



传善物资捐赠 Q&A

1、为什么要发起物资捐赠？

筹集现金是最方便的方式，也是基金会最常规的做法，但目前受疫情的影响，各行各业都受到了很大的冲击，所以让企业很积极地捐现金不太现实。可鉴于贫富差距的现状，国家在推第三次分配，要共同富裕。它不是一个口号的问题，是中国目前现阶段必须要去面对的一个问题。在两难之间，我们给出了一个解决方案，就是让企业捐物资、库存产品和尾货。这既能解决企业参与第三次分配，履行社会责任的问题，同时又让企业不至于像拿现金出来这么心疼。

2、捐赠物资义卖销售是合法的吗？

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。

3、捐赠物资对于捐赠方有什么价值？

(1) 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，实现社会责任担当；

(2) 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；

(3) 可以通过捐赠清理库存，减少管理成本；

(4) 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。

4、募集物资对于基金会有什么价值？

(1) 通过产品销售变现实现公益资金的筹集，可以执行更多项目；

(2) 增加基金会捐款规模，扩大影响力。

5、为什么之前没有人推广物资捐赠？

核心的原因是基金会不愿意收物资，因为绝大部分时候捐赠的物资跟基金会



的项目一般不能——匹配。基金会会有两种方式可以处理。

(1) 发放：把这些捐赠物资发放到需要的人或者是弱势群体手上。那么对基金会来讲，接收物资捐赠几乎没有什么好处。因为对基金会来讲，它的运营和生存的基础其实是依靠管理费的。而对物资的捐赠，是没办法提管理费的。另外，发放的过程中你还需要贴人力和物力，因为这些物资要发放到受助人手上，总要经过发放的过程；

(2) 义卖：慈善法是允许义卖行为的——义卖之后扣除必要的成本，剩下的钱回到基金会用于公益项目。但实际上，绝大部分的基金会是缺少售卖渠道的。

总结，接收物资捐赠有以下困难：

- (1) 物资的定价问题——现金的认定很容易，而物资的价值认定比较麻烦；
- (2) 环节复杂——库存、物流运输、分拣配送；
- (3) 发放渠道——较难用低成本，甚至没有成本地发放物资；
- (4) 变现渠道——基金会普遍没有售卖的渠道。

6、上述问题目前有解决方案吗？

作为基金会接受捐赠物资的一个推动力，由第三方平台公司全链路地解决基金会接受捐赠物资的所有的困难和痛点，包括物资的估值、仓储、物流、发放、售卖、配送、售后等等问题。对于基金会而言，只需要把物资发送到平台公司指



定的仓库，剩下的由专业平台来负责解决。

目前的商品流通渠道是很成熟的，只是没有跟公益链接起来。而现有的解决方案就是把这些成熟的商品流通渠道跟公益连起来，包括但不限于直播、社区团购、线下的义卖、超市的慈善专柜，以及线下大商场的慈善特卖活动等等。

7、物资捐赠有什么特点？

(1) 对于基金会：产品无成本；

(2) 对于销售方：价格低（可全网比价，低于其他平台销售）、品质好（正规厂家产品）；

(3) 对于捐赠方：库存货居多、大部分物资数量相对较少、捐赠数量不等（少则 1 件，多则近万件）、会存在产品断码、卖完断货的情况。

8、对捐赠物资种类有要求吗？

除了生鲜产品和法律法规禁售产品，其他不限，详见《传善捐赠物资接收说明》；

优先知名品牌的日用品、洗护化妆品、服装配饰、小家电等产品。

9、捐赠物资的销售价格如何确定？

(1) 无价格限制的，可自行定价（基金会、销售方协商确定）；



(2) 有价格限制的，以捐赠方意见为准（捐赠方、基金会、销售方协商确定）。

注：如果捐赠方设定了公益售价的下限，且这个价格对比市场价格优势不明显时，可能会出现卖不出去的情况，一般这种情况下就将捐赠物资发放给弱势群体，这个群体的类别可以由捐赠方指定，比如残障人士，贫困家庭，环卫工人等。

10、捐赠物资的销售渠道如何确定？

- (1) 捐赠方、基金会提出需求、建议（如指定线下商场渠道销售）；
- (2) 传善匹配满足需求的渠道资源；
- (3) 4方协商确定销售执行方案。

传善销售渠道说明：简单说传善是搭建了一个平台。

一端对接各公益机构，服务公益机构代为售卖募集到的捐赠物资；

一端对接各销售渠道，服务渠道做好物资对接及销售方案等。

公益机构根据各销售渠道的成本比例、销售方式等，可以进行选择，如有品牌要求不做线上渠道；

销售渠道根据公益机构的回款需求、产品品类等，也可以进行选择，如线上不适合做断码特别严重的服装。

11、是否可以回款给捐赠方？



不可以，目前只接受裸捐，不带附加条件以保证低价和流通性。

12、如何保障销售环节的合规性？

(1) 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；

(2) 全链路合作协议保障，通过法律效力约束各环节工作行为：

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、义卖等）；

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、义卖等）；

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

(3) 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；

(4) 大型场次的义卖销售，传善专人驻场，确保合规销售；

(5) 义卖场域公益 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。

13、捐赠物资的捐赠价值如何判断？



(1) 出厂估价法：参考厂家与一级经销商的产品结算价格，需提供相应票据证明，按照不高于票据价格认定价值并开票；

(2) 成本公估法：由第三方机构评估产品价值并出具报告，按照不高于估价额度认定价值并开票；

(3) 销售变现法：由基金会将捐赠物资义卖变现，按照资金回到基金会的实际额度认定价值并开票。

注：(1) (2) 适用于发放物资；(3) 适用于义卖物资。

14、捐赠物资销售款项如何分配？

(1) 技术服务费：按照约定额度给到销售渠道；

发票：消费者所需发票原则上由销售渠道开具，税点包含在技术服务费中，不另行计算；

如特殊情况渠道方无法提供消费发票，可由传善代开，则按照销售额的 6% 从销售款项中扣除。

(2) 平台管理费：销售额的 6%，给到传善；

(3) 运费：按照实际发生额从销售额中扣除；

注：如为线下义卖活动则包含仓储及管理、物资进场/撤场等相关费用；

如为线上售卖则包含仓储及管理、分拣打包、包装物料、快递运费等相关费用。



(4) 基金会回款：扣除上述费用后回款至基金会。

15、基金会如何给捐赠方开发票？

基金会开给捐赠方的捐赠发票额度=物资销售价格-技术服务费-运费-传善平台管理费。

16、分账额度如何开发票？

(1) 如果销售渠道收款+分账，各收款方开发票给销售渠道，销售渠道开票给消费者；

(2) 如果传善收款+分账；

(2-1) 技术服务费：销售渠道开票给传善

(2-2) 平台管理费：销售额的 6%

如果消费者不需要发票，则根据需求开票给基金会或捐赠方

如果消费者需要发票，则开票给消费者；

(2-3) 运费：快递公司开票给传善

(2-4) 基金会回款：基金会开票给传善（增值税普通发票），基金会开票给捐赠方（捐赠票据）

17、做物资捐赠如何选品？



公益物资售卖，价格很关键，价格越低出货速度越快，基金会的存储成本越少回款越快。

我们一般给到的公益建议价是低于可查范围内（如淘宝、拼多多、京东、唯品会等）最低价格的 7 折及以下，根据产品品质而定（如生产时间越早，建议价格就越低）。

所以建议捐赠物资：1 是可以低于市场最低价销售的款式；2、多种产品搭配，便于多活动多渠道选择。

可参考《传善捐赠物资接收说明》