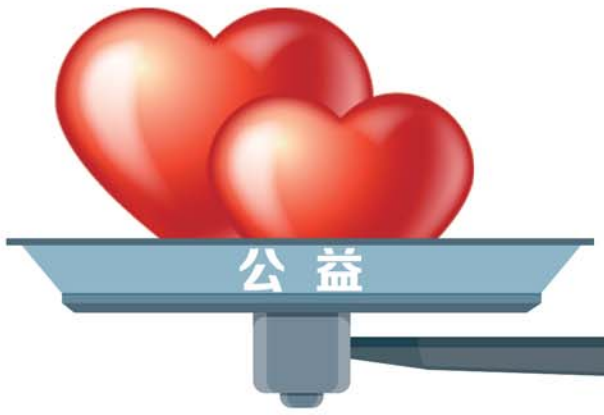

卖力营销，百万家庭大病求助获响应

网络筹款平台：

□文/图 半岛记者 **李红梅**

“让每一个家庭都有应对疾病的勇气和力量”“让爱心在温暖中传递”……近几年，在微信、微博等互联网社交平台上，随处可见个人大病求助信息，轻松筹、水滴筹、爱心筹等大病筹款平台也随之进入公众视野，网络众筹平台帮助许多因病致贫的家庭解了燃眉之急。

但几大筹款平台一方面承诺“0手续费筹款”，另一方面又做竞价广告卖力营销，他们真的是赔本赚吆喝吗？记者调查发现，网络筹款平台并非单纯的无偿慈善，可以说，既是公益也是生意。除了筹款产品外，几大筹款平台也提供类似“互助基金”和联合保险产品。他们借助用户的社交网络增加品牌知名度，为自己的端口吸引流量，最终实现“公益+商业”的变现。

▶位于青岛诺德广场的爱心筹运营中心。

解忧背后存隐忧 平台审核信息能力不足

家住青岛市李沧区的乔慧半岁时患小儿麻痹症，导致双下肢瘫痪。今年42岁的她喜得贵子，但不幸的是孩子早产一个多月，出生时体重只有3.2斤，患有先天性心脏病，住进重症监护室短短一个月就花光了家里所有积蓄。巨额的治疗费用和手术费用，对这个原本生活就不宽裕的家庭来说，简直就是雪上加霜。9月10日，刚出月子的乔慧去青岛市妇女儿童医院探视孩子时，“无忧筹”平台的工作人员主动找到她，说可以通过平台帮助筹款，这让身处绝望中的乔慧看到了一丝希望。

与传统慈善机构相比，新兴的网络筹款平台申请门槛低，在线操作方便，筹款快速、高效，而且支持资金发放至个人账户，大大降低了个人发起求助和捐款的门槛，帮助许多贫困大病患者解了燃眉之急。记者调查发现，在轻松筹、水滴筹、爱心筹等大病筹款平台，个人发起筹款的操作流程都比较简单。以社交众筹行业的开创者轻松筹平台为例，个人发起大病救助，仅需关注“轻松筹”微信公众号，然后根据提示填写筹款目标金额、筹款标题、详细情况，并上传身份证明、病情诊断等材料照片，即可快速生成筹款页面，分享到微信、微博等社交平台上求助。如果实在不会写筹款文章，还有智能模板可以参考。

据不完全统计，截至目前，已有超过100万个家庭通过个人大病求助平台发布了求助信息，获得了超过2亿爱心人士的响应。但由于个人大病求助需求规模较大，而网络众筹平台审核甄别信息能力有限，编造虚假筹款信息、挪用善款、筹款目标金额超过所需医疗费用等情况不断曝光，对捐助者造成情感伤害，也拉低了公众对大病众筹平台的信任度。

今年5月底，有媒体记者用虚假诊断证明及住院证明，轻松通过轻松筹、水滴筹、爱心筹三家平台的身份证明信息审核、医疗证明审核，对外发起筹款求助。此事揭开了平台的信息审核漏洞，引发广泛关注。不过，更多的虚假大病众筹项目并不是完全虚假，“患病是真，缺钱是假”，患者家里明明有钱，却要通过众筹的方式获得医疗费。今年7月，沈阳一名公交车事故伤者家属通过爱心筹平台发起医疗费用筹款。负责治疗的医院护士知悉后发朋友圈说明，医院为这次急救开通绿色通道，伤者医疗费由公交公司承担，无须交钱更无须筹钱。受到质疑后，筹款页面关闭，近20万元筹款原路退回。

如何保证个人求助信息真实完整和救助款项不被滥用，是目前大病众筹平台亟待解决的两个问题。

“平台可以尽最大努力和一些医院对接，与主治医师等沟通，核实患者相关病情和治疗信息，但对患者家庭的个人房产等资产状况，现实中在相关资产证实数据接口对接方面有很多困难。”爱心筹大病筹款平台COO马绪超告诉记者，个人大病求助平台每一个求助项目，信息真实性需要平台审核和社会监督共同完成，“个人大病求助信息通过社交平台传播，就是为了联合社会大众共同监督。爱心筹在线上开启‘举报’入口，如果有人对爱心筹的某个个人大病求助项目提出质疑，爱心筹会第一时间派相关业务部门去核实并及时解答。”

是公益也是生意 如何平衡考验运营者定位

一些小的大病筹款平台在成立初期，在提供一些免费服务的同时，也会按照实际筹款金额收取一定比例的费用。由青岛亿众同心网络科技有限公司运营的无忧筹平台，会向求助人提供文字代笔及朋友圈以外的助推服务，以达到更好的筹款效果，帮患者筹到更多的钱。当然，这是要按照实际筹款金额的一定比例收费的，其中文字代笔需要收取实际筹款金额2%的费用。乔慧舍不得花太多钱推广，在签书面合同时，只选择了其中的视频推广、首页推广、粉丝推广3项，推广费加起来是实际筹款金额的5.2%。

乔慧为儿子筹款的目标金额是12万元，但目前只筹到了5万多元。“虽然不多，但有总比没有好。”乔慧说，大家的爱心让全家看到了希望和力量。

“朋友圈之外的助推服务主要有三个大的方面：一是号召我们平台的粉丝进行捐款；二是我们会借助一些自媒体渠道，扩大求助范围，让更多不认识的好心人看到；三是我们还有一些特殊资源，比如受过大专以上教育的患者或家属，我们可以联系已毕业校友进行捐款。”青岛亿众同心网络科技有限公司法定代表人、执行董事兼经理顾建勋告诉记者，“筹款是半公益的事情，收费多了不好，所以平台运营两年了，一直是亏损状态。不过，我们平台成立的初衷不是为了融资上市，只是想踏踏实实地帮助大病患者筹款，目前股东的出资还够用，关键是先把平台规模做上去。”

而水滴筹、轻松筹等大的筹款平台纷纷推出“0手续费筹款”，为大病患者提供免费筹款服务，筹款全用于救助患者，筹多少给多少，平台在筹款过程中不收取任何费用。甚至有平台创始人对外承诺，“5年内不盈利”。不过，在百度、搜狗等搜索平台上，轻松筹、水滴筹、爱心筹等平台都上线了竞价广告。在广告公示页面，普遍显示“筹款额高、极速到账”，而且主动安排筹款顾问1对1指导，手把手教求助者筹到更多医疗费。

一方面是卖力的营销，一方面是不盈利的“公益精神”。那么，这些筹款平台真的是赔本赚吆喝吗？

企业工商信息公示网站显示，爱心筹、轻松筹、水滴筹三家有代表性的大病筹款平台均在初级融资阶段。2016年，爱心筹平台背后的青岛联创优内信息技术有限公司，获得苏州金沙江创投领投的近千万元A轮融资。2017年7月，轻松筹背后的北京轻松筹网络科技有限公司进行了2800万元的C轮融资，由IDG资本旗下成长期基金领投。2017年8月，水滴筹平台背后的北京纵情向前科技有限公司获1.6亿元A轮融资，腾讯、蓝驰创投联合领投，创新工场、高榕资本、IDG资本等跟投，在融资额上遥遥领先于另外2家。目前，爱心筹平台正在为新一轮融资做准备。

记者对比发现，上述三家平台都拥有相似的产品结构和商业模式。尤其是水滴筹和轻松筹，今年4月还一度传出合并的消息。以产品结构为例，三家平台除了免费的筹款工具“××筹”，也有会员制的付费互助型产品，如水滴互助、轻松互助、爱心筹互助。他们还联合国内知名保险公司推出商业险或健康险，如水滴保、轻松e保等。而个人免费筹款工具+付费互助计划+健康保险或医疗服务等，成为此类筹款平台的三类支柱性产品。此外，在各筹款APP上也可以看到关于健康体检、基因检测等广告展示。除了无偿的筹款工具外，众多盈利渠道给了资本足够的想象空间。

与众多互联网模式一样，大病筹款平台之间争夺的是“入口”，借助用户的社交网络增加品牌知名度，积极获客，为自己的端口吸引流量。等平台的规模做上去之后，再为用户提供针对医疗健康需求的全链条增值服务，最终实现公益+商业的变现。可以说，这些互联网筹款平台并非全然的无偿慈善，一边是公益，一边是生意，二者如何平衡考验着运营企业自身的定位。

由青岛联创优内信息技术有限公司运营的爱心筹平台，除了患中筹款，还将推出患前防护、患后医疗服务，形成医疗交易闭环。据介绍，患中筹款形成了很好的大病教育场景，一方面能促使健康人群加入互助计划，形成一个很好的健康险教育场景，为