



聚焦
jujiao

“乡村女性经济赋能计划”——

让乡村女性拥有“美好改变”

本报记者 顾磊

乡村女性是农业农村发展的主体，其参与度及整体素质的提升，直接关系到乡村振兴战略的实现与可持续发展。

2019年9月，一场针对乡村女性发展经济能力的试验拉开帷幕。摩根大通银行（中国）有限公司和友成企业家扶贫基金会启动了“乡村女性经济赋能计划”一期项目，从职业技能、心理健康、金融素养、领导力与社群支持等方面，为乡村女性群体提供综合的赋能支持。

经过近3年的实践，2022年4月20日，双方共同启动“乡村女性经济赋能计划”二期项目，拟采用“线上线下创业赋能培训+女性创业孵化指导+运营资源对接”的模式，为乡村女性提供覆盖范围更广、质量效率更高的职业教育与技能培训。

困境

友成基金会副秘书长张静表示，女性人才是乡村振兴队伍建设的重要组成部分，她们是乡村社区的建设者、乡村经济发展的参与者和乡村文化的创造者。2021年9月国务院印发的《中国妇女发展纲要（2021—2030年）》明确提出要“支持妇女积极参与乡村振兴。充分发挥妇女在农村一二三产业融合发展和农业农村现代化建设中的作用。”

“妇女在家庭中的地位是非常重要的，她能够把金融知识、社会经济运作能力带给下一代。”摩根大通银行（中国）有限公司行长邹炼在谈及乡村女性角色时表示：“一位女性、一个家庭，有可能能够带动一个村、一个镇整体的经济发展。如果给予女性发展足够的重视与支持，给女性带来的帮助以及回报是会超乎我们的想象的。”

据友成基金会与明德公益研究中心共同发布的《农村女性经济赋能研究报告》（简称《研究报告》）显示，农村女性往往因受教育程度低、家庭照顾责任重、缺乏职业技能等原因，主要从事家庭照料劳动或从事低回报的农业生产活动，非农业就业率低，经济收入有限。经济发展的能



贵州雷山班学员在进行模拟开办公司练习（友成基金会供图）

力、机会和空间是乡村女性发展的痛点，亦是核心的需求点。

“通过对多个乡村女性经济赋能项目的调研，我们看到，每位农村女性的改变，将带来家庭的改变，最终促进乡村的改变。”友成基金会秘书长零慧在2021年5月的农村女性经济赋能研发布会上表示。

试验

友成基金会的工作人员曾对许多乡村女性家庭进行走访，挖掘乡村女性的需求。“我们不光是要解决乡村妇女的问题，更重要的是帮助她们解决家庭的问题和农村的问题。”张静说。

“乡村女性赋能计划”一期项目为乡村女性提供“电商就业创业培训+孵化陪伴”“金融教育+咨询陪伴”“女性心理关怀+领导力培养”三大板块的综合服务与支持。

项目通过提升乡村女性电子商务职业技能、金融素养（财务管理能力）、女性领导力，结合心理疏导，帮助乡村女性学习知识与技能，激发潜能，从而在经济、生活、职业等方面的提升。

摩根大通充分调动员起自身员工成

为“公益导师志愿者”，为乡村女性群体开展金融普及教育。

“乡村女性赋能计划”一期实施卓有成效，项目在甘肃、四川、贵州、安徽、湖北等五省落地执行，累计开展38期培训，完成了对1874位乡村女性的赋能培训，结业率达91.7%。培训孵化期结束后实现66.6%就业创业率。

根据明德公益研究中心发布的评估报告，项目的女性学员人数、学员结业率均超出预期，学员就业、创业和金融赋能的成效显著，展示出充分的自信。

培训不仅改变着乡村女性，还在潜移默化地影响着她们的家庭。来自贵州雷山的一位学员说：“参加培训后，我更坚定地认识到，应该有一份事业，这也是一种保障，以后带娃娃也做好榜样。”

在邹炼看来，项目为乡村女性打造一套创业者生态体系。首先，通过运营资源网络对接，帮助创业学员对接开拓市场资源，并为有需要的学员提供货源支持、对接创业贷款资源；其次，每个县孵化形成一个女性直播带货互助小组；最后，与公益伙伴合作，在项目后期形成优秀员工及学员的故事、第三方评估报告，总结优化项目的模式经验，进行项目传播和行业倡导。

升级

《评估报告》总结一期项目经验，针对后续项目的开展提出了建议：

一方面，一期项目学员的受教育情况和婚姻状况存在明显的异质性；后续项目开展可以考虑对目标群体进行细分，根据目标群体能力进行分类和设置相应的课程体系，形成两种人才培养模式满足异质目标群体赋能需求。

另一方面，未来项目资源可以尽量向西北、西南地区以及少数民族地区倾斜，特别是女性地位低、缺乏职业培训机会的地域，从性别平等和关注困难人群的理念出发，通过经济赋能推动社会性别平等，提升妇女地位。

在上述建议的指导下，今年4月20日，摩根大通与友成基金会启动更大范围的“乡村女性经济赋能计划”二期项目。

二期项目拟采用“线上线下创业赋能培训+女性创业孵化指导+运营资源对接”的模式，为乡村女性提供覆盖范围更广、质量效率更高的职业教育与技能培训。通过陪伴成长为她提供长期的创业技能指导，实现收入增加，提升创业综合素养能力，帮助乡村女性实现自我提升和全面发展，成为当地乡村建设的中坚力量。

根据邹炼介绍，二期项目计划为四川、贵州、甘肃、陕西、云南、河南、宁夏7省区共6300名乡村女性进行直播带货创业培训和6个月女性创业孵化指导。计划将使100%学员掌握创业技能，使70%的学员能成功直播带货创业、拓展客户基础，实现学员6个月每月净利润收入平均持续增长15%，提升学员创业所需要的财商、领导力、沟通表达、个人管理等综合素养能力。

有了一期项目的经验，在摩根大通与友成基金会的持续努力下，乡村女性赋能计划能够发挥出更大的社会价值。

“我们所秉持的理念是要与所服务的社区共同繁荣发展。”邹炼表示，“通过结合自身的优势和与资深公益伙伴加强合作，我们希望能够帮助改善地区发展不平衡、不充分的现象，实现共同繁荣和可持续的、稳定的发展。”

无论是已经完成的一期项目还是即将开展的二期项目，都是颇有创新意味的公益实践，从长远看，这也是乡村可持续发展的有益探索。

步入“提质增效”阶段——

社会组织该如何更有效参与社会治理

本报记者 顾磊

日前举办的2022年中国互联网公益峰会“社会组织参与社会治理路径探索”分论坛上，深圳国际公益学院课题组在对2008年至2021年社会组织发展数据进行研究整理后表示，目前中国社会组织增长速度放缓，其发展步入“提质增效”阶段。

社会组织作为参与社会治理的重要力量之一，在扩展社会服务供给、推动慈善公益落地、弥补市场不足和承接政府职能转移方面发挥着重要作用，但其发展也面临着诸多困境。

中国社会组织促进会常务副会长孙伟林表示，社会组织参与社会治理，不是社会组织单方面可以做到的，需要较为完备的、可操作的政策，好的社会环境，相对完善的组织和行动系统以及骨干力量等。

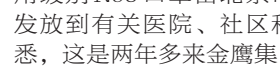
一些地区在此方面取得了有益经验。深圳市社会组织管理局副局长白洪春介绍，近年来深圳市在提速提质的大背景下探索社会组织参与社会治理的创新路径，包括完善综合监管体系、构建社会组织协商体系、推动社会组织参与市场治理、提升市场活力、提升专业服务、补足治理短板、整合资金资源、大力培育发展社区社会组织等，这些举措取得了显著成效，提升了当地社会治理的水平。

当前，新冠肺炎疫情防控对社会治理形成了考验。“在抗疫过程中，社会组织的专业属性、专业服务要更加凸显出来，不能总是发物资、当核酸检测志愿者。社工机构的优势也不是单纯地当志愿者，而是直接面对需要服务的人士，提供社会工作服务。”广州社会组织研究院执行院长胡小军认为，社会组织还应加强自身平台的搭建，机制化地融入应急管理体系中。

香港赛马会慈善及社区事务执行总监张亮认为，数据不透明、不及时、不分享，会造成有心、有能力的志愿者，社会组织力不准，资源分配不合理。“如果我们能够实时分享透明的数字信息，通过分析数据，引导不同的社会组织投入到相应的工作中，可以使社会问题处理得更加稳妥。”

深圳社会组织研究院院长饶锦兴认为，社会组织要有不同类型的专业化分工，要推动基金会和下游服务机构的关系，找到一种与政府购买服务不一样的支援路径；还要推动社会组织下沉基层，有效整合政府资源、社会资源等各类资源，不应让各种形态的社会组织同质化发展。

深圳大学政府管理学院副教授罗文恩认为，社会组织推动治理现代化的路径有三：“一是要大力培养专业型社会组织或职业型人才，通过数字赋能，提升社会组织服务效率；二是要将社会治理信息融入智慧城市建设，提高社会组织的具体效能；三是要打破数据壁垒，如不涉及敏感数据，政府部门也可以和社会组织共享。”



陈江和公益基金会向北京捐赠防疫物资

本报讯（记者 赵莹莹）北京陈江和公益基金会向北京市赠送防疫物资交接仪式日前举行。由陈江和公益基金会紧急采购和捐赠的50万只医用级N95口罩由北京市侨联迅速发放到有关医院、社区和部门。据悉，这是两年多来金鹰集团及北京陈江和公益基金会在中国开展的第7次抗疫捐赠活动。

据介绍，早在新冠肺炎疫情暴发之初，金鹰集团就在世界各地采购防疫物资，第一时间把大量的防疫物资由专机运送到中国，捐赠给相关地

区。今年4月底，为支援上海市防疫工作，陈江和公益基金会还携手金鹰集团旗下企业赛得利向上海市捐赠了50万只医用级N95口罩。

截至目前，金鹰集团通过北京陈江和公益基金会等向有关省市共捐赠口罩300余万只，消毒液原液1300多吨，并向山东省五莲县、福建省莆田市分别捐赠600万元抗疫专款。北京陈江和公益基金会因在疫情防控期间的突出贡献，荣获“全国侨联系统抗击新冠肺炎疫情先进集体”称号，并被中国侨联通报表彰。

宁夏银川：

有一种守护叫“儿童主任”

陈敏 本报记者 范文杰

“向日葵团队”活力满满、“无敌队”口号响亮，掌声、欢笑声、加油声此起彼伏……近日，在银川市金凤区民政局的指导下，金凤区未成年人社会保护政府购买服务项目“有一种守护叫‘儿童主任’”有一份心意是‘感谢有你’”儿童主任团建活动举行，来自两个街道的儿童主任、儿童督导员们一起参加了此次活动。

据了解，儿童主任是村（居）民委员会中，专门负责儿童关爱保护服务工作的人员。“开展此次活动，旨在更好展现基层儿童主任工作风采，提升儿童主任专业服务能力，增强儿童主任凝聚力，同时减轻舒缓儿童主任工作压力。”满城北街儿童督导员任晋告诉记者。

活动中，宁夏启辰社会工作服务中心社工分享了一年以来相关项目服务的情况，并就如何更好地服务儿童进行了互动交流。



给货车司机送上“暖心大礼包”

近日，江苏省连云港市连云区政协委朱璋莹、王红等开展关爱货车司机公益行动，在连云港口岸货运站，给货车司机捐赠“暖心大礼包”，内含消毒凝胶、医用口罩、食品等防疫物资。朱先明 摄

记者观察 jizheguancha

『水滴』带动六千三百万人次参与『指尖公益』

本报讯（记者 赵莹莹）互联网募捐平台水滴公益最近公布的数据显示，截至2021年12月，该平台已联合全国各地超过93家公募基金会开展一系列公益活动，上线1.37万个公益项目，带动近6300万人次的捐赠行为，累计筹款11.7亿元，其中健康领域的筹款金额占比超过80%。

随着数字技术与公益慈善事业深度融合，许多人动动指尖就能参与公益活动。作为民政部指定的互联网公开募捐信息平台之一，水滴公益从2018年上线至今，开展了一系列地方专项支持公益活动。尤其是在大病救助方面，互联网募捐平台发挥了更重要的作用。

2021年9月，水滴公益联合河南省慈善总会、郑州大学第一附属医院发起“温情河南·水滴大病救助项目”，向在郑州大学第一附属医院就医的困难大病患者提供资金支持和帮扶渠道。2022年3月，水滴公益联合浙江省残疾人福利基金会、浙江省医学会联合发起“浙江省残疾人康复医疗、大病救助公益项目”，浙江省户籍城乡低保或低边（低保边缘户）人群及残疾人和残疾人家庭成员，在合作医院接受治疗且符合国家规定大病医疗救助的36类重大病患者，均可申请大病补贴。

据介绍，除罹患癌症等常见重大疾病的患者外，心智障碍、罕见病等群体也可通过互联网公益平台获得帮助。

《报告》显示，近半机构有数字化规划但投入有限——

公益组织数字化建设还需“加把劲”

本报记者 顾磊

近年来，随着互联网数字技术与慈善事业的深度融合，数字化也成为公益慈善领域的重要发展趋势。当前公益组织的数字化建设状况如何？深圳市图欧公益事业发展中心、中国科学技术大学知识管理研究所、科技传播系近日发布了《中国公益组织互联网使用与传播能力第八次调研报告》（简称《报告》），呈现出我国当前公益数字化建设的整体样貌。

《报告》数据分析对象的公益组织数量为1001家。青少年类组织最多，其次是综合志愿服务和教育助学类机构。这些机构中，2021年度收入在10万元至50万元之间的最多，其次是2021年度收入在1万元至10万元的组织。

公益行业对数字化的关注正在提升。根据《报告》，有数字化规划和信息化规划的公益组织，比例达45.25%。然而，不少机构在数字化和信息化方面投入的预算总体较低，没有预算的组织比例达到了39.36%。超8成机构在今年并没有计划应用、部署、开发新的信息系统或数字化业务。

互联网与公益的结合正在日趋紧密。在这一背景下，公益组织在互联网技术和应用上较为多元，受访机构中，由自有专职人员提供互联网技术支持的组织占比34.87%，但也有近1成机构通过外包服务获得技术支持。

多人网络会议工具是常见应用，

共有76.42%的组织使用其开展工作。有63.24%的组织使用在线文档工具，但是项目管理工具例如钉钉、灵析、企业微信、飞书等应用的使用率不到4成。《报告》团队最近3次调研数据显示，使用项目管理工具的机构增长较为缓慢，这些机构中，多工具混合使用情况较为明显。

公益组织最大的技术需求是什么？《报告》的结论是传播策略支持。此次调研发现，认为互联网传播策略培训（例如微信公众号、微博、抖音运营等）非常重要和重要的组织最多。《报告》团队负责人说：“从第一次调研（2009年）至今已有13年，‘提供互联网传播策略培训’仍然是最大的需求。”然而，在与服务对象沟通时，大部分公益组织采用的仍然是面对面沟通、电话联系等传统方式。这也说明，线上业务模式难以完全代替线下服务。

另一个值得关注的现象是，《报告》团队近3次调研发现，受访的公益组织开展互联网公开募捐的比例正在逐渐下降，分别为58.72%、51.94%和39.56%。《报告》团队认为：“这个数据比可能对较大受到样本来源的影响。”可供参考的另一组数据是，近3次调研数据显示，公益组织获得的资金中，政府部门资助的最多，占总金额的41.82%；基金会资助次之，占30.56%；公众资助和企业资助各占13.9%和7.94%。

从信息获取能力、资源获取能力、宣传倡导能力、公信力提升能

力、互联网协作能力、知识管理能力和数据分析能力7个指标层面，《报告》团队评估受访公益组织的互联网传播能力，平均得分分为51.38分。

总体来说，这7个方面并不均衡。以“信息获取能力”为例，受访公益组织整体上较为突出：绝大部分组织关注了其他公益组织的微信公众号，加入了公益组织的QQ群/微信群；大部分组织关注了同行的短视频账号和微博账号，近半数组织订阅了同行的电子简报，说明了组织对行业信息的关注度很高。

短板在于“数据分析能力”。仅有23.18%的组织经常或有时对官方网站的数据进行分析（使用百度统计、站长网等工具），多数组织从不或很少对官方网站数据进行分析。同时，对微博、微信、短视频平台的数据及筹款数据的比例都较低。这也是公益组织数字化进程中的一大能力制约因素。

总体来看，公益组织的互联网传播能力，并未出现明显的地域不平衡现象。西部和中部组织的综合能力稍弱于东部组织，但差距不大，而这也是近5次调研中较为一致的现象。《报告》团队还发现，互联网传播能力与组织年度收入有一定相关性，收入越高，能力越强。最近3次调研数据显示，机构年度收入对机构互联网传播能力的影响正在变大，收入最少和收入最多的组织之间的差距正在拉大。