

缺口 2：新中产阶级

合作设计的驱动问题

教会、福音机构和职场的基督徒如何合作，向快速增长的、大多安逸的中产阶级传福音并对他们进行门徒训练？

说明

在过去40年里，全球范围内的减贫努力取得了显著成果。2020年前后，中产阶级成为全球人口的主体。到2050年，中产阶级将增加20亿人，其中大部分增长位于亚洲。由于中产阶级独特的价值观、优先次序和动机，向中产阶级人口传福音并对其门训与贫困人口不同。从历史上看，增长的财富与信仰委身的减少有关，部分原因是未能为日常生活和工作提供坚实的整全福音异象。

为了辨明针对新中产阶级的创新宣教实践，这次谈话将以祷告的方式探讨：

合作问题

- 在向中产阶级的非信徒以及从低收入环境过渡到中产阶级的人传福音方面，哪些策略是有效的？
- 展望中产阶级基督徒整体宣教的有效策略是什么？
- 如何装备地方教会和基督徒工人向中产阶级传福音？
- 要向新、老中产阶级传福音，需要哪些针对具体地区的宣教策略和宣教商业机构？

子话题

- 吸引挂名基督徒和脱离教会的人（脱离团契的人）
- 向新中产阶级传福音
- 新中产阶级的门徒训练
- 向中产阶级传福音的组织合作机会

2024年首尔大会前的准备：

请阅读《大使命现状报告》中的这些部分：

- 神学工作小组简介
- 第一部分，由文字和图表体现的全球大使命现状
- 第二部分，关于“新中产阶级”的文章
- 第三部分，您在教会或福音机构主要工作或服侍的特定地区