

专访 CC 讲坛负责人、北京君和创新公益基金会秘书长富宇： 传播创新中国正能量

■ 本报记者 文梅

富宇，北京君和创新公益基金会秘书长。在2014年初投身公益领域之前，富宇是纯粹的商业人士，在物美集团担任董事长助理8年有余，并兼任企业新闻发言人一职。而这家基金会理事长也不是别人，正是当年富宇的“顶头上司”，物美集团原董事长吴坚忠。

2013年11月，吴坚忠辞去物美集团董事长一职，富宇也选择离职，跟着老领导一起做公益。2014年2月，他们推出了以“创新引领未来，传播改变世界”为宗旨的“CC讲坛”，致力于搭建一个通过传播能够让“社会更和谐、生活更美好”的公益性平台。

2017年8月22日，富宇与《公益时报》记者相约在北京亦庄经济技术开发区的一幢写字楼里。采访中，他不时露出疲态，抱歉说晚上一直睡眠不好，主要是“CC讲坛”的工作远比想象的复杂琐碎得多。

富宇将自己做公益的发心归结为“自然而然”，至于过往的那段商业史，他觉得没必要多说，因为当初做商业在他看来纯粹就是“误入歧途”。

愿十年之后， CC讲坛仍然温暖有力

《公益时报》：CC讲坛创立的机缘和背景是怎样的？

富宇：吴坚忠以前是中科院自动化所的博士，去美国读的博士后。改革开放时期的国内零售业还不像今天这么繁荣、高效和系统化，所以吴博士带着这样一个专业基础，回国后做起了连锁商业，对他来讲是“误入歧途”；我是学剧作出身的，那就更是“误入歧途”了。

2013年，吴博士正式退出商界，同时也褪去了多年来商界给予他所有的光环。不久后，因为种种机缘，我也跟他一起退出了商界。

当时我们就在想，很长一段时间以来，整个社会都将“商界英雄”当作时代偶像，以及将经济收入的高低作为幸福指数的唯一衡量标准，长此以往，这个社会是不是就会出现问题了？经过很长一段时间的认真思考，在吴博士的引领和推动下，CC讲坛第一期于2014年2月正式推出。

《公益时报》：CC讲坛的公益定位和宗旨是怎样的？

富宇：当下中国经济虽然在

高速发展，但“高速”的东西一定会有摩擦，各种各样的社会裂痕会随着这些摩擦愈加撕裂扩大。那么，中国该如何进行“裂痕修复”？我想，一个公共社会，它的匠人精神越普及，融入人群越深刻，那么这个社会的修复能力就会越强。我们创办CC讲坛这个传播载体，就是希望通过鲜活的故事共同探讨现在及未来社会中，人与人之间、人与社会之间、人与自然之间的友好、和谐以及可持续发展的创新和发展。

CC讲坛要给予人们力量和温暖，我希望它推出的每一期内容都是可以经得起时间推敲、可以安安静静隅于历史长河中一角的作品。哪怕十年之后打开再看，他们背后蕴藏思想和精神，仍然可以让人感受到力量。

CC讲坛的创新 在于“开放”和“开源”

《公益时报》：CC讲坛目前的运作模式如何？

富宇：CC讲坛目前每两个月播出一期，每期6到8个嘉宾，最多的时候可以达到9个。每位嘉宾的演讲时间不超过18分钟，他们分享的都是自己的创新故事、创新成果和前沿思想。

开始的时候，我们特别关注网络点击量。运行到两年以后，

我们基本上就不太关注这些了，因为现在传播CC讲坛的互联网平台太多了，各大门户网站几乎都已经开辟了CC讲坛专区，阳光卫视也在黄金时间辟出时段播出我们的节目。截止到现在，CC讲坛已经有130位讲者，他们的演讲视频以及图文通过不同的平台传播，保守一点说，受众群体有一个亿。

我在想，这么一档严肃的节目会有这么多的人来看，这的确是个奇迹。

我们在打磨CC讲坛每一个演讲的时候，和常见的媒体操作模式是完全不一样的。我们会“死磕”一个选题，有时追踪一个选题一追就是一个月至两个月，我们与演讲者之间的沟通在20次到30次之间。因为只有通过反复试讲、推敲才可能有好的传播效果。如果一味追求收视率，这个演讲内容肯定出问题。

《公益时报》：作为一个公益项目，CC讲坛自身的创新性体现在何处？

富宇：开放、开源，用开放包容的心态吸纳同道中人，以开源豁达的思路来运作公益项目。

因为我们本身关注的就是创新群体，我们没有去颠覆某种模式，也并非像做商业那样秉持“1+1>2”的营销思路。我们就是一个公益的传播平台，做好分内，尽可能突破传统窠臼，让更多正在创新的人和事，通过我们的平台得以真实客观的展现。

《公益时报》：CC讲坛创立至今已三年有余。如果满分成绩是100分的话，你能给它打几分？

富宇：60分吧，但做第一期的时候，我给它打的可是90分。我觉得有20分是丢在我们的眼界。因为随着我们眼界的不断拓宽，受众群体和各路伙伴给我们不断推荐新鲜内容的时候，我们才发现，过去我们以为自己的眼界很独到、很新锐，其实我们知

道得还太少，还远远不够。所以这20分丢得很自豪，我们愿意继续丢更多这样的20分，因为未来我们的伙伴们还会给予我们更多想象不到的精彩世界。

另外的10分就比较遗憾，因为工作量庞大，到现在为止，还没有把CC讲坛播出的内容做成英文版，让不熟悉中文的朋友能够通过这样的渠道去了解中国和中国的领域创新。我希望全世界有中国人的地方，都知道CC讲坛，这是我最想看到的。

最大的障碍在于浮躁

《公益时报》：你之前是做商业出身，新的岗位有没有给你带来压力和不适感？

富宇：曾经的工作经历教会了我很多东西，但在这个过程中，我也难免急躁。现在回头反思，我们做CC讲坛的初衷就是试图修复社会裂痕、消除急躁喧嚣，但实际上在做CC讲坛第一年的时候，自己很想在短时间内把这个品牌树立起来，犯了“急功近利”的毛病，缺少“匠人精神”的沉淀与修养。随着时间的推移，我们的讲者和听众给予我们很多启发和教益。慢慢地，我的心静下来了，浮躁越来越少，在帮助社会修复裂痕的同时，我也完成了自我修复。今天，我们的演讲者排队已经排到了半年以后，所有的问题都已经迎刃而解了。

《公益时报》：基金会在项目运作的过程中，资金方面有没有压力？

富宇：我们每接待一个演讲者，从开始运作到中间沟通打磨再到最后上台演讲，核算下来每个人要花费六七万元人民币，外地的差旅费也是我们负担的。这要感谢吴博士和他的企业家朋友的无偿捐助，使得目前我们每年的资金运作压力不是很大。也正因为如此，CC讲坛在成长的过程中才有底气和能力学会拒

绝。因为有很多外来介入本身都是带着自身目的和想法的，比如说植入一些广告，植入一些其他商业色彩浓厚的东西，或者让我们降低要求和标准，但我们都可以说“不”。

《公益时报》：未来CC讲坛的传播形态和格局是否会有变化？

富宇：我想不会。因为CC讲坛的形式并不重要，最重要的是内容和思想。我们不会去追求形式上的花哨百变，内容永远是最关键的。

公益是顺应自然的产物

《公益时报》：现在公益圈流行用商业的手段做公益，你和吴博士是否认同这样的观点？

富宇：《围城》里有这么一句话：“城里的人想出去，城外的人想进来。”

我觉得出去进来都没错，无论用哪一种手段做事情，我认为核心离不开这几个问题——你真的热爱吗？你真的敏锐和专业吗？你真的能够解决问题吗？其实现在包括CC讲坛在内的很多公益项目，不在于多能想，而在于是否真的可以做到。其实本不存在什么商业手段或者公益手段，更重要的是更合理、更有效、可持续的方法。

《公益时报》：如何看待中国未来公益之路？

富宇：欣欣向荣，一定的。我们看到越来越多的年轻人开始关注和进入公益领域，这是社会发展的必然。有一个CC讲坛的年轻讲者曾经对我说：“中国过去的很多年轻人都想着做金领、白领、蓝领，现在的年轻人更崇尚做‘绿领’，就是让天更蓝、水更清、草更绿的环境保护使者。”这就是社会发展的必然，所以我觉得CC讲坛的诞生也是恰到好处，既不早也不晚，我们也是顺其自然的时代产物。



北京君和创新公益基金会理事长吴坚忠(右二)、秘书长富宇(左一)与演讲者在一起



CC讲坛工作团队