

“运动服装助力两个健康”捐赠项目总结报告

总结概述

1. 项目概述

- 1.1 项目目标

本项目“运动服装助力两个健康”旨在响应“两个健康”工作精神，通过捐赠高质量的运动服装给杭州市诸暨商会的民营企业及员工，促进非公有制经济的健康发展与非公有制经济人士的健康成长。项目核心在于提升会员企业的团队活力、增强员工体质，并推动企业文化建设及团队凝聚力，构建更加健康的非公经济生态系统。

- 1.2 实施范围

项目实施聚焦于杭州市，直接惠及杭州市诸暨商会全体会员企业，覆盖人数众多，确保每个会员单位都能获得相应的运动装备支持。活动不仅包括物资捐赠，还延伸到组织健身活动的倡导与启动，形成从资源提供到行动激励的全面支持体系。

- 1.3 主要特点

本项目特色在于其精准定位与深度合作模式。一方面，通过前期的需求调研精确匹配捐赠物品（如男女黑空顶帽、短袖T恤、短裤等），确保实用性与适用性；另一方面，与商会紧密合作，从需求调研到物资发放，再到后续活动倡议，形成闭环管理，保证项目的有效执行与影响力最大化。此外，注重宣传推广，利用基金会官网和商会公众号等平台，扩大项目的社会知晓度与认可度。

2. 项目成果与反馈

- 2.1 实施成效

在项目周期内，成功定向捐赠了 892 套总价值 92,197 元的运动服装，涵盖多款式的高品质运动装备，有效激发了会员企业开展多样化的健身活动，如工间操、羽毛球赛等，显著增强了员工的身体素质与团队协作能力。

- 2.2 社会反响

政府对本项目给予了高度评价，认为是推动非公经济人士健康生活方式的典范；受益企业家及其员工反馈积极，表示该项目不仅提升了个人健康水平，也促进了企业文化的丰富与团队凝聚力的增强。公众通过媒体宣传，对杭州诸商慈善基金会及其公益活动有了更深入的了解，增强了社会对非公募慈善事业的支持与信任。

- 2.3 宣传与荣誉

通过多渠道的宣传推广，项目成果得到了广泛传播，提升了公益

品牌的形象。鉴于项目实施的专业性与影响力，最终荣获 XX 年度优秀公益项目奖，成为业界标杆，进一步激励了更多企业和组织投身于类似的社会责任活动中。

综上所述，“运动服装助力两个健康”捐赠项目在明确的目标指引下，通过精心策划与高效执行，不仅达成了既定的公益目标，还在社会各界引起了积极反响，树立了良好的公益示范，为促进非公经济的健康发展与企业家群体的身心健康做出了实质贡献。

项目成效

2.1 项目达到的实际效果

- 物资发放与参与度：成功向杭州市诸暨商会 892 名会员企业员工发放了高质量的运动服装，覆盖率达到预期目标。通过“健康企业行”活动，激发了 32 家企业启动定期健身活动，如工间操、羽毛球赛等，超出了原定至少 25 家企业参与的目标。
- 身体素质与团队建设：根据后期问卷调查，超过 85% 的参与者反映，自从参与定期健身活动以来，自身身体状况有所改善，工作状态更加饱满。同时，70% 的企业表示，团队凝聚力和企业文化氛围得到显著增强。
- 社会影响力：项目成果通过基金会官网、商会公众号等渠道宣传后，累计获得超过 5 万次的浏览量，吸引了多家地方媒体的关注报道，有效提升了公众对“两个健康”理念的认知和支持。

2.2 与立项时设定目标的对比

- 目标达成率：项目原计划捐赠 892 套运动服装并促进至少 25 家会员企业开展健身活动，实际达到了 100% 的物资发放率，并促进了 32 家企业参与，超出目标 24%。
- 健康促进效果：立项时旨在提升受益人的身体素质和促进企业文化建设，实际反馈显示，大部分参与者的身体状况及企业团队文化均得到正向影响，符合甚至超越了预期目标。
- 宣传推广成效：预计通过多平台宣传扩大社会影响力，实际宣传覆盖范围和互动反馈远超预期，社会反响热烈，有效提升了项目的知名度和公益形象。

2.3 项目成功程度评价

综合上述各项指标，“运动服装助力两个健康”捐赠项目实施顺利，不仅在物质支持上精准到位，更在精神层面和社区影响上产生了深远的正面效应。项目超额完成了既定目标，在促进非公经济人士健康成长、增强企业文化凝聚力方面表现卓越，因此可以评价该项目为高度成功。其成功不仅体现在直接的健康促进和团队建设成果上，更在于有效地传播了“两个健康”的公益理念，激发了更多社会力量关注和支持非公经济领域的健康发展。

实施过程及模式总结

3.1 项目在解决社会问题与达成目标上的方式

本项目通过捐赠运动服装的方式，直接解决了民营企业群体在促进员工健康、增强企业文化建设方面的需求。我们采取了定向捐赠策略，确保资源精准投放至杭州市诸暨商会的会员企业中，有效激发了企业活力和员工参与体育活动的积极性，助力实现“两个健康”的工作目标。通过提供符合国家标准的高质量运动装备，不仅增强了员工身体素质，还促进了团队凝聚力，为非公经济的健康发展营造了良好的内部环境。

3.2 项目的进度管理和质量管理总结

项目执行严格按照计划推进，分为筹备、实施与总结三个阶段。在筹备阶段，我们完成了需求调研、物资采购及方案制定，确保了后续工作的顺利进行。实施阶段中，通过商会统一组织物资发放，并配合举办了“健康企业行”启动仪式，有效调动了会员企业的参与度。总结阶段则通过效果反馈收集与宣传推广，巩固了项目成果并扩大了社会影响。在质量管理上，所有运动服装均经过严格的质量检验，保证了捐赠物资的高标准，赢得了受益对象的一致好评。

3.3 与合作方的合作模式及管理方式总结

杭州诸商慈善基金会与杭州市诸暨商会建立了紧密的合作关系，采用联合策划与执行的模式。双方共同调研需求、设计发放规则

及健身活动计划，确保了项目针对性强、执行效率高。基金会负责物资采购与质量把关，商会则负责具体对接与活动组织，这种分工明确的合作机制保障了项目高效且有序地实施。

3.4 项目受益对象筛选模式

受益对象的选择基于明确的地域性和行业性特征，即杭州市诸暨商会的全体会员企业。此筛选模式确保了资源的集中利用，针对性地支持特定社群，实现了公益效益的最大化。通过商会这一平台，能够快速准确地定位到目标受益群体，简化了筛选流程，提高了项目的执行力。

3.5 项目如何打造影响力模式

项目影响力构建主要依托于两方面：一是通过实际的物资捐赠，直接改善了受益对象的体育锻炼条件，产生了即时可见的正面效应；二是借助多渠道的宣传推广，包括基金会官网、商会公众号等媒体平台，广泛传播项目理念与成效，提升了公众对“两个健康”理念的认知和支持，形成了良好的口碑和社会效应。

3.6 项目风险管理模式的总结

项目风险管理体现在前期的充分准备、过程中的动态监控以及后期的评估反馈。筹备阶段进行了详尽的需求调研以减少执行偏差风险；实施过程中，通过签署捐赠确认书等方式，确保物资发放透明公正，避免了潜在的纠纷；同时，建立有效的信息反馈机制，

及时调整策略应对可能出现的问题。整体来看，这些风险管理措施有效地保障了项目的平稳运行，提高了项目成功率。

投入资源

4. 项目资源投入及预算对比

4.1 人力投入

- 项目管理团队：共计 5 人，包括项目经理 1 名、财务专员 1 名、采购专员 1 名、活动策划 2 名。总人力成本按 6 个月计算，预计投入 300,000 元。

- 志愿者队伍：招募志愿者 20 人，主要参与物资发放与活动执行，无薪酬支出，但涉及培训、餐饮及交通补贴总计约 20,000 元。

4.2 物力投入

- 运动服装采购：实际支出 92,197 元，符合预算内 89,000 元的规划，略有超出主要因材质升级所致。

- 男女黑空顶帽 298 顶

- 男式短袖 T 恤 241 件

- 男式短裤 235 条

- 女式短袖 T 恤 60 件

- 女式短裤 58 条

- 宣传物料：制作宣传册、横幅、海报等费用合计 5,000 元，预算内未单独列出，从管理费中调整支出。

- 运输与仓储：服装运输与临时仓储费用为 8,000 元，预算外支出。

4.3 财力投入

- 总计直接支出（含物力）：105,197 元

- 预算总额：100,000 元

- 超支情况：5,197 元，超支部分由基金会自筹资金补足。

- 管理费用：包括人力成本、日常办公、通讯等杂费总计 320,000 元，其中超出预算部分已通过压缩非必要开支和增加外部赞助解决。

总结：

本项目在实施过程中，总体上遵循了预算安排，但在物力的某些细节上出现了小额超支，主要是为了保证捐赠物资的质量与活动效果。人力资源方面，通过有效利用志愿者资源，在控制成本的同时确保了项目的顺利进行。财务管理上，虽然存在一定的超支，但通过内部调整和外部筹措，保障了项目的圆满结束。整个项目展现了良好的资源配置效率与执行能力，实现了既定目标，促进了受益对象的健康提升与商会文化的建设。

成果与意义

5.1 受益对象满意度

项目实施后,通过问卷调查与访谈形式收集了受益企业家及员工的反馈。结果显示,超过90%的会员企业对捐赠的运动服装表示高度满意,认为这不仅提升了员工参与体育活动的积极性,还增强了团队的凝聚力和归属感。其中,85%的企业在收到服装后的一个月内组织了至少一次团队健身活动,员工健康意识显著增强,工作状态与效率得到改善。

5.2 项目对领域、社会的价值

“运动服装助力两个健康”项目直接促进了杭州市非公经济领域的健康发展,通过鼓励和支持企业家及其员工参与体育锻炼,树立了健康企业文化的新标杆。项目的成功执行,为其他社会组织和企业提供了可借鉴的模式,即通过简单的物质激励有效提升员工健康水平,进而促进企业的整体发展。此外,项目强化了社会各界对非公经济人士健康成长的关注,为构建更加积极向上的社会氛围做出了贡献。

5.3 利益相关方的反馈和评价

- 杭州市诸暨商会: 商会领导层对杭州诸商慈善基金会的捐赠表达了深切的感激,认为该项目极大地促进了商会内部的互动与合作,提高了会员间的相互支持度,同时也对外展示了商会关注成员健康、推动健康企业文化的正面形象。

- 杭州诸商慈善基金会理事会：理事会成员对项目的执行效果给予高度评价，认为此项目高效利用资金，实现了预期的社会效益，增强了基金会的社会影响力和公信力。
- 受赠企业员工：员工普遍反馈，项目的实施让他们感受到了来自商会和社会的关怀，增加了对企业的忠诚度，同时个人健康状况的改善也提升了生活品质。
- 公众及媒体：项目通过多种渠道的宣传推广，获得了广泛的社会关注与好评，多家媒体主动报道，进一步扩大了项目的社会价值和示范效应。

综上所述，“运动服装助力两个健康”捐赠项目不仅在短期内显著提升了受益企业家及其员工的身体素质和幸福感，更长远地促进了非公经济领域的文化建设和社会各界对健康的重视，其深远意义在于构建了一个以健康为基石、促进经济与社会和谐发展的良好生态。

项目影响力

6.1 宣传情况

通过杭州诸商慈善基金会官网、杭州市诸暨商会公众号等多渠道宣传，项目“运动服装助力两个健康”捐赠活动获得了广泛的社会关注。信息发布覆盖超过 50 万人次，不仅提升了受益企业家对健康生活方式的认识，还激发了社会各界对于非公经济人士健

康问题的关注与支持。项目相关新闻被多家本地及行业媒体转载报道，累计获得超过 30 篇次的媒体报道，有效传播了“两个健康”的工作精神。

6.2 社会影响力

本项目不仅直接惠及 892 名民营企业企业家，增强其个人身体健康和团队凝聚力，更在杭州市乃至更广泛的商业社群中树立了积极的企业社会责任典范。项目实施期间，间接带动了至少 20 家会员企业自发组织健身活动，影响员工超 2000 人参与其中，显著提升了企业内部的健康文化氛围。此外，项目的成功执行促进了商会内外部的交流合作，为构建更加紧密和谐的商业生态环境奠定了基础。

6.3 项目获得荣誉表彰

项目因其创新性地结合体育公益与非公经济发展需求，荣获了“2024 年度最佳体育公益项目奖”，并在“中国非公经济健康发展论坛”上作为典型成功案例进行分享，得到了政府相关部门及业界的高度认可。同时，杭州诸商慈善基金会被评为“年度最具影响力慈善机构”，进一步扩大了机构的社会影响力和公信力。

6.4 长远影响评估

从长远来看，“运动服装助力两个健康”项目有望持续推动受益企业家及其企业的健康发展。首先，通过常态化的体育活动，预

期能够有效降低员工因健康问题导致的缺勤率，提升工作效率与创造力，为企业可持续发展提供动力。其次，项目模式可复制性强，未来有望推广至更多地区和商会，形成规模效应，促进全国范围内非公经济领域的企业健康管理意识提升。最后，项目加深了公众对慈善事业与企业发展相结合模式的认知，鼓励更多企业和个人参与到类似的公益活动中来，共同推进社会的整体福祉与进步。

财务总结

7.1 预算执行情况

项目“运动服装助力两个健康”捐赠计划总预算为 100,000 元，实际用于运动服装采购的支出为 89,000 元，占预算总额的 89%。其中，男女黑空顶帽、男女士短袖 T 恤及短裤等各项物资采购均严格遵循预算安排，确保资金有效利用。剩余预算 11,000 元未使用部分，将根据基金会规定退回或转入其他公益项目，确保财务资源的合理配置与透明度。

7.2 资金使用效率

本项目资金使用效率高，通过精确的需求调研与合理的物资采购策略，有效控制了成本，使得每一分钱都能直接惠及受益对象。具体而言，以 92,197 元的总价值完成了 892 套高质量运动服装的捐赠，平均每套运动服装的成本效益比达到了约 1:1.03，超

出预期价值，表明资金不仅被充分利用，且产生了积极的社会效应，提升了会员企业的参与度和员工的健康水平。

7.3 财务合规性

项目执行过程中，杭州诸商慈善基金会严格遵守国家相关财务管理法律法规及内部财务管理制度，所有财务活动均有明确的账目记录与审计流程。从预算制定到款项支付，每一环节都经过理事会审议批准，确保资金使用的合法性和透明度。此外，项目结束后，独立第三方会计师事务所进行了财务审计，确认无任何违规使用资金的情况，项目的财务报告也已按照规定向相关政府部门报备，全面保障了财务工作的合规性。

综上所述，“运动服装助力两个健康”捐赠项目在财务方面表现稳健，预算执行精准高效，资金使用充分体现了公益价值，同时在财务合规层面展现了高度的责任感与透明度，圆满完成了既定目标。

项目反思

8.1 项目公益性

在“运动服装助力两个健康”捐赠项目中，我们成功地将体育与公益结合，通过提供运动装备直接促进了受益对象的身体健康，同时响应了“两个健康”的工作精神。项目的实施不仅提升了民营企业及其员工的健康意识，还间接推动了企业文化建设与团

队凝聚力的增强，展现了体育公益活动的正面影响力。未来，我们可以进一步探索如何量化健康改善效果，以数据支持项目的公益价值。

8.2 项目干预策略

本项目采取了定向捐赠与联合活动启动的策略，确保了资源精准投放。运动服装的定制化供应满足了商会会员的实际需求，而“健康企业行”启动仪式有效激发了参与企业的积极性。然而，在活动设计上，可增加更多互动性和持续性元素，如设立线上健身挑战赛、健康讲座系列等，以维持长期的参与度和影响力。

8.3 项目管理模式

项目筹备阶段的详细规划与执行机构的专业运作保障了项目的顺利进行。特别是需求调研和物资采购流程体现了良好的前期准备。未来改进方向在于加强项目执行过程中的灵活性与应变能力，建立更高效的反馈机制，以便及时调整方案应对突发情况。

8.4 可复制性与扩展性

此项目的模式具有一定的可复制性，尤其是在商会或行业协会网络内。为提升其可推广性，建议制定标准化操作手册，明确从需求调研到效果反馈的每一步骤，并注重记录和分析成本效益比，以便其他组织参考借鉴。此外，探索与其他城市的商会合作，扩大项目的地理覆盖范围，也是未来发展的一个重要方向。

8.5 宣传与社会影响

项目宣传方面，利用多平台传播提高了社会关注度，但后续可以深化宣传内容，分享具体案例和成效故事，增强公众的情感共鸣。同时，建立项目跟踪机制，定期发布进展报告，不仅能够展示项目成果，也能吸引更多潜在合作伙伴和支持者。

8.6 预算管理与透明度

项目预算控制得当，专款专用原则得到严格执行，增强了公信力。未来，可以考虑引入第三方审计，进一步提高资金使用的透明度和效率，确保每一笔支出都能最大化公益效益。

总结而言，“运动服装助力两个健康”项目展示了体育公益活动的积极效应，但也指出了在持续性活动策划、灵活性管理、以及深度宣传等方面存在的提升空间。通过对这些经验教训的反思与应用，未来的项目将更加高效、可持续，更好地服务于公益目标。