

# 11家互联网公募平台半年募款超9.8亿元

■ 本报记者 王勇

8月8日,民政部发布了对第一批11家慈善组织互联网公开募捐信息平台的2018年中考核情况。

2018年上半年,民政部指定的第一批11家(原有13家,后退出2家)互联网公开募捐信息平台为全国992家公募慈善组织发布募捐信息超过1.1万条,35.7亿人次网民关注和参与,共募集善款超9.8亿元。

在年中考核的基础上,民政部对轻松公益、百度公益、新浪微公益、广益联募四家平台提出了新的要求。

11家平台提交的半年报告显示,基金会募款呈现强者愈强的态势;捐赠方式越来越多元;信息公开功能越来越完善,出现了区块链、“冷静器”、财务披露组件等一系列技术和管理创新;相关平台立足自身特色和优势,开始为中小型慈善组织能力建设提供支撑,包括提供平台入驻、咨询、培训、辅导以及技术、资金、传播等方面的支持。



腾讯公益设立了“冷静器”,通过财务披露组件加强了募款项目的信息公开(网络截图)

## 半年募款超9.8亿元 单个项目平均募款近10万

目前,第一批指定平台还在运行的共11家,包括腾讯公益、淘宝公益、新浪微公益、京东公益、百度公益、公益宝、新华公益、轻松公益、联劝网、广益联募。自2016年被指定运行以来,这11家平台募集的善款总额则高达56.1133亿元。

仅2018年上半年,11家平台就共募集善款超过9.8亿元,涉及10103个项目。平均每个项目募集善款接近10万元。

其中3家平台筹款过亿,分别是腾讯公益4.15亿元、蚂蚁金服公益3.2亿元、淘宝公益1.67亿元。3家平台筹款在千万级,分别是轻松公益2600万元、联劝网2034万元、公益宝1332.72万元。

11家平台总的捐款人次达到35.7365亿次。最高的是淘宝公益32.8亿元,这些捐款得益于淘宝平台消费者每购买一个产品商家会捐出一笔钱的设置,共涉及3.4亿消费者、142万商家。

其次是蚂蚁金服公益的2.7亿次,腾讯公益的1912万次。

尽管其余平台的捐款人次

大多在100万以下,但不少平台的单笔捐赠额比较高。联劝网的平均单笔捐赠额就达到了138元——来自其超过14万专门为公益而注册的捐款人。

## 基金会筹款呈现强者愈强态势

多家平台公布了2018年上半年在平台上筹款额排在前列的慈善组织。从公布的情况来看,呈现强者愈强的态势。

以腾讯公益、淘宝公益、蚂蚁金服公益为例,3家平台前五名共15个名额,实际上只有10家慈善组织,包括儿慈会、中国社会福利基金会、爱德基金会、深圳市慈善会、儿基会、中国扶贫基金会、壹基金、浙江妇女儿童基金会、中国残疾人福利基金会、上海仁德基金会。

其中儿慈会、中国社会福利基金会在三家平台都进入了筹款额前五名,儿慈会在腾讯公益更是排在第一。壹基金则进入了淘宝公益、蚂蚁金服公益前五名,在蚂蚁金服公益排名第一。

在腾讯公益,排名前五的儿慈会、中国社会福利基金会、爱德基金会、深圳市慈善会、中国儿童少年基金会共募集善款超

过2亿元,接近全部4.15亿元善款的一半。儿慈会和中国社会福利基金会筹款额均超过6000万元。

## 为中小机构提供更多服务

出现强者愈强的态势,与公益组织的互联网募款能力不强有一定关系。为了提高公益组织的募款能力,为更多中小组织服务,各平台提出了一系列公益赋能措施。

腾讯公益发起了“我是创益人”大赛,为公益组织提供数据、技术、资金、传播支持。其99公益日活动通过配捐为中小机构发起项目实施互联网筹款提供了更多机会。

淘宝公益和蚂蚁金服公益则采购了第三方机构的服务,专职为慈善类公募组织提供入驻、咨询、培训和辅导的支持。

新华公益则走出了北京,在15个省市与近2000家社会组织通过路演分享互联网筹款的传播技巧以及推介新华公益在线募捐服务平台。

联劝网对中小机构提供全方位的筹款支持,包括开展线上筹款培训、协助对接公募慈善组织、线下筹款活动方案设计的一对一指导、挖掘社区资源引入社区企业配捐资金等。

## 更加多元的捐赠方式

随着平台与慈善组织、公益机构的合作逐渐深入,捐赠不再局限于现金,越来越多的捐赠方式开始出现。

在蚂蚁金服公益,公众网购可以捐赠、理财收益可以捐赠、行走步数可以捐赠,向蚂蚁森林项目这样种树也可以捐赠。

在淘宝公益,公众可以通过购物让商家进行捐赠,也可以直接购买公益宝贝的虚拟产品进行捐赠。

在京东公益,慈善组织可以直接募集物资,公众也可以捐赠衣服、图书等闲置物资。2018年

上半年京东公益平台除了现金之外还募集了62万件的物资。

在联劝网等平台,公众还可以通过线上线下互动,不仅做捐赠人,还可以做项目的募款人,帮助公益项目募集更多善款。

## 更多信息核实与公开

在推进互联网公开募捐的同时,平台也遇到了一些问题,面对这些问题,更多信息核实与公开机制的建立成为平台的共识。

根据平台接到的举报投诉,主要有以下一些问题:筹款信息不准确;项目信息公布不及时不准确;同一项目在不同平台重复募捐;公募慈善组织拨款不及时等。

针对公众关于信息透明的诉求,很多平台尝试建立更加有效的机制。

腾讯公益上线了“冷静器”功能,在捐赠前,会弹出一个“透明度提示”的消息框,点击后可以查看立项时间、执行效果、财务披露、项目进展等信息,确认知情后,才能进行下一步的捐助。

蚂蚁金服公益、轻松公益则引入了区块链技术,使善款信息不可篡改、全程可见。中国扶贫基金会在蚂蚁金服公益上发起的顶梁柱项目就使用了区块链技术,使得筹款、投保、理赔数据一目了然,不可篡改,全过程透明。

公益宝则支持湖北省慈善总会发起了医疗救助项目,通过打通医院、慈善会、平台三方的系统,让医院对个人求助者医疗信息进行核实,从源头保证了信息的真实性。

在舆情处理方面,蚂蚁金服公益建立了快速响应机制:通过微博、新闻、网站、媒体、客户端等渠道实施全面检测;通过蚂蚁金服公益平台举报功能、蚂蚁金服公益生活号、蚂蚁金服公益微博等渠道实施用户反馈定向收集;平台指定专人负责检测和第一时间响应并跟进处理,及时发布处理进展;同时与媒体保持有效互动与沟通,并及时向主管部

门汇报。

## 对四家平台提出要求

7月中旬,民政部依据《慈善组织互联网公开募捐信息平台基本管理规范》、《慈善组织互联网公开募捐信息平台基本技术规范》两项行业标准,兼顾日常巡检、投诉举报受理情况,组织专家对11家平台2018年上半年工作报告及运营情况进行了评审和质询。

在肯定腾讯公益、淘宝公益、蚂蚁金服公益、京东公益、公益宝、新华公益、轻松公益、联劝网等平台上半年工作业绩的同时,民政部社会组织管理局要求轻松公益平台在做好慈善募捐的同时,主动宣传慈善募捐与个人求助的区别,进一步加强个人求助类信息的审核甄别和公示力度,引导理性施助,鼓励建立筹款人失信黑名单,防范法律和道德风险;

要求百度公益平台进一步找准定位、提高效能、主动服务,发挥与公众预期相称的平台作用;

要求新浪微公益平台进一步提高服务意识,继续向慈善组织提供无差别、多维度的募捐信息发布和传播服务;

要求广益联募平台进一步辐射周边、服务全国,为更多慈善组织提供信息发布服务。

同时,新指定的美团公益等第二批9家平台已按规定于6月底前全部上线运行,开始为慈善组织提供互联网募捐信息发布服务。

下一步,民政部将持续贯彻落实《慈善法》及相关规章制度、行业标准,积极发挥各方作用,加强事中事后监管,压实平台主体责任,推动20家互联网募捐信息平台加强规范化建设,积极为慈善组织参与脱贫攻坚提供募捐信息服务,引导平台助力地方中小慈善组织能力建设,探索开展行业自律和第三方监管,推动我国互联网公益事业健康有序发展。



在线捐赠方式越来越多元化,行走捐、阅读捐、购物捐、企业配捐、虚拟游戏捐等创新方式受到公众欢迎(网络配图)