

# 首个活动上线九天筹款即破千万 字节跳动公益平台创新公益实践

■ 本报记者 皮磊

编者按

近日,民政部公布了第三批慈善组织互联网募捐信息平台,包括字节跳动公益、小米公益、亲青公益等在内的10家平台入选。其中,7家平台运营主体为企业,3家平台运营主体为社会组织。各平台及其运营主体都拥有显著的自身特色和专业优势,在推动慈善组织发展乃至整个行业建设过程中必将发挥积极作用,为我国公益慈善事业健康发展增添新的活力和动力。

短视频平台的兴起能给公益带来怎样的影响?

从11月23日起至12月17日,字节跳动公益联合中国社会福利基金会免费午餐项目举办美食公益募捐活动,在抖音平台发起#点画成真挑战赛,发动用户通过短视频和捐赠关注乡村孩子的营养健康。截至目前,挑战赛已有80多万人次捐款,为项目筹款超1000万元,可以为乡村学童送去260万份免费午餐。

数据显示,截至2021年6月,抖音日活跃用户数已经突破6亿。无疑,短视频已成为很多人了解公益、参与公益的一个重要渠道。短视频灵活直观的展现方式,不仅能将公益项目和受益群体真实地呈现在用户面前,还能在很大程度上链接支持者和受益者,促成从用户到捐赠人的转变。

## 短视频更加直观 也更能打动人

在湖南省新晃县瓮寨乡绞海村,有一个位于山顶的教学点,从教学点到中心校开车需要30多分钟。今年,这个教学点只剩五名学生,其中有四个孩子上幼儿园,另外一个大的孩子上二年级。教学点附近居住的村民很少,以往孩子们上学只能从家带饭,中午用水泡饭吃。

2011年11月,免费午餐公益项目落地绞海村小,教学点也因此受益。自项目落地以来,孩子们中午吃饭的问题得到了很好地解决,从简单的泡饭变成了热腾腾的营养午餐。教学点老师姚鹏自该项目落地就一直负责免费午餐的相关工作。2020年,姚鹏被当地中心校任命为教学点负责人,独自一人负责教学和开餐任务。

平时,姚鹏既是教学点的任课教师,也是孩子们的厨师。每周日或周一,他会专门到镇上的集市采购做饭需要的食材。为让更多人了解孩子们在学校学习及吃饭的情况,同时也是为了做好项目公示,姚鹏坚持通过学校微博及个人抖音账户,把自己的亲身体验和学校开餐情况展示给外界。不少人也因此知道了这个位于山顶的教学点。

“去年,我开通了抖音账号,在上面发布一些孩子们学习和

吃饭的视频。短短一年时间,我的抖音粉丝增加到了2000多人。这其中很多人我并不认识,他们通过抖音和我取得联系,不仅实地来学校探访,还给孩子们带来了一些学习、生活用品。通过拍短视频这种方式,很多人也了解了孩子们在学校学习和用餐的情况,也愿意提供一些支持。”姚鹏告诉记者。

事实上,在移动互联网时代,短视频平台的功能已不局限于休闲娱乐。对公益机构及公益项目来说,其已成为一个高效的传播和互动平台。

今年11月15日,民政部公布了第三批慈善组织互联网募捐信息平台,包括字节跳动公益在内的10家平台入选。11月19日,字节跳动公益平台在抖音、今日头条、西瓜视频等平台上上线,符合平台要求的公益机构和项目均可在上述渠道上线。中国社会福利基金会免费午餐项目成为该平台首批上线的公益项目。

据免费午餐基金管委会秘书长刘敏介绍,11月23日至12月2日,免费午餐官方抖音账号涨粉超过6万,目前已有超80万人次在字节跳动公益平台参与捐赠,为乡村学童送出超过260万份热腾腾的免费午餐。

谈及为何在第一时间入驻

字节跳动公益平台,刘敏告诉记者,“我们主要也是考虑到在短视频时代,通过抖音这样的短视频平台,可以让捐赠人更直观地了解项目一线执行情况。同时也能让更多人认识免费午餐项目,继而关注乡村学童的营养健康问题。另外,短视频平台用户基数大、日活高,可以带动更多人了解、参与公益活动,形式很新颖且给捐赠人的感受更加直观。”

## 带动社会大众支持公益

据字节跳动公益平台相关负责人介绍,自上线以来,目前已有四五十家公益机构入驻。“我们希望打造一个去中心化的互联网公开募捐平台,而这需要平台方和公益机构共同努力。机构可以通过短视频及直播的方式,更为直观地把公益项目展示给用户,让大家了解项目到底是做什么的。”

记者了解到,字节跳动公益平台每个月都会联合公益机构举办一些推广活动,并将其常态化。

此次挑战赛邀请了@厨房历险记、@肥猪猪的日常、@川香秋月、@念乡人周周等粉丝在百万甚至千万级的抖音达人走进乡村学校,为孩子们制作营养午餐。他们需要花费一两天时间赶到乡村学校,并自己动手为孩子采购相关物品和礼品,在此过程中产生的所有花费也由自己承担。

同时,免费午餐抖音官号发布乡村学童画作视频,很多网友根据孩子们的画作制作了相应的美食,通过视频和捐款实现孩子们的愿望。

活动以乡村学童的画作为挑战赛的重要组成部分,通过有趣又有爱的内容吸引网友关注。网友可以在抖音平台直接搜索“免费午餐”,点击“爱足饭饱,童年更好”项目页卡参与捐款,也可以点击相关视频下的“免费午餐,小善大爱”小程序,为公益项目献爱心。

“这些抖音达人可能以前对公益并不了解,他们的粉丝可能



抖音达人到访乡村小学为孩子们做午餐

也没有过多关注过公益活动,但通过邀请他们深入乡村学校探访,他们能够亲身体会乡村孩子们学习和生活现状。而他们创作和发布的视频,能够影响并带动更多人关注乡村学校和乡村孩子的营养状况,并促成更多捐赠。这中间的变化是非常明显的。”字节跳动公益平台相关负责人表示。

不少网友表示,依托挑战赛的形式做公益形式十分新颖,他们不但关注孩子午餐吃什么,更关注孩子想吃什么。“通过抖音关注到了这个活动,给孩子捐了100元。虽然不多却是一片心意,希望孩子们能健康成长。”

“我们的一大优势就是能够把平台上非公益领域的具有影响力的创作者调动起来,比如明星或网络红人,让他们持续参与到公益活动中,并实现跟公益项目的有效对接。我们觉得,公益要想破圈就需要发动圈外的人,并通过他们带动更多人持续支持公益。”上述负责人谈道。

## 显著降低公益参与门槛

南方周末公益研究中心近期发布的《中国互联网公益观察报告(2020-2021)》中提到,短视频、直播已成为公益传播的重要工具。根据公开数据汇总分析,截至2021年11月,抖音平台公益话题下,短视频数量已突破29.1万条,总播放量已超过94.2亿次。

短视频(直播)+公益,已成为移动互联网时代一种最为直接的公益表现方式,也是大众了解公益最为直观的途径之一。可以说,短视频平台降低了公众参与公益门槛,让公益与捐赠更为便捷。但如何抓住这一新的机遇,对公益机构来说也存在一定

的挑战。

作为首批入驻字节跳动公益平台的公益项目,刘敏谈道,相较于图文及传统方式,短视频更加直观也更能打动人。“目前我们也在号召更多的项目学校老师,通过短视频的方式进行项目展示,让捐赠人看到自己捐的善款成为一份热腾腾的午餐,提高项目的透明度,也更全面的向大家展示项目的实际执行情况。”

刘敏表示,基于抖音平台优质内容推流特点,平台对参与公益活动的明星及达人视频内容、免费午餐原创内容视频等进行了流量扶持,提高了项目曝光率。“在账号的运营方面,平台也给了我们很多专业建议。结合抖音平台年轻人较多的特点,短视频可以让更多人沉浸式地看到项目执行情况,筹款转化效果也比较较好。”

“字节跳动公益平台入驻的门槛并不算高,但机构能不能利用好平台、能不能享受流量带来的关注度,也是一个不小的挑战。”字节跳动公益相关负责人表示,除了像上面提到的平台会定期联合机构发起一些集中式爆发式的公益活动,更重要的一项工作是帮助机构进行基础能力建设。

该负责人谈道,“我们会通过一些专门的运营手段,投入流量或其他资源支持,比如为公益机构开展相应培训,帮助公益机构把短视频平台或账号做起来,让大家懂短视频、懂直播,并能够好好利用短视频平台,而不是像以前一样发布一些简单的视频或宣传片。作为公益机构,你一定要让大家看懂你在干什么,是什么。只有这样,才有可能通过平台引来关注,进而转化为捐赠。”



上线短短9天,项目筹款突破千万,超80万人次参与捐赠