成长之树
Growing Tree

资助人需求调查报告

2026 年 10 月

资助人需求调查报告

第一部分:资助人分析报告

报告摘要

1.规模持续壮大：截止 2026 年 9 月注册资助人 6449 人，一对一资助学生 14875 人，考取大学 1994 人，累计筹集资金 7355.5 万元，实现十六年连续增长。

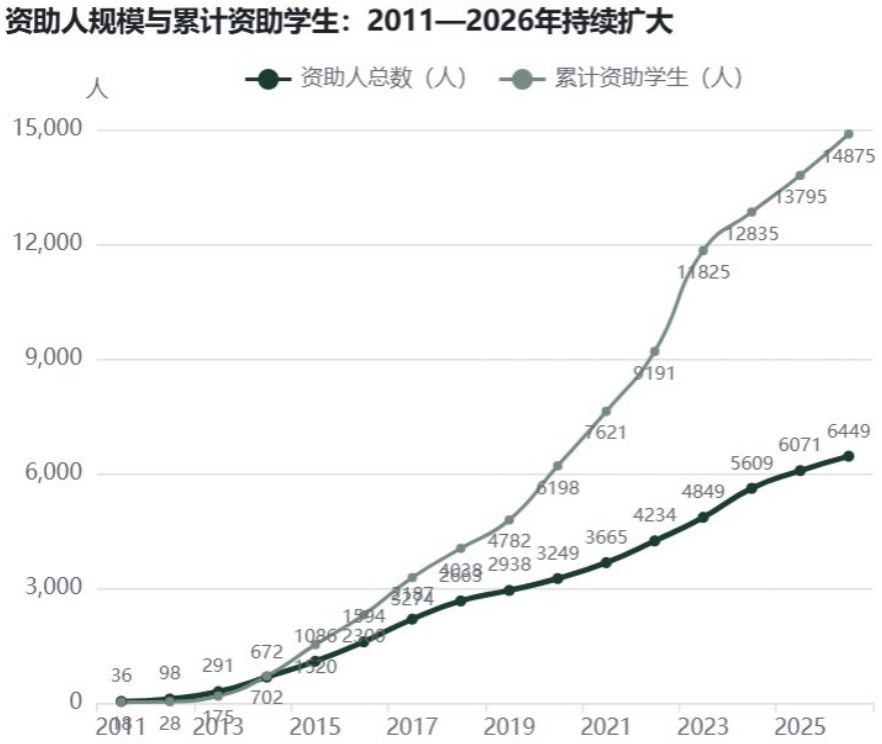
2.结构特征鲜明：个人账户占 97.8%、女性占 59.1%；江苏（含苏州）与上海两地资助人合计占 77.2%，地域高度集中。

3.资助金额长尾分层：2011-2026 年，80.6%的资助人累计金额在 1 万元以下；59.1%的资助人累计金额在 0.5 万元以下；累计出资前 20 名资助人整体出资占全部资金的 45.2%。2026 年，91.5%的资助人金额在 5000 元以下；40.1%的资助人金额在 1000 元以下；出资前 20 名资助人整体出资占全部资金的 51.4%。头部效应显著。

4.2026 年稳中有进、活跃回落：年度新增资助人 378 人，对比 2024 年新增峰值 760 人下降幅度高达 50.3%。全年筹资 1142.7 万元，创下历史新高。但当年实际出资资助人仅 2578 人，只占正常状态资助人的 48.4%，历史出资群体中有 45.4%的资助人 2026 年未继续出资，存量活跃度问题凸显。

一、十六年持续增长：资助人 6449 人、学生 14875 人、筹资 7355.5 万元

十六年间资助人规模从2011年的36人增长至2026年的6449人（其中正常状态5331人，休眠状态1118人），累计一对一资助学生从2011年的18人增长至2026年的14875人（其中资助进行中7395人，资助完成7480人），一对一资助老师172（其中资助进行中152人，资助完成20人），双优助学项目96人（其中资助进行中85人，资助完成11人），累计1994人考取大学。截至2026年，资助人分属96个小组，正常状态资助人5331人，占82.7%。



数据来源：2011-2026年资助总体情况表（成长之树统计年口径）。资助人为各年度末累计总数，学生为历年累计一对一资助学生总数。

图1显示两条曲线的增长斜率在2016年后明显放缓：资助人在2011—2017年高速扩张（年均增长约1.9倍），2018年起进入稳步增长阶段；资助学生总数仍保持较快累积，2026年达14875人，学生规模增速持续高于资助人增速，反映一对一资助关系的覆盖面不断拓宽。

二、增长阶段：前七年高速扩张，近三年新增回落

年度新增资助人在2017年达到593人的阶段性峰值，2019年回落至275人后再度回升，2022—2024年连续三年超过560人，2024

年 760 人为十六年最高；2025 年、2026 年连续回落，2025 年新增 462 人，2026 年新增 378 人。与新增人数波动不同，年度筹集资金逐年上升，2026 年 1142.7 万元为历年最高。

新增人数与筹资额的走势分化说明：近年筹资增长更多来自存量资助人的持续出资与单笔金额提升，而非单纯依靠拉新；新增人数的回落提示扩面速度放缓，未来增长需兼顾新增和存量维护。

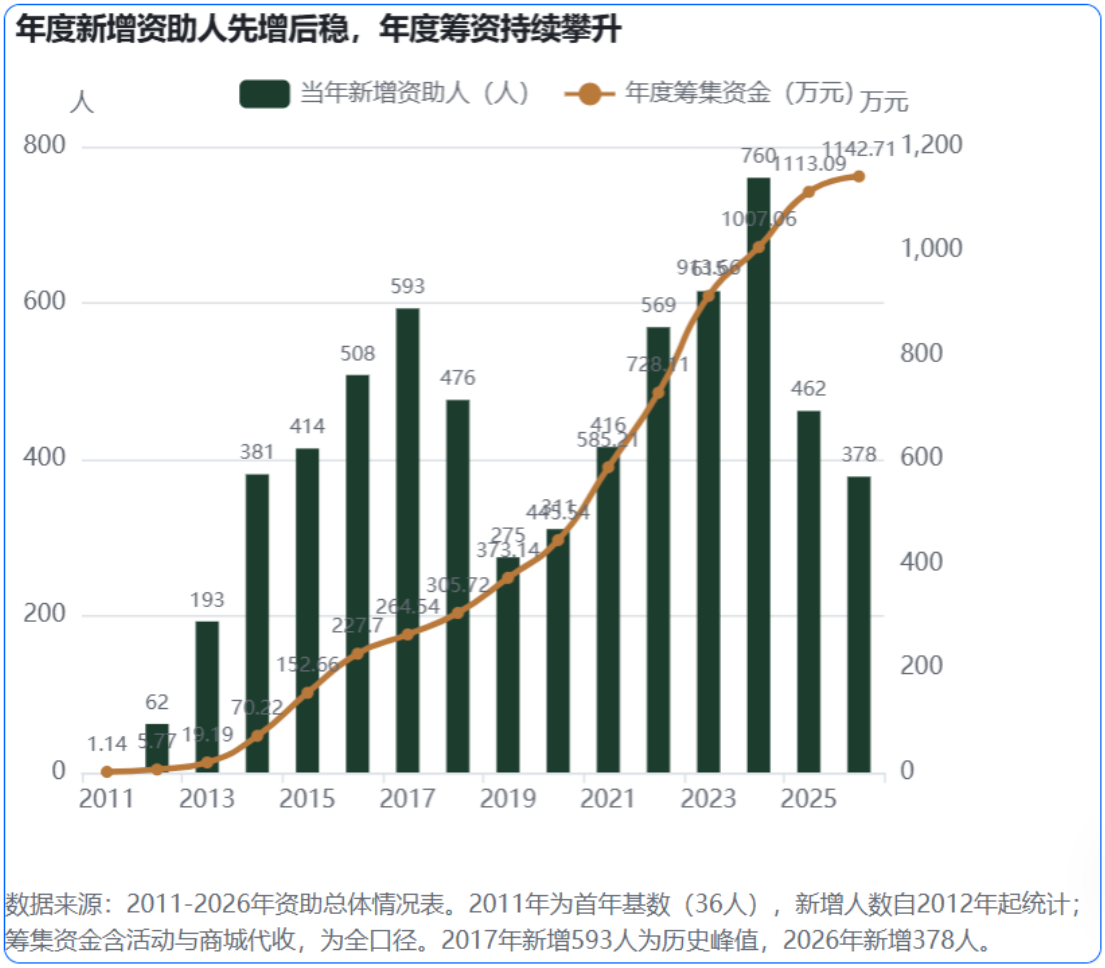


图 2

三、结构：个人账户为主，女性占近六成

资助人构成呈现“个人为主、女性居多”的特征：个人账户 6304 人占 97.8%，机构账户和团体账户 138 人占 2.1%，其他账户 8

人。性别方面女性 3823 人占 59.1%，男性 2480 人占 38.4%。个人账户占绝对主体意味着资助人维护工作面向分散的个人群体。

特别说明：机构账户是指资金来源主要通过公益平台的账号。

四、地域：苏沪两地贡献约四分之三，苏州为发源核心

资助人地域高度集中：江苏省（含仅填“苏州”的记录）3664 人占 56.6%，上海市 1329 人占 20.5%，两地合计 77.2%；其后依次为北京 213 人、广东 204 人、浙江 180 人、山东 98 人。工作区域与苏州相关的资助人共 2904 人，占 44.9%，苏州作为组织发源地仍是基本盘。地域结构提示：苏沪以外的拓展仍处起步阶段，北京、广东、浙江、四川等人口大省是未来扩面的潜在区域。

五、资助人：15 位资助人带动逾 800 人加入，随时间推移，介绍人带动占比明显下降

共 6469 名资助人，其中 62.3%（4032 人）经由介绍人加入，说明“介绍人”是机构吸纳资助人的核心渠道，尤其体现在组织发展的早期。

介绍人呈“金字塔式”集中带动。共有 1175 位介绍人，但汤永坚、唐国妹、朱宏、崔云、金芳等前 15 位介绍人合计带动逾 800 人，是资助人持续增长的中坚力量。

随时间推移，介绍人带动占比明显下降。2016 年新增资助人中 81.3%有介绍人，此后逐年走低，2024 年已降至 46.9%，近一年徘徊在 47%—55%之间。这说明早期依赖“老资助人”口口相传、熟人转介绍；近年则更多依托活动招募、平台流量等自然增长渠道，对介绍人的依赖度在弱化。

六、年龄：有资助记录的个人账户（有出生日期）的平均年龄 40.1 岁，中位数 42 岁，35-54 岁是资助主力军

本项统计仅聚焦个人账户，剔除团体账户、机构账户。其中有出生日期记录的个人账户共计 4471 人，平均年龄 40.1 岁，年龄中位数 42 岁。

从资助数据来看，35-54 岁是资助的绝对主力军：该年龄段共 2108 人，占总人数的 67.2%；资助金额 1726 万元，占资助总额的 69.2%。

25-34 岁年轻捐赠人共 377 人，资助金额 176 万元，属于增长潜力最大的群体。

55-64 岁年龄段人均资助金额最高，人均超过 1 万元。

特别说明：

（1）19 岁以下资助人，大多为实际资助人的子女；

（2）统计时间跨度较大，资助人加入时间各有先后，人均资助金额数据仅供参考。

表 1：2011-2026 年有出生日期有资助记录的个人账户的年龄段及资助金额

年龄段	人数	占比	总资助金额（元）	人均资助金额（元/人）
19 岁以下	260	8.2	1571828	6045
20-24 岁	76	2.4	452010	5947
25-29 岁	137	4.3	701381	5120
30-34 岁	240	7.6	1055312	4397
35-39 岁	452	14.2	2639718	5840
40-44 岁	676	21.3	5257272	7777

45-49 岁	628	19.8	5926805	9438
50-54 岁	352	11.1	3436920	9764
55-59 岁	208	6.6	2389105	11486
60-64 岁	83	2.6	1088673	13117
65-69 岁	24	0.8	155370	6474
79 岁以上	37	1.2	287000	7757
合计	3173		24961394	

七、金额：十六年间累计捐赠收入 7229.2 万元，小额长尾与头部机构并存

2011 年 1 月-2026 年 9 月共有 4716 名资助人有出资记录，累计 7229.2 万元，人均出资 1.5 万元、中位数 3600 元。金额分布高度长尾：80.6%的资助人累计出资在 1 万元以下，出资 5 万元以上者仅 142 人（占 3.0%）。前 11 个百万级账号贡献 36.8%的金额，头部集中效应显著。机构账户的龙头有在支付宝、腾讯、灵析月捐公益平台上的项目、弘化社、雪启公益等。团体账户的龙头有苏州烟草、元禾辰坤、大华企业等。个人账户的龙头有怀玉、李新文、高慷等。

表 2：按金额区间分布（2011 年-2026 年）

金额区间	账号数	占比	合计金额（万元）	占比
≥100 万元	11	0.2%	2662.85	36.8%
50 万—100 万元	7	0.1%	544.19	7.5%
10 万—50 万元	45	1.0%	743.29	10.3%
5 万—10 万元	79	1.7%	533.57	7.4%
1 万—5 万元	771	16.3%	1461.39	20.2%
<1 万元	3819	80.7%	1283.92	17.8%
合计	4732	100%	7229.22	100%

八、2026 年资助人情况

1.总体：规模再创新高，多数指标正增长

2026 统计年度，资助人总数 6449 人，较上年增加 378 人（+6.2%）；累计资助学生 14875 人（+7.8%），其中资助进行中 7395 人；双优项目 96 人（+18.5%）、资助老师 173 人（+7.5%）；考取大学 394 人（-1.3%）；筹集资金 1142.7 万元（+2.7%），为历年最高。

表 3:主要指标 2025 年与 2026 年对比

主要指标（统计年）	2025 年	2026 年	变化	同比
资助人总数（人）	6071	6449	+378	+6.2%
正常状态资助人（人）	5432	5331	-101	-1.9%
累计资助学生（人）	13795	14875	+1080	+7.8%
资助进行中学生（人）	7271	7395	+124	+1.7%
双优助学项目（人）	81	96	+15	+18.5%
一对一资助老师（人）	161	173	+12	+7.5%
考取大学人数（人）	399	394	-5	-1.3%

2.新增：新注册 378 人，女性占 55%，3 月为注册高峰

2026 统计年度新注册资助人 378 人，新增中个人账户 370 人占 97.4%、团体账户 10 人；女性 210 人占 55.3%，男性 160 人占 42.1%。地域上江苏 206 人、上海 50 人、四川 21 人、河南 13 人、山东 12 人领先。注册时间分布显示，2026 年 3 月单月注册 54 人为全年高峰。

新增资助人中，248 人已在 2026 年发生出资（占 65.3%），合

计出资 79.5 万元、中位数 800 元，说明约三分之二的新成员当年即转化为实际出资人，但单笔金额较小。介绍人方面，45.5%的新增资助人无介绍人记录，其余以汤永坚（10 人）、崔云（8 人）、怀玉（7 人）等骨干推荐为主，老带新仍是主要拉新路径。

3. 出资：2578 人出资 1129.4 万元，九成出资额在 5000 元以内

2026 年有出资记录的资助人 2578 人，人均 4381 元、中位数 1100 元。出资额在 5000 元以内的有 2358 人，占 91.5%；1 万元以上仅 103 人。个人账户 2535 人出资 647.8 万元占 57.4%，机构和团体户 43 个出资 481.7 万元占 42.6%。

2026 年出资结构与历年一致，小额高频为绝对主流，资金主要由少数大额资助人支撑：2026 年前 5 名占 33.1%，前 10 名占 42.8%，前 20 名占 51.3%，集中度较历年（前 10 名 35.4%）进一步上升。

表 4：按金额区间分布（2026 年）

金额区间	账号数	占比	合计金额（万元）	占比
≥100 万元	1	0.04%	141.01	12.5%
50 万—100 万元	3	0.1%	185.12	16.4%
10 万—50 万元	12	0.5%	226.28	20.0%
5 万—10 万元	6	0.2%	37.42	3.3%
1 万—5 万元	84	3.2%	165.43	14.6%
<1 万元	2513	95.9%	374.25	33.1%
合计	2620	100%	1129.40	100%

4.活跃与留存：当年出资率48.4%，历史出资人中45.4%未再出资

以“当年有出资记录”衡量活跃度：2026年2578人出资，占资助人总数的40.0%，占正常状态资助人的48.4%，即正常状态中超过一半的人当年未产生出资。历史维度看，2011—2026年累计有出资记录的4716人中，仅2577人在2026年仍出资，2139人（45.4%）当年未出资。

活跃度是当前资助人管理的主要短板：正常状态基数大（5331人），但实际年度出资人不足其一半；历史出资人的"流失/暂停"比例较高，存量唤醒与持续维护的空间与难度并存。

第二部分：资助人需求报告

报告摘要

1.分析背景与目标。为深入了解资助人对组织助学理念与机制的认知、对受助对象的信息关注、服务凭证需求、参与意愿及发展期许，我们于2026年7月至10月向资助人发放本问卷。报告基于219份有效问卷，回答四个核心问题：①资助人通过何种渠道加入、对组织理念与机制的了解程度如何；②关注哪些信息、需要哪些凭证、倾向帮扶哪些学生类型；③志愿服务意愿、可参与时段与偏好活动类型；④对组织未来发展的期许与建议。

2.熟人介绍是绝对主力渠道，口碑驱动特征显著。74.0%的资助人是通过“朋友、同学、同事等介绍”加入的，其他加入渠道及所占比例为：微信朋友圈13.7%、线下公益活动7.3%、主动搜索网页

5.0%。“老带新”是增长的关键引擎。跟报告第一部分资助人加入渠道分析相吻合。

3.理念认知整体很高，但存在认知短板。10 项理念/机制平均了解 9.24 项/人。对“自觉自愿、不图名不图利”核心理念的认知程度高达 98.6%。四个认知短板分别是：“1+1 发展资助人模式”、“短信通知机制”、“大树/小树称谓体系”、“助学款全额直达+管理费单独募集”。

4.信息关注聚焦“人”的成长而非“钱”的流向。资助人最关注的信息依次是:家庭/生活近况、心理健康、学习成绩。开放题中“及时跟进受助学生近况”也是最集中的建议之一，反映资助人希望看到受助者的真实成长。

5.志愿服务意愿积极但分层明显，推荐意愿极高。59.8%愿意参与志愿服务（非常愿意+愿意了解），40.2%处于观望或暂不参与（仅愿资金捐赠+暂不考虑）；93.6%愿意或非常愿意向他人推荐成长之树。

6.活动偏好呈“线下实地＋轻参与”并存。有 58.0%的资助人愿意参与山区实地走访，同时有21.5%的资助人明确“不方便参加”。山区实地走访最受欢迎，但仍需提供低门槛的线下参与方式。

一、样本结构和数据局限

1.受访者以江苏为主（148 人，67.6%，其中苏州 103 人，47.0%），其次为上海（19 人，8.7%）、浙江（8 人，3.7%），其余省份及海外共 44 人（20.1%）。

2.问卷经微信渠道发放，熟人网络主导，可能高估“朋友介绍”

占比；开放题作答率37.4%，以正面期许为主，可能存在社会期许偏差。

二、分项分析

1.加入渠道（Q1）

朋友、同学、同事等熟人介绍居首，高达74%，其他依次为：微信朋友圈、线下公益活动。线上渠道获客能力弱，增长高度依赖资助人口碑。

表5：加入渠道统计

选项	人次	占比
朋友、同学、同事等介绍	162	74.0%
微信朋友圈	30	13.7%
线下公益活动	16	7.3%
主动搜索网页	11	5.0%
其他（含小红书、微博、拜访汤老师等自由填写）	12	5.5%
合计	**231**	

2.理念与机制了解度（Q2）

资助人对机构理念与机制整体了解率均值 92.4%。其中满分 10 分受访者 155 人（70.8%），得分≤8 分共 44 人（20.1%），约五分之一资助人对机构尚未建立完整认知，主要短板为 1+1 发展资助人模式、短信通知机制。

高认知项目（知晓率90%以上）：“自觉自愿，不图名不图利”助学理念、财务公开、助学款全额拨付受助对象、管理费单独募集、一对一长期资助、自费实地走访、个人中心查阅资料、隐私保护制度，绝大多数资助人均熟知。

认知薄弱项目：一是短信通知机制，比如助学款签收、升学信

息推送及个人中心消息留存功能部分人不了解；二是内部称谓（大树、小树、树二代）认知不足；三是“1+1”大树发展模式认知最低，近两成资助人不了解。

小结：核心助学模式、财务及隐私保护等基础规则普及到位。内部称谓、1+1 发展模式、短信消息留存功能，为后续科普推文、新资助人培训的重点内容。

表 6：理念与机制了解度统计

了解项	了解人数	了解率
（1）您是否了解成长之树有一个重要的助学理念，就是“自觉自愿，不图名不图利”	216	98.6%
（2）您是否了解成长之树全部收入和支出明细都可以在官网公开查询吗	208	95.0%
（3）您是否了解成长之树的助学款是全额给到受助对象，管理费是单独募集的吗	201	91.8%
（4）您是否了解成长之树的助学模式是“一对一长期资助”，只要受助对象还在上学资助不会中断	215	98.2%
（5）您是否了解可以自费报名参加山区实地走访活动	207	94.5%
（6）您是否了解在您的个人中心可以查询受助对象的信息，包括签收单、历年成绩、获奖情况、自我评价、照片等	207	94.5%
（7）您是否了解成长之树的隐私保护制度，资助人和受助人的信息都将得到保护	211	96.3%
（8）您是否了解助学款签收、学生升学等重要信息会通过短信通知，并保存在个人中心的“我的短消息”中	190	86.8%
（9）您是否了解在成长之树我们把资助人和志愿者称之为“大树”，受助对象称之为“小树”，“大树”的下一代称之为“树二代”	191	87.2%
（10）您是否了解成长之树通过”1+1”模式发展大树，前面一个“1”代表原有的大树，后面的“1”代表新发展的大树。	177	80.8%
合计	**219**	

3. 信息关注（Q3）

资助人选定帮扶对象后，对学生信息多项关注，统计优先级从高到低：（1）家庭/生活近况：绝大多数资助人重点关注；（2）心理健康：关注度仅次于家庭生活，资助人不再只聚焦成绩，高度重

视孩子心理成长状态；（3）学习成绩：传统重点关注项，占比很高；（4）何时签收助学款：资助人非常关心款项实际送达情况；（5）同学老师评价、照片/视频：较多资助人希望获得，希望看到孩子真实面貌与在校表现；（6）少数资助人关注学生自我评价、成长目标等个性化内容。

小结："软性成长信息"需求显著高于"硬性成绩信息"。资助人的关注点已经从单一学习成绩，转向生活、心理、款项落实、在校综合表现的全方位关注。组织后续信息反馈，除成绩之外，应强化心理健康状态、家庭近况、学生影像资料的推送等。

表 7：信息关注度统计

选项	人次	占比
家庭/生活近况	183	83.6%
心理健康	168	76.7%
学习成绩	131	59.8%
何时签收助学款	111	50.7%
同学老师评价	90	41.1%
照片/视频	75	34.2%
其他（含学生自我评价、成长目标等自由填写）	5	2.3%
合计	**763**	

4. 官方凭证（Q4）

需要捐赠凭据（含票据、证书等）接近七成，无需任何凭证超过三成。具体需求情况：公益捐赠票据（报税使用），需求最高，超半数资助人需要；电子或纸质捐赠证书/纪念证书，需求较高；年度助学帮扶总结证明，较多资助人需要，希望有年度整体反馈；无需任何凭证的，约三分之一资助人，不索要任何证明材料。

小结：公益捐赠票据是刚需；捐赠证书、年度帮扶总结有较强

需求；同时存在大量不需要凭证的资助人。建议系统支持按需申领模式。

表 8：官方凭证需要度统计

选项	人次	占比
公益捐赠票据（用于企业/个人报税）	105	47.9%
电子或纸质捐赠证书/纪念证书	96	43.8%
年度助学帮扶总结证明	80	36.5%
无需任何凭证	62	28.3%
合计	**343**	

5. 帮扶学生类型（Q5）

品学兼优、家庭特困学生：占比最高，是资助人群体最优先帮扶对象；留守儿童、单亲家庭学生：热门帮扶类型；残疾、重病家庭子女：受到大量资助人关注；低年级小学生（希望长期陪伴成长）：不少资助人希望从小长期陪伴；初高中升学关键阶段学生：关注升学节点学生；无特殊偏好，服从机构统一匹配：相当一部分资助人完全信任机构，交由机构匹配帮扶对象。

小结：资助人偏向家庭经济困难、家庭特殊困境的孩子，同时有部分资助人完全信任机构匹配，匹配工作上兼顾定向偏好与统一分配。

表 9：帮扶学生类型统计

选项	人次	占比
品学兼优、家庭特困学生	154	70.3%
残疾、重病家庭子女	132	60.3%
留守儿童、单亲家庭学生	123	56.2%
低年级小学生（希望长期陪伴成长）	74	33.8%
无特殊偏好	67	30.6%
服从机构统一匹配	67	30.6%
初高中升学关键阶段学生	51	23.3%
合计	**668**	

6. 志愿服务意愿（Q6）

志愿者服务常愿意，听从安排：占比最高，愿意深度参与志愿工作；愿意，想了解更多：一部分资助人抱有兴趣，但需要更多信息再决定；暂时只愿提供资金捐赠，暂不考虑参与志愿者工作：占比超过 40%。

小结：大部分资助人有参与志愿服务的意愿，但仍有相当一部分仅愿意做资金捐赠，需要区分两类人群，不要对纯捐赠资助人过度推送志愿者招募信息。

表 10：志愿服务意愿统计

选项	人数	占比
非常愿意，听从安排	80	36.5%
愿意，想了解更多	51	23.3%
暂时只愿提供资金捐赠	57	26.0%
暂不考虑参与志愿者工作	31	14.2%
合计	**219**	

7. 活动时段（Q7）

可参与活动时段为双休日的白天：最主要可参与时段；法定节假日：次之；寒暑假期间：适合实地走访；工作日的晚上：部分上班族可参与；另外超过 20%的选择“不方便参加”。

小结：线下实地走访、线下会议、分享会优先安排双休日白天、法定节假日、寒暑假；线上沙龙、培训可以补充工作日晚间；避开工作日白天。

表 11：活动时段统计

选项	人次	占比
双休日的白天	86	39.3%
法定节假日	54	24.7%
不方便参加	47	21.5%
工作日的晚上	47	21.5%
寒暑假期间	27	12.3%
其他/自由填写（多为“时间灵活、视安排而定”）	38	17.4%

8. 活动类型（Q8）

山区实地走访（回访/发放助学款）：最受期待,是资助人最向往的活动；其次分别是：义卖募捐、筹款活动（久久公益节等）、城市公益徒步、年度资助人大会（志愿者大会、月捐人大会）、区域性小型分享会（读书会）、志愿者技能培训（主题沙龙）。线上公益传播（直播、公众号）：适合无法线下到场的资助人。

小结：实地走访是最高吸引力活动；同时线上传播、区域性小型分享可以覆盖不能远行的资助人；活动体系可以构建：实地走访为主，线下集会、徒步、义卖、沙龙为辅，线上传播作为补充。

表 12：活动类型统计

选项	人次	占比
山区实地走访（回访/发放助学款）	127	58.0%
义卖募捐	84	38.4%
城市公益徒步	83	37.9%
年度资助人大会或会员大会	69	31.5%
线上公益传播（如直播/公众号）	64	29.2%
志愿者技能培训/主题沙龙	63	28.8%
筹款活动（如久久公益节）	60	27.4%
区域性小型分享会/读书会	59	26.9%
其他/自由填写（暂不参加、都可以等）	15	6.8%
合计	**624**	

9. 推荐意愿（Q9）

绝大多数受访者非常愿意和愿意向他人推荐成长之树：保持中立：只占少量；有顾虑、不愿意：占比极低。

小结：资助人整体认同感强，口碑传播基础很好，“朋友同学同事介绍”也是机构主要获客渠道，应重视老资助人裂变（即 1+1 大树发展模式）。

表 13：推荐意愿统计

选项	人数	占比
非常愿意	141	64.4%
愿意	64	29.2%
保持中立	12	5.5%
有顾虑（组织内部活动联系不多，粘性差，利他性低）	1	0.5%
不愿意	1	0.5%
合计	**219**	

10. 发展期许与建议（Q10）

65 人提出了有效建议，其余 156 人未作答或无实质效果（比如填写“无”、“很好”等）。

整理问卷开放题，将资助人提出的意见建议归纳为五大类：

（1）.组织发展层面。希望机构行稳致远、持续长久运营，不忘初心，不要盲目追求规模，重质量重实效；希望争取公募资格，获得更多政策支持；加大对外宣传，提升社会知名度；建议精准筛选帮扶对象，优先保障最困难家庭学生；保持财务持续公开透明；希望完善内部管理，杜绝形式主义，重视普通资助人的声音，增强资助人的获得感、情绪价值。

（2）.学生帮扶层面。不只提供金钱资助，更关注受助孩子三观塑造，品德、感恩教育，注重身心健康成长；希望更多关注孩子成长全过程，不仅仅是给钱，鼓励孩子未来传递爱心；希望及时更新受助学生各类情况，保障信息反馈及时充分。

（3）.活动与社群层面。期待多组织大树之间的交流，同一小组资助人互相熟悉；建议增加面向树二代的活动；有反馈中青年资助人困境：偶尔可以参与活动，但长期深度参与时间精力有限，缺少对中青年群体适配的参与路径。

（4）.信息反馈层面。希望完善年度总结反馈，定期汇总受助学生整体情况给到资助人；希望丰富学生照片视频、老师评价等素材供给。

（5）.其他现实情况。部分资助人提到自身经济、家庭原因，暂时无法参与活动或继续资助，希望机构理解。

小结：核心诉求可归纳为三句话：守住初心、办好实事、多反馈受助人成长。个别留言对“形式主义、官僚作风、活动粘性低”提出直言批评，值得管理层重视。

表 14：发展期许与建议统计

类别	条数	占作答63条
保持初心、稳健持续发展	23	36.5%
祝愿发展壮大、扩大帮扶覆盖面	15	23.8%
加强受助学生成长跟进与反馈	7	11.1%
扩大宣传、吸纳更多爱心人士	5	7.9%
精准帮扶、重质量轻数量	4	6.3%
组织治理与作风建设（反形式主义、感恩文	3	4.8%
增强大树/树二代联结与服务	3	4.8%
争取公募资质/政府与社会支持	2	3.2%
个人原因暂难参与	1	1.6%
合计	**63**	

第三部分：主要结论与建议

一、基本结论

1. 基本面整体向好

十六年间资助人从 36 人增至 6449 人、资助学生从 18 人增至 14875 人，累计 1994 人考取大学，筹资 7355.5 万元，实现连续十六年增长。继续保持一对一长期助学是成长之树的核心业务。

2. 增长引擎受阻，新增转化受合规调整拖累

新增人数与筹资额走势明显分化：年度新增 2022—2024 年连续超过 560 人、2024 年达 760 人峰值后连续回落，2026 年仅 378 人；年度筹资却逐年上升，2026 年 1142.7 万元为历年最高。这显示近年增长更多来自存量持续出资与单笔提升。

新增资助人通过介绍人介绍是机构绝对主力渠道（历史占比 62.3%、问卷 74.0%），但介绍人带动占比已从 2016 年 81.3%降至 2024 年 46.9%，线上渠道获客能力弱，拓新速度随之放缓。

新增资助人是机构最核心的指标之一。因机构无公募资格，自2024 年 9 月起普通游客无法从官网直接跳转至等待资助学生页面，且收款单位变更为无锡灵山慈善基金会，转化路径受阻，这是近期新增规模回落的主要原因。

3.结构特征鲜明

个人账户占 97.8%、女性占 59.1%；苏沪两地资助人合计占77.2%、与苏州相关者占44.9%；金额呈长尾分布，80.6%的资助人十六年间累计出资在 1 万元以下。2026 年出资前 20 名贡献 51.4%资金，头部占比进一步提升，若头部资助人发生变动，将直接影响年度筹资。苏州作为发源地仍是基本盘；北京、广东、浙江、山东等经济强省占比低，外部拓展仍处起步阶段。

4.口碑潜力未转化为制度优势

超 7 成资助人来自熟人引荐、93.6%愿意对外推荐，但“1+1 大树发展模式”认知不足，老带新多为自发行为；部分资助人对内称体系、通知机制存在认知盲区。

5.资助人需求升级

不再仅关注成绩与款项到位，更看重受助学生心理、家庭等综合成长；志愿参与意愿高但受时间约束，需要分层轻量化参与路径。个别资助人直言批评“形式主义、官僚作风、活动粘性低”，值得管理层重视。

二、工作建议

1.深化“1+1”老带新裂变机制，强化线上获客能力

充分发挥骨干介绍人的带动效能，将93.6%的推荐意愿落地为可

持续的转介绍体系；加大线上渠道建设投入，减少对熟人渠道的单一依赖。

2. 开拓跨区域新增量，分散地域集中风险

稳步推进苏沪以外区域布局，依托北京、广东、浙江、山东等经济发达地区培育新增量，有效缓解资源地域集中带来的运营风险。

3. 升级信息反馈与凭证服务体系

优化个人中心成长档案模块，在学业成绩、学生照片基础上，补充家庭近况、心理状态、影像素材、教师评价等内容；积极响应资助人诉求，保障捐赠票据申领服务。

4. 实施志愿社群分层运营，降低志愿者参与门槛

区分“志愿参与型”与“纯资金捐赠型”两类群体，不对纯捐赠人群高频推送志愿招募信息；线下活动优先安排在周末、节假日及寒暑假，配套开设工作日晚间线上沙龙；打造实地走访、城市义卖、线上传播等多元活动，探索树二代、青年群体的参与路径。

5. 探索资助人分层维护模式，拓宽资金来源

巩固现有与头部机构、团队的合作，落实一对一专属服务；持续拓展企业、公益机构资源，推动大额捐赠来源多元化。针对占多数的长尾资助人，借助数字化工具开展常态化维护，强化区域小组管理，扩大小额捐赠基本盘。理性看待资助人因个人各种原因暂停资助的情况，保留资助人后续回归通道。

（完成时间：2026 年 10 月）

成长之树
Growing Tree

感谢孩子们给我们表达爱的机会

网址：www.growingtree.cn