

在社區發展藝術項目的重點是帶動區內居民參與，摩根士丹利與匯藝社區營造在去年便示範了一次很好的合作。企業義工訪校與學生玩Art Jam畫壁畫，既為校園大變身，也啟發學生天份，連街坊都可以「玩埋一份」。藝術讓基層社區活潑起來。 撰文：李蕾

策「畫」活力社區

去年是摩根士丹利第10年發起「全球志願者月」（Global Volunteer Month），這項活動旨在鼓勵各地員工投入公司組織的慈善文化活動，為回饋社會作出貢獻。在香港，摩根士丹利找來社企匯藝社區營造（Community Builders，下稱匯藝）合辦「童創空間校園營造」活動，並於去年6月服務位於天水圍的中華基督教青年會小學。



在云云社企中，為何摩根士丹利會與匯藝合作？匯藝社區營造創辦人暨總監張健強博士表示：「我在一些非牟利機構擔任顧問時曾為摩根士丹利等企業安排社會服務活動，後來摩根士丹利廣邀非牟利機構申請其基金時，我助我的學校伙伴加入申請。他們在這機緣下看到匯藝過去曾策辦的活動後，主動邀請我給他們建議那基金申請以外的活動合作。」因匯藝的計劃結合了藝術及社區元素，摩根士丹利員工很感興趣，報名名額很快爆滿。

匯藝創辦於2010年，以顧問身份承接策辦CSR服務項目，並為參與企業和受惠機構進行配對，而啟能兒童藝術計劃則是其主要業務之一。張健強表示，以藝術作媒介的活動最終目標是在過程中建立兒童和青少年的自我能力，給他們的生命帶來正面影響。「很多家長認為子女熱愛藝術不切

實際，影響未來就業，這種錯誤觀念往往令不少有興趣和有潛質的青少年失去發展良機。我創辦匯藝社區營造，正是希望扭轉一般人的想法。」

基層推展藝術 扭轉偏見

在匯藝人員的指導和協助下，摩根士丹利的義工與該校學生合作繪製壁畫，宣揚環保信息。張健強表示，來自不同國家的義工透過活動與本地學生分享外地見聞，有助擴闊學生的視野，增進他們的社交技巧、團體合作精神和英語能力。「活動後不少學生都表示將來要像『哥哥姐姐』般有成就，可見他們深受義工感染。」

另一方面，企業義工在參與項目的過程亦能夠深入社區，認識居民。摩根士丹利義工認為活動很有意義，不少來自海外的義工在活動當日才第一次踏足天水圍北地區，活動令他們對香港有更多認識，更可了解學生生活，認識香港繁華背後的另一面。同時他們亦覺得活動相當有趣，不但享受過程，還學到一些實際的藝術創作方法，可應用在自己家中。



重新凝聚 激發社區活力

獲益的不只有學生及義工。校園是重要的學習場所，亦是社區內重要的建築物，經藝術作品添上美感和創意活力後，往往可成為凝聚區內居民的空間。張健強以匯藝在同一小學舉辦的「環境藝術天使」服務學習計劃為例，百多名學生與義工家長和導師同創自訂遊戲的石陣，數百顆石頭畫以至整體地境設計與構件拼合，均由眾人親手製作。

「完成後，學生主動向家人好友介紹作品，小心愛惜守護。家長會帶子女到石陣遊玩，鄰近幼稚園的小朋友更愛前來，已升讀中學的校友會回母校關心新發展，街坊路人亦對校園新貌充滿好奇，一點改變忽然給社群帶來很多溝通和互動。」他又提到，計劃令家長對視藝學習改觀，樂於讓孩子參加視藝活動。

由於去年合作成效良好，今年摩根士丹利繼續邀請匯藝社區營造合作，更表示希望再次到訪該小學，張健強坦言相當感動。「企業明白一次活動不足以改變社群，認

同持續的商民合作策展CSR，才能令社區營造達致更佳的效果。」今年6月的「升級版」營造活動將在該校外牆創意繪畫社區介面之餘，更找街坊互動，與眾同樂。

展望未來，張健強希望覓得更多合適的社區場地，與兒童和青少年一起發揮創意，創作社區藝術，長遠將策劃「啟能兒童藝術節」，讓兒童的潛能得發展，使多元的藝創得到展示和欣賞。

圖片說明

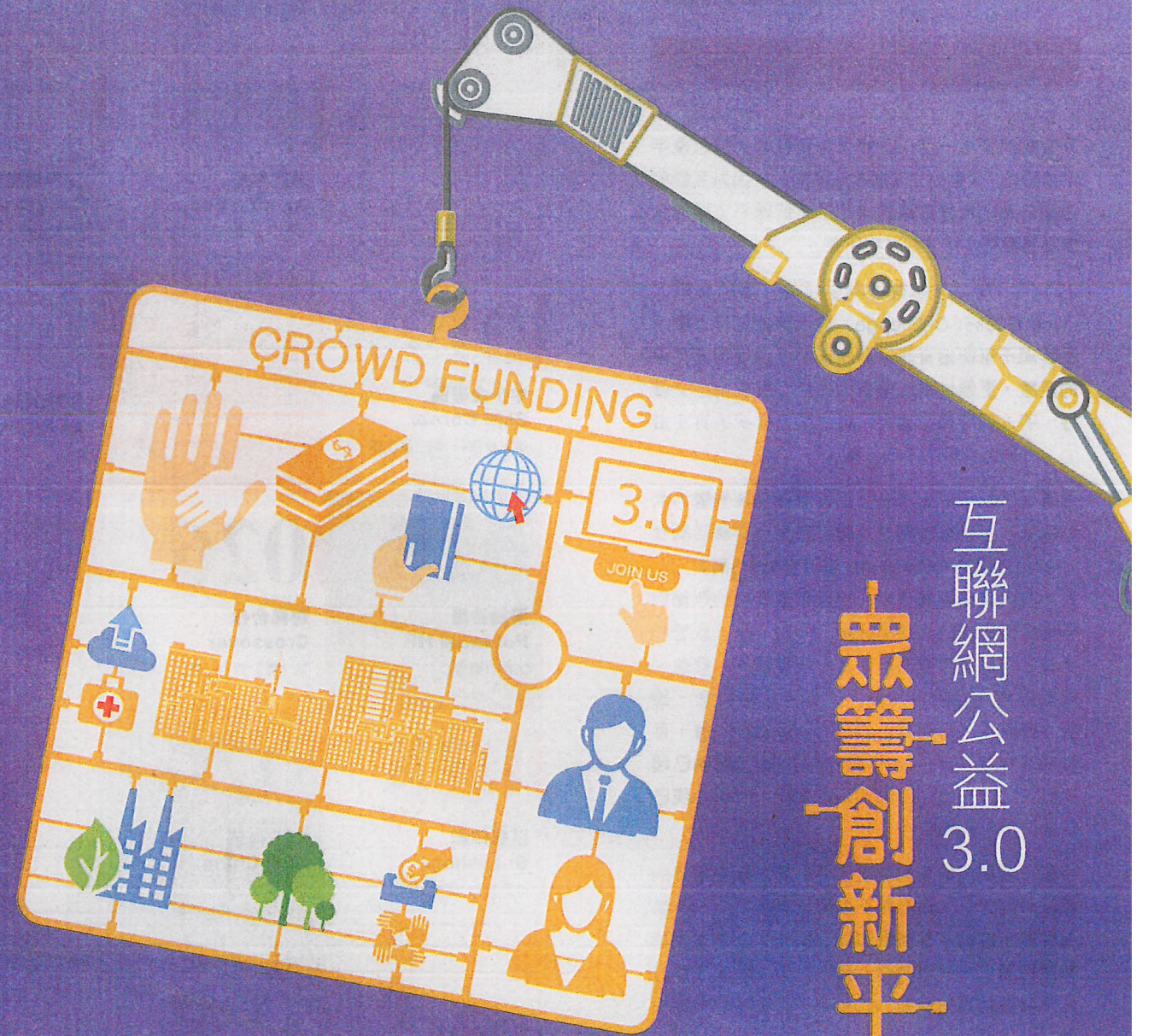
- 1 張健強創辦匯藝社區營造，目標是扭轉一般對發展藝術的看法，給青少年更多發揮天賦和潛能的機會。
- 2 中華基督教青年會小學的學生與摩根士丹利義工親手創作石陣，由繪畫石頭畫、設計擺陣和擺放石件都一手包辦。
- 3 義工與學生合作繪製宣揚環保信息的壁畫。
- 4 學生親手營造校園，可加強他們對學校的歸屬感，同時得到老師、家長、街坊和同輩的欣賞。
- 5 義工與學生打成一片，令學生的視野、社交技巧、團隊合作精神和英語能力都有增進。

剪報分享：

Hong Kong Economic Times · CSR TIMES (Issue 11) ·
23/03/2016 · 跨界合作 · 策「畫」活力社區 ·
匯藝社區營造 創辦人暨總監 張健強博士 專訪
機構網址- www.communitybuilders.com.hk

CSR TIMES

ISSUE 11 March 2016



互聯網公益 3.0 眾籌創新平台

人物·誌：
會計英雄
領導正能量

議題聚焦：
如何真正
實踐可持續消費？

CSRbeGood

www.CSRbeGood.com

2016年3月23日
(隨經濟日報附送)
非賣品

BORN ON THE TRACK. BUILT FOR THE ROAD.

CSRTIMES

《香港經濟日報》專輯組特別製作的專業企業社會責任雜誌——《CSR Times》
作為本港CSR資訊的主要分享平台，致力提供專業而全面的CSR實務知識，
助讀者掌握CSR領域的最新發展動向。

電郵: csrtimeseditorial@hket.com

編者的話

互聯網讓全球一體化已經不是新鮮事。想起幾年前讀過的1本書——《世界是平的》。因為互聯網迅速普及，世界逐漸變得平了，但變平了後究竟能做甚麼呢？這才是關鍵所在。

2014年1場以慈善籌款為主題的「冰桶挑戰」(Ice Bucket Challenge)旋風席捲全球，顯示互聯網不單能讓資訊以前所未有的速度到達更遠的距離，更能以前所未有的速度發展成為社交媒體，對人們發揮影響力。這才是互聯網的真正威力，也是世界變平了的答案。

眾籌(Crowd-Funding)是互聯網發揮影響力的好例子。全世界首個在互聯網產生的眾籌活動是1997年英國樂團Marillion透過眾籌籌集6萬美元，成功完成美國巡迴演出。而近年最成功的眾籌例子則是Kickstarter的Pebble。Pebble是一款智能手錶，可以跟手機同步，具有收發郵件、短信、電話提醒、遊戲等功能。這隻手錶的概念、設計、商業模式等最初上傳到Kickstarter平台，目標籌集10萬美元。就在短時間內，網友贊助已超過1百萬美元，讓這個項目得以實現，Pebble現已成為熱門智能產品。

由於眾籌具有籌款的功用，於是成為慈善項目的籌款途徑之一，而為數不少的眾籌項目便以慈善為目的，這對慈善團體和熱心捐助的企業來說都像是打開了一道新的門。今期封面故事就來探討一下慈善眾籌的發展，以及商界可發揮的推動作用。

編委會：香港經濟日報・專輯組
地址：北角渣華道321號柯達大廈二期8樓
電話：2565 4014 傳真：2856 9261
廣告部：2880 2879
香港經濟日報網站：www.hket.com

目錄 CONTENTS

003

CSR動向
CSR News

企業社會責任最新資訊10則

007

封面故事
Cover Story

雲端募資 慈善新形式

012

人物・誌
CSR People

會計英雄 領導正能量

014

議題聚焦
Agenda Focus

如何真正實踐可持續消費？

016

商界展關懷
Caring Company

攜手促進跨界合作

017

中小企專區
SME Corner

與社會同行 創三贏CSR

018

CSR實踐個案
CSR Showcase

025

潛能待用
Potential HR

工作有限者

026

跨界合作
Crossover

策「畫」活力社區

028

社區掠影
Snapshots

全民起動 綠化地球

029

CSR內望
CSR China

走在最前綫
看內地雲端公益發展

030

專欄 Columns

石鏡泉 網上眾籌賣茶餅 | 蔡海偉 社區・安居
鄧淑明 公益眾籌發揚愛心 | 總結：CSR也要O2O

出版：

香港經濟日報
www.hket.com

CSRTIMES

支持伙伴：

HKCSS

caringcompany

版權所有・翻印必究