

“在 今年99公益日期间，广州众多公益慈善组织通过线上线下筹款，为机构和项目筹集更多慈善资源。

在‘募捐即募心’理念指导下，专注于提高乡村儿童阅读品质的广州市海珠区满天星青少年公益发展中心尤其注重捐赠人对自身公益理念和项目的认同。满天星通过参与‘善城汇爱’、与自媒体大号合作、招募大额捐赠人等6种筹款方式，超额完成筹款目标。

作为一家初创基金会，慧基金从5月份就开始布局谋划99公益日筹款行动。富有公益经验的团队成员动员已有的20多家企业参与捐款，6支学生团队在导师带领下启动线上劝募、线下义卖，三天时间筹得善款超159万元。

提前半年备战，拿出百万善款配捐，强调常态化运营公益项目，定期反馈项目进展，讲好项目故事，为公众提供体验和参与公益的机会……三棵柚公益基金会今年带着13个子计划参加99公益日，一起创造了筹款总额翻5倍的小奇迹。

募捐即募心 把项目做扎实是根本

“募捐其实就是募心！”谈起多年参与99公益日的最大感悟，满天星青少年公益发展中心创始人梁海光如是说。他认为，阅读类公益项目相对静态，无论用什么形式筹款，最终都是要捐赠人认可项目的理念，所以把项目做扎实才是最根本的。

截至9月15日，满天星在“99公益日”共发动40620人捐款，筹款总额为2882593.52元（含配捐），超出了目标50万元左右。据满天星品牌部主管庄子悦介绍，今年筹款主要有6种方式——招募企业合作伙伴；招募250名爱心劝募大使，发动社群力量；与海珠区学而优书店、亲宝优品等合作参与“2020‘善城汇爱’大型公益活动”；参与了腾讯公益推出的“99公益日自媒体合伙人战队”，与知名自媒体人馒头大师和石榴婆合作；招募大额捐赠人；线上直播义卖。

在线下，满天星参与了“2020‘善城汇爱’大型公益活动”，并主动与学而优书店洽谈合作，在书店内举办“阅读马拉松”活动，一起参与“善城汇爱”活动，搭建了与市民零距离接触的线下平台。

经腾讯公益牵线搭桥，长期关注乡村儿童阅读问题的知名自媒体人馒头大师和石榴婆夫妇向满天星捐赠了25万元，并在满天星平台上挂靠了一个子项目——“汤圆读书会”进行募捐，善款由中国儿童少年基金会接收。截至9月14日，该项目的筹款和配捐总额超过60万元。满天星将用这笔善款建造一座乡村学校图书馆（含每年图书更新和运营），一个“流动书箱”（200箱优选图书）。

满天星还与育儿品牌亲宝



99公益日期间，满天星联动学而优书店开展线下互动活动

募捐即募心 广州公益组织的“筹款经”

宝和生活达人Linda酱一同举行了线上直播义卖活动，由Linda酱带货，亲宝宝捐赠8款“亲宝优品”，且以低于市场价的公益价格在直播中出售，所得款项全部用于满天星公益图书馆项目。

今年捐款额度最大的有12名大额捐赠人，共捐出了733627.14元。梁海光透露，在99公益日前，满天星就与这些长期关注乡村儿童阅读问题以及满天星项目的大额捐赠人沟通，建议他们在99公益日期间捐赠，让捐赠效益最大化。梁海光说，一位听过自己分享的大学师姐，在99公益日期间一次性捐赠了11000元，还帮忙发动身边的朋友捐赠，让他印象深刻，并非常感动。

筹款动员在学校体系内往往特别敏感，如果没有教育局统一发文，学校一般不会主动参与筹款动员，同时满天星也没有针对联盟学校筹款的激励措施。但今年99公益日，却有48所联盟学校主动发起一起捐，截至9月16日，共动员9804人捐赠了147077.94元（不含配捐），表现非常出色。梁海光说：“我们完全没有想到学校和家长的能量这么大！”因为满天星已给学校建了图书馆，校方是否参加筹款动员和筹到多少，都不影响满天星在当地的投入，所以主动参与筹款的联盟学校，几乎都是基于对满天星公益理念的认同。

“初创团队” 3天发动20家企业参与

广州市慧基金慈善基金会是于2019年5月设立的非公募性基金会，专注于推动养老事业、健康促进、社区服务、教育创新等公益事业的发展。今年99公益日，这支“新团队”首次参与却有备而来，共获得公众捐款

1009569元，加上广州市慈善会配捐及企业配捐等，累计筹款总额超159万元。

“兄弟单位的支持就是我们的最大优势！”据慧基金秘书长严健介绍，从今年5月起，慧基金就开始为99公益日的筹款活动布局谋划，打算利用现有的资源，采取企业捐赠为主、公众捐赠为辅的筹款策略，以寻找捐赠企业或大额捐赠人参与定向捐赠作为主要目标。“基金会发起人贺惠山、理事周兰庆夫妇，同时分别是岭南教育集团董事长、董事，集团下有学校、养老院、医院等合作伙伴。多年从事公益的其他成员也攒下了一些合作资源。”

除了行动起来的员工、理事，慧基金还联合社工站、广东岭南职业技术学院公益慈善学院师生等组成6支爱心团队，于广州、清远、东莞等地展开行动。一方面为99公益日筹办义卖和公众筹款；另一方面积极寻找爱心企业，一旦发现企业有意愿参与99公益日，便亲自登门拜访。

99公益日期间，慧基金吸引了20多家企业发动员工为项目捐款。其中不少企业和慧基金成员有着多年的合作关系。“企业捐赠不是一天就能获得的。”严健说，“每个企业的合作都要一点一点地耕耘，前期要有磨合，熟悉彼此的理念，通过多场活动的合作才能慢慢积累起企业资源。”

实际上，这20多家企业并非初次参与慧基金的项目。“早在疫情初期，我们就和其中不少企业有接触和合作。”严健说。作为一家刚刚起步的基金会，许多项目都是“新鲜出炉”，而在项目设计之初，他们便已考虑结合企业的CSR需要，方便后续开展合作。

严健介绍：“我们会跟企业沟通，看看他们有哪方面的CSR需求，倾向于服务哪些领域，再将其需求结合到我们项目之

中。”以“暖守行动”项目为例。该行动主要在疫情期间为社区防疫一线人员提供午餐。“项目发起前，我们了解到了广州链家家的需求，他们也想开展社区服务，但缺乏渠道。”在此背景下，基金会设立“暖守行动”项目并积极拉动广州链家参与。

可喜的是，广州链家与这一项目“一拍即合”，高度支持，不仅出资，还出人出力，在疫情期间发动了不少员工参与午餐派送。此外，基金会还根据广州链家员工的工作特点发起了捐步行动。其中，“暖守行动项目”发动了广州链家54个门店队伍1929人参与，累计捐出了3390万步。

慧基金在本次99公益日中，另一股不可忽视的力量，便是学生。慧基金与广东岭南职业技术学院公益慈善学院之前就已开展合作，为学生提供大量的慈善实践机会。而99公益日，正是公益慈善学院的学生们发挥日常所学的一次重要契机。

99公益日三天，每天早上9点，学生们便在导师带领下展开筹款行动，一边在线上通过朋友圈、微信群聊等渠道宣传项目，一边在线下组织开展义卖活动。其中，“思诚书院”学生团队共发动了690人次参与一起捐行动。“实际上，我们有3000多名学生参与本次99公益日筹款活动，我们也希望能够带给学生更多的慈善体验。”严健补充道。

99公益日 筹款金额翻5倍

作为三棵柚基金会的13个子计划之一，来自广州展翔中心的“心智障碍青年职前培训计划”在今年99公益日的筹款成绩令人刮目相看，这是一个通过职前培训提升心智障碍青年综合职业素养的公

益项目，原本是去年“心智障碍青年自立路”项目的二期计划。

在去年99公益日期间，该项目的公众筹款勉强达到6万元，而今年这个子计划的公众筹款金额则一举突破了30万元，翻了5倍！奇迹的背后，却是许多人看不见的努力——在过去的一年里，展翔提交12次月报，反馈17次项目进展，3次banner位推荐，6次线上线下活动。

在为期三天的99公益日，展翔的伙伴们各司其职，迸发出了超乎想象的能量。9月9日的配捐开始前，展翔的公众筹款已超过20万元，超额完成了原定15万元的目标。在负责人张云晖的带领下，展翔的伙伴向30万元的目标全力冲刺。晚上11点45分左右，30万元+的公众筹款目标终于达成，顺利获得了三棵柚基金会15万多元的额外激励，总筹款额达到517031.59元！

今年99公益日期间，三棵柚基金会联动广州展翔中心等11家伙伴机构、13个子计划，共筹得善款超过240万元，其中公众筹款近197万元，腾讯公益配捐超过40万元，捐款人次共计45923，最终项目筹款达成率超过108%，圆满完成原定筹款计划。

三棵柚和子计划机构一起用一年的时间备战99公益日，不仅实现了筹款总额翻5倍的目标，所积累的一些经验同样值得同行学习借鉴。

百万配捐支持。从去年的30万元配捐到今年的百万配捐，三棵柚将对一线机构的资助与99公益日挂钩，联动了13个子计划参与99公益日，激励子计划机构积极动员公众参与捐款，用有限的资金撬动更多社会资源一起帮助心智障碍群体！

提前半年备战。为了帮助子计划机构更好地参与99公益日，春节假期结束之后三棵柚就开始了今年99公益日的筹备工作。从项目文案上线到99公益日新规解读，从子计划公众筹款金额预估摸底到协助子计划机构制定个性化筹款动员策略，在备战99公益日的最后两个月时间里，三棵柚与合作子计划机构一直保持着密切的沟通。三棵柚力求在细节上为子计划提供更加细致的帮助，同时也坚定大家参与99公益日并取得好成绩的信心！

常态化运营。对于子计划机构，三棵柚从合作之初就强调公益项目应该是一年365天常态化运营，建议每个机构定期反馈项目进展，做月报，让项目在捐赠人心中持续保持存在感；同时抓住节点热点进行宣传及筹款，努力挖掘项目背后的感人故事等，切忌“三天打渔，两天晒网”。

没有一天建成的罗马，也没有三天就能获得公众认可和支持的公益项目。做好公益，别无他法，只有以受助人为核心，根据受助人需求设计项目，并通过多渠道、多平台、多方式向捐赠人以及潜在捐赠人介绍项目模式，讲好项目故事，做好项目反馈，为公众提供体验和参与公益的机会，才有机会获得更多公众的支持！（据《善城》杂志）