

探索推动乡村振兴

清华大学发布阿里巴巴乡村振兴模式研究报告

“阿里巴巴在助力乡村振兴的实践中,逐渐形成了以乡村特派员制度为中心的乡村振兴模式,该模式依托三个主体(政府、阿里巴巴及其他社会力量),运用三类要素(产业、人才、科技),以激活县域内生发展动力来推动乡村振兴和县域发展。”

2月22日,清华大学“乡村振兴与县域发展”专题研讨会在京举办,来自国家乡村振兴局社会帮扶司、国务院发展研究中心、清华大学、北京大学、中国社会科学院、中国农业大学的专家学者以及阿里巴巴公益代表出席本次研讨会。

会议围绕政府、企业和社会如何共同助力乡村振兴与县域发展等议题展开研讨,并发布了

清华大学社会科学学院县域治理研究中心全新的研究报告——《企业如何助力乡村振兴? 阿里巴巴以乡村特派员制度为中心的乡村振兴模式研究》,总结并解读了阿里以乡村特派员制度为中心的互联网企业助力乡村振兴的做法及模式。

报告认为,阿里乡村振兴模式为企业参与乡村振兴提供了一定的借鉴意义,启示其他企业要协助地方不断加强顶层设计,通过资源下沉等方式来构建造血式乡村振兴模式;要通过科技、产业和人才等关键要素来激活县域各类资源;要动员各方社会力量积极参与,不断深化产学研,提升地方科学决策能力和协调发展能力。



清华大学社会科学学院与阿里公益达成乡村振兴研究合作

据了解,在阿里乡村特派员制度下,阿里巴巴选派资深优秀员工深入欠发达县域,从欠发达县域的资源禀赋和发展难点出发,把阿里的数字化能力与乡村的特色结合起来,制定“定制化”发展方案和链接各类资源,推动形成乡村振兴的三类典型路径——引平台资源、强农业产业、育电商人才;赋数字科技、育文旅人才、促三产融合;承产业转移、赋数字思维、促人才就业。

以河北省青龙县为例,板栗是当地农户的主要产业,产

量大但知名度低,导致农民缺乏主动议价权。乡村特派员刘琳到来后,推动板栗产业走向升级:联合盒马开发冰板栗、糖炒板栗、老冰棒等高附加值产品,从初级农产品向农商品、农精品迈进;其次,通过阿里设计师为当地设计县域特色的产品包装,提升品牌溢价;在当地政府和菜鸟的协助下,构建全县超200个村级物流网点;在销售端,协调淘宝直播、盒马鲜生等渠道,拓宽线上线下营销渠道。经过一年的培育,青龙的农产品品牌力显著提升,板栗的收购价较之前一年高出了1倍。此外,阿里巴巴还孵化了当地

致富带头人,带动全县百姓做直播,累计孵化339名电商从业者,销售额超500万元。

几年来,阿里公益通过该模式向全国13个省25个欠发达县区累计派驻27名乡村特派员,助力脱贫攻坚和乡村振兴,不仅推动了县域产业发展,还培育了地方人才,也提升了县域数字化水平和公共服务水平。

现场,清华大学社会科学学院县域治理研究中心和阿里巴巴公益共同发起为期两年的“乡村振兴模式研究与发展”专题研究行动,携手探讨在新时代征程下,企业和社会力量参与乡村振兴的有效模式与经验总结,探索互联网平台与县域发展结合的乡村振兴及城乡融合发展模式。

国家乡村振兴局社会帮扶司副司长刘胜安表示,阿里乡村特派员制度对于企业和社会力量参与乡村振兴具有很好的示范带动效应,同时他希望以阿里巴巴为代表的各方社会力量能发挥自身优势特长,继续投身乡村振兴伟大实践,探索总结出各具特色的乡村振兴新模式,为巩固拓展脱贫攻坚成果全面推进乡村振兴贡献智慧和力量。(皮磊)

《商业向善:百万商家参与中国式现代化慈善报告》发布

2月23日,由北京师范大学中国公益研究院主办、阿里巴巴公益支持的“商业向善:百万商家开创中国式现代化慈善之路研讨会”在京举办。北京师范大学中国公益研究院发布《商业向善:百万商家参与中国式现代化慈善报告》,该报告梳理了“公益宝贝”项目创立17年来的模式特点、迭代演变以及呈现出来的多重社会价值,并基于抽样调查结果对平台商家公益行为进行分析。

报告指出,“公益宝贝”经过8次升级4次进化,打通“电商+公益”价值链,重构公益生态。“公益宝贝”的“交易捐”模式将第三次分配融入第一次分配,拓展了三次分配的对象、缩短了三次分配的链路,提高了分配效率。数百万商家通过设置“公益宝贝”成为“第三次分配”的实际参与主体,他们在每单交易中捐赠几分或几毛钱用于慈善项目。通过单一商家每年平均捐赠100多元钱的积累,800多万商家在17年的时间里为慈善事业贡献了数十亿元捐款。

报告数据显示,17年来,通过“公益宝贝”,800万商家联动7亿消费者捐赠数十亿善款,国内外约5000万人次受益。参与“公益宝贝”的电商,从2012年的24万家增长至近五年平均233万家,增长近10倍;达成的“交易捐”从2012年的1.52亿笔上升至近五年平均83亿笔,增长54倍。近三年来,“公益宝贝”交易捐的订单数量有所下降,但单笔交易平均捐赠额稳中有增,从2019年的4.5分增长到2022年的5.3分。

总的来看,“公益宝贝”生长于电商平台蓬勃发展、公益慈善兴起的善经济时代,是中华商业文明中的“向善基因”与阿里巴巴“公益的心态、商业的手法、科

技的力量”完美结合的产物,基于阿里公益一直倡导的3小时文化,从而能够联动800万商家广泛参与公益。

华民慈善基金会副秘书长冯凌从平台经济对经济、社会发展的价值和责任角度进行了点评。她结合当下人口发展现状与趋势,提出未来的互联网公益,特别是以“公益宝贝”为代表的互联网公益典型项目,要更具前瞻性和多样性,在选择空间和开发升级上对老龄和儿童群体有更为聚焦和细化的关注。

作为公益宝贝深度合作的公益机构代表,中国乡村发展基金会秘书长陈红涛从“童伴计划关爱留守儿童”“顶梁柱公益保险”及“国际爱心包裹”等公益项目切入,分享“公益宝贝”的价值,以及“公益宝贝”平台汇聚百万商家点滴之爱而产生的国内外影响。电商公益代表、十月结晶新消费事业群总监王水钟分享了企业的爱心如何通过“公益宝贝”链接行业服务和消费者爱的需求,以及受到“公益宝贝”影响将公益理念引入其生产流程、运营管理、供应链提升,重构商家和消费者关系,并以公益作为隐形的纽带,构建企业的社会价值,全面带动企业的高质量发展。

“每笔四分多钱、累计500亿笔的捐赠汇聚了巨大的善的力量。”北京师范大学中国公益研究院理事长王振耀在会议总结时表示,会议发布的报告让大家重新认识到“公益宝贝”及其多重价值。“这是一个商业文明的升级,是公益事业中最光彩的项目。”他希望在“商业向善”的实践中,加强各界联合与社会凝聚,不断提升项目,放大行善效果,更加有力地推动中国式现代化慈善的发展。(皮磊)

多方共议家庭支持服务下沉
“心智障碍者家庭支持资源手册发布会”在京举行

近日,由深圳壹基金公益基金会、水滴公益、北京市晓更助残基金会和深圳国际公益学院联合主办的“心智障碍者家庭支持资源手册发布会”在京举行。会上,主办方向社会公众发布心智障碍者家庭支持资源手册(系列),旨在为心智障碍者家庭照料者提供详实的信息与养育建议。

现场,水滴公司合伙人、副总裁郭南洋,壹基金秘书长李弘,深圳国际公益学院校友事务与合作发展负责人曹頔出席并致辞。国家心理健康和精神卫生防治中心副主任王钢,北京大学第六医院主任医师贾美香,北京市残疾人康复服务中心谷长芬,北京市晓更助残基金会常务副秘书长梁志图以及衡水乐启家园发起人、核心志愿者张美做主题分享。各方就“如何为心智障碍等残障家庭提供有效的信息服务”话题进行分享、互动,探讨与展望如何促进残障家庭服务向本地化、社区化发展。

郭南洋表示,今年是水滴和壹基金开展心智障碍者家庭支持计划的第四年。截至2022年12月,“心智障碍者家庭支持计划”在水滴公益平台累计筹集超1000万元,用于各地心智障碍家庭资源中心的实质性支持。此外,水滴公益也在不遗

余力地参与心智障碍者支持相关的公益倡导,有效提升心智障碍者家庭支持这个议题的社会影响力。“期待未来在第二个战略合作周期中,水滴公司能更好发挥自身业务优势,联合合作伙伴优势互补,共同围绕心智障碍者家庭支持的议题深耕模式,不断提炼实践经验,为相关政策建议的制定提供实践依据。”

李弘表示,自2019年壹基金与水滴公益联合发起“心智障碍者家庭支持计划”公益项目至今,项目覆盖超40个市县,为5.8万个心智障碍者家庭提供了服务,惠及6.6万名家庭照料者。今年的4月2日世界孤独症日,壹基金将连续第十二年携手社会各界开展“蓝色行动”公众倡导活动,共同助力孤独症群体获得一个就学、就业、就医、出行、社区生活无障碍,更加理解和包容的社会环境。

“让心智障碍者家庭享温暖,有陪伴,用专业服务营造心智障碍友好社区。”晓更助残基金会常务副秘书长梁志图结合手册开发的背景与框架——对中国心智障碍者家庭全生命周期需求的调研和识别结果,向参会人士简要介绍了“心智障碍者家庭支持计划”项目的价值和成效。

梁志图介绍,面对“如何将

一二线城市的心智障碍家庭服务经验和资源下沉到社区、县域及农村”这一棘手问题,晓更基金会由水滴公益和壹基金发起的“心智障碍者家庭支持计划”项目执行中,设计出城市“家庭资源中心”和欠发达地区“家庭联络站”两种工作模式,已在全国建立四个区域枢纽和21个城市资源中心,29个欠发达地区的家庭联络站,将一二线城市中已经成熟的服务和资源递送出去。

同时,项目鼓励各试点组织针对不同生涯阶段的心智障碍家庭需求进行多元化服务模式探索,持续提升在地组织专业服务、紧急响应、政策和社会倡导等能力。下一步,通过手册的研发、迭代与持续推广,项目将继续探索与在地康复、教育、医疗和社区系统深度合作的方式,以实现家庭服务的常态化、专业化和可持续。

深圳国际公益学院校友事务与合作发展负责人曹頔表示,《心智障碍者家庭支持资源手册》补充了目前政策上对特需家庭支持的空缺,依托各位专家的力量,为广大家长从庞杂的信息中提炼出涵盖教育、医疗康复、法律服务等全面的一站式指引,是一种非常创新的尝试,为心智障碍议题的倡导提供了全新的工具和视角。(李庆)