

记录一个公益事业飞速发展的时代

2010

中国慈善捐赠 发展蓝皮书

BLUE BOOK ON CHARITY DONATION
DEVELOPMENT IN CHINA

刘 京 主编

 中国社会出版社

2010 中国慈善捐赠 发展蓝皮书

刘 京 主编

 中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

2010 中国慈善捐赠发展蓝皮书 / 刘京主编. -- 北京: 中国社会出版社, 2011. 4

ISBN 978 - 7 - 5087 - 3547 - 4

I. ①2… II. ①刘… III. ①慈善事业—概况—中国—2010 IV. ①D632. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 051611 号

书 名: 2010 中国慈善捐赠发展蓝皮书

主 编: 刘 京

责任编辑: 杨建萍

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号

电话: 编辑部: (010) 66088776

邮购部: (010) 66060275

销售部: (010) 66080300 传真: (010) 66051713

(010) 66051698 传真: (010) 66080880

(010) 66080360 (010) 66063678

网 址: www.shcbs.com.cn

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 170mm × 240mm 1/16

印 张: 15.25

字 数: 160 千字

版 次: 2011 年 4 月第 1 版

印 次: 2011 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

旗帜鲜明地为中国慈善家喝彩

（代序）

编写一本有关慈善捐赠的蓝皮书，的确不是一件容易的事情。作为一项连续进行了4年的工作，我们深感压力。在中国的统计体系里，关于慈善捐赠的数据是无据可查的。除了政府和社会组织接受的捐赠之外，还存在大量不可估算的数据，其中原因基于我们传统习惯中的捐赠，也体现了中国社会组织功能的不发达，且尚未能承载起接受捐赠和使用善款的整体使命。

在诚惶诚恐之中，2010年的蓝皮书又将出版。希望它能够给予关注社会公益领域的读者们以资料参考和茶余饭后的谈资，我们不是专业的研究机构，尽管已尽求完美，但其中难免有不准确之处，望读者能够理解。

通过慈善排行榜的编制，我们在统计调查数据的同时，也以媒体的视角进行分析，尤其是关于慈善捐赠新闻背后的事情。中国慈善事业的快速发展，给中国企业家带来的是一种新的视野和精神状态。因为，我们的商业秩序也曾长期遭遇诟病。基于商业秩序之上

的中国企业家捐赠金额，也曾同样被误读。像中国“仅有15%捐赠来自内地富豪”和“人均捐赠不足1.7元”的传言虽早已不攻自破，但企业家的慈善精神直到今天还没有被公众认可，甚者，公众对于企业是否树立起良好的形象依然持漠不关心的态度。

另外，慈善方面的新闻，令人感动的事情传播不多，对慈善家的社会评价多是质疑态度，使得捐赠者和受助者措手不及。

这些让很多企业家坚持选择低调行善。

企业如同人类社会的公民一样，每个企业都有一种理念，企业家就朝着这个理念努力拼搏，时间长了就形成了文化。企业家的成功就是由于他们有这种精神的支撑。

在这样的精神空间里，中国不乏慈善基因。

我们在10年之前创办《公益时报》是为了寻找中国的卡耐基，在8年之前着手编制和发布有关中国企业和企业家大额捐赠统计的榜单。时至今日，这张榜单正逐渐被社会所认可。每年榜单的发布，不仅有国家领导人莅临指导，还有数以百计的中国优秀企业家们共同商讨慈善大计，因为这张榜单并不承载更多的荣誉，也不像官方的奖状，是责任和散财之道的社会清单。4年之前，我们着手编辑出版“蓝皮书”，并作为一种年度的习惯延续到今天。2011（2010年度）中国慈善排行榜的发布，秉承“旗帜鲜明扬善”的价值观，推动中国企业家慈善精神基因的体系构建。

2010年4月，玉树地震，中央电视台专题晚会筹款超20亿元，媒体的报道持续仅几天；9月，“巴比”晚宴引发长时间中国富豪和

媒体关于财富的激烈讨论，甚至有人站出来高调表示了裸捐的想法。快速积累的财富给中国企业家带来了无穷的快感，当然，也带来了一系列物质的强烈诱惑和激烈冲突，以至于产生被公众所诟病的商业秩序。“商人重利”，这是普通公民对于中国企业家最基本的判断，而中国慈善事业的迅猛发展正在改写这种判断。

细数榜单，一掷千金的豪捐已经不是黄如论、曹德旺、牛根生等几个企业家的专利，更为专业的捐赠热潮通过榜单的统计以展现。截至2010年年底，我国2168家基金会中，由企业家成立的非公募的基金会已经占据多数席位，而挂靠在公募基金会下面的企业专项慈善基金已举不胜举。

我们手上这本基于慈善捐赠数据的报告，记录的是时代的财富精神，他们当中很大一部分人是具有很强责任感的中国企业家，这个群体的精英们，在经历了短短几年甚至几十年的财富积累之后走上了具有中国特色的散财之路。或许有争议，或许有辛酸，或许有荣誉，但更应该给予他们的，是肯定和掌声。

一张慈善榜单的背后，凝聚了中国企业家精神社会里的价值观、人生观和世界观。目前，我们还没有完全摆脱欧洲债务危机的影响，通货膨胀与房地产调控并存，还刚刚经历了严峻的自然灾害。可是，中国经济规模已经超日本，成为世界第二大经济体，国内生产总值（GDP）超过397983亿元。

中国以企业为主体的捐赠仍然在2010年继续推进，其中，国有企业捐赠总量占据重要位置，仅中央国有企业一项，2010年累计捐

赠达到 41.99 亿元；民营企业捐赠的数额同样引人关注，在全年捐赠过亿的 36 个单笔捐赠中，占到了一半。但基于外资背景的公司没有较大改观，年度捐赠额超过 100 万元人民币的企业数量很少，超过 1000 万元的屈指可数。

2010 年，民政部本级接收各类救灾捐款 304001.116263 万元；全国红十字系统年累计接受救灾捐赠款物 99 亿元；中华慈善总会募捐总额为 60 亿元，地方慈善会尤为突出，其中浙江慈善总会达到 22 亿元，福建慈善总会也超过了 10 亿元，上海慈善会筹资 10.08 亿元、河南慈善会筹资 2.2 亿元、大连慈善会筹资 4.22 亿元、深圳慈善会筹资 3.2 亿元、北京慈善会筹资 1.3 亿元、陕西慈善会筹资 1.4 亿元等。

作为慈善募捐市场的生力军，基金会系统 2010 年的捐赠收入也很可观：中国扶贫基金会 5.41 亿元、中国红十字基金会 5.38 亿元、中国妇女发展基金会 2.2 亿元、中国青少年发展基金会 2.6 亿元、中国宋庆龄基金会 1.6 亿元、中国华文教育基金会 0.78 亿元、中国光彩事业基金会 4.2 亿元、北京大学教育基金会 3.8 亿元、浙江大学教育基金会 2.87 亿元，中国青年创业就业基金会接受捐赠 0.88 亿元、中华环境保护基金会 0.46 亿元……

根据不完全统计和推断，中国 2010 年度慈善捐赠总量至少超过 700 亿元人民币，当然，这还不包括通过发行彩票筹集的 489 亿元公益金。

社会进步的三重动力是政府的自主改良、社会批评和公益的力

量。公益事业发展的源动力是捐赠，核心是第三部门的建立。管理学大师德鲁克晚年把视野转向了第三部门，也正是因为他有了新的发现：NPO 是解决社会问题的最好方案，大家是为使命而聚集在一起的，企业是创造财富的机制，政府是提供服务的机器，第三部门是调动社会良性循环的寄托。

只有社会结构合理安排，商业秩序才能更为良性地发展，更好地建设创造财富的机制，推动政府机器的服务体系。

这一切，是我们有信心和勇气将中国慈善排行榜推向更远目标的动力。

最近，好消息频来：

《人民日报》2011 年 1 月 31 日第 11 版“声音”栏目摘要刊登民政部部长李立国讲话——《动员社会力量民政才能做大》。他强调，民政工作要注意动员社会力量，扩大可用资源和能量，把具体事务转移给相关社会组织去做，实现行政职能和社会力量作用的有效结合与良性互动。在这份报告之外，我们看到，备受关注的“壹基金”于 2011 年年初以公募身份落户深圳；北京市民政局决定，工商经济类等四类社会组织可直接到民政部门登记，而无需“挂靠”业务主管部门，北京“瓷娃娃罕见病关爱中心”的成立就是一个典型。

另一方面，中央在年初召开了省部级主要领导干部社会管理及创新专题研讨班。“两会”期间，温家宝总理在《政府工作报告》中再次明确地提出了大力发展慈善事业的目标。

看到中央政府对于社会发展的声音和举措，对于我们的工作是一种强有力的推动。

奉献给读者的这本“蓝皮书”，得到了社会各界的广泛支持，在此，一并表示感谢！希望我们能够在未来的道路上旗帜鲜明地为慈善家喝彩，携手中国企业家的慈善精神共创和谐！

《公益时报》社 社长 刘京

2011 年 4 月

目 录

旗帜鲜明地为中国慈善家喝彩（代序）	(1)
一、2010 中国慈善捐赠发展蓝皮书总报告	(1)
（一）中国慈善捐赠呈均衡化趋势	(2)
（二）筹资项目品牌化缺乏战略性思考	(6)
（三）慈善队伍建设与支持组织提上日程	(9)
（四）大额捐赠助推慈善组织建设	(13)
（五）捐赠热情推动制度化建设	(15)
（六）捐赠争论达到前所未有的高潮	(17)
（七）慈善事件热议推动慈善进程	(20)
二、中国捐赠分析报告	(27)
（一）国有企业捐赠尝试走专业化道路	(28)
（二）民企捐赠依然是主力军，成立非公募基金会渐成常态	(30)
（三）外企吝于现金捐，更多表述 CSR 战略思考	(33)
（四）诸多房企捐赠被指与营销挂钩	(36)



(五) 电信行业大笔捐赠慈善认定引思考	(38)
(六) 网游行业铺张式公益隐藏抢占市场野心	(40)
(七) 企业捐赠方向分析	(42)
 三、西南五省区市旱灾引发慈善热	(50)
(一) 企业捐赠报告	(50)
(二) 政府应急表现	(54)
(三) 社会组织救援行动	(59)
(四) 网络时代的公民参与	(63)
 四、玉树地震激发捐赠高潮	(67)
(一) 政府集中统筹使用赈灾款	(68)
(二) 社会组织汶川练兵后救援行动成熟	(69)
(三) 企业先交钱后举牌杜绝“诺而不捐”	(73)
(四) 志愿者参与救援也有悲剧	(77)
 五、巴比慈善晚宴涤荡中国财富伦理	(82)
(一) 财富阶层的“裸捐”拥护和拒绝	(84)
(二) 平民慈善晚宴“理想式”叫板富人慈善	(88)
(三) 媒体蜂拥而至，仍留疑问无数	(92)
 六、典型案例分析	(96)
(一) 曹德旺2亿元捐款开启中国公益捐款问责机制	(96)

(二) 王健林 10 亿元修寺庙惹争议	(103)
(三) 壹基金变形记	(112)
七、中国慈善捐赠现状与未来思考	(123)
(一) 设立专项慈善基金成筹款主力	(124)
(二) 公益项目更重品牌化	(128)
(三) 慈善实体化实现造血功能	(132)
(四) 募捐方式走联合劝募路	(137)
(五) 评级制度提升社会组织公信力	(142)
(六) 公益信托公益领域挑大梁	(146)
附录	(151)
(一) 2010 大事记	(151)
(二) 2010 出台的慈善法规	(157)
(三) 2009 榜单、上榜企业家和分析	(180)
(四) 2010 中国慈善家排行榜 (2009 年度)	(191)
(五) 2010 中国慈善企业排行榜 (2009 年度)	(208)

一、2010 中国慈善捐赠 发展蓝皮书总报告

刚刚过去的 2010 年，对于中国慈善劝募市场而言，又是一次特殊的机遇和考验。世界经济危机仍在继续，欧洲债务危机突然而至，国内通胀预期有所加剧，钢铁等行业面临着巨大的结构调整压力，房地产调控任务艰巨。我们的国家面临严峻的自然灾害和各种挑战，西南、华北的干旱，玉树的地震，甘肃的泥石流，等等。中国人的慈善捐赠在观念、灾难、危机中碰撞，再度迸发出新高潮。

我们的国家在复杂环境中科学把握好了调控的基调和尺度，保持着稳定的发展势头，经济规模首超日本，成为世界第二大经济体。2010 年中国国内生产总值（GDP）达到 397983 亿元。中国经济的稳定持续增长，居民收入的持续增加，民营经济的加快发展，为中国慈善事业发展奠定了物质基础。

在中国宏大的经济发展背景下，我们更希望通过民间的视角，来分析记录一年来有关慈善捐赠的事件和话题。

（一）中国慈善捐赠呈均衡化趋势

2010 年我国人均 GDP 达到了 4400 美元左右。按照国际经验，人均 GDP 超过 3000 美元时，将带来公益提速，目前我国公益正处在提速的转折点上。分别从国有企业、民营企业、外资公司、福利彩票和公民捐赠等五个方面看来，在 2010 年，慈善捐赠的主体——企业捐赠数量有所上升，但更为关键的是，公民捐赠热情的崛起，尤其是通过新技术手段的应用，打开了普通民众捐赠的“善路”，改观了中国公民捐赠“善路不通”的格局，使中国捐赠的格局逐步走向均衡化。

尽管国有企业的捐赠一直饱受质疑，不管是法律的主体还是归属权，甚至于相比其巨额利润，但是不可否认，当前中国捐赠中，它们的捐赠总量依然占据重要位置。根据 2010 年中央国企对外捐赠季报统计，2010 年 1~12 月，有 110 家中央国企发生对外捐赠支出，累计支出总金额为 419866.76 万元，其中：救济性捐赠 191012.03 万元，占 45.49%；公益性捐赠 132945.00 万元，占 31.66%；其他捐赠 95909.73 万元，占 22.85%。在救济性捐赠中，中央国企向受灾地区捐赠 120814.16 万元，占全部捐赠支出的 28.77%；定点扶贫及援助捐赠 66914.58 万元，占全部捐赠支出的 15.94%。在公益性捐赠中向科教文卫体事业捐赠 86710.81 万元，占全部支出的 20.65%。

其中，神华集团捐款最多，为 10 亿元，中国石油、中国电信、南方电网、中国海油捐款均超过 2 亿元，分别为 4.8 亿元、3.3 亿元、2.4 亿

元和2.3亿元。中国石化、中国华能、中国三峡集团、中国移动捐款均超过1亿元，分别为1.8亿元、1.2亿元、1.1亿元和1亿元。当然，也有媒体对于国有企业的捐赠比例提出了质疑，认为尽管有数十家的中央国企都进行了过亿元的巨额捐赠，捐赠的数额占利润的份额仍然不是很高。根据国资委公布的数据，2010年1~12月中央企业累计实现净利润8489.8亿元，同比增长40.2%。中石油此前宣布，2010年预计实现利润总额超过千亿元。从数据可以看出，与中石油所赚取的千亿元利润相比，这4.8亿元的捐赠所占其利润比例甚少。

2010年民营企业 and 企业家捐赠的数额仍然十分引人关注。在慈善捐赠排名中，民营企业与国有企业相比毫不示弱，在2010年全年捐赠过亿元的36笔捐赠中，民营企业的数量占到了一半，首次出现了国企与民企旗鼓相当的局面。作为慈善事业的中坚力量，它们捐赠只是受到企业发展的制约，不像国有企业，需要经过相关部门的审批。民企的捐赠自愿比例较高，表达参与社会服务的意愿强烈；国企的捐赠，更多的来源于行政性动员，当然，也在一定程度上提升了国有企业的公众形象。民营企业的隐形捐赠额也不容忽视，例如每年给社区的助老、基建、扶贫以及其他项目的慈善捐赠额，远远超过捐给慈善机构的金额。

从近几年的慈善排行榜统计的数据来看，国有企业的捐赠总额所占的百分比总是高于上榜企业数所占的百分比。说明单个国有企业的捐款额较高，民营企业则恰恰相反，捐赠总额所占的百分比总是低于上榜企业数所占的百分比。主要原因是巨额捐赠的国有企业大都属于国民经济支柱产业，拥有更多的人才、土地、能源支配权，实力比较雄厚，而民营企业则略显弱小。

当然，由于民营企业捐赠的随意性，也在社会上引发很多争议，其中，尤以大连万达集团董事长王健林先生向南京市政府捐款 10 亿元，用于金陵大报恩寺重建事件最为受关注。王健林所捐的 10 亿元被媒体称为中国慈善史上最大数额的单笔个人捐款。但对于这 10 亿元是否应该认定为善款，众说纷纭，而财政部相关负责人则在接受媒体记者采访时，直接否决了此次捐赠的慈善性。

较之于国有企业和民营企业两种本土文化下成长起来的公司形态，外资公司或跨国公司的表现，在 2010 年依然没有较大改观。这类公司，在国内素有“热心公益”的美誉，但实际捐款数量占捐赠总额很少，曾被分析人士冠以“10 万捐赠、100 万宣传、达到 1000 万效果”的做法，依然存在。来自慈善排行榜最新的数据显示，那些在中国赚取了巨额利润的跨国公司，在公益捐赠方面，表现逊色。虽然全球 500 强企业中，大多数公司在华都有分支机构，但进行统计后才发现，数十万家外资和跨国企业中，年度捐赠额超过 100 万元人民币的企业，竟然数量很少，年捐赠超过 1000 万元人民币的更是屈指可数。

当然，不能否定所有的跨国企业，少数知名企业还是有一定的捐赠，但是，相当多的跨国公司对中国的公益捐赠比较冷漠，实际捐赠非常少。事实上，跨国公司的公益活动大都做得很“漂亮”，与企业的营销结合紧密，实际落实到困难群体的捐赠额却很少。在企业管理经验上十分丰富的跨国公司，已将社会捐赠纳入企业管理战略之中，对某个项目进行公益慈善投入，往往考虑得十分周详。跨国公司在华捐赠项目都需要一级一级地向总部报批，程序比较多，数目达到一定额度，还需要董事会开会决定。不过，一旦有捐赠，跨国公司往往也会特别关注受到它们捐赠的那些公益

项目是否真正落实，是否产生了社会影响。他们甚至会派出本公司的志愿者，参与到这些公益项目中去。

然而，国内多数企业认为捐赠是不求回报的，不应该将捐赠与企业的发展和商业利益联系在一起。这与跨国企业所持观点恰恰相反，它们所代表的外资企业将社会捐赠看成企业的社会投资，使企业与社会积极互动、互利的一种行为。它们通常把得到社会广泛关注的领域纳入公司捐赠的核心计划，通过一整套规范化、制度化的持续性运作机制而取得成功，这甚至被视为企业可持续发展最有效的方式。

在传统的慈善捐赠的观念中，慈善似乎是富人应该做的事情。通过彩票，我们才发现慈善事业中富人的力量毕竟有限，公众才是慈善的主角。2010年，全国彩票发行1662亿元，共筹集公益金达到489亿元。

日常领域也见证着公众行善的热情。2010年“慈善一日捐”活动，唐山市收到善款1050万元，南京市收到善款1527万元，青岛市收到善款6830万元，太原市收到善款5460万元，江苏省慈善总会收到善款7078万元，东莞市收到捐款近1.8亿元，温州市收到善款5329万元创历史之最，上海市青浦区收到善款7687万元，是历年募捐总额的2.4倍，创历史新高。“慈善日”在越来越多地区跃升为城市发展的新名片。青岛市全国首创个人（家庭）慈善冠名基金，首批签约148人（户），基金总额250.7万元。中国扶贫基金会也开展了捐赠设立个人基金的业务，最低月捐5元即可设立个人命名的专项基金，截止到目前所筹款额不菲。其针对公众个人的“爱心包裹”项目，在项目发起的两年内已募集善款1.9亿元。

信息时代的到来，互联网、微博和手机短信等技术手段，已经成为公民捐赠发展的新契机，美国FACEBOOK网站的筹款能力已经展现了公众