

· 慈善事业 ·

中国网络慈善的创新价值与未来发展

谢 琼

[摘要] 网络慈善是伴随互联网和移动支付的广泛应用而兴起的慈善新形态，为我国慈善募款、项目设计及运行模式的创新发展注入了巨大活力，必定引领慈善事业的未来发展走向。但实践中暴露出来的法律规范不足、失范现象时有发生、网络慈善生态尚未成熟等问题，也表明完善网络慈善制度建设、提升慈善数字化能力、引导公众理性参与具有必要性。在走向共同富裕的进程中，网络慈善应当成为实现中国慈善事业大发展的重要力量。

[关键词] 网络慈善；创新价值；未来发展

数字技术尤其是互联网和移动支付的广泛应用，给人们的生活、生产带来了全面而深刻的影响，慈善的场域亦从线下扩展至线上。各类慈善组织可以通过民政部指定的互联网募捐信息平台筹款，也可以在自己官方网站上开展相应慈善活动；以水滴筹、轻松筹为代表的个人大病网络求助平台同样吸引着众多爱心善意人士捐款……全国每年关注、点击和参与各种网络慈善活动的人次超过百亿。这表明，网络慈善已成为我国慈善的重要形态，也以广泛的动员力和突出的活动成绩等优势引领着慈善事业的未来发展。网络慈善在快速发展中暴露出来的问题，亦需通过政策完善、行业能力提升和公众行为引导等措施尽快应对，以促其健康可持续发展。本文旨在总结网络慈善的创新价值，剖析其现实问题，并探讨进一步促进网络慈善发展的路径。

一、网络慈善及其发展

网络慈善泛指使用网络技术开展的各类慈善活动，其核心要义是通过网络募捐、捐赠、服务等活动来实现慈善之目的，是数字技术和“互联网+”意识在慈善领域的应用，也是慈善数字化的表现。中国网络慈善从世纪之初逐渐兴起到 2016 年《慈善法》实施后的快速发展，客观上重塑着公民参与慈善的理念与方式，形塑着新时代的慈善新风尚。

[作者简介] 谢琼，北京师范大学社会学院教授。主要研究方向：社会保障与慈善事业。

[基金项目] 国家社科基金重大项目“中国社会保障体系建设与扎实推进共同富裕研究”（21STA002）。

（一）网络慈善的兴起（2016年前）

我国网络募捐始于2004年印度洋海啸发生后，易宝公益平台联合北京红十字会紧急开通网络募捐通道为援助境外灾区募集善款。^①2006年，作为当时首个、最大的线上公益平台的搜狐网公益频道上线，标志着网络慈善正式迈入“门户时期”。^②2007年，中国首个互联网企业基金会——腾讯公益慈善基金会成立，不仅为腾讯公益开展网络募捐活动提供了载体，也为我国网络慈善的加速发展奠定了基础。2014年9月，北京轻松筹网络科技有限公司成立并推出“大病救助”模式，通过搭建社交众筹平台帮助众多大病患者解决医疗资金等问题。此后，水滴筹、爱心筹、360大病筹等一批社交众筹平台上线，个人网络平台求助快速发展起来。

在网络慈善兴起初期，2008年的汶川地震极大地激发了社会各界的捐助热情。为助力慈善组织的网络募捐，腾讯公益、支付宝公益（原蚂蚁金服公益）等平台开通了网络募捐渠道，当时仅通过腾讯公益筹集的捐款就达2000多万元。^③此后，各组织开始系统化、常态化地运营公益平台，网络慈善以此为节点兴起。腾讯公益在募捐方式、公益活动内容等方面做出诸多创新，面向爱心网友和个体捐赠者推出“月捐计划”；淘宝先后面向商家推出“公益宝贝计划”和公益网店，将消费行为和营销行为与公益慈善挂钩，最终形成了面向互联网B端的“公益电商”模式。随着微信、微信支付和支付宝的先后上线，移动互联网和社交媒体共同推动互联网公益慈善进入快车道，移动支付的方便快捷使网络慈善进一步在大众中普及。新型的网络募捐方式将劝捐活动的主体转向个人，不仅提升了公众的公益参与感和兴趣度，还帮助慈善机构实现了“社交穿透”，通过网络曝光吸引更多的慈善捐赠。据统计，与2013年相比，腾讯公益平台2014年的项目发起数翻了3倍，筹款总数与捐赠人次增幅均超过300%。^④2015年，由全国数百家慈善组织参与的“99公益日”极大地调动了用户、企业、社会团体等通过捐钱、捐行为等方式参与公益慈善的积极性。

总的来看，进入本世纪的前十五年，是中国网络慈善的起步阶段。此阶段，网络慈善从无到有逐步发展：网络慈善募捐平台数量越来越多，公益活动设计注重平台和技术优势；网络慈善项目从少到多，在实践创新中“玩法”越来越多；慈善参与门槛降低，公众参与度越来越高；小额捐赠快速增长（在腾讯公益2015年超过5亿元的总筹款中，单次几十元至上百元的捐款占比超过70%）；^⑤网络慈善议题日趋多元，涵盖应急救援、医疗健康、教育、生态环保、文化、女性帮扶等领域。此外，公众的慈善意识和捐赠习惯在网络活动中得到培养，互联网慈善文化逐渐形成。可以说，网络慈善在这一阶段积累了发展基础。

然而，新生事物野蛮生长中的缺陷也在这一时期逐渐显现。2016年之前中国的互联网迅猛发展，用户快速扩张，但互联网企业发展的法律规制和网络世界的基本行为准则却还未形成。同时，慈善事业也从2008年汶川地震后进入了快速发展状态，但当时的法规政策明显“兜不住”

① 《“环球趋势” 责任践行奖候选案例——易宝支付》，环球网：<https://tech.huanqiu.com/article/9CaKrnKg3Uf>，2020年8月8日访问。

② 陈一丹等：《中国互联网公益》，中国人民大学出版社，2018年，第26-27页。

③ 笔者调研期间获得的数据资料。

④ 腾讯研究院：《腾讯公益十周年报告》，2017年，第11页。

⑤ 腾讯研究院：《腾讯公益十周年报告》，2017年，第11页。

新事物带来的冲击。互联网一方面为公众参与慈善提供着便利,一方面也容易放大个别负面事件。2011年起,受“郭美美事件”“壹基金捐赠风波”以及“红十字会出租备灾仓库事件”等的先后影响,公众对慈善公信力的质疑不断发酵,捐赠热情遭受打击,社会捐款数额也因此连续锐减。据统计,2011年全年捐款数比2010年减少了18%,2012年又较2011年下降3.31%,^①2013年虽有回增仍不及2010年以前的发展势头。方兴未艾的网络慈善陷入低潮。

(二) 网络慈善的快速发展(2016年后)

2016年3月,第十二届全国人大第四次会议通过了《中华人民共和国慈善法》(简称《慈善法》),标志着我国慈善事业步入法治时期。同年11月,全国人大常委会还通过了《中华人民共和国网络安全法》(简称《网络安全法》),旨在保障网络安全,维护网络空间主权和国家安全、社会公共利益,保护公民、法人和其他组织的合法权益,促进经济社会信息化健康发展。随后,民政部制定了《公开募捐平台服务管理办法》以及《慈善组织互联网公开募捐信息平台基本技术规范》和《慈善组织互联网公开募捐信息平台基本管理规范》两项推荐性行业标准,为网络慈善平台的运营和监管提供政策依据,并先后依法指定了第三批共30家互联网募捐信息平台。

在相关法律政策要求下,各慈善组织和平台开始注重自身的规范建设,包括制定项目运作规则和标准、加强项目透明度、进行技术创新等,网络慈善也步入快速、规范发展阶段。腾讯公益设立了用户举报入口和失信黑名单,对慈善组织提出了明确的公开筹款必备条件。轻松公益推出了“阳光链”技术,借助区块链不可篡改、不可干涉等特性打造慈善信任机制,为政府、慈善组织和公众搭建可随时了解、监督慈善项目进展和善款使用情况的有效路径。

总体上看,《慈善法》实施后,网络募捐的无序状态得到改善,公众信任日益回升,慈善资源动员能力得以增强。一方面,《慈善法》对公开募捐信息指定平台发布的原则规制纠正了以前各媒体、各平台自发募捐的现象,赢得了越来越多公众的认可,公众参与率迅速上升。《中国互联网慈善报告》显示,“给互联网平台捐款”是公众接受度最高的公益参与方式。^②随着公众慈善意识的不断提高,个人捐赠额在互联网筹款总额的占比超过三分之二。^③另一方面,网络筹款金额不断攀升。据统计,仅在民政部指定的互联网募捐信息平台上筹集的善款2017年超过25.9亿元,占社会捐赠总量1499亿的1.7%;2018年超过31.7亿元,占社会捐赠总量1128亿元的2.8%;2019年超过54亿元,占社会捐赠总量1330亿元的4.1%;2020年为82亿元,占社会捐赠总量1520亿元的5.3%;2021年,互联网募集的善款近100亿元(如图1所示)。^④此外,越来越多的网友开始用行为来做公益,捐步、捐微笑、捐阅读成为人们喜闻乐见的公益方式。可以说,这一阶段,互联网技术与慈善力量的结合,正在创造一种共生共荣的氛围,在数字平台上悄无声息地引导着民间社会财富的流动。

① 黄玥:《我国年度捐赠总额连续两年下降 与国际差距依旧悬殊》,人民网, <http://finance.people.com.cn/n/2013/0921/c1004-22982529.html>, 2022年4月1日访问。

② 贝恩公司:《中国互联网慈善:激发个人捐赠热情》(内部出版),2019年,第15页。

③ 贝恩公司:《中国互联网慈善:激发个人捐赠热情》(内部出版),2019年,第16页。

④ 根据2017—2021各年发布的《慈善蓝皮书》《中国慈善捐赠报告》《民政事业发展统计公报》中相关数据计算得来。

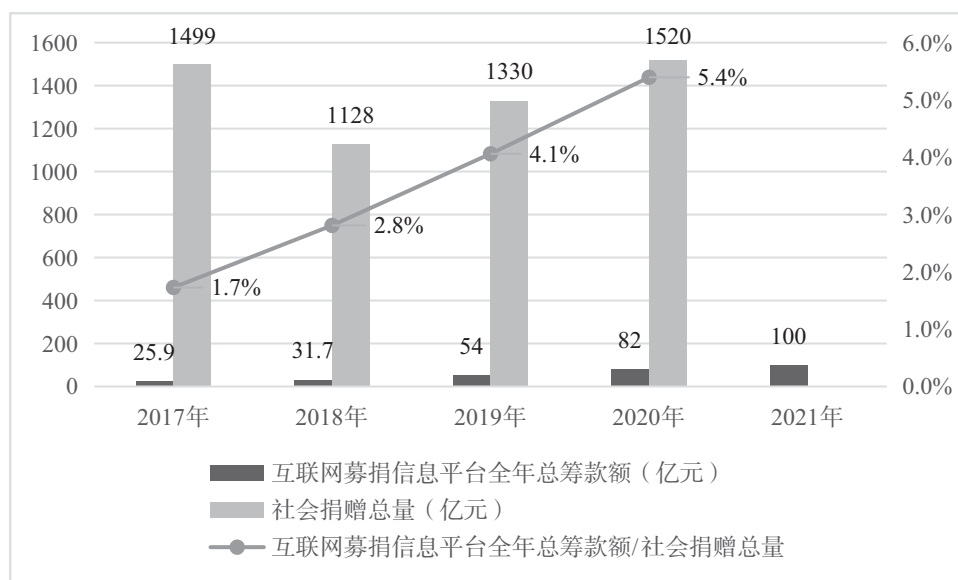


图1 互联网募捐信息平台总筹款额及占比 (2017-2021)

注：2021年社会捐赠总量数据还未公布。

二、网络慈善的创新价值

在传统慈善领域，慈善行为通常在现场发生，场域相对封闭，参与方式相对单一，时空约束较多。网络慈善则借助互联网的优势，打破时空界限，打通沟通壁垒，通过运行方式的改变推促各方参与主体升级慈善理念，不断为慈善事业发展注入新活力。

(一) 网络慈善创新了慈善理念

一方面，网络慈善引领互联网平台不断更新慈善理念，创新慈善公益产品。2017年阿里巴巴联合多家慈善组织和企业发起“95公益周”，倡导各个平台开放联合，倡议每人每年拿出三小时参加公益。此后又不断推出不同的主题和项目，吸引爱心商家和消费者加入慈善公益，并通过乡村特派员和乡村振兴技术官计划等鼓励员工融善于工作。腾讯基金会自成立起就不断创新“慈善+互联网+社交”内容，先后推出了行为公益、创益计划、小红花升级、地方公益专场以及数字助益等公益产品来提高用户的粘性。同时，平台组织也通过创新慈善信息公开方式、活动组织方式和服务链接方式等影响着整个慈善行业的理念更新迭代。

另一方面，网络慈善通过丰富的线上活动塑造了公众参与慈善的新理念。其不断创新的“公益玩法”将慈善融入生活场景，鼓励公众把线上的业务行为、消费行为、生活行为转换为慈善行为，加之能消除距离鸿沟、随时阳光透明的指尖公益和随手公益的助力，使全国十亿多网民成为网络慈善的参与者或潜在参与者，打破了以往“富豪慈善”“捐款慈善”的认知局限，使“人人可公益”“时时可公益”“事事可公益”的慈善新理念深入人心，慈善成为现代社会不可或缺的一种生活方式，年轻一代更是对慈善公益表现出了强烈兴趣。水滴筹发布的2021年报

告显示,80、90后是爱心捐款主力军,占平台爱心捐款人数的56%。^①这些正是在慈善新理念引导下的良好社会效应的反映。

(二) 网络慈善创新了慈善模式

网络慈善的快速发展使其不同于线下传统慈善的运行模式日益凸显。首先,网络慈善发挥主体优势,创新了行善路径。传统模式下,不论企业还是个人,行善路径主要是“赚钱-捐钱”,捐款是行善的主要方式和评判标准;而网络慈善模式下,行善路径变成了“积累-参与”,行善的方式更加多元,参与主体不一定捐款,但捐赠已积累的优势资源,如声誉、流量、积分等,成为参与慈善的常见方式。以腾讯、阿里、水滴等为代表的企业在投入善款的同时,利用积累的技术优势和平台优势为慈善发展搭建资源平台,撬动更多用户参与行善,形成更大的“善效应”。如阿里发挥电商平台优势打造B端公益,腾讯发挥社交平台优势发展C端公益等;以企业家、社交平台大V、明星等为代表的精英个体,通过理念引导、行为示范、流量捐赠等带动“粉丝”行善;普通民众通过捐步、捐阅读、捐积分、捐微笑等自己积累的优势资源参与行善。每个主体都通过发挥相对优势参与行善,将个体价值转换为社会价值。这种多主体、多方式齐发力、跨界共创、资源整合、优势互补的模式,正在悄然改变着中国的慈善生态与行为模式。

其次,整合多种元素,创新项目运行方式。网络慈善为慈善组织提供了数字化管理方法和监督手段,使其在项目设计、传播模式、工作方法乃至组织架构都发生了一系列变革。^②通过“网络+慈善+社交”“网络+慈善+带货”“网络+慈善+运动”“网络+慈善+游戏”等多样化的项目设计,网络慈善吸引全国数以亿计的网民通过小额现金捐赠、步数捐赠、声音捐赠等方式参与慈善公益,突破了以往“筹款——放款”的项目运行模式,使行为慈善、服务慈善遍地开花。通过“网络+慈善+信托”“网络+慈善+公证”等“网络+慈善+N”类项目,为慈善项目的运行和发展提供了更多可能。互联网募捐信息平台上的联合募捐使得公募与非公募慈善组织互动更频繁,更有动力提升自身能力,打通了资金来源、资金筹集和资金利用的线上运作。

再次,通过数字技术赋能,为慈善监管创新奠定了基础。一方面,越来越多的慈善组织和机构学会了互联网思维,重视数字化能力建设;另一方面,在大数据、区块链等助力下,慈善监管更加透明、公开,对慈善行为的追溯将更加便易、清晰,大大有利于公益慈善事业的蓬勃发展。

(三) 网络慈善创新性地传承着慈善文化

在传统慈善领域,对慈善文化的传承局限于平台媒介与熟人圈子,时效性受到极大限制,而网络慈善改变了这一轨迹,创新性地传承着慈善文化。一方面,借助网络平台,网络慈善能够将慈善文化扩散至线下慈善所不能及的场域。据中国互联网络信息中心发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年12月,我国网民规模达10.32亿,互联网普及率达73%。^③庞大及不断增长的网民都可成为慈善文化的践行者和传播者。另一方面,网

① 《水滴筹数据报告显示:“80后”“90后”成献爱心“主力军”》,人民政协网,<http://www.rmzxb.com.cn/c/2022-01-18/3030867.shtml>,2022年1月18日访问。

② 陈一丹:《中国互联网公益》,中国人民大学出版社,2019年,第15-60页。

③ 《中国互联网络发展状况统计报告》,中国政府网,http://www.cac.gov.cn/2022-02/22/c_1613923423079314.htm,2022年2月22日访问。

络慈善用基于算法的项目设计深度激活了熟人社会的社交潜规则，也因此扩展了慈善活动的参与面与参与度。慈善组织、公益平台与QQ、微信等社交工具合作发布慈善信息，以用户为圆心，通过朋友圈涟漪式分享慈善信息和募捐求助信息，通过熟人背书吸引更多用户参与。腾讯公益发起的“一起捐”项目，鼓励用户通过转发或上传朋友圈邀请更多好友参与捐款并二次转发，在短时间内便可以聚集海量用户参与。2021年，在轻松筹平台上筹款金额在5万元以下的项目中，捐赠人与受助人属于1度人脉（求助者的亲朋好友）的占比为20.91%，2度人脉（求助者亲朋好友的亲朋好友）的占比为27.37%，3度人脉占比14.62%，4度人脉占12.48%，5度人脉占10.02%，6度及以上的占7.73%，捐赠者和受助人没有人脉关系的占5.91%（如图2所示）。^①这说明，慈善项目中每个类似的小设计经过互联网的规模效应发酵后，都会产生排山倒海式的影响，不仅极大地活跃了慈善参与者和社资源，而且形成了线上“圈里互助”“随时随处慈善”的氛围。当然，在此过程中，慈善的加入也给互联网和技术赋予了正向的价值观和伦理，缓解和抵消了部分互联网的副作用。^②正是互联网技术与慈善文化的有效结合，为我国慈善事业注入了科技原力，推动了慈善事业的创新发展。

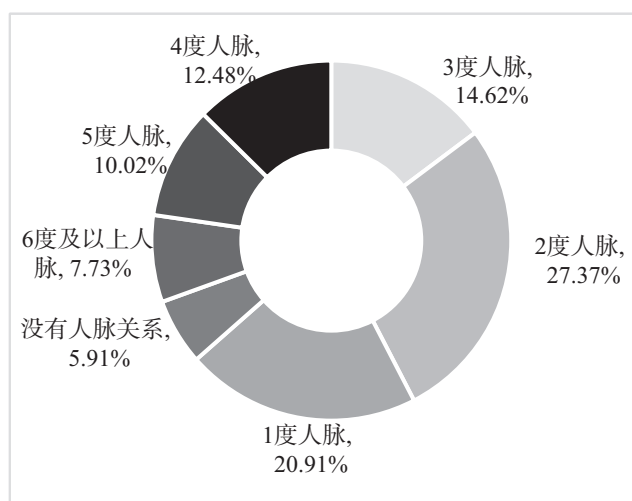


图2 轻松筹5万元以下项目中捐赠人与受助者的远近关系（2021）

（四）网络慈善推动慈善向平民化、大众化发展

根据《2022中国移动经济发展报告》，截至2021年底，中国有超过12亿人使用移动服务，占全国人口的83%。2020年，第三方移动支付与第三方互联网支付的总规模达到271万亿元，未来几年还会分别以年增速11%和9%的速度向前发展。^③在互联网浪潮的助力下，作为慈善事业新的增长点，近几年来，我国通过互联网募捐信息平台筹集的善款每年增长率都在20%以上，^④2014年以来，通过个人大病网络求助平台为个人募集的大病救助资金更是超过1000亿元，几乎相当于2018—2021年四年间中央财政的医疗救助拨款规模。

① 笔者调研期间获得的数据资料。

② 陈一丹：《中国互联网公益》，中国人民大学出版社，2019年，第324-326页。

③ 艾瑞咨询：《中国第三方支付行业研究报告（2021）》（内部出版），2021年，第4页。

④ 高一村、程楠：《“公益慈善数字化”未来可期》，《中国社会报》，2020年7月16日，<http://www.mca.gov.cn/article/xw/mtbd/202007/20200700028687.shtml>。

如前所述,网络慈善通过项目的设计创新将慈善行为融入生活点滴,吸引了公众对慈善活动的关注,激发了个人的参与热情,活跃了社会慈善资源。以腾讯公益的99公益日为例,2015年首届活动举办时,205万人次用户捐赠金额2.27亿元,创下当时国内互联网募捐纪录;到了第七届的2021年,这组数字增长到6870万人次和41.69亿元,同时还带动超过12000家企业通过配捐、爱心捐、一起捐、接龙、公众号、视频号等方式支持公益项目(如图3所示)。^①同一财年,在阿里巴巴公益平台上,约250万商家、5亿用户合力捐出了超过90亿笔善款。^②

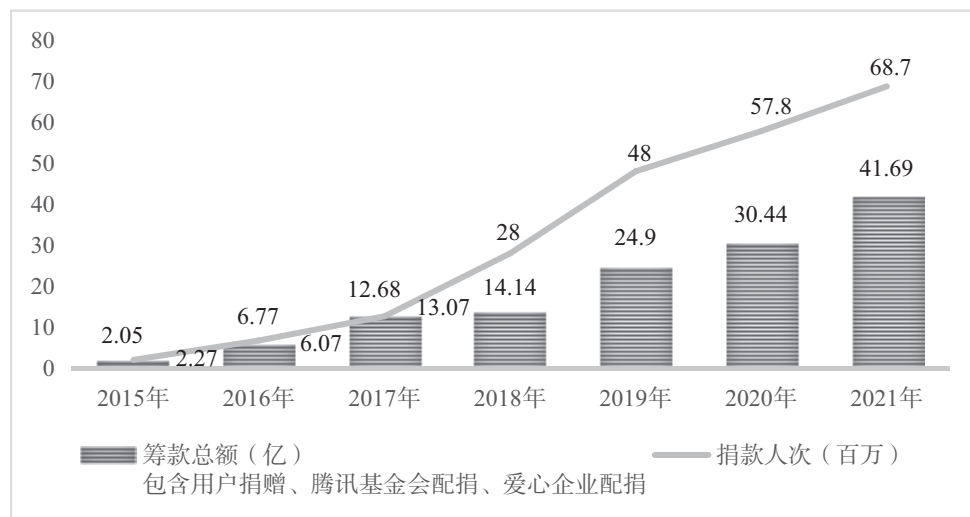


图3 “99公益日”筹款总额与捐款人次(2015—2021)

综上所述,网络慈善是数字技术进步中互联网及移动支付广泛应用催生的新生事物,有效地对接了平台与慈善组织、捐赠者、监管者,使整个慈善事业的运行方式实现了新的飞跃,进而形成了慈善领域不可比拟的新优势。如互联网和平台组织的开放性使得网络慈善更容易实现共享和包容发展,网络外部性和平台的零边际成本优势使网络慈善更易获得规模效应,数据和算法结合的数字技术能更有效地匹配参与主体的需求,大数据、区块链等数字技术的赋能使慈善活动和慈善监管更加透明等。所有这些都是网络慈善的创新价值所在,亦由此开发了慈善的新场域,带来了慈善事业的观念创新、模式创新以及文化创新,进而促使慈善事业更加现代化、更加可持续。

三、网络慈善发展实践中存在的主要问题

在肯定网络慈善的卓越成绩的同时,也应看到网络慈善发展中存在的不足,它主要表现在法律规制不清晰、监管方式落后、行业良性生态尚未形成、失范现象仍有发生等方面。

(一) 网络慈善的法律规制还不清晰

目前被广泛关注的网络慈善主要有两种。一是受《慈善法》规制的互联网募捐。《慈善法》将网络与广播、电视、报刊等并列作为信息传输渠道进行规制,民政部先后遴选认定了第三批共

① 笔者调研期间获得的数据资料。

② 阿里巴巴集团:《2020—2021 阿里巴巴集团社会责任报告》(内部出版),2022年,第45页。

30家互联网募捐信息平台为慈善组织提供募捐信息发布服务。但目前法律没有对这些平台的性质和权责做出明确界定,也没有对平台能否按照一定比例抽取募款服务费做出明确规定,导致一些平台为维持发展,通过“置顶费”、商业广告引流等变相收取服务费用;或将信息平台上的服务维持在最小成本状态“瘫躺”,没有发挥信息平台应有的作用。

二是个人网络求助,即个人为了化解本人或家庭的困难借助微信朋友圈、短视频号等社交媒体或通过专门的筹款平台,如水滴筹、轻松筹和爱心筹等发布求助信息以获得社会帮助的行为。个人网络求助,尤其是个人网络平台求助,虽然由陷入困境的个人发起求助,是每个公民应有的权利,但事实证明,经过互联网涟漪式的传播,个人求助的主体已发生漂移,从而具有了公开募捐的性质,应该属于慈善法律规制的范畴。水滴筹2021年的数据报告显示,所有捐款人次中,求助者直接好友占比仅10.9%,平台助推触达到的爱心人士占70.1%;捐款金额中,来自求助者直接好友的占比仅16.9%,来自平台助推触达到的爱心人士占63.1%。^①但目前《慈善法》并没有对个人网络求助做出规制,实践中出现的问题特别是不良个案处于无法可依境地。

(二) 网络慈善的监管模式落后

网络慈善是互联网思维与慈善深度融合的产物,运作方式与线下慈善迥然相异,与传统的慈善监管更多强调资质、稳定,采取巡检、文字备案和报告的方式相比,网络慈善更提倡开放、互动、协作,用数据“说话”,这使得对网络慈善的监管需要更加重视其特点,需要采用“互联网+监管”模式。若忽略网络慈善在线上虚拟环境的特性,仅以传统的治理和监督方式对其进行管理,“一管就死、一放就乱”的局面便会常有出现。而在当下,政府对慈善网络的治理和监督主要集中在对互联网募捐信息平台的监管者这一身份上,方向指引者、规则制定者、政策支持者和环境营造者的角色责任体现不够。已出台的监管办法意在着力加强互联网募捐信息平台监管的规定,如《公开募捐平台服务管理办法》和《公开募捐信息平台基本管理规范》《公开募捐信息平台基本技术规范》两项行业标准,其重点都集中在传统的运用行政和司法手段强化监管的力度上,而对构建更加顺应潮流、更为主动地适应新思维、运用大数据分析技术、风险控制技术以及数据基础设施检测等新方法的监督体系考虑较少。

(三) 慈善网络平台生态有待提升

从整体上看,网络慈善资源主要集中在头部平台。在网络慈善发展伊始,互联网募捐平台就各有特点:腾讯公益发挥腾讯公司社交平台优势,发展C端公益;阿里巴巴公益依靠阿里的电商平台优势,主要发展B端公益;滴滴公益探索和开拓出行场景下公益行动路径和公益实践模式,轻松公益和水滴公益则关注大病救助众筹等。但这些平台从一开始就显现出头部效应(前几名会获得更多的关注,拥有更多的资源),资源向有技术优势的、大的互联网公司倾斜,其参与人数、捐赠金额占到总体的90%以上,而小慈善平台由于缺乏资源对接和合作交流平台等,发展缓慢。2017年互联网捐赠人次的统计中,淘宝公益(2008年变更为阿里巴巴公益)一家的捐赠人次占总人次约95.7%,前五名——淘宝公益、蚂蚁金服公益(2019年变更为支付宝公益)、腾讯公益、轻松公益和新浪微公益,更是直接占到总捐赠人次的99.9%。截至2020年7月30日,互联网募

^① 笔者调研期间获得的数据资料。

捐信息平台中,腾讯公益募集总额达 88.6 亿元,支付宝公益募集总额达 35.4 亿元,遥遥领先于其他平台。^①个人网络求助平台中,近几年水滴筹每年的筹款额超过 100 亿,轻松筹每年约 30 亿左右,其他平台则多在 10 亿元以内。少数平台居于整个网络慈善头部,掌握着更加先进的互联网技术、更充足的人力资源、更雄厚的财力抵御风险,因此,最终捐赠人数和筹款金额都遥遥领先,也由此产生头部平台掌握行业话语权、尾部平台不活跃的状态,这种行业生态显然不利于网络慈善获得更大发展。目前,网络慈善组织发展不平衡是一个客观事实,如何促使网络慈善资源得到更加合理、有效的利用,是网络慈善这一新事物在发展中提出的新问题。

(四) 网络慈善数字化能力总体有限

调研发现,虽然网络慈善给慈善事业的发展带来了新的气象与动力,但整个慈善行业,即使是网络慈善自身领域,数字化能力也远远落后于其他行业。

一是网络慈善发展的行业基础数据欠缺。行业的繁荣发展离不开对行业参与主体实力、活动运行效果以及供需双方需求的整体且精准的研判,但目前网络慈善领域的相关数据高度碎片化,缺少“用数据说话的”行业分析:既缺少对社会组织开展项目的领域、特点、治理能力、项目运行效果等的整体数据信息,也缺少受助群体的需求、受助变化等方面的细节信息,参与主体画像不清;同时,既有各平台掌握的数据多以信息孤岛和“商业秘密”存在,开放给行业共享共建的数据很少。

二是网络慈善数字化程度有限。目前网络慈善取得的成绩主要来自于作为慈善工具的数字技术的自身迭代发展,而来自慈善行业本身创新的结果却很少。网络慈善也只停留在表层的募款互联网化,而项目执行、信息反馈、项目评价、政府监督管理以及组织机构与受助人和捐赠人之间的交流沟通等多个方面的数字化深度运用还非常有限,连捐赠电子发票都还未得普及。慈善组织间在通过互联网获取资源、进行知识与信息管理、在线数据分析、利用互联网协作与传播能力等方面存在互联网应用的技术鸿沟,作用发挥还不够充分,离数字时代网络慈善真正的内涵还有很大差距。

(五) 失范现象时有发生,理性慈善宣教不足

信息的真实、透明是网络慈善公信力存续的重要基础。网络慈善低成本、高互动的明显优势,在给大众慈善注入能量的同时,也给部分人提供了借机牟利和“肆意吐槽”的机会,扰乱了网络慈善秩序。网络平台的失范行为和对求助信息的管理审核不严,以及个人信息泄露、隐私权被侵害、“人肉搜索”等很容易产生舆情事件。在大众甚至专业人士都很难区分个人权利与慈善募捐之异同的情况下,网络世界里发生的类似行为,无一不影响着社会对慈善的印象。如 2016 年罗尔事件中卖文救女的父亲形象,2017 年被扣上“选秀”嫌疑的“小朋友画廊”,2018 年引来各种质疑的冰花男孩善款共享,筹款平台线下推广人员地毯式“扫楼筹款”“接单提成”,德云社相声演员“百万募捐”事件等^②无一例外地引发了公众对慈善的信任危机,污

① 贝恩公司:《中国互联网慈善:激发个人捐赠热情》(内部出版),2019年,第21-22页。

② 《全国首例网络大病求助纠纷案一审判决 全额返还筹款》,新华网, http://www.xinhuanet.com/2019-11/08/c_1125207190.htm, 2020年8月10日访问。

染了网络慈善领域的参与环境，然而，实践中却普遍缺乏及时有效的应对机制。

同时，公众对慈善的认知与理解不足甚至偏差也有可能损害网络慈善的发展。一方面，网络慈善具有激情捐献的特点，即爱心人士往往会基于扶助弱者的同理心即时参与，且亦易将慈善置于道德高地寄予理想化的期望，在经历负面事件和风波后也更容易质疑慈善组织的公信力、丧失对慈善的信心。另一方面，目前社会诚信环境和信用体系还不够成熟，网民的无成本诋毁和无意识非理性的行为大量存在，为博取眼球增加阅读量而推波助澜的媒体也屡禁不止……这些对网络慈善的健康发展造成障碍，但实践中却缺乏对非理性行为的引导。

四、网络慈善的未来发展

网络慈善是我国目前最具活力、实践效果与发展前景都良好的慈善形态，也是未来慈善事业发展的主要方向。只有全面认识网络慈善的巨大价值，才能形成有利的政策环境与社会氛围，才能真正充分发挥我国互联网发达的优势，促进整个慈善事业获得健康持续的发展。

（一）将网络慈善完整地纳入中国特色慈善事业

一是要高度重视网络慈善，并采取有效措施促进其发展，充分发挥出网络慈善的创新引领作用。二是要打破欧美国家将为特定受益人募捐行为排除在慈善之外的束缚，将个人网络平台求助纳入慈善范围，这是对我国慈善文化的认可与尊重。三是探索网络慈善与社区慈善有效对接，促使社会慈善资源投向基层社区，以便更好地发挥社区互助友爱的中国传统优势。四是网络慈善不仅要弘扬中华优秀传统文化，更要将社会主义核心价值观融入其中，同时助力慈善组织开展的相关服务与社会保障制度特别是社会救助与社会福利等形成良性互动，这是中国特色社会主义制度的内在要求，也是让网络慈善引领整个慈善事业发展成为中国特色社会主义事业的有机组成部分的必由之路。

（二）加快完善网络慈善的法律政策体系

网络慈善的发展关键在于加快完善相关法制，并营造有利的政策环境与社会环境。^①

第一，有必要在《慈善法》中增加对网络慈善的规制，以厘清网络慈善活动的边界，规范网络慈善行为。还应进一步明确民政等部门的监管职责，明确政府部门支持网络慈善发展的具体政策，如普及应用捐赠电子发票、提供便捷的税收减免服务等，为网络慈善发展提供更好的政策环境。同时，也要明令从严规定网络募捐中不法行为的惩治措施，以维护网络慈善的健康发展。

第二，增加指定互联网募捐信息平台的数量，并赋权明责。增加平台数量可使更多企业或慈善组织参与其中，并通过有序竞争促使网络慈善得到更好的发展；赋权明责可以激活目前处在沉寂状态的多数募捐信息平台的积极性和活跃度。可借鉴个人大病网络求助平台的技术和服务经验，充分发挥募捐信息平台本身的牌照与规模优势，真正为网络慈善的蓬勃发展助力。

^① 郑功成：《应大力支持网络慈善发展》，光明网，https://share.gmw.cn/www/xueshu/2020-10/31/content_34327166.htm，2021年12月3日访问。

第三,增加对个人网络求助平台的法律规制。个人网络求助带来的乱象得不到根治会消耗公众的慈心善爱,伤及慈善事业发展的根基。应当通过明确个人网络求助平台的职责来适当地规范个人求助行为,同时对不法行为加以惩处。即使是在《慈善法》中难以明确且具体规制,也应当将个人网络求助行为纳入慈善范畴并在立法中明确授权政府或其主管部门出台相关政策,以为个人网络求助行为与平台运转提供法制依据。

只有不断完善相关法律政策,才能真正充分发挥我国网络慈善的显著优势,在维护网络慈善健康生态的条件下促进平民慈善、大众慈善健康发展,进而使中国特色慈善事业获得大发展。

(三) 理顺政慈关系,完善网络慈善监管机制

我国是社会主义国家,慈善组织的使命与谋民生福祉改善和公正社会建设的执政党和政府是同向的,慈善事业目标与消灭贫困、实现共同富裕的国家发展目标是一致的。^①因此,加快政府转换职能,通过提供有效公共服务来促进网络慈善的发展是相关政府部门的应尽职责。网络慈善最大的特点是捐赠额小量大,面对慈善组织因开具票据而增加募捐成本、网络捐赠者申请减免所得税难的问题,需要财税部门提供便捷开具电子票据和申请减免税收的支持,这应当成为改善政务服务的重要举措。

适度监管也是处理好政慈关系、促进网络慈善蓬勃发展的关键环节。为防止“一管就死”与“一放就乱”的现象发生,有必要进一步完善网络慈善监管机制。一方面,应当强化部门之间的协同监管。《慈善法》颁布后,民政部、工业和信息化部、国家新闻出版广电总局、国家互联网信息办公室联合出台了《公开募捐平台服务管理办法》,该办法明确了各部门的监管职责。然而,由于《办法》的位阶较低,对各部门的约束力有限,尽管《慈善法》明确了民政部作为慈善事业的主管部门,但在要求其他相关部门积极配合网络慈善监管的相关工作中明显乏力。因此,有必要在《慈善法》中增加专门法条,明确各级政府设立由民政部门牵头的部门协调机制,并将网络慈善活动纳入其中,以促使协同监管机制真正落地。

另一方面,构建政府部门、网络平台、媒体、大众以及专业机构等多方参与和事前、事中和事后的全过程综合监管体系,以适应网络慈善运作环境“虚拟化”的特殊性。^②除了各相关政府部门的协同监管之外,网络平台、媒体、大众等网络慈善参与主体亦是健全网络慈善监管的重要力量。按照“谁发布、谁管理、谁负责”的原则,网络求助信息平台不仅仅只是单纯的信息发布者角色,其也需审查信息的真实性与合法性,同时亦需做好风险提示和相应的跟踪管理。在事前监管阶段,作为信息发布者的网络平台需做好求助信息的审查与甄别,确保发布信息的真实可靠;在事中监管阶段,网络平台需开展动态管理,强化信息公开,及时公布资金流向与使用情况,确保受助者、捐赠者和社会大众之间的信息沟通顺畅;在事后监管阶段,网络平台需对求助信息可能产生的法律责任和社会后果进行跟踪管理和责任追溯,设立意见或建议反馈渠道,在接收大众监管质询的同时,引入第三方监管机构进行审查与评估,等等。唯有如此,才能改变目前网络慈善监管工作较为被动的局面,进而推动网络慈善健康有序发展。

① 谢琼:《发挥第三次分配作用,促进慈善事业高质量发展》,《中国非营利评论》第28卷2021年第3期。

② 刘威:《网络求助中的失范行为与精准治理》,《社会科学战线》2017年第10期。

（四）提升网络慈善参与主体的数字化能力

在数字技术的驱动下，我国慈善事业发展将更加高效透明，而慈善平台和组织数字技术应用能力的不足，将直接减缓未来网络慈善的发展。针对前述慈善行业数字化能力欠缺的痛点，有必要采取如下措施。一是要加强慈善组织信息化建设，深挖数字技术在网络慈善项目中的应用。平台共享、数据互通、安全有序、便捷高效的信息化系统可提升慈善组织应对风险的能力、数据分析和应用能力以及解决实际问题的能力，数字技术在用户画像、捐赠款溯源、慈善项目成效评估等方面的深度应用更能提高慈善组织的项目管理能力。二是要夯实网络慈善的数据基础。借助数字技术建设行业基础数据库，包括慈善组织数据库、慈善项目数据库、受助群体数据库等，为行业发展提供科学、有效的问题与趋势研判依据。三是要提升监督管理的数字化水平。在网络慈善监管方面，简单的现场检查、多重审计等监管措施已不能解决问题，相关部门需要适应网络慈善募捐额小量大和痕迹永存的特点，充分利用大数据、区块链技术进行监管。四是要着力培养慈善领域的数字化人才。以上措施的实施都离不开既了解慈善又具有互联网思维、掌握数字技术的人才，而此类人才在目前的慈善领域少之又少，值得采取专门措施培养。

（五）发挥行业组织和头部组织的带动作用

行业组织兼顾“协助政府”和“服务会员”的双重角色，应在推动网络慈善发展中发挥重要作用。我国慈善领域的行业性组织偏少，目前成立的全国性和省级慈善行业组织大多是由政府部门主导设立，依附性较强、独立性不足。而网络慈善有其特殊性，必须是慈善与网信并重，协力促进网络慈善自律。为此，应采取如下一些措施：一是要发展专门的网络慈善行业组织或在综合性的慈善行业组织中设置专门的网络慈善专业委员会；二是要加强网络慈善领域的标准化建设，制订和实施各类行业标准，与法规政策相配套的同时避免“算法”的过度渗透；三是要建立行业投诉调查机制，受理公众投诉举报，对热点慈善事件开展独立调查，发出专业理性的声音，维护行业声誉；四是要发展一批专业的评估型组织，对网络慈善组织和慈善项目进行监督和评价，发挥独立的第三方在促进行业公信力建设中的作用。

在网络募捐信息平台上，头部资源的聚集对网络慈善来说既是机遇也是挑战，关键在于头部组织如何发挥作用，如何引领和促进行业发展。就整个行业而言，适度的组织不平衡有利于促进行业向更高级的平衡阶段发展，但差距过大、甚至出现垄断式发展的境况损害的则是整个慈善行业发展的土壤。头部组织所秉持的理念和采取的方法很容易影响行业发展，如何平衡甚至约束头部组织发展边界，或如何促进头部组织自律值得各界深入探讨。网络慈善的发展还需要吸引更多不同类型的平台加入，为慈善组织、捐赠人和求助者提供更多选择，互联网消费服务平台也可以成为优秀的互联网募捐平台，一些提供 2B 服务的互联网平台亦有很大潜力成为互联网募捐渠道等。

（六）引导网络慈善中的理性行为

一方面，应当加强慈善知识与慈善法制的宣传，让公众在了解的基础上真正理解慈善事业。如慈善组织提取必要的费用是《慈善法》明确规定的合法行为，也是国际通行的惯例；特定情形下将捐赠物品折换成善款更加有利于慈善资源的利用等。在这方面，可以用互联网和主流媒

体的优势,将慈善知识与慈善法制的宣传作为基础工程,有计划有组织地推进慈善宣传工作。另一方面,针对激情捐赠不能短视待之,而需以培养理性参与者为目标,引导公众借助网络捐赠时保持理性。腾讯公益曾于2018年提出“理性公益”,一方面通过产品设计和公众传播等手段,在网络捐款的流程中设置“冷静器”,尝试阻却冲动性捐款,倡导用户理性捐赠;另一方面加强对慈善机构开展网络筹款行为的规范和约束。只有不断引导公众理性行善,才能避免不良个案或误解引发网络慈善舆情,才能形成健康的网络慈善生态。

The Value of Innovation and Future Development of China's Internet Philanthropy

Xie Qiong

(School of Sociology, Beijing Normal University, Beijing 100875, China)

Abstract: Internet philanthropy is a new form of philanthropy that has emerged with the wide application of the Internet and mobile payment, which has brought a great deal of vitality to the innovative development of the charity fundraising, and the design and implementation of charity projects in China. This paper believes that Internet philanthropy will inevitably lead the future of philanthropy. Admittedly emerging problems such as the lack of legal provisions, recurrent misconducts, and the immature ecology of philanthropy show that it is necessary to improve the relevant legal system, enhance the digital capabilities of charitable organizations, and guide the public to participate rationally. In the process of moving toward common prosperity, Internet philanthropy should play a critical role in realizing the vigorous development of China's philanthropy.

Key words: Internet philanthropy; value of innovation; future development

(责任编辑:李莹)