

护理液总采购额超 20 万元?

“困境少女卫生包”公益项目遭质疑下线

■ 本报记者 张明敏

1月18日,有网友发文质疑西安市小蜜蜂公益慈善基金会(以下简称“小蜜蜂基金会”)在支付宝公益平台发起的“困境少女卫生包”项目设计不合理,采购物品价值和助人实用性存疑,并抵制捐款,引发关注。

1月19日,该基金会发布致歉声明,回应网友质疑,并在支付宝公益平台下架上述项目,表示愿意积极配合捐赠人退款。

针对网友质疑的相关内容,小蜜蜂基金会执行秘书长张娜对《公益时报》记者表示,35元/人的卫生包用量为1个月,70元/人的护理液(2瓶)用量为1年,产品明细及使用期限并未交待清楚,项目设计欠妥,让网友产生质疑。基金会已在支付宝公益平台和腾讯公益平台下线项目,尊重捐赠人意愿配合退款,同时将评估项目可行性,积极整改。

数据显示,截至1月19日,“困境少女卫生包”项目在支付宝公益平台募款48667.69元,在腾讯公益平台募款两万余元。

公益项目遭质疑,火速下线能否有效应对舆情?

受质疑项目下线 机构致歉

“困境少女卫生包”项目是小蜜蜂基金会于2021年11月在支付宝公益平台、腾讯公益平台发起的为解决乡村女孩个人卫生用品及知识教育的公益项目。项目明细及种类显示,该项目在支付宝公益平台募款目标为437400元,包含卫生礼包35元/人、内衣50元/套、私处

清洗护理液70元/瓶、暖宝宝20元/个、内衣皂15元/个、青春知识宣传手册4元/个、卫生礼包6元/个、执行机构管理费、公募机构管理费,预计每件种类物品为1500名女童购买。

1月19日15时2分,支付宝公益平台对“困境少女卫生包”项目进行了处理通报,对项目作下线处理。平台指出,该项目存在预算不合理、不严谨、设计不科学、卫生包物资采购合理性存疑等问题。通报表示,平台要求该基金会即刻整改,尊重捐赠人意愿做好已募捐资金的退款工作。截至1月19日项目下线前,共有3000多名爱心人士参与捐赠,涉及资金48667.69元。

1月19日,小蜜蜂基金会



Karlie_T

1月18日 13:34 来自 iPhone客户端

#困境少女卫生包# 请大家不要在支付宝公益里而捐款了,大部分是因为想捐助卫生巾进行善款捐赠,但是胡编乱造卫生巾去超市买零售都不要这么多,批量采购还报这个价。其次护理液70一瓶一人俩瓶,我真是怀疑我看错了,护理液总采购额高达20万多是卫生巾采购价近四倍,项目究竟是为了护理液还是为了孩子卫生巾,护理液而购了吗?孩子这么小破坏菌群和健康一点都不考虑吗,俩瓶准备用到过期吗。最后孩子们得到的是价值35的棉包卫生巾+1包护垫和价值140的护理液俩瓶,太好了! 收起全文 >

主 收起 查看大图 向左侧转 向右侧转

困境少女卫生包					
内容	单价(元)	数量	单位	金额(元)	备注
卫生礼包	35元	1500	份	52500元	自由点日用10片/包、自由点夜用8片/包、自由点护垫30片/包
内衣	50元	1500	套	75000元	包含内衣内裤,内衣尺寸根据受助者的年龄身高体重进行购买
私处清洗护理液	70元	3000	瓶	210000元	私人品牌
暖宝宝	20元	1500	个	30000元	30片/包
内衣皂	15元	1500	个	22500元	高筒内衣皂3根/包
青春知识宣传手册	4元	1500	份	6000元	
卫生礼包	6元	1500	个	9000元	定制可重复使用卫生礼包礼品袋
执行机构管理费				12150元	总筹款额的3%,用于执行机构的前期走访差旅、住宿费
公募机构管理费				20250元	总筹款额的5%,用于公募机构办公场所费用、人工工资
总计				437400元	

通过官方微博发文回应质疑,向爱心网友道歉,向受助人道歉,表示“机构考虑不周”。其回应主要包括以下内容:一是因“困境少女卫生包”预算表未详细备注产品相关信息,误导捐赠网友;二是取消项目中私处清洗护理液产品采购,增加卫生巾数量;三是项目均由女性从业者在一一线调研执行。

对于网友质疑的使用护理液影响酸碱平衡问题,该机构表示,因乡村条件差,女孩不能经常换洗内衣,机构与支教大学生志愿者在项目调研阶段进行沟通后,将此项采购纳入。

采购价格、用量 是否过高和无用?

项目发布后,网友质疑卫生礼包和私处清洗护理液采购价格过高,且每名女童配两瓶、花费140元,预计涉及1500名女童,共计21万元,占到了整个项目募款额度的50%。

网友称,护理液不适用于女童,会破坏人体酸碱平衡,不利于成长;且大量购买护理液挤占了卫生礼包的空间,应该给乡村女孩多购买卫生礼包,而非护理液。

长期从事女童保护的中国社会福利基金会爱小丫基金秘书长张茹玮对《公益时报》记者表示,不建议女童使用清洗液产品,鼓励孩子利用清水冲洗即可,“在自身多年推行女童保护项目中,也从未推荐清洗液等产品”。

张茹玮称,35元卫生巾在价格上差不多,但清洗液一瓶70元偏贵,项目采购还是应多些比对调研再做判断。

记者发现,在“困境少女卫

生包”项目中,70元一瓶的护理液并未标明产品名称。记者在公众使用较多的购物平台淘宝、京东、拼多多等进行查询,通过销量排序,价格由高到低进行了检索比对,发现大多数护理液价格在15元至60元之间;价格超过70元的产品,销量排序较靠后。

张娜表示,项目中计划采购的产品在明细中未明确用量等相关信息,因此引发网友质疑。她谈道,项目设计中35元的自由点卫生巾为一个女孩1个月用量,70元/瓶的护理液(2瓶)为一个女孩一年期的用量。“清洗液采购由团队赴乡村实地调研需求获知,但我们接受网友批评,项目设计确有不合理的地方,我们向捐赠人及公众致歉,并接受捐赠人退款。”

“项目产品采购价格均以拼多多、淘宝、京东三方比价后得出,不同平台不同时段优惠不一,形成价格浮动,采购以实际价格为主并公示。”张娜说。

火速下线项目 能否应对舆情?

根据项目公示及平台处理结果,目前,“困境少女卫生包”项目基本处于停滞状态。

社会组织在开展公益项目时,前期调研、中期执行、后期反馈等过程都会耗费大量人力、物力、财力。那么,当负面舆情来临时该如何有效应对?是即刻下线公益项目、退还捐款,还是提前准备好消除舆情的应对办法?

张茹玮表示,对于负面舆情,公益机构最好的应对办法就是积极主动回应,对质疑作出相应解释,充分与捐赠者及

公众沟通,降低舆情风险。一旦因遭受质疑就直接下线或终止公益项目,可能被会认为默认存在着更大舆情风险。“从调研、立项、执行、反馈,公益项目的实施颇为不易,应该小心应对,倍加珍惜。社会组织平时应该学习一些应对舆情的方式和技巧,这样抗风险能力才会进一步加强。”

北京大学新闻与传播学院教授师曾志对记者表示,该事件反映了互联网公益传播的几个特点:第一,互联网公益传播反馈速度极快。出了问题有人应对,采取措施或行动,今后在互联网公益领域机构的这种做法会越来越多,越来越频繁,这是应责力(应对责任的能力)的表现,应责力本身也是一种能力。第二,互联网公益构建起了质疑者、当事人、平台、网友、媒体间各方的互动,事件的每一次进展让各方都有所反思,这是社会组织面对舆情不断提升自己各方面能力的一种表现形式,媒体应鼓励网友和项目执行方相互理解,良性互动。第三,机构应明确,选择将项目下线的动作是一种技巧,还是一种责任?如果机构认为这是应对舆情的一种处理技巧,则是暂时性的,公众仍会作出一定判断和选择。如果机构认为这是一种责任,就会加强自省,从自身找原因并好好改正。平台、公众、媒体也应该保持应有的宽容,给社会组织重启的机会。

“项目下线应尊重机构从业者的选择,社会组织也要从应对舆情中不断成长,应该更快更好地通过自身努力向社会证明机构价值,尽快改良项目并回归正轨,逐步塑造机构公信力。”师曾志说。



“困境少女卫生包”项目处理通报

昨天,有爱心人士对西安市小蜜蜂公益慈善基金会发起的“困境少女卫生包”项目提出质疑,认为项目设计和预算不合理。平台第一时间进行核查,已于1月19日上午对相关项目作下线处理。现将核查和处理情况通报如下:

- 1、经查,该项目存在预算不合理、项目设计不科学的问题。
- 2、预算比价流程过于简单,预算设计不严谨,预算披露不规范,引发公众广泛质疑。
- 3、卫生包物资采购缺乏科学指引,合理性存疑。

今天上午,支付宝爱心捐赠平台已对“困境少女卫生包”项目做下线处理,要求公益机构即刻进行整改,并尊重捐赠人意愿做好已募捐资金的退款工作。截至下线前,共计3000多名爱心人士参与捐赠,涉及资金48667.69元。爱心人士可以通过机构公示联系方式申请退款。平台将督促公益机构尽快处理。

感谢广大网友的关注讨论,公益必须接受公众监督,我们将继续督促平台上的公益机构履行信息公开义务,接受社会监督,并和公益机构一起加强项目上线前的评审工作,避免同类问题再次发生。

支付宝爱心捐赠平台
2022年1月19日

处理通报