**光盘打卡公益项目评估报告**

**一、引述**

**1.光盘打卡行动简单介绍**

光盘行动于2013年发起，旨在促使人们用餐不浪费、厉行节约。光盘打卡公益行动于2018年发起，旨在用“科技+公益+奖励”手段，进一步推广光盘行动。

光盘打卡行动的参与者包括政府机关、社会团体、企业、学校、全国餐饮业、社区和家庭等单位或个体成员；运作机制是：参与者可以通过光盘打卡小程序对餐盘拍照，经由人工智能识别为“光盘”即可获得积分奖励，也可以通过微信朋友圈分享、公众号传播等方式获取积分奖励。参与者所获积分既可以兑换由企业捐赠或赞助的各种优惠券，还可以通过为公益项目献爱心、爱心企业家捐配的形式参与公益活动。

通过光盘打卡试图实现的目标很明确，即节约粮食、逐渐树立绿色环保的价值观，自觉养成低碳环保的生活习惯；企业通过捐赠善款、赞助产品，可以触达潜在消费者、提升自身公益形象、享受捐赠抵税福利；组织机构入驻光盘打卡行动体系，可以集体性地参与到节能环保的社会化公益之中。

**2.评估的需要**

**2.1为什么要评估**

第一，记录本项目团队已经取得的成效，评价其中的价值产出，向外界展示其特有的社会贡献。

第二，探索项目的运作规律，尤其是其中的行为影响与价值传播方式，据此作为一个向社会公众展示自己并进行对话的基础。

第三，用于项目团队自我把握和自我思考，以便不断提升和改善自己的运作体系。

**2.2评估的性质**

本次评估属于对项目运作的抽象模式的梳理，具体内容包括本项目的运作机制与价值产出两个方面。这样一种评估方法简练，但对于逻辑性要求高，促使我们对于项目运作体系做一个整体性的把握。

**3.评估的方法**

第一，核心方法是与项目团队尤其是项目主要负责人进行深度的访谈，把握其整体的运作脉络，了解其运作思路。

第二，结合更多的事实，例如网站上的、媒体报道中的事实，进行辅助性的核证工作。

第三，就主要事实和思路进行分析，将其纳入到专业化的分析体系中来加以把控，与既有的理论与社会发展格局关联起来；之后，从运作体系的表象中，分解出更多的深层次技术与价值产出脉络。

**4.价值产出分析框架**

本次评估核心目的，就是勾勒出项目在各个层面所产生的社会贡献。为此需要勾勒一个基本的价值分析框架。该框架包含以下三个方面：

第一，简约生活行为。这里包含节约粮食、环保化的生活。这也是该项目在其运作过程中的最直接的目标。

第二，一种新型的公共利益推动方式。其实，也就是在政府的推动之外，一种由社会力量推动的公共利益满足方式。

本项目是一份典型的社会化的运作，它承载互联网媒体上，以社会企业、基金会双主体构成的平台进行运作。参与者本着自愿原则进出自由。之后，随着行动的体系化程度增高和规模化加大，它又将更多的社会公众、企业以及政府的力量卷入进来，形成由社会力量牵引、整个社会联动的新型运作体系。这是一项重要的机制创新。

第三，一条价值传播通道。评估中，将本项目作为一份自然而然的价值观的影响与传播来看待，这种特定的行为与特定的观念关联在一起，因此在倡导人们产生特定行为之时，则会自觉不自觉的将人们引导到一种特定的价值观体系之中。因此，这里是特定价值的影响源头，以及不同观点相互对话的场所。

第四，整个行动的科学理性化的行为方式，包括它们考核计算自身的经济与生态价值产出的方式、将具有情感意义的节约粮食行为与具有理性意义的行动方案合理设计相结合的能力、将更多的一般化公众卷入进来过程中对于互联网技术的创造性运用，等等。

以下将就其公共利益的推动方式/机制，与由此所产生的价值两个方面展开讨论，产生评估结论。

**二、一种新型的公共利益推动方式**

这是本项目的最主要的社会价值贡献。它在推动一份餐后的光盘打卡行为，该行为由于与国家的价值观推动方向相一致，因而，这是一份通过社会化的运作方式，来实现某种代表全社会价值观的公共利益推动行为。

虽然在诸多方面，社会化的公共利益提供早已就是一种常态，但本项目在其带动全社会不同利益方（包含体制内的力量）的运作方面，所达到的程度却是较为罕见的。

**1.一份特定的公共利益提供过程**

在传统上，全社会的公共利益是由政府的力量来代言的。通常，行政体系与事业单位是自上而下的具体的推动者。如果公共利益正如本项目这样，仅仅是一份宣传方面的内容，则是设置特定的宣传部门来加以完成。

在推动社会治理的时代，公共利益的代言人通常也可以由社会领域里的力量来承担，例如公益组织、社会企业等力量。由社会化推动的好处是，其中的行动者都是自愿选择的，而并非强制性的，行动过程中公众也有相当程度的自主性空间，因此不管是从启动还是行动，都体现出来公众自己的意愿。这样一宗模式在行动的效率、公众自愿参与行动与接受影响的程度，都会明显提升。

由社会力量做主题推动公共服务，还可以成为政府工作的有力补充。在社会力量达到一定程度之后，政府的力量可以呼应进来，形成社会-政府联合推动的方式。本项目就是这样一种模式，且已经达到了很高的程度。其中一些政府推动的职能加载到了本项目的社会化运作体系之中，甚至正是社会力量将体制内的某种行动的意愿激活，从而引导出了一个由社会牵头、更多的社会力量卷入、政府也加以支持和配合的行动系统。

这正是本项目所产生出来的第一份价值。考察这份价值需要整体性的、完整性的考察，它的整个运作机制，包括从起源，到互联网平台的运用，再到体制内、体制外力量的卷入，再到从国内影响到国际层面。以下打乱上述顺序，针对不同侧面的内容依次描述。

**2.互联网平台作为载体**

**2.1可以把它看作一次简单的互联网平台上的行动**

通过互联网平台，可以将930万的人同时汇聚到这里，从而实现一个互联网平台上的行动与信息的转化市场。那些低效率的事情便瞬间变得高效，行动的成本瞬间降低，让组织的能力快速提升。

借助互联网，政府部门、机关单位、学校、企业都可以在光盘打卡平台创建光盘打卡行动专属群组，然后邀请员工或者用户参与进来。同时平台功能丰富，包括自定义的界面展示，朋友圈分享，定制化的物料，榜单活动，甚至还可以上架自己的奖励，比如说工会提供光盘打卡的奖品，也可以专门上架给自己的员工在这个平台上做兑换，并且参与各方以及政府部门都可了解参与情况，进而积极参与进来。正是依托光盘打卡平台这一平台，用户的参与以及公益组织、爱心企业的捐赠搭建了“企业配捐-用户参与”和“用户打卡-赋能公益”的全链条公益模式，使个体、企业、组织能够获得良性互动，互通有无。

此外，互联网也为线上线下统筹分类实施提供了可能性，推动各方联动起来参与到光盘打卡行动中去。通过线上的持续推广，口口相传、分享互动以及结合正能量明星KOL、设置榜单等的社会化传播，配合线下发放宣传物料，在用餐的醒目位置放置 “光盘行动” 提示桌牌和桌贴。

总之，正是在此基础上，才有了形成大规模社会化运作体系的可能。

**2.2借助于一些有兴趣的玩法**

2020年8月在光盘打卡行动中加入游戏化要素，即加入一个游戏养成的东西，打卡用户在吃完饭后可以获得一份虚拟爱心餐，然后所获爱心餐可以投喂给设计出的虚拟人物，然后它就会变身到全国各个地方，使光盘打卡变得更有趣味。

光盘打卡用户不仅可以在光盘打卡平台上传个人光盘打卡获得积分，还可以通过分享微信群、微信朋友圈以及绿色故事等多渠道获得积分奖励。参与形式丰富有趣，如河南的参与者说“冰墩墩这么可爱谁能不爱呢，所以我听从冰墩墩的提醒，也在节约粮食。”云南的“小燕子”说：“长津湖里的各位先烈们条件艰苦，为了生存连能硌掉牙的冻土豆都省着吃，我们又有什么理由浪费粮食呢？”。这种生动有趣、富有创新性的参与方式，使光盘打卡变得更加有意思，促使光盘打卡从“我应该”变成“我愿意”。

**3.一个体系化的社会运作网络**

借助于互联网运作体系，动员起来的是一个社会化运作的体系，从而实现社会化的公益事业运作。

社会化的公益运作，可以同样形成规模，形成体系，且具有自身的运作机制。因而，在这一传统上由政府统领运作的场所，形成了社会自身的运作体系。以下对其具体运作的表现予以勾勒。

**3.1社会公众的个人化加入**

本项目的核心就是吸纳更多的社会公众加入进来。他们是其中的光盘打卡行动的践行者，也是实际效果的直接贡献人。

个人可以自主通过拍照上传光盘成果，人工智能审核通过即可获得积分奖励，所得积分可用于兑换奖品，也可用于爱心捐赠，例如，用户一次光盘获得了一百积分，一百积分相当于一毛钱，他配捐出去然后由爱心企业来付这个钱，这个模式就是你光盘我捐款，相当于用户就是通过个人的一个勤俭节约的行为就能实现慈善帮扶的效果，所以通过这种形式也是去促进用户来参与光盘打卡。它目前合作了很多项目，包括免费午餐，包括雨花的爱心餐，包括书海工程等等，也包括联合国世界粮食计划署的一些项目，甚至有国外埃塞俄比亚的供餐的项目。

**3.2企业的加入**

一个企业或者所有的机构都可以在平台创建这样一个群组，然后邀请比如说他的员工或者他的用户参与进来，同时这个功能也是很丰富的，包括自定义的界面展示，朋友圈分享，定制化的物料，榜单活动，甚至企业还可以上架自己的奖励，比如说工会提供光盘行动的奖品，他也可以专门上架给自己的员工在这个平台上做兑换。依托于这个功能我们吸引了非常多的企业参与进来。

国营企业如中兴通讯、中国节能环保集团，民营企业如蒙牛、富士康等纷纷加入光盘打卡全民公益行动，在企业内部倡导环保和节约理念。截止到2023年1月29日，中兴通讯共有5224人参与光盘打卡，已贡献光盘33854次，相当于节约1.286吨粮食；中国节能环保集团参与光盘打卡行动人数2548次，已贡献光盘44066次，相当于节约1.675吨粮食。

因为国企、央企参与的机制是：他们自身有工会或行政部门，有光盘需求，光盘打卡平台可以以创新性方式帮助其开展活动，所以他们愿意前来寻求合作。

民营企业加入的原理是民营企业通过捐赠库存产品或品牌宣传产品参与光盘打卡行动，由基金会为其开票，便可享受纳税抵扣，还可以参与公益慈善项目，从而提升自身形象，获得新用户。

**3.3公益组织的加入**

光盘打卡行动是一份典型的公益行为，因而，在吸引公益组织加入方面它也应该具有优势。尤其是，该项目平台向公益组织开放，并一定程度地动员他们加入起来。能够参与进来的公益组织，大多是和生态环保方面有一定关联的同类业务机构，因此，这里的光盘打卡行动的理念，也同样反映了该类公益组织的意愿。时至今日，一同加入的公益组织有万科基金会、招远市金太阳服务中心、雨花斋等。

前期的三万个公益组织是平台主动寻找他们加入进来的，而后期则是公益组织通过媒体报道等渠道而主动加入进来的。

**4.将各个部门的力量卷入**

这是一个质变。这意味着，社会化的运作体系不仅可以在政府的体系之外同样大规模地展开，而且还可以反过来与政府合作，且将各个部门卷入进来，形成社会“动员”政府的局面。

**4.1与政府部门的合作以及共青团中央的支持**

该项目将体制内力量卷入其中，形成了政府之外的社会化运作体系。比如，在共青团中央的大力支持下，把光盘打卡纳入美丽中国青春行动总方案中，成为共青团中央“美丽中国•青春行动”合作伙伴，2022年共青团发布了青春守护中国粮的光盘打卡行动实践方案，配合冬奥春节一些节点，在全团青年群体里推行光盘打卡，两个月的时间就有接近四百万人参与。

与政府部门的合作关系包括：与北京商务局围绕倡导光盘新风，北京朝阳各大商圈积极响应的光盘打卡主题活动，与商家联动，在朝阳商务圈的所有餐饮场所铺设光盘打卡行动二维码，顾客吃饭看到后会扫码参与并获得奖励。此外，调动苏州全市机关部门参与光盘打卡，以光盘打卡次数作为评估排名依据并针对性给政府机关制定任务和荣誉奖和苏州市城管局开展生鲜行业垃圾分类的光盘打卡活动。

在共青团中央和政府部门之外，与事业单位的合作是另外一项重要的开展活动的方式。2019年4月26日，与中国社会科学院院部餐厅联合发起了“社科人光盘在行动”活动，原本每日餐厨垃圾总量为5-6桶，光盘打卡行动开始后，每日餐厨垃圾总量减少到2-3桶，两个月实现餐厨垃圾减量30%。

在高校合作开展的品牌活动则是百城千校光盘挑战：从2019年5月的第一届做到2022年11月的第五届，已经成为一个非常具有影响力的品牌公益活动。同学们每年都会来关注，每届参与人数基本上不低于五十万人。

**4.2合作的方式**

光盘打卡活动整体性体现为多部门合作，互联网平台提供技术支持，协助政府主管单位开展城市维度的光盘打卡行动，为政府部门提供大数据热力图，让他们能看到自己辖区内的整个参与情况，进而构建光盘打卡公益项目可持续发展的长效机制，最终实现低碳环保生活理念的全覆盖。

**4.3合作中体现出的社会化公益的优势**

与体制内的力量合作的关键是体制内的机关单位等有响应生态文明理念的任务，但自己只能依靠拉横幅等比较土的方法，单向宣传，难以把公众调动起来；而社会化的运作方式有利于产出创意性成果、更高效实现目标追求，使光盘可以成为其一年工作中的亮点。比如协助机关单位等开展“光盘行动驿站”，提供这样一些更多的智能化设备，包括线下兑换光盘行动礼品的智能柜，数控屏，展示机构的光盘行动情况，如文化墙、节粮数控屏等为就餐环境营造节约氛围，推动光盘打卡常态化开展。

**5.获得国际社会的关注**

社会化的公益运作体系，凭借其突出的成果吸引到了国际的关注。2022年该项目进一步深化了和联合国的合作，获得了他们一定程度的资金支持和相关各种经验的支持，并共同探讨光盘打卡平台能否实现国际化。比如，光盘打卡行动的创始人入选成为中国首位“联合国可持续发展目标青年领袖”、与联合国秘书长青年办公室、联合国环境署、联合国世界粮食计划等机构建立合作关系，与联合国秘书长、副秘书长有多次直接交流和汇报。这一切都为光盘打卡公益项目及相关活动走出国门、贡献中国青年的智慧和力量提供了可能。

**6.回追：社会化公益的源头**

一整个的社会化公益体系，又可以追溯到一个最原初的简单的源头，这就是一个大学生的环保志愿者。

**6.1从一个环保大学生开始**

2017年，光盘打卡创始人在大学期间观察到食物浪费问题比较严重，接着他在一家餐厅针看到他们会对光盘顾客给一些奖励比如制作光盘幸福卡，深受启发，觉得这种形式可以真正把顾客带动参与进来；而且，把环保主要放在粮食方面是因为它有很好的市场空间，可以覆盖更一般化的公众，促进全民参与。除此之外，创始人认为自己作为一个青年人，尤其是清华的学生来推动光盘打卡有一定的代表性，国家也有很多支持年轻人创新创业的举措，所以为我们开启光盘打卡项目提供了保障。

**6.2创建自己的社会企业**

又因为，2013年起就开始了光盘行动，很多政府部门也做过许多事情，全国许多餐厅张贴光盘海报，但是这种单向的宣传形式，难以真正把公众调动参与进来。然后该项目负责人认为幸福卡的形式有很多，觉得可以做成互联网加的光盘打卡。接着他就开始组建一些团队，成立社会企业，开展节约粮食，减少碳排放的光盘打卡行动。在2018年5月正式获得爱心企业家们的300万投资，于是，他休学两年，从2018年9月到2020年9月来推动这个平台。

社会企业在登记注册性质上就是企业。但称其为社会企业，原因就在于在其运作中带有明显的社会目标的实现，甚至说是通过企业经营运作的方式来从事公益目的。当下，不管是世界范围内还是中国的公共政策领域，都十分看好社会企业这样一种新型组织运作方式。

**6.3双轮驱动**

2021年初，北京美灵公益基金会为进一步支持光盘打卡公益项目的开展，在中国光华科技基金会设立了光盘行动专项基金，然后开启双主体运作，来实现绿色低碳生活。美灵公益基金会是专项基金的联合发起单位，专项基金绝大部分经费都是来自于北京美灵基金会的支持。

双主体运作的模式又可以有两种解读。第一种解读是，社会企业的运作中，由于自我造血只能承担部分成本，因此需要基金会的资金支持。第二种解读则是，平台在运作一件典型的公益事业，但他们创新性地又在其内部建构了一个可部分自我造血功能的机构，减减免了社会公益筹款的压力。

**三、价值的呈现与分析**

**1.经济价值**

**1.1粮食的价值**

光盘打卡会产生经济价值，因为其中节约了一定数量的粮食。按理讲，在市场的经济条件下，某一物品的价值就应该等于它的价格。光盘打卡平台有关数据显示，截止到2023年1月31日，全国累计光盘9693.2万次，参与人数932万，节约粮食3683.4吨。

另以北京地区为例，可从光盘打卡小程序上看到北京地区有众多高校、企业以及团委、餐厅参与到光盘行动中来。在此，列举三所北京高校打卡数据。截止到2023年2月18日，北京师范大学共有1448人参与光盘行动，已贡献23999次，相当于节约了0.912吨粮食；北京科技大学参与光盘打卡人数已达1140人，以贡献光盘6793次，相当于节约了0.258吨粮食；北京联合大学参与光盘打卡人数达2539人，已贡献光盘45622次，节约了1.734吨粮食。

这些数据表明，参与光盘打卡的人群众多且成效比较显著，具有节约粮食、防止浪费的的重要价值。

**1.2粮食之外的经济价值**

一种观点认为，粮食的价值高于市场中的价格，在粮食的价值与价格之间有一个差值。原因是，一旦我们浪费了粮食，那么后续进行垃圾处理、运输等成本都没有计算在粮食的价格之内，因此仅仅依据它的表面价格来看，实际上还是有误差的。

**2.生态环保方面的价值**

按照直观的理解，粮食的消耗会产生碳排放，因而，节约了粮食就意味着减少了碳排放。但与此同时，粮食的生产过程也有碳汇聚，二者一正一负，大小相等，前后对接到一起，就可以产生碳中和。

但其实，粮食所增加的碳排放还体现在更多的情形下，比如说运输环节。因此，在碳中和之外，还有大约同样数量的碳排放被释放出来，因而节约粮食，便具有了环境保护的含义。

其中的计算方法具有资深的专业限定，本评估报告无法提供。但本项目组自己既有的研究已经获得了这方面的数据：选取城乡建设部发布的餐厨垃圾处理技术规范作为主要的数据来源，再根据基准情景和项目情景的排放量计算结果可得，用户在养成良好的饮食消费习惯后，选择适宜的食物份量，不产生食物浪费，毎减少1000g 浪费的食物并进行光盘打卡带来的减排为 3.8754 kgCO2e，若仅考虑因为主动消费完本餐可能的食物浪费并进行光盘打卡，毎 1000g 食物浪费带来的减排为 0.4809 kgCO2e。那么，可以推测出，进行一次光盘打卡的碳减排量即为 147gCO2e【三处数据请核实】。

总之，通过核算光盘打卡碳减排量可以发现，光盘打卡既能有效解决粮食浪费问题，也能减少碳排放量，改善环境污染问题，促进生态文明建设。

**3.价值观的影响**

有关粮食和饮食方面，汇聚了多种多样的有关人类生存与生活的价值观。因而，在这一方面对人们行为改变的影响作用，也一定自觉不自觉影响人们的生存哲学或价值观体系。

其作用原理是：通过搭建一个平台，就可以让那些有着各种各样节约粮食、增加环保价值观的人，会在具体行动层面产生对应性行为，从而促使他们的价值体系落地践行。其次，借助于光盘打卡的平台，让更多的人加入进来，通过行为先行方式，也可促使人们在价值观方面产生某种改变。而且，社会化的价值传播具有明显的优点：当价值观与观念的传播是以社会化的方式来推动时，它自始至终遵从的都是自主自愿的原则，其中并没有自上而下的价值观传递甚至说教。

以下不妨列举一下就粮食和饮食方面，可能对应的价值观类型。

第一，在当代年轻人身上，一个被叫做乐活族的概念时兴起来。它的基本含义是，人们更愿意过着一种简朴环保但却愉快的生活。

第二，在国家的政治倡导上，它也在推广一个特定的价值体系。从总书记的讲话，到一些切实的宣传行动，都在体现节约粮食的精神。

第三，节约粮食与传统道德密切关联。纵观整个整个人的历史，一种有关粮食方面的节约行为，历来被作为一种关键的美德来看待，而尤其是那些经历过饥荒的人，对于粮食价值的看重，明显高于粮食在市场中的价值定位。

第四，在各宗教信仰中，有关粮食及相关的生活方式，都对应着一些重要的人格品质，比如感恩或简朴的生活，或谦卑的做人方式。

第五，当下那些崇尚环境保护、自然生活的人，也会从节约粮食入手，来形成自己特定的价值体系与行为方式。

第六，更一般的社会个体还会从时代的角度来考虑自己的粮食节约行为。现代社会产生了生产力的快速提升，并且伴随着市场机制占据统领地位，整个社会进入到消费主义的浪潮之中。但与此同时，另外一些人也在反思这样一种市场化的陷阱，他们更愿意将自己引导到一种避免炫耀消费的低调而有节制生活的轨道。

**4.一份社会化的公共利益推动体系**

这应当是本项目最具特色的一份价值贡献了。按通常道理，在当下社会化公益和社会治理的时代，社会力量参与公共服务的提供不足为奇，但本案例的特点在于以下几个方面。

第一，依照这份公共利益的属性，在传统的理解上，更多的是政府体系内的职责。因而当下社会力量的介入，在相当程度上将政府的职能置换出来。这不仅会节省税收，而且还会增加社会活力。实际上，从上面“二”的分析中已经看到，正是由于社会力量的兴起，才导致一些政府部门、事业单位和国有企业，加入到了本平台之上，从中看出，这份职能转移到社会组织这里之后，可以实现怎样的社会价值增量。

第二，在节约粮食的相关领域，本项目具有很高程度的不可替代性。（不）可替代的程度，标志着一个公益行动价值量的高低。通常那些领域中首先创新并引领行业发展的项目，尤其是那些作为领域中唯一存在的项目类型，具有更高程度的不可替代性。不可替代性是评估一个公益项目的重量重要衡量指标。

第三，在该平台上，已经将社会中几乎所有类型的主体都纳入进来，包括政府机关、群团组织、事业单位、国有企业、民营企业、公益组织、行业协会，以及作为一线践行者的社会公众个体。如此，一个体系化与系统化的公共服务提供机制，标志着它巨大的活力，以及相当程度的运作成功度。

第四，双主体驱动。其中具有社会企业与公益基金会两种运作主体。这种模式让整个行为的推动具有了更高程度的灵活度，同时，也可以让运作的成本进入到最优化的结构之中：能来自于造血的，首先来自于造血，其次于那来自于社会公众的捐款；最后才是来自于政府的资金。

**四、发展趋势的预测**

在项目评估的最后，我们本应提出一些继续发展方向的建议，但最终还是改成了预测。原因在于，光盘打卡及其在公益领域里的积极拓展，整个运作体系既十分自洽，又充满着活力，并且它已经拓展出了自身发展的空间且发展势头良好。

**1.沿着本来的思路继续成长**

光盘打卡一直都是在沿着其自身的运作脉络而展开的，它已经将诸多类型的组织全部纳入其运作体系中，且每一类型的组织也在由少向多增加。在未来，可以预期更多的高等学校、企事业单位加入进来；其中的员工群体，学生群体将成为光盘行动参与的主力军。

更重要的是，项目运作团队在这方面也有着自己的战略勾勒，从中能看到其继续前行的空间。

**2.可以与碳排放交易市场关联起来吗？**

随着加入的机构越来越多，还可以把考虑的视角从一个具体的个人而上升到一个机构、一个单位、一个企业，可以将他们节约粮食、减少碳排放的总量，作为一个整体数据记录下来。然后，使之成为这家机构/企业的社会责任行为的一份记录。

再进一步，甚至还可以与市场化的碳排放交易机制关联起来，争取纳入合规的碳交易市场，形成公益产品的一类产出，通过公益营销纳入整个社会的经济运行的闭环当中。

当然，这只是一种最原初的前瞻，是否能计入这一步，以及是否应该计入这一步，尚且没有过硬的逻辑链条支撑。这里还需要考虑，价值加工的链条是否会延伸得太长的问题。如果把公益链条延伸得过长，还会担心破坏最初始的目标，从而以某种方式毁坏了其底层逻辑。比如，当大学或企业内的碳排放降低总额进入碳交易市场之后，有可能就会使得组织内部以半强制的方式让其学生与员工节约粮食。到了这一地步，社会化的公共利益推动体系的性质将会发生，因为其中的个人自愿选择性将会下降。

而且还会涉及到其它更复杂的问题，比如，碳排放降低某一百分比，但其基数是什么？它的奢华程度如何？

**3.价值观层面的梳理**

借助于当下的光盘打卡平台，我们第一阶段的行动中心是对社会公众的行为予以影响或服务。接下来，是否有可能进入到第二个阶段，即影响人们的价值观阶段。

虽然行为会自动影响价值观，但问题是：是否有必要在整体层面将其转化为一种有目的、有意识的主动作为？

显然，一份主动价值观梳理，会让平台自身的自我把握更加透彻。但我们也在思考，是否应该以及该如何将此观念与公众互动呢？显然一个开放性的对话平台是再好不过了，而一个说教的平台显然会很拙劣。

其次，在把价值观作理性梳理之后，可以看出不同的价值观之间是可以进行理性化的比较的。比如，当人们是基于珍惜物品本身的价值而进入的时候，它更能获得他人的赞同与认可；而仅仅是珍惜其经济层面的价值作用时，或者仅仅基于自己过去的贫困经历而被动地坚守一种行为时，则打动人们的力量就会显得不足。虽然如此，价值观的推广一定会遭遇诸多的挑战；与其如此，不如更尊重人们本身的自主性选择，之后最多加上一种争论的话题即可。

**五、结论**

第一，公益打卡已经成为一个颇具特色的公益品牌，从其美誉度在国内以及国际范围的传播状况中，以及从其实质性的社会价值产出两个方面，都可充分看出。

第二，公益打卡瞄准更一般化的公众，瞄准节约粮食、生态环保和简约化生活这样的生活中最常见的价值方面，行动具有厚实的社会基础。

第三，公益打卡借助于互联网平台技术，设计一些有趣的玩法，增加公益性奖励激励，从而具有较强的社会公众的动员能力。

第四，这是一个社会化的行动体系，它起源于一个大学生的公益创业行动；在社会企业与公益解决和的双轮驱动下，进入到了快速发展阶段；政府事业单位以及共青团中央合作，则看出了社会化公益的运作优势以及起作用的程度。

第五，在整个光盘打卡行动中，经济与生态效果的考察，都严格遵循着科学计量的方式；项目行动方案的设计，遵从理性化的考虑，能够将人们的行为规律、市场运作体制、人们行动的不同的环节都考虑进来。沿着这一思路，如果未来能够将光盘打卡的行动体系纳入到碳排放交易市场中，则可以形成一种更为自洽的运作体系。

第六，北京美灵公益基金会设立的专项基金构成了双人驱动中的核心支柱之一，本资助方向的选择充分体现出了其中的社会价值产出；光盘打卡也已经成为北京美灵公益基金会的一个品牌项目。