

## 互联网公益的普及

2008年汶川地震发生后,民间公益力量借助互联网第一次登上了历史舞台。

2015年4月,尼泊尔大地震,中国社会组织与国际组织共同建立“4·25尼泊尔地震中国社会组织信息协同平台”,互联网再次发挥了关键作用。

同年8月,中国互联网发展基金会在北京正式挂牌,成为中国第一家互联网领域的公募基金会。一个月后,99公益日举行,汇聚了各方资源,展现出公益慈善的全新局面。

两个月后的10月30日,《中华人民共和国慈善法(草案)》首次提请全国人大常委会审议。其中,鼓励发展互联网募捐,明确提出慈善组织可以通过广播、电视、报刊和互联网等媒体开展公开募捐,无地域限制。

2016年,中国互联网公益峰会正式启动,39家机构参加闭门会议。

可以说,峰会不仅是中国互联网公益发展史的重要标志,更是行业的前瞻指标。峰会开始前一年,99公益日的诞生让更多公众在互联网上参与公益成为可能;峰会第二年的主题是“互联网改变公益”,公益人人可及成为行业共识。

## 理性透明公益首倡

经历过互联网公益的探索期,2018-2019年峰会的主题被确定为“科技向善,理性公益”。中国互联网公益在经过十年探索的扎实基础之上,理性是下一步的发展方向。峰会的主题也引导行业观测一个可预见的未来。

腾讯公益平台上线了“拦着你捐款”的“冷静器”功能,希望用户每次捐助前,能多想一会,不只是感动和冲动,更源于理性和信任,做出更合适更有意义的决策。

2020年,新冠疫情席卷全球,互联网公益和整个社会一样面临大考。根据中国发展简报与《公益慈善周刊》等联合发布的《疫情下公益组织的挑战与需求调研报告》指出,超过六成公益慈善组织遭受重大或者比较大的影响。因此,当年的峰会主题是“同舟共济 向阳而生”。

在疫情初期,阿里巴巴公益平台和支付宝公益平台联合推出了“武汉加油”公益项目。只要在商品页搜索“武汉加油”,就可以直达为武汉医院筹集防护装备的项目页面。据阿里巴巴公开数据显示,该项目仅在8小时内就筹集了7140万元。

互联网公益的高效、透明,抓住了“人命关天”的有限时间,并能撬动更多的社会资源。

连接和透明的“理性公益”是互联网公益和整个公益行业健康发展的基础。正是透明和健康的公益模式,才让公众愿意更加主动地参与公益。历年99公益日的实践以及抗击疫情的过程再次证明了这一点:公益项目越是透明,公益机构越是健康,

互联网公益峰会八年观察  
进化的“中国样本”

■ 本报记者 张明敏

近日,2023年中国互联网公益峰会(以下简称“峰会”)在武汉中国光谷科技会展中心举办,3000多家机构共议公益高质量发展。

这个被誉为中国互联网公益领域“华山论剑”的盛会已经连续举办八年,其主题从互联网公益的推广到理性公益的倡导,再到透明公益的实践和公益数字化的创新实现……峰会顺应时代潮流,已然成为公益慈善领域的“风向标”。

在今年的峰会上,中国互联网协会和北京师范大学中国公益研究院共同发布了《互联网公益慈善“中国样本”——迈向高质量发展的中国公益慈善发展新模式》研究报告,并开放研究计划,呼吁更多社会力量参与。

互联网公益的“中国样本”如何形成?其如何像一粒石子一样激起更大的波浪?这一切也许得回到过去八年峰会的观察中,回到与过去的传统公益、海外公益和过往互联网公益的对比中,对比每一届峰会如何推动中国互联网公益的演进,又如何引领我们共创更大的未来。



公益项目就越能吸引更多关注和参与。

2020年99公益日,为提升公众信任度并进一步规范公益机构项目执行,所有参与筹款的公益项目进展披露都应用区块链技术,执行项目披露在加大透明力度的同时,还可溯源,可回查,不可随意更改,数据信息全程可追踪,让每个公益项目都在阳光下运行。

实践透明公益,是互联网公益在演进中不断积累的表现之一。

## 数字化公益的共创

2021年及2022年,峰会主题分别是“数字共建,公益流深”和“数字有新益”,在一定程度上推动了公益数字化的进程。

在深度上,技术和数字化公益进一步融合。2021年峰会召开前,腾讯就宣布首期投入500亿元,用于在基础科学、教育创新、乡村振兴、碳中和等领域展开探索,利用数字技术和平台优势将传统公益方式升级为公益捐赠与可持续创造并重的新公益模式。

在广度上,使用互联网应对突发事件已经成为中国社会共益行动的“肌肉记忆”。2021年7月,由身处河南洪灾灾区的公众开始,基于各类共享文档的求助信息汇总,以其及时反馈、易于操作等优势,逐渐刷遍各类社交媒体,并得到包括石墨文档、腾讯文档等产品方的技术响应与支持。许多公益行动的“受助者”,慢慢成长为“使用者”“建设者”,投身公益并带动更多人向善。

越来越多的网友开始参与行为公益。比如,腾讯公益平台近一年的数据显示,平台用户捐

步共达8967万人次,累计捐出13319亿步。其中,个人捐步之多达7023万步,以正常成年人步幅计算,这位爱心网友共为爱跑出了46819公里,相当于1109个马拉松,比绕赤道一周还多了6743公里。

这是公益数字化的新玩法,捐步、捐米粒、捐微笑甚至捐会议时长,将互联网公益从某些阶段密集的捐赠行为、公益行为,变成365天的细水长流,公益不仅成为一种新的生活方式,也通过数字化公益服务,逐步进化成为全社会都倡导的公益文化。

截至目前,民政部指定了30家慈善组织互联网募捐信息平台。如今,腾讯公益、阿里公益、支付宝公益、新浪微公益等多家公益平台一起携手推动社会议题解决。

## 数字化公益的新进化

今年峰会的主题是“数字向善,共益未来”,希望不断探索推动数字公益实践抵达新的广度与深度,促进数字公益的融合创新和可持续发展,以创造更多可持续社会价值,让更多社会个体共同受益。

作为技术公益的深度应用展示窗口,在去年首次开启“技术公益云展馆”“一会一展”模式的基础上,今年升级上线共选出200余个项目,共计减少碳排放197吨。

与传统公益对比,中国的互联网公益展现出了新特征:技术驱动、去中心化、公益共治。与企业、富人捐赠为主的美国慈善行业对比,中国互联网公益呈现的是个体平权,更多以个人小额捐款为主。与海外慈善行业对比,中

国互联网公益官方与民间互补、重塑连接的特征更为凸显。线上会议、在线直播、网购物流等生活方式的普及,让公益在中国从参与到体验的方式变得更为丰富,个体和企业可以通过以买代捐、打赏打卡、捐赠技术等方式,帮助到有需要的群体。

和过往的互联网公益相比,当前的互联网公益更新的特质是:全链透明、理性竞争、开放参与。

公众不仅关注善款使用流程的透明,还对善款使用后的实际效果、慈善组织的内部运转效率等涉及到公益行业的全链路都提出了新的要求。各大公募平台不再“唯募款额论”,而是结合平台所擅长的能力及优势资源,在更多元、新发掘的细分领域解决社会痛点、创造社会价值;在传统的“捐赠人——慈善组织——受助人”三元关系基础上,包括爱心企业、名人明星、社会组织、专家学者乃至创意设计机构等更多活水不断涌入。

今年的互联网公益峰会还承载着新的重任:为行业注入新的活力,用更系统、更创新、更大众、更全面的方式普及公益文化,让互联网公益慈善事业更加普惠、可持续及开放,助推行业高质量发展。

与此同时,立法层面对互联网公益的关注进一步加强。

2022年12月30日,十三届全国人大常委会第三十八次会议对《慈善法(修订草案)》进行了审议,明确募捐服务平台法律责任等,以期进一步引导互联网公益规范、健康发展。

全国人大常委会委员、中国社会保障学会会长郑功成在峰

会上表示,“法治是现代慈善公益事业的基本要求,它事实上构成了从传统慈善转向现代慈善的分界线。”

## “中国样本”

## 助力公益事业高质量发展

正如中国互联网公益峰会组委会主席郭凯天在演讲中所说:“中国式公益的探索成果已经进入全球视野,贡献出一份互联网公益‘中国样本’,八年前小小的梦想已经初步达成,新的征程与挑战已然展开。”

经过多年发展,互联网公益发展进入深水区,后续如何更高质量发展,实现社会价值、生态价值、商业价值多赢?“中国样本”的形成或许给了我们一个契机。

在今年峰会技术公益圆桌环节,拼多多副总裁侯凯笛、腾讯基金会副秘书长刘琴、抖音集团企业社会责任部产品总经理唐培鑫、阿里巴巴公益基金会秘书长姚瑶分别分享了机构在助农销售、公益爱心餐、古籍保护、残障人群出行等方面的数字公益技术运用和产品特点。

除主论坛之外,本届峰会还持续升级至“多时多地多议题”共创办会模式,20余家社会组织、高校自发筹备了15场主题论坛,30多家企业和平台参与了议程共建,涵盖捐赠人服务、技术公益、乡村振兴、生物多样性保护、未成年人保护等社会热点。

可见,依托互联网工具与数字技术,互联网公益慈善“中国样本”正在深刻重塑中国传统公益慈善发展逻辑与方式,填补社会数字化鸿沟。

社交平台、自媒体群体、广告算法等社交创新,让公益得以渗透至更广阔的群体;移动支付、线上会议、区块链、网络直播等工具创新,为公益的参与流程创新提供了基础能力;配捐机制、创新体系、互动玩法等产品创新,让公益的参与体验从量变发展为质变;冷静期、回溯探访、质询行权等概念的普及,保障了公益的可持续健康发展;企业、媒体、线上线下等主体和场景的打通,拓宽了公益参与的广度和深度;技术、创投、志愿者、就业等新理念与公益的有机结合,给公益带来了产业化经营的启发和视角。

已形成的“中国样本”是立足中国公益慈善事业发展实际、系统探索解决行业发展痛点难点堵点的可行方案。首先,其缓解了传统公益慈善“可及性”痛点,实现“人人公益”普及;其次是化解传统公益慈善“透明性”难点,推动“透明公益”建设;最后疏解传统公益慈善“效能性”堵点,共创“数字公益生态”。

而今,汇聚了党委、政府、企业、社会组织和公众“五方力量”,互联网公益将实现全民共建共享。“中国样本”从善款捐助和行为公益动员能力、信息流转和融通效率、社会议题参与深度、数字化工具应用程度等各个维度出发,在社交创新、工具创新、效率创新、透明创新、社会创新、产业创新紧密融合,都将朝着高质量发展方向阔步前行。