



深圳同佳岸慈善基金会 “幸福社区”发展计划项目

第三方评估研究报告

(2016-2021)

黑龙江省智融社会组织发展与研究中心
2021年12月



目 录

前 言.....	1
一、“幸福社区”项目评估设计及评估过程.....	2
(一) 评估原则.....	2
(二) 评估维度.....	3
(三) 评估指标.....	3
(四) 评估方法.....	5
(五) 评估过程.....	6
二、“幸福社区”项目(2016-2021)整体实施情况.....	10
(一) 项目发展初具规模.....	11
(二) 项目资金增量翻番.....	15
(三) 项目受益群体呈现“一大一广一突出”的特点.....	16
(四) 项目传播力与影响力双向提升.....	17
(五) 哈尔滨银行及员工的参与度不断提高.....	22
(六) 承接项目的社会组织呈“三多”趋势.....	24
三、“幸福社区”项目的成效分析与评价.....	28
(一) “幸福社区”项目的社区成效分析.....	28
(二) “幸福社区”项目的社会组织影响评价.....	34
(三) “幸福社区”项目的基金会影响评价.....	41
(四) “幸福社区”项目的企业影响评价.....	48
四、问题分析.....	61
(一) 项目的深度、广度及专业性有待提升.....	61
(二) 项目参与主体间的内生合力有待加强.....	61
(三) 资源支持和专业技术支持需持续发力.....	62
(四) 需在多重利益诉求之间寻找动态的项目目标平衡点.....	63
五、对策建议.....	65
(一) 新战略“三策”.....	65
(二) 新项目“三策”.....	68
结 语.....	70

前 言

党的十九届四中、五中全会提出了“构建基层社会治理新格局”，到 2035 年基本实现“国家治理体系和治理能力现代化”的远景目标，十九届六中全会进一步明确了“推进国家治理体系和治理能力现代化”是全面深化改革的总目标。习近平总书记在考察基层社区工作时，多次提出要深入推进基层社区治理创新，构建富有活力和效率的新型基层社会治理体系。社区作为基层社会治理最基本的单元，在国家治理体系和治理能力现代化中发挥着至关重要的作用。

深圳市同佳岸慈善基金会（以下简称“基金会”）坚持“弘扬仁爱精神，践行现代公益，建设和谐社会，共铸华夏辉煌”的使命和愿景，与新时代发展同步共频，积极参与社区基层治理，努力“成为创造美好生活品质的社区领导者”。基金会与哈尔滨银行共同发起“幸福社区”发展计划项目（以下简称“‘幸福社区’项目”），旨在不断提升社区居民生活品质，激活基层社区治理力量，创新社区治理体系；同时，依托“幸福社区”项目推动哈尔滨银行践行企业社会责任，彰显“做一家有温度、有情怀的银行”的社会使命和价值追求。

“幸福社区”项目自 2016 年启动以来，不断向纵深推进，通过项目为优秀公益组织提供融合资源，搭建多方协作探索、创新社区服务的公益服务平台，实现了推动社区居民生活品质提升，助力基层社区治理创新；推动企业美誉度提升，助力哈尔滨银行履行社会责任；推动基金会品牌度、美誉度和治理度提升，助力基金会扩大社会影响力等目标，取得了良好的服务成效和社会效益。

一、“幸福社区”项目评估设计及评估过程

黑龙江省智融社会组织发展与研究中心是基金会引进的具有专业资质和行业影响力的第三方专业评估机构，对“幸福社区”项目实施5年来的整体情况开展历时性评估，促进“幸福社区”项目品牌内涵不断深化，项目及基金会的品牌效应不断扩大；研究基金会与哈尔滨银行通过“企（金融）社合作”形成的党建引领“公益+金融”模式，探寻公益服务项目社会价值与金融企业商业价值的有效融合方式，为基金会未来项目发展和政策倡导提供有价值的参考文本，为哈尔滨银行发展战略的顶层设计提供参考依据。

（一）评估原则

本次“幸福社区”项目的评估研究坚持客观性、系统性、科学性和可操作性的原则，力求形成以评价考核推动执行、以评价反馈促进改善的闭环式项目管理模式，实现以评促改、以评促建的项目评估目标。

1. 客观性原则。以客观事实为依据，真实反映“幸福社区”项目在执行、管理、服务成效以及对基金会品牌效应、哈尔滨银行社会美誉度等方面的影响。

2. 系统性原则。对评估的指标体系进行结构化分类，确定评估维度及评估指标，系统、全面地反映项目的整体情况。

3. 科学性原则。以科学的评估理论为依据，选取适切的评估研究方法、设计合理的指标体系，保证评估研究科学有效。

4. 可操作性原则。评估方法实用、易行，数据统计演算直观清晰，

具有可操作性。

（二）评估维度

本次评估依据项目自身特点及运行规律，从社区、社会组织、基金会、企业四个维度对“幸福社区”项目开展历时性评估（详见表1）。

表1 “幸福社区”发展计划项目评估的维度及主要内容

维度	主要内容
社区	评估通过项目实施对项目落地社区、社区居民、社区环境、社区制度等产生了怎样的正向积极改变，是否达成项目目标，是否和“幸福社区”项目理念契合。
社会组织	评估通过项目执行，社会组织的硬件条件、内部制度、人员素质与规模、专业服务能力、项目管理能力、执行能力、政策倡导情况、社会组织的社会知晓度等方面是否有所改善，评估承接项目的社会组织在本地区影响力的改变情况。
基金会	评估项目实施和基金会发展理念及战略规划的契合度。从“机制—规范”和“价值传播——社会意义”两个方面出发，评估项目管理是否完备、项目监管是否有效、影响力是否有效覆盖在地社区。
企业	评估项目实施过程和结果是否能够有效地扩大企业的知名度和居民认可度。从企业社会形象建设、社会责任实践、员工（志愿者）社会公益认知等方面，评估企业的社会效益情况。

（三）评估指标

本次评估继续采用“社会影响力”概念，对项目的社会影响力开

展评估研究，通过对“社会影响力”概念进行操作化，评估“幸福社区”项目过程及项目实施成效（详见表2）。

表2 “幸福社区”发展计划项目影响力评估指标体系

项目链条	评估指标
受众端-社区	项目认知
	项目受益
	社区环境
	社区制度
	企业和社区伙伴的关系
	疫情防控期间项目实施情况
执行方-社会组织	硬件条件
	内部制度
	人员规模
	人员素质
	专业服务
	项目管理
	政策倡导
	行业影响力
资助方-基金会	内部管理机制
	组织制度建设
	项目品牌建设

	社会声望
捐助方-企业	社会形象
	社会公益认知
	企业员工志愿服务的参与度
	社会效益
	边际经济效益
	企业和社区伙伴的关系

（四）评估方法

本次项目评估研究采用实证性与规范性相结合、定性和定量相结合的方法，具体采取了文本分析、焦点小组访谈、问卷调查、信息抓取等方法，对6个省（市）18个城市的“幸福社区”项目进行整体性评估研究。

一是评估研究团队注重收集一手资料并进行数据分析，使本次评估具有充分、有力的证据；二是评估研究团队通过焦点小组访谈法，搜集项目执行方和捐助方在组织、管理、各方联动和传播等方面的资料，对项目成效进行评估；三是评估研究团队将互联网和其他媒体的二手资料抓取作为评估的另一种手段，从多个维度对项目进行定性评价；四是本次评估的定量研究以问卷调查为主，分别对受众端（社区、社区居民）、执行方（社会组织）、捐助方（分行或支行负责人、企业员工志愿者）3类主体进行问卷调查，通过对上述数据的分析，评估项目落地实施效益以及各不同主体存在的需求。具体评估研究方法见表3。

表3 “幸福社区”发展计划项目评估研究方法

评估研究方式	具体内容
文本分析	对“幸福社区”项目实施五年来的各类一手材料，包括从基金会、项目执行单位处汇总的项目书、阶段性总结报告、基本服务数据、工作记录、媒体报道情况等进行搜索整理、综合分析。
焦点小组访谈	①社区负责人焦点小组：评估研究团队抽取哈尔滨、牡丹江、天津、沈阳、成都、重庆、深圳七个项目落地城市、9个项目落地社区开展社区负责人焦点小组访谈；②承接项目的社会组织负责人焦点小组：评估研究团队在哈尔滨、牡丹江、沈阳、大连、成都、重庆、深圳选取社会组织开展焦点小组访谈；③项目落地的相关支行员工焦点小组：评估研究团队在哈尔滨、牡丹江、天津、沈阳、成都、重庆、深圳的项目参与支行中开展员工焦点小组访谈。
问卷调查	①服务对象（社区居民）问卷：由承接项目的各社会组织在各自服务社区内抽取服务受益居民，抽取原则兼顾接受服务次数与年龄结构两个指标；②社区负责人问卷：由社会组织联系项目落地社区，每个社区选取一位社区负责人或者主要对接项目执行的社区副主任进行问卷调查；③承接服务的社会组织负责人问卷：2016-2021年承接项目的社会组织人或项目负责人填答问卷；④项目落地的哈尔滨银行相关支行负责人问卷：由上级分行联系参与过项目服务的哈尔滨银行支行负责人，进行问卷调查；⑤项目落地的哈尔滨银行相关支行员工问卷：由各社会组织联系参与过项目服务的哈尔滨银行员工（志愿者），分发调查问卷。
信息抓取	对互联网大数据抓取的内容进行数据分析。

（五）评估过程

1. 评估研究的准备阶段

“幸福社区”项目评估研究工作启动之初，评估研究团队以研究设计为主要任务，开展了深入细致的准备工作。

组建评估研究团队。第三方评估机构依托高校、科研院所、社会组织的人力、智力和专业优势，精心选拔人员，组建了包括高校和研

究机构学者、社会服务项目专家、公益领域实务工作者在内的，具有项目管理、评估、理论与实务研究优势的跨界评估研究团队。评估研究工作团队情况详见表 4。

表 4 “幸福社区”发展计划项目评估研究团队一览表

分类	姓名	工作单位/职务	职务/职称	
评估专家组	组长	黄 红	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江省社会科学院社会学所	首席专家 所长 教授
	成员	苏 光	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江大学	理事长 教授 博士
		高青梅	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江工程学院	副理事长 教授
		刘 冬	省智融社会组织发展与研究中心 哈尔滨工业大学	特聘专家 博士
		刘明明	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江省社会科学院	特聘专家 博士
		初智巍	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江工程学院	特聘专家 副教授
		刘 媛	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江大学	特聘专家 教师
		宋轶夫	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江省教师发展学院	特聘专家 副研究员
		张译文	省智融社会组织发展与研究中心 吉林大学	特聘专家 博士
		高 珊	省智融社会组织发展与研究中心	副总干事 社会工作师
		王莉梅	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江工程学院	特聘专家 正高级会计师
		周 波	省智融社会组织发展与研究中心	会计 会计师
评估工作组	组长	窦 青	省智融社会组织发展与研究中心	办公室主任
	组员	李东伟	省智融社会组织发展与研究中心	工作人员
		李昕芮	省智融社会组织发展与研究中心	工作人员

	韩石	省智融社会组织发展与研究中心	工作人员
	崔丽芳	省智融社会组织发展与研究中心	工作人员
	孙文静	省智融社会组织发展与研究中心	工作人员
	辛馨	省智融社会组织发展与研究中心	工作人员
	戚洋	黑龙江省希望社会工作服务中心 黑龙江省社会科学院	实习社工 硕士
	苏楚茵	省智融社会组织发展与研究中心 黑龙江省社会科学院	实习社工 硕士
	浦可欣	黑龙江省希望社会工作服务中心 黑龙江省社会科学院	实习社工 硕士

形成评估方案、收集评估资料。评估研究团队召开专题会议，反复进行研讨，并多次与基金会磋商，修订完善，最终确立了评估方向并形成评估工作方案；评估研究团队查阅了大量相关文献，收集了“幸福社区”项目资料，并对文献和项目资料进行了初步分析。

设计评估报告研究框架。评估研究团队通过设计“幸福社区”项目影响力分析框架，从“幸福社区”项目的策划与设计、项目管理与监测、项目运营拓展、项目直接服务成效、项目投入产出、项目影响力等维度开展综合评估；同时，对“幸福社区”项目管理与基金会发展关联度、“幸福社区”项目推行与企业效益关联度、“幸福社区”项目的社会价值与商业价值平衡关系、“幸福社区”项目对地方公益生态链的影响、公益项目运行与企业文化建设的关联度等进行综合评估。

研发评估工具文本。在充分梳理历年项目评估情况的基础上，研发了本次项目评估工作使用的信息采集工具文本，包括项目基本信

息、服务数据、媒体报道、项目资金、会议及获奖情况、合作银行公益项目开展与银行业务情况、项目总结报告 7 种工具表格，其中涵盖了 39 类信息，梳理并总结了其他与项目相关的信息文本。

确定各类评估调查工具。评估研究团队反复研讨，确定了 3 类人群的焦点访谈小组访谈提纲，并设计完成了涉及受众端、执行方、捐助方 3 类主体，包括了社区负责人、社区居民、社会组织成员、哈尔滨银行分行或支行负责人、哈尔滨银行员工志愿者 5 种调查问卷。

上述充分的准备工作，为项目评估研究工作得以顺利开展奠定了良好的基础。

2. 评估研究的实施阶段

在评估研究的实施阶段，评估研究团队以搜集资料开展评估研究为主要任务，着重对项目五年来的各项数据、信息进行采集整理，并进行综合评估。主要开展的工作有：

汇总整理项目各类资料信息。在基金会全力协助下，评估研究团队从 6 个省（市）18 个城市承接项目的各社会组织、哈尔滨银行各地支行收集到项目数量、项目资金数、媒体报道等各类信息资料，并对涉及到的 8747 个数据、354 份文本、若干影像资料等进行了汇总整理，同时抓取了互联网关于同佳岸“幸福社区”项目相关资料共计 365328 个样本。

开展焦点访谈小组评估。评估研究团队抽取哈尔滨、牡丹江、沈阳、大连、成都、重庆、深圳 7 个项目落地城市的项目参与主体开展焦点小组评估。受疫情影响，评估专家组利用腾讯会议平台对上述 7

个城市的部分社区负责人、社会组织负责人及工作人员、项目落地的相关支行员工开展了焦点小组访谈。

对 5 类对象进行了问卷调查。评估研究团队对受众端、执行方、捐助方 3 种主体的 5 类对象进行问卷调查，共发放了 5 类问卷，采用电子问卷、定向答取的方式。共回收社区居民问卷 2628 份、项目落地社区负责人问卷 139 份、承接项目社会组织负责人问卷 76 份、参与项目的哈尔滨银行网点负责人问卷 76 份、参与项目服务的哈尔滨银行员工调查问卷 303 份，上述 5 类问卷有效率均为 100%。

3. 评估研究的总结阶段

在评估研究总结阶段，评估研究团队以研究分析、撰写报告为主要任务，具体开展的工作包括：

确定研究报告框架结构。评估研究团队多次召开专题研讨会议，研讨确定项目评估研究报告的框架结构和主体内容。

形成评估研究报告初稿。评估研究团队进行多轮专题讨论，对本次评估进行整体的总结凝练，通过建模分析、反复核实数据等环节，以分工协作的方式形成评估研究报告初稿，提交基金会。

完成评估研究报告定稿。根据基金会对评估研究报告提出的反馈意见，反复修订、精细雕琢，最终形成《深圳同佳岸慈善基金会“幸福社区”发展计划项目（2016-2021）第三方评估研究报告》，完成项目评估研究工作任务。

二、“幸福社区”项目（2016-2021）整体实施情况

基金会五年间共投入“幸福社区”项目资金 **2213 万元**，项目覆盖哈尔滨、牡丹江、佳木斯、大庆、沈阳、大连、天津、成都、重庆、

深圳等 6 省市 18 个城市的 396 个社区，共有 98 家专业社会组织开展了 131 个项目，提供各类服务 6312 次，受益对象累计 38.83 万人。据不完全统计，有 84 家哈尔滨银行各分行、支行的员工累计 968 人次在项目中提供了近万次的志愿服务，“幸福社区”项目相关媒体报道总计 4.64 万篇，总点击量 10.93 万次，其中公共媒体报道 485 篇，总点击量 86.53 万次，自媒体报道 4.59 万篇，总点击量 22.86 万次(见图一)。



图一 “幸福社区”项目总数据图

评估组认为，“幸福社区”项目在五年中公益能量不断释放，“基金会+社会组织+社区+企业”多方联动、探索前行，以金融向善之力，推进公益服务深度与广度不断延展，一条独具特色的金融公益发展之路日渐明朗。

（一）项目发展初具规模

1. 项目数量逐渐提升

截止到 2021 年 11 月 10 日，基金会总计开展“幸福社区”项目

131项，其中2016年2项，2017年4项，2018年4项，2019年43项，2020年25项，2021年53项。受新冠疫情影响，2020年度开展的项目数量有所减少，但2021年项目数量创新高，达53项之多（见图2）。



图2 “幸福社区”项目数量年度统计图

（数据说明：2019年“幸福社区”项目开展时间跨度为当年5月和10月至次年5月和10月，其他年份“幸福社区”项目开展时间跨度为当年10月至次年10月，但此次统计，为明确展现年度项目数量，选择的时间界限为当年1月至12月实际开展的项目数量）。

2.项目分布呈现三大趋势

2016年11月至2021年11月，“幸福社区”项目覆盖哈尔滨市、牡丹江市、佳木斯市、大庆市、沈阳市、大连市、天津市、成都市、重庆市、深圳市等6省市的18个城市。“幸福社区”项目在辽宁省落地35项（其中沈阳市21项，大连市14项）；重庆市28项；天津市25项；四川省成都市24项；黑龙江省落地项目16项（其中哈尔滨市12项，佳木斯市1项，牡丹江市2项，大庆市1项）；广东省深圳市落地项目3项（见图3）。项目分布呈现如下趋势：

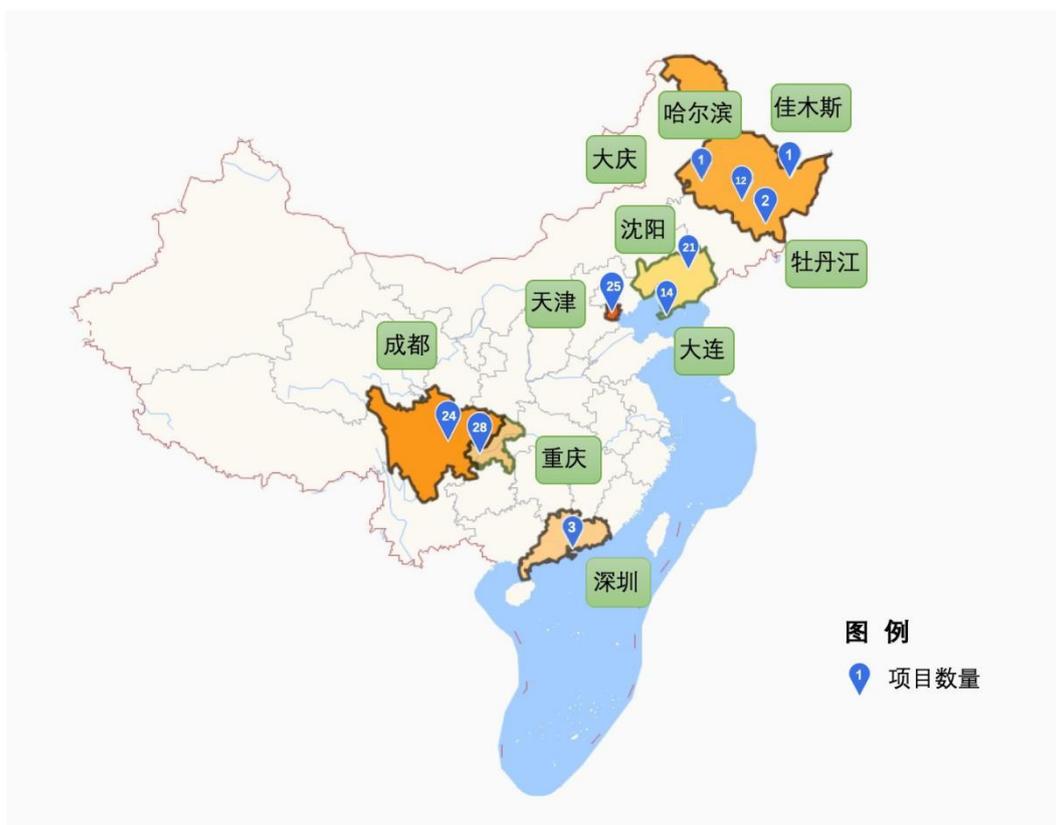


图3 “幸福社区”项目地域分布图

一是项目实施逐渐向南部和西部扩展。2016年“幸福社区”项目从黑龙江省哈尔滨市启航，2017年在四川省成都市开启，2018年重庆市“幸福社区”项目开启，2019年“幸福社区”项目落地广东省深圳市。项目落地区域情况详见表5。

表5 “幸福社区”项目年度落地区域一览表

年份	项目落地区域
2016年	哈尔滨
2017年	哈尔滨、成都、佳木斯
2018年	成都、沈阳、重庆
2019年	哈尔滨、沈阳、大连、天津、成都、深圳、重庆
2020年	成都、沈阳、大连、天津、哈尔滨、牡丹江、深圳、重庆
2021年	成都、沈阳、大连、天津、哈尔滨、牡丹江、大庆、重庆

二是项目实施逐步在区域内由点及面。2017年黑龙江省“幸福社区”项目从省会哈尔滨市扩展至佳木斯市；2019年辽宁省“幸福社区”项目从省会沈阳市延伸至大连市；2020年黑龙江省“幸福社区”项目覆盖至牡丹江市，2021年增加了大庆市（详见表6）。

表6 “幸福社区”项目落地城市一览表

城市	2016	2017	2018	2019	2020	2021	合计
哈尔滨	2	3	\	1	2	4	12
佳木斯	\	1	\	\	\	\	1
成都	\	1	1	8	3	12	24
沈阳	\	\	2	8	4	7	21
天津	\	\	\	10	3	12	25
大连	\	\	\	4	3	7	14
深圳	\	\	\	1	2	\	3
牡丹江	\	\	\	\	1	1	2
重庆	\	\	1	11	7	9	28
大庆	\	\	\	\	\	1	1
合计	2	5	4	43	25	53	131

三是项目实施突破市域界限。2020年重庆、成都两地“幸福社区”项目首次突破市域界限，落地在重庆市秀山土家族苗族自治县的凤凰社区与成都金堂县的沱源社区；天津地区的“幸福社区”项目服务深入乡镇，承接项目的社会组织将服务深入到西青区下辖大寺镇4个社区（见表7），标志着“幸福社区”项目服务深入县域。

表7 “幸福社区”项目落地县、乡（镇）情况一览表

年份	落地县、乡（镇）	落地社区
2020 年	重庆市秀山土家族苗族自治县	凤凰社区
	成都金堂县	沱源社区
2021 年	天津市西青区大寺镇	洛卡小镇社区、首创福特纳社区、王村、大寺村

（二）项目资金增量翻番

一是项目资金总量持续增长且增幅较大。2016 年至 2021 年，基金会投入“幸福社区”项目资金 2213 万元。其中，2016 年 40 万元，2017 年 114 万元，2018 年 207 万元，2019 年 423 万元，2020 年 703 万元，2021 年 726 万元。“幸福社区”项目年度资金除 2020 年受疫情影响出现波动外，均保持增长趋势且增幅较大，2019 年至 2021 年连续三年资金额度均超过 2016 年的 10 倍以上。

二是“幸福社区”项目资金占基金会年度总支出比例持续保持高位。2016 年项目年度资金支出占基金会该年度总支出比例的 95.98%；2017 年项目年度资金支出占比 85.9%；2018 年项目年度资金支出占比 92.45%；2019 年项目年度资金支出占比 96.95%；2020 年项目年度资金支出占比 98.28%；2021 年项目年度资金支出占比 96.69%（见图 5）。以上数据显示，从基金会经费年度支出结构来看，“幸福社区”项目是基金会自成立以来最核心的项目。

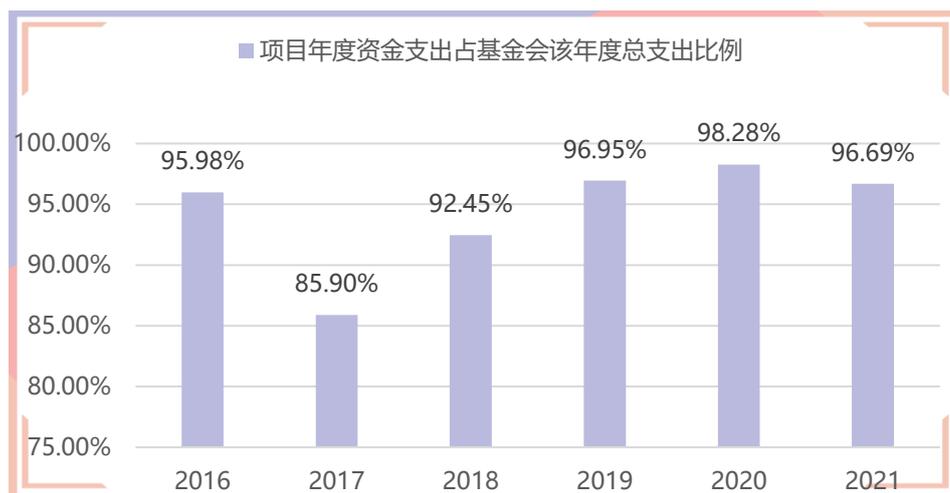


图5 “幸福社区”项目年度资金支出占基金会年度总支出比例图

（三）项目受益群体呈现“一大一广一突出”的特点

通过统计、分析项目相关数据，整理、提炼项目总结报告等文本资料，评估组认为，“幸福社区”项目受益群体呈现“一大一广一突出”的特点。

“幸福社区”项目受益群体规模大。2016年至2021年，“幸福社区”项目受益人总数**388395**人，其中直接受益对象155840人，间接受益对象232555人。按年度分析，2016年受益对象1900人，直接受益对象1000人，间接受益对象900人；2017年受益对象26279人，直接受益对象13129人，间接受益对象13150人；2018年受益对象19524人，直接受益对象8428人，间接受益对象11096人；2019年受益对象123569人，直接受益对象54400人，间接受益对象69169人；2020年虽然受到了突发疫情的严重影响，项目开展数量减少，但受益对象仍达到93700人，直接受益对象34269人，间接受益对象59431人；**2021年受益对象123423人，直接受益对象44614人，间接受益对象78809人**（见图7）。



图7 “幸福社区”项目受益对象年度统计图

“幸福社区”项目受益群体覆盖面广。2016年至2021年，131个“幸福社区”项目的服务对象涵盖了老年人、儿童、青少年、妇女、在校学生、退役军人、企业商户、残疾人等群体，体现了“幸福社区”项目服务群体覆盖广、类别多的特点。

“幸福社区”项目突出对弱势群体的关怀。“幸福社区”项目积极主动回应社区各类群体尤其是特殊困难群体的公益需求，立足社区实际，精准设计服务方案，充分调动资源，关注弱势群体，为残障人士及家庭、困难群众等服务。如重庆兴民社会工作服务中心、重庆仁爱社会工作服务中心针对社区内弱势群体、困难群众，着力打造差异化、多元化、人性化的服务平台，让弱势群体心中有温暖、生活有尊严、道路更宽广，充分体现了哈尔滨银行的“温度”与“情怀”，彰显了基金会“弘扬仁爱精神、践行现代公益”的责任担当。

（四）项目传播力与影响力双向提升

五年来，基金会、承接项目的社会组织和参与项目的哈尔滨银行各地分行、支行创新宣传推广形式，充分利用多种媒介，传播“幸福社区”项目，取得了良好的宣传推广效果，项目传播力和影响力双向

提升并呈现以下特点：

1. 报道数量多，总点击量超过百万。2016年至2021年，媒体报道共计46413篇，总点击量1093883次。其中公共媒体报道共计485篇，总点击量突破865313次；自媒体报道共计45928篇，总点击量228570次。

2. 公共媒体报道逐年增多，点击率持续提高。“幸福社区”项目的相关文章、影像等宣传推广资料在公共媒体进行了广泛地传播。

社会组织层面：2019年至2021年，报道社会组织参与“幸福社区”项目数量254篇，点击量531532次，报道总量不断增加，社会影响力不断扩大。2019年公共媒体报道社会组织参与“幸福社区”项目的数量9篇，点击量682次；2020年公共媒体报道社会组织参与“幸福社区”项目数量急剧增加，报道总量108篇，点击量132333次；2021年公共媒体报道社会组织参与“幸福社区”项目接续提升，报道总量137篇，点击量398517次（见表8）。

表8 社会组织关于“幸福社区”项目的公共媒体报道数据统计表

年份	报道次数	点击量（次）
2019年	9	682
2020年	108	132333
2021年	137	398517
合计	254	531532

银行层面：公共媒体对项目的报道共143篇，点击量243002次。其中，2019年公共媒体报道哈尔滨银行参与“幸福社区”项目的数量3篇，点击量897次；2020年公共媒体对于哈尔滨银行参与“幸

福社区”项目的报道呈现大幅增长态势，报道数量达 53 篇，点击量 102514 次；2021 年公共媒体对哈尔滨银行参与“幸福社区”项目的报道 87 篇，点击量 139591 次（见表 9）。

表 9 银行关于“幸福社区”项目的公共媒体报道数据统计表

年份	报道次数	点击量（次）
2019 年	3	897
2020 年	53	102514
2021 年	87	139591
合计	143	243002

基金会层面：公共媒体对项目的报道 88 篇，点击量 90,779 次。除 2016 年、2018 年外，报道均超过 10 篇，2017 年及 2020 年的报道超过 20 篇，其中 2020 年报道量达 28 篇，点击量 28000 次（见表 10）。

表 10 基金会关于“幸福社区”项目的公共媒体报道数据统计表

年份	报道次数	点击量（次）
2016	1	1000
2017	21	23779
2018	9	9000
2019	14	14000
2020	28	28000
2021	15	15000
合计	88	90779



创享幸福 | 桂溪街道成功举办“溪奇论坛·创享家”活动

2021年09月18日 17:53 | 来源: 四川新闻网

原标题: 创享幸福 | 桂溪街道成功举办“溪奇论坛·创享家”活动

创享正当时, 未来更可期。2021年9月17日下午, 天高气爽, 秋风宜人, 由成都高新区桂溪街道党工委书记主办, 成都高新区安逸会社区服务中心承办的“溪奇论坛·创享家”活动在钟书阁书店暖心举办, 来自政府部门代表、行业专家、社区居民、企业志愿者等近50人到场参与活动。

现场领导、共建企业嘉宾致辞后, 通过创享计划(第二期)总结视频展示和社区共建企业颁奖环节, 回顾了创享计划(第二期)的精彩瞬间, 随后, 在现场热烈的掌声期待下, 桂溪街道社区社会组织联合会正式启动。桂溪街道社区社会组织联合会是成都高新区首家由企业志愿者、社区创客、社区组织联合会自我管理、自主运行的社区社会组织支持性平台。

紧接着的圆桌论坛环节, 在专家观察员——四川省政府决策咨询委员会委员、四川省社会科学院二级研究员郭虹女士的带领下, 现场来宾与企业观察员、居民观察员、社区创客观察员一道, 共同探讨产业街道基层治理支持体系的发展路径。



“幸福社区”公益项目: 哈尔滨银行种下的一颗“幸福种子”

2020-10-27 13:39



10月的一天, 环卫工人老陈走进哈尔滨银行重庆分行营业部的大厅, 一边喝着热乎乎的茶水, 一边给手机充电……惬意一刻, 老人的嘴角绽开开心的笑容, 都是免费的, 你猜幸福不幸福? 老陈体验的, 正是哈尔滨银行重庆分行联合重庆市总工会共同发起的“工会户外劳动者服务站·丁香驿站”。

像老陈一样, 重庆的出租车驾驶员、交警、城管、快递员等户外劳动者都可以在“丁香驿站”喝茶、加热食物、手机充电, 而且还能免费使用驿站提供的文具、餐具、纸巾、雨衣、帆布袋等物品。

“银行+社区”“金融+公益”模式

走出独具特色的金融公益发展之路

2020年5月, 哈尔滨银行重庆分行联手重庆市总工会, 在分行营业部、大坪支行、沙坪坝支行、两江支行、九龙坡支行, 相继支行6个营业网点设立“工会户外劳动者服务站·丁香驿站”, 成为重庆市总工会规范户外劳动者服务站点的标杆之作, 驿站借助金融力量, 通过网点内半开放的专属空间及功能运作, 着力为户外劳动者打造如“家”一般温暖的歇息地。



红色引擎|“永远的红色记忆”《长津湖》观影让无数人落泪

来源: 2021-10-19 16:46:01



为深切缅怀革命先烈, 传承红色记忆, 红色引擎幸福社区项目应广大社区居民的要求在重阳节当天组织抗美援朝老兵家属、退役军人等观看了爱国主义题材电影《长津湖》, 重温那段刻骨铭心、炮火纷飞的战争年代, 一起追忆历史、凝聚前行力量。

您现在的位置: 主页 > 社会新闻 > 助评 >

“幸福社区 我们在一起”——“庄河大树”社企携手同战疫

责任编辑: 崔洁 来源: 未知 发布时间: 2021-01-12 点击量: 190 次



核心提示: 2021疫情未散, 大连疫情渐平, 石家又起波澜, 一直坚持做社区服务的志愿者们心系社区居民, 冒着零下二十几度严寒天气, 连续三天为庄河市南满社区居民群众送温暖, 先后发放各种物资1.5吨, 医用外科口罩3000只等物资, 受益人数达数千人。1月8日10日。

2021疫情未散, 大连疫情渐平, 石家又起波澜, 一直坚持做社区服务的志愿者们心系社区居民, 冒着零下二十几度严寒天气, 连续三天为庄河市南满社区居民群众送温暖, 先后发放各种物资1.5吨, 医用外科口罩3000只等物资, 受益人数达数千人。

1月8日—10日, 由庄河市慈善基金会、哈尔滨银行大连庄河支行主办, 大连庄河市大树互助志愿服务中心承办的《“幸福社区 我们在一起”社区疫情防控宣传、物资公益发放活动》在庄河市南满社区、双台社区和庄河市兴达街道社区顺利开展。



图 8 “幸福社区”发展计划项目相关报道截图(部分)

3. 充分运用自媒体平台进行项目矩阵推广宣传。与公共媒体的宣传相比较, 自媒体宣传的视角更亲切、内容更详细、重复率更低。自媒体是各地各项目宣传推广的主要平台。五年来, 基金会、社会组织、银行充分运用自媒体进行项目宣传, 自媒体(公众号)报道总计 45928 篇, 总点击量 228570 次, 报道总量集中在 2019 至 2021 年。

一是项目多方主体在自媒体全面发力, 传播力愈发强劲。统计数据显示, 承接项目的社会组织的公众号报道总计 30508 次, 总点击量

为 97326 次，2019 年公众号自媒体报道 231 次，点击量 1737 次；2020 年公众号自媒体报道 14621 次，点击量 30385 次；2021 年公众号自媒体报道 15656 次，点击量 65204 次（见表 11）。

表 11 社会组织自媒体（公众号）报道数据统计表

年份	报道次数	点击量（次）
2019	231	1737
2020	14621	30385
2021	15656	65204
合计	30508	97326

2019 至 2021 年三年的统计数据显示，哈尔滨银行各地分行、支行的自媒体（公众号）报道总计 14994 次，总点击量为 81137 次。其中，2019 年公众号自媒体报道 15 次，点击量 8237 次；2020 年公众号自媒体报道得到高度重视，全年自媒体报道 6329 次，点击量 26319 次；2021 年公众号自媒体报道数量呈现新高，全年报道 8650 次，点击量 46581 次（见表 12）。

表 12 哈尔滨银行自媒体（公众号）报道数据统计表

年份	报道次数	点击量（次）
2019	15	8237
2020	6329	26319
2021	8650	46581
合计	14994	81137

2019 至 2021 年三年的统计数据显示，基金会自媒体（公众号）报道总次数 390 次，总点击量 44150 次。2019 年公众号自媒体报道 70 次，点击量 4900 次；2020 年公众号自媒体报道 175 次，点击量 17500 次，点击量较 2019 年增幅 257%；2021 年公众号自媒体报道

145 次，点击量 21750 次，较 2020 年增幅 24.28%（见表 13）。

表 13 基金会自媒体（公众号）报道数据统计表

年份	报道次数	点击量（次）
2019	70	4900
2020	175	17500
2021	145	21750
合计	390	44150

二是融媒体全方位多视角网络宣传，影响力不断提升。项目各方还充分运用包括微信公众号在内的抖音、美篇、微博、微信视频号、今日头条等融媒体方式，形成传播矩阵，全方位、多视角、深层次做好项目服务宣传，增加了传播场景的丰富性，使“幸福社区”项目的传播更有感染力。比如沈阳青杨社会工作服务中心在抖音账号推送了 42 个短视频进行项目服务宣传，累计播放量达到 11000 余次。

（五）哈尔滨银行及员工参与度不断提高

2016 年至 2021 年，共有 84 家哈尔滨银行各地分行、支行的员工共 968 人参与到“幸福社区”项目中（见表 14），呈现出“两个递增”态势。

表 14 哈尔滨银行各地市分行、支行及员工参与“幸福社区”项目情况统计表

地区	参与项目的分行、支行数量	参与项目的分行、支行员工数（人）
沈阳	13	250
天津	16	315
成都	11	113
大连	11	138
重庆	21	38

哈尔滨	9	90
深圳	1	21
佳木斯	1	3
牡丹江	1	\
合计	84	968

1. 参与“幸福社区”项目的哈尔滨银行各地市分行、支行数量不断递增。2016年至2021年，参与“幸福社区”项目的哈尔滨银行分行、支行分别为2家、3家、5家、27家、24家和53家，银行的参与率五年提升近27倍。其中，部分银行多次参与“幸福社区”项目，按年度累加统计，天津16家哈尔滨银行分行、支行先后25次参与；沈阳13家哈尔滨银行分行、支行先后28次参与；大连11家哈尔滨银行分行、支行先后17次参与；成都11家哈尔滨银行分行、支行先后23次参与；哈尔滨9家哈尔滨银行分行、支行先后12次参与；重庆21家哈尔滨银行分行、支行先后28次参与；深圳1家哈尔滨银行分行、支行先后3次参与；佳木斯1家哈尔滨银行参与了；牡丹江1家哈尔滨银行参与。

2. 哈尔滨银行员工以志愿者身份参与项目的人数逐年递增。2016年哈尔滨银行南岗支行4名员工参与项目；2017年哈尔滨银行成都市成华支行2名员工参与项目；2018年哈尔滨银行各分行、支行员工30人（沈阳19人，成都2人，重庆9人）参与项目；2019年哈尔滨银行各分行、支行员工309人（大连41人，沈阳79人，天津111人，成都46人，重庆32人）参与项目；2020年哈尔滨银行各分行、支行员工295人（大连51人，哈尔滨26人，沈阳151人，天津

32人，成都13人，重庆16人，深圳6人）参与项目；2021年哈尔滨银行各分行、支行参与员工669人（大连111人，哈尔滨42人，牡丹江20人，沈阳140人，天津172人，重庆24人，成都60人，深圳100人）参与项目。从2016年哈尔滨银行各分行、支行员工4人参与项目，到2021年哈尔滨银行各分行、支行员工参与项目数增长了669人，数据显示哈尔滨银行员工对“幸福社区”项目的参与度在迅速增长（见图9）。



图9 哈尔滨银行员工参与“幸福社区”项目志愿服务人数年度数据图

（六）承接项目的社会组织呈“三多”趋势

2016年11月至2021年11月，98家社会组织承接了131个“幸福社区”项目，其中部分社会组织多次承接项目，承接项目的社会组织呈现出“三多”趋势。

1. 承接项目的社会组织数量不断增多。按年度统计，2016年承接“幸福社区”项目的社会组织2家；2017年承接项目的社会组织5家；2018年承接项目的社会组织4家；2019年承接项目的社会组织42家（本年度共有43个项目，其中沈阳市和平区大都市社会工作服

务中心承接了两个项目)；2020年承接项目的社会组织25家；2021年承接项目的社会组织53家。2016年至2019年，承接“幸福社区”项目的社会组织从2家激增至42家。2020年受疫情影响，仍有25家社会组织承接了“幸福社区”项目。2021年承接“幸福社区”项目的社会组织增加至53家，是2016年的26.5倍(见图10)。



图10 承接“幸福社区”项目社会组织数量年度统计图

2. 哈尔滨银行推荐参与项目的社会组织增多。131个“幸福社区”项目中有108个项目(2019年度沈阳市和平区大都市社会工作服务中心承接了两个项目)的承接社会组织是由哈尔滨银行各地分行、支行推荐的。2019年42家承接项目的社会组织中有39家社会组织由哈尔滨银行各地市分行、支行推荐参与项目，占承接项目社会组织的92.9%；2020年25家承接项目的社会组织中有20家社会组织由哈尔滨银行各地市分行、支行推荐参与项目，占承接项目社会组织的80%；2021年53家承接项目的社会组织中有48家社会组织由哈尔滨银行各地市分行、支行推荐参与项目，占承接项目社会组织的90.6%(见图11)。

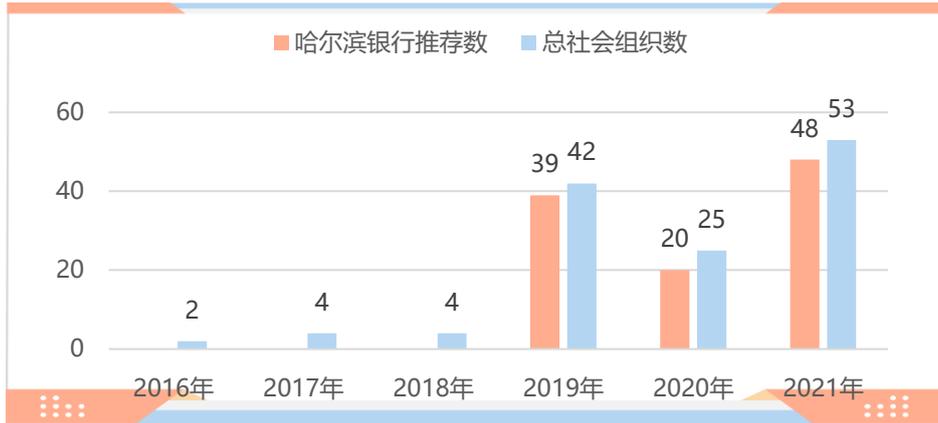


图 11 哈尔滨银行各地市分行、支行推荐承接项目社会组织统计图

3. 参与项目服务的优质社会组织越来越多。五年来，共有 50 家 3A 级及以上的社会组织承接“幸福社区”项目，其中，5A 级社会组织 23 家，占承接项目社会组织的 23.47%；4A 级社会组织 19 家，占承接项目社会组织的 19.39%；3A 级社会组织 8 家，占全部承接项目社会组织的 8.16%。在参与项目服务的优质社会组织多越来越多的同时，参与项目的社会组织类型也在不断丰富，其中，有 4 家平台型社会组织承接区域性督导项目，为“幸福社区”项目提供专业支持（见表 15）。

表 15 参与“幸福社区”项目服务的社会组织等级一览表（单位：家）

年份 等级	5A	4A	3A	合计
2016	\	\	\	\
2017	\	\	\	\
2018	2	1	1	4
2019	6	7	4	17
2020	6	3	1	10
2021	9	8	2	19

总计	23	19	8	50
----	----	----	---	----

三、“幸福社区”项目的成效分析与评价

“幸福社区”项目自2016年启动以来，在项目定位、项目管理、需求评估、服务设计、内容形式等方面不断调整和完善，经过五年的持续推进，取得了良好的服务成效和积极的社会影响。

（一）“幸福社区”项目的社区成效分析

评估组通过对社区居民项目认知、项目受益和社区环境、社区制度、企业和社区伙伴的关系、疫情防控期间项目实施情况等指标的综合评估，着重从“幸福感受、幸福关系、幸福服务、幸福治理”四个层面来对“幸福社区”项目的社区成效进行评价。

社区共同体建设中居民的感受是魂，是评价一切项目最根本的指标；居民邻里关系、社区关系是源，是解释社区服务达至层次的判断性指标，社区服务是基、社区治理是本，这些内容是居民感受和服务达至的解释性指标。

1. 幸福感受——“幸福社区”项目让居民有感而发

居民对社区的认同感和归属感是“幸福社区”建设的核心要素，居民的幸福感受提升是“幸福社区”项目实施的最终目标。“幸福社区”项目在设计之初就将“社区认同感、归属感和幸福感受”作为“幸福社区”的重要维度，通过一系列扎根社区的活动将社区内人群聚集起来，在参与项目的过程中推动居民增进彼此的沟通和交往，推动幸福社区的建设，取得了很好的项目成效。

2019年-2021年三年评估问卷数据显示，“幸福社区”项目的服务对象中有97.3%的人认为参与项目提升了自己的社区认同感；97.6%

的人认为提升了自身的社区归属感，97.4%的人认为提升了自身的生活幸福感（见表16）。

表 16 2019-2021 年“幸福社区”项目对居民认同感、归属感、幸福感的提升

年份 维度	认同感	归属感	幸福感
2019 年	97.7%	97.9%	97.6%
2020 年	96.9%	97.9%	97%
2021 年	97.2%	97%	97.6%

有研究显示，居民在社区里交往越广泛，邻里关系越亲密，社区认同感、归属感越强。在评估中发现，通过“幸福社区”项目的实施，落地社区邻里关系、居民参与社区活动频率、居民自愿参与社区活动与社区认同感、归属感呈正相关关系的指标也得到大大的提升，进一步印证了“幸福社区”项目对社区居民认同感、归属感提升的积极影响。总体看，“幸福社区”项目中的各项服务为居民提供了共同活动和参与社区事务的公共空间，邻里相望、互帮互助、其乐融融的社区幸福场景重现，让居民与居民间的生活幸福感得以传递，共同编织和谐美好的社区生活，“幸福社区”项目极大提升了居民的社区认同感、归属感、幸福感。

2. 幸福关系——“幸福社区”项目让居民“友”邻而居

“幸福社区”项目与“社区共同体”的理念高度契合，在促进社区关系改善方面起到了很好的作用，为持续构建有温度的“社区治理共同体”提供了助力。

(1) 改善了社区邻里关系

邻里关系冷漠是现代城市社区的共性问题，也是“幸福社区”项目聚焦解决的社区问题，如沈阳市皇姑区利州社会工作服务中心在“幸福社区，你我共造”项目中，打造“与邻为善 以邻为伴”的“两邻文化”，通过搭建社区志愿服务平台，让企业、公益组织通过活动与社区和居民建立紧密联系，让居民在活动中找到社区归属感、让陌邻变友邻，进而提升居民生活幸福感。

问卷调查结果显示，2019年至2021年，参与项目的社区居民中平均97.57%的人认为，通过“幸福社区”项目的开展，改善了所在社区的邻里关系（见图12）。

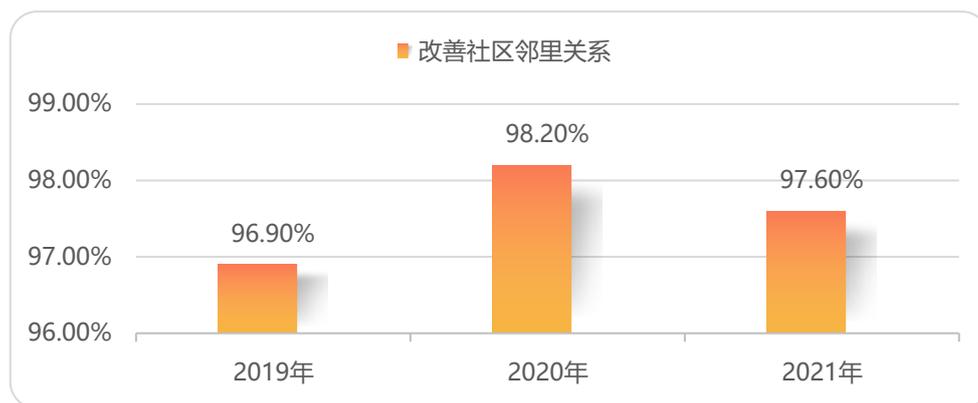


图12 “幸福社区”项目对社区邻里关系的改善

(2) 改善了居民和社区工作者的关系

“幸福社区”项目可以说是一种运用社会资源向困难群体、特殊群体和有需要人士提供专业服务，缓解和解决他们在生活、心理、社会交往等方面问题的社会治理行动，是推动服务型治理的有效行动。

“幸福社区”项目恰到好处的补充了现行社区服务的不足。项目承接方与社区紧密合作，通过项目执行，推动服务型治理的实现，社区居民与社区工作者的关系也得到改善。评估数据显示，2019年至2021

年，参与项目的社区居民中平均 97.59%的人认为通过“幸福社区”项目的开展，社区居民与社区工作者的关系得到了改善，居民对社区工作者的工作有了更多的了解和理解；社区工作者则更了解社区居民真实的需求，推动项目落地社区以需求为本，为社区居民提供更高质量的服务（见图 13）。

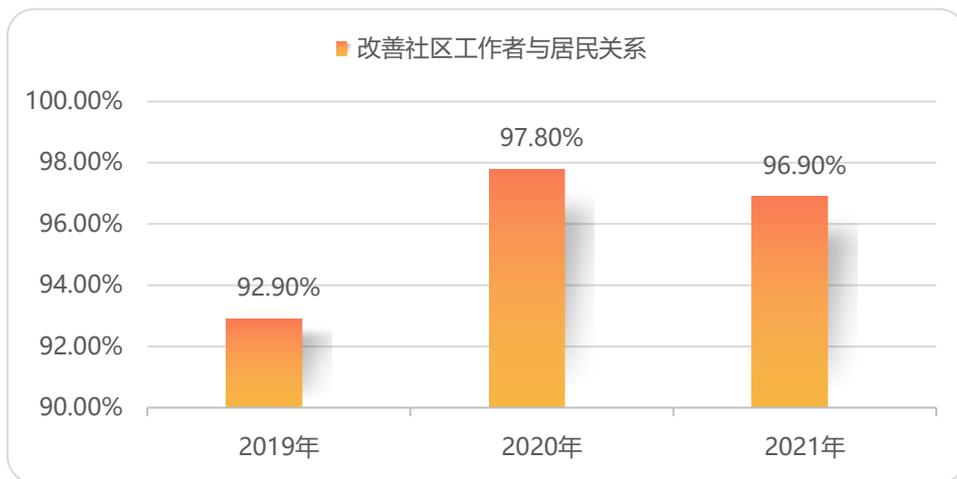


图 13 “幸福社区”项目对社区居民与社区工作者关系的改善

3. 幸福服务——“幸福社区”项目让服务有口皆碑

“幸福社区”项目通过社会组织为居民提供精细化、专业化、个性化的服务，提升了项目落地社区社会服务水平，居民对服务的满意度、认可度持续保持高位，项目为居民提供了幸福服务。

(1) 持续回应社区居民多样化服务需求，居民对于项目服务的满意度高

“幸福社区”项目为社区居民提供了多元、有效的社区服务，居民普遍对项目服务满意度高。2019年-2021年居民对“幸福社区”项目服务的平均满意度为 97.5%，2021年参与问卷调查的居民数量为 2627 人，满意度高达 98.7%（见图 14）。

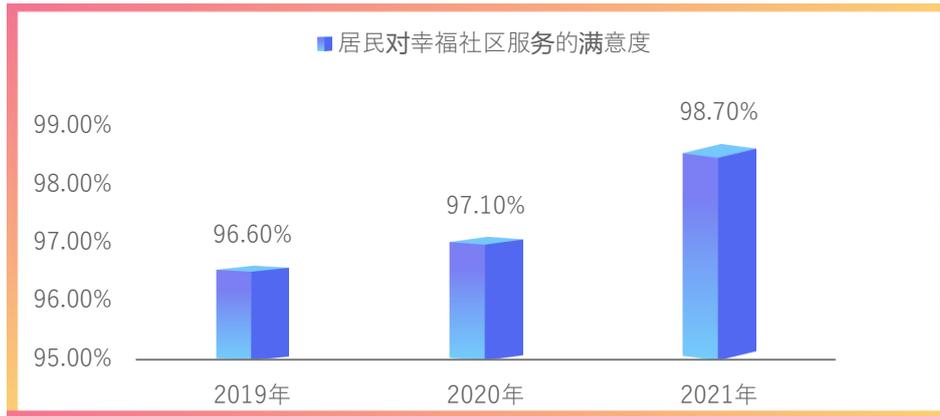


图 14 居民对“幸福社区”项目服务的满意度

(2) 项目对社区关系和社区文化的积极作用最大

2019年-2021年评估数据均显示，在“幸福社区”项目对社区设施、社区基本环境、社区管理能力、社区关系、社区文化五个方面的积极影响中排在前三位的分别是“社区关系”“社区文化”“社区基本环境”。项目对“社区设施”“社区管理能力”也间接产生了积极的推动作用。评估结果再次印证“幸福社区”项目以精准化的服务回应了社区现实问题，是社区服务体系有效的补充，提高了社区服务的精准度（见图 15）。

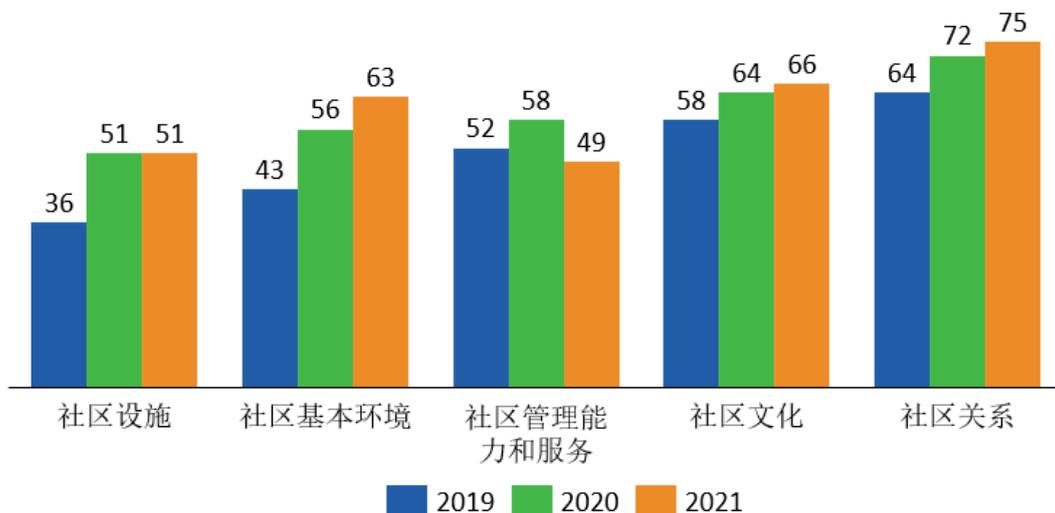


图 15 居民对“幸福社区”项目服务积极影响的评价指数

4. 幸福治理——“幸福社区”项目让治理更有温度

(1) 项目支持了有温度的“社区治理共同体”建设

社会治理的重点在基层，难点也在基层。城乡社区治理是社会治理的基层延伸和基础性工程，承载着人民群众对美好生活的向往。“幸福社区”项目通过社会组织进入社区服务、孵化培育社区社会组织、提升社区的公益与公共服务水平、推进居民参与社区治理，取得了良好的社会效益，从而构建起社区群众美好生活共同体。2021年参与调研的社区居民有50.8%的人在疫情期间参加了“幸福社区”项目组织的社区活动，他们对活动效果的认可度高达98.8%”（见图16）。

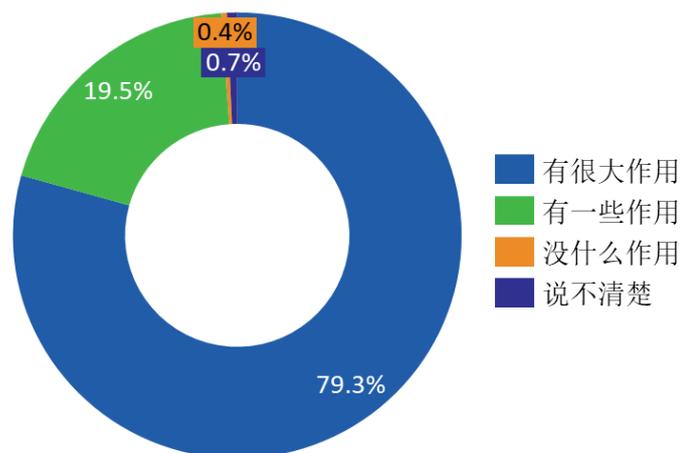


图16 2021年“幸福社区”项目对于社区疫情防控的作用

(2) 项目在疫情防控期间展现了巨大的“幸福力量”

社区是疫情联防联控、群防群控的关键防线，是“疫情防控的坚强堡垒”。承接“幸福社区”项目的社会组织，依托项目建立的扎根社区的优势，在一线和后方、在线上和线下，凝聚起打赢疫情防控阻击战的巨大“幸福”力量。

“幸福社区”项目提供了疫情防控专业技术支持、捐款捐物、直

接参与社区一线疫情防控工作、创作疫情防控主题作品、关爱疫情防控一线工作人员及家属、帮助受疫情影响的困难群体及特殊需要人群、开通心理援助热线、协助企业有序复工复产、定期发布行业疫情防控相关信息等多种服务，收到了很好的社会效益。2020年2月，来自全国7个城市的近40家社会组织积极响应、快速行动，举办了“幸福瞬间”线上活动，全国6个地区、377个社区、32个团队、45家哈尔滨银行支行、分行，展示了241个作品，上线5天，51万人次浏览量，1万次转发，5.5万个投票，对舒缓疫情期间民众压力，增强抗击疫情信心，传播疫情防控正能量起到了很大作用。

综上所述，“幸福社区”项目通过五年扎实的服务，实现了以下目标：以居民为主体，实现“人”的发展；以公共议题为出发点，通过集体行动，实现“社区自组织”的发展；链接资源完善服务，实现社区“多元主体参与”的发展；共商共建带动居民参与，实现“社区公共精神”的发展；深挖社区营造支点，实现“社区可持续”发展；坚持党建引领，以“公益+金融”为特色，在各地精心打造了300多个“幸福社区”。

（二）“幸福社区”项目的社会组织影响评价

“幸福社区”项目在设计之初就定位于通过项目服务培育与扶持社会组织，增强社会组织的不管理能力、项目运营和服务能力，以更好地开展社区服务，回应社区居民需求，助力多元“社区治理共同体”构建。评估组对于项目对社会组织的“组织赋能、生态赋能、体系赋能”三个层面进行了影响力评价。

1. 项目组织赋能，社会组织服务能力与治理水平不断提升

社会组织在社会治理和社区建设中具有独特优势，发挥着重要作用。“幸福社区”项目实施五年来，始终坚持把扶持社会组织成长作为重要目标之一，强调以项目为推力，进行专业化引领。项目实施五年，形成了自身特有的组织赋能特色：持续的“组织赋能”——通过项目投入实现“经济赋能”，通过培训辅导实现“操作赋能”，通过管理标准化建设实现“管理赋能”，通过项目督导评估实现“技术赋能”，通过合作共赢实现项目“载体赋能”（见图 17）。

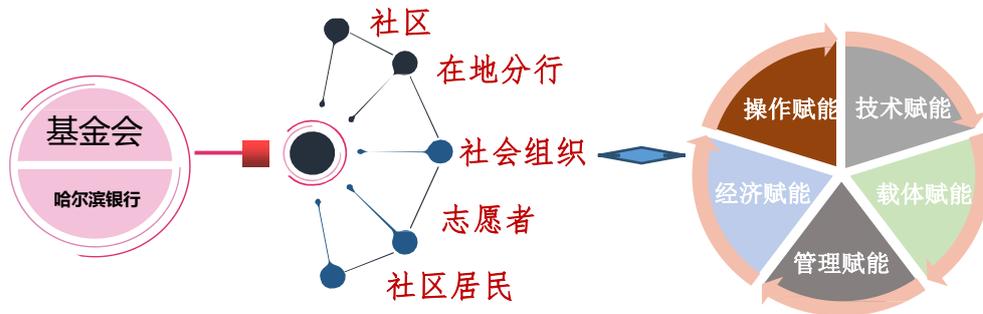


图 17 “幸福社区”项目社会组织赋能图

评估数据显示，社会组织在承接“幸福社区”项目的过程中，项目管理、组织内部管理、人员素质、服务能力等方面均有明显提升（见图 18）。

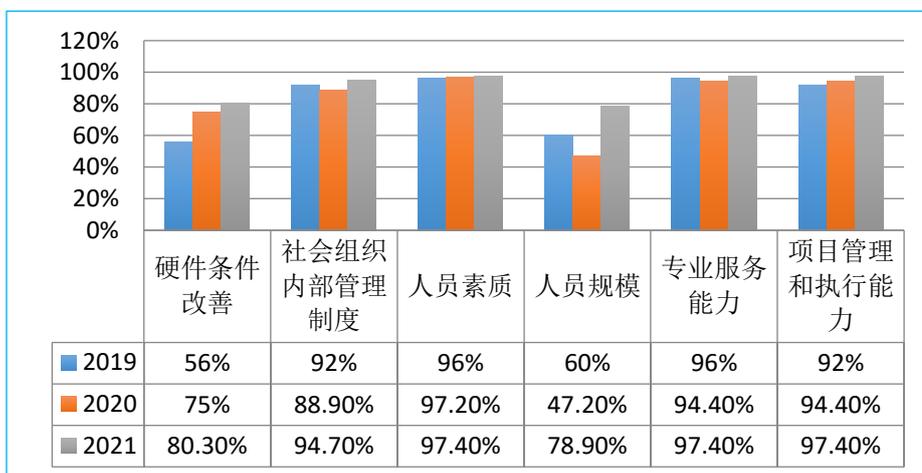


图 18 “幸福社区”项目对社会组织的改善情况

对近三年的评估数据进行比照可以发现，社会组织对承接“幸福社区”项目各项指标的正向评价均呈现逐年增高态势。其中对“硬件条件改善”和“人员规模”两项的正向评价增幅最大，2021年分别较2019和2020年增长24.3%和5.3%，以及18.9%和31.7%。“社会组织内部管理制度”“人员素质”“专业服务能力”和“项目管理和执行能力”4项指标在过去两年已有较高水平的正向评价基础上，2021年的评价结果继续增高，达到了97.4%。

评估组认为，“幸福社区”项目通过支持和培育更多的社会组织、公益人才，进行持续的组织赋能，形成了独特的组织赋能特色，有效解决社会组织在发展中遇到的资金匮乏、人才缺失、服务能力不足等实际问题，为社会组织提供了有力的支持，助推社会组织实现高质量发展。

2. 项目生态赋能，社会组织落地区域的公益生态不断向好

“幸福社区”项目实施以来，构建了以哈尔滨银行和基金会为中心的项目生态圈与生态功能圈。在项目生态圈中，基金会提供资金、社会组织提供专业服务、社区提供服务平台、志愿者提供一般服务，形成了项目特有的生态圈；哈尔滨银行通过支持整体的生态圈运作，实现生态圈赋能。良好的公益生态使得社会问题得以解决、社区服务得以改善、社会组织快速发展、公益项目不断完善、公益人才不断涌现、地方政策得以改进。对地方而言，公益生态越完善，草根组织能获得更多的资源，就能更好地服务本地的社会需求、可持续地解决当

地的社会问题。五年来，“幸福社区”项目有效帮助了社会组织聚焦社会问题，改善落地区域的公益生态，良好的公益生态环境又为社会组织发展提供多样化的资源支持（见图 19）。

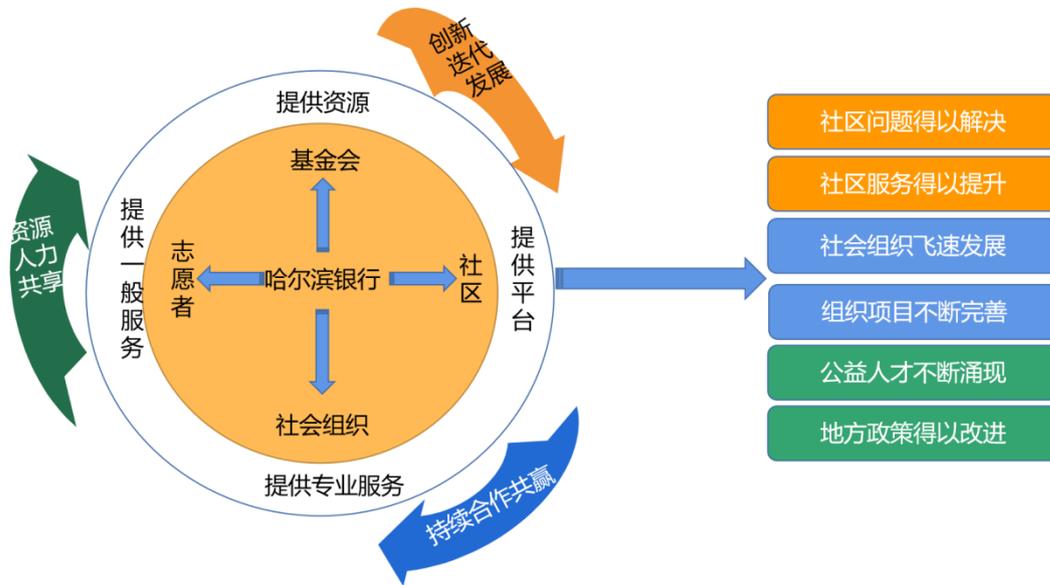


图 19 “幸福社区”项目生态赋能图

对比 2019 年至 2021 年评估数据发现，社会组织认为“幸福社区”项目的实施对在地社会公益生态发展有很大的促进作用且比例逐年提升，由 2019 年度的 92% 上升到 2021 年的 98.7%， “对本地区公益人才成长的促进作用”和“对本地区社会组织发展的促进作用”也由 2019 年度的 92% 上升到 2021 年的 97.4%（见图 20）。

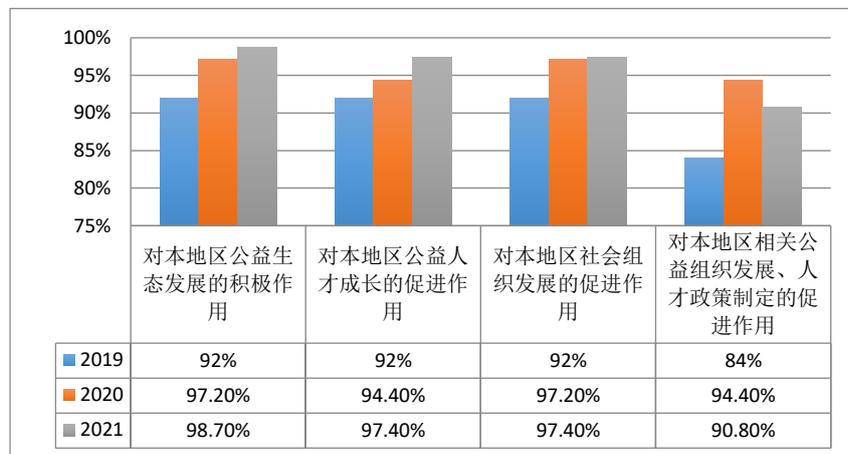


图 20 “幸福社区”项目对本地区公益生态的促进作用

“幸福社区”项目正是通过链接政府、企业、社会之间的优势资源，致力于搭建以“合作交流平台”“专业支持平台”“人才培育平台”为主要特征的共享共治的公益开放平台，营造有利于公益生态发展的优良环境。

3. 项目体系赋能，社会组织的支持体系与信任体系不断加强

“幸福社区”项目建立了“基金会+枢纽组织”的地方项目支持管理体系，构建了“基金会+社会组织+社区+企业”多元主体共建的社会组织信任体系（见图 21）。

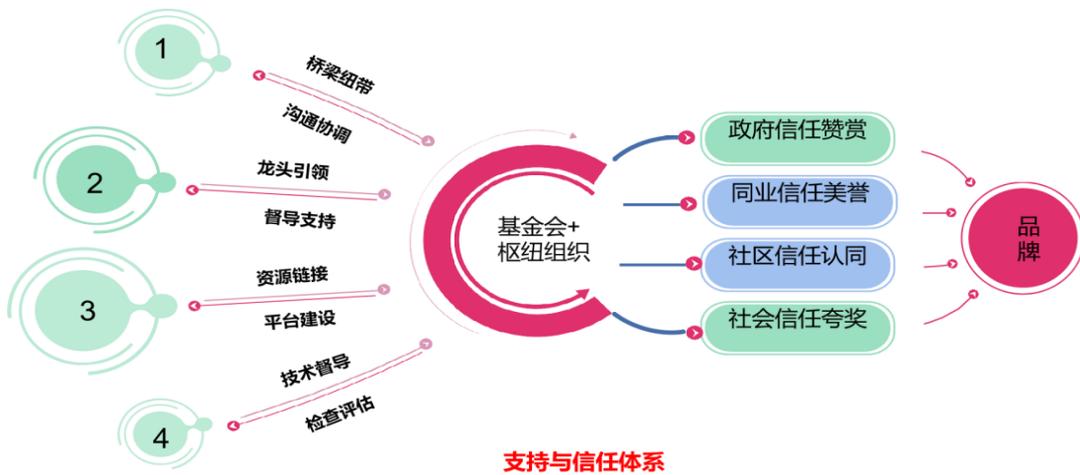


图 21 项目体系赋能图

(1) “幸福社区”项目构建了以枢纽型社会组织为主的支持体系

公益生态建设的目的是从传统慈善转向现代基层社会服务的体系化、专业化、可持续化，基金会分别在沈阳、重庆聘请了平台枢纽型社会组织对承接服务的社会组织进行指导，主要发挥四个方面的作用：一是负责日常沟通与协调，在社会组织与基金会以及社会组织之间发挥“桥梁纽带”的作用；二是在专业上发挥“龙头”引领作用，为社会组织在项目实施过程中遇到的挑战提供专业督导与支持；三是

链接资源,积极为相关社会组织链接社会资源,推动项目的顺利进行;
四是提供技术督导、检查评估。地方枢纽型支持平台的建设,发挥了其在技术支持、督导服务、项目检查、专业评估等方面的核心优势,通过了解项目进展情况,协助承接项目的社会组织按计划完成项目服务指标,协助基金会做好项目督导,保障项目有序推进,助力项目提质增效。

(2) “幸福社区”项目构建了多元主体共建的社会组织信任体系

公益生态建设有赖于行动者链条,如要有一个负责任、有战略的基金会、几家支持性机构、较强的政社企关系网络和形成基本共识的多元社会组织。“幸福社区”项目通过“基金会+社会组织+社区+企业”的多元主体参与,整合了社区内有效资源,激发居民参与社区治理的积极性,形成多方共治、共享、共建的社区治理模式,参与项目的社会组织公信力得到大大提升。

一是对社会组织知晓度提升作用显著。近三年的评估数据显示,社会组织认为承接“幸福社区”项目对组织的社会知晓度有提升作用的比例明显增加,从2019年的88%上升到2021年的96.1%(见图22)。

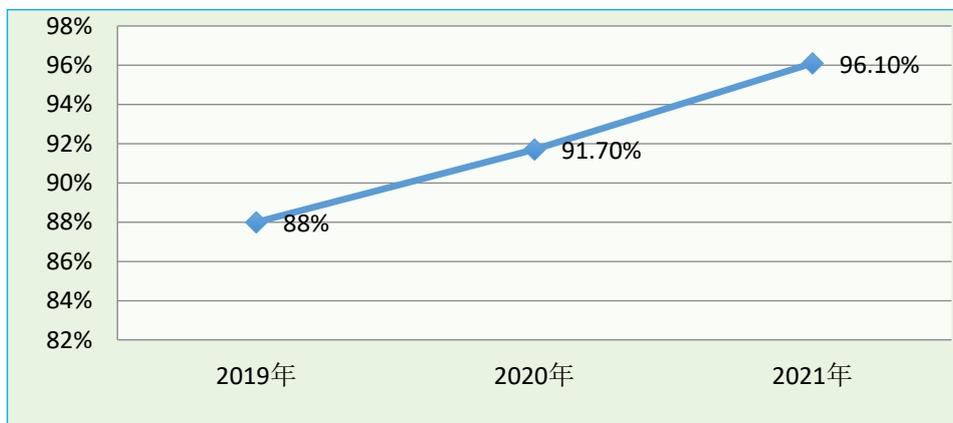


图 22 “幸福社区”项目对社会组织知晓度评价图

二是助力社会组织获得政府认可成效明显。政府对社会组织服务

功能的认可和支持是社会组织发展的重要保障。数据显示,在开展“幸福社区”项目的社会组织中,有近三分之一的组织获得了省级、国家级等不同级别的项目奖励(见图 23),反映出“幸福社区”项目受到了服务对象的欢迎,社会组织的服务能力得到了政府的认可和肯定。

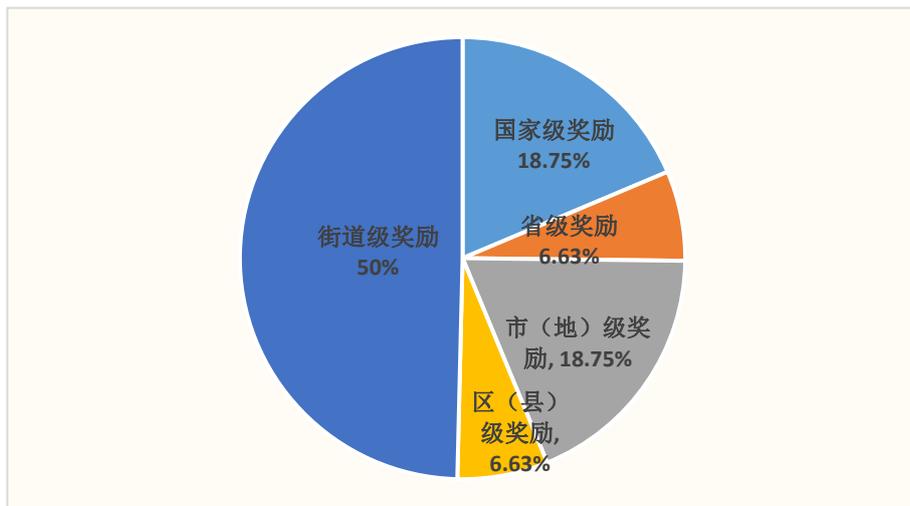


图 23 承接“幸福社区”项目社会组织获奖情况统计图

三是合作方对社会组织给予高度肯定。“幸福社区”项目的利益相关方均对承接项目的社会组织给予了很好的评价。近三年的数据显示,哈尔滨银行员工对社会组织发挥作用的正向评价始终保持在 96.6%以上;社区居民对社会组织服务的满意度保持在 96.5%以上;分行、支行负责人对社会组织的满意度提升幅度最大,从 2019 年的 93.8%提升到 2021 年的 96.1%;社区负责人对社会组织的满意度一直保持在 97.8%以上(见图 24)。

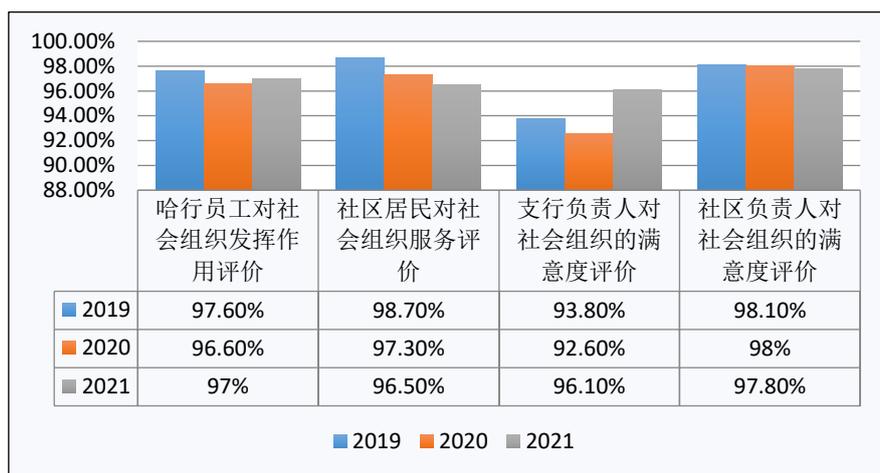


图 24 “幸福社区”项目合作方对社会组织的满意度评价图

社会组织在开展“幸福社区”项目过程中，丰富了社会服务供给，得到了在地社区居民的认同，真正地扎根社区，服务社区。社会各界对社会组织的了解与认知逐渐增多、增强，对社会组织的服务功能逐渐了解和认可，社会组织与相关利益主体形成了良性互动，不断提升的美誉度和良好的口碑带动着组织的社会知晓度和公信力显著提升。

（三）“幸福社区”项目的基金会影响评价

基金会以“成为创造美好生活品质的社区领导者”为愿景，重点关注幸福社区建设、公益组织能力建设、专业人才培养和支持三大领域。“幸福社区”项目是基金会在社区重点打造的品牌公益项目，也是助推哈尔滨银行金融公益文化发展的战略举措。基金会通过邀标和评审进行项目立项，在推进过程中基金会、社会组织、哈尔滨银行、地方政府、社区多方合作，扎根社区开展服务，助力基层社区治理，共筑美好幸福社区。评估组从基金会品牌度、美誉度、治理度三个层次的变化，综合评价“幸福社区”项目对基金会产生的影响。

1. “幸福社区”项目有效提升了基金会的品牌度

公益项目的品牌是基金会的无形资产，是基金会付诸心力打造的公益形象，代表着基金会的公信力和社会影响力。公益使品牌更受尊敬，品牌使公益更具价值。“幸福社区”项目实施五年来，取得了良好的服务成效和社会效益，逐渐形成了具有示范意义的党建引领“公益+金融”新型公益慈善服务模式。

(1) 同佳岸基金会“幸福社区”项目逐渐成为国内公益领域的品牌项目。基金会在项目品牌建设中**对品牌内涵、品牌设计、品牌规范、品牌管理、品牌支持**等方面不断研发设计，项目理念、服务内容、专业成效赢得了社区、居民、社会组织、银行和志愿者等多方参与者的高度认可和良好赞誉。基金会重视管理规范、持续行动推进、强调专业品质、注重多方联动、关注社区改变，“幸福社区”项目已经在国内公益圈和业内产生了积极反响，在互联网上爬取关键词为“同佳岸”“同佳岸慈善基金会”“同佳岸幸福社区”等相关新闻，共有319400条，“幸福社区”项目不仅是基金会的核心品牌项目，也已经成为公益领域社区建设的知名品牌。



(2) “幸福社区”项目品牌的社会影响力持续提高。基金会荣获第九届中国公益节“2019 年度公益集体奖”“2019 年度公益项目

奖(幸福社区)”，第十届中国公益节“2020年度公益创新奖”，深圳市居民金融素养提升工程“爱心支持单位”，哈尔滨团市委“2019年哈尔滨青年公益突出贡献奖”，黑龙江省广播电视台《新闻夜航》栏目组“优秀公益伙伴”，入围2020年“金桔奖”第四届中国基金会评价榜单，获得“2020年度深圳市承接政府职能转移和购买服务社会组织”资质，基金会姜庆华秘书长荣获“2020年度公益人物奖”，基金会的品牌度和社会知名度持续提高。

排名	基金会名称	反馈数	得分
1	福特基金会	5	9.8
1	心和公益基金会	6	9.8
3	南都公益基金会	29	9.5
4	上海联劝公益基金会	42	9.4
5	深圳壹基金公益基金会	50	9.3
5	重庆儿童救助基金会	5	9.3
5	福建省正荣公益基金会	12	9.3
8	北京市银杏公益基金会	17	9.2
8	上海市慈善基金会	10	9.2
10	乐施会	21	9.1
11	中国扶贫基金会	32	9.0
12	招商局慈善基金会	6	8.9
12	北京市企业家环保基金会	23	8.9
12	爱德基金会	13	8.9
12	浙江敦和慈善基金会	10	8.9
16	施永青基金会	7	8.5
16	阿里巴巴公益基金会	12	8.5
16	中国社会福利基金会	16	8.5
19	北京险峰公益基金会	10	8.4
19	爱佑慈善基金会	6	8.4
21	深圳市社会公益基金会	7	8.3
21	北京三一公益基金会	5	8.3
23	无锡灵山慈善基金会	5	8.2
24	中国儿童少年基金会	8	7.7
25	深圳市同佳岸慈善基金会	5	7.5
26	广东省千木社区公益基金会	6	7.3
27	世界宣明会	5	7.0

2020年“金桔奖”第四届中国基金会评价榜单

2. “幸福社区”项目有效提升了基金会的美誉度

美誉度是指一个组织获得公众信任、好感、接纳和欢迎的程度，是评价组织声誉好坏的社会指标，侧重于“质”的评价，即公众对组织的信任和赞美程度。基金会全力打造的“幸福社区”项目，极大的提高了社区居民参与感和幸福感，也使基金会的美誉度逐年提高。

(1) 基金会在社区居民中的知晓度逐年提高。2019年-2021年评估数据显示，基金会在社区居民中的知晓度2019年为47.80%，2020年提高到55%，2021年则达到62.40%。

(2) 基金会在承接项目的社会组织中的知晓度大幅提升。2019年-2021年评估数据显示，基金会和社会组织的知晓度2019年为33%，2020年为48.80%，2021年为67.40%（见图25）。通过“幸福社区”项目吸引越来越多的社会组织共同参与，不仅可以融合社会各界资源，增扩基金会公益项目的体量和影响力，同时也可以培育更多的社会组织 and 公益人才，发挥专业组织和人才的作用，为社会公益服务增量提质。

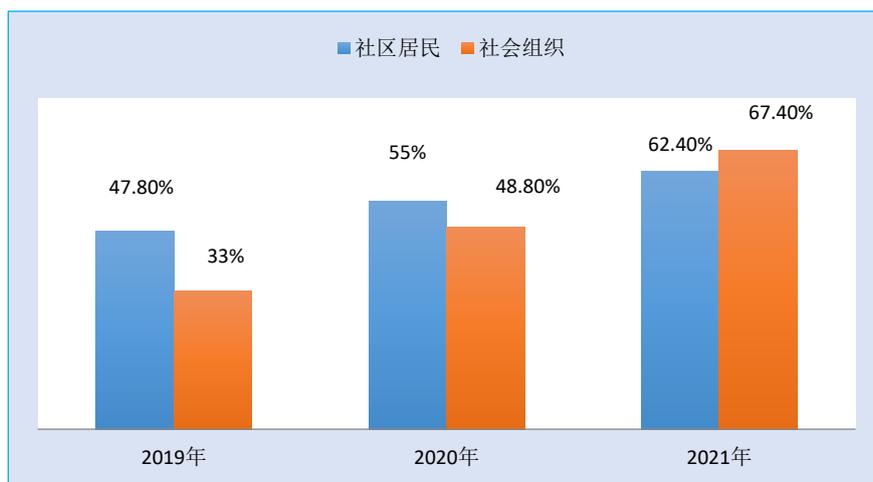


图 25 社区居民与社会组织对基金会的知晓度

(3) 对基金会的正向评价持续增加。在三年的项目负责人和社区居民访谈中均发现，参加“幸福社区”项目后，他们对基金会开始持续关注，也有了更多的熟悉和了解，对“幸福社区”项目的品牌核心价值都非常认可，认为基金会的公益项目是在为居民提供扎实的社区服务，能够满足居民多方面的需要，基金会的美誉度开始逐渐彰显。

在第十一届公益节上，经提名推荐、评委会审议，基金会凭借“幸福社区”项目等公益慈善事业的突出贡献，获得了“2021年度社会责任先锋奖”。

(4) 承接社会组织对“幸福社区”项目高度认可。比较历年来调查数据可以发现，申请和执行基金会“幸福社区”项目的社会组织数量逐年攀升（见图 26），承接过一次“幸福社区”项目的社会组织感受到了基金会在项目理念、项目管理、项目评估等方面规范性和专业性的影响，大多数社会组织都期待能够在下一年度继续承接“幸福社区”项目。

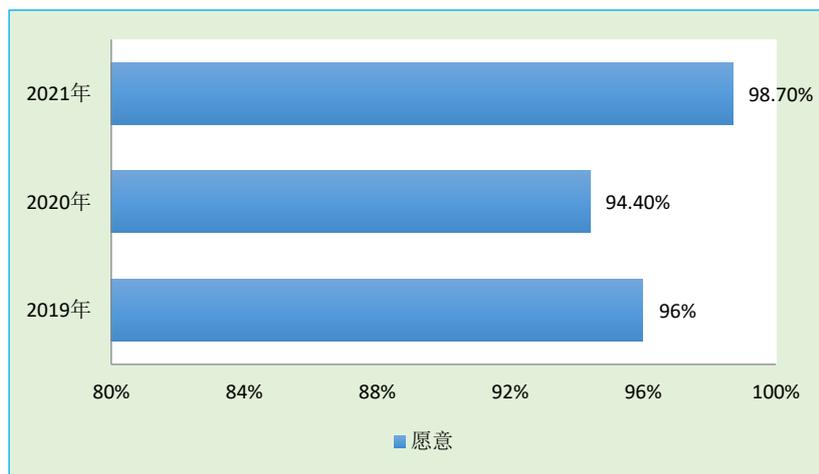


图 26 社会组织继续承接“幸福社区”项目的意愿

3. “幸福社区”项目有效提升了基金会的治理度

治理度评价的是基金会内部的治理体系与治理能力水平。五年来，基金会将党建工作贯穿于内部治理各环节、全过程，依托“幸福社区”项目，不断加强精细化管理，制定相关管理规范，构建学习型支持网络，在社区治理领域通过专业引领、体系培育、跨界联合、公益创变等阶段，链接政府、企业、社会之间的优势资源，搭建共享共

治的公益开放平台，不断提升专业服务品质，完善了基金会的治理体系，提升了基金会的治理能力水平。

(1) 党建引领激发治理活力

基金会在“幸福社区“项目”中，注重在项目执行过程中突出“红色公益”元素，探索出党建引领下的“社区+社会组织+企业”的社区共建共治共享创新模式，基金会的党建工作也得到大力提升。2021年5月，中共深圳市同佳岸慈善基金会支部成立，标志着基金会发展步入新阶段，基金会全方位提高党支部凝聚力、创造力，将思想政治优势转化成业务发展优势，以更高的站位参与公益，以更新的举措落实公益，以更浓的氛围服务公益，精准地为服务群体送去实实在在的关心与帮助。基金会党支部将党建工作贯穿于内部治理各环节、全过程，明确了党组织职责权限、机构设置、运行机制等。党建引领保证了“幸福社区”项目的方向，也激发了基金会内部治理的活力，提升了基金会的治理水平。



(2) 内部治理体系不断完善。依托于“幸福社区”项目的执行，

基金会制定了多个项目管理制度，同时，基金会内部治理的各项制度也日趋完善（见表 17），基金会在内控管理和专业能力方面不断完善和提升，在 2019 年深圳市社会组织等级评估中被评为“3A”级社会组织。

表 17 深圳市同佳岸慈善基金会内部管理制度一览表

序号	内部管理制度名称
1	深圳市同佳岸慈善基金会理事会工作制度
2	深圳市同佳岸慈善基金会监事工作制度
3	深圳市同佳岸慈善基金会重大事项报告制度
4	深圳市同佳岸慈善基金会投资管理制度
5	深圳市同佳岸慈善基金会信息披露制度
6	深圳市同佳岸慈善基金会财务管理制度
7	深圳市同佳岸慈善基金会人事管理制度
8	深圳市同佳岸慈善基金会薪酬福利制度
9	深圳同佳岸慈善基金会绩效考核办法
10	深圳市同佳岸慈善基金会关联交易制度
11	深圳市同佳岸慈善基金会财务管理细则
12	深圳市同佳岸慈善基金会项目管理制度
13	深圳市同佳岸慈善基金会项目财务管理制度
14	深圳市同佳岸慈善基金会档案管理制度
15	深圳市同佳岸慈善基金会志愿者管理办法

(2) 内部治理能力得到提升。项目实施五年来，基金会作为资助型机构与项目实施地的社会组织良性互动、优势互补、共同成长，在推动社区公益价值链延展、项目生态链良性运行的同时，也稳步提高了自己的内部治理能力。基金会在 2021 年中基透明指数 FTI 获得 100 分评级为 A+，被基金会中心网授予“中基透明指数 FTI2021 证书”（证书编号：20211215006229）。这一佳绩的取得，一方面可以使基金会了解自身透明程度在全国范围的位置；另一方面增加公众对基金会透明度和公信力的认可，充分证明基金会内部治理能力得到大力提

升。



（四）“幸福社区”项目的企业影响评价

社会责任不仅是内嵌于企业的固有属性，也是彰显企业文化和企业形象的金字招牌，决定了企业的市场竞争力和长远发展。哈尔滨银行作为资助方深度参与到“幸福社区”项目服务中，发展出党建引领“公益+金融”共赢模式，通过“企业捐赠+基金会支持+专业化运作+银行员工志愿参与”四位一体的实践路径，积极履行企业社会责任，践行自身独特的企业文化，服务地方经济社会发展，感恩回馈社会。

1. 金融向善结硕果：公益实践多维形塑企业社会形象

企业社会形象反映着社会对企业的认可程度，关系到企业的市场竞争力和长远发展,已经成为企业的一种重要资源。“幸福社区”项目实施五年来，哈尔滨银行金融向善的公益实践在不断深入、不断扩展的过程中取得了良好社会反响，企业社会形象在公益实践中亦得到了多维形塑。

（1）以客户为中心的企业社会形象得以新呈现

哈尔滨银行在参与“幸福社区”项目过程中，充分发挥金融服务

优势和品牌影响力，整合辖区单位商家的闲置力量和资源，扎根社区，践行“普惠金融”的发展理念，将哈尔滨银行营业网点作为延伸幸福的“最后一公里”，员工以志愿者身份，为社区居民提供公益服务，“以客户为中心”的企业社会形象得以新呈现。

一是社区居民对银行的知晓度逐年提升。通过 2019 年至 2021 年的评估问卷数据和焦点小组访谈数据分析，在参与项目之前，社区居民对哈尔滨银行的知晓度 2019 年为 72.4%，2020 年为 78.3%，2021 年为 82.7%；参与项目后，社区居民通过接触哈尔滨银行员工，感受到来自哈尔滨银行及其员工的公益情怀，三年数据显示，社区居民对哈尔滨银行的认可度均在 90% 以上，2021 年这一比例更是高达 95%（见图 27）。

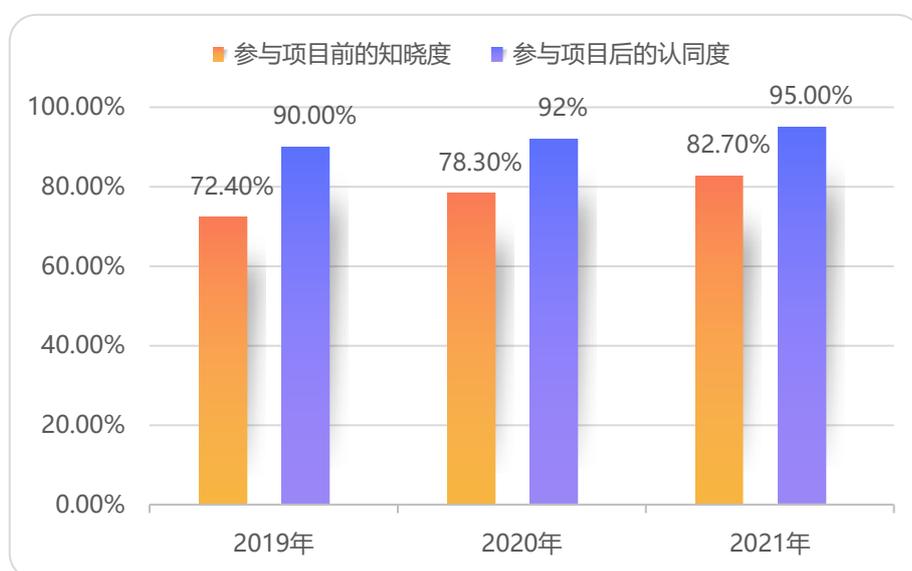


图 27 社区居民对哈尔滨银行的知晓度和认同度

二是银行员工、负责人对项目给企业带来的正向影响评价日趋增高。综合近三年的评估数据，高达 98.4% 的哈尔滨银行员工和 98% 的支行负责人都认为哈尔滨银行参与“幸福社区”项目对提高哈行的知

晓度、认可度及美誉度的帮助非常大（见图 28）。

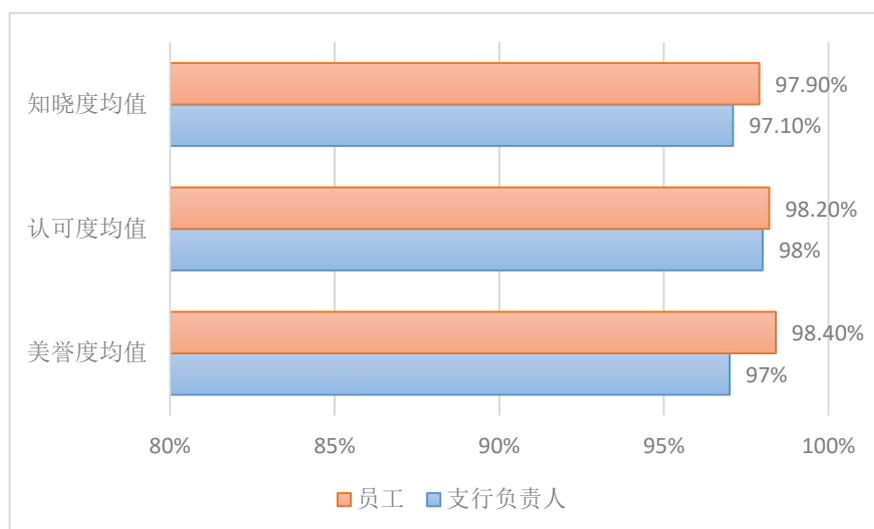


图 28 银行员工与支行负责人对项目带给企业正向影响的主观评价（三年数据均值）

（2）有责任有担当的企业战略形象得以新认同

企业积极传递公益正能量，将企业的发展与国家和社会发展融为一体，是企业更高层次社会责任的体现。企业通过优秀的公益项目让员工深度参与社会服务，对外履行社会责任，对内凝聚员工，彰显企业责任，是提升企业管理效率的重要且可持续的做法。哈尔滨银行鼓励员工在做好金融本职工作的同时，用公益服务回馈社会，用实际行动践行“反哺社会、帮扶他人”的公益理念。

项目落地后，因为做的活动更多是为居民提供服务，我们扮演的是志愿者角色。同事们发现做公益让人由衷快乐，原来可以同居民做朋友，原来可以变成社区共建共治的一员，同事们成为“赠人玫瑰，手有余香”的受益人，体会到了被居民们肯定的那份幸福感。

——成都高新支行行长助理 刘海锐

近三年的评估数据显示，97.25%的支行负责人认为员工参与公益项目对员工提升社会责任感帮助很大；90%以上的受访银行员工认为参与“幸福社区”项目增加了自己的社会责任感（见图 29）。从总

体上看，银行员工深度参与公益项目实施的模式是银行从事公益的一种创新，也是哈尔滨银行内部员工管理、团队管理、价值链管理的重要创新。

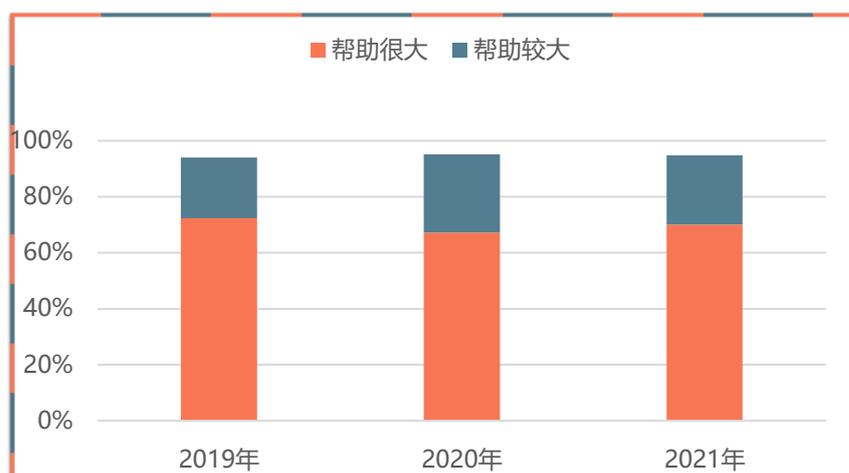


图 29 受访银行员工对参与项目增强社会责任感的 subjective 评价

2. 普惠初心展新颜：公益情怀和企业文化相辅相成

(1) 理念·实践：以公益致敬“情怀”，社会责任嵌入主体实践

通过对近三年的焦点小组访谈资料分析发现，项目落地区域内的哈尔滨银行，已经跨越了“为慈善而慈善”“为公益而公益”的初始阶段，逐步走向了制度化、系统化、科学化的高质量公益实践阶段。

哈尔滨银行通过发动员工同企业一起投身公益事业，不仅为公益带来企业资金、人力与技术资源的支持，还让员工体会了“授人玫瑰，手留余香”的愉悦感，增强了员工对企业文化及经营理念的认同。调查显示，97%以上的受访员工认为哈尔滨银行参与“幸福社区”项目契合了哈尔滨银行“普惠金融，和谐共富”的经营理念（见图 30）。

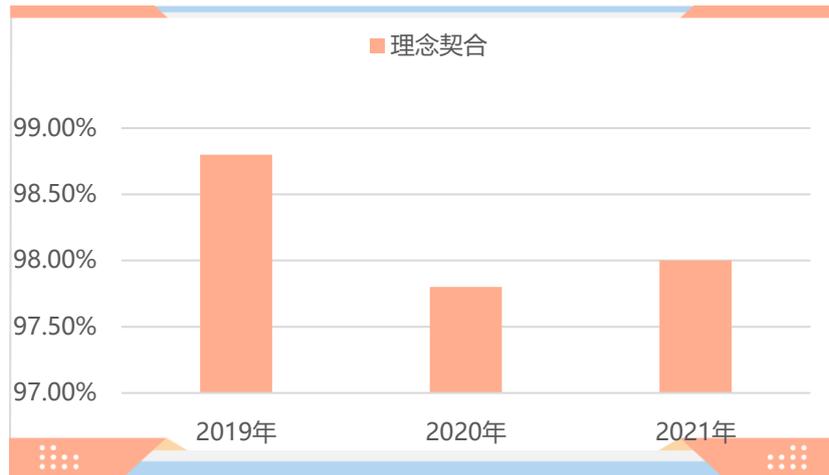


图 30 受访银行员工对企业参与“幸福社区”项目与企业经营理念的契合度评价

线上线下活动的结合推进，也收到了社区居民非常好的反馈，对于支行深耕社区客户资源起到了非常大的融合作用，对于支行了解客户不再是只了解客户的金融需求，而是通过贴近他们生活的服务，了解他们的兴趣爱好、生活困难，更深入的走进居民生活，也是对于哈尔滨银行践行“有情怀、有温度的市民银行”发展理念的最有力体现。

——成都分行金沙支行副行长 宋佰丽

作为社会公益事业的积极参与者和践行者，哈尔滨银行与员工同心协力投入公益慈善事业，激发了员工动力和士气，增强了员工对企业文化的认可程度，在帮助他人的过程中员工也感受到了自身的责任和价值，为企业践行社会责任提供了新的路径和模式。

(2) 初衷·愿景：以公益践行“初心”，企业文化收获深度认同

近三年的评估数据均值显示，在参加“幸福社区”项目的哈尔滨银行员工中，81.2%的员工认为“符合企业社会责任宗旨，且对服务对象有帮助”，另有 17.16%的员工认为比较符合，对服务对象有一定帮助（见图 31）；员工在参与项目过程中，不仅能够发挥一名志愿者的力量去参与公益服务，也可以了解公益项目的具体进展情况，不断增强参与感和成就感。员工在参与“幸福社区”项目后，希望有

机会还能继续参与的比例每年都在 96%以上，2021 年达到 98.8%。调查数据反映了员工通过公益实践活动不仅收获了个人的成长，也是对企业公益文化高度认可的客观体现。

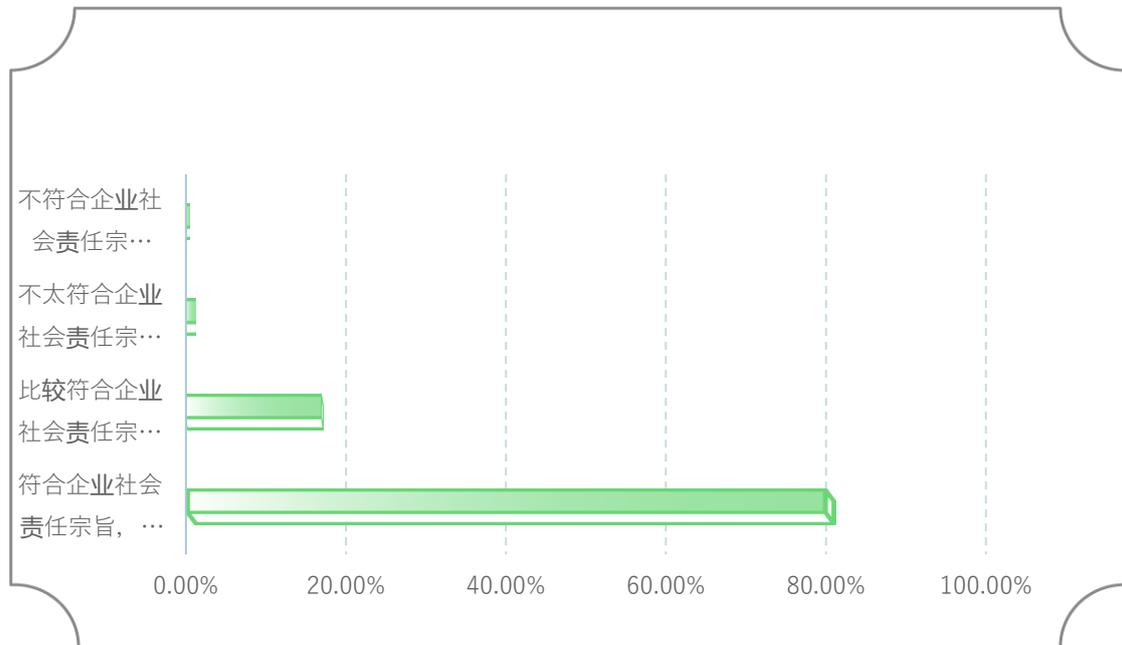


图 31 员工对银行参与“幸福社区”项目与企业社会责任的契合度评价（三年数据均值）

3. 金融慈善共赢路：社会效益与经济效益融合共生

哈尔滨银行作为一家金融企业参与到社会公益事业之中，不仅为社会带去了温暖，让更多的人享受企业发展的成果，也提高了企业的知名度和美誉度，实现社会效益和经济效益双赢。

(1) 服务赋能：提升员工综合素质实现人力资源管理创新

企业员工的素质影响着企业的生产成本，决定着劳动消耗，决定着企业经济效益的高低，员工整体素质是企业未来综合竞争和长远发展的关键因素。

三年评估数据显示，96.17%的员工认为“幸福社区”项目对自身服务意识提升有帮助（见图 32）。2020 年、2021 年在支行负责人问

卷中也增设了这一问题选项，结果显示，有 90% 以上的支行负责人认为通过参与“幸福社区”项目提升了员工的“服务意识”。

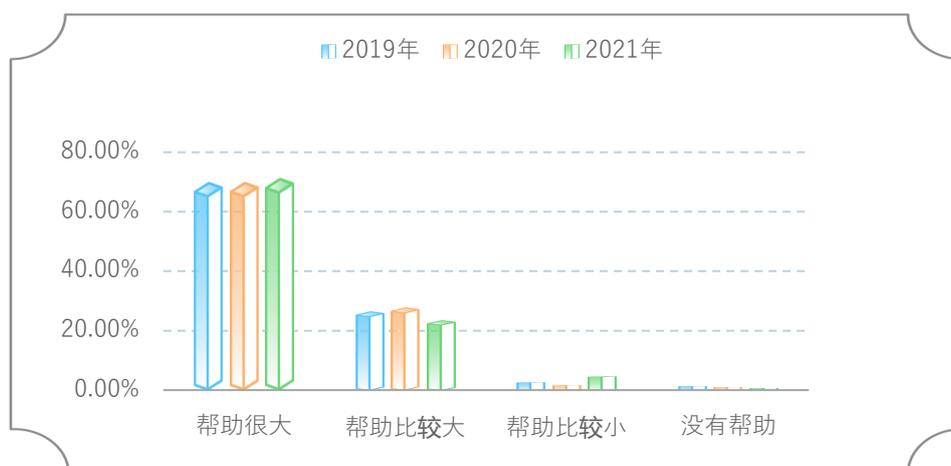


图 32 员工对项目带给自身服务意识提升帮助的主观评价（三年数据均值）

在焦点小组访谈和个别深度访谈中，各地支行负责人普遍认为参与“幸福社区”项目使员工的“管理能力、服务方式、团队意识”有了很大的改变。

在参与公益服务过程中，员工有了很大的改变，他们的服务意识和团队意识增强、服务方式都有变化，这些是推动企业向前发展的强大动力。

——成都高新支行行长助理刘海锐

(2) 关系维护：改善服务流程实现零售业务量增加

新时代与新挑战面前，银行在客户优化、关系维护方面需要“思”与“变”的积淀。五年来，哈尔滨银行在“幸福社区”项目的有效参与，对重塑银行客户关系进行了有益尝试。

一是改善了服务流程。传统的银行服务流程中无论是业务咨询、业务接待还是产品营销，都是以客户到银行网点作为开端展开的，“幸福社区”项目在改善银行服务流程方面，反向而行，让银行员工以志愿者身份参与到项目服务中，与社区居民从熟络到建立彼此信任关

系，再到发展为优质客户，这与银行零售业务的传统拓客渠道有很大区别，形成了客户先熟悉哈尔滨银行员工——了解哈尔滨银行——认可哈尔滨银行产品这一新的客户拓展服务流程。

在对社区居民和银行员工访谈中发现，大多数客户是通过参加社区活动，与银行员工熟识并信任后，才开始关注哈尔滨银行、了解银行业务。从项目执行的实践中看，没有银行员工与客户的深度接触和交流，没有银行员工与客户良好关系的建立，即使再好的银行服务或再好的金融产品，居民也无法得知，这就需要员工不能把工作场域局限于银行的服务大厅，要把服务半径延长至所在社区，把支行作为居民产生信任和传递信息的中转站，不断拓展银行金融业务，融入公益和社区便民服务元素，以增值服务赢取客户信任和支持。

二是增加了客户粘性。 服务是银行的生命，客户是服务的基石。银行的优质服务除了实现客户资产的稳健增值外，更主要是真正的用心服务、是根据客户需求，为其带来“幸福”感受的服务。“幸福社区”项目正是通过为社区居民提供多元的、适切的服务，实现了银行客户粘性不断增强。

三年评估数据显示，有 84.7%的居民在参与项目活动后，与哈尔滨银行员工添加了微信好友或互留了联系方式。2019 年有 74.71%的居民选择了办理业务会优先考虑哈行，2020 年该数据上升为 89.28%，2021 年上升到 91.4%（见图 33）。评估组在 2021 年的问卷中增设了“在参与‘幸福社区’项目后，您是否愿意介绍亲友在哈尔滨银行办理业务”一题，有 90.9%的社区居民选择了愿意介绍亲友在哈尔滨银

行办理业务。

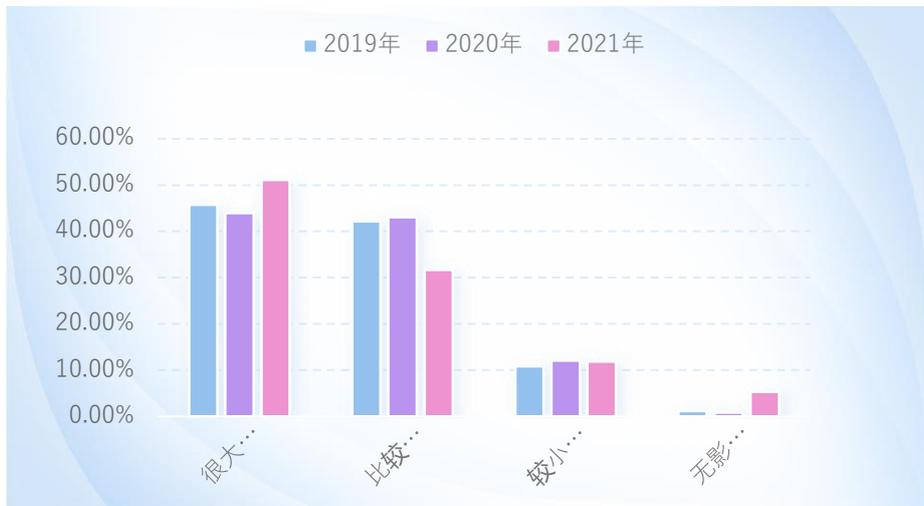


图 33 社区居民办理业务优先考虑哈行数据增长趋势图

另有评估数据显示，2020 年有 92.59%参与项目的支行负责人和 96.12%的哈尔滨银行员工认为“幸福社区”项目对银行增加客户粘性有帮助；2021 年有 98.68%参与项目的支行负责人和 93.79%的哈尔滨银行员工认为“幸福社区”项目对银行增加客户粘性有帮助。

通过银行与社区共开活动、共享阵地、共育组织，实现政、企、社有效互动，响应成都市委、市政府“幸福美好生活十大工程”的要求，探索以商业化逻辑创新公共服务的多元供给。同时也提升了哈尔滨银行在锦城社区的影响力和知名度，并将企业影响力转化为企业品牌形象以及客户资源。

——成都分行金沙支行副行长 宋佰丽

三是储户数量和业务量有所提升。评估数据可见，银行员工认为参与“幸福社区”项目对于深挖客户资源，吸引潜在客户有很大助益。三年调查数据均值显示，有 97.55%的哈尔滨银行员工认为参加“幸福社区”项目可以增加网点银行的储户量，其中有 46.97%的员工认为储户量会获得很大增长，38.98%的员工认为有比较大的增长（年度数据见图 34）。

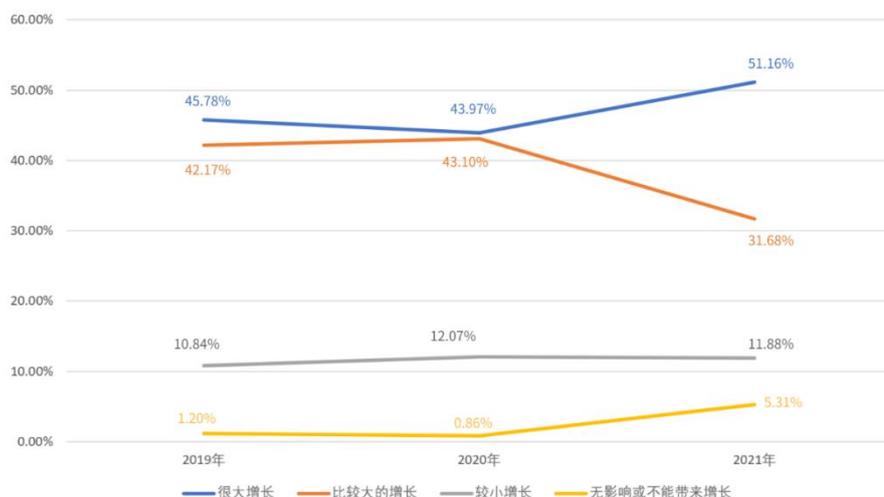


图 34 受访银行员工关于项目对网点银行储户量增长的作用评价

三年调查数据均值显示，有 93.53% 的支行负责人认为“幸福社区”项目可以带来网点银行业务量的增加（见图 35）。

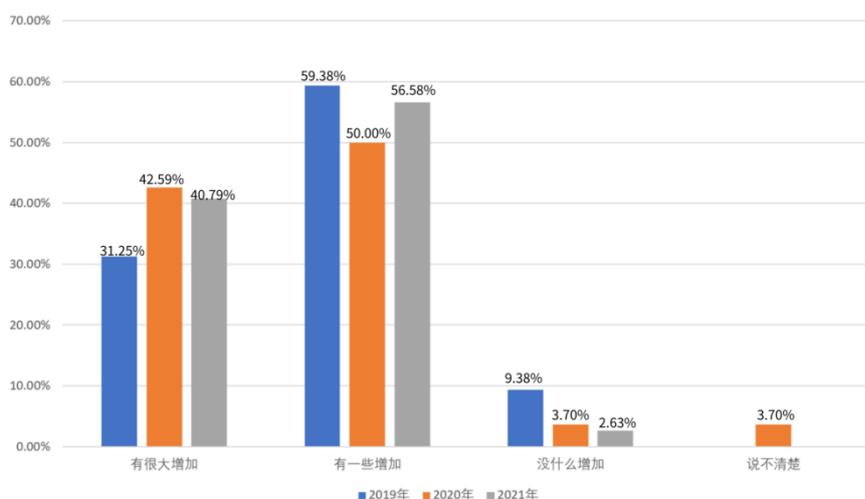


图 35 支行负责人关于“幸福社区”项目对网点银行业务量增长的作用评价

从 2020 年的评估资料来看，“幸福社区”项目的实施促进了银行存款量的增加。2020 年，评估组实地评估得知，西南地区的重庆和成都分行，通过深度参与“幸福社区”项目，银行存款保持逆势增长状态。西南地区支行 2020 年度的统计数据显示，14 家支行全口径存款增幅超过 30% 的有 11 家，占比 78.6%；平均新增价值客户增幅达 140.1%，带动平均金融资产增长 11350 万元（参见表 18）。

表 18 2020 年西南地区支行存款增幅情况

序号	支行名称	全口径存款 (万)	较年初增幅%	新增价值客户增幅	金融资产增长 (万)	支行员工参与“幸福社区”志愿服务人次
1	观音桥支行	28,923	41%	22%	6608	74
2	大坪支行	71,508	29%	24%	15400	20
3	开州支行	31,497	23%	27%	8303	40
4	开州凤凰小微支行	7,133	922%	1494%	7303	40
5	荣昌支行	22,309	36%	56%	10355	65
6	南岸支行	51,861	51%	34%	16376	109
7	沙坪坝支行	38,281	35%	24%	7387	10
8	涪陵支行	30,619	48%	40%	10607	6
9	秀山支行	17,131	-1%	9%	1402	50
10	成华支行	49,308.32	42.11%	28.04%	13889.27	60
11	高新支行	31422.03	45%	12.52%	9887.75	137
12	双流支行	53567	49.29%	-	9100	48
13	天府支行	79160	40.66%	10.20%	36644	60
14	新都支行	25371.1	45.39%	40.30%	5633	120
	平均	38.435	100.46%	140.08%	11350	60

因支行地处城市行政中心，周边大多为各个政府职能机构，居民及住宅楼盘非常稀缺。通过开展社区公益活动，十分有效的弥补了地理位置的不足，成功引流了距我行直径范围 2 公里外的大量居民。同时，因开展的项目以服务民众为主旨，其公益性大大提高了居民的认可度，均认为我行是一家有温度的银行，在遇到金融方面的问题时也会第一时间想到与我行员工联系。各支行在社会服务中尽显有“有温度、有情怀”的金融服务理念的同时，当地群众也将信任回馈予哈尔滨银行。

——成都市天府支行负责人 胡沙

(3) 渠道拓展：多维关系重建实现公共交互性优化

企业通过社会公益活动形塑企业形象，不仅能更好的寻求与社会

公众的情感共鸣，促进政府、社区、公众等社会各界对企业的认知，还能扩展企业的继续发展空间，也是其产品进入目标市场的最有价值的公关方式。

随着“幸福社区”项目的持续推进，哈尔滨银行与在地社区、居民以及社会组织等多个主体之间逐渐形成了良好的互动关系。2019年至2021年评估数据均值显示，96.13%的受访员工认为参与“幸福社区”项目对于提升企业与社区的伙伴关系帮助大；98.62%的承接项目社会组织负责人认为项目对于增强社区与哈尔滨银行之间的联系有正向作用；94.21%的在地社区负责人对合作的哈尔滨银行网点持满意态度。在2021年社区负责人问卷中，增加了“是否期待与哈尔滨银行有进一步合作”选项，89.2%的社区负责人期待能够与银行有进一步合作。

此外，“幸福社区”项目也重视建立与政府部门的合作关系，积极撬动地方资源，增大项目的综合效益。如：项目得到了佳木斯市民政局、哈尔滨市民政局、沈阳市民政局、重庆市民政局等各地政府部门的高度认可和赞誉，并积极开展合作事宜。哈尔滨银行参与“幸福社区”项目也受到了媒体和全社会的关注。凭借在践行企业社会责任、推动公益事业发展方面的工作实效，哈尔滨银行在第十届中国公益节获颁“2020年度责任品牌奖”，同时获得第五届“时代金融金桔奖——社会责任金融机构奖”“2020年度公益推动力大奖”，2020中国金融机构金牌榜“年度十佳城市商业银行”。

哈尔滨银行作为一家商业银行，多年来一直在公益慈善领域深耕，坚持普惠

金融、金融惠农，举办“哈马”、扶助特困群体，一直在履行企业的社会责任，但是有了“幸福社区”项目之后，是将公益慈善工作从更加专业、系统层面去推进，也产生了更大的社会影响力，包括在申报这些奖项时，“幸福社区”项目都是非常重要的支撑材料，对哈尔滨银行获得公益殊荣具有重要的作用。

——同佳岸慈善基金会副秘书长 王一卓

四、问题分析

经过五年的发展，“幸福社区”项目取得了很大的成效，作为基金会的核心项目，评估组认为，在以下几方面还有一定发展空间。

（一）项目的深度、广度、专业性有待提升

“幸福社区”项目实施多年来，服务人次逐年攀升，服务内容涵括社区养老、社区环保、社会组织培育、社区文化、社区教育、垃圾分类、邻里关系等多重领域，服务专业性和社区居民参与度不断提高。在服务项目模式凝练、可复制性增强的背景下，对项目服务内容的深度和质量提出了更高的要求，需要进一步增强项目服务的专业性、明晰项目服务与需求的适切性，实现项目服务效能最大化。

在服务内容供给方面，当前项目服务中直接面向社区居民的服务较多，且主要集中于文体娱乐服务、公益互助服务、教育培训服务等，涉及社区治理深层的服务内容较少，特别是孵化培育社区自组织的支持性服务项目尚少，持续支持力度不够。

在服务对象方面，以老年人、青少年、志愿者等群体的社区参与为主，其他主体的参与相对较少，对实现助力“共建共治共享”社会治理格局建构的项目目标而言，项目的服务对象仍需拓展，如由主要关注老年人和儿童扩展到关注社区全龄群体；由主要关注弱势群体扩展到关注全体社区居民。

（二）项目参与主体间的内生合力有待加强

通过“幸福社区”项目，基金会、哈尔滨银行联结多元主体，在资金资源供给、服务人员动员、公益理念塑造、基层社会治理等方面

发挥了积极作用，在项目执行具体过程中还有进一步提升的空间。

一是不同主体对于“对谁负责、为谁服务”的认知还需进一步厘清。承接项目的社会组织在项目执行中需要平衡多种关系，在做好项目服务需求评估的基础上，也要综合考虑项目利益相关方如资金资助方、落地社区的诉求和需求，如果不能够坚守社会组织服务的公益性有可能会在一定程度上忽视基层社区居民的实际需要，偏离公益项目本心。不同主体应该在项目服务理念和目标上应该达成共识，明确“幸福社区”项目的公益属性，警惕公益项目的商业色彩，更好地将“幸福社区”项目的社会公益特质与企业社会责任有效融合，夯实公益慈善产品的社会合法性基础，促进公益项目社会效益维度的持续性生产。

二是在多元主体权责边界与资源转换效率等方面还需进一步顺畅。从宏观社会结构来看，政府从包揽一切的“管理者”转变成为“服务者”，为市场的萌发和社会的生产释放了空间，在社会治理与公益慈善领域，政府显然不是唯一的参与主体，社会也不再是被管理的客体，而是成为积极有为的行动主体。在“幸福社区”项目的实施过程中，动员众多社会组织和哈尔滨银行一线工作人员参与其中，角色定位和权责义务仍不够明晰；同时，在社区内生力量的培育方面仍存在难点，即多元治理主体聚焦于基层社区场域中，如何实现从资源输血到内生力量造血的转换还不顺畅。

（三）资源支持和专业技术支持需持续发力

通过五年的发展，“幸福社区”项目已经成长为一个项目资金总

量较大、地域辐射范围广、服务周期跨度长、落地基层社区多的大型公益项目，项目的运行链条作为项目服务的保障机制发挥着重要的作用。在多年的项目实践探索中，已基本形成完善健全的项目运行机制，但在评估中发现仍有可以继续改善的空间。

一是社会筹资渠道应全面打通。哈尔滨银行作为项目的捐助方，在资金保障上给予项目充分的支持。但为了实现助推“共建共治共享”社会治理格局全面完善的目标，资金来源渠道应更为广泛、多样化，不断扩大项目的资金体量，从而更好地激发社会参与的活力，从项目的可持续性角度看，多元的资源筹措渠道也是项目发展的必然要求。

二是项目督导评估支持需加大。督导评估工作作为项目服务的专业化保障力量，既能够保障项目捐助方的利益诉求，又能够增进项目执行方的服务专业化程度，同时，也能够最大限度地推动项目服务社区建设，成为多元治理主体的联结枢纽。基金会近几年在重庆、沈阳等地已经开始尝试区域性督导评估支持项目的实践，取得了良好成效。但督导评估工作尚未覆盖项目全过程，还不能满足社会组织执行项目和成长发展的需求，也存在着部分社会组织服务偏离项目目标、服务成效不高等风险。

（四）需在多重利益诉求之间寻找动态的项目目标平衡点

“幸福社区”项目是一个涵括多重类型主体的大型公益项目，作为企业的哈尔滨银行不仅是项目捐助方，还在项目服务过程中输送人力等公益资源；社会组织在提供专业性服务等方面发挥重要作用；基层社区成为项目服务落地的空间，其内生力量的塑造与激活成为值得

关注的重要议题。由于项目涉及主体较多，因而亟需明确项目服务目标定位，从而保证在项目服务过程中按照既定方向稳步推进。

在公益与商业、感性与理性之间，哈尔滨银行作为企业，积极承担起自身的社会责任和使命，为基层社区的建设与发展贡献力量。但是，在项目服务过程中存在着商业利益的理性诉求压制公益责任的风险；在技术与服务之间，社会组织在项目服务过程中存在着重视技术治理的手段而忽视服务内容内核的倾向；在稳定性与持续性之间，如何在未来发展过程中既保障现有服务社区的连接性和稳定性，又能在更广范围的空间中扩展项目服务的持续性成为需要进一步探索的问题。

总之，“幸福社区”项目开展五年来，积累了丰富的实践经验，形成了独特的公益模式，已进入发展的“深水区”，项目服务的质量和成效面临着新的、更高的要求，应整合力量、形成联动、增进共治，以满足社区居民的实际需要，推动社区治理体系和治理能力现代化为目标，开展更加深入的探索。

五、对策建议

评估组通过对“幸福社区”项目的多维、历时性评估和研究，客观分析了项目对公益生态链的改变、项目运行与哈尔滨银行业务拓展和企业文化的关联度、项目的社会价值与商业价值的平衡关系，为“幸福社区”项目在未来能够激发更多的活化元素，提出“新战略三策”“新项目三策”六个方面的对策建议。

（一）新战略“三策”

在公益行业中，公益生态坐标轴中的位置决定实现项目的影响力，因此，基金会需要通过“生态战略”、“创新战略”、“融合战略”三个新战略提升项目的影响力与品牌度。

1. 生态战略

任何一个公益组织都需要进入公益行业生态圈谋求战略位置，才能够真正建立起公益影响力。从“幸福社区”项目实施的资金总量、覆盖社区总量、影响人群总量来看，与国内一般基金会的同类项目相比，更具有广泛性和影响力。但基金会没有进入行业生态圈，项目的影响力仅局限在项目实施的社区内，因此，基金会需要“突破项目域，进入行业域”。

一是建议主动融入基金会生态圈。基金会可以加入中国基金会论坛，承办相关高端城市公益峰会；在条件具备的情况下，加入中国基金会论坛组委会，在此生态圈中积极宣传基金会项目，塑造行业影响力。

二是建议积极参与社区治理生态圈，发起社区公益金融全国圆桌

会议或者小微论坛。基金会可以通过参与社区治理生态圈建设，将社区公益金融理念与社区治理有效结合，开辟自己独有领域，并对其中生态进行建设，在社区治理中开凝练有效的模式，塑造特有的项目影响力。

三是建议积极影响公益服务生态圈，与社工站、未保中心等项目有效衔接，塑造公益影响力。基金会可以将“幸福社区”项目有效融入政社互动的公益服务生态圈中，使得“幸福社区”项目在政社企互动，构建基层治理能力和基层治理体系现代化格局中，成为政府购买社工站服务的基层治理创新版块，社区公益与新时代文明实践的特色志愿服务版块。

2. 创新战略

基金会的“幸福社区”项目在项目数量规模、项目运作模式和项目成效上均表现出色，整体上有一定的影响力，但是由于项目实施的社会组织版块、社区版块、基金会版块、银行版块也在一定程度上呈现出多头管理、互相掣肘的问题，因此，基金会要实现“幸福社区”项目的提档升级，需要将管理体系创新和服务体系创新相融合，形成“服务与管理”双重创新战略。

一是建议开发真正具有哈尔滨银行特色的“金五社联动”融合性社区公益项目。“党建引领”“政社企联动”“公益+金融”是“幸福社区”项目的优势和特色所在。建议基金会下一步应继续发挥党建引领作用，将社会组织、社区、基金会、志愿者资源集中于社区公益领域寻求影响力，建立以金融社工、金融社区、金融社会组织，金融

志愿者、金融公益资源为主体的“金五社联动”服务，深度开发特色社区公益项目，以此呼应当前“五社联动”的国家基层社区治理战略格局。

二是建议建立社会组织、社区、基金会、志愿者、银行等联席会议制度，形成项目联合管理体系。基金会需建立社会组织、社区、基金会、志愿者、银行等联席会议制度、制定整体性的项目管理手册与制度大纲，清晰划分“幸福社区”项目各方管理范围与管理边界，项目运行过程中一般性管理问题依赖于统一的管理制度，特殊性管理问题通过联席会议解决，形成更大的项目合力，发挥更大的项目成效。

3. 融合战略

评估研究中发现，部分参与项目志愿服务的银行员工存在金融销售理念与公益理念有机融合不够，存在金融业务与公益服务的联结较为生硬的问题。同时，部分银行员工对于项目认识还不充分，仅停留在“做好事”的认知上。因此，基金会在推动金融企业参与公益服务中，需提炼五年的项目运作经验，探索建立标准化“金融企业一体化推进公益”路径指南，实施深化“公益+企业”的融合战略。

一是建议要推动金融企业确立公益融合战略新意识。基金会倡导合作金融企业进一步明确，参与公益不单是企业责任，更是企业社会责任践行、企业形象打造、使命价值观内化、员工忠诚度建设、员工执行力培养、产品推广等六个层面一体化推进的新融合战略。

二是建议量身定制企业参与公益方案，推动企业开展公益融合战略新行动。基金会可以发挥在公益领域的专业优势，充分利用“幸福

社区”项目平台，为金融企业量身定做公益服务项目，推动金融企业践行企业使命与员工成长、企业忠诚度与执行力塑造有效结合，实现公益服务与金融服务的融合发展，使公益金融服务与企业形象传播有效结合。建议和哈尔滨银行共同开发设计“金融服务时间 2 小时行动计划”（类似于阿里巴巴公益服务 3 小时）。

三是建议在资助项目中增大金融与社区服务新融合内容。基金会在“幸福社区”项目申报中，可以明确资助项目服务中，采取规定动作与自选动作相结合的方式，社区金融服务作为规定内容，如将金融社工项目有效融入幸福社区服务，将社区防金融诈骗、希望储蓄、社区普惠金融、儿童财商项目、老年绿色金融等项目与社区服务相结合等，更充分体现“幸福社区”项目的“公益+金融”属性。

（二）新项目“三策”

1. 开发“公益+金融”服务新标准

“幸福社区”公益项目经过 5 年的持续推进和不断创新，该项目在推行模式、运行管理等方面都已日趋成熟，服务成效显著，具有推广和复制的现实价值，也有项目亟待提档升级的客观需求。建议基金会加大研究力度，在项目目标、项目主体、项目内容、服务流程、服务模式等方面制定规范且适当的标准，开发“幸福社区”项目标准化相关文本，尤其是加强“公益+金融”项目的标准化建设工作，为行业、地方乃至全国的公益项目标准化工作贡献“幸福社区”项目经验。

2. 建立“哈行社区基金”新平台

在第三次分配格局下，企业向善文化成为发展的主流趋势，基金

会应积极链接地方政府、慈善组织、公益机构，共同推动区域公益生态链的建构，以“幸福社区”项目为抓手，共同打造社区服务新平台。可以探索建立“哈行社区基金”，鼓励有条件的地方分行设立专项公益服务资金，减少对基金会项目投入的单方依赖，并以此为平台，以“有温度、有情怀的哈行”的企业形象带动更多企业参与社区公益吸纳更多公益慈善资源注入项目资金池，持续发酵项目的公信力和影响力。

3. 打造金融公益新品牌

“幸福社区”项目在多年的服务探索中积累了丰富的实践经验，应充分发挥哈尔滨银行金融资源和公益情怀优势、基金会项目设计和精细化管理优势、社会组织公益理念和专业服务优势，聚合联动多方资源，探索现实推行路径，凝练“幸福社区”项目内涵，打造全国金融领域最具影响力的公益品牌项目，通过推广和复制扩大“幸福社区”项目的品牌影响力。一是建议加大“幸福社区”项目成果产出的开发，形成项目案例集、项目故事集、项目人物集等成果，扩大项目社会影响力。二是建议引入智库力量，全面总结提炼“公益+金融”模式，在模式化、可持续性、可复制性方面加以深入探索，适时召开全国性的“幸福社区”项目研讨会，提高项目成果水平，提升项目影响力。

结 语

五年探索，吹沙见金。2016至2021年，“幸福社区”项目凝聚多方合力，以极大的热情投入到公益事业中，探索出一条意义非凡的公益道路，也为中国金融企业的社会公益做出了极其有益的尝试。

金融向善，温暖如初。作为第三方评估机构，经过五年的持续跟踪，我们深感深圳同佳岸慈善基金会、哈尔滨银行与参与项目的所有社会组织，始终永葆责任感、使命感，主动承担责任，坚持经济价值与社会价值、务实发展与感恩惠民有机统一。五年来，项目各方通过“幸福社区”项目用充满温度的行动回馈了社会公众的信赖与关爱。

奋进五载，未来可期。基业长青的组织，贵乎价值观、道德感与社会责任；追求卓越的组织，一定源于积沙成塔般的点滴努力。我们有理由相信，深圳同佳岸慈善基金会在未来的发展中，将继续依托“幸福社区”项目，怀揣感恩、惠民、责任、公益等真挚情感和坚定信念，更好地服务区域百姓民生，彰显服务社会、奉献自我的风采与情怀，在新征程中迈出更加坚实、温暖的步伐。