

深圳市中国慈展会发展中心

2019 年度工作总结

2019 年，作为第七届中国慈展会运营执行机构，深圳市中国慈展会发展中心（以下简称“中心”）参与筹办了第七届中国慈展会，并依托慈展会这一国家级平台，通过各类创新性慈善项目和活动，积极引导和鼓励慈善力量参与深度贫困地区脱贫攻坚工作，带动和引领社会扶贫资源向深度贫困地区倾斜，助力打赢脱贫攻坚战，致力于打造公益慈善等社会扶贫资源对接服务平台、慈善行业互动研讨平台、公益慈善文化交流传播平台。

一、搭建社会扶贫资源对接服务平台

中心坚持以“三区三州”等深度贫困地区的需求对接为核心，先后 4 次赴“三区三州”开展专题调研、摸清需求底数，充分调动本地区、本行业资源，广泛动员爱心企业、慈善组织捐赠，并探索采取“线上”“线下”相结合的资源对接服务模式，多措并举为“三区三州”等深度贫困地区募集慈善资源。

（一）在线上资源对接方面

中心携手腾讯公益开设了中国慈展会深贫地区扶贫项目专题页面，通过参与 2019 年 99 公益日线上众筹活动，链接各方慈善资源。99 公益日期间，中心在腾讯公益平台上线“一元扶贫，攻坚有我”及“一元扶贫善行罗霄山”2 个母

项目，母项目下面包括 26 个来自深度贫困地区的子计划。同时，中心携手深圳市慈善事业联合会、深圳市社会组织总会、深圳市钟表行业协会、深圳市个体私营企业协会等百余家社会组织，以及 150 个爱心商家，依托中国慈展会平台，通过发起一起捐战队、线下宣传劝募、趣味公益活动等方式，共同助力慈展会 99 公益日扶贫项目，凝聚深圳社会力量，发出深圳慈善声音。截止至 2019 年 9 月 30 日，中国慈展会深贫地区扶贫项目发动了 752 个“一起捐”队伍，拉动约 11 万人次参与捐赠，公众筹款约 146.6 万，腾讯公益配捐约 15.5 万，合计筹款超 162 万。在公募机构公众筹款排行榜中位列广东省第 10 名。

（二）在线下资源对接方面

为进一步提升社会慈善资源与扶贫项目的高效精准对接，中心创新推出了 4 期“路演月活动”，为参展机构提供设计思维、项目管理、公益传播、路演技巧等专业指导，帮助其在慈展会现场实现项目路演的高品质输出。同时，在第七届慈展会期间，共开展了项目路演、扶贫产品推介、信息发布、公益拍卖等 100 余场资源对接活动，以及 2 场深度贫困地区扶贫项目对接会，集中展示了 253 家扶贫企业的 917 种消费扶贫产品，创新开展全国消费扶贫深圳站以及“一斤市集”暨社区消费扶贫月等活动，并专门组织动员深圳行业协会、商会等 1200 多人的“专业买家团”通过订单采购等形式购买扶贫产品，倡导“以买代帮，以购代捐”，让消费扶贫产品走进千家万户，搭建起扶贫产品田间到餐桌的产销

对接平台。据初步统计，共有 133 个扶贫项目实现资源对接，项目对接金额达 58.43426 亿元，各类消费扶贫产品实现订单采购 16.25945 亿元，对接总金额逾 74.69191 亿元。尤其是在消费扶贫产品订单采购方面，较去年订单采购额增长达 65 倍。

二、搭建慈善行业互动研讨平台

在第七届慈展会上，我中心与深圳国际公益学院共同组织开展了以“大国攻坚、决胜 2020”为主题的国际公益主题研讨会，汇聚了 200 余名国内外公益慈善领域专家学者，邀请了深圳国际公益学院董事会主席、深圳壹基金公益基金会会长马蔚华，中国慈善联合会副会长、阳光未来艺术教育基金会创始人兼理事长杨澜，中国慈善联合会副会长、华民慈善基金会理事长卢德之，中国慈善联合会副会长、宁夏宝丰能源董事长、燕宝慈善基金会理事长党彦宝，日本慈善家、倍乐生集团创始人福武总一郎，慈济慈善事业基金会副理事长王端正以及中核工业、中石化、恒大集团、碧桂园、伊利、平安、腾讯、万科、华能、宝马等大批知名企业及慈善基金会的负责人参会交流。

研讨会深入探讨了社会组织、企业、媒体等社会力量扶贫的经验和方向，研究了利用互联网、金融等方式扶贫的路径和方法，分享了东西部扶贫协作和“万企帮万村行动”的成熟经验和典型模式，总结宣传了脱贫攻坚的中国实践以及全球减贫的经验做法，为贫困地区、社会力量进一步做好脱贫攻坚提供了借鉴和参考，为全球减贫事业提供了中国智

慧、中国方案。

三、搭建公益慈善文化交流传播平台

2019年，深圳市中国慈展会发展中心以策划执行第七届慈展会为契机，通过开展中国慈展会历届成果展、小小公益导览员、美好生活体验馆等创新的慈善活动，并积极探索多渠道、多元化的传播路径，积极引导公众参与支持扶贫事业，让脱贫攻坚更加深入人心。

其中，由公益大咖王石、奥运冠军何冲、演员胡军、歌手霍尊等10余位名人代言的公益广告登陆深圳的机场、地铁、公交、商超以及全市主要路段等醒目位置，全市346个社区工作站、62个志愿者U站、1500家深圳福彩投注站、1026台电梯广告，张贴起中国慈展会宣传海报。670米的“深圳第一高楼”中国平安大厦今年首次为中国慈展会“亮灯”。首个以“脱贫攻坚”为主题元素的地铁列车和公交专线，在日均145万人次的深圳地铁一号线和全市30个公交线路亮相，形成了慈善力量参与脱贫攻坚的传播新态势，让公益的力量转化为亿万群众的生动体验，营造了“扶贫向善、济困光荣”的良好社会氛围，打造了公益慈善文化的交流传播平台。

（一）中国慈展会历届成果展

中国慈展会历届成果展于5月31日在深圳市民中心开展，为期十天。成果展涵盖中国故事、中国力量、中国智慧、中国乐章等内容，全面详细地向市民展示了中国慈展会自成立以来的特色成果，让市民近距离感受到了慈善公益的成果

和人文精神，营造了良好的社会氛围。

（二）小小公益导览员

慈善，从娃娃抓起。由中心策划执行的第七届慈展会小小公益导览员活动首次面向深圳中小學生招募“小小明星公益导览员”，脱颖而出的小朋友将成为本届慈展会公益项目和扶贫产品的代言人。超过100位小选手参与了第七届慈展会“小小公益导览员”预选的激烈角逐，经过层层选拔，最终来自深圳各区中小學的62名學生成功当选为第七届中国慈展会的“小小公益导览员”。在展会期间，“小小公益导览员”参与其中，于各自负责展区进行导览与讲解，为扶贫项目与扶贫产品“代言”。崇德向善的徐徐清风轻抚着每一个角落，形成了慈善力量参与脱贫攻坚的新态势。

（三）美好生活体验馆

作为第七届慈展会展前预热活动，美好生活体验馆于9月5日在星河 WORLDCOCO Park 开馆，为期5天。美好生活体验馆由非物质文化遗产展示区、美好生活童画展区、消费扶贫展示区、衍生品销售区以及慈展会亮点展示区5个部分组成，通过舌尖扶贫、非遗剪纸、音乐快闪、亲子玩乐涂色、炫酷神器分享、小小公益导览员终选等六大丰富多彩的体验活动，对慈展会99公益日扶贫项目进行线下众筹，并对慈展会亮点特色进行前期预热宣传，让慈善走进公众，融入生活。其中，体验馆免费向公众开放，馆内义卖收入将全部用于支持慈展会扶贫项目。

作为中国慈展会运营执行机构，深圳市中国慈展会发展

中心秉承提供行业支持类服务、促进公益慈善事业发展的宗旨，依托中国慈展会这一国家级平台，连续四届成功策划举办了中国慈展会，通过开展中国慈展会历届成果展、小小公益导览员、美好生活体验馆、中国慈展会 99 公益日等创新的慈善活动，有力促进了慈善扶贫资源的有效对接，发挥了推动慈善事业创新发展和助力脱贫攻坚的积极作用。