

## 社创案例 | 同心互惠：“新工人”参与“新公益”，“旧衣服”发挥“新价值”

旧衣服、闲置物品如何处理？这个问题让很多人头疼，丢到垃圾桶太可惜，卖掉又不值钱；想捐给有需要的人，可看到街上大大小小的衣物回收箱，却对衣物流向存疑……

有没有让人放心的旧衣捐赠渠道？有。在北京“著名”的民工集聚地——皮村，有家名叫“同心互惠”的社会企业，通过面向社会公益募捐及回收筹集闲置富余物资、在打工者社区开办“同心互惠公益商店”进行义卖，降低城市工友的生活成本，创造就业机会，让闲置资源再次得到有效利用，推动打工者社区的可持续发展。

本文长度约 4593 字，阅读全文大概需要 8 分钟

双十一快到了，摩拳擦掌准备“剁手”时尚新衣物的你，有没有想过旧衣物该如何处理？

丢到垃圾桶？好可惜；卖掉？不值钱。

捐给有需要的人？可是面对矗立在大街小巷的旧衣物回收箱，你心里却疑虑重重：**放进回收箱里的衣服，到底有没有送到受助者手里？如果这些衣物落到不法商家手上，又是怎样一番景象？**

旧物回收理念虽好，但监管不力、流向不明等尴尬境况却让我们萌生退意……

到底如何才能找到靠谱的旧衣回收点，让旧衣物最大限度地发挥使用价值，帮助到真正需要帮助的人群？

**运营了 13 年的社会企业——“同心互惠”在努力给出答案，而它的创始人及服务对象，拥有一个共同的身份：外来务工者。**



截图来自《中国新视野》栏目视频“旧衣服往哪儿扔”

### Aim: 帮助打工兄弟融入都市：“新工人”做公益

“同心互惠”诞生于北京“著名”的民工集聚地——皮村，而说到它从成立到盈利再到扩展的经过，则始终离不开一位名叫王德志的外来务工者。1995年，18岁的王德志带着自己的相声作品只身从内蒙古来到北京，只为登上“春晚”的舞台。然而，踌躇满志的他到京后才发现，作为一个没有受过系统学习的素人，连走进央视大门的机会都难觅。

不甘心就此回去的他留在了北京，为了养活自己，他做过杂工，发过小广告，也在水站送过水……他做过了几乎所有可以找到的工

作，但生活的艰辛没有磨灭他对音乐的兴趣，反而更坚定了他追求梦想的步伐。

2002年初，在机缘巧合之下，王德志与河南小伙孙恒相识。来北京前，孙恒在家乡的一所小学当音乐老师，因为对艺术理想有着执着的追求，他毅然放弃了旁人眼中的“铁饭碗”，加入“北漂”大军。

因为有着相同经历，同样在北京找不到归属感，并深感**低收入和城市的高消费是阻碍外来务工人员进一步融入城市的最大原因**，两人可谓是“相见恨晚”。

既然一个外来人在北京生活无依无靠，那么一群志同道合的人抱团取暖，实现梦想的可能性是否会更大？既然外来务工人员的生活枯燥无味，缺乏关怀，那么自己是否有能力为这个群体做些什么？

随着两人的思想交流和相互了解日益加深，一个想法从两人心中萌生——**何不组建一支乐队，通过演出为和自己一样的工人们送去关怀，帮助他们更好地融入城市生活？**

兄弟同心，其利断金。很快，他们便与另外几个志同道合者一起组成了“**农友之家打工青年文艺演出队**”（后来改名为“**新工人艺术团**”），开始利用业余时间，为打工者免费表演。



一段时间后，开始有媒体关注起这支特殊的演出队伍，“民工演出队”频繁地出现在新闻报道中，王德志他们也终于闯出了些许名气。

但对于外界的称呼，王德志和成员们其实并不喜欢，他们更希望自己和整个群体都被叫做“**新工人**”，而不是“**农民工**”。回首往事，王德志依然记得当时的心境：“**我们是城市移民中一个数量庞大的群体。可很多时候，这个群体的付出与回报不成正比，不仅体现在经济、物质上，也体现在文化上。他们需要自主发声的机会和空间。**”

于是，在2002年11月，这支队伍发起创办了公益机构“**北京工友之家**”，开始在生活、就业、法律援助等方面为外来务工人员提供帮助。此后，王德志和孙恒等创办人甚至辞掉原来的工作，专职运营工人之家。演出、写歌、建图书馆……到了2005年，他们将首张专辑唱片《天下打工是一家》的版税7.5万元全部用来办了一所打工子弟学校——“**同心实验学校**”。

理想听起来很悦耳，为一个群体服务的志愿让人敬佩，但现实中，王德志和孙恒却困难重重。因为工友之家是一家公益组织，所有的项目运营都需要自负盈亏，尽管在建立初期，就得到香港乐施会的援助，但对于这个日渐壮大的公益组织来说，这些资金支持只是杯水车薪。

**怎样才能依靠自己的力量获得更多运营资金，让工友之家的影响力持续扩大，帮助更多打工者呢？**

在大学生志愿者的启发下，北京工友之家瞄准了“**旧衣回收**”领域。

对王德志他们来说，这个决定来得甚是偶然：那时他们和随队协助的大学生志愿者在各工地演出，发现工友们普遍穿得比较差，但迫于经济条件，无法购置质量好的衣物。于是他们便发起衣物募捐，在演出时顺便将这些闲置衣服运输、发放给工友。**但工友们的**

反应却呈两极之态：有人十分愿意领取这些衣物，有人却认为发放旧衣服是一种施舍，对他们的自尊心造成伤害……王德志看到了工友们内心的纠结，突然萌生起“旧衣服福利超市”的想法——将收来的衣服经过消毒处理，以每件5元以下的价格出售给工人，这样既能维护工人的尊严，又解决了自己管理成本上的困难。

“北京市区里的闲置旧衣物其实特别多，工友们需求又很大，缺少的就是一个平台，加上有来自香港乐施会的支持，可行性很大。”回想起当时和团队一起做这个决定时，王德志的语气里依然流露着满满的信心。

就这样，在2006年的3月份，北京工友之家创办了一家下属的社会企业，取名为“同心互惠”，希望通过面向社会公益募捐及回收筹集闲置富余物资、在打工者社区开办“同心互惠公益商店”进行义卖的方式，降低打工者的生活成本、发展移民社区的合作消费、促进社区参与、支持打工者群体各项文化教育事业及其他相关公益活动，从而改善打工者群体的生存状况。

### Approach: 打造“合作消费，社区参与”的公益商店

一切美好想法，唯有落地开花，才会结出甜美果实。确立好目标的王德志和孙恒马上就着手准备运营：带着“资源有限，合作消费，社区参与，互助互惠”的发展理念，他们在朝阳金盏乡皮村同心实验学校旁，成立了第一家“同心互惠公益商店”。

店面落成后，他们便进一步梳理公益商店的运营模式，以及确立闲置物的回收标准和回收处理的流程等。

与其他旧物回收机构不一样的，“同心互惠”在创立之初，就在网站上明确规定了接受衣服、床上用品、鞋子、电器、家具、书籍、玩具等物品的捐赠，并规定捐赠物要符合一定的要求，比如对于衣服和床上用品，要求不破损、不染色、不霉变、毛线织品不严重起球，不接收旧内裤、胸衣、袜子，物品必须能正常使用。对于鞋子，则规定必须可以成双正常使用……

同时，同心互惠还会善意提醒捐赠者，在捐赠之前，需仔细清理，确保自己的私人贵重物品不要遗忘在捐赠物中，要将捐赠物做清洁处理，简单分类。如果是请工作人员上门回收，要填写物品登记表，与工作人员共同填写并领取捐赠证明。



在回收途径上，“同心互惠”则采用多渠道回收，具体包括与高校大学生社团建立长期关系，定期举办募捐活动、在如微软、LG、惠普、联想等公司设置回收箱、在北京市各区县的商圈设代收点、邮寄以及通过捐赠热线、网络、微信平台预约上门回收等。值得一提的是，去年年中，“同心互惠”公众号还正式上线了旧衣回收小程序，让26个省市、300多个地级市的用户不仅能免费预约上门回收，还能更便捷地查询附近的衣物箱跟代收点的位置。

而回收到的闲置物品，会先统一运到皮村入库，进行必要的消毒、简单分类，再根据质量、新旧程度、破损程度等方面进行下一步处理，所得的盈利用于解决社会问题，具体方式如下：

#### 1、捐赠、转赠：

回收到的闲置物后，同心互惠的工作人员会挑选出合适的物品，捐赠给有需要的困难工友或打工子弟。

## 2、限价销售，让爱循环：

质量合格的衣物，会进入同心互惠为工友们开办的公益商店，由商店负责人挂上同心互惠的价签，而这些衣物的定价也有一套标准，如长裤 8 元，夏天的短袖上衣 6 元，冬天的棉衣、羽绒服 20 或 30 元等，除了降低打工人群生活成本外，亦给予他们有尊严的帮助。此外，商店还提供工友就业机会与劳动权益帮扶等服务，店内有公益图书角，免费提供图书借阅，扶持弱势群体自立、推动打工者社区可持续发展。

## 3、改造新生：

不合适捐赠及限价售卖的衣物则会送到同心女工合作社，让为了照顾孩子不便外出工作的女工妈妈们对旧物进行改造，支持社区流动女性发展，让流动儿童有一个更加温馨的家。而经过近十年的运营后，同心女工合作社的产品也由一开始的拖把、袖套、鞋垫等升级至有着特色设计且更追求质感的电脑包、同心娃娃、拼布钱包等，不仅款式琳琅满目，价格也很实惠，大多只需要 20 ~ 50 元。

## 4、环保再生：

上述途径无法使用的物资将由环保公司回收处理，收益用于支付运营成本及帮助外来务工人员文化发展与支持流动儿童教育。



### 收益分配：

所捐赠的物品将会在打工者聚居社区开办的“同心互惠公益商店”进行义卖，义卖所得收入将依据公开、公正的财务管理制度进行分配。  
收入除支付必须的成本外（如运输费、店面租金、库房、水电费、工作人员工资及行政管理等）同心互惠社会企业自身的可持续发展运营，其他盈余将主要用于：

- 支持新工人子女教育公益事业（如：救助困难及失学儿童、设立奖学金、开展流动儿童活动中心、课外兴趣小组等各项公益活动）；
- 支持新工人文化教育公益事业（如：在工人社区开办夜校英语班、电脑班；法律维权、家庭教育、就业指南、社会性别意识、医疗健康等各类文化教育培训讲座等）；
- 设立“同心互惠小额基金”，支持大学生社团开展各类相关工友志愿服务公益活动；
- 支持其他合作伙伴及社会公益团体的发展。



王德志说，同心互惠公益商店每个月大概能收 40 吨到 60 吨左右的衣服，每年则能回收八九百吨旧衣物，其中 30%用于捐赠和再次售卖，其余的则只能通过改造或粉碎再生。

因此，目前同心互惠影响力最大的还是将闲置物接收、整理、销售的公益商店。而知道同心互惠公益商店的打工者们，大多都赞不绝口，并成为最坚实的“回头客”。

“在家具厂，女人跟男人一样都要做搬运的活。衣服不禁穿，几天就坏，买新的又太贵。卖二手的牛仔裤才几块钱，很实惠！”在皮村居住的小静便是其中一位受益者。

另一方面，在这里得以实现自身价值的员工对同心互惠公益商店的发展也抱有很大的期望，在皮村总店负责分拣的赵大姐说：“北京还是有很多打工的人，如果咱们商店能开到更多地方去，就能照顾更多人了，外头东西这么贵，望京、机场，这儿的那儿的都是打工的人，咱以皮村当中心在北京各区发展，多照顾照顾这些人该有多好啊。”

白驹过隙，时间匆匆走过 13 年，那块绿底白字印着“爱心超市”四个大字，挂在同心互惠公益商店皮村总部门口的牌匾，因长时间的日晒雨淋渐渐失去了颜色，但不变的仍是络绎不绝前来选购的打工者。更令人欣喜的是，同心互惠一步一个脚印的发展进程——同心互惠公益商店出现在了北京各区，而旧衣物回收也辐射到其他省市！



## Action: 促进打工者社区经济的可持续发展

从2006年3月设立了北京皮村总部开始，到2017年经整合，同心互惠已经在北京、济南、西安共计开了10家公益商店，为40多名外来务工者提供就业机会，其中有8名员工还身有残疾。

店面数量有所增加，经营管理也并不落后，经过多年的探索与实践，同心互惠已经建立起品牌宣传、捐赠热线、线上捐赠申请、上门接收服务，线下捐赠活动，包括运输、库房、定价、配货、销售、公益活动、公益反馈等基本运作及社会企业内部管理制度。

而在营收及其带来的社会效益上，同心互惠社会企业2017年也实现了年度营业额180多万，共计帮助社区工人降低生活成本约2000万，与北京、天津、济南、西安在内的150所高校社团、281家社会企业单位及居民社区建立长期合作关系，截至2017年安放衣物捐募箱440个，个人捐赠2000多次。

“同心互惠”的影响力正在持续壮大，也为越来越多打工者的社区生活带去更多可能性。

如：将募集得来的衣物捐赠给有需要的孩子、用义卖盈余专门给工友们办的工友图书馆、用义卖盈余给工友们举办各类培训班、知识讲座、用义卖盈余为孩子们开展活动，给孩子们表达和展示的舞台等。



到了2018年，在成立了整整12年之际，“同心互惠”获得了中国慈展会社会企业认证最高等级金牌的殊荣。

紧接着，2019年3月，“同心互惠”也通过了北京社会企业认证，获得了最高等级《三星社会企业》，旧衣回收唯一金牌社企荣誉。



随之而来的，有鲜花，也有掌声，但对于创办人之一的王德志来说，外界的一切赞美都不及一个打工者在同心互惠展露出的真心笑容实在。因为他所做的一切都源于初心，也达成了初心。“一开始，我们以‘新工人’的身份，靠演出和创作宣传自己。后来，我们以‘工友之家’的身份，去帮助和影响和我们一样的人；现在，我们通过整合社会资源，可以做到在经济上支持自己去做我们该做的事业——让工人群体发声！”

听，那首带着千百万打工者心声的“同心互惠歌”正在唱响，就如其中一段歌词所说：**这里是大家相聚的地方，这里让我们有新的理想，所有的爱心在这里汇集，又从这里撒向祖国各地……**

\*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. 《十二年践行 对待旧衣和需求 我们守护：不一样的捐赠 有尊严的帮助》，“同心互惠”公众号；
2. 北京同心互惠社工服务中心官网，<http://www.tongxinedu.org/#>；
3. 陈游芳，《社会企业参与旧衣回收研究——以同心互惠公益商店为例》，毛纺科技；
4. 寇青，《新工人，做公益》，今日中国（中文版）2012年04期；
5. 《你捐到捐衣箱的衣服去了哪里？真的有人穿吗？》，中国新闻社
6. 中国新视野视频《旧衣服往哪儿扔？》；
7. 《同心互惠 2017 年度年报》，“同心互惠”公众号
8. 《不一样的捐赠 有尊严的帮助！同心互惠 10 公益在路上 感谢大家在身旁！》，“同心互惠”公众号；
9. 《动动手指，一起爱心捐衣！同心互惠旧衣回收小程序上线了！》，“同心互惠”公众号；
10. 王乐然，《王德志，给农民工办春晚》，环球人物网；

## 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。

