

“蜗居新窝”筑梦计划项目自我评估报告

项目名称	“蜗居新窝”筑梦计划
执行机构	福州市美善社会工作服务中心
项目周期	2018年4月1日至2018年9月30日
金额	10万元
报告期间	2018年4月1日至2018年9月30日

一、人员与组织管理情况

1. 组织内部如何决策？通常，哪些人参与项目重大事项的决策？

美善社会工作服务中心内部设立理事会，决策由理事长牵头，其他两名理事共同参与决策，理事会下设执行主任，项目主管、项目社工。机构行政事务由执行主任牵头，项目主管、项目社工参与决策。机构项目事务由项目主管牵头，执行主任和项目社工参与决策，以项目主管的决策为主。

2. 服务对象对项目的评价；

来榕外来家庭，一开始对项目是抱有质疑的，他们不相信世上会有这么好的事情，他们不相信自己会成为“被馅饼砸到”的那个人，后来我们着手对二胎家庭进行改造，他们还是抱着观望的态度，直到这户家庭成功改造后，他们确定是完全免费后，才算彻底相信我们了，接下来他们就很主动的报名了。我们顺利改造了32户的“蜗居”家庭，他们总体还是很满意的，也很感谢基金会和社工的帮助。当然有部分人比较缺乏感恩的心，他们觉得做得没有第一户家庭那么好，其实在报名阶段和确定名单阶段，我们都有清楚跟他们说明改造内容，是统一的“套餐”，不像第一户那么好，第一户的改造花费了将近2万的钱，而我们的项目资金是远远达不到这个标准的。

3. 在本项目的执行过程中，组织中都有哪些部门的哪些人参与该项目的工作？人员投入的数量、质量与效率是否与预期一致？

本项目是由机构执行主任担任项目主管的，由她整体策划项目内容，她负责整个项目的运作和管理，机构另一名专职社工也有协助开展活动，另外机构招募的3名实习生也参与了该项目。人员投入的数量、质量与效率与预期是一致的，整个项目进度都在项目的计划范围内。

4. 在本项目执行过程中，合作部门的哪些人参与本项目？承担了哪些具体工作？

1) 海都报记者也就是项目的发起人：他参与了项目的前期筹备工作和二胎妈妈家庭的改造资金募集工作，以及项目宣传推广方面的工作。

2) 软装设计师团队：负责第一户典型二胎家庭的居家改造设计工作以及城市蜗居」设计&摄影展的讲解工作

3) 硬装团队：负责蜗居家庭的家具定制、家具安装、墙面翻新、线路整改工作。

5. 机构的项目管理是否有需要进一步完善的地方，在下一阶段项目实施中，贵机构打算如何完善项目管理？

本项目的管理工作总体来说还是比较有序的，需要完善的地方是项目的财务管理方面，机构刚成立的前几个月，项目的财务都是机构人员自己记账做账，没有专业的会计人员，从7月份开始，我们请了兼职的会计，这样就把项目财务工作慢慢规范了。

二、项目实施进度

1、项目已完成的活动

1) 团队组建

项目立项后，项目团队也组建完成，确定了设计师团队、施工方团队、社工团队、志愿者团队、媒体等组成项目团队，各方明确彼此的职责和执行时间表。

2) 前期调查

2018年4月，我们进入西洋新村接触“蜗居”一族，入户实地了解他们的居住状况，并在社区摆摊设点，宣传蜗居改善项目。“蜗居者”很好奇，纷纷前来咨询。通过面对面的交流，我们了解了他们的需求，并让他们填写了服务需求表，这使项目后期的开展更有针对性。

3) 二胎妈妈蜗居改造——5平米的新窝

在媒体记者的推荐下，我们确定一户二胎妈妈家庭作为项目首个改善对象。这个准四口之家的房子仅有5平方大，怎么为她和她的孩子设计一个新家呢？我们联合了软装设计师、硬装设计师、装修师傅、家具师傅、墙绘志愿者等一同来

打造这个四口之家。从初期的评估、研讨、设计、测量到中期的设计施工到完工，我们用了 22 天的时间，使这个蜗居变新窝。当看到这个新家的时候，5 岁的大宝再三确定是自己家后，小心翼翼地脱下鞋，奔向床底的儿童乐园，一把所有的玩具揽在怀里，抬头望着妈妈：“妈妈，妈妈，我以后可以脱鞋在房间玩了。”

4) 媒体宣传、线上众筹助力项目

通过腾讯、电视台、报纸、各媒体官网、微信等渠道推送第一户改善案例，形成社会效应，同时项目在腾讯公益平台上线筹款，助力项目的开展。

5) 启动报名，征集服务对象

2018 年 5 月，项目启动报名，机构开通线上、线下报名通道。2018 年 6 月，社工与志愿者走进更多社区进行项目宣传，征集服务对象。我们走进了下道村、劳光村、西洋新村、洋下新村、环南新村、七星井新村、凤凰新村、万象社区等福州老旧社区，张贴海报、分发居家安全知识手册、进行问卷调查。最后我们收到了 37 份的报名表，经过核实信息，我们筛选出符合要求的 32 个家庭成为项目的服务对象。

6) 「城市蜗居」设计&摄影展

2018 年 6 月 3 日，「城市蜗居」设计&摄影展在融侨中心 ARTMALL 开展了现场发布会。发布会上，通过对项目案例的展示，对项目的深入讲解，一比一还原改造好的蜗居家庭，让更多人了解了“蜗居新窝筑梦计划”。同时，来自设计、媒体、公益这三个行业的专业人士与大众分享了参与蜗居改造项目的感受。现场参会人员进入蜗居内部进行了体验。我们还设计了以“你梦想的家”为主题的亲子活动，小朋们通过画笔描绘出自己理想的家，上台分享自己的想法。接着展开小组比赛，每两个家庭组为一队，利用手头上的塑料板制作蜗居小屋框架模型，让父母与小朋友们通过手工制作的方式近距离感受蜗居生活的不便。这次活动很好的对项目进行了二次宣传。

7) 设计统一改造“套餐”，启动“蜗居”改造工程

通过前期的需求调研和实地走访，我们确定了蜗居改造项目的统一“套餐”，包括定制、安装木制床一张、木制柜子一张，安装车载灭火器、创意置物架，墙面翻新、电路整改，提供居家安全知识手册一份。

我们到家具厂确定床和柜子的材质和样式，与家具师傅一起逐一进行入户测

量房屋的尺寸，确定床和柜子的规格。

床和柜子做好后，我们就一批一批的开始改造，首先是安装家具，然后是墙面翻新、线路整改，接着是采购灭火器和置物架，并分发和安装。

截止到 2018 年 9 月 30 日，我们已经成功改造了 32 户的蜗居家庭。

8) 项目回访

我们设计了回访问卷表，对改造好的蜗居对象进行逐户回访，收集反馈信息。

9) “蜗居”对象故事访谈

改造工作结束后，我们对部分家庭进行访谈，聆听他们的故事，最后完成了 12 个故事访谈。

2、项目计划执行情况对照表

项目计划	实际活动	备注
步骤 1：通过线上线下相结合的方式对项目进行推广宣传，普及空间改善理念和蜗居居家安全知识	1、我们设计印刷了 1000 份的居家安全知识手册 2、线上通过海都报、新华社、腾讯公益、福建共青团等媒体和平台进行宣传 3、线下我们走进了福州老旧小区进行宣传	与计划一致
步骤 2：通过招募、培训不少于 25 名的志愿者，一方面进入不少于两个社区进行项目宣传及居家安全知识宣传，一方面入户对不少于 30 户外来工家庭居家环境进行评估。	1、我们总共招募了 21 名的大学生成为项目志愿者，有进行了简单的培训，主要进行走访、项目回访的工作 2、我们进入了下道村、劳光村、西洋新村、洋下新村、环南新村、七星井新村、凤凰新村、万象社区共 8 个地方进行了项目宣传，发放了 200 多份的居家安全手册及进行问卷调查，共收回了 63 份的问卷。 3、社工与实习生进入了 37 个家庭进行居家环境评估	与计划一致
步骤 3：根据收集的评估结果，组织开展评审会，确定首期项目改善对象。	我们根据收集到的评估结果，最终筛除掉 5 户不符合条件的蜗居家庭，最后确定 32 户家庭为首期项目改善对象。	

<p>步骤 4：设计师团队和施工方团队根据首期改善对象的居家情况，制定空间改善方案。</p>	<p>经过讨论，我们最终确定了改造的统一套餐</p>	
<p>步骤 5：通过媒体报道，在腾讯公益平台众筹，让更多的公众知晓我们的项目，提高公众对小面积居住群体的认识与关注。</p>	<p>我们的项目放在腾讯公益平台众筹了，项目文稿登在腾讯公益大号上，上线项目筹款目标是 682066 元（原计划改造 100 户），最后的筹款额是 122858.02 元，虽然远远没有达到捐款目标，但是项目文案浏览量高达 10 万+，捐款人次达到 4797，公众知晓度还是挺高的。</p>	<p>与计划一致</p>
<p>步骤 6：成果展示：我们计划在项目开展过程中邀请更多设计师加入，通过让他们了解这个项目，看到这个项目的意义和效果，从而让这个空间设计在业界推广，让更多群体受益。</p>	<p>我们举办了「城市蜗居」设计&摄影展，通过摄影展、一比一还原改造好的空间、“理想中的家”等活动让更多的人知晓了我们的项目，但是除了原来的设计团队，我们没有邀请更多的设计师加入。</p>	<p>与计划一致</p>
<p>步骤 7：全面实施改造</p>	<p>我们到家具厂确定床和柜子的材质和样式，与家具师傅一起逐一进行入户测量房屋的尺寸，确定床和柜子的规格。</p> <p>床和柜子做好后，我们就一批一批的开始改造，首先是安装家具，然后是墙面翻新、线路整改，接着是是采购灭火器和置物架，并分发和安装。</p> <p>截止到 2018 年 9 月 30 日，我们经成功改造了 32 户的蜗居家庭。</p>	<p>与计划一致</p>
<p>步骤 8：回访蜗居对象</p>	<p>我们设计了回访问卷表，对改造好的蜗居对象进行逐户回访，收集反馈信息。</p>	<p>与计划一致</p>

3、项目目标达成情况

1) 首批选 2~3 个典型家庭进行空间改善，提升他们的生活品质。

首批我们成功改造了一户 5 平米的二胎家庭，从空间布局到床、柜子的设计、墙绘设计、小孩阅读区的设计，极大改善了家庭的居住环境和生活品质。我们原计划为一个没有爸爸妈妈的小女孩，打造一个梦幻公主房，由于这个女孩家已搬走，所以没有改造。

2) 提供一套易操作、易复制的改善方案，形成较为统一的“套餐”，推广到 30-50 个家庭，形成规模效应。

根据前期的调研和实地走访，我们设计了统一的“套餐”，通过线上线下征集改造对象，最后确定了 32 个家庭成为项目受益对象，每户的改造费用大约 4200 元，在原计划的改造费用（3500-5000 元）范围内。

3) 倡导社会各界关注外来务工人员的居住环境，给予他们更多的尊重与关爱，助力他们的梦想，并参与推广改善行动。

项目吸引了软装设计团队、硬装改造团队、媒体记者、志愿者等的加入，使项目得到了比较好的推广效益，获得了社会大众的认可。

4、请简要说明项目实施过程中，是否存在计划的变更？如果有的话，变更什么？原因是什么？请列表说明。

整个项目实施过程，唯一一个变化的地方是增加了一项内容，是我们选择愿意接受访谈的蜗居对象，对他们进行访谈，听听他们来榕的故事，这有助于大众了解外来工家庭的真实生活状况，也有助于以后为他们开展其他服务打下基础。

5、项目实施以来具有哪些产出，引起了什么变化/具体成效是什么？如何衡量？

活动	产出	监测指标
项目推广、居家安全知识宣传	1、项目宣传展架、宣传海报、居家安全知识小册 2、媒体宣传报道	1、制作 1 份宣传展架、10 份宣传海报、200 份安全知识小册，进入 2 个外来务工人员集中的社区进行项目宣传和居家安全知识宣传 2、腾讯公益、报纸、电视台、自媒体等平台进行宣传
志愿者招募、培训	25 名项目志愿者	1、通过线上线下方式进行志愿者招募 2、开展一场培训活动
居家评估	1、“蜗居新窝”筑梦	1、志愿者入户进行“蜗居”居家环境评

	计划服务申请表 2、报名表 3、接受资助声明 4、拍摄照片	估，收集服务申请表、报名表、接受资助声明、拍摄环境照片 2、确定最终改善对象
居家改善	确定改善方案，进行实地改善	计划改善 30-50 户“蜗居”，改善套餐包括添置一张木质床、安装防潮壁纸、水电规划、配备 1 个车载灭火器、添置创意置物架
众筹	1、腾讯公益平台众筹文案 2、腾讯公益平台项目情况反馈 3、腾讯公益平台项目财务披露	在腾讯公益平台众筹，并反馈项目实施情况，披露项目财务情况
成果展示	创意展览	1、一比一还原改善前后的样板房 2、“蜗居” 2、开展以“你梦想的家”为主题的亲子活动
回访工作	回访问卷表	对改善对象进行回访，记录反馈意见

6、是否有社会影响力，如何体现？

我们的项目获得多家媒体的报道，有新华社、海峡都市报、天天快报，厦门头条、腾讯公益等，还有很多公众平台也宣传了我们的项目，如福建共青团、福州别记等。我们的项目文稿登在腾讯公益大号上，项目文案浏览量高达 10 万+，捐款人次达到 4797，公众知晓度还是挺高的。

三、经验总结

1、项目经验教训：

1) 在项目宣传方面，我们通过各种媒体，各种平台进行了宣传，但是这些宣传方式却没有被外来工家庭接收到，要让更多的外来工家庭知晓我们的项目，还是要通过传统的宣传方式，也就是实地进入社区宣传，还有就是群体间的口口宣传。

2) 报名情况没有我们预计的火爆，即使我们走进了很多小区进行宣传，但是报名的人并不多。经过我们的了解，这些外来家庭不报名的心理主要有以下三种：一是他们的防备心非常强，很多人质疑我们的项目，即使给他们看了很多“证据”，仍然无法很好的打消他们的疑虑，他们觉得天下是不会掉馅饼的，怎么会有免费的服务呢？即使我们告知他们这个项目是慈善基金会出资来支持的，他们

还是担心我们改造完之后再给他们收费。比较好的方法是先改造好一户家庭，他们看到了，就真的相信了。因为我们在西洋新村成功改造了一户家庭，后来这个小区的其他人才主动过来报名。二是他们存在一个特殊的顾虑，那就是担心房子改造好之后，房东会因为房子条件变好而加房租，如果是这样的话，他们就觉得“吃亏”。三是他们害怕麻烦，他们忙于生计，他们觉得改造期间需要花时间整理房间，东西需要搬进搬出，他们没时间“折腾”。

3) 在媒体宣传方面，不能太频繁的打扰家庭，我发现第一户的二胎家庭改造前后，各种媒体记者的拍摄，确实打扰到他们的生活了。另由于媒体记者的疏忽，把西洋新村另一个家庭的照片，里面有母亲和孩子的正面照，没有征得他们的同意就在某公众大号上登出来了，结果这个母亲很不高兴，我们花了比较多的时间来道歉和解决这个问题。通过这个教训我们再次警醒要尊重服务对象，保护服务对象的隐私。

4) 在改造工程安排方面，由于这些外来工家庭大多工作非常忙碌，很难抽出时间来，所以改造工程的安排要尽量紧凑。

2、就项目的社会价值、项目的创新性和项目的可持续性三个方面做重点分析；

1) 项目的社会价值

党中央、国务院一直都高度重视外来工问题，外来工在城市经济和社会发展中的作用日益增强。外来工是城市工业化、城市化和现代化进程中的特殊社会群体和新型劳动大军，他们为建设城市贡献了巨大的力量。然而，由于经济生活拮据，他们的居住空间往往局促、功能性不足、安全隐患等问题开始凸显。我们通过开展“蜗居新窝”筑梦计划，致力于改善外来工家庭的居住环境，使他们拥有整洁、有序、有品质的生活环境，从而滋养人文情怀，提升城市“温度”。倡导社会各界关注外来务工人员的居住环境，给予他们更多的尊重与关爱。支持关爱外来工家庭，也是建设和谐社会的需要。

2) 项目的创新性

本项目的创新点是跨专业、跨团队人士组成项目团队，一起开展项目，包括硬装团队、软装设计团队、墙绘工作者、传媒工作者、社工、志愿者等组成的专业团队，各施其职，合力帮扶，艺术与公益相结合，媒体记者的参与，使项目社

会效益最大化。

3) 项目的可持续性

本项目服务外来工家庭这个特定的群体，针对他们的居住环境差的特定问题，对他们的居住空间进行改善，提升他们的生活品质，我们针对这些房屋的共性，提供了一套易操作、易复制的改善方案，形成较为统一的“套餐”，所以这个项目是可复制可推广的，可持续性的项目。

3、对项目设计的改动建议和需要跟进的工作；

无改动的地方。

4、对林文镜慈善基金会的其他建议。

感谢林文镜基金会对我们工作的支持与信任，我们会再接再厉的！

四、附件：

1、财务报告

2、与项目有关的各种活动图片、报告、出版物、媒体报导或影音材料，均可作为附件放在项目完成报告后面。