

99 公益日观察

配捐释放更加健康,公益身份带动配捐加成受好评

■ 本报记者 张明敏

9月7日,2022年99公益日进入第七天。这也是腾讯公益正式启动大规模平台配捐的第一天。

根据腾讯公益平台的披露,今年99公益日将通过“一花一梦想”公益共创新玩法,让更多的人有能力参与到自己感兴趣的公益领域。平台也将从项目的自驱力、透明度、捐赠人服务等更多维度更立体科学的评估,对于持续在腾讯公益平台上有捐款、行为公益的捐赠人也会进行身份加成的配捐激励。

以上变化将如何体现在99公益落地中?9月7日无疑给我们提供了一个很好的观察窗口。

9月7日上午10时,99公益日正式启动当日配捐。至15时59分,1亿元配捐完毕,用时5小时59分。截至当日16时,有1416万人次参与捐赠,共完成934万次公益助力,送出小红花1360万朵,累计获得用户捐赠8.24亿元。

而如果从9月1日启动算起(截至9月7日16时),99公



人大附中急救社团邀请腾讯SSV社会应急实验室共同参与棒天使棒球基地学生的联合急救培训

公益日主会场已累计吸引3134万人次参与捐赠,共获得捐款金额达到17.02亿元。另外一个非常亮眼的数字是,99主会场的小红花捐赠数量已达到1.17亿朵。以小红花为核心的诸多玩法已经颇成气候。

“一花一梦想”首战告捷

“一花一梦想”在9月7日迎来了首轮收获日。腾讯公益方面透露,当天16个公益梦想中,通过网友的“捐花”投票,已有七个公益梦想完成了100%进度。

近几年来,腾讯公益平台用小红花记录用户的每一件好事,

倡导公益成为一种生活方式。用户可以通过捐款、捐步、答题等公益行为获得小红花,而小红花可被继续捐赠给公益项目或者议题,鼓励用户持续做好事,形成公益闭环。

从今年6月底开始,腾讯公益平台就面向爱心网友做梦想征集,收到了7000多名爱心用户的8000多个公益梦想,涉及关爱孤寡老人、关注乡村儿童、环境保护和乡村振兴等多个公益议题。

历经两个多月的挑选,最终共有16个公益梦想在活动期间上线,99公益日专门设立“捐花给他们”环节。

截至16时,超过1850万的爱心网友通过“一花一梦想”参与了今年的公益互动,为16个公益梦想累计捐出7132万朵小红花,平均人均3.8朵。这其中,“为100所乡村小学送去美育教育”“为10000名乡村老人提供听力筛查”“给1000名乡村学生上职业启蒙课”“培养1000名守护生命的急救员”等七个公益梦想实现了100%进度完成。

“一花一梦想”公益创想,在形式上改为更轻量化、更低门槛的捐花,实现“随手做公益”;另一方面,在理念上,通过一起众筹梦想的形式,让“人人可公益”的理想实现了落地。

可以说,“一花一梦想”下,七个公益梦想率先在首日达成目标,很好地证明了运用互联网数字技术的公益创意具备很强的破圈能力,让“人人公益”中“人人”的角色更立体,更具参与感。

公益身份强化配捐加成

99配捐规则的新变化,在网友实际捐赠体验中,又会带来哪些不一样的感受?

9月7日上午,某网友在群里上传了一张自己获得的配捐结果页面截图。截图显示,因为有着“第二年参与99”“28次月

捐”“三次连续99天集花”“捐出1250朵小红花”“发起七个一起捐”“公益真探”等公益身份,让他一举获得了99公益日基础配捐4.05元和公益身份加成配捐12.79元以及项目加成配捐1元。

早在今年520中国互联网公益峰会期间,为鼓励更多人一块做好事,腾讯就曾新上线“好人标签”功能。这可以视为其对公益身份的探索之一。根据当时的规则,如果用户以往在平台上多次参与过捐款、捐步、答题、月捐、一块走、一起捐等各类公益行动,将有机会在活动中揭开自己的专属“好人标签”。

据透露,捐赠用户专属标签,将依照用户日常的公益行为模式,分为“公益践行者”“公益倡导者”“长期公益人”等不同类型。那些拥有“好人标签”的用户在99公益日中同样的捐赠金额,可比普通用户获得更多配捐额度。而日常公益参与越多、越久、越持续的爱心用户,所获得的配捐额度也越高。

公益身份的加成以及公益行为的标签,这些元素不仅呈现了捐赠人的公益历程,更表达了捐赠人对公益持续的态度。可以预见,对于这些标签持续强化加权重,将会贯穿在接下来的99公益日和腾讯公益平台全周期。

99 公益日收官 促公益回归初心

■ 本报记者 高文兴

“你捐了多少朵小红花?”“你的小红花支持了哪个梦想?”9月10日,伴随着爱心网友间仍未散去的相互探问,第八届99公益日的帷幕已缓缓落下。

本届99公益日,时长延续上届的十天制,非配捐时段激励形式丰富,“小红花”一跃升为热点……经过八年的逐步引导,99公益日试图扭转公益行业筹款至上的尝试已初见成效。在依然充满捐赠热情的社会氛围下,更多捐赠人开始回溯乐于奉献的初心,更多社会组织则转向对机构内功的锤炼、对公益品牌的深挖。

“小红花”的嬗变 人心的回归

截至9月10日18时,本届99公益日吸引超5816万人次参与捐赠,送出小红花超1.82亿朵,累计获得用户捐赠超33亿元。

纵观此前七届99公益日,几乎每届都以创纪录的捐赠金额刺激着公众神经。而本届的这一数目仅仅与上届持平,甚至稍有逊色。然而,从众多捐赠用户的反馈来看,本届99公益日的“用户”体验感和“出圈”热度最为突出。

99公益日走到第八年,腾讯一直在有意识地持续引导公众和公益行业,走出“唯筹款论”的误区,找回公益慈善的初心——“一花一梦想”模式的推出可谓收到了奇效。

相较上届送出的1.25亿朵小红花,本届的1.82亿朵小红花实现了令人惊叹的40%涨幅。这40%的涨幅并没有直接化作捐赠额,而是让千千万万个用户在一次次“梦想”助力中,与16个尚未落地的项目产生长久的连结——这16个梦想正来自捐赠人、行业从业者的需求表达,在某种程度上是爱心网友对公益慈善最朴素的认识。

从本届99公益日中爱心网友对“小红花”的热烈追捧来看,这16个贴近生活、口号明了的梦想,与他们心中的公益慈善的样貌所吻合,公众也逐渐认可在捐钱之外更多的实现公益慈善目标的方式。

正如腾讯公益慈善基金会秘书长葛敏所说,“过去很多捐赠人属于同情心驱动,不太关心具体的项目内容,年轻一代的捐赠人则不同,他们明显更关注捐赠体验、项目有效性和参与获得感。”

据了解,本届99公益日结

束之后,捐花量达到最低执行额度的梦想项目,将根据腾讯公益慈善基金会创新资助的流程和办法,在行业内专业合作伙伴、专家等力量的联动下启动落地。腾讯公益平台也将根据公益梦想的具体情况,定期向用户反馈梦想的具体执行进展,鼓励用户持续关注并监督公益梦想的实施动态。而这也必将梦想项目的公众黏性持续至99公益日之外。

截至配捐日结束,16个项目共吸引了5954万人次参与,捐赠小红花1.07亿朵,全部达到可执行标准。

公益能够回归初心,固然是人们心中良善永驻的体现,然而

为完美促成今日的效果,99公益日历经了对“小红花”的精心设计和持续完善。

2018年99公益日,筹款模式日臻完善,面对持续上涨的筹款金额,腾讯即有所察觉,反其道推出筹款“冷静器”,呼吁行业回归理性。同时,作为丰富趣味交互的手段之一,“集小红花”活动首次上线当即掀起热潮,吸引超1800万人次参与,不少用户更将小红花“戴”到自己微信头像上。

2019年99公益日,“小红花”的互动数增至1.14亿次——“小红花”正式成为99公益日的LOGO。

2021年,“小红花”迎来重大

升级,推出“小红花”账户,捐赠人可通过线上线下的各种活动获得“小红花”,进而获得配捐,“小红花”由此“破圈”——当年99公益日,“小红花”互动人次超1.25亿,而全年全平台用户集花总数为4.9亿朵。

今年,“小红花”账户新增两大举措:第一,“小红花”用户可获配捐加持,有持续捐赠习惯的用户有机会获得更高的配捐;第二,在捐钱之外,“小红花”可直接助力公益,于是便有了今年备受瞩目的梦想项目。

“做好事能得小红花,小红花还能做好事。”“小红花”在形成自身公益闭环的同时,也通过本届取得巨大成功的梦想项目,将捐赠者、受助人、慈善组织、企业和公众连接起来,推动互联网公益健康可持续发展。

互联网公益的连接器功能爆发出强大活力,近百万网友倡导“一起捐”,超百万网友将“小红花做好事”设置为微信状态,公益出圈效应持续显现。一万个经过透明合规审核上线的公益项目链接起2500个慈善组织,其中超过500个组织为今年首次参与99公益日,不断有“新面孔”加入。

(下转10版)

