

关注可持续发展战略
打造开放共赢产业生态

腾讯企业社会责任报告 (2011-2012)



珍惜资源 永续利用



关于本报告 01

1.1 参考标准	01
1.2 数据采集	02
1.3 如何获取	02
1.4 报告摘要	02

完善的企业社会责任战略体系 03

2.1 来自企业管理层的声音	04
2.2 企业社会责任核心领域	10
2.3 企业社会责任管理体系	11

全公益平台的创新与实践 14

3.1 中国最佳非公募基金会	16
3.2 腾讯公益慈善基金会成立五周年：爱，在一起	18
3.3 中国最大的网络公益平台	22
3.4 腾讯公益实践及重大灾难中的救助行动	31
3.5 积极拥抱社区和帮扶 NGO 组织	38
3.6 全员热情投入的腾讯志愿者	39

打造开放共赢的产业生态 42

4.1 腾讯开放平台的社会责任原则	44
4.2 开放合作共赢的完整产业链支持	45
4.3 开放实践不断推动互联网社会价值实现	49

更高商业道德标准的经营实践 52

5.1 一切以用户价值为依归的消费者保护	54
5.2 公平公开的采购流程及反商业贿赂体系	60

公平良好的企业治理 62

6.1 更高标准的员工保护及发展体系	64
6.2 着眼于未来的员工培训发展体系	71
6.3 高标准的员工安全保障与福利	75

积极关注可持续发展战略 82

7.1 全员低碳节能的工作方式	84
7.2 环保与绿色并重的基础设施建设	85
7.3 融入经营实践的环保理念	88

展望未来 92

8.1 未来互联网的发展趋势	94
8.2 腾讯未来社会生态的发展趋势	95
8.3 腾讯企业社会责任面临的挑战	96
8.4 腾讯对可持续发展的承诺与行动	97

1

1.0 关于本报告

腾讯公司成立于 1998 年 11 月，是中国最大的互联网综合服务提供商之一，中国服务用户最多的互联网企业，腾讯坚持“一切以用户价值为依归”的经营理念，以通过互联网服务提升人类生活品质作为企业使命，以“成为最受尊敬的互联网企业”作为愿景目标。

作为中国市值最高的互联网企业，在取得巨大商业成就的同时，腾讯深知并认同这意味着需要肩负着更大的企业社会责任，很高兴看到腾讯企业社会责任各利益方都非常理解并积极支持我们为此所做出的不懈努力，深信这一策略是确保腾讯得到长期、稳定、可持续发展的核心推动力。

本报告是继 2008 年发布，腾讯发布的中国首份互联网企业社会责任报告（1998-2008）、2010 年发布腾讯企业社会责任报告（2008—2010）之后的第三份企业社会责任报告，本报告将详细阐述 2011 年、2012 年腾讯在企业社会责任领域取得发展和进步。

1.1 参考标准

总结腾讯企业社会责任工作并编撰本报告时，我们主要参考了以下指引、标准、刊物的分类或者归纳方法：

- 《联合国全球契约》，United Nations Global Compact ,UNGC
- 《可持续发展报告编写指南》，Global Reporting Initiative, GRI
- 《中国企业社会责任报告编写指南》，中国社科院
- AA1000 标准
- ISO26000 标准
- 《恒生指数成分股公司企业社会责任调查 2009》，OxFan Hong Kong

1.2 数据采集

- 倘若没有特殊标准说明，本报告内所有数据均分别引用自：
 - 1、腾讯集团内部各部门报表及相关统计数据
 - 2、腾讯控股于香港联合交易所发布公开财报
- 倘若没有特殊标注说明，本报告内所有数据金额货币均为人民币元
- 本报告内容描述涵盖时间为 2011 年 1 月 1 日——2012 年 12 月 31 日

1.3 如何获取

欢迎公众对腾讯企业社会责任的履行工作进行更多了解并提出意见与建议，读者可以通过以下方式获得本报告：

- 电子版：
 - 登录腾讯公益网（www.gongyi.net）直接下载
- 英文版：
 - 致电 0755-86013388，联系腾讯公司企业社会责任部索取
 - 致电 0755-86013388，联系腾讯公司投资者关系部索取
- 纸质版：
 - 1、电子邮件至 gongyi@tencent.com 联系腾讯公司企业社会责任部索取
 - 2、致电 0755-86013388，联系腾讯公司企业社会责任部索取
- 扫描下方二维码，添加关注腾讯公益慈善基金会：



（为了帮助我们减少对纸张的使用，建议读者尽量选择电子版，非常感谢！）

1.4 报告摘要

此报告通过翔实的数据分析与具说服力的实践总结，向读者印证我们通过 2010-2012 年两年的努力，在以下四方面取得的企业社会责任（Corporate Social Responsibility, CSR）工作成果：



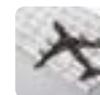
1、腾讯具有业内最为完善和领先的企业社会责任战略规划及管理工作体系，努力让 CSR 成为各利益方都认同的价值取向。



2、腾讯是业内最为关注包括企业治理，商业实践、用户关怀、环境保护等 CSR 核心领域执行成效的领先者。



3、腾讯将 CSR 与企业使命相结合并使之高度统一，在持续的商业实践中不断服务、回馈社会，让商业价值与社会价值都得到公众认同。



4、腾讯并不满足于现阶段取得的领先地位，我们依然在不断加大企业社会责任方面的投入并期望能做得更好，成为全球范围内的典范商业机构。

管理层声音 CSR 核心
价值与体系

2

2.0 完善的企业社会责任战略 与管理体系

腾讯已经搭建了目前中国互联网行业相对更完善的企业社会责任工作体系，这不仅为我们实现企业社会责任提供了基础保障，更为我们在商业活动中不断提升企业社会责任使命感与责任感创造了条件。更令人欣喜的是，腾讯所坚持的企业社会责任战略得到了腾讯所有关键利益方的高度认同与支持。

2.1 来自企业管理层的声音



马化腾

腾讯创始人
腾讯控股董事会主席兼首席执行官
腾讯公益慈善基金会发起人
腾讯公益慈善基金会荣誉理事长

“最受尊敬的互联网企业”是我们的愿景。随着腾讯不断发展壮大，我们深感能力越大，责任也越大。我们越来越感受到企业社会责任不仅仅是对股东、投资人、员工负责，更重要的是要为我们的用户，为促进整个行业和全社会的和谐进步承担起重要的责任。

——马化腾(腾讯公司董事会主席兼CEO)

植根于腾讯基因的社会责任

2008年11月，腾讯公司以“创新、价值、责任”为主题，发布了互联网行业首份企业社会责任报告（《1998-2008 腾讯企业公民暨社会责任报告》），2010年以“网筑责任、共创未来”为主题，发布了第二份企业社会责任报告（2008-2010 腾讯企业社会责任报告），今天，我们把“关注可持续发展战略、打造开放共赢产业生态”作为第三份企业社会责任报告的主题。主题在变化，但不变的是腾讯人实践企业社会责任的坚定信念，信念让腾讯的正能量得以持续的生长与及时的凝聚，让腾讯所倡导的构筑行业良性生态，促进社会和谐进步得以一步步稳步向前推进。

早在2006年，腾讯提出了企业社会责任的三个维度：一是用户维度的社会责任；二是企业维度的社会责任；三是社会维度的社会责任。我们认为，一个企业的社会责任应该植根于它的基因，企业的使命应该是以服务社会为根本出发点。而通过互联网服务，提升人类生活品质正是腾讯人多年来一直坚守的企业使命，它是腾讯的社会责任起点，也是腾讯社会责任的最终目标之一。

互联网产业开放的潮流风起云涌，移动互联网的浪潮扑面而来。近2年，可以说是互联网整个行业的转折期。互联网行业面临着前所未有的机遇及挑战，企业社会责任不仅已经成为行业的共识，更成为行业共赢未来的基础。腾讯在积极推动开放事业的进程中，也更加坚定地将企业社会责任的履行与企业经营深度融合，提升到企业发展的战略高度并付诸积极的行动。

未来，腾讯将把企业社会责任的实践贯穿到企业发展的全过程，深入到产品研发的全平台，体现到企业建设的全方位中去。进一步提高企业社会责任的履行意识；进一步完善企业社会责任的履行制度；进一步创新企业社会责任的履行体系。并以此迎接更多挑战，更大机遇，亦将承担更重责任的腾讯十五周年，所有腾讯人，腾讯的伙伴们扬帆启航，乘风破浪的全新起点。



刘炽平

腾讯公司总裁

腾讯公益慈善基金会发起人

腾讯公益慈善基金会理事

企业社会责任是腾讯重要的发展动力

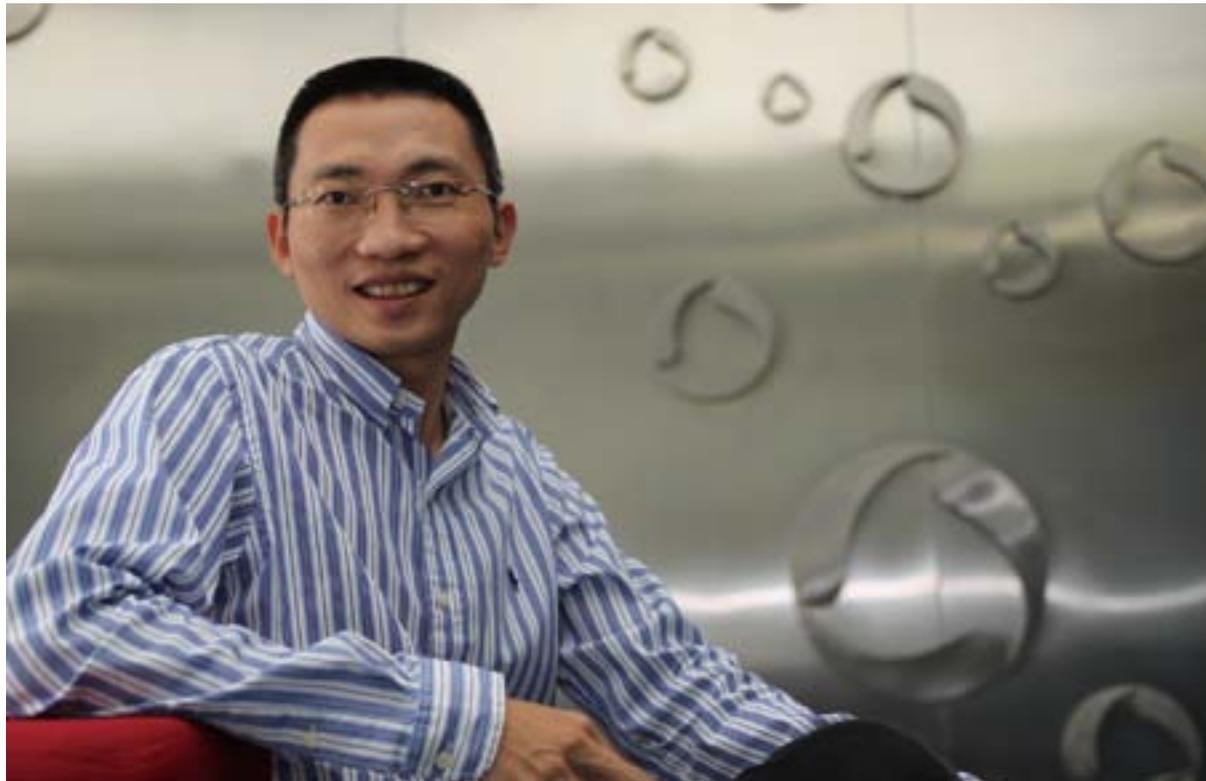
2010年，腾讯正式建立起专职专责的企业社会责任团队，承担推动腾讯企业社会责任履行及腾讯企业社会责任工作体系的建立等战略性系统工作。也正是在2010年，腾讯全面启动，开创性的发布了腾讯开放平台战略。

两年来，在开放平台逐渐深入，逐步推进的过程中，腾讯特别强调并重视对用户利益的保障，对合作开发商的利益保障，对开放平台产业生态的保护，和对制度公平性的保障。通过为用户、合作伙伴提供更贴心、更便捷服务的方式，走近用户的互联网生活，聆听用户的声音，感受用户的体验，重视每一个批评，珍惜每一条建议。“一切以用户价值为依归”的经营理念，不仅根植于腾讯两万多名员工团队，更影响着依托腾讯开放平台为用户提供服务的合作伙伴。而基于用户关注带来的业务飞速发展，不仅为股东带来了可观的回报，同样为企业关注环境、承担社会公益责任创造了良好的条件。

令人欣喜的是，腾讯所坚持的企业社会责任战略，得到了所有关键利益方的高度认同与支持，这更加增添了我们对企业社会责任履行的信念及决心。我们相信，对企业社会责任的深入理解，并且通过企业核心优势，积极履行社会责任的深度，将为腾讯成为“最受尊敬的互联网企业”指引正确的方向。腾讯不仅将社会责任的履行融入到企业经营里，还将之植根于由企业打造的一站式在线生活中，聚焦到企业与利益相关方共同发展的相关议题，并在最能发挥腾讯核心优势的领域，为行业、社会关注的重要议题提供借鉴并予以行动的支持。

腾讯所推行的企业社会责任战略符合我们全体股东，经营所在社区和公众的利益，符合公司的长期发展利益。如果我们坚持不懈的努力，将企业社会责任认真执行到每一个企业活动的细节当中，我们将成为社会发展与进步的重要力量，腾讯非常乐意通过自身努力并携手所有利益相关人，一起创造更加蓬勃的产业生态，更加美好的社会生活，更具憧憬的梦想与未来。

Handwritten signature of Liu Chuping in black ink.



陈一丹
腾讯创始人
腾讯公司首席行政官
腾讯公益慈善基金会发起人
腾讯公益慈善基金会执行理事长

释放传递腾讯正能量

随着第三份企业社会责任报告的发布，腾讯的企业社会责任实践又走过了关键的两年。期间既有企业社会责任战略的完善，也有企业治理的健全，既打造开放共赢的产业生态，也建立了更高商业道德的标准。在积极关注可持续发展战略的同时，还推行了全平台公益的创新与实践。可以说，腾讯的企业社会责任实践，已经从感性摸索的阶段，转入到理性建设的时期。

2012年6月26日，腾讯公益慈善基金会迎来五周年的生日。基金会的五年，是腾讯持之以恒实践企业社会责任的重要组成部分。为此，我们将基金会的“生日”定为“腾讯公益日”，同时还设立了全员普及的“腾讯公益假”。这些在业界开创先例的举措，就是为了鼓励每一名腾讯人，都能够更深入持续地参与到企业社会责任的建设行动中来。目前，腾讯内部建立的志愿者队伍，已经发展到了数千名员工志愿者。带薪公益假的设立，意味着两万多名腾讯员工都有了双重的身份，他们既是员工又是义工，企业社会责任成了腾讯人的文化基因。而这个基因，也正是腾讯能够一直稳健高速发展的文化底蕴。

继2009年后，腾讯在2011年和2012年连续摘取“中华慈善奖”，成为目前获得荣誉最多互联网企业。这表明，一个积极践行企业社会责任的腾讯，对用户、对行业，对社会都有着积极的影响与重要的价值。腾讯将继续在创新中与用户对话，在开放中与合作伙伴分享，在对环境的关注中最大化节能，在与员工共同发展中创造更大的成长机会，在对社会的回馈中，源源不断地释放传递腾讯的正能量价值。

我们认为，企业是社会责任中不可或缺的重要力量。我们看到很多优秀的同行者，怀着一颗赤诚地心，脚踏实地地做着一些事情，一点一滴地改善这个世界。腾讯希望携手各界，通过互联网的影响力，让企业社会责任的理念得到传播、传递并深入到每一家优秀企业的经营理念 and 经营行为中去，成为每一个企业公民的自觉实践及创新动力。

2.2 企业社会责任核心领域

- 腾讯企业社会责任的使命
通过互联网服务提升人类生活品质。
- 腾讯企业社会责任的愿景：
做最受尊敬的互联网企业。通过创新与实践成为推动社会文明进步与发展的源动力。

腾讯企业使命及社会责任使命——通过互联网服务提升人类生活品质

腾讯企业愿景——最受尊敬的互联网企业

腾讯企业社会责任的愿景始终与腾讯企业使命保持高度一致并且在不断的经营实践中探索将两者相互融合并统一，我们认为企业社会责任与企业经营使命的统一，将会为所有利益相关方带来长期、稳定、可持续发展的共同发展机会。

企业治理

- 1、股东利益保障
- 2、商业道德行为
- 3、依法纳税及审计合规

企业运营

- 1、员工培训与发展
- 2、组织文化多元化
- 3、职业健康与安全

腾讯企业社会责任

社会影响

- 1、社会公益慈善投入
- 2、创新及知识产权法律
- 3、行业贡献及消费者权益保障

环境影响

- 1、环境优先的政策
- 2、可持续性投资
- 3、对生态可持续性发展的承诺

作为首家将企业社会责任与经营使命统一的互联网商业机构，腾讯注意将相关国际通行标准与中国实际情况相结合，并将腾讯企业社会责任细分解为4个具体社会责任模块。在腾讯企业的经营中，自始至终地坚持对每一个模块作出相应的规划执行评估，以确保腾讯的企业经营符合我们的社会使命。腾讯相信通过企业社会责任4个模块的协同发展，可以为腾讯带来良好的内外部发展环境，最终为企业持续创新，为互联网的使用者带来最优质的服务，最终达到提升人类生活品质的目标。

1、企业治理



通过良好的企业内部治理帮助企业有健全的管理制度与正确的经营发展方向，持续为企业发展提供制度与决策保障。

2、企业运营



通过完整的员工培训与发展体系建设，帮助企业建立多元文化氛围，在保障职业健康与安全的前提下，持续为企业发展所需要的智力支持。

3、社会影响



以高效直接的社会公益投入为核心，通过促进行业立法规范，知识产权保护等促进创新措施为社会提供良好发展条件。

4、环境影响



关注全球气候变化议题，通过严格的企业内环境保护政策和可持续性投资确保对生态可持续性发展承诺的实现。

2.3 企业社会责任管理体系

2010年12月，腾讯正式设立企业社会责任部，承担起推动腾讯企业社会责任履行及腾讯企业社会责任体系的建立等战略性系统工作。经过近三年的发展，腾讯建立起完备的企业社会责任工作体系——腾讯企业社会责任的工作体系（TDCWR），主要包含：



Time（工作周期）

大量的实践表明，企业社会责任的工作周期相对较长，因此腾讯特别设定2年为一个“腾讯企业社会责任”工作周期，每2年为每一个企业社会责任工作模块设定单独的重点项目推进实施，这样既能保持企业社会责任重点领域项目的连贯实施，又能保证资源投入的持续性。



D&C（部门与委员会）

腾讯公司内部专职设立了“腾讯企业社会责任部”作为一个与公司其他业务部门平行的机构垂直统筹规划和安排所有相关企业社会责任工作，同时，也正在筹备设立“腾讯企业社会责任委员会”负责扁平化的跨部门企业社会责任项目实施。



Communication（利益方沟通）

与关键利益方沟通是企业社会责任中最重要的工作内容之一，由企业社会责任部承担，腾讯企业社会责任部为此制订了完备的沟通项目与内容，同时建立定期沟通的机制，确保与企业社会责任各关键利益方保持密切联系，达成共识。



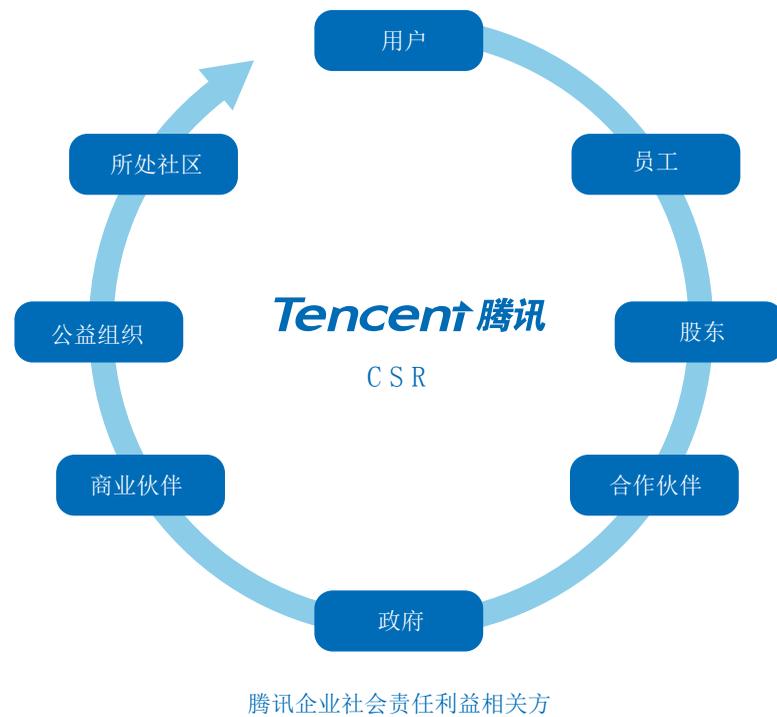
What (做什么内容)

在腾讯企业社会责任的工作框架下，以每2年为一个工作周期，制定周期内的工作重点项目，有效针对社会责任所属的不同模块作出单独的情况评估与预期工作成果输出，以期达到不同模块之间的协同发展。



Review (总结提升)

与所有其他工作相类似，腾讯企业社会责任部将定期回顾与评估所有企业社会责任相关工作的开展绩效，这些评估包括：前期规划是否合理，相关利益方所持满意度，工作执行中是否有待优化点，项目是否符合预算决算标准等。



利益相关方	工作目标	沟通方式及工作实践
股东	维护股东投资权益，确保股东获得良好经济回报	建立了完善的董事会，每季度业绩公布，定期举行股东大会和股东特别大会，与股东直接沟通，建立专门的投资者关系部，通过规范的投资者关系活动（包括投资者电话会议和面谈、新闻发布会、投资银行组织的路演和投资研讨会、业绩公布的网上广播），积极与股东和投资者交流，及时、准确、全面、合法、公正地向全球股东及投资者披露信息，公司的重大财务、经营和战略等重要信息，也会及时公布和把相关的资料上载企业网站，以提高透明度，加深公众对腾讯业务和发展的了解
员工	维护员工权益，确保员工获得除收入之外的长期提升及发展机会	建立专门的人力资源部统筹安排整个企业的员工劳动保障措施制度建立和管理；设立专门的OHS委员会推进员工的职业安全及卫生保障体系，设立腾讯学院为员工提供不间断培训机会
用户	确保向用户提供优质的服务，满足日益增长的各类需求	客户服务部是腾讯内员工最多的独立部门，为用户提供7&24小时×365天不间断电话，邮件客户服务，设立专门的用户体验研究中心不断改进用户体验进行主动式客户服务
政府	确保政府的政令得到有效执行，符合国家法律，积极纳税	设立政策发展部、政府事务部，统筹规划与执行与政府合作的各类相关项目，建立与政府保持良好沟通的定期会谈机制
商业伙伴	确保与腾讯的商业合作中获得平等的对待，获得商业利益	定期举行供应商大会，合作伙伴论坛等活动与商业伙伴会面直接沟通合作中存在的问题与潜在缺陷，帮助合作伙伴成长；公司内设立完全独立运营的反商业贿赂工作组，杜绝任何损害商业合作伙伴的行为
公益组织	向公益组织提供必要的资金与资源支持，帮助其发展	定期组织与公益组织会面的沙龙与论坛，通过直接资金与资源帮助的方式让公益组织得到成长机会；开放腾讯产品为公益组织设计独特功能与推广全民公益的慈善理念
所处社区	为社区带来良好的综合环境，创建和谐社区	通过“腾讯志愿者协会”面向全社会定期邀请来自弱势群体家庭的儿童到腾讯参观访问进行联欢活动，定期组织“腾讯开放日”面向社会招募参观访问者，参与“慈展会”，通过腾讯公益慈善基金会向社区发展项目做定向捐赠为社区建设贡献资金和媒体资源

全平台公益

3

3.0 全平台公益的创新与实践

腾讯公益慈善基金会（简称“腾讯基金会”）作为腾讯履行企业社会责任方面的先锋，一直努力通过高效的慈善投入帮助腾讯履行对社区、环境和其他利益相关方的社会责任承诺，帮助更多的有需要人士和 NGO 组织获得发展机会。腾讯基金会相信，我们能够通过互联网服务改变公益世界。

爱·在一起

3.1 中国最佳非公募基金会

2007年6月26日，腾讯公司发起成立的腾讯公益慈善基金会（以下简称“腾讯基金会”），正式获得国务院与民政部批准成立，这也成为中国第一家由互联网企业发起成立、在民政部登记注册、由民政部主管的全国性非公募基金会。

5年来，腾讯基金会通过线上线下联动的全新公益慈善模式和行动，专注于履行对社会、社区、环境、网民的责任。

腾讯基金会是腾讯公司践行企业社会责任，达成“成为最受尊敬的互联网企业”愿景的主要方式。腾讯基金会将腾讯公司的核心优势与中国公益事业的发展相结合，不断地思考中国公益事业存在的问题，寻找着自身的定位以及充分发挥自身作用的方式。

2010年至2012年重大成果：

1. 2011年和2012年荣登中国国家最高慈善荣誉“中华慈善奖”，位列《福布斯》中国最佳非公募基金会榜首。
2. 获国务院、国家民政部等主管机构奖项近50个。
3. “腾讯网络捐赠平台”为公益组织筹款超过1亿元，参与捐赠的爱心网友人次超过974万，为中国最大的网络筹款平台。
4. “腾讯新乡村行动”让云贵地区超过10万人获益。
5. “腾讯微爱”为超过100家民间公益组织提供资金与资源支持，成为公认的领先者与标杆。
6. 腾讯筑德基金赠予9个见义勇为为案例，共涉及162人，共奖励67.7万元。鼓励社会大众增强社会公德意识，鼓励人们自发、自愿、自觉的公益善举。

2007年——2011年腾讯公益慈善基金会历年收入及公益支出



3.2 腾讯公益慈善基金会成立五周年：爱，在一起



通过五年企业社会责任实践，腾讯基金会发展成为网络公益的领军者，并创造了网络公益最大的生态开放平台。“改变”、“创新”、“推动”、“行动”是我们一直以来履行的关键点。



改变：

腾讯基金会提出公益 2.0 模式，强调人人参与，全民公益，让大众成为公益的主角。致力于深度融合互联网与公益慈善事业，发挥互联网的互动性强、便捷简单、透明度高特点，动员网民及全社会都来关心和参与公益事业。



创新：

运营以腾讯月捐、乐捐、微爱为核心的网络公益产品，通过互联网平台，建立网友便捷、简单、透明的参与公益的体系，影响数亿网民的公益习惯。



推动：

通过中国最大的互联网平台，通过腾讯基金会自身的身体力行，携手公益合作伙伴，凝聚亿万网友的爱心力量，推动“透明公益”理念的普及与流行。



行动：

通过筑梦新乡村、筑德基金、立体救灾等公益实践，帮扶西南云贵乡村的发展；弘扬社会正气，构筑爱心行善力量；重大灾难发生时，第一时间奔赴救灾现场。用实际行动履行腾讯对社会的责任。

腾讯公益之“最”

▼ 最早以网友命名的爱心基金

2010 年 1 月 10 日，腾讯基金会联合中国儿童少年基金会发起成立腾讯网友爱心基金，这是首个以网友命名的爱心基金。同时还启动了该基金的首个公益项目“网救童心”计划，专注与先心病儿的救助帮扶。

▼ 最佳非公募基金会

2010 年 12 月《福布斯》中文版发布“中国慈善基金榜”，腾讯基金会当选“最佳非公募基金会”。

▼ 最大的公益组织网络帮扶计划

2011 年 10 月 10 日腾讯基金会启动腾讯微爱，构筑立体帮扶的模式，全面助力公益组织的发展。

▼ 中国最早上线的一站式公益自助平台

2012 年 5 月，腾讯基金会乐捐平台全新改版，倡导自助公益，助人为乐的理念，提供一站式在线爱心筹款公益服务。





3.3 中国最大的网络公益平台

腾讯基金会提出公益 2.0 模式，深度融合互联网与公益慈善事业，发挥互联网的互动性强、便捷简单、透明度高的特点，通过腾讯月捐、乐捐、微爱三大互动公益产品推行全民公益的理念，动员网民及全社会都来关心和参与公益事业。

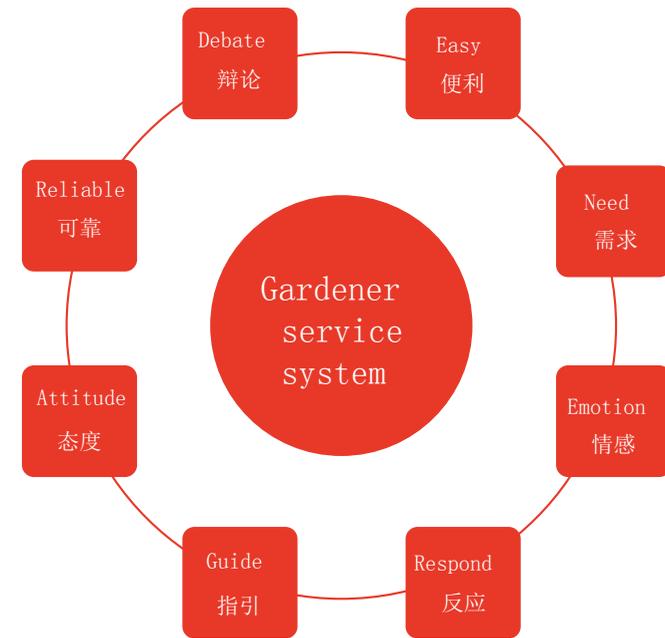
腾讯网络公益服务体系

经过 5 年的不断探索与积累，腾讯基金会逐渐总结和沉淀属于自己的服务角色定位标准体系。在网络公益服务中以“腾讯月捐”为核心，“腾讯乐捐”、“腾讯微爱”等系列产品为辅助，构架了全公益平台。在运营腾讯全公益平台的过程中，腾讯基金会再次总结了经验与教训，最终形成了中国第一套完整的网络公益服务体系标准——园丁服务体系（Gardener Service System, GSS TM）。



GSS 包含了腾讯认为在所有网络公益活动中都需要遵循的必要原则，也是目前腾讯基金会在网络中所提供服务的准测。在 GSS 框架下，腾讯基金会认为，作为网络公益服务提供者，应当从自身的本位角色出发，从工作态度、服务原则、需求把握等多方面全方位地在网络公益平台中给予统筹规划与细致运营。

同样的，GSS 服务体系也具有更多的延展性，腾讯基金会认为它不但适用于网络公益服务的提供者，还适用于参与网络公益的公益慈善机构。



- Guide 指引** 网络公益平台应当提供，足够清晰的指引给予合作伙伴与用户，指引包括操作流程指引，网络使用安全指引，国家相关政策指引等。
- Attitude 态度** 网络公益平台应当提供，耐心细致、公平无差异化的服务态度给予合作伙伴与用户，以尊重和平等的态度对待受助者。
- Reliable 可靠** 网络公益平台应当提供，可靠的服务给予合作伙伴与用户，可靠包括 2 个延伸层面：机构与项目的可靠，捐助或志愿者安全的可靠。
- Debate 辩论** 网络公益平台应当提供，辩论的环境给予合作伙伴与用户，允许存在不同的声音，只有让不同角度不同角色不同观点得到思想碰撞，才能从根本上增进相互信任与理解。
- Easy 便利** 网络公益平台应当提供，便利的参与方式给予合作伙伴与用户，从用户交互设计的友好性、信息获取的便捷性等方面思考网络公益中的每一个互动环节。

- Need 需求** 网络公益平台应当深入洞悉公众与合作伙伴的不同需求，细致分析需求背后所存在的深层次内在要求，具有针对性地提供不同的网络解决方案。
- Emotion 情感** 网络公益与普通公益最大的共同点是都需要满足基本的情感需要，网络公益运营中需要贯穿情感因素考量，充分尊重不同民族、文化、经济水平等社会背景的情感诉求。
- Respond 反应** 网络公益中尤其需要建立快速的反应机制以满足互联网的即时性与互动性特征。

GSS 服务体系应用实例：

为了方便读者理解 GSS 服务体系，本书以“腾讯月捐”中的实际案例“网护森林”为例，说明具体情况下的 GSS 表现实例，以帮助更多的网络公益参与者理解与交流。

案例背景：

“网护森林”项目由中国绿化基金会发起，项目目标为争取网络捐款为保护云南保山的高黎贡山国家级自然保护区内的珍稀动植物资源。



GSS 应用：

Guide（指引）：筹款页面内有清晰的发票索取流程指引，告知捐助者如何合法的取得捐赠发票，既能保护捐赠者的合法权益，又能普及公益慈善知识。

Attitude（态度）：每个月收到的网络捐款，均通过网络展示的方式直接向公众公开具体内容，时间、金额、用于何处等等内容，充分建立捐赠者与筹款方的互信关系。



Reliable（可靠）：项目页面内标注清晰的发起机构名称和网址，完整的定期公布网络公益用户的活动情况和捐款使用情况。



Debate（辩论）：允许网络上发表对本机构或者本项目不同的意见，让机构与用户，用户与用户之间进行充分的交流，直接有助于公众了解和支持网络公益项目。



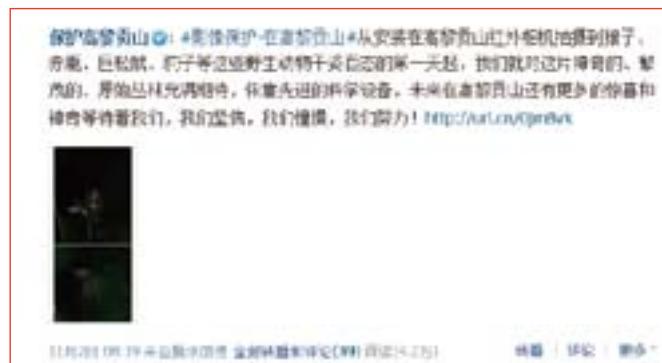
Easy（便利）：项目页面内，提供不同的简单捐款方式告知捐助者进行选择，例如可以选择按月度进行捐款，也可以随时随意的进行单笔不定额捐款。



Need (需求): “网护森林”是一个保护自然环境的环保项目, 筹款机构根据这一项目特性经过调研发现绝大部分参与者都较为热衷于户外运动, 因此定期组织各类户外活动让捐赠者沟通交流。



Emotion (情感) : 中国绿化基金会与壹基金属于不同的机构, 从事的网络公益筹款项目也不同, 但通过微博转发的形式进行相互之间的支持, 可以让不同情感需求的参与者都得到尊重。



Respond (反应) : 项目执行过程中, 半夜间拍摄到了高黎贡山地区的保护动物照片, 早晨 8 点 19 分随即通过微博向捐赠网友公布信息。

腾讯网络捐款平台成果:

点滴爱心, 汇聚成海的亿力量, ……这些都是你和我们 300 多万名爱心网友共同创造的温暖奇迹。

腾讯月捐

腾讯基金会向个人用户推出的新型网络公益方式。腾讯爱心网友通过每人每月 10 元钱的小额持续捐款形式, 自主选择愿意支持的公益慈善项目, 长期关注、方便快捷的支持和参与公益慈善实践。截止 2012 年 12 月 31 日, 腾讯月捐共为 7 个中国公募基金会共 12 个项目提供长期筹款平台, 募集款项达 50450030 元, 用于环保、教育、扶贫、医疗等方面的慈善公益事业。



腾讯乐捐

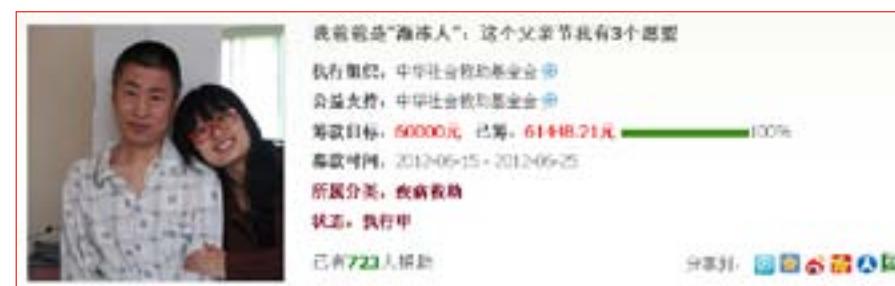
腾讯基金会推出的公益项目自主发布平台。提供网友在网络求助, 公益组织认领该求助、在线筹款、项目反馈、公众监督等“一站式”服务”。截止 2012 年 10 月 31 日, 合作伙伴通过腾讯乐捐募集资金达 49867805.14 元, 用于疾病救助、助学、扶贫、救灾、环保、志愿服务、文化帮扶等 266 个公益慈善项目。



534 套棉衣
救助了 1401 名白内障患者
建造了 133 所书屋和 65 个体育场
捐赠了 13578 本字典
资助了 3939 名孩子的学习生活费
救助了 255 名唇裂儿
种植了 75.4 万株沙棘树、9 万株石崖茶
救助了 180 名大病儿童
救助了 1405 名先心病患儿
送出 150012 个月的爱心营养包
611536 份爱心包
6135 个温暖包
送出了 3260285 份营养餐
捐赠了 300 套寝具
捐赠了 35040 双新鞋

序号	月捐项目	募集善款额 (元)	善款执行机构
1	网助成长 - e 万贫困孤儿助养行动	¥16,520,712	爱德基金会
2	网圆童梦 - 壹基金困境儿童关怀项目	¥14,398,545	深圳壹基金公益基金会
3	网救童心 - 先天性心脏病儿童救助行动	¥8,454,957	爱佑慈善基金会
4	网添绿色 - 幸福家园生态扶贫全民行动	¥4,928,642	中国绿化基金会
5	网织希望 - 为饥饿儿童送营养行动	¥3,189,474	联合国世界粮食计划署, 中国扶贫
6	网聚光明 - 贫困白内障救治行动	¥2,948,819	中华健康快车基金会
7	网捐嫣然 - 唇腭裂儿童救助行动	¥1,378,223	中国红十字会嫣然天使基金
8	网汇真情 - 爱心包裹贫困地区学生圆梦行动	¥1,335,002	中国扶贫基金会
9	网护森林 - 高黎贡山保护行动	¥781,916	中国绿化基金会, 高黎贡山保护区保山管理局
10	网系营养 - 消除婴幼儿贫血行动	¥471,513	中国儿童少年基金会
11	网护天使 - 白血病儿童救助行动	¥155,999	爱佑慈善基金会
12	网佑新生 - 让病残孤儿重获新生	¥86,398	爱佑慈善基金会

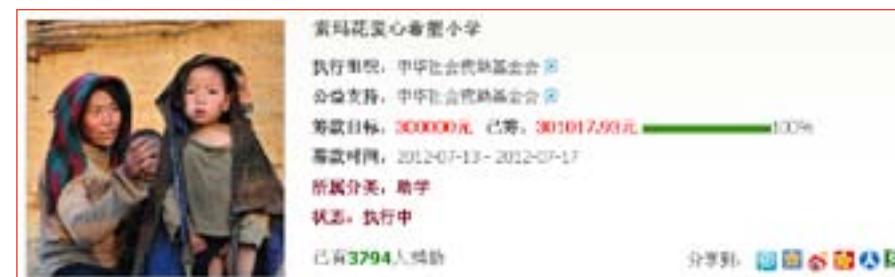
截止到 2012 年 12 月 31 日



案例 1: 8 小时, 3 个心愿, 1 个温暖的父亲节

父亲节前夕, 腾讯新闻推出纪录片《我爸爸是渐冻人》, 腾讯乐捐平台发起为圆文静的 3 个父亲节心愿的主题筹款活动, 短短 8 小时内, 723 位爱心网友捐助善款 61448 元, 帮文静在父亲节前完成心愿。

<http://gongyi.qq.com/succor/detail.htm?id=191#mynav0>



案例 2: 为 463 名失学儿童筹建的爱心小学, 点亮马产平

马产平位于四川省凉山州冕宁县沙坝镇玉山山村 (距州府西昌仅 50 多公里), 4000 多彝族山民中, 一半是没有户籍的“黑户”, 其中 7~14 岁的黑户失学儿童共 463 名。7 月 12 日, 腾讯《活着》栏目推出深度报道【没有身份的群落】, 腾讯乐捐平台发起索玛花爱心小学筹款活动。截至 7 月 17 日, 3794 位爱心网友参与, 共筹款 30 余万元。

<http://gongyi.qq.com/succor/detail.htm?id=239#mynav0>

案例 3: 胆闭宝贝别哭

比起很多其他疾病, 胆闭给孩子带来的痛苦更令人揪心, 他们小小年纪就要经历肝移植手术。2012 年 7-8 月, 腾讯微博、腾讯公益携手邱启明、儿慈会天使妈妈救助团队, 共同发起“宝贝别哭”救助贫困胆道闭锁患儿童的公益活动, 启动捐款通道, 让更多人关注 and 帮助这些孩子。上线 8 个项目, 截至目前已有 6 个项目筹满款项。特别是小瀚午, 9 天就筹得善款 30230 元。



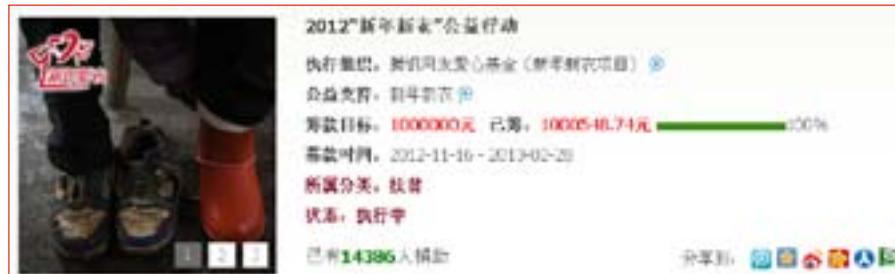
<http://z.t.qq.com/xzwj/01.htm>



案例 4: 给卖画奶奶一个家

2012年10月，腾讯乐捐平台发起筹款行动，帮扶深圳大学天桥下自强不息的卖画老奶奶。短短6小时，腾讯乐捐便筹集到50789元。目前老奶奶已经结束风雨飘摇的日子，平安回到了河南老家。

<http://gongyi.qq.com/succor/detail.htm?id=339>



案例 5: 新年新衣

2012年冬，由腾讯网、腾讯基金会发起的大型公益项目“新年新衣”公益计划启动，为偏远贫穷地区（云、贵、青、藏、陕、甘等）的贫困儿童募集过冬的新棉衣，让孩子们这个冬天不再寒冷。截止到2012年底，腾讯乐捐募款金额已达100万。

<http://gongyi.qq.com/succor/detail.htm?id=350>

3.4 腾讯公益实践及重大灾难中的救助行动

2009年6月，腾讯基金会发起“筑梦新乡村”项目，以民族文化保育和传承为核心，展开互联网企业西部乡村帮扶的创新尝试。规划2009年-2014年五年间，定点云贵两县一州（贵州黎平县、雷山县、云南迪庆州），投入不少于5000万元公益资金，探索互联网企业利用核心优势，汇聚公益力量，推动西部乡村教育、文化、经济发展的新模式，以期通过城市文化的善意输入，推动乡村价值的有效输出。

2011年至2012年筑梦新乡村重要成果展示：



2011年7月18日

腾讯讲师筑梦公益行



7-8月间，15位来自腾讯学院的讲师，奔赴贵州、云南、内蒙、深圳为超过300名乡村教师讲授excel&PPT辅助教学、五星级沟通、互联网软件使用技巧等课程。

<http://gongyi.qq.com/a/20090820/000001.htm>



2011年11月11日

铜关十八腊汉歌会



借助腾讯多媒体网络平台，募集观礼歌会的游客，以民间方式为铜关五百地方4个村寨筹集举办民间节日的经费，这成为黎平历史上第一个“挣钱”的民间活动，这也为这个贫困而鲜为人知的小村寨，赢得来自县、州、省文化部门文化帮扶和经济扶贫项目落地的重要转折。

<http://gongyi.qq.com/zt2011/lphgh/>



2012年1月1日

为黎平中小学生捐赠“新年新衣”



2012新年伊始，腾讯网通过“筑梦新乡村”落地执行“新年新衣”项目，4200名经过公示的贫困小学生和2000名贫困高中生在春节前穿上温暖冬衣。

<http://news.qq.com/a/20120116/001062.htm#p=1>



2012年4月25日

贾静雯黎平探访及捐赠

腾讯手机管家携手贾静雯通过“筑梦新乡村”为黎平县雷洞乡捐赠价值30万元的筑梦快乐运动场、筑梦乐园乡村幼儿班、筑梦益智包，全乡920位小朋友全部受益。



<http://m.qq.com/youwozai/index.html>



2012年5月31日

“筑梦学堂一起去支教”启动

以“志愿付出微小化”为特征的短期支教接力项目，开放腾讯员工全面参与“筑梦新乡村”公益体验平台，半年内超过120名腾讯员工自付差旅、使用腾讯公益假、年假及周末五天时间，在规定的课程体系内自制课件，完成乡村支教调研工作。



<http://gongyi.qq.com/a/20120623/000003.htm>



2012年7月16日

铜关侗族大歌生态博物馆奠基

以黎平县岩洞镇铜关五佰地方四个村寨为核心的侗族大歌生态博物馆研究中心，将成为腾讯公益三年沉淀文化帮扶模式探索的核心平台，未来将汇聚腾讯资源，承载民族文化保育、传承、民族文化研究、农副产品及民族手工艺产品对外销售和文化旅游开放的综合职能。



<http://gongyi.qq.com/a/20120720/000007.htm#p=1>



2012年7月17日

腾讯筑梦新乡村论坛召开

“筑梦新乡村”三年中期报告——《返璞归真的力量——腾讯筑梦新乡村的过去与未来绿皮书》正式发布，两岸三地数十名专家学者及资深媒体人齐聚贵州黎平探讨民族文化保护之道。



<http://gongyi.qq.com/zt2012/xxcforum/index.htm>



2012年10月15日

黄晓明“微爱星动”探访及捐赠

黄晓明发起助跑明天活动，通过“筑梦新乡村”落地全国十四省并在黎平县地扞小学举行捐赠启动仪式，项目由薪火基金会执行1000个“筑梦体育包”发往366个乡村小学，为孩子们的健康成长筑梦。



<http://ent.qq.com/zt2012/Withmingwaxd/>

筑德基金

2011年10月“小悦悦”事件发生以后，腾讯网率先发起了“拒绝冷漠，温暖你我”为主题的社会道德弘扬的大型倡导活动，引导千万用户关注社会道德的弘扬。2011年10月27日，腾讯基金会宣布投入500万元设立“筑德基金”，旨在“倡导社会文明，引导社会向善理想；弘扬社会正气，构筑爱心行善力量。”



该基金专项用于：一方面对那些在自愿实施公益行为过程中，受到意外伤害或损失的人提供必要的道义援助；另一方面，帮助和鼓励具有积极影响力的个体公益行为。截止到2012年12月31日，筑德基金共赠予162位见义勇为者，共捐款87.7万元，我们相信通过奖励个体公益行为，能够逐步影响社会大众，并鼓励社会大众增强社会公德意识，鼓励人们自发、自愿、自觉的公益善举。

序号	时间	筑德基金案例	赠予金额（万元）
1	2011年10月	骆成瑜：为救落水同学 19岁男生不幸溺亡	10
2	2011年10月	牛作涛：退伍军人为救跳江自杀女而牺牲	10
3	2011年11月	夏娟：12岁“最勇敢小女孩”烈火中唤醒10余生命	5
4	2012年1月	谢尚威：哈尔滨“最美青年”徒手救15岁坠楼少年	5
5	2012年5月	最美女教师张丽莉因救学生而瘫痪	10
6	2012年7月	李舒舒见义勇为为舍身救女童	5
7	2012年7月	诸暨小英雄郭俞杰舍己救人溺水而亡	10
8	2012年7月	“7·21特大暴雨”中英勇救人152位农民工	15.2
9	2012年9月	云南教师朱银全双手刨出学生	7.5
10	2012年12月	北京榜样人物于清、石青华大爱义举	10
		总计	87.7



案例 1:

骆成瑜，出生于 1992 年，家住徐闻县城北乡那练村，2009 年到广州白云工商高级技工学校读动漫专业。2011 年 10 月 16 日下午，骆成瑜在徐闻县西连镇瓜藤村郊一水塘里勇救两名学生，再去救第三名学生时，不幸溺水身亡……腾讯基金会将 10 万元“筑德基金”赠予骆成瑜的家属。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120305/000014.htm>

案例 2:



牛作涛，1980 年出生于山东省菏泽单县莱河镇。1998 年高中毕业后在广州入伍空军某部服役，他先当了一段勤务兵，随后受训成为部队司机。2003 年，牛作涛退伍后留在广州工作。2011 年 10 月 19 日晚 8 时 40 分左右，牛作涛和朋友在广州市二沙岛江边散步，路过晴波路东段时，突然听到群众喊“有人跳江自杀了”。牛作涛闻讯，立即跳入江中迅速游向落水女子。因珠江涨潮，水流湍急，虽经过几番努力，仍然没能将那名女子救起，而牛作涛最终因体力不支沉入江中，不幸英勇牺牲。腾讯基金会将 10 万元“筑德基金”赠予牛作涛的家属。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120305/000010.htm>

案例 3:



夏娟是江西省南昌市的一名初二女生。因在 2011 年 11 月 3 日筷子巷 35 号发生火灾时，逐一拍开邻居的家门，让至少 15 名居民幸免于难而被称为“最勇敢小女生”。腾讯基金会将 5 万元“筑德基金”赠予夏娟。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120305/000013.htm>

案例 4:



2012 年 1 月 27 日，双城市韩甸镇农民新居小区内，一名 15 岁的少年，因站在窗台上放烟花，不慎失足。恰巧被经过的邻居 29 岁的谢尚威看到，谢尚威毫不犹豫地冲上前伸出双臂，接住了坠楼少年。“当时我什么都没想，本能地去救人”。腾讯基金会将 5 万元“筑德基金”赠予谢尚威。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120131/000006.htm>



案例 5:

2012 年 5 月 8 日 20 时 38 分，在佳木斯市胜利路北侧第四中学门前，一辆客车在等待师生上车时，因驾驶员误碰操纵杆致使车辆失控撞向学生，危急之下，教师张丽莉将学生推向一旁，自己却被碾到车下，造成双腿截肢。腾讯基金会将 10 万元“筑德基金”赠予最美丽的女教师张丽莉。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120514/000009.htm>

案例 6:



2012 年 7 月 2 日中午，广东佛山。在一辆疾驰而来的货车就要把年仅一岁半的女童思雯撞飞的危急关头，年仅 16 岁的餐厅女服务员李舒舒冲上去一把推开女童，自己的右脚被车轮重重压过，造成右脚粉碎性骨折。腾讯基金会将 5 万元“筑德基金”赠予李舒舒。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120706/000014.htm>

案例 7:



2012 年 7 月腾讯基金会将 10 万元“筑德基金”赠予浙江省诸暨市浣东街道浣东小学的学生郭俞杰，2011 年 8 月 1 日下午一时许，他为了救落水伙伴而不幸溺水身亡，年仅 10 岁。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120710/000006.htm>

案例 8:



2012 年 7 月 21 日，北京遭遇特大暴雨。当晚，152 位在河西再生水厂工作的建筑工人农民工第一时间拿着救生圈、麻绳冲向一墙之隔的高速公路救了上百名危在旦夕的游客。腾讯基金会将 15.2 万元“筑德基金”赠予在暴雨中冒着生命危险救助他人的英雄们。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120731/000007.htm>

案例 9:



34 岁的朱银全是云南省彝良县角奎镇云落小学唯一的一名老师。他在 2012 年 9 月的新学期里刚刚来云落小学代课。9 月 7 日地震发生后，朱银全和寨子乡亲们一起在小学的土坯房废墟里，徒手刨救出了 7 名学生。腾讯基金会将 7.5 万元“筑德基金”赠予朱银全及和他一起抢救学生的 11 位乡亲们。

 <http://gongyi.qq.com/a/20120910/000012.htm>



案例 10:

2012 年 12 月，坚持 28 年种树，把荒山变绿林的 86 岁老人于清和收养 108 个孩子，创办光爱学校的石青华荣获“北京榜样”称号，腾讯基金会将 10 万“筑德基金”赠予他们，以鼓励并弘扬他们的公益善举和大爱义勇的精神。



<http://gongyi.qq.com/a/20121227/000019.htm>

立体救灾

每一次重大灾难发生后，腾讯基金会总在第一时间出现在现场。凭借于广大网友的爱心，依托于腾讯公益在互联网行业的优势，我们发展创立了“立体救灾”的救援行动模式，全方位支持救灾工作，迅捷准确实现救灾信息沟通，高效促进多方减灾合作。发挥平台作用，呼吁网友共同参与救灾行动。

2010 年:

海地地震:

2010 年 1 月 12 日下午，海地发生里氏 7.3 级地震，首都太子港几成废墟，大量房屋严重受损或倒塌，估计死亡人数将超过十万人，8 名中国派驻海地的维和人员也在地震中不幸遇难，热血永远的洒在海地的土地上。1 月 15 日腾讯基金会通过红星月会国际联合会紧急捐款 20 万美元为海地地震灾区购买医疗卫生用品、帐篷和饮用水等急缺物资。同时启动网络捐款平台，为海地地震中的孤儿筹得 137713 元。

西南旱灾:

2010 年，西南云、贵、桂、川、渝 5 省大旱，6000 万人受灾，用水告急！西南同胞们在井水日渐干涸、土地龟裂无收的重创下，长途跋涉取水、深入夹缝寻水。灾情发生后，腾讯公益呼吁广大网友一起行动，为西南地区捐赠 1150 吨爱心饮用水。

青海玉树地震:

2010 年 4 月 14 日，青海玉树发生 7.1 级地震，受灾面积 35862 平方公里，受灾人口 246842 人。地震发生后，腾讯基金会立即启动紧急救援机制，向灾区捐赠了 2200 万元，同时启动网络捐款平台，为灾区筹得 6579836 元。

舟曲泥石流:

2010 年 8 月 8 日凌晨，甘肃省甘南州舟曲县发生强降雨引发特大泥石流灾害，至少导致 1239 人遇难，505 人失踪。灾情发生后，腾讯基金会第一时间捐赠 500 万元给舟曲，用于食品及饮用水购买、防疫等救灾工作。这是 2010 年是腾讯基金会自海地地震、西南旱灾和玉树地震后，第四次启动紧急响应机制。

2012 年:

云南彝良地震:

2012 年 9 月 7 日，云南省昭通市彝良县与贵州省毕节地区威宁彝族回族苗族自治县交界发生 5.7 级地震，造成了 18.3 万户共计 74.4 万人受灾。腾讯基金会在震后第一时间捐赠 200 万元，同时联合合作伙伴成立立体救援项目组，奔赴灾区开展紧急救援工作。与此同时，还通过网络捐款平台为灾区筹得 108190 元。



3.5 积极拥抱社区和帮扶 NGO 组织

腾讯基金会依托于腾讯在互联网行业的优势，积极关注社区发展。区别于传统关注社区发展的做法，腾讯基金会为公益伙伴创造了一个沟通、交流、展示的互联网平台——腾讯微爱。公益伙伴通过“腾讯微爱”，一方面可以与行业伙伴进行充分的沟通交流和经验分享，及时了解行业动态和发展趋势；另一方面，也可以充分展示其在线下执行的公益项目，将其公益项目理念和成果传递给更多受众，从而扩大项目影响力和认知度，进而影响和提升社会大众的公益慈善意识，让更多中国网民参与到公益事业中来。截止到2012年12月31日，腾讯微爱共为1268个公益伙伴提供在线服务，为114个民间NGO累计提供476万资金帮扶，支持其在教育、扶贫、医疗健康、灾害救助、社区服务、环境及动物保护、志愿服务等领域的公益项目执行。

项目案例：

1. 孤独症儿童家庭支援项目
2. 知识的礼物—手工艺人进修课程
3. 黄河湿地鸟类保护能力建设
4. 西北师范大学环境保护社水环教
5. 手语舞出爱，中国手语义务推广
6. 彩虹花乡小公益图书馆项目
7. 社会融入与成长计划
8. 贫困心智障碍儿童康复救助项目
9. 四川凉山技能培训基地微爱在行动
10. 孤儿院爱心超市管理理念创新发展及推广

分类	项目数量(个)
教育	53
扶贫	27
医疗健康	21
环保	5
社区	6
文化	2
总计	114



3.6 全员热情投入的腾讯志愿者

2007年，腾讯在企业内部成立了“腾讯志愿者”协会，定期组织员工参与扶贫帮困、奉献爱心的公益活动。截至到2012年底，腾讯志愿者积累发起238个志愿者活动、累计爱心时长达16366.5小时，累计服务人次达3113人。



七大志愿者项目组：



四大志愿者分会：





这一天，全心爱：“带薪”公益假

2012年4月17日，腾讯正式发布了员工公益假计划，开启了企业公益假期的先河。这是我们为鼓励员工体验公益项目、当志愿者、用行动帮助他人而特定的1天带薪假期。目前腾讯公司员工超过20000名，包括国外的员工都可以随时在线申请这一年一天的带薪公益假期。定期上线和更新支教、探访、社区援助等公益体验项目，鼓励全体员工共同参与社会责任的实践，使公益成为腾讯人的重要文化基因。



良好的运营
机制

知识产权
保护

用户隐私
维护

制定共同
行业标准

公平的合作
规则

健康的商业
模式

4

4.0 打造开放共赢的产业生态

从一家小创业型公司经过 14 年发展至今成为中国市值最高的互联网公司，腾讯深知创业的艰辛，也相信腾讯的发展离不开众多业务合作伙伴的支持，更相信只有携手合作伙伴一起不断满足用户需求才能保持企业的可持续发展。

4.1 腾讯开放平台的社会责任原则

作为企业社会责任的一部分，腾讯为开放平台制定了业内最为严格的执行规范，确保所有合作伙伴都能得到公平的商业待遇，用户利益得到完全尊重。在多方共同努力下，腾讯正式确定了开放平台的6大原则框架以确保符合腾讯及整个产业的可持续发展战略。



此外，腾讯深知平台的安全性、稳定性、易用性也是开放平台的核心能力。开放平台作为一个崭新的概念和服务，只有在安全、稳定、易用的基础上，才能为用户、为开发者提供更好的服务。腾讯开放平台是一个服务于海量用户的一站式开发者平台，从海量的基础支持、测试、安全、自动化工具、统计分析工具、客服、支付结算等方面都结合腾讯十多年的运营经验做了系统规划。

4.2 开放合作共赢的完整产业链支持

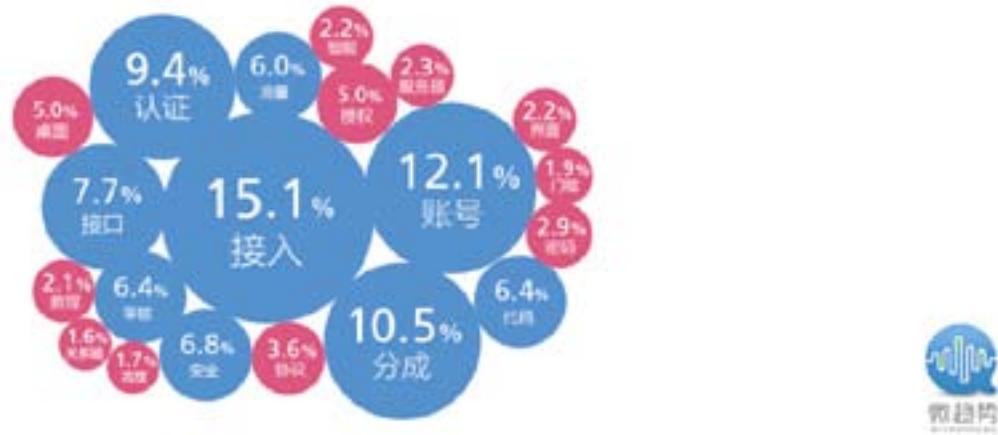
打造开放共赢产业生态，作为腾讯践行企业社会责任的一个最重大举措之一，为中国互联网产业带来了勃勃生机，各大开放平台也因此迎来万紫千红的空前繁荣时代。

2010年6月15日，腾讯为了扶持更多创业团队参与产业服务，为网民创造更具活力的多元化互联网世界，正式宣布了“开放战略”。此后不到1年的时间，腾讯开放平台聚合注册开发者超过30万，开发者的创造力也得到相应的回报，多家开发商月收入分成超过1000万元。腾讯系列的开放政策极大地激发出开发者的创业热情，而2011年也正式成为了中国互联网开放元年。



开放平台提高分成比例 开发者收益大幅提升

作为一家从创业型小公司发展起来的市值第一的行业领先企业，腾讯对创业的艰辛可能比任何一家企业都有着更加深刻的体会。开放平台作为刚刚实践的新领域，创业团队规模基本均为少于10人的“微型创新企业”，他们有着共同的特征：年轻，富有激情、有创意、代表着新一代的中国互联网创业者。为了让开发者能通过稳定的商业收入支持其创新性投入与研发，腾讯特别为开发者们制定了非常完备的商业分账模式，让开发者从与腾讯的合作中获利。



腾讯开放平台开发者调研数据

2011年，为鼓励行业发展，腾讯开放平台大幅提高分成比例，开发者收益大幅提升，月收入10万以下开发者可获得100%收入（即腾讯不从合作中获得任何收入）。对于中等规模的创业团队（月收入10万-100万之间）的，腾讯与开发者按照3:7的比例进行分成，即将收入的绝大部分依旧归开发团队所有。对较为大型的创业公司（月收入100万-1000万之间）的，腾讯和开发者各拿50%。通过这样的鼓励措施，腾讯开放平台为中国互联网行业扶持壮大了一大批创业型的互联网企业，也为中国互联网用户贡献了超过1000款精品产品。

此外，为了鼓励创业团队多出更有创新精神的精品，确保所有的合作开发者得到公平对待，腾讯也发布了特别扶持政策。

阶段	权益 & 奖励				
	条件	分成	广告	API	服务器
最新上线	新应用上线	——	1) 赠送广点通基金 1000 元 * 星级系数 2) 按星级，享受广点通现金消耗返现	享受所有 API（其中星级高的开发商，对新功能有优先使用权）	每个新应用上线前 3 个月，每月可享受 5000 元免费云服务，3 个月内可累加使用
上线一周	新上线一周，次日留存率均值 ≥ 7%，按 7 日日均 DAU 均值，TOP20 的应用	——	1) 赠送广点通基金 20000 元 * 星级系数 2) 按星级，享受广点通现金消耗返现	享受所有 API（其中星级高的开发商，对新功能有优先使用权）	——
运营阶段	10w ≤ 月日均 DAU < 30w	单应用月日均 DAU 10w 以上的，最高可享受 25% 的分成比例上调，详细参考《开发者协议》	1) 赠送广点通基金 20000 元 * 星级系数 2) 按星级，享受广点通现金消耗返现	享受所有 API（其中星级高的开发商，对新功能有优先使用权）	对于月收入在 100W 以下，月日均 DAU 在 10W 以上的应用，每 10W DAU 可以减免 1W 月服务成本，最高上限不超过 3W。（按照每 10W 向下取整，不留小数部分，其中，云服务成本最小不低于 0）
	30w ≤ 月日均 DAU < 50w		1) 赠送广点通基金 40000 元 * 星级系数 2) 按星级，享受广点通现金消耗返现		
	50w ≤ 月日均 DAU < 100w		1) 赠送广点通基金 60000 元 * 星级系数 2) 按星级，享受广点通现金消耗返现		
	100w ≤ 月日均 DAU		1) 赠送广点通基金 100000 元 * 星级系数 2) 按星级，享受广点通现金消耗返现		

2012年开放平台合作伙伴大会，揭开中国互联网“腾飞”序幕

2012年3月16日，腾讯开放平台2012新春年会在北京举行。600多名业界合作伙伴现场参与，腾讯开放平台从不同的角度讲述了开放平台的过去、现在和未来。腾讯社交网络事业群总裁、集团高级执行副总裁汤道生从宏观角度向开发者总结开放平台过去的的成绩以及腾讯开放战略，并且表示腾讯开放战略会坚定不移地走下去。该大会由QQ空间、朋友网、Q+、微博、游戏、无线等联合举办，是继腾讯宣布开放之后，又一次重要行业事件。腾讯开放大会的举行，也是腾讯企业社会责任领域的又一次大胆实践——通过鼓励更多的创业者加入互联网行业，与腾讯一道为用户提供更为丰富的在线服务，满足用户不断提升的服务需求。



同时，腾讯开放平台为鼓励中小型创业团队的“腾飞奖”也在大会上举行颁奖仪式，2012年开放平台十强应用、优秀应用、优秀合作伙伴名单在大会揭晓。现场发布了2012年第一季度五款国内外优秀应用，为行业的开发者搭建了产品展示与新品发布的舞台，让所有的合作开发者可以通过腾讯这一平台相互更多的交流，相互提升服务水平。



4.3 开放实践不断推动互联网社会价值实现

腾讯开放平台除了通过经济手段推动互联网社会实现其社会价值外，教育、交流是贯穿其中的一个重要渠道。这其中包括多项措施：



直接对外交流

2011年，腾讯开放平台与卡内基梅隆大学CMU峰会合作举办了该校的创业大赛。作为大赛的一部分，腾讯开放平台在卡内基梅隆大学Intel研究院内，分享了基于亿万级海量用户的腾讯云计算技术，详细介绍了腾讯云的基本情况、腾讯云核心优势，包含云计算、云安全、云支付、云服务、云测试在内的全方位多元化的云平台解决方案，阐述了腾讯云提供的海量服务与平台支撑能力，包括海量支持、自动化工具、数据统计分析、客服、测试、安全与支付结算。大会聚集了全球多为权威专家其中包括ACM Fellow Hui Zhang、英特尔实验室首席科学家Phillip B. Gibbons院士等。



腾讯开放平台通过创业大赛前的开放平台主题演讲，点燃海外学子的创业激情，众多海外学子表示期望回国创业，为祖国贡献自己宝贵的学识创造属于中国人的网络精彩，活动为中国吸引归国留学生起到了良好的典范作用。

组织开发者交流

2012年，腾讯为所有创业者共举办11场“开发者沙龙”，为开发者提供公平的机会参与沟通交流与学习，以提高其开发技术，市场嗅觉，和团队管理能力。尤其是8月17日在香港举办第六场腾讯开发者沙龙，联合香港数码港一起寻找开放平台应用创新大赛的“香港之星”，9月7日在深圳与创业家举办创业者路演活动 launch day 等，得到了开发者的强烈关注。

2012年10月28日，腾讯开放平台与腾讯微博联合举办的腾讯开发者沙龙 open salon 走进成都，分享平台新政策及成功经验。除了企业开发者外，现场还吸引了来自四川大学、成都电子科技大学学子，再次助力祖国西南学子的创业热情，为拉近东西部差距，增进西南地区学子

的创业水平做出贡献。2012年10月13日，腾讯开放平台移动开发者沙龙上海站活动，现场接近200人，与开发者进行了深入的交谈，分享了平台关于移动端的策略及开发者们经验。

创新型应用大赛

2011年4月，腾讯开放平台首届应用创新大赛启动，成功吸引了超过5万开发者、4万款PC应用和300款优质移动应用参赛。五款应用DAU突破百万，开心泡泡猫DAU成功突破两百万大关、小鱼吃吃吃次日留存率达60%，塔防三国志三个月收入超千万。大赛成功地挖掘了大量对社会极具正面积极引导的应用。2011年9月9日应用创新大赛季度颁奖礼在北京举行，“戒烟主页”、“每日十单词”等优秀公益应用得到了特殊奖励，再次为互联网行业树立了道德价值的典范。12月27日应用创新大赛总决赛在北京举行，业界超过1500人现场参与，线上参与人数超过25万。



组织大型公开课

腾讯也通过组织类似于“公开大学”的形式对所有的开放平台参与方提供免费的技术培训课程。通过公开课的形式，任何开发者均可以自由而且完全免费的向腾讯高级工程师学习，聆听他们对产品、用户、行业趋势的理解与分析，帮助自己提高互联网服务水平。与之相应的，所有网络使用者也将从该计划中获益——更多的高水平在线服务将由腾讯公开课的学员创造出来。例如，2012年，11月15日Open Class 第四轮巡讲“技术为王”深圳站，现场参与者超过60人，80%是技术人员，来自腾讯的功能工程师向大家毫无保留的分享了“云平台基础架构介绍”、“云调度”、“云监控系统介绍”等内容，帮助开发者掌握行业最前沿的知识。



央视对腾讯通过开放平台的形式让企业社会责任价值得到彰显给予了高度评价



腾讯特色的网络新客服

IMC 在线服务、TSC 微博服务



5

5.0 更高商业道德标准的经营实践

腾讯坚持追求实践符合最高商业道德标准的商业活动，遵守法律法规并努力成为优秀的企业公民。本章将重点阐述腾讯一直以来如何致力于在遵从商业道德标准的基础上发展业务，维护用户的尊重与信任，秉持公正、诚实的竞争理念、为用户提供优质的产品和服务。

5.1 一切以用户价值为依归的消费者保护

秉承“一切以用户价值为依归”的经营理念，在新的形势下满足数以亿计的海量用户不断增长的客服需求，是腾讯在消费者保护领域所遵从的服务理念，也是腾讯消费者保护环节中至关重要的一环。

2011年至2012年，伴随着腾讯开放战略的推进，用户服务的更优品质成为腾讯客服的更高要求，伴随着这个艰难而又充满勇气的蜕变过程，腾讯新客服由此迈上新的征程。

腾讯新客服，在原有服务模式基础上，为用户提供了更符合新形势的新型服务，打造具有先进体系的服务平台，让广大用户获得服务更快捷、便利，服务满意度更高。



新客服愿景：依托互联网先进技术生产力，打造全球领先的互联网客服！

截止2012年11月，腾讯客服团队已达到2700人，为用户提供包括热线、互联网线上服务、微博、自助等多种服务方式的7*24的用户服务；并确定明确的用户投诉处理流程，提升用户的投诉体验。

通过自身不断努力，得到行业和用户的认可：

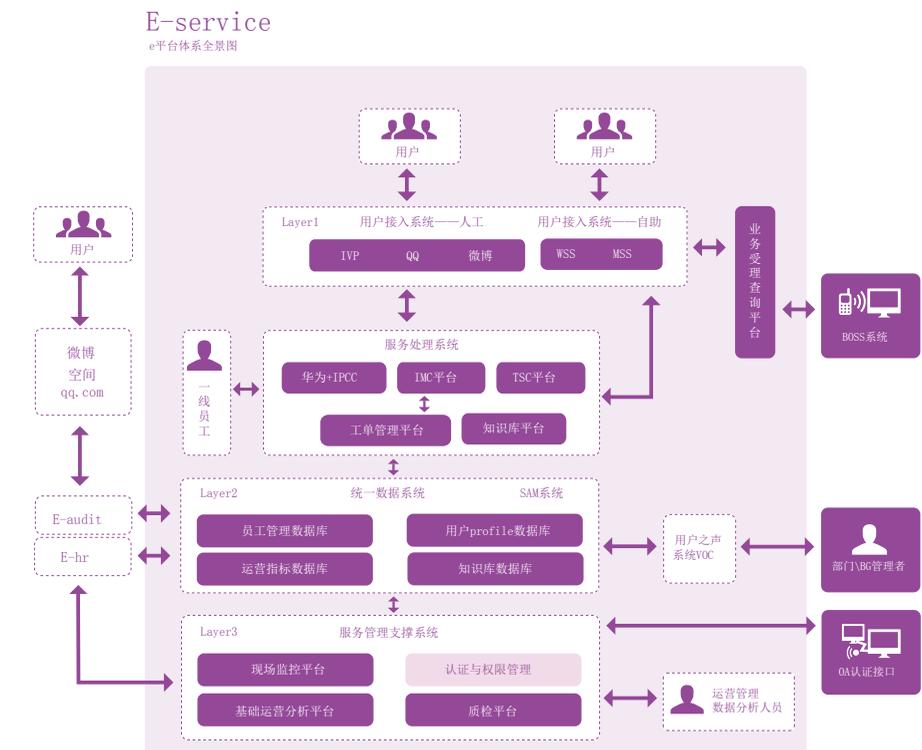
2010年加入深圳呼叫中心行业协会（理事），并成为第一届活动承办方。这让腾讯客服不仅可以自己的专业服务为腾讯用户提供周到的售前售后服务，也让更多的服务业同行有了经验借鉴的机会。

2011年4月，腾讯客服部协同深圳呼叫中心行业协会成功举办“2011年深圳呼叫中心行业进阶发展研讨会”。

在此次活动中，行业协会对于腾讯公司面对亿万用户的服务解决方案给予了高度关注及认可。此次活动也增强了各行业间的信息交流，通过对互联网服务解决方案的分享，让各行业呼叫中心了解到了创新服务的意识，为广大用户提供了更多的服务方式和渠道。

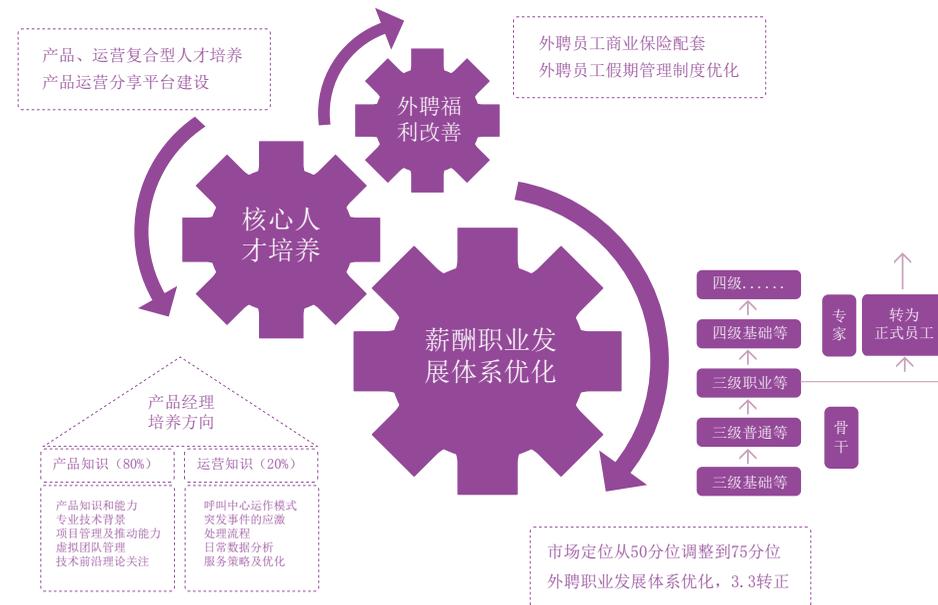
新客服，新平台——先进IT技术平台构筑核心生产力

“工欲善其事，必先利其器”，先进的IT技术平台是支撑整个客服服务的最重要基础，是提升工作效率的最重要手段。为了打造先进的IT技术平台，新客服成立了70人的专业开发团队，为平台开发提供了强大的技术支撑。目前新客服已经建立了五大核心系统，八大平台，为提升客服质量和效率打下了坚实的基础。



新客服，新队伍——全新组织管理机制

新客服，重新贯彻落实新干部评价标准，建立全新的组织管理机制，员工满意度不断提升，员工流失率不断下降，客服团队展现出了新客服的新风貌。



新客服，新渠道——IMC 在线服务、TSC 微博服务

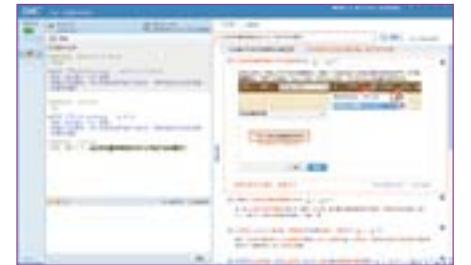
在新的形势、新的要求下，腾讯客服除继续提升 IVR 语音渠道建设外，努力拓展接入新的服务渠道，提升服务容量，建设具有多元化互联网特色的服务渠道——IMC 在线服务、TSC 微博服务，倾听用户心声，解决用户问题。



CSR 案例

IMC 在线服务：为用户提供高效优质的互联网服务

随着互联网的高速发展，腾讯已成为中国最大的即时通讯公司，面对日益增长的服务请求，电话服务和非实时留言系统已不能满足腾讯客服的人工服务需求，因此腾讯客服需要寻找一款适合互联网的客服工具。



2012年4月9日，腾讯客服自研的在线客服系统（Instant Message Callcenter）正式上线。IMC 在线服务基于即时通讯技术，为广大腾讯用户提供了可通过 QQ 咨询问题的全新服务选择。



定位：

IMC，一种具有互联网特点又有腾讯特色的服务渠道和方式。基于即时通讯技术，充分利用 QQ 的便利性和互联网的先进技术，高效快捷服务用户，形成腾讯客服特色品牌。

目标：

▼ 建立用户易找、服务高效、成本低廉具有腾讯特色的网上人工服务平台，满足腾讯海量用户的人工服务需求

人工服务需求

▼ 腾讯客户服务的主力渠道，建立高美誉度的口碑

▼ 代表互联网先进的生产力，引领服务潮流，成为全互联网服务的标杆

经过7个月的运营，截止2012年10月，在线客服渠道月均服务用户已达130万，超越电话服务成为主要的人工服务平台，客服代表人均日服务用户已达270次，服务响应率始终保持在90%以上，并达到了80%以上的用户满意度。借助互联网平台，腾讯在线客服以高效的服务为更多用户提供更优质的服务，赢得了广大腾讯用户的认可和赞美。

CSR 展望

打造腾讯特色的网上服务营业厅

IMC 的上线后的取得了一定成绩，但这还远远不够，在服务海量用户的道路上，腾讯客服只是踏出 IMC 战略目标的第一步，后面的路还长。

如何让 IMC 打造成为用户首选的服务渠道？

如何将 IMC 打造成为腾讯特色的网上服务营业厅？

如何将 IMC 打造成为亚洲一流互联网客服的标杆？

这些都需要腾讯客服人克服重重困难，一步步去实现。最终我们希望在 QQ 平台上搭建一个真正“网上服务营业厅”，集成了人工、自助以及客服与用户的高效互动，最终满足腾讯客服每天服务百万级甚至千万级的服务请求，让用户有问题就“Q”我们，让 IMC 在线服务成为全球一流的互联网客服标杆！

CSR
案例

TSC 微博服务——为用户提供超预期、一站式的优质服务



时下微博已经席卷整个互联网，据统计，2012年6月我国微博用户已达到3亿之多，成世界第一微博大国。而微博的互动轻量、传播速度快、自主性强等特点，正成为用户浏览、发泄、分享的第一选择。如何利用微博这一平台，主动关注用户反馈，挖掘用户潜在需求，为用户带来更好的服务体验一直是客服思考的课题，由此，一条新型有效的全产品服务渠道——TSC 微博服务渠道应运而生，它填补了传统服务渠道主动服务的空白，给用户提供了超预期的服务感受。

▼ 渠道定位：

基于时下最热门信息平台，主动发现用户问题，采用新兴轻量化交互方式，为用户提供超预期的、一站式服务支持，并快速捕捉、传递用户反馈，提升用户产品体验。

▼ 渠道目标：

传递：过滤微博海量信息源，快速传递用户体验及建议，提升用户体验；

主动：主动挖掘用户在微博平台的潜在服务需求，提供超预期的服务体验；

轻量：发挥微博轻量级互动特色，为用户提供轻便、愉悦的服务体验；

高效：利用微博媒体传播特性，帮助更多用户解答同类问题；

引导：根据用户问题引导最佳服务渠道，提供一站式服务支持；

氛围：通过客服官号的微博运营，营造用户互助氛围；

▼ 目前效果：

虽然 TSC 微博服务渠道运营时间并不很长，但已经取得了良好的效果。目前腾讯客服官方微博粉丝量达 322 万，TSC 渠道周主动服务量已达到 50 万次，在线服务人力超过 60 人，人均服务效率超过 250 单 / 天，获得了用户认同及普遍好评。借助着 TSC 系统平台的支撑，微博服务迈出了坚实的一步。

▼ 微博用户表扬：

小孩：哇，腾讯的客服姐真是无处不在，我发了条我的号被盗的微博，居然就被客服姐看到了，腾讯很厉害呀！



9月13日 09:20 关注(45) 全部转发评论(2)

赞 评论 收藏

黄菜：刚刚给腾讯客服提了意见，希望可以得到改善，用了那么多腾讯产品以后发现，客服的效率很高，客服体验是企业发展的重心。加油，支持腾讯！



12月27日 18:20 关注(17)

赞 评论 收藏

CSR
展望

紧密跟随网络趋势，全面覆盖用户需求

微博服务模式还在不断的摸索中，未来将面临技术与服务运营的双重考验，但腾讯客服人员有信心面对这一切，在摸索中突破，为用户提供更方便、快捷、优质的服务体验。腾讯客服正紧密跟随互联网变化的步伐，全面覆盖用户需求，用户反馈，用户关怀，并通过自身的努力一步一步打造着腾讯自身的品牌服务，期望通过全方位的服务模式，为互联网用户带来更好的体验。

- ▼ 全网用户潜在需求挖掘率做到 90% 以上
- ▼ 微博海量价值信息挖掘并成为信息流转枢纽
- ▼ 打造客服品牌，提供亲民化的优质服务
- ▼ 成为微博平台上企业级客户服务的引领者

5.2 公平公开的采购流程及反商业贿赂体系



保障客户利益政策

腾讯的采购是以确保内外部客户的需求得到满足为目的；因此，腾讯所采购的设备、耗材及其服务必须是有质量保障的，是安全可靠的；我们只从合格的供应商处购买产品和服务；我们的采购以订单或中长期合同的方式来进行；我们在采购过程中保持文件归档的及时性、完整性和可追溯性。

环境保护政策

作为一家领先的 IT 公司，腾讯不仅要求采购的物品和服务是环保的，同时还要求腾讯的供应商在其生产过程也是环保的。我们要求采购品是低能源消耗的，避免使用破坏臭氧层或其他有害物质，尽量使用再生资源。

公平公正的商业道德政策

在采购活动中，遵守商业道德是所有腾讯采购及采购相关员工的最基本要求。

在采购过程中坚持以下原则：

▼公平的准则：

所有采购及采购相关人员都必须公平公正地对待所有供应商和客户；

▼利益不冲突准则：

任何采购决定都应以公司的利益得到保证为前提；决不允许任何人以任何借口利用职权、在采购活动中为谋取个人好处而牺牲公司的利益；

▼严守机密准则：

尊重并保守腾讯及供应商信息的机密性。

腾讯标准化采购制度规范

▼《采购人员行为守则》：

规范采购业务人员行为，保证公司采购活动基于公平、公正、公开的原则开展，维护公司利益，保护采购当事人的合法权益。

▼《供应商自检表》：

我们选择对环境和社会负责任的供应商作为合作伙伴，确保我们的采购品是低能源消耗的，有益于员工的职业安全和健康。

▼《腾讯采购职业操守承诺书》：

我们承诺专业而公正地对待供应商，且交易信息对其他相关方保密。腾讯及采购人员致力于主动地提高自己的商业道德形象。腾讯希望被看成是守信的、公平的、具有崇高社会责任感的，以及明确地按照商务活动最高标准进行其运作的公司。

▼《腾讯公司供应商关系申报书》：

我们承诺与采购相关的工作人员若与采购供应商存在有利害关系的，则严格执行回避原则，确保整个采购流程的公平公正性。

腾讯反商业贿赂体系

我们认为商业贿赂行为违背市场经济的基本原则，破坏市场秩序，妨碍公平竞争和资源的合理配置，增加企业经营成本，损害合作双方关系的健康发展。腾讯内部有非常严格的《腾讯集团关于反商业贿赂行为的声明》，这是合作供应商准入认证的必备材料；确保我们与供应商的关系建立在合法、公正、公平交易的基础上，我们期待我们的供应商能够遵守法律，公正的对待腾讯员工，保持高度的诚信和职业道德水准。同时我们也采取以下准则确保反商业贿赂体系的执行。

▼ 在腾讯，采购人员都必须按照《采购人员行为准则》中的要求遵守商业道德。包括公平准则、利益不冲突准则及严守机密准则。

▼ 每个新加入采购部的员工签署《腾讯采购职业操守承诺书》。

▼ 采购部要求部门员工填写《腾讯公司供应商关系申报书》，并年度刷新其《腾讯公司供应商关系申报书》，且要求在变动时及时申报。

▼ 对采购部人员的价值观及廉政培训：

(1) 对于新入职的员工，部门会组织新员工的价值观及廉政培训，让员工清楚了解部门的价值观，并遵守部门订立的相关规则；

(2) 采购部合规组每季度会在采购部各组进行合规案例分析分享；

(3) 采购部合规组会在部门月会中进行双月的廉政案例分享。

▼ 业务审计：

每年，采购部会主动邀请公司内审部门对采购部进行审计；在日常业务过程中，采购部始终保持与内控的紧密沟通，尽量将业务风险在事前降低到最低。

▼ 采取集体决策制度：

大项目采购管理（采购立项决策、采购结果决策）、供应商管理（供应商准入决策、处罚及其他例外事件决策）都必须由决策小组集体决策，以确保采购和供应商管理的公平性。

▼ 每个季度执行供应商绩效评估：

绩效评估结果作为供应商选择和份额分配的参考数据，保证采购的公平性。



6

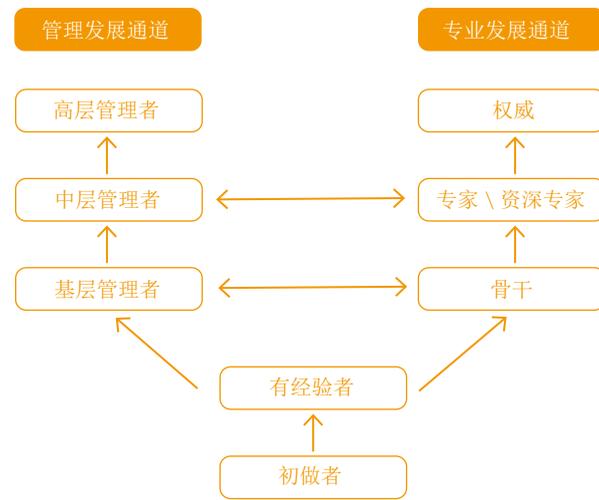
6.0 公平良好的企业治理

本章通过对腾讯企业社会责任核心利益相关方尤其是股东，员工两个基本利益相关方的实践工作具体讲解，将向读者诠释以下两个核心问题：一是腾讯的股东及员工如何从腾讯的可持续发展中获益；二是腾讯如何通过员工福利保障和培训体系获得可持续发展机会。

6.1 更高标准的员工保护及发展体系

不断丰富的培训资源

双通道员工职业发展体系



“马化腾：

“员工是腾讯最宝贵的财富”，不仅是腾讯对员工的嘉许，更是腾讯对员工所作出的承诺，对腾讯企业社会责任最主要利益相关方之一作出的定位。与此定位相匹配的，是腾讯在业内所执行的最为严格的员工保护政策。腾讯不仅提供业内最具竞争力的薪酬，也在更重要的员工提升和培养上作出更多投入，腾讯相信对员工的福利和培训有助于员工忠诚度的提升及帮助员工获得更为稳定的家庭生活。此外，腾讯亦重视员工在平等机会方面的诉求，所有公司的经营及管理活动中均会考虑公平的原则。

”

腾讯的人才招聘与雇主品牌

“员工是腾讯最宝贵的财富”，为了向用户提供最优秀的在线产品，同时也将腾讯带入多元化的企业社会，腾讯建立广泛的招聘网络，吸引拥有不同背景、技能、视觉和层次的员工，他们涵盖毕业生、普通工作人员、高层管理人员和专业人士。

2010-2012 期间，腾讯为社会提供超过 2 万个岗位，招聘的员工中，50% 以上为研发人员，25% 拥有硕士或更高学位，其中外籍人士占 2.4%，他们主要来自美国、韩国、法国、英国等多个国家。不同国家，民族的员工为了腾讯共同的使命而平等的共同工作，相互尊重，为腾讯创造了良好发展人文环境。

2010-2012 年招聘人数

年份	正式	外聘	实习生	毕业生	总计
2010	2785	1594	498	981	5858
2011	4747	2585	896	1676	9904
2012	2312	1867	1254	1579	4700

腾讯的招聘哲学是“寻找有梦想、爱学习的实力派”

1. 腾讯需要胸怀梦想的人，有梦想，在工作中才更有激情、有追求卓越的驱动。
2. 腾讯需要善于学习的人，互联网行业瞬息万变，知识更新也日新月异，只有善于学习的人，才有持续成长的潜力。
3. 腾讯需要专业扎实的人，做到使命必达需要专业的实力。整体而言，腾讯还是更看重人才持续成长的驱动力和潜力。

对应届生的用人观

对应届生的用人观



2010-2012 年间, 腾讯招聘的毕业生人数一直占腾讯新增编制 50% 以上, 腾讯每年都组织校园招聘团到全国各大知名大学展开招聘, 并与学生保持长期、密切合作。

对应届毕业生的倾向性政策, 为社会带来显而易见的积极效应:

1. 随着全国高校数量与招生规模的扩大, 每年有大量的毕业生会流向社会, 企业应当积极主动的承担起帮助毕业生就业的社会责任, 这是对社会的贡献。
2. 毕业生通常面临的问题是: 知名企业往往更乐意有工作经验的人士加入, 这样可能可以减少培训成本与机会成本, 但是毕业生通常没有工作经验, 没有工作经验无法获得工作机会, 而没有工作机会何谈工作经验? 腾讯的毕业生倾向政策则可以让更多的毕业生获得工作经验。
3. 应届毕业生的大量招聘为社会创造了良好的典范, 帮助更多的企业认识到即便是腾讯这样的业界领先企业也非常乐意使用应届毕业生, 那么证明他们是可被信赖的, 可被托以重任的, 鼓励更多的企业雇佣应届毕业生, 帮助整个应届毕业生群体获得更多的发展就业机会。

对应届生的用人观

腾讯校企合作开放平台是腾讯开放战略在人才发展领域的延伸, 也是腾讯企业社会责任领域中的新探索。

该平台以培养中国互联网产业发展所需的创新型人才为目标, 由企业面向高校开放包括联合实验室、联合培养“创新班”、奖学金项目、创新俱乐部等一系列实质性合作计划, 校企之间围绕深化产学研结合以及提升大学生创新能力来展开多元化合作。腾讯计划在 2011 年至 2015 年期间, 投入总计不低于 3 亿元人民币对平台进行前期建设。

更早之前的 2008 年起, 腾讯就开始携手国内具备人才及学科优势的知名高校, 设立“腾讯创新奖学金”, 对在计算机、美术设计、新闻传播等相关领域综合表现优秀的大学生给予奖励。2010-2012 年腾讯在奖学金方面投入超过 500 万元人民币。这些奖学金以直接的资金鼓励方式, 为中国的优秀高校学子提供了源源不断的生活及学习费用支持。

而在未来, 腾讯也将携手更多高校, 深化校企合作的形式和内容, 从创新人才培养着手, 努力践行建设“没有疆界, 开放共享”的互联网新生态这一企业使命, 更多的高校学子体验通过创新的方式获得激励, 从学生时代起树立创新观念, 为社会带来更多正能量。

腾讯的雇主品牌价值

腾飞梦想 引领未来

在与众不同的工作中成就梦想

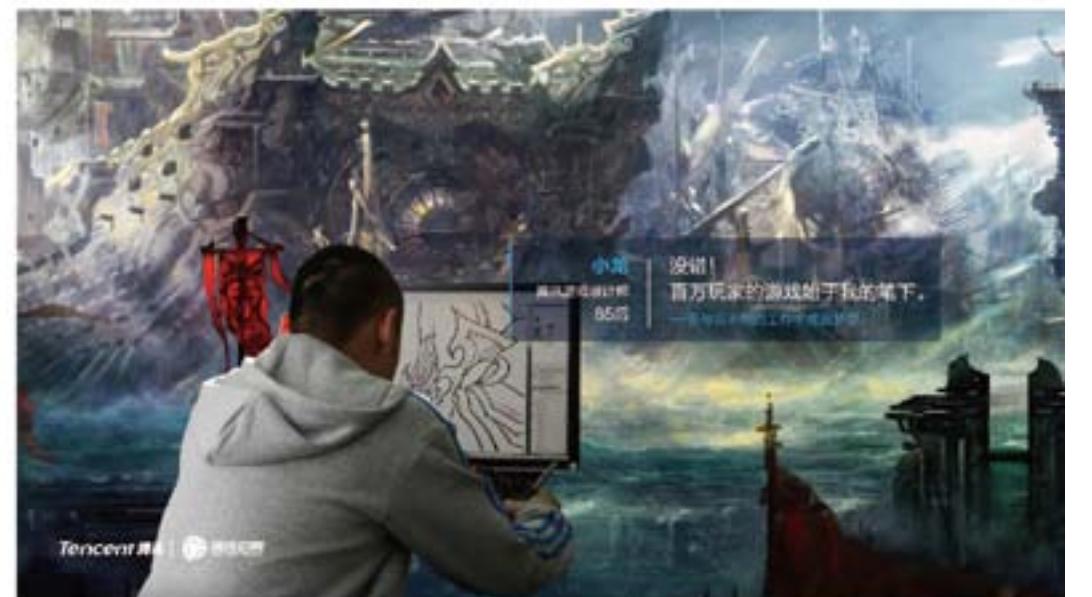
用自己的事业造福人类未来

用行动关心你的成长

具体阐释:

在与众不同的工作中成就梦想

面向亿万用户, 无论是缔造尖端技术, 还是开发极致产品, 你的工作必将与众不同。在这个最广阔的平台, 你将在迎接挑战的历程中不断成长, 成就梦想!



用自己的事业造福人类未来

我们正携手合作伙伴打造没有疆界，开放共享的互联网新生态，让卓越的产品和服务像水和电一样融入人们的生活，从而提升人类生活品质。没有什么比这更有意义，请与我们同行，未来因你而精彩。



用行动关心你的成长

对你的关心体现在行动上。你将拥有人性化的工作环境，全面的培养发展机制，完善的薪酬福利体系，以及开放互信的文化氛围。你会爱上这里，因为这里的人像你一样出色。



雇主品牌
活动一览：

2011年—腾讯人才体验之旅

2011年9月17日，腾讯在清华大学举行了一场规模盛大的高校与企业间的互动活动——“人才体验之旅”，以展区参观和现场体验的方式向广大高校学子进行了全方位的展示，并携手众多知名高校启动建设“校企合作开放平台”。

本次人才体验之旅共有1000余名来自北京各大高校的大学生参与，这是腾讯首次在校园招聘中引入大型互动式活动，现场不仅有专业的人力资源经理以及50多位来自各业务部门的精英骨干与这些对腾讯感兴趣的大学生进行零距离对话，还有小范围的英才见面会，让优秀学生有机会与腾讯进行深入接触。同时，现场还有腾讯内部流行的“Image”咖啡厅、桌式足球机等活动设施，以便让大学生们提前感受腾讯适合年轻人的环境、氛围和文化。



2012年—腾讯2012编程马拉松

大学生的成长，决定着中国互联网行业的未来，腾讯一直致力于关注大学生的发展与成长。为给优秀的学生人才提供一个施展才华的舞台，2012年腾讯创新地采用了编程马拉松大赛的方式，吸引高校学府中的技术高手。此次大赛面向全国在校大学生，聚焦计算机专业人才，重点考察学生在六种常用计算机语言方面的能力。大赛主要设置限时答题、自选语法在线编程等活动环节，过程中表现优异的30位选手获邀请前往腾讯总部参加为期两天一夜的编程马拉松活动。在不到两天的时间里，这些富有创造力的学生们以小组为单位，提交了许多创意十足的作品，例如：可以通过姿态理解猫的思想的“hey cat”，解决上班族吃饭难题的应用“叫饭”，将手机与PC相连供以玩游戏的控制器等等。最后，大热门“hey cat”一组获得冠军，他们不仅获得3W元奖金，还获得赴硅谷参观交流的机会。



腾讯大讲堂高校讲座大赛

腾讯大讲堂是腾讯专业、高品质的知识分享平台，致力于对外分享腾讯技术、产品等成功经验。2012年腾讯大讲堂走进高校，现已举办了十余场讲座，足迹遍布北京大学、上海交通大学、浙江大学、中山大学等，深受学生欢迎，在带去公司先进技术经验分享的同时，也赢得学生对于公司的好口碑。

此外，腾讯大讲堂大赛平台上汇聚公司大赛信息：Qrobot 机器人应用开发大赛、Next Idea 校园创意大赛、QQ14 周年创意大征集、2012 寻找腾讯校园首席体验官大赛等，涉及技术、产品体验、产品策划、设计、创意等各个方面，影响了 50 万学生的参与和关注。其中，6 月底主办的 2012 寻找腾讯校园首席体验官大赛，吸引众多高校的产品体验高手参与，初赛作品覆盖公司 30 余款产品，决赛完成产品从前期策划到后期运营全过程的挑战。获奖选手不仅赢得大奖，还获得“首届腾讯校园体验官”的称号。



腾讯五项基本员工政策

腾讯的员工保护政策主要基于以下 5 项基本原则：

-  对所有员工的个人资料及家庭信息均严格保密，确保员工的个人隐私得到充分保护
-  对所有员工实行完全的无差异化平等政策，任何薪酬调整、岗位调整、工作职能调整等，均坚决不以员工的宗教信仰、民族、性别、性取向等作为参考因素
-  对所有员工严格履行医疗保险、失业保险、住房公积金等福利政策中公司需要承担的部分
-  对所有员工均实行公平的工作绩效考核制度，公平公开的公布所有考核标准以及因此所带来的最终评价结果
-  对所有员工均提供均等的培训，帮助员工获得更多的继续教育机会

在以上五项基本员工政策的基础上，腾讯也提供更多的员工保障措施，因此成立了“腾讯员工职业健康委员会”，旨在统筹所有员工保护方面的公司政策制定及执行，为所有员工提供一站式服务。

6.2 着眼于未来的员工培训发展体系

结构完善的培训体系

2007 年，视员工为公司第一财富的腾讯公司，正式成立了自己的企业大学——腾讯学院，将员工的学习与发展提升到了一个新的高度。

五年来，腾讯学院的结构日趋完善，课程资源日渐丰富，讲师队伍越发壮大，一切发展以成为“员工成长顾问、业务发展伙伴、企业变革助手”为愿景，以“成为互联网行业最受尊敬的企业大学”为目标。

每位腾讯人从入职的那一天起，就有自己可选择的成长通道。希望成为专家的，有一系列专业课程供学习；希望做管理的，有一系列管理类课程供选择。

新人培训、职业培训、领导力培训的课程体系及各模块经典项目、专业的 e-Learning 系统，共同构成腾讯学院完善的培训体系，全方位为每一位爱学习的腾讯人提供优质资源。



▼ 公司级课程建设：

截至 2012 年 9 月底，面授课已达 336 门，课程可满足各层级员工学习需求。



▼ 公司级讲师队伍：

截至 2012 年 9 月底，讲师人数已达 776 人，其中管理干部占比 55%。讲师队伍不断壮大。



▼ Q-learning 电子学习平台：

截至 2012 年 9 月底，网络课已达 1572 门；2012 年上半年共 49293 人次学习网课，学习人数 16055 人，多样化的网络课、便捷的学习途径吸引了更多员工。

多样化的学习方式

腾讯学院培训体系和课程全景图

类型	课程体系	经典项目
干部培训	现任中层干部培训——帝企鹅系列培训	飞龙 领航
	现任基层干部培训——功夫企鹅系列培训	潜龙 育龙 总监
职业培训	公司针对不同专业族群，公司提供丰富的职业技能培训课程	新攀登计划
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 2px;">技术族培训</div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 2px;">市场族培训</div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 2px;">专业族培训</div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 2px;">产品\项目族培训</div> </div>	飞跃计划
	公司为大家提供了丰富的通用技能类培训课程	海量系列 名家之声
新人培训	各BG展开针对性的新人岗位培训	毕业生回归日
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 2px;">社会招募新人岗前培训</div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 2px;">校园招聘新人岗前封闭培训</div> </div>	腾讯达人
Q-learning平台承载的海量在线课程供大家学习		



近几年的面授课班级数据以较大涨幅不断增长，2011年全年开班（含公司级、BG级、部门级）高达5256个，2012年1-9月开班量已达5484个。与此同时，员工对培训质量的评价逐年递增，2012年1-9月总体反馈4.66分（满分5分），仍每年以较小幅度不断增长。



为了让员工更好的记住所学知识，培训运营中采用多样化的学习形式，如：模拟沙盘、角色扮演等，寓教于乐。除专门的培训课程外，腾讯学院还设立导师制度，将对员工的指导和培养融入日常工作，以老带新。从企业文化融入，到业务熟悉，再到工作方法和技能掌握，形成一套快速的新人融入机制。为建设良好的学习氛围，腾讯学院积极邀请公司高管参与分享，充分利用“教师节”等机会鼓励、吸引更多的员工参与到知识分享中来，力争建设学习型组织。



6.3 高标准的员工安全保障与福利



腾讯职业健康与安全委员会（OHS）

为确保公司职业健康安全方针和目标得以落实和逐步实现，公司成立职业健康安全委员会（OHS）。作为腾讯职业健康安全领域的监督机构，负责制定企业的健康安全政策、目标及年度工作计划，对内进行员工的培训和宣传，并监督各业务组织和职能部门的实施工作。OHS委员会由行政部和人力资源部人员共同组成，设总指导、秘书长及下属五个职能模块。

工作环境模块

通过工作环境管理规范的颁布，指导和监督相关职能部门为员工提供安全健康的工作环境、材料和办公设备，避免办公场所内不良环境因素给人员带来的健康损害，并通过健康设施的设置，提升员工的健康水平。

职业安全模块

通过安全标准与指引的建立和执行，指导和监督相关职能部门降低安全事故反生的风险，减少工作场所中各类潜在危害的发生。

健康咨询救助模块

通过宣传推送等多种渠道普及健康常识、提高员工个人健康意识，并在员工出现疾病或意外情况时，确保员工在最快时间内得到救助。

应急响应中心

通过规范事故灾难的应急管理和应急响应程序，最大程度地减少人员伤亡、财产损失并最大限度地维护公司名誉；全面提升腾讯公司对重大事故、疫情的监控和应对能力。

数据监测中心

通过建立规范的数据收集、评估、分析的流程，为职业健康安全的工作开展和目标设定提供依据；通过设立各工作模块的数字性指标，确保各项流程规范、指引方法的科学性和有效性；推进 OHS 工作持续优化改进。

整合信息咨询渠道，构建起一个虚拟的 RTX 小组，通过全员推广使之成为员工在需要解决问题时的第一选择，以保证在员工侧问题得到尽可能精准的定位，同时能在较短的时间得到反馈。既提高各部门自身工作效率，也能为员工提供便利高效的服务体验。

服务通项目一期上线以来 BBS 操作指引贴的点击量达到 4544 人次，好评回复 88 人次，占总回复的 93%，其余 7% 为疑问及解答。日均浏览量近 500 人次，有效使用平均达 350 人次，圆满达成预期。

OHS 在行动

维护健康安全的办公环境—办公区中央空调系统清洗计划。针对深圳总部使用三年以上的飞亚达、华强、腾大实施。

挽救生命、减轻伤害，培养具有专业急救技能的“第一目击者”，腾讯公司义务急救队筹建，经过层层筛选，最终由涵盖深圳总部各BG各楼宇的122名同事组成。



腾讯为所有同事提供上下班班车服务，截止2012年，公司共向员工提供443条班车线路。



其中深圳324条，北京30条，上海14条，成都75条。每年运送员工超过516万人次。

员工班车服务的推出不但帮助同事有效解决上下班乘车问题，也是绿色出行、低碳环保的有力举措。此项服务有效减少约9700辆私家车的使用，每年减少二氧化碳排放达97800吨。（更多低碳环保内容，详见7.0积极关注可持续发展战略）



特色化餐饮

为满足员工个性化差异化餐饮的需求，完善公司餐饮配套体系福利化建设，于2012年在深圳总部各大厦逐步形成了腾讯特色餐饮体系，所提供特色餐饮包括：西餐厅、三明治吧台、自助餐厅等个性化餐饮模式。其中由腾讯自建的厨房餐厅每日接待为12000人次就餐。

宵夜改革

新宵夜模式在原有模式上做了提升和改进，中式餐线提前至17:30开始供应，与旧模式晚餐/宵夜合并；同时增加三明治、简餐等特色供应，供应时间到工作日24:00。

这是一次全员餐饮习惯的颠覆，涉及面广、覆盖全员。切换第一阶段于7月5日率先在腾大、万利达完成。经过初期的磨合以及对相关衍生问题的克服，随后进行第二、三阶段分批切换，截至11月深圳总部完成8栋物业的宵夜模式的切换。

根据运营数据显示加班员工能够按时就餐，健康更有保障；从消费选择及取用习惯两方面的分析均表明新宵夜模式能够解决加班员工按时就餐的基本需求，从员工需求点出发，满足了员工们对合理就餐时间的刚性需求，认可度及满意度较好。同时新模式实现了基于一卡通设备进行数字化管理，有效推动行政福利精细化建设的进程。实现可快速复制的宵夜模式，促进福利标准化建设。



2010年，腾讯公司将互联网文化实体化运作，首家Tencent image实体店在深圳腾讯公司总部诞生于2009年12月26日对内部开放，被同事们亲切地称之为“爱马哥”。店内分为礼品展示售卖和咖啡体验两个区域，作为公司周边产品的集中展示和售卖场所，公司员工不仅可以在此购买公仔及其他周边礼品，还可以品尝可口的咖啡与点心，为员工提供了工作思考、业内交流和休闲娱乐的轻松环境。

如今，Tencent image第一家网络官方旗舰店也开始登陆QQ商城和QQ网购，全国网友可以在此一同分享Tencent image，感受到真实可触的互联网文化。在这里，网友们可以购买到同实体店一样的QQ公仔、Image杯具、品牌抱枕等各式腾讯周边产品，并享受到贴心优质的服务，真正实现了线上线下多彩相伴，让广大网友时时刻刻体验QQ精彩、腾讯印象。

网络上贴心的服务，生活中温馨持续的守候。在这里，每一件产品的意义都不再局限于产品本身，更是对互联网文化的一次传递，对多彩生活的完美表达。“爱马哥”呈现的是多彩的产品，传达的是相伴的真情。

2012年8月26日，腾讯印象北京店在腾讯北京分公司银科大厦1楼开业，这是image的第二家实体店；11月9日，腾讯印象成都店开业，位于成都市天府软件园C4栋一楼；第四家店正在紧张的筹备中，预计将于2012年12月在上海漕河泾开发区腾讯上海分公司开业。





2012 年团建

每年一次，腾讯为员工举办团队建设活动，旨在通过这个平台促进员工成长、团队融合、部门提升、组织优化，有效地支持公司业务的发展，推动公司使命与愿景的达成。

2012 年，腾讯的年度团队建设活动全新升级，变革后的团建活动，有了更加清晰的目标，公司鼓励团建活动回归部门，鼓励部门内熟悉的同事共同出行，避免像以往的自由组合旅游使团建的意义流于表面。升级后的方案希望通过多种类型的活动建立起部门内、公司内共同的文化认同与融合。同时，也给予了部门更大的权限，无论是在活动形式还是组织形式上都有了很多创新：拓展、旅游、主题会议等。

2012 年度团队建设活动于 4 月底正式启动，覆盖员工 20000 余名，丰富的活动让腾讯员工的足迹遍布大江南北，海内海外。通过多样的活动让大家在旅途中更加了解彼此，增强了团队凝聚力，达成了团建的目标。



腾讯联谊会

公司致力于员工身心健康发展和综合素质表现，腾讯文体总会下设：单身联谊会，足球协会，羽毛球协会，乒乓球协会，音乐协会，摄影协会，舞蹈协会，网球协会，篮球协会，电影协会以及瑜伽兴趣班，咏春拳兴趣班等多项活动，丰富员工日常生活。公司年度文体协会参与人数高达 31200 人次以上。同时为解决公司男女单身问题，公司还定期组织员工参加联谊活动，共举办活动 70 期，参加人数 4140 人次，配对成功 414 对，并且有 10 余对家人已经喜结连理。

每年司庆日前后，公司面向全体员工及其家属举办年度大型互动活动，目前有趣味运动会和嘉年华两种形式。



公司十三周年嘉年华庆典活动



2011 年 11 月 20 日，腾讯公司十三周年嘉年华活动在世界之窗盛大举行，活动共计接待员工及家属共 20574 人次，参与率达 85.7%，成为公司参与人数最多的员工及家属大型互动活动。本届嘉年华活动从 6 月底起开始策划筹备，活动工作人员超过 400 名，创历史新高。

嘉年华主题为“开 FUN 嘉年华”，“开 Fun”一词取“开放”的谐音，表达公司开放的理念，寓意腾讯人将以开放的胸怀揭开互联网行业的新篇章。活动共设置 9 个分会场，集体婚礼、Q 歌 Q 魅、舞名英雄、非诚勿扰 Q、系统竞赛……丰富多彩的内容让广大员工及家属度过了一个欢乐的周末，留下了难忘的回忆。



新年台历

每年年末，腾讯会定制腾讯特色的新年台历，发放给每一个员工，同时还提供给各部门作为馈赠客户使用；这些台历在设计上融合腾讯轻松活泼的企业文化氛围，重视客户体验，新颖的设计也不会遗漏台历作为一个实用工具的本质，在材料选择上使用环保纸和大豆油墨，注重环境保护，强调企业社会责任。这些新颖别致的特色台历已成为腾讯员工及业务伙伴的新年必备品。2012 年员工发放和客户馈赠共达到 43000 余份。



开工利是

每年春节过后，腾讯在上班第一天都会依照传统习俗为所有员工发放“开工利是”红包，祝愿每位员工新年新气象，更上一层楼。随着企业员工数量的增长和科技的进步，最近几年发放方式已经升级为财付通电子红包，祝福不减，避免使用传统纸质红包，也减少大范围人群聚集，更环保更贴心。

春茗

春茗也是腾讯开工第一天的特别节目，每个部门都会在这一天欢聚一堂，在轻松的氛围里畅谈节日趣事，增进团队感情，以崭新的面貌和愉快的心情开始新一年的工作。春茗的费用由公司统一拨付。2012 年 21000 余名员工享受了这一福利。

女生节

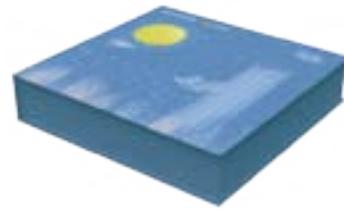
“关爱女生、呵护女生”，三月八日已经成为腾讯关怀女性员工的一个重要节日，腾讯的女性员工约占员工总数的三分之一，每年女生节的这一天，公司会在广场铺好红毯，迎接女员工的到来，在公司门口她们还会收到特别定制的节日礼品和鲜花，公司举办活动庆祝节日，同时女性员工在这一天还享有半天休假。2012 年有 7000 余名员工享受了这一福利。



深圳特产——南山荔枝



特别订制——腾讯特色的粽子



企业特色——中秋节月饼

儿童节

每年儿童节，腾讯都会为员工子女定制节日礼品，关爱员工子女。2012年享受这一福利的员工子女数量达到4000人，随着时间的推移和腾讯员工年龄分布的情况，预计这一福利将在最近两年出现翻番的递增。



端午节

端午节是中华民族的传统节日，每年端午佳节，腾讯都会综合考虑各分公司区域民俗文化特色，为员工准备特别订制的具有腾讯特色的粽子，让来自五湖四海的员工感受节日的氛围。2012年22000余名员工享受了这一福利。

水果节

相对于其他的节日，水果节是腾讯最特殊的节日，也是腾讯特有的节日。该节日起源于公司创立初期为员工发放深圳特产——南山荔枝。到了每年的6-7月份荔枝成熟的时节，腾讯行政会联系和组织专业供应商，从果园摘取新鲜的荔枝发放给员工享用，随着公司的不断壮大和分支机构的设立，这一节日已经从最初的荔枝节演变为“腾讯缤纷水果季”，各地区分公司行政采购当地当季新鲜水果发放给同事。2011年和2012年还支持员工选择品质优良的荔枝干果寄送给家属，分享公司的关爱及温暖。2012年22000余名员工及家属享受了这一福利。

中秋节

中秋佳节来临之时，腾讯还会定制企业特色的月饼发放给全体员工，同时还提供给各部门作为馈赠客户使用。从2010年的农场月饼引起业界轰动以后，腾讯的月饼就成为了业界关注的对象，2011年的微博主题月饼和2012年的QQ空间月饼延续了这一品牌影响，传递企业文化。这个礼物已经成为腾讯一大特色，需求数据不断刷新，2012年的订货量达到44000余份，并广受业界和客户的关注和好评。



健康咨询室

67000健康咨询室成立于2011年7月，致力于提高员工的健康管理。它为员工提供疾病咨询，常年专业医生坐诊，就医导航，常用药品管理及员工健康体检等。健康咨询室刚成立时每月咨询量100人左右到至今每月前来咨询总量平均650人，形式由原来大家主动来腾大咨询到现在每月各大厦健康坐诊常态流动等。2011年7月—2012年8月长期坐诊主任一位和护士一位；2012年8月根据需求新增人员至主任护士各两位。



专业医生资源：有数十年的临床经验；擅长针灸、药膳食疗，特别对中医养生保健方面有较深的研究；对常见病、多发病的诊断治疗以及对诱发疾病风险的评估和健康指导方面有较丰富的临床经验。

专业护士资源：执业护士，健康管理3年，临床工作2年。

2012年移步至健康咨询室咨询总量为：5078人

2012年度体检人数为：8618人

2012年主任常态坐诊走进各大厦为29次（常态健康咨询），专科坐诊5次（妇科为主），健康讲座7次（女性健康，优生优育，如何度过美丽十月怀胎，小儿辅食添加等。）



低碳环保，可持续发展

7

7.0 积极关注可持续发展战略

腾讯在追求经营目标，提高企业市场地位的同时，也在不断探索更为绿色环保的可持续发展模式。作为中国服务用户最多的互联网企业之一，腾讯将可持续发展战略自觉融入到日常运营的全过程，通过有效、创新的举措践行企业社会责任。

7.1 全员低碳节能的工作方式

腾讯所在的互联网行业属于低能耗、低排放行业。精益求精的腾讯人，依然坚守对可持续发展战略的承诺，长期坚持低碳节能的工作方式，有效降低能源消耗，合理利用能源，养成并推行良好的绿色环保办公理念，减少对环境的污染，履行环境责任。



▼ 电子化办公，降减纸张消耗

腾讯坚持推行电子化办公理念，对办公用纸采用节约使用、重复使用、循环使用的措施，减少纸张能耗。针对办公区域纸能消耗较大的打印机，采取默认双面打印、单面打印废纸回收，提倡废纸再利用于草稿及发票粘贴。推广无纸化办公等措施，以节约办公纸张消耗。



▼ 全体总动员，节约办公用电

腾讯坚持在办公区域内全员推行节约用电，要求下班后关闭电脑主机、显示器、打印机、饮水机、复印机、投影仪、私人加湿器、私人台灯等设备电源；办公室空调温度限制在 26 度以上；通过在办公区域内张贴节约用电小贴士，在温馨提示和潜移默化中传递、普及节约用电理念。



▼ 分类定点，科学回收废弃物

在废弃物的管理上，腾讯一直以绿色低碳环保为基础处理废弃物并制定《废弃物管理办法》作为指导依据，设立废弃物定点回收，包含至少 5 种垃圾（不限于废纸、玻璃、金属、硬纸板、塑料等可回收材料），回收处方便可达，便于使用，尽最大能力减少废弃物对环境的污染。



2012 年，腾讯在各个办公点设立了废旧电池回收点。员工可将废旧电池、手机电池投入到该回收箱中，由专业机构定时回收处理。从而减少了废旧电池因不当处理而带来的环境污染。截止 2012 年 12 月 31 日，共回收废旧电池 125.39kg。

回收地点	回收量 (KG)
腾讯大厦	56
飞亚达科技大厦	23.22
万利达大厦	15.70
大族激光大厦	20.47
朗科	10
总计	125.39



7.2 环保与绿色并重的基础设施建设

作为腾讯积极推行可持续发展的实践举证，腾讯大厦在建造之初即采用绿色建筑设计理念，在满足中国规范和美国规范的双重条件下，开展绿色建筑的设计，实现经济效益、社会效益和环境效益的统一，最大限度地节约资源（节能、节地、节水、节材）、保护环境和减少污染，提供健康、适用和高效的使用空间。

首先，大厦在建造时使用可再生的能源和原材料；

其次，大厦充分利用相应的气候条件，自然采光、自然通风、太阳辐射、四季温度变化、温度和日照条件等；

同时，大厦制定了创新领先的节约能耗排放方案。

腾讯大厦设计参考依据：

《Green Building Design And Construction Reference Guide 2009 Edition》
《ASHRAE 90.1-2007_Energy Standard for Buildings Except Low-Rise Residential Buildings》
《ASHRAE 61.1-2007_Ventilation for Acceptable Indoor Air Quality》
《ASHRAE 55-2004_Thermal Environmental Conditions for Human Occupancy》
《绿色建筑评价标准 _GB50378-2006》
《公共建筑节能设计标 _GB 50189-2005》
《建筑照明设计标准 _GB50034-2004》
阿特金斯绿色建筑设计指导 _《SZ Tencent GreenBuild DesignGuideline CHN_110615_Rev00》

绿色建筑设计的具体体现：

绿化：总计容建筑面积 266200 平方米，绿化面积占总场地的 20% 以上，绿化率超过政府规定绿化率的 25%；

交通：

1. 总停车位达到但不超过政府规定停车位，并提供总停车位数量 5% 的优先车位给低排放车辆，另外提供 5% 优先车位给合伙用车，优先车位应靠近出入口或有至少 20% 的停车费优惠；
2. 自行车位的数量应至少为员工数量的 5%；
3. 人行道优先设计原则，鼓励步行；
4. 使用高反射的路面材料（SRI>29），以减少热导效应；
5. 路面使用高渗透率材料，增加雨水渗透，减少雨水径流量。

防噪优化：在南及西立面底层裙房考虑植物幕墙或种植较密植物带隔绝来自马路的噪声。植物层对声波具有吸收作用，合理地设计植物隔音屏障的位置、高度和长度，可以使噪声衰减 7-24dB。

玻璃幕墙：考虑节能、舒适、经济性等原因，玻璃宜采用灰色、绿色、蓝色或蓝绿色系列；对于塔楼的噪声防治，需要选用隔音较好的玻璃。

自然采光：优化建筑立面和玻璃幕墙的设计，配合合理的室内布置，达到常规区域自然采光利用率的最大化。需要考虑眩光的控制，设置反光板或者遮阳窗帘。

自然通风：为增加员工舒适度，腾讯大厦南北向可开启窗面积占总透明幕墙面积的 20% 以上，东西向可开启窗面积占总透明幕墙面积的 15% 以上，通过开窗方式实现局部自然通风；另外，中庭、连廊处的自然通风在设计时重点考虑。

建筑入口：在建筑入口地面处采用格栅，刮泥板等措施处理灰尘和污染物，该设备进深最少要 3m，以获得更好的除尘效果。

设计雨水收集系统：利用雨水收集系统减少雨水的径流量，同时利用收集的雨水用于浇灌和道路清洗。

节水型卫生洁具：腾讯大厦所有卫生洁具设计采用节水型产品，除满足国家节水器具要求外，还须满足 LEED 洁具要求，年节水量达 35% 以上。



为倡导公司绿色环保理念，提高节能减排意识，提升企业社会影响力，并在绿色环保方面成为互联网行业中的标杆企业，2012年4月-11月腾讯启动实施了腾讯大厦能源审计工作，在近8个月的时间中，从管理策略分析、现场能耗数据采集、基础设施设备调研等方面入手，完成5份成果报告：

《腾讯大厦建筑能源使用分析报告》

《腾讯大厦建筑运行管理节能诊断报告》

《腾讯大厦建筑综合节能诊断报告》

《腾讯大厦建筑能源审计报告》

《腾讯大厦建筑节能改造方案》

改造方案实施后，预计每年将为公司实现节电214.9kwh，减排2000吨CO₂，节约费用210.4万元，节能率13%。

- ▼ 空调系统预计每年节约1219701kwh，年节省122万元
- ▼ 数据中心预计每年节约550000kwh，年节省55万元
- ▼ 照明系统预计每年节约286000kwh，年节省28.6万元
- ▼ 供配电系统预计每年节约48000kwh，年节省4.8万元



《腾讯大厦建筑能源使用分析报告》



《腾讯大厦建筑运行管理节能诊断报告》



《腾讯大厦建筑综合节能诊断报告》



《腾讯大厦建筑能源审计报告》



《腾讯大厦建筑节能改造方案》

7.3 融入经营实践的环保理念

腾讯将环保理念融入经营实践中，在多项业务中向亿万互联网用户传递保护自然环境、地球生物、人类生活环境的理念，将公司发展及业务成长与环保紧密结合。



设立绿色频道，介绍环保行业前沿资讯，促进产业交流，对话行业专家及社会知名人士，推动企业关注绿色话题，引导并增加社会大众的绿色环保意识。



保护海岛海防林

腾讯游戏作为腾讯重要业务之一，也持续发起环保活动，号召游戏玩家积极参与公益环保行动。如：2012年8月，腾讯游戏爱心联盟携手大学生发起“青春共筑海防林，青年一起在行动”，对海南岛东线海口、文昌、万宁、三亚海防林建设及保护发挥青年大学生的中间力量对其进行考察、调研等暑期海洋环保实践项目。



为弘扬公益理念，彰显人文关怀与社会价值，腾讯公益联合腾讯微博举办“用镜头记录公益”公益主题摄影大赛。此次摄影大赛，旨在以图像作为载体，文字为说明，记录生活中点点滴滴的公益现象。



在大运会志愿者团队中，一支由深圳大学志愿者组成的微信团队，借助智能手机和在线交流工具，在幕后为大运来宾和市民提供信息咨询服务，成为志愿者服务大运的创新渠道。



与分布在大运赛场内外的现场志愿者不同的是，这支微信志愿者服务团队全部隐身在互联网后面，通过智能手机或 iTouch 等移动互联网设备上微信实时交流软件，和咨询者通过语音对讲、文字图片传输等手段进行交流。整个团队由来自深圳大学的多位志愿者组成，他们在整个大运会期间，都会向公众提供赛事信息、场馆信息、交通信息等问询服务。

此次微信志愿者的引入无疑拓宽了公共服务的渠道，以便利性、时效性和多样化的沟通特点，提高了信息服务的沟通效率。



与中国绿化基金会合作，运营“高黎贡山官方旗舰店”，为中国国家级自然保护区、世界生物圈保护区、三江并流世界自然遗产的重要组成部分——高黎贡山募集善款，通过网络平台动员民间力量，参与和支持高黎贡山的原始森林，及以白眉长臂猿和大树杜鹃为代表的珍稀濒危野生动植物，促进人与自然和谐相处，实现人类社会的可持续发展。



高黎贡山之巅的彩色湿地



高黎贡山珍稀濒危植物——大树杜鹃



8

8.0 展望未来

持续不断地努力完善腾讯的企业社会责任战略体系是确保我们未来发展的基石，持续根据社会发展与公众生活提升所带来的变化不断优化与调整我们的企业社会责任具体工作是确保未来符合所有利益相关者利益的保障。腾讯所处的互联网行业，或许是全球范围内变化速度最快的行业，无论是过去，现在，还是将来，腾讯都将一如既往的努力从变化中寻求发展，从变化中发现和实现公众对信息服务的需求，最大化的实现企业社会价值。未来的数年，互联网行业的变化估计会比现在更快更大，我们企业社会责任所面临的挑战也会比现在更多更集中。腾讯希望能更有计划性的应对所有未来的挑战，确保可持续发展，以满足所有利益相关者对我们企业社会责任的期许。

8.1 未来互联网的发展趋势



我们完全可以预期互联网在中国的渗透率将会继续提高，尤其是随着移动终端和智能手机的普及，无线宽带覆盖区域的提升，互联网将在现有基础上更进一步影响公众生活的方方面面，互联网将在创新商业模式，促进传统产业升级、承载社会价值，最终促进整个社会的和谐发展上发挥更为重要的作用。

由互联网和信息化所创新的商业模式，比如网络媒体、网络社区、网络游戏、即时通讯、搜索、电子商务等，不但高效便捷地提升了人们的学习工作效率，丰富了人们的文化娱乐需求，而且还极大地推动了社会经济的发展。互联网作为智力密集型、低能耗、高附加值的生产工具，已经成为了促进传统产业升级，倡导绿色环保的引擎。在当前国内外都大力发展低碳经济，抵御自然灾害对人类破坏的紧迫需求之下，互联网产业体现出了独特的优势。互联网也正在成为一个承载社会价值的平台。互联网的信息快速传递和互动特性，让公众在社会舆论监督，公益志愿事业等方面发挥出了越来越大的力量。互联网在社会信息的传递过程中起到关键的作用，是显示信息对称性与公平性的良好渠道。

未来互联网发展的三大趋势：

形成个人为中心的社会网络

互联网应用从个人向企业延伸

线下生活与线上生活逐步融合

以个人为中心的社会化网络形成，是未来互联网发展的一大趋势。通过博客、微博、社区、SNS，以个人为中心，建立起一个虚拟的分享和交友网络。这一社会化网络与传统社会网络相比，具有很高的便携性、私密性和丰富性。趋势二，是互联网应用开始从个人向企业延伸。互联网的“亿时代”也将驱动企业级的互联网应用风起云涌。互联网正改变着各行各业，不只人们的生活，未来，企业商业同样离不开网络。趋势三：线下生活和在线生活逐步融合。马化腾援引工信部第一季度通信产业介绍的数据显示，目前我国网民总数已达 4.04 亿，社交网站用户群达 1.91 亿，国内网站数量达到 323 万个，年增长率 12.3%。而另一个数据调查显示，目前中国互联网主要服务有效浏览时间，首当其冲是社区交友，占总体 40%，其次是在线视频、搜索和新闻资讯。

8.2 未来社会生态的发展趋势

2013 年 3 月 17 日，国务院总理李克强在两会记者招待会上提到：“一段时期以来，北京、实际上中国东部比较大范围出现雾霾天气，我和大家一样，心情都很沉重。对这一长期积累形成的问题，我们要下更大的决心，以更大的作为去进行治理。绿水青山贫穷落后不行，但殷实富裕环境恶化也不行。我们需要进一步创新发展理念，推动科学发展。我们不能以牺牲环境来换取人民并不满意的生长。这里指出了当代中国社会经济发展中的一个最突出问题——环境。”

未来，随着中国经济的持续高速发展，环境问题已经日益突出的摆在了所有人面前，公众生活水平的快速提升同时也为整体环境带来了巨大压力。这不仅包括工业产业发展带来的大量废弃废水排放，也包括了城市机动车快速增长带来的尾气排放，农业生产中带来的巨大化肥，农药的使用，地下水污染，垃圾填埋等等污染后果。环境保护与社会发展的矛盾将会越来越突出的显示出来。



同样的，全球气候变化也是目前最为核心的社会发展议题之一。足够的证据已经表明人类的发展为全球气候带来的可怕的变化。我国发布的《气候变化国家评估报告》表明气候变化对中国的影响主要集中在农业、水资源、自然生态系统和海岸带等方面，可能导致农业生产不稳定性增加、南方地区洪涝灾害加重、北方地区水资源供需矛盾加剧、森林和草原等生态系统退化、生物灾害频发、生物多样性锐减、台风和风暴潮频发。腾讯相信，任何行业包括互联网在内都不可能独善其身而避免变化中带来的负面影响，因此，我们认为气候变化同样是未来制约腾讯可持续发展中的一个障碍，腾讯应当对此作出积极的回应。

8.3 腾讯企业社会责任面临的挑战

从社会发展与互联网发展的趋势看，我们可以总结得到以下 2 点核心挑战：



1. 随着社会经济的快速发展，环境问题将成为制约未来社会整体发展水平的关键因素，全球气候变化的问题需要得到更多回应与实际行动支持改变其被动发展的状况。



2. 互联网将朝着社区化，移动化，更加便携性，细密性的方向发展，互联网将在日常生活中承担更多的信息交换职能，互联网需要在不断的创新中寻求更加具有安全性保障和隐私保障的产品解决方案。

对腾讯企业社会责任而言，我们将两点核心挑战作出分解如下：



8.4 腾讯对可持续发展的承诺与行动

腾讯将继续在现有企业社会责任工作的基础上，总结经验与不足，巩固已经取得的成果，优化亟待改进的部分，充分发挥腾讯在互联网行业内的产品与技术优势，努力推动腾讯企业社会责任的进一步实践，为企业、社会的和谐可持续发展做出贡献。

气候变化



腾讯将继续通过企业社会责任部统筹规划和执行公司在节能减排方面的各项具体措施，以积极响应节能减排方面的客观需求，其中包括几项最优先的项目：

1. 我们将把“CSR 工作委员会”下设的“气候变化对应小组”升级为企业社会责任部下设的专门团队，专职统一协调安排腾讯公司在节能减排方面的工作，在公司管理架构内更高层面的行政级别将会帮助该小组获得更多授权，更多资源，更多的支持。
2. 对可以直接减少能源消耗的具体工作做出更多支持，其中包括：接送员工班车的班次上做出更多的统筹安排以优化线路满足更多的员工上下班需求，增加公共交通的使用频率，以减少私家车的使用量，每年设立一天的“停驶日”，号召全体员工使用搭乘公共交通上下班，以巩固节能减排的员工意识，并带给员工的家人；办公室的空间排风系统，将采取更灵活的机动方式开闭；打印机用纸全面普及“双面打印”和废旧纸张重复利用等。
3. 对规划中的新的办公楼宇和服务器机房等建筑物，在规划中更多比重的考虑其节能环保性，采购办公家具及内部装饰时，综合考虑建筑物在运行过程中的能源消耗减少，力争达到使用最小的电能，在尽可能短的时间内冷却或者供暖，让腾讯新的办公场所不但在外观设计上做到节能环保，更在实际每天的运行中做到节能环保。

创新机制

腾讯将在现有保护企业内部的创新机制的工作基础上，投入更多资源支持企业外部合作伙伴及社区的创新，争取为整个产业链中的创新激励与保障做出积极贡献。其中最优先的项目包括：

1. 从保护知识产权的角度出发，与外部合作伙伴共同推进知识产权保护领域的各项理论与实践执行，例如组织专门的研讨会或论坛，积极引进国际化的知识产权保护体系的经验交流，将成果以多样的方式分享给业界。
2. 在企业内部设立偏重“创新与社会责任”的“腾讯产品企业社会责任奖”公司级奖励项目，为腾讯各个互联网产品在规划，开发，发布的各个流程中充分考虑创新性，企业社会责任性，做出激励以期待更多的互联网企业能参考并开展更具有创新性的研究。

网络安全



对于互联网行业来说网络安全几乎是企业需要承担的首要任务之一，尤其是互联网正在向“以个人为中心的社会化网络”发展趋势下，用户隐私如何得到充分保障将成为非常核心的议题，此外，电子商务，电子政务，的进一步普及为网络支付安全，信息保护等提出了更高的要求。这里我们将优先规划和执行几个方面的工作：

1. 我们将联合更多的互联网企业一道筹备建立“中国互联网反欺诈联盟”，向日益猖獗的网络欺诈行为发出最有力的挑战，通过不同互联网企业之间信息交换和沟通快速的对网络欺诈行为进行处理。
2. 我们将建立“腾讯互联网法律研究中心”，专职深入研究互联网产业发展中遇到的前沿法律问题，为产业发展提供符合务实需要，科学严谨，可操作性强的报告和咨询意见，为整个产业的法律体制建设提供一定的学术支持，同时也为其他的互联网企业提供在法律上的帮助，为用户，企业，主管政府机构，合作伙伴等提供法律保障和操作规范的建议，促进产业健康发展。

可持续发展



可持续发展是腾讯企业社会责任工作始终坚持并且不断寻求突破的核心议题，我们尝试通过多方面的努力建立综合性的可持续发展保障机制，将可持续发展从公司级共识转化为实际生产力与行动。腾讯期望通过自身的努力为互联网企业树立标杆，为全社会的可持续发展做出积极贡献。我们确定了可持续发展方面的几项核心工作如下：

1. 企业内部对可持续发展，社会责任概念的宣传推广。我们认为所有的工作离开员工发自内心的支持都是不可能实现的，我们认为通过充分的沟通与宣传，让所有腾讯员工都高度认同履行企业社会责任的重要性，高度理解可持续发展的重要性。腾讯的员工都非常年轻，受过良好的教育，具有工作热情，热爱生活，我们相信对他们的教育最终在员工们都为人父母的时候也能影响下一代，影响家人，为整个社会带来更多正能量。



2. 我们将依托中国流量最大和最具影响力的网络媒体 www.qq.com (腾讯网) 做出更多的针对全体公众的宣传与推广。推广本身将并不仅仅局限于腾讯在企业社会责任方面的思考与进展，更多的我们将用开放的心态拥抱所有与我们一样在企业社会责任方面不断践行的其他企业与机构，为社会提供不同的借鉴与参考学习的模式，把企业社会责任，可持续发展的概念延伸到公众。



3. 创新文化理念,推动产品创新与服务延伸,提升价值创造能力,构建和谐企业。从腾讯的实践看,企业要有未来,就必须有创新,创新是实现可持续发展的客观要求,也是必经之路,例如:腾讯将继续在未来加大我们在产品研发方面的投入,除了深圳总部外,广州研发中心,北京研发中心,武汉研发中心将承担更多的前沿研发任务。我们也将为大学生提供更多的岗位实习机会,让在校大学生直接参与腾讯的创新工作,在为他们提供宝贵的工作经验同时,为他们带来与社会完全接轨的工作体验,让大学生更好的融入社会。此外,“腾讯企业社会责任奖”将在2013年正式设立,我们将通过这一奖项的设立更直接的推动每个业务和产品在规划,设计,发布的时候考虑其社会贡献。真正让“企业社会责任”融入腾讯的每一个产品中,成为其必不可少的基因之一。

