

CONTENTS

目录



006 高管寄语

- 007 马化腾：十八岁，责任正当年
- 009 刘炽平：十八岁，突破自我，回归初心
- 011 陈一丹：十八岁，让公益真正触手可及

01

013 连接的责任，成长的担当： 腾讯企业社会责任战略

- 014 1.1 企业社会责任观
- 014 1.2 社会责任管理体系
- 015 1.3 未来两年社会责任工作方向

02

017 产品与服务：连接丰富生活

- 020 2.1 微信，一站连接生态服务
- 026 2.2 QQ，创新拓展连接价值
- 032 2.3 腾讯云，构建云端大脑
- 036 2.4 腾讯网，释放事实正能量
- 040 2.5 网络捐款平台，连接人人可公益

03

049 开放与生态：连接共享生态

- 050 3.1 开放能力，分享核心资源
- 052 3.2 搭建平台，全方位助力创业者
- 056 3.3 战略投资，构建多元生态

04

059 体验与创新：连接科技原力

- 060 4.1 体验，一切以用户价值为依归
- 062 4.2 创新，“黑科技”改变世界

05

067 挑战与担当：连接公平正义

- 068 5.1 腾讯安全，为连接保驾护航
- 071 5.2 共治模式，让黑产无所遁形
- 076 5.3 多管齐下，净化网络环境
- 077 5.4 保护创意，守护创新火种

06

081 员工关爱：连接幸福成长

- 082 6.1 薪酬福利：提供全方位保障
- 084 6.2 人才培养：搭建广阔发展平台
- 086 6.3 腾讯文化：包容与高压共存
- 088 6.4 缤纷活动：平衡员工工作与生活

07

091 社会和环境：连接美好世界

- 092 7.1 互联网+社会，高效连接惠民服务
- 095 7.2 绿色运营，践行环境责任

08

099 腾讯：不懈地改善人类生活

- 100 8.1 责任反思，腾讯能不能
- 100 8.2 未来“AI+”，智能改变世界



- 102 ESG 指标索引
- 108 意见反馈表
- 109 关于本报告

CHAIRMAN'S ADDRESS

董事会主席寄语

马化腾

腾讯创始人

腾讯董事会主席兼首席执行官

腾讯公益慈善基金会联席发起人

腾讯公益慈善基金会荣誉理事长

马化腾



十八岁，责任正当年

2016年，腾讯迈入了自己生命中的第十八个年头，18岁，腾讯成年了。

十八年风雨兼程。腾讯人从十八年前几个怀揣梦想的创业年轻人，发展成为一个由2万多名坚定创新、追求卓越的优秀年轻人构成的强大团队。是这个团队持之以恒的共同努力，使腾讯有机会持续为用户做一些有价值的事情，并不断为提升人类生活品质的使命奋斗不息。

十八年不忘初心。用户的支持和肯定，一直都是腾讯奋斗的目标和前进的动力，而更令我们欣喜的是，十八年来，“一切以用户价值为依归”的经营理念，在所有腾讯人心中，一刻都不曾动摇。

十八年责任担当。在腾讯十八岁之即，我们这批最早加入这个大家庭的腾讯人，都已迈入了人生的不惑之年。腾讯十八年成长历程中经历的每一次考验，我仍历历在目，而每一次腾讯在其中历经的洗炼与获得的提升，似乎都与“责任”有关。所以我们会更频繁、更迫切的与年轻的团队来谈责任。

腾讯正日益成为一家信息时代的基础服务提供者，连接超过九亿用户，承载着越来越丰富的互联网服务，我们取得的一项项骄人成绩，不仅在互联网发展进程中留下痕迹，更开始推动社会发展的滚滚车轮。用户、行业、社会对我们主动担负更多的社会责任寄予了前所未有的厚望，这不仅体现在优异的用户体验、开放的合作平台、信息的安全保障，以及乐助公益、传递善意等方面，更体现在方方面面腾讯借助互联网推动社会变革的期待之中。立足长远，腾讯不仅要踏实迈出当下每一步，还要不断思索和探讨，释放未来的能力。在这个过程中，社会责任将不仅是腾讯的最基本责任，而应成为腾讯的未来担当，被我们的产品、我们的服务当作前提来考虑。

承担责任，是一种能力。

十八岁之时，每一个腾讯人对责任的思考和实践，都将汇入腾讯责任担当的洪流；每一个腾讯团队的社会价值创造，都将为腾讯的社会责任能力添砖加瓦。

十八岁之后，我们要用这种责任能力和对责任释放的行动，影响数亿用户。我们将坚定不移地连接一切，并用责任赋能于人。

——马化腾

PRESIDENT'S ADDRESS

总裁寄语

刘炽平

腾讯公司总裁

腾讯公益慈善基金会联席发起人

腾讯公益慈善基金会理事

刘炽平



十八岁，突破自我，回归初心

2016年9月6日，腾讯成为亚洲市值最高的公司，当这条新闻在同事们的朋友圈里刷屏的时候，腾讯总办团队正行进在戈壁滩上——这一天，我们的任务是完成26公里的徒步——我们选择用这种方式来庆祝公司的18岁典礼，希望可以从总办开始，突破自我、回归初心。

从十六岁到十八岁，腾讯一直迈着稳健的步伐砥砺前行：微信保持了快速的发展，QQ在年轻化道路上铿锵绽放；强力执行“连接”策略，并与众多领域的合作伙伴携手合作，将用户与各个垂直行业优质的服务连接在一起，进一步繁荣生态圈；在网络游戏业务上，积极扩充产品种类并拓展海外市场；以新的内容及功能丰富我们的数字内容业务，音乐、新闻、视频及文学等平台收获更广泛的用户认同；移动支付、手机管家、QQ浏览器、应用宝持续为用户创造安全、便捷的用户体验。面向未来，我们将一如既往地执行“连接”策略，继续发展我们的自有平台，以及与垂直领域的领先企业合作，也将继续大力投资领先的技术，如安全、云、大数据和人工智能等，持续地为用户提供更优质的服务和体验、完善我们的生态系统。

腾讯在快速发展中所收获的激励，不仅仅是步入互联网行业的领先行列，不仅仅是市值迈入全球前列，也不仅仅是服务数以亿计用户，而是在为用户提供连接一切服务的过程中，已经承担也必须全力承担起的社会责任。

公司开始褪去青涩，向着更加成熟、更具担当的社会角色迈进。我们的领导团队在现阶段常常思考这样的问题：除通过我们平台提供优质的产品及服务外，腾讯还能为社会创造怎样的价值，还能在人类社会进步过程中铺设怎样的基石呢？我们在安全领域为自己、也为行业伙伴们保驾护航，在防骚扰、打击伪基站方面成为全民的网络安全守护者；我们发力“互联网+”，不断拓展与传统行业的连接，通过促进社会生产力提升为经济结构转型贡献了一份力量；在现有的公益事业上，我们自2015年起每年牵头举办“9·9公益日”活动，利用我们的平台和支付服务在9月9日前后，让互联网用户方便地通过网络对一系列慈善项目进行捐献，让科技与公益产生更大、更持久的化学反应。

腾讯一直以来都是一家从事互联网增值服务及产品的公司，但我们应该知道，技术以及科技的能力，在下一轮淘汰赛中将扮演更加重要的角色，我们怀着未来已来的心态，心存敬畏又满怀期待的迎着更具想象力的时代。展望未来，我们看到互联网的流量红利正在接近尾声，但是互联网产业革命依然如初升的朝阳，新科技的力量正在快速孕育，新的服务模式随时会伴随着新技术的兴起而勃发。我们应该努力思考，大胆执行，才能进化成为一家面向未来的互联网科技公司，才能在下一波互联网浪潮中有所担当。

我们也应该记得，只有不忘初心，才不会在成功中迷失我们对用户的承诺；只有坚守使命，才能更好地逐梦前行——企业文化是腾讯18年来重要积淀，也是腾讯通往未来的基石。让我们继续践行通过互联网服务提升人类生活品质的使命，让我们向着最受尊敬的互联网企业更进一步！

——刘炽平

ADVISOR EMERITUS'S ADDRESS

终身荣誉顾问寄语

陈一丹

腾讯创始人

腾讯公益慈善基金会联席发起人



十八岁，让公益真正触手可及

在腾讯跨入十八岁之即，腾讯公益慈善基金会也迎来了成立的第九个年头。

我们如此幸运，不仅参与了腾讯十八年间的飞速成长并在责任历练中愈显成熟，而且有机会在九年间全力以赴投身公益，真正打开了互联网公益的未来之门。2015 和 2016 年，是腾讯公益厚积薄发的关键两年，这两年间，腾讯网络捐款平台为公益机构与社会需求搭建起了强有力的连接桥梁，不仅持续刷新筹款金额创造了 16 亿的总筹款纪录，也赢得了累计超过 9 千万人次的信任与支持，真正引领全民公益迈入新的阶段。

2015 年 9 月 9 日，腾讯公益联合数百家公益组织、知名企业，发起了一场全民互联网公益运动，引起巨大反响。短短三天，205 万人次共捐出 1.279 亿爱心善款，创下国内互联网募捐记录。“99 公益日”成为中国公益事业的一个里程碑，也开启了“互联网 + 公益”的新时代。

“99 公益日”真正的价值和影响，不在于短短几天的捐款数额和特定的日子，而是借助这样一个更具仪式感的活动，让公益融入到每个人、每一天的生活之中，这是我们九年公益历程中未曾改变的初心。我们希望通过互联网技术创新，激发公众参与公益的热情，让广大的网友们养成“指尖公益”的习惯。

令人欣喜的是，这个想法正逐步变为现实。在 2015 年“99 公益日”结束后的一年里，腾讯公益平台上的参与人次，达到了以往多年的总和，这让我们看到了腾讯还可以释放的潜在公益力量。2016 年，无论是让捐款数字和参与人次再创新高的“99 公益日”盛典，还是万众一心积跬步成千里的“益行家”全民捐步企业捐款，腾讯公益平台，正以越来越开放的态度拥抱公益组织、弱势群体乃至一直为这一群体奔走呼号的媒体，并尝试让他们以更多维的视角看到对方：送去雪中送炭的关爱，收获自强不息的精神，让每一次善意都沉淀出一个更美好的结果。

在构建这个生态的过程中，有超过一万名腾讯人参与了腾讯公益平台的捐款项目；超过 7000 名员工志愿者投身项目之中，贡献时间累计超过十万小时。我们在每一张参与公益的面孔中，都看到善力凝聚的喜悦与成就，让每一位参与者都释放出满满的正能量。这不断坚定了我们扮演好连接器角色的决心，要把“互联网 + 公益”持续往前推进。

两年来，更让人欣喜的是，我们迎来了腾讯各产品对公益的全面拥抱：寻找失踪儿童的 QQ 全城助力平台，上线一年多成功寻回 16 名失踪儿童；微信支付“电子捐款箱”，让随手公益融入日常支付成为可能；“云上公益”向公益组织开放免费的云资源及 IT 技术培训服务；电脑管家、手机管家协作推出“清理 +”，鼓励网友通过线上垃圾清理捐赠爱心，推动线下公益捐赠；而针对在腾讯公益平台上捐款占 39.6% 的 19 到 27 岁年轻捐款人，我们还将泛娱乐明星 IP 融入公益，借助直播等互动形式，让公益变得更加有趣。

“互联网 + 公益”还有很多想象空间。每一位同事的智慧，都可能改变成千上万受助者的人生。通过互联网服务提升人类生活品质，是腾讯的使命所在，而让公益触手可及，永远是我们要不断接近的目标。连接一切，赋能于人，十八岁的我们，信心满满在路上。

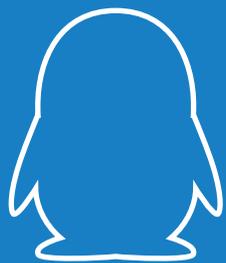
——陈一丹

01

连接的责任，成长的担当：腾讯企业社会责任战略

腾讯企业社会责任的愿景始终与腾讯企业发展的使命高度一致。在经营实践中，腾讯结合自身的互联网属性，将社会责任融入到企业的经营里，使之成为腾讯发展战略的一部分。

如果说互联网企业的基石是连接与开放，那么对于腾讯来说，18年的成长史就是一部连接一切、持续开放、担当责任的进程。在这里，社会责任不仅仅是公益慈善，也不仅仅是关爱员工，社会责任不再是一个个孤立的个体行动，不再是企业内部的管理活动。腾讯为企业社会责任插上了连接的翅膀、绘制了开放的蓝图，在这里，用户、政府、合作伙伴、社区都因连接而相聚，融为一体，共同应对挑战、破解难题，共同创造一个繁荣的腾讯社会责任生态圈。



Sound CSR Strategies
And Management
System

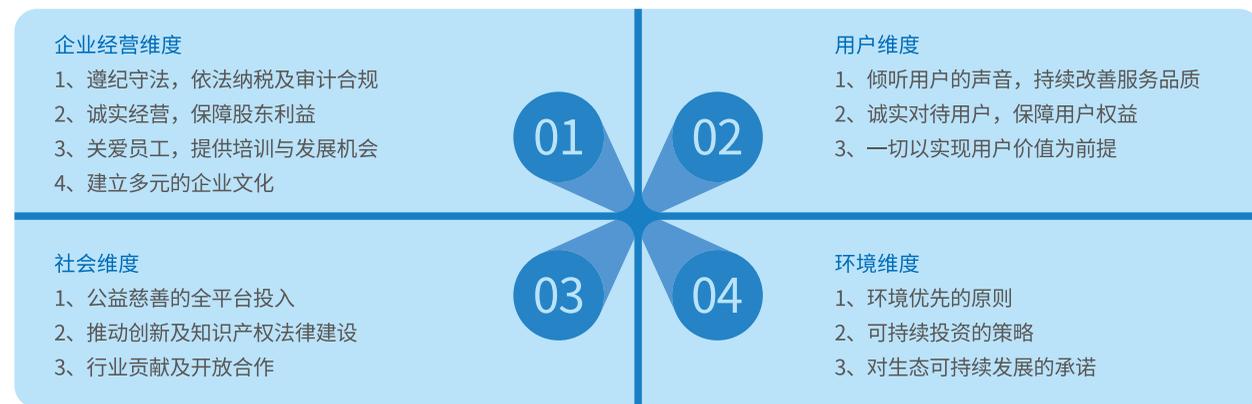
1.1 企业社会责任观

在腾讯看来，企业社会责任是与企业的发展息息相关、不可分割的。因此“成为最受尊敬的互联网企业”这一愿景，同样也是企业社会责任的内核与外延的统一，是腾讯追逐可持续发展的重要依托。

最受尊敬，意味着腾讯需要不断倾听和满足用户需求，引导并超越用户需求，赢得用户尊敬；通过提升企业地位与品牌形象，使员工具有高度的企业荣誉感、自豪感和认同感，赢得员工尊敬；推动互联网行业的健康发展，与合作伙伴共同成长，赢得行业尊敬；关爱社会、用自身核心能力回馈社会，赢得社会尊敬。

达到“最受尊敬”目标的过程，即是腾讯践行责任、赢取利益相关方认同的过程。腾讯相信，通过深耕企业社会责任的四个维度，可以携手广大利益相关方共同创造良好的发展前景、带来互联网更加深层次的变革和应用，推动人类社会的可持续发展。

腾讯企业社会责任的四个维度



1.2 社会责任管理体系

为保障全平台的社会责任充分落实，腾讯于 2010 年专门成立了企业社会责任部，负责腾讯企业社会责任战略的实施，并在各部门及区域明确企业社会责任联络员，全方位推动腾讯的企业社会责任工作。



利益相关方与腾讯

腾讯认为，在追逐可持续发展的道路上离不开利益相关方的理解和支持。越成功的企业，越能高效、精准地管理其与利益相关方之间的相互影响，把握利益相关方纷繁复杂的诉求，从而更好的回应利益相关方的诉求，达到双方和谐发展的共赢局面。

2015-2016 年，为了更好地定位利益相关方的诉求，真正将利益相关方连接在一起，实现开放、融合的发展，腾讯从必尽责任、应尽责任和愿尽责任三个层次，对利益相关方的诉求进行精准定位并展开实践。

	必尽责任诉求	应尽责任诉求	愿尽责任诉求	责任沟通与实践
用户	提供稳定、可靠的互联网产品服务	及时倾听用户声音，持续改善服务品质	创新产品，引领用户新的生活方式	从用户需求出发制定“连接一切”战略，满足用户体验需求，从产品、技术、设计等方面创新，提供安全、海量、便捷的服务，为用户创造新的移动生活价值
股东	完善的经营模式，合理的投资回报	及时、准确、全面、合法的公司财务、经营信息披露	面对面、多种互动形式的投资者沟通活动	建立完善的董事会，按季度公布业绩，定期举行股东大会和股东特别大会，建立专门的投资者关系部，积极与股东和投资者交流
员工	合理、健全的员工保障体系	关爱员工，提供培训与发展机会	建立多元的企业文化氛围	建立专门的人力资源部，统筹劳动保障体系，设立专门的 OHS 委员会，推进员工职业安全和卫生保证体系；设立腾讯学院，为员工提供不间断的培训机会
政府	依法纳税	落实国家相关政策	协助政府解决社会民生问题	设立公共战略委员会，统筹、规划、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与合作的定期会谈机制
商业合作伙伴	遵守商业道德、杜绝贿赂	定期的合作伙伴沟通活动	开放平台助力合作伙伴成长	定期举行供应商大会、合作伙伴论坛等活动，沟通合作中存在的问题与潜在缺陷，帮助伙伴成长；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	提供必要的资金支持	创新公益活动形式，提升影响力	帮助公益组织成长	搭建网络捐款平台，将草根公益组织推荐的公益项目与公募基金会进行衔接；通过直接捐赠与开放筹款平台结合等方式，让公益组织得到成长机会
所处社区	将互联网工具与社区发展相结合	针对特定事件的定向捐赠	支持探索性公益项目	通过腾讯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资源；利用互联网技术优势，推进智慧社区建设

1.3 未来两年社会责任工作方向

2015-2016 年，腾讯在“连接一切”的企业战略指导下，将社会责任元素、利益相关方连接在一起，让一切被连接的个人、企业、组织，都能在腾讯这个开放的平台上了解责任、践行责任，形成一个责任共同体，共同推动中国乃至全球的可持续发展进程。

从鞭策自身履行企业社会责任，到搭建社会责任平台的历史转变中，腾讯也慢慢学会在经营的全流程管理中，保证社会资本的增值，运用企业的核心能力，创新地解决社会问题，推动社会进步，并把维护公共利益作为自身应当履行的义务。

腾讯始终坚信，在深耕责任，追逐可持续发展的道路上，独行快、众行远。未来，腾讯一方面将继续推进并完善企业管理体系，将责任与运营融合得更加亲密无间，以适应环境下，我们肩负的重大社会以及网络安全责任；另一方面将更加充分与时代、与大众连接，携手各利益相关方共同努力，拥抱地球美好的未来。

02

产品与服务：连接丰富生活

在腾讯的成长过程中，一直面临“做什么样的产品，做什么样的服务，有怎样的社会价值”的抉择，而腾讯始终秉持着一颗“一切以用户价值为依归”的初心，以更丰富的维度、更生动的形式连接人、设备和服务，赋能于数亿互联网用户，服务于整个社会的发展。

“我们将一如既往地执行‘连接’策略，持续地为用户提供优质的体验，
培育一个丰富的‘互联网+’生态系统。”

——马化腾



Products & Services

腾讯用户的一天





WeChat

2.1 微信，一站连接生态服务

一个 CNN 的记者，在北京用微信支付体验了一天无现金的生活。从早上的买煎饼果子到中午的午餐，到下午茶再到生活缴费、打车通通都能很快搞定。他受到的震撼很大：“中国的移动支付发展已经到了如此成熟的地步？手机已经可以在北京替代掉钱包了，这种体验真是爽呆了！”



扫一扫看 CNN 记者北京 24 小时无现金生存体验

从 2015 年春节红包摇一摇引领春节全新年俗开始，两年来微信持续微创新，将人与人、人与服务、人与设备有序连接，形成一种全新的互动关系，影响和改变着人们的生活和工作方式。

2.1.1 微信支付：全景连接智慧生活

从 2014 年 8 月微信支付首次提出智慧生活战略，到 2015 年 8 月 8 日首次倡导无现金生活方式，再到 2016 年近 70 万家商家参与“8.8 无现金日”活动，不到两年时间，微信支付不仅广泛走进人们的生活，而且深度改变了每个人的支付习惯，中国也成了世界上少数几个可以不带钱包只带手机就出门的国家。



微信支付能支付什么？

2016 年 4 月腾讯正式启动“星火计划”，加速渗透各类场景，帮助传统行业和政府部门进行的移动互联网转型升级。截至 2016 年底，含微信支付在内的腾讯移动支付月活跃用户超 6 亿，线下接入门店超 100 万家，几乎覆盖衣、食、住、行、娱乐所有板块，让人们共享高效、智慧的生活体验。

各项政务付费逐渐融入微信支付，微信扫港澳通行证封面就可以续签；上海用户只要用语音对着微信“发号施令”，就可以轻松实现水电、燃气、宽带、话费等缴费……微信支付操作快捷简便，开启智慧政务、智慧生活新篇章。



微信支付 不止支付

从“连接一切”到“智慧生活”，不仅仅是用户在收银台前多了一种支付的选择，微信支付带给用户和商户的价值远远超过支付本身，更多的是依托于支付实现的价值营造，构建的智慧生态。

“我们刚开始做微信支付，以为它只是一个支付的工具，给大家提供便利的支付方式和资金结算方式。在越来越多的行业跟我们进行连接之后，我们发现支付已经变得豁然开朗了。通过微信强大的连接能力，我们可以帮助企业实现各种各样的功能。”

——微信支付团队



扫一扫
看微信支付+智慧生态

每次支付，
都是一次沟通。
每次沟通之后，
都是无限可能。

不止支付，还有欢乐餐厅

在麦当劳王府井餐厅里，父母用餐时，小朋友可以用微信“摇一摇”在餐厅内寻找“宝藏”，完成任务后可获得一个奖品。通过这种方式，父母可以做自己的事情，小朋友也可以尽兴地在餐厅里面体验他们的欢乐时光。

“和微信的合作不止体现在自助点餐等支付环节，我们想要服务，希望亲子时光能够更美好一点。”

——麦当劳高级总监 冯莲



不止支付，还有智慧社区

正荣物业联合微信定制智慧社区，通过微信连接业主解决缴费问题，整合“人、车、物、服”四大方面，为业主提供一个高度定制化的智慧社区。若业主家中水管爆了，物业就会扫描定位提交故障单，维修完毕后业主微信支付，并打分反馈。

2.1.2 城市服务：智慧互联，方便民生

“移动互联网可以解决政府部门之间信息孤岛问题，微信在连接、整合公共服务方面将有更大的想象空间，把信息孤岛连成一片陆地，连接的是数据，方便的是民生。”

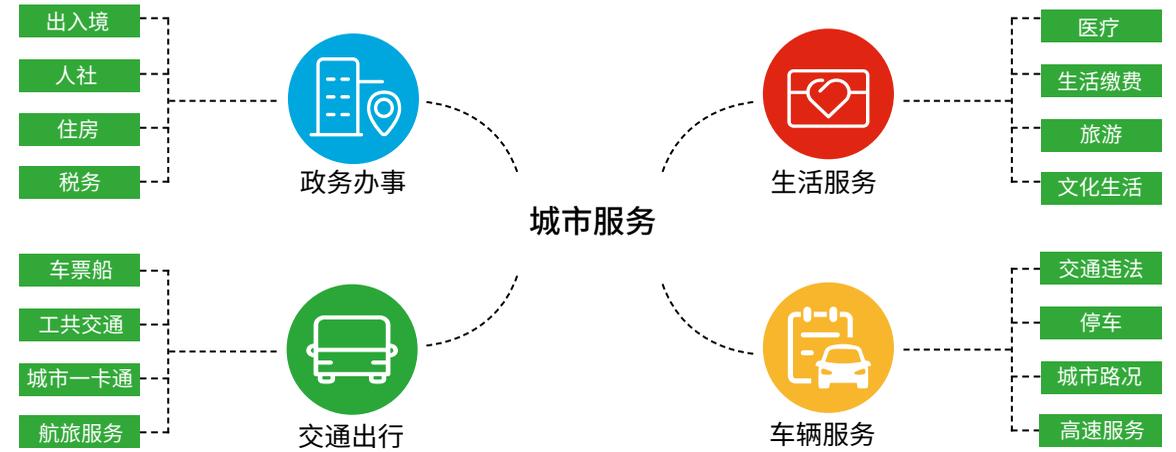
——马化腾



扫一扫
看微信城市服务

自2014年12月在广州率先上线以来，微信城市服务平台集合散落的政务民生数据，为人社机关、第三方机构以及市民提供高效连接。2015年7月微信城市服务开放平台正式上线，缩短接入流程，帮助更多政府部门快速连接民生服务的“最后一公里”。截至2016年12月，微信城市服务覆盖中国大陆全部一二线城市及大部分三线城市，涉及公安、医疗、旅游、交管、人社、教育等六大重要政务，让用户以最简单的方式享受最“智慧”的生活。

未来，微信“城市服务”将着眼于激活垂直领域生态，聚合更多有价值的服务，推动公共服务创新，真正以智慧连接城市。



“智慧城市”各具特色的公共服务

武汉

坚持民生优先的公安政务服务

成都

在“互联网+”医疗方面有较大突破，如华西二院创新微信全流程就医平台

重庆

聚合全市所有三甲医院挂号服务

长沙

“互联网+”创新社保服务，开创微信“虚拟社保卡”

广州、深圳

在出入境、人社、公积金、公共交通方面均形成特色服务

北京

响应需求的智慧交通服务

青岛

构建手机里的民生服务大厅

上海

独具本地特色的图书借阅服务

浙江

率先实现省、市、县一体化的网上政务服务平台

福建

治安便民创新警务服务



2.1.3 微信企业号：让员工爱上移动办公

传统企业管理一般是自上而下的管理体系为基础传递信息，容易导致企业内部信息不对称，妨碍员工高效便捷办公。微信企业号自2014年9月推出以来，帮助政府、企业及组织打通内部信息阻隔，构建自己独有的生态系统，随时随地连接员工、上下游合作伙伴，实现业务及管理互联网化。

“首先企业号可以实现人和组织的互联网化，其次企业号能够帮助实现内部企业的互联网化，真正地实现互联网化的最后一公里，最后企业号是一个完全开放的生态。”

——微信企业号高级产品经理 章陶

经过两年多的努力，越来越多企业利用企业号便捷高效地进行企业文化建设、员工培训、移动办公、销售管理与工作协同。不仅如此，腾讯还通过接入微信运动、第三方授权优化、企业客服优化等一系列升级，开放更多微信原生能力，凸显第三方生态价值。2016 微软 Ignite 技术大会上，微软正式发布“微信里的 Office 365”，在微信企业号中部署 Office 365 移动办公套件。企业用户只需打开企业号，就可以进行对话，实现沟通、协作、移动办公等需求，提高团队协作和工作效率。目前在华企业用户数达到 100 万以上，其中活跃用户达 80%。



扫一扫
看微信里的 office365

从刚需入手解决员工高频服务需求

在移动办公的场景应用中，最刚需的就是工资查询与业务培训。海底捞在企业号上集成工资查询服务，极大提高了企业号的活跃度，平均访问量较传统 OA 系统提高数百倍。利用微信高互动体验和精准推送等特点，海底捞企业号还添加了业务培训模块，满足员工碎片化学习需求，降低学习成本。

“企业移动化办公是大势所趋，借助微信企业号平台，同时实现了操作使用零培训，员工活跃度较原有 APP 提升数百倍，大大提升了企业信息沟通和运营效率。”

——海底捞副总经理 张硕轶

重构生态链，塑造“互联网+水产”价值

作为全球最大的水产饲料生产企业，通威集团（以下简称“通威”）与绝大多数传统企业一样，存在上下游供应链和养鱼经营户信息不对称的痛点。2015年3月，通威开通微信企业号，对养殖户的痛点需求进行定制化满足，推出“鱼苗通”、“鱼病通”及“鱼价通”三大模块与上下游分别进行连接，搭建紧密结合的关系网。各地市场及渠道人员可以在企业号中轻松实现价格调查和行情上报，养殖户也可方便地查询鱼价、了解行情，构建了一个闭环生态链，解决企业、上下游用户及第三方的沟通问题。



通心粉社区成立两周年，以近 87 万用户稳居中国农牧行业第一大网络社交平台

2.1.4 微信“摇电视”：互动革新娱乐生活

除夕夜阖家团聚共赏一台春晚，早已成为中国人不可替代的年俗。从 2015 年除夕开始，人们守岁迎春时除了看春晚，又多了一件一起做的事情——微信“摇春晚”抢红包！当你在除夕夜振臂猛摇之时，185 个国家上空也同样回荡着摇一摇“咔嚓咔嚓”的声音，新年祝福绕地球 7485 万圈。

微信“摇电视”创造了春节新年俗，其功能也正式作为常规功能对外开放。通过该功能，电视机前的观众不仅能摇出一个电视互动的场景，为电视上最喜欢的演员投票、购买演员同款衣服、表达自己的观点想法，还可以把电视里正在播放的歌曲“摇”到手机里去。“摇电视”打破了电视屏幕与手机屏幕之间的界限，实现了大屏与小屏的互连互通，创造了电视节目与观众的沟通平台，赋予千万电视观众选择的权利。这种模式弥补了电视媒体与观众沟通、互动的短板，更好地拉近彼此的距离，实现传统媒体与新媒体的融合。

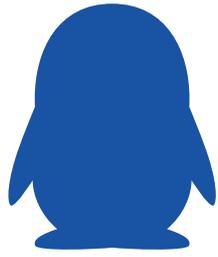


微信“摇电视”互动模式的诞生是移动互联网与传统媒体碰撞的创意火花，未来“摇电视”将透过大数据挖掘等更多渠道，进一步凸显电视社交的价值，改变人们观看电视的方式和娱乐生活方式。

结语

随着微信逐步开放，信息与资源得到有序流动和整合、无数崭新应用场景得以发掘和连接、有价值的服务获得生长繁荣之机，一个开放共赢的生态系统正在形成，微信所承担的社会使命和创造的社会价值日益凸显。在这过程中，微信始终坚持克制的价值观内核，以贴合人性的方式解决生活工作中的痛点，并不断创造惊喜。





QQ

2.2 QQ，创新拓展连接价值

1999年2月10日晚，OICQ Beta1 诞生，从此一串 QQ 数字，每天与网民产生联系，几乎成为几代人的互联网身份证。2016年11月，在腾讯十八岁周年庆典中，70只由腾讯设计师亲自操刀的巨企鹅在深圳、成都、北京、上海、广州的腾讯大厦进行巡展。陪伴我们18年的它，化身时装秀主角，竞相争艳，勾起人们无限回忆和未来畅想。18年来，QQ一直保持着年轻、创新、活力的心态，持续创造和推动互联网新文化现象。



2.2.1 年轻化，拥抱青年创意

18岁，在互联网算是一个骨灰级的年龄。就如马化腾所说的“即使你什么错都没有，就错在太老了”，如何在老产品上保持年轻的心态、做出新的体验和特色，这是QQ无法绕开的问题。

大数据显示，QQ拥有最具活力的年轻用户群，月活跃账户数中90后占6成以上，年轻用户是绝对主力。QQ一直坚持年轻化的发展路线，通过充实娱乐内容，探索娱乐社交更创新、有趣的玩法，坚定地年轻人并肩前行。

娱乐社交平台

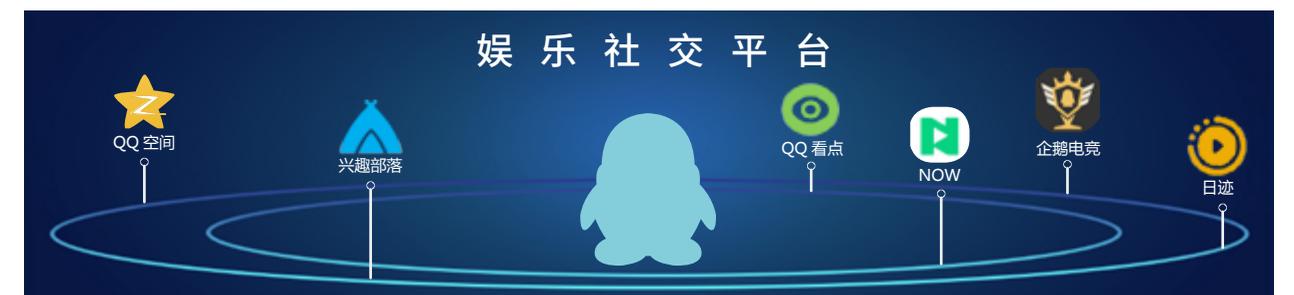
年轻用户成长、生活在移动互联网时代，他们需要个性化、娱乐化、能表达自我的社交平台。QQ从诞生以来就一直拥有年轻化、娱乐化的品牌形象，践行娱乐连接社交的发展模式，给用户提供一个虚拟化的平行世界，承载人们对于“另一个自己”的想象，让社交更有乐趣。

“一方面，QQ通过布局影视、动漫、游戏、文学领域，不断完善娱乐化内容布局，做好‘内容承载器’；另一方面，通过QQ上包括群、兴趣部落、直播、QQ看点、日迹等功能，让娱乐内容通过社交创造影响力，当好‘社交放大器’。”

——腾讯公司副总裁 殷宇

QQ 趣味社交产品

QQ 空间	一个具有博客功能的个性空间
兴趣部落	基于兴趣的公开主题社区，打通拥有共同兴趣标签的QQ群，形成以兴趣聚合的社交生态系统
NOW 直播	在电影首映礼、演唱会、体育赛事等娱乐活动中展现娱乐化社交能力
企鹅电竞	主要提供电竞赛事解说等游戏直播内容
日迹	手机QQ短视频社交新功能，“短视频+创意互动”匹配碎片化的消费场景
QQ 看点	通过全新的“社交+个性化推荐”模式，为内容创业者提供一个基于社交分享的内容创作平台



“年轻即未来”，通过娱乐内容和年轻人兴趣之间的相互作用，QQ用娱乐撬动年轻人的兴趣点，让用户更多地“玩”起来，利用年轻人去产生二次内容创作，最后形成一个“提供内容——社交——二次创作内容——社交”的闭环。QQ坚持扮演好“内容承载器”和“社交放大器”，为年轻人提供丰富的娱乐内容，凸显娱乐连接社交的价值。

QQ 创新实验室

伴随着 QQ 一路成长的年轻人，富有想象力、脑洞大开、关注大爱，QQ 是他们最熟悉的平台，也是实现他们创意的最佳舞台。

“QQ 非常重视年轻人这个用户群，他们重视体验、更重视细节。我们想要更了解年轻人关于产品的诉求，并希望 QQ 能够成为实现年轻人创意的舞台。我们想用年轻人的创意‘搞定’年轻人。”

——腾讯社交网络事业群产品中心总监 李丹

“金铅笔”是世界顶级广告创意人的最高奖项，而其旗下的 One Show 中华青年创新竞赛则是属于中华年轻创意人的舞台。作为 2016 年 One Show 中华青年创新竞赛的全程战略合作伙伴，QQ 以命题品牌参与到创意大赛中。在 2016 年 11 月 4 日 One Show 中华创新峰会上，QQ 宣布成立 QQ 创新实验室（QQ lab），旨在聚集青年创意人，打造一个属于年轻创意的平台，助力年轻人以创意改变世界。



95 后年轻人们“爱社交”、“脑洞大”的特点在本届大赛中发挥得淋漓尽致，涌现出众多关于 QQ 的优秀创意，如变换聊天

背景鼓励用户关注抑郁症患者的“QQ 抵抗抑郁症”创意、利用 QQ 云功能实现轻松上下地铁的“Oops! 地铁云”方案等；甚至基于洗手间这一个私密空间，也能打造出“QQ 厕所”这类新奇的社交应用。这些创意充分反映了 QQ 在年轻人心中充满活力和激情的形象，同时也是 QQ 深耕年轻用户群体、坚持走年轻化道路的重要体现。

“QQ 这一平台给了我们很多搭载创意的空间。我们的很多创意都是基于生活而来，而平日我们生活中最熟悉的软件，便是 QQ。我们能够源源不断地把自己喜欢的东西搭载到 QQ 上。”

——年轻创意参赛者



扫一扫
看微信里的 office365

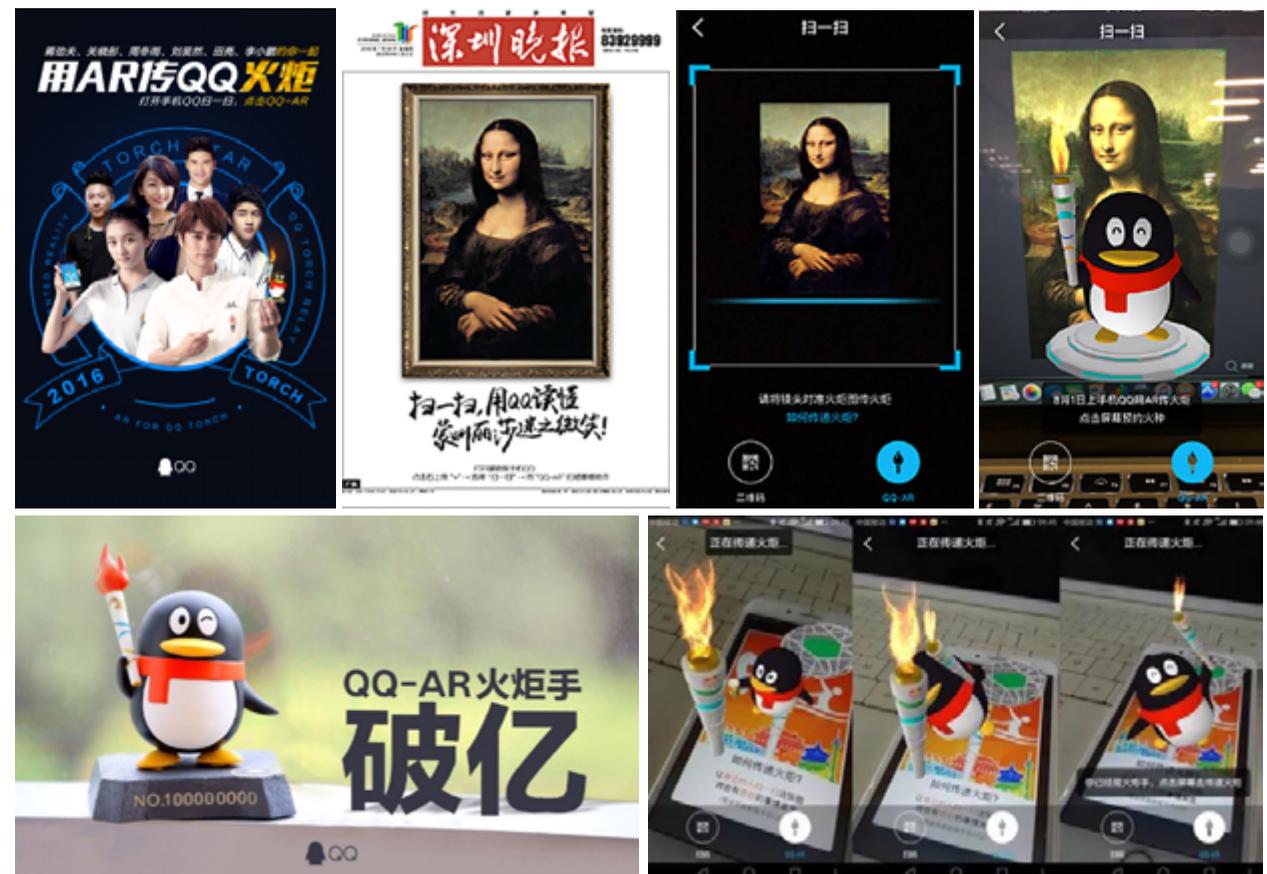
2.2.2 智能化，技术创变娱乐

“不断探索 AR 甚至更多技术的可行性，让用户在科技与生活的融合中体验到更多便捷与乐趣。”

——马化腾

2016 年 7 月 28 日，全民用手机 QQ 扫蒙娜丽莎画像事件瞬间引爆了国内社交媒体。用手机 QQ“扫 AR”功能扫描蒙娜丽莎，一只手拿奥运火炬的小企鹅就会跃然纸上，画面会提示“即刻起，上手机 QQ 玩 QQ-AR 火炬传递”。

四年一度的奥运盛典是全世界关注的焦点，而传递火炬、点燃圣火的过程更是备受瞩目。2016 年巴西奥运前期，QQ 推出 QQ-AR 火炬传递，改变以往只能从电视直播里观看名人传递火炬的情况。用户只需通过“扫 AR”抢领火种点燃火炬并传递给下一个人，传递一定数量后可以解锁下一站城市的 AR 动画，经过雅典、北京、首尔、悉尼、巴黎，最终到达里约，总共会看到 6 个不同的 AR 动画。火炬手无需是名人，就是用户自己，也不必真的跑上多少公里，用科技的力量就能来完成。



AR（增强现实）是计算机生成的一种集视、听、力、触、动等感觉的虚拟环境，不仅具有“身临其境”的逼真性，还能突破空间、时间以及其它客观限制，感受真实世界无法亲身经历的体验。

随着人工智能的发展，虚拟现实技术逐渐进入人们的生活，但 AR 技术对于普通人来说还比较陌生。QQ 通过 AR 火炬传递进行了一次全民的 AR 普及，让用户感受 AR 的同时，为未来社交的多样性创造更多可能。

2.2.3 全城助力，寻找失踪儿童

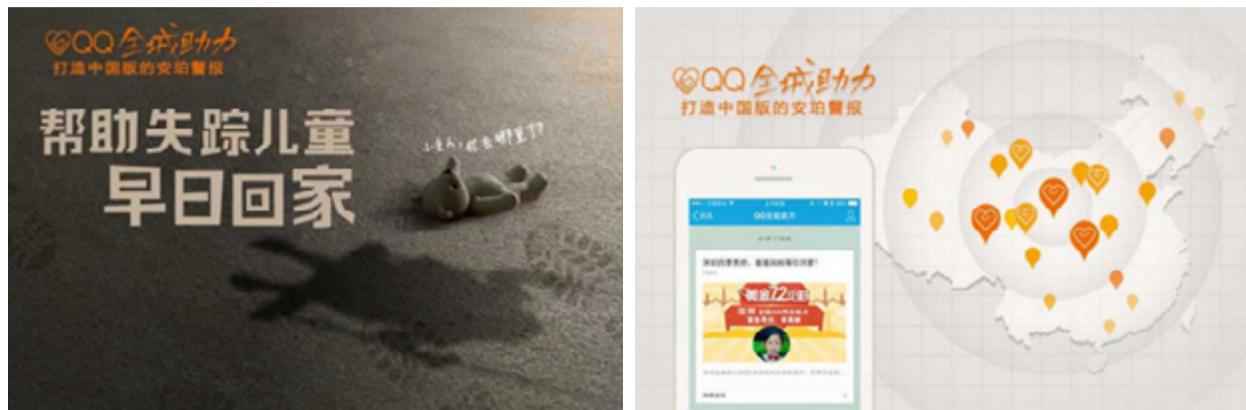
2014年9月，电影《亲爱的》掀起了全国关注被拐卖及失踪儿童的热潮。据不完全统计，中国每年约有二十多万儿童失踪，找回的概率仅有0.1%左右。

2014年10月，腾讯推出QQ全城助力平台，号召每一个城市、每一个QQ用户都为寻找失踪儿童提供线索，成为全国首个向儿童失踪所在城市数百万网友推送失踪儿童信息的公益平台。在这个平台下，用户无需关注“QQ全城助力”帐号，只要位于儿童失踪城市，均可实时收到求助信息。QQ全城助力与公安、公益组织形成结合体，通过地理位置技术，在儿童失踪第一时间把寻找信息向全城QQ网友扩散，网友可在公众号中提供线索，力争在“黄金72小时”中积极拯救被拐儿童，实现真正的“安珀警报”。

寻找夏家兄弟的推送消息

2015年10月21日，深圳宝安区一对只有10岁和6岁的兄弟结伴出门帮父母购买瓶装煤气后双双失踪，家长和警方四天苦寻无果。QQ全城助力核实事实后，向深圳1400万手机QQ用户推送寻人信息。爱心接力，全网协同。该信息受到70万QQ网友的关注，获得超过10万次转发，警方最后通过3名QQ网友提供的线索，不到24小时成功找回了兄弟俩。

截至2016年9月，QQ全城助力已经联合公安部打拐办、“宝贝回家”公益组织为全国65名失踪儿童案例进行推送，累计向儿童失踪城市的3.9亿QQ用户推送寻人消息，成功帮助15个家庭寻回16名失踪儿童和未成年人。



QQ全城助力平台，在儿童失踪的黄金72小时内，致力精准营救，努力找寻任何一点线索；72小时外，也决不放弃，用每个人一点一滴的力量，汇聚成寻亲的海洋。

2016年5月25日，QQ全城助力发起了“5.25寻亲日”，在每年的这一天，QQ全城助力都会向全国网友推送寻亲积案，通过8.7亿QQ网友的力量帮助失亲父母寻找那些失踪多年的孩子。同时，QQ全城助力还联合公安部、民政部、“宝贝回家”公益组织、30余家媒体以及蒙牛、纷美等企业发起“寻亲联盟”，建立更紧密更快速的联动关系，共同寻找失踪儿童。

首个寻亲日，QQ全城助力向全国QQ网友推送近百个可靠积案，包括失踪儿童家长寻找孩子、为滞留救助管理机构的孩子寻找父母，涉及全国16个省和直辖市，失踪时间跨度从1981年至2015年。

“腾讯公司希望能通过‘寻亲联盟’这一形式，建立一个多方合作、跨平台的全国性寻找失踪儿童平台，让企业、媒体、网友和社会力量加入进来，通过QQ全城助力这样一个安全、高效、开放的公益寻人平台，为寻找失踪儿童贡献力量。”

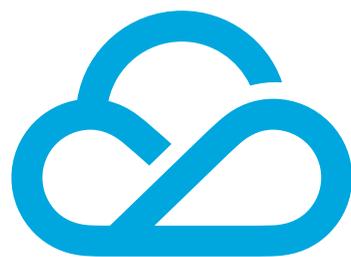
——腾讯副总裁 殷宇



随着科技的进步，腾讯还将利用人脸识别、自动地理位置识别等高科技技术进一步协助寻找失踪儿童，并通过优化核实流程，把信息时间推送从30分钟进一步缩短，帮助走失的亲人找到回家的方向，让更多的孩子回到父母身边。

结语

QQ作为一个18岁的成熟社交平台，不断深化自己的年轻化和智能化，已经从一个年轻人追捧的社交方式，转变为年轻人热衷的生活方式，并且积极探索联动产品做公益的可能，寻找更多连接节点，创造更多连接价值。



腾讯云
Tencent Cloud

2.3 腾讯云，构建云端大脑

2016年，腾讯云大数据联合团队用98.8秒的成绩完成100TB的数据排序，获得具有计算奥运会之称的Sort Benchmark全球排序竞赛第一名，并打破同类竞品去年创造的329秒的成绩，刷新世界记录。这不仅得益于腾讯云平台自有的强大调度能力，还得益于腾讯云18年海量数据处理经验。目前，腾讯的数据中心已经存储超过1000PB数据（超过15000个美国国会图书馆的存储量），并以每天500TB的速度飞速上升，腾讯大数据集群已成为世界上最大的大数据集群之一。

“未来大部分的科技创新都会用云的方式来体现。不管是地理位置信息LBS，以及安全方面的问题，还是人工智能、物联网，甚至未来的无人驾驶、机器人等热门概念，它的后台的核心一定有一颗在云端的大脑。”

——马化腾

基于QQ、微信、QQ空间、腾讯游戏等海量业务的技术架构和精细化运营经验，腾讯云为广大企业和开发者提供云计算、云数据、云运营等一体化云服务能力，助力企业建立灵活高效的IT构架，轻松连接未来；帮助开发者解决服务器、存储和宽带压力等问题，降低产品运营门槛和创业成本。

在新时代背景下，腾讯生态空间将大规模扩容，腾讯云将携手行业优秀合作伙伴，激活更多发展空间，用云计算为时代赋能。

2.3.1 核心竞争力共享，提供高质量云服务

2016年5月18日，腾讯云推出并开放云计算“弹性伸缩”服务，通过弹性云平台，提供资源按需供给和动态管理，将计算资源进行合理调配以及自适应规划，避免因资源不足导致服务中断、资源供给过量带来的大量闲置资源空转。而在“弹性”基础上，用户只需为实际使用的计算资源和时间付费。

“弹性伸缩”服务可帮助客户轻松实现单节点单次3000台以上服务器的自动扩容、弹性伸缩、秒级计费，帮助用户每月降低30%的同类云服务器开销。腾讯云通过“弹性”和“灵活计费”的方式降低了用户上云的门槛，公有云服务日臻完善。

“过去，盛瑞网络面临业务高峰期时，主要依靠本公司2名运维人员提前一天开通和配置数千台云服务器，事后再做退还，整个过程非常辛苦。使用腾讯云的弹性伸缩服务后，在业务高峰来临时，只需要2.5小时内就自动扩容2700台，节省了2名运维人员的时间成本。”

——盛瑞网络科技有限公司 CEO 朱嘉玮

超级防御系统，为用户安全保驾护航

当云作为平台和管道把大量企业连接到了云端后，云安全就成为了一种新的挑战。腾讯云整合多年在恶意流量检测和清洗方面积累的丰富经验，2014年开放了业界第一个分布式DDoS防御系统——大禹，2015年9月15日发布4.0版本。大禹系统在全国多个城市部署了独立攻击防护点，安全防护能力可同时覆盖CC攻击防护、Web入侵防护等。大禹具有目前业界最大的4T弹性防御带宽，以及1.6T BGP高防带宽，已累计为用户抵御超过50万次攻击，单次最高攻击超过400G。

2015年9月15日，腾讯云向业界开放了另一款反黑产利器——天御。目前，天御已在帮助电商企业应对刷单、金融企业应对诈骗、直播客户鉴黄上发挥重要作用。2016年，天御在部分电商活动中直接拦下超过80%恶意刷单。



乐固（LEGU）是腾讯云发布的针对个人和企业开发者的一站式移动安全解决方案。用户只需在腾讯云控制台提交自己的应用，即可获得应用加固、漏洞扫描和盗版监控等安全保障，以及海量真机测试与全程质量跟踪服务。2016年10月，腾讯云乐固成为首批通过移动信息化可信选型认证的移动应用安全加固服务系统。

开发者的痛，乐固懂你

辛辛苦苦开发的应用被人破解盗版了？应用存在的漏洞被人攻击了？渠道分发不清不楚，稀里糊涂被忽悠了？开发者的痛，乐固都懂！

 安全检测 早发现，早“治疗” <ul style="list-style-type: none">探知安全漏洞提前预防安全隐患等	 渠道监控 实时监控，知己知彼 <ul style="list-style-type: none">7*24小时监控海量样本，即时呈现最新数据	 应用加固 一键加固，拒绝盗版 <ul style="list-style-type: none">防篡改，反编译，反调试捍卫开发者权益	 安全 SDK 重要场景，重点保护 <ul style="list-style-type: none">细分场景针对性提供技术解决方案
--	--	---	--

2.3.2 特色云，助力产业转型升级

“‘互联网+’是历史的机遇，腾讯云将坚持资源共享与技术开放，围绕“4S”（Speed 高速、Stability 稳定、Security 安全、Service 服务）建立起值得信赖的云服务，并携手合作伙伴建立云服务生态，满足客户个性化的需求。”

——腾讯社交网络事业群总裁 汤道生

随着产业“互联网+”的逐步深入，各行业对云计算的需求越来越精细化，业界对建立行业特色云服务的呼声越来越高。腾讯云依托腾讯整体生态体系输出的云服务、地理位置服务、安全和支付四大核心能力，与合作伙伴携手打造满足产业应用需求的特色行业云，打破传统产业与IT应用的边界，助力产业在云端实现“互联网+”转型升级。

目前，腾讯云已在视频、游戏、医疗、金融、电商、O2O等领域分别定制了具备行业特色的解决方案，满足不同客户的多样化需求。

金融云

腾讯金融云根据用户对合规性、隔离性等不同要求推出公有云、金融专区、金融专有云三大模式的云服务，根据银行、保险、证券、互联网金融等不同要求，为客户定制专属解决方案。

腾讯云还针对金融业务流程提供了更多细致配套服务，例如专线接入、视频服务、人脸识别等，全方位助力金融业务的创新发展。

腾讯云助力打造国内第一个互联网银行——微众银行

作为国内第一家互联网银行，微众银行定位是利用互联网提供“普惠金融”服务。微众银行将腾讯云支撑微信、QQ等海量级用户的技术体系引入到微众银行的IT架构中，使其系统具备了云计算的扩展能力、标准化、低成本以及海量数据处理能力。基于腾讯云技术产品，微众银行还做了满足银行级要求的封装，搭建出一整套金融级自主可控技术体系和自动化运维体系，实现金融级DEVOPS生态。此外，微众银行还引入基于腾讯云的腾讯优图技术，可通过人脸识别、声音识别等实现远程业务办理，截至2016年12月，已有200万客户通过刷脸办理业务。



李克强见证微众银行首笔贷款

游戏云

腾讯云共享腾讯海量游戏运营经验，打造高质量、全方位生态游戏云服务平台。腾讯云采用分布式系统，满足游戏项目高吞吐、高并发、低延迟以及负载均衡的要求，形成高可用、高性能的基础设施服务。

游戏云还为用户提供丰富的游戏特色产品、大平台优质渠道资源以及丰厚的专项扶持金，帮助客户快速发展游戏业务。目前，游戏云已为御剑情缘、问道、黑衣剑士、坦克之战等大型游戏提供云服务。

物联云

在2016年腾讯合作伙伴大会上，腾讯云与三一重工、贵州宏立城集团合作共建的物联云正式对外发布。物联云以QQ物联平台为原型，在连接设备的基础上，不断丰富云端功能，开放更多用户入口，2016年接入企业6000余家，打造品类近200种。作为面向设备与服务托管的云平台，物联云凭借其完善的大数据处理和分析、人工智能等平台级的服务能力，为家居、安防、交通、建筑、医疗、制造等领域提供丰富的智能化解决方案，可以使各行各业快速实现物联网，帮助企业实现数据化转型。

2.3.3 云技术能力输出，实现云端互利共赢

“云生态的构建是腾讯云的首要目标，腾讯云将保持开放分享的心态，与合作伙伴一道，不断挖掘行业特性，紧跟时代步伐，提供更有价值的联合解决方案，构建云端共赢生态圈。”

——腾讯公司副总裁、腾讯云负责人 邱跃鹏

为更好地与合作伙伴建立云端生态，实现云端互利共赢，腾讯云启动“云+合作伙伴”计划，向合作伙伴开放自身经验、技术以及合作机遇等优势资源，成为腾讯云推动生态向前的重要支点。该计划推出最具竞争力的激励计划和合作伙伴培训认证体系，为合作伙伴培养更多云技术人才，帮助合作伙伴更好地发展。

腾讯云培训认证体系分为TCCE认证课程、TSC专项课程及TPTS合作伙伴培训计划3类。其中，TCCE认证可以帮助云端运维工程师、云端开发工程师快速掌握云端技能，TSC专项课程面向初级云计算用户、高职院校学生、大学生、企业技术骨干分别开设了腾讯云工作坊、云计算就业班、大学生云端技术领袖训练营及CTO特训营，TPTS合作伙伴培训计划帮助合作伙伴提升拓展客户、技术实施、培训等能力。

2.3.4 海外布局，助力创业者走出国门

为满足国内创业者日益增长的出海需求，腾讯云加速海外战略布局。2016年12月18日，腾讯云在香港、新加坡、多伦多三大海外数据中心基础上再开放11个海外节点，服务覆盖全球6大洲，帮助中国企业在海外更快速地开展业务。

至此，腾讯云一共拥有19个全球服务节点，成为全球云计算基础设施最完善的互联网云服务商。

腾讯云也为出海企业提供一套自成体系的生态服务。例如为游戏行业提供的系列增值服务，包括整合腾讯内部资源，为游戏企业提供东南亚音乐播放平台JOOX等多家平台级互联网公司海量用户流量、以及整合腾讯游戏最具优势的语音服务、为游戏企业提供不同国家不同语音版本服务等。

通过海外计划，腾讯云不仅向出海客户输出云服务器、数据库、CDN等IaaS基础云服务，还输出腾讯在视频、游戏、金融、大数据、安全等领先全球互联网的技术，助力中国更大范围地参与全球商业竞争，提升中国经济在全球经济的市场占有率。腾讯云已成为支撑中国企业走出国门的坚实力量。





2.4 腾讯网，释放事实正能量

四川省凉山彝族自治州昭觉县支尔莫乡阿土勒尔村共居住着72户居民，因位于峡谷断裂台地，所处位置与地面垂直距离达800米，居民需借助17条藤梯来连通外部世界。2016年5月，《新京报》率先以《悬崖上的村庄》为题进行报道，随后全国范围内的媒体都做对这个村庄展开了报道和评论，“悬崖村”令人瞠目结舌的生存状态进入大众的视线。因媒体持续跟进，“悬崖村”连接村里村外的藤梯已换成钢梯，村子还将进行旅游开发，有望打造为新的景区。悬崖村的变化，离不开媒体人持续的观察和分析，是新闻的力量让悬崖村不断破局、迎来新生。



2.4.1 较真，将事实查证到底

互联网时代信息传播快如闪电，而真相似乎总是慢了一拍。从“核电将毁灭中国”到“罗一笑”事件，层出不穷的罗生门让人连连咋舌，而朋友圈里形形色色的爆款信息更是真假难辨。假新闻泛滥的网络环境中，需要专业媒体对网上流传的信息进行甄别判断，还原事实真相。

2015年11月3日，专为辟谣查证而生的腾讯新闻“较真”栏目更新了第一篇文章，截至2016年底已有126篇文章对人们感兴趣但缺乏来龙去脉的消息进行溯源和探查真相。2017年1月9日，“较真”从一个栏目升级为一个平台，成为方便民众用来判断信息真伪的工具。只要发现可疑信息，较真平台会立刻联合相关查证员，针对信息展开相关文献、资料查证，如发现信息不实，则会将查证过程和结果形成文字发布在较真平台上。

腾讯新闻坚守事实、对谣言“说不”，是推动舆论净化的自发自觉，同时也是向平衡、准确、客观的新闻报道准则的回归。



“较真定位于‘一个专业的事实查证平台’，深入辟谣又不止于辟谣，是基于事实查证理念，剖析谣言源头、揭示传播路径、呈现事实真相的一整套查证机制。”

——腾讯网副总编辑 李天亮



扫一扫
查看2016年度较真报告

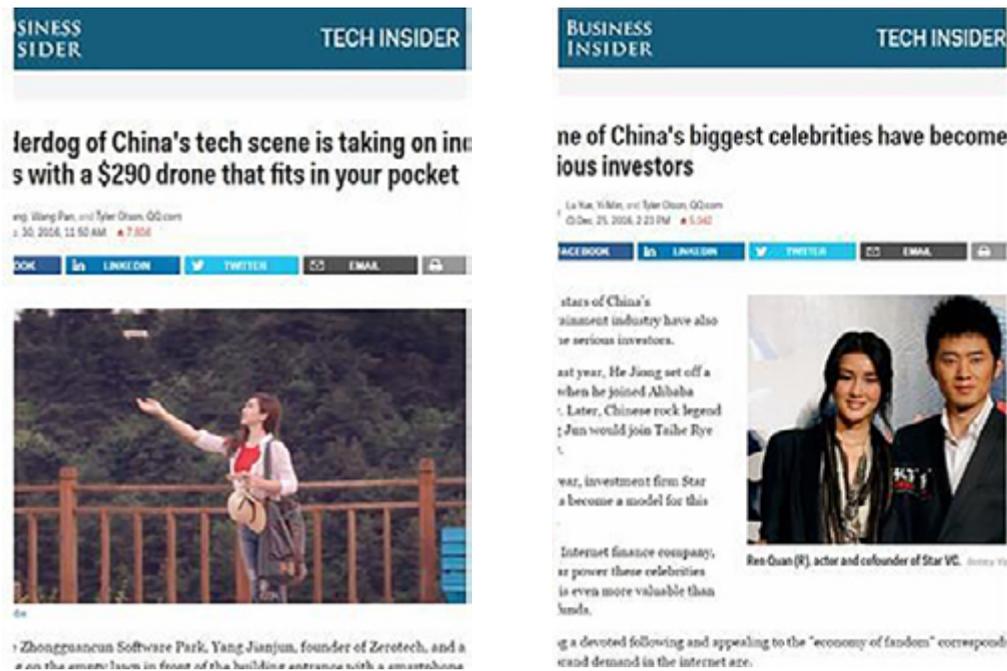
2.4.2 引入外媒版权，丰富内容供给

对新闻媒体来说，内容创新是根本。腾讯网致力于在新媒体时代为读者提供优质的新闻内容，自2014年起相继与美国一线科技媒体Business Insider、The Next Web、Recode、The Verge、Mashable等达成独家版权合作，旨在把全球一手科技资讯同步给中国用户，同时将国内优秀的科技原创报道传递给美国用户。通过引入美国顶尖科技媒体的独特内容，腾讯网丰富内容供给，为用户带来全新价值。

“提供丰富和优质的内容是我们服务用户的方式。”

——腾讯公司副总裁 陈菊红

两年多来，腾讯网已经引入优质报道、评测超过 6300 篇，日均流量超过 20 万。在引进来的同时，腾讯网每年还向 Recode 输送 6 篇中文深度调查报道，向 Business Insider 输送 12 篇中文原创科技报道，实现中文科技报道在美国落地的初步突破。



2016 年 7 月，腾讯网在中文媒体里首家确认 Uber CEO Travis Kalanick 发布内部邮件，确认优步中国将与滴滴合并，第一时间向用户推送前沿讯息，引发其它科技媒体跟进。

2016 年起，腾讯旗下英文科技研究品牌 China Tech Insights，通过 TechCrunch、F50 等机构，向美国硅谷科技圈输出 The Pulse of live Streaming in China（中国手机直播研究）、Trends & Predictions For China's Tech Industry In 2017（2017 年中国科技产业趋势洞察）等中国垂直领域研究报告，受到了硅谷科技圈、媒体圈、创投圈的关注。

2.4.3 腾讯新闻客户端，17 条军规、智能黑科技和精细化数据运营

“这是个人。医生才能宣布他死亡，新闻不能。”

风靡全球的美剧《新闻编辑室》里，主人公这句平淡有力的话曾打动了无数新闻从业者的心灵。

大洋彼岸的时空下，这一幕曾真实发生。

内容，必须有两个消息源的交叉验证

“新加坡‘国父’李光耀逝世！”

2015 年 3 月 18 日 21 点 54 分，一个“新加坡总理公署网站的截屏”在网络迅速传播。不到 20 分钟的时间里，这条信息被国内绝大多数门户网站奉为头条。一时间，互联网上满眼“哀悼”、“祈祷”、“追忆”。

而在腾讯新闻客户端的大后方，气氛异常焦灼。

发还是不发？这个选择盘旋在腾讯新闻客户端值班组团队每个人的心上。

“发很容易，‘忍而不发’其实更难。”面对重重压力，值班组同事坚持说“不”。因为在腾讯新闻客户端的“17 条军规”中，他们坚持一条新闻必须获得两个以上不同消息源的交叉验证，而这条“消息”却显得疑点重重。

事实证明，在这一“媒体乌龙日”里，腾讯新闻成为国内唯一一家没有推送相关假新闻的门户网站。

为了保证第一时间推送新闻，新闻监测团队在 24 小时 × 7 天 × 365 天不间断监测着数千个消息源，“地震”、“楼市”、“房市”，关系你我的重大事件能在新闻源头闪现后的 30 秒到 90 秒内到达用户手机。

在 2015 年的推送新闻里，腾讯新闻有 60% 至 70% 的推送量快于所有其它资讯产品。

锱铢必较、字字斟酌，这是新闻客户端内容运营团队每个人的基本功。他们练就了 1 分钟内读完 5000 字，提炼出 55 字消息的本领。

黑科技武装，让新闻“千人千面”

“X 年 X 月 X 日，本报讯……”新闻只能这么看，这么写吗？

今年的两会报道中，精彩的新闻发布会都可以在腾讯新闻客户端上获得直播，观众的视觉角度甚至比现场的代表委员们还要好；CPI（居民消费价格指数）等重大宏观经济指标发布后不到 1 分钟里，新闻客户端上写稿机器人已经“执笔”完成稿件。

不只如此，越来越多的“黑科技”正在武装腾讯新闻客户端。“千人千面”正是腾讯新闻客户端正在发展的方向，将来的某一天，当你使用打车软件去医院的路上，或许就能收到来自腾讯新闻客户端的医疗新闻。

精细化数据运营

2015 年 12 月 18 日，腾讯新闻客户端入选代表公司级里程碑产品最高荣誉的“名品堂”大奖。

腾讯新闻客户端自上线以来，凭借其专业原创的内容和友好人性化的界面设计，迅速收获良好口碑。其更大的优势在于，所依托的腾讯平台拥有强大的推广资源和一系列深受大众喜爱的移动互联网产品，比如 QQ、微信等为腾讯新闻客户端引入了更多流量，再加上腾讯强大的推广资源和运营团队，目前已经成为新闻客户端领头羊。

如今每天通过微信、手 Q 这两大社交平台浏览阅读新闻插件的用户数量过亿，让用户看什么新闻？如何让用户看新闻的体验更好？是团队每天都在思考的问题。腾讯新闻客户端团队，从新闻的下发时间、题材、排列形式、底层页重点模块、下载入口、引导语转化等多个维度进行数据研究，全程监控插件新闻从下发到用户阅读和下载等五个环节，构建“五步分析法”研究体系，将双插件作为产品级项目持续运营、动态优化，不断提升各个环节转化效率。在该体系支撑指导下，用户阅读体验得到不断改善，并对腾讯新闻建立了更高的信任。





腾讯公益

Tencent Charity Foundation

2.5 网络捐款平台，连接人人可公益

“我是一名战士，我想在还没死之前，回国看望乡亲一面。”写下这句话的人是年过百岁的远征军老兵经明清，因种种原因滞留缅甸却始终惦记着回家。幸运的是，2015年9月7日腾讯公益发布的“最后一条，帮抗战老兵回家”活动，让老人的故事进入公众视线。短短82分钟，回家的路在众人的帮助下搭建起来，老人历经86年终于找回失散已久的亲人，和家人一起度过百岁寿辰。

截止2016年12月31日，通过腾讯捐款平台，抗战老兵关怀计划累计获得1,505,740人次的捐助，筹集善款19,875,366.16元。除了帮助老兵寻找亲人，抗战老兵关怀计划还为数千名抗战老兵提供补贴和物资，为部分老兵安排入住养老院、庆祝百岁寿辰……互联网正在发挥力量，越来越多的抗战老兵正重新回归人们的视野，得到应有的尊敬和铭记。

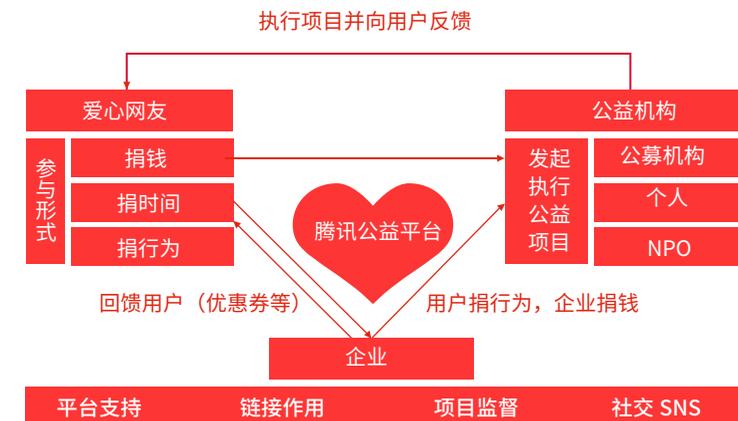


扫一扫
了解老兵跨国回家的故事

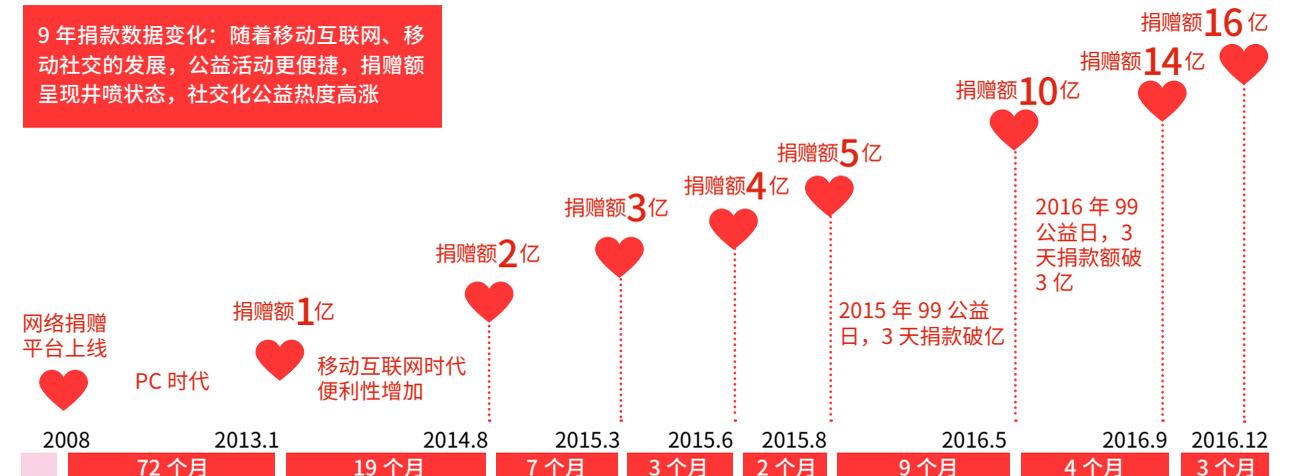
“移动互联网对整个公益行业带来了改变，其中的改变之一，就是它已经深刻地改变了大众参与公益的方式，因为方式的改变，激发了他内心原本存在的善意，当这个善意迸发出来的时候，人人可公益就有了实现的可能性。”

—— 腾讯公益慈善基金会秘书长 翟红新

从2007年网络捐款平台上线以来，腾讯公益融入互联网的智慧和精神，将公益转变为一种新的社交方式，通过“月捐”、“乐捐”、“一起捐”等方式，将数亿爱心网友连接在一起，用最简便的方式参与公益，让人人可公益成为现实。



扫一扫
一起回顾温暖2016



月捐

倡导每人每月 10 元的小额捐款，培养常态捐款习惯



乐捐

聚焦突发阶段性项目，鼓励纯真公益梦想



一起捐

基于社交关系链的全部募款模式，不只是捐款，还有更温暖的分享和更广泛的传播



朋友圈里，有人每晚为留守儿童录制睡前故事，简单方式却让孤独孩子得到爱的陪伴；新闻里，科学家发明“铁鱼”炒菜解决柬埔寨人严重的贫血症，给千家万户带来健康……在我们身边，还有很多能够改善社会的公益项目有待挖掘和支持。2015 年 11 月，腾讯公益发起“1001 创想行动”，希望通过创新的筹人配捐方式，支持有想法、接地气和靠谱的公益创新型项目在乐捐平台上进行众筹，激励更多青年人用自己的创意去解决社会问题，让公益更加有爱有趣有想象力。



2.5.1 人人都是益行家

“借由新的技术，公益可以更酷、更创新、更有趣，吸引更多年轻人参与。但信任和透明依然是公益乃至社会大环境的‘痛点’，全世界每一位益行家在践行公益、丈量公益和见证公益，信任和透明，终将会改变和影响社会的方向。”——陈一丹



“益行家”是由腾讯基金会发起的大型户外公益活动项目，秉承“人人都是益行家”的初心，号召公众通过日行万步线上兑换企业捐助公益项目、线下参与公益体验活动，形成“腾讯出平台、公众捐步数、爱心企业捐赠”的可持续公益模式，撬动企业及公众共同参与全民健康、运动捐步的公益盛宴。

截至 2016 年 12 月，公众公益捐步超 2.4 亿万步，兑换公益基金超 3.09 亿元，捐出的步数相当于绕地球 35820 圈，往返火星 13 次。

益行家让全民捐步成为日常生活的一部分，行走成为一种力量，不仅改变自己，更可以为身边的人带去关爱和改变。

除了线上筹款，益行家每年组织线下行走活动，融合公益和户外，集快乐公益和健康运动于一体。2016 年，益行家发挥腾讯公益平台的“连接”属性，以“全民捐步大挑战”为主题，邀请全国各地的益行家代表前往云南、贵州、宁夏、四川等地进行实地探访他们曾经捐助过的项目，让网友用双脚去丈量、双眼去见证，实现线上线下的连接和协作。



益行家是什么？



“线上 + 线下”推动公益透明化

“美丽中国”是一个专业化乡村支教项目，成立 8 年来累计为云南和广东教育资源匮乏地区 170 多所中小学输送了约 750 位项目老师，在“益行家”公益平台上已获得网友捐步 258 万步、捐款 410 万元。2016 年益行家线下活动首站探访云南山区学校，让捐步网友去到公益项目的实践地，加深对“美丽中国”的了解，见证公益的力量，增强热心网友与 NGO 之间的信任，进一步推动互联网公益透明化。腾讯公益希望通过网友身体力行去参与，用信任和透明形成改变世界的合力。

“通过这次探访，才知道 NGO 在腾讯公益上所发的每一张图文背后的真实和不易。”——热心网友 何先生

2.5.2 99 公益日，无负担“随手公益”

2015 年 9 月 7 日，腾讯牵头发起了中国第一个 99 公益日，利用互联网力量重新连接天南海北每一个爱的角落，仅三天时间，205 万人次参与、1.279 亿爱心善款，创造了中国互联网温暖新纪录。

为鼓励网友在首届“99 公益日”中通过参与网络捐款而养成随手捐的习惯，腾讯基金会会对腾讯公益平台上正在筹款的所有公益项目进行 1:1 配捐。网民捐多少，腾讯基金会即按比例匹配捐赠相应的额度。在此期间，腾讯基金会总体配捐金额达 1 亿元，成倍放大人人公益的力量。

和 2015 年相比，迈入第二年的 99 公益日在交互上有了更多新玩法。基于移动化支付、社交化场景和趣味化互动的各种跨界联动，爱的力量呈几何级放大。2016 年 99 公益日爱心网友捐款 3.05 亿元，共有 677 万人次参与捐款，为 3643 个在筹公益项目献出力量，捐款金额达到 2015 年的 2.4 倍，参与人次同比提高 3.3 倍。而腾讯基金会在 2016 年为网友们高涨的公益热情投入的配捐总金额，也追加到了 1 亿 9999 万。

“99 公益日通过影响一个又一个人，正在一点一滴地影响世界。因为我们始终相信，世界的更美好不是少数人做了很多，而是每个人都做了一点点。”
——陈一丹



	2015	2016
捐款金额	1.279 亿	3.05 亿
捐款人次	205 万	670 万
1 亿捐款额	9 月 9 日 9:18 (57 小时 18 分)	9 月 7 日 12:12 (3 小时 12 分)
腾讯基金会配捐	1 亿	1.9999 亿
其他企业配捐	0	1.01 亿
公募机构数量	95	120
公益项目	2178	3463

公益初心：让公益人人可为

英国“Red Nose Day（红鼻子日）”在奇数年的 3 月份举行，各界人士会顶着红鼻子进行滑稽的喜剧表演，用轻松逗趣的方式为贫困人口募捐；美国圣诞消费狂欢节后的周二是全民 Giving Day，众多知名企业和 NGO 参与其中。

而在中国，尚未有参与度如此之高的全民公益节日。

利用互联网的公开高效、连接互动的特性，腾讯发起 99 公益日，希望通过构建一个互联网全民公益平台，把多元的公益力量连接起来，让公益组织、企业、爱心用户可以更加放大自己的公益能力，将公益的影响力辐射开来，激发更多友善美好的互动。

99 公益日期间，全国网民可通过轻松互动的方式参与这场“公益盛会”。动动手指，可以选择腾讯网络捐款平台上数千个公益项目进行小额捐赠，如在手机上帮裸身的孩子“穿上”衣物，小孩便可获得户外品牌“北面”赞助的服装；进行一次对抗雾霾的游戏，便可支持一颗新树苗的种植；日行万步，即可通过腾讯公益“益行家”进行捐赠……

“99 公益日希望通过社交化、互动化的方式，倡导随时随地、便捷无负担的公益氛围，让‘随手公益’成为一种生活常态，让公益成为像喝水一样平常，像玩游戏一样充满快乐的事情。”
——腾讯公益慈善基金理事长 郭凯天

公益生态：撬动更大公益能量

在中国，每 10 元捐赠中，有 7-8 元来自于企业。腾讯把关系链、社交能力、支付能力作为最原始的工具开放给合作伙伴，让更多公益组织、爱心企业走到舞台中心，不仅形成公益组织、受助人、捐赠人和企业四维连接的公益新生态，也使企业参与公益有了更大的想象空间。

2016 年 99 公益日期间，上百家爱心企业通过互联网公益平台，从核心能力贡献、公众倡导、员工消费者参与等维度探索可持续、更丰富的新参与模式。滴滴出行除捐赠数百万的善款外，开放全平台渠道资源为公益助力；肯德基发动线下 5000 家门店，推出 370 万个“公益全家桶”；顺丰贡献 999 万个文件封成为展示公益的载体，扫描即可捐赠；云南白药牙膏推出公益定制版产品及礼包……不管是大到一家门店，还是小到一支牙膏，都是资源分享的一种模式，是连接公众和公益的方式，让公益成为每个人生活中更为自然、更可参与的存在。

个性化公益：提升公益资源配置效率

事实上，中国公益事业发展至今，已经不缺公益项目，缺的是连接。如何让大众与公益项目有更多接触点，帮助每一个人快速找到自己感兴趣公益项目，一直是做公益的难点。

腾讯开始探索“千人千面”的个性化公益，借助微信、QQ 的大数据分析，尽可能精准地匹配用户的爱好、兴趣，让每个人在活动中看到的 H5 公益广告或推送信息是与其兴趣领域相关的。2016 年 99 公益日期间，腾讯在“人人可公益”的基础上，创造性地引入一系列跨界融合，激发用户热情，积极参与到公益活动中。



针对关注时尚垂直领域的年轻人，99 公益日携手 2016 芭莎明星慈善夜，邀请 50 位明星分队发起募捐，召集爱心人士壮大力量，打造最强“时尚+公益”大事件；对于电影爱好用户，腾讯邀请 7 位 90 后新锐导演深入非洲坦桑尼亚、内蒙古等地记录公益组织的点点滴滴，制作成微信朋友圈电影和公益广告，以真实的公益故事触及用户的内心。此外，体育+公益，游戏+公益，影视+公益……这些针对个性化群体的奇妙组合正在发酵出神奇的化学效应。



以 99 公益日为土壤，诸多“新新公益”模式正在诞生和萌芽，并在以几何速度传播和扩散。跨界元素的引入，让公益正在呈现不一样的姿态，更重要的是，用户从此可以在兴趣领域随手公益，公益触达到每个人生活的方方面面。



2.5.3 助力公益机构成长，投身社会公益事业

经腾讯公司董事会授权，腾讯每年都会将利润的一定比例捐赠给腾讯基金会。至 2016 年 12 月 31 日，腾讯及腾讯员工累计向腾讯基金会捐赠善款超过 19.63 亿元。其中，2015 年和 2016 年总计捐赠 10.6 亿。

2015-2016 年期间，腾讯基金会公益事业支出（包含直接捐赠及公益项目执行成本）总额为 5.30 亿元。

两年间，腾讯基金会加大了对公益行业的扶植力度，除以“99 公益日”为契机，通过配捐、激励等方式为广大公益机构扩大项目影响力、提升筹款能力外；还在教育、救灾等领域持续投入，与政府、学校在内的各类机构展开深入的合作和探索；并对儿童医疗、文化、环保、企业公民建设等领域的公益研究进行支持。

在对捐赠的资金使用监管方面，腾讯基金会高度关注公益支出所产生的社会效益和杠杆效益，通过识别相关利益群体、建立共同目标、确定实施计划、明确相关利益群体的任务指标，审阅项目实施方案，并严格根据目标评估项目效果，不断推动捐赠资金使用效率的提升。

为社会组织赋能

2015-2016年间，腾讯基金会累计投入3.13亿元，用于激励公益机构通过互联网进行众筹与传播。2015年“99公益日”，腾讯基金会投入9999万资金，对平台上2178个项目进行1:1配捐；同年，腾讯基金会推出的“腾讯微爱NPO+计划”，为253家民非、社会团体捐赠超过1000万元用于组织能力提升。2016年“99公益日”，腾讯基金会加大配捐力度，投入1.99亿元，对平台上3463个项目进行“随机配捐”。



除捐赠外，腾讯基金会还先后举办“互联网+公益研习营”、“中国互联网公益峰会”，为公益行业搭建深入交流、观点碰撞、智慧聚合、技术前瞻的平台，推动业界深度思考、紧密创联，共同求解新环境下的行业新生态。

持续支教育发展

2015年，针对两年前启动的教育改革探索项目——深圳明德实验学校，腾讯基金会与福田区政府在教学协议的基础上签订补充协议，追加捐赠5000万元。至此，腾讯基金会累计投入一亿元，在公立教育领域进一步深耕社会公益力量办学模式。深圳明德实验学校成立三年多来，取得了一系列办学成果，作为国内首个“公立非公办”学校，获得了学生、家长、社区的广泛认可，“明德正心、自由人格”的校训逐渐深入人心。同年，腾讯基金会捐赠3000万元，设立香港及其他国家和地区青少年科研奖学金项目。



紧急救灾不缺席

自2008年南方雪灾开始，腾讯基金会一直密切关注突发自然灾害受灾地区，以及活跃在救灾一线的公益救灾组织的成长和发展，积极参与对救灾组织的支持，与广大社会力量共同抗击自然灾害。除依托腾讯公益平台，与相关公募基金会建立战略合作伙伴关系，号召发动网友为灾区捐款外，更在第一时间为公益机构提供直接捐款，累计14次启动紧急救灾机制，自身捐赠超过8500万。

2015年4月，尼泊尔地震爆发后，腾讯基金会第一时间通过中国扶贫基金会、壹基金等国内知名灾难救援机构，向包括西藏、尼泊尔等地区的受灾民众捐款人民币200万元，用于紧急救灾物资的采购和运输。2016年7月，腾讯基金会面向2016年6月底以来在全国多地爆发的洪涝灾害紧急救援工作捐款300万元。腾讯基金会通过10年的积累，建立和完善了企业、公益合作伙伴、网民三位一体的特色立体救灾模式。



“企鹅森林”植被恢复，碳汇造林改善区域生态环境

2015年7月，腾讯基金会与腾讯乡村行动迪庆州项目协调领导小组、大自然保护协会（TNC）北京代表处、云南省绿色环境发展基金会组建项目组，启动云南省香格里拉“企鹅森林”植被恢复碳汇造林项目，将香格里拉市虎跳峡镇红旗村确定为实施地点。TNC作为项目科学顾问，持续指导项目进度及关键要点；云南省绿基会作为项目执行机构，对造林执行过程严格把关。

“企鹅森林”除按《温室气体自愿减排暂行管理办法》和《碳汇造林项目方法学》的规定要求外，还采用国际认可的CCB（气候变化Climate Change、社区community、生物多样性Biodiversity）标准进行项目设计、开发和碳汇造林，即通过人工造林的方式，采用当地树种，科学规划和管护，恢复森林生态系统，并获得林业碳汇交易量；在产生碳汇效益的同时，树木种植及管护等工作雇佣当地社区居民，以实现项目的社会效益。

腾讯基金会投入400万元，撬动迪庆州林业局和香格里拉市林业局政府配套资金58万元，对2340亩荒山进行植被恢复，种植约13万棵川西云杉。除2015年造林外，2016年还进行了补植补造。2016年4月，项目设计文件开发完成，在“中国自愿减排交易信息平台”上进行公示，聘请第三方审定机构进行审定并出具审定报告，后续将向国家发改委申请CCER项目备案。预计在60年的计入期内，将产生约3.7万吨二氧化碳当量的减排量。

在TNC北京代表处科学家们的回访反馈中，我们欣喜地看到经过2个寒冷而干旱的冬季，川西云杉幼苗已经开始萌动。在滇西北高海拔区域，云杉幼年期每年仅能生长3-5cm，由于项目地块周围放牧情况较多，为防止造林地块及苗木遭受牲口践踏和啃食，香格里拉当地项目工作人员在地块边界修建铁丝网围栏，并安排专职管护人员和公益林护林员进行定期巡护。造林地块未发生森林火灾及病虫害，苗木成活率达85%以上。“企鹅森林”，已开始为恢复森林植被。减缓气候变化、改善区域生态环境、减少水土流失、保护生物多样性、增加当地居民和社区收入、促进地方经济发展做出贡献。



2.5.4 产品公益，让更多腾讯用户随手做公益

酷跑玩家：通过特定入口进入活动，选择一个小学，开始和该学校的参与者一起累积步数。所有参与者步数之和达到设定目标后，捐助完成。贡献了步数的参与者获得Q小益领取资格。



明星领跑：5位明星，拥有专属的“明星领跑”页面，粉丝可以选择加入，和喜欢的明星一起跑。

用户每完成一次清理，可以获得一把爱心扫帚（每天最多一把），活动总目标为筹集1000万个爱心扫帚。达成目标后，管家联合腾讯基金会捐赠50万元公益资金，用于三江源核心区域500亿平方米土地垃圾管理。



扫码查看详情
腾讯公益+管家



“红围巾”的概念来自于QQ企鹅的形象，品牌关联度高。除QQ平台自身流量入口外，还有十多位明星助力发声，在兴趣部落、粉丝微博、贴吧、娱乐媒体KOL等，引起话题传播和扩散。



扫码查看详情
腾讯公益+QQ



结语

移动互联网的创新应用，让人们能够用更生动、更有趣、更便捷的方式参与公益。因为“互联网+”，公益正在变得不同，公益不再只有悲情，随手公益、快乐公益通过各种方式向世界传递善念，企业参与公益的方式也正在变得多元而丰富。“连接人人可公益”的互联网公益生态像催化剂一样，以人影响人、用事带动事，激发每一个人的善念，让公益的火堆越点越旺。

03

开放与生态：连接共享生态

腾讯的开放精神，源自社交基因。从最初的流量开放到后来的能力开放，再到如今的建立生态以及生态开放，腾讯一直致力于“连接”，坚持“去中心化”，协助合作伙伴成长为自主的平台和生态。目前，新生态正从“一棵大树”成长为“一片森林”，腾讯将携手众多合作伙伴共享产业生态价值。



Open Ecosystem

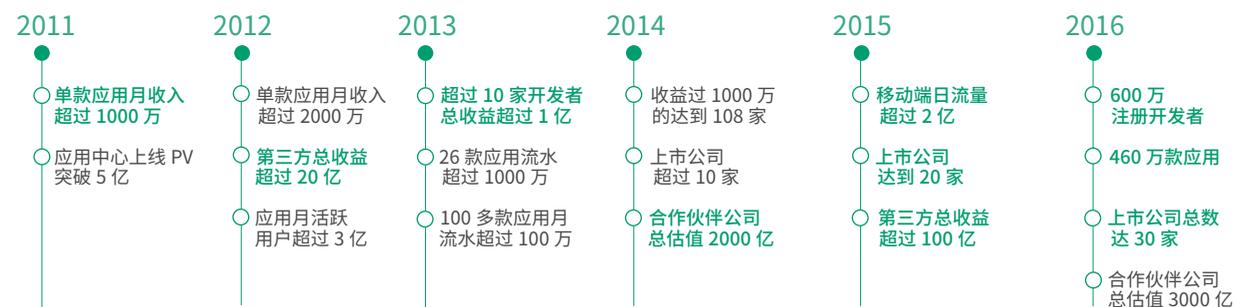
3.1 开放能力，分享核心资源

2016年，腾讯启动“芒种计划”。媒体和自媒体发布、运营的内容，可通过企鹅媒体平台，在天天快报、腾讯新闻客户端、手机QQ新闻插件等平台渠道一键分发；此外，腾讯还将每年拿出2亿元奖励那些坚守原创、深耕优质内容的媒体和自媒体。腾讯从内容生产、流量拓展、用户连接以及商业价值上，全力扶植原创作者，共同打造媒体共赢生态圈。

“在新时代所带来的风口下，腾讯要做的是搭一个梯子，也就是回归到最核心的平台。我们能做的是给所有产业提供零配件工具，让他们在和移动互联网结合的浪潮中可以飞得更高、飞得更安全。”

——马化腾

长期以来，腾讯坚持为合作伙伴提供基础设施服务的角色和定位，开放腾讯云服务能力、手机管家安全防护能力、万象优图人脸识别能力、微信支付能力、位置服务能力及社交平台海量客户等各种资源，从能力、服务、内容各个方面扶持合作伙伴成长。



3.1.1 应用宝：助力中小开发者精准触达用户

移动应用生态下，各种细分领域的APP呈爆炸式增长，开发者增速远远高于下载量增速，TOP 100应用占据69%的市场下载量，而APP信息也以孤岛形式呈现，这些都使得很多开发者空有好服务却难以脱颖而出。

为了更好地支持中小开发者成长，腾讯在2015年推出应用宝全新6.0版的基础上，启动“应用+”战略，从“体验式分发”“直达式分发”最终达到开发者借助应用宝平台无需APP即可提供内容与服务，满足用户需求的目标，打破了APP信息孤岛瓶颈，帮助开发者用内容与服务精准触达用户。其中应用宝6.0版全面出击“体验式分发”，实现从“应用分发”到“内容与服务分发”的转变。截至2016年11月底，已有17大类目40余款APP接入“应用+”，遍布影视、资讯、旅游、生活服务、游戏等各个领域。

2017年1月17日，“应用宝”入选代表公司级里程碑产品最高荣誉的“名品堂”大奖。



3.1.2 广点通：实现海量与精准投放

58同城是中国最大的分类信息网站，其平台上有海量中小商家，单个广告主受众样本小，拥有资源不足，投放效果有限。依托腾讯开放体系百亿级流量资源以及定向投放能力，广点通帮助58同城广告主实现了海量与精准投放，大大增加了优质流量与曝光度。自2015年3月以来，58同城商家月均点击率上升51%，月均曝光量上升72%，传播效果得到显著提升。

“在广点通DMP中，腾讯将开放腾讯大数据能力，为合作伙伴提供安全的数据存储服务。包括跨屏跨媒体、永久cookie、用户画像分析、相似人群扩展(Look-Alike)、安全等在内的数据优势也将与合作伙伴共享。我们希望将数据方面的相关经验和能力分享出来，连接电商、生活服务、品牌、搜索等多维度行业，让合作伙伴更强大、更具价值。”

——广点通总经理 罗征

腾讯广点通是基于腾讯大社交网络体系的效果广告平台。用户接入广点通后，可在此平台上平台上投放广告、推广产品。依托腾讯内部超百亿跨屏社交流量，广点通整合社交数据，利用专业智能推荐算法，对社交大数据进行智能匹配，将推广信息定向曝光给目标人群，大幅提升平台广告主的传播效力。

3.1.3 腾讯课堂：助力在线教育事业

“腾讯教育目标是要建立一个健康、活跃的生态，让优质的教育资源普及到更需要的人手里，为社会进步出一份力。”

——腾讯公司副总裁 梁柱

腾讯课堂通过不断聚合优质资源，成为教育机构、老师与学生之间的“连接器”，构建各方共同成长的新生态。目前，腾讯课堂学习课程已涵盖IT·互联网、设计·创作等领域，并将公务员考试、雅思、托福等学习内容外显，帮助学生更快找到所需资源。自2014年上线以来，腾讯课堂累计服务超过1万家机构和2亿学员。

2016年3月底，腾讯针对漳州学院因教学质量低下、恶意营销等行为，在多次警告未改后，被腾讯课堂清退事件作出澄清：“清退只是执行规定，与机构规模大小无关，机构和平台是鱼和水的关系，相互依存，共生共赢。腾讯希望通过严控入驻教育机构教学质量，为社会提供更好教育服务。”

未来，腾讯课堂将在“连接”和“效率”上持续发力，力求形成学院化、体系化的能力平台，为教育机构提供教务教学全套工具，并深化优质机构扶持和奖惩机制。

结语

作为互联网行业的领军人物，腾讯始终秉承助力创业者发展的赤子之心，将自身核心优势资源对外开放，最大程度地帮助创业者降低创业门槛，提高创业成功率。



3.2 搭建平台，全方位助力创业者

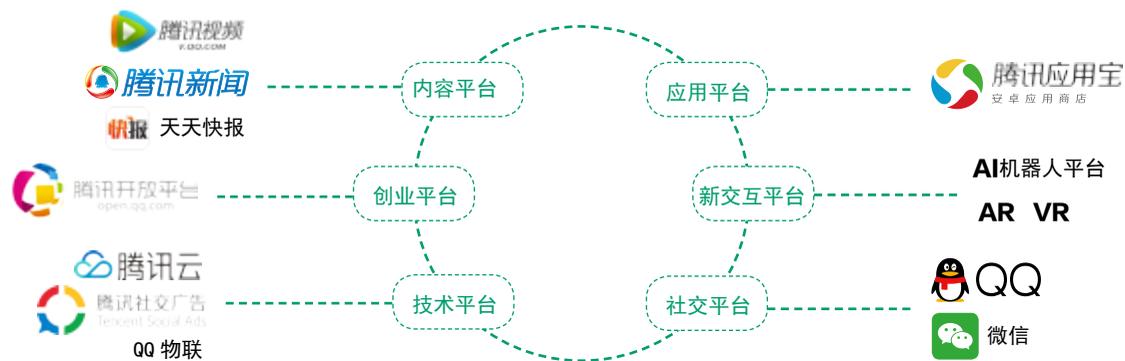
楚楚街最开始是一个社会化的导购网站，2011年，楚楚街接入腾讯开放平台，创造了8个月拥有1亿多用户、5000多万粉丝的成绩。在腾讯开放平台的资源、资金支持下，楚楚街从社会化的导购网站转型成为平台电商。至2016年楚楚街已拥有超过1.8亿的平台用户、1亿的安装用户、300万的日活跃用户，每日订单量超过2万。

2016年，腾讯搭建六大生态体系，从资源、能力培育、品牌打造等各个方面全方位助力创业者成就梦想。截至2016年9月，腾讯开放平台上注册的创业者已超过600万，其中30家创业公司已发展成为上市公司，合作伙伴从腾讯的开放平台当中累计获得总收益超160亿元。

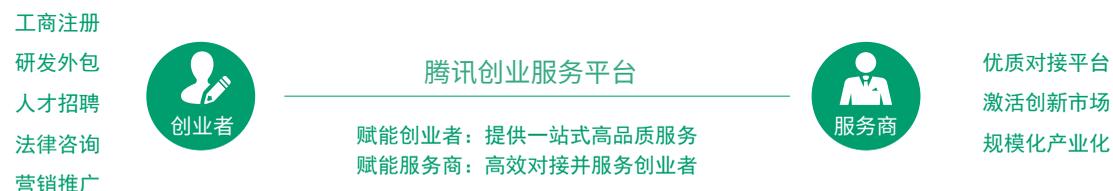


3.2.1 创服平台：提供核心能力和服务

创服平台聚焦腾讯内部核心资源，为创业者提供多元化支持。它包括社交平台、新交互平台、应用平台、内容平台、创业平台、技术平台六大平台。腾讯开放这些前沿科技，为人工智能产业链条内的合作伙伴提供生态级的支持。



除分享腾讯内部核心资源外，腾讯创服平台还帮助创业者发掘并高效对接优质的第三方服务商，为创业者提供工商注册、人才招聘、法律咨询等一系列创业服务，成为创业者和服务商的“连接器”。

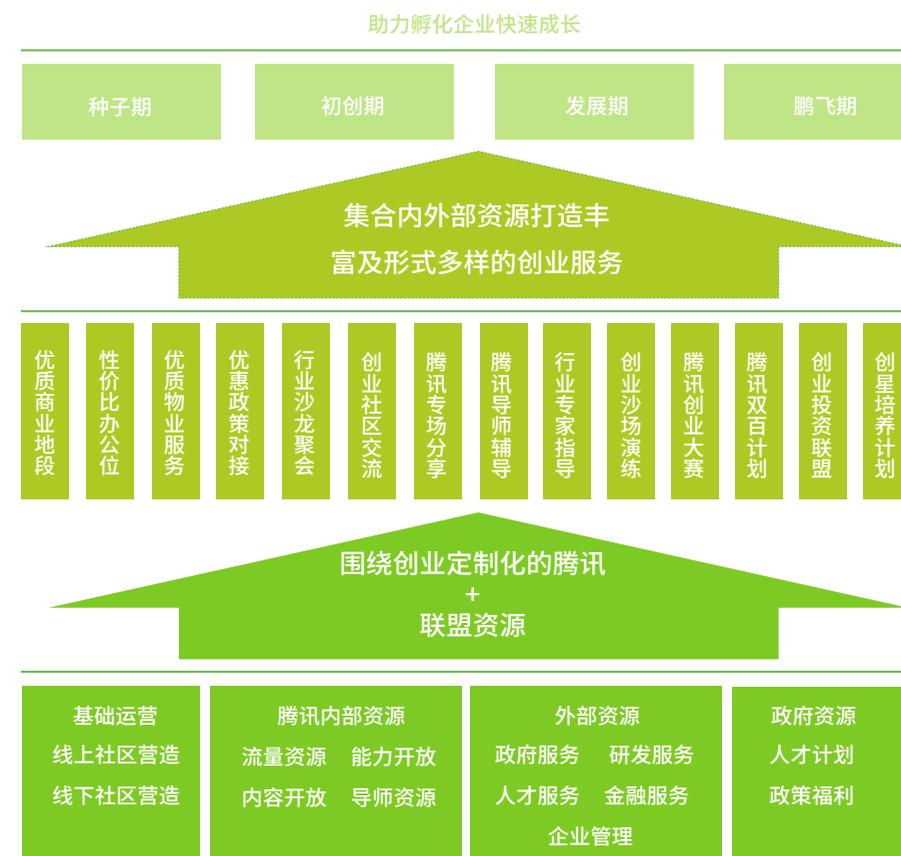


3.2.2 创孵平台：打造立体式孵化加速器

2015年，腾讯启动“众创空间计划”，根据创业者的需求，联合地方政府、运营商、第三方服务机构等多方资源，从软、硬件等方面打造更好的线上、线下创业环境，针对创业各个阶段的需求，为创业者和中小微企业提供全方位、立体化孵化加速器，涵盖种子资金对接、运营深度指导等全流程、全周期、全链条的便捷式服务。

腾讯已在全国30余个城市建立众创空间，覆盖面积超100余万平方米，拉动就业超2000万，创造的经济价值逾900亿人民币。

创孵平台服务助力企业快速成长图



腾讯众创空间正紧锣密鼓地布局海外市场，将与美国、韩国、新加坡等国合作，推出海外众创空间，帮助创业者更好地走出国门，将众创模式推向全球。

未来，腾讯将探索把众创空间思维复制、整合、融入到其他行业的创业过程中，为互联网行业提供跨界合作的机会，带动更多合作伙伴共享发展成果。

3.2.3 创培平台：助力创业者成长

2015年7月，腾讯众创空间联合长江商学院创办青藤创业营，将腾讯的产品思维、商业模式与营销实践、公司治理与人才、创业资本战略等创业知识模块与创业者分享，帮助创业者更快成长，提升创业成功几率。腾讯整合资源为创业者打造资源对接与互助平台，连接行业顶级专家为创业者提供1对1交流机会。青藤创业营为创业者打造了最实战、最有效的培训方式，成为创业者的“黄埔军校”。青藤创业营项目累计估值已超1700亿，累计增长3倍。



王宁 - Keep 创始人



林宁 - 微影时代创始人



吕晋杰 - 楚楚街创始人



奉佑生 - 映客直播创始人

整体市值 - 1700 亿

青藤创业营已开办 2 期
共收入 90 名 创始人
项目累计估值已超 1700 亿
累计增长 3 倍
10 家 上市公司
6 家 独角兽

腾讯将腾讯大学融入创培平台中，由员工培训拓宽至创业者培训，通过线上平台的课程直播、线下分享的国际公开课、微大会等特色项目，腾讯18年的知识沉淀传授给创业者，帮助创业者更快实现人生“小目标”。

3.2.4 创投平台：打造创业壁垒

腾讯创投平台以资源、资金双管齐下的方式扶持创业企业，帮助创业者破除创业路上的屏障。

腾讯推出“以百亿资源扶持百家行业独角兽”的“双百计划”，依托各大平台核心资源，投资扶持优秀创业团队，加速项目成长。投资品类涵盖社交、运动健康、O2O 等多个领域，培养了一批包括每日优鲜、悦动圈、拼好货、阿凡提等在内的优秀创业企业。“双百计划”共投入流量超50亿，投资扶持企业超过60家，总估值逾500亿。

腾讯成立创投联盟，通过线上众创指数精准融资对接，线下提供投资辅导、机构驻点等服务，为投资人和创业机构搭建起“线上+线下”高效连接平台。



资金
创投联盟



资源
腾讯双百计划

- 能力开放：大数据挖掘结果全面同步
 - 资源开放：双百计划投资资源共享
 - 合作开放：已投资项目内部路演
- 合作机构类型：天使轮、A 轮互联网投资机构及个人

3.2.5 创星平台：塑造创业明星

腾讯通过创业大赛与创业真人秀搭建众创星舞台，致力于发掘互联网+金融、电商、医疗等领域最优秀的创业项目与创业人物，以舞台搭建的方式驱动全社会创新创业，推动众创生态的加速升级。

在创业大赛方面，腾讯举办了腾讯互联网+创业大赛，覆盖全国15个城市、3个海外赛区。最后胜出的创业者可获得1亿腾讯资源和2亿大赛创投基金，并获腾讯全力支持，有望成为下一个互联网+独角兽。

在真人秀展示方面，腾讯与浙江卫视合作，推出《我是创始人》大型创业类真人秀节目，助力创业者打造自己的创业品牌。

- 中国 15 个城市
- 三 大海外赛区
- 海选出 20 强选手



3.2.6 创联平台：联动创业生态



结语

腾讯开放平台为创业者提供一站式服务，从能力支持、资金投入、自身成长、资源渠道等方面为创业者提供了创业可能面临问题的解决方案，助力创业者实现梦想。

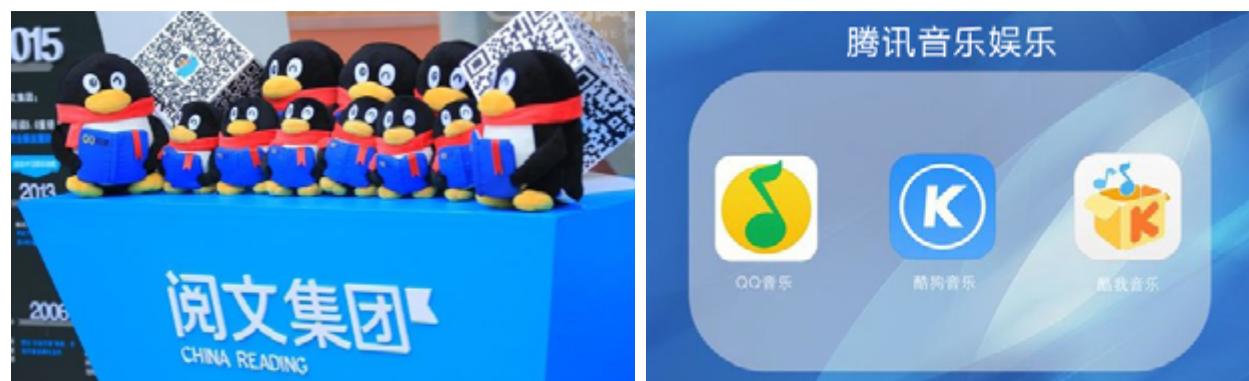
3.3 战略投资，构建多元生态

在过去两年期间，我们在发展自身业务的同时，通过战略投资与数字内容服务提供商合作，为腾讯核心通信及社交平台用户带来优质的数字内容；支持和扶持领先的 O2O 服务企业，为用户连接高品质的线下服务，为合作伙伴创造更多商机，为社会创造更多就业机会，亦为腾讯生态圈引入更多新成员，形成更多元生态，旨在培育一个充满活力、健康的“互联网+”生态系统。

3.3.1 产业链投资，打造更优质数字内容

随着中国的版权保护环境持续改善，我们也逐渐加大在数字音乐和文学服务领域的投资，支持了中国整个数字内容产业的蓬勃发展。2015 年 3 月中旬，由腾讯文学和盛大文学联合成立的新公司“阅文集团”正式挂牌成立，借助互联网平台在云端建立一个庞大电子图书馆，推动全民阅读；2016 年，QQ 音乐与中国音乐集团进行整合，打造了中国领先的在线音乐平台，在更广泛的范围内帮助用户发现新音乐，帮助艺人触达更多粉丝，同时帮助唱片公司探索新的商业模式。

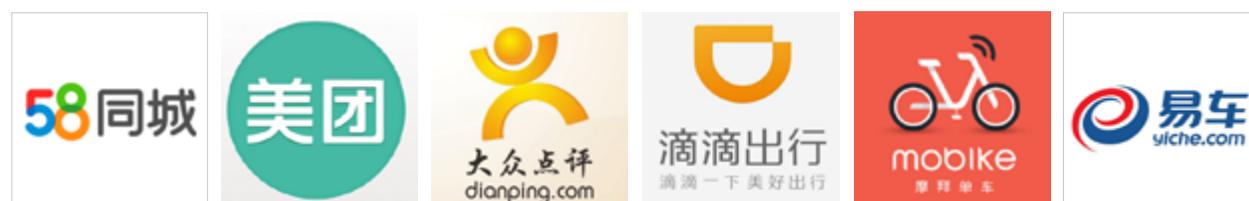
我们这些战略举措巩固了生态系统和加强了我们为用户带来顶尖娱乐内容的能力。



3.3.2 多领域投资，丰富生态圈内容

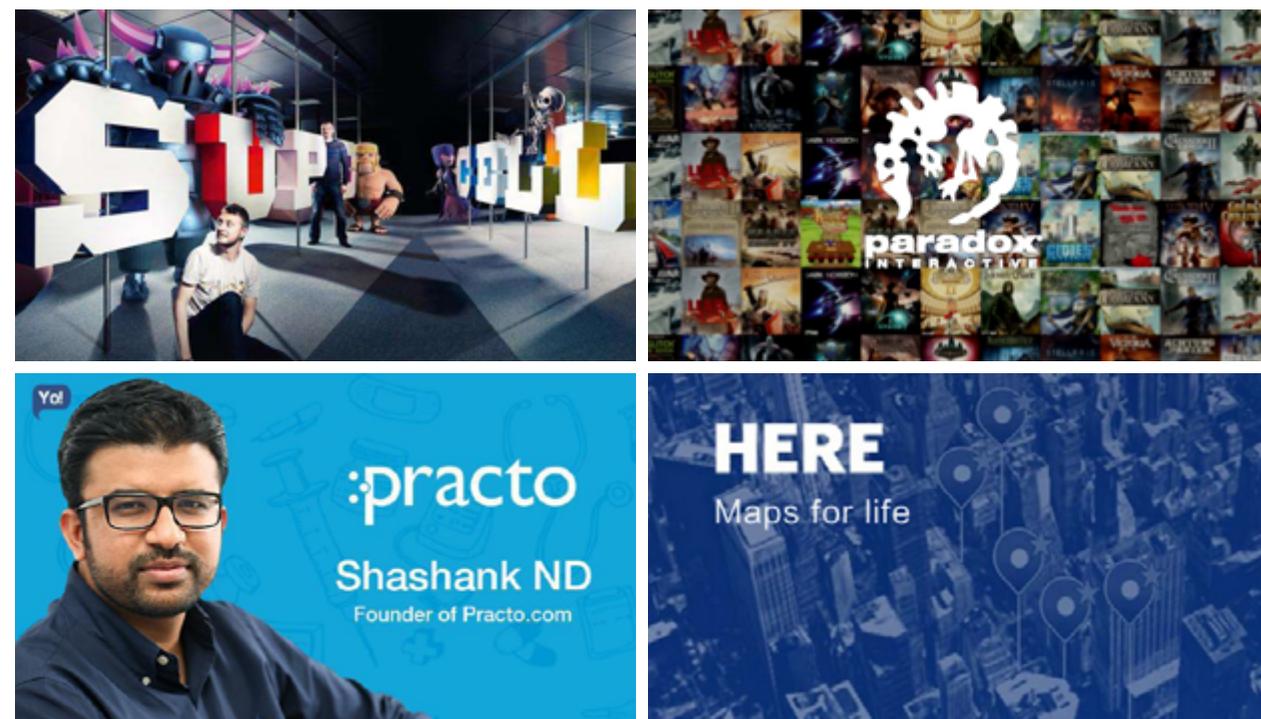
腾讯以互联网增值服务为大本营，继续发掘及投资不同领域的优秀 O2O 企业。作为这些企业的战略投资者，腾讯不仅投入资金，而且提供商业资源、在业务上与他们交流及合作，扶植企业的成长，推动内地创新企业的发展，并为我们平台用户带来更多新服务及产品，从而为整体开放平台带来更多不同价值链成员，构建更多元生态内容。

两年间我们投资的互联网垂直领域的领先公司，包括网络分类信息平台 58 同城、生活信息及交易平台美团大众点评、日常交通服务相关的滴滴打车及摩拜单车，以及汽车交易平台易车网等，致力于为我们的用户提供同类中最好的服务。



3.3.3 海外投资，构建全球战略布局

腾讯在海外的投资已横跨亚、欧、美三大洲的十多个国家与地区，初步奠定全球化基础。2015-2016 年，腾讯继续拓宽海外投资领域范围，由游戏开发商、O2O 企业到科技公司，例如，投资了世界领先的移动游戏开发商 Supercell 及瑞典上市的 PC 游戏开发商 Paradox，以增加我们在全球游戏市场的上游拓展力度，同时让我们与全球数亿游戏玩家更近一步。另外，我们也投资了印度医疗公司 Practo、全球领先定位技术公司 HERE 地图等。



04

体验与创新：连接科技原力

腾讯加大科技创新投入，以“解决用户痛点”为目标，不断倾听、满足、引导并超越用户需求，以更完美的产品给客户带来更极致的体验，让“一切以用户价值为依归”的价值主张在一次次迭代更新中实现。腾讯，正以科技的力量改变着人们的生活。



Innovation &
User Experience

4.1 体验，一切以用户价值为依归

“好的产品是在很自然的接触点里，通过优雅的服务体验来打动用户，让用户心甘情愿的告诉朋友，让用户来做口碑代言人。我相信好的产品会说话！”

——腾讯终身荣誉顾问、腾讯学院荣誉院长 张志东

4.1.1 QQ 音乐：打造视听盛宴



2015年7月，国家版权局下发《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》，明确将启动规范网络音乐版权专项整治行动，加强对网络音乐服务商的版权执法监管力度，对于在2015年7月31号仍继续传播未经授权音乐作品的网络音乐服务商，将依法从严查处。一时间，未经授权传播的音乐作品纷纷下线。

为满足用户对多元化、高品质音乐产品的追求，QQ音乐协同业内伙伴，整合资源，相互合作，共同推动中国数字音乐领域的正版化进程，助力中国音乐市场良性发展。

2015-2016年，QQ音乐相继与网易云音乐、中国音乐集团（CMC，旗下拥有酷我、酷狗等）、索尼音乐达成合作，各方将通过版权转授、优势互补、协同合作等方式促进优质音乐内容在版权时代得以在更多平台惠及用户，为用户带来更多元化的数字音乐服务，提升用户体验。

QQ音乐时刻立足用户视角，不断提升用户体验，在满足用户需求、促进行业发展的道路上不遗余力！正是QQ音乐在产品打磨上始终如一追求，使产品持续赢得用户认可。2016年，QQ音乐日活跃用户数1亿、月活跃用户数4亿、歌曲分享量超200亿。

4.1.2 腾讯影业：满足 IP 情感诉求

2015年，腾讯影业与传奇影业达成战略合作协议，腾讯影业以联合出品方的身份参与传奇影业《魔兽世界》的合作。十年“跳票王”《魔兽》一经上映，立刻把粉丝们从现实生活又一次带回了“艾泽拉斯”。数十万粉丝带上盾牌装备和一腔热血，聚集到全国各地的影城彻夜狂欢。用很多粉丝的话来说，“即使影院要播3个小时只有‘魔兽’二字的PPT，也要去撑场。”

“不应该问IP能带来什么，而是问自己能为IP贡献什么。”

——腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官 程武

2015年，腾讯成立腾讯影业，秉承“不孤立做电影，探索电影更多可能”理念，以“泛娱乐”的方式不断挖掘腾讯互动娱乐其他板块的优质IP，并用精品影视内容为IP添砖加瓦，最大程度释放IP价值，满足观众情感诉求。

腾讯影业聚焦于院线类型电影创新、影游漫联动的项目开发以及原创动画电影的创制，从不同方向囊括了各类型IP，最大限度地满足观众多元化需要。2015-2016年，腾讯影业倾力打造了《择天记》、《洛克王国》等不同类型IP影视内容。

好的IP很多时候是不可再生资源，不是简单用资金就可以复制。腾讯希望联合更多好的IP公司，秉持“泛娱乐”的理念，多角度开发、升华IP价值，在满足观众情感诉求的同时带动数字内容产业快速发展。

什么是IP

IP (intellectual property) 即知识产权，一部小说、游戏、动漫、电影均可以是一个IP。IP本质上是经过市场验证的用户情感或者用户需求的载体，是用户在情感体验之后形成的情感认同。

4.1.3 腾讯位置服务：连接每一个位置

2016年9月22-24日，以“开放·共享”为主题的2016年第六届腾讯全球合作伙伴大会在福州海峡国际会展中心举行。本届大会首次设立位置服务分论坛，论坛上腾讯位置服务高级总监马辉表示：腾讯位置服务将持续开放，并且会进一步提升服务效率，为合作伙伴提供更好的支持和帮助。

“腾讯将持续以开放、合作的姿态携手各方共建LBS（位置服务）生态。”

——腾讯位置服务高级总监 马辉

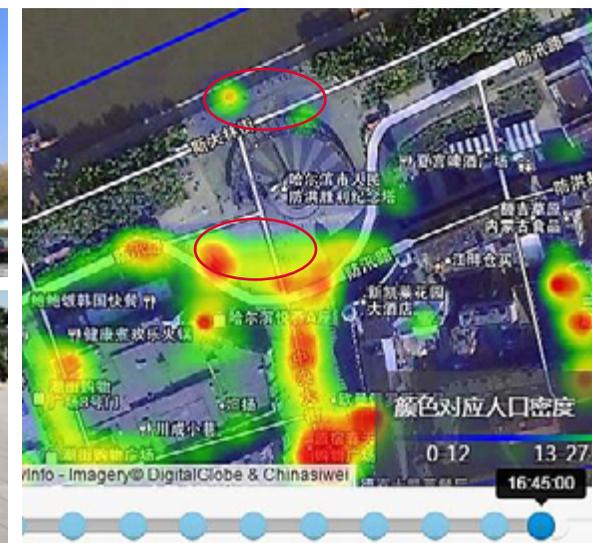
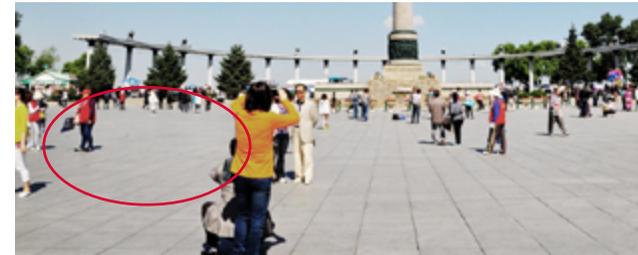
每一个位置，都有新机遇。腾讯基于QQ、微信等社交软件的海量数据建立腾讯位置服务，形成以位置服务为主体的智慧大数据生态，为用户提供更多的位置价值。该生态现已连接用户6亿，每天定位调用超过450亿次，调用次数在国内的位置服务中排名第一。目前，腾讯位置服务已在O2O、物流、智能出行、运动健康等多个领域形成针对性的解决方案，并在衣食住行等多个领域中进行了深度应用。

精准定位，提升效率

不管是餐饮外卖、百货、生鲜配送等短距离上门服务业务，还是长距离物流业务，腾讯位置服务都可以提供全流程所需的地理位置服务能力支持，并针对此类服务提供定制化搜索，自动生成最佳路线方案，大大节约了用户所需时间。

智慧出行，畅游身心

中国人假期出游已成为新的社会潮流，但交通拥堵、景区人山人海等现象使旅行的愉悦感大打折扣。腾讯位置服务推出区域热力图，可直观看到每个区域、不同时间的人口密度和人口流动趋势，有效帮助用户规划出行、避免拥堵，成为用户出行的“防挤神器”。



“地主认证”，掘金“新大陆”

腾讯位置服务推出“地主认证”服务，用户可自主填充地图上的“空白点”，一键帮助商户纠错地址或者标注新地点。经过审核后的门店还可以享受用户定位、门店展示、到店引导和时空大数据分析等服务。该服务家可最大程度帮助商家在地图上进行信息推广，减少客户寻找时间。截至2016年12月，完成认证的商户已达到了14万家，覆盖公司企业、购物、美食和生活服务等20多个类别。

4.2 创新，“黑科技”改变世界

2012年，腾讯内部设置微创新奖，每月对腾讯内部产生的创新方案进行收集评选，每个季度一等奖奖金2万，二等奖奖金1万，三等奖奖金8千，月度奖金3千，这极大地激发了腾讯人的创新热情。截至2016年12月，腾讯已累计发放超过1500个微创新奖，其中仅2015-2016年，腾讯微创新项目申报数量就达到850个，腾讯人的创新热情正不断高涨。

“创新不要为了KPI。一定是在快速服务用户的过程中，哪些点用户抱怨了，或者觉得不爽了，那就是你的一个创新的机会。”

——马化腾

4.2.1 人脸识别，开启“刷脸”时代

腾讯优图专注于图像处理、模式识别和深度学习，其人脸识别、图片识别、音频识别等技术指标均在国际人工智能比赛中创造了世界纪录，其中人脸识别技术以99.65%的准确率位居世界第一，并已广泛应用在警务、酒店入住、远程业务办理、考勤打卡等场景中。

“腾讯的使命是立志于打造一个‘通用AI’，让真正的人工智能深入到我们的生活中去。”

——腾讯副总裁 姚星



腾讯优图，让未来在你身边

疑犯抓捕

当你惊叹于《速度与激情》中的“天眼”系统时，是否会想过这种炫酷科技会进入自己的生活？腾讯优图人脸识别技术借助腾讯大数据，构建海量人脸识别“天眼”系统。目前“天眼”系统已经和公安部交管局、公安部出入境管理局以及20多个省市展开深度合作，建立智能追捕逃犯体系。腾讯优图海量人脸检索技术可以迅速完成目标人脸和逃犯数据库的比对，及时返回可疑人脸数据，实现智能报警。即使犯罪分子再隐秘，终究还是逃不出监控的眼睛、人脸识别技术的校验。



“无证”生活

2016年10月，腾讯与警方合作推出旅客无证入住人脸识别系统，用户在办理酒店入住时，无需身份证，“刷脸”即可入住。这是腾讯优图人脸识别技术的又一次落地，给人们的出行带来极大便利。12月，广西南宁公安局与腾讯签署战略合作协议，双方基于腾讯优图人脸识别技术，在南宁全市推行身份信息电子化，南宁市民只要在微信上填好个人信息，即可拥有一张24小时不怕遗忘的电子身份证。凭借个人电子身份证，场馆检票、机场身份核验均可通过手机完成。



智能鉴黄

鉴黄师曾是个神秘的职业，他们有的鉴黄到吃不下饭，有的需要看心理医生。传统鉴黄方法除了人工识别之外，还有机器自动筛选，但是需要待鉴图和库里相同或者相近才能识别出来，不在库里面的新图则无法鉴别。随着海量数据的不断更新，传统方法根本无法跟上时代的步伐。腾讯优图依托腾讯亿级数据资源，结合深度学习能力，自动学习、分析图片特征，形成不依赖图库的主动识别能力，可准确识别新的色情图片，很大程度将鉴黄师“解脱”出来，为保障互联网健康提供助力。



4.2.2 智能滤镜，打开新“视界”

2016年12月，新海诚电影《你的名字》刚上映就刷爆了朋友圈，特别是壁纸级别的画面深受大家喜爱，网友将其定义为“新海诚滤镜”。将照片加上滤镜，已成为广大爱美群众的必选项。但是，除了简单的磨白、岁月、黑白等常规滤镜外，是否存在其他更惹眼的技术呢？

腾讯天天P图利用腾讯AI Lab深度学习技术，让滤镜不再只是单一“加上一层色”，而是可以像临摹名画一样，将它风格化，为照片带来多样化玩法。每一幅图像输入后，系统会不断调整图像，经过500次左右的迭代计算和调试，输入的原图片将无限接近风格图像，产生酷炫的融合效果。



2016年11月，腾讯AI Lab推出首创深度学习网络学习视频，率先构建了深度神经网络，将风格变换的前向网络与视频时空一致性结合起来，只需0.05秒即可高质量完成视频风格变换，远快于传统方法的3分钟。经过优化后的深度模型，可以在手机客户端做到针对摄像头数据的实时处理，将用户拍摄的视频画面进行实时风格变换，意味着未来有可能实现风格化的实时拍摄、直播。



腾讯AI Lab深度学习网络学习视频案例
——《青春无畏，冲动不止》

4.2.3 双面视频，世界不止一面

2016年，腾讯在移动端和PC端微创新新型视频——“双面视频”，用户可以根据自身需要随时切换近景或远景视角，从而为用户带来极致观影体验。简单来说，就是将两部不同的视频嵌入同一个视频播放框内同时播放，让用户可以通过一个简单的动作，无缝切换不同视频角度，以达到同一时间观看不同视频内容的效果，让观影更具挑战感和新鲜感。

双面视频是腾讯基于用户需求下的又一次历史性革新，打破了用户对视频的传统期望，成为视频领域的黑科技。



4.2.4 腾讯研究院：互联网领域创新研究

伴随着互联网与人类社会的深度连接，与互联网行业发展相关的前沿理论和公共政策成为全球热点，但人们对互联网的前沿理论、尤其是跨学科、跨领域的科技与人文研究仍处于初级阶段。

腾讯研究院自成立以来，始终坚持“学术和产业界的连接器”的定位，希望联合双方力量，共同打造互联网领域具有创新性、引领性、责任感的学术生态圈，探索互联网背景下的科技与人文研究。

截至2016年底，腾讯研究院共设有法律研究、网络犯罪、信息安全、互联网+大数据等11个研究中心及研究领域，形成了“法律+经济+社会”的三驾马车驱动的研究架构，全方位推动互联网向纵深发展。腾讯研究院十分关注互联网带来的商业与社会创新，发布了逾60份相关的研究报告，涉及“互联网+”经济、法律及公共政策等十几个重点领域，为推动中国互联网创新、有序发展贡献了自己的力量。



“互联网的迅猛发展，给研究领域带来很多新的挑战。有些问题在全球都没有可以借鉴的经验。腾讯研究院希望能提前预见这些问题，研究应对措施，让未来更值得期待。”

——腾讯集团高级副总裁、腾讯研究院理事长 郭凯天

S-Tech 网络行为研究中心：连接科技与人文，跨界探索新方案

2016年，腾讯研究院成立S-Tech (Society and Technology) 网络行为研究中心，意在连接现代科技与社会人文，将互联网行业中的前沿和热点话题与人类学、心理学、社会学、传播学等有机结合，进行跨领域、跨学科的新型研究和探索。

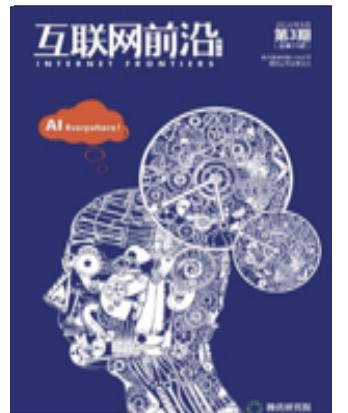
“提出好问题，沉淀好研究”是S-Tech的宗旨。S-Tech希望给每一位关注科技与人类社会思考者带去智者之问，匠心之思，从而迸发更多的创新灵感，结出更多的创新之果。

校企联手

为促进人类学界广泛关注和深入研究互联网行业发展过程中的人类学问题，提升我国互联网人类学研究水平，腾讯研究院自2014年起与中山大学人类学系合作实施“互联网人类学科研支持计划”，倡导关注互联网行业中的前沿和热点话题，特别是社交产品、移动互联网时代的人类学问题研究，并提供解决之道。

2016年，腾讯研究院与中山大学联合举办一系列关于互联网人类学的论坛、研讨会等，从人类学视角探析互联网在中国都市化进程中所面临的核心课题，包括数字鸿沟、网络谣言传播、文化融合、可持续发展等。

“互联网人类学科研支持计划”促使腾讯在产品设计中，将人类学问题融入产品，使产品更符合客户需要和时代发展要求，提升互联网人类学研究的整体水平，对互联网人类学研究的发展具有积极的促进作用。



互联网前沿沙龙：融合跨界智慧，解决社会问题

2014年起，腾讯研究院创办“互联网前沿沙龙”，邀请企业高层、政府、行业分析师等各方开展交流会，通过汇集跨界智慧，多方探索，解决互联网及公共政策等领域的热点问题。

针对雾霾问题，2015年12月，互联网前沿沙龙举办主题为“破解雾霾的路径”的分享，邀请环境、政府、能源等领域专家从多个角度讨论破解雾霾的解决之道，力求通过跨界合作、共享资源，寻求创新治理雾霾污染的良方。

《互联网前沿》杂志：眺望行业趋势，撒播创新种子

由腾讯研究院出版的《互联网前沿杂志》(季刊)是一份人文社科性质的内部学术性刊物，聚焦互联网行业、法律、政策的前沿动态问题，并免费向高校、企业及相关政府机构赠送阅读。

2016年，《互联网前沿杂志》重点关注了分享经济、人工智能等热门话题，结合腾讯内部以及国内外同行、学界研究成果，眺望行业趋势，撒播创新的种子，为自身创新发展以及期望涉足该领域的企业提供了行业前瞻性的解读，成为创新发展的源泉和行业发展指向标。



05

挑战与担当：连接公平正义

高速发展的互联网在给人们生活带来便捷的同时，各类挑战也层出不穷。在直面挑战，解决社会问题的过程中，腾讯一直参与其中，不计成本地搭建金融安全平台、信息安全平台，同时，面向高校培养安全人才生力军，在抗击黑产、净化谣言、保护文化创意等方面贡献智慧和创意，守卫每一次连接。



Challenge & Obligation

5.1 腾讯安全，为连接保驾护航

“腾讯五年来立志在安全领域不惜代价的长期投入，到移动互联网时代手机端的安全得到了业界的认可。”
——马化腾

2016年6月14日，在美国旧金山的比尔·格雷厄姆市政礼堂举行的苹果全球开发者大会上，苹果演示的电话骚扰拦截功能——来电提醒显示 Tencent Security Caller ID: Possible Spam”正式登场。这意味着，腾讯手机管家防骚扰得到了iOS 10的推荐，中国的苹果用户终于可以像安卓用户一样，享受到骚扰电话识别、骚扰电话拦截、电话号码查询和号码库每日更新服务，从推销电话、诈骗电话骚扰的苦海中脱离出来。



5.1.1 金融安全：守护每一分资金安全无忧

如今，衣食住行、生活缴费、转账收款以及投资理财等场景都能通过一部手机完成，移动支付已经渗透到生活的方方面面。微信支付和QQ钱包日均交易笔数超过5亿笔，并发支付能力可达15.8万笔每秒；其中，全民狂欢的除夕红包活动，2016年发送量超80亿，较2015年提高了8倍。

“安全作为底层核心技术服务，是大数据生态的基础保障。在移动支付中，安全亦如是。数亿微信和QQ用户能随时随地享受红包盛宴和场景消费，也得益于腾讯支付安全团队的有力保障。”
——马化腾

大数据模型识别风险交易



依托风险管理系统、大数据支撑与云计算能力，腾讯全力营造安全的互联网金融环境，让用户的每一分资金安全无忧。

支付密码、设备锁、手势密码、指纹锁定等多重密码验证系统是腾讯建立的第一道防线，为用户提供多重交易安全保障措施；而当用户使用腾讯移动支付时，拥有强大计算能力的腾讯支付安全系统，对每笔交易、每个账号变动行为进行即时风险评估，可疑交易能在第一时间被监测到并及时触发风控机制进行处理。

技术创新升级风控能力

50万笔/秒的处理能力 实时监控百亿级别交易	单次风险识别1000+变量 计算能力	平均20ms的实时识别与 响应速度	小时级的风险应急响应与 策略部署能力
---------------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------

生态合作构建金融安全“朋友圈”

鼓励用户举报	共享风险信息	协助警方破案
腾讯大金融安全微信公众号 一键举报，拦截资金	标签、拦截、冻结不法分子 与其他金融机构共享黑名单	与警方联动，将线索转交警方 以技术能力协助警方破案

在有力保障用户交易安全的同时，腾讯与中国人保财险合作，为用户推出全额赔付的保障服务，当用户在无感知情况下造成资金损失时，将可获得全额赔付，“你敢付，我敢赔”的口号是腾讯移动支付对广大用户的郑重承诺。

面对移动支付的风险和挑战，2016年腾讯支付资金损失率控制在百万分之一以内。未来，腾讯将会持续升级安全保障系统，对一切有损用户、有损平台的交易，坚定不移地打击，为移动支付保驾护航，让用户安心、放心地享受移动互联网带来的便利和价值。



5.1.2 信息安全：放心每一次连接

根据腾讯发布的《2016年度互联网安全报告》，腾讯巩固了电脑管家、手机管家和WiFi管家的病毒扫描、伪基站探测、反诈骗电话号码库、手机内存优化及设备加速等安全模块，并帮助开发者加固其应用安装包，防范潜在的劫持及盗版威胁。2016年，两家广受认可的行业监测机构Quest Mobile及Talking Data均将腾讯的移动安全应用程序排在中国移动安全行业第一位。

腾讯手机管家是腾讯旗下一款永久免费的手机安全与管理软件。功能包括病毒查杀、骚扰拦截、软件权限管理、手机防盗及安全防护、用户流量监控、空间清理、体检加速、软件管理等高端智能化功能。

面对用户日常生活中面临的隐私泄露、骚扰诈骗等痛点，腾讯手机管家致力于成为移动互联网时代全方位安全“守护者”。依托安全云库、QQ微信独特的社交大数据以及8亿用户手动标记，腾讯手机管家建立业内最大的号码识别数据库，每日用户标记数800万，号码识别数据库1.5亿，每日号码查询量2.4亿，用户每一次安全的接听，腾讯手机管家均已过滤掉10.8亿个骚扰号码。



5.1.3 行业安全生态圈，共建网络空间生态

腾讯自 2014 年提出“连接一切”战略以来，更加重视打造跨平台、跨领域泛安全生态圈。

打造互联网行业安全生态圈

2016 年，腾讯加快与互联网行业的合作步伐，不断朝战略合作高度迈进，加入网络安全生态多边联盟。10 月 25 日，国家发改委、公安部、质检总局、中央网信办、人民银行等七部门，携手腾讯、阿里巴巴、京东、滴滴出行等 8 家企业共同签订了《反“炒信”信息共享协议》，通过全国信用信息共享平台定期共享信用信息，严打“炒信行为”。而在云服务领域，腾讯云、绿盟科技、启明星辰、亚信安全、IBM 等 8 家企业联合成立云安全服务联盟，共同营造健康和谐的网络环境和云计算平台。



扩展跨行业网络生态安全版图

腾讯依托十八年的安全防护经验，借助强大的后台技术能力与资金保证，联手政府机构、银行、运营商、国际 NGO 组织、物流公司、科研机构等周边 110 多家企事业单位，扩展网络生态安全版图，共同打造腾讯雷霆行动、反信息诈骗联盟、移动支付安全联合守护计划等五大安全联盟，护航全产业链安全生态链。



5.2 共治模式，让黑产无所遁形

2016 年 7 月，清华大学女教授被诈骗集团以通讯软件、电话等实施电信诈骗人民币 1800 余万元，震惊了全社会。众人突然发现，在诈骗面前，不管你学历有多高、见识有多广，总是防不胜防。伴随着互联网飞速发展，网络安全问题日益凸显，网络攻击、网络恐怖等安全事件时有发生，侵犯个人隐私、窃取个人信息、诈骗网民钱财等网络黑产已经成为了一条分工极细的成熟产业链，成为影响公共安全的突出问题。

“我们输出了腾讯在过去十多年来对抗网络黑产的能力，与公安、电信、银行等部门一起推动守护者计划，共同打击防范电信网络诈骗。在这个过程中我们逐步摸索出了一套‘腾讯模式’，这也是一套‘社会共治’的模式。”

——马化腾

腾讯在推进自身安全产品优化和安全能力升级外，回归本质做连接、做产业联合的推动者，与各行业、企业加强合作共享，共同打造反击黑产的“共治模式”。

安全一直被马化腾强调为腾讯的“国防工程”。在 2016 年第二届中国互联网安全领袖峰会上，腾讯发布了国内首份以互联网安全责任为主题的报告《腾讯互联网安全责任报告（2016）》，从“平台责任、行业协同、公共责任、网络空间”四个层面系统性拆解当今互联网企业面临的“安全责任”考题，提炼形成从数据到协同全面覆盖的责任闭环。

5.2.1 守护者计划：多方合作打击电信诈骗

“要全民共识打击电信诈骗，这是需要全社会共同承担的责任，只有腾讯一家是不行的，所以我们要共同来做守护计划，推进安全产品。”

——马化腾

2016 年 4 月 1 日，腾讯发布了守护者计划，建立起涵盖警方、互联网公司、运营商、银行及银联等的多方协作平台和网络安全生态体系。守护者计划基于领先的技术、开放的大数据和智能的反诈骗产品，建立起反电信网络诈骗平台和全场景防御体系。此外，还配合公安部等主管部门，推动建立由政府主导的协作体系，将反诈骗生态覆盖“最后一公里”。在过去的两年里，腾讯推出三大反诈骗利器（反电信网络诈骗专家智库、腾讯安全云库、鹰眼智能反电话诈骗盒子）已经担负起了构筑反诈骗生态圈的责任，成为守护网民网络安全、资金安全的重要屏障。



鹰眼智能反电话诈骗盒子是一款由腾讯联合公安部、运营商和合作伙伴共同打造的将大数据与反诈骗相结合的智能产品，志在打造反诈骗闭环效应，与运营商、合作伙伴等共享数据，从技术上为客户提供反诈骗帮助。

2015 年深圳试点期间，鹰眼智能反电话诈骗盒子累计向用户发送提醒短信超过 30 万条，通过电话提醒 1.5 万余次，成功劝阻用户 5000 余次，协助公安机关劝阻用户 2000 余次，直接挽回近 5 亿元人民币的损失。一年中，智能盒子把运营商仿冒公检法类型诈骗案件金额降低了 80%。

2016年7月，腾讯与中国联通签署反诈战略合作框架协议，标志着全价值链共同反诈生态进入新阶段。

针对伪基站这一“诈骗之源”，守护者计划推出麒麟伪基站实时检测系统，能够对伪基站进行精准定位、追踪，并协助公安部门进行电信诈骗打击。

麒麟反伪系统利用腾讯云计算和数据挖掘技术，精准判定伪基站短信并在手机管家上拦截、提醒用户；而用户举报的伪基站短信信息可以被标注在伪基站地图上，便于警方登录查询并实施抓捕。

2016年3月，广州、深圳等地警方使用该系统后，抓获犯罪嫌疑人110名，打掉13个团伙，缴获伪基站59套、作案轿车43台、电动车4台。

2016年8月4日，公安部与腾讯达成全国打击伪基站违法犯罪活动战略合作协议，在全国范围内部署该系统。同时公安部授予腾讯“公安部打击治理电信网络犯罪防控中心”称号。

2015年12月18日，“腾讯手机管家”入选代表公司级里程碑产品最高荣誉的“名品堂”大奖，在打击黑产的道路上，不断亮剑，一次次在风险接近用户之前将之消弭于无形。腾讯手机管家团队在接受腾讯FM采访时如是说：

腾讯FM：其实归根到底我们手机管家最重要的功能就是防止病毒入侵，保护信息安全，在这一块我们做到了什么样的程度？

手机管家：我们的病毒扫描功能还有拦截功能，还有这种反诈功能都是业内第一的。

腾讯FM：在手机管家的帮助下很多人已经收不到诈骗短信了，但以前真的收到过很多，上当的人真的有那么多吗？

手机管家：很多人上当。从我们跟公安的合作，他们反馈的报警当中，有百分之六七十是这种信息诈骗，受骗的很多都是高知人群，如果说一开始他进入并相信了那个被诈骗的场景，其他人即时提醒他也走不出来，到最后就被骗了。我举个例子，之前我们去做了一个实验，找一些不知情的同事过来，让他去测软件，然后我们在软件上面只做了小的手脚，他密码最后都被改了，但他都不知道。

腾讯FM：黑色产业链大概是什么样的产业链？

手机管家：黑产业链当中分工很明确，链条中的每一个坏人会只做其中一个环节。

最上游的是属于技术开发，有钓鱼网站的开发，木马的开发，这种上游的下面会有一个叫包马人的角色，他下面再去找人做传播，比如说去找伪基站让它们群发短信，然后又去联系下游去套现的角色，当有用户中招之后，有另外的人会看着后台，直接把钱转出去，然后在最后一个环节当中，又有人从账户里面把钱取出来，就这样往上一层一层去分工，所以这种打击难度挺大的，因为其实每一个环节都是单点联系，而且还是分散在不同的地方。

前端我们会去防，帮用户把这种诈骗短信诈骗电话，木马都拦掉，所以装了腾讯手机管家能帮你解决大概99%的安全的问题，然后另外一个就是如果用户真的报案了，警方求助我们的话，我们就会去分析，把木马反编译出来去看线索等等，协助警方进行打击。

一个很重要的提醒就是如果收到短信，这个短信无论是一些陌生的号码发过来，又或者说是银行、运营商的官方号码发过来，甚至说真的你的朋友发过来，如果里面有链接，都要核实才能去点，否则里面都可能是病毒。

腾讯手机管家，不仅为腾讯内部的微信、QQ浏览器等提供安全技术，还为产业链上的企业、组织提供安全能力，将开放做安全的战略不断发扬光大，与产业链上的企业密切合作，建立了一系列安全联盟：为打击电信诈骗黑色产业链，腾讯与警方、银行、企业、媒体等产业链各方搭建国内首个天下无贼-反信息诈骗联盟，共同打击电信诈骗黑色产业链。为保护WiFi连接安全，腾讯与10大顶尖WiFi服务商合作共建WiFi安全联盟，并推出国内首个“五星WiFi”标准，为用户WiFi上网保驾护航。



扫一扫
一睹鹰眼智能反电话诈骗盒子的风采



5.2.2 安全联合实验室：全方位狙击黑产

针对日益猖獗的黑色产业链和不断被攻破的网络漏洞，腾讯建立起完备的安全实验室-安全业务的互动体系，阻击黑产、守护网络安全。

2016年7月12日，作为国内首个互联网安全实验室矩阵——腾讯安全联合实验室于深圳正式成立，专注于安全技术研究及安全攻防体系搭建，覆盖连接、系统、应用、信息、设备、云六大互联网关键领域。

腾讯安全联合实验室已经在多个重要国际安全会议、安全大赛中对外披露和输出领先技术研究成果，成为驱动安全产业链成熟、完善，并提升行业安全水平的重要力量。如腾讯移动安全实验室打造的“腾讯御安全”解决方案、基于人工智能大数据机器学习和动态预感知安全策略，持续为软件应用进行安全加固。



腾讯安全联合实验室掌门人

腾讯安全联合实验室旗下七大实验室



玄武实验室：发现影响整个条码阅读器行业二十年的严重安全漏洞，世界首次实现通过发射激光入侵系统



湛卢实验室：创新实现数据通道、利用 SEH 异常链表和 DVE（数据虚拟执行）等漏洞攻防技术



云鼎实验室：重点关注腾讯云安全体系建设，云主机与云内流量的安全研究和安全运营，以及云端 app 安全方案和虚拟化安全技术研究



反病毒实验室：自研的 TAV 杀毒引擎已获得国际七大著名第三方测评机构认证。实验室旗下的哈勃分析系统，可有效识别恶意样本



移动安全实验室：通过终端安全平台、网络安全平台和硬件安全平台为移动产业打造云管理端全方位的安全解决方案



科恩实验室：专注于国际范围内主流操作系统、互联网和移动互联网应用、云计算技术及物联网设备的前沿安全攻防技术研究

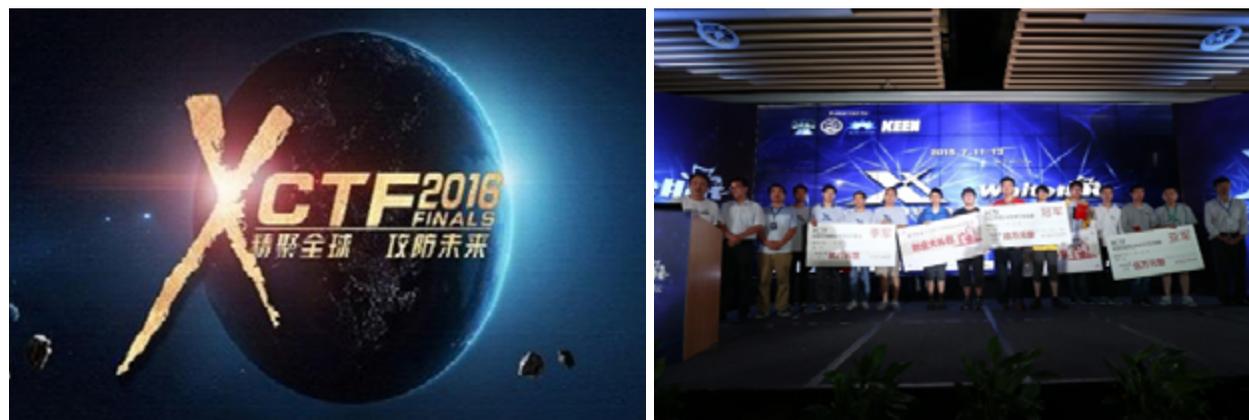


反诈实验室：国内首个致力于推动行业合作，建立数据共享能力开放的反诈骗技术联合组织，包含三大反诈骗利器：反电信网络诈骗专家智库、腾讯安全云库、鹰眼智能反电话诈骗盒子

5.2.3 安全人才培养：安全传承永不间断

2016年6月，中网办、发改委、教育部等六部门联合印发了《关于加强网络安全学科建设和人才培养的意见》，指出我国网络安全人才还存在数量缺口较大、能力素质不高、结构不尽合理等问题。网络空间的竞争，归根结底是人才竞争。

从2015年开始，腾讯安全为XCTF国际网络安全技术对抗联赛提供助力，通过资源支持和专业培训，提升人才专业能力，释放人才价值。2015年首届XCTF联赛，腾讯安全吸纳了90%的联赛选手到腾讯电脑管家、手机管家等多条业务线的安全部门。



“除了发掘优秀的安全技术人才之外，腾讯安全希望打造安全行业人才培育平台，在高校推广培养实战人才的模式，带动下一代的网络安全技术新苗成长，为整个产业界夯实人才基础，缓解人才匮乏的现状。”

—— 腾讯产业政策部总经理 刘勇

腾讯安全联合 i 春秋学院推出“Next One”大学生培养计划，将8亿用户遇到的安全问题作为最真实的演练案例，为培养新生安全力量提供实战的平台，帮助学生们将知识更好地转化为技能，快速地成长为守护网络安全的中坚力量。

2016年6月7日，首届“Next One”计划揭开序幕，历时60余天，共吸引2000多名在校大学生参与。21天线上练兵场的热身培训，7天的竞技场的激烈对抗，吹响了一众年轻安全勇士比拼角逐的号角。最终，28名大学生突破重重考验，进入最终集训营。



、0

在腾讯的这几天教学体验感觉非常不错，安全平台部导师们的课程覆盖很全面，包含了运维、WEB、二进制和移动等安全的各方面，让大家了解到自己应该从事具体哪方面工作，不仅是知识，也是方法。



kounwin

要是我要用一个字评价这几天的课程，我想说——值。这两天学会了很多前沿的思想，就好比COOLO对“反思”看法，更新了我的认知，相信这对我以后的工作有着十分巨大的积极作用。



breakingbou

两天九节课的培训让我对网络安全更加喜爱，不仅是难得的技能锻炼，也帮助自己有清晰的职业规划，认识了很多大表哥，感谢这次宝贵机会！



chybest

在两天的时间，九节课的时间内虽然难以领会各大咖话语中的奥妙，但仍然能体会到其中的些许思想和精神。比如说，做安全，一定要有对安全的热爱和坚持，不忘初心，方得始终。感谢腾讯！感谢春秋！感谢各位表哥和老司机！

围绕腾讯安全联合实验室及旗下七大安全实验室矩阵，腾讯构建起一整套较为成熟的人才培养体系，通过专业技术、资金、资源支持，吸引国际顶尖“白帽黑客”加入，并持续进行专业的培训和锻炼，保障用户智慧生活的安全。

结语

一个进步的现代化社会，应该是让人们的生活变得更加从容、更有安全感。腾讯在安全领域重金、重兵投入，与一切互联网违法、犯罪行为作斗争，只为捍卫用户权益和社会公共利益，为智慧生活护航，为万物互联赋能。

安全无处不在，而你却感受不到他的存在，这是最好的状态，也是腾讯不懈的追求。



扫一扫
看10亿人的隐形守护者

5.3 多管齐下，净化网络环境

“小龙虾是虫”“啤酒和白酒混着喝会致癌”，种种类似谣言在微信朋友圈中广泛传播，一众网络营销公号也让网友防不胜防。新华社、《人民日报》等权威媒体一度集中炮轰“微信上充斥着‘错误言论以及谣言’使得网民难以辨别是非。”2014年，中央网信办也曾经发布“微信十条”，用文明法治为微信等即时通讯工具立规矩。

腾讯持续强化微信朋友圈管控，推出辟谣小助手等工具，定期向全社会发布微信谣言的打击与整治情况统计，通过生动的案例和详实的数据让社会大众及时了解谣言的类型与传播危害。

谣言止于共治

2015-2016 两年间，腾讯一方面持续提升技术能力，利用三大反造谣系统（技术识别系统、举报人工处理系统、辟谣工具）为用户提供技术保障，另一方面发挥互联网共治精神，与第三方公信机构合作，在内容运营、辟谣内容鉴定等方面联手过滤谣言，形成辟谣公众号矩阵，严厉打击为博眼球、骗流量而造谣传谣的行为。

截止 2016 年 12 月，微信公众平台辟谣中心累计辟谣文章超过 60 万篇，日均科普次数超过 160 万次，处理朋友圈谣言链接数超过 120 万条。

整治网络“黄赌毒”信息

“黄赌毒”作为社会的毒瘤，在移动互联网时代似乎找到了新的“突破口”，以更快速、更隐蔽的方式在社会上传播，对社会稳定、公平正义，特别是青少年的成长造成负面影响。

腾讯主动担负起社会和行业赋予的责任，坚决打击网络涉黄、赌、毒信息，还网络空间一片蓝天。

- 打击群聊发布涉黄内容或从事涉黄交易，设置投诉入口进行整治；优化对不雅视频、低俗照片的识别技术及控制能力，累计处理涉黄有害信息超过 10 万条，永久关闭涉黄微信群 8546 个，封停涉黄个人账号 9183 个。
- 成立“打击网络赌博”的专业团队，公布网络治赌“三把刀”：对涉赌群永久封群、组织者长期冻结建群资格、参与者限制每日建群数、支付、转账、红包功能，全面向赌博违法活动宣战；累计封停涉赌群 25000 余个，破获案件 14 起，涉案金额 2 亿元。
- 践行《中国互联网禁毒公约》，通过线上线下结合，坚决打击任何涉毒信息，累计封停发布涉毒信息的公众平台账号 200 余个。

预防网络犯罪

为向社会公众普及网络安全知识，提升网民网络犯罪防范意识，腾讯安全团队推出腾讯安全课项目，涵盖内容安全、微信安全平台规则、信息化与大数据应用等 13 门课程，已累计开设 94 场次课程，覆盖近 5 万余人次。2016 年初，该项目获得团中央、中央网信办颁发的“独家互联网安全责任合作伙伴”奖项。

网络安全防治的重点在青少年，网络安全的未来希望也在青少年。腾讯主动参与由国家网信办、共青团中央主办的“阳光跟帖”行动，协办其中“高校联合署名”、“阳光公开课”、“高校阳光辩论赛”等活动，提高广大网民、特别是青少年群体的网络文明和安全意识。

腾讯安全团队推出针对电信诈骗与网络赌博等网络安全热点的宣传视频，以及针对儿童网络安全为主题的专项绘本《数字小公民——儿童安全成长指南》，帮助家长引导孩子正确使用网络，为孩子营造健康安全网络环境。



5.4 保护创意，守护创新火种

2014 年 3 月，腾讯经过充分取证，向行政机关投诉快播存在侵犯腾讯大量独家影视作品权的行为，该案经市场监管局立案调查，确认快播侵权行为成立，责令其停止侵权，并处罚金 2.6 亿元，在保护腾讯独家影视作品权利的同时，推动了网络视频行业的正版化进程。

“我们今天有了非常多基于电脑、基于智能手机终端的在线游戏，但他们所有的根源就是传统游戏的最新形态。我们相信，我们也理应成为传统游戏这种艺术与文化形态集大成的总结者和助力者。可以说在腾讯这家互联网企业的身上，我们也先天继承了这种文化的基因，我们也应该有资格去做这种文化的担当。”

——腾讯集团副总裁兼腾讯影业首席执行官 程武

2015 年以来，在涉足的多个互联网开放领域、文化创意领域，腾讯建立起一系列的保护性平台，让每一个微小的创意、每一次灵感的迸发都能最终闪耀。

5.4.1 打造明星 IP：繁荣文化市场、传承优秀文化

尊重版权、保护创意、鼓励创新，腾讯通过版权的创造、推广和运用，既满足了亿万网友的精神文化需求，也让腾讯快速成长为世界领先企业。

在过去的两年中，腾讯继续布局文学、影视、动漫领域，挖掘并打造明星 IP，深度挖掘文化创意的核心内涵和品牌传播价值。如《勇者大冒险》这一经典 IP 在腾讯悉心打磨下，成功转身成为动漫、手游、PC 游戏，进一步丰富了网民的文化生活。



“开放的传统游戏数字图书馆”项目

“为了保护全球范围内有代表性的传统游戏，腾讯互娱发起了开放的传统游戏数字图书馆”项目。在联合国教科文组织的直接参与下，哈佛大学、清华大学、北京电影学院等国内外高校合作伙伴组成了“千年游戏探索工坊”团队，深入全球各地，挖掘发现当地传统游戏，通过数字化记录、开发在线游戏等形式，让传统游戏在互联网时代焕发新机、得以传承。2016 年 3 月 25 日，“开放的传统游戏数字图书馆 1.0——南亚及蒙古馆”正式上线。

没有腾讯互娱的高度重视及强大的 ICTs 技术和云存储技术，这个项目似乎是一件无法完成的事情，同时腾讯将传统游戏成功地开发成线上游戏，这让我们感到无比惊喜和感动。

——联合国教科文组织驻华代理主任 Hans Dencker Thulstrup

世界遗产的互联网传承之路

2016年，腾讯NEXTIDEA与故宫博物院合作，于2016年7月起开展以故宫IP为元素的手机游戏创意设计大赛，面向所有游戏开发者和高校年轻群体，孵化优秀的故宫游戏创意。

同期，经典手游《天天爱消除》上线以故宫为主题的特别版本，其中包括根据故宫真实样貌定制的主题关卡地图、寻宝玩法以及“故宫猫”游戏宠物。而在未来，故宫和腾讯双方的合作还将扩展到腾讯动漫、腾讯文学等业务平台。正如公司董事会主席兼首席执行官、北京故宫文物保护基金会创始理事马化腾表示，“我们希望联合故宫，帮助中国文化走向世界。”



5.4.2 保护知识产权：鼓励每一个微小的创意

腾讯搭建全方位、立体的知识产权管理体系，专门设立知识产权部，对整个公司的知识产权进行全面管理；同时在法务部下设知识产权保护团队，专门负责保护腾讯的知识产权权利。

腾讯的知识产权保护工作深度切入业务之中，不仅能及时发现新发明、新创造，也能有效防止腾讯侵犯他人知识产权，更积极引导研发人员将创新成果转化为专利、版权、商标等无形资产，进行有力保护。依照腾讯最新颁布的专利奖励制度，腾讯员工每申请一件优秀专利，就能获得超过15000元人民币的奖励。截至2016年9月，腾讯已有4300多名员工申报专利申请，占员工总数近15%。

北京大学互联网法律中心2016年4月发布的《互联网技术创新专利观察报告（2015）》中，腾讯的中国专利申请公开数量以近万件位居第一，比肩微软和谷歌。

在“开放共赢”的理念指导下，腾讯知识产权也全面拥抱接入开放平台的开发者，不仅免费开放了专利技术使用权，甚至还把知识产权的保护以产品功能的形式推进到用户层面，借助自身技术实力和平台影响力，助力用户在微信等社交网络中生产的内容获得知识产权保护。

微信公众平台的生态之路

2015年12月18日，“微信公众平台”入选代表公司级里程碑产品最高荣誉的“名品堂”大奖。微信平台于2015年1月23日上线“原创声明”功能，正式惩罚公众号抄袭现象。此令一出，数万个冒名侵权帐号被封号，独创功能广受好评。在其上线的第一个月，全篇转载原创文章且被标注来源的文章数即突破22万，最高的月份这一数值更是逼近80万，原创声明功能在保护著作权方面显著取得了显著的效果。

“2015年春节前夕，微信公众平台开始内测原创保护功能，包括原创声明、文章可精选用户留言、赞赏等功能。从功能上线的那一天起，我们就希望所有需要的人都可以用上，所有的人也在等着我们开放。这一年我们一直在内测，内测数量从几十个到十几万。应该说，这一年我们除了专注于优化原创保护功能，就是在做开放的能力准备。与平台其他能力比起来，原创保护功能是一种生态的引导，我们



微信公众平台团队

试图通过原创保护整个体系告诉大家，什么是对的事情，什么是平台鼓励的事情。因此，开放的能力，除了基础的违规能力快速发现，还需要强大的帐号信用和价值的数据识别能力，以及平台生态运营的经验。目前我们一直是通过数据筛选信用良好和原创度高的帐号内测，同时也在内测过程中优化运营规则。

原创保护功能内测过程中，我们也受到过挑战，关于为什么有些粉丝量级和阅读量不够大的帐号也能有原创内测资格。这样的质疑让我们欣慰，因为大家都已认同这个功能是开放给优质的帐号，这样的质疑更让我们奋发，我们需要更快地建立起强大的数据能力和生态运营的经验。

2015年我们投入了大量精力做原创保护。最早的想法其实很简单，自公众号诞生，数以万计的人在这里创作，写原创文章，发原创漫画和视频。这些创作并不是一件容易的事情，然而互联网就是一个双刃剑，各大互联网平台上到处是抄袭，我们只是想，可以给在公众平台上持续创作原创内容的人们一些保护和鼓励，甚至也许可以让他们在公众平台能生存下来。

这件事情很难，因为国内的版权保护意识薄弱，而且原创内

容的创作者本来就是少数且处于弱势地位。但我们觉得这是一件有意义的事情，是对的事情。

当我们不断邀请原创公众号内测，我们发现这件事对原创作者意义重大，我们听到很多喜极而泣的用户反馈，我们发现很多公司和媒体开始付费转载，我们发现一个好的原创作者，可以通过在公众号写文章获得不菲的收入：不少原创作者，在短短几个月已经通过赞赏获得几十万的收入，有的作家的赞赏收入已经可以让他不再给纸媒供稿；有的原创作者，通过原创文章和原创视频，获得垂直领域的广告主青睐，广告收入不菲。很多传统媒体主编甚至辞职来运营公众号，有的原创公众号还获得价值不菲的投资，我们意识到，这个生态已经发生了变化。

原创保护，我们鼓励原创内容。这也是第一次平台有一个明确的姿态告诉大家，什么是我们鼓励的。在早期的运营里，平台制定了很多处罚规则，告诉大家这样是错的，这样做我们会打击。但其实我们还需要告诉大家，什么是对的，什么是正向的。

也许我们走了弯路，也许我们必须经历过严厉打击的阶段才能迎来有打击也有引导的阶段。

也许是因为我们感受到了生态的变化。当微信公众号二维码遍布大街小巷，当数亿人在公众号里使用各种服务，如预约挂号、叫外卖等，当公众号文章广告成为一种新的广告形式，当在公众号里观看视频成为新的流行，当创业者的首选是公众号，当几乎人人皆是公众号运营者的时代忽然来临，我们意识到我们需要做些改变。

平台运营规则越来越公开，平台处罚措施从严格的封号转变为阶梯式封号、阶梯式封功能，再到柔性处罚。我们也在转变运营平台的思路。”

——摘自《腾讯月刊》第126期

结语

保护知识产权既是互联网企业自身发展的需要，也是履行社会责任，促进社会创新的重要基石。2016年12月，腾讯继2010年QQ获得全球创意金奖之后，再次获得中国版权领域最权威的奖项——中国版权金奖·推广应用奖。这本身也是社会各界对腾讯致力维护知识产权的肯定。

06

员工关爱：连接幸福成长

在这个瞬息万变的时代，互联网行业以快节奏、高强度闻名，互联网从业人员的身心健康也成为社会关注焦点。作为 2011-2016 年连续六年的“中国最佳雇主”，腾讯视员工为公司的第一财富，以“关心员工成长”为管理理念，保障员工权益，促进员工发展，更加兼容并包、引导员工思想正能量，让员工能够在鹅厂快乐、健康、正直的成长。



Care for Employees

6.1 薪酬福利：提供全方位保障

2016年11月11日，腾讯为员工准备了一份特殊的18周年纪念“感恩礼包”：为每一位员工授予300股腾讯股票，总价值约15亿元人民币。“全员持股”见证了腾讯与员工共同成长、共享发展成果的历史，也是腾讯对员工感恩回馈，真情关爱员工的明证。

“腾讯18年来，我更多想讲的是感恩，感恩所有的同事们。”

——马化腾

为了让每个员工能够体面的生活，腾讯建立了完善的薪酬激励和福利体系，覆盖薪资、激励、法定福利、健康保障等。每一个新入职员工都会收到54张福利扑克牌，每张牌分别代表1项福利，覆盖了生活和工作的方方面面。



6.1.1 “安居计划”再升级

房价疯涨的时代，置业安居并不是一件容易的事，动辄数十万的首付房款让很多年轻人只能“望房兴叹”。

2011年，腾讯启动“安居计划”，为员工提供总额为10亿元的首套房购房首付款免息借款，一线城市最高可申请30万元、其它城市最高可申请20万元。

2015年，腾讯推出“安居计划新政”，用最切实的方式帮助员工创造了更好的生活条件，使员工“住有所居”。该政策大幅提高购房安居借款额度，北上广深四城市首套房安居借款额度由30万提升到50万，其他城市的首套房安居借款由20万增加到25万；同时放宽政策适用范围，员工可在社保地或者工作地二选一选择购房。

“易居计划”暖人心

2016年，腾讯推出“易居计划”，为社会工龄小于等于3年且未享受过公司“安居贷款”的腾讯正式员工提供租房补贴，最长可领取3年。“易居计划”可与深圳市出台的“新引进基础性人才一次性租房和生活补贴”同时享受。

“易居计划”在很大程度上降低了腾讯新员工的租房压力，为腾讯新员工的生活保障提供了坚强后盾。



6.1.2 身心健康有保障

腾讯关注员工身心健康，为员工打造身心健康计划（EPA）并成立职业健康安全委员会，制定员工健康安全计划和目标，为员工开设健康身心热线、关爱大讲堂、中医问诊等一系列健康服务，全方位守护员工身心健康。

身心健康热线：15年以上资深医学专家、国家级资深心理专家为员工提供一对一专业咨询和辅导，包括电话咨询和面询，随时解答员工的问题和困惑。

关爱大讲堂：邀请生理、心理资深专家和知名人士，为员工及家属提供包括疾病防治、职场压力管理、沟通、婚恋恋爱等一系列身心健康精品课程。

中医问诊：根据员工需要，每双周期邀请2名中医院知名主任级专家，为员工提供面对面问诊服务，包括内科、妇科、眼科、耳鼻喉科等。

“痴迷”急救的腾讯人

为最大程度地保障每一位员工的健康安全，2012年，腾讯组建义务急救队，成为腾讯员工健康安全守护军。

经过了四年时间发展，腾讯急救队正逐步壮大，除深圳外，也在北、上、广、成等地开花结果。目前，腾讯急救队成员中仅是通过外部专业急救培训，并拿到急救资格证书的专业人员就有500余人。他们“潜伏”在各个楼层的鹅厂员工里，他们是程序猿、是会计师、也是产品小兵，他们都热衷于推广急救事业。

加入腾讯急救队，他们的动机可能很单纯：“有一天我遇到意外了，有没有人会救我？”。危难时刻，他们也会犹豫，也会恐惧，更会后怕。但对生活的热情和对生命崇高的敬意，鼓舞着他们一次又一次冲在最前面。他们用行动诠释着腾讯急救队的口号：最好用不上，但我们一直都在。

2016年9月底，负责应用宝内容产品的梁曼妍在南澳海边救了一名溺水大汉。这一刻，她惊喜地发现，原来自己学到的急救技能竟然能派上用场，真的能救活人！这让包括梁曼妍在内的所有急救队的成员都倍感鼓舞，更加坚定了学习并分享急救知识的信念。

截至2016年9月，已有10余名急救队义务组织分享培训40余场，覆盖人数近600人。腾讯急救队用对生命的敬意与热忱为腾讯人、公众撑起了健康的保护伞，守护着大家的幸福。



6.2 人才培养：搭建广阔发展平台

2015年，腾讯荣获国际人才发展协会颁发的“人才发展创新奖”（每年全球仅入选一家企业），这是全球人才发展企业培训领域的最高殊荣，也是中国企业首次在人才发展领域斩获国际行业顶级大奖。这份荣誉既是认可，也是责任，激励着腾讯在人才培养领域不断突破。

“要用做产品的思维做培训：培训的人如同产品经理，学员如同用户，产品经理用各种各样的营销解决方案满足用户的需求，培训师则用各种各样的培训解决方案给学员提供培训的服务。”

——腾讯学院院长 马永武

腾讯针对不同类型的人才建立了管理和专业“双通道”的职业发展体系，两条通道具有相同的认可和回报，员工可以根据自己的特长和兴趣，自由选择。

腾讯坚持学习目标及内容与公司业务紧密结合、注重实效，积极探索更具多样化、场景化的学习方式并不断推陈出新。公司针对不同专业类别、不同职业发展等级的员工，设置配套的能力要素及相应的职业培训，帮助员工尽快达到能力要求，实现发展目标。

6.2.1 腾讯学院

从2007年成立腾讯学院至今，学院始终以“成为互联网行业最受尊敬的企业大学”为愿景，通过开展各类学习课程与培训，为员工源源不断输送成长所需营养，成为腾讯员工的成长顾问和精神导师。

在腾讯，每一个新员工都需要先经历为期10天的封闭式培训，可以获得从开发、到设计、再到用户体验管理的全过程学习体验。从“腾讯达人”的新人培训进阶到“新攀登”、“飞跃计划”、“海量系列”等职业培训，再到提升领导力的“育龙”、“潜龙”、“飞龙”项目，腾讯学院为员工提供了近300门面授通用课程和数十个针对不同人群的培养项目，内容涵盖职场各个阶段的能力提升。其中“飞龙计划”荣获2015年度ATD“卓越实践奖”。

截至2016年底，公司级面授课达605门，其中90%以上为内部自主开发课程，可满足公司各层级员工学习需求。公司级讲师人数1133人，网络课3804门，移动端微课数量488门，2016年共计196430人次学习网课，学习人数达31048，在线学习覆盖率95%。

为开拓员工思维、拓宽员工眼界、培养员工跨界学习能力，腾讯学院还邀请了众多各行各业的专家为腾讯员工授课。截至2016年底，腾讯学院邀请各行各业“大牛”来腾讯开课的名家之声项目已有近50期。



知名作家虹影老师在腾讯学院分享写作体会

6.2.2 “大师兄”来讲课

张志东（Tony）是腾讯的联合创始人之一，2014年，他辞任腾讯公司管理层和董事会的工作，成为腾讯学院的培训讲师，致力于传承公司技术理念和文化理念。在腾讯学院任职期间，Tony一直以平易近人的态度和员工分享他在产品领域、技术领域的心得，并引导员工如何站在客户的角度、社会的角度思考问题。正是由于他和蔼的态度、明晰的逻辑和直言不讳的个性，腾讯人都亲切的称他为“大师兄”。2016年，“大师兄”的一次分享《克制的力量》以鲜活的案例、缜密的逻辑教导员工如何才能真正做到以用户价值为依归，引导员工“不忘初心，方得始终”。

高手在民间

“高手在民间”是在腾讯内征集或挖掘某个领域“大神”员工做讲座和分享，这类分享不在培训课表里，更多是大家自发的主题分享。如产生好的分享内容，学院整理成文字后，会在腾讯学院的微信公众平台上，甚至在腾讯公司的内刊上发表，从而让更多的员工学习并参与进来。有位“超人妈妈”还将自己的讲课内容出了本畅销书《Excel高手捷径：一招鲜，吃遍天》，上市第三天就在当当网计算机新书热榜近24小时销量排名第一。

“克制是一种美好、一种力量，做产品也是一样。好产品如能坚持克制，可以走的更远，也会有更好的商业回报。秉持利用互联网帮助人们解决一个生活中不爽的问题，让生活更好，这才是一个产品人的信仰。”

——腾讯终身荣誉顾问、腾讯学院荣誉院长 张志东



6.3 腾讯文化：包容与高压共存

2016年，腾讯组织员工拍摄了腾讯首部记录互联网生活的电影——《@互联网人》，由互联网人和90后团队共同打造，90%的演员来自腾讯。在这部电影里，有你想了解的腾讯和腾讯人，有他们在关键时刻的共进、合作、无畏无惧、一往无前，也有他们在讨论产品时的各抒己见、据理力争。在这里，每一个腾讯人的身上都折射出腾讯价值观“正直、合作、进取、创新”的那道微光。



6.3.1 弘扬包容文化，支持员工自由成长

腾讯有什么不同？对员工来说，最大的不同当属多元化的包容文化。腾讯充分尊重员工的不同特点，接受不同，并庆祝差异。通过提供试错的平台、创造共融的环境促使包括LGBT群体和残障人群在内所有员工都能完全释放自己的潜能，激发创意、促进创新。

“腾讯认为，好的团队应该允许争吵和不同意见，团队成员之间在相互信任和包容的基础上，通过切磋、PK、沟通，可以相互取长补短，获得更快速的成长。”

——“大师兄”张志东

腾讯支持员工试错，鼓励员工独立思考。员工有任何创新想法，都可以和负责人沟通，只要有一定的成功率，公司都会给员工配置所需的一切资源，帮助员工将创新想法落地。

“在腾讯让我觉得倍感幸运，像我这样的，工作基本没有任何影响，这个公司的包容程度真是让人舒服和喜欢啊！”

——鹏飞姐



黑风衣，红指甲，大长腿，小烟熏。曾拿下腾讯内部“最美Q妹”美名，长发飘飘走路带风的她，和众多爱好格子衬衫、工装裤、夹脚拖的IT程序员有一个最大的共同点：性别男。他外表张扬，是LGBT和异装爱好者两个群体的典型；他内秀于心，先后拿下腾讯S级员工和优秀讲师称号，是“骨灰级”游戏《QQ飞车》的资深UI设计师。2015年，时值QQ空间10周年，鹏飞姐与张靓颖等明星出现在QQ空间10周年的宣传海报上，这让鹏飞姐受宠若惊。“I'm not the same！”这是鹏飞姐对自己的定义，也是腾讯成千上万的有趣、有才华、有态度的年轻人中的一个缩影。

6.3.2 坚持正直价值观，严惩“高压线”触犯者

腾讯倡导正直的价值观，希望员工以正直的理念做人、做事。为将正直理念扎根于腾讯人心中、融入腾讯人血液，确保腾讯人“知、言、行”的高度统一，腾讯发布《阳光行为准则》，明确内部各类违规行为的管理措施，最为严重的违规行为将被视为触碰“高压线”。

“管理上最大的问题是反腐，我们还是看到公司内发生了一些痛心的事情，一些同事犯了不可挽回的错。希望所有的同事要坚守底线，和我们的内审内控团队共同努力，尽可能净化公司内部的生态健康。”

——马化腾在腾讯2016年员工大会上的讲话

遵守《腾讯阳光行为准则》、远离“高压线”是腾讯对每个员工的基本要求，也是腾讯人的一门必修课。

高压线包括如下内容：

- ❌ 弄虚作假行为；
- ❌ 收受贿赂行为；
- ❌ 泄漏机密行为；
- ❌ 不当竞争行为；
- ❌ 利益冲突行为；
- ❌ 其他违纪行为。

“高压线”作为腾讯文化的重要组成部分，是腾讯文化和价值观所不能容忍的行为界线，员工个人行为一旦触及此界线，一律开除，永不录用。通过《阳光行为准则》，腾讯在公司内部营造了正直、阳光、瑞雪的氛围，帮助员工成为更好的自己。



“希望所有同事都能认真学习《阳光行为准则》，清晰了解违规的代价。‘高压线’，这么多年来我们一直在不断强调，但还是有同事明目张胆触犯，严重的甚至可以用触目惊心来形容，公司对此坚决‘零容忍’。现在公司不仅对违规行为要加强宣讲，对于触犯高压线的同事处理也将更加严格，对内对外公司会进行曝光，不怕扬‘家丑’。特别要求管理干部们能以身作则，营造‘正直’的团队氛围。希望大家能珍爱自己的职业口碑，坚守‘正直’，与公司一同健康成长。”

——马化腾

6.4 缤纷活动：平衡员工工作与生活

腾讯注重平衡员工的工作和生活，开展别具一格的腾讯文化日、暖心有爱家属开放日、场面宏大的圣诞晚会等缤纷多彩的文娱活动，帮助员工缓解工作压力，丰富员工业余生活，满足员工精神文化需求。



2015年12月24日晚，时值腾讯一年一度的圣诞晚会，舞台惊现亚洲身价最高男子天团“TXBOYS”！原来腾讯总办团队马化腾、刘炽平、张小龙等化身“TXBOYS”，集体献唱《青春修炼手册》，引发观众现场一度失控，尖叫声分贝达到100！腾讯人在一片欢腾、愉悦的气氛中，共同迎接圣诞节的到来。



腾讯文化日

每年腾讯的生日（11月11日），所有腾讯人都会穿着由自己同事设计的充满腾讯特色的文化衫，共同度过盛会般的一天。通过文化日活动，增强了员工之间的凝聚力，形成了团结友爱、积极向上的良好氛围。

开年“派利是”

利是即是红包，是“大吉大利、好运连连”的意思。每年的开工之日，腾讯的领导们会给每位员工“派利是”，祝福员工在新年有个好意头。

家属开放日

“从家到家，同样温暖”。腾讯的发展离不开辛勤付出的员工，也离不开默默支持的家属。每年7月，腾讯通过举办家属开放日，在衷心感谢家属的同时也让家属更理解、支持员工的工作。2015年，腾讯举办了主题为“我们伐木累”的家属开放日活动，结合“互联网家”的概念，让家属在欢快的氛围中，充分感受互联网家的便利。

07

社会和环境：连接美好世界

企业越大、责任越大。腾讯不仅致力于提升一个企业的长期价值，更发挥自身互联网平台、技术、资源等方面的优势，投身社会事业和环境保护领域，用实际行动回馈社会，助力建设更绿色、更健康、更和谐的社会，让更多的人享受到生活的美好与快乐。



Society & Environment

7.1 互联网+ 社会，高效连接惠民服务

截止2016年12月，基于人脸识别，退休老人可在140秒内完成远程身份认证领取养老金；微信城市服务平台社保查询累计服务843万人次；在深圳，已经有33万人使用微信医保支付，平均为患者节省46.3分钟……自“互联网+”行动实行以来，腾讯开放四大“互联网+”基础能力，布局医疗、人社、交通等领域开放策略，一步步赋能传统行业。

“我们希望提供连接器的基础功能和组件，把服务和用户连接起来，把政府拥有的庞大数据开放出来，解决最后一公里，和用户对接起来。”

——马化腾

7.1.1 互联网+ 医疗，打破“信息孤岛”

从2015年开始，腾讯针对就医难这一重大民生问题，以“互联网+慢病管理”为切入点，探索提升医疗效率和信息流转的方式，把患者、医生、医院间的“信息孤岛”连成一片陆地，使患者受益的同时带动整个医疗行业发展。

“糖大夫”贵州试点

2015年5月，腾讯与贵州省卫计委、贵州百灵共同打造贵州省糖尿病防控信息中心，并推出智能医疗设备——“糖大夫”血糖仪，探索建立一个以大数据信息化为基础的分级诊疗体系，以应对贵州省糖尿病发病率高企的形势。借助这种分级诊疗模式，11名医护人员就能够为周边700多名患者提供糖尿病管理服务，并通过信息中心与乡镇医生联动组成的诊疗网络看护近800名患者。在三个月对比测试中，患者出现高血糖的次数占比下降了28.34个百分点。

“我们在一步步尝试，先从智能可穿戴设备做起，然后是医生平台部分，还会走到医疗咨询，比如会做医疗百科之类的，微信流量里面或许会出一个挂号的入口。”

——腾讯副总裁 丁珂

在“贵州模式”基础上，腾讯布局“腾爱医疗”，连接智能终端、医生平台、定位于“健康基金+医保”的互联网金融、大数据等四大方面，形成一揽子打破医院“信息孤岛”、破解“就医难”问题的解决方案。

- “糖大夫”：与“腾爱医生”连接，可同步患者血糖数据到“腾爱医生”App，便于医疗团队分析、跟进糖尿病患者的健康状况。
- 腾爱医生：医生群体的互联网服务提供商，打造医生和患者之间信息透明、可信任的管理通路，帮助医生建立品牌，发挥自身价值。
- 金融医保：引入更多金融保险合作伙伴，为患者量身定制专属医疗保险，给更多患者保障和福利。
- 健康大数据：依靠腾讯大数据的优势，着力建立和完善健康信息，尝试打破“信息孤岛”的难题。



7.1.2 互联网+ 人社，打通服务群众“最后一公里”

为落实人力资源社会保障部《“互联网+人社”2020行动计划》，2016年11月30日，腾讯举办“互联网+人社”峰会并发布《“互联网+人社”发展白皮书》，提供以人脸识别、移动支付、大数据分析等技术实现的互联网+人社“轻量化”解决方案。腾讯加快人社服务从线下向移动端转移，集合散落的政务民生数据，为人社机关、第三方机构以及市民提供高效连接，让服务变得更加简单、便捷。

“互联网+人社既是一个产业风口，也是一种社会责任。腾讯愿意与人社部门、各界合作伙伴一起，共建、共享、共赢，建立开放的互联网+人社生态。”

——腾讯副总裁 王波

- 用户触达能力：腾讯开放的社交平台是连接用户与人社服务的重要基础，截止2016年12月，微信和手机QQ活跃用户量均超过8亿。
- 产品能力：腾讯构建了实名认证、人脸识别等解决方案，并已在电子社保卡、医保支付等场景中实现应用，为人社工作带来创新动力。
- 技术能力：腾讯在云计算、LBS位置服务、支付、安全四大基础技术方面具有核心能力，满足人社服务涉及个人身份信息、账户信息、资金安全等因素对安全提出的极高要求。

腾讯微信医保支付实现从挂号、问诊到缴费，全流程移动就医体验。简化就医流程，打破了只能线下刷医保卡进行医保支付结算的现状，将传统的7步医保就医缩减至4步，有效解决“三长一短”中挂号排队长、缴费排队长问题。目前，在深圳市已有33万市民使用过医保微信支付，省去线下医保挂号、挂号缴费和门诊缴费的3次排队步骤，平均每人节省46.3分钟。

腾讯优图人脸识别技术可在养老金领取、公务员考试、电子社保卡办理等众多人社身份认证场景使用，助推“互联网+”在人社领域的全面落地。退休老人可在线上上传身份证照片、人脸识别验证，140秒内独立完成远程身份认证，取代传统线下窗口按手印获取养老金领取资格的业务模式，为行动不便、移居外地的老人带来极大的便利。

7.1.3 互联网+ 警务，为民众提供安全保护

传统警务工作存在服务方式单一、信息发布滞塞、执法管理技术落后、协同管理效率低等瓶颈问题，影响警务服务效率。2016年5月26日，腾讯在首届“互联网+警务”峰会上发布七大解决方案，通过微信城市服务、腾讯云、位置大数据开放平台等全面丰富的“互联网+警务”支持产品，帮助警务部门打破时间、办公场地、人力数量及繁琐流程的限制，建立起24小时的“互联网+警务”服务平台和“以人为核心”的全新服务模式。

腾讯已经与公安部交管局、公安部出入境管理局以及20多个省市展开深入合作，进一步挖掘警民需求，提供个性化解决方案，全面助力警务服务的模式升级。

“互联网+警务”七大解决方案



2016年4月28日，深圳交警推出微信红包奖励交通违法行为举报，深圳市民只需利用微信随手拍功能，就可参与举报交通违法行为。举报成功且审核通过后，深圳交警将会给市民发送微信红包，以资奖励。交通违法行为举报领奖实现足不出户、一键搞定，不但有利于提高举报线索质量，还充分调动群众积极性。项目上线仅一周，深圳警方就向举报者发放76700元红包奖金，通过微信的举报量较之前增长471%。



7.1.4 互联网 + 乡村，连接为乡村

2015年8月，致力于乡村移动互联网能力建设的腾讯“为村”开放平台面向全国发布，以“互联网+乡村”的模式发现乡村价值，为乡村连接情感，连接信息，连接财富。在“为村”平台上，我们每天都能看到让人惊喜的新乡村故事。通过“为村三式”（咱村自己的微信公众服务号、为村课堂、为村资源平台），引导乡村基层管理者和乡建领导者跨越数字鸿沟，帮助乡村展开基层社会治理，推动便民服务、智慧村务、电子商务的可持续发展。



连接信息

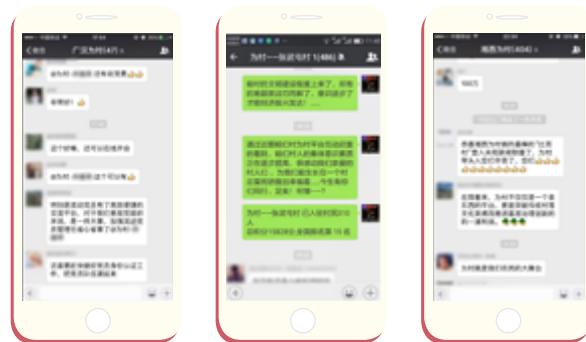
2016年，湘西土家族苗族自治州龙山县的里耶古镇发生洪灾，村民们迅速在“为村”平台上发起救灾接力行动，通过网络实时共享各村灾情，为受灾严重的村户募捐并提供救助。村里老龚家的饭店刚好处于高地，便发帖广而告之，开门迎客，让村民们免费到店里吃上热饭。一条条带着温度的救灾帖，传递了宝贵的时效信息，更连接了人心。

连接财富

一群热心的年轻人，让湘西土家族苗族自治州龙山县的比耳村从贫困线下逆袭成了屡登新闻头条的示范村。他们把“为村”带进闭塞村寨，带领全村合力打造比耳脐橙品牌。如今，村民们掏出手机，就能向百公里外的专家请教农技，动动手指就把橙子卖往全国各地。村里的脐橙大户老石，2016年的收入甚至突破百万。春日里，比耳村漫山遍野橙花飘香，连上互联网后，为扶贫栽下的橙树，终于长成真正的“招财树”。

连接情感

甘肃省陇南康县的冯家峡曾是个荒蛮山村，民风彪悍，坐拥得天独厚的风景，却一直无缘“美丽乡村”评选。自从村里建起微信群，开通村庄专属“为村”平台后，村民们交流多了，慢慢团结在一起整顿村务，改变村庄旧时面貌。连村里平日备受排挤的懒汉，也在“为村”群里被挖掘出埋没已久的才华，用手机K歌，凭借一把好歌喉当上“大院歌王”，还得缘娶上了贵州好媳妇！



“腾讯做的是‘连接’，互联网在乡村不仅仅可以有电商，还有更大的想象空间。当互联网与乡村连接，搭建的将是一套生态系统，在连接中，让被连接者自己创造出无限可能。”

——为村项目设计者 陈圆圆

曾经，大批青壮年离乡打工，惟剩老人儿童留守，乡村逐渐凋敝，与世界“失连”。互联网大潮推动着城市高速发展，也加剧了城乡间的社会撕裂。而腾讯“为村”正在为乡村提供一条连接世界的通道，引导乡村基层管理者和乡建领导者成为连接者，带领村民跨越这道横亘于城乡之间的“数字鸿沟”。

截止至2016年12月31日，全国已有2642个村庄申请加入为村，其中642个已通过初步申请，246个已建立起本村村庄公众号，102个完成功能开发并上线，认证村名逾万人。

越来越多的中国村庄加入“互联网+乡村”的变革中来，通过互联网工具开展智慧村务，通过公平贸易平台实现乡村经济可持续发展，通过社区营造手段重新凝聚村庄力量。

未来，为村将持续关注乡村“失连”问题，努力架设资源连接平台，用城市文化的善意输入，推动乡村价值的有效输出，让乡村不再“失连”。



7.2 绿色运营，践行环境责任

腾讯上海青浦数据中心三联供能源站项目，采用燃气分布式能源系统，约40%燃气能量直接转化为高品位电能，再利用发电余热（烟气、冷却水）进行制冷，实现了能源的梯级利用，能源综合利用效率达79.4%。项目运行后，预计十年可节省标煤3.47万吨，减少排放二氧化碳约23.3万吨、二氧化硫约4660吨、氮氧化物约790吨，显著减轻日益严重的环保压力。

7.2.1 节能减排，腾讯的绿色誓言

腾讯贯彻“绿色、节能、环保”理念，加大对低耗数据中心的研发和投入，持续推动办公场所节能改造。

腾讯滨海大厦节能改造

通过大厦用能精细化管理、空调精调试等一系列节能改造，腾讯滨海大厦全年节能率达7.7%，节电量133.3万千瓦时，折合减排二氧化碳1264.9吨。此外，通过文印优化年节省纸张约60万张，节省率近6%，使300棵大树（直径0.2m，高1.5m）免遭砍伐，减少98吨的碳排放；建设中央循环直饮水系统逐步代替桶装水，减少桶装水细菌滋生和过期余水浪费，减少塑料包装，同时节约大量的水运输能耗碳排放。

腾讯T-block数据中心

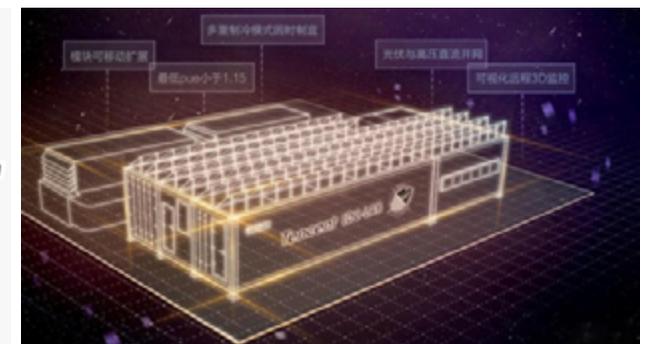
2016年5月，腾讯西部实验室初探第四代数据中心产品，腾讯T-block应运而生。整体项目完全按照模块化设计建设，在绿色节能、模块化、智能化方面实现了技术突破和创新。2016年11月，腾讯T-block凭借出色的能效表现，获得目前中国数据中心行业最具影响力的奖项——2016数据中心年度能效奖。



扫一扫
看腾讯数据中心的绿色之路

- 积木理念，实现全新的建设方式。T-block采用预制化的集装箱解决方案，建设周期较传统方式缩短80%以上，大大缩短建设周期、减少因某一环节出问题而要抛弃整个项目的浪费现象，还可实现自有拼接、移动部署，成为一座可移动的绿色节能数据中心。
- 高效节能，降低系统能耗。2016年4月26日，工信部电信研究院对腾讯T-block进行24小时不间断带载测试，测得日电度PUE=1.0955，相比于现阶段国内主流数据中心（PUE=1.6）节能30%以上。对于10万台服务器的数据中心园区，每个腾讯数据中心十年将节省近十亿千瓦时电力消耗，相当于节省近4亿千克标准煤，同时减少排放近10亿千克二氧化碳。
- 绿色新能源，打造环境友好型数据中心。T-block除了采用高压直流供电，还加入了离网光伏供电，实现两者无缝切换。T-block数据中心屋面上配置光伏，当日照辐射在800w/㎡时，光伏供电即可满足对应负载的100%电力需求，满足最核心业务的超高可靠性需求。

从第一代传统工艺的厂房改建，到第二代运用多种节能方案自建园区、第三代TMD+模块化数据中心，再到第四代T-block可移动、产品化数据中心，腾讯始终在构建建设绿色节能、高效的数据中心的道路上不断努力。



7.2.2 技术支持，“互联网+清洁能源”融合发展

发展核电等清洁能源是国家可持续发展的重要战略，腾讯利用自身在平台、资源、技术等领域的优势，为“互联网+清洁能源”提供解决方案，助力清洁能源快速发展。



2016年4月13日，腾讯与中广核签署《互联网+清洁能源战略合作框架协议》，标志着国内首个“互联网+清洁能源”项目全面落地。腾讯云将协助中广核构建符合国家信息安全要求的混合云、全球协同通信，与中广核共同成立“互联网+清洁能源”创新应用实验室，完成互联网节能和安全监控管理等方面的业务创新，助力中广核进行智慧健康和电子商务等方面的信息化应用，构建完整的能源建设、生产、传输、消费生态体系。

7.2.3 倡导环保，关爱生态保护和可持续发展

腾讯将生态保护理念融入产品运营中，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。

企鹅爱地球，打击非法野生动物贸易

在过去的半个多世纪，因为盗猎与屠杀猖獗，地球上的生物种类正在以相当于正常水平1000倍的速度消失，目前全世界约有3.4万种植物和5200多种动物濒临灭绝。而互联网的快速发展也为非法野生动物贸易隐藏罪恶、降低犯罪成本带来便捷。

腾讯坚决向网络非法野生动物贸易说“不”。

2015年5月22日国际生物多样性日腾讯携手多家国际公益组织发起“企鹅爱地球”公益活动，探索保护濒危物种的创新方式。“企鹅爱地球”通过技术手段跟踪掌握野生动物非法贸易链条在网络平台的交易模式，并根据公益组织和广大用户提供的精准举报信息，在微信、QQ等社交



违规不良信息，进行专项打击和定向清理，实现线上线下的协同配合，有效遏制网络非法野生动物制品交易行为的蔓延。

截至2016年5月，腾讯处理了1000多个售卖非法野生动物制品的帐号，清理相关违法违规信息15万余条，向执法机关移交案件线索50余条，协助破获一起特大野生动物非法贸易案件，涉案金额2400多万，是全国森林公安系统侦破的涉案数额最大、价值最高的一宗非法贩卖象牙制品案件。



“清理+”行动，助力环境改善和治理

2015年7月，腾讯电脑管家和手机管家首次上线“清理+”功能，尝试环保公益新玩法。用户通过使用管家清理系统垃圾支持三江源5万平方公里的水源地净化。活动吸引大量网民关注参与，当期活动获得超过1200万次爱心扫帚捐赠。截至2016年7月，“清理+”三江源行动累计完成980平方公里水源地净化。

2016年6月5日世界环境日，腾讯“清理+”公益平台正式成为腾讯电脑管家和手机管家的常驻功能。同时，腾讯安全联合阿拉善SEE基金会共同推出第二期“清理+SEE一亿棵梭梭”行动，计划在内蒙古阿拉善关键生态区域种植一亿棵梭梭，恢复200万亩以梭梭为主体的荒漠植被，修复阿拉善绿色生态屏障，改善生态环境。“清理+”平台激发每日过亿活跃用户的环保积极性，让阿拉善地区的荒漠化治理获得更广泛的社会关注。



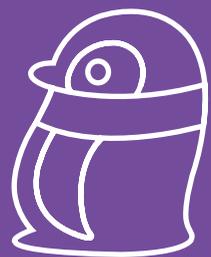
借助腾讯产品背后大批具有社会责任感的用户，一系列参与便捷、效果显著的生态保护活动正以点带面向社会不断传递和渗透环保理念，强化人们对环境问题的关注，提升大众可持续发展意识。

08

腾讯：不懈地改善人类生活

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。过去两年，互联网变化越来越快：社会组织之间合作更加便利；获取信息、知识的成本更加低廉；不同领域之间的合作更加密切。无论是过去、现在，还是将来，腾讯都将一如既往地以用户价值为依归，努力从变化中发现和解决社会问题。

不懈地改善人类生活，我们还在路上。



Constantly Improve
The Human Life

8.1 责任反思，腾讯能不能

互联网技术的蓬勃发展，给人们的生活和工作带来了极大地便利，但同时也对社会发展造成巨大挑战。信息过载、人际关系疏离、社群鸿沟增大等系列问题引发了对人际、人情、人性关注的思考。

十八年来，腾讯在运用自身核心能力改变互联网行业的同时，也在思考科技突变之于社会、于人的非积极影响。在跨入成年之际，腾讯反复追问自己：

- 腾讯能不能，让有价值的信息传递更高效？
- 腾讯能不能，让社交网络更有温度？
- 腾讯能不能，让社会资源配置更迅捷？
- 腾讯能不能，让社群鸿沟更加弥合？



人类历史总是在不断地解决问题、产生问题、解决问题循环中前进。人类永远不会恐惧新的问题而放弃探索，腾讯亦如此。解决当前存在的问题，正是激励腾讯前进的方向。

腾讯能不能，这是腾讯对自己的追问，也是社会对腾讯的期许，更是腾讯未来的责任。不断探索，方见未来。

8.2 未来“AI+”，智能改变世界

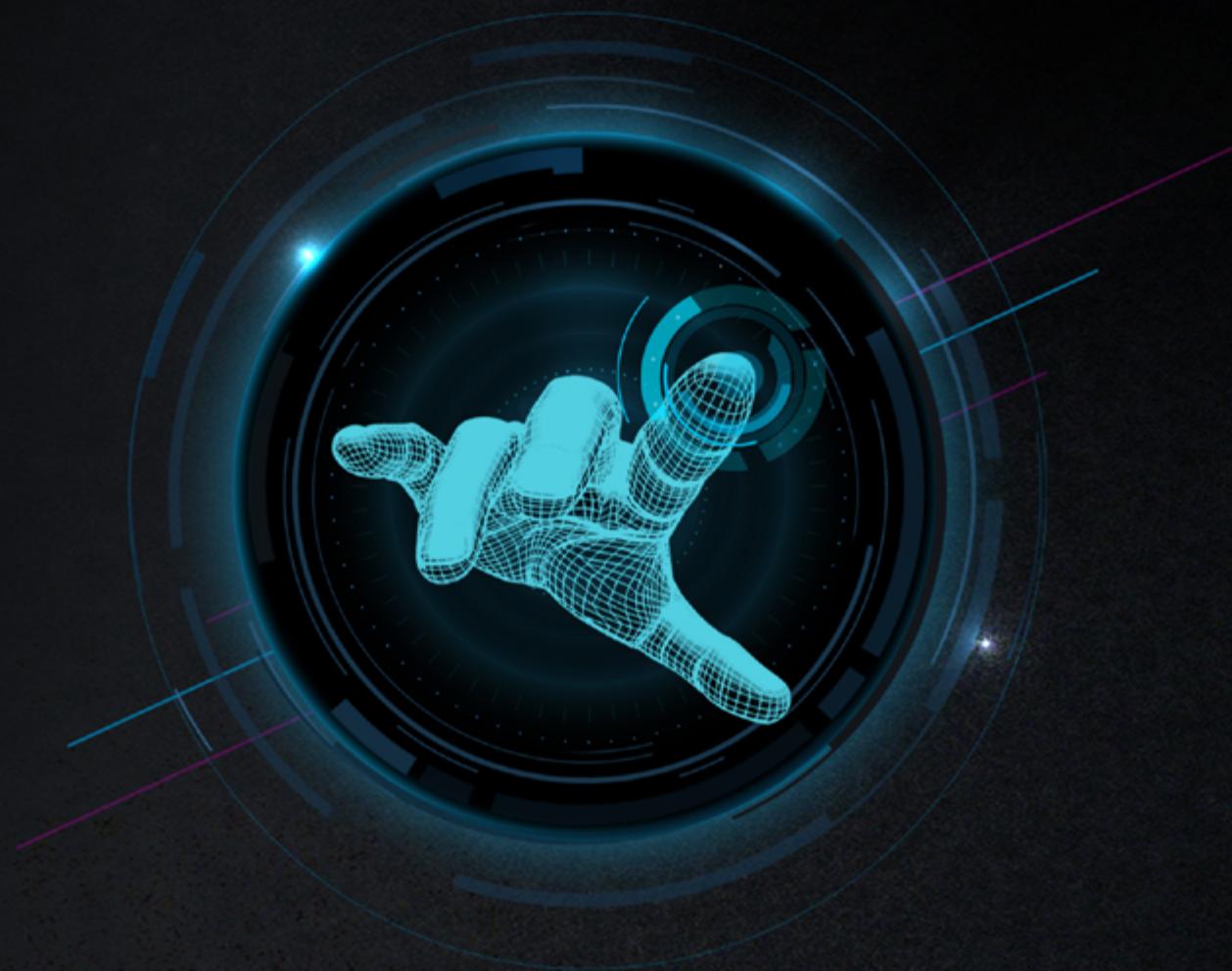
“AI(人工智能)、VR(虚拟现实)、AR(增强现实)等一系列新技术正逐渐成熟。腾讯和很多合作伙伴一样在关注，‘AI+’会不会成为下一代生态基础设施，为全球各行各业带来的智能化变革？”

——马化腾

腾讯现在很多产品是为了满足人的大脑，比如信息、娱乐、社交等。腾讯未来考虑更多的是，如何让人类生活得更健康快乐，不仅身体更健康，而且活在一个更健康的生态系统中，包括水、空气、食物、气候、星球。基于腾讯的连接生态，腾讯是帮助人类应对现有挑战的一个很好的平台，只要有益于人类生活的技术，就有可能与腾讯合作，如人机交互技术、神经科学等等，通过腾讯对用户了解与技术进行深度对接，用技术改善人类生活，给这个世界带来更大的改变。

“腾讯的目光应该超越传统互联网，投向更未知和更前沿的核心技术领域，它在未来10年的使命应当是‘用技术改善整个人类的生活状态’。”

——腾讯首席探索官 网大为



Artificial Intelligence

未来“AI+”，智能改变世界

Tencent 腾讯

ESG 指标索引

指标内容		企业表现	
环境范畴			
层面 A1: 排放物			
一般披露项	有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的：(a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的数据。	办公大楼所采取的节能措施 为了减低公司深圳总部的能源消耗，我们已优化空调系统，将楼宇自动化系统升级，并且安装了具备新功能的设备，以获得更佳的效益。这些优化项目已使我们能高效地减低空调系统及整幢大厦的能源消耗，以及削减公司的二氧化碳排放。此节能项目已获中国建筑科学研究鉴定，并经深圳当局认可。我们是首批获中国住房和城乡建设部给予补助金以表彰我们的节能成果的企业之一。该项目不仅为本公司的其他办公大楼，还为深圳市其他办公大楼树立了良好的典范。 我们积极地参与深圳市新办公大楼的设计工作，并且已在有关过程中考虑了节能的因素。	
关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	/	
关键绩效指标 A1.2	温室气体总排放量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	/	
关键绩效指标 A1.3	所产生有害废弃物总量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	/	
关键绩效指标 A1.4	所产生无害废弃物总量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	/	
关键绩效指标 A1.5	描述减排排放量的措施及所得成果。	T-block 西部实验室属第四代数据中心，为本公司最创新的实验室。该实验室已采用：(i) 光伏电 + 高压直流 (HVDC) 技术作电气设计，提供清洁、有效的能源来源；(ii) 间接蒸发冷却机组，用来冷却整个模块；和 (iii) 机器学习自动系统，监察有关机房的能源水平并将电力使用效率 (电力使用愈有效，有关指数便愈低) 减至最低。此等技术大大提升数据中心的能源效益。例如，T-block 西部实验室现时仅需要以前所需能源的 70%，便能够维持相同效能。	
关键绩效指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法、减低产生量的措施及所得成果。	我们已在深圳总部安装了一个直接饮用水系统，以取代瓶装水。这样既可减少塑料包装材料的使用，又可间接降低因交付运输瓶装水所产生的二氧化碳排放。而且，此项有效节能措施日后将会在我们位于中国其他城市的办公场所内实施。	
层面 A2: 资源使用			
一般披露项	有效使用资源 (包括能源，水及其他原材料) 的政策。	在上海市青浦区的冷热电联供 (CCHP) 项目中，我们已兴建了一个配电站，该配电站使用天然气发电机及烟气热水型溴化锂机组作为该数据中心所需的供电、供冷能力的核心组成部分。天然气配电系统促成能源分级利用。我们使用高质量、高效益的天然气，以产出高质量的电力。发电所产生的蒸汽和冷凝水再用作冷却用途。整体能源利用率可增加最高约 80%。 至于青浦区数据中心，我们拥有中国数据中心业内所使用的其中一个最大光伏电网，提供 100% 清洁能源。在该项目第一期，我们已建造了 3,000 平方米的光伏电网，每年生产电力 3 亿瓦时及减少二氧化碳排放 200 吨。此外，屋顶上的太阳能电池板可隔热，因此有助于在夏季节约能源。	
关键绩效指标 A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源 (如电、气或油) 总耗量 (以千瓦时计算) 及密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	/	
关键绩效指标 A2.2	总耗水量及密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	/	
关键绩效指标 A2.3	描述能源使用效益计划及所得成果。	/	
关键绩效指标 A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及提升用水效益计划及所得成果。	/	
关键绩效指标 A2.5	制成品所用包装材料的总量 (以吨计算) 及 (如适用) 每生产单位占量。	不适用	
层面 A3: 环境及天然资源			
一般披露项	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	不适用	
关键绩效指标 A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	/	

社会范畴		
层面 B1: 雇佣		
一般披露项	有关薪酬及解雇，招聘及晋升，工作时数，假期，平等机会，多元化，反歧视以及其他待遇及福利的： (一) 政策； (二) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	<p>平等机会及多元化</p> <p>截至 2016 年 12 月 31 日，我们的全职员工有 38,775 人。我们的雇用常规符合适用法律及法规 (包括但不限于禁止童工及强制劳工的法律及法规)，且我们不会基于性别、种族、人种、残疾、年龄、宗教信仰、性取向或家庭状况等理由而歧视任何人。多元化在我们的企业文化中得到有力支持。</p> <p>薪酬</p> <p>我们提供具竞争力的薪酬和员工福利以吸引及留住人才。报酬与花红制度以绩效为本，旨在奖励表现优秀且潜力巨大的员工。</p> <p>福利</p> <p>基本福利制度是依据相关法律、法规和市场惯例而设立及维持的。另外，我们增设了若干特别福利以激励员工及推进我们的策略。</p> <p>在智联招聘 (zhaopin.com) 与北京大学中国社会科学调查中心共同进行的调查中，我们自 2012 年起连续五年被选为中国最佳雇主之一。我们关注员工的幸福。例如，我们给予各种员工福利，为员工庆祝特别时刻 (例如：入职周年、结婚和庆祝活动)。我们力求为员工带来工作生活平衡，营造安全舒适的工作环境。员工可灵活地为自身及其家庭选取最合适的保险计划。</p> <p>晋升</p> <p>员工可以在其中期及年终绩效评估中提出升职申请，前提是他们符合有关服务年期和绩效的要求。视乎工作服务范畴，将由不同的内部委员会负责评估及审查有关升职事宜。升职考核过程公平、公开—目前设有正式渠道供员工提出及收取反馈意见。升职考核是根据适用法律及法规进行的。</p> <p>员工离职</p> <p>我们重视与员工之间的关系，并且严格根据适用法律及法规处理员工的离职事宜 (不论辞职或解雇)。</p> <p>工作生活平衡</p> <p>我们已实施了各项措施 (如弹性时间安排及公益假等)，帮助员工达成良好的工作生活平衡。休假计划让员工可以享有高出法定标准的年假、全薪病假、半薪事假及全薪春节特别假。</p>
关键绩效指标 B1.1	按性别，雇佣类型，年龄组别及地区划分的雇员总数。	/
关键绩效指标 B1.2	按性别，年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	/
层面 B2: 健康与安全		
一般披露项	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (一) 政策； (二) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	我们在国内对社会保险的供款符合适用法律及法规，并且为员工及其家庭提供各种辅助保险福利 (包括医疗保险、危疾保险、意外保险和人寿保险)。
关键绩效指标 B2.1	因工作关系而死亡的人数及比率	/
关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。	/
关键绩效指标 B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	我们努力为员工提供安全及舒适的工作环境。公司目前均有完备的保安与消防系统及食品安全监测系统。 我们设有指定的团队，专门负责员工的身心健康。我们为员工安排年度医疗检查，并不时举办健康讲座、健身班、现场医疗咨询，以及面对面及电话辅导服务。
层面 B3: 发展与培训		
一般披露项	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。	我们设有完备的绩效管理制度。各员工的上级主管每六个月对员工进行绩效考核，而员工需于每次考核完毕后与其上级主管一起制定绩效目标。我们鼓励上级主管不时向各员工给予具建设性的反馈意见，有助其个人成长。 由于员工是我们其中一项最重要的资产，所以我们一直对员工发展与培训投放大量资源。2007 年，我们成立了自身的企业大学“腾讯学院”。2016 年全年，每名员工的平均内部培训时数为 26.1 小时，而员工所完成的网上培训课程总数为 157,753 个。腾讯学院为员工职业生涯的每个阶段提供不同的培训课程，包括入职、在职培训及领导力培训。此外，腾讯学院设立了网上学习平台和移动学习制度，使员工随时随地均可学习。

关键绩效指标 B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层，中级管理层等）划分的受训雇员百分比。	/
关键绩效指标 B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	/
层面 B4: 劳工准则		
一般披露项	有关防止童工或强制劳工的： (一) 政策； (二) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	我们的雇用常规符合适用法律及法规，包括但不限于禁止童工及强制劳工的法律及法规。
关键绩效指标 B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	无此情况
关键绩效指标 B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	无此情况
层面 B5: 供应链管理		
一般披露项	管理供应链的环境及社会风险政策。	<p>我们的供应链管理计划对于管理我们的采购员工与业务合作伙伴之间的关系所涉及的道德风险极其重视。并且，该计划着重培育该等有份参与采购的员工，使其可认识及降低固有风险。</p> <p>为了提高员工的社会责任意识，我们已制定了一套行为守则，而该等从事采购活动的员工必须遵守。为使道德风险减至最低，该等员工也需书面申报其可能与我们的供货商之间存在的任何关系。</p> <p>在供货商聘用的过程中，潜在供货商需对其在（其中包括）环境保护、社会责任，以及健康与工作安全等方面的承诺进行自我评估（“自我评估”）。同时，获我们正式聘用的供货商也需要在其与本集团进行业务往来时，同意有关反商业贿赂的声明与承诺（“反商业贿赂声明”）中所载的条款。</p> <p>截至 2016 年 12 月 31 日止年度内，所有获正式聘用的供货商均已完成自我评估及签署反商业贿赂声明。我们并不知悉本公司的任何供货商参与商业贿赂行为，或者因有关环境及社会责任的事宜而受到重大不利影响。</p>
关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。	/
关键绩效指标 B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目，以及有关惯例的执行及监察方法。	/
层面 B6: 产品责任		
一般披露项	<p>有关所提供产品和服务的健康与安全，广告，标签及隐私事宜以及补救方法的：</p> <p>(一) 政策；</p> <p>(二) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。</p>	<p>网络游戏业务是我们其中一项重要的业务。我们需要遵守中国网络游戏的法律、法规和政策规定。</p> <p>负责监管网络游戏业务的中国政府机关包括：(i) 文化部；(ii) 国家新闻出版广电总局；(iii) 工业和信息化部；及 (iv) 国家工商行政管理总局。</p> <p>与网络游戏有关的法律、法规和政策主要包括：(i) 国务院颁布的《中华人民共和国互联网信息服务管理办法》；(ii) 国家新闻出版广电总局及工业和信息化部颁布的《网络出版服务管理规定》；及 (iii) 文化部颁布的《互联网文化管理暂行规定》和《网络游戏管理暂行办法》。制定该等法律的目的包括对网络游戏经营实体的资质进行监管，对网络游戏的内容实施监管，对网络游戏用户及青少年身心健康的保护，以及用户个人资料的隐私保护。</p> <p>我们一直积极实施各项措施，确保符合有关法律、法规及政策。例如，我们已经取得有关经营网络游戏的相关资格证书，例如：《电信业务经营许可证》、《网络出版服务许可证》及《网络文化经营许可证》。为了保障网络游戏用户及青少年的身心健康，我们已根据中国的监管规定实行了实名制和防沉迷系统，并通过各种渠道加强了推广健康游戏和防沉迷信息。</p>
关键绩效指标 B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	/
关键绩效指标 B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	/
关键绩效指标 B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	<p>我们是一家以科技为导向的企业，强调遵守及保护 IP 的重要性。我们已设立了一个专门的 IP 团队，于截至 2016 年 12 月 31 日止约有 80 名员工，负责涉及商标、专利、版权、域名和其他 IP 的法律事宜的日常管理工作。</p> <p>我们于早期开展了有关 IP 管理的全面计划。自该计划设立之初，我们已不断申请注册 IP。随着业务的顺利发展，我们已将全球的 IP 组合范围扩大至涵盖 100 多个国家和地区。截至 2016 年 12 月 31 日止，我们已取 10,000 多个正式注册商标和 5,000 多个已签发专利。加上我们增设的大量受版权保护的内容，我们已累积了具有相当价值的 IP 资产。我们的 IP 团队已为本公司的专利、商标和版权设立了一个全面的数据库，而我们强劲的数据分析能力使我们能以精细及高效的方式来管理及监测 IP。为了打击侵犯 IP 的行为，我们的 IP 团队亦已设立了一个全</p>

关键绩效指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	<p>方位及高效的监测与维护系统，并且已制订各项民事、刑事和行政执法措施来强制实施 IP。有关进一步详情，请参阅公司网址 (https://www.tencent.com/legal/html/zh-cn/property.html)</p> <p>我们积极参与公共事务，努力推广在互联网行业中保护 IP 的意识。作为全国信息技术标准化技术委员会、中国知识产权研究会、中国专利保护协会、万维网联合会、国际商标协会和中华商标协会的成员，我们已参与了有关对中国专利、商标及反竞争法律及法规进行立法修订的咨询工作，并已对行业标准的发展提出了意见。</p> <p>在过去十年间，我们曾多次获中国国家知识产权局颁发《中国专利金奖》，且获世界知识产权组织及中国国家工商行政管理总局共同颁发《中国商标金奖》，标志着我们对中国独立创新发展的贡献。此外，我们也曾多次获授《全国版权示范单位》的称号，认可我们在版权管理与保护方面的杰出表现。</p> <p>展望未来，我们将会继续投放大量人力物力以遵守及保护 IP。</p>
关键绩效指标 B6.5	描述消费者资料保障及隐私政策，以及相关执行及监察方法。	<p>为了支持我们全力为用户创造价值的目标（以及其他用户特定目的），我们其中一项重要使命就是保护用户数据及其他敏感信息的隐私。我们遵守所有关于隐私保护的适用法律，在考虑我们产品和服务的具体特色后，将关于隐私保护的适用法律及监管要求加载我们的内部合规政策中。</p> <p>我们在法律部门内设有一个专门的隐私小组，负责处理数据保护事宜。我们已制订具体程序以收集及处理用户数据，确保我们根据适用法律规定提供产品和服务。我们定期从隐私保护的角度来评估特定产品，并且在新产品推出前进行隐私风险评估，确保我们的产品不会受到侵犯隐私或泄漏用户数据风险的威胁。</p> <p>我们向员工提供培训，以提高其隐私保护意识和建立有关隐私保护重要性的意识。</p> <p>为确保用户了解我们保护他们的个人信息的方法并提升我们收集及处理资料的透明度，我们在有关产品的网站和应用程序内部产品中公布我们的隐私保护政策。同时，我们也提供通信渠道，可让用户递交投诉及遇有任何疑问时提出查询。</p> <p>我们积极参与关于隐私保护的行业架构的发展，并且已获 TRUSTe 给予有关 WeChat 的隐私认证。TRUSTe 是一家领先的全球数据隐私管理公司，其通过允许业务经过网站、移动、云端及广告宣传渠道安全收集及使用客户数据，从而推动在数据经济中建立信任。</p>
层面 B7: 反贪污		
一般披露项	有关防止贿赂，勒索，欺诈及洗黑钱的： (一) 政策； (二) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	<p>反贪腐</p> <p>2005 年，我们根据本集团的核心价值“正直”而正式制定阳光准则。整个集团的全体员工均需遵循和严格遵守阳光准则。阳光准则明确地禁止各类型的舞弊活动、贿赂行为，以及任何不符合适用法律及法规的其他活动。为确保我们的员工遵守阳光准则中规定的要求，全体员工均需定期完成在线学习课程，并参加介绍阳光准则的规定与规范的面对面培训课程。</p> <p>同时，为了保护与保障本集团的利益以及在本集团业务交易中维持正直的价值观，我们已采用了《反舞弊举报制度》（“该制度”），清楚向全体员工及供货商/业务合作伙伴传递关于对舞弊行为零容忍的信息。本集团鼓励所有员工及供货商/业务合作伙伴举报关于任何潜在舞弊行为。该制度载列多种举报渠道以及本集团会对该等举报的处理方法，因此，员工及供货商/业务合作伙伴可以在无需害怕遭报复或潜在报复的情况下开诚布公地举报各种违规情况。</p> <p>当收到关于涉嫌舞弊行为的举报时，由对舞弊风险管理有深入认识和舞弊调查经验丰富的专业人士组成的反舞弊调查组会被委派独立地处理有关调查。调查完毕后，被发现及证实存在舞弊行为的员工须实时被解雇，同时需根据调查发现采取相应的纠正行动。在任何舞弊活动违反任何相关法律或法规的情况下，有关个案将会被汇报给相关政府机关。</p> <p>反洗钱</p> <p>2016 年，本集团严格遵守所有适用于反洗钱及反恐怖主义融资的法律及法规，并且履行了其在反洗钱方面的社会责任和法律义务。</p>
关键绩效指标 B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	/
关键绩效指标 B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	<p>我们视金融安全为本公司业务的生命线，因此已在我们的业务发展方面实施了健全的金融犯罪管控机制。我们设有稳固的制度与措施，以侦测、阻止及防止我们的业务涉及洗黑钱和恐怖主义融资等的金融罪行。我们的保护性措施包括但不限于下列各项：</p> <p>三道防线</p> <p>第一道防线由产品小组和业务开发小组构成。风险管理小组及反洗钱小组担当第二道防线，而内部审计小组充当第三道防线。</p>

		<p>反洗钱及内部控制制度</p> <p>我们已：(i) 根据适用的反洗钱法律及法规制定了一套反洗钱政策；(ii) 实施了反洗钱监测制度；及 (iii) 建立了一个专门的反洗钱小组，全力负责合规管理、反洗钱名单筛查及可疑交易监测工作。</p> <p>其他控制措施</p> <p>我们已通过下列方式，进一步改善反洗钱合规及内部风险机制：(i) 招聘了更多反洗钱专业人士进行可疑交易审查与分析，以便提高反洗钱的有效性和专业化水平；(ii) 强化关于“认识你的客户”程序的要求；(iii) 提升整体的可疑交易监测制度及人工分析水平；(iv) 就反洗钱调查与监管机构及执法机构合作；(v) 积极参与国际上的恐怖主义及贪腐示威，从而防止洗黑钱和上游犯罪活动；以及 (vi) 进行各种形式的关于反洗钱的培训、教育和公关活动。</p>
--	--	--

层面 B8: 社区投资

一般披露项	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	<p>我们于 2007 年六月二十六日成立了腾讯公益慈善基金会（“腾讯基金会”）。腾讯基金会是一个在中国注册成立的非公募基金会，且为独立法律实体。我们致力每年向腾讯基金会捐出部分利润，以支持慈善工作，包括但不限于开发网上慈善平台、扶贫、救灾和教育发展工作。作为中国互联网企业所成立的首个慈善基金会，腾讯基金会推动“公益 2.0”的概念（即“人人公益、随手公益、微公益”）。</p> <p>2007 年 6 月，腾讯基金会利用了我们的互联网技术和网上平台，构建首个网上公开募捐平台。该平台由腾讯基金会设计、开发及营运，我们则免费提供服务器、宽带和其他技术支持服务。该平台开放给合格的慈善机构免费使用，使慈善工作在实施服务时更加便捷、顺畅和具透明度。这是应用“互联网+”概念的良好示范。</p>
--------------	---------------------------------------	---

关键绩效指标 B8.1	专注贡献范畴（如教育，环境事宜，劳工需求，健康，文化，体育）。	<p>除了经营网上慈善平台，腾讯基金会还积极参与如下领域的慈善活动：(i) 救灾；(ii) 农村开发；(iii) 教育；(iv) 生态保育与文化保存；(v) 小区发展；及 (vi) 医疗护理。</p> <p>救灾</p> <p>为应对中国以及全球近期发生的自然灾害，腾讯基金会已将我们的各类型产品（包括网上平台、实时通信、网上付款和互联网搜寻）结合起来，从而创建了一个多层面的救灾模式，协助大众追踪最新消息、参与拯救行动和作出捐献。此外，腾讯基金会曾作出各项捐献以支持拯救任务和灾后重建工作。例如，腾讯基金会于 2015 年就尼泊尔地震捐出了人民币 200 万元，并为救灾供应品支付了运输费人民币 10 万元。2016 年，腾讯基金会捐出了约人民币 400 万元以支持中国水灾的紧急拯救任务。</p> <p>农村开发</p> <p>2009 年，腾讯基金会向云南省某一慈善实验项目捐出不少于人民币 5,000 万元，通过提升农村地区的互联网渗透率，从而重新发掘乡村的价值并将村民联系起来。</p> <p>教育</p> <p>腾讯基金会多年来成立各项奖学金，推动中国、香港和其他国家的教育工作。此外，目前也有为不同教育计划而设的特定捐献。例如，腾讯基金会捐出了人民币 1 亿元以支持深圳市一所中学未来的教育改革。2013 年，腾讯基金会也设立了一个金额达人民币 100 万元的基金，于该年发生四川地震后为该地一所中学的五年发展计划提供资助。2016 年，腾讯基金会向教育相关项目捐出了合共人民币 535 万元。</p> <p>生态保育与文化保存</p> <p>腾讯基金会对环境保育与文化保存不遗余力。例如，腾讯基金会于 2015 年向四川西部自然保护基金会捐出了人民币 610 万元，并且于 2016 年向中国文物保护基金会捐出了人民币 1,250 万元以成立“长城基金”。</p> <p>社区发展</p> <p>腾讯基金会曾向慈善机构（如中国慈善会发展中心、中国金融教育发展基金会及中国慈善联合会等）给予资助。</p> <p>医疗护理</p> <p>腾讯基金会已捐出了合共约人民币 1,300 万元帮助发展中地区患病（如自闭及脑性麻痹等）的贫困儿童。例如，2016 年，腾讯基金会向爱佑慈善基金会捐出了人民币 500 万元，为重庆及乌鲁木齐的孤儿病患设立两所以儿童为主的医疗护理中心。同时，腾讯基金会也向深圳市儿童医院捐出了人民币 20 万元，为儿童病患兴建互动活动室“Vcare”。</p> <p>志愿服务</p> <p>2006 年，我们的部分员工主动创立了腾讯志愿者协会，以响应我们成为“最受尊敬的互联网企业”的企业愿景。自此，腾讯志愿者协会已作出了超过 100,000 个小时的志愿服务。我们推出了 200 多项志愿活动，每年的参与者超过 5,000 人。2016 年，腾讯志愿者协会在《广东省十大最佳志愿机构》名单中占一席位。</p>
--------------------	---------------------------------	---

		<p>腾讯志愿者协会在包括北京市、上海市、成都市和广州市在内的各个城市下设八个分部。该等分部包括扶贫、奖学金、环境保护、关怀特殊需要儿童及绿化网络。腾讯基金会与腾讯志愿者协会紧密合作，就有关项目提供资金。</p> <p>腾讯志愿者协会利用其在科技方面的专业知识来协助社区。例如，腾讯志愿者协会已设立了网上平台，在我们的营销与广告宣传资源及科技的协助下帮助搜寻失踪人士。截至本报告刊发日期止，通过我们的平台所寻回的失踪儿童有 40 多人</p>
关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	<p>4,000 多个慈善机构已加入我们的网上慈善平台，并且在各地发起了超过 20,000 个具备不同重点的慈善项目。互联网用户捐献的总人次约有 9,100 万，而募集资金的总金额超过人民币 15.7 亿元。</p> <p>截至 2016 年 12 月 31 日止，本集团及员工自腾讯基金会成立以来已分别向其捐出合共超过人民币 19 亿元和人民币 6,000 万元。于 2016 年内，本集团及员工已分别向腾讯基金会捐出人民币 5.7 亿元及人民币 1,050 万元。</p>

意见反馈表

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读本报告，为了改进报告编制工作，提升腾讯履责能力我们特别希望倾听您的意见和建议，请您不吝赐教！

1. 您对本报告的总体评价是

好 较好 一般 较差 差

2. 您认为本报告所披露的社会责任信息质量如何

高 较高 一般 较低 低

3. 您认为本报告的结构安排如何

很合理 较合理 一般 较差 差

4. 您认为本报告的版式设计如何

很合理 较合理 一般 较差 差

5. 您认为本报告的可读性如何

好 较好 一般 较差 差

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，是中国服务用户最多的互联网企业。长期以来，腾讯始终致力于“成为互联网的水和电”，期望通过互联网服务提升人类生活品质，成为最受尊敬的互联网企业。为此，腾讯一方面不断深耕专业领域知识，提升产品价值，另一方面，扎实立足社会责任领域，推进社会责任工作向纵深发展。

本报告是腾讯继 2014 年之后发布的第五份企业社会责任报告，本着客观、规范、透明、全面的原则，报告详细阐述了 2015-2016 年腾讯在履行社会责任方面的亮点实践。报告分中、英文两种版本，内容上如有细微出入，请以中文版为准。

时间范围

2015 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容有所延伸。

报告边界

以“腾讯”为主体，包括所属分、子公司及直属机构。

编制依据

香港联交所《环境、社会及管制报告指引》；

中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-CSR3.0）；

全球报告倡议组织《可持续发展报告指南》（GRI G4）；

数据来源

报告中所使用数据均来自腾讯或外部正式发表的文件和报告。

可靠性保证

腾讯保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

称谓说明

为了便于表述和阅读，在本报告中“腾讯”也以“我们”表示。

报告版本索取

您可以在（腾讯公益网: gongyi.qq.com）下载本报告的电子文本，如对报告的内容有疑问或者需要纸质版报告，请发邮件至（gongyi@tencent.com），或致电（0755-86013388）。更多信息请扫封底二维码。

Tencent 腾讯