

南都公益基金会第三届理事会第七次会议

2018 年计划的报告（草）

南都公益基金会秘书长彭艳妮

（2018 年 1 月 22 日）

各位理事、监事：

我代表秘书处向理事会做关于 2018 年计划的报告，请审议。

2018 年工作计划

2018 年我会将继续沿着 2017-2019 战略的思路推进工作，打造行业建设、规模化社会创新、社会企业三个版块的业务，重点实现好公益平台在实际工作成效和品牌影响力上的突破。在传播工作方面，全年将以品牌传播策略手册为统领，强化项目部和传播部的配合，加强内容产出，提升机构品牌价值。

2018 年，政府将陆续出台《慈善组织信息公开办法》、《慈善组织保值增值投资活动管理暂行办法》、修订后的《基金会管理条例》等系列政策文件。秘书处将根据政策文件的要求，修订机构的相关制度并抓落实，确保机构的合规运作。

一、项目工作

（一）行业建设

1. 工作目标和指标

根据机构 2017-2019 年战略规划，2018 年行业建设版块继续以“建设公益生态系统”为主线，通过联合发起、策划、领导/协调、资助以及倡议推广等方式，推动政策环境改善与公众意识提升，建设有助于第三部门发育的基础设施，促进公益生态系统良性发展。

全年工作指标是：“南都观察”微信号推送 220 篇文章，实现 3800 万阅读量，举办 1 次读者见面会，8 次洞见沙龙；完成 2-3 份对政策环境能有影响的相关研究报告；支持 2 家行业标准梳理研究，启动至少 1 家行业职业伦理与共识建设；支持不少于 5 家社会组织网络平台，并深化网络平台间的协同互动。

2. 工作计划

2018 年行业建设项目仍分为公众意识、政策环境、数据标准、平台网络四个方面来开展。

(1) 促进公众关注公共议题/社会问题，并进而理性参与讨论

南都观察经过两年的运营，编辑团队已经逐渐稳定，2018 年将加大人员数量和质量投入，项目组内部不回避媒体属性，增强议题策划的主动性，有意识出击，适当去一线。

内容模块拓展，主动策划选题。一是除了挖掘泛社会公益领域具有公共性的选题进行故事采写外，还将结合南都相关项目主题进行内容策划，如社会组织救灾十年等。此外，还将尝试对外拓展征稿，将南都观察打造成好的公益故事、社会故事的垂直门户。二是针对公益和历史、文化、社会、科技等等行业冷知识话题，链接专业公益和公众感知，让更多人对公益产生关联感、亲切感、认同感，传播好公益的社会价值。我们还将根据相关公益组织的需求，配合内容产出计划，适量对相关组织进行公益传播培训。

沙龙升级，2018 年计划尝试更多元和开放的形式，邀请一线机构、学者、企业、政府等不同力量参与，加强沟通和对话的意味。

外部资源拓展方面，明年南都观察计划与其他机构合作，针对有公共性的公益领域，共同策划专题。

(2) 激发行业与政策制定者的互动，促进对行业更友善的政策环境形成

2018 年在“社会组织 GDP 研究”完成后，着重继续针对项目报告的研究发现开展相关传播及倡导工作，计划通过发布会、研讨等形式，引发社会、政府对社会组织 GDP 的再认识，并尝试建立民间统计发布的常规机制。此外，根据国家宏观政策环境与相关部门工作部署的进度，我们将持续保持对慈善组织税收优惠政策关注和推动。

另外，我们还将支持“公益组织政策倡导及协商能力提升及平台搭建”，依托 2017 年关于 10 城市公益组织政策友善度调查报告的研究发现，协助在地伙伴开展倡导活动，并通过提供各种能力建设培训及所需专业资源，提升他们参与政策倡导及协商的能力，搭建融合相关代表的专业平台，扩展广大公益组织参与协商的渠道。

(3) 支持行业信息数据、标准规则相关基础设施建设

行业信息、数据、标准和规则对于整个行业的发展至关重要，但同时由于其基础设施的特性，需要连续支持，项目本身直接显现的影响力小。作为民间公益行业良性生态的坚定支持者，2018年我会将继续资助该类相关项目，如“中国慈善组织信息系统”、“风险治理创新实验室（救灾数据库）”、“里仁社区建设综合评估”、“社会组织参与救灾十年”等项目，希望能推动统一的信息平台，建立社会组织信用系统，打造相关标准和数据库。

其中，中国慈善组织信息系统项目将继续推动其作为涵盖中国所有类型慈善组织的信息数据平台的进一步建设，使其能够发挥为捐赠决策、行业研究和决策等提供数据支持的功能，并推动慈善组织信用评价体系的相关研发。

此外，2018年是汶川地震十周年，我会将就南都参与救灾类社会组织相关支持工作进行知识总结和输出，将通过对中国历史防救灾、现当代社会组织参与救灾与国际实践与经验等的故事化叙事，围绕我会提出的“正面灾害观”的相关主张进行相关总结梳理。

（4）支持和建设为社会组织提供支持功能的平台网络类基础设施

总体量小、组织能力不足等诸多方面是当下中国慈善组织面临的现实挑战。整个行业的发展需要更多人员参与和资源的进入，要不断适应时代发展，提升组织能力，需要对公益慈善发展具有支持功能的多类型中间型组织存在，它们是慈善基础设施的重要组成部分。

催生更多能有效解决社会问题的社会组织是行业支持应有之义与重要的组成部分。为此，我们将继续支持“公益筹款人联盟”、“禾平台”、“中国资助者圆桌论坛”、“中国基金会发展论坛”、“集体捐赠模式本土探索”、“公益行业人员通用素质能力培训体系”等，期望通过这些平台和网络类机构加强行业内交流沟通，在培育、催生更多的组织和社会行动者的同时，帮助从基金会到一线社会组织，从基金会人员到一线行动者提升相应的能力。

同时，考虑到在诸多平台网络基础设施要素已经出现，在筹款、社区基金会建设、资助实践、基金会、社区领袖支持、公众慈善参与等方面都开始发挥功能性作用，在继续支持这些平台本身建设的同时，我们还将适当推动各平台所属领域的行业伦理共识和规则的建设，同时加强各平台网络相互间的协作沟通，以产生真正的集合效应。

（二）规模化社会创新：中国好公益平台

根据 2017 年 9 月专题研讨会达成的共识以及半年来的实践，2018 年度好公益平台的工作主要围绕“打造成功规模化的案例”、“总结经验探索、推广规模化的不同路径模式”和“培育配套支持系统”三个主要板块展开：

1. 打造成功规模化的案例

通过选、培、宣、筹四个方面的工作支持好公益产品的规模化探索和发展，发现和培育规模化的标杆。

（1）选

年度目标是遴选 30 个优质公益产品，建立一套专业、权威、公开、公正的产品遴选机制，并探索出一种长效供给机制，保障优质公益产品的持续供给。

一是重点推进提名人机制。考虑到议题型基金会和领域型枢纽组织对所在议题领域的关键社会问题、行业发展趋势、开展工作的公益组织情况、相应的解决方案和产品都更为熟悉，平台将邀请这些机构或资深的个人成为提名人推荐候选产品，2018 年计划认定不少于 10 名具有较强影响力的提名人，并通过个别沟通、遴选标准专题培训等方式帮助他们了解标准，提高提名的精准度，也将通过系列激励机制，增强提名人的拥有感。

二是组织外部专家资源参与初筛、电话访谈、尽职调查等工作。随着平台产品涉足领域的扩大，秘书处工作人员的专业能力变得相对有限。平台整合不同领域的专家资源参与到遴选调查环节，有助于提高遴选的准确度，提升遴选工作及整个平台的专业权威性，还能弥补平台人力资源的不足。在此基础上也将逐渐建立遴选专家库，保障遴选工作的持续开展。

三是加大主动传播，让更多潜在产品方了解“遴选标准”和“平台提供的支持内容”，吸引他们主动申请。制作多种类型的基础传播素材，包括遴选标准、典型成功案例、平台提供的支持等。多渠道多方式传播，吸引优质项目主动申请。

四是面对好公益产品供给不足的担忧，平台尝试与权威的公益大赛、社会组织大型培训计划等合作，分享优质公益产品的成长经验，引导更多公益组织有产品化思维和规模化的雄心，保障产品的持续供给。

（2）培

培仍是平台工作的重点之一，逐步完善对品牌创建机构的支持体系，对 2017

年开展的探索性支持方案要进行完善和更新迭代，如个性化非限定性资金支持、普惠性支持—学习经费+服务援计划（专业服务配比支持）等；根据伙伴需求开发一些新的支持内容，如朋辈学习等。最终形成一套针对品牌创建机构的支持体系。

工作内容：

- **继续探索高潜力品牌创建机构的个性化非限定性资金支持**

逐步完善高潜力机构的入选指标体系，增加社会问题解决（基于产品的监测、评估）相关的指标，并能与品牌创建机构的入选标准进行结合；完善高潜力机构个性化非限定性资金支持的方案，基于每家高潜力机构规模化中遇到的挑战和需求，以及平台希望重点突破的方向，可以适当做些资金使用方向上的引导。

- **对普惠性支持：学习经费+服务援计划进行更新迭代**

基于上年度的实践，对普惠性支持方案进行完善。学习经费在使用方向上有一些强调，如主要用于支持执行团队的学习和能力提升。服务援在执行过程中不断总结和完善。

- **探索朋辈学习机制**

品牌机构在规模化中并无太多外部经验可借鉴，但品牌机构之间却有很多可相互学习、参考，激发和碰撞出新的可能性，因此会加强品牌机构间的朋辈学习。除了促进伙伴间的互助、学习及合作外，也希望以此增强伙伴对平台的粘性和认同感。初步思路是针对品牌机构的负责人，形式可以多元：一类以私董会或议题小组形式参与，确保每次都有产出；另一类是交流分享，如千聊在线分享等。

- **开展有针对性的主题培训**

基于品牌创建机构规模化中遇到的挑战，平台会从大家共性的挑战中，选择3-4个如筹款、产品化、监测评估等作为重点推动改善的方向，寻找相关的供应商或可提供相关资源的共建方和战略伙伴，有针对性地开展主题培训班和分享等。

（3）传播和品牌建设

年度工作重点是提高平台在社会组织中的影响力，吸引更多优质公益产品入驻好公益平台；增强政府机构对好公益平台的专业度和品牌认可度，以推动落地机构所在政府优先购买和资助引入的平台产品；提升公众对好公益平台及品牌机构的知晓度，助力高潜机构提高公众筹款额。基于以上目标，年度工作计划如下：

- **建立针对不同目标群体的传播渠道与内容，提高传播的有效性**

以行业热点，发掘平台上好项目的故事性，以贴合不同受众目标的特点，发表文章，评论和新闻稿等。内容包括：访谈落地执行机构；结合好公益平台案例成果发布规模化深度评论文章；邀请行业专家发表规模化为主题的分析评论。同时完成基础宣传资料及制作好公益平台宣传片等。

- **开拓多种形式主题路演活动，实现精准项目传播与落地对接**

结合 2017 年路演活动经验，本年度重点开拓领域型专题路演，以期实现公益产品与在地机构的精准对接。同时，加强与枢纽机构的合作，邀请当地政府参与路演活动，提高好公益平台在基层政府层面的曝光率。

- **提高好公益平台在主流媒体和行业媒体的曝光度，以增强行业及政府合作伙伴对好公益平台的认可度**

首先，梳理特定群体传播策略及制定有效性评估机制，打通央视等主流媒体传播渠道。其次，与主流媒体合作，增加平台及品牌伙伴在央媒的报道。第三，筹备以“益次方”发布为切入点的年度大会，配合大会推出益次方指数，对被授予“益次方”品牌的公益产品进行新闻采访报道等。

- **开展全年舆情监测。**随时了解好公益平台及其品牌机构的舆情动态，以便及时反应、调整，及防范可能的公关风险。

(4) 筹款工作

重点是提升品牌创建机构的可持续筹资能力，帮助其打通包含公众、政府以及企业等多方面的筹款渠道，实现促进其规模化发展的可持续性的目标。

工作内容：

- **与外部筹款平台合作，搭建优质公益产品的公众筹款渠道**

与外部筹款平台合作，搭建针对平台产品的筹款专区。同时，联合筹款平台策划主题性筹款活动，以期提高品牌机构的公众筹款占比。

- **提高品牌机构以筹款产品设计为主的筹款能力**

通过培训及行业导师支持，提升品牌伙伴从筹款产品设计到筹款渠道开发等方面的能力。组织培训及针对高潜机构的 1 对 1 募款产品设计辅导等，助力高潜机构的筹款能力建设，为其资金的可持续性提供能力保障。

- **拓展政府购买服务渠道**

与枢纽机构合作开展高质量的地区推介活动，增强地方政府对平台的了解和认可。与部分有意向的地区探索合作“整县落地模式”，通过定向的政策资金优先扶持等方式帮助本地组织引入。

- **尝试企业渠道的筹款资源的开发**

虽然企业募款的开发不作为平台在“筹”方面的工作重点，但随着平台影响力的不断扩大，势必会吸引潜在的企业关注。为此，平台将建立面向企业推送的筹款产品手册，以备向潜在捐赠企业推介平台产品之需。同时探索机制，激励有高潜力捐赠的企业加入平台成为战略合作伙伴。

2. 规模化不同路径模式的经验总结和推广

目标：梳理至少 3 个优质公益产品的成功实践经验，并进行行业交流分享，为更多致力于规模化的机构提供参考和借鉴。

工作内容：

(1) 总结

基于高潜力品牌创建机构，选择 5 家左右的品牌机构对其规模化的模式和经验进行梳理。策略上采取行动研究方式，强调产出，由高潜机构自己或选择专家团队来协助其梳理自身的经验，平台为梳理经验的每伙伴提供部分经费支持；同时，平台也需要找到一些对规模化有兴趣的研究团队和个体研究者参与进来，共同推进品牌机构经验的总结和产出。同时，也通过合作媒体约稿等方式鼓励更多品牌机构对自身经验进行总结和梳理。

(2) 推广

经验总结出来后，需要通过不同的方式把经验传递出去，一是组织专题研讨，由已经完成总结的品牌机构基于总结的经验进行专题讨论；二是和媒体合作，对总结经验进行传播；三是参加行业会议、交流时，邀请完成书写的品牌机构去做分享；四是等经验总结足够丰富，可以集结成册或制作专题进行分享。

3. 培育配套支持系统

工作目标是应对公益产品规模化需求，通过建立共建方、枢纽合作基地、战略合作伙伴共同参与机制，吸引和整合资源，助力公益产品规模化和平台品牌的提升。

(1) 共建机构

一是建立共建方资源投入清单，按照“大主场+小主场”的策略，发挥共建方优势开展小主场活动。二是完善平台与共建方的沟通机制，通过季度和年度报告“标准化沟通”和客户经理负责制的“个性化沟通”的方式，同步平台日常工作信息，了解共建方最新战略方向，探讨更多合作的可能。三是建立机制，增强共建方的拥有感和价值感，计划新增 1-3 家共建方。四是完善进入退出机制。五是探索获得“益次方”的品牌创建机构进入共建方的可行性，增强平台各方拥有感。

(2) 枢纽合作基地

一是通过和实施枢纽合作基地工作机制，含进入和退出机制等。计划新增 3-5 家枢纽合作基地，重点开拓议题领域型枢纽。二是依据枢纽合作基地对平台的认可度、本地资源状况和枢纽自身的社会动员和服务能力，重点与 10 余个省市的核心枢纽伙伴合作，配合好公益平台推广，整合本地需求和资源，引入更多产品以及监测产品落地的情况，平台将为他们提供奖励性服务资金。三是继续与壹基金合作开展“支点计划”，开展针对枢纽组织的培训交流活动，催化枢纽组织议题网络，推动他们向准行业协会自我服务方向发展。

(3) 战略合作伙伴

一是回顾和修订战略合作伙伴的工作机制。计划以为平台投入的实际资源为核心评估标准，以先有活动的合作为核心流程，评估战略合作伙伴的准入。二是实施客户经理制的合作沟通机制。建立战略合作伙伴资源投入清单，将合作伙伴资源转换为平台需要的不少于 5 款的服务产品，如筹款、品牌建设等。三是建立初步的鼓励机制。通过年度会议颁奖、季度和年度简报、新闻报道等方式介绍战略合作伙伴的贡献。四是实施退出机制，终止与不符合要求的战略合作伙伴续签协议。同时计划新增 3-5 家能够提供平台急需资源的战略合作伙伴。

(三) 社会企业

1. 工作目标和指标

根据我会 2017-2019 战略规划，社会企业板块的三年总目标是：通过和社企论坛深度合作，促进跨界资源流通和合作，以及社会企业理念在全社会的主流化。根据此总目标，我会将继续支持社企论坛发挥行业基础设施的作用，推动社会企

业概念及理念的主流化，寻找、倡导并推广广义社会企业概念下的创新模式和方法，探索撬动企业资源解决社会问题的创新路径。

2018 年全年工作指标是：继续推动社企论坛组织化运作；支持社企论坛通过年会和社企奖发挥倡导型行业平台的作用；完成首个中国社会企业行业扫描调研；继续探索“立业为善”和“共益企业”两种创新模式在中国的落地和推广；尝试支持 3-5 个面向青年人或商业企业的促进跨界合作或社企理念主流化的新模式探索项目、联合主办“公益与商业的关系”研讨会。

2.工作计划

(1) 继续推动社企论坛组织化运作，完成实体机构民非注册及团队搭建

2017 年初社企论坛执委会授权我会全权负责论坛注册事宜，去年以来我会一直在积极推动社企论坛的实体注册。现已完成实体理事会的搭建，并在北京市注册工作重启时提交了注册资料，有望在今年第一季度前完成实体注册工作。注册完成后我会还将协助论坛秘书处完成新机构银行开户、各项机构制度制定和工作团队搭建等工作，确保新机构能按照预期持续有效运转。

(2) 支持社企论坛通过年会和社企奖发挥倡导型行业平台的作用，积极推动社会企业概念和理念的主流化

社企论坛理事会一致同意将论坛定位为倡导型行业平台，年会和社企奖是论坛的核心业务。我会将全力支持 2018 年轮值主席中国扶贫基金会和论坛秘书处办好社企年会，并承担年会议题委员会的工作。我会将推动论坛秘书处更加重视组委会和合作伙伴资源的挖掘和维护，在实际工作开展中为组委会机构和合作伙伴创造价值。比如，2018 年社企论坛年会将增加 2-3 场城市/领域分论坛，发挥组委会机构和地方合作伙伴的积极性，增加媒体曝光量，实现更持久的影响力。根据论坛理事会的决议，2018 年的社企奖评选将更加开放包容，增设国际奖项，与知名媒体合作，影响更多公众特别是年轻人。我会推动论坛秘书处跟多个为年轻人服务的机构对接，邀请他们共同设计社企奖面向年轻人传播的方案。目前已设计出 3 个不同的方案，待社企论坛理事会通过后即可实施。

(3) 完成首个中国社会企业行业扫描调研，为行业建立数据库，提供行业生态系统基础信息，了解现状与趋势

我会将继续支持社企论坛秘书处完成首个社企行业扫描调研。目前该调研已经完成前期筹备工作，专家团队搭建完成，团队对调研的范围、内容与方法已达

成共识。计划从社企与社投生态系统中的社企实践者、投资者、支持机构、研究者和政策制定者等 5 个角度进行数据收集和分析，形成一份全面且准确反映行业发展现状和趋势的报告。根据前期和福特基金会的沟通，我会代表社企论坛向福特基金会申请资助，用于开展社企行业扫描。按照福特基金会的流程，我会将代表论坛在 1 月底正式完成线上申请，并与福特保持紧密联系，以保障资金足额及时到位，确保调研工作顺利进行。此外，我会还将在必要时出面协调调研团队和被调研对象，全力支持调研报告的发布和深度传播。

（4）继续支持“共益企业”和“立业为善”两种创新模式在中国的落地和推广，探索撬动企业资源解决社会问题的创新路径；尝试支持 3-5 个面向青年人的促进跨界合作、社企理念主流化的新模式探索项目

继续和乐平基金会合作在中国推广“共益企业（B Corp）”模式，经过一年的实践，项目明确了 2018 年在中国推动共益企业的落地路径，即建立共益企业中国工作组（B Lab China Taskforce）推动共益企业运动，帮助更多中国企业认证共益企业，壮大中国的共益企业社区；建立共益企业学院（B Academia）推动共益企业的研究及教育；开展 B Generation 项目培养高校学生和商学院学生成为共益企业运动和未来“定义新成功”的商业领袖，建立人才资源。

2017 年社企版块的工作重心主要在社企论坛和共益企业两个大项目上。由于这两个大项目都有经过各自理事会确定的方向和业务，不太容易灵活调整或与一些创新项目合作，对于达成社企版块的目标还不够充分。同时总结去年推广“立业为善”模式的经验和教训，我们将对合作方式进行调整，继续探索推广“立业为善”的新途径。为了分散支持社会创新的风险，我会在 2018 年尝试小额资助 3-5 个面向青年人或商业企业的促进跨界合作或社企理念主流化的新模式探索项目，以期发现适宜推广的创新模式和有执行能力的团队。

（5）与敦和基金会、人大中国公益创新研究院联合主办“公益与商业的关系”研讨会

时至今日，公益与商业不断地产生新的互动、碰撞，移动互联网技术的迅猛发展，更是深刻地重塑了公益与商业发展的基础设施。公益与商业的关系已经发展成为一个真正的“时代问题”，并且还在日益凸显其重要性和紧迫性。在此背景下，我会与中国人民大学中国公益创新研究院及敦和基金会，拟于 2018 年 10 月在中国人民大学共同主办“公益与商业的关系研讨会”。本次研讨会拟邀请社

会公益领域、商业领域的研究人才、实务人才聚集在一起，澄清对这一社会问题的误解，建立统一的行业基本准则。会议还将邀请部分参会者提交论文，经学术委员会筛选后翻译成中英文版本，向全世界发行。同时，研究院将联合公益领域、商业领域的主要的媒体公众平台进行全媒体宣传，让更多的人参与到这场思想盛宴中。

（四）其他资助

持续资助银杏基金会、新公民中心和乐平基金会，并在理事会层面参与机构的治理。同时，我会还继续履约资助“量化历史研究”项目，支持量化历史研究的学习、教学与科研。

二、传播工作

（一）工作目标和指标

2018年传播工作，全年将以品牌传播策略手册为统领，在传播策略应用过程中逐渐优化手册内容。重点是通过机构内外的内容整合进行传播，与项目部深度沟通，加强内容产出，逐步扩大官微影响力，提升机构品牌价值。

通过2018年公益GDP发布会和汶川十年等活动，实现我会上榜基金会舆情榜至少3次。（注：基金会舆情榜是善达网与中新社舆情监测分析室合作，面向中国基金会推出的基金会舆情监测和分析。）

（二）工作计划

1. 基金会项目传播

2018年，传播部将配合好公益平台传播的各项工作，让平台达到更好的知晓度和美誉度。在基础传播素材准备、“益次方”评估系统发布以及与第三方公关合作等方面给予深度支持。此外，将与好公益平台共同拓展传播渠道和资源，例如央视公益广告，增加好公益平台的露出等。

行业建设版块2018年重点工作是基础设施的倡导、“汶川十年”活动和公益GDP报告发布，传播部将与项目部密切配合，共同策划并开展传播工作，做借势传播，制造热点，影响行业乃至社会的关注和讨论。

2018年传播部将配合社企版块，在社企年会、社企奖和“社企行业调研报告”上进行重点传播。社企年会方面，传播部将根据年会主题内容，从南都基金

会的角度出发，主动策划内容产出；明年发布的《社企行业调研报告》，主要内容是社企生态圈利益相关方扫描，传播部将根据报告的内容，策划报告的亮点解读、访谈等一系列活动，做深度的传播内容产出。

2. 基金会日常传播

基金会的日常传播，今年的重点是加强内容产出，链接实习生、志愿者、媒体记者等外部资源，扩大内容生产量与传播渠道。内容产出主要分为：一是机构自身的内容/项目信息产出；二是南都观察的思想产出；三是伙伴机构与行业有价值的信息产出。借助机构官媒，含微博、微信和网站等渠道，将产出内容传递到业内和社会公众。加强南都基金会现有素材的传播使用频率，做到可持续性使用，持续提升南都品牌的影响力，继续打造南都公益基金会支持民间公益的形象。同时，每个季度定期分析和评估传播产出和效果。

传播部将加强传播策划。年初即结合项目部门全年规划，对机构全年重要传播节点进行提前规划，更合理地配置传播资源。

此外，加强对理事会内部的传播。每月传播部制作理事会版简报内容，并以微信的形式向各位理事发送。不定期对理事会进行问卷调查，主要内容包括理事会对传播内容的满意度以及改进意见，以便传播部不断完善对内传播的工作。

3. 品牌传播手册的应用优化

2018年，传播的执行和操作将按照基金会的品牌传播手册进行应用，同时在应用过程中不断完善和优化品牌传播手册内容，重点如下：

- (1) 依据南都基金会品牌传播策略手册，与项目部门建立良好的沟通机制和内容生产渠道，让项目部参与到传播工作中。
- (2) 整体增强舆情危机应对意识，定期分享和讨论舆情应对案例，以内部交流或工作坊形式进行；建立舆情监测机制，为机构与项目提供舆情危机预警，为传播规划提供数据支持；借助外部的专业力量完善舆情危机应对预案等。
- (3) 将新闻发言人制度运用于机构对外传播的各项工作中，规范操作流程，体现专业性，促进机构传播。

三、机构建设

2018年机构建设的重点是根据政府的最新政策要求，修订和完善相应的制度。民政部门正在就《慈善组织信息公开办法》和《慈善组织保值增值投资活动

管理暂行办法》征求意见，预计 2018 年将正式出台。修订中的《基金会管理条例》预计也将于 2018 年发布。届时，秘书处将根据政策文件的要求，修订机构的相关规章制度，然后报理事会审议。在日常工作中，秘书处将认真落实，确保机构的合规运作。

在团队建设方面，秘书处将根据业务的需要少量补充团队成员，并基于 2017 年制定的《南都公益基金会素质能力模型》和修订的绩效管理办法继续做好团队的管理工作。