

影响力规模化探索的五大模式

中国基金会发展论坛·2019年会

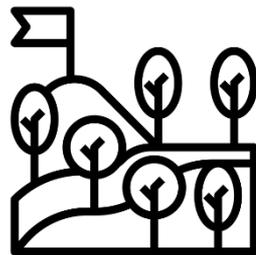
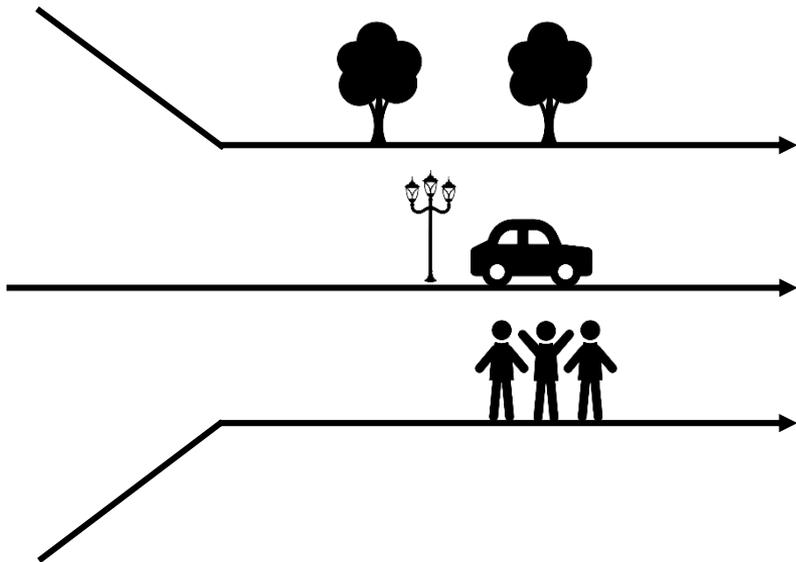


中国好公益平台
The Effective Philanthropy Multiplier

过去几年，行业内的不同伙伴在规模化解解决社会问题的共同目标下，呈现了多元的探索



中国好公益平台
The Effective Philanthropy Multiplier



今天，我们想要共同探讨以下话题

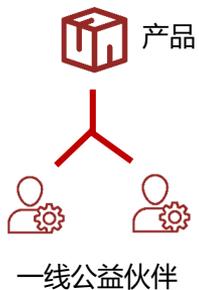


中国好公益平台
The Effective Philanthropy Multiplier

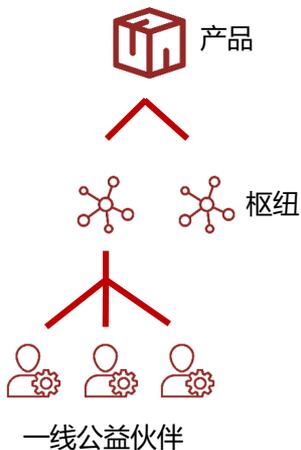
1. 在探索规模化的实践中，有哪些主要的模式？
2. 区域公益生态的视角，对我们理解规模化提供了什么启示？

我们观察到以下五种主要的规模化模式

模式一



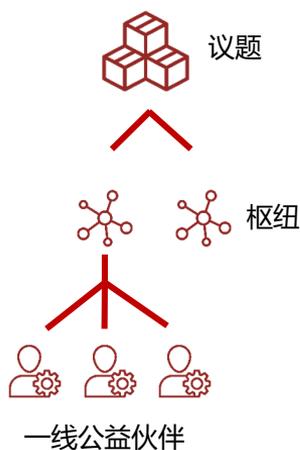
模式二



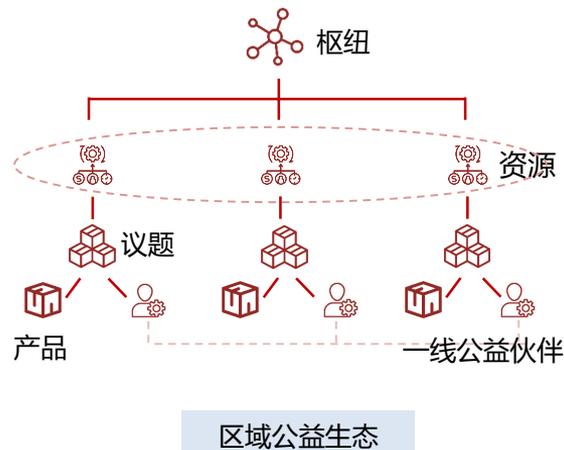
模式三



模式四

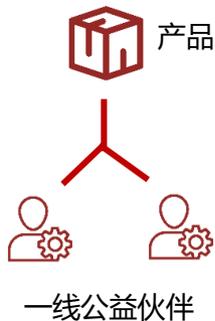


模式五



模式一

模式一



案例代表

逆风飞翔·事实孤儿



模式的优势：

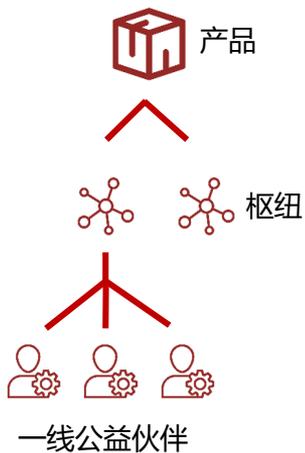
- 产品方与落地合作伙伴间的关系较紧密，便于支持与管理；
- 沟通链条短，信息对称且及时

模式的挑战：

- 产品方服务能力天花板明显，有效服务一般不超过30家。

模式二

模式二



案例代表

公益小天使



模式的优势:

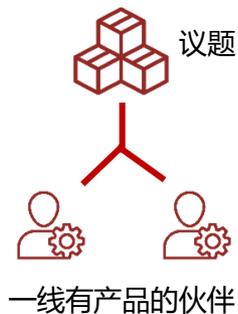
- 借助枢纽型组织，加快规模化复制的速度
- 服务范围增大
- 枢纽型组织可分担部分支持性的职能，相对去中心化

模式的挑战：

- 能承担支持职能、具备相关能力的组织比较少
- 单个产品负担网络成本
- 与一线伙伴沟通和反馈链条变长

模式三

模式三



案例代表

扶贫基金会美好学校



模式的优势:

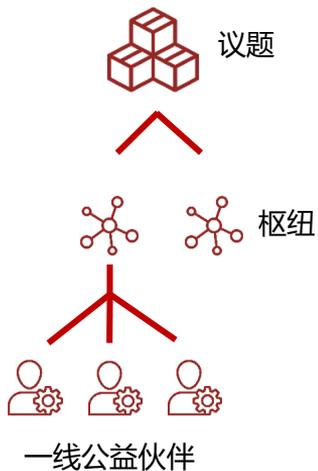
- 形成更为完善的服务体系，相比单一产品更全面地满足社会需求、回应社会问题；
- 利益相关方便于在同一议题领域下联合行动；
- 更利于联合筹款

模式的挑战：

- 打造议题网络所需的资源要求高；
- 对议题领域的专业知识有一定要求

模式四

模式四



案例代表

壹基金壹乐园公益计划



模式的优势：

- 形成更为完善的服务体系，相比单一产品更全面地满足社会需求、回应社会问题；
- 利益相关方便于在同一议题领域下联合行动；
- 借助枢纽型组织，加快扩大规模化的覆盖范围；
- 更利于联合筹款

模式的挑战：

- 对中心机构在资源、管理等方面的要求较高；
- 对议题领域的专业知识有一定要求

区域公益生态：规模化探索中易被忽视的视角

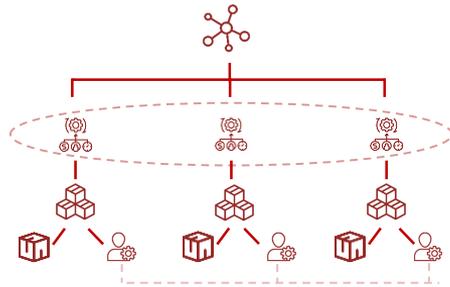
“产品”和“议题”是规模化探索中主要的两个视角：

- 产品—规模化复制—产品网络；
 - 回应部分需求
- 产品网络—丰富/迭代—议题网络；
 - 协同难度大，资源整合能力强

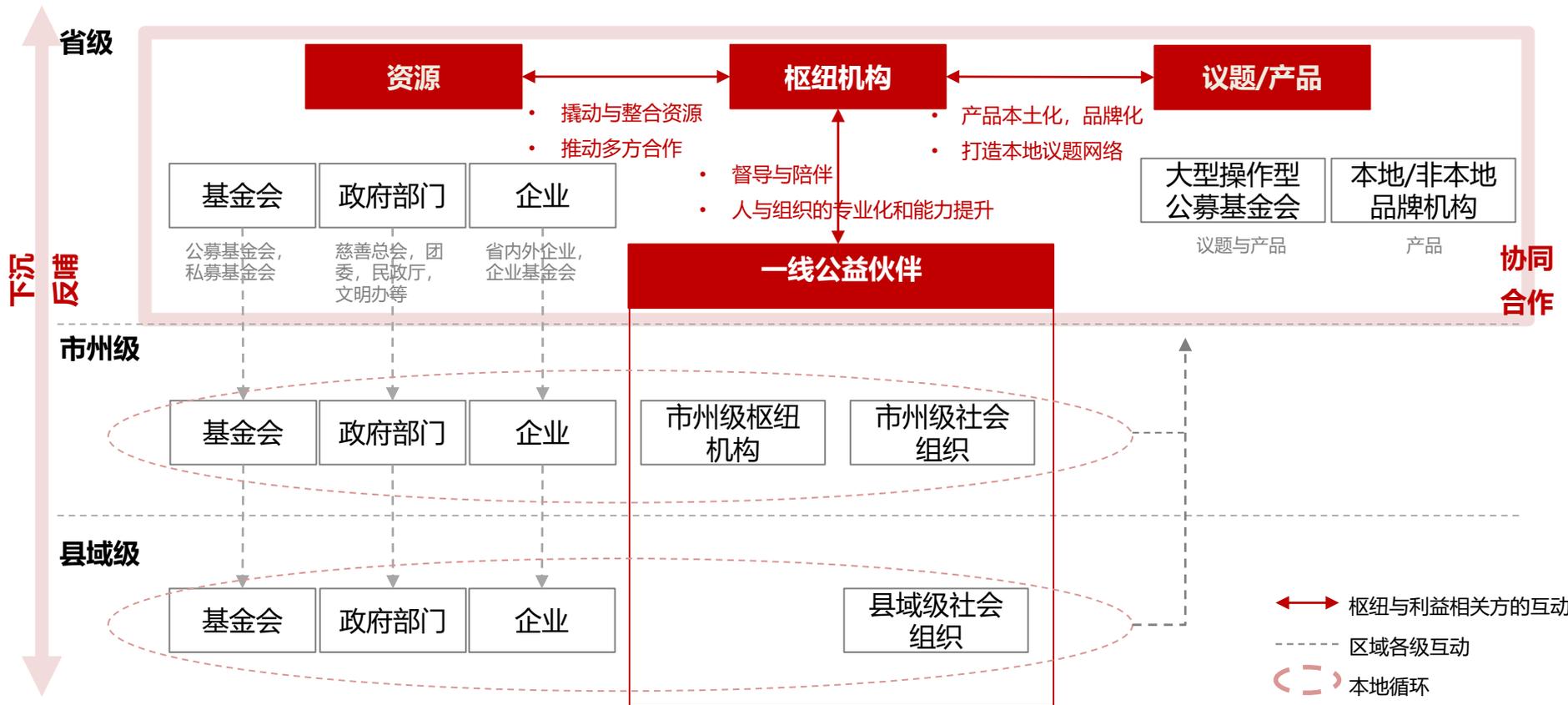


山东、贵州等地的实验带来新的视角和启发：

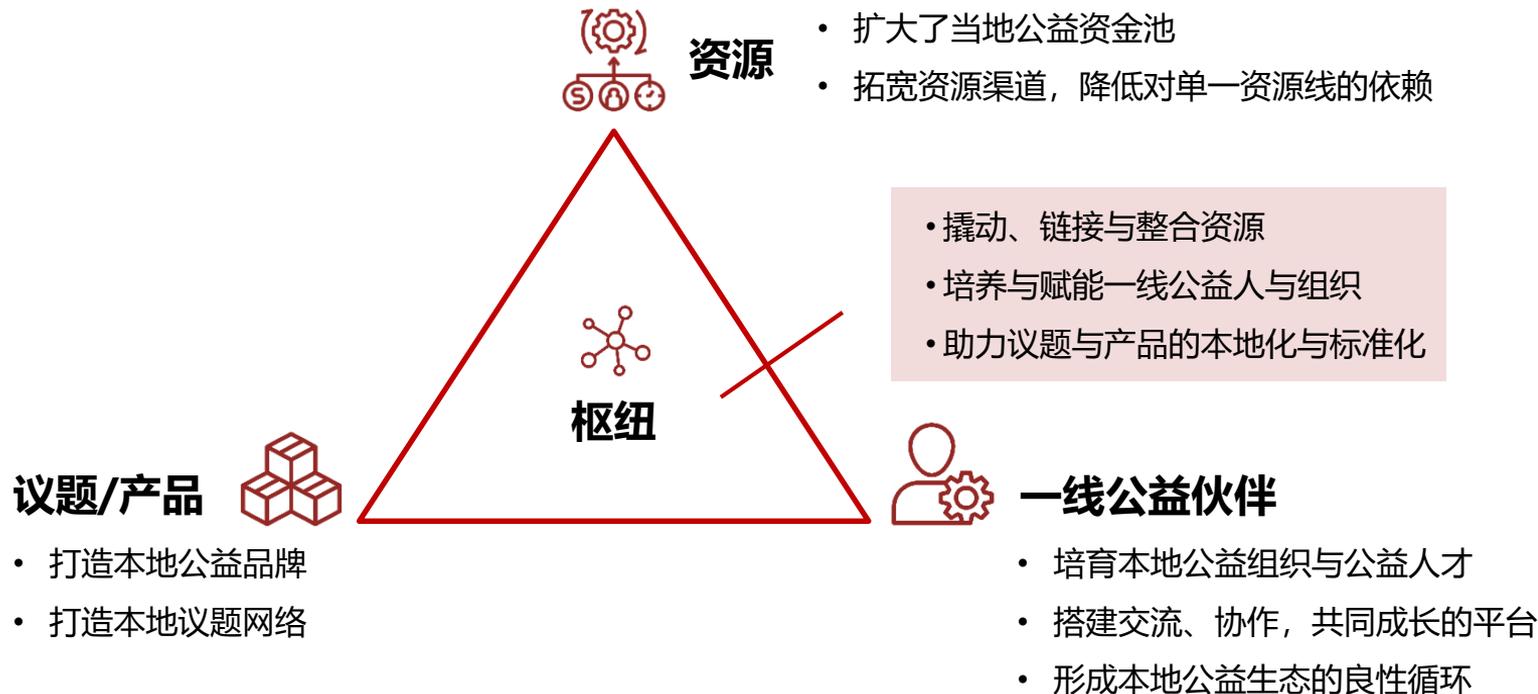
- 区域公益生态的发展对于规模化解解决社会问题有很大的价值——公益的土壤；
- 枢纽型组织在推动区域公益生态发展中的作用不可或缺；
- 这一视角存在很多潜能有待挖掘，值得更多关注



模式五：枢纽驱动的区域公益生态模式



枢纽驱动的区域公益生态模式的价值



枢纽驱动的区域公益生态模式的挑战



中国好公益平台
The Effective Philanthropy Multiplier

资源



- 政府、企业等资源方的人员变动所带来的对资源可持续性的挑战；
- 利益相关方整合、协同、合作，对枢纽型组织的综合能力提出了较高的要求；
- 行业对区域公益生态发展、区域公益组织与人才建设的关注与投入不足

一线公益伙伴



- 一线公益伙伴的数量和能力有待提升；
- 枢纽支持与陪伴一线公益伙伴的工作量和难度很大；
- 形成县域公益生态的良性循环，对于牵头机构的要求较高；

议题/产品



- 真正贴合本地社会需求、可操作、能落地的优质公益产品或议题产品组合少；
- 打造本土公益品牌的能力尚不足

规模化的模式有多种可能性，共同探索和探讨



中国好公益平台
The Effective Philanthropy Multiplier

- 我的组织的使命和目标是什么？
- 我的优势、所长和相对劣势是什么？
- 我面临的外部环境是怎样的？有什么机遇和挑战？
- 我是否有意愿和能力与其他组织开展合作？什么合作模式是适合我的？
- 有没有可能在社会部门之外，寻找规模化的新的突破？
-

谢谢!



中国好公益平台
The Effective Philanthropy Multiplier