

广东基金会品牌发展报告

2020 年

联合发布

北京加速公益基金会	广州市社会创新中心
广东省麦田教育基金会	广东省与人公益基金会
深圳市恒晖公益基金会	深圳市猛犸公益基金会
广东省三棵柚公益基金会	古村之友
广东志鲲公益慈善基金会	公益啦
广东省蓝态幸福文化公益基金会	势成咨询

媒体支持

《公益时报》	公益慈善论坛
中国发展简报	CSR 环球
善达网	IPRdaily
人人公益	

联合传播

壹陆咨询	NGO2.0
公益宝	之江公益学园
自在公益影像	瑞森德

前言

随着十九大的召开,社会组织在政府推动社会治理创新的过程中承担了越来越重要的作用。相比 2017 年,广东省注册登记的基金会增长依然显著,截至 2020 年 8 月 31 日,通过社会组织服务平台检索发现,广东的基金会已达到 1260 家。

结合民政部社会组织管理局对社会组织的发展导向,为了能够帮助基金会的发展,势成咨询基于公共信息分析整理了这份《广东基金会品牌发展报告》,希望能够对广东地区基金会的发展起到可参考,可借鉴的作用。

势成咨询致力于用专业的知识为公益慈善类机构提供知识产权保护、管理服务,公益产品化、品牌化咨询、公益产品标准化手册撰写等方面的服务。2013 至今,势成先后服务了 1500 多家国内优秀的非营利组织,是国内公益品牌建设服务的专业品牌。

需要说明的是,本报告因选取信息有限,难免采一漏十,侧重点也主要是为了提供品牌发展的导向,难免会有所偏颇,如有信息不当之处,敬请与我们联系。我们会不断修订、完善,尽量把广东基金会品牌发展的全貌向社会公众呈现。

本次报告的完成,得益于我们的顾问:中国慈善联合会秘书长助理兼研究部主任马天昊,爷爷奶奶一堂课的发起人贺永强,古村之友创始人汤敏、广州市社会创新中心主任周如南的指导。同时,也获得了广东省绿芽乡村妇女发展基金会理事长蔡文方,广东省麦田教育基金会秘书长詹敏等业内人士的支持,没有他们的专业参与,本报告是不完整的。最后,也非常感谢北京加速公益基金会四两伙伴项目的支持,让我们能在支持行业发展方面走的更远。

势成咨询

2020 年 9 月 26 日

注:

基金会数据来源: <http://www.chinanpo.gov.cn/index.html>

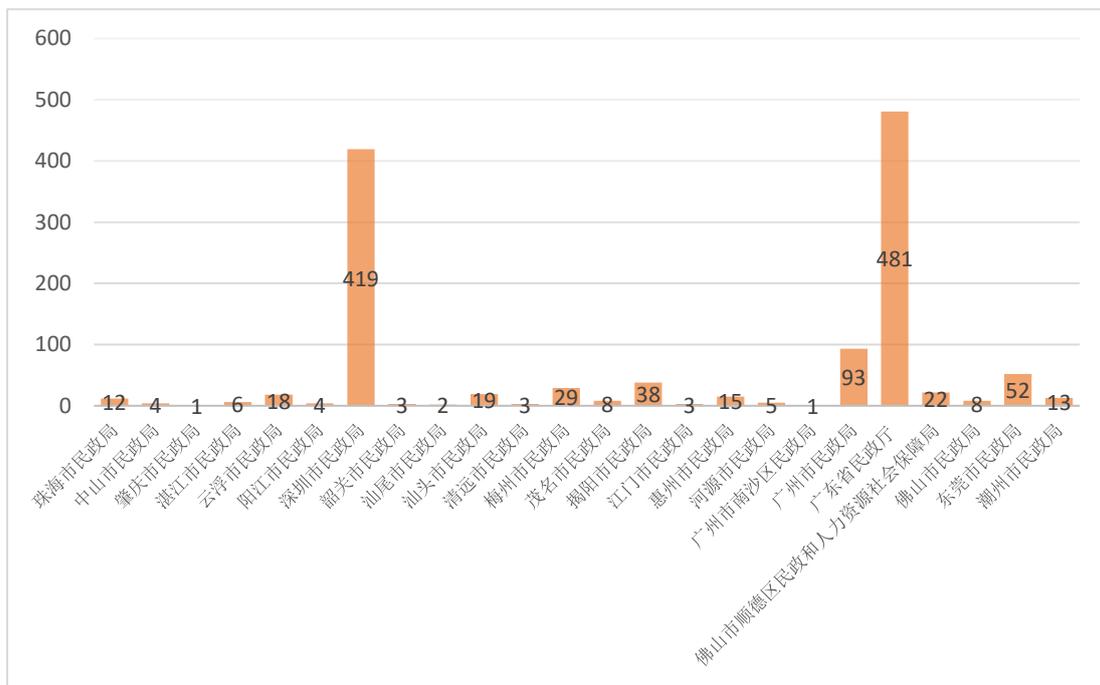
品牌商标数据来源: <http://wcjs.sbj.cnipa.gov.cn/txnT01.do>

报告正文数据截至 2020 年 8 月 31 日前

第一部分 广东基金会基础信息

1. 广东基金会省级注册占近六成

截止到 8 月 31 日，广东地区注册的基金会数量总共有 1259 家。从下图可见，广东省基金会的登记管理机构有 24 个。其中，省厅主管的基金会数量占总数的 38%，深圳市民政局占到 33%。其余 22 个登记主管部门主管剩余不到三成的基金会组织。从数据来看，广州、东莞、揭阳、梅州四地基金会登记的数量排名比较靠前，佛山顺德区基金会登记增长很快。



类型	珠海	中山	肇庆	湛江	云浮	阳江	深圳	韶关	汕尾	汕头	清远	梅州	茂名	揭阳	江门	惠州	河源	南沙	广州	广东	顺德	佛山	东莞	潮州	总计
扶贫							8										1			8					17
妇儿青					1		6					1		2					3	19		1			33
公益慈善	10	4	1	3	4		298	1	1	16	3	7	1	21	1	12	3		60	214	8	3	36	8	715
环保							8							1						7	1			1	18
见义勇为																				13					13
教育	1				12	4	36			2		18	4	11	1	3	1		10	111	10	4	13	4	245
禁毒								1	1					1						4	1				8
救助							1						2								21				24
军警				1	1		1												12	6					21
科研							5													12					17
其他							2					1						1	1	16			2		23
社区服务							31												1	1	1		1		35
文体艺术				2			14	1				3		2	1				6	34	1				64
医药	1						9			1										15					26
总计	12	4	1	6	18	4	419	3	2	19	3	29	8	38	3	15	5	1	93	481	22	8	52	13	1259

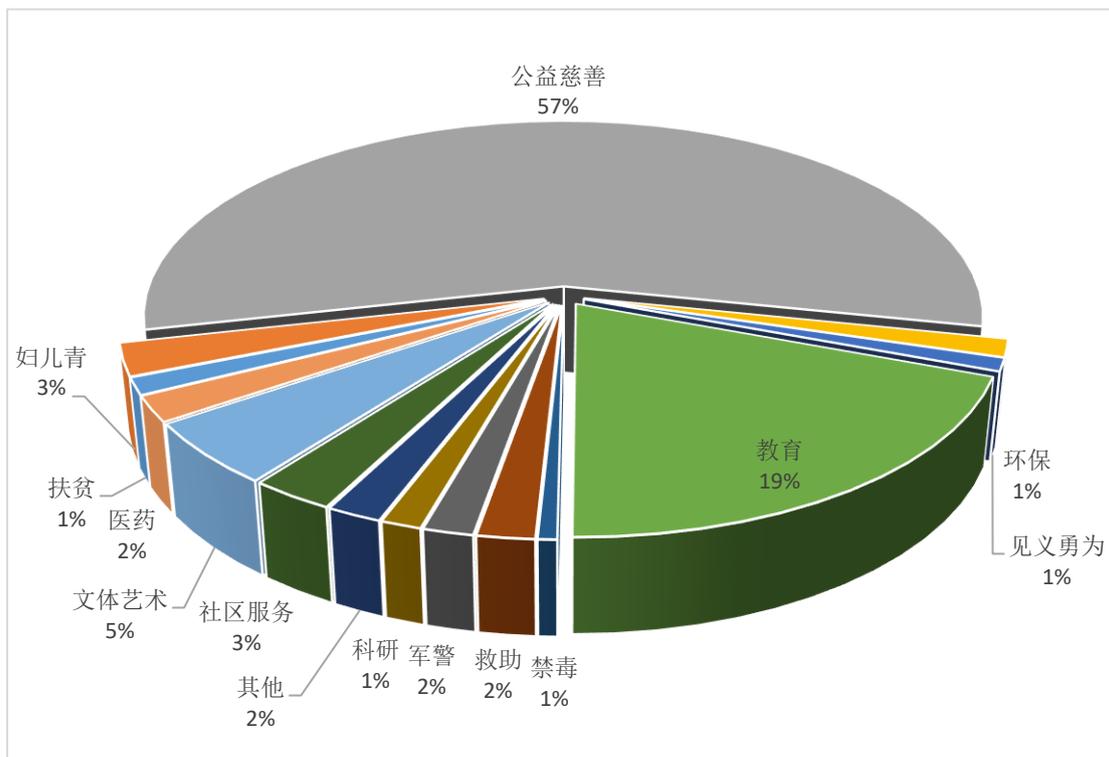
▲广东基金会类型及区域分布

2. 公益慈善类型的基金会占到仅六成

广东省公益慈善类型的基金会，第一次在统计中占据绝对优势比例。在浙江省的数据中，公益慈善类型与教育类型的比例从占 35%，到广东省的公益慈善类型上升到 57%，而教育类型的降到 19%。这是一个非常有意义的信号，在以往统计的省份中，教育类型的比例都是最高的，它代表着传统类型、由体制内主导的基金会；而公益慈善类型的基金会，多数是现代的，由民间资本或民间群体发起的基金会。

从具体数量上来看，广东教育类型的基金会有 245 家，而此前浙江的教育类型基金会是 271 家，从这一数据上来看，可以推测，一般发达地区的教育类型基金会在 300 家左右为饱和状态。广东公益慈善类型的基金会有 715 家，很多是企业背景成立的基金会，从这方面来看，广东作为改革开放的前沿，经济发展中推动公益慈善意识提升方面确实起到很大的作用。

广东基金会的类型，还有一个特点，对文化艺术重视程度高，有 5% 的基金会属于这个类型。同时也有其地域性特点禁毒类型的基金会也比较突出。



3. 资助型基金会在广东非常稀少

资助型基金会是指将筹集到的资金主要用于资助其它组织运作公益项目，而不是自己运作公益项目的基金会类型。还有一种被称为混合型的基金会是自己也执行项目，也会给其他机构提供资金，资助他们做项目。

通过在地伙伴的调研及网络信息的检索，有以下机构被认为属于资助型基金会：壹基金、千禾、与人、绿芽、丹姿、和的等。对这些基金会的官网查看，有明确资助指引的，仅有两家。



▲ 与人基金会的资助青年人公益活动，主要是广东省内的，符合条件的伙伴可以申请



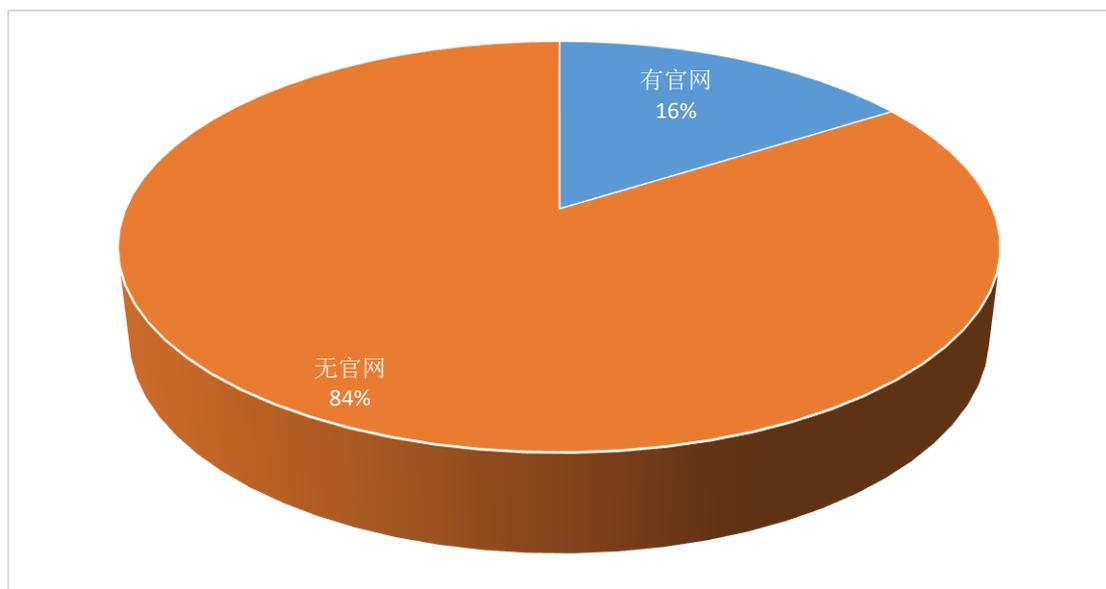
▲ 绿芽基金会的半乡学堂项目，主要资助农村妇女类的组织，区域不限，金额 5-13 万

4. 广东仅有 16%的基金会拥有品牌官网

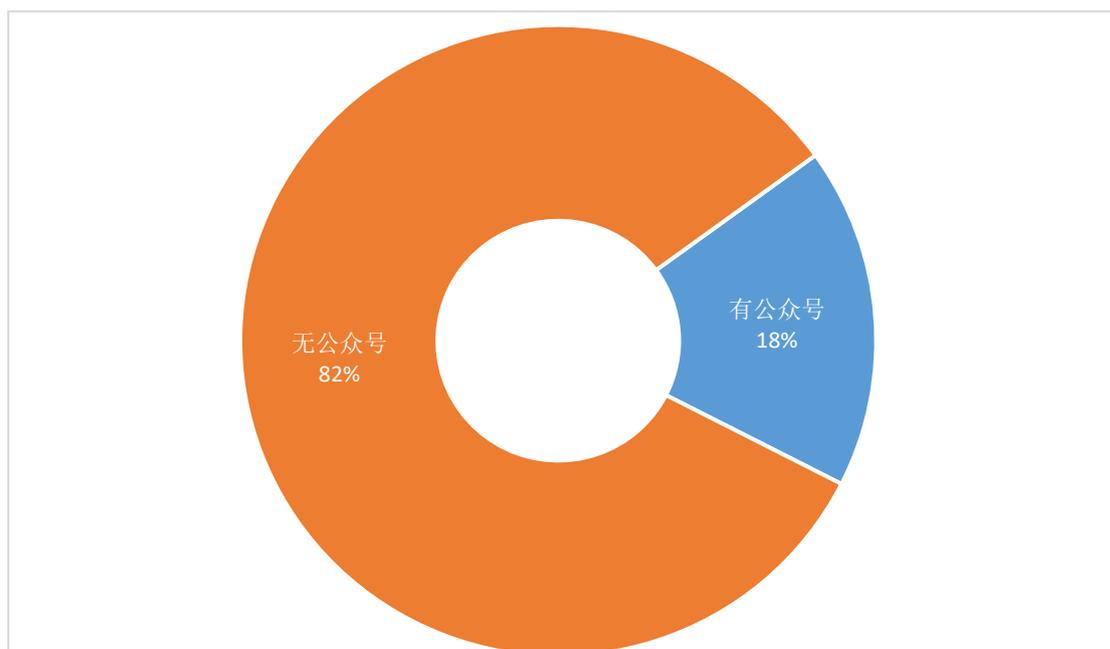
根据公益啦的调研数据，广东的基金会，只有 16%的机构开设了品牌官方网站。我们知道，官方网站是品牌传播的大本营，是机构对外释放影响力的核心阵地。如果没有官网，会有以下几点弊端。

- 第一，对外披露信息，提升公信力就有障碍；
- 第二，公益品牌与其他机构发生协作实现社会影响力，也会造成困难；
- 第三，主动传播机构的理念，价值，释放机构品牌力量也会变弱。

最后，公众很难联系机构，与机构发生对话，甚至监督机构，最终机构也会淡出公众视野。



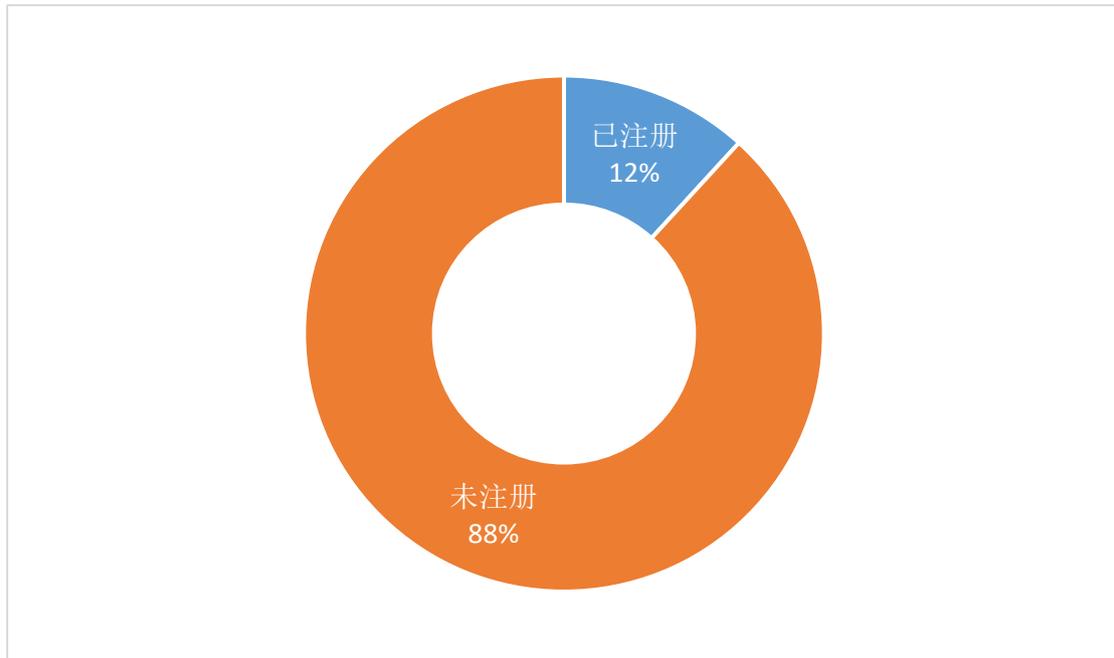
相比官网，微信公众号已成为最流行的传播阵地，然而我们看到广东也仅有18%的基金会开设了公众号。可见基金会品牌传播面临着极大的挑战。



第二部分 基金会品牌信息

1. 品牌商标注册机构太少，近九成机构没注册公益商标

数据显示仅有 148 家机构在商标局申请了品牌商标的保护工作。从已发布报告的比例上来看，是安徽的两倍，比四川、湖北、浙江的比例都高，但是相差不大。由此可见，广东地区基金会的品牌化保护意识相比较高一点。



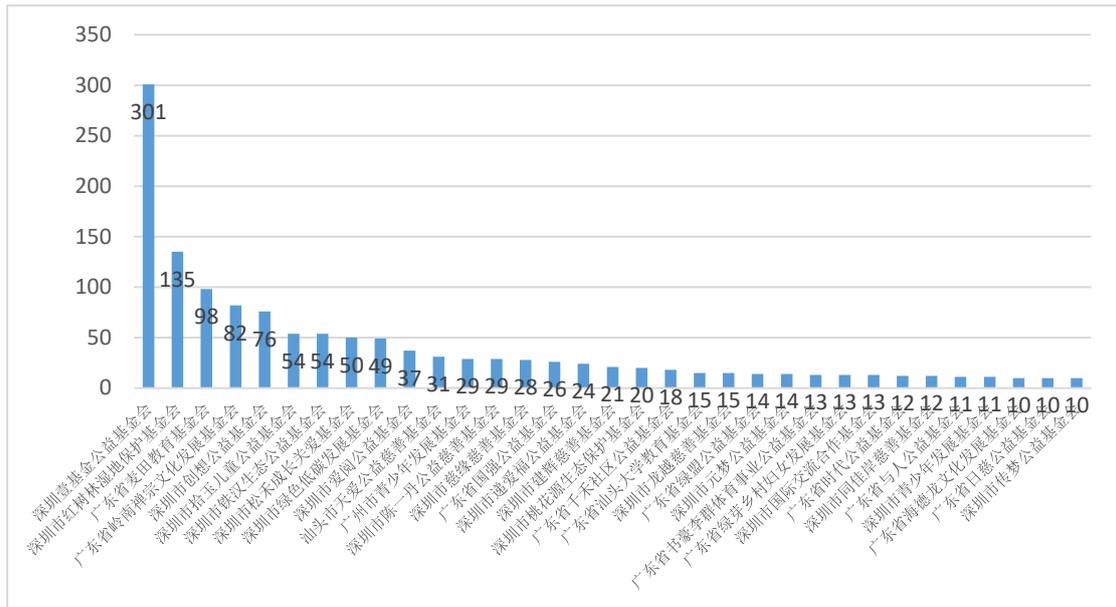
2. 广东基金会共申请了 1678 件商标

其中申请最早的商标是在 2005 年，由广东省麦田教育基金会申请的 1 件“麦田计划”图文商标，但是很遗憾，这件商标不知什么原因，已经显示无效了。我们知道麦田基金会在行业内足够强的知名程度，全国 87 个志愿者团队，共同创造了“麦田”这一公益品牌。



对一个 15 年历史的“老公益品牌”来说，如何让品牌专注持久，同时又能随着时代的变化而呈现勃勃的生命力，这是未来必将面临的挑战。期待麦田公益能像“希望工程”一样，可以影响和改变一代人，实现其最初的社会影响力目标，甚至跟着时代的步伐找到其未来更长远的发展目标。

3. 申请品牌商标最多的基金会是深圳壹基金公益基金会，共申请了 301 件商标



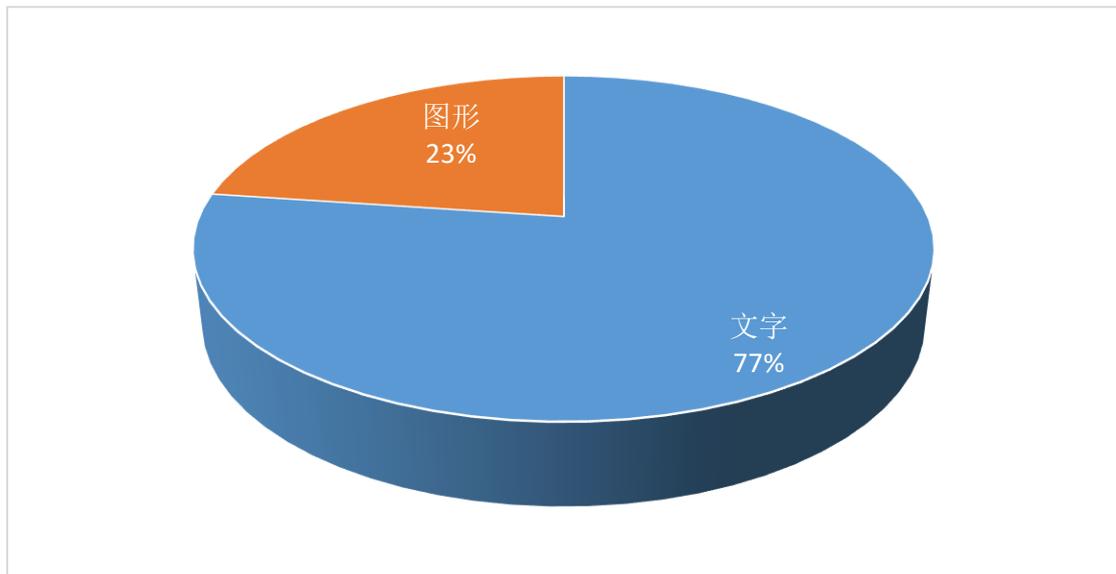
▲ 申请商标数 10 件及以上的基金会共有 33 家，申请商标总量为 1335 件

在 148 家基金会中，申请商标量最多的是深圳壹基金公益基金会，共申请了 301 件商标。排名前三的还有深圳市红树林湿地保护基金会申请了 135 件，广东省麦田教育基金会申请了 98 件商标。

申请商标在 10 件及以上的机构共有 33 家，占到总申请机构数量的 22%，申请商标量共有 1335 件，占到申请商标量的 79.6%。从这里也能看出非常符合二八定律。

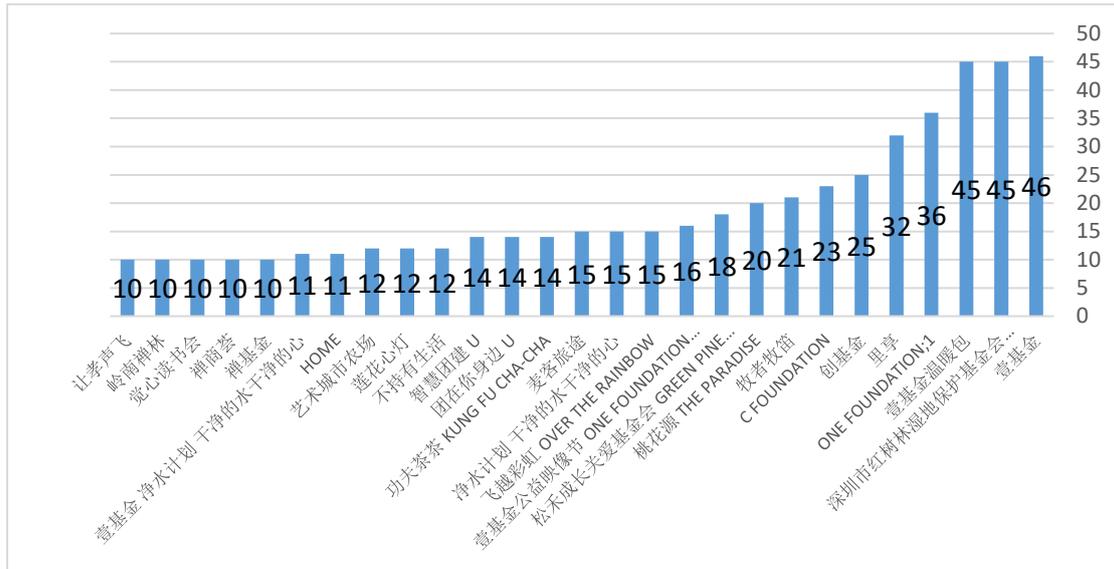
4. 文字品牌商标申请量占 77.2%

在申请的 1663 件商标中，以图标申请的占到 23%，文字商标，包括字母，英文，汉字及其组合的商标申请量达到 1284 件。



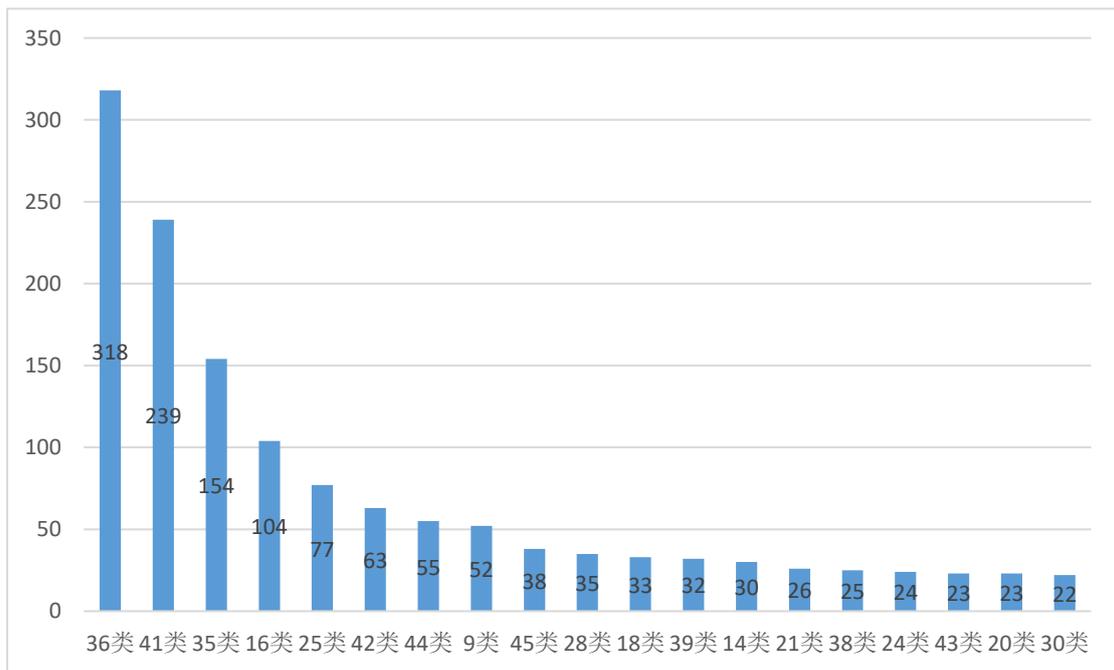
在品牌的概念中，最突出的是文字，尤其是能叫出声音，有相关含义的，因为品牌要承载着传播和影响的作用。而图形，更多的是一种视觉符号，虽然也很重要，但是在口耳传播中，就没有多少用武之地了。

广东基金会的品牌注册中，也非常相合这样的理念。通过对注册 10 次及以上标样分析，壹基金的品牌注册保护占到前五位的四席，分别是：“壹基金”；“壹基金温暖包”；“ONE FOUNDATION;1”；“里享”。另外一席，被深圳市红树林湿地保护基金会占得，他们对机构的 logo 进行了全类的注册保护。



▲ 共有 27 个标样，申请类别在 10 类及以上，其中壹基金占据了 7 个

5. 申请量最多的三个类别分别是 36，41 和 35



在势成服务过程中常会碰到咨询：哪一类是公益慈善类的商标？严格来说，商标分类表中，就没有这一个类型的小项。我国使用的商标分类表是采用尼斯分类的方式，并增补具有中国独特产品小项的总表。而商标分类是按照产品或服务的属性进行划分的，并不具有哪些是公益慈善性质的，哪些是商业盈利性质的。

根据我们的工作经验，基金会类型的商标主要集中在 36，41，35 这三个类别，然后再根据业务类型的不同，再增加业务类型相关的类别商标。广东基金会商标注册申请的类别选择与我们的经验完全吻合。

在 318 件慈善资金募集的品牌商标中，在国内被广泛知晓的品牌，也不过是“壹基金”、“联爱工程”等几个。期待基金会在筹款品牌建设方面，既保持数量的增长，又能提高品牌运营质量。

第三部分 基金会品牌优秀案例

一、深圳市猛犸公益基金会 品牌

深圳市猛犸公益基金会是中国首家推动基因科技造福民生的公益基金会，发起人为华大集团、万科公益基金会、松禾资本。



自成立以来，一直以“向善同行，让基因科技 HUI 及人人”为使命，坚持恤病助医、科普教育、跨界交流。新冠肺炎疫情爆发之后，猛犸基金会联合广大社会爱心人士和企事业单位 NGO，持续参与抗击新冠“战疫”，在国内外“战疫”中取得了积极的效果。



▲ 全球抗击新冠肺炎疫情公益行动签约仪式

不仅在国内完成了 17 家医院 PCR 实验室升级，还先后为 37 个国家捐赠了不同批量的核酸检测试剂盒，共计 39950 人份，以及帮助塞尔维亚、意大利、加拿大、法国、拉脱维亚、希腊等 6

个国家升级新冠病毒核酸检测实验室，来提升这些国家的核酸检测通量，得到了国际社会的认可。

作为基因科技的赋能者，猛犸基金会还是中国首家推动分子生物学科普教育的公益基金会。其中的旗舰项目是在中高等教育校园，建立和推广基因组学教育实验室。与猛犸基金会签定相关合作协议的院校，包括了人大附中深圳学校、东

北林业大学、北京市 35 中、广东新安职业技术学校、汕头大学医学院等。目前首批基因组学教育实验室已经落成。

科普教育也是猛犸基金会践行“基因科技 HUI 及人人”使命的重要途径。借助直播+短视频



▲ 人大附中深圳学校基因组学教育实验室落成后的第一堂课

的内容平台，猛犸基金会已与多家科研教育机构展开了科普项目合作，包括北京 35 中的科普系列公开课、国家基因库的户外自然直播、深圳梅沙书院的校园公益讲座等等，还联合深圳华大基因股份有限公司、深圳市华大基因学院、深圳国家基因库等共同举办了面向全国中小学生的“百校科普嘉年华”，在全国各地 20 多座城市、100 多所学校累计举行讲座近 200 场，直接授课覆盖学生超 8 万人，线上受众超过 180 万人次，取得了较大影响力。



▲ 猛犸基金会与塞尔维亚政府线上签订“火眼”实验室捐建协议

从支援全球抗击新冠疫情，到捐建基因组学教育实验室，再到生命科学的科普教育，一以贯之的，是要让“基因科技 HUI 及人人”的使命和责任，未来，猛犸基金会将继续沿着这条伟大的航道，让基因科技能够造福更多的人。

二、麦田教育基金会 彩虹口袋 品牌

彩虹口袋是由麦田教育基金会于2011年发起的关注乡村儿童美育教育的项目。项目通过绘画物资包+简单易行的创意课程+绘画比赛+画展，为乡村儿童、

老师、志愿者和关注乡村儿童美育教育的爱心人士提供了一个综合的解决方案。

首先，麦田为乡村儿童提供一套可供使用一年的画材，包括可作为书包使用的帆布袋、蜡笔、笔刷、颜料、水彩、画纸等材料；



其次，麦田为负责上课的老师 and 志愿者开发了激发孩子创造力和想象力的创意美术课程，引领老师和志愿者利用身边的素材开展多元的美术课程；

然后，麦田通过每年一次的绘画比赛，为乡村儿童提供一个展示自己作品的机会，从而获得成长和自信；

最后，麦田将优秀的作品进行全国的巡回展览，激发社会公众及爱心企业参与和支持项目，让项目能够覆盖更多偏远地区，让更多乡村儿童受惠。



然后，麦田通过每年一次

截至2019年12月，累计受益学校718所，受益学生72669人，覆盖了广东、广西、湖南、湖北、河南、河北、江西、四川、云南、山东、福建、甘肃、重庆、安徽省的88个地区，累计举办了6场线下师资培训，获益人数418人次。举办全国性的乡村儿童画作比赛4次，累计收集到参赛作品过万幅。

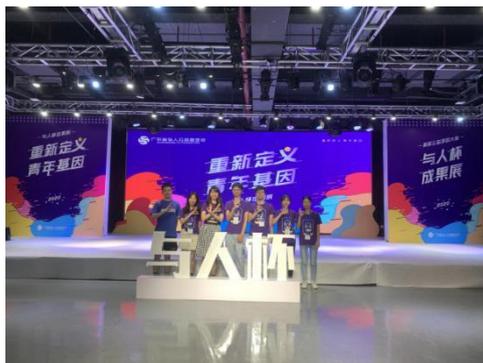
三、与人公益基金会 与人杯 品牌

与人杯（YRC）是由与人发起以公益为主题的高校青年大赛，是与公益基金会与高校深度合作的渠道。通过公益项目大赛，一方面让青年人了解朋辈群体的公益参与动态，激发团队创新动力与公益参与热情，另一方面，通过支持优秀项目落地执行，鼓励学生组团自主设计、策划公益项目，从而引导学生关注社会议题与弱势群体的需要，提高青年人的社会责任感。




同伴号召、项目制思维和沉浸式参与是与人的特色。同伴号召，调动优秀青年人成为大赛的**青年导师、项目助理、组委会智囊团**，通过与人培育一青年人自主管理的模式，以朋辈群体的身份指导和**支持团队**，促成青年朋辈互动，实现

行动目标。项目制思维，与人杯为大赛团队提供系统的项目设计工具和主题培训，从项目设计、项目落地到项目结项锻炼其逻辑思维，鼓励大学生从受益对象需求出发，通过专业的方法解决其问题。沉浸式参与，与人杯大赛从团队报名阶段，便配备青年导师、项目助理进行指导陪伴，有贯穿大赛流程的主题培训，如项目设计、路演展示等。



同时，各分赛区优秀项目获得进入年度总决赛的直通卡，跟其他学校优秀项目同台竞争学习。最后，在总决赛之后会邀请大赛团队参与成果展，对项目传播。与人杯从比赛到成果展形成一个闭环，提供完整的链条让学生沉浸式的参与。

四、三棵柚公益基金会 点亮星空计划 品牌

点亮星空计划旨在以项目帮扶及社会倡导为核心，以孤独症谱系障碍为主的心智障碍群体为服务对象，以儿童关怀、家长关怀、融合教育、庇护工程、特教机构能力建设、学术研究为主要帮扶板块，通过运营自有品牌项目和资助心智障碍领域有发展潜力及社会影响力的组织及项目，有效促进心智障碍领域 NGO 连接和共生，带动更多机构和社会公众关注心智障碍群体，帮助心智障碍群体享有有尊严、无障碍、有品质的生活。



目前拟通过“自闭症康复学费帮扶”、“星星加油站”两大板块为心智障碍群体开展帮扶救助。

自闭症康复学费帮扶

中国 0-14 岁的自闭症儿童超过 300 万，其中有超过三分之一的家庭经济情况异常艰辛，而自闭症的康复黄金阶段是 1-6 岁，错过了这个阶段，康复的困难就很大，病情还极有可能反弹。自闭症康复学费帮扶项目旨在帮扶中国贫困自闭症儿童，在康复黄金时期为他们提供康复学费帮扶，使他们有机会获得持续康复训练。我们希望聚集社会爱心，以帮助到更多贫困自闭症儿童和家庭成员走出困境。

星星加油站

调查显示，截至 2016 年 09 月底，在中残联注册的自闭症康复机构共 1345 家，大部份由自闭症家长联合发起，生存困难，师质参差不齐，98.7% 的自闭症患者无有效康复训练。星星加油站项目旨在通过“授人以鱼&授人以渔”相结合的方式，重点支持以孤独症谱系障碍为主的心智障碍服务机构开展儿童关怀、家长关怀、大龄心青年职前培训及就业支持、专项疗育、融合教育、特教老师培训、特教机构能力建设、学术研究等公益项目。我们希望聚集社会爱心，以支持更多孤独症谱系障碍为主的心智障碍服务机构开展公益项目，帮助心智障碍群体享有有尊严、无障碍、有品质的生活。

截止到 2020 年 9 月，点亮星空计划共联合 10 家心智障碍一线服务机构及 1 家明星粉丝会发起了 20 个子计划，其中 6 个子计划已经执行完毕，过去一年共帮扶心智障碍群体超过 2 万人次，14 个子计划正在筹款中执行中，未来一年预计帮扶心智障碍群体超过 5 万人次。未来，我们将坚持子母计划的模式，通过配捐的形式带动更多一线心智障碍服务机构开展公众筹款及宣传，并提供全年的常态化项目运营支持，携手一线机构共同为心智障碍群体提供更好的帮扶支持！

五、恒晖儿童公益基金会 联爱工程 品牌

联爱工程（儿童癌症综合控制项目）是由多家机构联合发起，与政府部门密切合作，以



联爱工程

儿童癌症综合控制

儿童白血病为试点病种且以广东省河源市和青海省为试点地区的公益社会创新项目，融合了公共卫生、临床医学、社会工作和健康经济、公共政策等多个学科，从医疗、药品、费用和关怀四个角度去探索有效缓解“因病致贫”的方法：

- 医疗：支持医生培训和科室建设，提高项目当地的医疗服务水平，实现分级诊疗；
- 药品：通过科学透明的卫生技术评估方法，推动治疗中常用但在医保目录外的药物纳入医保目录；
- 费用：设立慈善-医保补充基金，将项目地的白血病患者在医保目录内的报销比例提高至 85%以上，减轻大病患儿及其家庭的医疗负担；
- 关怀：为患儿及其家庭提供医疗政策信息、社会救助资源链接、线下探访等综合服务。

联爱工程旨在通过依托跨学科合作的专业优势和政社合作的工作优势，贡献社会组织与政府联动的新视角、新模式，创新重大疾病综合控制模式，探索健康扶贫的长效解决机制，为国家实现“健康中国战略”助力。



联爱工程项目成果

1、优医中心

1.1、河源儿童白血病治疗 0 到 1 的突破

优医中心 2018 年初资助河源市人民医院学科带头人于洪涛医生到中山大学孙逸仙纪念医院进修，2018 年 8 月协助河源市人民医院建立儿童血液组，并开

始收治白血病儿童。截止 2020 年 9 月，医院收治的白血病患者已达 17 名，并有 2 名已顺利结束化疗进入药物维持阶段。

1.2、远程会诊

与中山大学孙逸仙纪念医院合作，每月由中山大学孙逸仙纪念医院的医生为河源市人民医院的患儿进行一次远程会诊。

1.3、基层医生培训

定期邀请国内知名儿童血液病专家为河源市基层医生开展儿童血液病相关知识线下培训，同时，河源市人民医院医生定期到河源市下属县级医院开展医疗培训。

2、患者服务中心

2.1、一对一服务

截至 2020 年 9 月，共为 106 个河源籍白血病患者及其家属提供一对一服务，为每一个服务对象建立个案服务档案，同时向患者家属提供政策咨询及其他救助机构信息。



2.2、入户探访

社工定期到项目服务的患者家探访，及时了解患者的困难与需求，并建立患者的动态档案，从实际需求出发，为患者提供更加贴切、专业的服务。

2.3 线下活动

定期举办线下活动，为患者及其家属提供心理支持；同时不定期举办线下义卖活动，呼吁大家为白血病儿童发声。

3、慈善-医保补充基金

为 120 名白血病患者 提供 430 余万元的补充报销，避免了因贫弃疗或因病致贫的现象发生，挽救了多条幼小的生命。

六、法泽社区公益基金会 神奇亲子园 品牌

神奇亲子园是法泽社会工作服务中心和法泽社区公益基金会共同创立的以解决流动儿童早期发展服务缺失的一项公益项目。该项目通过赋能社区中的流动妈妈和社区社会组织和社工为 0-6 岁的流动儿童提供儿童友好、家庭友好、社区友好的社区早期儿童发展生态系统。

2014 年项目最先落地广州三元里松柏岗这样一个典型的流动人口聚集城中村，2017 年开始项目的规模化探索，通过培训赋能、筹款支持、项目督导等方式在全国建立了三十家社区早期儿童发展中心，创新型地把儿童早期发展干预、妇女创业和社会服务社区发展三者结合起来。

在项目开始就以创立品牌项目为目标，注册了神奇房子、神奇亲子园、神奇萌娃、神奇妈妈系列商标，确定了以神奇亲子园作为项目的总品牌。神奇来自于参加项目的儿童和家长，他们在这里看到了儿童的变化、家长的变化还有社区的变化，这里让流动儿童和家庭找到了家的感觉。

2018 年，神奇亲子园获得新浪教育公益年度杰出项目奖奖项。2019 年神奇亲子园登上中央电视台新闻联播，广州日报、新浪广州等国内知名媒体也多次大篇幅报道神奇亲子园项目。

七、蓝态幸福文化公益基金会“爱心环保餐厅”品牌

老人的孤独是具象的，空巢、四目相对最为常见。而最极致的孤独，是一年三百六十五天，餐桌上只有一副碗筷。中青年人压力太大，于是，沉默和不添麻烦，成了他们老人最终的选择。



2017年12月2日，位于番禺区永善村的蓝态爱心环保餐厅正式对外服务，为60岁以上老人和残障、失能人士提供免费午餐。从开办至今的两年多时间，除了山竹台风、新冠疫情期间、春节，爱心餐厅借助志愿者爱心接力保证开业。

蓝态爱心环保餐厅的负责人孔聪颖老师是一位地道的番禺人，从餐厅筹建到志愿者组织，再到确定菜谱，孔老师每天大部分的时间都放在了爱心餐厅。

“餐厅里丧偶独居的老人家大概有50人，大多是自己闷着。其他老人，也有各自的不开心。”孔老师说。蓝态基金会和孔聪颖将餐厅推向第二个阶段，打造让老人们有参与感的社交场域，希望让气氛活跃起来。他们开辟出一块活动场地，安装音响设备，摆上凳子，每天早晨10点至11点，安排志愿者带领老人学习中华优秀传统文化、做环保酵素，上台表演小节目，讲授养生之道和遇险自救方法等。

渐渐地，老人们也开始自告奋勇上台唱歌跳舞给大家看。每天十一点是开餐时间，可是老人们九点多钟就赶来了，因为大家都喜欢属于自己的“餐前沙龙”，即便有时唱歌跑调，舞姿也不够整齐，但老人更加关注自己了。阮



礼端阿姨是变化最大的人，或者说她有两面：在家里一声不吭，到餐厅却变成最活跃的一员。她说：“我 1941 年出生，经历了多少艰难世事，整个人生都不开心，到了七十几岁才在这家餐厅真正找到自己的人生。”蓝态基金会理事林波接受记者采访时说：“这餐饭很重要，对于老人家们，既有物理上的温度，又有心理上的温度，更多是心灵上的抚慰。”

目前，孝养陪伴老人的爱心环保餐厅，已向 60 岁以上的长者供餐达 105417 份，志愿者服务 12745 人次（2020 年 9 月 23 日统计）。志愿者们平凡的坚持，也引起了媒体的关注，央视《新闻联播》《新闻直播间》、广东台《今日关注》、《南方日报》等媒体，甚至《学习强国》都报导了爱心餐厅的事迹。

八、千禾社区公益基金会 益动品牌

尽管徒步公益的模式已经逐渐在国内多个城市形成热潮，但能将市民、企业、公益组织、媒体、基金会都深刻卷入其中的赛事并不多见。而益动广东——公益徒步团队赛兴许是当中参与范围最广、延续时间最长的公益赛事之一。或许是因为它从存在的那天起，就深深刻着“推动本土社区公益”的烙印。它承载着本地人对家园的热爱和对未来的想象，选择用健康快乐的方式传播公益、践行公益。

一、 将“徒步+公益”模式落地广州

作为一家扎根广东的社区基金会，广东省千禾社区公益基金会（下文简称“千禾”）深刻了解到，在岭南文化的脉络里，传承着岭南人乐善好施、敢为人先、勤劳务实、开放多元的精神。加上身处经济发展的前沿，广东人有较强的公益参与意愿。而对于一个资助型的基金会而言，它更是肩负着支持公益组织和公益行动者的使命。千禾需要寻求一个有效的路径，能将来自公众的资源 and 力量传输给公益伙伴，支持他们继续扎根社区，深耕社区公益；另一方面，将公益伙伴的公益理念向公众发出倡导，让更多人关注公益、传播公益。



2012年，国内徒步公益活动还很鲜见。而在海外，诸如乐施毅行者这样的体育慈善项目模式早已成熟，正在为公益理念传播和筹款发挥重要的价值。受到启发后，千禾决定将“徒步+公益”的模式引入广州，尝试打造以公众参与为基础的、接地气的民间公益徒步赛事，以此推动公众公益传播与筹款，为千禾所关注社区公益项目提供支持。

二、 多元开放，融合各界力量共创品牌

举办公众徒步筹款赛的想法很快得到公募基金会伙伴的支持。他们愿意与千禾共享资源、共担风险，并为赛事提供接收善款和开具慈善票据的支持。在赛事线路开发和保障方面，千禾与专业户外活动策划机构合作。他们的工作人员，是户外运动爱好者。这种热情使得他们身上天然带着勇于尝试、谦逊严谨的品质，又对环保、健康、安全有更高的要求，愿意共同来推动这项公益事业。经过多方讨论、思维碰撞和资源动员，就这样，首届公益徒步团队赛于2012年12月15日顺利在广州郊区火炉山启动。

在往后几年的合作中，公募基金会、千禾、赛事执行方三方逐渐形成了彼此信任又分工明确的益动广东工作团队。千禾作为一个最初的连接方，在推动赛事进度的同时，也把握着益动广东的方向、品质和价值理念。而在诠释益动精神、接受各种建议和吸收经验教训的过程中，组委会对益动广东的未来发展模式也日渐清晰。



随着益动广东规模和影响力的扩大，合作支持单位也不断地开拓。本土的爱心企业、政府事业单位、媒体将益动广东作为其践行社会责任，培育员工公益文化的重要平台。他们发挥在特定领域的资源和技术优势，为赛事提供公关广告、新闻报道、志愿者服务、赛事物资赞助、医护保险保障等支持，让赛事能顺利举行，给参赛市民良好的参与体验。他们更是积极发动员工组队参赛，对参赛员工队伍进行嘉许和支援。

三、 丰富参赛者体验，徒步和筹款挑战一个都不能少

从2012年至今，益动广东——公益徒步团队赛都保持四人组队、至少一名异性的参赛形式。对参赛市民而言，报名，意味着接受益动广东发出的两个挑战：

首先是完成规定的徒步挑战。组委会根据难度设置了不同的挑战级别，少则

10 公里，多则 35 公里。队伍可以选择合适的挑战系数。在参赛日之前，益动广东鼓励参赛市民自行组队拉练或参加组委会举办的线路体验活动，锻炼体能，以提高开赛当天的完赛几率。

再者是完成至少 1000 元的筹款任务。益动广东延续着千禾为公益组织发展提供支持的使命，也结合广东地区关键的社会议题，邀请符合特定要求的公益项目入驻联劝平台进行宣传和筹款。每个队伍报名需在益动联合劝募平台上选择其认同的一个公益项目，在赛事结束 1 个月内，通过向身边的人劝募，为该项目筹款 1000 元以上。



经过了 4 年多的持续酝酿，益动广东参赛市民逐年上升。截止至 2015 年 12 月，(不含 2015 年益动顺德分站) 共有 6588 位市民参赛(历年参赛人数如图 1)，动员 3.5 万人次获得公众捐款 2056715.03 元(历年筹款总额如图 2)，支持了 51 个社区公益项目(历年联劝公益项目如表 1)。

2012-2015 年益动广东参赛人数

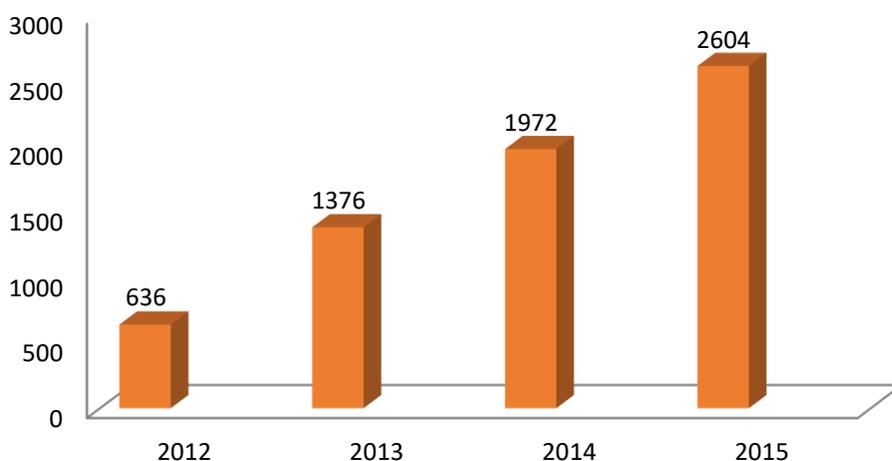


图 1 (益动广东受到广泛关注和好评，参赛人数逐年增加)

2012-2015 年益动广东筹款总额

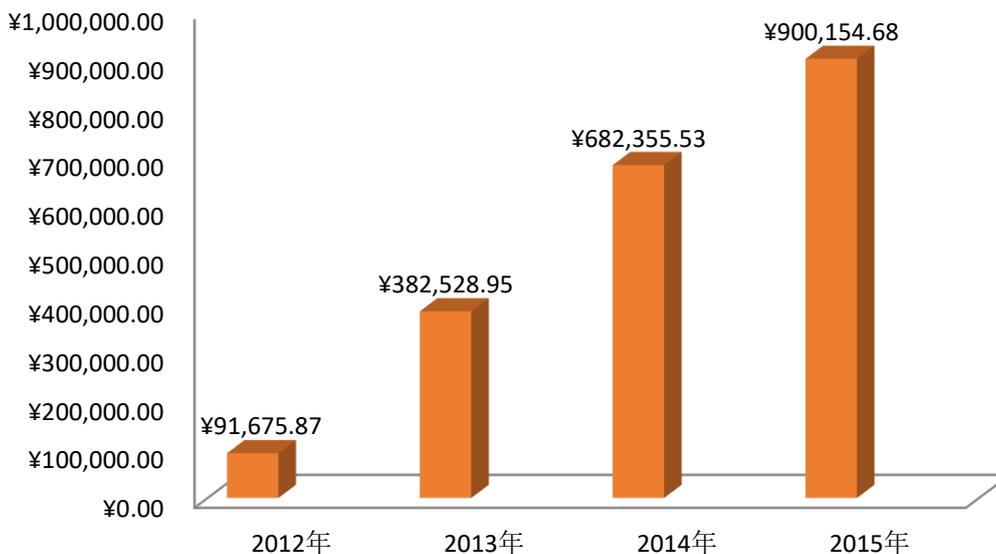


图 2 (益动广东筹款总额逐年上升, 2015 年单场赛事公众筹款超过 90 万元)

2012-2015 年益动广东联动公益项目

序号	项目名称	执行机构
2012 年		
1	急救南岭实地调查项目	急救南岭小组
2	芦山应急救援与西川村灾后重建项目	雅安应急救援志愿小组
3	增城夏街村流动儿童体育发展项目	灯塔计划
2013 年		
4	拜客广州公益影像项目	拜客绿色出行宣传活动中心
5	星囊公益计划	满天星青少年公益发展中心
6	麦田公益图书室项目	麦田教育基金会
7	灯塔计划义教项目	灯塔计划
8	留守儿童关爱项目	蓝信封留守儿童关爱中心
9	V-Grow 伙伴发展支持计划	微辣青年
10	广州青城-青新计划	青城环境文化发展中心
11	流动儿童居家安全预防与自救项目	龙岗区龙祥社工服务中心
12	【快乐童行】一个都不能少儿童关爱项目	番禺区快乐童行社会工作服务中心
13	青年异客志——青年关注流动人口的“学习地图册”编写计划	恭明社会组织发展中心·异客公益·流动人口服务项目
14	《梦想·家》——以天河区沙东街南蛇坑小区外来人口为例	广东绿耕社会工作发展中心
15	流动的儿童, 流动的音符	深圳重 D 音工人文化中心
16	流动儿童关爱社区计划	增城市乐众社会工作服务中心
17	关注外来务工人员的家庭亲子融合问题, 蓝信封《书信》珠三角巡展	蓝信封留守儿童关爱中心
18	微辣青年营·城市流动儿童 100 天关爱行动	微辣青年
2014 年		
19	爱的小屋	佛山市高明区友爱历奇辅导中心

20	绿色创新青年计划（青新计划）	青城环境文化发展中心
21	小义工社团项目	灯塔计划
22	单车道修复行动	拜客绿色出行宣传活动中心
23	广州市餐厨垃圾资源化利用案例调研	宜居广州生态环境保护中心
24	医院游戏服务项目	金丝带特殊儿童家长互助中心
25	启创·长者居家改善计划	启创社会工作服务中心
26	社会人士志愿者麻风病康复村工作营项目	家工作营
27	微辣青年营——流动儿童与大学生共成长平台	微辣青年
28	蓝信封留守儿童关爱项目	蓝信封留守儿童关爱中心
29	满天星阅读推广计划	满天星青少年公益发展中心
30	一杯干净水-甘肃庆阳市环县许掌小学饮用水安全解决项目	北京水源保护基金会思源创绿专项基金
2015年		
31	启创·长者居家改善计划	启创社会工作服务中心
32	绿芽·流动儿童成长课堂	广东省绿芽乡村妇女发展基金会
33	小白关爱同行计划	广州青基会碧心基金
34	社区少年音乐社	哆咪咪青少年音乐发展中心
35	医院游戏服务项目	金丝带特殊儿童家长互助中心
36	麻风病康复村生活与社会条件改善工作营项目	家工作营
37	雷励中国 2016 年贵州远征	雷励青年公益发展中心
38	麦田计划健康包项目	麦田教育基金会
39	合木·残障群体推动者成长计划	恭明社会组织发展中心
40	微辣青年·流动儿童营	微辣青年
41	“壮士暮年”抗战老兵关怀行动	广东省游心公益基金会
42	蓝信封留守儿童书信项目	蓝信封留守儿童关爱中心
43	留守儿童/流动儿童社区可持续发展项目	映诺社区发展机构
44	爱的小屋	佛山市高明区友爱历奇辅导中心
45	一杯干净水	一杯干净水专项基金(北京自然之友公益基金会)
46	拜客-关注你的出行安全权益	拜客绿色出行宣传活动中心
47	珠江水联合行动-民间河长行动计划	广州市新生活环保促进会
48	“关注女工大姐，尊重劳动价值”——大龄女工社会支持项目	东莞市毅行社会工作服务中心
49	东江流域生态导赏员培训	鸟兽虫木自然保育中心
50	圆梦象牙塔	共青团广州市花都区花东镇团委委员会
51	愿望成真项目	金丝带特殊儿童家长互助中心

表 1（2012 年—2015 年，益动广东合共资助公益项目 51 个，直接受益人数达 4.6 万人）

四、全方位打造品牌，传播益动精神

1、VI 打造

2013 年，千禾开始为主办的公益徒步团队赛打造品牌，并以“益动广东”作为品牌名称。在赛事形象包装上，益动广东有专属的 VI。所有的信息都经过官方的网站、邮件、微博、微信、QQ、咨询电话进行沟通，确保信息的准确性。为了保证品牌的稳定性，组委会还对“益动”的品牌名称和字形进行商标注册。

2、广告投放

在赛事报名阶段，益动广东的海报和宣传片会通过地铁、报刊亭、户外LED屏、特定场所和活动进行投放，宣传赛事理念和活动资讯。而在面向公益伙伴、企业团体和其他参赛市民的赛事说明会、体验日、答谢会等线下活动中，组委会也会不断重复传播益动广东的品牌理念。

3、活动设计

在品牌的公益价值创造方面，益动广东强调“走过不留痕”的原则，将清洁山野、垃圾分类等元素融入当日活动规则设计中，号召参赛市民共同行动，降低对山野环境的破坏，并将环保理念带回生活中实践。而赛事沿途及终点也设置公益体验，如活动终点的公益项目展示区、倡导消除歧视的共融音乐节。除了参赛当天的公益体验，益动广东搭建公益组织与参赛市民日常交流的平台，与联动伙伴共同发布联动项目活动资讯、联合发起“益动随行”活动，为市民持续了解公益项目、参与社区公益提供更便利的渠道。

4、媒体报道

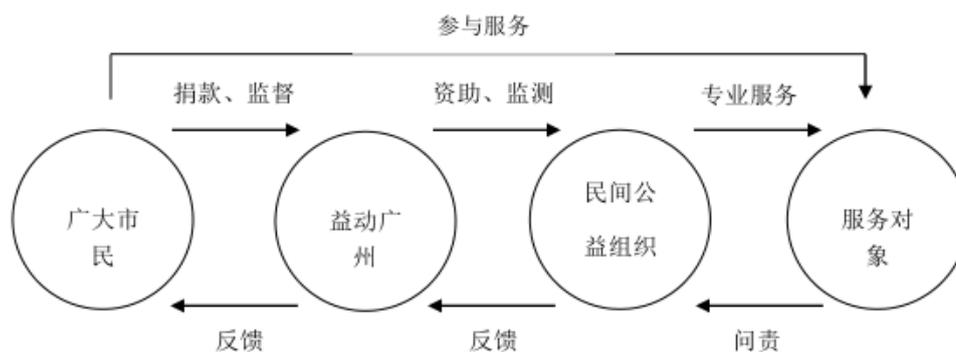
在赛事的关键节点，除了在益动广东自有平台（网站、微信、微博）上发布信息外，组委会还邀请本土主流媒体对赛事进行报道，公布筹款信息，以公开透明的财务披露面向公众，提高赛事的公信力。

5、地区推广

随着赛事经验的积累，益动广东逐步开始在广东其他城市进行复制。组委会寻找具有大型活动筹办经验的在地公益伙伴或户外体育协会作为执行机构，发动当地的企业、政府、媒体、志愿者资源，并结合地方风景、人文特色设计路线，为当地市民打造公益徒步团队赛。

目前，益动广东已成功举办益动顺德、益动广州徒步团队赛，参赛市民超过5000人次，共为当地的公益组织筹款超过150万元。未来，益动广东将探索在更多城市落地的可能性。

从参赛到社区公益项目资助和参与，益动广东把公益理念倡导融于赛事的每个环节，把参赛者的体验摆在第一位，不断地传达社区公益的价值；从单一的公众徒步筹款到推动益动联动组织主动发起项目宣传、志愿者动员、捐款人服务和信息公开，益动广东将支持社区公益组织发展进行到底。这或许就是益动广东最朴素的价值。它从来就不只是一个活动。



推动城市公益生态建设，是一个艰难而漫长的过程。但我们始终相信，改变一点一滴在积聚。而益动广东在慢慢模糊掉创办者的身影之后，也许有一天，它可以真正成为广东人一年中最期待的事——一个温暖、快乐而有力量集体盛事：越来越多的人能在参与过程中发现自己的力量，发现自己与社区的联结，并对未来抱有乐观的态度。这是益动广东创办者们最大的愿望。

<完>

2020年9月28日

势成咨询

联系电话：18326602788（微信同号）

■ 联合发布

◆ 北京加速公益基金会 简介

加速基金会于 2016 年 12 月经北京市民政局登记成立，以“用公益服务产品凝聚专业力量，推动公益行业健康、有序发展”为使命，“让天下没有难做的慈善”为愿景，着力推动中国公益支持领域专业化、标准化发展，营造公益行业良好生态。



◆ 广东省麦田教育基金会 简介

麦田创立于 2005 年 6 月 16 日，长期并将继续围绕“人人乐享教育”的愿景及“和孩子一起成就未来”的使命，通过培育专业的志愿者团队和教育公益项目，打造泛麦田共同体，构建教育生态圈，发动更多力量共同促进乡村儿童落后的教育状况的改善。



◆ 广州市社会创新中心 简介

中心专注社会创新领域的能力建设，通过培力组织与促进社会投资推动社会创新，为珠三角社会创新型组织与社会投资营造友好环境与生态系统。努力打造公益新常态下快速成长、成熟有序的社会创新行业，成为华南地区最具影响力的社会创新根据地。



◆ 广东志鲲公益慈善基金会 简介

本基金会为非公募基金会，我们始终相信“志愿精神”是中国社会最宝贵的财富之一，将以推动广州市及全国公益慈善事业发展为宗旨，开展公益活动，资助和开展公益慈善及志愿服务，支持志愿服务领域社会企业。



◆ 广东省与人公益基金会 简介

基金会秉持“既以为人已愈有，既以与人已愈多”的价值，是聚焦青年公益的资助型基金基金会。以资助为基础，通过建造公益资源库及课程体系以及一站式在线公益参与平台与益（www.yue.org），希望为青年人打造零距离公益平台，汇聚公益青年力量。



◆ 深圳市恒晖公益基金会 简介

成立于 2017 年，由曾获得“全国优秀县委书记”表彰的陈行甲发起。机构长期以来致力于开展公益社会创新、大病救助、青少年教育关怀、防灾救灾等方面的公益项目，于 2019 年被评为深圳市示范性公益基金会，在中国基金会中心网透明指数 100 分。



◆ 广东省三棵柚公益基金会 简介

基金会以社会责任为己任，通过开展慈善活动，扶贫济困、安老助残、资助紧急灾害，促进社会和谐，感恩、回馈社会。柚爱不孤单，一棵为木，是孤独；两棵成林，是陪伴；三棵成森，是社会。



◆ 广东省蓝态幸福文化公益基金会 简介

基金会以开展弘扬中华优秀传统文化相关的慈善活动为宗旨，长期、持续举办幸福文化公益讲座、德育师资公益培训班，开展扶危济困、敬老助残、环保公益等活动。



◆ 古村之友 简介

古村之友创立于2014年11月，是一个以古村保护活化为载体，以新乡贤工程为抓手，以乡土文化复兴和民间公益慈善土壤激活为终极目的的生态系统公益组织。



◆ 深圳市猛犸公益基金会

中国首家推动基因科技造福民生的公益基金会，发起人为华大集团、万科公益基金会、松禾资本。基金会以“向善同行，让基因科技 HUI 及人人”为使命，以倡导和发展具有民生为本、平等普惠、便捷可及的基因科技为原则，以恤病助医、科普教育、跨界交流等为主要业务。



◆ 公益啦 简介

公益啦 (GongYi.la) 专为公益机构提供一站式 SaaS 云平台解决方案的供应商。自成立以来，公益啦致力于借助互联网技术为公益机构提供一体化智能平台解决方案，推动公益机构数字化转型。



◆ 势成咨询 简介

势成咨询，致力于用专业的知识为公益慈善类机构提供公益品牌识别与保护、品牌建设与管理，公益产品化、品牌化咨询、公益产品标准化手册撰写等方面的服务。2013 至今，势成先后服务了 1500 多家国内优秀的非营利组织，是国内公益品牌保护与建设服务的专业品牌。



■ 媒体支持

◆ 《公益时报》 简介

《公益时报》创刊于 2001 年，由民政部主管、中国社会工作联合会主办，是我国首份全国性、综合性公益类报纸。《公益时报》坚持记录、解读和推动公益行业的进程，传播公益慈善理念，营造跨界交流平台，努力打造公益慈善领域独家权威媒体。



◆ 中国发展简报 简介

发展简报创办于 1996 年，是一个为公益慈善行业提供专业的观察、研究、网络平台支持与服务的中英文双语平台。2017 年 3 月注册为北京益行公益信息交流服务中心。以“秉承独立和专业原则，通过公益信息交流和资源对接、推动公益行业可持续发展”为使命。



◆ 善达网 简介

善达网是专注于公益整合传播的新媒体平台，以扬善传播为核心，旨在搭建公众、政府、非营利组织及企业相交相知、互信互动的信息桥梁。



◆ 公益慈善论坛 简介

公益慈善论坛通过发布各类公益慈善资讯，积极传播现代公益慈善文化，普及公益慈善常识，以增进人们对公益慈善基本理念、发展现状与未来趋势的了解和把握，推动中国公益慈善事业向更加高效、专业、规范的方向发展。



◆ CSR 环球网 简介

CSR 环球网是一个企业社会责任的新媒体传播平台和智库。专注于记录以及向公众传播具有影响力、创新的企业社会责任和公益传播案例、公益领域里新锐的任务和故事。与此同时，CSR 环球网致力于向企业和机构提供公益和公众倡导策划咨询服务。



◆ 人人公益 简介

专注于为企业及非营利组织的公益愿景提供咨询、传播、筹资及倡导等服务的专业机构，我们的产品包括从咨询诊断、战略规划、全案设计到项目运营等在内的全流程服务。公司旗下人人公益新媒体平台是中国公益传播领域最具影响力的全媒体平台。



◆ IPRdaily 简介

IPRdaily 是具有全球影响力的知识产权媒体，致力于连接全球知识产权与科技创新人才，全球近 100 万用户。2019 年全年全网页面浏览量已经突破过亿次传播。



■ 联合传播

◆ 壹陆咨询 简介

壹陆咨询致力于为客户解决公益领域最棘手的问题,成为中国非营利组织成长伙伴,专注为企业、企业家、高净值人士及政府提供一站式基金会管理服务解决方案(包括基金会、专项基金、慈善信托、慈善项目、行业平台等)。



◆ NGO2.0 简介

NGO2.0 由麻省理工学院新媒体行动实验室和中国科学技术大学知识管理研究所共同发起,定位为全国性公益支持机构,在国内倡导技术公益(ICT4GOOD)的理念和实践,运用互联网技术和社会化媒体服务公益行业,推动中国技术公益的发展。



◆ 公益宝 简介

公益宝是民政部指定的全国首批慈善组织互联网公开募捐平台之一,专注服务慈善行业9年,秉持“连接爱心·创造价值”的理念,服务全国300余家慈善组织。公益宝的项目案例入选全国工商联民营企业社会责任报告蓝皮书(2018)。



◆ 之江公益学园 简介

之江公益学园由广东大学社会治理研究院与广东省红石慈善基金会联合发起。学园计划通过建立之江公益学院、之江社会创新学院、之江国际商学院,推动公益慈善教育事业的专业化、规范化、国际化。



◆ 瑞森德咨询 简介

瑞森德团队创建于2009年,是国内最早为公益慈善组织提供咨询的专业机构。依托多年的实践经验和国内外行业洞察,建立了包括:战略及筹资咨询、能力建设、行业研究在内的业务板块。



◆ 自在公益影像 简介

自在公益影像是一支专业从事公益传播的影视团队,致力于为公益机构和企业CSR品牌进行构建及公益传播。影像作品曾获得多项国内国际奖项。团队使命“记录美好故事,凝聚向善力量”。

