

99 公益日的七年之“养”

■ 本报记者 高文兴

“7年”惯常意义上,并非回顾一件事物轨迹的绝佳节点。5年,10年,或许更加值得铭记。但99公益日,就如同是互联网巨浪中的一艘先头舰,顺可冲风破浪,危则众矢之的。对它的考察,5年为时尚短,10年为佳,但在进入7年的这一刻,一些变化可能触及到了本质,或许是可以动笔的时候了。

一家商业公司,站在公益领域的最前端引领‘革命’,放在哪个国家,这都是难以想象的。无疑,中国互联网发展之迅猛,公益寄生于互联网之紧密,都给了这般奇迹诞生的可能。而在中国的社会环境和互联网公益严苛舆论压力之下,这件‘奇迹’,连同创造它的公司本身,都必须主动或被动地持续做出修正、改变。

7年已至,99公益日样貌可谓大变,而真正塑造其今日形象的或许是参与这场年度盛会的每一个人。

2015: 伟大的从0到1

“从0到1的进步……较难想象,人们需要尝试从未做过的事。”2015年,席卷全球的《从0到1》经由中信出版社引进国内,作者彼得·蒂尔(Peter Thiel)在书中提出尖锐的观点——创新不是从1到n,而是从0到1。

而就在同一年的夏天,腾讯砸出了一个巨额配捐数字——9999万元,以及限期三天的配捐游戏规则。

这个数字若放到今天,大家一定嗤之以鼻,但在当时却如一枚由大规模杀伤性武器发射出的导弹,让整个国内公益圈震荡不已”。是的,2015年99公益日落幕近一周,才反应过来神来的本本报记者做出如是评价。

205万人次参与,用户捐赠额1.279亿元;“破天荒”的捐赠纪录让99公益日被冠上了“国内首个全民公益日”的名号。

更为重要的是,99公益日,至少在当年发起之时直击痛点——大量草根社会组织筹款困难。而由于囊中羞涩,机构招揽人才和加强传播也无能为力,从而更难施展手脚进行筹款,如此循环往复。

用陈一丹当时的话说,99公益日就是要“解决痛点的痛点,做公益的公益”。卸任公司首席执行官后的两年后,腾讯主要创始人之一的陈一丹以腾讯公益慈善基金会发起人的身份再次回到台前,此后每年的99公益日往往是他最重要的亮相时刻。

逻辑一下子变得简单:有人给你捐1元,我就给你配捐1元——上面提到的死循环仿佛在未来不久便可终结。

于是,从0到1,彼得·蒂尔的观点似乎又一次得到验证。但这场创新落在中国的公益行业,恐怕他是难以预料的——毕竟,距离他刚刚来华做客刚过去3个月,语速极快的他在北大的整场演讲句句离不开商业。

但为什么是腾讯?恐怕提问者自己也会说出答案:只能是腾讯。

在99公益日推出的档口,腾讯已打造微信4年有余。时年第二季度末,微信活跃用户达到6亿,早已成为国人离不开的移动社交平台。而公益项目众筹,多数基于熟人社交圈,与微信属性完美契合,后来的轻松筹、水滴筹等个人求助之蜂起也皆系于此。

实际上,腾讯管理层是在当年3月首次提出“公益日”的想法,彼时,借助自身在移动支付领域的领先地位,腾讯的“月捐”“新乡村行动”“一起捐”等项目已尝到了小额捐赠的甜头。由于与有长期主义的“久久”谐音,团队将“公益日”的最终日期放在9月9日。

从抛出想法,到最终实施,本土公益与互联网最激动人心的一次结合,仅用了半年时间,这或许就是“互联网大厂”令人刮目相看之处。

而据日后的报道称,几乎所有腾讯团队成员都曾担起近1个亿的配捐额花不完。但事实证明,来自互联网巨头的这针“强心剂”实在是半温不火的国内公益圈多年汲汲渴求的——9月7日0时,第一届99公益日活动正式开启,仅仅15分钟过后,配捐额度就消耗了1000万元,上午10时,首日3333万元配捐额度便告罄。

没想到大家通宵“薅羊毛”,腾讯在第二天将活动改在上午9时开始,且单人每天最高配捐额度设为999元”。这是99公益日对自身规则作出的第一次修正,此后历届,为应对各种始料未及的状况而做出的规则修改逐渐成为“家常便饭”,但这是后话。

2015年的三天下来,99公益日募集善款金额占据了当年筹款额的近1/4,而在参与人数上也占据了全年1/10。

1个亿,看来不够用。

2016: 更热烈地拥抱

鲁迅先生“似乎”曾经说过:“每一个新生事物的出现总是伴随着大吵大闹。”鲁迅名言的真实度,如今往往存疑;99公益日诞生时遭受的非议,也好像从未发生过一样。

不过,好在互联网是有记忆的。2015年,99公益日横空出世引发的争论一时间是“炸了锅的”。对其最大的诟病是认为99公益日过于强调筹款,机构与捐赠人为“抢钱”一哄而上,非但对社会组织培育自身必备能力起不到促进作用,更伤害了公益的初心。本报也因此将其定义为“运动式”捐款。但这种声音在第二年的99公益日开启前便甚少见诸报端,因为“远水解不了近渴”,处于弱势地位的社会组织实在太需要这每年一次的“解渴”。

如果说第一年还有些“理性”的社会组织持观望态度,到了这一年,这场“抢钱大赛”岸边上摩拳擦掌、只待响应的选手们可早就是里三层外三层。

2017: 最怕的还是来了

程——即项目还需由公募机构统一在民政部“慈善中国”全国慈善信息公开网站进行报备。也就是说,公众可在该网站查询任何一个特定筹款项目的报备资料。

时间来到2017年9月6日晚,第三届99公益日开启的前夜,腾讯公益突然以警告的口吻发布了一封公开信。信中提道:“希望大家共同维护99公益日良好的捐赠秩序,杜绝各类恶意套捐、骗捐等违规行为……腾讯公益平台将坚决做到‘查实一单,处理一单’……”

自2016年腾讯将自身的配捐比例调整为随机后,不少机构为了最大限度地获得腾讯配捐,将一笔捐赠分成若干笔捐赠,更有甚者挪用机构账面资金进行此类捐赠。

原本“套捐”只是99公益日规则下心照不宣的“潜规则”,但腾讯这封公开信却主动上这个“秘密”浮上水面。如今回看,腾讯当时或许意识到了“套捐”现象有难以遏制的趋势,但活动即将开始,所剩无几的时间已不足以采取技术手段规避。

在这封信中,腾讯甚至将讳莫如深的“机器刷单”都放在了明面上,可见情形之措手不及。

果然,最怕的还是来了。本记者至今还忘不了,在2017年9月8日夜晚至9日凌晨,随意点开处于筹款中的项目流水,以重复ID在极短时间内以极小金额频繁捐赠的记录比比皆是,且大部分的捐赠间隔频率是手动操作无法实现的。

“套捐”“机器刷单”,皆在眼前,触目惊心。

事件发生后一个月,腾讯对此公布了一则“捐赠合规性核查结果说明”,确认当年的99公益日“存在异常行为”,涉及2.5万个个人账户,超23万笔捐赠,超700万元捐赠金额,超370万笔捐赠金额。对异常账户捐赠金额超10万元的27个项目,腾讯表示将启动第三方独立审计与核查。

只是时至今日,公众并未等到这份



到近4亿元,在满足嗷嗷待哺的社会组织需求之余,也似乎彰显着一种被鼓舞的神情。

这一年活动的成绩单无疑更令人鼓舞——三天内,677万人次捐赠出3.05亿元,参与人次是第一年的3.3倍,捐款金额为2.4倍。加上腾讯全部配捐,活动收获总善款金额超6亿元——令人咋舌的捐赠纪录。

这一年的活动将一家公募基金会推上了99公益日筹款的“神坛”——中华少年儿童慈善救助基金会,它旗下的项目和基金等共筹得了将近9000万元的善款。此后直到今日,每逢99公益日便动辄过亿的筹款量,成为了这家基金会每年的主要善款来源。

善款的一大部分被一家或少数几

调整到随机后,不少机构为了最大限度地获得腾讯配捐,将一笔捐赠分成若干笔捐赠,更有甚者挪用机构账面资金进行此类捐赠。

原本“套捐”只是99公益日规则下心照不宣的“潜规则”,但腾讯这封公开信却主动上这个“秘密”浮上水面。如今回看,腾讯当时或许意识到了“套捐”现象有难以遏制的趋势,但活动即将开始,所剩无几的时间已不足以采取技术手段规避。

在这封信中,腾讯甚至将讳莫如深的“机器刷单”都放在了明面上,可见情形之措手不及。

2018: 让理性回归

明健康的公益生态是互联网公益发展的趋势,也是腾讯公益2018年的探索重点。”

连这一年被曝光的腾讯CEO马化腾致员工的内部邮件中也写道:“我们更希望从现在开始,将99公益日交予社会。”

4月10日,腾讯公益邀请学术界、媒体界、公益界共同“问诊99公益日”,此后成立由公益、咨询、法律和媒体机构代表组成的“99公益日规则委员会”,第一次把游戏规则制定权进行释放。

历时3个月,2018年99公益日规则在开放的状态下经共同讨论出炉。

从资源上来看,腾讯在2.9999亿元配捐额度外,新增了1亿元作为支持慈善公益组织的成长基金,此外还有1960万元的联合劝募激励、1500万元的腾讯社交广告金、231万元的线下奖励场景激励金和31个名校定制培训名额。

从限定上来看,规定来自用户的善

家头部基金会所把持,这一定不是腾讯理想的预期,但处于垄断地位的公募机构拥有他人无法比拟的募款资源,取得这样的“骄人战绩”也无可厚非,实力薄弱的社会组织或项目转而寻求与前者合作,也不失为一条筹款路径。

时至今日,公益行业对这一现象的看法仍然分成两派,腾讯也无意倾向于其中哪一方。更何况在当时,2016年活动结束后,99公益日需要尽快应对中国公益行业中一个永恒的难题——公众信任。

两年的活动下来,公众,尤其是捐赠者对于参与项目的公开透明愈加关注,尤其是资金使用情况、项目进展。

“公众捐赠的不断提升,改变了公益机构原本的善款来源结构,如果无法取得公众信任,公益机构是没办法发展的,这是行业发展需求。”腾讯公益慈善基金会副秘书长直陈;腾讯作为中间的连接者,需要满足双方的需求。”

审计核查结果。

当年,陈一丹就此接受本报专访,他态度诚恳,对“套捐”和“机器刷单”坚决抵制,他表示:“不应该将99公益日简单地理解成筹款比拼,公益机构应该思考如何通过这样的活动让更多的网友认识项目、支持项目,赢得公众的支持和认可才是最为重要的。”

通过三年的实践与思考,虽然99公益日的筹款额在不断翻番,但它身后的团队已经意识到,筹款固然重要,但如若无法构建一个健康的公益生态圈,无法培养公众对公益本质的理解和公益习惯,社会组织和整个公益行业仍将会面临大量的发展困境。

而99公益日的首次大变革已迫在眉睫。

2019-2020: 一切水到渠成

“时至别作经画,水到渠成,不须预虑。”——宋·苏轼《答案太虚书》

自从腾讯实行共建规则后,2018年至2020年,99公益日在游戏规则上并无大的改动,腾讯所提供的配捐额度始终维持在3.9999亿元,更多机构逐年涌入,小额捐赠用户占比大幅上升,使得用户捐赠额仍然保持逐年上涨,捐赠乱象愈发减少……

用马化腾的话说:“将99公益日视为一款产品的话,它已经进入成熟期。产品进入成熟期,一切水到渠成。”

99公益日的价值开始凸显:从2015年到2020年,用户捐赠金额增加了17倍;捐赠人次增长了27倍,2020年互动人次更是达到18.99亿,其中七成是新鲜面孔;而如果把镜头放大到全社会来看,个人捐赠已经达到社会慈善捐款总额的三成。

2020年,由于突如其来的新冠疫情消耗了国人一大部分捐赠热情,这一年99公益日不太被外界看好,但这个成熟期的产品再次作出了自证——23.2亿元的用户捐赠再次刷新历史记录。

曾参与99公益日规则评议的行业专家师曾志对这一结果丝毫不感到意外,他认为公益已经成为了一种生活方式,疫情只是更多地激发“人心向善”的可能性。她说:“当有了更好的工具更方便、快捷地实现‘人心向善’时,99公

公益的成功便是顺理成章的。”

而对于依旧占据绝对优势地位的头部机构以及近两年被广泛纳入的慈善会系统,不少专家和学者也不再提出反对,认为草根社会组织与其对抗这种“马太效应”,还不如主动与它们协同共进,提升自身的曝光度和认可度。

据方德瑞信与易善数据提供的一份分析表明,2020年99公益日,慈善会体系机构共52家,占上线公募机构总数的17%。这些机构上线项目1017个,筹得公众捐赠共9.5亿元。其中,重庆市慈善总会的所获的公众捐赠额还一举打破了中华儿童少年慈善救助基金会多年的“霸主”地位。

而57.7%的慈善会体系机构已经与民间社会组织开展了项目合作,共上线合作项目530个,甚至有5家机构的所有上线项目的执行方均为民间社会组织。

2020年,参与99公益日的社会组织已近万家,上线项目数百万,参与配捐及互动企业过万……一方面,这样一款“超级产品”有能力消化各类型的社会组织,让它们找到在99公益日中的各自定位;另一方面,如此大体量的“成熟产品”,以其日臻完善的公益生态,势必能够在每年这个时段,影响更多公益行业以外的公众,逐渐让社会发生微妙变化。



2021: 新一轮蜕变

起初仅是一家商业公司的一场公益试验,如今在各方的簇拥下被养成一款容纳百川的“超级产品”,七年的时间,腾讯在公益领域创造了不小的奇迹。

眼下,这项奇迹正欲演化其新一轮蜕变,再度扩充其体量迎接更大的挑战——从三天增至十天,从4亿元整体投入增至10亿元,分别用于配捐和能力建设,以更大的力度、在更长的周期,用更多元的方式,助力民生事业。

在这一轮蜕变中,“长期主义”是腾讯的关键词。

这种迹象从今年4月份开始便初现端倪——腾讯连续投入前所未有的资金量,充分发挥企业在“第三次分配”中的主观能动性,在增进社会福祉、助力共同富裕方面开展探索。

4月19日,腾讯提出“可持续社会价值创新”战略,宣布为此首期投入500亿元,着眼于基础科学、教育创新、碳中和、FEW(食物、能源与水)、养老科技和公益数字化等领域的前瞻性探索。

8月18日,腾讯宣布再次增加500亿元资金,启动“共同富裕专项计划”,深入结合自身的数字和科技能力,在乡村振兴、低收入人群增收等民生领域提供持续助力。至此,腾讯已连续规划投入1000亿元,积极响应国家战略。

5月至8月间,腾讯还启动了2亿元的“千百计划”,助力社会组织提升自我造血能力;开展“耕耘者”振兴计划,面向乡村治理骨干和新型农业经营主体带头人展开培训;成立碳中和实验室;投入10亿元设立“科学探索奖”,资助青年科技人才……

而腾讯还创历史投入最高资金总额50亿元,用于99公益日及后续的激励资金支持、公益数字化建设及一线公益帮扶,支持诸如低收入人群增收、乡村振兴等重大议题,让99公益日的善意扩展至全年。

北京师范大学中国公益研究院院长王振耀对此评价说:“99公益日是助力第三次分配的重大社会工程。”

从某种意义上讲,99公益日正从公益行业的一场年度盛事向公益行业走向的引领者迈进。

9月5日,作为今年99公益日重要的垂直专场,“共同富裕配捐专场”提前开锣,我们期待的这场蜕变已经开始……