

善行者 2014 年项目报告

一、项目基本情况

1. 1. 项目背景

运动类筹款活动以运动类项目为载体，组织公众参与并进军款，参与者以筹款人身份向身边的朋友募集善款以支持公益事业的活动方式。活动将**体育运动和公益相结合**，形式新颖，且注重参与者的深度体验，深受公益机构及公众的欢迎。

国际上，运动类筹款活动的开展已有多年的历史，如香港乐施会的毅行者已经成功举办 30 多年，成为香港最有影响力的筹款活动；在国内，越来越多公益机构也开始引进成功的活动筹款模式，如为爱同行，挑战 8 小时等。

中国扶贫基金会的愿景是做中国公益慈善及公民参与社会创新的领跑者。因此，善行者公益徒步筹款活动势在必行。

1. 2. 项目的受益对象

1. 2. 1. 为贵州威宁彝族回族苗族自治县的 20 所乡村小学建立爱心厨房，减少老师的工作量，提高食堂的卫生条件，让 7694 个孩子告别夹生饭。

1. 2. 2. 为威宁彝族回族苗族自治县的 8 所乡村小学，2853 个学生发放爱心美术包。

1. 2. 3. 为云南鲁甸小寨镇的 2 所乡村小学，430 个学生发放爱心生活包。

1. 2. 4. 项目筹集 45 个月捐人，一对一结对 45 名贫困儿童，持续为孩子提供发展支持。

1. 2. 5. 项目筹集 785 双买一善一的童鞋，为贵州毕节市的 785 名学生提供相应脚码，适合山地行走的童鞋。

1. 3. 项目目标

1. 3. 1. 打造中国扶贫基金会的品牌影响力；

1. 3. 2. 善行者活动逐步推广到全国各地，使全民参与、人人公益的理念传播向全社会。

1. 3. 3. 2014 年善行者的目标为招募 100 支 100km 挑战队伍，350 支 50km 挑战队伍；募集善款 200 万元；为毕节的 20 所学校捐建 20 所爱心厨房并发放 10000 个爱心包裹；寻找 2798 名月捐人，支持毕

节威宁 10 所学校开展儿童发展计划；募集 3600 双买一善一爱心鞋，让贫困地区光脚儿童有鞋穿。

1.4. 项目内容

1.4.1. 活动时间：2014 年 9 月 13 日和 14 日。

1.4.2. 活动地点：北京昌平地区

1.4.3. 活动方式：活动招募 100 支 100km 队伍，350 支 50km 队伍，参与徒步挑战，4 名队员为一组，日夜兼程克服困难，在规定时间内完成挑战；徒步挑战参与者以筹款人身份向身边的朋友募集善款，助力贫困地区儿童的全面发展。

2. 年度项目执行概述

2.1. 活动执行

2014 年善行者公益徒步活动，报名队伍 1044 支，报名人员 3348 名，正式队伍 450 支，参赛队员 1800 人，其中 1026 人完成徒步挑战，100km 完赛率 59.03%，50km 完赛率 64%。该活动活动参与者的一致好评。

2.2. 项目执行

2014 年善行者公益徒步活动，共筹集善款 1594510.65 元、785 双童鞋和 45 个月捐人，有效捐赠行为 9,102 笔，人均筹款 970.89 元，人均动员 5 人次参与捐赠。为贵州威宁地区的 20 所村小建立了爱心厨房，7694 名学生告别夹生饭；为威宁地区 2853 名学生发放了爱心美术包；为云南鲁甸地区 430 名学生发放了爱心生活包；为贵州毕节市 785 名学生发放了合适的童鞋；为 45 个贫困儿童建立了一对一持续资助。2014 年，该项目收益人数共计 11807 人（次）。

二、项目年度工作情况

1. 项目筹资

1.1. 收入情况：2014 年善行者开通两种筹款渠道：微信一起捐和善行者官网。一起捐筹集善款 202142.47 元；官网捐赠通道共筹集善款 1392368.18 元、785 双童鞋和 45 个月捐人。有效捐赠行为 9,102 笔，人均筹款 970.89 元，人均动员 5 人次参与捐赠。

1.2. 主要筹资措施：参与队员通过徒步 100km / 50km，向周围的朋友进行筹款。队员筹款方式各异：拍卖旧物或个人时间筹款、承诺公里数筹款、打赌筹款等。

2. 项目执行

2.1. 资金支出情况

2.2. 受益人情况：收益人数共计 11807 人（次）。

2.3. 项目运行情况

2.3.1. 报名制度：队伍类型分为团体组队和个人组队。团体组队名额用于回馈赞助企业和老捐赠人，部分名额开放给承诺筹款 2 万元以上的队伍，团体报名截止后，剩余名额开放给公众；个人组队实行名额先到先得原则，团体组队名额实行抽签制。

2.3.2. 活动规则：制定了队员更换、队伍解散、队员下撤、活动打卡计时等相关规则。

2.3.3. 活动路线：活动路线设置在昌平地区，起点在居庸关长城，终点在北京汇佳国际学校，赛段设置了 19 个站点为队员提供服务。路线基本固定。

2.3.4. 活动流程：a. 报名通过审核缴费或是中签缴费后，成为正式队伍 b. 正式队伍须参加队长碰头会，了解活动内容、规则、活动路线、注意事项；c. 组委会定期举行拉练活动，帮助队员适应长距离行走；d. 活动开始前，队长或队员到基金会领取物料；e. 活动时间为 9 月 13 日和 14 日，队员在规定时间内徒步 100km / 50km；f. 活动结束后得举办善行者回归日，对合作企业、媒体，部分优秀得善行者队伍进行表彰；g. 带领筹款前三名得队伍进行项目地区探访，并发布善行使用明细，给队员和捐赠人进行反馈，形成完整得闭环公益。

2.3.5. 培训工作：a. 对社会志愿者进行了系统的培训；b. 邀请东软计时系统的工作人员对志愿者进行打卡专项培训；c. 进入志愿者所在大学，进行善行者志愿服务内容的培训；

2.3.6. 项目检查：善行者项目组带领筹款第一名的队伍进行项目地区的探访，查看善款使用情况。

3. 项目效果：

4. 品牌传播及影响力建设

4.1. 传统媒体：共发布 322 篇（含 20 余次广播专题节目和 8 期电影频道光影星播客）。前期发布 65 篇，其中原发 20 篇，转发 45 篇；现场媒体近 50 人参加，且 103.9 交通广播台 4 位主持人完成了挑战，共发布 257 篇，其中原发 75 篇，转载 182 篇。

4.2. 明星资源：30 余位明星录制宣传片花，李霄云、江映蓉等明星组队参与了徒步活动；

4.3. 共发布微信 72 条，微信粉丝 1696 名；发布微博 421 条，相关话题阅读量超过 777 万。

三、项目目前存在的问题、下一步设想

1. 项目目前存在的问题：a. 活动现场，九仙庙路段堵车问题；b. 传播未能有效的转化为筹款；c. 中队长机制未能发挥有效传达信息和激励筹款的作用；d. 回归日距离活动时间过长，影响举办效果；

2、设想

2.1. 活动堵车问题：a. 与昌平区政府进行协商，将九仙庙路段进行拓宽，并修出备选路线；b. 队伍分时段出发，避免拥堵。

2.2. 传播与筹款：a. 2015 年善行者活动定位为双挑战：挑战 100km，每个队伍挑战帮助 100 个孩子，在定位上强调善行者是徒步筹款活动；b. 开发队员的自传播素材，做队员故事的深度挖掘，激发队员筹款热情；c. 与队员在微信和微博上互动，增加队伍对活动的热情，从而促进队员筹款；

2.3. 队伍数量：2015 年善行者队伍设置 800 支，100km200 支；50km600 支；特别筹款队伍 50 支（50km30 支，100km20 支）；赞助队伍 50 支，并在网站建立单独页面，给予露出；特邀队伍 10 支（从老队员中筛选），作为中队长的候选人；

2.4. 中队长机制：筛选有责任的老队员作为中队长，制定中队长手册，并给予中队长一定的荣誉。

2.5. 注册费：注册费 100 元，抽中队伍的注册费作为该队的第一笔筹款，未抽中队伍作为爱心包裹善款；传播点为捐 100 元才能注册队伍，获得抽签资格，相当于对捐赠人的回馈活动。

2.6. 善款使用项目：发展成为未定向；讲述好故事，为队员筹款提供理由。

2.7. 回归日：回归日定位活动结束的两周后。