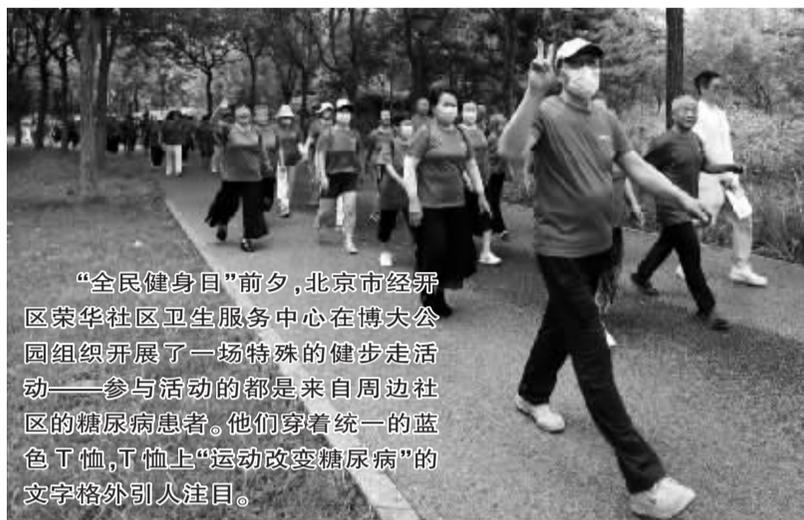


以公益力量助力糖尿病患者走上健康之路

■ 本报记者 王勇



“全民健身日”前夕,北京市经开区荣华社区卫生服务中心在博大公园组织开展了一场特殊的健步走活动——参与活动的都是来自周边社区的糖尿病患者。他们穿着统一的蓝色T恤,T恤上“运动改变糖尿病”的文字格外引人注目。

糖尿病患者健步走活动

这项活动由中国医药卫生事业发展基金会改变糖尿病专项基金(以下简称“改变糖尿病基金”)发起。据了解,改变糖尿病基金成立于2017年,致力于支持糖尿病患者实现运动梦想,激励、教育和赋能更多的糖尿病患者。

秉持“运动改变糖尿病”理念,改变糖尿病基金先后推出了“骑迹车队”社区领袖赋能计划“棒棒糖运动营”等项目。荣华社区卫生服务中心组织的此次健步走活动就是在“社区领袖赋能计划”支持下举办的。

经过六年耕耘,“运动改变

糖尿病”的理念通过线上和线下活动以及多媒体传播,已经影响超过1.3亿人次。

发挥榜样力量

“我在媒体上看到‘骑迹车队’的报道之后,联系改变糖尿病基金,之后加入了社区领袖赋能计划。”荣华社区卫生服务中心全科主任王俊香表示。

“骑迹车队”成立于2020年,是由糖尿病患者组成的车队。车队以“骑行改变糖尿病”为使命,通过教育和宣传,鼓励更多的1

型和2型糖尿病患者参与到运动中来。

车队队长黄栋是改变糖尿病基金首位受助人。早在2017年,改变糖尿病基金就支持黄栋从厦门骑行1500多公里到达北京。2019年,改变糖尿病基金支持黄栋参与在美国的诺和诺德之队训练营活动。

目前“骑迹车队”队员已近百人,2020年以来,队员们已经参加了50多场自行车赛事,并通过多种方式传播车队的骑行活

动,向社会传播运动改变糖尿病的理念。

骑行之外,“骑迹车队”还通过举办各类线上线下活动影响和改变更多患者。他们积极参与公益活动,对困境中的糖尿病儿童和家庭进行帮扶,为孩子们营造良好的控糖环境;每年举办年会,全国各地的队员齐聚一堂交流控糖和运动经验,开展健康科普。

“骑迹车队”之外,2023年,改变糖尿病基金还推出了棒棒糖运动营项目,支持榜样患者开展“糖友”运动交流活动,目前已经在北京和上海开展了三场活动。

“通过患者榜样来带动和激励更多患者重拾对生活的信心,通过科学运动等教育鼓励更多患者科学控糖,获得更好的健康获益,这就是我们改变糖尿病基金所追求的价值。”中国医药卫生事业发展基金会理事长王丹强调。

赋能社区领袖

在榜样力量的激励下,认同“运动改变糖尿病”理念的人越来越多。社区是糖尿病防控的前沿阵地,为让更多人从认知走向行动,真正运动起来,2020年,改变糖尿病基金推出了社区领袖赋能计划。

项目通过赋能社区医生,发挥“以一带多”的效应,组织患者科学运动、分享控糖心得,提升患者自我管理的意识和水平。

改变糖尿病基金提供指导和物资支持,社区领袖组织糖尿病患者开展运动类活动。“按照基金的要求,我们提交活动计划,基金确认我们的需求之后,在活动举办前把物资邮寄过来,活动一般在6月到10月之间举办。”王俊香表示。

基金提供的物资包括运动改变糖尿病课程资料(包括视频和教育PPT)、横幅和合影旗、科普资料、运动器材等;可以根据社区的特点组织活动,基金会根

据需求提供相应的物资。”王俊香表示。

科学的理念、灵活的形式,吸引了众多糖尿病患者的参与。博大公园的健步走活动就吸引了110多位患者的参与。“从王俊香主任那知道这里要举办健步走活动,我就报名参加。”糖尿病患者李淑景表示“这里环境好,参加的人也挺多的,好多人一直没见着这次也见着了,特别高兴。”

“每次拿药,王俊香主任都会说一定要坚持运动,我觉得挺好的,每次活动我都参加。”糖尿病患者陈盼玲表示:“运动改变糖尿病,我觉得这个说法真的挺好的,不怕得病,但是一定要运动,要合理用药。”

“我们希望通过这样的形式,让糖尿病患者能够互相交流控糖的理念和方法,让他们知道运动确实对自己是有帮助的,能更好地管理好自己,保护好自己,预防新的并发症产生。”王俊香强调。

截至目前,类似此次健步走的活动已经深入北京、天津、上海、杭州、沈阳等10多座城市,覆盖3200余名患者。

“未来,基金会将继续把改变糖尿病作为一个重点公益项目,结合糖尿病专家委员会的设立,在更高的起点上拓宽公益活动的内涵和外延。”王丹表示。

易宝公益发布“公益慈善卡” 为互联网公开募捐创造更多可能性

近日,易宝20周年庆暨数字化战略发布会在北京举行。记者注意到,此次参会嘉宾都收到了一张特殊的卡片——公益慈善卡。这是一张价值520元的卡,可以在易宝公益平台选择乡村儿童教育、孤寡老人关怀、困境人群救助等多种类型的公益项目进行捐赠。

公益慈善卡一经发布,便引起了行业的关注。在场的慈善组织代表第一时间展开了劝募,拿到公益慈善卡的参会人员也迫不及待地进行了捐赠。

易宝公益方面表示,公益慈善卡的推出,不仅提供了一种新的捐赠支付方式,更能为慈善组织劝募和互联网公开募捐提供了更多路径和想象空间。

支付和公益是一对孪生兄弟

随着社会进步和科技创新,支付方式在不断发生改变。从最初的商品交换、货币流通,到纸币、支票、信用卡,再到今天的电子支付、移动支付,支付方式向着更加高效、安全、智慧的方向发展,也更符合时代的需求。尤其是近20年来,支付发展更为迅速,并深刻地改变了人们的生活。

易宝支付成立于2003年,是首批获得中国人民银行《支付业务许可证》的第三方支付机构,2006年创立B端行业支付模式,并推出定制化交易服务解决方案。目前,易宝支付已累计服务超过百万家商户,覆盖航空、旅游、零售、能源、汽车、互联网、跨境、金融、政务等众多行业。

易宝支付CEO唐彬认为“支付和公益是一对孪生兄弟”,在公司成立的第二年即2004年就创立了易宝公益平台。2018年,易宝公益成为民政部指定的慈善组织互联网公开募捐信息平台之一。

2021年8月,易宝公益募捐额首次破亿;17个月后,募捐额从1亿元增长到2亿元。目前,易宝公益已经陆续和300家慈善组织建立合作,发起近2000个公益项目,影响范围覆盖100万企业用户,累计募捐善款超3亿元。

2022年5月,易宝公益平台在原有月捐产品基础上完成升级迭代,提供从月捐公益项目上线、募捐到捐赠人服务及进展反馈的全流程支持。公益机构可自主选择项目是否开通月捐,自定义月捐金额,还可根据项目需求选择只开通次捐、月捐或同时开通,也可以根据公益伙伴的个性

化需求进行定制化开发支持。

目前,易宝公益已经为包括深圳壹基金公益基金会、中华少年儿童慈善救助基金会在内的40家慈善组织提供了月捐服务。

为慈善捐赠提供更多可能性

在和慈善组织的合作中,易宝公益发现,由于公众对慈善捐赠缺乏了解,慈善组织在劝募过程中面临许多困难。

在互联网平台上,捐步、捐积分、捐能量等公益消费场景早已司空见惯。然而,如何让用户在实现“公益感染力”后能够持续捐赠,却是一道亟待解决的难题。

如果没有一个便捷、稳定、灵活的产品,很难激发用户的长期捐赠热情,会导致大量人力、时间及资源的浪费,增加慈善组织的运营成本。

公益慈善卡的推出,正是为了化解这一难题。易宝公益希望以此开创慈善组织劝募的新形式,助力公众迈出捐赠的“第一步”,以便更好地了解慈善组织与慈善项目,进而吸引更多人参与月捐,从而形成持续捐赠的良性循环。

与此同时,公益慈善卡还可以将企业的各种资源进一步调动起来,实现多方共赢。

目前,大部分企业公益营销活动的捐赠环节仍然需要回到传统方式,即企业和慈善组织通过银行转账等方式实现捐赠承诺。企业背后的品牌资源、用户资源和渠道资源并没有得到充分释放。

当下,企业公益营销的目的已经从最初的品牌推广逐渐转向更加追求“品效合一”的消费和服务方向发展,公益慈善卡的推出让这一目标的实现有了可行的路径。

围绕公益慈善卡,可以策划和设计更具生活化、兴趣化、社群化的互动活动,并且与企业营销活动进行结合;在企业爱心捐赠的同时,能有更多的创新玩法,放大爱心效应,提高公益活

动的可持续性和影响力。

业内人士表示,随着信息化社会的不断进步和发展,越来越多的互联网公益产品的运用,将有效提升慈善组织的市场应对能力和公信力,包括易宝公益推出的公益慈善卡在内的创新产品,为公益事业的发展注入了新的动力,推动公益事业向更高层次、更广领域、更深程度迈进。

2017年到2021年间,中国互联网慈善捐赠额从25.9亿元增长到了100亿元左右。到2025年,随着中国数字建设取得决定性进展,数字经济发展质量效益达到世界领先水平,互联网慈善事业也必将拥有更加美好的未来。(武胜勇)



易宝公益“公益慈善卡”发布仪式