

九月

2015 公益盘点

关键词:配捐 互联网+ 行政支出

# 腾讯“9·9 公益日”引爆“互联网+公益”

2015年9月9日,腾讯公司联合数百家公益组织、知名企业、明星名人、创意传播机构共同发起了“9·9公益日”全民公益活动。在为期三天的活动期间,腾讯公司以“1:1配捐”的方式,共计配捐9999万人民币,带动了各公益组织的劝募激情,一时间纷纷推出众多公益项目进行募捐。据官方统计,自9月7日0时至9月9日24时,通过腾讯公益平台,“9·9公益日”共收获爱心网友捐款1.279亿元,共有205万人次参与捐款,捐款金额、参与人数均创下国内互联网的募捐记录。

对于公益组织的疯狂募捐,有人支持,有人反对。支持者认为,如今公益组织“不众筹,无出路”。当下公益组织“先有项目,再有项目”的运作模式,必须要依靠募捐来提供资金保障,而“不杀熟,焉杀生”,所有的业务都是由近及远的过程。反对者则认为,公益组织扎堆进行大范围、高密度、集中式的募捐,就是一种“要挟”,对公众而言是强

盗行为,在过度消耗着公众的善心,换取短期资金。而且,很多公益组织发起的公益项目根本不再其所专注的领域,显得不伦不类,对于项目的介绍也赋予表面,是急功近利、倒退的表现。

但无论如何,“9·9公益日”的确让众多的公益组织深度拥抱了互联网这一领域,让“互联网+公益”更深入人心。

## 专家点评

9·9公益日它就是互联网+公益的一篇杰作。它的那种启示所含的价值要远远大于2015年9·9公益日那天的公众募款,它用一次成功来告诉大家,通过互联网平台实现一种跨界的公益力量的集结,将预示着未来的一种常态。用互联网跨界来整合我们的公益资源,整合我们的公益力量,在未来它将成为一种常态。

(中国青少年基金会秘书长 涂猛)



9·9公益日活动让众多的公益组织深度拥抱了互联网这一领域

## 儿慈会“星光专项基金”高额行政支出惹争议



“星光专项基金”得过不少社会人士背书,图为在当年的一次活动上,时任基金执行主任宁密向歌星朱文授予荣誉证书。

2015年9月,经媒体报道,中华少年儿童慈善救助基金会下设救助脑瘫儿童的“星光专项基金”成立以来,共募集142万元和价值67万元的物资,但通过其账目显示,有86万元被用于管理费、行政支出以及人员支出。同时,据基金发起方之一——北京武警总医院的统计,向该基金递交过申请材料而未得到救助款项的脑瘫患儿,至少还有73名。如此高额的行政支出引来众多争议,而早在一年之前,儿慈会就已决定终止与这支

基金的协议,主要理由是该基金资金告罄。

该事件暴露了我国目前对于公益基金会旗下基金的管理混乱现象,一时间引起对专项基金监管、资金审查以及行政管理费用界定等一系列问题的大讨论。民政部随即表示介入调查。我国目前《基金会管理条例》中规定:基金会工作人员工资福利和行政办公支出不得超过当年总支出的10%,但对于民非、社团、基金并没有约束。

民政部分析称,专项基金出问题,根源在于基金会没有意识到自己在管理方面的主体地位,没有尽到管理职责。有的基金会把专项基金当做“挂靠”、“合作”单位,还有的甚至将它们视为游离于基金会监管之外的“独立团队”;只负责收取管理费,不负责管理,出了事一问三不知,责任推得一干二净。因此,在“谁来管”这个问题上,民政部已经印发《关于进一步加强基金会专项基金管理工作的通知》,突出强调了基金会在专项基金管理方面应当承担主体职责。此外,业务主管单位和登记管理机关在对基金会的整体监管中也应当将专项基金作为基金会的组成部分,纳入监管视野,予以必要关注。

## 专家点评

一旦你接受了捐赠,不管是你自己的一级基金,还是帮助其它小型的草根没有公募资格的公益项目,都要一视同仁,尽职尽责。

另外,现在规定管理性的成本不超过当年总支出的10%,这个禁令也是值得讨论的,比如一个直接做服务的机构,专门做脑瘫儿的,服务和成本是直接挂钩的。可能公益产品越有效益,越有品质,人员成本就越

高,这个时候要用10%来限定,就会有问题。

最后,有些项目和组织刚刚成立,还没有形成一种规模的时候,它的管理性成本及支出的比例其实是动态的,前期必然成本会高一些,因为还没有形成规模。它的分母很小,所以显得分子很大,这个也要用一种理性的态度去看待。

(中国青少年基金会秘书长 涂猛)

## 第四届慈展会召开

2015年9月18日至20日,第四届中国公益慈善项目交流展示会在深圳举行。据统计,在三天时间内,共有2588份资源对接申请,623个项目实现资源对接,总金额达122.53亿元,较去年增幅达141.24%。数据显示,企业、基金会、个人、国际性慈善组织和政府购买服务,是第四届慈展会资源对接的多元主体。特别是企业捐赠,相比第三届慈展会增幅高达521.74%,企业正成为推动慈善事业发展的生力军。

本次慈展会首创“社会创投合伙人”计划,以项目资助、公益创投、社会价值投资等方式联结跨界力量,会聚了更多社会慈善资源,完成9大类别项目的对接。据统计,“社会创投合伙人计划”共对接项目55笔,对接金额

5446.47万元,涉及青少年儿童(含教育)、医疗卫生、文化艺术、公益支持等9大类项目。

而资源对接国际化趋势显现也是本届慈展会的一大特色。据悉,本届慈展会首次建立国际公益资源对接渠道,同多个国际公益资源渠道或平台,建立合作交流机制,对接资金涵盖了我国31个省(区)市以及港澳台地区,同时还有5个海外地区,海外慈善资源对接项目20个,对接资金达1651万元。

除此之外,有7家企业、社会组织在本届慈展会上被认证为“社会企业”,这是我国首批民间认证的社会企业,也是我国社会企业发展的重大突破。



慈展会现场