1. **项目介绍**

本项目为由沃尔玛全球基金资助，友成企业家扶贫基金会结合自身在社会扶贫方面的经验优势，整合政府、研究机构、培训机构、商业协会、企业等社会各界资源，在贫困地区开展的妇女经济赋权项目。

本项目将通过创新的线上线下O2O培训模式，研发适合贫困妇女经济发展的40小时的课程和教材，培训中国4个省（贵州、江西、河北、四川）的约30个贫困县的10000名贫困人口（包括80%的贫困女性，18-45岁并且获得了初级教育），让她们掌握零售业就业和电商创业的知识技能，并为她们创造电商创业的机会以及在已经成立的电商公司就业的机会，在培训后6个月至1年内实现50%以上的就业创业率，改善她们的经济能力，增加贫困家庭的收入，赋予妇女在经济和社会发展的能力，促进加快贫困地区经济水平的提升。

在项目结束后，友成会将所有的课程资源向公众开发。

**第二章 背景描述**

尽管中国扶贫工作取得了很大的成绩，按照国际的贫困标准，到2013年底， 中国仍有2亿多人口生活在贫困线下。在这些贫困人口中，存在大量留守妇女、留守儿童和老人，他们成为当地社区建设的重要力量，尤其实是妇女，她们承担了家庭和生产的双重压力，最为需要通过赋能，解决他们面临的生计改善的问题。为此，我们选择在主要以贫困地区为主的区域进行零售业培训项目，希望培训贫困妇女并让她们在快速发展的零售行业获得工作或在项目等支持下，创办基于互联网的小零售商店，不仅可以促进行业的发展，赋予妇女更多的经济权利，改善家庭生活条件，更可以加快农村减贫。

2014年开始，一些电子商务公司已经看到了巨大的农村市场是城市居民开始网购后的又一个新的发展契机。电商企业已经开始计划将国内巨大的农村地区变成一个新的市场。然而，目前大部分农村电商都集中在中国沿海地区。但是将这种新的商业活动引入那些偏远且教育水平低的贫困地区，无疑是一个巨大的挑战。

在乡村地区的基础硬件这方面，国家从2004年实施的“村村通”项目可以保障。“村村通”是国家的系统工程，包括公路、电力、饮用水、电话网、有线电视网、互联网等等。2015年，国务院办公厅印发《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》，指出2015年，将实现95%以上的行政村通固定或移动宽带。到2017年80%以上的行政村实现光纤到村，农村宽带家庭普及率大幅提升；4G网络全面覆盖城市和农村，移动宽带人口普及率接近中等发达国家水平。

在网络普及率方面，2015年 7月23日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第36次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2015年6月，我国网民规模达6.68亿，互联网普及率为48.8%，手机网民规模达5.94亿，我国农村网民规模达1.86亿，与2014年底相比增加800万。

中国的电子商务发展至今，已经呈现蓬勃之势。2014年中国电子商务市场交易规模12.3万亿元，根据中国最大的电商平台阿里巴巴的统计，2014年来自国家级贫困县的网店销售额接近160亿元，其中网店销售额超过1亿元的国家级贫困县有25个。而根据国家商务部介绍，目前全国有涉农的网站3万多家，涉农的电子商务4000家。目前中西部地区电子商务增速非常快，未来发展空间非常大，“在我们统计的网购增速最快的前25个县中，十几个都是来自中西部地区。”2015年，商务部还制定发布了《 “互联网+流通”行动计划》中提出，将培育200个电子商务进农村综合示范县、创建60个国家级电子商务示范基地、培育150家国家级电子商务示范企业、指导地方建设50个电子商务人才培训基地。今年中央将安排财政资金投资20亿元。

在今年（2015年）3月5日上午十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。李克强在政府工作报告中提出，“制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场.”

通过培训正在快速发展的电子商务，贫困地区妇女可以为自己创造很多工作或自营就业的机会。这些都是通过最新的农村网店来实现，并且通过在线购买或销售产品使得当地居民收入也得以增加。打包、物流、甚至给农产品照相都是当地潜在的工作机会。因此，这一项目所带来的益处及产生的影响远远超越了因项目而接受电子商务培训的妇女。

友成基金会一直致力于创新扶贫机制，如通过2008年起研发并执行的“扶贫志愿者行动计划”，动员社会力量参与扶贫开发工作，搭建起为政府、市场和社会组织的服务体系。

同时，友成自2014年起积极探索电商扶贫的创新模式。首先，搭建电商扶贫资源协调平台，汇集了包括政府、专家、网商平台、服务商在内的支持平台；其次，建立“志愿者驿站”和“实训基地”，为贫困地区利用电商途径提升可持续发展能力提供服务；再次，搭建线上MOOC平台，开发初级电商培训体系并完成部分课程录制。为摸索与沃尔玛的项目合作经验，从今年6月起，友成基金会在贵州、江西、甘肃等地开始启动一个小规模试点项目，针对贵州、江西、甘肃三地100名贫困县的合作社农户，开展电商运营技能培训、众筹创业融资项目等服务，并提供了为期3个月的孵化支持，实现50%以上的电商创业率。在项目成功实施的基础上，友成将结合自身理念和优势，依托扶贫志愿者行动计划的经验和资源，较大规模的实施本项目。

**第三章 项目目标**

**项目总目标：**

项目目标是提升妇女段经济能力，增加就业创业机会，从而增加贫困家庭的收入和赋予妇女在经济和社会发展的能力，加快贫困地区段经济发展。

所有接受基础培训后的学员，会有两种渠道就业创业：1.创办网店；2.在电商公司就业，参与电商产业链就业。

友成将会为此项目使用“Retail Training Camp”这个名字，并且也了解这个项目是和其他沃尔玛的合作伙伴一起执行，包括全国妇联和中国零售业协会，都将使用同样的品牌。经过沃尔玛基金会的优先批准，友成获得沃尔玛基金会的资金用于使用品牌、研发课程和执行项目成为可能。

**3.1 Outcome #1:产出结果1**

**参加完培训后，受训的贫困人口包括男性和女性提升电商创业就业的知识和技能**

***3.1.1 Outputs #1:***

研发项目的“3+2+6”培训体系，包括3天的集中线上课程学习、2天的校内短期实训和6个月的创业就业孵化期。

**策略：“3+2+6”培训体系**

* **“3”－学员将参加3天集中线上课程学习。**

学习结束后，学员结成同伴小组，进行集中讨论，每个小组5-8人左右，每组会有一个组长。根据各项目区域的情况，培训会在由当地扶贫办和电商协会提供的培训场所进行，包括电商培训中心、职业学校等地方，50人一期班。

* **“2”－在3天的集中线上课程学习后，在培训师的指导下，每个参训学员根据自己的就业创业方向，模拟尝试网店创业的步骤或电商产业链就业的岗位职责，将所学的知识进行模拟的实际应用。**

如准备进行开办网店创业的学员，他们的校内实训内容为在淘宝、1号店、京东等平台上进行网店注册、网店装修、客服接待这一整套开店等流程实训；准备参与电商产业链就业等学员，他们的校内实训内容包括产品包装设计策划案、制定产品营销计划等内容。为避嫌，这些学员不会在沃尔玛及附属公司进行实训。

* **“6”－学员将会有6个月的创业就业孵化期。**

学员希望开办网店进行电商创业的，友成将会与电商企业、政府和NGO合作，为学员提供电商创业的服务包括：开设网店的支持，如协助货源发掘与提供、产品品牌策划、产品品控、物流发货等；网店运营服务对接，包括协助开设网店、进行活动营销、产品升级、推荐客服人员、数据推送等。

学员想参与电商产业链就业的，友成将会动员当地电商服务商企业和电商专家组织讲座、沙龙和在线辅导活动，对学员进行针对所就业岗位的专业指导；选拔推荐优秀的学员参与其他电商培训班和研讨会。

对于有需求的学员，由各省的本地合作伙伴推荐，给有需求的受训者提供在本地知名网商的网店和本地电商企业进行5-7天短期实习的机会。校外实习会由接纳他们的电商企业和电商服务商企业负责安排管理，再由本地合作伙伴进行跟踪，确保他们稳定有序的开展实习工作。

对于所有学员，友成将会选拔推荐优秀的学员参与扶贫办、商务部等机构组织的其他电商培训班和研讨会，提升专业技能和素质。

* + 1. ***Outputs#2****:*

**形成一套适用于贫困地区妇女40小时短期电子商务职业培训的教材，即“3+2+6”培训体系中“3+2”培训所用的教材。**

**策略**

基于友成已形成的职业教育和电商扶贫的课程，友成将会为这个项目专门开发一套新的课程体系。友成也会邀请政府、高校、NGO的专家参与课程、教材和教学资源的研发。在适当的情况和需求下，友成还将评估如何结合并使用沃尔玛基金会的授权合作伙伴中国零售协会的课程模块，友成将会和CCFA直接合作并获得使用课程的权利。

**实施步骤**

**研发课程，制定教学计划**

* 根据前期需求调研结果，友成的团队会设计整体课程体系，包括线上和线下课程，总课程时长为40小时；
* 线上课程为各课程模块的知识点讲解，时间为15小时左右。线下课程为线上课程知识点咨询与小组讨论，实践为9小时左右。总共课程学习时间为3天；
* 实习实训为模拟零售业环境或网店环境，进行具体实训，时间为16小时左右，即2天时间。

**形成课程模块，具体课程分为三大类，分别是**

* 国家政策解析类课程
* 零售业及食品安全课程：包括零售业技能和食品安全课程两大模块
* 电子商务综合课程：包括电子商务基础、网店运营推广、农产品体系、金融服务四大模块
* 课程模块及时间分配计划如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类型** | **课程要点** | **线上课程（小时数）** | **线下课程（小时数）** | **实训（小时数）** | **合计课程（小时数）** |
| **国家政策解析课程** | 1.社会扶贫政策  2.电商扶贫政策  3.职业教育政策  4.妇女权益保护政策 | 2 | 1 |  | 3 |
| **零售业及食品安全课程** | 1.物品进货  2.客服接待  3.财务知识  4.食品安全法  5.食品安全与健康  6.零售业从业人员食品安全与卫生习惯 | 4 | 2 | 6 | 12 |
| **电子商务综合课程** | 1.电子商务概念与发展趋势；  2.网店开店与交易流程  3.网店运营推广  4.农产品体系(农产品发掘与货源、农产品品牌策划、农产品销售)  5.金融服务 | 9 | 6 | 10 | 25 |
|  |  | 15 | 9 | 16 | 40 |

**专家团队**

友成将会邀请8-10位专家进行以上课程的授课。专家的职责包括根据课程，录制线上课程，以及视项目开展需要，与学员进行在线答疑和交流。专家来源如下：

* 国家政策课：邀请国务院扶贫办、妇联的专家参与项目，2-3位；
* 零售业与食品安全课程：邀请CCFA的专家讲师参与项目，5位；
* 电子商务课程：定向邀请中国社会科学院、商务部、阿里巴巴研究院、京东、1号店的权威专家；向各地电商协会、优秀电商群体公开招募专业志愿者担任授课讲师。

**研发教材与配套教学资源：**包括教材、课件教案、案例库等

* 8-10位的专家会根据课程内容和《项目教学计划与培训手册》，研发每节课的教学课件和教案资源，在此基础上，形成一套40小时的培训教材。
* 友成也会搜集及发掘贫困地区妇女就业创业的典型案例，形成案例库；我们的线上平台除了会有线上课程和在线学习的功能，还会承载案例库的功能，将所搜集的案例库上传至线上平台，并由后台工作人员统一管理。学员登录后将可以观看到。
  + 1. ***Outputs#3****:*

**这套教材会制作成MOOC课程形式的在线教材；**

**策略**

友成将会把所研发的课程，按照课程体系和模块，组织师资团队进行录制与剪辑，形成基于知识点分解的MOOC形式的在线课程

所有的课程研发出来后，会全部放在MOOC线上平台，学员登录注册即可观看，这个MOOC线上平台包括在线课程观看学习、在线考试、学员注册、学员数据库等功能。

对于NOOC线上平台的使用系统，目前有两个线上平台系统正在选择，一个是与中国最好的职业教育公司——达内集团共建，一个是我们已经合作的“www.ycyp.org”网站。友成将经过评估，最终决定与哪家公司合作。

沃尔玛基金会不会参与任何方式的合作方／转包方选择。合作方／转包方将为这个项目在他们的主机平台网站上开发在线平台，并提供技术支持和搜集相关信息指标（如课程学习的完成度，测试结果）

MOOC是大型开放式网络课程，即MOOC（massive open online courses）。2012年，美国的顶尖大学陆续设立网络学习平台，在网上提供免费课程，[Coursera](http://baike.baidu.com/view/9937855.htm)、[Udacity](http://baike.baidu.com/view/9513129.htm" \t "_blank)、[edX](http://baike.baidu.com/subview/3417446/16792465.htm" \t "_blank)三大课程提供商的兴起，给更多学生提供了系统学习的可能。

* + 1. ***Outputs #4:***

**在基于当地管理资源的水平上，友成的项目结构将会实现最佳的项目执行。**

**策略**

在4个项目省份，我们会各确定一家地区合作伙伴（各地的电商协会或大型电商企业），负责所在区域的培训执行和项目管理，包括识别、选择以及确认培训师和班主任。友成选择地区合作伙伴的标注包括在电子商务和零售业，与友成关系紧密，并且在项目组织管理和培训方面有深厚经验。地区合作伙伴的职责包括学员招募、培训师选拔及培训、本地培训实施、培训监测等工作。沃尔玛基金会不会以任何形式参与到地区合作伙伴的选拔过程中。友成也将对每个选定的区域合作伙伴进行尽职调查,以确保他们有能力提供上述服务。

**以下是项目框架：**

框架中使用到的简称：

-当地电商协会---LEA---友成将与当地电商协会或电商企业进行分包，以特定省份的上述区域合作伙伴的形式开展服务。

-当地电商企业---LEE---友成将与当地电商协会或电商企业进行分包，以特定省份的上述区域合作伙伴的形式开展服务。

-当地扶贫办（政府机构）---LPAO---友成将不会与当地扶贫办签署或提供任何资金，相反，友成将会与当地扶贫办共同努力，确保项目活动能与其努力成果互补，并能充分利用扶贫办可能提供的实物支持。 (e.g., transportation for participants to training site) （例如，学员前往培训地点的交通？）

-班主任/助教---FOR-当地合作伙伴（LEA或LEE）将直接与每个培训师或班主任独立签署合作协议，提供下述服务内容。

-政府机构---GA---类似与当地扶贫办的协作形式，友成将不会与任何政府机构签署或提供任何资金，相反，友成将会和其他政府机构共同努力，确保项目活动与其努力成果互为补充。

**实施步骤**

**学员招募：**

我们招募的学员对象为18-45岁、具备中学文化水平的妇女，中国实行多年的九年义务制教育制度，让广大贫困地区的妇女至少可以保证有中等教育水平，包括普通高中教育和中等职业教育；

首先，我们会通过地方扶贫办的系统发布招募信息；其次，我们可以举办项目的宣讲会来动员鼓励妇女加入到项目中来，我们还会分发项目的报名信息；所有这些措施都会帮助到我们招募到学员。

* 培训师与班主任：

我们将在每个项目区域内，以县为单位，给每县选拔、配备1名本地培训师和1名班主任。

* 培训师的职责是在自己的区域内，为所有学员提供培训。为提前学习所有在线课程，根据本县学员的情况制定课程表，组织小组讨论和答疑。培训师选择标准包括：3年以上的培训经验和教学管理经验、具备一定职业教育和电商培训的知识、熟悉本地情况等。培训师的招募范围包括本地职业学校和电商协会。在项目培训开始前，所有的培训师都要参加培训师培训，由8-10位专家进行培训，这也将有助于友成开发的教材。
* 班主任的职责为招募本地学员参与培训、管理学员、学员学习完成度监测、学习评定等，并在6个月的孵化器内进行跟踪。班主任的选拔标准包括：至少3年职业培训或培训班主任的经验。
  + 1. ***Outputs#5****:*

**项目学员要参加培训后的测验，80%的参与者完成培训并通过测试**

**策略：**

我们在各地的合作伙伴、培训师和班主任，会引导督促所有的学员进行培训，并完成每个课程模块的在线测试。我们希望能够完成100%的学员完成全部学习并参加测试。

我们的线上平台的在线考试系统功能会在每个课程模块结束后，都会有一个在线测试的环节，每个课程模块会有10-15道测试题，目前主要以选择题（选择ABCD）和判断题（√×）两种形式为主。只有完成了前一个课程模块的课程并通过测试，才可进入到下一个课程模块的学习。

所有学员在线学习的情况，都会由后台记录下来他们的学习时间、学习时长、观看次数、测试成绩，这样可以综合考评这个受益人的日常学习情况，也可以很清晰的纪录学员的学习完成度。这个将会作为最直接和准确的学员学习完成度统计的依据。

* + 1. ***Outputs #6:***

**8000名男性和女性获得由友成基金会颁发的培训证书(包括6400女性和1600男性)**

**策略**

所有参加培训并顺利通过测试的学员，友成基金会将与项目区域政府联合颁

发培训结业证书。证书将是对参训学员参与本次培训，及认真学习和掌握了一定知识技能的认可，在中国，证书是一种最有说服力的证明。

* 1. **Outcome #2**

**参加培训并结业的毕业生，能够获得稳定的电商就业岗位或创办自己的网点**

***3.2.1Outputs #1:***

**大约60%女性（3400人）和80%（1600人）的男性在参加培训并毕业后的六个月内找到工作，这六个月是在整体项目周期内。**

**策略：**

友成基金会动员各地扶贫办、电商办、电商协会、电商服务中心，支持学员参与电商产业链就业。友成会在6个月内对学员进行跟踪，并提供创业服务和就业支持。

* + 参与电商产业链就业指的是，参训学员根据自身特点和能力，参与到农产品发掘（如到本地的农村发现并收购农产品）、农产品品牌包装、网店美工、网店文案、网店客服、网店财务管理、网店推广营销、农产品追溯、农产品销售等这一系列的产业链中，实现就业。
  + 6个月内，我们将通过MOOC线上平台的学员数据库功能，对学员的就业创业率进行统计。同时，6个月内，我们也会对学员对跟踪回访。一方面，各省的本地合作伙伴会通过每月1次电话回访和每两个月1次对实地抽样调查对学员进行跟踪回访，另一方面，我们也会每月进行1次抽样电话跟踪回访。跟踪回访对数据都会MOOC线上平台的数据库进行更新统计。
    1. ***Outputs #2:***

**3000名妇女和男人在雇佣后的三个月后保持稳定的工作**

**策略：**

我们会动员项目区域的扶贫办、电商办协助进行受训学员的后期跟踪，包括学员访谈、雇佣企业反馈等形式，统计学员稳定就业率情况。并且，我们也会通过学员数据库进行统计。同时可根据受训学员雇佣初期和雇佣后三个月的工资收入增长对比，看学员是否增加了收入。

**第四章 项目区域以及合作方**

4.1项目区域选择

4.1.1项目拟定区域

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **省份** | **县市** | **拟培训人数** |
| 贵州省 | 铜仁市：石阡县、德江县、印江县、思南县、沿河县  遵义市：务川县、正安县、道真县  毕节市：纳雍县、威宁县、赫章县 | 2000 - 3000 |
| 江西省 | 赣州市：南康区、宁都县、于都县、石城县  九江市：九江县、湖口县、修水县  上饶市：余干县、鄱阳县、万年县 | 2000 - 3000 |
| 四川省 | 广元市,绵阳市,巴中市,雅安市 | 1000 - 2000 |
| 河北省 | 保定市,承德市 | 1000 - 2000 |

**选择标准**

* 符合国家扶贫攻坚的需要，所选择的省份及县市须为全国级贫困地区或省级贫困地区；
* 便于后续示范带动。同等条件下，须优先选择代表性强、可复制性强、社会参与度高、影响力大的县市；
* “先易后难”的原则，先从容易开展的区域，资源丰富并且有贫困县的地区开始；
* 项目省份及县市有关于职业教育、电商扶贫的政策并列入政府工作规划，并有这两类项目的配套资金支持

**4.2项目合作伙伴选择**

**4.2.1合作伙伴**

我们将同意并确认与我们的合作伙伴签署一份合作备忘录或合作协议。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **合作方** | | **选择标准** |
| 政府 | * 国务院扶贫开发领导小组（扶贫办，是友成基金会业务主管单位、长期合作伙伴） * 中国人力资源和社会保障部（目前没有合作） * 地方扶贫办、地方电商办、共青团、就业指导中心   （项目省已与友成有过合作） | * 政府政策支持 * 合格的培训物质支持 * 给予培训、就业服务等各方面相关资源的支持及协助 |
| 课程与教材开发 | * 中国社会科学院   （与友成有过合作）   * 中国连锁经营协会   （没有过合作） | * 在社会减贫、职业教育、电子商务、妇女经济赋权领域有丰富经验； * 有相关课程、培训物质和优质师资团队 |
| 本地合作伙伴 | * 贵州省铜仁市电商协会/贵州省电商协会 * 江西省电商协会/江西省电商服务中心   （以上所有都与友成有过合作） | * 受政府支持的合法组织 * 已拥有培训场地及培训设备。（我们会把硬件设施条件看做一个重要的选择标准，如果合作伙伴能够提供场地及设备，我们将会节省更多成本。） * 拥有丰富的职业培训及电商服务经验。 * 有高水平的员工 * 有在职业教育及电商领域经验丰富的培训师 |
| 评估机构 | 能力建设及评估中心（倍能） | * 在项目评估、战略规划及组织发展领域有丰富经验； * 高水平的员工 * 行业领域内的高权威、高信誉 |

**4.2.2 合作方介绍：**

**国务院扶贫开发领导小组办公室：**

国务院扶贫开发领导小组是国务院的议事协调机构，成立于1986年5月，由国务院副总理汪洋同志兼任组长，成员包括国务院办公厅、等多部门的负责同志。领导小组旨在组织调查研究；拟订贫困地区经济开发的方针、政策和规划；协调解决开发建设中的重要问题；督促、检查和总结交流经验；研究拟定扶贫开发工作的政策、规划并组织实施。

**中华人民共和国人力资源和社会保障部(MOHRSS):**

中华人民共和国人力资源和社会保障部Ministry of Human Resources and Social Security of the People's Republic of China (MOHRSS) 是统筹机关企事业单位人员管理和统筹城乡就业和社会保障政策的中国国家权力机构。

**地方电商协会**

提供本地培训，培养本地讲师培训。它具有一个区域公益组织组成的网络，为本地网络运营商的发展提供公共服务，如协调政府业务发展政策，为网络运营商提供机会和机制、培训、沟通、协调网络发展所需的各种市场资源（如仓储、物流、金融支持等）

**中国连锁经营协会：**

中国连锁经营协会（CCFA）是中国零售和特许经营行业的官方代表。目前，有超过300000的网点1000多个企业成员，包括国内的外资零售商，经销商，供应商，和有关组织。2013年CCFA零售成员的总销售（特许经营和食品服务不包括在内）约为25000亿元，为整个社会消费品零售总额占11%。

**倍能组织能力建设与评估中心(CBAC):**

倍能公益组织能力建设与评估中心（简称倍能中心）2005年初正式注册。作为一个专业性能力建设服务机构，倍能中心一直致力于中国社会组织能力建设。8年来，倍能中心已经在全国各地开展了300多次各类培训、评估、组织发展战略规划、研讨、讲座等顾问和辅导等活动，直接参与倍能活动的机构5000多家，受益人数50000多人次。

# 第五章 项目预算

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **内容** | **单位** | **单价** | **合计** |
| **拨付到友成账户** | | | |
| **课程和教材开发** | | | |
| 课程和教材开发-专家费：  包括聘请参与录制在线课程的专家劳务费，差旅住宿费等 | 1 time | $35,000 | $35,000 |
| 课程和教材开发-在线课程录制费  包括课程录制时所需设备的购买或租赁费，以及录制公司的服务费。（按照需45小时，每小时$2000元计算） | 1 time | $90,000 | $90,000 |
| 课程和教材开发- 后期制作费  包括在线课程录制后后期制作费用（40小时的课程的制作费用） | 1 time | $75,000 | $75,000 |
| 课程研发讨论会 | 2 times | $4,000 per time | $8,000 |
| 试点培训 | 2 times | $1,200 per time | $2,400 |
| 课程教材印刷 | 12,000 copies | $6.55per copy | $78,600 |
| **课程和教材开发小计** |  |  | **$289,000** |
| **项目人力成本** | | | |
| 项目总负责人(10%) | 10 months | $960 | $9,600 |
| 团队负责人(20%) | 10 months | $600 | $6,000 |
| 项目负责人(50% ) | 10 months | $2,400 | $24,000 |
| 项目经理(100%) | 10 months | $1,800 | $18,000 |
| 项目官员(100%) | 10 months | $1,440 | $14,400 |
| **人力成本小计** |  |  | **$72,000** |
| **其他直接费用** | | | |
| 差旅费 | 50 missions | $500 per mission | **$50,000** |
|  | | | |
| **拨付到友成基金会费用合计** |  |  | **$411,000** |
|  | | | |
| **支付到合作方** | | | |
| **MOOC 在线平台-睢宁县电子商务协会** | | | |
| MOOC在线平台的建设以及维护 | 1 year | $100,000 | **$100,000** |
| **审计评估-北京倍能管理咨询有限公司** | | | |
| 第三方审计评估 | 1 time | $12,500 for each province | **$50,000** |
| **地方合作伙伴** | | | |
| 1. **贵州省-贵州创淘电子商务有限公司** | | | |
| 学员招募和管理  包括发布招募信息，广告，招募资料等 | 3,000 persons | $8 per person | $24,000 |
| 落地培训  包括讲师和班主任费用，培训设备和资料，讲师或专家费用，学员数据库建立和管理等。 | 3,000 persons | $ 60 per person | $180,000 |
| 就业指导  就业指导服务，包括雇员推荐，资源对接，学员跟踪服务以及监测等 | 3,000 persons | $12.5 per person per month | $37,500 |
| 贵州省小计 |  |  | **$241,500** |
| 1. **江西省-江西全城电商发展有限公司** | | | |
| 学员招募和管理  包括发布招募信息，广告，招募资料等 | 3,000 persons | $8 per person | $24,000 |
| 落地培训  包括讲师和班主任费用，培训设备和资料，讲师或专家费用，学员数据库建立和管理等。 | 3,000 persons | $ 60 per person | $180,000 |
| 就业指导  就业指导服务，包括雇员推荐，资源对接，学员跟踪服务以及监测等 | 3,000 persons | $12.5 per person per month | $37,500 |
| 江西省小计 |  |  | **$241,500** |
| 1. **四川省-四川协力公益发展中心** | | | |
| 学员招募和管理  包括发布招募信息，广告，招募资料等 | 2,000 persons | $8 per person | $16,000 |
| 落地培训  包括讲师和班主任费用，培训设备和资料，讲师或专家费用，学员数据库建立和管理等。 | 2,000 persons | $ 60 per person | $120,000 |
| 就业指导  就业指导服务，包括雇员推荐，资源对接，学员跟踪服务以及监测等 | 2,000 persons | $12.5 per person per month | $25,000 |
| 西川省小计 |  |  | **$161,000** |
| 1. **河北省-滦平县公益扶贫服务中心** |  |  |  |
| 学员招募和管理  包括发布招募信息，广告，招募资料等 | 2,000 persons | $8 per person | $16,000 |
| 落地培训  包括讲师和班主任费用，培训设备和资料，讲师或专家费用，学员数据库建立和管理等。 | 2,000 persons | $ 60 per person | $120,000 |
| 就业指导  就业指导服务，包括雇员推荐，资源对接，学员跟踪服务以及监测等 | 2,000 persons | $12.5 per person per month | $25,000 |
| 河北省小计 |  |  | **$161,000** |
| **支付到合作方费用合计** |  |  | **$955,000** |
|  | | | |
| **项目直接费用合计** |  | | **$1,366,000** |
| **管理费和不可预见费** | 提取项目总预算的10%作为友成管理费和不可预见费用 | | **$130,000** |
| **项目总预算合计** |  | | **$1,496,000** |

**第六章 项目评估计划**

我们将聘请专业顾问和评估团队来为本项目进行过程监测和成果评估，并就课程教材研发过程、实地培训、6个月的就业创业孵化期和项目成果发布会等重要节点进行评估。评估计划如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项目节点** | **评估方式** | **评估目标** | **评估指标** |
| 课程教材研发过程 | * 痕迹资料搜集 * 实地考察 | * 课程教材的适用性和有效性 | * 课程教学目标、课程目录（模块与类别）与课程内容 * 教学方法与手段（线上线下结合） * 考试考核方法 * 授课教师情况 |
| 实地培训 | * 痕迹资料搜集 * 实地考察 * 定点监测 | * 培训成果 * 受益人的改变和影响 * 培训模式的创新性和适用性 | * 各地培训人数与人员基本情况 * 培训完成率 * 受益人对课程及讲师的反馈评价 * 受益人对授课知识点的掌握程度 * 受益人对电脑技术的掌握使用； * 贫困妇女对O2O培训模式的接受程度； |
| 6个月的就业创业孵化期 | * 实地考察 * 数据搜集与统计 * 电话访问 * 面对面访谈 | * 50%的就业创业率实现情况 * 受益人的改变和影响 | * 零售业就业人数、就业岗位分布 * 电商创业人数、创业模式 * 实现盈利的周期 * 月平均收入 |
| 项目成果发布会/研讨会 | * 里程碑式活动考察 | * 项目的影响力和可持续性 | * 项目的直接受益人和间接受益人情况 * 项目对当地的影响，包括政府政策、社区发展、职业教育等 * 项目的传播报道情况 * 项目可持续发展的元素 * 项目规模化复制的可行性 |

**第七章 项目可持续发展**

2015年，沃尔玛基金会提供项目资金$1,496,000, 另外，$500,000由政府或其他合作伙伴提供，主要是包括50%的食宿补贴和当地员工参与的成本。

经过沃尔玛的资助，本项目已经形成了一整套的标准化流程和运作模式，可在更大范围内通过当地政府或ngo进行规模化推广，并可持续发展，包括：

1. 标准化的职业教育课程及教材。我们将积极推动这套课程及教材得到国

家认证，成为国家职业教育的常规培训课程，并不断优化完善，应用到更多的职业教育和电商扶贫的项目中。

2.“3+2+6”的O2O标准化培训体系，即3天的线上培训+2天的线下实习

实训+6个月的就业创业孵化期。这种培训体系优于传统的培训培训者的多层培训体系，既能保证培训质量，又能以较低的成本，在较短的时间内满足大规模培训的需要。

3.志愿者队伍和志愿者动员模式。本项目的实施，将会集聚起一支由专家志愿者、青年志愿者和其他专业志愿者组成的志愿者团队。同时本项目所培训的10000名贫困人灭口，我们将动员其中一部分有志愿服务意识和一定能力的人员成为本地志愿者，为社区和更贫困的乡镇村中的贫困人口提供志愿服务。

**第八章 友成的优势**

### 友成基金会成立于2007年5月，是中国最具影响力和执行力的NGO组织之一，连续四年被评为《福布斯》中文版推出的年度 “中国最透明的25家基金会”的第二名。友成的首要使命是发现、并支持以创新方法解决社会问题的“新公益”领袖，把目标放在“人”上，以人的培养带动社会效益的循环产出。友成的第二个使命是建设跨界合作的“新公益”服务网络和平台。相对于运用有限的资金实际操作具体公益项目而言，友成更加强调围绕如何在更广泛的范围内倡导有别于传统慈善的“新公益”理念来支持社会创新。“新公益”的重要特点之一是跨界协同，打造“跨界合作平台”这一具有前瞻性和可持续性的理念是友成的一大创举，也是友成核心竞争力的集中体现。

友成具有丰富的基层扶贫经验，致力于成为扶贫与发展领域的跨界资源协

调平台，整合政府、社会、企业资源共同解决社会问题，比如在汶川地震中形成的“绵竹资源协调平台”有效解决了紧急救援和灾后重建阶段社会资源与灾区需求有效对接的问题。此外，友成从2008年起的“扶贫志愿者行动计划”，动员组织城乡志愿者，到贫困地区参与以提供能力建设为主的社会扶贫创新行动，同时，通过建立“志愿者驿站”，为扶贫志愿服务建立可持续发展的网络渠道，目前已累计建设了122个各级驿站，组织招募志愿者16000多人，为贫困地区提供了超过81万小时的志愿服务，该计划在2011年被写入了《中国农村扶贫开发纲要（2011-2020）》。

在“扶贫志愿者行动计划”的基础上，友成自2010年起开展“常青义教”项目，对贫困地区的教师通过网络远程互动平台、线下的对接辅导，开展基础教育援助项目。目前该项目已经覆盖山区贫困学校1000余所，受益师生50万人，预计2015年将覆盖3000所学校。另外，友成的“创业咖啡”项目就是采取典型的O2O模式，将优质创业启蒙课教育资源通过远程支持及线下辅导相结合的模式，覆盖到100所高校，其中，已有28所大学列入学分课。此外，在妇女经济赋能方面， 2009年友成基金会与格莱珉基金会等共同成立了以服务农村贫困妇女为主的小额信贷机构——友成普融，协助加强贫困妇女能力建设，解决资金来源不足等问题。在本项目计划实施的河北省，友成在当地建立了志愿者驿站，并开展了创业咖啡和科技扶贫项目；在贵州省，开展了民间救灾管理体系的建设、文化社区建设和青年创业等项目。同时，友成也积极的将项目开展的成果进行行业内的宣传倡导。

经过多年的探索和实践，友成实现了项目技术创新，运用互联网技术可保证项目的规模化；其次是项目模式创新，形成政府、企业、社会跨界资源的有效配置和资源协调平台搭建；然后是实现了项目组织创新，将友成的理念和项目体系嵌入式的结合到当地组织的现有架构中；此外，友成还形成了创新的项目质量追踪体系，对服务群体进行点对点追踪和信息交互，并在项目执行的基础上，形成了一个专业的工作团队。

为了确保本项目的顺利执行，我们将由5名核心工作人员组成工作团队，包括2名机构领导， 1名项目经理、1名综合管理和1名项目官员，人员简介如下：

汤敏（机构领导）

现任国务院参事，友成企业家扶贫基金会常务副理事长，国务院扶贫办专家。曾先后担任亚洲开发银行经济发展研究中心经济学家，亚洲开发银行驻中国代表处副代表兼首席既经济学家，国务院发展研究中心中国发展研究基金会副秘书长，同时兼任中国人民银行研究生部委员会副主席，北京大学、武汉大学兼职教授，北京智石经济研究院院长。

孙毅（项目总监）

现任友成基金会志愿者支持中心主任。曾就职于中华慈善总会，任项目负责人，整体规划大型公益项目的设计、运行、监测评估和倡导等工作。特别擅长可持续资源动员和政府关系维护方面工作。

陈晓鸥（综合管理）

现任友成基金会志愿者支持中心高级项目官员。曾作为财务和项目主管就职于李嘉诚基金会、美国国际计划（中国），在财务风控、贫困妇女培训方面有着丰富的经验。

郑瑶（项目官员）

现任友成基金会志愿者支持中心项目官员。曾任中国宋庆龄基金会培训交流中心培训部副部长，作为项目主管先后负责过美国星巴克、诺基亚（中国）、日本丰田公司的公益项目，在贫困教师培训、青少年品格教育、两岸四地交流互访和活动执行方面有着丰富经验。

**第九章．捐赠者鸣谢计划：**

**9.1传播目标：**通过双方的传播活动，提升项目品牌曝光率，扩大项目的社会影响力。

**9.2传播受众：**项目区当地政府；项目受益人；沃尔玛辐射相关人群，如消费者、员工、供应商等；友成基金会辐射相关人群，如国务院扶贫系统、各地扶贫系统、商务部、合作伙伴、受益人等。

**9.3传播信息**：重点突出项目设计、项目实施和影响，以及沃尔玛基金会的支持。

**9.4媒体推广**

9.4.1新闻稿：根据项目活动撰写新闻稿，通过媒体进行广泛传播。新闻稿经过沃尔玛全球基金会审核后发布。

9.4.2媒体选择：北京主流公益媒体，包括平面杂志、主流网站等；项目当

地电视台、都市报，主流网站等媒体。

9.4.3策划并组织项目启动仪式。

**9.5启动仪式相关文字资料，**以及对外新闻通稿中明确沃尔玛全球基金会的资助地位，以及沃尔玛的资助为解决项目地妇女生计困难问题起到的重要作用，影响及改变。

**9.6网络平台交流**

9.6.1微博

9.6.2微信

9.6.3官网

**9.7演讲：**如友成基金会相关领导在对外活动的演讲中提及到此项目时，会提及项目是由沃尔玛全球基金会资助开展。

**9.8意见领袖推广：**在友成基金会与项政府官员、相关企业、项目社区的书信、见面或其他往来中，谈及此项目时，会提到沃尔玛全球基金会的资助，以及沃尔玛全球基金会的资助为项目地区带来的改变和影响。

**9.9.项目受益人反馈**

**9.10年报：**在友成基金会年报中，展示沃尔玛妇女经济赋权项目。

**9.11命名**

**9.12标识展示**

9.12.1项目启动仪式背板放置沃尔玛全球基金会标识。

9.12.2项目培训课程中讲师T恤上放置沃尔玛全球基金会标识。

9.12.3项目线下培训的条幅上放置沃尔玛全球基金会标识。

9.12.4项目可通过制作沃尔玛LOGO即时贴，用于项目的临时传播或线下培训受益人佩戴。

9.12.5友成基金会扶贫志愿者行动计划宣传册中合作伙伴位置放置沃尔玛全球基金会标识。

**9.13传播总结报告：**项目结束后，关于项目的媒体报道、照片、视频等形成报告提交给沃尔玛全球基金会。同时，本项目通过友成基金会微博、微信传播的后台分析，包括打开、转发等数据。