

# 腾讯汇报 99 公益日“战况”

## 1268 万人次捐款 8.299 亿元,加配捐超 13 亿元

上周末,第三届 99 公益日落幕,从整体数据上看,今年的 99 公益日又一次刷新国内互联网募捐纪录。

### 腾讯方面数据一览

腾讯方面给出的数据显示,2017 年 9 月 7 日到 9 日期间,腾讯公益平台共动员 1268 万人次主动捐出 8.299 亿元善款,为 6466 个公益项目贡献出力。相比去年同期的 677 万人次捐赠,今年的网友捐款金额达到去年的 2.72 倍,参与人次达到去年的 1.87 倍。

9 月 7 日,99 公益日启动第一天,不到 1 分钟时间里就有近 2 万人次网友慷慨解囊,善款冲破 860 万元。10 分钟后,捐款人次快速攀升至 169 万,一下翻了 100 多倍;善款也由 861 万元一举冲至 1.3 亿元。由于海量爱心捐款蜂拥而至,9 月 7 日上午,腾讯公益系统一度出现不稳定的状况,但很快在技术团队抢修下恢复正常。

截至 9 月 7 日晚 12 点,捐款人次已达 543 万,善款金额达 3.06 亿元。仅一天时间,就一举打破去年 99 公益日三天(捐款总额 3.05 亿元)总和。

9 月 8 日一早,捐款人次和捐款金额平稳上升,截至当晚 24 点,两日累计吸引 940 万人次,爱心善款也激增到 5.48 亿元。

最终,9 月 7 日至 9 日三天内,99 公益日共动员 1268 万人次捐款 8.299 亿元,加上腾讯公益慈善基金会的 2.9999 亿元配捐,以及爱心企业配捐成功的 1.77 亿元,此次 99 公益日善款总额超过 13 亿元。

本次 99 公益日共有 6466 个公益项目得到帮助。其中,教育助学类项目得到了最多的牵挂与支持,在筹款金额中占比 31.9%,其次分别是疾病救助类 27.42%、扶贫救灾类 9.67%、环保及动物保护类 6.51%。

另外,今年有 300 多家爱心伙伴加入 99 公益日爱心阵营,



成为场景化公益的重要平台。恒安集团尝试“中国企业互联网公益实验室计划”,全国超 3 万家门店传递公益;华润万家全国 2833 家门店支持市民随手捐支持贫困母亲保护传统手工艺;在一汽大众全国的 4S 门店,可以随手小额捐赠创未来环保项目;周大福全国 2000 家门店,携手消费者一起守护中国最濒危水鸟及其栖息地;超过 2000 万个顺丰文件封和快递胶袋也在持续传递爱心。

除此之外,小红书、回收宝、转转、映客、微拍堂、富途证券、悦动圈、快手等腾讯生态企业也以趣味性的形式首度加盟,力图展示全民公益的形态。



成为场景化公益的重要平台。恒安集团尝试“中国企业互联网公益实验室计划”,全国超 3 万家门店传递公益;华润万家全国 2833 家门店支持市民随手捐支持贫困母亲保护传统手工艺;在一汽大众全国的 4S 门店,可以随手小额捐赠创未来环保项目;周大福全国 2000 家门店,携手消费者一起守护中国最濒危水鸟及其栖息地;超过 2000 万个顺丰文件封和快递胶袋也在持续传递爱心。

除此之外,小红书、回收宝、转转、映客、微拍堂、富途证券、悦动圈、快手等腾讯生态企业也以趣味性的形式首度加盟,力图展示全民公益的形态。



### 腾讯管理层怎么说

9 日,腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾、腾讯公司总裁刘炽平通过一封全员公开信表达看法,他们认为,“99 公益日已经不仅是行业里的公益狂欢,更是推动全社会汇集了一股从指尖到心间的公民力量”。

腾讯主要创始人、腾讯基金会发起人兼荣誉理事长陈一丹则表示,通过越来越多“场景化公益”的构建,中国人的公益行为已超越单纯的捐款,而是主动渗透到生活中之一。爱心不再是单纯理念,更成为一种生活方式。

如何看待已经举办了三年的 99 公益日,腾讯基金会秘书长翟红新表示,99 公益日希望呈现的并不是宏大的数据,而是让公众体会到公益的快乐,她说:“99 公益日的真正作用是放大公益项目,机构的影响力,来让公众真正关注和参与进来,以更多方式去支持有需要的人和事。”

“腾讯公益将继续完善透明披露机制,包括公益机构的披露、项目的披露、资金使用、爱心志愿者反馈等”。腾讯公司高级副总裁、腾讯基金会理事长郭凯天表示,99 公益日配捐结束后,腾讯公益团队会继续完善自身的平台和机制,也希望未来有机会跟行业专家、媒体共同探讨这些问题。

### 13 亿善款流向引关注

《慈善法》规定,具有公开募

捐资格的慈善组织应当定期向社会公开其募捐情况和慈善项目实施情况。

针对超过 6 个月的公开募捐,要求“至少每三个月公开一次募捐情况,公开募捐活动结束后三个月内应当全面公开募捐情况”;针对实施周期超过 6 个月的慈善项目,要求“至少每三个月公开一次项目实施情况,项目结束后三个月内应当全面公开项目实施情况和募得款物使用情况”。

和《慈善法》同时实施的民政部部门规章《慈善组织公开募捐管理办法》规定:慈善组织应当加强对募得捐赠财产的管理,依据法律法规、章程规定和募捐方案使用捐赠财产。

确需变更募捐方案规定的捐赠财产用途的,应当召开理事会进行审议,报其登记的民政部门备案,并向社会公开。

慈善组织应当依照有关规定定期将公开募捐情况和慈善项目实施情况向社会公开。

据了解,作为 99 公益日活动发起方,腾讯公益慈善基金会在今年 5 月发布了“透明披露”产品组件,对社会组织需要披露的内容和频次做出了明确规定,其中包括了募捐金额、善款支出数据和执行报告等方面,便于公众清晰了解所募善款去向和公益项目进度。透明度组件与今年 99 公益日准入机制进行绑定——没有按要求作出完整信息披露的社会组织,不具备参加 99 公益日的资格。

据了解,截至今年 8 月,参与去年 99 公益日的 3643 个公益项目,有 3285 个进行了善款执行信息的披露。其中,已经完成善款执行的有 1672 个项目,占比为 45.9%。

而针对今年 99 公益日,基金会中心网将组成善款使用信息跟踪团队,从慈善组织信息、捐赠人信息、善款支出信息三方面跟踪 99 公益日善款流向。

其中,慈善组织信息包括善款接收方、项目发起方、项目名称等,捐赠方信息主要包括配捐机构名称、配捐金额等,善款流向将追踪支出金额、支出进度、善款用途等描述,以及每一次善款信息披露时间点,从而来评估信息公开的内容和频率是否符合《慈善法》等相关要求。

另外,按照《慈善法》规定,2018 年上半年,所有慈善组织需要向社会公开 2017 年年度报告和财务会计报告,具有公开募捐资格的慈善组织的财务会计报告须经审计。基金会中心网将对照与 99 公益日中的信息进行对比。

基金会中心网计划于 2018 年年中,发布第三“99 公益日善款收入和支出分析报告。同时,基金会中心网将根据《慈善法》以及《慈善组织公开募捐管理办法》等相关法律法规要求,建立在线信息公开专题页面,关注并及时公开 99 公益日所募善款在具体公益项目中的使用情况。

(综合腾讯、中青在线消息)

### 记者观察

## 配捐资金被“秒杀”,腾讯平台数据存疑

■ 本报记者 管宇正

### 首日观察: 有基金会自行配捐, 腾讯配捐比例走低

99 公益日第一天,腾讯总计 9999 万元的配捐资金在临近中午时全部用完,累积帮助项目 6000 个,而晚间 9:09 分惊喜时刻中的 666.66 万元也在数分钟之内被 87 个项目瓜分。截至 9 月 7 日晚间 10:38 分,腾讯公益平台显示,首日捐赠人次超过 538 万,捐赠金额超过 3.15 亿元。

首日,中华少年儿童慈善救助基金会累计筹款金额超 5692 万元,捐赠人次达到 75 万,其中“9958 爱心病房”项目筹款总额超 812 万元(包含惊喜时刻配捐金额),获得腾讯配捐 123 万元,企业配捐资金 16.9 万元,成为首日基金会筹款和单项筹款的双料“冠军”;阿拉善 SEE 基金会共有 6 个项目入围筹款前 99 名,其中“留住长江的微笑”项目共筹集资金超过 204 万元(包含惊喜时刻配捐金额),腾讯配捐超 15.8 万元,而 6 个入围项目累计获得企业配捐超过 375 万元,为首日揽获企业配捐资金最高的基金会。

本报记者发现,上海真爱梦想公益基金会的“儿童素养教育计划”项目首日获得企业配捐超

113 万元,而该“企业”方即为上海真爱梦想公益基金会本身,此外,还有包括中国扶贫基金会、中国儿童少年基金会、深圳慈善会、陕

西省慈善协会等为机构自有项目进行配捐。

《公益时报》对首日筹款前 99 名的项目筹款金额进行计算,以期得到每个项目公众筹款与腾讯配捐的比例关系,即各项目需要多少元的公众捐赠,才能获得 1 元腾讯配捐。通过比对发现,中国儿童少年基金会下设的“送春蕾女生成长礼”项目是首日最难获腾讯配捐的“苦主”,该项目共筹集资金 64.79 万元,腾讯配捐资金为 1.1 万元,意味着该项目每接收 62.65 元公众善款,才能获得腾讯公益慈善基金会 1 元的配比资金。

此外,记者发现个别项目存在配捐总额与筹款总额不符的现象。

中国儿童少年基金会“钢丝善行爱心大骑行”项目首日累计筹集资金 120.8 万元,但据腾讯公益平台项目页面显示,该项目获得中国儿童少年基金会配捐资金 113.3 万元,获得腾讯基金会配捐资金超 11.8 万,两者相加已超过该项目显示的首日筹款总额。而阿拉善 SEE 基金会下设的项目也存在类似情况。

### 次、末日观察: “诡异”的捐赠记录

99 公益日第二天临近尾声时,据《公益时报》记者统计,前两天共有 942 万人次捐赠 5.59 亿元善款,而第二日 1 亿元的腾讯配捐资金也在半小时内即宣告“清

空”,共帮助 6207 个项目。与首日 538 万捐赠人次、3.15 亿元捐赠资金的数据相比,第二日增速有所放缓。

值得关注的是,在许多项目的捐赠明细中,出现了令记者感到费解的捐赠行为。

上海真爱梦想公益基金会“儿童素养教育计划”在第二日共有 50727 人次参与捐赠,项目累计筹集资金超 441 万元,获腾讯公益慈善基金会配捐 220.4 万元,获上海真爱梦想公益基金会自行配捐 116.3 万元。但在该项目的捐赠流水中,出现了相同 ID 间隔仅有 1 至 2 秒的重复捐赠。

而中华儿慈会“为那一抹难忘的纯净”项目第二日共筹款 267.9 万元(包含惊喜时刻配捐资金),获得腾讯配捐资金 76.2 万元,第二日筹款排名第 9。记者截取该项目最新捐赠明细,也发现一个有相同名称的 ID 在同一时间段内反复进行捐赠,且绝大多数捐赠金额只有几分钱。

同样的情况还出现在中国社会福利基金会“授渔计划一帮一助学”项目等众多第二日筹款额排名靠前的项目中。

而另有很多项目并未显示其捐赠明细,在有显示的项目中,许多项目的捐赠明细中并未发现此类问题。

鉴于有不少人怀疑此现象是尽可能多地获取配捐的“刷单”行为,记者在 9 月 9 日凌晨 3 点,即第三日配捐尚未开始时再次进行

项目	详情	进展 4	动态	互动
candy捐款1.99元				8 秒前
路一直都在捐款1.99元				9 秒前
樱花落&浅雪雪捐款1.99元				10 秒前
壹念...之間捐款1.99元				11 秒前
candy捐款1.99元				12 秒前
路一直都在捐款1.99元				13 秒前
海天空捐款1.99元				13 秒前
candy捐款1.99元				14 秒前
看清了,就看轻了捐款1.99元				14 秒前
路一直都在捐款1.99元				15 秒前
海天空捐款1.99元				15 秒前
78最美不过初见78捐款1.56元				17 秒前
78最美不过初见78捐款1.56元				19 秒前

深夜 3 点还在不断出现的低额捐赠,而该项目捐赠栏中并没有“1.99 元”的默认选项,也无法在其中直接输入小数点

观察,发现深圳市爱佑未来慈善基金会“白血病我不怕你”项目在此时仍旧保持着非常高的捐赠人气,其捐赠流水中仍旧不间断出现众多 ID 相同的捐赠,金额大多以 1.99 元、0.01 元、0.49 元的低额捐赠。

截至目前,腾讯并未对此有明确答复,但有公益人士表示,许多类似行为并非募捐机构所为,有可能是对知名公益机构或项目的恶意攻击。

### 危机 2:公益组织的熟人筹款难以真正走向陌生公众筹款

国内公益组织的筹款历史经历了从过去以国际 NGO 为主,进而转移到以国内基金会、政府、企业、公众等多元筹款主体的发展。应该说,大多数国内的公益组织对于公众的筹款历史无论是在线下还是在线上都是非常短暂。当公益组织始终面临着资金压力的时候,腾讯 99 公益日伸出了橄榄枝,公益组织为了在 99 公益日筹得更多的资金,大多数都是动员公益组织周围的亲朋好友等熟人关系,从而实现相互之间的“虚拟连接”。这样,公众支持者就会想当然地将每年短短三天看做是支持公益组织就足够了,剩下的事情就是公益组织花好钱的事情了。在 99 公益日的无形塑造下,公益组织弱化公众支持人与受助群体的“空间连接”,更为看重公众的捐赠能力,而不是公众的参与与能力。无疑,这样的公益组织被简化成了公众资源动员和投放的机构。

### 危机 3:公益组织正在弱化社会动员的能力,抽离成了资源动员与投放的能力

公益组织缺乏资金是世界性的普遍问题,无论是在发达国家,还是在发展中国家。我在美国访学期间,走访了多个公益组织,都在讲述机构的资金不足的问题。但是我对美国的公益组织观察,他们当然非常重视筹资,但是这些组织更加重视机构的支持者与服务群体,而且支持者与受助群体要么是同一群体,要么是居住在同一区域。因此,美国公益组织的支持人都具有长期性特点,并且与受助群体保持着长期的“面对面连接”。99 公益日无疑对于公益组织的筹资有着重要的意义,但是在另一个层面上拉大了公益组织支持者与受助群体的空间距离,实现了相互之间的“虚拟连接”。这样,公众支持者就会想当然地将每年短短三天看做是支持公益组织就足够了,剩下的事情就是公益组织花好钱的事情了。在 99 公益日的无形塑造下,公益组织弱化公众支持人与受助群体的“空间连接”,更为看重公众的捐赠能力,而不是公众的参与与能力。无疑,这样的公益组织被简化成了公众资源动员和投放的机构。

## 中国农业大学人文与发展学院副教授董强: 99 公益日的双重危机

99 公益日经过短短三年,已经成为公益界名副其实的重大节日。中国绝大多数活跃的公募基金会和社会服务类机构都积极参与其中。阿里巴巴今年更是在 99 公益日之前,发起了“95 公益周”。显然,互联网企业已经将竞争的战场扩张到公益领域。在 99 公益日前夕,公益机构对其充满了极大的期望,但是当 99 公益日结束之后很多公益组织却充满了失望与沮丧。这种过山车式的集体情绪变动其实暗含着双重危机:腾讯的危机与公益界的危机。

### 危机 2:公益组织出现的套捐现象

对于大多数公益组织而言,动员公众捐款的能力毕竟有限。从过去的 2015 年和 2016 年,都存在着一定数量的公益组织套捐的行为,从而能够得到腾讯和其他企业的最高额度的配捐资金。由于公益组织的套捐行为相对比较封闭,腾讯也无法得到相关的证据证实哪家公益组织存在着套捐行为。显然,腾讯对于公益组织的套捐行为缺乏制度上的规制。

### 危机 3:多个公益项目首次出现疑似机器人刷单

根据《公益时报》的报道,上海真爱梦想基金会、中华儿慈会、中国社会福利基金会等多个筹款项目都出现了疑似机器人刷单。尽管目前看来,这样的疑似重复小额捐款还没有看出对腾讯平台的负面效应,但是对于上述基金会的筹款项目无疑带来了一定程度的负面影响。《公益时报》的这篇报道得到了大量的转发,说明了这一点。到目前为止,腾讯并没有对此现象给出调查解释。

### 公益界面对的危机

#### 危机 1:公益界缺乏与腾讯有效对接与协商的机制

从 2015 年到 2017 年,公益界对于 99 公益日的参与呈现出个体化的特征。对于影响近万个公益组织的平台型事件,公益组织没有形成一个代表公益界整体利益的协调机构,向腾讯表达公益界的集体诉求。在过去两年,一定数量的公益组织对于腾讯不断修改配捐规则、不向公益组织公开公众捐赠人的相关信息等诉求并没有传递到腾讯,并对其产生制