

让公益配捐回归信任逻辑

金锦萍

人世间，最可宝贵的是信任，最易失去的也是信任。慈善领域，最难获得的是信任，最脆弱的依然是信任。近期围绕着公益配捐的争论喧嚣尘上，甚至有将众多责任归咎于公益配捐之上的倾向。那么，配捐的目的是什么？背后的逻辑又是什么？

创捐领捐跟捐，都要以信任为基础

配捐（Match Gifts）是指承诺将以一定比例或金额的资金，与另外的组织或个人的捐款进行匹配，并共同投向特定的公益议题、公益慈善组织或者项目。这种做法可以激励更多的人或组织参与到慈善事业中来，并提升捐赠数额和效果。配捐是国内外公益慈善行业传统的劝募方式之一，并被实践证明颇有成效，甚至也成为政府部门撬动社会资源的有效途径，例如我国教育部也为了促进高等教育事业的发展，长期以来灵活运用配捐方式，承诺符合条件的向高等院校教育基金会的捐赠可以得到教育部对应比例的配捐，从而激励高校基金会积极劝募，也鼓励高校校友和其他捐赠者向高校基金会捐赠。

公益配捐根据其目的可分为三类：其一，倡导式配捐，鼓励向特定议题的捐赠，可简称为“创捐”；其二，引导式配捐，鼓励向某些特定慈善组织进行捐赠，可简称为“领捐”；其三，跟从式配捐，跟着信任的捐赠人捐赠，可简称为“跟捐”。

如果与营利领域相类比，“创捐”如同创投，都是投入到新

兴的、迅速发展的、有巨大竞争潜力的事业之中，尽管存在很多不确定性，却是对于新生事业的探索和努力。比较典型的“创捐”案例便是2015年联合国儿童基金会（UNICEF）发起了一项名为“他为她”（He For She）的运动，旨在推动男性和女性共同参与性别平等和女性权益的保护。其采用配捐的形式鼓励个人和企业捐赠一定金额来支持女性权益和性别平等项目。再如致力于提高全球疫苗接种率的国际组织——全球疫苗免疫联盟（Gavi, the Vaccine Alliance）发起的配捐活动，鼓励个人和企业捐赠支持疫苗的分发和普及。

如果说“创捐”旨在点亮社会范围内对于长期被忽略但是具有极强公益属性的议题，那么“领捐”则旨在引导慈善资源更多地向领捐者看好的慈善事业或者慈善项目倾斜。领捐者是主导的捐赠者，应该对于其引流的慈善组织或者慈善项目事先经过细致的调查研究，拥有充分的理由让其他人跟捐；在“领捐式配捐”中，领捐者对于特定或者某些范围内的慈善组织和慈善项目进行了信任背书，引导着社会资源更多地流向这些组织或者项目。

“跟捐”则与“领捐”相对应，选择其所信赖的捐赠人，跟着领捐者投向特定慈善组织或者慈善项目，其关键在于甄选其所信任的领捐者。

一言以概之，无论哪一种配捐方式，均得建立在信任的基础之上。

谁来甄选值得信任的慈善组织？

“腾讯九九公益日”这九年来实际上是向符合基本条件的众多慈善组织进行无差别（或者差别甚微）的配捐，所以形式上看来是上述第二种方式的配捐，即鼓励和引导向九九公益日时在腾讯公益平台上的慈善组织进行捐赠。

这种配捐有其优点：在全社会营造人人可公益的公益捐赠氛围，养成公益捐赠的行为习惯，也通过捐赠人或者受赠的慈善组织的相关行为影响更多人加入到慈善捐赠活动中来。

但是其缺点也很明显：数量如此之多的慈善组织能获得配捐的多寡，与其优秀与否关联度不大，反而与其获得多少捐赠数额和捐赠人次有极大的关联性。所以，这种配捐实质上成为了跟从式配捐，却又未能也不可能对众多捐赠人（事实上是不特定的社会公众）进行信任度上的甄别。

寄希望民政部门对于具有公开募捐资格的慈善组织成千上万的慈善项目进行严格筛选是不现实的，尽管实践中民政部门也是非常严格地进行公开募捐活动备案，甚至冒着将备案转化为行政许可的嫌疑。但是《慈善法》所规定的备案程序只是要求民政部门对此进行形式审查即可。所以根据法律，只要符合法定条件的具有公开募捐资格的慈善组织均可以上线劝募。

寄希望于慈善募捐信息发布平台对于众多慈善组织进行细致甄选和排序也是不现实的，因为根据这么多年来实践来看，慈善募捐信息发布平台最多只能在法定条件上增加一些规则，或者喊停一些存在明显违法违规行为的慈善组织的募捐活动，但是这

些依然无法让众多慈善组织具有明显区分度，因此事实上也无法有效引导慈善资源进行更为合理的配置。

因此，互联网平台若希望继续进行公益配捐的，就得修改相关规则，在明确或者重申配捐之目的的基础上，重归配捐的信任基础逻辑。

这就必须要注意区分作为公共性平台的慈善募捐信息发布平台的角色和作为配捐者的角色。慈善募捐信息平台要公平地对待所有符合条件的公募慈善组织，无正当理由不得拒绝特定慈善组织进行募捐信息发布；但作为配捐平台，却允许作为配捐的组织者有权利根据其意愿来确定值得鼓励的社会议题、慈善组织和公益项目。

所以借助慈善募捐信息发布平台来开展配捐活动时，需要明确以下规范：

其一，慈善募捐信息发布平台需要坚持开放、公平、公正和公开的原则，但是配捐活动却无须向所有公开募捐资格的慈善组织开放，因为无论哪种配捐，配捐者依然是捐赠者，其捐赠意愿也应该得到充分尊重，所以配捐者可以在众多符合条件的慈善组织和慈善项目中进行甄选。

其二，慈善募捐信息发布平台旨在发布基础信息，而发布基础信息之外的其他服务不属于政府指定范围，属于平台与慈善组织之间协商的内容，若属于增值服务部分的，双方协商同意之后，可以确定服务的具体内容形式和是否有偿以及服务价格的确定方

式；配捐者与参与配捐的慈善组织之间则是附条件的捐赠关系，只是这个条件并非对于配捐者的物质回馈，而是确定配捐的适用范围和具体配捐数额的计算方式。

其三，慈善募捐信息发布平台是具有公共性的平台，所以其规范不仅得符合国家法律法规的规定，同时也得制定适用所有相关方的平台规则，这些规则的制定过程也应该广泛征求意见，具有自治法的特性；而配捐方与慈善组织之间的则是典型的契约关系，遵从的是意思自治原则，因此配捐方得以具有更强的自由意志。

因此，在腾讯公益平台上的配捐活动并非属于其作为慈善募捐信息发布平台的基础职责内容，在此平台上开展配捐活动的各方需要就配捐的适用场景和条件，以及配捐的激励方式和支付方式进行具体约定，如果一方违约，则另一方得以追究其违约责任。

在基础关系厘清的前提下，那么公益配捐的改进思路也就一目了然了。

信任议题，组织或捐赠者的判断

各行其道的公益配捐，实际上殊途同归，都要以信任为基础。在“创捐”中，公众信任的是创捐者对于社会议题的独到眼光。

对于公共性强但是直接受益人少的公益议题，或者长期以来一直被忽略的边缘领域的公益议题，例如环保、文化、罕见病、弱势群体权益保护等领域，可以进行倡导式配捐，即“创捐”。

此类配捐的意义不在配捐数量多寡，贵在社会倡导；建议可结合年度的一些节日或者特殊意义的事件，诸如人道主义日、儿童节、环保日、国际消除贫困日、禁毒日等等，进行倡导式配捐。由于这些议题平时不为大众所熟知，故实践中以这些议题为业的慈善组织数量也很稀少。所以在进行创捐时，重点并非筛选值得信赖的慈善组织，而在于发现值得倡导的社会议题。

我们发现大众所选择的公益议题一般相对比较集中，即能击中人心最柔软部分，诸如困境儿童、灾害救助（灾害救助一般还局限于紧急救援，不包括灾后重建和减灾防灾这些议题）或者扶贫济困等社会议题，这些都是最能够获得大众捐赠的。但是那些看起来边缘、但是公共性很强的公益议题却常被忽略。

创捐一方面引导慈善资源进行更科学的配置，另一方面也在引导或者教育着捐赠者变得更明智和更智慧，即不要单纯受情感驱使或者受直觉或者偏好影响，而是更为理性地看待这个社会。比如说环境保护和生态维护议题，貌似没有直接受益人，捐赠者也得不到来自某些个体的感谢，但是当下世界极端气候频发，物种减少和沙漠化等等问题都非常重要，而民众大多觉得凭借自己一己之力改变不了什么，从情感上来讲这些议题又没有特定的直接受益人，但是其实我们每个人都身在其中。另外还有青年创业就业、养老等不太受大众偏爱的议题……事实上创捐是对社会公众的理性捐赠教育。

当然，社会议题的发现过程中，不见得局限于专业视角，也

可以向募集了众多民意的社会议题配捐，例如通过筹集“小红花”来彰显某些社会议题的“一花一梦想”。这是相信公众的对于公共议题的选择。按照互联网公益募捐平台的特点，在确保公益性的前提之下，慈善资源的来源和去向都是不特定公众。于是常态之下，具有公募资格的慈善组织变得至为关键，因为它拥有设置议题的主导权，而且在专业话语下。专业慈善强调科学性，关注慈善资源利用效率的提升，当然也不可避免专业优越感。

“一花一梦想”恰恰给了需求端发声的权利。让专业慈善组织之外的主体，诸如受益人、志愿者甚至普通民众提出社会议题并具有被公众看到和认可的可能性，蕴含着极大的社会创新空间，这其实也是一种鲶鱼效应，它会带来新的发展思路和创新空间。这种“议题式跟捐”存在一定风险，但是我们要要有试错的胸怀。

“一花一梦想”与人人可公益、时时可公益、处处可公益是联系在一起。它意味着当有人发现一个社会问题，又能够从其生活经验或者所在专业领域里面发展出一种好的解决方案的时候，我们给予其一种可能性：发起公益项目，并为他开通资源汇集渠道。

所以这个其实在培育每个人在提出社会问题解决方案方面的能动性。这是对慈善专业主义的一种反抗，却也是慈善专业主义的一种附加。但是从合规性上而言，需要具有公开募捐资格的组织来认领这些公益项目，成为这些梦想的承载者，像大船一样承载大量的梦想者。因此需要探索行业规律和规则，不仅仅局限于募捐通道的开通和后续的财务审计，在专业性方面也要有所贡献，

为梦想的实现完善其机制和模式。

在“领捐”中，公众信任的是领捐者对于良善慈善组织的判断。

引导式配捐的实施者得担负起类似于领投者的责任，需要根据标准体系和长期以来的合作经验，来选择优质公益慈善组织和公益慈善项目进入白名单，通过配捐鼓励公众向优秀的、公信力强的慈善组织进行捐赠。引导式配捐的力度可以更大一些，在引导社会资源向优质慈善组织倾斜的同时，也要建构更为完善的过程监督、专项审计和信息披露等制度和机制，以充分尽到领捐者的义务和责任。引导式配捐旨在慈善资源的合理配置，使慈善领域的竞争实现“良币驱除劣币”的效果。

当然，为了避免慈善领域的“马太效应”，避免慈善资源更多地向头部机构集中，可以结合《慈善法》关于合作募捐的修正，继续允许甚至鼓励具有公开募捐资格的慈善组织与不具有公开募捐资格的组织和个人进行合作募捐，但是得避免公募慈善组织被“通道化”，因此需要明确和强化合作募捐中公募慈善组织的义务和责任。同时，也应鼓励公募慈善组织除了自己实施公益项目之外，还积极资助一线社会服务机构和草根组织实施具体公益项目，通过“大手拉小手”，构建更为健康的公益生态同时，也帮助培训和赋能这些直接接触社会基层的一线服务机构。

在跟捐中，跟捐者信任的是其所信赖的捐赠者的判断。

其一，配捐企业向本公司员工所选择的慈善组织和慈善项目

捐赠。这是被实践证明营造良好企业文化的有效途径；而且因为公司与员工之间存在劳动关系，员工滥用规则进行“套捐”的违规成本显著增大。现有数据显示，财富 500 强企业中，高达 65% 的企业对员工提供捐赠配捐，以此来向社会表达其企业社会责任，同时增强企业员工的满意度和凝聚力。最为典型的案例便是微软。该公司自 1983 年起员工提供 1:1 配捐，并为员工的每小时志愿时长提供 25 美元的配捐。迄今为止，配捐计划已经鼓励微软员工为全世界范围内 32000 个公益组织捐赠了 25.5 亿美元和 82.5 万小时志愿时长；再如苹果公司的员工配捐项目自 2011 年至今也已经激励超过 7.6 万名员工帮助全世界范围内的 44000 个公益机构筹集到了 8.8 亿美元及 200 万小时的志愿时长。

其二，配捐方经过平台大数据显示，向长期以来在平台上具有良好公益记录的智慧捐赠者进行倾斜式配捐。这在 2023 年的 99 公益日上已经小试牛刀，那些长期捐赠者因其优秀记录获得了特殊配捐，这既是对于这些捐赠者的价值认可，也是引导更多的捐赠者成为持长期主义和价值理性的捐赠者。

跟从式配捐的实质就是：跟着信任的捐赠人，投向他们信任的慈善组织，同时也鼓励更多的捐赠者成为智慧捐赠者。

无信任则无善款，捐赠乃基于捐赠者对于募捐者的充分信任和认可。配捐依然是捐赠的一种模式，若要久久为功，就得让配捐回到信任的逻辑上来，这是公益捐赠伦理至关重要的基础。可以预见，经过充分调整之后的公益配捐，势必让那些为了套取配

捐资金，一味发动人群进行运动式募捐竞赛的慈善组织再无用武之地，也让优秀的慈善组织和智慧的捐赠者得以脱颖而出，从而真正实现激发慈善热忱、优化慈善资源配置和构建良善慈善生态的初衷。

（本文来源：《中国慈善家》2024年1月10日，作者系中国社会保障学会慈善分会副会长，北京大学非营利组织法研究中心主任）