

行走捐、积分捐、消费捐等方式层出不穷

“互联网+公益”方兴未艾

经济日报·中国经济网记者 陈静

创事记

随着技术不断进步，互联网改变了我国公益慈善的传统运作方式，人人公益、随手公益、指尖公益正在成为潮流，日捐、月捐、零钱捐、一对一捐、企业配捐等形式新颖的捐款种类方兴未艾，公众参与公益的热情不断高涨，参与意识持续提升

互联网新技术赋予了公益崭新的面孔。根据互联网巨头们刚刚公布的数据，腾讯公益去年募集善款17.25亿元，阿里巴巴平台和支付宝平台2019财年为公益机构筹款12.7亿元。此外，5亿人种下1亿棵真树，4亿人为19个公益项目捐了92亿颗“鸡蛋”，486万人捐出1008亿步，为乡村小学修建了22条阳光跑道。

“民政部依法指定了20家互联网公开募捐信息平台，仅去年一年，这20家平台共为全国1400余家公募慈善组织发布募捐信息2.1万条，募集善款总额超过31.7亿元，比2017年增长26.8%，互联网改变了我国公益慈善的传统运作方式，人人公益、随手公益、指尖公益正在成为潮流。”民政部副部长詹成付说。他将“互联网+公益”称为“鲜活的中国样本”，“新技术的赋能，为解决社会问题、促进社会公平正义、促进城乡均衡发展提供了全新方案”。

高效传递信息

“我们省有两个贫困县，一个县的慈善协会会长干了13年，靠收旧报纸，一共卖了19万元，另外一个县的慈善协会在互联网上为一个环保项目



在第三届中国互联网公益峰会上，观众体验运动评估小程序。

本报记者 陈静摄



程硕作(新华社发)

筹款，一个月就筹到了30万元。”陕西省慈善协会副会长赵浩义对互联网赋予公益的新能量如数家珍：“我们协会从2016年起开始做互联网公益，第一次参与腾讯‘99公益日’，就筹到450万元，2017年筹了3185万元，2018年筹了4420万元，这些钱来自500万人次的捐赠。”

互联网对公众公益热情的调动，首先来自移动支付带来的便利，小额捐赠由此应运而生。阿里巴巴公益基金会理事长孙利军告诉经济日报记者：“尽管平均每笔捐赠额只有0.13元，但去年一年，阿里巴巴直接产生的公益捐赠超过了91亿笔。”

与此同时，互联网更高效的信息触达，也在迅速提升公众的公益意识。阿拉善SEE基金会秘书长张立给记者讲述了一个故事：“在昆明机场，有个导游看到我背着阿拉善的包，就问我，他在手机上种了两棵树，能不能看看种在哪儿了。我就调出树林实景直播给他看。”“在发达国家，环保领域的公益捐赠通常占3%左右，但在中国，得益于互联网对人们意识的提升，环保筹款在总筹款数中的比例占到了6%，主要是由于互联网让捐赠人不仅更好地理解了公益项目，也能看到自己的捐赠所产生的效果”。

“线上线下打通创新的公益参与形式，提升了公众的信任度。”上海联劝公益基金会是国内最早开展公益徒步筹款活动的公益组织之一，秘书长王志云对互联网创新出的“行动公益”颇有感触：“用户捐步数，实际上最终是由企业配捐一定金额来实现公益捐赠，企业为什么愿意干这件事呢？就

是因为用户在参与这个活动的过程中，看到企业品牌建立起的认知，远超过户外广告。互联网技术为企业和公众之间提供了新的公益连接方式。”

坚持守正创新

“互联网+公益”能够唤起公众的热情，但这只是第一步。“数字化以及智能化技术已经把我们推上一个新时代的起跑线。但我们面临的不是百米跑，而是一场马拉松。‘理性公益，科技向善’是这场马拉松的指路牌。”腾讯公益慈善基金会发起人陈一丹说，“仅基于个体情绪的冲动型行善，往往流于一时或一事的付出，捐赠者是否能从理性的角度审视、真心认同自己从公益行为中获得的共鸣，决定了是否会将一次性行为转化为持久的行为习惯。”

同样基于技术的功能设计成为“理性公益”的探索。2018年腾讯公益平台上线了“冷静器”功能。用户在捐赠前会先看到一个弹出的“透明度提示”消息框，可以查看该公益项目的立项时间、执行情况、善款花费等事宜。用户需点击确认知情后，才能进行下一步捐款。腾讯基金会副秘书长孙懿告诉记者：“在付款前每多设计一个环节，就必然要流失一部分用户，但我们的想法是，不能利用用户的一时冲动。从数字来看，今年第一季度，我们平台的用户再捐率达到了24.56%，同比提升了8.39%。这就说明，冷静下来，公益反而更有机会成为一种习惯。”

当公益成为一种习惯，用户开始

“多想一秒”，更多有建设性的互联网公益项目应运而生。赵浩义坦言，从现在的扶贫项目来看，直接给钱正在被“造血”取代。“比如我们有个爱心超市项目，要求贫困户拿劳动积分才能换取物资，另外一个非物质文化遗产的保护项目，在每个有条件的贫困村定向捐助20万元用于培训人员的劳动技能，建立销售渠道。”

需要注意的是，“互联网+公益”在助力优秀项目快速启动的同时，也给投机行为提供了滋生的土壤。今年以来，一些募捐者被质疑利用公众的善心进行营销炒作。在陈一丹看来，理性也需要慈善组织以及互联网公益平台做好自身制度建设，通过互联网建立充分及时的信息披露和专业高效的运营机制。

“网络空间不是‘法外之地’，解放思想也不是不守规矩。公益慈善创新不能借着互联网玩变戏法，而是需要在守正基础上创新，在厚德基础上创新，在尊重法律基础上创新。”詹成付表示。

构筑公益新生态

互联网未来还将为公益带来更多创新能量。打开一款名为《登山行动》的小游戏，就走上了一条长长的漆黑山路，翻山越岭跨过种种障碍，最终走到学校。这款游戏上线不到3个月，得到了10多万用户的218万元捐款，20789个山区孩子如今上学有了路灯。

“小游戏本身对于场景的传达，以及它在社交上的连接，能够让公益在一种轻松的氛围当中变得更有意思，而且变得更日常、更触手可及。”在微信小游戏运营负责人张啸看来，伴随着“互联网+公益”的深度融合，围绕公益的创新也正在形成生态：“在今年4月，我们对公益小游戏推出了相应的支持计划，每个游戏可以得到80万元研发基金和120万元推广基金，希望通过这种方式帮助游戏开发者和公益组织连接，形成新的公益生态。”

2019年3月29日，阿里巴巴宣布成立阿里巴巴经济体技术公益委员会，委员会由阿里云智能事业群总裁张建锋任主席，成员为整个阿里经济体主要技术骨干，目的同样是用技术为公益提供深度。

张建锋在内部信中写道：“你可以注册成为码上公益平台的一名爱心极客，参加支付宝工程师发起的‘员工科技公益计划’，或者为乡村的小朋友讲授一节科技课程，或者为公益机构搭建一个网站，写一个关于环境保护的小程序，抑或在论坛中回答解决一个技术难题等，每个举动，都是一份温暖世界的能量。”“码上公益”平台由50多名工程师搭建，吸引了超过4400名“爱心极客”注册，为210家公益机构解决问题。

公益组织同样感受到了新技术的力量。“我们去年要帮助西藏那曲的一所小学打一口井，让那里的小学生喝上干净的水。我们把这个项目放上互联网，结果5天就筹足了款，解决了400多名师生的喝水问题，这就证明，新技术还能为公益组织带来新的智慧。”微笑明天慈善基金会理事长吴伟告诉记者。

新发现

灵活性强、发射经济性优

“快响利箭”筑梦海上

本报记者 姜天骄



长征十一号海射型固体运载火箭以民用船舶为发射平台，探索了我国海上发射管理模式，验证了海上发射能力，有利于更好地满足不同倾角卫星发射需求

2019年6月5日12时06分，长征十一号固体运载火箭(CZ-11 WEY号)在我国黄海海域实施我国首次海上发射任务取得圆满成功，填补了我国运载火箭海上发射空白，提供了更加安全、灵活、经济、高效的新型发射模式。

海上发射优势多

陆地那么大，为何一定要在海上发射运载火箭呢？长征十一号运载火箭副总指挥金鑫告诉经济日报记者，运载火箭发射的任务目标是将有效载荷可靠、安全、经济地送入预定轨道，与常规在陆地进行运载火箭发射不同，海上发射运载火箭具有几大优势。

海上发射为火箭运载能力提高提供了可行条件。一般情况下，海上发射平台可以在海上大范围移动，理想的发射地点是靠近赤道附近的低纬度区域。如果运载火箭在赤道附近发射，能够最大限度地利用地球自转速度，节省推进剂消耗量，从而提高火箭的运载能力。这意味着，同等起飞规模的运载火箭在赤道附近发射可以具有更高的运载能力，运载效率提升的同时也可以降低单位质量有效载荷发射成本。

海上发射有利于运载火箭执行特殊轨道发射任务。随着信息技术发展，人们对海上探测提出了更高要求，小倾角卫星可以实现对某一地区的高频次重访，有利于数据获取，目前数量已经越来越多。如果火箭从赤道附近发射，可以避免卫星轨道倾角变化消耗能量，既能提高火箭执行该类任务的运载能力，也可以有效提高卫星在轨寿命。

目前，我国最南端发射场文昌的纬度仍然有十几度，而海上发射不仅可以有效破解我国陆地发射场难以满足0至19度倾角卫星发射需求的问题，而且可在我国东部、南部海域选择发射点，满足各种倾角卫星的发射需求。

海上发射将大幅提高火箭发射安全性。我国在内陆火箭发射场周边的火箭残骸落区有些不是绝对的无人区，因此，科技人员在设计火箭的飞行轨迹时，宁可牺牲运载能力也要尽量避开村镇。海面远离人口稠密地区，通过海上航行可灵活选择发射点和航路区，可有效解决火箭航区和残骸落区安全性问题，也可大幅降低陆地发射人员疏散成本。

此外，海上发射可充分利用我国丰富的民用船舶资源、港口

资源、测控资源、社会资源，实现航天技术与海洋工程的有效融合，不仅可形成更加经济、高效的新型发射样式，而且可带动社会经济的高质量发展。本次飞行试验首次采用“航天+海工”技术融合，突破海上发射稳定性、无线通信可靠性等关键技术，全面验证了海上发射技术流程，初步构建了多方融合、资源共享的海上发射模式。

技术创新能力强

长征十一号副总设计师管洪仁告诉记者，首次海上发射成功的背后更多的是技术能力和管理能力的提升。

由于火箭发射平台由陆地转移到茫茫大海上，海洋的新环境为长征十一号带来了新的技术考验。

首先，陆基发射台发射时不会移动，但海上发射平台是起伏波动的，因此研制团队采用了一种特殊的瞄准技术和动态条件下的发射技术，来应对海水波动。其次，对火箭的控制和监测信号在陆基发射中要通过有线通信系统传输，而在海射任务中，只能通过无线传输形式来实现。再次，以往火箭的飞行安全控制需要地面人员监测和控制，而本次任务是由火箭自身根据飞行情况实时自主判断和实施的，这也是我国火箭的首次自主可控。另外，以往长征十一号火箭要分几个部分运往陆基靶场，并在陆基靶场完成组装、测试，而此次全箭对接、卫星对接以及测试工作前移至总装厂完成，由此形成了全新的技术流程和运输模式。

本次海上发射是长征运载火箭首次以箭星组合体形式整体出厂，运输至港口后仅需2至3日测试准备即可登船，航行到指定海域后可随时进行发射，这样的速度可谓名副其实的“快响利箭”。

长征十一号总指挥李同玉介绍，后续我国还将继续开展多次海上发射试验，充分验证各种轨道发射的适应性，进一步优化发射流程，有效形成能力。在此基础上，将进一步建设专业化的海上发射母港，满足箭星对接、测试和技术准备；建设海上发射专用平台，实现固液兼容的全球海域发射能力，满足低纬度地区卫星组网发射需求。

“许多‘一带一路’沿线国家都位于赤道附近。未来我们可以把火箭和发射平台驶到他们的港口，为他们提供便捷的卫星发射服务。”李同玉说。

科技智库需完善成果转化机制

□ 夏婷

视界

随着新一轮科技革命和产业变革不断深入，智库在政府决策过程中发挥着日益重要的作用。作为党和政府的“科技智囊团”，科技智库需要进一步加快智库成果转化、实现成果价值。

当前，科技智库成果转化中还存在一些问题。我国绝大多数科技智库都是以科研立项的形式开展研究，最终成果形式主要是科研课题的结题报告。许多智库的课题报告主要是学术话语体系，与政府决策的政策话语体系存在着一定差别。

还有一些科技智库定位不清，成果质量不高。科技智库既不是单纯的科学研究机构，也不是咨询顾问公司，而是为党和政府提供建立在科学研究基础之上的决策咨询和建言献策，并且具有独立法人地位的机构。一些智库忽略了服务党和政府科学决策的功能，还有一些智库热衷于追逐热点，忽略了科学研究的学术性和专业性。

着力完善科技智库成果转化机制，需要从几方面加强。

要重视科技智库的成果提炼工作。科技智库每年会产生大量的科研成果，但真正服务党和政府科学决策的智库成果却不多，首先要从思想上重视智库成果的提炼工作，将科研成果转化为智库成果。同时，要注重培

养提炼智库成果的人才。如何更好地将科研成果转化为智库成果，促进学术话语和政策话语良性互动，科技智库应该有将学术话语体系转化为政策话语体系的人才。

要加强学术建设，提升科技智库成果质量。科技智库要明确定位，确定自身特色和优势，着力提升专业化水平。同时，科技智库要兼顾学术基础研究和政策热点研究，既考虑长远发展，也注重有效发挥功能。

要拓宽科技智库成果传播渠道。影响力是科技智库的生命力和核心竞争力。科技智库要注重完善成果的内部报送机制，提高时效性和针对性，同时大力拓宽成果的外部宣传推广渠道，通过媒介传播，给政府决策提供帮助，提升智库成果的影响力。

要完善科技智库管理体制，建立有效的成果转化激励机制。科技智库的管理水平直接影响着智库的成果产出水平。要加强人才队伍建设，既要吸引高水平领军人才，也要注重专业领域带头人和青年人才队伍的培养，构建专业性强、结构规范的人才梯队。要规范科研管理，改进当前的选题机制和成果评价机制，建立全流程管理和评价机制。要完善管理体制，在经费使用、人员管理、绩效评价等方面存在诸多限制，应当在可行的范围内，探索符合科技智库发展的治理体系，提升科研服务水平。

(作者系中国科协创新战略研究院助理研究员)



长征十一号固体运载火箭(CZ-11 WEY号)实施我国首次海上发射任务取得圆满成功。(资料图片)

执行主编 刘佳
美编 高妍
联系邮箱 jjrbczk@163.com