

# 論壹基金的成功

白鶴

深圳壹基金公益基金會合作發展部高級經理

## 壹、前言

壹基金的名字，就說明了壹基金所宣導的理念，那就是“壹基金 壹家人”的全球公益理念，推廣每人每月1塊錢，一家人互相關愛彼此關懷的慈善互動模式，即：每1人+每1個月+每1元=1個大家庭的理念。壹基金相信，關愛和善良是每一個人都具有的美德，每個人的慈善之心都會在某個時刻被喚醒，愛心沒有大小的，壹基金的理念使得人人都可以投入到公益事業中來，而不是公益慈善事業是有錢人的事業，使得公益慈善成為有產階層的特權。壹基金的理念使得普通的大眾的善心在日常生活中就可以通過小小的1元錢的捐贈而得以實現。這和公民社會所宣導的人人參與，將個人利益整合為集體利益或公眾利益的理念是高度相契合的。

## 貳、個案 NGO 背景說明與環境：

壹基金是由李連杰先生發起成立的國際性公益組織，遍及中國（含中國香港地區）、美國、新加坡等國家。在中國大陸地區，壹基金分別在北京、上海、成都、深圳設有辦公室。在中國大陸地區，壹基金與中國紅十字總會合作，於2006年12月8日發起成立了“中國紅十字會李連杰壹基金計畫”，並於2007年4月19日在北京正式啟動，是在中國紅十字總會架構下獨立運作的慈善計畫和專案。壹基金成立三年以來以高公信力、財務透明、良好的品牌形象位於中國知名基金會的前列，2010年12月3日，壹基金在深圳落地，獲深圳市民政局批准，正式成立深圳壹基金公益基金會。自此，壹基金擁有了獨立從事公募活動的法律資格。

## 參、議題分析與探討

壹基金在短短的三年裡，一下子走到了公眾面前，成為中國大陸排名靠前的基金會之一。在公眾眼中，它是一個明星基金會，在同行眼中，它是一個全新的基金會，帶著巨大的能量，無疑成為了這個行業裡的黑馬。如何衡量一個基金會的成功，標準很多，我從以下五個維度，相對立體的和大家討論壹基金的成功。

### 一、公信力

在商業界裡，一個企業甚至一個產品的成功，最重要的就是建立自己的品牌。一位著名企業家說得好：“沒有品牌，企業就沒有靈魂；沒有品牌，企業就失去生命力。”可見，品牌的價值對企業的生存和發展是何等重要。同樣的，在公益領域領域內，一個基金會的成功與否是取決於它的公信力，所謂基金會的公信力，

是指基金會在獲得社會公眾的信任程度和讓公眾對其形成依賴的能力。現在中國大陸的基金會很多越來越多，根據基金會中心網截至到2011年5月28日的資料，中國大陸已經有基金會2200多家。公眾對基金會的選擇就顯尤為重要，在這麼多的基金會當中選擇那些最可信賴的基金會，這個時候公信力就成為極其重要的識別標準。

公信力的表現方面很多，在這裡強調一下公眾的知情權。公益機構是為大眾從事服務的機構，所以充分尊重公眾的知情權顯得尤為重要。壹基金從一個開始就是的秉承人人公益的理念，所以最為重視的是公眾的知情權，最大程度的滿足公眾資訊需求，尤其是在財務方面，壹基金的善款很多都是大眾一塊錢一塊錢的捐贈而來，所以壹基金的財務透明公開，接受國際知名四大會計師事務所中的畢馬威 KPMG 和德勤的審計，每個季度將基金會的財務管理報告上傳到基金會的網站之上，接受公眾的檢查。

公信力要高於商業界裡的品牌能力的，它更多的是公眾對基金會的信任度，信譽度的標準，因此，公信力體現出來的其實是基金會的核心價值。

## 二、平臺資源的整合能力：

資源整合就是優化配置的決策。就是根據基金會的發展戰略和公益行業內強烈的需求對有關的資源進行重新的配置，以突顯基金會的核心競爭力，並尋求資源配置與 NPO 需求的最佳結合點。目的就是要通過組織制度安排和管理運作協調來增強基金會的競爭優勢，提高對 NPO 的服務水準。壹基金作為一個資助型的平臺型基金會，給以 NPO、草根的說明不僅僅是壹基金典範工程資助金一次性的資金的資助，而是調動自身的資源，讓企業界、媒體界、公益明星等全社會的力量都對公益行業的發展給予關注。

例：壹基金每年一度，舉辦“壹基金壹家人”的年會暨論壇，每年的會議都有來自世界各地的300多位學術權威、媒體精英、企業領袖及公益明星為公益事業共商發展、共同引領和見證公益事業的發展與進程。一年一度的壹基金重點工程“壹基金典範工程”也在當晚揭曉，希望能有更多的社會力量關注到中國大陸優秀的 NPO 組織的成長和發展，同時也為這些常年堅守在第一線的默默無聞的機構和從業人員給予肯定和打氣。

## 三、對整個公益行業的影響力：

壹基金作為中國公益事業的實踐者和宣導者，對整個行業的重要影響力之一就是不斷推動中國慈善公益事業的標準化和產業化，讓每一份捐款都能帶來最大的社會效益。壹基金典範工程和潛力典範是壹基金完成使命的最重要的活動之一。

壹基金相信，關愛和善良是每一個人都具有的美德，每個人的慈善之心都會在某個時刻被喚起。而公益則是一項事業，不僅需要熱情，更需要專業管理、需要制度規範，和一時的激情不一樣，這是一個非常專業的領域。

壹基金希望通過表彰那些達到國際運作標準的非營利機構，並支援那些具有發展潛力、廣泛社會意義的新起步的非營利機構，從而建立一套與國際接軌的中國慈善公益機構運作標準和評估體系，推動整個中國公益事業的標準化和產業化。同時促進獲獎機構實現快速成長並成為行業典範，為公益事業的運作提供可參照的寶貴經驗和最佳實踐。

壹基金典範工程始於 2008 年，每年評選一次，壹基金圍繞“公信、專業、執行、持續”四個標準，每年評選出十家以內組織治理嚴謹、運營能力優秀、財務透明、可持續發展以及有社會影響力的公益典範組織，並給每家公益組織頒發壹佰萬人民幣的資助金，截至到 2010 年，一共有 21 家非營利機構獲得壹基金的典範工程獎，潛力典範的始於 2009 年度，每年評選一次，壹基金評選出五家以內的有創新性、社會影響潛力、可持續發展及領導力的潛力公益典範組織，給予總額總額一百萬人民幣的資助金，2010 年新增兩個“單項獎”單元，重點考察機構的創新性和影響力，分別選出 5 家以內的單項獎，並給予每家組織七萬人民幣的資助金，截至到 2010 年度，共有 16 家機構活動了壹基金潛力典範獎。

#### 四、傳播能力：

當今的社會是一個新媒體的傳播的時代，由於網路、社交網站、SNS、視頻、及微博等領域的新型媒體的出現，使得傳播出現了即時、迅速、人人參與、點狀引爆等新的特點，已經和原有的傳統的平面媒體、紙媒等形成了巨大的差異化特徵。

壹基金擁有強有力的公關傳播能力，除了和創始人李連傑先生有一定關係之外，壹基金團隊自身的公關傳播能力也是非常的強勁的，壹基金是最早入住大陸社交網站“開心網”和較早入住新浪微博的基金會之一，非常早的就利用公眾性媒體傳播公益理念，形成和公眾互動的良性迴圈。

壹基金利用自己的官方網站，建立“壹基金之家”，為全球家人打造的網上公益社區，將非營利機構、具有社會責任感的企業以及公眾聯結在一起，借助互聯網強大的分享與互動功能，提高社會對公益事業的認知，提升並優化社會對公益事業的資助，將每個人的點滴努力，彙聚成改變世界的力量。

#### 五、創新能力：

基金會在新行業、新領域或是在原有的領域內的一些工作手法、運用介入的能力，表現出其新穎的創新能力。創新能力決定著該機構的新穎性和在行業內的推動性。

壹基金在很多方面都形成了創新性的結果：現就其在籌款管道的方式方法上的創新為例。壹基金聯合招商銀行推出壹基金愛心信用卡、壹基金愛心一卡通兩張卡。

其中壹基金愛心信用卡是由持卡人承諾月捐，同時在持卡人每刷信用卡一次，招商銀行將捐贈人民幣 0.1 元，同時持卡人消費的商家也按照一定的比率進行捐

贈，真正形成將持卡人、銀行和商戶等聯合起來，形成“1+1+1+.....”概念的全新詮釋：持卡人、銀行和商戶不但可以在日常的生活和經營中進行愛心捐款，持卡人還可參加招商銀行定期組織的“1 天義工”活動，身體力行地支持慈善事業，進而構成一個全新的立體捐贈體系。

同樣的在籌資的上的創新還有和產業鏈相結合的模式：例如壹基金和華誼兄弟的合作，華誼兄弟投資的影片，每買出一張電影票，將捐款 0.1 元捐贈給壹基金，同時院線的收入也將有一定的比例捐贈給壹基金。

#### **肆、總結：**

壹基金的成功取決於全球每一位家人的信賴和參與，取決於每一位家人的奉獻和愛，而這些精神真是源于公民社會所宣導的人人參與，將個人利益整合為公眾利益的理念。只有你我的點滴付出，才能建造出更加和諧的公民社會，才能讓我們生活在全球一家人的關愛之中。