

# 新浪微博公益平台上线 “微公益”展示“微速度” 首个项目募款成功

■ 本报记者 张明敏

一款基于新浪2亿微博用户开发的公益类救助平台“微公益”(gongyi.weibo.com)已于2月21日正式上线公测,上线首日已有15个公益项目入驻,共募集善款超10万元,在线参与人数截至记者发稿时已近8000人。首个通过“微公益”平台上完成的项目为“为80人的彝族学校募2013年第一学期8000份免费午餐”,项目目标资金为2.4万元,最终仅耗时13天即告募款成功。

## 整合碎片化求助信息

以全新频道、独立域名存在的“微公益”募集平台,集纳了目前所有新浪微博功能,并独立开发了“支助助学、儿童成长、医疗救助、动物保护和环境保护”五大板块,公益组织和个人只需登录该平台详细填写“项目介绍、发起人、捐助对象、目标金额、救助时间”等相关信息,发布后就能即时显示进入募集状态。

这款公益类产品如何诞生?平台上线当天《公益时报》记者采访了新浪网集团市场部毛涛涛。毛涛涛告诉记者,“过去我们在网络上发现有很多以微博为载体的求助帖,主题包括:‘顺风车’、‘打拐’、‘农产品滞销’等等。我们认为这些帖子都具有共同的特性,就是‘求助’,所以我们认为制作一个整合碎片化求助信息、集纳各方救助声音的平台尤为重要,而这种平台是一定能帮助到求助者和救助者的,同时我们又觉得这种特性符合公益的性质,在这种背景之下,我们推出了微公益平台。新浪微博目前拥有约2亿用户,庞大的用户群会成为微公益发展的最好支撑。”

记者于“微公益”平台上线次日登录发现,“微公益”平台上官方合作机构为15家,这15家机构募集项目已涉及“微公益”平台五大板块中的四大块,分别为支助助学、儿童成长、医疗救助和动物保护,但“微公益”平台上的环境保护板块当时还未有机构涉及。截至发稿前,15家官方合作机构在平台上募集善款数量累计已经超过10万元,在线参与人数已近8000人,并仍在持续攀升过程中。

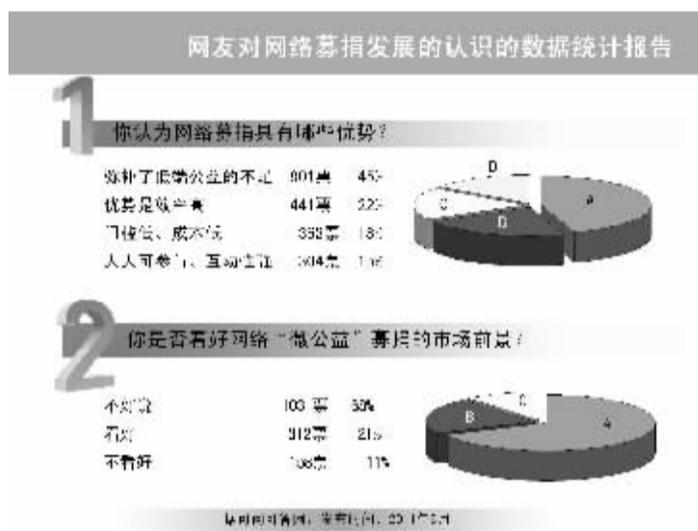
## 信用如何保障

任何事物运作初期都会出现“麻烦”问题,公益项目在这方面尤其需要谨慎面对,关键点是如何保证大家的爱心能够确实到达每一个受助者的身边。

毛涛涛告诉记者,“微公益”之所以选择官方合作机构先上线,就是看中了官方合作机构在公益行业内的权威性和公信力。同时“微公益”平台在后台成立了一个“微博爱心团”的组织来对募集项目真实性、可操作性进行评估。该“爱心团”由新浪微公益行业人士和官方机构组成,评估内容包括从项目起止时间、目标金额、救助金额、救助对象等全方面进行评估,评估通过才让其上线运行。

毛涛涛称,“微公益”平台现正处于公测时期,还有很多地方需要改进和完善,先期只允许官方合作机构进驻,“微公益”在随后的开发和逐步完善过程中,会逐步开放个人求助,允许个人单独上线进行运作。

据悉,目前“微公益”募捐支付方式采用网络支付形式,并与第三方支付企业支付宝公司合作,对收款方的捐赠款项给予手



续费免除,公益机构在“微公益”平台上募集多少善款,款项将会一分不少的出现在公益机构中。

此外,“微公益”平台能够及时公布募集款项捐赠信息,每笔捐赠数额和姓名都能及时显现,这在一定程度上保证了募集款项的公开透明性易于社会公众监督。

## 捐助方式的一大革新

“微公益”平台试图通过微博使求助者、救助者与公益机构进行有机串联,旨在打造“一站式”救助服务。那么,已经使用过这个平台的机构用户的感受和评价如何?《公益时报》记者分别采访了中国社会福利教育基金会“免费午餐”项目管委会主任肖龙军和中国社会救助基金会“大爱清尘”项目组周女士。

肖龙军称,“微公益”平台上线是互联网媒体在公益领域渗透的一次全新尝试,代表着公益募集的一种发展方向。“免费午餐项目”是2011年最受瞩目的

通过微博产生巨大影响力的项目之一。肖龙军说:“去年我们从4月2日至12月31日共8个月时间,共募集善款1806万,我们将这一笔善款运用到被救助项目上产生了很好的社会效应,这充分显示了社会公众对公益事业的支持。”

肖龙军认为,生于上世纪80、90年代的青年是目前使用互联网主体力量,他们思维敏锐、嗅觉灵敏,易于接受新鲜事物。“微公益”这个基于微博的专业公益平台的诞生能够使这些年轻人更好的、也更易融入到公益事业当中来。

“大爱清尘”项目组周女士称,在过去公益项目传统募集方式中大家大多选择银行、邮政、门户网站、支付宝等途径进行捐赠。各种不同机构发起种类繁多的项目,却很难一一了解,所以也很难说很好的做出选择。这实际上给募捐者、捐款者和被救助者都带来不便。“微公益”平台诞生将有助于解决这类问题,是捐助方式的一大革新。

## 观点

# 微公益是一场革命

在一次公开活动上,北京师范大学公益研究院院长王振耀分享了自己对于微公益的看法。王振耀将“微公益”定义为“利用新媒体,让自己将自己的点点滴滴关怀融入于社会整体之中的一种公益行动”。他认为2011年是“微公益”元年,记者邓飞在微博上所做的“免费午餐”行动,推动国家相关政策进行重大调整。这表明“微公益”促进了整个公共政策的提升。



在微博上,“微公益”往往和个人品牌联系起来。王振耀认为不仅如此,“微公益”也可以使普通人创造出自己的世界级的品牌,微公益可以使人们在很短的时间内,成为中国的公益名人。

王振耀根据自己多年从事慈善公益事业的经历指出,“微公益”是一场革命,或者说将要改写中国公益慈善的历史,“微公益”会深刻影响中国人处理财富的方式。“中国到了新的大禹治水年代,财富来了,由于没有经验,所以在处理上又回归了传统的办法,我时常感慨身边有如此多的好人好事,而微博加个体公益,是中国人展现自己的良心、品行一个最佳平台。”王振耀说。

在如何扫清“微公益”的推广障碍上,王振耀认为主要有两个挑战。第一,2011年中国GDP超过日本4000多亿美元,意味着中日经济地位逆转,但与日本的明治维新相比,中国社会却没有完成体制、道德、伦理方面的转型,这是一个极大的挑战,做公益要谨记整体性模式;第二,通过他和比尔·盖茨、洛克菲勒的对话,他感受到中国会产生大的慈善家,但一定要转变传统理念,先决条件是要增强民族和社区的活力,在转型期需要平和的对话、深刻的反思,不然很难掌握滚滚而来的财富。

王振耀鼓励大学生参与公益创业,“‘微公益’是最耀眼的创业时代,希望大学生抓住这个机会,希望媒体、基金会支持微公益创意,发现抓住公益创业的机遇”。

(据《中国青年报》)

(上接 05 版)

以他自己为例,每年的治疗的费用大约在11万人民币左右,除去医保报销的部分——尤其是2010年9月北京市卫生局将血友病加入北京市门诊特殊病之后,关涛自己每年只需要承担2万多块。

当然,绝大多数的罕见病患者都没有这么幸运。“有一种罕见病叫黏多糖贮积症,就是患者体内因为缺乏一种酶而不能分解黏多糖,造成黏多糖堆积影响各器官运行。现在国外已经有了一种针对这种病的药物,一年大约花费一百到两百万。我国香港和台湾已经将这种药纳入了医疗保险,但在大陆这个药还没有引进上市。”黄如方也承认,罕见病人的最终出路只能靠政策、靠政府,

“家庭是不可能承担得了的”。

“部分国外已有的罕见病药物因国内政策限制无法进入中国市场;部分罕见病药物价格昂贵,未能进入医保或商业保险,患者家庭无力承担。这是目前国内罕见病患者遇到的最大问题。”黄如方告诉记者,此次“2012国际罕见病日中国区宣传月活动”的主要宣传内容就是进行罕见病政策推动。

而实际上,在国外已经有了相当成熟的政策可以借鉴。美国上个世纪八十年代就制定了罕见病相关法案,对罕见病患者获取医疗援助和社会保障提供了法律依据。韩国、日本、澳大利亚等国家也都有针对罕见病患者的特殊政策。我国台湾地区也于2000年颁布了《罕见病防治及药

物法》,对罕见病药物和相关治疗费用实行全额报销。

黄如方认为,罕见病药物市场独占、罕见病药物特殊审批和政府补贴是国外常见的针对罕见病的优惠政策。“罕见病药品的研发费用非常昂贵,动辄上亿,所以政府必须保证研发罕见病药物的药厂具有市场独占权,也就是垄断。否则罕见病药品的需求本来就少,你刚研发成功就有人复制,药厂成本都收不回来,就不会再搞研发了。在美国,这个独占期是7年,在日本则是10年。”

而“罕见病药物特殊审批”则是指优先审批或引进药物时省略临床环节实行快速通道。关涛告诉记者,去年年底,国内乙型肝炎患者的唯一治疗药物——凝血酶原复合物在全国

范围内发生不同程度短缺,部分地区甚至出现断药情况。在“中国血友之家”联合众多血友病患者的呼吁下,国家食品药品监督管理局加快引进了辉瑞公司的凝血九因子药物。

政府部门的推动效果是显而易见的。“今年2月份,辉瑞就向中国医学科学院血液病医院捐赠了200万单位凝血九因子药物。”关涛说。

## 链接

罕见病是指流行率很低,很少见的疾病,一般为慢性、严重性疾病,在我国尚无罕见病的官方定义,世界卫生组织将罕见病定义为患病人数占总人口0.065%~0.1%之间的疾病或病变。