



长沙慈善会的 99 公益日筹款秘籍

■ 本报记者 李庆

9月9日24时,2019腾讯99公益日正式闭幕,据腾讯发布数据显示,7日至9日期间,共有4800万人次爱心网友通过腾讯公益平台捐出善款17.83亿元,超过2500家企业配捐3.07亿元,加上腾讯公益慈善基金会提供的3.9999亿元配捐,本次99公益日总共募得善款达到了24.9亿元,全网用户累计互动量达8.82亿次,参与活动的慈善组织和企业双双破万。

值得一提的是,今年是精准扶贫的最后一年,大批以地方慈善会为代表的公益机构进场并逐渐崭露头角。

截至9月9日24时,在99公益日募捐机构排行榜中,第二名至第五名均是以地方慈善会为代表的募捐机构。日前,《公益时报》记者对今年新涌现的筹款大户长沙市慈善基金会进行了采访,这支“公益湘军”今年募款额位居排行榜第4位。

推出“4+1”筹款战略

据长沙市慈善基金会秘书长助理、筹资部部长黄灿介绍,截至9月9日17:00时,长沙市慈善基金会的公众筹款为8888.8989万元,捐赠人次达1186620,腾讯配捐为2300余万元,企业配捐为660.46万元,共筹集善款超1.1亿元,是2018年的1.7倍,是2016年首次参与时(440万元)的25倍。

这一喜人“成绩”的背后,长沙市慈善基金会究竟做了哪些准备和努力?

黄灿告诉《公益时报》记者,在今年99公益日募款中,长沙市慈善基金会推出了“4+1”筹款战略,即:精准扶贫(乡村振兴计划)、居家养老(最美夕阳红)、三社联动(社区发展)、日行一善(微基金)+共建共享(助力社会组织发展)。前4个为机构的自主项目,后一个是跟全长沙市社会组织合作项目。

对于“4+1”筹款战略,黄灿做了进一步阐述。

在精准扶贫(乡村振兴)项目中,基金会找了长沙市精准扶贫领导小组办公室,对审定的精准扶贫村开展了多次筹款发动会,对如何参加99公益日、如何进行线上筹款等问题进行培训;

在三社联动(社区发展)项目中,跟长沙市民政局签证处合

作,将99公益日筹款信息传播到每一个社区,充分发动社区群众积极投身到社区建设中,做到社区、社会组织和社工人才内外联动;

在居家养老(最美夕阳红)项目中,将全市的养老机构请至基金会并开展关于99公益日筹款的培训,包括养老机构的项目应如何设计和规划等;

在日行一善(微基金)项目中,基金会对市委市政府等机关单位发出邀约,通过体制内的捐款响应党的号召及党建工作,同时与99公益日相结合;

在共建共享(助力社会组织发展)项目中,对全长沙市的社会组织(两三百家)进行了发动和培训,通过培训告知机构未来需对接的资源、如何发起项目以及在哪些平台发起项目等。

99不是目标,应是契机

“在今年99公益日筹款中,我们最花精力也是最值得炫耀的部分是联合了行业协会进行筹款,虽然效果没有达到预期,但我认为是对整个筹款生态迈出的重要一步。”黄灿说。

黄灿认为,99公益日树立公益机构公信力的最好办法就是将募款的人和执行项目的人分开,公募机构在这个过程中是一个纽带,是一个向双方分别提供不同个性化服务的体系,腾讯则

是提供了技术保障。

为此,黄灿在今年的99公益日期间大胆尝试,联合长沙市湘菜餐饮连锁协会,与19家餐饮连锁企业合作,在每个企业的门店发起子计划,由门店负责筹款,最终把筹集的善款交给餐饮连锁协会来执行项目。

“长沙市的餐饮门店有上千家,假使1家一年筹集5000元,100家就有50万元,以此类推。针对门店发起的子计划,一年只有两次筹款机会。一次是99公益日,可完成一半的筹款额度。还有一次机会是春节,是吃饭的高峰期,即可完成剩余的筹款额度。”黄灿介绍道。

与此同时,长沙市慈善基金会还联合了住建行业协会,针对全市的建筑公司发起子计划。“如果一个建筑公司一年筹集善款1万元,全市一两百家建筑公司,就可筹集一两百万的善款。一年两次筹款机会,除了99公益日外,每个建筑公司每年至少开四五个工地,每个工地开张时都会有一些企业老板参加,这是另一个募捐的好时机。”黄灿说。

对于这一模式,黄灿认为每个行业都可以做。再比如眼镜行业协会,长沙市有上万家眼镜店铺,只要通过眼镜行业协会向店铺进行传导,筹集的善款很容易就达到目标。黄灿表示,若将募款延伸到每一个个体户,那以后社会组织筹款就可以直接去找行业

协会,由行业协会进行购买服务。

黄灿告诉《公益时报》记者,之所以选择跟餐饮行业协会合作,是因为长沙市慈善基金会正在努力将募款和执行项目进行严格区分,只有这样才能在筹款的道路上走得更加通畅,更加透明、公正。

“99公益日作为一个发动机,发动的周期如果在一定的时间内完成了它的使命,那么以后整个网络募捐即使没有99公益日也应该能够照常运行。”黄灿认为,99公益日只是一个特定历史条件下的产物,当募款不再具有压力的时候,99公益日就不是目标,而是契机了。

黄灿表示,以后的每一个传统节日,比如春节、端午、中秋等所有节日都将是公募的爆发点。如何开发消费捐赠市场,是我们下一步重点考虑的方向。

创新与探索

谈及在今年99公益日中,长沙市慈善基金会进行的创新和探索,黄灿告诉《公益时报》记者,主要体现在精准社群方面,今年99公益日期间基金会主动联系了广场舞队伍,因为在每个广场舞队伍里都有艺术团,每个艺术团里多则有一两百人,少则有二三十人,是一个很大的消费社群。

黄灿表示,广场舞大妈通常具备以下几个特点:一、时间充

足;二、家庭基本属于小康以上水平,因为跳舞需要装备和衣服,必须具有消费实力;三、是做饭做菜的好手。

“我们要看到广场舞群体的消费市场,假如我们笼络了全市两千多支广场舞艺术团,将艺术团的人统一建两到三个微信群。这样不仅可以解决99筹款问题,而且在精准扶贫(乡村振兴计划)方面,可以将村里的无公害的农产品对接给该群体,即可解决扶贫村的资金来源问题,还可以解决一部分就业问题。”黄灿向《公益时报》记者解释。

那么,如何来吸引广场舞队伍,让其参与到99公益日中来呢?

黄灿表示,通过组织发动会,告知该群体参与99公益日可以为其发展子计划,筹集团队建设资金,前提是这部分资金必须是用作社区的文化娱乐、文化养老等公益事业。

通过黄灿及其团队的努力,最终有近8家广场舞队伍参与了今年的99公益日。黄灿说:“实际上每支广场舞队伍的筹款目标都不高,我给他们规定的是每个队伍2万元或5万元,最多不超过10万元。”

通过这样的尝试,让99公益日与广场舞队伍产生了很好的粘性纽带。黄灿坦言,通过今年的尝试,如果模式可行,接下来就可以跟精准扶贫村进行深入合作,将村里的农产品销往这一群体。

除了与广场舞队伍合作外,长沙市慈善基金会还加强了与大型商超的合作,通过在商圈前坪和相关地铁站设置公益集市点,通过扫码并赠送小礼品的形式让市民参与。“因为我们只有3个专职人员,一家家去跑根本不现实,后来我们想了一个办法,以单位名义出政策和函,长沙市的社会组织可以在我们这里拿函,以机构的名义与商超进行洽谈合作。”此外,在同各商超合作的过程中,黄灿将各商超的场地负责人建立了微信群,意在99公益日外还可联合这些场地同步启动其它公益活动。

谈到99公益日募款的经验,黄灿向《公益时报》记者列举了以上的案例。与好看的筹款数据相比,黄灿更担心的是公信力以及项目的执行力。为此,2018年长沙慈善会通过招标选定第三方评估机构,首次对2017年的77个项目进行了项目实施和效果评价两方面评估验收。最终,46个项目被评为优秀,19个项目为良好,6个项目为合格。6个项目因未及时完成,被列入了“不可靠清单”。目前,2018年的网络募捐项目正在评估验收中。

“慈善公信力就是生命线。只有让信息公开成为慈善的透明口袋,才能让慈善在阳光下运行。”据黄灿介绍,长沙市慈善基金会通过坚持行业自律与社会监督相结合,建立了包括政府、媒体和公众监督以及第三方评估在内的四位一体的监督机制,做到依法保护捐赠人、受助人及其他相关利益人的合法权益。