



# 向善力

腾讯社会责任报告(2019)  
TENCENT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT (2019)

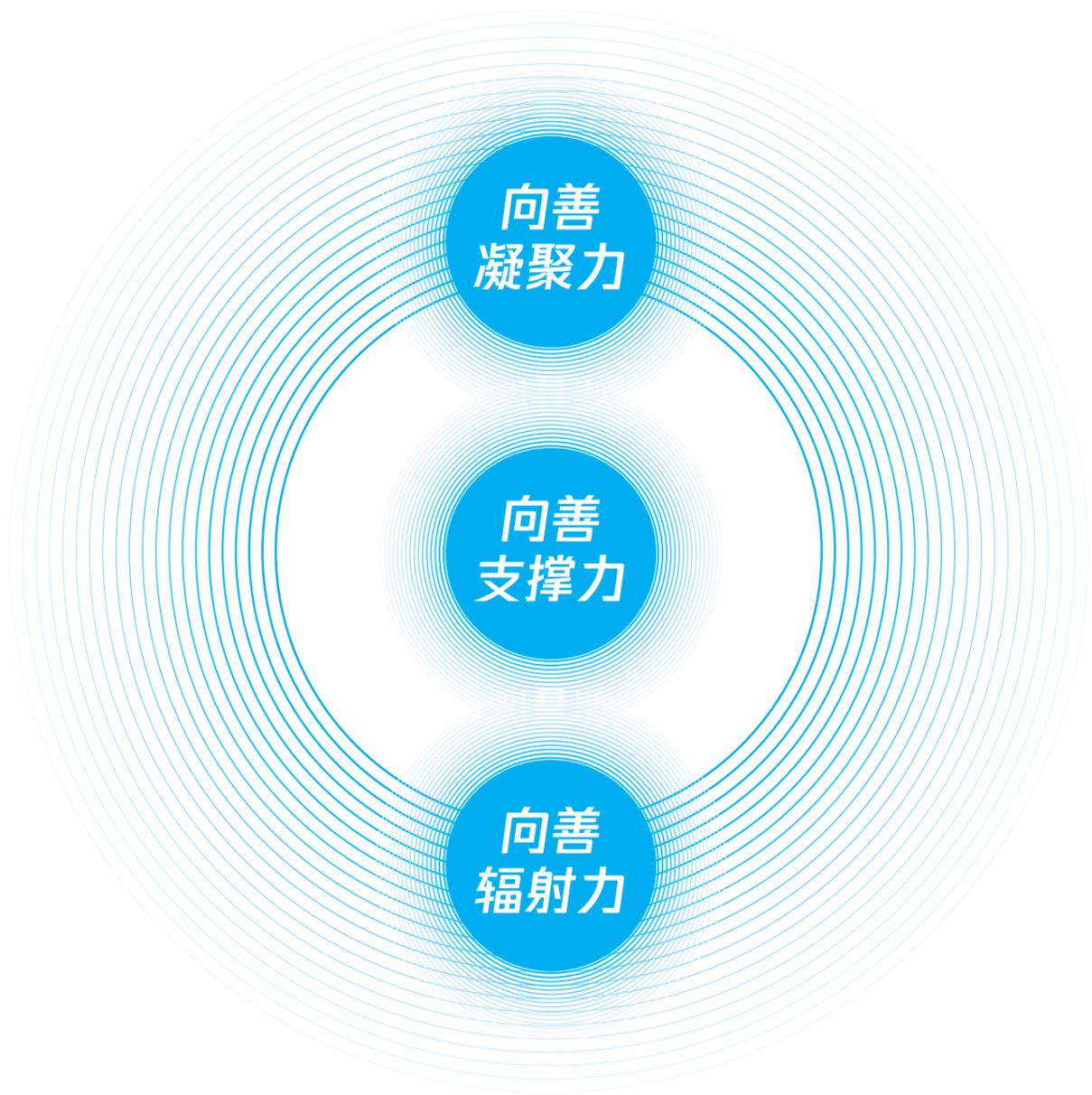


腾讯企业社会责任  
官方微信

报告出版的环境考虑  
纸张:采用环保纸张印刷  
油墨:采用环保油墨以减少空气污染

Tencent 腾讯

用户为本 CSR  
腾讯社会责任  
科技向善  
2019  
TENCENT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT



向善  
凝聚力

向善  
支撑力

向善  
辐射力

用户为本 科技向善  
二十一岁的腾讯  
在践行社会责任的路上  
更有心 更有力

向善力是一种凝聚力  
把社会责任融入产品和服务  
让向善成为腾讯员工的准则  
成为更好的自己

向善力是一种支撑力  
把用户价值作为根本出发点  
让向善成为云上时代的底色  
成就更好的自己

向善力是一种辐射力  
把人类未来纳入视野和胸怀  
让向善指引数字文明的方向  
成全更好的自己

# 目录 CONTENTS

## 高管致辞

- 01 马化腾:为数字时代打下温暖而坚实的“地基”
- 03 刘炽平:可持续地创造价值,为了更好的世界
- 05 陈一丹:创新与务实并重是公益慈善的未来

## 责任之道

- 07 腾讯社会责任之道
  - 腾讯社会责任战略进化:用户为本,科技向善
  - 社会责任管理升级:首设腾讯公益与社会责任奖
  - 社会责任沟通升级:完善报告体系,打造责任品牌
- 10 利益相关方一览

## 特别聚焦

- 11 腾讯式扶贫
  - 发挥科技文化合力
  - 陪伴乡村走向小康和振兴
- 15 腾讯式战疫
  - 激发数字科技潜力
  - 守护公共健康和人类命运

## 第一章

### 向善凝聚力 做更好的自己

- 23 1.1 文化升级:将向善的使命融入血液
- 25 1.2 治理护航:建立透明阳光治理体系
  - 优化治理结构,强化公司内部管控
  - 力行阳光准则,严格处理贪污舞弊
  - 坚持数据有度,保障用户隐私安全
- 27 1.3 以人为本:员工是腾讯最大的财富
  - 为员工提供全面福利
  - 让员工能够畅所欲言
  - 为员工铺就成长之路
- 29 1.4 全员公益:当科技、创意与爱相遇
  - 用创益之心激发志愿精神
  - 以科技伦理为导向改善产品
- 81 第三方点评
- 83 附录
  - (一)关于本报告
  - (二)报告指标索引
  - (三)读者意见反馈

## 第二章

### 向善支撑力 为更好的我们

- 33 2.1 一起开启云上时代
  - 强化核心科技,数字化服务永不掉线
  - 丰富应用工具,十八般武艺任你挑选
  - 建设基础设施,让资源流动畅行云端
- 35 2.2 一起创享精彩视界
  - 我们连接,让每个人都能被看见和被尊重
  - 我们关爱,让孩子们在数字时代健康成长
  - 我们创造,让优质内容焕发价值获得回报
  - 专题:传播正能量 一起看见美好
- 45 2.3 一起创造智慧生活
  - 智在指尖,让民生政务服务更有温度
  - 智在云上,让产业经济发展更有活力
  - 智在身边,为城乡社区治理提供支撑
  - 专题:助力稳就业,一起提振信心
- 57 2.4 一起守护网络安全
  - 安全是一种能力
  - 安全更是一种生态

## 第三章

### 向善辐射力 为更好的世界

- 63 3.1 引领科技升级
  - 引领基础和前沿科技创新
  - 推动开源协同,共建全球科技共同体
  - 为人类科学事业培育生力军
- 67 3.2 传承优秀文化
  - 让传统文化之美穿越千年
  - 以数字文创发扬城市风采
  - 让中国文化闪耀世界舞台
- 71 3.3 共建和谐社会
  - 网聚众善之力,倡导公益慈善文化
  - 前沿科技跨界,拓展公益边界
  - 推动科技公益共同体建设
- 77 3.4 守护绿色家园
  - 低碳运营,环保从自身做起
  - 科技助力,一起打造环保社区
  - 面向未来,倡导绿色发展理念

# 高管 致辞



## 马化腾

腾讯主要创始人  
腾讯公司董事会主席兼首席执行官

随着新一轮科技革命和产业变革兴起，数字化进程正在空前加速，犹如一座大厦拔地而起。科技企业的重要使命和责任，就是为这座数字大厦打好地基。

## 为数字时代打下温暖而坚实的“地基”

2020年注定令人难忘。

一场新冠疫情呼啸而来，给人类文明带来全面冲击。此情此景让我们联想到历史上许多次影响深远的瘟疫。但不同的是，今天我们生活在一个地球如村庄、万物皆互联的数字时代。

去年，腾讯将“科技向善”写进公司的使命愿景。这场“数字时代的疫情”正是一次实战演练：疫情爆发以来，腾讯先后设立15亿元战疫基金和1亿美元全球战疫基金，并调动技术、产品、数据、内容等各种专业能力，为科研攻关、临床救治、社区防控和复工复产等提供助力。

**经此一“疫”，我们清楚认识到，近半个世纪以来，数字化已经显著提升了人类生产生活的质量和效率。随着新一轮科技革命和产业变革兴起，数字化进程正在空前加速，犹如一座大厦拔地而起。“科技向善”不是坐而论道，不能凌空蹈虚，而要融入一行行代码、一个个产品、一项项服务。科技企业的重要使命和责任，就是为这座数字大厦打好地基。**

**为数字时代打“地基”，科技实力好比钢筋水泥。**去年以来，以5G、人工智能、大数据、云计算等为主要内容的“新基建”备受关注，不仅在此次全球抗疫中显示出巨大潜能，并且被寄望在数字政府、数字经济和智慧社会的全面建设中提供新动能，开创新局面。

为了在新一轮科技创新浪潮中力争上游，腾讯近年来持续在基础和前沿科技领域加大研发投入，汇聚世界一流科学家和工程师，系统构建实验室矩阵，并积极推动国际技术开源社区建设。在此基础之上，我们不断提升云计算、AI、大数据、支付、安全等基础和前沿技术，助力各行各业数字化升级。

过去一年，我们继续与行业伙伴共建产业互联网，在无人

驾校、在线医疗、智慧文旅、智慧零售、智能硬件等领域连续实现突破。我们继续致力于以科技助力民生政务提升，比如助力数字广东领跑省级数字政府建设，上线首个全国性政务服务小程序，支持武汉和长沙等多地建设智慧城市等。

此次疫情中，从城市到乡村、从政府部门到基层社区、从企业到学校和医院等公共服务机构，全面进入“非常状态”，数字时代“新基建”的重要性和紧迫性更加凸显。临危受命，腾讯在两个月内推动上线100多个抗疫小程序，响应疫情督查、远程问诊、口罩预约、城乡社区防控、物资生产调控、防疫科普教育等各类需求；我们快速升级腾讯云、腾讯会议、企业微信等产品和服务，陆续推出健康码、乘车码和复工码等工具，助力安全有序复工复产……

**全民“战疫”仍在持续，“战贫”也到了关键时刻。今年是脱贫攻坚的决胜之年，乡村振兴正在进入新的阶段。在扶贫兴农的进程中，数字科技的支撑作用日益凸显。**比如，去年99公益日，腾讯公益平台联合万家慈善组织，连接万家企业，动员亿万网友，共同发起“互联网慈善扶贫”。腾讯为村十年磨一剑探索出的乡村治理数字化方案，已经服务1.5万多个村庄和250万村民。微信、微视、腾讯新闻等也各施所长，助力乡村连接世界。乡村是中国的根基，数字乡村也是数字中国最关键的拼图之一，这将是腾讯长期深耕的领域。

**为数字时代打下“地基”，还要强调价值的**

**引领，就像大厦奠基时需要校准水平。**今天，科技与人类活动深度结合。我们需要以科技伦理的规范和人文精神的熏陶，促进科技朝着有益于人类的方向健康发展。

**过去一年，我们继续探索以科技解决社会问题。**比如，用AI实现对帕金森等病症的远程诊断，牵头制定国际上首个未成年人网络保护标准，通过影响力投资推动AI在农业、能源和环保等领域的应用，等等。同时，我们更加关注人类文明中的长远和根本问题。比如，举办首届科学周，并为50位优秀青年科技工作者颁发首届科学探索奖；举办首届ME医学大会和首届MEET教育大会，由身到心叩问科技与健康。事实上，这种对人类社会当下和未来挑战的探询和讨论本身，就是为数字时代打好地基的起点。

**推动科技创新、坚守科技向善，为数字时代打下温暖而坚实的地基。对腾讯而言，贯穿2019年全年和2020年春天的工作主线就是对这项责任和使命的思考与实践。这也将成为整个科技共同体的责任和使命。**

当前疫情仍在持续，人类更要放眼未来。很多年后，我们还将不断回望这个春天。我们看到，科技能够给予人类社会温暖和坚实的守护。我们相信，这场世纪疫情留下的不仅是悲伤、忧虑或感动，还有信心、智慧和勇气。

# 高管 致辞



刘炽平

腾讯公司总裁

只有超越一己一时一地，坚持以用户为本、与同道为伍、向未来而行，企业才能可持续地创造价值，实现更好的我们和世界。

## 可持续地创造价值，为了更好的世界

对于未来的世界，你怎么看？发生下一次环境或健康危机，人类该怎么办？面对来势汹汹的新冠病毒，腾讯在过去几个月里展开一系列行动，支持全球范围战疫，也诠释了对责任的理解：

——这是超越国界的行动：腾讯先后设立15亿元人民币的国内战疫基金和1亿美元的全球战疫基金，并且主动向全球开源疫情信息查询、AI肺炎自查等抗疫科技成果；

——这是超越自身的行动：腾讯联合全球各大科技互联网平台，发起“科技战疫”的公益倡议，并且与联合国、世界卫生组织、中国工程院等国内外机构展开积极合作；

——这更是超越当下的行动：腾讯不仅紧急为多国捐赠医疗防护物资，并且启动对医疗健康和公共卫生领域基础科研工作的长期投入……

对腾讯而言，责任的承担并非只是高光时刻，而是犹如一条金线贯穿在企业发展的历史中，深植在组织文化的基因里。去年的社会责任报告中，我曾用“上善若水”来比喻腾讯的责任之道。因势随形，不舍万千形态；四季轮回，只愿润物无声。万变不离其宗的要义，就是为用户创造价值。

当下，新一轮科技创新和产业变革兴起，消费和产业互联网深度融合，万物互联的数字时代加速到来，腾讯的责任之道也随之进化。尤其随着科技发展与环境、社会和治理之间的张力加剧，随着数字时代人类命运共同体的形成，有责任担当的科技企业不仅要创造更大价值，而且要“可持续地”创造价值。

——可持续地创造价值，要坚守用户为本，把用户价值放在首位。

过去一年，腾讯深度整合平台、内容和技术，为更多网

络消费者提供优质的服务。根据2020年一季度最新统计，微信及WeChat合并月活达到12.03亿，小程序日活跃账户超过4亿……

民生政务和社会治理方面，腾讯的科技支撑继续升级。比如，首个全国性政务服务小程序“国家政务服务平台”上线，支持办理200多种事项；WeCity智慧城市解决方案，在武汉、长沙、江门等多市落地……

——可持续地创造价值，要坚持开放协作，实现价值的共创共享。

在社交和内容领域，QQ、微信、腾讯新闻、腾讯视频、微视等平台，洞察到用户实现自我价值的深层需求，联袂走向共创时代，联合社群运营者、内容创作者、技术开发者与用户，共享“我们”的网络精彩。

在产业互联网领域，腾讯持续迭代云计算、小程序、支付等技术和工具，升级智慧营销、远程协作、金融科技等解决方案，联合医疗、教育、出行、文旅、零售等各行各业伙伴，共建“我们”的数字经济。

——可持续地创造价值，要坚信长期主义，用历史尺度衡量价值。

去年，腾讯做了更多“不挣钱”的事。比如，继续推动数字文保方案，受益者除敦煌、故宫和长城外增加了巴西国家博物馆等海外文博机构；启动“追梦计划”，探索游戏在文化传承、科技教育、公益慈善倡导等方面的价

值；提出AI for FEW倡议，探索用AI等科技手段解决食物、能源和水资源等根本问题……

腾讯把“科技向善”正式写进使命愿景，也得到越来越多来自政府、学界、行业和公众的积极回应。我们相信，科技绝不是冰冷的工具；在责任的引导和约束之下，科技能够更好地发扬求真向善的潜力，帮助成就更好的我们，实现更好的世界，而不是与之相反。

人类社会与疫情的搏斗远未结束，而自然四季持续运转。冰雪消融，化作春雨，汇成江河，最终奔流入海。循环往复持续不息，这是水的至善之本，也恰似腾讯的责任之道。

无论腾讯在过去一年的实践，还是在本次疫情中的经验，都清楚表明，只有超越一己一时一地，坚持以用户为本、与同道为伍、向未来而行，企业才能可持续地创造价值，实现更好的我们和世界。

对于未来的世界，你怎么看？我想，这就是腾讯给出的一个答案。

# 高管 致辞



## 陈一丹

腾讯主要创始人

腾讯公益慈善基金会发起人兼荣誉理事长

我们都是地球的孩子，人性自然有光。星空与大地相互守望，才是至善的风景。创新精神与务实态度并重，才是公益慈善的未来。

## 创新与务实并重是公益慈善的未来

2020年的这场疫情，让腾讯基金会更加坚定自己的公益初心，即：激发科技之善，让社会更美好。

在这次疫情中，腾讯基金会先后设立总额15亿元的“战疫基金”和1亿美元“全球战疫基金”，不仅用于物资驰援和人员关怀，为抗疫一线救急于燃眉，而且大量投入医疗和公共卫生相关的基础科研，为人类健康防患于未然。

**追问现实，求解科技，展望未来。这是一种脚踏实地、仰望星空的姿态，也是腾讯基金会成立13年以来最宝贵的经验之一。**

我曾提出，社会的痛点就是公益的起点。但人类文明发展至今，社会形态日益复杂，传统慈善思维和手段已经无法有效应对层出不穷的社会问题。幸运的是，过去十余年来，以腾讯等为代表的互联网平台以科技驱动创新，为世界贡献了互联网公益慈善“中国样本”。

2019年，由腾讯基金会发起的99公益日进入第五年。短短三天，4800多万人次网友通过腾讯公益平台捐款17.83亿元，是去年的两倍。参与的慈善组织和爱心企业双双过万，形成更加健康的互联网慈善募捐生态。此外，爱心接龙、公益小游戏、运动捐步、集小红花等创新层出不穷，让互联网公益慈善变得更加亲切有趣。

互联网科技为公益慈善插上了想象的翅膀。与此同时，我们仍然时刻提醒自己脚踏实地，直面公益慈善植根的社会土壤。

脚踏实地，体现在对理性公益的坚持，对法治和道德底线的维护。比如，去年99公益日期间，腾讯公益严格执行“财务披露、独立审计、随机抽检”的透明度规

范。目前，基于理性公益的项目评价体系也在研发中。

脚踏实地，体现在更加贴近现实，回应国家、社会和公众的需要。比如去年秋天，我在四川邛崃参加了一场开在田间地头的互联网大会，就切身感受到互联网公益慈善和朴实的乡村碰撞出的激情。

这是腾讯基金会旗下腾讯为村平台的一个项目点。成立十年以来，腾讯为村通过帮助乡村开设公众号并实现互通，为乡村治理创新探路。截至2019年底，已有1.5万个村庄、超过250万村民入驻为村，遍布29个省份。

**乡村是中国人的精神故乡。决胜脱贫攻坚、实现乡村振兴，是中国当前最紧迫的公益之一。**如果说腾讯为村是通过连接激发乡村的内生动力，那么腾讯公益平台则是通过慈善动员广大社会力量支持乡村建设。两者都是腾讯基金会家国情怀的注脚。

在普通人的印象里，科技似乎总是与天马行空的想象为伍，如星空般美丽却遥远。但这只是一种错误的成见。今天，在我们身处的这个数字化时代，科技已经深刻融进现实生活的方方面面，就像空气一样如影随形。

去年，腾讯开创性地把“科技向善”融入使命愿景，并持续付诸实践。比如，开发AI手语翻译机、用AI辅助诊断帕金森症，通过小游戏向用户倡导垃圾分类和海洋保护，在旗下平台贯

彻无障碍设计理念，等等。

互联网公益慈善正是“科技向善”诸多维度中的至善。一方面，腾讯基金会将继续仰望星空，不断探索科技创新的可能；另一方面，我们将会更加脚踏实地，体察社会问题的根源，回应当下的现实需求。

我们都是地球的孩子，人性自然有光。星空与大地相互守望，才是至善的风景。创新精神与务实态度并重，才是公益慈善的未来。

# 责任之道

## 腾讯社会责任战略进化：用户为本，科技向善

腾讯于1998年11月在中国深圳成立，2004年6月在香港联合交易所主板上市。作为一家互联网综合服务提供者，腾讯致力于以科技助力互联网用户的生产和生活，包括通过通信及社交平台微信和QQ，腾讯促进用户联系并助其连接数字内容和生活服务；通过高效广告平台，协助品牌和市场营销者触达数以亿计的中国消费者；通过金融科技及企业服务，促进合作伙伴业务发展，助力实现数字化升级。此外，腾讯大力投资于人才队伍和推动科技创新，积极参与互联网行业协同发展。

在腾讯看来，企业践行社会责任与自身的生存和发展息息相关不可分割。自成立以来，腾讯就践行企业社会责任作为企业发展战略的重要内容，

全面融入公司的各项经营和管理活动，持续推动公司的可持续发展。过去二十多年里，腾讯持续调整商业模式、经营理念和组织形态，以顺应时代发展的趋势，回应国家、社会、伙伴和公众等各方期待。腾讯的企业社会责任战略也随之进化。

2019年，腾讯提出新的使命愿景：用户为本，科技向善。这也为腾讯的社会责任提供了思想内核。

在此基础上，腾讯坚定构建人类命运共同体的主张，全面贯彻新发展理念，积极融入经济建设、政治建设、文化建设、社会建设和生态文明建设“五位一体”总体布局，全面推动企业社会责任战略引领。

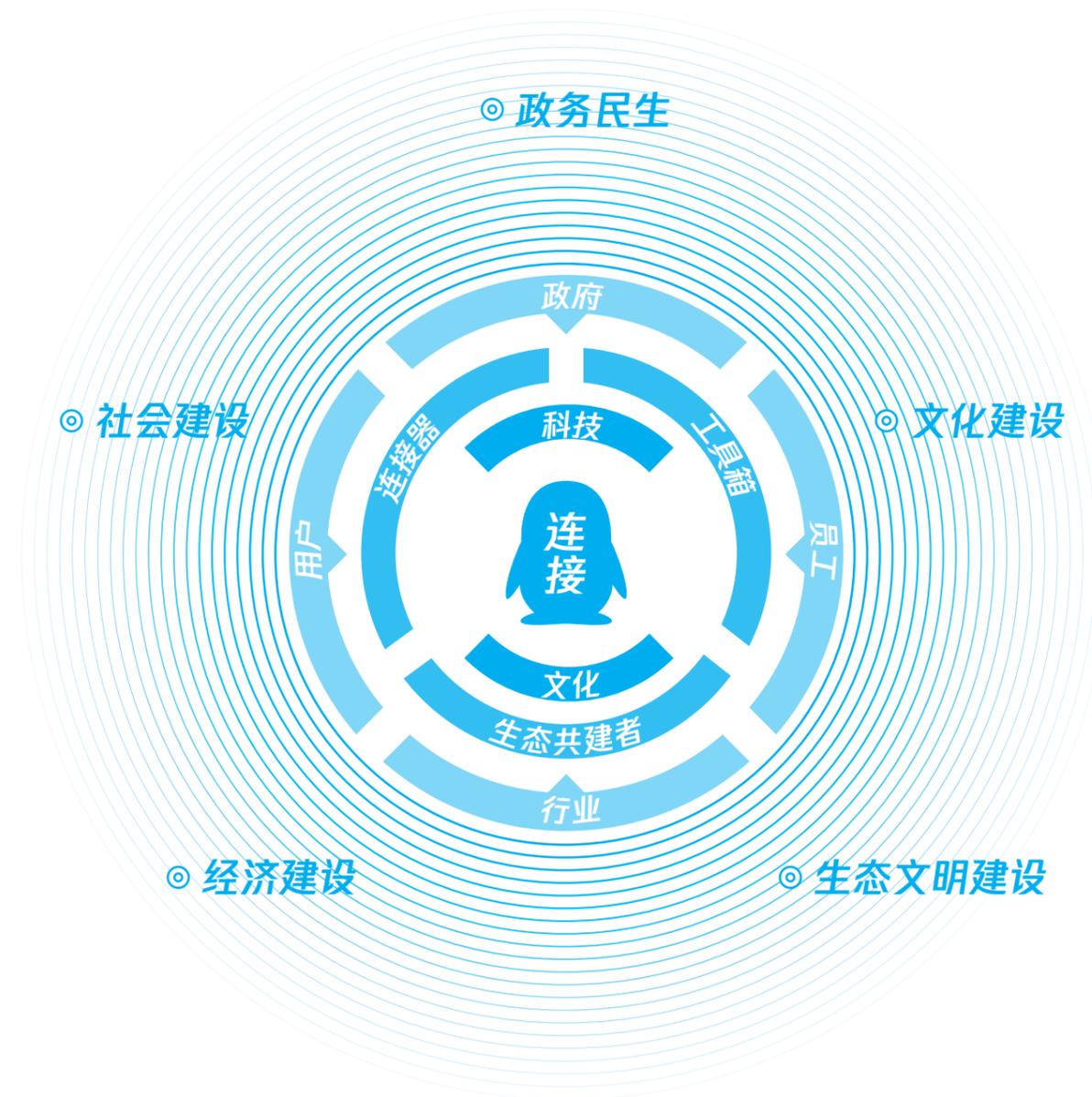
## 社会责任管理升级：首设腾讯公益与社会责任奖

腾讯于2010年专门成立了企业社会责任部，负责制定和实施腾讯企业社会责任战略，并在各个部门和地区明确企业社会责任联络员，基于集团组织架构搭建内外协同的合作体系，持续提升社会责任管理水平。

2019年，为了推动“用户为本，科技向善”的全新使命愿景切实融入产品与服务，鼓励和引导员工更加自觉自发地履行社会责任、服务公共利益，从而为国家、行业、公众和用户创造更大价值，腾讯企业社会责任部与企业文化部联合设立“腾讯公益和社会责任奖”。2019年下半年，首届评选吸引近200个项目团队申报，最终7个项目获得嘉奖。

### 首届腾讯公益与社会责任奖获奖项目

- ◎ 2019年99公益日项目
- ◎ 腾讯为村
- ◎ AI手语项目
- ◎ 守护者计划
- ◎ 腾讯长城保护与传播专项
- ◎ 科学探索奖
- ◎ QQ全城助力项目



### 一 二 三 四 五 腾讯责任观

- 1个初心：**腾讯通过“连接”为各个利益相关方创造价值
- 2个驱动：**腾讯的社会责任实践有两大引擎：科技和文化
- 3个角色：**进入数字化时代，腾讯的社会责任通常体现为三个角色：连接器、工具箱和生态共建者
- 4个对象：**为实现共同的美好生活，腾讯践行社会责任有四个重要对象：政府、行业、用户和员工
- 5个维度：**腾讯努力将践行社会责任融入新时代中国特色社会主义建设的“五位一体”总体布局，积极为政务民生、经济建设、社会建设、文化建设和生态文明建设等领域提供助力

# 责任之道

## 社会责任沟通升级：完善报告体系，打造责任品牌

腾讯认为，企业追求可持续发展离不开利益相关方的理解和支持。企业应当有效管理和改善自身与利益相关方之间的相互影响，充分认识和回应利益相关方的要求。因此，腾讯非常重视社会责任沟通工作。

腾讯自2008年开始编写和发布企业社会责任报告。2019年底开始，腾讯陆续启动企业社会责任简报、专报和月报等系列工作，建立更加完善的报告体

系。除报告外，腾讯积极探索更加多样化的社会责任沟通方式，如腾讯公益和社会责任主题展区、用户开放日（T-DAY）、员工家属开放日等。

腾讯还积极参与和推动社会责任的行业共同体建设。2019年11月，腾讯举办“益公司责任力年度论坛”。腾讯原子智库与中国社科院企业社会责任研究中心共同发布《中国企业社会责任力报告》。

### 【第三方肯定】

#### 中国企业社会责任领先指数：腾讯NO.1

2020年5月，人民日报中国品牌发展研究院发布首期“中国企业社会责任领先指数”。腾讯排名首位。该指数是以ISO26000:2010《社会责任实施指南》为根据，遵循《公司法》对企业社会责任的总体要求，从企业社会责任治理能力和社会责任综合认可水平的双向维度，结合社会责任年度重要主题和议题，对中国品牌发展指数全样本企业社会责任绩效水

平进行的评价。数据监测时段为2019年1月1日至2020年4月30日。



扫码延伸阅读：  
人民日报发布中国企业  
社会责任领先指数

#### 中国企业社会责任500优：腾讯NO.7

2020年1月，国务院发展研究中心下属的中国企业评价协会发布《2019中国企业社会责任500优》报告。在2451家参评企业中，腾讯公司排名第七，获得“十大样板企业”荣誉。在所有参评的互联网企业

中，腾讯排在首位。为了更真实可靠地反映企业践行社会责任的情况，测评以企业官方发布的社会责任报告为主，以权威、核心新闻媒体稿件为辅，两者的权重占比为8:2。

## 利益相关方一览

维度	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、可靠的科技和文化产品服务	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，提出科技+文化战略，满足用户体验需求，从产品、技术、设计等方面开展创新，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	遵守相关法律法规，诚信经营依法纳税	落实国家相关政策	协助政府解决社会民生问题	设立公共事务部，统筹、规划、执行与政府合作的各类相关项目，并与政府部门建立良好的沟通机制
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	帮助合作伙伴成长	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	参与公益慈善，进行合理适度的捐赠	创新公益活动形式，提升影响力	帮助公益组织成长	搭建互联网慈善平台，开放技术、产品和数据能力，为各类公益慈善组织开展公众募捐、项目管理、品牌传播和财务披露等提供数字科技支撑
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	探索公益性项目	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

# 特别 聚焦

## 腾讯式扶贫

### 发挥科技文化合力 陪伴乡村从小康走向振兴

乡村是具有自然、社会、经济特征的地域综合体，与城镇互促互进、共生共存。乡村兴则国家兴。脱贫攻坚和乡村振兴关系中国改革和发展全局。新中国成立70年来，党和国家持续推动乡村发展，有步骤开展扶贫工作。尤其是改革开放以来，乡村贫困问题得到极大缓解，中国为全球减贫事业作出重要贡献。

对乡村的关注、支持与守护也贯穿在腾讯的成长历史之中。自1998年成立以来，腾讯就自觉参与扶贫工作，注重发挥自身在科技和文化方面的履责能力，助力乡村地区消除绝对贫困、实现全面小康、走上乡村振兴的新里程。



2019年99公益日期间，腾讯新闻、腾讯公益与《新京报》等合作推出“出村记”系列报道。图为其中一则溜索村上学路的故事。

#### 腾讯扶贫助农的四个阶段



自1998年创立以来，腾讯就开始关注乡村扶贫和发展问题，并在十年间经历了第一轮蜕变，即从组织为贫困山区捐钱捐物的员工志愿行动，到成立中国首家互联网企业发起的公益慈善基金会——腾讯基金会，以更加组织化、多样化和持续性的方式开展扶贫行动，持续为贫困乡村地区“输血”。

2008年的汶川大地震激起一轮全民捐赠热潮，也开启了互联网公益的进程。腾讯率先开通网络募捐通道，短时间就筹集超过2000万元善款。这也是腾讯公益平台的雏形。与此同时，腾讯尝试以文化保育、教育助学和电商扶贫等为切入点，探索助力新农村建设。代表项目是腾讯基金会在2009年发起的筑梦新乡村项目。

伴随移动互联网普及和社交网络崛起，以“连接”为核心的腾讯式扶贫模式逐步成型，为打赢脱贫攻坚战做好“数字化助手”。一方面，以99公益日为代表，腾讯通过搭建平台、打造工具和注入资源，连接各方共建互联网慈善扶贫生态；另一方面，以腾讯为村和微信支付为代表，推动数字化产品和服务下沉到基层乡村，激发内生发展动力。

进入“后脱贫时代”，腾讯将为乡村振兴提供更加全面的数字化助力。一方面，腾讯将消费和产业互联网建设中的成熟经验应用于乡村，提升乡村教育和医疗服务，助力乡村发展文旅、农电商等产业经济；另一方面，腾讯探索将AI、大数据和区块链等前沿科技应用于乡村治理等场景，助力开创乡村振兴新模式。

### 坚持“以人为本”的扶贫理念

1998年11月，腾讯在改革开放的热土——中国深圳成立。当时正值中国的扶贫开发事业进入攻坚阶段。2002年，当时还是一个100多人初创团队的腾讯，为广东清远一所山区小学捐献了十几台电脑，正式开启腾讯推动乡村发展的实践与探索。

2007年，中国第一个互联网企业发起的公益慈善基金会——腾讯公益慈善基金会成立，致力于推动互联网与公益慈善事业的深度融合，广泛开展涵盖教育助学、扶贫济困、公益扶贫组织培育等扶贫工作。

过去十余年里，腾讯基金会主要依托六大项目或领域开展扶贫工作，包括筑梦新乡村、立体救灾、精准扶贫、教育扶贫、健康扶贫和生态扶贫等。截至2019年12月31日，腾讯基金会累计对外捐赠约达到

29.57亿元，其中95%投入扶贫领域。

在开展扶贫捐赠的过程中，腾讯基金会坚持“以人为本”的理念，把乡村人的发展作为出发点。例如，腾讯基金会持续多年面向“三区三州”等深度贫困地区进行资金捐赠，其中重点帮扶乡村孤儿、自闭儿、脑瘫儿等弱势儿童；为云南、贵州、广东和重庆等省份贫困乡村地区捐赠3亿余元，支持当地提升基础教育质量。

这种“以人为本”的扶贫理念，突出体现在腾讯基金会2009年发起的“筑梦新乡村”项目中。从2009年到2014年的五年间，腾讯基金会在云贵两县一州（贵州黎平县、雷山县和云南迪庆州）投入不少于5000万元，探索推动西部乡村教育、文化、经济发展。

### 做好脱贫攻坚“数字化助手”

腾讯很早就认识到，扶贫事业任务艰巨，需要社会力量广泛参与、相互协作。

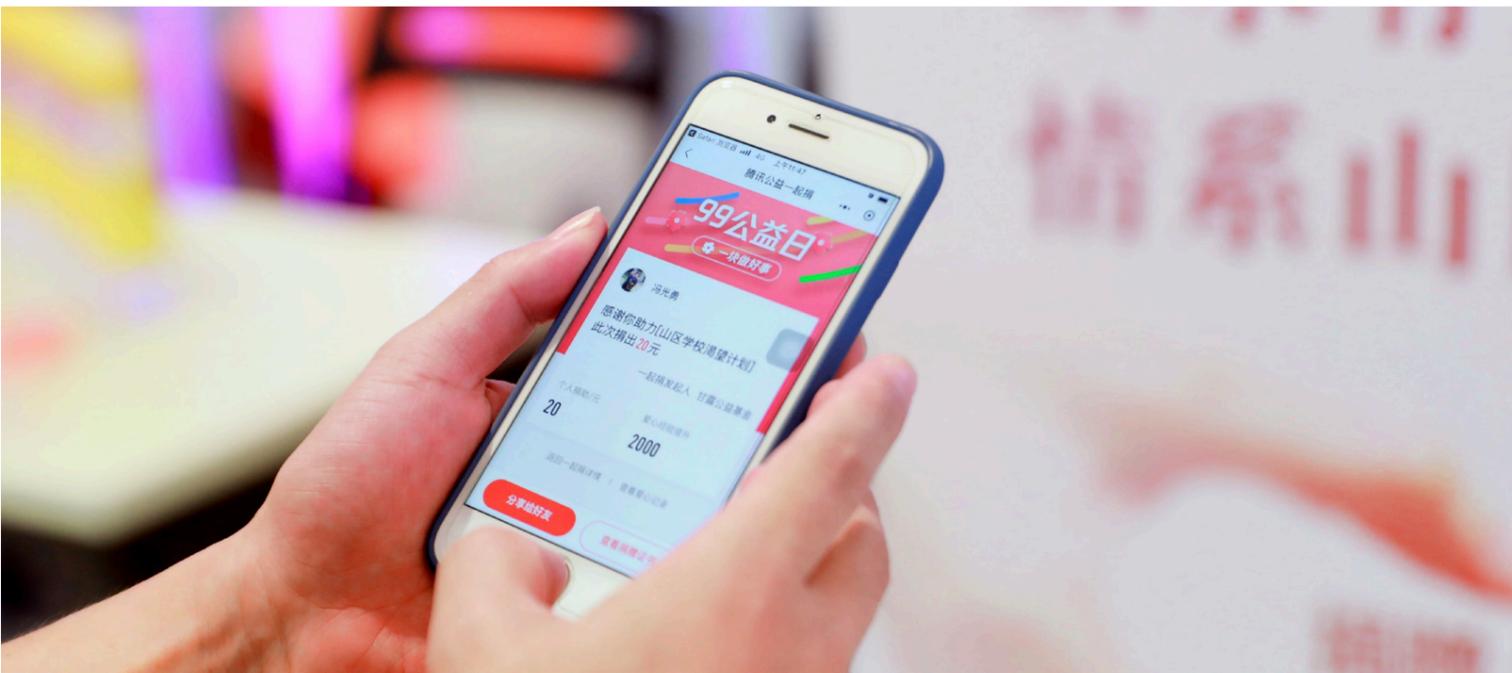
2008年的汶川大地震是一个标志性事件，不仅激发空前的民间捐赠热潮，而且开启了互联网公益慈善的历史。震后，腾讯率先开通网络募捐通道，短时间内筹集超过2000万元善款。这也是今天腾讯公益平台的雏形。

面对地震、雪灾等重大突发灾难，发挥全平台网络效应开展紧急救援——腾讯基金会将这种模式总结为“立体救灾”机制，并在2008年到2014年累计启

动11次，自身捐款超过7500万元，带动网友捐款超过6900万元。



2008年5月12日，汶川大地震发生后，腾讯除了直接捐赠2000万元外，还联合多方率先开通网络募捐通道；5月20日14时35分，腾讯网友捐赠突破2000万元，在当时创下互联网公益慈善史上最高捐赠纪录。



自2015年发起以来，腾讯99公益日在动员社会力量为脱贫攻坚“输血”方面发挥积极作用。2019年99公益日，全国有30个省份发起系统性的互联网慈善扶贫动员。

十八大以来，扶贫进入新的阶段。以习近平同志为核心的党中央把脱贫攻坚作为全面建成小康社会的底线目标和标志性指标，确立了到2020年消除区域性整体贫困的目标。

适逢移动互联网的普及和社交媒体的崛起，互联网慈善进入加速发展时期，也成为社会化扶贫的重要助力。2014年，腾讯公益平台依托微信和QQ等社交平台推出“一起捐”的筹款方式，就是一个典型。

2015年起，腾讯基金会启动了一年一度的“99公益日”，在主管政府部门指导下，连接公益慈善组织、爱心企业和网络用户，构建起高效、透明、精准的互联网捐赠生态。在动员社会参与和集聚扶贫资金方面，99公益日发挥了积极作用。

2015年到2019年，99公益日连续举办五年，公众参与扶贫捐赠的热情逐年增长。尤其是2019年99公益日，全国30个省份依托慈善会、红会、残联等发起慈善扶贫动员，短短三天捐赠人次超过4600万人次。

截至2019年12月31日，腾讯公益平台累计支持1万多家慈善机构，为超过7万个募捐项目筹款；超过3亿人次用户通过腾讯公益平台捐赠，总额超过76亿元。据统计，这些捐赠有约92%为扶贫类公益项目接收，涵盖产业扶贫、健康扶贫、教育扶贫、生态扶贫和文化扶贫等各个领域。

腾讯公益平台不仅支持慈善组织开展网络募捐，而且为其提供内容和流量等资源，帮助扶贫类公益项目提升品牌效应。例如，中国儿童少年基金会发起的“春蕾计划”、中国扶贫基金会发起的“为饥饿儿童送营养”、中国妇女发展基金会发起的“关怀贫困母亲”、阿拉善SEE基金会发起的“一亿棵梭梭”等。

由此，腾讯公益平台在促进社会资金流向贫困乡村地区的同时，也为乡村打开了展示自己的窗口，让公众对乡村贫困的成因、现状和未来增进理解，从而有助于城市和乡村之间建立更加更加紧密的连接。

## 激发乡村的内生发展动力

按照党和国家的部署，打赢脱贫攻坚战只是乡村振兴的第一步。经过多年探索和实践，腾讯也认识到，实现乡村长效脱贫和持续发展，不能仅靠“输血”，而是要从根本上释放乡村的内生动力，提升“造血”能力。

基于这个洞察，“筑梦新乡村”在2015年升级为“腾讯为村”。经过十多年探索，腾讯为村将自身定位为一个乡村治理的数字化平台，通过搭建平台，为村庄

提供各类互联网技术和产品，解决基层党建、村务管理、村民增收、文化建设等各种乡村治理中的难题。

截至2020年2月29日，全国共有29个省、215个市、845个区县、2395个乡镇中的15176个村庄或社区加入腾讯为村平台，认证村民超过251万人。北京大学社会学系教授邱泽奇在调研后指出，腾讯为村是目前覆盖性最好的乡村数字治理平台。



江西省赣州市寻乌县借助腾讯为村平台实施“点亮寻乌回家路”乡村路灯计划，截至2019年7月24日，吸引全县超90%村庄、超4万位村民参与，关注度超67万人次。



扫描二维码 观看腾讯为村微电影《盼归》

### 解读 腾讯为村如何激发乡村内生动力

#### 打造氛围，大小事全村一起议

重构数字化村庄场景，有效凝聚乡村人心。空心村里“不在场”的青壮劳动力可以在为村平台上发表所见所闻所感，随时与家人乡亲们交流生活；村两委干部和村民的发言互动，也能更方便高效地把村里的事变成所有村民的事。

#### 打造名片，小乡村走向大世界

有效展示村庄个性风貌，增强城乡融合机会。“为村”平台独特的“游客”访问功能，使村庄的社会特征得以展现在亿万网友面前，让村庄有了自己的故事和个性，农产品也被赋予地域符号价值。

#### 打造平台，人才回得来留得住

吸引城市人才返乡创业，夯实乡村发展根基。为村管理员是“为村”平台吸引人才从城市回流农村的缩影。湖南省凤凰县大坡村加入“为村”后，村支书杨清华不熟悉互联网，向在长沙工作的女儿杨婷求助，让她担任为村管理员。2019年3月，杨婷回县考取公务员，正式回乡驻村工作，从远程协助的志愿者，变成了在村为村的咱村人。

## 以“连接”全面助力乡村发展

腾讯为村的探索和实践，顺应着数字化时代的发展趋势。过去几年里，中国的互联网渗透率不断提高，社交、内容和支付等各种互联网产品和服务不同程度下沉到乡村地区，催生出许多创新扶贫行动。这些行动虽然目标、规模和形式各异，但都以“连接”为核心。

以近年火热的消费扶贫为例。2019年，微信支付在乡村地区进一步普及，帮助农民更高效、更便捷、更精准地连接城市消费者，为农村电商打下数字化基础。进而，腾讯新闻、微信、微视、腾讯直播等社交和内容平台，联动各自生态内的技术开发者、内容创作者和社群运营者，帮助村民提高“带货”能力。

腾讯还通过优质内容生产和传播能力，让城市乃至世界看到中国乡村之美，激发乡村人的文化自信。比如，2019年，腾讯QQ看点响应共青团中央宣传部号召，并共同主办“世界在眼前改变-家乡有看点”公益扶贫活动，为贫困乡村打造“网红”景点；2019年99公益日期间，腾讯新闻、腾讯公益联合全国多家知名媒体推出“出村记”系列报道，通过专业的图文报道让乡村被看见和被尊重。

### 案例 新闻+公益照亮“出村路”

2019年7月-9月，腾讯新闻、腾讯公益联合全国多家知名媒体推出“99公益日·出村记”项目，通过“新闻传播+公益筹款”的组合拳，帮助多个深度贫困村走完脱贫攻坚的最后一公里。99公益日前后，该项目不仅帮助十几个扶贫项目筹款超过1000万元，还为中国脱贫攻坚留下许多经典故事。



### 案例 微视搭台，县长卖货



2019年，腾讯微视联合全国近百个区县，以“区县领导推荐家乡特产”等形式，将三农产品通过“短视频+直播”进行生动展示和推广，为农民增加新的收入渠道，带动农村地区特色农业发展。2020年春节前，腾讯微视上线“县长卖货大PK挑战赛”，共计发布近200条县长“带货”视频，播放量超过1300万。

在乡村教育领域，腾讯也从早期传统的捐资助学模式，转变为发挥自身优势，探索有科技特色的教育扶贫项目。例如，开展乡村艺术教育的“艺术行动”、开展乡村未成年人网络素养教育的DNA (DIGITAL NATIVES ACTION) 计划等。腾讯还在贫困乡村地区学校普及智慧教育产品和服务。例如，在云南沧源县5个乡镇的10所中心校和近百所中小学，腾讯扣叮为5000余名孩子输送最新的编程教育课程；在四川省九寨沟县和松潘县地震灾区的25所学校，腾讯智慧校园保障教学活动和学校管理正常进行。

2019年，在这些探索的基础之上，腾讯教育在中国教育发展学会的指导下，携手各级院校、教育管理部门和数十家行业伙伴，共同启动智能教育“光合计划”。该计划旨在提升校园信息化能力，以科技助力教育现代化，构建开放共享、以人为本的全新教育生态，推动教育行业可持续创新发展。未来，“光合计划”将助力100个贫困县的教育扶贫，打造

1000所标杆智慧校园，培养10000名校园CIO。

当前，在新一轮科技革命和信息产业变革的背景下，腾讯积极探索以AI和大数据等科技助力乡村建设和发展，并已取得一些突破性成果。例如，2018年，腾讯首创的“农业人工智能系统”在荷兰瓦赫宁根大学 (WUR) 主办的国际人工智能温室种植大赛中获奖。该系统能有效提高农产品产量和自然资源利用率，还大幅降低了传感器成本，体现了“AI+农业”的应用潜力。此外，腾讯还加强与中粮集团、新希望集团等伙伴的深度合作，以数据和算法能力共建农业产业互联网，探索“智慧农业”方案和乡村可持续发展模式。

2020年是脱贫攻坚战的决胜之年。乡村振兴战略即将进入全新的阶段。回顾过去近二十年历史，腾讯始终坚持“以人为本”的扶贫理念，调动自身在科技和文化领域的核心资源和能力，帮助乡村实现人与人、人与信息、人与服务、人与财富等充分连接，从根本上激发乡村自身的发展动力和能力。这就是“腾讯式扶贫”的关键。

# 特别 聚焦

## 腾讯式战疫

### 激发数字科技潜力 守护公共健康和人类命运

2020年4月8日零时，被按下暂停键76天的武汉正式重启。虽然国内疫情趋于平稳，但国外新增确诊病例与死亡病例却持续攀升。这场新冠肺炎疫情，已经成为整个人类命运共同体面临的危机。

在这次疫情中，腾讯充分展现出一家互联网科技企业的责任担当。从紧急驰援抗疫一线，到着眼长远保障安康；从做好“连接器”和“工具箱”，到积极投身“新基建”，腾讯用行动守护善的力量。

2020年1月30日晚间，腾讯联合复星集团捐赠的防护服等医疗防护物资，通过包机运抵武汉天河机场。

#### 腾讯战疫投入的三次追加

- 1月24日**  
腾讯基金会宣布设立3亿元首期新冠肺炎疫情防控基金
- 2月3日**  
腾讯设立2亿元资金池，推动建立“战疫开发者公益联盟”
- 2月7日**  
腾讯再次追加10亿元，设立总额15亿元的国内战疫基金
- 3月24日**  
腾讯再次设立1亿美元全球战疫基金，助力多国共同抗疫

#### 腾讯科技战疫的四个方向

<h3>医研 前线</h3> <p>为医院开发线上问诊平台和工具，捐赠搭载AI技术的CT检查舱；为科研机构筛选药物免费提供服务器资源</p>	<h3>大众 传播</h3> <p>上线疫情实时查、发热门诊地图等服务，联合多家互联网平台开展在线义诊，联合专家开展健康科普和辟谣</p>	<h3>公共 治理</h3> <p>推动上线100多个抗疫类政务小程序，推出健康码和乘车码等，助力政府、公共机构和社区等开展疫情防控</p>	<h3>复工 复产</h3> <p>推出远程办公、在线营销等解决方案，帮助中小企业和商家复工；开放教育平台和内容，帮助师生停课不停学</p>
--	---	--	--

## 火线驰援：从中国到世界 展示科技本色

新冠肺炎疫情肆虐全球，不仅严重威胁生命健康，也给生产和生活造成沉重和持续的打击。在这场没有硝烟的“战疫”中，腾讯一直在与时间赛跑，先后设立15亿人民币国内战疫基金和1亿美元全球战疫基金，并不遗余力地提供科技能力支持，持续为全球“战疫”贡献力量。

### 筹钱筹人，发挥平台生态效应

抗疫工作紧急启动，腾讯第一时间响应。2020年1月24日除夕夜，腾讯基金会宣布设立首期3亿元应急防控基金，紧急采购口罩、防护服、防护面罩等医护物资支援武汉等地区。

截至2月7日，经过两次追加，腾讯设立总额为15亿元的国内战疫基金，按照规划，战疫基金定位为疫情救援和保障的一揽子计划，主要用于物资支援、技术支援、人员关怀、科研与医疗事业等方向。

3月24日，考虑到新冠疫情在全球升级，腾讯再次设立1亿美元的全球战疫基金，支持联合国、世界卫生组织以及多个国家和地区共同抗疫。

在资源筹集和社会动员方面，腾讯发挥了互联网平台的优势。腾讯基金会旗下的互联网募捐信息平台“腾讯公益”于1月23日设立抗疫筹款专题，支持100多家慈善机构发起160多个筹款项目，截至4月底募集捐款超过6亿元。

腾讯公益还推出“战疫接龙”“拒食野味承诺”“网友拼字送加油”等活动，动员用户以线上的行动支持抗疫，一块做好事，一块传播正能量。

在技术开发支撑方面，腾讯于2月3日宣布设立2亿元资金池，建立“战疫开发者公益联盟”，为服务商和开发者提供资金、技术和资源等支持，帮助他们为政府部门、医疗机构等快速开发疫情服务小程序。项目上线半月就有1769家开发机构报名，针对政府和医疗机构的公益项目上线84个。

**战疫行动**  
守护善的力量

爱心企业 8家企业共捐赠 5415.400096 万元

宝马中国 华晨宝马 | 西部证券公司 | 牧原实业

筹款项目	项目进展
捐款金额/元	捐款人次
606,441,716.32	12,801,336

守护战疫天使 >

- 战疫天使守护计划**  
汇聚爱心，为一线医护人员提供关爱金和保障金。  
筹款中 17 条最新进展
- 上海战疫天使守护计划**  
上海在行动，为上海赴湖北的医护人员提供关爱金和保障金。  
筹款中 2 条最新进展
- 江苏战疫天使守护计划**  
江苏在行动，为江苏赴湖北的医护人员提供关爱金和保障金。  
已筹满 3 条最新进展

腾讯公益平台上线抗疫筹款专题，助力慈善组织筹款

## 抗疫复工，科技保障生产生活

除“输血”外，腾讯还通过互联网科技能力为疫情期间的社会和经济“舒筋活血”。随着疫情发展，腾讯健康、腾讯医典、企业微信、腾讯会议、微信和QQ等产品和平台，快速推出和不断迭代远程诊疗、线上会议、健康出行、线上课堂等各类服务，助力抗击疫情、推进复产复工。

2月18日，世界卫生组织到访腾讯考察。作为此次考察行程中唯一的科技企业，腾讯令世卫组织关注的是如何利用大数据防控疫情。其后发布的联合考察报告赞扬中国应用大数据和人工智能等新技术加强对密切接触者和重点人群的管理，对前沿科技助力疫情防控表示肯定。

回顾整个疫情期间，腾讯提供的数字化服务都“一直在线”，例如：在医疗辅助方面，腾讯推出疫情督查、远程问诊、病例自查等工具，向一线医护开放医疗图像AI技术，将云计算资源免费开放给科研机构；在信息传播方面，腾讯新闻、健康、医典、地图等团队合作

开发，推出发热门诊地图、辟谣平台等产品；在社会服务方面，推出防疫健康码、复工码、复学码等工具，为各种场景的疫情防控提供助力，等等。

随着春节假期结束，疫情防控与复工复产同步推进，前者关乎生命，后者关系生计。对此，腾讯“打包”腾讯会议、企业微信、腾讯问卷、腾讯文档等办公应用，推出“远程协作工具包”，帮助各行各业云上开工；此外，腾讯课堂、企鹅教育、企业微信和QQ等团队，通过为全国各地学校、师生和教培机构提供平台、工具和内容，保障“停课不停学”。

特别是，配合政府部门和行业伙伴的工作，腾讯还联合广大开发者在短短两月里上线百余款抗疫服务小程序，如全国第一个口罩预约购买小程序“穗康”、帮助企业同步解决防疫和复工难题的小程序“WE智造”、帮助餐饮连锁企业开展线上外卖业务的小程序等，为经济和社会生活有序恢复提供科技支撑。



## 守望相助，共筑人类命运共同体

随着疫情在全球范围升级，腾讯积极在国际层面承担社会责任，向世界分享科技战疫经验和成果。

例如，微信和FACEBOOK、世界卫生组织共同向全球的技术开发者征集抗疫服务类互联网应用，开展代码“战疫”；在国内提供了60亿次查询服务的腾讯健康新冠疫情模块向世界开源，全球政府机构、医疗机构、媒体和疫情服务开发者都能免费并快捷使用；腾讯研发的

新冠肺炎AI自查助手同样向全球开源，帮助各国民众自查感染风险、及时做好防范。

面对人类共同的健康危机，腾讯积极促进国际对话和合作。3月31日，联合国宣布和腾讯达成全球合作伙伴关系，通过腾讯会议和企业微信开展联合国成立75周年的数千场活动。这也将是联合国历史上规模最大的全球对话。

## 疫后保障：从当下到未来，助力基础科研

面向未来，人类要做好与病毒长期缠斗的准备。腾讯和腾讯基金会持续思考和探索自身在公共卫生、尤其传染病防治领域的作用与角色，关注点也逐步转向疫苗研发、药物筛选、传染病流行病学监测、医务能力提升、公共卫生治理提升等方面。腾讯希望发挥在大数据、科技和互联网产品方面的经验和优势，与各方共同探索公共卫生和健康领域的系统化解决方案。

## 以人为本，培育一线医务人员

在传染病防治和公共卫生体系中，医务人员无疑是守护生命的最后一道防线。尚未结束的新冠疫情中，这道防线挽救了许多生命，但也显示出脆弱的一面。

为此，腾讯与中国工程院签署《抗击疫情一线医务人员医学关怀与职业发展提升合作协议》，并捐赠3000万元用于开展院士与医务人员“结对子”计划，超500名抗疫一线医务人员将在医学科研、临床和预防等多个方面得到院士的悉心指导和培训，全面提升传染病防治方面的职业素养。

## 持续投入，助力公共卫生研究

无论是病毒特性和传播机制认识，还是临床诊断和公共防治应对，仍有大量问题摆在全球科研工作者面前。腾讯在公共卫生战疫基金方面展开全面探索，既关注临床诊疗、药物和疫苗研发，也重视病原分析、流行病学监测等基础研究。

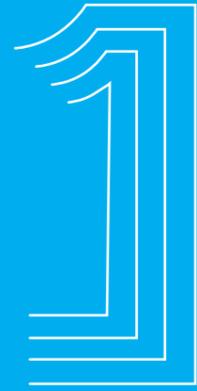
截至2020年3月18日，腾讯明确用于公共卫生相关科研的捐赠超2亿元，支持对象包括中国工程院、清华大学、钟南山团队等。同时，腾讯还将做好公共卫生研究的“数字化助手”，开放数据计算、产品技术及生态能力，为公共卫生基础科研提供更多支持。

进入本世纪以来，人类社会越来越频繁地面对传染病流行带来的系统性风险。共同对抗传染病和改善公共卫生，已经成为全人类义不容辞的责任。过去数年，腾讯已在基础医疗研究、AI+医疗方面取得一定成功经验。未来，在“科技向善”愿景引领下，腾讯将与政府部门、社会组织、媒体和公众密切协作，继续在公共卫生领域开展探索。



扫码阅读  
腾讯战疫CSR报告全文

# A BETTER SELF.....



## 第一章 向善凝聚力 做更好的自己

文化  
升级

将向善的使命融入血液

治理  
护航

建立透明阳光治理体系

以人  
为本

员工是腾讯最大的财富

全员  
公益

当科技、创意与爱相遇



过去一年  
腾讯升级最重要的产品——腾讯文化  
提出全新的使命愿景和价值观  
将向善融入每项产品和服务  
成为腾讯人的行动准则

## 1.1 文化升级： 将向善的使命融入血液

面对错综复杂的外部环境，探索可持续价值创造，腾讯这样的大型企业应该如何思考和行动？21年来，无论是对业务影响深远的CE（CUSTOMER ENGAGEMENT），对员工言行举止影响广泛的“瑞雪”，还是“一切以用户价值为依归”的理念，腾讯文化都贯穿始终。

2019年，“用户为本，科技向善”这个全新使命愿景的提出，是腾讯“向内探寻”的里程碑。以此为灵魂的企业文化，犹如一条金线，串联起内部治理、组织建设、商业模式等不同侧面，并突出体现在员工的认同和行动层面，使腾讯得以“更好的自己”回应外部利益相关方期待。这是腾讯在2019年进行的一次关键的自我进化。

“用户”和“责任”是腾讯存在和成长的两条生命线。“用户为本”是腾讯21年来始终坚守的信念，也将坚定地传承下去。“科技向善”则是腾讯用技术守护生命和情感，用科技放大人性的善意，主动承担更大社会责任的重要选择。

科技本身力量巨大，科技发展日益迅猛，如何善用科技，将极大程度上影响到人类社会的福祉。腾讯选择科技向善，不仅意味着要坚定不移地提升自身科技能力，为用户提供更好的产品和服务、持续提升人们的生产效率和生活品质，还要有所不为、有所必为。

腾讯的价值观也在传承的基础上进化。四个关键词中，“正直”和“进取”延续不变，“合作”和“创新”分别进化为“协作”和“创造”。腾讯员工还通过全体提名和投票，选择蜜蜂和海豚分别代言“协作”和“创造”。

“在那些产生巨大影响的产品和服务上，在那些改变世界的团队身上，在那些重要的决策时刻，腾讯文化贯穿始终。让文化融入我们的血液，成为一种自然的选择。”

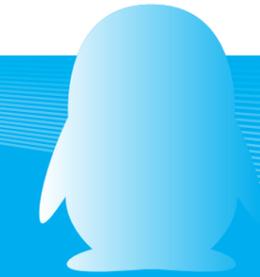
——马化腾、刘炽平及腾讯总办全体成员

“尊重每一个人正是腾讯的底层价值观，也符合这家企业素来的“人设”。从这个意义上来说，“科技向善”并不是凭空出现的，而是大家不谋而合。”

——陈春花 北京大学国家发展研究院教授



扫码延伸阅读  
陈春花：科技公司的最终使命是实现社会期望价值



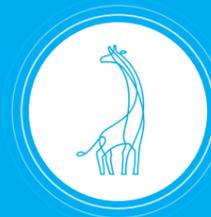
## 腾讯文化 [2019年11月11日起]

### 使命愿景 Mission & Vision

· 用户为本 科技向善 ·  
Value for Users Tech for Good

一切以用户价值为依归，将社会责任融入产品及服务之中，推动科技创新与文化遗产，助力各行各业升级，促进社会的可持续发展

### 价值观



长颈鹿  
正直

坚守底线，以德为先，坦诚公正不唯上

遵守国家法律与公司制度，绝不触碰公司管理底线  
做人德为先，坚持公正诚实守信等为人处事原则  
用正直的力量对周围产生积极的影响



海燕  
进取

无功便是过，勇于突破有担当

尽职尽责，坚持奋斗，使命必达  
居安思危，不断学习，追求卓越  
勇于承担责任，主动迎接新的任务和挑战



蜜蜂  
协作

开放协同，持续进化

充分共享专业知识与工作经验，实现共同成长  
具备大局观，能够高效协同，达成统一目标  
使命驱动，推动组织不断进化



海豚  
创造

超越创新，探索未来

不断突破现有思维模式  
保持对前沿、未来领域的关注与投入  
让创造产生价值



## 治理护航： 建立透明阳光治理体系

腾讯遵循《公司法》、香港联交所上市规则等法律法规及制度要求，构建起现代公司治理架构。腾讯致力于维持最高水平的公司管治，让投资者充分了解公司的管理和发展，为股东创造可持续的价值。

### 优化治理结构，强化公司内部管控

腾讯建立单一董事会，独立非执行董事占本公司董事会人数的三分之一以上，充分发挥制衡作用，以保障股东及公司的利益。董事会下设审核委员会、企业管治委员会、投资委员会、提名委员会、薪酬委员会等5个董事委员会。

腾讯公司引进内部监控制度，让管理层及董事会能确保公司的财务状况、保障资产（包括数据资产）遵照监管规定。内部及外聘核数师负责监察内部监控制度的运作，并向管理层及审核委员会提供意见。

足够及有效的风险管理和内部监控系统是实现腾讯战略目标的重要保障。公司致力于不断完善风

险管理体系，包括架构、程序与文化，通过提升风险管理能力，确保公司业务长远增长和持续发展。

腾讯建立涵盖“运营及管理、风险管理、独立保证”的内部监控“三道防线”模型，并结合公司实际情况，在董事会监督和指导下，建立风险管理及内部监控组织架构。腾讯制定《风险管理和内部控制管理政策》，加强全体员工风险管理意识，保障公司业务安全、稳健运行，并更好地符合香港联交所对上市公司关于企业管治的最新要求。各事业群定期对可能影响目标实现的风险因素进行识别和评估，制定相应风险应对措施，并接受相应风险管理及内部监控培训。

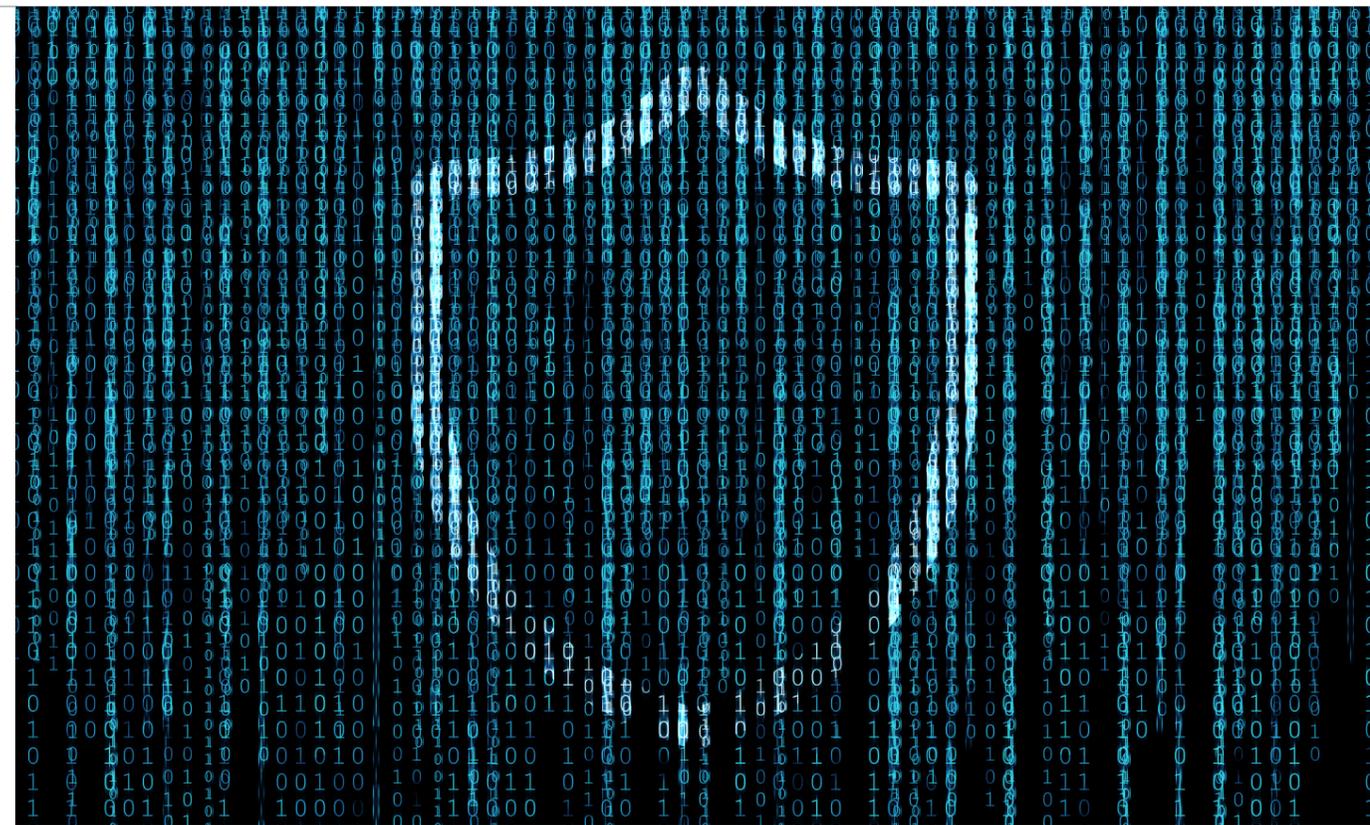
### 力行阳光准则，严格处理贪污舞弊

为贯彻落实腾讯企业文化，确保“知言行”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，并将最严重的违规行为视为“高压线”。

员工个人行为一旦触及此界线，一律开除，永不录用；对于外部个人或公司参与腾讯员工违反“高压线”事件的行为，腾讯将立即停止合作并将其列入黑名单，

永不合作；如相关行为触犯相关法律、法规，达到法定立案标准，腾讯将依法移送公安部门处理。

腾讯公布《反舞弊举报制度》，设立舞弊检查及反腐败机制，以预防和阻止贪污、舞弊行为。2019年前三季度，腾讯反舞弊调查部共发现查处违反“高压线”案件40余起，其中60余人因触犯“高压线”被辞退，10余人因涉嫌违法犯罪被移送公安司法机关。



### 坚持数据有度，保障用户隐私安全

腾讯坚持为用户创造价值的目标，坚持合法合规经营，并格外注重对用户数据资料及其他敏感资料的隐私保护。比如，腾讯在内部合规政策中纳入关于隐私保护的法律法规及监管要求；设立专门隐私团队、制定严格程序收集和处理用户数据资料；在新产品推出前进行隐私风险评估；对员工进行隐私保护相关培训；发布《腾讯隐私保护白皮书》并推出隐私保护平台，使用户全面了解腾讯隐私保护相关举措。

2018年12月27日，在大数据合作与合规峰会上，腾讯发布《腾讯隐私保护白皮书》，全面系统展示腾讯隐私保护能力，总结腾讯隐私保护经验与实践。

腾讯秉持“科技向善，数据有度”的隐私保护理念，始终把个人信息和数据安全放在优先地位，坚持收

集数据有限度、数据服务有温度、使用数据有态度、管理数据有法度、保护数据有力度，为用户创造安全可靠的在线环境。

腾讯提出P·B·D隐私保护方法论，将隐私保护融入产品设计中，将用户对数据的控制转化为实际的按键，实现用户对个人信息的控制。

腾讯从合规管理、产品评审、安全保障、内部审计和员工宣导五大维度，建立全生命周期数据管理制度和多维度隐私保护机制，将数据保护策略制度化、数据管理流程规范化。

在数据安全技术上，腾讯采用数据加密、数据脱敏、去识别化、量子加密等技术，通过事前防范、事中保护和事后追溯，全方位保障用户数据安全。

## 1.3 以人为本： 员工是腾讯最大的财富

人才是腾讯最宝贵的财富。腾讯6万多名员工（注：截至2019年12月31日，腾讯共有雇员62885名；根据2020年Q1财报数据显示，雇员数量为64238名）中有2万多名为技术工程师，他们来自全球18个国家和地区，其中硕士及以上学历者占比50.2%，本科及以上学历者占比98%。腾讯坚持“以人为本”，努力为员工提供丰厚的物质生活和精神文化保障，满足员工个性化成长需求。

### 为员工提供全面福利

腾讯为员工提供具有市场竞争力的固定工资，并根据工作和岗位需要提供通讯、交通、派驻、差旅等补助或津贴。为体现员工与腾讯共同成长、共同分享的理念，腾讯还在年底为员工发放绩效奖金和服务奖金，颁发“星级员工”“星级团队”等专项奖励。

腾讯员工享受全方位的健康管理，包含年度体检、24小时健康咨询顾问、健康餐饮、运动场馆、专业私教、“心灵解压舱”心理咨询服务等。在五险一金等基础保障外，腾讯还为员工及其家属提供可灵活定制的专属商业保险，减轻其医疗负担。

腾讯设计安居计划（免息住房贷款）、婚育礼金等慷慨走心的福利，陪伴员工度过人生不同阶段。每年春节、女生节、儿童节、中秋节和长辈关怀节，腾讯都会为员工及家属提供节庆福利。每年一次的家属开放日，员工还可以带家人来感受自己的工作 and 环境。

此外，腾讯为员工提供弹性工作时间和充足的带薪假期，让员工更好地应对工作之外的一切。

腾讯始终坚持平等、透明、无歧视，充分尊重不同性别、国籍、民族、宗教信仰的员工，努力创造平等、和谐、多元文化融合发展的工作环境。

腾讯在深圳、北京、上海、成都、广州等国内多个城市，以及美国、韩国等多个海外国家，均建立了分支机构，并为当地员工打造舒适、创新、体现腾讯文化特色的办公环境。



扫码了解更多：  
2019年家属开放日



扫码了解更多：  
“益起变蓝”2019腾讯踏春日



位于深圳南山的腾讯全球总部滨海大厦

### 让员工能够畅所欲言

腾讯充分尊重每一位员工，鼓励员工发挥主人翁精神参与公司发展，为广大员工提供有效的民主管理渠道、搭建畅通的沟通平台，保障员工的民主权利。

每年年底举行的员工大会，是腾讯年度最重要的盛会之一。会上总办领导向员工传递公司战略、业务布局与管理思路，并对在业务、技术、管理等方面取得卓越成绩的团队进行表彰，以感谢他们为

腾讯发展做出的贡献。

为了促进公司内的健康交流、增进相互理解和信任，腾讯建立了内部问答社区——乐问，员工可以选择实名或匿名提问，回答者则必须实名，以此鼓励负责任的回答。2019年，平均每周员工会在乐问上提出400个新问题，并产生大约2000个回答，为员工提供了高效、快速的沟通平台，这也成为腾讯了解和解决员工需求的重要渠道。

### 为员工铺就成长之路

关注员工成长是腾讯的管理理念。2007年腾讯学院正式成立，以“成为最受尊敬的企业大学”为愿景，通过开展各类课程与培训，努力成为员工成长顾问、业务发展伙伴、组织文化使者、生态建设助手，为腾讯的现在和未来培养人才。

截至2019年底，腾讯学院拥有课程448门，公司级讲师1495位，开班量9600余次，总课时24000余小时，面授

覆盖率87%，网课覆盖率90%。腾讯希望通过完善、全面、科学的培训体系助力腾讯人成为独立思考、全面发展的人，激发每个人的活力。

腾讯一直高度重视员工的发展，建立了专业和管理“双通道”职业发展体系，帮助每个员工结合自身意愿制定全面的职业发展路径。在能力提升的同时，每个腾讯人的成长贡献都能通过职级体系得到及时明确的体现。



## 1.4 全员公益： 当科技、创意与爱相遇

用户为本，科技向善。这不仅是一句纸面上的口号，而是被腾讯作为全员公益的行动指引。过去一年，腾讯员工志愿者不仅更加积极地利用业余时间参与社区公益活动，而且在各自工作岗位上自觉地将科技伦理和科技向善融入产品和服务中。对腾讯人而言，公益已经成为工作和生活的一部分，寻常而日常。

### 用创益之心激发志愿精神

腾讯员工在2006年自主发起成立腾讯志愿者协会，利用业余时间，将自身创意与腾讯技术、产品相结合，把爱与希望传递给更多人。

截至2019年底，腾讯志愿者活动次数142次，平均每年有将近10次志愿者活动，在信息寻人、特殊儿童关怀、扶贫济困、助学等多个方面持续投入和参与。

#### 案例 灵感加载，因爱创变



自2017年至今，STARRY COLOR（腾讯创办的公益文创品牌）移动课堂的老师已连续3年为一群来自星星的孩子（自闭症患儿）提供艺术疗愈课程。2019年，鹅厂人用心打造了一款特别的文化衫——“创变衫”，员工可以自愿付费定制，每定制一件便有9.9元的善款捐赠给自闭症患儿。鹅厂人希望以这种创新的活动方式，让来自星星的孩子通过自己的努力获得更多人的关注和关爱。

#### 延伸阅读

##### 腾讯人的“向善”故事



被Pony点赞的腾讯急救队  
他们是腾讯人心中的瑞雪大侠



面对自杀人群  
腾讯做了什么？



我用AI缉拿“视力小偷”



我是一名“鉴黄师”  
但和你想的不一样

### 以科技伦理为导向改善产品

“微创新奖”由腾讯技术工程事业群于2011年发起运营，用于激励公司内部具有优秀创意和技术革新的产品与项目。2018年，在腾讯主要创始人之一张志东的指导下，“微创新奖”增设公司首个针对科技伦理导向设立的奖项——“科技向善”专项，鼓励产品在防沉迷、信息过载、信息安全和用户友善度等方面进行深入思考，推动以产品和技术创新解决科技发展带来的问题。



#### 优图天眼寻人

通过多种技术创新，包括DDL学习、ID-PRESERVING-GAN、优图祖母模型4.0、优图RAPIDMINER等打造了真正可以落地帮助打拐寻人的儿童跨年龄识别技术解决方案。



#### 腾讯翻译君

无需拍照，对准内容，即可实现中英日韩等10种语言的AR实时翻译。融合了动态追踪、OCR组段分析、神经网络翻译、AR渲染等4种AI技术，提供更高效的翻译，让你所见即所得。



#### 微信支付电子发票

深圳市“出租车电子发票”方案打造全国出租车首个电子发票应用，创新实现“微信支付后开出租车电子发票”，并通过“出租车助手”小程序为乘客提供电子发票、服务评价、失物招领等一站式服务。



#### 民航乘机证明小程序

国家民航局官方发布的乘机小程序，支持无身份证登机、刷脸乘机，可在全国203家机场通用。



#### 腾讯数村

利用AI图像识别技术为农民“问诊”；利用云直播等技术连接乡村和在外务工的村民，实现远程“回村看看”，为乡村振兴打造有温度的数字化平台。



#### 腾讯文档远程演示

为远程沟通中的PPT演示需求提供更加流畅和清晰的解决方案，不仅提升展示效果，而且提升互动体验。



#### 腾讯民汉翻译

一款贴近用户需求的民汉互译产品，实现实时语音识别翻译，并且可以智能标点断句，为民族语言和汉语的沟通带来极大便利。



#### 成长守护平台

响应文化部“网络游戏家长监护工程”号召，协助家长培养孩子健康游戏习惯，守护网络时代青少年成长。



#### 微信自拍表情拜年

微信自拍表情，在春节特效中使用人脸、表情、手势识别和背景替换的技术，让用户更愿意拍摄表情，让拜年更真挚有趣。



#### 医学影像标注

通过AI识别医学影像报告，用机器代替人工标注，用文本反推影像结果，准确率超95%，助力医生提高临床诊断效率。

# A BETTER US.....



## 第二章 向善支撑力 为更好的我们

过去一年

腾讯继续推动数字基建

深耕消费互联网、拥抱产业互联网

与消费者、生产者和服务者同行

为云上时代提供科技支撑

- 一起开启云上时代
- 一起创造智慧生活
- 一起创享精彩视界
- 一起守护网络安全

## 2.1 一起开启云上时代

近年来，中央密集部署推进“新基建”，大力推进包括5G、大数据中心、人工智能等在内的新型基础设施建设，这无疑将为产业互联网的发展提供巨大的新动力。

深耕消费互联网，拥抱产业互联网，2018年“930变革”后腾讯提出这样的战略升级图景。2019年，这个图景已经跃然眼前。在云计算、大数据底层科技的支撑下，生产生活越来越多地构筑在云端，腾讯与用户和各行各业伙伴们共同开启了“云上时代”。

### 强化核心科技，数字化服务永不掉线

腾讯云提供全球领先的云计算、大数据、人工智能等技术产品与服务，以卓越的科技能力打造丰富的行业解决方案，构建开放共赢的云端生态，助力各行各业实现数字化升级。

2019年，腾讯实现全网服务器总量超过100万台、带宽峰值突破100T的“双百”里程碑，成为中国首家、全球第五家服务器总量超过100万的公司。腾讯网络基础设施覆盖全球，实现百T级流量实时调

度。腾讯图计算平台的高性能分布式图计算达到世界领先水平，可满足十亿级节点的超大规模图计算需求，打破了原本动辄需要数百台服务器的资源瓶颈，最少只需要十台服务器，即可将计算时间从天级缩短到分钟级。

截至2019年底，腾讯公司云技术专利申请量和专利授权量分别达4899件和1892件，在安全技术以及大数据领域方面的专利申请量位居行业第一。

### 丰富应用工具，十八般武艺任你挑选

数字工具为实体经济数字化转型提供技术条件，助力传统产业迈向数字化、网络化和智能化。近年来，腾讯为各行各业提供“工具箱”，推出“云大智”（云计算、大数据和人工智能）、安全能力、移动支付、社

交广告、企业微信及公众号、小程序等数字工具，享受到数字化的便利。这些工具与传统企业的能力素质相结合、相配套，企业不管规模大小，都能在“工具箱”里找到合适的工具，塑造出全新的数字竞争力。



### 建设基础设施，让资源流动畅行云端

通过夯实底层科技和搭建平台生态，腾讯为各行各业在数字化时代的升级提供包括科技金融、智慧营销、远程协作等在内的解决方案，为消费者、生产者和生产者等在“云上时代”构筑坚实支撑。

### 创新金融科技服务，让支付更便捷

随着经济发展，数字支付及金融服务需求不断扩大，腾讯致力于推动支付创新，不断增加支付使用场景，2019年，腾讯商业支付日均交易笔数超过10亿，月活跃账户超过8亿，月活跃商户超过5000万。同时，腾讯不断加强线下商户渗透，推出微信支付分，提高用户购买意愿及对商户的忠诚度。

除支付外，腾讯还提升了其他金融科技服务能力。如，腾讯理财通平台持续提升智能投顾等金融服务能力，根据用户个性化理财需求，为其提供合理的金融产品与服务；微保携手国内知名保险公司，为用户提供优质的保险服务，用户可以通过微信和QQ直接进行保险购买、查询以及理赔，让保险触手可及。



延伸阅读：  
“最后”用上微信支付的山村

### 升级数字营销体系，促进商业增长

腾讯广告围绕“美好连接，智慧增长”的品牌主张，通过智慧营销体系 TENCENT IN，以用户为中心，以商业增长为使命，以体验智达（INTERPERSONAL）、全景智连（INTEGRATED）、数字智驱（INTELLIGENT）为核心理念，构建品牌与用户的美好连接，实现商业智慧增长。

2019年，腾讯推出信息流产品“腾讯看点”，以全新的商业化方式驱动媒介效率及效果增长，以创意互动升级、转化路径升级、人群触达升级三大新能力帮助广告主实现一点联投、多端触达，提升商业化表现。

### 丰富远程协作工具，提升办公效率

腾讯还持续推出企业微信、腾讯会议、腾讯文档、腾讯微云、腾讯乐享、TAPD、腾讯工蜂等多种在线协作工具，覆盖互联网在线会议、多人在线协作文档、一站式企业社区、文件云同步、敏捷协作等企业办公场景，助力各行各业提高沟通效率，实现生产方式数字化变革。腾讯会议日活跃账户数在推出两个月内超过1000万，成为当前中国最多人使用的视频会议专用应用。截至2019年5月，企业微信已接入超450万个应用，拥有超过17000个合作伙伴。



- 腾讯商业支付  
日均交易笔数超过  
**10亿**
- 月活跃账户超过  
**8亿**
- 月活跃商户超过  
**5000万**

## 2.2 一起创享精彩视界

每天都有超过10亿用户通过微信、QQ和自己的朋友进行上百亿次沟通；移动支付省去用户上千亿次“找零钱”的麻烦；微信公众平台已经汇聚超2000万个公众账号；每个月都有超过2亿人通过腾讯新闻获取最新资讯内容；已有来自200多个国家和地区的超过8亿用户通过腾讯游戏实现更丰富的体验与互动……腾讯秉持“用户为本”的理念，充分发挥社交与内容平台特色优势，与用户共创共享，共同成为“更好的我们”。



### 我们连接，让每个人都能被看见和被尊重

产品，是腾讯与用户最重要的连接点。2019年，QQ整体月活跃账户数超过8亿，成为最受中国人喜爱的社交应用之一；微信及WECHAT合并月活跃账户数达11.65亿，已从一个通讯工具逐渐成为人们的一个生活方式。腾讯努力通过产品和服务，实现人与人、人与物及人与服务的连接，让人们享有更有趣、智慧、普惠的美好生活。

#### 连接更加年轻的生活

2019年，QQ迎来20岁生日。QQ陪伴了许多人的青春，并不断更新迭代，为更多年轻人提供社交互动与个性展示的平台。一起听歌、GIF热图等功能，让沟通更加有趣；群组通话、屏幕分享、文件漫游等功能则不断满足人们更复杂的沟通需求。聊天之外，QQ还推出厘米秀、QQ看点、QQ小游戏、兴趣部落、企鹅电竞等产品和功能，努力满足年轻用户个性表达、社交互动、情感沉淀的需求。



QQ20周年推出“太空鹅高定限量版”手办

容平台上绽放。用户还可以通过微信看一看与朋友分享感兴趣的内容，利用碎片化时间在腾讯新闻获取“新知”，在腾讯视频、QQ音乐上享受丰富、极致的在线视频、音乐体验，在腾讯微视上记录和分享生活中的美好瞬间，在全民K歌平台上与亲朋好友共展歌喉……腾讯通过提供类型多样、风格不同的产品和服务，为更多用户搭建沟通交流的平台，满足用户多层次、多样化的精神文化需求。

2019年，也是QQ整装待发的一年。围绕八亿活跃用户，QQ发布聚焦有趣、文化、责任三个维度的年轻社交战略，上线卡噗APP、QQ小游戏中心、QQ群开放平台，为用户提供更生动的社交体验；持续与文化IP进行合作探索，搭建传统文化与年轻人的沟通桥梁；持续耕耘产品无障碍、全城助力、微光行动等项目，向年轻人传递正向价值观。

除QQ外，年轻的生活同样在腾讯的其他社交和内

#### 连接更加普惠的生活

互联网让生活方式更加年轻。但年轻的生活方式不只属于年轻人。腾讯坚持推动信息普惠，在产品和服务中贯彻“信息无障碍设计”理念，让不同群体平等共享数字时代的丰富多彩。

信息无障碍是指无论健全人还是残疾人、无论年轻人还是老年人，都能从信息技术中获益，任何人在任何情况下都能平等地、方便地、无障碍地获取信息、利用信息。腾讯发布《中老年人反欺诈白皮书》，为广大中老年网民提供全面防骗知识及网络安全使用指南；坚持推动“一个都不能少”和“信息无障碍”理念的传播与落地，在QQ、微信、腾讯新闻等国民应用中增设无障碍功能并不断优化，为特殊群体构建无障碍的社交平台；在公共服务、出行和游戏等领域尝试打造无障碍产品，为特殊群体带来全新生活及文化体验；推出“腾讯云助力视障开发者计划”，为视障开发者提供技术和资源支持，帮助视障人群更好融入信息社会，实现个人价值。

#### 案例 中老年人反欺诈白皮书

随着互联网技术的日益普及，中老年“网络移民”的增长趋势显著。尽管中老年人生活经验丰富，但面对纷繁复杂的网络环境和真伪难辨的诈骗手法，往往极易落入诈骗团伙的陷阱中。2019年10月9日，腾讯110平台发布《中老年人反欺诈白皮书》，基于2019年上半年用户举报大数据分析，结合公安机关破获的案件案例，总结出网络诈骗中老年人的六大手法和七大特点，旨在为广大中老年网民提供全面防骗知识及网络安全使用指南，让更多中老年人免受网络诈骗侵害。

#### 案例 助力视障开发者计划

随着互联网技术发展，越来越多视障者加入开发者行列，通过学习编程和开发软件产品，做出满足视障者需求的产品，但同时，他们在技术和资金能力上也面临着较大限制。12月3日是国际残疾人日，腾讯云与信息无障碍研究会共同推出“腾讯云助力视障开发者计划”，通过腾讯云AI技术能力、云服务能力，为视障开发者提供技术和资源支持，并构建产品技术与资源的对接平台，拓展产品应用场景和市场，让产品惠及更多视障人群。截至2019年12月，首批已有数十款产品获得腾讯云助力。

## 我们关爱，让孩子们在数字时代健康成长

随着现代数字技术快速发展，游戏已逐步成为大众喜闻乐见的数字文化体验之一，对社会的功能和价值持续进化和丰富。与此同时，未成年人保护等问题也受到社会的广泛关注。腾讯将社会责任牢牢置于商业之上，运用创新技术，推出系列举措，引导行业自律，构建更健康、文明的网络文化空间。

### 发挥游戏正向价值

游戏是人类与生俱来的天性，是感受力和创造力的源泉之一。进入数字时代，游戏展现出全新的面貌，不仅是一种娱乐活动，而且是一种产业形态、社会场域和文化载体。网络游戏推动电子竞技产业的蓬勃发展，让游戏构建起人与人之间更丰富的情感连接与互动；依托游戏打造的数字艺术产品，正在成为传承和弘扬传统文化、推动中国文化出海的新型载体；此外，游戏的思维和方法还被应用于青少年素质教育、环保宣传等领域，未来还将为更多社会问题提供解决思路。腾讯游戏秉持“去发现，无限可能”的品牌理念，不断探索游戏的正面力量，给用户和世界创造更多美好。

2019年3月，腾讯将“功能游戏”升级为“追梦计划”，探索游戏在文化传承交流、国力科技教育、社会公益关爱等维度的应用，重塑游戏文化内涵，已推出20多款功能游戏，累计覆盖超2000万用户。

- 追梦计划已推出功能游戏 **20** 余款
- 累计覆盖用户超 **2000** 万

### 解读 “追梦计划”的三个维度

#### 数字文化传承计划

推出《佳期：踏春》《子曰诗云》小程序游戏、《故宫：口袋宫匠》等多款文化类游戏，让传统文化融入当代生活。



腾讯“追梦计划”推出的文化类小游戏示例

#### 国力科技教育计划

旗下编程教育平台“扣叮”已进入城市地区众多中小学编程课堂；推出《纳木》《电是怎么形成的》《肿瘤医师》等涉及植物学、电力学、医学及教育亲子等多维领域的游戏应用价值探索产品，构建大众对前沿科技的系统性认知体系。

#### 公益社会关爱计划

推出《长空暗影》《见》等呼吁关爱特殊人群的公益游戏；发布“全民爱公益”平台，上线十余款涵盖多个主题的公益小游戏。

### 强化网络健康管理

网络是现实的镜像。网络游戏的世界中也难免有沉迷、不文明行为等现象。腾讯响应国家有关部门的号召，通过改进产品技术、加强公共宣传、共建行业标准等方式，强化网络健康管理。

在互联网不断渗透的信息化浪潮下，网民“首次触网年龄”明显提前，加强未成年人网络保护成为社会共识。2019年4月，腾讯发布首份关于未成年人安全上网保护的白皮书。2019年5月21日，在IEEE网络游戏未成年人守护标准工作组第一次会议上，腾讯牵头启动《网络游戏未成年人守护指南》制定工作——这是国际上首个针对未成年人的网络保护标准。多年来，腾讯始终关注并致力于未成年人保护工作，推出未成年人网络权益保护项目“企鹅伴成长”，搭建起以研究教育、产品促进、平台治理为基础，以促进社会协同保护为机制的未成年人安全上网保护体系架构。相继推出覆盖事前-事中-事后的“成长守护平台”“健康系统”“未成年人主动服务工程”等健康上网解决方案，并联合多方力量，共建全方位的未成年人网络保护体系。

当越来越多人将游戏当作一种生活方式时，健康游戏便不再是局限于未成年人领域的议题。为探索成年人健康游戏的更多可能性，腾讯在“欢乐斗地主”和“天天象棋”中搭建了一套具有文化特色的健康约定系统，以“君子之约”为设计理念，对玩家游戏时间进行柔性约束，有效降低玩家疲劳程度和疲劳玩家量级。截至2019年9月，健康约定系统累计服务2750万玩家，严重疲劳玩家（连续游戏3小时以上）量级从30万下降至13万。

腾讯发挥自身技术及影响力，通过功能开发、规范制定等方式，努力维护健康绿色网络环境。2019年6月，腾讯在《王者荣耀》游戏推出GVOICE文明语音，通过举报机制和语音唤醒类实时监测功能辨识不文明语音信息，并对违规玩家做出相应警告和惩罚。



腾讯始终非常重视网络生态治理，尤其是对未成年人的保护，将此视为企业发展的生命线。

——腾讯公司首席运营官 任宇昕

### 解读 未成年人健康上网保护体系

#### 事前设置：成长守护平台

成长守护平台是游戏外的“主动管理”，帮助家长对腾讯旗下游戏、微信小游戏、QQ空间游戏，以及腾讯视频、微视等泛娱乐平台进行时长和消费管控，已服务超过2000万用户。游戏适龄提示功能已在10款产品中率先上线。

#### 事中管理：健康系统

应用“公安实名校验”“人脸识别验证”等技术，对未成年人游戏账号执行严格的游戏时长限制规则，已接入116款手游和31款端游，覆盖98%的活跃用户，平均每天有560万未成年用户因此获得保护。2019年，由于技术原因无法接入健康系统的32款游戏已被强制退市或在退市流程中。

#### 事后服务：少年灯塔主动服务工程

建立源头消费发现机制，通过用户帐号画像信息，识别有消费行为的疑似未成年人，并主动联系、告知家长，与家长形成共同监管。订阅用户累计超1000万，并为超1720个家庭提供免费教育辅导服务。



开展“护苗·网络安全进课堂”2019乡村行

## 提升青少年网络素养

在网络与现实逐渐融合的趋势下，青少年网络素养对网络的运行秩序、问题解决，甚至对整个社会发展都将产生重大影响。腾讯高度重视对青少年网络素养的培育，发起DNA（DIGITAL NATIVES ACTION，数字原住民）计划，从“赋能青少年”理念出发，联合多方机构，以专业网络素养课程、网络素养夏令营、公开课和亲子读本，构建完整的网络素养内容体系，填补青少年网络素养教育空白。通过家校联合，DNA计划直接影响并提升了50万个家庭的网络素养教育观念，帮助家长们消除对网络的偏见、学会亲子沟通方式，使双方在数字时代共同成长。

欠发达地区的青少年也是腾讯重点关注的对象，2019年7月10日，腾讯联合全国“扫黄打非”办公室启动“护苗·网络安全进课堂”2019乡村行项目，全面聚焦乡村儿童的网络安全教育，通过合理引导帮助乡村

儿童正确探索他们和网络的更多可能。

同时，腾讯依托企鹅伴成长项目，和联合国儿基会建立了深度合作伙伴关系，共同推进“儿童网络隐私和自由表达标准”“儿童数字营销研究”“网络游戏的机会和风险研究”等多项研究合作，向国际传递积极正向的声音，以国际化视角为未成年人健康成长保驾护航。

2019年11月28日，腾讯作为唯一受邀企业，参与第十四届联合国互联网治理论坛（IGF）下设“提高儿童数字素养以应对网络欺凌问题”研讨会。腾讯以未成年人网络权益保护项目“企鹅伴成长”为例，从理论研究、教育实践、平台治理、社会协同四个方面分享在开展儿童数字素养教育方面的研究成果和实践经验，助力中国与国际社会共同应对网络欺凌等问题给未成年人健康成长带来的威胁与挑战。

## 我们创造，让优质内容焕发价值获得回报

QQ、微信、腾讯新闻、腾讯视频、微视……随着网络生活成为日常，社交和内容平台不仅是单向传输信息的管道，而且积极回应人的深层需求，为用户创作内容提供空间。让创作成为一种网络生活方式，让内容焕发价值并获得回报，让每个人在互联网世界里共享出彩的机会。

### QQ推出个性化开放平台

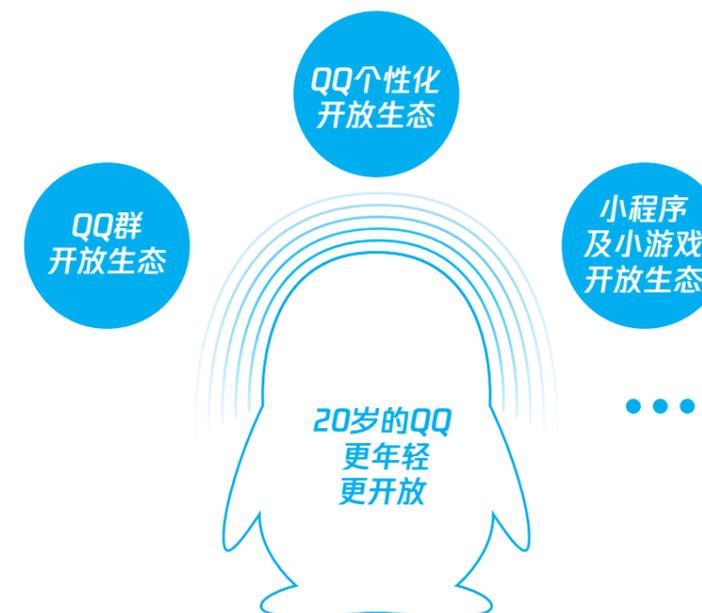
20年来，QQ服务着跨越不同代际的用户。对用户而言，QQ不只是社交工具，还是发现和展示自我个性的内容平台，更逐渐成为记录喜怒哀乐、交流成长故事和沉淀生命记忆的云端空间。

基于这种洞察，在2019年腾讯全球数字生态大会上，QQ发布最新的年轻社交战略，通过进一步开产品、数据和流量等能力，联合内容创作者、社群运营者和技术开发等，共同建设和完善内容生态，以满足用户需求的进化。

QQ的开放生态包括QQ群开放生态、QQ个性化开放平

台生态、小程序及小游戏开放生态。

QQ群开放生态基于丰富的QQ群垂直场景，为各类群场景提供多样化的应用服务，助力社群运营。QQ个性化开放平台将为更多创作者QQ位实现场景开放、平台开放及商业开放，为4.7亿装扮用户提供更丰富的个性化选择，并让创作者实现收益分成。在小程序、小游戏开放生态上，QQ则从流量扶持、业务赋能两方面入手，向开发者开放优质社交流量，助力QQ小程序和小游戏进入亿级流量通道。



## 微信启动“创客自荐计划”

2020年一季度，微信及WECHAT的合并月活跃账户超过12亿。这个数字背后是一个个充满创造力的个体。他们可能是专业的公众号创作者、小程序和小游戏开发者和表情包创作者，也可能是大隐于朋友圈的作家、画家和摄影师。作为“一个生活方式”，微信非常注重激发和保护用户的创造力。如果说信息的流通构成微信生活的骨骼，那么内容的创造则充实了微信生活的血肉。

微信将平台上的创造者分为四个话题，分别为原动力、少数派、影响力和探索者。对于这些内容创作者来说，微信是他们输出内容或发展业务的主要平台，甚至生存的基石。这些创作者们，通过微信平台与各自受众相遇、相知、相伴、相生，共同建设和繁荣一个丰富多元的生态系统。在这个生态中，用户既是对内容和服务的需求方，又可以成为内容和服务的创造者，并最终让用户享受到更便利、前沿、有价值的内容和服务。

2019年底，微信官方首次整合公众号、小程序、小游戏、表情四款产品，进行一场面向社会大众的公开申请——微信创客自荐计划，记录和发掘更多微信创客及其原创作品，给微信创客提供展示自己的舞台，打造微信生态特有的创作者展现平台。



做最好的与时俱进的工具【特别是生活方式的工具】、帮助创造者体现价值，这两个就是微信的原动力。

——腾讯高级副总裁、微信创始人 张小龙

## 案例 让创造产生价值，发现小程序的更多可能性



7月15日，首届全国青少年微信小程序编程创意营正式开营，一批00后涌入小程序的江湖。

创意营以“让创造产生价值”为主题，与广州大学附属中学进行试点合作，从700多位初中生中筛选出100余位参营。这批平均年龄13岁的孩子经历了组队培训、提交提案、开发作品、作品评比，完成了自己人生第一个小程序的编程之旅。微信为取得优胜的队伍提供18万元现金奖励，以及一趟48小时编程创意之旅，以鼓励他们继续探索和发现小程序的世界。

## 腾讯新闻推出“CONTECH合作伙伴计划”

进入数字时代，尤其在AI、大数据等新技术的加持下，用户角色正在经历着一轮进化：从单纯的内容消费者（CONSUMER）到生产型消费者（PROSUMER），从数字传播的被动接受者到数字视界的主动塑造者。

腾讯新闻也深刻洞察到这种转变，认识到传统的新闻生产形态已经无法充分满足用户需求。2019年，腾讯新闻亮出“打开眼界”的品牌理念，采用“人机协同”的技术方案，并推出CONTECH合作伙伴计划，让用户成为“新闻+新知”的参与者和生产者，而不只是旁观者和接受者

腾讯新闻推出CONTECH合作伙伴计划，涵盖腾讯新闻知识官计划、繁星计划和TOP计划，面向不同领域，各有侧重。腾讯新闻知识官计划面向热点话题的知识解读、较真辟谣与事实查证、冷知识内容创作、生活技能类短视频等内容品类；繁星计划支持有深度、时效性强的优质图文、视频内容，鼓励和挖掘各领域最有价值的内容；TOP计划则定向邀约创作者，深耕重点垂直领域。

腾讯预计投入15亿资金、每月100亿流量，通过流量扶持、金额补贴、增值服务、优质激励、商业变现等手段，支持知识性内容创作，扶持新锐和潜力作者，对优秀的成熟作者表达持续性的致敬。



在支持内容创作的同时，微信也非常关注对知识产权的保护。2019年全年，微信品牌维权平台共向品牌权利人输送举报线索近30万条；微信公众平台处理商标类侵权公众号、小程序超31500个，删除超10万余篇侵权文章，并首创洗稿投诉合议机制，有效保护原作者的劳动成果及合法权益。



扫码延伸阅读：  
微信如何保护知识产权

SPECIAL  
专题

传播正能量 一起看见美好

腾讯旗下新闻、视频、影视、游戏等平台，坚持社会主流价值导向，为用户提供积极向上的精品内容。在庆祝新中国成立70周年之际，腾讯组建70周年正能量统一行动支持小组，协同20多个产品和平台，整合70多个项目形成正能量矩阵，让亿万网友感受并分享国家的荣光，激发国民的爱国热情。

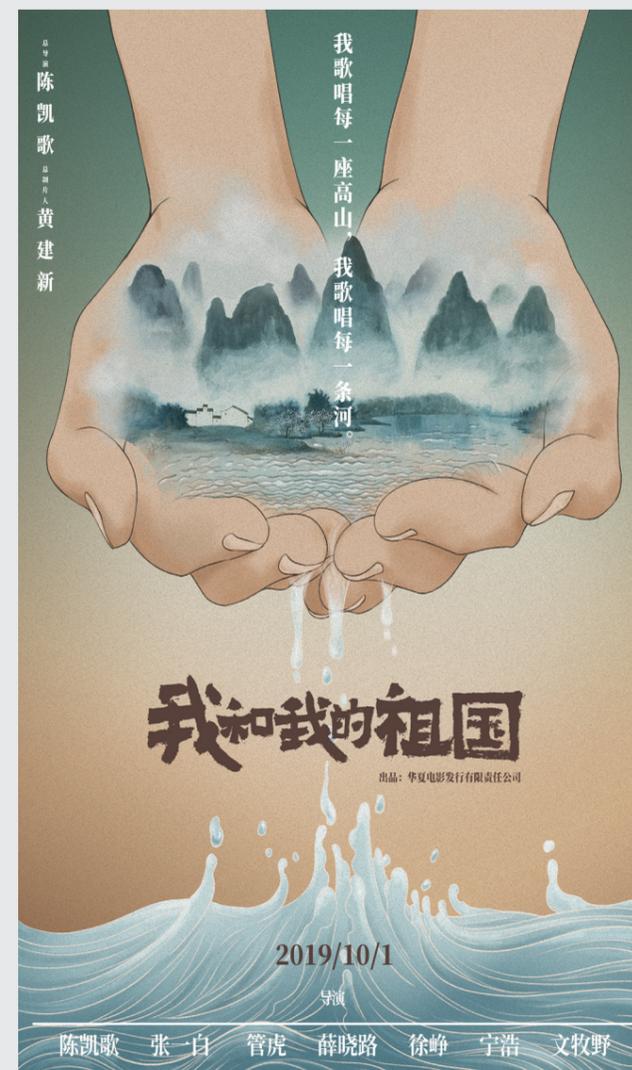


QQ飞车手游与新华社联合推出献礼赛道“飞跃神州”



腾讯游戏推出《家国梦》《家的故事》主题游戏

腾讯影业“时代旋律”系列发布《我和我的祖国》《父亲的草原母亲的河》等15部作品



腾讯游戏联合中央美术学院师生创作《我和我的祖国》动画长卷



腾讯新闻策划《幸福长街70年》《迎国庆、挂灯笼》

向善凝聚力

向善支撑力

向善辐射力

## 2.3 一起创造智慧生活

随着数字世界与物理世界的深度融合，各行各业正在驶入数字化快车道。与消费互联网相比，产业互联网贯穿设计研发、生产、组装、流通、服务全周期，唯有各个环节都完成数字化升级，打通价值链，才能从根本上提升效率、实现产业进化。腾讯将自身定位为做好各行各业的“数字化助手”，与行业伙伴一起推动民生政务、产业经济和社会治理等各个领域的数字化升级，进而助力数字中国建设。

### 智在指尖，让民生政务服务更有温度

近年来，腾讯顺应国家大力支持数字政府建设的发展战略，一切以用户为中心，将注重管理的传统政务服务与现代化创新服务思维深度融合，运用管运分离的数字政府改革模式，建设有温度的数字政府，真正做到“让数据多跑路，让群众少跑腿”。

腾讯以民生政务的“数字化助手”为目标，以政务云平台为底层支撑，为合作伙伴提供大数据平台，实现数据支撑、数据共享与数据交换，并在此基础上搭建公共支撑平台，实现统一申办受理、决策支持、政府效能监督等功能，与合作伙伴共建数字政务生态圈。

2017年腾讯参与组建的数字广东公司，创新数字政府的“3+3+3”模式，即：为广东省“数字政府”改革提供政务云平台、政务大数据中心、公共支撑平台三大基础资源平台，同时根据民生、营商、政务等相关业务场景，提供“粤省事”移动政务服务平台、广东政务服务网、“粤省事·协同办公”平台三大应用，针对民众、企业、政府公务人员三大群体提供相应服务，从便利民生事项办理、优化营商环境、提升政府行政效率等多方面助力

“数字政府”建设，提升百姓幸福感。据《省级政府和重点城市网上政务服务能力调查评估报告(2019)》显示，2018年广东省的能力指数位居全国首位，“数字广东”已成为腾讯数字政府的最佳实践。

2019年，数字广东的经验在其他地区得到推广。10月10日，由江苏省政务服务办和腾讯联合打造的江苏政务服务微信小程序全新上线，这是腾讯在华东地区打造的第一个省级政务小程序，成为华东地区一体化在线政务服务平台新样本。作为便民服务平台，江苏政务服务小程序涵盖了省、市、县政务服务和民生服务事项，申领证件、事项办理、公积金在线查询等超过100项政务服务均可在线办理，打通江苏全省政务服务体系。

腾讯智慧政务还走出国门。2019年10月，腾讯退税通携手阿联酋退税服务商PLANET，率先通过微信为中国游客提供在阿联酋国家的电子退税服务。截至2019年10月，腾讯退税通已支持在全球28个国家的88个机场和3个国际港口实时退税；回国退税服务已覆盖27个国家及地区。

### 案例 推动上线首个全国性政务服务微信小程序

2019年6月5日，由国务院办公厅主办的“国家政务服务平台”微信小程序正式上线试运行。这是首个全国性政务服务微信小程序，用户可在线办理查询、缴费、申领证件、投诉等200多项政务服务，涵盖人社、司法、民政、营商、教育、助残等多个领域。

作为一个全国性、跨区域、跨部门的网上办事平台，小程序不仅接入国家多个部委相关的基础民生服务，打通国家政务服务平台的身份认证系统、电子证照系统、统一政务服务投诉与建议以及用户反馈等功能机服务，还支持刷脸验证，让用户一次注册，通办所有民生服务。

用户还可通过小程序一键进入浙江、江苏、广东、上海、重庆等省份政府的网上办事窗口。后续将逐步实现全国各地、各部门政务服务的轻松切换。

截至2019年7月，“国家政务服务平台”小程序注册用户突破160万，总访问人数超1100万，总浏览量超7500万。



除了助力各级行政机关提升民生服务外，腾讯还积极协助法院、公安等司法机关探索数字化升级，在“云”上构筑更高效、更便民、更透明的司法秩序，用科技为国家和社会的长治久安护航。

例如，在司法领域，腾讯推出“微法院”小程序解决方案，助力基层法院提升信息化办案能力。“微法院”集合云存储、人脸识别、语音识别、同步多方音视频等数字技术，能够实现从立案到执行的全流程在线运转，并支持诉讼服务事项跨区域远程办理、跨层级联动办理、跨部门协同办理。截至2019年底，北京地区、宁波和汕头等多地上线“微法院”。

在警务领域，腾讯以数字化助力公安部门提升“智慧警务”水平。例如，广东省公安厅已在实践中将政务微信作为实战中的指挥调度平台。例如，通过政务微信平台，报案人员可以在报警时方便地推送地理位置；接到报案后，110指挥中心可以迅速发出调度指令；在警务人员处理警情过程中，110指挥中心可以即时获悉处理进度，从而实现警务资源合理调配。



## 智在云上，让产业经济发展更有活力

随着数字经济从消费互联网时代步入产业互联网时代，腾讯的“用户”不仅是在线生活的消费者，而且包括越来越多不同行业的生产者和服务者。腾讯充分发挥连接器、工具箱和生态共建者的作用，助力医疗、教育、交通、旅游、零售、能源管理等多个行业驶入数字化增长的“快车道”。

“ 腾讯的定位始终是“数字化助手”，提供工具、做好连接、建设生态。产业互联网道阻且长，腾讯将与合作伙伴一起探索，共建数字生态，共享发展红利。

——腾讯高级执行副总裁、腾讯云与智慧产业事业群总裁 汤道生

## 医疗健康：三管齐下，助力健康中国建设

让公众生活得更健康、更优质、更有尊严，是“健康中国2030”描绘的战略蓝图，也是腾讯“科技向善”的执着追求。腾讯分别从助力卫生主管部门、协助医院和医生以及服务患者和公众三个方向，用数字科技为医疗健康产业链注入活力。

《国务院关于实施健康中国行动的意见》中明确提出，要让健康知识、行为和技能成为全民普遍具备的素质和能力。腾讯打造的大众医学科普资讯平台“腾讯医典”已覆盖超8000个常见疾病科普（深度覆盖50种疾病），从常识、辟谣向系统性医学科普进化。腾讯医典还联手国家药监局新闻中心启动全民用药安全科普计划，携手人民网、医渡云共同打造权威健康科普智库——“人民医典”，为公众提供覆盖其生命全周期的高质量科普知识。

面对传统门诊“看病难，排队烦，寻医难，取

药久”的难题，腾讯通过微信医保支付、电子健康卡和腾讯健康微信服务平台，帮助医院提高运营效率、改善患者就医体验。截至2019年11月，就诊买药通过微信医保支付直接缴费，服务已触达超5亿参保人；截至2019年9月，电子健康卡落地全国10个省市，接入超过300家医院，累计用卡超过1000万次；近200个城市开通电子社保卡及医保卡电子凭证，接入近1万家医院、药店，节省排队时间3亿分钟。

为了推动医疗健康事业长远发展，腾讯还联合行业合作伙伴发起成立“数字医疗创新联盟”，以推动医疗健康领域技术创新、应用创新、合作模式创新为宗旨，通过产业链上下游的开放与合作，为医疗健康行业数字化升级提供全场景、全周期的创新方案，推动形成共同发展、互惠互利的数字医疗新生态。

## 案例 一张电子健康卡，服务1000个“老高糖”



带上手机就能去医院，过往健康记录存在一张“电子健康卡”中；每天量血压、血糖记录在电子健康卡上，社区医生从后台医生端就能看到，还能及时提醒，微信挂号安排就医；一位社区医生能管理1000个“老高糖”（老年人、高血压、糖尿病患者）的日常健康……厦门市上线“国家级电子健康卡公众服务平台”后，就医体验在悄然发生着变化，市民就医更便利了，医院、医生的效率也更高了。

电子健康卡作为厦门智慧医疗体系的核心基础与纽带，实现了跨机构、跨行业、跨领域惠民就医。市民可以多卡合一、多证合一、随时领卡、永不丢卡，通过微信等便捷入口，用一部手机即可获得方便快捷的医疗健康服务。

截至2019年9月，电子健康卡已在  
全国10省市落地，接入医院超过  
**300家**

截至2019年11月，微信医保  
支付触达参保人超  
**5亿**

## 教育行业：3C战略，探索更好的教育

从三尺讲台到网络直播间，新技术不断拓展教育在时间与空间上的可能性，驱动教育产业优化升级，也更加呼唤回归教育本质，实现人的发展。腾讯运用科技力量，以连接（CONNECTION）、内容（CONTENT）、社会责任（COMMONWEAL）为出发点，助力教育实现公平化、个性化、智慧化。

面向学校、教育机构、教育管理部门等，腾讯提供智能连接、智能教学、智能科研和智能管理等服

务，助力教育行业上云、升级。通过腾讯智慧校园，学校与教育管理部门实现数据连通、动态管理，学生凭借“微信校园卡”实现通知收发、缴费充值、教务信息查询、校园社交等校园服务“一卡通关”。

截至2019年9月，全国已有超18000家学校接入智慧校园服务，涵盖400余所高校的数字校园和新工科合作，300个政府单位的教育信息化合作，超70000家机构及行业头部机构深度合作。

案例 当科技“遇见”教育——腾讯首届MEET教育峰会



12月4日，腾讯牵头举办首届MEET教育科技创新峰会，以“光合·新生”为主题，共设置1个主论坛和6个主题分论坛，并设有大型智能教育互动展区，展示当下教育科技领域的最热创新成果。全国百余家教育主管部门、近千名教育领域专家学者及行业代表出席峰会，共同探讨云计算、人工智能、大数据、物联网、5G、区块链等前沿技术如何助力加快教育现代化。

腾讯教育两大重磅战略计划。一是腾讯WeLearning智能教育解决方案：腾讯教育中台是WeLearning的核心，腾讯将自身在连接、技术、内容等领域的积累整合为体系化的底层能力，开发者和用户可以通过腾讯教育中台，灵活地将技术、数据、内容整合到具体业务场景中；教育管理部门、老师、学生、家长、教育机构等，也可通过WeLearning实现教育应用的统一调用和统一管理。二是智能教育“光合计划”：由腾讯与各级院校、教育管理部门、数十家合作伙伴合力推动，旨在提升校园信息化能力，构建开放共享、以人为本的全新教育生态，致力于实现“百千万”——助力100个贫困县的教育扶贫，打造1000所标杆智慧校园，培养10000名校园CIO。

学习内容和学习方式是教育的灵魂。腾讯致力于发挥技术优势，不断丰富教学内容，提供创新教育载体，已推出腾讯课堂、企鹅辅导、腾讯ABCmouse、腾讯英语君、腾讯扣叮、腾讯智启等20个教育产品，全面涵盖从学前到成人教育的全年龄段。

同时，腾讯将数字内容能力与教育场景相结合，促进教育多元化。比如，将高清视频直播的编解码能力应用于在线教育、双师课堂等场景，让在线教育更流畅；智能作业批改对学生知识点掌控进行针对性分析解读；“拍课本”基于图像识别技术，家长只需“一键拍照”，就能辅导孩子学习。

腾讯还关注儿童编程、人工智能、大数据等创新性课程内容，如腾讯扣叮将游戏与编程教学相结合，让孩子们在游戏中获得学习的快乐。截至2019年9月，腾讯教育累计服务4亿用户，每周有超过百万用户在线学习，在架课程超10万门，帮助众多学员实现突破性成长。

截至2019年9月，全国接入智慧校园服务的学校已有超

**18000**家

截至2019年9月，腾讯教育累计服务用户

**4**亿

交通出行：以人为本，共建全新出行生态

随着5G和云计算等技术逐步应用和普及，汽车的使用与商业模式正在发生变化，共享汽车、自动驾驶等日趋升温，出行场景不断更新，而人类对于出行便利、安全、舒适的追求始终如一。腾讯坚持做出行产业数字化升级的实施者，基于智慧化手段、生态化服务聚合模式，推动行业共建以人为中心的智慧出行生态。

腾讯通过生态车联网、智能网联云平台、智慧4S店解决方案，帮助车企、经销商连接用户，为用户提供更好的服务体验。

在自动驾驶和5G车路协同技术方面，腾讯基于云、仿真、高精度地图等多方面技术优势，发布自动驾驶模拟仿真平台，让虚拟试驾情境无限逼近真实场景，提高自动驾驶研发效率。

腾讯助力车企向出行服务转型，已和广汽、广州公交集团、滴滴等合作方联手打造如祺出行平台，为用户带来更人性化的出行服务。

同时，腾讯不断拓展“朋友圈”，与28家车企达成战略合作，超45款合作车型上搭载车联网服务；与300多家生态合作伙伴展开合作，为车主提升人性化服务体验；公共出行服务中，截至2019年5月，乘车码已覆盖深圳、上海、昆明等110多座城市，支持BRT、公交、地铁等多种公共交通工具，服务超过7000万用户。

截至2019年5月，乘车码已覆盖城市

**110**多座

服务用户超过

**7000**万

案例 为“如祺出行”注入数字基因

2019年6月，腾讯与广汽、广州公交集团、滴滴等合作方联手打造的“如祺出行”正式上线。腾讯为如祺注入优质“数字基因”，提供从底层地图到交易的全方位服务解决方案。

在腾讯地图、位置服务、云、AI等技术支持下，“如祺出行”能够为乘客提供专业的导航服务，规划科学的打车路线和费用，配置一键报警等安全措施；为司机找到最优的上下车停靠点，以及最近的充电桩、洗车店和维修点等；为企业客户提供精细化运营方案，防范哄抢代金券、恶意代叫、恶意逃单等黑产行为。

案例 自动驾驶与“头号玩家”

按照行业共识，为保证自动驾驶技术安全可靠，自动驾驶系统至少需要177亿公里的测试数据。传统测试软件已无法满足自动驾驶测试的需要，模拟仿真平台的出现，给测试难题提供了一个全新的解决思路。

结合专业游戏引擎、工业级车辆动力学模型、虚实一体交通流等技术，腾讯打造出虚实结合、线上线下一体的自动驾驶仿真系统TAD SIM (TENCENT AUTONOMOUS DRIVING SIMULATOR)，如同《头号玩家》中的“绿洲”一样，允许车企进入高度真实的虚拟试驾情境，在模拟环境中开展自动驾驶测试验证。结合采集的交通流数据，以及更多极端交通场景模拟，自动驾驶仿真系统还可以进行各种激进驾驶、极端情况的自动驾驶测试，以更高效率、更安全的方式完成在现实世界中无法进行的各项测试。



扫码了解更多：腾讯开了一所自动驾驶“学校”



## 文旅行业:灵机一点,美好体验随心而至

告别繁琐的旅行准备,一部手机让你缩短与目的地之间的距离,这就是腾讯推出的智慧旅游品牌“一机游”。

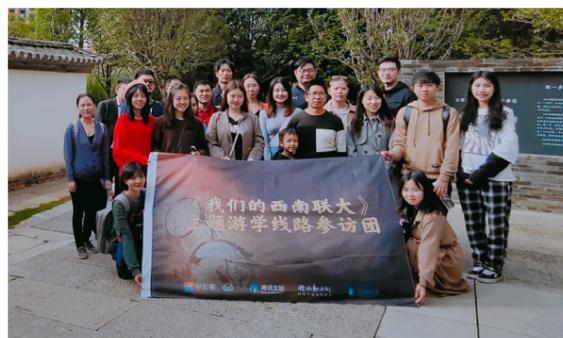
以“一部手机游云南”项目为例,腾讯利用物联网、云计算、大数据、人工智能等技术,搭建“一中心、两平台”(旅游大数据中心、旅游综合服务平台、旅游综合管理平台)管理体系,为云南打造一个智慧、健康、便利的省级全域旅游生态。

游客只要在手机上打开“游云南”APP、小程序或公众号,所有线下支付环节均可“一码通行”,“吃住行游购娱”各项服务均可“一网打尽”,获得最轻松的旅游体验。截至2020年2月,“游云南”产品体系、运营

体系已为公众提供近1.3亿次服务,APP平台用户人数近500万,小程序矩阵用户数超400万。

腾讯还与云南合作开展“云南新文旅IP战略合作计划”,汇聚旗下游戏、动漫、影视、音乐等众多内容业务,并调用QQ、小程序等数字化工具,帮助云南旅游实现“五个一”——塑造一个IP形象、打造一个数字小镇、推广一条旅游环线、孵化一条产业链、提供一种解决方案,让云南旅游更丰富,更有趣。

此外,腾讯还尝试“一码走天下”,腾讯文旅和芬兰赫尔辛基市共同打造海外智慧旅游解决方案“赫尔辛基城市行囊”,为中国出境游客打造本地化、自助化的旅游利器。



截至2020年2月,“游云南”产品体系、运营体系已为公众提供服务近

1.3亿次

App平台用户人数近

500万

向善凝聚力

向善支撑力

向善辐射力

## 零售行业:线上到线下,无限拉近供需距离

数字时代,消费早已打破线上线下的界限,交易场景从未如此个性化、便捷化,也无限拉近品牌与消费者之间的距离。腾讯“智慧零售”以人为商业核心,通过客户服务触点多元化、服务数字化,让企业经营更加智慧和高效。

一方面,腾讯利用流量、数据、技术和生态优势助力“现有业态客流数字化”,门店通过引入无人客服、语音识别、电子价签、刷脸支付等功能,实现零售科技与零售产业各环节融合,提升销售、服务等方面的运营效率和用户体验。

另一方面,腾讯以小程序为载体,以社交为血管,推出“新增业态.COM2.0”,通过品牌官方小程序、官方导购、超级社群三种形式,让商家构建可规模化的全渠道私域业态,让顾客买得开心,商家卖得省心。2019年底,微信上线“扫一扫识物”功能,无论线上线下,用户都可以通过“扫一扫”识别并获取商品信息,并直达小程序商城实现一键购买。

同时,腾讯发起倍增计划,通过线下培训、头脑风暴、专案定制等帮助零售商户解决核心痛点,推动微信生意阶梯式增长。

2019年,微信小程序日活跃用户超过3亿,累计创造8000亿元交易额,同比增长160%,集中在电商、零售领域。2019年“双十一”期间,食品饮料、运动户外、鞋靴配饰、美妆等行业小程序成交额同比增长5倍以上。

## 能源行业:数据可视化,提升能源管理效能

腾讯云推出大数据实时可视交互系统RAYDATA,实现云数据图形可视化、场景化及实时交互,让用户更方便地进行数据个性化管理与使用。

根据电力行业的业务诉求,腾讯云RAYDATA将数据分析与电网特点结合,逐步形成专业的电力行业数据可视化解决方案。以大数据可视管理技术为核心,构建电网数字

### 案例 腾讯携手万达打造“智慧广场”

北京市丰科万达广场是万达和腾讯联手打造的全国第一个“智慧广场”试点,结合万达丰富的管理经验与腾讯优图实验室的AI技术,大大提升商场运营效率,也为顾客带来全新购物体验。

扫码购、小程序随心搭、断码货品到家服务、微信会员及线上线下联动运营;顾客购物时使用“微信人脸支付”,不动手指即可完成一次支付;全面落地“无感停车”解决方案,“入场不用领卡、离场无需扫码”,免去排队等候;与爆款IP“王者荣耀”合作实现沉浸式线下体验,吸引了许多年轻消费群体;DSEELAB全息广告屏无需辅助设备即可呈现逼真的3D影像,带给消费者栩栩如生的感官体验,为品牌商家精准导流。

### 案例 微信“88智慧生活日”

8月1日-8月8日,2019年微信支付“88智慧生活日”正式启动,覆盖全国餐饮、医药、时尚、零售、物流5大行业的千万家商户与千万个门店,总优惠金额达到数亿元。活动通过零钱通、支付分、亲属卡、电子发票、人脸支付、扫码点餐、无感出行、电子缴费及“小程序码上生活”9大核心功能,展开微信支付的衍生价值与创新场景探索,让更多用户感受到支付科技为生活带来的贴心与温暖。

化平台,对地理位置信息及相关数据进行统一管理,实现省公司电网运行态势监视,并兼顾各专业的业务管控。

腾讯云RAYDATA还推出上海进博会全景智慧供电保障系统,在基础设施统计与管理、态势感知与管控、泛在电力物联网穿透决策等方面,为进博会提供高效的能源综合运营管控支持。

## 智在身边，为城乡社区治理提供支撑

社会治理是国家治理的重要方面。2019年11月召开的中国共产党十九届四中全会指出，必须加强和创新社会治理，并且首次将“科技支撑”明确纳入社会治理体系。腾讯积极发挥互联网平台的作用，运用大数据、人工智能和区块链等技术，持续为城市和乡村基层社区治理创新探索经验。

### 为城市社区装上“智慧大脑”

社区，作为城市居民“家”的包容器皿，作为城市治理的最小单元，承担了构筑“美好生活”的重任。为推动城市社区治理的智慧化进程，腾讯推出全场景、多维度的社区综合解决方案——腾讯海纳，以“海纳业务中台”为技术核心，助力智慧社区服务建设、智慧社区综合治理，打造智慧社区新模式。

自2017年正式推出以来，腾讯海纳智慧社区开放平台凭借云计算、大数据、物联网等技术，打通物业、居民、政府、媒体和社区之间的信息链路，推动智慧社区建设。

基于微信、QQ、QQ浏览器、腾讯新闻、手机管家等平台，腾讯海纳搭载起面向物业管理公司、政府和商家不同参与方的开放平台。对物业来说，腾讯海纳平台能够高效承载物业管理服务，快捷精准触达社区居民，降低运营成本，提升服务效率，消除物业与业主的沟通障碍。对居民来说，腾讯海纳聚合了各类服务，让社区生活更加便捷舒心。

2019年10月14日，以“海纳百川 生态共融”为主题的腾讯云智慧社区生态大会在深圳举行，来自行业内的多位嘉宾交流探讨了智慧社区的发展方向。

会上，腾讯海纳标准化解决方案正式发布，同时应用开放生态体系再次升级。整合升级后的解决方案涵盖了基础管理、物业服务、运营工具和公共服务四大功能模块。它将作为开放中台，通过基础数据接口和基础能力接口的开放进行多场景对接，打通自有应用数据，实现深度融合。

全新升级的解决方案中，除海纳自研的物业缴费、设备管理、营销工具等物业内部智能管理十余种基础服务外，还将把海纳开放平台作为业务中台，整合腾讯系生态的多类型应用产品，如腾讯医典、珊瑚积分、邻里圈等，丰富智慧社区解决方案的覆盖场景。

截至2019年10月，腾讯海纳拥有133个开放应用，服务小区超过7000家。智慧物联、智能垃圾分类、企鹅医生、爱心书屋、智慧停车、智能车位柜、智能语音客服、智慧通道管理等生态已经陆续接入开放平台中。

### 动态

#### 腾讯云推动智慧社区标准建设

2019年10月14日，全国智标委联合腾讯云正式启动了《2019中国绿色智慧物业发展白皮书》课题组。此前，智标委已发布了多项关于智慧社区的行业标准，并对地方标准进行指导，未来还有更多标准正在编制中。本次课题组的启动将明确“智慧社区”的定义，从绿色生态、低碳高效、数字化和智慧化等多个维度赋予智慧社区新时代下的新内涵，并探索智慧社区的创建意义。

截至2019年10月，  
腾讯海纳拥有开放应用

133个

服务小区超过

7000家



北京大学社会学教授邱泽奇（中）调研为村项目

### 为乡村量身打造数字治理方案

基层乡村的治理水平制约着乡村经济的长效脱贫和长远发展。正是基于这个认识，腾讯在2015年将“筑梦新乡村”升级为“腾讯为村”，通过搭建平台和研发产品和服务，为乡村治理探索数字化解决方案。

北京大学社会学教授邱泽奇经过多地调研后指出，腾讯为村是目前覆盖性最好的数字乡村平台，其最大作用在于有效疏通了党务、村务、事务、商务等领域里原本堵塞的“上下交互”通路，创造了各方真实或虚拟的“共同在场”。

比如，广东省阳江市合山镇丰桐村89名党员中至少30人长期在外打工，通过为村平台在线开展组织生活，打开了基层党建的新思路。又如，上海市奉贤区青村镇利用为村平台的“议事厅”功能，促进本地老龄人口和外来人口之间的良性互动和相互包容。

此外，类似微信朋友圈，腾讯为村还建构了“村友圈”这样一个非正式的社交场景，村里每个人都能浏览、评论或点赞彼此的动态。由此，腾讯为村平台为乡村生活构建了一个非常完整的社区社交生态圈。乡村振兴正是在“人人”的参与和乡村共同体的共建中逐渐实现的。

由于具有可采集、可计算、可存储、可应用等数据特征，腾讯为村平台得以成为乡村治理各方主体的数字化助手。通过为村平台，村民得以提出正当需求，及时得到反馈和解决；村干部得以提升工作效率和质量；地方政府得

以充分洞察基层乡村百态，进而提升决策水平。

通过为乡村治理提供数字化助力，腾讯为村平台得以充分调动起村民参与村中事务的主动性，激发乡村的内生发展动力，为推动长效脱贫和实现乡村振兴打下基础（更多相关内容参见本报告P13-14）

### 案例 四川邛崃“全域为村”

10月20日，腾讯主办的第二届全国“为村”大会在邛崃市大同乡陶坝村召开，200多人聚集到这个小乡村，共同探讨乡村振兴战略下的数字乡村建设。

早在2017年底，邛崃市271个村（社区）就实现了“为村”全覆盖。以“为村”为工作平台，邛崃市开启了数字乡村建设的新篇章。

**为党建：**成立线上“微党校”，71%的邛崃市流动党员在“为村”登记，收集近万篇党员日记，开展交流活动20余万次。

**为服务：**开通169项政务服务功能，村民可以买汽车票、看病挂号、法律咨询，生活更加便利。

**为产业：**群众自发宣传村里好货，地方政府认证也起到信誉背书作用。邛崃市成功入选四川省内规格最高的旅游金字招牌“天府旅游名县”。

**为治理：**开展党风廉政工作，针对村官乱作为、不作为等现象，党员群众可以公开批评和邮箱举报。



## 助力稳就业，一起提振信心

2019年，“六稳”是国家宏观调控的重中之重。其中，“稳就业”被摆在“六稳”之首。在当前社会和经济的转型期，就业无疑是最大的民生。得益于国家在数字经济领域的持续投入，通信网络、高性能计算、大数据等技术的快速发展，微信已成为中国数字经济的标志性产品之一，为社会就业持续带来新动能。

### 微信商业化能力 助生态伙伴稳定就业

微信专注于做好连接，打造以公众号、小程序、微信支付为核心的新生产工具，成为各行业各的数字化助手，助力新基建和产业互联网深度融合，大大降低就业门槛，让中小创业者快速学习数字技能，借助微信投身数字经济大潮。

### 微信生态新职业涌现 为经济注入新动力

2020年以来，国家积极布局新基建、数据要素培育，以“上云用数赋智”等举措助力数字经济新业态新模式发展。微信生态也获得了蓬勃生长，创造出一批“行业发展快、前景好”的新职业，成为就业的“蓄水池”。

扫码阅读

《微信就业影响力报告（2019-2020）》



#### 微信生态相关就业岗位 TOP10

- |            |               |
|------------|---------------|
| 1 新媒体运营    | 6 短视频运营       |
| 2 社群运营     | 7 微信小程序开发     |
| 3 小游戏开发工程师 | 8 用户运营        |
| 4 微信公众号运营  | 9 流量增长专家      |
| 5 小程序运营    | 10 朋友圈广告投放运营师 |

### 微信生态就业 数字化程度不断提升

微信通过多年生态建设，聚集了一批充满活力的微信创业者。同时微信就业生态打破时空限制，解放体力劳动，也促进应届大学生、退役军人、农民工、残障人士等群体就业，加快数字化就业岗位在三四线城市的普及。

#### 微信创业者六大特点

- 年轻人、大学生成微信就业“主力军”
- 重点帮扶人群在微信更易找到就业新机会
- 生态内孵化新产业，产业链条延长
- 就业方式更灵活，兼职占比较高
- 线上线下融合，带动线下就业能力增强
- 就业生态快速向三四线城市下沉

#### 微信就业三大趋势

- 从数字化岗位向岗位数字化转变
- 按需结合、灵活发散的就业方式逐步普及
- 新生产工具成为数字化就业标配

### 疫情期间打出 数字稳就业“组合拳”

新冠肺炎疫情冲击下，稳就业是稳经济的关键。微信通过开放远程办公、无接触交易、小程序直播等系列功能，帮助企业快速复工复产，稳定就业存量；为开发运营提供资金和资源支持，促进就业增量；通过小程序以轻量、便捷的方式为求职人员和复工企业“牵线搭桥”，建立就业服务平台，提高就业质量。

#### 稳存量

线下到线上保证复工复产：69.3%的生态主体表示六成以上岗位可通过微信、企业微信等进行远程办公。

#### 促增量

平台生态凸显带动效应：疫情期间（1-4月），微信生态相关岗位总数增加59.7万个，相关职位需求投递总量增长9.39%。

#### 提质量

协助搭建就业服务平台：截至2020年4月，微信就业招聘相关小程序达15430个，其中2019年新增3710个，增幅34%；日活跃用户数150万人。

## 2.4 一起守护网络安全

过去二十一年，腾讯一直在默默守护十亿级用户的网络安全。产业互联网时代，企业的数字化转型升级给网络安全带来新的挑战。腾讯持续升级安全观，建立起以云鼎、湛沪、科恩、玄武、反诈骗、反病毒、移动安全七大专业实验室组成的腾讯安全联合实验室，组建3000多人的安全团队，发挥技术和生态优势，为用户筑起一条安全护城河。

“科技创新和网络安全，已经成为产业数字化发展的双驱动力。在这个过程中，腾讯愿意积极承担责任，守护产业互联网安全，致力于成为产业数字化升级的安全战略官。”

——腾讯高级执行副总裁、腾讯云与智慧产业事业群总裁 汤道生

### 安全是一种能力

在产业数字化时代，安全被赋予超越传统的内涵。科技的迅猛发展，一方面给产业安全带来全新挑战，另一方面也成为应对挑战的关键所在。在“科技向善”使命的驱动下，腾讯不断升级在安全领域的前沿科技能力，并持续为各行各业进行安全赋能。

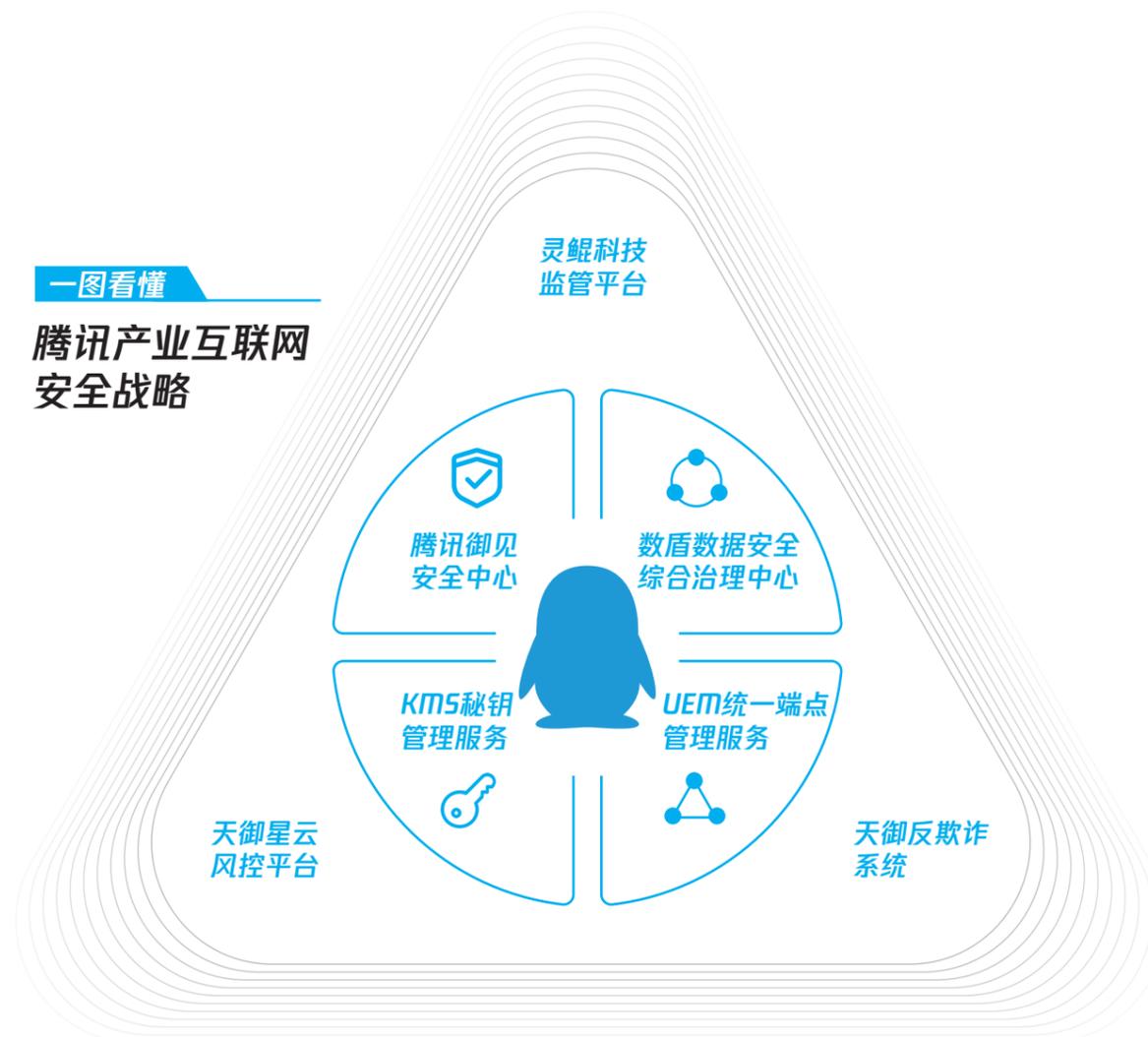
提出产业互联网安全战略观。近年来，腾讯提出“产业安全战略观”，从企业经营战略角度切入，改变过去被动防御的传统思维，帮助企业做好主动规划和安全管理。2019年，腾讯发布“腾讯御见安全中心、数盾数据安全综合治理中心、KMS密钥管理服务、UEM统一端点管理服务”四大基础安全产品；开放灵鲲科技监管平台、天御星云风控平台、天御反欺诈系统三大平台能力，面向泛金融、泛互联网、泛政府、泛企业等群体，解决新业务场景中的安全问题。

积极开展网络安全前沿研究。腾讯持续在网络安全前沿技术领域展开深入研究，研究成果多次入

选国际顶级学术会议并获得国内外广泛认可。截至2019年5月，腾讯在网络安全领域申请专利超4000件，授权专利超千件。腾讯电脑管家团队的“一种文件扫描方法、系统及客户端和服务端”整体安全解决方案创造性地运用云、大数据分析和AI技术，构建一张覆盖云端、企业终端和用户终端的“安全大网”，革新传统病毒对抗方式。该专利被授予第二十届中国专利银奖，是国内互联网安全厂商首次获得该级别荣誉。

推动网络安全国际标准制定。面对新的安全挑战，标准化是促进行业发展、提高行业安全水平的有效方法之一。腾讯积极参与安全标准立项，护航产业互联网发展，目前已主导确立全球首个零信任安全国际标准，获国际ITU-T及中国CCSA行业标准双立项；牵头制定全球首个IEEE业务安全风险评估标准；腾讯御点与4大国产操作系统和3大国产CPU完成互认证，彰显了中国力量在国际网络安全领域的技术领导力和话语权。

### 一图看懂 腾讯产业互联网 安全战略



### 腾讯安全应用场景举例

**安全+政务：**打造“互联网+监管”“统一身份认证体系”“基础IT安全”三大核心能力，助力监管部门实时感知安全风险，协助各层级部门消除“信息孤岛”，全面构筑城市底层安全保障。

**安全+金融：**打造“金融安全智慧超脑”，形成金融监管、金融风控和金融基础安全等三大核心安全解决方案，为银行、证券、保险等客户提供欺诈识别、金融级身份认证、防止恶意营销等服务，全面护航金融机构数字化转型。

**安全+出行：**先后推出电子车牌安全解决方案、数字航空解决方案、铁路数字化等解决方案，全面助力航空数字

化、铁路信息化、道路汽车身份识别、无人驾驶等信息安全建设。

**安全+零售：**构建贯穿“线上、线下+产品与营销管理”全链路信息化解决方案，深化安全能力建设；突破传统营销方案中推广与营销割裂、难以识别用户与羊毛党等短板，节省营销成本，保障营销效果最大化。

**安全+文娱：**针对游戏、视频、直播等行业内容监管难题，腾讯安全天御内容风控解决方案从现状分析、算法选择、对抗过程及实践效果等方面着手，防止不良言论、垃圾广告、涉黄等网络垃圾影响用户体验，威胁企业发展。

## 安全更是一种生态

数字时代互联互通，安全风险错综复杂，只有各方协同，才能打造坚实的产业安全生态。腾讯坚持网络安全的生态观，携手安全产业链的行业伙伴，通过信息、技术和人才的开放共享，为政府、企业、社会组织、个体用户等提供全面保障，为消费和产业互联网的发展保驾护航。



腾讯安全灵鲲监管大脑

### 与政府、行业和公众，共建网络安全环境

腾讯基于大数据分析、人工智能算法和场景连接能力，为全社会提升安全能力赋能，与政府、行业、公众共建新型网络安全综合治理体系。

2019年，腾讯推出的灵鲲科技监管平台，以安全黑产库为驱动，通过AI大数据分析建模能力，助力金融监督管理、市场监管、政务服务数据管理、发展和改革委员会等有关监管部门，及时发现互联网领域的风险，真正实现事前发现、事中检测、事后处置跟踪的全链条治理。灵鲲监管大脑解决方案拥有特征覆盖全、模型可扩展、运用领域可复制等三大优势，在助力监管部门解决社会热点问题方面产生了极大社会和经济效益。

2019年，腾讯守护者计划协助公安机关开展各类网络黑灰产打击行动，协助各地公安机关共计破获案件超过115件(串)，抓获犯罪嫌疑人3800余人，涉案总金额超过271亿元人民币。面对日益严峻的网络诈骗威胁，腾讯守护者计划整合腾讯黑灰产大数据优势和AI能力，推出“守护者智能反诈中枢”，从源头防范政企数据和个人隐私信息的泄露造成的诈骗风险，并协助检察和公安机关进行诈骗案件打击，帮助用户识诈防诈，形成全方位的防护体系，保障民众的合法权益。

此外，腾讯守护者计划还结合3·15消费者权益日、全民国家安全教育日、国际禁毒日、全国反诈骗宣传月、全国禁赌宣传月等开展各类专项活动，普及网络安全教育，提升民众防范意识。



2019年全国“禁赌宣传月”暨守护者计划公益行动启动仪式



2019互联网安全领袖峰会

### 面向合作伙伴推出顶级安全专家服务平台

为让更多合作伙伴共享腾讯专家资源，腾讯推出专家服务平台，融聚腾讯安全七大顶级实验室安全专家的攻防能力，形成前沿的理论基础和技术研究、各专业委员会的综合能力、丰富的临床实战能力、专业的服务能力

四大核心优势，为企业打造“诊疗一体”的安全管理服务。配合安全产品，安全专家服务可为企业安全建设在需求与规划、设计与开发、建设与实施、上线与运维的全生命周期保驾护航。

### 建设培养和认证体系，为行业输送安全人才

腾讯着眼于网络安全行业人才需求现状，通过以赛代练、校企合作的形式，建设安全人才培养和认证体系，为行业输送大量新生代安全人才。腾讯连续三年主办腾讯信息安全争霸赛（TCTF），为网络安全从业者提供与世界顶级高手同台竞技的平台；开设TCTF

俱乐部，为超过40所高校的学生创造氛围浓厚的技术圈子，进一步完善人才培养的闭环模式。腾讯还积极参与大型网络安全赛事，联动社会各界，打通研究、应用、实践链条，加速培养能力更加全面和突出的优秀网络安全人才。

### 举办安全行业论坛，共享安全技术成果

腾讯发起P17国内安全上市企业俱乐部及FP50安全新锐力量俱乐部，并积极探索与客户共建联合安全实验室的合作模式，共同推动实现安全产业链上的协同互

补。连续三届举办腾讯安全探索论坛（TSEC），发布信息安全重磅前沿议题，共享重要技术成果，持续助力产业互联网时代的安全技术发展。

向善凝聚力

向善支撑力

向善辐射力

# A BETTER WORLD.....



## 第三章 向善辐射力 为更好的世界

- 引领科技升级
- 传承优秀文化
- 共建和谐社会
- 守护绿色地球



过去一年

腾讯更加关心人类命运共同体  
积极参与科技、文化、社会和环境等议题  
探索可持续发展的有效路径  
为人类社群贡献智慧

## 3.1 引领科技升级

在新一轮科技革命和产业变革兴起的时代背景下，科技创新和发展将成为人类未来的主要驱动力，已经成为各方共识。作为一家科技驱动型企业，腾讯正不断突破现有思维，保持对前沿和未来领域的关注和投入，努力为人类社会创造更大价值。

### 引领基础和前沿科技创新

面对新一轮科技革命的挑战，腾讯在基础科学和前沿科技领域构建起实验室矩阵，涵盖人工智能、机器人、量子计算、5G、边缘计算、IOT和多媒体技术等关键领域。

科技人才是驱动科技创新的核心环节。为此，腾讯自2016年起便加快在全球范围猎聘科技人才，持续完善科技人才服务体系，至今已拥有九位T5级别的一流科学家和工程师，建立起两万多人的技术研发人员队伍，其中有多位国际电气电子工程师协会会员（IEEE FELLOW）及数十位终身教授。

在持续的基础科研投入和强大的人才队伍支持下，腾讯的基础科技研发能力不断提升。截至2019年9月，腾讯已在全球申请超过3万项专利，获得授权超1万件，专利申请数在全球互联网企业中位居第二，专利授权数在国内互联网企业排名第一，努力在未来科技变革中保持领先。



在人工智能领域，凭借海量的数据优势和卓越的工程落地能力，腾讯在图像识别、语音识别、自然语言理解、机器学习等诸多赛道跑在世界领先，探索AI在农业、教育、医疗、公益等众多场景的应用发展。

腾讯充分发挥在理论研究与创新应用之间的连接作用，依托21年积累的技术工程经验，迅速在自动驾驶、机器人、5G通信、航空航天等领域探索应用。

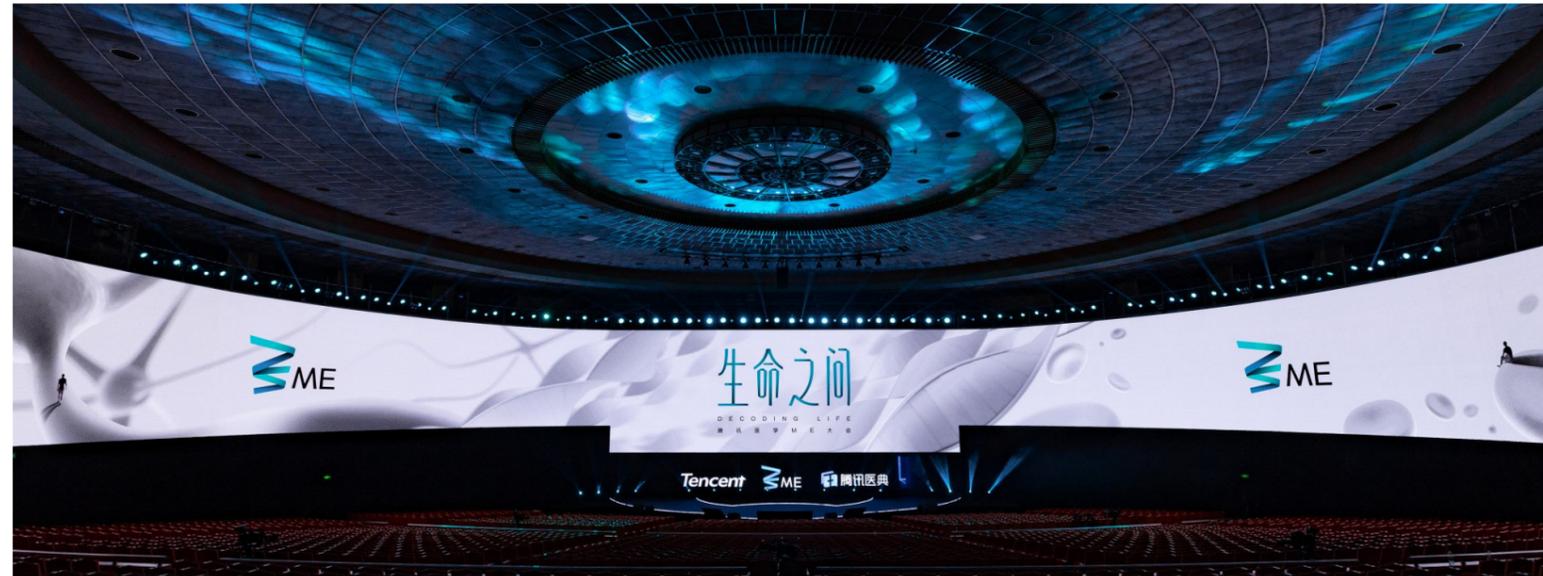
腾讯在数据中心、服务器存储、网络架构设计、资源调度、容灾备份、安全等互联网工程技术方面积累了丰富的经验。其中，腾讯数据中心服务器数量达百万量级，总量国内第一；自主设计研发的T-BLOCK数据中心处于全球先进行列。

以腾讯安全大脑为核心，腾讯构建了一套自适应的闭环安全防护体系，服务政务、金融、医疗、教育、交通等多个领域，为全面数字化升级保驾护航。

向善凝聚力

向善支撑力

向善辐射力



腾讯举办首届医学ME大会，以“生命之间”为主题

腾讯不仅积极开展基础科研，而且注重推动科学研究事业与公众、行业和政府的对话和交流。2019年10月21日，腾讯在连续七年举办科学WE大会后，整合医学ME大会、科学探索奖颁奖礼，升级成为“腾讯科学周”，打造全球性的科学探索盛事，让科研工作成为一种新时尚。

本届科学WE大会以“小宇宙”为主题，邀请七位全球顶级科学家分享细胞疗法、弦理论、脑芯片、粒子机器人等前沿科学进展，为人类从“微观”层面进一步了解自身、了解宇宙打开一扇科学之门。

每一年，生命健康都是WE大会中最受瞩目的话题。医治病患，逆转时间，改变命运，是许多生物工程师共同的愿望。这也是腾讯的愿望。腾讯深信，未来科技将帮助人类解开生命的奥秘，让世界不再有不治之症，让每个人不用忍受病痛之苦。

作为一家科技公司，腾讯不仅要身体力行，打造“会救命的AI”，还要加码投入前沿医疗科技探索。因此，在WE大会七周年之际，腾讯携手出版全球顶级全科医学期刊《新英格兰医学杂志》的NEJM集团旗下的《NEJM医学前沿》，首次打造腾讯医学ME大会，以“生命之间”为主题，希望引导更多人关注生命、认识自我。

WE寓意着人类的进化之路（WAY TO EVOLVE），是“我们”的历史与未来。ME则代表着医学启蒙（MEDICAL ENLIGHTENMENT），更着眼于每一个“我的存在”。首届腾讯医学ME大会邀请了全球顶尖的医学科学家与临床医生，聚焦癌症、抑郁症、艾滋病、老年病等国内最受关注的话题，展现前沿的医学突破。



生命健康关乎人类共同命运，医学界和企业对于医学科普的联合关注顺应了这一发展潮流。

——中国首位诺贝尔生理学或医学奖获得者屠呦呦向ME大会发出贺信

#### 互动 挑战手速，求解生命之间

用 4 秒找到了天花疫苗  
而人类发现它用了3000余年

扫描二维码  
看看你能解锁  
什么医疗突破?

## 推动开源协同，共建全球科技共同体

领先的互联网工程技术是腾讯能够持续创新、创造出多款国家级互联网应用产品的强大底座。腾讯将开源协同作为当下最重要的技术战略之一，通过积极在公司内部和外部推动技术开源，参与“全球科技共同体”建设。

希望今后的新工会觉得，在腾讯做开发是很幸福的事情，能学到很多东西，能看到很多优秀的代码。人们不仅谈论硅谷文化，也谈论我们中国开发人员的代码文化。

——腾讯高级执行副总裁、腾讯技术工程事业群总裁 卢山

### 成立开源管理办公室

2019年1月，腾讯成立技术委员会，以开源协同和自研上云为两大重要方向。6月，腾讯成立开源管理办公室，下设项目管理委员会、腾讯开源联盟和开源合规组三大组织，通过开放的评审平台，内部孵化和培育优秀的自主开源项目，自上而下传递开源策略，自下而上落地开源技术生态。

在公司内，腾讯上线服务于腾讯工程师技术协同的社区“码客”，上线为腾讯开源项目服务的技术图谱官网，并启动腾讯开源协同技术交流系列活动，还

在公司内部上线第一批开源协同系列课程。

同时，腾讯专门为开源协同设立公司级奖项，鼓励员工共同建设“新代码文化”，为腾讯科技能力提升奠定坚实基础。

为了鼓励公司对外技术开源创新的研发氛围，重在即时激励公司研发团队和个人在公司对外技术影响力开源领域做出的贡献，强化榜样力量和优秀经验分享传承，腾讯还在2019年全新升级了“对外开源贡献奖”荣誉体系，并制定相应奖项管理办法。

### 对外开源近百个项目

开放是开源协同的第一步。腾讯要求所有技术开发团队开放代码，在公司内部形成统一代码库，并进一步通过协同路径，减少研发的重复建设，让优秀代码得到认可和长期维护优化，持续提高研发质量与效率。腾讯还通过建立开源协同社区，成功推进云原生技术的普及落地。

截至2019年底，腾讯代码整体开源率已达70%，全公司形成53个技术协同OTeam，参与协同的核心开发工程师超千人，开源协同技术社区覆盖近五千人，

协同形成的技术版本已在微信、QQ、腾讯视频等多个重要业务中上线落地。

同时，腾讯持续加快对外开源步伐，开源重点包括IAAS、容器与云原生、数据库、大数据与AI、小程序生态等。

2019年12月20日，腾讯首个开源AI项目ANGEL完成3.0版本进化，成为中国首个从开源基金会LF AI毕业的开源项目，也标志着该项目成为世界最顶级的AI开源项目之一。截至2019年底，腾讯对外开源项目超过92个，涉及微信、腾讯云、大数据、游戏、AI、安全等多个领域。



2019年科学探索奖获奖者合影

【一个科学研究工作者】的困难时期，是得了博士学位以后，五到十年期间，这个期间要选择选择一个领域，要在这个领域里做出来一个能够站得住的工作，这是一个新的挑战。“科学探索奖”特别关注这个领域的学者，这是非常有远见的计划。

——科学探索奖发起人、诺贝尔物理学奖获得者 杨振宁

## 为人类科学事业培育生力军

人才决定科学的未来。腾讯珍视青年人才在科技创新中的宝贵价值，将科学培养贯穿于人生发展的每个阶段，为实现科技发展培育无限可能。

2018年，腾讯宣布设立“科学探索奖”，由腾讯基金会出资10亿元，马化腾携手14名知名科学家联合发起。科学探索奖面向基础科学和前沿技术领域，奖励具备科学探索精神、潜心进行科学技术研究，并且所研究方向和问题具备对国家未来发展有巨大推动作用的青年科技工作者。

科学探索奖由专门的评审委员会负责评审，专门的监督委员会保证奖项评审工作的客观公正。每年遴选50位在中国大陆全职工作的、45周岁及以下的青年科技工作者，为每位获奖者提供连续5年、总计300万元资金，点燃更多青年人对科学的热情。2019年，

“科学探索奖”首次落地，经过350多位专家与百位两院院士专业评定，50名优秀青年科学家脱颖而出。

腾讯希望为青少年创造“了解科学知识、培养科学信念、参与科学实践”的成长环境，开展“腾讯青少年科普计划”，召开青少年科学小会，“面向小观众、聚焦小目标、关注小问题”，让科学精神在青少年心中生根、发芽。

1月20日，首届腾讯青少年科学小会在深圳举行。腾讯联合顶尖科学杂志SCIENCE发布全球首个青少年科学看点榜单，并推出系列科学看点短视频，邀请露西·霍金、大卫·依格曼、李淼、查尔斯·采斯勒、蒂姆·厄班等全球顶尖科学家、科普学者与青少年面对面交流，解读前沿科学领域的奥秘。并推出“腾讯青少年科普创作计划”，鼓励青少年在腾讯内容平台上创作科普内容，让科学知识持续惠及更多人。

## 3.2 传承优秀文化

文化与内容的基因，在腾讯早期QQ秀等产品中已经充分展现。如今的腾讯，以科技+文化为定位，用情怀和创意穿针引线，将数字科技与文化载体深度融合，探索出一条数字文创的风景线。这条风景线，串联起传统与当代，串联起现实与虚拟，串联起中国与世界。

### 让传统文化之美穿越千年

以长城、故宫和敦煌等为代表的传统文化是中华文明的无价之宝。然而在不断加快的现代生活中，她们是否感到落寞？如何运用科技手段，让这些尘封千年之美，在现代社会重新焕发光彩？如何让她们被年轻一代认识、理解和喜爱？近年来，腾讯新文创致力于探索传统文化与现代人的对话，让传统文化“活”在当下。

跨越千年的文化对话，需要一个连接点。流行文化IP正是首选。近年来，腾讯在旗下大量优质IP作品中巧妙“加载”传统文化元素。《天涯明月刀》系列、《地下城与勇士》等文创IP携手国内各大博物馆，数字化再现国宝馆藏。《王者荣耀》《QQ炫舞》等10余款人气IP，通过数字化还原、产业协同共创、线下互动等形式，让非物质文化遗产重新走进大众生活。

除了在IP内容中植入传统文化，为了让更多年轻人主动走进博物馆，腾讯也煞费苦心。2019年，腾讯推出“博物官”开放平台，通过先进技术和数字化手段，让更多人看到并了解文物故事，并推进博物馆数字化进程，已与国内280家博物馆达成合作，为超过200万观众提供线下语音导览服务，积累3万余件文物藏品数据。同时，腾讯启动“国宝全球数字博物馆”，面向海内外顶尖博物馆，将馆藏的中国珍品文物数字化，用户通过“博物官”等展示与传播平台即可跨越地域限制欣赏传世国宝。

传统文化属于每个人，需要所有人一起来保护、传播和传承。腾讯数字文化保护平台与故宫博物院、敦煌研究院、中国文物保护基金会、秦陵博物院等多个文博机构达成战略合作，从文化保护及还原、文化连接及体验到文化活化及传承，为其量身定制文化保护全链路解决方案并应用落地，以创新互动方式让大众参与传统文化的保护与传承。



法国吉美国立亚洲艺术博物馆加入“国宝全球数字博物馆”的部分藏品

### 案例 把文物展搬到手机端



甘肃彩陶三维数字展

### 案例 在游戏中传播文化



《王者荣耀》杨玉环敦煌飞天皮肤

《王者荣耀》上官婉儿越剧皮肤

## 以数字文创发扬城市风采

文化，不仅凝固于历史，而且生长在当下。伴随着城市化进程，人类文化也在不断解锁新的形态和内涵。进入今天这个数字时代，虚拟空间与物理空间相互渗透和融合，更为现代城市增添了别致风采。腾讯携手各大城市，挖掘地域文化特色，让优质的数字文创内容和健康的产业模式进入城市空间，为公众带来更加生动有趣的文化体验，打造城市文创名片。如在游戏《一起来捉妖》中设置陕西“武士俑”、广东“舞狮”等专属妖怪；2019年1月，“TGC腾讯数字文创节”落地成都，吸引超过10万人次线下参与，助力城市在数字时代绽放全新光彩。



2019年TGC腾讯数字文创节



## 让中国文化闪耀世界舞台

在全球化的背景下，中国近年来积极展开跨文化交流，提升文化自信。腾讯以互联网为载体，实现数字文化内容的海外输出，促进中国文化全球交流，弘扬文化自信，提升中国文化软实力。

音乐方面，“新民韵计划”助力民族音乐专辑全球发行，输送至110多个国家和地区；动漫方面，腾讯动漫向日、韩、美、法等国授权作品100余部，《狐妖小红娘》《一人之下》等头部作品陆续登陆海外市场；文学方面，腾讯旗下起点中文网等多家网站已向日韩、东南亚、欧美等地区授权300余部原创作品的数字出版和实体图书出版，旗下海外门户起点国际累计访问用户近4000万，已上线约400部英文翻译作品，注册海外原创作者27000余人，已上线原创英文作品39000余部；影视方面，腾讯影业参与出品的《影》《流浪地球》在海内外获得较高认可，《南方车站的聚会》成为入选戛纳国际电影节主竞赛单元的唯一华语电影；游戏方面，腾讯产品已覆盖全球超过200个国家和地区，和全球众多优秀游戏研发和运营商达成战略合作；电竞方面，《王者荣耀》国际版、《皇室战争》《英雄联盟》赛事登上亚运会舞台，持续向海外带去积极影响。



首部金砖国家联拍纪录片《孩童和荣耀》（腾讯作为第二出品方）

### 案例 再续三年之约，共建“数字故宫”



腾讯与故宫合作始于2016年，双方在3年时间里，以“新文创”方式共同推动传统文化与数字创意的深度结合，以游戏、动漫、音乐等多种数字内容形态助力传统文化“活起来”，先后推出“玩转故宫”地图导览小程序、“故宫：口袋宫匠”微信小游戏、故宫QQ表情、奇迹暖暖——故宫传统服饰主题、天天P图——“故宫国宝唇彩”换妆程序、古画会唱歌音乐专辑等十余个有影响力的项目。2019年9月，腾讯与故宫博物院签署深化战略合作协议，未来三年双方将聚焦科技应用与学术创新，通过“数字化+云化+AI化”，在文物数字化采集与文化研究等领域开展“数字故宫”建设，预计将推动100,000件文物的数字化。

### 案例 捐资修缮长城，传播长城文化



长城是中国历史长河里浓墨重彩的一笔。腾讯与中国文物保护基金会合作发起长城保护项目，腾讯基金会已捐赠3500万元参与长城本体的修缮工程。

此外，上线《一起修长城》微信小游戏，向公众科普长城知识；支持出版科学绘本《长城绘》，填补国内同类图书空白；上线“万里共婵娟”H5，让用户欣赏惟妙惟肖的3D长城月景；出品长城纪录片《筑城纪》，指向中国当代普通人的家国情怀。腾讯持续对长城文化进行再创作和多渠道传播，让长城文化绽放新的魅力。

向善凝聚力  
向善支撑力  
向善辐射力

### 3.3 共建和谐社会

物质条件不断升级，幸福指数是否必然增长？从家庭到社区，再到整个社会，人类应该如何平衡公益与私益的关系，维系诚信、公正和友爱，与彼此和谐共处？……这些都是社会治理要解答的问题。而科技在社会治理中能够而且应当发挥更加积极的作用，已经成为人类共识。这也是腾讯社会责任探索和实践的重要领域。

科技向善是通往一个普遍、普惠、普世的数字社会的一个路标，在这个过程中，科技向善是千里之行的实践。  
——腾讯高级副总裁、党委书记、腾讯公益慈善基金会理事长 郭凯天

### 网聚众善之力，倡导公益慈善文化

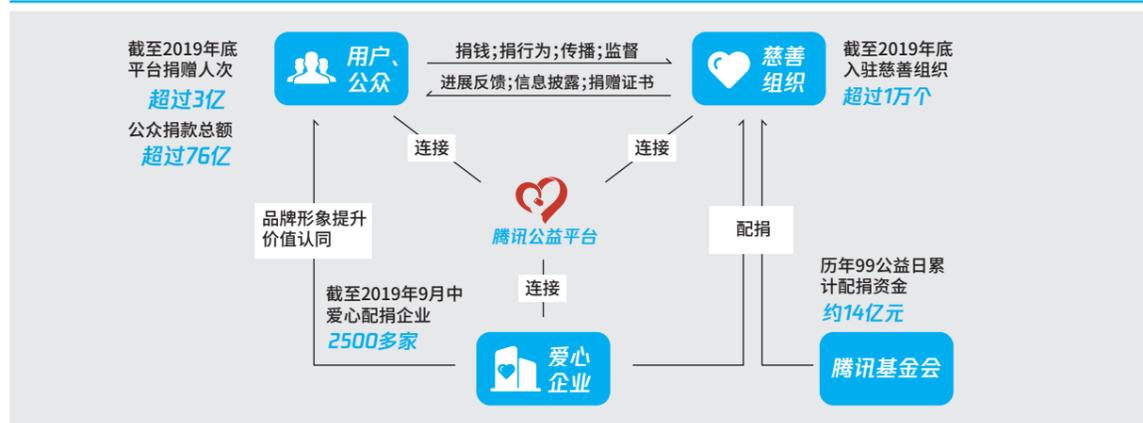
公益慈善为人类社会提供着持续不断的精神滋养。腾讯认为，公益的价值，不止于捐赠、不限于项目，而是在制度和技术的之上，用理性精神去呵护和激发每个人的善念，让爱心发挥更大的社会影响力。腾讯坚持发挥自身优势，不断引领互联网公益理念创新，带动社会各界、公益同仁共建公益新生态。

腾讯基金会将自身定位为公益慈善事业的“数字化助手”，致力于做好公益慈善的连接器、工具箱和生态

共建者。2008年汶川大地震后，由腾讯基金会发起设立和运营的腾讯公益平台，是民政部根据《慈善法》指定的20家互联网募捐信息平台之一，也是其中累计筹款金额最大的平台。

腾讯公益平台的使命是用科技连接信任，助力行业发展。依托移动互联网技术和社交媒体，腾讯公益平台以社交化、移动化、透明化等为主要特色，广泛连接政府部门、慈善组织、公众和企业，共同打造人人公益的

#### 腾讯公益平台捐赠生态



99公益日，一块做好事

生态，倡导更加理性的公益慈善文化，让每一个微小的善行都有力量。

面向捐赠人，腾讯公益平台推出单次捐、月捐、一对一、为TA祈福、家庭基金等多种捐赠形式，倡导公众通过持续小额捐赠，长期关注和支持公益慈善，并且欢迎企业伙伴通过“配捐”放大网友爱心。依托微信等社交平台，腾讯公益推出“一起捐”功能，依托亲缘、地缘和业缘，让爱心指数级放大。腾讯公益还开创性地打造了运动捐步和公益小游戏等行为公益模式，将行走步数、游戏积分等网络行为转化为公益效果。

自2015年开始，腾讯公益平台支持发起一年一度的“99公益日”，联合政学企研媒各界人士，携手数亿爱心人士，在线上 and 线下各种场景，以轻量化、多样化和社交化方式参与公益，为数以万计的公益项目筹集资金。2019年，第五个99公益日在短短三天里吸引超过4800万人次捐款17.83亿元，加上超过2500家企业配捐3.07亿元、腾讯基金会配捐3.9999亿元，总计募得善款24.9亿元。99公益日

的影响力还突破圈层深入社区。2019年99公益日期间，超过3000家公益慈善组织举办了1万多场线下活动，覆盖超过200个城市的社区和商圈。

在推动各方共建“人人公益”生态的同时，腾讯公益平台也注重推动“理性公益”的制度和文化建设。例如，面向公益慈善组织，腾讯公益平台严格设置项目审核标准和信息披露要求，并通过第三方审计、随机抽检、行业和网友监督等方式提升筹款活动的透明度。面向捐赠人，腾讯公益平台在捐款流程中插入透明度提示，提醒用户冷静决策。

截至2019年底，腾讯公益平台吸引累计超过3.04亿人次网友，总计捐出超过76亿元善款，加上腾讯基金会和爱心企业的配捐资金，腾讯公益平台累计为近万家公益慈善组织的6万多个项目注入了超过100亿元资金。这些项目覆盖扶贫救灾、疾病救助、教育助学、生态环保和文化保育等各种领域，其中超过90%的募捐项目属于扶贫公益（更多精彩内容参见本报告P11-12）。

#### 数说2019年99公益日



扫码了解更多

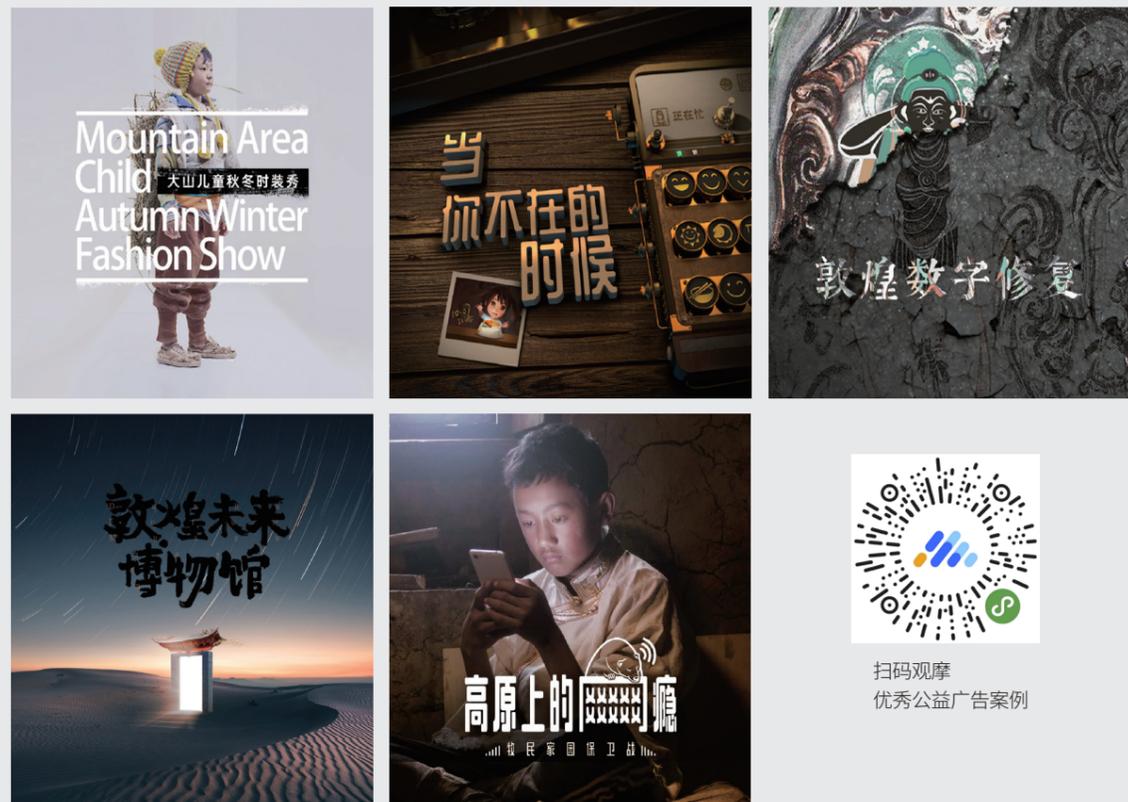
除支持公益组织网络募款外，腾讯基金会自2018年起发起伙伴共创计划，通过开放产品能力和平台数据、提供多重资金与资源、提供体系化培训等方式，支持公益慈善组织全面提升组织能力。

一是资源投入：新增1亿元作为支持机构成长基金，并提供百亿级曝光资源、千场互联网公益培训、百家媒体资源贡献，打造多元化激励场景。二是内部能力开放：开放企业微信、云、广告、大数据、区块链等能力定向输血给公益机构，帮助其提升运作效率。三是外

部能力撬动：引入审计机构，从准入门槛、信息披露、监督、评估等方面，协助机构伙伴打造理性、透明的公益新生态。

由腾讯基金会和腾讯广告联合主办的“我是创益人”大赛，是这种公益慈善生态化效应的典型案例。2019年，第三届“我是创益人”大赛以“CREATE FOR GOOD”为口号，通过鼓励“创益+公益+科技”力量融合的创新机制，提升中国公益行业的创意水平和相关公益主题、项目的关注度和影响力。

### 案例 “我是创益人”大赛



向善凝聚力

向善支撑力

向善辐射力



公益游戏《见》呼吁关爱特殊人群

## 前沿科技跨界，拓展公益边界

过去十余年，腾讯公益的快速成长直接得益于移动互联网科技发展和社交媒体的普及。腾讯充分发挥“连接器”作用，通过游戏、人工智能、区块链、腾讯云等与公益的跨界融合，不断拓展公益边界，让公益拥有更多可能性。

### 游戏+公益：玩乐也可以有“益”思

腾讯持续探索游戏在公益领域的应用价值，致力于让游戏成为传递健康价值观的载体。

微信小游戏推出“WECARE 公益计划”，希望通过公益小游戏开发团队提供支持，探索和发挥“游戏以外”的多元价值，让更多人能够在小游戏里感受传统文化、公益精神和品牌文化。截至2019年12月，该计划已面向开发者征集3期创意方案，共有超过200个制作团队提交392份提审方案，最终49份方案脱颖而出，成功入围。12月，第一批17款公益小游戏正式上线，用创意让公益绽放不一样的光彩。

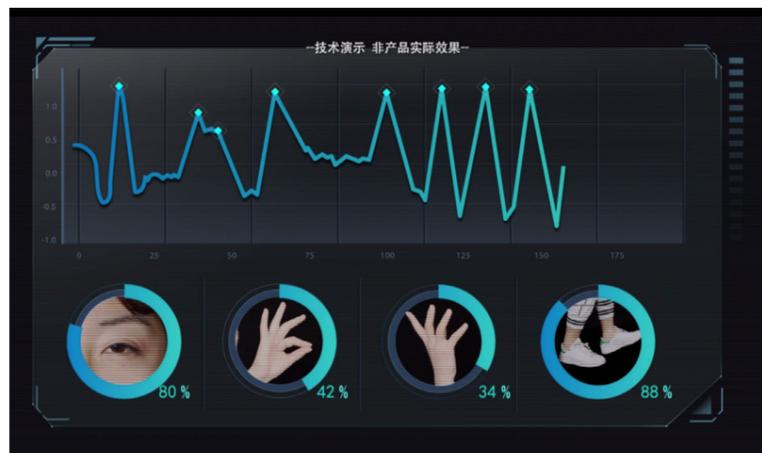
2019年，腾讯游戏与腾讯公益联合发布“全民爱公

益”平台，推出两款呼吁关爱特殊人群的公益游戏产品《见》和《长空暗影》，用互动性和娱乐化的形式推动信息无障碍更进一步，为视障人群带去更多关怀，促进视障人群的社会融合。



## AI+公益:有AI更有爱

AI科技让未来生活有了无限可能。AI技术在与传统产业和场景融合的同时,也正像水和电一样,润物细无声地应用于医疗、养老等行业,通过使用语音识别、图像识别、智能分析等AI技术,服务于残障、留守儿童、空巢老人等弱势群体。



腾讯医疗人工智能实验室推出帕金森病AI辅助诊断新技术——“帕金森病运动功能智能评估系统”,能有效提高诊断准确率和效率,将判断时间缩减至3分钟,并在中晚期为患者疾病管理提供帮助,提升患者生活质量。

腾讯旗下AI医学解决方案“腾讯觅影”发布AI电子阴道镜辅助诊断系统,辅助妇科医生快速识别宫颈转化区、宫颈上皮内瘤变(CIN)和辨别病变位置,打通宫颈癌筛查链条“最后一公里”,助推医疗资源均衡化发展。



腾讯优图实验室攻克AI手语识别技术挑战,发布“优图AI手语翻译机”,以普通摄像头作为手语采集装置,依托高性能计算机进行后台运算,实时将手语表达翻译成文字,为听障人群搭建无障碍沟通平台。



## 区块链+公益:让爱有迹可循

为更好地帮助走失、被拐、流浪儿童回家,2019年,腾讯可信区块链方案落地“公益寻人链”,连接腾讯内部多个寻人平台,打破信息壁垒,实现各大公益平台信息共享,提升公益寻人的协同效率。

腾讯将区块链技术应用旗下“手机管家小管寻人”“404寻亲广告”“广点通寻人”“QQ全城助力”“管家寻人”“优图寻人”“朋友圈广告寻人”“微信小程序寻人”等8个公益寻人平台,用技术最大化寻找失踪儿童的黄金72小时,让遗失的孩子多一份回家的可能。

QQ全城助力是一个借助QQ网友力量寻找失踪儿童、失踪老人、稀有血型献血者的公益平台。一旦有求助需求,平台就可以基于地理位置,为同一地区的QQ网友发布及时的求助信息。截至2020年4月12日,QQ全城助力发布失踪儿童案例807例,已结案660例;发布失踪老人案例449例,已结案168例;发布稀有血型案例171例,已结案164例;人脸识别技术为5个案例成功提供帮助。QQ全城助力成功将技术融入到公益场景中,借助互联网“连接”的巨大效能,让技术不再是停留在电脑屏幕上的代码,让技术越来越有温度。

## 推动科技公益共同体建设

科技与公益的融合,需要来自众多不同领域的人们跨界合作。科技对社会和谐的支撑力度,取决于科技公益共同体的成熟程度。2019年5月16日,腾讯联合多方在广州召开第三届中国互联网公益峰会,以“理性公益,科技向善”为主题,合力描绘互联网公益新路径。同时,会场开启5000平方米“互联网公益”主题体验展区,近60个案例集中展示了科技与公益的关联问题和解决之道。

腾讯希望通过峰会的举办,搭建业务、社会组织和企

业间的跨界交流新平台,推动形成主体多样、持续发挥作用的互联网公益新生态。

2019年“99公益日”,腾讯、阿里、新浪等互联网公司公益负责人,盖茨基金会、墨卡托基金会代表及北师大、中国农大等学术专家,齐聚腾讯公益思想汇第三期活动,围绕“互联网与全民公益”话题进行深入交流和思想碰撞,探索互联网企业的公益联动方式,推动构建科技公益共同体,为世界互联网公益发展贡献更多中国智慧。



## 3.4 守护绿色家园

地球是人类赖以生存的家园，生态保护是人类共同责任。腾讯始终坚持绿色运营，以大数据、云计算、人工智能技术提供生态环保解决方案，带动亿万公众践行可持续生活，为共建生态城市、守护绿色地球做出应有贡献。

### 低碳运营，环保从自身做起

碳排放指标是检验企业绿色运营成效最直观的方式。每年，腾讯都会主动提交经第三方机构核查的上年度碳排放报告。2019年，腾讯旗下两家公司实际碳排放量：深圳市腾讯计算机系统有限公司碳排放当量3510.87吨；腾讯科技（深圳）有限公司碳排放当量109452.99吨。

#### 智能科技打造绿色建筑

腾讯创新运用智慧建筑管理平台，推动腾讯新总部滨海大厦实现更加智能、安全、高效、环保的发展。腾讯智慧建筑管理平台又称“微瓴”，是一款次世代深度适配建筑场景的物联网类操作系统，针对建筑内的硬件、应用等资源，提供物联、管理与数字服务，为建筑赋予综合协同智慧能力。在微瓴可交互的屏幕上，灯光、空调、风机、监控等原先分散在不同子系统内的构建形成联通，通过一块屏幕即可了解所有运行信息，甚至还可以通过PC和移动端同步获知大楼状况，让物业管理工作可以随时随地进行。微瓴还能够根据大厦内某个区域的人数情况，智能调整室温、照明甚至二氧化碳浓度，高效实现节能减排。

腾讯滨海大厦还选用“陶粒透水材料”替代硬底化的路面，让建筑具备降雨调蓄、净化、利用能力，缓解城市内涝压力。同时，借助传感器，微瓴能够对气象数据、雨水汇集量、排水管道流量、土

壤湿度进行收集和建模，科学评估和优化海绵设施运行效果。

#### 绿色内核助力节能降耗

2019年9月3日，腾讯目前位于深圳最大的数据中心——“腾讯光明·中国移动万国数据·数据中心二期”获得运行5A绿色数据中心称号，达到“数据中心绿色等级评估”最高等级。这是腾讯继上海青浦数据中心获评运行5A绿色数据中心后，又一座获此顶级殊荣的数据中心。

腾讯第三代数据中心技术——TMDC（微模块数据中心），是光明数据中心的“绿色内核”。在电力系统设计上，TMDC结合HVDC及市电直供系统，实现在智能节能的基础上，整体提升电源输出效率；在制冷模块创新上，TMDC通过“列间空调+精确控制”组合，在节省冷量损耗的同时达成精准送风，最大化制冷效果。

### 科技助力，一起打造环保社区

生态文明建设，事关每个公民的幸福生活。环境污染治理和保护，绝非遥不可及的宏大命题，而是近在身边的紧急任务。尤其是在城市，人类活动直接影响着环境质量。腾讯通过发挥互联网平台的传播能力，主动承担环保宣传的职责，动员公众一起打造环保社区。

#### 普及垃圾分类管理知识

随着各地垃圾分类试行，居民学习并养成垃圾分类习惯已是大势所趋。腾讯联动央视新闻共同发起“QQ-AR扫垃圾，知分类”活动，扫描垃圾即可自动识别其所属分类，并直达QQ小程序“垃圾分类管家”，帮助市民高效、准确地解决垃圾分类时面临的问题。同时，腾讯联合美团外卖全国113家餐饮外卖商家，发起“垃圾分类环保倡议”，30天内累计发放超过1000万份垃圾分类贴士餐垫纸，解决市民餐后垃圾分类之忧。通过联合推广，活动合计至少辐射5000万受众。

#### 建言政策，推动国家公园建设

建立国家公园体制是党的十八届三中全会提出的重点改革任务，是我国生态文明制度建设的重要内容。在2019年的全国“两会”上，全国人大代表、腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾提交了《关于推动深入开展国家公园体系建设的建议》。马化腾认为，国家公园体制改革，不是单纯的生态保护改革，而是涉及到自然资源产权、区域人和自然协同可持续发展的系统性改革。

针对以国家公园为主体的自然保护地体系改革现状，马化腾提出了三点建议：从政策层面加大相关法律制定，完善自然保护地产权制度，理顺自然保护地的土地产权问题；从研究层面加大对于海洋国家公园的投入，并开展海洋国家公园试点建设；在技术层面，由自然保护地业务主管部门牵头建立国家公园大数据平台。

#### 案例 扫一扫，轻松get垃圾分类

2019年，全国各地开始推行社区垃圾分类。腾讯微信团队推荐了4款垃圾分类小程序助阵，帮助市民轻松查询政策、学习教程和识别垃圾。你也来试试吧！



## 面向未来，倡导绿色发展理念

气候变暖、水体污染、生物多样性降低、化石能源濒临枯竭……进入21世纪以来，人类命运共同体面对着日益严重的环境生态危机。作为一家具有全球视野的科技企业，腾讯积极探索运用信息技术和互联网产品等能力，寻找解决上述问题的创新方案。



腾讯推出“扫一扫”活动，动员公众助力海洋减塑

### 发起海洋保护创意行动

生态保护与每个人息息相关。腾讯借助多样的互联网产品，积极倡导公众践行绿色生活、共同守护地球。

为还海洋一片蔚蓝，腾讯在2019年4月发起“海洋减塑行动”，呼吁大众在生活中减塑。腾讯与海洋垃圾打捞公益组织合作，创造性地提出“扫一扫”指尖公益新模式：每位用户参与行动，腾讯就会以用户名义从海洋里打捞一件垃圾回来，最终承诺打捞海洋垃圾1500公斤，让海洋减塑落到实处。活动上线后即吸引1500万人参与，诸多品牌及平台开始关注海洋污染议题。

此外，腾讯还与大自然保护协会（TNC）合作，在腾讯新闻极速版上线“水滴成林”和“熊猫宝贝”活动，腾讯通过生动、有趣的养成互动游戏，吸引用户从线上虚拟种树延伸到线下植树造林，从线上云养熊猫延伸到线下为大熊猫种群繁衍提供庇护场所。两个项目累计近千万人参与，获得媒体曝光近8000万次，并借助权威科学家的短视频平台传播，有效提升公众自然保护意识。

### 全面助力野生动物保护

面对日益猖獗的野生动物非法贸易，腾讯从理念宣导、全民监督、交易监测三大维度全方位助力野生动物保护。

一是理念宣导：基于微信和QQ两大即时通讯工具，通过宣导，提升用户野生动物保护意识；

二是全民监督：联合全社会力量，共建举报与反馈平台，追踪野生动物交易线索。“企鹅爱地球”公众号上线举报野生动物非法交易入口，当公民发现野生动物非法交易时，即可登陆该公众号或进入“腾讯110”小程序进行举报。截至2019年底，腾讯企鹅爱地球举报平台受理用户有关野生动植物保护举报达6000多件，对其中有效举报近2000件逐一处置并回复用户。

三是交易监测：基于金融科技能力，建立可疑交易监测模型，防控洗钱犯罪行为。



“守护地球上的宝贝”朋友圈公益广告

## 探索以AI应对地球级挑战

目前，人类和地球在食物、能源、水资源等领域面临巨大的挑战。腾讯相信，人工智能等新兴技术可以为人类的可持续发展提供可靠支持。

腾讯首席探索官 David Wallerstein（网大为）提出，科技的发展必须用于解决地球所面临的最大挑战，也就是食物（Food）、能源（Energy）和水资源（Water）。这些问题是人类未来需要面对的最重要、最基础的问题，同时也是环环相扣的。因此，网大为发起“AI for FEW”项目，旨在利用AI技术解决上述地球级挑战。

腾讯据此向国际社会提出“AI for FEW”倡议。2019年4月3日，联合国人居署与腾讯在纽约联合国总部共同举办

主题研讨会，探讨人类所面临的最基础的挑战，以及如何利用人工智能等新兴技术提供解决方案，从而创新高效地实现可持续发展目标。

联合国人居署执行主任、联合国副秘书长Maimunah Mohd Sharif、联合国人居署助理秘书长Victor Kisob以及多国大使、新兴科技企业代表和可持续发展研究专家参加研讨。

腾讯相信，以向善的价值观为指引的科技创新和发展，将为日益严峻的环境生态问题带来突破性的解决方案。作为一家以可持续发展为己任的科技企业，腾讯将在这个领域继续探索。

“我们怎样迎接2050年前容纳100亿人在世界上可持续的生活？食物、能源、水至关重要。科技向善，腾讯过去一年为应对这些地球级挑战做出了很多努力。”

——腾讯首席探索官 网大为



## 第三方点评

### 《腾讯社会责任报告(2019)》评级报告

受腾讯控股有限公司委托,“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组,对《腾讯社会责任报告(2019)》(以下简称《报告》)进行评级。

#### 一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南(CASS-CSR 4.0)》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准(2020)》。

#### 二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料;
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价,拟定评级报告;
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签审评级报告。

#### 三、评级结论

##### 过程性 [★★★★★]

社会责任部牵头成立报告编写工作组,重点部门参与资料提报及审核,党委书记、高级副总裁担任监制,把控流程方向并负责报告终审;将报告定位为提升社会责任管理能力、加强利益相关方沟通、塑造负责任企业形象的重要工具,功能价值定位明确;结合国家战略、权威社会责任标准、行业发展趋势、公司发展战略等识别实质性议题;发布《腾讯抗击新冠肺炎疫情专题报告》,构建了“综合报告+专项报告”的多层次报告体系;计划通过官方网站发布报告,并将以电子版、印刷品、长图版、纸牌版等形式呈现报告,过程性表现卓越。

##### 实质性 [★★★★★]

《报告》系统披露了服务国家重大发展战略、坚持创新驱动发展、守护网络空间安全、优化客户服务体验、加强特殊人群保障、助力各行业转型发展、推动慈善公益事业、践行绿色低碳运营等所在行业关键性议题,叙述详细充分,具有卓越的实质性表现。

##### 完整性 [★★★★★]

《报告》主体内容从“向善凝聚力,做更好的自己”“向善支撑力,为更好的我们”“向善辐射力,为更好的世界”等角度系统披露了所在行业核心指标的81.23%,完整性表现领先。

##### 平衡性 [★★★★★]

《报告》披露了“违反‘高压线’案件数”“因违纪被辞退员工数”“涉嫌违法犯罪员工数”等负面数据,并简要描述反腐败处罚结果,平衡性表现领先。

##### 可比性 [★★★]

《报告》通过“中国首家、全球第五家服务器总量超过100万的公司”“专利申请数位居全球互联网企业第二”“专利授权数国内互联网企业排名第一”等进行横向比较,但关键绩效纵向披露不足,可比性表现有待加强。

##### 可读性 [★★★★★]

《报告》以“向善力”为主题,由内至外,由己达人,系统阐述了企业年度履责理念、实践及成效,框架结构清晰,重点议题突出,全面回应利益相关方的期望与诉求;封面设计采用矢量风格,融入“企鹅”等主营业务元素,凸显了企业所在行业特征,增强了报告的辨识度;多处嵌入二维码延伸阅读报告内容,增强了报告的沟通和传播价值;引入第三方证言佐证企业履责成效,一定程度提升了报告的悦读感,可读性表现卓越。

##### 创新性 [★★★★★]

《报告》开篇设置“腾讯式扶贫”“腾讯式战疫”两个特别聚焦,积极响应打赢脱贫攻坚战、打赢疫情防控阻击战等国家时政热点,凸显了企业贯彻宏观政策的责任担当;部分章节设置“责任专题”版块,集中展示亮点实践,凸显了企业的履责意义;首次参与报告评级,既提升了企业社会责任管理意识和高度,又增强了企业社会责任工作的规范性和可信度,具有卓越的创新性表现。

##### 综合评级 [★★★★★]

经评级小组评价,《腾讯社会责任报告(2019)》为五星级,是一份卓越的企业社会责任报告。

#### 四、改进建议

1. 增加对行业核心指标的披露,提高报告的完整性;
2. 增加企业历史关键绩效数据的披露,提高报告的可比性。

评级专家委员会副主席



评级小组组长

评级小组专家

过程性评估员 任姣姣

出具时间:2020年5月22日



扫码查看企业评级档案

## 附录 01 关于本报告

本报告是腾讯控股有限公司发布的第 8 份社会责任报告，涵盖了公司对社会责任关键议题的实践及管理方法，展现了公司 2019 年社会责任工作绩效。

### 时间范围

2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，部分内容往前后年度适度延伸。

### 报告范围

以“腾讯控股有限公司”为主体，包括所属分、子公司及直属机构。

### 编制依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》

全球报告倡议组织《可持续发展报告指南》（GRI Standards）

香港联交所《环境、社会及管治报告指引》

### 数据来源

报告中所使用数据均来自腾讯正式文件、统计报告或有关公开资料。

### 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，报告中“腾讯控股有限公司”以“腾讯”“我们”或“公司”表示。

### 报告获取

您可以登录腾讯官网 [www.tencent.com](http://www.tencent.com) 或者关注腾讯社会责任官方微信TencentCSR 下载报告，欢迎通过电子邮箱 [CSR\\_report@tencent.com](mailto:CSR_report@tencent.com) 与我们联系。



腾讯社会责任官方微信

## 附录 02 报告指标索引

目录		中国企业社会责任报告指南 CASS-CSR4.0	报告位置
高管致辞		P2.1-2.2	P1
责任之道	腾讯社会责任之道	G1.1-1.2,G2.1-2.3, G3.2-3.3,G4.1-4.3, G5.2,G6.1-6.2	P7
	利益相关方一览	G6.1	P10
特别聚焦	腾讯式扶贫	P3.1-3.2, M2.1,S4.12-4.13	P11
	腾讯式战疫	P3.1-3.2,M2.7,S4.1,S4.5	P17
向善凝聚力	文化升级：将向善的使命融入血液	G1.1-1.2,G2.2-2.3	P23
	治理护航：建立透明阳光治理体系	M1.1-1.3,M1.8,M2.13,S1.1,S2.6	P25
	以人为本：员工是腾讯最大的财富	S2.1-2.2,S2.4,S2.7-2.18	P27
	全员公益：当科技、创意与爱相遇	S4.10-4.11,M2.7	P29
向善支撑力	一起开启云上时代	M2.1,M2.4,M2.6-2.7	P33
	一起创享精彩视界	M2.1-2.2,M2.4,M2.7,M2.9-2.12,M2.14,M3.3, M3.5-3.6,S1.5	P35
	一起创造智慧生活	M2.1,M2.4,M2.7,S1.4-1.6,E1.7,E2.4	P45
	一起守护网络安全	G5.3,M3.4,M3.6	P57
向善辐射力	引领科技升级	M2.4-2.7,M3.4-3.6	P63
	传承优秀文化	M2.1,M2.4,M2.7	P67
	共建和谐社会	S4.5-4.9,M2.7,M3.4,M3.6	P71
	守护绿色家园	E1.3,E1.5-1.7,E1.9,E2.2-2.4,E2.9,E2.24-2.25, E3.1,E3.4,E3.6	P77
第三方点评		A4	P81
附录	关于本报告	P1.1-1.3	P83
	报告指标索引	A5	P84
	读者意见反馈	A6	P85

## 附录 03

### 读者意见反馈

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读本报告。为了持续提升报告编制水平，推动公司在社会责任方面的管理和实践能力，我们诚挚地邀请您反馈真实感受和热心建议，请您不吝赐教！

#### 1、相对于腾讯，您的身份是：

政府 投资者 员工 客户 供应商/承包商 合作伙伴  
同行 社区和公众 非政府组织 媒体 其他

#### 2、您对本报告的总体印象：

很好 较好 一般 较差 很差

#### 3、您更关注报告在哪方面的议题披露（可多选）：

精准扶贫 智慧民生 助力产业发展 网络安全 科技向善  
理性公益 文化振兴 守护网络环境 生态文明 其他

#### 4、您认为本报告在披露信息量、版式设计、可读性上：

披露信息量：很高 较高 一般 较低 很低  
版式设计：很合理 较合理 一般 较差 很差  
可读性：很好 较好 一般 较差 很差

#### 5、对于提升腾讯企业社会责任报告编制水平和社会责任工作水平，您还有哪些好的建议？

---

---

---

---

您可以将填写好的问卷扫描或拍照发到 CSR\_report@tencent.com，  
也可以直接扫描右侧二维码在线填写问卷。再次感谢您的支持！



#### 腾讯2019年企业社会责任报告工作人员名单

指导：郭凯天  
监制：翟红新 葛 燄 肖黎明 陈发奋  
统筹：傅剑锋  
主编：邓江波  
制作：孔 鹏 陈晶晶 刘 莎 林婧璇  
      窦 岩 赵鹏飞 陈兴杰 岳 静

学术支持：中国社科院企业社会责任研究中心