

共青团中央文件

中青发〔2015〕8号

共青团中央关于转发中国青少年发展基金会 《关于加强希望工程品牌建设的若干意见》的通知

共青团各省、自治区、直辖市委，解放军总政治部组织部，全国铁道团委，全国民航团委，中直机关团工委，中央国家机关团工委，中央金融团工委，中央企业团工委，新疆生产建设兵团团委：

为进一步推动希望工程建设与发展，中国青少年发展基金会经过调查研究、广泛征求各方面意见，制订《关于加强希望工程品牌建设的若干意见》。经团中央书记处同意，现转发全团，请遵照执行。

(此页无正文)

共青团中央

2015年2月2日

关于加强希望工程品牌建设的若干意见

为进一步明确希望工程的目标和任务，依法加强希望工程品牌建设，推动希望工程在新的历史时期发挥更大作用，提出以下意见。

一、坚持希望工程的神圣使命和价值追求

1. 1989年3月，共青团中央创办中国青少年发展基金会（以下简称“中国青基会”）。同年10月，在团中央书记处领导下，中国青基会发起实施希望工程。25年来，希望工程募集捐款100多亿元，资助近500万农村家庭经济困难学生继续学业，资助建设希望小学近20000所。希望工程开辟了一条动员社会力量协助政府发展农村贫困地区教育事业的新路子，为共青团社会化配置公益资源服务困难青少年群体探索了新模式，为中国社会公益事业的快速发展提供了新经验，倡导和弘扬了社会文明新风尚。

2. 中国社会正处在快速转型的历史发展阶段。党和政府及社会各界对希望工程的健康发展充满期待。在法律政策环境、社会舆论环境、行业竞争环境和目标群体需求层次发生积极而深刻变化的背景下，希望工程必须坚持“让每个孩子不再因为贫穷而失去课堂”的神圣使命，坚持“助学育人、共创希望”的价值追求，创新“救助——发展”的公益模式，继续广泛动员社会资源，协助政府推进农村地区实现教育公平，为家庭贫困青少年的幸福人生创造美好希望。

二、将希望工程品牌建设纳入法治轨道

3. 1997年，经团中央书记处批准，中国青基会向国家工商行政管理总局商标局申请，成为“希望工程”商标所有权人。希望工程由此纳入国家知识产权法律保护体系。中国青基会依据《中华人民共和国商标法》拥有包括“希望工程”文字、“希望工程”图形标识及“希望工程”系列子产品的服务商标专用权（统称“希望工程品牌”）。未经中国青基会授权许可，任何组织和个人均不得使用希望工程品牌从事社会公益及市场经营活动，否则即构成侵权。中国青基会将依法追究侵权人的法律责任。

4. 中国青基会实行希望工程品牌使用许可制度，授权省级青基会、部分市（地）级、县级青基会或希望公益服务中心作为被许可人使用希望工程品牌开展筹款动员、基金管理和资助服务等社会公益活动。被许可的省级青基会是该区域内希望工程品牌管理的第一责任人。唯有被许可的省级青基会享有有限的希望工程品牌再许可权利，即有权再许可其所在地域内的市（地）级、县级由共青团组织创办的、依法享有接受公益捐赠资格的青基会或希望公益服务中心作为再被许可人使用希望工程品牌进行筹款动员、基金管理和资助服务。再被许可人基本信息应由许可人在中国青基会备案并按年度更新。未经中国青基会同意，被许可人不得再许可任何第三方使用希望工程品牌。

被许可人、再被许可人必须符合以下要求：

（1）依据《中华人民共和国公益事业捐赠法》具有接受公益捐赠的资格；

（2）上年度由独立第三方出具的审计报告为“无保留意

见”；

(3) 上年度登记管理机关年检认定为“合格”。

5. 被许可人使用希望工程品牌须与中国青基会签订《商标使用许可合同》。再被许可人使用希望工程品牌须与本区域内的省级青基会签订《商标使用再许可合同》。《商标使用再许可合同》经中国青年基金会核准同意后生效。合同各方须严格执行中国青年基金会制定的希望工程各项管理规则，按照中国青年基金会的总体部署开展工作。

6. 被许可人、再被许可人须遵守中国青年基金会制定的希望工程品牌识别系统及使用规范，保持希望工程品牌的一致性，不得任意改变希望工程注册商标的文字、图形、颜色和组合，不得超越许可使用范围使用希望工程品牌，不得任意改变希望工程及系列子产品的价值使命、公益内涵、资助服务标准和管理控制流程。被许可人如果将中国青年基金会拥有专用权的“希望”文字或图形标识冠以其他公益项目，须经中国青年基金会同意。经中国青年基金会授权许可，被许可人可将希望工程的图形标识作为其机构标识。

7. 被许可的省级青基会可以委托许可地域内的市（地）级共青团组织使用希望工程品牌进行筹款动员，但不得委托其接收捐款，捐款须由被许可的省级青基会直接受理并开具《公益事业捐赠统一票据》。被许可的省级青基会须与受托人签订委托合同，明确委托期限、委托事项及双方权利义务等。

被许可的省级青基会须对受托人的行为承担法律责任。

8. 依据《中华人民共和国公益事业捐赠法》，根据希望工

程品牌使用许可和委托制度，市（地）、县级共青团组织应将自行受理、管理的希望工程捐赠结余资金在 2015 年内全部上交省级青基会集中管理，按照捐赠人的意愿和原资助计划规范使用。中国青基会设立专项基金，资助推动市（地）、县级共青团组织将其创办的“希望工程办公室”依法注册为青基会或希望公益服务中心，依法健全希望工程专业化实施体系。

9. 中国青基会设立表彰奖励基金，对为希望工程品牌建设作出突出贡献的被许可人给予物质、精神奖励。对在希望工程品牌建设、管理过程中出现重大过错的被许可人，中国青基会将视情节给予批评、警告、公开谴责。如出现下列情形之一，取消其希望工程服务商标授权。

(1) 登记管理机关年检认定为“不合格”。

(2) 独立第三方出具非“无保留意见”的审计报告。

(3) 因工作不力，连续两年筹款额未进入本区域内公募基金会年度筹款额排名的前三分之一。

(4) 对本区域内再许可、委托使用希望工程品牌的行为监管不力，对希望工程品牌侵权行为追责不力。

(5) 不当使用希望工程品牌，违反希望工程品牌的一致性，违反中国青基会有关希望工程的各项管理制度，社会影响恶劣，对品牌价值造成严重贬损。

被取消授权的被许可人可以重新申请授权。对符合条件的，中国青基会重新予以授权。

三、大力建设全国青基会共同体

10. 全国青基会系统基于授权共同使用希望工程品牌而成为

公益事业共同体。共同体各成员单位要坚守“恪尽天职、共创希望”的共同价值观，保持希望工程的品牌形象、行为规范、评价体系的一致性，坚持继承与创新、激励与制约、公转与自转相结合，坚持自律、互助与维权相结合，自觉接受政府、社会监督，将全国青基会系统真正建设成为基于共同价值观所驱使的生命共同体、道德共同体和行动共同体。

11. 品牌竞争的核心是人的竞争。共同体各成员单位要将社会公开选聘与优秀人才引进相结合，以认同希望工程价值理念、专业能力强、实践经验丰富、富有开拓创新精神、绩效优异为标准，发展壮大专业化、职业化的共同体队伍。建立“领导人及明星员工培养基金”，制度化、系统化开展培训。要积极探索市场化运营体制，不唯学历、不唯职称、不唯资历、不唯身份。要健全基于绩效的激励制约机制，真正实现人员能进能出、薪酬能高能低、职务能升能降。

12. 在保证公益目标实现的前提下，运营非限定性净资产和待拨的限定性净资产进行有效投资增值，是社会公益行业的基本运营模式和基本职责，是全国青基会共同体构建第二生命系统、实现机构与希望工程事业可持续发展的战略任务。要在“合法、谨慎、安全、流动、有效”的原则指导下，建立资产投资管理制度，开展投资增值活动。要在满足机构生存和发展积累的前提下，制度化运用投资增值收益开展资助服务活动。

13. 加速推进希望工程的信息化建设。要积极应用新媒体、新兴网络公益平台等各类互联网渠道，建立希望工程公益项目信息系统与机构官方网站、新媒体平台的联通互动机制，实现希望

工程社会动员、资助服务、相关方互动等一体化在线，用信息化手段全面提升希望工程的运行效率，促进希望工程的公开、透明。要加强希望工程大数据的开发建设、安全管理和分析运用，让希望工程成为新型的互联网公益领先品牌。

14. 不断提升公开性和透明度，将希望工程品牌建设成为人人信任的透明品牌。要始终敬畏法律法规，遵循法律法规，将希望工程品牌建设全面纳入法治轨道，不断提升品牌公信力。要努力构建高于国标、行标的自律标准，形成希望工程品牌的公开透明体系。要坚持和完善希望工程“一助一”制度，面向捐赠人，做到捐款笔笔能落实、笔笔有交代。要面向社会，通过多种渠道加大信息披露力度，接受公众的广泛监督。

15. 加强品牌传播，不断增强希望工程的品牌影响力。希望工程品牌影响力的核心是希望工程的价值追求，以及建立在价值追求基础上的品牌知名度、美誉度和忠诚度。受益人在希望工程的帮助下自强不息、改变命运的奋斗精神，捐赠人自愿、主动参与希望工程的捐赠和资助服务，与受益人互动互助的德行善举，是希望工程品牌传播的核心内容。要善于利用新媒体等各类媒体资源和体验传播、渠道传播、事件传播、合作传播等多种传播方式，大力宣传希望工程的价值主张，大力宣传捐赠人、受益人与青基会共同体牵手互助、共创希望的爱心故事。要增强品牌传播的主动性，打造希望工程的话语体系，创新品牌传播的形式，让希望工程品牌深深植根于广大青少年和社会大众心中。

四、以开放、创新促发展，加速希望工程转型升级

16. 向开放要“红利”，以创新求发展，让希望工程品牌成

为一个更加开放、不断创新的品牌。要以开放的胸怀和勇气，创新资金资源动员模式，努力构建符合希望工程价值使命的多种结构、多种形式的捐赠基金组合；创新智力资源动员模式，构建捐赠人、志愿者、专家学者、媒体等社会公益力量的合作平台，为开发、创新希望工程的产品、服务和模式寻求广泛支持；积极争取政府购买，创新行业合作方式，与其它社会公益组织，特别是服务农村青少年的小型社区公益机构分享信息、资金、技术、经验和渠道；投入资金，建设公益商学院，为共同体和全行业培养领军人才。要虚心学习一切有利于希望工程品牌建设的先进理念、制度、模式和方法，使青基会共同体成为一个学习型共同体。

17. 坚持助学育人的价值追求，坚持雪中送炭、相对集中的资助服务原则。要加速希望工程社会动员和资助服务的转型升级，在提供资金资助的同时，通过组织勤工俭学、社会服务等系列公益活动和开发“救助——发展”一体化的复合型项目，帮助受助学生建立以理想信念为核心的价值体系、以专业课程为核心的知识体系和以社会实践为核心的行动能力体系。要在国家确定的扶贫攻坚重点区域内，选择那些特别贫困、教育基础十分薄弱、农村孩子继续学业仍有较大困难、社会公益资源投放较少的县或乡镇，进行集中资助服务，既协助当地政府加快改变教育面貌，帮助当地农村孩子享受教育公平，又创新助学育人模式，形成公益示范。

18. 社会公益事业的经济基础是社会捐赠。捐赠人是希望工程最为重要的支持力量。要创新捐赠资源动员模式，加速产品营

销向服务营销的转变，不断提升希望工程的竞争优势。要不断完善能够覆盖捐赠人细分市场的组织构架和责任、绩效考核体系，建立服务捐赠人的体制机制。要紧紧围绕捐赠人自主、体验、追求捐赠价值的需求，构建捐赠人与受益人互帮互助的公益价值链，让捐赠人参与公益产品设计开发、捐赠资源传递和资助服务的全过程。要坚持大客户战略，为长期、大额的捐赠人量身定制一致性解决方案。要加大创新力度，为公众捐赠设计开发小额、丰富的捐赠产品和多样化的参与途径。

19. 坚定不移地探索希望工程国际化道路。社会公益事业不分国界。在继续以国内为资助服务重点，积极引进国际慈善资金、先进公益理念和方法的同时，要总结“希望工程走进非洲”的初步经验，紧紧围绕民间公益文化交流这一“走出去”的核心目的，注重打造客户、团队、制度和影响的国际化，在国际社会积极传播希望工程理念，为持续推进希望工程国际化战略夯实基础。

五、加强团的领导，推进希望工程品牌市场化

20. 各级团组织作为所属青基会和希望公益服务中心的业务主管单位，要充分认识将希望工程品牌纳入法治轨道的重要意义，大力推进本区域内希望工程品牌的市场化进程。要切实履行职责，加强领导，推动所属青基会和希望公益服务中心市场化体制机制建设，使其作为独立法人在理事会治理结构下依法运行，自主决定和处理日常事务。

21. 全国青基会共同体要顺应改革发展的要求，尽快破解体制依赖“困局”，加速市场化体制机制建设。要始终坚持市场化

方向，通过市场而不是行政手段来配置希望工程所需的社会公益资源；要始终坚持以受益人为唯一的主要客户，以受益人的需求为导向，持续创新希望工程的产品、服务和运营模式；要充分尊重捐赠人的合理意愿，不断提升捐赠人在资助服务过程中的参与性和体验性；要充分认识基金会行业竞争的核心是公信力的竞争，加强希望工程品牌的风险管理，严格执行内部管理控制制度，不断增强希望工程品牌的公信力。

22. 要实现中华民族伟大复兴的中国梦，必须首先实现教育梦。教育之梦是公平教育之梦，创造教育公平刻不容缓。动员社会力量，协助政府，推进教育公平，是希望工程的历史使命。让我们不辱使命，肩负时代重托，让希望工程绿树常青。

抄送：团中央书记处各同志

团中央机关各部门、各直属单位。

共青团中央办公厅

2015年2月12日印发
