

第四届 99 公益日观察：参与者趋于理性，参与度有待考量

■ 本报记者 高文兴 张明敏

写在前面的话：

几年来，本报团队持续以媒体观察者角度对 99 公益日活动中的规则制定、机构参与、公众捐赠以及不良现象等进行观察和比较，陆续推出系列报道，希望为该活动和整个公益行业提出可供参考的分析。

正所谓显微阐幽。

我们希望通过几年间的持续观察，以及活动各方参与者的反馈，最终对进入第四个年头的 99 公益日形成更加全面、深入的理性思考。我们也很高兴地看到，腾讯公益在今年 99 公益日的大部分时间内都向公众展示募款机构的实时榜单、项目流水等关键信息，以开放的姿态支持这种行业性的探讨。

99 公益日的规则每年都有大的调整，到今年更是条目繁复。实际上，我们认为，并不存在完美的规则，只有尚待激活的爱心。一个公益文化成熟的社会，其公益规则侧重应该是“避恶”，而不是“助善”。

我们连年将 99 公益日置于放大镜下观察，是因为，99 公益日集中展示了中国公益，尤其是捐赠这一敏感话题在当下的特征、趋势；是因为，我们希望数亿 99 公益日的最终结果，是真正促成公益在中国“人人化、常态化”的氛围，而不是走向它的反面——使公众的捐赠行为愈发形式化、使捐赠资源愈加集中于少数机构。

我们相信，是同样的隐忧促使腾讯连续四年联合众多公益组织、商业机构、名人明星发动这场“爱心撬动战”。我们也欣喜地看到，在今年活动伊始，就有一众新崛起的力量在这届 99 公益日上崭露头角。

本期开始，在对 99 公益日期间一些现象继续展开讨论的同时，我们更愿意把更多篇幅用来分享机构和从业者对于筹款的经验之谈。

感谢您对 99 公益日的关注，希望您也加入到这场对中国公益的理性思考中来。



早在 7 月 12 日，腾讯公益发布了本届 99 公益日先行版规则——今年规则主要由配捐(2.9999 亿元腾讯基金会配捐+1 亿元非限定性配捐+爱心企业配捐)和公益伙伴激励计划两部分组成。腾讯方称，变化后的规则意图五个“鼓励”，鼓励健康合规的筹资行为，鼓励公募组织做好联合劝募工作，鼓励更多爱心企业连接公众，鼓励公益慈善类组织走到线下场景，鼓励优质案例

传播。

至 99 公益日正式开启前，腾讯公益又陆续补充企业爱心加倍卡、集小红花等功能，使得本届 99 公益日的“玩法”异常“烧脑”，因此也被各方参与者称为“史上最复杂的”一届 99 公益日。

据本届 99 公益日活动结束时腾讯发布的数据显示，7 日至 9 日期间，共有超 2800 万人次爱心网友通过腾讯公益平台捐出善款 8.3 亿元，超过 2000 家企业

共捐出 1.85 亿元，为 5498 个公益项目贡献力量。加上腾讯公益慈善基金会提供的 2.9999 亿元配捐金额，以及 1 亿元慈善组织成长基金，善款总计超过 14.14 亿元。

99 公益日“老牌劲旅”中华少年儿童慈善救助基金会以募款 116,998,248.83 万元(不含企业配捐)，3,610,666 人次捐赠，在所有参与 99 公益日募款的公益机构中位列首位。

值得一提的是，相较往年，8 日和 9 日两天腾讯基金会 1 亿元的配捐额度罕见地直至晚间才告清空。

在捐赠这一话题日趋敏感的当下，有一些担心始终围绕着一由众多公益机构、企业、明星发起的“爱心撬动战”。但同时，我们更欣喜地看到 99 公益日所取得的突破，尤其当这些突破发生在新涌现的筹款“生力军”上。

99 公益日的第四张“成绩单”

根据腾讯方发布的数据显示，在 9 月 7 日至 9 日的三天时间里，共有超 2800 万人次的爱心网友为 5498 个公益项目献出力量。

而在 99 公益日的获助项目中，教育助学类项目得到了最多的牵挂与支持，在筹款金额中占比 35.2%，其次分别是疾病救助类 34.5%，扶贫/综合类 26.1%，环保及动物保护类 4.2%。腾讯公益还将拿出 1 亿元的配捐金额，用于帮助和激励公益机构的长远发展。

数据还显示，今年 99 公益日共有超 2800 万人次参与捐款，是去年的两倍。在捐款总额与去年较为接近的情况下，捐款人次的翻倍意味着单笔捐助金额有所降低，这样的结果与 99 公益日的初心——“积小善，成大爱”更加接近。

99 公益日“老牌劲旅”中华少年儿童慈善救助基金会(以下简称“儿慈会”)收获 116,998,248.83 万元(不含企业配捐)以及 3,610,666 人次的捐赠，两项均在所有参与 99 公益日募款的机构中位列首位。今年，腾讯方发布的实时榜单以“人气”为唯一衡量指标，在儿慈会后，有七家公募机构收获的捐赠人次也超过百万，它们依次是：深圳市慈善会、中国

社会福利基金会、中华思源工程扶贫基金会、深圳壹基金公益基金会、爱德基金会、上海市侨事业企业发展基金会、河北慈善联合基金会。

今年活动中，企业配捐达到 18567.86 万元，这离不开企业群体对这一公益活动的看重。其中，凯迪拉克以“为 39708 人次的爱心加倍，筹得 3950455.70 元”的成绩位居企业榜单首位，而为超过 1 万人次进行爱心加倍的企业共计有 15 家。

据统计，今年共有包括凯迪拉克、中国一汽、顺丰、Jordan 品牌、58 集团、安踏、可口可乐、欧莱雅、唯品会等在内的超过 2000 家爱心企业加入 99 公益日阵营，这是企业是场景化公益的重要平台。

以凯迪拉克为例，共有全国 50 万车主携手超过 300 家经销商和全体员工，齐心守护 G7 公路沿线生态环境；安踏体育携全国 3434 家门店，让消费者与千万名一线教师一同为边远地区的孩子送去素养教育服务；中国平安发动全国 45 个机构、4 万余名员工、代理人、为乡村少年筹建“慕天人人图书馆”；膳魔师 200 余家重要门店、专柜开展 99 公益日宣传活动，为守护七亿入水源地项目而努力。

	中华少年儿童慈善救助基金会 中华少年儿童慈善救助基金会是具有公募资格的慈善组织。按照民间性、资助型、合作办、透明... 携手 3610666 人次 筹得 116998248.83 元
	深圳市慈善会 深圳市慈善会(英文名SHENZHEN CHARITY FEDERATION)是在市委、市政府高度支持和支... 携手 3014944 人次 筹得 60306186.84 元
	中国社会福利基金会 我会成立于2005年8月14日，原名中国社会福利教育基金会，2011年7月16日经民政部批准更名为... 携手 2082991 人次 筹得 84092334.72 元
	中华思源工程扶贫基金会 中华思源工程扶贫基金会是由中共中央统战部主管，民建中央发起并负责日常管理，于2007年3月... 携手 2032834 人次 筹得 45521508.19 元
	深圳壹基金公益基金会 壹基金是李连杰先生2007年4月创立的创新型公益组织，2011年1月作为中国第一家民间公募基金会... 携手 1622589 人次 筹得 54819075.27 元

本届 99 公益日热门公益机构榜的前五名，其中儿慈会依然表现“强劲”

新配捐规则带来的影响

去年 99 公益日的第二天，腾讯基金会 1 亿元的配捐资金在半小时之内即被扫荡一空，虽然堪称火爆，但战时严重缩水，极大影响了公众传递爱心的可持续度。尤其很大一部分配捐额度被筹款机构项目以自身工作人员及志愿者团队以大量的极小额捐赠“套走”，并未实现向公众的有效传递，为业内所诟病。

今年，99 公益日的配捐规则极为严格，不仅限制获得配捐的最低捐赠门槛、限制获得配捐总额上限、不保证每笔捐赠均有配捐，而且在计算获取非限定性配捐的重复 ID 仅计算一次。

值得肯定的是，这样的规则在很大程度上使得“套捐”的“性价比”变得极低，从而使今年的配捐消耗速度变缓，让配捐更多地面向公众、面向较为弱势的公益机构/项目，也让公众参与的数据从“人次”向“人”发生转变。

但我们似乎也不能回避配捐速度变缓的另一层原因。99 公益日进入了第四个年头，虽然腾讯方今年开放规则制定权力，在活动细节上想足了办法，但活动的整体新鲜感已不如往年。加之今年过于复杂的游戏规则，和此前公益圈各种负面信息的向外传递，以及“消费降级”

传言带来的负面影响，今年公众参与 99 公益日的积极性有多少，可能要打一个问号。需要指出的是，这个问号可能不单打给 99 公益日活动本身，更有可能打给今后一段时间内所有的中国公益活动，尤其是在考量捐赠这一维度时。

今年 99 公益日期间，《公益时报》记者观察到了一些迹象，虽然不能 100%佐证这个问号，但可供 99 公益日参与者及外界观察者进行参考。

首先，99 公益日页面的公益机构排行榜曾两度下线，从第二日起，这份排行的依据已由“人”调整为“人次”，数字加大，但掩盖了参与度上的问题；

其次，活动进行途中及事后，均有不少公益机构方/项目方感慨捐赠人数和获捐总额的大幅下降；

再次，腾讯公益虽然在规则中声明不保证每笔捐赠都获得配捐、配捐额度随机，但记者多方验证，后两日的配捐速度在中午至下午很长一段时间内被刻意放缓，接近傍晚时分又突然被加速，此举不像是预先设定好的配捐比例，而是活动当中人为进行的调整。这一安排虽着实提升了公众参与度，却有不公平之嫌，与规则中所述的“随机”之义有所差异。

此外，《公益时报》记者还了解到部分企业爱心加倍卡出现了活动中途随意更改倍数的现象，这一行为未免过于“儿戏”。有公募基金会的负责人向记者反映，从他们的角度来看，爱心加倍卡并没有实现连接更多公众的效果，对募捐起到的作用存疑。

《公益时报》记者采访了连续 4 年参加 99 公益日的爱德基金会，该机构副秘书长凌春香表示，由于前几年配捐期相对结束较快，这对机构伙伴的积极性有所影响，以致在前期动员阶段的工作难度有些加大。

“(配捐)时间太长也让机构有些无所适从。”凌春香道出了她对腾讯基金会配捐的时长过长的看法，她说，“配捐总额度不变的情况下，配捐时长越长，捐赠者体验感越低。又由于 1:X 的随机配捐规则，长时段中，有些大额捐赠者持续捐赠但配捐比例低下，难免让人有些遗憾。”

据凌春香介绍，经过机构自身测算，今年 99 公益日 3 天，爱德基金会配比额度分别约为 1:0.38、1:0.30 和 1:0.33，三天平均配捐比例约为 1:0.35，但这一数字在 2017 年时约为 1:0.38。



公益机构榜单排名依据由首日的“人”(左图)变为次日的“人次”(右图)

未见“刷单”，但仍有费解现象

去年，《公益时报》曾于 99 公益日第二日凌晨发现疑似机器“刷单”的“套捐”行为。经本报报道后，引起社会极大反响和腾讯方的重视。

通过大数据分析、举报核实等多种调查方式，2017 年 10 月 10 日，腾讯公益产品运营团队向外界通报，证实有 25,244 个账户、234,775 笔捐赠、7,004,905 元捐赠金额涉及异常行为。腾讯公益慈善基金会副秘书长孙懿表示，具体调查结果将于 2018 年第二季度完成。目前，2018 年第三季度已进入尾声，且新一届 99 公益日已经拉开帷幕，我们尚未看到对上一届的这份调查结果。

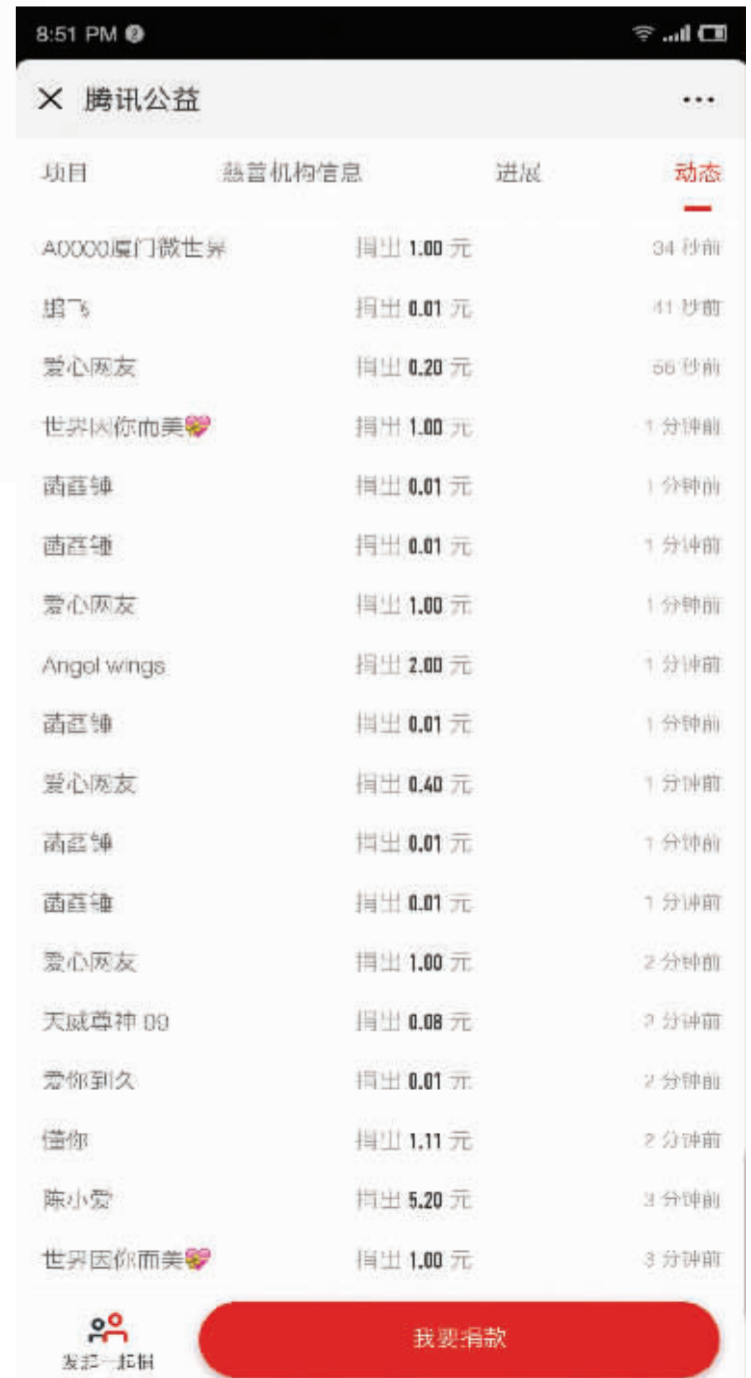
今年活动期间，《公益时报》记者随机抽取了部分热门项目的捐赠流水，未大面积发现有“刷单”现象(注：腾讯公益产品运营团队认为，一个普通用户 60

秒可完成 4 次捐赠)，但也发现某些热门项目下有大量 0.01 元的捐赠，时间间隔数秒，多数来自匿名网友，也发现有少数同一 ID 一分钟内捐赠 0.01 元达到 5 次的情况。

但对照今年的 99 公益日规则，小于 1 元的捐赠并不能获得配捐，而 1 亿元非限定性配捐的捐赠人门槛也统计的是去重人数(即重复 ID 仅计算一次)，如此高频次的微额捐款的目的何在，具体调查结果将于 2018 年第二季度完成。目前，2018 年第三季度已进入尾声，且新一届 99 公益日已经拉开帷幕，我们尚未看到对上一届的这份调查结果。

此外，今年 99 公益日页面的账目显示在不同时段有着较大的差异，这一度令包括凌春香在内的公益从业者感到疑惑。9 月 8 日零时，微信公众号“腾讯公益伙伴”发出的《致各位捐赠人、爱心企业和公益伙伴的一封信》让凌春香的担心得到了证实。

(下转 10 版)



图中 ID 为“茜茜锤”的用户在 1 分钟连续捐赠 5 次 0.01 元，但此类现象在本届活动中已大面积减少