

腾讯:连接与科技,依托互联网抗疫

■ 本报记者 张明敏

新冠肺炎疫情为国内经济发展和城市运行带来的影响已不可估量。从传统生产、生活模式被打破的瞬间起,互联网就成为了全民维系连接、共同抗疫的重要依赖,无论是最开始的支援前线医疗,还是眼下的助力复工复产,在互联网的赋能下,我们正在将疫情带来的影响尽可能缩至最小。

在这其中,有多年科技、公益沉淀的腾讯,无疑是互联网抗疫的代表,其利用自身优势,在物资保障驰援、信息传播与动员、大数据与技术能力支撑、互联网服务与安全、公众科普教育等多方面发力,以产品为媒介,释放着互联网在危情应对中的独特作用。

2018年4月,马化腾就曾表示:“我们不是要进入各行各业,而是做好助手。为了实现这个目标,我们要专注做三件事:连接、工具和生态。”

此次疫情中,我们也能看到,除了亲身参与外,腾讯更愿意将连接器、工具箱和生态共建者的身份充分展示。

打造场景 支撑平台强力筹款

纵观此次抗疫,腾讯先后投入15亿元人民币设立用于国内的“战疫基金”,分别投入在物资支援、技术支援、人员关怀、科研与医疗事业等方面,此次基金将专设3亿元的“致敬战疫人物基金”,用以对战“疫”中做出特殊贡献人士的致敬和慰问。还增设1亿美元的“全球战疫基金”,助力海外抗疫。

3月24日,中国工程院与腾讯公益慈善基金会在武汉启动“中国感染新冠肺炎医务人员康复关怀行动”,将为抗疫期间确诊感染医务人员提供康复治疗、健康管理服务等在内的系统支持。

但比起自家投入,作为互联网募捐信息平台的“一线”代表,腾讯公益平台为全国范围内的慈善组织第一时间发起募捐支援重点疫区起到的枢纽作用,是更为重要的。

疫情暴发后,腾讯公益平台第一时间设立“驰援新型冠状病毒肺炎疫情”专题,以“守护战疫天使”“扶助危困群体”“驰援爱心物资”三大筹款类别并肩发力,为一线医务人员提供关爱金和保证金,援助受新冠肺炎影响的困境群体和募集爱心物资,通过公益将企业、社会组织、媒体、公众等多方积极串联。

自1月23日上线第一个项目以来,有超过79家慈善组织启动执行工作。腾讯公益慈善基金会相关负责人表示:“平台为抗击疫情的筹款,主要被用于前线物资购买和执行,这与以往个人救助有着很大区别。其次,这次疫情专区的每一个上线项目,都经过平台运营同事和具体项目发起方的充分沟通和评估,其购买物资的能力被作为重要考量之一。”



爱心企业 8家企业共捐赠 5415.400096 万元

 宝马中国华晨宝马	 西部证券公司	 牧原实业
--------------	------------	----------

筹款项目	项目进展
捐款金额/元 602,812,571.66	捐款人次 12,598,230

守护战疫天使 >

- 战疫天使守护计划**
汇聚爱心,为一线医护人员提供关爱金和保证金。
筹款中 13 条最新进展 [捐款](#)
- 江苏战疫天使守护计划**
江苏在行动,为江苏赴湖北的医护人员提供关爱金和保证金。
筹款中 2 条最新进展 [捐款](#)
- 广东战疫天使守护计划**
广东在行动,为广东赴湖北的医护人员提供关爱金和保证金。
筹款中 1 条最新进展 [捐款](#)

目发起方的充分沟通和评估,其购买物资的能力被作为重要考量之一。”

截至3月27日21:30,三大类别共筹集善款602,812,571.66元,捐赠人数12,598,230人次。

此次疫情中,公众捐赠高涨,如何在众多捐赠平台中脱颖而出,吸引公众参与?公益场景不可缺少。

在“战疫天使守护计划”项目中,腾讯公益提供了有趣场景供公众参与,在捐赠页面中设置“接龙加油”入口,提供三种接龙方式——“捐善款”“捐加油”“已承诺拒吃野味”。

当前,参与度较高的“捐加油”场景为项目正带来高频次的公众参与度。该场景邀请参与者和一名伙伴在线共同完成一幅



作品,该作品以写字呈现,参与者在书写为“战疫天使”加油的某个字时,腾讯公益也随机邀请线上另一个网友参与,书写出另外一个字。最终,由线上两位参与者共同完成了一个加油词语。

截至3月27日21:40,共有7329945人参与接龙。

开放工具 专业助力全民抗疫

“平台募款”“网课教学”“消息辟谣”“健康出行”……在此次疫情中,公众不同程度地体验到了网络抗疫工具的便利,这也是互联网平台深度介入公众事件,为社会大众深耕服务的一次极致体现。

疫情暴发以来,腾讯云、腾讯政务、腾讯会议、腾讯文档、腾讯医疗、腾讯教育、微信、QQ等多条业务和产品线也在积极发力,用数字化工具助力政府组织、企业单位以及公众开展疫情的防控。

其中,企业微信、腾讯会议、疾病防控可视化分析平台、腾讯企点智能客服和医疗云直播等腾讯五款“抗疫”工具产品在3月初通过评估,意味着这些产品在可用性、可靠性、安全性方面获得了权威认可,能够为企业组织尤其是政府及金融机构进行疫情防控和复工复产带来有效帮助。

腾讯会议着力于满足远程会议场景需求,提供高清音视频能力和实时屏幕内容分享及在线文档协作。用户可以通过PC客户端、手机APP端、小程序、web端、电话等多种方式接入,还可以在微信生态中完成一键预

约、发起及加入会议等操作。在疫情期间,腾讯会议免费开放了300人的不限时会议服务。

企业微信是腾讯打造的企业通讯与综合办公平台,具有与微信一致的沟通体验,能够提供丰富的OA应用和连接微信生态的能力,可帮助企业连接内部、连接生态伙伴、连接消费者。

疾病防控可视化分析平台则通过大数据分析呈现技术,可以为各级政府提供疫情防控的宏观决策支撑,辅助政府制定相关防控和应急措施。

腾讯企点智能客服则针对疫情期间客户见面难、企业难以挖掘及转化商机的困境,客服人员远程办公等实际场景,支持随时随地高效、智能、安全与客户沟通。

医疗云直播服务则依托腾讯云强大的音视频直播能力,为医疗机构等用户提供医务培训、远程诊疗、示范教学以及远程探视等场景下的音视频解决方案。参与方通过小程序,就能进行实时互动沟通。同时,医疗云直播服务还提供弹幕观看、直播回放与统计,能有效提升直播效果。在疫情期间,也可以有效地协助医疗资源实现共享,缓解医疗资源紧张的情况。

创新产品 复工复产保驾护航

眼下,距抗疫的完全胜利还有很长的路要走,但各地复工复产已是势在必行,为复工复产创造条件也成为了互联网企业的任务之一。

结合这一“痛点”,腾讯推出了“防疫健康码”解决方案——公众通过申请收纳自身健康信息的二维码,获得电子出行凭证,方便在疫情期间出入公共场所。

2月9日,“防疫健康码”率先落地深圳。随后,北京、广东、四川、云南、天津、贵州、上海、重庆、黑龙江、广西、湖南、湖北、安徽、青海等近20个省级行政区也陆续上线,覆盖广州、武汉、福州等300多个市县。

此外,多个地方的健康码已初步互通互认,并正在推动实现一码通行,即公众在填报一次后,无须在经过其它省市时重复填报。

目前,腾讯防疫健康码累计亮码超过16亿人次,覆盖近9亿人口,累计访问量破60亿,是服务用户最多的健康码。

腾讯慈善公益基金会相关负责人表示:“一切以用户价值为依归的经营理念,已经融入了腾讯的DNA,在每一款产品中,都可以清晰地看见它的理念。‘用户为本、科技向善’已成为腾讯的使命和愿景,产品本身一方面既是商业产品,也是社会化产品,自于用户的痛点和需求;另一方面,产品设计之初,便是公益融入之时。”