

生长

看见蓬勃与活力



孙利军和孩子们在“人人3小时”爱心跑道上奔跑

TA说——

“公益不是一个人做很多,是很多人一起做一点点。人人参与,才是大公益。”

——孙利军

线上捐步,可帮山区孩子建跑道;乘坐公交,能在戈壁滩种树苗 不一样的公益,一起来吧

本报记者 祝瑶

“我,什么时候已经帮助了10000多人?!”

有一天,当你打开淘宝、支付宝App,搜索“公益”“链上公益”,点开爱心足迹详情后,发现了一个连自己都不知道的秘密——

饭后步行,捐出积累的步数,换取让山区孩子奔跑起来的校园跑道;改乘公共交通,捐出减少的碳排放,在戈壁滩种下一棵树苗;通过购买“公益宝贝”,每一笔实实在在地捐出两分钱、几毛钱、1块钱……或许你都忘记了,但爱的足迹,一直被互联网记录下来。

当你讶异于这些模糊的记录时,会发现一个从未察觉的自己:原来我也一直在做公益!

十多年来,“人人公益”触手可及,而它的生长,也让更多人看到数字技术蓬勃发展的时代,公益对每一个人的真切改变。

永远不会“发货”的淘宝小店 评论区里藏着温暖和善意

10月8日,十一长假结束后的第一天,这是网友“尾生”捐午餐的第1012天,也是网友“小鱼”捐的第1377天。

“一天4块钱,一个月一百二,一年其实也不算负担太大,却可以捐出一个孩子整年午饭钱。”在互联网平台,活跃着一群每天请吃饭的哥哥姐姐们。他们素不相识,却拥有同一个心愿:为孩子们提供免费午餐。

免费午餐公益店,这是一个在淘宝天猫上运营12年、拥有7万“回头客”的公益网店,聚集了14.9万个“请吃饭”的陌生人。而这家公益店的评论区,成了隐藏版树洞,藏满人间的真实和善意。

“希望你们好好吃饭,顺便帮哥哥看一下没见过的世界。”一位自称是“对社会没有贡献”的网友,在淘宝公益店铺给孩子们捐了免费午餐。他在评论区留下这段话,还附上一张照片,迎着太阳,戴着白棉手套的手,竖起了点赞的大拇指。

有人把新年的第一份祝福送给了陌生的孩子们,“你好,2022。新年的仪式感是第一个网购订单,下单个免费午餐”;有人成为准妈妈了,与所有人分享这份欣喜,“好好吃饭,好好长大”。

据统计,截至2022年8月,免费午餐基金已经在阿里巴巴公益平台(天猫公益店和公益宝贝)筹集了近13亿笔捐款,合计近2亿元。

“希望我的微薄之力能让他们感到一丝温暖。”在“壹基金官方公益店铺”、“中华社会救助基金会”、“关爱老兵基金公益店”的评论区,不少年轻人偷偷帮助过毫不相识的人。

在淘宝上,还有许多不会向你“发货”的公益店铺。它们不止关心着孩子们的午餐,还专注于儿童教育、弱势扶助、产业助力、动物保护等公益方向,将各方的爱心捐赠化为助力,送到有需要的人和地方。

5亿人随手买买买 帮助了700万个陌生人

杭城入秋,家住拱墅区的奶爸汪先生买了一顶棒球帽,同时为小鹿灯重疾儿童公益项目助力了1毛钱,他盼望“生病的小朋友,快点好起来”;

开学了,小朱买了一本笔记本,“爸妈食堂助老爱心餐”公益项目收到2分钱助力,“天气冷了,老人家也能在食堂吃上热气腾腾的饭菜”;

捧着新买的杯子,看着“村BA”视频,阿冬助力的0.1元,让大山孩子们的篮球梦又向前迈进了一小步……

手机屏的另一端,成千

上万的普通人在看似极度平常的“上淘宝”、“买买买”的同时,其实无形中已经参与并支持了某个公益项目。

从汕头农村走出来的小伙赵海森,十多年前拿着几千块钱闯荡华强北,后来上网开了一家手机膜天猫旗舰店。“当时,有人发现后台上有公益项目的链接,我们就把最热销的产品全都打上了‘公益宝贝’的图标。”

滴水汇成大江,赵海森的网店完成了一个惊人的“小目标”:8年时间,累计完成5000万笔捐赠,店里已经有82个商品成为“公益宝贝”。

大家在淘宝购买的商品里,有大量的“公益宝贝”,公益宝贝的每一单成交,卖家都会向公益机构捐赠出2分钱、4分钱或者1毛钱。2022财年,220万淘系商家设置了“公益宝贝”,超5亿消费者通过购买公益宝贝,支持了平台上2000多个优质公益项目,帮助了700万困难人群。

公益数字化 让更多人将善意变成善行

爱的点滴和美好,在互联网时代,被默默地记录下来。走路、坐地铁,在线缴纳水电煤气费、快递纸箱回收……杭城网友阿飞,因为这些“随意之举”,获得了45个环保证书。

“互联网不仅创造现象级的公益产品,更能让更多的公益行为进入公众视野。”在阿里巴巴看来,每一个公益账户的意义不仅在于记录,更是公众参与公益项目的快捷通道。

数字科技发展日新月异,越来越多的普通人共行善举,“做看得见的公益”。2019年,阿里巴巴成为国内首个全路径上链的公益平台,实现互联网募捐平台的善款上链、信息存证、数据追溯、反馈触达等多端参与,推动互联网走向全透明、全追踪、全覆盖。截至今年3月31日,公益宝贝受益项目已陆续上链,上链捐赠笔数40亿笔,善款金额达1.1亿元,覆盖商家约140万。

对普通人来说,数字技术时代,公益变得更加理性与透明。“每一笔善款,哪怕只是一毛钱,谁给的、谁收了、花给谁,可查可追溯,不可篡改。”阿里巴巴表示,这解决了透明度问题,也推动了公益组织向信息化运转进化。

在今年的“95公益周”上,阿里巴巴公益基金会理事长孙利军表示,阿里巴巴对于公益的期望始终没有改变,唤醒大家心底的善和爱,推动人与人之间的链接,带动更多人一起,“公益不是一个人做很多,是很多人一起做一点点。人人参与,才是大公益。”

“让公益更简单,让人人可参与”,成为正在发生的广泛现实。

数说——

从2012年开始,阿里巴巴坚持将营业收入的**3%**投入公益事业。除了在救灾抗疫等特殊条件下的捐款捐物行动,阿里还强调“人人参与,才是公益”,并有每年每人**3小时**公益文化,2021财年,全体阿里人累计申报了**100万个**公益时。

在2022财年,阿里“人人**3小时**”活动带动了**7.8亿**人次公益行为在平台上发生。有超过**1亿**的Z世代在阿里平台做公益,他们在捐赠、行为两个领域都非常活跃。

截至今年3月31日,公益宝贝受益项目已陆续上链,上链捐赠笔数**40亿笔**,善款金额达**1.1亿元**,覆盖商家约**140万**。

