旺先生对慈善事业的推动。2009年10月，经过财政部反复论证后，《关于企业公益性捐赠股权有关财务问题的通知》首次允许了企业

股权的捐赠，在慈善领域迈出了重要的一步，这也是继 2003 年出台的《关于加强企业对外捐赠财务管理的通知》禁止股权捐赠条令的一次重大突破。

在股权捐赠流程上，要经过以下程序：



首先要考虑股东的权益并经过股东大会的认可，《公司法》第 71 条规定：“有限责任公司的股东之间可以相互转让其全部或者部分股权；股东向股东以外的人转让股权，应当经其他股东过半数同意；股东应就其股权转让事项书面通知其他股东征求同意，其他股东自接到书面通知之日起满三十日未答复的，视为同意转让；其他股东半数以上不同意转让的，不同意的股东应当购买该转让的股权；不购买的，视为同意转让；经股东同意转让的股权，在同等条件下，其他股东有优先购买权；两个以上股东主张行使优先购买权的，协商确定各自的购买比例；协商不成的，按照转让时各自的出资比例行使优先购买权；公司章程对股权转让另有规定的，从其规定。”

其次，须进行公示。第 72 条要求人民法院依照法律规定的强制执行程序转让股东的股权时，应当通知公司及全体股东，其他股东在同等条件下有优先购买权；其他股东自人民法院通知之日起满二十日不行使优先购买权的，视为放弃优先购买权。最后进行公证再转让或捐赠。

那么股权慈善捐赠如此吸引家族企业的魅力何在呢？首先股权捐赠具有捐钱捐物所没有的可持续性。传统方式的慈善捐赠主要依赖企业的盈利能力，如果企业的盈利

能力下降，再加上经济下行压力，捐赠无疑是雪上加霜。而股权捐赠不同，它直接引入的是股票型市场机制，在本金增值的同时，回报还能给慈善活动提供经济支持，保障了慈善的可持续性，拓展了拓展慈善资金的来源渠道、增强了公益基金会的工作活力。[9]

其次是税负优惠。面对越来越多的家族企业家热衷股权捐赠的现实，2016年4月中央印发了《关于公益股权捐赠企业所得税政策问题的通知》（财税【2016】45号），其中一些条款明确了捐赠股权时的税收减免政策。例如，根据财税【2009】122号文，慈善组织受赠该捐赠股权无需缴纳企业所得税，但是依据《企业所得税法》和《企业所得税法实施条例》，慈善组织从该股权所在企业得到的股权分红部分，仍然需要缴纳企业所得税，这一矛盾情况，最新条例规定：企业股权捐赠行为应视同转让行为，股权转让收入额以企业取得股权时的历史成本确定；企业的股权捐赠行为将不会形成股权转让收益，因此不产生企业所得税，是国家对股权捐赠行为的一项税收优惠政策。在股权受赠对象方面，也规定“受赠对象为公益性社会团体，是指注册在中华人民共和国境内，以发展公益事业为宗旨、且不以营利为目的，并经确定为具有接受捐赠税前扣除资格的基金会、慈善组织等公益性社会团体。”在捐赠发票方面，公益性社会团体接受股权捐赠后，应按照捐赠企业提供的股权历史成本开具捐赠票据；并以捐赠股权历史成本在计算企业所得税前予以扣除。那么股权捐赠的税收优惠力度有多大呢？“根据财税【2016】45号条令，捐赠股权以其取得时的历史成本计价，价值在当年年度会计利润的12%以内的，可以计入税前列支，不计入企业所得税额；而超出部分则在未来3年内抵扣。举个例子，如果一个企业会计年度利润是1000万，而该企业将价值（历史成本）100万的股权捐赠给慈善组织，因为100万在年度会计利润的12%的限额内，那么100万可以直接税前列支，不计入企业所得税额。”[10]因此，股权捐赠既能为企业减免税负，又能为企业积累社会声誉，履行企业责任，如此多的益处，企业何乐而不为呢。

增值性。股权捐赠特有的增值性是目前任何物质捐赠所无法比拟的。一方面企业完全可以在上市初期以较低的价格将股权捐赠出去，节省企业成本并达成慈善诉求；另一方面基金会可以在未来中长期获得较为可观的经济支持，即股权带来的价值增值。2016年上海欧擎欣锦创业投资有限公司对外宣布向上海市慈善基金会捐赠上海贝格计算机数据服务有限公司5%的公司股权。这次股权捐赠的具体运作方式是：贝格数

据所有股东放弃股权的优先收购权，上海慈善基金会再以 1 元价格购入股份，变相实现股权捐赠；据欧擎欣锦董事长朱阳介绍，根据近期贝格数据增资议案测算，贝格数据目前估值超过 3 亿元，捐赠的 5% 股权估值 1650 万元左右；对于受赠人上海市慈善基金会来说，此次获赠贝格数据股权，最直接的受益是可以收到因股权带来的现金分红及资产升值而又持续的、稳定的善款。基金会常务副理事长施德容认为，这一尝试的最大意义并不在于捐赠的直接价值，而是在于股权捐赠方式操作的“破冰”，之前就算是企业有企业要捐赠股权也没有先例与操作办法，现在则有了可以借鉴的方案，是上海慈善事业可持续发展的探索。

第八节 案例——曹德旺与河仁慈善基金会 34.59 亿股权捐赠的税收优惠

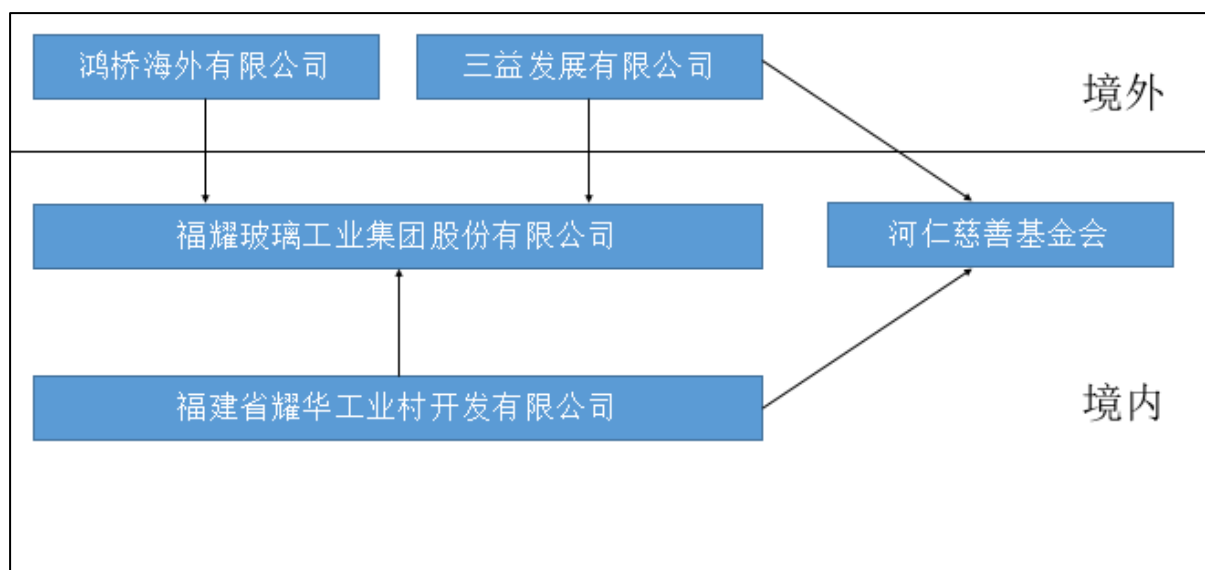
河仁慈善基金会于 2010 年由福耀股份（福耀玻璃工业集团股份有限公司）董事长曹德旺先生创立，他是开创我国股权捐赠先河的第一人。在此之前，国家曾在 2003 年明令禁止企业对外捐赠股权和债券，但是在曹德旺的努力下，经过民政部、税务总局、法制办、财政部、证监会等中央多部委多次调研论证，历时三年多的时间终于在 2009 年 10 月阶段性解禁企业股权捐赠。根据当时的《基金会管理条例》规定，无论是公募还是非公募基金，原始基金都必须是到账货币现金。所以当时曹德旺完全以股票捐赠设立基金会的想法是不符合这项规定的。最后折中实施的方案是，先用 2000 万元现金注册成立，再把股权捐给基金会。[11] 2010 年 6 月，曹德旺出资 2000 万元并在国家民政部登记注册设立了河仁慈善基金会，然后将福建省耀华工业村开发有限公司（境内公司）持有的福耀公司股票 240,089,084 股，三益发展有限公司（境外公司）持有的福耀公司股票 59,910,916 股，共计 3 亿股捐赠给了河仁基金会；上述捐赠股票当时市值 34.59 亿，占福耀总股本的 29.5%。[12]

股本比例问题是经过深思熟虑后确定的。曹德旺一开始是想捐出自己所持股的 60%，将河仁基金会变成企业的大股东，但是考虑到超过总股本的 30% 将会触发收购要约的问题，就后来决定捐出 29.5%。原因在于根据现行法律，基金会无法获得要约收购豁免。“要约收购豁免”是指收购人持有、控制一个上市公司的股份达到该公司已发行股份的 30% 时，继续增持股份或者增加控制的，应当以要约收购方式向该公司的所有股东发出收购其所持有的全部股份的要约。

其次是税务问题。尽管向慈善基金会捐赠股权本质上是非营利行为，但是按照当

时的法律，在计算了各种税务抵扣后，这笔股权捐赠仍将产生超过 5 亿元的企业所得税。设立时曾有人提出分批捐赠或设立一个信托，由信托机构享有股权的投票权和运作权，每年把这笔股权的分红注入基金会。这样既可避税，又能回避每年 8% 的资金使用下限规定。但这不符合曹德旺的意愿，他认为既然已经承诺社会了，这个事要做；如果分期逐年转股，不干脆，坚持一次性捐；税法是全国人大的法律，要调整得经过全国人大的立法程序，周期太长。按国际惯例，当股票变现后再缴纳税款，但当时，对于 30 多个亿的股权捐赠如何缴税、由谁缴纳，还没有现行的税法和条例可以计算。最终国税总局提出折中方案，下发了《财政部、国家税务总局关于曹德旺夫妇控股企业向河仁慈善基金会捐赠股票有关企业所得税问题的通知》，内容是在计算应缴纳的企业所得税时，可以按照税法规定扣除不超过企业年度利润总额 12% 的捐赠支出，并准予在不超过 5 年的期限内延期缴纳、可委托河仁慈善基金会代为缴纳。同时，该通知第四条规定“耀华工业村应缴纳的企业所得税，可由其自行缴纳，也可委托河仁慈善基金会缴纳；香港三益应缴纳的企业所得税，由河仁慈善基金会负责代扣代缴。”

[13] 福耀公司与基金会的股权结构图如下：



(图表 17)

如果未来河仁慈善基金会因为某种原因需要变现全部或部分福耀股票则需要两个持股公司来实现，即三益发展有限公司和耀华工业村开发有限公司。这其中自然会涉及到企业所得税的缴纳。曹德旺先生曾在进行股权捐赠后计划撤回 2000 万的注册资金并用作其他捐赠用途。但《基金会管理条例》第八条规定：原始基金必须为到账货币

资金。所以用股权来替代现金的做法是否通过批准这个我们不得而知，而且基金会的财产即使撤回也需要复杂的公示审批。

特别需要注意的一点是，此次捐赠是企业性质的股权捐赠而不是个人股权直接捐赠。最明显的区别就是税收利好差异。倘若是个人股权的直接捐赠，根据《关于个人非货币性资产投资有关个人所得税政策的通知》（财税[2015]41号）第一条规定：个人以非货币性资产投资，属于个人转让非货币性资产和投资同时发生，应按照“财产转让所得”项目，依法计算缴纳个人所得税。对个人转让非货币性资产的所得，应按照“财产转让所得”项目，依法计算缴纳个人所得税。同时现行根据《个人所得税法》，优惠的额度只是扣减个人应纳税额的30%。企业股权捐赠则不同，“不但捐赠方和受赠方免税，而且捐赠方还可以享受税收优惠；在年度利润总额12%以内的部分准予在计算应纳税所得额时扣除，超过总额12%的部分，准予结转后3年内在计算应纳税所得额时扣除。” [14]所以对比来看，以企业的名义进行慈善股权捐赠总体上要好于以个人名义进行股权捐赠。

虽然曹德旺先生此次的股权慈善捐赠具有划时代的意义，但是未来家族企业进行慈善股权捐赠时还应从实际出发，注重矛盾的特殊性，以中央对政策的解释为准。毕竟我国法律体系目前还并不是非常完善，不同法律之间仍有矛盾点和多种解释出发点，而且没有纳入所有的特例。比如，《企业所得税法实施条例》第二十五条：“企业发生非货币性资产交换，以及将货物、财产、劳务用于捐赠、偿债、赞助、集资、广告、样品、职工福利或者利润分配等用途的，应当视同销售货物、转让财产或者提供劳务，但国务院财政、税务主管部门另有规定的除外。”所以，进行股权捐赠前，家族企业应提前做好法务工作准备并与相关民政部门多次协商。

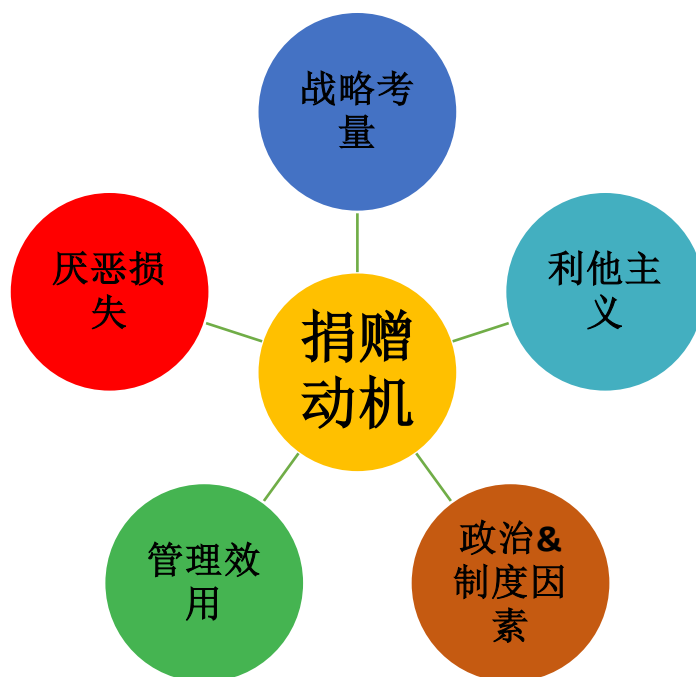
对于股权的接收方来说，股权捐赠存在一定风险。如果家族基金会集中持有有一个公司的股权，未来也许会在证券市场大动荡时对基金会造成巨大冲击。正所谓“鸡蛋不能放在同一个篮子里”，对一只股票或者一个公司的依赖性过高，未来风险控制的能力就会弱化，基金会也有可能因无法产生持续经济基础而停摆。因此我们建议基金会应考虑尽可能多的持有不同行业、不同地域公司的股权，以达到分散风险的目的。

第四章

家族慈善捐赠动机、利益一致性
与利益群体的文献回顾

第一节 家族企业慈善捐赠动机梳理

为什么家族企业这么积极的参与到社会公益慈善当中履行社会责任呢？他们的内在动力又是什么呢？从学术层面上看，总结起来主要有五点：战略考量、利他主义、政治和制度压力、管理效用、和厌恶损失。



1. **战略考量。**Porter 和 Kramer 等人在 2002 年提出了战略性公益慈善捐赠并认为企业可以通过慈善捐赠行为来改善其竞争环境，提升战略地位，树立企业形象和声誉，从而促进企业的长足发展。[15] 例如在我国 2003 年发生的非典疫情和汶川大地震国家危机中进行过慈善捐赠的企业普遍获得了民众心中的认可、积累了良好的口碑，在市场上更是获得了较多的市场话语权，帮助提升了企业的市场竞争力。
2. **利他主义。**利他主义观点认为，企业参与慈善捐赠是践行良好公民责任、无私奉献行为的体现。[16]
3. **政治 & 制度因素。**为了实现企业收益的目的，家族企业通过慈善捐赠向政府寻求物质利益，或建立/维系政治关系。[17] 其次，税务因素也有可能成为慈善的动机，因为慈善捐赠会给企业带来一定的减税利好，但这一结论仍需大量论证。[18]
4. **管理效用。**这一观点认为企业的管理者可以通过慈善捐赠来提升自身的行业知名度和地位。[19] 5·12 大地震中加多宝（旧名王老吉）果断向灾区民众捐赠 1 个

亿，为自己赢得了社会赞扬，感动了国人，因此大家纷纷抢购加多宝产品，希望通过间接购买支持灾区。

5. **厌恶损失。** Le Breton-Miller 等学者认为由于家族把大量财富集结于一身，所以家族的每一个成员要相应承担非常高的风险，因此家族制企业通常被认作是一种落后的组织形式。[20] 但是家族制企业仍大量存在，根据行为代理模型

(Behavioral Agency Model, BAM) 的解释，在厌恶损失 (Loss Aversion) 的理论解释下，家族企业家更倾向于采取多种方式保护现有财富 (金钱与声誉财富)，以避免财富的流失，其中慈善活动就是一种受欢迎的方式。

除了经济性和非经济性动机以外，家族企业家所处的非静态时代环境、商业环境以及社会环境都会给家族的捐赠结构产生影响。Berrone 等学者发现在使用理论来解释相关家族企业捐赠动机时，经常会出现实证结果彼此冲突矛盾的问题。[21] 为此“社会情感财富” (Socio-emotional Wealth, SEW) 多维结构理论应运而生，SEW 是指在家族企业中的家族成员利用其特殊的家族身份从企业中所获得的非经济类效益；SEW 主要包括情感、文化价值观和利他主义三个维度。在这个大框架下，家族企业将会经历三个重要步骤：首先，家族可以通过增加所有权来控制企业，把家族企业的发展与自身情感联系起来并更加关注家族的声誉和形象；其次，家族所有者会把自己的价值观注入到家族企业中，并希望后代传承下去；最后，回归到增加财富的意愿上，并努力实现目标。但这一框架也经常被一些学者质疑，Kellermanns 认为 SEW 框架还存在一些“阴暗面”问题有待研究。[22] 综上所述，家族企业在对待公益慈善的时候动机是多样性的，我们要根据不同时代环境、商业环境、和社会环境综合判断。

第二节 家族慈善利益一致性研究

在利益一致性方面，家族企业做公益慈善要考虑两大类利益相关者。其中一类是家族成员自身，如家族企业创始人与各家族成员。有学术研究指出，家族的利益相关者对家族成功传承的影响很大，因为他们有强烈的主人公管理意识并与家族有着千丝万缕的关系，而且相比于家族外部管理者，家族内部的管理成员会更容易达成一致，能为家族的成功传承奠定基础。[23]

另一类是外部利益人，例如上游供应商、下游经销商、顾客等。家族企业慈善实

践可以为家族和企业赢得外部声誉，这不仅对公司很重要，对整个家族的传承更为重要。[24] 所以家族企业应更大范围发展外部利益相关者，以树立家族企业的良好形象，进而保护好家族财富。[25] 学者 Carney 鼓励家族企业与外部利益人保持长期合作的关系，以积累社会资本和道德资本。[26] 当企业面临困境时，这些无形资产可以作为社会保险对家族企业形成额外保护。[27] 所以，公益慈善活动作为与外界相关利害人密切联系的重要渠道，家族应严谨对待。

第三节 家族慈善的利益群体研究

政府、家族企业是慈善的两个关键性利益群体。相对于营利性企业，竞争性利益的平衡也许对于非营利性慈善组织更具挑战性，因为企业要优先考虑盈利来确保股东的利益不受侵害而非社会利益。[28] 与正常的营利机构类似，慈善机构也必须要平衡竞争性利害者的期望与利益关系。[29] 现阶段中国还处于发展中国家梯队，慈善活动的支持主要还是来自于企业而非政府，所以为了鼓励企业参与慈善、平衡企业内外部利益关系，政府有责任为家族企业创造良好的政策环境。[30] 在政府与家族企业相互协作之中，二者一定会形成浅层的政治纽带关系，这种关系在为慈善捐赠人和非营利组织创造价值时，也会带来相应的成本和风险。下图表为政治纽带对营利性公司和非营利性组织的影响总结归纳（新兴国家市场）：

政治裙带对营利性公司和非营利性组织的影响（新兴国家市场）		
	营利性公司	非营利性组织
优势	市场准入	市场资源的优先获取
	积极影响未来监管条例制定	获取政策利好
	提高企业市场竞争力	降低试错成本
	资源优先性	促成深度项目合作
成本/风险	政府非友好型介入	合法性受影响
	大股东挪用公司财富	独立性
	政府监管增严	易产生依赖性
	在政局动荡时更容易受到影响	不易抵抗市场风险
	限制市场知识的交换沟通	灵活性受限

（图表 18）

营利性公司方面，政治纽带有利于公司获得市场的准入权利[31]、影响未来监管条例的制定[32]、获得法律认可[33]以及市场资源的优先获取权[34]。但同样地，这层关系也会产生政府非友好型介入[35]、大股东财富转移[36]、导致更严厉的监管[37]、产生政局动荡下的运营妨碍[38]以及市场信息的沟通不畅[39]等连带风险。但是对非营利组织来说，政治纽带的风险成本就小的多，但仍需考虑其合法性[40]、独立性[41]、灵活性与依赖性。

与欧美发达国家成熟的司法体制相比，一些新兴发展中国家例如中国、非洲、越南在司法制度上则还有很长的一段路要走，既然在短时间内无法建立更完善的司法制度并为非营利性机构提供强大的支撑，那么形成良好的政治纽带在这种情况下显得很有必要性。另一方面，由于法律（监管）的不健全和人口思想意识、素质的落后，利用内部消息窃取私有利益情况会时有发生，因此非营利机构的整体独立性也会存在大打折扣的风险。因此，相比发达国家市场，“在新兴国家市场，政府的积极影响和消极影响可能都会更强烈。”[42]

除组织性纽带外，个人也可以通过政治纽带参与慈善并影响社会捐赠。例如，一

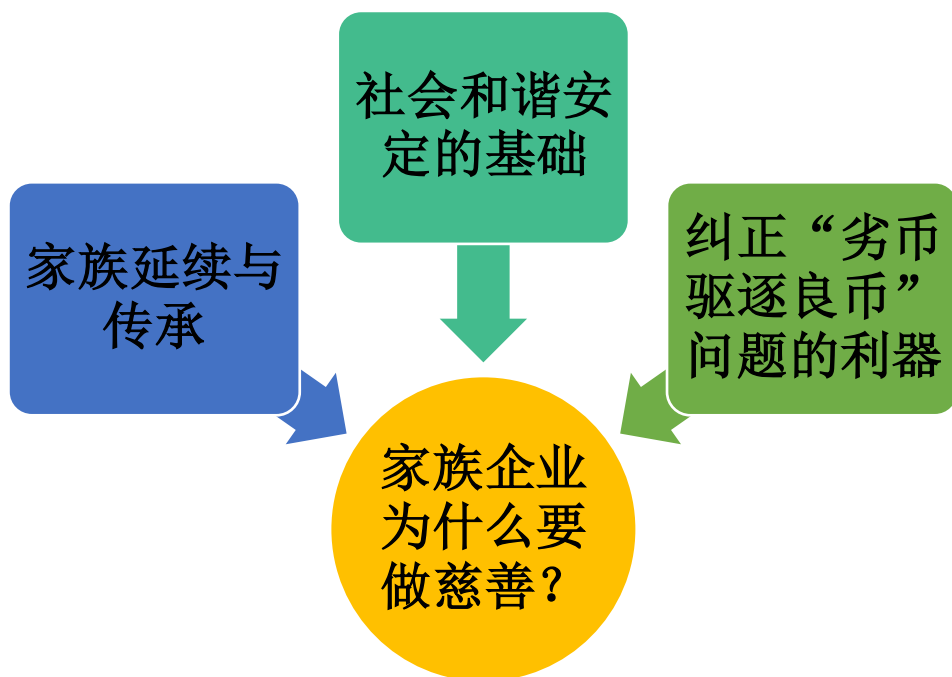
些有慈善情怀的政要退休后可以通过加入企业管理层开展慈善活动或通过慈善基金会直接雇佣有政治背景的人士。“但是我们有必要区分组织的政治纽带和个人的政治纽带，因为个人和组织形成的渠道、取决因素、以及输出效益都有本质上的不同。”

[43] 总体来说，无论是营利性组织还是非营利性组织，在效益产生方面，组织与政府的政治纽带要比个人与政府的政治纽带辐射更高效。首先，“机构与机构（政府）之间的正式关系能直接催生出合法性的关系，同时更能将慈善组织直接关联在政府机构下。” [44]其次，在对比个人影响力和机构的合作性影响力上，机构合作的渠道范围要更广，而非局限于个人人脉。另外，在面对不可预测的危机时，组织与政府之间的正式合作关系远比个人与政府的关系要稳定。[45]因此，在弹性和灵活性方面，组织与政府之间建立良性关系有利于慈善机构扫清不利因素。有学者曾对我国 2005 年至 2012 年 7 年间的慈善捐赠数据进行深入研究，最终得出结论：在组织层面与政府形成政治纽带更能吸引那些看重合法性的企业进行捐赠；对比而言，个人与政府或政府内的人员形成良好的关系对捐赠人的影响更小，因为捐赠人反而会更加怀疑这种所谓与政府内部人员建立起来的“合法性”关系。

中国的家族企业家在企业日常经营中普遍热衷与政府形成千丝万缕的联系。这种良好的关系在企业运营当中是非常有必要的，但不见得同样的商业运营理念也直接适用于慈善。在践行慈善、彰显家族企业家慈善情怀时，唯有突出家族慈善组织的整体魅力，而非个人魅力，家族慈善才能建立与捐赠人的信任基础。

第四节 中国家族践行慈善的必要性研究

家族企业践行慈善既是小家延续与传承的需要，同样也是通向大家和谐、维系社会安定的桥梁。主要有以下三点原因：



① 家族延续与传承（小家）——富不过三代？

相信没有一个家族愿意看到一辈子打拼创立的基业在未来的某一天被历史遗忘，都寄希望于家族的继承人能一代接一代把基业传承下去并发扬光大。但是几千年来，各朝各代的富商富贾始终被老祖宗留下的“魔咒”所困扰——富不过三代。到今天甚至还有一些家族迷信的认为，只要熬过了三代，四代五代乃至六代往后就可以高枕无忧。并不是这样的。这句话原本是出自《孟子》：“道德传家，十代以上，耕读传家次之，诗书传家又次之，富贵传家，不过三代”。中国人历来对金钱看得比较重，受传统观念的影响，父一辈传统地认为向下一代传资产、传家业、传财富才是对下一代最好的关爱。但仅仅传金银财富给下一代，而不从德行和价值观上予以引导，近现代历史上下一代肆意挥霍、骄奢淫逸、奢靡成性、坐吃山空、堕落不思进取的案例数不胜数。这就应了这句富不过三代的老话。

富不过三代的魔咒并不是无解，重点是传什么。将能直接创造社会价值的家风、家训、财富观、道德观、教育观传给下一代才是家业长青永葆活力的保障。我们经常听到一些父母单向子嗣夸赞家族积累的财富，这就无形当中就给后代子女灌输了重依赖、啃老、轻奋斗的想法。反观欧美一些家族，越富有、越节俭、越奋斗、越谦卑。“股神”巴菲特和钢铁大王卡耐基曾经都对巨额财富发表过一番言论：在巨富中死

去是一种耻辱。欧美国家建国时间早，欧美企业家在财富积累、认知方面走过的弯路、经验充足，因此对财富的认知也更为独到。例如，洛克菲勒是 19 世纪美国三大富豪之一，他一生赚了大约 1000 亿美元，为公益慈善事业捐献了 75 亿美元，却节俭到几乎吝啬的程度。他出门常住同一个旅馆，每次都挑选最便宜的房间住。旅馆的经理问他：“先生，为什么您每次都住最便宜的房间，而您的儿子每次来这里总是住最豪华的套房？”洛克菲勒回答说：“因为他有一个有钱的老爸，而我没有。另外一个例子，法国爱马仕家族创于 1837 年，至今已经传承到了第 7 代，在第五代掌门人路易·杜马斯接受采访时曾说：爱马仕不是我从父母手里继承来的，而是我从子女手中借来的。[46]在家族传承中，向后代借“财”富比继承财富责任更大，借意味着要还、要向后代交代家族，产生对财富的敬畏之心，而简单的继承则相比缺失了对未来肩负责任精神的传递。所以，与其做一个葛朗台或者没有消费节制的“富二代”，不如把更多关注点放在社会责任与慈善实践上，培养家族后代善财的价值观，认清家族财富与慈善的真正关系。继承财富本身没有错，但是如果后代在没有建立一个对财富完整、正确认识的前提下管理财富，那这种财富会很快扭曲一个人的道德观、价值观、甚至是消磨拼搏向上的奋斗精神。西方家族在去物质、重精神、重道德、重个人能力的培养在孩子很小的时候就已经开始灌输了，这种精神和价值观的传承值得我们中国家族学习。

目前中国家族企业多处在一个向二代传家的过渡阶段。家族传承是每一个家族企业未来必须要细细斟酌规划的问题。根据清华大学五道口金融学院全球家族企业研究中心的数据显示：当前中国民营企业的数量占到全国企业总数 70%以上，50 岁以上的民营企业家占比高达 67%，有超过三分之二的民企面临着企业接班换代的问题。然而接班换代并不像企业主管人接班更换那么简单，这里还涉及企业价值观、能力培养、家族价值观、三代及以上后代人教育等诸多问题。“财富传承一直是个世界性的难题，全球多个权威调研数据显示，家族企业及财富从一代传承到二代的成功率不超过 30%，从一代传承到三代成功率不超过 5%。”[47]而慈善活动作为一种物质传承与精神传承之间的过渡型媒介，有助于提高践行者的精神世界和道德情操、协助家族培养积极正确的价值观、积累家族声誉，所以慈善应当引起中国家族的重视。

② 促进社会和谐稳定的基础（大家）

先有国，后有家。财富取之于社会，同样也应通过有影响力的渠道散之于社会，

否则“一枝独秀”很可能会招致来自社会的妒忌。纵观人类 2000 多年的文明进程，阶层阶级之间的斗争从未停息过。1927 年发动的土地革命，打地主、分田地、废封建是那一时期的主要动向，那么细想为什么阶级斗争会存在呢？社会财富、资源分配不均衡、不公平、不公正是最直接的原因。在那一时期，少数人通过“快速致富途径”敛财过上了富裕的日子，必然会让大多数还在为解决温饱发愁的人感到不平衡，久而久之社会的稳定就会受到威胁。马克思主义对剩余价值的观点是：剥削是一些人或集团凭借他们对生产资料的占有或垄断，无偿地占有那些没有或者缺少生产资料的人或集团的剩余劳动和剩余产品。开国元勋毛泽东首先看到了影响社会安定和谐的问题所以后来才会有一系列打豪绅、资本家的运动。

1978 年改革开放为整个带来了新的开放机遇，也就是在这个时期中国家族企业开始快速成长、积累财富并获得了更多的话语权。但是，中国家族企业不应忘记历史的教训，只索取社会资源而不回报势必激化潜在社会矛盾。那么有没有一种既能避免社会贫富矛盾又能促进家族企业成长两全其美的办法？答案是肯定的——公益慈善。人民网评论称慈善是社会的第三次分配。水能载舟，亦能覆舟，唯有将财富通过慈善的形式向社会布施、关怀弱势群体、帮助缩小社会的贫富差距、协助政府解决社会亟需解决的问题，例如医疗、环保、养老等问题，中国的政治经济环境才能为家族企业发展营造更有利的条件，家族企业才会挖掘新的增长动力，进而促进社会各领域的良性循环。

③ 慈善是纠正“劣币驱逐良币”问题的利器

在与一些家族企业的谈论中，许多家族企业都在吐槽一个点——商业难做，人言难信。现如今的经济形势压力重重，去实体店采买的顾客数量大不如从前、虚拟经济真假难辨、制造业利润越来越薄等等一系列经济问题。除去其他因素，诚信的普遍缺位是阻挡经济前行最大的绊脚石，人民日报也评论说：道德沦丧是当前经济滑坡的根本原因。[48] 自中国建国起，中国的企业到现在经过半个世纪的弱诚信约束的野蛮成长后越发暴露出增长短板问题。在中国，有一个现象非常有意思，似乎遵守商业道德、秩序，履行企业社会责任的企业很难获得长足发展，投机倒把、扰乱市场秩序的企业反倒能占据更多市场。这样采取非道德手段扰乱市场秩序的结果只有一个，就是原本有良知的企业学着变坏，坏企业则越来越坏，每一个与之相关的利害者都要为失

信付出惨痛的代价。这样下去不仅商业环境更加混乱，更重要的是人与人之间的关系越发疏远、虚伪、互不信任。

看似这种社会失信和经济增长乏力现象与慈善并不存在关系，但实际上慈善活动可以间接起到“良币驱逐劣币”的作用。虽然慈善的主要表达形式是捐钱捐物，但慈善是一种事业、社会资源再分配的渠道、一种互助的文化，它更重要的是一种积极向上的精神和稀缺的正能量。国家和社会之所以如此重视慈善事业是因为经济、民生、发展都需要慈善的支持。慈善具有净化的作用，虽然不会直接拉动经济增长，但它可以间接通过慈善实践培养企业社会责任感、培育社会爱心、惠及民生、净化社会风气、温暖人心、重塑人与人之间的信任和希望，最后将这种正能量波及至社会更大范围。既然“劣币”多就会驱逐社会“良币”，同理，相信“良币”多也一定能驱逐“劣币”。这种仁与德高度统一的软实力，不单单是中国家族企业，所有中国企业都应顺应新时代的要求贡献自己的一份力，推动慈善事业创新发展，最终为未来经济增长提供强劲动力。

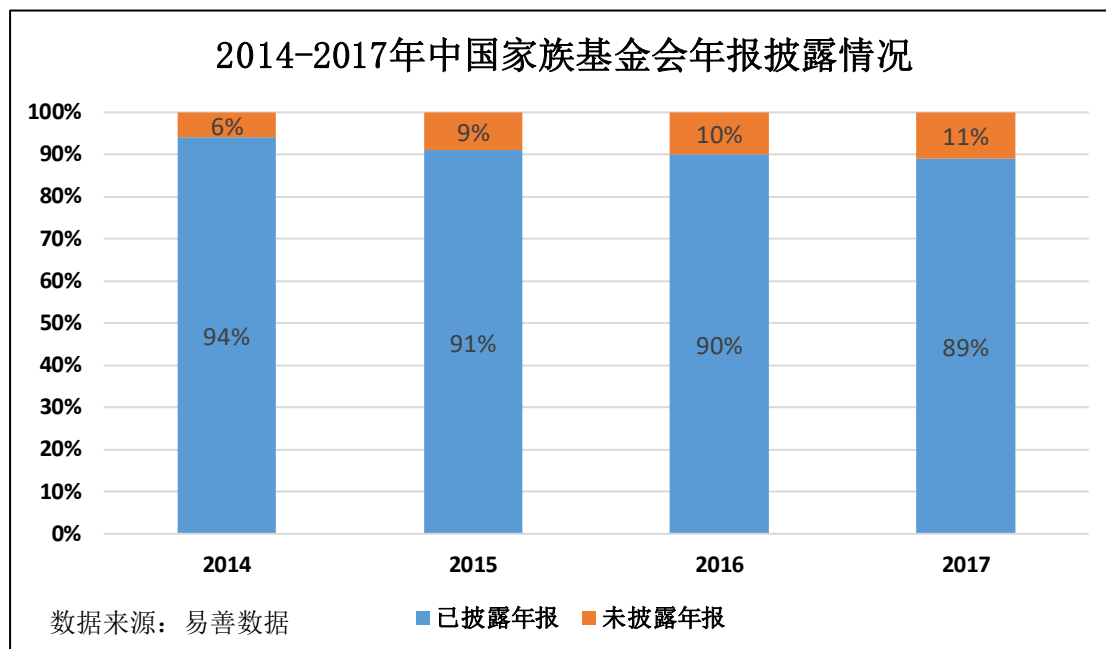
第五章



中国家族慈善当前面 临的难点与未来机遇

第一节 中国家族基金会当前面临的难点与不足

(1) 信息透明程度有下降趋势。前美国最高法院大法官曾针对社会问题发表过一番言论：想要解决社会问题和行业诟病，信息披露才是最好的“良药”，因为阳光是最好的防腐剂，灯光是最有效的警察。



(图表 19)

根据《基金会管理条例》和《基金会信息公开办法》的规定，基金会应当在每年 3 月 31 日前，向登记管理机关报送上一年度的年度工作报告。登记管理机关审查通过后 30 日内，信息公开义务人按照统一的格式要求，在登记管理机关指定的媒体上公布年度工作报告的全文和摘要。根据易善数据显示，截至目前，2014-2017 年虽然家族基金会的年报披露率在 90%左右，但这几年的披露程度呈下降趋势。社会是一面能有效发挥监督力量的镜子，作为中国公益事业的重要组成部分，家族基金会要想提升自己在公益事业的影响力或弥补自身的短板，提高信息开放程度并直面慈善实践中存在的问题才能在这条路上走得更远。同时，从长远角度来看，家族企业也应该意识到社会良性口碑能反哺家族传承延续的问题。

慈善捐赠的不透明潜在反映出的是慈善信任危机，这也许最终会导致一系列连锁反应。例如，家族企业捐赠的不透明会引来公众的不信任，信任危机又会影响民众对家族企业慈善手段的偏见，进而影响家族的行业声誉，而后扩散至整个市场，最终慈善热情消退，支出相应减少，社会矛盾加剧等等。因此家族企业在对待透明度的问题

时应施以全局的眼光，积极主动披露捐赠信息，让公众监督自己，同时也为其他组织机构树立慈善标杆。换一个角度看问题，透明其实并非“裸体”，家族企业应本着真实性、完整性、及时性、易理解性和受益群体隐私性五大原则理性披露。



- **真实性：**即家族企业所披露的慈善信息必须真实可靠，符合实际捐赠情况。
- **完整性：**所公开信息要具体到细节，例如：活动具体时间、地点、捐赠数额、具体受益人、见证人、影响效果和不足披露等等。
- **及时性：**捐赠信息的有效披露会帮助家族基金会及时从社会获取反馈信息，有助于家族后续改进并提升未来慈善实践方法。
- **易理解性：**家族企业做慈善不是为了追求脱离社会根基而存在的象牙塔，而是需要广泛群众基础的慈善事业，如若慈善实践的方式不被社会理解再加上信息不为社会所知，则慈善的进一步推广就会受到阻碍。
- **受益者隐私性：**在慈善信息披露的过程中，家族基金会应首先筛选、甄别出信息的接收者和信息利害关系者，并站在他们的角度看待问题。一些受赠人的心理承受能力非常脆弱，家族慈善活动应主动避免曝光这一类信息，尊重个人的隐私性。

(2) 家族慈善影响力偏弱

经过多年的素质教育投入，我国民众受教育程度和基本素质较以前有了很大程度的提升，但是总体看仍有提升空间，在慈善领域主要反映为对企业做慈善的不理解和偏见。2008年汶川大地震之后，许多企业纷纷慷慨解囊，但事实是一些企业得到了民众的好评和理解，而一些企业捐了款反倒遭到了民众的指责。有调查显示：捐赠及时、数目大、捐赠频率高、方式独到的企业容易符合民众心中社会责任感强的标准。相反，那些利润高的企业如果捐赠金额达不到民众心中的标准，则容易被认定是动机不纯、社会责任感弱的企业。典型的例子就是万科集团董事长王石曾扬言道：200万元是一个合适的数额，企业活动应该可持续而不应该成为负担……员工捐款以10元为限等等。但王石的言论一发就遭到了群众非理性抵制，一方面反映出民众思想觉悟和对企业慈善行为的理解的确有待提升，同时也反映出有一部分群众仇富偏激心理。

想要在短时间内改变或提升民众对慈善的认知能力绝非易事，但是家族企业完全可以借助业内有权威、影响力、有良好声誉的媒体传播理性慈善知识。媒体是传播慈善信息最有效的途径之一，也是帮助社会获取慈善知识、理解慈善人心理、发扬慈善精神的重要方式。但不一定所有媒体都是理性客观的，一些主观性较强的媒体则更倾向反映社会情绪而缺乏对慈善精神的深度解读，因此，家族企业在慈善实践中应当选择合适的媒体进行信息曝光并注重信息传播的质量、内涵、以及教育性质。

在和一些家族企业的创始人交谈中我们发现一些家族企业在做慈善时受佛教影响较深而且偏好低调为自己积“阴德”。殊不知在目前我国慈善发展的还不太健全的情况下，这种低调正是与民众产生不对称信息的根源，而且低调有可能引发公众对捐赠家族的猜忌影响慈善进程。也许很多人并不知道中国银行是第一个为汶川大地震捐款的企业，但是大家一定记得当年荣钢董事长张祥青在中央电视台“爱的奉献”大型捐助晚会上手捧3000万并答应再追加7000万的事迹。通过权威媒体对消息的传播，公众不仅获悉了捐赠事实，提升了捐赠的透明度和慈善影响力，同时也是一种对社会其他各界慈善的勉励，有利于带动其他有慈善意愿的个人和企业积极投身于慈善事业当中。坦诚来说，低调捐赠、低调慈善有其存在的价值，但就目前社会对慈善存在较多偏见的情况下，通过合适的媒体对外理性的宣传慈善实践，在现阶段来看是非常有必要的。

(3) 家族基金会内部大多缺乏主动监督机制

在社会公职部门，之所以公职部门近年来透明度和办事效率都有所提高，是因为受到了广大民众的监督，同时在法律和媒体的双重约束下，权力滥用的现象才转为良性发展。同样地，在商业领域，尤其是上市公司当中，主动监督问责的关系体现的更加明显，即公司的任何决定都要向股东负责，受股东的监督。但是在家族企业下设的基金会当中，既不存在股东，又很少存在特别设定的慈善监督人员，而且一些基金会完全是家族企业下设的内部机构，所以慈善实践的好与坏对一些家族基金会来说主要靠创始人对慈善的热衷程度、自律程度和慈善概念的理解程度。另外，家族基金会要向不同的捐赠受益人负责，这个群体基数大、多样性高，要想让受益人对家族基金会进行监督实非易事。因此，家族基金会应该考虑在内部设立内部监督机构，并由没有利益互相冲突的人员构成，一方面可以及时矫正错误方向、规范慈善实践行为，另一方面它还具备协调各方潜在矛盾和冲突的功能。

(4) 慈善实践主动性有待提升

当前中国家族企业践行慈善时商业目的性较强而主动性偏弱。有时为了换取良好的企业发展机会，一些家族企业必须与政府建立良好的政企关系，同时政府也想从中换取“业绩”。这样一来，慈善就成了博取政商关系的“牺牲品”和企业的“救命稻草”而非真正意义上的公益慈善。这样的慈善其实是非常脆弱的，因为它受利益的影响非常大。因此，日后为了提升慈善实践的质量、层次和初心投入，政府应主动与企业划清利益界限，并积极培养家族慈善的单纯性与主动性。

(5) 慈善认知存在思维定式问题

根据采集数据分析，在中国进行慈善活动的家族企业家主要分布在经济较发达、思想较先进的东部沿海，例如北京，上海，广东，深圳。而其他发展相对落后的地区则不太容易产生慈善活动。除经济原因外，思想的滞后性、信息的封闭性以及慈善排斥的态度都制约了那些地区慈善事业的发育，这样不均衡的结果只有“强者恒强，弱者恒弱”。所以想要打破这种局面，让慈善事业遍及全地，中国家族企业还有很长的一段路要走。

虽然我国近些年兴起了慈善社区概念，走群众化路线，例如文明社区、共建美好社区、和谐社区等等。但是我国一些民众对慈善的理解仍然停留在初级阶段，而且对慈善抱有疑惑和偏见，例如“做慈善还能赚钱”，“慈善是富人的专属”，“慈善和我们老百姓有什么关系”等等一系列认知局限问题。如何有质量的教育公众，提升国民素质，并改善公众对公益慈善的老旧偏见，还需要政府立法层面和监管层面上的不懈引导。这些问题政府如果不能及时出面有效引导，中国慈善环境的恶化最终只会打击慈善实践的积极性。所以脱离群众的家族慈善不是高质量的慈善，扎根于群众、给养于群众，才是慈善永葆活力的源泉。

第二节 家族慈善未来发展建议

(1) 理性慈善

慈善不应成为任何个人和家族企业的经济和道德负担。从资产负债的角度，公司进行慈善活动将直接减少本期公司的资产和受益数据，捐赠数额越大，直接财务影响也就越大，而且市场有可能不会因此而反馈预期的效果。有学者曾对汶川地震中 385 家捐赠企业进行过数据研究，结果发现，“市场反应与公司捐赠的力度和及时性呈显著负相关，即金额越大、及时性越高的捐赠，其市场反应为负，而消费者口碑敏感型公司的市场反馈更差；投资者对捐赠决策所反映出的公司治理的关注更甚于对主动捐赠还是被动捐赠的关注。”[49]其次，非理性慈善实践也会导致机会主义的产生和声誉的意外转移，“捐赠，尤其是过度的、不必要的捐赠可能仅仅是公司直接管理人员提升其‘公益声誉’、享受‘公益便利’的一种滥用公司资产的机会主义行为。”[50]由于相关慈善活动的权利和捐赠回报的直接享受者是公司高管，所以捐赠实际上是有利于高管个人的声誉私利。[51]因此家族企业在进行慈善实践的时候，应根据企业盈利能力和现金流水平理性开展慈善活动，同时要以家族的利益为中心，注意防范过度下放权利和过度追求慈善的市场经济价值而产生的机会主义。

(2) 防范“伪慈善”

不是所有的慈善都是真慈善，不是所有的真慈善都是好慈善。随着中国慈善事业的成熟与互联网技术的进步，一些打着“爱”与“善”旗号诈捐的假慈善活动逐渐露出水面，蒙蔽了家族慈善家和公众的眼睛，给正常慈善活动蒙上了阴影。例如 2017 年

曾出现了不少伪慈善的案例，像“同一天生日”事件、云南“慈善妈妈”博取社会同情敛财骗取政府优惠事件、善心汇打着“行善助人，共同富裕”虚假口号发展下线非法传销事件、网络主播大凉山虚假捐赠拍摄视频骗取粉丝礼物事件等等都是非常让人痛心的伪慈善事件。

“伪慈善”的明显特点就是以慈善的名义骗取公众同情心进行欺诈敛财，而且常常具有迷惑性，比如用“爱心”、“美好人间”、“真情”、“爱心宗教”、“互联网+”、“一带一路”、“购买爱心”、“爱心下乡”、“扶贫济困”、“共同富裕”等新词汇，辅以利益引诱骗取钱财。

“伪慈善”害人害己。家族企业在参与慈善实践向个人、组织提供帮助的时候务必要擦亮自己的眼睛，辩证看待一些媒体的报道。人言可畏，一些不负责任的媒体会拉“虎皮”虚张声势赚取噱头。和“伪慈善”沾上边财务损失是小，对企业名誉的玷污是长期性的。因此家族企业在寻找合适的捐赠项目和捐赠对象的时候要眼观六路，耳听八方，尽可能搜集必要的信息，防止上当受骗。

(3) 与时俱进解放个人思想，提升家族企业社会责任感。

根据胡润研究院发布的《2018 中国企业家家族传承白皮书》，一代企业家的平均年龄为 55 岁，可追溯到 1963 年。[52] 中国从 1949 年建国至今催生出了许多家族企业，但是在那个时代由于政治、经济、文化、教育发展非常落后，导致有一些老一辈的家族企业家的道德水准和基本素质跟不上如今时代的需求，还停留在上个世纪，并没有认识到公益慈善对家族、企业乃至整个社会带来的潜在价值。如今，企业的社会责任感和慈善捐赠是社会公众考评一个企业形象的关键指标，同时也是整个社会所推崇的主流观念。

(4) 摆正慈善动机，加强企业对慈善概念的认知能力

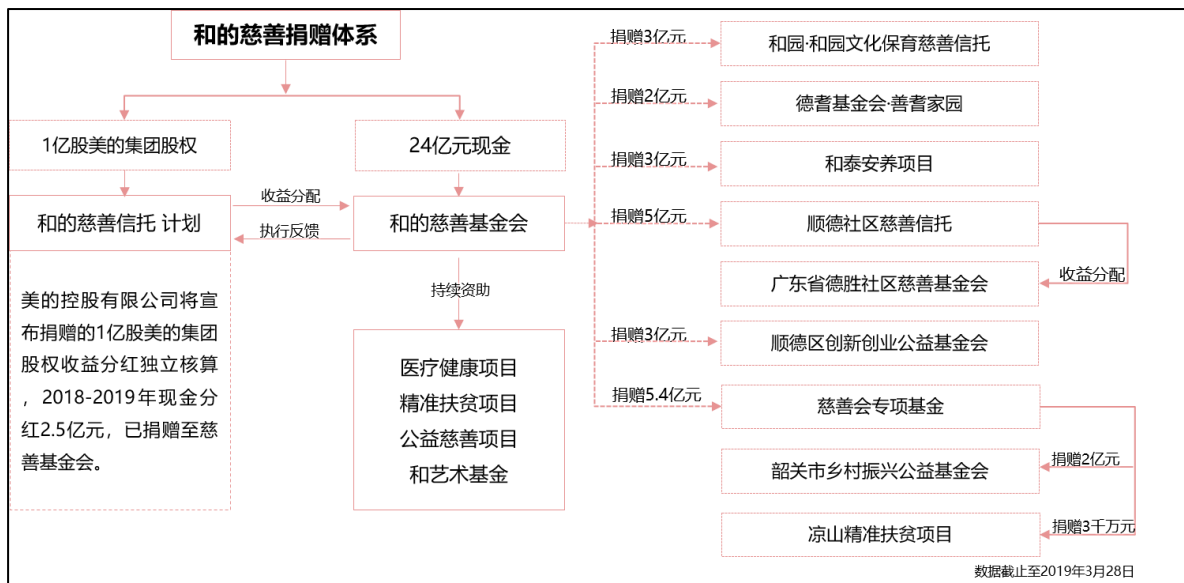
Mork 和 Yeung 学者指出与支持社会活动和慈善公益相比，家族企业更擅长于尽全力保护家族的利益，但是在实际慈善行动上 Godfrey 认为家族企业参与社会慈善的动力和目的非常明显，因为在面对危机时，在消费者面前保持一个良好的形象，对供应商展现一个完美的声誉形象是一个家族企业的保障。[53] 有机构曾对中国 4586 个企业履行社会责任的动因做出过调查问卷，结果显示“提升企业品牌形象”是 12 个选项

当中比重最高的，占比 71.3%，一心“为社会发展做贡献”的只有 38.9%，而后是“树立企业家个人形象”（29.1%）。由此可见，绝大多数企业在真正面对慈善或社会责任时，功利性较强，真正的动机并不是慈善本身，而是看重了慈善所引申出的利益关系。企业做慈善的确最终可以达到建立行业声誉，塑造企业家慈善的形象，更好的为企业引流提升盈利性，但是如果从一开始家族企业家对慈善的“工具性”更看重的话，实践中慈善的发展质量、积极效用和普及程度一定会大打折扣。但是现实生活中并不是所有人都是道德圣人，大多数情况下慈善捐赠人还是有功利考量的，这一点无可厚非。民众应在有适当功利考量的前提下对捐赠人给予更多宽容和理解。

（5）专注并提升慈善的可持续性和有效性（何享健家族慈善案例）

在一些做慈善的家族企业家心里，他们传统地将捐赠数额大作为“好”慈善的唯一标准，却忽略了慈善的可持续性和有效性。针对这个问题，2016 年颁布的《慈善法》第五十四条对慈善的有效性和可持续性进行了特别批示：慈善组织为实现财产保值、增值进行投资的，应当遵循合法、安全、有效的原则，投资取得的收益应当全部用于慈善目的。如果家族企业做慈善不能持续产生有效、积极的社会效应，漫无目的的捐赠则无异于败坏企业资产。倘若 1 元的慈善捐赠能在中长期内产生 10 元或者更高价值的社会效用，就是有效的捐赠；相反如果 10 元的慈善捐赠只能产生 1 元的社会效用，那就是不成功的慈善，社会问题不仅没解决，反而会加重企业的财务负担，得不偿失。下面我们就以何享健家族慈善为例，探索他在慈善可持续性与有效性上的不懈实践。

何享健系美的集团创始人，自 1968 年创立公司时慈善活动就时有发生。在早期，何享健的慈善捐赠大多是零散的个人和企业捐赠，后期成立了家族基金会进行慈善捐赠。2010 年何享健之子何剑锋成立了广东省盈峰慈善基金会。2013 年何享健家族成立广东省何享健慈善基金会，4 年时间以深耕佛山顺德为基础，捐赠岭南园林一座，发起建设公益养老院 1 家，在全国 5 个省开展 298 个慈善项目，资助了 148 家机构。[54] 2017 年 7 月，何享健慈善基金会更名为广东省和的慈善基金会，宣布 60 亿元慈善捐赠计划，以慈善信托+基金会双轨慈善模式运行。



(图表 20)

上图为何享健家族慈善捐赠体系结构图。其中一亿股美的集团股权用于成立永续慈善信托；24 亿元现金用于支持养老、文化、青年双创、社区发展、精准扶贫与乡村振兴等公益慈善项目，并设立了总额 5 亿元、当年全国资金规模最大的顺德社区慈善信托，以及国内第一个支持文化保育的和园文化保育慈善信托。

何享健本人将慈善作为了家族精神和文化传承的重要载体，积极构建可持续、自生态、多层次、立体式慈善结构。在整个捐赠结构中，慈善信托和各非营利组织的作用显著。其中非营利组织充当了家族慈善活动的运行和管理工作的角色，而慈善信托的主要作用是承担资产保值、增值的工作，同时信托所产生的收益将进入非营利组织使用。在宣布捐赠计划之初，和的慈善基金会就已经充分考虑到了公益慈善与家族传承之间的关系以及慈善相关活动的可持续性、有效性、科学性。例如和的慈善基金会不仅设立了慈善信托（和的慈善信托（计划）、顺德社区慈善信托、和园文化保育慈善信托），而且还协助孵化基金会来支持青年创新创业、顺德社区发展、传统文化保育，把授人以渔的观念发挥的淋漓尽致。

何享健本人退休后在公开场合演讲时讲到自己对慈善的理解：“为更系统和可持续地推动家族慈善的传承和发展，我决定成立一个考虑得更远、能够传承的家族基金会，从一个企业家的角度，做一些有利于社会、有利于民生的实实在在的事情。”

[55]与传统的直接捐赠、捐钱捐物输液式慈善相比，何享健家族慈善有着更长远的眼

光，而且在模式上本着授人以渔的核心思想为困难群体谋长远的公益福利，培养受益人未来独立发展的能力。除此之外，何享健家族的一些慈善养老项目具有闭环生态生长能力，即产生利润，利润反哺项目，最后达到慈善项目独立支撑的能力。何享健不是一个人在战斗，他还联合社会资源共同为慈善事业倾注力量。以善耆养老家园项目为例，这个项目共获得了 369 家企业（单位）和 98 位爱心人士捐赠，认捐总额达 1.9 亿元。[56] 这种直接针对社会问题、系统性强、组织架构清晰、可持续、有效性强的家族慈善模式值得其他家族企业学习、借鉴。

（6）培养慈善的匠人精神 & “4321” 模型

家族企业在做慈善时可以考虑借鉴日本企业家身上与生俱来的匠人精神。所谓匠人精神就是要在所追求的事情上精益求精，达到让公众无可挑剔的地步。但是日本其实并不是匠人精神的发源地，而中国才是原创地。[57] 与研发一款受市场欢迎的产品类似，家族企业家如果能让慈善发挥出更多魅力，让慈善的有效性更深一层次，则需要精心设计、把关慈善的每一道工序。

《慈善法》第五十六条规定：“慈善组织应当合理设计慈善项目，优化实施流程，降低运行成本，提高慈善财产使用效益。”所以建议家族企业在投身慈善实践时可以考虑“4-3-2-1”模型分配：

- **“4”**：良好的开端是成功的一半，建议 40% 的精力可以放在慈善项目前期准备工作上，包括但不限于：发现社会问题、分析社会问题本质、探究困难群体需求、捐赠形式和渠道的确立、成本预算规划、捐赠计划研讨、可持续性捐赠设计以及捐赠风险控制等。前期准备工作越充分将有助于看清社会难点问题，执行过程中解决问题也会更得心应手。
- **“3”**：在正式执行捐赠计划之前，家族基金会可以考虑将 30% 的时间投入到模拟捐赠过程当中，或者通过开发小范围试点的模式，先行测试、评估捐赠效果，为后期的大范围的慈善实践推广提供缓冲的余地。这样家族企业还能留出更多时间灵活修改捐赠计划，有选择性地保留收效成果好的流程和方案；成本高，效果差的环节直接剔除或依据实际捐赠情况提出改进，这样一来，和“裸捐慈善”相比，论证环节就发挥出了更大的时间价值。
- **“2”**：在家族企业对捐赠所有细节方案论证更新后，剩下的 20% 就是按照方案严格

执行慈善实践。一些对慈善持有传统观念的家族企业简单的认为把资源捐赠给受益群体后，整个慈善实践的目的就达到了，其实不然。影响力反馈与监督是完整结束一个慈善项目的必要环节。

- “1”：家族企业慈善家的最后一步应拿出 10% 的精力亲身或安排专员对产生的社会慈善影响力和有效性进行细致评估、监督与反馈，确保每一分钱要有它的价值。监督反馈是观察项目长期可持续性的重要手段。如果省略了最后的反馈环节，家族企业家也就无从得知慈善的真正效果如何以及这种方式是否适合长期执行。在一条错误的路上走的越远，浪费的企业资源也就更多，最终结果只会是慈善的资源越来越稀缺，但效果却越来越不显著。

第三节 家族慈善未来发展的机遇与可行合作方向

(1) 让家族传承融入慈善实践

家族企业应理清财富、家族传承、和公益慈善三方面的效力关系，家族传承处于最中心，是财富和慈善的重要载体；财富是家族传承的经济基础，决定了慈善的高度；公益慈善则是家族永续传承的精神支撑，帮助后代建立“善财”价值观。三者互相依赖、互相助力、互不排斥。正所谓财富取之于善，用之于善。一些家族企业家在面对公益慈善时误认为慈善只是一个企业家、企业目前生存才需要的暂时补给，而忽略了慈善带给整个企业、整个家族传承的未来长期效益。美的创始人何享健退休后便开启了他“新一段的人生”，2014年2月，他在以本人命名的慈善基金会成立仪式上透露，这段新的人生就是“做一些慈善事业，回馈社会、回馈国家和地方”。从一些慈善活动上，我们可以看出他不仅仅想把企业慈善作为他个人和整个家族的一份新事业，他更想把慈善精神和价值观烙印在整个家族文化上，并一代一代传承下去。

时代更迭，在未来的几十年里，家族企业家面对的首要问题就是传承问题，向下一代接班人传什么更有价值、传给谁最合适、怎么传最科学、最有效、最具持续性。何享健非常重视慈善对家族传承精神的培养，在 60 亿元慈善捐赠仪式上，何氏后代子女悉数到场，何享健之子何剑峰发言表示非常认同父亲应用慈善对家族教导的方式：“价值观才是最好的传承，美德才是最大的财富”。[58] 所以，将慈善的精神融入到家族传承中去是提高家族成员凝聚力、家族传承成功率、提升家族的社会软实力、促进社会和谐的重要桥梁，因此这种双赢模式值得中国每一个家族实践学习。

(2) 社会创投 (Social Ventures)

未来，家族企业家应将重点放在慈善事业的全方位、多方面生态性发展上，即重视慈善项目的独立、自我造血能力。否则一味的依赖最终只会加重家族的捐赠负担，这不是慈善的初衷，家族与社会双赢才是慈善的本意，同样这也是社会创投的本意。

社会创投是近些年在西方慈善领域里非常提倡的概念。美国社会创投联盟对其定义为：它是一种由社会企业家成立的企业或组织，意在通过提供系统性的解决方案来达到一个可持续的社会性目标；它的主要服务对象是那些经济地位处于金字塔底端的群体，家族企业可以通过专门为这群人创办新公司或开发独特的产品来帮助他们渡过难关并实现可持续“造血”的功能。

印度经济学家普拉哈拉德的著作《金字塔底层的财富》指出，主流经济中存在一种“替代性经济”并认为生活在金字塔底层的群体会经常因为其低下的经济地位而必须承受“经济惩罚”，即他们必须为生活的必需品付出比城市的居民购买商品更高昂的价格。[59]一些原因在于这些群体所处的地理位置比较偏僻、交通不利、服务经销商数量极少，所以消费者必须溢价购买服务。这些处于社会底层的群体原本财力就有限再加上还要为生活必需品或服务付出额外的代价，久而久之物质和服务需求同落后生产力之间的矛盾就越来越激化，各类社会问题也就越来越突出。但是这也向我们暗含着社会创投是一个巨大的市场，企业家可以通过开发这一新兴市场，降低困难群体的生活成本，同时获取相应的收益。既能获得社会效益，又能带动经济致富，两全其美。以下是社会创投的两个例子：

来自巴基斯坦并曾获诺贝尔奖提名的 Akhtar Hameed Khan 就是社会创投的一个很好的例子。他毕生创立了两个社会创投项目，第一个是 Comilla Cooperative Project（孟加拉国库米拉合作项目），它旨在为巴基斯坦的农村地域建设基础工程，造福困难群体，虽然项目并不是很成功，但是它为第二个项目积累了丰富的经验。第二个项目是 Orangi Pilot Project（巴基斯坦 Orangi 地区飞行项目），属于非政府性组织，除了帮助当地 72000 户居民解决卫生、健康、住房、教育、家庭规划服务外，项目的另一大特色是提供小微贷款服务。解决了数万人贷款成本高、贷款难的问题，从而支持了当地商业经济的可持续发展，赋予了当地居民平等享有资源、独立发展的机会。

另一个例子：司考特·哈里森（Scott Harrison）是一位倡导环保的先驱。在西非利比里亚生活了一段时间后，他深刻的认识到缺少干净、可直接获取的饮用水是制约地区发展的重要原因，之后他下定决心来改变这种形势并在 2006 年成立了与水资源相关的非营利组织，叫做 WATER（水），它的主要活动就是利用慈善捐赠款将纯净的水源引入到水资源非常匮乏的国家和地区。尽管经济下行，但是他的组织还是在 2011 年创立的头半年实现了资产翻一倍。在接受采访时他说道：我们所创立的组织已经为全世界 17 个国家超过 100 万人提供了珍贵的水资源，虽然我们是一个营利性初创组织，但是我们并没有任何收益，因为我们一直在把取之社会的收益又散之于有需要的人群。在组织运行期间，哈里森意识到现有的运营方式商业性质过于浓厚，而且不利于培养当地居民日后独立、可持续的生活。因此他又为缺水地区的水资源开采项目注入大量资金，并培训当地人如何获得水资源以及其中的饮水卫生问题，他的出现极大地帮助了当地民众摆脱了来自水资源的辖制，提高了生活质量。

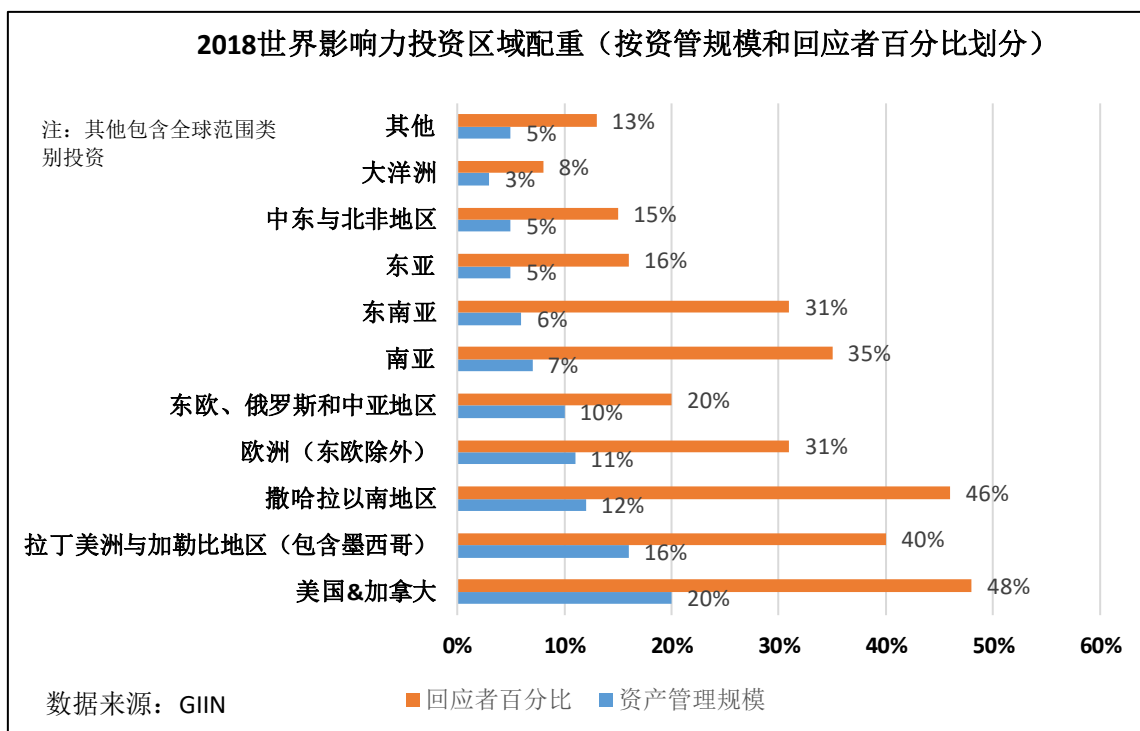
从以上两个社会创投实例我们不难发现社会创投作为慈善的另一个分支不仅是社会资源再分配的有效工具，更重要的是相比直接的物质、金钱捐赠，社会创投所产生的积极影响更具持续性、在中长期内能培养受益人独立生活的能力并减少捐赠人负担的同时捐赠人还有获取收益的可能，何乐而不为呢。

（3）社会影响力投资

美国管理学大师彼得·德鲁克在其著作中写到：商业中合适的社会责任是把一个社会问题转化为经济机遇和经济效益，而后转化成生产力、人自身竞争力、良好报酬的工作，最终转变为社会财富。追求利润是商业的属性，但一个不能在利润上有所突破的公司算不上好公司，因为它没能很好的对股东负责；同样地，如果一个企业不能担负起社会责任，一个企业也同样算不上伟大。只有既兼顾利润又兼顾社会效益的企业才算的上是合格的企业。

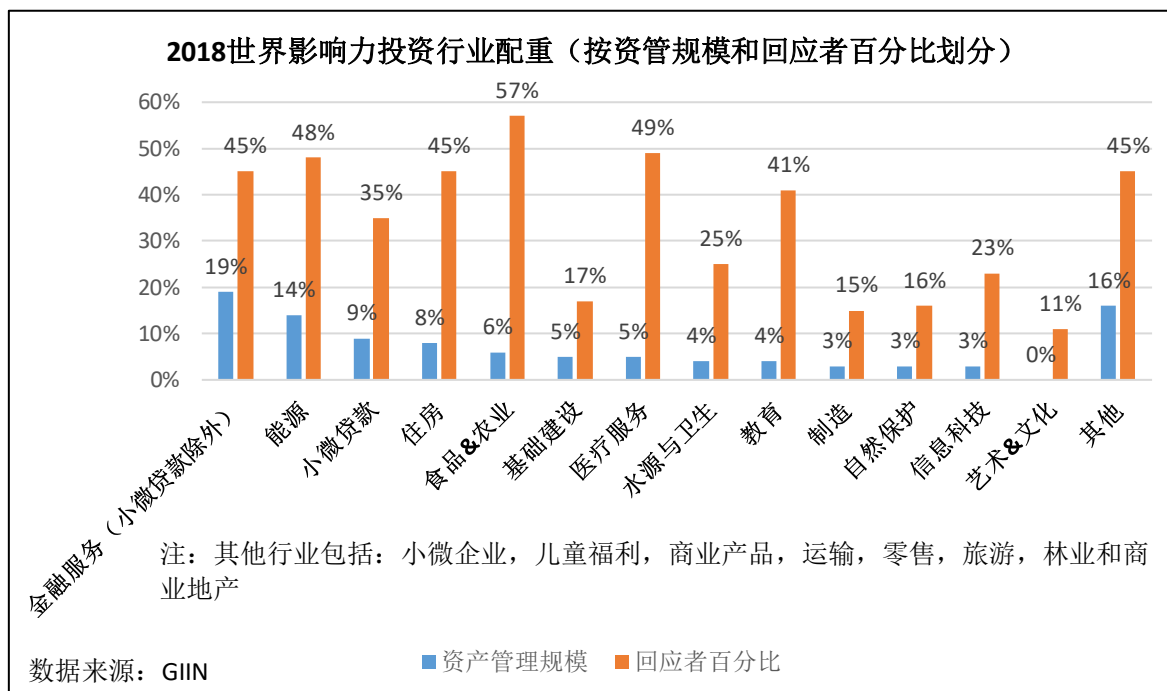
2007 年，美国洛克菲勒家族基金会对外宣布了一个全新慈善概念：“影响力投资（Impact Investing）”，这个概念的目的是既要考量公司的财务回报，又要考虑社会和环境的影响。近十年来，大量商业家族和机构资本涌入到这一领域。全球影响力投资组织（GIIN）在 2018 年调查发现，全球影响力投资资产规模总额已经超过了 2280 亿美元。其中北美和加拿大地区所占有的管理资产额最高（下图），达 20%；中国所隶属

的东亚地区影响力投资资产总额也只有 5%，与发达国家存在较大差距。



（图表 21）

从社会影响力投资的领域来看（下图），金融服务（除小微金融）、能源、小微贷款、住房、食品&农业、基础建设、医疗、水资源&卫生、教育、制造业分别占据了热门领域的前十位。



（图表 22）

影响力投资是慈善的一个非常重要的趋势，也是协助完成联合国 17 个可持续发展目标 S.D.G 的重要一步。美国洛克菲勒家族基金会管理主任 Saadia Madsbjerg 在阐述家族基金会从中扮演的角色以及为什么影响力投资是家族基金会的首要任务时说“为了达成联合国倡导的可持续发展目标，社会各界都付出了许多，但是影响力投资每年仍有 2.5 万亿美元的财政缺口，为了填补这一缺口，私人财富家如果想要参与进来，被接受的程度还是非常高的。” [60] 约翰霍普金斯大学公民社会研究中心主任莱斯特·萨拉蒙教授认为未来全球社会影响力发展程度将有很大的上升空间，而每年社会的融资规模只在 100 到 120 亿美元之间，缺乏能吸引大量资本的创新项目及思想是制约发展的一个重点因素。

习近平总书记在十九大报告中指出：“中国特色社会主义进入新时代，社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾；人民美好生活需要日益广泛，不仅对物质文化生活提出了更高要求，而且在民主、法治、公平、正义、安全、环境等方面的要求日益增长；我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段的基本国情没有变，我国是世界最大发展中国家的国际地位也没有变。” 根据世界银行人口数量预测最新数据显示，在世界人口排名 2018 中，中国人口数量 14.09 亿(国家统计局数据 2015 年，13.75 亿人)，依然是世界上人口最多的国家。近些年中国经济腾飞，成为了仅次于美国的世界第二大经济体，中国人民对需求的质量较以前相比都提出了更高的要求。但是由于人口基数大，优质资源像教育、医疗、卫生、环境、养老等分配的不均匀势必会加剧社会矛盾和拉低幸福指数。因此为了解决这个矛盾，单单靠政府来解决大范围的矛盾是不够的，还需要家族、企业、慈善组织和个人来共同担负起社会的责任。目前影响力投资对我国绝大多数家族来说仍然是一个还未深度开采的行业，这对于家族、企业来说蕴含着更多的机遇。

在履行社会影响力投资上，中国家族企业可以借鉴洛克菲勒家族基金会的三步走模式：第一步直接与资产经理人商讨资产的结构并将灵活的资金用在既可以规避风险，又能营造良好社会氛围的资金结构上；第二步把过往的影响力知识和经验（主要来自于拥有百年历史的科学，数据，和金融方面的实践）予以归纳总结并为下一代影响力投资的基金积累做准备；最后一步是衡量家族在行业当中的声誉并积极与非传统的慈善支持者合作，以重点解决全球所存在的一些大挑战，例如，洛克菲勒家族基金会现正着手用 7.5 亿美元在全球范围内寻找可重塑性高的城市投资基础设施来协助困

难群体处理好 21 世纪城市化、气候变化、社会资源分配不均等问题。

对中国来说，影响力投资还属于新鲜事物，社会当前对其理念认可程度较低，但其潜在能量不容忽视。“数据显示，中国市场在扶贫、养老、环保等社会需求领域涉及到 4 亿人口，市场总量近 50 万亿元。” [61] 原社会价值投资联盟（深圳）轮值主席、国家科技成果转化引导基金理事长、原招商银行行长马蔚华曾就社会影响力投资说：“当前经济发展有两个特点，一边是财富急剧增长，一边是环境破坏、贫富差距拉大，解决这些问题，最好的方式是，让这些创造财富的企业，从一开始起步时就将财务指标与社会影响力共同作为发展目标。” [62] 在起步阶段，中国家族企业家可以先就国内可行性高、风险较低、见效快、影响力范围广的社会问题下手，以积累初期经验，同时在全社会加以地域推广、人才培养、创新，只有社会人力、资本共同参与的情况下，商业向善、企业向善、资本向善，才能实现中国社会影响力行业的健康可持续发展。南都公益基金会理事长、中国慈善联合会副会长徐永光也曾在参加英国下议院“英国-亚洲社会投资政策对话”活动中信心满满地说：“中国有望成为社会企业和社会投资世界第一大国”。他认为，影响力投资解决了纯商业不能做的事情，“它照顾到了环境和社会的正面效应，也解决了纯公益不能做的事情，因为它能通过资本运作，给公益事业带来效率和创新。” [63]

（4）社会责任投资指数

未来家族企业参与社会影响力投资的方式主要有两种，一个是下属基金会通过广泛吸引社会资本的方式领导社会各界投身社会公益，另一种方式是通过捐赠基金会资本间接参与到影响力投资进程。就当前来看，影响力投资在中国仍然缺乏一个统一的、能衡量社会影响力的量化标准。资金投给谁、如何投最有效、投后社会效益如何、经济效益又如何等问题中国家族基金会应给予更多考量。在社会责任投资指数方面，中国应多多借鉴美国的社会责任指数（MSCI KLD 400 Social Index）。

美国社会责任指数（MSCI KLD 400 Social Index）前身叫多米尼 400 社会指数，（Domini 400 Social Index）它创立于 1990 年，由 400 个在社会责任方面出色的上市公司组成，是第一个社会责任投资指数（SRI）。入选指数的标准非常严格，想要成功入选，上市公司必须要在对待员工、人际关系、产品安全性、环境友好性、以及公司治理方面要有杰出的成果。一些像涉及酒精、烟草、军火、博彩、核动力的公司是

完全不被考虑在内的。随着主流社会越来越接受 ESG 策略（即环境、社会、和公司治理），越来越多的投资者选择为那些能真实反映公司社会价值、并且兼顾环境、社会和公司治理影响的企业注入资本。这个指数由美国 KLD 研究分析公司专门进行维护，而且这 400 个公司名单不是一成不变的，每 3 个月就会基于公司的 ESG 测评分数进行更新。除了基本的指数特点外，这类责任指数对于投资者来说风险较低，因为指数由社会责任特征良好的企业构成，投资者、公司、以及社会公众的共同利益一致性非常强。投资者在间接向这些公司投资的同时也间接参与了公司对外社会公益慈善的项目。

我国目前发展较成体系、涵盖范围全面的社会责任指数数量非常少，大多与环保主题相关，例如泰达环保指数、巨潮环保指数。CBN-兴业社会责任指数是近十年里设计较为全面的一个指数，共含有 100 家在履行社会责任方面表现突出的上市公司，它将公司的经济、社会、环境、公司治理等多个指标融合在一起，每年按照评分更新成分公司，与 KLD 400 社会指数相比，兴业社会责任指数构成比较明显的一个特点是金融、工业、能源、材料行业的覆盖率相对较高，而信息技术和医药卫生覆盖过低。主要原因与我国行业增长拉动力、国家政策及技术发展程度有关，同时上市公司社会责任披露程度也是一大重要因素。根据《A 股上市公司企业社会责任报告研究》，“着眼于 2018 年，沪深两市共有 856 家 A 股上市公司披露企业社会责任报告（含可持续发展报告），较上年增长 64 家，同比增长约 8.08%；有 78 家公司首次披露其社会责任报告，较上年的 63 家公司有所上升，但不可忽视的是，A 股上市公司中仅有约四分之一披露了 CSR 报告，整体披露比例处于较低水平，未来仍有较大上升空间。” [64]

中美社会责任指数行业覆盖率对比		
行业	MSCI KLD 400 Social Index	CBN-兴业社会责任指数
信息技术	24.73%	1.60%
医药卫生	14.75%	3.30%
主要消费	13.63%	3.10%
金融	13.16%	22.30%
可选消费	13.09%	11.30%
工业	9.60%	15.90%
能源	5.13%	19.60%
材料	2.60%	18.80%
公用事业	1.93%	1.00%
电信业务	1.38%	3.10%

来源：巨潮数据库，摩根士丹利

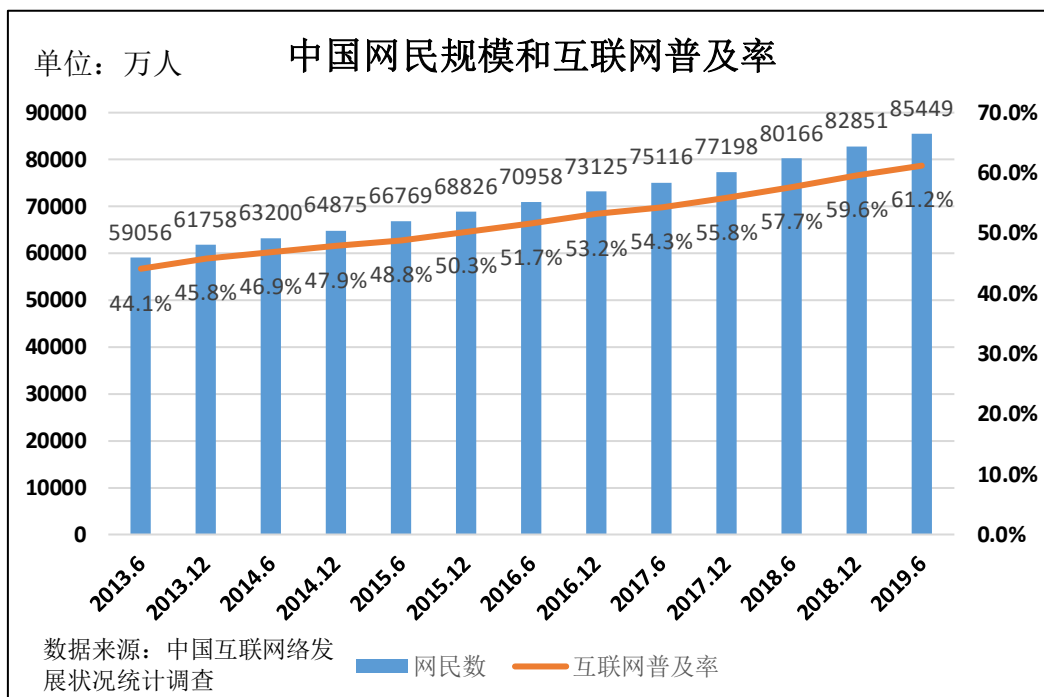
(图表 23)

家族企业在未来若想要更多参与到社会责任投资领域当中，除了关注并向这 100 个公司学习借鉴之外，不妨与其他家族基金会合作设计并发布家族独有的社会责任指数，用家族的力量引导社会对公益慈善的理性认识。同时这也是一种对家族企业自身社会责任实践的督促，在积极的攀比环境下引导全社会参与到公益慈善当中，提升社会慈善总量、彰显家族精神、赋能家族传承。

(5) 互联网慈善+严格审核

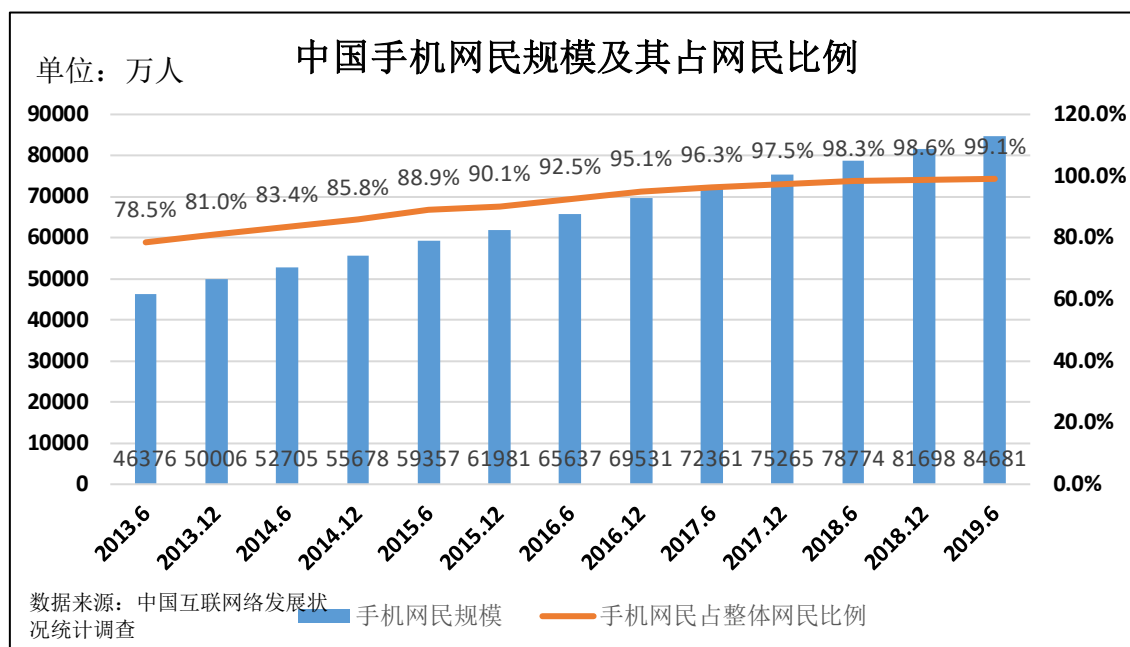
随着通信技术和移动互联网技术的成熟，互联网已经成为了现代人生活中密不可分的一部分。近几年公益慈善与互联网的强强联手也创造了不少新的慈善主题，例如冰桶挑战赛、步数捐赠、捐步种树等。互联网作为一个传播媒介，已经改变了传统的由组织或个人牵头进行慈善的方式，变成了每一个互联网用户都能发起、参与的慈善。

根据中国互联网络信息中心发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，“截至 2019 年 6 月，我国网民规模为 8.54 亿，较 2018 年末增加 1.6%，互联网普及率达 61.2%（下图）。” [65]



(图表 24)

其中手机网民规模达 8.46 亿，上半年新增手机网民 2983 万人，较 2018 年末增加 0.5%。网民中使用手机上网人群的占比由 2018 年的 98.6%提升至 99.1%，可见互联网、手机移动端已经成为了民众获取信息、沟通交流的主要方式。如何通过手机和互联网让民众参与优质、放心的慈善项目，是慈善未来的趋势。



(图表 25)

互联网和各类移动终端的普及是对慈善的一次赋能，并且正在加速重塑传统慈善的实践。2016 年 9 月，民政部依照“统筹规划、循序渐进、公开透明、自愿申请、分批考察、择优指定”的原则组织开展了首批慈善组织互联网募捐信息平台遴选工作并最终选定了首批 13 家优质慈善组织互联网募捐信息平台。[66] 截止到 2019 年 7 月，这一清单最后扩充至 20 家，名单为：腾讯公益、淘宝公益、蚂蚁金服公益、新浪微公益、京东公益、百度公益、公益宝、新华公益、轻松公益、联劝网、广益联募、美团公益、滴滴公益、善源公益、融 e 购公益、水滴公益、苏宁公益、帮帮公益、易宝公益、中国社会扶贫网。这些优质互联网募捐信息平台在 2018 年共获得民众 84.6 亿次的点击、关注和慈善参与，其中一些基金会的网络募捐已经占到捐赠总收入的 80%以上。

互联网慈善募捐效率非常高，以 2017 年的“一元购画”在线公益慈善项目为例，从中午 12 点到下午 1 点，短短一个小时的时间就筹集到了约 1100 万元，吸引了近 370 万人。这是任何传统线下慈善所无法匹及的。从互动性强的捐赠体验、有趣的捐赠小游戏，再到风格多变的视觉感受，线上慈善逐渐获得了更多人的青睐。[67] 更

有数据显示，仅 2018 年上半年，我国网络慈善的参与人数就达到了 35.7 亿人次。

[68]

辩证来看，互联网对慈善来说是一把“双刃剑”。互联网捐赠要求活动主办者和使用者具备一定的编程基础，否则新型诈骗就会很容易在密密麻麻的编程语言中再一次上演欺诈、伪慈善事件。2017 年腾讯 99 公益日“机器人刷单”，“挪款套捐”，“贷款套捐”事件，同一天生日同人不同像事件都是互联网慈善所引申出的问题。中国家族慈善家在进行线上慈善实践的时候应当清楚意识到三点：

A) 由于线上慈善所需求的技术性很强，中国目前还没有出台特别系统、全备的制度来实时跟踪监管，大多数为滞后纠正，所以家族慈善家在利用互联网进行慈善捐赠或自主研发线上慈善项目时，要对技术上的捐赠逻辑、算法要严格把控，主动预见潜在漏洞，多从技术语言理性演绎道德伦理；

B) 家族企业家应清楚的意识到目前在缺乏主体监管的情况下，线上慈善对家族企业家的自律性要求很强，不能打国家慈善法擦边球；

C) 线上慈善的脆弱性较高，再加上互联网的信息传播效率，任何负面新闻都会被无限放大或遭到误解，所以互联网慈善的试错成本会非常高昂，与传统慈善模式相比，家族企业要在更多方面谨慎对待。

(6) 宗教慈善

根据基金会中新网的数据，全国共有 62 家基金会有宗教背景，在慈善中国平台上经过认定并被承认为慈善组织的有 25 家，占 40.3%，其中 22 家为佛教背景，2 家基督教背景，和 1 家天主教背景，其中只有 5 家获得了公募资质。慈善与宗教组织联合，从信仰伦理上提升慈善道德初衷是家族企业下一步应当予以重点关注的方面。近几年合法、正统的基督教、佛教、道教、天主教和伊斯兰教在慈善领域表现的都非常活跃。这也与各大教的教义有关，例如基督教倡导“爱人如己”、佛教倡导“积德行善”、伊斯兰教倡导“崇尚仁爱”。因为这些教义本身就与慈善所倡导的爱与善一致，所以有些宗教进而成立宗教基金会或宗教慈善办公室也就在情理之中。从宗教参与慈善的活动内容看，除了扶贫济困、助学助残、传递爱心之外，宗教还能结合本身的教义对需要帮助的群体提供有力的精神关怀和心灵辅导，这与家族慈善的实践有着不少

的共融点。例如，自 2013 年起，中国基督教两会就开始在宣汉县渡口、三墩等土家族乡中心小学开展留守小学生关爱、资助贫困留守学生、青少年疾病预防、急救知识培训、为贫困村民义诊等活动，在“2017 年慈善周”活动上共有 45 位老师，237 位学生参加了启动仪式并参加了急救培训、义诊等活动。[69] 再如，河北宁晋黎明之家自 1988 年创办以来，凭借着天主教的教义曾收留、救助过 600 多名孤儿和残疾儿童，有的经过教育、康复、治疗后孩子命运发生转变，找到他们的生养父母，有的经过手术拯救了生命，找到了收养家庭，也重新回归社会，德兰会修女们的工作改变了社会对天主教的认识，赢得了各方好评。[70] 2017 年 12 月，浙江灵隐寺在腊八节期间通过 300 多家慈善公益机构和爱心发放单位向养老机构、儿童福利机构、收容救助机构、老年人、残疾人、孤儿、弃婴等人群分发了近 30 万份腊八粥，送出了“人间温暖”，体现了宗教对慈善的热情。[71]

通过以上实例，我们发现宗教与各类支持慈善的机构和个人之间协同性与合作性非常高，它对我国的脱贫、精准扶贫工作起到了补充作用，巩固并扩大了扶贫成果、为宗教界积极参与慈善打下了良好基础、融洽了社会各界关系、为社会的稳定和谐发展做出了重要贡献。和其他类别的慈善活动相比，宗教慈善相对比较突出的是其在道德伦理上的无形监督力量，这在目前我国慈善监管条例还不完备的情况下，对家族企业和其他传统慈善机构都有非常重要的意义。但是基于我国国情和一些关于宗教的相关政策，宗教界在开展一系列慈善活动时受到政府部门的监督和制约较多，因为我国普遍宣扬的是无神论，和一些宗教的有神论在意识形态上有冲突。此外，监管部门大多是从政治领导和世俗的角度要求宗教公益慈善活动去宗教，防止所谓的“洗脑”，但很少关注宗教伦理上的价值。因此，未来家族企业计划与宗教联合做慈善时，如何划清公益慈善和宗教信仰的边界、如何避免在慈善活动中带有明显的宗教语言乃至传教目的、将活动重点放在与服务接受者的沟通与交流、对需求者的情感慰藉是宗教界也是对家族企业与宗教慈善一项重要考验。[72]

(7) NGO

NGO 是英文 Non-Government Organization 的缩写，即非政府、非营利性组织，它由本国国民发起组成，一般分为社区类、国家类、和国际类三种，通常携有明确的社会目的或政治诉求。本质上，它具有非商业、非犯罪、轻政府管控的性质，此外它还

积极与社会各类组织寻求合作来改善社会环境。世界银行（World Bank）将 NGO 分为两大类，一类是运营类 NGO，专注社会发展类项目，另一类是倡导类 NGO，主要是解决社会问题。尽管 NGO 的资金来源很广，例如会员费、私人捐赠、产品销售、服务输出、和大众捐赠，政府拨款还是占了非常大的比重。

非政府组织的存在有其必要性。首先由于信息的不对称和诉求渠道的阻塞，NGO 在大多数情况下扮演着政府和群众之间的传递者，有利于政府更深入地了解群众想法也有利于群众了解政府制定方针政策的依据与传达民众的心声。其次，它的存在能更细致的照顾到社会中的个人、改善人际关系、缓解社会多方面的矛盾、促进社会和谐，例如 NGO 通过组织志愿者团队向社会传递正能量和价值观就是一个很好的实例。NGO 存在于社会的方方面面，环境保护、医疗卫生、扶贫、教育支持、文化融合、艺术多样性等等。根据国外统计机构统计，目前世界各国大概共存有 1000 万个非政府组织，美国有大约 150 万个，大多是非盈利性，依靠联邦政府和地方州政府拨款存活，从业人数有将近 1200 万人，经费总数超过 5000 亿元。

根据中国民政部发布的《2017 年社会服务发展统计公报》显示，截止到 2017 年末，中国境内共有社会组织（NGO）76.2 万个，吸纳社会各类人员就业 864.7 万人，比上年增长 13.2%。[73] 这些组织在社会服务、调查研究、行业协会、文体、咨询、扶贫、政策咨询、就业领域相对较活跃，这些领域同样也是慈善的活动圈，近些年来，NGO 开始转向环境保护、青少年教育、动物保护领域，像自然之友、绿色和平组织、绿野协会、无国界卫生组织等都是与慈善有紧密关系的 NGO 组织。

但是非政府组织在我国也存在许多乱象。由于我国政府一般不会为民间非政府组织注入资金，所以有些组织为了刷存在感搞起了歪门邪道。有的打着“世界和平”、“大众和谐”，“中央维和”，“联合国直属部门”等假大空口号欺骗民众，还有的善于蹭社会热点，用“一带一路”，“世界联盟”等字眼迷惑大家。民政部报告中曾指出 2017 年全年共查处非政府组织违法违规案件 4293 起，行政处罚 4270 起。除了国内的非法非政府组织，来自国外的非政府组织也存在风险。一些非政府组织“明修栈道，暗渡陈仓”搞一些地下洗钱，窃取国家重要信息等非法勾当。为此，2017 年我国通过了《中华人民共和国境外非政府组织境内活动管理法》，一方面这是对那些危害我国国家安全和意在分裂国家的非法非政府组织进行取缔，另一方面也敞开胸襟更欢迎那些推动我国公益事业前进的正规国际非政府组织。

第六章



中国家族慈善调查报告总结



总结

以上是 2019 中国家族慈善调查报告的所有内容，简单回顾整个报告，我们首先叙述了慈善的定义及家族慈善在欧美和中国的发展历程，而后对中国慈善的社会现状及近年家族企业慈善活动进行了梳理归纳，并从学术角度分析整理出了对家族企业慈善活动动机的相关文献，最后我们对中国家族企业慈善目前存在的挑战、不足之处以及未来发展方向进行了较为客观的陈述。我们将在未来继续挖掘家族企业慈善活动数据并对报告进行相应整理更新。

慈善既是新时代赋予中国家族企业的权利，也是彰显家族企业社会责任的重要渠道，同时慈善更是连接家族财富、家族传承、家族精神的纽带。作为中国社会慈善事业不可或缺的慈善力量，家族企业有义务有责任起到带头示范作用，树立家族良好风范，实现中国慈善事业的可持续健康发展。

西方慈善文明尽管在慈善组织架构、慈善实践程度和商业联系上快我一步，但中国人的骨子里一直继承并发扬着老祖宗留下的慈善精神文化遗产，这种特殊的文化优势和厚重基础是全球任何一个国家都不能与之相比的，尽管现阶段我们仍然存在小范围模仿西方慈善实践的现象，但是我们相信一个在慈善精神上有近 3000 年历史的国家有着无限创新的潜质。我们寄希冀于中国家族企业，期待他们在为中国经济贡献力量 的同时通过慈善实践为全社会造福，为中国社会和谐稳定谋福祉。

附录《中华人民共和国慈善法》

第一章 总则

第一条

为了发展慈善事业，弘扬慈善文化，规范慈善活动，保护慈善组织、捐赠人、志愿者、受益人等慈善活动参与者的合法权益，促进社会进步，共享发展成果，制定本法。

第二条

自然人、法人和其他组织开展慈善活动以及与慈善有关的活动，适用本法。其他法律有特别规定的，依照其规定。

第三条

本法所称慈善活动，是指自然人、法人和其他组织以捐赠财产或者提供服务等方式，自愿开展的下列公益活动：（一）扶贫、济困；（二）扶老、救孤、恤病、助残、优抚；（三）救助自然灾害、事故灾难和公共卫生事件等突发事件造成的损害；（四）促进教育、科学、文化、卫生、体育等事业的发展；（五）防治污染和其他公害，保护和改善生态环境；（六）符合本法规定的其他公益活动。

第四条

开展慈善活动，应当遵循合法、自愿、诚信、非营利的原则，不得违背社会公德，不得危害国家安全、损害社会公共利益和他人合法权益。

第五条

国家鼓励和支持自然人、法人和其他组织践行社会主义核心价值观，弘扬中华民族传统美德，依法开展慈善活动。

第六条

国务院民政部门主管全国慈善工作，县级以上地方各级人民政府民政部门主管本行政区域内的慈善工作；县级以上人民政府有关部门依照本法和其他有关法律法规，在各自的职责范围内做好相关工作。

第七条

每年9月5日为“中华慈善日”。

第二章 慈善组织

第八条

本法所称慈善组织，是指依法成立、符合本法规定，以面向社会开展慈善活动为宗旨的非营利性组织。慈善组织可以采取基金会、社会团体、社会服务机构等组织形式。

第九条

慈善组织应当符合下列条件：（一）以开展慈善活动为宗旨；（二）不以营利为目的；（三）有自己的名称和住所；（四）有组织章程；（五）有必要的财产；（六）有符合条件的组织机构和负责人；（七）法律、行政法规规定的其他条件。

第十条

设立慈善组织，应当向县级以上人民政府民政部门申请登记，民政部门应当自受理申请之日起三十日内作出决定。符合本法规定条件的，准予登记并向社会公告；不符合本法规定条件的，不予登记并书面说明理由。本法公布前已经设立的基金会、社会团体、社会服务机构等非营利性组织，可以向其登记的民政部门申请认定为慈善组织，民政部门应当自受理申请之日起二十日内作出决定。符合慈善组织条件的，予以认定并向社会公告；不符合慈善组织条件的，不予认定并书面说明理由。有特殊情况需要延长登记或者认定期限的，报经国务院民政部门批准，可以适当延长，但延长的期限不得超过六十日。

第十一条

慈善组织的章程，应当符合法律法规的规定，并载明下列事项：（一）名称和住所；（二）组织形式；（三）宗旨和活动范围；（四）财产来源及构成；（五）决策、执行机构的组成及职责；（六）内部监督机制；（七）财产管理使用制度；（八）项目管理制度；（九）终止情形及终止后的清算办法；（十）其他重要事项。

第十二条

慈善组织应当根据法律法规以及章程的规定，建立健全内部治理结构，明确决策、执行、监督等方面的职责权限，开展慈善活动。慈善组织应当执行国家统一的会计制度，依法进行会计核算，建立健全会计监督制度，并接受政府有关部门的监督管理。

第十三条

慈善组织应当每年向其登记的民政部门报送年度工作报告和财务会计报告。报告应当包括年度开展募捐和接受捐赠情况、慈善财产的管理使用情况、慈善项目实施情况以及慈善组织工作人员的工资福利情况。

第十四条

慈善组织的发起人、主要捐赠人以及管理人员，不得利用其关联关系损害慈善组织、受益人的利益和社会公共利益。慈善组织的发起人、主要捐赠人以及管理人员与慈善组织发生交易行为的，不得参与慈善组织有关该交易行为的决策，有关交易情况应当向社会公开。

第十五条

慈善组织不得从事、资助危害国家安全和社会公共利益的活动，不得接受附加违反法律法规和违背社会公德条件的捐赠，不得对受益人附加违反法律法规和违背社会公德的条件。

第十六条

有下列情形之一的，不得担任慈善组织的负责人：（一）无民事行为能力或者限制民事行为能力的；（二）因故意犯罪被判处刑罚，自刑罚执行完毕之日起未逾五年的；（三）在被吊销登记证书或者被取缔的组织担任负责人，自该组织被吊销登记证书或者被取缔之日起未逾五年的；（四）法律、行政法规规定的其他情形。

第十七条

慈善组织有下列情形之一的，应当终止：（一）出现章程规定的终止情形的；（二）因分立、合并需要终止的；（三）连续二年未从事慈善活动的；（四）依法被撤销登记或者吊销登记证书的；（五）法律、行政法规规定应当终止的其他情形。

第十八条

慈善组织终止，应当进行清算。慈善组织的决策机构应当在本法第十七条规定的终止情形出现之日起三十日内成立清算组进行清算，并向社会公告。不成立清算组或者清算组不履行职责的，民政部门可以申请人民法院指定有关人员组成清算组进行清算。慈善组织清算后的剩余财产，应当按照慈善组织章程的规定转给宗旨相同或者相近的慈善组织；章程未规定的，由民政部门主持转给宗旨相同或者相近的慈善组织，并向社会公告。慈善组织清算结束后，应当向其登记的民政部门办理注销登记，并由民政部门向社会公告。

第十九条

慈善组织依法成立行业组织。慈善行业组织应当反映行业诉求，推动行业交流，提高慈善行业公信力，促进慈善事业发展。

第二十条

慈善组织的组织形式、登记管理的具体办法由国务院制定。

第三章 慈善募捐

第二十一条

本法所称慈善募捐，是指慈善组织基于慈善宗旨募集财产的活动。慈善募捐，包括面向社会公众的公开募捐和面向特定对象的定向募捐。

第二十二条

慈善组织开展公开募捐，应当取得公开募捐资格。依法登记满二年的慈善组织，可以向其登记的民政部门申请公开募捐资格。民政部门应当自受理申请之日起二十日内作出决定。慈善组织符合内部治理结构健全、运作规范的条件，发给公开募捐资格证书；不符合条件的，不发给公开募捐资格证书并书面说明理由。法律、行政法规规定自登记之日起可以公开募捐的基金会和社会团体，由民政部门直接发给公开募捐资格证书。

第二十三条

开展公开募捐，可以采取下列方式：（一）在公共场所设置募捐箱；（二）举办面向社会公众的义演、义赛、义卖、义展、义拍、慈善晚会等；（三）通过广播、电视、报刊、互联网等媒体发布募捐信息；（四）其他公开募捐方式。慈善组织采取前款第一项、第二项规定的方式开展公开募捐的，应当在其登记的民政部门管辖区域内进行，确有必要在其登记的民政部门管辖区域外进行的，应当报其开展募捐活动所在地的县级以上人民政府民政部门备案。捐赠人的捐赠行为不受地域限制。慈善组织通过互联网开展公开募捐的，应当在国务院民政部门统一或者指定的慈善信息平台发布募捐信息，并可以同时在其网站发布募捐信息。

第二十四条

开展公开募捐，应当制定募捐方案。募捐方案包括募捐目的、起止时间和地域、活动负责人姓名和办公地址、接受捐赠方式、银行账户、受益人、募得款物用途、募捐成本、剩余财产的处理等。募捐方案应当在开展募捐活动前报慈善组织登记的民政部门备案。

第二十五条

开展公开募捐，应当在募捐活动现场或者募捐活动载体的显著位置，公布募捐组织名称、公开募捐资格证书、募捐方案、联系方式、募捐信息查询方法等。

第二十六条

不具有公开募捐资格的组织或者个人基于慈善目的，可以与具有公开募捐资格的慈善组织合作，由该慈善组织开展公开募捐并管理募得款物。

第二十七条

广播、电视、报刊以及网络服务提供者、电信运营商，应当对利用其平台开展公开募捐的慈善组织的登记证书、公开募捐资格证书进行验证。

第二十八条

慈善组织自登记之日起可以开展定向募捐。慈善组织开展定向募捐，应当在发起人、理事会成员和会员等特定对象的范围内进行，并向募捐对象说明募捐目的、募得款物用途等事项。

第二十九条

开展定向募捐，不得采取或者变相采取本法第二十三条规定的方式。

第三十条

发生重大自然灾害、事故灾难和公共卫生事件等突发事件，需要迅速开展救助时，有关人民政府应当建立协调机制，提供需求信息，及时有序引导开展募捐和救助活动。

第三十一条

开展募捐活动，应当尊重和维护募捐对象的合法权益，保障募捐对象的知情权，不得通过虚构事实等方式欺骗、诱导募捐对象实施捐赠。

第三十二条

开展募捐活动，不得摊派或者变相摊派，不得妨碍公共秩序、企业生产经营和居民生活。

第三十三条

禁止任何组织或者个人假借慈善名义或者假冒慈善组织开展募捐活动，骗取财产。

第四章 慈善捐赠

第三十四条

本法所称慈善捐赠，是指自然人、法人和其他组织基于慈善目的，自愿、无偿赠与财产的活动。

第三十五条

捐赠人可以通过慈善组织捐赠，也可以直接向受益人捐赠。

第三十六条

捐赠人捐赠的财产应当是其有权处分的合法财产。捐赠财产包括货币、实物、房屋、有价证券、股权、知识产权等有形和无形财产。捐赠人捐赠的实物应当具有使用价值，符合安全、卫生、环保等标准。捐赠人捐赠本企业产品的，应当依法承担产品质量责任和义务。

第三十七条

自然人、法人和其他组织开展演出、比赛、销售、拍卖等经营性活动，承诺将全部或者部分所得用于慈善目的的，应当在举办活动前与慈善组织或者其他接受捐赠的人签订捐赠协议，活动结束后按照捐赠协议履行捐赠义务，并将捐赠情况向社会公开。

第三十八条

慈善组织接受捐赠，应当向捐赠人开具由财政部门统一监（印）制的捐赠票据。捐赠票据应当载明捐赠人、捐赠财产的种类及数量、慈善组织名称和经办人姓名、票据日期等。捐赠人匿名或者放弃接受捐赠票据的，慈善组织应当做好相关记录。

第三十九条

慈善组织接受捐赠，捐赠人要求签订书面捐赠协议的，慈善组织应当与捐赠人签订书面捐赠协议。书面捐赠协议包括捐赠人和慈善组织名称，捐赠财产的种类、数量、质量、用途、交付时间等内容。

第四十条

捐赠人与慈善组织约定捐赠财产的用途和受益人时，不得指定捐赠人的利害关系人作为受益人。任何组织和个人不得利用慈善捐赠违反法律规定宣传烟草制品，不得利用慈善捐赠以任何方式宣传法律禁止宣传的产品和事项。

第四十一条

捐赠人应当按照捐赠协议履行捐赠义务。捐赠人违反捐赠协议逾期未交付捐赠财产，有下列情形之一的，慈善组织或者其他接受捐赠的人可以要求交付；捐赠人拒不交付的，慈善组织和其他接受捐赠的人可以依法向人民法院申请支付令或者提起诉讼：

（一）捐赠人通过广播、电视、报刊、互联网等媒体公开承诺捐赠的；（二）捐赠财产用于本法第三条第一项至第三项规定的慈善活动，并签订书面捐赠协议的。捐赠人公开承诺捐赠或者签订书面捐赠协议后经济状况显著恶化，严重影响其生产经营或者

家庭生活的，经向公开承诺捐赠地或者书面捐赠协议签订地的民政部门报告并向社会公开说明情况后，可以不再履行捐赠义务。

第四十二条

捐赠人有权查询、复制其捐赠财产管理使用的有关资料，慈善组织应当及时主动向捐赠人反馈有关情况。慈善组织违反捐赠协议约定的用途，滥用捐赠财产的，捐赠人有权要求其改正；拒不改正的，捐赠人可以向民政部门投诉、举报或者向人民法院提起诉讼。

第四十三条

国有企业实施慈善捐赠应当遵守有关国有资产管理的规定，履行批准和备案程序。

第五章 慈善信托

第四十四条

本法所称慈善信托属于公益信托，是指委托人基于慈善目的，依法将其财产委托给受托人，由受托人按照委托人意愿以受托人名义进行管理和处分，开展慈善活动的行为。

第四十五条

设立慈善信托、确定受托人和监察人，应当采取书面形式。受托人应当在慈善信托文件签订之日起七日内，将相关文件向受托人所在地县级以上人民政府民政部门备案。未按照前款规定将相关文件报民政部门备案的，不享受税收优惠。

第四十六条

慈善信托的受托人，可以由委托人确定其信赖的慈善组织或者信托公司担任。

第四十七条

慈善信托的受托人违反信托义务或者难以履行职责的，委托人可以变更受托人。变更后的受托人应当自变更之日起七日内，将变更情况报原备案的民政部门重新备案。

第四十八条

慈善信托的受托人管理和处分信托财产，应当按照信托目的，恪尽职守，履行诚信、谨慎管理的义务。慈善信托的受托人应当根据信托文件和委托人的要求，及时向委托人报告信托事务处理情况、信托财产管理使用情况。慈善信托的受托人应当每年至少一次将信托事务处理情况及财务状况向其备案的民政部门报告，并向社会公开。

第四十九条

慈善信托的委托人根据需要，可以确定信托监察人。信托监察人对受托人的行为进行监督，依法维护委托人和受益人的权益。信托监察人发现受托人违反信托义务或者难以履行职责的，应当向委托人报告，并有权以自己的名义向人民法院提起诉讼。

第五十条

慈善信托的设立、信托财产的管理、信托当事人、信托的终止和清算等事项，本章未规定的，适用本法其他有关规定；本法未规定的，适用《中华人民共和国信托法》的有关规定。

第六章 慈善财产

第五十一条

慈善组织的财产包括：（一）发起人捐赠、资助的创始财产；（二）募集的财产；（三）其他合法财产。

第五十二条

慈善组织的财产应当根据章程和捐赠协议的规定全部用于慈善目的，不得在发起人、捐赠人以及慈善组织成员中分配。任何组织和个人不得私分、挪用、截留或者侵占慈善财产。

第五十三条

慈善组织对募集的财产，应当登记造册，严格管理，专款专用。捐赠人捐赠的实物不易储存、运输或者难以直接用于慈善目的的，慈善组织可以依法拍卖或者变卖，所得收入扣除必要费用后，应当全部用于慈善目的。

第五十四条

慈善组织为实现财产保值、增值进行投资的，应当遵循合法、安全、有效的原则，投资取得的收益应当全部用于慈善目的。慈善组织的重大投资方案应当经决策机构组成人员三分之二以上同意。政府资助的财产和捐赠协议约定不得投资的财产，不得用于投资。慈善组织的负责人和工作人员不得在慈善组织投资的企业兼职或者领取报酬。前款规定事项的具体办法，由国务院民政部门制定。

第五十五条

慈善组织开展慈善活动，应当依照法律法规和章程的规定，按照募捐方案或者捐赠协议使用捐赠财产。慈善组织确需变更募捐方案规定的捐赠财产用途的，应当报民政部门备案；确需变更捐赠协议约定的捐赠财产用途的，应当征得捐赠人同意。

第五十六条

慈善组织应当合理设计慈善项目，优化实施流程，降低运行成本，提高慈善财产使用效益。慈善组织应当建立项目管理制度，对项目实施情况进行跟踪监督。

第五十七条

慈善项目终止后捐赠财产有剩余的，按照募捐方案或者捐赠协议处理；募捐方案未规定或者捐赠协议未约定的，慈善组织应当将剩余财产用于目的相同或者相近的其他慈善项目，并向社会公开。

第五十八条

慈善组织确定慈善受益人，应当坚持公开、公平、公正的原则，不得指定慈善组织管理人员的利害关系人作为受益人。

第五十九条

慈善组织根据需要可以与受益人签订协议，明确双方权利义务，约定慈善财产的用途、数额和使用方式等内容。受益人应当珍惜慈善资助，按照协议使用慈善财产。受益人未按照协议使用慈善财产或者有其他严重违反协议情形的，慈善组织有权要求其改正；受益人拒不改正的，慈善组织有权解除协议并要求受益人返还财产。

第六十条

慈善组织应当积极开展慈善活动，充分、高效运用慈善财产，并遵循管理费用最必要原则，厉行节约，减少不必要的开支。慈善组织中具有公开募捐资格的基金会开展慈善活动的年度支出，不得低于上一年总收入的百分之七十或者前三年收入平均数额的百分之七十；年度管理费用不得超过当年总支出的百分之十，特殊情况下，年度管理费用难以符合前述规定的，应当报告其登记的民政部门并向社会公开说明情况。具有公开募捐资格的基金会以外的慈善组织开展慈善活动的年度支出和管理费用的标准，由国务院民政部门会同国务院财政、税务等部门依照前款规定的原则制定。捐赠协议对单项捐赠财产的慈善活动支出和管理费用有约定的，按照其约定。

第七章 慈善服务

第六十一条

本法所称慈善服务，是指慈善组织和其他组织以及个人基于慈善目的，向社会或者他人提供的志愿无偿服务以及其他非营利服务。慈善组织开展慈善服务，可以自己提供或者招募志愿者提供，也可以委托有服务专长的其他组织提供。

第六十二条

开展慈善服务，应当尊重受益人、志愿者的人格尊严，不得侵害受益人、志愿者的隐私。

第六十三条

开展医疗康复、教育培训等慈善服务，需要专门技能的，应当执行国家或者行业组织制定的标准和规程。慈善组织招募志愿者参与慈善服务，需要专门技能的，应当对志愿者开展相关培训。

第六十四条

慈善组织招募志愿者参与慈善服务，应当公示与慈善服务有关的全部信息，告知服务过程中可能发生的风险。慈善组织根据需要可以与志愿者签订协议，明确双方权利义务，约定服务的内容、方式和时间等。

第六十五条

慈善组织应当对志愿者实名登记，记录志愿者的服务时间、内容、评价等信息。根据志愿者的要求，慈善组织应当无偿、如实出具志愿服务记录证明。

第六十六条

慈善组织安排志愿者参与慈善服务，应当与志愿者的年龄、文化程度、技能和身体状况相适应。

第六十七条

志愿者接受慈善组织安排参与慈善服务的，应当服从管理，接受必要的培训。

第六十八条

慈善组织应当为志愿者参与慈善服务提供必要条件，保障志愿者的合法权益。慈善组织安排志愿者参与可能发生人身危险的慈善服务前，应当为志愿者购买相应的人身意外伤害保险。

第八章 信息公开

第六十九条

县级以上人民政府建立健全慈善信息统计和发布制度。县级以上人民政府民政部门应当在统一的信息平台，及时向社会公开慈善信息，并免费提供慈善信息发布服务。慈善组织和慈善信托的受托人应当在前款规定的平台发布慈善信息，并对信息的真实性负责。

第七十条

县级以上人民政府民政部门和其他有关部门应当及时向社会公开下列慈善信息：

（一）慈善组织登记事项；（二）慈善信托备案事项；（三）具有公开募捐资格的慈善组织名单；（四）具有出具公益性捐赠税前扣除票据资格的慈善组织名单；（五）对慈善活动的税收优惠、资助补贴等促进措施；（六）向慈善组织购买服务的信息；（七）对慈善组织、慈善信托开展检查、评估的结果；（八）对慈善组织和其他组织以及个人的表彰、处罚结果；（九）法律法规规定应当公开的其他信息。

第七十一条

慈善组织、慈善信托的受托人应当依法履行信息公开义务。信息公开应当真实、完整、及时。

第七十二条

慈善组织应当向社会公开组织章程和决策、执行、监督机构成员信息以及国务院民政部门要求公开的其他信息。上述信息有重大变更的，慈善组织应当及时向社会公开。慈善组织应当每年向社会公开其年度工作报告和财务会计报告。具有公开募捐资格的慈善组织的财务会计报告须经审计。

第七十三条

具有公开募捐资格的慈善组织应当定期向社会公开其募捐情况和慈善项目实施情况。公开募捐周期超过六个月的，至少每三个月公开一次募捐情况，公开募捐活动结束后三个月内应当全面公开募捐情况。慈善项目实施周期超过六个月的，至少每三个月公开一次项目实施情况，项目结束后三个月内应当全面公开项目实施情况和募得款物使用情况。

第七十四条

慈善组织开展定向募捐的，应当及时向捐赠人告知募捐情况、募得款物的管理使用情况。

第七十五条

慈善组织、慈善信托的受托人应当向受益人告知其资助标准、工作流程和工作规范等信息。

第七十六条

涉及国家秘密、商业秘密、个人隐私的信息以及捐赠人、慈善信托的委托人不同意公开的姓名、名称、住所、通讯方式等信息，不得公开。

第九章 促进措施

第七十七条

县级以上人民政府应当根据经济社会发展情况，制定促进慈善事业发展的政策和措施。县级以上人民政府有关部门应当在各自职责范围内，向慈善组织、慈善信托受托人等提供慈善需求信息，为慈善活动提供指导和帮助。

第七十八条

县级以上人民政府民政部门应当建立与其他部门之间的慈善信息共享机制。

第七十九条

慈善组织及其取得的收入依法享受税收优惠。

第八十条

自然人、法人和其他组织捐赠财产用于慈善活动的，依法享受税收优惠。企业慈善捐赠支出超过法律规定的准予在计算企业所得税应纳税所得额时当年扣除的部分，允许结转以后三年内在计算应纳税所得额时扣除。境外捐赠用于慈善活动的物资，依法减征或者免征进口关税和进口环节增值税。

第八十一条

受益人接受慈善捐赠，依法享受税收优惠。

第八十二条

慈善组织、捐赠人、受益人依法享受税收优惠的，有关部门应当及时办理相关手续。

第八十三条

捐赠人向慈善组织捐赠实物、有价证券、股权和知识产权的，依法免征权利转让的相关行政事业性费用。

第八十四条

国家对开展扶贫济困的慈善活动，实行特殊的优惠政策。

第八十五条

慈善组织开展本法第三条第一项、第二项规定的慈善活动需要慈善服务设施用地的，可以依法申请使用国有划拨土地或者农村集体建设用地。慈善服务设施用地非经法定程序不得改变用途。

第八十六条

国家为慈善事业提供金融政策支持，鼓励金融机构为慈善组织、慈善信托提供融资和结算等金融服务。

第八十七条

各级人民政府及其有关部门可以依法通过购买服务等方式，支持符合条件的慈善组织向社会提供服务，并依照有关政府采购的法律法规向社会公开相关情况。

第八十八条

国家采取措施弘扬慈善文化，培育公民慈善意识。学校等教育机构应当将慈善文化纳入教育教学内容。国家鼓励高等学校培养慈善专业人才，支持高等学校和科研机构开展慈善理论研究。广播、电视、报刊、互联网等媒体应当积极开展慈善公益宣传活动，普及慈善知识，传播慈善文化。

第八十九条

国家鼓励企业事业单位和其他组织为开展慈善活动提供场所和其他便利条件。

第九十条

经受益人同意，捐赠人对其捐赠的慈善项目可以冠名纪念，法律法规规定需要批准的，从其规定。

第九十一条

国家建立慈善表彰制度，对在慈善事业发展中做出突出贡献的自然人、法人和其他组织，由县级以上人民政府或者有关部门予以表彰。

第十章 监督管理

第九十二条

县级以上人民政府民政部门应当依法履行职责，对慈善活动进行监督检查，对慈善行业组织进行指导。

第九十三条

县级以上人民政府民政部门对涉嫌违反本法规定的慈善组织，有权采取下列措施：

（一）对慈善组织的住所和慈善活动发生地进行现场检查；（二）要求慈善组织作出说明，查阅、复制有关资料；（三）向与慈善活动有关的单位和个人调查与监督管理有关的情况；（四）经本级人民政府批准，可以查询慈善组织的金融账户；（五）法律、行政法规规定的其他措施。

第九十四条

县级以上人民政府民政部门对慈善组织、有关单位和个人进行检查或者调查时，检查人员或者调查人员不得少于二人，并应当出示合法证件和检查、调查通知书。

第九十五条

县级以上人民政府民政部门应当建立慈善组织及其负责人信用记录制度，并向社会公布。民政部门应当建立慈善组织评估制度，鼓励和支持第三方机构对慈善组织进行评估，并向社会公布评估结果。

第九十六条

慈善行业组织应当建立健全行业规范，加强行业自律。

第九十七条

任何单位和个人发现慈善组织、慈善信托有违法行为的，可以向民政部门、其他有关部门或者慈善行业组织投诉、举报。民政部门、其他有关部门或者慈善行业组织接到投诉、举报后，应当及时调查处理。国家鼓励公众、媒体对慈善活动进行监督，对假借慈善名义或者假冒慈善组织骗取财产以及慈善组织、慈善信托的违法违规行为予以曝光，发挥舆论和社会监督作用。

第十一章 法律责任

第九十八条

慈善组织有下列情形之一的，由民政部门责令限期改正；逾期不改正的，吊销登记证书并予以公告：（一）未按照慈善宗旨开展活动的；（二）私分、挪用、截留或者侵占慈善财产的；（三）接受附加违反法律法规或者违背社会公德条件的捐赠，或者对受益人附加违反法律法规或者违背社会公德的条件的。

第九十九条

慈善组织有下列情形之一的，由民政部门予以警告、责令限期改正；逾期不改正的，责令限期停止活动并进行整改：（一）违反本法第十四条规定造成慈善财产损失的；（二）将不得用于投资的财产用于投资的；（三）擅自改变捐赠财产用途的；（四）开展慈善活动的年度支出或者管理费用的标准违反本法第六十条规定的；（五）未依法履行信息公开义务的；（六）未依法报送年度工作报告、财务会计报告或者报备募捐方案的；（七）泄露捐赠人、志愿者、受益人个人隐私以及捐赠人、慈善信托的委托人不同意公开的姓名、名称、住所、通讯方式等信息的。慈善组织违反

本法规定泄露国家秘密、商业秘密的，依照有关法律的规定予以处罚。慈善组织有前两款规定的情形，经依法处理后一年内再出现前款规定的情形，或者有其他情节严重情形的，由民政部门吊销登记证书并予以公告。

第一百条

慈善组织有本法第九十八条、第九十九条规定的情形，有违法所得的，由民政部门予以没收；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处二万元以上二十万元以下罚款。

第一百零一条

开展募捐活动有下列情形之一的，由民政部门予以警告、责令停止募捐活动；对违法募集的财产，责令退还捐赠人；难以退还的，由民政部门予以收缴，转给其他慈善组织用于慈善目的；对有关组织或者个人处二万元以上二十万元以下罚款：（一）不具有公开募捐资格的组织或者个人开展公开募捐的；（二）通过虚构事实等方式欺骗、诱导募捐对象实施捐赠的；（三）向单位或者个人摊派或者变相摊派的；（四）妨碍公共秩序、企业生产经营或者居民生活的。广播、电视、报刊以及网络服务提供者、电信运营商未履行本法第二十七条规定的验证义务的，由其主管部门予以警告，责令限期改正；逾期不改正的，予以通报批评。

第一百零二条

慈善组织不依法向捐赠人开具捐赠票据、不依法向志愿者出具志愿服务记录证明或者不及时主动向捐赠人反馈有关情况的，由民政部门予以警告，责令限期改正；逾期不改正的，责令限期停止活动。

第一百零三条

慈善组织弄虚作假骗取税收优惠的，由税务机关依法查处；情节严重的，由民政部门吊销登记证书并予以公告。

第一百零四条

慈善组织从事、资助危害国家安全或者社会公共利益活动的，由有关机关依法查处，由民政部门吊销登记证书并予以公告。

第一百零五条

慈善信托的受托人有下列情形之一的，由民政部门予以警告，责令限期改正；有违法所得的，由民政部门予以没收；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处二万元

以上二十万元以下罚款：（一）将信托财产及其收益用于非慈善目的的；（二）未按照规定将信托事务处理情况及财务状况向民政部门报告或者向社会公开的。

第一百零六条

慈善服务过程中，因慈善组织或者志愿者过错造成受益人、第三人损害的，慈善组织依法承担赔偿责任；损害是由志愿者故意或者重大过失造成的，慈善组织可以向其追偿。志愿者在参与慈善服务过程中，因慈善组织过错受到损害的，慈善组织依法承担赔偿责任；损害是由不可抗力造成的，慈善组织应当给予适当补偿。

第一百零七条

自然人、法人或者其他组织假借慈善名义或者假冒慈善组织骗取财产的，由公安机关依法查处。

第一百零八条

县级以上人民政府民政部门和其他有关部门及其工作人员有下列情形之一的，由上级机关或者监察机关责令改正；依法应当给予处分的，由任免机关或者监察机关对直接负责的主管人员和其他直接责任人员给予处分：（一）未依法履行信息公开义务的；（二）摊派或者变相摊派捐赠任务，强行指定志愿者、慈善组织提供服务的；（三）未依法履行监督管理职责的；（四）违法实施行政强制措施和行政处罚的；（五）私分、挪用、截留或者侵占慈善财产的；（六）其他滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的行为。

第一百零九条

违反本法规定，构成违反治安管理行为的，由公安机关依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十二章 附则

第一百一十条

城乡社区组织、单位可以在本社区、单位内部开展群众性互助互济活动。

第一百一十一条

慈善组织以外的其他组织可以开展力所能及的慈善活动。

第一百一十二条

本法自 2016 年 9 月 1 日起施行。

参考文献

- [1]. 中国社会科学网。多学科解析中国当代慈善行为。
Url: http://ex.cssn.cn/zl/zl_xkzt/shxzt/gtcsxwddxk/jx/csdjfx/
- [2]. Learning To Give. American Philanthropic History.
Url: <https://www.learningtogive.org/resources/keys-dates-and-events-american-philanthropic-history-1815-present>
- [3]. The Economist. 2006. 5. Flat-Pack Accounting.
URL: <https://www.economist.com/business/2006/05/11/flat-pack-accounting>
- [4]. IKEA. IKEA Foundation Donations Increase 26% to \$110 Million Reaching Children in 28 Countries. URL: https://www.ikea.com/us/en/about_ikea
- [5]. 程继隆。“民企二代”调查。北京现代出版社, 2011
- [6]. 彼得·德鲁克。《管理的实践》。齐若兰译, 机械工业出版社 2006 年版
- [7]. 李领臣。公司慈善捐赠的利益平衡。2007(4):89-96
- [8]. Liu, W. and J. L. Aker. (2008) The Happiness of Giving: The Time-Ask Effect. *Journal of Consumer Research*. 35 (3), P543-557.
- [9]. 孙久涛&刘昭彦。2012。股权捐赠的制度创新实务评析。东莞市爱心一加一公益服务中心。URL: <http://www.aixin0769.com/html/guandian/gqjzcx.html>
- [10]. 新浪网。2016 年 5 月 12 日。股权捐赠终于等来了税收优惠。
Url: http://blog.sina.com.cn/s/blog_7cfa8c650102wapx.html
- [11]. 孙久涛, 刘昭彦。股权捐赠的制度创新实务评析—以河仁慈善基金会为例。
Url: <http://www.aixin0769.com/html/guandian/gqjzcx.html>
- [12]. 蒋岚。2017 年 4 月 26 日。如何通过股权捐赠实现“慈善”和“节税”的双赢? Url: http://blog.sina.com.cn/s/blog_49e76cc80102xdrf.html
- [13]. 孙久涛, 刘昭彦。股权捐赠的制度创新实务评析—以河仁慈善基金会为例。
Url: <http://www.aixin0769.com/html/guandian/gqjzcx.html>
- [14]. 李泳昕 曾祥霞。《中国式慈善基金会》
- [15]. M. E. Porter and M. R. Kramer. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, Vol. 89, No. 1, pp. 2-17)
- [16]. Campbell J.L. (2007). Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An institutional Theory of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*. 32(3):946-967.
- [17]. Harvey D. and O' Hagan J. (2000). Why Do Companies Sponsor Arts Events? Some Evidence and A Proposed Classification. *Journal of Cultural Economics*. 24(3):265-279.
- [18]. Clotfelter, C.T. 1985 *Federal Tax Policy and Charitable Giving*. Chicago: University of Chicago Press
- [19]. An Urban Grants Economy Revisted: Corporate Charitable Contributions in The Twin Cities, 1979-1981, 1987-1989. *Administrative Science Quarterly*. 42(3):445-471.
- [20]. Le Breton-Miller I, Miller, D., Steier, L.P. (2004) Toward An Integrative Model of Effective FOB Succession. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 54(2). 471-517.

- [21]. Berrone, P., Cruz, C. C., Gomez-Mejia L. R. (2012). Socioemotional Wealth in Family Firm: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches and Agenda for Future Reach. *Family Business Review*. 25(3):258-279.
- [22]. Kellermanns, F. W., Eddleston K. A., Zellweger T. M. (2012). Extending The Social Emotional Wealth Perspective: A Look at The Dark Side. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 36(9) 1175-1182.
- [23]. Sharma P. and Chrisman J. J. (2001). Determinants of Initial Satisfaction with the Succession Process in Family Firm: A Conceptual Model. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 25(3):1-27.
- [24]. Dyer W. G. and Whetten D. A. 2006. Family Firms and Social Responsibility: Preliminary Evidence from the S&P 500. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 30(6):785-802.
- [25]. Zellweger T. M., Nason R. S., and Nordqvist M. (2013). Why Do Family Firms Strive for Nonfinancial Goals? An Organizational Identity Perspective. *Theory and Practice*. 37(2):229-248.
- [26]. Corporate Governance and Competitive Advantage in Family Controlled Firms *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29(3):244-258.
- [27]. The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective. *Academy of Management Review*. 30(4):653-707.
- [28]. DiMaggio, P. J., & Anheier, H. K. (1990). The Sociology of Nonprofit Organizations and Sectors. *Annual Review of Sociology*, 16(1), 137 - 159
- [29]. Freeman, R. E. (2010). Managing for Stakeholders: Trade-offs or Value Creation. *Journal of Business Ethics*, 96, 7 - 9
- [30]. Ni, N., & Zhan, X. (2017). Embedded Government Control and Nonprofit Revenue Growth. *Public Administration Review*, 77(5), 730 - 742.
- [31]. Frynas, J. G., Mellahi, K., & Pigman, G. A. (2006). First Mover Advantages in International Business and Firm-specific Political resources. *Strategic Management Journal*, 27(4), 321 - 345
- [32]. Gomez, E. T., & Jomo, K. S. (1997). *Malaysia's Political Economy: Politics, Patronage and Profits*. Cambridge: Cambridge University Press
- [33]. Marquis, C., & Qian, C. (2014). Corporate Social Responsibility Reporting in China: Symbol or Substance? *Organization Science*, 25(1), 127 - 148
- [34]. Haveman, H. A., Jia, N., Shi, J., & Wang, Y. (2017). The Dynamics of Political Embeddedness in China. *Administrative Science Quarterly*, 62(1), 67 - 104
- [35]. Okhmatovskiy, I. (2010). Performance Implications of Ties to the Government and SOEs: A Political Embeddedness Perspective. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1020 - 1047.

- [36]. Sun, P., Hu, H. W., & Hillman, A. J. (2016). The Dark Side of Board Political Capital: Enabling Blockholder Rent Appropriation. *Academy of Management Journal*, 59(5), 1801 - 1822.
- [37]. Marquis, C., & Qian, C. (2014). Corporate Social Responsibility Reporting in China: Symbol or Substance? *Organization Science*, 25(1), 127 - 148
- [38]. Siegel, J. (2007). Contingent Political Capital and International Alliances: Evidence from South Korea. *Administrative Science Quarterly*, 52(4), 621 - 666.
- [39]. Li, J., Xia, J., & Zajac, E. J. (2017). On the Duality of Political and Economic Stakeholder Influence on Firm Innovation and Performance: Theory and Evidence from Chinese Firms. *Strategic Management Journal*, 39(1), 193 - 216.
- [40]. Tortajada, C. (2016). Nongovernmental Organizations and Influence on Global Public Policy. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 3(2), 266 - 274.
- [41]. Brinkerhoff, D. W. (1999). Exploring State - civil Society Collaboration: Policy Partnerships in Developing Countries. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28(1_suppl), 59 - 86
- [42]. Zheng W., Ni N., & Crilly D. Feb, 2017. Non-profit Organizations As A Nexus between Government and Business: Evidence from Chinese Charities. DOI:10.1002/smj.2958
- [43]. Sun, P., Mellahi, K., Wright, M., & Xu, H. (2015). Political Tie Heterogeneity and The Impact of Adverse Shocks on Firm Value. *Journal of Management Studies*, 52(8), 1036 - 1063.
- [44]. Okhmatovskiy, I. (2010). Performance Implications of Ties to The Government and SOEs: A political embeddedness perspective. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1020 - 1047.
- [45]. Okhmatovskiy, I. (2010). Performance Implications of Ties to The Government and SOEs: A political embeddedness perspective. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1020 - 1047.
- [46]. 杨涛。2019年10月29日。富可以六代，爱马仕家族凭什么200年不败。 Url: <http://www.yanglee.com/Research/Details.aspx?i=70754>
- [47]. 文梅。2019年3月13日。慈善榜大家谈 | 清华大学五道口金融学院全球家族企业研究中心主任高皓：民企迎传承浪潮，公益将是财富归宿。 Url: https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5NTM3MjM5Mg==&mid=2652355809&idx=1&sn=6a913dcfa2a490b3d8c9487cfd0190b3&chksm=bdl1a90e68a6d19f028b93ade5ea9ale5535e1072bff092baa26d06845aec7b3363dcbe05a76d&mpshare=1&scene=1&srcid=&pass_ticket=PJKLgymY7V4jRgtTBJYyOMtdg28D6Mwm7onaPo8C8%2FxxqA2lyQJl3hVQ67qHZVLi2#rd
- [48]. 东方资讯。道德沦丧是当前经济滑坡的根本原因。 Url: <http://mini.eastday.com/a/180716110512179.html>
- [49]. 方军雄。2009。捐赠，赢得市场掌声吗？*经济管理期刊*。Vol 31 (07)

- [50]. Williamson O. 1963. Managerial Discretion and Business Behavior. American Economic Review.
- [51]. Brown W., Helland E. & Smith J. 2006. Corporate Philanthropic Practices. Journal of Corporate Finance.
- [52]. 胡润研究院:《2018 中国企业家家族传承白皮书》
- [53]. Mork, R & Yeung, Y. (2004) Agency Problems in Large Family Business Groups, Entrepreneurship Theory and Practice. Vol. 27, No.4, PP.367-382 & Godfrey,P. (2005) The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective. Academy of Management Review, Vol.30, No.4, PP.777-798.
- [54]. 搜狐网。2017 年 12 月 5 日。何享健捐三亿建顺德首个岭南古典园林, 面积超 40000 m²。Url: http://www.sohu.com/a/208649537_179573
- [55]. 闫冰。2015 年 4 月 1 日。何享健: 退休后的新一段人生。Url: <http://www.gongyishibao.com/html/renwuzishu/7905.html>
- [56]. 南方农村报。2017 年 8 月 14 日。顺德首个公益养老院收费标准远高于公办养老院引争议。Url: http://www.nfncb.cn/html/2017/importantnews_0814/1148514.html
- [57]. 秋山利辉。《匠人须知三十条》
- [58]. 和的基金会。和的慈善基金会公布 60 亿慈善捐赠计划。Url: <http://ww.hexiangjianfoundation.org/content/670>
- [59]. 普拉哈拉德。《金字塔底层的财富》
- [60]. Saadia Madsbjerg. 2018. 8. 15. Bringing Scale to The Impact Investing Industry. Url: <https://www.rockefellerfoundation.org/blog/bringing-scale-impact-investing-industry/>
- [61]. 王烨捷。2018 年 12 月 27 日。影响力投资火了, 社会企业跟着“火”了? Url: http://news.cyol.com/node_65534.htm?para1=News¶2=201812¶3=27&urlId=168077
- [62]. 搜狐网。2017 年 12 月 20 日。马蔚华: 所有的社会难题, 只有把它变成有利可图的商业机会, 才能彻底得到解决。Url: https://www.sohu.com/a/211607304_464095
- [63]. 王烨捷。2018 年 12 月 27 日。影响力投资火了, 社会企业跟着“火”了? Url: http://news.cyol.com/node_65534.htm?para1=News¶2=201812¶3=27&urlId=168077
- [64]. 《A 股上市公司企业社会责任报告研究》
- [65]. 《中国互联网络发展状况统计报告》
- [66]. 人民网。2016 年 9 月 2 日。民政部指定首批 13 家慈善组织互联网募捐信息平台。Url: <http://politics.people.com.cn/n1/2016/0902/c1001-28685555.html>
- [67]. 搜狐网。2017 年 8 月 29 日。朋友圈刷屏的“1 元购画”是圈钱? 孩子们拿不到钱? 真相来了! Url: http://www.sohu.com/a/168196079_186988

- [68]. 东方财富网。2019 年 1 月 14 日。民政部：2018 年上半年网络慈善参与人数达 35.7 亿人次。
Url: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1622649913768797384&wfr=spider&for=pc>
- [69]. 四川基督教。2017 年 9 月 26 日。中国基督教两会“2017 年慈善周”项目启动仪式在四川省达州市宣汉县渡口土家族乡小学举行。
Url: <http://www.sc.jdjh.org/Item/Show.asp?m=1&d=2820>
- [70]. 《2017 年中国宗教慈善发展报告》
- [71]. 腾讯网。2019 年 1 月 8 日。灵隐寺腊八粥开煮 今年施粥 30 余万份。
Url: <https://zj.qq.com/a/20190106/005375.htm>
- [72]. 顾传勇, 赵华:《关于鼓励和规范宗教界从事公益慈善活动的对策建议》,《江苏社会主义学院学报》2017 年第二期》
- [73]. 《2017 年社会服务发展统计公报》

图表 1: IKEA。IKEA Foundation Donations Increase 26% To \$110 Million Reaching Children in 28 Countries。

URL: https://www.ikea.com/us/en/about_ikea

图表 2、3:《慈善蓝皮书:中国慈善发展报告 2018》与《慈善蓝皮书:中国慈善发展报告 2019》

图表 4、5:《2018 年度中国慈善捐助报告》

图表 16: 金融界。2016 年 9 月 20 日。慈善法视角下慈善信托与基金会的比较分析。

Url: <http://trust.jrj.com.cn/2016/09/20143921506357.shtml>

图表 20: 和的慈善基金会慈善捐赠体系

Url: https://mp.weixin.qq.com/s/EJuCuTyXn_cV6Q_g03PCEQ

图表 21、22: Global Impact Investing Network《Annual Impact Investor Survey 2018》

图表 23: 巨潮数据库、摩根士丹利

图表 24、25:《中国互联网络发展状况统计报告》

特别鸣谢



中欧国际工商学院
中欧财富管理研究中心
China Europe International Business School (CEIBS)
699 Hongfeng Rd, Shanghai, P.R. of China 201206
中国上海浦东新区红枫陆699号 邮编:201206
www.ceibs.edu



报告数据支持：易善数据
扫码查看报告样本详细信息