

数字公益、慈善市集、大额捐赠……

第十一个“中华慈善日”掀起全民参与热潮

■ 本报记者 皮磊

今年 9 月 5 日是我国第十一个“中华慈善日”，今年主题是“弘扬慈善文化 践行慈善惠民”。围绕这一重要时间节点，连日来多地先后开展了丰富的主题宣传活动。慈善市集、公益展览、数字公益、慈善捐赠……众多兼具创新、有温度、接地气的活动安排，掀起了全民参与公益慈善热潮。

将慈善融入日常生活场景

在首都北京,由北京市民政局指导、首都公益慈善联合会主办的第十一个“中华慈善日”主题活动暨第六届北京慈善文化创享会如期启动。《公益时报》记者在现场了解到,此次活动分为展览展示、慈善市集、致敬榜样、成果发布、荣誉颁发、联合发布等板块,重点反映“十四五”以来北京市各级党政机关、爱心企业、慈善组织和爱心人士共同参与“慈善北京”建设的创新实践。

活动期间,首都公益慈善联合会、北京市慈善协会发起设立北京市社区发展慈善联合基金及北京市新就业群体关爱联合基金,旨在助力新就业群体关爱和社区慈善发展两大民生热点。首批承诺加入合作的社会组织代表进行现场签约。

“善集北京”公益慈善市集同步启动,以市集为载体,将慈善文化展示、公益项目体验、爱心商品义卖、志愿服务招募等融为一体,让市民在逛集市的过程中轻松参与公益。项目计划今年在北京市街道社区、商业街区、文化场馆等举办 10 场活动,让慈善走进市集、走进街巷、贴近群众,融入居民日常生活。

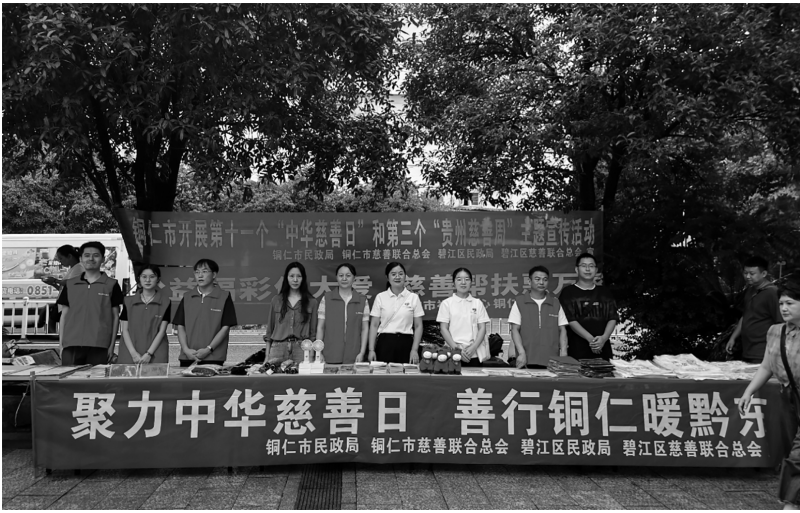
在山西,连日来,第十一个“中华慈善日”暨第六个“山西慈善周”

“我们看到,公益慈善已逐步成为社会公众的一种选择和生活方式,而在各方共同努力下,慈善资源不断向基层延伸、向群众贴近,社会公众参与门槛不断降低,慈善的温度触手可及。

主题宣传活动在全省范围内有序开展,山西围绕“弘扬慈善文化 践行慈善惠民”主线,持续推进慈善文化“进机关、进企业、进社区、进乡村、进家庭”活动,多点布设阵地、丰富宣传场景,采取沉浸式互动、热点流量传播等多种方式,推动慈善宣传走进群众、贴近生活,营造关心慈善、支持慈善、参与慈善的浓厚氛围。

值得一提的是,山西省各机关单位在核心办公区域张贴慈善主题海报,引导干部职工了解慈善、投身公益,发挥示范引领作用。同时,山西充分依托本土文旅资源,在太原古县城、忻州古城、榆次老城等重点景区主干道布设公益宣传海报,把古城深厚的历史底蕴和慈善理念融合在一起,让游客在游览途中感受公益温度。在传统宣传之外,山西积极创新思路,拓宽传播渠道:如,借助太原歌迷之城演唱会人流量大、青年受众集中的特点,在演唱会歌迷广场现场布设拍照打卡、慈善主题微览,面向观众广泛传播慈善理念。

在四川,结合第十一个“中华慈善日”及第八个“天府慈善月”主题宣传活动,各地、各级慈善组织依托本土特色,推出了形式丰富、接地气、有温度的慈善主题活动,开展慈善文化进机关、进企业、进乡村、进社区、进家庭活动,培育全



贵州铜仁开展第十一个“中华慈善日”主题宣传活动 (图片来源:铜仁市民政局)

民慈善理念。

其中,成都慈善文化月系列活动联动全市 23 个区(市)县参与,线上发起“点亮微心愿”公益行动,面向困境儿童征集 100 个小心愿,一盏台灯、一套文具、一本课外书,市民通过手机即可认领帮扶;线下设置慈善好物展区、爱心打卡点。眉山则以“一人一祠一城一生”为主题,在东坡区激情广场开启主场活动。当地创新打造“慈善+”模式,把行善融入消费、文旅等生活场景,让随手做慈善成为新风尚,全市计划推出 26 场分层分类慈善活动,覆盖市、县、乡镇、社区各个层级。

推动慈善资源下沉基层

记者从天津市民政局了解到,今年天津“中华慈善日”主题宣传活动的最大特色,是实现了从“会场活动”到“全城联动”的升级,慈善影响力渗透到城市运行的各个场景:夜晚,海河两岸楼宇、天津之眼摩天轮等地标建筑同步点亮慈善主题灯光秀,以夜景传递向善力量;白天时段,公交主题专车、轨道交通各线路及站台、铁路天津站候车大厅的屏

幕矩阵,同步滚动播放公益内容,让市民在出行途中邂逅慈善。

与此同时,活动同步启动两个重点项目:“社区慈善基金微创投项目”,以“小额资助+项目化运作”模式,激发社区公益创意;和平区“善暖和平 聚力同行”一日捐主题活动,为市民搭建就近参与慈善的便捷渠道。此外,和平区十大慈善惠民品牌项目发布,一批扎根社区的民生项目精准落地。

在广东省第十一个“中华慈善日”暨广州市“羊城慈善月”主题活动启动仪式现场,“穗善合伙人”名单、“羊城慈善月”重点活动安排同步发布。

据了解,“穗善合伙人”旨在倡导企业、个人、单位等通过商业模式创新、资源整合和协作行动,投入“1%”向善力量,关注解决社会需求。去年,广汽集团、越秀集团、立白集团、三七互娱等多家企业成为首批“穗善合伙人”。今年,“穗善合伙人”新增 33 家,涵盖建筑、数字服务、文化产业、制造业等领域。

“羊城慈善月”活动则将多项敬老护幼服务下沉基层:“珠珠慈善医疗健康行”将走进花都、海珠

2026 中华儿慈会“中华慈善日·益起呵护未来”主题公益活动在京举行

为深入落实《民政部办公厅关于组织开展第十一个“中华慈善日”主题宣传活动的通知》相关工作部署,中华少年儿童慈善救助基金会(以下简称“中华儿慈会”)日前举办“中华慈善日·益起呵护未来”主题公益活动。本次活动以线上线下相结合的形式开展,旨在传播慈善理念、弘扬慈善文化,面向社会爱心人士与亲子家庭普及慈善知识、呼吁大家共同关注困境儿童成长,汇聚多方社会力量,传递温情善意。

活动在北京市丰台区劳动技术教育中心孩子们带来的精彩节目《冲天炮》中正式拉开帷幕。中华儿慈会理事长陈垵吹现场参与本次活动跑团活动。北京市丰台区教育委员会、北京市莲花池公园管理处相关负责人出席活动。

中华儿慈会秘书长薛秋霖在致辞中表示,今年“中华慈善日”的主题为“弘扬慈善文化,践行慈善惠民”。“我们将慈善课堂带进公园,走近家庭与孩子身边,就是希望打破距离感,让慈善不再遥远、不再抽象,让崇德向善成为人人可学、人人可为的生活方式。本次活动以‘益起呵护未来’为主题,希望通过轻松活泼的沉浸式公益体验,让慈善的种子在小朋友心中扎根、生长,让善意在亲子陪伴中传递延续。”

丰台区教委四级调研员樊凌指出,推动慈善文化进家庭、进校园,与立德树人的根本任务高度契合。慈善教育是一堂生动的德育实践课,能够引导青少年知善、向善、行善,助力培养德智体美劳全面发展的时代新人。

莲花池公园管理处主任张一杨谈道,让承载着历史记忆的公共空间赋能公益,让公园成为传递善意的公益课堂,是公园践行公共服务的使命与担当。

活动特别邀请不同领域代表

等地社区,开展阿尔茨海默病科普、专家义诊及免费健康检测;从化、增城等区组织开展中秋银龄慰问活动;番禺区启动“母爱护苗”专项慈善项目,凝聚社会爱心守护青少年健康成长。

在贵州,从省级启动仪式到各地基层,160 余场活动,慈善资源正加速下沉至社区与乡村,有效打通了服务群众的“最后一公里”。其中,黔南州民政部门依托“一起捐”等互联网筹款模式,精准对接基层需求,推出了“黔南救急难”“黔南金秋助学”“善行黔南扶老济幼”等专项慈善项目,通过规范化的线上募捐与资金监管,为精准帮扶筑牢了业务基础。

此外,在今年“中华慈善日”及“贵州慈善周”系列活动期间,贵州省慈善总会正式发布“善行贵州·朝夕共陪伴”互联网募捐公益项目,将在全省易地搬迁社区与乡村街巷,依托现有阵地常态化开展老少双向陪伴服务。

不断创新公益参与模式

记者注意到,近年来随着慈善事业在经济社会发展中发挥的作用愈加重要,各地也不断加大对慈善事业支持力度,慈善事业发展呈现出鲜明的地域特色。

例如,在北京市东城区公益慈善周期间,东城区集中发布 10 个“首善东城 紫金暖阳”项目。该项目是东城区在每年“中华慈善日”发布的惠民实践,至今已形成了涵盖助老、护幼、帮扶困难群体、社区慈善组织培育、慈善信托、基金发展等领域的项目矩阵。在当天的慈善捐赠环节,东城区慈善协会向 9 家 2025—2026 年度慈善捐赠先进单位颁发接收捐赠证书,共计 4154 万元慈善资金将投向对口帮扶、慈善信托、助学助困等 11 个公益慈善项目。

河北省秦皇岛市今年重点推进慈善文化“五进”活动,推动慈善理念走出会场、走进群众,从宣传口号转化为躬身实践——机关示范先行,将慈善元素融入党建活动,不断扩大慈善社会共识;社区立足城市基层细胞,开展爱心早餐、健康义诊、心理疏导等便民暖心服务;企业践行商业向善,探索助学帮扶、消费捐、一元公益等公益模式,主动扛起企业社会责任。

在湖南省长沙市,长沙市慈善总会联合多家单位组织开展了一系列形式多样、内容丰富的慈善惠民活动,通过规范化的线上广告位投放慈善日主题宣传海报。海报主题重点聚焦新就业群体关爱、基层群众安全技能培训以及慈善文化宣传,将慈善文化融入市民出行场景,同时在多个大型商场户外广告位投放慈善日主题宣传海报。海报主题重点聚焦新就业群体关爱、基层群众安全技能培训以及慈善文化宣传,将慈善文化融入市民出行场景,营造全城慈善氛围。

在福建省泉州市,9 月 5 日晚,“廿五守善 大爱同行—9·5‘中华慈善日’泉州市慈善总会公益晚会”在泉州人民会堂举行。会上,一批爱心企业和爱心人士积极开展捐赠,现场举牌认捐笔数达 26 笔,金额总计约 4 亿元。其中,泉州东海开发有限公司董事长姚志胜、劲霸集团、源昌集团分别认捐 1 亿元。

……

今年恰逢慈善法颁布实施十周年。民政部日前发布的关于组织开展第十一个“中华慈善日”主题宣传活动的通知要求,引导支持慈善力量,以特殊困难老年人、困境儿童、残疾人、就业困难人员等群体为重点,持续开展慈善帮扶、走访慰问、爱心陪伴、心理抚慰等慈善活动。我们看到,公益慈善已逐步成为社会公众的一种选择和生活方式,而在各方共同努力下,慈善资源不断向基层延伸、向群众贴近,公众参与门槛不断降低,参与方式愈发多元,“人人公益、全民慈善”正在成为现实。

■ 本报记者 皮磊

9 月 9 日,阿里巴巴 95 公益周暨公益宝贝 20 周年大会在杭州举行。数据显示,20 年来,有近 1000 万爱心商家加入公益宝贝计划,“最少 2 分钱的捐赠”实现近 700 亿笔爱心订单,相当于每 1 秒产生了 111 笔公益宝贝订单,支持了爸妈食堂、童伴妈妈、无痛分娩等公益项目,累计受益人次达 6300 万。

2006 年,为帮助癌症晚期的独抚母亲周丽红,淘宝诞生了“公益宝贝”机制。消费者每购买一个带“公益宝贝”标识的产品,就和商家共同捐出 2 分钱,开创了国内公益机制化嵌入商业交易的先河。

大会现场,壹基金创始人、演员李连杰谈起他创立壹基金的初衷:“当年,我亲身经历了印度洋海啸,生死一念之间我明白了一件事——人在生死面前,一辈子带不走的名声、票房、掌声,一样都带不走。真正留下来的,是你为别人做过什么。”

三年后,他发起壹基金,希望通过“每人每月一块钱”,让公益成为普通人都是可以参与的事情。在李连杰看来,壹基金的一块钱与淘宝公益宝贝的两分钱背后其实是同一种逻辑:公益不是少数人的壮举,而可以成为普通人的日常。

2012 年,壹基金“壹乐园”成为较早加入公益宝贝的项目之一。此后,超过 420 万商家通过公益宝贝向壹基金十多个项目提供持续的支持。李连杰在现场说道,“每个人在人生这场戏中,都可以选择做好人,对得起良心。我特别感谢阿里巴巴公益宝贝搭建了一个公信力很强的平台,2 分钱经过 20 年近 700 亿次的传递,真的帮到了社会。”

公益宝贝支持项目“绿色江

河”志愿者、演员胡歌在线上带来了对公益宝贝 20 周年的祝福:“公益宝贝始于冰川滴水,善于不择细流,成于不舍昼夜,终于蔚为壮观。”

不过站在 20 周年的节点上,公益宝贝也在思考一个新的问题:时代在变、公益在变,下一个 10 年做什么?

据介绍,从 2006 年诞生算起,公益宝贝的第一个十年主要瞄准公益的可及性,即“有没有”:通过把公益嵌入互联网交易,为商家、消费者提供便捷的公益参与渠道,解决了如何在线做公益的问题。公益宝贝的第二个十年,瞄准的是公益供给宽度,即“够不够”:闪购、1688、闲鱼等紧跟淘宝加入公益宝贝,同时吸引了更多社会组织,从助残到乡村振兴,从环保到应急救灾,充分关注社会公益议题。

“下一个十年,公益的需求与解法都在变,公益宝贝需要解决‘好不好’的命题。”大会上,阿里巴巴平台公益负责人章霁宣布,会继续依托阿里巴巴广泛的商家生态,加上阿里的 AI 科技能力和社会组织的专业能力,用新的技术方法化解老的公益命题,并及时应对新的公益时代需求,形成新的公益解决方案。

阿里巴巴公益基金会理事长孙利军表示,“公益宝贝让阿里的公益底色多了重要一笔。公益从几个人的热心变成一群人的行动,再慢慢变成很多业务的自觉。我们的公益文化蓬勃发展,阿里人把情怀刻进了自己的基因。”

据悉,今年公益宝贝 20 周年大会适逢阿里巴巴成立 27 周年。27 年间,公益宝贝不仅成为互联网交易捐的起点,也是阿里巴巴系统性思考公益的重要起点,影响了阿里巴巴公益文化的壮大。

这些年来,阿里诞生了诸多“长期主义”公益项目,如找回 5137 个孩子的团圆系统、种下 7 亿棵树的蚂蚁森林,与公益宝贝一样成为阿里人公益情怀的见证。

作为阿里巴巴 95 公益周暨公益宝贝 20 周年大会重要一环,9 月 9 日晚,贵州雷山姑妈篮球队与阿里巴巴女篮队在阿里西溪园区打了一场友谊赛,共同推广“姑妈篮球”。与标准篮球不同,姑妈篮球的规则是,走步不算违规,可以抱着球满场跑,随时能换人——主打“大家都能上场”。邀请贵州姑妈们来杭州打球的,是阿里巴巴派驻雷山的乡村振兴特派员檀立龙。把村寨里的快乐篮球推广到更多地方,是他一直想推动的事。

2025 年,阿里公益联合姚基金、蔡崇信公益基金会,在雷山支持举办姑妈篮球公益邀请赛,来自全国四省的乡村苗族妇女代表队参赛。今年,“村村杯”姑妈篮球联赛在雷山全县 9 个乡镇铺开,近 400 名农村苗族妇女参与。文化旅游周还推出了“跟着姑妈游雷山”线路,把赛事和山水风光、非遗民俗串联起来,吸引游客。“姑妈篮球”逐步成为当地一张颇具代表性的名片,也吸引更多人关注乡村女性,关注乡村发展。

事实上,乡村女性成长一直是阿里公益关注的领域。过去几年,阿里在雷山已陆续落地“天才妈妈绣娘计划”、香橙妈妈创业赋能、乡村代言人培训、“加油木兰”女性保障等项目,帮助乡村女性提升就业技能,助力增收致富。当天,阿里公益联合中国妇女发展基金会启动“村寨里的她”公益计划,支持乡村女性开展广场舞、健身操等体育运动,希望每一位女性在日常忙碌之外还能拥有自己的热爱。



中华儿慈会举办“中华慈善日·益起呵护未来”主题公益活动