

保管遗嘱逾八万份

中华遗嘱库发布五周年白皮书

3月21日——在启动五周年之际,中华遗嘱库于当日召开新闻发布会,向社会发布《中华遗嘱库白皮书(2013-2017)》,对其所保管的8万余份遗嘱进行数据分析。

中华遗嘱库是中国老龄事业发展基金会和北京阳光老年健康基金会于2013年共同发起的公益项目,该项目免费为60岁以上老年人提供遗嘱咨询、起草、登记和保管的服务。项目启动五年来,已经在北京、上海、广州、天津、南京、重庆、南宁等地为82177名老年人办理了遗嘱。通过对办理遗嘱老年人的家庭、财产、心理、行为等数据进行分析后,推出五周年白皮书。

数据显示,从2013年到2017年期间,中华遗嘱库办理遗嘱的老年人平均年龄从77.43岁逐步下降到72.09岁,立遗嘱人群渐趋年轻化。

82177份遗嘱中,有39234份遗嘱是独生子女家庭的父母立下的遗嘱,占总遗嘱数量47.74%。其中房产仍然是老年人家庭财产的主要组成部分。在中

华遗嘱库所登记的遗嘱中,处理房产的比例占到99.69%,其次是银行存款17.66%,公司股权2.12%。这充分说明,目前人们订立遗嘱仍然以处理不动产的继承为主要目的。

数据显示,继承人以立遗嘱人的子女、配偶、孙辈为主。其中子女直接继承的为33.53%,配偶互相继承后由子女继承的比例是27.07%,直接给孙辈的比例为13.58%,先给子女后给孙辈的比例为23.02%。绝大多数老年人并未按法定继承将财产平分给子女。

从有立遗嘱的想法,到真正采取行动,大部分老年人至少间隔了5年,有21.2%的老年人间隔了10年以上。其中66.59%的老年人是子女陪同下前来办理遗嘱登记,33.41%的老年人是瞒着子女前来办理,而且瞒着子女的比例从2013年的21.28%到2017年的38.31%,有逐步走高的趋势。71.17%的老年人在订立遗嘱前会与子女协商,28.83%的老年人选择向子女隐瞒立遗嘱的事情。在未隐瞒立遗嘱的老年人

中,有33.4%选择隐瞒分配方案。

而在看待遗嘱的态度上,近年老年人群体观念变化也十分明显。62.1%的老年人曾经与他人讨论遗嘱问题,34%选择的讨论对象是配偶,38%为关系较近的亲友,19%为普通朋友,可见老人们对待遗嘱的心态越来越豁达,忌讳遗嘱的心理在很大程度上有了改变。

据中华遗嘱库公益推广部调查发现,人们认为立遗嘱不必要的比例,从2013年的56.4%到2017年的26.5%,降幅将近53%;相对应的,认为一定要订立遗嘱的比例从12.4%上升到43.22%,大幅度上升了249%,这证明了越来越多的人接受提前订立遗嘱,对遗嘱的看法越来越开明。

中华遗嘱库管委会主任陈凯认为,中华遗嘱库所创新的遗嘱保管环节,有效地消除了许多老年人对提前爆发矛盾的担忧。

“有些家庭因为立遗嘱而矛盾频发,在老人走后导致矛盾更深。在闹矛盾的时候有一份权威公正的遗嘱出现是非常必要的。但是,如果当下就让家人知道分

配方案,也许矛盾提前就会爆发,这正是许多老人想立而不敢立遗嘱的原因。中华遗嘱库正是

因为帮助老年人实现了生前保密、身后传递的愿望而受到了广泛欢迎。”陈凯说。(文梅)



2018年移动互联网+儿童阅读高峰论坛在京举行

3月21日,“打开无边世界,守护闪耀童心”2018年移动互联网+儿童阅读高峰论坛在北京举行。论坛由咪哒故事和海豚出版社联合主办,中国儿童文学研究会和北京市大众读书会协办。

主任、少年儿童馆馆长王志庚在论坛上提出,数字阅读的交互性和立体性,在儿童智力发展方面具有多重优势。他还指出,新时代的科技发展为儿童阅读带来了诸多可能性,其发展前景不可估量。

儿童数字阅读日均时长2年增长19%

咪哒故事大数据中心以3年累计生成的7亿条儿童阅读数据为基础,向与会者展示了儿童数字阅读现状的一个真实剖面。

值得注意的是,人均日累计阅读时长从2015年的20.5分钟增加到2017年的24.3分钟,2年内19%的增长幅度说明家长与儿童对数字阅读接受度逐年提升。

从地区分布来看,三、四线城市用户占比已从2016年的26%提高到2017年的34%,数字阅读为解决儿童阅读资源不均问题提供了新路径。

儿童数字阅读前途无量

“处在信息爆炸式增长的移动互联时代,数字阅读与纸媒阅读一样,是少年儿童从小就应该掌握的重要能力。无论儿童是否有时间进行数字阅读,是否熟练接受数字阅读,他们都应该具备基本的数字阅读素养,以及解码数字文本的能力。”咪哒故事总编、儿童早期阅读推广人王晶博士表示。

中国关心下一代工作委员会健康体育发展中心秘书长徐啸峰,在论坛致辞中肯定了中国互联网和信息化的高速发展,给儿童阅读内容发展和阅读体验升级带来的广阔创新空间。

国家图书馆典藏阅览部

台东大学荣誉教授、著名儿童文学研究专家林文宝,从“阅读的事实”与“教育的事实”两方面阐明了阅读与早期教育千丝万缕的联系,充分肯定并高度强调了0~6岁阶段的启蒙阅读对孩子一生的深远影响。

北京师范大学教授陈晖、中华读书报业界版主编陈香、浙江大学副教授李超平、北京市六一幼儿园园长范茜、中国科学院第一幼儿园园长庞晓琴等与会嘉宾纷纷畅所欲言,表达了他们对互联网儿童阅读与教育产品的想象与期待。

“优才计划”发布

咪哒故事在大会现场发布了专为中国儿童定制的个性化启蒙阅读产品——“优才计划”。这款产品直击儿童启蒙阅读过程中的三大难点,即“选品”、“陪伴和解读”以及“反馈与评价”。一揽子解决中国80后、90后家长在孩子早期阅读中遇到的难题,让每个孩子都拥有一个属于自己的移动图书馆。

咪哒故事CEO谢琳斐表示,希望“优才计划”作为早教行业内率先提出“启蒙阅读”概念的互联网产品,能在儿童0~6岁大脑发育的黄金时期,激发孩子的阅读兴趣,培养孩子受益一生的阅读力;不仅建立孩子对世界的多元认知,更重要的是让孩子有一双看见彩色的眼睛和一颗正能量的心。(王勇)

员工参与公益,企业践行社会责任的新潮流

企业如何介入公益?对于企业而言,选择何种公益模式并非完全可以自作主张,毕竟企业基因会限制公益行为,并非任何企业都可以在工作中渗透公益元素,即便有类似的尝试,它所获得的公益效果可能也很有限。

互联网科技类企业往往可以轻易就发动一场公益行动,像去年阿里云工程师自发建设的技术公益平台“码上公益”,给缺乏互联网技术能力的公益组织提供了很便捷的抓手,也给了好的公益创想一个能够落地的机会。

而相对传统的领域比如制造业恐怕就没有这样的便利,至少它更可能因体系累赘而导致实现成本偏高。

当企业的产品没有构建起相应的社交渠道,你就很难动员那种大众高参与度的公益行为,这可能是很多非科技类企业采取相对传统的方式开展公益的一个重要原因——企业都喜欢由自己主导那种一呼百应的公益行为,可前提是你要有海量而且粘性强的用户,像“蚂蚁森林”这样的产品几乎不可复制。

解读一个企业参与公益的价值内涵,还有一个值得注意的因素,那就是企业员工在其相应的公益行动中充当何种角色。企业在开展公益工作的过程中,除了无法避免地面临模式选择问题,往往还会面临员工公益角色的定位,员工参与其中,还是完全与其无关,不同选择给外界留

下的印象也截然不同。阿里巴巴最近推出该企业内部的公益项目大赛——橙点侠益榜,其中一个有意思的细节是,所有项目都是企业员工参与其中,他们利用自己的专业优势或者业余爱好,在工作中挖掘公益元素,公司继而提供平台和资金支持,使得公益项目得以做大做强。

这样一种孵化模式,完全是“市场化选择”的过程,“蚂蚁森林”脱胎于支付宝,将“碳账户”融入其中,员工对该公益项目介入颇深,他们既是第一批“碳账户”的持有者,也是最为坚定最为忠实的用户;又比如“农村淘宝公益3小时”,利用农村淘宝的基础网络,员工在工作的同时介入公益,给农村的留守儿童和孤寡老人送去温暖,于无声中融合了工作与公益,仅2016年到2018年三年时间,农村淘宝就号召了数万名村小二参与公益行动。

员工参与公益其优势显而易见,一是降低了企业介入公益的成本,公益可视为工作的延续,企业只要赋予员工足够的发挥空间;二来,更重要的在于,员工主导并参与的公益行动,不经意间流露出一种开放、包容的公司气质,久而久之就成为了公司的一种特殊资本。最简单的,当员工在这样一种工作环境中——既能谋生又能通过介入公益从而实现一种相对超脱的价值。把公益基因植入的最为深入的阿里巴巴集团,截至2018

年1月17日,全集团员工2018财年有86329人次申报公益时共104509.8个。而马云一人就申报了60公益时。

更重要的是,这种内部的员工公益正在以巨大的驱动力裂变出去,发散成对外界的感染力,整个阿里巴巴公益推动了全社会近47亿人次参与,其中累计有超过3.1亿买家、177.8万卖家通过阿里巴巴平台投身公益。从员工、企业自发参与公益到带动更多人参与公益,这是一种更为宏观的价值与力量。

其实,员工参与公益已经是国外的潮流,近年最具社会责任的雇主企业有一个共同的特点,那就是在员工投入公益时间上差别不大,都愿意让员工切身参与公益。目前,越来越多的学者和社会公益实践者呼吁企业动员员工、带动员工参与社会公益,一项由VSO(英国海外志愿服务社北京代表处)和北京师范大学社会发展与公共政策学院联合进行的“中国企业志愿服务研究”调研显示,越来越多的企业选择鼓励员工参与志愿服务。越来越多的中国企业介入公益行动,而这类行动的主力军往往就是企业的员工。当员工们穿着印有企业元素的文化衫参与公益,所谓的企业社会责任也就变得形象、生动且亲切可感。相信在不久的将来,像阿里这种由员工孵化、主导的企业参与公益的模式,会逐渐成为中国企业的主流。

(王勇)