



气候慈善指南

二零二五年十月

CEGA 成员伙伴



环境资助者网络 (CEGA)

地址：北京市朝阳区和平里14区青年沟东路华表大厦六层

电话：010-51266665

邮箱：zhangruiying@acef.com.cn

版次：2025年10月第1版

印次：2025年10月第1次印刷

版权所有 ©CEGA

引言



张瑞英

环境资助者网络（CEGA）执行主任

为了进一步促进社会力量助力国家低碳绿色发展目标和全球气候治理，CEGA 成员伙伴 2024 年 8 月共同发起“气候慈善伙伴计划”项目 (CPPI, Climate Philanthropy Partnership Initiative)。该项目旨在动员更多上游慈善资源和社会力量进入气候及生态环境保护领域，探索构建可持续发展的气候及生态环境慈善系统，以支撑社会力量协同行动，扩大影响力。

该项目的重点板块是搭建气候慈善知识体系，为气候捐赠提供科学专业系统指导。《气候慈善指南》报告是该体系的一个重要组成部分，目前完成的其它重要报告还包括《CEGA 气候慈善影响力案例精选》报告，《气候慈善伙伴行动计划 2030》*。我们希望读者可以配合阅读，综合应用。

本《气候慈善指南》报告不是一本事无巨细的程序性操作手册，而是一本启发性、战略性的引导指南，报告第一章前言展示了气候危机的紧迫性，说明只有全社会共同努力才能应对，阐释了气候慈善的意义；第二章从慈善的角度对国际国内气候捐赠动机进行了分析，指出气候慈善是战略慈善，和一般的传统朴素慈善有所不同，慈善家可以根据自身的情况做出选择；第三章捐赠策略分析旨在给读了第一章、第二章之后萌发气候捐赠念头，想了解从何入手的慈善家企业提供捐赠策略建议，里面包括各种捐赠模式的分析比较以及捐赠价值如何体现等；第四章则提供了几个有典型意义的案例，包括原中国气候变化事务特使解振华先生捐献个人奖金成立“全球气候变化与绿色发展专项基金”以及“振华绿色转型与可持续发展基金”的故事等；最后结语说明气候慈善符合慈善发展的新阶段，慈善和经济发展不断融合，社会将进入“善经济阶段”，“社会价值引领经济价值”。尤其在国家制定国民经济十五五发展规划的时间节点，该《指南》可以有效帮助第三部门为国家绿色低碳发展发挥作用。

该《指南》的编制得到了环境资助者网络（CEGA）成员伙伴的大力支持，CEGA 决策委员会以及“气候慈善伙伴计划”项目指导委员会的充分指导和认可。也得到了业内专家的中肯建议。在此深表谢意！

由于时间和水平有限，《指南》并不完美，而是一次破冰尝试。希望读者给与包容性的批评指正。我们今后将继续努力为中国气候慈善发展贡献一份力所能及的力量！

* 《CEGA 气候慈善影响力案例精选》详见：http://cega.org.cn/data/file/2024/11/20/22191_zi6d_1446.pdf
《气候慈善伙伴行动计划 2030》详见：http://cega.org.cn/data/file/2025/10/27/44026_xdpz_2714.pdf

| 推荐语



傅昌波

北京师范大学教授、中华慈善总会家风传承与慈善信托委员会总干事

目前中国气候及生态环境慈善公益事业总体仍然偏弱，相关议题公益资金占全国公益资金的比重不到 2%。我们需要动员更多上游慈善资源和社会力量进入气候及生态环境保护领域，构建重分工、有活力、可持续的气候及生态环境慈善生态系统，助力国家 3060 双碳目标的实现。《气候慈善指南》旨在对尚未涉足气候及生态环境领域的企业和慈善组织等提供简明扼要的行业介绍和行动指导。希望推动更多企业和慈善组织参与国家及全球气候治理，共建美丽中国和地球美好家园。



王 谋

中国社科院生态文明研究所研究员、中国政府联合国气候谈判代表团成员

《气候慈善指南》是一份兼具战略高度与实践深度的行动指引。在全球气候危机日益紧迫的背景下，本指南系统梳理了国内外气候慈善的政策背景、资金机制与行动路径，不仅深入剖析了捐赠动机与策略，更通过丰富的国内外案例——如解振华气候基金、SEE 基金会等——展现了慈善力量在推动能源转型、生态修复、社区适应等关键领域的创新实践。它精准面向慈善家、企业家、基金会等多元主体，提供从直接捐赠、股权捐赠到慈善信托、影响力投资等多样化参与方式，助力读者在“双碳”目标下找准目标、高效行动。指南不仅填补了行业战略空白，更彰显了“社会力量协同治理”的迫切性与可能性，可以为每一位关注未来、愿以公益之力应对气候挑战的行动者提供行动参考和指引。

气候慈善伙伴计划项目 指导委员会名单

环境资助者网络（CEGA）内部委员：

（按姓氏拼音首字母排序，排名不分先后）

1. **安亚强** 老牛基金会秘书长
2. **侯远青** 中国绿色碳汇基金会副秘书长
3. **王利民** 湖北省长江生态保护基金会常务副理事长
4. **谢玉红** 中华环保联合会副主席兼秘书长
5. **谢晓慧** 万科公益基金会秘书长、指导委员会联席主席、CEGA 联席主席
6. **闫保华** 红树林基金会（MCF）秘书长
7. **姚 瑶** 阿里巴巴公益基金会秘书长、CEGA 联席主席
8. **杨 彪** 北京市企业家环保基金会秘书长、指导委员会联席主席

外部专家委员：

（按姓氏拼音首字母排序，排名不分先后）

1. **傅昌波** 北京师范大学教授、中华慈善总会家风传承与慈善信托委员会总干事
2. **孙 桢** 生态环境部气候司原一级巡视员、CEGA 顾问
3. **王 谋** 中国社科院生态文明研究所研究员、中国政府联合国气候谈判代表团成员

报告编写主要参与人员

组织策划：

张瑞英 环境资助者网络（CEGA）执行主任

主要执笔人：

沈一帆 环境资助者网络（CEGA）环境慈善研究专员

倪 垚 中华环保联合会战略合作部部长

核心工作团队：

倪 垚 中华环保联合会战略合作部部长

张瑞英 环境资助者网络（CEGA）执行主任

乔 峰 环境资助者网络（CEGA）气候慈善顾问

沈一帆 环境资助者网络（CEGA）环境慈善研究专员

龙冬荃 环境资助者网络（CEGA）环境慈善研究伙伴

王 霞 环境资助者网络（CEGA）项目官员

伍靖枫 北京市企业家环保基金会高级项目官员

刘 熙 万科公益基金会气候变化与生物多样性保护高级项目经理

黄莹欣 千禾社区基金会原项目官员

目录

执行摘要	1
第一章：前言	3
1.1 气候危机及其影响	3
1.2 气候慈善的价值与意义	4
1.3 气候慈善现状与发展趋势	6
第二章：捐赠动机研究	9
2.1 国际气候慈善捐赠动机	9
2.2 国内气候慈善捐赠动机	11
2.3 捐赠障碍分析	12
第三章：捐赠策略分析	15
3.1 直接捐赠	15
3.2 成立专项基金 / 基金会	17
3.3 慈善信托	19
3.4 互联网公益	20
3.5 捐赠人建议基金（DAF）	21
3.6 员工志愿服务及配捐	23
3.7 捐赠回报分析	23
3.8 不同人群捐赠建议	25
第四章：气候慈善案例研究	27
4.1 解振华捐赠个人奖项成立气候基金	27
4.2 北京市企业家环保基金会	28
4.3 长电科技环保与健康基金	29
4.4 老牛基金会	31
4.5 万科公益基金会	31
结语	33
附录一：关于战略慈善的思考：从“帮助”到“改变”	34
附录二：报告评阅专家名单	35
附录三：机构介绍	36

| 执行摘要

本指南在《气候慈善伙伴计划项目》指导委员会指导下编制，系统梳理了气候慈善的背景、动因、捐赠策略与工具，以及经典案例。报告指出全球与中国面临巨大资金缺口：到 2030 年前，发展中国家每年需约 2 万亿美元；2023 年全球气候慈善支出仅在 93 至 158 亿美元区间，国内基金会年均公益支出约 15 亿元，气候专项项目规模仍然有限，民间资金的放大潜力明显。

主要发现包括：气候慈善既能填补资金缺口，也能作为政策倡导、能力建设与试点示范的催化器；但受制于制度激励不足（如股权 / 不动产捐赠与税收细则不完备）、气候项目成效难以量化、信息披露与信任机制不健全以及 NGO 专业能力和融资工具欠缺等问题。报告亦观察到国际捐赠者多受税收激励、社会文化中精英回馈传统以及家族价值观所驱动，而国内捐赠动机则更强调家国情怀、乡土回馈、企业 ESG 合规与品牌价值。国内气候慈善正从零散资助向“战略慈善”转型，更强调项目的可复制、可持续影响力。

对应的捐赠模式呈现多元化：传统的现金与物资捐赠；常见的设立专项基金或独立基金会；创新模式的慈善信托、捐赠人建议基金（DAF）；互联网公益与配捐机制降低了公众参与门槛；可回收赠款与影响力投资则被广泛视为撬动私人资本和实现可持续回收的工具。

针对性建议聚焦四条路径：一是完善政策与税收激励，降低非现金捐赠门槛并支持慈善信托与 DAF 等工具；二是推广混合融资，以撬动私人资本；三是建立统一的绩效评估与信息披露标准，强化第三方核查以重建信任；四是推动公私慈善伙伴关系（Public-Private-Philanthropy Partnership, PPPP, 简称 PPPP 或 4Ps），优先投向可再生能源、工业脱碳、基于自然的解决方案与气候适应等关键领域。

结论：气候慈善具备战略性杠杆作用；通过制度完善、工具创新与跨界合作，可将有限的慈善资源转化为对国家与社会具有放大效应的长期气候治理能力。

第一章：前言

1.1 气候危机及其影响

气候、生态与污染三大危机彼此交织、相互影响，而气候变化、生态损害、环境污染将产生一系列连锁反应，对于地球生态系统和人类社会构成广泛且严重的负面影响，甚至催生出一系列次生灾害。因此，采取紧急且有效的行动来应对这些危机已刻不容缓。

随着生态环境质量的全局性、根本性改善，气候变化已成为国际和国内可持续发展面临的核心挑战。不利的气候影响已经比预期的更深远和极端，风险将随着气候变暖加剧而迅速升级，并且对生态系统、粮食安全、公共卫生、社会稳定和经济发展都构成系统性威胁。

从生态系统层面来看，气候变暖导致冰川融化，使得海平面上升，这不仅直接淹没沿海低地，还引发海水倒灌，导致沿海地区土壤盐渍化，破坏农田和淡水生态系统；目前全球已有 10% 以上的土地受到影响¹。生态破坏使得水土流失加剧，在暴雨等极端天气下，容易引发泥石流、山体滑坡等地质灾害，威胁山区居民的生命财产安全。此外，随着海洋表面温度上升以及海洋酸化，珊瑚与虫黄藻之间的共生关系瓦解，从而产生珊瑚白化现象²。

在粮食安全领域，气候变化通过改变农业生产的水热条件和病虫害风险，深刻影响作物产能与稳定性，并阻碍了中低纬度地区农业生产力增长。我国升温速率显著高于全球平均水平，因此粮食生产面临的气候相关风险日益突出。一方面，极端事件频发：如 2008 年雪灾（1400 万公顷受灾）、2014 年华北东北干旱（夏粮受损）、2021 年河南暴雨（玉米绝收）及年底强寒潮（全国速冻，广东启动预案）。另一方面，气候变暖引发连锁反应：病虫害向高纬度高海拔扩散、作物生育期改变（提前且缩短），最终导致产量品质下降。气候波动加剧进一步放大了农业生产的不确定性。

公共卫生系统面临气候变化引发的多维压力。气温升高加剧了疟疾、西尼罗河病毒和莱姆病等传播疾病的蔓延，登革热、疟疾等虫媒传染病的高发区向高纬度地区扩展。极端天气事件直接威胁人群健康，大量流行病学研究证实高温热浪导致心血管疾病发病率上升，心血管疾病相关死亡风险增加 22%³。此外，气候异常引发的粮食减产可能导致营养不良人群增加，而生态系统破坏则削弱其提供的天然药物资源，进一步加剧公共卫生服务负担。

社会稳定也受到威胁。数百万人因极端天气、海平面上升和不适合居住的条件而被迫迁移；据世界银行估计，到 2050 年预计有 2.16 亿人可能因气候相关灾害而流离失所。资源短缺，尤其是水资源短缺，在部分地区引发冲突和紧张局势。“气候移民”数量的不断增加，给迁入地的社会资源、公共服务带来压力，可能引发社会矛盾。粮食安全问题也可能导致社会动荡，贫困地区则受影响更为严重。

1 联合国粮食及农业组织 . 2024. 《全球盐渍土壤状况》

2 联合国纪事 . 2013. “气候变化对珊瑚礁和海洋环境的影响” . <https://www.un.org/zh/chronicle/article/21095>

3 国家心血管病中心, 《中国心血管健康与疾病报告 2023》

经济系统承受的气候相关损失呈现常态化增长态势。气候变化每小时给世界造成高达1600 万美元的损失；到 2050 年，全球每年因气候变化造成的损失将在 1.7 万亿至 3.1 万亿美元之间⁴。除了直接经济损失，极端天气气候事件造成的资产受损或经济活动中断会产生次生影响，如交通运输、水利设施、电力等基础设施受损导致间接经济损失。例如 2021 年 7 月我国因河南极端暴雨总经济损失达 3793 亿元，其中间接经济损失是直接经济损失的 1.8 倍，达 2444 亿元。气候变化通过产业链传导产生间接影响，北方暖湿化导致传统旱作农业区农机设备适用性下降；而夏季高温天气使电力负荷激增，中国、美国和印度（全球三大电力市场）的夏季电力需求增加了数十太瓦时（TWh）。极端高温除了威胁人类健康外，到 2030 年预计每年将造成 2.4 万亿美元的生产力损失⁵。从长期看，气候风险已成为影响投资决策的关键变量，欧盟碳边境调节机制（CBAM）等政策的实施，可能使我国高碳产业出口成本增加，倒逼产业加速低碳转型。

1.2 气候慈善的价值与意义

自 1992 年《联合国气候变化框架公约》通过以来，《京都议定书》《巴黎协定》等关键协议接连出台，全球气候治理体系逐步完善。各国通过制定并上报国家自主贡献（NDC）路线图，逐步推进减排和适应行动。中国方面，国家主席习近平在 2020 年承诺 2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和；“十四五”规划已明确加强新能源、能效和碳市场建设，“十五五”预计也将持续强化应对气候变化的举措，以确保“双碳”目标落地。2025 年 9 月，在联合国气候变化峰会上，中国宣布了新一轮 2035 年国家自主贡献目标——到 2035 年，中国全经济范围温室气体净排放量比峰值下降 7%-10%，力争做得更好；非化石能源消费占能源消费总量的比重达到 30% 以上，风电和太阳能发电总装机容量达到 2020 年的 6 倍以上、力争达到 36 亿千瓦；森林蓄积量达到 240 亿立方米以上；新能源汽车成为新销售车辆的主流，全国碳排放权交易市场覆盖主要高排放行业，气候适应型社会基本建成。

然而，目前全球应对气候变化的资金缺口巨大。气候政策倡议（Climate Policy Initiative）⁶ 研究表明，为将 2050 年前的全球升温限制在 1.5°C，未来每年需在气候领域投入 6.7-10 万亿美元，方能遏制气候变化。在气候适应方面，政府间气候变化专门委员会（IPCC）指出发展中国家到 2030 年需每年 1270 亿美元适应资金，而 2017-2018 年实际投入仅 230-460 亿美元。COP29 虽达成发达国家每年提供 3000 亿美元气候融资的承诺，但仍不足科学预估需求的四分之一。

当前无论公共还是私营资金都远远不足，此时慈善等社会力量的作用就凸显出来。在应对气候变化的整体行动格局中，政府、企业、公益组织与社会公众等多元主体共同构成了一个有机的治理网络，气候慈善作为其中不可或缺的一环，具备灵活性、创新性和补充性等特征，能够填补公共财政与市场机制在气候行动中难以覆盖的空白地带。尤其在资金动员、公

4 世界经济论坛 . 2023-10-18. “最新研究表明，气候变化每小时给世界造成的损失高达 1600 万美元” . <https://cn.weforum.org/stories/2023/10/climate-change-costs-the-world-more-than-16-million-dollars-per-hour/>

5 世界经济论坛 . 2025.《极端高温保险：在全球变暖中应对风险》. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Insuring_Against_Extreme_Heat_Navigating_Risks_in_a_Warming_World_2025.pdf

6 <https://www.climatepolicyinitiative.org/wp-content/uploads/2024/10/Global-Landscape-of-Climate-Finance-2024.pdf#:~:text=fall%20short%20of%20needs%2C%20with,climate%20finance%20would%20be%20agreed>

众倡导、试点示范和跨界协同等方面，气候慈善具有独特的生态位。例如，彭博慈善基金会曾承诺代替特朗普政府“退出巴黎协定”后美国在联合国气候公约中的预算缺口，确保持续支持相关气候行动，推动了全球气候进程。从功能定位来看，气候慈善不仅是资金的补充来源，更是理念传播、能力建设与制度创新的重要推手。它通过资助科研、试点项目、公众教育、政策倡导等方式，助力形成从认知到行动、从局部到系统的气候治理闭环。因此，明确气候慈善在整体气候治理体系中的角色，有助于捐赠者更清晰地理解其捐赠行为的社会价值与战略意义。

企业和基金会等非政府主体参与气候慈善的动因既有外部压力也有内部需求。一方面，随着公众环保意识和国际声誉要求提高，以及各国政府纷纷完善企业 ESG 或可持续信息披露标准，企业面临越来越严格的监管和市场评价。参与气候公益可以提升品牌形象、应对投资者和监管机构的关切。另一方面，企业自身也需主动管理气候风险，探寻低碳转型机遇。同时，国内外高净值个人和机构慈善家日益关注可持续发展，在政府鼓励政策下，大批“绿色”基金会应运而生。中国政府近年来出台多项鼓励公益发展的政策，为慈善机构投身气候事业提供了制度保障。正因如此，民间资本在气候领域的配置潜力被广泛关注，资本回报及社会影响等驱动力不断增强。

鉴于气候问题的紧迫性及社会力量的成长，本报告编制旨在为气候慈善领域提供系统分析和指导。本报告的核心目标读者涵盖气候慈善领域的多元参与主体，旨在为不同群体提供针对性的行动指引：

(1) 慈善家与高净值人士：

针对具备资金支配权与社会影响力的个人，报告聚焦气候慈善的战略意义和捐赠模式指引，并通过案例解析如何将私人财富转化为气候行动的可持续资金流。

(2) 企业家与企业社会责任决策者：

面向企业群体，报告侧重阐述气候慈善与企业 ESG 战略的协同路径，助力企业在履行环境责任时实现“商业价值 - 社会价值”的双赢。

(3) 基金会（公募与私募）、环保组织与民间公益机构：

为基金会提供项目筹资思路以及气候慈善的最佳实践。

通过梳理全球和中国气候治理现状、气候变化影响以及气候慈善的政策机制、实践案例等，本报告将帮助公益基金会、企业捐赠方等厘清参与路径，协同构建更有力的气候行动格局。我们希望借此促进政府、社会与市场的协同发力，推动慈善资源精准投入气候解决方案，增强社会资本在实现碳达峰、碳中和目标中的作用，为我国气候慈善事业发展提供决策参考。

1.3 气候慈善现状与发展趋势

1.3.1 国际气候慈善

2003-2023 年间，全球气候领域的捐赠资金总额约 848.9 亿美元⁷。根据气候工作基金会（ClimateWorks Foundation）的统计，2023 年全球气候慈善支出在 93 亿到 158 亿美元之间；其中气候基金会捐赠达到 48 亿美元，个人捐赠金额大约 50-110 亿美元。随着新的慈善组织进入这一领域以及跨部门合作的出现，气候资助者群体正在不断扩大；基金会提供的气候减缓资金增长了近两倍，从 2019 年的 17 亿美元增至 2023 年的 48 亿美元。

国际气候慈善发展呈现以下趋势：

（一）资金规模持续扩张，增速显著

近年来，国际气候慈善资金规模呈现出持续增长的强劲势头。据 ClimateWorks Foundation 的 2024 年融资趋势报告显示，2023 年气候融资飙升了 20%，自 2020 年以来首次超过全球慈善捐款的整体增长。在这一年，个人和 90 余家基金会的整体慈善资金投入中，约有 93 亿至 158 亿美元用于缓解气候变化，其中基金会资金更是达到创纪录的 48 亿美元，几乎是 2019 年 17 亿美元的三倍。这一增长趋势反映出国际社会对气候问题的关注度不断提升，慈善资源正加速向气候领域汇聚。越来越多的高净值人士、企业基金会以及国际大型慈善组织，认识到气候危机的紧迫性，纷纷加大对气候慈善项目的资金支持力度。一些科技巨头企业设立的基金会，将大量资金投入气候科技创新领域，助力开发新型清洁能源技术、提高能源利用效率等项目。

（二）投资领域多元化，新兴领域受关注

国际气候慈善的投资领域不断拓展，从传统的清洁能源、森林保护等领域，逐渐延伸至工业减排、适应与复原力建设等新兴重点方向。在工业部门，尽管其占全球排放量的三分之一，但过往资金严重不足，如今正受到越来越多的关注。随着各国对工业领域减排要求的提高，慈善资金开始流入该领域，支持企业开展低碳技术研发、生产流程优化等项目，助力工业实现绿色转型。适应和复原力工作也成为新的焦点。2023 年，相关项目至少获得了 6 亿美元的基金会资金，用于帮助社区适应日益加剧的气候影响，提高其复原力。在一些沿海地区，慈善资金支持建设海堤等防护设施，提升社区应对海平面上升、风暴潮等灾害的能力；在农业领域，资助农民采用适应气候变化的种植技术和品种，保障粮食安全。

（三）地域合作加强，关注发展中国家需求

国际气候慈善在地域上，加强了合作与资源分配的优化。以往，美国和欧洲获得了针对单一国家或地区追踪资金的较大份额，而非洲、大洋洲、拉丁美洲以及其他亚洲地区，尽管拥有庞大人口，但获得的资金相对较少。如今，慈善组织逐渐意识到这种地域资金缺口的不合理性，开始加大对发展中国家的支持力度。一些国际慈善联盟组织，联合多个国家的基金会，共同开展跨国气候慈善项目。在非洲撒哈拉以南地区，国际慈善组织与当地政府及非政府组织合作，投资建设太阳能微电网项目，为偏远村庄提供清洁电力。这些项目既解决了当地能

⁷ Fan, Shuting; Wang, Can; Zhong, Hanying; Dong, Xinyang; An, Kangxin (2025). International Public Multilateral Climate Finance Dataset from 2000 to 2023. figshare. Dataset. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28171535.v1>

源短缺问题，又减少了对传统化石能源的依赖，助力当地社区应对气候变化。同时，通过技术培训、能力建设等方式，提升当地组织和社区自主应对气候变化的能力，促进可持续发展。

（四）倡导跨界合作，推动系统性变革

国际气候慈善领域愈发强调跨界合作，倡导慈善组织、政府、企业、科研机构等多元主体协同合作，推动系统性变革。慈善组织凭借其灵活性和创新性，在发现气候问题、提出解决方案方面发挥着先锋作用；政府则通过制定政策、提供法规保障，为气候行动营造良好环境；企业拥有资金、技术和市场渠道等优势，能够将气候解决方案规模化、商业化；科研机构为气候行动提供科学依据和技术支撑。各方携手，形成合力。在一些城市可持续发展项目中，慈善组织提供前期项目资金，支持科研机构开展城市碳排放调研，基于调研结果，政府制定针对性的城市低碳发展规划，企业则参与投资建设低碳交通设施、绿色建筑等项目，共同打造低碳城市样板，从城市规划、能源利用、交通出行等多个层面推动系统性变革，有效应对气候变化。

1.3.2 中国气候慈善

在中国，根据基金会中心网 2021-2023 数据，国内基金会在气候及生态环境项目上整体的公益支出资金规模较稳定，约为每年 15 亿元。其中，2022 至 2023 年连续两年在气候及生态环境类项目上年支出不低于 30 万元的基金会只有 126 家⁸。另外，环境资助者网络（CEGA）在 2018 至 2024 年连续 7 年对 CEGA 成员伙伴的气候及生态环境类公益项目支出进行统计，表明资金规模基本保持稳定在 3-4 亿元，并有增长趋势。受三年疫情影响，众多社会组织筹资困难，面临生存压力。而气候及生态环境类社会组织整体资金稳定，发展良好，具有重要意义，显示出民间气候行动韧性和各方对民间气候行动的认可。

中国气候慈善在发展过程中呈现出鲜明的本土化与战略性特点：

1、国内气候慈善项目通常与乡村振兴紧密结合，突出社区化发展，并与国际气候、社区和生物多样性标准（CCB 标准）契合；在资金来源上，多依赖企业社会责任或企业基金会，并与企业 ESG 战略和可持续披露准则协同，形成慈善与业务双赢的模式。此外，民间力量注重与政府合作、响应政策导向，并积极借助商业机制与互联网平台实现规模化。

2、国内气候慈善实施机构——各地环保组织承担了“倡导者”“监督/行动者”“赋能者”和“变革者”四重角色，推动公众意识转变、政策落地与低碳转型。其战略意义在于以系统化、长期性的干预推动社会整体变革，致力于形成可持续、规模化的解决方案。国内实践中，SEE 基金会“绿链行动”、蚂蚁森林、万科近零碳社区、老牛基金会荒漠化防治、中国绿色碳汇基金会的生态碳汇项目、湖北省长江生态保护基金会退捕渔民转型等案例，均体现了多元路径助力“双碳”目标的成效。2024 年，CEGA 评选出《气候慈善影响力案例精选》并于 COP29 发布，是中国环境公益社会组织在联合国气候变化大会首次发布的慈善影响力报告，展现中国民间气候行动从本土实践到全球治理的角色进阶。

3、中国气候慈善正在向战略慈善转型。传统的朴素慈善就是施展爱心，通过资金、物资或者行动为个体事件提供帮助。而战略慈善是从朴素慈善的基础上升华，从关注个体事件

8 基金会中心网. (2025). 《环境类基金会中基透明指数“FTI2024”表现如何?》https://mp.weixin.qq.com/s/k1xL_NgZ7wK1-65HLLzldg

转变为关注系统性问题、寻找可持续可复制的解决方案并促使社会系统性的改变，从而解决具有长远和广泛影响力的社会问题，也使得慈善投入得到社会效益的最大化。气候慈善属于战略慈善，因为气候变化给全人类带来危机，是严重的社会问题，需要促成政府意识和管理方式的转变，也需要促成能源系统转型，企业绿色转型等等。企业家和慈善家在这个领域投入慈善资金促成这些关键改变，是慈善最大的价值体现。

实际上，公共 - 私营 - 慈善行业伙伴关系（PPPP/4Ps）在气候慈善这个战略性慈善领域也得到了很好的体现。通过公私慈善伙伴关系，气候及生态环境领域相关方利用政策、市场和金融、技术以及文化的力量，为参与者创造信息交流与合作的平台；匹配研究与投资机会，加速产学研转化效率和创新解决方案的应用；与项目地政府合作伙伴建立友好联系，创造有利的政策环境；探索试点新的地方合作模式与资金管理机制，共同创造跨越代际的可持续繁荣未来。

4、中国气候慈善符合政策倡导方向。在生态文明建设战略与“双碳”目标引领下，民间气候慈善迎来重要发展机遇。2025年5月，生态环境部等15部门联合印发《国家应对气候变化标准体系建设方案》，强化顶层设计指引。技术革命与制度突破相互催化，为气候慈善领域开辟多个战略性方向：一是数字化转型深刻重塑公益模式，例如腾讯对270家慈善机构的调查显示66%的慈善机构迫切需要数字化赋能⁹，阿里巴巴、腾讯等机构借助AI和互联网平台开发出“AI公益小蜜”、“观鸟君”等应用，显著提升项目效率与公众参与度；二是数字游民文化为青年参与气候行动提供新路径，浙江良渚、安吉和河南光山等地通过“青年社群+文旅产业”模式协同推进生态与经济发展；三是新媒体突破传统传播壁垒，短视频与直播成为募资和科普的有效渠道，如SEE基金会在抖音推动“一亿棵梭梭”项目公众认知与捐赠行为转化；四是自愿碳市场进入高质量发展阶段，在SBTi企业减排承诺及《巴黎协定》A6.4碳信用机制（PACM）落地推动下，跨境碳信用交易逐步制度化。明晟（MSCI）预测全球碳信用市场规模将从2024年15亿美元增长至2030年70-350亿美元，为民间参与碳汇项目开发与方法学创新提供持续动力；五是基于自然的解决方案（NbS）与社区气候韧性建设深度融合，民间组织依托传统生态智慧与在地实践，在城市生境修复、乡村替代生计等领域发挥关键作用。

而随着“1+N”气候政策体系的不断系统化，气候慈善这种通过整合多方力量开展行动的战略慈善机制，将成为日益重要的创新主体和行动支撑，并能够有力的融入到中国生态文明建设以及国际可持续发展目标体系当中。

9 腾讯基金会，腾讯研究院，(2021).《2021 公益数字化研究报告》

第二章：捐赠动机研究

2.1 国际气候慈善捐赠动机

全球慈善资金总体呈现持续增长的趋势，欧美等高收入国家尤其突出。在气候领域，欧美慈善资金也占重要地位。经综合考量，欧美高净值人士或家族在气候环保领域的捐赠动机主要包括：税收激励、社会文化、宗教伦理、战略慈善考虑、家族传承等等。对于企业来说，气候慈善的动机更多来自于对大众对企业社会责任的要求，以及塑造品牌价值的需求。

一、税收激励政策：

欧美国家税收政策对慈善捐赠影响显著。税收优惠是促进高净值人士捐赠的重要制度基础。在美国，高收入捐赠者享受更高额度的所得税抵扣，一般可将年度收入的 50% 用于抵扣慈善捐赠；许多富裕家庭甚至将捐赠视为年度税务规划的一部分¹⁰。相比之下，英国实行“礼物赠与”（Gift Aid）制度：凡为合资格慈善机构捐赠 1 英镑，慈善组织可额外向政府申领 0.25 英镑，加上捐赠者退税，使捐赠价值进一步增加¹¹。此外，英国高税率纳税人还可以在税表中对捐赠申请额外税收抵扣。总体而言，税收优惠既降低了捐赠成本，也在一定程度上满足了富人“合理使用富余资源”并获得税务合规和社会认可的需求¹²，一定程度上鼓励了财富流向公益事业。

除了捐赠的税收抵扣政策以外，高额遗产税政策也是驱动高净值人群进行慈善捐赠的关键经济动机之一，这一动机在气候慈善领域日益显著。在制度层面，部分欧美国家遗产税税率较高（如英国和美国联邦遗产税最高约 40%），且征税方式严格（如美国采用“先税后分”原则），导致直接继承成本巨大。为规避税负，高净值人群普遍利用慈善捐赠的免税政策：在英国，若遗产 10% 以上用于慈善，超出免税额度的部分税率可降至 36%；在美国，一些家族通过设立私人基金会或慈善信托等方式，不仅能规避遗产税，还可获得所得税抵扣及资本利得税减免，基金会仅需支出 5% 资产于“慈善相关活动”（涵盖家族成员薪酬等），实际控制权仍由家族掌握。不过，法律对免税捐赠对象严格限定，防止不当避税，一定程度上确保捐赠用于真正公益目的。

二、社会文化因素与自我实现：

马斯洛需求理论指出，人在满足基本需求后，会追求尊重与自我实现。对高净值人群而言，投身气候慈善是实现高层次需求的途径。纽约银行梅隆财富管理公司报告显示，高净值人群捐赠最大动因是自我满足感，“分享财富使我自我感觉良好”“慈善捐赠使我感到快乐”。通过支持气候项目，他们能为解决全球性问题贡献力量，在回馈社会中获得成就感，塑造理想自我形象，实现超越物质追求的人生价值。

10 <https://www.ccsfundraising.com/insights/charitable-giving-in-the-uk/#:~:text=3,which%20differ%20in%20the%20UK>

11 Anoushka Kenley, Jamie O'Halloran and Karl Wilding. 2021. Mind the Giving Gap - Unleashing the potential of UK philanthropy.

12 Environmental Funders Network. 2017. What Influences wealthy donors to give to different causes. A research Review.

英美社会鼓励以慈善作为自我实现的路径，同时强调富人回馈社会的责任。历史上，从乔治·皮博迪（George Peabody）到安德鲁·卡内基（Andrew Carnegie）等开创了现代慈善先例，呼吁有钱人以造福公众为己任。美国文化中普遍期望超高净值人群慷慨捐赠并获得个人声誉回报，而英国社会传统上较为低调，但近年来高额捐赠也越来越受到关注。研究发现，高净值人群捐赠往往出于多重情感和利益交织的考虑：他们愿意把“与某个事业的共鸣”转化为行动，因为觉得自己“能够且应该”为此做些什么；捐赠过程也让他们获得自我成长、充实感及人脉关系的回报。此外，受访的高净值人士表示，他们在选择资助对象时更看重参与度 and 影响力，喜欢与公益组织建立深度伙伴关系，体现出“主动而非被动”的慈善风格。总之，社会文化因素一方面塑造了“回馈与认可”的价值取向，另一方面也激励捐赠者通过慈善行为提升社会声誉和个人满足感。

此外，高净值人群与企业参与气候慈善，可改善公众形象，从单纯财富持有者转变为社会贡献者，赢得尊重与赞誉，跻身社会精英阶层。大企业主动承担社会责任、增加捐赠，能增加政府信任度。慈善捐赠也成为企业管理者展现高尚品格、提升社会地位的方式，尽管可能存在机会主义动机，但客观上促进了慈善事业发展。

宗教信仰和伦理观念是部分欧美高净值人群捐赠的重要驱动力。虽然在亿万富翁签署的公开承诺中宗教动机较少直接提及，但宗教信仰在欧美慈善文化中根基深厚。如美国诸多慈善家深受宗教影响，认为私有财产实为代管公共资源，而捐赠是对上帝恩赐的回馈，也是自身道德与精神追求的体现。卡内基提出的“在巨富中死去是一种耻辱”观点，反映了社会精英对财富社会责任的认知，这种社会文化理念常作为内在价值，推动富人将财富用于慈善，回馈社会¹³。

三、关于战略慈善¹⁴

近年来，许多高净值人士将气候环保捐赠视为推动系统性变革的手段。相较于传统慈善，气候项目因其长期性、可测量性及政策协同性，更契合高净值人群“战略性慈善”需求。与其简单施舍，他们更倾向于以“企业家思维”进行慈善，力求影响公共政策和市场机制¹⁵。此外，为了效率和灵活性，部分捐赠人放弃传统慈善基金会机构模式，转而通过有限责任公司（Limited Liability Company, LLC）等结构注资，这使他们更容易投资风险科技和创新项目（如碳移除技术）。

部分企业将气候慈善视为战略投资。通过支持气候相关项目，企业能提升品牌形象，增强消费者认同感与忠诚度，开拓新市场与商业机会。如一些环保企业投身气候慈善，契合企业价值观与业务方向，可吸引关注环保的消费者，提升市场竞争力，实现慈善与商业利益双赢。总之，战略性慈善的核心是长远视野：将资金用于可放大影响的行动，如技术研发、政策倡导或跨界合作，以期加速市场和制度向绿色转型。

四、家族传承与代际影响：

13 Billionaires in Global Philanthropy: a Decade of the Giving Pledge - PMC
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8147574/>

14 关于战略慈善的思考，参见附录一《关于战略慈善的思考：从“帮助”到“改变”》

15 [morganstanley.com](https://www.morganstanley.com)

<https://www.morganstanley.com/cs/pdf/Funding-Climate-Action-Pathways-for-Philanthropists-March-2023.pdf>

对许多高净值人士而言，慈善不仅是个人行为，更是家族传统与遗产的一部分。研究与访谈表明，不少高净值人士对环境事业的热情来自童年经历及父母影响，全家共同的爱好（如亲近自然）也会促成联合捐赠¹⁶。同时，他们有意识地把环保公益融入家族话题，希望子孙辈能继承这一价值观。不少家族办公室和财富顾问也注意到下一代对气候问题的关注度高，正在帮助客户规划长期多代人参与的慈善策略。气候行动具全球公益属性，能提升家族社会资本，而基金会结构可确保跨代控制，避免“富不过三代”。这意味着高净值人士将捐赠视作“为子孙后代创造价值”的手段，从而在家庭层面形成持续的正反馈。资料显示，他们将个人财富视为可用于公益的过剩资源，希望通过积极参与和榜样作用，培养子女的公共精神。

综上所述，近十年英美高净值人士在气候和环保慈善领域的捐赠动机多元复杂：税收优惠与社会文化塑造了宏观环境，宗教伦理与家族因素提供内在驱动力，而战略考量则引导他们以更宏大的视野施恩。这些动机共同推动了近年来慈善捐赠规模和策略的演变，也提醒政策制定者应综合考虑激励与监管，以鼓励更多私营财富服务于公共环保事业。

2.2 国内气候慈善捐赠动机

在中国特有的社会文化与历史传统影响下，气候慈善捐赠行为呈现出有别于西方的动机结构。中国慈善家在气候慈善捐赠方面，个人慈善家受家国情怀、个人价值观及回馈家乡等因素驱动，这些动机既植根于传统文化价值，又融合了现代国家战略与民间创新实践，形成了一套具有中国特色的驱动逻辑。

企业则出于战略投资、内部治理以及响应政策与社会期望等动机。深入理解这些动机，对引导更多慈善资源投入气候慈善领域，推动中国乃至全球气候治理工作具有重要意义。

一、高净值个人与家族慈善动机

中国个人与家族参与气候慈善的深层动机，根植于传统文化中的集体主义价值观与代际责任感。“天下兴亡，匹夫有责”的家国情怀在当代通过制度化载体实现转型。例如万向集团鲁伟鼎设立的“鲁冠球三农扶志基金慈善信托”，体现了私人资本与国家乡村振兴等战略的融合。国内的个人慈善家通常会在慈善捐赠中体现对祖籍地或家乡的深刻乡土情结，对当地社区的人文关怀和下一代的期望。

以无锡为例，其慈善传统源远流长，个人慈善家对家乡的回馈始终是核心脉络。从泰伯奔吴奠定“至德名邦”的德治根基，到明代高攀龙创立中国最早民间慈善组织“同善会”践行经世济民理念；从清代华氏家族建“江南第一义庄”造福乡里，到近代荣氏家族以实业反哺桑梓——兴办学校、筑路架桥、兴修水利，无不体现地方精英对家乡建设的深度参与。这种由乡绅与工商领袖驱动的慈善模式，将道德教化、实业发展与社会公益深度融合，形成无锡“温情与水”的城市品格中最为厚重的精神底色。

二、企业慈善动机：战略与政策的双重驱动

16 greenfunders.org

<https://www.greenfunders.org/wp-content/uploads/FINAL-Wealth-Advisor-Report-compressed.pdf>

企业气候慈善行为呈现政策响应与商业战略的深度耦合。企业倾向于利用自身的商业生态位、经验和资源从事高效且可持续的慈善活动。在国内，寻找双赢的解决方案是一种兼顾商业利益和社会需求的务实思路。

（一）战略投资与品牌塑造考量

从企业战略角度出发，参与气候慈善是企业实现战略布局与品牌形象提升的重要手段。通过支持气候相关公益项目，企业能够展现其对环境问题的关注与社会责任感，增强消费者对企业品牌的认同感与忠诚度。一些环保科技企业积极投身气候慈善，捐赠资金用于推广清洁能源技术、开展节能减排项目，既契合企业业务方向，又提升了企业在环保领域的品牌影响力，有助于开拓新市场，吸引更多关注环保的消费者，实现慈善投入与商业利益的良性互动。企业自身的减碳行动也逐步传导到其价值链，协同上下游产业伙伴共同推进绿色低碳转型。

（二）政策引导与社会期望响应

中国政府在推动可持续发展、应对气候变化方面出台了一系列政策，鼓励企业参与环保公益活动。2024年，中国沪深北证券交易所联合发布《上市公司可持续发展报告指引》，宣告国内上市公司强制披露 ESG 报告的时代到来；财政部等九部委联合发布了《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》，为企业可持续信息披露提供了统一的框架。

2025年2月，习主席在民营经济座谈会上鼓励民营企业“积极履行社会责任，积极构建和谐劳动关系，抓好生态环境保护，力所能及参与公益慈善事业，多向社会奉献爱心。”此外，随着社会公众环保意识的提升，对企业社会责任的期望也日益提高。例如，在一些重大气候灾害发生后，企业积极捐赠资金用于灾后生态修复，以回应社会对企业在应对气候变化中发挥作用的期待。

相应地，企业通过慈善捐赠为一些创新解决方案提供前期试错的资金，在打通可复制的运作模式后，可以撬动政策改变，并交由相关政府部门接手其解决方案，进而在更广泛的地区进行推广，也同步扩大了企业的影响力。

三、数字技术赋能公众广泛参与互联网公益

数字技术正重塑慈善信任机制，蚂蚁集团利用“绿色能量”，实现个人碳足迹与生态修复项目的实时数据联动，使每笔捐赠产生可验证的环境收益。而众多互联网科技企业所打造的公益平台（例如腾讯公益、支付宝公益、新浪公益、淘天“公益宝贝”等），极大降低了公众参与公益活动和捐赠的门槛，无需复杂流程，只要通过手机就能随时奉献爱心并且能查看项目进展，推动了更广泛的大众、商家和消费者共同参与慈善项目中。

2.3 捐赠障碍分析

尽管动机多元，中国气候慈善仍面临独特困境。如前文所述，中国公益慈善捐赠总体呈增长趋势，但气候领域所占比例极低。据统计，全国环境和气候议题相关的基金会项目和资金仅占全部基金会项目的 2%。

一、制度性障碍

制度环境是影响捐赠的关键因素之一。在中国，虽然《慈善法》等法规确立了慈善事业的法律地位，但针对环境和气候类公益的制度支持尚不完善。一方面，税收政策激励力度有限。国家规定企业公益性捐赠支出在年度利润 12% 以内可税前扣除，个人公益性捐赠额在应纳税所得额 30% 以内可扣除；非现金捐赠（股权、不动产）的税收抵扣细则缺失，企业气候捐赠无法享受与现金捐赠同等的抵税待遇。另一方面，慈善组织的监管和资质要求严格，不少民间环保组织注册登记难度大、发展受限。此外，我国气候领域尚缺乏专门的慈善资助工具，慈善信托等绿色融资机制尚处于起步阶段，这限制了社会资本向气候领域的配置。慈善信托资产与企业资产隔离机制不完善，增加捐赠人法律风险。

在政策激励方面，除税收优惠外，国家针对气候慈善的专项激励政策还很有限。除了一般性资助指导外，针对气候公益的专项补贴、配套政策尚未出台，使得组织筹资环境受限。目前慈善组织和捐赠人的优惠主要依赖现行慈善税收政策，而未针对气候项目出台更高奖励或配套措施。一些研究建议，应完善相关法规，提高公益组织在增值税、所得税等方面的优惠力度。此外，可以探索设立政府引导基金、匹配捐赠计划或专项基金会，引导社会资本进入气候领域。现有研究和行业报告普遍认为，政策扶持不仅要体现在税收，还应包括简化捐赠程序、鼓励创新资助模式等方面。整体来看，当前激励措施尚无法充分调动捐赠主体对气候议题的投入意愿。

二、公众意识与信任机制

公众对气候变化的关注程度和行动意愿直接影响气候捐赠的潜力。气候议题的长期性、全球性难以唤起即时情感共鸣。虽然近年来气候议题在媒体和教育中受到更多关注，但民众对气候问题以及相关公益项目的认知仍显不足。在环境领域，这种现状表现为气候项目的曝光率和影响力较低、并难以获取广泛的信任，公众对于环保组织和 NGO 抱有一定偏见。此外，当中央政府环保治理成效显著时，民众易产生“政府应包办”心态，削弱个人在气候环境领域的捐赠意愿。

信任是公益捐赠的基石。捐赠者非常在意公益组织的声誉和可信度，缺乏信任会显著降低捐赠意愿。资金使用的透明度是当前公益事业的一大难题¹⁷。具体到气候领域，若捐赠者不清楚资金去向或担心项目成效，往往会犹豫甚至放弃支持。因此，健全信任机制，增强信息公开透明是突破捐赠障碍的关键。例如，通过完善年报、实物和资金使用公示制度、第三方审计等，均可提升捐赠者信任度。若个体对气候问题的认知不足或对公益机构缺乏信任，即使政策激励存在，也难以促使其主动捐赠。目前，国内的气候项目缺乏统一规范的气候慈善项目绩效评估与激励约束机制，公众难以据此判断气候慈善行动的成效。

三、气候变化议题的复杂性和传播障碍

当前利益相关方虽关注气候问题，但对气候议题的技术路径（如碳移除、生物多样性金融）缺乏系统认知，且财富管理机构多聚焦传统慈善，未能提供专业的气候投资建议。典型的气候慈善项目即“可见度高”的种树项目，而系统性减排技术、或者更难以量化成果的气

17 朱环. 2025. 我国公益慈善事业的当前困境和应对策略. 现代管理, 2025, 15(5), 52-57. <https://doi.org/10.12677/mm.2025.155127>

候韧性提升项目关注度不足,导致资金碎片化。环境公益组织的资金和人力短缺、规模化不足,缺乏金融工具设计能力,难以将气候项目转化为可量化、可投资的方案。小型组织可能缺乏专业人才、系统管理和项目评估能力,难以有效使用和展示捐赠资金的成果,进一步降低捐赠动力。因此气候议题的复杂性提高了气候传播时的难度,影响了高净值人群、企业和公众的捐赠意愿。

综上所述,中国气候慈善捐赠面临制度、意识、信任、政策和能力等多重障碍。现有研究一致认为,需要多管齐下:一方面完善法律政策、激励措施,另一方面提升公益组织治理和资金透明度,增强公众信任和参与度。目前的研究多侧重于总体框架和常见对策,对气候捐赠这一细分领域的专门研究尚显不足。未来应加强实证调研与案例分析,探索有效的气候慈善模式,并及时总结经验,以引导更多社会资源参与应对气候变化的公益行动。唯有打通政策堵点、强化专业能力、弘扬捐赠文化,方能释放公益群体在气候治理中的关键力量。

第三章：捐赠策略分析

气候慈善根据捐赠模式有不同的分类方法。《气候慈善伙伴行动规划 2030》中详细阐述了根据议题（工作领域）所划分的 8 个重点工作领域：生态保护与修复，污染治理，碳减排，气候适应，公众宣传倡导，国际交流合作，绿色低碳企业推动，以及行业建设与发展。在此不再赘述，而是从资助者的角度出发，从策略角度具体分析捐赠策略：

3.1 直接捐赠

一、物资与现金

直接捐赠是指捐赠者将资金、物资等直接交付给受赠方，用于开展气候慈善项目。常见受赠方包括致力于气候保护的慈善组织、研究机构或具体项目执行单位。

捐赠者可通过多种渠道进行直接捐赠。常见的方式包括：线上通过慈善组织官方网站、互联网公益平台等提供的捐赠链接，按照指引填写捐赠金额、个人信息等完成捐赠；线下则可通过向慈善组织邮寄支票、现金，或在慈善活动现场进行捐赠。例如，个人可在某环保基金会官网找到捐赠入口，输入希望捐赠的金额，选择捐赠用途（可选择具体项目或用作机构非限定性资金等），提交后完成捐赠流程。若为企业捐赠，可能涉及更复杂的决策流程，但最终也是将资金或物资直接转移给受赠对象。

优点：

- **高效性：**捐赠过程直接，资金或物资能迅速到达受赠方手中，可及时用于项目开展，对一些紧急气候项目（如应对突发自然灾害引发的环境问题）能快速提供支持。
- **透明度高：**捐赠者清楚知晓捐赠对象和大致用途，受赠方通常也会对捐赠资金的使用进行公示，便于捐赠者监督。
- **操作简便：**无论是个人还是企业，操作流程相对简单，无需复杂的手续和中间环节。

缺点：

难以形成规模效应：单个捐赠者的直接捐赠金额有限，若缺乏有效的整合机制，难以汇聚大规模资金用于大型气候慈善项目。

二、公司股权捐赠：

公司股份捐赠是指企业股东将其持有的公司股份捐赠给慈善机构或设立专门的慈善信托，以支持气候慈善事业。捐赠后，慈善机构成为公司股东，可参与公司决策（在一定程度上），并能从股份增值中获取收益用于慈善项目。具体流程如下：

1 确定捐赠意愿与受赠方：捐赠方先明确自身捐赠股权的意向及期望达成的公益目标，如支持教育、环保等特定慈善领域。随后筛选受赠方，受赠方通常需是具有公益性捐赠税前扣除资格的非营利组织，像基金会、慈善会等，捐赠方可通过“慈善中国”官网等渠道查询其资质。

2 内部决策与合法性审查：捐赠方为公司时，需依据《公司法》及公司章程履行内部决策程序。有限责任公司股权转让一般需经其他股东过半数同意，且其他股东需放弃优先购买权；股份有限公司则按相关规定进行决策。同时，要确保拟捐赠股权未被质押、冻结或存在争议，否则捐赠可能无效。

3 签署捐赠协议：捐赠协议需明确捐赠股权的数量、类型、财产原值、锁定期限、过户方式、公益用途、票据开具条款、受赠方权利义务（如是否参与公司经营）以及公允价值评估方式等关键事项。例如，捐赠方约定受赠方未来一定期限内不得转让股权，或明确股权分红仅用于特定公益项目。

4 办理股权变更登记：

- **非上市公司：**先修改公司章程，明确公益捐赠豁免优先购买权等条款，更新股东名册；之后向市场监管部门申请工商登记变更，提交股东会决议、股权转让协议、受赠方资质文件、捐赠协议、身份证明等材料。
- **上市公司：**需到中国证券登记结算有限责任公司提交变更申请，按规定流程完成股权过户，同时要遵照《证券法》及证券监管规定，履行相关承诺和信息披露义务。

5 税务处理与票据获取：捐赠方依据相关税收法规确定能否享受税收优惠政策，并进行税务申报。个人捐赠股权，公益捐赠支出金额一般按个人持有股权的财产原值确定；若无法提供原值凭证，需选择财政部备案的评估机构出具估值报告。慈善组织向捐赠人开具财政部监制的《公益事业捐赠统一票据》，此票据是捐赠人抵税的关键合法凭证。

优点：

- **长期资金支持：**若公司发展良好，股份增值可使慈善机构获得持续增长的资金来源，为气候慈善项目提供长期稳定的资金保障。
- **影响力拓展：**慈善机构成为公司股东后，可在企业决策过程中倡导与气候保护相关的理念和措施，推动企业在经营活动中更加注重环境责任，从而在更广泛的层面上促进气候行动与商业共赢的实现。
- **税收优惠：**《财政部、国家税务总局关于公益股权捐赠企业所得税政策问题的通知》（财税〔2016〕45号）规定，企业向公益性社会团体实施的股权捐赠，应按规定视同转让股权，股权转让收入额以企业所捐赠股权取得时的历史成本确定。此处所称的股权，是指企业持有的其他企业的股权、上市公司股票等。企业实施股权捐赠后，以其股权历史成本为依据确定捐赠额，并依此按照企业所得税法有关规定在缴纳所得税前予以扣除。公益性社会团体接受股权捐赠后，应按照捐赠企业提供的股权历史成本开具捐赠票据。

缺点：

- **价值波动风险：**公司股份价值受市场波动影响较大，若公司业绩下滑或股市整体下跌，慈善机构持有的股份价值可能大幅缩水，影响慈善资金规模。并且相比于现金捐赠，股权捐赠受赠方需通过分红、减持等途径获取资金用于公益项目，过程相对复杂，资金使用灵活性不足，可能无法及时满足公益项目紧急资金需求。
- **复杂的管理与决策：**慈善机构作为股东需参与公司治理决策，这对慈善机构的专业能力提出较高要求。若缺乏相关经验，可能在决策中难以有效发挥作用，甚至可能因决策失误导致股份价值受损。
- **法律与操作复杂性：**股权捐赠涉及公司法、证券法、税法等多领域法律法规，办理流程繁琐，从内部决策、协议签署到股权变更登记及税务处理，任一环节出错都可能引发法律纠纷，且不同地区、不同类型公司在操作细节上存在差异，增加了操作难度。

3.2 成立专项基金 / 基金会

成立专项基金：成立专项基金是指捐赠者在已有的慈善组织下设立专门用于支持特定气候慈善项目的基金，捐赠者可对基金的使用方向、项目选择等提出一定要求。

捐赠者与选定的慈善组织沟通协商，确定专项基金的设立目的、资金规模、使用规则等。双方签订协议后，捐赠者将资金注入慈善组织设立的专项基金账户。慈善组织按照协议约定，在捐赠者的监督下开展符合基金宗旨的气候慈善项目。例如，本报告 4.1 所介绍的全气候变化与绿色发展专项基金。

成立基金会：成立基金会则是捐赠者独立发起设立具有法人资格的慈善组织，自主确定基金会的宗旨、业务范围（聚焦气候慈善领域）、组织架构等，全面负责慈善项目的策划、执行与管理。

捐赠者首先应明确基金会的使命和目标，如专注于气候适应项目或气候教育推广等。然后，按照相关法律法规，准备章程制定、组织架构搭建（包括理事会、监事会等）、办公场所确定、人员招聘等工作。在完成一系列筹备工作后，向民政部门等相关监管机构提交申请材料，经审核批准后正式注册成立基金会。基金会成立后，通过募集资金、策划项目等方式开展气候慈善活动。例如，某慈善家决定成立一家专注于海洋气候保护的基金会，聘请专业的环保人士和管理人员组成团队，制定详细的章程和战略规划，向社会募集资金，开展海洋生态修复、海洋气候监测等项目。

基金会起源于欧洲大陆，其概念的产生与英国信托概念几乎在同一时期，经过几个世纪的发展，在欧洲两大法系形成了既相似又有区别的两种法律制度。基金会相较于信托，具有非营利法人资格，拥有独立财产，但基金会这种法人没有股东。现代意义上的基金会制度，与信托制度一样，亦繁荣发达于美国。

国内常见的基金会有官办背景的基金会、企业基金会和家族基金会。国内关注气候领域的企业基金会主要有万科公益基金会、阿里巴巴公益基金会、中金公益基金会、汇丰公益基金会等。而家族基金会是一个海外舶来的新概念，在国内较为少见。行业内将其归纳为特殊

的基金会也是因为其鲜明的家族财富传承和家族精神传承的工具性特点。美国的洛克菲勒家族，家族财富已经传承了六代，其中家族基金会功不可没。国内第一家真正意义上的家族基金会是 2007 年由牛根生创立的老牛基金会，之后金光集团创始人黄奕聪先生之孙黄杰胜先生、虞衡女士夫妇于 2010 年发起创立黄奕聪慈善基金会，同年福耀玻璃工业集团股份有限公司董事局主席曹德旺发起河仁慈善基金会，家族基金会的形式在我国不断发展创新。

家族基金会又称私人基金会，通常是基于个人或家族成员捐赠或遗赠财产的方式设立的。目的是按照设立人的意愿对该财产进行运作、保存、管理和投资，并为一个或多个与设立人具有亲属和利益关系的“受益人”利益对该财产及其收益做有效安排的法人实体。

家族基金会在欧美国家比较流行，在美国的近 10 万家基金会中，只有 1% 的社区基金会属于公共慈善机构（public charities），类似中国的公募基金会。企业基金会也只占 3%，其余 90% 以上均为私人 and 家庭出资建立的基金会，其中大部分为家族基金会¹⁸。瑞典瓦伦堡家族 KAW 基金会是慈善资产管理的典型范例。1917 年成立时，其初始投入资金约 2000 万瑞典克朗（相当于今天的近 6 亿瑞典克朗）。在后续百余年里，家族持续注入资金，累计捐赠达 312 亿瑞典克朗。尽管年度支出庞大（近年约 20 亿瑞典克朗，约合 13.6 亿元人民币），但凭借长期主义导向的主动型投资管理策略，基金会慈善资产总额增长至 1560 亿瑞典克朗（约 1065 亿元人民币）。当前其强大的资助能力与庞大资产规模，不仅彰显了慈善资产管理的卓越成效，也是基金会能够持续为瑞典科学发展作出重大贡献的根本所在。

优点：

- **目标明确：**无论是专项基金还是基金会，都可围绕特定的气候慈善目标开展活动，资金使用针对性强，能集中资源解决某一类气候问题。
- **可持续性：**通过持续募集资金和合理的项目规划，可实现长期稳定运作，为气候慈善事业提供持续支持。
- **自主性高：**成立基金会的捐赠者拥有较高的自主性，可全面掌控基金会的发展方向和项目实施；设立专项基金的捐赠者也能在一定程度上对资金使用施加影响。

缺点：

- **设立成本高：**成立基金会涉及大量的筹备工作和费用支出，包括法律手续办理、人员招聘、办公场地租赁等。设立专项基金虽相对简单，但也需要与慈善组织沟通协调成本。
- **管理要求高：**需要专业的管理团队来运营基金会或专项基金，涉及财务管理、项目管理、人力资源管理等多方面，若管理不善，可能导致资金浪费、项目效果不佳等问题。
- **监管严格：**基金会和专项基金受到严格的法律法规监管，需定期披露财务报告、项目进展等信息，合规成本较高。

18 公益基金会管理资料库。<https://lib.3feng.im/resource/chinese-family-foundation.html>

3.3 慈善信托

2016年,《中华人民共和国慈善法》正式实施,明确了慈善信托的定义与设立流程。2017年,原银监会与民政部基于《慈善法》《信托法》和《银行业监督管理法》等法律法规,联合印发了《慈善信托管理办法》,标志着我国慈善信托规章制度体系基本构建完成。2024年,新修订的《慈善法》正式施行,此次修订在税收优惠方面再次发力,新增“自然人、法人和非法人组织设立慈善信托开展慈善活动的,依法享受税收优惠”等内容,进一步完善慈善信托税收政策,为慈善信托发展注入新动力。在政策逐步完善情况下,慈善信托数量与资金日益增长。截至2025年8月,国内备案的慈善信托共计2528个,财产总规模共99.7亿元¹⁹。根据《2024年度中国慈善信托发展报告》,慈善信托的委托人呈现多元化趋势。除了占比高达58%的慈善组织,国央企背景的委托人也逐渐增多,占到2024年新设慈善信托的30%以上。此外,慈善信托的财产来源也更丰富,包括现金、股权、不动产、实物、知识产权、信托受益权和保险受益权等等不同种类。

定义和特点: 慈善信托是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²⁰。在气候慈善领域,慈善信托可将信托财产用于支持各类气候保护项目,如气候科研、生态修复、清洁能源推广等。慈善信托的设立有如下特点:(1)目的明确,即基于纯粹的慈善目的;(2)非特定受益人:为避免利益输送,保障慈善信托的公益属性,其受益人并非特定个体或群体,信托文件仅规定受益人的范围及选定的程序和方法;(3)财产独立性:慈善信托设立后,信托财产与委托人、受托人的固有财产相互独立。从委托人角度,该财产不再属于其自有资产,脱离其财务风险范畴;受托人虽对信托财产进行管理处分,但不享有收益权。信托财产仅服务于信托设定的慈善目的,独立性确保其安全性,避免因委托人或受托人财务状况恶化而影响慈善事业推进,为慈善目的的持续实现提供坚实保障。例如,当委托人面临债务危机或破产清算时,慈善信托财产不会被纳入清算范围,仍可按原计划用于慈善活动。

设立流程: (1)委托人首先要确定慈善信托的目的和规划,如专注于某一特定地区的气候适应项目或全球范围内的气候教育普及。同时,需对信托财产规模、存续期限、预计慈善支出、预期效果等进行规划。(2)然后选择合适的受托人,受托人可以是信托公司、慈善组织等具有专业管理能力和资质的机构。双方签订信托合同,明确信托财产的规模、交付方式、管理运用方式、慈善项目选择标准、收益分配方式等关键条款。(3)委托人将信托财产转移给受托人后,受托人按照合同约定,运用专业知识对信托财产进行投资管理(在保障安全性和符合慈善目的前提下实现保值增值),并筛选、资助符合条件的气候慈善项目。(4)为确保信托财产的使用符合委托人意愿和慈善目的,通常会设立信托监察人,对受托人行为进行监督。信托监察人可由专业环保人士和法律专家组成,定期审查信托公司的项目筛选过程、资金使用情况等。(5)受托人应在慈善信托文件签订之日起7日内,向受托人所在地县级以上人民政府民政部门备案。若信托公司担任受托人,由其登记注册地设区市的民政部门履行备案职责;慈善组织担任受托人的,则由准予其登记或予以认定的民政部门负责备案。(6)备案完成后,民政部门和银行业监督管理机构及时向社会公开慈善信托备案、终止、检查评估结果、对受托人的行政处罚和监管措施结果等信息。受托人要在民政部门提供的信

19 慈善中国(民政一体化政务服务平台)。https://cszg.mca.gov.cn/biz/ma/csmh/e/csmheindex.html

20 2016.《慈善法》第五章“慈善信托”。

息平台发布慈善信托设立情况说明、信托事务处理情况报告、财产状况报告、变更及终止事由等信息，并对信息真实性负责。

优点：

- **财产独立性与安全性高：**信托财产独立于委托人、受托人的固有财产，即便委托人或受托人出现财务危机等问题，信托财产也不受影响，能持续用于气候慈善项目，保障慈善事业的稳定性。
- **专业管理与保值增值：**受托人通常具备专业的金融和项目管理经验，可对信托财产进行科学投资管理，实现保值增值，为气候慈善项目提供更充足、持久的资金支持。
- **灵活定制：**委托人可根据自身慈善意愿和目标，在信托合同中对信托财产的使用、项目方向、受益对象等进行详细约定，满足个性化的气候慈善需求。

缺点：

- **设立与管理成本较高：**涉及信托合同签订、专业机构聘请（如受托人、信托监察人等）、法律手续办理等多项工作，需要投入一定的人力、物力和财力成本。
- **专业知识要求高：**无论是委托人选择受托人、制定信托条款，还是受托人管理信托财产、筛选项目，都需要具备一定的金融、法律、气候领域专业知识，否则可能导致信托运作不畅或无法实现预期慈善效果。
- **信息透明度挑战：**虽然有信托监察人等监督机制，但在实际运作中，委托人可能难以全面、及时掌握信托财产管理和项目执行的详细信息，存在信息不对称问题。

3.4 互联网公益

在气候慈善领域，互联网公益平台正逐渐成为一股新兴力量。它整合了众多气候慈善项目信息，为捐赠者提供便捷的捐赠渠道，打破了传统捐赠在时间和空间上的限制，促进了慈善资源的高效对接与配置。捐赠者能通过平台直接了解项目目标、执行计划、预算明细、执行团队等详细信息，提升对气候项目的了解和对执行机构的信任度。捐赠完成后，平台会为捐赠者提供捐赠凭证，并定期推送项目进展反馈。

除了最简单的通过网络捐款捐物，它为捐赠人（尤其是企业或企业基金会）提供了全新的慈善运作模式。企业可以结合自身业务与气候战略，与公募基金会合作开发气候慈善项目，并在互联网平台上线、面向社会进行公开募捐。项目在传播和执行的同时也帮助企业塑造品牌形象。例如汇丰银行与 SEE 基金会多年来一起合作打造基于自然的解决方案项目并上线至多个公益平台，在国内多地保护和修复红树林生态系统、大熊猫栖息地，推动海洋蓝碳项目等等，成为业内的零碳先锋和众多投资者青睐的私人银行。

优点：

- **混合融资扩大募捐范围：**企业通过初期的慈善资金投入，吸引更多广泛的社会资本、公众捐

赠的参与，促进了项目的混合融资和资源整合，也有助于扩大项目的规模和影响力。

- **提升项目专业性和公信力：**公募基金会在慈善领域深耕，积累丰富项目运作、管理经验与专业人才资源，熟悉慈善项目实施流程、监管要求与受益人需求。企业提供资金与商业视角，基金会运用专业慈善知识，保障项目规范运作。同时，公募基金会的官方认证与长期信誉积累，以及互联网公益平台对项目的审核与监督机制，提升项目在公众心中的可信度。

缺点：

- **过度依赖平台流量：**部分气候慈善项目的关注度和筹款效果依赖平台的推荐和流量分配。若项目未得到足够曝光，可能面临筹款困难，影响项目开展。

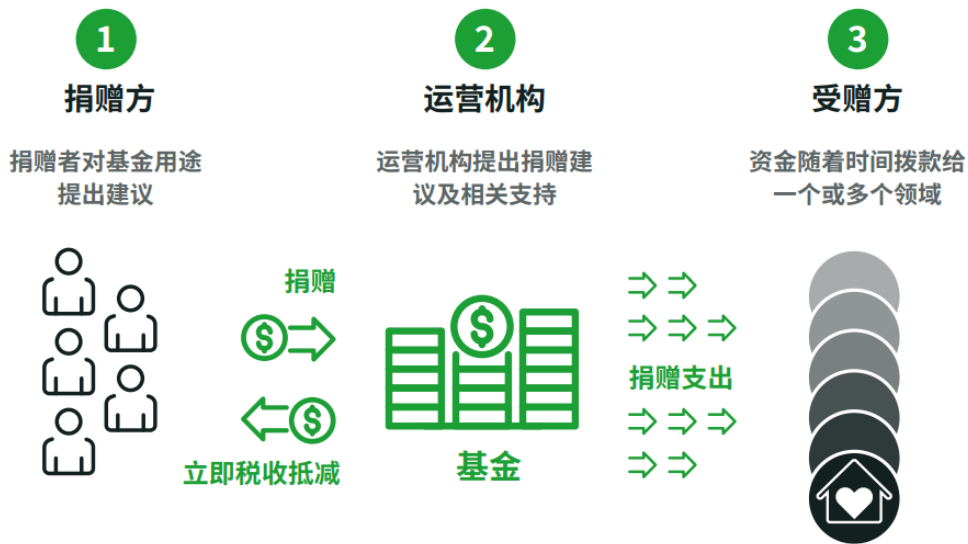
3.5 捐赠人建议基金（DAF）

捐赠人建议基金（Donor Advised Fund, DAF）是一种慈善工具，起源于上世纪三十年代的美​​国。DAF 是个人捐赠账户或基金，归属于一个更大的慈善基金会或运营机构（Sponsoring organization），即捐赠者向设立在公共慈善机构下的专属 DAF 账户捐款（可以是现金、证券、房地产等多种资产形式），捐赠后捐赠者可以根据自身对气候慈善的关注方向，对账户内资金的使用保留一定的建议权。

公共慈善机构负责账户管理和资金的合规使用，根据捐赠者建议将资金分配给符合条件的气候慈善项目或组织；同时，公共慈善机构负责 DAF 账户的财务管理、税务申报等工作，并定期向捐赠者提供账户报告。如果运营机构有合法的免税资质，捐赠者还可以享受对其捐赠金额的即时减税。

DAF 与限定性资金略有相似，但限定性资金是捐赠人给一家特定慈善机构的一笔钱，并指定了具体用途。而捐赠人建议基金是捐赠人在一个具有 DAF 资质的慈善机构设立的“慈善钱包”，然后从该钱包中分批、分对象地提出资金，建议资助给多家合格的慈善机构。

这种模式打破了传统慈善的局限性，给予捐赠人更多参与感与控制权，同时借助慈善机构的专业管理，保证慈善资金高效、合规地运作。



案例：新加坡经济发展局 (EDB) 与淡马锡信托基金会 (Temasek Trust) 的基金会顾问 (TT Foundation Advisors, TTFA) 合作，共同推出一项捐赠者人建议基金 (DAF)，以动员家族办公室和慈善基金会投资符合经发局资助计划，并能够生成符合《巴黎协定》第六条的高质量碳信用项目²¹。在国内，可以提供 DAF 模式运营的慈善机构主要有上海联劝公益基金会、灵山慈善基金会、益行者公益基金会和千禾社区公益基金会²²。

优点：

- **灵活性高：**捐赠者可在捐赠后灵活决定资金的具体使用方向，根据气候慈善领域的最新动态和自身关注重点，随时调整建议，使资金能快速响应不同的气候项目需求。
- **税收优惠：**捐赠者在捐赠时即可享受税收减免，无需等待资金实际用于慈善项目，这对捐赠者具有较大吸引力。
- **专业管理：**由专业的公共慈善机构负责账户管理和资金运作，可利用其专业知识和资源，确保资金使用的合规性和有效性。
- **慈善传承性：**DAF 账户可以作为家族或企业慈善传承的有效工具。捐赠人可指定家族成员或企业接班人作为账户顾问，参与慈善决策过程，传承慈善理念与价值观。

缺点：

- **决策限制：**虽然捐赠者有建议权，但最终决策权仍在公共慈善机构手中，若捐赠者与机构在资金使用方向上存在较大分歧，可能导致捐赠者的意愿无法完全实现。
- **透明度问题：**部分捐赠者可能对公共慈善机构的资金分配过程和项目执行情况了解不够深入，存在透明度方面的担忧。

²¹ <https://www.zaobao.com.sg/realtime/singapore/story20250505-6292230>

²² 亚洲公益事业研究中心 . 2023.《亚太地区的捐赠者建议基金》. https://wordpress.caps.org/wp-content/uploads/2023/10/CAPS_Decoded_Report_FINAL_CN.pdf

3.6 员工志愿服务及配捐

在气候慈善的多元捐赠模式中，“员工志愿服务及配捐”是一种能够有效整合企业人力与财力资源、深化社会影响力的创新机制。该模式通常包含两个核心组成部分：

提供公益假，鼓励员工参与志愿服务：企业通过制定人性化的内部政策，为员工提供每年若干天的“带薪公益假”，并积极鼓励与引导员工利用这些假期，投身于与气候应对相关的志愿服务活动。此类活动可包括：参与环保组织的植树造林或湿地保护实地工作、为社区或学校提供低碳知识宣讲、利用专业技能协助公益机构进行碳核算或绿色技术研发等。

建立配捐机制，放大员工善行：企业承诺，对于员工志愿服务所支持的气候类公益项目，或员工以个人名义向合规气候慈善机构的捐款，公司将按照一定的比例（如 1:1 或更高）提供配套资金捐赠。

这种“志愿服务 + 资金配捐”的组合策略，能够产生多重积极效应。一方面提升员工参与感与凝聚力，使员工从被动的执行者转变为主动的公益参与者，其个人价值与企业的社会责任感产生共鸣，有助于提升员工的归属感、自豪感与团队凝聚力。另一方面放大资金杠杆与社会影响，企业的配捐资金能够撬动和放大员工的善意与行动，使有限的慈善预算产生更大的资金规模效应和社会影响力。此外，此举还能塑造积极的品牌形象，展示企业深度履行社会责任的承诺。不仅是资金的投入，更是全员价值观的践行，有助于在公众、客户与投资者心中树立负责任、有温度的品牌形象。

国际上，许多领先企业已长期实施此类策略并取得显著成效。以苹果公司为例，其长期运行的志愿者项目鼓励员工参与社区服务，并对员工的志愿服务时间和个人捐款进行匹配捐赠。这种机制不仅支持了包括环境保护在内的广泛公益领域，也极大地激发了员工的参与热情，将公司的气候承诺转化为数以万计员工的集体行动，形成了强大的正向循环。

3.7 捐赠回报分析

根据《中华人民共和国慈善法》，慈善捐赠的核心原则是自愿和无偿。但除了传统的纯公益捐赠，如今越来越多的捐赠策略与财富管理相结合，在实现社会价值的同时，也能兼顾财务回报。

3.7.1 纯公益捐赠

核心特征：资金完全无偿投入，不追求经济回报，专注环境和社会效益最大化。

适用场景：技术不成熟、周期超长（10 年以上）或难以商业化的气候领域。

纯公益的慈善捐赠是无偿的，捐赠人将自己的财产给付受赠人，受赠人取得捐赠财产，无须向捐赠人支付相应的代价。慈善组织接受捐赠，应当向捐赠人开具由财政部门统一监（印）制的捐赠票据。捐赠人匿名或者放弃接受捐赠票据的，慈善组织应当做好相关记录。

慈善组织接受捐赠，捐赠人要求签订书面捐赠协议的，慈善组织应当与捐赠人签订书面

捐赠协议。书面捐赠协议包括捐赠人和慈善组织名称，捐赠财产的种类、数量、质量、用途、交付时间等内容。

捐赠人有权查询、复制其捐赠财产管理使用的有关资料，慈善组织应当及时主动向捐赠人反馈有关情况。另外，慈善组织违反捐赠协议约定的用途，滥用捐赠财产的，捐赠人有权要求其改正；拒不改正的，捐赠人可以向县级以上人民政府民政部门投诉、举报或者向人民法院提起诉讼。

社会公众在向慈善组织捐赠前，可以通过民政部官网的慈善组织信息查询窗口（<https://app.gjzfwf.gov.cn/jmopen/webapp/html5/cszzcx/index.html>）查询该组织是否是民政部门依法登记的慈善组织、是否具有公开募捐资格等信息²³。

3.7.2 可回收捐赠型（Recoverable Grants）

核心特征：本金可循环使用，项目成功时返还资金，实现“捐赠 - 回收 - 再捐赠”闭环。

适用场景：具备潜在收益但需前期验证的中期项目（3-8年）。

可回收捐赠型公益项目常见于公益创投和慈善信托。公益创投通过为慈善机构、公益组织、社会企业或社会效益驱动型商业（具体组织形式依各国法律与文化而定），提供资金及战略规划、管理咨询等非财务支持，助力其扩大社会影响力²⁴。也可以简单理解为将商业的风险投资、创业投资的理念应用于公益领域，扶持行业新生力量的发展。

公益创投（Venture Philanthropy）本质属于可回收捐赠型与影响力投资型的混合模式，但在具体实践中更偏向可回收捐赠型。其核心特征是通过提供资金和深度赋能支持社会企业成长，最终追求本金返还或再投资，而非财务利润最大化。在非资金回报方面，公益创投以影响力为导向，更关注受助对象的长期发展，而不是重点限定资助金的使用细节。

公益创投的价值远不止于回收资金，它构建起三层重要杠杆：财务上，公益资金通过提供早期的耐心资本，在解决方案培育成熟后撬动后续商业跟投；能力层面，公益创投注重通过咨询或资源对接为机构提供能力建设和陪伴成长；政策层面，公益创投项目致力于推动系统性的改变和生态重构。它填补了纯捐赠（缺乏可持续性）与影响力投资（要求成熟回报）之间的断层，通过“耐心资本 + 深度赋能”培育早期气候解决方案，最终推动可回收资金流入系统性创新。

3.7.3 影响力投资

核心特征：追求财务回报与环境回报双重目标，通常通过金融工具实现。

适用场景：商业化路径清晰、具备规模潜力的成熟领域（如可再生能源）。

影响力投资是一种在追求财务回报的同时，致力于产生积极社会或环境影响的投资形式。世界经济论坛的《加速亚洲气候与自然影响力投资》报告中探讨了影响力投资如何在提供财务回报的同时，为自然和气候行动调动资金；并提出混合融资和公私慈善伙伴关系（4Ps）

23 光明网。<https://mp.weixin.qq.com/s/3cv4ClpFBiV-8lulvulQHg>

24 欧洲公益创投组织（EVPA）

等解决方案，以降低投资风险并吸引资本²⁵。

在气候领域，影响力投资应用空间广阔——扩大气候智能型解决方案、可持续基础设施和基于自然的投资等等。根据国际货币基金组织的建议，快速扩大私营部门的气候融资，关键在于充分开展气候风险定价、推动投融资工具创新、扩大投资者基础、增进多边开发银行和开发性金融机构的参与，以及加强气候信息披露。

例如，万科公益基金会通过影响力投资支持行业发展——将黑水虻养殖模块化和工厂化，利用机械和环境控制系统、数字化 AI 养殖等方式，实现 10 吨 / 个模块的厨余垃圾处理量。若进一步推广，超级工厂的高效转化技术将有效助力深圳市等大型城市的厨余垃圾的高价值利用，将其中的约 20% 转化为昆虫蛋白，约 50% 转化为土壤调理剂，减少化肥依赖²⁶。

在气候领域，影响力投资呈现出多种主流工具与丰富实践。

- (1) 绿色债券是最常见的工具之一，发行主体通过该方式筹集资金，专项用于如可再生能源项目、能源效率提升工程、低碳交通建设等具有气候效益的项目。
- (2) 可持续发展挂钩债券：这类债券的独特之处在于，债券条款与发行人预先设定的可持续发展目标挂钩，这些目标通常与气候相关，像特定时间内实现碳减排量、提升可再生能源使用比例等。若发行人达成目标，可享受债券利率调整等优惠；反之则面临利率上升等惩罚。
- (3) 股权投资。分为直接投资和风险投资；投资机构直接对从事气候科技研发、绿色能源生产、环保产品制造等的企业进行股权收购，常聚焦气候领域早期创新企业。
- (4) 随着全球碳市场发展，碳信用额度交易成为影响力投资重要实践。投资者通过在碳市场参与碳信用额交易，推动碳资源合理配置，激励企业主动减排。一些投资机构还会投资于碳减排项目，如造林项目、节能改造项目等，这些项目产生的碳减排量经核证后可转化为碳信用额度出售，实现投资收益与气候效益双赢。

三类模式对比与选择指南

维度	纯捐赠型	可回收捐赠型	影响力投资型
资金回报	零回报	本金返还	本金 + 基础收益
周期	1-3 年（短期）	3-8 年（中期）	5-15 年（长期）
风险	技术 / 执行风险高	市场验证风险中等	财务回报风险可控
适合主体	传统基金会	企业基金会	家族办公室 / 信托
气候领域	基础科研、政策倡导	生态农业、蓝碳试点	新能源、碳资产

3.8 不同人群捐赠建议

²⁵ 世界经济论坛。 <http://www.yrdpcn.com/c91/20250401/i288107.phtml>

²⁶ https://www.news.cn/fortune/2024-12/23/c_1212408496.htm

一、高净值人士或家族

高净值人群在气候慈善中具备资金规模大、捐赠周期长的特点，适合采取战略性、结构化的捐赠方式：

- 设立家族基金会或慈善信托：通过成立基金会或信托，实现财富传承与气候使命的结合，如老牛基金会通过股权捐赠实现资产的长期保值与公益支出。
- 采用捐赠人建议基金（DAF）：在具备资质的慈善机构下设立 DAF 账户，保留资金使用建议权，兼顾灵活性与专业管理。
- 参与影响力投资：将部分资金投入具备气候效益且可产生财务回报的项目，如可再生能源、碳汇项目等，实现“双重回报”。
- 注重代际参与：引导下一代关注气候议题，将气候慈善作为家族价值观传承的载体。

二、企业

企业捐赠应注重与自身业务战略、ESG 目标和社会形象相协同，实现“商业 - 社会”双赢：

- 设立企业基金会或专项基金：如万科公益基金会、阿里巴巴公益基金会、汇丰公益基金会等，将气候行动纳入企业社会责任体系，提升品牌公信力。
- 参与行业倡议与绿色供应链：加入“中国企业气候行动（CCCA）”、SEE 基金会“绿链行动”等网络，推动产业链减排。
- 利用互联网平台开展联合募捐：与公募基金会合作，在互联网公众平台发起气候项目，吸引公众参与，扩大社会影响力。
- 探索可回收捐赠与影响力投资：支持具备商业化潜力的气候创新项目，如黑水虻厨余处理技术、CCUS 技术，在试点成功后实现资金回收与再投入。

三、公众

公众捐赠虽单笔金额有限，但具有基数大、参与度高的优势，关键在于降低参与门槛、增强信任与透明度：

- 通过互联网公益平台小额捐赠：利用支付宝公益、腾讯公益等平台，选择可信赖的气候项目进行定期或一次性捐款。
- 参与行为公益与数字互动：如蚂蚁森林通过绿色行为积累能量支持生态修复，增强参与感与可见性。
- 关注项目反馈与透明度：选择那些提供项目进展公示、成果反馈的机构，确保捐赠资金有效使用。
- 加入环保组织或志愿者行动：除了资金支持，也可通过志愿服务、传播倡导等方式参与气候行动。

第四章：气候慈善案例研究

4.1 解振华捐赠个人奖项成立气候基金

基金设立背景与起源

解振华²⁷作为中国气候变化事务的核心推动者，在四十余年的环保工作中积累了丰富的国际国内经验。他先后主导创建了两个具有重大影响力的气候公益基金，体现了个人奉献与国家战略的深度结合：

(1) 全球气候变化与绿色发展专项基金：2017年，时任中国气候变化事务特别代表解振华将获得的“吕志和奖—持续发展奖”2000万港币全额捐赠给母校清华大学，设立“全球气候变化与绿色发展专项基金”。彼时，全球气候治理面临诸多挑战，发达国家气候融资承诺屡屡落空，发展中国家应对气候变化能力不足。解振华期望借此基金，支持绿色低碳发展相关研究、气候变化国际合作，并奖励优秀学生，为国内气候研究与人才培养贡献力量。在该基金的支持下，2017年12月清华大学气候变化与可持续发展研究院（以下简称“气候院”）成立，成为国内气候研究与人才培养的重要基地。该基金旨在“支持绿色低碳发展相关研究、气候变化国际合作并奖励优秀学生”，成为国内首个由气候外交官个人捐资设立的专项基金。

(2) 振华绿色转型与可持续发展基金：2023年，解振华再次将其获得的诺贝尔可持续发展基金会“可持续发展特别贡献奖”全部奖金作为种子资金，在中华环境保护基金会框架下设立“振华绿色转型与可持续发展基金”。基金聚焦于国际气候对话、前瞻性气候行动、多边互动、人才培养四大核心领域，在应对气候变化以及与生物多样性保护和污染防治协同增效等方面开展项目，助力中国与全球加速实现绿色转型和可持续发展，共建地球生命共同体。2024年6月18日，该基金在北京召开首次战略咨询会议，标志着基金正式启动运作。会议汇聚了众多国内外企业、机构代表，共同为基金发展出谋划策。

基金设立的深层动机：理念、战略与情怀

通过整理解振华在多个场合的表态与行动轨迹，可深度解析其捐资设基金的深层动机：

(1) 个人理念的实践表达：解振华将个人荣誉转化为公共资源。他希望基金能够发挥‘小马拉大车’的作用，通过种子资金撬动社会资源，形成杠杆效应。2024年振华基金会议上，他进一步要求基金“注重年青一代应对气候变化人才的培养与交流”，彰显其代际公平的价值观。

(2) 气候治理的战略创新：作为资深气候谈判代表，解振华深谙国际气候融资机制短板。他设立基金是对传统气候融资机制的战略补充。2015年巴黎气候大会上，面对发达国家要

27 原中国气候变化事务特使、国家发展和改革委员会副主任

求新兴经济体承担出资压力的质疑，解振华清晰定位中国角色：“南南合作是南北合作的重要补充”。基金的设立有助于提升发展中国家的气候谈判能力，并促进发展中国家之间的合作。

(3) 国际气候关系的“第二轨道”：解振华与美国总统气候特使克里建立逾 20 年的友谊，成为维系中美气候合作的关键纽带。即使在两国关系低谷期，两人仍通过“8 封信件”保持沟通，最终促成 2023 年《中美阳光之乡声明》。基金项目成为其拓展非官方外交的重要媒介，如清华基金设立“《巴黎协定》之友对话”，汇聚全球气候谈判关键人物，在联合国框架外构建了高层互信和交流机制。

两个基金的设立意义重大，它们作为现有国际气候融资机制的创新补充，通过支持相关项目和搭建平台，为全球气候治理秩序提供“中国方案”并提升中国话语权；为国内“双碳”目标等提供多元支撑，加速绿色转型；还构建人才梯队保障气候行动持续创新，是中国推动全球气候合作、践行绿色发展承诺的战略布局，提供了新范式。

综上，解振华以个人奖项资金撬动社会资源，开辟了一条创新气候行动路径。这一路径既突破了传统的政府主导模式，展现出多元主体参与的创新机制，又彰显了中国积极推动全球气候治理的大国担当，而他本人也当之无愧成为中国气候慈善领域的引领者。

4.2 北京市企业家环保基金会

成立初心与动机

北京市企业家环保基金会（也称“SEE 基金会”）由阿拉善 SEE 生态协会于 2008 年发起成立，旨在资助和扶持中国民间环保公益组织的成长，打造由“企业家、环保公益组织、公众”共同参与的社会化保护平台，推动生态保护与可持续发展。

阿拉善 SEE 生态协会成立于 2004 年，是国内第一家以企业家为主体的环保公益机构。其创办之初即立足“社会责任与生态保护”，2008 年将其环保公益倡议进一步结构化，通过基金会形式组织资源，实现影响力扩大。此外，2014 年底基金会升级为公募基金会，使其具备更广泛的筹资能力和公众参与空间。

动机上，第一是集结企业家社会责任资源，以公益方式填补环境治理空白；第二是通过平台化运作，连接科研、政府、公益组织和公众，实现环保力量的协同；第三则是通过“专业资助 + 社会引导”战略，培育、孵化环保 NGO，增强其自主能力与持续性。

运营模式与特色

北京市企业家环保基金会定位于“资助型的现代化基金会”，在传统资助逻辑基础上，强调规范化、透明化和科学性，并通过品牌项目引导资源向社会化环保行动聚焦。2014 年底，基金会完成公募转型，并围绕荒漠化防治、气候变化与商业可持续、生态保护与自然教育、海洋保护四大领域开展工作，科学导向明确。其运作模式强调通过“平台化合作”实现多利益相关方参与：动员会员企业履行环保社会责任；联动科研机构提供项目科学支撑；组织公众参与与志愿行动；并借助政府政策协同推进；构建起公益组织、学界、市场与公众

互动的一体化生态。基金会在“基金会透明指数（FTI）”中获得满分评价，是中国最透明的基金会之一，其公益支出在北京市满分基金会中位居第一。此外，它还曾获“全国先进社会组织”、“北京市社会组织示范基地”、“中欧十佳绿荫基金会奖”等荣誉，彰显公信力与行业先锋地位。

主要项目与影响力

北京市企业家环保基金会建立了一系列具标识性的品牌项目，覆盖不同领域与地域，通过项目引导影响：例如，“一亿棵梭梭”项目集中在荒漠化防治领域，通过在阿拉善地区种植梭梭树构建绿色屏障。“卫蓝侠”项目自2012年起开展空气、水、土壤污染防治行动，十年间资助62家伙伴组织，覆盖21省，累计资助近8000万元。绿色供应链行动推动房地产、纺织、电器等行业上下游企业绿色转型，设置“白名单”“绿名单”“黑名单”机制，对供应链上下游进行绿色采购引导。房地产行业超过100家企业参与，实现绿色采购额超370亿元，碳减排超过447万吨。“气候变化与商业可持续”策略通过商业路径引导企业履行“双碳”目标，提供系统碳中和解决方案，从生产、供应链到消费全链条推动绿色转型。生态修复行动（如与恒生中国与汇丰中国合作，开展“绿碳+蓝碳”项目，在四川开展森林植树，福建推动红树林修复），通过生态改善拉动社区经济和生态旅游发展。

这些项目不仅落实环保实地行动，也展现社会化驱动能力、生态社会效益提升，以及资助带动效应。

创新意义与资助者回报

北京市企业家环保基金会集结企业家力量，以公募资助推动环保公益，是中国民间环保的重要创新者。其“四重点领域”“社会化保护”平台、项目体系、研究导向及透明治理构成了中国民间环保的新范式。从项目下沉到组织能力培养，从科研支撑到政策倡导，从碳减排到生态社会效益，SEE基金会逐步形成示范效应，影响力辐射全国。

对于资助企业而言，基金会提供多层面的社会价值：展现企业社会责任和绿色形象；通过绿色供应链机制降低合作风险、提升供方环保竞争力；参与品牌项目带来员工、社会公众的共鸣；研究成果提升行业洞察力；透明公开与公信力增强企业参与信心，形成“赋能+回馈”的正向循环。

北京市企业家环保基金会自2008年成立以来，以企业家发起与社会化协作为核心，将专业资助、公信机制与项目创新结合，推动荒漠防治、污染治理、供应链绿色化、气候行动与生态修复等领域取得丰硕成果。其在组织治理、项目运作与行业示范方面具备重要开创性。SEE基金会不仅为资助者提供了品牌与社会影响力，也推动民间环保的专业化、规模化发展，堪为中国民间环保基金会的典范。

4.3 长电科技环保与健康基金

江苏长电科技股份有限公司（以下简称长电科技）在可持续发展与企业社会责任理念指导下，于2023年2月与无锡市慈善总会正式签约，共同设立“长电科技环保与健康慈善基

金”。该基金由公司认捐 1500 万元设立，是通过融合“慈善+财富管理”、“慈善+信托”等新型捐赠模式设立的无锡首个慈善基金。

基金运作特点

环保与健康基金由无锡市慈善总会负责管理运营。在基金设立之初，即同步启动多项定向资助项目，涵盖环保、助医、助学和长江生物多样性保护等项目。项目选择方面，慈善总会与长电科技共同策划公益行动，确保其与企业 ESG 目标和社会需求相契合。如在生态项目中，长电科技与湖北省长江生态保护基金会合作开展长江生物多样性保护项目，以实际行动加强生物多样性保护。总体而言，该基金以“慈善+信托”模式为财务基础，通过定向资助和企业合作项目，实现了公益投向与企业业务的协同：既体现公司绿色发展理念，也带动产业链共同践行环保和健康管理，实现绿色转型。

代表性项目：“长江濒危鱼类科学放流活动”

“守护美丽长江——濒危鱼类科学放流活动”是基金资助的标志性生态公益项目之一。2024 年 11 月 17 日（第一期），由江阴市政府、无锡市慈善总会和长电科技联合主办。当日活动共放流国家一级保护动物中华鲟 430 尾和国家二级保护动物胭脂鱼 2 万尾，实现了中华鲟在江阴段的首次科学放流。2025 年 4 月 22 日（第二期，世界地球日），长电科技再次携手江阴市政府、无锡市慈善总会于江阴进行放流，共投放中华鲟 422 尾、长吻鮠（长江特有鱼类）16000 尾。两次活动均由长电科技环保与健康基金全额资助，长电科技除提供经费，还参与项目策划、组织及现场监护，并通过基金为线上公众捐赠项目提供配捐。

科学放流区别于传统放生，强调恢复生态系统平衡和本土物种适应性。第二期放流的中华鲟均植入微型芯片，科研人员可精准追踪其生长与洄游状况。项目以“保护长江生态环境及生物多样性”为主题，直接回应国家长江保护和生物多样性议题。生态意义在于补充濒危鱼类种群量，修复长江生态系统。社会影响方面，活动实现了政府、慈善组织、企业和公众的联动：无锡慈善总会称本次行动覆盖面更广、影响力更强，显著增强了社会大众的参与度与环保意识。此次公益行动通过此项目，长电科技将企业资源与长江生态保护紧密结合，不仅丰富了基金项目内涵，也让公众直观感受企业践行绿色发展的决心，在企业与社区间营造了可持续互信关系。

总结与启示

企业在履行社会责任时，应当将公益与发展战略对接，通过系统化管理和合作伙伴协同，使公益投入产生更大社会价值与管理效益。作为全球领先的集成电路成品制造企业，长电科技秉持“合规经营、以人为本、持续创新、绿色发展、责任采购、开放共赢”的 ESG 战略，将 ESG 体系化治理融入日常运营，在实现自身可持续发展的同时，积极回馈产业与社会。长电科技表示，企业为产业、为社会创造价值，为员工、大众谋幸福，是企业健康发展的重要动力，也是企业应尽的社会责任。在这一背景下，公司通过设立基金集中资源支持环境保护与公共健康等领域的公益项目，在经济效益与社会责任间架起桥梁。

4.4 老牛基金会

成立背景与机构战略

内蒙古老牛慈善基金会（简称“老牛基金会”）是由蒙牛乳业集团创始人，前董事长、总裁牛根生先生携家人将其持有蒙牛乳业的全部股份及大部分红利捐出，于 2004 年底成立的从事公益慈善活动的基金会；以“教育立民族之本、环境立生存之本、公益立社会之本”为使命。

截至 2024 年底，老牛基金会累计与 200 家机构、组织合作，开展了 329 个公益慈善项目，遍及中国 31 个省（自治区 / 直辖市）及美国、加拿大、法国、意大利、丹麦、尼泊尔、非洲等地，公益支出总额 17.2 亿元，直接受益人数达 922 万。

老牛基金会在气候及生态环境保护领域的支出约占 30%。重点在植被恢复与保护、碳汇造林、公益保护地建设、野生动植物保护、湿地保护、环保前沿课题研究及国际人才培养”等方面，开展了“内蒙古盛乐国际生态示范区”、“老牛冬奥碳汇林”、“中国绿公司年会‘碳中和’”、“老牛生物多样性保护”、“黄河流域湿地保护战略研究”、“中国湿地保护”、“老牛湿地保护·珠峰自然保护区”及“清华大学老牛环境学国际交流基金”等 48 个品牌项目。

典型项目与影响力成果

以“内蒙古盛乐国际生态示范区项目”为例，该项目由老牛基金会联合大自然保护协会、中国绿色碳汇基金会及内蒙古林业和草原局共同发起。项目立足生态脆弱区，以长达 30 年的项目期，从气候适应、植被恢复、水资源管理、绿色产业四方面探索生态修复模式。前期种植 300 余万株树木，存活率超 80%，物种多样性显著增加；管护期尝试林下经济、合作社等形式，实现合作社户均增收 10492 元 / 年，项目创造出 114 万个工日的临时就业机会以及 18 个长期工作岗位，惠及众多农户。该项目成功注册为联合国气候变化框架公约 (UNFCCC) 下的内蒙古首个林业碳汇项目，荣获多项认证与奖项，充分展现项目的创新性、可持续性与显著社会效益。此外，“老牛冬奥碳汇林”项目同样亮眼。老牛基金会捐款 7438 万元，在张家口市崇礼区奥运赛场周边及高速公路沿线造林 3 万多亩。项目旨在改善冬奥会举办地生态环境，打造多树种、多层次森林景观，为冬奥会增添绿色底色，项目被盘点为冬奥遗产。

4.5 万科公益基金会

万科公益基金会成立于 2008 年，2017 年被认定为慈善组织，2021 年通过民政部专业评估获评 4A 级全国性社会组织。基金会以“美美与共的未来家园”为愿景，在 2023-2027 年五年战略中把“碳中和社区先行探索与推广、社区废弃物管理、中国气候故事讲述”作为三大重点战略模块。截至目前，基金会累积公益慈善支出超过 10 亿元，传播触达超 70 亿人次。

成立动机与企业角色

基金会由万科企业发起，企业在土地、建筑与社区运营上的天然资源和实践能力，使其既有能力做低碳示范，也能把社会动员、传播与落地执行结合起来。面对中国“双碳”

目标和民间参与国际气候治理不足的现实，万科公益基金会定位为“国际瞭望者”，旨在通过企业资源赋能民间组织与社会传播，提升中国企业与社会组织在国际舞台上的能见度与话语权。

典型项目与运作模式

基金会长期支持中国企业、NGO、智库与媒体参与联合国气候变化大会（UNFCCC COP），自 2013 年起持续资助并参与中国馆 / 中国角建设、边会与成果展。在推动企业行动方面，2018 年起联合发起并支持中国企业气候行动（CCCA）网络（目前 85 家机构），编制了 5 个行业指南、6 册企业气候行动案例集，收录 110 家企业气候行动案例，并于 2025 年上线企业气候行动案例库。具体活动包括：在 COP26 资助在 UNFCCC 蓝区设立“中国企业馆”（运营 12 天、举办 39 场边会、媒体报道 2275 次）；在 COP29 支持 5 场主题边会、2 场新闻发布会，举办成果展，产生 31 篇国际媒体报道，各类传播活动、课程、视频等线上浏览量超 2.2 亿人次。

基金会开展系统性赋能：2022 至 2023 年间举办 5 场赋能活动，2024 年新增 1 场，覆盖 39 家社会组织；为若干首次参会组织提供一对一辅导，2024 年支持 6 家组织成功提交 UNFCCC 观察员申请。长期投入使中国民间组织参与 COP 的深度与广度显著提升，也形成了企业与民间协同参与国际气候治理的可复制路径。

基金会采用行业生态建设的资助模式，从资助方万科公益基金会的角度出发，在气候变化议题上的资助手法、十年间的项目进展及成效，以及在推动中国企业以及民间组织等深度参与国际气候变化叙事上所形成的可复制推广的资助模式：稳定而有力的资金支持、战略资源的有效导入、孵化与独立运营的角色转化。总体上看，万科公益基金会通过开展行业研究、试点、赋能、倡导，致力于构建一个多元化、全方位的气候故事讲述者社群生态圈，并通过多层次、跨领域的合作，支持行业生态系统建设与发展，提升中国气候故事的传播力，还通过参与 COP 系列活动，让世界更多地了解中国民间的气候行动。

中国民间组织参与国际气候治理，从无声到引领

从 2009 年万科公益基金会理事长王石先生等三位企业家应邀出席哥本哈根 COP15，代表 100 家企业发布中国企业低碳宣言，到 2013 年华沙大会第一次支持设立“中国角”和“中国企业日”，代表企业增加到 1000 家，参与气候行动的中国企业不断增加，至 2018 年 COP24 时已超过百万。而万科公益基金会也从 2013 年开始，在 COP 大会内持续支持协助“中国角”建设，参与主办中国角“企业日”等相关边会活动，在大会外积极探索气候行动，引领并凝聚国内外企业走绿色低碳发展道路，支持更多中国社会组织关注和参与 COP 大会。作为国际瞭望者，万科公益基金会持续深耕，在中国气候故事讲述社群、COP+n 个国际气候平台、国际传播能力提升、企业气候行动及数字化赋能平台、气候变化与生物多样性协同等方面推动着中国气候和生物多样性故事的讲述。

气候治理需要政府、企业、社会组织、研究和教育机构、媒体和公众等的共同努力。未来，万科公益基金会将持续秉持“美美与共的未来家园”之愿景，致力于推动环境保护和社会公益事业的发展，并为加强民间合作和提升中国气候治理国际声量探索气候行动新路径。同时，万科公益基金会也将继续与伙伴们并肩作战，为实现全球气候目标贡献更多中国民间智慧和力量。

结语

正如北师大中国公益研究院理事长王振耀最新研判，“十五五”（2026-2030年）是中国现代化攻坚期，人均GDP稳定在一万美元以上及部分城市群突破两万美元，将进入“善经济阶段”，社会价值引领经济价值，社会服务业成经济高质量发展核心引擎。通过凝聚民间创新力、资源禀赋与专业能力，支撑国家碳中和目标与企业绿色转型，推动形成“政府引导、社会协同、公众参与”的气候治理多元共治格局。

本指南正是在这个背景下，基于环境资助者网络相关伙伴共同发起的“气候慈善伙伴计划”整体框架，分析和总结了国内外气候慈善的现状和发展趋势，通过梳理捐赠策略以及经典案例，旨在为有意采取气候行动的慈善家、企业、基金会等提供一份系统性思维导图和工具手册。我们希望更多关注气候和生态环境议题的相关方积极行动，投入资金和专业力量，更深入地参与气候治理，助力全社会绿色转型，携手构建更加韧性的未来。*

* 更多资源请参考以下信息：

- (1) 《气候慈善伙伴行动规划 2030》 (http://cega.org.cn/data/file/2025/10/27/44026_xdpz_2714.pdf)
- (2) 《CEGA 气候慈善影响力案例精选》 (http://cega.org.cn/data/file/2024/11/20/22191_zi6d_1446.pdf)

附录一：关于战略慈善的思考：从“帮助”到“改变”

说到慈善，大家都能理解，就是施展爱心，通过资金、物资或者行动提供帮助。这是传统的朴素慈善。它通常关注个体事件，目的是“帮助”。

说到战略慈善，就是在朴素慈善的基础上升华，从关注个体事件到关注系统性问题，从“帮助”个体事件，到寻找系统性问题解决方案，关注社会改变。这里强调的是“改变”，而且是系统性的社会改变，解决具有长远影响的社会问题，使慈善投入达到社会效益最大化。从这个角度布局慈善事业就是战略慈善。

例如：帮助一个贫困孩子入学，是朴素慈善；推动建立保障所有贫困生入学的政策机制，或者建立可复制，可持续的运营模式，就是战略慈善。

“战略慈善”不同于“慈善战略”：“战略慈善”解决方向性大问题；确定做什么。“慈善战略”是大方向定了以后的慈善项目的实施路径和手段，组织管理，合作伙伴等，属于战术层面的问题。“战略慈善”通过“慈善战略”来实现。

战略慈善的主要特征：

- 注重“改变”而不仅是帮助
- 关注长期而不是短期影响
- 着力重大问题而不是个体事件
- 寻求系统性可复制的解决方案

实施战略慈善的主要战术：

- 合作共赢
- 撬动资源
- 把握时机
- 长期坚持

布局战略慈善要求慈善家或慈善组织高瞻远瞩，运筹帷幄。不仅要有爱心，还要有战略眼光，洞察社会问题，找准慈善给予的战略定位，着力点，确定宗旨和愿景。使自己的慈善热情有的放矢，善款善用，达到慈善投入社会效益最大化。

气候慈善属于战略慈善，因为气候变化给全人类带来危机，是严重的社会问题，需要促成政府意识和管理方式的转变，也需要促成能源系统转型，企业绿色转型等等。企业家慈善家在这个领域投入慈善资金促成这些关键改变是慈善最大的价值体现。

——张瑞英 环境资助者网络（CEGA）执行主任

附录二：报告评阅专家名单

2025年9月22号评阅会专家：

- 孙 桢 生态环境部气候司原一级巡视员
- 傅昌波 北京师范大学教授、中华慈善总会家风传承与慈善信托委员会总干事
- 谢玉红 中华环保联合会副主席兼秘书长
- 刘家顺 中国绿色碳汇基金会副理事长兼秘书长
- 姚 瑶 阿里巴巴公益基金会秘书长
- 杨 彪 北京市企业家环保基金会秘书长
- 王利民 湖北省长江生态保护基金会常务副理事长
- 王香奕 中国国际民间组织合作促进会副理事长兼秘书长
- 贾如婴 北京绿色阳光环保公益基金会秘书长
- 张志明 中国绿色碳汇基金会政策研究室主任
- 程憬怡 中国绿色碳汇基金会项目经理
- 郑静茹 老牛基金会高级项目经理
- 刘 熙 万科公益基金会气候变化与生物多样性高级项目经理
- 郭 送 北京市企业家环保基金会合作发展高级经理
- 徐小芳 阿里巴巴公益基金会项目经理
- 吴 言 红树林基金会（MCF）合作发展部总监
- 叶 菲 儿童投资基金会传播和战略合作经理

书面评阅专家：

- 王 谋 中国社科院生态文明研究所研究员、中国政府联合国气候谈判代表团成员
- 王振刚 中华环境保护基金会副秘书长
- 王 勇 公益时报副总编
- 张 立 北京师范大学生态学教授

附录三：机构介绍

中华环保联合会

中华环保联合会是经中华人民共和国国务院批准，民政部注册，接受生态环境部和民政部业务指导及监督管理，由热心环保事业的人士、企业、事业单位自愿结成的、非营利性的、全国性的社团组织。

中华环保联合会的宗旨是围绕实施可持续发展战略，围绕实现国家环境与发展的目标，围绕维护公众和社会环境权益，充分体现中华环保联合会“大中华、大环境、大联合”的组织优势，发挥政府与社会之间的桥梁和纽带作用，促进中国环境事业发展，推动全人类环境事业的进步。

中华环保联合会主要职能是团结、凝聚各社团组织以及各方面的力量，共同参与和关爱环保工作，加强环境监督，维护公众和社会环境权益，协助和配合政府实现国家环境目标、任务，促进中国环境事业发展；确立中国环保社团应有的国际地位，参加双边、多边与环境相关的国际民间交流与合作，维护我国良好的环境国际形象，推动全人类环境事业的进步与发展。

环境资助者网络（CEGA）

CEGA（China Environmental Grantmakers Alliance）环境资助者网络于2018年1月29日启动，是中国环境资助者交流合作的平台。宗旨是运用战略慈善理念，促进环境领域资助者的合作与发展，引领未来环境领域的资助方向，实现环境领域慈善资金社会效益最大化；文化理念为：融合，共建，共享，共创环境美好未来。

CEGA不是独立的法人注册机构，是环境资助者合作项目。2018年至2024年3月依托基金会中心网运行，2024年4月起，本项目依托中华环保联合会运行并在CEGA决策委员会指导下工作。目前决策委员会由北京市企业家环保基金会、阿里巴巴公益基金会、红树林基金会（MCF）、老牛基金会、千禾社区公益基金会、万科公益基金会、中国绿色碳汇基金会及中华环保联合会组成。CEGA决策委员会每届三年，决策委员会主席由决策委员会选举产生。历任主席包括老牛基金会理事长雷永胜、原北京市企业家环保基金会秘书长张立、原万科公益基金会秘书长陈一梅及老牛基金会秘书长安亚强。现任联席主席为万科公益基金会秘书长谢晓慧和阿里巴巴公益基金会秘书长姚瑶。其它成员伙伴包括桃花源生态保护基金会、自然之友基金会、北京绿化基金会、湖北省长江生态保护基金会、北京绿色阳光环保公益基金会、青海省青海湖生态保护基金会、湖北省湿地保护基金会、中国海洋发展基金会、中华环保联合会、中国国际民间组织合作促进会及战略合作伙伴能源基金会。

北京市企业家环保基金会

北京市企业家环保基金会（简称：SEE基金会）成立于2008年，为5A级公募基金会。SEE基金会以环保公益行业发展为基石，聚焦荒漠化防治、气候变化与商业可持续、生态保护与自然教育、海洋保护四个领域。发展至今，已联合超过1200家中国民间环保公益机构或个人开展环境保护公益行动，累计影响和带动了近11亿人次公众成为环保的支持者和参与者。未来将进一步带动和整合企业家及社会资源投入，号召公众的广泛支持和参与，充分发挥社会化保护平台价值，共同守护碧水蓝天。





环境资助者网络 (CEGA)

地址：北京市朝阳区和平里14区青年沟东路华表大厦六层

电话：010-51266665

邮箱：zhangruiying@acef.com.cn



版权所有©CEGA