

99 公益日后,腾讯迫切需要解决的新问题

■ 本报记者 曹宇正

677 万人次捐赠、3643 个公益项目上线、3.05 亿网友善款捐赠总额,这是今年 99 公益日交出的成绩单,与去年逾 200 万人次捐赠 1.27 亿相比,人数增长了 3.3 倍,善款提高了 2.4 倍。

规则的调整,企业配捐的加入,催生了又一次的公益盛宴。从网络募捐平台到 99 公益日,腾讯在用自己的方式改变着中国传统公益领域的玩法,但是在改变一些事物的时候,总不会是一帆风顺,即便如腾讯这样的互联网科技巨头也不例外,如今,公益行业公开透明这个老话题成为了腾讯迫切希望解决的新问题。

“腾讯式”公开透明

有人认为公益行业的公开透明是一个伪命题,关于公益组织如何公开透明、公开透明到什么程度的讨论很早便开始,而基金会中心网早在 2010 年就已经在建立基金会的透明度指数,当中获得满分者有,不及格的也不在少数,但在实际过程中对于公益组织的实际影响并不明显,因此才出现了探讨众多却进展缓慢的情况。

此时重提公益机构的公开透明,在腾讯公益慈善基金会副秘书长孙懿看来,是行业需求、也是公众期望,“腾讯用技术实现了公益组织与公众的广泛连接,也让捐赠更加便捷,捐赠之后理所应当向公众公开透明真实的项目进展情况、资金使用情况等具体细节,这是公众的期望;另一方面,公众捐赠比例的不断提升,改变了公益机构原本的善款来源结构,如果无法取得公众信任,公益机构是没办法发展的,这是行业发展需求。”孙懿说道,“腾讯作为中间的连接者,需要满足双方的需求。”

《慈善法》中,要求进行公开募捐的慈善组织要在法定时间对募捐情况及项目进展情况进行公开披露,每年年底要提交年度工作报告和审计报告,对于这

些法定披露,孙懿认为还远远不够,她说:“现在政府所要求的法定披露,在一定程度上还只是对行业内部的合规性的一种要求;另一方面,公众想要了解这些法定披露的成本很高,并不能够便捷、直观地看到公益项目的进展情况。”

“腾讯希望实现的公开透明,是‘主动披露’。”孙懿表示,除了法律法规所要求的法定披露

之外,公益机构应该认识到公开透明对自身的好处,“其实经过数据对比,项目运作过程中越主动的披露,公众的复捐率越高。”

既然越公开、越透明,对公益机构自身带来的好处越大,那为什么在公开透明问题上迟迟没有很大改善,孙懿认为是在公开透明成本以及公益大环境两个方面。

“首先,公开透明是有成本的,公开透明的多少与投入成本直接相关,很多公益机构或者受到自身能力限制,或者受到法定成本管控限制而不愿意在这方面更多地投入;另一方面,目前的公益大环境,多数公益机构还仅仅停留在了法定披露环节,带头的很少,大环境的影响其实是很大的。”

“我们要让公益机构真切感受到主动披露能够为他们带来实际效果和好处,从而让他们自觉的公开透明项目信息。给予更多的资源,包括优先审核通过,资金支持等等;而对于不尽职履行公开透明的,我们会限制其在平台上获得的资源,这是一种奖惩机制,也是一种倒逼机制,因为腾讯并没有权利强制要求公益机构进行项目的公开透明,所



10月25日的“99公益日”回归日上,腾讯公益慈善基金会副秘书长孙懿分享对99公益日的思考

以我们只能根据我们的优势来建立相应的规则。”谈到如何切实推动公开透明体系的建设,孙懿说道:“受众、流量是腾讯非常大的优势,如果公益机构想要在我们平台获得这些资源,就要按照我们所要求的,积极、主动披露信息,尽可能多的公开透明。”“其实我们是为了通过平台捐赠善款的公众在争取,可以让公众捐钱以后,也可以通过我们平台实时、全面地了解项目的进展情况。”孙懿补充道。

对于之前网上质疑 99 公益日众多项目在筹集资金后便再无反馈的情况,孙懿回应道:“其实这也是我们推动公开透明体系建立的一个原因,我们也确实感受到在用户体验方面,做得还不够好,包括在项目呈现方面,我们目前基本上都是常规的 9 张宣传图配一段文字,这在一定程度上也限制了公益机构呈现更多信息,之后会通过改进,让更多的项目全面地展现自己,也会增加‘财务披露模块’、‘机构信息展示’等等功能,让各个项目更加透明,做到可追踪、可追溯、可记录、可沉淀,这样,也在行业需求、公众期望的同时,把我们平台能力做起来。”

腾讯公益对 99 公益日的思考

传统的公益模式中,存在一个“信任的黑盒子”,过程的透明,是信任最重要的基石。我们深知,透明的过程,需要公众、公益机构、监管机构、腾讯公益平台多方协力,各司其职,才可能打破信息不对称,推动公益的透明化,重塑公益信任感。

腾讯公益平台上线 9 年以来,我们深切感受到,互联网+为公益行业带来的助推力量,公益项目越透明,越能获得用户的信任与支持,而那些不透明、欠缺反馈的项目也逐渐被淘汰了,这个自我进化、自我更迭的过程就像大自然生态一样,让优秀的机构和项目留存

下来,让整个公益行业朝着良性和专业的方向发展。

为此,腾讯公益平台在不断迭代自我完善中增加了提供了项目进展、结项报告发布等模块,目的是使发起方和公募机构都可以“低成本,高效率”地通过互联网发布项目相关情况。最终的目标,是希望最大程度发挥公益平台的效应,用技术推动未来,提升公益行业的透明度。

公益日不是一个结束,而是一个新开端,是新技术、新玩法、新机制的开端。未来,一方面,我们从平台产品出发,通过增加“财务披露模块”、“机构信息展

示”等功能,使各个项目更加透明,做到可跟踪、可追溯、可记录、可沉淀。如增加“财务披露模块”、“机构信息展示”等功能。另一方面,我们将引入大数据技术,鼓励公益机构通过平台主动公开披露相关信息,让公益机构的披露更有价值。

正如小马哥在今年 99 公益日面向腾讯公司全员发布的内部邮件所提到的,“99 公益日”真正的价值,不在于短短几天的捐款数额,它的影响力也不应该局限在一个特别的日子里。让“指尖公益”融入到每个人每一天的生活中去,这才是“99 公益日”的真

不应该以竞争的姿态面对捐赠人数据

越来越多的公益机构把公益项目放在互联网募捐平台进行公开筹款,公众在平台上绑定个人信息后向公益机构捐钱,成了公益机构的直接捐赠人,相关信息却掌握在平台方的手中的情况。对此,很多公益机构表示希望能拿到捐赠人的信息,以便维护公益机构与捐赠人间的联系。

“我认为在用户数据方面,公益机构与腾讯不应该是一种竞争对手的关系,而是协力合作,让这些数据更好地发挥作用。”孙懿表达了自己的观点。

“首先,用户通过我们平台绑定个人信息并完成捐赠,是基于腾讯在技术方面对个人信息能够做好良好的保护,在不了解公益机构是否具有大规模个人数据储存、保护能力的情况下,腾讯不能冒风险;其次,我们认为公众既然选择了通过我们平台进行捐赠,而不是直接捐赠给公益机构的方式,这个过程,公众其实已经做出了选择;最后,很多公益机构都提出想拿到捐赠者数据,但却没有一个具体的

操作方案显示想要用这些捐赠数据开展什么工作,我们也没有办法贸然提供。”孙懿说道。

对于之后在这方面的计划,孙懿透露:“我们在这几年的实践过程中,积累了一定的用户数据,今后我们将搭建平台,让这些数据能够更好地服务于公益机构。”

我们要做公益的的创联者

在腾讯、阿里巴巴等一批互联网科技公司的带动下,新思维、新技术的加入让我国的公益行业迎来了一次大发展,而在这当中,对于腾讯所扮演的角色,有人说是联合劝募方,也有人说是提供募款服务的平台方,而在孙懿看来,二者都不是,腾讯要做的是中国公益行业的创联者。

“创联,就是一方面要对公益行业创新实践,另一方面要连接社会公众。”孙懿阐述了腾讯对自身定位的理解,“腾讯最大的优势就在于社交和技术;就社交而言,我们拥有庞大的受众;正如小马哥所言,最重要的连接人,让‘指尖公益’融入每个人生活中,而不是仅仅局限在筹款层面;就技术而言,除了搭建平台让公益机构和公众更好地对接,我们也推出了‘捐步数’、‘捐声音’等等创新型轻公益,利用技术把公众的碎片化时间充分地利用起来,除了善款捐赠外,能够真正地参与到公益项目中成为志愿者、项目监督者,并把对项目的了解通过我们平台展现给更多的人,成为‘能动方’,从而实现我们人人可公益的创联者的目标。”

谈到腾讯这些年的努力,孙懿坦言:“改变是需要时间的,无论是腾讯乐捐平台,或是 99 公益日,都是在一步步实践中寻求创新改变,虽然我们希望能够实现新的突破,但是我们应该在保证原有的公益生态系统稳定的情况下进行,所以我们也走得如履薄冰。”

正意义。尤其是,当移动互联网融入了人们的生活中,越来越多“碎片化”的时间可以被充分运用起来后,我们逐渐在思考——如何激发公众更多、更持续的热情来参与公益,让公益成为他们生活场景中的一部分。事实上,很多人有志于参与公益活动,却因为繁忙的工作、有限的公益形式而退却。其实不必留出整块时间,每天“随手”挤出一小点即可参与公益。

在我们身边,“捐步数”、“捐声音”的这类创新型轻公益行为不断涌现。公众参与公益的方式已远不限于捐款,无论是随手删

除旧邮件、清理电脑垃圾,还是迈开腿暴走几公里,都可成为一种“行善”的方式。而在未来,腾讯公益将继续探索更多结合“碎片时间”的功能,结合社交化场景和趣味化互动,让公众与公益有更多互动。让时间和空间不再是用户参与公益的绊脚石。

我们期待有这么一天,更多人做公益不只是 99 公益日这 3 天的事,而应该是我们所处的这个社会里的一种常态,一种习惯,甚至是一种生活。

(腾讯公益慈善基金会副秘书长孙懿在“99 公益日”回归日上的分享节选)