

互联网浪潮下公益筹款的实践与反思



岩松 / 文

北京瑞森德社会组织发展中心理事

珠玉在前 互联网开创慈善新局面

据统计,过去的10年时间里,中国互联网用户已从5亿增长到10亿,互联网的普及率超过74%。中国已成为“全球最大的数字社会”。中国互联网发展水平位居世界互联网发展综合排名第二,仅次于美国。

十年来,以习近平同志为核心的党中央高度重视慈善事业发展。

国务院于2014年印发《关于促进慈善事业健康发展的指导意见》。2016年慈善法的颁布,是我国慈善事业发展史上的一座里程碑,进一步激发了慈善的活力,规范了慈善活动的有序运行。

为贯彻落实慈善法,中央有关部门和地方陆续出台《慈善组织认定办法》《慈善组织公开募捐管理办法》《慈善信托管理办法》等400多个配套的法规政策,进一步健全了慈善法治体系。

2021年中央财经委员会第十次会议强调“构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排”。这意味着以第三次分配促进共同富裕上升为国家意志。

在这样的大环境下,互联网与公益慈善相互融合、交织在一起。民政部先后遴选的30家互联网公开募捐信息平台,开启了“互联网+慈善”的新局面。

今年5月20日,在中国互联网公益峰会上,民政部党组

成员、副部长王爱文在致辞中披露,近三年来,每年都有超过100亿人次点击、关注和参与互联网慈善,2021年,通过互联网募集的善款接近100亿元。得益于互联网数字技术的发展,2017年至今,中国通过互联网募集的善款在5年间从25亿元增长到近100亿元,增长了近4倍。

互联网扩展了慈善疆界,滋养了公益理念,“数字技术实实在在地降低了行善的成本,提高了公益效能”。

任重道远 公信力建设不完善

“互联网+慈善”作为慈善领域的新业态,在实践中也存在着一些问题。例如:对互联网慈善的监管还缺乏有效协同。这些情况在个人大病救助领域比较突出。

如果说,个人求助的信息真实性影响的是个体的诚信。那么,一些慈善组织在善款募集和使用中,存在善款流向不清、项目进展反馈不及时、质量差等问题,不仅让慈善组织丧失公信力,也将直接影响到本就脆弱的公益生态。

据媒体报道,一家具有公募资格的基金会,因为“善款流向不明”引发舆情。

2019年,该基金会发起的公益项目超过50个,通过公开募捐取得的捐赠收入约为6501万元,2021年收入合计超过1亿元。2021年,该基金会开展了30

个公益项目,一些接受捐赠的项目资金去向不明。“慈善中国”平台显示,这家基金会备案的项目中,募捐情况和项目进展信息也严重缺失。该机构的2021年年报显示,当地民政局对其发放了2020年度责令整改通知书,对19个项目提出了整改意见。该基金会还在没有理事会决议的情况下,购买基金,涉及金额近千万元。

目前,当地民政部门已经对相关情况展开调查核实,并暂停该基金会一切业务活动。

互联网筹款是慈善的手段不是目的,不能把目的和手段弄反了,不然很容易走向自己的对立面。以上案例,反映出互联网筹款中存在的制度、监管等方面缺失,慈善组织也有必要加强自律与公信力建设,防微杜渐。

反思当下 助力高质量发展

慈善组织对自己的要求,不应停留在合法、合规的及格线。组织的管理者更应该从战略发展的角度思考,数字技术引发的环境变化和对组织的影响,以及如何顺势有为。

当前,人工智能、物联网、云计算等数字技术发展迅猛,并以前所未有的方式改变着人们的生产生活方式、群体文化结构。甚至,离开了互联网,现行的社会运行模式将难以为继。

今年有不少互联网平台开展了“慈善日”活动,例如:腾讯99公益日,中华慈善日前后,字节跳动、阿里、新浪等互联网

平台都举办了相应的主题公益节。平台投入了大量的资源,吸引了数以亿计人次的捐赠,加强了公众与慈善组织、公益项目的连接。

特色活动与产品的开发,为慈善组织开展互联网公开募捐提供了多样化的参与方式,然而,慈善组织能否用好这些机会,则取决于其自身的能力。

瑞森德团队连续4年,独立开展《社会组织筹资能力调研》。这也是目前国内唯一一份聚焦在公益慈善能力建设的调研报告。数据显示,在参与调研的526家社会组织中,超过80%的机构开展了互联网筹款,但是46%的机构在特别筹款活动中未达成目标,且以人数在10人以下、年收入在50万元以内的小型机构为主。

这表明,互联网筹款已经成为公益机构开展社会动员、积累社会资本、倡导公益理念的重要抓手。但是,一些中小机构在如何通过互联网募集资金方面还未做好准备。

了解平台的运营模式,有助于慈善组织发挥自身优势,合理配置资源,高效地开展工作。瑞森德团队根据对超过60个互联网筹款案例的研究,总结出目前民政部遴选的30家互联网公开募捐信息平台中,6种主流的运营模式,包括:社群(腾讯)、电商(阿里巴巴)、内容分发(抖音)、KOL(新浪)、场景行为(支付宝)、联合劝募(联合劝募、慈链、广益联募)。

孙子兵法中有这样一段话,“未战而先胜者,得算多

二十大报告指出,建设现代化产业体系,坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,推进新型工业化,加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。

2022年9月公布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2022年6月,我国网民规模为10.51亿,互联网普及率达74.4%。

互联网对公益慈善带来了哪些改变,组织的管理者如何适应这些变化?

也”,表达了前期规划与筹备的重要性。慈善组织的管理者,在开展互联网筹款前需要思考三个关键问题——开展互联网筹款,对组织未来三年的发展有哪些重要影响?开展互联网筹款,我们最期待的收获是什么,有哪些具体目标?开展互联网筹款,我们有哪些资源可以促进目标达成?

这些问题,有助于组织洞察自身优势,制定有效的策略,推动目标达成。需要说明的是,筹款的关键是实践,要想在互联网大潮下顺势有为,慈善组织需要不断反思复盘,总结经验教训,在实践中找到规律,创新突破。这不仅需要管理者的胆识与魄力,也需要建立相应的管理机制,提升团队的专业能力。

在新的发展阶段,慈善组织,公益慈善事业都面临着前所未有的变革。

我们应认识到,无论互联网在多大程度上提高生产效率、促进生活便利,技术的“双刃剑”属性从未改变。对公益机构来说,与数字技术高速发展相伴随的是,包括数字壁垒、信息安全、合规与伦理在内的诸多衍生问题。

互联网慈善的发展推动了跨界合作治理,整合各方资源,让慈善的力量不断成长壮大。伴随人人可慈善的社会氛围,一个现代社会治理体系中的美好图景终将实现。借助“互联网+慈善”汇聚爱心善意的公益慈善事业,将迎来新的契机,持续为“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”贡献力量。



低碳出行 延缓气候变暖
让公益成为一种生活方式

关注社会创新
解读善意中国

