

# 阿里巴巴公益平台

## 2016-2021年运营报告



阿里巴巴公益基金会

2022年2月

### 一. 平台运营情况

#### 1. 平台介绍

2016年，“淘宝公益平台”成为首批民政部指定的慈善组织互联

网公开募捐信息平台（简称“互联网募捐信息平台”）之一。2018年12月，得到民政部对我平台变更名称申请的正式回复，“淘宝公益平台”正式更名为“阿里巴巴公益平台”。2019年4月，我平台向民政部递交《关于阿里巴巴公益平台运营主体变更的申请》并得到正式批复同意，平台运营主体变更为阿里巴巴公益基金会。

阿里巴巴公益平台以“公益宝贝”、“公益网店”为两大核心筹款渠道，以“重点活动运营”+“产品迭代创新”为主要运营思路，不断提升平台用户的粘度和参与度，为慈善组织的网络筹资带来更大助力。在《中华人民共和国慈善法》及其配套政策法规的指导下，阿里巴巴公益平台获得了高速发展。一直以来，阿里巴巴公益平台充分调动集团资源，支持公益平台发展并带动公益慈善文化的发展，未来，我平台将继续拓展平台的内涵和外延、更大程度地发挥互联网募捐信息平台的价值。

- 平台网址：<https://gongyi.taobao.com/>
- 平台无线端：打开手机淘宝，搜索“阿里巴巴公益”即可直达平台页面（或手机淘宝扫描下方二维码访问）



## 2. 运营概况

- 项目：

历年来，阿里巴巴公益平台年均支持服务超过230个公益机构，约2000个公益项目，覆盖扶贫济困、教育助学、环境保护、动

物保护、疾病救助、儿童关怀、老龄关爱、乡村振兴、灾害紧急救助等全领域的公益项目，受益人覆盖国内各地区以及一带一路亚非十个国家，帮扶全球逾4300万人次。

- **筹资：**

2016年至2021年底，平台累计筹款超过26.4亿，带动超过250万商家，累计捐赠笔数超过420亿笔。

## **二．工作推进情况**

### **1. 平台重点产品、活动**

#### **1) 95公益周，带动数十亿公众参与，扩大公众影响力**

为响应“中华慈善日”的创立和推广，阿里巴巴集团于2017年首次推出全民公益盛节“95公益周”，以打造“公益双11”为目标，带动全网商家和消费者共同参与公益慈善事业。至2021年，95公益周已开展5年，历年来，95公益周以线上线下的形式带动集团生态业务、公益机构、商家、公众等参与到公益中，衍生出了公益账户、公益福包、明星树洞、公益直播等多种形式，带动几十亿人次参与。

2019年开始，为延续并深挖“95公益周”的公众影响力，平台正式启动以月度“小95”为核心模式的深度运营计划，通过线上公益会场等形式联合上百家公益机构帮助公益项目开展筹款，实现社会价值。

通过95公益周，向社会传递阿里巴巴公益平台商家和消费者温暖有爱的正能量，带动全社会营造积极正向的舆论反馈。

#### **2) 双十一公益盛典，融公益入大促，借助技术力量打通商业与公益，让更多人帮助更多人**

2021年双十一，平台举办了一次超大型线上公益活动，带动上亿人参与，通过公益宝贝一笔笔2分钱的涓涓细流，全国商家和消费者共同捐出善款，使至少110万困境人群受益，让更多农村老人获

得免费餐，更多留守未成年人获得情感陪伴，更多大病家庭获得公益保险支撑，使“双11”成了有温度的购物节。

### **3) 链上公益平台，公益区块链全链路追溯计划，助力公益可信度发展**

2019年9月5日，阿里巴巴公益联合蚂蚁区块链发布了首个以全链路追溯公益善款为目标的公益区块链计划——“链上公益计划”，基于互联网+公益+区块链的理念，通过技术赋能链接多方参与，助力平台募捐项目在数据存证、信息追溯和公益反馈等方面的全面提升，打造“全透明、全跟踪、全覆盖”的透明公益解决方案并于2020年起草并通过《公益链技术应用和服务规范团体标准》。

2020年至今，是“链上公益计划”的技术迭代和覆盖推广的重点阶段，平台对链上公益投入了巨大的资源和关注度，人员配备上组建了一支近20人的产品研发团队，专项工作组不断优化产品模型，针对“综合服务”、“现金资助”、“物资发放”、“公益保险”、“设备设施”等不同类别的公益项目进行了有效回应。

### **4) XIN益佰计划，支持并助力培育优秀公益项目，推动公益创新和数字化建设。**

2021年6月，平台发布XIN益佰计划，即：自2021年起3至5年内，平台将立足于更为开放的行业生态全面升级治理模式，联动优秀慈善组织共同孵化和打造至少100个XIN益佰项目，带动超过1000万商家和10亿消费者参与，推动公益模式创新，共建行业可信数字化基础设施建设，助力公益事业可持续发展。

截至2021年底，已经支持超过40个XIN益佰公益项目，筹资规模超过1.7亿元，覆盖孕婴、儿童、青少年至老年全生命周期及环保、动保、非遗传承等多个领域，并通过区块链技术赋能机构，支持行业发展。

## **2. 行业支持情况**

### **1) 行业赋能**

平台运营活动方面，平台通过线上+线下相结合的形式帮助行业开展赋能培训。2020年之前，平台多次举办公益机构培训会和能力成长营，邀请行业头部机构和专家等就组织战略发展、项目管理、传播筹资策略、公益网店运营筹资、财务管理规范等系列主题进行专门培训。2020年后，受新冠肺炎疫情影响不能开展线下活动，平台则通过云学堂、线上直播、线上会议等形式定期或不定期开展培训活动，帮助机构在平台运营和筹资等多方面更加专业。

财务管理成长方面，平台聘请第三方专业机构对公益机构和项目开展监测尽调服务，并执行项目监测。自2019年开始建立了阿里巴巴公益宝贝的全国范围财务服务群，请行业内的财务、法务、审计专家入群，为平台合作组织提供规范性指导、讨论相关专业领域和项目运营中广泛遇到的问题，促进慈善组织互相学习、行业自律。

数字化建设方面，平台组建团队创造性地开发链上公益平台，帮助公益项目可信度提升，发展联动集团生态阿里云码上公益等多个业务线赋能公益行业基础设施建设。

## **2) 学术研究**

2019年3月27日，阿里巴巴公益联合北京师范大学社会发展与公共政策学院共同发布《平台时代的公益创新暨公益宝贝案例研究》报告。根据过去多年的运营经验和产品发展脉络，报告梳理了该公益募捐模式在理论上的启示，归纳概括了该模式下的核心特征与优势，在业务发展层面给出了更多方向建议，对平台下一阶段甚至更长远的业务发展方向提供了更丰富的信心和指导。

如今，平台跟行业多家平台一起共同支持资助者论坛（CDR）开展议题地图的研究，支持平澜公益基金会开展“中国社会组织走出去”国际援助模式研究。

## **3) 重要奖项**

2019年在集团政府事务部支持下，阿里巴巴“公益宝贝

(Goods for Good) “从全球1500多个报名项目中脱颖而出，正式提名2020年的联合国WSIS Prize，并最终获得“WSIS Prize 2020 Champion”奖项。全球信息社会世界峰会（WSIS）是信息技术促发展领域规模最大的全球盛会，由国际电信联盟、联合国教科文组织、联合国贸发会议和联合国开发计划署主办。这是目前阿里巴巴公益的产品品牌在全球化影响力上暂时取得的最高荣誉之一，同样也是属于中国公益行业共同的荣誉。

### **3. 政策助力及突发公共事件参与**

#### **1) 聚焦脱贫攻坚战略，助力乡村振兴发展**

阿里巴巴公益平台发挥互联网+公益的优势能力，依托技术的力量实现健康脱贫产品及模式创新，通过“公益宝贝”等互联网公益产品带动社会力量广泛参与，实现健康脱贫工作广泛、有效的社会协同，并重点实施了乡村医疗计划、大地新芽母婴健康关爱行动以及顶梁柱健康扶贫公益保险等项目，在健康脱贫等方面助力受益人得到有续改善，其中，顶梁柱公益保险项目获得目前为止公益界最高荣誉第十一届中华慈善奖。

#### **2) 发挥平台长处，助力社会力量参与新冠疫情、水灾等紧急事件应对**

面对突发的新冠肺炎疫情，阿里经济体快速响应，全员投入抗疫。公众参与上，共带动了超过710.3万人次捐赠6474.1万元，支持了10个抗击疫情公益项目，涉及到物资援助、抗疫人员心理和生活援助、社会弱势群体和贫困人群的物资支持等多个方面。

历年来，包括云南漾濞地震、河南水灾、陕西水灾等自然灾害频发，平台都第一时间开展灾情研判，上线就在专题，联合公益机构开展平台筹款，累计筹款千万余元。值得一提的是，平台洪水募捐项目，在及时响应灾情的同时，也完成了公益区块链基层信息存证的技术对接、机构联动、信息传参等工作，真正做到了让每一分资金可靠、透明、放心。