

公益慈善数字化的现实审视与未来发展

谢琼

【摘要】公益慈善数字化是公益慈善主体运用数字技术实现公益慈善目的的过程和状态，是数字时代公益慈善发展的必然趋势。目前，我国公益慈善数字化局部发展成效显著但总体发展缓慢；公众对数字化的认同度高但公益慈善组织对其建设投入少；数字化已普遍存在但不同组织间差异较大；多元主体积极推动但行业基础依旧薄弱；法律制度不断完善但内容仍有待加强；线上参与量持续攀升的同时潜在风险也频繁显现。未来需在凝聚共识的基础上共创共享，多管齐下地推动中国公益慈善数字化向纵深发展，进而促进公益慈善事业整体全面发展。

【关键词】公益慈善 数字化 多元主体 数字技术 信息化

【中图分类号】D632.9 **【文献标识码】**A

【DOI】10.16619/j.cnki.rmltxsqy.2022.22.010

问题的提出

公益慈善与科学技术均致力于回应人类对美好生活的向往，两者相互促进、相互赋能。[1]随着大数据、云计算、人工智能等技术加速创新和深入应用，数字技术日益成为新的生产力，[2]全面、深刻、持久地影响着当今世界经济社会的发展与人们生活的各个方面。如图1所示，2012年至2021年，10年间我国网民规模从5.64亿上升至

10.32 亿，互联网普及率从 42.1% 上升至 73%。[3] 数字化已成为推动经济增长的重要引擎之一。[4] 具有高创新性、强渗透性、广覆盖性的数字经济，不仅是新的经济增长点，也是改造提升传统产业的支点，还是构建现代化经济体系的客观条件。据统计，2017 年到 2021 年，我国数字经济规模从 27.2 万亿元增长到 45.5 万亿元，占国内生产总值比重由 32.9% 提升至 39.8% [5]（如图 2 所示）。同时，数字技术也已深度介入社会建设，融入人们日常生活。例如，数字医疗为不同医疗服务机构提供全方位、定制化的解决方案，智慧养老连接老人、家庭、医疗服务机构、养老机构、运营商、服务商各方，为老人提供实时、快捷、高效、物联化、智能化的养老服务等。此外，我国有关互联网、数字经济、数字化的法律制度体系逐渐完善。《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》先后出台，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》以及“十四五”时期有关数字经济发展、国家信息化、大数据产业发展等战略规划均为数字化发展明确了方向与路径，各类专项行

动也为数字化发展提出了具体任务要求。



来源：笔者根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》相关资料自制

图1 2012-2021年我国网民规模及互联网普及率



注：缺少2013年数字经济规模数据

来源：笔者根据相关年份《中国数字经济发展白皮书》《中国数字经济发展报告》中数据自制

图2 2012-2021年我国数字经济规模发展趋势

毫无疑问，数字化已经成为新的生产力，和经济社会发展与人们生活深度融合，在生产生活中发挥越来越重要的作用，并成为包括公益慈善行业在内各行业发展的强劲动能。不可逆转的数字化浪潮为新时代公益慈善事业提供了发展背景和基本遵循。当数字技术介入经济社会的方方面面，资源要素必然普遍数字化，基于社会资源链接和整合而生存发展的公益慈善行业也必然面对数字化选择。因此，不论是主动顺应社会发展趋势，还是被动接受数字化洪流，数字化都是数字时代公益慈善发展的必然趋势。如果不能适应时代发展潮流实现数字化转型，公益慈善事业发展的未来将充满不确定性。[6]

目前，既有研究在为理解公益慈善数字化提供了知识基础和启发的同时，也留下了研究空间。在研究对象上，研究者探究了线上慈善活动尤其是慈善募捐与捐赠[7][8][9]、互联网募捐信息平台[10][11]、个人网络求助平台[12][13]，以及网络慈善合法性及其规制[14][15]等具体领域，但对“公益慈善数字化”“网络慈善”“技术公益化”等基础性相关概念的辨析较弱，易造成研究对象的模糊化。在研究视角上，从技术发展[16]或组织发展视角来探讨数字技术应用价值[17][18]的研究较多，而从行业系统视角出发的现实考察还有待补充。核心概念明晰与研究视角补全有助于科学审视公益慈善数字化的重要意义和未来发展，进而有效回应数字时代下公益慈善事业高质量发展的新命题。因此，有必要回答三个关键问题：何为公益慈善数字化？在中国的实践发展现状如何？未来何去？本研究在问卷调查和个案访谈的基础上，尝试阐明公益慈善数字化的内涵与外延，并客

观描绘在数字化发展突飞猛进的时代，中国公益慈善事业对数字化的适应现状及其推进路径。

公益慈善数字化及其在中国的发展

公益慈善数字化及其特征。公益慈善数字化是一个相对抽象的概念。单从字面来看，它是公益慈善与数字技术的结合，但仅此却无法准确表达其内涵与外延，也不能区分其与“网络慈善”“技术公益化”等概念的异同。对相近词义的辨析和对其特征的分析有助于描画公益慈善数字化的基本面貌。

首先，“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，泛指使用网络技术开展各类慈善活动，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。[19]公益慈善数字化并不是一种慈善形态，也不仅表现在慈善活动对数字技术的运用上，还包括组织管理、政策监督等各方面的数字化。相较而言，“技术公益化”是指对技术的公益化，其中“技术”是对象，“公益化”是方向，该概念是“科技向善”的近义词，重点指数字技术的公益化，也可泛指其他各类技术的公益化。与“技术公益化”相比，公益慈善数字化则是以公益慈善行业为对象，以数字技术为工具，是公益慈善主体对数字技术的深度应用。

其次，与传统的公益慈善相较，数字化的公益慈善已展现出其独有特征。一是开放性。互联网和平台组织突破了传统慈善的时空限制，

将平台、慈善组织、捐赠者、监管者、公众链接起来，降低了公众参与公益慈善的门槛，从而更容易实现共享和包容发展，促成慈善行业生态的发展。二是规模性。网络外部性和平台的零边际成本优势使慈善更易获得规模效应，促进“人人公益、人人慈善”社会氛围的形成和“人人参与”慈善模式的创新。三是有效性。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，精准对接资源，畅通供需双方的渠道，提高慈善项目的成效，提升慈善组织的敏捷性和专业度。四是追溯性。大数据、区块链等数字技术的赋能使慈善活动能够实现全过程、全行业的资源留痕与串联，使慈善活动和慈善监管更加透明，行业公信力更加稳定。五是放大性。数字化公益慈善的以上特性叠加产生“放大效应”，既可以使微小的善意善行放大传播，也能使失实消息瞬时扩散，而这种极化发展的趋势下机遇和挑战并存。六是两极性。数字技术研发与应用的高投入和更新迭代的短周期特性，使实力更雄厚的大型组织比小型组织和较早具备数字化能力的组织更有优势，而后者相较于未使用或较晚使用数字化技术的组织又更有优势，强者愈强，形成行业内的“马太效应”。

综上所述，公益慈善数字化是指公益慈善主体运用数字技术实现公益慈善宗旨或目的、创造经济社会价值的一种状态，是公益慈善网络化的升级，是经济社会发展到网络、数智阶段，数字技术在公益慈善领域的深度应用。从功能主义视角看，公益慈善数字化也是一个过程，数字技术从解决行业痛点问题的辅助手段到提升组织活动效能的有效手段，再到赋能助力资源链接的内生工具，数字化本身也在升级

换代。但不论发展到哪个阶段，其中数字技术恒为工具，而绝非公益慈善发展之目的。[20]公益慈善数字化应遵循公益慈善本体需求，即进程和速度应以问题解决和发展需求为出发点，为追赶数字化潮流而忽略本体发展需求的数字化亦不是公益慈善数字化发展该有的取向。

公益慈善数字化在中国的发展。中国公益慈善行业对数字化发展的探索已有多年基础。从数字技术介入公益慈善的程度以及政策环境发展的角度来看，公益慈善数字化已经历了从 21 世纪初自发推进到《中华人民共和国慈善法》实施后的依法推动，再到“十四五”开局后的全面发展三个阶段。

自发推进阶段：2004~2015 年。在这个阶段，以大灾大难的应急救援为背景，企业、慈善组织零星、自发地借用数字技术进行公益慈善传播和网络募捐，公益慈善数字化准备启航。标志性事件包括：2004 年，印度洋海啸发生后我国首个网络募捐通道开启；2006 年，搜狐网等门户公益频道先后上线；2007 年，首个互联网企业基金会——腾讯基金会成立；2008 年，汶川地震激起公众网络募捐热潮；2014 年，首个大病众筹平台轻松筹成立等。

法治推动阶段：2016~2020 年。2016 年，《中华人民共和国慈善法》（以下简称《慈善法》）通过并实施，互联网募捐平台逐步发展，主管部门民政部依法先后指定 30 家互联网公开募捐信息平台，并出台服务管理办法和行业标准，慈善行业通过制定项目运作规则 and 标准、加强项目透明度、进行技术创新等推进规范性建设。此阶段公众线上

筹款普及、创新性的慈善项目与行为多样化存在，数字化开始有组织、成规模地向前发展。尤其自新冠肺炎疫情暴发以来，在线协作普及，信息技术平台建设表现出强大生命力。标志性事件如：2016年，首届互联网公益峰会召开；同年，“蚂蚁森林”上线，各类“行为公益”形式创新；2018年，在国家脱贫攻坚战略号召下，直播扶贫、电商扶贫项目涌现；2019年，腾讯发起“科技向善”倡议；2020年，阿里巴巴公益基金会发布《公益链技术和应用规范》团体标准，等等。

全面发展阶段：2021年以来。2021年“十四五”规划开新局，加快数字化发展、建设数字中国深入推进，中国数字经济进入发展爆发期。[21]《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出，要加快数字化发展，建设数字经济、数字社会、数字政府；《“十四五”数字经济发展规划》明确提出，我国数字经济转向深化应用、规范发展、普惠共享的新阶段，“数字赋能未来”成为各行业发展的主旋律；《“十四五”国家信息化规划》《“十四五”大数据产业发展规划》《国务院关于加强数字政府建设的指导意见》《2022年提升全民数字素养与技能工作要点》等促进和规范数字化发展的文件接连出台。2021年8月17日召开的中央财经委员会第十次会议指出，要坚持以人民为中心的发展思想，在高质量发展中促进共同富裕，正确处理效率和公平的关系，构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排，这为慈善事业的发展注入强心剂。在大环境的要求和影响下，互联网企业明确提出技术向善、技术公益化等理念和方向，慈善界也对数字慈善展开了大规模的

研究和创新。公益慈善行业数字化成为公益慈善与数字经济深度融合的要求，在这个阶段，多主体全方位推动数字慈善倍道兼行，慈善行业主动响应和拥抱数字化趋势，开始内生性发展。

公益慈善数字化的现实审视

为了解人们对公益慈善数字化的认知和态度以及中国公益慈善数字化的现状，本研究在 2022 年 8~9 月间向手机网民和慈善组织进行随机调查，共回收 5490 份公众问卷和 182 份慈善组织问卷，同时访谈数家公益平台和第三方机构相关负责人，并就问卷数据和访谈资料进行分析，力图描绘公益慈善数字化的实践样态。

成绩与不足：数字化局部发展成效显著，但总体发展缓慢。数字技术与公益慈善的融合创新，催生了公益慈善行业的一系列变革，为公益慈善提供了新的增长点，推动了慈善理念升级，更新了慈善信息公开方式、活动组织方式和服务链接方式；创新了公益慈善模式，丰富了行善路径，整合多种元素创新了项目运行方式，赋能慈善主体提升服务能力和监管能力，悄然改变着中国的慈善生态与行为模式；创新性地传承慈善文化，激活了熟人社会的社交潜规则，为我国慈善事业注入了科技原力；激发了个人参与热情，活跃了社会慈善资源，推动慈善走向平民化、大众化。[22]在数字化浪潮的助力下，作为慈善事业新的增长点，2017 年至 2019 年，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[23]。据统计，目前全国每年关注、点击和参与各种网络慈善活动的人次超过百亿。2015~2021 年，

“99 公益日”每年吸引五六千万人次和三四十亿元捐款（如图 3 所示），同时还带动万余家企业通过配捐、爱心捐、一起捐、接龙、公众号、视频号等方式支持公益项目，形成了公益慈善行业的年度嘉年华。2014 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。[24]



来源：笔者根据调研资料自制

图3 2015 - 2021年“99公益日”参与情况

虽然数字化为公益慈善行业带来了新的气象与动力，但总体发展的滞后、缓慢也不容小觑。首先，目前公益慈善行业的数字化实践程度远远落后于其他行业，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。其次，公益慈善数字化本身还面临许多难题，如缺少数字化人才，组建数字技术团队进行数字化建设难度大。又如，现行制度框架下慈善组织数

据获取难。一方面，以往传统线下慈善很难吸引捐赠，捐赠人数量相对较小，数据库信息量有限，很难形成“大数据”；另一方面，目前互联网公益慈善的捐赠人和受助人等信息主要集中在各类平台（如公益平台、社交平台、支付平台、消费平台等）上，慈善组织与捐赠人和受助人之间存在数据壁垒，缺少数据获取渠道，存在用户脱离慈善组织的现象。如果这些问题得不到破解，公益慈善将很难真正数字化并腾飞发展。

期待与现实：对数字化认同度高，但实际投入低、发展慢。调查显示，慈善组织或关注慈善事业的公众都会对公益慈善数字化建设和应用有所期待。慈善组织方面，数字化迅速渗透公益慈善领域使得慈善组织在项目设计、传播模式、工作方法乃至组织架构上发生了一系列变革，大多数慈善组织负责人也认识到要把握数字化这一公益慈善行业的未来发展方向。85.42%的组织认为数字化建设存在迫切性，68.75%的组织已认识到数字化的重要性，并在组织发展战略规划文件中明确了数字化的目标，64.59%的高层管理者积极鼓励员工在日常工作中使用数字技术。参与者方面，公众对公益慈善数字化也有较高的正向印象。如表1所示，八成以上受访者认为公益慈善数字化增加了信息获取的便捷度（84.5%）和信息透明化程度（82.2%），可以让弱势群体得到更多帮助（86%），且有85.9%的受访者认为公益慈善数字化发展需要公众的参与。此外，82.7%的受访者认为数字技术改变了其对公益慈善的看法。

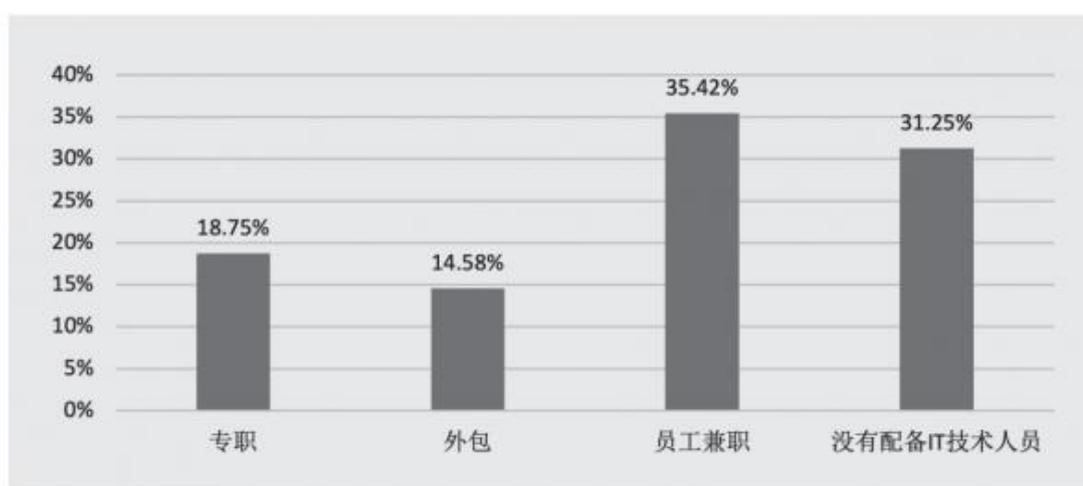
表1 受访者对于公益慈善数字化态度的李克特量表分析

	不同意	不太同意	一般	同意	非常同意
公益慈善数字化让我更关注我国慈善行业的发展	4.7%	2.0%	11.8%	36.2%	45.1%
我会主动搜索慈善组织 / 慈善项目的公众号、微博、官网等以了解更多信息	3.9%	1.6%	13.4%	36.5%	44.3%
我线上参与公益慈善的频率超过线下参与频率	4.5%	1.8%	14.0%	37.7%	41.7%
数字化慈善改变了我对公益慈善的看法	3.1%	1.6%	12.5%	39.8%	42.9%
数字化发展使得人们了解公益慈善事业信息更加方便	3.8%	2.3%	9.2%	39.3%	45.2%
公益慈善数字化的发展需要公众的参与	3.2%	1.4%	9.3%	37.2%	48.7%
公益慈善数字化让弱势群体得到了更多帮助	2.6%	1.5%	9.6%	37.9%	48.1%
数字化会使得公益慈善行业的信息透明化	3.5%	1.8%	12.2%	37.3%	44.9%
数字化加深了我对公益慈善的不信任感	18.8%	39.8%	14.4%	25.0%	12.7%
数字化发展导致了网络慈善募捐中的骗捐行为发生	22.6%	6.7%	25.1%	31.2%	14.2%
公益慈善数字化让慈善行业暴露在风险之中	23.5%	7.3%	26.5%	29.4%	13.0%

来源：笔者根据调研资料自制

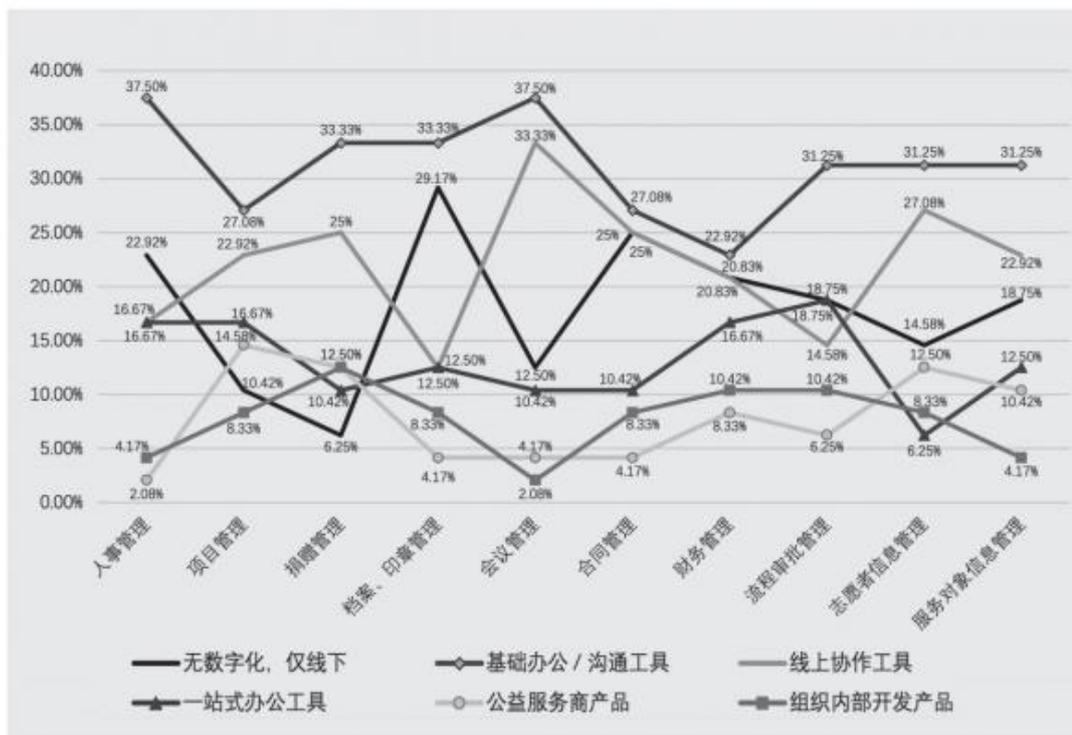
然而，对慈善组织数字技术应用状况的调查却显示，多数公益慈善组织对数字化建设投入、技术应用以及对数据的开发管理程度都很低。调研结果显示，只有 18.75% 的组织配备了专门技术人员，35.42% 组织的技术人员还在组织内兼任其他职位（如图 4 所示），而且已开始数字化建设的公益慈善组织中 60.42% 的组织资金投入低于上一年度募资总额的 1%。受访的慈善组织使用数字技术最多的板块是传播和筹款，其他板块数字技术应用普遍较低，如图 5 所示。大多数组织的行政管理数字化应用仍停留在基础阶段。除财务管理外，受访组织在人事、档案、印章、流程审批管理方面数字化水平较低，对基础办公 / 沟通工具的使用频率最高（如人事管理中，使用频率最高为 37.5%），其次为线下处理（22.92%）。对线上协作、一站式办公、公益服务产品等其他工具使用率低。在已数字化的板块中，对已有数据的开发利用尚浅，数据几乎处于沉睡状态。受访组织中，对项目进行数字化管理的组织占比为 58.33%，其中，制定收集和储存数据标准的组织占比仅为 25%，完全没有的占比为 33.33%，部分制定的占比为

41.67%。收集并保存捐赠人和志愿者信息的组织占比为71.05%，但对捐赠人和志愿者数据进行进一步分析画像的组织仅占15.79%。调研也显示，造成这一现象的原因，一是公益慈善行业数字人才缺乏，二是数字化建设投入高且见效慢。这又与公益慈善行业薪资待遇有限，对在劳动力市场上本就紧缺的数字技术人才吸引力不足，以及对筹款成本有约束，数字化建设乏力等因素有关。



来源：笔者根据调研资料自制

图4 受访慈善组织配备IT技术人员情况



来源：笔者根据调研资料自制

图5 慈善组织各板块数字技术应用情况

整体与局部：数字技术应用普遍，但程度参差不齐。数字化极大地助推了公益慈善的发展。对于公益慈善机构来说，数字化增加了慈善理念和慈善项目的传播广度，使筹款更便捷更高效更透明，使捐赠反馈更及时更具体；对于慈善参与者来说，数字化使公益慈善信息获取更便捷、参与内容更多维、捐赠人服务更多样。因此，慈善组织应用数字技术已是普遍现象。调研显示，85.42%的慈善组织运营线上媒体平台，使用频率最高的线上媒体平台是微信公众号（87.8%），其次是短视频账号。68.75%的组织认可线上传播的效果，认为数字化建设可以提升组织的影响力；64.29%的组织希望借助数字化发展进一步扩大传播的覆盖范围，打造可信赖的品牌。

但是，在具体实践中，不同成立背景、不同注册层级、不同类型的公益慈善组织以及慈善链条的不同环节间数字化应用程度差异大。一是民间公益慈善组织的数字化建设程度明显高于具有官方背景的公益慈善组织。调研中，在组织数字化建设的人员配备方面，设有数字化专职部门的公益慈善组织中，63.16%是民间慈善组织，36.84%是具有官方背景的慈善组织。另外，在数据收集和储藏方面、数字化系统使用与数据利用等方面表现出民间公益慈善组织有更高程度数字化的相似特征。

二是登记注册层级更高的组织使用数字化工具更多。区县级民政部门以及地市级民政部门“无数字化，仅线下”以及“基础办公 / 沟通办公”情况的占比较高，而省部级民政部门使用“公益服务商产品服务”和“一站式办公工具”等数字化工具的占比较大。在区县级、地市级和省级登记注册的慈善组织中，“基础办公 / 沟通办公”的占比分别为 61.1%、33.3%和 5.6%，使用“一站式办公工具”的比例分别为 20%、40%和 40%。“公益服务商产品服务”和“一站式办公工具”的使用主体主要为在省级和民政部注册的慈善组织。

三是大型公益慈善组织配备专业数字化人才的可能性更大。相较于小型组织，大型公益慈善组织配备 IT 技术人员和外包人员的可能性更大；相较于大型组织，中小型公益慈善组织内部员工兼职 IT 技术人员的可能性更大。例如，在机构内配备 IT 技术人员的组织中，大型公益慈善组织占比为 66.67%，小型公益慈善组织占比为 33.33%。

在拥有外包 IT 技术人员的组织中,大型公益慈善组织占比为 85.71%,小型公益慈善组织占比为 14.29%。在内部员工兼职 IT 技术人员的公益慈善组织中,中小型规模的公益慈善组织占比分别为 41.18%和 35.29%,大型公益慈善组织占比为 23.53%。[25]

四是组织间网络募款效果差距大。调研中,97.9%的组织使用过互联网募捐信息平台募捐,而 37.5%的组织过去三年在互联网募捐平台上筹款超过全部筹款总额的五成以上,45.83%的组织互联网业务占比则不到三成。这说明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等方面存在互联网应用的技术鸿沟和数据壁垒,数字化作用发挥不够充分,离公益慈善数字化的真正内涵还有很大差距。

五是基金会对项目管理系统使用率高于其他类型组织。在使用项目管理系统慈善组织中,基金会占比 50%,社会团体占比 40%,社会服务机构占比 10%。

此外,从慈善组织进行慈善活动的整体环节来看,不同组织在慈善链条上的不同环节数字化应用水平不均衡,多数只停留在表层的募款互联网化,而在项目执行、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。目前,连捐赠电子发票都还未普及。

行业与生态:多元主体推动发展,但行业基础依旧薄弱。公益慈善数字化的路径主要有三种:一是慈善组织本身推动的数字化建设。

即慈善组织在社会创新、慈善项目创新过程中基于自身发展需要开发数字系统和服务产品进行的数字化建设，如中国乡村发展基金会（原扶贫基金会）从 2009 年开始启动整体信息化规划和评估，先后实现财务业务一体化、利用 OA 系统解决业务痛点，目前已实现协作流程全部在线、监控协作效率提升、一体化协同办公提升办公体验、机器人赋能提升客户服务满意度、低代码快速赋能业务等数字化探索。上海联劝公益基金会开发捐赠电子票据等数字系统助力平台和其他组织发展。中华少年儿童慈善救助基金会经过“办公自动化—流程在线化—业务数字化—基金会数据化”的不断迭代，实现筹款、行政、业务、资管、反馈流程全部在线化、数据化，正在向成为一家全数据驱动型基金基金会迈进。爱佑慈善基金会通过业务在线化建立数字化救助系统，与医院通过互联网共享信息进行资料审核、结算、开票、支付等全系统流转，并根据大数据系统的统计分析，不断优化项目内容和实施办法，为困境儿童提供更加及时、多元和全面的救助。

二是公益慈善数字化产品和服务供应商推动的数字化，即第三方主体以市场方式为公益慈善组织提供数字化服务产品和解决方案。虽然目前市场上的公益慈善数字化产品和服务供应商很有限（如灵析、易善、映派等），但在慈善组织数字化建设方面发挥了重要作用，尤其是在中小型慈善组织的数字化服务方面。

三是互联网企业推动的数字化。在技术向善、技术公益等理念的驱动下，腾讯、阿里、字节跳动等互联网企业向公益慈善组织开放技

术接口，共享数字工具，助力公益慈善行业发展。如 2017 年，阿里云工程师自发建立国内首个技术志愿服务平台“码上公益”，提供数字化技术人才培养、数字化公益顾问服务。2022 年，腾讯推出数字工具箱，运用腾讯云资源（含腾讯会议），以及腾讯问卷、腾讯乐享、企业微信、腾讯文档、腾讯微云、CoDesign 等系列数字化资源，对在中国内地（大陆）依法注册或者登记的社会团体、社会服务机构、基金会等社会组织，以及普通高等学校、科研院所等事业单位开放免费申领，以免费的“数字工具箱+专业志愿顾问”组合方式，解决公益组织数字化“入门—上路”问题。

对数字化程度较高的公益慈善组织的审视显示：目前在数字化上高速发展的公益慈善组织（如腾讯公益基金会、阿里巴巴公益基金会、乡村发展基金会、中华儿慈会等）均具有几个特征：一是项目数量、募集资金量和日常管理量较大（大型慈善组织）；二是出资机构或运营机构具有数字技术优势（互联网平台）；三是拥有公益平台资格，即拥有流量用户（募捐平台）。这三个特征的源头流向虽有不同，但彼此间相互支撑使主体形成了公益慈善数字化的排头兵。简而言之，公益慈善行业中的“集团军”数字化发展优势明显。

从公益慈善行业的整体发展来看，数字技术的发展和运用使公益慈善行业迅速成长，而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，但目前行业数字基础还很薄弱。第一，数字化行业标准缺失。各平台信息数据统计

口径不一，造成信息数据不可通用、不可对接、不能统一使用。访谈中，公益平台和慈善组织多次提到目前没有能反映行业整体发展状况的数据信息，也缺少相对统一的统计口径，“数据沟通”难度大，限制了行业深度研究和洞察。第二，行业协作机制未建立。流量密码规则和服务对象个人信息的敏感性共同造成慈善组织间、公益平台间缺少信息互通和共享，既有各平台积累的数据多以“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，数据壁垒破除难度大。78.02%的组织希望未来建立行业数据共享平台，从而帮助组织更精准开展服务。第三，行业基础“大数据”缺失。目前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，造成力图实现决策的科学化、治理的精确化和服务的高效化却无据可依，同时也导致慈善行业整体“隐形”，以致不能被政府、社会外界“看见”并“认识”。第四，数字化在赋能慈善组织发展的同时存在行业数字鸿沟现象，尤其是规模小、服务性强的公益慈善组织在一波又一波的数字化浪潮中若被推离则举步维艰，而这部分组织正是深入基层社区、提供慈善服务、实现慈善目的的中流砥柱。第五，公益慈善行业内数字化产品和数字化服务供应不足，还需要吸引更多不同类型的平台、产品和服务加入公益慈善数字化的市场，为慈善组织和捐赠人提供更多选择。截至 2021 年底，全国共有社会组织 90.2 万个，登记注册的慈善组织已超过一万家，但能提供公益慈善数字化产品和

服务的商家不过灵析、映派、易善等十数家，产品和服务数量少且质量有限，难以满足公益慈善组织数字化发展的需求。

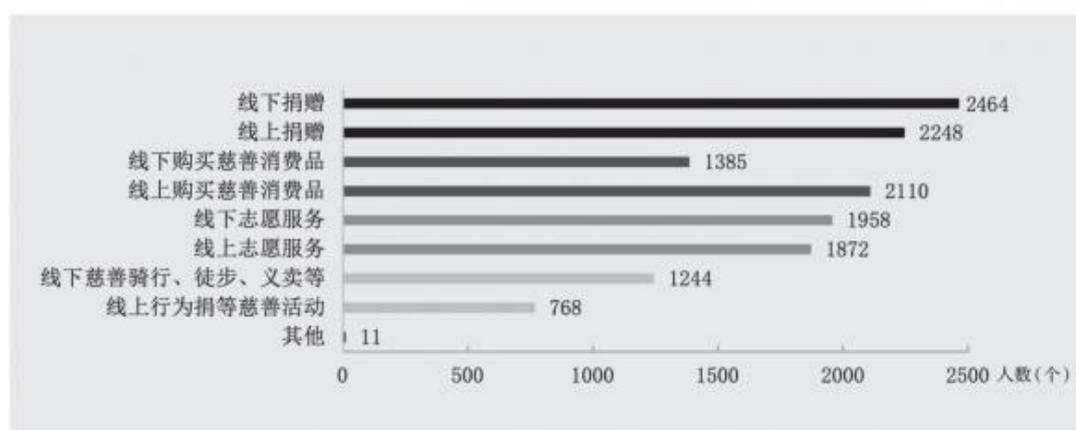
规范与发展：法律制度不断完善，但统筹与促进内容还有待加强。2016年《慈善法》《网络安全法》的实施，以及近年各项法规政策等的出台已经为公益慈善数字化构建出一个可供遵循的基本法律政策框架，但与公益慈善数字化的实践发展相较，法律体系完善和实际落实都还存在不少问题，仍无法满足数字化发展的需求。

一是目前法律没有对网络募捐信息平台的性质和权责作出明确界定，触发平台积极性的力度不够。例如，没有对平台能否收取募款服务费作出明确规定，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，没有充分发挥信息平台应有的作用。[26]二是《慈善法》没有对个人网络求助作出规制，实践中出现的相关问题特别是不良个案处于无法可依境地。法律应明确个人向社会发布求助信息的渠道是公共媒介，信息发布者和网络服务提供者应当承担求助信息真实性核实义务。三是在监管方式上，目前重点还集中在传统的行政和司法手段上，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，还不能完全应对数字化运作环境“虚拟化”的特殊性。

活力与理性：线上参与持续快速攀升，但潜在风险也频繁出现。各方数据已共同反映出公益慈善组织与公众对线上慈善活动的参与

度越来越高，且已经走向常态化，线上参与公益成为公众的一种新的生活方式。本次调查的受访对象中，81.3%的受访者认为数字化使得他们更关注中国公益慈善行业的发展，数字媒体已成为公众获取公益慈善信息的主要渠道；80.8%的受访者会主动搜索慈善组织 / 慈善项目的公众号、微博、官网等以了解更多慈善信息；线上渠道参与公益慈善正在成为新风潮，79.4%的受访者在线上参与公益慈善的频率超过线下参与频率；线上志愿服务、线上捐款等与线下参与平分秋色，线上购物慈善消费品更是超过线下，如图 6 所示。越来越多的年轻人在线上通过捐阅读、捐步数、捐能量等行为捐的方式参与公益慈善。

“99 公益日”从 2015 年开办至 2021 年，参与机构、参与项目、参与人次都逐年上升。截至 2022 年 9 月 10 日，“99 公益日”新功能“一花一梦想”共吸引近 6000 万人次参与，捐赠小红花超 1 亿朵，公众募款总额逾 33 亿元。截至 2021 年 8 月，“蚂蚁森林”累计带动超 6 亿人参与低碳生活，对内蒙古、甘肃、青海、宁夏、陕西、山西、河北、云南等共计 11 个省份进行生态修复，种下 3.26 亿棵真树。



来源：笔者根据调研资料自制

图6 受访者参与公益慈善的方式

数字技术为公益慈善注入无穷活力的同时，也根本性地改变了公益慈善的运行方式和机制。在时时处处、人人事事都可参与的慈善活动与行为中，反馈评价变得更直接、更及时，监督也因此无时无处不在。然而，互联网本身的虚拟性和隐蔽性、舆论传播的即时性和消极性等复杂特性也会助长、叠加扩散各种失范行为和不良现象甚至虚假信息，放大公益慈善中的善与恶。因此如若缺少理性的判断、法治的视角和合理的规范，数字技术便会成为“暴晒蚯蚓的一道强光”，损害公益慈善的根基，置公益慈善事业于发展困境。21世纪以来，公益慈善领域大大小小的负面案例和公信力危机几乎都有互联网推波助澜的影子，而造成这些危机的原因既有公益慈善行业自身发展的问题，也有互联网监管机制和技术的不完善，还有社会环境与舆论的非理性。在本次调查中，受访对象也表达了对公益慈善数字化风险的担心：37.7%的受访者认为数字化加深了其对公益慈善的不信任感；45.4%的受访者认为公益慈善数字化发展导致了网络慈善募捐中的骗捐行为发生；42.4%的受访者同意公益慈善数字化使慈善行业暴露在风险中。

公益慈善数字化的未来发展

凝聚共识：没有数字化就没有公益慈善的未来。目前公益慈善数字化发展迟缓的问题，不在数字技术本身，而在于数字技术应用过程中存在的种种深层障碍，如数字壁垒的存在、行业标准和行业协作机制的缺失、法律政策规范与引导不足以及公益慈善行业生态等，这些深层问题的存在造成表象上数字化成本高、人才缺、应用低、开发浅等问题。要破除障碍，还需各方主体共同发力并不断升级治理能力，

既有赖于数字技术的不断创新和更加更易可及，也有赖于公益慈善组织数字化能力的提升，还有赖于法律政策的牵引和规范，更有赖于更加理性、更加广泛的公众的参与，只有共创共益，才能共享数字技术带来的发展红利。只有在凝聚“没有数字化就没有公益慈善的未来”的共识的基础上，通过共创共益促使中国公益慈善数字化快速发展，才能推动整个公益慈善事业获得全面发展。

多管齐下：各方主体共创共享。第一，建立分工明确、各尽其责、协调联动的运行机制。合力推进公益慈善数字化的进程，首先要明确各方主体的数字化使命，其次要在各尽其责的基础上协调联动，发展由相关政府部门联合引导、行业组织助力、慈善组织主体推进、互联网企业公益支持、大众理性参与的分工合作机制。其中，政府既可通过升级政策监管方式以推动行业数字化，也可通过培育行业数据平台，持续洞察慈善行业发展，为慈善行业发展提供支持。互联网企业可提供技术赋能，支持公益慈善行业数字化的可持续发展。慈善组织作为公益慈善数字化的载体最为关键，可以依据需要在慈善活动中充分运用数字技术，提高活动效能、增强组织能力。行业组织可以建立数字化行业标准，推动破除数字壁垒，激活行业数据资源优势。公共资源、社会资源和市场资源并不相互排斥，其良好的结合可以更有效地推动公益慈善数字化。

第二，加快完善法律政策体系。公益慈善数字化发展无疑需要有关慈善、网络等领域的法律政策体系发挥引导和支撑作用。首先，抓

住《慈善法》修法“窗口期”，鼓励支持公益慈善与数字化融合，提升公益慈善数字化的发展动力与积极性，厘清公益慈善数字化中各主体边界，明确政府部门支持公益慈善数字化发展的具体政策，如普及应用捐赠电子发票、提供便捷的税收减免服务等，为公益慈善数字化发展提供更好的政策环境。其次，适时修订《网络安全法》，增加公益慈善相关内容，规范网络言论，引导公众理性关注和认知慈善，营造关爱慈善的社会舆论氛围，在维护网络健康生态的条件下促进平民慈善、大众慈善健康发展。

第三，强基础、补短板。一方面，直面问题，开展公益慈善数字化引领专项行动以打牢基础。面对数字化的机遇与挑战，公益慈善行业应顺应潮流采取行动，将公益慈善数字化纳入新时代公益慈善事业发展中进行规划。公益慈善数字化发展迟缓、滞后的现状需要跨部门、跨领域互联互通，有目标、有规划、有节奏地突破。因此，有必要开展公益慈善数字化引领专项行动以明确发展目标、梳理推进步骤、突出发展重点、动员相关资源、落实各方责任，促使公益慈善数字化生态走向成熟。另一方面，提供公益慈善数字化示范。数字技术更新升级速度快，18~24个月的迭代规律决定了数字化的公益慈善组织要不断升级技术，也给慈善组织提出了“行动”或“观望”的选择题。

“行动”意味着获得技术优势但承担高额成本，“观望”则意味着获取成本优势而承担落后技术的后果。如果多数慈善组织都出于成本考虑而被动接受数字化“过时”技术，数字化进程势必迟缓，慈善行业也势必处在数字化发展的尾部。因此，要先在慈善领域中创标准、树

标杆，鼓励有实力的头部组织大胆探索数字化运用，带头搭建行业标准，在满足自身需求的同时积极承担行业数字化使命，将适宜应用的数字化产品和服务推荐、开放给后发组织，推动行业规范发展。

第四，重视行业建设。慈善组织是公益慈善数字化中的关键主体，要让“数字化为我所用”成为公益慈善行业内部主动作为。首先，加强行业学习交流，举办数字化建设或工具使用的经验交流活动，传播推广优秀案例。其次，发挥行业组织引领作用，重视和支持数字化品牌建设。最后，建立数字化行业标准，强化规则意识，激活行业内数字资源。

除上述促进举措外，公益慈善数字化发展还需要完善人才培养、技术支持、理性氛围营造等配套促进措施。一是鼓励有技术优势的企业将经济价值和社会价值相结合，为公益慈善行业提供有力技术支撑，双方优势互补实现可持续发展。二是注重慈善领域数字技术人才的培养。一方面，培训慈善专业人才的数据分析能力、互联网协作能力和知识管理能力等；另一方面，培养数字技术人才的慈善意识和慈善理念，吸引更多有能力有潜力的人加入慈善行业。三是建立从中央到基层多层次、多样化的社会褒奖机制，营造理性的社会氛围与舆论环境。

（本文系国家社会科学基金重大项目“中国社会保障体系建设与扎实推进共同富裕研究”的阶段性成果，项目编号：21STA002；中国社会保障学会郑功成教授对本文提供了有益指导，北京师范大学社会学院博士研究生谷玉莹、高睿对本文亦有贡献）

注释

[1]臧宝瑞：《关于公益慈善与科学技术相互赋能的初步思考》，《中国民政》，2022年第18期。

[2]李韬、冯贺霞：《平台经济的市场逻辑、价值逻辑与治理逻辑研究》，《电子政务》，2022年第3期。

[3]袁晴：《中国这十年 | 我国网民规模、国家顶级域名注册量均为全球第一》，2022年8月19日，https://politics.gmw.cn/2022-08/19/content_35965282.htm。

[4][5]中共中央网络安全和信息化委员会办公室：《数字中国发展报告（2021年）》，2022年7月，<https://sjzyj.ah.gov.cn/group3/M00/09/DE/wKg86mMFj30Ad6FDACGZnk6Q9mE357.pdf>。

[6]郑功成：《为公益慈善发展插上数字化的翅膀》，《光明日报》，2022年9月20日，第2版。

[7]张其伟、徐家良：《网络慈善募捐中双重依赖格局初探——以腾讯“99公益日”为例》，《江西社会科学》，2019年第4期。

[8]杨睿宇、马箫：《网络公益众筹的现状及其风险防范研究》，《学习与实践》，2017年第2期。

[9]黄春蕾：《协同治理视角下我国网络募捐监管体系研究》，《东岳论丛》，2017年第10期。

[10]杨伟伟：《“七维”协同治理：推进我国互联网公开募捐信息平台的规范化建设——基于首批11家公开募捐信息平台的分析》，《理论月刊》，2019年第6期。

[11]冯春、黄静文：《网络慈善失范现象及其治理》，《贵州财经大学学报》，2019年第5期。

[12]邓国胜：《网络众筹平台骗捐诈捐现象频发如何破》，《人民论坛》，2020年第1期。

[13]张杨波、侯斌：《重新理解网络众筹：在求助与诈捐之间——以罗尔事件为例》，《山东社会科学》，2019年第2期。

[14]金锦萍：《〈慈善法〉实施后网络募捐的法律规制》，《复旦学报（社会科学版）》，2017年第4期。

[15]李德健：《后〈慈善法〉时代的私益募捐及其法律规制——以求助型网络众筹为切入点》，《学习与实践》，2022年第1期。

[16]蔡明章、王林、吴江：《区块链技术在互联网公益众筹领域的应用研究》，《图书与情报》，2020年第2期。

[17]刘洋、赵云亭：《第三次分配中的网络慈善：价值意涵与实现路径》，《新疆社会科学》，2022年第4期。

[18]张卫、张硕：《“互联网+慈善”新模式：内在逻辑、多重困境与对策》，《现代经济探讨》，2021年第11期。

[19][22][24][26]谢琼：《中国网络慈善的创新价值与未来发展》，《社会保障评论》，2022年第3期。

[20]谢琼：《在互联网上，公益更理性更专业了吗？》，2022年10月27日，<https://www.sc.chinanews.com/news/2022-10-27/567.shtml>。

[21]鞠传江：《中国数字经济进入发展爆发期》，2022年3月13日，<https://column.chinadaily.com.cn/a/202203/13/WS622de6f0a3107be497a0ab58.html>。

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

[25]基于本次调研样本分布情况，将年募资金额多于三千万的公益慈善组织定义为相对“大型”公益慈善组织，将年募资金额小于四百万的公益慈善组织定义为相对“小型”公益慈善组织，将年募资金额在四百万至三千万之间的公益慈善组织定义为“中型”公益慈善组织。