

【编者按】2021年8月17日中央财经委员会第十次会议指出“坚持以人民为中心的发展思想，在高质量发展中促进共同富裕，正确处理效率和公平的关系，构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排”。中国银行党委高度重视，刘连舸董事长亲自安排、亲自部署中国银行参与三次分配相关工作。

2021年10月15日下午，中国银行组织召开第三次分配行动专家研讨会，讨论关于中国银行参与第三次分配相关举措，听取与会专家的意见和建议。研讨会共邀请10位行业专家，包括全国性慈善组织负责人、知名高校学者、社会组织评估专家、互联网头部企业公益板块负责人、中央媒体负责人等。与会专家结合各自领域提出了中肯的意见，现将专家发言整理刊发，以飨读者。

创新金融服务模式 助力促进共同富裕

梁春晓 陶传进 刘志国 尹冬华 刘忠祥 缪力 张越 杨光 王虎 陈功

梁春晓（盘古智库老龄社会研究中心主任，中国慈善联合会理事）

（一）第三次分配的时代背景与中国银行的行动原则

随着改革开放40多年的不断发展，工业化、城市化和数字化进程推进，老龄化程度加深，一方面经济快速发展，另一方面也出现了许多亟待解决的社会问题，这在很大程度上构成了第三次分配的重大时代背景，共同富裕的重要性不言而喻。这些社会问题的核心表现在两个方面。一是改革开放40

多年来，技术、经济板块高歌猛进，而社会板块跟不上发展，技术、经济和社会三个板块开始失衡。具体表现在，近二三十年来，互联网相关技术发展迅猛，导致经济部门之间出现重大失衡。一些经济部门乘势而上，而一些技术跟不上的企业面临巨大困难。此外，社会发展落后于经济发展，这一失衡是当前及今后一段时间内社会问题出现的一个重要原因。二是当前这种失衡再加上其他因素，可能导致社会各个板块之间出现割裂。这种割裂无处不在，例如，贫富之间、城乡之间以及各个阶层之间。代际间的各种割裂尤为严重，导致整个社会板块处于

碎片化状态。交流、连接受阻，造成人群、阶层和区域间的割裂，例如，一些老年人难以适应数字化时代等。这就是第三次分配的重大时代背景，为中国银行等大行积极投入第三次分配提供了重要理论依据。

中国银行参与第三次分配重大行动，应从两个思路出发。第一是做好事。中国银行拥有丰富资源，可以做一些对社会有意义的事情。更为重要的一点是要同中国银行的核心业务相结合。这一思路也可称为“做好人”。做好事的不一定是好人，但是好人一定会做好事情。同核心业务相结合能发挥中国银行的优势而且能实现可持续发展，反过来还能支持中国银行的核心业务。

（二）老龄化时代下中国银行的具体行动

以上述原则为指导，下面探讨社会热点问题——中国人口老龄化和老龄社会。当前，中国人口老龄化面临的挑战很大程度上是由于财富不足。和许多发达国家相比，中国是“未富先老”，使得中国没有足够经济实力来效仿发达国家的良好养老模式。近年来，出现了许多养老形态和养老模式，但其主要针对富人。以北京为例，若每月能拿出2~3万元，养老机构便可以随便挑选，但是实际上能达到这个财富水平的老年人比例极低，北京市这一价位的养老床位，大约有40%以上是闲置的。失能、半失能老人中80%以上的人群没有能力支付高额费用，只能等北京第一福利院等人满为患的机构留出空位。因此，财富问题是当前制约整个养老领域的关键难题。第二个问题是年轻人力不足。面对上述两方面重大问题，中国银行在以下方面可以有所作为。

第一，进行整体适老化改造，包括整个银行体系、所有营业场所及各种界面等。例如，电子屏上的字体大小、颜色以及整个空间的亮度等。原来的设计更加适合年轻人，总体上和老龄社会不适应。因此，要对中国银行所有营业场所进行全面适老化评估，在中国银行系统率先建立一个适老的场所，该场所不仅软硬设施齐全，而且界面多样化。以老龄化程度同样较高的台湾省为例，台湾省的捷运地铁上展牌字体大且清晰，即使相距3到5米，老人

也能看得清清楚楚。再如交通信号灯，绿灯亮时会有一小绿人摇晃，但第一是小绿人太小，老年人看不清；第二是小绿人的动作摆幅过快，老年人会产生紧迫感，容易摔倒。因此建议将小绿人放大，并减慢其摆动速度。此外，中国银行APP也应适应老年人。工信部2020年发布一项适老化规范，指出服务方式应适合老年人。从服务老龄化社会的角度来看，中国银行大有可为，如果由此能带动整个金融行业发展，则意义更加重大。

第二，对于财富问题，老龄金融至关重要。当前，三个支柱支撑老龄金融，包括社保、年金和商业保险。此外还有信托、银行及其他金融机构针对养老或老年人的需要开发各种信托机制，而信托机制最重要的资源就是信用。对于不具备良好信用积累的机构来说，发展信托将困难重重，难以持续。而中国银行已成立110年，信用是其最核心的资源之一，中国银行在这一方面拥有广阔发展空间。

第三，“时间银行”同样也是信用问题，而且需要可持续的信用，这也是中国银行的优势。还可推出面向老龄社会的社会互助服务体系平台以缓解老龄化。除了“时间银行”平台外，中国银行本身就是一个大平台，拥有庞大的客户资源，不论是机构还是个人的资源，都可以随中国银行在各种平台汇集起来，投入到关键问题和领域。

第四，支持研究至关重要。许多机构在硬件方面大力投资，却不愿在研究方面投资。中国步入老龄化社会不久，还有诸多亟待研究和解决的认知问题。中央召开的老龄工作会议提出要提高全社会对人口老龄化和老龄社会的认知水平。中国银行应在此方面支持推动理论研究。

陶传进（北京师范大学社会发展与公共政策学院教授、博士生导师，社会公益研究中心主任）

首先，中国银行参与第三次分配相关举措内容全面且力度较大，但有些内容是否可行，内外条件是否支撑，在战略上尚未得到论证。其中，部分内容三到五年后可能发现需要继续延伸，但也有一些可能会明显领先。

其次，中国银行和中银慈善基金会特点鲜明，即体量大，社会声誉高，但同小机构相比，灵活性、机动性及创造性稍差，所以有些措施并不适合。目前，还有许多方面尚未经过战略讨论与论证。此外，中国银行的相关举措涉及到公益领域几乎所有的核心方面，但内容太多，未来一定不会都能成功。三年内就能显示出效果，有些内容可能会萎缩掉。

最后，除中国银行和中银慈善基金会外，其他大型机构也都准备推出有关举措。在充分了解外部的情况基础上，才能制订自己的行动计划。此外，应遵循边做边尝试边试探的原则。即使是行业专家也未必了解全面，只有自己最了解自己的优势，例如，身份、技术和机制优势等。把握优势的同时，要在实践中摸索总结。

刘志国（人民政协报总编室副主任）

第一，中国银行的相关举措十分全面，值得肯定。值得注意的是，相关举措除打造一个开放平台外，还需要开放的视野，需要明确出发点，是基于客户的需求出发，还是基于自身出发。

第二，社会分层级，因此要找到能够首先积极投入的人或机构，带头做好事的首要前提是合法，对该课题可以展开个人或组织研究。社会积分是有益的尝试，公益积分应作为慈善信誉指数，有利于机构去评估慈善者的状况。

尹冬华（《中国民政》杂志社总编辑）

中国银行参与第三次分配相关举措结合了中国银行的特点优势，对如何参与第三次分配提供了比较详细和建设性的建议。部分提法有一定前瞻性、较强操作性，体现了金融机构的特点。相关举措在以下两方面还有提高空间。

一是要体现特色。中国银行作为金融机构参与第三次分配，和其他制造业的央企参与第三次分配完全不同。中国银行有三大优势。一是自身的资源优势。资产雄厚，利润丰厚，员工众多，若将这些方面汇聚起来，将形成巨大资源优势。此外，中国银行作为上市公司，在很多发达国家和地区都有分

支机构，这些分支机构开展公益慈善颇有价值，因为国际社会十分看重企业的社会责任。二是渠道优势。银行渠道广泛，拥有众多网点，包括网上银行、互联网捐赠平台等。可结合渠道优势为一些“慈善公益产品”提供通道，例如，销售信托产品就可以为其他一些机构提供慈善信托或类公益信托销售渠道。此外，可以给一些机构引流。通过募捐平台，给客户慈善捐赠和志愿服务提供信息服务，将他们引流到中银慈善基金会等其他慈善机构。三是客户优势。中国银行作为国有五大行，客户资源多且强大，可将私行客户、一些大型对公企业客户的资源汇聚起来为我所用。金融机构做慈善要体现自己的特性，我们看到中国银行也在努力向这一点靠拢。建议将这些举措集合到一起，从慈善形式到关注的领域，进一步体现金融机构的特点和优势。

二是要突出重点。相关举措无需全面但要有针对性，形成拳头产品。例如，对于“时间银行”，目前许多志愿服务组织和地方也都在开发自己的系统。如果中国银行能将其他系统连接起来，整合共享这些数据，在数据方面做到全国最全面最一流，便可走在前列。如果能把“时间银行”和其他捐赠形式对接起来，就能释放无限力量，中国银行在业界便首屈一指。当前，国家在推行志愿服务行为的记录和嘉许制度，但缺少全国统一的信息系统将这些志愿服务数据连接起来。实现区域性或部分志愿服务数据的连接和跨区域共享交换已是实属不易，更何况全国连通。例如，能否把在广东做的志愿服务转换成在北京应有的待遇，把这一点做好就是一大进展。

刘忠祥（中国慈善联合会副会长，原民政部民间组织管理局副局长、社会组织服务中心原党委书记）

一个行业或者单位要做慈善，一定要结合自己的特点，抓住重点。任何一个行业，尤其是慈善机构，若一味强调全面，便会失去特色，不会得到广泛认可。中银慈善基金会是中国银行发起设立的基金会，与金融机构密切相关，要在理财方面打造特色；中国银行系统内的员工众多，拥有广大客户和众多网



点，要在志愿服务方面打造特色。

要在广泛研究的基础上抓出重点，结合中国银行自身特点开展工作。在扎实打好基础的情况下，可以全方位考虑，但对于中银慈善基金会来说，当前正是抓重点、抓核心的时期，要结合实际，推出得到公众认可的举措。中银慈善基金会的慈善举措可以围绕下面几方面展开。

一是慈善信托。《信托法》设置了公益信托，《慈善法》将其改为慈善信托，并且解决了公益信托的公益事业管理机构和信托监察人不能落地的问题。《慈善法》颁布实施的前两年，慈善信托的表现不俗，但2019年起慈善信托的总额开始下降，原因很复杂。在扎实推动共同富裕的背景下，慈善信托将大有可为。加之财富传承，慈善信托可能成为开展慈善活动的重要方式。《慈善法》正在修订中，专家和业界建议加大对慈善信托的支持。中银慈善基金会可以引导中国银行的客户通过设立慈善信托，开展慈善活动。

二是慈善资金保值增值。2004年颁布实施的《基金会管理条例》指出，基金会可以按照合法安全有效的原则进行保值增值；2016年颁布实施的《慈善法》对慈善组织为保值增值而投资也是这样要求的。深圳市正在起草《深圳市慈善事业促进条例》，其中一章为“慈善金融”。法律法规这样设计的目的就是让慈善组织对暂时闲置的资金进行保值增值，

以使其不贬值进而增值。投资就有风险，所以慈善组织大都不进行投资。怎样平衡安全与有效的关系，自《基金会管理条例》颁布实施起就在探索，但目前尚未找到合适方式，中银慈善基金会在这方面可以有所作为。

三是志愿服务。《志愿者服务条例》已颁布实施，慈善不仅仅是捐款捐物，捐赠时间、体力、智慧也是慈善。中银慈善基金会可以依托中国银行众多员工、众多客户的优势助推志愿服务，并打上自己的烙印。

缪力（民政系统社会组织等级评估专家，原中国社会福利基金会副理事长兼秘书长）

中国银行此次举办“创新发展·共建共享国家‘第三次分配’背景下创新金融服务模式，助力促进共同富裕”专家研讨会必要且及时。

第一，从我国当前发展需求出发，举办此次会议十分必要。邓小平同志于20世纪80年代提出的“让一部分人先富起来，先富带动后富”的倡导，解放了人们的思想，促进了经济发展和繁荣，这一点已经被历史证明，毋庸置疑。凡是有良心的中国人都不会否定改革开放的成就。但同时，我们还要看到，虽然经济发展了，贫富分化问题却凸显出来。

当前，我国基尼系数的状况不容乐观。专家研究表明：如果基尼系数在0.2以内，社会基本绝对公平，但社会经济可能如死水一滩。系数处于0.2~0.3之间，公平有限，效率不足；系数在0.3~0.4之间，兼顾公平与效率，社会平衡。当工作收入的基尼系数处于0.4~0.5之间，就是典型的效率至上，公平不足；而当系数大于0.5时，社会将贫富严重分化，冲突将会加剧。我国目前状况是：近三到五年里，中国工作收入的基尼系数大约在0.47，结论是人们应该努力工作。至少要把收入的基尼系数降低到0.38左右，即0.3~0.4之间，做到兼顾公平与效率，实现社会稳定发展。

近日，中央财经委提出构建初次分配、再分配和三次分配协调配套的基础性制度安排，以实现共

同富裕目标，追求效率与公平统一。实现共同富裕，是此会议核心价值观的重要体现。而把第三次分配列入基础性制度安排是重大突破。对于共同富裕，经济学家讲得多，社会管理学者研究得少。经济学家重点考虑的是如何做大蛋糕和如何分配蛋糕，这是偏宏观经济政策的思考，而社会管理学者则习惯从共同富裕的行为主体来研究。

本人认同专家的观点：共同富裕从管理学家角度来看，讲究利益相关者的市场经济，即企业如何做、公民如何做。所谓共同富裕，一是将公平与效率同等对待，达到二者之间的平衡，而且是动态平衡。二是一方面保护和弘扬企业家精神，另一方面让更多普通劳动者有更多获得感和公平感。

管理学大师德鲁克认为，一个功能正常的社会应该建立在健康的组织（政府、企业和第三部门）之上。如果企业只是追求利润，追求局部利益最大化，那么这种竞争与对抗性，一定不会保证社会利益的最大化。因此，中国银行举办此次研讨会，回答了在第三次分配中企业如何做、第三部门如何做和政府如何做的问题，实属难能可贵。

第二，在第三次分配的过程中，企业该怎么做？第三部门该做什么？中国银行给出了基本回答。相关举措的两个方面应该充分肯定。一是中国银行参与第三次分配的主要举措很有针对性，也有很强的可操作性。二是中国银行参与第三次分配的保证措施，可以使其实施得到落实。

给予上述肯定是因为其发挥了中国银行的优势，也符合中银慈善基金会的工作范畴，同时充分发挥了“中银公益”互联网募集传播平台的作用。

第三，提点建议。作为实施举措，除“工作思路”“主要举措”和“保障措施”之外，应该加上“指导原则”部分。首先，在指导原则中要强调自愿原则：依靠全社会力量，在自愿原则上推动。例如，希望工程，解决儿童问题、教育问题、扶贫问题，动员了全社会的各方面的力量。邓小平同志曾以一个老共产党员的名义给希望工程分两次捐款，率先垂范，共捐赠5000元。中国社会福利基金会免费午餐也动员了商家、百姓、实体企业家、媒体人、教育者、艺术家等社会力量，为山里的孩子们每人捐三元钱，帮助他们解决一顿午餐，健康成长。在希

望工程三十周年纪念日时，习近平主席充分肯定了希望工程“创新了社会动员机制”，这一高度评价给予我们启示，社会动员也可以成为第三次分配的重要评价指标。其次，要强调透明原则，这是社会公益慈善机构的生命线。当然，还有效率与公平原则、激励原则等。虽然目前第三次分配规模尚小，但有广阔的发展空间。据2019年统计，美国慈善捐款4496.4亿美元，占美国当年GDP的2.1%，是中国慈善捐赠绝对数的18倍，在GDP比重上相差12倍。在捐赠人结构上，美国捐赠的85%来自美国的社会自然人，15%左右来自基金会，来自企业或公司的捐款不超过3%，而中国善款捐款总额中企业捐款占比60%以上。其一，如果中国捐赠达到GDP的1%，就会超过万亿，是当下总额的6~7倍。其二，如果大面积提升个人捐款比例，善款来源还有巨大的空间。

因此，各方应齐心协力，增强信心，像中国银行这样积极行动起来。发挥好中国银行在金融领域中尽企业社会责任的力量，发挥好中银慈善平台整合资源及传播的力量，发挥好中银慈善基金会的公益慈善力量，扩大社企影响力，提高效率和公平，一定会为第三次分配做出贡献。

张越（腾讯金融科技副总裁，金融探索实验室负责人）

中国银行的相关举措，是金融行业参与第三次分配，承担社会责任的范本，内容十分全面。

如上面专家所言，可以围绕某一重点展开，做出品牌，做出引领。例如，腾讯发挥微信的连接作用，腾讯公益平台已经运行了7年多，做出了一定成绩。对于百年大行来说，只要坚持做一件事，并不会太难。各位专家提到善款保值增值问题，公益善款的流动性要求并不是太高，而现有刚兑和风险厌恶的环境很难立刻打破。对此，金融行业能够提供良好的解决办法，以满足本金安全和流动性需要。在当今大资管环境下，人们对金融产品的接受度会逐渐和资管行业的能力找到一个结合点，例如，做到善款保值增值就是实现可持续的重要途径。假如中国银行能为善款沉淀资金提供资管方案，则是很重要

的一项成就。

中国个人的捐赠或者公益行为还有很长的路要走。发达国家也走过了一条漫长的发展路径，从情绪化的反应式捐赠，逐渐到有一定的规划性、差异性，有自己的专注主题，直到开始注重策略、传承，甚至把捐赠作为自己生活方式的一部分。这条路径可能经年累月才能够走完，但金融行业是最擅长陪伴客户长期行走和成长的。以中国的理财为例，1994年出现了第一支理财成品，直至今天才真正回归了本源，民众的理财意识已经走了很长的路。这样的长期陪伴、教育和渗透服务，除金融行业，无人能做得更好。银行天然拥有信任的优势，这一点能发挥巨大作用。中国银行有几十万员工，都起到了良好的表率作用，人们都会关注大行在做什么。利用这一点，中国银行在捐赠者的服务和教育方面有很大的发挥空间。公益的核心也是创造信任。金融行业需要建立一整套监管制度、规则以及基础设施，清算、结算登记和披露各种审批等来创造信任，这样整个行业的信任基础才能成立。由点及面，可以从规划里选择一些能立刻见效的和中长期项目来展开。

杨光（新浪微博公益总监）

2021年8月17日，中央财经委员会会议召开后，各家公司都在紧张筹备应对三次分配的方案。一些企业已经公布了方案，但准备仓促，没有具体措施。整体来看，中国银行的相关举措相对完整。从2021年9月起，新浪内部也在做公益的升级计划，事实上也是围绕三次分配展开。新浪还拥有新浪微博，是一家媒体公司的基金，它的使命和价值和腾讯、阿里、京东及百度都不一样。因此，本文从新浪的业务角度考虑，提出几点建议。

首先，中国银行的相关举措仍需聚焦、调整。一是从业务本身找特点，还可继续延展或整合。二是公共捐赠，尤其是凭借互联网的加持，捐赠额从2019年的54亿元增加到2020年的82.5亿元，但互联网整体所占比重偏低，以企业捐赠为主。“三次分配”提出后，整个公益行业迎来了更多机会，甚至更广阔的空间。但公益行业、慈善本身的基础

建设较弱。根据中基指数估算，2700多家基金会中有微博号的仅846家左右，占比34%，这表明基金会在互联网领域的应用能力还较差。三是推动慈善行业发展工作的培训。例如，VISA信用卡的培训，针对学生理财能力培训的理财项目，帮学生树立正确的财富观，包括财富的分配，如何挣钱和花钱等。目前的校园贷等各种贷款都在提前透支年轻人的收入。可从业务本身增加产品以及产品的服务特点来进行调整。

其次，发挥好中国银行大舞台的作用。从公众参与角度来看，中国银行的平台价值十分重要，应充分发挥客户资源和网点优势，鼓励公众包括团员、党员和离退休干部职工等，参与到平台的建设当中。

最后，三次分配需要内部的分析汇报。一是核心业务，二是打造好自己的平台，即微公益平台，三是几个值得开展的项目。例如，志愿服务网络，未来需要在政府或相关部门的引导下，形成志愿服务网络数据的统一认定标准。此外，新浪结合微博的特点，每年拿出广告收入3%的额度给政府、媒体和企业，用于扩大公益广告宣传，相当于把广告资源赠与社会。中国银行的公益性规划要结合自身特点。

王虎（北京新民社会组织能力建设促进中心主任）

中国银行的三次分配相关举措希望把各个业务线串联起来，但问题在于，这么多业务线如何打通。把多家基金会联动起来困难重重，因为在金融系统，尤其是银行系统中，让各个业务线拿出自己的资源来做公益十分困难。但若得到高层领导的重视，通过行政手段，让各个部门把属于自己的项目领走，做成样板间，如此便具备了可行性。

此外，调动公众用户参与度方面。若想真正提高公众参与度，还需加强调研，培养用户的慈善习惯和慈善行为，提高其自我实现意识，这就是用户培养的过程。另外一条可行之策是，每个部门把自己的业务线领走，若能培养出一个样板间，则继续推进；若发现不可行，则及时终止。关键是如何让各个部门领走的自己的项目，各司其职。



陈功（北京大学人口研究所、老年学研究所所长，北京大学教授，博士生导师）

秉持百年中行金字招牌，作为一家负责任的国有企业，中国银行总能够率先行动，服务于国家战略。中国银行参与第三次分配行动的相关举措定位准确，内容相对完整，内在逻辑线基本清晰，具有一定可操作性。但在以下四方面仍有改善空间。

第一，认识方面。习近平总书记在中央财经委员会第十次会议中指出：“共同富裕是社会主义的本质要求，是中国式现代化的重要特征，要坚持以人民为中心的发展思想，在高质量发展中促进共同富裕”，其中一个关键环节在于构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排。习总书记不仅是在讨论第三次分配，实际上还强调初次分配和再次分配、三次分配如何协调，如何衔接。

因此，中国银行作为金融企业，在这三条路上都应有所涉及。首先，中国银行参与第三次分配，不仅应从第三次分配具体的内容上体现，还应形成整体的、协调的机制。只有中国银行上下达成这一共识，才能推动公益部门的发展。其次，中银慈善基金会在服务社会、履行中国银行社会责任的时候，首先应该服务于中国银行本身的战略以及国家的战略，这一定位要清晰。此外，第三次分配倡导以道德、自愿和公益为特征的分配体系，这不仅是物质

分配和财产重新分配的问题，还是新的社会服务手段，是公益资源的优化配置和良好社会风尚的营造。强调的是各尽所能，有钱出钱，有力出力，而不仅限于捐款的数额。从第三次分配角度出发，公益慈善曾经主要关注个体，现在应提升到社会层面，因此，公益慈善应朝着专业化、组织化、效率化以及金融化发展。第三次分配的重点之一就是个体化、零散化、不成规模向规模化、高效化转变，在此基础上从自愿、自发、自行组织向组织性发展。这样才能够上升到国家的分配制度建设上去。

第二，需求方面，目前面临几个问题。一是从中等收入向高收入迈进的重要一点是公共服务供给，中国在这一方面和西方走的路不同，中国现在的道路可以称之为量力而行、尽力而为，要维持这一发展态势。二是共同富裕的核心是解决收入差距、城乡差距和区域差距三大差距。严格意义上，第三次分配就是为解决这三大差距，这样才能和整个国家现代化的建设步伐相连接。三是既要实现共同富裕，又要解决好公共服务问题，这就涉及到经济学上的“鲍莫尔病”概念。“鲍莫尔病”解释了一种部门的生产力相对落后于另一种部门的原因。我国公共服务领域劳动生产率，要提升劳动生产率，就要提高数字化。因为数字经济具有与传统经济不同的边际递增的原理，基于此才能够明确目标，把分散的变成集中的，把无组织、自组织的转变为有组织的，这有助于提高社会的效率，尤其是服务性

生产劳动的效率。将数字经济落实到第三次分配、公共服务上，就是要形成“服务链”，把项目和活动连成链，才符合目前的数字化发展趋势。

第三，从经济资本发展到人力资本再到现在的社会资本，其发展的动力不言自明。目前，三方面资本都有进一步提升空间，因此，要强调全社会参与，把企业和社会力量进行整合，进一步发挥文化、社会关系和社会资本的作用。此外，发展“时间银行”的一个认识出发点在于，时间本身就是资源、财富和金钱。无论人是否有钱，一定都有时间，只不过是时间安排与分配的问题，因此“时间银行”改变的是工业化社会形成的时间管理和分配模式。该项目从养老服务出发，面向社区治理与社区服务。此外，公益慈善及其相关内容而不仅仅是支出，实际上是社会投资性行为，其本质属于长期价值投资。中国银行可以参与引导社会理念转变，以达到统一思想的目的。

最后，基于以上三点认识，对中国银行参与第三次分配提出以下建议。

第一，定位要围绕国家战略、国家需求及中国银行的发展战略。建议每一处行动都要体现国家战略的引领。例如，总体战略是共同富裕，其中可围绕乡村振兴、科教兴国、绿色发展和人口老龄化等展开，更符合中国银行企业的本质和特点。此外还要加上中国银行的发展战略，在此基础上才能形成原则、思路和整体框架。

第二，将具体举措与已有的战略措施配套起来。其当前内容全面，但是部分内容重复，部分内容层级不同，建议对宏观措施和微观措施进一步做区分。

第三，建议根据需要添加时间线、责任人，即何时推进到何种程度，由谁来完成。预期目标和考核办法也建议添加，从而使得举措的指向性和操作性更强。

第四，要进一步结合中国银行的优势和特点。这一点体现得还不够突出。要打造品牌的唯一亮点，使其成为企业最具代表性的特征。在亮点得到广泛认可的基础上，才能发展更多项目。

关于如何结合中国银行的优势，下面从传统和创新相结合的角度提出四点建议。

第一，自身资源的带动。运用建立联盟的思路，

将网点资源渗透到社区网格化管理体系中，并据此开展一些公益性项目。例如，运用服务链理念，把金融服务和实体经济链起来，可以尝试对实体经济投资或贷款，同时，将以上内容延伸到公益服务。此外，研究如何将中国银行客户信息更好地用于开展公益行动，可以区分公益的活跃性人群、潜在人群和待激发人群，形成良好的行动链或行动模式。

第二，平台链应对数字化、公益和多样化服务需求。当前，中国银行拥有广泛的点状网络和平台资源，要进一步在顶层设计上将它们打通，进而形成平台链。

第三，中国银行作为国际化程度较高的银行，应当广泛开展国际合作。公益或慈善事业不是中国独有，而是全世界共享，中国银行应该在国际公益方面充分发挥自己的特点。当前，我国强调如何把握好话语权，讲好中国故事，传播中国的声音，而慈善和公益正是宣传中国文化、中国价值观的特色领域。公益慈善可以和教育等许多方面结合，例如，支持学生未来的实习和就业等。打通中国和国际这条链，中国银行在这一方面独一无二，大有可为。

第四，金融服务和数字金融充分结合，例如，当前银行都在推行数字人民币。在共享经济的条件下，充分发挥现有技术，可实现数字金融和数字公益的融合。

第五，对“时间银行”的补充。时间银行是一个数字技术、数字服务应用的平台。这一平台从西方借鉴而来，现在集中在养老服务领域。从时间银行的本质来说，它不仅应用于养老服务，还是一个社区管理平台，可以和教育、代际关系、垃圾分类等社区建设重点方面融合。

（责任编辑：冯天真）