

99 十年——守正创新，砥砺前行

金锦萍

配捐回归信任逻辑

规则调整重构互联网公益生态

纵观今年 99 规则，会发现几个特点：

首先，大水漫灌式、无差别的配捐，不再是今年的主流，规则的调整让配捐重新回归到“信任”逻辑上。根据今年 99 的规则，在公众捐赠配捐方面，腾讯基金会将投入的 2 亿元资金首次分为三种形式：

面向所有公众设置的 5000 万元“惊喜配捐”，保持了 99 惯有的节日氛围，让大家感受到腾讯公益依然相信每一位公益人的热情与善意；1 亿元“专属配捐”对长期参与公益活动的用户进行回馈，将更多资源的支配权倾斜给了经过时间沉淀、更值得信赖的“宝藏捐赠人”，相信他们能凭借多年的经验和理性的判断，在公益项目中作出更合适的选择；5000 万元“多元化参与”其他场景的配捐，则是相信互联网产品能在公益上发挥更大的影响力，相信公益能够以有更多的方式融入公众生活的各个场景。

其次，99 所坚持的价值观，第一次有了量化指标，让人人可公益、资源合理配置和行业良善治理不再只是一个模糊的概念。今年 99 规则中，面向行业实践的 2 亿元激励，并设置了 5 大激励类型、13 个激励点。应该说，规则

的这部分调整，是对整个互联网公益生态建设的一次重构和刷新：99 的三大价值观有了可具体落地执行的标准，参与 99 的公益机构和项目如何更好地、更健康地运用互联网技术，不断迈向高质量发展、可持续发展，有了更加清晰的引导。

不过，每当我们想通过量化的方式去为富有弹性、抽象的价值观设置评估标准时，往往会感到局促和痛苦。如何让价值观在量化过程中避免削弱和扭曲、如何让量化指标不那么机械教条、如何让量化指标能真正反映公益机构和项目的真实情况，这一切都还需要我们在未来不断尝试和探索。量化指标可以帮我们做出判断，但它们并不是最终的裁判准则。

最后，世界上并不存在完美的规则，所有的规则都存在滞后性。规则的制定和将其落实是两个不同的问题，集合众人智慧制定出来的规则，在现实中的效果如何，还需要时间的检验。因此，在未来的规则制定、修订、完善以及落实过程中，无论是互联网平台、广大公益慈善组织乃至志愿者、捐赠人，所有人的参与都至关重要。

共同维护行业公信力

公募慈善组织需承担必要责任

在 99 这样一个全民参与的公益节日中，互联网平台为广大公益机构和项目提供了面向更多人展现自我的舞台，

互联网平台当然要履行一定的职责，对涉嫌存在违法违规的行为进行相应的处理。我们很欣慰地看到，平台每年都在优化规则、不断提升安全水位，即便在各种复杂情况下面临极大的风险和挑战时，依然选择不忘初心、继续前行。

除了平台外，公募慈善组织需要肩负起更大的责任，特别是对于和公募慈善组织开展联合劝募的公益项目，一定要加强审批、管理、监督工作。以往的很多时候，参与联合劝募的公募慈善组织都只是把自己当作非公募组织和个体的通道，而忽视了公募慈善组织所承载的社会公信力及必要的责任，进而在近些年引发了一些诈捐、套捐等负面事件。

所有公益机构，尤其是公募慈善组织应该意识到，行业的公信力需要行业共同维护、一损俱损，不能把公募慈善组织应当履行的责任转移、推卸给合作募捐机构或志愿者。在新修订、即将实施的《慈善法》，以及《慈善组织公开募捐管理办法》（修订征求意见稿）中，强化公募机构主体责任的内容也已经有所体现，此举在防弊的同时更为兴利。

我一直以来都真诚地认为：从公开募捐的社会意义而言，在促进慈善组织良性竞争、实现慈善资源的合理配置和激励民众向善从善方面，具有不可忽视的价值；更为关键的是，公开募捐是慈善组织面向社会公众的公开表达。

在募捐活动中，慈善组织向公众传递着以下必要信息：其所发现的系统性社会问题；得以解决或者缓解此类社会问题的公益方案；对社会问题得以解决或者缓解的合理期待以及力争取得社会公众信任的必要承诺。

所以，良好的公开募捐活动本身就是一种社会倡导，与其说是在为公益项目或者慈善组织募集资金，不如说是在寻找价值观吻合而且相信解决方案的志同道合者。

所以，公开募捐的法律规制重点在于：其一，根据其广而告之的特性，要求所发布信息真实性和完整性，不可误导、欺诈或者诱导公众做出错误判断而进行捐赠，即不可骗捐；其二，尽管募捐活动中不得给捐赠者许诺任何可能构成对价的物质回馈，但是募捐者在募捐活动中所描述的善款使用限制、社会问题得以解决（或者部分解决）的合理期待也将构成对于募捐者的约束；其三，为了从募捐环节、项目实施到项目终止的全过程实现信息对称，要求募捐者承担必要的信息披露义务；其四，募捐活动的行为规范及违反规范之后的责任承担。

而对于志愿者、捐赠人而言，无论是开展志愿服务、还是参与捐款，都代表着一种价值判断和取向。因而，志愿者和捐赠人应当坚守自己参与公益的价值观和原则，对自己所选择的公益机构和项目有非常明确的认知，才能做出明智的选择；其次，对于参与过程中发现的不合理甚至

是违法违规现象，志愿者和捐赠人应当提出建议和批评，一起帮助整个公益行业向好、向善。

社会公众认知改变

公益要更好地回应现实需求

大家可能都注意到，最近几次重大水灾的募捐和志愿服务情况都不太尽如人意，一些人对灾情中的公益捐赠和志愿服务提出了质疑，甚至对捐赠者的动机也会进行某种程度的恶意揣测。原因可能有很多，比如当前很多人生活并不如意、难以关注他人，事实上所有私人领域的关切最终都会外延到公共领域的表达。

今年 99 可能也会面临类似的挑战——当众多针对社会问题的公益项目迎来一次集中展示的机会、希望创造更多关注度时，面对的可能是部分人的冷漠以对。尽管这与公益本身无关，更多是因为社会公众对公益的认知发生了一定程度的改变。

在这个问题上，我认为需要在保持乐观态度的同时，需要密切关注大环境的变化。无论是公益机构、公益平台、还是所有公益人，当务之急是在这样的环境中继续坚守我们一直秉持的价值观、回归到公益的使命和宗旨上，进而去寻找破局之道。

为什么很多人仍然在公益慈善领域坚守？因为我们相信，人性中除了自我之外，还有基于人与人之间联系、对

他人处于困境的同情之心。人类作为命运共同体的基本要素之一，就是不仅会关心自己的生存状态，也会对同类遭受的苦难感同身受。

对于所有公益慈善领域中的组织和从业人员来说，这就像是一场修行，面对大环境中各种不同的声音，应当像穿透黑暗中的迷雾一样，尤其是在这种艰难的时刻，越要朝着光明的方向走下去。

一方面，要坚守理性客观、瞄准社会问题，更加专业和科学地去研发更好的公益项目；另一方面，要透明而坦诚地面对捐赠人甚至是所有公众的询问和质疑，并且能坦然接受所有的结果。

在这个过程中，我们可以借助互联网技术来解决问题，比如更好地开展透明度建设、做好信息披露，第一时间将公益项目的情况触达目标人群和公众；但也要认识到互联网技术本身的局限性，它永远无法像面对面交流那样生动和灵活、直接传递人与人之间的情感。

因此，公益慈善组织不能忽视的一点是，必须要通过线下社群的构建与服务，实现公益慈善的社区化和本土化，与社会公众直接接触，深入了解当下老百姓最关心的社会问题，并开发相应的公益项目、帮助大家解决问题。

很多时候，人们的不满和质疑都是在表达自我诉求，发牢骚、吐槽只是反映社会问题的一种方式。我们需要关

注这些发出声音的人背后所承受的苦痛，帮助他们度过人生中的至暗时刻。

所以社区慈善的价值将更为凸显。社区慈善以本土资源、本土方法解决本土问题，让捐赠者和志愿者首先从身边的社区营造和构建着手，看到公益慈善在将物理层面的小区锻造为具有价值共同体属性的真正社区时，将会亲眼看到和深刻体味到公益慈善带来了实实在在的变化，切身感受到自己的问题通过公益慈善的方式被解决，公众对公益慈善的信任，才会发出新芽、不断生长。

99 已成民间公益节

是中国公益文化重要组成部分

持续开展了十年的 99，以其独特的影响力和广泛的公众参与度，可以说发展成了中国公益慈善领域的民间公益节，不仅是每年众多公益机构和志愿者集中亮相的机会，更是每年一次针对公益慈善理念的倡导和普及，让普通公众有机会能了解到中国公益慈善事业的整体面貌。

现如今，作为中国民间公益节的 99，已经形成了一种文化氛围和良性互动。人们参与到 99 中，早已不光是为了配捐、筹款，互联网平台、公益机构、捐赠人、受益人已经习惯了在每年的九月，有一个属于他们的时间，大家秉承公益慈善的理念聚在一起。

在今年 99 规则发布之前，不少公益行业的人士有过议论，在社会公众对公益事业的关心处于低谷之时，走到第十年的 99，还会不会办下去？

今年我在全国各地进行调研时，也问过很多人这一问题，发现大家在谈到 99 时，就像谈到春节和重阳节一样，非常自然地认为，这是属于所有公益人乃至社会公众的节日、是社会大众生活的一环，希望 99 能持续地办下去。

也曾开玩笑地问，那要是以后没有配捐了呢，大家还会参与 99 吗？被问者大多犹豫了一下说，在劝募的支持力度上可能会有所减弱，但还是会继续参加；在大多数人看来，99 期间的配捐，更像是春节期间的红包，只是 99 的一种特定的文化符号，为了营造更好的节日氛围，但早已不是 99 的全部。

至此，我相信，无论 99 在未来经历怎样的变化，主题的不断变更、玩法的不断创新、规则的不断调整，甚至于不再由腾讯公益所主导，99 作为中国民间公益节的地位和影响力都将继续存在。

这也正是这个节日的意义所在——我们需要这样一个时间，需要有特定的仪式感和符号，来纪念、庆祝或者宣扬公益慈善的意义。配捐是这个民间公益节中的一个习俗，就像春节的压岁钱、端午的粽子、重阳的登高一样。

从这个角度上理解，99 已经成为中国公益文化的重要组成部分，它所体现的价值观需要所有公益人一起倡导和维护，携手共进、共同推动中国公益慈善事业的持续、健康、高质量发展。

（本文来源《公益时报》2024.07.30，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）