

让更多人看见公益、参与公益 “公益创作者”影响力从何而来?

■本报记者 皮磊

一条短视频，能够影响并改变一个人的生活甚至未来，这是当下公益传播呈现出新的特征，也是“内容公益”助力解决社会问题的一个缩影。

相较于传统的图文传播形式，直播和短视频平台的兴起，让公益更加高效透明，也为更多人以自己的方式参与公益、支持公益提供了一个很好的窗口，同时链接起了更多资源和更多像盈盈一样需要社会帮扶的对象。

以唇腭裂救助为例，事实上，在抖音等平台上不仅有相关公益机构开展项目宣传，还有很多专业的医生以及各行各业的从业者，他们以“公益创作者”的身份，开展公益科普和社会倡导，助力筹集更多社会资源，让更多需要帮助的患儿及时得到救助。这些创作者，已成为公益事业发展过程中一支不可忽视的力量。

9月5日，时值我国第十个“中华慈善日”，字节跳动公益联合中国慈善联合会、中国电视艺术家协会公益传播专业委员会，携手腾讯公益、微公益，共同发布“优质公益内容支持计划”，通过提供优质素材选题、传播资源加持、专属公益服务等具体措施，对公益创作者进行激励和扶持，以期进一步以内容公益探索解决社会问题的新路径。

以优质内容助力公益破圈传播

“直播和短视频这种形式，能够在很短的时间内为公益机构或有需要的人带来巨量的信息，这也是新的媒介形态为当下公益传播带来的新的可能性。”

字节跳动公益平台负责人罗海岳介绍，平台自2021年上线至今，一直积极探索以内容助力公益破圈传播，而得益于算法能力和去中心化的内容分发机制，抖音平台上公益内容的传播效率非常高。“相对来说，公益是一个很小众的领域，但算法匹配机制能够帮助我们快速找到目标群体。”

罗海岳在采访中特别提到了唇腭裂救助案例。2023年11月，字节跳动公益平台联合中国人口福利基金会、微笑明天慈善基金会、中国红十字基金会嫣然天使基金等，共同发起“抖音唇腭裂关爱行动”；2025年，中国妇女发展基金会母亲微笑行动也加入其中。截至2025年5月，该行



9月5日，字节跳动公益联合中国慈善联合会、中国电视艺术家协会公益传播专业委员会，携手腾讯公益、微公益，发布“优质公益内容支持计划”

动累计筹集善款超4600万元，帮扶支持超3000名患儿接受救治手术。

在项目运作过程中，公益创作者们发挥了重要作用。

北京协和医院口腔科主任医师、中华口腔医学会唇腭裂专委会副主任委员周焯曾多次参与唇腭裂公益救助活动。在抖音平台，他以创作者的身份，结合自己的专业知识开展公众科普，如通过讲解病例告诉大家唇腭裂应该怎么治，术后效果会怎么样。目前，他在抖音平台的唇腭裂视频合集有近1700万次播放量，很多用户通过他的视频认识并了解了唇腭裂的相关知识。

“通过直播或短视频让公益机构找到潜在的受助对象，同时为更多需要帮扶的群体提供了解公益、寻求社会救助的机会和渠道，这也是我们近来在探索的用内容更好服务公益的一条路径。”罗海岳说。

据记者观察，除了儿童健康相关的内容，在抖音平台，儿童体育、乡村美育等领域的内容也非常受公众关注。

贵州省为黔行公益服务中心主要在偏远乡村学校开展音乐、舞蹈、篮球、足球美育等素养教育。2022年2月，该机构发起的“大山里的艺术课堂”项目在字节跳动公益平台上线，通过引入优质创作者参与到项目中，逐步扩大声量和影响力：

中央民族乐团与字节跳动公益联合发起“山河国乐”公益星期二活动，每周二上午10点，中央民族乐团多位艺术家关闭直播礼物打赏功能，进行公益演奏及教学直播；项目还邀请了邓紫棋、周传雄等多位明星艺人担任爱心传播官和爱心宣传大使，再

加上多位抖音主播的关注让项目传播逐步破圈……

截至2025年6月，该项目已联动超76万人次爱心人士，筹款超1230万元，累计为近200所学校捐建音乐教室，约16000名乡村孩子因此获得了学习乐器的机会。

另据记者了解，结合今年“中华慈善日”主题活动，字节跳动公益平台邀请了部分创作者和贵州本土公益机构一线工作人员开展交流和资源对接，共同创作具有贵州特色的优质公益内容，带动更多用户关注并参与公益事业，“大山里的艺术课堂”是其中的亮点项目之一。

让更多人看见真实的一线公益场景

据字节跳动公益平台内容运营负责人叶亮介绍，在抖音平台，除了入驻的公益机构和专职公益人士，其他大部分关注并积极参与公益的创作者是抖音生态内其他垂类的高粉创作者。截至目前，该平台公益创作者超过了8.2万名，相关内容累计播放超过850亿次。

“这些公益创作者最大的贡献在于，他们通过自身创作的优质内容和作品影响力，让更多人看见公益、了解公益、参与公益，进而参与到社会问题的解决中来。因为他们发布的优质内容让用户看到了真实的一线公益场景，比传统的宣教方式更具感染力和说服力，能够消除外界对困境群体的歧视和误解，进而激发公众的公益热情。”叶亮谈到。

“00后”摄影创作者良田（本名施嘉栎）在抖音平台拥有超1300万粉丝。大学期间，他开始做独立摄影

“

因 为患有唇腭裂，女孩盈盈(化名)从小生活在自卑之中，身边人异样的眼光和不富裕的家庭条件，总让她感觉被外界孤立。高二的时候，盈盈偶然间在抖音上看到某公益机构开展唇腭裂救助项目的短视频，便试着报了名。后经项目筛查，今年4月，她成功接受了免费唇腭裂修复手术，这让她的生活重新燃起了希望。

师，并尝试接触短视频。从一开始拍摄那些光鲜亮丽的人，到后来慢慢将镜头对准更多普通人，如因身高而感到自卑的男孩、被流言攻击的女生、坚强乐观的残障人士……他开始逐步接触公益，并参与了抖音平台组织的一些公益活动。

2024年“中华慈善日”前夕，良田走访了一家医院的新阳光病房学校。看到那些因为生病而剃光头发的孩子，同时也是为了获得孩子们的信任，走近孩子们的内心，他当即决定剃光自己的头发。“陪一个光头”的视频发布后，引发百万网友和粉丝关注。甚至有很多网友在评论区回复“陪一个光头”，并附上了自己剃光头的照片。

这次探访，良田先后创作并发布的两条公益视频，累计获得470万点赞，为长期住院大病患儿带来了200万元捐款。在捐款的人之中，有不少是良田曾拍摄过的受助者。良田坦言，社会上有很多这样的孩子，而自己能做的事情，就是跟这些孩子相处一天，拍下视频，把视频发出去让他们知道，这个社会有很多好人。“同时，我也希望呼吁大家关心他们，包容他们，让他们看到社会上更多的正能量，从而拥有一个幸福快乐的童年。”

平台上的创作者有着不同的背景，但据一位长期关注平台公益的行业从业者观察，这些创作者身上有一些共同的特点，即他们本身在互联网平台拥有一一定数量的粉丝和影响力，能够利用自身的流量优势和创作能力，以通俗易懂、更能吸引用户的方式表达公益，进而影响并带动更多用户关注和参与公益。此外，这些创作者往往都有较强的社会责任感和公益热情，也愿意投入时间和精力参与公益，并通过真实、有感染力的内容传递公益理念。

“用创作，做好事。”也正是通过这些公益创作者，更多年轻用户群

体首次了解并接触到了公益。叶亮介绍，自去年6月字节跳动公益平台上线“达人一起捐”功能后，“达人”们带动的用户当中有85%以上是首次接触公益。在抖音平台的捐赠人中，24岁以下捐赠人占比达三分之一，月捐用户留存率在70%以上，“展现出年轻用户踊跃参与且捐赠稳定的态势”。

实际上，在具体实践中，一些优质的公益内容也能引发用户对特定公益议题的关注和理解，进而达到社会倡导的目标。

例如，针对孤独症议题，字节跳动公益连续四年开展“孤独症友好日”活动，联动多方打造公益短剧《重寻星光》，同时邀约多位创作者围绕该主题产出不同的作品。他们通过实地探访、科普视频、公益互动等不同方式，真实展现了孤独症群体面貌，让用户有机会深入了解这一群体的现实处境和家庭困境。数据显示，看相关内容的用户对孤独症议题的正确认知率提升了18%；在“如何对待孤独症人士”议题上，用户认知提升了17.71%。

多方携手共创公益传播新生态

在过去，由于图文传播的局限性加之公益机构传播渠道有限且分散，导致公众常常因为“不懂公益、不知捐给谁、不知怎么捐”而对参与公益望而却步。与此同时，单一的宣教方式也无法激发不同年龄段群体的共情与行动转化。

在罗海岳看来，随着传播媒介和形态的变化，尤其进入“内容公益时代”，公众与公益正在建立起新的链接。“共创公益新生态”，成为时下整个行业面临的新命题。

记者获悉，为鼓励更多公益创作者及优质公益内容，9月5日中华慈善日当天，字节跳动公益联合中国慈

善联合会、中国电视艺术家协会公益传播专业委员会、携手腾讯公益、微公益，共同发布了“优质公益内容支持计划”，从优质素材选题、传播资源加持、专属公益服务、定制公益产品及上升舞台机会等多个维度，加大对优质公益内容和创作者的扶持力度。

“如果一条好的公益内容能够得到社会各方的支持认可，那么不管是对创作者本身还是对相关公益机构而言，都能为其带来更多实实在在的激励，也能吸引更多社会资源。我们希望通过这次行动，将以往积累的治理经验以及创作者资源同更多平台共享，进一步放大公益创作者的影响力，让优质公益内容可以在多个平台同步分发，也让整个行业得到更多关注和支持。”罗海岳说。

据了解，为保证平台内容的真实性，构建公众信任，对于伪公益、伪慈善乃至演绎摆拍等消用户善心的现象，字节跳动公益近年来持续加大平台治理力度，并建立严谨的内容审核机制。尤其是在一些风险较大的场景，如流浪动物、直播乞讨、电商伪公益等场景，字节跳动公益平台设置了专门的安全团队开展持续治理，同时建立风险治理公告机制。

在发布“优质公益内容支持计划”的同时，字节跳动公益还携手上述机构发布了《新媒体公益慈善文化传播倡议》。倡议中提到，当前互联网内容生态蓬勃发展，但同时也伴随着信息失真、价值失落、流量至上、权益侵害等乱象，严重侵蚀了行业公信力与社会文化土壤。倡议特别面向个体创作者、机构创作者及媒体创作者等主体呼吁，将真实性视为创作的生命线，杜绝传播虚假新闻、不实传闻与恶意谣言，确保公益内容真实可信。

同时，各方还呼吁，杜绝利用慈善进行炒作营销或“悲情营销”，鼓励创作者具有人文关怀，激发社会向善动力的优质作品；重点围绕慈善法普及、慈善反诈防骗、公益理念倡导等社会关切内容进行创作，积极发掘和宣传社会正能量与公益慈善事迹，激发公众互助热情。

“一方面，我们希望有更多人看到公益创作者的能力和作品的影响力，因为他们确实在支持公益，也帮助了很多需要帮助的人；另一方面，也希望看到更多公益机构尝试和创作者们进行内容共创，大家都行动起来，共同做好优质公益内容传播。”罗海岳说。

(上接01版)

多场景渗透 让慈善文化深入人心

覆盖多领域、多场景、多业态，是今年各地“中华慈善日”主题宣传活动的一大显著特点。记者梳理发现，在联动政府部门、慈善组织、爱心企业及个人的基础上，不少省市在创新慈善参与形式方面做足功课，“让慈善成为一种生活方式”，逐渐成为更多人的共识。

9月1日，陕西省“中华慈善日”和“陕西慈善周”暨慈善文化“五进”活动正式启动。启动仪式上，陕西省慈善联合会相关负责人表示，本次活动的核心是通过多场景渗透，推动慈善文化“进机关、进企业、进乡村、进社区、进家庭”，让慈善理念深入人心。

记者注意到，现场除发布《陕西省慈善文化“五进”活动倡议书》外，还对“慈善+政务”服务模式的运行流程、企业捐赠物资的管理使用等进行了详细介绍。与此同时，陕西红专慈善家风宣传教育基地正式揭牌，成为当地慈善文化传播与家风建设融合的新平台。

在重庆，各区县和慈善组织围绕“汇聚向善力量，共创美好生活”主题，组织慈善法集中宣传、慈善成果展示、慈善先进事迹宣传等系列活动，同时各地同步开展慈善市集、义卖、义演、公益课堂等数十场主题活动。

此外，由重庆市民政局投放的“汇聚向善力量，共创美好生活”重庆轨道交通专列自9月1日起发车，持续至9月15日，市民可乘坐轨道交通1号、3号和6号线打卡。这一线下场景设计，也成为中华慈善日及重庆慈善周期间一道靓丽的风景线。

在贵州，贵州省第十一届慈善

项目推介会以“汇聚向善力量，共创美好生活”为主题，为公众参与慈善事业开辟了一个新的视角。作为本次推介会的一大亮点，公益“村BA”篮球赛在8月27日提前点燃活动热度，并持续至8月30日。来自贵州省9个市(州)、台江县及6个省级慈善组织的16支篮球队参赛，每支队伍都对应着一个具体的公益项目。赛事还同步开通了线上捐赠渠道，观众可通过抖音平台或腾讯公益平台，直接为喜爱的队伍所对应的慈善项目献出爱心，实现“观赛即公益，助威即帮扶”。

在四川，除了省级层面的部署安排，各市结合“中华慈善日”及“天府慈善月”宣传主题，组织安排了丰富的活动。如成都市民政局联合市文化广电旅游局等部门，于9月5日至10月19日期间开展“向善而行·共筑美好”慈善主题展；泸州市江阳区民政局联合区慈善会开展中华慈善日助老活动；绵阳市民政局联合绵阳市慈善联合会共同开展“每月益点光”月捐项目启动仪式。

在江西，省民政厅通过线上线下联动的方式，继续组织开展“慈善一日捐”活动。这也是该省多年来持续开展的公益活动，旨在倡导全省各机关、企事业单位、人民团体、社会组织及社会各界爱心人士，在自愿的前提下积极参与爱心捐助，共同营造“人人可慈善、时时可慈善、处处可慈善”的浓厚氛围。据悉善款主要用于关爱“一老一小”“一残一困”“助学助医”和“乡村振兴帮扶”等慈善项目……

慈善是一项需要人人参与的事业，以“中华慈善日”为契机，我们看到了更多创新的公益模式，更多主动参与到慈善事业中来。同时也期待相关层面能够出台更多扶持和激励措施，引导慈善事业实现高质量可持续发展。

■本报记者 皮磊

报告显示，2024年，上海市新增慈善组织35家（其中新登记成立30家，申请认定5家），业务范围涵盖扶老济困、助学助教、儿童关爱、创新研发、人才培养、社区公益、文化艺术等具有上海城市特色的诸多领域。截至2024年年底，上海市共有慈善组织663家，占社会组织总数的3.84%，其中取得公开募捐资格的慈善组织40家。

慈善组织中，基金会629家，社会团体2家，社会服务机构32家。全市慈善组织年末净资产合计277.60亿元，年度公益事业支出60.66亿元，超过1000万元的有87家，超过1亿元的有11家，其中上海市慈善基金会年度公益事业支出近10亿元。

报告显示，2024年，上海市接受慈善捐赠总额81.37亿元。其中：全市社会组织接受捐赠金额79.22亿元（基金会接受捐赠64.85亿元，社会团体接受捐赠2.47亿元，社会服务机构接受捐赠11.90亿元）；全市红十字会系统接受捐赠金额1.14亿元，公益支出1.11亿元；全市新设立的慈善信托财产合计1.01亿元。

2024年，上海市慈善组织共开展公益慈善项目8191项，年度受益对象5587.62万人次，项目总支出64.84亿元。从服务对象看，重点关注老幼残及某类特殊人群，也有更多的慈善项目面向普通市民开展。从服务领域看，慈善组织开展慈善项目比较集中的领

“

近 日，2025年上海慈善周正式启动。启动仪式上，上海市民政局发布《2024年度上海市慈善事业发展状况报告》。报告从慈善组织、慈善捐赠、慈善服务、社区慈善、应急慈善、慈善信托、福利彩票、慈善文化、慈善力量助力对口支援和乡村振兴、慈善监管等十个维度，全面展示了过去一年上海慈善事业的各项成果。

域排名前五分别是：教育类（总数3328个，占比40.63%）、扶贫及社区发展类（1058个，12.92%）、社会服务类（959个，11.71%）、公益事业发展类（690个，8.42%）、医疗卫生类（600个，7.33%）。

在社区慈善方面，2024年，上海深化探索慈善超市多元化经营模式，鼓励支持社会力量参与运营，推广销售福利彩票、“零拷”国货商品，持续增强“自我造血”能力，关注支持孤独症儿童实训和残障人士就业，在社区慈善衣物接收与处置、困难群众救助关爱、慈善文化宣传等方面功能不断提升，不少慈善超市成为网红打卡地。

社区基金会不断汇聚基层公益资源，支持开展各类与社区民生密切相关的公益项目。截至2024年年底，上海市社区基金会总数达91家，年末净资产合计

2.95亿元，年度收入合计7180万元，年度公益事业支出6335万元。

报告指出，上海大力支持慈善信托发展，鼓励信托业务模式创新，上海市民政局印发《上海市慈善信托备案办法》，依法规范慈善信托备案流程，提高慈善信托备案效率。2024年，全市民政部门备案慈善信托18单，信托财产合计1.01亿元。其中，备案信托财产规模100万元以上的有7单，主要用于助学助教、扶老济困、乡村振兴等领域。上海备案的慈善信托全部设置监察人，确保通过第三方专业机构对受托人的行为进行有效监督。截至2024年年底，上海市依法备案慈善信托累计57单，累计备案到账资金2.18亿元。

在慈善监管方面，上海市民政局作为本市慈善工作主管部门，坚持“一手抓促进发展，一手抓规范管理”，营造依法治善、依法促善、依法行善的慈善发展环境。上海市民政局表示，将更大力度引导、支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人积极参与公益慈善事业，更大力度规范慈善组织和慈善活动，着力提升慈善事业公信力，为促进共同富裕、全面推进中国式现代化上海实践贡献更多慈善力量。

《2024年度上海市慈善事业发展状况报告》发布 ——2024年全市接受慈善捐赠超81亿元、慈善组织开展项目超8100项



2025年上海慈善周启动仪式(图片来源:上海市民政局官网)