



三一基金会
SANY FOUNDATION

三一基金会公益创投 项目成效阶段报告

PRESENTED BY **SEED LAB**
科创实验室



目录 | CONTENTS

00 概览

01 保护豆豆

项目背景介绍与影响逻辑	05
评估方法论与评估发现	11
后期评估建议	21
运营检测指标	22

02 圆梦之旅

项目背景介绍与影响逻辑	24
评估方法论与评估发现	28
后期评估建议	40

03 益迪教育科技有限公司

项目背景介绍与影响逻辑	43
评估方法论与局限性	49
评估模型与使用方法建议	51
2021 年 SROI 结果	59

附件 1: 保护豆豆 知识测评: 青少年性教育认知调查问卷	61
附件 2: 保护豆豆 态度问卷: 家长性教育态度调查问卷	63
附件 3: 保护豆豆 家长、讲师、事业合伙人访谈提纲	65
附件 4: 圆梦之旅 受益人 (残障人士) 旅行满意度问卷	66
附件 5: 圆梦之旅 受益人 (残障人士) 社会融入度访谈提纲	69
附件 6: 圆梦之旅 旅游服务专业服务力量表*	73
附件 7: 评估咨询团队	74



Overview

概览

自 2016 年开始，北京三一公益基金会（简称“三一基金会”）通过 3ESPACE 下的资助品牌——“E 掘行动”，为拥有创新性和有效性等“E 基因”的公益项目进行资助和孵化，着重支持已经完成模式验证、未来有潜力高效解决社会问题的公益行动标杆。2020 年，基金会正式设立创投资助工作领域，聚焦儿童早期发展议题，对拥有可持续、高效解决方案的公益项目进行创投资助。2021 年，基金会以更典型的公益创投模式，再次启动“E 掘行动”，探索更符合基金会“科学公益”的公益创投，期待寻找真正有基础、有优势、有潜力的项目，共创更可持续、更具规模的社会真实改变。

简言之，三一基金会创投寻找具有产生重要社会变革潜力的公益伙伴和社会问题解决方案，通过创投等方式为其提供稳定的资金和能力支持，为更科学的判断社会问题解决方案的有效性和发展性。

基于前期与负责人的沟通，SEED Lab 从赋能的角度，为三一基金会公益创投板块的三个项目，即保护豆豆、圆梦之旅和益迪教育科技，进行各自的评估模型搭建，并提供未来可持续使用的评估工具与使用指南，强化公益项目的影响深度与强度。



保护豆豆



PART1.

项目背景介绍与 影响逻辑

无锡保护豆豆科技有限公司是一家专注于儿童性教育的社会企业，致力于为 0-14 岁孩子及其家庭提供以全面性教育理念（Comprehensive Sexuality Education, CSE）为基础的性知识。在教学理念上，保护豆豆追求科学准确、循序渐进、循证方式、适应年龄和发展水平。在教学形式上，保护豆豆运用参与式教学方法，让儿童和家长积极参与教学过程，让学习的几个关键维度（性态度、性知识、性技能）在整个学习过程中得到全面提升。

1-1. 评估项目背景

性教育本应是儿童成长中必要的基础内容，但因为其在文化中的敏感、家庭及学校教育的不完善，使儿童性教育普遍缺失。这一缺失导致性犯罪发生率逐年增长、青少年意外妊娠和人工流产数量居高不下、青少年艾滋病感染率逐年增长等一系列问题。而这些问题并非独立存在，解决需以完善的性教育为基础，在性教育最发达的国家（如瑞典、瑞士、芬兰），意外妊娠、性相关疾病、性侵害的数据都是全球最低。因此现阶段开展完善全面的性教育是十分紧迫的。具体而言：

国内性侵害案件公开数据无法准确反映问题现状，近九成儿童没有接受过防性侵教育。“女童保护”统计结果显示，在排除未明确表示受害儿童年龄的案件后，超过半数受害儿童年龄低于 14 岁。超过 7 成为熟人作案，超过为多次做案，15.6%的公开案件为同一受害者多次遭到侵犯。在案件数据上，根据“女童保护”统计，2019 年仅全年媒体公开报道的性侵儿童（18 岁以下）案例 301 起，受害人数 807 人。但由于隐私保护等原因，媒体公开数据并无法显示该社会问题的发展状况。仅就广州一地检察院官方数据显示，2019 年批捕侵害未成年人罪犯 473 人。

根据“女童保护”2019 年对全国 31 个省份的 32517 位家长调查问卷显示，尽管 50.05%的家长正在学习儿童防性侵知识，但只有 5.94%的家长具备较为丰富的知识储备，超半数的家长不太了解儿童性侵案件中熟人作案居多。同时，94.29%的家长表示希望对孩子进行专业、系统的防性侵教育，偏好方式依次为：学校教学、家庭教育、专业公益组织讲座、书籍绘本等材料、网络学习、同伴交流等。**家长的教育需求与教育能力存在明显的不平衡，需要更多外部专业力量支持性教育工作的开展。**

艾滋病感染率逐年增长，系统化教育缺失和网络信息误导是主要原因。近年来，国内性传播成为艾滋病毒感染的最大途径，男男性行为人群感染尤其增长迅速。根据中国疾病预防控制中心发布的《2020 年预防艾滋病最新核心信息》显示，近年来我国诊断报告艾滋病感染者中 95%以上通过性途径传播，其中异性传播约占 70%，但每 100 位男性同性性行为者中就有 8 人感染艾滋病。《艾滋病防治条例》对防控宣教进行了详细规定，并要求高校、中学等将艾滋病防治知识纳入有关课程，但在多数学校实施的情况并不理想。

意外妊娠和人工流产数量居高不下，多数女性缺乏基本的避孕知识。全国多地医院的临床显示，青少年女性意外妊娠的情况普遍，且呈现低龄化趋势，其中近六成意外妊娠的原因都是缺乏必要的避孕知识。中国青少年生殖健康可及性调查报告指出，中国每年人工流产多达 1300 万人次。在有婚前性行为的女性青少年中，超过 20%的人曾非意愿妊娠，其中高达 91%的非意愿妊娠诉诸流产。意外妊娠很大程度上意味着女性生殖健康与避孕知识缺乏，避孕意识差，种种案例与调查研究表明主要原因在于基础性教育的缺失。



1-2. 保护豆豆项目介绍

创始人有感于自身家庭中性教育的缺失，发现在家长对孩子的素质教育非常重视的当下，性教育依然任重道远。性是与生俱来的，从出生到死亡，伴随每个人一生。科学课上，孩子追溯亿万年前人类的起源，获知几亿光年外某颗星球的名字，在生活中却对自己的生殖器一无所知，也不知自己从何而来。无知不是纯洁，无知也不是可爱。性教育在孩子成长的过程中不可或缺，它不仅能保护孩子远离危险和伤害，更关乎孩子的身心健康，同时也在塑造孩子的人格。越来越多的研究表明，积极、恰当的性教育能让孩子更懂得自我保护和自我悦纳，更懂得理解、尊重与包容，更容易成长为有责任感和自控力的好人。曾经，我们的父母对性教育选择回避和敷衍，现在，保护豆豆希望通过科学的方法给孩子真正的性教育。

截至目前

保护豆豆全网关注用户超过 90 万

付费用户超过 15 万

在乡村，保护豆豆先后与救助儿童会、国际计划、玛丽斯特普、绿芽基金会、爱成长等公益机构合作，培养了超过 **620** 名的乡村教师，帮助他们在全国 **411** 所留守儿童学校给当地的孩子提供健康、科学、有趣的性教育课程。

在城市，保护豆豆拥有超过 **400** 名的家长讲师在全国各地给家长们科普儿童性教育，与讲师们一起推动儿童性教育在中国的普及。



● 保护豆豆的业务模式包括以下三点：

客户群体	B 端为主，C 端为辅 B 端业务是指与社会讲师合作，在公立学校和国际学校开展性教育课堂。C 端是直接向家长和儿童提供服务和产品。
产品模式	服务为主（80%），产品为辅（20%） 服务主要是提供师资培训，全国已有将近 700 名的讲师，配套产品有课程课件、书籍等。师资来源主要包括心理咨询师、学校老师、全职妈妈。
销售渠道	线上为主 以社交电商为主要开拓师资的渠道，线下则主要是与公立学校和国际学校开展合作。

未来业务发展重点是以事业合伙人的方式增加推广以提高国际学校的订购量。
合伙人推广成功会有分成。

关于社会影响力，公司内部最关注的是性教育普及度，衡量指标可以分为定性和定量。在定量方面，指标包括培训的师资数量、事业合伙人数量和覆盖的学校/学生/家庭的数量，此外还有原创内容的下载量、线上账号的粉丝量、举办公益活动的数量。定性指标指的是获得性教育之后的态度与行为改变，不只是对性别、性的态度，还有亲子关系、夫妻关系和其他社会关系的改善。



1-3. 保护豆豆逻辑模型

● 相关方分析

在设计逻辑模型之前，我们先对保护豆豆进行了相关方分析。相关方分析旨在识别项目所有重要的参与方，对其进行定位，分析各参与方能从项目中获得的价值以及对项目有怎样的权利或影响力。此外，在分析的最后也匹配了不同相关方之间的关系。分析结果如下表。从表中可以看出，最直接的受益方是儿童和家长，其次是讲师和学校。而官方教育组织、公益机构和社区公众也会间接地受到，甚至反过来对项目产生影响。

人群	定位	利益	权利与影响力	关系
0-14 岁儿童	使用者	接受全面/多样的性教育，包括性态度、性知识、性技能	/	项目的最终受益者
家长	使用者	学习如何对孩子进行性教育，以及如何处理相关难题	潜在的提供者；家长的态度会影响官方组织和周围社会对性教育的重视程度	是最终受益者的监护者
性教育讲师	提供者	通过讲授性教育课堂获得报酬	直接帮助儿童建立全面科学的性观点，并且使项目获得更广泛的关注	与教育机构一起合作教学
购买性教育产品/服务的学校	影响者 & 依赖者	通过购买相关产品/服务丰富教学内容，响应官方组织开展性教育的号召	让孩子直观深入地接触全面的性知识	受官方教育组织指导；组织讲师授课
合作的公益组织	影响者	希望公众建立科学的性观点、尊重不同性别等	通过开展公益宣讲，帮助公众建立对性教育的科学态度	/
官方教育组织	影响者	对儿童如何养成科学的性观念感兴趣，对如何减少未成年性侵事件负有责任	可制定规范的性教育标准；呼吁全社会一起保护儿童的性安全	指导教育机构，形成联动
社区公众（除家长）	影响者	出于同理心或者有类似遭遇	潜在的提供者；影响周围的人对性教育的认知	/



● 逻辑模型

首先，我们按照投入、活动、产出的顺序对项目进行梳理，然后将产出结果归纳为较为具象的中短期成果和长期的影响。如下表所示，保护豆豆的投入要素包括人力、资金、设备、场地，并利用这些投入要素进行课程开发、讲师培训、课程实施、线上科普、产品销售、渠道拓展和社群运营。

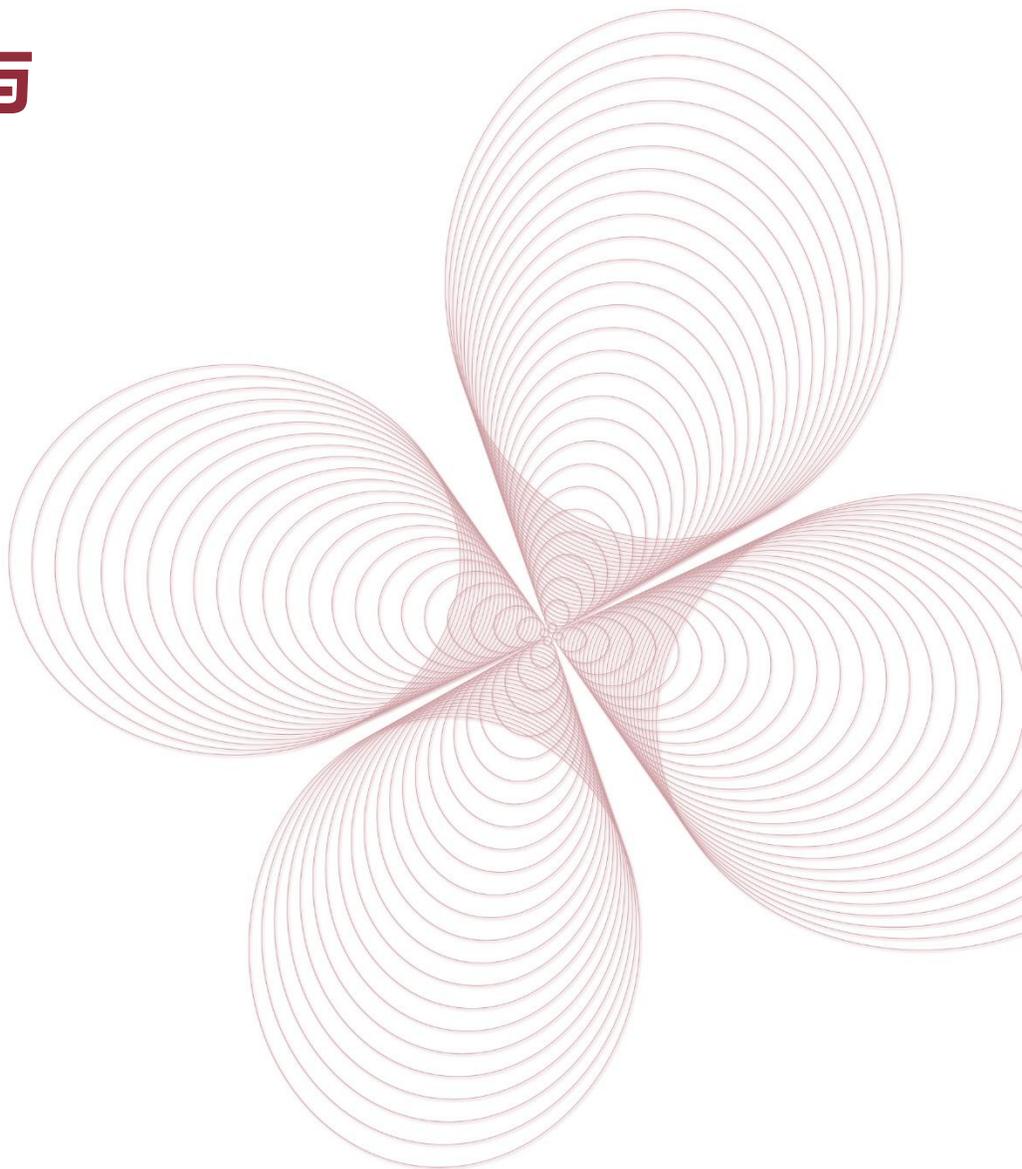
在项目成果方面，以 2021 年 7 月 1 日至 2021 年 9 月 30 日的为例，保护豆豆在线上、线下课程参与人数、原创内容传播量等方面都有显著的进展。中长期来看，这些成果使得儿童的性知识得到强化、家长的性教育意识得到提升，讲师/合伙人的性教育重要性意识得到提升，而且社会公众的性别视角得到改善。最终，整个社会的性教育普及率提高，有助于实现全面性教育；另一方面，随着社会宽容度提高，社会人际关系也会得到有效改善。

投入	活动	产出	成果	影响	
人力 资金 设备 场地	课程开发	完成开发 2 门性教育相关课程，研发 60 课时的内容	1. 强化儿童性教育知识 2. 提升家长性教育意识 3. 讲师/事业合伙人性教育重要性意识提升 4. 提升社会公众的性教育意识	1. 提高性教育普及率，推动全面性教育实现 2. 提高社会宽容度，改善社会人际关系	
	讲师培训	完成培训 74 名性教育社会讲师			
	课程实施	实施性教育课程共 60 课时，累计 190 名儿童与 44847 名家长参与课程			
		线上课程的累计观看量 33906 人次			
		线下课程的累计学员 190 人			
	线上科普	发布 500+ 篇性教育科普相关原创内容，阅读量 250 万+ 人次，在看/转发量 1 万人次			
		其科普用的微信公众号能够触达 2513 名微信用户（即关注粉丝）			
	产品销售	性教育相关产品销售成交量 1630 人次，共售出 1511 门课程、119 本书籍等			
渠道拓展	拓展 35 个事业合伙人（助力开发以国际学校为主的 B 端客户）				
社群运营	举办 242 场公益活动，约覆盖 17424 人次（师资/家庭/社区）				
	线上相关社群触达 1500 人次				



PART2.

评估方法论与 评估发现





2-1. 评估工具介绍

本次所用评估方法分别为：

1. 问卷调查
2. 对照实验分析
3. 相关方访谈调研

基于逻辑模型，评估项目组首先对家长受众针对性教育知识水平、性教育态度意识以及性教育行为等特定问题开展随机的问卷调查。其次，根据问卷调查结果，将家长受众分为一个实验组和两个对照组进行问卷结果分析。

其中

实验组为从未参与过性教育相关活动的家长群体（样本量为 184）

对照组分别为参与过其他性教育活动的家长群体（样本量为 75）

参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长群体（样本量：104）

最后，基于与保护豆豆接触的深浅程度，评估项目组分别邀请实验组的普通家长、对照组的普通家长、保护豆豆的家长讲师和保护豆豆的事业合伙人进行了个案访谈，深入了解不同组别家长对性教育的认知和态度区别。



2-2. 初步评估发现

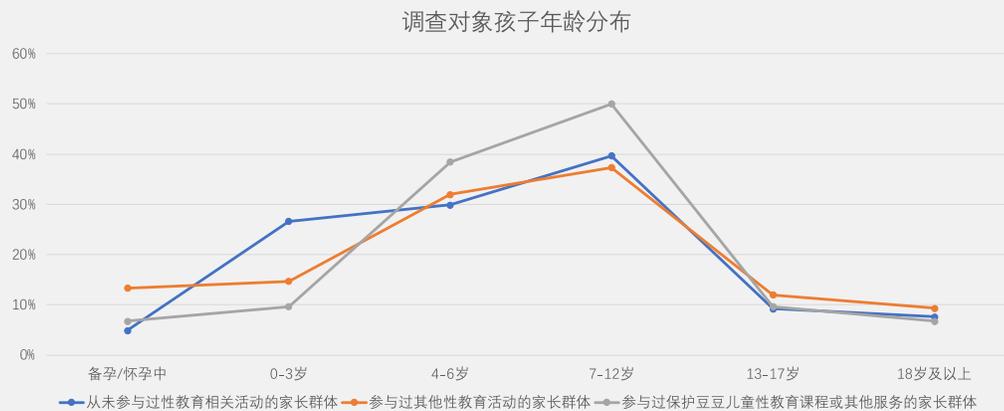
● 问卷调查对照实验分析结果

根据与保护豆豆的接触程度，家长受众被分为一个实验组（从未参与过性教育相关活动的家长群体，样本量为 184）和两个对照组（参与过其他性教育活动的家长群体，样本量为 75，和参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长群体，样本量 104），并从以下六个维度分析试验组与对照组的问卷结果。

A - 样本分析

调查对象的孩子年龄分布情况

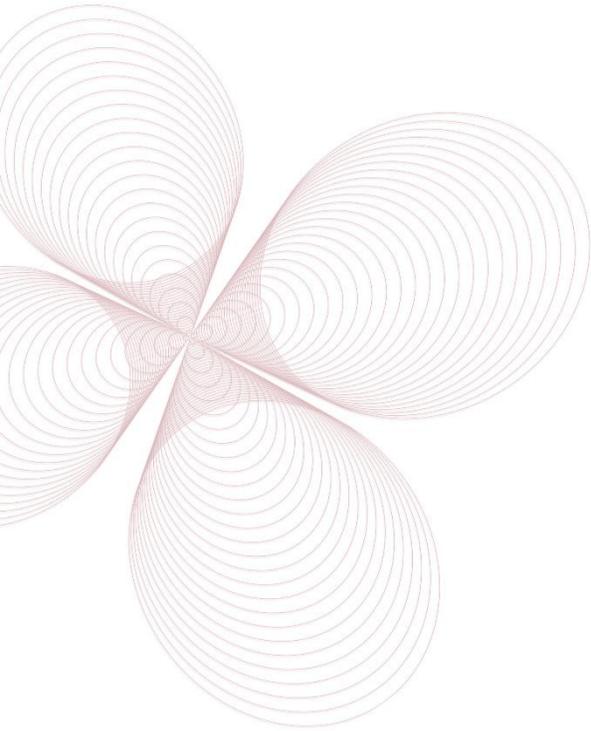
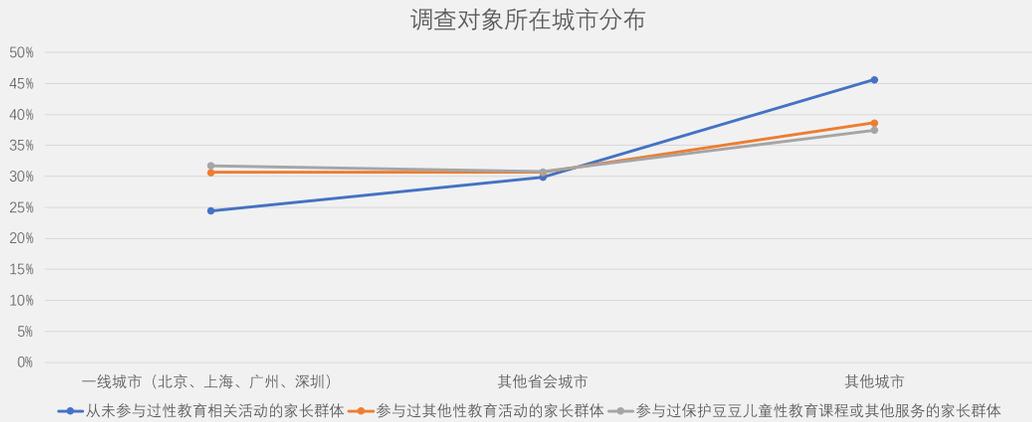
数据显示，在接受问卷调查的家长群体中，从未参与过性教育相关活动的家长群体和参与过其他性教育活动的家长群体的孩子年龄分布在 4-12 岁的区间显著少于参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长群体，可以看出，保护豆豆的家长受众群体主要为 4-12 岁孩子的家长。





调查对象家长群体所在城市分布情况

关于调查对象家长群体所在城市的分布情况，可以清楚地从数据和图表中看出，参与过保护豆豆或其他儿童性教育活动的家长群体分布在一线城市（北京、上海、广州、深圳）的比例较从未参与过与性教育相关活动的家长群体更大。由此可知，一线城市或较大城市的文化资源、氛围环境、性教育知识可触达程度等更能促使家长群体更关注孩子的性教育，并主动学习性教育知识。



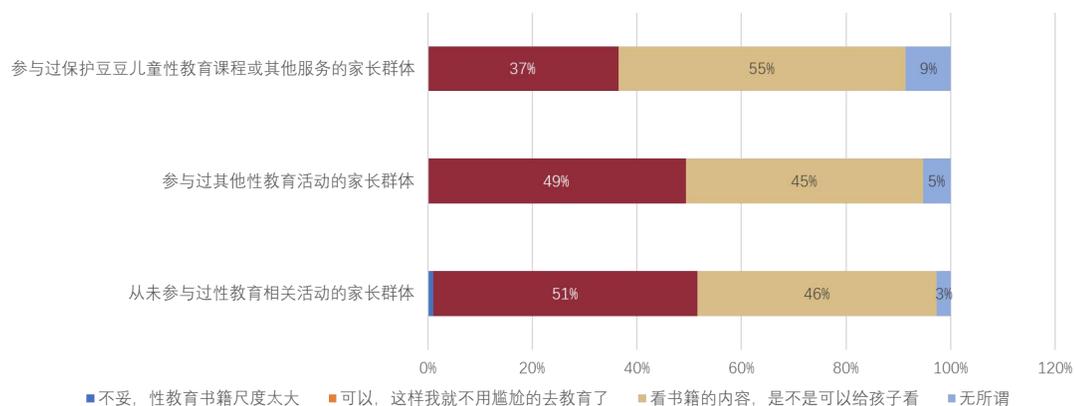


B - 家长对学校给小学生发性教育书籍的态度

当问到家长对学校给小学生发性教育书籍的态度时，参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长群体认为“看书籍的内容，是不是可以给孩子看”占比达到 55%，而参与过其他性教育活动的家长群体和从未参与过性教育相关活动的家长群体回答“可以，这样我就不用尴尬的去教育了”的较消极的性教育态度占比达到 49%和 51%。此外，参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他性教育活动的家长群体无人选择“不妥，性教育书籍尺度太大”这个对正当性教育比较极端消极的回答选项。

因此可以看出，参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长群体对待儿童性教育的态度更加积极主动，而从未参与过性教育相关活动的家长群体面对儿童性教育持有较消极或观望的态度。

对学校给小学生发性教育书籍的态度（百分比）



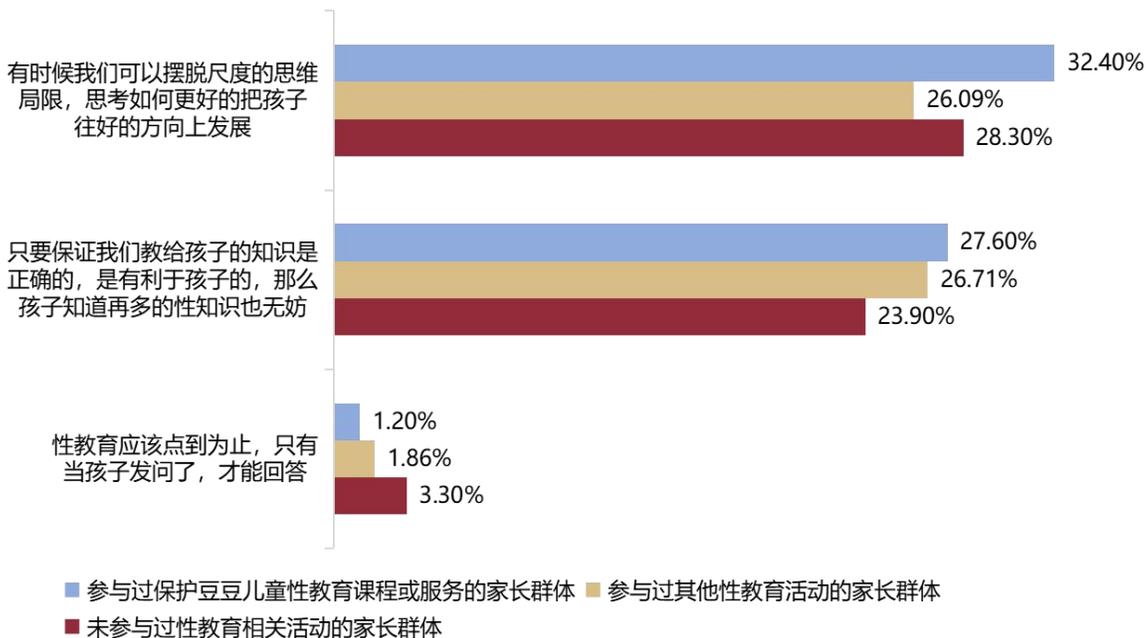


C - 对性教育尺度的态度

在对待性教育尺度的态度的问题中，参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长认同“有时候我们可以摆脱尺度的思维局限，思考如何更好的把孩子往好的方向上发展”的占 32.40%，对性教育尺度抱有更加积极和开放的态度。反观从未参与过性教育相关活动的家长群体，3.3%的家长认为“性教育应该点到为止，只有当孩子发问了，才能回答”，对性教育尺度的态度较消极和保守。

可见，参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长群体面对性教育尺度问题上相对从未参与过性教育相关活动的家长群体会更积极和开放，更加重视孩子的性教育。

对性教育尺度的态度



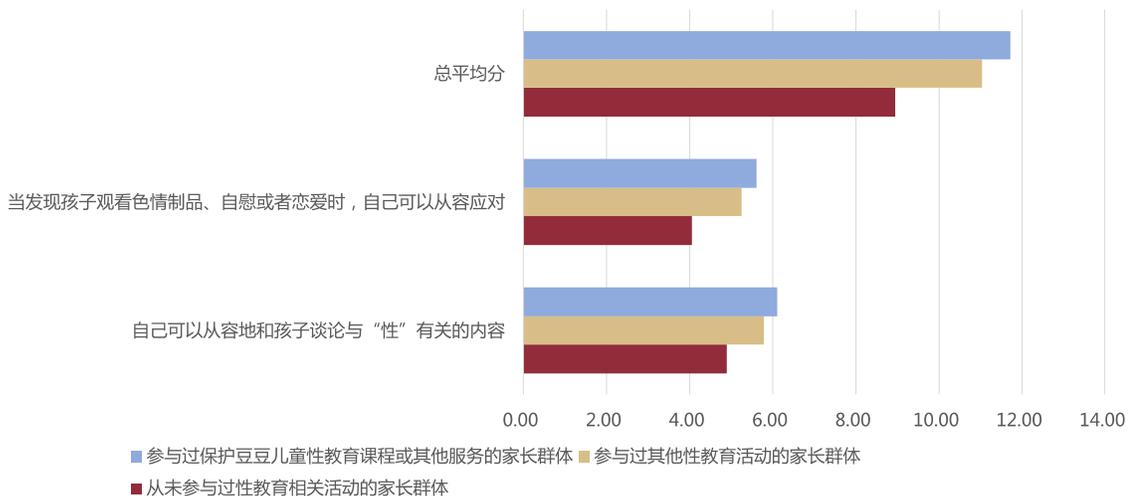


D - 家长性教育行为分数

问卷最后设置了两道关于家长性教育行为的自评题目，由家长群体根据自身情况进行自我打分。两道自评题目分别为：“自己可以从容地和孩子谈论与“性”有关的内容”，“当发现孩子观看色情制品、自慰或者恋爱时，自己可以从容应对”，最低1分，最高7分。

根据两道自评题目分别的平均分和总分平均分可以看出，参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长群体在性教育行为分数均为最高分，参与过其他性教育活动的家长群体分数次之，从未参与过性教育相关活动的家长群体性教育分数最低。由此可见，参与过性教育课程或活动的家长群体在面对和处理孩子性相关行为上明显优于从未参与过性教育相关活动的家长群体，性教育课程和活动能够帮助家长群体更好地面对和处理孩子的性相关行为。

性教育行为分数（两道行为题目平均分）



问卷调查对照实验分析整体来看，从家长性教育问卷分析结果来看，参与过保护豆豆儿童性教育课程或其他服务的家长群体的家长群体在性教育态度和行为意识方面都高于从未参与过性教育相关活动的家长群体，由此可见，参与保护豆豆儿童性教育课程或其他服务可以在一定程度强化家长的性教育意识态度，提升家长儿童性教育的知识水平，改变家长儿童性教育的行为模式，进而提高儿童性教育的社会普及率。



● 相关方访谈调研结果分析

基于与保护豆豆接触的深浅程度，评估项目组分别邀请问卷调查中实验组的普通家长、保护豆豆的家长讲师和保护豆豆的事业合伙人进行了个案访谈，深入了解不同组别家长对性教育的认知和态度区别。

A - 家长访谈总结

普通 家长 C

访谈对象是一名之前完全没有关注或接触过保护豆豆的新手妈妈，具有海外留学背景，知识水平较高，女儿目前一岁半。在访谈中，访谈对象透露自己一直在关注和学习各类育儿相关的知识，也和其他家长经常交流育儿经验，非常重视对孩子的照顾和教育，但没有接受过专业的儿童性教育培训，比较少接触到儿童性教育相关的讯息。当遇到孩子一些性相关的举动时，访谈对象一开始会比较慌张，但通过与儿童医生、与其他家长交流，以及翻看相关育儿知识时，会了解到这是正常的现象，开始进行适当的引导教育，但缺乏系统完整的儿童性教育。

关于儿童性教育的课题，访谈对象认为这非常重要，且应该越早越好，希望能在孩子进入小社会（幼儿园）之前有适度的引导，如果有专业的儿童性教育机构的引导和教授会更有帮助。并且，因为小孩子的心智发展速度很快，访谈对象认为需要在孩子不同的年龄阶段配合不同的知识进行传授和影响。同时，她认为性教育并不是很窄或很极端的教育领域，而是可以影响到孩子未来感情观、人生等多元丰富的全面教育。

关于保护豆豆，访谈对象认为目前推广影响度不够高，希望未来可以多做推广，帮助更多家长进行学习，并且她非常愿意关注和帮助推广保护豆豆。



讲师 家长 A

目前在广东全职做儿童性教育讲师，授课频率不定，受限原因包括：
1) 保护豆豆在广东的渠道少，更多是进行课程内容辅导培训；2) 学校思维固化，只让讲防性侵的知识，对于学生来说性教育非刚需。根据讲师家长 A 的阐述，之所以做性教育讲师，一开始是为了教育自己的孩子，学习后明白性教育其实是关于亲密关系的，对于大人来说也是种疗愈。同时，讲师家长 A 认为，最理想的性教育方式是将性教育课程设为学校的常规课，从小开始学；退而求其次就是先将性教育课程教给家长，让孩子在 0-6 岁获得正确的性态度，之后的学习也就水到渠成。

讲师 家长 B

目前一个月分别面对家长和儿童均上 2~3 节性教育课程，授课频率比较高，在访谈中她表示对保护豆豆的培训课程、配套资源非常满意，认为保护豆豆从很多方面正面影响了她的生活，非常推崇且希望自己能够成为保护豆豆广东地区的事业合伙人，希望保护豆豆能扩大影响力，推广儿童性教育。

根据讲师家长 B 的阐述，她在学习了保护豆豆培训课程后，在几个方面有了很大的改变：

- 1) 儿童性教育知识提升：过去对性教育的认知很狭隘，有很多误解，学习后对儿童性教育掌握了系统性的知识框架体系；
- 2) 个人自我价值感提升：过去有容貌焦虑，不自信，学习后更悦纳自己，减少了焦虑，意识到每个人的独一无二，人更自信、心灵更富足；
- 3) 家庭关系、亲子关系改善：过去和丈夫沟通不顺畅有很多不理解，对女儿也很焦虑担心，学习后更能互相理解互相尊重，更能包容和换位思考，更能表达爱，使家庭关系、亲子关系更和谐；
- 4) 人际交往改善：过去对朋友、亲戚没有那么深的尊重和边界感，学习后更能尊重他人的选择，提高了同理心，使人际关系更深入、和谐。

同时，B 在访谈中也提到目前儿童性教育推广的两大阻力：1) 家长方面：很多家长可能不认可或有误解，有很多固化思维，把性教育妖魔化认知为性唤醒；2) 学校方面：尽管有很多政策推动性教育普及，但学校有很多顾虑，觉得要把握尺度，担心有家长投诉或引发舆论风险等，不希望开诚布公地谈论性教育，所以在学校很难推广。



针对目前儿童性教育的现状，讲师家长 B 认为应该先从家长入手，大力推广家长的性教育，建议把性教育做成家庭指导的刚需课程（中国性学会家庭分会），让家长接触性教育知识体系，改变家长的性教育观念，再推动学校改变，进而进行性教育的社会普及；同时，也希望有更多数据和报告来佐证儿童性教育的重要性，帮助推广保护豆豆这类优质的儿童性教育平台和课程。

B - 保护豆豆事业合伙人访谈总结

保护豆豆事业合伙人是除了进行一般性课程培训外，承担更多的性教育理念推广和普及工作。

访谈对象本身长期从事儿童性教育领域心理咨询工作，关注并学习保护豆豆课程很多年，出于对豆豆理念和产品的认可成为了第一批事业合伙人。目前一方面在社区和学校做更多儿童性教育讲座，另一方面开发和打磨相关的课程培训新的儿童性教育讲师。

访谈对象认为，担任豆豆讲师时她更多是以个人的身份去做分享和培训课程，而成为事业合伙人后意义更重大了，一方面她可以以机构的身份获取更多背书和资源，另一方面也打开了自己对儿童性教育行业更宏观的认知和视角，基于愿景去做普及和推广。从访谈对象的角度看，保护豆豆是一个新的赛道，K12 被禁导致家庭教育、亲子教育成为新的风口，给了儿童性教育一定的机遇。同时，结合保护豆豆“脚踏实地+商业运营思维”的优势，访谈对象非常认可且希望持续担任保护豆豆的事业合伙人。

综上，可以看出随着访谈对象与保护豆豆的关联度逐渐加强，访谈对象对保护豆豆及儿童性教育的了解和认可都在逐步深化。普通家长虽然缺乏完整系统的儿童性教育观念和知识，但是认同儿童性教育非常重要且影响深远，希望可以有机会学习到专业系统的儿童性教育知识，并且愿意进行推广。



PART3.

后期评估建议

建议项目按照每年一次的频率进行评估，有针对性的对当年开展的干预活动及对应成果进行不同形式的验证。

项目成果	评估方式
强化儿童性教育知识	知识测评：青少年性教育认知调查问卷（附件 1）*
提升家长性教育意识	态度问卷：家长性教育态度调查问卷（附件 2）
讲师/事业合伙人性教育重要性意识提升	保护豆豆讲师/事业合伙人访谈提纲（附件 3）
提升社会公众性教育意识	1) 保护豆豆所发布线上内容的互动率， $\text{互动率} = (\text{收藏量} + \text{转发量} + \text{评论量}) / \text{阅读量}$ ； 2) 如果对行业里程碑类事件有所推动，可视为对公众产生了重大影响，比如参与国家官方性教育开展准则的编制；

*请在课程开始前请学员填写，之后每半年测评一次，以便进行项目评估。



PART4.

运营监测指标

基于主要受众人群和上文的评估建议
我们认为以下三个运营指标为核心监测指标。

保护豆豆及合作讲师举办性教育课程/活动所覆盖的家长与儿童人数。

保护豆豆在全国范围内新签约的性教育讲师与事业合伙人的数量。

保护豆豆所发布内容的互动总量，包括互动率=（收藏量+转发量+评论量）/阅读量。





圆梦之旅



PART1.

项目背景介绍 与影响逻辑

2013年，创始人熊红霞承办了一次特殊的旅行服务，带领一群残障人士去了九寨沟。极少接触这个群体的熊红霞感到新奇，她与友人、残友带头人一起开车到九寨沟勘察场地、规划路线。这次踏勘经历让她很是触动：那些健全人在衣食住行方面的日常，对残障人群来说每一步都举步维艰，困难重重。很多景点因为没有无障碍设施，常需要志愿者用背、抱、抬的方式才能使轮椅通过，原先十几分钟的路程对近300个残友来说却需要一个小时。除此之外，还有很多四个人一起抬着轮椅也无法通过的地方。熊红霞感受到无障碍旅游服务的必要性，积极联系自己的业内资源，成功地组织了这次残障人士的九寨之旅。事后，她收到了几百个残友的电话和短信，他们说“谢谢你，如果没有这个活动，我可能几十年都走不出家门”。还有很多后天残疾的朋友，曾经几欲轻生，通过这次旅行获得疗愈，表示“谢谢你，让我走出心里阴影”。

自此之后，越来越多的残障朋友找上门来，一个个触动生命的故事让熊红霞感动不已。从事旅游行业十余年的熊红霞决定从运营常规旅行服务，转为服务残障群体的无障碍旅游，旨在为帮助更多的残障人士走出家门，融入社会，同时也推动整个无障碍环境的发展和建设。她希望打造一个无障碍旅行产业的生态圈，涵盖旅游出行、心理关爱、素质拓展、社群分享及创业就业等帮助残友与外界社会产生连接的活动，而不仅仅是单纯的休闲观光。而她深知，实现这些需要社会各界的加入，包括市场运营、学术研究、政策推动、社会倡导等多方共创。

2014年，熊红霞号召全国100多家旅游业同行成立“中国残疾人旅游同盟”，与四川师范大学合作成立无障碍旅游研究与发展中心，开展相关理论研究。2015年，她成立“圆梦公益”，积极探索用商业模式为残障群体解决问题，不断自我造血，保证团队发展的专业化和可持续性。除了无障碍旅行上深耕细作，“圆梦”团队还积极推动景点、酒店、机场、交通设施等多项无障碍设施改造项目。未来，“圆梦”希望可以根据自身数十年来的无障碍旅游经验，构建无障碍旅游与环境建设标准，从而推动整个行业的发展。



投入	活动	产出	成果	影响
人力 设备 (辅 具) 资金	提供无障碍出游服务	累计规划完成路线 24 条; 帮助 2600 人次的残障人士实现无障碍出游, 涉及家庭 890 个;	1. 增加残障人士无障碍出游及社交频次和质量 2. 改善残障人士身心健康状态	1. 促进社会残健共融 2. 促进无障碍出游产业发展
		组织残障群体社群活动 1208 场, 活动涵盖残障人士 10500 余人, 涉及家庭 1900 余个, 满意度 91%;		
		为无障碍出游的残障人士 (或其家属) 提供辅具租赁服务 155 次;		
	赋能无障碍出游供给侧	《成都市无障碍手册》阅读人数 820 人	3. 提高无障碍出游服务人员的专业能力与知识水平 4. 提升无障碍设施与整体服务质量	
		组织开展无障碍出游服务培训 7 场, 受训人员共 90 人, 满意度 90%		
		为无障碍设施改造等相关问题提供 9 个咨询项目服务		
执行无障碍出游行业标准	形成 1 份无障碍出游行业标准文件			
	形成 1 份无障碍环境建设相关政策建议文件			

评估团队首先围绕“圆梦之旅”项目活动进行了相关方分析，进而从投入、活动、产出、效果和影响五个维度梳理项目设计与成效监测路径。通过收集整理项目资料和运营数据发现，“圆梦之旅”无障碍旅游项目依托人力、设备、资金等投入要素，通过提供无障碍出游服务、赋能无障碍专业服务和搭建无障碍出游行业标准三项主要活动，旨在从残障人士客群和无障碍服务人员的角度，双向推动提升无障碍出游及社交活动的质量，增进社会大众和政策环境对无障碍建设的关注度，以促进无障碍旅游产业发展，并向全社会残健共融的长期影响目标迈进。



组织无障碍旅行及社群活动

作为“圆梦之旅”无障碍旅游的主要业务，项目方以常规旅游产业链条为基础，通过社群运营和残联合作等市场渠道，向残障人士及家庭成员提供旅行支持性服务，主要工作涵盖无障碍旅游产品开发、导游导览服务等，并以旅游活动为依托，衍生开展无障碍社群活动。同时，项目拥有华南唯一的无障碍大巴及轮椅等其他出行辅具，可通过租赁方式对外提供服务。2021年，该项目累计完成规划无障碍出游路线24条；帮助2600人次的残障人士、890个家庭实现无障碍出游，为无障碍出游的残障人士（及家属）提供辅具租赁服务155次；组织相关社群活动1200余场，残障群体参与人次10500余人，涉及家庭1900余个，活动整体满意度达到91%。经评估团队进一步调研，“圆梦之旅”项目触达残障人士客群主要渠道为相关社会组织（44.2%）、亲友介绍或推荐（39.5%）、社交网络（27.9%），另有10%左右的残障人士用户通过旅行社宣传或电视新闻等相对传统形式了解到项目方的旅游信息。

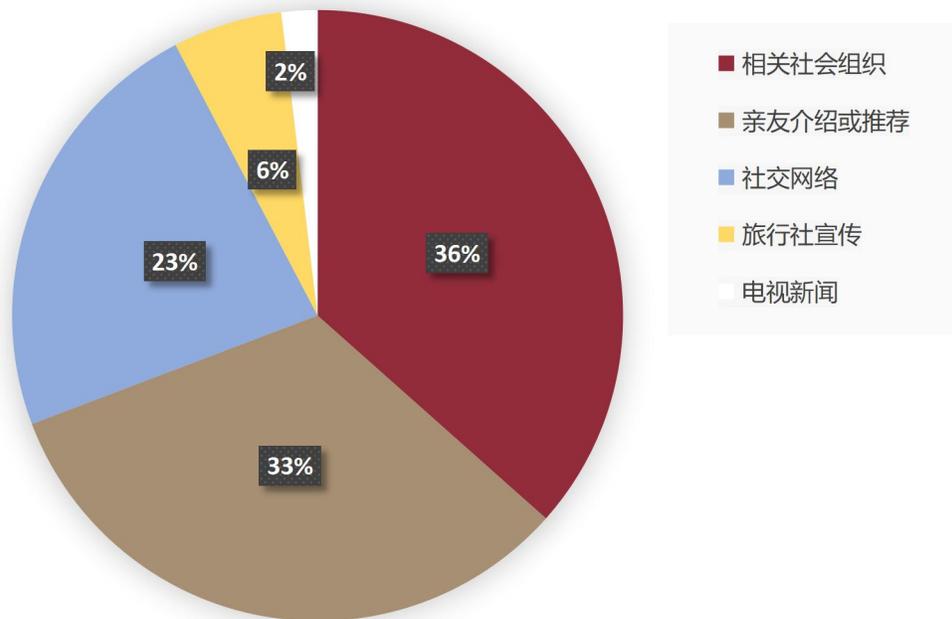


图 3-1 圆梦之旅用户了解项目信息渠道



赋能无障碍出游供给侧

“圆梦之旅”无障碍旅游在专业服务赋能方面主要进行无障碍化改造咨询、无障碍服务人员培训和相关行业知识沉淀。无障碍化改造咨询面向公共部门机构和旅游服务提供商（酒店、餐厅、景区等），项目团队配合调研并给出无障碍化解决方案，协助相关方完成改造。在无障碍专业知识方面，项目团队以四川师范大学历史文化旅游学院为培训基地，为相关从业人员提供专业知识技能培训，包括残障领域通识、残障服务礼仪及实操技能等，并出版相关无障碍知识手册供学习交流，如无障碍旅游学术专著《残障人士无障碍旅游入华史及其发展》及无障碍景区手册《成都市无障碍手册》。2021年，项目方为无障碍设施改造问题提供咨询服务9项；组织开展无障碍出游服务培训7场，参训人员共90人，培训满意度90%；《成都市无障碍手册》参阅人数达到820人，为成都当地和来访的残障人士提供无障碍公共服务指引。目前，项目团队计划在2022年4月着手开展无障碍服务专项课程研发工作。

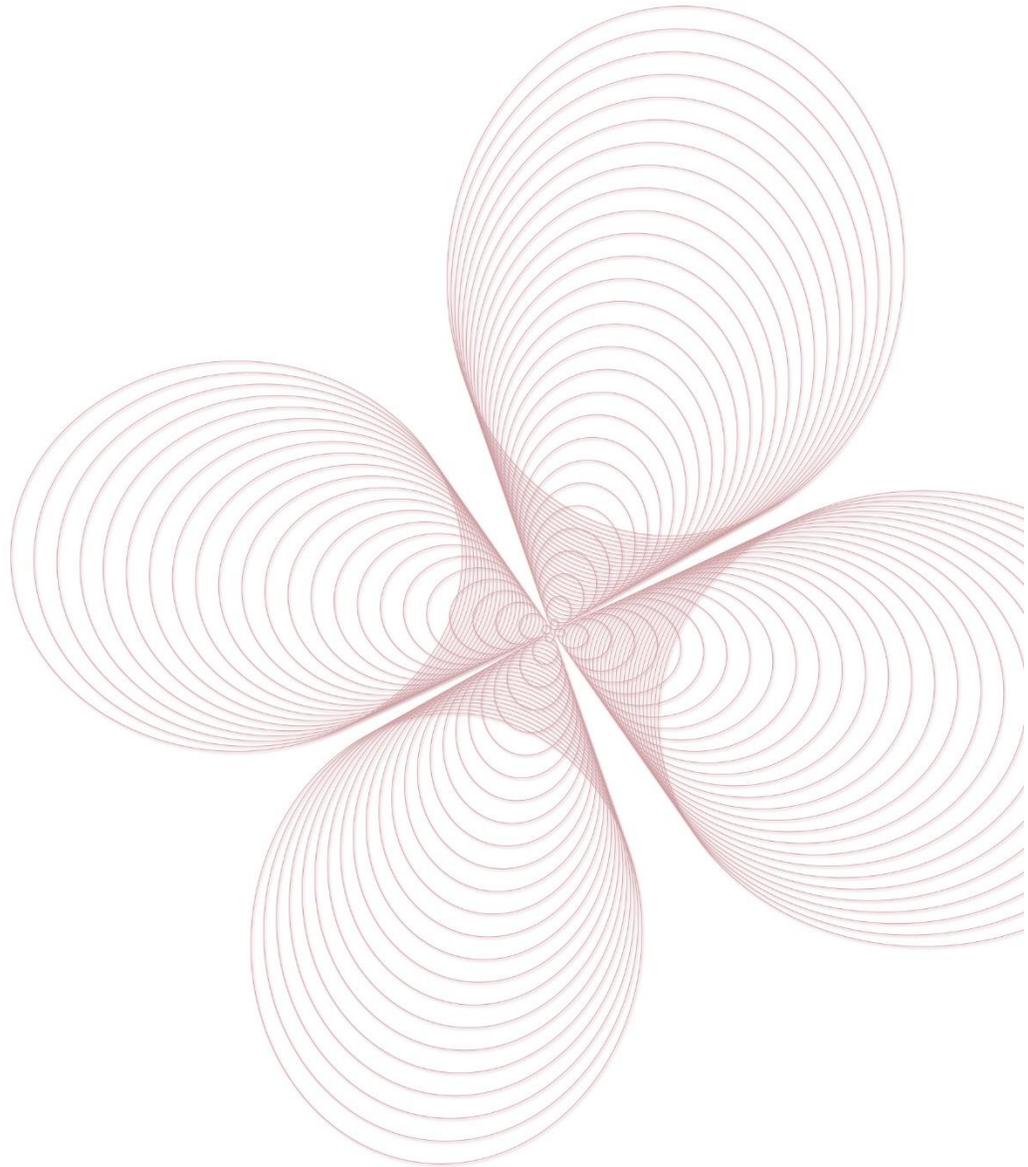
搭建执行无障碍出游行业标准

为推动无障碍旅游产业发展，“圆梦之旅”无障碍旅游项目基于过往的服务经验，联系多个社会组织和公共部门，如残疾人联合会和旅游协会等，开发无障碍旅游服务标准，并在培训和旅游服务过程中反馈验证行业标准的有效性，为无障碍旅游行业及区域发展提供更广泛的适用性和规模化建议。2021年，项目团队于10月完成标准立项研究，11月进行编制完善、专家论证与行业调研，12月形成《残障人士无障碍旅游服务基本规范》（讨论稿）作为四川省地方标准，供后续有关部门立项并发布正式适用标准。



PART2.

项目变革理论与 评估发现





2-1. 评估方法论

以变革理论 (Theory of Change) 为主要的评估模型，对项目的变革过程及影响进行分析。变革理论是阐释项目活动与预期结果 (目标) 间因果关系的过程性工具，明确了引起变革的路径和其中的假设，进而指导项目的运行监测及有效性评估。基于变革理论分析，项目组应用评估方法分别为：1. 问卷调查；2. 受益方访谈。

项目组对主要受益人群对圆梦之旅活动的反馈进行用户调研问卷。截止 2021 年 12 月 30 日，回收用户问卷 45 份，清理无效答卷 2 份，有效回收率 95%。调研对象为 (曾) 参与圆梦之旅项目活动的残障人士。问卷设问涵盖基本出行情况、个人对旅游的态度认识、圆梦之旅活动及服务评价量表、活动自评量表及项目建议等。其次，根据问卷调查结果，项目组分别邀请有代表性的受益人进行个案访谈，深入了解圆梦之旅对其受益人的影响。

2-2. 项目变革理论

下文以问题为导向，分析“圆梦之旅”无障碍旅行项目的长期目标及假设，梳理项目干预策略，阐述项目活动的影响路径和预期效果。

● 问题背景

根据第二次全国残疾人抽样调查预测，目前我国有超过 **8500 万** 残障人士，占人口总数比例超过 **6%**，涉及家庭超过 **7050 万户**，占全国家庭总数的 **17.8%**。随着人口结构的变化和老龄化进程的加快，残障人口仍然保持着增长趋势。《中国残疾人事业统计年鉴 (2019)》显示，河南、四川、山东的持证残疾人数量均超过 **200 万人**，高于全国地区平均残疾人口数量。特别的，从抽样调查的残疾人口分布情况可以看出，四川省残疾人口数约为 **622 万人**，占地区总人口数比例达到 **7.57%**，比例为全国最高。一般而言，残障类型包括肢体残疾、言语残疾、视力残障、听力残障、智力残障和精神残障等，其中仅肢



体残障群体已超过 **2500 万**。面对特殊群体数量的增长，相关服务和社会保障如何回应平等化、可及性的特殊需求变得愈发重要。

调查显示，残障群体不仅人数众多，在身心发展、社会保障和工作生活等方面特别需要关心和帮助。根据我国“十四五”残疾人保障和发展规划，目前社会中向残障人士提供的公共服务总量仍然短缺，并且地区间分布不均衡，质量效益有待提高，特别是无障碍的多样化需求还没有得到满足，因此不利于实现残障事业发展过程中的平等权益保障，阻碍了残障群体融入社会生活。对于促进残障群体权益保护和社会融入的这一长期目标，《中华人民共和国残疾人保障法》和公共服务均等化规划显示，关心帮扶残障人士的重点又可细分为康养恢复、就业创业、社会保障与福利、无障碍环境与能力建设、及社会助残意识培养等。由此可见，无障碍环境的政策法规制定、无障碍服务资源提供、和社会对残障群体发展的正确认识都是残障人士平等发展的重要前提。

无障碍服务资源提供主要包括社会组织的志愿服务关爱行动、政府部门的公共服务布局及助残企业服务普及等。根据社会企业调查，某信息无障碍企业创始人表示，比起社会组织，商业企业更具备可持续推动无障碍服务普及的能力，商业化运作的优势不仅体现在产品开发、技术支持等层面的成熟业务逻辑，更在于对特定客群市场的充分了解，连结产业上下游及跨部门合作资源的优势。在细分服务领域中，残障群体旅游出行服务是帮助其恢复身心健康、走出家门接触社会的重要一环。旅游不仅从视觉、听觉和触觉上让残障群体在自然观光中得到放松，也能为残障群体提供交往和参与社会的机会，让残障人士在情绪、动作、言语等方面获得释放和锻炼，从而促进残障群体的康复。另一方面，无障碍旅游能够直观有效地反映出目前残疾群体的康复需求。由于残障群体的生活相对封闭，业余文化生活并没有得到及时满足，外出旅游恰恰够反映出残障群体的康复需要，并被公众所知晓，增进无障碍环境建设与残健共融的发展需求在社会层面的共识。



● 问题定义

根据残障人士的外出旅游需求和旅行产品情况，圆梦之旅项目将核心问题界定为：无障碍旅行产品及服务的缺位，导致残障人士旅游意愿难以得到充分满足，不利于其身心健康恢复和融入社会。国内市场的行业研究资料显示，旅行机构首先由于安全风险顾虑而不愿意开拓细分市场，导致专门针对残障群体的旅游产品较少，同时，由于出行风险和难度影响，旅行社考虑到工作难度而抬高无障碍旅游产品的价格，增加了弱势群体参与旅行活动的难度。

项目干预与预期成效

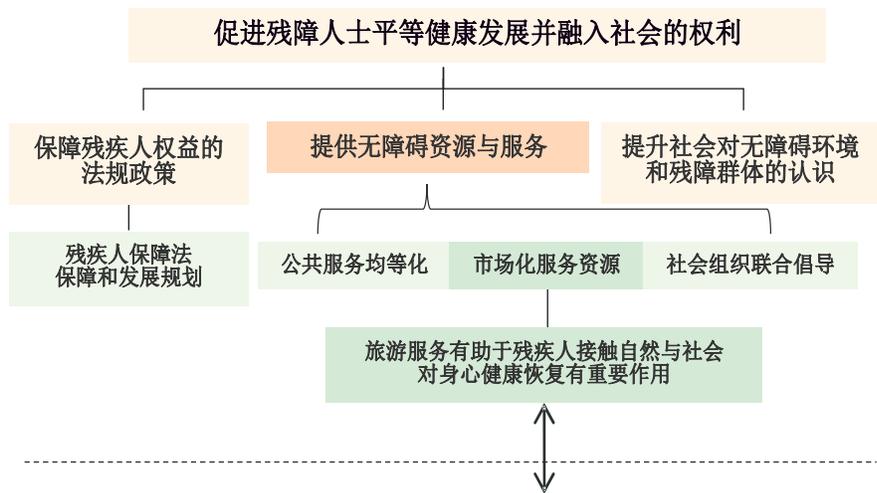
根据上述问题分析，可以看出本项目的干预假设为：

如果能增进无障碍旅游的设施条件和服务能力，
将有利于促进残障人士参与旅行及相关社交活动，
以促进提升身心健康，
增进残障人士融入社会的发展机会。

由此归纳出下图所示的干预策略、活动及相应预期成效。



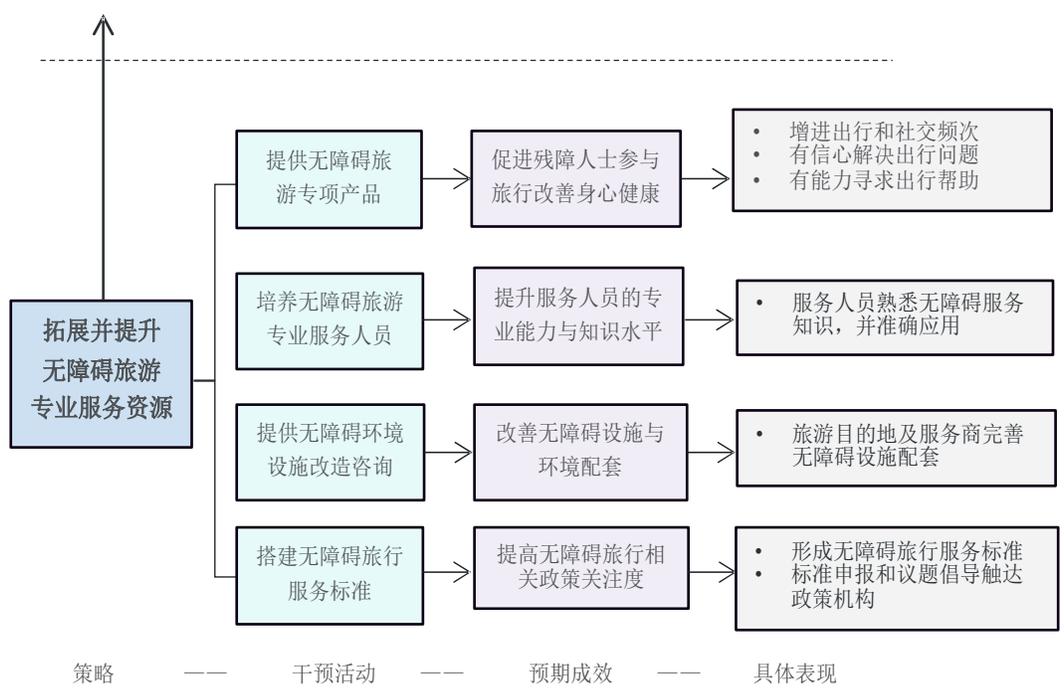
背景分析



问题定义

传统旅行机构及旅游行业人员由于缺乏无障碍领域知识，且考虑规避运营风险，尚未针对残障人士群体设计开发相应的旅游产品和服务，导致残障人士群体的旅游出行需求无法得到满足，不利于其身心健康并融入社会

项目干预与预期成效





干预活动 1: **提供无障碍旅游** **专项产品**

提供更多的无障碍旅行专项产品，如覆盖更广的地域范围或更多的路线选择，对于从未参与过的残障人士和已经参与过的残障人士，都增加了选择的广度，促进出行的机会和频次。出行频次的提升，将极大的增强残障人士对于解决出行问题的自信心，跨越内心的障碍，对日后的旅行或日常出行都会产生积极的促进作用。

与此同时，出行频次的提升，也将扩大残障人士的社交频次，通过与残友和志愿者的交流，不管是出行的问题，还是日常生活中遇到的问题，残障人士都将会更多的感觉到被倾听，被理解，被需要，也极大的增强了主动寻求帮助的心愿和信心。预期，通过更多的参与残障旅游，将会积极促进残障人士的身心健康，而越来越频繁且自信的出行和社交，都将会积极促进残障人士未来融入社会的发展。

干预活动 2: **培养无障碍旅游** **专业服务人员**

提供更多的无障碍旅游的专业服务人员，不但可以从量上支持更多的无障碍出行服务，也可以从质上提升整体的服务水平。具体表现在，当残障人士在出行中得到了服务人员，专业准确且友好的服务，将会极大的影响残障人士的出行体验，减少残障人士的出行顾虑，让他们感受到被帮助，被关爱和被尊重。他们会更愿意参与到活动的过程中来。同时这份社会认同感，也会积极促进未来残障人士融入社会。

干预活动 3: **提供无障碍环境** **设施改造咨询**

提供无障碍环境设施改造咨询，将会支持更多的服务提供者（酒店，景点等）进行硬件改造，从而给残障人士和旅行社更多的出行选项，减少残障人士可能会遇到的出行障碍。也让残障人士更多感受到社会大环境的支持，从而更积极的参与活动，融入社会。

干预活动 4: **搭建无障碍旅行** **服务标准**

搭建无障碍旅行服务标准，不但可以从更广的层面对整个行业产生积极的影响，也可以通过标准的申报或议题倡导的形式触达政策机构，从而从更高的层面提升相关政策的关注。有了更高的社会关注度和政策倡导，残障人士，将会更多的感受到社会对于这个群体的关爱和尊重，从而对积极融入社会产生更大的信心。



问题干预验证

结合用户反馈评估问卷，残障人士针对圆梦之旅项目及无障碍旅行活动进行了综合评价。样本数据初步验证，无障碍旅游出行服务供给仍存有差距这一关键干预假设，特别是针对无障碍硬件设施与专业服务水平两个方面。同时，用户反馈肯定了残障人士借旅游活动拓宽社交参与的市场需求与影响路径。

无障碍旅行服务供给

有待补充提升

数据显示，受访者对圆梦之旅活动及相关服务评价整体满意度为 4.49。其中，“工作人员对残障群体表现出关怀和耐心”一项得分最高，达到 4.72，而无障碍出行的相关软硬配套则相对存在提升空间，“目的地无障碍建设完善”得分 4.14，“工作人员熟悉无障碍出行的知识和服务标准”得分 4.44。数据充分验证了项目干预对于无障碍软硬件服务缺位的假设，与项目调研一致说明了硬件设施和专业服务的质量是促进残障人士旅行的重要条件。

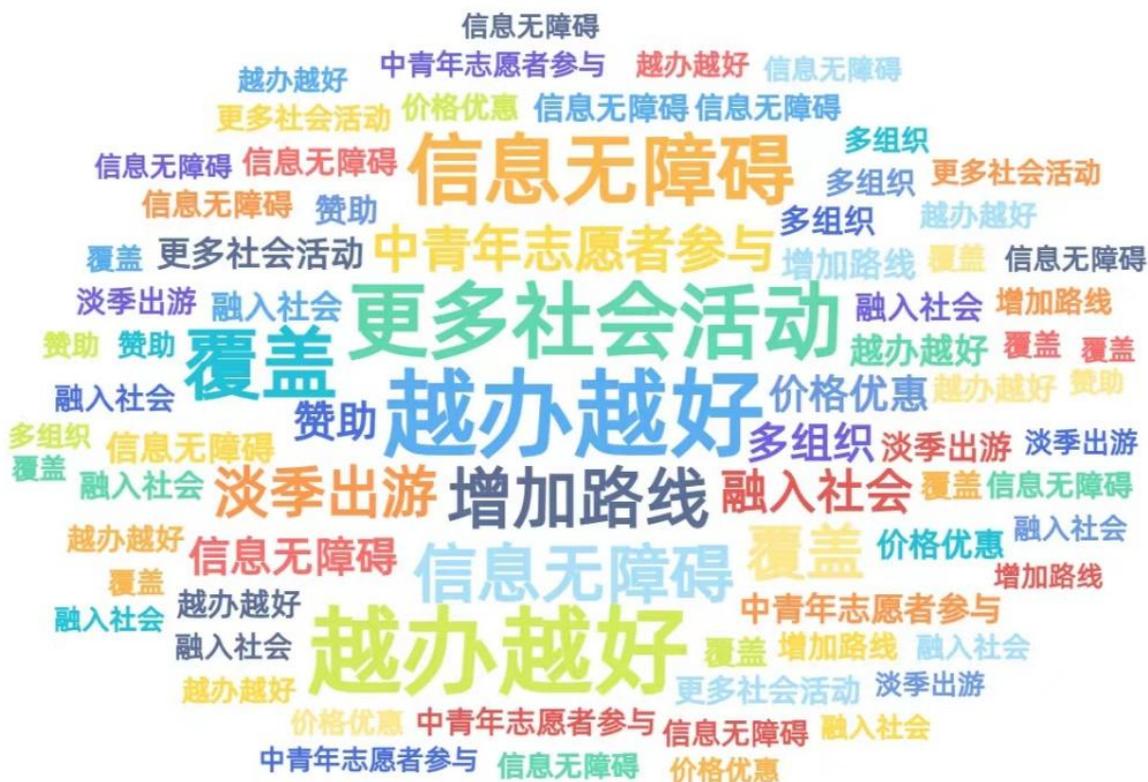
圆梦之旅活动及服务评价	4.49 / 5
出行路线安排合理	4.51
旅游辅具体验舒适	4.53
目的地无障碍建设完善	4.14
工作人员组织活动安排熟练有序	4.58
工作人员熟悉无障碍出行的知识和服务标准	4.44
工作人员能准确回应特殊需求并应对活动变数	4.53
工作人员对残障群体表现出关怀和耐心	4.72



无障碍旅游市场与残障人士

社交活动需求明确

反馈情况中超过半数受访者认为旅行活动“比较重要，定期需要旅游调节”，46.51%的用户表示旅行“很重要，是生活中不可或缺的”部分。出行频次方面，分别有76.7%的残障人士每年参与圆梦之旅旅行1~2次，每年参与3~4次占比16.3%，少数残障人士能够每年5次以上（7%）。可以看出圆梦之旅项目受市场需求较为积极，具备一定的用户粘性，可逐渐帮助残障人士走出家门，走向社会。关于对圆梦之旅项目的发展建议与期待，以规模化建议为主，例如增加旅行项目和大型景点路线、增加相关残障人士社会活动等。在旅行设计与配套服务方面，受访者希望有更多的中青年志愿者、适当增加周末活动安排方便参加、淡季前往热门景区等。另外，建议也包括要更多考虑残障人士自身条件在旅行目的地的情况，增进信息无障碍化旅游，例如文字导览等，需要项目方进一步与景区及相关政策部门共同推进无障碍环境建设。



梦之旅用户反馈关键词云



2-3. 初步评估发现

● 残障人士社会融入度调研 (反馈问卷与个案访谈总结)

反馈问卷分析

结合圆梦之旅活动情况，项目组对主要受益人进行了社会融入情况调研。截止 2021 年 12 月 30 日，回收问卷 45 份，清理无效答卷 2 份，有效回收率 95%。调研对象为（曾）参与圆梦之旅项目活动的残障人士。社会融入情况调研主要向受访者了解基本出行情况、个人对旅游的态度认识、活动参与自评量表等，从认知层、行为层和自我效能感多个维度了解项目干预成效，初步发现，圆梦之旅项目对残障人士的社会融入在活动参与与能力提升方面有积极影响，与干预预期的具体表现一致。

维度

1

更频繁参与外出旅游

对于圆梦之旅活动对自身外出旅游频次的影响，受访者中分别有 48.8%和 46.5%选择“完全同意”或“同意”自己增加了外出旅游的频次，说明圆梦之旅项目对于帮助残障人士走出家门，实现旅游出行体验“从无到有”，逐渐拥抱出行活动具备有效的推动作用。

维度

2

更乐于参与社交活动

93%的受访者表示同意自己通过参与圆梦之旅旅游更加乐意参与社交活动。自评情况中增进外出及社交参与的表现突出，可以看出圆梦之旅项目作为社会融入的一个切入点，对帮助残障人士打开身心、更广泛地融入社会生活有较好的影响。



维度

3

更有能力实现无障碍出行

95.2%的受访者表示，在体验圆梦之旅活动后，认为自己“了解到准确获取无障碍出行信息的途径”，特别是原本参与旅游活动较少的受访者在自我效能评价方面高于平均水平。而随着参与旅游及社会生活的融入度增加，残障人士在获取出行信息的能力与信心方面更加趋于稳定。因此，圆梦之旅项目对提升残障人士自我效能，帮助恢复建立他们出行活动的信心与能力有着积极影响。

由于社会融入度在问卷评分中不能全面具象呈现，加上评估周期内所获得样本量限制，未能够进行干预活动前后比较分析，后期针对圆梦之旅项目用户开展了两轮访谈，借助案例总结直观展现相关影响。

个案访谈总结

基于对 5 位残障人士的访谈，评估发现，圆梦之旅通过组织旅游活动、改善旅游残障友好设施等干预活动，提高受益残障人士**社会参与度**，从而不断提升心理状态，对促进残健共融起到了一定推动作用。受访者均提到，在参与圆梦之旅活动之后，其**旅游、出门的频次**有一定上升，减轻了对出行的心理障碍，社会参与感提升，这与问卷获得的结果互相印证。

另外，受访者均感受到借旅行活动拓宽了自己与人交流的渠道，社交圈子不再局限于自己的家人，不再认为自己是家人的负担，心理状态和精神状态都有好转。长期来看，受访者认为过去 5-10 年间中国的残障设施呈现逐渐完善的趋势，但仍提到希望通过圆梦之旅组织的旅游活动反向影响残障设施继续进步，进一步促进残健共融，参与社会活动。（访谈详细记录见“附件 5”）



关键词	总结	受益人说：“通过参与圆梦之旅，...”
激发行动	受益人通过接触圆梦之旅活动，逐渐提高外出活动频次。外出活动类型也从旅游拓展至更丰富、更具社交属性的多种领域，如体育赛事、社群分享等。	○ “更加热衷于旅行，积极挑战新的领域，参加残疾人马拉松赛事，拓展自己人生的可能性。”
		○ “从自卑从不出门，到几乎天天出门”
		○ “原来只跟着自己的父亲出门，现在自己也会独自或是跟伙伴结伴出行，积极融入社会”
		○ “以前只是在家人的陪伴下才出门，结缘了圆梦之后，开阔了自己的视野，自己独自出行的频率越来越高”
		○ “作为盲人，有一些独特的出行障碍，因此社交圈子非常小。自从跟着圆梦旅行之后，打开了自己的社交圈，更愿意参加圆梦组织的其他活动”
打开身心	受益人在圆梦之旅活动中积累出行经验，逐渐树立对自己行动的信心，减轻身原有的担忧。活动中通过与外界社会接触，感受到社会群体及志愿者的鼓励和帮扶，进一步减轻了内心的无助感，感受到平等与尊重，外出体验变得更为积极。	○ “变得比以前更勇敢了，正常人参与的活动和运动，也都想尝试”
		○ “突破了自己的心理障碍，意识到障碍都是自己给自己设立的”
		○ “从小残疾，非常自卑，参加圆梦之旅第一次打开了自己，精神和身体都很放松，感受到了分享交流的快乐，增加了自信”
		○ “志愿者的真诚和专业特别打动人，这种被尊重的互动，感觉自己仿佛不是残疾人，而是跟大家一样的正常人，对自己出行的信心大大增加”
		○ “志愿者耐心专业的服务，让自己的耳朵和身体都跟着一起参与了一次旅行，所有的感官都打开了，这美好的体验，让整个人的精神状态好了特别多，脸上多了很多笑容”
增进关系	圆梦之旅活动不仅给予残障人士外出	○ “解放了家人，减少了家人的操心”



	<p>机会，也是向其家人表明受益人有能力、有条件参与社会活动的契机，缓解残障家庭的心理压力与操劳，改善家庭关系，共同提高生活质量。同时，外出活动使得受益人接触到更广泛的社会关系，提升社群连结和资源共享，帮助残障人士获得更多自力更生的知识与技能。</p>	<ul style="list-style-type: none">○ “家人的情绪放松了很多，父亲曾经的抑郁症也有所缓解，给自己的孩子也建立了榜样”○ “以前自己封闭自己，跟家人相处也比较困难，自从打开了自己心胸，情绪变得更积极，跟家人的关系也有了很好的改善”○ “以往出行，家人都要筹备很久，顾虑和担心也很多，花很多时间，现在有了圆梦这些专业的组织，解放了很多家人的时间”○ “融入社会，学会了新的技能，也找到了新的工作，拓展了新的社交圈子”○ “更热衷于在社群内积极分享，共同克服生活困难”○ “出行频率增多之后，自己的精神状态好了很多，也感染着身边的家人和朋友”
<p>项目期待</p>	<p>对于圆梦之旅及相关无障碍领域的未来，受益人的参与意愿较好，对服务品质有更高的要求，并强调希望带动更广的群体参与受益。希望能以无障碍旅游为出发点，结合社会倡导与议题合作，推动无障碍环境建设完善。</p>	<ul style="list-style-type: none">○ “更多、更有质量的旅行路线”○ “希望圆梦能拓展到更多的地方，让大家都有机会参与”○ “对不同细分的残障人士，提供更有针对性的支援服务，如盲人”○ “希望能影响越来越多的残障人士出行，融入到社会中，感觉自己也是社会的一份子”○ “希望圆梦可以影响更多人参与体验无障碍出行，从而能推动整个领域受到更多的关注，增加残障人士积极融入社会的信心”○ “希望圆梦可以推动更多的无障碍改造，以及改善服务人员的态度”○ “希望圆梦可以作为残障旅行的领导者反向去影响所有的合作方，带动整个无障碍的改造，帮助他们发声，也能让越来越多的人参与出行”



PART3.

后期评估建议

建议项目按照每年一次的频率进行评估
有针对性的对当年开展的干预活动及对应成果
进行不同形式的验证

项目成果	评估方式
增加残障人士无障碍出游及社交频次和质量	受益人（残障人士）旅行满意度问卷（附件4）
改善残障人士身心健康状态	受益人（残障人士）社会融入度访谈（附件5）
提高无障碍出游服务人员的专业能力与知识水平	旅游服务专业服务力量表*（附件6）
提升无障碍设施与整体服务质量	无障碍设施标准及相关公布及传播情况

*请在课程开始前请学员填写，之后每半年测评一次，以便进行项目评估。



● 运营监测指标建议：

2021年，受疫情影响，圆梦之旅旅游服务直接收入约122万元，预估服务对象旅游总消费支出约470万元左右（其中：旅游团费支出122万，景点特产纪念品等购买支出约100万，景点自费项目消费支出约150万，餐饮消费支出60万，住宿消费约20万，无障碍出行辅助器具及用品消费支出约18万）。

为更准确的衡量圆梦之旅带来的社会价值，评估团队建议后期详细监测运营数据，除旅游收入部分外，详细监测其通过旅行服务、能力培训、旅游地改造为旅游地带动的经济收入。

项目活动	指标建议	明细说明	
无障碍 旅行 服务	每人次 残疾游客 服务投入	$\frac{\text{旅行产品综合服务费} + \text{期间费用}}{\text{实际接待残障游客数}}$	旅游产品综合服务费包括： 住宿费+票务费+交通费+餐费 +导游服务等劳务费+保险费 期间费用包括：销售费用、管理 费用、财务费用
	每单位 服务投入 收益	$\frac{\text{实际接待残障游客数} * \text{产品客单价}}{\text{旅行产品综合服务费} + \text{期间费用}}$	
无障碍 服务知识 能力培训	每单位培 训收益	$\frac{\text{训后实际接待残障游客量} - \text{训前实际接待残障游客量}}{\text{参与无障碍专业培训学员人数}}$	
		$\frac{\text{培训周期内新增营业收入}}{\text{期间实际开展无障碍专业培训场次}}$	
无障碍 设施改造 咨询	每单位 改造项目 收益	$\frac{\text{A 项目改造前后营业收入差值}}{\text{A 项目改造咨询费用}}$	改造咨询费用包括：咨询劳务 费+差旅费+设施改造费用
		$\frac{\text{旅游产品总营业收入}}{\text{改造咨询项目总费用}}$	



益迪教育科技有限公司



PART1.

项目背景介绍与 影响逻辑

益迪教育科技是一家致力于运用科技技术推动教育公平的教育科技社会企业。益迪团队基于对教育和公益领域的深刻洞察，以及业界领先的技术和产品研发能力，为行业伙伴提供 SaaS 产品和服务，助力公益组织，教育创新机构、学校等突破规模化发展中“效率提升难、精细化运营难、专业化拓展难”的瓶颈，降低行动门槛，提升整体效能，从而共同推动教育公平。



1-1. 关于益迪云图

益迪云图是益迪团队基于对教育和公益领域的深刻洞察，结合业界领先的技术和产品研发能力，联合行业头部机构和资助方力量，研发的行业基础设施型技术产品。益迪云图为中小型图书馆和阅读机构提供智能化阅读系统及面向读者的小程序，帮助图书馆运用智能化手段提高服务效率和管理水平，提升整体效能，助力阅读推广。

2017 年成立至今，益迪已经为 600 + 家教育公益机构、教育创新机构和学校提供产品和服务，受益青少年儿童超过 21 万，借阅总数超过 263 万次。益迪团队与 21 世纪教育研究院、PEER 毅恒挚友、麦田教育基金会、益微青年、担当者行动等多家伙伴机构深度合作共创，并被授予“担当者行动 2019 年度互联网支持伙伴”等奖项。





● 主要产品功能

多终端同步录入信息

益迪云图支持多人、多终端同步录入信息。图书馆和阅读机构的管理人员可以同时通过微信小程序、网页端录入图书信息和读者信息，支持智能识别 ISBN 码，支持批量导入，极大提升工作效率，缩短投入运营所需时间。



线上无卡借还书

益迪云图在支持传统“借书卡”模式的基础上，创新开发了小程序、APP、网页等线上多渠道便捷借还书模式。线上渠道操作简单，界面友好，即便是学龄前儿童也可自助完成全流程。





可视化数据分析

益迪云图拥有专业的可视化数据分析工具，图书馆和阅读机构的管理人员可查看实时借阅数据，生成借阅排行榜，借阅情况等可视化信息。益迪云图还支持对组织、群体的阅读情况进行深入分析，让图书馆和阅读机构掌握读者动态，洞察读者需求，为阅读干预提供数据支持。



小程序客户端

除了面向图书馆和阅读机构的后台管理系统，益迪云图还提供面向读者的小程序，与管理端数据打通，支持快速查询图书馆书籍、书籍预约、查看借还记录、生成电子借阅码等操作，通过智能化服务成为读者贴心的阅读助手。



● 项目背景

缺乏信息化的行业基础设施

十多年来，在公益机构的推动下，大量优秀图书和阅读项目走进乡村和社区。但阅读行业信息化的基础设施依旧十分缺乏，很多基层图书馆还在用纸笔进行借阅管理，已经电子化的图书馆使用也是基于大型图书馆使用场景的传统管理系统低配版，对于没有或者只有少量专职管理员的基层图书馆来说非常难用，即使是图书录入上架和日常借还管理这样基本的工作也需要耗费大量精力，导致很多学校和阅读推广机构很难走出开馆的第一步，更难以深入地支持儿童阅读。



缺失社会关系管理工具

教育公益核心是建立与各类参与者的关系。因此，对于教育公益组织来说，记录、管理与各类参与者的关系十分重要，例如曾在项目中受益的儿童若干年后可能会成为服务他人的志愿者，曾经在一线服务的志愿者日后可能会成为捐赠人。对于绝大多数公益组织来说这些信息分散在组织成员的大脑和个人通讯录中，只有一少部分被纳入了 Excel 表格，但难以被整合、分析、运用。市面上现有的 CRM（客户关系管理系统）大多基于商业销售场景的单一线性关系。教育公益组织难以用它们来管理多元的利益相关方关系。

益迪团队创始人余炳廷长期在公益一线工作，在推动区域阅读生态的实践中，面临基础设施缺失带来的困境，因此发起了益迪教育科技，以儿童阅读支持系统和社会关系管理系统为切入点，推动教育公益行业的基础设施建设，助力教育公益组织服务乡村儿童的效能和专业能力。

● 益迪教育科技逻辑模型

投入	活动	产出	成果	影响
人力 资金 设备	研发 SaaS 产品	增强 20 个产品的相关功能	提升教育公益机构自动化及信息化水平	1. 降低公益教育行业行动门槛、提升整体效能 2. 用技术推动教育公益及教育公平
	营销与销售 SaaS 产品	供 500 个 B 端用户 (不同受益类型) 使用云图产品	B 端用户机构运营成本降低 (人效+设备等)	
	交付及运维 SaaS 产品	覆盖受益儿童人数 1,120,000 人次	提升图书及知识的可获得性	

本项目评估将使用逻辑模型对益迪教育科技云图平台的影响路径进行分析。首先，项目团队对云图平台进行利益相关方分析，识别并梳理项目整体的逻辑模型从投入、活动、产出、成果、影响五个维度进行分析与研究。



(1) SaaS 产品和服务自研

益迪教育科技通过人力及研发投入，对于益迪云图平台开展了产品自研与新产品的研发，开发其软件的新功能以提升其软件使用者（教育公益机构）的自动化及信息化水平。

(2) 产品营销与销售

同时，益迪教育科技开展产品营销与销售，提升其软件使用者（B 端机构客户）数量增长。对其软件使用者来说，他们可以通过使用益迪云图软件，进一步提升教育公益机构自动化和信息化水平，从而降低运营成本。

(3) 产品交付及运维

通过产品交付与运维活动，益迪云图产品可以触达更多其软件使用者的终端客户（受益儿童）的数量增长及覆盖率，进一步提升受益人群的图书及知识的可获得性。

长期影响：

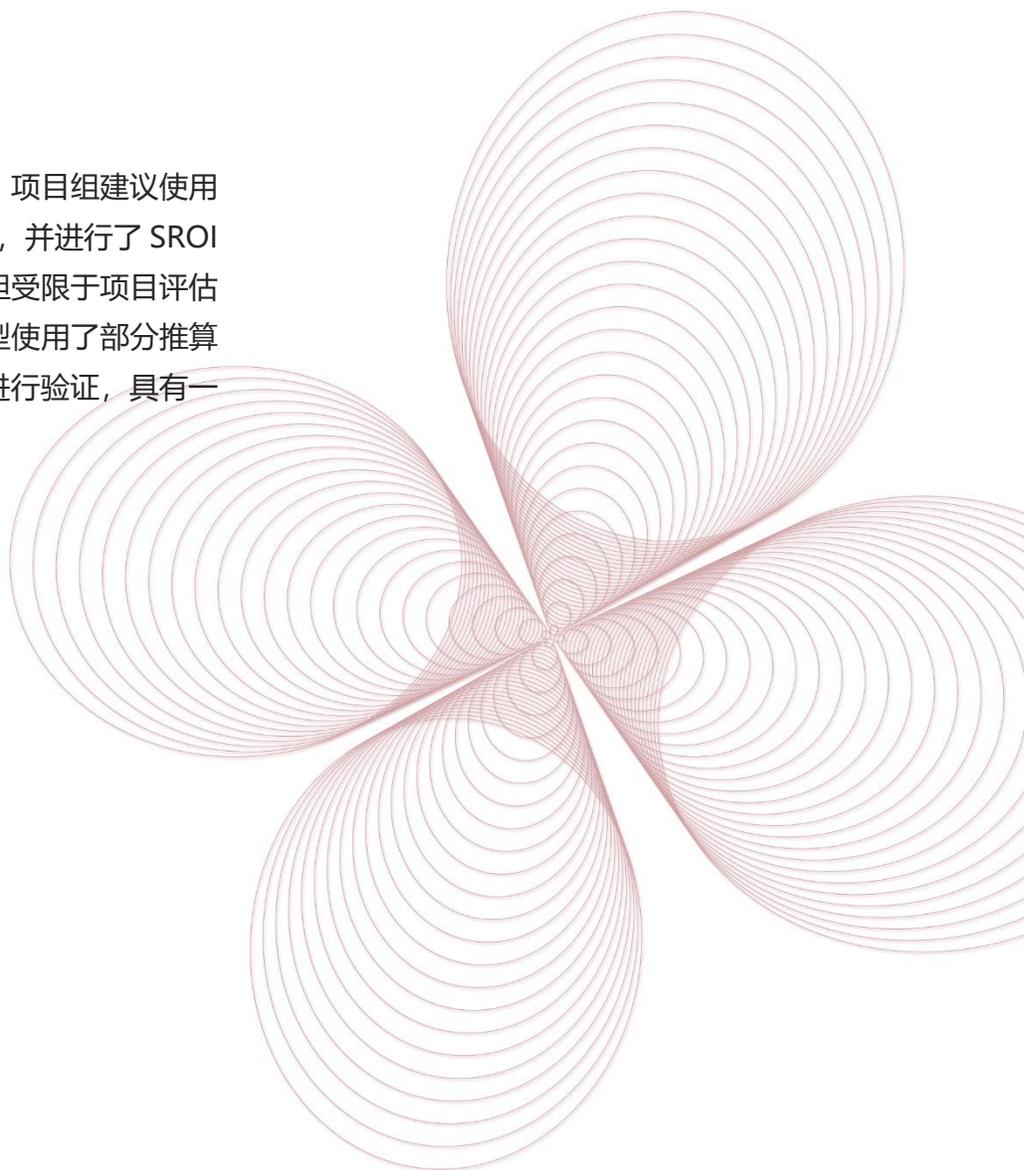
最终实现降低公益教育行业行动门槛、提升整体效能，用技术推动教育公益及教育公平的社会影响。



PART2.

评估方法论与 局限性

基于益迪教育科技有限公司的逻辑模型，项目组建议使用 SROI 方法论进行项目效果评估，并进行了 SROI 模型的搭建和模拟数据测试。但受限于项目评估周期内的数据可获得性，该模型使用了部分推算数据，并未完全使用真实数据进行验证，具有一定局限性。





● 评估工具可行性

益迪教育科技作为一家社会企业，其运营目的是在经济价值同时创造社会价值。所以若按传统经济价值层面的衡量，如成本效益分析、成果效用分析等工具，无法完整体现其使命所想实现的社会性价值。作为一种定性定量结合的评估工具，SROI 能够有效帮助像益迪云图这样的非盈利组织进行更全面的影响力评估，也可以更好地帮助他们传播并全面理解项目活动所产生的价值。SROI 作为一种能够实现自我监督、相互理解与建立有效沟通体系的评估工具，除了帮助项目方更有效地分配投入资源，也可以帮助资助人、决策者等理解项目执行信息较少的利益相关方，从仅考虑项目投入成本转换为观察项目活动所产生的价值。

● 数据来源局限性

SROI 算法涉及大量价值计算，需要处理大量数据，而此次评估的数据信息并未进行收集，仅提供算法与公式。此外，SROI 的计算除了项目本身的数据，还需要参考政府或者第三方公布的统计数据，而在我国很多基础数据很难获取。数据获取的完整性与精确性对评估结果的准确性有重要影响，本评估由于数据获取的来源和质量可能导致评估结果与实际情况存有偏差。最后，由于有些项目预算和时间限制，样本来源、数量及追踪时限也因上述原因有一定局限性。



PART3.

评估模型与 使用方法建议

建议项目按照每年一次的频率进行评估，使用 SROI 模型（附件 7）有针对性的对当年开展的干预活动及对应成果进行不同形式的验证。





A - SROI 方法论及建议步骤

社会投资回报（SROI）是一项对社会投入所带来的社会价值进行货币化计算的工具。SROI 以利益相关方的充分参与为基础，识别并梳理每一利益相关方的“投入-活动-产出-成果”的事件链，通过汇总各类和项目投入和成果相关的定量、定性信息和财务数据，并为其中的非财务数据寻找等价物（Proxy），将社会投入产生的成果进行“货币化”，来呈现其价值。SROI 作为一种能够实现自我监督、相互理解与建立有效沟通体系的评估工具，除了帮助项目方更有效地分配投入资源，也可以帮助资助人、决策者等理解项目执行信息较少的利益相关方，从仅考虑项目投入成本转换为观察项目活动所产生的价值。

对益迪教育科技的运营模式而言，其建议使用步骤如下：

第一步 确立影响力分析范围

首先，分析范围锁定在针对特定对象所举行的一个特定活动。即益迪云图对其软件使用者的运营效率影响及软件使用者的终端客户的图书可获得性等。

第二步 描述项目投入、产出与成果

根据益迪教育科技的项目信息，描述其所实现的项目投入、产出与成果，作为 SROI 分析的重要组成部分。投入包括项目运作所需资源，包括人力，场地，设备，时间等投入；而产出则是投入直接对应的活动内容，主要以量化形式呈现，如云图 B 端用户数和增长量、受益儿童总数和增长量。而成果则分为短期、中期和长期，如 B 端用户机构内图书馆相关人员和设备减少数量、图书借阅量增长数量和运营成本降低。

第三步 证实并货币化项目成果

根据项目信息，以及利益相关方访谈以及桌面调研，评估项目组在这一阶段通过数据采集与分析，证实项目成果的存在，并为已确认的成果进行合理假设。

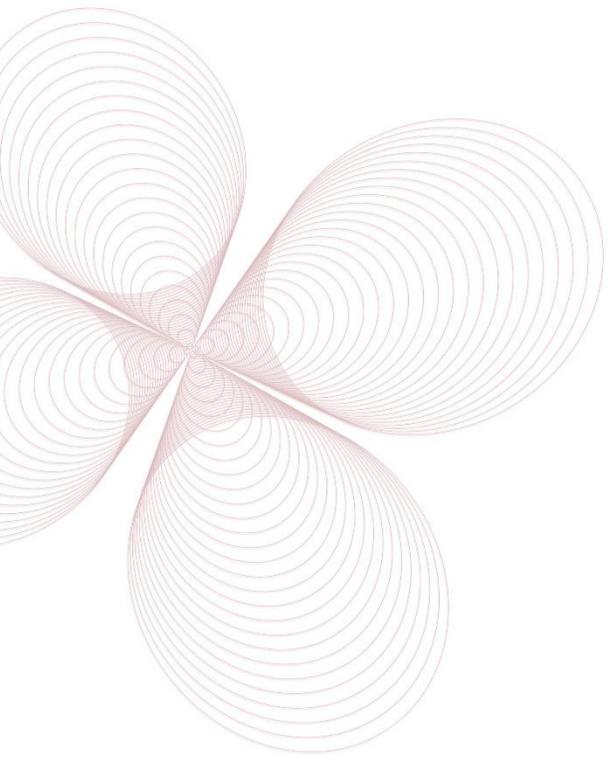


第四步 影响力过滤分析

在完成项目成果货币化后，需考虑项目活动以外的客观因素，是否也间接或直接地造成项目成果；若有，则需要从项目总价值中被剔除。此项分析需通过调整因子进行过滤。SROI 模型中有四项因子：无谓因子、归因因子、衰退因子，需要逐一确认。这一阶段主要通过已取得的项目信息数据加以分析、归纳得出。

第五步 计算 SROI 值

最后，将项目成果总价值与项目总投入成本进行比较，计算出项目的 SROI 值，即益迪教育科技每投入 1 元，可以创造等值多少元的社会价值成果。





B - 益迪 SROI 评估模型使用方法与建议

益迪 SROI 评估模型的计算分为投入、成果、影响过滤分析、计算 SROI 结果四大步骤，每个部分的测算方法与假设逻辑，以及模型使用指南如下：

一、投入

益迪教育科技对外界产生影响力的主要方式为通过其研发的云图产品赋能公益教育机构。因此，其核心投入为因云图产品开发、运维所产生的研发成本，主要包含人力成本与其他研发成本（如研发相关设备折旧费、研发及产品运行相关软件服务费等），两者计算公式如下：

$$\text{投入} = \text{平均投入人数（个）} \times \text{平均每人投入天数（天）} \times \text{平均每人每天成本（含工资、福利费用等）（元）} + \text{其他研发投入（如设备折旧费、软件服务费等）（元）}$$

由于产品研发过程产生的投入完全由益迪教育科技决定，且 SROI 模型中的投入部分需要尽量精准，此处不建议进行假设，应从益迪教育科技处获取相关财务数据用以测算。

二、成果

根据上述逻辑模型，益迪教育科技通过云图产品带来三大成果：

- 1) 提升教育公益机构自动化、信息化水平
- 2) B 端用户机构运营成本降低
- 3) 提升图书及知识的可获得性



提升教育公益机构自动化、信息化水平

针对提升教育公益机构自动化、信息化水平这一成果，假设自动化、信息化水平提升能够为公益机构带来的价值水平不低于公益机构愿意为提升自动化、信息化水平所支付的货币金额，则该成果可由益迪通过其云图产品所获收入计算，公式如下：

“提升教育公益机构自动化、信息化水平”的货币价值 = 研发所得新产品数量 × 每个新产品带来的销售收入

数据来源：

“研发所得新产品数量”与“每个新产品带来的销售收入”可由益迪教育科技有限公司准确提供，因此建议从益迪教育科技有限公司获取相关财务数据用以测算。

B 端用户机构运营成本降低

针对 B 端用户机构运营成本降低这一成果，我们认为其主要体现在机构的人力成本降低与设备成本降低两大部分，公式如下：

“B 端用户机构运营成本降低”的货币价值 = B 端用户机构用人数量减少 × 减少的员工平均年度成本（含工资+福利等） + B 端用户机构设备数量减少 × 减少的设备平均成本

数据来源：

- “B 端用户机构用人数量减少”与“B 端用户机构设备数量减少”两项优先从 B 端用户处获得真实、精准的统计数据，如用户无法提供数据，也可通过用户访谈估算平均每个 B 端用户机构减少的用人数量与设备数量，并与 B 端用户机构总数相乘；



- “减少的员工平均年度成本（包含工资+福利等）”与“减少的设备平均成本”同样优先从用户处获得。然而，考虑到 B 端用户多为偏远山村中的教育公益机构，此类数据提供难度相对较高，在用户无法提供数据的情况下，可通过桌面调研调查当地教育机构平均用人成本以及设备成本等相关数据，带入以下公式进行计算：

减少的员工平均年度成本（包含工资+福利等）（元）=（月岗位工资 + 月薪级工资）×（企业员工福利支出占员工工资的百分比 + 1）× 12

减少的设备平均成本（元）=（老式电脑价格 + 有线二维码扫描枪价格）÷ 折旧年限 ÷ 2

提升图书及知识的可获得性

针对提升图书及知识的可获得性这一成果，我们认为益迪教育科技的云图产品主要提升了当地儿童借阅图书的便捷性，间接鼓励其借阅更多书籍，学习更多知识。因此，该成果的货币价值可等同于儿童愿为其借阅书籍支付的货币金额，公式如下：

“提升图书及知识的可获得性”的货币价值 = 图书馆图书借阅量提升值 × 借阅者愿意为借阅一本书花费的金额占其原本市场价的百分比（平均值） × 图书馆图书平均市场价

数据来源：

- “图书馆图书借阅量提升值”应从 B 端用户机构或益迪教育科技系统后台统计中获取真实、准确数据。
- “借阅者愿意为借阅一本书花费的金额占其原本市场价的百分比”可由借阅儿童或其家长的访谈或问卷调查中获取。
- “图书馆图书平均市场价”应通过案头调研获得，可参考中国馆配图书网发布的《全国馆配藏书市场分析》数据。



三、影响过滤分析

益迪教育科技 SROI 模型中涉及到的过滤分析指标包含无谓因子、替代因子、归因因子与衰减因子。

针对**无谓因子**的讨论核心是在不存在益迪教育科技及其他相似手段干预的情况下，利益相关方自然发展将带来的情况改变，其公式如下：

“无谓因子” = 机构自然发展的可能性 × 机构自然发展所产生的改变程度 ÷ 存在益迪教育科技干预下的改变程度

数据来源：

- “机构自然发展的可能性”可由用户访谈或调研问卷分析得出，即了解用户在没有益迪教育科技干预的情况下，有多大可能性不寻找其他替代解决方案，保持原有路径自然发展。
- “机构自然发展所产生的改变程度”可由用户访谈，或由对照组（即其他无益迪教育科技或相似企业干预的公益教育机构自然发展所产生的改变）分析得出。

针对**替代因子**的讨论核心是在不存在益迪教育科技干预的情况下，用户寻找其他相似替代方案（如益迪教育科技友商提供的类似产品）将带来的情况改变，其公式如下：

“替代因子” = 机构寻找替代方案的可能性 × 替代方案所产生的改变程度 ÷ 存在益迪教育科技干预下的改变程度



数据来源:

- “机构自然发展的可能性”可由用户访谈或调研问卷分析得出，即了解用户在没有益迪教育科技干预的情况下，有多大可能性寻找其他替代解决方案。
- “机构自然发展所产生的改变程度”可由用户访谈，或由对照组（即选用了其他相似解决方案的公益教育机构产生的改变）分析得出。

针对**归因因子**的讨论核心是当前能够观测到的益迪教育科技为 B 端用户机构带来的改变成果中，由其他因素所贡献的百分比，计算公式如下：

“归因因子” = 其他与益迪教育科技无关的因素带来的影响 ÷ 当前观测到的益迪教育科技带来的影响

数据来源:

“其他因素作用百分比”主要由用户访谈或调研问卷分析得出。

针对**衰减因子**的讨论核心是益迪教育科技带来的影响将持续多长时间，计算公式如下：

“衰减因子” = 一年后益迪教育科技所带来的改变成果将减弱的程度 ÷ 一年内益迪教育科技带来的改变程度

数据来源:

在益迪云图按年付费的基本前提下，用户本年度付费仅能带来本年度的影响，因此在益迪云图商业模式保持现状的情况下，若用户在第二年不付费，第一年的成果将完全衰减，即该数值为 100%。



PART4.

益迪教育科技

2021 年 SROI 结果

在分析并填入上述所有数据指标之后，评估者将通过 SROI 模型获得益迪教育科技每单位投入将带来的社会影响价值比例。

本次使用 2021 年益迪科技运营数据输入 SROI 模型后结果为 1.89，既益迪教育科技在 2021 年度，每 1 元投入带来 1.89 元的社会价值汇报。

SROI = 1.89



Appendix

附件



附件 1：保护豆豆 | 知识测评：青少年性教育认知调查问卷

问卷星链接：<https://www.wjx.cn/vj/YNH66OQ.aspx>

亲爱的各位同学：

为提高儿童性教育普及率，实现社会全面性教育，保护豆豆与 SEED Lab 社创实验室联合发起本次调查问卷，我们诚邀你为本次调研提供真诚、客观的反馈。我们将遵循保密原则，您的回答仅作为社会性教育水平的研究参考，个人信息不会对外披露，感谢抽出你宝贵的时间！

1. 你的年龄？

8 岁及以下（则跳转结束问卷）

9 岁 10 岁 11 岁 12 岁 13 岁 14 岁 15 岁 16 岁 17 岁 18 岁

2. 我知道男生女生的身体有哪些不同

A. 知道 B. 不知道 C. 不确定

3. 我知道自己的身体在青春期期间会有哪些变化

A. 知道 B. 不知道 C. 不确定

4. 我知道除了“男性”和“女性”以外其他性别的人

A. 知道 B. 不知道 C. 不确定

5. 我知道女生是如何怀孕的

A. 知道 B. 不知道 C. 不确定

6. 我知道性行为有可能会传播疾病

A. 知道 B. 不知道 C. 不确定

7. 我知道安全套的使用方法

A. 知道 B. 不知道 C. 不确定

8. 在成长过程中，我曾经或现在确定喜欢过一个人

A. 同意 B. 不同意 C. 不确定

9. 我认为喜欢一个人，在任何情况下都应该大胆告诉对方



A. 同意 B. 不同意 C. 不确定

10. 我认为如果对方拒绝了自己的表白就完全是自己的问题

A. 同意 B. 不同意 C. 不确定

11. 我认为男生就应该阳刚、女生就应该温柔

A. 同意 B. 不同意 C. 不确定

12. 如果好朋友或者长辈触碰我的性器官，我可以允许

A. 同意 B. 不同意 C. 不确定

13. 当我对自己性器官的发育过程有疑惑时，应及时向父母或医生求助

A. 同意 B. 不同意 C. 不确定

14. 大部分情况下，不与人谈论、展示、触碰自己的性器官是因为那是自己的隐私

A. 同意 B. 不同意 C. 不确定

15. 大部分情况下，不与人谈论、展示、触碰自己的性器官是因为觉得很羞耻

A. 同意 B. 不同意 C. 不确定



附件 2：保护豆豆 | 态度问卷：家长性教育意愿、意识、行动问卷

为提高儿童性教育普及率，实现社会全面性教育，保护豆豆与 SEED Lab 社创实验室联合发起本次评估现状调研，并将在本次调研的基础上，帮助保护豆豆了解更多儿童家长的需求，进一步更新改善相关产品课程，以此持续推动儿童性教育普及。我们诚邀您为本次调研提供真诚、客观的反馈，我们将遵循保密原则，您的回答仅作为社会性教育水平的研究参考，个人信息不会对外披露，感谢抽出您宝贵的时间完成本问卷。

甄别问题

1. 您是否了解或参加过性教育相关活动？
 - 参与过保护豆豆性教育课程或其他服务
 - 参与过其他性教育活动
 - 从未参与过性教育相关活动
2. 您孩子的年龄是？【多选题】
 - 备孕/怀孕中
 - 0~3 岁
 - 4~6 岁
 - 7~12 岁
 - 13~17 岁
 - 已成年
3. 您所在的城市属于？【单选题】
 - 一线城市（北京、上海、广州、深圳）
 - 其他省会城市
 - 其他城市

Part 1. 性教育意愿

4. 对于学校给小学生发性教育书籍，您是什么态度？【单选题】
 - 不妥，性教育书籍尺度过大
 - 可以，这样我就不用尴尬的去教育了
 - 看书籍的内容，是不是可以给孩子看
 - 无所谓



5. 以下关于如何把握性教育尺度的说法，您赞同的有？【多选题】

- 性教育应该点到为止，只有当孩子发问了，才能回答
- 只要保证我们教给孩子的知识是正确的，是有利于孩子的，那么孩子知道再多的性知识也无妨
- 有时候我们可以摆脱尺度的思维局限，思考如何更好的把孩子往好的方向上发展

Part 2. 性教育意识

6. 您认为孩子是否有必要接受性教育？【单选题】

- 十分必要
- 有必要但不是很重要
- 没有必要，但孩子一直追问的话可以告知
- 没有必要，
- 不该向孩子提及
- 无所谓

Part 3. 性教育行为

7. 您认为...【打分题】

内容	您认为该条目符合自己情况的程度
自己可以从容地和孩子谈论与“性”有关的内容	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
当发现孩子观看色情制品、自慰或恋爱时，自己可以从容应对	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



附件 3：保护豆豆 | 家长、讲师、事业合伙人访谈提纲

普通家长访谈纲要

1. 能否与我们分享您对儿童性教育的理解和看法？
2. 您认为家长在儿童性教育中应该起到怎样的作用？
3. 您的孩子多大了？能看出豆豆的课程对他的影响吗？他/她的反馈是什么？
4. 您是否接触过其他儿童性教育的资源？若有，渠道是什么？（如网课、朋友、学校老师、工作单位等）您认为是否有用？对比豆豆的课程差别在哪？
5. 您之前有购买过保护豆豆的课程或书籍吗？若有，您认为在日常家庭儿童性教育应用中帮助大吗？是否会持续购买或使用？有什么改进建议吗？
6. 如果有机会，您愿意接受保护豆豆的培训成为一名性教育家长讲师吗？或者愿意成为保护豆豆的事业合伙人吗？

事业合伙人访谈纲要

1. 请问您成为豆豆的事业合伙人多长时间了？主要会做些什么事情？
2. 能否与我们分享您对儿童性教育的看法？与参与豆豆事业合伙人之前是否有变化？
3. 您在推广豆豆课程过程中（如与国际学校或其他家长接触），您收到最多的反馈是什么？
4. 作为事业合伙人之后，您觉得自己和以前有什么不同？教育理念、知识、观念、亲子关系等方面都可以谈。
5. 您未来计划继续做豆豆的事业合伙人吗？会推荐其他家长也参与这样的角色吗？
6. 您的孩子多大了？之前也有让他接触豆豆的课程吗？他/她感觉怎么样？

社会讲师访谈纲要

1. 请问您成为豆豆的社会讲师多长时间了？主要做些什么事情？
2. 成为儿童性教育讲师之后，您觉得自己和以前有什么不同？教育理念、知识、观念、家庭关系等方面都可以谈。
3. 能否与我们分享您成为讲师后最有成就感或最难忘的一次经历？
4. 在授课过程中，是否有令您感到困惑或无奈的时候？能否与我们分享当时的情境？
5. 您认为儿童性教育目前最大的困境或阻力是什么？来自于哪里（如家长、学校等）？
6. 作为一位性教育讲师，你觉得它带给自己和家庭的影响是什么呢（具体化举例）？
7. 在接触保护豆豆之后，您怎么看待儿童性教育？会如何描述理想中的儿童性教育？



附件 4：圆梦之旅 | 受益人（残障人士）旅行满意度问卷

您好！为了解您对圆梦之旅出行服务的体验，以评估项目成效并提升服务质量，我们诚挚邀请您参与本次调研。以下您所填写的内容仅用于项目内部研究，根据实际情况填写即可，感谢您的支持！

一、出行情况

1. 您对旅游的态度是

- 很重要，是生活中不可或缺的
- 比较重要，定期需要旅游调节
- 可有可无
- 没有这方面需求

2. 您出游一般是

- 独自出游
- 与亲友同行
- 跟随旅行团出游
- 其他. _____
- 没有出游过

3. 您参与圆梦之旅旅行项目的频次是？

- 一年 5 次以上
- 一年 3-4 次
- 一年 1-2 次
- 没有出游过

4. 您是怎样了解到圆梦之旅项目的旅游信息的？（可多选）

- 亲友介绍
- 旅行社宣传
- 电视新闻
- 社交网络
- 相关社会组织
- 其他. _____



二、体验反馈

请您就体验过的圆梦之旅旅游服务进行以下评价打分：

出行活动评价	完全不同意	不同意	一般	同意	完全同意
1、出行路线安排合理	1	2	3	4	5
2、旅游辅具体验舒适	1	2	3	4	5
4、目的地无障碍建设完善	1	2	3	4	5
出行服务评价	完全不同意	不同意	一般	同意	完全同意
1、工作人员组织活动安排熟练有序	1	2	3	4	5
2、工作人员熟悉无障碍出行的知识和服务标准	1	2	3	4	5
3、工作人员能准确回应特殊需求并应对活动变数	1	2	3	4	5
4、工作人员对残障群体表现出关怀和耐心	1	2	3	4	5

请您就体验圆梦之旅服务后的变化进行自我评价打分：

自我变化评价	完全不同意	不同意	一般	同意	完全同意
1、我增进了外出旅游的频次	1	2	3	4	5
2、我更乐于参与社交活动	1	2	3	4	5
3、我了解到准确获取无障碍出行信息的途径	1	2	3	4	5

三、基本信息

5. 您的性别

- 男
- 女



6. 您的年龄

- 18 周岁以下
- 18-30 周岁
- 31-50 周岁
- 50 周岁以上

7. 您的月收入水平是多少

- 1000 元以下
- 1001-3000 元
- 3001-5000 元
- 5000 元以上

8. 您的受教育水平

- 小学及以下
- 初中
- 高中/中专/技校
- 大专/大学及以上

9. 您的残疾类型是

- 视力
- 听力
- 言语
- 肢体
- 多重
- 其他

10. 您对无障碍旅游和圆梦之旅项目的建议和期待?

- _____



附件 5：圆梦之旅 | 受益人（残障人士）社会融入度访谈提纲及记录

您好！为了解您对圆梦之旅出行服务的体验，以评估项目成效并提升服务质量，我们诚挚邀请您参与本次访谈。您所反馈的内容仅用于项目内部研究，我们将保护您的个人隐私，感谢您的支持！

引导问题

1. 从什么时候开始了解并关注圆梦之旅项目及无障碍旅行，通过什么方式？
2. 什么时候开始第一次参与旅行？能否比较一下接触到圆梦之旅项目前后的旅行频次？
3. 促成您开始第一次旅行的因素有哪些？
4. 促成您持续参与旅行的因素有哪些？
5. 通常影响您决定外出旅行的障碍是什么？
6. 对圆梦之旅旅行服务的评价？（满意，改进方面等）
7. 旅行给您(和家人)带来了哪些变化，分别从短期和长期的角度（举事例说明）？
8. 这些年参与旅行，感觉到无障碍环境发生了什么变化？
9. 对于未来无障碍旅行服务的想法（需求，建议等）

案例访谈记录（2021 年 12 月 24 日、2022 年 2 月 19 日）

残障人士 A

- **个人基本情况**：2002 年车祸后康复训练，2003/2004 年开始用假肢，2005 年左右开始能自理。2011 年至 2012 年，从东北到成都结婚生子。
- **过往旅行经历**：2006 年第一次在大连参加大型残障人士活动（变相的旅游活动），往后开始每年都四处旅游，2007 到黄山，2008 到北京奥运会参观等。结婚生子后有几年未外出，后 2016 年起首次跟随圆梦之旅参加九寨沟 300 人活动。基本保持每年都出行 1-2 次。
- **个人故事**：残障人士 A，特别乐观开朗，在残障群体内属于相对轻症，可以使用假肢且能自理，**热衷于在社群内和旅行群体内，跟大家分享交流，互相学习，克服生活困难**。在访谈的当天也积极的跟另一位访友介绍自己之前的很多实战的出行经验。并且现在每次出行，都凭借自己的经验判断，选择自己更感兴趣的，设计更合理的旅行线路，**更注重出行的质量**。除此之外，还积极挑战新的领域，参加残疾人马拉松赛事，**积极的自我挑战，拓展自己人生的可能性**。
- **未来的憧憬**：十多年的出行经历，让 A 感受到了周围环境在变得越来越便利和友善。比如网约车，包括公交车，之前还会出现拒载的情况，后来社交媒体的舆论压力推动了无障碍的



改造，现在有了改善。再比如，无障碍卫生间，地铁的升降平台，也越来越完善。包括服务人员的态度也有很大的改变。曾经在使用地铁升降平台的时候，还遭遇了不太友善的服务态度，和所与人比较奇异的目光。未来，**希望残疾人和健全人可以更好的融合在社会里**，得到像普通人一样的尊重，不会收到太多异样的目光，可以自由自在的出行。

残障人士 B

- **个人基本情况**：四川本地人。2007 年脊髓炎-损伤后截瘫，在家呆了 6 年，除了看病平时都不好下楼。
- **过往旅行经历**：2006 年西昌残疾人艺术节开始接触圆梦，跟随大巴前往表演，才了解到无障碍旅游的活动和旅游安排。2015 年开始第一次离开家人，坐车 8-9 小时去草原游玩。目前基本保持省外 1-2 年一次，省内一年 2-3 次出行。
- **个人故事**：残障人士 B，截瘫后状态很差，曾 6 年没有出过门，觉得出门处处都会充满障碍，自己无法克服。因此第一次旅行对他来说，是一次真正意义的改变人生之旅，不但让他突破了自己的身体障碍，更重要的是让他突破了自己的心里障碍，意识到障碍都是自己给自己设立的。真正从阴霾中走了出来，对自己以及未来的生活充满希望。从那之后，B 多次尝试自主出行，**从以前从不下楼，到现在几乎每天都出门**。走出去之后，生活从各个方面都发生了很大改变。**拓展了自己的社交圈**，经常参加残障人士的社群活动，不但心情愉悦，越来越自信，也实实在在解决了很多生活中的小困难。**融入社会，学习了新的技能**，也因此找到了一份新的工作。并且，**解放了家人，减少了家人的操心和担心**，看到自己可以照顾自己，能过接近正常人的生活，也因此**精神放松下来**，父亲曾经的抑郁症也有所缓解。并且也给孩子树立的榜样，支持孩子的成长和抚养。对于圆梦的服务比较满意，作为纯玩的旅行团，费用很合理。且旅行路线设计合理，不必担心酒店和交通的问题。志愿者们也非常辛苦，作为一名截瘫人士，经常需要他们背上背下。希望未来可以设计多一些的旅行路线。
- **未来的憧憬**：作为残障人士旅游的领导者可以反向去影响所有的合作方，景区酒店等，**带动整个无障碍的改造，帮助他们发声**，残障人士个体，影响力还是比较微弱。有了越来越完善的改造之后，最终可以让越来越多的人实现无障碍的出行旅游。

残障人士 C

- **个人基本情况**：自小残疾，今年 57 岁，曾在残疾人福利基金会工作，与圆梦结缘。
- **过往旅行经历**：因为从小就残疾，经常跟随父亲外出，出行的经历比较丰富，但较少独自出行。与圆梦结识之后，更加开放了自己想法，也更愿意结交不同的残障人士，大大增加了独自出行、参与旅行团的频次。
- **个人故事**：残障人士 C，自小残疾，因此对出行本身并不觉得难度特别大，但他一直觉得非常的**自卑**，不愿意打开自己，多数时间都是自己偷偷的，或是跟随自己的父亲出行。过往出



行中的一些的经历，如其他人对残疾人出行的不理解，旁人异样的目光，因自己行动慢给别人造成的不便等等，也都强化他这样的想法，更加**封闭自己**。出行的顾虑比出行的欲望要大**很多，不管是身体还是心理都障碍很多**。因工作与圆梦结缘后，抱着想了解项目的设计思路的想法，参与了圆梦组织的九寨沟之旅，第一次真正意思上认识了什么是无障碍旅游，也是第一次与非常多的残障朋友一起出行。这次旅行，让他慢慢发现大家都彼此**尊重，理解**，即使看到自己的不便，也不会有任何异样的目光，**精神上和身体上都非常放松**。他第一次真正意义上**打开了自我，与其他残障朋友交流分享，成为朋友**。从那之后，他发现自己心胸打开后，就更愿意出行，也更愿意让其他残障朋友看到自己出行，从而**带动和鼓舞他们一起**。除此之外，打开自己，增加出行频率后，也增加了自信。以前觉得自己很闭塞，跟社会很脱节，因此跟家人相处起来也很困难。而现在，他更多的是感受到分享的快乐，也越来越感觉大环境在变得更友善。

- **未来憧憬**：越来越多的残障人士愿意出行，**融入社会**，让身体健全的人不再对残障人士出行投来异样的目光，让残障人士不再封闭自己，而是充满自信的走出家门，让大家都觉得彼此是社会的一份子，感受不到社会对身体健全和残障人士有明显的区别对待。

残障人士 D

- **个人基本情况**：二级肢体残疾
- **过往旅行经历**：从小到大一直都是受到健全人的照顾，没有跟太多残疾人有过交流。出行都是家人照顾和陪伴，结缘圆梦后，第一次尝试不是家人陪伴的旅行，圆了自己的梦，也打开了自己的视野。有了第一次的开心体验之后，自己出行的频率也越来越高。
- **个人故事**：残障人士 D，二级肢体残疾，从小受家人照顾，很少跟其他残疾人有太多交流。每次出行，都受到家人朋友的关照，特别心安。但之前从未独自出行过，觉得**无障碍硬件，软件，还有自己心理上的障碍，阻碍都很大**。受身边朋友的影响，2010年第一次尝试自己去旅行，心理也很忐忑。但看到**亲切的志愿者，组织者充分的准备，以及很多工作人员专业的服务**（如推轮椅的手法等），自己内心的顾虑就瞬间被打消了，**感觉自己仿佛不是残疾人，跟大家一样**。同时，在旅行中，也认识了全国各地的残疾人朋友，大家**分享，交流**，也很大的拓宽了自己的视野，感受到了**和社会接触的新方式**，让旅行的体验更加立体。有了那次经验后，感觉外面的世界真的是非常的美好，出行的愿望就变得越来越强烈，**家人的担忧也越来越少**。以往家人都要筹备很久，花很多时间和经历去准备一次出行。现在越来越信赖这些专业的组织，让残障人士也可以有“说走就走的旅行”。除此之外，她的出行经历，不仅**提升了她的自信，解放了家人**，同时也鼓舞着身边身体健全的家人和朋友，**更多的去关注这个群体**，了解她们也有出行的需求，需要社会更多的支持和善意。
- **未来憧憬**：希望带动越来越多的人可以参与，体验无障碍出行，从而可以推动整个无障碍出行领域，让更多的人关注到这类人群的需求，增强残障人士的**积极融入社会的信心**。



残障人士 E

- **个人基本情况：**盲人
- **过往旅行经历：**2014 年开始，跟随圆梦，参与多次旅行，去过云南，昆明，大理，丽江，海南，江西等地。还多次参与圆梦组织的其他社交活动，如圆梦的年会，手机软件学习等。
- **个人故事：**

“眼盲心不盲，用耳朵去旅行”

残障人士 E，特别乐观。作为一名盲人，他的出行障碍除了其他残障朋友会遇到的以外，还需要志愿者给与更多的讲解支持。在跟着圆梦出行前，也是相对封闭，社交圈子较小，没有专人陪伴或讲解的情况下，很难感受到大自然的美好。家人也是非常的担心。周围的人更是觉得不能理解，盲人出游有什么意义。最初，他也是非常的顾虑，但有了第一次的尝试之后，他被圆梦的志愿者服务感动到了，他们耐心的讲解，让他的耳朵，身体都跟着一起去参与了旅行，心理上收获极大，尤其是志愿者 14 年陪同的大草原旅行印象深刻。他用自身的经历告诉我们，盲人也一样有出行的需求，有感受美好世界的权力，虽然眼睛看不到，但每次出行，他的其他感观都是打开的，耳朵里会听到感受到很多美好的东西。这些美好的体验，让他的精神状态好了非常多，脸上也多了很多的笑容，也积极的感染着家人和身边的朋友。

- **未来憧憬：**出行中还是会遇到一些针对盲人朋友的阻碍。包括圆梦也可以尝试对于盲人朋友 1 对 1 的匹配志愿者，做不同的尝试。相信随着越来越多的人对无障碍出行有认知，不管是硬件还是软件都会更细化，可以让不同类型的残障朋友都能更有针对性的得到帮助，从而也进一步鼓励各类的残障人士都积极的融入社会，参与到各项社会活动中来



附件 6：圆梦之旅 | 旅游服务专业服务力量表*

您好！为了解您对圆梦之旅服务培训的学习情况，以评估项目成效并提升培训质量，我们诚挚邀请您参与本次知识测评。以下您所填写的内容仅用于项目内部研究，根据实际情况填写即可，感谢您的支持！

建议调查对象：旅行社，酒店，景区等其他场景服务提供者。

一、基本认识

1. 无障碍出行的基本服务原则是什么？
2. 无障碍出行的服务人员应具备什么素质？

二、服务规范

3. 各场所应配备的无障碍设备有哪些（举例说明）？
4. 无障碍旅行路线的设计要点有哪些？
5. 无障碍旅行路线针对旅游者的不同特点应提供哪些安全保障？
6. 景区讲解员为残障旅行者提供讲解服务时，应满足哪些条件？
7. 提供的无障碍客房，应满足哪些条件？
8. 残障旅游者如自愿在目的地参加游乐活动，应符合哪些要求？
9. 残障旅游者如遭遇突发病情或意外事故，应如何处理？

三、基本信息

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 10. 您的性别 | 11. 您的年龄 | 12. 您的工作年限 | 13. 您的受教育水平 |
| <input type="radio"/> 男 | <input type="radio"/> 18-30 周岁 | <input type="radio"/> 3 年以下 | <input type="radio"/> 小学及以下 |
| <input type="radio"/> 女 | <input type="radio"/> 31-40 周岁 | <input type="radio"/> 3-5 年 | <input type="radio"/> 初中 |
| | <input type="radio"/> 41-50 周岁 | <input type="radio"/> 6-10 年 | <input type="radio"/> 高中/中专/技校 |
| | <input type="radio"/> 50 周以上 | <input type="radio"/> 10 年以上 | <input type="radio"/> 大专/大学及以上 |



关于评估方

SEED Lab 社会创新实验室，隶属于非营利组织 SEED 社会创新种子社区，以影响力评估为业务主线，旨在推动国内公益与社会创新领域的评估意识与实践。服务内容包括影响评估、项目设计与诊断咨询，服务对象覆盖公益组织、社会企业、资助型基金、社创孵化器和影响力基金等多元主体。

评估团队成员

江安琪、高睿杰、吴攸、王良悦、季芃妤、张玥、齐济



评估 - 咨询 - 连接 - 洞见

EVALUATION / CONSULTING / CONNECT / INSIGHT

lab@seedabeterchina.org

<http://www.seedabeterchina.org>

