

“

1月20日,腾讯公益慈善基金会2021年新春沟通会披露,2020年腾讯“99公益日”期间,腾讯公益平台共完成筹款23.2亿元,捐款人次达5780万余次。在非配捐时段2020年筹款额较2019年增长46.8%,捐款人次增加88.9%。

从2015年9月9日首个“99公益日”开始,该公益行动已经走过6个年头。2020年,新冠肺炎疫情带来了大量的捐赠,2021年这种捐赠热情还能不能持续?公众募款将面临更大挑战。

基金会表示2021年将把“99公益日”分布于全年每一个重要时间节点,形成公益日历。让数字科技与社会公益更快融合,“99公益日”的全年实践将成为一种探索。



“99公益日”推全年实践

在多个重要时间节点形成公益日

■ 本报记者 张明敏

从3天至全年

根据腾讯公益慈善基金会规划,要把每年“99公益日”从目前的3天发展至全年,在全年中重大节日进行体现。“春节”、“三八妇女节”、“5月20日”、“六一儿童节”、“母亲节”等重要节日都将有“99公益日”的参与。同时,还会带入更多腾讯及合作伙伴的线上、线下资源,与公益伙伴们共创公益日历。

腾讯公益慈善基金会介绍,今年“99公益日”为了让公益伙伴们提前对“99公益日”工具与玩法有更好的体验,腾讯将在5月20日当天开展一场配捐活动,让公益伙伴提前感受“99公益日”。

“全年所有时间点都会向公益伙伴开放,只要有需要我们将随时投入,任何策划活动都会有专门团队服务。”腾讯公益慈善基金会秘书长葛敏说。

每年“99公益日”三天对于公益机构来说,会投入大量人力、物力,有的公益机构会为了有更好的筹款成绩,用上全年时间进行准备,资源和精力的投入和筹款效果是否成正比,有待商榷。

与此同时,腾讯方面在“99

公益日”在三天也会投入大量人员、技术、资源等。葛敏坦言,“99公益日”多方都投入大量资源集中于这3天,项目结束后很多资源遭遇搁置,这其实形成了浪费。应该让资源不再集中于“99公益日”3天,要常态化运行。

葛敏表示,“‘99公益日’虽只有3天,但腾讯会为此准备大量服务器、云资源、技术人员配备服务于项目,这背后有着大量的成本。在非项目时段并没有配备这些数字化资源,仅有3天项目结束,这些数字化资源无疑产生浪费。”

“应该将数字化能力运用常态化,公益产品也应该适应于常态化,这对于公益伙伴机构参与项目的工作人员也是一种常态化需要。”葛敏说。

探索常态化运作

公益项目募款有着一定的突发性和应激性,在一些突发事件中,比如天灾募款效果尤为凸显。通过爆发性的节点能触达更多人。公益项目的爆发性节点越多、知名度越高,参与人数和频次就会越来越多,募款规模也会越来越大,聚集效应也越来越明显。但聚集效应不一定适合每

家机构发挥出自己最大的优势,在没有“99公益日”前,公益机构的募款较为突出的时间节点大多需要结合机构和项目本身在天时、地利、人和等方面的综合因素来确定,一年中,可能就一个节点,也可能一个节点也没有,也可能每天都是节点。

面对这种无规则的募款节点,通过科技赋能变成常态化是否更能成为一种发展趋势?

腾讯公益慈善基金会表示,基于此,“99公益日”可以加上多个日常适合自己的节日,比如将“99公益日”的配捐功能与月捐结合,开辟“99公益日”在月捐中的专属配捐活动,日常优化产品,把“99公益日”中使用的产品和内容,比如“小红花”在日常就供公益伙伴及公众线上使用,这些都能增强“99公益日”在平常的配捐因子,让“99公益日”更加稳定健康,持续得到用户关注支持。

6年间,“99公益日”推出了许多新玩法,期望找到“互联网+筹款”的更好模式,效果明显,但一些问题也显现。一家公益伙伴机构不能分配足够的时间精力去维护捐赠人,一些已经取得捐赠业绩就会出现后劲不足,进退两难。

腾讯公益慈善基金会表示,平台每年有超4亿人次的捐赠行为,体量虽大,但持续捐赠占比较小,用户一次性冲动捐赠行为多,而国际上优秀机构持续性捐赠占比可达5成或更高。

事实上,持续性捐赠的整体回馈要比次捐用户大很多。

腾讯公益慈善基金会统计,2020年,全年月捐用户的整体回馈率比次捐用户大4倍,移动端开通月捐用户最长有72月(6年)。2021年,腾讯公益方面将从月捐产品突破,优化捐款人体验闭环和机构劝募闭环。一是引导用户持续关注并支持公益;二是让项目获得稳定、持续、健康的筹款来源。

从单次捐到月捐

疫情给公益机构运营带来挑战,不少公益机构认为在突发状态下,只有不断打磨项目,培育长期捐赠人,才是支持机构长期发展的关键。

腾讯公益慈善基金会公布数据显示,截至目前,入驻腾讯公益平台机构超过万家,平台项目数突破9万。2020年平均每家机构管理的用户数已经超万人,部分机构用户规模已经达到了

400万,项目人数也是过万。

面对如此海量的用户,如何更好地服务捐赠人成为了机构的一大难点,伴随着云计算、大数据、AI等技术的发展,如何让用户更便捷地参与项目,了解机构,促进互信,使得整个生态更加理性、透明、健康,成为腾讯公益关注的重点。

腾讯公益慈善基金会表示,将在月捐各个因子上发力。将独立的月捐页面,新增用户量、金额、到期取消数据、月捐人权益、捐赠人联系方式、标签、分类、短信、邮件等展现给公益机构,让公益机构能够更好服务于月捐人。

据介绍,腾讯公益慈善基金会未来还将更加开放与机构合作,开放数字化能力,开放平台产品能力和运营能力,在理解机构需求的基础上,提供机构数字化解决方案,拟计划成立技术发展基金,用于机构数字化的扶持。

“接下来,我们将突破性的升级月捐产品,加大对月捐项目的支持力度,去实现可持续的良性发展,培育更多中层捐款者,把捐款者发展成为志愿者,让其成为项目长久发展的源动力。”葛敏说。



关注社会创新 解读善意中国