

「公益寶貝」介紹

平日在淘寶購物時，就能簡單直接參與公益！

阿里巴巴集團於 2006 年創立「公益寶貝」，最初起源於為身患絕症的淘寶店主周麗紅籌款的愛心項目，隨著發展走向開放。這個創新項目打通了消費者、商家、公益組織三者之間的關係，以互聯網加商業的手法，建立可持續的公益模式。消費者在購物時可搜尋「公益寶貝」，選購具備「公益」特性的寶貝，在「公益寶貝」成交後，參與活動的商家會自願將一定的捐款比例或固定金額，捐贈予其所選定的公益機構或項目，而消費者也能輕鬆點進頁面，去了解不同公益機構及他們服務的群體，寓購物於公益。

利用淘寶及阿里巴巴電商平台作為重要的接入點，「公益寶貝」能帶動數以億計的消費者在平日生活中隨時隨地參與到公益，並以此成為一個接觸點，讓公益機構觸達更多用戶，推廣他們的理念並增進消費者對公益項目的支持。上線 15 年以來，公益寶貝累 7 億消費者、800 多萬愛心商家默默參與，產生 473 億筆善款，累計幫扶 4,300 人次。「公益寶貝」推動公益項目實現目標，包括但不限於：

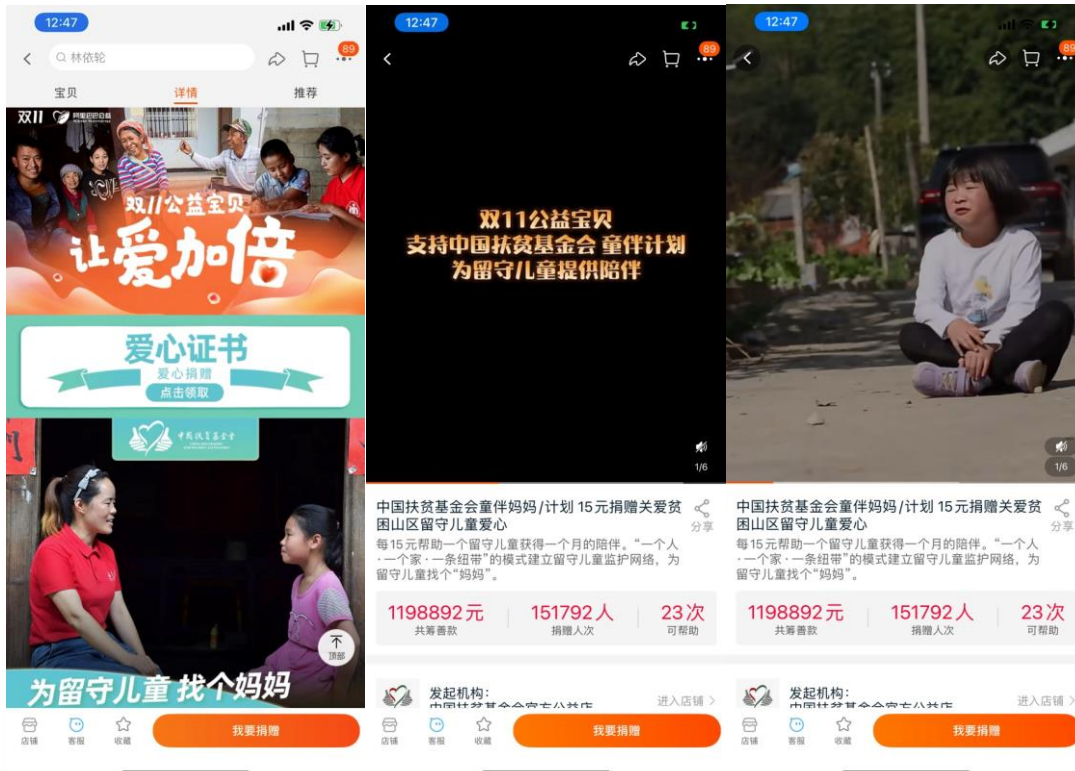
- 健康扶貧公益保險項目「頂樑柱計劃」為 50 個縣域的貧困戶提供 300 萬人次健康支持；
- 在 11 個省份近 150 所鄉村學校增設專業的音樂教室，共有 10 萬多名鄉村學童受益；
- 為 10 個省份的 200 多所鄉村學校安裝專業淨水設備，12 萬師生能夠飲用潔淨的飲用水；
- 獨居的高齡長者獲得超過 45 萬份免費的「愛心午餐」；
- 應對農村留守兒童問題的「童伴媽媽」公益項目，已經派員到 496 座鄉村培訓當地留守女性，為超過 30 萬農村留守兒童帶來家庭溫暖。

國際電信聯盟（ITU）舉行的 2020 年信息社會世界峰會（The World Summit on the Information Society）頒獎盛典上，「公益寶貝」從全球 360 個提名項目中脫穎而出，榮獲優勝獎，中國互聯網公益模式獲得世界認可。

2021 天貓雙 11 全球狂歡季公益寶貝全面升級

「公益寶貝」在今年的天貓雙 11 全球狂歡季（下稱天貓雙 11）獲取全面升級。這次升級主要為了讓消費者做公益更方便，購物之余能傳遞善意，並激發商家的積極參與。天貓雙 11 公益「寶貝升級」體現在每一筆交易可通過分享疊加捐贈金額、每一單的愛心去向可追蹤、愛心商家能被更多人看見：

- 消費者只要分享「公益寶貝成績單」，每獲得一次好友助力，阿里巴巴集團將為天貓雙 11 公益寶貝專項多捐 1 元。
- 在商家側，淘寶將為「公益寶貝」捐贈到達一定數量的商家增加專屬標識。天貓雙 11 期間，還將每天更新商家捐贈 Top 100 排行榜。
- 善款將重點用於 3 個公益項目：為鄉村獨居老人提供「愛心午餐」、為低收入勞動力提供公益保險、為留守兒童找到「童伴媽媽」。阿里巴巴集團希望雙 11 期間能幫助至少 110 萬人次。



「公益寶貝」案例：

湖南少女獲淘寶網友公益支持 走出深山入讀北京名校

阿里巴巴公益基金會聯合中國扶貧基金會發起「新未來高中生」公益項目，讓淘寶的商家及買家能夠參與「公益寶貝」，在購物的同時捐贈到指定公益項目，支持中國貧困縣的高中學子們。在湖南省一所中學，參與「新未來高中生」項目的學生羅玉萍，去年高考考獲佳績，更收到北京對外經濟貿易大學的錄取通知書。在該項目的資助下，羅玉萍的家庭負擔得以減輕，全心投入學習。「新未來高中生」項目目前已經支持過千名像羅玉萍一樣的學生，走出大山鄉間考入大學。

[湖南少女獲淘寶網友公益支持 走出深山入讀北京名校](#)

###