

United Way of Taiwan

聯合勸募會訊 No.64 2018.10



國內
郵資已付

台北郵局許可證
台北字第759號



封面故事

愛心不偏心 助人更齊心

為愛出輯

捐贈Give · 倡導Advocate · 志願服務 · Volunteer

專題報導

Help the Helper 系列

愛心不偏心 1/23的感謝

名人發聲

盧建彰

專家觀點

申玉微

目錄

- P3 秘書長的話
 - P4 編者的話
 - P6 專家觀點 申玉微 | 社工專業提升之於弱勢服務的重要
 - P8 Help the Helper | 用創新方式傳達需求 方案撰寫實戰課程
 - P9 Help the Helper | 團體討論腦力激盪 讓工作模式有更多想像
 - P11 Help the Helper | Love Link 讓愛串門子 服務不再單打獨鬥
 - P14 Help the Helper | 用影像說動人故事 行銷工作坊教戰實錄
 - P16 名人發聲 盧建彰 | 故事站在你這邊
 - P18 愛心不偏心 | 1/23的感謝，一封給捐款人的情書
 - P20 愛心不偏心 | 只要你的愛一直在 插畫家林怡芬專訪
 - P22 愛心不偏心 | 你的一日捐，就能幫助他們365天
 - P25 活動花絮
 - P29 活動快報
 - P31 公益夥伴 感謝有您
-

No.64

發行 | 中華社會福利聯合勸募協會

發行日期 | 2018年10月

發行人 | 陳永清

總編輯 | 朱紫碧

主編 | 陳盈盈

設計 | 陳愉方

攝影 | 賀宗賢

編輯委員 |

王貞絜、詹溶賢、陳群芳、辜晨嵐、張嘉華、洪麗馨

黃詩喬、余文婷、董欣玫、紀敏政、李岳軒、曾婷瑄

印刷 | 漢曜彩色印刷廣場有限公司

TEL | (02)2378-2256

網址 | www.unitedway.org.tw

Facebook | www.facebook.com/UWTaiwan

※若您無須收到紙本會訊，請來電告知(02)2378-2256分機105姚小姐。

※本期電子會訊線上閱讀、下載方式：請至聯合勸募官方網站首頁，點選「關於我們→聯勸書房→第64期會訊」。

※本刊物使用環保大豆油墨印製（環保大豆油墨圖檔）。

紮根基層 以人為本 聯合勸募厚植社工能量

「Help the Helper」系列課程是聯合勸募2018年度的重頭戲，希望透過這一系列課程的學習，提升社福夥伴們的工作效率與改善工作技巧。同時，也讓長期支持聯合勸募的社會大眾了解我們一直以來致力厚植社工能量的理念。

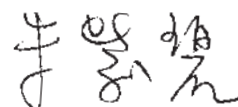
許多在第一線服務的助人夥伴，最常碰到的困擾之一就是民眾時常把「社工」誤解為「志工」、「義工」，以為社工並不需要專業、只要能吃苦耐勞即可擔任，甚至也不應該領薪水。事實上助人工作不但必須具備專業，更需三不五時自我進修、精益求精。所以身為國內社福團體最堅實後盾的聯合勸募，決定籌劃一系列課程，讓全國各地的助人夥伴們有再次充實自我的機會。

如果您覺得這些課程都很枯燥乏味，那您就錯了，相對的，這次「Help the Helper」系列課程全數獲得參與學員的高度好評，例如：「影像行銷工作坊」中，有負責企劃、但不擅長行銷的組織主管，經過課程洗禮後，終於懂得如何與行銷部門的同仁做橫向溝通；或是「深度社工力工作坊」中，許多身處「一人社工」的小單位同仁，經由同性質單位之間的砥礪與交流，重新燃起服務的熱情，這些看不見的心靈成長，卻是聯合勸募最重視的價值所在。

而聯合勸募內部的夥伴們，不辭辛勞奔波於北、中、南、東各地做勘察，仔細確認課程內容、選定場地、邀請講師等細節，因此我希望各位讀者朋友能為他們的付出給予鼓勵與肯定，或許課程內容仍有稍嫌不足或缺憾之處，但每一次舉辦課程的經驗都讓我們有所成長，也為未來開設更優質、更深度課程的奠定了基礎。

我們始終相信「人」才是各單位裡頭最寶貴的資產，唯有讓具備專業及服務熱忱的人來善用愛心資源，才是讓它們發揮最大效益的關鍵所在，而聯合勸募透過「Help the Helper」系列課程，再次打造「以人為本」的價值觀，希望所有來參與課程的夥伴們，在回到工作崗位後能更有自信、帶著衝勁去面對每一次的挑戰。

聯合勸募 秘書長



助人，需要什麼專業？

社工，全名為社會工作者，維基百科上對於社會工作的定義為：「社會工作是一門助人的專業，其焦點在於人類與環境的互動，目的在協助個人、家庭、團體、社區能適應所在的社會環境脈絡，增強或恢復其社會功能的能量，及創造有利於達成目標的社會條件的一種專業活動，以預防或舒緩社會問題。」由此可見，社會工作者是支援弱勢群體及改變他們命運中不可或缺的重要角色。

改變，是由專業人力帶來的

由於社工的地位如此重要，國內有將近四十所大專院校設置社工相關科系，每年培養出數千名畢業生投身社工領域，然而，民眾對「社會工作」似乎仍較偏向於立即性的作為，如：造橋鋪路、捐錢捐糧，而「資源合理分配，落實監督稽核，一切公開透明」的重要性仍需要多加提倡與溝通。

聯合勸募從1992年成立以來，將所募得的資源透過各式方案補助國內超過1000個民間社福團體，而其最大特色之一，就是支持社福單位的專業工作者。因為聯合勸募認為，所有站在第一線親自接觸、服務、並付出時間精力的社會工作者，才是最寶貴的資產，而要讓社會工作者保持高昂的士氣繼續堅持下去，勢必要給予實際的支持。

因此，聯合勸募也相當重視人力素質的提升，由於社福團體所接觸的服務個案千變萬化，每一種情況都有不同的應對方式，站在最前線的社工也必須不斷的進修，才能更好的解決所有問題。今年，聯合勸募推出「Help the Helper」系列課程，讓第一線的夥伴在興致高昂的學習氛圍下，一起精進自己的技能。

各式課程琳瑯滿目 多方面培力社工能量

聯合勸募的這一系列課程包括：「方案撰寫課程」、「深度社工力工作坊」、「影像行銷工作坊」、「Love Link 讓愛串門子工作模式暨成果分享會」等。「方案撰寫課程」是社工夥伴們最為重視的，如何用文字表達助人服務的設計理念與規劃邏輯，以爭取更多人的認識，進而認同公益服務，因而社工夥伴們爭相報名此課堂「練功」，希望能掌握撰寫的訣竅。

「深度社工力工作坊」則由數位專業講師從簡短的理论介紹，再透過小組討論方式，讓團體開啟交流與學習的平台，在經驗分享的過程中彼此支持，找出疑難雜症的解藥良方。

「影像行銷工作坊」則邀請到廣告界知名導演林呈軒來操刀授課，學員們在此次工作坊習得企劃、拍攝、剪接影片的技能，運用影像科技及工具，編製簡單易懂的影片，讓知名度及影響力可以在視覺與聽覺的助益下擴散與提升。

在「Love Link 讓愛串門子工作模式暨成果分享會」中，透過專題演講帶出社會工作的創新思維，再由參與的夥伴分享執行過程中的摸索、挫折與成就，讓實務經驗的對話成為未來服務的重要學習與參考。

提升「人」的價值 迎接未來挑戰

經過一連串課程訓練，社工夥伴都給予正面回饋，「希望聯合勸募明年能再開辦這類相關課程！」「明年我一定還會再來參加！」這是會訊編輯接觸的學員們的心聲，這些言語也激勵了聯合勸募內部籌劃課程的同仁，畢竟彼此之間相輔相成是大家共同的目標。

回到標題：「助人，需要什麼專業？」相信所有上過這一系列課程的社工學員們，能夠獲取滿滿的能量，落實非營利組織服務的理念，在各個崗位都可以展現專業能力，面對助人工作挑戰時，可以從容以對，以專業帶來改變。

社工專業提升 之於弱勢服務的重要

二十世紀初，社會工作朝向專業化發展，以社會科學為基礎，發展專業的助人工作方法。社會工作的服務對象，通常是因為在社會環境下欠缺適應能力而淪為社會弱勢。社工專業對於服務弱勢的必要性是什麼？社工專業能帶給受服務者什麼樣的幫助，是本文所關注的議題。

社工專業對於服務弱勢的必要性是什麼？社會工作採取的人在情境中觀點，將社會弱勢視為是一個由個人或團體因素，區域或國家因素，以及社會福利結構和全球化背景之下的產物。社會弱勢不純然是個人因素，還與不平等的經濟條件、差異化對待的文化因素、結構不健全的國家或機構福利、個人發展情況以及社會和經濟的複雜互動都有密切的關聯。社會工作者關注的是如何強化社會弱勢者的生活，把影響他們未來前景，剝奪他們和平生活和威脅他們健康和尊嚴的障礙排除。

社會工作為社會變革創造機會，以及為了社會結構變革而努力。因此之故，社會工作存在著社會變革的潛力，為社會弱勢帶來無限滾動的可能性。

社工專業能帶給受服務者什麼樣的幫助？解決社會弱勢的方法不僅和國家福利制度有關，也和社會結構和人際關係緊密相聯，同時要瞭解剝奪是如何從各種經濟，社會和文化過程中產生。這些過程之間相互作用的性質是一個複雜的問題，也是社工專業在規劃服務方案時需要考慮的面向。

申玉微

現任：

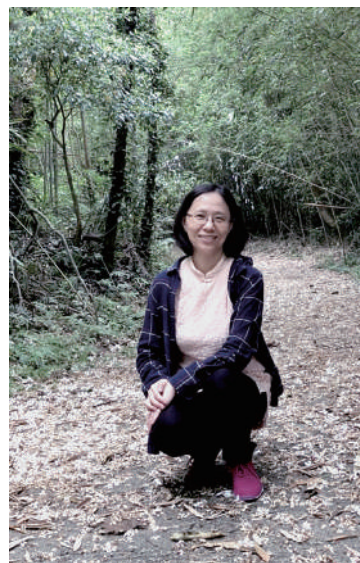
聯合勸募審查委員、社團法人台灣靈性照顧協會常務理事。

專長：

身心靈健康、成癮戒治、諮商輔導、體驗活動帶領、哀傷輔導。

經歷：

大學社會工作系兼任助理教授、監獄戒治所講師、身心靈健康課程講授、社會工作團體帶領。



以下依不同領域討論社會工作專業規劃服務方案時的一些參考面向：

一、兒童、青少年和家庭

兒童和青少年的社會弱勢服務方案，應考慮性別、階級、種族、居住地區等因素的影響，以及兒童和青少年要受到社會尊重所採取的策略會是什麼？以及如何在兒童和青少年與現有的社會結構、信念和個人界限當中找到理想的平衡點。

家庭服務方案中，如何超越“傳統核心家庭”的架構，建構不同類型的社會服務方案，充分發揮社會工作作為社會變革的潛力。

二、身心障礙

身心障礙源於個人與環境的互動，以致於無法以平等的條件參與社會。身心障礙服務方案規劃應考量勞動力市場、教育環境、社會關係或其他背景因素。與個人相關的環境因素，包括社會和經濟地位，以及公共機構的政策等，讓社會工作能夠發展適合的服務方案，有助於降低身心障礙者的社會弱勢情況。

三、成癮戒治

藥物濫用的現象，受到年齡、性別、階級、種族、居住地和主流意識形態以及對濫用常見看法的影響，這些因素也會反映在立法和社會政策當中。社會服務方案應認真看待藥物成癮的複雜性以及對濫用理解的意識型態轉變。不適當的政策和服務方案，不但無法將成癮者帶離成癮問題的糾纏，反而可能是成癮者淪為社會弱勢和邊緣化的原因。

四、高齡化社會

隨著高齡者的人數逐年增加，高齡化社會的議題成了社會工作的顯學。社會文化如何看待老化現象，以及推陳出新的健康照顧模式成了社會工作者既陌生又迫切需要瞭解的議題。

綜合以上論述，社工專業提升之於弱勢服務的重要性，不言而喻。從社會工作者的角度來看，服務社會弱勢是一個充滿機會的終身過程，能夠利用這些機會，深度探究受服務者在個人、社會和經濟方面限制，以及在文化上，社會福利制度之於他們的運作情況如何，會為社會工作者和受服務者帶來雙贏的局面，也是社會工作專業發展努力的方向。

用創新方式傳達需求 方案撰寫實戰課程

社福單位爭取資源， 計畫書撰寫能力成發展關鍵

在競爭環境下，社福工作面臨各種挑戰，如何向外尋求經費成為社會工作者亟需的「武功招式」。對此，聯合勸募辦理北、中、南、東四場「方案規劃與撰寫兼談成效評量」課程，針對方案撰寫技巧進行討論。而帶領的審查委員林美專老師，除了事前量身打造課程講義外，為了東區場次，搭乘飛機、火車、高鐵環台一周，中區及南區場次更是在南部大雨及水患的狀況下，克服萬難將豐富的內容帶給數百個社福夥伴。

「從0到1」，以感性眼光觀察 需求，以理性邏輯思考策略

8月24日，近200名北區社福組織工作者齊聚國際會議廳，聆聽「方案規劃與撰寫兼談成效評量」課程。老師由「從0到1」的概念，引領學員了解如何從生活周遭觀察並發現不同族群的隱性需求，重新思考問題。SWOT/R工具的使用也讓學員學會如何分析方案內部的優劣勢以及外部的機會與風險。除了常見的方案規劃撰寫問題外，老師同時藉課程解說方案要件、策略績效評估的注意事項。下半堂課中，老師仔細介紹了計畫書最重要的撰寫架構與邏輯模式，及適當運用理論或策略以大幅增強計畫論述與正當性的訣竅。美專老師多年的社福經驗、第一線案例與風趣的語言，搭配豐富內容，讓四個半小時的工作坊滿滿都是重點。

透過課程檢視自身， 參與學員獲得珍貴操作面技巧

致力於協助社工發展職能及權益倡導的臺灣社會工作專業人員協會的社工員吳莘義表示，這個課程讓

他更清楚方案架構如何呈現、如何進行評估與產出成果、如何簡單又清楚地撰寫計畫。對於組織培力的重要性，他說：「培力的其中一個重要性是讓社福夥伴能『回鍋』，檢視自己服務的內容是否有成效，重新回顧自己工作與所學能否配合，這是一個必須去精進的過程。這場課程會讓我更清楚知道做社工的本質與價值在哪，要秉持什麼樣的原則去做。」

投身於社區推動「老老照顧」的財團法人宜蘭縣私立竹林養護院也參與了課程。帶著新社工一起來學習的吳芳淑督導表示：「一般在社工的培訓中，雖然有很多學理培訓，但這樣操作性的培訓，就我接觸新社工的經驗，是弱了點。很多新社工懂得執行，但很難把『0』看成『1』，較缺乏找出問題的敏感度。用對的方法做對的事情，紮根的基礎訓練對新社工來說是很重要的。今天帶新社工來，獲得實際操作面的方法跟技巧，這是最棒的地方。」聯合勸募希望透過工作坊的學習與交流，讓各社福夥伴之間不止能夠分工，更重要的是能彼此合作。吳督導的一席話也為工作坊下了註腳：「希望透過資源分配，不僅各機構能小而美而好，更能一齊往共美、共好的願景前進。」



▲ 林美專老師與參與學員會後討論

團體討論腦力激盪 讓工作模式有更多想像

聯合勸募與往年補助過的社福團體交流中，發現基層社工多半曾遭遇個人理想與現實層面的拉扯，或是「一人協會」、「孤星社工」等小規模單位，沒有資深老鳥帶領，初來乍到的菜鳥必須馬上參與前線作戰，在缺乏適當的輔導或旁人支持下，很容易導致心灰意冷甚至喪失對這行業的熱情。

在這種情況下，來自資深前輩或相同領域社工所做的「經驗傳承」便顯得十分重要，因此聯合勸募在2018年規劃的「Help the Helper」系列課程中，「深度社工力工作坊」就著重從社工的實務經驗出發，有別於一般課程講師上對下的教學，這一系列工作坊的講師多達四位，且上課時將整班的社工學員分成四大桌，由四位講師擔任各桌桌長，帶著十多位學員進行討論。

互動過程中，每桌的參與者會先後分享自己單位的實務經驗與困境，再由其他學員或是桌長以自身經驗傳授解決之道，透過一次又一次的腦力激盪，學員們逐漸對社工的工作技巧有了更多的想法。

除了繁華的西部，更令人興奮的是聯合勸募將這難得的課程帶到了花蓮玉里，讓東部的夥伴可以在地學習與連結，減少舟車勞頓，串聯起當地的服務網絡。

▼ 翁慧圓老師正在聆聽同組學員的案例分享



▲ 周慧香老師邊聽學員分享案例邊做筆記

有溫度的呈現 從小故事帶出服務內容

筆者於7月31日下午抵達台中YMCA三民會館，剛好趕上講師在講解何謂「有溫度的呈現服務成果」，並請社團法人中華漢翔百元扶幼協會黃淑芬社工上台分享她們單位的經驗。漢翔扶幼協會所處的沙鹿是台中資源較不足的地區，當地單親、隔代教養、貧窮、新住民家庭...的學童眾多，因此協會就肩負起課後輔導、帶領孩童走向正軌的任務。

黃社工說，漢翔扶幼協會每年的重頭戲是「兒少圓夢之旅：台灣單車環島實踐」，帶領十多位國中、國小畢業生踏上九天環島之旅，讓這些來自弱勢家庭的孩子們也能擁有追逐夢想的勇氣。

講師之一、社工界大前輩翁慧圓也十分肯定她們的成果，稱讚這是「由小故事起頭，帶出單位服務內容」，更具備NPO的三項成功要素熱情、專業、影響力。課後黃社工接受訪問時表示，在同桌其他前輩及桌長引導下，她對服務有更深一層的認識，對方案規劃的精神更能掌握。



▲ 申玉微老師與學員們進行經驗分享



▲ 讓學員們透過團隊的修理計算機遊戲來做目標的設定、資源的掌握

彼此腦力激盪 他山之石可以為錯

「深度社工力工作坊」的重點在於實務經驗的傳承。因此參與學員須要有持之以恆的毅力，每一堂課都有事前或事後的功課，要將自己實務上的經驗、挫折、挑戰與成就帶到課堂上，將工作中遇到的各種情境在課堂上模擬，除了重新檢視思考，其他學員也從不同的角度提出建議，無私的分享與謙遜的學習，讓很多人嘆居然在這堂課程裡找回了投入社會助人工作的熱情與初衷。

來自社團法人台灣油症受害者支持協會的社工賴明慧，平日除了做家訪、電訪外，還舉辦健康諮詢講座，鼓勵這些受害者走出家門參與。

賴社工坦言她目前面臨的問題是「申請聯合勸募補助時，該如何讓舊有的方案創新？」因此在課堂中，她被分配到與其他專門服務疾病病患的學員同桌，透過桌長的引導，她與其他同桌夥伴一同腦力激盪，從其他社工身上吸收不少經驗。

「我聽到不少單位有個做法，是針對服務對象做培訓、讓他們成為分擔事務的志工生力軍，對於像我們這個人力吃緊的單位幫助很大，回去後可以著手研究。」也其他社工向她提出以「LINE@生活圈」建立線上資訊平台的想法，未來做橫向聯繫更能事半功倍。

深度討論後 重新點燃服務熱情

完整參與一系列課程的夥伴分享說：「這是個燒腦的過程！讓我更加清楚的知道需求和問題的界定，對於方案的撰寫也能更加上手，本來很抽象的理論，也變得更具象化了，而且每次的沙盤推演，都讓我們看到自己的弱點與不足，通過老師們的提點加以補強；同時透過同類型服務的分組，可以有更深度的分享和討論。」

當天筆者在現場不時聽到各桌傳出「跟妳們交流讓我覺得年輕好幾歲！」「我如果早點聽到妳們單位的作法我就不那麼辛苦了！」等讚嘆聲，可見這幾堂深度社工力工作坊在相互激勵之下，帶給學員的成果之豐碩。

講師之一的社工界重量級前輩翁慧圓感性的說：「我在社工界服務超過四十年，現在的使命就是做經驗傳承、刺激學員們產生更多省思；同時我來這裡擔任桌長，除了鼓勵後輩繼續保持熱情，也藉此了解年輕人的思考方式。」講師及學員們都不約而同肯定「深度社工力工作坊」為他們帶來的收穫，期盼未來仍有相關課程可以參與。



Love Link 讓愛串門子 服務不再單打獨鬥

「Love Link 讓愛串門子」3年補助計畫，從一開始的質疑、觀望、躍躍欲試到今天的踴躍報名，逐一證明了此舉是正確的，是必要的。讓服務從受助者的需求出發，串起受助者個人、家庭、社區等力量，從而改善受助者的困境，恢復受助者的家庭功能。

透過每年每案上限200萬的經費補助及一案一督導的模式，我們不僅看到了受助者本身及其家庭功能的改善，更看到社區支持網絡已逐步成型。且讓我們欣慰的是，補助單位在專案執行過程中整個組織的成長及社工們在專案中看到了自己的工作價值，找回了社工的使命感。

「Love Link 讓愛串門子」工作模式暨成果分享會於9月7日在國立臺灣大學應用力學研究所國際會議廳舉行，聯合勸募邀請了參與專案的其中12個社福組織分享加入計畫後的改變。當天來自全國各地的逾百名社工濟濟一堂，聯合勸募陳永清理事長開場致詞中，鼓勵第一線社福夥伴放膽嘗試，讓失敗的經驗成為成功的墊腳石，接著再由國立屏東科技大學社會工作學系趙善如教授以「社會影響力孵化器—發揮我們的社會影響力」進行專題演講。

趙教授列舉多項決定非營利組織社會影響力的重要原素，如：創新與實驗精神、有效組織架構與良

好的員工組成、成果與財務的透明...等，而在社會影響力行動背後的思維，則是利他與回饋的心、持續行動與創新思維等，藉此勉勵坐在台下的社工們，能繼續堅持理念、為弱勢族群提供幫助。

下午場次開始前，則由靜宜大學社會工作與兒童少年福利系胡慧嫻副教授以「充權在兒少服務方案的可能操作與挑戰」為題做演說。「充權」的對象往往是社會上缺乏權利的弱勢族群，由於權利的缺乏而被不公平對待且無能力改變現狀。社工則是在服務對象本身發展的過程中從旁協助，從而激發受助者的能力，進而讓服務對象能掌控本身的優勢及資源，再進一步改變自己權利弱勢的現狀。

然而，如何針對受助者缺權原因提供適當的幫助，如何適當給予受助者選擇權或決定權以及如何判斷受助者能獨立使用權力？這都是兒少服務的社工們需要投入更多心力去嘗試、去挑戰的難關。



▲ 苗栗縣私立聖方濟育幼院陳玉潔主任

從陪伴到放權鼓勵兒少融入社區

此次的活動於兩個場地分別舉行「兒少組」以及「高齡組」的分享，由目前執行「Love Link」專案的單位作工作模式及成果報告。

社團法人台中市基督教青年會(YMCA)謝淑琪社工督導在簡報中特別分享了「工作模式圖」，她提到：這不是一開始就規劃好的工作模式，而是聯合勸募的專案督導胡慧嫻委員三年來連續8次的督導、陪伴，一次次的從旁指導與協助，才有今天大家看到的這張相對完整的工作模式圖。這三年來，總計服務了203名弱勢兒少，約達2330人次。

接下來，謝督導更藉由專案執行中的兩個真實案例說明如何進行「家庭訪視」，並藉由「家庭訪視」評估受助者的處境，傾聽主要照顧者的需求，通過多次溝通及情感疏導以降低家庭內部的矛盾衝突，鼓勵他們走出家門，找到自己的優勢與自信，從而改變自己與家庭的現狀，恢復家庭功能。

鼓勵孩子積極參與社區活動，逐漸與社區產生連結逐步培養兒少對在地社區的認同，未來就能將社區鄰里拉成一張綿密的資源網路，發揮眾人之力讓孩子們走向正軌。

聽完「兒少組」早上場次的分享後，苗栗縣私立聖方濟育幼院陳玉潔主任在接受筆者訪問時有感而發：「如果把孩子們放在育幼院裡過度保護，未來他們連外出買早餐都不會。」

因此在她2017年進入聖方濟育幼院服務後，就一直強調「孩子們真正的生活環境應該在社區而非育幼院」的理念，積極培養兒少與在地社區的連結，同時這也是Love Link專案非常重視的方向，也在這次的參與後，學習現在執行單位的經驗與做法，堅定了持續在社區紮根的理念，並朝向提案申請三年期Love Link計畫而努力。

偏鄉小單位免驚 社區共好再出發

「高齡組」上台分享的團體所提供的服務出乎意料的多元，心智障礙的長者、視障長者還有長者的照顧者等，都有特殊又貼心的服務設計，同時也落實了聯合勸募珍惜且善用資源的理念，將服務的觸角伸到了長照2.0或其他政府資源尚無法兼顧的角落。

來自社團法人臺東縣失智者關懷協會張聰杰主任及洪琇瑩社工員特地搭乘四小時火車北上參與「高齡組」成果分享會。兩人受訪時表示，協會在臺東市、卑南鄉有四個關懷據點，主要服務當地的失智患者、身心障礙者及55歲以上的原住民老人，雖然原鄉部落有原住民族委員會設置的「部落文化健康站」，但公部門資源僅限服務尚有行動能力的個案，更弱勢的行動不便者乏人問津，只能仰賴協會的照顧。

「我們以前都專注於用自己的力量服務個案，聽完分享會後才知道，Love Link非常強調引入整個社區的資源做服務。」張主任認為這次獲益良多，回臺東後打算以「社區共好」重新提案，在美麗的東部接棒落實Love Link的服務。



▲ 台東縣失智者關懷協會的張聰杰主任(左)跟洪琇瑩社工(右)



▲ 社團法人台灣愛鄰社區服務協會新莊辦事處的張齡方社工

聽完分享豁然開朗 申請計劃更有信心

整場成果分享會於下午4點半左右結束，來自社團法人台灣愛鄰社區服務協會新莊辦事處的張齡方社工向筆者分享，她們單位未來也有意投入Love Link專案的行列，今日聽完許多社工前輩分享後受益匪淺，對於專案撰寫計劃也頗有信心。

最後張社工特別推崇趙善如、胡慧嫻兩名學者的專題演講，未來單位仍會繼續透過課輔的方式，去挖掘社區中有需要幫助的家庭。

用影像說動人故事 行銷工作坊教戰實錄

缺乏影像行銷力， 如何與大眾分享「我們」的故事

社團法人台中市基督教青年會(YMCA)社工督導謝淑琪，投入社會工作20年，她不僅陪伴當地單親、低收入戶、隔代教養的學童長大，秉持鏗而不捨的精神，協助這些缺少家庭關愛的孩子們走上正軌，還曾被媒體譽為「平民英雄」。謝督導笑說，留很多活動紀錄，卻不擅長整理，電腦裡堆滿各式各樣的影像資料，但缺乏系統的運用，導致這些寶貴素材迄今仍存放在硬碟裡不見天日。

來自財團法人台北市脊髓損傷社會福利基金會的研發部副主任余郡蓉則表示：「由於脊髓傷友突遭人生巨變，從行動自如到癱瘓受限，心情上

很難調適，即使多年後已與疾病共存，但很多辛酸難以回首，透過同樣身為脊髓傷友的同儕支持，大家在生命亮點團體中，一次次翻開並講述當初走過來的歷程，彼此鼓舞找到力量，才有辦法走上講台，與更多人分享動人的故事」。

因此這群經過培訓、開始擔任生命教育講師的傷友就是基金會的門面招牌，余副主任不斷藉由各種行銷方式提高傷友講師的曝光率，但她卻面臨一項困擾—研發部與公關行銷部是不同部門，在認知與溝通上存在些落差，無法全盤了解彼此想要表達的意思，讓她深深覺得苦惱。

▼ 專訪社團法人台中市基督教青年會(YMCA)社工督導謝淑琪(右)及財團法人台北市脊髓損傷社會福利基金會的研發部副主任余郡蓉(左)



▼ 「二樓設計」林呈軒導演為社工們講解「如何利用影像行銷為單位增加更多的曝光」



「Help the helper」影像行銷，讓大眾看到「我們」的故事

今年，聯合勸募在規劃的「Help the Helper」系列課程中，「社會福利組織影像行銷工作坊」特別邀請在廣告界具有知名度的「二樓設計」林呈軒導演擔任講師，教導非公關行銷領域出身的社工們，如何在資訊爆炸的年代發出特別的聲音與光芒，並為單位增加更多曝光？

筆者於7月19日前往台北市犇亞會議中心，參加「影像行銷工作坊」課程，當日呈軒導演講課的重點為「腳本架構」，以他主導設計的「桃園捷運-市民卡元旦新優惠」動畫宣傳案為例，先抓出宣傳重點：像是「65歲以上每月補助800點優惠」、「市民卡搭桃捷八折」等，透過收攏呼應、延伸置頂、延伸堆疊、點出優惠、破題切入這五項順序流程，構思出腳本架構大綱；接著運用後期製作技巧：像視覺設計、用色調配、動畫製作、幕後配音等，最後變成滿意的動畫成品，也讓台下的社工學員們不禁讚嘆，原來枯燥的政令宣導也可以從不同的角度與思考，轉化成讓人願意且容易閱讀的動畫影片。

呈軒導演講解完另一支為聯合勸募製作的溫馨可愛風格宣傳動畫後，開始進入重頭戲，針對社工學員們所想要作的影片構思給予個別建議，由於機會難得，大家紛紛踴躍分享自己的idea。

來自財團法人中華基督教福音信義傳道會的社工蔡佳霖，在自我介紹時開玩笑表示：「我們的服務對象是失智及獨居老人，但因為偏鄉人力吃緊，阿公阿嬤如果有問題通通會來找我，所以我都說，我是全東勢最好找的人。」

呈軒導演靈光一閃，馬上回應：「『我是全東勢最好找的人』這句話很有感染力！如果要做行銷影

片，把這句話擺在影片一開頭，馬上就能勾起觀眾好奇心，會想知道：『為什麼他是全東勢最好找的人？』這會是一支非常能產生共鳴的影片。」其他學員們反覆咀嚼著這句話，腦海裡彷彿浮現蔡社工在東勢山區四處開車奔波、探視長者的身影，為今日所學做了一次相當好的示範。

做中學習與彼此砥礪 學員獲益匪淺

而謝督導及余副主任，也在這次工作坊與講師的互動中獲益良多。謝督導說：「以前我碰到有展示自己單位的機會，總是努力準備一大堆資料，但上完課後才發現，介紹的時候要懂得抓重點、讓人深入淺出的聽懂才能印象深刻。」至於另一個更重要的收穫，她笑說：「老師有教我們用剪接軟體，也提供我們下載免費音樂使用的網站，我終於可以開始整理電腦裡那一大堆影片素材了！我還要將課堂所學分享給其他同仁，讓大家一起進步。」

余副主任則表示，課堂給她最大的啟發是「換位思考」，因為之前總是自己埋頭研究、忽略溝通的重要性，現在則學會站在對方角度設身處地想，講師也建議她可以幫每位傷友講師拍攝個人生命故事短片，讓其他傷友透過網路去分享轉貼，更會達到事半功倍的效果。

「另外，也因此有機會與其他夥伴認識及瞭解彼此的服務理念與方式，發現自己在這條路上並不孤單，也增加與其他夥伴合作的機會。」謝督導及余副主任為這堂影像行銷工作坊下了最後註解，她們都非常期盼，明年聯合勸募會推出什麼樣的新課程讓彼此更精進。

故事站在你這邊

社服團體需要行銷嗎？

這樣說好了，如果企業財團都要為了自身的利益而投入大量的行銷資源，那社福團體怎麼可以不為了更龐大的公共利益，而投入更多行銷資源呢？

你們處在同一個世界，面對的受眾是一樣的。
更進一步說，一個人一天裡可能會喝上很多飲料，早上喝豆漿，午餐喝湯，下午喝一杯咖啡，在傍晚又喝一杯茶，晚上晚餐時還會再喝一杯紅酒，在飲料上的消費，他會是多次且多樣的，可是，他一年只會捐一次錢，甚至，沒有。

從競爭的角度來看，作為一個飲料廠商，他和消費者產生關連的機會大很多，因為人自然會有渴的需求，自然會有動機去創造購買清單，而你只要出現在這清單上，增加好感度，就有機會屏雀中選，自然就有機會被選擇並被購買。

可是，多數人並沒有行善的需求，多數時候更是要被提醒，才有那麼點動力關注，而在關注之後，還需要更多理由，好讓他願意參與，不管是用什麼形式。基本上，他沒有社福團體的購買清單，他可能覺得自己和社福團體無關。

這樣說起來，到底社福團體需不需要行銷呢？

行銷資源不足

作為社會一份子的我，當然覺得需要。因為我希望我的社會更好，更多不均等的現象被改善，好減少在這不均等變化中可能帶來的衝突。可是，更難的問題來了，企業多數因為營利所以有較多資源可以分配到行銷上，同時為了創造更多的利潤，因此更願意投注更大比例的資源在行銷上，可是社福團體一來資源窘迫，二來就算有了資源，在判斷上也會想要以照顧個案為優先，因此行銷資源上總是欠缺，總是不足。

可是，真實世界裡，人們不常接觸到社福團體的行銷，浸淫在各式各樣進步且不斷推陳出新的企業行銷中，更會對於資訊的樣貌有較高的要求。這樣說好了，一樣是一篇發文一張海報，看的人是一樣的，他不會覺得因為是社福團體做的，字體就可以醜一點，排版就可以凌亂些，美學就可以差一點。

當你缺乏吸引力時，人們不太願意接觸你，更別提了解你。解決行銷資源不足，除了要增加挹注的資源比例，其實，更要解決吸引力的問題。

故事站在你這邊

吸引力來自什麼呢？

資源不足的時候，可以尋求故事，因為每一天發生的事都是一個好故事，要是你手上有一百個個案，這些個案，一年裡頭就有36500個故事。

你可以百中選一，你一年就有365個好故事，一天有一個。你可以選擇用文字，搭配一張有味道的圖或照片，請記住，美學仍是根本要務，請好好運用，不要浪費了好故事，那可是人家的人生。你也可以拍片，只要把燈光控制好，恰當的攝影設備，不管是手機或攝影機，固定好不要過度晃動，請一位夥伴好好說，說一次不好就再說一次，最好在拍攝前，跟三十個以上的人說過。

因為故事會越說越好，你會看到對方的表情，你會因此調整故事的結構，你會刪去無趣的，你會放大精彩的，同一個故事在你和第一個人說和第三十個人說時，一定會有很大變化，最好，是第五十個人，之後，你只要把這段故事簡單地用影像記錄下來。一定會很好看，很吸引人的。

而這也是最好的突破點，因為就算是有充沛資源的企業，也為了缺乏故事而發愁，而你手上有他們沒有的、大把的好故事，你怎麼可以不用呢？那不是對不起你的夥伴和個案嗎？請記得畫面仍要美，可以參考無印良品，你可以樸實、但帶著精緻的美學，那會讓你的故事更亮眼。

不要說只有悲情的故事，因為人們多數時候覺得自己更可憐，要說有盼望的故事，因為人們會希望自己有盼望，更希望自己成了別人的盼望。

精彩的故事會讓人們有興趣，更會在故事裡知道他的善款可能會變成什麼好事，最重要的是，那創造了你和他的關聯，他更有機會幫你分享這故事，創造更多人跟你有關聯。

別擔心，故事站在你這邊，你一定會成就的，你一定要成就的。

盧建彰

現職：

廣告導演、詩人、小說家、作詞者、學學文創講師、跑者。歷任奧美、智威湯遜廣告創意總監，幸運到曾是GUNN REPORT廣告創意積分台灣第一名。

著作：《創意力》《文案力》《藥命》《跑在去死的路上，我們真的活著嗎？》《願故事力與你同在》等。



23分之1的感謝， 一封給捐款人的情書

製作團隊專訪

平均1年有100萬餘人受益於聯合勸募支持的服務，這個數據也代表了在台灣每23人就有1人獲得您的愛心幫助。今年聯合勸募與心先溝通、大演製作及葉坤樹導演組成製作團隊，共同完成2018年公益廣告—〈23分之1的感謝〉，作為一封致謝情書，由受助人親身演出，向曾經支持過聯合勸募的捐款人說一聲，謝謝。

〈23分之1的感謝〉影片上線至今，累積了218萬以上瀏覽人次，獲得31位名人主動分享，最重要的是，捐款人肯定聯合勸募的責任與意義，讓正能量繼續循環發酵。

有這麼多人感謝，就有那麼多人受惠。

許常德

邀請大家跟我一起繼續讓愛壯大！用行動支持聯勸，更衷心謝謝所有捐款人。

何潤東

謝謝和我一起做公益的你們，也謝謝聯合勸募協會讓我們有機會一起幫助需要幫助的人。謝謝你，捐款人。

畢書盡

也許一個微笑、一聲謝謝、一句辛苦了，就能讓你撐起一天的正能量。

劉軒

如果26年來每23個人就有1人受到他們的關心，那要是能讓他們更長久，我希望以後就是20之1、18個之1、15個之1...

吳慷仁

愛心不偏心，分享愛的力量。

張均甯

如何讓大眾看到聯合勸募 所背負的責任與對社會的價值

聯合勸募的老朋友小薛，擔任影片的創意總監，他提到品牌行銷上的切點，「聯合勸募這個品牌與眾不同，服務議題與其他社福組織也不同，如何幫聯合勸募作品牌定位、讓捐款人看到聯合勸募所背負的責任與對社會的價值，進而認同與支持聯合勸募，這是在行銷上比其他社福團體還困難的地方。」又說：「這次我們傳遞的是捐款榮譽感、責任感，也就是讓捐款人了解到我捐一筆錢能幫助這麼多人，感到驕傲跟榮譽。」

被業界暱稱「大樹」的葉導，過去也曾與聯合勸募合作過不少公益短片，他說：「要拍出聯合勸募這個品牌的整體形象，劇情設定上需要呈現多種弱勢類別，讓人知道聯合勸募幫忙很多面向、很多團體。」那麼公益廣告與商業廣告在操作上的差別又是甚麼呢？小薛說：「本質上是沒有差別的，只是商品不一樣。

我們在企劃一支廣告時，需要想Target Audience (目標受眾或目標客戶)在想甚麼？」葉導則說：「雖然資金上，商業案子的比較充裕，公益的案子比



▲ 左起影片創意總監小薛、大樹導演與國書副總監



▲ 素人演員展現充分的配合

較匱乏，我們會包容與理解，也會縮小一些要求，但這些縮小不是隨便的意思，反而是花更多時間去想、去設計，如何在有限資源裡去執行出一個很有看頭的東西。」

而這次能在極有限的資金下完成令人感動的短片，多虧受到屢獲動腦雜誌行銷傳播獎的大演製作公司的支持，副總監張國書說：「我們公司一直很關心社會議題，也接觸過很多公益品牌，但沒有做很多公益廣告是因為我們對那些品牌不熟悉。這一次本來預期要花兩天時間拍攝，但再拉長成本就會增加，包括燈光、美術...等等，所以動員所有的力量，一天就完成拍攝工作。大演製作從上到下都認同聯合勸募與公益，盡量在有限的預算去做最大的配合與努力。」

缺陷的微笑是真實感的呈現

影片中這11位受助者均由素人出演。拍攝團隊擔心他們面對鏡頭會緊張、表情會木訥、肢體會僵硬...等等。但在拍攝當天，他們的表現讓工作人員很感動。小薛說：「當時會擔心素人演員能不能接受這樣的橋段設想，想不到他們非常認同且熱忱參與。像是小銘的爸媽、阿奇的爸爸，當他們在跟我講述他們的故事時，你能感受到他們並不是要你同情，而是分享他們的人生歷練，這讓我這個發想者很是感動。」

在原先的腳本上，片尾是用打燈的方式逐一介紹



▲ 素人演員從台灣各地而來，只為了傳遞一聲「謝謝」

這群素人與他們背後的社福組織，但剪輯時，葉導透過螢幕看到演員們的真摯，「我一直想到小薛跟我談的所謂的『真實』，他們是真實事件裡真實受到聯合勸募幫助的人，我就覺得原先設定的表現方式跟真實感這件事情，會不會有所衝突？因為原本的呈現方式讓人有舞台感，像是一場表演，卻讓真實性跑掉了。現在的版本片尾是像電影謝幕的方式，這樣一改動，當下就很有感覺，那個感覺就叫做真實感。」

小薛說：「我們想要呈現缺陷的微笑。這一群素人現實生活中處境不是頂好的，但他們在這樣的處境站起來跟你微笑，這樣的微笑是動人的，是堅強的。」平常不會把廣告作品貼在自己的臉書上的葉導，這回不禁要分享，他說：「如果這支短片可以帶給人們一些認同，給捐款人一種榮譽感，大家就會很樂意分享這支短片。台灣是一個互助的社會，每個人都有需要他人幫助的時候，當我們有能力有條件幫助他人的時候，就該幫助。以前是創意端，現在當導演，拍公益短片對工作來說，是一種調劑，因為這讓人有一種很清晰、很淨化、很純真的感受。」

誠如小薛所說：「廣告是說服的過程。」感動並不是公益廣告的目的，而是改變行為，讓人以行動支持弱勢服務才是我們持續努力的目標。



前往觀看23分之1的感動影片 ▶

只要你的愛一直在

插畫家林怡芬專訪

我們想找一個方式，把受助者的故事說出來，讓捐款人知道自己的一份愛心，改變了甚麼。這一次聯合勸募與插畫家林怡芬合作主題為「只要你的愛一直在，他們的希望就不會消失。」系列插圖，林怡芬以溫馨、人文，具手繪感的畫風，加上捐款人的名字及故事文案，我們試著勾勒出一道道愛心溝渠，灌溉每一分心田。我們與林怡芬(以下簡稱林)相約於她的工作室，談一談關於這一次的合作。

Q: 記憶中，關於助人的印象是什麼時候開始的？

林：幼稚園吧！我記得那時父親每月有透過社福團體助養一個原住民小女孩，年紀比我小一點。

Q: 曾經有接受過別人的幫忙嗎？讓你印象最深刻的經歷是？

林：我在日本求學結束準備回國，拖著一只很重的皮箱經過鐵道時，皮箱的輪子突然卡在鐵軌上，那時柵欄緩緩降下，一個像是小學五、六年級的小男孩騎腳踏車正好經過，他立刻丟開腳踏車跑過來，在火車出現前一刻和我一起拉出皮箱。在生死關頭，這位陌生的孩子幫助了我。這件事讓我感悟出一個道理：「人幫助人是出於天性，並不需要有特別大的力量才能做到。」

曾經父親的事業出了狀況，必須舉家遷移，在家裡最困難的時候受到很多朋友的幫助，比如：朋友空出房子以極低的價錢租給我們；一個遠親雇請我媽媽照管一棟大樓，如此媽媽既可照顧小孩，又有工作收入。



林怡芬 Facebook簡介

有時是雕塑創作者，有時是插畫家，時而寫寫隨筆散文。近作「乙女日帖」一書。

Q: 本身有比較關注哪一些社福議題或類別嗎？

林：我曾經參與過救助流浪動物的前線工作，關於人的部分就比較關注外籍配偶、移工等議題。因為我自己也曾經到異國讀書，所以可以同理，也可以想像移工的處境，像是受到雇主不合法的待遇，以及在地人對外地人的偏見等等問題。

Q: 現在生活重心是家庭與孩子，在結婚前跟結婚後，對愛有不同的理解嗎？

林：結婚前，自己可以運用的時間比較多，也比較有餘裕去關心別的事情，那時候會去找尋有興趣的事。結婚後，有了孩子，我是女兒唯一的天，她甚麼都會仰望妳，所以重心都在她身上。我發現母愛與過去給出去的愛是不一樣，對於自己的孩子，是一種可以付出自己生命的愛。

Q：這一次合作，您在臉書上分享聯合勸募的插圖貼文，在您的生活中有沒有得到什麼樣的回饋？

林：過去，我比較沒有機會跟社福團體合作，而這次的合作，藝術界的朋友看到後會跟我問起這些過程與故事。彼此注意到，過去我們進行藝術創作比較多是在滿足自己，好像對於社會問題幫不了甚麼。譬如說廚師的工作，能夠讓人溫飽，但藝術創作是比較自我，也許有人看到創作會有感動但那不是比較實質的，無法立即給予甚麼援助。所以大家會認為應該要多一點這類的公益合作。

Q：這一次合作的故事中，哪一個故事印象最深？

林：其實每一個故事都很深刻，要再說最有感的，是吳奶奶的故事(圖1)，畫那間房子的時候很有感，中風的母親與身為照顧者的獨子倆人住在一個擁擠的空間，如果沒有人幫忙的話，他們人生就困在那裏。這讓我聯想到，每個人的人生都會有越走越狹隘的可能，當自己的人生經驗多了以後，會知道人生每一個選擇是一環扣著一環，這些變故都有可能發生在自己身上，所以下筆的時候很有既視感。

Q：這一次的合作感想？

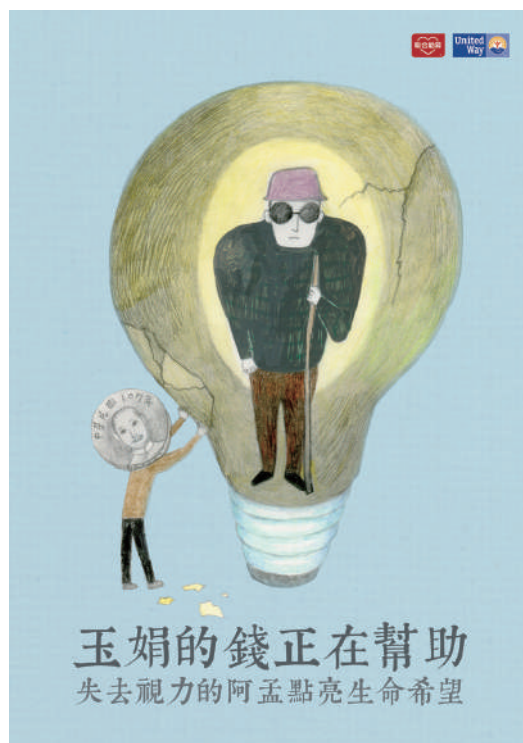
林：用自己手上有的專業去讓弱勢故事被看見，吸引別人關注這些議題。這件事情讓我覺得很有意義，很感動。



◀ 了解更多
吳奶奶的故事



▲ (圖1) 吳奶奶的故事讓怡芬連結到過去的畫面，繪製出感動的生命畫面



▲ 這一系列的插圖部分是<23分之一的感謝>演員故事

你的一日捐，就能幫助他們365天



作者介紹

發芽的勇氣

我是發芽一號、我叫愛美。

紅豆姐姐是一顆樂觀、充滿生命力的種子。紅豆姐姐眼中的所有人都像正在發芽的種子，我們透過圖像及具體的行動散播友善的力量，強化人與人之間的連結，觸發人對土地的關懷。讓小小的種子開出一片花園，需要社會團結的力量，也是紅豆姐姐勇往直前的目標。

很高興在這條發芽的路上能與聯合勸募並肩同行。聯合勸募的存在，就好像一個有機的灌溉系統，將多的補入少的，將資源整合分配，有效發揮利用。蒐集大家的愛，灌溉希望的種子，結熟一粒粒果實。希望這次的圖文合作，能萌發更多種子，讓一日捐的力量幫助更多人。





一天對每個人來說意義皆有所不同，平安度過平凡的一天，對部份的人來說卻是一種奢求。

一日捐是聯合勸募第一個募款專案，我們希望溝通的是公益並不是一件困難的事情，365天當中用一日所得響應公益，為他們工作一天；每個人貢獻一己之力，就能成為支持弱勢朋友不可或缺的重要力量。

7月

- ◆ 2018年一日捐邀請到廣受年輕群眾喜愛的林明禎擔任愛心大使，透過實體的記者會以及線上活動，為一日捐勸募活動揭開熱鬧的序幕。
- ◆ 為了讓一日捐與日常生活更貼近，許多愛心企業加入一日捐行列，提供管道、商品，幫助我們接觸更多群眾，如：凱達大飯店、BAGTOYOU百達遊、頂呱呱、GOMAJI、安泰銀行等，讓民眾參與公益的同時還能享有企業回饋的各種優惠。

8月

- ◆ 在8月甜蜜的情人節，我們邀請愛心大使首度舉辦線上直播競標活動，在粉絲熱情的支持下，競標成果豐碩，也讓更多年輕的群眾藉此認識聯合勸募。

9月

- ◆ 值得一提的是，9月份開始我們與親子品牌「紅豆姐姐」合作，透過臉書粉絲團開展系列連載插圖，溫馨的畫風及貼近生活的訴求，成功引起粉絲們的關注。

集合影響力 (Collective Impact)

創造改變力-澳洲THE HIVE經驗之學習

提到澳洲(Australia)大家會先想到甚麼?是高大雄偉的雪梨歌劇院?吸睛奪目的雪梨大橋?還是可愛的袋鼠與無尾熊呢?在印象中雪梨是一個繁榮進步的都市,但在距離雪梨不遠的德魯伊特山區(Mt Druitt)卻因失業、霸凌、移民等問題,導致長期受到貧窮、暴力、犯罪的威脅。在德魯伊特山區,雖然一直都有社會服務的存在,但因該地區人口複雜,衍生出的社會問題層出不窮。

為持續改善與解決德魯伊特山區存在的社會問題,自2014年起,由澳洲聯合勸募(United Way Australia)、Ten20基金會(Ten20 Foundation)及新南威爾斯家庭及社區服務(NSW Family and Community Services)等三個單位共同創辦了「The Hive」計畫,並由澳洲聯合勸募擔任其中的骨幹角色(backbone)。

The Hive 計畫是什麼?

「The Hive」是跨組織、跨專業的合作,為共同解決特定社區議題而開展的專案。透過專業組織去整合當地社區、社福組織、企業及政府等,讓所有的參與者一起找出當地的急迫問題為何,協助社區改變及改善各種制度。當確認兒童順利就學是首要需求後,便透過骨幹組織之運作與協調,擬定並落實各項策略,以確保德魯伊特山區的每個兒童能夠順利地展開學校生活,並提供多樣性的就學、就業機會以改變其人生軌跡。在「The Hive」中,運用了集合影響力(Collective Impact)這一種具有開創性的工作模式,在這個架構下,來自不同領域的組織,可以一起創新,整合各自工作,並採用共通的基準來衡量解決社會問題的成果。這需要長時間的投入,以創造長期性社區及制度的改變。

從「The Hive」的發現與學習

為了對「The Hive」這個新工作模式有更多了解,聯合勸募特地邀請澳洲聯合勸募的Danielle Roderick,同時也是「The Hive」的主持人(Facilitator),於今年六月份來台灣與聯合勸募審查、稽核委員們分享「The Hive」,Danielle就其執行經驗提出運用此工作模式可能遭遇的挑戰,包括如何廣納不同的服務策略,同時又能彈性的運用;如何建立跨組織的合作關係並鼓勵彼此、讓參與者們取得共識,願意朝相同目標努力;以及跨組織間如何發展相同的評量標準,使最終的成效評估更趨於一致等。豐富的實務經驗,以及不同於台灣的工作模式,讓台下聆聽分享的審查、稽核委員們受益良多。



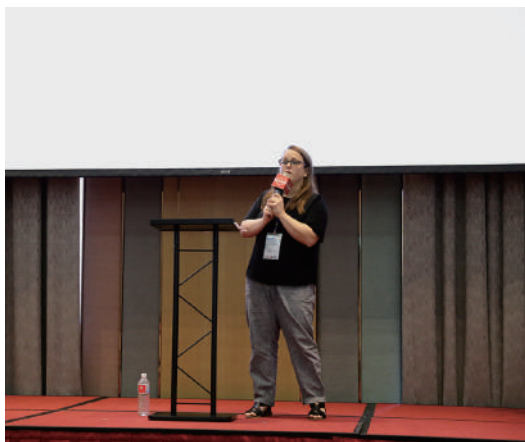
▲ 台灣聯合勸募、澳洲聯合勸募大合照

探索台灣在地社區，激盪不同文化的火花

我們也安排Danielle至深耕萬華社區的台北市立心慈善基金會參訪，實際到萬華社區與店家互動，品嚐了台灣特有小點，體驗在地文化風情，並與在地的社福夥伴互相交流取經。Danielle對於聯合勸募、立心基金會與當地的社福組織共同運作社區弱勢者待用餐食的服務深感認同，更主動認購待用餐卷，期待藉以減緩弱勢者經濟生活壓力，帶給弱勢者與社區建立良好關係的機會，也為本次台澳服務模式交流畫下最完美的句點。



▲ 萬華龍山老人服務暨日間照顧中心參訪



▲ 澳洲聯合勸募(United Way Australia)的Danielle Roderick



▲ 萬華社區參訪

【你的1日捐，就能幫助他們365天】一日捐造勢記者會

邁入第26年的聯合勸募一日捐活動，今年在凱達大飯店舉辦造勢記者會，邀請愛心大使林明禎和我們長期合作的社福夥伴一同參與，大夥在台上一同演出改編自明禎舞蹈的加油打氣舞，希望號召更多關心公益的朋友一起響應，透過捐出一日所得鼓勵所有需要幫助的弱勢朋友。



▲ 出席的單位有：樂山教養院、宜蘭縣私立竹林養護院、臺灣雷特氏症病友關懷協會及中華民國小胖威利病友關懷協會，都是聯合勸募公益好夥伴



◀ 林明禎與受到幫助的對象齊跳愛心加油打氣舞



817抱一起 情人直播公益拍賣

聯合勸募首次舉辦線上直播拍賣活動，希望透過今年愛心大使林明禎的超人氣，結合網路平台，讓更多朋友能加入一日捐的行列。因此在情人節當天拍賣明禎簽名小物，活動獲得粉絲熱烈響應，拍賣出7項競標品，共募得24,100元。

720一起愛，頂呱呱挺公益

頂呱呱用公益慶生，7月規劃「你分享，我捐款」邀請網友在FB分享生日慶貼文，將分享數轉化成捐款，同時透過「你吃雞，我捐款」活動，由前2,500份售出的生日餐中提撥50元做公益。活動反應熱烈，頂呱呱共捐贈126,010元支持聯合勸募弱勢兒少家庭服務。



影像行銷培力坊—讓影片幫你說



處在資訊爆炸的時代看影片比看文字吸引人，聯合勸募也觀察到這樣的現象，因此今年度特別邀請知名影像工作者—林呈軒導演，親自傳授如何運用影像軟體製作影片，幫助社福團體行銷自己，透過影片的傳散將服務的理念及內容告訴社會大眾。

聯手送愛 原夢作伙來

全聯福利中心與聯合勸募於第三季合作零錢捐募款，透過愛心大使BOXING全力相挺，首次舉辦原住民母語古調門市快閃活動，用最純粹的聲音感染現場民眾，投入小小的零錢發揮大大的愛心，幫助原住民兒少創造美好生活。



107年度『Love Link 讓愛串門子』工作模式暨成果分享會

『Love Link 讓愛串門子』專案即將邁入第五年，為了提供參與此專案的夥伴一個發表舞台，本會特於107年9月7日辦理工作模式暨成果分享會，活動當天由趙善如委員與胡慧嫻委員帶來貼近實務工作的演說，加上高齡組與兒少組總計有12場精彩的分享，豐富活動安排，吸引近120位全台社福團體、縣市政府及企業夥伴參與。



療癒LINE貼圖， 用公益驅散壞心情！

由漂漂老師帶領的創夢貼圖插畫團隊，以「厭世辦公室」為題繪製LINE貼圖，將辦公室常見的苦悶心情以貼圖方式呈現，販售所得全數支持聯合勸募一日捐。

立即下載



相揪到萊爾富捐零錢， 讓愛閃耀

萊爾富與聯合勸募攜手合作，為自閉症患者募集愛心資源。從今年11月14日至2019年1月15日，到全台萊爾富門市捐出手邊零錢，一同支持聯合勸募針對自閉症患者的相關服務。



11月-2月 花旗聯合勸募活動

第24屆花旗聯合勸募活動即將開跑，邀請您月捐500，讓愛永不停格，支持聯合勸募向全台各個鄉鎮推動弱勢服務，讓超過110萬個生命，因你而發光。



(麥萌杯套)



(小麥萌)



檢視服務落實、加速成果豐收 期末督導即將開跑

為瞭解方案執行情況與服務的落實性，自今(2018)年10月30日起為期一個月時間，聯合勸募的專業委員將再次親赴服務現場，除了檢視服務進度，同時輔導服務成果更完整呈現效益，協助社福夥伴於年底時將一年來的努力耕耘轉化為具體的社會影響力。

為愛心把關、為服務加油 方案複審專業審查

9月起陸續收到全台各地社福團體的方案申請，經過聯合勸募同仁初審作業後，方案複審亦將隆重登場。搭配今年審查制度的調整，由專業委員謹慎評估方案需求性、經費合理性及服務可行性，嚴格把關服務品質，期待將捐款人的愛心挹注到社會最需要的地方，也為認真投入的服務夥伴加把勁。



我願意支持第24屆花旗聯合勸募活動 平凡的舉動創造不平凡的感動

我要每月定期捐款	我要單筆捐款
<input type="checkbox"/> 定期定額：每月500元 <input type="checkbox"/> 定期定額：每月 元 捐款期限： <input type="checkbox"/> 不指定期限，信用卡有效期限到期自動展延 (欲停止捐款請來電通知) <input type="checkbox"/> 定期捐款12個月 <input type="checkbox"/> 指定捐款 個月 (定期捐款500元持續12個月以上，送珍藏「愛心小麥萌」乙組)	<input type="checkbox"/> 單筆捐款金額6,000元 珍藏「愛心小麥萌」乙組 <input type="checkbox"/> 單筆捐款金額3,000元 珍藏「麥萌杯套」乙個 <input type="checkbox"/> 單筆捐款金額： 元

No.64 不索取愛心見證禮，將製作禮物經費用來幫助更多需要的人

捐款人資料 (欄位前有「*」為必填欄位)	
*捐款人(收據)抬頭：	捐款人生日： 年 月 日
捐款人身分證字號： (公司抬頭請填統一編號)	捐款收據： <input type="checkbox"/> 年度收據(隔年3月起寄發) <input type="checkbox"/> 上傳國稅局(免寄紙本收據) <input type="checkbox"/> 每次寄發 <input type="checkbox"/> 不需收據
*收據/禮物寄送地址：	
*日間聯絡電話：	*行動電話： 簡訊回覆確認捐款單： <input type="checkbox"/> 可以 <input type="checkbox"/> 不可以
E-Mail：	

信用卡捐款資料 (欄位前有「*」為必填欄位)	
*持卡人姓名： <input type="checkbox"/> 同捐款人	*持卡人簽名：(請與信用卡相同)
持卡人身分證字號： <input type="checkbox"/> 同捐款人	
*信用卡卡號：	
*信用卡有效期限： 月 / 年 (填入西元年，並依卡片順序填寫)	*發卡銀行： 銀行

本會為進行各項捐款事務辦理與管理、會務推廣及內部統計調查分析，以及協會章程所訂各項業務事宜，須於本會營運期間，在台灣及海外地區以自動化機器、或其他非自動化之方式蒐集、處理及利用捐款人前項個人資料，僅供會內之用，必有保密之責任義務。捐款人得隨時請求查詢、閱覽、提供複本、補充、更正、停止或刪除之。捐款人得自由選擇是否提供相關個人資料，若拒絕提供，此捐款仍可成立，並尊重捐款人意願。

我已閱讀並同意上述告知之所有事項 同意人親簽：_____

請填妥本表資料後傳真或郵寄至聯合勸募協24小時傳真專線：(02)2378-1290、(02)2378-1291
郵寄至：10667台北市大安區復興南路2段363號4樓 聯合勸募協會 收

注意事項
1.本會收到捐款資料後，將發送簡訊通知或主動去電確認；亦歡迎您來電本會查詢。2.捐款後4~6週寄發捐款收據，收據可供所得稅列舉申報。如需2018年度捐款收據，請於2018年12月31日前捐款。本會取得您的資料後，將完整安全儲存於聯合勸募內部資料庫中，並以嚴謹的保護措施防止未經授權人員之接觸。未經過您的同意，本會不會將您非公開之資料透露給本會之外的第三者。3.本會組織運作及財務皆完全透明、並受社會大眾監督。因此您的每一筆捐款皆依據公益勸募條例第六條規定辦理公開徵信；若您不願意公開徵信，請於空白處註明，謝謝。4.正式捐款收據將於捐款後2~4週寄發，收據可供所得稅列舉申報，若您有填寫捐款人身分證字號，可於隔年5月起使用憑證下載捐款資料(可免附收據申報)。5.若您信用卡掛失、停用、換卡或升級，請待新卡收到後來電告知，以利處理後續捐款事宜。

感謝名單

企業捐款

克瑞電子股份有限公司
頂呱呱國際股份有限公司
BAG TO YOU百達遊
大瓏企業股份有限公司
橙豐國際實業有限公司
安泰商業銀行
怡凡得股份有限公司
Kimo德國手工氣墊鞋
維多利亞建設股份有限公司
花旗(台灣)商業銀行股份有限公司
寬庭美學股份有限公司
和泰汽車股份有限公司
沃亞科技股份有限公司
財團法人元大文教基金會
曄誠國際驗證股份有限公司
UK ONLINE GIVING
財團法人中國信託慈善基金會
輪將有限公司
大頭佛娛樂有限公司
YOURCAUSE LLC

員工捐款暨企業相對捐

好市多股份有限公司
美商德盟全球凱展股份有限公司台灣分公司

愛心物資轉運站

台灣通用磨坊股份有限公司
台灣雪印股份有限公司
佳格食品股份有限公司
華強實業股份有限公司
康那香企業股份有限公司
新竹物流股份有限公司
嘉里大榮物流股份有限公司
利百美興業股份有限公司
嬌聯股份有限公司
聯合利華股份有限公司
金蘭食品股份有限公司
寶德安股份有限公司
台灣維達衛生用品股份有限公司

物資捐贈

好市多股份有限公司

電子發票

台灣迪卡儂有限公司
好市多股份有限公司
新竹物流股份有限公司
橘熊科技股份有限公司
網路家庭國際資訊股份有限公司及其消費群
巴哈姆特電玩商城消費群
鈺象消費群
統一超商暨全體ibon mart會員
尚凡國際創新科技股份有限公司暨消費群
台灣大哥大股份有限公司及其消費群
揚霖音樂工作室消費群
Big table大桌餐廳暨消費群

其他

漂漂老師_創夢貼圖插畫團隊
國泰世華商業銀行股份有限公司
慈善火炬-張哲瑋
HI-Life公益捐平台
凱達大飯店
紅豆姐姐
義大遊樂世界
威秀影城
udn買東西
4Gamers就肆電競
台灣大車隊
7-11 ibon公益捐款平台
全家fami port公益捐款平台
雅博客二手書店
全聯實業股份有限公司
種子音樂有限公司
聲動娛樂有限公司
添翼創越工作室
國立中央大學公益傳播中心
凱基商業銀行股份有限公司
永豐商業銀行股份有限公司
台新國際商業銀行
花旗(台灣)商業銀行股份有限公司
微程式資訊股份有限公司暨全體客戶
安泰商業銀行
ok-go公益捐款平台
鼎鼎聯合行銷股份有限公司(HAPPY GO)



24th 花旗聯合勸募活動

一起愛 愛不同



愛心大使

陳靜

捕捉助人畫面 讓愛的能量升空

平凡的舉動創造不平凡的感動，捕捉助人最美的畫面，讓愛的能量球升空。
花旗聯合勸募活動邀請您響應月捐500，支持聯合勸募推動各地弱勢服務，讓超過110萬個生命，因您而發光，讓愛永不停格。

月捐

500

讓愛的畫面
永不停止



Magger



主辦單位 \

通路贊助 \



更多活動內容請上網搜尋 花旗聯合勸募
掃描 QR code立即加入愛的行列
捐款服務專線：(02)2378-2256分機9
勸募核准字號：衛部救字第1061364874號