

中国超高净值家族 公益慈善研究

发布会精简版

清华五道口全球家族企业研究中心





近年来，随着中国经济社会持续发展，中国民营经济规模及超高净值人群数量快速增长。2018年，中国有476个净资产超过十亿美元的超高净值家族¹，虽然人数仅次美国，但增速全球第一。然而，根据联合国开发计划署（UNDP）的研究²中国2014年慈善捐赠总额占当年GDP的0.17%，而美国2013年的数据则为2.2%，中国公益慈善事业仍有巨大的发展空间。

根据国内外的经验，超高净值家族对公益慈善事业的发展具有至关重要的引领作用。慷慨捐赠的风气在美国富有家族盛行已久。相比之下，中国慈善文化历史悠久，为何当前超高净值家族在慈善捐赠方面仍存落差？中国超高净值家族的公益慈善理念是什么？他们又以什么方式实现并发展公益慈善事业？

与此同时，国内民营企业家对公益慈善事业仍有着诸多困惑。现代公益慈善事业在中国起步较晚，公益慈善相关的政策法律也在完备的过程中，慈善基金会建立的门槛仍然较高，种种原因一定程度上导致部分超高净值人群对慈善捐赠望而却步。

清华五道口全球家族企业研究中心多年来致力于研究中外民营家族企业。针对实践中的诸多困惑，我们围绕中国超高净值家族慈善捐赠动机及行为开展了广泛而深入的调查研究。在深入刻画中国家族捐赠现状的同时，力图透过多个侧面探究其捐赠行为背后的深层动因。

乐善好施能服于人，上善若水厚德载物。中华文化自古便强调积德行善、扶危济贫，其中著名典故有如三散千金的范蠡、捐宅兴学的范仲淹、施粥赈饥的刘宰等，公益慈善价值观可谓贯彻中华传统，中华文明已在积德行善的道路上前行了数千年。如今，在中国经济中占据重要位置的民营企业家及其家族企业也越来越多地参与到公益慈善事业中来，超高净值家族已经成为其中不可或缺的力量。

《福布斯》中国慈善榜捐赠总额已从2004年4.9亿元增长到2017年103.8亿元，最高捐赠额从3,447万元一路升至近23.6亿元。2018年，大额捐赠接踵而至。例如，腾讯公益慈善基金会投入了10亿元启动资金设立“科学探索奖”；万向集团董事长鲁伟鼎成立了慈善信托，并将万向三农集团的全部股权置于其中，包括两家上市公司的控股股权；碧桂园集团董事会主席杨国强通过广东省国强公益基金会向清华大学捐赠22亿元用于支持前沿科学研究和高端人才培养及引进。回顾慈善榜单的交替与更新，虽有少数身影昙花一现，但更多的慈善家一直坚守，从始至终践行公益慈善理念，为公益慈善事业的发展做出了令人敬佩的贡献。

在致敬中国慈善家所作努力的同时，公益慈善领域面临的种种挑战依旧无法令人忽视。什么因素导致中国公益慈善事业发展仍然受限？什么因素影响着中国超高净值家族的捐赠决策与捐赠行为？企业家和慈善家在公益慈善事业领域所面临的挑战有哪些？许多问题值得我们深思。

感谢比尔及梅琳达·盖茨基金会的资助支持与多位知名慈善家的积极参与，我们得以完成《中国超高净值家族公益慈善研究》报告。希望本报告对中国家族公益慈善事业具有积极意义，也期待为中国公益慈善事业的发展尽绵薄之力，带动更多的中国超高净值家族，弘扬公益慈善事业，传递爱心关怀。共同推动中国公益慈善事业，促进人类社会和谐发展！

全球家族企业研究中心主任
清华大学五道口金融学院

¹ 福布斯2018年3月数据。

² Unleashing the Potential of Philanthropy in China. 2015. UNDP

项目背景、研究方法 与数据来源介绍

项目背景介绍

2016 年 12 月，比尔及梅琳达·盖茨基金会资助清华五道口全球家族企业研究中心开展中国超高净值家族公益慈善研究项目。研究课题基于福布斯中国富豪榜和慈善榜、基金会中心网、国泰安 CSMAR 经济金融数据库、慧科新闻数据库等数据搭建了模型，通过定量与定性分析，结合国内领先慈善家族访谈实例，从制度、文化、家族理念等多个维度深入了解中国超高净值家族在公益慈善领域的现状及趋势，从而帮助公益慈善组织、高净值家族以及关心慈善的个人更深入地了解公益慈善和捐赠，启发社会各界和国际社会对慈善事业的关注和思考，提升全面的公益参与、推动公益文化建设。

研究方法与数据来源

本研究的主要对象为积极参与慈善活动的超高净值企业家、企业家族或民营企业³，研究对象需同时满足超高净值家族（以上榜福布斯中国富豪榜为标准）和具有大额捐赠经历（以上榜福布斯中国慈善榜为标准）两个条件。

研究结合了数据统计分析，与企业家、慈善家、学者及专业人士的深度访谈，以及来自第三方报道、资料及报告的辅助调查。研究数据来自于 2009 年至 2017 年福布斯中国富豪榜及福布斯中国慈善榜⁴、基金会中心网、国泰安 CSMAR 经济金融数据库，以及慧科新闻数据库。

³ 研究对象限定于来自于中国大陆的家族，不包括海外华侨或港澳台地区家族。

⁴ 研究选取了 2009 年至 2017 年福布斯中国富豪榜及慈善榜数据，其中：由于慈善捐赠数据的滞后，福布斯慈善榜榜单发布年份与实际数据之间有一年间隔，如福布斯慈善榜 2010 年榜单实际为 2009 年的捐赠数据；福布斯中国杂志并未发布 2016 年慈善榜，因此 2015 年的捐赠数据空缺。

主要发现

富豪榜产业结构变化带动捐赠结构变化

2009 年到 2017 年短短不到十年时间内，中国的经济动能经历了从传统制造业，到房地产业，再到高科技的转变，中国福布斯富豪榜的产业结构随之而变，科技业上榜富豪逐年增加。

富豪榜的产业变迁带动了慈善榜的产业变迁。在慈善榜中，科技业捐赠者的人均捐赠额在近几年遥遥领先其他产业的捐赠者。

中国家族捐赠契合“差序格局”

在差距格局下，中国捐赠者相对而言更重视对家乡的回馈。2015 年基金会中心网数据显示，通过基金会捐赠的善款 43.5% 流向捐赠者家乡省份，53.5% 流向全国其他省份，流向海外仅占 3%，印证了捐赠者的差序格局理念。

家族基金会更注重教育，企业基金会更注重扶贫

家族基金会重视教育，反映出家族对人才培养的慈善认知。其中大学接受的捐赠最多，且受捐赠高校基本为名牌大学。

公司基金会在扶贫助困、公益行业发展领域较为突出，契合公司发展及社会责任需要。

捐赠的多元化与年轻化

2009 年到 2016 年，超高净值家族占慈善榜的人数比例呈逐年下降趋势，其捐赠金额占当年捐赠总额的比重也逐年降低。慈善榜呈现多元化趋势。

70、80 后企业家的慈善捐赠在近两三年间增势强劲，2016 年首次超越曾经的捐赠主力 50 后，慈善榜呈现年轻化趋势。

江浙闽粤四省企业家引领捐赠潮流

江苏、浙江、福建、广东的超高净值家族为我国慈善捐赠的主要地区。四省占全国捐赠总额比例表现突出。在调研年份内，该比例几乎历年都在 50% 以上。

作为最早开放的沿海地区，江浙闽地区的商业思维活跃，慈善捐赠理念更具备实效性和专业性，更倾向于慈善基金会的管理方式。

不同生命周期企业呈现各异的捐赠特征

处于成长期的企业专注于组织成长和企业形象提升，随着规模的扩大会增加慈善捐赠投入。成熟期企业拥有稳定现金流，更倾向于保持相对持续稳定且大额度的捐赠行为。步入衰退期企业需要向投入资金以重铸企业生命力，会减少慈善投入。

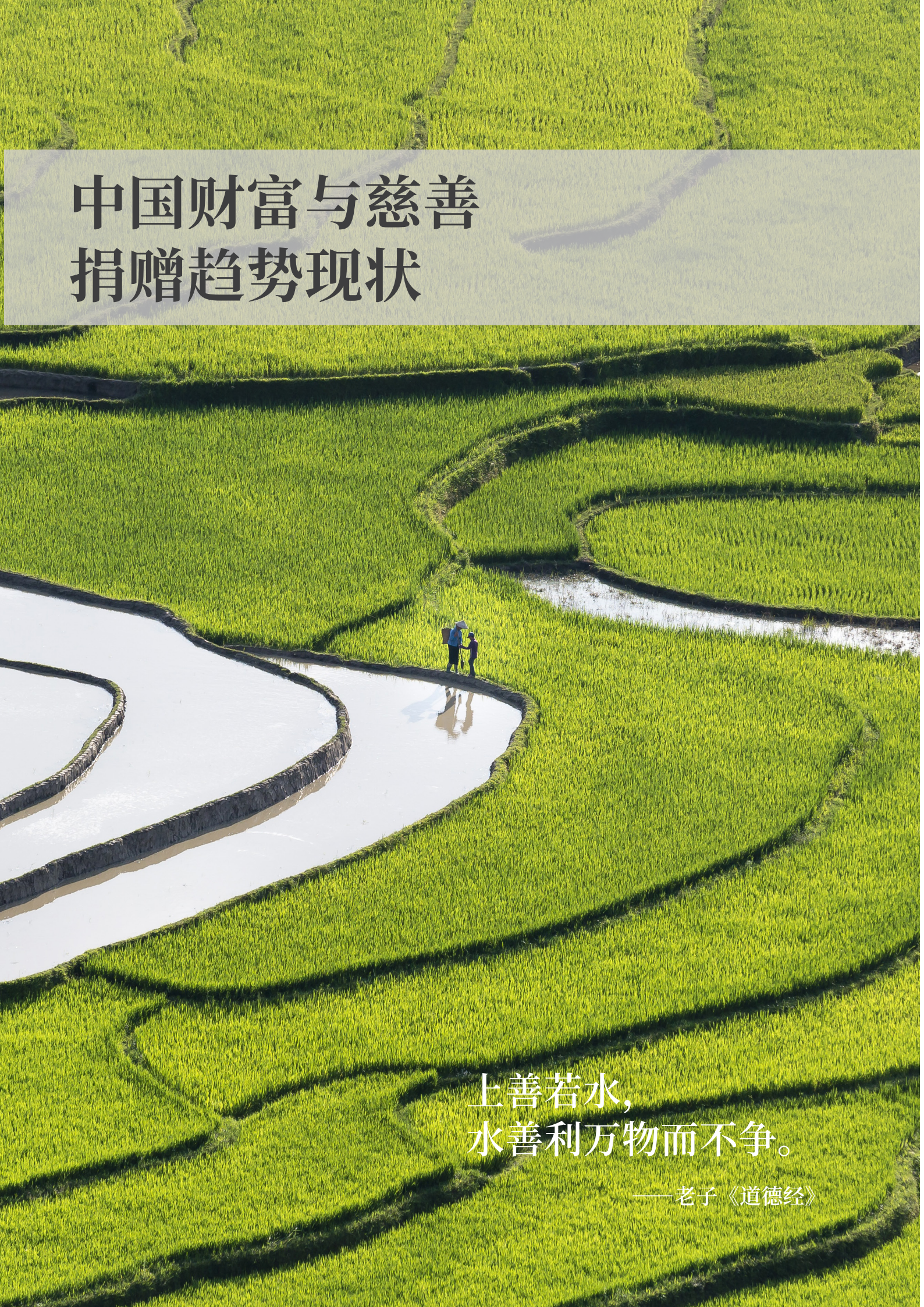


名词释义

名 词	注 释
超高净值家族	2009 至 2016 年间曾上榜福布斯中国富豪榜的家族
超高净值慈善家族	2009 至 2016 年间任意一年同时上榜福布斯中国富豪榜和慈善榜的家族
福布斯慈善榜捐赠额	针对榜单发布前一年企业或企业家对公益慈善事业的现金捐赠总额统计，不包括股权或捐赠承诺
基金会家族	拥有个人或企业慈善基金会的超高净值家族
非基金会家族	尚无慈善基金会的超高净值家族
直接捐赠	受捐赠人和受益人一致的捐赠模式
间接捐赠	受捐赠人和受益人不一致的捐赠模式
非定向项目捐赠	捐赠者捐赠给受捐赠人，由受捐赠人根据需要统筹安排，施惠于受益人
定向项目捐赠	捐赠者捐赠受捐赠人时，附带条件，明确捐赠意愿和资金使用
设立专项基金	捐赠者不仅指明捐赠意愿，受赠的公益慈善组织需要设立独立账户或者财务科目对此基金进行管理，用于捐赠者指定的目的
慷慨度	2009-2015 年及 2016 年超高净值家族在福布斯慈善榜捐赠总量与其财富净值年均值之比
基金会	依据《基金会管理条例》，基金会是指利用自然人、法人或者其他组织捐赠的财产，以从事公益事业为目的，按照《基金会管理条例》的规定成立的非营利性法人
公益慈善	由对人类的热爱所驱动，为提高人类福利所做出的努力，通过救济、援助或捐赠等手段来表达慈悲情怀、增加社会福祉
慈善组织	依据《慈善法》，慈善组织是指依法成立、符合《慈善法》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
公益组织	我国公益慈善组织的三种主要类型为基金会、社会团体、社会服务机构。
慈善信托	依据《慈善法》，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

目录

中国财富与慈善捐赠趋势现状	12
超高净值慈善家族慈善捐赠行为调查	18
慈善捐赠法律、税收环境分析	26
家族慈善捐赠归因	30
家族慈善的演变	32
中国家族慈善之路	34
中国领先慈善家族访谈案例	36

An aerial photograph of terraced rice fields. A winding, shallow water channel flows through the center of the frame, reflecting the sky. Two people are standing on a narrow, earthen path that crosses the water channel. The rice fields are lush green and terraced, creating a complex, organic pattern. The overall scene is peaceful and rural.

中国财富与慈善 捐赠趋势现状

上善若水，
水善利万物而不争。

——老子《道德经》

“

中国过去几十年的经济腾飞令全球瞩目，依靠稳定的经济发展、繁荣的互联网行业和庞大的市场基数，中国企业家们创造了诸多财富增长的神话。在财富累积的同时，中国超高净值家族对公益慈善事业的前进起到了至关重要的引领作用，直接推动了中国慈善捐赠事业的迅猛发展。

”

1.1 慈善捐赠和财富增长并行发展，慈善捐赠整体波动幅度更大

为了对慈善捐赠事业和社会财富发展以及二者之间的联系形成一种全局层面的了解，本研究基于2009-2017年福布斯中国富豪榜和慈善榜数据，对中国财富与慈善捐赠趋势现状做出了勾勒。整体上，上榜福布斯中国富豪榜的超高净值家族的财富水平和捐赠额度都呈现出明显增长势态（见图1和图2）。

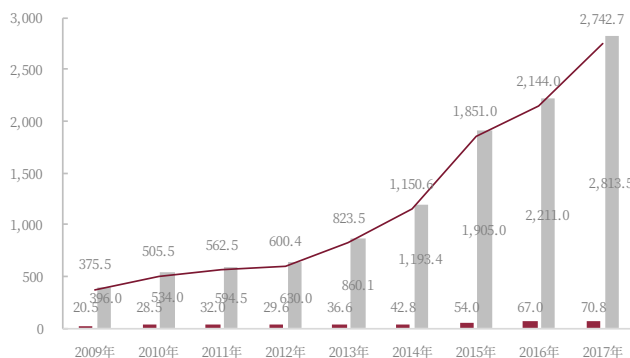


图1：2009年至2017年福布斯中国富豪榜趋势变化（亿元）

相较于富豪榜持续、稳定的增长趋势，慈善捐赠的变化呈现出很大的波动性。尤其在2010与2016年出现了较多偏离平均值的巨额捐赠，分别源于2010年对玉树大地震的救助，以及2016年慈善法出台和中国2015-2020精准扶贫计划。

这种波动性体现出慈善捐赠容易受重大事件或政策驱动影响，部分慈善家在中长期时间范围的慈善捐赠具有不稳定性。

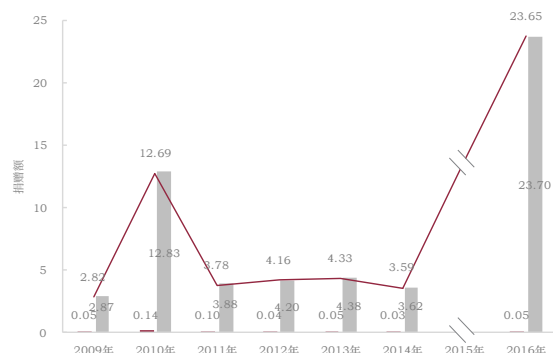


图2：2009年至2016年福布斯中国富豪榜趋势变化（亿元）

1.2 福布斯富豪榜产业结构变迁带动捐赠结构变化

从2009年到2017年这短短不到十年的时间内，正值中国经济转型之际。中国的经济动能经历了从传统制造业，到房地产业，再到现如今的高科技产业的转变，中国福布斯富豪榜的产业结构随之而变，科技业上榜富豪逐年增加（见图3）。

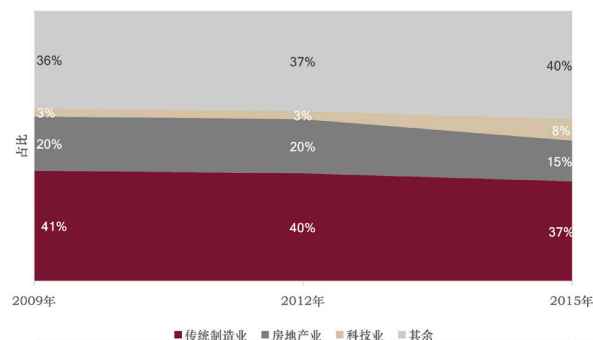


图3：2009年至2015年福布斯中国富豪榜产业结构变化

观察2015年中国福布斯富豪榜，虽然科技业家族上榜数量绝对值少于房地产业和制造业，但人均财富水平遥遥领先，居于其他两个产业类型富豪之上，且这种差距有不断拉大的趋势，体现出科技产业的财富聚集效应。

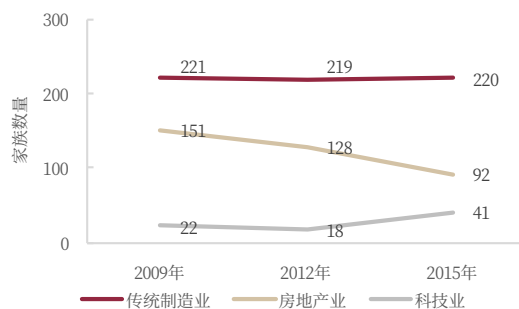


图 4：2009 年至 2015 年福布斯中国富豪榜传统制造业、房地产业及科技业的家族数量（个）

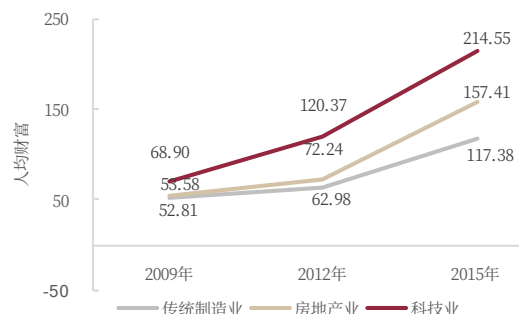


图 5：2009 年至 2015 年福布斯中国富豪榜传统制造业、房地产业及科技业的人均财富（亿元）

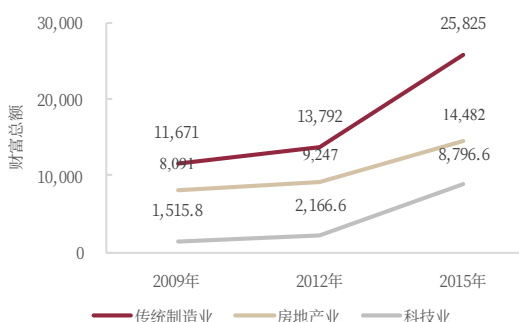


图 6：2009 年至 2015 年福布斯中国富豪榜传统制造业、房地产业及科技业的财富总额（亿元）

富豪榜的产业变迁带动了慈善榜的产业变迁。在慈善榜中，科技业的人均捐赠额在近几年遥遥领先其他产业（见图 8），虽然上榜人数相对较少（见图 7），但其捐赠总额已经直追以往的冠军——

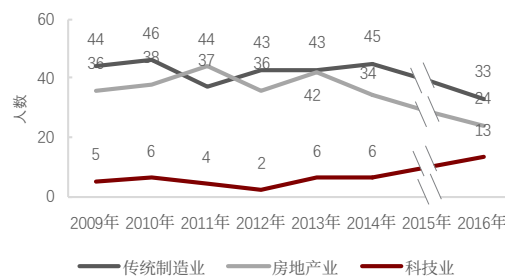


图 7：2009 年至 2016 年福布斯中国慈善榜传统制造业、房地产业及科技业人数（个）

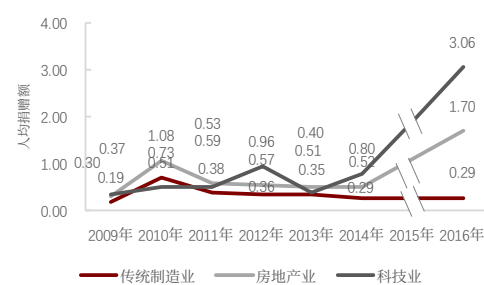


图 8：2009 年至 2015 年福布斯中国慈善榜传统制造业、房地产业及科技业人均捐赠（亿元）

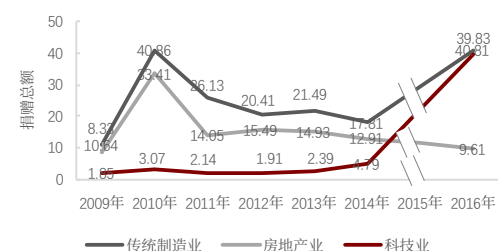


图 9：2009 年至 2015 年福布斯中国慈善榜传统制造业、房地产业及科技业捐赠总额（亿元）

房地产业富豪（见图 9），人均捐赠额于 2014 年超越其他两个产业的富豪。根据目前趋势，我们预测未来应当会有更多的科技业的企业家投入慈善捐赠行列。

表 1：2017 年福布斯中国富豪榜前十家族（亿元）

	姓名	财富净值	公司名称	主要产业
1	许家印	2813.5	恒大集团	房地产
2	马化腾	2581.8	腾讯	互联网综合服务
3	马云	2555.3	阿里巴巴	互联网综合服务
4	王健林	1668.2	大连万达集团	房地产
5	王卫	1476.3	顺丰控股	物流
6	杨惠妍	1370.3	碧桂园	房地产
7	何享健	1237.9	美的集团	家电
8	李彦宏	1132	百度	互联网综合服务
9	丁磊	1118.8	网易	互联网综合服务
10	李书福	1092.3	吉利控股	汽车、摩托车制造

1.3 捐赠结构的多元化和年轻化

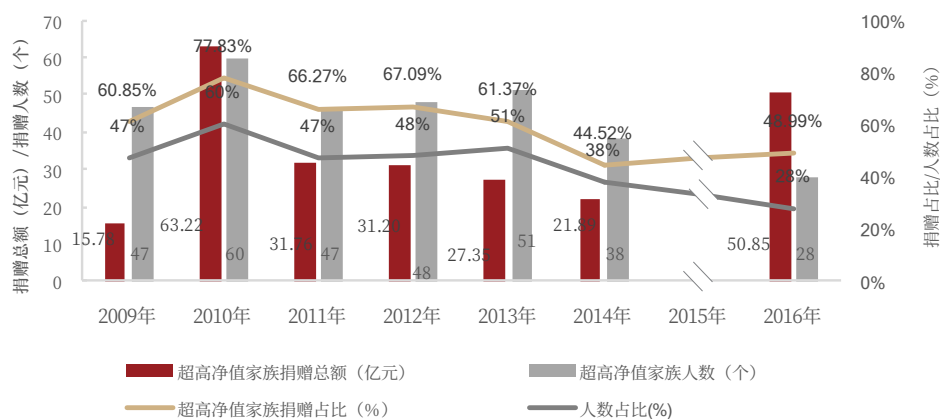


图 10：福布斯慈善榜中超高净值家族占比

2009 年到 2016 年，超高净值家族占慈善榜的人数比例呈逐年下降趋势，其捐赠金额占当年捐赠总额的比重也逐年降低（见图 10）。财富榜洗牌、家族主观捐赠动机变化、未上福布斯富豪榜新晋慈善家的加入、以及家族下一代成员参与慈善均可能导致慈善榜的多元化趋势。

同时，从慈善榜捐赠年龄群的演变中可以看出，70、80 后企业家的慈善捐赠近年间增势强劲，2016 年首次超越曾经的捐赠主力 50 后，慈善榜呈现年轻化趋势（见图 10 和图 11）。年轻一代企业家已经开始大力投入到慈善捐赠事业中，中国公益慈善事业交接有望。

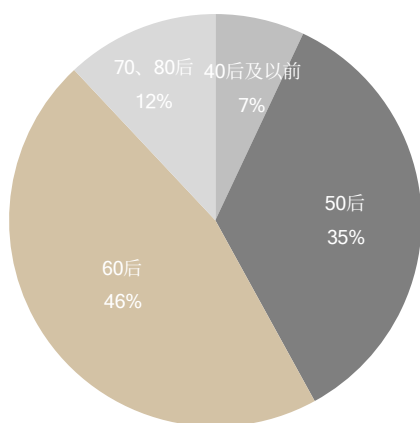


图 11：中国超高净值慈善家族的世代分布

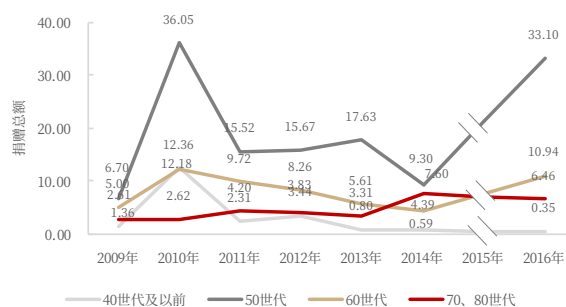


图 12：不同世代超高净值慈善家族捐赠总额对比（亿元）

1.4 历年慈善榜单换血率高，捐赠整体缺乏持续性与战略性

2009年至2016年间，福布斯中国慈善榜历年的更替率均超52%，2014年至2016年更替率甚至高达86%，意味着每年之间榜单上至少一半的慈善家会被换新（见图13）。同时，我们还发现，单次捐赠者⁵——即仅在慈善榜出现过一次的捐赠者——占当年上榜慈善榜总人数的比例很高，基本在20%左右（见表2），某些年份甚至达到61%，体现出了整体捐赠缺乏战略性。

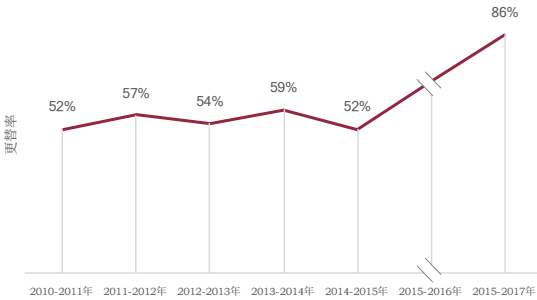


图 13：福布斯中国慈善榜名单的历年更替率（百分比）

表 2：2009-2016 年福布斯中国慈善榜每年单次捐赠者人数及比例（修正版）

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2016
单次捐赠人数	17	20	20	18	25	23	61
单次捐赠人数比例	17%	20%	20%	18%	25%	23%	61%

1.5 少部分顶尖慈善家引领慈善事业发展，捐赠高度集中化

慈善捐赠呈现显著的集中化特征。前20%慈善家的捐赠比重平均达到60%左右，在2014年和2016年分别达到74.13%和82.38%。进一步细分发现，前5%的慈善家地位的重要性更加明显，其捐赠金额即可达到年度捐赠总额的30%左右，甚至在2016年超过50%，足见头部慈善家影响力之巨大（见图14和表3）

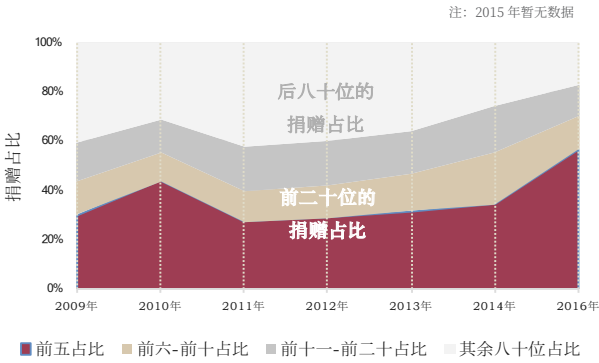


图 14：福布斯中国慈善榜捐赠结构趋势变化（百分比）

表 3：福布斯中国慈善榜前五、十、二十名的捐赠总额及比例（亿元、百分比）

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2016
前五捐赠总额	7.74	35.46	13.00	13.41	13.95	16.72	58.62
前五占比	29.86	43.66	27.12	28.84	31.30	34.01	56.48
前十捐赠总额	11.33	44.92	19.02	19.38	20.79	27.18	72.95
前十占比	43.72	55.31	39.70	41.67	46.66	55.27	70.29
前二十捐赠总额	15.22	55.75	27.58	27.68	28.37	36.45	85.49
前二十占比	58.72	68.64	57.55	59.53	63.67	74.13	82.38

⁵ 研究已排除捐赠目的为注资慈善基金会或新成立慈善基金会的“单次捐赠者”。

超高净值慈善家族 慈善捐赠行为调查

故一善染心, 万劫不朽。
百灯旷照, 千里通明。

—南朝 · 萧纲《唱导文》

“不同超高净值家族的捐赠方式及投入力度呈现出显著的个性。研究分别从财富水平、社会文化、地域籍贯、捐赠方式、企业发展等多重方面出发，阐述家族捐赠行为的特征，考量影响捐赠行为的因素。”

2.1 超高净值慈善家族⁶的四种行为分类

根据 139 个超高净值慈善家族上榜富豪榜与上榜慈善榜的情况，我们将其分类为四类特征明显的超高净值慈善家（见图 15），他们的捐赠行为分别不同程度地受到财富水平影响，主要为：

持续上榜型：指 2009—2016 年间持续且同时登上慈善榜和富豪榜七次的超高净值慈善家族，共五个。该类家族的财富水平和捐赠水平均呈现出一致的稳定性与持续性。其中四名均设立了慈善基金会，说明该类超高净值慈善家族不仅公益慈善的动机强烈，同时对公益慈善事业有统一的战略规划及管理体系，堪称公益慈善领域之典范。

坚持捐赠型：指 2009 至 2016 年间部分年份掉出富豪榜，但在此期间仍然保持捐赠行为并持续上榜慈善榜的超高净值慈善家族。此类超高净值慈善家族无论财富水平如何波动，都维持其慈善捐赠行为，体现出极为强烈的捐赠动机。其中三个家族设立了慈善基金会，进一步说明家族的公益慈善规划清晰明确，以专业的方式推行公益慈善活动。

事件驱动型：指 2009 至 2016 年间持续上榜富豪榜，但慈善榜仅上榜一至两次的超高净值家族名。这类家族的公益慈善战略规划不够明确，慈善捐赠通常针对单一事件，具有随机性。

财富驱动型：指 2009 至 2016 年间，慈善榜仅上榜一两次，且富豪榜上榜次数也较少的家族。这类超高净值慈善家族登榜慈善榜和富豪榜的次数均较少，且体现出名列富豪榜时，更倾向于进行慈善捐赠；若未登榜富豪榜，则不会登榜慈善榜。总体而言，这类家族的慈善捐赠行为与其财富水平相关性同样较大。

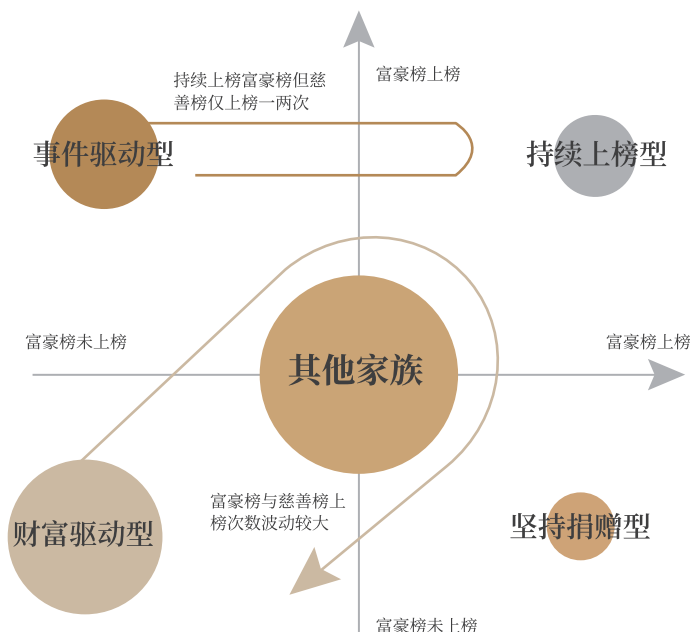


图 15：四种超高净值慈善家族⁷

⁶ 超高净值慈善家族，指 2009-2016 年任意一年同时上榜慈善榜和富豪榜的家族，在本次研究中共有 139 个家族符合这一定义。

⁷ 图中的模型体现了四种超高净值慈善家族上榜富豪榜和上榜慈善榜的关系。其中，横坐标代表是否上榜慈善榜，纵坐标代表是否上榜富豪榜。

2.2 差序格局下的家族捐赠

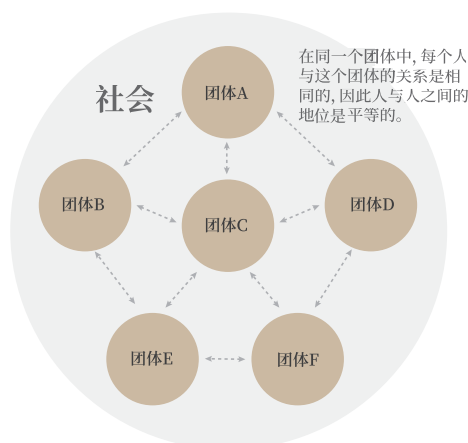
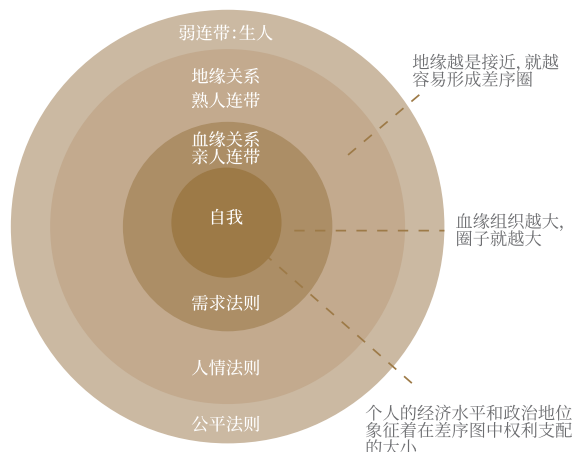


图 16：西方社会“团体格局”



差序格局源自费孝通先生的理论，他认为西方社会是一种“团体格局”，以个人为本位，人与人之间的关系呈团体状态，开放性较强（见图 16）；中国的社会结构是一种差序格局，以“自我”为圆心向外延展，根据亲疏远近关系确定权利和义务（见图 17）。

超高净值慈善家族捐赠重视回馈家乡，契合“差序格局”

在差距格局下，中国捐赠者相对而言更重视对家乡的回馈。分析 2015 年基金会中心网的数据发现，通过基金会捐赠的回流额占到整体捐赠的 43.5%，外流额中去向全国其他省份的占比 53.5%，去向海外的仅占比 3%，进一步印证了捐赠者的差序格局理念（见图 18）。

通过对比全国各个省级行政区的回流额⁸和外流额⁹，研究发现广东省、福建省和浙江省的捐赠额明显高于其他省份。其中，广东、福建是慈善捐赠的主要流出省，也是慈善捐赠的主要流入省。2015 年，广东省和福建省的总捐赠分别为 3.78 亿元人民币、3.59 亿元人民币，回流本省分别为 1.83 亿元人民币、2.25 亿元人民币，二省内部捐赠居多，体现出对地缘关系的重视。浙江省捐赠额度高，但回流少，不及流出的 20%，体现出相对开放的捐赠态度（见图 19）。

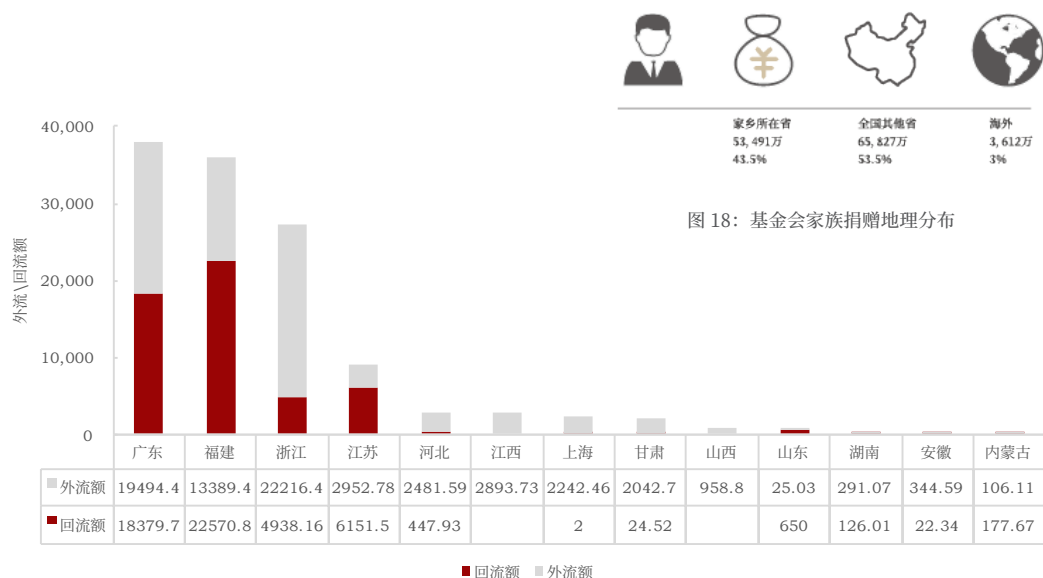


图 18：基金会家族捐赠地理分布

图 19：各省份的捐赠回流和外流（万元）

2.3 超高净值慈善家族籍贯与捐赠行为分析

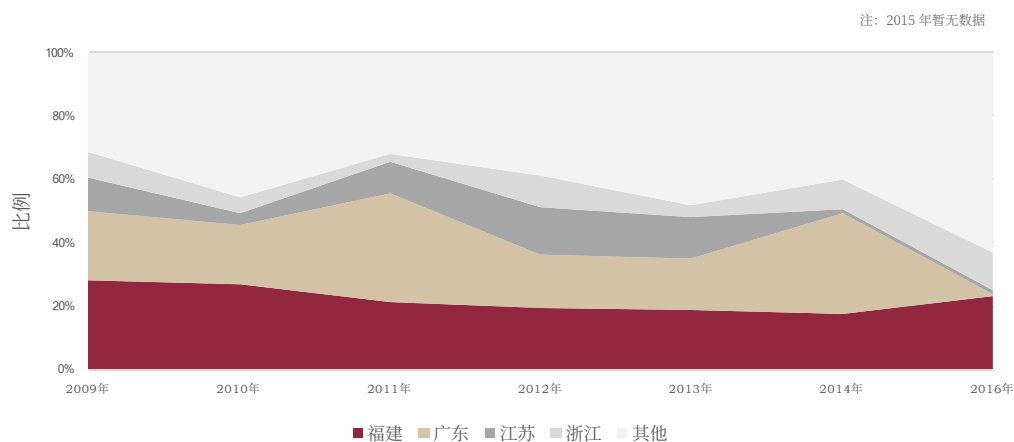


图 20：不同籍贯超高净值慈善家族捐赠总额历年分布（万元）

籍贯为江浙粤闽的超高净值慈善家族引领捐赠潮流

江浙粤闽地区的超高净值家族为慈善捐赠的主要地区。四省的捐赠金额占比表现突出，除 2016 年外，四省历年的捐赠金额占比均超过 50%（见图 20）。

江浙粤闽家族更多通过基金会管理

作为最早开放的沿海地区，江浙粤闽地区的商业思维活跃，慈善捐赠理念更具备实效性和专业性，因而更倾向于机构化、专业化程度更高的基金会进行管理。在 139 名超高净值家族研究对象中，籍贯为江浙粤闽东南沿海四省的家族占比 60%，而在成立基金会的家族中，此比例高达 77%（见图 21 和图 22）。

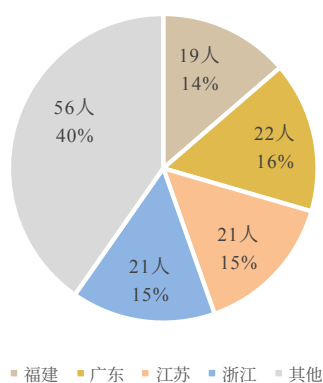


图 21：中国超高净值慈善家族籍贯分布

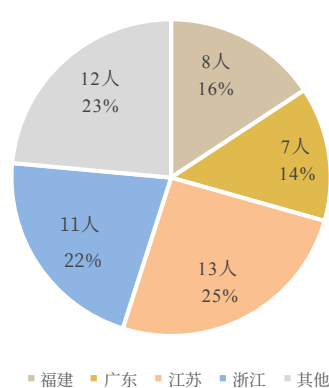


图 22：拥有基金会的中国超高净值慈善家族籍贯分布

2.4 慈善基金会专题研究

在 139 名超高净值慈善家族中，15 个家族成立了家族慈善基金会，31 个家族成立了企业慈善基金会。本研究针对 2015 年基金会中心网数据，对超高净值家族成立基金会的情况进行分析。

基金会家族平均捐赠更多

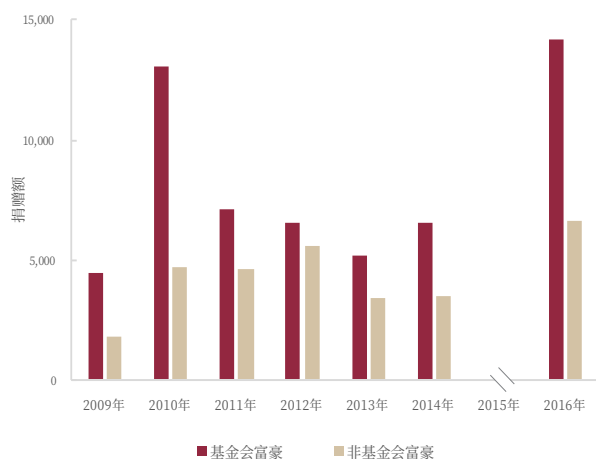


图 23：基金会家族与非基金会家族历年捐赠情况（不包含王健林和许家印）（万元）

基金会家族的平均捐赠额远高于非基金会家族（见图 23）。

基金会捐赠强调主导性，更青睐直接捐赠和定向项目捐赠

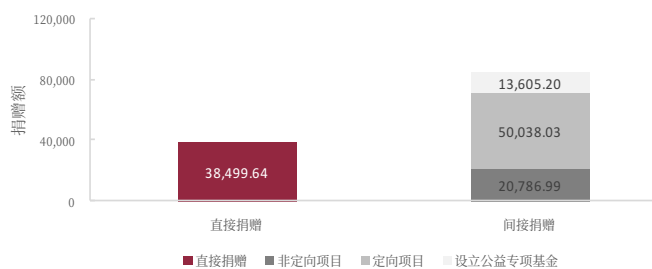


图 24：基金会的不同捐赠方式（万元）

基金会对捐赠资源的最终去向、执行效率和公益慈善效果具有更高的掌控力。根据 2015 年基金会数据，定向捐赠和直接捐赠总计占基金会整体捐赠额的四分之三，非定向捐赠和专项基金捐赠额占四分之一（见图 24）。

慈善捐赠专业度与企业家社会职务的关联性

担任更高社会职务及拥有更高社会影响力的超高净值家族更多通过专业化的基金会来管理其公益慈善事业。拥有政治身份的企业家更加主动践行社会责任（见图 25）。

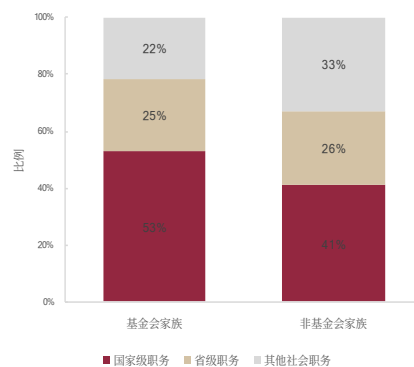


图 25：基金会与非基金会家族领导人社会职务担任情况

教育、扶贫助困和公益行业发展为三大领域，其中家族基金会更注重教育，企业基金会更注重扶贫。

家族基金会重视教育，反映出家族对人力资本的慈善认知。其中高等教育接受的捐赠最多，且受捐赠高校基本为名牌大学。

公司基金会在扶贫助困、公益行业发展领域较为突出，契合公司发展及社会责任需要（见图 26）。

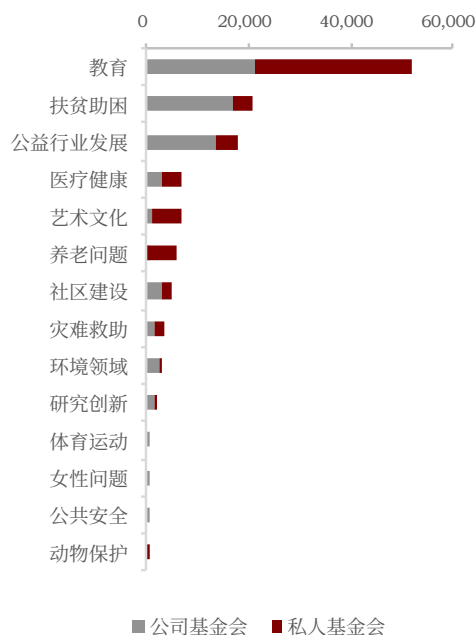


图 26：公司基金会与家族基金会各领域捐赠情况（万元）

2.5 企业生命周期与捐赠

绝大多数超高净值慈善家族拥有实业企业，而经营企业所得收益构成家族慈善捐赠的经济基础。为了了解企业发展和慈善捐赠的相关关系，研究根据 Dickinson 现金流量法将样本企业按照发展阶段进行分类，并结合企业捐赠和家族捐赠情况做出了分析。

139 名超高净值慈善家族的企业大部分处于成长期或成熟期。

不同生命周期的企业呈现不同捐赠趋势

Dickinson 2006 年现金流量法：企业发展阶段分为初创期、成长期、成熟期、衰退期和淘汰期

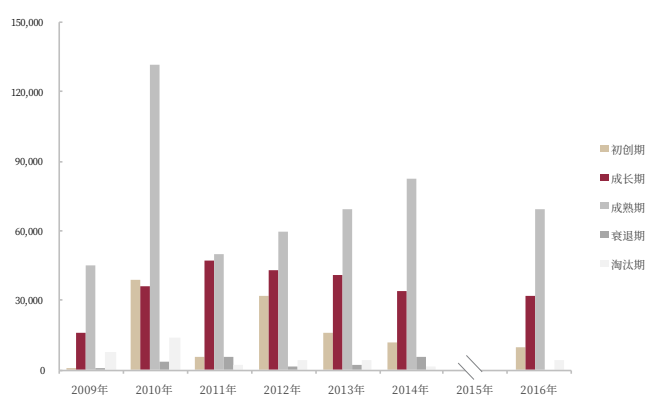


图 27：2009 年至 2016 年各生命周期企业捐赠总额（修正）（万元）

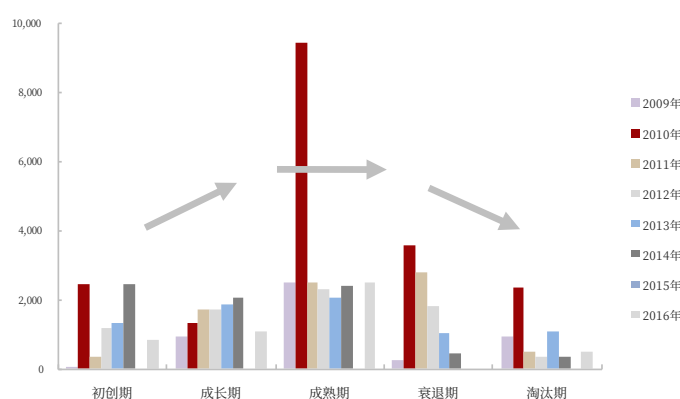


图 28：2009 年至 2016 年各生命周期企业捐赠平均额（修正）（万元）

处于成长期的企业专注于组织成长和企业形象提升，随着规模的扩大和资源的累积，会增加慈善捐赠投入。

成熟期企业拥有稳定现金流，更倾向于保持相对持续稳定且大额度的捐赠行为。

步入衰退期企业需要向投入资金以重铸企业生命力，会减少慈善投入（见图 27 和图 28）。

生命周期平稳的企业捐赠行为更持续

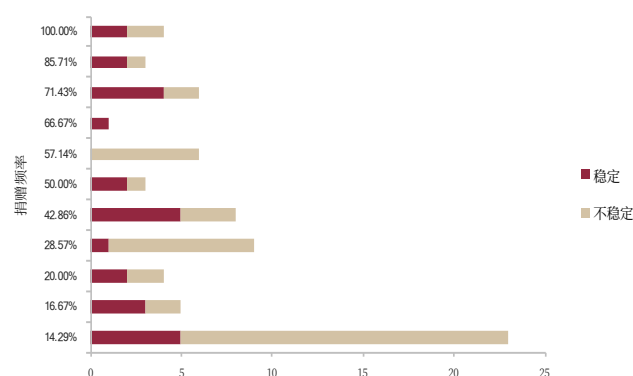


图 29：企业捐赠频率和生命周期稳定性分析

研究发现，整体超高净值家族企业捐赠频率偏低，超过 50% 的企业捐赠次数仅在两次以下，仅有四家（5.56%）企业保持了每年的捐赠行为。生命周期相对稳定的企业更倾向于有持续且合理的捐赠习惯，捐赠行为更加理性。而且，持续的捐赠行为使企业形象稳步提升，对企业的稳定发展起到积极作用。基于以上分析结果，我们认为，国家政策和宏观经济的稳定性对企业平稳发展环境十分重要，稳定发展的企业更倾向于承担社会责任（见图 29）。

2.6 公共慈善形象与媒体舆论

随着互联网与移动终端设备的普及，信息传输速度呈现爆发性增长。广受社会关注的超高净值家族在面对媒体报道时呈现出不同的态度。为了研究家族慈善与公共慈善形象以及媒体舆论的关系，本研究采用慧科新闻数据库的数据，对与超高净值慈善家族相关的慈善报道做出了统计分析和数据模型。

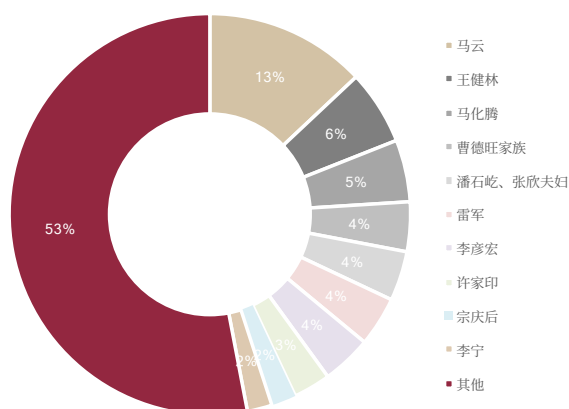


图 30：主要家族的慈善捐赠报道占比

统计分析发现，超高净值慈善家族的慈善报道数量差异很大，马云、王健林、马化腾、曹德旺和潘石屹夫妇的报道量总计占慈善报道总量的 32%（见图 30），呈现出媒体报道的放大效果。

超高净值慈善家族的三种公众慈善形象

倡导型慈善家，此类企业家捐赠金额高，在公益慈善领域的知名度位居前列。这些家族面对媒介报道的态度开放，其家族形象也越来越多地以慈善家的名义展现。他们往往也能够借助其广阔的知名度与影响力，通过公众媒体宣扬大家的公益慈善文化，更有效地推动公益慈善议程。

行动型慈善家，此类企业家的公益慈善行为较内敛低调。他们捐赠金额高，但媒体报道程度较低。在完成大笔捐赠后，这些家族往往隐于幕后，不愿过多接受媒体访谈或参与公开活动，不断持续以实际行动履行其社会责任。

平衡型慈善家，此类企业家代表研究对象中的极大部分家族，他们的捐赠贡献与公益慈善报道程度基本相符合（见图 31）。

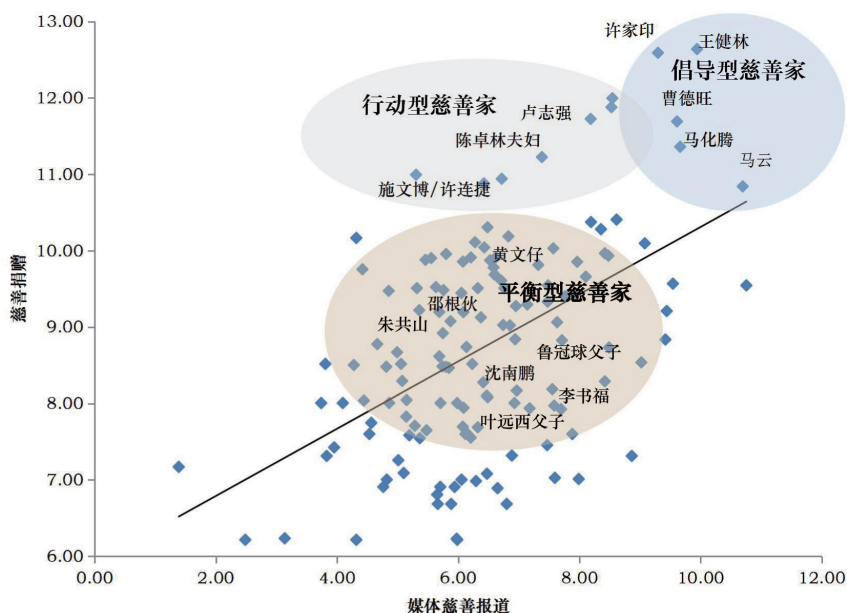


图 31：家族慈善捐赠与媒体报道分布图



慈善捐赠法律、 税收环境分析

创业、
聚财是一种满足，
散财、
捐助是一种乐趣。

——邵逸夫

3.1 慈善法制进程

1978-1998 春江水暖，因势利导 · 国家主导公益团体的成立，慈善组织由政府主办主管 · 几乎没有慈善相关立法	1999-2007 民间慈善，见微知萌 · 出台慈善公益立法，启蒙民间慈善 · 1999 年《中华人民共和国公益事业捐赠法》 · 2004 年《基金会管理条例》提出“促进社会力量参与公益事业”	2008-2015 蔚然成风，以权达变 · 社会慈善迅速崛起，各地呼吁慈善立法 · 2008 年汶川地震导致慈善捐赠总额井喷式增长 · 慈善专门立法亟待出现，各地先行出台地方性法规条例	2016- 至今 本固枝荣，百尺竿头 · 2016 年《中华人民共和国慈善法》出台，促进慈善事业的不断发展 · 慈善立法体系仍需进一步完善
--	--	--	---

当前法律与政策环境

随着我国当前法律与政策日益健全，合法捐赠模式也得以日益丰富。目前，中国超高净值家族目前主要的捐赠模式包括直接捐赠、公益专项基金、公益基金会、海外公益基金会以及慈善信托（见图 32）。

· 管理成本低 · 无法享受减税优惠 直接捐赠	· 可以借助基金会的专业运作优势 · 无独立主体资格 专项基金	· 成立门槛高 · 享受税收优惠政策 · 参与权高 国内公益基金会	· 注册门槛相对低 · 税收优惠力度更大，机制灵活 · 在国内开展活动须备案 海外公益基金会	· 运营成本低 · 机制灵活，投资专业度高 · 暂未出台税收优惠操作政策 慈善信托
--	--	--	---	--

图 32：家族慈善捐赠与媒体报道分布图

慈善组织正趋透明化、专业化

自 2008 年汶川地震以后，我国公益慈善组织如雨春笋，迅速发展，成为公益慈善事业领域的积极参与者。为了规范公益慈善组织的活动，立法部门和政府部门制定了相关的法律法规和配套的政策制度。

首先，为增强公益慈善组织透明度，2016 年《慈善法》规定了公益慈善组织与慈善信托受托人的信息公开义务；2011 年“中国公益慈善信息报送平台”成立，为公益慈善机构打造公开的信息沟通便捷通道；2012 年，集信息公开、数据查询、项目展示、学术研究、互动交流、捐赠救助于一体的专业化信息平台“中国基金会网”成立。

多种政商民界对话形式

随着慈善捐赠形式的日益多样化，相关法律法规修订的缓慢进程在部分层面难以满足企业家特定的捐赠需求。对此，部分中国民营企业企业家们通过研讨会等多种形式，搭建政商民多方对话平台，主动发起与政府部门的对话，大力推动了公益慈善立法的发展与完善。例如 2014 年 12 月由中国灵山公益慈善促进会主办的《慈善法》民间版本研讨会。再比如，在曹德旺、陈发树等企业家的推动下，股权捐赠在 2009 年变得有法可依。

3.2 慈善税收政策对比

近年来，国内企业家与超高净值家族的慈善捐赠形式日益多样化，很多捐赠人选择以海外的公益慈善机构作为捐赠对象，而这些海外捐赠活动的背后具有明显的赋税差异诱因，公益慈善事业的发展与税收政策关系密切。

如何从赋税诱因的角度，提高国内捐赠税收优势，并引导慈善捐赠资源匹配适合的受赠对象，当是目前国内慈善捐赠税收体制面临的迫切课题。

当前慈善税收政策

我国目前的慈善税收激励涵盖范围有限。慈善捐赠的税收激励政策散落于《企业所得税法》、《个人所得税法》、《公益事业捐赠法》以及其他相关税种等法律法规中；全额免税认定条件苛刻，个人需向国家认定的特殊机构捐赠，企业捐赠并不享受任何免税优惠。

股权捐赠相关税收政策仍然存在不足。我国针对股权捐赠、不动产捐赠等部分捐赠形式缺乏有力的所得税优惠条款。

表 4 海外慈善捐赠相关税收优惠政策

香港、新加坡	美国	欧洲
- 遗产税已废止 - 香港对个人、企业应税所得额中可抵扣的捐赠税前列支比例达 35% - 新加坡采取加计扣除的方式，加计扣除比例曾一度高达 300%	- 征收高额的遗产税和赠与税 - 对捐赠税收优惠力度大，个人向经批准的公益慈善机构所捐赠的合格公益慈善捐款可以在税前扣除，抵扣限额为个人调整后总收入的 50%	- 大多数国家都设有遗产税，并按照累进税制的方式对遗产进行征税 - 针对慈善捐赠设置了不同程度的显著税收优惠和财政扣除政策

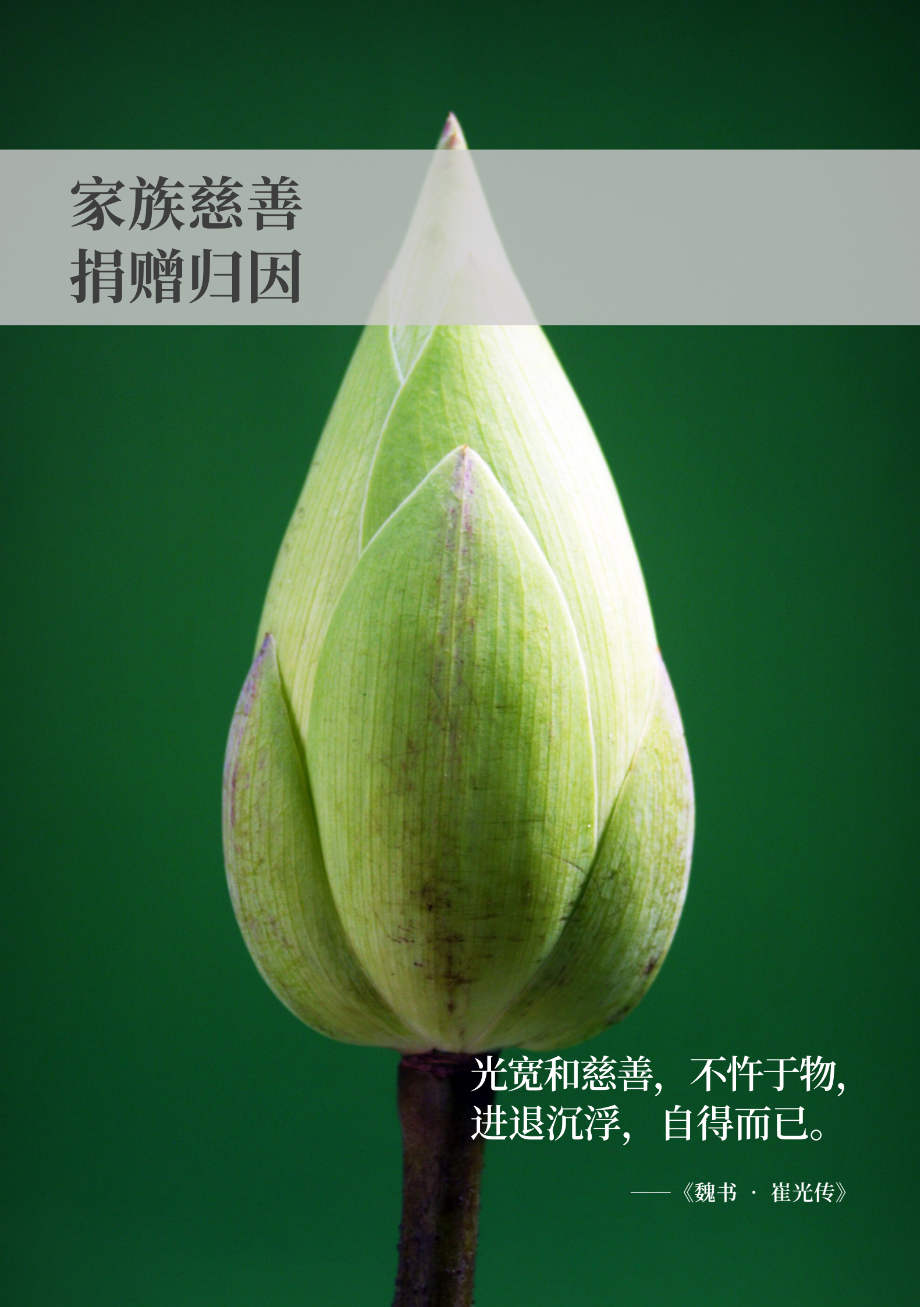
慈善基金会与慈善信托利弊对比

慈善基金会

- 有独立法人资格，起始资金投入大，成立门槛高，需要政府审批
- 仅有一个基金会账户，需要手工拆分不同慈善项目的资金
- 在受益人筛选、慈善项目运营管理方面经验丰富
- 不具备破产隔离功能
- 享有税收优惠的资格，可以直接开具捐赠发票
- 管理运营费用高，每年有固定比例公益支出要求，缺乏投资管理能力

慈善信托

- 不具备独立法人资格，信托规模无限制
- 实行信托专户管理，确保捐款专户专用
- 有明确的信息披露规定，实行信托监察人制度，透明度高
- 相对缺乏直接进行公益活动的经验
- 具备破产隔离功能
- 尚未出台具体税收优惠细则，不能开具捐赠发票
- 管理、运营费用低，具备专业投资管理能力



家族慈善 捐赠归因

光宽和慈善，不忤于物，
进退沉浮，自得而已。

——《魏书·崔光传》

4.1 外部归因

响应国家政策导向

超高净值企业家希望在致富后承担回报社会的责任，对政府号召响应积极。同时，家族通过慈善捐赠得以收获良好的企业形象、巩固政治利益，从而为企业发展赢得便利环境。

提高家族与企业的社会声誉

超高净值家族和大型家族企业希望通过慈善捐赠塑造正面的公众形象、赢得良好的社会声誉，获取更高的产品价格和利润、提高融资能力、吸引更多投资者与优秀雇员，保持行业有利竞争地位。

企业行业与生命周期

研究发现，企业所处的行业和相应的生命周期决定了其盈利能力和收入水平，影响捐赠量。处于直接与消费者接触的行业的企业的慈善捐赠行为较多，易受公众批评的企业通常捐赠额度会更高，盈利能力越强的公司越倾向于慈善捐赠，且慈善捐赠额与公司的规模正相关。

税收激励

税收激励对于慈善捐赠事业的推广与发展至关重要。慈善捐赠抵扣企业或个人应纳税款，鼓励个人与企业进行慈善捐赠。

战略型慈善捐赠

战略型慈善是企业从自身角度出发，实现与社会共同获益的方式，具有主动性、计划性、长期性与互利性的特征。

战略性的慈善活动使企业将社会责任行为转化成社会资本，从而提升企业影响力和竞争力，对企业的健康可持续发展起到积极推动作用。

4.2 内部归因

儒家思想

儒家文化强调血亲人伦、现世事功、修身存养、道德理性、社会责任及个人义务。“穷则独善其身，达则兼济天下”一句表达出诸多家族的慈善理念与社会抱负。

血脉至上的社会结构

在中国社会差序格局中，血缘关系和地缘关系受到的信任程度最高，家族希望将更多的财富资源分配给家族、家乡等社会关系更为紧密的团体。中国企业家慈善行为呈现出集体性特征（集体捐赠、慈善圈）。

宗教信仰的推动

佛教中的“缘起论”主张人与人之间的平等关系，“无缘大慈”倡导不讲条件的无私行为。对于佛教徒而言，给予比收获更能带来快乐，捐赠是追求内心的平衡。

慈善作为新的传承方式

慈善助力家族累积社会资本、形成智慧资本。家族通过慈善树立正面的社会形象，扩大影响力，为持续发展创造良好条件。慈善还能帮助家族成员形成统一的价值观，增强成员间的凝聚力。

捐赠人的生命周期

年龄越高、教育水平越高、经济收入和社会地位更高的人相对具有更高的慈善捐赠意愿与行为。

超高净值人群自身或亲人的身体健康状况变化等特殊事件也会触发超高净值人群的捐赠行为。



家族慈善的演变

凡人为善，
不自誉而人誉之，
为恶，
不自毁而人毁之。

——宋朝苏轼

5.1 传统慈善与现代慈善

传统慈善

十九世纪前，公益慈善事业一直围绕着解决某种具体社会问题（例如教育、医疗、救灾等）而展开，致力于社会问题在短期内得到改善

直接捐赠

个人、企业担当捐赠主体，缺乏战略计划 的零散式直接捐赠

单一力量

以个人为单位，独立完成慈善捐赠

注重捐赠行为

主要为扶贫、救灾，希望解决某种具体社会问题，重视捐赠行为本身，忽略长期慈善效果衡量

现代慈善

1913 年，约翰·洛克菲勒成立洛克菲勒基金会，开创了现代基金会模式，标志公益慈善事业进入新的发展阶段。此后公益慈善的模式不断演变更新，致力于实现公益的可持续化

机构化运营

基金会取代个人成为捐赠主体，具备明晰的捐赠战略与规划

多方合作

重视多方合作，整合各界力量，将慈善事业影响力最大化

注重慈善影响力

涵盖领域广泛，向全球化范围延展
借助金融工具，注重慈善的可持续性，兼顾社会影响力和财务效益

5.2 中国家族公益慈善指标

研究设计了衡量公益慈善指标的模型，考察中国超高净值慈善家族捐赠的“质”与“量”。

139 名家族的慷慨度主要分布在低于 0.2 的分数区间，高慷慨度的家族占比低。但慷慨度不高并不意味着捐赠绝对值低，考虑到运营巨额捐赠的挑战和困难，一些财富净值极高的家族仅捐出小部分财富（见图 33）。

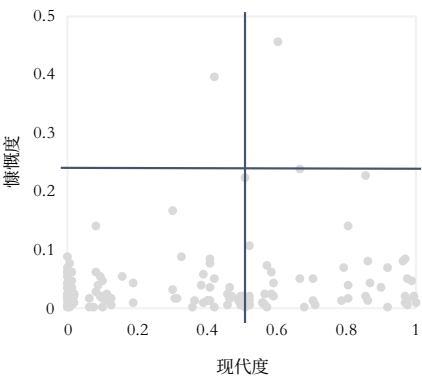


图 33：中国超高净值慈善家族慈善捐赠慷慨度与现代度分布

现代度

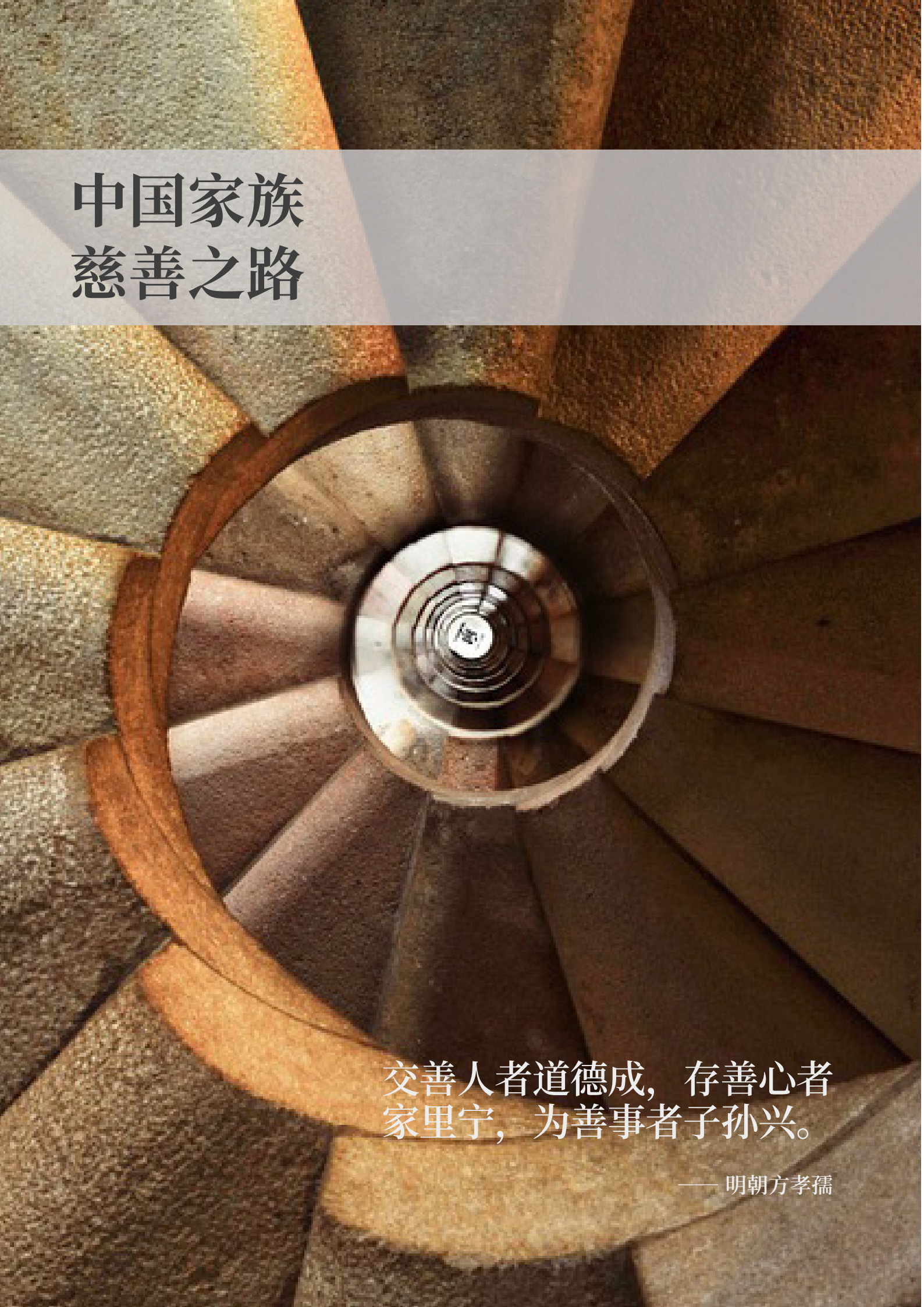
现代度从机构化、合作意识和社会影响力三个维度出发，旨在考察家族捐赠的“质”。

其中，机构化程度旨在考察家族是否通过基金会管理慈善事业；合作推广意识包括新闻媒体对慈善的报道数量，以及家族是否发起或参与有组织的慈善活动；慈善目标社会影响力包括家族慈善事业的目标是否旨在从根源解决问题，以及是否具有可持续性。

结果表明大部分家族现代化程度不高，捐赠手段较传统。仅有少数领军慈善家族分数突出，进一步说明中国慈善事业仍有较大的发展空间（见图 33）。

慷慨度

慷慨度指家族七年捐赠总量与家族净值年均值的比值，旨在考察家族的捐赠的“量”。



中国家族 慈善之路

交善人者道德成，存善心者
家里宁，为善事者子孙兴。

—— 明朝方孝孺

中国传统文化强调行善积德，家族世代的善行善举也是家脉延续和传承中的重要主题。

然而，相比于西方家族过去几百年的财富累积史，中国民营企业的发展才刚走完第四个十年，家族财富的累积与沉淀时间尚短。在如此短暂的时间窗口内，大部分家族的关注点仍然集中于企业发展，鲜少家族能够抽身思考财富的意义及公益慈善的价值。与此同时，部分家族也因获取公益慈善相关信息和接触公益慈善机构的渠道有限、缺乏具体指导方法而无法最佳实施其公益慈善事业。

尽管中国家族公益慈善文化基础稳固，但家族公益慈善仍有较大发展空间。我们也发现，超高净值慈善家族的捐赠成长之路有迹可循。慈善捐赠之路以萌生公益慈善念头伊始，开始偶然的捐赠行为，继而进阶为组织化、高效率的系统捐赠阶段（见图 34）。

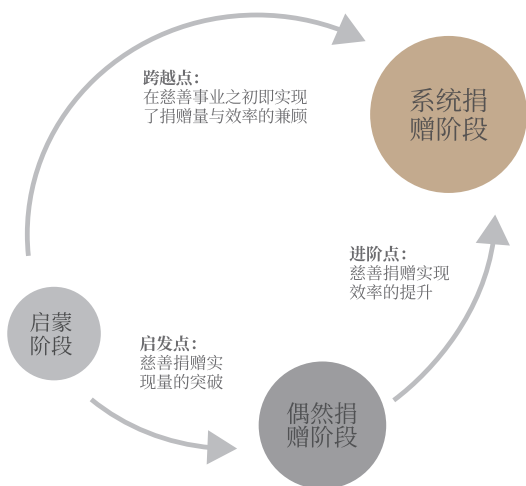


图 34：超高净值家族捐赠路径图

为了全面引导、推进超高净值家族公益慈善事业的发展与进阶，政策制定和监管部门、公益慈善组织以及行业协会、以及超高净值家族自身须共同做出努力。

从启蒙阶段到偶然捐赠阶段

政策制定和监管部门：强化引导机制，对更广泛的人群以及更有潜力的群体普及从事公益慈善活动的具体操作指南。

公益慈善组织及行业协会：打造捐赠圈。各地商会、宗族和慈善协会利用地缘优势，发动家族参与慈善合作，带动家族参与公益慈善的积极性，同时形成当地的捐赠圈，共同探索公益慈善的实践方式。

超高净值家族：探索公益慈善真谛，掌握更多的财富与资源的企业家也肩负更深重的社会责任与使命。公益慈善事业能为家族和企业带来的许多非物质收益。

从偶然捐赠阶段到系统捐赠阶段

政策制定和监管部门：加快《慈善法》配套政策法规的建设进程。加强政策倾斜，为民间公益慈善松绑，提高慈善基金会政策的便利度。

公益慈善组织及行业协会：促进行业人才池的形成，引入市场化的从业人员薪酬体系，激发高素质人才投身公益慈善的积极性。

超高净值家族：致力于向高效的现代公益慈善推进，保持学习、消化、思考与信息更新，探索更现代、可持续且具备可行性的公益慈善参与方式。

展望未来：领导全球公益慈善模式创新

伴随着新一轮颠覆性技术催化中国经济和社会的发展与变革。数字化渗透到人们生活的方方面面，同样也渗透到了公益慈善领域，引发了源源不断的创新灵感。

超高净值家族开始以多元化的形式参与到公益慈善事业中，一部分家族还参与主导了公益慈善模式的创新。他们借助区块链技术、大数据应用，不断提高公益慈善透明度及运营效率。一些企业家将企业经营与扶贫、养老等结合，力争打造“社会企业”，在发展企业的同时兼顾对环境的影响和对他人的关怀。

起步较晚的中国公益慈善事业目前正在快速崛起。放眼未来，依托于数字化新技术、公益慈善模式创新以及更广泛的社会参与力量，中国的公益慈善事业有望弯道超车，成为全球的技术领先者和模式创新者，为打造“更好的世界”做出更卓越的贡献。

A close-up photograph of a wooden bowl filled with yellow, translucent grains, possibly millet or sorghum. A wooden spoon rests against the bowl, and a piece of white, frayed fabric is draped over the side. The background is a wooden surface with other bowls containing different types of grains.

中国领先慈善 家族访谈案例

慈善既是一种共享，
也是一种共赢。

——牛根生《从草原再次出发》

碧桂园集团杨国强 / 杨惠妍父女：

教育扶贫、授人以渔的教育扶贫引领者

杨国强，碧桂园控股有限公司董事会主席，全国政协委员

杨惠妍，碧桂园控股有限公司董事会联席主席

“家族传承包括财富传承、能力传承、社会传承和慈善传承等多个维度。慈善是家族传承的重要组成部分。

慈善要把所有家族成员都纳入进来，形成共同的价值观，并传承下去。慈善并不仅是我和父亲两个人的事，而是全家人都加入的。我们每个月都有家庭会议，我妹妹、妹夫也会参加。我家庭会议开半天，分享交流价值观、人生观、生活工作中的困惑烦恼等，也会讨论慈善项目。”

——杨惠妍

杨国强、杨惠妍及碧桂园累计投入超过 55 亿元用于办学、助学、兴教，已经有 36 万余贫困人口直接获益。国强公益基金会将教育扶贫和精准扶贫相结合，致力实现中国特色的教育扶贫。

杨氏父女的慈善实践强调“家族”元素，注重慈善文化的传承与弘扬。这从多个慈善项目的命名中可见一斑：以杨国强母亲命名的“仲明奖学金”、以杨国强大哥命名的“国华学校”，以杨国强命名的“国强公益基金会”，以女儿命名的“惠妍教育助学基金”等。如今杨惠妍与父亲杨国强、妹妹杨子莹等全家人共同努力，凝聚家族共识，不断将公益慈善事业发扬光大。

万向集团鲁伟鼎：

鲁氏家族的慈善信托创新模式

鲁冠球，万向集团创始人

鲁伟鼎，万向集团党委书记、董事长

“做慈善就是好的，不用太在意动机，而去衡量用什么模式来做妥当。我主要是思考什么的模式对于实现可持续的慈善更好，尤其是现在的慈善信托模式。社会发展之后，制度体系完善了，可以选择不同的方式去做。万向三农扶志基金和慈善信托的模式，主要意义在于制度体系完全成熟之前，总要有人先探索，先去做。”

——鲁伟鼎

鲁伟鼎为了纪念父亲鲁冠球、完成父亲遗愿，首创国内股权慈善信托化模式，创建国内最大规模的慈善信托，进行永久存续。2018年6月29日，鲁冠球三农扶志基金正式成立，鲁伟鼎将持有的万向三农集团股权无偿授予鲁冠球三农扶志基金，包括两家上市公司的控股股权，对应市值超过40亿元。

一年之后万向慈善信托模式再次升级，2019年7月8日万向集团50周年大会，鲁伟鼎宣布继续依照父亲的意愿，将万向集团公司截止2018年度审计报告的全部资产捐赠，按照《信托法》和《慈善法》办理设立鲁冠球万向事业基金。鲁冠球万向事业基金的全部收益未来主要用于研发新技术、高端人才教育、开展科技研究、支持设立理工类应用型科研机构等。

宝丰集团党彦宝 / 边海燕伉俪：

精准扶贫的新时代标杆

党彦宝，宁夏宝丰集团有限公司董事长，宁夏燕宝慈善基金会理事长

边海燕，宁夏燕宝慈善基金会副理事长

“在财富累积的过程中，我慢慢明白了一个道理：超出个人消费之外的财富，实际上都是属于社会的。财富是生不带来，死不带去的，应当取之于社会，用之于社会。

2018年，在燕宝基金会资助的学生中，攻读研究生的人数增长了40%。人才高速增长对整个宁夏的经济、社会发展将产生巨大的推动作用。随着集团的发展壮大，我有能力也有信心承担更大的社会责任，希望可以彻底地解决宁夏贫困人口的脱贫问题。”

——党彦宝

2011年，党彦宝与夫人边海燕联手创建了全国规模最大的教育扶贫基金会——宁夏燕宝慈善基金会（以下简称“燕宝基金会”）。燕宝基金会本着“善心善行、善款善用、善始善终”的宗旨，将教育扶贫确定为扶贫重点，主要对被国家列入连片特困区的宁夏南部山区9县区、5乡镇的学生进行奖励资助。

燕宝基金会每年捐资约3亿元，每年资助约10万人。2017年基金会启动了三期助学项目，总计将捐资28.83亿元。截至2018年，基金会已累计资助了16.99万名学生，已有7万余名受助学生毕业走上工作岗位，成为家庭的经济支柱，从根本上阻断了贫困的代际传递。

三一集团梁稳根 / 梁在中父子：

科学公益的先行者

梁稳根，三一集团董事长，三一重工股份有限公司董事长

梁在中，三一集团董事、高级副总裁，三一公益基金会创始理事长

“做公益，除了社会效益以外，还需要考虑给人带来的幸福感、人的快乐程度、人的自我认知，它是更全面的人文关怀。

做公益过程中，我希望我们的做事方式是更科学的、更有人文关怀和更有效的，要有理论依据，要说得清楚。所以，做公益的过程中，要尊重制度、法律、当地的文化，以及尊重专业人士，专业的管理能够让基金会存续的时间更长、影响力更大，我还是希望通过专业的捐赠管理将公益初心的社会价值和影响力最大化。”

——梁在中

在当下中国公益慈善领域，三一集团董事、高级副总裁梁在中独树一帜，他创办的三一公益基金会，扛起“科学公益”大旗，试图用一种实证的、量化的科学方法和价值观，提升中国公益慈善行业的效能。

三一基金会已经发展成为中国最具国际视野的资助型基金会，它以推动科学公益为使命，以成为中国公益最有力的支持者、比肩世界一流基金会、助力中国公益发挥全球影响力为愿景。

三一基金会正在儿童早期发展、乡村建设和人与自然等多个领域践行“科学公益”，亲自执行与对外资助双管齐下，力图做出一批“漂亮的项目”。基金会创新性地将“资金支持”的单一模式拓展为“从资金、技术与知识、人力资源”三个维度对公益行业进行全面的支持。



机构介绍



清华大学国家金融研究院全球家族企业研究中心

清华大学五道口金融学院成立于 2012 年 3 月 29 日，由中国人民银行与清华大学合作，在原中国人民银行研究生部的基础上建设而成。学院联合“一行两会”建设清华大学国家金融研究院，旨在为金融改革和发展提供基础研究，为金融决策与监管部门提供政策分析与咨询，打造一流金融智库。

清华大学国家金融研究院全球家族企业研究中心（以下简称“清华五道口全球家族企业研究中心”）自 2015 年成立以来，聚焦于家族企业、财富管理、家族办公室、家族信托等领域，致力于研究家族企业的传承发展，助力中国经济的基业长青。在国内外学术期刊及主流财经报刊上发表了 100 多篇论文和案例，出版了 16 本学术专著或译著，为中央统战部、全国工商联、中国银行业协会等国家机关及行业组织提供高质量的智库研究，与世界经济论坛、比尔及梅琳达·盖茨基金会、瑞银集团、中国平安、金光集团、碧桂园集团等国内外知名机构开展紧密合作，为国家经济可持续发展、全球性重要议题以及民营企业基业长青等提供智力支持，已成为家族企业及财富管理领域具有国际影响力的知名智库机构。

比尔及梅琳达 盖茨基金会

比尔及梅琳达·盖茨基金会

比尔及梅琳达·盖茨基金会成立于 2000 年，总部设在美国西雅图，在比尔和梅琳达·盖茨夫妇以及沃伦·巴菲特的指导下，由首席执行官苏珊·德斯蒙德-赫尔曼和联合主席威廉姆·盖茨共同管理。

盖茨基金会秉承着所有生命平等的信念，致力于将人类的创新才能应用于减少健康和发展领域的不平等现象。盖茨基金会勇于承担风险，通过资助新想法和开发新型伙伴关系，确保盖茨基金会共有的资源能为最广泛的人群带来最大的益处。在发展中国家，盖茨基金会主要致力于提高人们的健康水平，使他们有机会摆脱饥饿和极端贫困。在美国，基金会致力于确保所有人——特别是拥有资源最少的人——有机会在学习和生活中取得成功。盖茨基金会的愿景是建设一个让人们都能过上健康而富有成效生活的世界。

盖茨基金会对中国有着宏大而美好的愿景。2007 年，盖茨基金会北京代表处成立。在成立后的十年间，基金会一直致力于中国发挥其巨大的潜能——这不仅有助于中国的发展，也令全世界受益。为实现这个目标，盖茨基金会持续支持中国应对国内挑战，借助中国日益增长的创新实力，为全球贫困人群提供高质量、可负担的健康产品，并支持中国成为全球健康和发展领域更强有力的合作伙伴。