



陈一丹

腾讯主要创始人
腾讯基金会发起人兼荣誉理事长

■ 本报记者 张明敏

疫情下 互联网技术支撑公益组织脱困

“

突如其来的新冠肺炎疫情,让不少公益组织业务遭遇冲击,尤其对靠提供线下服务获得大部分收益的公益组织产生影响,一些公益组织甚至直接停摆。

中国发展简报与《公益慈善周刊》等联合发布的《疫情下公益组织的挑战与需求调查报告》指出,新冠肺炎疫情之下,有超6成公益慈善组织遭受重大或者比较大的影响,有67.5%的项目无法进社区开展,36.1%的项目因为疫情原因被迫暂停与社区合作。

在这次全民抗疫中,互联网企业的技术支撑不可或缺。

7月14日,2020中国互联网公益峰会召开,受疫情影响,峰会全程在线直播。峰会现场数据显示,疫情期间社会各界通过各级慈善组织和红十字会累计捐赠396.27亿元,其中,通过互联网募集善款18.67亿元,参与人次达到4954万人次。

腾讯公益慈善基金会发起人兼名誉理事长陈一丹表示,本次疫情严峻,是名副其实的一场“大考”,公益伙伴们在互联网等技术的助力下,正在加快自我进化。



疫情中,一些公益组织坚持开展线下活动

渡“疫”不易

重庆市渝中区巴渝公益事业发展中心(以下简称“巴渝公益”)主营业务是开展生态环境保护公益项目,大部分项目需要依托线下完成,新冠肺炎疫情暴发使其组织形式及执行效果受到影响。“人群不能聚集,项目无法开展。但任务却是确定的,延期时间人员及其他成本都是固定支出。”巴渝公益负责人表示。

巴渝公益还只是疫情中受到波及诸多社会组织中的一家。上半年,北京德清公益基金会计划开展近百场线下公益活动全部取消,这是一家用公益的方式关心支持中国乡村中小学合唱艺术及音乐教育的普及和发展的公益组织,推出的“快乐合唱3+1”公益项目较为瞩目,但因疫情原因,原先线下课程只能全部改为线上培训。

6月初,一家专注为心智障碍儿童提供服务的公益机构收到一份场地追款通知函,函件称有两个月共计7万余元的机构房屋租金未缴,若逾期不缴,不保证能正常经营。去年腾讯99公益日期间,该机构通过绑定一家大型公募基金会筹款超过100万元,但由于项目大多为线下,

无法开展,资金无法拨付,而疫情期间,场租及人员成本仍在产生,机构发展较为无奈。

以上三家机构均为执行型公益机构,以开展线下项目为主,而且一些项目也只能通过线下开展,但在疫情期间基本无法推动。

根据《疫情下公益组织的挑战与需求调查报告》显示,执行型公益机构最主要资金来源是政府采购服务项目,其次是国内基金会的资助,只有社会企业的第二资金来源是自营收入。因此政府购买服务项目和国内基金会资助额度的变化,对执行型公益机构的影响起着决定性作用。

在疫情对执行型公益机构的影响维度方面,最主要的是项目,其次是资金,第三是外部环境。其中在项目方面主要表现为不能进入社区开展项目活动,目标群体的参与和配合度下降两个方面;在资金方面主要表现为新的筹资机会变少,疫情使机构运作成本超出原有预算两个方面。

拥抱变化

疫情的出现,让更多的传统企业突破行业壁垒,开始拥抱更多线上手段,用互联网的方式来尝试数字化公益,收获了良好的

效果,也让数字化公益吸引了更多人的目光。

根据2020中国互联网公益峰会披露的数据显示,近3年来,中国通过互联网募集的善款每年增长率都在20%以上,2019年募集金额更是超过54亿元,比上年增长68%。截至6月初,在众多伙伴助力下,累计近1300万人次在腾讯公益平台上为驰援战疫捐赠善款共计超过6.06亿元。

据民政部指定的20家互联网公开募捐信息平台统计,2019年全年,全国共有108.76亿人次点击、关注和参与互联网慈善,比2018年增长了28.6%。在腾讯公益平台举办的2019年99公益日活动中,短短三天时间就创下了4800多万捐款人次、17.8亿元捐款的新纪录。

而在筹款数额增长和公益行为捐助成为一种常态的今天,行为捐助已经不仅仅是一个概念——捐点赞、捐爱心等行为都是网民在表达对机构和项目的支持。

疫情不仅改变了民众的捐赠行为,也改变了公益机构的工作行为,更改变了社会的发展形态——线上沟通、移动办公、无人售票、预约服务等已经成为习惯。有专家认为,公益组织渡过

疫情至少应该掌握好三种节奏:第一,生存下来;第二,提升能力;第三,在互联网公益快速发展中能够尽快转型和提升。

有公益机构就表示,将会继续加大与资助型基金合作,参与包括99公益日在内的网络募捐活动,进一步利用好互联网募捐优势,提升项目有效性,降本增效,努力活下去。

在公益组织“自救”的同时,一些互联网公益机构也正在为公益组织赋能,共同面对疫情后时代的挑战。

互联网正在开放平台,将数字化工具授予公益组织使用,针对公益机构推出定制化小程序服务、可视化数据服务,让其经营自己项目和用户同时,拥有精准化的经营底层能力。

腾讯公益基金会秘书长葛口认为,机构应该加强公益平台技术能力,提升数字化水准。

“以前我们在做信息化,现在在疫情之后要加快做数字化。希望培养公益机构使用线上工具个性化小程序募款,使用公众账号交流,使用视频号直播‘带货’。公益机构快速掌握这些技能,才能够和网民进行交流和沟通。”葛口说。

掌握信息化技能知识其一,处理数据能力也同等重要。

葛口表示,数字化能力不仅是互联网平台上的数据,更多是公益组织自己具备的数据能力。找到数据,通过挖掘知道什么样的服务能够被用户和网民接受,什么样的模式能够聚拢一批爱心。针对公益机构数字化解决方案包括对外沟通、底层数字化能力提升、诚信体系区块链建设等,让公益组织跟商业企业一样具备数字化能力。

技术赋能

社会事业发展是一个系统工程,公益慈善组织要推动社会发展,就离不开社会资源的调动,尤其是企业的参与,共同打造公益生态圈。

2007年,腾讯公益慈善基金会在成立之初,就将利用技术驱动公益与企业联动作为一个重要融合点,除了每年99公益日深入将公益慈善组织和企业打通外,更通过诸如微信捐步企业联动、企业一起捐平台等产品能力,充分调动企业参与公益的热情,降低企业参与公益的门槛。

抗疫期间,腾讯设立的15亿专项“抗疫基金”和1亿美元“全球战疫基金”中,除去医疗物资救助、科学研发等专项投入外,还专门设立了2亿元资金给到服务商和开发者,并开放腾讯自身的技术资源与研发能力,鼓励和支持帮助他们为政府部门、医疗机构公益慈善机构等快速开发疫情服务小程序,解决民生和重大突发事件应对的痛点。

目前,已有超过1000家开发机构在这笔资金的支持下,进行公益小程序的开发。

腾讯慈善基金会执行秘书长孙懿表示,下半年腾讯公益将依托小程序和企业微信两大平台,为上千家公益组织定制化开发提供支撑。

另外,专注四种能力的培养。第一,情景化产品能力。突出公益机构项目所要获得的用户群体需求;第二,产品创新能力。培养公益机构对新技术、新平台、新产品的拥抱和使用能力;第三,公开透明能力。引入区块链,让用户对平台信任、安心;第四,伙伴能力。针对伙伴推出赋能计划,助其成长。

信息化产生数据化,这使得数据化具有独特的新价值。公益机构对于数据理解及运用实践将是下一步的关键。同时,公益机构治理能力提升也是关键。

孙懿表示,国内头部公募性公益组织在互联网生态中起到带动作用,应该影响更多的社会组织做数字化转型,在疫情后时代积极拥抱变化。

据悉,已经举办三届中国互联网公益峰会,今年特别设置了“你的名字,我们记得”致敬环节,向疫情期间在腾讯公益平台上进行爱心捐助的1200多万爱心网友致敬,北京、上海、武汉和重庆等地的城市大屏都被这些无名网友“霸屏”。

疫情带来挑战,但唯有直面变化、化挑战为机遇的公益组织,才能在这场战斗后迎来曙光。