

Globethics Repository



基于“微型贷款”新慈善模式的企业社会责任探讨

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Preprint
Authors	刘婧;黄宏寅
Rights	All rights reserved
Download date	2026-07-15 18:05:56
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/170162



第五届“企业社会责任”征文大赛

THE FIFTH CSR PAPER COMPETITION -2011

基于“微型贷款”新慈善模式的 企业社会责任探讨

姓名 刘婧 黄宏寅

学校 同济大学

专业 金融 管理科学与工程

联系方式

导师

时间 2012 年 3 月 28 日

大赛论文（设计）诚信声明书

本人声明：我所提交的大赛论文（设计）《基于“微型贷款”新慈善模式的企业社会责任探讨》是我在指导教师指导下独立研究、写作的成果，论文中所引用他人的无论以何种方式发布的文字、研究成果，均在论文中加以说明；有关教师、同学和其他人员对本文的写作、修订提出过并为我在论文中加以采纳的意见、建议，均已在我的致谢辞中加以说明并深致谢意。

论文作者刘婧 黄宏寅（签字） 时间：2012 年 3 月 28 日

基于“微型贷款”新慈善模式的企业社会责任探讨

刘婧 黄宏寅

【内容摘要】微型贷款是一种透过小额借款等金融服务给低收入、贫困的民众，让他们能够自我雇用、产生收入，以帮助其个人及家庭的方法。随着普惠金融体系的提出和受助人范畴的扩展，微型贷款成为了助力社会慈善扶贫事业的有机构成部分。这种新慈善手段具“有资助有偿性”以及“公平贸易性”等不同于传统慈善的特性。本文基于企业社会责任视角，通过案例分析的方法，借由两个微型贷款模式中的典型企业，研究了“微型贷款”新慈善的最佳实践形式，重点分析了企业如何兼顾实现自身可持续发展以及履行相关社会责任之间的平衡。并归纳了新慈善模式所具有的优越性，提供了使用微型贷款进行“造血式”慈善扶贫的启示。

【关键词】 微型贷款，新慈善，企业社会责任

目录

摘要	I
一、微型贷款简介	1
二、B2C 微型贷款模式中的企业社会责任 ——以加纳 Barclays 银行为例	2
1. Barclays 银行对本土同业竞争者的社会责任	2
2. Barclays 银行对终端客户的社会责任	4
3. Barclays 银行对企业自身的社会责任	5
三、C2C 微型贷款模式中的企业社会责任——以宜信为例	5
1. 宜信作为信用中介的社会责任	6
2. 宜信对借款人的社会责任	7
3. 宜信对出借人的社会责任	8
四、结论与启示	9
1. 有偿才是真正帮助穷人	9
2. 授之以鱼，还需授之以渔	10
参考文献	11

一、微型贷款简介

微型贷款（Micro-credit，又称小额贷款、小额信贷）是一种透过小额借款等金融服务给低收入、贫困的民众，让他们能够自我雇用、产生收入，以帮助其个人及家庭的方法。作为一种扶贫工具，已有 30 多年的历史。

最经典的微型贷款模式是由诺贝尔和平奖得主尤努斯在孟加拉国创办的格莱珉银行模式（Grameen Bank，简称 GB 模式）。尤努斯在走访乔布拉村时惊奇地发现，一个叫索菲亚的妇女为了编制竹制品养家糊口，需要从高利贷者手中借 22 美分来买原材料竹子。虽然同情她的境遇，但尤努斯没有立即把钱给她，因为他知道直接的赠与并不能真正地帮到她，而这样的人并不在少数。于是他决定创立一个可以借款给“一无所有”的人的机构。“一无所有”，说明他们没有任何资产可供担保，所以贷方共同偿还的责任就成了唯一的抵押品。截至 2011 年 10 月，格莱珉银行已服务 834.9 万客户，其中 97% 是女性，涵盖了孟加拉国 97% 以上的村落，迄今为止共放贷 113 亿美元，效仿的国家、机构无数。

自“微型贷款”的概念被提出，其在之后的发展中被赋予了更多的内涵。随着“普惠金融体系”理念的成形，微型贷款活动中的借款人不再局限于农村的贫困人口，服务对象辐射至存在小额资金需求、却苦于无法通过银行等途径获得贷款的人群。

这些提供服务的机构中的相当一部分是企业。他们通过发展当地微型金融，实现了自身的可持续发展，并在实践中使微型贷款成为了一种新型的慈善扶贫模式。这种新慈善模式不再是传统意义上的无偿施舍，基于信息系统的贷款平台架设使得出借人、借款人（同时也是受助人）的双向互动成为可能。在这些企业的日常运营中，主要采用了两种较为主流的微型贷款模式：企业对个人（B2C）模式和个人对个人（C2C）模式。

二、B2C 微型贷款模式中的企业社会责任

——以加纳 Barclays 银行为例

2006 年，Barclays 银行在西非加纳推出了“微型银行（Microbanking）”计划。作为最早效仿 GB 模式的国际商业银行之一，Barclays 银行并未利用自己的规模优势来吞并当地的金融机构或是将自己的经营模式强加于当地居民之上，而是选择与当地存在了 300 年的传统财务服务业者“Susu”收账员（亦称“每日存款收集者”，以下简称 Susu）合作，不仅帮助加纳人脱贫致富，而且为当地提供了大量的金融培训。更难能可贵的是，在连续几年亏损之后，在 2010 年实现了 ₵ 59,244（约合 US\$33,858）的纯利润收入，实现了社会责任与经济效益的双丰收。

1. Barclays 银行对本土同业竞争者的社会责任

Susu 是西非加纳存在了 300 多年的传统财务服务业者。Susu 收账员每天会按照预先约定的分期付款的方式从客户那里收集储蓄存款，并且对每笔款项进行记录。他们充当了一个流动存款账户的角色，每天上门服务，并且每月从中抽取 3.3% 的佣金。

相较于 Susu，加纳的传统银行就没有那么受欢迎了。原因有三：其一，大部分加纳人，尤其是穷人，因为存款过小而无权在银行开户；其二，银行有太多的法律手续和条款文件，这对文盲或者半文盲的穷人，特别是妇女来说，存在极大的障碍；其三，穷人缺乏有效的资产作为贷款抵押。

于是 Susu 就成为了当地非正规的金融中介。Barclays 银行在进入加纳后，并未直接与 Susu 们竞争，而是选择了与其合作。因为在一个全纳性的社会，只有与当地已存在的金融机构合作，才能掌握最及时的市场情报，才能接触到最偏僻的客户群。基于这一理念，Barclays 银行将“Susu 计划”作为整个“微型银行”项目的一部分，该计划包括了“ABC”三部分：

A-意识创造（Awareness Creation）

Barclays 银行首先需要加强 Susu 们在金融方面的意识，包括开设各类课程

组织各种会议来教授与分享知识，涉及的内容有如何管理财务（因为 Susu 们通常是将收集到的一大笔款项放在家里），如何购买保险，如何规范地记账等等。这不仅提高了 Susu 们的服务质量，潜在地扩大了他们的客户群，同时也使其与 Barclays 银行的联系更加紧密。

B-银行服务（Banking Services）

Barclays 银行为了配合 Susu 们的工作，特别向 Susu 提供了一项增值服务——为其开立一个叫“Dwetiri”的投资账户，既可用作储蓄，又可用来转贷。Barclays 银行以 2.1% 的月息将钱借给 Susu，Susu 再以同样的利率转借给市场上的妇女们。但因为 Susu 都是在中午的时候开始挨家挨户地收集款项，因此传统的下午三点银行关门时间与 Susu 的工作时间难以契合，于是 Barclays 银行就为他们提供了额外两小时的银行服务，允许他们在下午五点前将钱存入银行。

C-能力构建（Capacity Building）

到 2006 年 10 月，加纳的阿克拉、库玛西、布朗阿哈福地区共有 173 位 Susu 接受了 Barclays 银行的培训。培训中开设的课程包括逾期债务管理、财务管理、风险管理以及信贷管理。同时，Barclays 银行与 Susu 协会的联盟组织 Ghana Microfinance Institutions Network（GHAMFIN）开展紧密合作，为组织内的微型金融机构提供特殊的能力培训。除此之外，银行还专门为 Susu 和微型金融机构的客户设计了一个关于理财的项目，以促进她们在基本财务技巧上的改善和理财信心上的建立。

可以看出，Barclays 银行在对待本土同业竞争者的问题上采取了相当明智的态度，那就是与之合作互取所需。银行在帮助 Susu 的同时，也在帮助他们自己。因为 Susu 作为撬动内部市场的杠杆，可以为银行发现最边缘、最底层的需求。恰是这不起眼的来自社会最底层的需求，却能展现出惊人的能级。根据国际财经公司（International Finance Corporation）以及世界资源机构（World Resources Institute）研究报告指出，全球 40 亿相对贫穷的人口拥有相当于 5 万亿美元的购买力。倘若企业能关注并想办法满足这些“金字塔底层”的市场需求，那么不仅企业本身能盈利，也能为客户带来巨大的福利，更有助于环境的

可持续发展。Barclays 银行大力扶持了当地的 Susu 协会，促进了他们的业务发展，履行了自身对于同业竞争者的社会责任。因为对于企业来说，比排挤竞争对手更重要的，是共赢。

2. Barclays 银行对终端客户的社会责任

在整个“微型银行”计划中，Barclays 银行并不是直接把钱贷给那些生活在社会底层的穷人妇女，因为如此放贷也许能解救一部分正缺周转资金的人，而对于绝大多数的穷人来说，他们更缺的，是技术，是对于资金的管理以及支配能力。正所谓，“授之以鱼，不如授之以渔”，提供起步资金是一部分，更重要的是教会她们如何使用。于是 Barclays 银行为那些终端客户（大多是妇女）组织会议进行知识共享，并且开设实用的课程教育她们如何进行家庭理财以及购买保险等等。这些理念的更新，将彻底改变她们原来的生活状态。

首先，增加收入。这项计划使那些低收入人群能够得到贷款，使他们有足够的资金去添置资产，购买医疗服务，改善家庭条件，为孩子交学费等等。唯有基本条件的改善，才有动力去追求更好的生活方式，才有可能创造更多的收入来源。

其次，改变穷人储蓄的习惯。因为相对于把钱交给 Susu 然后存放在其家里，存入银行的风险肯定更低而且收益更高。受到这一观念的驱使，更多人倾向于把更多钱投放在银行，或者间接地通过 Susu，或者在适应了正规的金融体系并拥有了一定的积蓄后直接在银行开立账户。

再者，赋予了妇女更多的能力。“微型银行”计划普遍以妇女为目标，因为她们看起来在财务上更有责任心并且更为可靠。它使那些生活在底层的妇女拥有了更多的资产，可将更多的钱投入到家庭环境改善中，从而在家庭决策中拥有更高的地位。

由此可见，Barclays 银行在对待终端客户时，很好地履行了企业的社会责任，同时也使 GB 模式得到了升华。微型银行计划不仅仅在短期内解决了社会底层贫困妇女的资金需求，更重要的是长远地帮助她们改变了“贫穷”这一种生活方式，开阔了她们的眼界，改善了其生活品质。作为企业，Barclays 银行

在确保盈利的同时，为低收入人群创造了社会福利。

3. Barclays 银行对企业自身的社会责任

作为世界财富 500 强之一的大公司，Barclays 银行做每一项投资，都必须对股东的利益负责。一些银行在早期也尝试过吸引低收入客户群，但很不成功，因为投资微型贷款业务难以实现规模经济，在经营绩效上也无法可持续发展。而此次“微型银行”计划由于选择了符合当地脉络关系的本土模式来经营，使 Barclays 银行取得了各方面的成功。

在信息反馈方面，银行为 Susu 和终端客户开设各类课程传递知识的同时，也了解到更多关于当地市场的信息和需求，使他们能够重新设计他们的产品和服务来适应更多潜在的低收入客户，同时能更好地完善该计划。

在改变形象方面，银行通过与 Susu 及客户的面对面交流、给予其大量帮助，使企业形象深入人心，大大改观了其“只为精英阶层服务”的高端形象。这种认同感为企业拓展更广阔的客户群提供了保障。

在商业绩效方面，短期虽然会亏损，但可喜的是加纳 Barclays 银行已经迅速地在第五年开始盈利。Barclays 银行当前的投入可能为其带来潜在收益。相信在未来的 10~20 年，当这个国家的经济逐步成长，越来越多受惠于微型贷款的民众会涌现出开办银行账户的需求，即自然地从小型贷款阶段发展到微型金融阶段，进而激发社会对普惠金融的需求。而满足这一需求的首选服务供应商，无疑属于曾帮助他们渡过难关的 Barclays 银行。

三、C2C 微型贷款模式中的企业社会责任——以宜信为例

宜信是中国领先的从事个人信用贷款咨询与管理的专业性服务平台，在中国率先推出“个人对个人”（Person to Person 或 Client to Client，以下简称 C2C）的信用贷款和财富管理服务。C2C 贷款模式起源于英国，指在国外较成熟的个人信用体系和流行的互联网文化环境下，以互联网为媒介，在有闲置资金的个人和有借款需求的个人之间提供“配对”服务。宜信将这一模式进行了中国化的实践，通过建立 C2C 信用贷款平台，将平台两端的借贷需求实现无缝对接，

使两端客户之间的信贷交易行为更加安全、高效、专业、规范，为客户带来经济价值和社会价值双重回报。

1. 宜信作为信用中介的社会责任

宜信作为国内首家 C2C 信用贷款服务企业，最基本的社会责任是服务广大客户、帮助客户实现信用价值。宜信把“人人有信用，信用有价值”作为信用服务的核心理念，将社会的闲散资金和慈善爱心有效地集中起来，然后将这部分钱分散地贷给有迫切需求的人。这些人群构成了宜信对接的两端客户：一端是有小额资金需求的高成长型人群，该群体现阶段收入尚处于中低水平，但正通过个人努力和社会支持，特别是微型贷款资金的帮助，在短时间内实现个人高速成长的一类人群，他们代表着社会进步和中产阶层的未来崛起；另一端为希望将手中闲置资金出借，通过财富管理实现投资理财收益、并获得精神回报的出借人。

宜信作为微型贷款中介，不直接吸收存款也不发放贷款。宜信平台主要负责借款人信用审核与回款管理。由借款人提出借款申请，经过信用评估后将符合条件者推荐给出借人。在平台内完成匹配后，由出借人和借款人直接处理借贷资金相关事宜。宜信的运作模式如图 1 所示。

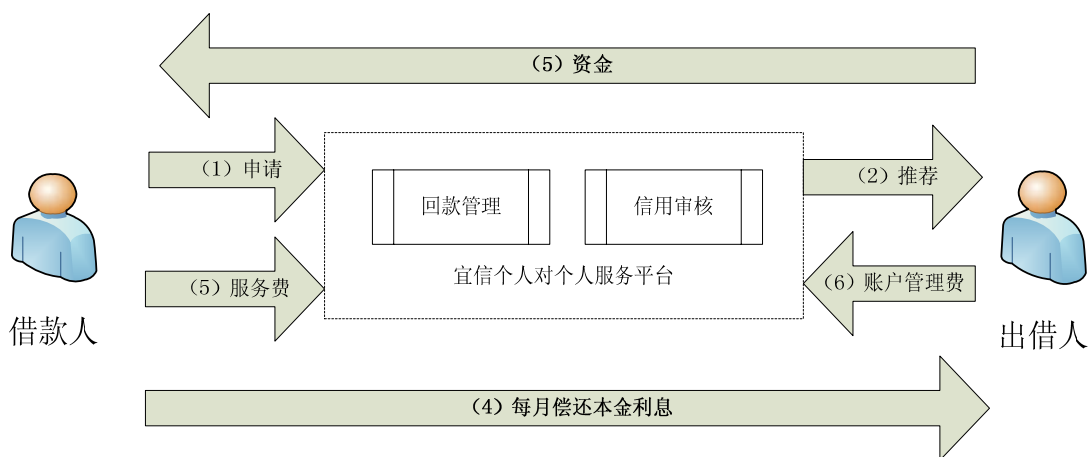


图 1 宜信的运作模式

宜信提供的这一平台，相较于传统的慈善捐款更具效益，不仅可循环贷放，更加快了资金的周转。同时，出借人可定期收到借款人的更新信息，贷款成效可以具体追溯并掌控，远超一般捐款的信息反馈。企业作为信用中介的责任不

仅仅要实现对信用的计量和传递，更重要的是要让资金的使用双方都能够负起一份应尽的责任。

2. 宜信对借款人的社会责任

宜信对借款人的社会责任主要体现在其对于中国普惠金融体系构建的实践中。普惠金融体系（Inclusive Financial System）是联合国在 2005 年提出的概念，它强调金融服务的包容性，即惠及所有人，尤其是那些被传统金融体系所忽视的农业人口、城乡贫困群体、微小型企业，使他们能够公平地分享经济增长的机会和成果。

针对不同的适用对象，宜信在不同时期推出了“宜农贷”、“宜学贷”、“助业贷”，以满足农民、学生、微型企业等不同受助群体的发展需求。

宜农贷通过互联网平台和线下合作网络，将城市中的闲余资金、热心助农扶贫公益事业的人士与信用良好、有信贷需求的贫困农户对接起来。一定程度上改善了农村扶贫事业中遭遇的融资难等瓶颈，使更多的农村低收入人口获得微型贷款的帮扶成为可能。这一助农模式的社会绩效明显，截止 2011 年 4 月 30 日，4430 名出借人通过宜农贷平台累计帮助了 906 名贫困农户，提供了总计 260 余万元的小额信用贷款。宜农贷通过解决农村资金短缺借款难的问题，助力了国家的三农发展，实践着一种造血式扶贫的新慈善手段。

宜学贷平台着眼于学生们的深造需求，将他们与教育培训机构对接起来。这一助学模式完善了国家对于各阶层教育的助学机制，并拓展了助学的内涵。它兼顾了教育培训中的基本性需求和改善性需求，涵盖了国内学历教育、海外留学项目，以及技能培训等方面。宜信根据培训机构的特点，为学生量身定制不同的解决方案，使学生及其家庭通过分期付款的方式来完成学业或培训成为可能。由于学生这一尚未踏入社会的特殊群体通常非常珍视自己的信用，宜学贷的机制能反向促进受助人珍惜培训机会，更有效地提升培训成果。

助业贷的服务对象是作为微创业的主体的高成长型人群。这里的微创业是指用微小的成本进行创业，或者在细微的领域进行创业。它是扩大内需的有效途径，能够增加市场竞争，减少经济对于投资以及出口的依赖。该人群通常具

备管理能力和专业技术，但尚不具备从正规金融机构获得贷款援助的资格。在小额信贷紧缺的现状下，如何选择合适的微创业主体进行扶持，是宜信面临的一大挑战。而这一种扶持又关系到是否能够助力经济结构的转型，并促成中国经济增长方式的良性转变，这又是宜信所主动承担起的社会发展责任。

宜信对借款人履行的社会责任的过程，也是其实践自身的理想的过程。通过源头上的聚少成多，替“小”人物实现了“大”梦想。

3. 宜信对出借人的社会责任

宜信对出借人的社会责任主要体现在其风控模式上。

通过宜信各种理财产品得到较高、稳定的投资收益是出借人关心的一个方面，而收益的前提是款项能否收回，这也是出借人最为关心的重点。因此，面对非常有可能出现的欺诈风险、信用风险、道德风险、操作风险和系统风险，宜信必须建立起一套完备、有效的立体风险管控模式。

首先是分散风险。宜信所提供的 C2C 平台本身具备分散风险的内部机制。通常情况下，来自于同一出借人的资金款项会分别借给若干个不同的借款人，这样降低了大比例违约的可能性。

其次是覆盖风险。宜信设立了还款风险金专用账户，用于补偿出借人可能出现的还款损失。截至 2011 年 4 月，风险金覆盖了全部未及时偿还的借款，出借人全部收回合同约定的本金和利息。

再者是信用评价。宜信对微型贷款生命周期的全程进行有效的管理，执行严格的贷前全面审核、人性化的贷中监控，以及文明的贷后管理。考虑到中国当前的征信系统尚不完备，它在引入微型 C2C 贷款的同时进行了相应改造，设计了线上-线下的联动征信模式，对借款人审核时都要求面见。面见由本人亲自出示各种证原件并当面询问使用用途等情况，较好地保证了借款人的真实性。

实际上，宜信的前期咨询、贷前审核，以及每一笔债权的偿还、收益等信息，对于作为利益相关方的出借人都是完全透明而开放的。宜信通过微型贷款 C2C 平台的构建，向出借人提供了良好的资金追溯以及可视化用户体验，

因为只有获得了出借人的信任之后，宜信的 C2C 模式才能可持续地发展下去。

四、结论与启示

虽然加纳 Barclays 银行和中国宜信的运营模式不同、企业性质也不同，但他们在自己所处的国度中，都是能够兼顾企业自身可持续发展，并通过微型贷款方式进行扶贫，进而履行企业社会责任的先驱者。基于微型贷款的新慈善概念突破了传统慈善中“施舍无偿性”的枷锁，它更注重施助人和受助人之间的公平交易关系，并且着眼于通过增进受助人谋生技能、树立自信等途径来提升扶贫的实效性。从他们的新慈善实践中，我们可以得到两点启示：

1. 有偿才是真正帮助穷人

与传统的慈善捐助相比，微型贷款最本质的区别在于“有偿”，而“有偿”才是能够实现造血式扶贫的关键点。贫困群体也拥有不同的特质，一部分人寻求改变现状的途径，另一部分人坐等社会救济。而纯粹的不求回报的施舍行为一定程度上会助长人的惰性，虽然能够缓解受助人的一时之需，却不利于激发扶贫的造血机制。从这种意义上说，对穷人的赠款其实是害了穷人，让他们觉得自己理应受帮助，理所当然可以不劳而获，于是他们永远也改变不了“贫穷”这一种生活方式，甚至聊以为生。

与非盈利性组织不同，对于企业来说，不管是短期还是长期，盈利才是其追求的根本目标，离开了盈利，则企业主体发展即不可持续，一切社会责任都只是空谈。我们常常将计划体制下的“好人好事”的企业级版本误以为其社会责任。其中最常见的是捐款这一形式，企业捐款做慈善，绝大部分就是一个为了短期利益的作秀，它是一种施与，而非一种义务，并不需要将自身的命运与社会的命运真正联在一起。Barclays 银行 Susu 计划与宜信虽然所属不同的微型贷款模式，但他们的共性是使用放贷作为扶贫工具，从而替代了慈善捐赠。如此一来，双方都有了利益诉求点，使得企业和受助者的价值传输就不再是单方向的，企业会本能地给予受助者更多的关注和援助，为其顺利还贷创造条件，以达到互利互益。

2. 授之以鱼，还需授之以渔

微型贷款之所以作为一种扶贫模式和发展工具在全世界推广，正是因为它除了提供资金支持，还能为弱势群体带来谋生条件。正如加纳 Barclays 银行所实践的那样，它除了为当地的妇女提供用以改善生活条件、扩大生意规模的微型贷款之外，还积极开办大量的课程教授其基本的财务技能，培养其理财观念，同时更是赋予了她们不断学习新的金融技能的信心和能力。即使这群受助人有一天一无所有了，她们也能发挥主动性，用所学的技巧和学习的能力去寻找新机遇，而不至于再次永久地陷入贫困。

微型贷款不是存在等级俯视的施舍，而是基于市场地位平等的公平交易，因此它在对受助者人格的尊重上更优于传统意义的慈善。受助者在得到捐助的同时，也得到了社会对他的信任与肯定。在宜信所倡导的“信用有价值”的理念下，一个受助人能够获得贷款，已经证明了他从诸多申请者中脱颖而出，此刻的他同时肩负了不断奋斗以提升自我的责任，以及将自身的发展成果作为对资助人进行回报的责任。这就是企业在履行微型信贷这一新慈善模式时所应该传递的价值观。

参考文献

1. Chinese

- [1] 《宜信 2006-2011 社会责任报告》. <http://www.creditease.cn>. 2011 年 8 月。
- [2] 高艳辉, 许超:《宜信如何宜人宜己》, 管理学家, 2011 年 2 月, 第 79-第 83 页。
- [3] 钱为家:《全球战略 CSR 案例报告》, 北京, 中国经济出版社, 2010 年 9 月, 第 62-第 74 页。
(阅读时间: 2012 年 3 月)

2. English

- [1] New Analysis Reveals \$5 Trillion Market at Base of the Pyramid. <http://www.wri.org>. 2007.
- [2] Robert Darko Osei. Linking Traditional Banking with Modern Finance: Barclays Microbanking - Susu Collectors Initiative. <http://www.growinginclusivemarkets.org>. 2008.