

上海慈善超市的 20 年： 有爱也有趣

“有位居民捐了一把古旧的大提琴,美中不足的是断了一根弦。没想到我们一位精通乐器的志愿者修好了琴弦。很快,一位爱乐者买下了这把大提琴,所得收入都用于公益救助。”

这把大提琴的故事发生在上海市江宁路街道慈善超市,在小红书应用程序上,它被誉为“一家不可错过的宝藏小店”,改变了人们对“慈善超市”的传统印象,引来一拨拨年轻人探店做慈善。

自 2003 年在镇宁路上开出第一家慈善超市以来,上海的慈善超市已经走过了 20 年。截至目前,全市共有 232 家慈善超市,实现镇、街、乡全覆盖。

经过二十年的发展变迁,从最初以物资仓库的形式为困难群体发放物资,到探索“政府+市场”模式,向所有市民开放,慈善超市不仅有爱还变得有趣起来。如今,上海大街小巷涌现出越来越多有特色的“慈善超市”,人人做慈善的风气蔚然成风。

接力的中转站

江宁路街道慈善超市透着股“排忧解难杂货铺”的气质。

来者多是年轻人,有人细细淘物,有人拍照打卡,两只硕大的黑狮玩偶神气地坐镇一方,旁边是一面布满“公益盲盒”的墙。转角处时不时冒出小惊喜:5 元的条纹领带,19 元的绿色手袋,29 元的时髦袜子……

“这里 20% 的物品来自个人捐赠,比如电器、书籍、玩具、衣服等。”项目负责人解蕾芬说,作为一家公益社会组织,善淘在上海经营着 14 家慈善超市,江宁路店是其中一家。店里货物来自企业及社会人士的无偿捐赠,以市场价的 3-7 折出售,盈利所得用来支持残障人士就业、促进社区循环经济、打造社区融合公共空间、开创公益通识教育课程、支持乡村振兴。

“我常跟他们说,看中的东西不要犹豫,可能一转身就没了。”解蕾芬说,个人捐赠的物品因为稀缺性、独特性,往往卖得最快。比如二手衣物,在毕业季可是抢手货,经常有艺术学校学生来淘货,他们要做拼接设计,这里淘的衣服花样多、裁剪起来不心疼。

同样是“二手衣”,开了 18

年的潍坊新村街道慈善超市,处理方式就不同。最近一年店里改造升级、优化货品,第一步就是撤走“二手衣”,摆上了居民需求最大的米面粮油等。“我们做过调研,米面粮油、鸡蛋等的社区需求度最高。”善行公益秘书长张佳华说。

“善行”在浦东运营 8 家慈善超市,潍坊新村街道是其中之一家,与其他慈善超市的运营方不同;“善行”拥有市场运营资质和食品经营牌照。作为首批试点,最近这家店还开出了金龙鱼专柜。爱心企业以较低批发价格供给慈善超市粮油等副食品;“不受起订数量的限制,可根据社区居民喜好个性采购。若是产品销路不佳,还能启动回收机制。”

不同于一般超市,慈善超市奉行“有什么卖什么”,有时也会遭遇卖不出的尴尬。江宁路店曾接到厂家 9000 多副鼠标垫的捐赠,一时卖不掉,成了积货。善淘就在鼠标垫反面做文章,把它作为手工作品公益活动的材料,让孩子们改造做杯垫,或者干脆就在上面绘画,“这些艺术作品就留在慈善超市义卖。”解蕾芬指着墙面上几幅鼠标垫画“这些是剩下的作品,好看的早就卖掉了!”

很多人都有献爱心的欲

望,但可能会出现“捐非所需”,这时,慈善超市就成了爱心的中转站,将物件匹配到有需求的对象。解蕾芬说,善淘就收到企业捐的好几万双“happysocks”袜子,市场价八九十元一双,“对救助对象来说可能不是最需要的物品,但是城市里有很多喜欢这个品牌的青年,我们就作为公益品售卖,再用售出款项帮助大山里的孩子。”

与社区的深度链接

结账的时候,顾客发现店长小哥“猩猩”竟然是一位听障人士。“店长麻利地收了我的货品开了单据,认真核对了表单,然后就捐助成功了。”顾客感叹道,“在慈善超市和特殊伙伴真实接触一下,胜过了在网上看一百句宣传口号,这很有意义。”

“江宁路店一开张,‘猩猩’就在这里上班了。附近居民都很喜欢他,一有空就带着饮料、点心‘投喂’他。”解蕾芬说,“猩猩”就是慈善超市和社区的链接点,居民都爱到慈善超市找他“聊天”,碰到他忙时,帮他做沟通解释,和他一起整理物品,很多社区公益创意也在互动中激发。

记者调查发现,一个有爱有趣的慈善超市,往往都和社区的

链接很深,通常都有一个或一批“流量明星”。42 岁的丁薇燕,被视为潍坊新村街道慈善超市的“引流密码”。从小在潍坊新村长大的她,与社区居民结下了深厚的感情,大伙都信任她,平时爱来找她唠嗑,顺手买一样物品,与慈善结缘。

去年疫情期间,陆家嘴街道慈善超市“火”出了圈。“当时很多市民,比如开面馆的、送菜的,纷纷加入我们慈善超市志愿者队伍,一起帮助大家调配筹措物资。”张佳华说,由于坐落于沿街面,来往白领较多,咖啡和早餐是这家慈善超市的标牌,而经过疫情共同奋战的凝心聚力,这里的咖啡更受欢迎了。

和社区的链接不仅在人情冷暖,也在资源的高效对接中。张佳华说,“善行”所运行的慈善超市都不是单打独斗。慈善超市、社区基金会、社工站,这三个平台联动发展,彼此赋能、资源共享。“我们经常会在社区举行活动,进行义卖。”

形成自己的特色

放眼全市,各街镇的慈善超市仍存在参差不齐的现状,大致分两种经营模式:一种由街镇体制内人员兼任负责人,由街镇成立民非组织进行管理,运作模式相对传统;一种发挥市场和社会力量,委托有资质、懂经营、会管理的社会组织来管理和运营。

“事实上要维持一家慈善超市的运转并不容易。”张佳华说,过去,慈善超市主要面向社区困难群体发放社会捐赠物资,辐射人群有限,几无竞争压力。如今,服务对象扩围,市场竞品增多。如果单靠区里阶段性调配的物资撑着,并不能将空间资源效率最大化。

目前,上海大多数慈善超市采用单店运营模式,因产品单一、资源有限,调配起来有点难度,一旦进货决策失误可能导致货品滞销,带来运营风险。“发挥市场和社会力量,进行规模化、连锁化运营不失为一种解决之道。”在张佳华看来,在规模化运营下,能链接更有爱心的企业和个人,能在更大范围盘活捐赠资源,同时也不影响多元化发展,依然可以保有每家店的不同特色。

记者发现,在上海的 232 个慈善超市中,一部分已经在探索过程中逐渐形成自己的特色,例如塘桥的慈善超市多售儿童用品,有一批妈妈“铁粉”。新泾镇泉口路慈善超市是一家“户外职工爱心接力站”,为户外职工提供一个温馨、舒适的休息空间。石门二路街道慈善超市完全由志愿者自治,店内设计向志愿者开放;“每隔一段时间去看,都会发现陈列改变了,因为换了一批志愿者。”

人们的观念也在改变。“早些时候,经常有市民在门口张望,问可不可以进来,以为慈善超市只对贫困户开放的。”解蕾芬说,而近几年人们的观念变了,有的慈善超市还一跃成为网红,吸引越来越多的年轻人走进来。慈善超市的志愿者也兼容多元,上到七八十岁的“老爷叔”,下到放暑假的中小学生。志愿者墙上留下了楼宇白领、高校大学生、餐饮店店主、直播主播等不同行业人士的慈善感言。

“‘人人可慈善,处处可慈善’氛围正在申城形成。”上海市民政局慈善处处长张晓颖期待,通过社会多元主体的参与,慈善超市能够吸引更多爱心企业和社会力量加入,进一步彰显慈善力量。 (据上观新闻)



外滩街道慈善超市



三林镇慈善超市