

十年前没有微信,也没有 99 公益日

中国绿化基金会:当年我们这么做生态扶贫

■ 本报记者 皮磊

如果没有微信,也没有 99 公益日,那么互联网公益该怎么做?相信很多人都会在心里画上一个大大的问号。

7月19日,来自全国各地的企业捐赠方代表、明星公益粉丝团、政府部门代表以及公益组织代表等走进宁夏固原,对中国绿化基金会“幸福家园暨网络植树”生态扶贫公益项目宁夏项目地进行了实地探访。“幸福家园支持的村庄,村民全部提前脱贫。”这是当地人对该项目最简单却也是最中肯的评价。

2007年,中国绿化基金会联合相关单位启动了“幸福家园暨网络植树”生态扶贫公益项目,以10元一棵树的小额捐款模式,借助互联网向海内外募集善款。十年来,项目影响并带动全球超过3500万人次捐赠5500余万元,援助中国西部偏远贫困地区种植生态经济树超过1500万株,绿化荒山荒地面积超过11万亩,贫困地区受益农户达15000户。

十年前,互联网信息技术远没有今天这么发达,社会上关于“生态扶贫”的声音也比较弱;通

过十年的摸索实践,该项目逐渐融合了生态建设和消除贫困两大难点,开创了自然保护与扶贫开发相结合的可持续公益新模式,对其他扶贫项目也具有一定的借鉴意义。

将生态保护和扶贫结合起来

我国西北部地区干旱少雨,土地荒漠化、沙化现象比较严重,这对农民生产生活造成了很大影响。靠天吃饭是很多地方农民生活的真实写照,也是导致当地农村人口贫困的主要原因之一。与此同时,在一些贫困地区,向自然要地的情况也十分严重,过度开垦山地、林地的现象时有发生,导致生态环境遭到破坏。

如何在保护生态环境的同时改善农民的生活水平、提高农民收入,是一个十分复杂的问题,也是很多公益机构在探索的方向。

中国绿化基金会希望通过“幸福家园暨网络植树”生态扶贫公益项目,动员社会力量,支持西部贫困地区生态环境保护与扶贫开发,帮助当地贫困家庭



“幸福家园暨网络植树”生态扶贫公益项目宁夏项目地枸杞丰收(中国绿化基金会供图)

实现劳动脱贫、人与自然和谐相处的可持续发展目标,并进一步增进全社会对环境保护、扶贫减困的认识,使生态建设与扶贫减困等行为成为更多公民的自觉行动。

甘肃省通渭县是该项目的首个试点地。据了解,通渭县是甘肃省18个干旱县和全国41个扶贫开发重点县之一。全县46.82万人中,贫困人口为10.49万,人平均年纯收入不足900

元。该县县域内沟壑纵横,资源禀赋较差,农民基本处于靠天吃饭的状态。同时,过度开垦山地的情况屡屡发生,导致生态环境急剧恶化。

(下转 07 版)

专访中国绿化基金会秘书长

陈蓬:我们要不断探索网络公益发展规律

■ 本报记者 皮磊

《公益时报》:你曾到很多地方进行调研,在生态保护和扶贫等方面看到了哪些变化?

陈蓬:习总书记提出的“绿水青山就是金山银山”的理念是我们国家发展方式的一大转变,生态文明建设已经成为国家发展的一个重要战略。总体来说,我觉得社会对于生态保护的重视程度提高了很多,国家财政资金投入也很大,对生态建设也很重视。

当然,这其中也还存在一些问题。比如说在社会参与力度方面,生态公益项目募集到的善款与教育、卫生、扶贫等领域相比还是很低,因为生态项目周期比较长,见效也慢。但值得肯定的是,目前公众的参与热情越来越高,这也要求我们开发更好的线上线下参与渠道。

《公益时报》:“生态扶贫”的理念最近几年提的比较多,但十年前中国绿化基金会就已经开始在这个领域进行实践。当年发起这样一个生态扶贫公益项目是出于什么考虑?

陈蓬:我国西部地区土地荒漠化、沙化现象比较严重,由此导致的人口贫困等问题也比较突出,这也是西部地区实现可持续发展面临的最严峻问题。如何将西部地区生态环境的改善和扶贫工作结合起来,找到一个合适的落脚点是我们要首先考虑的问题。

另外,西部贫困地区需要绿



中国绿化基金会秘书长陈蓬在2018年宁夏项目地探访活动中致辞(中国绿化基金会供图)

化,但是发动大家每个人拿出三五元钱去西部植树也不现实。所以我们想到借助互联网的优势,通过网络捐赠、植树活动把西部地区 and 广大网民连接在一起,不管捐赠多少你都可以参与这个项目。捐赠额达到一定规模之后,我们就会找到合适的地点将项目落地。在这个过程中,公众、企业、政府、农户等各个环节都参与了进来。

《公益时报》:前不久,基金会组织了一次项目地探访活动。这次活动吸引了易烱千玺等明星粉丝团,而且他们都是自费参与。你如何看待明星名人以及粉丝团对于公益事业带来的影响?

陈蓬:生态环境保护与扶贫工作是一项长期且艰苦的工程,

需要长期投入,也需要全社会共同参与。明星的一言一行能够影响并带动一批人关注并积极参与公益事业,在社会上产生一种示范效应,同时也能够产生很好的传播效果。

对于粉丝来讲,在追星的过程中其自身的价值观念也会受到影响,比如通过跟随明星做公益来支持他们,对自己来说也是提升自我价值的一种方式。在这方面易烱千玺粉丝团就是一个很好的例子。对于公益事业来说,明星及粉丝公益能够产生“1+1>2”的效果,产生积极的推动作用。

《公益时报》:十年前没有微信,也没有99公益日,但是基金会的生态扶贫项目紧紧抓住了

时代发展趋势,在“互联网+生态扶贫”方面做得非常好。有什么经验可以和大家分享?

陈蓬:“互联网+”是社会发展的一个大趋势,在网络筹款方面我们行动比较早,比如说十年前我们就创立了“中国网络植树节”这个品牌项目,现在很多机构也推出了类似的筹款项目。另外,我们还积极推动志愿者现场体验和网络反馈系统建设,对于行业发展也带来了一些启示。

当然,很多时候我们也是摸着石头过河,但“互联网+生态扶贫”的主题没有变,我们一直在坚持。最早我们还通过手机短信进行募捐,互联网技术升级换代了,我们就跟着升级换代,将业务的发展和技术的发

《公益时报》:一个项目能够坚持十年确实不简单,最重要的还是要紧跟时代发展趋势。

陈蓬:这些年我们也一直在思考,能够和大家分享的经验主要有以下几个方面:第一,生态环境的建设要贴合国家的决策部署,及时关注国家的相关政策方针;第二,公益项目的设计、开展要紧密结合广大公众的需求,要和公众的需求合拍;第三,要注重科学技术的更新换代,重视科技创新对公益事业产生的影响;第四,要不断创新自身的管理手段和理念,由松散的管理走

向规律性的管理。

面对现代社会的快速发展,公益机构应该建立一套快速反应机制,同时我们还要不断地研究社会发展规律,研究网络发展规律。在此基础上,我们还要对市场细分做专门的研究工作,比如说哪个地区捐的钱最多、哪些群体愿意给你捐钱、在什么时间段捐钱的最多等。针对这些分析,公益机构要做好相应的对策。

《公益时报》:中国绿化基金会是改革开放以来成立的最早的基金会之一,你觉得这么多年来基金会的发展理念及工作方式发生了哪些变化?

陈蓬:中国绿化基金会已经走过33年的发展历程,这其中也走过一些弯路,但总体来说还是朝前发展的。我们从过去单一的开展植树造林活动逐步转向综合性发展,比如说我们现在在开展植树造林的同时,也开展生物多样性保护、湿地保护、防止沙漠化、传播生态文化等一系列工作。

在筹款方面,我们由以往的被动接受社会捐款转变为现在的主动出击。基金会的工作也从零碎化转向品牌化,培育除了绿色公民行动、百万森林计划、幸福家园-西部绿化行动、自然中国等一批品牌项目,从依靠民间和企业转向多方协作,同个人、企业、地方政府、社会团体等各方面都建立了良好的合作关系。