

区块链具有不可篡改、数据永久留存等特性。公益领域对信息透明化有着较为强烈的需求，区块链的特点可以很好地与之结合。本文分析了公益场景的用户划分、产品目标以及痛点分析，介绍了区块链公益解决方案和平台架构。

本文基于一个区块链公益平台，侧重从产品角度思考反馈和激励在公益产品中的应用，利用个体自私的心理达成了公益氛围的持续向上。

在公益产品中，公益信息透明化反馈很重要。反馈是用户和平台之间的天然纽带，它将自我利益和公益项目利益绑定，拉进了用户和公益项目的心理距离，让用户成为这个公益项目的一部分。

作为平台，应该抓住多数用户的虚荣心理、以及做好事渴望被看到（或表扬）的心理，利用富有仪式感的表现方式，辅助以情感真挚的内容来打动用户。

激励的好处在于，让公益上的付出多了一种形式存在于用户心中（时间币），增加普罗大众在公益项目上的参与欲望（假定“参与欲望 = 获得感 - 付出感”）。用户参与公益不仅收获了内心的满足，还获得了实实在在的时间币奖励。

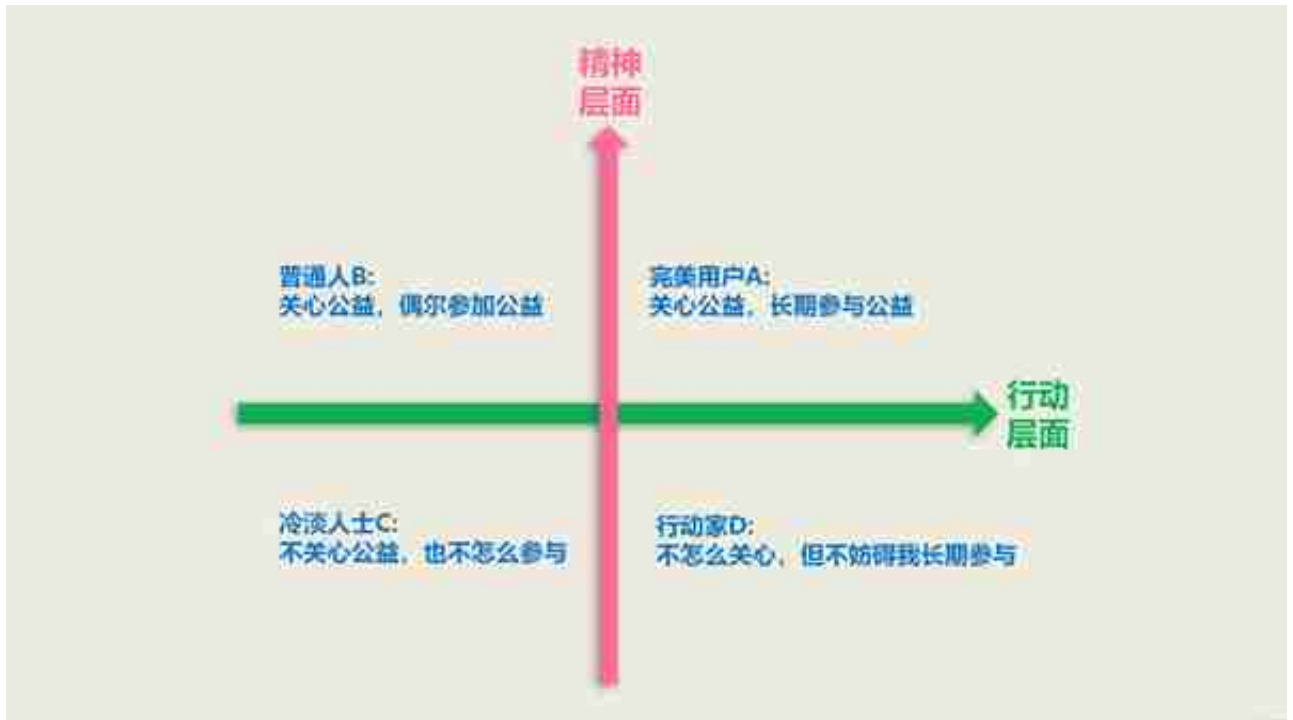
一、用户划分和产品目标

在商业场景中，用户类型的划分通常要考虑年龄、职业、性别和受教育程度等多个维度。在公益场景中，依据商业场景划分的不同类型的用户在公益意愿上的表现差异可能并不明显。

公益意愿受社会文化以及人之天性的影响，因此过于细致的用户划分反而不具有较大意义。另一方面是，本文所参考的项目主要针对大学生，目标群体的特征本就明确。

因此，在公益场景里，根据用户在精神和行动层面的体现，我们定义了四类用户，以下分别用A、B、C、D代指。这里备注一下大致的划分依据：

精神层面：是否较为关注公益事件，或发表相关感想，表面上是否积极。行动层面：是否经常参加具体的公益行动，如捐赠资金、物资和志愿服务等，行动上是否积极。



我们的目标：

更多的“普通人B” → “完美用户A”；更多的“冷淡人士C” → “普通人B”；更多的“行动家D” → “完美用户A”。

二、现有公益场景的痛点分析1. 传统的公益信息反馈

近年来，公益机构信息缺乏透明的问题常见诸报端。比如前不久新冠疫情期间，部分网民对武汉红十字会等机构产生质疑和不信任感。

在传统机制下，公益机构接受到的捐赠资金、物资和服务的来源和去向很难被真实记录和追踪。公益机构对于公益数据的管理处于中心化的地位。

在监管有限的情况下，即使有数据记录也难以消除公众的不信任感。此外，公益数据存在被篡改的可能，这是中心化数据库无法解决的问题。

传统的公益平台难以给用户带来真正想要的反馈。一方面信息不透明让反馈流于形式，另一方面现有的反馈机制难以带来良好的用户体验。

2. 为什么要做反馈&什么才是用户想要的反馈

根据上面的用户划分和调研可知，当出现负面公益事件时，公益机构的公信将受到

考验。

与此同时，用户A、B的公益积极性受影响较C、D大，公益积极性受影响难免会反映到后续的公益行动上。

这是一个正反馈系统，如果没有官方监管和媒体监督等机制，长期下去会严重影响社会的公益文化和氛围。

公益信息的不透明难免让公众产生疑虑。究竟有没有人暗箱操作？有没有人以权谋私？

早些年出现的“乞丐诈捐”现象也是同样的道理，许多人为避免被骗或捐赠钱物被滥用，索性不做此类公益了。

从产品目标出发，思考两个问题。普通人为什么做公益？什么情况下他们会多做一点公益？

在普通的公益平台，我做完公益后，可能担心志愿行为没有被记录。

为什么担心没有被记录呢？

因为没有被记录，会有种白白付出的感觉。

做公益不是不图汇报吗？

对啊，但如果能收到反馈我会很开心。

从同理心出发，人都有自私的一面。多数人都不是圣人，假使公益不求回报很多人能接受，但我们可能无法接受自己对公益的热情和付出看不到任何结果和反馈。

贫穷、疾病、歧视等社会现象即使短期内看不到完全消除的迹象，但只要我们的行为可以带来一点改变，也有人愿意去做。

公益也是如此。人性可能经不起考验，没有多少人愿意将热情投入到一片汪洋中而泛不起一点浪花。

在公益产品中，公益信息地透明化反馈很重要。

反馈不仅仅包括资金、物资和服务，还应该包括项目后续的进展情况。

反馈是用户和平台之间的天然纽带，它将自我利益和公益项目利益绑定，拉进了用户和公益项目的心理距离，让用户成为这个公益项目的一部分。同时，反馈也是一种心理激励，满足了用户做完公益后的情感表达需求。

用户想要的反馈也并非简单的项目信息汇报。

作为平台，应该抓住多数用户的虚荣心理、以及做好事渴望被看到（或表扬）的心理，利用富有仪式感的表现方式，辅助以情感真挚的内容来打动用户。形式可以丰富多样，比如在app内可以设计感谢信和志愿签字墙等方式。

3. 传统公益激励的不足

由于存在手工记账、管理混乱、缺少监管等原因，传统记录方式存在诸多弊端。此外各个公益机构通常只记录各自的数据，没有一个统一的信息整理部门，想将这些数据整合在一起的可能性较低，公益机构之间存在多个数据孤岛。

不同的公益机构的福利兑换往往标准不一，且大多只能在同一公益机构使用，这也让激励的有效性大打折扣。

4. 为什么要做时间银行

如果公益数据能够流转而不再是数据孤岛，就有机会建立时间银行。所谓“时间银行”，是指用参与公益服务的时间来量化志愿者的付出，并借鉴银行“当下储存、未来支取”的存兑模式，实现志愿者群体互利共赢的公益新形态。

如果采用联盟链的形态，可以将各类公益机构吸纳进来并打通内部数据。比如用户参加了联盟内机构组织的公益行为并获得时间币，就可以去联盟内其他公益机构兑换服务，即使联盟内某家公益机构消失，也不影响时间币的兑换，激励的有效性大大提高。

时间银行可以带来什么？

时间银行的目标是吸纳尽可能广大的用户参与到公益中来。某种程度上，利用个体自私的心理达成了公益氛围的持续向上也未尝不是件好事，这样可以达成双赢。

试想一下，做完公益不仅可以看到项目的后续进展和反馈，还可以获得“时间币”来兑换服务，这何尝不是一件喜闻乐见的事呢？

只有降低对公益的道德门槛，公益才能唤醒更多普罗大众的参与热情。

激励的好处在于，让公益上的付出多了一种形式存在于用户心中（时间币），增加普罗大众在公益项目上的参与欲望（假定“参与欲望 = 获得感 — 付出感”）。用户参与公益不仅收获了内心的满足，还获得了实实在在的时间币奖励。

时间币的消费满足了用户爽的需求，刺激用户获得更多时间币。

当然，这是建立在对兑换物品或服务的精心设计上，比如可以加入个性化、时尚潮流、稀缺等元素，迎合不同类型用户的特点。传统的兑换福利目前看来吸引力仍然有限。

三、区块链公益解决方案

在区块链平台平台，我们希望实现公益数据全流程收集和信息透明化反馈，通过时间币的机制达成公益的正向激励。

1. 数据全流程收集和信息透明化反馈

新的用户加入，便拥有唯一的身份合约作为唯一身份档案，其记录了用户的所有公益数据。每当完成公益项目后，可以根据已有的标准获得相应的时间币。

公益机构会在原有的公益系统中为用户录入所有数据，数据会自动记录在用户的身份合约里面。

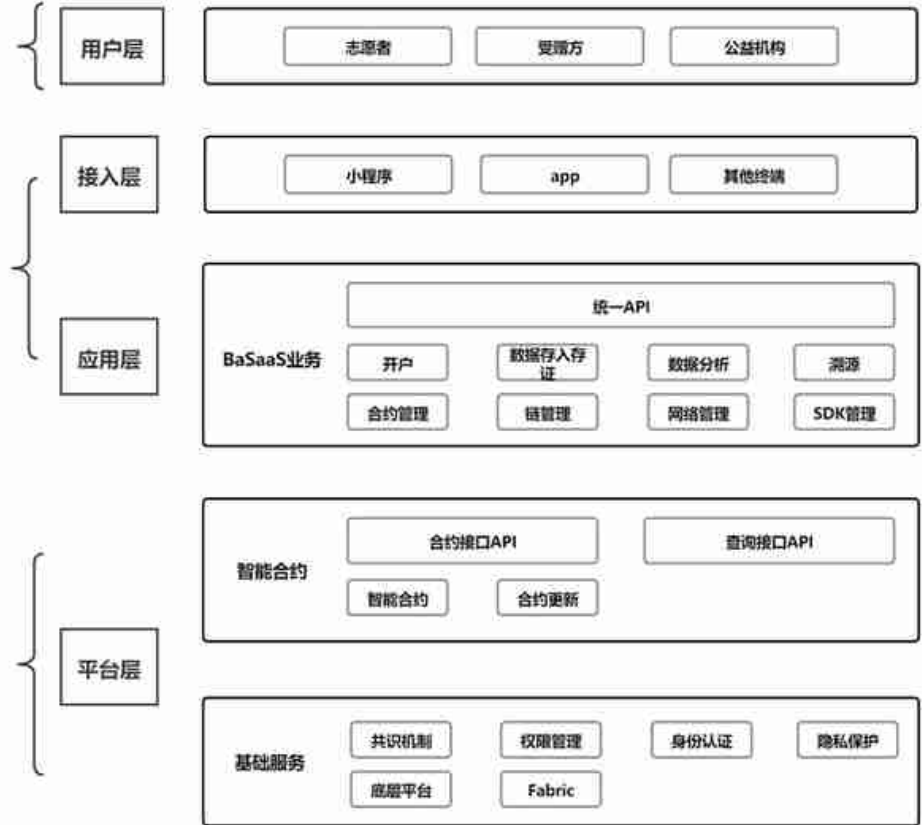
数据的修改需要提交申请并经过管理组同意，之后会将修改后的数据存证，同时记录修改的操作过程。区块链一经上链不可修改，即使更新了数据，旧有数据和更新后数据也会同时存在，不存在数据替换和丢失的情况，保证数据不存在恶意篡改以及可溯源。

同时，区块链由多个节点组成，每个节点均保存着所有的链上数据，少数节点出现问题不影响数据的安全性和完备性。

2. 时间币交易

区块链记录着所有用户的公益数据和时间币信息。当用户需要通过时间币兑换相应服务时，交易可根据智能合约的规则来执行而无须中间人，同时交易数据也会被记录。

四、区块链公益平台架构



五、总结

区块链去中心化和不可篡改的特点能够很好地和公益结合。总体来看，区块链的应用可以提高公益信息的透明度。同时也应该看到，公益信息反馈要有新的表现方式，如何让反馈加深用户和公益机构间的深层联系也是需要考虑的。

时间币是基于区块链技术维系的一个信任体系，其技术实现和价值信用有一定的基础，时间银行的出现让“做公益是另一种形式的回报”的价值理念能够更好地被践行。

区块链技术的潜力不可忽视，但是否要用到区块链，仍取决于区块链能解决什么问题、创造什么价值？

好的公益平台需要对反馈和激励机制精心设计，区块链从技术层面解决了传统的反馈和激励机制存在的问题。从公益角度看，区块链大有可为！