

深圳市中国慈展会发展中心

2020年工作总结及2021年工作计划

2020年,深圳市中国慈展会发展中心(以下简称“中心”)在市民政局的支持指导,以及全体理事、监事的正确领导和大力支持下,各项工作有序开展,取得了一定成绩,现将具体情况报告如下:

一、强化党员队伍建设,发挥党建引领作用

在深圳市社会组织党委的领导下,中共深圳市中国慈展会发展中心支部委员会自2019年6月28日成立以来,严格按照中国共产党章程和本中心章程等有关规定开展了大量扎实有效的工作:一是深化思想建设,提高党员素质。积极组织学习贯彻党的十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想,统一思想、凝聚共识。二是加强组织建设,筑牢战斗堡垒。严格落实“三会一课”、组织生活会等基本制度,开展了多场形式丰富的党支部学习活动,如参观“大潮起珠江——广东改革开放40周年展览”活动,开展《学习习近平总书记在深圳经济特区建立40周年庆祝大会上的重要讲话精神》座谈会等,密切了党组织和党员的联系,促进了党员之间的相互交流、相互学习,形成了共同进步的良好氛围。三是党建业务结合,发挥引领作用。通过抓好党员的思想、组织建设,进一步提高了中心整体工作的积极性,增强了服务水平,提升了业务能力和工作效率,充分发挥了党

建引领作用。

二、打造专业工作团队，强化内部治理水平

中心围绕《深圳市中国慈展会发展中心章程》不断建立健全法人治理结构，不断加强诚信自律和规范化建设，不断优化队伍建设和机构文化建设，2020 年中心在职员工共 25 人，均为本科以上学历，其中研究生学历占 20%，团队平均年龄 29 岁，保持工作队伍的高素质 and 年轻化是中心持续发展的关键。

（一）重视人才储备

一是建立人才储备库，与北京师范大学珠海学院、南京工业大学浦江学院和深圳大学公共管理学院（益才班）等慈善专业人才培养院校的长期互动，为慈善管理专业学生提供实习就业机会，在实习中培养和挖掘优秀人才，确保人才储备的充足性和专业性。二是创新引入人才跟踪机制，将离职员工作为长期储备人才，对其进行不定期回访，追踪发展动向。在此基础上，中心人员回流率逐年提高，员工离职回流率达 20%。

（二）强化绩效管理

一是建立绩效目标责任机制，根据当年度机构重大发展计划及业务内容，与各部门确定年度绩效考核目标，并以此作为每月、每季度考核指标内容。二是加强过程管理，建立常态化的员工绩效监测机制，通过日报、周报、月报等形式，及时掌握团队工作进展，方便机构日常管理。三是建立动态考核机制，考虑到公益项目实施有一定的周期且效果难以及

时准确测量，中心建立了月度和季度相结合的考评制度，动态化监测和考核项目实施效果，将绩效管理与机构长期战略相结合，变静态考核为动态管理，在提高机构运转效率的同时确保机构发展方向不漂移。

（三）创新管理手段

一是刚柔并济，将机构刚性管理制度与弹性化、多维度员工关怀相结合，如通过组织兴趣学习小组、运动健身小组以及员工团建会、生日会等活动，提高机构凝聚力和向心力。

二是实行项目激励制度，鼓励员工在完成部门常态化工作基础上，主动拓展和承接其他符合中心业务活动范围的项目，并通过项目补贴方式给予员工相应激励。

三、深耕细作核心业务，创新开拓品牌项目

2020 年中心策划执行了第八届慈展会，在推动展会实现社会化办展、数字化转型和大众化参与方面做出了积极探索。此外，围绕展会业务板块，中心在打造品牌项目赋能行业生态、促进社会慈善资源对接等方面进行了一系列创新探索，在引导慈善力量参与脱贫攻坚、发挥平台价值、促进公益慈善行业发展等方面取得了一定成效。

（一）策划执行第八届中国公益慈善项目交流展示会

第八届中国公益慈善项目交流展示会于 2020 年 9 月 20 日圆满落下帷幕。展会筹办期间，中心在展会主办单位和理事会的正确指导和大力支持下，努力克服新冠肺炎疫情影响，推出多项创新办展举措，在确保安全办展和兼顾展会实效等方面实现了新的突破。据统计，本届慈展会重点展示推介了

1966 家机构和项目以及 1969 种消费扶贫产品，举办了 22 场研讨会议，开展了 110 余场资源对接活动，共达成意向对接资金逾 135.2 亿元。现场参展、参会公众近 11 万人次，线上浏览、观看和参与直播带货等在线互动人次逾 1.5 亿。

特别是展会期间，中心联合中国慈善联合会、中华慈善总会承办了 2020 国际公益主题研讨会，并联动了行业伙伴组织开展了 21 场分议题研讨会和社群圆桌派，邀请了 200 多位关注减贫脱贫领域的专家学者、一线实践者、地方代表等参与交流分享，研讨回应了慈善力量参与减贫脱贫、乡村振兴、突发公共事件和应急救助中的有效机制等热点议题，实现了既有前沿洞察、又有实战指引的研讨愿景，为全球减贫事业贡献了中国智慧、中国方案。

（二）打造常态化行业赋能品牌项目

2020 年中心在原有业务板块基础上，围绕“弘扬公益慈善文化，传播公益慈善理念”的宗旨，积极拓展业务内容，打造了一系列创新扶贫和行业赋能的品牌项目。

一是开展“好物出山”直播带货公益行动，以“直播+电商+扶贫+展会”的扶贫模式，整合链接电商、直播平台、媒体、公益组织等各方资源，携手薇娅、烈儿宝贝、小李朝等粉丝数量超千万的“大 V 网红”，为扶贫产品开展直播带货活动，直播间观看量达 32554473 人次，累计销售扶贫产品逾 8 万份，销售总金额近 250 万元，进一步助力解决扶贫产品出售难问题，搭建起扶贫产品从田间到餐桌的产销对接平台。

二是推出百县百景文旅扶贫项目，利用直播视频、Vlog（视频日记）等视频表现形式，用镜头记录贫困地区的风土人情，助力文旅扶贫。项目共征集短视频作品 71 部，经过评选，40 部优秀作品在展会期间以笑脸墙的形式发布在时光成果馆，为展会现场观众展示了脱贫攻坚下的中国美丽新乡村风貌。

三是打造 TIFP 公益新力量计划，搭建常态化公益新知分享交流平台。2020 年，中心秉承“跨界”“创新”“未来”“实践”的理念，首创“TIFP 公益新力量”计划，邀请在教育扶贫、健康扶贫、乡村振兴和生态环保等领域的行业新锐力量，通过录制演讲视频的方式，线上传播和分享减贫脱贫及可持续发展的前沿实践，让公众更好地认知慈善、参与慈善，打破公众对慈善的认知壁垒。该活动自推出以来得到新周刊、腾讯视频、优酷视频、芒果 TV 和荔枝 FM 等众多媒体平台的关注支持，全网点击观看量超过 65 万人次。

四是开展社会企业认证项目总结评估研究。依托中国慈展会平台，中心作为发起方之一于 2015 年至 2018 年创新推出了社会企业认证品牌项目。2020 年为全面梳理中国慈展会社会企业认证体系，总结评价往届认证工作成效，深入了解获得认证的社会企业发展现状，中心开展了慈展会社会企业认证情况调查研究工作，并形成了《2015-2018 中国慈展会社会企业认证发展报告》，以期进一步厘清社会企业认证工作思路，推动构建社会企业发展支持系统。

五是开展“乡村振兴”专题训练营。针对贫困地区公益

组织面临的发展痛点，中心策划开展第八届中国慈展会“乡村振兴”专题训练营活动，邀请中国农业大学教授李小云等10余位乡村振兴领域的专家学者，围绕公益通识、项目设计、品牌传播、公益筹资等内容开设线上课程，打造了15期线上直播和录播课程，为贫困地区的公益机构和公益项目带来系统性、多层级的项目实践方法论，以期帮助其提升影响力、传播力和资源链接力，促进社会力量接续推进全面脱贫和乡村振兴的有效衔接。同时，通过“云问诊”活动为行业伙伴提供专业答疑和一对一辅导，期间线上直播观看量达2万余人次。

（三）促进社会慈善资源有效对接

一是开展线上众筹项目，展会期间，中心与腾讯公益、新浪微公益等民政部指定的互联网募捐平台合作，开设“中国慈展会脱贫筑梦益起行动”专题筹款页面，重点遴选了32个扶贫项目开展线上众筹活动，筹集资金226.4万元，并联动中国社会福利基金会、深圳市慈善会、深圳市社会公益基金会等7家公募机构共同认领了124个扶贫项目。

二是打造鹏城慈善创益空间，为社会各界提供公益交流互动、分享学习的场地，为优秀公益项目提供展示宣传平台，为普通公众提供了解公益慈善文化、参与公益捐助活动的窗口，开辟集慈善募捐、慈善救助、慈善文化宣传等多种功能为一体的慈善捐助服务空间，搭建方便快捷、精准高效的公益资源捐助对接平台，让公益进一步融入社区、融入市民生活。

四、打造立体多维传播，深挖细掘品牌核心

中心本年度深度融合主流媒体和新媒体的传播优势，借助线上线下立体化传播路径，以公益广告、短视频传播、深度报道、明星互动和跨界联动等方式，构建了全方位、多层次、广覆盖的中心品牌宣传新格局。

一是创新宣传载体，突破圈层传播。本年度中心招募了新周刊、荔枝 APP、齐鲁晚报、广东新关注、甘肃兴邦社会工作服务中心、玉林市社会组织孵化中心等 60 多家跨地区、跨领域、跨行业的媒体、区域和主题领域合作伙伴，并联合张一山、刘敏涛、杨迪、薇娅、烈儿宝贝等 20 余位知名艺人和流量主播，共同聚焦行业动态和社会热点，创新开展了 TIFP 公益新力量、脱贫星力量、好物出山等品牌项目的跨界传播和联合宣传，有效提升了中心品牌传播的影响力和覆盖面。尤其是为克服新冠肺炎疫情疫情影响，中心积极开拓抖音、视频号、5G 直播、微博开屏广告、荔枝 APP 开屏专题、新周刊杂志硬广等传播平台，微博话题#中国慈展会#阅读量达 1685.7 万次，荔枝 APP 播放量达 38 万，网上直播总浏览量达 1203 万人次，实现了公益慈善的破圈传播。

二是立体多维传播，实现造势宣传。作为慈展会的运营执行机构，中心积极以慈展会为平台，搭建了多场景、多载体宣传渠道，构建了线上线下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局。2020 年度，中心先后在北京、深圳、上海等地的户外 LED 大屏、楼宇电梯广告、机场等投放 9300 多个户外公益广告，于深圳市民中心、人才公园等中心区域，开展地标

建筑物为第八届慈展会亮灯行动。在此基础上，展会期间共有人民日报、新华社在内的百余家媒体的 300 多名记者进行系列报道、专题报道和深度报道，发布稿件逾 6000 篇次，新闻总点击量超 1.5 亿次，全方位、多角度宣传报道展会盛况。

2020 年是机遇和挑战并存的一年，尽管新冠肺炎疫情为第八届慈展会的举办带来的种种困难，但中心在慈展会各主办单位的正确指导和全体理事、监事的大力支持下，主动求变，创新突破，圆满完成了第八届慈展会的策划和执行工作。同时，中心不断优化完善内部管理制度，加强队伍建设，提升工作效率，丰富拓展业务内容，取得了一系列突出成效：中心高分获评为“5A 级社会组织”，荣获第十七届深圳关爱行动“十佳公益机构”、第五届鹏城慈善奖“鹏城慈善典范机构”、2020 年深圳慈善月系列活动“慈善突出贡献机构”、“中国慈展会优秀执行机构”等奖项。

五、2021 年工作计划

2021 年，我国将开启全面建设社会主义现代化国家新征程，在推动构建国家新发展格局背景下，公益慈善行业也将迎来新的发展机遇。在此基础上，2021 年中心工作也将进一步聚焦慈展会核心业务，做到四个坚持：一是坚持党建引领，以完善内部治理为根基；二是坚持创新突破，以办好第九届慈展会为根本；三是坚持精准高效，以拓展品牌项目、促进资源链接为重点；四是坚持跨界融合，以打造多元媒体宣传平台为支持，并以此推动中心各项工作迈向新台阶、步入新

阶段。

（一）坚持党建引领，提升中心内部治理水平

一是坚持正确政治方向，发挥党建引领作用，完善各项规章制度，确保秘书处各项工作按照制度化、规范化、标准化、高效率地运行，切实推动中心业务工作的拓展与创新发展。二是健全透明慈善工作机制，按照《慈善组织信息公开办法》有关要求及时、真实、完整的公布相关信息，接受社会和行政监督，坚持阳光运作、规范管理，促进慈善工作更加公开公平公正，不断提升慈善公信力和影响力。三是做好人力资源招聘与配置，构建合理绩效管理体系，科学设置绩效考核指标，完善绩效考核流程，设置合理的激励机制，坚持“量化与质化”并举，体现“以人为本，多劳多得，少劳少得，不劳不得”的原则，确保能“人岗相识、岗资适配”，以打造和强化中心薪酬的竞争力。四是不断加强中心文化建设和内部培训工作，提高中心人员的专业素养，提升团队的向心力和凝聚力。

（二）坚持创新突破，共建品质引领的慈善盛会

中心自 2015 年成立以来，承接了五届慈展会的策划执行工作，积累了丰富的办展经验，2021 年中心将在此基础上，继续做好第九届慈展会的策划筹办工作。办展方向上，探索在“国内国际双循环”的新发展格局背景下，进一步引导社会力量参与社会治理和动员更广泛的社会建设。运作机制上，进一步提升展会筹办工作的标准化和规范化，增强展会运营管理能力 and 组织策划水平，提升展会运转效率和管理效能。

国际化发展方面，依托国际公益主题研讨会，搭建更具国际化和高端化的研讨互动平台，切实提升展会国际影响，让慈展会真正成为推动中国慈善事业开展国际交流的重要窗口和平台。

（三）坚持精准高效，推动中心业务高质量发展

1. 夯实项目根基，扩大品牌影响力。2020 中心创新开展了 TIFP 公益新力量计划、公益百科、“乡村振兴”训练营线上课程等一系列行业赋能支持项目，在接下来的工作中，中心将进一步聚焦行业赋能支持系统建设，联动社会慈善资源，强化提升项目策划和运营管理水平，夯实品牌慈善项目。

2. 开展常态化资源对接服务。一是依托鹏城慈善创益空间，推动慈善服务实体化发展，打造凸显深圳慈善符号的美好生活聚集地，并探索推进深圳“慈善地标”建设和认证工作。二是依托互联网募捐平台，推出更加丰富多样的线上众筹活动，为公益机构和公益项目链接更多慈善资源。三是依照《深圳市中国慈展会会发展中心专项基金管理办法》有关规定，探索设立中心专项基金，推动社会慈善资源的精准有效对接。

（四）坚持跨界融合，打造品牌传播的超级符号

在品牌传播方面，中心将进一步创新公益传播的载体、形式和方式，整合利用各类媒体资源，实现品牌传播的渠道化、多元化和创新化，全力打造公益慈善行业信息枢纽平台。一是开展跨界合作，招募传统媒体、新媒体、聚合平台、行业伙伴等各类合作伙伴，实现品牌传播的多元化。二是发挥

专业优势，实现深度宣传。通过公益慈善行业专业知识科普、热点追踪、行业点评等方式，推出深度报道、专业报道、专题报道，让传播内容有深度、有意思。三是创新传播手段，实现趣味传播。结合短视频、直播、5G 等新兴技术，增加小程序、动画、条漫等辅助元素，通过联名推广、创意活动、品牌借势等方式，突破品牌传播的圈层化，打出创新传播的组合拳。

2021 年，中心将继续以创新办好第九届慈展会为契机，紧紧围绕中心核心发展定位，聚焦行业生态开展各类公益慈善活动，努力为新发展阶段推动慈善行业发展做出应有贡献。