

“佛山无影脚是谁的绝学？”“山西名酒是啥酒？”“安徽牛肉面是哪儿的特色小吃？”回答一道道有趣的问题，竟然也能在无意间助力公益。

公益从来就不缺乏创意，优秀的创意无疑能够带动更多的参与者，让公益的社会化效应最大化。因此，不少“花式公益”正逐步被研发，公益场景日趋丰富，激发着公众参与公益的热情，为公益市场注入活水。

互联网时代，拇指公益、行为公益最为凸显，各种精心开放出的场景为其提供天然的试验田。

99公益日在撬动社会捐赠的同时，也在最大程度地挖掘员工公益的潜力，调动所有力量助力共同富裕。

眼下，一场10万员工的“花式公益”正在被撬动，而这也为组织方带来了不小的挑战。



“花式公益”：

10万“鹅厂”员工的公益答案

■ 本报记者 张明敏

10万员工答题公益

9月1日，一项公益答题活动通过微信H5、展板、海报、厕所微报等不同形式在腾讯内部推送。活动涵盖涉及31个省、直辖市、自治区的知识性题目，参与者共有5次答题机会，每答对1题，可获腾讯公益配捐3元，答对全部12题可获99元配捐。

这是由腾讯公益慈善基金会与中国妇女发展基金会在99公益日“小红花员工公益周”期间共同发起的300万元“家乡同心包”员工答题配捐项目，计划定制1万个“家乡同心包”，在冬季为员工家乡所在各省份的乡村女性及家庭、失独老人家庭、城市环卫工、农民工等困境女性及家庭送上来自腾讯员工的一份心意。

黄进，腾讯CSIG智慧零售研发中心研发组员工，家乡湖北。她在厕所微报中看到项目后立刻参与。“‘天上九头鸟’的下一句是啥？”类似这样的问题，对于地道湖北人来说，作答简直易如反掌。最后，她为家乡获得最高配捐99元。

赖雨然，腾讯风控管理员工，家乡广东。他答题2轮，分别获得36元和99元配捐。

黄进觉得，答题公益比单纯捐钱好得多，丰富场景、行为参与、个人乐趣都会很好被触达。

“每个家乡都有地方特色，深圳外来人口居多，回答有关家乡的知识题目在精神上能找到寄托和回忆，引导参与者更好了解家乡人文，更重要的是心灵上有感受，这是单纯捐钱的简单行为不能比的。”赖雨然说。

答题进行一周后，组织方发现各省、直辖市、自治区的答题配捐金额总和与员工籍贯分布数量成正比，广东、湖北、湖南位列三甲，但西藏、青海、云南等地排名靠后。

作为“为家乡捐希望”的组织方，腾讯集团市场与公关部员工岳苑认为，腾讯员工来自不同地

域的数量差异，决定了配捐中存在天然落差，这不利于“共同富裕”的主旨，对于员工较少的地区，即便把5次答题机会全部用完，拿到配捐资金也较为有限。

因此在第二周，组织方号召员工关注欠发达地区，让地域间配捐金额差距缩小。于是，“鹅厂”员工们纷纷化身“西藏鹅”“青海鹅”“宁夏鹅”，帮助欠发达地区答题配捐，最终，远远落后的西藏地区配捐金额在活动结束时爬升至第11位。

赖雨然也响应了这一号召，在为自己家乡广东答题的同时，也助力了广西、内蒙古和贵州争取配捐。他说，自己参加过“三下乡”活动，时常关注留守老人、儿童，“贫困地区需要自己贡献力量，应该主动作为，大家都是中国人，应该共同富裕。”

根据岳苑统计，“为家乡捐希望”项目中，共3.6万员工、近7万人次参与答题，平均每人答题1.8次，平均正确答题数7题，平均每人得到配捐49元。

中国妇女发展基金会资助项目部副主任赵光峰表示，“家乡同心包”活动的受益对象为国家乡村振兴局新公布的160个国家乡村振兴重点帮扶县，涉及内蒙古、广西、四川、重庆、贵州、云南、陕西、甘肃、青海和宁夏等10个省份，其他省份将选择防止返贫和重点监测对象家庭，优先考虑乡村女性及家庭、失独老人家庭、城市环卫工、农民工等低收入群体。

员工公益的挑战

公众参与公益大多出于自身喜好，对于公益产品本身并无苛求。员工公益则在产品质量、体验、便捷上均有要求，需更贴合员工日常行为。产品若不好，容易引发员工“吐槽”，这给员工公益带来了不小的挑战。

在“为家乡捐希望”中，由于腾讯来自广东、湖北、湖南、四川的员工基数多，容易完成助力任务，而户籍员工偏少的地域容易

落后。组织方为平衡地区差异，选择对多员工地区按程度增加答题难度，以此“拦住”部分人群，让他们转而为员工较少的地区助力。

岳苑介绍，为支持这一项目，组织方一共出了近450道家乡题，并兼顾答题难度和营养度。每组12道题中，9道与员工家乡有关，3道与腾讯公益有关。为尽量避免相同题目在5次答题机会中重复出现，又在每组题库中增添3道随机题。

活动正式开始前，组织方找了28名对应不同家乡的员工先行体验作答，帮助检测题目，尤其留心题目是否带有歧视性和侮辱性。

——“河北特色小吃是哪一个？”答案却是“安徽牛肉面”，谁会觉得这是河北小吃？

——“《七子之歌》与哪个地区有关？”大多数人会选择澳门，但闻一多先生创作的《七子之歌》实际上写了7首诗词，香港、台湾等地在其中均有表述。

员工在先行测试时的反馈，让家乡题目以更好的方式呈现，丰富参与者答题体验。

“看见家乡题，员工们会会心一笑。题目跟当地文化、小吃名俗、风景名胜、地理知识密切相关，员工在参与时重温家乡特色。”岳苑说。

岳苑打趣道，这么多题目，出题时不知开了多少网络查询窗口，学了多少知识。

策划答题公益产品的同时，组织方还制作了周边产品，比如32个地区的工卡袋，在预计员工分布情况下，广东、湖北、湖南、四川的多做一些，其他28个地区的少做一些，以便平衡。

岳苑说，这是自己连续第5年负责99公益日的创意营销，2017年刷爆微信朋友圈的“小朋友画廊”即由她主创。这几年，她参与制作做了大量的公众公益策划，与99公益日有关的H5页面就有7个，视频、活动也很多。

这次准备“为家乡捐希望”项目是近几年最紧张的一次，员工在

内容和体验上容易挑剔，出题难度较难把握，“哪道家乡题不好，很快就会有员工到KM(腾讯员工内部社交办公平台)上反馈”。

“实际上，员工公益比公众公益更难。”岳苑说。

“花式”助力共同富裕

相比于直接捐钱，“花式公益”更能吸引参与者光顾。

腾讯内部有着较浓的公益基因，员工公益意识强，公益活动的推进有良好的先天土壤。通过办公场地氛围布置、全员邮件通知、办公软件弹窗提醒、公众号推广等，用不同的传播渠道和形式将公益活动触达给每一个员工，邀约参与。

2007年，腾讯志愿者协会成立，“奉献、友爱、互助、进步”成为协会志愿精神。协会成立有动物保护、视障关怀、乡村振兴等分会，提供日常公益场景，员工自由选择。同时，腾讯每年还为每名员工提供1天公益假，专门从事公益活动。迄今为止，腾讯志愿者协会已拥有28个分会16000名腾讯志愿者，组织了2000多次志愿活动，累积了超过17万个小时的志愿服务时长。

2016至2020年，腾讯将内部部门日常业务活动剩余的物资、文创产品等库存于99公益日期间会在公司义卖，所得款项投入到员工自发组织的“大凉山爱心午餐”等公益项目中。

2019年，99公益日提出“一块做好事”的品牌理念，提倡不止捐款捐物，还可以捐步数、捐时间等，倡导大家举手之劳做好事，推动公益从低门槛走向“零门槛”。

今年，“小红花员工公益周”还推出“动动脑”“动动耳”“动手手”“动动脚”4个板块14项不同形式的公益活动，众多新玩法被逐步研发，公益场景可由参与者自行选择，场景和渠道大大丰富。

答题、义卖、观影、献血、听演唱会、自带环保袋、捐志愿者时长、捐学习及授课时长等活动都成为公益选择，大部分都不需

要员工直接捐钱，而是通过各种趣味行为方式参与公益，参与者还可以作为公益子项目的发起方，拓展公益活动外沿。

公益基础好、参与门槛低、活动丰富多、传播渠道广，这四点都是腾讯员工公益广受青睐的原因。

“无论是高净值人群还是普通民众，都希望看到公益有更多的创意和参与方式，而不是一味的消费苦难。”岳苑说。

在“小红花员工公益周”期间，腾讯SSV为村发展实验室还发起了“耕耘者追梦行动”，以通过腾讯志愿者协会招募组成“云端上的驻村工作队”，支持各地一线村支书、第一书记、驻村工作队，远程为家乡村庄提供支持，落地家乡项目。

培养长期主义

当一个标识成为公众共识，它的影响力便不可同日而语。

“小红花”是腾讯公司推出的公益互动标识，其形象设计提取自99公益日的主题“一起爱”中的爱心元素——每一片花瓣的形状都是一颗爱心，五颗爱心组合成一朵小红花，表示“大爱”是由平时生活中一点点的“小善”积累而成。

公众通过不同途径、方式、渠道参与公益积累小红花，就可获得相应公益助力，为受益者支持，给捐赠者回馈，这让公益更具有可持续性。

2016年，“小红花市集”开启，义卖成为其中最受关注和期待的活动之一；2018年，小红花的标识被推出，引发社会各界关注，与腾讯公益的形象密切相关，在99公益日的各类活动中随处可见。

随着腾讯志愿服务升级，小红花市集也被作为升级项目的一部分，从几年前的三天义卖，拓展到现今的“小红花员工公益周”。

今年，在“小红花员工公益周”的义卖区，消费者既能实实在在地买到喜欢的东西，又捐了款，还能积攒小红花，而小红花在一年内还可以兑换周边公益产品，由此刺激员工购买欲。

黄进除了自己参与公益义卖外，也向家人推荐其他行为公益。每日走1万步捐出得1朵小红花，每日捐1元钱得1朵小红花，观影腾讯视频捐积分获得小红花……如今，小红花正越来越多被应用到各种场景，成为所有行为公益的载体，以此培养长期公益习惯的形成。

“小红花成为公益最好的嫁接，全年可用于兑换，极大方便了公益参与者。”黄进说。

岳苑表示，99公益日集中几日倡导公益行为，但不代表员工平时不做公益，员工与公众都是公益用户，多元选择让公益走得更远，被更多人看见。

“无论是员工公益周，或是腾讯志愿者，还是在腾讯科技向善的企业愿景指引下，腾讯SSV和各个业务开展的与业务本身紧密相连的公益举措，都是腾讯推动内部员工与外部用户积极参与公益的实在举措。”岳苑说。