



“甜蜜天使”—1型糖尿病儿童 支持计划评估反馈

福州市鹏辰社会工作发展中心、北京七悦社会公益服务中心



汇报人：刘安娟

目录

CONTENTS

01

“甜蜜天使”项目评估概述

02

“甜蜜天使”项目瞄准的社会问题

03

“甜蜜天使”项目价值呈现

04

“甜蜜天使”项目模式分析

05

“甜蜜天使”项目发展建议

01

“甜蜜天使” 项目评估概述

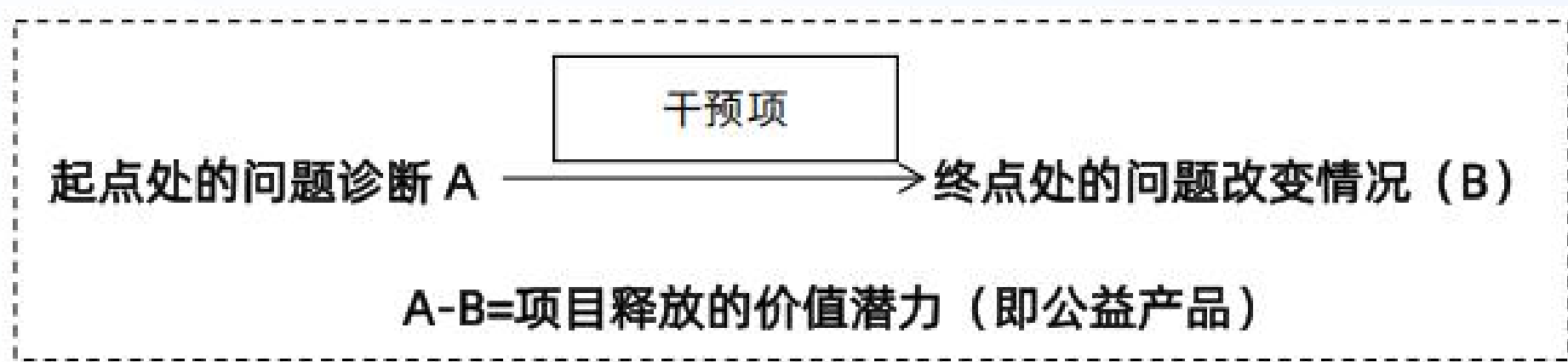


1.1 评估目的：回顾、梳理、优化

- 1、回顾分析：梳理“甜蜜天使”—1 型糖尿病儿童支持项目近 3 年实施成果，分析项目模式和效果；
- 2、价值挖掘：提炼“甜蜜天使”—1 型糖尿病儿童支持项目在医疗救助、社会支持、公众倡导等方面的价值；
- 3、策略优化：基于评估结果提出“甜蜜天使”—1 型糖尿病儿童支持项目模式、资助方面的发展性建议。

1.2 评估方法：公益产品法

本次评估整体采用七悦团队多年积累形成的公益产品法，公益产品法的核心逻辑是：



本次评估主要理清“甜蜜天使”项目这个公益产品生产的具体价值是什么？生产出这些价值的关键技术是什么？未来还有哪些潜力空间？

02

**“甜蜜天使”
项目瞄准的社会问题**



2.1 1型糖尿病问题概述

- **1型糖尿病早期症状的隐匿性与误诊困境**
- **新确诊家庭的“生存性危机”**（主要表现为：经济压力、患者及家长缺乏科学认知，如误以为糖尿病可治愈、心理崩溃、不知道如何科学控糖、信息过载无法甄别可靠来源等）；
- **长期控糖的社会适应性挑战**（比如：经济压力；病耻感和社会偏见；并由此带来的就学，就业和婚姻家庭等挑战影响生活质量等问题）。

起点

无法精准识别和确诊

不了解，难以接受

难以适应
与糖共生

就学

就业

婚恋

生育

终点

精准识别确诊并在医院得到应有的治疗

了解T1DM，并接受事实，生活回归正轨

- 1.糖友了解自己的血糖规律，不同阶段都能做好控糖
- 2.糖友及其家庭在不同阶段都有能量应对挑战
- 3.学校、工作单位、社会能更加理解，接纳、包容糖友
- 4.糖友能尽情的体验和享受正常生活
- 5.T1DM变成一个礼物，开启生命的新世界

甜蜜天使

2.2 “甜蜜天使”项目瞄准的社会问题

- “甜蜜天使”项目瞄准的社会问题是0-18岁1型糖尿病(T1DM)儿童及其家庭在初确诊期（确诊1年内）遭遇的挑战与应对，具体包括：
 - ▶ 家长和患儿难以接受，情绪状态差（包括悲观、恐惧、迷茫等）
 - ▶ T1DM相关信息知识空白
 - ▶ 家长及孩子不懂如何合理控糖（家长不了解孩子的情况规律，不懂如何合理控糖，随着糖宝的长大或比较大才确诊的孩子如何学习和做到自主控糖）

干预项：甜蜜天使项目的介入

1-家长难以接受，状态差
(悲观、恐惧、迷茫等)
2-患儿难以接受且不适应，
情绪状态差

↓
家长和患儿个人身心状态
变差，家庭关系矛盾增加。
病急乱投医可能“掉坑”或
影响治疗和控糖。

1型糖患儿家庭在确诊初期
不理解不接受，情绪状态
差；缺乏科学控糖相关知
识和能力，对患儿未来的
生活感到迷茫和困惑。

1-1型糖相关信息知识空白，
难以分辨选择
2-不了解患儿的情况规律，
不懂如何控糖

↓
患儿控糖达标率低，健康
状况恶化，甚至造成酮症
酸中毒，患儿家庭经济压力
增大

结果

1-接受事实，情绪平和
2-平常心对待

协助1型糖家庭确诊初期更
顺利地接受事实，链接靠
谱资源，提升科学控糖相
关认知和能力，协助患儿
健康成长，家庭功能恢复。

1-学习1型糖知识，提升认知
2-了解患儿的情况规律，学
会个性化控糖
3-顺利与糖共处，提升健康
水平和预期寿命

03

**“甜蜜天使”
项目价值呈现**



3.1 一定程度上缓解患儿家庭经济压力，链接可靠信息来源

- ◆ 申领“**甜蜜随身包**”得到2个动态血糖仪和便携式胰岛素小包，价值约500-1000元（*早期费用更高些*），得到**一定程度上的经济支持**；
- ◆ 随身包中包含的**信息**：随身包工具介绍（*社群等支持体系*）、糖尿病学习课程、给糖友的一封信、给爸爸妈妈的一封信。部分T1DM家庭从茫然无措的状态到终于得到一些**可靠的信息源**。

3.2 进入T1DM支持体系，让患儿家庭更加安心，更有前行的信心和力量

- ◆通过“[甜蜜随身包](#)”加入甜蜜新媒体矩阵、进入糖友社群，找到同类群体，心理上得到很大的支持；
- ◆加入[微信群](#)，有任何疑问就可以在群里问，新老糖友会分享自己的经验，疑问得到解决，紧张焦虑的情绪得到缓解。

(糖友A：确诊后在医院治疗，住院期间还好有医生指导，出院回家后完全蒙圈了，好在看到甜蜜随身包里资料，研究了一番，然后扫了二维码，加入微信群，看群里很多糖友在互动，不懂的问他们，也有老糖回应，安心了很多)

3.3 患儿家庭知识能力提升，情绪更平和，更加从容地控糖

- ◆通过甜蜜新媒矩阵（公众号、视频号、小红书、B站、抖音）、EE之星、大糖英雄、甜星在线等平台学习T1DM相关知识和控糖知识，提升控糖能力，更加**从容**的控糖，控糖达标率也不断提升。
- ◆支持体系相关生活案例的分享，让患者**不仅关注控糖，更关注生活**。（线上糖友访谈截图、福州活动现场观察和访谈记录等）。




你的困惑+我的经验=更好的答案
在这里，我们选择 更紧密的陪伴
更接地气的表达方式
更生活化的实战控糖智慧

腾讯会议时间
2025/6/22 19:30

主要分享内容
*遇到各种突发状况我是如何应对
*孩子对美食的渴望我是如何满足

本期嘉宾
山东翊宸妈
辽宁右右妈妈

扫码进入腾讯会议室
扫码联系志愿者入群



亲爱的糖宝家庭：
我们知道，刚确诊时加过的那些研
总是不断被新消息顶成「999+未读」
真正需要的关键信息却埋在汪洋里。
在这里，我们选择：
更紧密的陪伴方式
更接地气的表达
更生活化的实战控糖智慧
更明确的每期分享主题

你的困惑+我的经验=更好的答案！
由走过风雨的“老糖家长”为初遇挑战的“新糖
家庭”特别准备的成长礼。
我们相信，每个历经考验的家庭都是独特的
知识库。最温暖的希望，往往来自那些真正
走过同样道路的人。

新糖必知专有名词
老糖踩过的“坑”
糖宝妈妈放松tips
专家特别内容

【时间】2025.05.11周日晚
19:30-21:00

【形式】线上腾讯会议

【特邀嘉宾】香导

【分享嘉宾】山东翊宸妈
厦门糖妈
大连六儿妈妈

报名渠道请扫码
（限额50，先到先得）

活动咨询请添加客服微信
天使之翼甜甜（18059885223）



你的困惑+我的经验=更好的答案

本期主题
分享主题1：碳水系数的计算
分享主题2：胰岛素与食物的匹配
——碳水类食物
小课堂：端午节如何吃粽子

本期嘉宾 龙医生、山东翊宸妈
辽宁右右妈、浙江Y爸

扫码查看精彩回放

扫码关注视频号预约下场直播

扫码联系志愿者进入分享群

3.4 参加线下活动，陪伴、支持等价值进一步放大

- ◆ 糖友之间相互认识、连结、宽慰、支持（特别是参与家长的情绪情感的支持）
- ◆ 糖友间的经验交流（家长就针对控糖、买耗材、学习、生活等方面的交流；患儿间建立同伴联系，模仿学习）
- ◆ 仪式化的活动，让问题一般化，发挥榜样的力量（比如一起用餐，餐前一起打针）
- ◆ 了解患儿本身的实际情况和需求（活动前中后的沟通，和家长也有很多的互动，活动中也会和患儿有更多接触，更好的了解患儿的需求）
- ◆ 线下线上活动相互支持和补充（部分糖友在线上没办法获得很好的支持，线下活动是一个很好的补充，而通过线下活动迅速了解线上相关功能，又能促进线上活动）
- ◆ 线下活动不仅服务糖友也一定程度上发挥宣传倡导的功能

3.5 增强T1DM家庭的社会支持力量

- ◆ 资助基础设施建设（李鑫相关社群，全国T1DM患者20-30%的渗透率）
- ◆ 支持探索创新性尝试（比如河南青春期糖宝夏令营）
- ◆ 议题生态的合作共建（三诺基金会、河南省儿童医院、厦门市的各大医院）
- ◆ 搭建新媒体矩阵，普及教育和公众倡导（甜蜜新媒矩阵、甜星在线等）



04

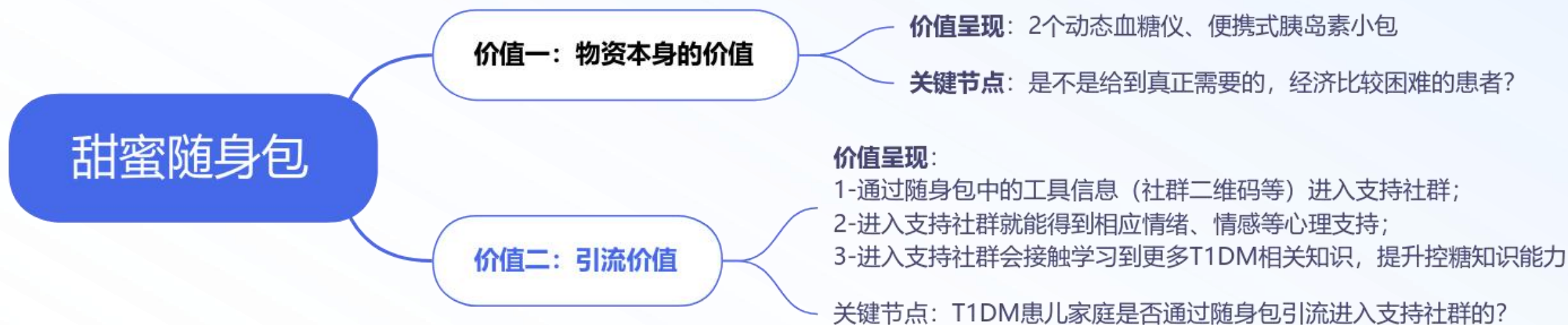
“甜蜜天使” 项目模式分析



“甜蜜天使”项目模式分析（项目主要有3个公益产品）

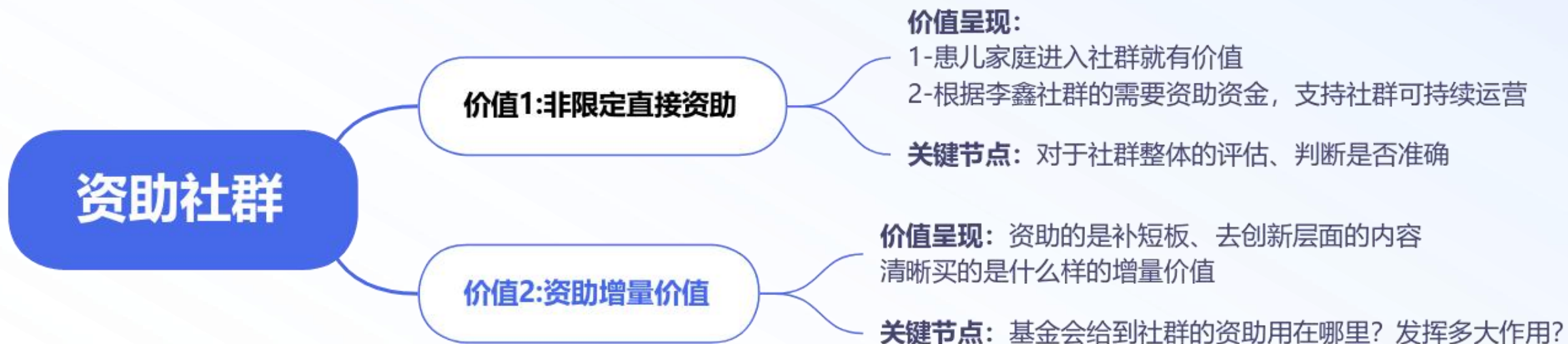


4.1 甜蜜随身包



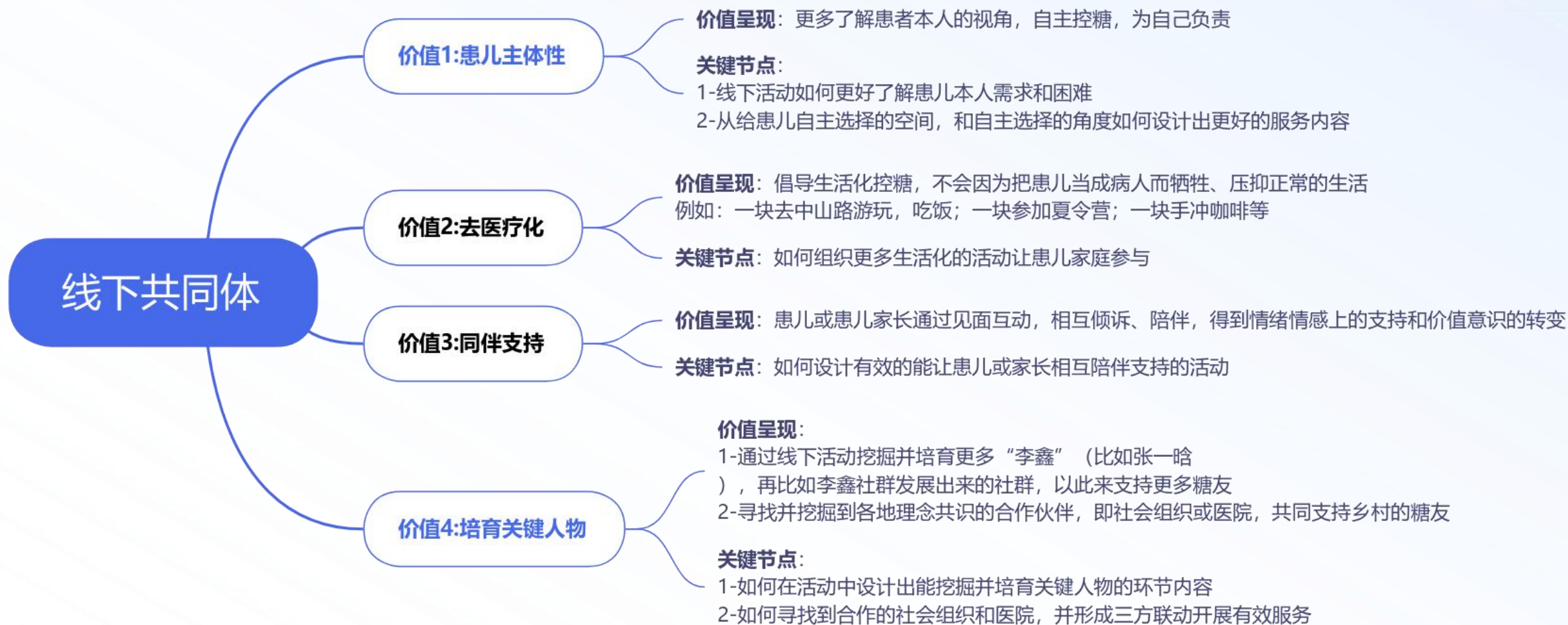
天使之翼基金会更看重哪一层价值？未来会选择在哪个层次更深入？

4.2 资助社群



天使之翼基金会更看重哪一层价值? 未来会选择在哪个层次更深入?

4.3 线下共同体



天使之翼基金会更看重哪一层价值? 未来会选择在哪个层次更深入?

05

**“甜蜜天使”
项目发展建议**



5.1 随身包：优化甜蜜随身包申请流程并持续发放

- 甜蜜随身包中调整成**先加天使之翼基金会小助理微信**再邀请进入支持体系
- 甜蜜随身包中的应该要有一份“**天使之翼基金会的简介**”，让患者认识了解基金会，同时比较详细的介绍也能增加患者的信任度
- **持续发放一年**，再来统计区分**通过随身包加入支持体系的人数**，再考虑是否优化随身包的配置。

5.2 资助社群：明确清晰基金会资助的增量价值

- 资助李鑫老师社群**短板的部分**和**创新的部分**；
- 更加清晰基金会给到相关合作方的支持**在哪里发挥多大的作用**？
- 合作方之间有何**协同**？

5.3 线下活动：梳理出线下活动的价值链和技术链并可复制推广

- 线下活动作为一个小产品，价值链和技术链的呈现（以福州活动为例）；
- 可让更多热心糖友家长、骨干志愿者或相关公益组织复制推广，为各地糖友服务。

5.4 通过物质、精神、成长等维度激励糖友互助

- 物质激励：动态血糖仪、便携式胰岛素小包等
- 精神激励：被看见（感谢信、荣誉、年会、团建等）
- 学习成长：进阶学习的机会（学习交流）、总结分享等

5.5 有意识的打造“天使之翼”基金会的品牌

- 之所以强调品牌，是为了基金会服务的**延续性**，服务对象对天使之翼的**信任度**等。
- 比如“甜蜜天使”项目中还可以有相关子项目，**比如**和李鑫社群、糖糖圈、核心志愿者等合作可以称之为“**甜蜜天使伙伴计划**”；相关知识分享类的可称之为“**甜蜜天使共享计划**”；相关线下活动类的可称之为“**甜蜜天使共创计划**”等。

5.6 加强公众倡导

- 公众倡导可以让大众更了解T1DM,对该群体有更多接纳、包容和支持；同时也能一定程度上起到引流的作用。
- 有意识的在新媒体矩阵持续开展普及性的教育和公众倡导；线上线下活动的宣传倡导等。

感谢您的聆听



刘安娟 13685007528