

互联网公益构建中国公益慈善新生态

9月5日是中华慈善日,如今这个日子已经成为公益行业的盛大嘉年华。强势的互联网平台的公益活动更是热闹非凡,典型的是腾讯公益的“99公益日”和阿里巴巴公益的“95公益周”,不仅展示了它们自身的公益理念和项目,更是成为行业的平台,以新技术、新连接、新模式、新场景,构建了行业的新生态。以这些互联网技术企业的公益平台为代表的互联网公益发展,对中国公益慈善产生了巨大的推动力。如今,从全球范围看,中国的互联网公益,无论从体量、活跃度、影响面,还是从创新性、便利性、跨界合作深度衡量,都处于领先地位。

互联网对于公益发展的核心推动价值主要在三个层面:一是为公益组织提供低成本、广覆盖、便捷性的筹款渠道、沟通渠道、传播渠道,推动公益向全社会普及;二是公益机构通过互联网应用形成的大数据,可以为公益项目设计、捐赠人分析等提供支持,同时提升公益组织自身的专业能力;三是通过互联网的场景化应用,将公益慈善融入网络公共服务、网络商业应用,持续为公益慈善组织赋能,不断扩大社会公益参与,提升公益组织的开放度和透明度。

通过对这几年中国互联网公益发展的梳理和总结可以发现,中国互联网公益进入了新时代,网络公益的法治化、场景化、大众化、专业化、透明化、跨界化特征更为明显,更多的具备互联网基因的慈善组织诞生,场景化公益更为深入,互联网创新更活跃,公益行业的基础设施不断完善,公信力快速提升,公众参与持续增长,各种社会创新不断涌现,跨界融合程度不断加深。

“互联网”与“公益”的联袂,将互联网的创新基因与公益向善的力量相结合,不断推动互联网公益迭代发展。与互联网发展同步,我国互联网公益本身总体上经历了三个不断迭代的发展阶段。

互联网公益1.0阶段的特征是“公益+互联网”。公益行业或公益活动,只是把互联网作为其使用的工具,比如建立官网、官微等,使用互联网作为传播阵地、筹资渠道、组织管理系统等,公益与互联网的关系,是公益占主导,互联网作为配合工具。简而言之,只是公益活动借助互联网提升组织化程度及工作效率。

互联网公益2.0阶段的特点是“互联网+公益”。互联网与公益的关系更为密切,互联网成为主导,公益成为“互联网+”系列的一部分,结合在一起共同推进公益事业的发展。这一阶段的互联网公益活动,如果没有依托互联网,在线下是很难乃至不可能发生的。

2014年夏天,风靡欧美搅动互联网、娱乐、体育等各界的“冰桶挑战”,也以最快的速度被中

国公益界借鉴,在新浪微博上开启了火热的中国版“冰桶挑战”,最后带来了800多万元善款。与欧美“冰桶挑战”关注渐冻人不同的是,中国版“冰桶挑战”由于机缘巧合关注了瓷娃娃,而且在游戏规则上变成被点名者在接受挑战的同时也会捐款。“冰桶挑战”不仅仅是让世人关注到了罕见病,还从深远意义上给中国公益界带来一次风暴式的洗礼,同时也检阅了中国互联网公益发展的最新高度。“冰桶挑战”以其创新性、娱乐性、互联网化等特征,刷新了公益的刻板面貌。

融为一体的3.0时代

互联网公益3.0时代则真正融为一体,体现在公益本身带有互联网基因,互联网也具有很强的公益内在属性,你中有我、我中有你,而且开始呈现全面的互联网特征,数据化、智能化、云端化、开放式、交互性等,成为中国社会创新的重要组成部分。典型的案例是2017年9月的“一元画廊”,基于移动端的微信及其支付,其H5在朋友圈刷屏,在15个小时内578万人次捐款超过1200万元,再次刷新中国互联网公益高度。

还有典型的“蚂蚁森林”。2016年8月,蚂蚁金服对旗下支付宝平台的4.5亿用户上线了这款环保公益产品。用户每日通过乘坐地铁出行、在线缴纳水、电、燃气费、网络购票等环保低碳方式,将计算成虚拟的“能量”栽种虚拟树苗,当用户积累到一定能量,即可获得一棵真实的树苗。每棵真实的树苗都将有独立的身份编码,由蚂蚁金服联合阿拉善SEE基金会、中国绿化基金会等国内环保公益机构在内蒙古荒漠化严重的阿拉善、库布齐、鄂尔多斯等地区种植并培育,吸引了大量用户参与。

我国互联网公益进入了蓬勃发展的新时代。越来越多的企业社会责任机构和社会组织开始依托互联网开展公益活动的策划、传播、筹款、执行、公示、评估等,各类网络公益创新层出不穷,互联网公益社会效应不断增强,在人员参与、筹集善款、传播倡导和透明度等方面实现全面提升。

随着人工智能、大数据、量子通信、云计算、万物互联、交互软件、移动支付、区块链、人工智能等技术的高速发展和深度应用,中国已经开启全新的智慧社会时代。移动互联网的飞速发展,特别是移动支付的广泛应用,不仅为公众带来便捷、助力中国经济的转型升级,同时给环境保护、扶贫济困、抗灾救灾、食品安全监管等热点民生问题带来新的解决方案,也使得政府、企业、社会多元参与的社会治理更加开放协同、高效透明。

随着技术迭代升级,互联网传播快、受众广、影响大、效率

高、成本低等优势将更加凸显,技术红利推动社会各行业发展的同时,给正在高速发展的中国公益行业也带来了更多的可能性和想象。

基础设施更加完善

在互联网公益3.0时代,网络公益的法治化、规模化、场景化、大众化、专业化、透明化、跨界化特征更为明显,会有更多的具备互联网基因的慈善组织诞生,场景化公益更为深入,互联网创新更活跃,公益行业的基础设施不断完善,公信力将快速提升,公众参与将持续增长,各种社会创新不断涌现,跨界融合程度不断加深。

第一,公众参与持续快速增长。2017年8月4日,中国互联网络信息中心发布《第40次中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,截至2017年6月,我国网民规模达到7.51亿人,半年共计新增网民1992万人,半年增长率约为2.7%。互联网普及率为54.3%,较2016年底提升1.1个百分点。手机网民规模达7.24亿,较2016年底增加2830万人。网民中使用手机上网的比例由2016年底的95.1%提升至96.3%,手机上网比例持续提升。

以互联网为代表的数字技术正在加速与经济社会各领域深度融合,成为促进我国消费升级、经济社会转型、构建国家竞争新优势的重要推动力。而如此持续增长的互联网用户量,奠定了深厚的公益参与者基础,将为互联网公益的发展带来持续增长。

第二,互联网公益将进入更快速发展阶段。近年来,更多新兴的组织和项目,从一开始就围绕互联网设计方案,从传播策略、动员手段、筹款筹物方式、组织形态等,大多经过精心设计,在互联网上开展,以四两拨千斤的效果产生了重要的社会效应和影响力。在互联网公益3.0时代,大量具备互联网思维、基于互联网特质谋划、依托互联网平台实施的公益组织及公益项目将呈现井喷式发展。

从发展方向看,新的互联网公益可能更好地兼顾社会目标和商业目的,大量的社会影响力投资基金将成为公益创投的发起人,依托互联网运行的众多社会企业将快速增长,成为中国公益慈善跨越发展的重要力量。

第三,网络公益基础设施更加完善。在规章制度方面,《慈善法》通过之后的两年里,《慈善组织认定办法》《慈善组织公开募捐管理办法》《慈善组织信息公开办法》《慈善组织慈善活动支出和管理费用标准》《慈善组织互联网公开募捐信息平台基本



以99公益日为代表的网络公益项目正深刻地改变着中国的慈善事业(网络配图)

《开募捐信息平台基本技术规范》《志愿服务条例》等一系列慈善法配套政策文件先后出台或实施。还有全国慈善信息公开平台上线运行、中央网信办“网络公益工程”、2016年以来组织实施网络公益工程等,都为2017年中国互联网公益的发展提供了良好的土壤。

2017年,《社会组织信用信息管理办法(征求意见稿)》《慈善组织保值增值投资活动管理暂行办法(征求意见稿)》《慈善组织信息公开办法(征求意见稿)》等,都在公开征求意见、审议、制定中,未来这些配套政策文件将会推动公益行业的发展,也将为互联网公益的蓬勃发展打下坚实的基础。

技术创新日益活跃

在公益组织和项目、参与人数、政策等基础性要素不断发展的同时,技术创新方面更是与之形成了相辅相成的效应。

首先,专业化程度不断加深。在专业化基础上,灵析、玛娜、米公益、志愿者打卡器、随手记公益账本等互联网公益的支持机构不断出现和发展,并且得到了商业风险投资和社会创投、社会影响力投资等的关注和投资,逐步发展壮大,这些机构或产品为互联网公益的发展提供了丰富的专业化服务。

在基础技术设施方面,互联网巨头将改善传统公益的链条,从技术上让每个公益组织和项目实现在线化、数据化、透明化,继而重建了公益指标。区块链技术的进一步推广,有利于公益机构建立起端到端、全过程、可执行、可监控、可评估的公益解决方案,将使公益捐赠全流程最大化透明,让每一份捐赠真实可查。人工智能技术的应用,将在公益项目精准匹配、用户画像等方面大有可为。

其次,联合规模化公益应用成为主流。“全民”联动是2017年“99公益日”的新突破点,一个明显的举动是,腾讯联手小红书、转转、映客、回收宝、微拍堂、悦动圈、富途证券等七家腾讯优质生态系企业加入99爱心阵营。在“99公益日”期间,用户在买买买、看直播、跑步健身、理财交易、二手交易、证券投资、艺术拍卖等几大最常见生活场景里,

都可以轻松参与公益互动,为爱奉献力量。

9月5日,在阿里巴巴公益周“绿色,从每个改变开始”分论坛上,蚂蚁森林宣布推出“绿色星球计划”,鼓励更多低碳场景接入,同时号召政府机构、企业、公益组织等共同参与到这场公益创新中,为“全民低碳”提供更多可能性。此外还有滴滴、今日头条、高德、美团、饿了么、钉钉、摩拜单车、易宝支付等行业独角兽与新兴互联网公司,也争先恐后地参与到互联网公益的创新竞争中。

未来,在大数据、AI智能、区块链技术等各个领域,这些互联网公司都将开展激烈的竞争,达到寸土必争的地步。这些竞争行为和现象,虽然不排除有很多商业成分的考量,但对于互联网公益来说,这都是福音。外部的激励和鞭策,使得这些互联网平台只有不断迭代创新,不断为公益行业和公众带来更好的服务,才能获得发展和成功。

第三,网络公益创新跨界融合加速。跨界融合是公益行业的新风向。跨界是创新的关键,公益要与商业、金融、医疗、科技、媒体、文化、教育、艺术、制造业和环保等其他行业和产业紧密结合,走出行业相对封闭的小圈子。“互联网+”本身就是跨界的代名词,它可以与所有产业和行业产生化学反应。公益本身也具有这种功能,公益将升级为“公益+”,通过创新融合产生质变。

近几年,在环保、养老、助残、扶弱、助学、青少年服务等方面的公益需求井喷,刺激大量公益基金会诞生。这些公益基金会以国企、民企以及知名人士个人设立的基金会为主。其中,经济越发达的省份,基金会越多,且八成以上由民企创办。有数据显示,目前企业基金会数量占全国基金会数量近1/7,其中,制造业、房地产业、社会服务业、金融保险业为主要行业。

在互联网上,通过“公益+购物”“公益+回收”“公益+运动”“公益+艺术”“公益+理财”等,各种“互联网+”与“公益+”的联袂,将互联网的创新基因与公益向善的力量相结合,未来将有无限可能,不断推动互联网公益迭代发展。

(据《南方都市报》)