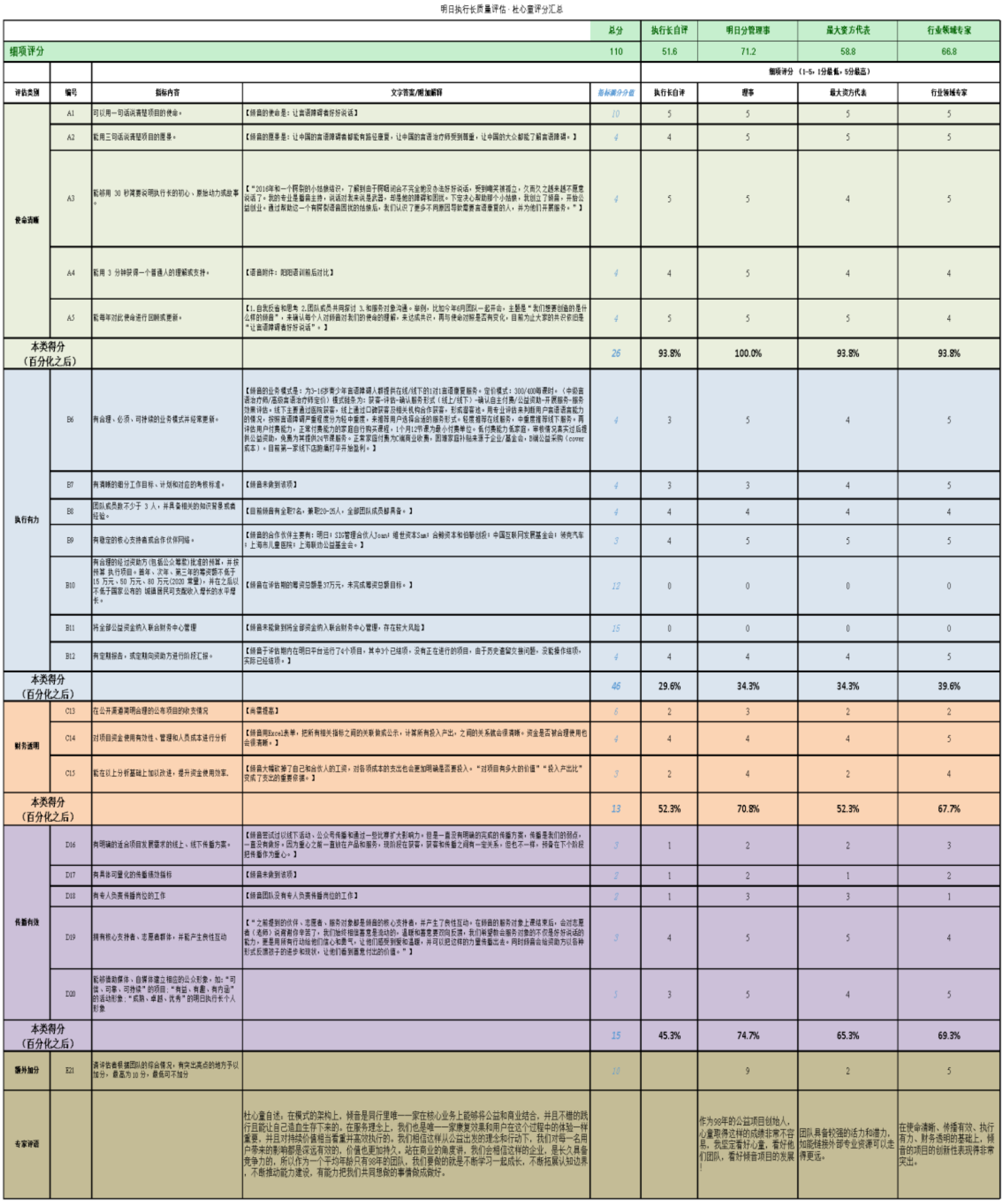
附 1：杜心童执行长评分汇总



明日执行长质量评估 · 杜心童评分汇总

				总分	执行长自评	明日分管理事	最大资方代表	行业领域专家
细项评分				110	51.6	71.2	58.8	66.8
					细项评分（1-5，1分最低，5分最高）			
评估类别	编号	指标内容	文字答案/附加解释	指标满分分值	执行长自评	理事	最大资方代表	行业领域专家
使命清晰	A1	可以用一句话讲清楚项目的使命。	【倾音的使命是：让言语障碍者好好说话】	10	5	5	5	5
	A2	能用三句话说清楚项目的愿景。	【倾音的愿景是：让中国的言语障碍者都能有路径康复，让中国的言语治疗师受到尊重，让中国的大众都能了解言语障碍。】	4	4	5	5	5
	A3	能够用 30 秒简要说明执行长的初心、原始动力或故事。	【“2016年和一个腭裂的小姑娘结识，了解到由于腭咽闭合不完全她没办法好好说话，受到嘲笑被孤立，久而久之越来越不愿意说话了。我的专业是播音主持，说话对我来说是武器，却是她的障碍和困扰。下定决心帮助那个小姑娘，我创立了倾音，开始公益创业。通过帮助这一个有腭裂语音困扰的姑娘后，我们认识了更多不同原因导致需要言语康复的人，并为他们开展服务。”】	4	5	5	4	5
	A4	能用 3 分钟获得一个普通人的理解或支持。	【语音附件：阳阳语训前后对比】	4	4	5	4	4
	A5	能每年对此使命进行回顾或更新。	【1.自我反省和思考 2.团队成员共同探讨 3.和服务对象沟通。举例，比如今年6月团队一起开会，主题是“我们想要创造的是什么样的倾音”，来确认每个人对倾音对我们的使命的理解，来达成共识，再与使命对照是否有变化，目前为止大家的共识依旧是“让言语障碍者好好说话”。】	4	5	5	5	4
本类得分（百分化之后）				26	93.8%	100.0%	93.8%	93.8%
执行有力	B6	有合理、必须、可持续的业务模式并经常更新。	【倾音的业务模式是：为3-16岁青少年言语障碍人群提供在线/线下的1对1言语康复服务。定价模式：300/400每课时。（中级言语治疗师/高级言语治疗师定价）模式链条为：获客-评估-确认服务形式（线上/线下）-确认自主付费/公益资助-开展服务-服务效果评估。线下主要通过医院获客，线上通过口碑获客及相关机构合作获客，形成潜客池。用专业评估来判断用户言语语言能力的情况，按照言语障碍严重程度分为轻中重度，来推荐用户选择合适的服务形式。轻度推荐在线服务，中重度推荐线下服务。再评估用户付费能力，正常付费能力的家庭自行购买课程，1个月12节课为最小付费单位。低付费能力低家庭，审核情况真实过后提供公益资助，免费为其提供24节课服务。正常家庭付费为C端商业收费，困难家庭补贴来源于企业/基金会，B端公益采购（cover成本）。目前第一家线下店跑通打平开始盈利。】	4	3	5	4	5
	B7	有清晰的细分工作目标、计划和对应的考核标准。	【倾音未做到该项】	4	3	3	4	5
	B8	团队成员数不少于 3 人，并具备相关的知识背景或者经验。	【目前倾音有全职7名，兼职20-25人，全部团队成员都具备。】	4	4	4	4	4
	B9	有稳定的核心支持者或合作伙伴网络。	【倾音的合作伙伴主要有：明日；SIG管理合伙人Joan；维世资本Sam；合鲸资本和伯藜创投；中国互联网发展基金会；领克汽车；上海市儿童医院；上海联劝公益基金会。】	3	4	5	5	5
	B10	有合理的经过资助方(包括公众筹款)批准的预算，并按预算 执行项目。首年、次年、第三年的筹资额不低于15 万元、50 万元、80 万元(2020 常量)，并在之后以不低于国家公布的 城镇居民可支配收入增长的水平增长。	【倾音在评估期的筹资总额是37万元，未完成筹资总额目标。】	12	0	0	0	0
	B11	将全部公益资金纳入联合财务中心管理	【倾音未能做到将全部资金纳入联合财务中心管理，存在较大风险】	15	0	0	0	0
	B12	有定期报告，或定期向资助方进行阶段汇报。	【倾音于评估期内在明日平台运行了4个项目，其中3个已结项，没有正在进行的项目，由于历史遗留交接问题，没能操作结项，实际已经结项。】	4	4	4	4	5
本类得分（百分化之后）				46	29.6%	34.3%	34.3%	39.6%
财务透明	C13	在公开渠道简明合理的公布项目的收支情况	【尚需提高】	6	2	3	2	2
	C14	对项目资金使用有效性、管理和人员成本进行分析	【倾音用Excel表单，把所有相关指标之间的关联做成公示，计算所有投入产出，之间的关系就会很清晰。资金是否被合理使用也会很清晰。】	4	4	4	4	5
	C15	能在以上分析基础上加以改进，提升资金使用效率.	【倾音大幅砍掉了自己和合伙人的工资，对各项成本的支出也会更加明确是否要投入。“对项目有多大的价值”“投入产出比”变成了支出的重要依据。】	3	2	4	2	4
本类得分（百分化之后）				13	52.3%	70.8%	52.3%	67.7%
传播有效	D16	有明确的适合项目发展需求的线上、线下传播方案。	【倾音尝试过以线下活动、公众号传播和通过一些比赛扩大影响力。但是一直没有明确的完成的传播方案，传播是我们的弱点，一直没有做好。因为重心之前一直放在产品和服务，现阶段在获客，获客和传播之间有一定关系，但也不一样，预备在下个阶段把传播作为重心。】	3	1	2	2	3
	D17	有具体可量化的传播绩效指标	【倾音未做到该项】	2	1	2	1	2
	D18	有专人负责传播岗位的工作	【倾音团队没有专人负责传播岗位的工作】	2	1	3	3	1
	D19	拥有核心支持者、志愿者群体，并能产生良性互动	【“之前提到的伙伴、志愿者、服务对象都是倾音的核心支持者，并产生了良性互动。在倾音的服务对象上课结束后，会对志愿者（老师）说声谢谢你辛苦了，我们始终相信善意是流动的，温暖和善意要双向反馈，我们希望教会服务对象的不仅是好好说话的能力，更是用所有行动给他们信心和勇气，让他们感受到爱和温暖，并可以把这样的力量传播出去。同时倾音会给资助方以各种形式反馈孩子的进步和现状，让他们看到善意付出的价值。”】	3	4	5	5	4
	D20	能够借助媒体、自媒体建立相应的公众形象，如：“可信、可靠、可持续”的项目；“有益、有趣、有内涵”的活动形象；“成熟、卓越、优秀”的明日执行长个人形象		5	3	5	4	5
本类得分（百分化之后）				15	45.3%	74.7%	65.3%	69.3%
额外加分	E21	请评估者根据团队的综合情况，有突出亮点的地方予以加分，最高为 10 分，最低可不加分		10		9	2	5
专家评语			杜心童自述：在模式的架构上，倾音是同行里唯一一家在核心业务上能够将公益和商业结合，并且不错的践行且能让自己造血生存下来的。在服务理念上，我们也是唯一一家康复效果和用户在这个过程中的体验一样重要，并且对持续价值相当看重并高效执行的。我们相信这样从公益出发的理念和行动下，我们对每一名用户带来的影响都是深远有效的，价值也更加持久。站在商业的角度讲，我们会相信这样的企业，是长久具备竞争力的，所以作为一个平均年龄只有98年的团队，我们要做的就是不断学习一起成长，不断拓展认知边界，不断推动能力建设，有能力把我们共同想做的事情做成做好。			作为98年的公益项目创始人，心童取得这样的成绩非常不容易，我坚定看好心童，看好他们团队，看好倾音项目的发展！	团队具备较强的活力和潜力，如能链接外部专业资源可以走得更远。	在使命清晰、传播有效、执行有力、财务透明的基础上，倾音的项目的创新性表现得非常突出。