第一图书网, tushu007.com

<<慈善的商业模式>>

图书基本信息

书名：<<慈善的商业模式>>

13位ISBN编号：9787111329015

10位ISBN编号：7111329015

出版时间：2011-1-20

出版时间：机械工业

作者：林伟贤,魏炜

页数：175

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

这是一本关于办法的书，讲的是公益慈善事业的商业模式。
明朝的王守仁就是很有办法的人，他说要知行合一！
对此，我的肤浅理解是，一个人要想做成一件事，既要有理想，也要有办法。
而商业模式所探讨的，就是办法！
我见过许多人，他们都抱有做公益慈善事业的理想，但没有切实可行的商业模式来支持，最终得到的结果常常让他们大失所望。
阅读本书的理由，是你可以从中找到实现你公益慈善理想的商业模式！
本书介绍了20种全球最棒的公益慈善模式，它们能启发你创造出一种切实可行的模式，为你想要做成的善事注入生命，从此生生不息，长久延续。
这本书的由来，要追溯到2008年年初。
经杂志的专栏作家魏炜教授引见，我邀请林伟贤先生为《创富志》杂志撰写专栏。
林先生精力充沛，激情四射，感染着四周所有的人。
他想写一些关于企业社会责任的文章，而《创富志》的定位又是关于商业模式的杂志，这个专栏最终就定位为介绍“公益慈善的商业模式”。
这是一个有远见的创意！
此后，我们开始了这段精彩之旅，一个个充满创造力的公益慈善模式展现在我们面前。
我们的编辑团队为之兴奋，也为此付出了许多精力。
读者的反馈也相当好，特别是魏炜教授，对这个话题表现出极大的兴趣，每次拿到最祈一期杂志，第一个阅读的就是这个栏目，他所组织的一个公益项目也从中受益良多。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

商业模式不仅适用于企业和营利性组织，也同样适用于众多的非营利组织、社会团体以及非政府机构等，本书中慈善的商业模式便是对慈善活动和组织中所体现的商业模式进行研究和探讨，从商业模式的角度，总结出世界上一些典型的、成功的慈善案例的经验和体系架构，在令读者开阔视野、增长见识的同时，为今后慈善事业的发展提供借鉴和参考。

作者简介

林伟贤
　实践家教育集团创办人暨董事长，陕西实践家商学院创办人，陕西创业技术学校校长，北京大学汇丰商学院特约教授，北京大学实践家商业模式研究中心副主任，皇明太阳能集团独立董事。

　林伟贤先生的国际“社工”经验十分丰富，从酷寒的蒙古草原部落到酷热的非洲

<<慈善的商业模式>>

书籍目录

推荐序一推荐序二推荐序三前言第1章 MSN：小图标，大影响1 1.1 微软及MSN介绍1 1.2 商业模式概述2 1.3 活动影响4 1.4 潜在的企业利益5 1.5 MSN在中国7 1.6 总结10第2章 RED：创意性公益11 2.1 RED品牌的产生11 2.2 波诺与他的慈善事业12 2.3 RED品牌的推广和发展13 2.4 RED品牌的影响力16第3章 奥比斯眼科：多渠道捐赠19 3.1 世界眼病发病趋势19 3.2 奥比斯简介20 3.3 奥比斯的运营方式21 3.4 奥比斯的筹款模式23 3.5 奥比斯在中国26 3.6 奥比斯的商业模式27第4章 格莱珉银行：穷人的银行30 4.1 一个人的信誉牵涉其他四个人31 4.2 贷款人提供存款33 4.3 鼓励每个贷款者都成为股东34 4.4 贴心服务，锦上添花34第5章 再生银行：靠垃圾盈利36 5.1 公司背景36 5.2 天才的商业模式——公司起源37 5.3 多赢模式圈定各方利益——商业模式构架40第6章 捐款：缤纷多彩的发起模式44 6.1 彩虹计划——用爱心点亮企业社会责任44 6.2 人人网祈雨——“零”成本公关46 6.3 一加一募捐模式48 6.4 专业捐助49 6.5 慈善——“四两拨千斤”50第7章 繁荣网：抢银行生意52 7.1 网站背景52 7.2 网站简介53 7.3 网站的商业模式分析53 7.4 网站发展前景与价值58 7.5 借钱网在中国58第8章 免费捐赠网：减少垃圾61 8.1 公司背景61 8.2 公司简介62 8.3 公司商业模式分析64 8.4 中国国内的捐赠网站68 8.5 免费捐赠网的未来发展69第9章 善水机构：在地图上找到你捐的水井70 9.1 善水慈善机构的创建及简介71 9.2 善水慈善机构的业务系统71 9.3 善水慈善机构的关键资源能力73 9.4 善水慈善机构的前景75第10章 免费大米网：背单词，捐大米77 10.1 背景77 10.2 “免费大米”网站介绍78 10.3 “免费大米”网站的商业模式分析79第11章 思科：裁员引发的好事84 11.1 思科——通往新商道的金桥84 11.2 以人为本的思科85 11.3 危机中变弊为利的思科85 11.4 品牌形象和社会责任相结合的思科88第12章 全球捐赠网：看得见的慈善91 12.1 一个按钮，匹配供需91 12.2 独特的运作流程93 12.3 角色的转变94 12.4 广泛的合作平台95 12.5 多元化收入与盈利96 12.6 总体评价97第13章 乐踢：踢出健康98 13.1 机构背景98 13.2 机构简介99 13.3 商业模式分析101第14章 亚拉文医院：富人收钱，穷人免费105 14.1 组织背景105 14.2 组织简介106 14.3 商业模式分析107 14.4 关于亚拉文医院112第15章 小母牛国际：“授渔”的接力棒113 15.1 组织背景114 15.2 组织简介114 15.3 组织的商业模式分析116 15.4 组织发展前景与价值120第16章 源泉：让穷人也懂得商业模式122 16.1 源泉的运作实例123 16.2 组织背景124 16.3 操作方式124第17章 奥利弗的餐厅：把少年犯练成大厨127 17.1 奥利弗其人127 17.2 关于“fifteen”餐厅129 17.3 关于“fifteen”餐厅慈善的商业模式130 17.4 小结133第18章 慈济基金会134 18.1 慈济基金会简介134 18.2 慈济基金会商业模式分析135 18.3 慈济的开始：积少成多，自力更生142第19章 红十字国际委员会143 19.1 红十字国际委员会的起源143 19.2 红十字国际委员会的发展145 19.3 红十字国际委员会的商业模式分析148第20章 世界童子军组织153 20.1 组织起源153 20.2 组织简介154 20.3 组织特色——童子军的活动方式155 20.4 组织商业模式分析156 20.5 女童子军组织159 20.6 美国童子军组织简介160后记 预约人间净土161

章节摘录

1.4.2为某项公益事业筹款 “Im”计划将是微软一项持久的公益事业关联营销活动，相信它将成为一个企业公益事业双赢的最好例证。
第一年，微软公司将向每一个慈善组织捐助最少10万美元的款项，而每个组织最终实际得到的捐款数额将取决于用户参与此项活动的积极性。
还值得一提的是，此次活动利用互联网展开，用很小的成本在全球传播，相信企业“慈善付出，慈善回报”的宗旨会给更多需要帮助的人提供帮助。
1.4.3创造了独立的慈善品牌“Im” 回顾2006年的“小i”机器人，我们发现它已经成了MSN项下的一个子品牌，同样，不久之后“Im”也将成为MSN下一个更有价值的子品牌。
“Im”这个品牌的内涵与外延都远远大于“小i”，因为“小i”是一个以技术和应用服务作为品牌内涵的概念，而“Im”不仅是一种技术应用的服务，更是一种道德和心灵的服务，不仅是微软和MSN的行动，更是非政府组织和千千万万终端用户的行动。
对于一个品牌的树立和发展来说，这些在品牌内涵和外延上的差异已经积累达到质的不同，“Im”这个品牌能够在一夜之间全球开花，它的品牌号召力和发展潜力已经可见一斑。
它对于微软、对于MSN来说，都是标志性的。
以前盖茨做多少慈善事，也只是对他个人高尚品德赞誉的累积，现在他开始借助计算机和互联网技术，将微软和社会嫁接了。
在这里我们看到的是企业、非政府组织和整个社会的一种边缘模糊化，似乎你中有我，我中有你。
“Im”这个品牌，就是在这种模糊时代或者说全球大社会时代背景下，运作于MSN这个全球规模互联网工具上的一个精神品牌。
它对遍布在世界各个角落的MSN终端用户，有着难以想象的品牌号召力。

媒体关注与评论

不少有识之士已经在探讨和实践新的捐赠模式，本书的出版适逢其时。
以中国人的聪明才智，一定会创造出更多新奇独特的慈善捐赠和社会公益事业的商业模式！
——朱武祥　清华大学经济管理学院公司金融学教授　本书回答了一个重要问题
如何让爱心更有力量不少善念、善举之所以无疾而终甚至好心办坏事，就是因为没有将经营的意识与方法注入到慈善的行为中去。
商业与慈善最大的不同只是表现在最终目的上——它们分别追求的是私人财富和公共财富的最大化。
卓有成效的慈善和商业行为都是财富的集合器和放大器，而集合和放大财富的机制，就是商业模式。
对于慈善行为来说，比“做好事”更重要的，是“做得好”，要“做得好”，商业模式是决定性因素。
——吴伯凡　《21世纪商业评论》执行主编，21世纪报系企业公民研究中心主任
慈善领域正在发生一场生产效率的革命。
你将会在本书中看到将自己视做“社会投资者”的新一代慈善家的种种创新实践。
他们的实践不仅有利于找到问题的治本之道，也有助于解决慈善事业中最棘手的一环：如何评估一个慈善组织的效能。
——杨福　《环球企业家》执行主编　在过去的30多年，中国已经证明了其创造财富的能力，接下来的挑战是如何管理财富、运用财富，更好地为社会福祉服务。
本书对此具有借鉴意义。
——秦朔　《第一财经日报》总编辑　怎么样才能由善心之源，结出所期待的善果这关系到公益的模式，或者说公益的智慧。
本书介绍了公益组织的20种商业模式，并加以提炼总结。
每一个篇章，都是一个独立的巧妙案例；而每一个案例，都闪耀着不同的智慧光芒。
——罗飞　松禾资本管理有限公司创始合伙人，深圳市松禾成长关爱基金会联合创始人

<<慈善的商业模式>>

编辑推荐

有善心不难，难在有善举，有善举亦不难，最难在有善果。
慈善也有成功和失败之分吗一个成功的慈善活动在带来巨大社会效益和经济效益的同时，还有可能为行善者带来显著的利益，虽然这可能并非其初衷：而一个失败的慈善活动不仅不会创造正面的社会效益，还有可能为行善者带来道德风险和名誉损失。
据不完全统计，中国约有干余家慈善和社会公益性质的基金会。
《慈善的商业模式》提出的概念——慈善的商业模式，是求取成功慈善之果的新径和捷径，是“道”和“术”的结合。
从商业模式的角度出发，《慈善的商业模式》总结出世界上一些典型、成功的慈善案例的经验和体系架构，在开阔视野、增长见识的同时，增加大众对慈善事业的关注，为今后慈善事业的发展提供借鉴和参考，以期用商业模式的力量丰满慈善事业的羽翼，开辟一片慈善事业的崭新天空。
MSN：小图标，大影响/RED：创意性公益／奥比斯眼科：多渠道捐赠／格兰珉银行：穷人的银行／再生银行：靠垃圾盈利／捐款：缤纷多彩的发起模式／繁荣网：抢银行生意／免费捐赠网：减少垃圾／善水机构：在地图上找到你捐的水井／免费大米网：背单词，捐大米／思科：裁员引发的好事／全球捐赠网：看得见的慈善／乐踢：踢出个健康／亚拉文医院：富人收钱，穷人免费／小母牛国际：“授渔”的接力棒／源泉：让穷人也懂得商业模式／奥利弗的餐厅：把少年犯练成大厨／慈济基金会／红十字国际委员会／世界童子军组织

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com