

99 公益日新规则的九点解读

管先生

99 公益日又要来了,随着新一届 99 公益日规则的公布,相信很多公益组织的小伙伴们都开始认真研究这套由众多专家学者组成的“99 公益日规则委员会”群策群力所制定的新玩法。为了能够帮助大家更简单地理解新一届 99 公益日的规则变动,我们尽量用简单的方式进行重新梳理。

细看本届 99 公益日,从机构准入要求、筹款额度上限、配捐资金(包括腾讯配捐资金、企业配捐资金)、配捐比例规则、后期监管方面都进行了相应规则的变动。总体而言,降低企业参与标准,希望引入更多企业配捐资金扩大配捐资金池;新增 1 亿元非定向性配捐,引导组织这种用户数(去重)体量的增长;首次明确事后数据排查、审计规则,禁止违规现象产生。

一、腾讯拿出了多少钱和资源

历届 99 公益日,不管规则怎么变,到底拿出来多少钱和资源,是大家关注的一个问题,这一届也不例外,梳理如下。

- ① 2.9999 亿元腾讯配捐资金
 - ② 1 亿元腾讯非限定性配捐奖励
 - ③ 1960 万元联合劝募激励
 - ④ 1500 万元腾讯社交广告金
 - ⑤ 231 万元线下奖励场景激励金
 - ⑥ 31 个名校定制培训名额
- 以上为本届 99 公益日针对参与公益组织,仅腾讯所拿出的相应资源。

二、3 个重要时间点:

计划参与本届 99 公益日的小伙伴们需要注意三个时间节点:

- ① 2018 年 7 月 15 日:参与本届 99 公益日且 2018 年前在腾讯公益平台发起过筹款项目的组织,需在此时间前完成所有自己发起项目的财务披露。与公募组织合作开展的项目完成 90%项目数量的财务披露。
- ② 2018 年 8 月 15 日 24:00:申请参与本届 99 公益日的项目,需在 8 月 15 日 24 点前将项目提交平台审核。
- ③ 2018 年 9 月 7 日-9 日 00:00-12:00:本届 99 公益日,腾讯 2.9999 亿元配捐资金仅在每天上午 9 点至中午 12 点这一时间段内进行配捐,限制腾讯配捐时间段。(但根据历年配捐资金进度,时间充裕。)

三、准入机制

对照去年 99 公益日的准入机制,新一届规则中,组织及项目的基本准入要求未产生变化,但在信息披露、筹款上限做了新规定:

- 1、“四不”:
① 境外非政府组织不能参与。
② 非常态化公益项目(如:紧急救灾,但不包含灾后重建)

不能参与。
③ 受益对象为单一个人的疾病救助、扶贫等项目不能参与。

④ 未申报“2017 年度公益支出”或申报为 0 的组织,不能参与。

2、新增限制:

① 非慈善组织(学生社会、志愿者协会等)原则上由公募慈善组织代为发起公募活动,并注明执行方及其 2017 年公益支出金额,项目执行量化成果。如由非公募组织代为发起公募活动,需由认领的公募组织向平台提交正式说明;且非公募组织不能从中收取任何提成,在募捐方案中同样要注明执行方及其 2017 年公益支出金额,项目执行的量化成果后。

② 非公募组织原则上应与一家公募组织合作开展募捐,特殊情况下,合作公募组织数量不得超过 3 家,且需同步向平台进行说明。

四、更改筹款上限,提高信息公开门槛

新一届 99 公益日在筹款上限方面做了修改:来自用户的善款捐赠(不包括配捐资金)总额不超过其 2017 年年度公益支出,年度公益支出不满 30 万元的以 30 万元为上限。此条款与 2017 年 99 公益日相关规定有了明显不同。如,2017 年 99 公益日规定:2017 年入驻腾讯公益平台的公募组织,99 公益日筹款目标金额减去已筹集金额不超过该组织 2016 年在腾讯公益平台筹款总额(包括配捐资金)的 3 倍。

对于该限制,我们以 99 公益日筹款能力最强的某基金会为例,2017 年该基金会年度公益支出超 3.3 亿元,按照最新规则要求,本届 99 公益日其来自公众筹款的上限为 3.3 亿元。但该基金会 2017 年 99 公益日,包括自筹、配捐、惊喜时刻奖励等总筹集资金为 2.1 亿元。因此,无论按照新旧条款衡量,对于此类筹款量、支出量大的公益组织,限制性并不明显。

而在信息公开规定方面,与 2017 年 99 公益日规则中公募、非公募组织区别对待,以及公募组织完成 90%项目数量的信息披露相比,新一届 99 公益日信息公开更直接、更严格,即:凡 2018 年前在腾讯公益平台发起过筹款项目的组织,需在 7 月 15 日前完成所有自己发起项目的财务披露(披露截至 2017 年 12 月 31 日),公募组织合作开展募捐的项目完成 90%项目数量的财务披露。另,公益慈善组织需在机构主页上传年度工作报告和财报,公募组织需上传经审计的财务报告。

五、配捐规则(1:N:X)

每年 99 公益日对配捐规则的更改从未停止,从 2015 年公众捐赠与腾讯的 1:1 配捐,到 2016 年引入企业配捐后的公众、

企业、腾讯 1:1:X 配捐,再到 2017 年公众、企业、腾讯 1:1:X 之外,新增夜间 1:1 惊喜时刻配捐,到今年的规则调整为:公众、企业、腾讯配捐比例变为 1:N:X。

1:用户每一笔不低于 1 元的捐赠,将有机会获得腾讯随机配捐(低于 1 元的捐赠,腾讯将不予以配捐,但仍可获得企业配捐)。

N:企业爱心配捐比例将由企业自行决定(可以 1:1,也可以 1:2,1:5,但上限不超过 1:10)。对于企业配捐,本届 99 公益日只限定每一笔捐赠获得企业配捐上限为 999 元,并未设定每日配捐上限,即原则上,用户在 99 公益日期间每天的捐赠,企业配捐不设上限,不设时间限制。

X:本届 99 公益日,腾讯配捐资金总额为 2.9999 亿元,分别以 9999 万元、1 亿元、1 亿元的方式分配到三天当中,且每人每天最高获得腾讯 999 元配捐金额,腾讯配捐时间限制在每天上午 9:00-12:00

六、新增 1 亿元非限定性配捐

新一届 99 公益日,腾讯额外拿出 1 亿元“非限定性配捐”资金,该资金不直接体现在 3 天活动的实时捐赠数据中,而是在活动结束后 3-7 个工作日,根据三个评判维度进行排名给予对应组织。

评判维度:公益项目获得来自公众捐赠金额(不含配捐金额)、捐赠人数(同一 ID 三天只算一次)以及带动企业配捐实际配出额度。

用途:公益慈善类组织统筹用于组织运营与发展等非限定性方向。

可以将其理解为腾讯对参与的公益组织额外激励措施,引导平台从过去捐赠频次向捐赠人数转变,鼓励组织吸引更多新捐赠人加入。

七、打开企业配捐引入门槛,获得企业配捐需进入场景

经过此前几届 99 公益日以及益行家“运动捐步”场景中对企业加入的探索和铺垫,新一届 99 公益日开始大幅降低“爱心企业”参与门槛,并设置独特企业参与场景,吸引企业,扩大影响力及企业配捐资金池。

此前 99 公益日企业参与配捐规则中:1、强化公募组织引入企业配捐资金;2、严格限定非定向配捐和定向配捐。而新一届 99 公益日对于“爱心企业配捐”规定表述更简:1、开放引入门槛:公益慈善组织(以面向社会开展慈善活动为宗旨的非营利性组织,包括:慈善组织、基金会、社会团体和社会服务机构)均可与企业合作,引入爱心企业配捐;2、企业有了更大自由性和自主权,企业可自行选择合作的公益慈善组织,也可自主选择一个或多个公益项目进行配捐;3、参与配捐金额降低:爱心企业参与 99 公益起捐配

捐总额只需大于 1 万元即可。(但是,因为企业可自主选择配捐项目,因此依旧存在实质上的非定向和定向配捐区分。)借此激发更多组织寻求企业合作,引入更大规模的企业配捐资金。

除此之外,对于企业配捐的活动,新一届 99 公益日做了限定,用户需在企业配捐活动页当中完成捐赠,才能获得该企业的配捐。

在企业场景方面,腾讯从社交传播、品牌传播的角度做了更多尝试,除线下场景推广、企业一起捐之外,新一届 99 公益日将出现“爱心加倍卡”新玩儿法,简单理解,就是通过加倍卡放大你的爱心捐赠。参与配捐的企业可通过推出“企业爱心加倍卡”,并在其中展示定制化“皮肤”,从而达到传播的效果,放大部分配捐由企业出资。

加倍卡将分为“预热态”和“活动态”:

预热态:在此过程中,用户获得加倍卡但不能使用,可通过朋友圈、微信群分享扩散进行传播,并有机会增加放大倍数。

活动态:在此过程中,可使用加倍卡,同样可传播,但不在获得倍数放大机会。

相应地,本届 99 公益日也将推出企业排行榜。

八、非定向配捐资金不再是获得激励首要条件

新一届 99 公益日的激励措施可分为三类:1、联合劝募激励;2、企业动员激励;3、线下场景激励。

除去腾讯 1 亿元非限定性配捐带来的现金奖励,与 2017 年相比的激励措施相比,公募组织能拿到的激励资金相对略有减少,并且在判断是否能获得相应激励时,与 2017 年 99 公益日规则相比,是否引入“非定向配捐资金”不再是首要的限定性条件。

1、联合劝募激励评判维度:联合非公募组织数量(≥ 30 个)、联合劝募额度(≥ 500 万元)、联合劝募平均单笔捐赠金额(≤ 100 元)。

根据排名可获得 10 万元~200 万元不等的非限定性资金支持以及名校定制培训名额。(当中对于联合劝募项目范围较为宽泛,除公募组织自主发起,自主执行的项目均算做联合劝募,且劝募金额不包含配捐资金。另外,用户需去重,三天时间每一个 ID 计算一次。)(需主动申请)

2、企业动员激励:本届 99 公益期间,对于配捐金额超过 500 万元的单个企业,腾讯将对前 15 名提供总计 4000 万元的腾讯社交广告金,用于微信广告激励。

而对于动员企业、用户参与 99 公益日的公募组织,腾讯也做出了相应激励,评选维度为实际配捐金额(≥ 2000 万元)以及配捐企业数。将获得 50 万元或 100 万元两个标准的推广资源。

3、线下场景激励:该部分分为补贴和激励,其中补贴为:对于进行线下(社区、商圈、地铁、企业门店、高校)打造 99 公益日场景的组织,腾讯将根据组织提案评估具体补贴金额。而激励,则是腾讯根据组织线下场景执行的反馈报告及线下场景附带的捐款码所获得的捐赠数据(≥ 100 人)进行评估并给予激励。(需主动申请)

九、增加监管手段

新一届 99 公益日在平台监管部分整理了很多监管手段,包括行业自律公约,活动前的项目公示,活动中的投诉举报,活动后的数据核查,以及随机抽查独立审计。可以看出,腾讯公益将在本届 99 公益日期间对公益组织筹款情况及数据进行着重监管,并在活动结束后采取随机抽查独立审计的手段(筹款金额排名前 5 的项目直接纳入审计对象范畴),目的也是让各组织在 99 公益日期间更合规地开展筹款活动。但与此同时,距离上一届中出现的“恶意套捐”、“机器刷单”等违规情况的调查处理,依旧没有任何信息,而距离腾讯公益所对外表示的第二季度公布处理结果也时日无多。

公益组织激励			
激励标准(需同时满足)	广告资源激励	可选资源包	排名
① 实际配出总额 ≥ 2000 万 ② 配捐企业数 ≥ 100	100万广告券 (可在右侧页 通过3选2)	资源包1:QQ空间及QQ消息推广广告 资源包2:腾讯联盟广告 资源包3:腾讯新闻、腾讯视频、天天快报广告	1-10名 (按实际配捐 金额排序)
① 实际配出总额 ≥ 1000 万 ② 配捐企业数 ≥ 50	50万广告券 (可在右侧页 通过3选1)	资源包1:QQ空间及QQ消息推广广告 资源包2:腾讯联盟广告 资源包3:腾讯新闻、腾讯视频、天天快报广告	11-20名

爱心企业激励			
单个企业配捐金额	广告资源激励	激励资源	企业排名
≥ 500 万	微信广告(包括朋友圈 广告及公众号广告)	该企业的配捐活动页新增在 微信广告中进行推广	1-15名