

2014 中国公益众筹 研究报告

2015年1月25日

联合发布单位：
RECENDE 瑞森德  众筹网  www.Recende.com

2014
中国公益众筹
研究报告

目录

- 一、序言
- 二、公益众筹 ≠ 公众筹款
- 三、中国公益众筹市场规模分析
- 四、公益众筹平台分析
- 五、公益众筹项目发起人分析
- 六、公益众筹项目类型分析
- 七、公益众筹投资人分析
- 八、公益众筹特点分析
- 九、公益众筹价值分析
- 十、中国公益众筹2015年展望

2014
中国公益众筹
研究报告

序言

公益众筹的核心是投资一种让社会变得更美好的可能性。

公益众筹是指发起人（公益机构、个人或企业）在众筹平台发起公益性的筹款项目，出资者对项目进行资金支持，并在项目成功后，获得相应的回报。

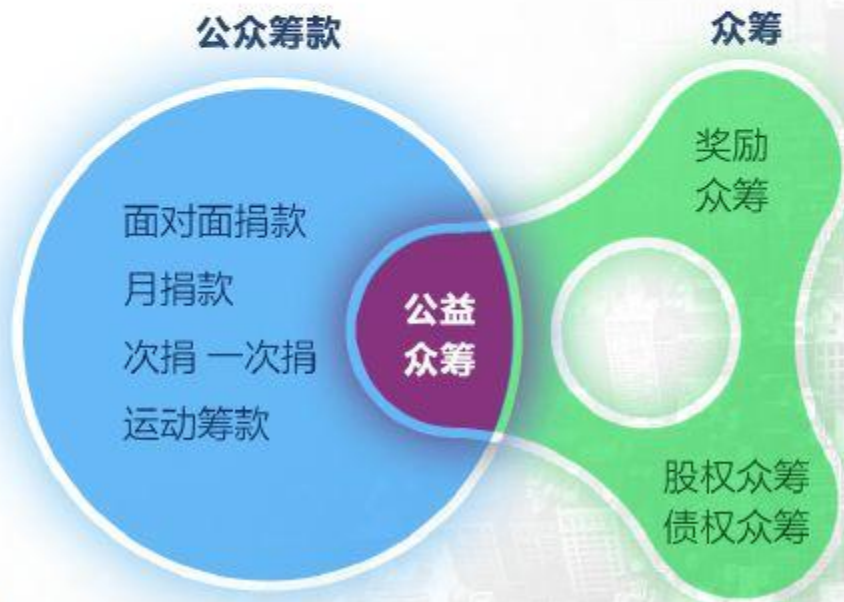
公益众筹是一种社会影响力投资的方式，强调对社会/环境的投资，核心是投资一种让社会变得更美好的可能性，是出资者让自身感到满足的一种精神消费。参与公益众筹，出资者可获得相应的投资回报，比如一封感谢信、一张明信片、一个手工艺品，以及社会/环境因你的支持而产生改变的可能（影响力）。因此，公益众筹是公益筹款的一部分，而不同于传统慈善筹款项目的是，公益众筹项目在捐赠的基础上，具有“投资”这一属性。

基于此，本报告将公益众筹项目出资人称为“投资人”，区别于广泛的公益语境里面的“捐赠人”。

公益众筹 ≠ 公众筹款

2014
中国公益众筹
研究报告

公众筹款是面向公众的筹款，包括面对面筹款、月捐、次捐等……而公益众筹仅特指在众筹平台上发起的公益筹款项目，是公众筹款的方式之一。



网络捐赠平台与公益众筹平台的差异

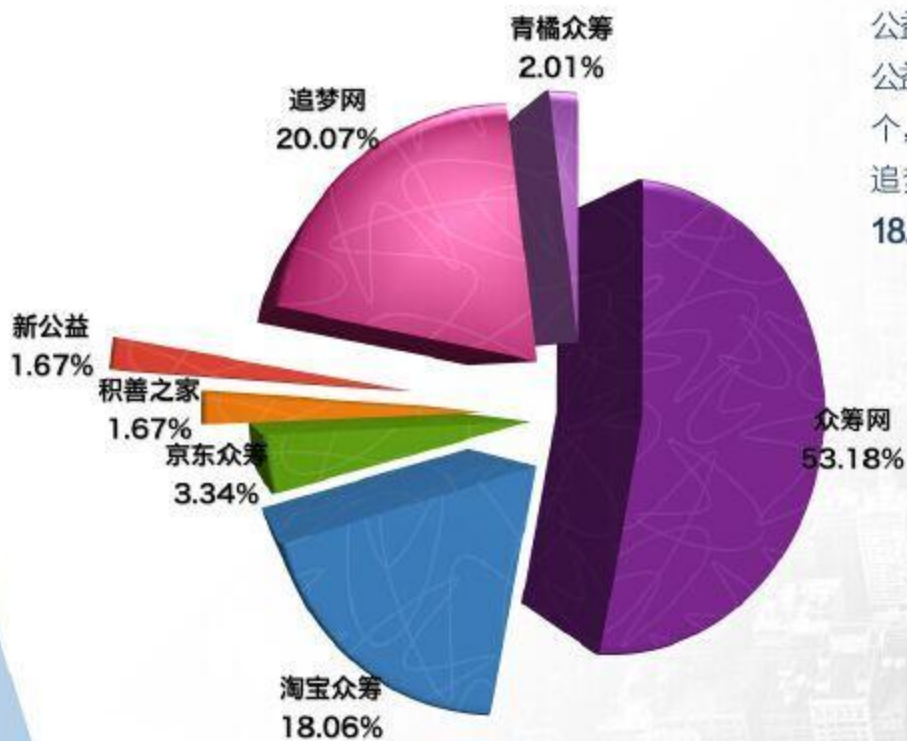
	网络捐赠	公益众筹
发起方资质	一般需要具备公募资质的基金会发起或者认领筹款项目。	可以由个人、公益机构或者企业发起，对公募资质无特殊要求。
平台规则	与公益组织合作，捐赠不以回报为主要特征。	众筹项目发起人需要设置筹资目标金额、筹款时间以及给予投资人的回报，回报内容包括实物或非实物。
项目特点	多关注扶贫、救助、救灾类。	强调创新、梦想。
代表平台	腾讯公益、新浪微公益等	众筹网、淘宝众筹等

2014

中国公益众筹
研究报告

中国公益众筹市场规模分析

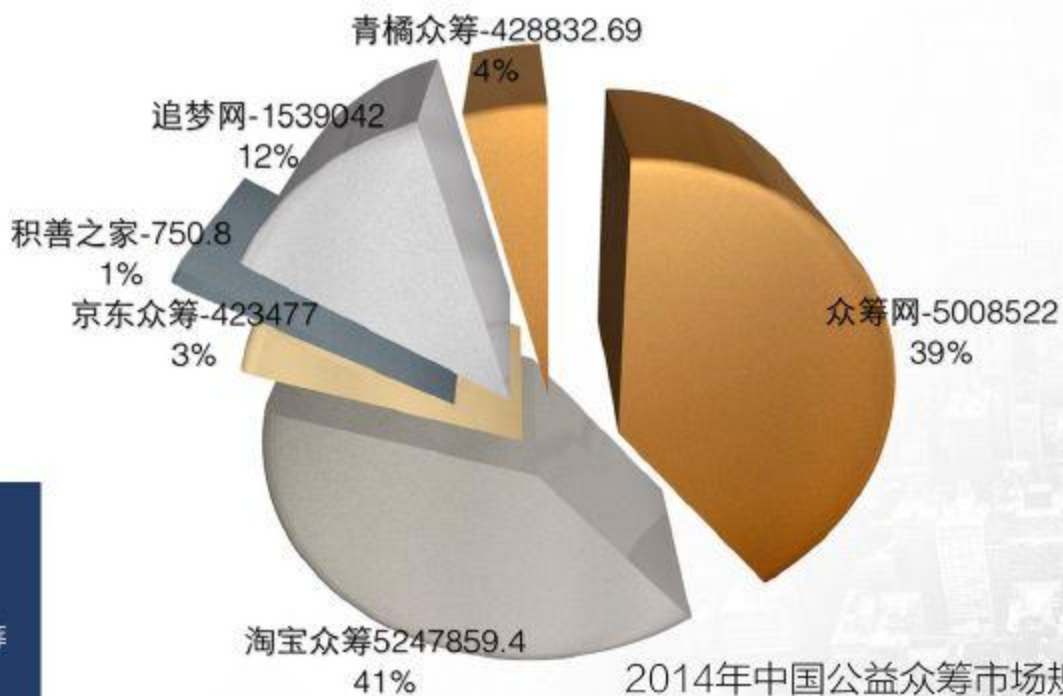
2014年，中国公益众筹市场规模达到1,272万元，淘宝众筹和众筹网处于市场领先地位。



公益众筹成功项目数：2014年公益众筹成功的公益项目共299个，众筹网占53.18%，其次是追梦网20.07%和淘宝众筹18.6%。

中国公益众筹市场规模分析

公益众筹总额：成功筹集金额超过**1,272**万元。淘宝众筹和众筹网分别占到**41%**和**39%**。



2014

中国公益众筹
研究报告

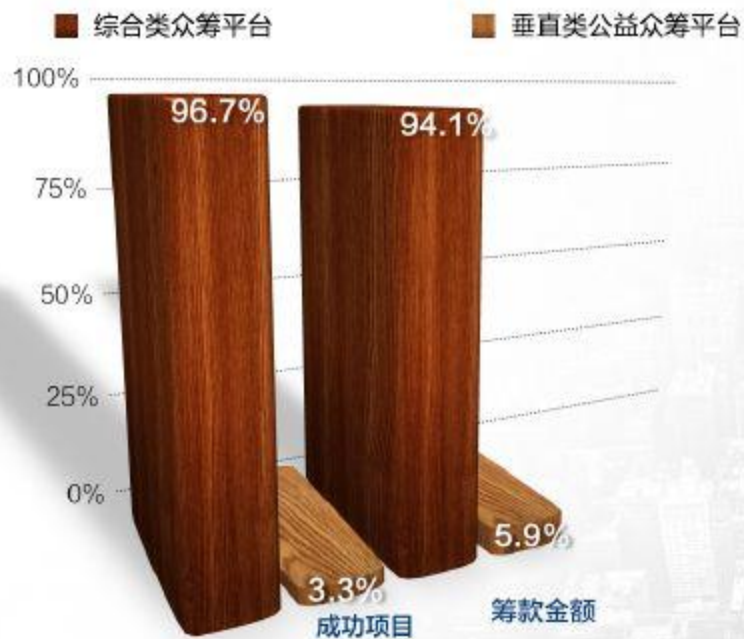
2014

中国公益众筹
研究报告

公益众筹平台分析

综合类公益众筹平台是推动整个公益众筹市场发展的主力。

综合类公益众筹平台上的项目数占96.7%，筹资金额占94.1%



综合类与垂直类公益众筹平台对比分析

2014
中国公益众筹
研究报告

公益众筹平台分析

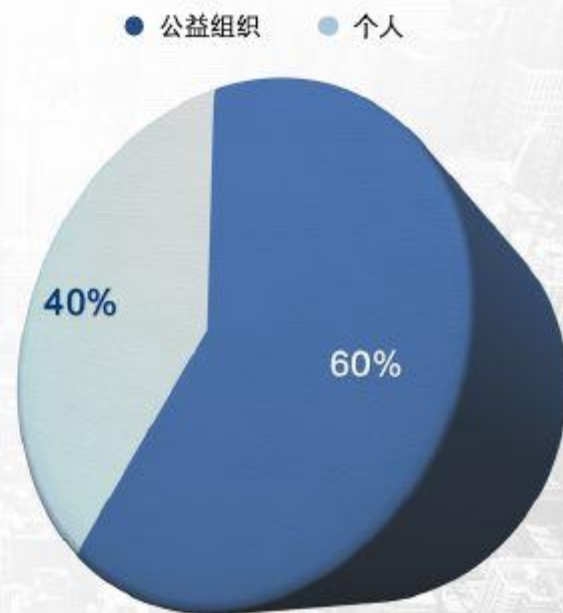
整体而言，综合类众筹平台在筹资额方面，超过**500万**的平台有众筹网和淘宝众筹，追梦网超过**100万**。投资人数方面，淘宝众筹超过**30万人**，其中海南台风期间，以“海南赈灾”为主题共发6期众筹项目，投资人超过**20万**，占**69%**；众筹网的公益众筹投资人超过**2万人**。

综合类众筹平台2014公益众筹情况

众筹平台	所属类别	成功筹款额 (元)	投资人数	成功项目平均筹 款额(元)
众筹网	公益	5,008,522.00	21638	31,500.14
淘宝众筹	公益	5,247,859.40	322568	97,182.58
京东众筹	公益	423,477.00	6996	42,347.70
追梦网	人文、其他	1,539,042.00	4710	25,650.70
青橘众筹	公益	428,832.69	1050	71,472.12

公益众筹项目发起人分析

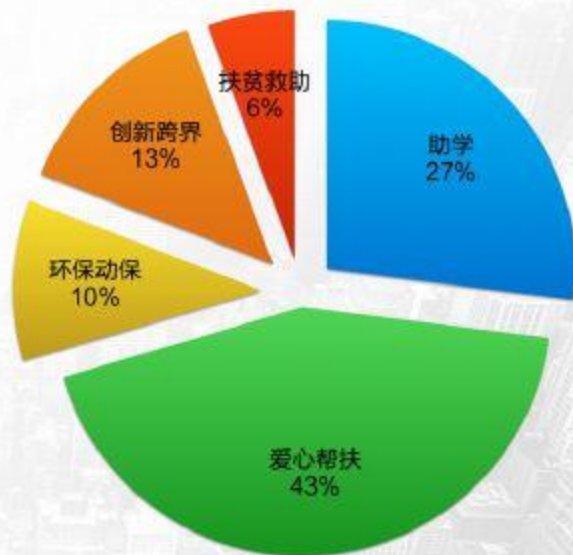
以众筹网为例，公益众筹项目发起人类型较多样化，公益组织（公益团体、协会，其中多为草根NGO）占60%，公益个人（或几个人联合）占40%。公益项目发起人趋年轻化，70%以上为80后、90后，他们热心社会公益事业，善于利用互联网，乐于分享，愿意尝试新事物，并集中一切可及资源去达成项目目标。



公益众筹项目发起人类别（以众筹网为例）

公益众筹项目类型分析

2014年，众筹网共上线514个公益众筹项目，成功159个，全年平均项目成功率为36.7%。对众筹网的公益众筹项目分析后发现，超过40%的公益众筹项目为爱心帮扶类项目，主要针对的群体是自闭症儿童、留守儿童、流动儿童、盲童、老兵等，其中自闭症儿童相关的项目主要是艺术和公益相结合项目，留守儿童和流动儿童的项目主要是建图书室、团圆屋等，侧重对其精神、情感方面的帮扶。其次是助学类项目，该类项目亦不是单一的、传统的捐钱捐物，主要包括人文艺术（比如建图书馆、开展绘画、音乐课程以及相关器材的提供）、基建（建厨房、安装净水设置、修操场、澡堂等）、支教（短期支教为主，如冬令营、夏令营等）。



公益众筹项目类型分析（以众筹网为例）

2014

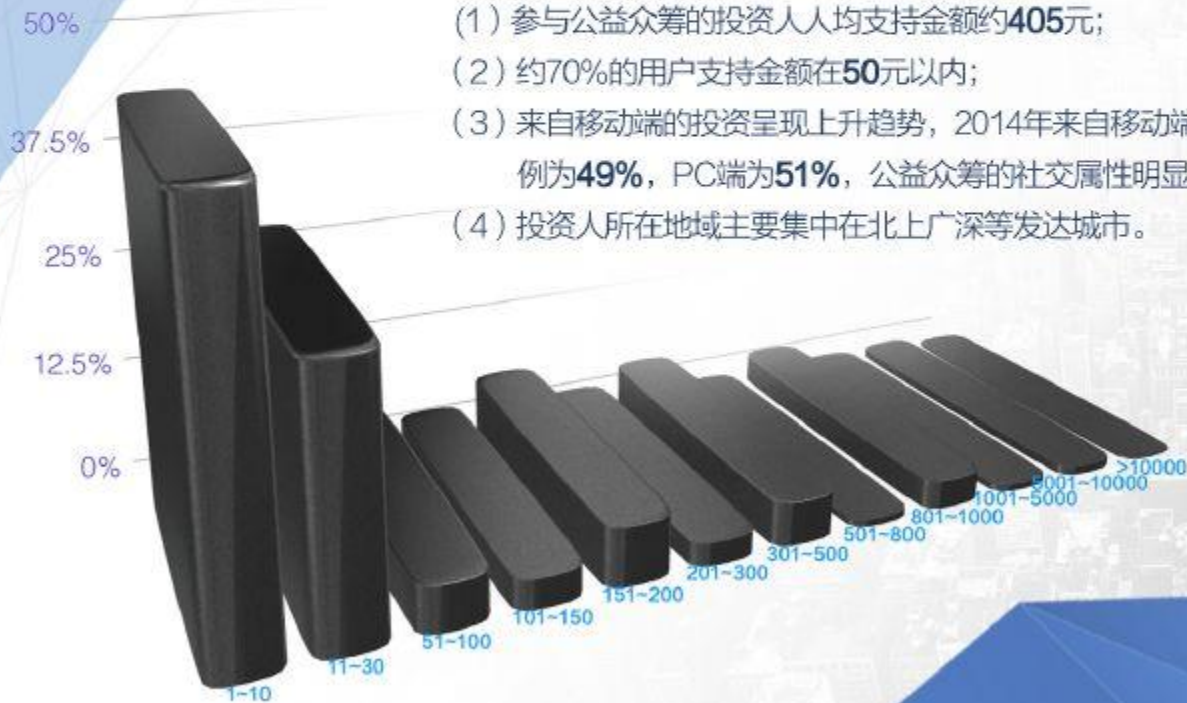
中国公益众筹
研究报告

公益众筹投资人分析

2014年，在众筹网参与公益众筹项目投资的人次超**2万**。

对众筹网的公益众筹投资人分析后，发现：

- (1) 参与公益众筹的投资人人均支持金额约**405元**；
- (2) 约70%的用户支持金额在**50元**以内；
- (3) 来自移动端的投资呈现上升趋势，2014年来自移动端的支付比例为**49%**，PC端为**51%**，公益众筹的社交属性明显。
- (4) 投资人所在地域主要集中在北上广深等发达城市。



公益众筹投资人支持金额区间分析（以众筹网为例）

公益众筹特点分析

公益众筹以倡导快乐公益为主旋律，让更多人享受公益投资的乐趣。

通过分析众筹网上公益众筹项目，发现具有如下特点：

- 公益众筹项目是面向未来对社会/环境因此而改变的投资，是对发起人公益梦想的投资，常具有创新、快乐、具有正能量等元素；
- 公益众筹项目必须要为投资人提供回报（目前以非现金或股权形式），因此对投资人服务的要求更高，筹款相对于传统的纯捐赠模式成本相对较高；
- 公益众筹为发起人深度运营和投资人管理提供了一套完整的CRM系统，有助于发起人获得可持续投资人；
- 公益众筹需要建立以发起人、公益项目为核心的一个社交中心，通过人际传播，不断扩散，实现筹款、传播，并逐渐形成圈子；
- 不是所有公益项目都适合公益众筹的方式。没有明确的项目目标及执行方案、无故事可讲、筹资目标不明确、预算不清晰以及无法提供回报的项目做公益众筹比较难，比如救灾和个人救助类的项目就并不适合。

2014

中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析

本报告以众筹网为例，选取具有代表性的众筹项目，挖掘项目背后的故事，并总结出公益众筹的六大价值。

公益众筹价值之一：变“捐赠”为“投资”

公益是一种投资，公益众筹为公益组织或个人实现公益梦想提供了筹资平台，在传统慈善捐赠的基础上，倡导了一种新的方式和理念，更新了玩法，引领公益创新潮流。

众筹，具有市场验证价值，可以让优质的公益项目、优秀的公益组织脱颖而出。海航社会创新创投竞赛，在传统的评选流程中引入了众筹的PK环节，将项目的筹资额、支持人数等作为评判标准，让参赛项目先接受“市场”的检验，再提供公益资金支持。同时，众筹平台上的筹款额也能补充社会创新项目的筹资缺口。海航社会创新创投竞赛的入选项目，均是针对目前环境保护问题，提出可持续解决方案的社会创新项目。

通过在众筹平台上引入公众的参与，倡导“社会创新投资”的价值理念，并承诺为优秀项目匹配资金赞助，引导公众理解“捐赠”其实也可以是一种“投资”。

16天，18个众筹项目中，有10个超募成功，其中最低完成进度为101%，最高完成进度为1949%，共筹集资金约50万元，支持者超过2000人。



【案例】海航社会创新创投大赛众筹PK

2014

中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析



携手梦想女神 DREAM GIRL

助力 梦想计划

为可能 · 尽所能 · 有梦者 · 事竟成

她，梦想女神王艺洁，对文学有着执着热爱，对生活有着美好追求，曾在众筹网发起“一元梦想许愿池”项目，共筹集118,086元，并出版《要什么完美》预售版税，总计18万元，构筑梦想基金池，助力12个公益项目展开新一轮众筹。

【案例】一元梦想许愿池 梦想女神助燃公益

那个你心怀已久的梦，可以通过公益的方式实现。“梦想女神”王艺洁在众筹网发起“一元梦想许愿池”项目，共收集到177个许愿。王艺洁最终从许愿池中甄选出12个与公益相关的梦想，领投“公益梦想助燃资金”，引爆公益投资乐趣，不失为名人公益新玩法。

公益众筹的核心就是在帮助他人实现梦想的情况下，投资未来社会/环境因此而改变的可能。“梦想女神计划”共筹资**118,086元**，连同新书《要什么完美》预售版税，总计**18万元**，构筑梦想基金池，助力**12个**公益项目展开新一轮众筹，累计带动公众筹资约**10万元**。

2014
中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析

公益众筹价值之二：“降低公益筹资门槛”

众筹平台对发起方资质没有严格要求，让更多有好的项目、创意想法的个人和没有公募资质的草根组织也可以发起公益众筹项目，实现筹款目标。这为个人和草根组织公益实践和创新提供了天然便利的筹资渠道。

这是00后公益众筹项目，发起人是10个平均年龄仅10岁的孩子，他们用自己的手来DIY小饰品，作为爱心回报，为自闭症儿童募款。

这群小朋友们是在学校的儿童经济课上了解到众筹这种模式并主动发起的，内部已经分出了市场部、财务部、手工部等等。孩子们开辟了学校售卖、文具店代售、微信网店、家乐福义卖等方式宣传售卖，年龄小、爱心大、宣传广、产品棒是项目成功的关键。



【案例】10个10岁孩子的公益梦：巧手温暖自闭症儿童

目标筹资额：500元 实际筹资额：11,755元

筹款时间：45天 支持人数：204

2014

中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析

寇尧是在美国迈阿密读过书的西安娃，是美丽中国项目的支教老师。2013年8月盛夏，她坐上了去往云南边远小镇的汽车，到那里为少数民族孩子教唱民歌。她和彝族布朗族孩子们，花了整整9个月的时间，重新拾起了被忘却的乡音，迎接了蜕变和成长。

为了让这段难忘经历能够记录和保存，也为了孩子们能在复兴民族艺术的道路上不再独行，寇尧发起了《为山里的孩子录专辑》公益众筹项目，邀请网友一起体味藏在深山中的民族传承和情怀。

乡音不改 青春多晴



【案例】为山里的孩子录专辑 开启特色民艺学习之旅

目标筹资额：12,200元 筹款时间：35天

实际筹资额：12,820元 支持人数：45

2014

中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析

公益众筹价值之三：众筹的不仅是钱更是人

公益众筹是天然的路演平台，在平台上高度、长时间曝光，可吸引一大批支持者积极参与到公益项目中来，广泛建立公信力。



【案例】寻找你身边的抗战老兵

目标筹资额：400,000元 筹资时间：60天 实际筹资额：404,239元 支持人数：1142人

该项目自2014年11月20日上线，有超过1000名网友投资，并得到了奇虎360董事长周鸿祎支持的30W元，累计筹资超过40W，为500名抗战老兵送上致敬大礼包。

360公司作为联合发起方，为项目投入了导航搜索以及开机助手资源，为项目带来大量流量，帮助项目在短时间内获得较好的筹资进展。该项目获得了广泛的关注，在项目评论页的评论数300余条，部分支持者述说相关的经历，使项目持续地保持热度，促使项目成功。这些用户，不仅自己支持了项目，还自发帮项目传播到了微博、微信等平台，通过自身人际关系进行传播，为项目进行背书。

2014
中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析



【案例】“自然与孩子”自媒体——传递乡村爱与美

目标筹资额：300,000元 筹资时间：30天

实际筹资额：300,626元 支持人数：152

邓飞是中国公益界最勤奋的求索者之一，从微博打拐、免费午餐到让候鸟飞、暖流计划，他一直都在寻找合适中国国情的公益之路，帮助农村的孩子们找到希望。经历了三年的积淀，邓飞团队挖掘了无数的乡村故事，收集了质朴天然的素材。他们想要打造一个“无与伦比”的自媒体，讲述中国乡村最真实的一面。因此，邓飞选择与众筹网公益平台合作，回归媒体，继续求索。上线7天，获得30万元的支持，“孩子与自然”众筹项目的耀眼成果也验证的邓飞的话：“让捐助者看到他们捐助带来的快乐”。正是众筹的方式让捐助发生了变化——从捐助到投资，让支持者收获回报和快乐，从而激励更多人投身公益。

2014

中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析

公益众筹价值之四：跨界众筹让公益更具魅力

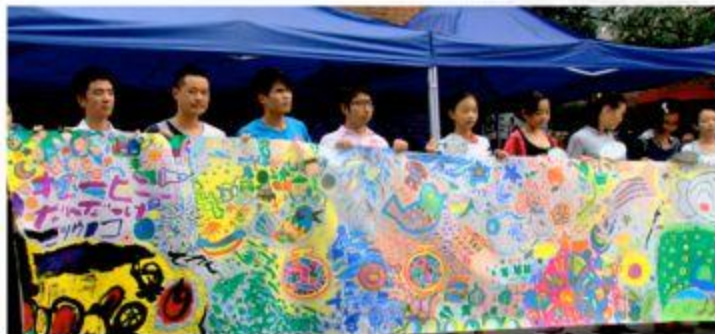
跨界，让公益众筹项目更多元，打动的不仅是热爱公益的人，可吸引更多不同群体的人参与到公益活动。

这是一个艺术与公益跨界形成的公益众筹项目。

莫然，一位曾经的媒体人，现在的自由画者，偶然间邂逅了“天真者工作室”，工作室通过社会捐赠开设艺术课程，帮助孤独症儿童表达内心情感，与世界沟通，引起社会关注和尊重。

莫然开始了解、熟悉孤独的天真者们，也找到了帮助他们的最好途径——用公益众筹的方式引起社会的关注。莫然借助众筹网公益平台，用艺术的方式进入人们视野，关注点则汇聚在“星星的孩子”。

30天，获得**7770元**真金白银的支持，让孩子们找到了与世界对话的窗口，也验证了世间的真情，也让更多人了解和接触到“星星的孩子”。



【案例】为孤独症儿童筹款 让天真者遇到天真者

目标筹资额：6,000元 筹款时间：30天

实际筹资额：7,770元 支持人数：117

2014

中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析

公益众筹价值之五：企业公益众筹，联结更多利益相关方参与

公益众筹为企业公益的利益相关方参与提供了平台入口，让更多的利益相关方能够了解、参与企业的公益项目；众筹平台也成为企业爱心资源的输出口，为优质的公益项目、公益组织提供资源支持，包括资金、物资、志愿者等。

华夏之星
公益众筹

当身体疲惫，心还能鲜活？

创业戈壁行



【案例】爱心闪耀玄奘之路——创业戈壁行华夏之星团队公益众筹

目标筹资额：300,000元 筹款时间：22天

实际筹资额：307,866元 支持人数：105

通过众筹，华夏银行与利益相关方（华夏之星的创业者）树立一个共同的公益目标，并共同去达成和实践。30位创业者戈壁行的报名费用由“华夏之星”承担，同时，参与戈壁行的创业者将筹集30万元，用于北京市永源公益基金会的乡村教育相关项目，支持边远地区的教育事业。

在该项目中，华夏之星创业者，不用缴纳戈壁行的报名费，但需要成为公益项目的募款大使。项目以团队行进，徒步穿越方式进行，发起人多以企业家为主，利用名人效益以及资本实力宣传推广项目，顺利超募。

2014
中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析

随益而动 有你最美
牛奶与科技碰撞出公益的火花



M-PLUS是一款蕴含公益元素的产品，使用过程中，用户可以将运动消耗的卡路里在M-PLUS的App端支持公益项目。

M-PLUS采用公益众筹的方式，让产品与公众首次见面；并且每售出一箱M-PLUS牛奶，将以支持者的名义捐赠10元用于公益项目。每一位投资人对健康的投资，也是对山区孩子梦想的支持。

【案例】随“益”而动：M-PLUS智能塑形蛋白补给套装公益众筹

目标筹资额：500,000元 筹资时间：40天

实际筹资额：523,247元 支持人数：683

2014

中国公益众筹
研究报告

公益众筹价值分析

公益众筹价值之六：成为筹资枢纽，对接更多高附加值渠道资源

公益众筹平台聚集大批优质公益项目，成为公益项目输出端，与一些高附加值的渠道对接，让相关渠道用户参与公益活动，用户用资金、积分等参与公益活动。

公益标是由网信理财与众筹网公益频道共同推出的爱心筹款项目，项目经众筹网进行多次审核，在保证项目的真实性和发起人的合法身份的情况下，经网信理财公益类项目进行筹款，筹集款项用于支持发起人实现梦想。经公益标所筹集的款项将不产生任何资金收益，所筹集的全部金额将最终划转至发起人账户。公益标每周五下午三点准时在网信理财上线，接受用户投资。

公益标从2014年10月31日起，至14年12月31日，已成功进行十期，共帮助10个不同的公益机构、公益人累计筹资**60,000元**，有超过**2000人次**的用户进行投资。



【案例】公益标，让优质公益项目与优质投资用户面对面

2014

中国公益众筹
研究报告

中国公益众筹 2015年展望

- 公益众筹将成为联合公益的重要平台，围绕某一社会问题，将企业、公益组织、公众聚合在一起通过众筹的方式，让筹钱、筹人、筹需求、筹解决方案实现闭环，形成公益生态圈。
- 具有公信力的公益众筹平台将成为公益众筹项目和资源的聚集地。
- 公益众筹的参与主体将更加多元化，个人发起的公益项目会持续增加，企业参与力度将加大。
- 公益众筹将孵化出一批具有市场竞争力的公益组织/社会企业。
- 公益众筹平台被更多公众所接受，成为享受公益投资乐趣的地方，即一个精神消费品的市场。
- 公益众筹的“投资”属性会日渐凸显，与债权众筹结合，开展社会影响力投资，与股权众筹结合，让更多的投资人成为公益组织的“合伙人”。

发布单位

RECENDE 瑞森德

瑞森德成立于2009年2月，是一家致力于推动企业和基金会可持续发展的机构，是全球报告倡议组织机构利益相关方计划成员之一。瑞森德不仅与具有社会责任感的企业合作，建设更加公正与可持续的商业发展模式，同时还与富有远见的基金会合作，协力推动公益事业的健康发展。

瑞森德筹款研究中心是国内第一个专注公益筹款的研究咨询团队，我们认为，恰当的筹款战略、健康的筹款体系与贴合公益机构特质的筹款产品，是公益机构实现可持续发展的必要条件。因此，瑞森德筹款研究中心致力于推动公益行业筹款领域的发展，为公益筹款专业化提供支持。瑞森德筹款研究中心是瑞森德的重要组成部分。

众筹网 zhongchou.cn

众筹网是国内唯一集奖励式众筹、股权众筹、公益众筹于一体的综合众筹平台，是网信金融集团旗下的众筹模式网站，为项目发起者提供筹资、投资、孵化、运营一站式综合众筹服务。

自2013年2月试运营以来，众筹网已有科技、出版、娱乐、艺术、农业、房产、公益和原始会八个板块。公益板块是国内起步最早、规模最大、以众筹方式帮助公益机构进行筹资和宣传的公益众筹平台。众筹网公益众筹自2014年2月正式运营以来，已上线500余个公益项目，共有20000多名用户支持超过500万元。

2014 中国公益众筹 研究报告

报告编制团队

瑞森德：刘盛 曹亦苹 黎影怡

众筹网：张舒 曹晓辉 设计：李永亮

www.Recende.com