

编者按

“你捐一元，腾讯配捐一元。你捐一万，腾讯配捐一万。”近日，“9·9公益日”引发的募集热潮彻底让中国公益界沸腾。3天期间，205万人次通过网络平台捐款1.279亿元，参与人数和捐款金额均创下国内互联网募集纪录。在这个没有赈灾不赚眼泪的平凡日子，为何还能引发如此全民捐款热潮？而这背后，又隐藏着怎样的机构竞争、筹款伦理、契约精神等危机？热闹背后的冷思考，是对公益组织竞争、筹款伦理、契约精神等的重新审视。

揭秘中国首个全民公益日的背后 指尖上的公益 为何如狂潮？

9999万，不到3天，腾讯配捐了这个巨额数字，让整个国内公益圈震荡不已。其发起的“9·9”公益日活动，在9月7日至9月9日3天期间，吸引了205万人次通过腾讯公益平台捐款1.279亿元，参与人数和捐款金额均创下国内互联网的募捐纪录，使之成为了名副其实的全民公益日。
 青年报记者 陈诗松



周培骏 制图

热现象① 互联网平台“放大招” 平凡日子也掀公益狂潮

“你捐一元，腾讯配捐一元。”如此霸气的公益标语在近日刷爆了朋友圈。这是这个互联网平台自创的“9·9公益日”，却一不小心演变成了中国首个全民公益日。

该互联网平台联合了数十家企业、上百个NGO组织，旨在用社交化劝募等创新手段，以轻松互动的形式，发动全国数亿热爱公益的网民进行移动互联网捐款。劝募的规则是这样的，9月7日0时-9月9日24时，腾讯公益基金会将为乐捐平台上的2000多个在筹项目提供1:1配捐支持，网友捐1元，腾讯基金会就配捐1元，单个项目最高可配捐999万元。比如某项目筹款总额为10万元，网友捐赠5万元，腾讯基金会配捐5万元，即完成10万元的筹款目标。

不过，有目标金额的公益项目，当已筹金额加上配捐金额达到目标额，就会停止募款。比如目标100元，筹到50元，腾讯配捐50元，筹到100元则停止募款。而无目标金额的公益项目，筹1元，腾讯基金会匹配1元。在活动时间内，匹配金额实时同步在腾讯公益项目的微信端页面，匹配金额实时计入该项目总金额进度中。匹配完毕后，则实时显示在微信端页面，方便每一天参与的公众查看。

简而言之可以理解为，公益组织规定时间内在腾讯公益平台募捐到多少钱，腾讯公益基金会就再给同等额度的善款。

据了解，网友的每一笔善款，都直接进入公募机构账户。而腾讯公益基金会的匹配金额，也将在“9·9公益日”活动后的30-60个工作日内和公募机构签订捐赠合同，并定向捐赠给公募机构，再由公募机构拨付给各个公益项目的执行方。

热现象② 2178个项目一个平台筹 受助对象辐射至坦桑尼亚

“我叫王亚坤，今年8岁了，我最开心的就是到学校里与小伙伴们一起踢足球”，伴随着微信朋友圈的首条公益广告“第一次，听见这个声音”上线，一个个需要众筹的项目陆续开始通过平台发布，向社会大众呼吁随手公益的小额捐助。

借助朋友圈的“威力”，更多受助群体的声音开始快速传播发酵，广告创意+社交+移动支付+公益的结合让不少网友产生共鸣。

据了解，在“9·9公益日”的3天活动时间内，共有95家公募组织的2178个在筹项目通过腾讯公益平台发光发热，涵盖扶贫、助学、疾病救助、助残、妇女儿童、环境保护、动物保护、传统文化保护、公共建设、人文关怀、社会创新等等各大领域。

有相关统计显示，从类型上看，扶贫救灾类项目235个，环境保护和动物保护130个，疾病救助783个，教育助学656个，其他项目374个。从募款上看，细至3000元目标的“小而美”项目，大到300万元的长期品牌公益项目，均在本次公益日上亮相并筹得款项。从地域上看，中国

的34个省市尤其以西部、贫困地区为主，甚至远到缅甸、坦桑尼亚等地区的受助群体都得到了关注和关爱。

热现象③ 三天完成9999万元配捐 网友捐款破1.2亿

一石激起千层浪，经过了3天的朋友圈刷屏，活动时间还没到终点，主办方已经达到了9999万元的配捐上限，而网友的捐款更是超过了1.2个亿。记者了解到，曾经腾讯公益的第一个亿筹款花了6年，这次只用了不到3天。“配捐虽然结束了，但我们相信‘指尖公益’迸发出的强大爱的力量不会停止。”

从基金会方面得到的数字同样更能印证这场捐款的集中效应。中华少年儿童慈善救助基金会3天总计获得配捐金额16859874元，其中自主项目占比38%，专项基金占比28%，合作项目占比29%，童缘联合劝募项目占比5%。中国社会福利基金会3天总计获得配捐金额14124426元，其中五个项目配捐额超过百万。

对此，业内人士表示，这样一场大型的捐款“运动”，带给中国公益圈的必定不仅是三日的尘嚣。“这场前所未有的公益盛会，吸引了上千个公益项目摩拳擦掌投入竞赛，多的收获千万善款，少则也有十几万。对于很多第一次参与这样小额众筹活动的网友来说，这个活动改变了他们的公益观，展示了我们社会的另一面，还有那么多人需要帮助——这不是大灾大难的赈灾捐款，是日常公益的集中爆发。”

记者观察

移动互联网成公益主力渠道

为什么“9·9公益日”会取得前所未有的火爆？不得不将原因归之于互联网与公益的完美结合。

回顾来路，互联网与公益的结合，产生过不少奇妙化学反应。2008年汶川大地震当天，腾讯公益基金会与技术后台人员一起，用一个下午快速开发出了一套网络捐款软件。软件上线当天，就收到了非常多的捐款，一周之内收到上百万捐款。当时，许多传统公益业内人士大为惊叹。

2009年5月，在汶川地震一周年之际，该网站又正式推出旨在培养网友常态捐赠习惯的腾讯月捐。2010年，参与网友突破50万，到了2011年，又突破了100万，腾讯月捐成为腾讯公益

的核心产品。2013年1月，在“月捐亿力量”的新闻发布会上，该平台又宣布网络捐款平台网友爱心捐款总额突破1亿元，且全部捐赠来源于PC端。这在当时同样轰动业内。

互联网给公益提供一个全新的渠道，而如今，随着以支付宝等为代表的移动支付方式的崛起，很快将互联网公益带入一个崭新的时代。有关数据显示，截至8月，2015年腾讯网络捐赠平台的善款总额超过了5亿元，其中90%以上来源于移动端。腾讯公益基金会理事长郭凯天表示，“移动互联网所带来的巨大增量，让整个中国公益的板块结构进行了重构，而且这样的变化仍在继续和深化。”

社交产生多元链接 公益在去中心化

移动互联网所带来的指尖公益，不仅意味着从项目推送、捐赠、进展反馈在手机上成为闭环，也意味着人们通过社交网络、朋友圈将朋友与圈子连接，将公益的影响力成倍放大。

“9·9公益日”上，发起方把关系链、社交劝募能力、支付能力作为最原始的工具开放给合作伙伴，让公募基金会、草根组织、项目发起人、捐赠人成为真正的主角。

记者在采访中了解到，其实早在一年前，就有网站尝试过社交与公益的结合。去年8月，有网站推出过“一起捐”的公益项目，这是一个基于社交关系链的全新劝募模式，每个网友个人都可以为公益项目发起一定数额的爱心筹款，圈内友人合力完成该筹款任务。例如，33岁的女程序员龙梅前后发起6次一起

捐，号召251人捐赠19772元；12岁的小女孩小飞蟹对环保项目感兴趣，和伙伴一起号召787人为“种树人的雾霾之战”筹款11899元。“一起捐”带来的也不仅是捐款，而是更多的朋友，因为善举而聚到一起，交流、互动。

越来越多的“小微”公益项目出现，越来越多的个体发力，大型的公募基金会有一些个体性的公益项目上已不再是中心与主导。数据显示，2015年前4个月，仅腾讯公益平台上发起的1188个项目，NGO和个人发起的占到了785个，占比66%。

业内人士分析说，“有更多活生生的个体参与，公益项目被发现和关注，公益故事也变得更加富有情感，去中心化与社交链接正让公益生态圈更加生机勃勃。”

轻量便捷参与公益正成为主流

“9·9公益日”受热捧，很大一部分原因还在于，移动互联网特有的属性以及技术的应用，让人们参与公益有了更生动、更轻量、更多元的方式。

以当红的“益行家”捐步数平台为例，人们可以通过运动的方式去PK争夺排行榜首，也可以把自己的步数捐出去，换成牛奶和鸡蛋给到山区小朋友。这是将公益与技术、健康运动、用户心理相结合进行的一种全新的公益尝试。

网友捐步数、公益机构搭建平台、企业匹配捐赠资金，形成了一个生态系统。活动上线1个月的时间，网友捐步数就达到了376亿步，相当于绕地球

563圈。此次“9·9公益日”上，类似的案例也将悉数登场，如微信发起为盲阅读书项目，号召每一个网友捐赠60秒的声音，给盲胞制作有声读物；QQ邮箱发起暖灯行动，通过删除旧邮件节约能源的方式，企业将捐资帮助贫困地区的学校改善照明环境等。

业内人士认为，互联网能够有效解决传统公益模式中“信任的黑盒子”问题，让公益变得透明。而移动互联网的到来，更使得全中国参与公益事业的人群拥有一个非常强大的基础。“更多样化、更生动、更轻量的参与方式，正在让‘人人可公益’从理想变成了所有人触手可及的现实。”