



S20中国演艺明星公益经典案例集 (2019)

发起方：中国扶贫基金会
执行方：ABC 美好社会咨询社
支持方：中国传媒大学全国公益广告创新研究基地
北京艾漫数据科技股份有限公司

2020年7月

目录

一、	绪论	3
(一)	宗旨和内容	3
(二)	案例集的筛选机制	4
1.	信息来源	4
2.	入围标准	4
3.	筛选指标	4
4.	筛选方法	6
5.	修整校对	7
二、	2019 年度演艺明星公益项目 S20 案例	8
(一)	合作参与模式演艺明星公益项目	8
S20	爱乐融聆听计划——杨紫、王子异等	8
S20	99 公益日——王凯、苏有朋、王俊凯、王源、邓伦、陈立农等	10
S20	减防灾项目——蔡徐坤	12
S20	爱心包裹——杨幂、王宝强	14
S20	儿童安全教育工程——陈立农	16
S20	病房图书馆——何炅、UNINE	18
S20	“脱贫攻坚战 王牌在行动”——沈腾、贾玲、华晨宇、关晓彤	20
S20	为乡村孩子刷“屏”——ONER、谷嘉诚、吕佳容、冯文娟、海铃、厉嘉琪	22
S20	极限挑战公益演唱会——岳云鹏、华晨宇、张信哲、大张伟、刘宪华、欧阳娜娜等	24
S20	暖冬行动——贾乃亮、杨幂	26
S20	三石阳光童趣园——吴磊	28
S20	2019 芭莎明星慈善夜——易烱千玺、景甜、雷佳音、刘涛、姚晨、宋祖儿等	30
(二)	直接参与模式演艺明星公益项目	32
S20	韩红爱心·百人援川——韩红、陈明、金池、吉杰、谭维维、王铮亮等	32
S20	让爱回家·陪伴空巢老人——黄晓明	34
S20	筑巢行动——林志玲	36
S20	关爱肾病儿童公益行动——孟鹤堂、周九良	38
S20	“one night 给小孩”公益电台——周迅、倪妮、舒淇、刘诗诗、井柏然、海龟先生等	40
S20	行走的力量——陈坤、倪妮	42
S20	王俊凯启智儿童图书馆——王俊凯	44

(三) 间接参与模式演艺明星公益项目	46
S20 黄房子 (The Yellow House) 美学启蒙公益——李宇春	46
三、 2019 年度演艺明星公益项目入围案例	48
(一) 合作参与模式演艺明星公益项目	48
乡村医生健康扶贫项目——李光洁	48
安心工坊项目——蔡依林	49
星声图书室项目——霍尊、张新成、连淮伟、范丞丞、王晨艺	50
爱心音乐教室项目——乌兰托娅	51
《青春有你》——百美村宿项目——李汶翰、李振宁、王喆、管栎、嘉羿、胡春杨等	52
圆特困儿童上学梦——张天爱	53
零疟疾从我开始——王嘉	54
善行者公益徒步——陈乔恩、田亮、黄英、刘畊宏、徐洁儿、李嘉佳、任永全、陈嘉慧等	55
十只羊奔小康计划——阿云嘎	56
“寒门学子”大型公益项目——佟丽娅	57
快乐能量计划——陈涛、石凯、范丞丞、嘉羿、陈宥维等	58
圆山里娃的足球梦——阿雅、大鹏	59
旧书公益行动——易烱千玺	60
(二) 直接参与模式演艺明星公益项目	61
嫣然天使基金——发起人李亚鹏先生和王菲女士	61
爱的分贝公益音乐会项目——周笔畅	62
足球第一课——鹿晗	63
扶贫万里行——韩磊	64
(三) 间接参与模式演艺明星公益项目	65
能量榜样团体公益工程——李现、朱一龙、蔡徐坤、邓伦、TFBOYS、王嘉尔等	65
毕业后图书馆项目——古力娜扎	66
生日公益应援——王源	67
四、 致读者	68
鸣谢	69

一、 绪论

（一） 宗旨和内容

我国慈善事业的发展为演艺明星公益行业的进步营造了良好的环境，推动着演艺明星公益行业不断向广度与深度拓展，演艺明星公益的运作模式也在不断丰富、创新。与此同时，社会公众对演艺明星公益活动项目的要求也越来越高。为展现 2019 年度演艺明星优秀公益项目，推动明星公益事业健康规范发展，研究组特推出《S20 中国演艺明星公益经典案例集（2019）》（以下简称<案例集>）。

《案例集》旨在收录并展现我国明星公益领域的经典案例，从而对明星公益领域的各个参与方起到借鉴作用。

- 对于发起方，可在明星公益项目的立意、发起领域和开展形式等方面提供参考，助力发起方关注和解决更多社会问题；
- 对于执行方与合作方，可在明星公益项目的创意传播、专业度提升等方面提供示范和借鉴；
- 对于受助方与社会公众，不仅起到了公示的作用，更是扩大了明星公益项目的社会影响力和感召力；



图 1 明星公益项目的相关参与方

为达到上文提到的宗旨和使命，本案例集收录了 2019 年度 40 个完整案例（排名不分先后），共分为两部分：

1. 20 个经典案例（以下简称 S20 案例）

这些案例在专业性、创新性、前瞻性和可参考性方面均有突出表现，研究组主要围绕项

目的持续年份、社交声量¹、创新形式²、明星参与度³、受益群体等亮点展开研究。这些项目也是《案例集》重点介绍的内容。

2. 20 个入围案例

此部分重点讨论这些案例的项目发起方、执行方、关注领域、开展形式，以及案例描述等内容。

(二) 案例集的筛选机制

1. 信息来源

本案例集集中涵盖的**演艺明星**来自艾漫数据⁴提供的 2019 年公益影响力⁵TOP300 艺人名单，**公益项目**来源于发起方官网、主流媒体的新闻报道及相关平台的公开报道。统计时段为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，对于一些持续性内容，如微博话题、阅读数、讨论量等不能单独统计的，其截止时间为 2020 年 4 月。

2. 入围标准

案例入围标准为完整性和多元化。

- **完整性**：指可以通过公开渠道收集关于该公益案例的完整信息，包括与案例相关的各组织机构及参与明星、关注领域、公益形式等；
- **多元化**：主要探讨该公益案例是否具有社会影响力、专业性、持续性和创新性这几个特点。

对于信息不完整和多元化特点不明显的案例不继续做深入研究。

3. 筛选指标

案例筛选指标设计为社会影响力、专业性、项目持续时间和创新性四项，并在此基础上细化出 10 项二级指标和 15 项三级指标（详见图 2）。

¹社交声量：明星公益项目相应微博超话的阅读量和讨论量，及项目发起方微博的转赞评量。

²创新形式：明星公益项目在需求回应、项目模式、倡导方式、技术手段方面的创新。

³明星参与度：明星自身参与公益项目的程度。

⁴北京艾漫数据系一家数据服务机构，其在自然语言处理、大数据挖掘等领域具备多项自主知识产权与核心技术，秉持真实与公正的企业理念。目前，艾漫数据是“人民网-明星系列榜单”的独家大数据合作商，同时也为多家国际品牌提供大数据决策支持等数据服务。

⁵公益影响力：明星在 2019 年度的公益影响力综合评分，由明星公益口碑、明星个人热度、参与公益项目的级别与频次加权计算得出。

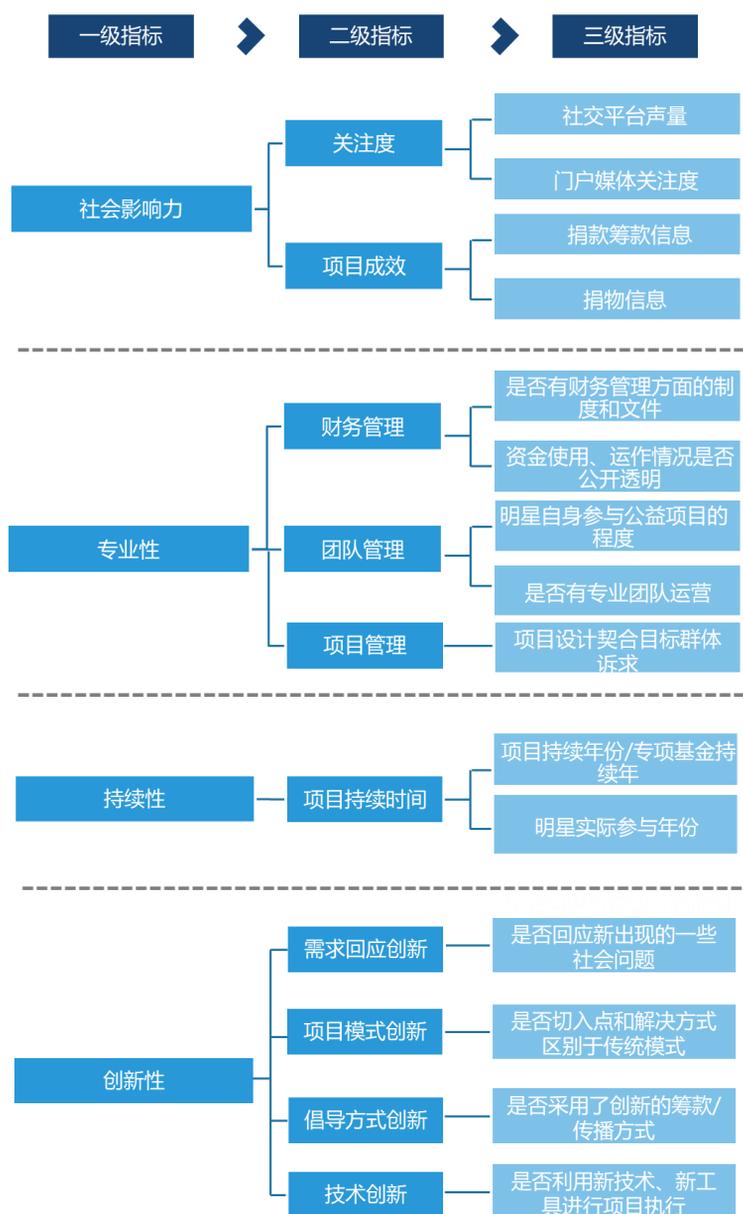


图2 案例筛选指标示意图

(1) 社会影响力

社会影响力很大程度上反映了明星公益项目在社会上的传播情况和社会公众的认可度。研究组主要从社会公众对明星公益项目的“关注度”和“项目成效”两个方面进行衡量。

在关注度方面，研究组聚焦“社交平台声量”、“门户媒体关注度”这两个指标：前者关注项目对应微博超话的阅读讨论量，以及活动主办方微博的转赞评量；后者反映各个关键词2019年在百度、微信、微博和搜狗上分别被检索的频率。

在项目成效方面，研究组分为“捐款筹款信息”与“捐物信息”两个指标，两者均为定量指标，以直观的方式衡量项目成效。

(2) 专业性

项目执行过程中，专业性是项目成功与否的重要评估因素，它会影响项目如何运用有限的资源、在限定条件下实现或者超过设定的需求和期望的方面。研究组主要从“财务管理”、“团队管理”和“项目管理”三个方面来衡量项目专业性，具体三级指标包括“财务管理制度”、“资金运作透明”、“明星参与程度”、“专业团队运营”以及“项目设计契合诉求”。

(3) 持续性

持续性主要表现为“项目持续时间”。受助群体是否可以长期有效获得帮助，项目持续性是对其的重要保证。研究组将“项目持续时间”细分为“专项基金持续时间”和“明星实际参与时间”两个三级定量指标，以充分考虑项目自身和明星自身对项目价值的提升作用。

(4) 创新性

创新的公益项目需要根据社会的发展和变化，识别出新环境下目标群体的需求，创造出解决目标群体需求或相关社会问题的新方法和手段。具体创新性分为“需求回应创新⁶”、“项目模式创新⁷”、“倡导方式创新⁸”和“技术创新⁹”四个二级定性指标，由评审人员结合客观事实进行评价。

4. 筛选方法

(1) 案例库的建立

根据艾漫数据提供的 2019 年公益影响力 TOP300 艺人名单，通过线上搜索、线下梳理的方式，对 2019 年发生过的明星公益项目进行整理，从中选取了信息完整的 314 个项目形成案例库。

(2) 案例筛选过程

案例筛选过程主要分为 3 个步骤：

- 步骤一：研究组根据上文提到的案例筛选指标，对案例库中的 314 个案例逐一打分，然后按照打分对案例进行排序；
- 步骤二：研究组将排名前 70 的案例具体评分情况报送公益方面的专家、顾问，并与专家、顾问就案例的筛选指标和评分标准的合理性、公平性及准确性进行深入探讨，最后共同确定了上文提到的筛选指标以及 60 个进入专业评审阶段的评审案例；

⁶ 需求回应创新：公益项目是否回应新出现的社会问题。

⁷ 项目模式创新：公益项目的切入点和解决方式是否区别于传统模式。

⁸ 倡导方式创新：公益项目有无采用新的筹款或传播方式。

⁹ 技术创新：公益项目执行过程中，是否用到新技术或新工具。

- 步骤三：引进由 18 名专家及公益人士组成的专业评审组，按照上文提到的案例筛选指标，由专业评审组对 60 个评审案例再次进行评级式打分，将 60 个案例分为 A、B、C 三级，然后将归类为 B 级（即为排名在 20-40 的区间）的案例列为入围案例，归类为 A 级（即为排名前 20 的区间）的案例列为经典案例。

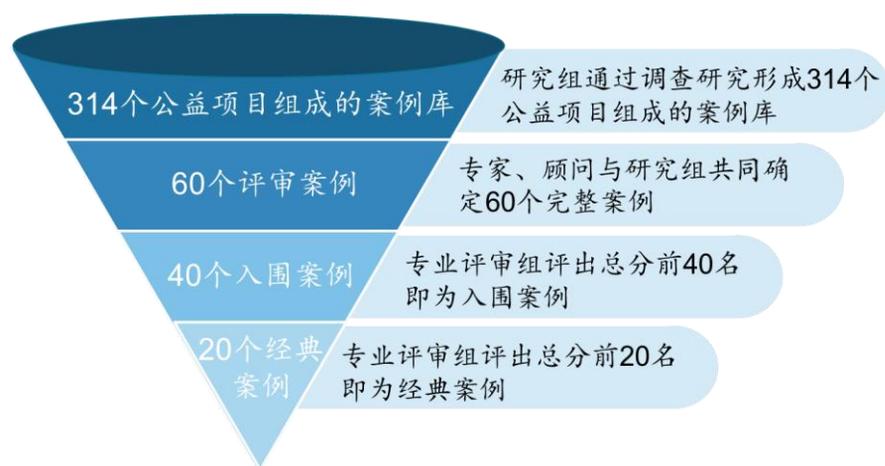


图3 案例筛选方法示意图

5. 修整校对

在初步完成案例集后，研究组将会召开专题座谈会，对案例集内容进行修整和校对（详见鸣谢名单）。

二、 2019 年度演艺明星公益项目 S20 案例

(一) 合作参与模式演艺明星公益项目¹⁰

S20 爱乐融聆听计划——杨紫、王子异等



关键词

医疗卫生、听障救助

发起方

中国听力医学发展基金会

执行方

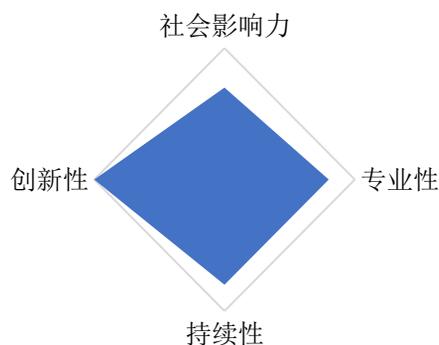
中国听力医学发展基金会

案例描述

“爱乐融聆听计划”是为贫困听障儿童提供立体化救助的公益基金。该基金为弱势听障群体提供治疗、康复、上学、培训、就业等公益救助服务。杨紫、王子异等明星于 2019 年成为“爱乐融聆听计划”公益基金的爱心大使，并在微博等平台积极宣传该公益项目。

具体来说，“爱乐融聆听计划”旨在通过助听设备支持、康复教育和融合教育资助、全纳资源教室、创业就业支持、推动听力医学及言语康复发展等多种方式为弱势听障人群及其家庭提供多方面的支持和救助。

杨紫、王子异等明星受邀成为该项目的爱心大使，并通过微博等多种方式积极宣传“爱乐融聆听计划·益起唤醒小耳朵”公益项目，呼吁社会各界关注听障儿童，帮助他们早日



¹⁰演艺明星公益运作模式的一种，合作参与指演艺明星与基金会、企业、媒体以及政府合作参与，发挥各自的专长，统一组织协调进行公益项目的运作。

回到有声世界。在各位明星生日之际，粉丝团体纷纷开展生日公益应援活动，为爱乐融聆听计划捐款捐物，共同助力听障儿童的生活，让无声世界感受更多的缤纷。

我国目前仍有一定比例的听力障碍儿童，听障儿童只要尽早植入人工耳蜗或佩戴助听器，并加以专业的康复训练，就能康复成正常人。然而受经济条件的制约，手术及后续听力言语康复费用高昂，大部分听障儿童家庭承受着巨大的压力。爱乐融聆听计划为弱势听障群体提供治疗、康复、上学、培训、就业等公益救助服务，关注听障儿童，帮助他们尽早植入“小耳朵”，并加以专业的康复训练及融合教育，回归到有声世界。

自 2016 年 10 月，“爱乐融聆听计划”正式成立以来，已经筹集了超过 800 万的善款，为众多听障儿童提供了帮助。2019 年，爱乐融聆听计划为 23 位听障人士提供了人工耳蜗及手术费用支持；捐赠助听器 20 台；设备维护 137 次；为 197 位听障儿童捐赠了一年康复费；为 35 位捐赠了融合教育费用；为康复中心援建 129 间全纳资源教室；举办了家长培训 5 期、教师培训 3 期。杨紫、王子异等明星作为“爱乐融聆听计划”公益基金的爱心大使，不断在各平台提高该公益项目的知名度，助力该公益项目的广泛传播。

影响力数据

微博话题#益起唤醒小耳朵#阅读量约 1.1 亿次，讨论量约 184.2 万次。

案例亮点

- **救助对象明确，项目目标清晰：**该项目关注弱势听障群体，为这些群体中的个体送去温暖，包括医疗救助、康复帮助、设备支持、教育资助、创业推动等。听障群体处于相对弱势，社会上难免对这个领域关注不够。该项目通过自行帮助、舆论宣传等方式引起社会对这部分人群的关注，使得听障群体获得关怀。
- **项目连续四年，社会影响力高：**2016 年 10 月正式成立，连续四年进展顺利。每一年的项目成效都较上一年有较大发展，活动范围逐渐铺开，关怀帮助体系逐渐完善，形成了较高的社会影响力，并吸引了多位明星爱心大使和推广大使参与其中，捐款捐物达到预期。
- **资助标准和捐款详情公开透明：**“爱乐融聆听计划”是中国听力医学发展基金会下设公益基金，项目运作规范、信息透明度高。在基金会官网统一发布资助标准和捐款详情，有利于增进社会对项目的信任度。



图片来源于网络

关键词

互联网公益、理性公益

发起方

腾讯公益慈善基金会

执行方

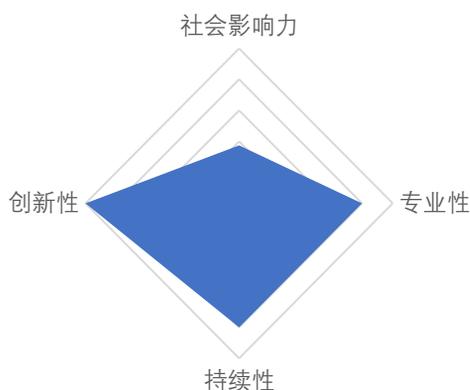
腾讯公益慈善基金会与数百家公益组织

案例描述

为了唤起人们的公益热情、募集善款并投入到需要帮扶的地方，2015年9月9日起，腾讯公益联合数百家公益组织、知名企业、明星名人、顶级创意传播机构共同发起“99公益日”活动。

2019年的“99公益日”，为号召公众加入公益，腾讯公益联合腾讯视频发起明星公益特别记录，邀请明星实地体验公益项目、探访受助对象。共上线苏有朋、王俊凯、王源、邓伦、火箭少女101、R1SE、王凯等“公益召集人”的七支纪录短片。此外，腾讯公益与腾讯新闻星推榜、爱佑慈善基金会携手蔡依林、杨紫、刘涛、李现、邓伦、欧豪、王晓晨、宋祖儿、侯明昊9位明星一起发起“星推榜为爱助推”公益活动，号召粉丝为爱豆打榜，为公益项目解锁捐款，也是粉丝公益的一次良好实践。

2019年，“99公益日”的主题是“一块做好事”，倡导各方共同建设理性公益生态系统，关注与投入到捐赠人、慈善组织、受助人三者的长期连接，建立长期的慈善信任，建设长期的公益效率。99公益日在公益玩法的探索和创新，是其作为互联网公益鲜活样板的重要特点。2019年，99公益日推出“全民爱公益”、“爱心接力”、“集小红花”三大创新交互方



式，意在用轻松互动的形式，提升公众参与度。用户可以通过集小红花等方式能让配捐金额加倍。除了捐钱之外，还可以捐步、捐声音、捐读书时间甚至捐微笑、捐知识。”99 公益日”从线上延展至线下，从公益行业延伸到社会大众，用群众喜闻乐见的形式，践行人人公益，这是中国互联网+公益的生动形式。

2019 年，参加“99 公益日”的社会组织和爱心企业双双突破万家，在募款额、透明度、覆盖面上再创新高。“99 公益日”取得了引人注目的公益成绩：4800 万人次网友通过腾讯公益平台捐出善款 17.83 亿元，超过 2500 家企业配捐 3.07 亿元，加上腾讯公益慈善基金会提供的 3.9999 亿元配捐，总共募得善款 24.9 亿元。

影响力数据

微博话题#99 公益日#阅读量约 17.8 亿次，讨论量约 1162.2 万次；

微博话题#2019 年 99 公益日#阅读量约 12 万次，讨论量约 979 次。

案例亮点

- **总捐款金额大：**共有 4800 万人次捐款 17.83 亿元，加上腾讯公益慈善基金会的 3.9999 亿元配捐和 25000 多家爱心企业的 3.07 亿元捐款，2019 年“99 公益日”筹得善款 24.9 亿，是去年捐款总额的 2 倍多。
- **腾讯根据个人捐助的金额进行配捐：**2019 年“99 公益日”的配捐规则调整为“公众、企业、腾讯配捐比例为 1：N：X”，即用户每一笔不低于 1 元的捐款，企业自行决定同步捐出一定金额，腾讯也会随机捐出一定金额。
- **“财务披露+独立审计+随机抽检”提升透明度：**“99 公益日”2016 年面向慈善组织推出专业的财务披露模板，发展到 2019 年，“99 公益日”进一步明确了行业自律、项目展示期、项目异议期、数据核查期、独立审计、违规处理等机制。公益日结束后，腾讯公益将根据筹款金额排名分梯度分领域，随机抽取一定比例的项目开展独立审计，并联合有关主管部门、行业专家、第三方机构，随机开展项目独立评估，对违规行为坚决查实一单、处理一单。
- **线下激励机制创新：**累计有 3585 家机构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；国内各大繁华地段，累计上线公益广告多达 41243 个点位，曝光量高达 23 亿次。

S20 减防灾项目——蔡徐坤



关键词

防灾减灾、安全教育、物资保障

发起方

中国扶贫基金会

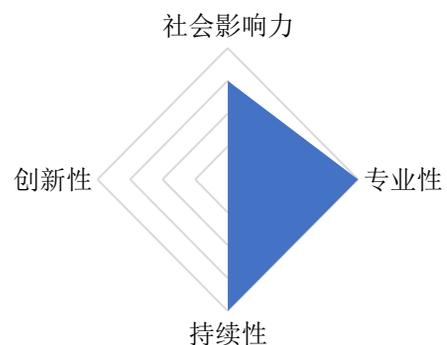
执行方

中国扶贫基金会

案例描述

中国扶贫基金会及其发起的人道救援网络于 2014 年发起了灾害预防教育类倡导项目“减防灾项目”。2019 年 5 月 12 日，在“向灾害 SAY NO”暨小小减灾官全国公益科普活动启动仪式上，蔡徐坤正式被授予中国扶贫基金会减灾形象大使称号，推广减防灾项目。2019 年 8 月 2 日，蔡徐坤探访中国扶贫基金会校园减灾教室，为小朋友们示范诵读火灾逃生歌谣并分发礼物。

2019 年，减防灾项目实现了家庭和校园防灾减灾的全覆盖，项目包含三个子项目：校园减灾教室、家庭保障箱、小小减灾官。校园减灾教室项目由中国扶贫基金会推出，通过在学校建设减灾教室、结合《小学生防灾减灾教育指南》开展减灾课程开发和培训，搭建具有“教学、展示、游戏、体验”四大功能的减灾互动实体平台，从而提升校园综合减灾能力。家庭保障箱项目由中国扶贫基金会研发，致力于解决灾后（地震、水灾等）灾区群众在 15 天内的



基本生活需求，包括综合保暖、卫生清洁、安全防护、妇幼特需这四大灾区民众需求。小小减灾官由中国扶贫基金会于 2017 年联合中国气象局公共气象服务中心共同发起，鼓励儿童主动学习安全知识，并向身边的人传递安全知识。

蔡徐坤早在 2018 年 9 月就参与了中国扶贫基金会的善品公社项目，为中国亿万农民发声支持，助力脱贫攻坚，担任减灾形象大使后积极探访校园减灾教室。在蔡徐坤的公益号召之下，蔡徐坤粉丝团与中国扶贫基金会自 2018 年 12 月 23 日起，共合作发起了 3 个减防灾项目，举办了 2 场减防灾校园公益活动，总参与人次达 14 万，减防灾专项善款筹集近 70 万，筹集 1500 个家庭备灾物资保障箱、捐赠 520 本蔡徐坤推荐的励志书籍、发起筹款的 1 间校园减灾教室实现落地。

影响力数据

微博话题#中国扶贫基金会减灾形象大使蔡徐坤#阅读量约 5.5 亿次，讨论量约 39.7 万次。

案例亮点

- **明星与粉丝在公益路上携手并进：**早在 2018 年 11 月，中国扶贫基金会就对蔡徐坤及蔡徐坤粉丝（IKUN）积极参与各类扶贫救灾活动的公益行为予以了肯定，并授予“2018 社会力量参与救灾先进团体”荣誉纪念。2019 年 5 月 12 日，蔡徐坤被授予中国扶贫基金会减灾形象大使称号，即日蔡徐坤粉丝团在蚂蚁金服公益平台（现支付宝公益平台）发起筹款，最终成功为宁夏永宁县闽宁镇中心小学筹集了一间校园减灾教室。2019 年 8 月 2 日，“向灾害 SAY NO 活动暨校园减灾教室项目探访活动”在宁夏永宁县闽宁镇中心小学举办，蔡徐坤出席活动，为减灾教室揭牌，为小朋友们示范诵读火灾逃生歌谣并分发礼物。同时，蔡徐坤粉丝团自发为“向灾害 SAY NO”的三个系列项目（校园减灾教室、家庭保障箱、小小减灾官）设计项目说明海报与捐款操作指南等，推动了项目的传播。
- **儿童成为知识的传播者：**校园减灾教室项目中，儿童是减灾防灾知识的接受者，是实践活动的体验者。在小小减灾官活动中，儿童成为了知识的传播者。儿童身份的切换既有助于儿童巩固减灾防灾知识，激发儿童对于减灾防灾知识的学习兴趣，也有助于儿童将知识向身边的父母、朋友传播。在减灾防灾公益科普的道路上，该项目找到了新的知识传播主体。



关键词

小包裹、大爱心、教育扶贫

发起方

中国扶贫基金会、电影频道

特别支持单位

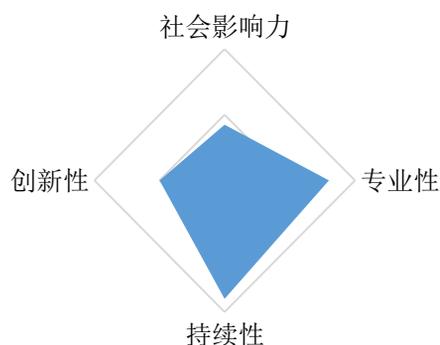
中国邮政集团

执行方

中国扶贫基金会

案例描述

“爱心包裹项目”致力于通过组织爱心包裹捐赠的形式，改善贫困地区农村小学生综合发展和生活条件，给贫困地区及灾区的孩子们送去一对一的关爱。杨幂自 2011 年便加入“爱心包裹项目”，成为“爱心包裹项目”爱心大使，参与公益宣传片的拍摄。近年来，杨幂持续关注项目，2019 年，在“爱心包裹项目”成立十周年之际，杨幂为项目捐赠 50 万元，并在“99 公益日”等活动节点通过线上发声或授权肖像等方式支持项目宣传。2010 年，王宝强成为“爱心包裹”爱心大使，为项目拍摄了宣传片及海报，呼吁公众关注贫困地区的孩子。2019 年，王宝强再次担任“爱心包裹项目”爱心大使，捐赠了 50 万元，并在 2019 年 4 月为



项目录制公益广告、在“光影星播客”栏目宣传爱心包裹项目，以自身影响力号召公众参与项目；同年5月，王宝强出席“爱心包裹项目十年总结暨新战略发布会”一同见证项目发展的十年及未来计划；6月，王宝强前往河北省赤城县一所小学探访并为孩子们送去儿童节礼物，与孩子们亲密互动，用实际行动传播爱。

“爱心包裹项目”成立于2009年，正是汶川地震后的第二年，社会各界对于灾区人民的生活、灾区孩子们的学习依旧非常关注。于是“爱心包裹”的主要捐助对象设为了地震灾区的小学生们。经过10年发展，“爱心包裹”的捐助对象已发展为贫困地区及灾区的孩子。

“爱心包裹”具有参与便捷、参与门槛低、资金使用透明、体验性强的特点。捐赠人可以邮政网店或网上捐购等其他便捷渠道参与一对一的捐助模式。每个包裹的费用构成清晰明确。且捐赠人可在捐款后获得受益人相关信息、中国扶贫基金会感谢信、捐赠票据以及受益人填写的回音卡，感受到参与公益的成就感与自豪。

截止2019年年底，“爱心包裹项目”筹款超7.26亿元，年均超过7000万元。2019年2月26日，中国扶贫基金会联合阿里巴巴公益正式启动了“来自熊猫国度的礼物——国际爱心包裹项目（Panda Pack Project）”，让“爱心包裹”走出国门，通过为“一带一路”沿线发展中国家的贫困小学生发放“爱心包裹”，改善他们的基本学习和生活条件。“小包裹”承载“大爱心”，“爱心包裹”正在把爱心道路越走越宽、越走越远。

影响力数据

微博话题 #小包裹，大爱心#话题阅读量约170.8万次，讨论量约2798次。

案例亮点

- **明星参与感、使命感强：**杨幂自2011年来共向“爱心包裹”项目捐款逾150万元，并带动粉丝一起捐款，切实帮助了一大批贫困地区的孩子，王宝强自2010年多年担任项目爱心大使，出席“爱心包裹十年总结暨新战略发布会”，数次亲赴受助小学探访，给孩子们发放爱心包裹。
- **项目参与便捷，资金使用透明，捐赠方参与感强：**一对一的捐助模式，捐赠人在捐款后获得受益人相关信息、扶贫基金会感谢信、捐赠票据以及受益人填写的回音卡，项目运作经验丰富且高效，真正推动了全民公益。
- **项目持续时间长：**“爱心包裹”项目有10年发展历史，截止2019年年底，项目总筹款超过7.26亿元，超过600多万名小学生受益，每一分钟都有一个孩子实现彩色梦想，为推动全民公益事业做出重要贡献。



图片来源于网络

关键词

安全教育、防灾减灾

发起方

中国儿童少年基金会

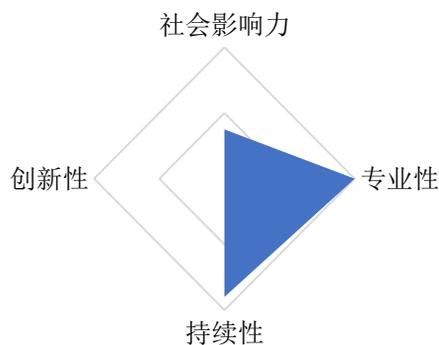
执行方

中国儿童少年基金会

案例描述

为了关注儿童健康、保护儿童成长，积极响应党和政府关于减防灾的号召，2009年，中国儿童少年基金会（简称儿基会）推出了面向幼儿园、小学、中学和社区的“儿童安全教育工程”。2018年11月，陈立农主动捐赠50万元人民币，并在2018年1月-2019年5月多次与儿基会通过线上微博互动形式传播安全知识，微博转发量超过百万。

2019年5月5日-9日防灾减灾周，由陈立农捐赠的安通安全教育工程厦门市安全教育示范课程巡讲活动圆满结束。2019年6月1日，陈立农成为儿童安全推广大使。2019年10月，陈立农向内蒙古呼和浩特市民族实验学校捐赠儿童安全体验教室，并到现场与儿童进行互动。陈立农对项目的参与度高，而且为项目带来了较强的影响力。



2008 年的汶川地震中，中国儿童少年基金会在废墟中救助了 672 个来自震区的孤困孩子。经历了汶川的伤痛后，中国儿基会意识到自然灾害、交通事故等意外伤害事件频发、儿童安全意识单薄、自我保护知识匮乏等原因，使儿童少年的生命安全和身心健康时时受到威胁。2009 年，中国儿基会开始推行“儿童安全教育项目”。儿童安全教育工程捐助标准划分清晰，分成了 50 元安全应急包、15 万元安全体验教室、100 万元儿童安全体验中心三个档次的捐助形式，且详细列出了每种捐助形式下的捐赠内容，做到信息透明公开。儿童安全教育工程的实施，可以提高广大儿童少年安全应急技能和相关场所的安全管理水平，并帮助孩子们增强安全意识、掌握防灾知识、提高应对突发危险的自救能力。

经过 10 年发展，“儿童安全教育工程”已经向全国捐建安全体验教室 300 余间，举办移动安全体验营、安全管理培训班等活动百余场，受益人次超过 1000 万。十年间，“儿童安全教育工程”与各地方安全教育主管部门紧密合作，后参与了 2008 年四川汶川地震、2010 年青海玉树地震、2013 年四川雅安地震、2014 年云南鲁甸地震、2017 年四川九寨沟地震等受灾地区灾后重建和儿童安全教育普及工作，同时也与各地相关部门紧密携手，助力各地儿童安全教育发展，建设儿童安全教育示范基地。

影响力数据

微博话题#陈立农儿童安全推广大使#阅读量约 5630.8 万次，讨论量约 10.4 万次。

案例亮点

- **明星多次宣传倡导，影响力较强：**陈立农作为出道不久的演艺明星，向“儿童安全教育工程”捐赠 50 万元人民币。2018 年 11 月至 2019 年 5 月，陈立农与儿基会多次通过线上微博互动形式传播安全知识，相关微博话题获超过 5000 万的阅读量；2019 年 5 月的防灾减灾周，捐赠儿童安全教育工程厦门市安全教育示范课程，2019 年 6 月 1 日成为儿童安全推广大使，2019 年 10 月向内蒙古呼和浩特市民族实验学校捐赠儿童安全体验教室。
- **项目持续时间长、专业性强：**项目自 2009 年起成立，为推广普及儿童安全教育做出了持续的努力，十年间，项目收益人次累计超过 100 万。项目分为三个等级的捐款标准，并标明每个等级的物资明细；项目设有信息披露制度，会定期公布年度报告、工作报告、审计报告、项目公示等信息，确保爱心人士了解钱款去向和项目进度。



图片来源于网络

关键词

病房儿童、教育发展

发起方

中国华侨公益基金会

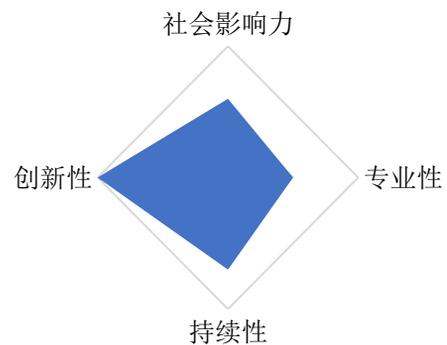
执行方

北京微爱公益基金会

案例描述

病房里不只有疼痛，还应该有温暖和爱。“病房图书馆”项目自2017年成立以来，一直致力于改善病房内无法阅读的现状，丰富病患朋友们们的精神生活。2019年，UNINE与何灵为爱发声，积极地参与到“病房图书馆”项目的宣传中。

由于因为治疗的临床需要，很多通过移动智能设备进行的阅读并不适合患者的身体现状，并且还有相当大一部分群体没有经济能力进行电子阅读，“病房图书馆”项目解决了患者们对阅读巨大的热情与无法进行阅读之间的矛盾，极大地丰富了病患朋友们尤其是孩子们在院就医期间的枯燥的生活，同时也有利于缓解医务工作者的紧张情绪、构建和谐有序的医患关系、营造医院的文化氛围。患病的孩子需要更多的关爱和关注，帮助他们幼小的心灵勇敢面



对生活的挑战。一个小小的病房图书馆，凝聚了全社会爱心人士的爱，让住院的孩子们感受到社会的温暖。

2019年6月19日，“UNINE”齐聚化身爱心推广大使，为“病房图书馆”公益项目站台发声，此外何炅也为该公益项目喊话“book, love, hope, 加油!”。UNINE 和何炅的发声刮起一股“公益旋风”，带动一众粉丝积极参与到“病房图书馆”公益项目中。在7月3日，北京微爱公益基金会联手轻松筹、华侨公益基金会和公益明星 UNINE 陈宥维共同走进北京航空总医院，启动北京航空总医院病房图书馆揭幕仪式，并进病房实地慰问病房儿童为住院儿童赠送了儿童读物，希望孩子们能在书本中发现不一样的世界，让他们拥有面对疾病的勇气和信心。

“病房图书馆”项目自2017年3月正式立项以来，已经进入30个省市的89家医院，如首都医科大学宣武医院、四川大学华西医院等。截至目前，“病房图书馆”项目共捐款数额871074元，捐赠图书6万余册，图书推车300余辆，受益人数5千余人。

影响力数据

微博话题#上轻松筹，支持爱心病房图书馆#阅读量约1.1亿次，讨论量约56万次。

案例亮点

- **受益对象明确：**“病房图书馆”专注于因为治疗的临床需要无法阅读电子书的患者，为其提供阅读书籍，极大地丰富了枯燥的病房生活。
- **社会影响力强：**轻松筹携手当红明星，宣传力度大且传播速度快，共实现捐赠图书6万余册，帮助5千余位病患朋友们解决阅读需求。
- **项目模式创新：**“病房图书馆”在关注到病人群体的阅读需求的同时，也对项目模式进行了创新。与传统简单的赠书项目相比，该项目直接帮助病患朋友在病房中阅读，不仅营造了浓厚的文化氛围，同时也构建了和谐有序的医患关系。



图片来源于网络

关键词

脱贫攻坚、电商扶贫

发起方

浙江广播电视台、浙江团省委、好易购电商平台、绿色浙江公益组织

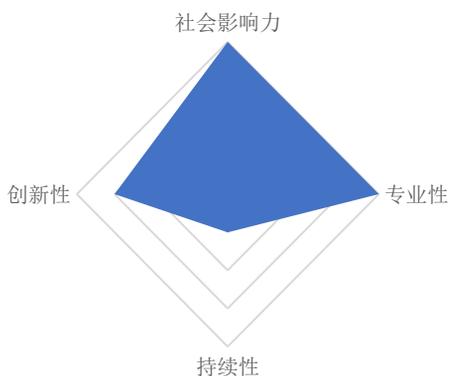
执行方

浙江广播电视台、浙江团省委、好易购电商平台、绿色浙江公益组织

案例描述

2019年3月浙江卫视综艺节目《王牌对王牌4》积极响应国家“脱贫攻坚”的号召，联合浙江团省委，携手好易购电商平台、绿色浙江公益组织共同推进“脱贫攻坚战 王牌在行动”公益计划。在浙江对口支援和东西部扶贫协作5个省市延吉、新疆、西藏、四川、青海。

历经四季的成长，王牌家族与明星嘉宾的游戏互动不仅为观众带来了无限的欢乐与感动，也为公益事业贡献了一份力量。如今，《王牌对王牌4》与好易购共同搭建“王牌土特产家乡味道”的电商平台合作，旨在借助节目影响力让更多的特色农产品走出大山走进千家万户，为贫困地区的农户带来帮助。在本次的扶贫活动中，沈腾、贾玲、华晨宇、关晓彤除了被授



予“中国蓝王牌扶贫公益大使”的称号，还融入到当地的民俗中，品尝了最为新鲜的“家乡味道”，用山核桃手工制作“家乡味道，王牌制作”启动牌匾。

此外，入乡随俗的王牌家族还不畏杭州的暴雨，在随后的活动中化身“种植小能手”，积极参与各种农作物的栽培工作，亲身体验了一把农户的不易。现场，沈腾、贾玲、华晨宇、关晓彤在当地农户指导下种植小番茄、黄瓜等蔬菜苗。四人身体力行地践行到此次的扶贫公益活动中，为活动贡献了一份能量满格的“王牌”力量。此次的“家乡味道，王牌送到”扶贫活动中，《王牌对王牌 4》深入贯彻“精准扶贫”的方针，再续王牌公益正能量，为扶贫贡献绵薄之力，彰显了节目自身的社会化意义。

作为履行媒体社会责任的优秀代表，《王牌对王牌》自开播以来便一直深入开掘电视节目的公益内涵。此次《王牌对王牌 4》积极响应国家号召，为扶贫公益贡献一份“王牌能量”，可谓将节目真正做到了“有意思”和“有意义”的完美平衡。

影响力数据

微博话题#家乡味道 王牌送到#阅读量约 286.4 万次，讨论量 3.2 万次

案例亮点

- **电商扶贫：**《王牌对王牌 4》与好易购共同搭建“王牌土特产家乡味道”的电商平台合作，旨在借助节目影响力让更多的特色农产品走出大山走进千家万户，为贫困地区的农户带来帮助。
- **综艺扶贫：**《王牌对王牌》自开播以来便一直深入开掘电视节目的公益内涵，希望借助节目影响力为更多人带去帮助（解决贫困地区小学生住宿难问题、“绿水青山王牌守护”、“家乡味道，王牌送到”）。



图片来源于网络

关键词

乡村小学、在线支教

发起方

苏宁公益

执行方

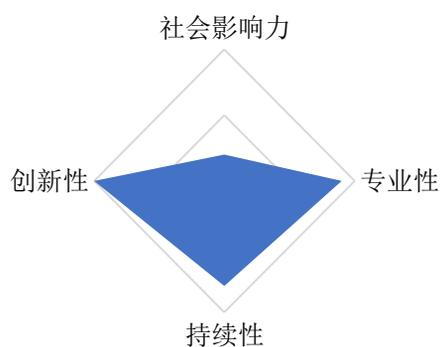
德清县优来公益服务中心（U来公益）

无锡灵山慈善基金会

案例描述

2019年六一儿童节前夕，苏宁公益发起以“为乡村孩子刷‘屏’”为主题的公益活动，倡导“捐5元，帮孩子享受平等的教育”。本次活动邀请了众多爱心大使前来助力，包括ONER、谷嘉诚、吕佳容、冯文娟、海铃、厉嘉琪、王瑞昌、刘特及张植绿，并在北京、上海、广州、深圳、南京、镇江等多个城市的157块户外和地铁广告屏上投放爱心大使海报。六一当天，各爱心大使纷纷发布微博，为项目宣传助力。

为乡村孩子刷“屏”活动隶属于“为乡村小学在线支教项目”，该项目由苏宁公益联合灵山慈善基金会、U来公益于2014年启动，借助新兴的互联网技术，开展在线支教。“为乡村孩子刷‘屏’”活动通过爱心大使的社会影响力，为项目筹款添砖加瓦。据悉，本次活动



所有善款将用于支持在线课程开展、实地教学与回访、学生特长激励、夏令营、教师培训等活动的落地执行。为乡村孩子刷“屏”活动为促进中国教育资源的均等化做出了一定的贡献。

自 2018 年 11 月 21 日在苏宁公益平台发起募捐以来，项目共筹集 133749 元，捐款人数为 123006 人，已完成筹款目标的 25.23%。目前，项目已累计在甘肃、贵州、江西、吉林、河北、广西、内蒙古、四川、河南、浙江、辽宁、湖北 12 省的 235 所学校实施了在线直播课，受益学生超过 10039 名，受益教师 638 位。孩子们接触到了专业的英语课、音乐课和美术课，而年轻的乡村教师们则跟随富有经验的一线教师学习到了前沿的教学方法。

影响力数据

微博话题#为乡村孩子刷屏#阅读量约 1299.2 万次，讨论量约 12.6 万次。

案例亮点

- **科技助力支教：**苏宁公益借助互联网的力量，采用在线支教的方式为乡村孩子带去英语、美术、音乐等课程，大大降低了乡村支教的时间成本与人力成本。在线支教项目中，受益的不仅仅是乡村小学的学生，当地的乡村教师也通过接受在线培训逐渐成为教学骨干。在宣传“为乡村小学在线支教”项目时，苏宁公益也使用了新兴的 H5，通过互动游戏的方式唤起大众的童年记忆，呼吁大家关注乡村地区的教育事业，献出爱心，助力教育资源的均等化。此外，苏宁易购也在六一儿童节期间为“为乡村孩子刷‘屏’”活动搭建线上公益专场，接收用户和商家的爱心订单。
- **注重展示项目成效：**苏宁公益官网以文字和照片两种形式呈现了在线支教为乡村的孩子们和老师们带去的变化，例如官网介绍中写道——“四年后的大院小学，有了第一批在线支教的毕业生，其中四名成绩优异的孩子更是考入了县城中学，而留在乡里读中学的孩子也多数被分在了 A 班”。此外，官网还展示了孩子们美术课的画作。对于项目成效的展示，一方面有助于提高项目的公信力，另一方面也有助于提高捐赠人的满足感与获得感。



关键词

教育发展、公益演唱会

发起方

东方卫视、中国扶贫基金会、阿里巴巴公益

执行方

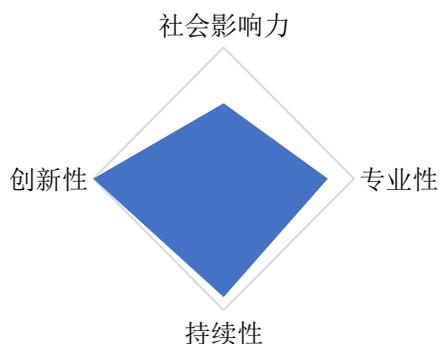
东方卫视

案例描述

2019年7月10日东方卫视《极限挑战》第五季公益演唱会在上海录制。延续本季“长江行”的主题叙事，演唱会以“大江奔流、为爱接力”为主题，除了罗志祥、张艺兴、王迅、迪丽热巴、岳云鹏、雷佳音、贾乃亮、黄渤等极挑团成员合体献唱表演。演唱会力邀多位明星空降现场，共同携手为爱发声，号召全社会一起践行公益，为爱接力，彰显了一档“国民综艺”的责任感和使命感。

本次公益演唱会联合阿里巴巴公益和中国扶贫基金会发起了“用脚步丈量长江”公益捐步活动。帮助长江沿岸贫困地区以及宜宾市灾后小学修建阳光跑道。通过公益演唱会，节目组号召海量的电视观众、互联网用户自发参与进来，捐出步数，为帮助灾后小学修建“阳光跑道”添砖加瓦，也照亮了孩子们的体育梦想。

演唱会由王迅、岳云鹏担任司仪，其他极挑团成员组成红蓝两队，展开了一场场趣味横生的对抗赛。华晨宇、张信哲、大张伟、刘宪华、欧阳娜娜、C.T.O男团、ALLIN男团也分别加入两支队伍，一起为公益热力开唱。在当天演唱会的“阳光跑道”捐赠环节中，中国扶贫



基金会副秘书长颜志涛现身分享发起“阳光跑道”项目的意义。调研曾发现，内蒙古、安徽、甘肃、广西等 14 个省份有大量小学的操场状态堪忧，存在跑道长度短、非塑胶表面等情况，且由于资金缺口无法解决而难以修复操场。为帮助以上情况得到改善，中国扶贫基金会自 2018 年起发起“阳光跑道”项目，通过建设学校操场和跑道，改善和丰富孩子们的体育运动条件及形式，让他们能在正规跑道上迎着阳光奔跑——追梦的路，阳光跑道，让每个孩子都有快乐运动的机会。

影响力数据

微博话题#极限挑战公益演唱会#阅读量约 2.8 亿次，讨论量约 20.3 万次。

案例亮点

- **活动形式创新，持续性佳：**2016 年《极限挑战》第二季首次尝试公益演唱会这一形式，把对公益精神的践行和致敬成功地从屏幕延伸到了线下。2019 年《极限挑战》第五季再次举办公益演唱会，邀请更多明星参与并设计更丰富的互动形式，给观众带去视听盛宴的同时为公益发声，集趣味与公益为一体。借助公益演唱会这一创新形式，《极限挑战》走出了一条综艺节目正向价值观输出的创新路径，不仅成功吸引更多年轻人的关注，也让公益传播的声量发挥到了最大。
- **“星素结合”的精神：**微表情专家纪宇、最美环卫工居芬、海昌饲养员、长江救援队志愿者、乌镇花鼓戏“三姐妹”、扬州足浴店客人徐培培等第五季节目的素人嘉宾代表，当晚也纷纷齐聚现场，与极限团成员亲密互动，再度彰显了节目“亲民暖综”的本色。
- **活动声量大，公众参与度高：**活动上线 10 日内即有超过 2.3 万人次参与，累计捐步超 3 亿步，成功助力四川万源市官渡镇中心小学、新店乡中心小学和长宁县竹海镇万里义务教育学校建造阳光跑道。



图片来源于网络

关键词

扶贫助困、过冬物资

发起方

新浪四川

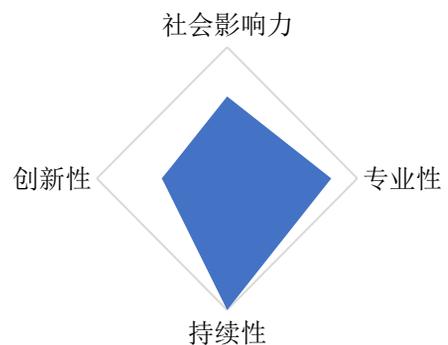
执行方

新浪四川

案例描述

“暖冬行动”是由新浪四川于 2011 年发起帮扶四川偏远地区的公益项目。其为四川偏远地区的孩子们送去全新过冬物资，帮助孩子们温暖过冬。2019 年是杨幂担任“暖冬行动”暖心大使的第 6 年，也是贾乃亮担任“暖冬行动”暖心大使的第 4 年。杨幂和贾乃亮通过微博等平台大力宣传“暖冬行动”，引起热心网友的广泛关注。杨幂本人及嘉行杨幂工作室也于 2019 年 11 月 15 日向“暖冬行动”捐款共计 20 万元。

“暖冬行动”由新浪四川与微博、一米爱心公益平台、四川省科技扶贫基金会等平台机构合作。爱心人士可通过新浪微公益现金捐赠通道直接捐款。偏远地区的孩子们受限于经济和物资条件，在冬天难以拥有适合的御寒物资。“暖冬行动”关注到受助群体在过冬物资方面的需求，通过明星担任暖心大使的方式，持续扩大项目影响力和关注度，积累爱心人士的



捐款，并通过爱心基金以物资的形式，将御寒棉服、棉被等物送到有需求的孩子们手中，助其度过温暖的冬天。

从 2011 年至今，募集物资的车队走过了凉山喜德县、昭觉县、美姑县、布拖县、普格县木里县、乐山马边县、甘孜色达县、白玉县，巴中通江县、内江资中县等地，为超过 50 多所定点小学的孩子们募集冬衣 120000 余套、棉鞋 7000 余双、棉被 5000 余床、大米 10000 余斤、书籍 10000 余册，学习文具 20000 余套。2019 年是“暖冬行动”第九季，2019 年 12 月 11 日上午，新浪四川“暖冬行动”第九季捐赠仪式在乐山市金口河区和平彝族乡鲤鱼浩小学举行，向三所学校的孩子们发放了 640 套棉服，100 床棉被。

影响力数据

微博话题#暖冬行动#阅读量约 5.8 亿次，讨论量约 375.3 万次。

案例亮点

- **项目持续时间长，社会影响力大：**该项目最早于 2011 年发起，已经连续进行了九季。在九年的时间中，新浪四川曾邀请多位明星担任暖心大使，号召大众奉献爱心。项目在九年中不断完善，流程更加规范，社会影响力不断扩大。
- **捐款方式简单，项目管理规范：**在“暖冬行动”第九季中，爱心人士可直接通过新浪微公益平台向该项目捐款，方式相对简单。所募集善款将通过新浪四川一米爱心公益基金所属的四川省科技扶贫基金会进行运作管理，项目的专业性和规范程度较高。



图片来源于网络

关键词

儿童入学、教育发展

发起方

西部阳光基金会、芭莎公益慈善基金

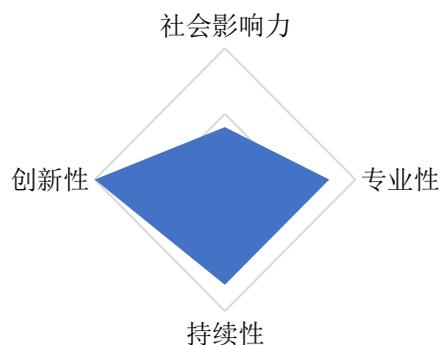
执行方

芭莎公益慈善基金

案例描述

从 2017 年 12 月到 2018 年的两年间，吴磊携手芭莎公益慈善基金和西部阳光基金会，全资捐赠并亲自赶赴四川和云南参与搭建了 2 所“三石·阳光童趣园”。2019 年 10 月，吴磊再次启程前往陕西宝鸡陇县，亲自参与搭建了第 3 所“三石阳光童趣园”。

“阳光童趣园”项目是由西部阳光基金会针对 2-6 岁欠发达地区 15% 儿童的入园难的问题，设计并开发出的一种可持续、易复制、低成本的非建制幼儿园运营体系。童趣园让更多孩子在家门口接受一定程度的学前教育成为可能，同时“阳光童趣园”还可以作为 6-14 岁留守儿童课后活动场所得得到更大程度上的开发。从对儿童角度出发，让儿童有园可上，享受到基本的学前教育服务；从对教师角度出发，为教师赋能，提供系统持续的教师能力提高支持；从对地方政府角度出发，提供管理分散的、小规模儿童中心的有效模式。



在搭建过程中，吴磊通过抬木板、运石头、搭房子、上螺丝、装玻璃等等一系列的举动，最终用工具搭建固定好一个崭新的童趣园，再将一本本的绘本、一个个的玩具等等放了进去，等小朋友们来开启他们的秘密乐园。童趣园建造好后，吴磊给当地小学里的孩子们上了一堂“芭莎·课后一小时”的美术公开课，用彩色的画笔带领孩子们画出自己五彩的梦想。在 2018 年芭莎明星慈善夜当晚，吴磊就对“芭莎·课后一小时”的公益项目表达出了很大的兴趣，也当场捐了 50 万元善款。而在 2019 年，这个心愿在第 3 所阳光童趣园所在小学落地实现了。希望“三石阳光童趣园”和“芭莎·课后一小时”，能够给孩子们带去关于美、关于爱、关于希望的真正意义上启迪，不要让空间的距离，阻隔了孩子们对美好世界的想象和学习。

影响力数据

微博话题#吴磊三石阳光童趣园#阅读量约 2500.5 万次，讨论量约 16.5 万次。

案例亮点

- **项目可复制、易推广：**“阳光童趣园”由标准化的组件构成，采用轻型预制快速建造系统；低碳、环保、可移动、易复制、可持续。童趣园通过硬件、运营、监测评估，为 2—6 岁儿童提供高质量的教养服务，探索一种低成本、易复制、可持续的儿童早期教养服务体系，同时探索一种适合欠发达地区的小微型幼儿园运营体系。
- **明星参与度高：**吴磊已连续 3 年通过全资捐赠和亲自参与搭建的形式参与“阳光童趣园”项目，并通过与当地孩童直接接触传达先进教育理念，为未来可能的其他明星参与提供了一种清晰直接可借鉴的方式。



图片来源于网络

关键词

教育发展、美育公益

发起方

时尚传媒集团《时尚芭莎》

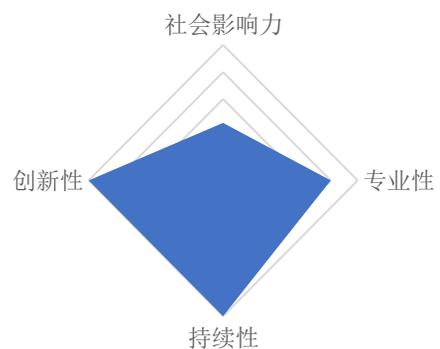
执行方

芭莎公益慈善基金

案例描述

“芭莎明星慈善夜”是中国《时尚芭莎》杂志主办的年度明星筹款拍卖活动，于 2003 年创办，是第一个由杂志创办并坚持每年举行的中国顶级慈善盛会。2019 年，数十位明星为爱而演，因爱闪耀，用实际行动为农村儿童美育教育发声，用精彩的表演为项目筹款。

2019 年 11 月 16 日，由《时尚芭莎》杂志主办的 2019“芭莎明星慈善夜”在北京暖心落幕。经过十七年的尝试与摸索，每年汇聚国内最具爱心和影响力的演艺圈明星、商界精英、爱心品牌的“芭莎明星慈善夜”蜕变重生，以“美育未来，慈善同行”为主题，用全新的、突破以往的演唱会形式呈现，并借助直播义卖开启慈善新模式。数十位明星艺人为爱而来，用实际行动号召大家一起关注农村寄宿制儿童美育教育，为“芭莎·课后一小时”美育公益



项目助力，本次慈善夜共为“思源芭莎·课后一小时”公益项目筹集两千六百余万元爱心善款。

据不完全统计，目前有 3000 万寄宿学生分布在全国 10 万所农村寄宿制学校中，其中近 60% 的学生是留守儿童。而大多数农村寄宿制学校都地处偏远山区、经济较为落后，教学设施和专业师资力量薄弱，孩子们的课后生活相对单调。BAZAAR 明星慈善夜助力中华思源工程扶贫基金会芭莎公益慈善基金发起的“芭莎·课后一小时”美育公益项目，聚焦乡村寄宿制小学，项目通过改造一间空教室，配备必要的硬件设施，并引入美术、阅读、合唱等分级美育课程，补充美育教育资源，丰富孩子们的课后生活。

自创办的十七年来，“芭莎明星慈善夜”已携手中华思源工程扶贫基金会芭莎公益慈善基金，募集逾 5.9 亿元善款，资助开展 54 个公益项目，联合支持约 38 家公益机构，让爱心传递到达 29 个省市自治区，超过 1.2 亿人因此受益。在“芭莎明星慈善夜”的帮助下，上千位西部母亲重获健康，两千多名失学儿童重返校园，百名被拐儿童回到父母怀抱，上千辆救护车奔赴祖国偏远地区，震灾区得以重建家园，沙漠重回绿洲。

影响力数据

微博话题#2019 芭莎明星慈善夜#：阅读量 166 万次，讨论量 1436 次。

案例亮点

- **项目持续性强：**项目已持续十七年之久，涉及教育发展、医疗卫生、扶贫助困、环境保护等诸多领域。
- **社会凝心聚力：**腾讯微视、爱奇艺等诸多平台开屏助力，为爱传递；环球资讯、搜狐新闻、人民网等全媒体矩阵为爱发声；易烱千玺等演艺明星的粉丝齐力应援，传递公益正能量；知名品牌、商业领袖踊跃参与，实现明星、媒体、粉丝、企业的多方联盟，让爱传递。
- **影响程度深远：**项目自创立以来，共募集 5.9 亿元善款，资助开展 54 个公益项目，联合支持约 38 家公益机构，踏遍 43333.9 公里，让爱心传递到达 29 个省市自治区，超过 1.2 亿人因此受益。2019 年单年“芭莎明星慈善夜”共筹款 2600 余万元。

(二) 直接参与模式演艺明星公益项目¹¹

S20 韩红爱心·百人援川——韩红、陈明、金池、吉杰、谭维维、王铮亮等



关键词

医疗援助、义诊车队、医护培训

发起方

韩红爱心慈善基金会、瑞欣慈善会

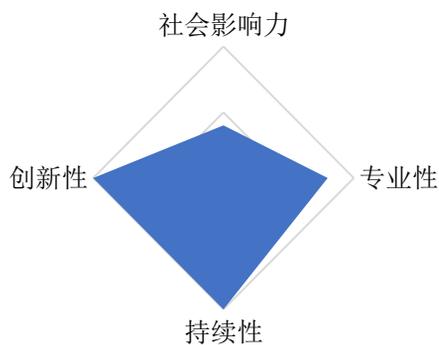
执行方

韩红爱心慈善基金会、瑞欣慈善会

案例描述

2019年8月，由韩红爱心慈善基金会与瑞欣慈善会联合主办、中国宋庆龄基金会指导支持的“瑞欣·韩红爱心百人援川”大型医疗援助公益行动在四川省两市三州九县完成了为期15天的义诊和捐赠活动。

“百人援川”行动隶属于百人公益系列医疗慈善援助项目，由韩红及韩红爱心慈善基金会于2011年共同发起，以“带走病人，留下技术，推动医改，造福百姓”为宗旨。九年来，韩红爱心慈善基金会先后开展了“百人援藏”、“百人援蒙”、“百人援疆”、“百人援青”



¹¹ 演艺明星公益运作模式的一种，直接参与指明星本人或其工作室通过募捐和举办活动等方式直接参与到公益项目的运作中。

等项目，足迹遍布各个省份，为当地民众提供了专业高效的医疗援助，同时也提高了当地乡镇医生的专业水平，为缩小中国东西部医疗卫生水平的差距作出了一定的贡献。

“百人援川”行动集结各地医疗专家，前往四川省开展大型义诊活动，通过普查疑难杂症、捐赠医疗物资、培养当地乡镇骨干医生来提升当地医疗服务水平。明星志愿者陈明、蒋欣、陈晓、光良、谭维维、张歆艺、郭京飞、金池、吉杰、郁可唯、王铮亮相继加入韩红爱心团队，参与到义诊的药品分类、人员引导、帐篷搭建等工作之中。韩红亲自走访病房，看望白内障患者的恢复情况并向患者们叮嘱术后的注意事项。与此同时，易烱千玺、小沈阳、陈学冬、王鸥、袁京、陈赫与 12 位明星志愿者（包括韩红）共同发挥了自己的社会影响力，通过视频或文字的方式在微博平台为项目发声。

2019 年，“百人援川”活动期间共举办 9 场大型义诊会诊，义诊人数总计 11437 人次，同时普查疑难杂症，妇科检查 947 人次、超声科检查 1254 人次、宫颈癌筛查 1163 人次，免费实施 200 例白内障手术。“百人援川”也为义诊中发现的重症贫困患者提供后续治疗，后续治疗登记 77 人。韩红爱心团队免费发放药品 9241 单位、捐赠 1 所“韩红爱心·复明中心”、10 所“韩红爱心 乡镇急救室”、20 辆救护车、30 辆医疗巡诊专用车及 10000 个爱心急救包。

影响力数据

微博话题#韩红爱心百人援川#阅读量约 1.5 亿次，讨论量约 13.6 万次。

案例亮点

- **前期积极准备，后期持续跟进：**百人公益系列医疗慈善援助项目开始前，基金会工作人员会与当地卫健委接洽协调，派调研小组前往基层医疗机构实地调研，选择最合适的义诊地点。同时，基金会会根据当地常见疾病的发病率，邀请相关领域的国内知名医疗专家，并根据当地实际的医疗需求，对援助项目作出一定的调整，以便达到更好的效果。
- **授人以鱼，亦授人以渔：**百人公益系列医疗慈善援助项目的援助可分为三大类——义诊援助、物资捐赠、医护培训。通过这三类援助，既做到了授人以鱼，在 15 天的义诊期间为当地带去医疗援助，同时又做到了授人以渔，为当地医疗服务水平的长期改善作出贡献。



关键词

空巢老人、关爱陪伴

发起方

黄晓明、黄晓明明天爱心基金、东阳易星传媒有限公司、中华社会救助基金会、

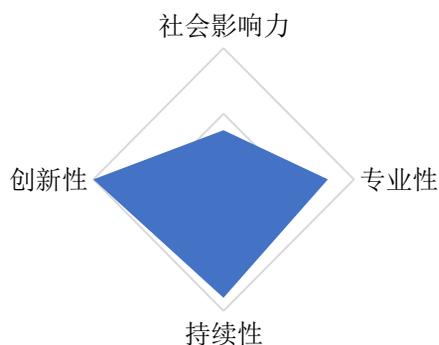
执行方

天津鹤童老年福利协会、青岛微尘基金会、黄晓明明天爱心基金各地支援站

案例描述

“让爱回家·陪伴空巢老人”公益项目由演员、明天爱心基金发起人黄晓明于 2017 年正式发起，旨在带动更多社会力量关注到空巢老人这个群体，从“每一个家庭中的我”和“每一个社会中的你”做起，身体力行的关爱和陪伴身边的空巢老人，从而缓解这一严峻的社会问题。

黄晓明 2015 年开始结对青岛老人陆奶奶，连续 5 年或身体力行或安排志愿者定期上门探访，按时电话慰问。捐款 5 万元帮扶 48 户贫困老人过春节；2016 年捐款 30 万元到天津鹤童老年福利协会，丰富京津百余户空巢老人的生活。2017 年捐款 100 万元正式发起“让爱回家·陪伴空巢老人”公益项目；2018-2019 连续两年共为山东、重庆、四川、北京、天



津、云南、陕西等地区的 1588 位空巢老人每人免费发放一份温暖包（内含：羽绒服 1 件，羊毛护腰 1 个，羊毛护膝 1 对，羊毛袜子 2 双），帮助老人们温暖过年；2019 年斥资百万跨界策划“被遗忘的单向线——让爱回家纪录展”呼吁关注空巢老人群体；同年“让爱回家陪伴室”落地北京，持续聚焦空巢老人群体，给老人们更优质的陪伴环境，超 500 名老人因此受益。

截止目前，黄晓明和其委托的志愿者们共同累计陪伴青岛空巢老人陆奶奶超 120 个小时；“让爱回家·陪伴空巢老人”项目覆盖山东、重庆、四川、北京、天津、云南、陕西、武汉等地区，超 3000 位老人直接受益，爱心行动每年都在持续。未来，黄晓明希望带动更多力量参与到“让爱回家·陪伴空巢老人”公益项目中，希望全社会都行动起来，让爱回家，需有每一个“你”才能做到。

影响力数据

微博话题#黄晓明让爱回家#阅读量约 3.4 亿次，讨论量约 6.5 万次

案例亮点

- **项目持续期长：**2014 年，黄晓明正式发起“让爱回家·防走失黄手环计划”公益项目，并制定 5 年计划，累计在全国各地发放 25 万余条防走失黄手环，于此迈出关注空巢老人问题的第一步。自此，“让爱回家”系列公益活动持续 6 年不断迭代发展，已成为国内关爱空巢老人议题下的经典和标杆项目。
- **公益活动联动性强且形式多元：**从 2014 年的防走失黄手环发放开始，到随后对青岛陆奶奶的陪伴，再到后来组织空巢老人集体生日等项目相关公益活动、倡导陪伴方法论、带动志愿者粉丝们接力探访空巢老人、出品拍摄《让爱回家之携爱归去来》公益宣导片、跨界策划空巢老人相关艺术展、落地空巢老人陪伴室、为空巢老人们免费送温暖包和护老卫生包。项目致力通过多元的活动形式实现公益活动的联动性与持续性。
- **受众群体需求创新：**“让爱回家·陪伴空巢老人”公益项目开展的系列公益活动创新的把目光聚集在空巢老人这一特殊群体，不断通过丰富的活动形式向空巢老人群体表达关爱和尽可能多元的陪伴，推动空巢老人获得更广泛的社会关注。
- **项目意义深远且影响力广泛：**“让爱回家·陪伴空巢老人”公益项目立足老人群体，弘扬中华传统美德，积极推动和传播孝文化概念。通过黄晓明先生公众人物的影响力带动更多人汇聚更大力量参与到关爱和陪伴空巢老人的队伍中来。和黄晓明一起“让善成为一种习惯！”



关键词

乡村校舍、教育扶贫

发起方

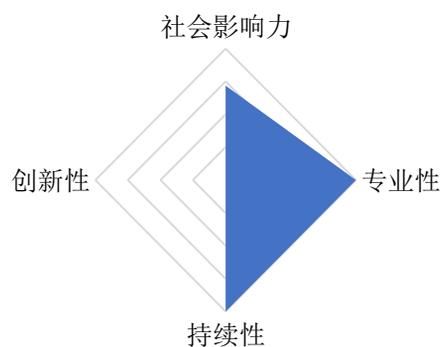
中国扶贫基金会

执行方

中国扶贫基金会

案例描述

2011年10月17日，为了帮助贫困地区的乡村小学修建学生宿舍，为贫寒学子撑起一个温暖的家，中国扶贫基金会正式启动“筑巢行动”项目。林志玲在2013年加入“筑巢行动”并发起“筑巢行动-志玲姐姐儿童之家”专案项目支持乡村小学校完成校舍建设、满足孩童健康学习生活的需求。截至目前，林志玲已经捐赠超过1200万资金用于“筑巢行动-志玲姐姐儿童之家”专案项目，已建或建设中的校舍有12所。每所校舍的选址均经过中国扶贫基金会项目组和林志玲团队切实的考察和调研才确定，项目的财务状况每年在扶贫基金会官网公示，项目公开透明。志玲姐姐慈善基金会也会定期公开善款去向，包括发售台历等渠道募集的资金，专业性较强。



通过林志玲长达 8 年的亲身参与和宣传，筑巢行动项目收到社会的关注，使更多社会公众关注到农村寄宿制学校学生住宿问题，更多社会资源参与到农村寄宿制学校的发展建设中。筑巢行动项目较为少见地关注到了贫困地区儿童的学校校舍落后的问题，在考察后捐赠校舍而不是善款，弥补了贫困地区基础设施建设能力较弱的不足，提供更有效的帮助。项目涉及金额虽然庞大，但是运作公开透明，中国扶贫基金会分季度对项目的施工进度、资金使用状况给出报告。项目通过援建学校基础设施建设，为乡村教育发展提供资源支持，以改善学校办学质量，进而助力贫困学生全面发展。

截至 2019 年底，在苏宁云商集团集团、娃哈哈集团、河仁慈善基金会、芭莎公益慈善基金、加多宝、工行、林志玲等众多爱心企业和爱心人士的支持下，项目认捐资金超过 1.2 亿元，已在全国 20 省 101 县援建 226 所学校宿舍，受益人数约 9.3 万人。

影响力数据

微博话题#林志玲让善形成循环#阅读量约 594.3 万次，讨论量约 1.2 万次。

案例亮点

- **项目持续时间长，明星参与度高：**明星持续七年捐助善款并探访受助儿童。自 2013 年加入“筑巢行动”并发起志玲姐姐儿童之家专案，林志玲以自身捐款结合慈善台历义卖的形式，身体力行地号召大众一同支持，支持四川、云南、内蒙古、宁夏、贵州五省 10 所校舍完成建设，满足了近 2000 个孩童能够安全健康地学习生活，捐款达 1200 万。此外，林志玲每年都会前往帮助的小学校看望孩子们，勘察校舍建设情况，给孩子们带去礼物，跟孩子们一起上手工课，与孩子们一起玩耍，还会根据孩子们的需求为孩子们送去运动鞋、卫生包等。
- **项目关注点独特，获得广泛支持：**在行业都在关注乡村小学校建设教学楼的需求时，“筑巢行动”项目另辟蹊径，关注到了贫困山区孩子们上学路比较远且不安全的情况，将项目的重点放到了建设宿舍楼上，体现了项目设计切入点上的独到之处；运作模式方面，由中国扶贫基金会搭建“筑巢”平台，媒体深入报道、企业积极捐赠、政府落实配套、专业志愿者技术支持，发挥各自优势，共同推进“筑巢行动”发展。



图片来源于网络

关键词

肾病患儿、爱心义卖

发起方

海南成美慈善基金会

执行方

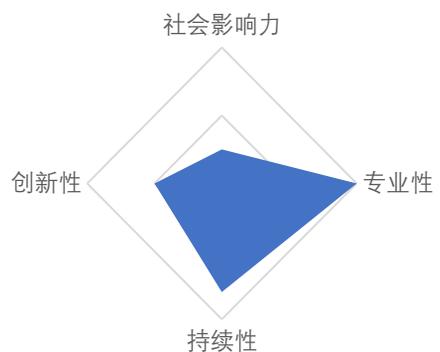
海南成美慈善基金会

案例描述

关爱肾病儿童公益行动由海南成美慈善基金会“新肾儿Kidnewer 公益专项基金”发起，德云社相声演员孟鹤堂和周九良 2019 年 8 月起担任“新肾儿 Kidnewer”公益代言人。

“新肾儿 Kidnewer”公益项目最初由上海宋庆龄基金会和复旦大学附属中山医院于 2015 年 9 月联合推动，是国内最早关注儿童肾移植，普及肾健康，关爱肾病儿童的公益慈善项目。2019 年 8 月，海南成美慈善基金会“新肾儿 Kidnewer”公益专项基金成立，将受助者的范围和年龄做了进一步扩大，并将公募的范围扩大到全国，旨在引起全社会对尿毒症患儿及儿童肾移植的关注和重视，让肾移植手术能够挽救更多尿毒症患儿的生命。

2019 年底，恰值德云社相声演员孟鹤堂和周九良即将迈入 2020 年的搭档十周年之际，他们推出“十周年”纪念 T 恤，并特别策划了 1500 件纪念版爱心 T 恤进行公益义卖，为新肾儿 Kidnewer 专项基金筹款，作为最特别的十周年纪念。义卖 T 恤受到粉丝的热情支持，



短时间内共筹集善款超 25 万元，孟鹤堂及周九良也同时发出爱心呼吁，希望社会公众关注患有肾病的孩子们，让他们能够通过透析治疗，有机会接受肾移植手术，重获新生。

在 12 月 31 日举行的跨年演出专场上，成美慈善基金会新肾儿 Kidnewer 公益专项基金的发起人、上海申康医院发展中心副主任、上海公共卫生临床中心主任、复旦大学附属中山医院副院长朱同玉教授代表新肾儿接受了孟鹤堂和周九良的捐赠，并对孟鹤堂和周九良先生及其团队和粉丝们的善心义举表示诚挚的感谢。

影响力数据

微博话题#孟鹤堂 周九良 助力新肾儿#阅读量约 6081.9 万次，讨论量约 6.8 万次。

案例亮点

- **筹款效率高：**爱心 T 恤在 15 秒内售罄，共筹集善款 253500 元，善款将用来支持肾病患儿的透析治疗，约可以资助 6000 人次的透析治疗。
- **持续时间长，救助范围不断扩大：**“新肾儿 Kidnewer”公益项目发起于 2015 年 9 月，历时四年持续救助肾病儿童，在 2019 年 8 月公益专项基金成立，并邀请孟鹤堂、周九良担任项目公益代言人以扩大传播度和关注度，项目的救助范围和社会影响力得以不断扩大。



图片来源于网络

关键词

关爱儿童、公益演出

发起方

周迅工作室

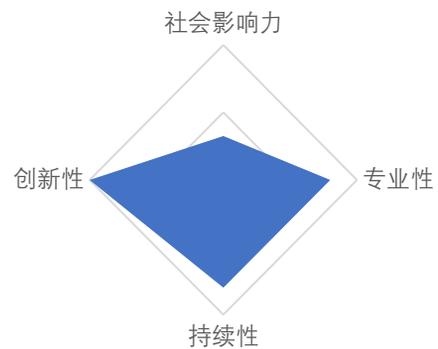
执行方

爱德基金会

案例描述

“ONE NIGHT 给小孩”自2014年发起，每年周迅都会和艺人朋友们一起，集中力量为爱发声，不仅通过探访特殊儿童机构将孩子们的生活细节带进大众视野，还会举办公益演出等线下活动，呼吁社会大众各尽所能关注与关爱特殊儿童群体。同时，公益演出的净收益也都用于帮助特殊儿童的成长与发展。

2019年“ONE NIGHT 给小孩”把视野扩展到更广阔儿童群体，倡导从关注身边的孩子做起，从陪伴开始给小孩关怀与爱。不仅新年前夕在喜马拉雅推出“ONE NIGHT 给小孩”电台作为给孩子们的新年礼物，通过精心制作的音频节目陪伴孩子探索世界；项目还于2020年1月17日新春小年夜在北京糖果LIVE举办了一场传播“陪伴”理念的温暖公益Live。近千位现场观众携爱而来，演出门票净收益都将捐赠特殊儿童机构，用于特殊儿童的成长与发展。



公益电台与公益演出实现了关注与关爱特殊儿童群体，并通过呼吁公众从每一件伸手可触的小事做起，让大人们意识到关注和陪伴的重要性，让更多孩子在爱和温暖中有安全感地长大。

“ONE NIGHT 给小孩”项目自成立的六年来，共募集并捐助善款人民币千余万元，覆盖了盲童、贫困儿童、留守儿童、聋哑儿童、智障儿童、肥胖儿童、被拐卖儿童、读写困难儿童、服刑人员子女、自闭症儿童、残障儿童等特殊儿童群体。

影响力数据

微博话题#ONENIGHT 给小孩电台#阅读量约 1.9 亿次，讨论量约 117.4 万次

案例亮点

- **参与明星众多：**“ONE NIGHT 给小孩”公益电台于 2019 年末在喜马拉雅 app 上线，发起人周迅携手她各领域的朋友们，在 101 期多元化的音频节目中陪伴小朋友探索多彩童年。电台上线后，周迅率先发声带来温暖故事，倪妮、舒淇、刘诗诗、井柏然及盘尼西林、海龟先生、Nova Heart 三支 Live 演出乐队也担任童心陪伴主播，电台还将有蔡康永、郭麒麟、高圆圆、刘雯、李云迪、沈腾、谭卓、王源、肖战、张静初、张梓琳等陆续加入，用丰富多彩的音频节目，陪伴孩子们看见更大的世界。
- **项目影响力大：**成立的六年来，“ONE NIGHT 给小孩”项目共募集并捐助善款人民币千余万元，陆续关注并帮扶了盲童、贫困儿童、留守儿童、读写困难儿童等十余种特殊儿童群体。“ONENIGHT 给小孩电台”话题在微博上具有阅读量 1.9 亿余次，讨论量 117.4 万余次。
- **项目高度透明：**电台和公益 Live 门票的净收益，都将通过爱德基金会进行管理并合理分配，捐赠给特殊儿童机构，后续捐赠情况也通过项目官方微博“ONENIGHT 给小孩”进行公示。

S20 行走的力量——陈坤、倪妮



图片来源于网络

关键词

心理健康、川藏线、行走

发起方

陈坤（东申童画公司）

执行方

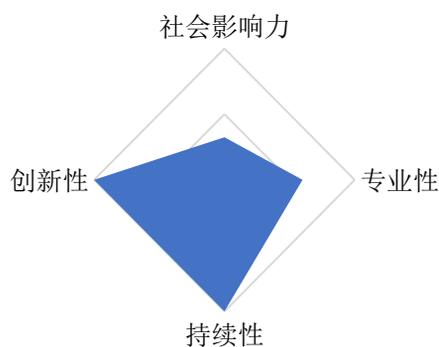
东申童画公司

案例描述

“行走的力量”是由陈坤所创立的东申童画公司发起的心灵建设类公益项目。创建于2011年，旨在通过行走的方式，呼吁当代人关注心理健康内观自我、提升自己的内心力量，并倡导新的生活方式。

“行走的力量”每年5、6月针对不同人群进行10—20人的志愿者招募，陈坤将带领志愿者队伍于每年7月—8月在山区进行为期一周左右的止语徒步行走，以此锻炼心智，传播正能量。通过“止语”行走，内观自我、提升自己的内心力量，传达积极向上的人生态度和生活理念。

2019年，“行走的力量”继续聚焦情绪，以“看见自己本来的样子”为主题，邀请大家透过情绪看见自己本来的样子，探索真实的自己，探究更好的生活。5月29日，“行走的力



量”2019年启动会在北京达美艺术中心举行。启动会上，陈坤现场作画，解读2019主题“看见自己本来的样子”，并分享自己处理情绪困扰的方式。8月，陈坤有心同行者倪妮，与面向大众招募的20位行者，一起在平均海拔4300m的川藏线完成了6天5夜的行走。除此之外“行走的力量”还举办过多次慈善艺术展览、慈善演唱会、慈善义卖、支教等活动。

作为国内首个心灵建设类公益项目，“行走的力量”持续探讨如何用智慧面对情绪，高度契合当代年轻人的精神需求。随着社会的逐步发展，越来越多的人开始关注心理健康，心灵建设类公益项目能够跨越年龄和生活方式等，促使不同的人群开始交流。“行走的力量”借助陈坤自身影响力，对大众建立积极向上的人生态度起到了推动作用。累计已有超百万人报名该活动。

影响力数据

微博话题#2019 行走的力量#阅读量约 328.8 万次，讨论量约 1236 次。

案例亮点

- **持续时间长：**“行走的力量”从2011年开始已经持续了8年。项目吸引了众多明星加入，共同倡导探索真实的自己与更好的生活。
- **明星与志愿者同行：**陈坤与志愿者共同完成行走活动，通过网络招募志愿者不仅提高了普通群众的参与度，更是吸引到了更多人对心理健康的关注，是明星参与公益活动方式的一种新的探索。
- **项目内容丰富：**“行走的力量”除了行走活动之外，还有慈善艺术展览、慈善演唱会、慈善义卖、支教等多种公益形式，用多种方式传播行走精神，并将善款给予需要帮助的组织机构。



图片来源于网络

关键词

教育发展、图书捐赠

发起方

王俊凯、麦特文化公益部、北京新阳光慈善基金

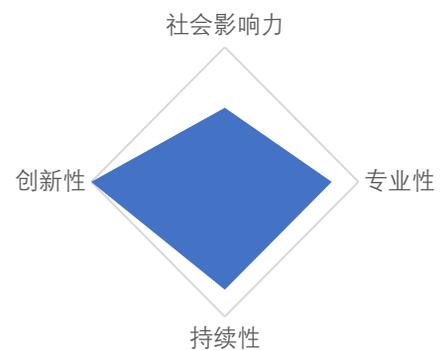
执行方

焕蓝梦想公益基金、蒲公英儿童图书馆

案例描述

2017年，王俊凯在18岁成人礼时宣布携手麦特文化，正式成立焕蓝梦想公益基金。“王俊凯启智儿童图书馆”项目于2017年9月24日正式发布启动。作为焕蓝梦想公益基金的首个公益项目，其将与蒲公英儿童图书馆合作以每年至少建立10座图书馆为目标，让更多孩子享受到优质阅读和优质教育的愉悦。王俊凯本人为该项目捐赠100万资金。2019年该项目建造了5座王俊凯启智儿童图书馆和6所王俊凯儿童图书馆。

“启智儿童图书馆”意在为有需要的孩子们建造图书馆、捐赠图书并提供创意奖金等。从2017年项目开启以来，王俊凯本人捐赠100万资金，社会爱心人士也通过各种渠道捐款，2019年收到各界捐款三十二万余元。2018年有10座王俊凯启智儿童图书馆落成，2019年有



5 座王俊凯启智儿童图书馆和 6 所王俊凯儿童图书馆落成，所建设的图书馆位于福建、甘肃、青海、浙江、河南、湖北、四川等多个省份。

部分地区的儿童受限于经济条件难以拥有大量书籍，“启智儿童图书馆”为这些儿童建造图书馆并捐赠图书，为他们打造属于自己的知识海洋和图书世界。“启智儿童图书馆”的建成将为孩子们提供更好的阅读平台和教育机会，让他们有机会在书本中了解外面的世界，为开启智慧创造条件。

在 2017 年到 2019 年间，该项目共建立王俊凯启智儿童图书馆 15 座和王俊凯儿童图书馆 6 所，2018 年建造了 10 座王俊凯启智儿童图书馆，2019 年一年间建造了 5 座王俊凯启智儿童图书馆和 6 所王俊凯儿童图书馆。

影响力数据

微博话题#王俊凯启智儿童图书馆#阅读量约 1.3 亿次，讨论量约 199.9 万次。

案例亮点

- **明星亲自发起，号召力和创新性强：**该项目是焕蓝梦想公益基金的公益项目，焕蓝梦想公益基金是王俊凯亲自发起的公益基金。在王俊凯的号召宣传下，吸引了社会爱心人士们的捐款。截至 2019 年，该项目共募集到超过 424 万善款。同时年轻明星亲自发起基金会并持续关注后续事项进展，也具有一定的创新性，在目前业内年轻明星中较为少见。
- **项目持续时间长，合作方广泛：**该项目由专业基金会管理运作，程序相对规范清晰，已经持续三年时间。在此基础上，2019 年携手腾讯、荷风基金会、QQ 音乐、全民 K 歌等多家机构共同建造 6 所王俊凯儿童图书馆。
- **捐款情况和项目支出公开透明：**每年筹集到的善款数目和支出情况会通过焕蓝梦想公益基金平台进行发布公示，清楚公示善款来源、具体建造图书馆名称和其他用途，项目透明度较高，能够增进社会对项目的信任度。

(三) 间接参与模式演艺明星公益项目¹²

S20 黄房子 (The Yellow House) 美学启蒙公益——李宇春



图片来源于网络

关键词

教育发展、美学启蒙

发起方

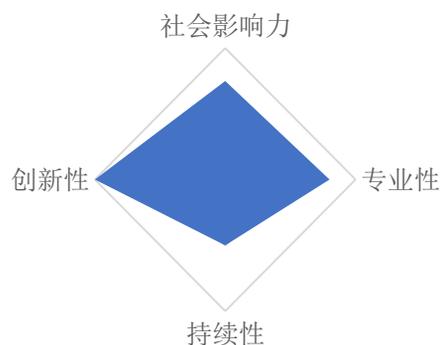
玉米爱心基金

执行方

玉米爱心基金

案例描述

2019年3月10日，中国红十字基金会宣布正式启动“玉米爱心基金——黄房子(The Yellow House)”美学启蒙公益项目。玉米爱心基金于2006年3月19日在李宇春粉丝团体“玉米”的倡导和李宇春的支持下在中国红十字基金会设立。每年李宇春生日前后，众多“玉米”都以向“玉米爱心基金”捐款的形式庆祝李宇春的生日，至今已延续13年。2019年李宇春生日之际，玉米爱心基金选择以“黄房子(The Yellow House)”美学启蒙公益项目作为公益实施项目。李宇春本人为本项目捐款100万元。



¹² 演艺明星公益运作模式的一种，间接参与指粉丝团体在明星号召下以明星的名义或者自发组织参与到公益活动中，对于明星来说相当于是间接依靠自己的影响力和号召力参与到公益活动中。

“黄房子(The Yellow House)”美学启蒙公益项目旨在通过向乡村学校援建艺术教室、捐赠美育设备和教材、组织美学课程和活动等形式，为信息相对闭塞、条件相对落后的乡村学校的孩子们打开一扇美与爱的窗口。李宇春为本项目捐款 100 万元，玉米爱心基金也收到了来自“玉米”及社会各界爱心人士 19000 多笔捐款，善款总额达 190 余万元。2019 年 9 月 24 日，首个“黄房子(The Yellow House)”美学启蒙公益项目在湖南省保靖县阳朝中心完小正式开课。

在信息相对闭塞，条件相对落后的乡村学校，孩子们难以接触到艺术美学方面的设施、知识和教育。“黄房子(The Yellow House)”美学启蒙公益项目为这些孩子们提供了可以接受美学教育的机会，同时培养观察力、创造力、欣赏力，收获快乐、积极、向上的童年的平台，不仅让使得这些孩子可以学到美学知识，而且获得相对平等的教育机会。

目前首个“黄房子(The Yellow House)”美学启蒙公益项目已经在湖南省保靖县阳朝中心完小正式开课。截至 2019 年 3 月 12 日，玉米爱心基金已累计募集捐款近 1700 万元。基金资助范围先后涉及重症患儿、听障儿童、博爱卫生院（站）、博爱新村、博爱学校、赈济救灾等多方面，直接受益人口超过 60000 人。

影响力数据

微博话题#李宇春玉米爱心基金#阅读量约 467.5 万次，讨论量约 2.6 万次；

微博话题#李宇春 黄房子美学启蒙#阅读量约 103.5 万次，讨论量约 1150 余次。

案例亮点

- **粉丝发起，明星参与：**该项目由玉米爱心基金发起，该基金会在明星支持和粉丝应援下共同建立。在该项目中，李宇春本人捐出 100 万元，其他粉丝纷纷响应出资，使得善款金额不断增长；同时吸引除粉丝之外的爱心人士捐款，辐射效应好。
- **管理完善，资金透明：**由于玉米爱心基金在中国红十字基金会名下，因此对资金的筹集、使用、管理等方面相对规范透明，可保证善款应用落到实处。在基金会专业的团队运营管理下，整个项目的流程规范、程序合格。
- **自主孵化，生命力强：**2019 年 9 月首个“黄房子”项目在湖南完工开课，是基金会 13 年来首个自主设计孵化的公益项目正式投入使用，后续其他“黄房子”项目竣工投入使用后，可增加整体项目的创造力和持续性。
- **关注美学，具有创新：**该项目选择以孩子们可能缺失的美学教育作为切入点，援建艺术教室并邀请志愿者进行授课，帮助孩子们发展创造和审美能力。

三、 2019 年度演艺明星公益项目入围案例

(一) 合作参与模式演艺明星公益项目

乡村医生健康扶贫项目——李光洁

关键词

乡村医生、健康扶贫

发起方

复星基金会

执行方

复星基金会

案例描述



2017 年 12 月，复星基金会启动“乡村医生健康扶贫项目”。2019 年 8 月 19 日第二个“中国医师节”之际，演员李光洁探访了安徽省齐山村响洪甸水库的“孤岛村医”余家军，深入了解这位乡村医生 20 年来的行医生活，呼吁大家关注乡村医生，改善中国乡村医疗现状。

复星基金会致力于服务中国农村 150 万乡村医生群体，通过为贫困地区培养并留住合格乡村医生，提升基层医疗卫生服务能力和可及性，减少因病致贫、因病返贫率，助力国家脱贫攻坚和乡村振兴战略。

李光洁探访孤岛村医之举，呼吁更多人加入到成为乡村医生或援助乡村医生的队伍中，为中国乡村医疗贡献一份不可或缺的力量。通过对余家军医生的深入访谈，李光洁向众人揭示乡村医生群体真实的生活状态与面临的难关，让更多人对这个群体产生了解、认知与关注，带动行业的发展与进步。

迄今为止，“乡村医生健康扶贫项目”项目共开展近百场乡村医生培训，为 34 个县发放乡村医生慢病签约管理基金各 20 万元，有效救助 116 例贫困的大病患者，升级乡村医生卫生室约 300 间，总投入资金逾 5000 万元，惠及 200 多万贫困人口。

影响力数据

微博话题#乡村医生守护者# 阅读量约 7263.4 万次，讨论量约 5.4 万次。

安心工坊项目——蔡依林

关键词

心智障碍、融入社会

发起方

北京扶老助残基金会

执行方

北京扶老助残基金会

案例描述



图片来源于网络

“安心工坊”是由北京扶老助残基金会发起的针对心智障碍患者、家庭及相关民非组织实施帮扶的公益民生项目。2019年10月31日，蔡依林来到北京某社区，为她代言的“安心工坊”公益项目做第一次探访，受到包括人民网在内的多家大型权威媒体跟踪报道，让更多人了解到这个心智障碍患者群体的存在，并号召大家以捐款捐物等多种形式，提供力所能及的帮助。。

该项目为心智障碍患者提供专业系统的康复训练及个性化的成长方案，让他们获得相对完备的生存能力并建立起充分自信，进而帮助他们找到工作，一步步融入社会。相比于直接捐款资助，“安心工坊”项目对“蜗牛宝宝”这个弱势群体提供更大、更持久的帮助：让他们在力所能及的范围内参与工作，增强其成就感与自信心，以正向激励不断促进其主动迈出走向社会的第一步；与此同时，也减轻患者家属身上的负担。

在探访过程中，蔡依林与十几位患有心智障碍的“蜗牛宝宝”近距离互动，陪伴他们工作、玩魔方、跳手指舞，让“蜗牛宝宝”的形象更加立体化，也让外人如同身临其境一般，体会到蜗牛宝宝及其家庭生活的不易之处。

在未来，会有更多的“蜗牛宝宝”将加入这个大家庭，享受项目带来的帮助与便利。他们正释放生命光彩，尝试更好地被人们接纳，与社会融合。与此同时，社会上也会有越来越多的人关注到这一弱势群体，赞助训练场所，提供就业机会。

影响力数据

微博话题#蔡依林助力安心工坊# 阅读量约 1354.7 万次，讨论量约 1.5 万次。

星声图书室项目——霍尊、张新成、连淮伟、范丞丞、王晨艺

关键词

扶贫助困、教育发展

发起方

中国光华科技基金会、酷我音乐

执行方

中国光华科技基金会、酷我音乐

案例描述



图片来源于网络

中国光华科技基金会、酷我音乐共同发起“星声图书室”活动，2019年8月起，以“互联网直播+公益”的形式，凝聚霍尊、范丞丞、连淮伟、张新成、王晨艺等多位知名优秀艺人。张新成等明星作为该项目公益使者来到直播间和大家互动，分享自己的读书心得和体会，传递书籍对人的潜移默化的影响，在直播过程中为献爱心的朋友们送出了专属公益礼物和附有签名的推荐书等，同时还对三区三州的孩子们送去寄语，助力“星声图书室”为爱发声。

每一次汇聚点滴而成的能量，都是改变贫困山区儿童的爱心之路，而阅读作为一种有声语音，不仅是一种文化的传递，同时也是生存能力的传递。该项目是一种全新的社会动员扶贫模式，是对脱贫攻坚工作的重大支持，对贫困地区教育事业的发展具有拉动和提升作用。

星声图书馆项目积极引导广大年轻网民通过参与喜爱的明星爱豆读书分享，支持“三区三州”等深度贫困地区中小学图书室建设。公益直播的活动收益将为孩子们落成图书馆。最终，酷我音乐向中国光华科技基金会捐赠价值100万码洋图书。

影响力数据

博话题#星声图书室#阅读量约5022万次，讨论量约28万次。

爱心音乐教室项目——乌兰托娅

关键词

青少年、美育教育

发起方

中华社会文化发展基金会

中国关工委公益文化中心

人民网舆情数据中心联合发起

执行方

中华社会文化发展基金会

中国关心下一代工作委员会公益文化中心

人民网舆情监测室



图片来源于网络

案例描述

“爱在美育”公益项目由中华社会文化发展基金会、中国关工委公益文化中心、人民网舆情数据中心和人民在线于 2017 年 1 月联合发起，是一项以支持帮助欠发达地区青少年美育教育为主题的大型公益活动，项目通过捐建以文化艺术名人命名的“爱心音乐教室”。2019 年 11 月 26 日上午，“乌兰托娅爱心音乐教室”在内蒙古兴安盟阿尔山市第二小学揭牌落成。志愿者乌兰托娅、肖贵宁、冷秋媛、黄振宇、李超来到教室，共同为孩子们上了一堂精彩的声乐、语言、古筝、爵士鼓和合唱艺术课。

该项目在全国欠发达地区、贫困地区、民族地区捐建以文化艺术名人命名的“爱心音乐教室”，并通过多样化的互动宣传方式，让那里的孩子们能够享有美育教育的机会，感召社会更多爱心力量关注这些孩子们的健康成长。经过三年的发展，先后落成陕西省富平县流曲镇臧村小学“萨顶顶爱心音乐教室”、四川省阿坝藏族羌族自治州茂县凤仪小学“云朵爱心音乐教室”、新疆乌鲁木齐县第一中学“李春波爱心音乐教室”和内蒙古兴安盟阿尔山市第二小学“乌兰托娅爱心音乐教室”，让欠发达地区的孩子们能够享有美育教育的机会。

“乌兰托娅爱心音乐教室”为阿尔山的孩子们捐赠了 8 台电钢琴、10 台古筝、50 把尤克里里、10 把二胡、一套爵士鼓。

《青春有你》——百美村宿项目——李汶翰、李振宁、王喆、管栎、嘉羿、胡春杨等

关键词

农家村宿、旅游创新

发起方

爱奇艺《青春有你》、中国扶贫基金会

执行方

爱奇艺《青春有你》、中国扶贫基金会

案例描述

“百美村宿”项目是中国扶贫基金会自 2013 年发起的乡村旅游扶贫创新公益项目，该项目探索全新的“乡村旅游扶贫+”模式，致力于搭建乡村和外部联结平台，重估贫困村价值，创造以村为本的发展机会。在《青春有你》第五期节目中，李汶翰、陈宥维、嘉羿、胡春杨、王喆等训练生代表以中国扶贫基金会“百美村宿”项目公益体验官的身份来到河北南峪村体验农家野趣。自导自演木偶戏《西游记》经典桥段、手工磨豆浆，为扶贫村的宣传贡献力量。不少网友跃跃欲试表示“之后会带家人朋友过去玩”，帮助扶贫村实现脱贫。

“百美村宿”项目通过改善当地基础设施建设，为当地脱贫提出对策，探索出了一条从“输血式扶贫”到“造血式扶贫”的乡村可持续发展之路。项目借助娱乐平台进行宣传，伴随《青春有你》节目的推进，带动了更多的年轻人投入到了公益行动之中。节目增加的公益环节，不仅做到了提升精彩度与传递正能量的双重意义，还打破了娱乐综艺同质化的怪圈，得到了大众的认可与支持。

影响力数据

微博话题#百美村宿#阅读量约 7677.3 万次，讨论量约 2.7 万次。



圆特困儿童上学梦——张天爱

关键词

特困儿童、安全教育

发起方

中华少年儿童慈善救助基金会

执行方

中华儿慈会青爱工程专项基金

案例描述

为了帮助山区因受艾滋病及贫困影响的孩子完成学业，中华少年儿童慈善救助基金会青爱工程专项基金发起“圆特困儿童上学梦”公益项目，每人每年定额捐助。演员张天爱长期关注特困儿童学习问题，2018年5月，她受聘为青爱工程“圆特困儿童上学梦”项目的形象大使以来，多次在微博等社交媒体平台发声呼吁宣传，并特别一对一资助了五十名云南盈江的特困儿童，给予每位孩子每年2300元学习生活补助，且录制了节日祝福视频，作为六一节孩子们的暖心礼物。2019年，张天爱继续担任青爱工程“圆特困儿童上学梦”的助学大使，并在中小学安全教育日等时机在微博等社交媒体平台发声宣传。

青爱工程致力于对青少年进行爱的教育，即通过援建青爱小屋、青爱基地，帮助学校建立起开展艾滋病防治、性健康、心理健康、公益慈善和传统文化教育的能力，在全国的大、中、小学及幼儿园，大面积、规模化、系统性地提升青少年爱的素养、爱的能力；同时也对艾滋病致孤儿童或家庭实施救助，使其从小树立艾滋病防治意识，接受健全的性健康教育，养成完整的人格。

自2019年06月到2020年06月，项目预计救助特困学生500名，助学金共计115万元。为避免善款到家长手里移作他用，所有救助善款将会拨到孩子就读的学校，由当地青爱工程项目工作人员、青爱小屋专责教师和志愿者监管使用，确保孩子能正常完成学业，用教育阻断困境链条。

影响力数据

微博话题#守护孩子 爱满校园#阅读量约4772.7万次，讨论量约10万次。



图片来源于网络

零疟疾从我开始——王嘉

关键词

深入疫区、医疗救助

发起方

世界卫生组织、遏制疟疾合作伙伴 (RBM)

执行方

世界卫生组织、遏制疟疾合作伙伴 (RBM)

案例描述



图片来源于网络

2019年4月，世界卫生组织中国健康特使王嘉受 RBM Partnership to End Malaria（“全球抗击疟疾联盟”，总部设在巴黎的全球最大的抗疟疾联盟组织）和赞比亚卫生部的邀请，前往赞比亚疟疾疫区进行实地考察，走访了国家级、省、市、区的卫生部门、边境防疫站、民间诊所和中国援建医院，了解并传播中国在帮助非洲国家根除疟疾方面所作出的重要贡献，以及早日实现全球零疟疾的重要目标。通过拍摄纪录片和公益宣传海报等方式，呼吁在全球范围内采取行动加强对疟疾的防治，并发起了“零疟疾从我开始”的微博话题，这是新媒体历史上对防治疟疾最大规模的宣传，也是中国明星第一次深入非洲疟疾疫区，协调全球资源进行疟疾的防治宣传工作。

“零疟疾”运动于2014年首次在塞内加尔启动。在2019年4月25日即世界防治疟疾日，世界卫生组织号召“零疟疾从我做起”，推动将疟疾防治放在政治议程中的显著位置，呼吁在基层采取措施防治疟疾，动员更多资源，使社区能够把握疟疾预防和治疗的自主权，推动全球零疟疾尽快实现。

2017年起，中国开始了无本地发生疟疾的记录，如果连续三年都是零疟疾，2020年，中国有望被世界卫生组织（“WHO”）宣布为全面消除疟疾国家，为了这个目标，每个人都应该了解疟疾及其防治措施。

影响力数据

微博话题#零疟疾从我开始#阅读量约6.2亿次，讨论量约40.1万次。

善行者公益徒步——陈乔恩、田亮、黄英、刘畊宏、徐洁儿、李嘉佳、任永全、陈嘉慧等

关键词

公益徒步、扶贫

发起方

中国扶贫基金会

执行方

中国扶贫基金会

案例描述



善行者公益徒步活动是中国扶贫基金会于 2014 年发起的一项公益和运动相结合的大型户外徒步活动，鼓励公众 4 人组成一队，在规定时间内完成 50 公里徒步挑战，以“每一步都会带来改变”的信念，动员身边的人以实际行动支持公益，关爱贫困地区儿童及弱势群体，助力脱贫攻坚。活动不仅收获了公众的热情参与，也得到了陈乔恩、田亮、黄英、刘畊宏、徐洁儿等多位艺人的大力支持。

2019 年善行者共有三场活动：分别为 4 月成都善行者，10 月北京善行者和 12 月广州善行者，共计超过 8000 位善行者参加。这三场活动不光是大众，明星们也纷纷积极参与进来。陈乔恩作为 2019 年善行者年度公益大使，全年三场活动均到达现场为队员加油鼓励，分发补给。刘畊宏在徒步的过程中践行无痕山林的环保理念，收集路线上的垃圾，最终成都善行者筹得善款 241 万余元用于“免费车票”、海豚救援守护生命等公益项目。北京善行者筹得善款 800 万余元，田亮作为北京善行者爱心大使、黄英作为北京善行者善行大使也在线上为参与者加油鼓劲，北京交通广播电台节目主持人李嘉佳、俩量跑团徐洁儿、吉丽、齐湫儿、李初念和队员们一起出发完成 50 公里挑战。广州善行者筹得善款近 190 万元，部分用于爱心厨房项目，广东广播电视台主持人任永全现场为善行者助力，为队员进行志愿服务，另一位广东广播电视台羊城交通广播频率主持人陈嘉慧也和队员们一起出发，完成徒步挑战。

善行者项目汇聚了来自政府、企业、媒体、志愿者等多方的社会资源，明星积极地参与到了活动的各个环节之中，带动全民体育、全民公益的发展，用名人效应原则助力公益项目发展。2019 年项目共计筹得善款 1271 万余元。

影响力数据

微博话题#善行者#阅读量约 3 亿次，讨论量约 70 万次。

十只羊奔小康计划——阿云嘎

关键词

帮扶助贫

发起方

中华思源工程扶贫基金会

阿云嘎全球粉丝后援会

执行方

中华思源工程扶贫基金会



案例描述

2019 年底，为响应国家号召，阿云嘎全球粉丝后援会和中华思源工程扶贫基金会联合发起“阿云嘎·十只羊奔小康计划”助困项目，与内蒙古赤峰市敖汉旗木头营子乡岗岗营子村结成定点帮扶对子，号召所有阿云嘎粉丝在 2020 年为岗岗营子村所有贫困家庭和残疾家庭送去希望的小羊，用小羊来帮助更多的人实现走上脱贫致富的小康路。

“十只羊奔小康”计划项目筛选出了符合帮扶条件的贫困农户，给每户贫困户发放一组羊，包含 10 只母羊和 1 只公羊。羊的品种为黑头杂交羊，它们的特点就是生长速度快，出栏早，饲养 3 年约可获得 6-7 万的利润，可成功脱贫，实现脱贫致富的目标。基金会和阿云嘎后援会也安排了技术人员到户指导养殖技术，企业到户回收羊，手把手帮扶农户无忧养殖、脱贫致富。

“十只羊奔小康”计划是一个很新颖的项目，采用授人以鱼不如授人以渔的方式，让贫困户可以自力更生，用双手养活自己。此外，羊对于很多像阿云嘎一样的内蒙人来说，不仅是全家的经济来源，也是最深刻的故乡印记，将这一段美好的时光用公益的方式铭记。104 天内筹集资金共 188596 元，第一阶段共资助了 4 户贫困户，每户 11 只种羊，第二阶段还在进行中。

影响力数据

微博话题#阿云嘎·十只羊奔小康计划#阅读量约 4500 万次，讨论量约 40 万次。

“寒门学子”大型公益项目——佟丽娅

关键词

贫困考生、学费筹集

发起方

CCTV《聚焦三农》栏目

执行方

中华社会救助基金会

案例描述

该项目由 CCTV《聚焦三农》栏目发起，在全国范围内当年考上大学的农村贫困考生筹集学费。佟丽娅将继续出任 2019 年“寒门学子”大型公益活动年度爱心大使，并发起话题#加油寒门学子#，呼吁全社会都来关注寒门学子，众多明星大 V 也热情参与爱心接力，共同为寒门学子助力加油！



“寒门学子”自 2014 年第一季开播以来，迄今已连续成功举办 5 年，共有 20 多万人参与爱心捐助，资助了上千名来自全国各地的寒门学子顺利走进大学校门，开启人生新征途。2019 年 7 月 15 日，CCTV《聚焦三农》栏目联合中华社会救助基金会，正式启动 2019 “寒门学子”公益活动，全国各地近 40 家媒体及新浪微博同时进行联动。同时，CCTV《聚焦三农》栏目将大力报道各地出现的感人又励志的学子故事，并持续报道“寒门学子”公益活动的各项进展，实时更新捐款总额和资助情况，助力学子们顺利走进校园。

该项目助力了一批让人深刻的寒门学子，“工地男孩”、“桑拿女孩”、“家教小老师”、“清华卖菜男孩”等一批奋斗在自立路上的优秀学子跃然眼前，成为每年高考过后一道亮丽的风景。从长远来看，无论对个人、家庭还是国家来说，教育都是最好的投资，该项目召唤社会正能量在寒门聚集，不让充满希望的孩子被学费阻挡在高校的门外。2019 年预计资助寒门学子 700 名，资料审核通过的学子每人将获得 8000 元的助学金。

影响力数据

微博话题 #加油寒门学子#阅读量约 6574.3 万次，讨论量约 6707 次

快乐能量计划——陈涛、石凯、范丞丞、嘉羿、陈宥维等

关键词

先心病患、健康打卡

发起方

爱奇艺

执行方

爱奇艺

爱佑慈善基金会

中国青少年发展基金会



图片来源于网络

案例描述

2019年7月，由爱奇艺发起的“快乐能量计划”活动，救助了先心病患儿并且倡导健康的生活方式，其中陈涛、石凯、范丞丞等偶像的加盟，也号召更多年轻人关注公益，传递正能量。

“快乐能量计划”将打卡活动与公益相结合，设置不同的快乐能量计划站，在不同活动期数中和不同的明星合作，并和不同的基金会开发不同的公益项目。第一站的参与明星是陈涛和石凯，他们号召网友进行运动打卡，为爱奇艺联合爱佑慈善基金会共同发起的“夏日青春漾 X 爱佑童心项目”公益活动注入能量，帮助了一位年仅6岁的先天性心脏病儿童欣欣顺利完成手术；第二站的参与明星是范丞丞，他利用其自身影响力和流量，号召超过两万的粉丝传递快乐能量，为救助先天性心脏病患儿献出一份力量；第三站参与明星是嘉羿和陈宥维，他们助力爱奇艺与中国青少年发展基金会共同发起的“希望盒子”公益项目，将为陕西的希望小学送去奇遇VR一体机。

本次活动将持续至8月底，丰富了年轻人生活，让更多年轻人在传递快乐能量的同时也主动助力公益。这种线上线下联动的新颖方式，一方面增加了大众对公益项目的参与度和体验感，另一方面让粉丝在追星的过程中，意识到自身的社会使命感。截止8月，已顺利帮助一位心脏病儿童成功手术、为贫困小学捐VR一体机等。

影响力数据

微博话题#快乐能量计划#阅读量约2000万次，讨论量约9万次。

圆山里娃的足球梦——阿雅、大鹏

关键词

留守儿童、足球教育

发起方

《奇遇人生》节目组、腾讯公益

执行方

上海真爱梦想公益基金会

案例描述



图片来源于网络

2019年11月1日，由《奇遇人生》节目组和腾讯公益发起的微博接力话题#奇遇童年的你#，号召公众关注留守儿童，为贫困山区的儿童的足球教育助力。在阿雅、大鹏、周迅等明星的带动下，仅12天，75名留守儿童得到了90节足球课程。

《奇遇人生》节目嘉宾阿雅和大鹏深入贵州的贫困山区，探访了元宝希望小学的足球队。这是一支由留守儿童组建起来的足球队，虽然条件落后，但在徐召伟老师的带领下多次获得县文体艺术节足球比赛的冠军。在当期节目播出的当天，《奇遇人生》节目组与腾讯公益为了让足球队的孩子们获得更多的教育机会，发起微博接力话题#奇遇童年的你#，呼吁关注留守儿童，守护他们的纯真童年，圆他们的梦想。此活动不仅得到各路明星的积极响应，也引发了网友们的共鸣，纷纷在微博上分享自己童年照片，回忆儿时的趣事。

《奇遇人生》作为一档综艺节目，把公益和人文关怀很好的融合在一起，赚足了公众的眼球，满足了观众的内心情感诉求。成功的以打感情牌的方式吸引网友们关注留守儿童的未来，守护他们的童年和梦想，继而意识到自身的社会责任感。在广泛的讨论下，仅12天，“圆山里娃的足球梦”项目已经顺利筹集善款完成，75名孩子获得了足球的指导和训练，共计90节课程。

影响力数据

微博话题#奇遇童年的你#阅读量约1.4亿次，讨论量约134万次。

旧书公益行动——易烱千玺

关键词

留守儿童、心理健康

发起方

轻松筹、易烱千玺爱心基金

执行方

轻松筹、易烱千玺爱心基金

案例描述



图片来源于网络

轻松筹易烱千玺爱心基金“旧书公益行动”以“千言万语 想和你说”为主题，不以捐款形式，而是用书籍和一份真诚的祝福为留守儿童送去心灵的慰藉，“书”送希望，“声”传温暖，为留守儿童打开一个情感出口。

轻松筹联合易烱千玺爱心基金发起“旧书公益行动”、轻松筹公益影展线下活动于1月13日落下帷幕。超过10万热心公益的爱心人士通过线上及线下方式参与到活动中，参与者捐书后可通过“留声机”对留守儿童说一句祝福的话，并写下想对小朋友说的话，夹在书中一同寄给小朋友，用最真实的声音和力量为留守儿童打开一个情感的出口。此次轻松筹易烱千玺爱心基金“旧书公益行动”的开展，一方面，以明星效应带动公益传播的几何级扩散，对扩大公益行动的传播效果，唤醒年轻一代深度参与公益的善心起到了重要的积极作用。另一方面，精准聚焦了不同类型留守儿童的心理机制，探索有效的心理帮扶路径。

该活动线上线下有超过10万热心公益的爱心人士的热情参与，为缺乏父母陪伴的留守儿童送去关爱，为他们的希望续航。全网传播覆盖近1.6亿人次。

影响力数据

微博话题#轻松筹易烱千玺爱心基金旧书公益行动# 阅读量约8182.8万次，讨论量约35.2万次。

(二) 直接参与模式演艺明星公益项目

嫣然天使基金——发起人李亚鹏先生与王菲女士

关键词

唇腭裂儿童、医疗救助

发起方

嫣然天使基金

执行方

嫣然天使基金

案例描述



嫣然天使基金是一家为唇腭裂出生缺陷患者及家庭提供全面服务与支持的公益机构，嫣然天使基金于 2006 年 11 月 21 日创立，发起人李亚鹏先生和王菲女士将对女儿的爱转化为一份大爱，由此开启了嫣然天使基金的慈善之路。自 2006 年创立至今，我们已为超过 13595 名唇腭裂患者实施了全额免费唇腭裂修复手术，并为 140 名唇腭裂儿童进行了语音序列治疗。嫣然于 2020 年 3 月启动语音治疗项目，成为第一家资助语言治疗的公益机构，为唇腭裂修复手术后需要改善发音的患者提供专业语音治疗。

为了让中国偏远地区唇腭裂患者得到及时有效的医疗救助，自 2007 年起，嫣然天使基金已 25 次带领医疗专家团队前往偏远、贫困地区开展“嫣然天使之旅-把爱传出去”医疗救助活动。这是一场关于爱与希望的旅程。

14 年间，远赴 21 个偏远地区，总行程超过 114163 里，为超过 1109 名偏远地区唇腭裂患者提供免费唇腭裂修复手术，超过 800 名包括医疗专家、艺术家、音乐理疗师、企业代表在内的志愿者参与。2019 嫣然天使之旅远赴西藏、河南、云南省，共完成唇腭裂患者救助手术超过 326 台。新浪微博和微信公众号超过 100 万粉丝；百余位公众人物志愿者支持；嫣然公益宣传片播放数累计 1 亿余次；“2019 嫣然天使之旅·云南行”全网阅读量累计超过 100 万次。

影响力数据

微博话题#2019 嫣然天使之旅·云南行#阅读量约 27.7 万次。

爱的分贝公益音乐会项目——周笔畅

关键词

医疗援助、公益音乐会

发起方

周笔畅工作室

执行方

周笔畅工作室

中华思源工程扶贫基金会“爱的分贝”项目



案例描述

爱的分贝是由李修平、鲁健、张泉灵、马洪涛、王娟等三十多位播音员、主持人共同发起的专注听力障碍救助的公益机构，致力于帮助听障人群融入社会，推动听障行业全面发展。2015年，周笔畅创立“Begins To Love”公益品牌，举办了第一场“爱的分贝公益音乐会”，将所有门票收益都捐赠给了爱的分贝项目，并正式成为该项目的爱心大使。周笔畅工作室 BeginsStudio 承担了公益音乐会主办方的工作。2019年，周笔畅以爱心大使的身份继续参与爱的分贝项目活动。周笔畅在《名人坊》节目中与爱的分贝项目理事会副理事长季小军老师探讨自己对音乐和生活的感悟。此外，周笔畅还参与了 95 公益周活动，助力爱的分贝项目宣传。在支付宝中搜索周笔畅公益，可参与与周笔畅猜拳活动，获取为公益项目助力的超能卡。

2012年，周笔畅在参加《梦想合唱团》时曾通过团队表演的形式为爱的分贝项目筹款，并跟随项目团队探访湖南受助家庭，由此与爱的分贝结缘。周笔畅在 2015年、2017年、2018年共举办四场“Begins To Love”爱的分贝公益音乐会，每年的音乐会主题根据不同场地做不同的设定，表演内容针对音乐会单独编排。周笔畅说：“因为我自己是一名歌手，音乐是我最熟悉的一种表达方式，用音乐会的方式和大家分享这个项目，我觉得会传递一种‘声音’的重要性。”

截至 2019年 12月，“爱的分贝公益音乐会”向爱的分贝捐款逾 200万元，已帮助 14位儿童植入人工耳蜗，118名听障儿童在京接受语言康复训练。

影响力数据

微博话题#爱的分贝公益演唱会#阅读量约 2 亿次，讨论量约 683.3 万次。

足球第一课——鹿晗

关键词

足球教育、贫困儿童

发起方

鹿晗工作室

执行方

中国青少年发展基金会



图片来源于网络

案例描述

基于自身对足球的热爱以及迫切希望帮助更多喜爱足球的小朋友的心情，2018 年鹿晗及其工作室发起了“足球第一课”公益项目，“足球第一课”将以提供装备和训练资金的方式，去帮助一些条件较差的青少年儿童。2019 年鹿晗及其团队继续捐献了更多的公益足球场。

“足球第一课”是鹿晗工作室 2018 年发起的公益项目，希望让更多的少年爱上足球，参与到足球运动中来。鹿晗工作室与 2019 年联合 Lstars 电子竞技俱乐部共为同西安市鄠邑区军民小学捐赠“足球第一课希望工程公益球场”，2019 年 7 月 16 日起球场正式投入使用。9 月向军民小学捐赠一批阿迪达斯球衣。11 月鹿晗获得中国青少年基金会授予的“希望工程 30 周年突出贡献者”荣誉奖项。

“足球第一课”公益项目助力少年足球梦。在助力公益益球场修建及爱心捐赠的同时开启足球公益课堂，提供专业足球教练定制化兴趣课程，校园足球趣味赛等活动。以及助力足球少年圆梦世界杯，与世界名将面对面等足球文化体验活动。旨在开启年轻人对足球项目的兴趣，感受足球的魅力，让更多的人参与到足球这项运动中来。2019 年共建成 3 座希望工程公益足球场，项目惠及多所小学学生。

影响力数据

微博话题#足球第一课# 阅读量约 5.9 亿次，讨论量约 308.8 万次。

扶贫万里行——韩磊

关键词

扶贫义演、产业帮扶

发起方

韩磊音乐工作室

执行方

韩磊音乐工作室

快乐购有限责任公司



图片来源于网络

案例描述

“韩磊扶贫万里行”是中国歌唱家韩磊发起的公益活动，活动通过“走访慰问+产业帮扶”相结合的形式开展扶贫工作，一方面，通过走访贫困村寨及“韩磊巡回义演”等方式致敬扶贫事业；另一方面以“韩磊扶贫盒子”的形式，帮扶扶贫干部，惠及贫困百姓。韩磊“扶贫万里行”的首秀于2019年11月中旬在湖南开始。

韩磊“扶贫万里行”全国首发站的活动计划以“湖南电商扶贫小店”为运营载体，建立以快乐购、淘宝直播、拼多多、湖南汽车音乐电台893等主力渠道参与的帮扶销售矩阵，结合在湖南地区陆续开展的扶贫干部走访与扶贫慰问演出等活动，扎扎实实助力脱贫攻坚事业。活动不仅扩大了地方的知名度，对地方物产环境、特色产业有很强的宣传效果，为外界了解贫困地区、强化对这些地区的投资与合作起到了很好的信息交换作用。并且韩磊以身作则，影响和带动更多歌唱家、文艺家加入到扶贫队伍中，发挥演艺人士的社会影响力，弘扬正能量，帮助贫困地区脱贫致富。

韩磊团队会已建立起多个电商平台联合打造的帮扶销售矩阵，助力农产品销售，并结合扶贫干部走访与扶贫演出等活动，推动扶贫工作开展。

影响力数据

微博话题#韩磊扶贫万里行#阅读量约4.3万次，讨论量约52次。

(三) 间接参与模式演艺明星公益项目

能量榜样团体公益工程——李现、朱一龙、蔡徐坤、邓伦、TFBOYS、王嘉尔等

关键词

能量榜样、贫困儿童救助

发起方

能量中国平台

执行方

能量中国平台、成美慈善基金会

案例描述



图片来源于网络

2019年，各大明星及其粉丝团体积极参与“能量榜样团体公益工程”，数十余名明星及粉丝团体参与其中，参与类型以粉丝公益应援为主，粉丝会选择明星生日等时机，以明星的名义捐赠公益设施。项目为捐赠人提供盖公章的捐赠说明，并设立“能量偶像人物志”专栏，为积极参与其中的明星撰写专访稿件，对明星、名人及其粉丝团的公益、慈善行为进行报道及鼓励。

能量中国平台由共青团中央网络影视中心、中国青年网、磁石网等机构联合推出，旨在建设中国“暖·文化”。能量中国于2018年发起“能量榜样团体公益工程”，招募明星粉丝团及其他社会团体作为“能量榜样团体”，对乡村学校及贫困儿童予以支持，在确有需求的乡村小学、中学内援建科学实验室、健康体育室、卫生健康基地、爱心图书室、爱心图书角等基础教育设施，并对贫困在读孩子进行生活资助，帮助其在义务教育阶段能够顺利完成学业。

能量中国项目切实帮助贫困地区改善在读儿童教育资源问题，并与中央新闻媒体及各经纪公司开展公益倡导活动，提升公众对中国梦及公益活动的认知，营造出人人是正能量，事事显正能量的积极的舆论氛围。自2018年11月7日起，该项目在微公益平台已筹得善款44万，目标筹款金额为100万，用以援建1000个科学实验室、健康体育室、爱心图书室、爱心图书角，对100位贫困在读孩子进行生活资助，并与中央新闻媒体及各经纪公司开展100次公益倡导活动。

影响力数据

微博话题#能量榜样团体#阅读量约4.7亿余次，讨论量约170万次。

毕业后图书馆项目——古力娜扎

关键词

教育发展、公益图书馆

发起方

古力娜扎全球后援会、
毕业后公益图书馆

执行方

古力娜扎全球后援会、
毕业后公益图书馆



案例描述

毕业后公益图书室一直致力于为祖国欠发达地区乡村小学提供积极、健康、精准的课外读物，目前已联合 65 位知名艺人、365 家知名企业、1000 余家明星粉丝团为国内偏远地区乡村小学建立 1488 间公益图书室，输送精准课外读物达 240 万册，帮扶 35 万留守儿童心智健康成长，是国内支持乡村教育公益领域发展速度最快，规模和影响力最大的公益组织之一。

娜扎全球后援会联合毕业后公益图书室开启“娜扎公益图书室”筹建计划，此次活动通过互联网筹集适合中小学生学习阅读的书籍。2019 年 4 月 23 日娜扎公益图书室在广东省河源市紫金县九和镇大田小学落地，是第二间以娜扎冠名的公益图书室。本次活动共捐赠了 2362 册高精度读物，累计受益人数 500 人

粉丝团和粉丝通过公益行动积极参与不仅树立偶像正能量，彰显追星意义所在，还力所能及地帮助社会上需要帮助的群体。粉丝跟随娜扎的脚步一起帮助贫困地区的孩子们打开视界，用书籍充实人生，用知识改变命运。

影响力数据

微博话题#娜扎公益图书馆#阅读量约 198.6 万次，讨论量约 1679 次。

生日公益应援——王源

关键词

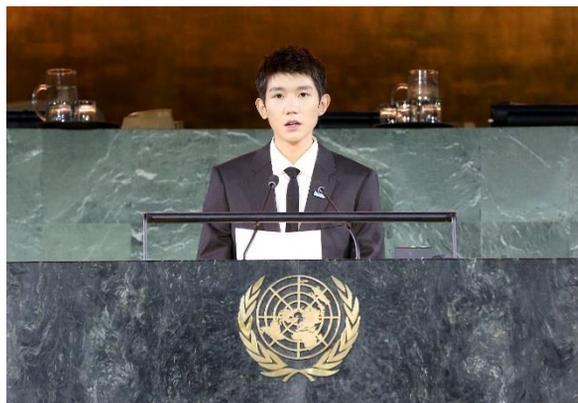
粉丝公益、生日应援

发起方

王源后援会及其他粉丝应援组织

执行方

源公益专项基金、
北京新阳光慈善基金会、
联合国儿童基金会、中华儿慈会等



案例描述

2019年11月8日是王源的19岁生日，粉丝们准备了各种公益类应援活动，也积极参与各项公益项目。受益人群包括抗战老兵、敬老院老人、贫困山区儿童、环卫工人，也有涉及环境保护、动物保护等领域。此外，此次生日公益应援还对乌干达、越南的孩子进行钱款、物资的捐助。粉丝在其生日之际，响应他的爱心号召，以偶像之名行公益之举，体现出王源强大的公益号召力和粉丝的社会责任感。

2019年7月，王源作为联合国儿童基金会大使前往云南省沧源县一所小学探访，其间与学校师生展开交流，了解由联合国儿童基金会支持的项目如何促进学生的社会情感能力发展，并积极参与到学校的社会情感学习课程、游戏和体育活动。2019年11月20日，联合国儿童基金会大使王源参加了在联合国总部举行的纪念《儿童权利公约》通过三十周年暨庆祝世界儿童日联合国大会高级别会议，并就儿童教育问题发言，为倡导所有儿童都享有优质教育的权利而发声。当天早些时候，王源还参加了用蓝色灯光点亮纽约帝国大厦的仪式，庆祝世界儿童日。王源也加入世界儿童日的系列线上宣传活动中，其中包括通过互动问答的方式与网友们分享自己对儿童权利的认识，做出支持儿童权利的承诺。

影响力数据

微博话题#王源 1108 十九岁生日快乐#阅读量约 20 亿次，讨论量约 810 万次。

四、 致读者

本文在撰写中所用到的数据来源于艾漫数据、网络公开信息、专业人员访谈和案头研究等渠道，并经专家和研究组人为进行项目评估，虽尽量保证公平、客观，但仍难免有未尽之处，欢迎社会各界与研究组交流，共同完善《案例集》。

同时，希望《案例集》的发布能为社会各界提供思考，并希望明星公益事业更好发展，吸引更多社会大众的参与，帮助更多需要帮助的人。

鸣谢

自 2017 年开始，为了推动明星公益事业更加专业化、标准化、规范化和可持续性发展，在中国传媒大学公益广告创新研究基地、北京艾漫数据科技股份有限公司和相关各方的大力支持下，中国扶贫基金会委托 ABC 美好社会咨询社对中国演艺明星公益行为进行了持续的观察和总结，对年度明星公益发展现状和趋势进行了梳理与研究，所形成的明星公益观察报告及经典案例集，得到了演艺界、公益界及新闻界的普遍认可与好评。我们希望通过持续的研究，让社会公众了解明星公益现状，了解演艺界为慈善公益事业所付出的努力，搭建演艺界与公益界信息发布、沟通交流平台，推动社会正能量传播，推进公益慈善事业健康发展。

今年，我们克服疫情影响，历经三个月的努力，《2019 年中国演艺明星公益观察报告》《S20 中国演艺明星公益经典案例集（2019）》与大家见面，感谢 ABC 美好社会咨询社志愿者团队为报告付出的不懈努力，感谢中国传媒大学公益广告创新研究基地为报告提供的学术指导，感谢北京艾漫数据科技股份有限公司为报告撰写工作提供的公益数据采集支持。

在观察报告与案例集撰写过程中，感谢中国传媒大学广告学院院长丁俊杰、中国传媒大学全国公益广告创新研究基地秘书长刘林清、中国传媒大学全国公益广告创新研究基地主任和群坡、北京艾漫数据科技股份有限公司副总裁李绛、北京艾漫数据科技股份有限公司市场部经理汪景然、北京师范大学中国公益研究院院长王振耀、北京师范大学社会公益研究中心陶传进、中国慈善联合会常务副秘书长刘佑平、中国慈善联合会会员部主任彭玉成、国际公益学院代理院长兼中国国际民间组织合作促进会名誉理事长黄浩明、公域合力管理咨询（北京）有限责任公司执行董事冯利、中国基金会发展论坛资深项目经理任梦洁等专家学者、专业人士接受编写组访谈，对报告中相关观点、结论的形成，给予了重要学术支持；感谢新浪微公益总监杨光、新浪微公益执行总监余哲、爱奇艺党委副书记张月宁、腾讯星推榜高级运营罗松、腾讯新闻公益内容运营周维、今日头条公益负责人张木兰、环球网上海子公司总经理张媛、新闻公益人黄英男等老师在明星公益传播，以及明星公益案例收集方面给予的支持与指导；感谢欢瑞世纪（东阳）影视传媒有限公司行政人事总监庞乐萍、薯片文化传播发展（北京）有限责任公司商务主管柯璐、连卡佛营销总监 Coco Wang、观正怡恩（北京）公关资源有限公司总监管箐、黄晓明明天爱心基金秘书长黄鹂等专业人士在艺人公益需求，以及明星公益所面临的挑战方面所提诚恳建议；感谢著名演员、中国扶贫基金会筑巢行动志玲姐

姐之家专案发起人、凤凰网志玲姐姐护童计划项目发起人林志玲女士在观察报告与案例集撰写过程中给予的支持。

感谢观察报告与案例集撰写团队 ABC 美好社会咨询社翟进、苏苏、刘隋缘、李明哲、陈力睿、黄璐佳、林泳秋、陆梓煜、孙思萌、王潇一、许昊玥、杨佳妮、殷依纯、张丹华、张潇文、赵奕涵、周力博、周扬帆、左悦敏、刘洋、王祎蕾，在报告与案例集撰写过程中付出的努力。

期待演艺界、公益界在慈善公益的道路上，继续携手同行，祝愿明星公益不忘初心、行稳致远！

（以上排名不分先后）

中国扶贫基金会

伙伴关系办公室

电子邮箱: yangbing@fupin.org.cn

联系电话: 010-82872688-566