### 本报记者专访玫琳凯大中国区总裁麦予甫

# 做公益"授人以渔"



麦予甫的办公室门口挂着一块红色牌子。除了标明"总裁",还有他加入公司的日期、星

座、兴趣爱好、座右铭、在玫琳凯

工作的感受以及他对所有员工说的鼓励的话。

对玫琳凯大中国区总裁麦 予甫来说,任期内12年完成了业 绩超过55倍的增长,并不是他心 中的成功。他认为,最具成就感 的事情是借助玫琳凯这个平台, 让越来越多的人得到了改变。

诺贝尔经济学奖获得者尤 努斯认为,社会企业家敏锐地发 现现有机制无法解决的社会问 题,创造性地构思解决问题的方 法,并坚持不懈地致力于大规模

#### >>> 人物档案

**麦予甫**, 玫琳凯大中国区总裁,浙江省外商投资企业协会副理事长,上海市外商投资企业协会副会长,全球最大的非盈利性教育组织 JA(国际青年成就组织)中国部董事会成员及首位总裁志愿者。

的社会普及,让我们的世界变得 更好。从这个角度来说,麦予甫 在玫琳凯的践行,已经让他打上 了"社会企业家"的烙印。

麦予甫在工作之余积极投身社会公益事业,尤其在培养青年人方面,麦予甫是全球最大的非盈利性教育组织JA(国际青年成就组织)中国部的董事会成员,也是JA中国的首位总裁志愿者。他一直热心参与JA的校园论坛活动,为大学生提供人生的建议和经验的指导。

"当人们提及我时,如果能想到因为我的存在,影响到了他的成长,这是我最具价值感也是最欣慰的事情。"麦予甫说。



麦予甫与中国妇女发展基金会秘书长秦国英(左)一起考察玫琳凯女性创业基金受助户。

## 倡导全员热心公益的企业文化

新京报:作为一家企业,为什么玫琳凯如此强调文化与价值观?

麦予甫:十五年前我之所以来 到玫琳凯,就是因为我认同玫琳凯的 文化和价值观。玫琳凯所倡导的"你 们愿意人怎样待你们,你们也要怎样 待人"的黄金法则、"信念第一、家庭第 二、事业第三"的生活优先秩序、乐施 精神等,都是人类社会中原本就有的 价值观,但是在现代社会中,这些价 值观反而被现代人遗忘和忽略了,而 玫琳凯把它重新激发出来变成指导 我们行为的准则。

政琳凯给我创造了一个平台,因为它有这样的价值观,我可以传播它的价值观来实现我所希望看到的东西。一个人能了解什么对自己是最重要的,这就是对一个人正面的影响。我希望在我的影响下,大家能有正确的价值观,我希望员工和销售队伍都能以此来为人处世,同时,他们能正面影响更多的人。

新京报:这些年,你对这种正面 影响所收到的效果满意吗?

麦予甫:其实开始大家有点好奇,怎么会有那么人性的企业文化?但是长期的影响让我们看到,正是由于这些价值观,我们数十万的销售队伍在这里收获了自身极大的改变。

不仅如此, 玫琳凯还通过各类公益行动, 带领玫琳凯的员工和销售队伍积极履行企业社会责任。我们的公益行动, 不是简单的经济援助, 而是通过"授人以渔"的方式, 真正帮助受助对象获得受用一生的能力, 从而可持续地回报社会。看到

公司真正在这样做的时候,这种影响就在持续不断地扩大了。

新京报:为什么玫琳凯以"授 人以渔"作为做公益的方式?

麦予甫:"授人以鱼,不如授人以渔"这句话贯彻在玫琳凯公益事业的方方面面。不是给予受助对象一笔简单的经济援助,而是真正帮助他们获得自力更生的能力。

2011年,在中国妇女发展基金会和我们的共同邀请下,联合国开发计划署加入了已运行11年之久的政琳凯女性创业基金,共同为中国女性创业助力。妇联有一个架构可以深入到社会基层,这是企业所不能做到的,由我们成立的女性创业基金提供资金,用小额无息贷款的方法帮助女性。创业除了需要资金之外,还有怎么做也很重要。联合国开发计划署能提供管理技能培训,激发她们自主创业,帮助她们建立自己的事业,让她们知道怎么做成功的机会更高。

我们另一个重要的公益项目"春蕾计划"也是如此。我觉得除了资助以外,最重要的是还要跟这些孩子交流,帮助他们从小树立正确的价值观和远大的梦想。我们推动一对一结对,让员工、美容顾问、经销商成为志愿者参与进来,在三年内,除了给贫困学生资助学费和生活费之外,还给予他们关怀和爱心。三年是一个承诺,我们不支持领养太多,最好是领养一到两个,并在同一个城市里,这样就有机会近距离、甚至面对面地帮助他们,领养太多的话志愿者们反而关注不过来,就光变成钱的投入了。

## 从多赢的角度推行公益事业

新京报:很多公司做公益项目时都会针对它的消费者, 玫琳凯针对的多半都是弱势群体,从商业的角度上讲,会不会有点"吃亏"?

麦予甫:这个跟公司 的使命有很大的关系,致 琳凯女士创业的动机就是 希望创办一家能给女性更 多成功机会的公司,不单单 是为了博利。当然在这个 过程里头,公司是盈利的, 公司发展得非常好,我觉 得很大程度上是因为公司 有这样向善的文化、愿意 帮助更多的人,这对员工 和销售队伍都有很大的鼓 励作用,他们会觉得自己 很光荣,觉得在这家公司 服务不是单单为了赚钱, 而是为了体现更高的自我 价值和社会价值。

在参与公益事业的同时,这对公司的凝聚力、对公司的凝聚力大力的积极性都有很大大力的积极性都有很大,一方面是公司"赢",因为公司的业务不断地成长;我可能的对象得到了帮助的对象得到了帮助的对象得到了帮助的员工和销售队伍自我价值的实践也是多赢的一个方面。

公益事业应该从多赢的角度来推行,而不是单

纯考虑到盈亏。

新京报:有没有人问过你,做企业的最终目的在于盈利,你做这些公益能盈利吗?

麦予甫:每一家企业 在发展初期的目标都是为 了生存而需要实现盈利, 而当玫琳凯在中国扎根 时,我们更多地考虑如何 让玫琳凯长时间、可持续 地发展。

只有不断地为利益相 关体创造价值,企业才能 获得可持续的发展。换句 话说,如果不为利益相关 体创造价值,那么利益相 关体也不会提供资源给我 们发展,总有一天这个企 业就会不存在了。

如果一个企业仅仅是

为了赚钱,那么其他的东 西都只是达到盈利目标的 工具。在我看来,企业就 像一个平台,它是一个组 织,这个组织有一群人,这 群人的目的不单单是要赚 更多的钱,更重要的目的 应该是怎样为自己及相关 的人创造价值。

新京报:你们未来还 会推哪些公益项目吗?

麦予甫:一方面是我 们仍然会坚持我们固有的 项目,帮助弱势群体、维护 社区的和谐、推动各国交 流合作并且坚持环保低碳

另一方面,我们会更注重和推动员工和销售队伍对于公益活动的参与度,今年6月我们设立了用于社区志愿服务的专项基金,还一并成立了一支150人的志愿者队伍,专门致力于社区服务。

在我看来,一个企业 捐一千万元,和一千万人 每人捐一元,从数字上看, 似乎是一样的。但从社会 效果上看,后者要远比前 者难能可贵。企业对慈善 事业的贡献不仅仅在于企 业本身的参与,更在于在 企业里倡导一种全员业 文化。