

优化资源要素 矫治慈善市场失衡

杨方方

慈善市场与现代慈善事业相伴而生，承载着各类慈善活动的运行，是各类慈善主体进行资源交互的场域。实现供需平衡不仅是慈善市场的天然追求，更是慈善事业实现自身价值的不二选择。慈善市场既是慈善资源汇集、流动的平台，也是联结并传递社会爱心的精神家园，其资源配置功能和精神倡导功能紧密统一：一方面，先进的慈善认知、理念、心理和价值观为慈善市场持续壮大和蓬勃发展提供内驱力；另一方面，现代慈善理念、价值与精神的传播需要借助物质资源载体，准确地说，要靠高效的物质资源配置来传达和内化。可见，提高慈善资源配置效率，调整慈善市场失衡，无疑是全面提升慈善事业效能的内在追求。

慈善认知需要升级

在第三次分配作为实现共同富裕的新着力点被寄予厚望、慈善事业作为第三次分配的价值担当被赋予更高使命的当下，慈善的认知需要升级迭代。

模糊的慈善需要澄清。慈善与公益经常被等同、替换或彼此修饰，但这种夸大化的“慈善”定位对困难群体的帮扶并不利，因为不同困难群体留给社会的助力窗口期不同。慈善无论在启动、运作过程和目标指向上都区别于公益：底层思维上，慈善源于强烈的情感，公益源于弹性和隐性的责任；公益更强调多元性、丰富性，慈善更强调差异性、伦理性、时效性；公益是博爱，慈善是博爱情怀下的偏爱和聚焦；

公益更贴近“弹性”的义务，慈善更贴近正当的权利。运作特征上，公益面对的是普遍、共性、可能的需求，慈善满足的是显性、紧急、个性的需求，慈善是“雪中送炭”，是最紧急的需求和最激情的给予；公益更重视过程，更关注捐献人的意愿在过程中是否得到尊重和贯彻；慈善更强调结果导向，更关注受助者的需求是否满足，受助者是否发生“可见”的变化，更加务实；公益更倾向做事，即成就一番事业，慈善更倾向于助人，更关注受助者有没有成长得更强大。说到慈善与公益的联系，慈善可视为公益的一部分，毕竟“公益”无论在文字层面，还是近些年的使用习惯上都呈现出广博化特征。但需要强调的是，慈善是公益相对特殊的一部分，资源分配上，慈善是最优先和核心的公益；运作上，慈善是公益中管理更为精细、评价标准更高的一部分。

进阶的慈善事业需要解读。从再分配的补充子系统到第三次分配的价值担当，意味着时代赋予慈善事业新的使命，需要慈善事业更深入更多元、更科学、更全面、更主动地参与到共同富裕进程中：一是从精神慰藉到价值担当，所谓价值担当，就是分配价值与情感价值并重，不仅在物质富裕也在精神富裕中发挥重要作用；从力所能及到力挽狂澜，调整工作思路，重收也要重支，从过程导向到结果导向、从供给主导到供需匹配、从力所能及做事到尽其所能助人；从被动补充初次分配和再分配的缺口到主动渗透和嵌入到初次分配和再分配中，成为现代分配体系相互融合的平台和枢纽。

立体的慈善市场需要透视。一是情感维度下的慈善市场。慈善起源于爱心、同情心，慈善资源传递过程就是情感和精神力量传递的过程，感动自己是起点，感动别人是目的，慈善过程是情感传递的闭环：捐赠者内在无形的情感——外在有形的捐赠款物、服务——求助者内

在的能量和能力。二是分配维度下的慈善市场。作为收入分配体系的一个子系统，第三次分配与初次分配、再分配具有如下共性：分配是“资源筹集——管理——配置”的循环，单独的募捐环节并不能构成完整的慈善过程；待分配的资源有限且既定，分配过程是一个闭环；资源具有精神属性，但需以物质资源为载体；收入分配关系基于契约关系，无论在收入分配领域的哪个分配层次，资源分配的过程就是契约履行的过程。但分配机制和分配作用又相互区别，比如，在共同富裕进程中，初次分配旨在不断推进收入上限，再分配和第三次分配旨在尽量缩小收入分配差距；相对于再分配系统的全民调节，第三次分配系统聚焦最困难群体的生活改善，尽力提高的是收入水平下限。三是善治维度下的慈善市场。理论上，起于爱心与道德的慈善事业经过物质资源和精神资源的传递能够促进社会公平，提升社会的道德水平，具有乘数效应和多重效应。前提是慈善能否与其他分配形成互动、互补、协调，处理好整体的善与局部的善、当下与长期的善的关系；能否在深刻认知慈善的悖论和局限的基础上智慧地协调慈善与相关系统的关系。

认知升级视域下多维的慈善市场失衡

站在更高的认知维度，理想的慈善市场应该实现多个维度的平衡，慈善物质资源在供需双方之间高度匹配；目标与手段本末归位；知与行、行与环境互促互进。但从我国慈善发展实践来看，虽然近些年慈善市场规模增长迅猛，但资源配置方面依然存在结构性失衡、指向性失衡和生态性失衡。

结构性失衡。结构性失衡指局部的、具体的供需匹配出现偏差影响慈善资源的配置效率对接。具体现象如马太效应与悬崖效应并存，重复被捐助与“无人问津”的困难群体并存，慈善“堰塞湖”和一些慈善组织“无米之炊”并存等。结构性失衡的直接成因可概括为：一是捐助对象的“失准”。不少慈善组织的帮扶对象与低保资格捆绑在一起，当低保名单被一遍遍复制为慈善组织的资助名单时，一些信息闭塞、游离在低保之外的边缘困难群体可能被忽视；二是捐助内容的“失色”。当规模效应被过度应用于慈善领域时，可能会造成慈善组织捐助对象、范围、方式的同质化，同质化又会抹杀慈善组织以及慈善事业最富活力和生命力的特征。正如大文豪托尔斯泰所说，“幸福的家庭都是相似的，但不幸的人各有各的不幸”，困难群体内部需求差异性很大，以儿童群体为例，可分为孤儿、事实无人抚养儿童、残障儿童、患大病、重病儿童、患罕见病儿童、流浪儿童、服刑人员子女、留守儿童、经济困难家庭儿童等，需求不尽相同，在规模化的同时，要增加帮扶的个性化、差异化供给，保持帮扶特色，同时根据受助者的阶段性成长动态调整帮扶内容。

指向性失衡。资源有限的绝对性也意味着优先顺序的排列是必要和合理的。慈善市场高效的资源配置就应该是符合慈善事业内在的“人道”伦理诉求的配置，即“优先帮扶需求最紧迫的人”，也就是“弱者优先”。但实践中，需求最紧迫的人没有优先得到捐助。作为矫正志愿失灵的主力，政府在购买社会组织服务过程中，“锦上添花”取向也较“雪中送炭”明显。以2015年民政部中央财政购买社会保障服务为例，政府购买内容“大而全”，涉及多个保障层次，其中共购买“生存救助”型项目161个，总计5160万元，购买“福利提升”

型项目 168 个，总计 5726 万元。经测算，2014 年的分配格局依然如此。

生态性失衡。包括认知与实践以及环境与实践没有互促互进，比如认知上“大”慈善与实践中“小”慈善的矛盾，数字技术运用与慈善价值导向的偏差等。总体来说，慈善事业整体性的“借力——给力——助力”的良性循环没有形成，受助者人力成长的良性循环没有形成。

慈善市场失衡的矫治之基：优化资源要素

慈善市场要素是资源配置效率的底层支撑，是慈善生态网络的原子节点，是矫治慈善资源配置失衡的根本切入点。慈善市场要素包括慈善认知、信息、物资和人力等。各个资源要素都在慈善市场运行中彼此独立、不可替代又紧密关联。

认知引领。慈善事业的蓬勃发展离不开先进、开阔的慈善认知的引领、护航，慈善认知的高度决定了慈善资源配置效率提升的上限和可为空间。无论是很大程度上决定慈善意识、慈善参与方式和慈善参与度的内在道德，还是助力慈善事业发展的现代技术都需要慈善认知予以支撑，比如，技术会放大的认知偏差带来的负面后果。真正的慈善是对整体的认知，避免管窥效应；局部的善可能是整体的恶，片面地追求全善的完美道德可能会带来捐赠数字的暂时繁荣，但受损的是慈善根基和土壤，比如索捐、逼捐等。所以要系统地提炼出现代慈善认知体系并大力向公众传播。

信息导航。健康的信息流是慈善资源流动的路标和指示灯。信息的使命在于传递，慈善市场流动不畅的现象急需改变，消除信息传递盲区、促进信息的对称分布、优化信息整体生态迫在眉睫：建立、健全信息的采集机制、归集机制和共享机制；增强全社会各个主体的信息意识，特别是“需求信息”意识，要区分信息的结构层次，关键信息才具有指向性，信息的质比量重要；政府在信息生态优化中责无旁贷，不仅有直接的信息采集责任，还有系统规划和监管责任。

人力支撑。在慈善生态网络中，专业从业者、慈善捐赠者、政策制定者、慈善组织领袖、社会活动家、慈善市场中介服务从业者缺一不可，慈善人才的全面培养和成长唯有在“大慈善教育”的理念下进行多维度、多面向、多层次的社会化慈善教育体系设计才有可能实现。走向开阔、纵深和合作是慈善教育的必由之路：开阔意味着教育内容、教育主体、教育形式的多元和丰富；纵深意味着广阔的社会化教育体系中，以系统性、严谨性和持续性著称的学历教育是培养慈善情怀、慈善现代认知和专业运作思维等底层意识和能力的核心力量，理应得到重视；合作是慈善教育走向开阔和纵深的必然路径，是化解当前慈善教育供需矛盾的不二选择，作为系统学历教育的供给者，慈善学院理应成为推动教育资源整合的中心节点和连接枢纽。

技术加持。在对技术局限和算法陷阱有充分认知的基础上，对技术进行合理定位，数字慈善不是数字+，而是+数字，数字慈善如同战略慈善、科学慈善一样，只是慈善的一个侧面，不足以支撑为一个单独的阶段。应在建立数字思维、完善数字系统的基础上，加强线下调研，完善“小数据”，因为至弱无声，最困难群体往往是大数据的“盲区”；同时，增设数字慈善线下体验空间，丰富慈善场景，与社会公

众建立情感连接。只有这样，技术才能助力资源募集在规模上实现从数量级到指数级增长，助力数字慈善实现从形式数字化到内容数字化、从“记录仪”到“导航仪”的跃升。

（本文来源：《慈善公益报》2023年9月8日，作者为浙江工商大学英贤慈善学院教授 杨方方）