公益觀察2021：風險社會裡的信任與連結

臺灣捐款人行爲調查

台灣公益責信協會
www.apa-tw.org

CC BY NC SA

目錄

3 前言與摘要

4 臺灣公益責信協會

5 一、調查結果

5 1. 捐款比例約 5 成，月平均捐款金額約 1 千元
6 2. 女性捐款人較多，但男性平均捐款金額較高
3. 六都除桃園外，其餘捐款比例均約 5 成
7 4. 全年個人捐款約 1,062 億元
5. 主要捐款者素描
8 6. 公益捐款的原因以「回饋社會」最高
9 7. 選擇捐款單位最重視「組織理念」
10 8.「兒童及青少年」仍是捐款的主要議題
11 9. 關心和不關心捐款運用大約各半
12 10. 超過 6 成民眾不看成果報告
13 11. 絕大多數捐款民眾不看財務報告
12. 現金仍是最主要的捐款管道
14 13. 親朋好友是獲得捐款資訊的主要管道
15 14. 捐款民眾今年已捐款或預計捐款的總金額
16 15. 捐款時間和金額不固定
17 16. 捐款對象大致與過去相同
18 17. 個人收入的增減，影響捐款的意願及額度
19 18.COVID-19 疫情對捐款影響不大
19.2020 年未捐的民眾，有半數曾捐款過
20 20.「本身沒有餘力」是沒有捐款的主要原因
21 21. 對公益團體信任程度

22 二、趨勢分析

22 1. 捐款規模成長一倍以上
2. 捐款比例上升，年輕化及普及化
23 3. 年平均捐款金額成長 50%
24 4. 各該性別捐款比例均成長近 10%，整體而言性別比例不變
25 5. 除最低收入族群外，其他族群捐款比例均上升
26 6. 捐款動機仍以回饋社會為主，但重要性下降許多
7. 年度捐款金額更趨向 M 型化？
27 8. 本身沒有餘力一直是未捐款主因

28 三、捐款人的四種類型

30 四、未捐款民眾的四種類型

31 五、各類型組織的目標捐款人

34 六、國際捐款趨勢

34 1. 全球
2. 英國
36 3. 美國

37 七、綜合分析

37 1.COVID-19 造成公益部門的復甦？
38 2. 臺灣疫情控制佳，個人捐款減少 5~10%
39 3. 公益捐款擴張，但未來難以預測
41 4. 捐款版塊的移動
42 5. 信任度遽降，中老年最不信任公益組織

43 結語：最有風險的地方，最接近可持續的道路

45 1. 思考與建議
2. 以資料協助決策
3. 建立敘事
46 4. 學習與進化
5. 真正可持續的道路

47 附錄一、調查設計

48 附錄二、資料開放

前言與摘要

過去這一年，襲捲全球的 COVID-19、臺灣太魯閣號出軌事件，與早年的金融海嘯和福島核災，共同點都是災難—實質上都是人類創造或改變系統所造成的災難。這些事件演示了，人類未必真的理解我們創造了什麼，或注入這股改變如何牽扯其他的動力。科技的高度複雜和不可控制，加上社會錯綜複雜的動力，逐漸溢出人類可以理解的範疇，德國社會科學家貝克（Ulrich Beck）即認為，人類社會已從工業社會進入風險社會（risk society）。面對混沌，必須抑制想要控制的衝動，取而代之的是，「在同聲相應、對話、反饋與彈性對抗的舞步中，學習接納糾結無解的系統[1]」。不確定、不穩定和相互矛盾，便成為人類必須與之共存的「新常態」（new normal）。

關於風險治理，近年主流的概念是強調「韌性」（resilience），與過去著重降低風險事件發生機率不同，晚近更關注「受衝擊後的學習與再組織，並從中轉化至另一種更新狀態的能力[2]」。這個觀點與責信（accountability）以及人工智慧（AI）近年發展趨勢有所重合，講求的都是面對複合或未知的議題，一方面辨認自身的狀態，一方面不斷嘗試，從反饋中學習，然後調整行動。回到公益部門，我們是否理解目前身處的狀態呢？

自 2003 年行政院主計處調查後，將近 20 年來，未再有過大規模的調查。當時推估的捐款 427 億元，數據不斷被沿用，然而根據此次公益責信協會的調查估計，2020 年個人捐款規模已達 1,062 億，顯然一直低估了公益部門的規模和影響力。此次調查，公益責信協會委託趨勢民意調查股份有限公司發放約 2,500 份問卷（市話約 1,500 份，手機約 1,000 份；調查設計請詳附錄一），針對捐款人樣態、行為、信任度、是否受疫情影響捐款等，並試著理解民眾捐款或不捐款的原因。

第一部份是調查的基本結果及交叉分析，部份摘要如下：

- 捐款比例約 5 成，月平均捐款金額約 1 千元；
- 女性捐款人較多，但男性平均捐款金額較高；
- 全年個人捐款約 1,062 億元；
- 公益捐款的原因以「回饋社會」最高；
- 選擇捐款單位最重視「組織理念」；
- 「兒童及青少年」仍是捐款的主要議題；
- 關心和不關心捐款運用大約各半；
- 超過 6 成民眾不看成果報告；
- 絕大多數捐款民眾不看財務報告；
- COVID-19 疫情對捐款影響不大；
- 「本身沒有餘力」是沒有捐款的主要原因；
- 對公益團體信任程度，有捐款 63%，未捐款 36%。

第二部份，與 2003 年主計總處調查比對，試圖找出趨勢：

- 捐款規模成長一倍以上；
- 捐款比例上升，年輕化及普及化；
- 年平均捐款金額成長 50%；
- 各該性別捐款比例均成長近 10%，整體而言性別比例不變；
- 除最低收入族群外，其他族群捐款比例均上升；
- 捐款動機仍以回饋社會為主，但重要性下降許多；

---

1 Jamer Hunt （2021），《重新丈量世界》，p.305，漫遊者文化。

2 潘穆嫈等（2016），〈韌性研究之回顧與展望〉，《防災科學》第 1 期，p. 56。

- 年度捐款金額更趨向 M 型化？
- 本身沒有餘力一直是未捐款主因。

第三和第四部份，則依調查結果予以觀察及分析，將捐款人依年齡（50 歲）及月收入（6 萬元）區分為四種類型。摘要如下：

- 高收入族群選擇捐款單位除組織理念外，對服務成效及透明度較重視；
- 青壯年捐款動機為回饋社會；中老年為做功德，積福報；
- 青壯年獲得公益資訊管道為網路、FB；中老年則為親友或傳統媒體；
- 年紀較輕的民眾對公益團體信任度較高；
- 高收入者（不分年齡）過去有捐款經驗者超過 5 成，其未捐款原因是沒有足夠資訊選擇或對捐款運用有疑慮。

第五部份則描繪各個議題主要的捐款人樣貌，供公益組織制訂募款策略時參考。第六部份為英美的捐款趨勢，受到疫情影響均出現反彈，捐款人或捐款金額明顯增加。但個別組織所受衝擊不同，而且也有續捐率下滑、疫情觸發的捐款是否能延續到以後年度等擔憂。

第七部份為綜合分析，試圖以前述分析為基礎，解讀數字背後的意義：

- COVID-19 造成公益部門的復甦？
- 臺灣疫情控制佳，個人捐款減少 5~10%；
- 公益捐款擴張，但未來難以預測；
- 捐款版塊的移動；
- 信任度遽降，中老年最不信任公益組織。

結語不談如何有效勸募等工具性的行動，而聚焦在如何打造一個具韌性的系統：

- 以資料協助決策：運作或決策流程裡，應適度地蒐集資料、分析；
- 建立敘事：從蒐集的資料建立完整的敘事，有助於決策及內外部溝通；
- 學習與進化：建立反饋機制納入多元聲音，分析溝通、展開行動發想，並付諸實踐。實踐之後，再展開下一輪的反饋循環，成為真正的學習型組織。

《公益觀察 2021》最重要的嘗試，就是超越常見問卷分析報告的內容。不只提供工具性的結果，更試圖探勘出更深層的意義。然而如同物理學的「測不準原理[3]」，這次的調查試著標定當前公益捐款的位置，但運動速度（變動趨勢）難以判斷。一個原因是距離上次資料蒐集的間隔太大，另一個原因則是疫情始終沒有過去、變數仍多。公益責信協會不僅分享對這份資料的敘事，也同步公開有效樣本的原始填答資料，供所有人自行分析、建立自己的敘事。未來，希望能定期辦理大規模問卷調查、持續思辨及分享，以資訊和知識，協助打造更具韌性的公益部門及臺灣社會。

臺灣公益責信協會

公益部門的合作，需要有人專注在基礎建設（infrastructure）收斂與萃取各種資訊，以挑戰知識的邊界、支持其他組織成長。臺灣公益責信協會以提升公益組織之責信，增進公眾信任、健全公民社會發展為宗旨，持續努力整合資訊與傳遞知識、倡議利害相關人，並培力公益行動者。本報告繼《公益觀察 2019》之後，再次針對公益部門總體環境的分析及縱覽，盼能對資訊使用者有所助益。

如有任何指正敬請來信，也歡迎了解及支持我們。

3 位置與運動速度不能同時精準測量，愈著重一項，另一項就愈不精準。

一、調查結果

1 捐款比例約 5 成，月平均捐款金額約 1 千元

2020 年臺灣民眾有進行公益捐款的比例為 46.21%（45.06% 已捐款 + 1.15% 預計捐款），47.71% 今年不會捐款（其中 20.95% 過去曾有捐款行為，26.76% 從來沒有捐款行為），另有 6.08% 受訪者不確定。有捐款的比例接近 50%，顯示每 2 人就約有 1 人有進行公益捐款。
有捐款的民眾，年平均捐款金額為 11,896 元，月平均 991 元（也就是每年約 12,000 元，每月約 1,000 元）。

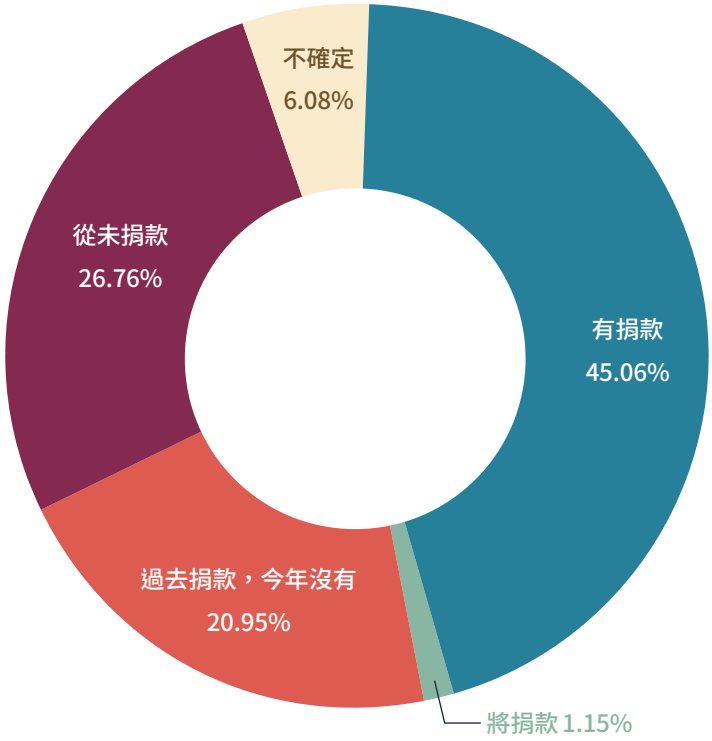

圖 1.1 臺灣民眾捐款比例

交叉分析重要發現（經卡方檢定有顯著差異）：

- 年齡：40-49 歲受訪者今年有進行個人公益捐款比例 58.31% 較高，而 70 歲或以上受訪者有捐款的比例 19.04% 較低。

- 教育程度：研究所及以上 (67.41%)、專科 / 大學 (55.81%) 受訪者今年有進行個人公益捐款比例較高，而以國小及以下 (16.23%)、國 / 初中 (28.54%)、高中 / 職 (41.70%) 受訪者今年有捐款的比例較低。

2 女性捐款人較多，但男性平均捐款金額較高

臺灣整體民眾有捐款比例，生理女性佔 48.98%，高於男性 43.33%。而在有捐款人之中，女性佔 54.01%，高於男性 45.99%；但男性年平均捐款 15,286 元，高於女性年平均捐款 8,971 元。綜合來看，整體捐款（＝人數＊平均捐款）由男性貢獻 59.20%，女性則貢獻 40.80%。

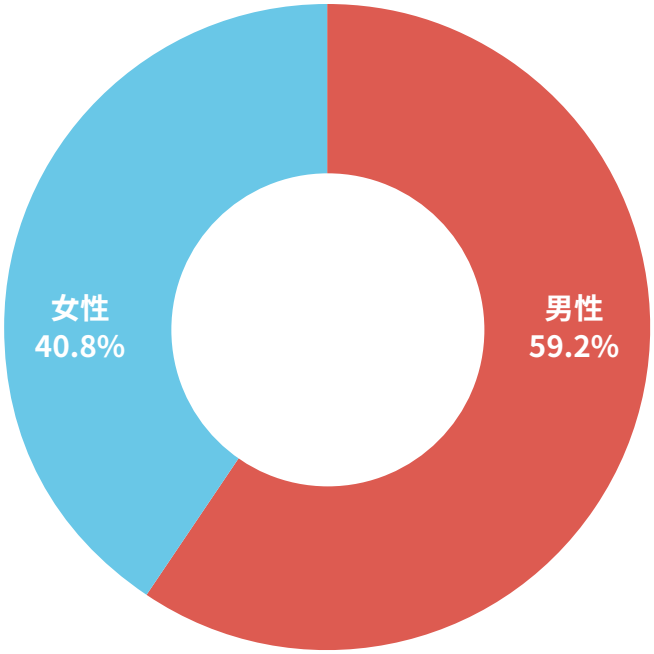

圖 1.2 依生理性別之捐款貢獻比例

3 六都除桃園外，其餘捐款比例均約 5 成

臺灣六都（直轄市）捐款比例以台北市最高為 49.85%，其次為高雄市 49.82%、台中市 49.18%、新北市 48.16%、台南市 47.39%、桃園市 41.75%。

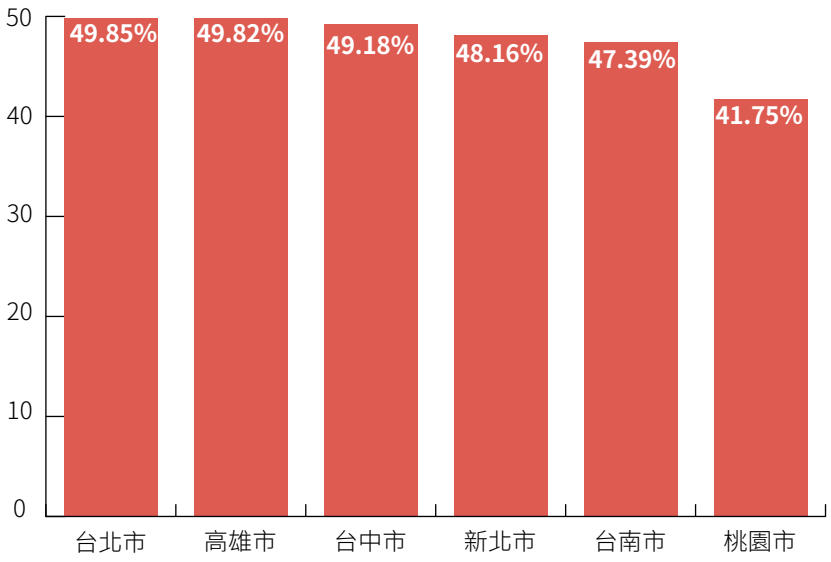

圖 1.3 六都之捐款比例

4 全年個人捐款約 1,062 億元

以內政部戶政司統計（至 2020 年底）20 歲以上人口數，乘以本調查各年齡分群捐款比例及平均年捐款金額推估，臺灣全年個人捐款約 1,062 億元。

表 1.1 推估全年個人捐款總額

	人口數	捐款比例	平均年捐款金額	捐款總額
20-29 歲	3,092,496	40.18%	3,721	4,623,583,996
30-39 歲	3,478,217	55.41%	16,601	31,994,775,939
40-49 歲	3,776,826	58.31%	10,893	23,989,297,051
50-59 歲	3,631,475	52.71%	12,585	24,089,583,696
60-69 歲	3,122,924	39.71%	11,192	13,879,346,043
70 歲以上	2,341,476	19.04%	17,134	7,638,628,998
			Total	106,215,215,723

並依據行政院主計處，國民所得摘要（2020 年），計算出全年捐額總額在 GDP、GNI、平均每人年民間消費支出所佔比例：

- 捐款佔 GDP（國內生產毛額）：0.54%。
- 捐款佔 GNI（國民所得毛額）：0.52%。
- 捐款佔平均每人年民間消費支出：2.92%。

5 主要捐款者素描

- 女性（54.03%）
- 40-49 歲（24.49%）
- 已婚（65.89%）
- 有小孩（65.33%）
- 捐款金額 9,000 元以下（60.67%）

圖 1.4 主要捐款者

6 公益捐款的原因以「回饋社會」最高

民眾公益捐款的原因以回饋社會比例最高，佔 27.37%，其次為做功德、積福報（21.44%）、關心特定議題（14.82%）、支持捐款組織理念（14.23%）以及公益團體勸募（12.93%），其餘不足一成。另有 13.86% 拒答。

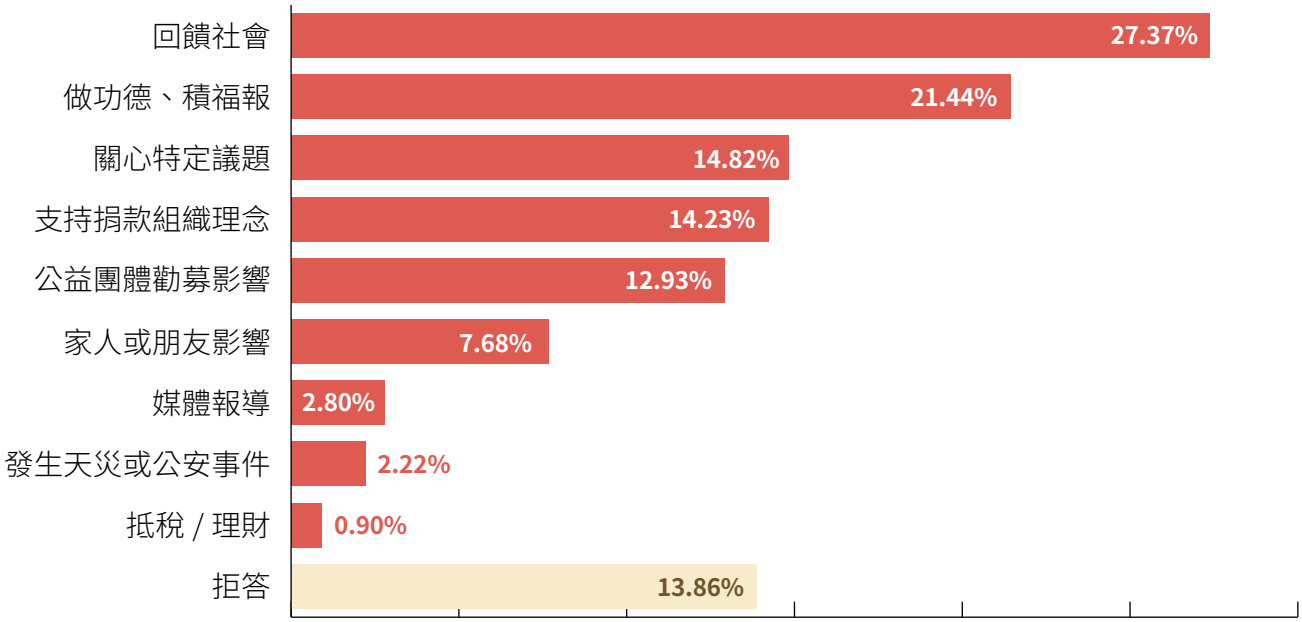

圖 1.5 主要捐款原因

交叉分析重要發現[4]：

- 年齡：40-49 歲從事捐款原因為回饋社會的比例 33.40% 較高，70 歲以上以做功德、積福報的比例 34.68%較高 。
- 捐款金額：20,001 元以上者從事捐款原因為回饋社會的比例 (39.1%) 較高。

4 因本題為複選，未進行卡方檢定，樣本數未滿 30 者不納入以下分析。

7 選擇捐款單位最重視「組織理念」

民眾選擇目前的捐款單位捐款的原因以組織的理念比例最高，佔 33.90%，其次為組織透明度 16.32%、組織品牌 / 名聲 15.63%、組織服務成效 15.20%、方便的捐款方式 14.82% 以及受家人或朋友影響 5.25%。另有 20.11% 受訪者拒答。

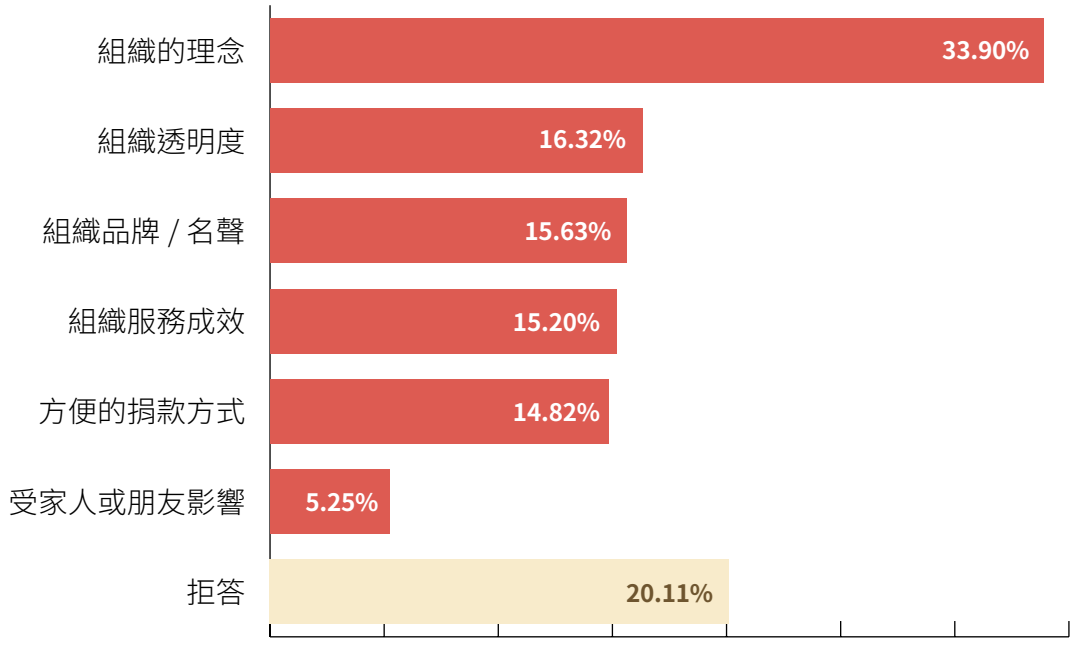

圖 1.6 選擇捐款單位的原因

交叉分析重要發現[5]：

- 性別：女性選擇目前捐款單位捐款的原因為組織的理念的比例 35.67% 較男性 31.81% 高。
- 年齡：40-49 歲（39.04%）、50-59 歲（37.32%）受訪者選擇目前捐款單位捐款的原因為組織的理念比例較高，60-69 歲選擇目前捐款單位捐款的原因為組織透明度的比例 22.48% 較高。
- 捐款金額：今年捐款金額 9,001~20,000 元的受訪者選擇目前捐款單位捐款的原因為組織的理念的比例 48.83% 較高，而捐款金額在 20,001 元以上的受訪者選擇目前捐款單位捐款的原因為組織透明度（28.33%）、組織服務成效（27.25%）的比例較高，另捐款金額在 1~9,000 元的受訪者選擇目前捐款單位捐款的原因為方便的捐款方式的比例（17.45%）較高。

5 因本題為複選，未進行卡方檢定，樣本數未滿 30 者不納入以下分析。

8 「兒童及青少年」仍是捐款的主要議題

民眾捐款的單位主要關心／服務的議題以兒童及青少年比例最高，佔 42.74%，其次為老人 20.52%、身心障礙 18.41%、急難救助 14.07% 以及動物保護 10.24%，其餘皆不足一成。 另有 13.19% 受訪者拒答。

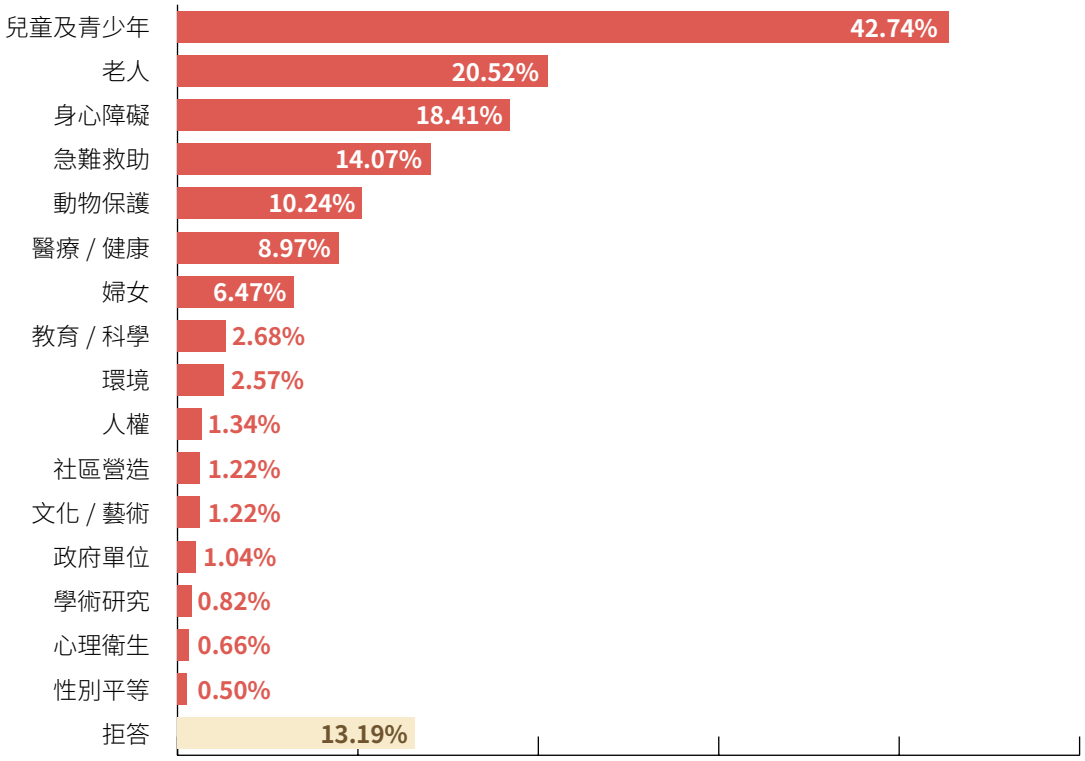

圖 1.7 主要捐款議題

交叉分析重要發現[6]：

- 性別：女性捐款對象關心的議題以兒童及青少年議題 45.51%、老人議題 21.87% 及動物保護議題 11.45% 的比例較男性高；男性的捐款對象關心的議題以身心障礙議 20.65% 較女 16.51% 高。
- 年齡：40-49 歲（47.30%）、50-59 歲（44.84%）、30-39 歲（43.88%）受訪者的捐款單位關心的議題以兒童及青少年議題的比例最高，60-69 歲受訪者的捐款單位關心的議題以老人議題的比例 27.70% 最高，70 歲或以上受訪者的捐款單位以身心障礙議題的比例 28.93% 最高。值得一提的是，20-29 歲 (20.02%) 及 30-39 歲 (18.83%) 特別關心動物保護議題，僅次於兒少議題。
- 捐款金額：捐款金額 20,001 元以上者，關心的議題以兒童及青少年議題 56.84 %、老人議題 27.17% 以及身心障礙議題 26.52% 的比例較高。
- 婚姻：已婚者捐款單位關心的議題以兒童及青少年 45.02% 與老人議題 22.57% 的比例較高。
- 有無子女：有子女的民眾的捐款單位關心的議題以兒童及青少年議題 44.07% 與老人議題 22.31% 的比例較高。

6 因本題為複選，未進行卡方檢定，樣本數未滿 30 者不納入以下分析。

9 關心和不關心捐款運用大約各半

47.22% 關心捐款單位如何運用捐款（包含 11.38% 非常關心及 35.84% 關心），45.81% 不關心（包含 6.95% 非常不關心及 38.86% 不太關心），普通為 2.74%。另有 4.23% 受訪者拒答。

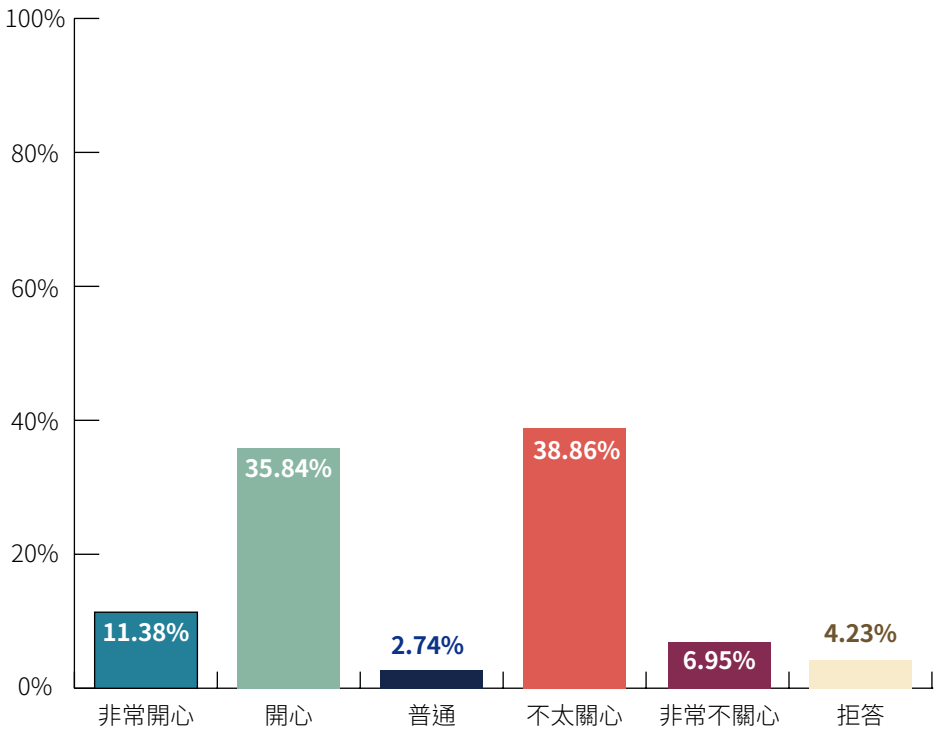

圖 1.8 關心與不關心捐款運用各半

交叉分析重要發現（經卡方檢定有顯著差異）：

- 性別：女性關心捐款單位運用捐款比例 52.13% 高於男性 41.46% 。
- 捐款金額：年度捐款金額在 20,001 元以上（64.43%）、9,001~20,000 元者（57.67%）關心如何運用捐款的比例較高。

10 超過 6 成民眾不看成果報告

33.55% 表示會去看捐款單位成果報告（8.07% 幾乎都會，6.49% 經常會，18.99% 偶爾會），63.31% 幾乎不會，有 3.05% 表示不知道去哪看。另有 0.09% 受訪者拒答。

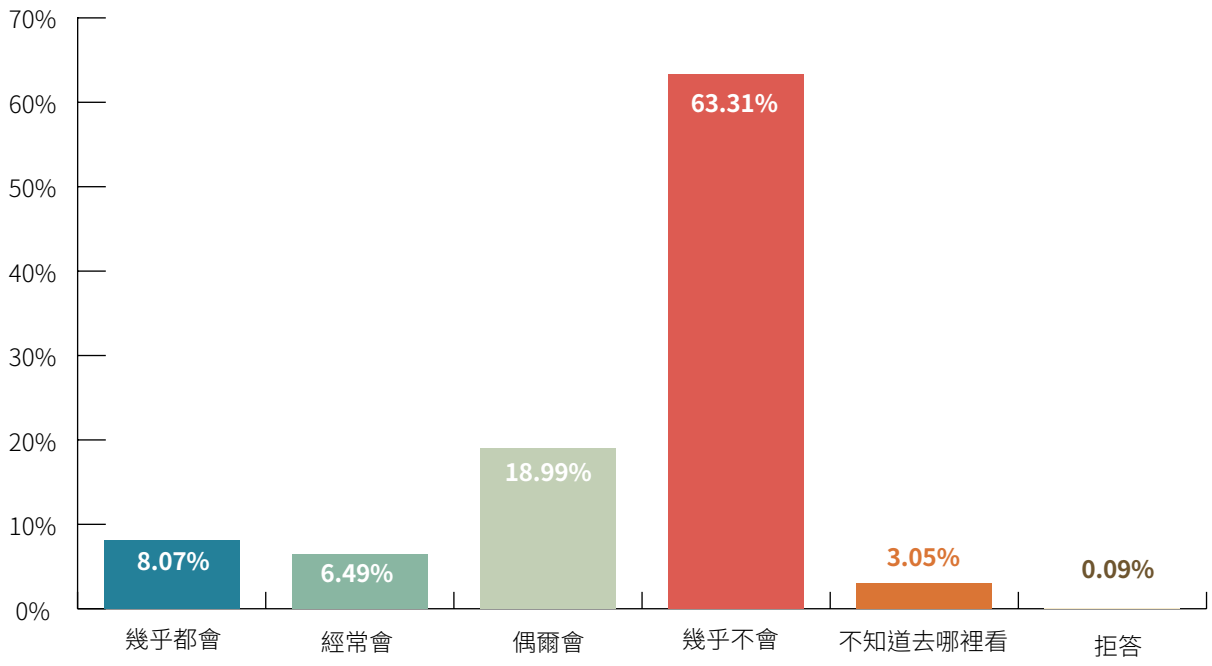

圖 1.9 民眾是否閱讀捐款單位成果報告

交叉分析重要發現（經卡方檢定有顯著差異）：

- 性別：女性表示會去看捐款單位的成果報告的比例 37.26% 高於男性 29.18%。
- 年齡：以 70 歲以上表示會去看捐款單位成果報告的比例 39.66% 最高，而 20-29 歲 19.25% 表示會去看的比例最低。
- 捐款金額：年度捐款金額在 20,001 元以上者表示會去看成果報告的比例 53.83% 最高，而 1~9,000 元者表示會去看捐款單位成果報告的比例 28.59% 最低。

11 絕大多數捐款民眾不看財務報告

12.48% 表示會去看捐款單位的財務報告（2.68% 幾乎都會，2.47% 經常會，7.33% 偶爾會），82.70% 幾乎不會，有 4.72% 表示不知道去哪看。另有 0.09% 受訪者拒答。

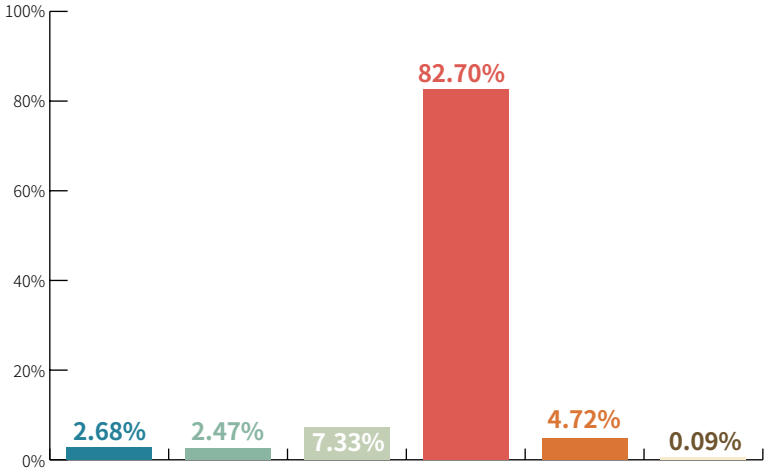

圖 1.10 民眾是否閱讀捐款單位財務報告

12 現金仍是最主要的捐款管道

捐款方式或管道以現金捐款的比例最高，佔 52.28%，其次為實體銀行或郵局匯款 / 劃撥 23.09%、線上捐款 14.87% 以及定期扣款 12.30%，其餘皆不足一成。另有 0.93% 受訪者 拒答。

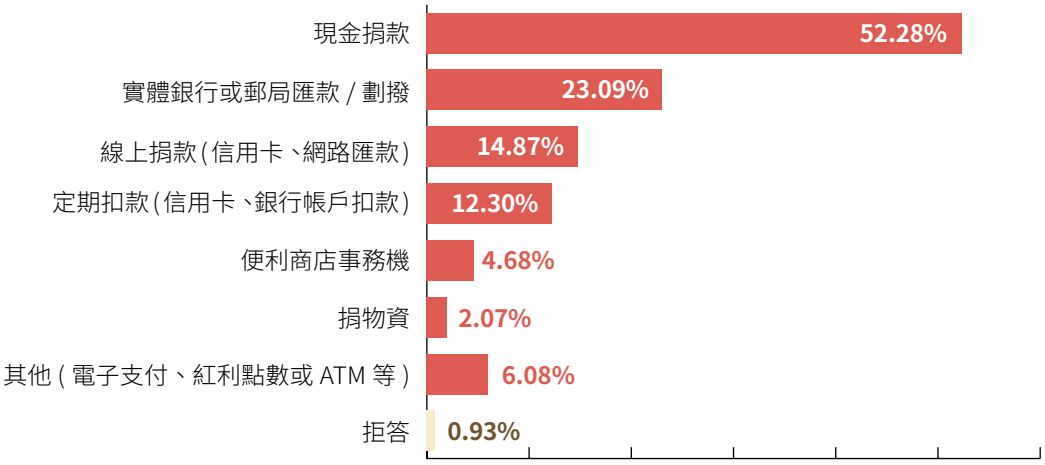

圖 1.11 民眾捐款方式或管道

交叉分析重要發現[7]：

- 年齡：70 歲或以上（62.70%）、60-69 歲（58.31%）民眾捐款的方式以現金捐款的比例較高，30-39 歲受訪者以線上捐款的比例 23.55% 較高，40-49 歲受訪者以定期扣款的比例 18.26% 較高。
- 捐款金額：年度捐款金額在 1~9,000 元者（54.49%）、20,000 元以上者（53.44%）以現金捐款的比例較高，捐款金額在 9,001- 20,000 元者以實體銀行或郵局匯款 / 劃撥 33.58%、線上捐款 21.83% 的比例較高；捐款金額在 20,000 元以上者（25.77%）以及 9,001-20,000 元者（24.50%）在定期扣款的比例較高。

7 因本題為複選，未進行卡方檢定，樣本數未滿 30 者不納入以下分析。

13 親朋好友是獲得捐款資訊的主要管道

民眾獲得公益捐款資訊的管道以親朋好友的比例最高，佔 24.86%，其次為網路搜尋 18.93%、電視 15.30%、實體 宣傳刊物 14.33% 以及 Facebook 14.08%，其餘皆不足一成。另有 6.82% 受訪者拒答。

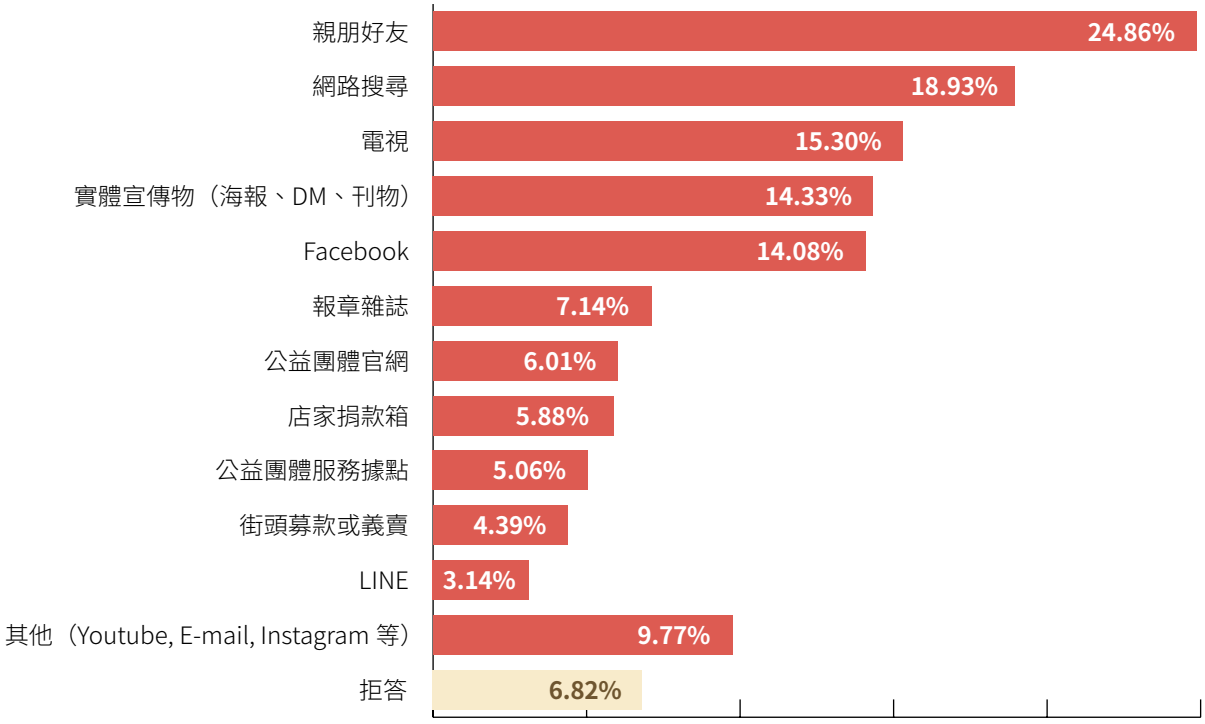

圖 1.12 民眾獲得捐款資訊的管道

交叉分析重要發現[8]：

- 年齡：60-69 歲（37.89%）、70 歲或以上（37.22%）以及 50- 59 歲（31.67%）受訪者透過親朋好友獲得捐款資訊的比例較高，30-39 歲（25.63%）、40-49 歲（25.46%）以及 20-29 歲（20.95%）受訪者透過網路搜尋獲得捐款資訊的比例較高。

- 捐款金額：年度捐款金額在 20,001 元以上者透過親朋好友獲得捐款資訊的比例 30.55 % 較高，金額在 9,001-20,000 元者透過網路搜尋獲得公益捐款資訊的比例 27.94% 較高。

- 婚姻：已婚者透過親朋好友獲得公益捐款資訊的比例 27.32% 較未婚者 18.94% 高，未婚者透過網路搜尋獲得公益捐款資訊的比例 21.62% 較已婚者 18.14% 高，已婚者透過電視獲得公益捐款資訊的比例 18.44% 較未婚者 8.94% 高。

- 有無子女：有子女者透過親朋好友獲得公益捐款資訊的比例 28.35% 較沒有子女者 18.48% 高，沒有子女者透過網路搜尋獲得公益捐款資訊的比例 23.42% 較有子女者 16.59% 高，有子女者透過電視獲得公益捐款資訊的比例 18.41 較沒有子女者 9.43% 高。

8 因本題為複選，未進行卡方檢定，樣本數未滿 30 者不納入以下分析。

14 捐款民眾今年已捐款或預計捐款的總金額

2020 年有捐款的民眾中，捐款金額以 1,001~3,000 元的比例（21.91%）最高，其次為 1~1,000 元（19.0%）及 3,001~6,000 元（15.57%），其餘皆不足一成。另有 14.84% 受訪者拒答。

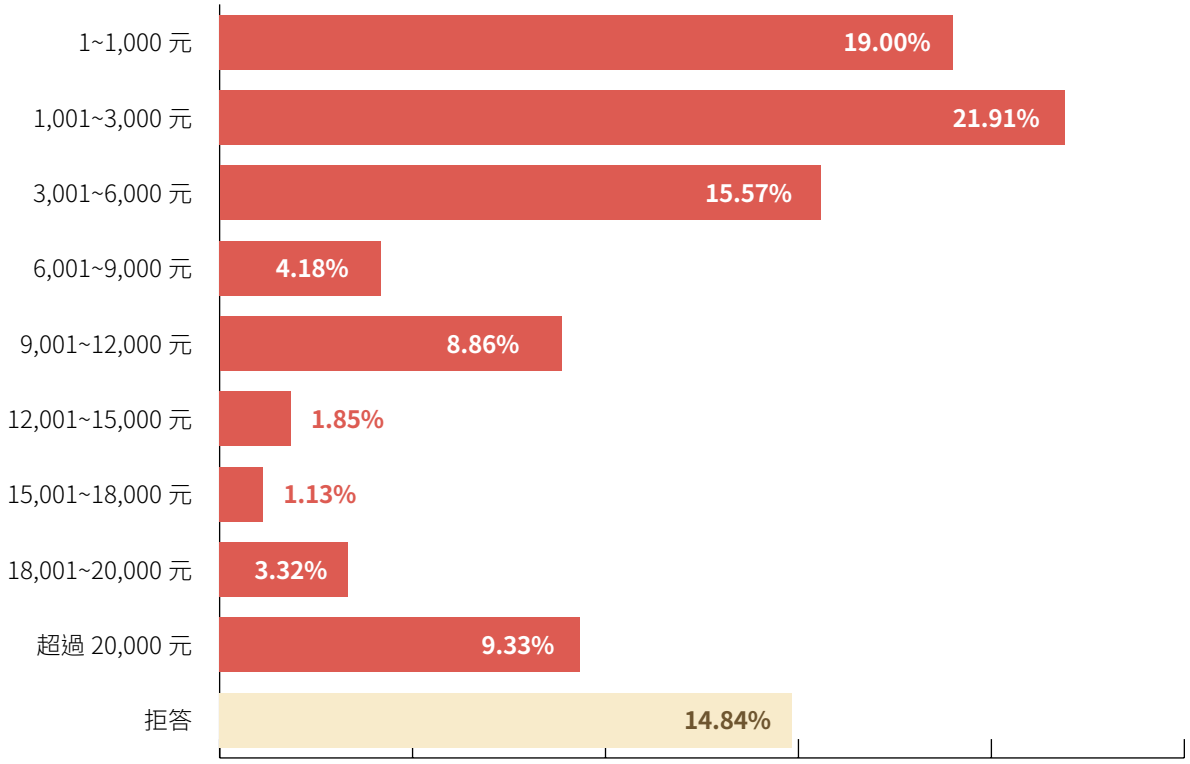

圖 1.13 民眾捐款金額（年）

表 1.2 各年齡層捐款比例及年平均捐款金額

年齡	有捐款比例	佔全體民眾捐款比例	年平均捐款金額（元）
20-29 歲	40.18%	6.42%	3,721
30-39 歲	55.41%	10.01%	16,601
40-49 歲	58.31%	11.31%	10,893
50-59 歲	52.71%	9.86%	12,585
60-69 歲	39.71%	6.36%	11,192
70 歲以上	19.04%	2.25%	17,134

15 捐款時間和金額不固定

捐款習慣以捐款時間和金額都不固定的比例最高，佔 64.60%，其次依序為每月定期定額 16.96%、每年固定時間，金額大致固定 11.30%、每年固定時間，金額不定 3.76% 以及每年不固定時間，金額大致固定 3.19%，另有 0.18% 受訪者拒答。

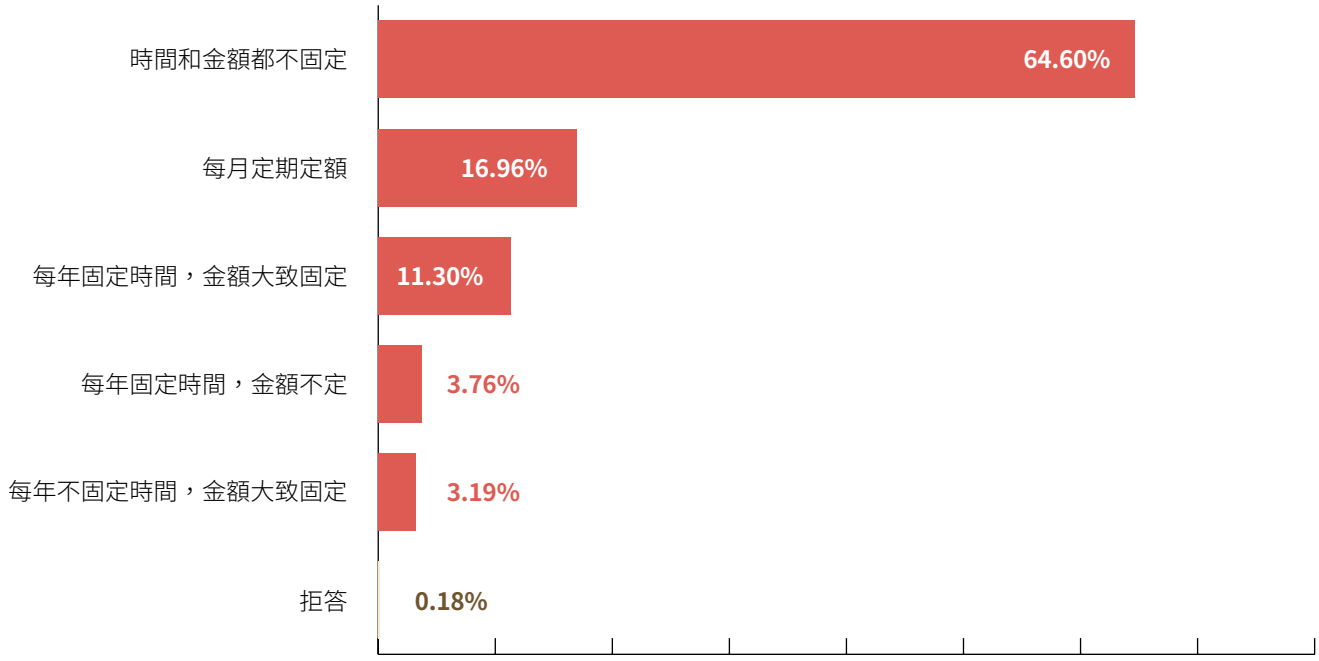

圖 1.14 民眾捐款習慣

交叉分析重要發現（經卡方檢定有顯著差異）：

- 性別：女性從過去到現在主要捐款習慣以每月定期定額的比例 20.46% 高於男性 12.85%；男性主要捐款習慣以時間和金額都不固定的比例較高 68.26%高於女性 61.48%。
- 年齡：20-29 歲（80.37%）、30-39 歲（73.04%）、40-49 歲（63.77%）受訪者主要捐款習慣以時間和金額都不固定的比例較高；50-59 歲（22.35%）與 70 歲或以上（21.45%）受訪者以每月定期定額的比例較高。
- 捐款金額：年度捐款金額在 9,001-20,000 元（29.08%）、20,001 元以上者（27.80%）從過去到現在主要捐款習慣為每月定期定額的比例較高；金額在 1-9,000 元者則以時間和金額都不固定的比例（70.87%）較高。
- 有無子女：有子女者每月定期定額的比例 18.24% 高於沒有子女者 14.38%。

16 捐款對象大致與過去相同

74.62% 民眾表示捐款的單位與過去曾捐款的單位相同（44.52% 完全相同，30.10% 部分相同），17.57% 完全不同。另有 1.66% 首次捐款，6.15% 受訪者拒答。

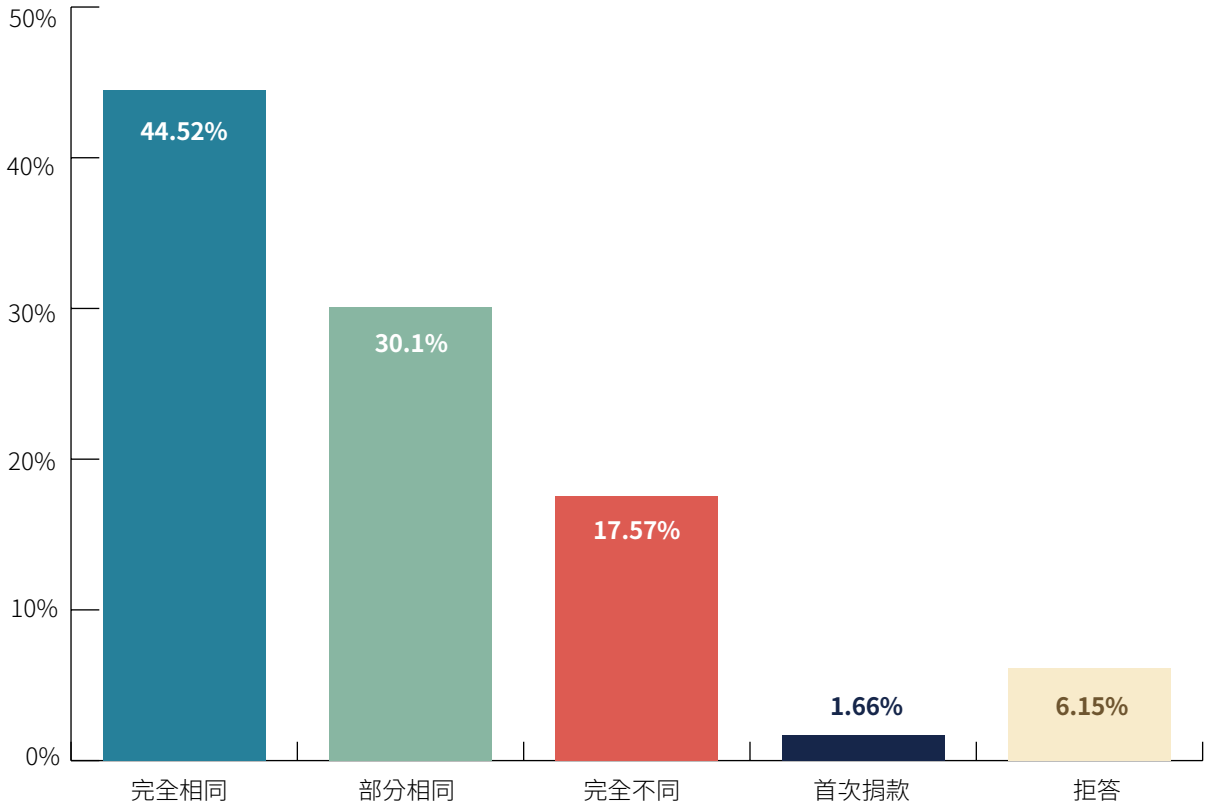

圖 1.15 民眾捐款對象

交叉分析重要發現（經卡方檢定有顯著差異）：

- 年齡：以 50-59 歲受訪者表示今年捐款的單位與過去相同的比例 82.38% 較高，而以 20-29 歲受訪者表示相同的比例 65.07% 較低。
- 捐款金額：年度捐款金額在 20,001 元以上者表示今年捐款的單位與過去相同的比例 88.43% 較高，而金額在 1~9,000 元者表示相同的比例 72.14% 較低。
- 有無子女：有子女者表示今年捐款的單位與過去相同的比例 77.35% 高於沒有子女者 69.65%。

17 個人收入的增減，影響捐款的意願及額度

影響公益捐款意願及額度的因素，以個人收入的增減比例最高，佔 28.60%，其次為組織的理念 16.58%、發生天災或公安事件 12.94%、組織品牌 / 名聲 12.18%、組織服務成效 10.83% 以及組織透明度 10.68%，其餘皆不足一成。另有 24.29% 受訪者拒答。

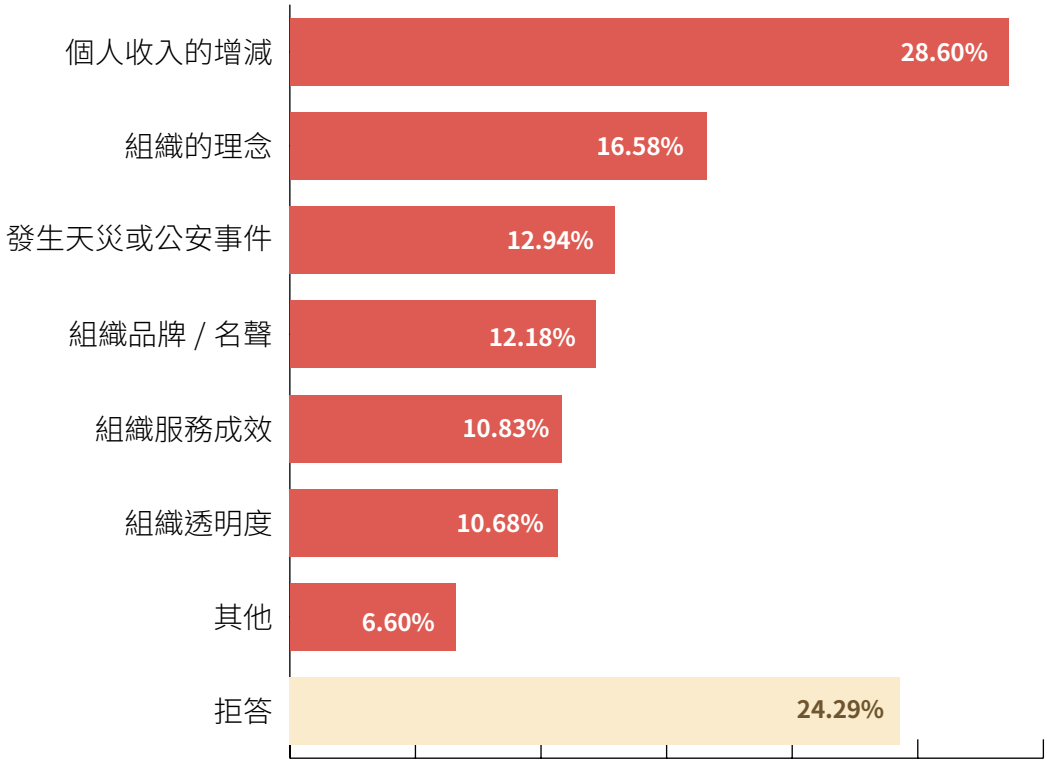

圖 1.16 影響公益捐款意願及額度的因素

交叉分析重要發現[9]：

- 年齡：40-49 歲受訪者捐款的意願與額度的影響因素以個人收入的增減比例 33.37% 較高，50-59 歲受訪者以組織的理念比例 20.01% 較高。
- 捐款金額：年度捐款金額在 9,001~20,000 元者，影響因素以受到個人收入的增減影響的比例 30.38% 較高；金額在 20,000 元以上者以組織的理念 19.33%、組織服務的成效 19.27% 比例較高。

9 因本題為複選，未進行卡方檢定，樣本數未滿 30 者不納入以下分析。

18 COVID-19 疫情對捐款影響不大

84.79% 民眾表示 COVID-19 疫情並未影響公益捐款的額度，14.06% 有影響（1.32% 捐款增加，12.74% 捐款減少）。另 1.15% 受訪者拒答。

捐款減少者，減少的幅度，以減少 25% 以內的比例最高，佔 40.05%，其次依序為減少 26~50%(27.60%)、減少 51~75%(6.10%) 以及減少 75% 以上 (5.64%)。另有 20.60% 受訪者拒答。

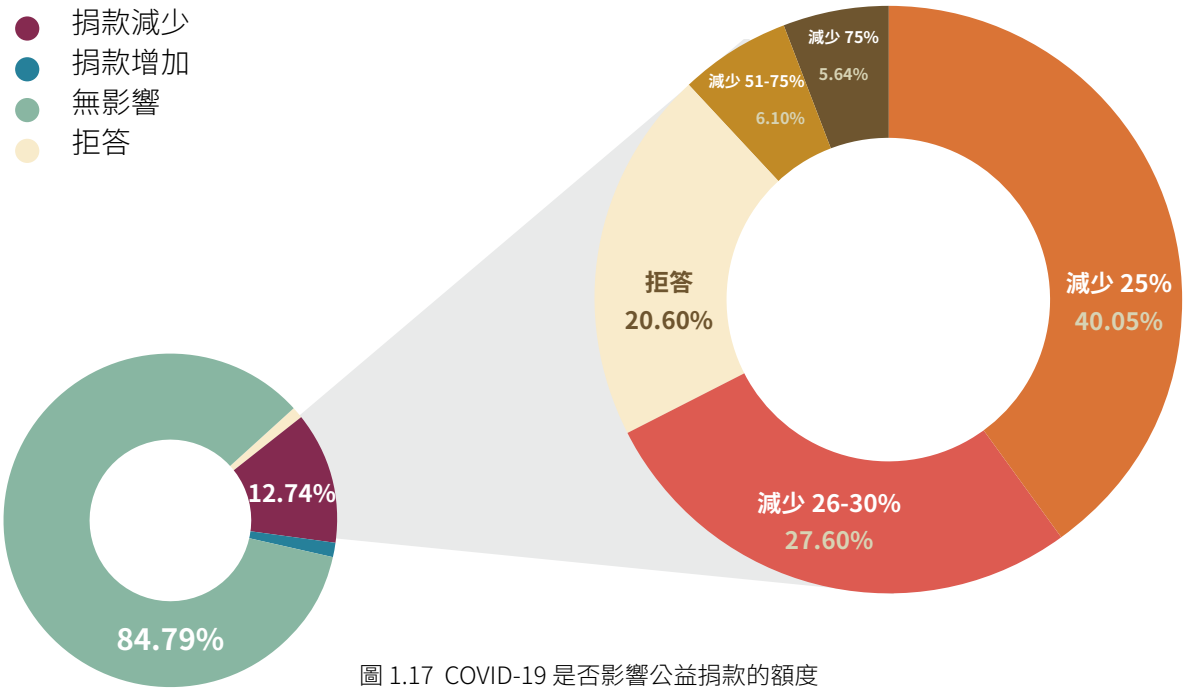

圖 1.17 COVID-19 是否影響公益捐款的額度

19 2020 年未捐的民眾，有半數曾捐款過

2020 年未捐款的民眾中，46.47% 過去有公益捐款經驗，大約一半。

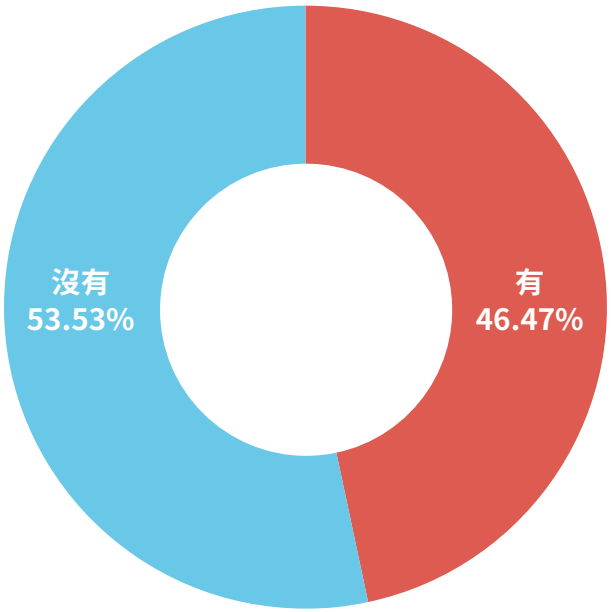

圖 1.18 2020 年未捐的民眾是否曾有捐款經驗

20 「本身沒有餘力」是沒有捐款的主要原因

2020 年未捐款的民眾，沒有進行公益捐款的原因以本身沒有餘力的比例最高，佔 49.57%，其次為沒有足夠資訊選擇捐款對象 12.63%，其餘皆不足一成。

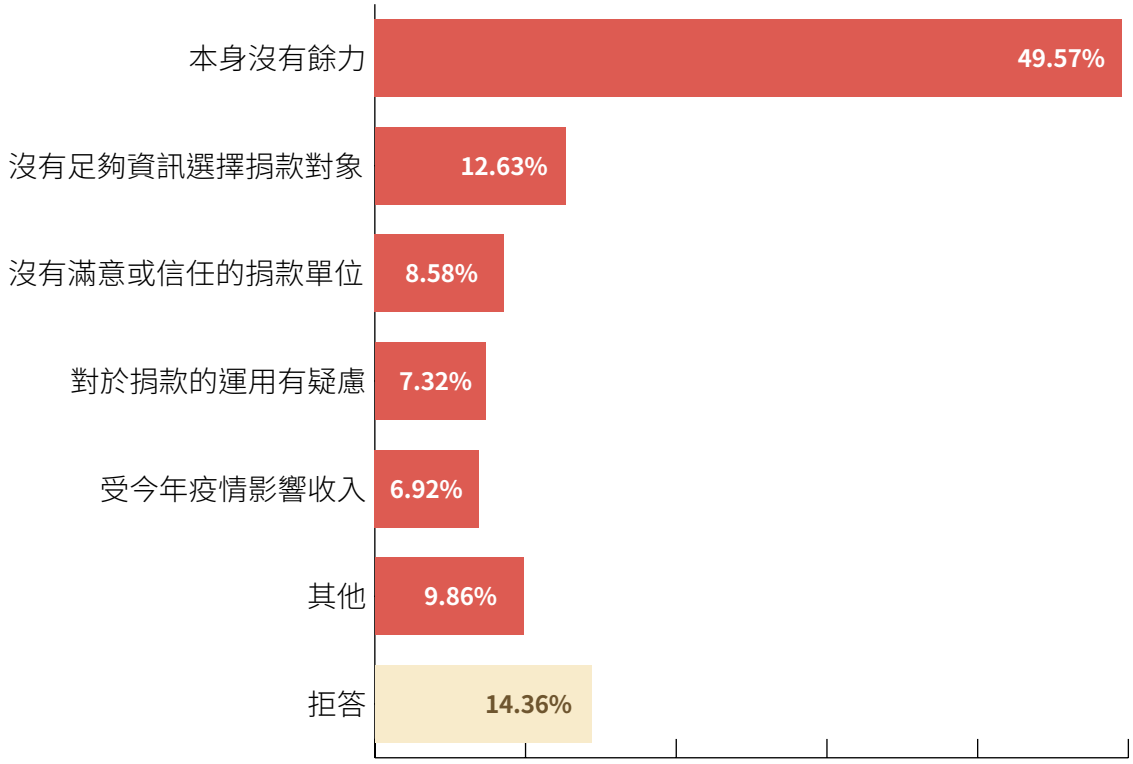

圖 1.19 沒有捐款的主要原因

21 對公益團體信任程度，有捐款 63%，未捐款 36%

❶有捐款民眾：

有 62.96% 民眾表示信任臺灣公益團體（7.91% 非常信任，55.05% 信任），22.56% 表示不信任（3.44% 非常不信任，19.11% 不信任），8.50% 表示普通。另有 5.98% 表示拒答。

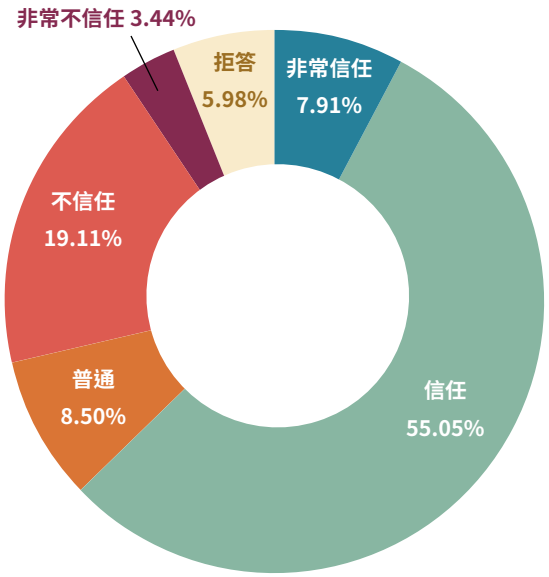

圖 1.20 公益團體信任度（有捐款民眾）

❷無捐款民眾：

有 36.01% 民眾表示信任臺灣公益團體（3.63% 非常信任，32.38% 信任），33.47% 表示不信任（5.91% 非常不信任，27.56% 不信任），8.01% 表示普通。另有 22.51% 受訪者拒答。

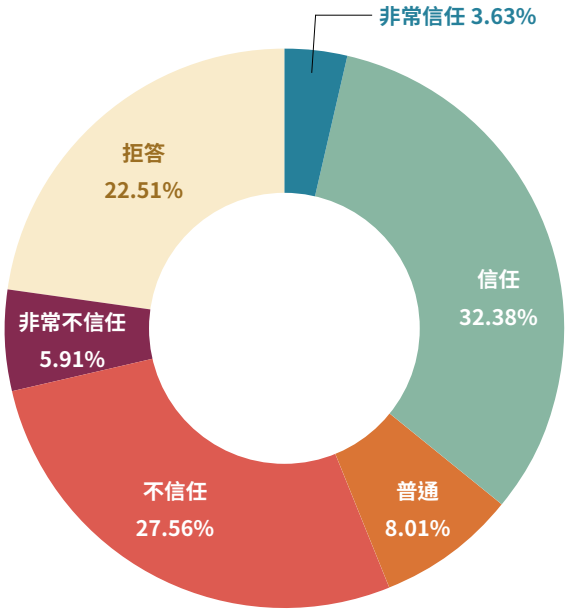

圖 1.21 公益團體信任度（無捐款民眾）

交叉分析重要發現（經卡方檢定有顯著差異）：

有捐款者：

- 性別：男性對台灣公益團體信任的比例 64.85% 高於女性 61.35% 。
- 年齡：20-29 歲受訪者對台灣公益團體表示信任的比例 73.04% 較高，而以 70 歲以上受訪者表示信任的比例 57.72%最低。
- 捐款金額：今年捐款金額在 1-9,000 元者對台灣公益團體表示信任的比例 65.51% 較高，而捐款金額在 20,001 元以上者對台灣公益團體表示信任的比例 53.80% 較低。
- 沒有子女者對台灣公益團體表示信任的比例 70.42% 高於有子女者 59.15%。

無捐款者：

- 年齡：20-29 歲受訪者對台灣公益團體表示信任的比例 51.27% 較高，而以 70 歲或以上受訪者表示信任的比例 28.69% 較低。
- 教育程度：專科 / 大學對台灣公益團體表示信任的比例 47.11% 較高，而以國小及以下表示信任的比例 25.27% 較低。

二、趨勢分析

自 2003 年行政院主計處捐款調查後，17 年來未曾有大規模的捐款研究調查。本次調查與 2003 年相關數據對比之趨勢如下：

1 捐款規模成長一倍以上

2003 年行政院主計處報告推估台灣捐款金額約 427 億元，2020 年民間公益捐款達 1,062 億元，，成長 635 億元（148.71%）。

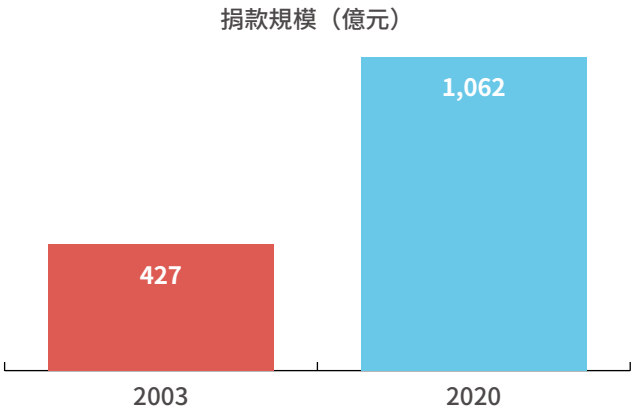

圖 2.1 捐款規模比較

表 2.1 個人捐額總額所佔比例

個人捐款總額佔比	2003 年	2020 年
GDP	0.39%	0.54%
GNI	0.38%	0.52%
平均每人消費支出	2.95%	2.92%

2 捐款比例上升，年輕化及普及化

所有民眾當中，有進行公益捐款的比例從 37.76% 上升至 46.21%。

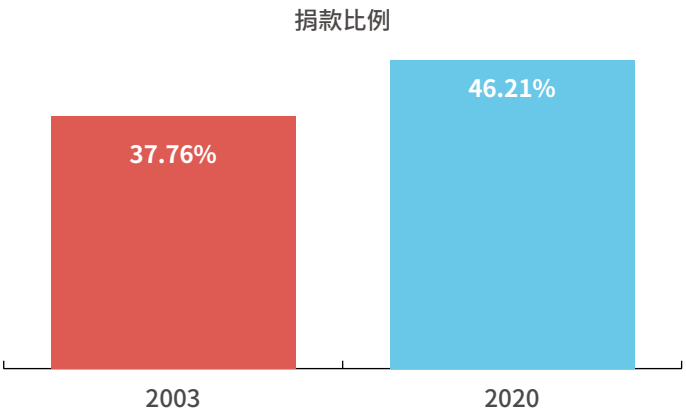

圖 2.2 捐款比例比較

本次調查之年齡區間雖與 2003 年略有不同，但仍可大致比對（如下圖），40 歲以下的民眾捐款比例大幅上升。具體而言，20-29 歲及 30-39 歲二個年齡層的捐款比例均較 2003 年增加約 20%。此外，40-49 歲的民眾捐款比例較 2003 年增加約 10%。

換句話說，過去公益捐款較為集中，以職涯已有一定發展的中年族群為主。現今更為年輕化、普遍化，雖仍以中年族群為主力，但處於職涯初期的年輕民眾普遍更熱衷參與公益。

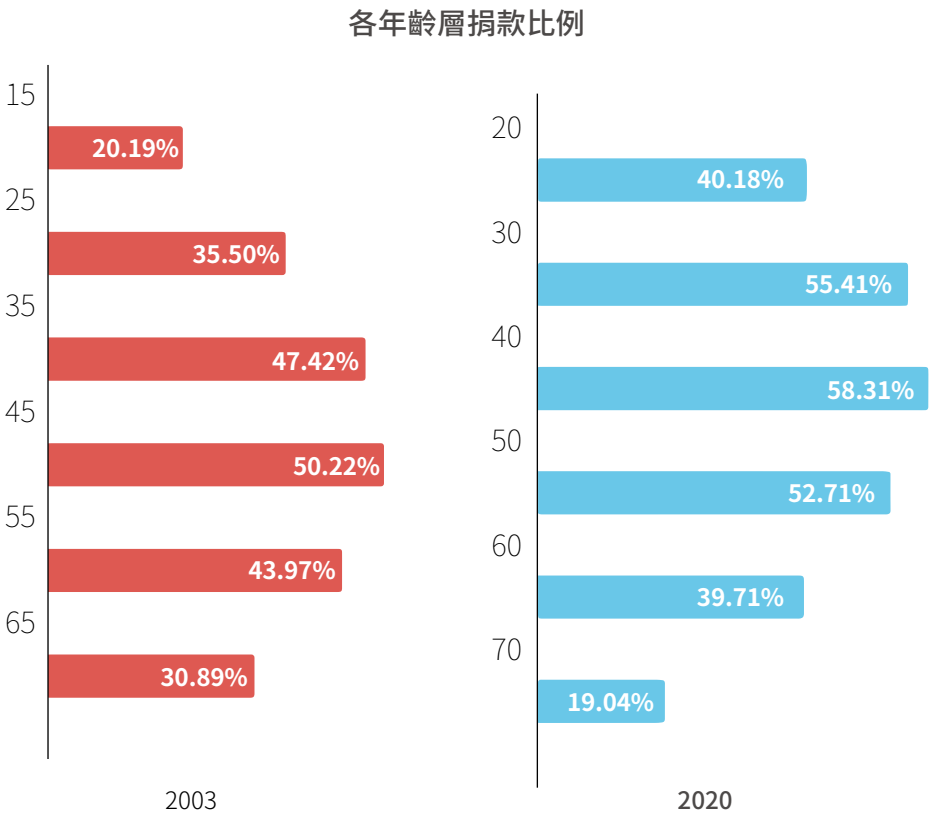

圖 2.3 各年齡層捐款比例比較

3 年平均捐款金額成長 50%

平均捐款金額由 7,969 元 提昇至 11,896 元，成長 3,927 元（49.27%）。

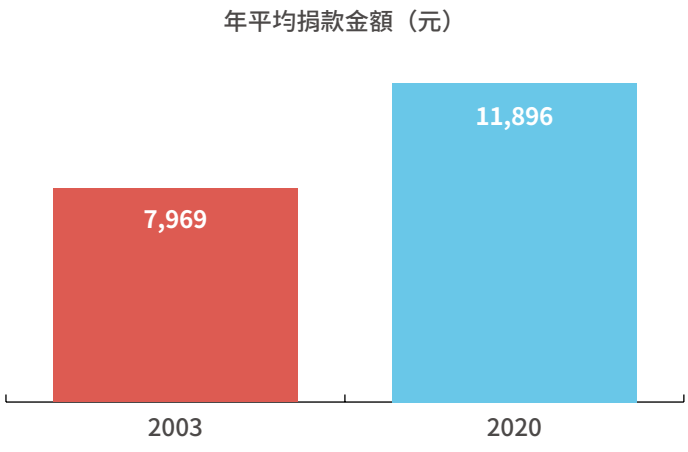

圖 2.4 年平均捐款金額比較

4 各該性別捐款比例均成長近 10%，整體而言性別比例不變

生理女性之捐款比例從 40.36% 上升為 48.98%，男性則由 35.22% 上升為 43.33%，分別增加 8~9%。若以各該性別佔所有捐款人的比例而言，女／男比例由 52.7% ／ 47.3% 微幅變動為 54% ／ 46%。

也就是說，公益捐款的擴張在二個性別的幅度是幾乎一樣的。因此，性別人數比例維持相對穩定、女性仍較男性略高。

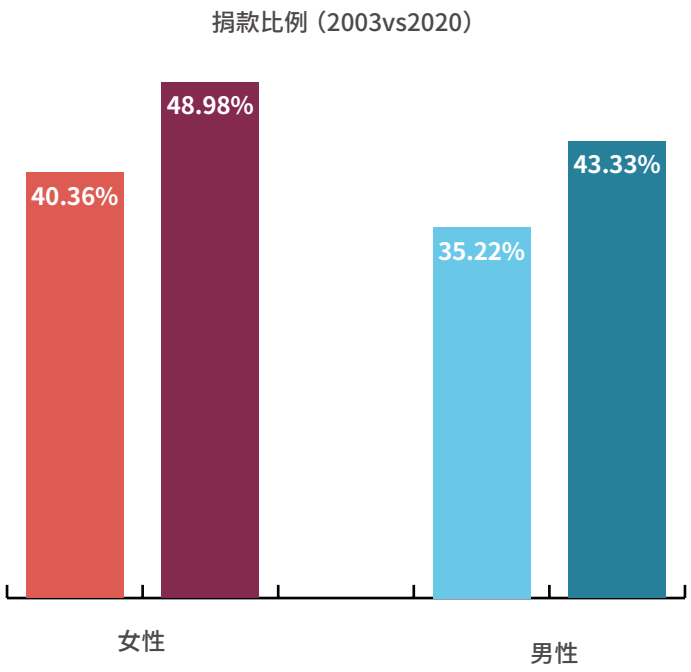

圖 2.5 各該性別捐款比例比較

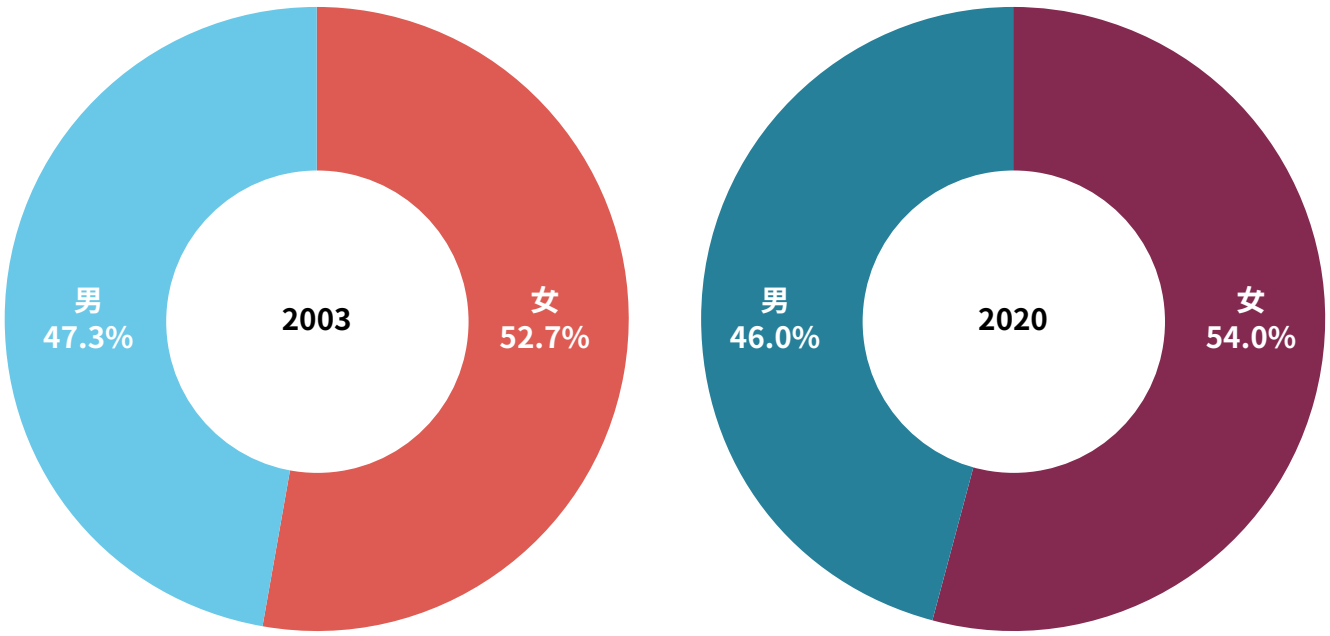

圖 2.6 各該性別佔捐款人比例比較

5 除最低收入族群外，其他族群捐款比例均上升

本次調查之收入區間劃分雖與 2003 年調查不同，但仍可大致比對（如下圖）。收入最低即月薪低於 2 萬元，捐款比例較 2003 略降。除此之外，其餘各區間均較 2003 年增加。

且依據本次調查結果，月收入超過 5 萬元則捐款比例從 51% 提升為 67%，超過 7 萬元則從 71% 上升為 80%，是二個比較重要的躍升點。

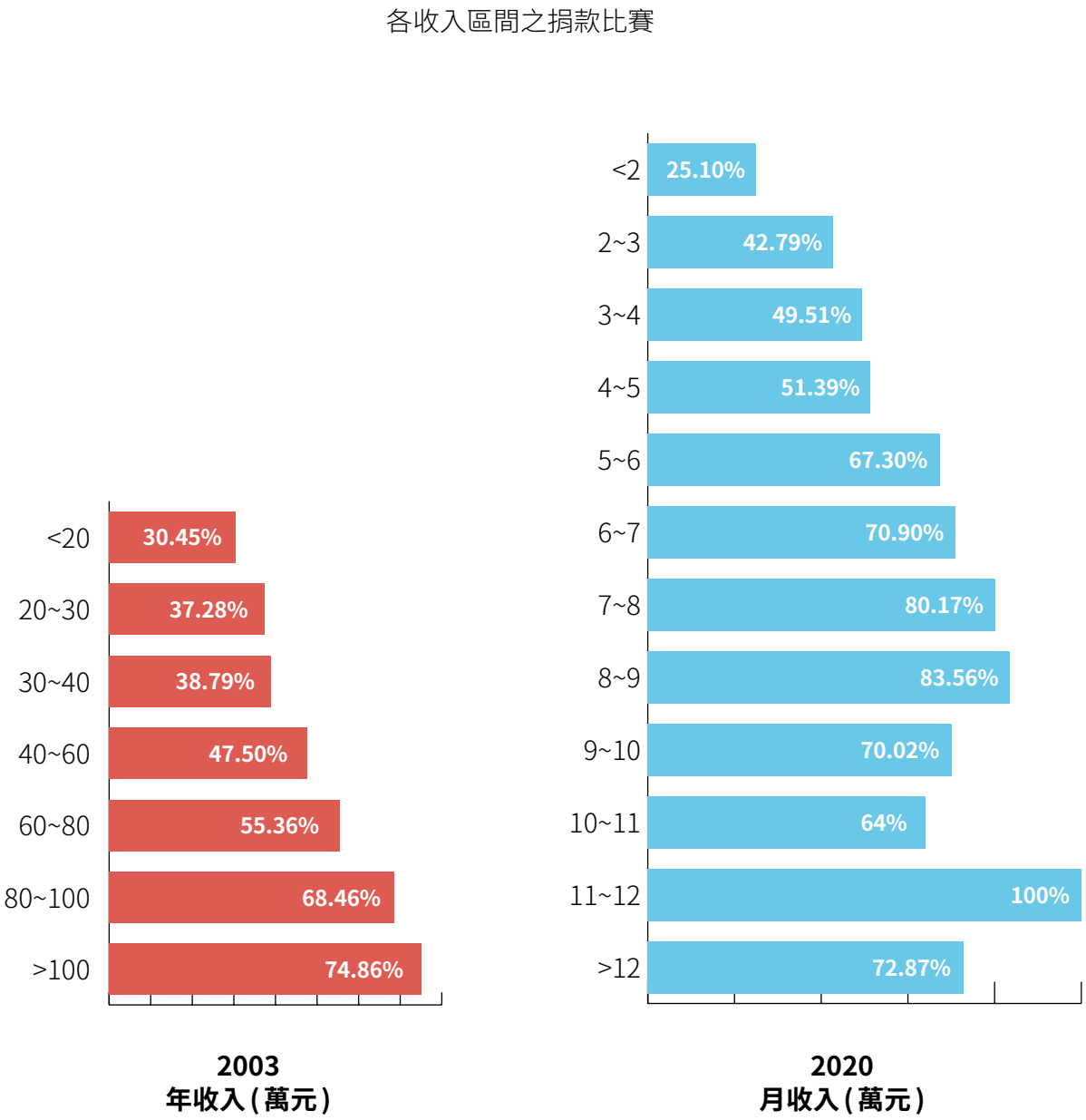

圖 2.7 各收入區間捐款比例比較

6 捐款動機仍以回饋社會為主，但重要性下降許多

捐款動機雖仍以回饋社會為主，但所佔比例從 57.52% 下降為 27.37%，將近折半。做功德、積福報變動不大，仍次之。變動較大的是關心特定議題（14.82%）、公益團體勸募（12.93%）及支持組織理念（14.23%）重要性增加。

而這個變化所代表的，是過去以來因為感恩而回饋的慈善情懷，逐漸代之為主動或被動參與社會議題。

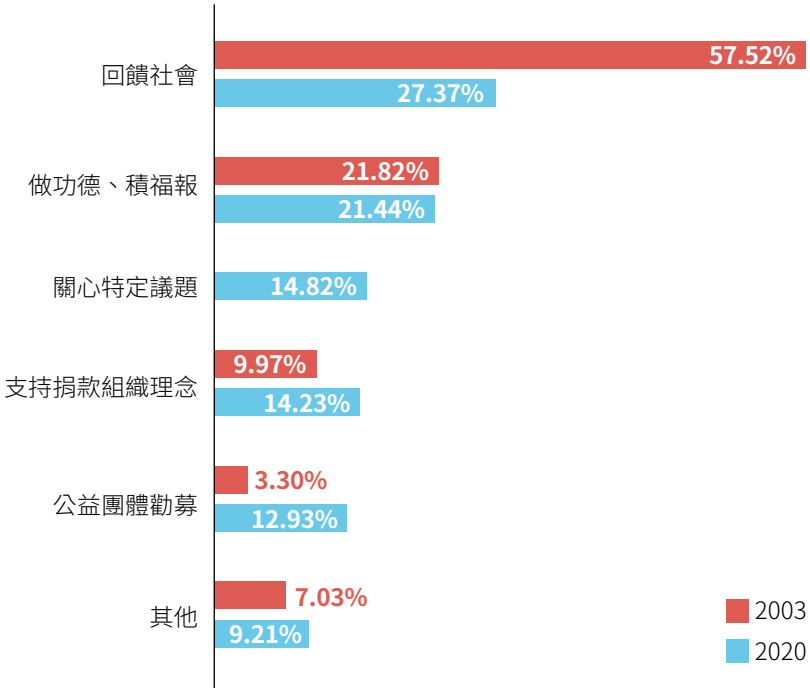

圖 2.8 捐款動機比較

7 年度捐款金額更趨向 M 型化？

與 2003 年相較，捐款 1,001~3,000 元、3,001~6,000 元、6,001~9,000 元 等三個區間的人數比例均下降。增加的是最低（1~1,000 元）及最高（9,001~20,000 元及超過 20,000 元）的區間。假設未明確回覆的民眾（14.84%）對整體分配比例影響不重大，則目前的捐款金額分佈更趨向 M 型化，也就是小額或鉅額捐款的重要性增加。

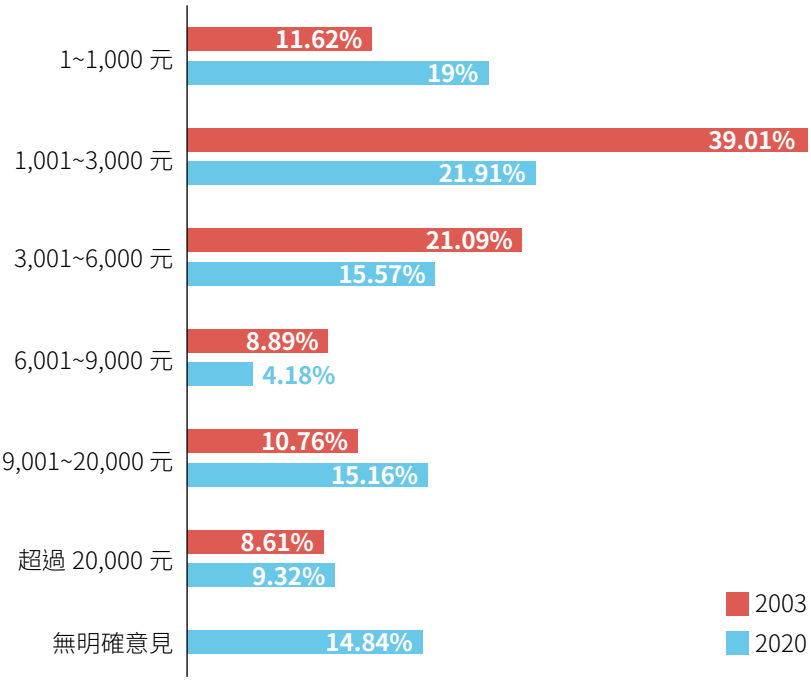

圖 2.9 年度捐款金額比較

8 本身沒有餘力一直是未捐款主因

針對未捐款的原因，與 2003 年相似，超過半數為個人經濟條件限制（本身沒有餘力或受疫情影響收入）。此外，本次調查亦呈現了沒有足夠資訊、缺乏信任或對捐款運用有疑慮，分別佔約 10%，而這是客觀上公益組織可以努力的部份。

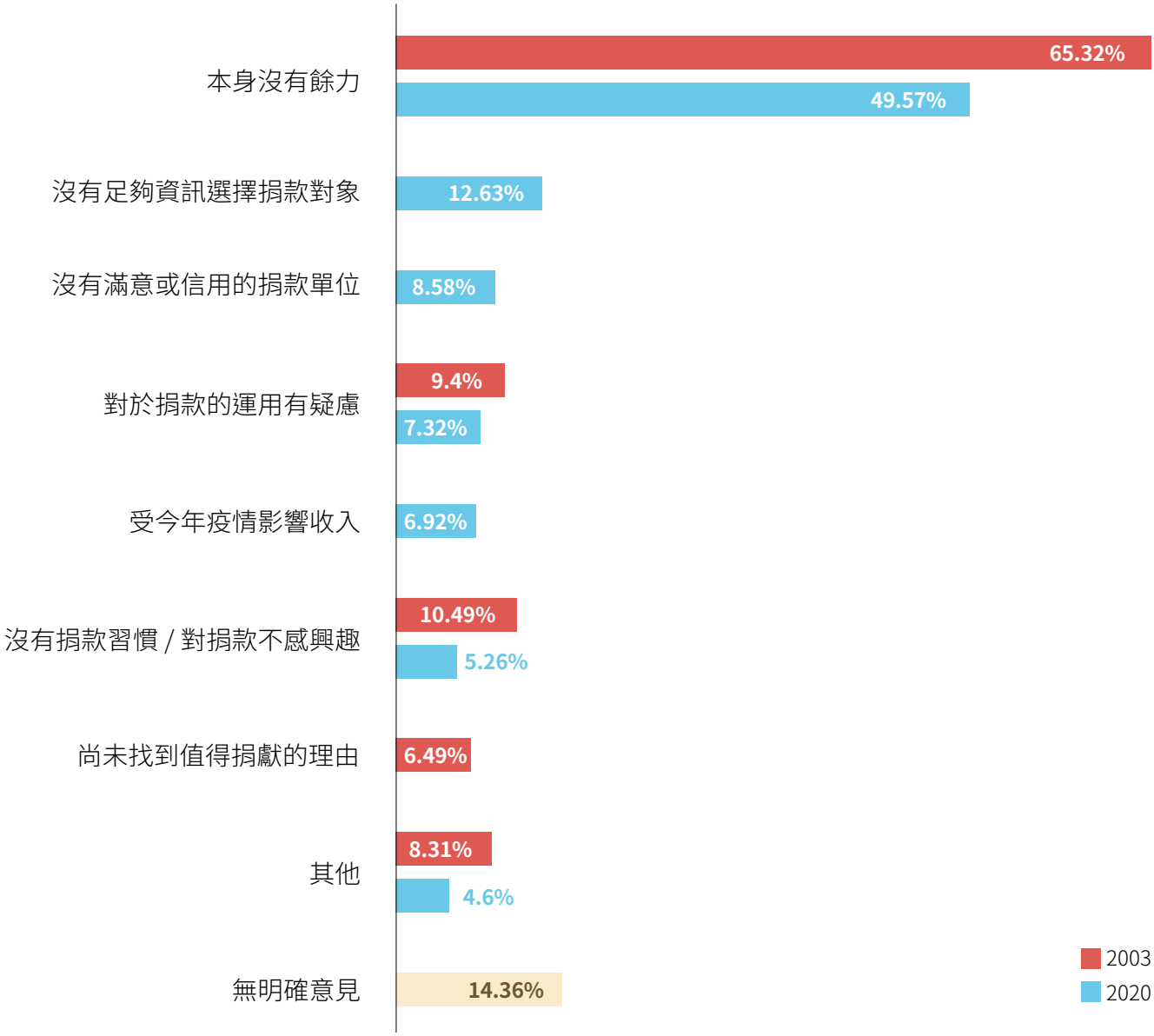

圖 2.10 未捐款原因比較

三、捐款人的四種類型

依據本次調查的交叉分析，民眾捐款動機、關心議題、接受資訊管道等捐款行為，與年齡 / 世代的差距，相關程度高；而捐款的比例與年度捐款金額高低與平均月收入高低，相關程度高。因此，進一步以年齡 / 世代為 X 軸、平均月收入為 Y 軸，可區分為四類行為殊異的捐款人：高收入青壯年、高收入中老年、一般收入青壯年，以及一般收入中老年（請參閱表 3.2）。

針對年齡 / 世代之區分，年齡 20~49 歲與 50 歲以上族群，捐款行為差異較大，推測 6 年級 （20~49 歲）以後，經濟與生活相對富裕（台灣經濟起飛、產業轉型），且從學生時期就長期使用網路，並經歷科技與網路快速發展，受媒體影響較深，因此相關捐款行為數據會與較為趨近。

表 3.1 年齡 / 世代之區分

現年	台灣慣稱世代	國際慣稱世代	台灣重要歷史事件
20-29	8 年級	Z 世代 (20-30 歲)	1994 年開始撥接上網，1998 年寬頻上網 1993 年開放廣播頻率和有線電視
30-39	7 年級	Y 世代 (30-40 歲)	1980 年代末，台灣晉升亞洲四小龍 1987 年解嚴，1988 年開放報禁
40-49	6 年級	X 世代 (40~55 歲)	1979 年新竹科學園區設置，台灣從傳統製造業開始轉向科技業
50 以上	4 年級、5 年級等	嬰兒潮～ X 世代 (>56)	台灣經濟開始起飛年代 (1950~)

而關於收入級距，依據本調查的多項交叉分析，平均月薪 6 萬元以上與未滿 6 萬元，捐款行為有明顯差異，因此以 6 萬元為分野。而行政院主計總處薪情平台統計，平均月薪 6 萬元即高於 70%的受僱員工，算是收入中高族群。

重要發現：

- 收入高低，為影響捐款比例與金額高低的關鍵，高收入青壯年不僅捐款比例超過 75%，捐款金額（41,198 元）更是全體平均捐款金額（11,896 元）的 3.5 倍。
- 收入高（不分年齡）族群，選擇捐款單位除組織理念外，對組織服務成效及透明度較重視。
  青壯年捐款動機為回饋社會；中老年為做功德，積福報。
- 關心的議題除兒少、身障及老人外，青壯年另外關注動物保護，而中老年則另外關注急難救助。
- 收入高者（不分年齡），定期定額捐款比例較一般收入者高。
- 青壯年獲得公益資訊管道為網路、FB；中老年則為親友或傳統媒體。
- 所有族群對公益團體的信任度均高於 50%，而一般收入中老年最低（52.45%）。大致上而言，年紀較輕的民眾對公益團體信任度較高。
- 高收入的中老年，捐款忠誠度最高（捐款單位與去年「完全相同」或「部分相同」），將近 9 成（88.91%），其餘族群為 70~77%。

表 3.2 捐款人的四種類型

註：樣本比例為高收入青壯年 10.28%、高收入中老年 7.3%、一般收入青壯年 42.28%、一般收入中老年 25.41%、青壯收入拒答 7.45%、中老年收入拒答 7.28%

四、未捐款民眾的四種類型

相同地，2020 年未捐款民眾若以年齡 / 世代做為 X 軸、平均月收入做為 Y 軸，亦可區分出四種類型（請參閱表 3.3）。

值得注意的是，高收入者（不分年齡）過去有捐款經驗者超過 5 成，其未捐款原因是沒有足夠資訊選擇或對捐款運用有疑慮。因此，公益組織的透明度及責信、宣傳與溝通都應強化。

一般收入者（不分年齡）過去有捐款經驗者也不低，約為 44~50%，未捐款主要還是因為沒有餘力。

相對來說，青壯年（不分收入）對公益組織的信任度仍有近 5 成，明顯高於中老年僅 20~30%。換句話說，青壯年基本上較信任公益組織，假如收入許可，則阻礙他們捐助公益的原因就是資訊不對稱。

表 3.3 未捐款民眾的四種類型

高收入 (6 萬以上)

青壯年 20~49 歲

中老年 50 歲以上

一般收入 (未滿 6 萬)

高收入青壯年

過去有捐款比例：66.02%
今年未捐款原因：
- 沒有足夠資訊選擇捐款對象 35.06%
- 本身沒有餘力 21.60%
- 對於捐款運用有疑慮 16.94%
- 沒有滿意或信任的捐款單位 12.05%
- 受疫情情影響收入 10.06%
- 對公益團體信任比例：45.07%

高收入中老年

過去有捐款比例：53.92%
今年未捐款原因：
- 對於捐款運用有疑慮 29.37%
- 本身沒有餘力 25.46%
- 受疫情影響收入 12.38%
- 沒有足夠資訊選擇捐款對象 12.34%
- 沒有滿意或信任的捐款單位 4.54%
- 對公益團體信任比例：21.69%

一般收入青壯年

過去有捐款比例：49.79%
今年未捐款原因：
- 本身沒有餘力 44.64%
- 沒有足夠資訊選擇捐款對象 15.20%
- 沒有滿意或信任的捐款單位 9.86%
- 對於捐款運用有疑慮 8.33%
- 受疫情影響收入 7.93%
- 對公益團體信任比例：43.77%

一般收入中老年

過去有捐款比例：43.95%
今年未捐款原因：
- 本身沒有餘力 58.09%
- 沒有滿意或信任的捐款單位 7.04%
- 受疫情影響收入 5.63%
- 沒有足夠資訊選擇捐款對象 9.59%
- 對於捐款運用有疑慮 4.91%
- 對公益團體信任比例：32.34%

註：樣本比例為高收入青壯年 2.78%、高收入中老年 2.71%、一般收入青壯年 40.48%、一般收入中老年 44.13%、青壯收入拒答 4.49%、中老年收入拒答 5.41%

五、各類型組織的目標捐款人

據本調查，整理出各服務類型非營利組織，目標捐款人的樣貌，提供沒有 CRM（Customer Relationship Management）系統的組織，做為募款策略的參考。

1. 兒童及青少年

女性
40-49 歲
居住南部
學歷大專
高階主管及經理人
已婚
有子女

2. 老人

女性
60-69 歲
居住中部
學歷國小以下
自由業
已婚
有子女

3. 身心障礙

男性
70 歲以上
居住中部
學歷研究所以上
待業 / 無業
離婚
有子女

4. 急難救助

女性
70 歲以上
居住中部
學歷國小以下
家庭主婦
已婚
有子女

5. 動物保護

女性
20-29 歲
居住北部
學歷大專
學生
未婚
無子女

6. 醫療健康

女性
70 歲以上
居住東部及離島
學歷研究所以上
高階主管及經理人
已婚
有子女

7. 婦女

男性
60-69 歲
居住中部
學歷國小以下
高階主管及經理人
已婚
無子女

8. 教育 / 科學

女性
50-59 歲
居住東部及離島
學歷研究所以上
家庭主婦
離婚
有子女

9. 環境

女性
20-29 歲
居住北部
學歷研究所以上
自由業
離婚
無子女

10. 人權

女性
20-29 歲
居住北部
學歷大專
農林漁牧礦業
未婚
無子女

11. 社區營造

男性
70 歲以上
居住東部及離島
學歷研究所以上
自由業
離婚
無子女

12. 文化 / 藝術

女性
70 歲以上
居住中部
學歷國小以下
待業 / 無業
離婚
有子女

13. 政府單位

女性
50-59 歲
居住南部
學歷國中
自由業
離婚
有子女

14. 學術研究

男性
60-69 歲
居住南部
學歷國小以下
自營商 / 雇主 / 民代
已婚
有子女

15. 心理衛生

男性
70 歲以上
居住東部及離島
學歷國小以下
待業 / 無業
已婚
有 / 無子女比例同

16. 性別平等

女性
20-29 歲
居住中部
學歷研究所以上
學生
未婚
無子女

六、國際捐款趨勢

1 全球

根據 Charity Aids Foundation America 於 2020 年底跨越 152 個國家的調查：

- 公益組織受到 COVID-19 疫情負面衝擊的約有 93%。這個比例最高在 2020 年 3 月的 97%，之後持續下降，6 月最低為 90%，但又逐漸上升，代表疫情的幾個波段尚未結束；
- 公益組織預期 2021 年最大的挑戰是捐款減少（73%）；
- 疫情期間的創新，以應用數位科技於服務方案最高（74%）；
- 能應用數位科技及線上運作的組織達 92%；
- 相對來說，財務和募款是組織目前感到壓力最大的部份。

2 英國[10]

捐款比例與往年一致，但捐款總額增加

2020 年，包括 COVID-19 疫情高峰時期，英國捐款者的總體比例與往年大約保持一致。但捐款的金額，在 2020 年 1 ～ 6 月期間，較 2019 年同期相比增加了 8 億英鎊、總計 54 億英鎊，成長 17.39%。自 2020 年 5 月以來，有 5% 的捐款人因疫情已經捐贈了更多， 而有 19% 的捐款人也預計這麼做。

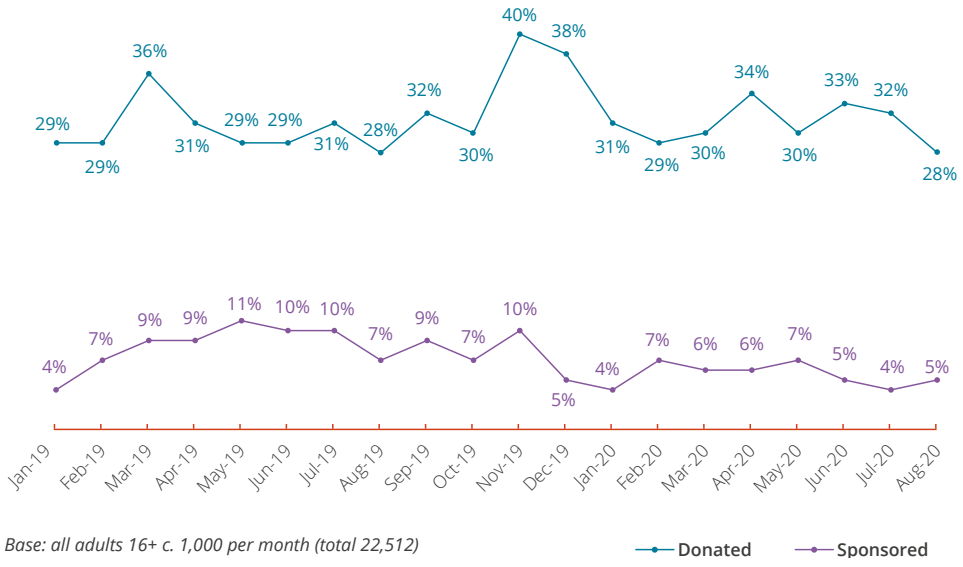

圖 6.1 過去 4 周曾捐贈公益團體或資助個人
（資料來源：CAF，"UK Giving during Covid-19: A special report"）

10 本節主要資料來源為 Charity Aids Foundation （CAF）。

COVID-19 流行高峰時期，英國施行第一波封鎖政策（2020 年 3 ～ 5 月），捐助「醫療與臨終安養」的比例，短暫地大幅提升，於是排擠兒童及青少年及其他議題。但在解封後，兒少及其他議題就回到原本的關注，整體捐助「醫療與臨終安養」的比例與 2019 年上半年持平。

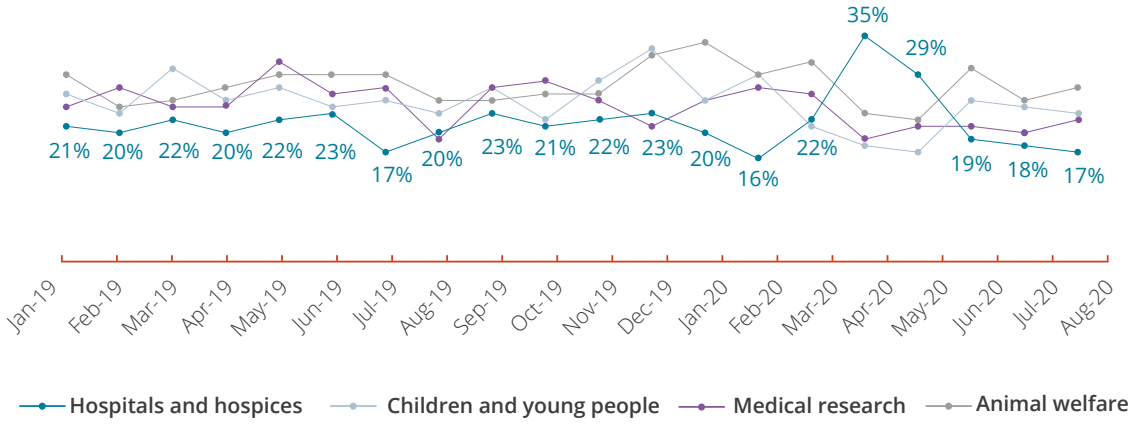

圖 6.2 過去 4 周捐款的原因
（資料來源：CAF，"UK Giving during Covid-19: A special report"）

線上捐款比例大幅提升

以現金捐款的方式，在 2020 年 3 ～ 4 月之間較去年同期出現了大幅下降；同時，透過線上捐款的比例顯著增加（從 13% 增至 24%）。41% 的民眾表示，由於 COVID-19 盡可能避免使用現金，60% 的人認為使用非接觸式付款更加安全衛生。

民眾對公益組織信任度提升，整體捐款受疫情影響不大

與往年相比，民眾對公益組織的信任有所增加。2020 年 3 ～ 8 月，有 56% 的人同意大多數公益組織是可信賴的，相較之下，2019 年和 2018 年的平均比例分別為 50% 和 48%。在疫情爆發之初，全英國的焦慮情緒都在上升，公益捐款方面，似乎籠罩了一層陰影。但到 4 月底，這種狀況已完全扭轉，甚至比以往有更多的民眾表示，他們打算在未來 12 個月內捐款更多 (12%，而長期平均為 7%)。
即使在 2008 ～ 2009 年金融危機以及隨後的經濟低迷期間，公益捐款仍得到了廣泛的維持。2020 年受到 COVID-19 衝擊，固然有慈善組織無法獲得善款支持，但整體而言，捐款未受影響。

3 美國

捐款人及捐款總額大幅增加

雖然募款專業機構本就預測 2020 年公益捐款將增加，增加的幅度卻出人意表。依據 Foundation for Philanthropy 最近的研究，相較 2019 年，美國 2020 年個人捐款人成長約 7.3%、捐款總額增加 10.6%，是最近 5 年的新高。COVID-19 疫情影響之下，公益捐款全面性地成長，跨越不同捐款金額級距的捐款人，均成長 8 ～ 15% 不等。在議題的部份，2018 ～ 2019 均以急難救助最多，2020 則為健康有關。若以年齡分析，50 歲以下的世代約有 25 ～ 30% 表示因為疫情而捐得更多，相較之下，50 歲以上的世代僅有 14%。與此相仿的是捐款給跟防治流行病有關的公益組織，50 歲以下的世代約有 57 ～ 66%，50 歲以上的世代僅有 28%。

而另一份企業調查則指出，約有 72% 的企業表示將捐得比過去更多。這些企業有 77% 提供紓困援助、55% 支持新的對象、44% 增加捐助的數量，並且有 31% 擴大關注的議題領域。

續捐率下降是新的隱憂

2020 年捐款人增加，主要為新的捐款人，而續捐率相較 2019 年下滑 4%。可能的原因是活動均改為線上，擴大了捐款人的接觸範圍，但捐款人對線上活動的感受相當分歧，因此組織也流失了部份原有的捐款人。令人憂心的是， 2020 年因為疫情而暴衝的捐款，2021 年留得住嗎？而這也讓仍在對抗疫情的公益組織擔憂，如果資源的不確定高，非常難以規劃未來。

七、綜合分析

1 COVID-19 造成公益部門的復甦？

藍灰色暗夜裡，女子跨越禁制標誌、孤身站在山崖獨對月亮的封面圖畫，《全球風險報告 2021》[6] 掀開了令人憂慮的現實：傳染病不只是人類未來十年最重大的風險，COVID-19 已然對全球經濟、社會、就業、數位落差、極端氣候及地緣政治等，產生劇烈而深遠的影響。截至目前，COVID-19 已感染 1.5 億人、超過 323 萬人死亡[7]，近期疫情失控的印度大陸更是絕望淒厲的人間煉獄。

諷刺的是，前一年的報告裡，傳染病的風險序位被排在非常後面、幾乎無視。而這種出人意表、顛覆認知的「黑天鵝[8]」事件層出不窮，金融海嘯、福島核災乃至 COVID-19，似乎並不是偶然。從歷史來看，大航海時代、啟蒙運動到數度工業革命，經濟與科技進步看似褪去了前現代的迷魅、帶來人定勝天的欣快成就，但這些一時被奉為圭臬的解答，卻在跨越臨界點後成為問題本身，而終結了「某一段歷史弧線（arc historique）」[9]。

人類過往因著慾念驅動的集體行動，不只喚起地球的激烈回應，同時也遺棄了來不及替自己發聲的未來世代（future generation），反諷地親手啟動自我毀滅的程序。貧富不均、氣候變遷，還有各種複合的發展問題，逐漸成為「新常態（new normal）」。而對「後疫情時代（post-COVID era）」的嚮往也就如同等待永遠不會到來的果陀，終究只是遺憾。

漂浮在極端不確定的真空裡，迷航的人們愈發顯得無知、無助與無奈。

COVID-19 對人類世界全面性的衝擊，如果真要說有什麼好處，除了示警，應該就是帶動公益部門的復甦。這不是因果關係，而必須從系統動力思考：COVID-19 做為地球對人類過去活動的回應，這個動力改變了運作中的系統，而身處系統中的人類除了被動接受衝擊，同時也主動再回應[10]。一方面，巨災讓人看到國際組織或本土政府的失靈和極限，而更傾向自己參與解決問題；另一方面，疫病模糊了人為的邊界和識別，創造出同舟共濟的「一體感」。因此，公益部門得到更多關注和資源，同時也承載著公眾高張的善意和期待。

從英美二國的狀況可知，疫情爆發之初的焦慮高點過去之後，無論公部門的紓困、民眾資源的捐助都陸續到位。不只捐款比例、捐款金額顯著上升，對公益組織的信任度也提高。不過先不談個別組織仍有各自的困境，這樣的復甦是因著極大的社會破壞所出現的動能，而這個動能是否足以回應重建所需？愈是高度的期待，往往也代表愈大的課責風險，而公益組織是否真能承擔？因此，此處的「復甦」只是相對於過往幾年的沈寂而言，並不是好或不好的判斷。

---

11 World Economic Forum (2021), "The Global Risks Report 2021"

12 https://pride.stpi.narl.org.tw/index/graph-world/detail/4b1141ad70bfda5f0170e64424db3fa3

13 黑天鵝事件指的是極不可能發生、但卻又真的發生的事件。

14 Bruno Latour (2020)，《著陸何處？》，群學出版。

15 類似的概念是 Kate Raworth 認為如果要了解經濟的動態，更聰明的起點就是系統思考，而反饋迴圈就是很好的摘要。應該將經濟視為不斷演變的複雜系統，藉此加以管理（《甜甜圈經濟學》，2020）。

2 臺灣疫情控制佳，個人捐款減少 5~10%

因為災難而使公益部門復甦的狀況，臺灣也曾發生過。《公益觀察 2019》以財政部捐贈扣除額資料分析指出，史所罕見的 2008 年全球金融風暴導致臺灣捐贈扣除額衰退達 18%，幾乎窒息了公益部門的生機。一直到 2011 年東日本大地震之後的國外災變期，以及 2014 年高雄氣爆之後的本土災變期，方才分為二個波段回升。而個人捐款得以復甦，經濟回穩固然是先決條件之一，重大的國外或本土災變喚醒行動卻至為關鍵。更進一步說，災難的發生或許在當年度排擠了常態捐款，但對整體或中長期而言，卻發揮了喚醒改變和催化行動的重要功能，似乎存在著「災難捐款增強常態捐款」的效果。

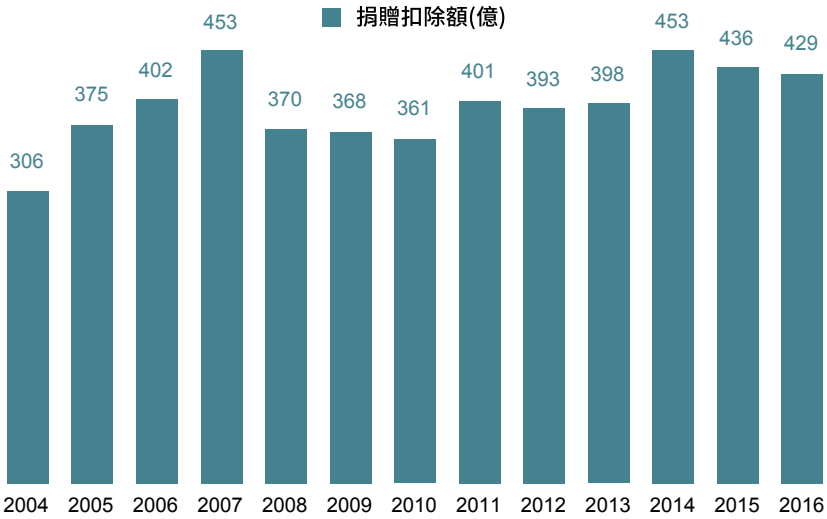

圖 7.1 捐贈扣除額 2004~2016
資料來源：《公益觀察 2019》

然而，臺灣此次 COVID-19 疫情控制尚稱良好，一開始固然對民生、經濟、社會運作產生廣泛而深入的擾動，公益組織於短期內陷入財務存續與社會服務拉扯的夾擠困境。但隨著疫情趨緩、各項防疫措施日常化，壓力也就變得輕微。但這同時也代表著，公眾缺乏積極動員的理由，前段所述由災難捐款增強常態捐款的機轉便無由發生。因此，對比其他國家民間捐款或志願服務大幅增加的情況，臺灣顯得平淡許多。本次調查結果，85% 的民眾捐款沒有受到疫情影響（包括增加和減少，如圖 1.17），而受影響的民眾之中，大部份減少 25% 以內。據此大致可以推論，2020 年的個人捐款相較前一年，小幅減少約 5~10%[11]。接續值得留意的是這個減少是短期現象，抑或成為長期趨勢的一部份。

附帶一提的是，COVID-19 從 2020 年初迄今，影響的範圍極大，但實際死亡人數為 12 人，相較 2021 年太魯閣號列車出軌造成 49 人死亡，對民眾的情緒衝擊強度不同。因此 COVID-19 未能激發捐款，但太魯閣號事故 12 天內募得 11 億元，進而衍生關於「政府應不應主動勸募」的爭議。

3 公益捐款擴張，但未來難以預測

相較 2003 年主計總處的調查，臺灣個人捐款規模從 427 億增加為 1,062 億元，年平均成長率為 5.5%，明顯高於同期間平均經濟成長率 3.75%。尤其是 2011 年之後的最近 10 年，年度經濟成長率僅有 1.5~5%（圖 7.2）。

由於人口數的變化不大，因此個人捐款規模擴張，主要是捐款比例（圖 2.2）和平均捐款金額（圖 2.4）增加的緣故。而捐款比例和平均捐款金額的上升，依據前面章節分析，普遍存在於不同族群（性別、年齡、月收入等）之中，雖然個別族群的變動程度各異。換句話說，這個擴張是全面性的、並非單一因素或層面，而是所有民眾集體行為的改變[12]。

除了總金額增加，個人捐款佔 GDP 的比例也從 0.39% 大幅上升為 0.54%。與全球其他主要國家相較，僅次於美國、紐西蘭和加拿大，高於許多已開發經濟體如新加坡、德國及日本等（如圖 7.3）。

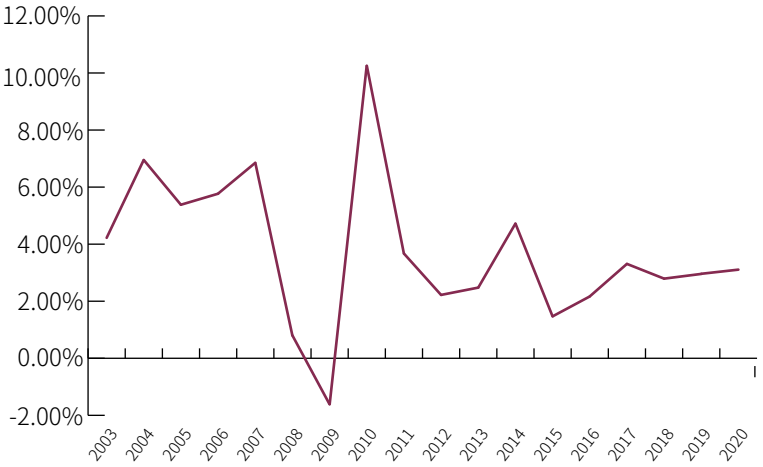

圖 7.2　經濟成長率

資料來源：中華民國統計資訊網，本研究整理

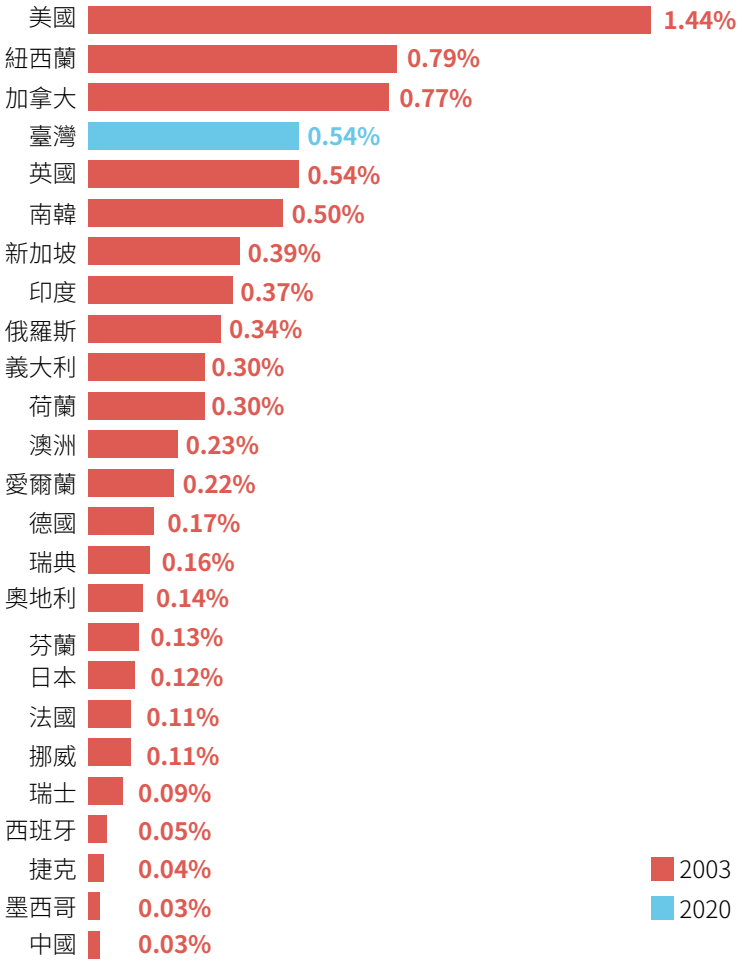

圖 7.3 各國個人捐款佔 GDP 比例

資料來源：Charity Aids Foundation[13]，本研究整理

16　公益捐款的的全面擴張，似乎與《公益觀察 2019》以「正在消失的善意」指涉臺灣捐款逐漸集中在少數捐款人，並不相符。必須承認的是，《公益觀察 2019》是在資料有限的前提，試以捐贈扣除額分析推論，而僅能代表有列舉扣除的捐款人狀態和行為。

17　Charity Aids Foundation (2016), "GROSS DOMESTIC PHILANTHROPY:An international analysis of GDP, tax and giving"

一方面也代表臺灣公益部門不需依賴政府或特定資金、而有較高的自由度和彈性，得以在沃土上盛開繁花。

從 2003 迄今約 20 年，古道熱腸的臺灣人似乎又更加熱情慷慨一點。然而，這樣的結論只是基於二個時間點的比對，由於這段漫長的歲月裡缺乏類似規模的調查研究，因此無法得知時間序列變化細節，也就難以推敲未來的趨勢。倘若參照捐贈扣除額資料（圖 7.1），這段期間波動甚劇，先是伴隨經濟成長而捐款快速增加、遭逢金融海嘯而急凍、因為國外或本土的災難而階段性復甦，最近幾年則又緩步下滑。雖然捐贈扣除額資料未必能有效代表整體個人捐贈資料，但至少演示了這段期間複雜的社會動態和曲折的捐款者回應。

簡言之，目前的公益捐款是比 2003 年全面性擴張甚多，但缺乏更細膩的歷史細節，而不易判斷趨勢。

4 捐款版塊的移動

與過去相同的是，女性捐款人不管是捐款意願或人數，都較男性為高。但前段所述的捐款擴張並無差異，不管女性或男性均較 2003 年增加且幅度相近。另外值得一提的是，若以捐款貢獻度來看，男性貢獻金額佔整體捐款約 60%（如圖 1.2）。也就是說，男性捐款人少但捐得相對較多，這是過往的分析較少提到的現象。

婚姻狀態與過去大致相同，已婚的捐款人仍佔大多數，但未婚者較 2003 年增加約 10%，應該與結婚率、結婚年齡的變化有關。需要特別說明的是，這只能說是捐款人的狀態大多已婚，不能被詮釋為已婚人士較願意捐款。就本次調查的數據而言，不管已婚或未婚，有捐款的比例在該狀態人口裡都是 45~47%。簡言之，婚姻狀態不影響捐款與否，而有無子女也是類似的狀況[14]。

捐款人收入與捐款意願成正比，這在 2003 或本次調查都是如此。除了最低的級距（月薪少於 2 萬元）捐款意願較 2003 年降低以外，其餘均上升 5~15% 不等（如圖 2.7）。最低級距收入者捐款比例下降，應該是因為通貨膨脹，同樣收入在 2020 年顯得較為拮据、應付基本生活較不容易，也就沒有餘裕[15]。

關於年齡，40 歲以下的年輕人捐款意願較 2003 年高出約 20%（圖 2.3），但因少子化的關係，實際上佔總捐款人數的比例上升不多。也就是說，雖然年輕世代參與公益的意願較高，但一方面少子化抵消了這個效應，另一方面年輕世代的收入尚在起步所以捐款金額不高，尚未左右整體捐款金額。

不過這個數據仍具有深刻的意義，普遍對於年輕人的刻板印象也許需要調整為更細緻。當前的年輕人面對的經濟或社會風險更加僵固難解，但因為數位科技，年輕人自出生便與世界或全球議題連結，而更在意公共事務、更嚮往與自身有關的變革。這群年輕人與公益部門的連結，當然決定了更長遠的公民社會發展。

可以這麼說，此次調查裡支撐公益部門的 30~50 歲捐款人，就是 2003 年當時 20~30 歲、對公益事務陌生未知、剛接觸電腦及網路的「數位移民」。做為研究，可以把不同時代的同齡者行為加以比對，同時納入社會變遷的環境因素予以靜態分析。但更重要的是，這些同齡者隨著生命旅程的開展，會移動到不同的波段產生漣漪，如同一波接著一波的海浪。因此，現下看來不具統計重要性的行為變化，過了某個臨界點之後就會變成主流，而這種動態觀點也是解讀這份調查數據時必須持有的理解。

更深入以年齡（50 歲）和收入（月薪 6 萬）為矩陣加以分析，約略可以看到世代或經濟狀態所造成的差異（如表 3.2）。捐款動機、關心的議題和接收資訊的管道都不相同，較年輕的族群就是利他（回饋社會；較年長族群是做功德，還是自利動機）、喜歡參與動物保護團體（較年長族群則是急難救助），從網路或 Facebook 獲得資訊（較年長族群是親友）。

另外，選擇捐款單位除了理念之外，收入較高的族群也會考慮透明度和服務成效。雖然就整體而言，超過 6 成民眾不看成果報告（圖 1.9）、絕大多數捐款民眾不看財務報告（圖 1.10），但顯然收入較高的捐款人對公益組織的責信有更高的期待。

[18] 由於婚姻和子女狀態並非重要因子，若考量問卷長度或個人隱私，建議類似調查可優先排除。

[19] 由於這次的比對跨越將近 20 年，貨幣的實質購買力已有顯著不同。類似調查若是短中期內重覆執行，則可避免此一狀況。

5 信任度遽降，中老年最不信任公益組織

《公益觀察 2019》認為臺灣人的善意正在消失，其中一個主要的原因是大眾對公益組織的信任度低於全球或東亞平均、且瀕臨不信任的臨界點（如圖 7.4）。

甫於今年 3 月公開的中央研究院《臺灣社會變遷基本調查計畫 2019》（參閱圖 7.5），關於臺灣民眾對大型民間組織的信任度，同樣呈現信任與不信任相當的狀況。如與 2013 年相較，信任度遽降 25%、不信任度增加 17%，同樣瀕臨整體由信任轉為不信任的臨界點。而在這段期間公益部門最重大的事件，莫過於 2015 年慈濟因內湖開發案而衍生財務透明度不足等爭議。後續仍時而傳出公益組織財務、治理或勞動權益等問題見諸媒體，這對過去以來因為單純信任而捐款的一般民眾來說，不免感到失望或憤怒，而轉趨不信任。

於是出現了一個矛盾的景象：民眾對公益部門漸趨不信任，但捐款仍較 2003 年擴張許多。也就是說，民眾雖然不怎麼相信公益組織，但又希望持續積陰德或回饋社會，處於十分糾結的心情。而整體公益捐款規模仍在擴大，代表了只有個別組織受到影響，也就是資源的重分配而不是整體緊縮。對公益部門來說，也就很容易忽視這個慢燒（slow burn）的危機。

在本次捐款人行為調查中，有捐款的民眾明顯信任公益組織，而未捐款的民眾信任與不信任相當（如圖 1.20、圖 1.21、圖 7.6）。

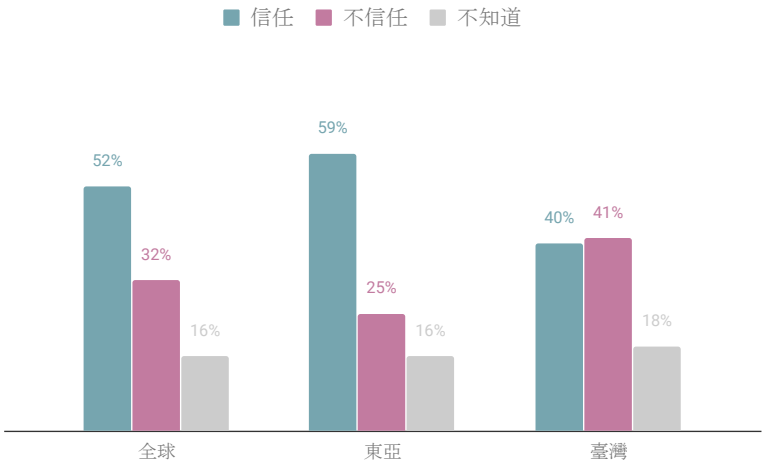

圖 7.4 各國 NGO 信任度

（資料來源：蓋洛普公司[16]，《公益觀察 2019》）

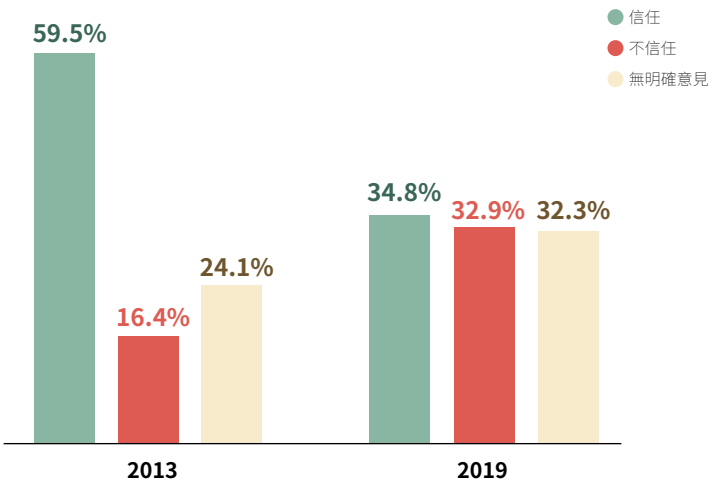

圖 7.5 臺灣民眾對大型民間組織信任度[17]

（資料來源：《臺灣社會變遷基本調查計畫 2019》，本研究整理）

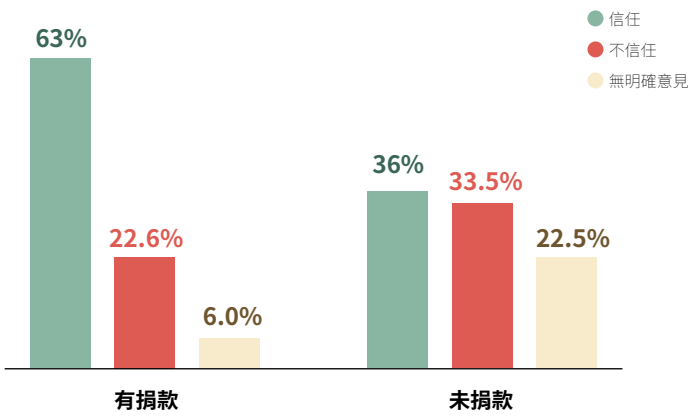

圖 7.6 公益組織信任度（資料來源：本研究整理）

[20] Gallups (2019), "One in Three Worldwide Lack Confidence in NGOs"

[21] 「其他」包含「無所謂信不信任」、「不一定」、「無意見」或「無法選擇」等。

結語：
最有風險的地方，最接近可持續的道路

「地球上最危險的地方」，《經濟學人》以二個超級強權對陣的雷達圖，將這個衝突中心定位於臺灣。確實，在政治面，國際地緣政治衝突的壓力不斷升高，而臺灣正處於這個對抗最前沿的兵家必爭，不免擔心成為代理戰爭下的犧牲。經濟面，當國際經濟因疫病衰退，臺灣反而抓住這個百年一見的機遇大放光芒，2020 年第一季經濟成長率概估為 8.16%，但也因為高度鑲嵌於國際經貿架構，倘若國際經濟持續蕭條，勢必也難以置身事外。社會面，臺灣今年生育率預估全球墊底，少子化、進入超高齡社會的進程似乎難以逆轉，而雖然認同自己是臺灣人的比例再創新高（64.3%），分歧的認同始終影響各種社會運作層面。資訊面，持續的資訊戰、假消息，使得臺灣名列受「境外政府假訊息傳播」攻擊最嚴重的國家。環境面，雖然政府已宣示 2050 淨零碳排為目標，但核四重啟、藻礁保育等議題，仍牽動環境保護與經濟發展、或環境與環境之間的競合。

「危險（dangerous）」也許正確，但不夠精確，應該是「風險（risky）」。「危險」只強調了瀕臨毀滅性的終局，而「風險」承認毀滅性後果的威脅，但辨認出了一個位於安全與毀滅之間的特定中間地帶。在這個中間地帶，對風險的覺察（awareness）決定著人們的思想和行動[18]。更進一步說，人們如何辨認與應對風險，才真正決定了終局的走向。因此，風險同時蘊含了生機。此次疫情管控被譽為世界典範，就是最好的例子。

風險，與精神面的韌性

相較於疫情管控常被提及的超前部署、資訊透明、跨部門協力等關鍵，臺灣民眾在 COVID-19 疫情期間展現的精神層面韌性，倒是甚少被著墨。這包含了長期與風險共伴（政治、經濟、自然等）所生的憂患意識，以及同舟一命的連帶感，是對值得奮鬥的共同未來抱持共享的信念。除此之外，韌性也是社會和政治的：它有賴於信任公部門、社會網絡、朋友和家庭[19]。 研究疫病的人類學者劉紹華認為，「... 生物醫療科技的有效性常被誇大，而人與其他抽象象徵因素卻常被低估。在防疫過程中，非關科學的理念與情緒，可能才是疾病治理成功或失敗的重要關鍵。」[20] 這是臺灣公民社會極為寶貴的資產，也是隱而未顯的重要基調。

《公益觀察 2021》此次所進行的捐款人調查，同樣觀察到了這個基調。經過將近 20 年，捐款增加超過經濟成長、佔 GDP 比重上升，支持公益的熱情沒有消退，而且這還沒有計入物資捐贈、災難捐款、以消費支持公益，以及愈來愈受到注目的群眾募資。回顧這段期間，「經濟奇蹟」開始失速，學者稱之為「衰退典範」：隨著中國的高速成長，究竟應否整合進入大中國經濟體的爭論，一直都是政治與經濟的主軸。中下階級社會流動與創業機會衰退，觸動階級意識；國家與市場的權力與資源集中在戰後嬰兒潮企業家世代，觸動世代衝突。2014 年爆發的太陽花運動便展現了世代與階級分歧。[21]

而在這樣的衝突和震盪中，能讓社會不致爆發激烈對抗而崩解的原因，應該就是那份非常幽微的、願意關照其他人的心意。而這與信任度下滑所產生的歧異，或許是公民社會與公益組織分離的徵象。

---

22 Ulrich Beck (2000), "The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory."

23 Michael Ignatieff（2018），《平凡的美德》，時報出版。

24 劉紹華（2020），《疫病與社會的十個關鍵詞》，p.226，春山出版。

25 李宗榮、林宗弘編（2017），《未竟的奇蹟：轉型中的台灣經濟與社會》，中央研究院社會學研究所。

社會變遷，與改變社會的合夥人

調查裡觀察到的捐款人行為，也多是社會變遷、進入數位時代的映照。例如婚姻狀態、月收入，或甚至世代之間行為的差異。青壯世代更相信公益組織，也更願意以捐款支持；不再被積陰德有福報這種宗教或道德觀說服，而更傾向因為感恩而以一己之力回饋社會；動物保護成為新興議題；開始看服務成效，也重視捐款的便利性；資訊來源不再以親友為主，而寧願相信自己在網路找到的內容。

需要提醒的是，數位科技使得個人既被賦予獨特的力量，卻又因為人微力薄而陷入絕望的處境[22]。數位時代裡的個人，一方面願意關心公益，另一方面又覺得社會議題過於龐大難以改變，而處於矛盾而尷尬的狀態。如何讓這些數位時代裡的行動者不過早感到失落而轉為冷漠，公益組織應該思考的是如何溝通及邀請參與，將他們納入成為組織社會使命的合夥人，而不僅是捐款人而已。

資訊透明，與關係品質

調查發現，2020 年未捐款的民眾，大多數都曾捐款過。此次未捐款的原因除了本身經濟條件限制之外，值得注意的是資訊不足、難以判斷，而這指向幾個不同層面的問題。首先，雖然財團法人法已強制要求財團法人資訊公開，但揭露的格式、路徑不一，資料的使用價值因而有限，也就無助於信任度的提升。其次，由於《社會團體法》仍未通過，因此仍有部份公益組織如社團法人或人民團體等，尚無公開資訊的義務。

最後，正因為法制環境的缺陷，資訊平臺維護成本過高，而難有大幅度的進展。公益責信協會的聰明公益資訊平臺試圖以技術解決資訊不對稱的問題，希望能打造類似企業部門的公開資訊觀測站，並將各組織頁面的資訊管理權力留給個別組織申請。然若整體環境問題無解，不容易帶動持久而深遠的變革。

更複雜的是，調查中同樣指出捐款人雖然關心資金運用，但並不閱讀工作報告或財務報告。這個結果並不能直接解釋為不理性，而是所謂的捐款人「理性」可能有多重定義，捐款人與組織所建立的信任關係是複雜的，也許不需要工作報告之類的程序反覆確認。換個角度看，資訊透明究竟是要揭露那些資訊，才能真的有助於彼此互信，則需要更進一步探討。未來的《公益觀察》，希望能更深入調查民眾與公益組織信任機制如何形成，以及關係品質如何變化。

---

26 Jamer Hunt (2021)，《重新丈量世界》，p.25，漫遊者文化。

思考與建議

進入風險社會，最重要的是打造一個具韌性的系統，從衝擊裡學習、進化為更好的狀態。無論從國家、公益部門、個別組織或個人，都是如此。

1. 以資料協助決策

從這次調查可以發現，蒐集數據可以重新校正對公益捐款的認知，也就是重新認識問題、理解現實以調整因應，避免刻舟求劍。並且也體驗到，由於蒐集數據的間隔太長，以致於難以理解期間內的波動，而只能做靜態比對、無法掌握動態。

建議在運作過程或決策流程裡，應適度地蒐集資料、分析，並反饋到流程裡，有助於有效因應快速變遷的時局。需注意的是資料蒐集有其成本，因此仍需審慎評估蒐集何種資料、如何蒐集、多久蒐集、如何進行有意義的分析、是否具備足夠的分析能量等，更重要的是依據分析結果採取行動 (或被稱為「結束回饋迴圈，close the feedback loop」)。對組織而言並非專案等級就能處理，而是需要管理階層或董事會的明確支持。

2. 建立敘事

蒐集資料過程，通常因較易分析而過度偏重量化資料。但就 COVID-19 等極端不確定事件的經驗，人類未必夠了解問題本身，以致於框架、評估或對機率結果的詮釋，可能脫離真正的現實。如果為了量測，而讓事物從原本的脈絡剝離，「就會產生支離破碎的悖謬」[23] 。以《公益觀察 2021》為例，就希望能超越常見的問卷報告形式，而以多層次的分析建立敘事（narratives）、重塑問題找出洞見，除了可以將結果提供給不同需求的使用者，也堆疊出更立體的圖像、探索進路。

建議從蒐集的各式資料當中，建立完整的敘事。就算取得了各種數據，對人類而言，溝通仍是決策的要素。敘事的形式有助於建構思維，以了解問題核心與其他事物的關聯、情境當中重要的元素，還有連續性的直覺。風險管理的關鍵，就是辨認敘事是否有穩健且有韌性等特質。面對開放式的迷團，綜合量化與質化資訊以定義不明確的複雜狀況，以及透過充滿洞見想像力的文章與故事，便能激發自己與他人對未來的思考。 [24]

當然，敘事也有助於跟重要他人溝通。可以思考的是，目前公益部門實務上與大眾的溝通機制，例如工作報告或財務報告，是否真有意義？必須發揮想像力，以更有效及更有創意的方式，將關係重新連結起來。

---

27 Jamer Hunt (2021)，《重新丈量世界》，P.65，漫遊者出版。

28 John Kay & Mervyn King (2020)，《極端不確定性》，八旗文化出版。

3. 學習與進化

數位時代所帶來的工具理性，對公益部門的影響就是講求以證據為基礎（evidence-based）。所以在這次的捐款人調查當中，年輕世代較在意資訊、服務成效，而且希望方便查詢和理解。結合另一股社會發展的思潮，也就是強調以人為本的發展典範，責信（accountability）也就更講求納入受助者聲音的全面性（holistic）觀點。一方面受助者就是相關議題的專家，另一方面具學習能力的組織更有機會在變動時代裡帶領他人找到解方。

建議應該建立反饋機制納入多元聲音（一線服務者、年輕工作者或受助者等），分析溝通、展開行動發想，並付諸實踐。實踐之後，再展開下一輪的反饋循環，生生不息地持續滾動。這也意味著，組織應該留有餘裕，勇於嘗試、承認錯誤並從中學習。過程當中除了重要利害相關人，也可以考慮與其他組織或專業夥伴共學討論，以突破自身的思考框架或專業能力天花板。只要有夠強大而積極的資訊流動、連結及反饋，就能找出更大規模、巨觀層次的洞見與解方，便毋須過度憂慮環境裡的各種風險。

真正可持續的道路

臺灣目前的主要屏障如醫療與公衛系統、中小企業隱形冠軍、台積電、直接民主，以及豐厚捐款支撐著公益部門，都不是從天而降。而是長期被國際社會孤立、與生存焦慮相處，錘煉出的能力與意志所得到的果實。這也證明了風險不一定等於危險，而是取決於人們對風險的意識，以及採取何種集體作為。

面對前所未見的病毒，臺灣的綜合能力能引導著其他國家如履薄冰地摸著石頭過河，是因為我們早已熟悉在沒有路的時候走出路來。從瞬息萬變的動態系統來看，最危險的地方反而最可能維持平衡，那怕每一個平衡都十分短暫。這彼此銜接的動態平衡，或許才是風險社會裡，真正可持續（sustainable）的道路。

附錄一、調查設計

本次公益捐款行為調查係委託趨勢民意調查股份有限公司進行，設計如下：

- 調查對象：戶籍設在臺閩地區 22 縣市，年滿 20 歲的一般民眾。
- 調查時間：2020 年 11 月 03 日至 11 月 11 日， 18:00 至 21:30 進行。
- 調查方法：採用電腦輔助電話訪問系統（Computer Assisted Telephone Interviewing System）進行訪查。本調查係以 20 歲以上臺灣民眾為母體，其中今年捐款人數至少 1,068 位。市話調查採分層隨機抽樣，手機調查以 NCC 公佈的手機前 5 碼，再加上隨機產生的後 5 碼為母體清冊，並根據電信業者市占率抽出應撥打電話數，最後以隨機撥號法進行調查。
- 撥話狀況：市話總計撥出 14,823 通電話，其中有接通電話共計 6,152 通；未接通電話計 8,671 通。有接通電話的成功訪問率為 23.7%。
  本次手機調查總計撥出 19,426 通電話，其中有接通電話共計 3,877 通；未接通電話計 15,549 通。有接通電話的成功訪問率為 26.4%。
- 有效樣本（未加權）：2,480 人，其中市話完成 1,457 份（有捐款 633 份），手機完成 1,023 份（有捐款 481 份）。
- 抽樣誤差：在 95% 信心水準下，抽樣誤差為正負 1.97 個百分點。
- 加權方法：依內政部戶政司 109 年 9 月份戶籍登記資料，按縣市、性別、年齡採用多重反覆加權處理。由加權後統計檢定結果可得知，加權後樣本資料之結構與臺灣 20 歲以上人口結構比例一致。

附錄二、資料開放

- 調查問卷樣本（請點選連結）；
- 交叉分析統計表（請點選連結）；
- 有效樣本原始資料（請點選連結）。