



[9.9公益日]
我也来帮忙

一起爱

大范围、高密度、集中劝捐是否可持续?

9999万元配捐热 背后的冷思考

99公益日用户捐款总额 127,941,762

在上百万爱心网友的热情参与下，9日12:10:55，已达9999万元的配捐上结束了，但我们相信“指尖公益”迸发出的强大爱的力量，不会停止！9日活动的意义，请大家继续踊跃捐助有需要的人，我们一起，聚



冷思考——3

这么多钱怎样花？
监管能力仍受质疑

网友捐款1.2亿多，腾讯配捐9999万，这么多善款，在公益狂欢盛宴后的使用，是否有人监管，又能如何做到妥善监管？对于中国公益界来说，这确实是一个不小的考验。

青年报记者了解到，此次“9·9公益日”在腾讯乐捐平台上线筹款的所有项目均由具公募资质的基金会等机构认领，网友的捐款不会直接进入项目发起机构或个人的账户，而是由公募机构接收。在项目结束筹款后，公募机构将资金一次性或分批拨付给项目执行机构，并监督资金的使用，要求执行机构通过乐捐平台反馈项目进度，公开捐款使用情况，提交结项报告，接受社会监督。

不过，即便官方如此表态，还是有不少圈内圈外的人士表示担忧，担心一些趁机“浑水摸鱼”通过假捐等方式骗取配捐份额的机构不好好执行项目。另一方面，一些项目执行方案不够完善，预算不够合理，项目执行能力不强，但在此次募捐活动中获得大量捐款，面临社会资源被浪费的风险。对此，业内人士表示，作为项目认领和捐款监管一方的公募机构，责任非常重大，必须严格监管。“现在很多机构还没有如何对善款进行监管的详细方案对外公布，希望公众的爱心不会得到辜负。”



“9·9公益日”3日捐款总额超亿元人民币。

本版摄影 青年报记者 吴恺

第一天，3333万9小时43分配捐结束，第二天，3333万4小时41分配捐结束；第三天，3333万3小时零十分配捐结束……“9.9公益日”已经结束了，但是让中国公益界沸腾的余温依旧存在着。网友1.2亿多的捐赠，腾讯9999万元的配捐，这一数字的实现并不是一帆风顺，中间经历了腾讯“无奈”的多次规则修改，也引发了社会的种种质疑声。

青年报记者 陈诗松

冷思考——1 担忧沦为“富人的游戏” 腾讯多次修改规则

“9·9公益日”最大的亮点就是“配捐”，腾讯公益对外宣称，“你捐一块，腾讯捐一块。你捐一万，腾讯捐一万”，并以此带动公益圈的大多数进入了“超级热情”模式。9月7日零点“9·9公益日”开始，仅二十分钟左右，腾讯公益就配捐出善款两千万，大量5000元、10000元的单笔捐款从后台涌出。这也“逼”得腾讯不得不两次修改规则，确保项目朝着最初设定的目标——“鼓励更多的人参与公益”的方向发展。

9月7日零时，“9·9公益日”1:1配捐活动开始。5分钟，完成配捐超500万。15分钟，配捐1000万元。2小时，配捐2000

万元。如此热度，很多网友戏称这是要当天就配捐完9999万的节奏。腾讯公益不得不于凌晨更改规则，每天配捐3333万元，配完即止。当天上午10点，7日的3333万元配捐额度就宣告全部用完。

不少公益机构也比较郁闷，由于没有“熬夜”，很多爱心人士在平台上捐了款，但是本来以为会有配捐因为已经宣告当天限额用完，没了。

于是，7日下午16:30，腾讯再次修改了规则，向公众公布。首先，9月8日和9月9日，单人每天最高配捐额度将设为999元，即一个用户一天无论捐多少，一天最高可获配捐总额

为999元，会在用户捐款前提醒。其次，9月8日和9月9日均从零点调整为早上9点开始配捐，每天的上限为3333万元。如果9月8日当天的3333万元未配捐完，将累计到9月9日当天的配捐额度中。改变规则的目的很明确，就是为了鼓励更多人了解和参与公益。

记者在之后的采访中了解到，原来在“9·9公益日”开始之前，不少公益机构就已经提前联系好了一些大额捐赠者。数据显示，最高一笔捐款达4.5万元，单个项目获得的配捐最高达200多万。这种情况下，为数不多的大额捐赠者占用了过多的配捐额度，使得大量的小额

捐赠者得不到配捐，在一定程度上可能会影响其参与积极性。变更规则后，则可以鼓励更多小额捐赠者加入，扩大参与范围，让更多人有机会了解和参与公益。1个人捐1万，跟1万人各捐1元相比，社会意义是不一样的。

修改规则后，由于每位用户一天最高只能得到999元的配捐，也更能考验公益机构的资源动员能力。为完成筹款目标，公益机构必须寻找更多小额捐赠者，这时公益机构的传播和劝募能力便成为决定性因素。显然，了解和参与自己的人越多，越有利于公益机构日后工作的开展和社会影响力的提升。

冷思考——2 高密度集中劝捐 担忧背离可持续常态化捐赠

当各公益组织因“9·9公益日”而在朋友圈内为自己的募捐项目疯狂刷屏的同时，记者注意到，也有不同的声音开始冒出来。

有网友表示，反对公益组织扎堆进行如此大范围、高密度、集中式的募捐，认为如此行径就是一种“要挟”，“有人反复在一些公共空间里劝募，只要给捐钱，就觉得他是好人，不捐的就是另一种形象。对公众而言就是‘强盗行为’，过度消耗公众的善心，换取短期的资金，是与公益领域一直倡导的可持续常态化捐赠相背离的。”

还有业内人士表示，很

多公益组织所发起的募捐项目根本不在其所专注的公益领域，显得不伦不类，对于项目介绍浮于表面，这是公益组织急功近利、倒退的表现。

公益人杜兴强认为，从新浪微公益到腾讯乐捐，互联网公益模式的兴起给中国公益组织带来了新的筹资渠道与方式，社交化、透明化、筹资+传播的组织形式，让民间公益组织看到了希望与曙光。谈及公众小额筹款运作，免费午餐当属代表性项目了，捐赠3元钱就可以让乡村学校的孩子吃上一顿午饭，据免费午餐财务资料显示，2014年筹款收入中个人小

额捐赠占比67%，创造了公益纪录。

依靠微信群、朋友圈发起的腾讯乐捐平台，无疑让小额筹资变得更方便、更透明，这种强关系式的劝募渠道似乎让公益组织的信任度有所增强了，从信任个人推及信任他所在的组织或项目。

“但凡事过犹不及，圈内称‘杀熟’。就个人来讲，我从不反对通过朋友圈筹资，但集团化、集中式、频繁性的微信筹资无疑是朋友圈的一场‘浩劫’，似乎违背了我们一直所倡导的捐赠自愿原则，捐与不捐，都可能让心情纠结，频繁的刷屏也必定会带来负面效应。”杜兴

强说。

此次活动的深度参与者，才让多吉表示，“9·9公益日”注定是要给中国的公益发展带来变化，9999万元的配捐善款，既让一些机构在公益的社会参与方面做了很多尝试，也让一些机构打开了自己的“潘朵拉”。这后面呈现出来的是“自然法则”对公益组织生态的侵蚀和冲击，技术和资本的引导，给有人、有钱、有社会动员能力的公益组织带来的权力，以及这种没有约束的权力对人性、组织竞争、筹款伦理、契约精神等等的社会性影响，这些影响也许还需要更长的时间才能有所明晰。