



# 做好公益的系统思考

How to make a philanthropic impact

—  
提供可落地的增长式咨询

2026.01.05

📍 中国·贵州

# 让老百姓感受到商业的善意

我们的工作重点有三件事：

- 用学习型战略陪伴，让组织在行动中持续校准方向；
  - 用案例和工具，把复杂问题拆成团队能用的具体方法；
  - 用生态协作，连接多方资源，放大战略的长期价值。

在益语，每一次服务都会沉淀为一个真实案例；

每一个案例，都会成为行业可以借鉴的资产。

我们不仅帮助企业找到当下的增长路径，

更重要的是，帮助他们建立面对未来的思考方式和行动能力。

我们曾服务过的客户





# 顾源源

## 益语智库首席战略专家

- 颗粒公益传播发展中心创始人
- 深圳市儿童友好城市专家库成员
- 福布斯30位30岁以下的创业精英
- 营销管理类作家，著有《创建一个个公益品牌》、《学习型组织笔记》、《创业者需要回答的51个问题》



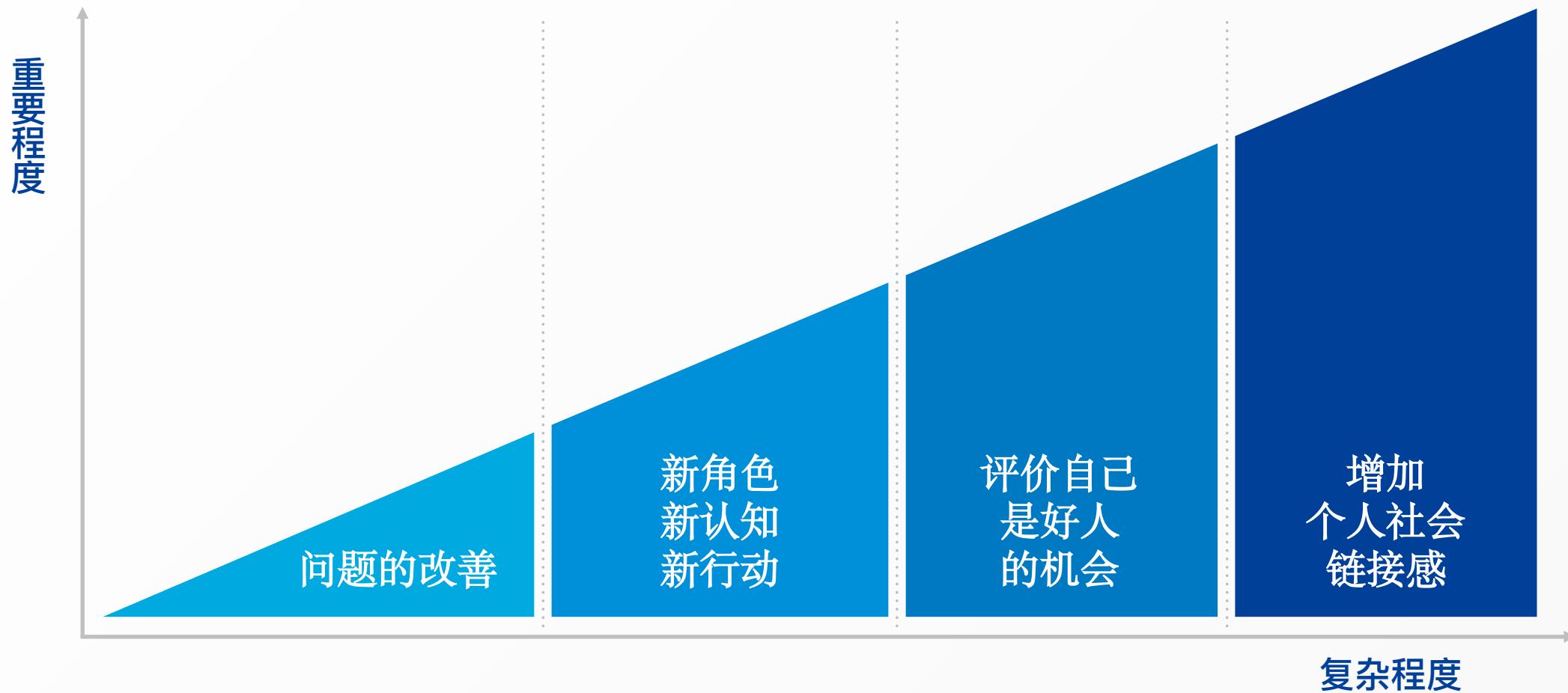
# 公益

Public welfare

# 慈善

Charitable

# 公益的意义在于





社会问题是极度复杂的  
不能看到表面的结果  
商业咨询要对齐供需关系  
公益咨询要重构社会关系  
不要解决  
要治理



代  
元



# 通过改变认知、行为、习惯 创造出新的需求平衡

---

Charity creates a new balance of needs by changing  
cognition, behavior, and habits.



# 如果要把公益品牌做好 我们要考虑哪些事情？

---

If we want to make a good public welfare brand,  
what things should we consider?

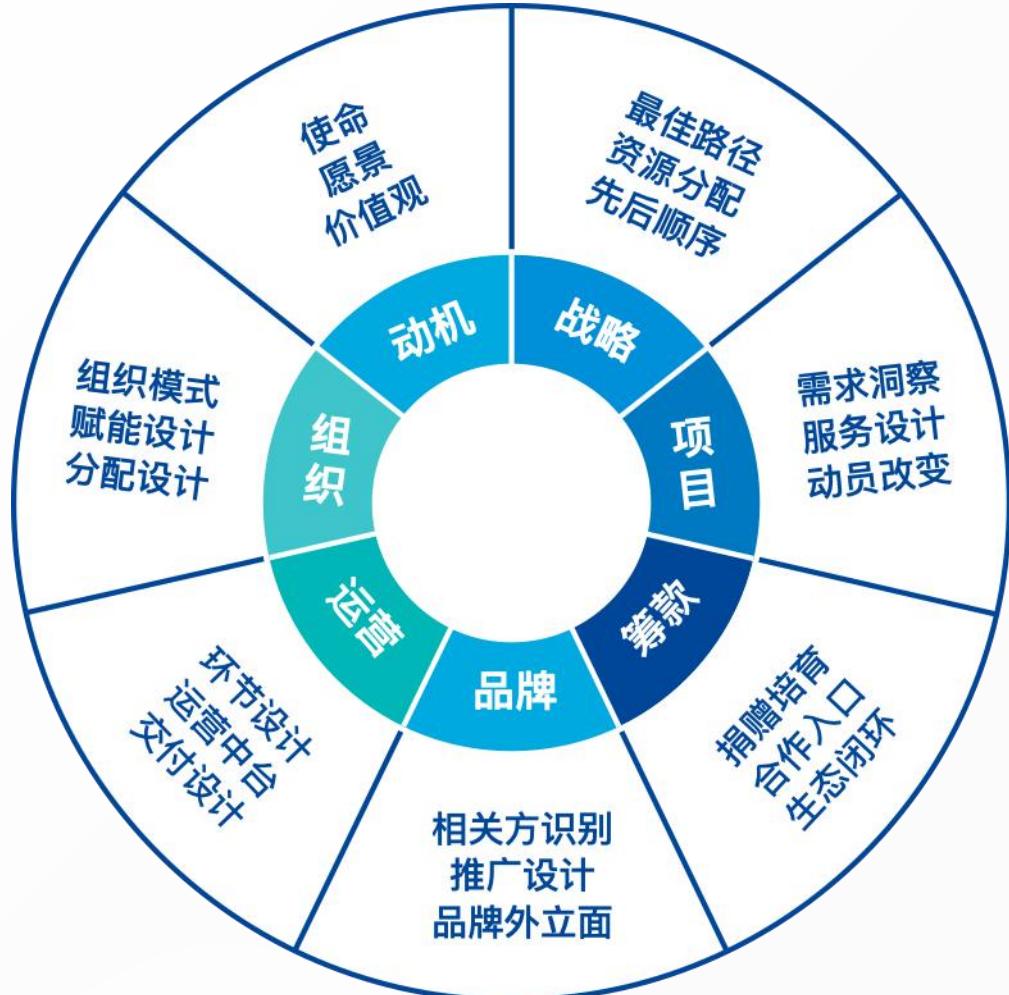


# 如何让 一个组织有战斗力 一个品牌有影响力

---

How to make an organization effective and  
a brand influential.

# 组织系统设计模型



组织系统设计模型优化全局运作，  
确保组织协同高效，  
实现全面战略目标。



# 品 牌

创造一个相关方可以参与的场景

—  
Brand



# 有品牌影响力机构就能走得更远?

Can a brand influence organization go further?



田字格公益

一个成立了12年的组织

托管了两所公立乡村学校已经六年时间

形成自己独立的课程体系、教师考核体系、学生评价体系

但是没有办法向更多的学校做推广

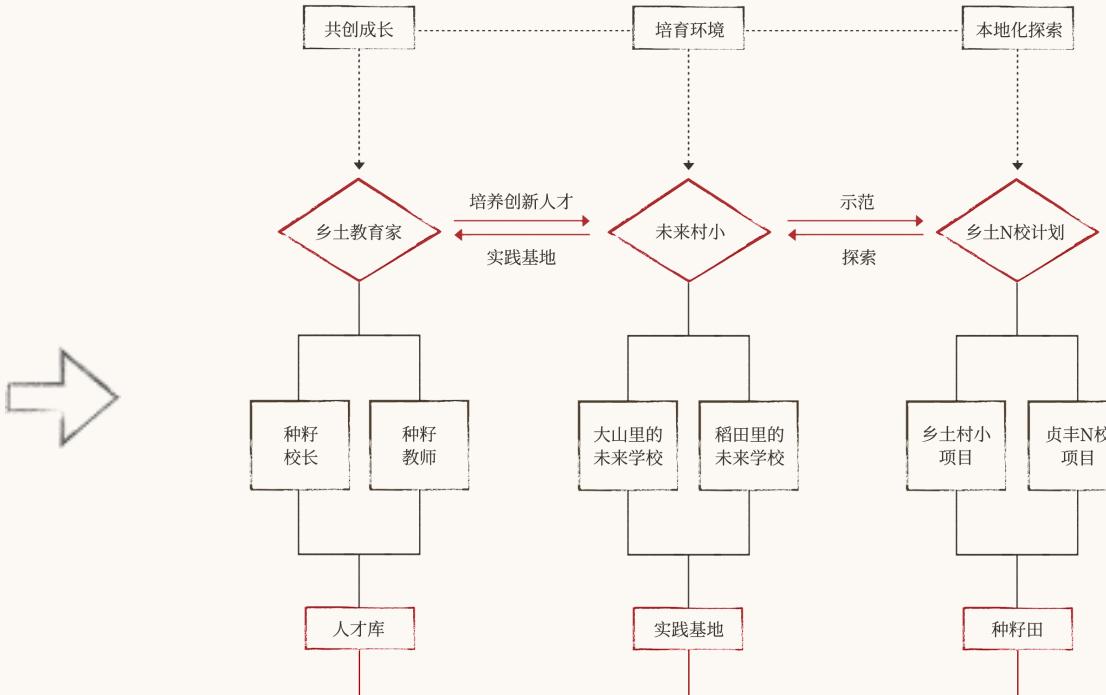
它需要一个可以落地的县域推广模式

# 调整项目策略组合

Brand strategic planning

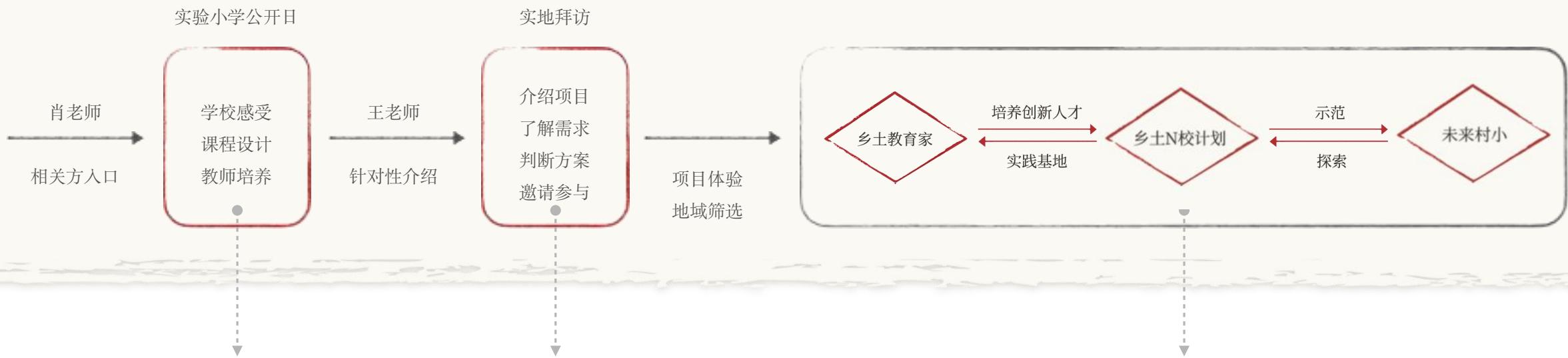


## 乡土人本教育推动模式



(根据县域成熟度不同采用不同的项目排列组合解决方案)

被使命召唤，田字格多年一直走在“以乡土人本教育创新推动乡村教育公平”的路上，这一宏大使命的实现，不仅需要探索出一个乡土人本教育新模式，还要探索出系统化、模式化的推动及推广方式，让更多乡村教师及乡村儿童受益，我们将这一系统化工作体系，称为“乡土人本教育推动模式”。



- 1、使命 愿景 价值观重述
- 2、学校孩子故事梳理
- 3、教学体系视觉设计
- 4、田字格故事重述
- 5、活动现场视觉设计

- 1、相关方推荐方案
- 2、五本宣传手册设计
- 3、官网结构设计

- 1、案例萃取
- 2、教师社群参与设计
- 3、公众号结构设计
- 4、海报设计
- 5、素材管理机制设计

## 品牌设计内容



① 稻田里的未来学



③ 兴隆田小  
项目手册



② 乡土N校计划  
项目手册

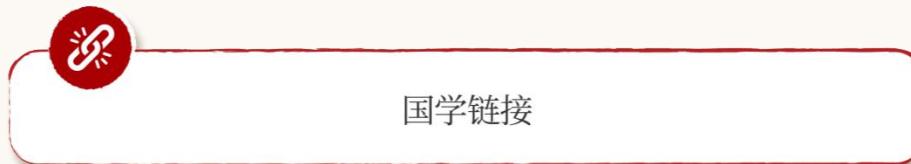


④ 乡土教育家  
项目手册



# 从顶层设计到品牌策略落地

将品牌战略分解为可以指导品牌方向的关键词要素



什么是教育?



教育的目的不在传递知识，在于移风易俗，培养孩子的性、情、习

我们要培养什么样的人?



知、止、定、静、安、虑、得

我们需要什么样的老师?



经师易得、人师难求  
用老师的行为、品格、语言影响学生，成为孩子一辈子效法的

我们如何评价孩子?



孔子曰：生而知之者，上也。学而知之者，次也。困而学之，  
又其次也。困而不学，民斯为下矣！



核心教学系统  
文、行、忠、信



教师培养系统  
温、良、恭、俭、让



学生评价系统  
禀、性、情、习

# 策略和工具形象化

将这些关键词变成客户一看就懂的模型和设计

## 教学体系



## 教学树



乡土教育是办好乡村教育的一个重要切入点，孩子喜欢、教师热爱，需要又稀缺

这是一个让乡村孩子长“根”的教育

这是一个接纳自我、认同自我的过程



# 素材管理机制

Material management mechanism

## 品牌辅助图形

延展应用元素——乡村教学玩耍场景是经过设计后的图形，在实际应用中非常灵活多样，视情况在主要的传播触点与标识组合使用(例如品牌手册、海报、广告传播系统、办公系统等)。



## 乡村教学场景：



## 山脉图形二：



Extend the application elements — Rural teaching and play scene is a designed graph, very flexible and diverse in practical application, depending on the situation, the main communication contacts and signs (such as brand manual, posters, advertising communication system, office system, etc.).

# 素材管理机制

Material management mechanism

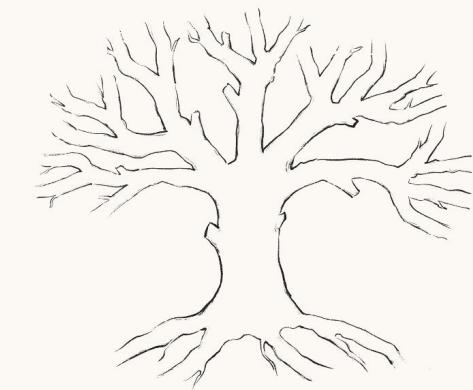
## 品牌辅助图形

品牌特色图形是品牌形象重要的视觉传播符号，可以增加品牌的可识别性，更好的突出与其他品牌差异性，使画面效果富于感染力。其在实际应用中非常灵活多样，视情况在主要的传播触点与标识、辅助图形组合使用(例如品牌手册、海报、广告传播系统、办公系统等)。

Brand characteristic graphics is an important visual communication symbol of brand image, which can increase the identifiability of the brand, better highlight the difference with other brands, so that the picture effect is full of appeal. It is very flexible and diverse in practical application, depending on the combination of major communication contacts and identification, auxiliary graphics (such as brand manual, posters, advertising communication system, office system, etc.).



## 兴隆田小、必克小学、树





## 田字格各相关方PPT



田字格PPT (资助方)



田字格PPT (企业)



田字格PPT (筹款)



田字格PPT (招募)



田字格PPT (学校)



田字格PPT (县教育局)



田字格PPT (乡村教师)

## 田字格话语体系



话语体系 (资助方)



话语体系 (企业)



话语体系 (筹款)



话语体系 (招募)



话语体系 (学校)



话语体系 (教育局)

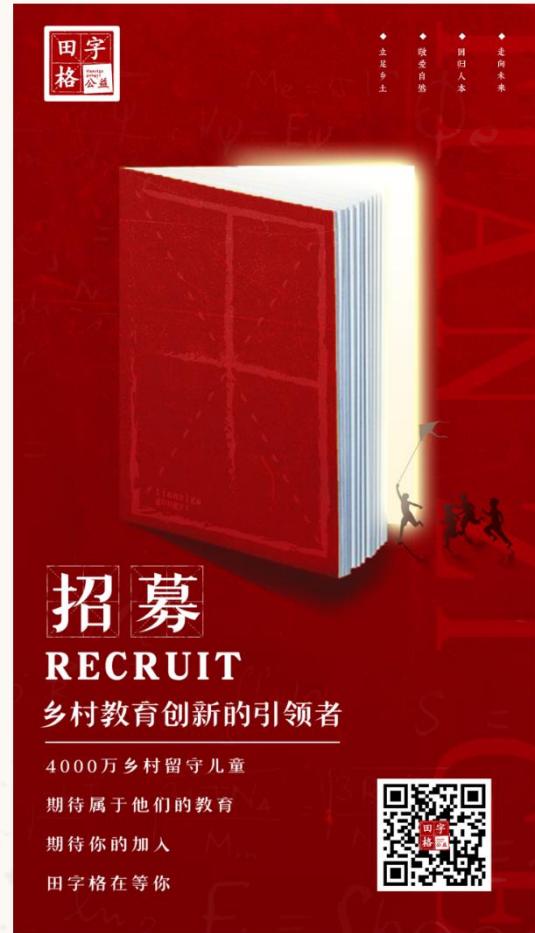


话语体系 (教师)





# 海报



# 大讨论



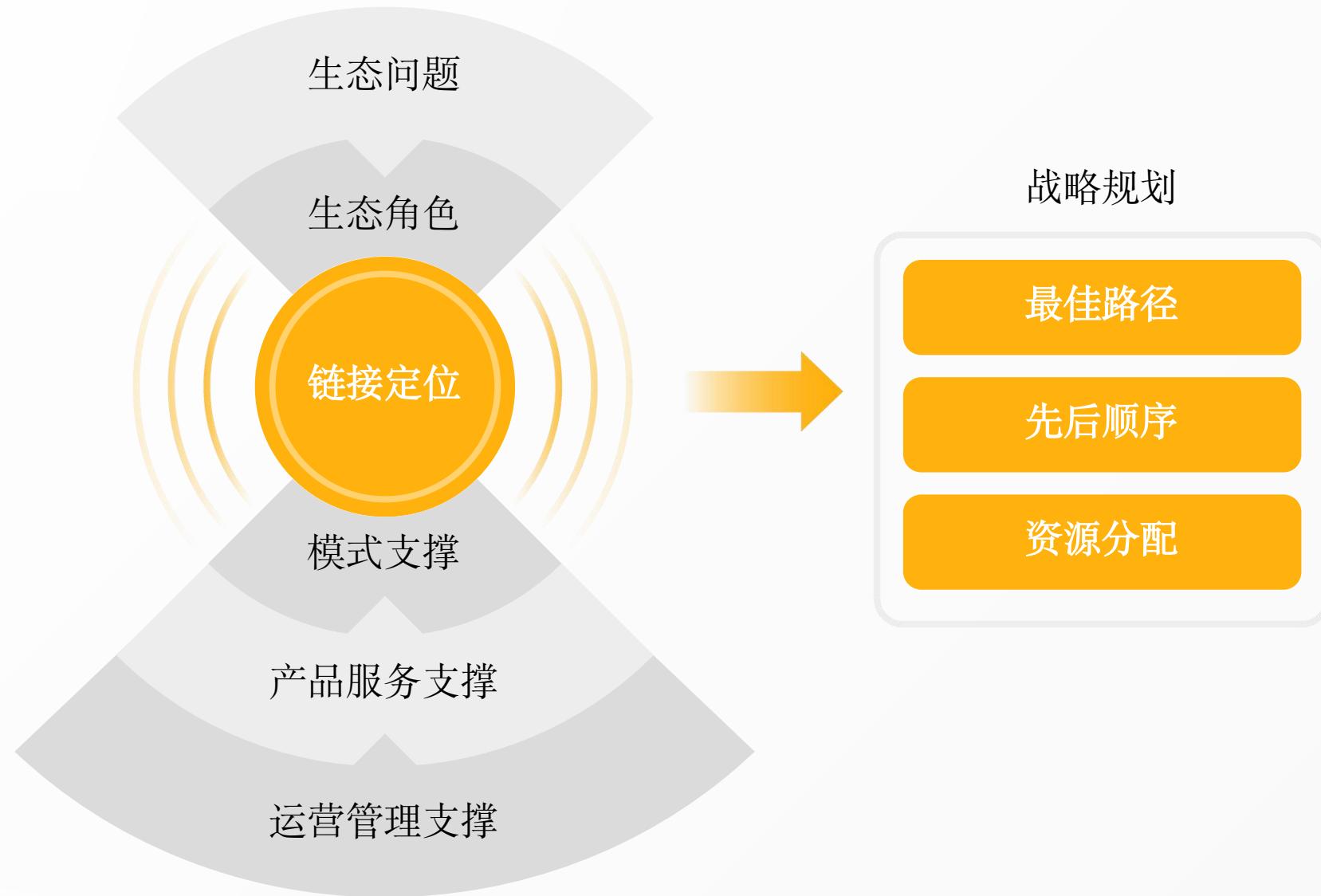
- ▶ 我们的品牌针对哪些重要的利益相关方?
- ▶ 我们和这些相关方接触的场景是什么?
- ▶ 我们要用什么样的信息载体向相关方传递何种信息?



# 业务 务

回答一个正确的问题

—  
Strategy



# 日慈公益基金会战略规划落地设计



- 国内首家专注于儿童心理健康和幸福成长的慈善组织，服务超过52万名儿童。
- 目标：以积极心理学和社会情感学习（SEL）为理论基础，以循证实务为指导思想，为儿童提供心理健康和幸福成长的支持。
- 自主研发本土化心理课程，发起核心项目“心灵魔法学院——乡村儿童心理课”和“心益计划——乡村儿童心理夏令营”。

我们先定义一下  
日慈在做什么？



# 新的挑战：系统性的心理风险



社会复杂度剧增



数字化全面渗透



持续的适应压力

**我们相信：心理健康的根源，在关系之中。**

**“心理健康的根源不在治疗室，  
而在关系之中。”**

因此，我们必须提出一个新问题



不再问：“如何修复心理问题？”

而是问：如何构建一个普惠的关系支持系统

# 心灵魔法学院：从“儿童心理课程”到 “儿童关系能力的练习场”。

## 核心转变：

不再“灌输知识”，而是设计“可反复练习的关系动作”。

## 关键资产：

- 关系动作脚本库（班会、冲突修复、求助引导）
- 关系观察字段模板（跨校可比）



# 教师赋能：从“培训老师”到“教师关系支持系统与共同体”。

## 核心转变：

不再是“一次性培训”，而是“持续的支持系统”，  
让教师不再孤军奋战。

## 关键机制：

- 教师共学圈（固定频率、固定结构）
- 同侪督导（让教师互相成为支持者）



# 心盛计划：从“青年项目”到“青年关系场域与公共叙事引擎”。

## 核心转变：

不再是“为青年做活动”，而是运营“关系场域，生产语料”，成为生态协作飞轮的燃料。

## 关键产出：

- 青年议题语料库（高频变化词、转折点）
- 生态合作入口（高校、企业、媒体）



# 韧性，在关系中被唤醒



## 心灵魔法学院

孩子在被理解后，  
重新尝试沟通。



## 心盛计划

青年在团体活动中，  
找到情绪出口。



## 教师培训

教育者用温柔和节制，  
重建班级氛围。

心理健康的根源不在治疗室，而在关系之中。

# “关系”不是一句新口号，而是一套新系统。

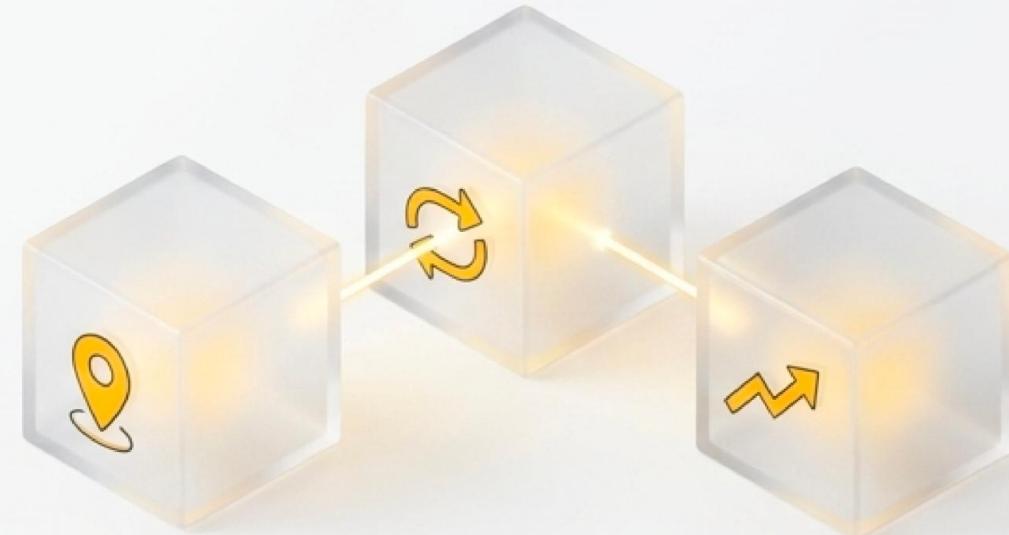


# 我们重塑的，是工作的最小单元。

旧单元



新单元



内容 / 活动 / 交付

关系场景

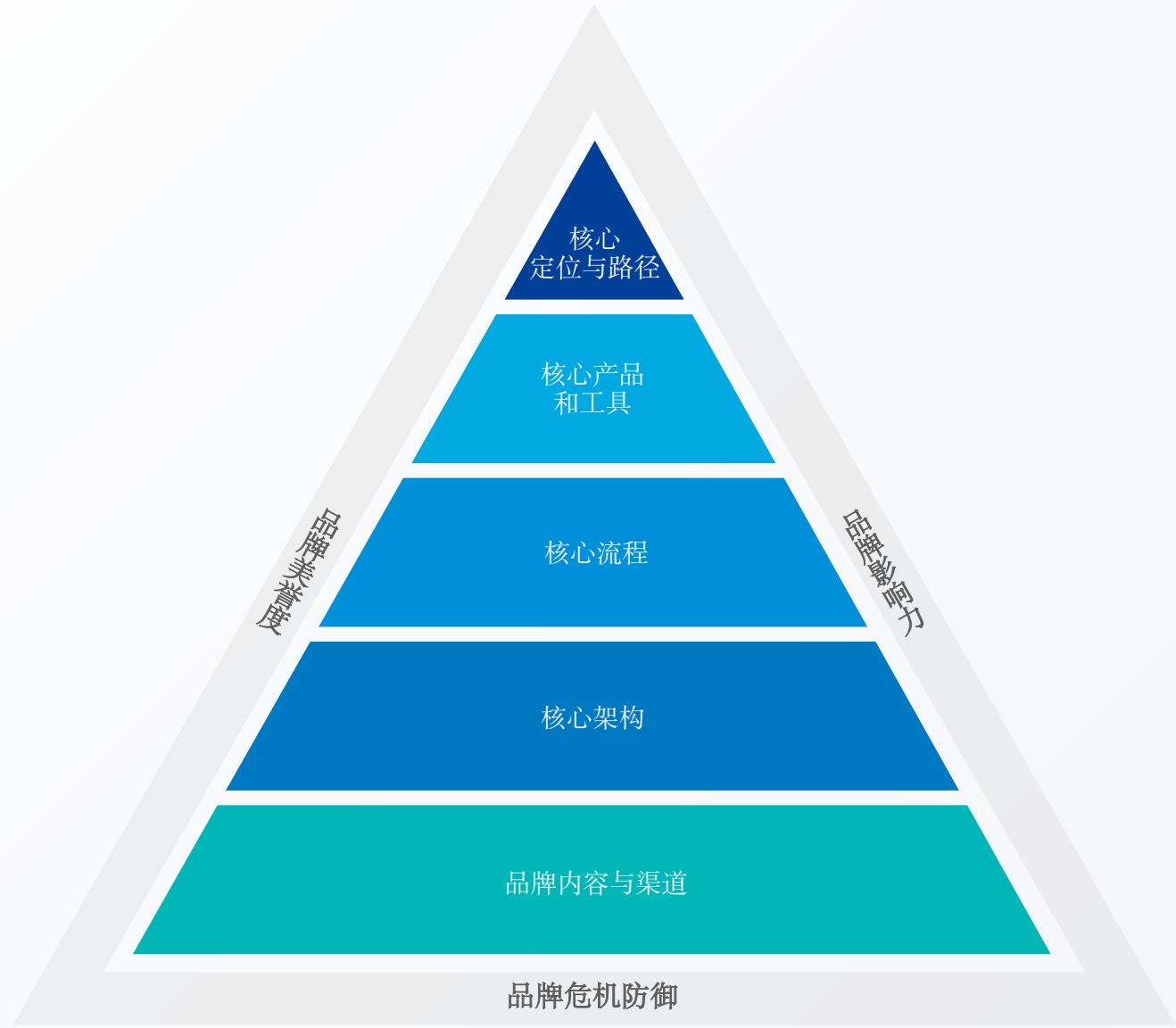
关系动作

关系变化

# 组织

先进的组织形式决定高质量的规模发展

Organize



# 墨德瑞特市场规模化策划设计



行业卓越的人力资源服务企业

丰富的专业经验和组织洞察

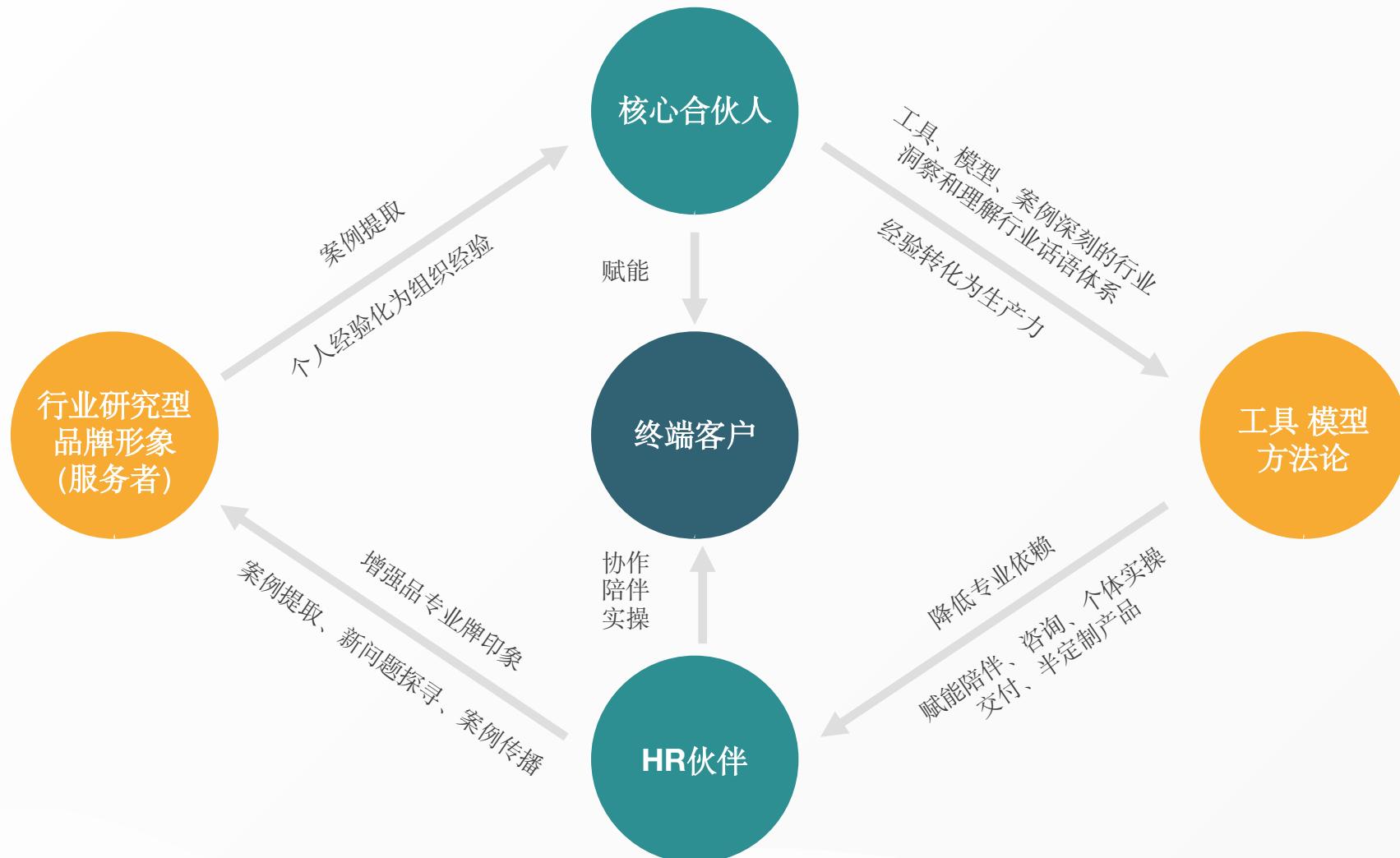
扩张业务量的同时如何保证交付质量?

如何让创始专家的经验传递给更多咨询师?

如何在发展过程中不断保持竞争优势?



## 墨德瑞特运作模式

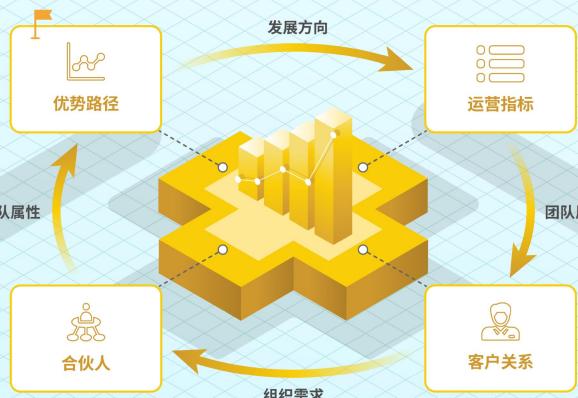
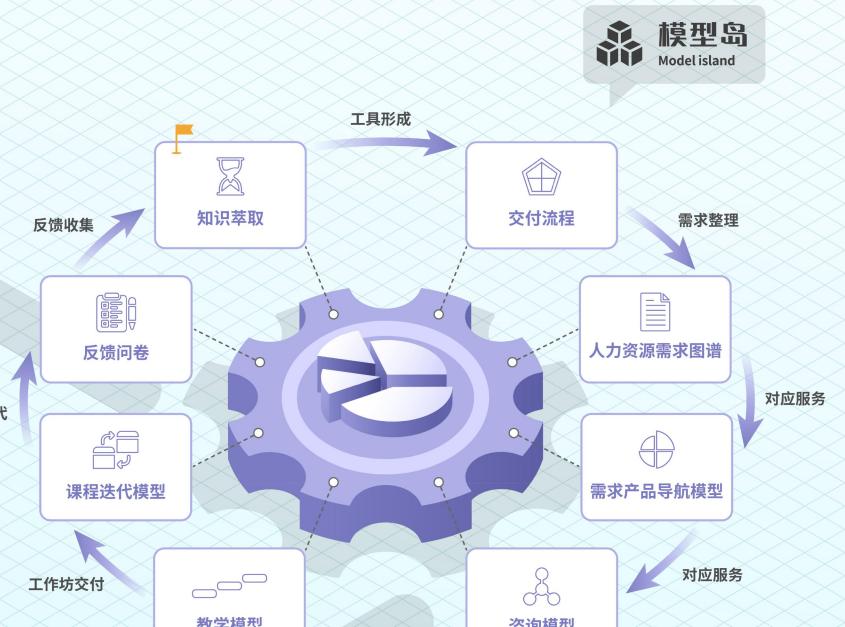
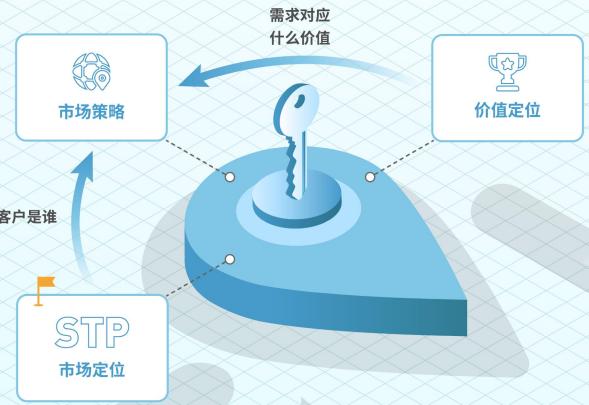
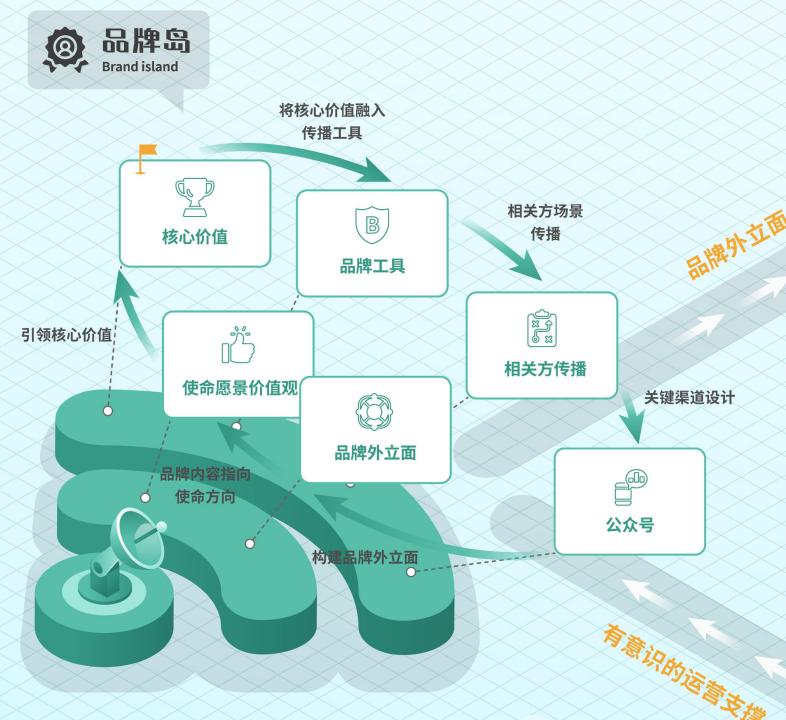




# 墨德瑞特 模式梳理工作坊

MODERATE model combing workshop

MODERATE model combing workshop



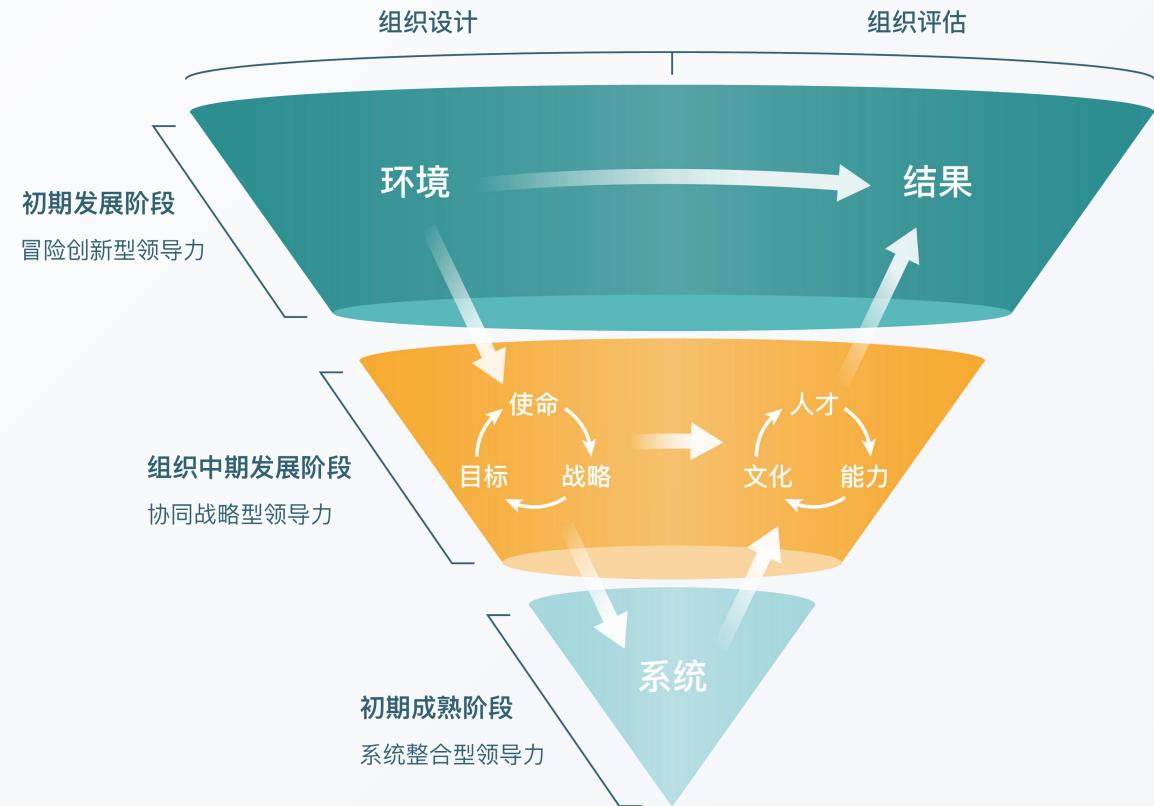
## 第三小节

市场岛 模型岛 运营岛 品牌岛



《组织演进与领导力适应模型》就像是组织发展的地图和指南针。它帮助组织在不同发展阶段找到组织成长的最佳路径，并匹配以相对应的领导力。从环境出发，明确目标和战略，理解需要什么样的人才和能力，以及如何塑造组织文化，最后实现你的结果。这个模型的特别之处在于它的两个闭环：使命一战略一目标闭环和人才一能力一组织文化闭环，它们在不同的组织发展阶段起着关键的作用。这个模型能帮助领导者理解和适应你在组织发展过程中的角色变化，从而更好地推动组织的成功。

《组织演进与领导力适应模型》



## 第三小节

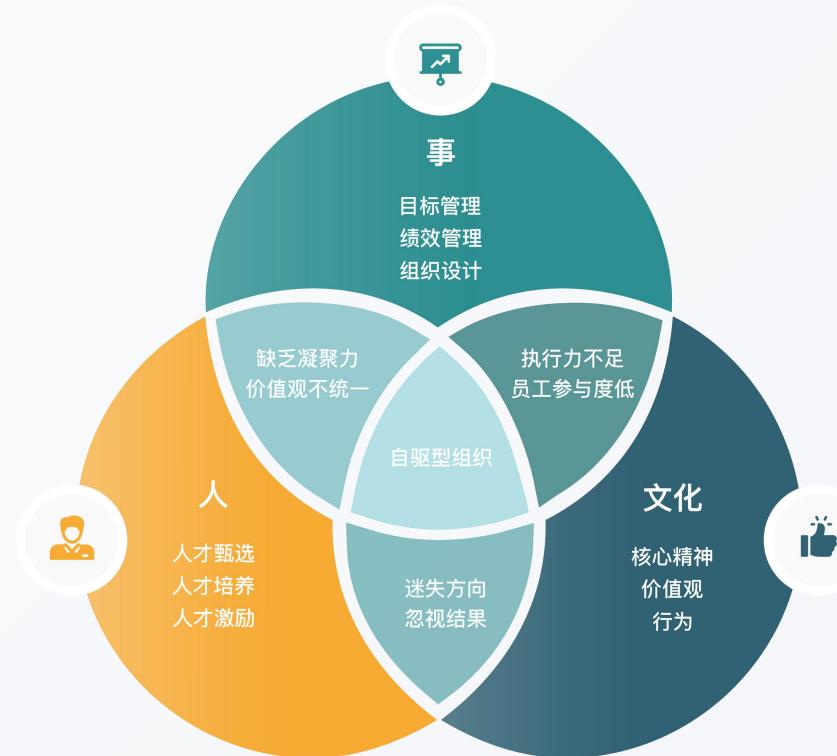
市场岛 模型岛 运营岛 品牌岛



这个模型就是围绕着事情、人、文化这三个核心元素来的。“事情”就是我们的目标、绩效管理和组织设计；“人”就是我们如何找到优秀的员工，如何培训他们，如何激励他们；而“文化”就是我们的核心精神，价值观和行为标准。

这个模型的厉害之处在于，只有当这三个元素全部合在一起，我们的组织才能真正地发挥出最大的潜力。不论你是想扩大规模，提高效率，还是改变组织文化，这个模型都能帮到你。总的来说，它就是一种让你的组织更强大，更成功的工具。

《领导力及组织进化系统》



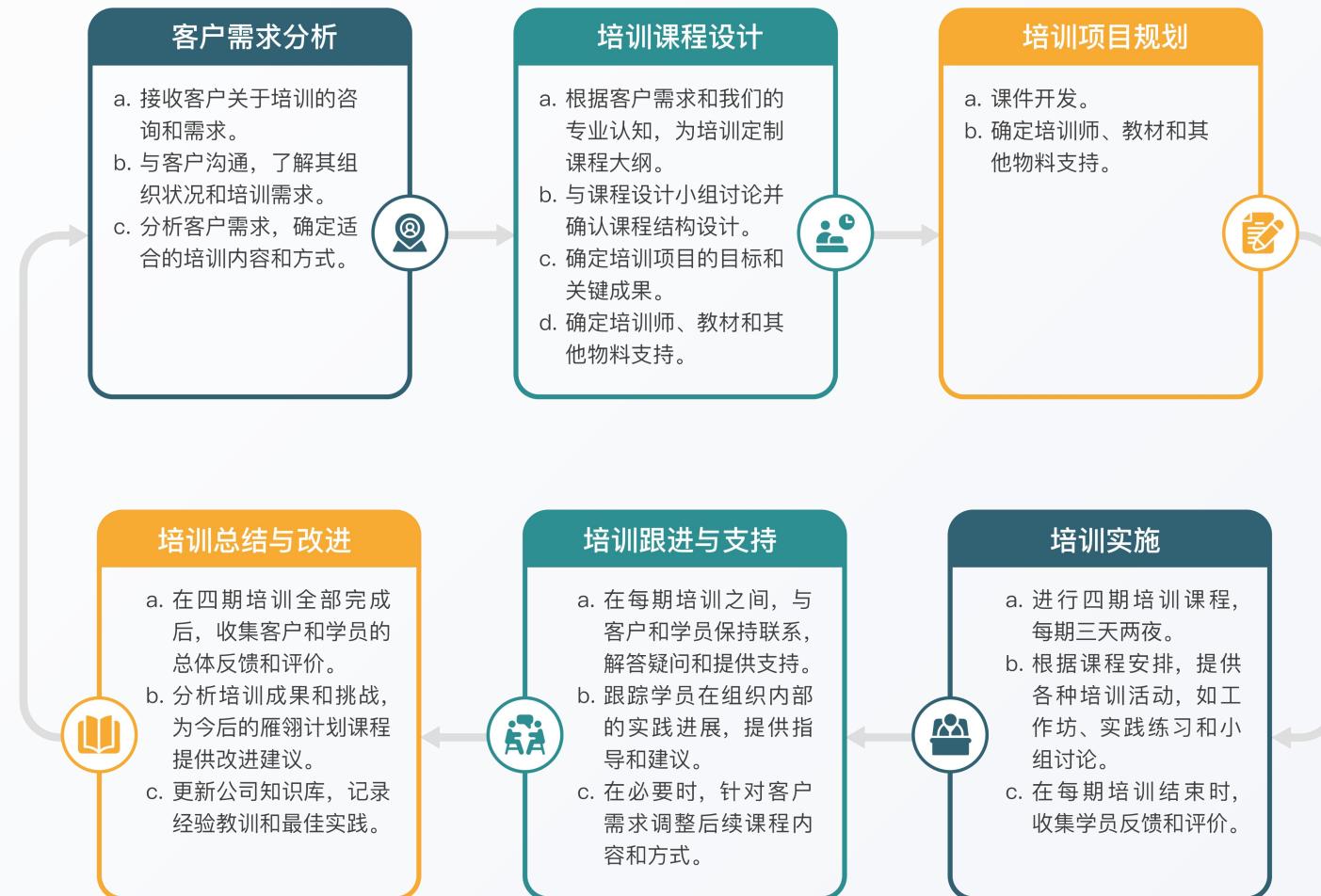


## 七步教学模型





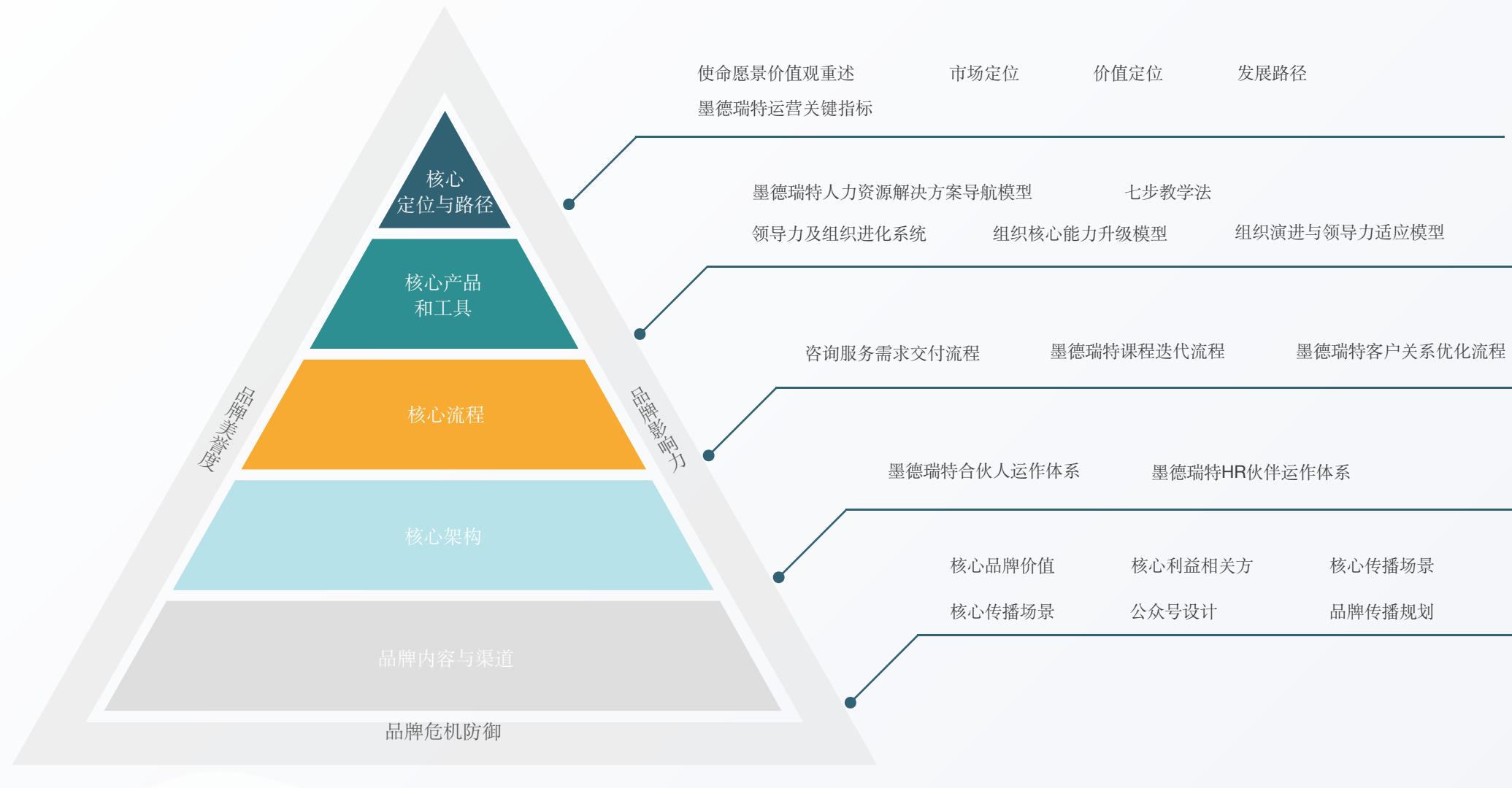
## 墨德瑞特课程迭代模型





## 墨德瑞特HR伙伴运作体系





# 大讨论



- ▶ 我们要为青年成长设计什么样的理论模型？
- .....
- ▶ 青年人推动社会改变需要哪些思维工具和流程指引工具？
- .....

# 战略

—

## 重构成本结构：

通过志愿者、捐赠与替代支付机制，把“高成本的必要服务”变成弱势群体也能获得的公共资源，使原本被市场排除的人重新被纳入。

## 扩展正向参与入口：

不断创造可实现、可感知、能被看见的参与机会，使个人通过“证明自己是好人”而获得自我肯定；这种正向身份感能显著降低风险行为，产生社会预防效应。

## 拓展与多样化社会关系：

不是协同网络，而是扩大人与人的稳定连接，让个体拥有更多元、更多层的社会关系支点；关系越多元，社会的凝聚力与韧性就越高，系统越不容易失稳。

## 政策改变的实践推动

以“小规模真实场景的试验”作为政策学习与制度创新的前置步骤，通过发现问题、验证有效模式并形成可复制的路径，推动公共政策在更大范围内被修正、扩展与制度化。

## 创造数据场景并生成数字化外溢价值

通过设计真实使用场景以产生高质量数据，将数据转化为可复用的数字化产品与决策工具，使多方利益相关者在满足自身需求的过程中，被引导共建新的社会关系与新的环境规范；这些数字化产生的“场景—数据—产品—关系”链条，能够推动教育、社区与公共空间等关键环境向更安全、更支持性、更公平的方向演化。

# 蓝信封人工智能运营重塑



每年通信40万封  
共服务9万留守儿童

规模扩张的前夜  
感受到品牌危机出现得越来越频繁  
此时应该怎么办？

## 增加捐款总量 + 提升月捐转化率

战略

战略一：通信大使层面

提高通信群体质量，提升公益参与体验

提高孩子  
完信率

提高通信大  
使学历水平

提高通信大  
使专业水平

提高白领通  
信大使比例

提高单笔  
月捐额度

去掉小学  
增加中学

去掉大专  
增加名校

增加心理学  
社会学学生

通信不毕业  
爱心不下线

减少学生  
增加白领

战略三：数字化层面

科技赋能，保持核心竞争力

提高自有  
学校比例

提高学校  
续约率

提高通信大使、  
月捐人转化率

提高续捐率

提高 AI 辅助  
办公比例

自动化项目  
报告系统

通信小助手

AI 客服  
小信子

行政助手  
小封子

飞书 APASS 数字化  
协作系统

战略二：利益相关方层面

提供多维合作入口，让受益方为价值付费

增加教育系统  
付费金额

增加企业  
付费金额

提升月捐  
持续性

教育局学生危机  
筛查项目

企业联名  
通信项目

企管培生  
计划

捐赠人精准自动化  
反馈系统

线下活动和  
品牌周边

KPI

战略 KPI

动作

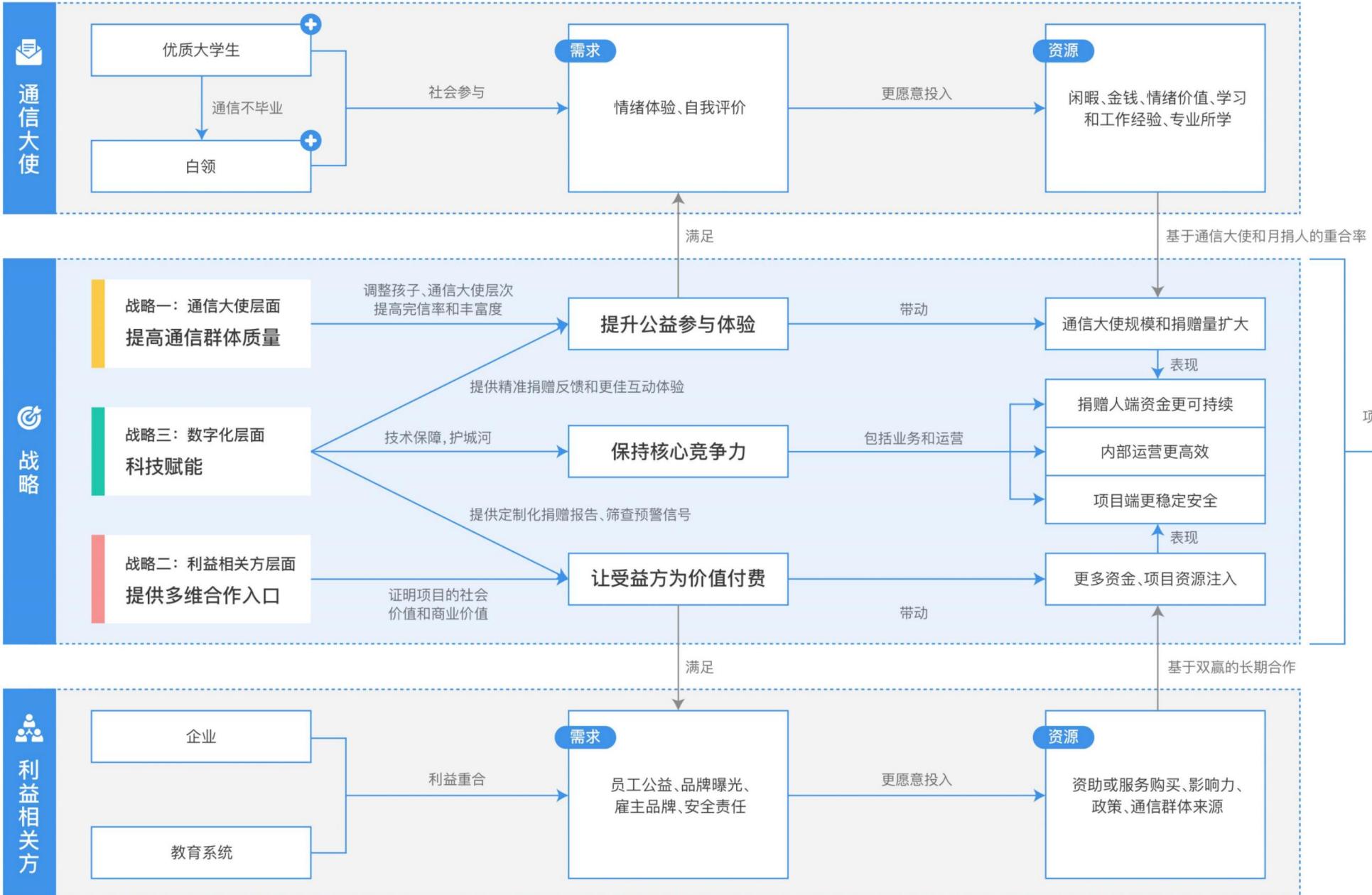
战略动作



设计与交互

为利益相关方提供流量价值的品牌设计

为捐赠人提供情绪价值的交互设计



2.2

战略二：利益相关方层面

提供多维合作入口，  
让受益方为价值付费。





## 教育系统



## 企业



## 个人捐赠者

价值

学生安全保障  
心理健康管理  
工作效率提升

品牌曝光和美誉度提升  
雇主品牌建设  
员工公益参与

捐赠透明度和成就感  
参与感和归属感

KPI

增加教育系统付费金额

增加企业付费金额

提升月捐持续性

具体动作

发现并及时干预心理危机降低青少年自杀率  
教育局学生危机筛查项目

通过物料进行品牌曝光  
推荐优秀通信大使提升品牌吸引力

提供更多体验和反馈  
提供细化的捐赠报告

企业联名通信项目

企业管培生计划

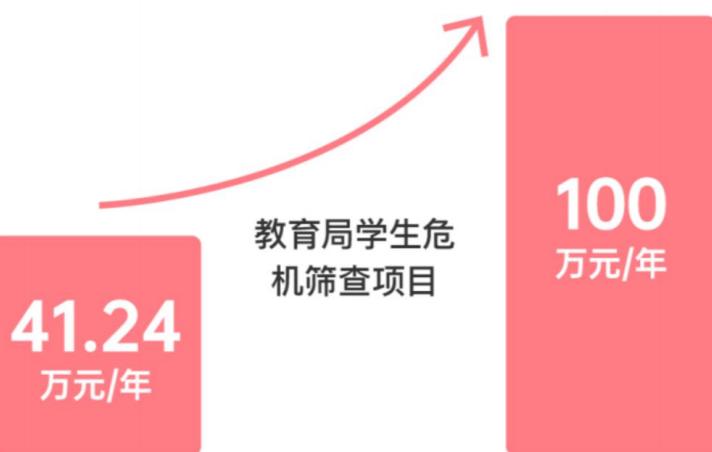
捐赠人精准自动化反馈系统

线下活动和品牌周边

## 教育系统付费金额

每年教育系统购买蓝信封项目服务的总金额

KPI 6



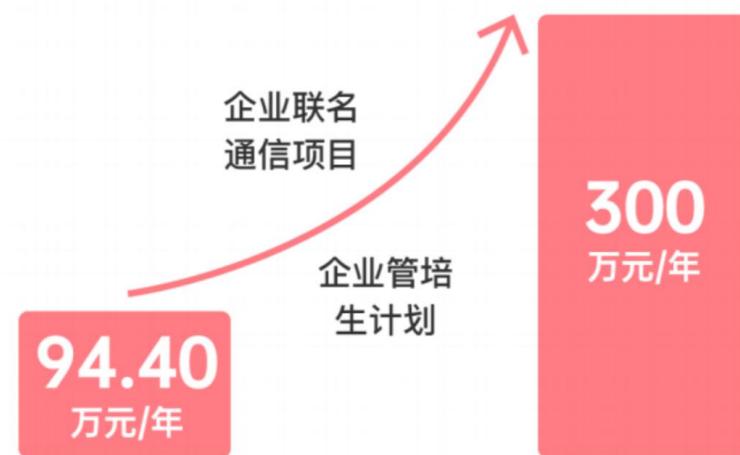
教育系统未看到蓝信封项目对于  
保证学生心理安全的重要价值

对学生心理危机的及时发现和干预符合  
教育系统核心需求,其愿意购买服务

## 企业付费金额

每年企业资助蓝信封项目的总金额

KPI 7



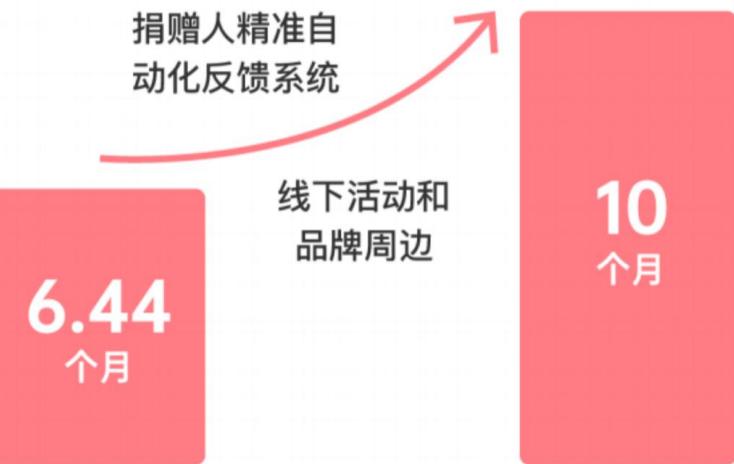
企业对除员工公益外的蓝  
信封项目价值缺乏认识

蓝信封项目同时满足企业品牌曝光、  
人才招聘等利益,其更愿意付费

## 月捐持续性

月捐人平均参与捐赠月份数

KPI 8



对捐赠人的反馈较少且非个性化, 可能影响其持续捐赠意愿

精准的捐赠反馈和相关活动能增强捐赠者的忠诚感, 提升其持续捐赠意愿

## 单笔月捐额度

参加月捐的通信大使的平均月捐金额

KPI 5



学生尤其是普通高校的学生可支配收入普遍比较有限

白领工资高, 而名校学生的家庭经济条件也较好, 更愿意花钱月捐



•



刘玲芳  
四星通信大使  
★★★★★

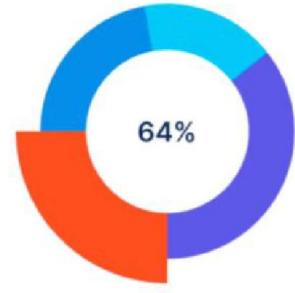
和我通过信的孩子

下一封信的寄送时间  
8月6日 还有13天

我的通信时长  
975天

通信综合能力  
超过了 77% 通信大使

距离成为优秀的通信大使还有 74 小时的努力 →



● 情感表达  
39.9%

● 共情能力  
19.2%

● 情感回应  
16.6%

● 心理引导  
24.3%

### 学习任务

More ►

课程	类型	完成数	总数
最后一封告别信	视频课	12分钟	67分钟
这样介绍蓝信封	人机对话	2次	3次
孩子的乡土链接	视频课	0次	1次
青春的烦恼	人机对话	1次	1次

### 学习时间

More ►

理论学习 - 24%  
25 h

实践练习 - 22%  
61 h

16 18 20 24 26 28 30



通信对象 通信孩子 通信状态 请选择 查找时间 2015年1月1日至2023年3月31日

地域 湖南省 情绪状态 疑似抑郁

搜索 重置

## 通信列表

<input type="checkbox"/>	用户编号	姓名	学校名称	通信周期	通信状态	情绪状态	介入状况
<input type="checkbox"/>	CODE13947	赵峰	靖州自治县第一中学	2021.07.01–2021.08.01	正常	疑似抑郁	大使回应
<input type="checkbox"/>	CODE85806	宋雨薇	涟源市第一中学	2020.12.10–2021.01.03	延迟	疑似抑郁	系统建议
<input type="checkbox"/>	CODE55416	程宇	洪江市第一中学	2018.09.26–2018.10.21	延迟	疑似抑郁	未介入
<input type="checkbox"/>	CODE71980	梁思宇	祁东县第一中学	2016.08.15–2016.09.09	终止	疑似抑郁	未介入
<input checked="" type="checkbox"/>	CODE61231	刘宪华	安化县第二中学	2022.05.02–2022.05.28	正常	疑似抑郁	大使回应
<input type="checkbox"/>	CODE64253	龚晨	沅陵县第一中学	2017.12.23–2018.01.17	终止	疑似抑郁	大使回应
<input type="checkbox"/>	CODE47773	徐明	桃源县第一中学	2021.09.05–2021.10.01	终止	疑似抑郁	未介入
<input type="checkbox"/>	CODE15408	钟莹	赫山区第一中学	2021.07.01–2021.08.01	正常	疑似抑郁	大使回应
<input type="checkbox"/>	CODE75064	瞿秋	桑植县第一中学	2019.04.11–2019.05.05	延迟	疑似抑郁	系统建议
<input type="checkbox"/>	CODE32489	黄恒	新晃侗族自治县第一中学	2021.07.01–2021.08.01	延迟	疑似抑郁	系统建议

全选 **批量导出**

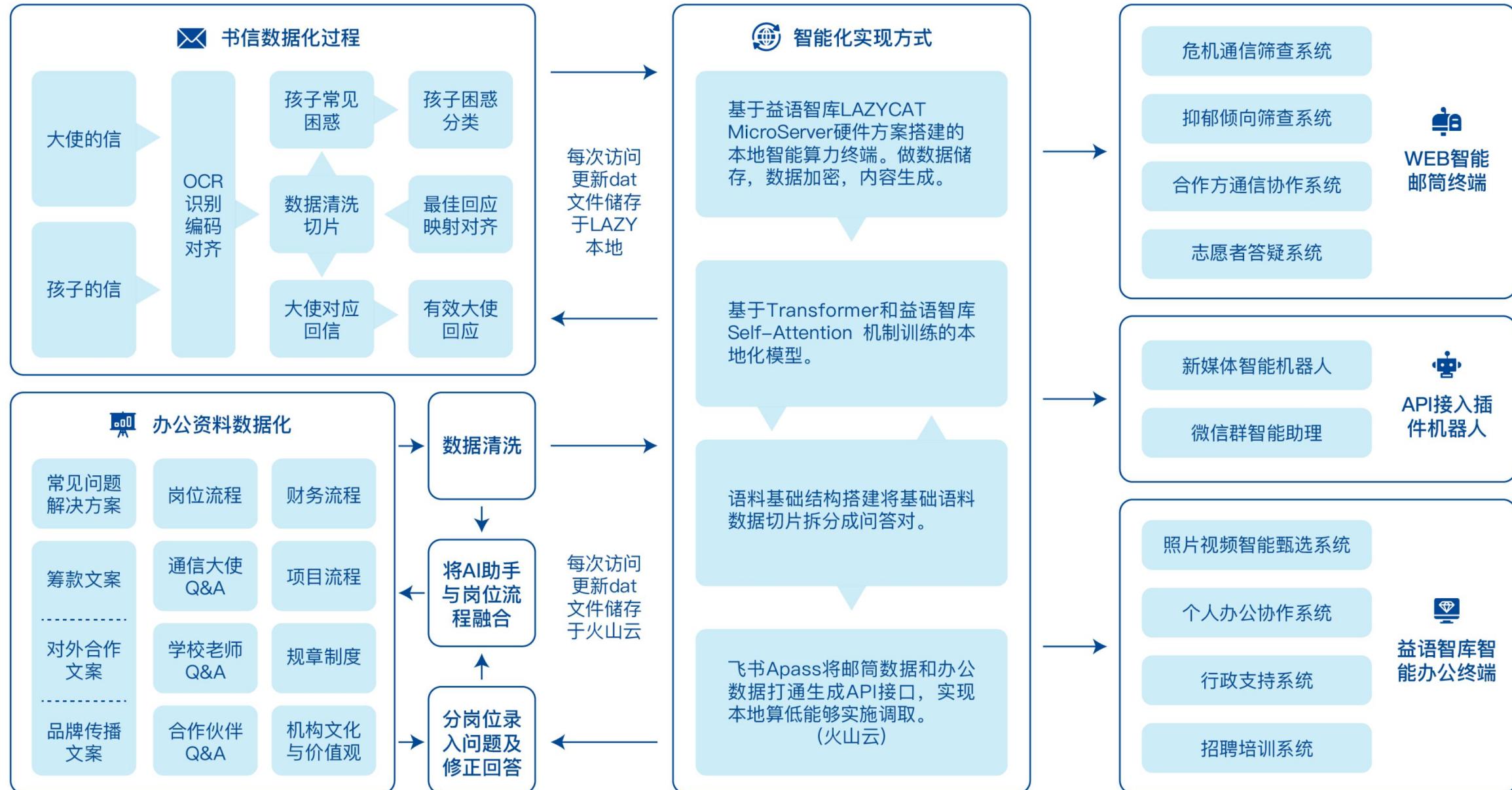
共 11 页 109 条数据

1 2 3 ... 11

跳至  页

	A: 县域	A: 信件内容	A: 情感分析	A: 危机类型	A: 负性生活事件	A: 危机表现	A: 危机表现内容	A: 关键词
1	阳西县	亲爱的哥哥/姐...	负向	朋辈关系危机	在中小学读书时被许多同学语言攻击...	情绪反应	情绪低落, 有自杀、割...	转学、蓝田小学、中心...
2	阳西县	亲爱的妹妹:	正向	人际关系危机	被别的同学欺负	情绪反应	被同学欺负后可能存在...	
3	阳西县	亲爱的小妹妹:	正向	人际关系危机	被同学起外号“暴力女”。	情绪反应	未明确提及具体的危机...	
4	阳西县	亲爱的姐姐:	负向	家庭关系危机	长期被父母要求做乖乖女, 通过打架、...	行为变化	行为变化: 从乖乖女变...	暴力女、被欺负、乖乖...
5	阳西县	亲爱的美子姐...	负向	自我认同危机	有时会选择伤害自己, 成绩不好对未来...	情绪反应	有伤害自己的行为, 对...	伤害自己、放弃未来、...
6	阳西县	亲爱的妹妹:	正向	情感危机	无明显负性生活事件。	情绪反应	未体现情绪反应、行为...	
7	阳西县	亲爱的小妹妹:	正向	人际关系危机	无明确负性生活事件。	「情绪反应」	信件中提到要学会运用...	
8	阳西县	亲爱的姐姐:	负向	家庭关系危机	父母、爷爷奶奶重男轻女, 小时候在爷...	情绪反应	情绪低落、会用吸烟喝...	重男轻女、折磨、虐待...
9	阳西县	妹妹, 你是不是...	正向	无危机类型	无。	无危机表现类型	无关键具体信息	
10	阳西县	(只有风景照)	中性	无明显危机	无。	无法判断	无法根据现有信件内容...	风景、照片、无明显危...
11	阳西县	亲爱的小妹妹:	正向	情感危机	进入青春期有懵懂情愫但被建议现阶段...	情绪反应	无具体情绪反应、行为...	
12	阳西县	亲爱的荆姐姐:	中性	朋辈关系危机	无明显负性生活事件。	情绪反应	未体现具体的危机表现	姐妹、表哥、兄弟、亲...
13	阳西县	亲爱的姐姐:	负向	家庭关系危机	我和妈妈因买自行车的事情吵架, 妈妈...	情绪反应	写信人曾因与母亲吵架...	通信、弟弟、妈妈、吵...
14	阳西县	亲爱的妹妹:	正向	人际关系危机	被妈妈伤害、被同学欺负	情绪反应	信件中提及写信人的妹...	
15	阳西县	亲爱的姐姐:	负向	家庭关系危机	父亲对来月经的女儿恶语相向, 称女生...	情绪反应	因父亲对来月经的不当...	月经、羞耻、父亲、女...
16	阳西县	亲爱的姐姐:	中性	朋辈关系危机	同学们总是拿我的名字开玩笑, 起外号...	情绪反应	有过割手腕行为, 因名...	割手腕、生命、目标、...
17	阳西县	亲爱的妹妹:	正向	人际关系危机	同学开曼瑜名字玩笑。	情绪反应	信件中未提及具体的危...	
18	阳西县	亲爱的姐姐:	负向	学业危机	考试成绩不理想, 身边有很优秀的同学...	情绪反应	信件中未体现明确的危...	考试、成绩、数学、语...
19	阳西县	To 妹妹: 很...	正向	学业危机	成绩是最大的困惑。	情绪反应	信件内容中未明确提及...	
20	阳西县	亲爱的妹妹:	正向	学业危机	无明确的学业危机相关负性生活事件。	情绪反应	未体现情绪反应、行为...	
21	阳西县	亲爱的姐姐:	中性	学业危机	考试带来的成绩焦虑, 担心考不上好学...	情绪反应	作者提到对成绩有焦虑...	考试、成绩、焦虑、学...
22	阳西县	亲爱的妹妹:	正向	学业危机	即将面临升学还是就业的压力; 妹妹面...	情绪反应	信件中未提及具体的危...	
23	阳西县	亲爱的姐姐:	正向	学业危机	信件作者害怕小升初考试。	情绪反应	信件中未体现危机表现...	考试、成绩、毕业、小...
24	阳西县	亲爱的妹妹:	正向	学业危机	担心初中选择, 包括对能否考上阳西初...	情绪反应	收信人对初中选择感到...	
25	阳西县	亲爱的姐姐:	中性	学业危机	面临初中升学选择困难, 所在小镇初中...	情绪反应	信件作者因学业困扰, ...	学业、初中、小镇、阳...
26	阳西县	亲爱的陌...	负向	家庭关系危机	与妈妈吵架后割腕自残, 觉得妈妈不理...	情绪反应	情绪低落, 曾因家人不...	小镇、寄宿、儒洞中学...
27	阳西县	小x妹妹:	正向	人际关系危机	小x觉得妈妈更爱弟弟, 妈妈不理解...	情绪反应	无明确体现情绪反应、...	
28	阳西县	亲爱的姐...	负向	学业危机	初一成绩年级倒数, 对学习感到厌烦, ...	行为变化	该学生成绩差, 有容貌...	追星、学习成绩、初一...

# 蓝信封数字智能化地图

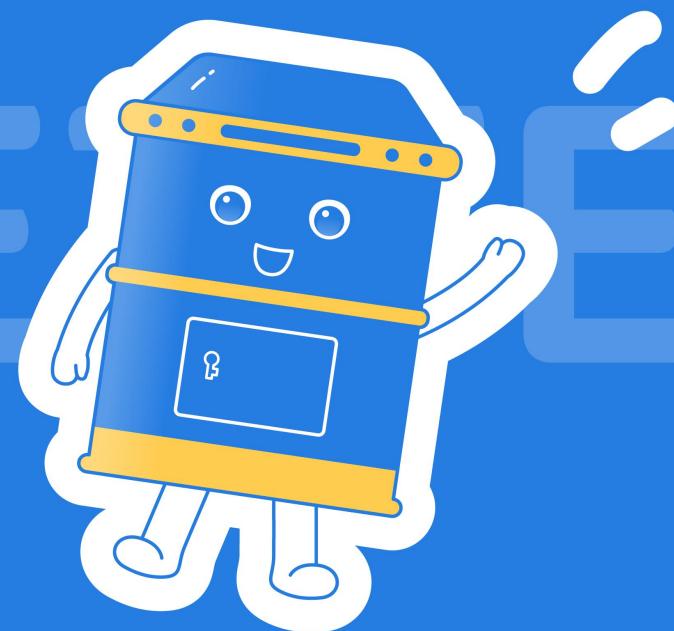




# XIAOXINZI & LANBAO

Hi

"



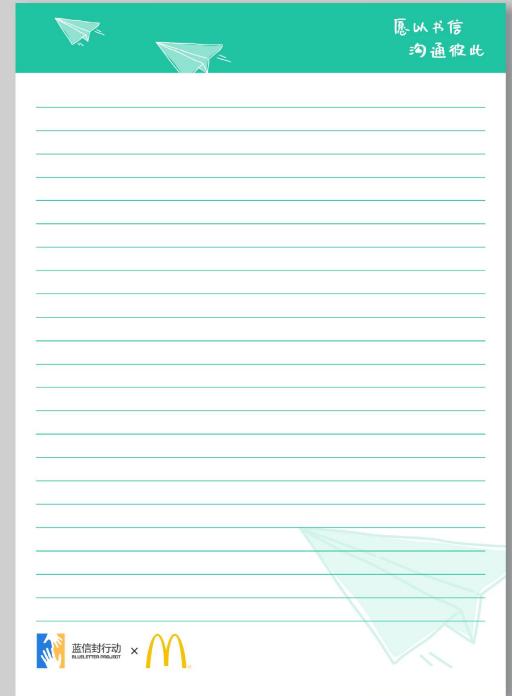
IP OPTIMUM DESIGN





同一片蓝天下  
我们共同成长

感谢您的捐赠  
让每个生命都能被温暖陪伴



# PACKAGE

蓝信封书信包

愿每一个生命都被温暖陪伴

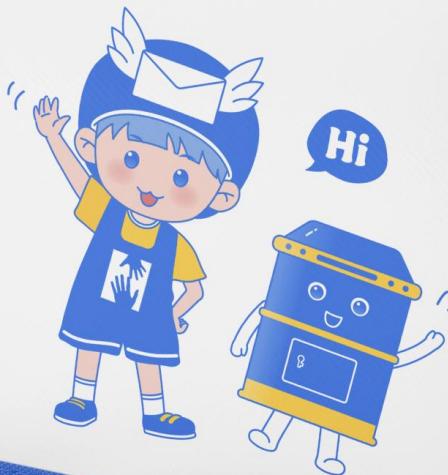


蓝信封行动  
BLUELETTER PROJECT



Three Hours  
for a Better World

人人3小时







# 提供可落地的增长式咨询

**Provide achievable growth consulting**

—  
做好品牌任重而道远

益语智库愿意陪你走过成长的每一天

手机: 18027370767

微信: guyuan9300