

明星公益：持续性、国际化、全民化

■ 本报记者 王心怡

明星做公益，实属老生常谈。据了解，福布斯杂志今年的一份研究表明，中国十亿美元富豪数世界第二，但慈善捐款仅及欧美4%。由此可见，中国的慈善和公益理念还未得到广泛的普及，这就需要一部分有影响力的人站出来，把公益推到公众面前，让每个人自觉出力做公益。

有人说“明星做慈善也许是为了给自己树立一个好‘人设’，也许是作为一个公众人物要在大众面前做好榜样，也许是公关团队对明星的要求，也许是用慈善洗白自己的黑点，也许是为了虚浮的名利，也许是真的想要奉献一份爱心。不论是怎样的目的，不论明星们为什么要做慈善，这终究使一些需要被帮助的人得到帮助。”

虽说如此，但自始至终，明星做公益还是公众讨论的热点。2017年，BAZAAR明星慈善夜中一众明星到场却未捐款，常年关注尘肺病人、退伍老军人及贫困家庭的袁立被质疑借题炒作等都在其列。

但更多的是我们从积极角度观察到的现今明星参与公益的三个关键词：持续性、国际化、全民化。

明星参与公益的持续性

2017年，“公益一姐”韩红继续发动百人医疗援助行动——“韩红爱心·百人援宁”，此次行动是韩红爱心百人医疗援助系列公益行动的第七个年头，自2011年起，韩红已经带领百人团队走过六个省份，他们用爱心将西藏、内蒙古、新疆、青海、贵州、甘肃这六个省份串联起来，虽是在炎热的夏天，但她们带来的是温而不灼。

她们行走在荒滩戈壁，奔驰在大漠草原，捐建康复指导中心、捐建急救室、捐赠爱心药箱、捐赠医疗救护车、为疑难病人免费手术……

七年来，韩红爱心团队捐赠总额逾亿元，义诊5万余人次，捐建儿童福利院和敬老院30



2017年8月2日，“七年坚持——韩红爱心·百人援宁”活动正式启动

所，捐建“韩红爱心 乡镇急救室”20所，免费为患者实施手术4000余例，为乡镇卫生院捐赠救护车和医疗巡诊车155辆。

除此之外，谈到对慈善事业的坚持，当然少不了为公益事业默默出力的古天乐。2009年建立了一座位于广西壮族自治区藤县岭景镇的古天乐小学，此后，数座古天乐小学相继在广西、贵州、云南、甘肃、四川等地建起，截至2017年3月，古天乐在内地已捐建学校/教学楼97所，卫生室18所，爱心水窖750眼，小水利工程1座。

像韩红、古天乐等明星一样长期关注一个公益领域，可以让身上的公益标签更突出，也可以在更大程度上了解、推动所关注的领域，形成自己的公益品牌，胜过在多个领域浅尝辄止。如谈到乡村支教，就会想到江一燕；提到行走的力量，就会想到陈坤；提到抗击艾滋，就会想到彭丽媛……

明星参与公益走向国际化

“6.1红鼻子节”，由网红王尼玛带领暴走漫画主办，于2017年4月14日在中国正式

启动。其鼻祖是在英国历史最悠久的公益节日“红鼻子节”，起源于1988年，由“喜剧救助组织”举办，《真爱至上》导演理查德·柯蒂斯为创始人之一，每逢奇数年的三月举行，活动期间，人们会佩戴红鼻子走上街头参与募捐，节日当天，英国众多知名喜剧演员会拿出压箱底儿的绝活，在BBC ONE 6小时的直播节目中进行表演，演员们希望人们在喜剧的欢笑中了解世界上还存在许多贫困和不公平的现象。目前累计筹集资金约3.37亿英镑，支持了7000多个扶贫项目，其中60%的资金用于非洲，40%的用于英国本土。

除了英国，“红鼻子节”还走进美国、德国、爱尔兰、冰岛等国。“红鼻子节”提倡以赞助善款的方式换取任何快乐，而不是毫无回报的施舍，倡导“通过娱乐传递社会正能量”，旨在打造一个“没有贫困的公正世界”，吸引了全球2700多位知名人士的参与，已然成为一个全球性的欢乐盛典和快乐爱心的公益IP。

暴走漫画作为“6.1红鼻子节”在中国的主办方，获得英国“红鼻子节”品牌授权，传播“快乐公益，喜剧慈善”的核心价值，打造中国持续发展的泛内容娱乐化的公益品牌。于6月1日举办“六一红鼻子节晚会”，6月1日晚8点在优酷进行直播。活动收入按比例捐赠给“暴漫行动公益基金”，该专项基金由“暴走漫画”和“深圳市关爱行动公益基金会”联合设立，旨在帮助青少年健康成长，筹集善款用于支持免费午餐基金、美丽中国和西部阳光基金会等公益合作伙伴以及关爱儿童、帮助青少年健康成长的公益项目。

参与方式包括在天猫暴走旗舰店购买红鼻子，拍摄佩戴红鼻子的照片参与新浪微博#6.1

红鼻子节#互动，观看当晚在线直播等。在6月1日直播当晚，集结了450万同时在线观看量，把#6.1红鼻子节#送上热门微博话题榜第三。“六一红鼻子节晚会”举办后的第三天（6月4日），王尼玛曾在网络上发文称：“通过红鼻子节晚会和之前的活动，我们募集了大约300万元，数字每天还在上涨。”

“6.1红鼻子节”引入国外的公益模式，为明星参与公益增添了新玩法，融入了更多的轻松氛围，同时也提升了观众的参与体验。

明星参与公益更注重全民化

9月9日，2017 BAZAAR明星慈善夜如期而至，现场百余位影响力明星、名人、企业家集体亮相，60位慈善者联盟成员为爱助拍，3000位爱心粉丝到场助阵，共募集善款102,782,845.92元，首次破亿，话题的阅读数、网民参与数均再创新高，#2017BAZAAR明星慈善夜#8大话题总阅读量达到92亿人次。

在BAZAAR明星慈善夜走过的15个年头，从一个小小的善念到萌芽，再到实现，从弱小到强大，15年的专注、15年的坚持，让BAZAAR成为一场影响中国慈善的晚宴，它在娱乐化与全民化慈善中间搭建了一个完美的平台。

2017 BAZAAR明星慈善夜开创了明星与公众共同参与公益的新局面，充分体现了明星的广泛影响力，实现了明星参与公益的重要作用，即把原本小众的公益话题变得大众化。

慈善是一种文化，一种情怀，更是一种精神。希望每个人都平等地看待明星慈善，无论是出钱还是出力，他们都应得到我们的掌声。

【明星公益】

明星公益总能成为公众讨论的热点，2017年，明星参与公益的模式有三个关键词：持续性、国际化、全民化。



2017年9月9日，BAZAAR明星慈善夜15周年盛典在京举办