宏观、景行、传播与财务工作报告

2014 年9月13日

宏观项目

目录

- 年初计划
- 工作进展
- 发现与思考
- 下半年计划

年初计划：以“推动公益生态系统良性发展”为主线

把握行业发展需要，立足南都使命和愿景，充分利用理事长徐永光的眼光和敏感性，抓住行业发展趋势，及时回应热点，保持项目的灵活性和机动性。

	目标	工作内容	资金规模
推动社会企业与社会投资发展	为行业发展引入创新理念和社会资源	联合发起举办首届中国社会企业与社会投资论坛。 积极推动成立论坛的组委会和秘书处，为论坛提供资金和智力支持。	70万
提升行业能力	支持并带动公益生态链两端的能力提升	引导基金会关注并支持民间公益，支持基金会的专业化发展。 支持民间公益组织的能力建设和网络构建，重点向民间公益不发达的地区倾斜。	60万
跨界传播公益理念	为公益生态系统的良性发展创造舆论和思想环境	通过传播**创业家精神**和**积极公民**的理念，引导公众了解公益，激发人心向善和公民行动意识。 继续支持行业媒体《社会创业家》和《公益慈善周刊》 影响大众主流媒体和青年大学生	60万

保留10万元机动资金，及时回应热点。

工作进展：主题一　推动社会企业与社会投资发展

项目名称	合作方式	项目简介	金额（元）
中国社会企业与社会投资论坛（联盟）	联合发起，出资，并参与秘书处工作	• 联络并确定了论坛的16家发起机构，包括成美基金会、敦和基金会、恩熠影响力投资基金、中国公益研究院、光华基金会、华民基金会、乐平基金会、联益基金会、南都基金会、中国青年创业国际计划（YBC）、社会企业研究中心、亿方基金会、育公益创投、圆恩空间、增爱基金会、郑卫宁基金会。 • 5月28日召开论坛组委会预备会 • 7月30日召开论坛组委会第一次会议 • 9月3日召开了论坛的新闻发布会 • 南都基金会任副秘书长单位，负责议题委员会的工作，并牵头开发论坛合作机构的工作。	200,000
英国大使馆文化教育处（BC）社会投资平台南都无息贷款项目	合作	加入BC社会投资平台，计划投入50万元为1家选拔出的社会企业提供无息贷款。	500,000（2015年支出）
对外交流	合作	• 成为亚洲公益创投网络（AVPN）的会员，获取社会投资领域的国际动态和经验。 • 应邀参加AVPN2014年年会并作为嘉宾发言，介绍南都基金会在公益创投领域的经验。	6,120

总计：20.6万元

工作进展：主题二　行业能力建设

项目名称	合作方式	项目简介	金额（元）
广西百家NGO能力建设	资助	培训NGO骨干，提升他们能力的同时建立一支本土的可持续服务于当地的培训团队。	86,800
秦巴山区农村发展公益组织学习平台	与施永青基金会共同资助	构建区域性农村发展公益组织的学习交流平台，通过网络效应提升个体能力和对外辐射能力。	117,680
东三省民间组织能力建设	资助	通过培训、沙龙、推介及辅导的方式，提升当地公益组织的基础能力，促进区域内交流与合作。	120,000
公益支持机构论坛	与福特基金会共同资助	通过调研完成《中国公益支持机构发展报告》和《中国公益支持机构名录》，并举办论坛发布。	132,920
非营利品牌调研	资助	摸清非营利行业的品牌现状，以便未来有的放矢地系统推动中国非营利品牌的发展。	100,000
瑞森德蓝海计划	合作	面向NGO进行公众筹款战略规划、筹款产品研发、筹款专岗人才培养等咨询服务。南都和NGO共同承担服务费用。	80,000
基金会有效资助之道	与亿方、正荣、澳门同济慈善会联合资助	通过理念倡导、知识生产和网络构建的手法，提升基金会进行资助的能力，使资助更有效。	50,000
中国公益组织成长监测研究	资助	总结近几年成长较好的NGO的发展路径，以期对公益组织的发展路径形成规律性认识，为促进NGO发展提供建议。	70,000

总计：75.74万元

工作进展：主题三　公益理念的跨界传播

项目名称	合作方式	项目简介	金额（元）
《社会创业家》	资助	一方面通过非限定性资助推动《社会创业家》的全媒体转型。另一方面，资助《社会创业案例集》（教师用书）的部分出版费用，给中国的社会创业者提供指导。	363,390
《公益慈善周刊》	与亿方基金会共同资助	继续支持该电子资讯平台的运作，为全行业提供政策动态、专家观点、行业动态、国际经验、企业社会责任等综合信息汇编。	120,000
芯世界社会创新周	共同资助	资助大学生参加社会创新周，启发年轻人的公益热情，传播前沿公益理念。	20,000
《新京报》新公益月刊	与社会福利基金会共同资助	开展战略合作，借助新京报专业度、影响力及口碑，向公众传播公益理念。	100,000
央视《社区英雄》栏目	与4家基金会共同资助	通过与央视“社会与法”频道合作，资助2个公益项目。构建基金会资助平台，引导基金会资助草根，并提升公众对公益及公益组织的了解。	400,000
瓷娃娃冰桶挑战行政经费支持	资助	资助瓷娃娃行政经费，以支持其应对“冰桶挑战”带来的社会捐赠和咨询。积极把握社会热点，引发社会对罕见病群体命运的关注。	37,000

总计：104万元

机动款项：

北大公民中心十大事件评选，共同资助，金额 30,000元

世界慈善法典项目，共同资助，金额100,000元

发现与思考

- 行业能力建设的需求很大，我们的资源有限，找准切入点和发挥杠杆作用很重要。
- 须加强项目人员的参与程度，以便深入一线了解需求、考察项目执行效果、调动和对接资源。
- 与被资助方建立信任的合作关系，在此基础上尽量尊重项目执行团队的意向。
- 注重与其他项目直接的衔接互动与配合，如与景行项目的配合。
- 及时发现机会和把握机会，如瓷娃娃冰桶挑战项目。
- 眼光与格局对于宏观项目的重要性

宏观项目下半年工作计划

社会企业与社会投资论坛	• 组建议题委员会，召开会议，确定首届论坛议题。 • 带领组委会各机构开发论坛合作伙伴 • 9月20号在慈展会举办论坛启动会，开始招募论坛成员。 • 支持秘书长的工作，积极协调组委会各机构，打造良好的组委会工作氛围
无息贷款项目	• 项目推介与传播 • 借用外部资源，共同研发项目细节，确定标准、流程、方法 • 筛选投资对象 • 组建导师团队，为短名单内的社会企业提供咨询辅导。
行业能力建设	• 积极跟进已立项的项目 • 立项“西部公益组织社会创新论坛”
跨界传播公益理念	• 积极跟进已立项的项目

景行计划

资助成效1：单纯的资金支持已在很大的促进伙伴的机构发展

机构	成效
恭明中心 用倡导式培训充权，支持被边缘群体自组织的发展	•工人群体支持、公益培训师培养2块新业务已探索成熟 •在新业务探索中完成机构向支持被边缘群体为主的战略转型 •领导人顺利过渡到曲栋，理事会发挥作用，核心团队搭建了三人管理小组 •在广州政府购买、创投等关乎行业的事件上发声倡导
西部阳光 用自身项目和机构成长经验，支持初创期教育NGO	•来超接替梁晓燕，带领新团队稳住了机构，项目影响保持增长 •自身成熟项目技术被10家NGO学习分享，建立学习共同体，并为其引入资源
中国慧灵 用连锁加盟提高服务品质	•各地松散联盟改革为集团管控的连锁加盟模式；目前已经扩张到15地市，各地政府主动邀请，“开店手册”开发工作接近完成； •培育了一大批业务骨干，为未来的扩展做好了准备；一批服务落后的慧灵正被改进；
心智联会 用民主议事的联盟，推动行业自律和学习	•会员单位参与热情高，议事规则被讨论形成和遵守，行业意识初步形成； •开展了工作理念和骨干人员培训，带动了机构的管理能力； •新秘书长上任，正在不断的磨合中
自然大学 用新媒体和激活在地小伙伴的方式，死磕环境问题	•度过了与达尔问分开后的资金困难时期，团队稳定了下来 •坚定了自由探索“环保行动派”的工作风格 •在健康的资助环境改善上不断独立发声
爱有戏 培育社会资本，让社区动起来	•招募到机构项目统筹层面的骨干人才，团队得以喘息和加强了内部建设； •启动了内部研究和经验梳理计划，一套以培育社会资本为核心的经验模式正在梳理 •机构人才吸纳储备培训和经验梳理正在进行中，为未来拓展奠定基础；
新途 用参与式方法，激发社区力量，提升居民健康水平	•成都业务即将落地；青岛、北京业务获得稳定的资金支持，团队和业务范围扩大； •成立了专项基金的理事会，为众筹做了准备 •申请到专业健康干预项目2个，健康干预的专业性有望提高

资助成效2：伙伴对所在领域影响的程度加深、规模增大

机构名称	影响方式	影响力变化
恭明中心	•公民社会价值观传递 •公民培力工作方式输出 •行业环境倡导	•增加对工人自组织、工人青年的支持 •帮助瓷娃娃王奕鸥支持残障自组织 •引导8个地方性支持性组织关注对自组织支持
西部阳光	•向初创期组织输出经验、引入资源， •行业交流活动（教育NGO年会）	•学前教育NGO形成学习网络 •桥畔计划资助方从1个增长为4个，支持NGO数量从20+变为50+ •年会参加规模400人，几乎全部教育NGO参加，增加了政府的参与互动
慧灵	•通过加盟在各地开创新机构或兼并小机构，提升当地服务水平 •为同行提供培训	•连锁加盟模式的变革终于得以开展； •机构已经增加到16家，服务点30多个； •年资金额度达到2000多万元，收支平衡；一些骨干开始回流； •一些地方政府开始主动邀请他们前往开展业务；
心智联会	•形成民间行业联盟，自律等得以在会员单位中采用； •对接台湾等同行业资源，提高国内水平；	•会员单位达到200余家； •理事长、秘书长顺利更换，但还在不断磨合中； •由服务机构联盟拓展为服务机构、家长和服务对象自组织三个部分，监督制约平衡服务质量；
自然大学	•快速行动、死磕、支持当事人的行动方法成为一套独特的环保流派 •从资金、方法和陪伴的方式支持在地机构和个人一同应对环境问题	•此套流派被学习，并形成于其他组织默契的战略配合 •支持了10余家在地伙伴，支持在地机构和个人来轮岗学习
爱有戏	•经验模式输出，被多家社区机构学习；	•不少于3家机构将其模式引入本机构 •被中央编译局、清华大学多家研究机构作为研究案例； •被民政部等作为社区建设的典范；
新途	•将自益的社区自组织、积极个人引导为服务社区公共健康事务的自组织 •通过各地扩张的方式影响当地的公益环境	•扩展到更多地域

平台建设：交流会成为伙伴发声、资源对接的平台，并由伙伴自发形成推动行业的倡议，计划启动两项铺垫行动

活动版块	**先锋思考：**景行伙伴行业思考和最佳实践的演讲 **趋势分享：**基于国家、社会、行业大趋势反观NGO机遇和挑战 **闭门恳谈：**机构快速成长下的人才策略 **共建景行讨论会：**对景行尤其是非资金支持、行业推动的建议 **中高层领导力培训：**辅助上司，相互成就 **联欢晚会**
参会人员	**9家景行机构：** **2个行业大脑：**康晓光、徐永光 **6位跨界智囊：**扶贫基金会何道峰、亿方投资徐勇、物美公共总监富宇、施耐德HR副总裁蒲小君、奕阳教育集团张守礼、社工教育协会会长王思斌 **11家朋友机构：**6家基金会、5家专业服务机构
成果	**行业推动的意愿突显：**各家伙伴机构表现出强烈的行业担当、推动行业发展的意愿，并希望借助景行平台加强影响 **当场形成两项行动计划：**1. 互访、加深了解、寻求共同行动的切入点 2. 挖掘产出行业知识：景行机构如何发展的深度挖掘；伙伴所在社会问题领域关键问题的决策参考 **朋友基金会提出深度合作意向：**包括联合资助、接力资助、共同推动机构资助的话题

资源对接：尝试多种形式链接专业资源及资金方，摸索有效的非资金支持方式

		成效
一对一对接	不少于6次，包括基金会2次、企业2次、基层政府1次、个人1次，	伙伴和工作人员投入较多时间，尚未产生实质的后续交流合作
专业机构合作	Michael Norton + NPI：英国连锁经营服务引入中国，3家伙伴参加 SVP 中国：联合考察、资助、为景行伙伴提供智力支持	专业机构的数量、服务能力有待建设，但长远看有必要大力引入、支持
交流会 平台对接	**专业服务机构：**在交流会上提供培训、展示服务（德鲁克、佳信德润） **跨界资深人士：**根据管理议题邀请，通过“深度恳谈”启发思路、建立与景行伙伴后续持续交往的可能	懿梅成为惠泽人志愿讲师、为陕妇会提出建议； 自然大学与佳信德润可能合作

启示：可考虑重点开发专业支持机构和平台式对接，在机构需求明确、供方适当的情况下做一对一对接，挖掘和倡导专业支持机构的发展

推动资助环境改善：通过传播、研讨推动资助型基金会认识到人员和机构成本的必要性，根据自身资助定位提供合理支持

观点传播	已发表1篇在公益时报上“让公益组织活起来的机构资助”
事件传播	“景行交流会”邀请资助型基金会参与，并在后期传播机构资助的理念和成效
共同学习	与SRI配合开展“机构资助”学习会，12家基金会参加，探讨基于各自定位考虑促进机构持续发展的资助
对外交流	新加坡SPVN分享交流 舜益交流

启示：学习交流、观点文章的投入少、产出少，需要增加学习、总结经验并成文的时间，以形成景行自身的知识资产，或借助第三方帮助整理出

内部建设：启动内部学习、开始南都项目间的配合

自身能力建设	开始学习他人经验、梳理实践中的思考和案例（文章撰写、Inspiring Scoltland 评估报告学习、内部讨论）
内部分工配合	**与传播部：**制定年度传播方案，共同确定传播基调，策划“媒体沟通会”“景行交流会” 的传播。景行出内容，其他均由传播部负责 **与宏观项目：**SRI有效资助由宏观资助、景行深度参与；董强计划开展的“组织成长性研究”

选投工作进展：新增机构：

- 调研了**17家**机构，**1家**已资助，**3家**准备推荐给评委会评审

已资助：新途健康促进社

准备推荐：绿耕、歌路营、亲近母语

小额机构支持：滋根、合一

罕见病发展中心、**中国发展简报**、21世纪教育研究院、一公斤盒子、工友之家、古镇社区学院、蒲公英图书馆、自然之友、斯福儿童安全中心、工友之家、近邻、

暂不资助或待深入调查

- **调研方式改进：**相比以往多频次、短时间交流；增加对重点机构的连续多日浸泡式观察、调研

- **工作体会：**

浸泡式调研有以下益处，未来可继续使用此种方式：

1. 综合立体了解机构情况，并在非正式交流和日常观察中，获得很多有价值的信息
2. 易赢得伙伴的信任

未来三个月重点工作

- 完成3家机构的推荐和评审
- 开展参与式评估框架的设计和尝试
- 伙伴自发活动的跟进
- 机构资助的知识经验梳理及撰写、资助者学习网络活动开展

传播工作

传播部上半年工作进展

机构传播

1、**制定传播部年度工作计划：**根据品牌建设需求，设定年度传播内容主题及活动，梳理年度媒体战略合作需求，及自媒体改进方向。

2、**2014年报制作：**与项目负责人一对一沟通年度项目情况及呈现内容，编辑整理机构年度信息内容。6家机构比较方案及价格选定服务商。

3、**品牌建设分享会：**与基金会中心网联合执行“中国基金会品牌建设分享会”以南都基金会品牌建设成果为基础，邀请扶贫基金会、青基会等机构从各自机构开展品牌建设的角度出发，介绍品牌建设的重要性，呼吁基金会及公益机构注重机构品牌建设和品牌传播工作，树立良好的业内外形像。现场共有包括基金会、NGO、媒体在内的120多人参加了分享会。

4、**自媒体运营及维护：**规划微信每日传播信息栏目，突出传播主题；提高微信、微博信息更新频率；增加与关联账号互动。微信用户数量过千人。

5、**媒体资源拓展及维护：**借助日常联络、活动组织及媒体活动参与，与媒体记者保持联络，了解媒体报道方向；通过媒体沟通会向媒体记者预告机构及项目重要活动信息，收集南都传播反馈及建议等。新增媒体记者25人、新增常联络媒体9家、建立共39家常联络媒体名单。年度新增/更新媒体联络人48人。形成稳定的行业内外传播报道渠道。

根据品牌改进方向增加与媒体的互动了解

-中国公益基金会品牌建设分享会- “中国非营利行业品牌建设的分水岭。”
-南都基金会媒体交流会-7家来自财经、公益类媒体朋友为南都项目传播出谋划策。

传播部上半年工作进展

项目传播

1、**银杏计划传播：**

银杏伙伴厦门聚会：自媒体及媒体传播，专题制作。

网上推介会：利用网络传播速度及广度优势在行业内外扩大银杏计划知晓度，以提高银杏候选人的推荐数量。推介会后候选人和推荐人增长迅速，效果显著。截至目前新增候选人128人，新增推荐人108人。

《2014年银杏手册》：银杏伙伴介绍按照领域区分。

2、**景行计划传播：**

与项目负责人深度沟通，制定景行计划**年度传播计划书**。

项目发言人去中心化：推广和发布负责人工作反思文章，直接接触媒体收集意见接受采访，更多参与对外推广活动。获得媒体认可，提高了项目及项目负责人的媒体认知度。

设计制作**景行项目介绍手册**，与机构宣传品形像统一。

第二届景行伙伴交流会自媒体及媒体传播，专题制作。共17家媒体受邀出席景行交流会并进行会后报道。

传播部上半年工作进展

项目传播

3、中国社会企业与社会投资论坛传播：

协调16家发起机构，组织进行**论坛北京媒体发布会**，邀请14家发起机构负责人到场。完成**论坛LOGO**策划、设计及发布。

论坛预备会、组委会第一次会议、北京发布会自媒体及媒体传播。

发布会获得16家发起机构一致认可，共有43家媒体到场进行报道，对重点人物及话题进行分组专访（公益类、财经类）。

4、鲁甸救灾项目传播

5、研究项目传播：

配合《**中国草根组织的功能与价值**》新书发布会

对“**2014中国公益人才调查报告**”预热传播

CSESIF
中国社会企业与社会投资论坛
China Social Enterprise and Social Investment Forum

工作改进及反思

-项目传播去中心化，生动呈现、文化平台；
-把握传播热点，利用项目活动传播，回应热点事
-机构传播形象统一风格。

-机构活动重点过于集中，分散了媒体注意力；
-利用传播平台数据分析功能分析传播现状，发现问题：推送范围广，但是转发率和打开率有待提高。

传播部上半年工作进展

优化基础传播工具	• **南都官网优化：**收集整理内外部官网使用的意见反馈，根据服务及报价选定年度服务商（佳信德润）。页面逻辑清晰、呈现友好，符合网络阅读习惯。服务成本降低。 • **南都通讯优化：**收集通讯阅读反馈意见，根据机构传播需求改进通讯发送频率。规划通讯版块设置及呈现方式，以满足品牌传播中对信息传播的需求，达到信息传播的“及时有效、灵活易阅读”。 • **南都域名所有权：**使南都基金会域名归属机构名下，直接操作和管理。
团队能力	• **传播顾问组：**根据个人视野和影响力，确定行业内外顾问人选7人：衷声（人物）、庞津津（社会创业家）、胡杰（新京报）、杨光（新浪公益）、张木兰（公益时报）、李光（凤凰周刊）、武萍（心创益）。
内部管理	• **团队培训：**信息技术使用培训、儿童救助基金会传播工作经验分享。 • **传播助理招聘：**基础信息维护、传播行政事务管理、传播档案管理 • **档案管理：**收集、记录机构相关报道。传播工作记录，归档。

传播部下半年工作计划

机构传播	• **与公关机构联合进行媒体关系管理：**确认媒体唯一联系人及审核确认机制。 • **策划组织年终媒体交流会** • **南都自媒体平台运营**
项目传播	• **银杏伙伴成长计划年度聚会及评审会传播** • **2015银杏手册制作策划、执行** • **征求传播顾问组成员意见，制定景行计划传播策略** • **配合“2014中国公益人才调查报告”发布传播** • **配合“中国社会企业与社会投资论坛”深圳启动会传播** • **完成中国社会企业与社会投资论坛VI手册**
内部建设	• **南都官网、通讯优化：**上线测试及技术调整 • **部门成员业务相关学习：**制定成长计划 • **策划组织一期秘书处团队传播培训**

财务工作

2014年1-8月收入

收入	2014预算（万）	收入（万）	与全年比	说明
	2715	752	28%	
（一）投资收入		47		收回投资645万，598万冲减本金
（二）捐赠收入		697		
南都集团		500		
其他		197		摩根大通、赠与亚洲等
（三）银行利息		8		

2014年1-8月支出情况

支出	2014预算（万）	支出（万）	占全年比	说明
	2730	1739	64%	
（一）业务活动成本	2550	1657	65%	
1、 资助成本	2325	1480	64%	
（1）宏观性项目	230	116	50%	乐平基金会原计划200万，增加至300万，未拨
（2）景行计划及其他机构支持项目	838	363	43%	
（3）银杏计划	600	480	80%	
（4）研究项目	60	27	64%	
（5）新公民计划	365	353		新公民计划支出，其中南都资助235万，其余为外部捐款
（6）灾害救援和灾后重建项目	232	141	61%	
2、服务成本	225	177	79%	
（二）管理费用	180	82	46%	
（三）筹资成本				

预计9-12月，还需要支出1200万元，其中资助款1050万，服务成本50万，管理费用100万。

截止8月底，南都基金会约有400万元，因此，还需要拨款约800万元。