

我国疫情防控取得的成果，离不开各方力量的协同努力。互联网企业以其自身优势，在其中发挥了重要的作用。

疫情期间，互联网企业纷纷宣布将积极参与疫情防控，为防疫工作提供资金支持。腾讯、阿里巴巴、百度、字节跳动、美团等五家互联网企业承诺的捐赠都在亿元以上。

几个月过去了，这些互联网企业承诺捐赠的资金都落实了吗？《公益时报》记者进行了梳理。

总规模 33 亿 腾讯承诺规模最大

据统计，五家互联网企业承诺设立总计约 33 亿元的抗疫专项基金。

其中，腾讯于 2 月 7 日宣布设立 15 亿元战疫基金，首期 3 亿元用于采购紧缺物资，第二期 2 亿元旨在支援战疫技术开发者，第三期 3 亿元用于致敬慰问战疫人物、2 亿元用于患病家庭救助，5 亿元的战疫后备基金则主要用于助力防疫科研及科普。

阿里巴巴于 1 月 25 日设立 10 亿元医疗物资供给专项基金，用于从海内外直接采购医疗物资，定点送往抗疫医疗机构。

而字节跳动则于 1 月 26 日宣布向中国红十字基金会捐赠 2 亿元成立中国红十字基金会字节跳动医务工作者人道救助基金。此后，字节跳动追加捐赠 8000 万元，字节跳动员工自愿捐款加上公司 1:1 配捐共计 3457 万元；社会捐赠善款 2073 万元；字节跳动创始人张一鸣个人捐赠 1 亿元，基金总额达 4.36 亿元。

美团于 1 月 26 日发布消息称，美团公益基金会将捐赠 2 亿元，设立全国医务人员支持关怀专项基金，针对武汉等疫情防控重点地区开展定向帮扶。

百度也于 1 月 26 日宣布成立总规模 3 亿元的疫情及公共卫生安全攻坚专项基金，用于支持新型冠状病毒等新疾病的治愈药物筛选、研发等一系列抗击疫情工作，以及更长期的社会公共卫生安全信息科普和传播等。

超半数资金已使用 各家仍持续进行

从资金使用进度来看，已有超 16 亿元资金投入使用，其余资金仍在根据项目的具体进展进行分发和使用。

腾讯官方于 2 月底进行了进度公示，截至 2 月 19 日，腾讯已采购并发放超 460 万件防疫物资，已陆续为 105 位一线医务人员发放首批战疫人物专项基金，已陆续为 697 位困难患病者发放救助。同时，腾讯公益基金会投入 3000 万元助力中国工程院建多个医药课题，投入 600 万元用于医院人员心理干预工作。

阿里巴巴方面，根据其官方公众号 5 月 23 日发布数据，截至 2 月底，阿里巴巴已投入资金



腾讯、阿里巴巴、百度、字节跳动、美团等五家互联网企业承诺的捐赠都在亿元以上

互联网企业的抗疫捐赠 都落地了吗？

■ 本报记者 隋福毅

6.88 亿元用于海内外医疗物资采购，截至 3 月底已送达抗疫物资金额达 4.8 亿元。

字节跳动方面，截至 6 月 24 日，“医务人道救助基金”已为批共 3729 名（共 3732 人次）抗击疫情医务工作者提供人道救助，共计拨款 4.287 亿元。

美团方面，截至 4 月 28 日，美团已完成对北京、山西、江西、江苏等国内 18 个省市区 19975 名医疗队员的捐赠，累计 1.017 亿元。

百度定向向中国疾控中心、中科院相关研究所、世界卫生组织等机构进行合作，并已对外开放合作机构申请。

信息披露水平不一 部分披露迟缓

从信息披露渠道来看，五家企业均通过官方渠道（微信公众号、头条号、官网等）和媒体渠道进行了相应的进度公示。

具体来看：

字节跳动 1 月 27 日通过头条号“字节跳动医务人道救助基金”进行了首批项目进度的公示，此后则以 3-8 日不等的间隔进行阶段性信息公示，截至 6 月

24 日，已完成共 78 批项目公示，后续披露仍在进行中。

腾讯分别于 1 月 25 日、1 月 26 日、2 月 2 日通过其官方微信公众号进行了首期 3 亿元物资采购资金使用进展的情况公示。随后，腾讯于 2 月 3 日与 2 月 7 日宣布设立第二期、第三期抗疫基金，并进一步对首期资金使用情况进行公示。2 月 20 日，腾讯再次通过微信公众号等平台公示了 15 亿抗疫基金的总体使用进展。此后，腾讯还于 2 月 25 日对战疫人物基金的进展进行了公示。

阿里巴巴于 1 月 25 日宣布设立抗疫专项基金，并于 3 月 12 日通过官方微信公众号等渠道对外公示 10 亿抗疫基金进展情况，引发媒体和公众的广泛关注。5 月 23 日，阿里巴巴官方微博公众号公布了阿里巴巴经济体抗疫投入明细数据，其中再一次对截至 3 月底的抗疫资金使用情况进行了公示。

美团与百度则同时于 1 月 26 日通过媒体渠道对其抗疫资金捐赠情况和计划进行了公开，此后，美团继续通过媒体渠道进行各个项目进展情况的披露，百度则通过其官方微信公众号对相

关研发进展进行了公示。

总体来看，字节跳动的信息公开较为频繁，信息更新较快速；腾讯、美团、阿里巴巴则根据项目进展情况阶段性地进行信息披露；而百度则因其致力于长期性的疫苗研发和公共卫生安全，信息披露存在一定的滞后性。

设立专项基金为主 捐赠多方覆盖

从抗疫资金的使用方式来看，各互联网企业主要通过两种方式进行资金的调配和使用。其一是与基金会合作，通过成立专项基金或直接捐赠的方式进行资金使用。其二则是企业独立发起成立专项基金并投入抗疫。

与基金会合作进行资金使用的代表企业是字节跳动。字节跳动选择与中国红十字基金会合作，捐赠成立了中国红十字基金会字节跳动医务工作者人道救助基金，用于为抗疫医务工作者提供人道救助。值得注意的是，由于民政部明确要求“慈善组织要依法依规开展募捐，定期公布捐赠收入和支出明细，确保信息长期可查询，并接受捐赠人和社会的监督”，因此字节跳动的信息公示程度较高。

阿里巴巴、美团、百度则主要以独立发起成立专项基金的方式进行资金使用。其中，阿里巴巴于 1 月 25 日设立了 10 亿元的医疗物资供给专项基金；美团除了捐赠 2 亿元设立用于医务人员定向帮扶的全国疫情防控专项资金外，还设立了 1000 万元的“全国公安抗击疫情受感染执勤民警慰问关怀计划”；而百度则于 1 月 26 日宣布成立总规模 3 亿元的疫情及公共卫生安全攻坚专项基金，用于新药筛选和研发。

此外，腾讯在资金使用方式上既设立了独立专项基金，也与其他基金会进行了合作。一方

面，腾讯设立了 3 亿元的“致敬战疫人物基金”，并设立 2 亿元专项基金用于救助困难患病家庭；另一方面，腾讯向清华大学教育基金会进行了 1500 万元的直接捐赠，用于疫苗研发和医疗科研攻关。

总体来看，互联网企业抗疫资金的使用方式较为多样，使用方向也做到了多方覆盖，产生了较为显著的成绩。

发挥自身特色优势 使用方向多样

除了关注互联网企业抗疫资金的使用进度、披露情况和方式外，记者还注意到，各互联网企业在资金使用方向上也发挥了企业自身的优势，进行了多方向、多样化的尝试。

具体来看，资金使用主要包括三个方向，一是抗疫物资采购，二是医务人员及其他服务人员救助，三是疫苗研发与公共卫生安全。

抗疫物资采购方面以阿里巴巴和腾讯为代表。阿里巴巴设立了 10 亿元的医疗物资供给专项基金，用于海内外医疗物资采购。而腾讯则早在 1 月 24 日便设立首期 3 亿元防控基金，紧急在全球为武汉等主要疫情地区筹集紧缺医疗资源。

字节跳动和美团则主要致力于医务人员救助和其他服务人员的援助。其中，字节跳动成立的医务工作者人道救助基金致力于在抗击新冠肺炎疫情工作中不幸被感染或不幸殉职的医务工作者提供人道援助。

美团则重点对武汉等疫情防控重点地区医务人员及全国各地驰援湖北的医疗队展开定向帮扶，并设立“全国公安抗击疫情受感染执勤民警慰问关怀计划”，用以对抗疫工作中的公安力量进行慰问。除此之外，美团还设立医务配餐项目，通过联动武汉当地多家餐饮企业，发起了“医务紧急专供餐”公益活动，每天免费为武汉重点医院及援鄂医疗队医务人员提供专供餐。

而疫苗研发方面则以百度为代表。百度 CEO 李彦宏曾公开表示：“要结合我们的人工智能、大数据能力，支持抗击疫情的疫苗筛选和研发，还要从根本上去解决社会公共卫生安全意识缺失的问题。”百度设立了疫情及公共卫生安全攻坚专项基金，用于支持新型冠状病毒等新疾病的治愈药物筛选、研发等一系列抗击疫情工作，以及更长期的社会公共卫生安全信息科普和传播等。

此外，腾讯的 5 亿元“战疫后备基金”也用于新冠疫苗研发和支持全球健康药物研发中心开展新冠肺炎治疗方案的紧急攻关。

疫情防控工作尚未结束，尤其北京等地区出现的局部反弹情况仍需警惕。疫情防控需要社会各方力量的共同努力，互联网企业参与抗疫的实践仍在继续，它们正源源不断地为疫情防控输送能量。

