

社创案例 | 善淘网：中国版“解忧杂货铺”

长久以来，针对于我国残疾群体的帮扶往往停留在捐款、捐物阶段。这固然是一种体现爱心、帮助他人的方式，但无法从根本上解决问题。

80 后中国姑娘余诗瑶，在留学期间了解到有一种叫做“慈善商店”的创新公益模式，在国外很是盛行。于是她决心回国加入善淘 Buy42，不仅将“电子商务”和“慈善商店”结合起来，还打造了中国首家 O2O 慈善商店。

善淘网主要以低于市价 3-7 折的价格贩卖闲置物品，并且对电子商务的工作流程进行了简化，让残障伙伴也可以轻松胜任产品消毒、包装处理、客服销售等工作。这一模式不仅有助于闲置物品的处理，更让残疾人以一种有尊严的方式参与就业、融入社会。

本文长度约 3805 字，阅读全文大概需要 7 分钟

中华慈善日将至，说到慈善和公益，相信很多人第一时间都会想到捐款捐物。

可是你知道吗？我国有一家新型商店——只要你去购物，就是参与了公益活动，而且这里的大部分的员工都是残障人士。

也就是说，你的消费可以为残障人士创造就业机会。

而这家新潮有爱的商店，便是“中国第一家 O2O 慈善商店”——善淘 buy42（以下简称“善淘网”）。



Aim：借助互联网首创慈善商店的中国模式

在国内，我们似乎很难想象，一家带着“慈善”性质的商店能盈利，更不用说扩大规模了。

其实慈善商店是以零售商品交易为载体，承载不同公益使命的生命体，最早起源于美国，至今已经存在超过 100 年了。其运作模式主要是接受、处理、销售闲置物品或者企业库存，将盈利中的一部分用于支持日常运营，一部分则用来支持公益项目，帮助困难群众。

如美国的 Goodwill 的使命就是为残障人士创造工作岗位、提供就业技能培训，英国的 Barnardo's 则是用商品收入来帮助儿童和青少年……

慈善商店在欧美国家是一个非常普遍的存在。仅在英国，就遍布着 9200 多家慈善商店，基本上每一个大型的公益组织都开设了自己的慈善商店来筹集公益资金。这些大大小小的慈善商店的年交易总量超过 5 亿英镑，与此同时，它们每年通过销售二手衣服还能帮助减少 350 万吨的碳排放量。

既然欧美的慈善商店发展得如此蓬勃，且对公益事业的发展有着“运营供血”能力，那有没有可能将其复制到中国呢？

2010 年，80 后中国姑娘余诗瑶在美国留学时，初次接触慈善商店，便萌生了这一想法！喜欢钻研新事物的她，瞬间就被这一用

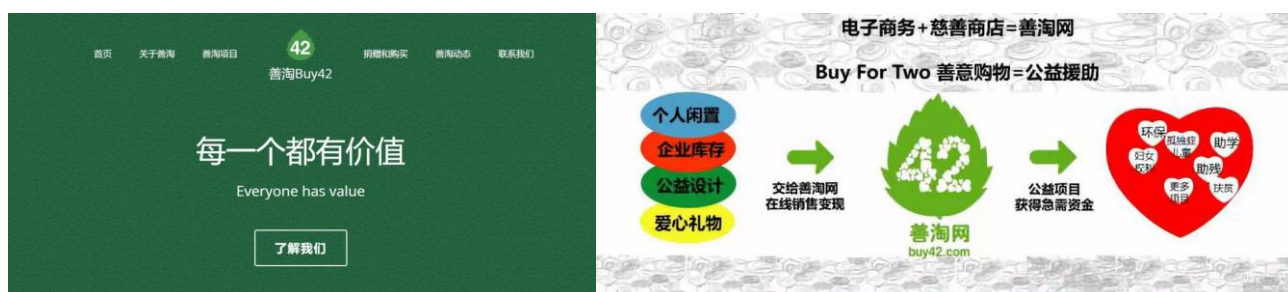
商业运营达到慈善效果，并能促进二手物品循环利用，兼顾公益和环保的模式彻底折服了。一颗回国创办慈善商店的心蠢蠢欲动。

可国内的环境是否适合做慈善商店呢？余诗瑶带着这个疑问做了调研，发现，早在 2003 年，上海就诞生了首家慈善超市，此后，全国各地都建立起了大大小小的慈善商店。但绝大多数的慈善商店经营惨淡，缺乏社会影响力，有的甚至最终论为一个单纯发放物资的中转站。

可怎样才能跳开前人踩过的坑？如何才能在中国激发起“慈善商店”的生命力？结合当时中国电商迅猛的发展态势，余诗瑶想到了将“电子商务”和“慈善商店”结合起来，开创了一个新的慈善商店模式，让用户更便捷地参与进来。

而彼时，英国伦敦大学公共服务政策硕士周贤、香港大学法学硕士徐璇等人也在筹备国内第一家慈善电商——善淘网。这下恰恰与余诗瑶的想法不谋而合，于是，她毅然放弃当时年薪 50 万的美国投资公司分析师的工作，回到上海加入善淘网，后来担任了联席 CEO。

2011 年 3 月，善淘网正式开始对外营业。域名“Buy42”被这个海归创业团队寄予美好愿望，意为“Buy for two”，其中“for two”指的是 for you and someone special，意思是用助人的心态来销售商品，帮助陷入困境的人们，也快乐自己。



在货源方面，很多人可能会以为善淘网的商品都是别人捐赠过来的，肯定都是些老旧的货物，其实不然。目前善淘网的货源及多样性主要来自两大群体：一是在网站上注册的超过两万五千名的公益会员，另一个便是稳定合作的三百多家企业。

善淘网的产品百分之八十都是来源于企业的库存捐赠，个人捐赠的闲置产品也要求九成新，所以产品大多是全新的。很多知名企业如阿迪达斯，ZARA，京东、阿里巴巴都是善淘网的捐赠客户。

在价格上，善淘网的产品定价以“全网最低价”为目标，用户可以用原价的三折到五折就能买到心仪的产品，善淘网还推出定期大牌秒杀活动.....既能满足顾客低价淘好货的需求，也能让他们在买买买中参与公益。

善淘网是如何做到的呢？

Approach：打造线上线下相结合的助残就业模式，将“输血”变为“造血”

善淘网不只是低价贩卖闲置商品，还着力解决残障人士的培训就业和社会融入的问题，并且摸索出一套可持续助残就业的模式

1、善淘网在成立初就对电子商务工作流程进行了优化，让残障伙伴也可以轻松胜任回收产品的消毒、包装处理、拍照当模特、担任淘宝客服销售产品等工作。

2、善淘网还建立了一个善淘助残基地，将义卖的公益资金用来帮助残障人士获得就业，培训和融入社会的机会。残障人士在这里可以获得一技之长，更容易找到有尊严的工作。

但随着互联网的发达，公益的属性越来越难在网上被体验，而仅仅依靠线上商店也难以吸纳和帮助更多残障人士。为了更好地发挥公益属性，善淘网于 2017 年将线上的慈善商店开到了线下，希望可以打造一个基于慈善商店的社区公益生态，促进绿色环保、人

人参与公益的公民态度和生活方式的形成，进而帮助更多残障伙伴融入社会，自力更生。



自第一家线下慈善商店落户静安以来，善淘网已经在上海经营了 **19 家** 线下慈善商店（含筹建中）。在所有员工里，有 **40%** 是因病致残者、因伤致残者、精神障碍患者等残障伙伴。

培养一支残疾人的团队并不是件容易的事，但余诗瑶和团队伙伴也摸索出自己的一套方法：

一、放大优势，让残障人明白自己也可以和健全人一样

在分工上，管理团队会根据他们的不同特点，设计优化工作流程，让残障伙伴可以无障碍地工作，发挥所长。

例如一些听障人士会被安排到仓库做分拣员，因为他们不太容易受外界影响，更能专心做好这件重复率极高的事，且出错率低；一些听障人士也会被安排到收银台，他们可以通过手语和胸卡上的文字，如“请跟我去收银台”“请跟我去更衣室”，为消费者引路。

团队还会雇用轻度智力障碍症患者完成店内的保洁和货品配对，只要他们将衣架摆放整齐，从成堆的捐赠鞋品中，找到成对的一双.....就可以按件计费获得相应工资。而且这样简单的脑力劳动也可以间接锻炼他们的思维能力。

“我们管这种岗位分配原则叫优势视角，换句话说，我只关心他们能做什么，不盯着他们的缺陷。”余诗瑶希望可以让残障伙伴在工作中感知自己的存在，发现自己的美，实现自己的价值。

二、任务分配自由，给予他们足够的尊重

在与残障人士合作的过程中，余诗瑶也总结出一点：**要多留意他们的情绪，给予他们多点尊重。**由于身体的原因，他们可能更容易敏感、多疑，常常对他人感到抱歉，对自己感到不满，所以分派给他们的任务是有限的，也不会对他们进行约束。

“如果他们愿意多分拣几双鞋子，多修几张图片，我们会鼓励；但如果他不愿做，也没有人会埋怨、催促。”余诗瑶说。

而每月发工资，则是余诗瑶和员工们最在意的事。“为了表达足够的尊重，我要求管理层以单独封装的方式，亲手将工资信封递到每一位员工手里，并告诉他们，这是你应得的。”余诗瑶和管理团队始终认为，**善淘的真正大理想是体现多重公益性，将“输血”变为“造血”，让残障人士的优势得到发掘，继而拥有正常的工作和生活，更好地融入社会。**

三、提供更多元化的就业空间，让他们尽可能实现自身价值

除了根据残障人士的特点进行管理外，善淘网也希望可以提供更多元化的残障就业空间。因此，余诗瑶想到了招募“**虚拟店员**”的办法：**全国各地的残障人士凭残疾证都可以前来应聘上岗，他们只要会使用智能手机，就可以通过“闲鱼”、“转转”等二手物品平台售卖善淘网收到的捐赠物品，足不出户就能通过自己的努力获得报酬。**

这一项目门槛低、管理成本低，并且扩大了物品的售卖渠道，最重要的是，残障伙伴们能够感知自己的价值并获得成就感，一举多得。



今年 24 岁的听觉障碍人士小莉，便是善淘网的虚拟店员。她最近对自己的“业绩”非常满意，因为两个月里她已经成功做成 **13 单生意**，获得了**将近 200 元的提成**。此外，她还兼职了时装模特，参加了好几场走秀活动呢。问及成为善淘网员工后的感受，小莉笑着说：“我变得越来越有自信了”。

“我们网站的口号是‘每一个都有价值’，不只是一指闲置的物品，更是每一个人都可以去实现自我价值。”余诗瑶始终希望通过善淘网去推动残健共融。

Action：让有温度的慈善商店走进中国的每一个社区

更值得一提的是，慈善商店本身就和社区融合得非常紧密，社区的居民都可以参与进来，并且营造一个很好的公益氛围。这就使善淘网的实体店发展成一个将捐赠者、购买者、受助人群等利益相关者集中在一起的平台，更好地实现“让有温度的慈善商店走进中国的每一个社区”的使命。

特别是店铺内的商品有着公益性，售价都定在市场同款商品的 3 至 7 折不等，一些实体店附近的居民来过两三次后，便会把善淘 Buy42 当作购物的首选站。

例如在上海的第二家实体店——江宁路 916 号，周边的社区居民，干脆就把这里当成了联络点，一日来个两三回，在淘点好货的同时，也顺便找朋友拉下家常。

有几个阿姨，甚至一进店就会搬上小板凳坐在有听力障碍的收银员旁边，帮助他们进行一些必要的交流。遇上讨价还价的买家时，她们还会充当收银员的“代言人”，苦口婆心地解释小店的功能和性质，谢绝还价。



为了让更多公众了解慈善商店，余诗瑶和小伙伴们还设立了**流动慈善商店**，招募志愿者到不同的社区进行义卖。在此过程中，居民不但能淘到物美价廉的衣物、手工饰品、农产品.....还能进一步了解善淘网的公益理念和运作模式，并开始关注和帮助在这里工作的残障人士。

而善淘网的盈利所得，在除去了维持团队运营的成本后，也会用来**支持全纳式就业环境倡导和社区融合公益项目**，以期通过商业

模式解决社会问题，盘活闲置的物资和隐形人力资源，打造可持续的公益模式。

由于既能使闲置物品不浪费，又能助残就业，更能促进社区融合，善淘网在商业和公益模式上的创新，引起了不小的关注。《第三次工业革命》作者，著名经济学家杰里夫·里夫金在新书《零边际成本社会》中，就将善淘网作为共享经济的案例之一。哈佛大学教授 Nathalie Laidler-Kylander 也曾将善淘网写进哈佛案例集。

但这些对于善淘网的团队来说，都不是最重要的。善淘 Buy42 大家庭的所有成员心里只有一个共同的目标，那就是**打造更有温度、更具创意的慈善超市，让更多人了解特殊伙伴的世界，继而一起参与随手公益，让这个社会更有温度。**

点击链接观看善淘网 CEO 余诗瑶对其运营模式的介绍：<https://v.qq.com/x/page/h05571gm3z3.html>

*本文的撰写基于网络公开资料、采访和桌面研究。图片来自网络，若涉及侵权，请第一时间和我们取得联系。

Reference:

- 1.善淘网官网：http://www.buy42.com/#_2
- 2.善淘网 Buy42 的微信公众号平台、微博
- 3.“每一个都有价值”，善淘打造慈善商店的中国模式，浙江在线
- 4.《案例馆 | 淘货第一站——善淘网》，公益慈善学园
- 5.《这家商店里，每一次消费都是慈善事，你愿意尝试吗》，LOHAS 乐活生活杂志
- 6.《浙江“海归”余诗瑶打造中国首个在线慈善网店》，海外网
- 7.《上海社区“家门口”开了这家新型商店，购买物品居然藏着这个玄机！》，上观
- 8.《善淘网：快乐自己，帮助他人》，第一财经日报

关于三 A 三力评价模型

三 A 三力社会价值评价体系是友成基金会研发的衡量组织社会价值的工具。即从 AIM（社会目标驱动力）、APPROACH（解决方法创新力）和 ACTION（行动效果转化力）三个维度来评估或思考一个组织。三 A 三力不仅是一个价值观，同时也是一个非常有效的方法论。不仅可以用来作为社会价值评估，也可以作为一个组织的战略梳理。

