

新奥公益慈善基金会二十年:企业基金会参与社会治理的创新样本

在共同富裕的时代目标与国家战略指引下,中国企业基金会正以各种创新实践重塑公益生态。他们将企业核心优势与社会需求、国家战略深度融合,凭借公益模式创新,深度参与社会治理,以价值共创回应时代需求,聚焦受助群体的长效发展。

成立于 2005 年的新奥公益慈善基金会,正是这一进程的亲历者与推动者。二十年来,新奥公益慈善基金会构建起覆盖环保、教育、文化、乡村振兴、赈灾等领域的立体公益生态,让公益成为推动社会可持续发展的系统力量,成为二十年来中国企业公益发展的生动缩影和样本。

践行“两山”理念 以绿色行动筑牢生态根基

2025 年是“两山”理念提出二十周年。作为守护生态平衡、保障人类可持续发展的关键,绿色低碳不仅是推动社会绿色转型、实现“人与自然和谐共生”的必由之路,其意义也深度延伸至经济结构优化、民生福祉提升等诸多层面。

作为新奥履行社会责任的平台,新奥公益慈善基金会秉承“用我所能,善待明天”的理念,不仅以自身产业实践树立社会低碳转型标杆,同时也是绿色低碳公益的践行者与理念传播者。

在绿色低碳领域开展诸多公

益项目的同时,新奥公益慈善基金会鼓励员工在日常工作生活中践行绿色低碳。从 2010 年起,新奥公益慈善基金会设立“新奥公益慈善日”,将每年 9 月的一个周六定为专属公益节点。每到这一天,员工志愿者们会在全国多座城市联动开展“绿色办公、垃圾分类、保护水资源、防治大气污染”等主题活动。在北京,志愿者们走进社区,手把手教居民垃圾分类,带来有趣的环保小实验,让孩子们直观感受水污染的危害;在上海,员工志愿者们在写字楼里推广绿色办公,倡导大家双面打印、随手关灯。

这一系列持续的行动,不仅让绿色低碳从宏观企业战略切实落地为四万员工的日常实践,更搭建起向公众普及低碳知识的桥梁。基金会推动环保从“企业行为”逐步转化为“社会共识”,将“人人关心绿色低碳、人人践行绿色低碳”的民间力量与落实“两山理念”的国家战略相结合,为实现生态保护与经济发展的协同共进奠定了坚实的社会基础。

赋能教育科研 从“输血帮扶”到“共荣发展”的全生态支持

教育是民族振兴、社会进步的基石,科研则是提升国家核心竞争力的关键支撑。在教育公益领域,新奥公益慈善基金会打破了传统

企业捐赠“重硬件、轻长效”的局限,开创了企业型基金会“全生态”捐助教育的领先范式。其公益重心从早期聚焦学校硬件建设的“建校工程”,逐步升级为助力学子成长的“励志工程”、提升教师专业能力的“素质工程”,构建起全方位教育支持体系,深刻体现了其从“输血式”帮扶,到赋能教育生态“共荣式”发展的思考与行动。

在支持高等教育与科研发展的赛道上,基金会的投入更具战略眼光。它捐资建设北京大学工学院,为高校科研团队搭建起先进的实验与研究平台;同时通过“校企协同”模式,推动新奥的产业资源与北大的科研优势深度对接——不仅为高校培养了大批兼具理论素养与实践能力的科研人才,更加速了科研成果向实际应用的转化,真正实现了产学研的深度融合。

中国科学院院士、北京大学工学院院长段慧玲对此评价道,作为国家战略科技力量的科技企业代表,新奥与作为高水平研究型大学代表的北大工学院,有着基因层面的共性——都致力于服务国家战略,推动科技进步。在她看来,基金会的公益捐赠对推动教育发展与创新意义重大:“在基金会的捐赠支持下,北大工学院敢于追求世界最高水准的工程科学教育,为学生的终身成长和长远发展奠基,这不仅服务于国家战略与人类文明进步,更助力北大工学院成为中国乃

至世界孕育工程科学和技术领袖的摇篮。”

创新文化传承 让经典文化“活”在当下,走向世界

在国家大力推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的时代背景下,如何让传统文化摆脱“陈旧感”,融入现代生活、走向国际舞台,成为众多企业型基金会探索的方向。新奥公益慈善基金会在文化公益领域的实践,以“创新”为核心,覆盖“走出去、活起来、普及开”三个维度,取得了富有成效的成果。

在助力中国文化走向世界方面,基金会主动搭建国际文化交流桥梁:通过联合举办“一带一路·长城国际民间文化艺术节”,让中国的民间艺术与“一带一路”沿线国家的文化瑰宝同台展演;通过支持世界剧院北京论坛,为中外剧院行业搭建对话平台——这些举措不仅促进了不同文明的交织互鉴,更以文化为纽带搭建起民心相通的桥梁,让世界通过文化艺术更直观地了解中国,助力向世界讲好中国故事。

在推动中国传统文化传承与活化方面,基金会的实践更贴近大众生活。它参与打造“只有红楼梦·戏剧幻城”,以沉浸式戏剧等创新形式,让《红楼梦》这部经典文学作品以全新的感官体验呈现在观众面前,赋予传统文化新的生命力;同时,通过支持常州市武进区前黄

雅韵艺术团,推动地方传统艺术与社区本土文化深度融合,让戏曲、民乐等传统艺术走进社区广场、居民生活。这些举措真正让中国传统文化走出了博物馆与书本,融入百姓的现代日常生活。

在创新文化普及形式、提升大众鉴赏能力上,基金会则聚焦不同群体的需求:组织中小学生走进丝路中心参加“艺术第一课”文明观演礼仪活动,从小培养孩子的艺术素养与文明习惯;将歌剧电影引入大学校园,让当代大学生足不出校就能欣赏世界舞台经典剧目,以美育人、以文化人;还支持举办公益展演走进北海系列活动,让高雅艺术走出专业剧场,走进公园、社区等公共空间。

正是在基金会的持续努力下,中华优秀传统文化既实现了“走出去”的国际传播,也完成了“活起来”的现代转化,更通过“普及开”的公益行动,让文化魅力触达更多人,最终实现文明火种的代代相传。

持续公益升级 为共同富裕注入可持续动能

二十年来,新奥公益慈善基金会的公益实践结出了丰硕成果:在教育领域,持续捐资支持各类教育项目,累计惠及 12 万名学子,1 万余名教师;在赈灾领域,每当重大灾害发生,基金会总能快速响应,投身抢险救灾与灾后重建,覆盖全

国 170 余个市区县及 3 个海外国家;在志愿者队伍建设上,约 2 万名“七色花”志愿者活跃在各类公益场景中,用行动传递温暖。这份成绩单也赢得了社会的广泛认可,新奥先后八次获得中华慈善奖,成为行业内公认的标杆。

这份亮眼成绩的背后,是新奥公益慈善基金会公益价值的深层探索:它始终坚持将公益与国家战略同频共振,无论是绿色低碳还是乡村振兴,都紧扣国家发展方向;以精准帮扶回应民生关切,针对不同群体的需求设计差异化公益方案;通过搭建公益生态系统、赋能本土公益力量,实现了公益从“单点发力”到“系统增效”的跨越——这些探索都为共同富裕目标的实现注入了可持续的公益动能。

站在二十年的新起点,新奥公益慈善基金会负责人表示,未来将继续以先锋姿态引领公益创新,以更精准的行动、更系统的布局,将温暖延伸至社会进步的每一个角落。从新奥公益慈善基金会二十年的发展轨迹中,我们可以清晰看到当前中国企业在慈善公益领域的角色转变:它们已不再是单纯的“捐赠者”,而是逐步成长为主动引领公益方向、创新公益模式、推动公益生态优化的核心力量——通过洞察社会前瞻需求,结合自身优势开展实践,不断推动公益行业的持续升级,与社会各界共同建设更加美好的社会 and 家园。

(徐辉)

对话劲霸男装洪镬淮:公益更需要躬身实践和持久坚持

四十五年前,伴随着改革开放的浪潮,劲霸男装诞生于福建晋江英林镇,从故土村厝中裁剪出第一件茄克起步,如今已发展成为中国商务休闲男装领域的标杆品牌。在企业成长的历程中,公益慈善之路也同步延伸。创始人洪肇明始终秉持扶贫济困的质朴情怀;至“劲二代”洪忠信,于 2015 年联合五位英林企业家共同发起成立“晋江市英林心公益慈善基金会”,并担任理事长,将公益事业推向更广阔的平台;如今,作为“劲三代”的劲霸男装 CEO 兼创意总监洪镬淮,则致力于可持续时尚的探索与实践,延续着家族的责任与担当。

近日,洪镬淮受邀出席由《公益时报》社主办的“2025 中国公益时刻——企业家/企业捐赠趋势报告”发布会。在活动现场,他分享了企业全资捐建家乡小学、助力乡村振兴的公益实践。期间,洪镬淮接受了《公益时报》专访。

他谈道,自己的公益之路始于幼时随祖父参与的敬老活动,之后深入参与英林心公益慈善基金会的项目,后来基于专长发起“盒止美术馆”探索美育实践。他认为公益不仅是资金的投入,可持续性更源于躬身入局的实践,长期主义尤为重要。他秉持“接班就是创业,传承就是创新”理念,认为稳定的内核与乐观豁达的闽商精神,是企业面对未来、行稳致远的关键力量。

公益时报:家庭无疑是您公益路上最深刻的启蒙。回顾来看,早期教育是如何塑造您今天对公益慈善的理解的?

洪镬淮:我的家乡英林镇隶属于晋江市,是改革开放后快速发展的侨乡,我的爷爷非常关心家乡村里的老人。我记得每年春节他都会拉着还在读中学的我,挨家挨户给老人发红包,并叮嘱我要走近、了解老人们的生活;父亲则鼓励我去参与“一对一”形式的捐助活动。家庭对于慈善教育和传承十分看重,父亲后来发起英林心公益慈善基金会也正是这些理念的延续。

除了刚刚说的一些家族情感、乡土情怀之外,发起英林心公益慈善基金会还有强镇兴村的使命。基金会围绕教育、慈善、强村、敬老、生态等领域实施了一批公益项目,我们凝聚了海内外华侨乡贤的资源,大家一起去奉献爱的力量,持续做下去。我认为这是企业对一个

城镇未来可持续发展的长远规划和战略眼光,或者说是一份责任。这几年我也参与或主导了基金会一些项目从发起到执行再到落地的工作,每一步都让我有很深的收获和体感——公益不仅是资金的投入,更需要躬身实践。

公益时报:我们注意到“英林心·心商店”的模式创新,作为基金会的创新项目,它探索了一种怎样的公益路径?

洪镬淮:“英林心·心商店”是英林心公益慈善基金会实现自我造血与服务的平台,它希望打破传统单向捐赠的形式,帮助公益机构实现自我造血能力。我们导入了社会企业的创业机制,经营所得利润全部用于开展公益慈善项目,从 2016 年正式开业到现在,也有了 600 多万元的收入。

这是一种融合公益、商业、创业和乡村振兴的模式:一方面它希望能为当地乡里乡亲提供高性价比的产品服务,另一方面也定位为一个创业平台,让那些热心公益的人在这里能获得基本收入,维持生计。因为很多投身公益的人同样面临生活压力,如果仅仅“靠爱发电”,想要长期坚持是很困难的。实践下来,我们发现虽然“心商店”跟最初构想有一定差距,但它非常具备在公益模式创新的路上实践和探索的价值。

公益时报:对您这一代年轻企业家而言,践行公益最重要的是什么?

洪镬淮:我觉得我不能代表这一代人。其实年轻一辈应该用自己的兴趣和专长去做对社会有价值的事,先去实践再说。公益也可以很个性化的。

这几年,我去过敦煌市黄渠中学参与“天堂电影院公益共建计划”项目;也参与了一些青少年美育相关的活动,比如我在家乡晋江发起建设了“盒止美术馆”。创办初衷是希望让外界看到晋江不仅有商业活力,也有文化底蕴,四年来我们一共举办了 19 场展览,让我比较骄傲的是我们始终坚持免费开放。当地很多家庭周末都会来,美术馆对当地儿童青少年的美育启发、艺术界的开阔是有促进作用的。能为晋江的城市名片加上文化标签、出一份力,我觉得挺有价值的。我希望美术馆能和大家成为好朋友,目前在展的我的个人创作展“亲爱的小 H·亲爱的生活”累计收到了 1300 多张留言,有的是



2025 年 8 月底,劲霸集团近 4 亿元全资捐建的晋江市英林中心小学新校区正式交接

文字、有的是图画。很多人表示,在面对现实压力时通过展览重拾了力量,收获了治愈,这让我坚定了对艺术和美育的坚持。

其实我还有一个小小的“私心”,就像小时候爷爷、父亲带我做公益,建立起对家乡、对亲缘的纽带一样,因为我和孩子大部分时间生活在上海,所以做美术馆时也会带着孩子参与策展,其实是想告诉他,我们和家乡的联结在哪里。

公益时报:做美术馆有哪些收获?

洪镬淮:我觉得做美术馆关键不在于投入了多少钱,而在于能不能做得足够久。因为做得久才能吸引更多、影响更多人。

我想美术馆肯定会坚持做下去。

公益时报:当前服装纺织行业要实现“双碳”目标,在您看来,面临的最大挑战是什么?

洪镬淮:我觉得可以从几个方面来看。

首先,纺织服装行业的供应链极度复杂和分散。从上游的原料种植,到加工、印染、制造,再到成衣、零售,甚至库存回收,整个链条非常长,完整度也很高。正因如此,也带来了管理难度——各个环节之间的标准不太统一,整个行业在减排方面的整体进度还是比较缓慢。

第二,现在有两种思路:一种是生产完之后再减排,另一种是从一开始就使用环保再生、可持续的原材料。目前,新兴技术在不断攻克相关难题,但只有少数有意识的头部企业在尝试,还没有形成大规模的运用。

第三,我觉得挑战还源于能源结构的现状。这个问题直接关系到我们在“人类命运共同体”目标上的集体行动。能源结构的转型,单靠一个行业是做不到的,最终要靠大的战略布局和长期政策来推动,

比如推广新能源汽车就是一个很明确的信号。说个题外话,我之前参加全球气候论坛,后来和很多人交流有一个共同的感受:西方国家讲的比较多,中国人也许不太善于表达,但该做的事情一样没落下。当然,早期作为世界工厂,我们的环境代价确实比较大,但这些年从国家到行业都在努力规范,整体是在不断进步的。

此外,服装最终是面向消费者的。现在大家的环保意识很高,但真正愿意为此买单的人还是有限。这或许也因为市场上真正好的可持续选择还不够多,还没形成足够的规模和吸引力。

所以我个人认为行业面临的最大挑战是,真正相信、愿意推动、有资源推动,并且能持续影响的力量可能还不够——我们需要更多类似于这样的企业家/企业捐赠趋势发布活动,去持续发声、倡导和资源整合,让一批有识之士先行行动起来,让更多人因为看见而相信,逐渐形成更大的推动力量。共识的建立不是件容易的事,但也正因为难,才更需要我们坚持做下去。

公益时报:在推进双碳过程中,劲霸做了哪有价值的尝试?

洪镬淮:作为服装企业,我们将公益和可持续理念纳入战略高度的同时融入产品开发,也带动了不 少上游伙伴共同投入。比如我们使用的零碳天丝环保纱线,就是一位合作方在认同理念后,主动投入研发并推动工厂 ESG 改造的成果。为此,我们在供应商大会上对他们进行了奖励,希望用实打实的行动,让更多人看到可持续的价值。我们还以品牌方的身份,邀请在可持续领域的专家为合作伙伴分享——就像刚才提到“共识”问题,听完专家分享,我们再结合自己的实践和收

获去交流,这样说服力更强。

另外劲霸每年还会推出环保胶囊系列产品,关键在于坚持——持续去做,让市场看到品牌的长期决心,影响力自然会积累。

现在我看到大家都在朝这个方向尝试和实践:至少在福建,鞋服企业对 ESG 的投入明显提升,上市公司的 ESG 报告也越来越规范,涵盖环境、员工、社会责任等多方面。

我觉得推动社会价值,不要指望一上来就“做得很大”,然后看到投产比不高就放弃;也不能过于理想化,盲目投入、压垮团队。更合理的做法是控制投入、长期规划,社会价值是积累出来的。

公益时报:因此在企业社会责任实践上,您笃信“坚持”和“长期主义”。

洪镬淮:对。现在的消费趋势越来越关注情绪、关注内在感受、注重“悦己”,我认为可持续和公益的方向,符合人民群众对美好生活的底层逻辑,大家本质上是向善、向上的。坚持可持续、坚持公益,往往到最后是自己收获更多。

公益时报:当代企业社会价值的评判标准(相较于上一代企业)发生了哪些变化?反映了怎样的时代需求?

洪镬淮:我觉得企业其实是社会的一个器官,以前大家可能主要关注“肝脏”这类核心器官,但现在发现,“牙齿”也很重要——认为每一个环节都应发挥其独特价值,这在我看来是一个重要的转变。

过去的评价标准往往更侧重经济效益,把利润规模等经济指标作为影响企业排名和行业秩序的重要依据。近两年我们发现,经济效益,其过去那种遥遥领先、占比极高的权重正在变化,人们开始更全面地看待企业的社会价值与发展潜力,看到那些“小而美”“小而精”“专精特新”的企业去创造多元的社会价值。

此外,过去很多企业承担社会责任,往往是出于发展过程中的某种被动考量;而现在,越来越多的企业开始主动参与、主动担当、主动创新、主动投入。这种变化背后,其实是一种理念的转变:过去我们可能倾向于“攒一波大的”,追求单次活动的影响力;而现在更看重的是否能持续行动,是否将善意融入日常经营,让社会责任成为企业长期关注的一部分。越来越多企业正选择坚持去做,这一点让我感受颇深。

公益时报:请结合自身经历谈谈对“接班”“创业”“传承”和“创新”的理解。

洪镬淮:有句话我已经讲了很多年,“接班就是创业,传承就是创新”。说到底,选择接班是为了在现有基础上创造更大的价值,而要创造更大的价值,就必须始终保持创业精神。

第二,我相信所有有价值的创新、伟大的创新,都应当尊重历史、尊重事物发展的规律,而不是仅凭情怀盲目行动,或异想天开地做浪费资源的尝试。企业要活下去、活得久,资源永远是有限的,所以创新既要不断尝试,不能停滞,也要有所克制。因此,我认为传承是为了创新而传承。否则,其实大可不用选择接班,另起炉灶也行。

作为接班的一代,我们面对的质疑、压力、挑战都非常大,需要有一颗“强大的心脏”,强大需要拥有稳定的内在架构。比如多去做那些有社会价值、能获得正反馈的事,比如投身公益、推进一些小而新的项目;同时,也要有对长期主义的理解、思考与实践,从而达到自洽,让内心更稳定。这些都是在 我接班、传承与创新过程中一些体会。在接班中创业、在传承中开新花,无论如何,一份长期主义的心力非常重要。

在产品创新上,不单单跟随国际流行趋势,也要有自身的坚持和特色,逐步结合自身基因与市场变化去完善品牌的架构体系。

从我们做的事情上来看,站在“文化传播”的角度,我们逐渐在“点状”的尝试中坚持了下来——例如推出融入文化元素的产品系列,或举办以东方美学为内核的走秀。一开始大家可能会觉得消费市场对于“文化”的需求并不高,但后来发生了一些变化,我们逐渐沉淀出一套内部称为“劲式东方美学”的体系,正在把品牌从大家认知中的“成熟男装”赋予更多时代精神。劲霸品牌做了 45 年,每个阶段的发展其实都是随着时代、消费行为与趋势的变化而调整的。面向未来,一个品牌要想走得更远,必须建立自己的品牌体系,要有自己的“世界观”,并表达在产品上和能够触达消费者的每一个环节中。

我们现在做的事情,既是在做产品、做品牌、做企业,也是在做 人,如果真的追求价值创造,这几者是一体共生的。

(韩静)