

99 公益日：国字头基金会的坚持与创新

上周本报介绍了中华儿慈会、上海真爱梦想公益基金会、阿拉善 SEE 基金会以及北京新阳光慈善基金会等四家基金会在过去两年 99 公益日的筹款经验，以及他们今年的筹备工作。本周，我们继续推出 99 公益日筹款专题，为大家介绍四家国字头基金会在过去的 99 公益日中的筹款经验以及他们对于 99 公益日的看法。

中国社会福利基金会： 联合更多中小企业参与

2015 年 99 公益日期间，中国社会福利基金会（以下简称“福基金会”）共上线 85 个项目，支持 14 家公益机构，募集善款合计 2852 万元（公众捐赠 1543 万元，腾讯配捐 1309 万元）。筹款前 10 名的项目包括春苗计划、资教工程、免费午餐、暖流计划、缘梦基金、授渔计划等，单个项目筹款额均超过 100 万元（含配捐）。

2016 年，福基金会共上线 245 个项目，支持 125 家公益机构，募集善款合计 8233 万元（公众捐款 3809 万元，腾讯配捐 2393 万元，企业配捐 1719 万元，惊喜时刻配捐 312 万元），筹款总额排名第二。筹款前 10 名项目包括春苗计划、社区基金、免费午餐、微孝暖夕基金、授渔计划、919 大病救助工程、暖流计划、资教工程、光爱基金等，单个项目筹款额均超过 300 万元（含配捐）。

在准备工作方面，2015 年福基金会主推的是比较成熟且知名度比较高的项目，并联合了一些合作时间比较长的机构共同参与。2016 年，福基金会将准备时间提前了两个多月，做了多次规则解读、公众筹款动员、企业参与等多维度的专题培训，在传播上也做了很多探索和尝试。此外，2016 年福基金会还募集了 1200 万元的非定向资金支持项目。

福基金会品牌发展部负责人黄晨乐表示，今年 99 公益日最主要的变化是线下场景的参与和中小企业动员，也包括对小微社会组织的联合劝募等，“腾讯公益一直希望有更多人通过 99 公益日这样一个公益行业的‘双十一’来推动更多相关方参与到公益活动中。对我们来说，这也能产生一种积极向上的影响。因为从捐赠结构来看，福基金会 55% 的机构捐赠中有 90% 以上都来自中小企业。”

今年，福基金会将联合 500 家以上中小企业，通过企业一起捐的形式参与捐赠，对企业线下活动的渗透也成为基金会重点推动的方向。在联合劝募方面，福基金会今年联合了贵州、陕西、福建、江西、甘肃五个地区的区域伙伴，为属地小微机构参与 99 公益日提供有针对性的一条龙服务。

目前，福基金会筹款项目的上线工作基本已经完成，今年计划

上线项目约为 570 个，主推“919 大病救助工程”和“童享工程”等 10 余个自主品牌项目，重点放在“梧桐成长计划”的伙伴机构上。“我们已为 300 余家小微机构的 410 余个项目提供服务，基金会也会拿出 500 万元非限定资金，用于支持‘梧桐成长计划’伙伴机构的工作经费。我们希望 99 公益日能够成为优秀的公益项目在公众面前曝光的最佳通道，也期望 99 公益日真正成为每个人了解公益、参与公益的平台，成为人人公益、全民公益的入口。”黄晨乐告诉记者。

中国妇女发展基金会： 以服务女性和家庭为重点

2015 年 99 公益日，中国妇女发展基金会（以下简称“妇基金会”）上线 103 个项目，支持了 18 家公益机构，获得 15 多万人次支持，筹款总额 1260 万元。

2016 年，妇基金会共上线 174 个项目，与超过 66 家公益伙伴合作，获得 39 万人次参与支持，筹款总额超过 3400 万元。其中，母亲健康快车、妈妈制造、母亲邮包项目筹款排名前三，筹款相对较多的项目均为妇基金会自有品牌公益项目。

过去两年，妇基金会非常重视 99 公益日期间的宣传工作，先后制作和投放了公交、地铁、机场、纽约时代广场等公益广告。在加大宣传力度的同时，妇基金会不断对项目进行梳理，以服务女性和家庭为重点，打造“为了她的好项目”专题。

另一方面，妇基金会也非常注重对社会组织能力的培养，整合包括企业在内的资源，开展针对品牌项目以及认领机构项目的提前劝募和动员。比如，在母亲节前后，妇基金会组织开展了“超人妈妈”活动，集合一批由女性公益人发起的项目，统一上线进行筹款，通过筹款奖励机制，充分激发社会组织的筹款积极性。同时基金会方面也不断推动“超人妈妈”之间的交流，让各方经验得以广泛分享。而这些也可看作是对 99 公益日筹款进行的“练兵”。

今年，妇基金会计划上线 200 多个项目，重点仍在女性和家庭等相关领域。针对规则上的变化，妇基金会还对配捐池进行了重新分配。妇基金会腾讯众筹项目负责人赵光峰谈道，“一起捐”的功能非常便于妇联体系的发动，他说：“相较于前两年，我们除了发



8月9日至10日，扶贫基金会爱加餐项目年度培训会暨项目区99公益日活动说明会在云南昆明举行

动华润万家、国美电器等企业外，也为妇联组织进行了‘一起捐’的专题培训。另外，妇基金会特别注重项目的透明度、公信力建设，因为今年上线项目较多，我们今年进一步加强了项目审核和风险控制。”

对于 99 公益日这种形式，赵光峰谈道：“如何利用互联网思维，探索公募与私募、大型基金会与草根组织的结合，构建一个线上与线下互相补充、相得益彰的联合劝募平台，是妇基金会近几年一直探索和尝试的重点。一方面，我们希望让微公益带动大公益，使社会公益资源最大化；另一方面，我们也希望培育更多更专业的新生力量，努力提高草根组织的组织能力、团队能力和专业化水平，迎接全民公益时代的到来。”

中国扶贫基金会： 动员更多力量参与扶贫

2015 年 99 公益日期间，中国扶贫基金会共上线 245 个项目，支持了 180 家公益机构，获得 10 余万人次支持，募集善款合计 1854.19 万元，其中公众捐赠 1036.15 万元，腾讯配捐 818.04 万元。

2016 年，扶贫基金会共上线 247 个项目，支持了 196 家公益机构，共获得 41.68 余万人次支持，募集善款合计 2920.8 万元，其中公众捐赠 1762.5 万元，合计配捐 1158.3 万元。过去两年，扶贫基金会的“用步数度量生命价值”“我为公益伙伴筹食量”“让毕节儿童吃饱穿暖”“抗战老兵关怀”等包含兴趣类筹款、公益人个人魅力筹款、关注留守儿童及老兵等项目 99 筹款及配捐额排名比较靠前。

据扶贫基金会副秘书长陈红涛介绍，过去两年，扶贫基金会 99 公益日主要以 NGO 合作为主，经历了从项目合作到机构合作的不断变化，同时也不断探索企业合作的新模式。2015 年，

扶贫基金会采取的策略是快速联合更多的小伙伴共同参与，并通过 QQ 群、微信群、邮件、电话等各种方式动员更多伙伴一起参与。

2016 年，扶贫基金会更加注重与优质 NGO 之间达成全方位的深度合作，举行了多场线上线下规则分享会，逐条为合作机构解释规则，更最大限度地帮助他们设计合理的、适合公众筹款的项目及筹款计划。另外，扶贫基金会也积极沟通和整合企业资源，为品牌项目及合作 NGO 项目进行配捐。

陈红涛谈道，其实从 2016 年起，99 公益日就开始关注企业在公益行业发挥的巨大作用，并动员企业加入配捐行列。2017 年，腾讯公益已将企业视为公益行业最重要的一环，各项政策和资源向企业倾斜，企业参与公益的力度越来越大，越来越深入。特别是企业一起捐功能的推出使得企业动员员工参与的生态体系正式形成。

2017 年，扶贫基金会计划上线约 300 个项目，主推项目为“善行 99 为扶贫”。“结合精准扶贫，我们将在生计扶贫、教育扶贫、救灾扶贫、健康扶贫四大领域内更最大限度地支持扶贫类项目。我们希望通过 99 公益日这个平台动员社会各方力量齐心协力，多渠道、多角度、多资源参与到脱贫攻坚中，为改变贫困人群的生活和生存环境做更多努力。”陈红涛表示。

中国儿童少年基金会： 向 NGO 伙伴开放资源

2016 年 99 公益日期间，中国儿童少年基金会（以下简称“儿基金会”）联合 114 家公益组织推出了 131 个项目，共获得 46 万人次支持捐赠，募集善款 2800 多万元。其中，“为 5 加油”项目得到安利公司 6000 多名销售人员参与，筹款达 501 万元；“爱心书箱 书香中国”项目得到了北京

市邮政系统的大力支持，获捐 57 万元；“乡村老师心灵关怀”“HELLO 小孩”等自主项目获得捐赠也非常可观，而基金会已经实施 28 年的“春蕾计划”依然是公众捐赠的热点项目。

与其他基金会类似，以往儿基金会除了自身层面的动员工作外，也非常重视对于自有项目的长期捐赠伙伴、执行团队以及持续支持基金会项目的爱心网友进行再动员。今年，儿基金会花费精力最多的工作之一是在儿童领域公信力较强的 NGO 伙伴的招募和培训，认领的基层 NGO 的项目也有一定增长。

另外，儿基金会在 99 公益日宣传方面也做了一些创新。今年 9 月 9 日恰好是周六，届时儿基金会将联合其他 NGO 伙伴在商场、影院、高校、写字楼等人员密集的地方安排劝募点。儿基金会还将推出不同版本的 99 公益日主题公益广告，在北京、深圳、广州、成都等地机场、地铁投放，其中深圳地铁方面还会为基金会开通公益项目专列。

由于合作伙伴来自全国各地，为了节约沟通成本，提升沟通有效性，儿基金会建立了“2017 中国儿基金会 99 官方群”，通过“5+2”以及“白+黑”的方式进行全程分享、指导，同时基金会还特别邀请了行业知名筹款人、优质众筹项目负责人进行线上经验分享和答疑。

目前，儿基金会已经确定 2000 万元配捐，主推“春蕾计划”“儿童快乐家园”“HELLO 小孩”等优质品牌项目。“这些项目的受助对象的申报、管理和反馈机制都是标准化的，但以往这些项目我们都是通过各级妇联系统进行实施，我们希望通过 99 公益日这个契机，丰富 NGO 伙伴的项目，同时也提升他们的项目管理能力。我们不仅是要跟这些民间组织分享公募权，更是要在培育行业内小伙伴的公益性和公信力上下功夫。”儿基金会项目部主任李园谈道。