

本土化的中国社会企业正在崛起

■ 本报记者 王勇

2020年,抗疫成为新常态,气候、消费、医疗、教育、扶贫等方面的问题不断凸显,我们应该如何应对并解决不断产生的社会问题?

10月31日,以“重启美好生活”为主题的中国社会企业与影响力投资论坛2020年会在京闭幕,闭幕式上颁出了2020向光奖年度社会企业TOP10奖项。

这些获奖社会企业的发展历程显示,经过十多年的发展,中国的社会企业走已经出了一条具有中国本土特色的发展路径,社会问题正在由挑战变为机遇。

“当今世界正处在百年未有之大变局中,新一轮技术革命和产业变革快速兴起,推动可持续发展面临重要的历史时期,中国的企业家已经走上了世界的舞台,我们的社会企业也正在成为中国企业家队伍中的一个重要力量。”中国社会企业与影响力投资论坛名誉理事长、深圳国际公益学院董事会主席、招商银行原行长马蔚华表示。

马蔚华强调:“中国的企业家、中国的社会企业应该成为推动可持续发展的重要力量,我们共同努力,来实现全球的可持续发展,推动新的商业文明。”

本土社会问题的解决者

社会企业是为了解决社会问题而成立的企业。作为一个外来概念,社会企业被引入中国后,参与者们关注社会问题的视角经历了一个由国际性到本土化的转变过程。

经过十多年的发展,由本土社会问题而产生的社会企业越来越多。2020向光奖年度社会企业TOP10获奖企业北京新素代科技有限公司(光盘打卡)就是其中之一。

联合国最新报告显示,新冠肺炎疫情可能导致全球饥饿人数在2020年大幅增加。除疫情外,严重的蝗灾也在威胁着非洲和南亚的一些国家。今年将新增1.3亿饥饿人口,全世界将有6.9亿人处于饥饿状态。

在这一背景下,减少浪费刻不容缓。光盘打卡便将目光瞄准了这一世界性问题,他们选择从推进光盘行动进行切入。

光盘行动发起于2013年,是一个中国特色的杜绝浪费的倡议行动。经过几年的推动,在减少食物浪费方面取得了不菲的成就,但问题依然存在。

“光盘行动的传统推广形式,更多是口号、标语、海报式的宣传,对于现在的90后、00后来说,缺少参与感。因为现在的年轻人更喜欢通过了解周围人在干什么而行动,而不是别人让我干什么。另外一个社会痛点是希望推动减少食物浪费的机构,缺少有效的组织形式。”光盘打卡创始人、CEO柳济琛提道。

2017年,柳济琛在一家餐厅



光盘打卡让“光盘行动”具备了社交性,成为了一场公众参与的“光盘游戏”

吃饭看到餐厅推出的光盘集卡兑换优惠券的活动时,产生了一个灵感——以互联网的形式,通过激励的方式,让顾客光盘减少浪费,就可以从一家餐厅的光盘行动变成全社会都可以参与的光盘行动。

为了解决这些问题,光盘打卡应运而生。在光盘打卡上,用户通过给餐盘拍照验证打卡,可获得积分奖励。积分可以兑换礼品,也能捐赠给公益项目,“通过物质和精神的双重回报,让光盘行动从口号变成一个自己喜闻乐见、乐于参与的事情。”柳济琛强调。

不仅个人可以加入,同时还可以邀请好友共同加入“光盘挑战”,学校、企业、餐厅、明星后援团等各类机构都可以入驻,可以组队打榜。

光盘打卡让“光盘行动”具备了社交性,成为了一场公众参与的“光盘游戏”。据柳济琛介绍,目前已经累计有300万用户,1000多所高校入驻,累计光盘超过1000万次,配捐善款近100万元。

“这只是一个开始,最终希望实现全民光盘。不只是中国,我们希望把这个解决方案推向全球,为全球的粮食安全提供中国智慧和方案。”柳济琛表示。

从身边的小问题出发,发起社会企业,探索一个比较完善的解决方案,中国的青年正在越来越多的投入公益创业、投入到社会企业的行列。



POCKET WITH LOVE

Background:

In China, the extinction of traditional culture occurs every day, as well as the craftsmen departing on the culture. Qing embroidery is a manual skill with 500 years history, it is facing the impact of China's rapid modernization. The ancient handmade are not broken and lack of attention, the Qing women have to leave the village and go out to work. The culture of Qing embroidery from generation to generation is at risk of vanishing.

The idea: Pocket With Love

How to bring vigor and vitality to the old culture? A special pocket, creates the future for Qing embroidery and Qing women. Combined with the popular brand, it becomes the wise IP-complementing each other. Every pocket is a result of supporting Qing embroidery. Everyone who buy the pocket is also the needs to spread the Qing embroidery. The pockets embroidered on the clothes, bags and toys, integrate the Qing embroidery into the youth's pop culture, giving rebirth to Qing embroidery.

The Result:

1. In only 5 months, 1000 Qing families have been arranged 1 year's work and earned enough living wages through their own handcraft.
2. The Qing pockets have become popular to the youth and gained frequent exposure in the street and social media. The celebrities joined the pocket DIY, raising fans' concerns and follow.
3. Fashion garment brands have produced clothes in Qing embroidery, building up the connection between the manual Qing embroidery and the factories.
4. Reported by lots of fashion magazines and fashion show reports, the ancient Qing embroidery returned in fashion attire.



起承文化开发了羌绣口袋,每枚口袋可为羌绣绣娘提供6小时工作时间

中国式的解决方案

以商业的手段解决社会问题,是社会企业有别于政府、商业企业、公益组织的地方。社会企业与其他三者之间应该是什么样的关系曾经困扰着社会企业的从业者。

中国社会企业的实践证明,他们之间并不是非此即彼的关系,而是可以协同推进社会问题的解决。2020向光奖年度社会企业TOP10获奖企业英德市碧乡农业发展有限公司就是这样一家社会企业,在解决贫困问题的道路上,他们走出了一条集合各方力量的中国式路径。

碧乡创立于2017年,是广东省国强公益基金会设立的一家社会企业,同时是碧桂园集团核心联盟企业,主要的业务是乡村振兴产业规划和建造、民宿运营,特别是自营农产品研发与营销。

碧乡的成立缘起于碧桂园集团响应党和国家的扶贫号召,在贫困地区开展的精准扶贫和乡村振兴工作,成立的初衷是要解决产业扶贫产业发展难、产品营销难的问题,以及如何构建一个全新的产业链的问题。

依托碧桂园集团和国强公益基金会的优势,碧乡走上了一条快速发展之路。

一方面,依托碧桂园集团上下游合作企业的优势,以公司+专业合作社+村小组+农户的模式,发展现代农业生产;一方面,结合当地的特色,推动一村一品、一镇一业的发展,通过设基金、建工厂、重品牌、重技术、拓市场,带动扶持当地青年创业。

在营销方面,碧乡充分运用了碧桂园集团的资源。线上,通过集团的渠道向碧桂园2000多个小区500多万业主进行推介;线下,集团自身打造的渠道、一些政府合作单位的采供渠道、批发市场的渠道都被利用起来。

据碧乡电商部负责人梁鸿宇

介绍,公司目前已经开发了300多款农产品,累计帮助11.2万贫困户增加收入。2018年,碧乡的总收入是700多万元,2019年就增长到1亿元,预计2020年将达到2亿元。“这是我们结合集团的优势资源,多渠道、多元化发展,具备核心竞争力”的结果。

通过创新的商业模式,碧乡正在可持续、可复制、系统化地解决中国乡村振兴面临的农产品滞销、就业难、可持续发展难等问题。

而作为社会企业,碧乡并不以盈利最大化为目标,按照约定,碧乡所获得的盈利将返回国强公益基金会,继续用于公益项目。

商业企业、社会企业、公益组织在解决贫困问题上不再是各自为战,不再是零和的竞争关系,资源、机制互补为社会问题的解决提供了一条中国特色的路径。

越是本土的越是国际的

从国际视角到中国视角,并不意味着社会企业的视野在变窄——越是本土的越是国际的,2020向光奖年度社会企业TOP10获奖企业,上海起承文化发展有限公司正在不断证明这一点。

起承文化是一个致力于中国非遗可持续保护和发展的社会企业。据起承文化创始人米成介绍,在非遗保护的探索中,他们发现传统非遗面临着三大挑战:

一是生活改变带来文化流失。例如,现在出嫁的时候没人穿嫁衣,导致羌绣等工艺没有了存在的基础。二是非遗领域缺乏创新发展乏力,“这个领域可能很多从业者连智能手机都不会用”。三是由此导致从业者赚不到钱,也获得不了社会尊重。

如何解决这些问题?起承文化的思路是“我们不能做一个穿越回到宋朝的工匠而去决定要做什么,而是要把自己想象成一个从宋朝穿越到现在的工匠去

决定什么应该做”。

由此提出了用创承重新定义传承,塑造非遗传承的可持续生态模式,助力传统非遗融入现代生活的路径。

据米成介绍,第一步是把传统的非遗工艺通过创新变成知识产权,以解决利益分配、标准化和复制的问题;第二步是把知识产权通过广泛合作,把它变现。

“文化内容可以帮助商业上有比较大的提升,同时在商业的转化过程中会产生非常多的现金流,这些现金流又能反哺文化的发展。”米成强调。

基于上述理念,起承文化打造了在地的非遗工坊,集结全球非遗传承大师、文化学家、历史学家、统计学专家、数字人文学专家等多领域的人才建立了数字非遗基因库,搭建了全球非遗设计源创平台。

“平台目前有300多位设计师、艺术家和科学家,他们来自13不同国家和地区。他们能够跟我们一起创新,可以大大加快我们开发的效率。”米成表示。

通过上述措施,起承文化完成了对中国非遗的现代化转化,把传统的非遗变成了非常美非常有趣的现代储备。在此基础上进行变现,一是开发手工艺品,为非遗手艺人带来工作收入;二是图形IP的使用,建立广泛的社会知名度;三是通过科技创新带动行业技艺进步产生国际影响力。

据米成介绍,截至目前,起承文化已经参与保护了46项非物质文化遗产,帮助超过300位手工艺工作者参与国际研创,实现超过30亿元的文化价值转换。

“传统非遗并不是你一听到它就觉得它离自己很远,根本不想去买它,只要我们能够有很好的创新,我相信它是能够在市场上有一席之地的。”米成强调。

米成表示:“其实非遗并不是苦穷惨,我希望全世界的人在看到我们的文化的时候,能够真正从内心有对历史的尊重和尊敬”。