

面向“后脱贫时代”的 互联网探索

——2019-2020腾讯扶贫年度报告



腾讯公益



腾讯研究院

原创声明

本报告中所有的文字、数据均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
没有经过腾讯基金会与腾讯研究院书面许可，任何组织和个人，不得将本报告中的信息用于其它商业目的。

面向“后脱贫时代”的 互联网探索

——2019-2020腾讯扶贫年度报告

马化腾“两会”建议关注“后脱贫期” 呼吁数字技术助力乡村振兴

2020 年全国“两会”期间，全国人大代表、腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾，向大会提交书面建议，重点关注“后脱贫期”乡村振兴等热点问题。

2020 年是全面建成小康社会目标实现之年，也是全面打赢脱贫攻坚战的收官之年，我国即将迈入“后脱贫期”。习近平总书记强调，脱贫摘帽不是终点，而是新生活、新奋斗的起点。接续推动全面脱贫与乡村振兴有效衔接，必须千方百计巩固好脱贫攻坚成果，同时把乡村振兴这篇文章做好。

根据 2019 年 10 月腾讯“为村”平台对超过 2 万名各地农民群众的问卷调查结果来看，农村地区普遍存在“空心村”、集体经济弱化、公共服务不完善、数字化发展滞后等问题。

马化腾在建议中提出，应大力提升农村数字化生产力，加快弥合城乡数字鸿沟，推动农业高质量发展和乡村全面振兴，让广大农民共享数字经济发展红利。在乡村治理方面，扶持乡村互联网信息平台，扩大基层治理触达范围。在经济发展方面，通过数字化升级，建立防止返贫长效机制。在公共服务方面，借助“新基建”机遇，突破地理限制，推动数字教育、数字医疗等资源更深入地惠及农村。此外，抗击疫情斗争也使得筑牢乡村应急体系的重要性凸显出来。应总结这次防控经验，在农村地区搭建起日常、高效、持久的“防疫墙”，用“互联网+”打通乡村应急体系的“最后一公里”。



目录

上篇

前言.....	04
腾讯集生态之力打造“扶贫工作立方体”	06
一、“后脱贫时代”；腾讯扶贫核心体系	07
二、腾讯公益，“互联网 + 公益”发动全民参与脱贫	08
“99 公益日”，打造“互联网 + 公益”脱贫的新生态	08
“99 公益日” 助力脱贫的创新因子	09
1. 普惠连接：连接大众、企业和社会组织	10
2. 精准透明：打造扶贫数字化助手，开启理性公益时代	11
3. 创意共振：场景和创意破圈，社交裂变显化	13
“99 公益日” 扶贫数据解读	15
1. 从五年“99 公益日”数据看“互联网 + 扶贫”大趋势	15
2.2019 年“99 公益日”扶贫数据发现	19
3.2019 年“99 公益日”扶贫项目分领域数据分析	21
三、“腾讯为村”；数字化扶贫探索	23
“腾讯为村” 打造数字化乡村	23
“腾讯为村”的发展概况	23
“腾讯为村”数字化扶贫方法及案例	23
扶贫必先扶志，为村改善基层社治理	24
传递民心民声，解决乡村痛点	26
帮助产业振兴，激发农村内生动力	26
吸引人口回流，加强城乡联系互助	27
四、腾讯“科技 + 文化”；助力脱贫攻坚和乡村振兴	29
消费扶贫，增强贫困地区造血功能	29
腾讯微视，“短视频 + 直播”打造扶贫新路径	29
光子携手彭水脱贫攻坚，游戏创新助力农产品销售	30
文化扶贫，讲好中国脱贫生动故事	31
腾讯新闻，扶贫信息宣传阵地	31
金融扶贫，构建普惠金融服务体系	32
微信支付，助力智慧生活普及	33

面向“后脱贫时代”的互联网探索 2019-2020腾讯扶贫年度报告

下篇

特别篇

教育扶贫，智慧教育新普惠	33
腾讯智慧校园，聚焦教育信息化建设	33
腾讯扣叮，助推编程教育“弯道超车”	34
公共服务，人工智能守护公益初心	35
腾讯优图，AI 创新解决社会难题	35
“互联网 + 公益”助力脱贫的中国样本	36
腾讯公益，“互联网 + 公益”助力脱贫的中国样本	37
腾讯公益助力脱贫样本	37
1.“扶志”脱贫案例	37
2.“扶智”脱贫案例	40
3. 健康扶贫案例	44
4. 孤、残特殊人群脱贫案例	47
5. 留守儿童、留守老人、留守妇女群体脱贫案例	50
6. 产业扶贫案例	53
7. 基础设施建设扶贫案例	56
8. 生态扶贫案例	58
9. 减少返贫案例	61
疫情防控与脱贫攻坚“两手抓”	64
腾讯战疫扶贫	65
抗疫基金，捐助升级助力全民战疫	65
“腾讯为村”，全面攻克农村防疫痛点	66
产销对接，多元平台破解滞销难题	67
结语	68
创作团队	69

前言

消除贫困，自古以来就是人类梦寐以求的理想，是各国人民追求幸福生活的基本权利¹。然而由于种种主客观原因，绝对贫困在世界各国都难以被彻底根除。截至 2020 年初，全球仍然有超 6 亿人生活在绝对贫困线以下²。

我国曾经是世界绝对贫困人口数第一大国。以可比价格计算，1978 年我国农村地区生活在绝对贫困线以下的人口达到了 7.7 亿，贫困发生率高达 97.5%³。城镇地区也有许多人深陷贫困的泥沼。

改革开放以来，随着经济社会的高速发展，我国的扶贫事业取得了举世瞩目的成就。然而在一些乡村地区，受限于资源、环境、基础设施、教育水平等因素，不少居民依然深受贫困的困扰。2015 年全国仍然有超 5000 万人生活在绝对贫困线以下⁴，没有充分享受到国家发展带来的红利。

习近平总书记指出：“消除贫困、改善民生、逐步实现共同富裕，是社会主义的本质要求，是中国共产党的重要使命。”⁵ 针对我国仍有不少贫困人口的现状，2015 年 11 月召开的中央扶贫开发工作会议提出要打赢脱贫攻坚战，确保所有贫困地区和贫困人口在 2020 年迈入全面小康社会。四年来，脱贫攻坚战取得决定性进展，全国农村累计减贫逾 5000 万人，年均减贫 1256 万人，减贫幅度接近 90%。农村地区的贫困发生率也从 2015 年末的 5.7% 进一步下降到 2019 年末的 0.6%⁶。

脱贫攻坚战取得卓著成果，离不开党中央的坚强领导，离不开广大党员干部和各地人民群众的不懈努力，而以互联网为代表的信息技术也在其中起到了助推的作用。

信息技术以其普惠的特性，与脱贫攻坚有着天然的契合之处。以互联网为代表的信息技术，使用门槛低，连接覆盖广，传递信息便捷、精准、高效、透明。运用信息技术可以从传播、透明和创意等多个方面助力扶贫。以大数据、云计算、人工智能为代表的新型信息技术的发展成熟，也为扶贫模式的创新发展提供了动力。

事实上，借助技术升级和平台聚集效应，信息技术近年来已经开始在扶贫事业中扮演着越来越重要的角色。在信息技术的助力下，电商扶贫、“互联网公益 + 扶贫”、大数据精准扶贫等新型扶贫模式层出不穷，基于互联网媒介的扶贫宣传在各地广泛开展。这些都极大助力了扶贫事业的现代化进程和可持续发展。

腾讯作为一家科技公司，始终致力于使大众能够享受到科技进步带来的红利。2015 年以来，腾讯旗下的腾讯基金会、“腾讯为村”和各产品业务，紧密依托腾讯在连接和技术等方面优势，持续探索“互联网 +”助力扶贫模式，推广科技在扶贫领域的应用，取得了一定的经验和成果。本报告将从互联网扶贫中国样本、腾讯公益平台、“腾讯为村”以及腾讯公司业务等几个层面介绍腾讯在脱贫攻坚领域的实践，希望通过对腾讯扶贫经验的总结，梳理科技助力扶贫路径与方法，传播正向价值，推动科技在扶贫事业中进一步发挥作用。

2020 年上半年，新冠肺炎疫情席卷全球，对经济增长产生了不小的负面影响，也为脱贫攻坚事业带来了一些不确定因素。当前疫情防控常态化形势下，信息技术在防疫工作中发挥了不可或缺的作用，在对受疫情影响群众帮扶纾困方面的作用也愈发凸显。腾讯积极响应党中央“坚决克服新冠肺炎疫情影响，坚决夺取脱贫攻坚战全面胜利”的号召，利用数字技术，多措并举投身战疫扶贫。几个月以来，腾讯一方面通过战役基金助力全民防疫战疫，另一方面聚焦农村疫情防控短板，破解农产品滞销难题，通过平台力量帮扶受疫情影响严重的困难群众。本报告特别篇对腾讯战役扶贫举措进行了简要梳理，希望能推动疫情防控常态化形势下，信息技术在脱贫攻坚领域发挥更大作用。

随着脱贫攻坚战接近尾声，绝对贫困将被彻底消除，我国正在全面步入“后脱贫时代”。然而即使摆脱了绝对贫困，我国仍然是世界上最大的发展中国家，人民日益增长的美好生活需要与不平衡不充分的发展之间的矛盾仍将是我国现阶段面临的主要矛盾。相对贫困现象将会持续存在，乡村振兴仍是一项艰巨的任务。

在“后脱贫时代”，互联网、人工智能、大数据等新技术仍然大有可为。近年来，我国农村及偏远地区宽带网络基础设施普及加速，农村互联网渗透率持续提升。在可见的未来，无论城市乡村，互联网将成为每个人生活必不可少的一部分。互联网在乡村治理、防止返贫、文化复兴等领域的应用，也将在未来广泛普及并发挥更为重要的作用。与此同时，新技术的快速迭代也将为“后脱贫时代”扶贫模式的创新发展注入新动力，推动乡村现代化发展与治理水平提升。

腾讯将秉持“科技向善”的理念，持续完善“互联网 + 扶贫”基础设施，深入发掘信息技术的普惠特性，积极探索“科技 + 帮扶”、“科技 + 治理”新模式，通过科技手段协助解决困扰农村居民的难题，在即将到来的“后脱贫时代”，为实现我国的乡村振兴和均衡发展目标贡献力量。

1. 引自习近平总书记在“2015 减贫与发展高层论坛”上的讲话

2. 数据来源：world poverty clock

3. 数据来源：新华网，http://www.xinhuanet.com/politics/2015-10/16/c_1116848645.htm

4. 数据来源：国务院扶贫办，http://www.cpad.gov.cn/art/2016/2/29/art_624_45626.html

5. 引自习近平总书记在 2015 年中央扶贫开发工作会议上的讲话

6. 数据来源：新华网，http://www.xinhuanet.com/politics/2020-01/24/c_1125498602.htm/ http://www.xinhuanet.com/politics/2016-03/01/c_128764095.htm

上篇

腾讯集生态之力 打造“扶贫工作立方体”

一、“后脱贫时代”，腾讯扶贫核心体系

2015年11月，习近平总书记在中央扶贫开发工作会议上发表重要讲话，强调要坚决打赢脱贫攻坚战，确保到2020年所有贫困地区和贫困人口一道迈入全面小康社会⁸。五年来，中国脱贫攻坚力度之大、规模之广、影响之深前所未有，并且取得了决定性进展，为全球减贫事业贡献了中国智慧和方案。

在2019年4月，中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办、工业和信息化部联合印发《2019年网络扶贫工作要点》。通知要求充分发掘互联网和信息化在精准脱贫中的潜力，扎实推动网络扶贫行动向纵深发展，不断激发贫困地区和贫困群众自我发展的内生动力，为打赢脱贫攻坚战作出新的更大贡献⁹。

2020年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。2020年中央一号文件指出，脱贫攻坚任务完成后，我国贫困状况将发生重大变化，扶贫工作重心转向解决相对贫困，扶贫工作方式由集中作战调整为常态推进。要研究建立解决相对贫困的长效机制，推动减贫战略和工作体系平稳转型。加强解决相对贫困问题顶层设计，纳入实施乡村振兴战略统筹安排。抓紧研究制定脱贫攻坚与实施乡村振兴战略有机衔接的意见¹⁰。

2020年我国正在全面步入“后脱贫时代”，而“互联网+扶贫”作为脱贫攻坚和防止返贫的重要抓手，在坚持精准扶贫，建立防止返贫长效机制，助力乡村振兴等方面仍大有可为。

目前，腾讯公司依托于腾讯公益慈善基金会（简称腾讯基金会），广泛开展扶贫领域的公益捐助。腾讯基金会自2007年成立以来，一直在探索和实践“互联网+公益”助力脱贫。截至2019年12月31日，腾讯基金会累计对外捐出29.57亿元，其中扶贫领域公益慈善活动占总体捐赠项目超九成。

同时，腾讯基金会通过构建“腾讯公益”互联网公开募捐信息平台（简称腾讯公益），为扶贫助困项目带来精准的高转化效能，借助腾讯的技术能力实现海量的公益组织、企业、爱心个



图 1-1 腾讯扶贫核心体系

8. 《习近平出席中央扶贫开发工作会议并作重要讲话》，
http://china.cnr.cn/news/20151129/t20151129_520628571.shtml

9. 《2019年网络扶贫工作要点印发实施》，http://www.cpad.gov.cn/art/2019/4/28/art_46_97363.html

10. 文件全称为《中共中央 国务院关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》，文中简称为2020年中央一号文件，http://www.moa.gov.cn/ztzl/jj2020zyyhjw/2020zyyhjw/202002/t20200205_6336614.htm

体等多元主体和贫困地区贫困人群的有效对接，广泛动员社会力量开展公益捐助，并打造了“99公益日”现象级全民公益行动日，汇聚脱贫攻坚的合力。

除此之外，腾讯公司持续集生态之力打造的“扶贫工作立方体”还包括：依托“腾讯为村”赋能乡村基层治理信息，助推乡村治理现代化，促进乡村振兴；通过整合腾讯产业生态里社交、工具、娱乐、支付、资讯等平台的“互联网+”力量形成合力，在公益捐助之外，跨界融合于产业扶贫、教育扶贫、金融扶贫、文化扶贫、公共服务等多个领域，应用腾讯的“互联网+”能力作为数字化助手，帮助贫困地区和贫困群体开拓出可持续发展的脱贫致富之路，释放数字红利，促进长效振兴。

二、腾讯公益，“互联网+公益”发动全民参与脱贫

腾讯基金会通过构建腾讯公益，以平台力量助力扶贫事业。近年来，腾讯公益爱心网友募捐总额屡创新高，网友捐赠中扶贫善款的占比也节节攀升。自2016年开始，腾讯公益上扶贫相关捐赠占比持续超过90%。截至2020年5月下旬，已经有近3.4亿参与人次在腾讯公益捐赠超86亿善款，其中九成以上的善款专注于扶困济贫，2019年一年网友捐赠的扶贫善款就超过了26亿元。2020年1月，腾讯公益爱心网友捐赠总金额超过5亿元，其中超过4.4亿元与扶贫济困相关¹¹。

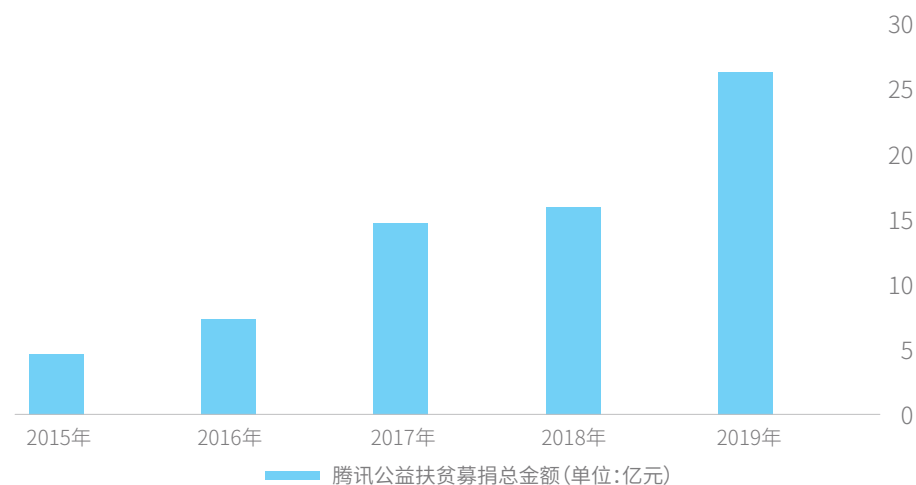


图 2-1 2015-2019 年腾讯公益扶贫捐赠总金额

“99 公益日”，打造“互联网+公益”脱贫的新生态

“99全民网络公益日”（以下简称“99公益日”）活动是2015年起，在国家网信办和民政部指导下，在腾讯公益发起，联合国内慈善组织、知名企业、明星名人、顶级创意传播机构等社会各界力量，共同推动的年度全民网络公益活动。

11. 数据来源：腾讯公益

“99 公益日”让扶贫事业不再受制于行业、地域、公共角色等因素的条块分割，在政府的指导下，“99 公益日”一方面从扶贫项目的源头进行把控，透明、可信地对接各级慈善组织和受助人；另一方面，利用强大的社交场域，创意、高效地将扶贫信息辐射至亿万的爱人企业和个人，形成“互联网+公益”助力脱贫新生态。



图 2-2 “99 公益日”连接各方，共建“互联网+公益”助力脱贫的新生态

2019 年，“99 公益日”进入了第五年，已成为中国参与人数最多、影响力最广、场景最多元的现象级全民公益行动日。“99 公益日”以科技连接信任，汇聚每一个微小的善行，从体量、活跃度、影响力等多方面均展现出蓬勃的能量。

“99 公益日”助力脱贫的创新因子

“99 公益日”作为“互联网+公益”助力脱贫的创新模式，通过普惠连接、精准透明、创意共振的三大创新因子，实现互联网创新基因与公益力量的乘数效应，推动“互联网+扶贫”模式的多元化发展。



图 2-3 “99 公益日”的三大创新因子

1. 普惠连接：连接大众、企业和社会组织

(1) 连接大众：开启“人人可公益”时代

“99 公益日”是中国公益慈善“群众路线”的具体实践。通过“99 公益日”的平台，腾讯开放自身的产品和连接能力，让扶贫信息网络的组织呈现“去中心化”的网状结构，每个用户都成为扶贫信息传播的“节点”，全民公益、人人慈善在科技助力下变得不再困难。

北京大学国家发展研究院周其仁教授指出“转型期公益在我们国家的作用会越来越大。公益活动想解决的问题，它动用的资源——就是我们整个社会各界人士，特别是年轻人的公益之心、恻隐之心。这个力量在每个单个人看来都是不大的，但是汇聚到一起，在宏观上就可能变成一个巨大的力量。从这个角度看，公益事业的意义是非常重大的”。¹²

(2) 连接企业：企业扶贫的创新阵地

在互联网公益平台出现以前，受到扶贫模式、宣传渠道的制约，企业的扶贫行为很难被社会感知，可持续性较差。

在腾讯公益等互联网公益平台诞生之后，企业扶贫有了创新阵地。在“99 公益日”支持下，企业可以选择跨圈层、多场景的创意扶贫模式；并通过开展大众参与度高的项目，发动志愿者及企业员工一同参与扶贫，企业参与扶贫的数量和认知度有了明显的提升。

2019 年的“99 公益日”，实现了两项里程碑：一是参与的公益组织超过一万家，二是参与的企业也超过了一万家。独木难成林，百水汇成海。这两项“破万”纪录的诞生，意味着“99 公益日”不仅在个人用户端形成具有全民效应的社会活动，同时也在企业和机构端构建起更具广泛影响力的互联网公益生态。

案例 企业配捐，品牌与爱心联动

爱心企业配捐的创新模式也是“99 公益日”连接企业和扶贫项目的重要方式。

2019 年的“99 公益日”企业配捐规则为，“99 公益日”活动期间，每笔不低于 1 元的捐赠，可获得 1: n 的配捐。配捐结果实时显示在项目 and 爱心企业配捐活动页面。

2019 年的“99 公益日”，共有超过 2500 家企业总配捐金额高达 3.07 亿元，累计有 3585 家公益性社会组织参与并举办了一万多场线下活动，覆盖超过 200+ 城市的社区商圈。

此外，2019 年“99 公益日”加大力度支持爱心企业与公益积极联动，提供了总计约 2 亿曝光人次的广告投放机会，让爱心企业的公益品牌、公益理念连接更多用户。

案例数据来源¹³

(3) 连接社会组织：积极拥抱互联网公益

自我国的公益慈善事业进入快速发展期以来，社会组织一直是公益活动的支柱。绝大多数公益活动的展开都有赖于社会组织。

互联网与公益的深度融合使得公益生态网络得到重塑，越来越多的社会组织开始积极地拥抱互联网，并取得了新的动力和发展空间。互联网成为社会组织信息反馈的重要途径。

在此背景下，“99 公益日”能够深度赋能公益性社会组织，鼓励公益性社会组织更好地利用互联网公益平台。2019 年“99 公益日”期间，全国绝大部分省、直辖市及自治区的公益性社会组织均参与了活动。在活动 3 天内，中华少年儿童慈善救助基金会、重庆市慈善总会、深圳市慈善会、长沙市慈善基金会、陕西省慈善协会 5 家慈善组织募款总额都超过了 8000 万元。其中中华少年儿童慈善救助基金会募集善款超过 1.4 亿元。

新型的“互联网 + 公益”模式，使得公益性社会组织与互联网公益平台一道为脱贫攻坚事业贡献力量，对于社会组织自身的成长和发展起到非常积极的作用。

2. 精准透明：打造扶贫数字化助手，开启理性公益时代

(1) 平台力量：高效助力扶贫项目筹款

腾讯公益从项目管理、多平台发布和支持移动支付、社交传播等功能，对慈善组织的扶贫项目筹款提供全链条服务支持。

在技术的助力下，腾讯公益全面优化平台显示的操作流程，对慈善组织在平台注册及项目上线流程，进行全面提速，整体线上操作效率提升 2-3 倍；对在平台的财务披露流程，进行重点优化，让慈善组织线上操作效率提升 1-2 倍。腾讯公益努力打造高效、便捷、规范的线上产品流程，有助于慈善组织开展“互联网 + 公益”助力扶贫的积极探索。



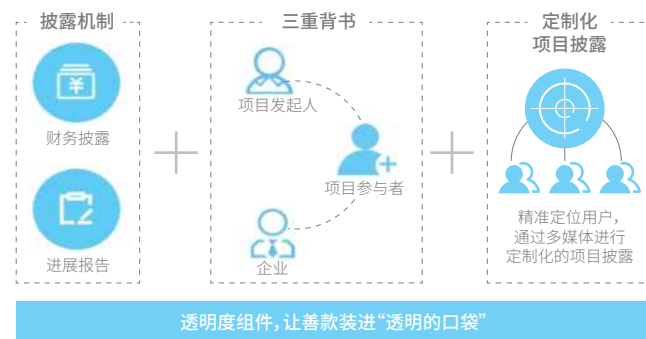
图 2-4 腾讯公益核心功能，支持项目筹款高效运作

12.《互联网 + 公益，也要有“中国样本”》，<https://finance.sina.com.cn/roll/2019-05-19/doc-ihvhiqax9825250.shtml>

13.《4800 万人次捐款 + 上万场线下活动 99 公益日全线绽放》，<https://gongyi.qq.com/a/20190919/004593.htm>

(2) 透明可信：让善款装进“透明”口袋

2018 年，腾讯公益曾对近数千名网民进行调研“你理想中的公益项目，应该具备什么样的特征”，结果发现，关注“公开透明”超过 55%。可见，网友对项目是否靠谱、善款流向等问题最为关注，而透明也是提升中国公益信任的必由之路。



腾讯公益通过构建透明度组件，针对公益项目上线严格的准入门槛，促使慈善组织建立起更专业的信息披露机制，让爱心有迹可循，让善款装进“透明”口袋。

腾讯公益对慈善组织和项目进行激励时，不简单以筹款指标作为评价依据，更多会评估它们在透明化、专业化运营方面的示范效应，以及愿意主动突破、探索新模式创新意识，并将更多的资源分配给在上述两个方面有努力和实际成果的慈善组织。以理性为内核、以技术为手段，让公益项目和公众之间建立更稳固的连接。

案例 加强准入及审核门槛，理性公益加码

2018 年，腾讯公益上线了被外界称为“拦着不让捐款”的“冷静器”，鼓励捐赠人在支付之前多想一秒，查看一下项目运行情况和效果，理性捐助。

2019 年，伴随着公益组织规范化意识与程度的提升，“99 公益日”的规则继续稳步升级，提出“财务披露 + 独立审计 + 随机抽检”的透明度规范。

在“99 公益日”结束后，腾讯公益将会根据筹款金额排名分梯度分领域，随机抽取一定比例的公益项目开展独立审计，其中“99 公益日”期间筹款金额排名前 5 的项目将直接纳入独立审计对象范畴；腾讯公益还计划联合有关主管部门、行业专家、第三方机构随机开展对公益项目的独立评估。

案例数据来源¹⁴

14. 《4800 万人次捐款 + 上万场线下活动 99 公益日全线绽放》，<https://gongyi.qq.com/a/20190919/004593.htm>

3. 创意共振：场景和创意破圈，社交裂变显化

(1) 生态赋能：扶贫场景最大化扩展

在互联网的赋能下，扶贫募捐的场景越来越多元化。线上线下打通创新的公益参与形式，提升民众的信任度，也进一步刷新人们对公益场景的认知界线。

在多元化场景下，公众参与扶贫的方式主要包括“业务行为、消费行为和生活行为”三种方式。腾讯发动内部上百款产品，将公益融入日常的行走、阅读、消费等高频场景，构建覆盖人们日常生活的“行为公益”圈层。

在线上，包括腾讯视频、腾讯新闻、微信支付、王者荣耀、QQ、NOW 直播、和平精英、微信读书、一起来捉妖、微视、全民 K 歌、腾讯云在内的腾讯系众多产品，纷纷调动产品能力，深度参与到“99 公益日”中来。

全民 K 歌为中国妇女基金会《妈妈制造》项目打造了一首公益歌曲《云上谣》，累计播放量超过百万；在微信小游戏“动物餐厅”中，玩家可以做营养午餐获取“爱心值”，并兑换成配捐资金，用于支持儿童营养改善项目，吸引了超过 6 万人次参与捐赠¹⁵。

2019 年的“99 公益日”，用户除了捐钱之外，还可以捐步，甚至捐微笑、捐知识。用户捐行为后将会可能获得好运卡、配捐企业产品、电子书、电子课程、电子券等。

案例 “益行家”，全球最大的运动捐步平台

以腾讯“益行家”为例，用户通过微信运动和手 Q 运动，可以每天将自己积累的步数捐出，由企业和慈善组织为扶贫项目进行捐款。网友捐步数、腾讯搭建平台、企业和慈善组织匹配捐赠资金，形成了一个生态系统。

活动上线 1 个月的时间，网友捐赠步数就达到了 376 亿步，相当于绕地球 563 圈。

截至 2020 年 5 月，腾讯公益上运动捐步活动参与总人次超 11 亿，近 400 家爱心企业携手捐款超过 11 亿元，已经成为全球最大的运动捐步公益平台。

运动捐步不仅为用户创造了更多样的公益参与形式，更是已经成为中国互联网公益的一支不可忽视的创新案例。

(2) 创意破圈：由指尖到心间的情感共鸣

互联网为扶贫带来的创意升级，不仅仅停留在场景的扩充。在互联网的助力下，公益项目以多种媒介形态为载体传播，尤其是利用新兴媒介，通过体验式公益、社交化公益等形式达到共振效果，从而加强用户的体验感与参与性，推动“互联网 + 公益”形态的创新发展。

15. 《4800 万人次捐款 + 上万场线下活动 99 公益日全线绽放》，<https://gongyi.qq.com/a/20190919/004593.htm>

“99 公益日”采取新型的叙事方式，将扶贫项目信息故事化、人格化，激发同理和共情，引发更广泛的传播。而且新形态下扶贫项目，利用 H5、视频、直播等新型载体，也更加符合当代公众的信息接受习惯——信息简单易读、阅读体验多重，并且具有互动性，更易被广大民众接受。

在公众互动量方面，2019 年的“99 公益日”期间，全网用户累计互动量高达 8.82 亿次。¹⁶

案例 以创意传播，倡导“一块做好事”

2019 年 8 月，“99 公益日”上线了一支《天使投资人》H5。

在“一块做好事”的传播主题之下，借助“天使投资人”的概念将残障人士、普通用户用公益和梦想连接在一起。赋予每个用户“天使投资人”的身份，而不是简单的“捐赠者”。鼓励每个用户都化身成“投资人”，捐一块钱支持为残障天使们的未来“投资”。

新颖的公益传播概念，创新公益的玩法，项目在社交媒体迅速扩散升温并引发大众的持续关注，完成了一次与大众的深度对话与沟通。

案例数据来源¹⁷

(3) 社交共振：裂变作用逐年显化

“99 公益日”借助腾讯社交流量场域和产品优势，将扶贫场景拓展到人们的朋友圈和熟人社交关系网络，形成独特的社交公益潮流。社交关系助力公益辐射力扩展，好友间的捐赠互动行为也增强了对项目信任程度。

用户在公益信息的自主选择、自主表达等方面获得了越来越多的话语权，在转发支持“99 公益日”扶贫项目时，用户也得到了即时反馈、社交传播的链式反应，传播效果被数级放大。

案例 “一起捐”，组队做公益效果凸显

“一起捐”作为“99 公益日”每年的保留项目，是一款基于手机社交场景的筹款工具。通过劝募人发起、传播者号召自己的微信好友捐赠并传播、进而吸引新的一起捐加入者，最终为筹款带来裂变式效果。

2019 年“99 公益日”，腾讯公益推出更快速、更个性的一起捐，用户只需 2 分钟即可轻松发起。9 月 7 日-9 日三天，公众通过“一起捐”捐出超过 15.3 亿元扶贫善款。

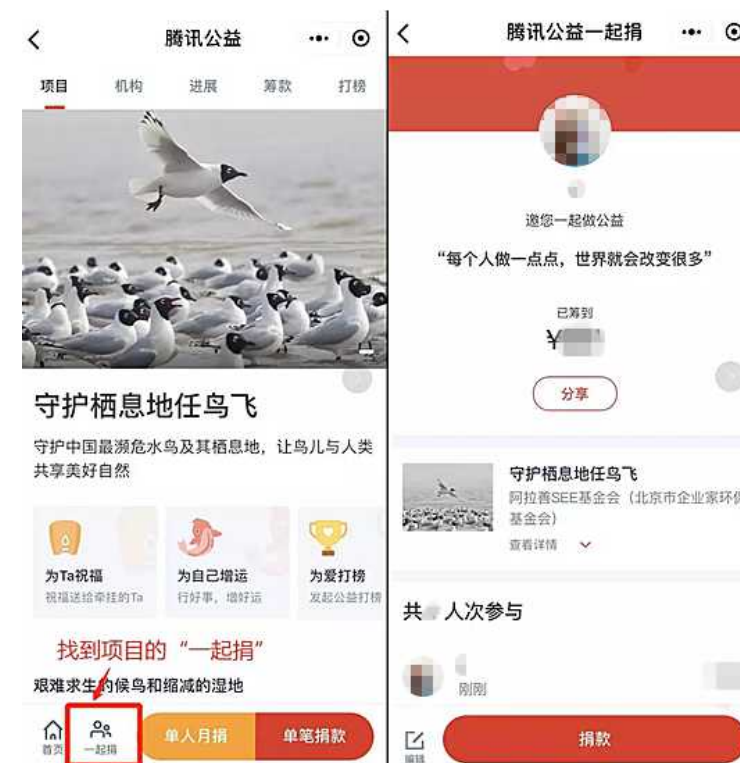


图 2-6 “一起捐”示例

“99 公益日”扶贫数据解读

1. 从五年“99 公益日”数据看“互联网+扶贫”大趋势

从 2015 年到 2019 年，“99 公益日”已经走过了 5 年历程。“互联网+扶贫”也在这五年中取得了跨越式的发展。作为“互联网+扶贫”模式的重要代表，我们可以从“99 公益日”一窥“互联网+扶贫”发展之全貌。数据显示¹⁸在过去五年“互联网+扶贫”呈现出公众参与大幅提升，用户捐赠自发性增强，扶贫领域全部覆盖，长尾效应开始显现，扶贫生态日趋完善，理性氛围逐步形成这六大趋势。

(1) 公众参与大幅提升

过去五年中，“99 公益日”公众参与扶贫呈现出爆发性增长的态势。根据腾讯公益数据，2015 年至 2019 年，“99 公益日”期间公众扶贫捐赠总额从 0.96 亿上升至 16.96 亿，捐赠总人数

16.《4800 万人次捐款+上万场线下活动 99 公益日 2019 年全线绽放》，<https://tech.qq.com/a/20190910/005006.htm>

17.《解锁公益新方向！腾讯 99 公益日邀你做“天使投资人”》，<http://www.yidianzixun.com/article/0NCaVtc>

18. 本章内容数据来源：腾讯公益互联网慈善募捐信息平台

从 67.89 万上升至 4618.33 万，分别增长了 18 倍和 68 倍。同时，平均单笔捐赠额从 141.37 元下降至 36.72 元，小额捐赠的比例也保持在高位，显示公众参与的门槛不断降低，用户“互联网+扶贫”参与广度持续提升。

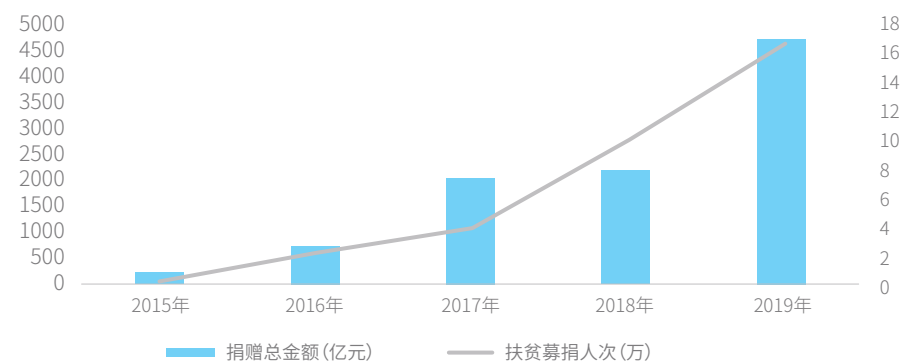


图 2-7 2015-2019 年“99 公益日”扶贫捐赠总额、捐赠总人次增长情况

(2) 用户捐赠自发性增强

从 2015 年至 2019 年，“99 公益日”腾讯配捐由 1 亿元上升至 4 亿元，总配捐额¹⁹在 2019 年更上升至 7.07 亿元，但配捐占比却呈现不断下降的趋势。2016 年配捐占全部募捐总额的比例为 5 年最高，达到 49.69%，随后逐年下滑，到了 2019 年这一比例仅为 28.40%。配捐作为公众捐赠的放大器，在“99 公益日”活动初期对于捐赠额的增长起到了重要的作用。配捐占比的下滑体现了用户在进行捐赠时，配捐提供的放大激励已经不是主要驱动因素。用户参与“99 公益日”的自发性不断提升，捐赠的习惯已经形成。

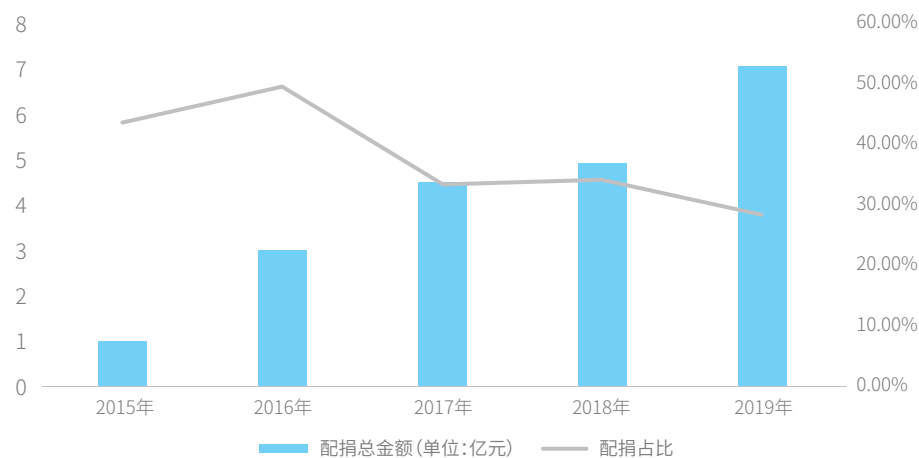


图 2-8 2015-2019 年“99 公益日”配捐总金额及占比变化

19. 腾讯配捐 + 企业配捐

(3) 扶贫领域全覆盖，各领域扶贫筹款快速增长

2015-2019 年“99 公益日”实现了健康、教育、助困²⁰、生态、特殊需要关怀²¹扶贫领域的全面覆盖。过去 5 年中，所有类型的扶贫项目数量、捐赠总额以及捐赠总人次都取得了大幅的增长。2019 年“99 公益日”，教育、疾病、助困、生态和特殊需要关怀类项目捐赠总额相较 2015 年分别增长了 21.30 倍，8.45 倍，20.51 倍，11.53 倍和 25.34 倍；所有领域捐赠总人次也都实现了超过 10 倍的增长。用户对于扶贫项目的投入的提升不仅仅集中在疾病、教育等热门领域，其他领域的扶贫项目也得到了更多用户的支持，实现了快速增长。各领域显现出较为均衡的发展态势。

(4) 长尾效应开始显现

过去 5 年“99 公益日”，用户关注度较高的头部项目是扶贫募捐的主力，非头部项目与头部项目的募捐能力有着比较明显的差距。但近几年非头部项目已经展现出追赶态势。数据显示，捐赠额排名后 50% 的项目平均捐赠额由 15 年的 1351 元提升至 18 年的 6061 元，增幅达到 348%，虽然 2019 年该数据有所下降，但也仍然维持在较高水平，非头部项目的募捐能力几年来有着明显的提升。衡量项目募捐金额聚集度的 Herfindahl-Hirschman Index (HHI)²²也出现持续下降的趋势，显示项目募捐的聚集度有所下降，许多非头部扶贫项目开始被更多的用户关注。“互联网+扶贫”的长尾效应已经开始显现。

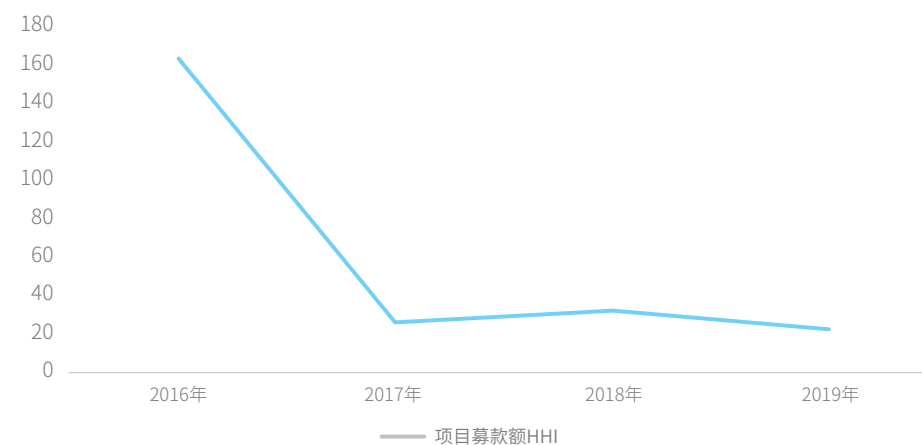


图 2-9 2016-2019 年“99 公益日”项目募款额分布 HHI

(5) 公益生态繁荣、多元发展

过去 5 年“99 公益日”活动中，公募慈善组织联合非公募的慈善组织开展联合募捐，起到生态枢纽的作用，非公募慈善组织则在项目执行中起到主导作用。据统计，2016 年“99 公益日”，

20. 助困扶贫类项目包含对困难地区和困难群众直接帮扶项目以及救灾扶贫项目

21. 包含老年人、特殊需要人士、孤独症、阿尔茨海默病等特殊群体关怀扶贫项目

22. Herfindahl-Hirschman Index (HHI) 是一种被学界广泛使用的测量产业聚集度的指标。此处定义为所有项目接收捐赠额占“99 公益日”捐赠总金额比例的平方和

21.67% 的扶贫项目是由公募慈善组织发起的，这一比例到 2019 年上升至 30.03%，但公募慈善组织发起项目总募捐额的占比由 33.76% 下降至了 25.33%，非公募慈善组织发起项目总募捐额占比则提升了近八个百分点。这一方面显示公募慈善组织在扶贫生态中仍然起到重要的枢纽作用，是“互联网 + 扶贫”生态中不可获取的重要力量；另一方面也表明非公募慈善组织募捐能力提升迅速，各类慈善组织间分工的进一步细化使得联合劝募模式的运转日趋完善。

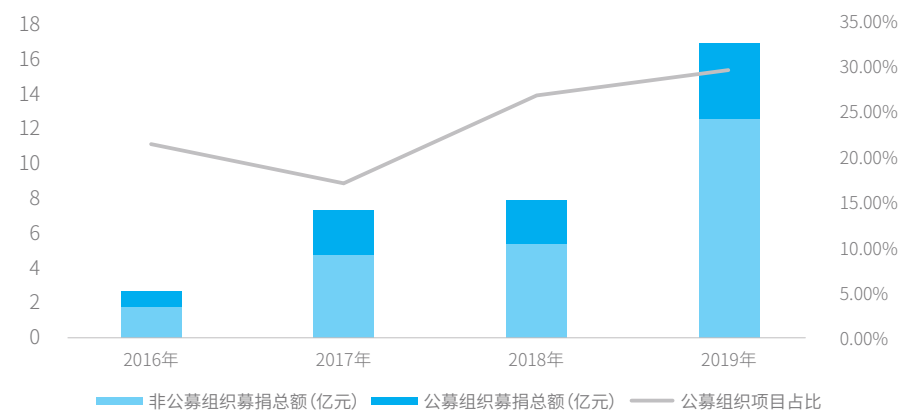


图 2-10 2016-2019 年“99 公益日”公募与非公募慈善组织发起项目占比、筹款金额情况

2019 年“99 公益日”，有 257 家公募基金会联合 2400 余家社会团体和社会服务机构在腾讯公益发起扶贫项目。同时，以各种形式参与 2019 年“99 公益日”的爱心企业也超过了一万家，其中超过 2500 家企业为“99 公益日”进行配捐，配捐金额达 3.07 亿元，较去年增长了约 66%。企业在“互联网 + 扶贫”事业中角色的重要性愈发凸显。慈善组织、爱心企业与用户的连接不断深化，互动量持续提升，一个多元、活跃、开放的“互联网 + 扶贫”生态正在形成。

(6) 理性公益氛围正在形成

数据显示，项目回流率，即项目重复参与“99 公益日”的比例也呈逐年上升的趋势。同一项目连续参加两年“99 公益日”的比例从 2016 年的 2.91% 大幅上升至 2019 年的 16.11%。尤其是 2019 年，项目回流率较 2018 年提升 78.15%。更多项目选择连续参与“99 公益日”的活动，开始注重项目品牌和口碑的构建。良好的口碑能够赢得更多的用户关注，从而促进更多的项目募捐由“同理心”驱动转向“品牌”驱动、“价值”驱动。在平台鼓励理性公益规则的引导下，未来重复参与“99 公益日”项目的比例还会进一步提升。

项目进展反馈次数在过去几年中也呈现出快速增长的态势。参与 2019 年“99 公益日”的公益项目，“99 公益日”前平均反馈进展 1.81 次，显著高于 2018、2017 年同期水平。随着用户对公益透明的需求不断提升，公益项目透明度建设的重要性已经被越来越多的慈善组织所认可。此外，用户参与“99 公益日”复捐率也呈现持续上升的态势。经过几年的沉淀，用户对“99 公益日”理念和价值的认可度正在持续提升。

用户复捐率、项目回流率、进展反馈次数三者的同步提升显示平台对于理性公益理念的倡导

成效初现，用户捐赠和慈善组织募捐的行为都在朝更加理性化的方向发展，一个理性、健康的公益生态正在形成。

2.2019 年“99 公益日”扶贫数据发现

(1) 向扶贫项目倾斜

2019 年“99 公益日”，腾讯公益共上线 5633 个公益项目，其中扶贫相关项目 5164 个，占比达到 91.67%，扶贫相关捐赠达到 16.96 亿，相较去年增长 114.00%，占捐赠总金额达到 95.12%。扶贫捐赠占比高于扶贫项目在平台项目总数中的比例，显示公众捐赠对扶贫项目有一定倾斜。相较非扶贫项目，公众对扶贫类项目慷慨解囊捐赠的意愿相对更强。

(2) 国内及海外华人扶贫力量全连接

从扶贫捐赠总额省级排行来看，湖南省爱心用户共捐出超过 2.44 亿元善款，位列全国所有省、自治区、直辖市（以下简称省份）²³ 第一，北京市、广东省、重庆市和江苏省分列 2-5 位。扶贫捐赠金额 TOP10 的省份中，不仅有直辖市北京、重庆，有沿海经济大省广东、江苏、浙江，也有湖南、河南、四川等中西部人口大省。而全国范围内捐赠总人数最少的西藏自治区也有近万人参与扶贫捐赠，捐赠总人次超过两万，“99 公益日”实现了国内省份的扶贫力量全面覆盖。

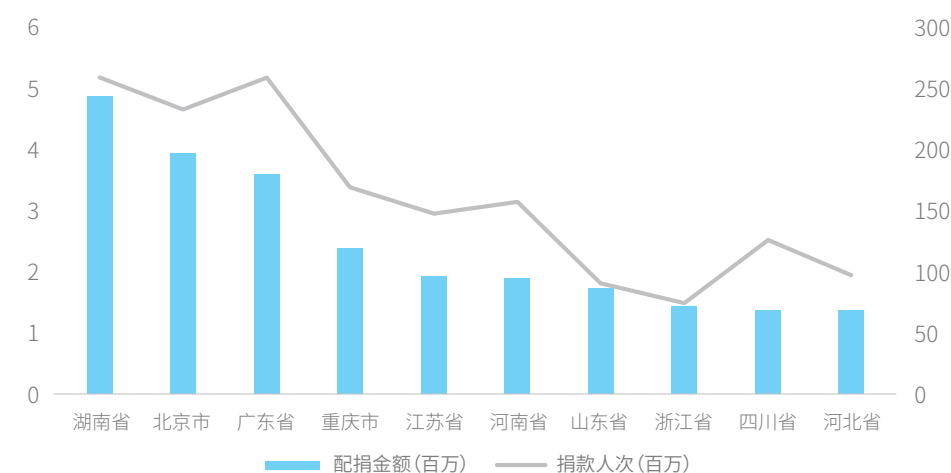


图 2-11 2019 年“99 公益日”扶贫捐赠额前十省份

除中国大陆以外，全球共有超过 1500 个城市和地区的用户参与了 2019 年“99 公益日”的活动，为历年之最。其中国外捐赠额最高的三个城市分别是东京、新加坡和纽约。“99 公益日”的影响已经开始向从国内向海外辐射，连接全球华人扶贫力量。

23. 不含港澳台地区

(3) 高频次小额捐赠和高金额大额捐赠并存

公众扶贫捐款中，10 元以下的小额捐赠占有所有捐赠笔数的比例超过 50%，互联网公益的低门槛特点带动了更多用户参与到扶贫事业中。同时，500 元以上的较大额捐赠占有所有捐赠笔数的比例虽然不到 1%，但总金额达到了全部捐赠额的近 20%，大额捐赠在互联网公益时代仍然是公众募捐的重要组成部分，是“互联网 + 扶贫”不可或缺的重要力量。

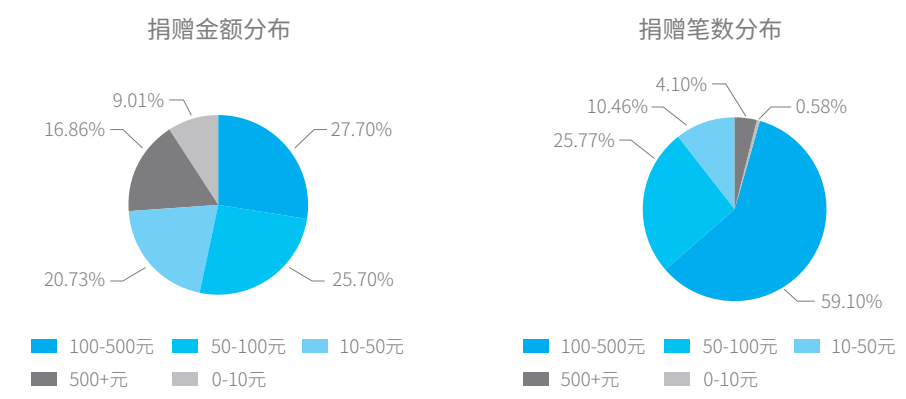


图 2-12 2019 年“99 公益日”扶贫捐赠金额、捐赠笔数分布²⁴

(4) 社交连接助力捐赠额增长，一起捐占比提升

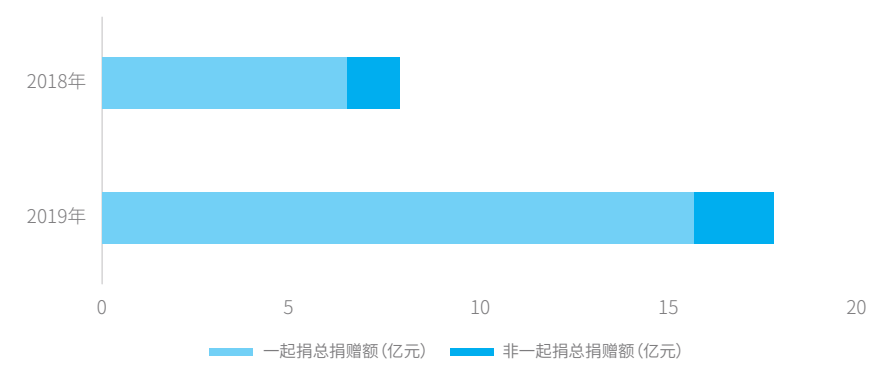


图 2-13 2018-2019 年“99 公益日”期间“一起捐”募捐金额

代表社交力量的“一起捐”在 2019 年“99 公益日”取得了大幅的增长。据统计，2019 年“99 公益日”期间，“一起捐”参与人次接近 4200 万，较 2018 年增长 75%，共筹得善款超过 15 亿元，占总捐赠金额的 88.1%，较去年占比提升九个百分点。“一起捐”参与人次，筹款总额和筹款额占比的全面提高凸显了扶贫捐赠社交驱动的属性。可以预见，随着“互联网 + 扶贫”渗透率不断提升，社交力量将会持续拉动公众扶贫捐赠的增长。

24. 图中金额实际区间是 [0,9.99],[10,49.99],[50,99.99],[100,499.99],[500,∞), 单位：元

3.2019 年“99 公益日”扶贫项目分领域数据分析

(1) 助困扶贫类：捐赠额增幅最高

2019 年“99 公益日”助困扶贫类项目总数较去年同期增长了 2 倍以上，增幅远超其他类型项目。“99 公益日”活动期间，助困扶贫类项目总计募集善款 2.48 亿元，较去年同期上升 197%，增速位居所有类型项目首位。助困类项目直接帮扶困难地区以及困难群体，其募款额的快速增长体现了在全面建成小康社会关键之年慈善组织工作重心向扶贫倾斜，公众对扶贫工作的重视程度也在不断提升。

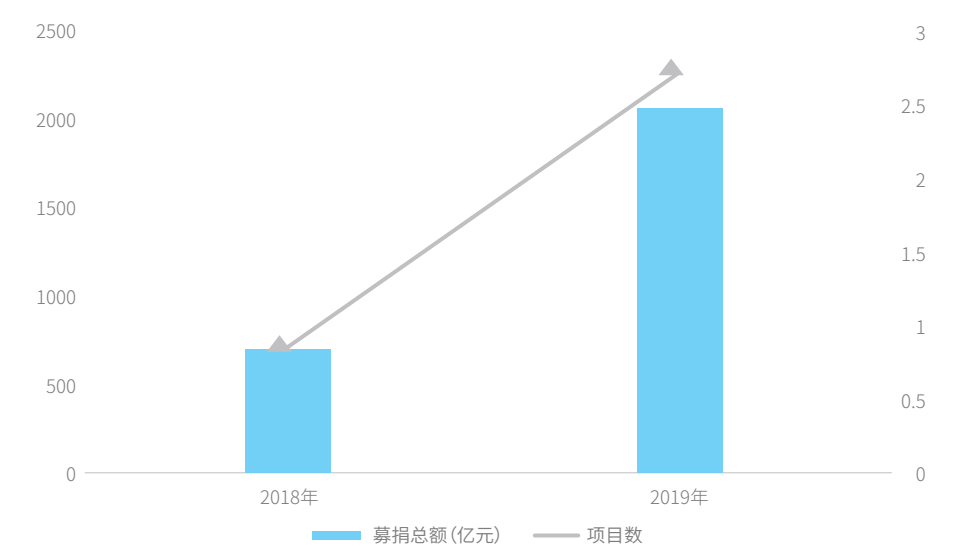


图 2-14 2019 年“99 公益日”助困扶贫类项目、募捐总额增长情况

(2) 教育扶贫类：发起项目最多，大额捐款人数与筹款额最多

数据显示，2019 年“99 公益日”慈善组织发起教育类项目数量最多，超过 2200 个，占项目总数的 43%，募集的善款超过 4.2 亿，占比 25%。其中大额捐赠（>500 元）人数超过 8.2 万人次，筹得善款 9000 万元，为所有大类第一。项目数量大与大额捐赠多体现出社会整体对教育的重视度高，捐赠意愿强。

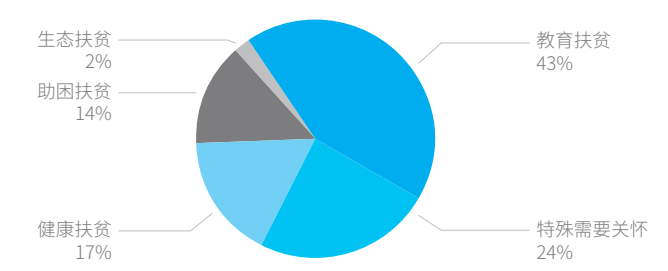


图 2-15 2019 年“99 公益日”各领域扶贫项目数占比

(3) 生态扶贫类项目：项目最少但深度捐赠多，单次捐款额居各大类之首

数据显示，生态类扶贫项目虽然仅有 114 个，且总参与人数与捐款额低于其他大类，但用户平均捐赠额却是所有项目中最高 58.74 元，超过其他类型项目至少 11%。生态类项目一般投入周期较长，需要长时间才能显现出效果，不易吸引用户的大量参与。但也正因为其参与门槛相对较高，捐赠人多是长期关注此领域的人士，深度参与者的比例较高，人均捐赠额也居于所有领域之首。

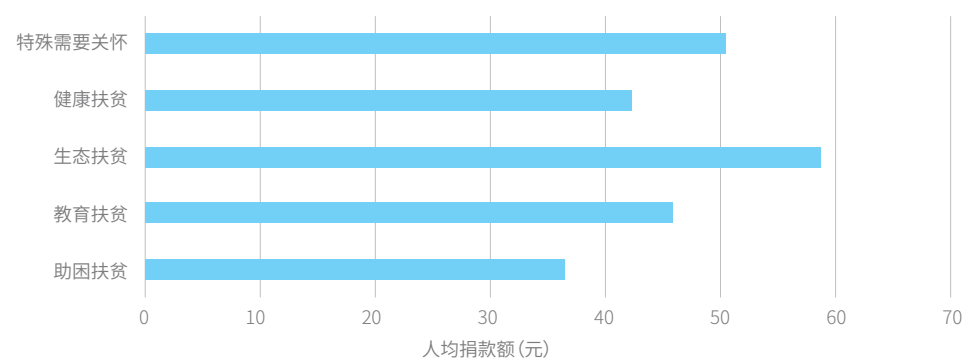


图 2-16 2019 年“99 公益日”分领域用户人均捐赠金额

(4) 特殊需要关怀类项目：捐赠分布均衡，长尾效应明显

特殊需要关怀类项目是捐赠分布较为均衡的领域。以项目捐赠额计算的 HHI²⁵ 在该领域为 45，与教育扶贫领域基本相当，显著低于其他三个领域，显示捐赠在项目间分布比较平均，头部效应较弱。同时，特殊需要关怀类项目以慈善组织发起项目数计算的 HHI²⁶ 仅为 6.8，在所有领域中数值最小。特殊需要关怀领域内非头部慈善组织和头部组织的差距最小，慈善组织能力分化程度较低。总体来看，特殊需要关怀类项目是长尾效应最明显的领域。

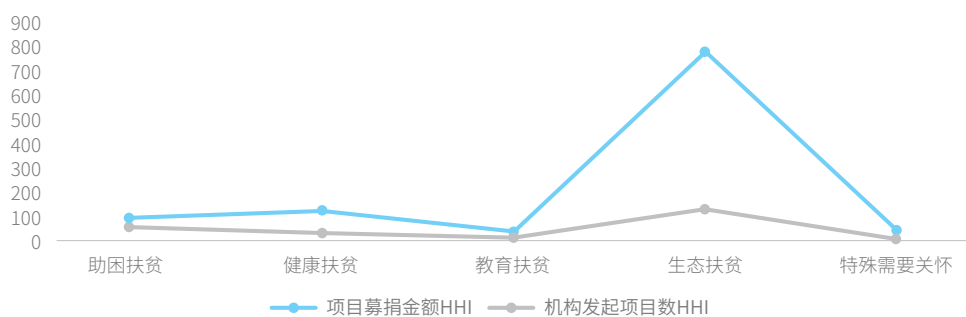


图 2-17 2019 年“99 公益日”项目募捐金额和慈善组织发起项目数 HHI

25. 此处 HHI 定义为各领域所有项目接收捐赠额占该领域捐赠总金额比例的平方和
26. 此处 HHI 定义为各领域所有慈善组织发起项目数占该领域项目总数比例的平方和

三、“腾讯为村”，数字化扶贫探索

“腾讯为村” 打造数字化乡村

2019 年 5 月 16 日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《数字乡村发展战略纲要》，重点提出“数字乡村是伴随网络化、信息化和数字化在农业农村经济社会发展中的应用，以及农民现代信息技能的提高而内生的农业农村现代化发展和转型进程，既是乡村振兴的战略方向，也是建设数字中国的重要内容。”

移动互联网时代，城乡之间横亘着难以消弭的数字鸿沟。推动乡村网络文化健康发展、网络扶贫纵深发展，提升乡村治理能力现代化水平，激发乡村振兴内生动力，被列入国家数字乡村发展战略十项重点任务当中。“腾讯为村”始终着力于弥合城乡“数字鸿沟”，补齐农村移动互联网能力短板，为乡村精准扶贫提供数字化助手，给村庄发展插上“智慧化”翅膀。

“腾讯为村” 的发展概况

“腾讯为村”是一个互联网助力精准扶贫、基层社会治理、乡村振兴的智慧乡村工作平台，也是腾讯履行企业社会责任的具体实践。“为村”以“为乡村连接情感、连接信息、连接财富”为宗旨，致力于乡村移动互联网能力建设，让每个村庄都能拥有自己的互联网名片。

从 2009 年腾讯筑梦新乡村项目在云贵地区启动，到 2015 年 8 月 19 日，“腾讯为村”平台正式上线；到 2019 年初，“腾讯为村”历经十年，走进万村。截至 2019 年 7 月 24 日，全国共有 29 个省、186 个市、627 个区县、1763 个乡镇中的 12782 个村庄（社区）加入为村，覆盖 18 个省市 87 个国家贫困县的 792 个国家建档立卡贫困村。



图 3-1 “腾讯为村”走进万村，为乡村精准扶贫提供数字化助手



图 3-2 江西赣州寻乌县：基层村干部呼吁民众参与“点亮寻乌”，记录中国乡村发展

目前，“为村”核心用户群为乡村基层干部及普通村民，认证村民超 250 万人，其中党员超 13 万人，党群互动超 2.6 亿次。近 2 万位村支书（党总支或社区书记）和村主任（居委会主任），正在使用“为村”平台开展日常党务村务工作，发布党群服务工作日记超 151 万篇，其中书记公开信超 27 万篇，两委日记超 102 万篇、党员日记超 16 万篇、扶贫干部日记近 5 万篇、扫黑除恶相关工作内容超 4 万篇。

“腾讯为村”数字化扶贫方法及案例

“腾讯为村”依托互联网企业的核心能力，为乡村基层提供便捷有效的互联网工具，提高乡村社会治理和基层党建的工作效率，放大精准扶贫工作成效，密切干群关系，提升群众认同感。在“为村”平台，各地“为村”村庄留下了中国乡村脱贫攻坚的历史轨迹，也记录下了不少充满正能量的乡村振兴故事。

扶贫必先扶志，为村改善基层社治理

治穷先治愚，扶贫必扶志。扶贫工作要成功，需要激发贫困群众自我发展的内生动力。因此，发挥基层组织带头作用，提高基层的治理水平，显得格外重要。“腾讯为村”为党建和扶贫提供了高效的助力工具，创新了党群服务模式，为基层扶贫提供了有力保障。

目前，“腾讯为村”认证村民超 250 万人，党员超 13 万人，其中近 2 万位村支书（党总支或社区书记）和村主任（居委会主任）在使用“为村”平台开展日常工作。在“腾讯为村”发起

的 # 扶贫干部的一天 #、# 基层干部的一天 #、# 基层党员的一天 # 系列话题打卡活动中，累计近 7 万篇日记，超 737 万阅读数。基层干部通过“为村”书写工作日记，记录扶贫路上的足迹。

内蒙古乌兰察布市东小河村是个典型的边远贫困村，全村 395 户家庭，有 65 户是贫困户，贫困人数约占总人数 16.2%。村庄产业还没有发展起来，村里的扶贫工作该如何推进？小河村的扶贫干部闫智慧都用“为村”平台记录下来。春耕时期，贫困户张柱柱还在为种子而发愁，他马上开车带贫困户去外地采购；夏天雨季时节，70 多岁的贫困户姚拴拴家房子年久失修，逢雨必漏，他赶紧帮忙上屋换瓦；扶贫干部的辛劳，村民们看在眼里，感恩于心，并深受感召而更加自强进取。

江西赣州寻乌县是国家扶贫开发重点县，也是罗霄山特困片区县。2019 年 5 月，在深圳市委宣传部、深圳市网信办、深圳关爱办指导号召下，腾讯公益慈善基金会为江西赣州寻乌县党委政府免费提供“腾讯为村”平台服务，并支持寻乌县发起“点亮寻乌”公益活动，通过活动为寻乌捐赠价值 1560 万元的 7800 盏路灯。寻乌各村支部书记在本村“为村”平台发布“书记公开信”，面向全村村民发起“为村亮灯”倡议，号召广大寻乌村民参加活动，以此聚集和激励村民共同关心和支持村庄发展。

藉由“点亮寻乌”活动，“腾讯为村”面向寻乌村庄同步展开移动互联网能力培训，在线指导各村书记、主任利用“为村”平台开展“三务”公开及党群服务。全县超 1400 位村两委干部、超 1700 位基层党员通过“为村”平台在线亮身份、亮承诺、亮实绩。村两委干部们，开始尝试互联网化办公，把与村民息息相关的养老金、社保、村集体资金收支等重要村务财务信息，入户走访、调解群众纠纷、防灾抗灾等工作动态，都搬到网络上公开亮化，让群众更了解基层干部的日常工作，拉近了干群关系，提升村民对村两委班子的认可度。



图 3-3 四川成都邛崃陶坝村：灾后重建村庄，借互联网迎来新发展

传递民心民声，解决乡村痛点

推进乡村社会治理现代化的进程中，一些村两委干部尝试借力“腾讯为村”平台，及时了解村情村事，畅达民情民意，更好地将扶贫工作及时、精准落实到位。

今年以来，四川区域多个村庄遭受虫灾，凉山彝族自治州会东县松坪镇酒房村村支书伍自忠，通过“为村”平台了解到村里玉米种植农户的玉米苗遭受蛾子啃食，损失惨重。他马上到田地考察受灾情况，并分享到“为村”平台上，邀请全村村民们一起来寻找防治方法。消息发出后半个月内，种植户们一起分享自家整治虫害的好招数，伍自忠书记则同步整理发布多种查治虫害的正确方法，有效协助村民共同防治、根除虫患。

四川成都邛崃陶坝村在芦山地震中因灾致贫，村两委干部借助“为村”的“村内活动”功能，组织外出村民也能参与的村庄活动。借助“为村”宣传推广村庄产业，让一度面临滞销的佛手瓜，每斤价格从 2 毛钱，提高到最高 7 块钱。村里产业发展越来越好，但 3.5 米的小村道，却成了制约产业发展的瓶颈。

2019 年村里从县上争取到了一笔修路款，却没办法筹到青苗补偿和土地补偿。这件事涉及到四个村民小组的利益，怎样让村民了解村庄发展现状，共同讨论修路方案呢？村两委利用“议事厅”功能，组织村民共议产业路拓宽会议，超 100 位村民在线参与。最终四个受影响的村民小组共同表态：没有青苗补偿和土地补偿，也愿无偿支持产业路修建！以往极易引起误会和矛盾的棘手问题，一下子迎刃而解，还能促进村民快速达成共识。

帮助产业振兴，激发农村内生动力

扶贫攻坚，产业帮扶是重头戏。“腾讯为村”在助力基层党建，提升乡村治理水平的同时，也在连接财富，为村民们提供实实在在的好处。广东省河源市龙川县通过“腾讯为村”平台，就实现了快速脱贫致富。

龙川县是广东省 21 个扶贫开发重点县之一，全县 70 个相对贫困村，相对贫困户超过 1 万户。在整体富裕殷实的广东省内，这并不多见。2016 年，被派驻龙川县珠塘村的深圳扶贫干部刘攸伟，首次在广东省内注册“为村”平台，并通过“为村”产业扶贫。

刘攸伟在珠塘村“为村”设置“村有好货”板块，被置顶的好货正是当地有名的“果园走地鸡”。只要填写地址，付款购买，每份 128 元的走地鸡肉就能定向发货。最开始只是外出打工的村民在买，其他村庄和乡镇的“为村”用户，很快也慕名前来。深圳宝安区是龙川县的对口扶贫县，很多来自深圳的关注者，也成了龙川“果园走地鸡”的消费者。在珠塘村，像胡顺华这样靠“为村”平台实现销量翻番的项目，还有牛蛙养殖、稻田养鸭、柚子茶加工。

截至 2019 年 8 月末，河源市共有 1436 个村（社区）全部上线为村平台，位居广东全省第一。龙川县珠塘村通过为村实现脱贫致富的经验，因其成效显著，被为村平台收录为农村基层党建、扶贫先进案例进行全国推广。刘攸伟本人也受到“腾讯为村”团队邀请，参与为村平台升级改进，以便更精准的服务乡村和城市社区。

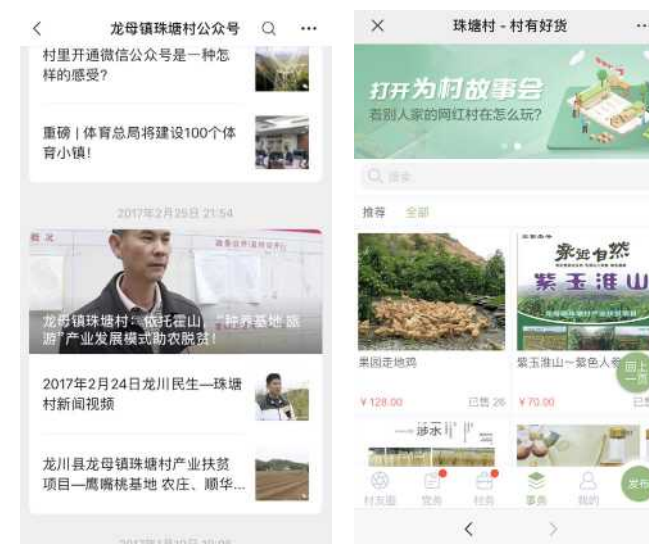


图 3-4 广东省河源市龙川县珠塘村：利用“为村”平台宣传村庄产业发展

吸引人口回流，加强城乡联系互助

现代农村经济发展对城市具有高度依赖性，城市经济发展是农村发展的引擎。但与此同时，大量农村人口流往城市，造成农村经济空心化。为解决这个问题，“腾讯为村”通过设置开放的交流平台功能，构建了线上的村庄场景，既将空心村里“不在场的人”拉回村庄，让农村青壮年在城市里重新“进入村庄”，为村庄的生产生活带来勃勃生机。

“为村”平台这一功能集中体现在其“村友圈”板块。只要加入自己的村庄，所有认证村民都可以在这里发表自己的所见所闻所感，让不在当地的人随时看到家乡的点滴，也让在外的人有机会告诉家人乡亲们自己的日常。村两委干部通过每天在村友圈的发言互动，也能更方便高效地让村庄里的事变成每个村民的事。这是“为村”平台最受普通村民欢迎的功能之一，特别在地广人稀线下交通不便的乡村和劳务输出比较多的地区。

广东省阳江市阳东县新洲镇东部有一个 600 多户人家的石岗村，这个村在 2018 年 10 月申请了自己的“为村”公众号，当年 12 月，石岗村按照市里要求开展“三清三整治三拆除”（简称“三个三”）活动，带动村民整治村里的环境，但以往此类活动常较难调动起村民的积极性，村两委干部想到了“为村”平台上的“投票评选”功能，发起了一场“三个三”清理工作线上评选活动，结果在持续 26 天的活动里，吸引了全村 1143 名村民在“为村”上投票，超过了全村 82% 的户籍人口，大量外出务工的村民积极参与到了在线评选活动中，投票期间帖子浏览量超过 3.2 万，最后不仅“三个三”工作效果出乎意料的好，石岗村的整个精神面貌也为之一新。

2016 年，湖南省凤凰县大坡村在省内率先上线“为村”平台，目前有超过 640 名村民在线认证。大坡村加入“为村”平台后，村支书杨清华求助于自己在长沙工作的女儿杨婷担任“为村”管理员，杨婷不仅要管理线上的日常话题，每逢节假日和村里的葡萄节、丰收节等活动，还要赶回村

里组织乡亲们办晚会、开运动会、组织比赛等。2019 年 3 月，杨婷决定放弃在长沙的工作回到大坡村，一边做专职为村管理员一边备考公务员考试，还把自己在长沙深圳等城市的同学老乡发动起来，一起在“为村”平台上给家乡出谋划策做贡献。



图 3-5 湖南省湘西州凤凰县大坡村：为村管理员上架农货销售信息

类似的例子在“腾讯为村”不胜枚举。目前，全国各地的“为村管理员”，基本都是熟悉网络的大学毕业生。他们在家乡找到了合适自己的岗位，利用自己对互联网的熟悉，帮助家乡发展。湖南大坡村“为村管理员”杨婷表示，“帮我爸做了为村以后，村里葡萄熟了、大家要开运动会，等等好多事情，我都可以做些什么。”

北京大学社会学教授邱泽奇提出：“青壮年劳动力外出务工流向城市后，农村‘空心化’的实质是形成了家庭中做决策的人不在场，从而导致一系列的社会问题”。而“腾讯为村”平台致力于加强城乡联结，将农村外出的年轻人吸引回乡，参与家乡治理和制度建设，为乡村长期繁荣提供了人才保障。

四、腾讯“科技 + 文化”，助力脱贫攻坚和乡村振兴

腾讯的“扶贫工作立方体”，除了依托于腾讯基金会开展公益扶贫、打造“腾讯为村”助力数字化乡村发展外，也持续整合腾讯产业生态里社交、工具、娱乐、支付、资讯等平台的“互联网+”力量，在消费扶贫、文化扶贫、教育扶贫、金融扶贫、公共服务等多个领域探索“互联网+”助力扶贫和乡村振兴的特色之路，应用“互联网+”能力助力扶贫开发的“造血”和“输血”模式并举，帮助贫困地区实现自内而外的可持续发展能力。

2020 年完成脱贫攻坚目标任务后，绝对贫困虽将被消解，但相对贫困依然存在，“互联网+”模式依然大有可为。腾讯以“科技+文化”助力，巩固脱贫攻坚成果，释放数字红利，推进长效振兴，为乡村和民生领域贡献更多力量。

消费扶贫，增强贫困地区造血功能

国务院办公厅在《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》中指出，消费扶贫是社会各界通过消费来自贫困地区和贫困人口的产品与服务，帮助贫困人口增收脱贫的一种扶贫方式，是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。大力实施消费扶贫，有利于动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费，调动贫困人口依靠自身努力实现脱贫致富的积极性，促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区产业持续发展。

腾讯整合自身的“互联网+”能力助力贫困地区发展，重塑贫困地区脱贫的致富路。

从实践来看，包括借助短视频、直播等创新载体，以内容电商为纽带，助力贫困地区的农产品上行和电商脱贫；推动传统农业发展方式转型升级，充分挖掘乡村文化资源禀赋，带动乡村旅游业等服务产业发展，消解贫困地区收入“靠天吃饭”的惯性；推动农村基础设施方面亟需解决的实质性问题，让信息技术连接“三农”，助力乡村振兴发展等。

腾讯微视，“短视频 + 直播”打造扶贫新路径

腾讯“微视三农电商”是腾讯借助“短视频+直播”电商进行产业扶贫的具体举措之一。通过充分发挥短视频、直播内容的传播优势，提升区县和所属优质农特产品的品牌知名度，促进带动农村产业与电商的融合发展，打造地方精准扶贫名片。

腾讯微视联合全国近百个区县，响应国家扶贫政策，以“区县领导推荐家乡特产”的形式，将三农产品借助新媒体电商渠道推广至全国，带动当地农业发展，增加农民新的收入渠道，打造各县特产品牌。其中，2020 年春节前，腾讯微视上线了“县长卖货大 PK 挑战赛”，截至目前已发布了近 200 条县长推荐家乡特产视频，播放量达 1342 万，用户投票数超过 150 万。

山东济南商河县，“博士县长吃鸡代言家乡特产”成为“县领导推荐家乡特产”的优秀典型，吸引了亿万网友的关注。2019 年 12 月 24 日，山东济南商河县副县长王帅在腾讯微视以模仿网络红人发布卖扒鸡视频火热传播，此视频由腾讯微视策划，获得了人民日报、新华社等各大主流媒体转发点赞、视频报道，掀起了“网红县长”超高热度。截止 2020 年 2 月 14 日，相

关视频全网播放量超 1 亿；一周带动当地销售量超去年全年，产品库存全部售罄（销量超 5 万只），销售额超 100 万，微博话题阅读量超 1900 万。

同样，广东省人大代表、连山县县长冯红云通过腾讯微视为连山蜜薯、大米代言卖货，为贫困户打开互联网销路，让连山蜜薯走出粤北大山，通过“消费扶贫”方式帮助贫困群众增收。红云县长的“带货”视频于 2020 年 1 月 15 日发布，视频发布一个月腾讯微视端内播放量突破 1000 万，销售连山蜜薯超过 2 万斤。

除了“代言”土特产，腾讯微视还通过扶持三农产品短视频内容，促进农业生产者和市场消费者的直接对接，推动农产品销售，破解贫困地区的“需求之困”。

在全国扶贫宣传教育中心的指导下，腾讯微视联合《中国扶贫》杂志社、惠农网搭建扶贫短视频电商平台。自 2020 年 1 月 15 日开始，惠农网先后在腾讯微视上线了湖南怀化麻阳县的冰糖橙、湖南邵阳新宁县的脐橙、湖南邵阳洞口蜜桔等诸多贫困县的三农产品短视频，帮助贫困户将农产品通过短视频形式销售出去。扶贫农产品在腾讯微视等多平台销售上万件，助力扶贫脱贫，推动县域农业产业转型升级、提质增效，助力精准扶贫和乡村振兴。

电商节庆类活动也成为腾讯微视开展产业扶贫的重要方式。结合节日特点主推地方特产，活动联动人民网扶贫专项，引入国家各部委对口扶贫点特色产品，通过举办线上线下售卖活动，以电商为纽带，扶持乡村振兴，拉动三农产品发展。在 2020 年 1 月腾讯微视年货节期间，腾讯微视联动全国 16 个省市参与，收录超 30 种地方特产，活动主推两个话题 # 我们那儿的硬核年货 # 和 # 回家的礼物 #，累计播放量超 1.3 亿，活动推广期一周时间售出各类农产品，成交总额超过百万元。

光子携手彭水脱贫攻坚，游戏创新助力农产品销售

2020 年 5 月 8 日，腾讯光子工作室群联合相关部门，对重庆市彭水苗族土家族自治县展开扶贫专场直播。本次直播活动以“创新扶贫 声光同行”为口号，通过网上火热流行的“直播带货”形式进行助力扶贫。

在 2 个小时的直播过程中，观众们可以购买到由新华社“声在中国”栏目联合腾讯光子工作室群推出的 T 恤等文创产品以及“苗乡菜谱”等彭水县特色农副产品。

据快手和三方电商平台统计，2 小时快手直播带货是相应农特产品过去一年在主流电商平台可统计销量的 3 倍，店铺一经上线成为京东平台食品类单日销量第一，且直播结束之后，依然有游戏内自然导流每小时 20 余万人次进入“京东彭水扶贫馆”。

截止 5 月 9 日 20:00，京东彭水扶贫馆在直播开始后的 24 小时内，总访客已达 372.5 万人次。京东平台指数显示，彭水扶贫馆成为京东地方特产行业细分排名第一店铺，特产热销前十商品中，彭水扶贫农产品就占了七席。

此次直播，为彭水县当地的农副产品外销提供了崭新的渠道，在直播观众面前展示了良好的“青山绿水”形象，有效地促进了当地经济的发展，为脱贫攻坚提了良好的助力。

在 2020 年脱贫攻坚的大背景之下，《和平精英》利用自身在流量和庞大的玩家基数优势，帮助彭水县脱贫攻坚，这是一次创新扶贫的全新尝试，也是腾讯“科技向善”使命愿景的践行。

2019 年 12 月，腾讯光子（重庆）创新研发基地项目正式签约落户重庆，经中央外办协调，腾讯《和平精英》将持续为重庆市彭水县做对口扶贫。

腾讯光子工作室群将利用《和平精英》平台及线上流量优势，提高彭水旅游商品及周边农特产品附加值、增加产品曝光度，多渠道、多形式引导用户购买，助力农特副及新文创周边产品销售。

文化扶贫，讲好中国脱贫生动故事

2020 年中央一号文件强调，扎实做好脱贫攻坚宣传工作，全面展现新时代扶贫脱贫壮阔实践，全面宣传扶贫事业历史性成就，深刻揭示脱贫攻坚伟大成就背后的制度优势，向世界讲好中国减贫生动故事²⁷。

腾讯依托于“互联网+”资源，助力贫困地区的文化环境改善、扶贫文化宣传等方面普惠发展。借助于微信公众号、腾讯新闻、腾讯视频、腾讯微视等腾讯内容和社交平台的流量红利，汇聚众多内容创作者，通过图文、短视频、直播等多种方式，创作优质扶贫内容，传播扶贫文化，营造良好舆论氛围，激发贫困群众群发展动力，以信息创造扶贫价值。

腾讯新闻，扶贫信息宣传阵地

2019 年，腾讯新闻通过联合多平台、多媒体发起扶贫内容征集，借助多种形式开展扶贫文化宣传，基于众多脱贫典型进行选题策划，助力深入宣传中国减贫方案、立体化讲好中国扶贫故事。

2019 年 1-11 月，腾讯新闻联合腾讯公益、企鹅号、快手等平台，人民网、中国网、中国摄影报、北京日报、江西日报、重庆日报、新京报等权威媒体，发起中国温度、出村记、宝藏乡村等众包类全国征集活动，共收到投稿超过 4600 篇，总阅读量突破 7000 万，曝光量接近 10 亿。

例如，2019 年 7 月 -9 月，腾讯新闻联合腾讯公益发起“99 公益日出村记”项目，聚焦脱贫路上最后的一公里，通过“内容传播+公益筹款”助推解决当地实际困难。

“99 公益日”前后，“出村记”项目为十几个扶贫公益项目筹款超过 1000 万元，借助朋友圈社交广告和腾讯系闪屏广告等传播，投放总曝光接近 3000 万，点击量突破 760 万，点击互动率 34.1%，点赞评论超过 10 万，成为“99 公益日”传播“爆款”。

除自媒体众包征集外，腾讯新闻还联合人民网、中国网、中国摄影报、北京日报、江西日报、重庆日报、新京报报道了“溜索村”、“干旱村”、“纤夫村”、“连片悬崖村”、“麻风村”、“孤岛村”、“北京周边贫困村”等全国各地数百个农村脱贫故事。

27.《中共中央 国务院关于抓好“三农”领域重点工作 确保如期实现全面小康的意见》，http://www.moa.gov.cn/tztz/jj2020zyyhwj/2020zyyhwj/202002/t20200205_6336614.htm



图 4-1 “99 公益日出村记”，互联网公益搭建起“出村通路”

例如，2019 年两会期间及“99 公益日”前夕，腾讯新闻与北京日报联合出品“山的那头是北京”系列策划，聚焦“环首都贫困带”这一特殊的地理位置，报道北京周边“京津冀蒙”扶贫脱贫工作的进展。

项目共系列策划发布深度内容十余篇，全网阅读人次超过 1600 万；通过腾讯公益筹款近 50 万元，首期计划至少为 100 位老人提供每年 2400 的生活资助金及定期的爱心志愿服务。

金融扶贫，构建普惠金融服务体系

普惠金融是联合国于 2005 年首次提出的概念。发展普惠金融对于缩小贫富差距、提升经济包容性增长的关键作用已得到国际社会普遍认可。习近平总书记曾强调，要建设普惠金融体系，加强对小微企业、“三农”和偏远地区的金融服务，推进金融精准扶贫，鼓励发展绿色金融²⁸。发展普惠金融，既是服务实体经济、服务人民生活的落脚点，也是金融供给侧结构性改革的重要任务。

长期以来，农村地区金融服务能力薄弱的问题客观存在，而运用数字化手段是提高金融服务效率和金融服务范围的破局之道。腾讯公司秉承“用户为本、科技向善”的价值观，致力于运用技术手段积极解决普惠金融难题，运用技术手段创新金融服务的获取方式，大幅提高金融服务覆盖面。

28. 引自习近平总书记在 2017 年全国金融工作会议上的讲话，
http://www.xinhuanet.com/fortune/2017-07/15/c_1121324747.htm

微信支付，助力智慧生活普及

依托于微信支付等移动支付工具在农村地区的应用和普及，改善了农村地区金融服务资源供给的不足，通过手机充值、生活缴费、信用卡还款、转账、在线预订、消费等各类智慧生活场景，有效提高金融服务的可获得性和便利性，缩小城乡差距，同时带动消费金融等金融服务的普及，进而进一步挖掘城乡的消费潜力，拉动消费增长和升级，推动农村经济发展和贫困人群生活质量提升。

2019 年财付通公司在农村地区网络支付交易笔数超过 1 亿笔，交易总金额近 500 亿元，在贫困地区网络支付交易笔数超过 6000 万笔，交易总金额近 250 亿元。

教育扶贫，智慧教育新普惠

2019 年政府工作报告中强调，要开展贫困地区控辍保学专项行动、明显降低辍学率，继续增加重点高校专项招收农村和贫困地区学生人数，用好教育这个阻断贫困代际传递的治本之策²⁹。

增加贫困群众脱贫和自我发展的内生动力，需要把贫困地区的教育事业放在优先发展位置。2018 年，中共中央国务院发布的《关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》中也指出，在贫困地区优先实施教育信息化 2.0 行动计划，加强学校网络教学环境建设，共享优质教育资源。³⁰ 教育信息化有助于保障贫困家庭子女获得教育机会、教育资源和教育资助，全面提高贫困人口的教育水平和综合素质，缩小地区差距。

人工智能时代，需要借助现代化技术手段实现教育扶贫。腾讯不仅关注于硬件改善类型的基础教育项目，同时也致力于贫困地区和贫困学生的素质教育项目的转型，利用“互联网+”能力，使优质师资和教育资源，同样辐射到贫困地区，让贫困地区孩子能够接受到公平而有质量的教育，阻止贫困代际相传，共创乡村更美好的明天。

腾讯智慧校园，聚焦教育信息化建设

“腾讯智慧校园建设方案”于 2016 年启动落地实施，以智能手机为基础终端，以“微信”为基本连接手段；为教育主管部门、各级各类学校、师生家长用户提供“统一的用户服务门户”、“统一的身份鉴权体系”、“统一的应用接入平台”、“统一的数据归集治理”等功能的“互联网+教育”平台。

自 2017 年 2019 年 10 月，“腾讯智慧校园”向 35 个国家级贫困县的 3400 多所学校进行了校园信息化平台的捐助，覆盖师生超过 240 万人，合计捐赠价值超 3 亿元。

29. 《李克强：开展贫困地区控辍保学专项行动 明显降低辍学率》，
<http://lianghui.people.com.cn/2019npc/n1/2019/0305/c425476-30958553.html>
30. 《中共中央 国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》，
http://www.gov.cn/zhengce/2018-08/19/content_5314959.htm

以“腾讯智慧校园”在江西上饶市捐助的上饶县、横峰县、鄱阳县、余干县这四个国家级贫困县为例，通过“上级支持、企业投入、地区实施、家校协同”，在农村贫困地区走出了一条“模式可复制、经验可推广、发展可持续”的“互联网+教育扶贫”新路子：

依托微信平台以及微信广泛的用户基础，“腾讯智慧校园”有效降低了基础设施建设的新增投入，有效降低了农村贫困地区教师、家长、教育管理者的应用门槛，实现便利、低成本连接；凭借大数据、云系统等功能，引进北上广等一线城市课程和教学资源，在乡村学校开展“双师课堂”，进一步弥补城乡教育资源差距；通过图片传输、在线视频等多元化手段帮助家长了解孩子在学校的学习成长情况，探索出家校协同新模式；帮助教育局打造教育信息网络，将下辖区县、区县下辖学校同一打算管理，助力数据统一化管理，打破信息孤岛。



图 4-2 “腾讯智慧校园”大数据可视化平台，以科技助力教育发展

腾讯扣叮，助推编程教育“弯道超车”

人工智能时代，编程教育已经成为中小学教育的关注焦点之一：教育部发布的《2019 年教育信息化和网络安全工作要点》提出，将启动中小学生信息素养测评，并推动在中小学阶段设置人工智能相关课程，逐步推广编程教育。但在偏远贫困地区，由于受到教育资源以及硬件设施的掣肘，编程教育的推广十分有限。

腾讯教育和腾讯追梦计划一起在云南沧源县落地了编程课，目前已在沧源县 5 个乡（镇）10 所中心校近百所中小学得到应用，覆盖 5000 余名学生。“腾讯扣叮”作为一个面向 6-18 岁青少年的编程软件教育平台，“腾讯追梦计划”的重要产品，帮助偏远地区实现编程教育“弯道超车”，进一步弥补贫困地区教育资源差距。

通过编程课堂，身处偏远地区的贫困学生也能更好地适应和拥抱数字时代，与发达地区的学生共享人工智能带来的新理念和新成果。

公共服务，人工智能守护公益初心

随着各行业数字化转型步伐的加快，云计算、大数据、人工智能、区块链等技术的应用达到空前热度。用互联网与科技的力量推动社会问题的解决，让广大不发达地区人口有机会享受平等的社会资源和数字化便捷服务，让 AI 给社会带来更多可能，仍将是社会各界普遍关注的方向。

2019 年 4 月 2 日，习近平总书记对民政工作作出重要指示，“各级民政部门要加强党的建设，坚持改革创新，聚焦脱贫攻坚，聚焦特殊群体，聚焦群众关切，更好履行基本民生保障、基层社会治理、基本社会服务等职责，为全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家作出新的贡献³¹”，为民政及公益事业的发展指明方向。

对腾讯而言，科技向善已经成为腾讯文化的一部分，腾讯在做好连接的过程中充分践行科技伦理，引导技术和产品放大人性之善，利用人工智能技术守护公益初心。

腾讯优图，AI 创新解决社会难题

在 AI 助力打拐寻人应用中，腾讯优图实验室利用人工智能的脸部识别技术，首创跨年龄识别技术，通过模拟基于 DDL（分布式蒸馏学习法则）学习策略，让困难的跨年龄人脸识别更加可靠和精准，能够使走失人口匹配的精准度和速度大幅提高，减轻警方寻人压力，节省大量人力物力，帮助更多家庭团聚。

截至目前，该 AI 技术已经形成一个具有上千层复杂结构的深度神经网络模型，凭借一张儿童的幼年照片，模拟匹配出孩子未来很多年后的外貌，跨年龄识别精度提升至近 96%，毫秒级时间内便可完成千万级人脸检索。

从 2017 年 11 月至 2020 年 4 月，共计协助四川、深圳两地公安机关成功比对找到 15 名被拐超过十年以上的儿童。其中最小的被拐儿童只有百日照，被拐卖时长最长的儿童已超过 18 年，成为国务院打拐办积案侦破史上批量规模最大的成功案例。

此外，腾讯一直在坚持推动用技术实现“一个都不能少”和“信息无障碍”理念，自 2009 年起在信息无障碍方面率先展开探索，运用语音合成，OCR 识别、语音识别等技术，实现残障人士无障碍使用社交工具。

截至 2019 年底，腾讯 QQ、QQ 空间、微信、腾讯网、腾讯新闻、应用宝、企鹅 FM 等大部分产品已针对障碍用户实现专门优化。2018 年 12 月，腾讯获得了“联合国教科文组织数字技术增强残疾人权能奖”。

2019 年 5 月，腾讯优图尝试自研出一套基于结构化特征学习的端到端手语识别算法，推出“优图 AI 手语翻译机”，致力于通过人工智能技术为听障人群搭建无障碍沟通平台，助力信息无障碍城市建设。

31. 《习近平对民政工作作出重要指示强调 聚焦脱贫攻坚聚焦特殊群体聚焦群众关切 更好履行基本民生保障基层社会治理基本社会服务等职责》，http://www.cpad.gov.cn/art/2019/4/2/art_624_96461.html

下篇

“互联网 + 公益” 助力脱贫的中国样本

腾讯公益，“互联网 + 公益” 助力脱贫的中国样本

腾讯公益更大的价值在于帮助数以万计的草根慈善组织，以其专业精神创造一个个真实的中国扶贫样本。而这些样本背后，都有这样的温暖底色：

1. 举“社群之力” 助力脱贫攻坚，帮助打通脱贫攻坚的最后一公里

一个个中国样本背后，是一个个从善如流的社群，基于熟人网络之间的信任，善的改变就这样悄无声息又自然而然地发生着。民间个体微小的力量，连接、聚合起来，却能让城市有效反哺农村，让农村焕发自醒能量，在政府和企业之外做有利的补充，打通脱贫攻坚最后一公里。

2. 推动“全生态、全领域脱贫”

腾讯公益作为一个开放、全领域平台，其包容性之大，可涉及疾病健康扶贫、教育扶贫、救灾扶贫、弱势群体扶贫、产业创新扶贫、环保生态扶贫等方方面面的公益项目，可以说每一个领域都可以同时在互联网平台发生连接、整合、发酵，意味着能一定程度上助推全国范围、全领域范畴的脱贫。

3. 持续助力稳固脱贫成果，“脱贫不返贫”

慈善组织作为政府、企业外存在的第三方组织，能长期且专业地扎根在脱贫工作的一线，探索并推动农村结构化长效脱贫机制。腾讯公益也将长期通过互联网技术赋能这些一线慈善组织，提升专业能力、资源整合能力、传播能力、可持续发展能力，帮助提升其服务乡村的效率和效果，最终助力于乡村脱贫返贫问题的缓解。

腾讯公益已累积了近 7 万个“互联网 + 公益” 助力脱贫的案例，但因为篇幅有限，本篇选取“扶志”、“扶智”、“健康扶贫”、“孤残群体脱贫”、“留守儿童、留守老人、留守妇女群体脱贫”、“产业扶贫”、“基础设施建设扶贫”、“生态扶贫”、“脱贫后防止返贫” 这 9 个方向，描摹出“互联网 + 公益” 助力脱贫的中国样本。

腾讯公益助力脱贫样本

1. “扶志” 脱贫案例

关于扶贫策略问题，已基本形成了全面共识——扶贫先扶志，但“扶志”是扶贫过程中最重要，也是最难的部分。

陕西省慈善协会首次将“爱心超市”搬到互联网时，在腾讯公益推广并获得了广泛支持，不仅解决了爱心超市的物资问题，更让当地政府部门看到了慈善组织参与“互联网 + 扶贫”的价值和影响力，因此“互联网的广泛动员”也作为全陕西省的“爱心超市”可持续发展的重要抓手。



图 1-1 陕西省慈善协会“爱心超市”

陕西省从 2017 年，面向全省建档立卡贫困户推行“爱心超市”，鼓励其参加科技培训、发展脱贫项目、团结邻里、参加公益活动、保持户下房前整洁等，获相应“积分”后到爱心超市领取等价生活物品。

就像身患残疾，且与同样患有残疾的 70 多岁老母亲一起生活的西安长安区滦镇的李老汉说的：“爱心超市积分用处大着呢，我很难从事重体力劳动，但积极参加村里的公益活动，用积分兑换了米面油，解决日常生活所需”。积分换物重在扶志，爱心超市有效激发贫困群众的内生动力。

目前全陕西省，已建成 9200 多个“爱心超市”，覆盖全省 2000 多个乡镇。但这么多家爱心超市持续发展的运营成本费用，从何而来？大量爱心物资，该如何保证长期供给？

2018 年陕西省慈善协会首次尝试了“触网”，将“爱心超市”项目上线到腾讯公益，该年筹款 480.9 万元，可用于资助陕西省 12 个地市超过 456 个爱心超市。2019 年“99 公益日”期间，短短 3 天的筹款更是达到 1572.4 万元，其中公众捐款 982.2 万元，腾讯基金会配捐 135 万元，企业配捐 455.2 万元，这些善款将作用于 1493 家爱心超市用于补充兑换物资，确保持续发展。两年爱心超市总筹款超 2000 万元，总参与人次高达 32.3 万人次，可看出这种扶志式的脱贫项目，得到网友的普遍认同和支持。

“触网”的意义是深远的，因为陕西省政府部门看到了社会组织参与脱贫攻坚和互联网筹款对于解决部分社会问题所发挥的作用，陕西省民政厅、陕西省扶贫办在 2019 年“99 公益日”结束后不久，主动与陕西省慈善协会对接，三家联合于 2019 年 10 月出台《关于进一步推动农村爱心超市规范发展的意见》，广泛动员社会力量参与，大力发动社会各界关心贫困群众，关注支持爱心超市可持续发展。

中华少年儿童慈善救助基金会支持的天津市潮汐济困中心，通过提升乡村残障妇女的手工编织能力，为其寻找到稳定的长期订单，不仅增加了收入，帮助其更好地照顾好其孩子，更重要的是让她们从“包袱”变成“全村的希望”，增强其信心，更能成为万千残障、困境母亲走出低谷的榜样。



图 1-2 由中华少年儿童慈善救助基金会支持的天津市潮汐济困中心的“匠人妈妈计划”

在农村地区，有一群特殊的妈妈。

她们无法像其他孩子母亲一样，外出打工、为家挣钱。在传统观念中，甚至她们自己也觉得，自己只是家里的“包袱”。

她们是先天性脆骨病患者，也就是常说的“瓷娃娃”。因为身体原因无法工作，长期处在高压环境中，又与他人缺乏交流，让她们变得有些自闭、自卑，这也可能会影响到她们孩子的心理健康。

源于对残障和困境女性以及她们孩子的关注，由中华少年儿童慈善救助基金会支持的天津市潮汐济困中心，于 2016 年发起了“匠人妈妈计划”项目，通过免费线上编织课程的模式，为“瓷娃娃”妈妈们提供技能教育，让其从“包袱”变成“全村的希望”。

2017 年开始，“匠人妈妈计划”不仅限于瓷娃娃群体，而是通过互联网，将免费编织课程推向全国，有上千女性学习了课程。其中，55% 来自贫困山区，18% 是单亲妈妈，14% 因为孩子重病或残疾不能工作，9% 是肢障和听障的残疾女性……这些不能参加全日制劳动的人口即“隐形劳动人口”，这样的女性在中国有超过 8000 万。

针对这些特殊母亲，“匠人妈妈计划”重点进行能力建设培训，按照村落、病种等人群特征建立手工师团队，向她们传授团队管理、质量监控、销售等经验。也许一个月数百元的收入不足以让她们养活一个家庭，但社群学习、能力提升，收入从无到有，可以大大增强她们的自信心、社交能力，并能带动更多类似的残障、困境母亲走出低谷。

最早的一批“瓷娃娃”学员，已经成长起来，成为项目负责人、管理员、教师、设计师……“匠人妈妈计划”不仅改变了特殊母亲所在家庭的收入结构，更将希望和正能量带入这些家庭，让孩子们从母亲身上看到了自给自足的坚韧和摆脱贫困的进取心。

不仅如此，连续 2 年，“匠人妈妈计划”项目还带领手工师团队、全国编织志愿者团队，通过公益组织和医院，向罹患癌症的儿童捐赠编织帽子。每一顶帽子，都是一针一线编织而成，不仅送出了一份爱心，也扫去了她们自己心头的阴霾。

2019 年 99，“匠人妈妈计划”筹款近 35 万元。这将帮助再带出若干支手工师团队，而且还将继续定点帮扶贫困区县的农村妇女一起脱贫致富。

在腾讯公益“互联网+公益”助力扶志的案例还有不少，深圳市慈善会也在 2019 年“99 公益日”期间做了深入而广泛的联动。2019 年 6 月，深圳市慈善会联合 23 家社会组织，在腾讯公益推出“扶贫攻坚·深圳力量”专题，惠及 5 省（广东省内汕尾市、河源市、江门市，广西省百色市、贵州省、湖南省以及西部贫困地区），以健康体检、助学活动、发放生活补贴及物资、心理健康讲座、就业辅导、残疾人文化交流等多种形式开展，总共计划帮扶贫困人口 5000 余名。此次面向全深圳市党政机关、企事业单位、社会组织以及社会各界爱心人士进行积极动员，短短的时间影响了 22 万人次参与捐赠 403 万。

2. “扶智”脱贫案例

早在 2012 年，习近平总书记提出，“治贫先治愚，要把下一代的教育工作做好，特别是要注重山区贫困地区下一代的成长。下一代要过上好生活，首先要有文化，这样将来他们的发展就完全不同。”³²

32. 习近平总书记在河北省阜平县考察扶贫开发工作时的讲话，
http://www.china.com.cn/lianghui/fangtan/2016-02/26/content_37881406.htm

上海真爱梦想公益基金会相信，教育扶贫才是阻断贫困代际传递的治本之策。通过腾讯公益，不只筹到了善款，更重要的是通过引导乡村教师利用腾讯公益的“一起捐”等工具，继而通过社群网络主动传播，从本来的受益方，转变为互扶贫扶智的重要传播倡导者，成功激发了乡村教育改革的原动力。



图 1-3 上海真爱梦想基金会的素养教育课程

重庆市酉阳土家族苗族自治县（简称为酉阳县），地处武陵山区腹地，是国家级贫困县，提升这里的师资力量，是比翻越这片崇山峻岭更难的事。

2009 年，上海真爱梦想公益基金会与腾讯基金会合作，在重庆市酉阳县设立第一家“梦想中心”，开始探索乡村“扶智”。以梦想中心为载体，真爱梦想培训当地教师如何教授“梦想课程”（真爱梦想研发的素养教育课程体系），以及开展素养教育的理念和教学方法。

学生们的受益成果很快显现，2014 年的第一批梦想课程班学生毕业时，合格率百分之百，平均分 91。

老师们的成长也卓有成效，真爱梦想为他们搭建成长路径，给予专业培训甚至送出国门进行游学，助力老师们成为终身学习者。

光酉阳县，10 年间就建成 21 所梦想中心，近 1500 名乡村教师、2 万多名乡村学生从中受益。这些扶智工作，得到了当地教委、校长、老师和学生家长的认可。而在全中国 242 个贫困县，真爱梦想总共建设了 1390 间梦想中心，让近 3 万名乡村教师、数百万乡村学生受益，为贫困区县的精神脱贫、文化脱贫和长期脱贫作出有益的贡献。其中，295 间梦想中心和 5 间社区梦想中心的经费来自腾讯基金会和腾讯公益爱心网友的支持。

除了善款，腾讯公益和“99 公益日”对真爱梦想项目来说同样重要的价值——通过腾讯公益的“一起捐”社群筹款工具，将“受益人”也就是梦想老师们，激发成“公益合伙人”。从 15 年“99 公益日”开始，他们自发发起“一起捐”，将自己的故事分享出来，筹集善款的同时让更多人关注素养教育和乡村扶智，成为了更深层次的受益者、传播者。

2019 年“99 公益日”，酉阳的教师们也积极参与，对他们来说，“99 公益日”已经是每年一度的节日。

上海联劝公益基金会支持的宜宾市春苗公益助学中心的项目《梦想小课桌》，虽然只是帮乡村孩子换掉一张课桌，却能切实缓解乡村孩子们因课桌太破旧而影响上课、作业、休息的情况。一张崭新的书桌，也可能为孩子们开启一段崭新的求学旅程。



图 1-4 由上海联劝基金会支持的宜宾市春苗公益助学中心的《梦想小课桌》

偏远而闭塞的西南山区，世代农耕已经不是年轻人的选择。大量年轻人外出务工求生，学校成了山里留守儿童最大的依靠。而与他们最为亲近的，是 6 年陪伴着他们的那张又破又烂的课桌。

但他们的课桌长这样——桌面坏了，用抽屉的挡板取来填补桌面，可是书包无处可放，有时他们会一直背着，有时会直接放在桌上或者地上。渐渐的所有抽屉都被掏空，桌面也没有可以用来填补的工具，破损的课桌已经严重影响孩子们正常的阅读和学习生活。

已经成立 17 年的宜宾市春苗公益助学中心发起的《梦想小课桌》项目，为帮助山区留守儿童筹集梦想课桌，圆他们的求学梦。项目自开展以来汇集多方资源，截至 2019 年底，已经为宜宾市翠屏区、叙州区、兴文县、筠连县、长宁县、珙县、高县、屏山县、凉山州等各区县、自治州，共计约 270 所贫困村校送去小学生课桌椅、幼儿课桌椅、教师办公桌、讲桌等，累计超过 33000 套，受益师生 29000 余人。

其中，自 2017 年到 2019 年“99 公益日”，《山里娃的梦想小课桌》项目通过腾讯公益获得超 3.4 万爱心网友超过 121 万元的捐赠，这些都会变成一张张新课桌，让乡村孩子们能以正确、舒适的坐姿接受教育，让他们的身体更好的成长！

腾讯公益的扶智项目遍地开花、硕果累累。

■ 在青海省果洛藏族自治州久治县门堂乡，国家“三区三州”地区之一，当地平均海拔近 4000 米，年平均气温 0 度，几乎终年被寒雪覆盖。这里也是上海市东西部对口支援结对的深度贫困县。上海市华侨事业发展基金会与当地公益伙伴机构进行合作，在深入调研的基础上，发起了《彩虹助学，筑梦高原》项目，旨在为农牧民子弟走出高原、提升职业技能、摆脱贫困代际传递做出努力。《彩虹助学，筑梦高原》项目自 2018 年在腾讯公益上线，已累计筹得爱心网友捐赠的善款超过 1000 万元，陆续为当地的多杰旦民族职业学院援建校舍、补助师生。

■ 西部山区地处偏远，师资力量匮乏，一个班级只有 1-2 名老师负责主课，很难有专业的音乐老师。直到有一天，一个志愿者带着一把吉他和几个尤克里里，来到了山区村小。这是山娃第一次见到“乐器”，也是山娃第一次亲眼看到音乐的另外一种样子。于是，有了百川公益发起的“大凉山的小小音乐团”公益项目，山娃们也因此有了另外的梦想。该项目在无锡灵山慈善基金会的公募支持下，目前已经深入山区多年，累计为偏远山区输送上万节艺术课堂，为山村学校补充了专职音乐教师，缓解了乡村儿童第二课堂的缺失问题。

■ 湖南省慈善总会联合湘西土家族苗族自治州慈善总会发起的“关爱贫困孤儿助学”也是其中一个。湘西州是作为精准扶贫的首倡地，也是湖南省脱贫攻坚的主战场，截至 2019 年下半年，有法定孤儿 1395 名，同时还有 1108 名事实无人抚养儿童，在湘西州本级以及 7 个县级的慈爱园（儿童福利院）集中供养着 700 余名孤儿和事实无人抚养儿童。对孤儿和事实孤儿来说，高中、大学阶段需缴纳学杂费等费用，负担较重，但他们渴望继续完成学业。湘西州慈善会在当地最好的高中开办“慈爱阳光班”，让成绩较好的孤儿读高中考大学，全额资助所有费用；同时还启动“孤儿职业教育”帮扶计划，联动多家技术学校签订共同培养协议，并全额资助学杂费。目前该项目已成为当地品牌项目，2019 年“99 公益日”期间，该项目获得 21 万人次的 866 万元捐赠支持。

■ 教育扶贫，名著扶志，由南昌市岷美公益发展中心发起、江西省红十字基金会公募支持的“名著小书包”项目，直面乡村少年儿童的阅读危机，优先解决贫困乡村留守儿童阅读危机，帮助留守儿童系统读经典。具体形式为向乡村中小学生，以年级或学校为单位进行实物捐赠，一人一个“名著小书包”，实现贫困乡村孩子家庭藏书“零”的突破。同时依托“名著小书包”电子书、有声平台，以及校园读书会，推动规模化读书辅导，帮助孩子养成良好的阅读习惯。名著小书包项目，应中国慈善联合会、中国慈展会、深圳市社会公益基金会联合推荐，参与民政部定点帮扶莲花县脱贫攻坚行动，自 2018 年 11 月到 2019 年 12 月，在江西省红十字基金会支持下，“捐点名著回家乡”乐捐项目在腾讯公益汇集超过 2.29 万人次爱心网友捐赠超过 55.3 万元善款。

3. 健康扶贫案例

据国家卫健委和国务院扶贫办统计，因病致贫是我国贫困最大的原因（超过 42%）³³，在农村尤为突出。疾病导致贫穷，贫穷加剧疾病，如此形成疾病和贫穷的恶性循环，严重影响农民脱贫自立和农村经济发展。

北京新阳光慈善基金会的“联爱工程”³⁴项目，以儿童白血病为试点病种，在广东省河源市、青海省探索可复制的规律性解决办法，为消除因病致贫助力。在腾讯公益，联爱工程项目除了获得善款和传播渠道支持，还通过腾讯公益运营的“翻译”，将一个专业有理解难度的项目，用公众可理解的语言进行传播，因此引发公众对健康扶贫问题的深层思考，并吸引各界人士参与其中。



图 1-5 北京新阳光慈善基金会的联爱工程支持到的孩子

不同于一般的健康扶贫项目仅对患病贫困人群提供经济资助，联爱工程尝试从“根本上”助力因病致贫问题的解决。

除了直接向患者提供经济支持的“慈善 - 医保补充基金”外，联爱工程更为重点的工作有“3 个中心”：“医疗卫生技术评估中心”——推动医保政策发展；“优医中心”——提升当地诊治能力；“肿瘤社工中心”——进行患者服务。

a. “医疗卫生技术评估中心”：对目前还不在医保目录内、或者报销比例很低的新药做评估，推动有效和有经济性的好药早日进入医保目录

2018 年联爱工程评估了两种儿童白血病治疗药物——培门冬酶和伊马替尼³⁵，并将评估报告

33. 数据来源 http://m.haiwainet.cn/middle/3541083/2015/1216/content_29455275_1.html

34. 2017 年，新阳光与中兴通讯公益基金会、深圳市恒晖儿童公益基金会、深圳市拾玉儿童公益基金会等三家基金会以及中国社科院健康业发展研究中心、北京大学公共卫生学院、复旦大学卫生技术评估中心、山东大学医药卫生管理学院等合作，共同发起旨在推动消除因病致贫的“联爱工程”。

35. 治疗费城染色体阳性的儿童急性淋巴细胞白血病的适应症

递交给国家医保部门。这两种药物（适应症）先后于 2018 年和 2019 年进入国家医保药品目录，意味着每年可为全国儿童白血病家庭节约 2-3 亿元。

b. “优医中心”：培养和提升相对落后地区医生的诊治水平

为相对落后地区的医生提供培训、进修机会，为当地留住好医生，因为这可以大大减轻当地患者因诊断不及时、异地就医等带来的经济、生活、精神等方面的困难和压力。

青海当地一名血液科医生，经历了联爱工程项目的启动、发展，打消了去中东部发展的念头，选择留在当地。这对青海省来说，留住一位专家，意味着留住每年至少数百患者家庭的希望。

c. “肿瘤社工中心”：为儿童肿瘤患者家庭提供医疗之外的支持服务

联爱工程和当地医院合作，在科室内设立社工中心，为儿童肿瘤患者家庭提供医疗之外的心理、社会、信息等服务，帮助患者和家长提升对疾病的认知，提高护理水平，了解社会政策、对接社会资源，缓解紧张情绪。

而这一系列的实践和探索，离不开互联网平台的推广和助力。自 2018 年 8 月 17 日截至 2019 年 11 月底，“联爱工程”项目通过腾讯公益，筹款超过 160 万元，获超过 13 万人次的支持。与善款同样重要的是，腾讯公益帮助“联爱工程”将这套“1 个基金 3 个中心”的专业模型，转化成公众可以理解的“语言”，引发公众更深层次的思考，对健康扶贫的关注点不再只停留在经济资助层面，并积极加入到这样一场消除“因病致贫”的创新社会公益中。

中华社会救助基金会大爱清尘公益基金，在农村建立以乡村社区为核心的尘肺康复中心，直接为当地大量尘肺农民提供专业康复、救助等综合服务，促进当地脱贫攻坚及健康中国的战略目标的更好完成。这些年，他们还通过互联网平台的持续透明反馈，增强了公众支持脱贫的可持续性。



图 1-6 中华社会救助基金会大爱清尘公益基金的尘肺康复中心

江西萍乡莲花县，有过数千座非法小煤窑，数万名从事挖煤的农民工，大量农民患上尘肺病。

61 岁的洪祥，就是其中一个。洪祥的儿女在外地工作，老婆也跟到外地带孙子。长期以来，他一个人在家，由于手臂曾受过伤，连饭碗都端不起。“觉得自己就像一个没什么用处，只能等死的人”，洪祥一个人时常常感到无望。

中华社会救助基金会大爱清尘公益基金，与当地县政府合作，在当地建起了康复中心。“尘肺病没有治的，康复又会有什么用呢？”一听是个“康复中心”，洪祥半信半疑，但他还是走进了康复中心。

出乎他意料的是，这里请了外部专家会诊，根据他的身体情况制定了具体的康复计划。两个多月后，洪祥的呼吸功能得到了大幅度的改善，血氧饱和度从 95% 增长到 98% 到 99%。肢体功能也逐渐恢复，以前拿碗都端不起的左臂，竟然能够自由地抡圈了。“到康复中心以后，我就再也没有住过院了。”不仅洪祥这样觉得，良坊康复中心 2018 到 2019 年期间服务的 3037 人次中，80% 以上来到康复中心坚持完成康复训练的尘肺患者，肺功能都有所好转，跑医院的频率明显下降。

不仅是生理上的，这些尘肺农民的精神状态也获得了改善，当地基层矛盾也明显降低。据当地政府部门负责人介绍，康复项目还能侧面促进当地的经济收入，促进当地的脱贫攻坚及健康中国的战略目标的更好完成。

《为尘肺农民康复救助》项目，截至 2019 年底，已经在腾讯公益已累计获得近 7 万人捐赠超过 130 万。因为该项目按照腾讯公益对项目进展、透明披露、财务报告的要求进行公示，这能进一步提升捐赠用户对该品牌项目的认可，也增加了捐赠人持续支持公益、支持脱贫的可能性。

在腾讯公益，疾病救助项目一直是广泛而迫切的需求。不同病种、不同人群，通过互联网自救和救人。

- 唇腭裂新生儿，每 600 名新生儿中就有一名，对于许多家庭特别是偏远地区少数民族贫困家庭来说，在很长的时间里生活在孤独与绝望之中。幸运的是，一小时的手术便可以改变这一切。浙江微笑明天基金会的微笑公益项目，专门为贫困及低收入家庭的唇腭裂及头面部畸形的患儿提供免费治疗，专家们于 1991 年 5 月在我国组织了第一场医疗救助活动。目前全球范围内累计筹款总额超过 3.5 亿，项目开展 28 年来，全球累计受益患者超过 70000 人次。2019 年“99 公益日”三天，超过 1 万爱心用户捐赠超过 100 万善款。

- 天使妈妈自实施血液病救助项目以来，已为血液病儿童募集善款约 1 亿元，救助低收入家庭的血液病患儿，遍及广东、广西、吉林、河南、河北等 31 省，直接受益儿童 1000 多名，降低因贫困导致的放弃率。除了医疗救助外，还提供康复关怀和信息咨询等的公益活动。互联网筹款，一直是天使妈妈血液病救助项目的重要来源，主要用

于患者的放化疗、cart 治疗、造血干细胞移植手术，以及为移植后出现严重感染、排斥的血液病患者提供紧急救助。2019 年“99 公益日”期间，该血液病项目整体向社会募集公众捐赠总数超 4900 万元。

4. 孤、残特殊人群脱贫案例

事实孤儿、残疾残障群体，都是农村脱贫的重点和难点。需要更多社会力量的专业介入，帮助孤儿找到社会的关爱和持续支持，赋能残疾残障人群找到适合的工作，获得经济收入。

爱德基金会的“贫困孤儿助养”项目，在腾讯公益 10 年间，获得 1400 万人次的 2.4 亿捐款，其中很大的比例来自“月捐”，其月捐占比甚至在国际上都是领先的。腾讯公益不仅提供了便捷的工具，在帮助公益性社会组织获得爱心网友信任、吸引网民持续参与到脱贫攻坚战中，也起到重要的推动作用。



图 1-7 爱德基金会“贫困孤儿助养”项目探访



图 1-8 爱德基金会“贫困孤儿助养”项目探访

小楠是一名医学生。上面第一张照片是 2018 年他用自己做兼职挣的钱参加云南腾冲的探访，与一位“妹妹”在一起的照片；第二张照片是他为此行写下的记录。

他写道：“从小学六年级开始，每到期末都可以去县民政拿一笔钱，下学期就有钱用了。那时候路不好，车很晃，头也晕……慢慢地，坐车不晕了，渐渐地，我才明白我是因为被资助才有了上大学的机会。”

他曾经也是一名孤儿，因为受到爱德资助并如愿上了大学，虽然还未正式毕业，但已梦想着能像当初那些帮助他的叔叔阿姨们一样，去帮助他的“后辈”。

他见到的这个女孩叫妍妍，她和小楠的梦想一样——长大了当医生。

据民政部 2019 年第三季度统计数据显示，中国现有孤儿 25.9 万余人。后民政部又公布全国事实无人抚养儿童约 50 万人。由于这些孩子大多跟随年迈体弱、丧失劳动能力的祖父母一起生活，他们不仅面临无稳定经济收入所带来的生活、教育的沉重压力，还要承受家庭中父母角色缺失所带来的身心健康等问题。

但因为社会的持续关爱，小楠和妍妍，不再像大家印象中的孤儿那般无依无靠，他们都有改变自己命运的机会。

贫困孤儿助养项目于 2002 年由爱德基金会发起，为贫困孤儿提供学习、生活补助的同时，通过拓展训练、培训、心灵交流等活动关怀和推动他们的心灵成长和社会融入进程，使他们快乐健康成长。截至 2019 年底，已经在 17 个中西部省份的 370 余县，累计资助小学至大学阶段的 4.6 万余名学生。

项目在前十年的发展中，主要以线下传播为主，通过传统的电视、报纸等媒体以及资助人的口口相传，影响力有限，发展也较缓慢。但自从 2009 年在腾讯公益上线后，已有超过 1400 万人次爱心网友累计捐款 2.4 亿元。越来越多信任爱德基金会的爱心网友，愿意以月捐的方式支持，即每月小额、持续捐赠。短短数年，因为持续稳定的月捐，让获得资助的事实孤儿数量增加了好几倍。

河南省慈善总会的一位工作人员感慨道，当残疾残障人群看到互联网平台涌现的来自四面八方陌生网友的信任和支持，这个过程不只是善款的价值，更大的价值，是让他们能更加重燃生活的信心和动力。



图 1-9 河南省慈善总会
《困境人员就业提升》项目支持的阿永

近年来，虽然越来越多的残疾人可以参与到就业培训，残疾人就业率与就业质量也因此有显著提高与改善，但残疾人群体的整体就业状况仍不乐观。据统计，大约只有 50% 的残疾人能够就业，且多半从事的是种养业、操作工等技术含量低的岗位，劳动强度大且收入不高。

残疾人就业竞争力不强，主要还是因为缺乏特定的职业技能教育和培训。

在腾讯公益，河南省慈善总会的公益项目《困境人员就业技能提升》，就正在试图改变残疾人的就业困境。

阿永原本有一个幸福的家庭，几年前因高空坠落，摔断左腿造成一级残疾高位截瘫，丧失了劳动能力。面对生活突然的变故，妻子无奈离开了这个家，留下了年幼的女儿和一双年迈的父母。到底该如何继续生存下去？生活的重担压的阿永喘不过气。

没有任何技能的阿永，只得靠着低保和以前打工的积蓄生活了十几年，就在生活无以为继之时，在一次机缘巧合下得知了困境人员就业提升项目，并且选择了报名计算机培训班。

在培训班，阿永开始第一次学习计算机运用和操作。如何打字、使用办公软件、查找资料……除了学习基本技能，改变残疾人的心态也非常关键。项目课程中有成功学员的经验分享，在听取了和自己一样的人的经历后，阿永开始改变了，他渐渐重新燃起了对生活的信心，他觉得，生活一定会好起来的！

如今，掌握了基础的电脑操作技巧后的阿永，已经拥有了一份从事出版校对工作，基本实现生活自给自足。

《困境人员就业技能提升》在腾讯公益筹集超过 17 万善款，背后支持了更多像阿永一样正在试着“站起来”的残疾残障者。一份又一份爱心网友的捐赠，就像是一点一点的动力，帮助困境人员再次重拾信心。

在腾讯公益上，有不少关注残疾残障人群就业的项目。比如刘运宝，小儿麻痹患者、肢体残疾人，但同时，也是海南省残疾人创业服务协会会长、海南省肢残人协会副秘书长，在腾讯公益发起了《残疾人技能成长平台》项目。

- 2005 年大学毕业后，刘运宝曾经投了两百多份简历，却找不到工作，于是他立志要为残疾人搭建一个创业就业的平台，改变人们对残疾人只能从事简单的体力劳动、处处需要照顾的刻板印象。刘运宝用自己学到的互联网技术，培训一百多名残疾人掌握一技之长，帮助他们在软件开发、电商、平面设计、视频制作等方面创业或就业。但这还远远不够，怎么能够建起更大的就业平台帮助残疾人？于是他找到海南省残疾人基金会，并在腾讯公益上发起了公益项目，试图借助互联网的力量，转变常规对残疾人的刻板印象，2019 年“99 公益日”期间筹款 325 万元，这能让更多残疾人掌握一技之长，提高其就业创业的能力，过上好日子。

5. 留守儿童、留守老人、留守妇女群体脱贫案例

在农村，“留守”几乎是孤独、心酸、贫穷、无助的代名词。无论是留守儿童、留守老人还是留守妇女的问题，公益慈善组织都在以自己的方式探索着，在国家政策支持、地方政府福利之外，起到拾遗补缺作用，并扎根一线，对亟需帮助的人群进行长期、稳定的帮扶和关爱。

“到 2020 年，稳定实现农村贫困人口不愁吃、不愁穿。”这是打赢脱贫攻坚战的目标内容之一，也是壹基金参与扶贫工作所关注的重点。壹基金温暖包项目积极参与在腾讯公益的筹款，随着金额的增长，极大地促进了项目覆盖更多像“三区三州”等贫困地区，并促使壹基金团队认真并严肃地对待每一次面向公众的透明披露和项目反馈。



图 1-10 壹基金“温暖包”项目受益儿童

在国家级扶贫县和“三区三州”的低温冷冻灾区，儿童在冬季生冻疮、皮肤皴裂的情况仍然普遍。贫困地区同时也是劳动力输出的主要区域，留守儿童也非常普遍，他们除了缺乏有品质的保暖过冬衣物、缺乏生活和学习物品，也缺少亲情关怀，缺乏安全感，需要陪伴和支持。

壹基金的温暖包，每个价值 365 元，包括 10 余件精心设计的物品如棉衣、围巾、手套、雪地靴、袜子、冻疮膏等生活物品，以回应儿童温暖过冬的需求；还包括减灾教育笔记本、书包等学习用品，以支持儿童的安全教育与学习；还包括袋鼠玩偶、美术套装等物品，陪伴支持他们的成长。

同时，温暖包项目秉承“每人每天一块钱，温暖孩子一冬天”的理念，动员爱心企业、志愿者、

媒体参与帮助贫困儿童，并全面参与到温暖包的捐赠、运输、分装、发放和回访等环节，努力让每一个温暖包融入社会的爱心和志愿者的温情，每一个都能温暖孩子的身心。

自 2011 年至 2018 年冬，壹基金温暖包在全国 26 个省（自治区、直辖市）的 1335 个县（区、旗）发放超过 57 万个壹基金温暖包，累计超过 57 万名儿童受益。

2016 年至 2019 年，壹基金温暖包连同各省份公益伙伴共同在腾讯公益筹集超过 6000 万元，其中四年参与“99 公益日”筹款超过 2500 万元。通过腾讯公益，温暖包项目非常注重项目反馈，将受益人的受益情况、善款使用情况、财务披露、项目执行进度等，及时地向网友们进行主动传播。

重庆这家县级慈善会，能在“99 公益日”期间，借助互联网工具，将传统的摊牌式捐赠转变为充分调动全县干部、职工自发的积极参与，为当地营造了良好的脱贫攻坚慈善公益氛围。



图 1-11 重庆市慈善总会支持的重庆云阳县慈善会参与 99 公益日

重庆市云阳县低保家庭中 60 周岁的失能老人有 2171 人，其中严重失能老人有 761 人，占比高达 35%。

通过走访调查多家养老机构，重庆云阳县慈善会在重庆市慈善总会支持下，在腾讯公益上线《为失能老人添福加寿》的公益项目，希望可以对全县贫困户、低保户等困难群体中的严重失能老人实施部分救助。

为更好开展该慈善扶贫项目，云阳县慈善会积极争取云阳县委、县政府的支持，得到各级领导的高度重视，层层部署，广泛发动，先后建立了捐赠爱心团队 371 个。

该项目还结合了当地原有的“二日捐”、“一日捐”等捐赠活动，干部职工的爱心捐款从原有的单位统一收缴转变为由个人直接进行网上捐赠，加之腾讯公益“99 公益日”期间，2019 年

9月7、8、9日三天的随机配捐机制，大大地激发和调动了广大干部职工的捐赠热情。此外，当地媒体积极响应，各镇乡街道、学校、医院、爱心企业也积极参与捐赠和筹款活动。

这些切实有效的宣传和发动，使《为失能老人添福加寿》成为云阳县的网红慈善项目，为当地营造了良好的慈善公益氛围，也让慈善力量助力当地脱贫攻坚、巩固脱贫成果作出了有力的贡献。

最终，2019年“99公益日”三天中，该项目积极调动全县超40万人次参与捐赠，共计筹款617.9万元，其中腾讯基金会配捐139万元，预计将帮助将近1000户失能老人过上更幸福的生活。

一直致力于赋能女性的中国妇女发展基金会，2016年启动“妈妈制造”项目，通过赋能留守妇女，帮助其增加收入，提升其在家庭和社会中的地位。同样也促进项目实施地的产业发展，最终助力扶贫攻坚和乡村振兴。



图 1-12 中国妇女发展基金会“妈妈制造”合作社

贵州省黔东南州台江县，是国家贫困县。这里是苗族聚居区，至今保留了苗绣、银饰等多种非遗传统手工艺，但因长期与消费市场信息不对称，工艺水平大多保留原生态状态，很难融入以时尚为主流的消费市场。

晓燕，虽然身怀苗绣技能，但这项技能并不能为她带来多少收入，靠丈夫一人在外打工的收入，难以照顾好孩子、改善家庭贫困问题。

直到中国妇女发展基金会带着“妈妈制造”项目来到这里，杭州余杭区东西部协作扶贫给予定向帮扶资金支持，共同与贵州台江县政府合作，在当地建立合作社，通过技能培训、资金支持、产品设计、传播推广、市场引流等，带动当地贫困妇女居家就业。晓燕积极地加入合作社，如今她笑着跟大家说：“我终于可以在家门口上班，做自己喜欢的事情。”

无疑，“妈妈制造”项目让更多像晓燕一样或留守、或困境的农村妇女，自愿拿起绣针，带着娃、绣着花、挣着钱、养着家，过一种自由的有尊严的生活方式，提升其在家庭和社会中的地位，也让更多人看到非遗传承的“东方美”。

中国妇女发展基金会自2016年开始打造“妈妈制造”公益项目，目前，已在14个省区市建设合作社47个，得到国内外近百位设计师及明星支持，为20多种非遗技艺创新发展提供帮扶。截止2019年，直接帮扶5000余名手工艺女性就业，间接辐射万余名妇女受益，切实推动了农村女性可持续发展，助力扶贫攻坚和乡村振兴。

该项目在腾讯公益得到了公众的认可，筹款共计超500万元。腾讯公益不仅成为项目筹款平台，更成为展示传播平台，不仅吸引公众对传统手工艺的关注，也不断的激发项目的专业化、可持续化。

- 河北慈善联合基金会发起的《暖巢行动 公益养老》项目，就是试图填补城镇贫困老人养老的空白的区域，从老人心理与生活状态多方位进行帮扶。它关注到城市空巢老人的养老问题，城市孤老虽然贫困数量较乡村相比较少，但是他们所需要的心里关怀往往比乡村孤老还要迫切。城市生活节奏快，邻里关系相对冷漠，老人的孤单相比农村将更加难以排解。为此，联合定州市民政局，以设立“善良杂货铺”公益体验站形式，以公益售卖、社区服务、居家养老三个方向为老人提供优质的“城镇”养老服务，完善社区居家养老互助模式，2019年“99公益日”期间，接近8000位爱心网友捐赠17.5万元善款，共同支持打造河北社区的一公里“善良圈”。

6. 产业扶贫案例

贫困人口主要集中在老、少、边、穷地区，这些地方相对闭塞，缺乏对外部世界的认识。所以尽管贫困地区的农产品、生态资源都有极高的商业价值，但大部分不知道如何开发利用。慈善组织则可以在发挥自己整合社会资源、创新思维、产业思维方面的优势，为具有产业化优势的贫困地区，注入能量、带去改变。

参加芦山地震灾后的产业重建工作后，让中国扶贫基金会更深层地意识到“授人以渔”的重要性，陆续在全国在9省25个县的贫困农村地区支持小农户组建合作社抱团合作，通过品控管理生产出安全优质的农产品，依托互联网有序链接市场、培育地域农产品公共品牌。如今受益小农户超过2万户，也为农村打造通过产业扶贫方式脱贫的诸多案例。



图 1-13 中国扶贫基金会“善品公社”石棉黄果柑合作社农户喜获丰收采摘场景

农村贫困地区有农产品，城市地区对农产品有强烈需求，那么给贫困地区提供网络和线上消费者，不就能简单解决农村贫困问题了吗？

但事实上，要更广泛地解决贫困地区农产品销售问题，还存在诸多挑战——品牌优势不足，散户种植的规模与效率低，农产品加工及供应链配套水平差，农产品质量和附加值低等。所以，产业扶贫是一个考验综合能力的“技术活”。

中国扶贫基金会发起“善品公社”即电商扶贫项目，秉持“授人以渔”的理念，在全国贫困农村地区建合作社，将分散小农户通过组织化整合，并通过品控管理生产出安全、优质的农产品，培育地域农产品公共品牌，依托互联网、电子商务和新零售等多种渠道提升市场对接能力，同时还不断通过对在乡青年、返乡青年的培训赋能，为合作社沉淀和输送经营管理本土人才，支撑可持续运营。截至 2019 年底，已在 14 省 35 个县落地，受益小农户超过 2 万户、户均年增收超过 1000 元、受益消费者逾 10 万人。

四川雅安的一个普通山区小村坪阳村，这里生长着独一无二的橙橘杂交品种黄果柑。多年粗放式种植，水果的品相一直不好，价格始终卖不上去，青年农民种地没有足以养家的收入，只好选择外出打工。

但对于 2 岁的小帅来说，他只希望父母能一直陪伴在身边。他的父母更是不舍得抛下小帅在家，但小帅爸爸一个人打工的工资不足以养活一家老小，小帅妈妈如果带着孩子一起去城市又意味着没办法工作以及更高的生活开支……

2015 年，中国扶贫基金会来到了石棉县坪阳村，给当地带来了善品公社的理念：村民抱团取暖、接受新的理念采用农家有机肥种植，村民们对品质统一、全程追溯、优质安全的理念非常认同。

2016 年 3 月发起，黄果柑项目当时即通过腾讯公益推广至全国。这样，不少年轻人选择不再外出打工，小帅虽然无法用言语表达，但妈妈可以留在身边，他多么高兴啊。

中国扶贫基金会联合腾讯公益共发起三种农产品品类项目（黄果柑、茶叶、红米）及新农人项目，

共筹款近 107 万元，这得益于互联网工具，传统的销售也可以转变为捐赠及对捐赠人回馈的形式，邀请更多公众切实陪伴式参与到乡村振兴的道路中。

四川省红十字基金会联合成都公益慈善联合会联合在脱贫攻坚战中，利用互联网将社会各界的力量引入贫困山村，逐步改变村民的脱贫意识，提升村民的产品脱贫思路，引领整村的脱贫由“单打独斗”变“联合作战”。



图 1-14 四川省红十字基金会联合成都公益慈善联合会的“橙熊猫扶贫记”受益人

桂香村，隶属于四川省泸州市古蔺县这个贫困县，因为地处四川盆地到云贵高原过渡地段，四边环山，村民出行依赖于一条悬崖上的公路。长期交通落后、生产方式落后、产业缺乏，导致群众生活整体较为贫困。

为了探索社会力量参与扶贫振兴的新道路，成都公益慈善联合会四川省红十字基金会、联合泸州市益善联公益发展中心、四川省大熊猫保护基金会在腾讯公益发起“橙熊猫扶贫记”公益项目，参加 2018 年和 2019 年两年的“99 公益日”，累积获得超 2 万人次捐赠的超 84 万元善款。

其中一部分善款被投入到扶持桂香村当地的“产业、教育、文化”三大领域。除此以外，还通过多家慈善组织的资源整合能力，陆续为村子内引入知名企业、乡贤等，搭建脱贫攻坚、乡村振兴平台。

围绕“一个支柱产业，两个乡村旅游节，多个种养殖大户”的“1+2+N”产业发展思路，协助村子打造了羊肚菌种植、富硒有机茶、富硒大米等产业基地，建成桂香国学堂，培育翠红李等 3 个专合社，举办桂香村旅游文化节、腊八节文化旅游活动，参与引进 20 余家企业捐献爱心教育资金（物资）30 余万元，解决 100 余名贫困村民就业困难，一起整合社会力量有效的助力该村逐步脱贫。

在腾讯公益，不同地区的公益慈善组织在产业扶贫领域的探索也越来越深远。

- 新余市扶贫慈善基金会，在新余市围绕脱贫攻坚开展了多年行动，其中以产业扶贫最为典型，打造了特色产业扶贫试点6个，发展了油茶、蜜桔、苕麻、香菇、果冻橙、蔬菜种植、乡村旅游、电商扶贫等产业扶贫项目。新余市扶贫慈善基金会，联合南昌市青少年发展基金会、新余市扶贫办，在腾讯公益共同发起“新余脱贫攻坚在行动”项目，针对新余市全市有扶贫任务的36个乡镇，完成产业现状调查摸底，制订产业发展规划、实施方案，选好扶贫产业，在社会扶贫网收集贫困户微心愿，并联合社会各界力量共同助力，2019年“99公益日”期间筹款超过690万元，获得超过6万人次的支持。

7. 基础设施建设扶贫案例

俗话说，要想富，先修路。这里的路，能帮助农民把农产品运出去，也能让农民走出去，并与外界进行信息交流。如今一些山区，不仅实体的公路交通设施仍然落后，网络信息设施的建设及网络信息服务等仍存在难以全面覆盖的问题。这些都已经不能适应农业产业结构调整、农村社会经济文化发展和农民生活水平提高的需求。

安徽省红十字基金会的工作人员观察到，互联网不仅能帮助慈善组织快速筹到修路急需的资金，也让他们以及村民们都有了“互联网思维”，给了他们唤起在外务工的青年关注的渠道，给了他们解决问题的新思路。



图 1-15 安徽省红十字基金会支持的《贫困村的赶集桥》项目

上学需要走 21 里山路是什么概念？

刚上初一的李志（化名），为了赶上周一早晨 7：30 上课，需要凌晨 4 点起床，和妈妈一起打着手电筒翻过一座山，再走十几里路才能到。

安徽省巢湖市夏阁镇元通村，曾经是安徽省贫困村之一。这里地处山峦之间，位置偏僻，村里山路蜿蜒曲折，没有公共交通，孩子上学最近也要 21 里，村民买生活用品距离最近的集市 14 里。为了节省时间，老人、孩子常常翻山抄近路，但就在去年，这条山路某段必经的桥也被洪水冲毁了。

驻村干部走访调查时，常常听到老乡的请求：啥时候能把桥修好呀？可是看着正在修缮的主路，政府哪里能再拿出那么多钱呢？

这时候一线的扶贫驻村干部想到了公开募捐的方式。于是，项目《贫困村的赶集桥》在安徽省红十字基金会的公募资质支持下，在 2019 年“99 公益日”期间上线了，三天内完成了筹款目标，获得当地和外省市 17181 位爱心网友共计超 20 万元善款。

驻村的扶贫干部，也是项目的发起人之一程书记说，项目上线后，有村民自发表示要支持项目。最感动的是，村里的一个受益于农村医保的贫困户，在外地看病时，不知在哪看到项目后，也每天在群里和朋友圈转发，为了能通过自己的举动影响更多人参与，“99 公益日”三天每天带头捐 50 块钱，从脱贫攻坚的受益者转变成参与者。

“99 公益日”结束后，项目即将开始正式招标，并很快即将进入开工，2020 年 5 月，老乡们已经用上了安全的桥、方便出行了。不仅如此，年轻人或许更愿意回乡，老人可以多养几十只鸡拿去集市卖……

2019 年“99 公益日”期间，安徽省红十字基金会共发动 39 个市县红会、139 个慈善组织和公益合作单位报名参与，上线扶贫项目 56 个，撬动 42 家爱心企业为上线项目配捐。共募集善款 1500 余万元，有 19.3 万多人次参与此次的捐款。

“99 公益日”最重要的品质，是把一件看似昂贵奢侈的难事，变成了只要人人献一点就能办成的易事，从而真正让公益由“有没有资格参加”变成“愿不愿意参加”。

“要想富、先修路”已经是农村摆脱贫困的不争事实，但在信息化飞速发展的今天，为贫困地区搭建信息高速公路等“基础设施”已极其紧迫。为此，中华思源工程扶贫基金会计划以“三州三区”等全国革命老区、民族地区、边疆地区、集中连片特困地区为重点，在 1 万个乡村搭建“思源信息扶贫平台”，铺就信息扶贫、信息脱贫之路。



图 1-16 一家爱心企业向中华思源工程扶贫基金会提供的甘肃省临夏州卫星地图

习近平总书记指出，“要实施网络扶贫行动，让扶贫工作随时随地、四通八达，让贫困地区群众在互联网共建共享中有更多获得感”。

对深度贫困地区来说，信息流通不畅的问题制约其经济发展。对偏远地区的农村村民来说，农村的通讯网络还没有做到全覆盖，网络通讯的费用对农民来说也是一笔很大的开销，这样造成他们对时政信息、经济信息等不能实时接收到和传递，严重影响了偏远地区的发展。中华思源工程扶贫基金会针对上述实际，拟联合爱心企业、爱心人士，搭建“思源信息扶贫平台”，以自有和独有的专利技术，发挥星际网与互联网交融的驱动作用，并发起“我爱我村”信息扶贫项目，第一批计划在甘肃省临夏回族自治州 8 个县的 1134 个行政村搭建“思源信息扶贫平台”，为每个村捐赠一台“思源信息扶贫平台”的接收装置，开展农村电商扶贫、远程教育、远程医疗、远程培训、环境保护等工作，推进精准扶贫、精准脱贫和乡村振兴工作开展，让“信息扶贫平台”发展成果惠及更广大农村群众。同时，建立内容安全可控、免费接收卫星数据（限定时间，免费 2 年）共享的现代传播系统，为每个村级接收站提供海量数据下载，满足边远贫困地区亿万群众同步免费共享信息服务资源的需要。

特别是有助于农民通过此平台，可以随时学习和了解农作物或养殖业等知识，了解市场现状及需求，使农民有的放矢地开展相应生产工作，达到自身造血扶贫的目标。

- 腾讯公益有不少改善农村贫困地区基础设施的公益项目，例如岳阳市慈善总会发起的《农村人居环境整治》项目。垃圾围村、环境脏乱差曾一度制约着农村经济社会的健康持续发展，是人民群众最关心反映最强烈的热难点问题。岳阳市慈善总会将目标聚焦于此，发起《农村人居环境整治》项目，通过基础设施建设，改善农村村民改善人居环境，进而推动乡村振兴的项目。该项目在 2019 年“99 公益日”期间筹款 784 余万元，计划将用于道路拓改、村庄绿化、村庄亮化、生活污水处理、农村“厕所革命”五个领域的建设，以增强人民群众的幸福感和获得感。

这些项目是将“互联网 + 公益”应用于脱贫攻坚的探索，凸显出社会力量在脱贫攻坚中的重要作用。

8. 生态扶贫案例

改革开放 40 年，我国取得了举世瞩目的经济发展成就，与此同时产生另一种意义上的贫困——“环境贫困”和“生态贫困”。十九大报告中明确指出，加快生态文明体制改革，建设美丽中国。

阿拉善 SEE 基金会“诺亚方舟”项目，以保护中国西南山地生物多样性和关键物种为切入点，以发展生态产业、提高当地社区生计水平为手段，旨在保护和建设人类社会与生态体系友善依存的美好家园。当该项目在使用社群网络进行传播时，良好地带动了云南省内本地民众，对脱贫攻坚、生态扶贫的认知，共同参与到美丽中国的建设中。



图 1-17 阿拉善 SEE 基金会“诺亚方舟”项目受益人

横断山脉的三江并流区是中国境内最大的生物多样性关键区域，受经济利益驱使，不少本地居民过度使用生物资源，采取了涸泽而渔、焚林而猎的行为，严重威胁着该区域的生物多样性。

生态扶贫并不简单，既要考虑生物多样性保护的专业可持续性，还要考虑本地社区的需求，并兼顾当地社区经济利益。

喜马拉雅蜜蜂，是滇西北的本地蜂种，为三江并流区域天然林中 80% 以上的野生植物传粉，是维系三江并流区域 1 万种高等植物健康生态的关键因素。另外，三江并流区域蕴含着丰富的中草药资源，是中草药生物天然的产业基地。

阿拉善 SEE 基金会“诺亚方舟”项目，将养蜂和种植中草药作为切入点，为当地设计可持续发展的公益项目。2015 年以来已经为当地 3000 多人次提供超过 50 次培训，并完成了《蜜源植物手册》、《中草药主要病虫害防治手册》和《中蜂科学饲养技术手册》三本教材的开发，并发放超过 2000 份。

除了提供培训和技能，阿拉善 SEE 基金会还直接捐赠 4000 余个活框蜂箱和 141,500 株优质濒危药用植物种苗，直接受益人数超过 1000 人。为了提升村民积极性，还与丽江高山植物园合作，在当地社区创立自立自渔的模式：挑选养蜂骨干带头成立 9 个养蜂草药互助组，通过互助机制，切实帮助村民们增加家庭收入。

村民们积极保护森林，不再因生计而砍伐树木了，因为村民们认识到，植被越好，蜂蜜收成才越好。因此形成良性循环——在保护的同时促进当地社区的发展，当地社区的发展又巩固了保护。

而项目的实施资金，很大一部分来源于 2016 年 8 月起在腾讯公益发起的“诺亚方舟”筹款项目，截至 2019 年 10 月，通过腾讯公益面向公众筹集、获得企业配捐、腾讯基金会配捐共计 950 万元，获得 5.6 万余人次支持，这些支持者中，很多是由阿拉善 SEE 基金会在云南当地的会员企业发动当地员工来参与支持的，面向云南当地民众，传播了什么是生态扶贫，通过微信等社群网络，共同参与到美丽中国的建设中。

面对甘肃永靖县日益严重的水土流失，以及当地不断增多的留守儿童问题，中国绿化基金会发起了“让果树带父母回乡”绿色扶“苹”的精准扶贫项目，尝试通过资助农户苗木和管理技术，引导销售和经营，并将果树收益全部用于扶持农户的循环生产。



图 1-18 中国绿化基金会“让果树带父母回乡”绿色扶“苹”精准扶贫项目受益孩子

西北甘肃永靖县刘家峡地区，是典型的黄土地，水土流失严重，植被稀缺，仅岷塬镇一个镇，每年就有近 1 亿吨泥沙被雨水冲入黄河，急需植树固土，但极少的农业用地，让植树造林不切实际。

因为耕地贫瘠，不宜种植庄稼，使得当地农户人均年收入仅 2960 元，难以维持家庭开支，迫使不少农民背井离乡外出打工，而老人孩子留守家中成司空见惯。岷塬镇的刘家村有 20 多个留守儿童，并且这个数量正逐年增加中。

但幸运的是，当地水质良好属于二级饮用水，适合发展林果业，且当地栽培苹果树具有悠久的历史传统和习惯。

针对甘肃永靖县刘家峡地区情况，中国绿化基金会绿色公民行动于 2016 年 8 月发起“让果树带父母回乡”绿色扶“苹”精准扶贫项目。该项目由永靖县林业局提出方案并提供技术指导，资助农户苗木和管理技术，引导销售和经营，确保项目建设质量，最后果树收益全部用于扶持农户循环生产。

该项目还通过企业捐赠，以及通过腾讯公益等多个平台，募集社会总资金 95 万元，累计帮助当地村民栽植苹果林 2300 亩，110000 棵苹果树，岷塬镇、刘家峡镇、三塬镇三个镇区 750 户家庭因此而受益。该项目还入驻了电商平台，村民们经营起了自己的微店品牌，使得项目地进一步完善自主循环造血功能，巩固了项目地从种植到销售的完整扶贫链。

如今，不仅环境变好了，在外打工的孩子父母如愿回到了自己孩子身边。

生态扶贫、环境扶贫越来越受到社会各界的重视，腾讯公益也支持着各种环保类组织。

- 例如西安市蚂蚁公益慈善基金会联合西安市善行公益慈善基金会共同发起的“衣心衣意温暖守护”项目，看到城市衣物资源的极度浪费以及偏远地区缺少衣服的真切场景，由此产生了旧衣回收的项目设想：分拣符合捐赠的衣物进行清洗消毒，捐赠给申领衣物的项目点；不可捐赠的衣物进行再生品制作，用于宣传环保可持续的公益活动。2019 年“99 公益日”期间，该项目筹款超过 40 万。截至 2019 年 10 月，该项目已回收衣物超过 5 吨，开展 7 场环保倡导活动，用于回收旧衣。爱心仓库的志愿者已经完成分拣工作，已捐赠项目点 16 个偏远山区，直接服务受益人约 1920 人次，再生产品 4000 余个。

9. 减少返贫案例

为确保在 2020 年我国现行标准下的农村贫困人口能实现脱贫，实现乡村经济社会的可持续发展仍然是急需研究的重要课题。国家《乡村振兴战略规划》明确提到：乡村与城镇互促互进、共生共存，共同构成人类活动的主要空间。

中国社会福利基金会微孝暖夕慈善基金在一个已脱帽的贫困县调研时发现，这里有不少留守妇女、能劳作的贫困老人，只要能和企业建立长期稳定的订单关系，这些劳动力就可以被利用起来，就能作为帮助当地防止返贫的重要切入点，而这样的“造血式”扶贫模式，通过互联网的方式进行放大，让不同贫困县因此获益也成为了可能。



图 1-19 中国社会福利基金会微孝暖夕慈善基金扶持的“勤手妈妈”们

河北省衡水市武强县，曾经是国家级贫困县，目前虽已脱帽，但是“脱贫后的返贫”问题，依然摆在他们眼前。

自 2015 年 6 月起，中国社会福利基金会微孝暖夕慈善基金就已经在武强县开展了贫困孤寡老人的帮扶救助行动，在帮扶过程中对当地贫困老人的情况和需求有了更加深刻和全面的理解，据行动统计，在帮扶对象中，有 65% 左右的老人有意愿自己在家做简单的手工，或者从事轻体力劳动的工作，我们还发现，农村里还有不少妇女、残疾人等留守劳动力都有着强烈的就业意愿。为了改善当地老百姓的生活状态，提高受益对象的核心竞争力，防止返贫，中国社会福利基金会微孝暖夕慈善基金于 2018 年 9 月启动了技能扶贫公益项目“勤手助梦再启良能”，并探索出了一套“造血式”扶贫的新模式。

首先，项目组与爱心企业取得联系，由企业、爱心人士等社会帮扶资源，共同为留守劳动力进行手工艺培训（现阶段主要培训内容是绢花及根雕等制作）。其次，找到专人负责当地项目，与企业达成长效合作机制，保障运行稳定，最终帮助她们实现居家就业，实现扶贫资金效益最大化，实现贫困户、村集体双收益。

截至 2019 年 11 月，已培训“勤手妈妈”500 余人，带动开始接单的“勤手妈妈”200 余人，建设“勤手妈妈带头人”（称为“点长”）示范点 20 个。其中，固定接单的勤手妈妈不低于 70 人，非固定参与接单的勤手妈妈超过 200 人，前期加补贴后的日均人收入超过 25 元，技术好的“勤手妈妈”日均收入超过 60 元。“勤手妈妈”们的实际劳动收益和精神面貌的明显改善，该项目也逐步在当地得到了认可和欢迎。

一位年轻的勤手妈妈激动地说：“我现在每天都感觉特有劲儿，我做的花儿越多，赚的就越多，我就能给孩子更好的学习条件。其实我也是想给她做个榜样，让她知道要靠自己的双手和劳动才能创造好的明天。”

2019 年“99 公益日”，该项目联动了河北省大名县、武强县、魏县三个县，共同积极开展社会公众动员，最终在三天内获得 19406 人次捐赠共计 856462.61 元。有了这些项目资金，不仅武强县，附近的县市也将陆续加入持续解决脱贫后返贫问题的大军中。



图 1-20 长沙慈善会联合宁乡市新康志愿服务队发起的《慈善好少年》项目

长沙慈善会借助互联网平台和产品工具，创新地想出帮助农村资源“变废为宝”，进一步为农村创造出良性、可持续发展动力，帮助共同缓解脱贫后返贫的问题。

长期以来，居住在城市的人们，都希望到农村去走走看看，生活在城市的孩子，对农村的一花一草都充满着好奇。

多年扎根于农村的慈善组织宁乡市新康志愿服务队，萌生了一个想法——组织夏令营召集城市孩子来到农村，和农村本地的留守儿童一起，共同学习一些课外公益课堂，例如青少年安全自救互救课程，以及帮助引导孩子们了解家乡的农业文明、传统文化底蕴，认知各类农作物、农产品、农用具以及各种家禽和牲畜。夏令营活动，获得家长们的肯定，也受到当地村民的欢迎。该项目自 2016 年开始就陆续参加“99 公益日”，筹集资金成为组织夏令营所需经费的有效保障。

在农村，还有一个普遍现象，不少曾经的村级学校，由于经济社会的快速发展，都已改变了原有教室的教学用途。

基于夏令营活动的经验，以及村小现状，宁乡市新康志愿服务队联合长沙慈善会，在腾讯公益发起《慈善好少年》项目，计划将原先的夏令营活动进行升级，与贫困区县内有健全村办学校基础设施的村委会合作，把失去原有教育用途的村办学校改造为公益教育社会实践基地，城市孩子的不断到来，不仅能变废为宝，解决当地农产品销售问题并创收，还能推动当地民俗发展，还能借助城市资源和互联网新思路，持续为农村注入新的发展活力。

借助腾讯公益及传播筹款工具，扎根一线的慈善组织，在全国各个角落，都可以随时随地、长期持续地发起扶贫的小而美项目，有效助力可持续化脱贫，减少返贫问题。

激发基层村社脱贫的信心和动力，培育和畅通基层村社脱贫的方法和渠道，动员社会力量有效参与基层村社脱贫攻坚，这是脱贫、防止返贫的必经之路。

- 湖北省慈善总会积极运用“互联网+扶贫”，改变以往一刀切的扶贫项目模式，在全省范围内实施“幸福家园”村社互助项目，为全省所有行政村和社区设立可以独立募款的村社互助基金，引导湖北省内各贫困村社结合自身脱贫需求，依托村社的自有资源，发布公众募捐项目。截至 2019 年 9 月 24 日，全省共有 2252 个村社参与，认领基金，发布基础设施建设、关爱“三留守”、环境改造等各类项目 1866 个，涉及 75 个县（市、区），累计筹集善款 2770 余万元，超过 17 万人次加入慈善互助行列。其中，在 2019 年“99 公益日”三天，获得 13 万人次的公众捐赠 385 万元。有了村社互助基金，可以稳定、持续地推动村社经济自发展、自繁荣，一定程度上有效遏制返贫。

特别篇

疫情防控与脱贫攻坚“两手抓”

腾讯战疫扶贫

2020 年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年，但突入其来的全球性新冠肺炎疫情，成为影响脱贫攻坚的最大不确定性因素。2020 年 2 月，国务院扶贫开发领导小组印发通知，强调疫情防控阻击战和脱贫攻坚战都是重大政治任务，要一手抓疫情防控，一手抓脱贫攻坚³⁶。3 月 6 日，习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会上发表重要讲话，要求“坚决克服新冠肺炎疫情影响，坚决夺取脱贫攻坚战全面胜利，坚决完成这项对中华民族、对人类都具有重大意义的伟业”³⁷。

作为一家互联网科技企业，腾讯将自身定位为产业互联网时代各行各业的“数字化助手”，发挥连接器、工具箱和生态共建者的角色。在新冠肺炎疫情之战中，腾讯秉持科技向善，以互联网科技的力量，通过技术和产品为全球战疫提供支持。

从紧急驰援前线到长远保障安康，从自我驱动到汇聚全网的善意，腾讯的战疫是温暖的，始终没有忽略对以人为本的坚持。从第一时间伸出援手，到持续不断的捐助升级，从生产生活的连接器到数字时代的新基建，腾讯的战疫也是有力的，不断探索互联网科技能力对社会运转的维系³⁸。在当前疫情防控常态化形势下，腾讯也积极利用自身数字化能力助力脱贫攻坚。

抗疫基金，捐助升级助力全民战疫

2020 年 2 月 7 日，腾讯宣布设立 15 亿元“抗击新型冠状病毒感染肺炎疫情综合保障基金”。这是腾讯在设立首期 3 亿元疫情防控基金、2 亿元战疫开发者公益联盟资金池后，再次升级追加 10 亿元基金，为抗击疫情进行助力。其中，战疫基金将专设 3 亿元的“致敬战疫人物基金”，用于对战疫一线做出特殊贡献人士的致敬和慰问。

首期 3 亿元“疫情防控基金”于 2020 年 1 月 24 日疫情刚爆发时紧急设立，主要用于采购紧缺物资，解疫情前线燃眉之急。截至 2 月 7 日，腾讯已联合全球伙伴采购 335 万个口罩、12.51 万套防护服，以及大批防护手套、护目镜、消毒液、呼吸机、耳温枪、75% 乙醇、检测试剂盒等防疫物资，正陆续送达前线并完成发放。

疫情爆发以来，腾讯公益平台也始终响应中央对疫情防控工作的总体要求和统筹指挥，发挥平台和技术的力量，连接供给和需求，为全民抗疫提供了助力。截至 3 月 31 日，腾讯公益平台和战疫相关捐款人次，已经超过 1261 万；103 家慈善机构在腾讯公益平台上线 164 个和战疫相关的项目，一共募款金额 6.307 亿元。

其中，为了帮扶在疫情中经济生活受到巨大影响的贫困劳动者，中国社会福利基金会在腾讯公益平台发起“困境群众百日战疫”项目，呼吁社会各界力所能及地奉献爱心，在国家基本福利

36. 《国务院扶贫开发领导小组：坚持如期全面完成脱贫攻坚任务不动摇》

https://mp.weixin.qq.com/s/d7DkE3_Bc2E_HSSv3Wm6Hg

37. 引用自习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的讲话，

<http://cpc.people.com.cn/n1/2020/0307/c64036-31621223.html>

38. 引用自腾讯抗击新冠肺炎疫情 CSR 专题报告《守护善的力量》

制度基础上，为因新冠肺炎受影响建档立卡贫困户、低保户、低收入人群等相关群体提供支持。截至3月31日，该项目收到将近30万元捐款。

“腾讯为村”，全面攻克农村防疫痛点

随着新冠肺炎疫情形势的发展，疫情从城市向农村蔓延的情况已引起各界的高度关注。从长远来看，农村疫情防控的效果好坏，直接关系到全国人民的“菜篮子”，关系到现代化建设劳动力需求的满足，更关系到全体中国人的情感文化寄托。在农村疫情防控这个挑战独特的关键战场，腾讯人一直在努力，充分利用互联网工具及时、高效地助力农村防疫，践行企业社会责任。

针对我国农村基层医疗卫生机构相对薄弱的医疗服务能力，2020年春节前后，“腾讯为村”紧急升级上线了多项针对农村防疫的互联网服务，从就医问诊健康自查、疫情科普谣言粉碎、传播动员群防群控三个方面，全面助力攻克农村疫情防控的痛点难点。

农村现有医疗卫生条件的劣势对疫情防控十分不利，基于微信的村庄公众号平台“腾讯为村”利用已覆盖全国15000多个村庄的平台优势，用“互联网+”的方式弥补农村医疗卫生条件的不足。

1. 就医问诊健康自查：敏捷上线低成本工具

乡镇医院和县医院承担着绝大多数村民的就诊需求，疫情之下亟待提高接诊能力，“腾讯为村”敏捷上线低成本工具，帮助村民就医问诊健康自查。2020年1月23日，“腾讯为村”平台开始面向农村发布疫情信息，宣传抗疫文件精神，并逐步上线了“新冠肺炎实时救助平台”，截至2月7日平台使用量已超68万人次。1月26日，“腾讯为村”联合腾讯投资的微医集团，上线了7*24小时免费在线问诊服务，随后又开辟“心理援助专区”，自研上线了“疫情健康自查”等，通过这些线上功能提供村民就诊便利，降低交叉感染风险，缓解村民的紧张焦虑情绪。

2. 疫情科普谣言粉碎：数据支撑权威专业

受限于教育程度和文化习惯等因素，农村地区的卫生意识、卫生习惯和卫生知识等相对还比较薄弱，谣言容易产生，对农村防疫工作的正常开展极为不利。针对这一痛点和难点，“腾讯为村”及时联合腾讯医典上线“全国新型肺炎疫情动态”专区，在专区的“专家解读”板块，腾讯医典组建了超过30位权威医学专家参与的编审团，每天上线超过百篇图文视频科普内容，解读疫情诊疗进展，解答热门问题，传递科学防疫知识。截至2月7日，已有超过20.5万人次的村民在“腾讯为村”上使用了该项服务。此外，“腾讯为村”平台还联合腾讯“较真”上线了“谣言粉碎”栏目，可实时查看鉴别信息真假。

3. 传播动员群防群控：激发乡村内生动力

农村地区囿于有限的线下宣传渠道，有效信息的触达颗粒度较大，加上单方向宣传对村民意见反馈的收集能力有限，无法提前做出研判，不利于农村疫情的群防群控。针对这一痛点和难点，“腾讯为村”充分发挥平台优势，激发乡村内生动力，支持各地乡村利用互联网工具做好本村的疫情防控，紧急升级了村委向村民发布通知模版的消息条数、上线了紧急消息通知以及“我们在行动”板块等。据统计，截至2020年5月11日，各地村庄已在“腾讯为村”平台上向

自己的村民发布疫情防控信息36.7万条，有超过150万用户关注疫情信息，并即时阅读防疫知识，浏览量超3984.2万，点赞超2739.3万，评论超401.8万。“腾讯为村”平台还鼓励各村记录疫情期间的感人点滴、工作安排、联防总结、接地气的防控技巧和倡导倡议等，便利农村群众开展群防群控工作。

产销对接，多元平台破解滞销难题

此次疫情对贫困地区的农业生产带来负面影响，成为农村地区的脱贫工作的掣肘。一方面，生产所需的化肥、农药、种子等物资运输受阻，影响着贫困地区的春耕活动；另一方面，疫情对贫困地区农产品的产销对接带来冲击，影响着贫困户就业与增收。

疫情防控期间，针对部分农村地区出现的农副产品滞销问题，腾讯发动多平台积极组织农副产品产销对接，开展产业扶贫，利用腾讯“互联网+”的能力，提升优质农副产品品牌知名度，拓展外销渠，解决滞销农特产品销售难题，不断巩固提升脱贫攻坚成果。

为了帮助受疫情影响的农产品滞销问题，腾讯看点联合农产品大宗交易电商平台一亩田共同发起了“百县直播助农计划”第一期“县长走田间”活动，该计划同时得到了农业农村部农村社会事业发展中心的指导和支持。首期直播货品包括砀山酥梨、延安苹果、临县红枣、万荣苹果。据统计，第一期4场县长直播总曝光量超4781万、观看人数达176万人，并促成多笔大额订单。其中，砀山酥梨开播仅半小时卖出20万斤、延安苹果预计采购量30吨/周、临县红枣达成销售额16万元、万荣苹果达成意向采购100吨，一定程度缓解了疫情期间地方农产难销状况。

2020年4月5日起，腾讯新闻和腾讯看点直播举行湖北线上专场直播，11位县长为自家茶叶直播“带货”，与全国茶友“云”品第一杯春茶，帮助茶农展开“卖茶自救”。本次直播活动是由中国农业国际合作促进会茶产业委员会联合多家单位共同组织的“县市长请您喝春茶”——第二届春茶采购节（线上）大型推介、对接活动，为受疫情影响的茶农纾困。

疫情当前，腾讯微视也通过电商促销、短视频带货方面的举措，为疫情期间各地农产品的销售开辟了有效渠道，为丰富全国各地人民在疫情期间的的生活物资提供助力。2020年4月29日，腾讯微视乡村品牌计划正式发布，将通过“一键接入亿级流量平台、零门槛挂货零门槛销售、平台运营体系助力销售、专人对接赋能品牌提升”四大扶持政策，扶持全国百家优秀农企，千款优秀农产品，万个优秀三农账号，打造健康完善的三农内容电商生态。

结语

随着脱贫攻坚战进入尾声，互联网科技作为新时代最重要的社会创造力，借助新技术和平台聚集效应，在“后脱贫时代”将继续大有可为。

腾讯将继续践行“用户为本、科技向善”的理念，一方面将持续积极参与互联网公益事业，创新“互联网+公益”扶贫模式，探索前沿技术在公益领域的应用，推动行业整体进步，以理性公益为“后脱贫时代”的公益事业发展蓄力。

同时，腾讯将继续引导技术和产品放大人性之善，利用“科技+文化”能力，在“后脱贫时代”继续积极寻找前沿科技解决方案，用技术弥合资源鸿沟，探索构建数字时代正确的价值理念，社会责任和行业规范，助力消除相对贫困和乡村振兴，释放数字红利，推动长效振兴。

创作团队

总顾问	翟红新	司 晓	葛 燄	
总策划	傅剑锋	孙 懿	李 刚	刘 琼
总 编	孙 怡	周子祺	史川楠	

研究团队

腾讯研究院	孙 怡	周子祺	黄 薇	
腾讯公益	史川楠			
腾讯发展研究办公室	陈兴杰			

调研团队

腾讯公益	程 曦 李 晨	马丹丹	张小康	陈 敏
腾讯新闻	魏传举 刘 静	田 野	汪晓为	周 维
腾讯看点	王亮亮	付英男	林慈童	卓琬纯
腾讯生态合作部	耿小勇			
腾讯光子工作室群	夏牧子			
腾讯西南总部	李墨若迷			
腾讯扣叮	党建国 胡慧雯	李 涟	曾 蓉	张煜瑾
腾讯智慧校园	潘鸿雁	翟东海	安韶坤	
腾讯优图实验室	黄飞跃 戚 蕴	李季櫟 沈鹏程	李绍欣	周可菁
腾讯守护者计划	黄 凯 李 新	刘 鹏 杨学丽	刘 洋	汤海鹏
腾讯金融业务公共事务部	滕 辉	高小强		
腾讯研究院	杜晓宇	吴朋阳		