

实物捐赠货币化 处理培训

汇报人：张俊石



传善公益

目录



国内外捐赠对比



物资捐赠



我们的解决方案



国内外捐赠对比

	捐赠来源	物资捐赠现状
中国（大陆地区）	<ul style="list-style-type: none">▪ 企业捐赠占到70%以上▪ 大额捐赠占比高▪ 现金捐赠占比高	<ul style="list-style-type: none">▪ 物资捐赠活跃度较低，发展缓慢；▪ 2020年全国物资捐赠折合612.16亿元，同比增长31.66%，占比29.34% 其中包含因灾情捐赠的医疗物资等。
欧洲国家	<ul style="list-style-type: none">▪ 个人捐赠占到80%▪ 小额捐赠占比高▪ 物资捐赠最高达60%	<ul style="list-style-type: none">▪ 物资捐赠占到捐赠总额60%左右； 注：平均每2000户拥有一家慈善超市，进行捐赠物资交易（全新和二手产品分类销售）





整体捐赠趋势



现金捐赠

互联网小额捐赠崛起
大额捐赠增多
捐赠产品多样化



股权捐赠

从无到有、从禁止到合法、从高
税负到零税负，多个大额股权捐
赠案例



慈善信托

我国已设立慈善信托共537单，总
规模33.19亿元，在扶贫、抗疫、
应急救助等领域表现突出



物资捐赠

内地接受款物捐赠共计2086.13
亿元，同比增长38.21%，基金
会面对捐赠物资处理能力弱



服务捐赠

我国实名注册志愿者总数达到1.69
亿人，志愿服务时间为22.68亿小
时志愿者贡献总价值为903.59亿元



个人基金会

企业及个人（家族）基金会发展
迅速，但缺乏专业人员提供规范
服务，大多运营一般

注：上述例举数据为2020年基准



什么是物资捐赠

定义

物资捐赠

定义
用途
公允价格

定义：捐赠人依法将自己合法取得的、有权处分且有使用价值的物资（主要是有形动产），自愿无偿地捐赠给公益机构或者受益人。

用途：发放给受益人或通过变现给公益组织带来收入。

类型

物资捐赠多元化

常见物资捐赠	无形资产
有偿证券	文物文化资产
固定资产	土地房屋固定资产
数字产品	

现状

物资捐赠尚未开发

由于大部分基金会缺乏物资捐赠的管理和变现能力，导致他们会拒绝或不主动开发物资捐赠，当这一问题解决后，物资捐赠存在巨大潜力



物资捐赠趋势

政策环境放宽

慈善超市发展

跨界破圈发展



整合物资捐赠平台

综合服务能力提升





物资捐赠难点



估值困难

需要依靠第三方做
公允价格评估入账



接收困难

基金会缺乏大量接
受和存储空间



执行困难

物资发放需要耗费
较大力人力发放困难



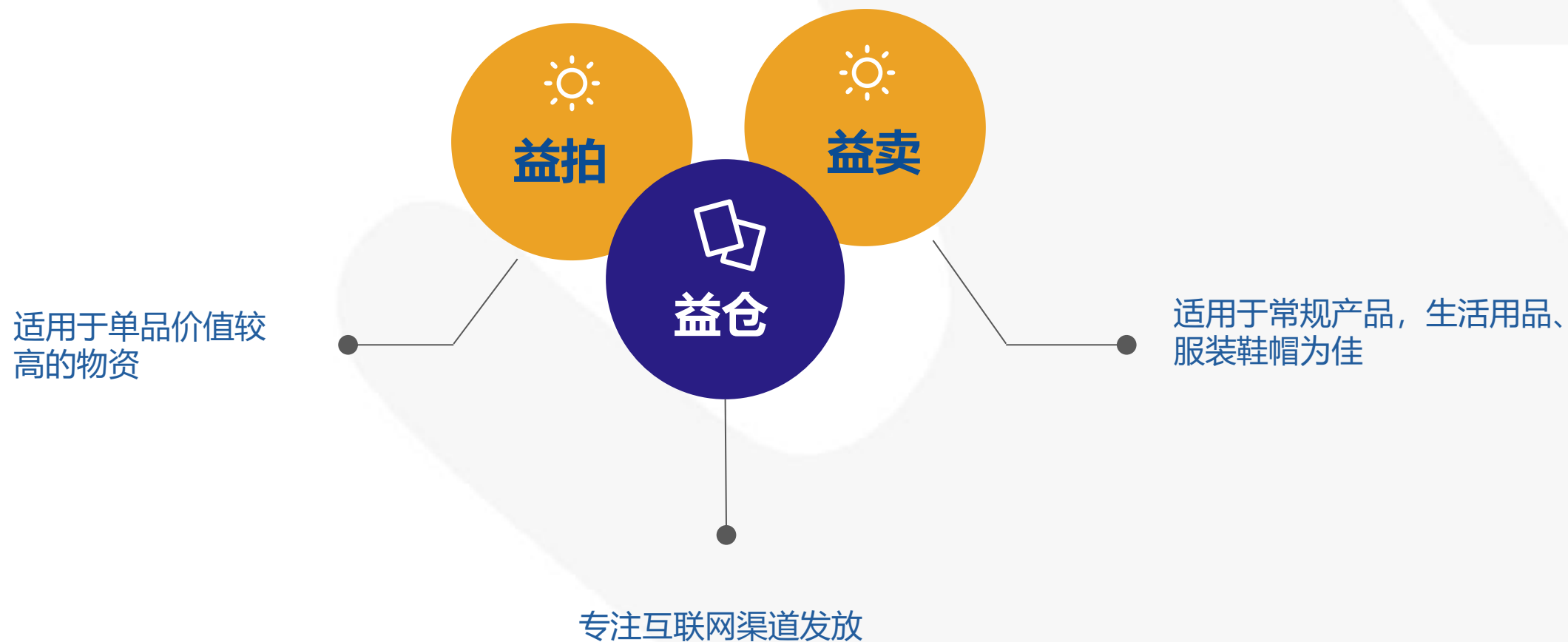
变现困难

基金会缺乏捐赠物
资变现渠道和能力



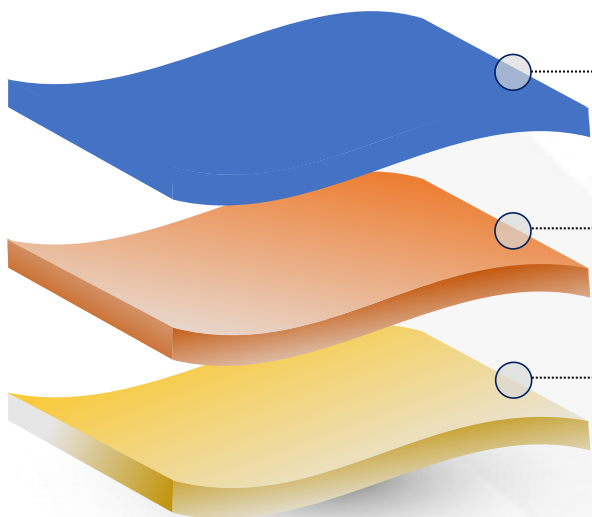


我们的解决方案





我们的解决方案：捐赠物资估值



出厂价估值法

按照一级经销商价格定价（小于等于），
需提供相应票据，按照票据价格开票

成本公估法

第三方机构评估估价并出具报告，按照估
价额度开票

变现估值法

由基金会将捐赠物资变现，按照资金回到
基金会的额度开票





我们的解决方案：接收支持



仓储及物流

全国3个分拣仓提供物
资储存、分拣、打包、
发货、退换货等服务



技术及运营

技术开发
拍照摄影
页面制作/脚本编辑
推广投流
促销红包
客服售后



我们的解决方案：物资发放



原有模式



劣势：发放情况不可监管、不透明；相关仓储、物流、人力等成本需基金会承担。

通过街道/工会/协会等发放 (toB - toC)



现有模式



- ①所有仓储、物流、人力等成本无需基金会承担；
- ②提供全部受赠人的领取信息、个人信息给到基金会；
- ③确保所有受赠人信息不做商用。

受赠人扫描二维码填写接收地址，由仓库直接发货至受赠人，快递到户，全程可追溯，受赠人信息真实有效。



我们的解决方案：物资益卖

线上渠道

- 01 自建渠道：“传善益卖”线上商城，支持基金会自助开店、分享转发
- 02 平台型渠道：支付宝平台专场页面，只卖捐赠物资
- 03 直播间：已签约江浙沪MCN机构14家
直播益卖方式：A、公益直播间专场
B、常规直播，少量捐赠物资穿插销售

线下渠道

- 01 慈善超市：与国家民政部颁发牌照的慈善超市合作，目前已合作区域上海、杭州、成都
- 02 社区便利店：全国超过70W+社区便利店，设立慈善商品专柜、定期益卖会
- 03 大型商超/场：与知名商业地产项目合作，结合企业自身的公益需求设立公益驿站、节假日益卖活动
- 04 社区基金会/公益机构：借力志愿者团进行捐赠物资销售，销售款项一部分进入社区基金会，一部分回款至物资募集的基金会



我们的解决方案：益卖物资特点



优势

- 01 产品价格低
- 02 品质好
(多为生产方直接捐赠)
- 03 产品无成本
(对于基金会)



劣势

- 01 库存货居多
- 02 产品断码
- 03 卖完断货
- 04 捐赠数量不等





我们的解决方案：渠道合作

- 基金会品牌背书
- 公益项目背书
- 捐赠方授权
- 基金会委托代售协议及授权
- 传善寄售协议及授权

合作背书

- 计提佣金制
(不支持坑位费)
- 一口价买断

合作方式

- 可支持一件代发
- 可支持产品入仓

发货支持



我们的解决方案：合规性保障



法规保障



全链路合作协议保障，通过法律效力约束各环节工作行为

销售渠道背调：针对直播机构、网红达人等，拒绝负面口碑、频繁更换销售主体的合作方

捐赠方 - 公益机构：签署物资捐赠协议、授权书（明确物资流通方式：发放、益卖等）；

公益机构 - 传善：签署捐赠物资委托代售协议、授权书（明确物资流通方式：发放、益卖等）；

传善 - 销售渠道：签署捐赠物资寄售协议、授权书（明确益卖销售的合作方案及合规要求）；



销售监管



销售方案审核制：销售渠道的推广方案、展示文案、直播脚本等经传善、基金会、捐赠方审核后方可执行。

大型场次的益卖活动或直播专场，传善工作人员专人驻场，确保合规销售。

益卖场域公益IP背书展示：基金会、公益项目等为主要展示内容，确保消费者认知清晰。



我们的解决方案：益卖定价

限价

捐赠方**有**价格限制

捐赠方
基金会
销售渠道
传善

四方协商定价

**不限
价**

捐赠方**无**价格限制

基金会
销售渠道
传善

三方协商定价

注：捐赠方需同意未售完则发放



我们的解决方案：益卖分账

仓储及物流

01 物资从捐赠方或基金会
运输到传善仓库或销售渠道
仓库

费用由基金会或捐赠方承担

02 销售环节产生的运费或
快递费

实报实销从销售额中扣除

传善管理费

销售额 × 6%

营销成本

技术开发
拍照摄影
页面制作/脚本编辑
推广投流
促销红包
客服售后

销售额 × 20% - 销售额 × 40%

基金会回款

**扣除上述费用后
的金额**



我们的解决方案：财务开票

01

捐赠方

捐赠票据

02

消费者

增值税普通发票





Q&A

1

捐赠物资益卖销售是合法的吗？

是合法的。《中华人民共和国慈善法》相关规定如下：

第三十五条 捐赠人可以通过慈善组织捐赠，也可以直接向受益人捐赠。

第三十六条 捐赠人捐赠的财产应当是其有权处分的合法财产。捐赠财产包括货币、实物、房屋、有价证券、股权、知识产权等有形和无形财产。

捐赠人捐赠的实物应当具有使用价值，符合安全、卫生、环保等标准。

捐赠人捐赠本企业产品的，应当依法承担产品质量责任和义务。

第五十三条 慈善组织对募集的财产，应当登记造册，严格管理，专款专用。

捐赠人捐赠的实物不易储存、运输或者难以直接用于慈善目的的，慈善组织可以依法拍卖或者变卖，所得收入扣除必要费用后，应当全部用于慈善目的。

2

捐赠物资对于捐赠方有什么价值？

- 01 从会计准则中来讲：捐赠等同销售。企业通过物资捐赠也可以拿到捐赠票据，实现责任担当；
- 02 捐赠也是推广产品品牌，企业捐赠的物资具有企业品牌属性，可以对企业品牌加分。
- 03 可以通过捐赠清理库存，减少管理成本；
- 04 可抵扣所得税：在年度利润总额12%以内的部分，准予在计算应纳税所得额时扣除；超过年度利润总额 12%的部分，准予结转以后三年内在计算应纳税所得额时扣除。

3

募集物资对于基金会有什么价值？

- 01 通过产品销售变现实公益资金的筹集，可以执行更多项目；
- 02 增加基金会捐款规模，扩大影响力。



让捐赠更智慧

---传善公益咨询

