

从慈善到可持续发展：慈善商店商业模式与社会影响

刘若含¹ 施雨函² 张嘉宸³

1 万科梅沙书院，广东深圳，518085；

2 武汉市第二中学，湖北武汉，430010；

3 武汉康礼高级中学，湖北武汉，430312；

摘要：本研究旨在探讨慈善商店在中国的发展现状及其与英国的对比，同时结合对四川省成都市安仁古镇慈善商店的实地调研，深入分析了慈善商店的运营模式、环境与社会效益。研究发现，尽管中英两国在慈善商店的管理过程、公众参与度和社会参与度上存在显著差异，中国的慈善商店在促进资源循环利用、提供社区服务和增强社区凝聚力方面发挥了重要作用。特别是在安仁古镇的案例中，慈善商店不仅作为环保和社会责任的实践者，还通过其独特的商业模式为当地经济发展和社会福利做出了贡献。本文强调了慈善商店对于可持续发展中的重要性，并提出了未来研究方向，以优化慈善商店的运营模式，实现更广泛的社会和经济效益。

关键词：慈善商店；可持续发展；循环经济；社区参与

DOI：10.69979/3029-2700.24.11.042

1 研究背景

在全球化和环境危机的背景下，循环经济作为一种可持续发展模式，越来越受到国际社会的重视。循环经济的核心在于通过减少资源消耗、提高资源效率以及促进废物的再利用和循环，来实现经济、社会和环境的协调发展，慈善商店是循环经济的重要组成部分。慈善商店，也称为节俭商店、转售商店或机会商店，是由慈善机构运营的非营利性商店，其主要目标是帮助低收入群体、无业者以及生活困难的人群。这些商店通过销售回收的商品，以低于市场价的价格提供给消费者，促进商品的再循环利用，同时为慈善事业筹集资金。慈善商店的起源可追溯至美国，自 1902 年起便存在。

慈善商店在全球范围内的分布相当广泛，尤其在英国，慈善商店的运营率相对较高，这与政府的支持和民间的积极参与密切相关。英国政府提供了诸如免税等优惠政策，并大幅减少了商店的水电费，同时提供了基金申请和拨款等支持措施，激励了这些组织更积极开展活动。此外，英国企业对慈善商店的支持态度积极，不仅资助本国私人商店，还援助海外无偿的机构，帮助贫困的个体和经济状况不佳的人。

中国的慈善商店起步较晚，第一家慈善商店于 2003 年开业，至 2014 年数量增长至 10174 个。然而，随后这一数字开始下降，至 2019 年底减少至 3528 个，显示出慈善商店在中国的运营状况并不理想。与全球范围内

广泛分布且运营率相对较高的慈善商店相比，这种差异的产生主要是由于中国与国外在经营模式上存在一些区别。

慈善商店不仅在经济层面促进了资源的循环利用，还在社会责任层面发挥了重要作用。许多医疗机构是慈善商店的重要支持者，利用慈善商店的收益来资助医疗研究和购买医疗设备。此外，慈善商店还为残障人士和志愿者提供就业机会，促进社会包容性和经济发展。

因此，慈善商店在循环经济中扮演着重要角色，探析其在全球范围内的实践和发展状况对于理解循环经济的运作机制、评估其社会经济效益以及探索可持续发展路径具有重要意义。本研究旨在通过比较中英两国慈善商店的运营模式、社会影响及挑战，并实地调研安仁古镇的慈善商店，为慈善商店在中国的进一步发展提供理论支持和实践指导。

2 文献回顾

2.1 慈善商店的概念与发展策略

慈善商店作为一种兼具商业运营与公益属性的社会企业形态，其运营模式体现了独特的双重价值创造机制。研究表明，慈善商店通过标准化的商品管理流程和专业化的运营体系，在实现经济可持续的同时推动社会价值创造(余晓敏, 2017)(朱春奎, 2019)。英国作为慈善商店发展较为成熟的国家，其运营模式为全球慈善零售领域提供了重要借鉴。在商品供应链管理方面，英国慈

善商店建立了完善的捐赠物品收集、分类、质检和定价体系,确保商品质量与合理定价(朱春奎, 2019)(晨风, 2014)。人力资源管理是慈善商店实现可持续运营的关键要素。国外成功经验表明,建立专职人员与志愿者相结合的混合型人力资源结构,可以有效平衡运营效率与成本控制(王云斌, 2013)(陈惠迪, 2007)。专业管理团队负责核心业务运营和战略决策,而志愿者队伍则承担日常销售、分拣等基础工作。这种人力资源配置模式不仅降低了运营成本,还为社区居民提供了参与公益的平台(黄冠, 2016)。

数字化转型已成为慈善商店创新发展的重要方向。在“互联网+”背景下,传统慈善商店积极拓展线上销售渠道,构建线上线下融合的全渠道运营模式(余晓敏, 2017)(黄冠, 2016)。以善淘网为代表的社会企业创新实践表明,通过电子商务平台可以突破地域限制,扩大受众群体,提升运营效率(余晓敏, 2017)(徐西莹, 2013)。同时,数字化工具的应用也促进了供应链管理的优化和客户端服务的改善。

可持续发展策略是慈善商店长期发展的核心议题。研究发现,成功的慈善商店普遍采用多元化经营策略,通过拓展增值服务、开发自有品牌、举办主题活动等方式增加收入来源(李国宏, 2016)(王云斌, 2013)。此外,建立稳定的捐赠网络、优化库存管理、加强品牌建设等措施也是确保可持续运营的重要手段。国内外实践表明,慈善商店需要在坚持公益使命的同时,不断提升商业运营能力,实现经济效益与社会效益的双重目标(陈惠迪, 2007)(晨风, 2014)。

2.2 慈善商店的社会文化意义

慈善商店作为一种独特的社会企业形态,体现了商业运营与公益目标的有机结合。这类机构通过接收和销售二手物品,在创造经济价值的同时也承担着重要的社会功能(Edwards, 2017)。历史研究表明,慈善商店最早起源于 19 世纪末的英国,随后在二战后期快速发展,逐渐从单纯的救济机构演变为集商业零售、社会福利和环境保护于一体的综合性平台(Field, 2016)。慈善商店的运营模式展现出独特的文化经济特征。这种模式不仅依赖于商品的循环利用,更重要的是依托志愿者网络和社区参与(Magnussen, 2021)。研究发现,慈善商店通过建立完善的物品回收体系和志愿者管理制度,在降低运营成本的同时培养了社区互助精神(McGregor, 2018)。同时,这种运营模式也面临着一些挑战,如商品

质量管理、定价策略等问题需要在公益目标和经济可持续性之间寻求平衡(Payson, 2024)。

消费者行为研究揭示了慈善商店购物具有多重动机和社会意义。相关研究表明,消费者选择在慈善商店购物不仅出于经济考虑,还包含环保意识、社会责任感等复杂因素(Parsons, 2000)。特别是在经济紧缩时期,慈善商店为中低收入群体提供了可负担的商品选择,同时也吸引了追求独特性和环保理念的中产阶级消费者(Payson, 2022)。

慈善商店对社区发展和社会福利体系产生了深远影响。作为社区服务平台,慈善商店不仅为弱势群体提供就业机会,还成为促进文化交流和社会融合的重要场所(Pongiglione, 2016)。研究表明,这些机构在推动可持续消费、培养志愿精神方面发挥着积极作用,同时也补充了传统社会福利体系的不足(Edwards, 2017)。然而,一些研究也指出,慈善商店在服务边缘群体时可能面临道德风险和管理困境,需要建立更完善的监管机制(Payson, 2024)。

3 慈善商店发展的中英比较

3.1 英国慈善商店的发展及典型案例

在英国,慈善商店不仅是循环经济的典范,也是社会慈善活动的重要组成部分。这些商店通过销售捐赠的物品,为慈善事业筹集资金,同时促进了资源的再利用和环境保护。英国的慈善商店起源于 19 世纪,救世军开设了首批二手商店,而现代慈善商店的概念则始于 1947 年,由乐施会在牛津开设的第一家商店。如今,英国拥有超过 7500 家慈善商店,它们遍布各个城镇,成为社区的一部分。

英国慈善商店的成功在很大程度上得益于政府的支持和民间的积极参与。政府提供的免税政策、水电费减免以及基金申请和拨款等支持措施,极大地激励了这些商店的运营和发展。此外,英国企业也展现出对慈善商店的积极态度,不仅支持本国私人商店,还通过海外资金援助无偿的机构,帮助贫困个体和经济状况不佳的人群。其运营模式以个人捐赠为基础,捐赠者无偿提供不再需要的物品,这些物品经过志愿者的清洗、整理和分类后,以低于市场价的价格重新出售。这种模式不仅为慈善机构提供了稳定的资金来源,也为社会提供了低价商品,促进了资源的循环利用。许多医疗机构通过开设慈善商店,利用其收益资助医疗研究和购买医疗设备,如英国心脏病医院开设的商店,其收入用于资助心脏病

患者的治疗和相关研究。

英国慈善商店的专业化和市场化趋势也值得关注。商店引入了有薪员工，主要在管理层，并对商品进行更专业的分类和销售。这种转变涉及视觉营销、集中分类机制、库存跟踪和控制系统，以及针对不同利基市场的商品分销。例如，Oxfam 为英国最大的慈善商店之一，由一群关心心脏病患者的心脏病医生共同创立，其收入主要用于治疗心脏疾病和心血管疾病。BHF 则专注于心脏疾病和循环系统健康，通过销售家具和电器，包括翻新商品，以增加收入并支持其可持续发展，同时这两家商店经常举办各种活动，如服装促销，吸引顾客前来购物。CANCER RESEARCH UK 是一个专注于癌症研究的机构，从其名称即可看出，它致力于癌症领域的研究。该机构有一个独特之处，即在举办主题商店销售活动时，也会推广一些疾病作为宣传。它们所获得的资金，同样用于癌症患者的治疗。

总的来说，英国慈善商店的运营模式和社会影响力展示了其在促进慈善事业、循环经济和社会融合方面的重要作用。这些经验为其他国家提供了宝贵的参考和启示，尤其是在如何通过慈善商店实现社会责任和经济效益的双重目标方面。

3.2 中国慈善商店的发展

在中国，慈善商店作为社会责任和可持续发展的新兴模式，逐渐受到社会的广泛关注。2002 年，中国首家慈善商店在沈阳开业，这一事件标志着慈善商店模式在中国的正式起步。随后，慈善商店开始扩展至各大城市，但与国际相比，其发展速度和规模仍处于初级阶段。具体来说，国内慈善组织数量有限、规模较小，且大部分资源依赖于海外，这限制了慈善商店的进一步扩张和影响力。同时，公众参与度不高，仅有 20% 的资金源自内地，这反映出慈善商店在中国社会中的普及和接受程度尚需提升。

在运营模式上，中国的慈善商店展现出创新性。它们不仅依赖个人捐赠，还通过固定的衣物捐赠点收集旧衣物，并利用扫码技术实现购买，这一模式有效提高了捐赠物品的流通效率。一些慈善商店得到了大型慈善组织的支持，通过仓库调配物资，并结合线上和线下商店进行销售，这一模式在一定程度上保证了商品的质量和价格，并为残障人士和志愿者提供了就业机会。此外，中国的慈善商店还结合区域发展特点，对不同行业的物品采取多种处理方式，如直接捐赠给需要的人，或通过

售卖所得资金捐赠给学校等，实现了资源的高效利用。尽管起步较晚，但由于符合可持续发展的原则，这种模式显示出较高的效率。

在商品管理方面，中国的慈善商店严格控制商品质量，确保商品的品质和价格满足消费者需求。同时，认识到为保障商品供应和质量，建立与供应商的长期稳定合作关系至关重要。在财务管理方面，慈善商店通过建立透明的财务制度，确保善款的使用和管理符合相关规定，同时考虑如何实现可持续盈利，以保障商店的长期发展。

整体而言，中国的慈善商店在发展过程中既面临挑战，也展现出巨大潜力。通过借鉴国际经验并结合中国实际情况，慈善商店有望在中国的社会责任和可持续发展领域发挥更加重要的作用。随着公众意识的提高和慈善文化的深入，慈善商店有望成为推动社会进步和环境保护的重要力量。

3.3 中英慈善商店比较分析

作为一种社会企业，慈善商店在全球范围内扮演着不同的角色，它们在促进资源循环、支持社会福利以及增强社区凝聚力方面发挥着重要作用。然而，不同国家的慈善商店在发展路径和效率上存在显著差异，这些差异受到多种因素的影响。接下来，本文将从三个关键维度对中英两国的慈善商店进行对比分析，以揭示各自的优势与挑战。

3.3.1 管理过程与组织结构的差异

中国的慈善商店在管理过程中常面临向政府申请资金的挑战，这一过程复杂且充满困难，导致许多慈善活动难以持续。相比之下，英国的慈善机构和非政府组织构成了一个更为成熟和简化的民间组织网络，使得慈善活动的管理和资金申请过程更为高效和系统化。这种组织结构上的差异解释了英国在慈善和商业发展速度上远超中国的原因。

3.3.2 公众参与度和宣传力度

在中国，慈善商店的宣传力度不足，导致公众对慈善商店的认知度较低。这种缺乏认知的情况限制了慈善商店的普及和发展。相反，英国的慈善商店通常设立在社区周边，便于居民访问，且宣传更为到位，使得居民在寻找和探索慈善商店时表现出更高的自发性和积极性。这种积极性的差异对两国慈善事业的发展产生了显著影响。

3.3.3 社会参与度和地域分布

中国的慈善商店在社会参与度上存在不足，尤其是在吸引不同社会群体参与方面。而在英国，慈善商店不仅吸引了中上产阶级，甚至贵族也频繁光顾，这提升了慈善商店的社会地位，并传递了高尚的慈善理念。此外，英国的慈善商店在地域分布上更为集中，这有助于形成一个成熟的循环经济体系。相比之下，中国的慈善商店分布较为分散。

中英两国在慈善商店的管理过程、公众参与度以及社会参与度和地域分布上存在显著差异。这些差异不仅影响了慈善商店的日常运作，也决定了两国在慈善事业和循环经济发展上的差异。可以预见，中国在结合自身资源禀赋和文化背景的基础上，通过借鉴英国等其他国家慈善商店的运营和管理经验，有望进一步优化其慈善商店模式，提升公众参与度，并促进慈善事业与循环经济的协同发展。随着中国慈善商店在组织结构、宣传策略和社会参与方面的不断进步，它们将在全球可持续发展和社会责任实践中扮演更加重要的角色。

4 慈善商店的安仁实例

为了更深入了解中国慈善商店的运营现状及其在地方文化中的融合情况，我们在 2024 年暑假期间前往四川成都大邑县的安仁古镇进行了实地调研。安仁古镇不仅是一个历史悠久的文化名镇，也是现代慈善理念与传统社区价值相结合的典范。在安仁古镇的实地调研中，我们发现了一家独特的慈善商店，它不仅为当地居民和游客提供了一个独特的购物和交流平台，也为研究中国慈善商店的运作模式提供了宝贵的实例。

这家慈善商店名为“两岸融创爱朴生活故事馆”，商店由一位来自中国台湾的女士独立经营，她不仅负责商品的更新和陈列，还亲自参与商品的整理和清洗工作。通过对她的系列访谈，我们深入了解了慈善商店的运作模式和社区影响力。

店主的环保意识最早是由一部关于环保的美国电影启发的，电影揭示了牛仔裤生产对水资源的极大消耗和潜在的水质污染问题。这促使她采取行动，通过开设慈善商店来推广环保理念。2006 年，她在大理亲自建造了一家民宿，使用老木头作为门窗和装饰，这不仅体现了对传统工艺的尊重，也是对环保和可持续发展的实践。这种结合传统与现代、环保与发展的模式，为当地环保事业提供了新的思路。

商店里的商品大多由游客和店主的亲朋好友捐赠，以二手形式出售。由于商品为二手，价格相对较低，这

不仅吸引了游客购买，也支持了环保和当地经济发展。尽管每件商品的利润微薄，但店主将利润用于慈善，如支持社区儿童和需要帮助的人。她认为能够持续经营这家慈善商店，很大程度上依赖于亲朋好友的支持，他们帮助减轻了店主的财务压力，使她能够专注于商品管理和店铺运营。访谈最后，店主呼吁更多人参与慈善商店的活动，因为单靠个人力量始终是有限的。通过与更多人合作，她希望能够扩大影响力，促进慈善商店的社区发展。

安仁古镇的慈善商店是一个典型的社区参与和循环经济案例，它展示了如何通过小型商店推动环保意识、促进经济发展，并增强社区凝聚力。这一实例为其他地区提供了宝贵的经验和启示。

5 慈善商店与可持续发展

慈善商店作为结合慈善与商业的独特零售模式，其运营策略必须平衡社会使命与经济效益。据 Schadenberg (2022) 的研究，这些商店必须运用有效的叙事技巧来赢得各利益相关者的支持。Gopalakrishnan (2018) 进一步指出，慈善商店必须在追求社会价值的同时，保持经济上的可持续性。

在环境层面，慈善商店通过回收和再利用物品减少了废弃物的产生，降低了对垃圾填埋场的依赖。以英国为例，慈善商店每年处理约 95% 的捐赠衣物，相当于将 331,000 吨纺织品从垃圾填埋场转移，减少了约 690 万吨的二氧化碳排放。此外，通过延长产品的生命周期，慈善商店减少了对原材料的需求，与循环经济的原则相契合。

慈善商店在解决基层社会问题方面扮演着关键角色。它们为低收入群体提供经济实惠的商品，帮助这些家庭在经济压力下维持生计。同时，慈善商店提供了大量的就业和志愿服务机会，增强了社会互动和社区凝聚力。据数据显示，英国的慈善商店雇佣了 23,000 名员工，并拥有 230,000 名志愿者，这些岗位不仅缓解了失业问题，也为志愿者提供了社会参与和技能提升的平台。

经济上，慈善商店通过销售捐赠物品筹集资金，支持各类社会服务项目，如医疗研究、贫困救助和环保行动。此外，慈善商店通过吸引顾客，激活了闲置空间资源，维持了本地商业街的客流量，对抗了大型购物中心和网上购物的竞争，促进了区域经济的发展。

因此，慈善商店在推动可持续经济中发挥着不可或缺的作用。它们不仅在促进资源循环利用、减轻环境压

力方面起到了积极作用, 还通过其社会和经济效益为社区带来了广泛的好处, 深入研究和量化慈善商店的社会价值, 对于全面理解和最大化其在可持续发展中的贡献至关重要。

6 结论

慈善商店作为一种融合慈善与商业的独特零售模式, 在推动可持续发展方面展现出显著的潜力。本文通过对中英两国慈善商店发展的对比分析以及对安仁古镇慈善商店的实地调研, 揭示了慈善商店在不同文化和制度背景下的运营特点和面临的挑战。英国的慈善商店因其成熟的管理体系和广泛的社会参与而在全球范围内具有较高的影响力, 而中国的慈善商店则在逐步发展中展现出巨大的潜力, 特别是在安仁古镇的案例中, 其在提供社区服务和推动环保意识方面发挥了积极作用。慈善商店的成功运作不仅依赖于多方利益相关者的支持, 还依赖于其在实现社会价值的同时保持经济可持续性的能力, 未来的研究应进一步探索如何优化慈善商店的运营模式, 以进一步提升慈善商店的社会价值和经济贡献。

参考文献

- [1]王云斌. 运营社会化: 中国慈善超市可持续发展路线图 - 美国好意商店和英国乐施商店的启示[J]. 社会福利(理论版), 2013(5): 47-51, 46.
- [2]余晓敏, 李娜. 社会企业型在线慈善商店的创新模式分析——基于“善淘网”的案例研究[J]. 经济社会体制比较, 2017(5): 136 - 145.
- [3]朱春奎, 陈彦桦. 英国慈善超市的历史发展、功能体现与运营策略[J]. 地方治理研究, 2019(1): 33 - 42.
- [4]陈惠迪. 借鉴国外慈善商店模式促进我国慈善事业发展[J]. 前线, 2007(3): 30 - 32.
- [5]黄冠, 隗苗苗. “互联网+”背景下中国慈善超市运营模式创新研究——国外经验与启示[J]. 社会福利(理论版), 2016(8): 45-48, 40.
- [6]徐西莹. 善淘的定位之路——一家社会企业的商业机制构建[J]. 企业管理, 2013(7): 75 - 77.
- [7]晨风. 英国“另类”的慈善市场[J]. 党的生活(黑龙江), 2014(7): 60.
- [8]余晓敏, 李娜. 社会企业型在线慈善商店的创新模式分析——基于“善淘网”的案例研究[J]. 经济社会体制比较, 2017(5): 136 - 145.
- [9]李国宏, 齐玉龙, 张正光, 武余芹, 娄山. 借鉴慈善商店新模式促进安徽慈善事业发展[J]. 现代商业, 2016(34): 182 - 183.
- [10]Parsons L. New Goods, Old Records and Second-hand Suits: Charity Shopping in South West England[J]. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 2000, 5: 141 - 151.
- [11]Field J. Consumption in lieu of Membership: Reconfiguring Popular Charitable Action in Post-World War II Britain[J]. VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 2016, 27: 979 - 997.
- [12]Edwards D, Gibson L. Counting the pennies: the cultural economy of charity shopping[J]. Cultural Trends, 2017, 26: 70 - 79.
- [13]Payson A. Makeover welfare: Mary, Queen of Charity Shops and the cultural politics of second-hand under austerity[J]. JOMEC Journal, 2022.
- [14]McGregor B. P-228 So much more than just a charity shop?[J]. Poster presentations, 2018, 8: A91 - A91.
- [15]Magnussen T. Multicultural Voluntarism - The Second-Hand Shop in Bodø, Norway, as Arena for New Encounters[J]. Nordic Journal of Migration Research, 2021.
- [16]Pongiglione F, Tolonen M. Mandeville on Charity-Schools: happiness, social order and the psychology of poverty[J]. Erasmus Journal of Philosophy and Economics, 2016, 9: 82 - 100.
- [17]Payson A, Fitton T. Doing good, doing wrong, doing time and doing harm: Criminalising the marginal in charity shops[J]. Crime, Media, Culture: An International Journal, 2024.
- [18]Schadenberg D, Folmer E. Getting the story right: how second-hand stores use storytelling to gain legitimacy with multiple audiences[J]. Social Enterprise Journal, 2022.
- [19]Gopalakrishnan S, Matthews D. Collaborative consumption: a business model analysis of second-hand fashion[J]. Journal of Fashion Marketing and Management, 2018, 22: 354 - 368.