

谁最慷慨？谁最“吸金”？

——解析2015中国慈善捐助报告

年度总捐赠额达1108.57亿元，首次突破1100亿大关；高校受捐规模屡创新高，7亿元善款刷新国内大学一次性校友捐赠新纪录；互联网推动公益捐赠透明度，“90后”渐成“指尖公益”主角……严冬虽至，中国慈善联合会29日发布的《2015年度中国慈善捐助报告》让这个冬天暖意融融。谁最慷慨？谁最“吸金”？谁最热情？一年一度的慈善榜单用数字说话。

最慷慨： 民企、国企是捐赠主力军

2015年，企业捐赠额达到783.85亿元，约占捐赠总额的7成，民营企业和国有企业是捐赠的主力军。报告的分析样本中，民企和国企的捐赠均有较大涨幅，分别占企业年度捐赠总额的

52.24%和32.77%。

与此对比明显的是，外资企业捐赠额出现大幅下滑，只占企业捐赠总额的12.99%，同比减少了22.99%。中国慈善联合会副秘书长刘佑平分析认为，这主要缘于

外企受国际经济波动影响较大，效益普遍降低。

年度捐赠总额超过亿元的企业共有29家，其中国有企业13家、民营企业14家、港澳台企业1家、外企1家。民营企业表现亮

眼，占比接近半数。

从地域来看，2015年，北京以超过65亿元善款位居各省级行政区年捐赠金额之首。有20个省区市捐赠量超过亿元，捐赠最多的三个省区市依次为北京、广东和上海。

最“吸金”： 高校受捐规模屡创新高

教育捐赠在2015年大受瞩目。一方面，高校受捐规模屡创新高，共12所国内高校在本年度接收了单笔超过人民币5000万元的捐赠，另一方面，偏远贫困地区基础教育吸引社会爱心人士关注，依法、依规兴办爱心小学成为年度慈善热点。

报告显示，2015年度个人捐赠

额在1亿元以上的慈善家共22人，其捐赠总额达到64.17亿元。这些个人捐赠额在1亿元以上的慈善家中，排名前三位的陈一丹、卢志强以及李达三、叶耀珍夫妇均有大额教育捐赠记录。腾讯主要创办人之一、腾讯公益慈善基金会发起人陈一丹以20亿元捐款位居个人捐

赠排行榜榜首。

除教育外，2015年捐赠最主要的领域分别是医疗健康和扶贫。刘佑平认为，当前慈善捐赠领域仍集中于传统慈善范畴之内，对科、教、文、卫、体等“大慈善”领域的关注稍显不足，随着政府职能转变的深化，这些从前被政府“包办”的社

会事务，将需要更多的公众参与和社会贡献。

2015年，基金会和慈善会系统仍是接收捐赠的主要对象，二者获得的捐赠占捐赠总额的69.64%。三家基金会捐赠收入超过10亿元，依次是中国癌症基金会、老牛基金会、清华大学教育基金会。

最热情： 个人捐赠额大幅上涨

2015年，个人捐赠总额达到169.30亿元，较2014年上涨53.72亿元，占总捐赠额的16.38%。其中单笔金额在人民币1万元以下的个人小额捐赠总额从2014年的58.6亿元上升为75亿元，占本年度个人捐赠总额的44.3%。

“普通民众进行小额捐赠的规模不断扩大，从一个侧面说明中国

社会的慈善氛围愈发浓厚，全民参与慈善的形势日渐成熟。”刘佑平说，这一趋势与网络捐赠平台的发展有着直接关系，公开、透明、便利等优点，使网络捐赠成为普通民众、尤其是年轻人献爱心的首选途径。

中国慈善联合会分析了微公益、腾讯公益、蚂蚁金服公益平台、淘宝公益等国内主要四家网络捐赠平台的数据，发现

这四家网络捐赠平台2015年共筹款9.66亿元，较2014年增长127.29%。

蚂蚁金服公益平台的数据显示，“70后”“80后”“90后”是网络捐赠主力。其中“90后”捐赠人数占比过半，但捐赠金额远落后于“70后”和“80后”，“70后”“80后”所捐金额占总额的72%。人均捐赠额最高的是“70后”，达到104.68元/人。

从捐赠领域来看，扶贫济困、助

医、助学这些传统慈善领域仍是热心网民的关注重点，而环境保护、安老等领域，不仅项目数少，而且项目平均筹款额也在均额之下。

刘佑平说，这反映出捐赠方所关注的慈善领域仍有待扩展，未来网络捐赠平台应注重慈善项目的多元化发展，引导民众对慈善加深理解和参与。

记者 崔静
(新华社北京11月29日电)

明日起一批新规落地实施

互联网直播需实名认证



国家网信办发布的《互联网直播服务管理规定》12月1日起在全国施行

全国个体工商户“两证整合”

12月1日起，全国正式实行个体工商户营业执照和税务登记证“两证整合”



以贿赂等不正当手段取得 广告发布登记将被处罚



国家工商总局发布的《广告发布登记管理规定》12月1日起施行

资产评估业首部大法施行



历经10年时间终获通过的资产评估法12月1日起正式施行

高校哲学社科领域劳务费开支范围扩大

《高等学校哲学社会科学繁荣计划专项资金管理办法》自12月1日起施行



据新华社电 制图/杨薇

汇率一天一个样

留学怎样省钱？

“现在汇率一天一个样，送孩子留学怎样才能省钱？”孩子在国外读书的韩女士发出这样的疑问。

近期，国际市场主流货币汇率持续波动，不少家长发愁如何规避汇率风险。

专家建议，留学家庭可分散缴费，考虑外币理财产品，并采用国际信用卡在国外按需消费。

29日，人民币对美元中间价报6.8889，上调153点，这是本周连续第二日上调。截至28日16:30，中国外汇交易中心公布的人民币对美元即期收盘价报6.9022。这意味着，年初兑换1万美元需要65000元人民币，现在至少需要69000多元。

教育部数据显示，2015年度我国出国留学人员总数为52.37万人，其中，自费出国留学48.18万人。留学人群的不断壮大推动了留学金融市场发展，目前中信银行、光大银行、兴业银行等推出了留学金融产品。银行希望通过留学金融，带动留学贷款、保证金贷款、国际信用卡等零售业务转型发展，增加中间业务收入。

留学的主要花费包括留学阶段的学费、生活费及医疗保险等。受汇率、教育体制等因素影响，各个国家的花费有所差别。调查显示，亚洲留学总预期花费相对较低。

10月份以来，人民币相对一些主要货币是升值的，人民币对日元升值7.5%，对马来西亚林吉特、韩元、新加坡元分别升值4.1%、3.3%、1.2%。

专家建议，从近期汇率走势来看，选择去一些亚洲国家留学比较划算。

留学是个长期过程，近年，国际市场主流货币汇率持续波动，留学家庭需要关注国际市场、汇率走势，也需要采取一些办法规避汇率风险。

“如果年收入相对不高，选择送孩子留学的工薪家庭可以减少一次性大额购汇。”中信银行零售银行市场营销处副处长张冲表示，采取分批购汇方式，定期买入学费及生活费所需外汇。各种费用能够分散缴纳的，尽量分散缴纳，摊平购买外汇的成本。另外，可选择银行的外币理财产品，以对冲汇率风险。

银行人士建议，还可以采用国际信用卡等消费工具在国外按需消费。留学家庭可在国内用人民币购汇还款，以避免提前置备大量外汇。这种分批还款的方式在人民币相对贬值时显得格外重要。

记者 吴雨 (新华社北京11月29日电)

递柜调整“超时收费”引发用户不满

速递易

免费为您存放48小时

逾期快件每24小时收取1元保管费

一直以来，小区、楼宇被视为快递最难送达的“最后100米”，又因其成本高、效率低也成为行业的“痛点”。作为第三方快递存放平台的快递柜应运而生，很快席卷全国许多大中城市。但是，近期国内市场份额最大的快递柜企业速递易因“超时收费”引发广泛关注。快递送达这“最后100米”还能走下去吗？又该如何走？

◆ 免费寄存“48改4”遭抱怨，速递易叫停“新政”

11月11日，速递易发布的消息称，“受限于技术研发压力和人力资源紧张等因素”，将一直实施的免费存放48小时后才收费的政策改为4小时后即收费，并先期选择了重庆、浙江台州、四川南充、山东潍坊、湖北襄阳等5个城市试行，并计划推广到其覆盖的国内其他城市。

对于“48改4”的动机，速递易官微解释，“智能柜在大多数网点是不够用的。通过缩短免费寄存时限，在确保超过70%的用户都能在4小时内取件的前提下，不但可以使智能柜的周转率有效提升3倍以上，同时资源还能得到合理的分配。”

速递易的“新政”引发了楼宇物业、居民用户的不满，理由：一是4小时的免费寄存时间对广大上班族来说远远不够，二是企业单方面宣布，事发突然，没有尊重用户需求。

面对强烈的反对声音，速递易被迫叫停“新政”。其官微22日称，

“意识到了工作中的不足之处”，将向试行城市的用户推出“畅存卡”服务，可减免代存服务费。记者登录速递易发现，已经不见了“超4小时收费”的内容，而恢复为“免费为您存放48小时”，“超过48小时还未提取的超期快件，每24小时收取1元逾期保管费”。

◆ 快递柜市场还在“跑马圈地”，商业模式尚未成熟

的服务体验。

但总体而言，目前的快递柜主要还是依赖派件、超期、寄件和广告收费，商业模式尚未成熟，处于“烧钱”阶段。根据此前发布的三季度财报，速递易业务2015年实现的毛利为2.04亿元，净利润为—

1.36亿元，今年上半年实现的毛利仅为9644万元，很有可能连续三年亏损。

快递企业根据用户使用特点缩减免费时间、提高周转率、降低成本，无可厚非。“收费意味着‘伤害’流量，快递柜企业的这种选择，

也是迫于成本压力和迟迟难盈利的无奈之举。”快递业观察人士蔡伟阳说，总体看，快递柜市场还处在持续投入、跑马圈地的阶段。速递易此次收费“新政”夭折，也意味着“超时收费”模式步子迈得太大，市场还难以接受。

◆ “最后100米”商机巨大，有序发展仍待破题

续增加，快递柜将是快递业终端上的重要组成部分之一，市场需求巨大。但要形成一个健康、有序的行业环境，还需各参与方共同努力。这其中，保障终端用户的选择权是前提，企业需要明确服务与收费标准，行业标准的制定已很迫切。

快递业知名智库永驿物联专家

孙杰表示，目前快递柜利用不均衡现象十分突出，有的使用率很高、甚至一柜难求，有的大量空置、甚至沦为摆设，市场还需要进行洗牌。企业应更充分地研究用户特点，引导消费习惯，探索成熟的商业模式；相关部门应加快研究制定规范和支持政策，引导企业有序竞争，培育良好

量变现。

去年，中国快递市场业务量达到206亿件，增幅达到48%；今年继续高速增长，突破300亿件指日可待。如此巨大的快件量，正对传统快递业务的低效环节形成倒逼，也意味着“最后100米”的巨大商机。

蔡伟阳认为，随着快件量的持

速递易目前的困境显而易见，也许“后来者”也会面临这样或那样的问题。但速递易已试图在拓宽“最后100米”的发展之路，提出了社区流量端口的概念，即围绕快递柜这个端口，加载寄件、立等可取、洗衣、问诊、金融等服务，让用户享受各种便利，也通过这种方式进行流