

# 2017年“99公益日”规则出炉

■ 本报记者 菅宇正

7月18日零点,腾讯通过微信公号发布了2017年第三届“99公益日”规则“写给公益伙伴的‘99公益日’说明”(以下简称“说明”)。

就目前“说明”中所呈现出的本届“99公益日”的相关规则,与去年相比,在整体框架及配比规则方面,并没有太大变化,但在机构及项目方面的要求更加具体,而在吸引企业配比资金方面,也给予了公益机构、配捐企业更多“甜头”,以期撬动更多企业参与。

## 参与机构: 非营利组织和公募机构负责制

“说明”中,对准予参加“99公益日”的机构的基本要求为:在各级民政部门注册成立的非营利性组织,符合《慈善法》规定,且在主管单位的登记证书的有效期在一年以上。

“说明”中不是用公募机构、不是用慈善组织,而是用概念更为宽泛的“非营利组织”,可以看出“99公益日”所号召的范围更加广泛,换言之,对项目的发起机构的要求非常广泛,以期可以让更多更丰富的项目参与到“99公益日”当中。而对于项目的具体合规性,“99公益日”采取的是公募机构认领、负责制。

“说明”中在项目准入与要求中明确提出,所有申请参与“99公益日”的募捐项目,都将由具有公开募捐资质的机构负责审核、评估,具体包括但不限于募捐目的的合理性、项目设计的合理性、善款使用预算的专业性等;公募机构必须就其审核、认领的募捐项目负责。

简而言之,就是所有募捐项目,都必须与具有公募资质的机构合作,而公募机构对具体的项目进行相关合规性审查,并承担相应责任。而像一些不具备公募资质的非营利组织发起的项目,当然也要交由公募机构审核和

负责,所以腾讯相当于在入口处开闸,中间部分更多的交由公募机构把关筛选。

## 上线项目: 新增2个限制,1个报备

对于准许上线的筹款项目,与去年规则相比,除不允许紧急救灾类项目(除灾后重建)和针对个人的疾病救助或扶贫项目参加活动以外,还新增了2个限制,另外,与以往上线项目由公募机构认领,腾讯公益平台审核上线的流程相比,今年还新增了一项报备流程。

限制1:非中国大陆依法注册的非营利组织,限制参与《境外非政府组织境内活动管理法》实施,境外非政府组织不得在华开展公开募捐活动)。

限制2:非公募机构发起的筹款项目,机构的运营成本不能超过预算的10%,其中包括了机构正常运转发生的费用,包括行政人员的工资、办公费、水电费等。

报备:所有准备参与“99公益日”的募捐项目,像以往一样通过公募机构合规性审核并认领后,还需要由公募机构统一在民政部“慈善中国”全国慈善信息公开网站进行报备,并在8月21日前向腾讯平台同步报备结果说明书。

这意味着,今年所有参加“99公益日”的募捐项目资料,均可以在该公开网站进行查询,而此前,每届几千个上线项目,相关信息均在平台手中,如果公众想要查看某一个特定的项目并不现实。这样的做法,如果有人对“99公益日”的项目存在质疑后,或许腾讯不会陷入一家之言无人信的境况了。

据腾讯公益工作人员介绍,关于全国慈善信息公开网站相关操作问题,后续将有民政部统一组织参与机构的工作人员进行学习。

公募机构的参与资质		
机构在腾讯公益平台注册通过时间	是否参加过15、16年99公益日	项目透明披露要求
2017年以前	参加	完成90%(项目数量)参与15、16年99公益日项目的透明披露; 完成所有15、16年年筹款额大于50万的非个人项目的透明披露;
	未参加	完成所有15、16年年筹款额大于50万的非个人项目的透明披露;
2017年以后	在8月20日之前完成注册流程	

## 腾讯配捐: 深夜9:09分“惊喜时刻”

对于最受关注的配比规则,今年的“99公益日”并不会发生改变,仍将延续去年规则:即1(公众捐赠):1(公募机构的企业配捐):X(腾讯配捐)。而且腾讯公益基金会拿出的配比资金也与去年相同,仍旧是1.9999亿非定向配比资金。

但与去年相比,今年“99公益日”活动期间新增了一个环节,即每晚的9:09分开启“惊喜时刻”,腾讯将拿出比去年更多的资金,为筹款排名靠前的项目助力。

## 企业配捐: 多重奖励刺激参与

沿用去年的配捐规则,其中相当重要的,也是目前尚不可预测的,就是来自于企业的配比资金,去年“99公益日”作为第一次引入企业配捐的模式,共有5000万企业非定向配捐资金。

而对于企业的配比资金,目前“99公益日”所采取的方式,是由参与“99公益日”活动的公募机构撬动企业配捐资金,而腾讯则一方面给公益机构相应激励,另一方面,利用自身多渠道给予企业品牌传播和流量福利。

企业的配比资金,分为非定向型配比资金和定向配比资金,两者区别在于前者的配捐资金可以1:1配捐给相应公募机构所

有在筹的公益项目,而后者只能特定用于某个项目的配捐。

今年的“99公益日”上,腾讯对出资配捐的企业也有所细分以及资金要求,对于出资的企业,统称为“爱心伙伴”,企业可以选择不同的出资方式,在非定向配捐中,面向所有项目或某一类项目的起配额为30万,而对于定向配捐资金,如果只定向针对某一个项目,起配额为10万,如果是配捐给一个支持某一项目而发起的企业一起捐活动时,起配额为2万。

为了让公募机构更努力地寻找更多的非定向配捐资金,腾讯也准备了一系列的激励,包括:未来发展基金激励、广告投放(朋友圈广告资源及非朋友圈广告资源)、传播资源激励、企业一起捐激励、线下传播激励。(仅非定向配捐资金才能获得奖励,定向配捐资金不享有激励)

1、未来发展基金及广告投放资源。与去年相比,腾讯的奖励要求有大幅度提升,第一级别的2000万相比于去年同级,翻了4倍;对于奖励中所给予的广告资源以及未来发展基金,腾讯奖励的主体为公益机构,而对于广告投放内容,腾讯要求不得涉及任何商业信息,而且还有模板提供;对于未来发展基金的用途,腾讯要求其供公益机构新媒体筹资、机构成长建设。

2、传播激励(新增)。与去年相比,腾讯今年还为达到要求的公募机构提供了99专项传播资

金,可以看到,该项激励中的两个要求与前一项的要求重合,对此,腾讯公益工作人员表示,两类奖励是我完全独立的,只要达到要求,公募机构均可享受以上两项激励。

3、“企业一起捐”专项激励(新增)。与去年相比,企业参与的方式有了改变,新推出的“企业一起捐”的模式,是由企业为某个筹款项目发起独立的筹款页面,并号召企业自有员工及消费者参与捐款,与目前正在开展的微信运动中的“一起捐”模式项目。(7月底,企业一起捐功能将上线)

而如果企业一起捐的筹款额达到一定级别后,其所支持的项目所归属的公益机构,将获得不同级别的奖励资金。

4、线下激励。该项激励,是针对有线下实体门店进行宣传及筹款计划的公募机构,将创意、提案提交腾讯公益评估,在腾讯提供的线下门店及公共场所场景列表中选择投放标的,投放内容需符合腾讯公益提供的设计规范。

对于公益机构进行线下推广,腾讯公益将发放最高15万的激励/补贴资金。

对于非定向配捐资金的出资方——企业,在帮助公益机构获得更多激励的同时,自身也可以获得更多福利,如公益机构获得广告投放及传播激励,作为奖励主体的公益机构,可以自行决定在广告投放中是否露出企业品牌,也就是说,如果帮助公益机构获得此类广告、传播奖励,企业有机会获得更多品牌展示渠道和机会。

另外,企业为某个项目发起“企业一起捐”,也可以在该独立页面进行品牌展示。

除此之外,企业如果深度参与非定向配捐资金支持,企业一起捐等,还可作为“99公益日”的“战略合作伙伴”,在“99公益日”主会场享受更多福利。毕竟腾讯的产品覆盖面相当广。

关注社会创新 解读善意中国