

# The Participation Status and Psychology of “Free Public Welfare” of the Undergraduates under the Background of “Internet+”

—An Example of Ant Forest and Ant Manor

Jiayue Li, Shuyi Zhen, Guomin Huang, Sian Xu\*

Center for Applied Psychology, School of Psychology, South China Normal University, Guangzhou Guangdong  
Email: 68680938@qq.com, 877866255@qq.com, \*361799191@qq.com

Received: Sep. 1<sup>st</sup>, 2018; accepted: Sep. 18<sup>th</sup>, 2018; published: Sep. 25<sup>th</sup>, 2018

---

## Abstract

In the last two years, the new “Internet+” public welfare model of Ant Forest/Manor is very popular. Their biggest characteristic is “free of charge” and “free”. Therefore, this research named it “Free Public Welfare”. Objective: At present, researches on “Free Public Welfare” focus on mode exploration, problem analysis and public welfare marketing, but rarely involves the psychological level. Therefore, this research wants to expand it to the psychological level and provide feasible suggestions for its future development. Methods: We take the undergraduates of South China Normal University as an investigation sample and Ant Forest/Manor as a typical case to explore the status of undergraduates’ participation in “Free Public Welfare” and the psychology behind them through questionnaire and interview. Results: 1) “Free Public Welfare” is attractive to undergraduates because it grasps the students’ heart of success, climbing, “being held up” and so on, and can also make them feel their own value of society. 2) While the undergraduates have made a lot of contributions to the development of “Free Public Welfare”, the “Free Public Welfare” has also imperceptibly promoted the public consciousness of the undergraduates. Finally, according to the survey results, we put forward practical suggestions for the future development of “Free Public Welfare”.

## Keywords

The “Internet+” Public Welfare, Ant Forest/Manor, “Free Public Welfare”, Psychological Feeling

---

\*通讯作者。

# “互联网+”背景下本科生“Free公益”参与现状及心理

## —以蚂蚁森林、蚂蚁庄园为例

李嘉玥, 甄淑仪, 黄国敏, 许思安\*

华南师范大学心理学院, 心理应用研究中心, 广东 广州

Email: 68680938@qq.com, 877866255@qq.com, \*361799191@qq.com

收稿日期: 2018年9月1日; 录用日期: 2018年9月18日; 发布日期: 2018年9月25日

### 摘要

近两年, 蚂蚁森林/庄园这类新型“互联网+”公益模式非常流行。它们最大的特点是“免费”与“自由”, 因此本调研将其命名为“Free公益”。目的: 目前对“Free公益”的研究集中在模式初探、问题分析、公益营销, 很少涉及心理层面, 因此本调研想将其扩充到心理层面, 并为其未来发展提供可行建议。方法: 以华南师范大学本科生为调查样本, 以蚂蚁森林/蚂蚁庄园为典型案例, 通过问卷与访谈法, 探究本科生“Free公益”参与现状及背后的心理。结果: 1) “Free公益”对本科生具有吸引力是因为它抓住了本科生的好胜心、攀比心、“沉没成本效应”等, 还能让其感受到自身对社会的价值。2) 在本科生对“Free公益”的发展做出一系列贡献的同时, “Free公益”也潜移默化地促进了本科生的公益意识。最后, 根据调查结果, 我们对“Free公益”的未来发展提出了翔实可行的建议。

### 关键词

“互联网+”公益, 蚂蚁森林/庄园, “Free公益”, 心理感受

Copyright © 2018 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

### 1.1. 背景

近年来, 公益众筹、网络募捐等带有强烈互联网气息的公益新模式开始兴起(李东方, 2015)。

根据 CNNIC 发布的《中国互联网络发展状况统计报告》, 截至 2016 年底, 32.5% 的网民通过互联网参与公益项目, 规模达到 2.38 亿元。企业社会责任实践开始从传统模式向新型互联网模式转变, 优秀的互联网公益项目大量涌现(佚名, 2016)。其中, 支付宝“蚂蚁森林”是一个现象级的成功案例(王大庆, 2017)。

“蚂蚁森林”是阿拉善 SEE 生态协会为改善阿拉善地区生态环境而开展的一项公益活动, 旨在呼吁人们用自己的低碳行为为沙漠化治理助力。用户通过“偷”、每日行走或使用支付宝消费便可收集到能

量, 好友之间也可以互相“浇水”, 当能量达到一定数量时, 便可在阿拉善地区种植一棵真实的树(徐玲玲, 2017)。5月20日, 《蚂蚁金服2016可持续发展报告》公布了“蚂蚁森林”的最新数据: 经过一个忙碌的春种, 这个环保公益行动的用户已经超过2.2亿, 减排67万吨(佚名, 2017a), 在地球上种下了845万棵防风固沙的梭梭树(佚名, 2017b)。

与蚂蚁森林类似的公益还包括蚂蚁庄园, 微信捐步。这类公益的显著特点是门槛低, 具体表现为: 既不需要直接捐钱, 也不需要额外花费时间精力, 只需要每天完成一些日常任务就可以达成做公益的目的。因此本调研将这类公益命名为“Free公益”, 简练而双关地表达其“免费”与“自由”的两大特点。

目前, “Free公益”中, 蚂蚁森林是普及度最广的, 因此与之相关的思考与研究相对较多。徐玲玲(2017)认为, “蚂蚁森林”火爆有三大原因。第一, 贴近用户生活, 主张“小行动, 大公益”: 用户通过行走、线下支付、生活缴费、网络购票等方式获取能量; “能量果”在每天早晨7点左右结成, 这符合人们正常作息。第二, “蚂蚁森林”是一款基于好友互动的公益游戏: 好友之间可相互“恶意”采摘、“善意”浇水, 还能够通过“蚂蚁森林”内置的、极具个性的“语句+表情”在“TA的动态”下表达感谢、愤怒等内心感受, 且显性化的排名也能带来几分竞争色彩。第三, 支付宝已经拥有了大批稳定的用户, 这些用户都有自己的“好友圈”, “好友”互动实现了传播效果的最大化。

尽管学者们对“Free公益”有一定的研究, 但焦点大多集中在现状、问题(陈小燕, 2017)、模式(徐玲玲, 2017)、公益营销(陈文静, 2017)这几方面, 且理论思辨多、数据论证少, 浅层表现多、深层心理少, 与本科生相关的研究更是寥寥无几。

## 1.2. 研究目的和意义

本调研选取蚂蚁森林和蚂蚁庄园作为“Free公益”的典型例子, 以华南师范大学本科生作为研究对象, 通过问卷法与访谈法来探究本科生“Free公益”参与现状及心理, 尝试解答如下问题: 1) “Free公益”在本科生群体中是否流行? 2) 如果流行, 它抓住了本科生的哪些心理? 3) “Free公益”在本科生群体的推广作用如何? 4) “Free公益”是否潜移默化地促进了本科生的公益意识? 最后我们将根据调研结果为“Free公益”的未来发展提供可行建议。

就理论而言, 关于“Free公益”的研究不多, 关于“Free公益”背后本科生心理的研究更少。本调研丰富了“Free公益”研究, 也丰富了新型互联网公益项目发展的心理研究。

就实践而言, 蚂蚁森林与蚂蚁庄园能引导人们低碳出行、绿色消费、保护环境、捐献爱心, 对国家改善民生环境、发展低碳经济、促进和谐社会有重要意义。本调研通过研究蚂蚁森林/庄园参与者的心理机制, 能为新型公益项目的发展和营销提供建设性意见。

## 2. 方法

### 2.1. 问卷法

通过问卷星派发问卷获取数据, 问卷题目详见附录。共回收问卷434份, 其中有效问卷409份, 有效率为94.2%。针对问卷数据, 使用spss22进行描述统计、相关分析、回归分析, 并使用r语言做决策树。样本的基本信息详见表1。

### 2.2. 访谈法

深度访谈6位蚂蚁森林/庄园用户, 以深入了解其对“Free公益”的看法及其背后的心理动机。

访谈对象涉及大二到大四三个年级, 在三大种树类别上各有2位, 且每个类别内部男女分布均等, 文理科分布也算均衡, 具有较好的代表性。访谈对象的基本信息见表2。

**Table 1.** Basic situation of sample**表 1.** 样本的基本情况

项目	选项	人数	百分比(%)
性别	男	135	33
	女	274	67
专业	文科	132	32
	理科	256	62.6
	其他	21	5.4
年级	大一	46	11
	大二	79	19
	大三	250	61
	大四	34	9

**Table 2.** Basic situation of interviewees**表 2.** 访谈对象基本情况

姓名	性别	专业	年级	种树数
A 同学	男	理	大三	≥2 (4)
B 同学	女	文	大四	≥2 (2)
C 同学	男	理	大四	1
D 同学	女	文	大二	1
E 同学	男	理	大三	0
F 同学	女	文	大四	0

### 3. 问卷分析结果

#### 3.1. 蚂蚁森林/庄园参与情况

在全部受调查学生中,有 67.2%的学生参与这类公益,32.8%的学生不参与。在参与这类公益的本科生中,七成参与时长已有半年以上(见表 3),参与频率为一天至少一次的学生超过五成(见表 3)。这说明蚂蚁森林/庄园在华师本科生群体中比较流行,多数学生对这类公益的参与积极性很高。与传统公益相比,82.9%的学生表示,参与蚂蚁森林/庄园这类公益的积极性更高。

#### 3.2. 参与/不参与蚂蚁森林/庄园的原因

##### 3.2.1. 参与蚂蚁森林/庄园的原因

我们认为,学生愿意参与这些公益与他们自身的因素和蚂蚁森林/庄园的特点是有密切关系的。

##### 1) 最开始玩蚂蚁森林/庄园的理由

关于这个问题,详见表 4。七成学生同意“身边的人都在玩,我也想加入”,即加入这个公益一定程度上受到从众心理的影响。六成学生同意“生活无聊,打发时间”。七成学生同意“感到好奇,图个新鲜”,一定程度上说明本科生对新事物充满探索欲望。近九成学生同意“感到有意义,想为公益奉献一份力”,说明大多数本科生对公益的态度比较正面,但仍存在 11.7%的学生不同意该观点,他们仅仅是为了其他目的而参与这些活动。将男性设置为“0”,女性设置为“1”,回归分析发现,女性比男性更容易因从众而参与( $\beta = 0.194, p = 0.038$ ),也更容易因想为公益奉献一份力而参与( $\beta = 0.218, p = 0.021$ )。

**Table 3.** The participation of college students in the Ant Forest/Manor  
**表 3.** 本科生参与蚂蚁森林/庄园的情况

项目	选项	百分比(%)
参与时长	一年以上	30.9
	快一年	16.3
	接近半年	28.3
	三个月左右	17.3
	一个月左右	7.2
	随时关注	17.9
参与频率	一天一次	35.6
	几天一次	25.7
	好久一次	19.3
	几乎不看	1.5

**Table 4.** The initial reason to play Ant Forest/Manor  
**表 4.** 最开始玩蚂蚁森林/庄园的理由

理由	选项(%)			
	非常不同意	比较不同意	比较同意	非常同意
身边的人都在玩, 我也想加入	6.5	22.5	65	5.8
生活无聊, 打发时间	7.3	29.45	55.27	8
感到好奇, 图个新鲜	3.3	19	68.3	9.5
感到有意义, 想为公益贡献一份力	3.3	8.4	61.5	26.9

## 2) 蚂蚁森林/庄园特点对本科生的吸引程度

至于在参与蚂蚁森林/庄园过程中, 其各特点对本科生的吸引情况, 详见表 5。超过 85% 的学生认为“不需要捐款”和“轻松自在”的特点具有吸引力。进一步地, 将男性设置为“0”, 女性设置为“1”, 回归分析结果显示, “不必直接捐钱”和“轻松自在”的两大特点更吸引女性( $\beta = 0.235, p = 0.004; \beta = 0.194, p = 0.015$ )。九成学生认为“带动低碳出行和绿色消费”吸引或非常吸引, 这甚至超过了“娱乐消遣”属性对学生的吸引力(72.36%), 显示出本科生的环保意识。还分别有近八成和半数的学生认为“促进运动”和“提高早起兴趣”的特点具有吸引力, 体现了本科生的健康意识。最后, “可与好友互动”吸引了超过 2/3 的学生, 可见这也是这类公益吸引学生的一个特色。

### 3.2.2. 不参与蚂蚁森林/庄园的原因

30.6% 不参与蚂蚁森林/庄园的本科生表示他们不怎么使用支付宝, 这属于客观条件, 不能说明他们不喜欢这种形式的公益活动; 53% 表示自己是极简主义, 不喜欢附加功能, 这也不是“Free 公益”本身的原因, 而是这类学生的习惯使然; 32.8% 感觉游戏很无聊, 或许可以通过增加游戏趣味性来吸引这一批学生。

另外, 不参与的这些人中, 有九成人对这种公益持有积极看法, 只有一成人认为这是浪费时间, 持消极态度。

**Table 5.** The attractiveness of Ant Forest/Manor characteristics to college students  
**表 5.** 蚂蚁森林/庄园特点对本科生吸引程度

特点	吸引程度选项(%)			
	非常不吸引	不吸引	吸引	非常吸引
不需要捐款, 只需要为自己消费	1.5	12	69.8	16.7
轻松自由, 不需付出过多时间精力	1	8.7	69	21
带动低碳出行与绿色消费	1.45	8.72	69	21
促进运动	2.55	21	57	19.3
提高早起兴趣	9.45	40.36	40.36	9.8
可以与好友互动	7.6	25	55.6	11.6
娱乐消遣, 消磨时间	5.45	22	64	8.36

### 3.3. 本科生对蚂蚁森林/庄园这类公益的贡献程度

#### 3.3.1. 植树情况

409 位被调查的本科生共种植了 196 棵树。其中, 种树 1 棵的占 30.9%, 2 棵的占 9.45%, 3 棵的占 2.90%, 4 棵的占 1.82%, 5 棵的占 1.09%。即便是还没种树的本科生, 也有几十人能量存储过万, 这些学生不是不够能量种树, 而是想储存更多的能量种更大的树。

#### 3.3.2. 捐爱心情况

华师本科生在蚂蚁庄园上的人均捐爱心数约为 200 颗。蚂蚁庄园方面显示, 每收到约 400 万颗爱心, 就能通过“中国扶贫基金会新长城项目”资助 20 名贫困生完成 3 年高中学业。换言之, 每约 1000 名玩蚂蚁庄园的本科生就可以资助 1 名贫困高中生完成 3 年学业。

#### 3.3.3. 推广宣传

59.3%被调查学生表示会向他人宣传蚂蚁森林/庄园, 希望有更多的人能参与公益; 67.6%表示跟亲朋好友在一起的时候, 会跟他们提及蚂蚁森林/庄园; 近七成的人表示自己邀请过好友参与蚂蚁森林/庄园(见表 6), 说明本科生宣传推广的力度还是比较强的。

### 3.4. 参与蚂蚁森林/庄园心理感受

#### 3.4.1. 相关分析(见表 7)

表 7 中从左到右对应的题目分别是, “您点开蚂蚁森林/蚂蚁庄园的频率如何?”、“和好友互动时, 我感到愉悦”、“偷到别人的能量时, 我有不劳而获的快感”、“完成线上日常任务时, 我感到愉悦”、“偷到别人一点点能量, 我都想偷笑”、“我很希望出现在总排行榜的前列”、“看到能量 pk 榜好友偷的能量比我多, 我就有想超越 ta 的冲动”, “做这些公益让我感受到自身的价值”。其中第 6 项“排行榜”代表攀比心理, 第 7 项“PK 榜”代表好胜心理。

由表 7 可知, 参与频率与这几种心理感受相关均显著, 而相关系数均不高。说明这几种心理感受都可能影响到本科生参与“Free 公益”的积极性, 但每一项都不是决定因素。参与“Free 公益”的积极性由这些因素共同决定。

#### 3.4.2. 回归分析

由于在初步访谈时我们得知, 种树前、种出 1 棵树后个体的心态会发生变化, 种了 1 棵树就放弃的

**Table 6.** The situation of college students inviting friends to participate in Ant Forest/Manor  
**表 6.** 本科生邀请好友参与蚂蚁森林/庄园的情况

邀请好友数	百分比(%)
1~5 人	56
6~10 人	9.5
11~15 人	2.5
16~20 人	0.36
25 人以上	0.36

**Table 7.** The correlation matrix of participation frequency and mental experience  
**表 7.** 参与频率与心理体验的相关矩阵

	互动愉悦	不劳而获	日常愉悦	偷能开心	排行榜	PK 榜	公益价值
参与频率	0.240**	0.202**	0.369**	0.266**	0.265**	0.285**	0.240**

注: \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ 。

和继续种下去的个体也存在差异,因此接下来我们将受调本科生分成“未种树”、“种 1 棵树”、“种树 1 棵以上”三个类别分别再进行回归分析。

### 1) “沉没成本效应”

在前期初步访谈中,部分本科生表示玩蚂蚁森林一段时间后,感觉自己每天关注、投入了许多时间和精力,如果不种出 1 棵树来,这些努力就白费了,所以会卖力攒能量;而当他们种完 1 棵树后,仿佛终于解放,可以结束每天努力积攒能量的日子了。本调研认为这是“沉没成本效应”。沉没成本是指已经付出且不管作何种选择都不能收回的一类支出(梁小民&黄险峰(译), 2000),包括时间、金钱等。沉没成本效应是指如果人们已为某种商品或劳务支付过成本,那么便会增加该商品或劳务的使用频率(Thaler, 1980)。在这里种树前投入的时间精力就属于沉没成本,待收到对沉没成本的回报(成功种出 1 棵树)后,由于对蚂蚁森林的运作存在一些不满,用户的使用频率恐怕会下降。

结果发现,对于还未种树的学生“既然我已经为之付出了努力,如果不将 1 棵树种出来,我的努力就付诸东流了”这一心理感受能显著正向预测参与频率( $\beta = 0.324, p = 0.000$ );对于已经种了 1 棵树的学生而言,“种了 1 棵树后,我终于可以不必每天那么辛苦地储存能量了”这种心理感受能显著正向预测“种了 1 棵树后,我玩蚂蚁森林的频率大大降低了”( $\beta = 0.750, p = 0.000$ )。这说明,确实有一定量的学生在参与“Free 公益”时存在“沉没成本效应”心理。

### 2) 好友互动是坚持的动力

将种了 1 棵树以上的学生的参与频率与各项心理感受做回归分析,我们只发现“与好友互动让我感到愉悦”这一项能显著正向预测参与频率( $\beta = 0.384, p = 0.011$ )。这说明,对于那些种了 1 棵树后依然选择留下的学生而言,与朋友的互动是他们坚持的动力。

### 3.4.3. 决策树——主动探索游戏功能的可能性和影响因素(见图 1)

采用“决策树”的 C4.5 算法去估计本科生主动探索“Free 公益”游戏功能以便更好地做公益的可能性(因变量),发现测试集中样本分类的正确率约为 80.3%,其中“中低可能性”的分类正确率达到了 85.3%。得到第一叶节点为“不劳而获”心理,第二叶节点为“早起兴趣”和“互动愉悦感”。

蚂蚁森林的一大特点是能量集中在早上“成熟”,偷能量等活动在早上最为激烈。通过决策树(见图 1)可知,拥有较强“不劳而获”心理的同学,还要配上较高的早起兴趣,才会有较高的可能性(80%)去主

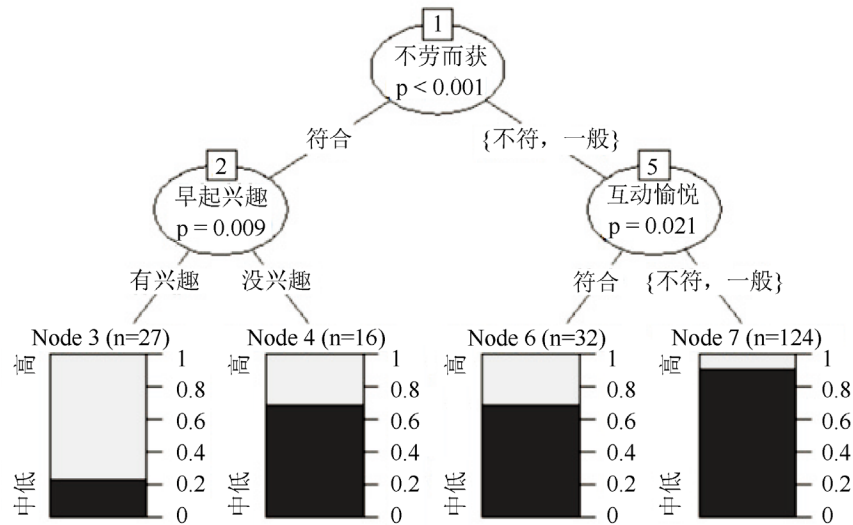


Figure 1. Decision Tree—the possibility and influencing factors of active exploration of game features

图 1. 决策树——主动探索游戏功能的可能性和影响因素

动探索游戏功能以便更好地做公益(偷能量种树);而“不劳而获”心理强但对早起没兴趣的类别中,只有约 30%的同学有高的探索可能性。另一方面,即使是“不劳而获”心理一般或较弱的同学,如果他们在跟好友互动的过程中(如偷能量、浇水)感受到了较高的愉悦度,那一定程度上也可以提高其主动探索“Free 公益”游戏功能的可能性,表现为这一类别也有约 30%的同学有高的探索可能性。至于那一类既没有很强的“不劳而获”心理也没有在好友互动中体验到高愉悦感的同学,超过 90%的人主动探索欲只达中低水平。

由访谈和实际经验我们认为,主动探索游戏功能的过程中,人们对“Free 公益”的参与度、投入度会提高。结合“决策树”的结果,可见“不劳而获”心理、“早起兴趣”及“互动愉悦感”对于华师本科生对“Free 公益”的参与投入度有重要影响。

#### 4. 访谈分析结果

前文提及,七成被调查者参与“Free 公益”超过了半年,超过半数参与这类公益的受调学生每天至少点开蚂蚁森林/庄园一次。如此多的学生这般频繁地点开“Free 公益”界面,或多或少地获取了与公益相关的信息,公益概念有可能已逐步深入人心。

为验证上述猜想,我们对 6 位同学展开了深度访谈,访谈精华部分见表 8。其中 A 同学表示“参与了这类公益之后,深刻感受到原来有那么多人需要帮助”,E 同学表示“这类公益提高了他对公益信息的关注度,比如植树节”;C 同学提出了一个观点“参加这类公益,让人不知不觉就为公益做了很多贡献,意识不到的公益才是真正的公益”,而 B 同学则恰好提出了反面的观点“不知道自己在做公益的不算做公益”;F 同学表示“参加了之后才知道原来公益还可以这么做,并没有我想象的那么难,也不一定要某时出现在某地做某事”。另外,同学们普遍在参与“Free 公益”过程中体会到价值感,并认为其对培养本科生公益意识有作用,还踊跃为其如何能更好地促进本科生公益意识建言献策。

以这 6 位同学为代表,可以推测,“Free 公益”确实是在每天简单的任务中潜移默化地促进了本科生的公益意识,表现为它激发了本科生对公益形式的思考,促进了其对公益本身的认识,提高了其对公益信息的关注度,提升了其对需要帮助的人的敏感度及责任感。



**Table 8.** Interview essence  
**表 8.** 访谈精华

编号	问题	观点
1	“Free 公益”游戏与公益性之争	更多是认为游戏性 > 公益性，但有的认为首先就该通过游戏来吸引更多人参与这类公益，娱乐性是达到公益目的的手段；有的则认为抱着游戏心态玩就始终是款游戏而非公益。也有同学认为公益性>游戏性，他们并非以游戏心态参与，更想的是为公益尽一份力。
2	对传统公益的看法	普遍参与热情不高。部分原因是信息闭塞，难以获取渠道。
3	对公益信息的关注度转变	普遍有所提高。有同学表示比以前更关注植树节了，有同学表示玩庄园时有留意里面提及的公益活动。
4	对公益本身的认识转变	深化了对公益形式的认识，“原来还能这样做公益”。 促进了对公益需求的认识，“原来还有那么多人需要帮助”。 改变了对公益参与可行性的认识，“原来公益并没有那么难参与，并不非要某时出现在某地去做某事”。
5	参与以来的收获	A 同学：认识到还有很多人需要我们的帮助，我还可以做一些力所能及的事来帮助他们。 C 同学：1 棵树和快乐(因看到帮助别人而感到快乐)。 F 同学：发现公益并没有那么难参与，并不一定要某时出现在某地去做某事。主要是公益方面的体悟，而不是娱乐消遣上的欢愉。因为现在娱乐方式那么多，只是为了娱乐，不一定要去玩森林庄园。
6	“Free 公益”活动对培养本科生的公益意识有作用吗？	基本都认为有作用。
7	具体是怎样发挥(培养公益意识)作用的？	B 同学：虽然是游戏，但它也有真实的反馈，比如种树的证书，让你觉得你做出了一些公益的事情。 E 同学：通过这种活动，做了公益，本科生可能会形成一定的成就感，那样对公益事业就会更加关注，从而推动他们继续做公益。
8	平台怎么做才更能潜移默化地打动大家，培养大家的公益精神？	A 同学：首先得让大家愿意来玩，里面的公益信息才能被更多地关注——所以得先让游戏变得更有意思。 D 同学：增加简单的线下活动。如与学校组织联合办徒步、马拉松活动，跟社团合作搞特色的公益活动。 E 同学：增加公益额度。例如捐步，别那么快就捐完了(50 万额度太少)。 F 同学：让参与人真正看到成果，而不只是一些数据。

## 5. 总结

### 5.1. 结论

通过本次调研，我们得知，多数华师本科生都参与“Free 公益”，且参与时间长、频率高，积极度高于传统公益。至于那少数不参与蚂蚁森林/庄园的华师本科生，多是因为不怎么使用支付宝或不习惯附加功能，对蚂蚁森林/庄园持积极态度的人也占绝大多数。

那么这种参与积极性转化为公益实效的情况如何呢？调研发现，华师本科生已经为“Free 公益”做出了许多实质性的贡献，包括植树、捐爱心和向他人推广宣传。其中植树方面，就受调查学生而言，人均种植约 0.5 棵，是蚂蚁金服截至 2017 年 8 月底调查的总体人均种植量的 11 倍，若将华师本科生推广到整个本科生群体，将是相当强大的一股力量。捐爱心方面，人均捐爱心约 200 颗，而蚂蚁庄园显示每集齐约 400 万颗爱心就可以通过“中国扶贫基金会新长城项目”资助 20 名贫困生完成 3 年的高中学业，换言之每约 1000 名玩蚂蚁庄园的本科生就可以资助 1 名高中生完成 3 年学业。推广宣传方面，多数学生表示会向他人推广，会跟家人朋友提及，也会邀请好友参与，公益无形中被大范围推广。

进一步地,“Free 公益”何以吸引那么多本科生的参与呢?这与其自身特点以及本科生的一些心理有关。“Free 公益”不必直接捐钱,轻松自由,能促进早起,促进运动,可以与好友互动,可以娱乐消遣,带动低碳出行与绿色消费,这些都对本科生具有强烈的吸引力。此外,本科生从众心理,对新事物的好奇心理,求胜心,攀比心,对不劳而获感与公益价值感的偏爱都让他们喜欢“Free 公益”模式。其中,女生比男生更容易因为从众、希望为公益奉献一份力而参与“Free 公益”,也更容易因其不必直接捐款、轻松自由而被吸引,这一定程度上可以推测,以“免费”和“自由”为最大特点的“Free 公益”总体上更吸引女性。部分本科生在参与“Free 公益”时存在“沉没成本效应”,在付出了努力但还没成功种树时,会非常努力去积攒能量,在成功种出一棵树后就会选择抽身离开。而对于那些能长久坚持下去的学生而言,能与好友互动十分重要。“不劳而获”心理、“早起兴趣”及“互动愉悦感”对于增加华师本科生对“Free 公益”的投入度有重要影响。

最后,参与“Free 公益”对本科生的公益意识有什么影响呢?我们认为,“Free 公益”潜移默化地培养了华师本科生的公益意识,促进了其对公益形式的思考,深化了其对于公益本身的认识,提高了其对公益信息的关注度,加强了其对需要帮助的人的敏感度,在每天日积月累做公益任务以及跟亲朋好友闲暇谈论的过程中,公益概念逐步深入人心。

## 5.2. 问题与建议

在对“Free 公益”的调查过程中,我们还发现了一些问题,并提出了针对性的建议。

首先,虽然蚂蚁森林/庄园以其独特的优势抓住了许多本科生的心理,吸引他们参加,但是其用户粘性仍不够高。通过访谈可知,蚂蚁森林要存储很久能量才能种下 1 棵树,缺乏及时的反馈激励导致部分学生半途而废;通过问卷调查可知,存在“沉没成本效应”心理的学生在成功种植 1 棵树后会选择抽身离开。因此我们建议缩短种树周期,丰富反馈机制。而且问卷调查还发现,对于能长期坚持的学生而言,能与好友互动十分重要,为了留住这些长期用户,我们建议进一步丰富好友互动模式。部分受访者还反映,蚂蚁庄园的游戏模式单一枯燥,小鸡永远不会长大,吃了饿,饿了吃,容易让人操作疲劳。对此,我们建议蚂蚁庄园转变为小鸡养成模式,该模式长期深受欢迎。

除了要留住老用户外,蚂蚁森林/庄园怎样才能吸引更多新的参与者呢?我们建议从三方面下手。其一,由于部分用户不参与的原因是不喜欢附加功能,即害怕麻烦,我们建议将图标放在支付宝首页显眼的位置,让他们容易发现,容易点开,从而大大降低他们因怕麻烦而不参与的几率。其二,由于绝大多数参与的学生都邀请过朋友参与,我们建议新增邀请者奖励,从而扩大宣传。其三,由于结果发现,女生比男生更容易被“Free 公益”的两大特点吸引,即该类公益更容易吸引女生,所以向其中加入更多女性元素或可吸引更多的女性用户。

最后,虽然访谈结果发现,蚂蚁森林/庄园确实能潜移默化促进本科生公益意识,但其效果不够明显,受访者往往意识不到他们的公益意识正受到影响,这是因为他们在参与过程中很少会受到情感上的触动。对此,我们建议在这些游戏的界面上增加动人的音乐,弹出触动人心的公益话语,插入一些与公益有关的感人照片与故事,以增强情感共鸣。另外,有些受访者也会怀疑,这些公益是否真的落到实处,对此,我们建议让参与人真正看到成果,而不仅是一堆数据。例如,不能只展现“今天又有多少人捐献了爱心,项目进度如何”,更要展示真实教室的建造,爱心早餐的派送等。不久前蚂蚁森林界面增加了观看春种直播的按钮,这是对成果可视化所做的一种改进,也从侧面支持了我们的建议。

## 基金项目

教育部人文社会科学重点研究基地重大项目资助:17JJD190001。

## 参考文献

- 陈文静(2017). 浅析价值共创理论在公益营销中的应用——以支付宝“蚂蚁森林”为例. *电视指南*, (12).
- 陈小燕(2017). “互联网+”背景下蚂蚁森林的实施现状与问题分析. *现代商贸工业*, (21), 48-49.
- 李东方(2015). “互联网+”推动公益创新. *社会与公益*, (9), 54-57.
- 梁小民, 黄险峰(译)(2000). *经济学*. 北京: 中国人民大学出版社. (Joseph E. Stiglitz, 1993)
- 王大庆(2017). 探析互联网公益项目的传播特征——以“蚂蚁森林”为例. *新闻研究导刊*, (23).
- 徐玲玲(2017). “互联网+游戏+公益”模式初探——以支付宝“蚂蚁森林”为例. *魅力中国*, (43).
- 佚名(2017a). “蚂蚁森林”让 2.2 亿人减排 67 万吨. *南方企业家*, (6).
- 佚名(2017b). “蚂蚁森林”已种 845 万棵梭梭树——用户超过 2.2 亿. *中国慈善家*, (6), 15.
- Thaler, R. (1980). Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1, 39-60.  
[https://doi.org/10.1016/0167-2681\(80\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0167-2681(80)90051-7)

## 附录：蚂蚁森林/庄园调查问卷

本调查问卷主要包括被调查者的人口学信息，参与“Free 公益”的情况(积极性，实际效果)，参与/不参与“Free 公益”的原因，以及参与“Free 公益”的心理过程。

1. 您的性别是 [单选题] \*

- 男
- 女

2. 您的年级是 [单选题] \*

- 大一
- 大二
- 大三
- 大四

3. 您的专业是 [单选题] \*

- 文科
- 理科
- 其他 \_\_\_\_\_

4. 请问您玩蚂蚁森林、蚂蚁庄园吗？ [单选题] \*

- 仅玩蚂蚁森林 (请跳至第 8 题)
- 仅玩蚂蚁庄园 (请跳至第 8 题)
- 都玩 (请跳至第 8 题)
- 都不玩 (请跳至第 5 题)

5. 您身边有朋友参与这些公益活动吗？ [单选题] \*

- 没有
- 不确定
- 有一些
- 有很多

6. 您为什么没有参加这类公益呢？ [多选题] \*

- 不怎么用支付宝
- 极简主义，不喜欢附加功能
- 感觉无聊
- 其他 \_\_\_\_\_

7. 您如何看待这类公益？ [多选题] \*

- 仅在精神上支持\*请您填写完本题后结束作答。

- 有机会我也想参加\*请您填写完本题后结束作答。
- 浪费时间\*请您填写完本题后结束作答。
- 游戏幼稚无聊\*请您填写完本题后结束作答。
- 其他 \_\_\_\_\_\*请您填写完本题后结束作答。

8. 您支付宝列表中好友数量最接近的区间是? [单选题] \*

- 0~10
- 11~30
- 31~50
- 51~100
- 101~300
- 301~500

9. 您开始玩蚂蚁森林/蚂蚁庄园的原因是什么? [矩阵单选题] \*

- |       |     |    |      |
|-------|-----|----|------|
| 1     | 2   | 3  | 4    |
| 非常不同意 | 不同意 | 同意 | 非常同意 |

身边的人都在玩, 我也想加入	1	2	3	4
生活无聊, 打发时间	1	2	3	4
感到好奇, 图个新鲜	1	2	3	4
感到有意义, 想为公益奉献一份力	1	2	3	4

10. 蚂蚁森林/蚂蚁庄园这类公益独特属性对您的吸引情况。[矩阵单选题] \*

- |       |     |    |      |
|-------|-----|----|------|
| 1     | 2   | 3  | 4    |
| 非常不吸引 | 不吸引 | 吸引 | 非常吸引 |

不需要捐款, 只需要为自己消费	1	2	3	4
轻松自由, 不需要付出过多时间精力	1	2	3	4
带动低碳出行与绿色消费	1	2	3	4
促进运动	1	2	3	4
提高早起兴趣	1	2	3	4
可以与好友互动(例如偷能量, 浇水, 赶小鸡等等)	1	2	3	4
娱乐消遣, 消磨时间	1	2	3	4

11. 您参与这类公益的时间大约有多长? [单选题] \*

- 一个月左右
- 三个月左右
- 接近半年
- 快一年
- 一年以上

12. 自从上大学以后, 以下选项最符合您做线下公益情况的是? (例如, 志愿者活动, 线下捐钱捐物) [单选题] \*

- 一周一次
- 一月一次
- 三个月一次
- 半年一次
- 一年一次
- 几乎不做

13. 相比于其他公益(线上众筹, 支援者活动, 捐钱捐物), 您对蚂蚁森林/蚂蚁庄园这样的公益参与积极性是否更高? [单选题] \*

- 是
- 否

14. 我会向他人宣传蚂蚁森林/蚂蚁庄园, 希望有更多的人能参与公益。 [单选题] \*

- 是
- 否

15. 我跟亲朋好友在一起时, 有时候会跟他们提及蚂蚁森林/蚂蚁庄园。 [单选题] \*

- 是
- 否

16. 我大约已经邀请了()人参与蚂蚁森林/蚂蚁庄园。 [单选题] \*

- 0
- 1~5
- 6~10
- 11~15
- 16~20
- 21~25
- 26~30
- 其他 \_\_\_\_\_

17. 请问您已经成功捐赠了多少次蛋? [填空题] \*

\_\_\_\_\_

18. 请问您已经成功种下了多少棵树? [单选题] \*

- 0 (请跳至第 19 题)
- 1 (请跳至第 23 题)
- 其他 \_\_\_\_\_ (请跳至第 26 题)

19. 请问您现在大约有多少 g 绿色能量? [填空题]

---

20. 您点开蚂蚁森林/蚂蚁庄园的频率如何? (按主要玩的那个算) [单选题] \*

- 随时关注
- 一天一次
- 几天一次
- 好久一次
- 只是开通没有使用过

21. 请您根据自身的情况为下列表述评分。(1 代表非常不符合, 6 代表非常符合)[矩阵单选题] \*

	1	2	3	4	5	6
	非常不符合			非常符合		
看到能量 pk 榜好友偷的能量比我多, 我就有超越 ta 的冲动。	1	2	3	4	5	6
和好友互动时(偷能量、被浇水等), 我感到愉悦。	1	2	3	4	5	6
既然我已经为之付出了努力, 如果不将一棵树种出来, 我的努力就付诸东流了。	1	2	3	4	5	6
如果偷了别人太多能量, 我会有点愧疚感。	1	2	3	4	5	6
参与这些公益, 我感觉很有趣。	1	2	3	4	5	6
偷到别人的能量时, 我有不劳而获的窃喜感。	1	2	3	4	5	6
完成线上日常任务时(如收能量、喂小鸡等), 我感到愉悦。	1	2	3	4	5	6
偷到别人一点点能量, 我都想偷笑。	1	2	3	4	5	6
我很希望出现在总排行榜的前列。	1	2	3	4	5	6
做这些公益让我感受到自身的价值。	1	2	3	4	5	6

22. 您是否会主动探索公益游戏功能以便更好地种树/捐蛋。(如上网搜攻略、向他人询问、自己逐一摸索等)(1 代表可能性很低, 6 代表可能性很高)[矩阵单选题] \*

	1	2	3	4	5	6
	可能性很低			可能性很高		
可能性	1	2	3	4	5	6

\*请您填写完本题后结束作答。

23. 您近期点开蚂蚁森林/蚂蚁庄园的频率如何? (按主要玩的那个算) [单选题] \*

- 随时关注
- 一天一次
- 几天一次
- 好久一次
- 几乎不怎么点开了

24. 请您根据自身的情况为下列表述评分。(1 代表非常不符合, 6 代表非常符合)[矩阵单选题] \*

1	2	3	4	5	6				
非常不符合					非常符合				
		我很希望出现在总排行榜的前列。		1	2	3	4	5	6
		种了一棵树后, 我玩蚂蚁森林的频率大大降低了。		1	2	3	4	5	6
		完成线上日常任务时(如收能量、喂小鸡等), 我感到愉悦。		1	2	3	4	5	6
		看到能量 pk 榜好友偷的能量比我多, 我就有想超越 ta 的冲动。		1	2	3	4	5	6
		参与这些公益, 我感觉很有趣。		1	2	3	4	5	6
		偷到别人一点点能量, 我都想偷笑。		1	2	3	4	5	6
		种了一棵树后, 我终于可以不必每天那么辛苦地储存能量了。		1	2	3	4	5	6
		和好友互动时(偷能量、被浇水等), 我感到愉悦。		1	2	3	4	5	6
		做这些公益让我感受到自身的价值。		1	2	3	4	5	6
		如果偷了别人太多能量, 我会有点愧疚感。		1	2	3	4	5	6
		既然我已经为之付出了努力, 如果不将一棵树种出来, 我的努力就付诸东流了。		1	2	3	4	5	6
		偷到别人的能量时, 我有不劳而获的窃喜感。		1	2	3	4	5	6

25. 您是否会主动探索公益游戏功能以便更好地种树/捐蛋。(如上网搜攻略、向他人询问、自己逐一摸索等)(1 代表可能性很低, 6 代表可能性很高)[矩阵单选题] \*

1	2	3	4	5	6				
可能性很低					可能性很高				
		可能性		1	2	3	4	5	6

\*请您填写完本题后结束作答。

26. 您近期点开蚂蚁森林/蚂蚁庄园的频率如何? (按主要玩的那个算)[单选题] \*

- 随时关注
- 一天一次
- 几天一次
- 好久一次
- 几乎不怎么点开了

27. 请您根据自身的情况为下列表述评分。(1 代表非常不符合, 6 代表非常符合)[矩阵单选题] \*

1	2	3	4	5	6				
非常不符合					非常符合				
		看到能量 pk 榜好友偷的能量比我多, 我就有超越 ta 的冲动。		1	2	3	4	5	6
		和好友互动时(偷能量、被浇水等), 我感到愉悦。		1	2	3	4	5	6
		做这些公益让我感受到自身的价值。		1	2	3	4	5	6



Continued

偷到别人一点点能量，我都想偷笑。	1	2	3	4	5	6
我很希望出现在总排行榜的前列。	1	2	3	4	5	6
如果偷了别人太多能量，我会有点愧疚感。	1	2	3	4	5	6
参与这些公益，我感觉很有趣。	1	2	3	4	5	6
偷到别人的能量时，我有不劳而获的窃喜感。	1	2	3	4	5	6
完成线上日常任务时(如收能量、喂小鸡等)，我感到愉悦。	1	2	3	4	5	6
既然我已经为之付出了努力，如果不将一棵树种出来，我的努力就付诸东流了。	1	2	3	4	5	6

28. 您是否会主动探索公益游戏功能以便更好地种树/捐蛋。(如上网搜攻略、向他人询问、自己逐一摸索等) (1 代表可能性很低, 6 代表可能性很高)[矩阵单选题] \*

1	2	3	4	5	6		
可能性很低					可能性很高		
	可能性	1	2	3	4	5	6

\*请您填写完本题后结束作答。

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>  
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7273, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>  
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: [ap@hanspub.org](mailto:ap@hanspub.org)