

《2018 中国体育公益白皮书》发布

我国体育基金会共 74 家 净资产 31 亿元

■ 本报记者 李庆

随着中国经济的持续发展、全民道德文化素质不断提升,中国的公益慈善事业蓬勃发展。“体育+公益”是一个新型的发展业态,体育公益的价值受到越来越多人的关注。

体育公益是公益范畴中一个独特的分支,研究体育公益不仅能更好地整合资源、发挥价值,还能推动社会公益事业的发展,促进社会的全面发展。

为此,2019年9月9日,清华大学体育产业发展研究中心联合基金会中心网,共同发布了《2018 中国体育公益白皮书》,旨在让更多人支持和关注体育公益。

74 家基金会净资产 31 亿元

据基金会中心网统计数据,截至2019年3月6日,全国一共有7201家基金会,其中的体育基金会有74家,仅占全国基金会总数的1%。

1986年10月30日,第一家体育基金会——四川省发展职工体育基金会成立以来,体育基金会数量保持缓慢增加;在2010年前的24年间,保持每年平均增长1家;2010年后的9年间,每年平均增长5家。

根据基金会中心网收录的数据,自2009年度开始至2017年度,体育基金会共开展的项目数为1697个,9年共计项目收入20.8亿元,项目支出30亿元。其中涉及体育活动领域的项目覆盖类型包括体育活动、体育设施建设、体育人才培养和运动员支持等。

按照基金会创立和管理类型进行划分,第一类系统型体育基金会,是由政府或体育主管部门发起成立和管理的体育类基金会,如中华全国体育基金会、北京市体育基金会,此类数量最多有34家;第二类是个人背景体育基金会,是由相关法人、自然人发起创立但独立于出资人运营管理的基金会,如浙江省陈伯滔体育基金会、广西李宁基金会等,目前有25家;第三类是企业型体育基金会,是由企业发起创办,提供运营资金并且由企业直接参与运营管理的基金会,如江苏捷安特自行车文体基金会、深圳市转动热情自行车体育基



【数据来源:基金会中心网】

金会等,目前有9家;此外,其它类型的体育基金会有6家。

按照基金会成立的注册地域划分,目前有25个省、自治区、直辖市(包含民政部)有体育基金会。相比而言,经济发达、重视体育运动的省,体育基金会数量较多,广东省的体育基金会有18家,数量居全国第一,其次是浙江和北京,都是6家。此外,在民政部注册的体育基金会有5家,包括中华全国体育基金会、中国关心下一代健康体育基金会等。

报告显示,体育基金会2010年的净资产为16亿元,经过7年的发展,截至2017年12月31日,净资产总额达31亿元人民币,净资产年均增长率为10%。

2010年年度捐赠收入为3.8亿元,公益支出近3亿元,2017年度总捐赠收入近11亿元,公益支出近12亿元,捐赠收入年均增长率为23%,公益支出年均增长率为41%。

自2010年起,体育基金会捐赠收入整体呈上涨趋势,在2011年、2013年略有下滑;捐赠支出整体也呈上涨趋势,但在2011年、2015年略有下滑。

在其他收入方面,据报告显示,2010年体育基金会的投资收入为1281.4万元,政府补助收入为5263.6万元;2012年投资收入为1663.8万元,政府补助收入仅469.6万元;在2013年实现了最

好的收入状态,投资收入为4220.4万元,政府补助收入为3284万元;2017年,投资收入为3157.3万元,政府补助收入为1470.8万元。

由此不难看出,自2010年起,虽然体育基金会的总收入逐步呈上涨趋势。但其中投资收入和政府补助收入的比例变化起伏不定。

体育设施建设最受青睐

报告中对体育公益活动进行了分类,大体分为六类。

第一类为体育设施建设,这一类包含体育设施、体育器材、体育用品的配套和支持等。这类捐赠是最基本的物质支持的方式,也是企业在进行体育公益活动中更愿意采用的方式。这种方式不仅履行了自己的社会义务,也扩展了企业在受惠人群和非受惠人群中的知名度,树立良好的企业形象。

第二类为体育文化宣传,主要目的在于推广体育文化,弘扬体育精神,鼓励更多的人参与体育运动。体育文化宣传类综合各项的数量相对较多,达到较为均衡的状态。

第三类为体育人才培养,主要是培养运动员、裁判员、经纪人等,也包括体育后备人才、特别是青少年运动员的培养。这类

的活动场次和媒体报道量最多,说明对体育人才的培养受到了社会各界的重视。

人才是企业不可或缺的中坚力量,也是社会向前发展的重要基石,体育人才培养类的活动场次和媒体报道量都是最多的,企业非常重视培养专业技术人才,培训范围小而精,参与活动的人员都是特定技能人才,社会加强对专业人才的培养是一个良好的趋势。

第四类是运动员支持类,是对生活困难、患有重大疾病等情况的运动员进行帮助和扶持。运动员支持类的各项占比数量都是最少,活动人数甚至不足1%,说明运动员支持这一体育公益活动的方式还未普及,有待加强。社会对退役运动员、生活困难、患有重大疾病等情况的运动员的关注度较低,应加强对他们的关怀和支持,做好安抚工作。

第五类是特殊群体类,主要是通过举办体育活动、体育赛事等形式,募集资金或物品,实现对需要引起重要或是患有重大疾病等人群的帮助和支持。

报告显示,特殊群体支持类的企业数量达到了五分之一,虽然企业重视社会上的特殊群体,但体育公益活动中举办的活动次数、活动的参与人数和媒体报道量都不高,应该创新活动方式和宣传方式,吸引更多的人群参

与活动,提高曝光度。应加强社会对特殊群体的关注度,帮助他们渡过难关。

第六类为转移捐赠类,主要是通过线下或线上的体育活动,实现捐赠,包括环保、爱心救助等方面的支持。

转移捐赠类的活动方式是随着互联网技术的发展而产生的,实现线上线下的交互,因其操作方便、支持范围广而受到群众的喜爱,参与度非常高,达到了活动人数的一半,且媒体报道也较多。由此说明该方式能广泛、便捷地调动人们参与的主动性、积极性,需要更好地利用它进行体育公益活动。

到了现阶段,大多数互联网企业和相关的公益机构参与了这类活动,应该调动其它类型的企业积极参与。

面临内外部挑战

报告显示,我国体育公益在发展中也面临着不断的挑战,主要体现在内部和外部两方面。

在内部方面主要是我国体育公益事业起步较晚,公益组织公信力和独立性有待提升,公益组织管理效率较低,也缺乏充足的资金来源。

在外部方面:首先,政策和法律保障不健全。尚无一套完整的法律体系和优惠的政策服务措施,无法保障体育公益活动的整体实施,以体育志愿服务为例,目前我国还没有形成完整的法律体系,无法有效地保护体育公益志愿者的合法权利?这会极大地影响体育志愿者的参与热情。国家没有专门为体育公益组织提供更多优惠政策,国内也尚未形成相关领域的法条规范。

其次,区域经济发展差异大。在我国,体育公益资源分布不均,尚未实现公共服务的均等化。在经济发达城市,各种形式的体育公益活动相继开展,参与人群多,惠及面广,起到了良好的示范作用。而一般的中小城市,由于经济实力较为落后、人们的公益意识和健康观念受到限制,体育公益活动开展的形式少、频率低。在偏远、落后的农村地区,经济条件和地理环境更是不足,体育基础设施急需完善和改进,体育文化也需要被进一步普及。

最后,社会关注度较低。目前我国的公益组织数量不断增加,截止到2017年,我国的社会组织总数量已达到801,083个,其中,基金会6,322个,社会团体373,194个,民办非企业单位421,567个(《慈善蓝皮书:中国慈善发展报告(2018)》)。如此体量的公益组织规模,每年举办大大小小的公益活动,但社会中的大多数人对公益活动的关注度并不高。新媒体时代,公益活动在社交平台也未形成广泛的社会关注度。

