

互联网公益慈善“中国样本”

迈向高质量发展的中国公益慈善发展新模式



中国互联网协会
Internet Society of China



中国公益研究院
China Philanthropy Research Institute

2023年5月

目录 Directory

核心观点 04

互联网公益慈善“中国样本”：历程与现状 08

发展历程：从萌芽起步到蓬勃发展与逐步成型 09

- 萌芽起步 (20世纪90年代-2007年)
- 蓬勃发展 (2008年-2016年)
- 逐渐成型 (2017年至今)

发展现状：规模、效率、创新等取得显著进展 14

- 涟漪效应：捐赠用户高速增长，中国人已成全球最大互联网公益捐赠群体之一
- 长尾效应：捐赠金额持续攀升，占社会捐赠额的比重快速提升
- 鲶鱼效应：创新创意活跃丰富，助力解决中国公益慈善发展痛点

互联网公益慈善“中国样本”：定义与价值 16

基本定义：中国式的互联网公益慈善发展道路 17

主要价值：系统探索解决公益慈善“痛点难点堵点” 18

- 缓解传统公益慈善“可及性”痛点，实现“人人公益”普及
- 化解传统公益慈善“透明性”难点，推动“透明公益”建设
- 疏解传统公益慈善“效能性”堵点，共建“数字公益生态”



互联网公益慈善“中国样本”:支柱与特征

20

四大支柱

21

- 经济支柱:中国经济高速增长、数字经济发展与积累的巨大社会财富奠定坚实物质基础
- 技术支柱:数字技术持续迭代和广泛应用以及平台推动技术公益发展提供不竭创新动能
- 治理支柱:党和政府支持公益慈善发展政策与共建共治共享治理方式提供根本制度保障
- 文化支柱:中国乐善好施扶贫济困传统文化与社会主义文化有机结合营造坚实社会基础

五大特征

23

- 顺应时代:共同富裕引领慈善新理念
- 开放创新:数字技术拓展慈善新路径
- 便捷高效:移动支付提升慈善新效能
- 普惠共享:人人参与共建慈善新格局
- 公正透明:链上公益形塑慈善新生态

互联网公益慈善“中国样本”:挑战与趋势

28

机遇挑战

29

- 互联网公益慈善“中国样本”发展拥有巨大机遇
- 互联网公益慈善“中国样本”发展面临诸多挑战

基本趋势

30

- 更加普惠:汇聚党委、政府、企业、社会组织和公众“五方力量”,互联网公益慈善“中国样本”将全民共建共享
- 更大影响:互联网公益慈善“中国样本”将在地域、领域、人群与可持续“四个维度”产生更广泛影响力
- 更具创新:数字引领、技术变革与企业创新“三驾马车”共驱互联网公益慈善“中国样本”从效能型迈向创新型
- 更高质量:国家政策与法治保障“双轮驱动”互联网公益慈善“中国样本”从规范发展迈向高质量发展

党的二十大报告指出，“构建初次分配、再分配、第三次分配协调配套的制度体系。”“引导、支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人积极参与公益慈善事业。”近年来，随着数字技术快速发展以及互联网平台积极创新，中国互联网公益慈善迅速发展，不仅拓展慈善参与渠道、降低行善成本、提高公益效能，而且传播公益文化、增进文化自信，促进社会全面进步。据民政部统计，2017至2021年，中国通过互联网募集的善款在5年间从25亿元增长到近100亿元，2021年，中国有超过100亿人次点击、关注和参与互联网慈善。从全球范围看，中国互联网公益慈善参与人数最多、公益交互方式最丰富、公益杠杆作用最显著。多年实践证明，互联网公益慈善是引导支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人积极参与公益慈善事业，充分发挥第三次分配作用的重要路径，是扎根于中华优秀传统文化、推进中国式现代化的公益慈善发展新模式。2019年4月，民政部明确指出，“互联网慈善的‘中国样本’正在形成”。

报告认为，互联网公益慈善“中国样本”是中国式的互联网公益慈善发展道路，是在党和政府支持与指导下，基于互联网发展所涌现的技术创新、移动互联、数实融合等优势，由互联网平台推动公益与用户日常生活场景的深度结合、推动公益行业信任机制与透明化的数字转型、推动扎根县域和基层的共同富裕生态圈建设，在全球范围内实现了公益参与门槛最低、公益交互方式最丰富、公益杠杆作用最显著的全民公益发展新路径。互联网公益慈善“中国样本”是立足于中国经济高速增长、技术创新驱动的公益慈善发展新模式；是壮大于平台企业学习创新海外有益经验，主导促进慈善人人可参与的公益慈善发展新模式；是下沉于基层，助力区域经济与乡村振兴的公益慈善发展新模式；是扎根于中华优秀传统文化、构建中国全民善意文化的公益慈善发展新模式；是服务于全体人民共同富裕、助力推进中国式现代化的公益慈善发展新模式。

互联网公益慈善“中国样本”是中国互联网公益慈善多年发展所形成的新路径，是数字时代中国公益慈善创新发

展的新模式。依托互联网工具与数字技术，互联网公益慈善“中国样本”深刻重塑中国传统公益慈善发展逻辑与方式，是立足中国公益慈善事业发展实际、系统探索解决行业发展痛点难点堵点的可行方案。一是缓解传统公益慈善“可及性”痛点，实现“人人公益”普及。二是化解传统公益慈善“透明性”难点，推动“透明公益”建设。三是疏解传统公益慈善“效能性”堵点，共创“数字公益生态”。

互联网公益慈善“中国样本”发展呈现出“三四五”的主要特点，即历经“三个阶段”、拥有“四个支柱”、具备“五大特征”。

“三个阶段”：随着经济发展、技术进步与社会变迁，特别是伴随中国互联网产业的发展变革，互联网公益慈善“中国样本”大致经历萌芽起步（20世纪90年代-2007年）、蓬勃发展（2008年-2016年）以及逐渐成型（2017年至今）三个阶段。在萌芽起步阶段，互联网主要作为传播工具，在公益信息流通与分享上起到了重要促进作用。2008年汶川地震以及北京奥运会拓展了社会对公益的认知，在很大程度上推动了中国互联网公益慈善事业的发展。随着中国经济高速增长、互联网经济蓬勃发展，移动互联网爆发式增长，带来社交、移动支付等快速普及，“人人公益、随手公益、指尖公益”开始成为潮流。越来越多互联网企业纷纷设立公益基金会，大力推进模式、技术等创新，公益全方位融入公众生活场景，互联网公益捐赠用户、捐赠额、机构、慈善项目等数量高速增长。但这个阶段中国互联网公益在快速成长的同时，透明度不高、信任不强等深层次矛盾与问题也日益凸显。2016年，随着《中华人民共和国慈善法》的颁布实施以及国家相关政策的落地，中国互联网公益慈善的发展特点日益突出、模式日益清晰，公益慈善“中国样本”逐渐成型。截至目前，中国互联网捐赠用户高速增长，中国人已经成为全球最大互联网公益捐赠群体之一；捐赠金额持续攀升，占社会捐赠额的比重快速提升；创新创业活跃丰富，助力解决中国公益慈善发展痛点。

“四个支柱”：互联网公益慈善“中国样本”的形成发展并非偶然的产物，而是经济、技术、治理、文化四大支柱共同支撑、相互促进的时代产物。经济支柱，中国经济高速增长、数字经济发展与积累的巨大社会财富奠定坚实物质基础。技术支柱，数字技术持续迭代和广泛应用以及平台推动技术公益发展提供不竭创新动能。治理支柱，政府长期支持公益慈善发展政策与共建共治共享治理方式提供根本制度保障。文化支柱，中国乐善好施扶贫济困传统文化与社会主义文化有机结合营造坚实社会基础。

“五大特征”：与欧美国家相比，互联网公益慈善“中国样本”形成了鲜明的中国特色。顺应时代，积极响应国家号召，服务国家重大战略；持续优化慈善资源分配，积极助力共同富裕。开放创新，推动技术模式业态管理创新，打造公益数字化技术底座；开放共享数字公益技术，推动行业全链路数字化，构建数字公益新生态。便捷高效，依托移动支付优势，推动指尖公益成潮流，提升公益慈善效能；发挥平台优势，汇聚慈善资源，快速响应应急事件。普惠共享，降低行善门槛，提升慈善可及性，形成人人参与共建共享新格局；创新打造公益数字化区域专场，推动公益捐赠升级为可持续公益共创。公正透明，推广应用数字技术，逐步打破信任“黑箱”，塑造慈善新生态；推动透明机制持续升级，探索公益治理新模式。

互联网公益慈善“中国样本”拥有巨大发展机遇，但也面临诸多挑战，如透明度与社会信任度不够，公益组织数字化程度有限，社会公益文化不足等。展望未来，在“五方力量”、“四个维度”、“三驾马车”以及“双轮驱动”推动下，互联网公益慈善“中国样本”将进一步创新发展，呈现“四更”趋势，在中国式现代化新征程中发挥更大作用。

更加普惠，汇聚党委、政府、企业、社会组织和公众“五方力量”，互联网公益慈善“中国样本”将全民共建共享；更大影响，互联网公益慈善“中国样本”将在地域、领域、人群与可持续“四个维度”产生更广泛影响力；更具创新，数字引领、技术变革与企业创新“三驾马车”共驱互联网公益慈善“中国样本”从效能型迈向创新型；更高质量，国家政策与法治保障“双轮驱动”互联网公益慈善“中国样本”从规范发展迈向高质量发展。



引言 INTRODUCTION

PUBLIC WELFARE

人类文明史就是社会公益史，公益慈善在中国及海外源远流长。现代公益慈善事业发轫于欧美西方国家，工业革命后经济社会发展、宗教文化渗透及公益法治健全等多因素让西方公益慈善事业持续走在世界前列，引领全球发展。中国自古以来也有扶贫济困、乐善好施的文化传统，但现代公益慈善事业起步晚、发展慢。新中国成立后，民间公益慈善事业历经曲折，但在改革开放后迎来了新的发展机遇。

20世纪70年代后，随着互联网在美国的诞生普及，欧美国家互联网公益率先发展，成为公益慈善事业发展的重要生力军。同时，20世纪90年代中期后，随着互联网商用、经济快速发展及互联网技术持续迭代，互联网公益慈善在中国呈现出更强劲发展势头，成为中国公益慈善事业发展的主要增长点。中国互联网公益慈善的发展不仅一定程度上降低行善成本、提高公益效能，也传播公益文化、促进社会进步。经历多年发展，从全球范围看，中国互联网公益慈善的规模、效率、创新等都已处于领先地位，日渐形成具有中国特色的互联网公益慈善发展新模式。2019年4月，民政部明确指出，“互联网慈善的‘中国样本’正在形成”。当前，中国特色社会主义进入新时代，中国互联网公益慈善在助力脱贫攻坚战、推进乡村振兴等重大时代课题中发挥了更加积极有为的作用，促进互联网公益慈善“中国样本”日益成型。

以习近平总书记为核心的党中央高度重视公益慈善事业发展。自党的十八大提出“支持发展慈善事业”以来，党和政府不断赋予公益慈善事业新的现实定位与历史使命。十九届四中全会提出“重视发挥第三次分配作用，发展慈善等社会公益事业”，十九届五中全会强调“发挥第三次分配作用，发展慈善事业，改善收入和财富分配格局”，将慈善事业作为第三次分配的主渠道列入收入分配制度体系的重要组成部分。党的二十大报告指出，“构建初次分配、再分配、第三次分配协调配套的制度体系。”“引导、支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人积极参与公益慈善事业。”当前，党中央的中心任务是团结带领全国各族人民全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。互联网公益慈善“中国样本”作为领先全球、植根中国、具有特色的公益慈善发展新模式，在促进全体人民共同富裕、物质文明和精神文明相协调、人与自然和谐共生、走和平发展道路等中国式现代化新征程上将发挥更大作用。

互联网公益慈善“中国样本”： 历程与现状



相较于欧美西方国家数百年公益慈善发展史，中国现代公益慈善发展晚、基础弱。新中国成立后，逐步建立起政府主导的福利救济事业，国家力量取代慈善组织，承担了基本福利、灾害救助等工作。改革开放后，中国民间公益慈善发展空间逐步拓展。20世纪90年代后，随着经济发展、技术进步与社会变迁，特别是随着互联网产业迭代发展，互联网公益慈善呈现从星星之火到燎原之势，互联网公益慈善“中国样本”随之逐步发展成型。

HISTORY

CURRENT SITUATION

萌芽起步（20世纪90年代-2007年）

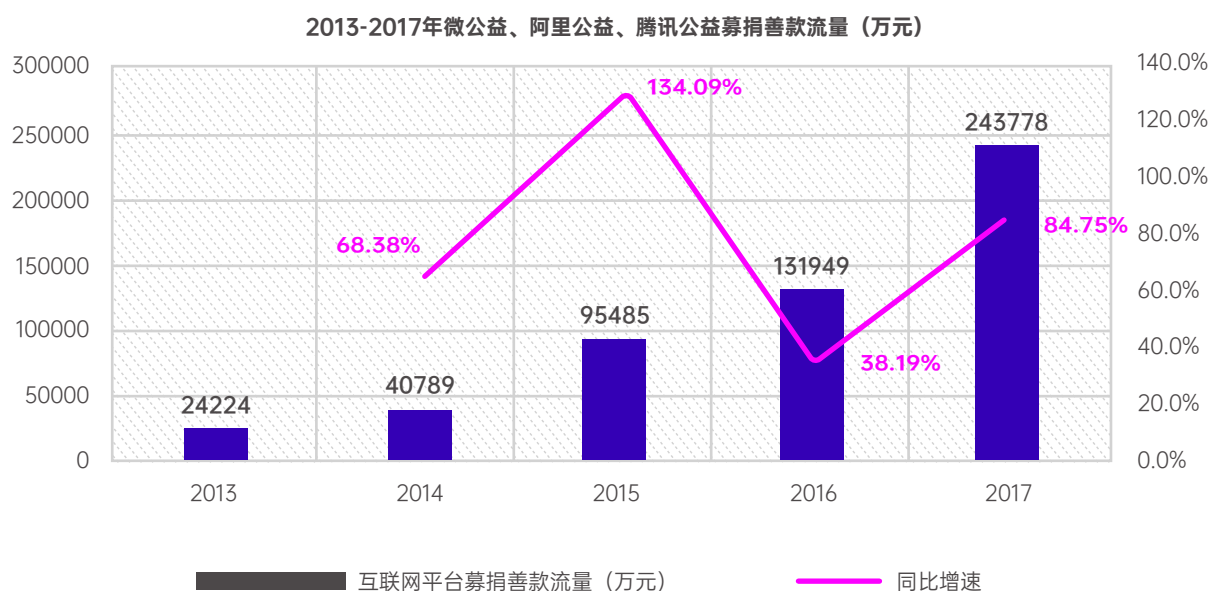
互联网公益慈善“中国样本”形成发展与中国社会经济发展进程紧密相关。20世纪90年代后，中国确立了建立社会主义市场经济体制的目标，持续深化经济体制改革，并于2001年成功加入世界贸易组织，融入全球产业分工体系。中国经济快速发展，科教文卫等各项社会事业也持续进步，催生民间公益发展。

1995年互联网开始商用后，中国互联网行业进入PC互联网时代。随着电子邮件、门户网站、BBS论坛等兴起，中国互联网公益从零星的、偶发式的个人网络求助发展到公益性的门户网站、公益论坛的出现，并逐步进入组织化阶段。无论是中国还是海外，互联网作为新兴的传播工具，在公益信息流通与分享上起到了重要促进作用。相较于欧美发达的线下公益慈善组织及募捐体系，互联网普及发展对中国传统公益慈善事业演进产生更大影响。2002年，地方门户网站——千龙网开通了中国网络媒体第一家综合性公益频道。2005年，中国互联网协会启动“互联网公益日”，倡导广大互联网从业单位和社会各界积极参与互联网公益事业，倡议全社会共同关注、支持、帮助不发达地区和社会弱势群体使用互联网，“建设人人受益的信息社会”。在政府指导与行业组织倡议下，许多互联网企业响应号召，相继成立了公益部门。2006年，搜狐公益频道以专题形式建立，成为首个商业网站的专门公益频道。2007年6月，腾讯公益慈善基金会在民政部完成注册，成为中国第一家由互联网企业发起的公益基金会。

蓬勃发展（2008年-2016年）

2008年以后，中国经济持续高速增长，并于2010年超过日本成为全球第二大经济体，在国际金融危机后日益走向全球舞台中央。同时，中国互联网也加速变革，进入移动互联网发展的新阶段，为中国互联网公益慈善发展注入了新动能。汶川大地震和北京奥运会普及了志愿和公益精神，拓展了社会对公益认知，在很大程度上推动了中国互联网公益事业的发展。汶川地震救灾期间，中华民族强大的民族凝聚力在网络上表现得淋漓尽致，全民公益热情被激发。地震发生之后不久，人们就纷纷在QQ个性签名上点亮祈福图标，并通过互联网快速获取、传递信息，实现捐款、捐物等各种形式的援助，网络募捐在这一年出现井喷式发展，各类公益基金会也迅速通过网络平台开通网上募捐通道，广大网民还通过互联网发起了自发救援行动，组织人员、物资和志愿者前往灾区。同时，北京奥运会期间，奥组委以互联网为主要方式来招募奥运志愿者，并通过互联网对部分志愿者进行培训。许多与奥运主题相关的互联网公益活动开始出现，比如中央电视台与中国扶贫基金会联合推出的“圆梦2008”计划通过互联网等手段进行宣传和筹款，紧扣奥运、沿圣火传递路线资助贫困地区胸怀体育梦想的学子。

这一阶段，西方国家的互联网巨头也积极参与互联网公益，如Google、Facebook和亚马逊，但是基于不同的发展路径和监管体制，美国大型互联网企业没有像腾讯、阿里巴巴等中国互联网平台企业专门设立公益筹款平台，为慈善组织提供互联网募捐服务。中国的公益组织可以通过互联网公开募捐信息平台发布内容、开展活动、组织募捐等多种方式与受众进行互动，引导用户参与到公益活动中来。社交平台也为公益组织提供了新渠道和方式来筹集资金、宣传项目、招募志愿者等，助力互联网公益迅速扎根崛起。2012年新浪微公益建立了“大V”社交公益传播模式。同时，互联网创新与公益策略加速融合，互联网公益项目呈现出创新与多样化，如公益众筹在中国开始兴起和发展，捐赠式公益众筹项目由此正式进入公众视野，进入快速发展阶段。同时，以轻松筹、水滴筹为代表的个人大病求助互联网服务平台也开始发展。



资料来源：《慈善蓝皮书》

图1 2013-2017年主要互联网公益平台募款流量

2013年前后，移动支付及以微信为代表的社交工具的普及给中国互联网公益发展带来深刻影响。与西方国家基于陌生人社交的公益发展模式不同，中国发展出基于熟人社交的公益发展模式，朋友圈公益使得公益与科技走向社会中的更多群体。在支付与公益的结合方面，西方国家主要通过构建筹款和捐赠平台，以及建立非营利组织的方式，鼓励用户参与公益慈善活动，但是中国通过移动支付与公益相结合的方式明显走得更远。在打通了公益平台和支付系统之后，不仅项目的中间链条缩短，而且用户可以随时随地跟进公益项目，使得公众的公益参与在网络空间形成了“捐赠——了解——再捐赠”的闭环。

2014年，席卷全球的“冰桶挑战”等活动扩散到中国，互联网公益平台加强创新，以支付宝“蚂蚁森林”项目、今日头条“一分钟、一份爱”公益项目等为代表的中国互联网公益模式创新项目大量涌现。与西方相比，中国公益慈善事业起步较晚，但是互联网公益的公众捐赠热情持续高涨。2015年，腾讯公益首次联合公益慈善组织、用户、企业和媒体等共同发起全民公益活动——“99公益日”，在筹款额、透明度、覆盖面等方面不断改进，带动平台募款额持续增长，成为全球最大的公益节日之一。

随着“一带一路”倡议的提出和政策的落地，中国公益组织开始国际化，互联网公益平台也开始走出国门，尝试在海外开展公益项目。从2009年开始，包括中国扶贫基金会（现为中国乡村发展基金会）、中国青年发展基金会、腾讯公益、阿里公益等公益组织、平台先后走出国门，在海外落地公益项目，涉及领域包括教育、医疗卫生、文化交流、抗震救灾等。

总体看，这一阶段，中国移动互联网的爆发式增长，带来了社交、移动支付等快速普及，“人人公益、随手公益、指尖公益”成为发展趋势。阿里、京东等越来越多的互联网企业纷纷设立公益基金会，大力推进模式、技术等创新，公益全方位融入公众生活场景，激发全民捐赠热情，使互联网公益捐赠用户、捐赠额、机构等数量高速增长。与此同时，透明度不高、用户信任度不强等中国公益慈善事业深层次矛盾与问题日益突出。由于没有法律的明确规定，一部分互联网公益项目始终处于灰色地带，依靠公众信任运作的系统十分脆弱，各类上线平台质量及其相关众筹规则良莠不齐，网络上各种诈捐、骗捐、套捐等现象屡见不鲜。“郭美美”事件、“罗尔事件”等给中国互联网公益慈善健康持续发展产生巨大冲击。

3. 逐渐成型（2017年至今）

党的十八大以来，中国特色社会主义进入新时代，国家经济社会发展事业持续迈上新台阶。在高质量发展政策导向下，中国互联网公益事业的制度建设也趋于完善。早在2014年，国务院印发了新中国成立以来首个指导、规范和促进慈善事业发展的文件《关于促进慈善事业健康发展的指导意见》。2016年，新中国历史上第一部全面规范慈善事业的法律《中华人民共和国慈善法》（以下简称《慈善法》）颁布实施，为互联网公益慈善平台提供了明确的法律地位，促进了其规范化、专业化和可持续发展。民政部先后遴选指定了三批（现有共29家）慈善组织互联网公开募捐信息平台，加强对互联网公益活动的管理和监督，规范公益平台行为，保障公众权益。与此同时，国家加快推进共同富裕，日益重视公益慈善在收入分配中地位。2019年，党的十九届四中全会第一次明确将发展慈善事业作为社会保障体系的重要组成部分。2020年，党的十九届五中全会再次提出，要发挥第三次分配作用，发展慈善事业，改善收入和财富分配格局。党的二十大报告强调“引导、支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人积极参与公益慈善事业”，为互联网公益发展指明了新方向，也加速互联网公益慈善“中国样本”的成型。

在党和政府的引领下，中国互联网公益进入规范发展新阶段。与此同时，数字技术加快变革以及互联网平台加快公益慈善创新，助力互联网公益慈善不断拓宽广度与深度。一方面，“人人可公益，处处皆公益”的互联网公益场景全面落地，行走捐、阅读捐、积分捐、消费捐、企业配捐、虚拟游戏捐等多元性和趣味性创新方式大量涌现，最大程度地激发了公众参与公益慈善的活跃度，受到越来越多的公众特别是年轻人的欢迎。公益交互机制不断创新，通过互联网技术的发展，更多普通用户成为公益项目的策划者、执行者和监督者，公益的信任机制与透明机制加速建立。科技力量持续优化公益模式，赋能公益机构。数字技术在公益领域的应用不仅让公益项目更加智能、更加高效、更加优化体验感，还有利于提升公益行业效能。互联网公益平台持续强化信息公开和在线投诉举报等功能，推广应用区块链、“冷静器”、财务披露组件等一系列技术和管理创新数字化工具，公益行业全链路数字化进程加快，公益机构治理更加规范，项目运营更加透明，捐赠人服务也得到更加优化，公益机构的专业能力、影响力、公信力获得持续提升。

此外，互联网公益慈善在更多的行业获得延展，与企业的结合越来越紧密。“业务+公益”的模式不仅吸引了越来越多的企业加入到公益领域，还突破了单一的捐赠模式，从企业自身业务出发，寻求业务与公益的深入融合，持续创新公益模式。例如万科公益开发的中国城市垃圾地图项目，就是以互联网为平台，通过数字化分析，协助城市、社区落实垃圾分类政策，推动了垃圾产业相关信息公开及合规，提升了公众垃圾分类的整体意识。

总体来看，2016年《慈善法》颁布实施后，中国互联网公益慈善逐步形成了多方发力、跨界共创、资源整合、优势互补的新模式。中国互联网公益的规模、效率、创新模式逐渐走向全球前列，社交、移动支付等方式应用不断降低公益门槛，激发了全民公益热情；以“99公益日”等为代表的互联网公益活动的影响力、筹款额等都已和全球几大公益日等比肩；互联网公益平台围绕中心、服务大局，坚持向扶贫和基层倾斜，几乎覆盖扶贫济困、教育助学、医疗救助、救灾救援、环境保护等国家经济社会发展的所有领域；大数据、区块链等数字技术手段逐步应用，中国互联网公益慈善透明与信任机制建设稳步推进。这些积极变化共同推动互联网公益慈善“中国样本”逐渐成型。

HISTORY

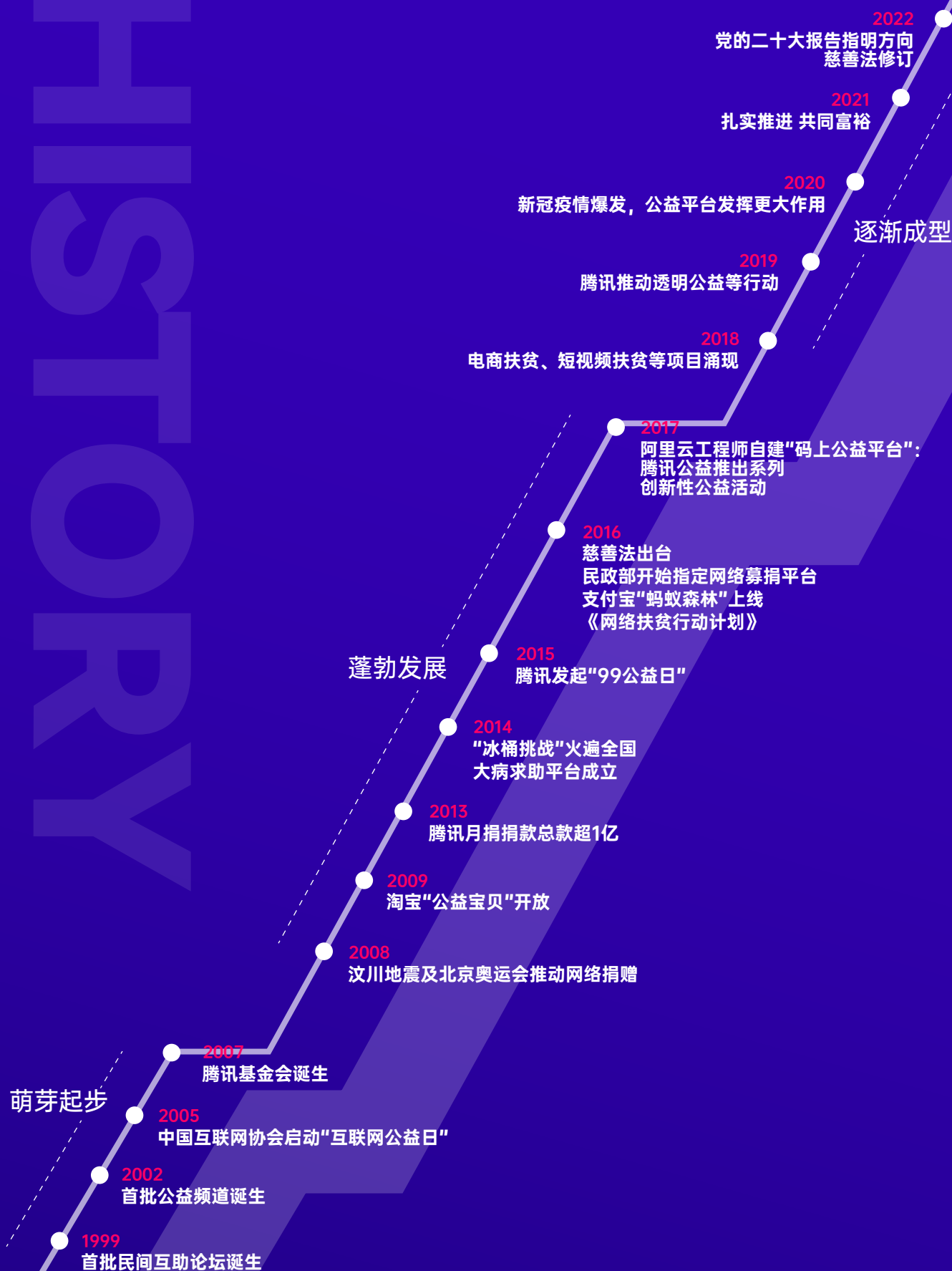


图2 互联网公益慈善“中国样本”发展阶段
资料来源：课题组自制

1. 涟漪效应：捐赠用户高速增长，中国人已成全球最大互联网公益捐赠群体之一

随着社交、移动支付等方式应用不断降低公益门槛，人人皆可公益激发全民公益热情，基于亲友圈、同学圈、同事圈、老乡圈的熟人朋友圈、以及基于共同兴趣、爱好的“饭圈”“户外圈”等社交圈，通过晒“慈善账单”、发起“一起捐”等方式带动他人参与，“慈善朋友圈”涟漪效应不断拓展、触达更多主体。个人通过慈善参与，在实现自我价值的同时也推动着社会问题的解决，进而推动内在价值和外在价值的统一。相较于欧美民众主要依托线下或者信用卡等捐赠方式，中国人依托移动支付成为全球互联网公益最大公益捐赠群体之一。截至2022年9月，民政部指定慈善组织互联网募捐信息平台共29家，互联网公开募捐信息平台累计带动网民参与超510亿人次。其中，2021年通过支付宝公益平台捐款的网友达5.98亿人次，在支付宝参与公益超过100天的用户已经接近1亿人；新浪微公益上有600多个机构账号、4000万微博网友参与捐助。腾讯公益已经上线了超过11万个公益项目，2012年至2022年腾讯公益平台捐赠人数由63.8万增至4142万，捐赠人次由209.7万人次增至1.28亿人次。

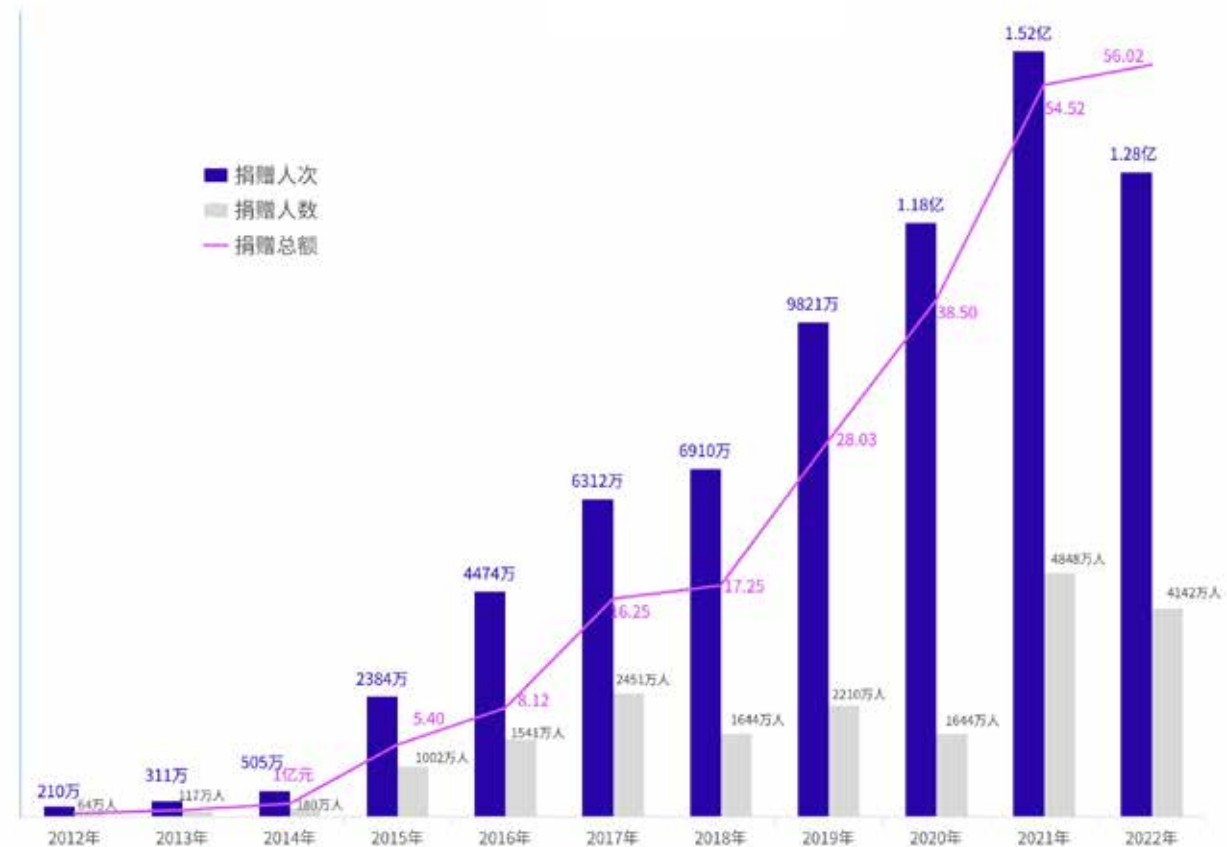


图3 2012-2022年腾讯公益平台募捐总额
数据来源：腾讯公益平台

2. 长尾效应：捐赠金额持续攀升，占社会捐赠额的比重快速提升

互联网平台赋予更多慈善机构和慈善项目向潜在捐赠人“路演”的机会，社会公众参与公益慈善活动也有了更多的选择。一些中小型慈善组织勇于探索新的“流量密码”，充分调动公众参与、拓宽筹资渠道，一定程度上打破了线下慈善筹款时代的“马太效应”，发挥“长尾效应”。据统计，2017-2021年，中国互联网年捐赠额由25.9亿元增至100亿元左右，平均增速远快于中国社会捐赠额增速，2017年至2021年短短4年，中国互联网捐赠额占社会捐赠额的占比由1.7%大幅增至6.9%。其中，2012-2022年腾讯公益平台年捐赠额由2717万元大幅增至56亿元；筹款公益机构数由30个增至555个，筹款项目数由260个增至2万多个。截至2022年底，腾讯公益平台累计筹款总额约226亿元。2016年至今，累计超过5亿的中国人参与互联网公益捐赠，每年都有超过100亿人次点击、关注和参与互联网公益慈善，民政部指定的公开募捐信息平台筹款额累计超过360亿元，若加上个人求助平台，总筹款额超过千亿元。

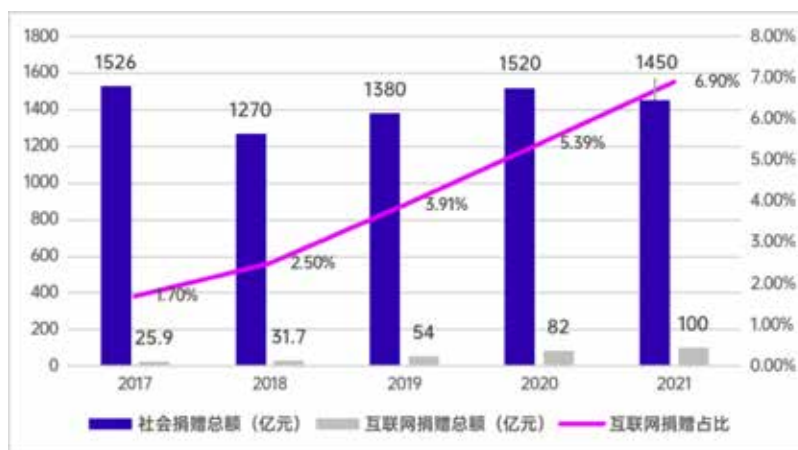


图4 2017-2021年中国社会捐赠总额与互联网捐赠总额
资料来源：《慈善蓝皮书：中国慈善发展报告(2019)》

3. 鲶鱼效应：创新创业活跃丰富，助力解决中国公益慈善发展痛点

在中国公益平台主导创新下，互联网公益慈善模式创新、业态创新、管理创新、技术创新等特点日益突出。一些发端于欧美的公益慈善创新创业模式被引入中国后不断迭代，取得了更大的成效；更多的是基于中国的实际需求和发展现状的本土创新模式持续升级。在此背景下，传统慈善组织积极拥抱互联网时代的新变化、多家互联网企业纷纷开展互联网公益慈善新方向，互联网和数字技术犹如引入公益领域的鲶鱼，不断激励相关主体持续探索创新。中国互联网公益慈善募捐场景越来越多元化，相关平台推出的创新方式受到公众欢迎，导流方式不断翻新，中国互联网公益慈善的法治化、场景化、大众化、专业化、透明化、跨界化特征更为明显。

随着中国互联网公益慈善加快迈向高质量发展，公益慈善“中国样本”逐渐成型，给中国传统公益慈善事业痛点提供了新的系统解决方案与可行路径，成为中国公益慈善事业发展的新动力与新源泉。

CHAPTER PAGE

互联网公益慈善“中国样本”： 定义与价值



Definition
Value

报告认为，互联网公益慈善“中国样本”是在党和政府支持与指导下，基于互联网发展所涌现的技术创新、移动互联网、数实融合等优势，由互联网平台推动公益与用户日常生活场景的深度结合，推动公益行业信任机制与透明化的数字转型，推动扎根县域和基层的共同富裕生态圈建设，在全球范围内实现了公益参与门槛最低、公益交互方式最丰富、公益杠杆作用最显著的全民公益发展新路径。

互联网公益慈善“中国样本”是中国式的互联网公益慈善发展新模式，是互联网技术和公益慈善事业在中国长期融合、创新发展所形成的，具有中国特色、比肩欧美模式、助力共同富裕的公益慈善发展新道路新模式。第一，互联网公益慈善“中国样本”是立足于中国经济高速增长、技术创新驱动的公益发展新模式。互联网公益发展与中国经济与数字经济快速发展息息相关，中国已经稳居全球第二大经济体，也是全球数字经济规模第二大国，数字技术广泛应用、数字基础设施完善及互联网用户快速增长，为互联网公益慈善“中国样本”形成与发展奠定坚实物质基础。第二，互联网公益慈善“中国样本”是壮大于学习创新海外有益经验并融入本土特点和需求，主导促进慈善人人可参与的公益发展新模式。以腾讯、阿里等为代表的互联网平台企业积极履行社会责任，参考欧美经验做法并结合中国国情开展创新性探索，在中国互联网公益慈善事业发展中发挥了重要作用。同时，越来越多的行业与机构借助互联网工具以及数字化技术发展公益，为互联网公益慈善“中国样本”发展壮大提供强劲动力。第三，互联网公益慈善“中国样本”是下沉于基层，助力区域经济与乡村振兴的公益慈善发展新模式。随着公益慈善下沉发展及与区域发展适配性提升，中国互联网公益慈善逐步升级为细水长流、可持续公益共创。具有鲜明地方特色的区域公益场兴起，有效串联公众情感、集聚公益慈善资源，为乡村振兴与区域经济发展注入新动能，成为互联网公益慈善“中国样本”发展的新动能新方向。第四，互联网公益慈善“中国样本”是扎根于中华优秀传统文化，构建中国全民善意文化的公益发展新模式。中国传统文化中的恤老慈幼、扶贫帮困、乐善好施的优良慈善传统为新时代中国特色社会主义建设提供了适宜的文化土壤和丰厚的精神滋养，也为中国互联网公益的发展营造了良好的社会氛围与舆论环境。中国互联网公益发展扎根于中国传统文化、激发了全民善意文化，推动人人公益、全民公益等慈善文化与观念深入人心，进一步推动具有中国特色的公益慈善“中国样本”形成发展。第五，互联网公益慈善“中国样本”是服务于全体人民共同富裕、助力推进中国式现代化的公益发展新模式。公益慈善事业是中国多层次社会保障体系与中国特色社会主义事业的有机组成部分，是新时代促进高质量发展、实现共同富裕的重要路径。其中，互联网公益已成为中国公益慈善事业发展的新增长点。据民政部统计，2017年至2021年，中国通过互联网募集的善款在5年间从25亿元增长到近100亿元，增长到近4倍。2021年，中国有超过100亿人次点击、关注和参与互联网慈善。公益慈善“中国样本”是中国互联网公益与时代同频共振、融合发展而成的公益发展新模式，是第三次分配的有机组成，也是对初次分配和再分配的重要补充，将为共同富裕与中国式现代化的推进持续注入新动能。

互联网公益慈善“中国样本”是中国互联网公益慈善多年发展所形成的新路径，是数字时代中国公益慈善创新发展的新模式。依托互联网工具与数字技术，互联网公益慈善“中国样本”深刻重塑中国传统公益慈善发展逻辑与方式，是立足中国公益慈善事业发展实际、探索解决行业发展痛点难点堵点的系统方案，也是推动公益慈善更好地改善收入分配、助力共同富裕、促进高质量发展的中国路径。

1. 缓解传统公益慈善“可及性”痛点，实现“人人公益”普及

在公益慈善路径方面，传统的捐赠需要捐赠者前往银行、邮局或直接上门捐赠，才可以实现自己的爱心意愿，行善便利性差、门槛相对较高，对于捐赠者特别是个人捐赠者很不友好，“可及性”不高成为制约传统公益慈善发展的主要痛点，也在一定程度上影响了中国个人的捐赠额。随着互联网发展与公益慈善结合，特别是社交网络与移动支付的发展和普及，个人公益捐赠的门槛大幅降低。例如，微信在“九宫格”以及支付宝APP都提供了公益入口，推动人人公益、随手公益、指尖公益成为发展趋势。同时，这也为慈善组织开展募捐活动提供了更多场景。

互联网公益慈善“中国样本”的发展进一步缓解了中国公益慈善“可及性”不强的痛点，形成了人人公益、全民公益的新格局。在中国互联网公益平台的不断创新下，公益活动深度融入餐饮、出行、娱乐、购物等生活场景，日捐、月捐、零钱捐、一对一捐、企业配捐等创新公益模式方兴未艾，公众参与公益意识持续提升，热情不断高涨。

2. 化解传统公益慈善“透明性”难点，推动“透明公益”建设

透明是公益事业的价值点和生命线。中国公益慈善事业透明度不足问题长期为外界所诟病，造成社会公众对公益慈善事业信任度不高，影响了公益慈善事业的可持续发展。互联网公益慈善的发展，不仅加快公益项目信息传播速度，优化了传统公益的链条，而且让更多公益组织和项目实现在线化、数据化、透明化，使得募捐信息、善款流向、项目落地等信息能够得到更为及时反馈。

互联网公益慈善“中国样本”发展进一步系统性地探索解决中国公益慈善“透明性”不足的难点。互联网公益平台积极创新，通过推广应用区块链等数字技术、对外输出数字能力等手段，推动公益机构建立起端到端、全过程、可执行、可监控、可评估的公益解决方案，最大程度地推动公益捐赠全流程透明。例如“蚂蚁森林”造林过程要求全程透明，用户不仅能够高德地图进行查看和导航前往造林地块，而且能够在支付宝上通过电子稻草人看见自己领养的树木生长情况，还可以通过近地轨道卫星看见种植前后大地的变化。

3.疏解传统公益慈善“效能性”堵点，共建“数字公益生态”

传统公益存在慈善需求与资源对接分散低效、公众慈善认知理念普及不足、公益慈善服务国家和区域发展战略力度不够等堵点问题。互联网公益慈善的发展，重构了传统公益慈善发展方式，有效提升了公益慈善效能。互联网公益慈善“中国样本”形成发展，系统性地搭建起以公益平台为枢纽，覆盖资助、区域发展、人才建设等多层次的数字公益新生态，激发公益生态活力，拓宽了公益的广度和深度。

2022年，乡村振兴区域公益活动在重庆、河南、江苏等多省市先后举办，被公益行业称之为“99公益日的线下版”。在传统线上配捐模式不变的基础上，腾讯公益为举办区域提供了一整套涵盖数字工具能力、技术产品等资源在内的支持计划，帮助当地公益机构能力成长和数字化公益生态建设，培育可持续且富有地域特点的优质公益项目，营造充满地域特色的公益氛围。据统计，2022年的7个专场活动共带动2068万人次为区域乡村公益项目捐出善款15.31亿元。在数字之外，“99公益日”实现了转型，参与捐款的不再仅仅是看不见摸不着的线上网民，越来越多在田间地头劳作的村民，完成了从受益人到捐赠人的转变，以参与公益的方式助力家乡建设。

同时，针对公益行业数字化人才不足制约公益效能提升的痛点，“数字人才开放计划”等人才培养型项目也走进基层，让公益的力量加速流淌并扎根至乡村的每一个角落。以“数字人才开放计划”为例，该计划直面公益慈善领域数字化人才培育痛点，与全国知名院校合作，旨在为公益领域骨干人才搭建跨界学习平台，提供前瞻系统性课程和资源，助力公益力量有效提升服务社会、解决社会问题的能力。未来，该计划将更聚焦、更务实，深入结合区域公益生态特色与需求，紧贴区域专场公益活动步伐，继续深化与各院校、各领域学者专家的交流机制，组建兼具广度与深度的专家导师团，因地制宜地打造更契合区域公益生态的数字化人才培育计划。

互联网公益慈善“中国样本”在回应传统公益的“痛点难点堵点”的同时，通过调动多主体的共同参与，不断自我提升、持续迭代，成为一个开放式、跨界的、动态的创新发展模式。从“互联网+公益慈善”延展至“互联网公益慈善+”，公益慈善相关参与者不仅实现了内在的个体价值，也在持续创造外部的社会价值。互联网公益慈善“中国样本”不只是“捐赠的线上化”，更是通过互联网技术的“工具理性”在公益慈善领域发挥作用，提高效率，同时以公益慈善的“价值理性”引导互联网技术创新，回归初心，通过两者的深度结合而形成跨界融合、创新与变革。

CHAPTER PAGE

互联网公益慈善“中国样本”： 支柱与特征



Pillar
Characteristic

四大支柱

互联网公益慈善“中国样本”的形成发展并非偶然的产物，背后有着深刻的内在发展逻辑。纵观中国互联网公益变迁发展史，互联网公益慈善“中国样本”是经济、技术、治理、文化等多动能共驱的时代产物，这些动能构成了共同支撑促进互联网公益慈善“中国样本”持续发展的四大支柱。（见图5）。



图5 互联网公益慈善“中国样本”的四大支柱
资料来源：课题组自制

1.经济支柱：中国经济高速增长、数字经济发展与积累的巨大社会财富奠定坚实物质基础

国内外发展经验显示，经济增长与财富积累是公益慈善事业发展的重要物质基础。改革开放四十多年来，中国经济高速发展，2010年跃居全球第二大经济体，2022年GDP总量突破120万亿元，人均GDP约1.26万美元，已逼近高收入国家门槛线（2022年约1.32万美元）。据瑞士信贷发布的《2022全球财富报告》显示，截至2021年底，全球居民财富达463.6万亿美元，其中中国财富规模85.1万亿美元，仅次于美国，2000年至2021年间，中国人财富中位数从3133美元增长至2.68万美元。同时，以互联网、大数据、云计算等为代表的数字经济在中国蓬勃发展。2021年，中国数字经济规模达到45.5万亿元，较“十三五”初期增长了一倍多，占GDP比重达39.8%。截至2022年12月，中国网民规模为10.67亿，同比增长3.4%，互联网普及率已达75.6%。经济高速增长、巨大财富积累以及数字经济有力支撑，为互联网公益慈善“中国样本”发展提供重要基础。

2.技术支柱：数字技术持续迭代和广泛应用以及平台推动技术公益发展提供不竭创新动能

中国互联网公益慈善发展以技术演进为驱动，技术创新是互联网公益慈善“中国样本”的核心动力。以微信支付、支付宝等为代表的互联网移动支付技术创新与工具的普及应用，为互联网公益慈善走向大众化与平民化提供了重要技术支撑。在其他国家公益同行有益经验与做法的基础上，中国互联网平台通过创新推动大数据、人工智能、物联网、区块链等数字技术在社会公益领域广泛应用，使慈善项目、慈善服务打破了行业界限，突破了地域限制，创新了公益服务模式，增进了公益慈善参与的便捷程度，提升了公益慈善资源的配置效率。互联网企业的数字平台大力推动技术公益，通过开放沉淀多年的技术，为公益组织提供更具系统性的数字化升级能力，在一定程度上提高了公益慈善组织的灵活度和筹款效率，提升了公益慈善的透明度，增强了与捐赠人之间的信任感，为互联网公益慈善“中国样本”发展创新提供不竭动力。

3.治理支柱：党和政府支持公益慈善发展政策与共建共治共享治理方式提供根本制度保障

党和政府支持公益慈善事业发展，对互联网产业发展秉持包容审慎的政策导向，鼓励互联网公益模式创新、业态创新、管理创新、技术创新，深入推进互联网公益领域的共建共治共享。近年来，国家逐渐完善以《慈善法》为核心的中国特色慈善政策法规制度体系，建立了以政府购买服务、税收优惠、守信激励为主体的扶持鼓励政策体系，完善了全面覆盖慈善组织、慈善募捐、慈善信托、慈善财产的监管体系，建设了全国慈善信息公开平台，指定了多个互联网公开募捐信息平台，通过“中华慈善奖”“中华慈善日”“中国慈展会”等活动加大对互联网公益慈善的宣传力度。随着建立健全三次分配政策以及共同富裕推进，国家治理政策导向为互联网公益慈善“中国样本”引领发展提供了新方向。

4.文化支柱：中国乐善好施扶贫济困传统文化与社会主义文化有机结合营造坚实社会基础

中国传统文化具有深厚的慈善发展土壤，乐善好施、扶贫济困等传统慈善文化在民间枝繁叶茂。同时，慈善事业也是有中国特色社会主义事业的有机组成部分，中国互联网公益慈善的价值目标与中国特色社会主义本质完全一致，也与中国特色社会主义文化高度契合。传统慈善文化与中国特色社会主义文化深度融合、相得益彰，为互联网公益发展营造了良好的文化氛围，也厚植了其发展的社会基础，为互联网公益慈善“中国样本”形成发展创造有利环境。

五大特征

1.顺应时代：共同富裕引领慈善新理念

服务国家重大战略，持续优化慈善资源分配。有别于以美国“捐赠星期二(Giving Tuesday)”为代表的境外公益节侧重于鼓励民间的“自发性”参与，线上募捐资金多流向动物福利、宗教、环保、高等教育、艺术文化、公共和社会福利等慈善领域，中国互联网公益慈善一方面尊重社会公众的自主参与，另一方面中国互联网公益慈善被赋予特殊使命，更加彰显其支持和服务脱贫攻坚、乡村振兴等重大国家战略的价值。2016年11月，中国互联网发展基金会、中国扶贫基金会联合15家网信企业共同发起成立网络公益扶贫联盟。截至2020年底，中国互联网发展基金会已投入7000多万元资金，用于开展网络扶贫项目，引导100多家互联网企业参加网络公益扶贫联盟，推动互联网企业与贫困地区签署对口帮扶项目协议。2020年，中国脱贫攻坚战取得决定性胜利。2021年开始全面推进乡村振兴，互联网企业快速响应，诸如腾讯为村、网易公益教育项目、字节跳动扶贫达人培训计划等项目都是互联网企业助力乡村振兴的有益探索。

积极响应国家号召，投入大量资源助力共同富裕。随着互联网技术的发展和数字时代的到来，客观上要求公益慈善行业积极回应数字时代的新问题和新需求。2007年，腾讯公司发起成立中国互联网领域第一家基金会——腾讯公益慈善基金会。2010年至2011年，百度和阿里也先后成立了“百度公益基金会”和“阿里巴巴公益基金会”，互联网企业的“组织化慈善”步伐越发稳健。2021年4月19日，腾讯设立可持续社会价值事业部，首期投入500亿元用于可持续社会价值创新，着眼于基础科学、教育创新、碳中和、FEW（食物、能源与水）、养老科技和公益数字化等领域。同年8月中旬启动“共同富裕专项计划”，将资金和数字科技能力注入乡村振兴、低收入人群增收、基层医疗体系完善、教育均衡发展等领域。2021年9月，阿里巴巴集团宣布将在2025年前累计投入1000亿元，围绕科技创新、经济发展、高质量就业、弱势群体关爱和共同富裕发展基金五大方向，启动“助力共同富裕十大行动”。此外，京东、字节跳动、美团等互联网企业也纷纷响应“共同富裕”并付诸实施，“科技向善”逐渐成

为中国互联网企业的“内生使命”。相比之下，无论是推进“社交+公益”的脸书（Facebook）和推特（Twitter）、开展“支付+公益”的贝宝（Paypal）、提倡“电商+公益”的易贝（eBay）和亚马逊（Amazon）、以及尝试“技术+公益”的谷歌（Google），多是将公益作为商业的“附属”——即认为公益就是企业履行社会责任，鲜有直接将“科技向善”作为企业使命和企业文化。

2. 开放创新：数字技术拓展慈善新路径

技术创新夯实公益数字化底座，不断拓展慈善新边界。社会痛点正是公益的起点，依托5G、人工智能、大数据、区块链等技术，逐步提高慈善组织、慈善项目、慈善人才、慈善服务、慈善管理、慈善信息公开的数字化、智能化水平，进而提升公益的效率和效能。例如，谷歌（Google）于2005年成立的非营利组织Google.org，通过经济支持、技术支持和数字化赋能方式，给予其他非营利组织以支撑。中国互联网公益慈善则更加拓展了慈善边界，例如在慈善服务方面，在5G网络技术和人工智能的支持下，远程诊断、远程会诊、教学培训等智慧医疗应用场景得以下沉偏远地区；腾讯公益探索数字技术与公益结合，推动AI雪豹巡护、AI自闭症筛查、AI降噪人工耳蜗和助听器等AI技术在公益领域的应用落地；在文化遗产保护方面，开展传统的公益捐赠支持长城等文保单位的修缮，通过新文创推动莫高窟“飞天”等文化遗产的IP化，以及探索AI等技术参与壁画修复与保护、利用AR/VR等技术将长城和故宫进行数字化呈现，使得文化遗产“活起来”。

数据技术开放共享，构建数字公益新生态。2021年7月，腾讯基金会宣布从战疫基金中拿出2亿元发起“千百计划”，帮助公益慈善组织在筹款、项目和人才等方面提升能力，实现可持续发展。2022年8月，推出技术公益数字工具箱，推动技术更好地为公益行业服务，弥合数字鸿沟。2021年11月，华为将欧拉开源操作系统代码、品牌商标、社区基础设施等相关资产，捐赠给中国开放原子开源基金会，以汇聚更多产业力量。开放共享的技术，彰显了技术的公益性，并将进一步促进慈善组织内部治理和外部服务能力的提升，助力实现慈善领域全链路数字化。

3. 便捷高效：移动支付提升慈善新效能

移动支付推进指尖公益成为潮流，场景化慈善高效汇聚慈善资源。经美国Blackbaud研究所测算，近年来美国手机移动端捐赠占线上捐赠的比例平稳增长，2014年占比仅为9%，2021年上升至28%。尽管手机移动端捐赠占比持续增长，但是较多美国人依然是通过PC端进行线上捐赠，更多美国人则是在线下通过信用卡、支票等方式进行捐赠。相较于PC端的互联网公益参与方式，依托手机移动支付的中国互联网公益慈善通过数字化平台连接更多捐赠人（消费者）、社交、消费和慈善场景，不仅为捐赠人（消费者）提

供了高效支付渠道与有温度的参与体验，而且大大提升了传统公益慈善组织的筹款效率。在消费捐方面，17年来，通过公益宝贝，800万淘宝商家联动7亿消费者捐赠数十亿善款，惠及国内外约5000万人次。在互联网筹款方面，2018年以来，河南省慈善联合总会在腾讯公益、支付宝公益等多个平台累计上线项目2600多个，募捐善款总额达13亿元，帮扶困难群众累计150多万人次。据江苏省慈善总会统计数据显示，2019年，江苏全省网络筹款1100万元，参与人次54万；2020年，全省网络筹款1.1亿，参与人次195万；2021年，全省网络筹款总额已超过3.4亿元，参与人次超过512万。三年迈上三个新台阶，江苏省实现了网络慈善募捐的跨越式发展，高效汇聚了省内外慈善资源。

发挥平台优势，迅速响应疫情防控等应急事件。汶川地震、突发公共卫生事件、“720郑州特大暴雨”、疫情防控等各类应急事件中，互联网公益以最快速度突破物理距离阻隔，践行“无接触”慈善。点滴爱心在灾区汇聚，互联网的中国速度让国内外灾区民众感受到来自全中国甚至全球的善意。2020年疫情期间，中国互联网协会第一时间发布《抗击疫情倡议书》，互联网企业积极响应，开展了“疫情防控、复工复产，互联网行业在行动”系列活动。据不完全统计，互联网企业捐款总额43.99亿元人民币。互联网企业积极相应号召，为疫情防控、复工复产积极贡献力量。腾讯公益出资设立首期3亿元“新型冠状病毒肺炎疫情防控基金”，并在日后追加至15亿元。微公益与北京感恩公益基金会推出“守护者后盾行动”，投入大量传播资源支持开展网络募捐，多位知名人士通过微公益捐赠善款，话题阅读量达23亿，公众捐赠1000多万元。微博充分发挥其社交媒体平台优势，在践行公益的探索中形成了“社交传播+募捐”双轮驱动的社会广泛参与公益模式。2022年，微公益平台新上线897个公益项目，截至2022年底累计支持了24000多个公益项目，覆盖应急救援、医疗救助、儿童女性保护、教育助学、乡村振兴、环境保护等七大领域，其中在南方暴雨、泸定地震、重庆山火等热点事件中，充分体现了其社会化应急协作网络的力量。2021年河南暴雨发生后，支付宝“爱心捐赠”平台紧急上线“驰援河南暴雨灾情”专区，10小时内网友捐款总额超过1000万元，24小时超过7000万元，36小时筹得善款总额超1亿元，创造了“人均30多，捐出1亿元”的爱心奇迹，刷新了支付宝平台上的爱心捐赠纪录。在应急事件处置中，互联网公益慈善在社会参与度、公众凝聚力和公益效率提升度等方面发挥了积极作用。

4.普惠共享：人人参与共建慈善新格局

大幅降低行善门槛，显著提升慈善可及性。互联网公益使得慈善捐赠不再是高净值人士的特权，逐渐“飞入寻常百姓家”。2006年上线的Mightycause、2010年上线的GofundMe等平台是提供互联网筹款服务的先行者，主要面向非营利组织、个人的线上筹款提供服务，前者针对慈善组织有59美元/月和99美元/月两个版本的平台服务费并需要收取交易手续费，后者不收取平台费用但是需要支付筹款额2.9%+0.3美元的交易手续费。虽然美国互联网慈善捐赠发端较早，但是受限于支付方式、交易手续费等原因，零星、小额的线上捐赠并非易事，总体成本相对较高。2012年，美国纽约92街Y (the 92nd Street Y)的工作人员以#Giving Tuesday为话题标签鼓励人们在感恩节后的一周内为非营利组织捐款，此后逐渐成为“全球慷慨运动”。2021年，“捐赠星期

二 (Giving Tuesday) "线上线下共筹集善款27亿美元, 其中互联网渠道约10亿美元; 2022年共筹集31亿美元, 较2021年增长约15%, 但总体而言, 线上捐赠占美国年度慈善捐赠的比重依然较低。¹在美国, 无论是互联网筹款平台还是公益日均呈现出"去中心化"色彩, 活跃筹款平台并非由知名互联网公司创办, 而而"捐赠星期二 (Giving Tuesday) "的发起机构只是承担网络共建者与支持者的角色而非组织者的角色。在中国, 由腾讯、阿里等发起的互联网公开募捐信息平台、公益日, 可以基于其数亿的基础用户进行慈善活动设计, "指间慈善"融入消费、走路、阅读等日常生活, 捐赠突破时间、空间、金额限制, 慈善逐渐成为一种生活方式, 人人慈善不仅成为可能, 而且变得有趣。对于中国捐赠人而言, "一分""一角""一元"都能做好事; 对于筹款者而言, 互联网公开募捐信息平台免费为慈善组织提供线上筹款服务。自2016年7月至2022年末, 累计4.3亿捐款人通过水滴筹平台帮助277万大病患者, 筹集医疗资金约569亿元。中国10亿网民中, 每两人就有1人通过网络渠道为他人施以援手, 这深刻改变了中国人的行善方式, 延伸了"日行一善"的中国文化。

持续共创社会价值, 跨界共建慈善新格局。互联网企业在公益慈善领域发挥平台作用和技术优势, 与其他行业共同开展公益慈善工作, 形成合力共创社会价值, 构建了跨界共建的新格局。例如公众环境研究中心和万科公益基金会发起的"构建城市垃圾地图"项目, 采用网友随手拍照分享的方式, 监督身边小区垃圾分类的实施, 借助数字化分析形成相关指数, 目前囊括了超过280个城市、2.5万个小区。抖音寻人(原"头条寻人")启动于2016年, 是一项面向全国公益寻人项目, 采用按照地理定位将走失者相关信息推送给附近人的方式寻找走失者。2022年, 抖音集团继续开展公益寻人项目, 依托抖音、今日头条的地理位置精准弹窗技术, 和广大志愿者, 共同帮助失散家庭寻找走失者。同时, 项目组对"抖音寻人"系统进行优化, 包括迭代寻人信息收集页 H5、升级智能机器人"小寻"、优化老人与未成年走失信息核实机制等, 提升寻人效率。截至2022年底, 抖音寻人联合全国2.6万名志愿者, 共发布17万余条寻人信息, 累计帮助2万余个家庭团聚。2021年10月, 微信支付和腾讯公益共同发起了微信支付爱心餐公益计划, 已累计为守护城市环境的环卫工人送出超过100万份爱心餐。"幸福家园"村社互助工程是中华慈善总会依托民政部指定的互联网公开募捐信息平台"公益宝"而定制开发的一项互联网慈善服务。以亲情乡愁为纽带, 通过平台的项目管理系统上线村(社区)公益项目, 围绕村(社区)居民的实际需求, 设立扶危济困互助基金众筹项目, 通过整合政府资源, 动员外出乡亲和社会力量广泛参与, 实现村(社区)链接社会资源, 深入发动志愿者队伍、社工队伍为上线慈善项目提供专业服务等形式, 提升村(社区)服务困难群众的能力和品质, 加强基层社会治理创新, 不断提升广大群众的幸福感。截至2023年2月19日, 已有30个省市666家慈善组织加入, 吸引超过46万村民注册, 142多万人次累计捐款突破13亿元。

1.捐款统计数据源自大型社区基金会、筹款软件公司、支付工具PayPal以及富达慈善(Fidelity Charitable)和先锋慈善(Vanguard Charitable)等大型捐赠机构。

5. 公正透明：链上公益形塑慈善新生态

区块链技术赋能慈善，逐步打破信任“黑箱”。区块链技术赋予信息可溯源、防篡改、公开透明的应用价值，区块链技术与公益慈善事业相结合，能够解决传统公益慈善透明度较低、效率不高等问题，执行过程更加便捷高效，公益慈善项目更具持续性。公益慈善事业借助互联网、区块链和大数据等现代科技取得了迅速发展。2016年7月，蚂蚁区块链技术应用于支付宝公益平台，这是国内首次将区块链用于慈善领域。同年12月，壹基金首个区块链公益项目“照亮星星的孩子”上线支付宝平台。此后，中国红十字基金会、中国妇女发展基金会、中国乡村发展基金会（原“中国扶贫基金会”）、轻松筹、招商局慈善基金会、爱佑慈善基金会等多家机构纷纷探索区块链公益模式。2020年，阿里巴巴公益基金会发布国内首个公益区块链行业标准——《公益链技术和应用规范》团体标准，同时开启“透明度数字化建设”专项行动。

透明机制持续升级，探索公益治理新模式。互联网平台企业通过技术手段提升公益透明度，更全面、充分地公开公益慈善组织和公益慈善项目的相关信息，帮助社会公众、企业和公益慈善组织更好地开展公益慈善。美团在“乡村儿童操场”计划中自主研发“善款追踪系统”，商家可以随时在美团后台查看公益档案，并精准定位到自己捐赠的拼接地板最终铺设在哪个幼儿园的第几行第几列。同时，消费者通过美团App预订酒店或点餐时，也可以通过筛选功能，选择带有“公益商家”标签的酒店或餐厅进行预订，并在所选商家详情页了解实时公益档案，还可以通过商家线下的台卡扫码，和商家共同捐建。2017年至2022年，腾讯公益首创财务披露环节、开展“透明组件”升级迭代、推出“冷静器”产品、通过“财务披露+独立审计+随机抽检”的规范要求提升“99公益日”的含金量和透明度、应用区块链技术披露参与“99公益日”的公益项目进展、推出数字化项目评估模型，“99公益日”不断升级，以及开展了“回响计划”、公益“股东人”大会等一系列公益活动，并通过使用腾讯会议、视频号直播等数字化工具召开公益“股东人”大会，做到善款使用的公开透明。

CHAPTER PAGE

互联网公益慈善“中国样本”： 挑战与趋势



Challenges
Trends

1.互联网公益慈善“中国样本”发展拥有巨大机遇

党的二十大提出新时代新征程党的使命任务，即以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。互联网公益慈善“中国样本”的发展提供了一个不同于西方的中国式公益发展新路径，丰富完善了全球公益慈善事业发展经验，成为助力全球公益慈善模式创新的重要力量。从互联网公益慈善“中国样本”发展的四大支柱看，未来其拥有巨大发展空间。经济支柱方面，中国经济韧性足、潜力大、活力足，经济发展广阔前景将积累更大社会财富。当前，中国慈善捐赠占GDP的比例不到0.2%，与西方发达国家相比有很大差距；互联网捐赠的金额虽在全球范围内较大，但在社会捐赠中的占比不到7%，中国互联网公益慈善未来仍有很大发展空间。治理支柱方面，政府坚持推进共建共享共治以及根据新形势完善慈善法治工作，将为互联网公益慈善“中国样本”提供坚实保障。技术支柱方面，当前数字技术加速变革，新一轮产业革命深入推进，未来新技术将为公益慈善“中国样本”提供创新之源。文化支柱方面，“文化自信”“文化强国”等将进一步厚植公益慈善的社会基础。

2.互联网公益慈善“中国样本”发展面临诸多挑战

虽然近年来互联网公益慈善“中国样本”日益完善，但与西方国家相比，公益慈善“中国样本”发展的质量仍有待提升，“大而不强”“快而不优”等问题依然突出。

一是数字化程度不高。对当前，中国公益组织数字化程度有了一定的提升，但整体上公益组织数字化理念不清晰，应用不均衡，基础不牢固。据2021年腾讯基金会与腾讯研究院调研，公益数字化的发展“任重道远”，面临投入不足、人才不足、供给不足等诸多资源瓶颈。大量的非营利组织尤其是中小型组织还面临较大的“技术鸿沟”，组织数字化程度依然较低，科技人才匮乏。

二是社会信任不够。社会信任不强是中国公益慈善发展面临的重大结构性挑战。虽然近年来互联网公开募捐信息平台推动透明公益，致力于通过数字技术的手段提升公益透明度，但客观而言，从行业看，公益慈善发展中的骗捐、套捐等失序问题依然存在，行业整体的透明度还有很长的路要走。互联网虽然加速了公益慈善信息传播，但也面临舆论信息复杂带来的挑战。在社会公众对公益慈善的信任有待提升的背景下，面对日益复杂的生态和信息爆炸的负面影响，如何建立一套互信机制，使得多方的互动能够既快速又准确无误地完成，以及如何建的负面影响，

如何建立一套互信机制，使得多方的互动能够既快速又准确无误地完成，以及如何建立一套良性竞争的机制，对于推动行业整体向着更高水平发展至关重要。

三是社会公益文化不足。近年来，中国互联网公益慈善取得了长足的发展，但客观上与欧美等西方国家相比，中国还没有形成广泛的社会公益文化，导致中国民间公益水平较低，很多人尚未形成稳定的公益意识和习惯，进而影响中国互联网公益慈善可持续发展空间。此外，互联网的蓬勃发展催生了新的文化类型，以“二次元”为代表的各种亚文化正在成为网络社会的主流。如何适应和融合这些新文化的特征，塑造新的社会公益文化，将是互联网公益慈善“中国样本”持续发展面临的挑战。

基本趋势

展望未来，在“五方力量”“四个维度”“三驾马车”以及“双轮驱动”下，互联网公益慈善“中国样本”将进一步创新发展，有望在中国式现代化新征程中发挥更大作用。

1.更加普惠：汇聚党委、政府、企业、社会组织和公众“五方力量”，互联网公益慈善“中国样本”将全民共建共享

党的领导是互联网公益慈善事业的根本保障。党委、政府、企业、社会组织与公众五方力量汇聚，互联网公益慈善生态的进一步完善，公益发展成为“人人触手可及”。在党的领导下，将有更多企业、社会组织和个人参与公益事业，公益生态圈建设将进一步完善，公益慈善事业的共建共享机制更加完善，为公益组织提供更多的资源和支持，推动公益慈善事业的专业化、本土化发展，提高公益慈善事业的深度和影响力。一方面，互联网公益慈善将提供更轻量、更多样的公益形式，人们日常生活场景与公益慈善的融合更趋完善，公益慈善逐渐成为一种流行的生活方式。另一方面，线上公益慈善的发展也将推动线上线下公益慈善项目的深度融合。互联网公益慈善将进一步布局基层慈善，通过助力基层公益慈善组织、社区组织等方式，帮助基层群体解决生活和发展中遇到的问题。以区域公益为代表的互联网公益慈善新模式将获得更大发展空间，从而更深层次助力乡村振兴、区域协调发展等国家重大战略。

2.更大影响：互联网公益慈善“中国样本”将在地域、领域、人群与可持续“四个维度”产生更广泛影响力

互联网公益慈善是中国互联网发展的重要组成部分，也是中国公益事业的重要支柱之一。随着中国经济和科技的不断发展，中国的互联网公益慈善也将逐渐走向世界、走向更深的行业领域，影响更多的人群，产生更久远的影响。首先，互联网公益慈善“中国样本”的创新经验为国际公益事业提供了有益启示，海外影响力在不断提升。

中国互联网公益慈善积累了大量的成功经验和创新做法，如公益组织的数字化转型、大数据的应用、社交媒体的运用等，这些创新做法对于国际公益事业的发展具有重要的借鉴意义，向全世界展示了中国的公益精神和文化特色，让更多的国际社会了解和认识中国。其次，海内外公益慈善模式将进一步的交流与互鉴。不同国家和地区的公益慈善模式有着各自的特点，借鉴海外互联网公益发展的有益做法与经验，将推动中外互联网公益慈善发展模式交流互鉴，促进互联网公益慈善“中国样本”更加趋于完善和成熟。第三，随着互联网公益慈善“中国样本”的发展，将会在更多行业得到延伸和应用，与企业的结合也变得越来越紧密。跨企业、跨平台合作、公益全链路数据化管理等新发展趋势不仅能创新更多公益模式，还能进一步完善公益生态。最后，随着移动技术、人工智能、大数据等技术手段的发展，互联网公益慈善“中国样本”将实现更加个性化推荐和更精准匹配，让不同地域、不同文化背景、不同年龄段的公益爱心人士都能够找到自己最感兴趣、最有意义的公益项目，进一步降低公益门槛的同时，提升个人参与的体验和感受，提升公益活动的可持续性和影响力。

3.更具创新：数字引领、技术变革与企业创新“三驾马车”共驱互联网公益慈善“中国样本”从效能型迈向创新型

创新是近年来中国互联网公益慈善发展壮大的核心动力，也是互联网公益慈善“中国样本”发展成型的主要特征。经过多年的发展，数字技术与公益慈善日益深度融合。借助数字技术，公益慈善不再局限于传统的款物捐赠，数字公益生态日渐形成，不断涌现的场景、路径与方法极大提升了互联网公益的效能。

未来，随着数字经济发展、技术变革与企业在公益科技应用、信任构建、透明度提升等方面加快探索，互联网公益慈善“中国样本”有望从效能导向进一步迈向创新导向。一是互联网公益慈善“中国样本”将从平台搭建迈向数字引领，超越传统公益，模式创新、业态创新、管理创新等创新方式将大量涌现，一方面将创造更多新玩法新场景，另一方面也将催生慈善新业态、拓展公益新边界。二是技术变革将更多推动互联网公益慈善“中国样本”朝高效、真实与可信方向发展。当前，新一轮科技革命和产业变革加快推进，以AI、区块链等为代表的数字技术发展将给互联网公益发展方式带来深刻影响。例如未来数字显示技术使受众直观体验到公益的具体场景和内容，激发同理心、提升捐款动机、提高捐助人满意度。区块链技术去中心化、匿名性、加密的特点将使公益慈善信息公开透明，保障可信度，同时保护捐助人个人隐私。同时，AIGC等技术发展与场景落地将在很大程度上重塑甚至颠覆互联网公益慈善的发展模式。可以预见，未来，随着数字引领与技术迭代，互联网公益慈善“中国样本”将更多向创新主导方向发展。

4.更高质量：国家政策与法治保障“双轮驱动”互联网公益慈善“中国样本”从规范发展迈向高质量发展

自2016年《慈善法》颁布实施，中国互联网公益慈善进入规范发展的新阶段。随着近年来中国经济迈向高质量发展以及共同富裕等国家政策的提出，互联网公益慈善“中国样本”加快向高质量方向发展。

一方面，中国加快高水平的法治中国建设，推进互联网法治建设，持续构建完备的网络法律规范体系、高效的网络法治实施体系、严密的网络法治监督体系、有力的网络法治保障体系。《慈善法》的加快修订将进一步规范发展中国公益慈善事业，为互联网公益慈善高质量发展提供新方向。可以预见，互联网与公益的法治建设将为互联网公益慈善“中国样本”的高质量发展提供更加健全、更加坚实的法治保障。

另一方面，共同富裕等国家政策方向推进也将为互联网公益慈善“中国样本”高质量发展提供新动能。当前，中国已经进入扎实推动共同富裕的新发展阶段，激活了越来越多人的公益慈善热情。能否实现共同富裕，合理公正的分配制度至关重要。互联网公益慈善作为在发挥第三次分配作用、推进共同富裕进程中的重要力量，将获得更大空间，推动互联网公益慈善“中国样本”向更高质量方向发展。

结 语



当今世界正处于百年未有之大变局，中国也以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。公益慈善是聚合千业百态的行业，覆盖社会方方面面，是所有行业或个人向善的“发动机”。中国公益慈善行业发展至今，从理性公益、数字化公益进入了最关键的“全民信任公益”新阶段。从长远看，中国互联网公益慈善乃至公益慈善事业的可持续发展根本在于高度信任的建立，互联网和数字技术将是建立与增进信任不可或缺的重要工具。在新发展阶段，互联网公益慈善“中国样本”需要以更创新、更开放、更协作、更共生、更普惠为发展方向，更好地发挥数字技术的工具价值，关注并解决行业数字能力、生态共建、公民教育和捐赠人服务、行业人才发展等问题，深入探索建设数字时代全民信任公益的新格局。

在中国式现代化新征程中，互联网公益慈善事业将在政府的坚强领导以及行业组织、公益慈善机构、互联网企业、社会公众等多方共同参与下，通过平台互联、跨界共建，运用数字技术创新模式，提升公益慈善组织公信力，促进互联网公益慈善事业迈向高质量发展。互联网公益慈善“中国样本”作为具有中国特色的公益发展之路，也将继续创新、持续迭代，更好服务国家经济社会发展、造福中国人民，也为全球公益慈善事业贡献更多中国智慧与力量。

