

价值共生 责任升级

腾讯社会责任报告(2020)

TENCENT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT(2020)

Tencent 腾讯

2020年1月-2021年6月

编撰说明

2020年，是不平静的一年，更是不平凡的一年。

新冠疫情持续至今，世界人民同心战疫。从国内火线驰援到参与全球协作，从支持医药研究到助力经济复苏，从设立慈善基金到全员科技战疫……在“用户为本，科技向善”使命的引领下，腾讯公司上百团队、数万员工，投入全情、打满全场。

如何将这种非常时期的激情和创造力，转化为持续为社会创造价值的长期行为？2021年4月19日，腾讯启动新一轮战略升级，“推动可持续社会价值创新”与“扎根消费互联网、拥抱产业互联网”一起成为公司发展的底座。通过此轮升级，腾讯将针对新发展格局下的重大议题，以科技向善为使命，通过科技创新、产品创新、模式创新，探索高质量、可持续的实现路径，共享社会价值、增进社会福祉，并以此为组织发展的首要目标。

感谢您打开腾讯成立以来的第九本企业社会责任报告《责任升级·价值共生》。您将从中了解，在过去的一年乃至在更加长久的未来，腾讯如何以科技向善为指引，呼应国家与时代的需要。

目录

CONTENTS

腾讯社会责任报告 (2020)

高管之声
推动可持续社会价值创新

责任升级

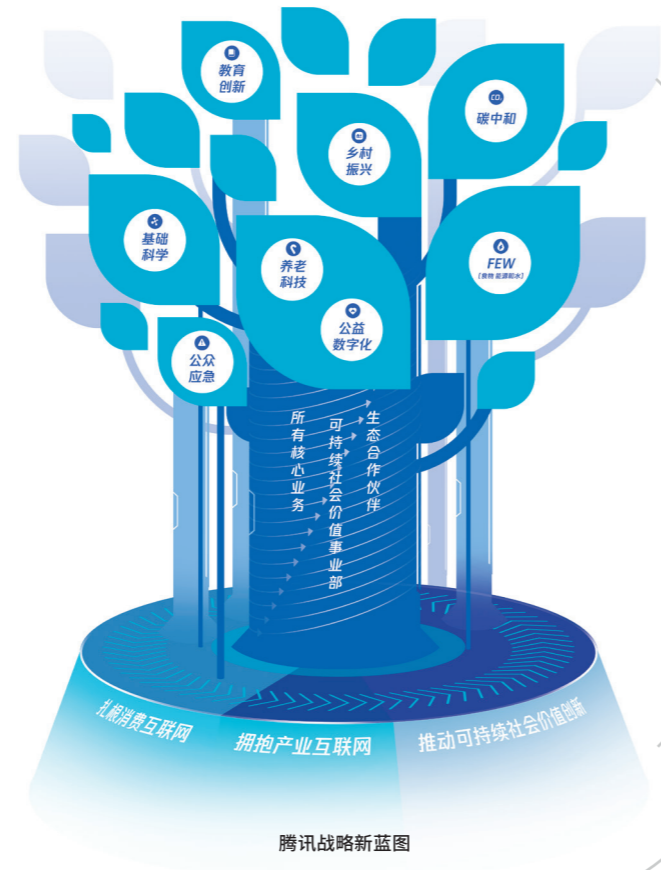
腾讯与联合国可持续发展目标 SDGs

大事记

管理升级

产品升级

文化升级



腾讯战略新蓝图

1 向下扎根 价值筑基

- 1.1 加码研发投入 —— 28
- 1.2 打造数智引擎 —— 36
- 1.3 保护数据权利 —— 44

2 向上升级 价值创新

- 2.1 激活数字动能 —— 52
- 2.2 构建清朗空间 —— 62
- 2.3 共建智慧社会 —— 72

3 普惠发展 价值共享

- 3.1 致力公益慈善 —— 84
- 3.2 助力减贫兴农 —— 94
- 3.3 倡行数字包容 —— 102
- 3.4 践行环保减碳 —— 108

4 以正为本 价值指引

- 4.1 优化公司治理 —— 116
- 4.2 践行阳光经营 —— 117
- 4.3 推动文化升级 —— 118
- 4.4 助力员工成长 —— 120

第三方评价

附录一：关于本报告 附录二：报告指引索引 附录三：关键绩效表 附录四：读者意见反馈



推动可持续社会价值创新

两年前，腾讯企业文化升级，确立新的使命愿景：用户为本，科技向善。从那时起我们一直在思考：如何更好地落实科技向善使命？2020年的同心战疫打开了我们思考的边界。

新冠疫情爆发以后，公司上下第一时间自发响应，不计得失、全力以赴投入战疫。同事们主动行动起来在全球筹集物资，奔赴一线帮助医护，开发数字战疫产品：健康码、腾讯医典、腾讯会议、在线教育、微信消费券等，我们全程守护生命安全，助力复工复产。在后来的“同心战疫”表彰中，我们看到了自公司成立以来最长的一份获奖名单——95个团队、近12000人获得表彰，实际参与抗疫的同事远不止于此。

一个个团队，一桩桩事迹，我们一字一句读下来，深为震撼，深受感动，也从中获得启示。我们看到了危难时刻全公司上下被激发出来的激情、创造力与志愿精神；看到了近几年成长起来的产业互联网能力，像水一样融入各个行业，急社会之急，解民生之需；还看到了人们对科技平台的更高期待，对美好生活的无限渴求，也看到了我们未来发展的方向。

两年前升级公司的文化与价值观时，我们说：科技是一种能力，向善是一种选择。回望23年的成长历程，向善早已融入腾讯的基因。当公司把“为用户创造价值”作为立身之本时，服务社会的种子已经埋下。

2002年，还在创业阶段的腾讯就开始做公益：送电脑给山区里的孩子；2007年，腾讯成立中国第一家由互联网企业发起的基金会——腾讯公益慈善基金会，建起迄今全球最大的网络募捐信息平台；我们率先在国内推行无障碍技术，坚持保护用户隐私，保护未成年人远离网络沉迷；2012年，

腾讯实行开放平台战略，把半条命交给合作伙伴，为合作伙伴创造价值，服务社会的半径变得更大；2018 年公司拥抱产业互联网，更进一步开拓了为社会服务的深度与广度……

一路走来，我们对社会责任的理解从用户价值上升到社会价值，再进一步发展到可持续社会价值。我们深深感受到：一家企业越往上生长，越需要把创造社会价值的根基，扎得更深更稳。在 2018 年提出“扎根消费互联网，拥抱产业互联网”的基础上，我们愿意往前再进一步——将“推动可持续社会价值创新”纳入公司核心战略，一起成为公司发展的底座，牵引所有核心业务，全面落实科技向善使命。这是一个重要的决定，也是自 930 变革以来又一次战略升级。

我们理解的可持续社会价值创新，是针对新发展格局下的重大议题，是以科技向善为使命，通过科技创新、产品创新、模式创新，探索高质量、可持续的实现路径，共享社会价值、增进社会福祉，并以此为组织发展的首要目标。这意味着，不管公司的业务是服务于用户、还是客户，都要以可持续社会价值创新为方向，以创造更大的社会福祉为目标。所有核心业务都应当把这样的理念融入发展规划中，持续创新，科技向善。

为了使本次战略升级有坚实的落地支撑，公司决定升级原有公益相关的组织架构，设立“可持续社会价值事业部”（简称 SSV）。新的事业部将成为全公司可持续社会价值创新的核心发动机。一方面，我们将传统公益方式升级为公益捐赠与可持续创造并重，通过核心能力、人才与资源的投入，发挥我们的数字技术和平台优势，实践可持续社会价值创新；另一方面，SSV 还将联动公司各产品、各业务，形成相互支撑、分兵合力、牢牢扎根的社会价值创新新格局。

作为公司核心战略，推动社会价值创新并不只是一个事业部的目标，每一个腾讯人都有责任践行和落实。为了让社会价值创新更可持续，我们决定在升级组织，投入技术、产品和运营力量外首期投入 500 亿元，在基础科学、教育创新、乡村振兴、碳中和、FEW（食物、能源与水）、公众应急、养老科技和公益数字化等方面推动社会价值创新。我们相信，这次战略升级将像公司历史上的每一次变革一样，拓展发展的边界，推动公司进化。

从 1998 年公司成立以来，我们一直把正直作为我们的核心价值观，无论遇到什么挑战，从未动摇。对正直的坚持，吸引了一批秉持同样价值观的同路人，也帮助我们自省、反思与向善，从一棵小苗长成大树。扎根消费互联网，拥抱产业互联网，推动可持续社会价值创新，将帮助我们与滋养我们的土地同呼吸共命运，引领公司走向更宽广的未来。

这是一个新的议题，也是一场新的探索与实验。未来可期，道阻且长，需要公司每一位同事下定决心，转变思想，全力以赴，主动创造。对可持续社会价值创新，我们的承诺是上不封顶，对有作为的个人与团队，我们全力支持。

我们期待，在探索长期社会价值的过程中，打开一个可持续的新发展格局。我们也希望，通过大家的努力与创造，把公司社会价值的根基，深深扎在社会土壤之中，持续呼应国家与时代的需要，与不断发展的社会共生、共荣。

马化腾、刘炽平与腾讯全体总办成员

腾讯与联合国可持续发展目标 SDGs

1 无贫困 通过腾讯基金会持续十余年向贫困乡村地区进行捐赠，同时，依托移动支付、腾讯公益、腾讯为村等数字技术和网络平台，从产业、消费、教育、治理等多方面助力乡村减贫发展。

2 零饥饿 首创“农业人工智能系统”，有效提高农产品产量和资源利用率；与中粮集团和新希望集团等伙伴，合作探索智慧农业。

3 良好健康与福祉 设立 15 亿元国内战疫基金和 1 亿美元全球战疫基金，全面释放数字化能力助力抗疫，持续守护公共健康；提供全流程个人健康服务，为医疗机构提供数字化解决方案；举办腾讯医学 ME 大会，开展专业医学科普。

4 优质教育 升级腾讯课堂和腾讯智慧校园等服务，确保疫情“停课不停学”；发展智慧教育，发布“腾讯教育智脑”，提升教学和管理效率；通过腾讯基金会持续资助教育助学领域的公益项目。

5 性别平等 公司创始人参与发起的科学探索奖持续提升性别包容性，第二届共有五位女性科学工作者获奖；公司内部对不同性别员工给予充分尊重，为员工创造平等、和谐的工作氛围。

6 清洁饮水和卫生设施 建设新型智慧水利物联感知平台，探索利用 AI 提升水资源管理能力；腾讯总部滨海大厦中水回收系统回收利用各处废水可节省 50% 至 70% 的水资源；推出纪录片《零水日》，呼吁全球居民关注保护水资源。

7 经济适用的清洁能源 依托云、大数据、人工智能、安全等技术创新，构建连接用户与商业的智慧能源产业新生态；腾讯数据中心通过采用节能技术、使用可再生能源等，有效提升能效水平；腾讯滨海大厦采用楼宇能源智能管理，践行绿色运营。

8 体面工作和经济增长 坚持稳健运营与转型发展，以良好的经济绩效回报股东；为员工提供有竞争力的薪酬、完善的培训体系和畅通的职业发展通道；提升数字化就业创业服务能力，联动生态圈共同推进数字就业。



9 产业、创新和基础设施 推动开源协同，助力建设“全球技术共同体”；拥抱产业互联网，构建产业合作开放生态，扶持中小微企业数字化转型，为产业升级和经济发展提供新动能；通过搭建平台、捐赠资源、共建项目、技术支持等方式，与公益伙伴携手构筑互联网公益新生态。

16 和平、正义与强大机构 坚持正道经营，优化公司治理机制，强化风险内控管理，力行反腐败等阳光行为准则，深入推进责任采购，打造廉洁产业生态圈，共建良好营商环境。

15 陆地生物 发起“企鹅爱地球”项目，抵制、打击网络非法野生动植物贸易犯罪；牵头编制《网络平台非法野生动植物交易控制要求》团体标准；启动 Light 公益创新挑战赛，鼓励开发者使用 AI 推动野生动植物保护。

14 水下生物 发起“扫一扫：海洋减塑行动”，开启海洋环境教育活动，向公众传递海洋保护理念与知识；推出动画片《潘滚与威儿》，呼吁更多人关注海洋污染、气候变暖等全球可持续发展议题。

13 气候行动 启动碳中和规划，积极响应中国碳中和目标，身体力行探索绿色低碳运营，以产业助力带动各行各业共同践行碳中和举措，并呼吁更广泛的力量聚焦气候变化，以科技助力实现零碳排放。

12 负责任的生产和消费 搭建安全平台，提供安全服务，携手各方共建网络安全生态；推进用户数据隐私保护和知识产权保护，构建数据信任体系；产出优质内容，净化内容生态，营造清朗网络空间；通过堵疏结合和软硬兼施的策略，联合家长、学校和社会各界共同防止未成年人网络沉溺。

11 可持续城市和社区 持续投入数字化能力和资源，与生态伙伴通力协作，在公共服务完善、社区治理创新、智慧城市升级等不同维度推动数字城市建设，助力构建共建、共治、共享的社会治理新格局。

10 减少不平等 通过探索产品标准、打造案例标杆、设置激励机制等方式，在产品设计中推动“无障碍设计”“为所有人设计”等数字包容理念，让贫困人群、老年人、身体障碍和读写困难等各类人群都能受益于数字化。

9 产业、创新和基础设施 将科技升级作为核心战略，持续加大对基础和前沿科技领域的投入；扩大新基建布局，重点关注数据中心、人工智能、网络安全等领域；依托技术创新和连接能力助力产业升级，推进数字经济建设。

责任升级

大事记

2020年，是腾讯经历社会责任洗礼、爆发全员向善热情、酝酿公司战略升级的一年。尤其是在全球疫情的背景下，腾讯更加确信数字科技蕴含的巨大潜力、承载的巨大期待，从而更加清晰自身的使命、责任和价值所在。2021年，腾讯正式宣布战略升级，以推动可持续社会价值创新为己任，与时代的发展同频共振，与用户、行业等各方共生共荣。

科技助力，全球同心战疫

疫情正当前，腾讯展现出一家互联网科技企业的责任与担当。从发挥平台效应驰援抗疫一线，到以科技能力保障生产生活，再到支持医疗健康基础研究，用实际行动守护公共健康和人类命运。

上云用数，激活疫后动能

疫情持续，客观上倒逼了数字经济加速发展，驱动新基建驶入快车道。腾讯坚持“数字化助手”定位，发挥连接和技术能力，助力各行各业复工复产，为疫后经济增长和社会运行注入新动能。

责任升级，拥抱长期价值

后疫情时代，面对复杂多变的内外环境，腾讯坚持以正为本，将企业社会责任融入产品和服务，专注用户价值和科技创新，探索可持续的商业模式，致力于让科技向善内化为企业核心竞争力。

第一阶段 1月-5月

设立战疫基金

1月24日腾讯宣布设立3亿元疫情防控基金，至2月7日追加至15亿元设立国内战疫基金，用于物资支援、技术支持、人员关怀、科研与医疗等领域。

数字战疫创新

腾讯全面释放数字化能力助力抗疫，包括上线防疫健康码、开通线上问诊平台、推出发热门诊地图、助力上线百余个抗疫类政务小程序等。

百团战疫表彰

腾讯启动公司历史上最大规模内部奖励，向95个团队、近12000人授予“同心战疫”奖，以表彰员工在抗击疫情中体现的责任与担当。

参与全球战疫

腾讯的抗疫行动不止于国内，包括设立1亿美元全球战疫基金，加入全球公共卫生计划，开源抗疫产品代码，联合同行发起“代码抗疫”倡导，等等。

湖北疫后重启

腾讯宣布对湖北的一揽子疫后投资计划，在数字政府、智慧教育、智慧出行、人工智能及安全等方面深度合作，全面助力武汉数字产业建设与发展。

第二阶段 5月-11月

加码数字基建

腾讯宣布未来五年投入资金用于扩大新基建布局，重点关注云计算、人工智能、区块链、大型数据中心、5G网络、网络安全、量子计算等领域。

守护人间烟火

微信面向超5000万小微商家发布“全国小店烟火计划”，从线下线上一体化、福利补贴、商家教育指南、经营保障支持四个方面助力实现增收。

数字方舟起航

腾讯入选国家发改委“数字化转型伙伴行动2020”，并启动数字方舟计划，从降低成本、引流拓客、专项基金、技术开源等方面支持中小微企业转型。

云上助力复产

腾讯宣布计划投入100亿资源，打造100个中小企业专属SaaS产品及方案，携手100家合作伙伴打造100种数字化培训课程，帮助中小企业数字转型。

激发慈善活力

第六届99公益日举行并宣布启动“科技公益计划”，携手广大专业技术志愿者助力公益行业提升数字化能力，进而创造更大的社会福祉。

第三阶段 11月至今

助力基础科研

腾讯科学周连续举办四大科学类活动。其中，第二届科学探索奖结果公布，首次对港澳地区开放申请，并特别关注女性科学家和年轻科学家。

产品自律加码

以“负责任的数字化”为原则，持续升级未成年人成长守护平台，加强用户隐私保护设计，启动数字责任产品评估机制探索等。

责任战略升级

腾讯宣布设立“可持续社会价值事业部”，首期投入500亿元，对基础科学、教育创新、乡村振兴、碳中和、FEW（食物、能源与水）、公共应急、养老科技和公益数字化等领域展开探索。

企业自研加速

持续加大基础科研资金和人力投入，专利申请公开数超4.5万件，成立腾讯史上首个硬件工程实验室“星海”，全面提速服务器自研战略。

启动减碳规划

腾讯宣布启动碳中和规划，除致力于减少自身在数据中心和办公建筑等方面的碳排放外，还将探索以科技助力更多行业伙伴实现减排。

管理升级

责任升级

践行企业社会责任是腾讯整体发展战略的重要内容，自成立以来持续进化。这种进化不仅体现在议题的广度和投入的力度，还突出体现在责任战略制定、组织架构设计和激励机制设置等责任管理层面，通过责任管理升级推动履责实践。2020年，腾讯经历了科技战疫的社会责任洗礼；2021年，腾讯宣布战略升级，在扎根消费互联网和拥抱产业互联网的基础上再次向前迈进——推动可持续社会价值创新。

消费互联网、拥抱产业互联网”战略，并以此调整组织架构；紧接着，2019年腾讯提出“用户为本、科技向善”的全新使命愿景，也将企业社会责任提升到更高的战略层面。

包括基础科学、教育创新、乡村振兴、碳中和、FEW（即食物、能源与水）、公众应急、养老科技和公益数字化等领域展开探索。

2021年，腾讯再次启动战略升级，提出“可持续社会价值创新”战略，针对新发展格局下的重大议题，以科技向善为使命，通过科技创新、产品创新、模式创新，探索高质量、可持续的实现路径，共享社会价值、增进社会福祉，并以此为组织发展的首要目标。

未来，腾讯将更加充分地发挥数字技术和平台优势，将传统企业公益升级为公益捐赠与可持续创造并重。另外，联动公司各产品、各业务，形成相互支撑、分兵合力、牢牢扎根的社会价值创新格局。

这是腾讯继2018年以来又一次重大战略升级。可持续创造社会价值将与深耕消费互联网和拥抱产业互联网一起，成为公司发展底座，牵引所有核心业务。为此，腾讯宣布设立全新的“可持续社会价值事业部”，首期投入500亿元对

新设立的“可持续社会价值事业部”将成立使命驱动型的“向善实验室群”，对于科技创新、教育创新、乡村发展和碳中和等领域的项目开展内部孵化，待项目成熟后分拆出来成立工作室运作。“向善实验室群”将以开放方式运转，作为大项目“发动机”，灵活组建跨界跨部门团队，激发各方所长进行共创。

责任升级

责任战略：持续升级，向善而行

腾讯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。自成立以来，腾讯就将践行企业社会责任作为企业发展战略的重要内容，贯穿在各项经营和管理活动之中。

比如，通过内容和社交平台，腾讯与用户共同建设互联网内容生态，共同营造高质量的数字生活和文化；通过广告和营销平台，腾讯帮助生产者、各类市场服务者和数亿消费者实现多元化高质量的连接；通过金融科技和企业服务，腾讯坚持“数字化助手”定位，支持众多行业伙伴实现数字化升级；通过对基础科研和人才培养的投入，腾讯将自身成长融入行业发展格局，为数字经济发展培育力量；通过对社会治理、

乡村振兴、环境保护和基础教育等社会公共事业的持续参与，腾讯积极探索以科技促进公益创新，以公益引领科技向善。在腾讯看来，企业践行社会责任与自身的生存和发展不可分割。顺应时代的发展趋势，回应国家、社会、伙伴和公众等各方期待，腾讯持续调整商业模式、经营理念和组织形态。

2010年，腾讯专门成立企业社会责任部，负责在集团层面制定和实施腾讯企业社会责任战略。在事业群层面，腾讯设置社会责任联络员，并鼓励组建专门团队负责结合业务践行社会责任。

2018年，腾讯启动“930变革”，提出“扎根

||

创造社会价值将与消费互联网和产业互联网一起，成为公司发展的底座，牵引所有核心业务。我们生活的地球和社会是支持企业发展的基础，如果企业的发展和我们对这个基础所做出的贡献之间，没有合理的比例和联动，发展是不可持续的。这就像大树，根扎得不够深，上面就长不大，成长会遭遇天花板。

——腾讯主要创始人、腾讯公司董事会主席兼CEO马化腾

||

对社会责任探索伴随着腾讯不断成长、自我发现和提升的过程。创立之初，对腾讯最重要的是用户价值，这是我们安家立业之本；后来发展过程中我们开始重视员工价值；体量增大后又发现了合作伙伴、各行各业的价值；现在，我们说社会价值，是因为它超越了一般意义上的企业社会责任。这是一个渐进的过程，也是时代给我们的机遇。

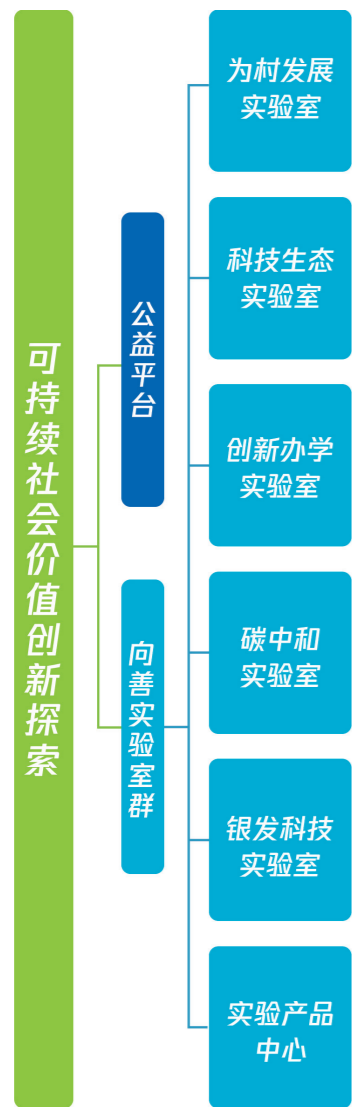
——腾讯公司总裁刘炽平

HIGHLIGHT

可持续社会价值创新战略

针对新发展格局下的重大议题，以科技向善为使命，通过科技创新、产品创新、模式创新，探索高质量、可持续的实现路径，共享社会价值、增进社会福祉，并以此为组织发展的首要目标。

组织升级



公益平台部

推动公益生态可持续发展

以科技向善为使命，以可持续社会价值创新为执行总纲，以数字技术为依凭，全面促进公益机构、公益项目和用户捐赠等公益生态的繁荣、健康、多样化发展。具体包括：通过公益数字化、公益人才培养计划等，助力中国公益机构在组织治理、财务透明、人才发展的升级；通过优质项目支持计划，促进理性公益与行业高质量发展；通过小红花公益账户普及计划，促进人人公益日常化与生活化。



为村发展实验室

数字连接、开放共建、乡村振兴，积极探索乡村振兴互联网+实践

- **数字连接**：升级腾讯为村产品功能，打造乡村数字连接器，服务乡村生产生活
- **开放共建**：打造为村开放平台，广纳乡村服务第三方，共建乡村数字生态
- **乡村振兴**：用互联网企业核心能力，助力乡村人才培养

科技生态实验室

专注于支持基础科研，打造科技生态为科技自立自强注入资源、增进合作

- 资助青年科技人才。科技公益奖项“科学探索奖”支持青年科技工作者潜心基础科研，探索社会力量支持基础科研人才的长效机制。
- 加强与科技界、产业界交流合作，探索利用科技力量解决当前社会痛点问题。
- 开展科技趋势研判、科技政策解读、创新战略研究，促进公司的可持续社会价值事业融入国家科技发展战略。

创新办学实验室

发挥腾讯“连接”和“开放”的能力，探索将腾讯在技术、产品、用户和生态等方面的优势，创造性地应用于教育相关领域。教育创新、教育延展、助力生态，三大战略面向未来。

- **教育创新**：着眼 K12 学校的创新探索，重点通过科技融入、创新教学法及课程内容的研发和系统化社会实践活动建设等，持续推动创新教育；
- **教育延展**：打造线上学习平台，让优质的教育方法和课程内容惠及更广泛的学校、教师和学生，助力教育均衡发展；
- **助力生态**：助力创新教育生态发展，汇聚来自教育管理部门、学校、研究机构及企业等教育行业的所有相关方，探索多方新型的协作模式，共同识别问题、解决问题和推广解决方案。

腾讯碳中和实验室

彰显腾讯气候雄心，给 14 亿中国人绿色选择

秉承科技向善、社会价值，聚焦碳中和领域进行前沿研究探索，碳普惠产品、工具研发运营，助力重点区域和城市实现碳中和目标、打造标杆案例，推进行业合作和国际合作，提升全民低碳环保意识，建设“政产学研用”相结合的创新型组织。

银发科技实验室

赋能、孵化、驱动，更好服务老龄化社会

- 整合公司前沿科技成果，赋能老龄化用户
- 跟踪全球养老科技趋势，孵化黑科技养老产品
- 推进银发科技生态产品标杆业务落地，驱动老龄行业获得更多的社会资源

实验产品中心

挖掘社会价值创新领域，孵化可持续发展新项目

- **社会化急救服务体系规划**：孵化阶段的腾讯技术公益标杆项目，通过科技、互联网等综合手段，协助主管部门，联结场所机构、行业厂商等，提升社会化心脏急救服务的公众意识、覆盖程度、供给质量，实现社会化一键救援的能力。

责任大奖：公司荣誉，以评促建

为了鼓励和引导员工自觉自发地履行社会责任、服务公共利益，腾讯于2019年设立公司级荣誉：腾讯公益和社会责任奖，由企业社会责任部和企业文化部每年开展优秀案例评选，授予荣誉和奖金激励。2020年，腾讯公益与社会责任奖扩大专业评委组成、更新评审过程，并增加设置人气奖项，开展投票活动，开展有奖话题活动，从而强化员工对企业社会责任的具体呈现。

腾讯公益与社会责任奖有五大评选标准，分别是：导向公益性（与时代发展和国家利益方向的一致性、与社会公益需求的贴合度）、模式创新性（在同行业及同领域内具有开创性和独到性）、效果显著性（对利益相关方及公司自

身的积极影响）、生态协作性（注重多方协作、行业共治、生态共建）和影响持续性（业务结合度、投入回报比、技术稳定性、环境友好性、政策和市场风险等）。

过去一年，腾讯几乎全员参与战疫，成为腾讯社会责任的生动注解。2020年5月，腾讯总办为95个团队、近12000名员工授予“同心战疫”特别表彰。这是腾讯历史上表彰人数最多、覆盖面最广的一次。2020年12月，腾讯总办为战疫一线团队、战疫保障团队、战疫物资全球援助团队、战疫前线产品团队和战疫后援产品团队，颁发“战疫特别贡献奖”集体荣誉。

2020年腾讯公益与社会责任人气奖员工投票



腾讯公益和社会责任奖近两年获奖名单

2019年

- 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

2020年

- 1亿美元全球战疫基金项目
- 2020年99公益日项目
- 腾讯未成年人守护：从严管到共建
- 微信-全国小店烟火计划
- 腾讯会议抗疫实践
- 腾讯医典“新型肺炎应急行动项目”
- 腾讯志愿者联合项目团队
- 数字化时代下的设计向善项目
- 2019腾讯科学周

腾讯公益和社会责任人气奖（2020年新设）



“等光来”-重庆彭水创新扶贫项目

全国中小学在线学习质量测评研究

深圳养护院智慧养老监护项目

腾讯未成年人守护：从严管到共建

腾讯医典“新型肺炎应急行动项目”

腾讯课堂极速版

QQ飞车×新华社×贵州省文旅扶贫项目

Together We Can 战疫行动传播计划

微信-全国小店烟火计划

腾讯志愿者联合项目团队

责任沟通：多维面向，系统呈现

腾讯高度重视与利益相关方的社会责任沟通。2008年，腾讯成立十年之际编写和发布第一本企业社会责任报告。从2008年到2020年，腾讯累计发布了八份企业社会责任报告，系统披露腾讯社会责任管理和履责成果。

2020年，在全球抗疫、脱贫攻坚等时代背景下，各界对企业社会责任的关注空前提升。腾讯在年度报告的基础上，启动简报、月报和专题报告等工作，建立更加完善的报告体系。

腾讯积极探索多元化的责任沟通方式。例如，

腾讯在公司展厅内设置公益和社会责任主题展区，设立一年一度的用户开放日（T-DAY）和员工家属开放日，积极参与和主办各类社会责任交流活动。

腾讯积极推动更多企业践行社会责任。例如，腾讯新闻连续两年举办“益公司责任力年度论坛”，与中国社会科学院经济研究所课题组联合发布《2020中国企业社会责任力报告》；腾讯企业社会责任部连续两年参与国务院发展研究中心中国企业评价协会主持的《企业社会责任评价准则》修订工作。

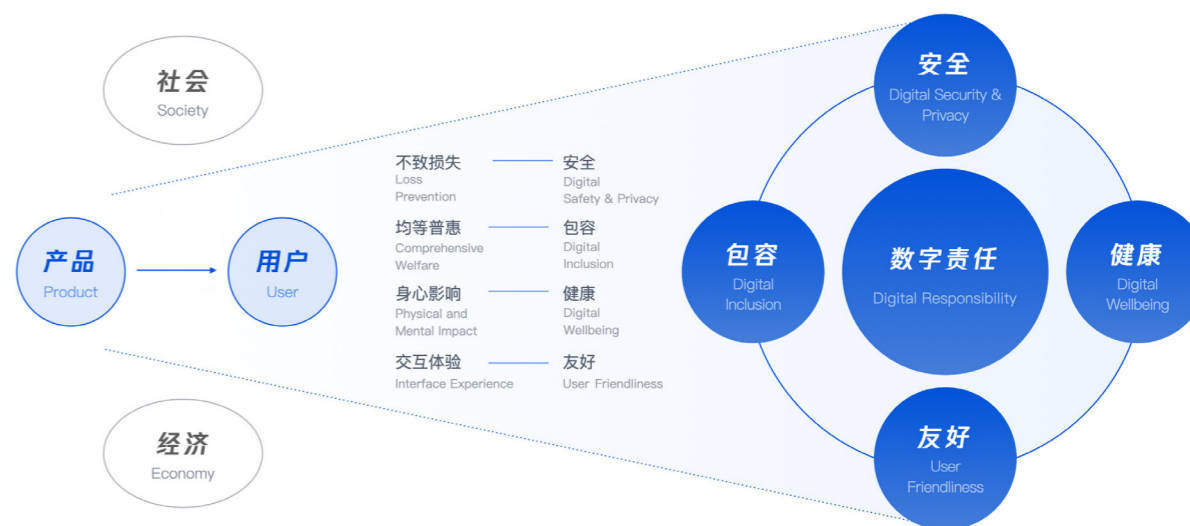


维度	应尽责任诉求	应尽责任诉求	愿尽责任诉求	责任沟通与实践
 用户	提供稳定、可靠的科技和文化产品服务	及时倾听用户声音，持续改善服务品质	创新产品，引领用户新的生活方式	从用户需求出发，提出科技+文化战略，满足用户体验需求，从产品、技术、设计等方面开展创新，为用户创造新的移动生活价值
 股东	完善的经营模式，合理的投资回报	及时、准确、全面、合法的公司财务、经营信息披露	面对面、多种互动形式的投资者沟通活动	建立完善的董事会，按季度公布业绩，定期举行股东大会和股东特别大会，建立专门的投资者关系部，积极与股东和投资者交流
 员工	合理、健全的员工保障体系	关爱员工，提供培训与发展机会	建立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；成立内训部门，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建设和发展项目捐赠资金和资源；用互联网技术推进智慧社区建设

产品升级

责任升级

2020年，一场世纪疫情加速了科技与社会的融合，数字技术应用的普及达到前所未有的程度。科技伦理随之成为重要而紧迫的全球议题。经过“战疫”历练，腾讯更加明确践行社会责任的路径：以“负责任的设计”为原则，为用户提供负责任的数字化产品和服务，改善和提升生活质量，减少和缓解社会问题，促进各方共创社会价值。



责任升级

聆听用户之声，倡导数字责任

身处数字时代，数字化产品和服务正在全场景渗透，技术正深刻地改变着我们的生活。公众数字权利意识得到快速觉醒，政府对数字产品、平台和企业的监管措施也在日趋严格，对“数字责任”的反思席卷社会各界。在2018年企业社会责任报告中，马化腾提出：负责任的数字化是这个时代最大的公益。

那么，无论是在产品标准、企业行为的微观层面，还是在公共政策、社会认知的宏观层面，负责任的数字化如何实现？

2020年，腾讯企业社会责任部、腾讯用户研究与体验设计部、腾讯研究院和腾讯企业文化部

等部门启动国内首个针对“数字责任（Digital Responsibility）”的产品评估机制，探索以数字化产品服务为对象，基于安全、健康、包容和友好四个维度，从用户的角度来考虑整个设计，邀请全体腾讯员工共建“负责任的产品文化”，实现“有温度的数字化”，为用户创造更美好的数字体验。

2020年12月18日，腾讯在员工大会上设置“用户之声”环节，面向全体员工播放题为《2020：TA的忧虑，谁的责任》的短片，共同聆听普通用户和专家学者对数字产品和数字生活的感受与见解，将产品服务接受者的体验作为腾讯数字责任前行的指向。

2021年1月9日，在腾讯研究院主办的第三届腾讯科技向善暨数字未来大会上，特别设置“数字责任”圆桌论坛，来自清华大学、中国社科院的嘉宾共同就如何实现“负责任的数字化”展开对话。

在腾讯看来，数字化的发展不仅意味着提高生产效率，更要确保数字化发展最终是服务于人类，增进人类福祉。“负责任的数字化”直接体现为在企业提供数字化产品或服务的过程中对用户负责，进而体现为对经济、社会、文化和环境等方面泛利益相关方的责任。

“数字责任”是腾讯面向数字时代科技工作者发出的行动倡导。为更好地实现“数字责任”，腾讯探索建立“数字责任指数”，将“数字责任”进行操作化解读，为数字化产品和服务的设计和应用提供评价准则，不仅对腾讯自身业务、也为数字化进程

中的其他组织提供参考，助力实现数字化和谐社会。

针对产品数字责任的评估，首先关注数字安全（digital security&privacy），确保产品对用户隐私及网络交易进行充分注意，并实施有效保护，这是数字化产品与服务设计和应用的底线；第二是数字包容（digital inclusion），其内涵包括设备兼容性与使用人群包容性，以普惠不同人群为原则、以逐步消除数字鸿沟为终极目标，持续推进数字化产品与服务的无障碍发展；第三是数字健康（digital wellbeing），要求数字化产品与服务不对用户身体或心理健康产生负面影响，并持续助力于营造清朗、阳光的网络空间；第四是数字友好（user friendliness），强调产品与服务在用户交互过程中传达出来的、可被感知的友好态度，确保用户在产品与服务的使用周期（启用、使用、停用）和使用流程（审核、问题应对）中感受到数字产品的便捷与价值。

案例：“负责任的产品设计”

用户价值是互联网产品的命脉。在腾讯人的日常工作中，大部分时间和精力都用于琢磨产品设计如何提升用户体验、创造更多价值。



上线“青少年模式”，开启该模式后，使用微信小游戏、小程序、视频号、公众号、搜一搜等功能时会受到保护限制，家长也可根据情况设置允许访问的范围；摇一摇、看一看、附近的人等功能将不可访问。



2020年新冠肺炎疫情期间，产品设计团队快速响应需求进行功能迭代，增加“承诺拒吃野味”“合作写字为武汉加油”等多样性的互动形式，让数百万人在家中也能表达自己的支持和心声，并为一线筹集数千万元善款。

游云南

云南是旅游大省，纸质门票数量巨大，不仅消耗大量木材，被丢弃后还会造成环境污染。为此，产品设计团队在线下改造验票闸机，让游客通过移动端展示电子票校验，即可自助进入景区，满足传统验票功能。验票成功后，移动终端还会提供最优线路导览，满足导览功能，双重功能结合，从源头上缓解“门票污染”问题。



为读写障碍人士设计 使用图形、图片和文字结合的排版 保持一致性的排版方式 保持内容清晰简洁 用标题、图片、列表等方式分解内容	为运动障碍人士设计 支持键盘导航 交互元素易于点击	为老年人设计 使用较大的字号 降低路径复杂度 减少手动输入 交互元素易于点击
为听力障碍人士设计 为视频添加字幕 用标题、图片、列表等方式分解内容 保持内容清晰简洁 有逻辑的版面布局	为视力障碍人士设计 使用良好的颜色对比度 使用适合阅读的字号 使用颜色、图形和文字相结合的方式传达信息 支持键盘导航 为非文本内容添加替代文本	

为将政务服务数字化，给市民提供便捷的一站式政务服务办理体验，产品设计团队走访各个办事大厅，访谈线上线下各种人群，了解市民的真实感受与需求；提出“为每一个人设计”的理念，使产品设计兼顾不同年龄、不同地域、不同文化程度、特殊群体等所有用户类型，帮助用户实现“让办事变得更简单”。



为防止诈骗行为对被害人造成财产损失，微信支付构建了有效识别恶意账号和交易的安全风控系统。在付款过程中，当系统识别出收款方账户有异常特征时，微信会根据风险程度对用户进行交易风险提醒或拦截。当系统识别出收款方账号涉嫌欺诈违规，或者恶意程度较大，微信会对交易进行拦截保护，提醒用户注意资金安全，如短视频中对付款用户进行15分钟保护限制。



开展技术探索，通过人脸识别技术对疑似未成年人的用户进行甄别，并在落地过程中对该功能进行持续优化，如为防止家长被骗代孩子通过人脸识别，上线游戏充值语音文字双重提示功能；为防止孩子冒用爷爷奶奶账号绕过防沉迷限制，再次扩大人脸识别范围，对实名信息60岁以上玩家，自然月消费超1000元后每笔充值均需人脸识别验证，最大程度落实未成年人保护。

文化升级

责任升级

员工志愿服务是企业履行社会责任、创造综合价值的重要途径。从早期不足十人的小型团队，到建立 25 个志愿者分会，腾讯志愿者协会已成长为腾讯企业社会责任的一抹亮丽风景。2020 年，新冠疫情引燃了腾讯人的志愿精神，并且确立了以科技能力提供志愿服务的腾讯志愿服务特色。



起开始参与腾格里沙漠植树公益活动，迄今压沙 260 亩、造林 3650 亩，相当于 300 多个足球场大小，还先后为当地“拯救民勤”环保组

织捐赠了 3 台水车。2020 年，协会发起“公益 10 小时即可捐赠 1 棵梭梭树苗”活动，持续以志愿服务助力环保事业。

责任升级

设立志愿协会，关注多元社会议题

腾讯志愿者协会成立于 2007 年，经历了四个发展阶段：2007 年至 2011 年，协会逐步建立以人力资源部门员工任协会会长、专职负责志愿者协会工作，以项目组的形式组织活动的基本模式。2012 年至 2017 年，协会开展年度性志愿者招募，定期发布活动，发展出以主题、事业部及地域为维度的三类分会组织；同时，与企业外部的机构和组织建立联系，形成跨组织联动协作机制。2018 年至 2019 年，伴随公司的组织架构调整和业务发展，协会孵化出新的志愿产品和服务模式；志愿服务质量不断提升，志愿服务文化逐渐深入人心。2020 年至今，在“科技向善”使命引领下，协会开始探索“科技+志愿”的新发展，开始重新进行志愿服务的顶层规划设计。目前腾讯志愿者协会

下设 25 个分会，包括技术分会、财经线分会、救援分会等；管理模式上，由各个分会自主运营。截至 2020 年 12 月，协会的注册志愿者人数超过 7000 名，提供超过 38000 人次志愿服务，服务总时长超过 17 万小时。

腾讯志愿者协会关注的公益议题广泛多元。在减贫与乡村发展领域，腾讯志愿者协会自 2012 年起对大凉山地区开展帮扶。2015 年，协会发起“大凉山的午餐”项目，保障当地儿童的午餐提供和饮食健康。2020 年，协会与腾讯公益共同举办“小红花集市”员工义卖活动，进一步助力“大凉山的午餐”项目。

在生态环境领域，腾讯志愿者协会自 2013 年

责任升级

倡导技术公益，培育专业志愿精神

进入数字时代，数据和技术本身已经成为一种重要的慈善资源。这种资源的主要提供者之一正是“不在一线但一直在线”的互联网从业者。2020 年，腾讯共有 1132 名研发人员参与了技术公益志愿者活动，总服务时长超过 725 个工作日，其中最多的一名员工共参与 12 个志愿项目。

在腾讯基金会的推动和支持下，腾讯企业 IT 部、腾讯用户研究与体验设计部等团队启动研发“技术公益平台”，希望在社会需求、数字技术和专业志愿者三者之间搭建桥梁，助推更多科技公益项目落地。

科技公益项目的案例很多是来自腾讯技术团队的志愿行动。例如，腾讯志愿者协会与腾讯安全管理部等团队，与公安部门和社会组织通力

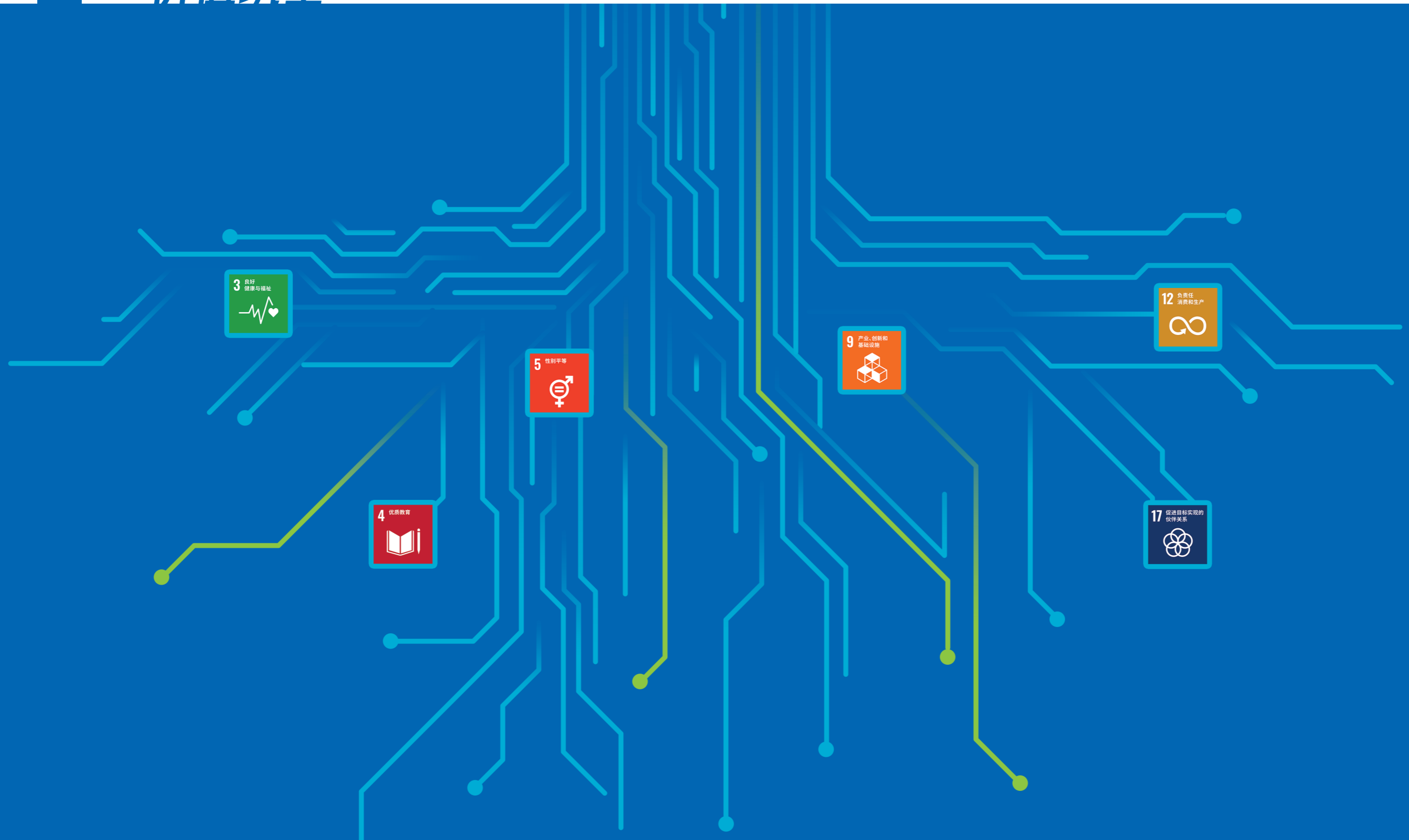
合作，利用“404 页面”等互联网渠道提高寻人信息曝光度，提升找回机率。又如，腾讯即视团队积极探索 AI 安全技术智慧养老领域的落地，打造智能视频分析解决方案，推出了“智能跌倒监测系统”，当系统发现老人跌倒时，会自动识别老人姿态，并自动报警，让老人得到及时救治，使养老更加智能、高效和安全。

员工声音

- ericjczhao** 2020-07-31 17:43:16
有意义的坚持，身体力行的科技向善！加油！
- harrydfchen** 2020-07-16 00:22:08
有时候公益说是帮助别人，还不如说公益是让自己变得更好。

向下扎根 价值筑基

历史证明，科技是推动经济和社会发展的强大杠杆。在全球层面，面临人口、环境和资源等瓶颈，科技创新是转变生存方式、实现可持续发展的关键路径；在国家和民族层面，面临百年未有之大变局，科技自立自强成为参与国际合作与竞争的立身之本。2020年，腾讯继续推动自身发展模式由业务盈利驱动向科技创新驱动转变，在基础科研投入、前沿技术探索和数字秩序共建等方面深入发力，把为科技创新构筑坚实土壤作为首要责任。



加码科研投入 为创新培土育苗

科技创新是经济增长、社会建设和生活提升的重要驱动力。随着“后疫情时代”到来，以数字化为核心的全球科技和产业变革进一步深化。近年来，腾讯将科技升级作为核心战略，持续加大对基础和前沿科技领域的各类投入：

一方面，腾讯立足核心业务，坚持企业自立自研，在人工智能、机器人和多媒体等关键领域跻身国内乃至世界前列；另一方面，积极建设开源协同的生态和文化，对内打破部门壁垒、释放研发活力，对外推动行业发展，为建设“全球技术共同体”贡献力量。

推动科技创新不是企业一己之事，更无法依靠企业一己之力。近年来，腾讯通过设立公益性奖项、资助科研项目、开展科普活动等方式，为基础科研事业的健康和持续发展注入资源、培育力量、筑牢地基。



科技是国家强盛之基，创新是民族进步之魂。在中国的现代化建设全局中，科技创新居于基础和核心地位，科技自立自强是国家发展的战略支撑。作为一家科技驱动型企业，腾讯在基础科技研发上持续加大资金和人力投入，强化组织和机制保障，助力科技强国建设。

强化企业自研，专利数量业内领先

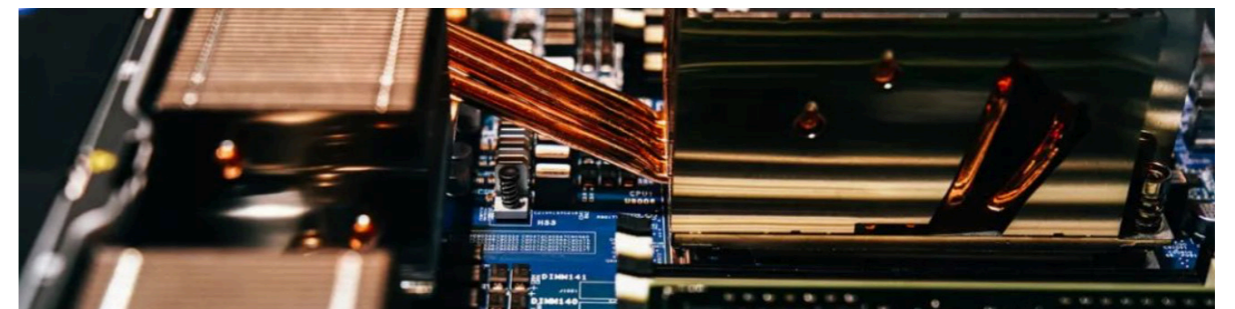
腾讯成立至今一直重视对科技创新的投入，不断应对市场竞争和社会发展提出的难题。腾讯在成立第二年便提交了“单窗口多页浏览装置”专利申请，逐步摸索出一套以IT基础核心技术为主干、以“海量之道”和“敏捷创新”为特征的解决方案；此后，腾讯不断坚持基础技术的自主创新，以快速解决海量用户的全业务连接需求。

2016年起，腾讯更加致力于“从0到1”的前沿科技研究，包括AI Lab、自动驾驶实验室、未来网络实验室、西雅图实验室、量子实验室、机器人实验室等在内的一系列基础研究实验室陆续成立。目前，腾讯实验室矩阵已涵盖人工智能、机器人、量子计算、5G、边缘计算、IOT

和多媒体技术等关键领域。

2020年4月9日，腾讯云成立公司首个硬件工程实验室——“星星海实验室”，首款自研服务器“星星海 SA2”随之正式发布并投入运行。疫情期间，“星星海 SA2”云服务器保障腾讯会议、腾讯教育等在线业务稳定应对暴涨的需求；截至2020年9月，应用规模已实现30倍增长。

截至2021年3月，腾讯在全球主要国家和地区专利申请公开数量超过4.5万件，其中AI领域超过8000件、云技术领域超过9000件、安全领域超过5000件，云安全技术专利位列行业第一，腾讯区块链专利数进入全球前三。



2021年，腾讯云全新一代星星海服务器正式发布

加大人才投入，研发人员占近七成

人才与业务并重是腾讯科技发展的深层动力。2021年3月腾讯发布的《腾讯研发大数据报告》披露了2020年腾讯在研发投入、研发效能及开源协同等方面的数据。报告显示，2020年，腾讯研发人员占公司总人数68%，同比增长16%，在科技企业中位居前列。

迄今为止，腾讯已拥有十余位杰出科学家与工程师，其中有两位国际电气电子工程师协会会员（IEEE FELLOW）及数十位终身教授。2021年1月8日，腾讯Robotics X实验室及腾讯AI Lab负责人、著名人工智能和机器人科学家张正友博士成为腾讯首位17级杰出科学家。这也是腾讯成立以来最高的专业职级。

腾讯不断完善科技人才综合服务体系，针对不同梯队技术人员的能力提升开设差异化培训；内部

上线技术知识图谱、Paper平台、技术行家咨询平台、技术专区等，搭建AI线上学习专区，汇集科普、专业类学习资源，实现一站式集中学习。

腾讯还成立了科学技术协会，对内组织专业讲座和员工交流活动，对外承接国家重大科技任务等活动，以提升企业科技人才的活力和能力。

2013年，腾讯和中国计算机学会共同成立了CCF-腾讯犀牛鸟基金，致力于为海内外青年学者搭建产学研合作及学术交流的平台，为最具创新力的青年学者提供了解产业真实问题、接触业务实际需求的机会。犀牛鸟基金是腾讯公司级产学研合作项目品牌，通过连接青年学者与企业研发团队的产学科研合作，助力基础科研成果孵化，为科技自主研发的探索和创新储备能量。

腾讯首位17级杰出科学家——张正友



张正友
zhang zhengyou

张正友博士是世界著名的人工智能和机器人科学家，在多个领域都有开创性贡献，在国际顶尖会议和杂志上发表论文250余篇，论文引用次数51,000多次，有超200项专利。2020年，张正友提出虚实集成世界的全新概念，成为腾讯Robotics X和AI Lab实验室未来发展的重要指导。

张正友博士领导创建世界领先的机器人实验室Robotics X，并致力推进人机协作的下一代机器人研究。腾讯AI Lab在张正友的带领下，已经成为国内领先、世界一流的企业级人工智能实验室，致力于全栈式人工智能的基础研究和应用探索。



培育开源协同文化

2

开源是手段，协同是结果。腾讯将开源协同作为当前最重要的技术战略之一，积极推进开源治理，实现技术协同共建。在公司内部，腾讯勇于自我革新，打破内部壁垒，激发技术活力；在行业层面，腾讯主动对外开源，推动行业繁荣，为建设“全球技术共同体”贡献力量。

自我革新，推动开源协作

消费互联网时代，“赛马机制”催生出一批亿级用户的优秀产品。然而，技术研发的重复投入也造成资源浪费。敲掉烟囱，拉通技术，云上时代需要开源协同。2018年以来，腾讯在组织和机制创新上接连出招，包括：成立公司技术委员会，聚焦开源协同与自研上云，促进内部代码开放共享和协同共建；成立开源管理办公室，下设项目管理委员会、开源联盟和开源合规组三大组织，孵化和培育优秀的自主开源项目；设立开源协同与自研上云两大公司级奖项，举办生态开放日活动。

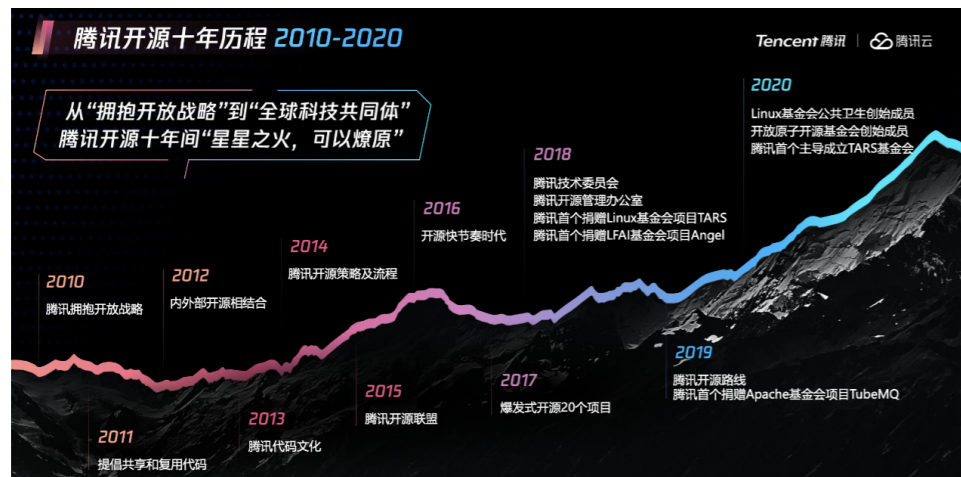
自上而下的强力推动，得到自下而上的积极响应。2020年，腾讯内部开源代码库新增超过57000个，比2019年增长了29%，超过17000名研发人员参与贡献内部开源项目；组建和孵化151个Oteam，涵盖计算、存储、数据等所有互联网技术基石，涉及微信、QQ、腾讯云等所有腾讯核心业务板块，并持续向革新深水区发力，以期获得更长远的创新和影响。

上线两年的腾讯内部技术交流社区“码客”成

为腾讯研发人员精进技术、交流心得的根据地。2020年，码客上有200+个技术圈子助力研发人员学习成长。其中，55%的技术问题在提出后1小时内得到响应，84%的技术问题可以在1天内得到解决。医疗AI、黑灰产人机对抗、Rust语言等新技术话题的关注度不断提升。

此外，内部比拼也是腾讯研发人员自我提升的主要方式。2020年，腾讯内部技术赛事吸引了近万名研发人员参与，赛事代码总提交次数达316万次。

在开源协同和自研上云两大技术战略的推动下，腾讯研发效能进一步提升。2020年，腾讯新增研发项目超4000个，同比增长22%；新增代码超过20亿行，同比增长67%。研发人员日均完成5242个需求，有30%的需求能够在1天之内得到响应，平均需求响应时长缩短8.66小时，有46%的需求能够在3天内开发完成，单个Bug的平均解决时长较2019年缩短了15%，研发更敏捷。



腾讯开源十年历程



腾讯 tRPC Oteam 开源协同生态日活动

面向世界，共建开源社区

开源向内提升了公司的研发效率，向外则是连接全球开发者共享知识、共建技术的桥梁。

2020年是腾讯开源十周年。十年来，腾讯开源项目在GitHub上的全球Star数每年都有30%的增长，已经成为全球开源贡献最大的科技公司之一。腾讯深度参与了数十个国际知名开源项目的贡献，在OpenJDK、KVM等多个顶级开源社区贡献榜中，腾讯均在国内排行第一。腾讯还向多个国际顶级开源基金会捐赠六个开源项目。其

中，两大开源项目 TencentOS Tiny 和 TKEstack 入选国内首个开源基金会首批捐献项目。

2020年，腾讯还第一时间参与全球公共卫生计划 LFPH (Linux Foundation Public Health)，为抗击疫情做出贡献。该计划由Linux基金会联合腾讯、IBM和Cisco等七个主要成员发起，将通过开源共享技术积累，聚集全球领先的技术和咨询公司、公共卫生部门、相关领域专家和个体开发人员等共同参与代码抗疫。

支持公共科研事业 3

推动科技发展，腾讯不只是做自给自足的“个体户”，还在社会氛围、人才梯队和物质保障等方面充分“开源”。仰望星空，腾讯通过设立奖项等方式支持青年潜心科研，助力中国基础科学和前沿技术创新进取；脚踏实地，腾讯积极推动公共科普事业发展，共建理性而活跃的科学氛围。

“我们非常期待“科学探索奖”可以长期支持一大批优秀的青年科学家潜心探索、献身科研，希望将来在他们当中诞生科学大家，为国家的科技事业做出突破性的贡献。”

——腾讯主要创始人、腾讯公司董事会主席兼首席执行官 马化腾

为科学人才培育创新土壤

人才是科技创新和发展的源动力。腾讯尊重科学者、爱护人才，为激励科技创新、扶持科研后浪，2018年，腾讯公司董事会主席兼首席执行官、腾讯基金会发起人马化腾与北京大学教授饶毅，携手杨振宁、施一公、潘建伟等14位知名科学家共同发起“科学探索奖”，探索社会力量支持基础研究的长效机制。

“科学探索奖”是国内首个由互联网企业设立的科技公益项目，旨在支持中国的基础科学和前沿技术研究，由腾讯基金会出资，面向已取得博士学位、在中国内地和港澳地区全职工作的、45周岁及以下青年科技工作者开展评选，持续资助青年科技人才投身基础研究。奖项每年资助不超过50位获奖人，每位获奖人在未来

5年获得总计300万元奖金，并可以自由支配。“科学探索奖”是国内目前金额最高的青年科技人才资助计划之一。

2020年，第二届“科学探索奖”在疫情背景下开展评选，腾讯特意延长申报时间以支持科研人员专注抗疫。

为确保奖项的专业性、权威性和公正性，“科学探索奖”专门组建评审委员会和监督委员会。其中，评审委员会由100多位资深科学家组成，常年为奖项评审提供专业判断。2020年，超过800名“两院院士”参与了奖项的提名、推荐和评审工作，仅在提名推荐阶段，就有13位诺贝尔奖、图灵奖和菲尔兹奖的得主、以及100



2020年“科学探索奖”颁奖典礼

多位发达国家的院士参与；奖项评审全程严格执行回避原则，进一步扩大回避关系范围，保持对“打招呼”的零容忍态度；同时，设立“断开式评审”机制，避免同一批评委“一评到底”，保障奖项风清气正。

第二届“科学探索奖”首次对港澳地区开放申请，并特别关注女性科学家和35岁以下年轻科学家。最终获奖的50位科技工作者平均年龄不到40岁，其中女性5位，35岁及以下获奖人6位，最年轻者仅30岁。截至2020年12月，“科学探索奖”共资助了15位35岁及以下的获奖

人，充分体现出奖项支持青年科技人才的初衷。2021年，“科学探索奖”将依然保留“新星机制”，将至少5个获奖名额留给35岁及以下的优秀申报人。除资金支持外，“科学探索奖”还为不同领域的青年科学家打造跨学科交流平台，全方位为国家基础科研人才提供创新环境。

为指导“科学探索奖”运营，持续保障奖项评审的客观公正，推动奖项管理科学化、规范化，2021年1月，腾讯将《“科学探索奖”实施管理办法》升级为《“科学探索奖”章程》，以更加专业的组织能力为中国基础科研事业的发展不断续力。

发起科学周，助力全民科普

“腾讯科学周”是自2019年起，腾讯及腾讯基金会响应“科技创新”的号召，践行科技企业社会责任与科技向善的使命愿景，在每年11月举办的系列科学活动。

行走“星空”下，我们都是科技发展的受益人。2020年11月7日，腾讯科学WE大会在线上举行，邀请七位全球顶尖科学家分享关于地外生命、脑机结合、人造皮肤、器官复刻等前沿



科学探索奖奖杯

科学领域的思考，探讨人类如何善用科技。

2020年，新冠疫情给人类上了一堂代价高昂的课，但也显示出科技守护生命之光的力量。腾讯医学ME大会以“痛点”为主题，邀请八位全球顶级医学领军者，聚焦传染病、癌症、抑郁症、生殖医学等领域，向行业和公众解码关于生命的前沿思考，提供专业的医学资讯与突破。

腾讯医学ME大会特邀嘉宾、中国工程院院士钟南山这样说：“马化腾先生曾说过，互联网的任务是解决用户的痛点。这跟医学的使命很像，我们是解决人类最根本的痛点，生命之痛。正如我们在这次疫情中所感受到的，在生命之痛面前，人类是不可分割的命运共同体。”

为了拉近科学与普通人的距离，腾讯致力于搭建更生动的科普平台。2020年11月15日，首场科学脱口秀X-Talk集结自然科学和人文社科领域的学者、科幻作家和文化工作者等，带领线上线下百万观众开启一场“好奇心之旅”，了解前沿科技动态，探讨科技对人类社会的影响。

未来腾讯将继续发挥平台优势，邀请全球范围的优秀科学家、医学家和科普工作者，共同传播科学知识及精神，激发大众对科学的好奇心，帮助营造良好的科学氛围。

HIGHLIGHT

科学探索奖：喜报频传

“科学探索奖”鼓励青年科学家勇闯科学“无人区”，探索科学奥秘、增进人类福祉，并成果丰硕、突破不断。2019年度的获奖人做出了多项有国际影响力的研究成果，在Science、Nature、Cell及其子刊发表论文近30篇，体现了国际科学界对获奖人基础研究实力的认可。

2020年度，“科学探索奖”的获奖人也频传喜报，包括首次发现地球深部的超离子态，持续拓宽人类的认识边界；基于点击化学的膨胀显微成像技术（Click-ExM）探索各种生物分子超分辨荧光成像的新方法，助力人类生物学研究纵深发展；首次开发长时程示踪体内细胞增殖的新技术，为肝脏再生及疾病临床治疗研究提供新思路……

“科学探索奖”获奖人的工作体现出极高的“含金量”。他们有多人担任国家重点科研项目首席科学家，致力于关键领域的科研攻关，是国家科技事业未来的中坚力量。



扫码关注
「科学探索奖」
官方微信

打造数智引擎 全速助推新基建

新基建是数字经济的基石，是智慧生活的底座。近年来，国家重视经济和社会高质量发展，持续推动新基建布局，也对企业积极投身新基建提出期待。

腾讯自 2018 年就开始积极投身新基建，不仅明确“深耕消费互联网、拥抱产业互联网”的变革方向，而且启动组织变革，组建云与智慧产业事业群，以“数字化助手”的角色推动各行各业“上云用数赋智”。

数据和智能，是腾讯积极参与推动新基建的两大引擎。一方面，海量和优质的大数据是训练和优化人工智能的基础；另一方面，数据价值通过智能技术才能得到真正发挥，也因人工智能的应用变得更加丰富。数智齐飞稳为先，腾讯致力于为新基建提供战略级、生态级安全护航。

2020 年 5 月，腾讯宣布未来 5 年持续投入，用于扩大新基建布局，重点关注云计算、人工智能、区块链、服务器、大型数据中心、超算中心、物联网操作系统、5G 网络、音视频通讯、网络安全、量子计算等领域。



大数据的存储和运算是数字化科技创新与应用的核心，是新基建的致胜关键。在提供二十多年互联网综合服务的基础上，腾讯在数据中心的研发和运维方面积累了丰硕的技术成果，不仅在规模和容量上领先业界，而且在效能、能耗、安全和场景等方面不断推陈出新，为新基建提供算力担当。

规模发展，服务多元需求

数据中心，顾名思义是数据集中处理、存储、交换的物理空间，也是所有互联网业务的基石。

二十余年来，腾讯数据中心历经四代技术探索与实践，在 27 个国家和地区部署 58 个数据中心。目前，腾讯在全网运行的服务器已经超过一百万台，是中国首家、全球第五家运营服务器超过百万台的公司。腾讯云峰值带宽也已突破 100T，服务和流量已经迈入全球第一梯队。

2020 年 6 月，腾讯上海数据中心开工，天津超大规模数据中心宣布建设；7 月，腾讯清远云计算数据中心正式开服，规划容纳服务器超过 100 万台，是华南地区迄今最大的新基建项目；12 月，腾讯云仪征数据中心正式开服。未来五年，腾讯将陆续在全国新建多个百万级服务器规模的大型数据中心。

腾讯数据中心的底气源于硬件自研能力。2019 年，腾讯云发布首款星星海自研服务器，服务腾讯广告、QQ、微盟、小红书等腾讯内外业务。疫情期间，星星海服务器支撑了腾讯会议 8 天扩容百万核的算力需求，保障全球 130 个国家

和地区的千万级用户的会议需求。

2020 年，腾讯云成立星星海实验室。这是腾讯史上首个硬件实验室，目前已发布多款自研硬件产品，包括多款自研服务器和智能网卡，并在计算、存储、网络等全线硬件产品领域申请超过 20 多项专利。2021 年 3 月，全新一代星星海自研服务器——星星海 SA3 服务器正式发布，在安全、散热等方面比上一代有更好的表现，AI 场景下性能提升 220%。

腾讯不仅拥有大规模数据中心建设和运营经验，还拥有过硬的大数据产品和多元化场景服务能力。腾讯云大数据平台的算力弹性资源池达 500 万核，每日分析任务数达 1500 万，每日实时计算次数超过 40 万亿，能支持超过一万亿维度数据训练，可以为公共服务机构、城市管理者 and 各行各业经营者不同对象提供不同的专业化解决方案。目前，腾讯云大数据平台服务的行业涵盖互联网、金融、传媒、交通、能源、环保、教育、医疗和文化等行业。面向中小企业，腾讯提供数字化转型上云的一揽子服务。



边缘计算中心

技术创新，高效、低耗、更安全

腾讯数据中心的核心能力和优势不只是大容量和大规模，还体现在高效能、低能耗和高安全性。2020年7月，国务院总理李克强视察腾讯新基建重点项目，国内第一个特高防护等级的商用数据中心——贵安数据中心，并对此给予赞许与厚望。

腾讯贵安数据中心是国内首个将核心设备部署在山洞隧道内的数据中心，利用山体与外界实现天然物理隔离，可以在内部设备不间断运行的情况下，抵御短时超高压冲击，确保隧道内数据全时防护与可用。此外，贵安数据中心创新使用“间接蒸发换热+冷水蒸发预冷”技术，在90%时间充分利用当地优良气候环境自然散热，是业内PUE水平最优的数据中心之一（PUE，即Power Usage Effectiveness，电源使用效率）。

为了满足用户对数据中心高效率、低成本和多场景覆盖的要求，腾讯推出第四代数据中心技术——T-block技术，通过对数据中心各个模块的标准化和产品化交付，实现土建建设周期缩

短50%，机电交付周期缩短40%，并可分期按需扩展，实现初期投资下降30%以上。例如，在T-block技术支撑下，腾讯云清远云计算数据中心的交付周期仅为一年，创造了同等规模数据中心交付的行业纪录。

此外，腾讯还使用自研Mini T-block技术创新推出5G边缘计算中心，利用5G的低延高带宽能力，结合在Mini T-block中部署的边缘计算能力，可以做到近距离提供算力支持。5G边缘计算中心部署了星海服务器、自研交换机、天龙座AIoT网关等一系列腾讯自研产品，为自动驾驶、远程医疗、智能制造、AR/VR、4K高清直播等提供强大算力支持，能够有效解决网络时延等问题。

此外，5G边缘计算中心还部署了自研数据中心自动化运维平台“腾讯智维”、人员及事件管理平台“腾讯即视”和网络入侵防护系统“腾讯天幕”，保证边缘计算中心的安全稳定，为用户的数字生活带来更美好、更安全的体验。

泛在智能 多面价值 2

2020年，在全球抗疫背景下，人工智能等前沿技术在医疗健康、城市治理、工业生产等诸多领域发挥巨大的作用，成功地从实验室走向大规模应用，验证自身价值。近年来，腾讯在人工智能相关领域笃定投入，尤其在机器人、内容识别和理解、机器学习等领域连续取得突破。

多年耕耘，强化基础

近年来，全球主要国家纷纷加大对人工智能技术的关注和投入。中国也不例外。

自2015年国家产业政策正式提及人工智能以来，五年时间相关政策快速迭代，逐步推动人工智能技术与实体经济深度融合。2020年，新冠疫情加速了新基建的进程，人工智能也被纳入，成为主要支撑技术之一。

腾讯对人工智能领域的投入已经持续数年。“AI in All”是腾讯在人工智能领域提出的战略愿景。腾讯认为人工智能是一项基础性数字科技能力，并致力于从技术、场景和平台三个层面打造这项基础能力。

在技术层面，腾讯主动强化核心人才布局，自2016年以来陆续成立AI Lab、量子实验室、西雅图实验室、机器人实验室、未来网络实验室等实验室，吸引海内外知名科学家担任负责人。

在场景层面，腾讯辐射多维度业务，包括资讯、社交、文娱、金融和医疗等方面，为机器学习、

计算机视觉、语音识别及自然语言处理等领域的AI基础研究提供了丰富的应用场景。

在平台层面，腾讯提出“AI即服务”，在语音识别、图像识别、语义识别和深度学习框架等多个维度对外开放AI能力，降低AI开发门槛，推动AI在工业、文化产业、社会公益等更多场景落地。

腾讯研究院和腾讯优图联合发布的《2020腾讯人工智能白皮书》提出，人工智能发展将进入“泛在智能”阶段。所谓“泛在”，一是泛在于基础设施建设，人工智能将转变为电力和网络一样的基础服务设施；二是泛在于多元的生活和产业应用场景，技术普惠精神将进一步得到体现。

基于坚实的基础研究，依托场景和数据优势以及工程落地能力，腾讯的人工智能通用技术能力快速提升。近年来，腾讯在图像识别、语音识别、自然语言理解和知识图谱等领域均已达到世界领先水平，创造了显著社会价值。



机器人 MAX



四足移动机器人 Jamoca



扫码看视频

多点开花，亮点纷呈

在机器人领域，2020年11月20日，腾讯Robotics X实验室研发的四足移动机器人Jamoca和自平衡轮式移动机器人亮相。这也是该实验室将AI技术应用于移动机器人研究的具象成果。Jamoca拥有一个能应对复杂环境的智能大脑，不仅能行走、小跑和跳跃，还能自主定位和避障。

2021年2月，腾讯正式发布首个软硬件全自研的多模态四足机器人“机器狗MAX”，实现从四足到双足的站立、移动，能完成后空翻、摔倒自恢复等高难度动作，在移动稳定性和移动速度上做了很好的兼容。

在计算机视觉领域，腾讯在人脸识别、工业视觉、OCR以及内容理解等分支取得众多突破。比如，在极低错误接受率的人脸支付场景，微信刷脸支付的正确通过率从80%提升至95%以上，稳定支持微信用户每天百万级的刷脸支付请求。腾讯守护者计划团队利用“跨年龄人脸识别”技术，协助警方累计找到15名被拐超过十年以上的儿童。

OCR技术（即从图像中识别文字）也有广泛的

应用场景，如车牌识别、身份证识别和护照识别等。腾讯优图自主研发高精度的通用OCR引擎，包括多尺度的任意形状文本检测和融合语义理解的文字识别两大核心算法，有效解决文本畸变等经典难题，在数十种场景中测试，准确率达到95%。目前，这项技术在金融、保险、财务、物流、教育等领域广泛应用，信息录入速度提升90%以上。

针对低质网络内容剔除的需求，腾讯优图依托人工智能技术打造了涵盖音视图文的全方面、多维度内容理解解决方案，包括鉴黄识别、广告识别、违法违规行为识别等。通过腾讯云天御出口广泛应用于UGC、直播、点播、教育和电商等场景，日调用量超过1.5亿，为客户降低约95%的人工审核成本。

在语音技术领域，腾讯的技术研发能力已经从音频内容分析发展到音频内容生成。2020年，腾讯推出歌唱主播AI“艾灵”，拥有近乎真人的声线，能像人类一样情感丰沛地歌唱，还拥有多模态智能技术搭建的高灵活度的数字躯体。

守护网络安全是腾讯为用户创造价值的基础。搭建安全平台，提供安全服务，携手各方共建安全生态，是腾讯承担社会责任的体现。从消费互联网到产业互联网，网络安全面临的系统性风险急剧增长，影响远远超出个人和企业层面，网络安全已经成为产业经济稳健运行的基石。面对新时期的新挑战，腾讯对安全的认知、投入和提供的产品和服务也随之升级。

认知升级：从信息安全到产业安全

成立至今，腾讯在网络安全领域已经耕耘二十余年。从保护QQ密码安全，到自研杀毒引擎、打造安全数据库，再到综合运用AI、5G、云计算等数字技术构筑云端安全基础设施，腾讯的安全能力伴随数字科技的发展而成长，成为腾讯业务中一条不可或缺的“暗线”。

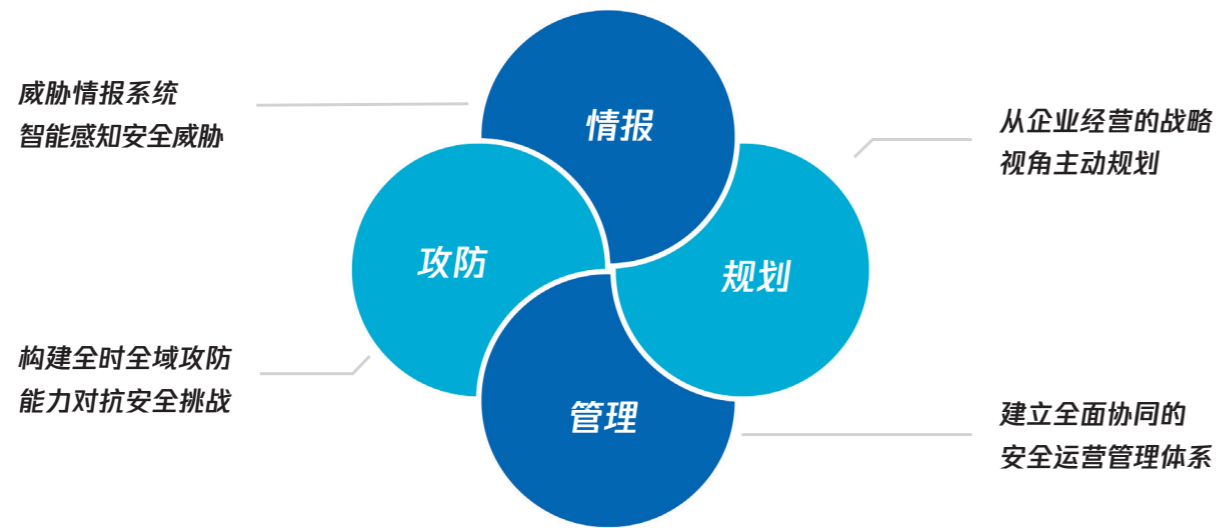
目前，腾讯已经组建起3500人的专业安全团队，并且成立七大安全实验室组成的安全联合实验室，专注安全技术研究及安全攻防体系搭建，安全防范和保障范围覆盖连接、系统、应用、信息、设备、云六大互联网关键领域，构筑坚若磐石的安全战略体系，为用户提供更优质、更可靠的安全解决方案。

产业互联网时代，随着新基建加速，腾讯对网络安全的理解从“信息安全”进阶为“产业安全”。2020年1月，腾讯研究院和腾讯集团市场与公关部联合发布的《2020产业安全报告：产业互联网时代的安全战略观》从产业的视角切入看待安全问题，对产业安全这一概念提出了全新

的解读，并详细分析了产业安全的现状、挑战、机遇、价值与潜力。

该报告指出，在全球智能化浪潮背景下，智能化技术驱动产业升级的同时，也带来更为严峻的安全威胁和挑战，使安全问题呈现出系统性和全球性的特点，产业安全正被提升到前所未有的重要程度。报告认为，产业安全就是产业生态系统不受威胁的状态，从产业自身可持续发展的视角利用新一代信息技术保障整个产业生态系统和网络空间的安全。

报告系统阐述了产业安全的内涵。与信息安全相比，产业安全面对的威胁更隐蔽、更复杂、更具破坏性。过去针对个体和企业的网络攻击已经迅速转向针对产业生态系统的攻击。随着产业数字化加速，产业安全已不只是单个企业的生存和发展底线，更将成为制约各行各业发展的天花板。产业互联网关系到国家经济发展、社会稳定等多个方面，产业互联网与业务运营的结合将产业安全提升到战略地位。



服务升级：四维发力全程护航

腾讯安全将自身定位为产业数字化升级的安全战略官，助力企业用户从经营战略角度切入，变被动防御的传统思维为主动规划和安全管理，从“情报 - 攻防 - 管理 - 规划”四个维度构建安全免疫系统。

威胁情报是产业安全防护的前提。依托腾讯安全威胁情报中心，腾讯安全帮助直播、出行、金融和智慧零售等行业客户打造定制化解决方案，快速响应和应对不同层次的网络风险。如在智慧零售领域，腾讯安全提供威胁情报服务，调用天御风控 API 给出用户评级，帮助企业对抗黑产，每年节省 3000 万元营销成本。

安全的本质是博弈对抗的过程。以腾讯安全联合实验室为代表的顶尖安全团队专注安全技术和攻防体系搭建，累积 20 年灰黑产攻防经验，配合一体化智慧安全防护措施，全面有效保障企业客户安全。例如，在移动安全领域，腾讯安全玄武实验室 2019 年 10 月发现“残迹重用”漏洞可一秒解锁带有指纹识别的智能手机，并协助硬件和芯片行业修复这一重大隐患。

管理是在战略层面应对复杂业务安全需求的必要手段。腾讯安全凭借前瞻的安全管理理念，20 年业务安全管理经验和技術储备，以及完备的安全数据，打造以腾讯御见安全中心 (SOC) 为基础、接入腾讯内部及生态合作伙伴安全能力的一体化智慧安全管理体系，帮助企业实现全天候情报感知和攻击防御。

对于业务、信息架构、安全架构的全局规划，是产业安全保障的基础。腾讯安全整合行业最佳实践和业内知名专家经验，推出“安全专家服务”，帮助行业客户从企业经营的战略视角规划安全，护航企业“咨询 - 开发 - 建设 - 运维”IT 全生命周期安全。

近年来，腾讯持续为政企伙伴提供优质可靠的安全服务。例如，腾讯守护者计划依托科技优势协助监管部门对产业安全风险进行管理控制，2020 年协助公安机关打击各类网络黑灰产，共协助破案（含带破）达 16120 起，涉案总金额超过 361 亿元。

行业贡献：培育持续发展新动能

腾讯安全团队在业界率先发起零信任技术标准研制工作。2019 年 9 月，由腾讯主导的“服务访问过程持续保护参考框架”国际标准成功立项，成为国际上第一个零信任安全技术标准，致力于促进全球网络安全产业健康发展。

2020 年 6 月，腾讯联合零信任领域的 16 家机构企业，发起成立国内首个“零信任产业标准工作组”，合作产出国内首部零信任实战白皮书，并发起“零信任产品兼容性认证计划”，逐步

推动零信任安全在接入、兼容性等多个维度的标准落地。同时，腾讯正式发布自研零信任安全管理系统 iOA 5.0 版本，以标准化服务护航企业办公安全。

此外，腾讯在安全人才培养、普及网络安全观念和提升网络安全素养等方面也在持续努力。未来，腾讯也将持续投入到网络安全的探索事业中，积极分享护航产业互联网的经验与实践，为各行各业数字化转型和数字时代生产生活筑牢安全防线。

HIGHLIGHT

腾讯安全实力获得世界认可

- 腾讯云零信任安全能力获 Gartner 提名，引领 SASE 理念加速落地。2020 年 12 月 8 日，腾讯云凭借全球唯二、国内唯一的完备零信任安全访问 (ZTNA) 能力获得 Gartner 发布《SASE Will Improve Your Distributed Security Everywhere》报告的推荐，同时也是国内唯一具备边缘计算保护 (Edge Computing Protection) 能力的获推荐厂商。
- 2020 年 6 月 Gartner 首次发布《在线反欺诈市场指南》，腾讯云成为中国唯一入选服务商。腾讯云安全天御 (TenDI) 智能风控服务被评为“银行级 Banking Focus (最高级别)”金融风控能力代表厂商。智能风控已服务 16 个不同行业 7,000 多家客户，覆盖 100+ 业务风控场景，日均调用量 2,000 亿次，累计守护超过 10,000 亿业务资金安全，跻身最顶级银行及在线反欺诈能力矩阵。
- 2020 年 4 月 14 日，Gartner 发布《云工作负载保护平台市场指南》(CWPP)。腾讯云主机安全服务 (CWP) 产品入选，成为中国首家获得指南推荐的全功能、多平台 CWPP 全球供应商。腾讯云主机安全服务每月检测超过 5 亿次密码破解攻击，平均每秒检测 200 个。每月识别超出 100 万个恶意 IP，每月识别恶意木马文件超过 20 万个。
- 2020 年腾讯云通过德国 C5:2020 云安全基础和附加标准审计，成为全球首家通过该标准的云服务提供商。这是腾讯云继韩国 KISMS、新加坡 MTCS、新加坡 OSPAR、美国 HIPAA、欧盟 CISPE 等安全资质后获得的又一项认证。

保护数据权利 共建数字新秩序

随着数字科技在生活和生产场景中的深度应用，各类数据已经成为数字时代的关键性资源要素，在利益的驱使下可能面临各类风险。

当前，用户数据权利面临的最典型的的风险主要有两大类：一是，用户个人数据和隐私可能遭受不恰当的、甚至违法的搜集、储存和使用；二是，用户原创的数字内容面临被非法窃取和不规范使用等风险。

数字经济和数字社会的健康和持续发展需要以数字秩序为基础。数字秩序的核心内容就是对用户数据权利和义务的界定和保护。作为数字时代社会治理的重要内容，数字秩序的建立和完善需要各方共同参与。

腾讯认为，互联网科技平台有责任为数字秩序的共建提供技术支撑。作为多个数字化平台的运营主体，腾讯致力于构建数据信任体系，尤其是在用户数据隐私保护和知识产权保护方面探索不止，助力建设完善的数字秩序。

重视数据安全 保护用户隐私 1

腾讯坚决保护用户数据隐私，将隐私保护融入产品设计的隐私保护原则，以安全、自主、合规、透明为隐私保护目标，坚决恪守数字秩序，维护美好数字生活。

我们希望整个业界在收集和处理数据时，能够遵循“最小必须原则”；同时用户也可以很清楚地知道，个人信息是用什么方式保存，是怎么受到保护的。

——腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾接受新华每日电讯采访

系统化确立隐私保护理念

腾讯视用户信息安全与隐私保护为生命线，谨遵法律法规，恪守数字秩序。早在十几年前，腾讯便已高度重视数据安全工作，成立安全记录委员会，与安全技术委员会共同推动安全和数据保护落地执行。

近年来，在“用户为本、科技向善”的使命愿景的引领下，腾讯坚决保护用户数据隐私，包括：1、数据保护有力度，重视数据安全，建立安全可靠的数据保护体系，为用户提供强有力的保护；2、收集数据有限度，遵循最小必要的原则，仅收集为用户提供服务必需的数据；3、使用数据有态度，视用户信息安全和隐私保护为生命线，仅在法律规定及约定范围内使用用户数据；4、管理数据有法度，依法管理用户数据，保护

用户数据安全；5、数据服务有温度，以用户为本，打造有温度的产品。

数据隐私保护理念，不止停留在价值倡导的层面，更要在管理经营实践中落实。腾讯非常注重在公司内部系统、持续开展隐私保护工作，具体做法包括但不限于：在内部合规政策中纳入与隐私保护相关的法律和监管要求；跨部门、跨业务、跨系统搭建数据隐私保护团队；在新产品推出前进行隐私风险评估；开展隐私保护相关的员工培训；发布《腾讯隐私保护白皮书》，制定《腾讯隐私政策》《产品隐私保护指引》《腾讯 SDK 隐私政策》《儿童隐私保护声明》以及《Cookie 政策》等一系列隐私政策文件。2020年12月，腾讯开展“2020数据隐私保护周”活动。

腾讯隐私保护原则

腾讯将安全、自主、合规和透明作为隐私保护目标，坚持安全可靠、保护通信秘密、自主选择、合理必要、清晰透明和隐私设计六大隐私保护原则，并总结出腾讯 P(Person)B(Button)D(Data) 隐私保护方法论。



扫一扫了解更多

腾讯隐私保护目标



腾讯隐私保护原则



为用户提供隐私保护服务

产品和服务层面，腾讯遵循“PBD”方法论：P代表 Person，指以保护用户隐私为核心；B代表 Button，指希望通过“隐私按钮”为用户提供合理高效的隐私保护；D代表 Data，指全方位保障数据安全。

2020年，腾讯隐私保护平台升级，增加用户中心和产品隐私设计等栏目，为用户提供具体产品的隐私管理指引。其中，用户中心集合九款产品的隐私管理指引，覆盖通讯社交、数字内容、金融科技服务、工具等四类。用户可以方便地查看产品隐私保护指引、修改隐私设置、了解账号注销流程、管理应用授权等。

互联网广告是涉及数据隐私保护的重要领域。

对此，腾讯广告在管理和服务两个方面发力：联动腾讯安全管理部、数据隐私保护部和法务平台部等，以最高级别标准和制度流程，严格保护商业合作伙伴和用户个人隐私的信息；同时，以严格的数据隐私保护理念，打造 TDC（腾讯数据智库）、TDP（腾讯生态智库）和 DMP（腾讯广告数据管理平台）三大数据产品，为用户探索负责任的数字营销保驾护航。

2019年，腾讯广告获“ISO/IEC 27001 信息安全管理体系”和“ISO/IEC 29151 个人身份信息保护”两项国际认证。其中，前者是国际上针对信息安全领域最权威、应用最广泛的体系认证，可以有效保证企业的信息安全可靠性，降低泄密风险；后者是国际通行的个人身份信息保护指南。



参与数据隐私保护标准共建

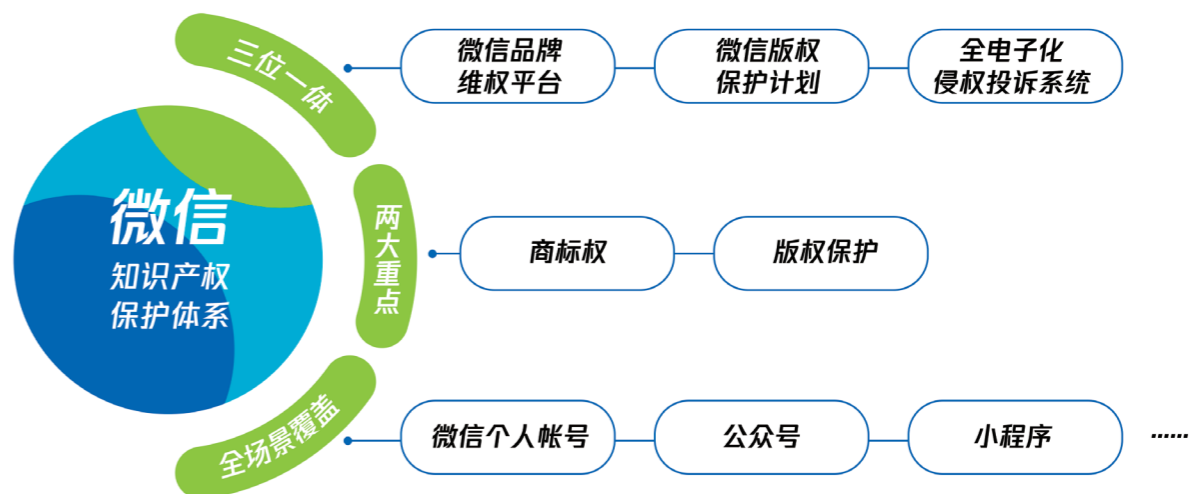
除自身不断提升外，腾讯还积极推动行业和社会提升数据隐私保护的意识和标准化水平。例如，发布《数据安全解决方案白皮书》，帮助企事业单位理清数据安全体系建设思路；参与《个人信息告知同意指南》国家标准研究项目；参与 GB/T35273《个人信息安全规范》《个

人信息影响评估指南（报批稿）》《个人信息安全工程指南（报批稿）》等规范制定。

未来，腾讯将继续以“合作共赢”的态度，联合生态伙伴，共同“让数据管理遵循法规，让数据流动遵守秩序”。

保护知识产权 鼓励数字创作 2

互联网新业态的蓬勃发展，也为互联网知识产权保护带来新挑战。创新是引领发展的第一动力，保护知识产权就是保护数字创作和创新。腾讯成立专业知识产权团队，积极实施知产保护政策，开设专门的投诉平台和投诉渠道，并通过多方合作探讨互联网知识产权的最佳保护模式。



上线知识产权平台

腾讯上线知识产权平台，传播知识产权保护领域的政策和资讯，开通便捷的侵权投诉入口，帮助用户提升保护知识产权的知识和能力。

在帮助用户保护自身知识产权方面，腾讯搭建技术检测系统，可以实现搜索、排查、取证、通知删除和汇总功能，高效处理侵权内容；并在全国重点城市与律所合作部署取证点，确保及时、多点取证，为打击侵权储备充分证据；同时，腾讯与互联网同行、影视制作公司、权利人组织紧密联系，充分整合各方力量，联合开展维权行动。通过民事诉讼、行政投诉、刑事举报、行业联合等多种维权方式及时制止侵

权，多管齐下，全方位维护自身知识产权。

在敦促用户尊重他人知识产权方面，腾讯通过用户协议、产品界面、公告等多种渠道提醒用户不得实施任何侵犯他人知识产权的行为，并且积极处理侵权投诉，设置专人受理权利人知识产权投诉通知，依法依规处理，对侵权内容采取删除、屏蔽或断链等必要措施。除依投诉处理版权侵权外，微信公众平台还创造性地增加了版权主动保护措施——公众帐号原创声明功能，并持续优化线上侵权投诉系统，上线微信品牌维权平台，权利人可与微信共同打假。

上线品牌维权平台

微信构建了一套“三位一体、两大重点、全场景覆盖”的知识产权保护体系，集合微信品牌维权平台、微信版权保护计划和全电子

化侵权投诉系统，以商标权和版权保护为重点，覆盖微信个人帐号、公众号、小程序等全部场景。

在版权保护方面，微信搭建并持续深耕完善以“多元化原创激励”为核心，以“侵权投诉快速处理”“版权争议创造性解决”为配套的立体化版权保护网。2019年下半年至2020年上半年，微信处理版权侵权信息超120,000条，阻断影视作品侵权信息传播超30,000条，处理教育类版权作品侵权信息近20,000条。

在品牌保护方面，微信上线品牌维权平台，把用户投诉的仿冒品信息与具有鉴假能力的品牌权利人连接起来。2019年下半年至2020年上半年，微信向品牌权利人输出侵权线索超过41万条，处理超过7.1万个侵权个人帐号，封禁超过3.5万个侵权帐号。

微信品牌体系还不断纳入新场景。其中，微信视频号采取“从内容到帐号”联动保护的新型品牌保护策略，已收到并审核针对视频号的品

牌保护类投诉共计670余起，对其中近650个帐号进行处罚；企业微信则在产品功能与品牌保护能力“双互通”，不让侵权分子有可乘之机；微信群聊场景新开通品牌维权的举报投诉入口，并已接入微信品牌维权平台处理能力，使得微信群聊场景下的侵权行为有了全新解决方案。

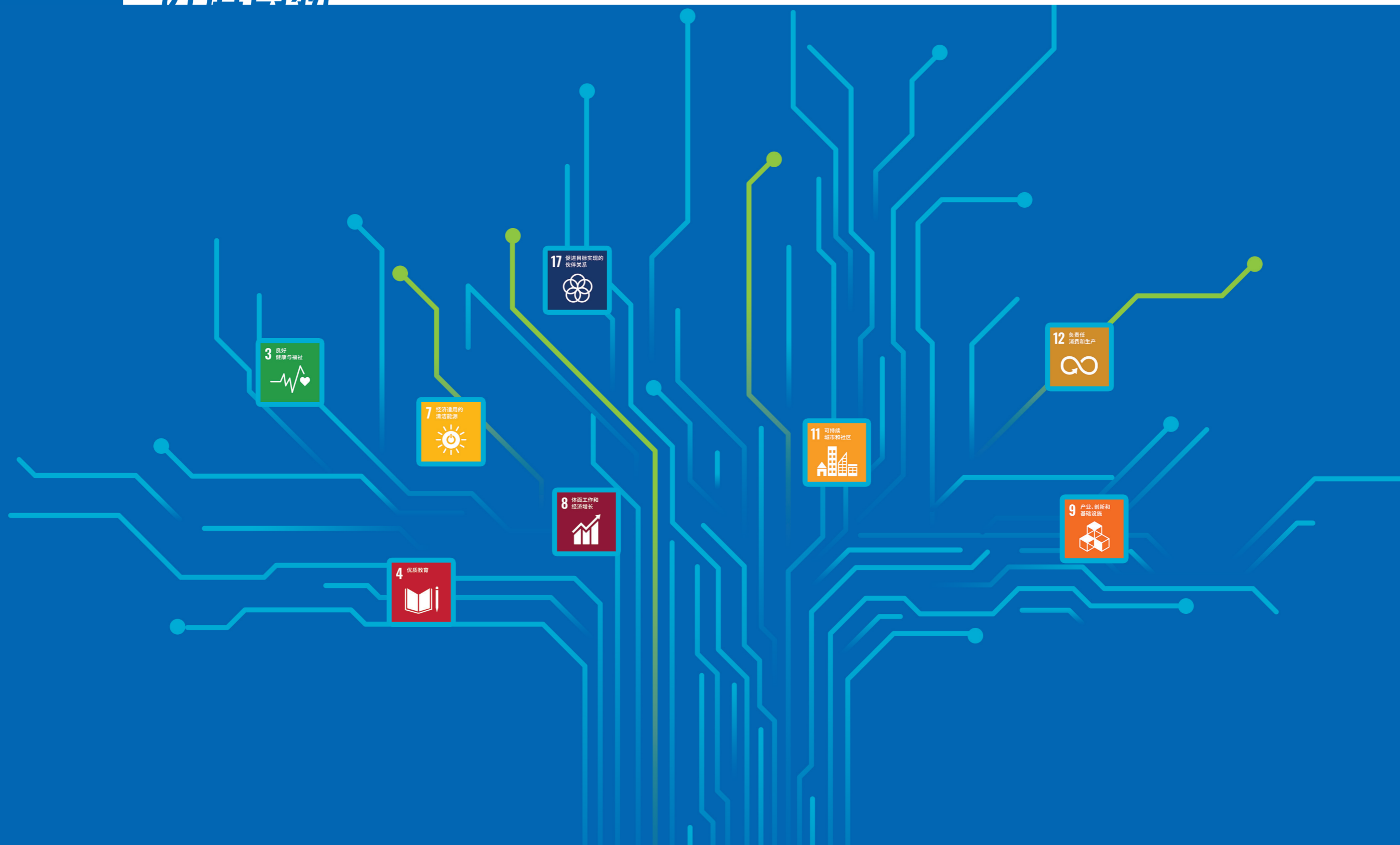
对于近年来兴起的短视频，微信平台也快速实现了“从零到一，从无到有”的版权保护系统搭建，通过全电子化侵权投诉系统、账号名称保护系统、长视频关键词保护系统、首发内容保护机制等手段，全方位守护创作者权益。

在变化的互联网生态中探索最佳的知识产权保护模式，需要多方参与。微信持续构建品牌保护“合作中台”，对接监管机构、权利人和行业合作伙伴的需求，如与广州市白云区市场监督管理局开展首个社交平台打假政企合作项目，与京东达成多项品牌保护合作共识。



向上升级 价值创新

从消费互联网到产业互联网，从“连接一切”到“数实融合”，关于“数字化生存”的预言已经成为现实。人类生产生活的数字化程度还在不断加深。数字中国成为国家战略也进一步说明，数字化已经成为经济、社会和文化蓬勃发展的关键动力。作为一家平台级的数字科技企业，腾讯把为实体经济、社会服务和网络文化的升级提供优质数字化服务作为本质责任，在此基础上追求不断创新，并将这种理念融入生产经营活动之中。



激活数字动能 支持实体经济加速发展

2019年，中国数字经济总量达到35.8万亿元，占GDP比重超过三分之一；数字经济发展对中国GDP增长的贡献率达到67.7%——2020年11月，中国信通院发布的《新基建蓝皮书》为数字经济的发展成效提供了有力论据。

对生活在数字时代的众多个体和组织而言，更深刻、直观的感受则来自2020年疫情至今席卷各行各业的“上云用数”浪潮。互联网行业处在消费互联网向产业互联网发展的过程，依托技术创新和连接能力，帮助各行各业创新业态、升级服务、创造价值，共同推动国内经济在疫情后得以快速复苏。

近年来，腾讯继续坚定消费互联网和产业互联网融合的发展方向，坚持科研创新与产业助力并重的发展策略，一方面积极在云计算、人工智能、网络安全等底层技术上加强投入产出，另一方面重点为与国计民生密切相关的交通、医疗、教育、能源等产业提供数字助力。

为产业升级和经济发展提供新动力，正是腾讯在经济领域的数字责任。在腾讯看来，新基建是路、数据要素是油、产业互联网是车，“路、油、车”高效协同运转，为新发展格局下的经济发展描绘出新的样貌，注入了新的动能。

作为互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合的产物，产业互联网成为数字产业化和产业数字化的重要载体。腾讯自2018年930变革以来，把产业互联网作为新的战略发展重点，不断夯实云计算、AI、大数据、LBS、安全、区块链等底层能力，构建产业合作的开放生态，扶持中小微企业数字化转型，为企业“上云用数”打下坚实基础。

自研产品矩阵

企业数字化转型日益深入，对算力的要求也越来越高。腾讯通过自研云战略推进软硬件协同，构建云、边、端一体化的产品和服务体系，帮助企业用户更好地实现数字化转型。从自研服务器，到大型数据中心的运营和能耗机制的管理，到云原生的基础设施，以及软硬件一体化等，腾讯云

不断丰富和创新自研产品矩阵，推动基础IaaS产品的性能倍增和成本降低。腾讯自研的星海服务器在性能、能效、安全特性、可靠性等多个层面进行了自主设计和开发，充分满足超大规模高并发应用等高性能场景需求。

开放平台能力

企业的数字化场景持续细化，需要各种数字技术工具支持。腾讯坚持平等互利的开放平台道路，以腾讯云为基础，有效聚合内部业务能力和外部生态伙伴，共同为企业客户提供丰富的数字化组件工具。腾讯将积累多年的技术和能力标准化，通过技术中台和数据中台对外开放。技术中台包

括通信中台、AI中台、安全中台；数据中台包括用户中台、内容中台、应用中台等。各企业和开发者可以结合自身行业特性和场景需要，更快速有效地进行应用创新。腾讯还建立了广泛的SaaS技术联盟和生态，实现标准和接口的互联互通，保障技术组件适用的广泛性。

快速部署应用

企业数字化技术工具不断丰富，使用的复杂性也持续提升。2020年，腾讯发布云原生路线图手册，首次设计提出由“开发云原生、计算云

原生、架构云原生、数据云原生和安全云原生”组成的云原生系统，各模块既可独立进行，又会形成串联或并联关系，有效降低技术和业务

的耦合性，让企业能避免底层复杂的技术开发，专注于商业本身灵活地部署应用。腾讯还将在云原生领域全面推进低代码、无代码开发，大

幅降低创新门槛，以支持行业客户快速响应市场需要。目前，腾讯云原生产品 API 日均调用量已经超过 100 亿次。

连接广泛场景

腾讯拥有 12 亿微信、QQ 用户，还有企业微信、腾讯会议、腾讯企点、乐享等通用办公协作工具，以及腾讯广告更广泛的用户触达渠道工具等。这些工具组合打通，能够为企业提供更海量的连接力，帮助企业快速创建各类商业场景和服务，从而让数字化转型更直接地体现在收入

提升的价值闭环。例如，企业微信与微信打通，实现 B、C 两端的互联互通，帮助企业连接内部管理与外部服务，通过企业客户联系、客户群和客户朋友圈三大能力，更加高效地沉淀和服务用户。2020 年，企业微信开放接口已经增加到 540 个，入驻的真实企业与组织数超 550 万。

共建数字生态

企业数字化转型的成功，最终有赖于建立数字生态。腾讯持续推进产业互联网的开放生态建设，不仅为开发者、合作伙伴和客户提供技术应用，还提供包括推广、服务、培训、投资等全方位的支持。腾讯云启产业基地，通过加速、孵化、扶持、引入包括云计算、大数据、人工智能等相关企业，建设完整的智慧产业生态集群，与各方合作共同打造地方产业互联网高地，助力产业数字化加速发展。

业互联网的新模式和新业态。

腾讯还为合作伙伴等提供定制化培训课程服务，覆盖产品、技术、资源、商机合作等，助力合作伙伴业务发展、组织成长。此外，腾讯联合赛迪研究院编制《新基建引领产业互联网发展，新基建、新要素、新服务、新生态》白皮书，为地方加快推动产业互联网发展提供参考借鉴。

2020 年 5 月，腾讯推出产业园区数字平台，以 SaaS 形式提供服务，融合应用物联网、云计算、大数据、空间地理信息等新一代信息技术，实现园区管理信息化、信息传递即时化、基础设施智能化、公共服务便捷化和产业发展现代化，助力政府、企业、园区管理者、园区运营者和生态合作伙伴共同打造当地产

2020 年 9 月，在腾讯全球数字生态大会上，腾讯宣布将投入 100 亿资源，与合作伙伴一起打造 100 个中小企业专属 SaaS 产品及方案，携手 100 家合作伙伴打造 100 种数字化培训课程，帮助中小企业数字化转型升级。目前，腾讯已经与 8,000 多家合作伙伴共建，形成了 300 多项联合解决方案，为医疗、教育、出行、金融、工业、零售等 20 多个行业的 30 万家企业客户提供服务。

HIGHLIGHT

入选数字化转型伙伴行动，腾讯启动“数字方舟”计划

作为产业转型和跃升的微观基础，数字化转型是中小微企业生存的必由之路。但转型能力不够、成本偏高、业务适应期和阵痛期较长，造成中小微企业“不会转”“不能转”“不敢转”的难题。

2020 年 5 月，国家发改委联合 145 家单位启动“数字化转型伙伴行动（2020）”，在更大范围、更深程度推行普惠性“上云用数赋智”服务。作为首批入选该行动的企业，腾讯通过“数字方舟”计划，从降低成本、引流拓客、设立专项基金、技术开源等方面支持中小微企业转型，重点帮助六大领域。

农业领域

腾讯为农村提供专属的信息服务平台“为村”，并免费提供给国家建档立卡贫困村、革命老区、边疆少数民族地区，以及粤东西北所辖行政村等。

工业领域

腾讯面向中小微企业提供开放普惠化的转型产品和服务。在全国建设 10 个云启产业基地，扶持当地中小企业数字化转型；通过“企复计划”降低中小企业的上云成本，限期免费提供云基础资源；为 10 万多家中小微企业免费开放企业微信、腾讯会议等在线办公应用；“We 智造”、健康码、企点等产品帮助中小企业运营线上化，并提供相应补贴。

商业领域

腾讯面向中小微商家提供 C2B 的引流拓客服务和数字化工具。在广告侧，免费为中小微商家提供引流拓客产品，并提供补贴；在销售侧，联合 300 万生态企业，免费为线下餐饮商户提供小程序外卖与预点单业务系统和运营指导。

教育领域

腾讯针对教育行业服务商推出专项扶持政策，设立 10 亿教育基金，支持教育行业数字化升级；同时，为 K12 学校免费提供在线教育工具和内容；为企业免费提供腾讯乐享平台，帮助企业进行线上员工培训、考试等。

医疗领域

腾讯为抗疫机构开放计算能力和开源模块，包括免费为一流科研团队开放超算能力，加速病毒药物研发；向全社会永久开源腾讯健康新冠疫情模块国际版等。

文旅领域

腾讯发起“春光计划”，帮助线下文旅机构开展线上运营，免费为全国景区博物馆提供在线直播活动，给予优质文创产品流量支持；同时，在全国范围内扶持 1,000 个景区博物馆的短视频账号，用数字化手段助力全国文旅产业复苏。



2020年是腾讯成立第22年，也是腾讯开展To B业务（为企业提供服务）第十年。腾讯希望成为各个产业的“数字化助手”，做好连接器、工具箱和生态共建者，通过注入数字基因，助力产业蝶变，在新一轮科技革命和产业变革的历史大潮中，全面助力数字经济建设。

智慧医疗

新冠疫情让数字科技在医疗健康领域的价值得到进一步的认可，为智慧医疗发展按下“快进键”。腾讯在供需两端双管齐下，助力医疗健康行业智慧升级。

一方面，腾讯帮助用户实现“一部手机管健康”，通过腾讯医典、医保电子凭证、电子健康卡等打通科普、挂号、问诊、购药、支付、疾病管理在内的个人健康服务全流程。截至2020年12月，腾讯医典已涵盖1万多种病种的专业医学科普，微信医保电子凭证已覆盖全国31个省，电子健康卡已接入1,500多家医院。

另一方面，腾讯为医疗机构提供数字化解决方案。如在诊疗层面，腾讯觅影AI医学影像技术将新冠肺炎CT筛查阅片时间从5~15分钟缩短到几秒，缓解医生压力；在管理层面，腾讯以数字化工具帮助医院提升服务品质、降本增效。截至2020年12月，全国百强医院中有76家使用企业微信搭建健康服务平台；全国超过3.8万家医疗机构通过微信公众号或者小程序为患者提供服务。

腾讯还为药物研发和生产提供数字化的助力。比如，腾讯发布首个AI驱动的药物发现平台“云深智药(iDrug)”，覆盖临床前新药研发全部流程的五大模块，致力于大幅降低新药研发的时间和成本，目前已应用到十余个药物研发项目中。

疫情加速 AI 应用于健康行业

疫情期间，搭载腾讯AI医学影像产品——腾讯觅影AI和腾讯云技术的人工智能CT设备在湖北多家医院部署。患者做完CT检查后设备数秒即可完成识别，一分钟内为医生提供辅助诊断参考，效率提升数倍。此外，AI能够大幅缩短药物筛选时间，实现语音输入病历，提升医疗、科研的效率和质量；AI还能准确判断用户意图并引导补充有效信息，从而提供精准回答，辅助用户自查等。

智慧教育

2020年，教育行业经历了一场规模空前的“线上迁移”。疫情期间，全国有数百万老师通过腾讯课堂、腾讯智慧校园、企业微信、QQ等产品快速“复课”；腾讯企鹅辅导也联合中科院和北师大向全国学生送出100万节公益课。

疫情也给智慧校园建设带来新动力。2020年，腾讯在WeLearning智能教育解决方案的基础上发布“腾讯教育智脑”，助力教育管理者、学校、机构实现高效教学和管理。

首先，腾讯教育团队以统一化身份认证为基础，推动教育公平发展和教育质量提升。如，腾讯教育与江苏省共同搭建“名师空中课堂”平台，制作超过1万节数字课程，让城里和乡村学生

可以享受到同样的教育资源。

其次，以场景化教学工具为抓手，构建高效、便捷的教育应用体系。通过“教师助手”小程序，老师可以即时掌握学生的学习进度、薄弱环节，随时调整备课方向。腾讯英语君的“英语口语测评”工具则利用AI语音识别技术帮助老师提高英语听说考试的评分效率和准确率。

最后，以结构化的知识图谱为支撑，实现“因材施教”。“腾讯教育智脑”可以让老师和家长清楚看到学生考试结果分析、知识点掌握情况，智能推荐更合适的学习内容。腾讯企鹅辅导上线的AI学情分析功能，也可以为学员生成个人分析报告和个性化提升方案。

智慧文旅

从“一部手机游云南”起步，腾讯近年来致力于推动文旅产业发展与价值升级，聚焦政府文旅、景区科技、文旅综合体、商旅会展四大核心领域，打造了“游云南”、云上广交会、云上文博会、成都天府智慧绿道、海珠生态湿地等上百个标杆项目。

以腾讯与云南省政府联合打造的“一部手机游云南”为例，由游云南App、微信公众号和微信小程序组成的产品矩阵全面覆盖游前、游中和游后环节，提升游客的“吃住行游娱购”等各项体验，不仅成为云南旅游的“官方数字平台”，还引领了“一机游”模式在全国各地风行。截至2020年12月，全国已有超过40个“一机游”智慧化项目。

2020年，面对疫情“寒冬”，文旅行业借助数字科技在云端打开另一重天地。例如，腾讯、敦煌研究院和人民日报合作推出“云游敦煌”小程序，集合研学课程、文创产品、导游导览、数字保护、公益募捐、预约购票等功能，用户只需动动指尖，就能细赏敦煌石窟2000多张壁画、彩塑和石窟建筑的精美图片。小程序上线24小时的浏览次数就突破200万。

除了智能沉浸式体验、内容产品创新的文旅新玩法，腾讯还以数字科技催生文旅新业态。如，腾讯为西安和上海打造的科技互动大展，深度挖掘传统文化，并通过AI展现，吸引年轻人高频“打卡”。此外，腾讯与亚朵、长隆合作的“IP+智能化”主题酒店也收到良好反响。



智慧交通

智慧交通是支撑城市高效运转的主动脉。近年来，腾讯持续深耕交通各个领域，在城市公共交通出行、城市交通管理、智能网联、智慧高速、智慧机场、智慧航空等多个交通领域，提供了诸多创新产品和行业解决方案，与合作伙伴打造了诸多标杆案例，助力智慧交通产业创新发展。

在自动驾驶和车路协同领域，基于边缘计算搭建的5G车路协同平台、交通云控平台以及V2X数据服务引擎，打通人、车、路、云数字闭环。目前，在北京首钢冬奥园区已经做了5G边缘计算的车路协同场景验证。同时在自动驾驶领域深度合作，利用虚拟仿真技术加速长沙开展智能网联汽车仿真实验项目，助力建设国家智能网联汽车（长沙）测试区。

对用户出行而言，效率和舒适是根本追求。腾讯已经为宝马、奥迪、奔驰、一汽、东风、广汽、长安、吉利、长城、玛莎拉蒂、本田等34个汽

智慧零售

疫情期间，人们数月“禁足”在家，零售业在线下几近“冰冻”，面临生存挑战。腾讯针对

车品牌的160余款车型提供智慧化的车内服务，让汽车逐渐进化为“第三生活空间”，主动为用户提供人性化、多样化的服务。在城市公共交通领域，腾讯乘车码已覆盖29个省份直辖市、包括北上广深等160多个城市，支持BRT、公交、地铁、索道、轮渡等交通出行移动支付场景，用户数已超过1.8亿，腾讯实时公交已落地全国近70余座城市，而且已经与广州地铁、北京一卡通、上海公共交通卡等全国重要交通企业达成战略合作。特别是腾讯与广州地铁联合推出的全国首个轨道交通智慧大脑“穗腾OS”，助力地铁企业在数字化轨道交通、无人化运营管理、智能化运维控制、场景化应用服务等多个方面智慧升级。

此外，机场航司领域，腾讯与海航集团、深航集团以及西部机场、厦门机场、深圳机场等航司机场达成战略合作，共同打造“智慧航空”和“智慧机场”。

零售行业升级数字化运营工具，并且推出一系列帮扶保障措施，助力零售商家“云获客”。

例如，众多零售商家借助企业微信实现逆风翻盘，在线上服务消费者，包括一对一的单独服务和一对多的社群服务；微信小程序也成为零售企业的“自救利器”，让商家有效调动了自己在微信和企业微信中的私域流量，转化为购买力；“腾讯云Mall”帮助商家构建高质量的移动商城等等。

经历疫情“洗礼”，腾讯智慧零售树立了推进私域业态规模化发展，重构零售企业新增长格

智慧能源

当下能源行业数字化进程正在加速。针对综合能源领域用户专业多、角色多、信息割裂、定制化成本高等痛点，腾讯推出综能工场，提供综能商城、数据汇接、运营应用和底层能力四大功能，让用能用户、园区、综合能源服务商等快速搭建自己的综合能源平台。

针对能源行业一直存在的信息系统庞杂、数据来源多维化等问题，腾讯推出能源认知大脑，协助企业搭建知识应用平台，助力行业实现知识的共享共创。目前该解决方案已在电力、油气等行业得以应用，覆盖生产、传输、运维、消费等场景。

局的目标。重点通过产品力、运营力、商品力和组织力的维度，助力企业制定合适的私域策略。以数字化助手的角色，从组织转型、产品技术、流量运营和服务生态四个方面提供支持。帮品牌拥有自主运营的、可重复、低成本甚至免费触达的私域用户，构建“有效私域”。

截至2020年12月，微信小程序数量已经超过100万个，日活跃用户超过4亿，2020年全年交易额增长100%。

智慧加油站是腾讯专为加油站构建的数字化运营工具。以客流密集的大型加油站为例，腾讯基于微信卡包功能推出虚拟加油卡，油费支付、充值、开发票均可在微信内操作，实现“数据跟着卡”向“数据跟着人”转变。此举不仅提高客户付款效率，还可以提升加油站接待用户的数量，从而增加收入。

腾讯还携手电网打造企业电像产品，通过电力大数据驱动精细化的企业服务。通过企业电像的应用，电网企业可为不同的企业推送相关的用电政策、综合能源服务和设置负荷异常预警，做到千企千面。

创造数字就业形态 3

就业是民生之本，是六稳六保的关键。大力发展数字经济促进就业，推进劳动者技能数字化转型，是促进就业的关键。平台化、灵活性的新就业形态是实现稳就业的重要载体。腾讯积极发挥互联网行业在“稳就业”中的作用，大力提升数字化就业创业服务能力，助力实现更高质量、更充分的就业。

微信生态创造新型就业岗位

随着产业互联网深度发展，各行各业加速从“数字化岗位”向“岗位数字化”转变。近年来，微信生态的蓬勃发展创造了大量稳定的就业岗位。截至2020年12月，企业微信服务超过50个行业，80%的国内500强企业开通企业微信。截至2020年4月末，微信平台上就业、招聘相关的小程序有15430个，日活跃用户150万。2020年企业微信、小程序、微信支付等服务商共带动290万就业机会。

2020年，新冠肺炎疫情对就业形势造成巨大冲击，同时也催生了大量线上职业、新职业。微信作为新生产工具，在稳企业、稳就业上发挥了积极作用。

2021年4月22日，中国信通院发布的《数字化就业新职业新岗位报告》显示：微信生态在2020年衍生了3684万个就业机会，同比增长24.4%。据测算，11.1%的小程序开发者、14.5%的微信服务商在疫情期间增加了工作岗位，岗位总数增加59.7万个，有效地带动就业增量。2020年全职人员在微信平台生态就

业中占比达51.7%，较2019年上升近10个百分点。

2020年6月8日起，微信与招聘平台、知名企业联合举办“微信里的好工作——微信生态招聘专场”，邀请求职者成为“12亿事业的合伙人”。数据显示，招聘专场开放一周以来简历投递增量超4万份，日均简历投递量高于“金二银三”行业求职高峰期投递数据。其后，微信联合举办“数字新基建”精选名企专场招聘会，上千家知名企业为毕业生提供超10万个岗位。

2020年7月14日，互联网集市“微信小商店”上线，在微信的整体生态内，为中小企业、个体户、小微商家提供易操作的平台，实现免费用、零门槛、快速开店。小商店为新型地摊经济提供了“鹅厂思路”，使得地摊搬到“云”上，帮助用户在微信上更容易地做生意。

未来，微信还将持续深化数字化生态建设，稳就业、促经济，进一步推动中国数字化经济发展，并将数字化就业技能普惠到更广泛群体。



培育和促进数字文化教育就业

快速发展的数字文化产业，成为新型就业的热门领域。2020年11月13日，腾讯发布以“新就业、新模式、新引擎”为题的《数字文化产业就业报告（2020）》，探讨该领域就业发展趋势和挑战。腾讯依托平台连接多方共建产学研体系，致力于提升产业基础、培育专业人才，促进产业和就业协同发展。

以电竞为例，2020年7月，电竞被教育部列为毕业生就业职业，催生一系列相关工作岗位。腾讯通过“电竞运动城市发展计划”在上海、海南、北京、西安等多地推动电竞产业发展，并与高校进行战略合作，助力电竞人才培养和就业。

落地众创空间助力“双创”

秉承“让创业更简单更纯粹”的服务理念，腾讯联合服务商打造一站式、高品质的创业服务平台，致力于做好创业者和服务商的“连接器”，集合各类优质创业服务商资源，助推创新创业创造的国家战略，服务“双创”主体。

截至2020年12月，腾讯已经在全国29个城市落地38个众创空间，总面积达120万平方米。自2011年提出开放战略以来，腾讯通过开放流

互联网与教育产业的融合发展，也为创新就业和创业创造空间。为助力年轻人解锁互联网就业新技能，全国最大的在线终身教育平台——腾讯课堂，于2020年8月正式推出互联网就业班，累计报名学员已达万人。

同时，腾讯课堂从课程、品牌和就业通路三个维度对互联网就业班进行硬核升级。12月7日至15日，腾讯课堂相继推出互联网就业“敲门砖”和“就业砖车校园行”公益活动，为求职者们打造丰富就业课程，输出切实有用的就业指导，提供互联网人才培养一站式服务。

量、技术能力和生态为创新创业者构建完备的双创生态环境，助力创新企业发展。疫情期间，腾讯众创空间推出十大办公神器助力远程办公，并且联合全球一线学者和企业家打造数字化“生存指南”系列课程，帮助企业渡过难关。同时，为解决广大园区和企业复工复产申报和员工安全开工的痛点，腾讯众创空间推出“天天战疫-疫情防控系统”免费解决方案，携手全国空间入驻企业一起“科技战疫”。

构建清朗空间 促进数字文化健康繁荣

与数字技术相伴相生的数字文化，不仅是腾讯自身发展的另一个重要引擎，也是腾讯为各方创造社会价值的另一个核心路径。无论在消费互联网蓬勃发展的年代，还是产业互联网方兴未艾的当下，腾讯都是数字文化建设的积极参与者，推动数字文化生态向上向善发展。

数字文化如大象无形，无处不在。在腾讯看来，它不仅包括影视、音乐、文学、动漫和游戏等内容产品，也体现为各方在平台上生产和流通的各类信息，甚至渗透在社交媒体、生活服务、企业服务等应用场景，作为一种生活方式发挥潜移默化的影响。

过去一年，疫情带来的物理阻隔更加凸显了数字文化的社会价值，腾讯在数字化的传播渠道、内容载体和生态调控等方面积极作为，推动各方共建健康、活力、良性的数字文化新风貌。



数字时代的信息爆炸和“万物皆媒”正在重塑内容生态，革新内容产业。一方面，腾讯聚焦优质内容产出，推动微信、腾讯新闻等平台拓展内容形态和传播形式，汇聚优质创作思想，提升内容质量；另一方面，腾讯利用云计算、人工智能、大数据以及平台优势等，强化网络黑产的识别与治理技术，持续净化内容生态，营造清朗网络空间。

激励原创作者，共创美好内容

2020年9月，腾讯启动“美好指数”生态体系的构思，助力提升用户内容体验。体系覆盖“创造美好、传播美好、守护美好、感受美好”四个网络传播关键节点，希望通过有针对性的自我牵引生产优质内容、传播正确价值、保障生态健康。

2021年初，腾讯平台及内容事业群确立了全新使命——让内容创造美好，致力于在内容产业变局中担当生态共建者的责任与使命，促进网民心声、政府关切、平台责任和社会参与同频共振，培育向善网络文化，塑造良性内容传播。

让内容创造美好，源自腾讯对数字时代科技与内容关系的洞察与反思：工业化的生产提升了内容供给的丰富程度，也一定程度上淹没了好内容；技术显著地提升了内容的分发效率，但精准度和友好度仍是痛点。

在腾讯看来，随着5G网络、人工智能、大数据等数字技术与内容产业的深度结合，“人机协同”将成为内容共生的进化方式。

腾讯新闻是践行腾讯美好内容战略的先锋队之一。近年，腾讯新闻树立“打开眼界”的品牌理念，在内容资讯的聚合与分发层面采用“人机协同”技术方案，并在原创内容的生产层面推出ConTech合作伙伴计划，以连接和激发更多优秀内容创作者，促进专业人才与平台科技协同进化。

截至2020年6月，腾讯新闻累计为内容创作者提供170亿激励流量，投稿的创作者达到3.3万位，共收到投稿近93万篇，由此催生约100档共建IP栏目。其中，《硬核内参》《娱乐浮世绘》等4档IP栏目流量超2亿，《最前线》《紧急呼叫》等8档IP栏目流量超1亿，流量超1,000万的共建IP栏目达到74档。

2020年下半年，腾讯新闻进一步升级针对原创内容创作的激励力度，推出“较真合伙人计划”“知识官升级计划”等合作项目，以助力不同类型的内容创作者持续产出优质内容。

上线视频号，鼓励保护原创

2020年1月，微信上线视频号，秉承“全面开放、人人平等、保护原创”规则，采用基于社交场景的去中心化推荐逻辑，致力于打造以标杆创作者为中心、以点带面的优质短内容生态。

为实现更优质的内容产出，微信视频号发起创造营活动，先后在广州、上海、北京、成都、黑龙江、武汉等地举办专场活动，邀请各个细分领域中的优秀创作者分享他们的视频号创作经验。同时，2020年视频号累计打击超过25

万条诱导骗赞、搬运仿冒等违规内容，共处理14,614个侵权投诉，保护创作者的合法权益。

截至2021年1月，微信视频号已经迭代四大版本，陆续支持了顶部分栏、转发朋友圈大屏显示、长视频、直播打赏、连麦等能力，逐渐丰富内容形态。同时，视频号与微信生态深度打通，借助公众号、搜一搜、看一看、小程序等已趋成熟的产品，促进优质内容和服务触达到更多人。

聚焦黑灰铲除，净化内容社区

2020年，网络空间治理被置于前所未有的重要位置。腾讯将网络生态治理视作自身发展的生命线，推动网络生态治理的社会共建，着力构建清朗的网络空间，创造数字时代的美好未来。

2020年3月，腾讯内容开放平台开展为期100天的“清风计划”内容生态治理专项行动，对低俗标题党、淫秽色情、血腥惊悚、封建迷信、历史虚无、人群和地域歧视等不良信息，以及对未成年人产生不良影响的信息展开专项清理。并配合有关主管机关，挖掘不良信息背后的黑灰产线索，切断不良信息生产传播的利益链条。针对严重违规账号，平台实施主体资质“拉黑”，严厉打击“重生号”“转世号”等对抗行为。

2020年9月，腾讯安全和知乎联合发起“社区净化”计划，基于腾讯安全积累的黑灰产知识图谱及知乎社区海量数据，通过违规信息治理、技术共享等手段，构建从检测预警到打击的黑产治理

闭环体系，保护互联网用户体验。同时，双方成立联合技术实验室，探索前沿科技的应用，为互联网上其他内容平台提供技术经验的有益参考。

2020年10月，腾讯安全和虎牙成立安全联合实验室，以“强大算力+AI审核+安全攻防”，优化直播内容生态。未来，腾讯将围绕AI安全应用、黑产打击、安全攻防、数据标注、人工审核等多个领域展开技术交流与业务合作，为直播社区的内容生态的建设提供参考样本。

腾讯安全天御是内容风控的“幕后专家”之一，能有效识别音频、视频、文本、图片等不同形式的不良内容。依托腾讯云和微信小程序，腾讯安全天御内容风控系统已服务超过5万家开发者，审核效率提升20倍以上，守护了数万家客户的内容安全。2020年，腾讯安全天御在第五届CCF-GAIR全球人工智能与机器人峰会上荣获首个CCF-GAIR“联邦学习应用奖”。

HIGHLIGHT

内容有光芒 战疫有力量

在疫情期间，腾讯内容开放平台各个业务板块共同发力，充分发挥内容+社交的能力，为战疫持续贡献力量。



腾讯战疫多元内容共同发力

资讯

在信息互通、传递防疫资讯方面，腾讯新闻、腾讯看点等内容平台第一时间上线“疫情专区”，截至2020年4月，腾讯新闻抗疫相关话题互动超4.9亿次，抗疫相关内容阅读量109亿次。腾讯新闻“知识官”计划、腾讯看点“看点真知”计划等联合专业人士科普防疫知识，并上线方言视频科普、漫画科普、故事性科普等多种形式，打造有体系、有真相、有知识的科普内容生态。

文娱

腾讯通过提供影视资源和旅游云直播等内容产品，丰富居家抗疫的娱乐生活、提振信心。如，2020年3月，腾讯视频发起“湖北人民免费看”展播活动，让湖北用户在疫情居家期间畅享精彩“视”界。腾讯还开发多个内容平台的直播、短视频、小程序等技术能力，让用户足不出户就能观赏敦煌壁画、龙门石窟、故宫等中华风采，感受内容传播的文化魅力。

正能量

腾讯还围绕全球抗疫、全民抗疫的主题，依托平台生态，带动用户共同创作和输出正能量内容，焕发内容精神价值。如，腾讯微视和央视新闻、电影频道融媒体中心共同推出“武汉加油！中国加油！”短视频制作模板，共收获网友制作的25.9万支鼓舞视频，获得10亿次播放。



游戏自古以来就是人们习得新知、增进沟通、传递情感的一种社会方式。在数字技术的加持下，游戏的表现形式日趋绚丽多彩，很容易让心智尚未成熟的青少年群体流连忘返。腾讯一方面伸出“保护之手”，通过堵疏结合和软硬兼施的策略，联合家长、学校和社会各界共同防止未成年人网络沉溺；另一方面伸出“引导之手”，挖掘游戏传授知识、倡导公益等正向社会价值。

硬围堵，未保体系不断升级

2017年起，腾讯率先建立未成年人保护体系，推出成长守护平台、健康系统等解决方案，为未成年人健康上网提供涵盖“事前-事中-事后”的全面保护体系。2018年，腾讯未成年人保护体系进入2.0阶段，接入公安权威数据平台校验，实行强制实名注册的准入机制，并积极按照2019年底国家新闻出版署《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》的要求升级健康系统，对登记为未成年的用户施行时长限制和充值限额等措施。目前，腾讯已在旗下运营的游戏进行了全面落实，累计有超过210款手游、端游、页游已落地。同时，探索人脸识别技术应用，并通过AI和机器学习等技术手段，针对用户游戏行为特征进行判定，建立和优化“疑似由未成年人操作的成年人帐号”数据池。

2020年6月末保体系再度升级，迈入3.0阶段。在对已实名未成年人“限玩、限充、宵禁”基础上，专门针对“孩子冒用家长身份信息绕过监管”的问题，扩大人脸识别技术应用范围，对疑似未成年人的用户进行甄别。2020年10月21日起，腾讯再次优化人脸识别验证流程，已应用于腾讯

游戏旗下包括《王者荣耀》《和平精英》在内超过100款移动游戏产品。2021年2月，平均每天有724万个帐号在登录环节，6万个帐号在支付环节触发人脸识别验证。其中因拒绝或未通过验证，登录环节有约90.5%的帐号被纳入防沉迷监管，支付环节80.0%被拦截了充值行为。

此外，2020年5月，腾讯游戏联手全球领先的实时3D内容创作平台Unity，共同推出防沉迷系统开发工具。该工具由腾讯成长守护平台提供技术后台支持，分为登录、计时以及充值三个模块，让自身不具备防沉迷系统研发或数据验证能力的中小型游戏开发厂商轻松、快速地落实防沉迷新规，共同促进良好健康的游戏环境生态建设。

2020年7月，腾讯参加《信息技术网络游戏未成年人监护系统技术要求》编制启动会，参与起草首个针对游戏未成年人监护的国家标准，将多年未成年人守护过程中积累的技术、数据和安全能力贡献到标准中，与行业共同提升未成年人保护能力。



成长守护平台

腾讯公布未成年人游戏消费数据

2021年3月24日，腾讯发布2020年四季度财报和全年业绩报告，首次公布未成年人游戏消费数据。2020年第四季度16岁以下未成年人的流水占比为3.2%。

软呵护，搭建多方沟通平台

腾讯未保团队经过多方调研后发现，未成年人沉迷网络的根本问题之一是缺乏有效的亲子沟通。

2019年底到2020年，腾讯未保团队陆续推出“给家长的游戏指引”“家长课堂”和“家庭社区”等项目，通过专家免费课、优质教育资讯和话题讨论促进亲子之间的相互沟通和了解；发起“守护在身边”活动，邀请专家讲师走进社区、工厂和农村为孩子和家长上课，促进家庭内部良性沟通。

2020年10月，腾讯成长守护平台举办“游戏管控，由你来说”用户评议会，邀请七组情况不同的家

长及孩子分享各自的困扰和思考，并汇集青少年心理学、教育学等相关领域的多位专家，多角度就未成年人游戏管控问题深入探讨。

腾讯将根据收集到的用户心声和反馈对成长守护平台进行改进：一方面，通过技术、产品和服务的迭代优化加强“硬围堵”的力度和精准度；另一方面，持续在家庭教育领域发力，让“软呵护”长远发挥效力。腾讯成长守护平台还将“家庭社区”更名为“家庭沟通”，发起“家庭沟通计划”，邀请世界冠军邓亚萍担任发起人，期望推动整个社会对于家庭沟通的重视和理解，从根基上助力家庭解决游戏管控问题。



扫码观看微纪录片
《在光环下找寻自己》



腾讯未保团队打造
“未来教室”计划

正能量，鼓励少年追梦成长

腾讯未保团队洞察到，亲子沟通障碍常常源于外界对未成年人的梦想的否定；而游戏在一定程度上为他们提供了现实世界里寻求不得的情感代偿。面向未来，腾讯未保团队积极探索如何让游戏为未成年人成长提供呵护和助力。

2021年1月，成长守护平台与腾讯游戏主播认证计划旗下主播“梦泪”合作拍摄纪录片《在光环下找寻自己》，采用面对面对话的形式引发青

少年自发和独立的思考，鼓励青少年逐梦前行。

同为“网络原住民”，农村青少年却无法拥有与城里同龄人对等的教育资源，也更容易沉溺于网络娱乐。2020年11月，腾讯成长守护团队推出“未来教室”计划，通过在经济欠发达地区打造“未来教室”，让农村青少年也能受惠于优质的教育内容和方法，同时也对互联网和数字技术建立正确观念。

拓场景，扩展游戏社会价值

数字时代，游戏升级为一个一个“超级场景”，连接虚拟与现实，蕴含着表达和创造的无限可能。腾讯致力于推动这些“超级场景”超越娱乐功能、创造社会价值。

2019年，腾讯游戏发布全新价值理念：“去发现，无限可能”，并将“功能游戏”升级为“追梦计划”，包括数字文化传承计划、国力科技教育计划和公益社会关爱计划三大计划，让游戏成为传承交流文化、激发培养人才、传递健康价值观的载体。

2020年，“追梦计划”推出三款新产品：普通话学习主题游戏《普通话小镇》、健康科普游戏《健康保卫战》和唐诗经典水墨解谜游戏《画境长恨歌》。此前，追梦计划已推出一系列口碑佳作，如传承文化类的《佳期：踏春》《子曰诗云》《故宫：口袋宫匠》《家国梦》；科普知识的《纳木》《电是怎样形成的》《肿瘤医师》；以及关爱社会的《见》《蓝桥咖啡馆》等。

2020年，新冠疫情重创武汉。腾讯在国风治愈系手游《食物语》中上线“热干面食魂”元素，联动老字号品牌“大汉口”推出热干面礼盒装，为武汉疫后复苏加油。为助力公众科学防疫，腾讯在中国音数协游戏工委的支持下上线防疫科普小游戏《消灭冠状病毒》，还在《天涯明月刀》《乐高无限》等多款游戏中设置抗疫知识互动环节。

但游戏产业长期缺乏专业人才培养环境。腾讯启动“花火计划”，与高校合作共建学习、赛事、游戏创作与孵化机制，为青年游戏创作者提供专家指导、作品打磨和上线发行等支持。尤其在电竞领域，腾讯致力于打造教材和标杆课程，推动中国电竞标准建设。



腾讯首款推广普通话公益游戏·普通话小镇



元宵海报



数字社会时代，科技和文化的融合正在创造出更多可能性。科技作为手段，到达未来仍需作为灵魂与内核的文化与之并行。2020年，腾讯新文创总部作为腾讯首个全国功能型总部在四川成都落地并正式运营，持续探索数字时代的文化连接，打造更多具有广泛影响力的中国文化符号，呈现丰富多彩的文化盛景。

连接传统，焕发翰墨华彩

中华历史源远流长，文化底蕴丰厚。如何穿越历史时空，让中华优秀传统文化在数字时代继续延续生命、绽放光彩？

腾讯确立新文创战略，运用数字科技、社交与内容平台、公益慈善行业资源等，为中国乃至世界范围内的文化保护与传承提供数字化解决方案。

腾讯通过打造IP，在热门游戏中展现和传承传统文化。比如，《天涯明月刀》以北宋为时代背景，结合云锦、苏绣等十多个非物质文化遗产，在画面、剧情、玩法等各方面均还原了传统文化与休闲民俗，为近5,000万年轻用户提供了直观、生动、有效了解传统瑰宝的契机。2020年，《天涯明月刀》手游上线，持续推进“国风文化传承计划”，助力传统与现代更加广泛的连接。

又如，《王者荣耀》以中国文化为内核构建游戏宏观背景，并焕新越剧、敦煌、昆曲等一系列文创符号打造游戏人物皮肤。2020年，《王

者荣耀》平均日活跃用户达1亿，成为全球第一个日活跃用户日均“亿”量级的游戏产品，开创了国内自研游戏IP国际领先的历史。

此外，腾讯还积极探索与民族艺术家的跨界合作。比如，2020年5月，腾讯QQ炫舞以杨丽萍为艺术顾问的“雀之灵”相关场景、人物及活动上线，以数字化形式使民族音乐、舞蹈文化进入大众视野。QQ炫舞孔雀季活动上线首日，超过93%的活跃玩家体验了新版“雀之灵”，活动期间玩家平均参与率达77%，创2020年历史新高。

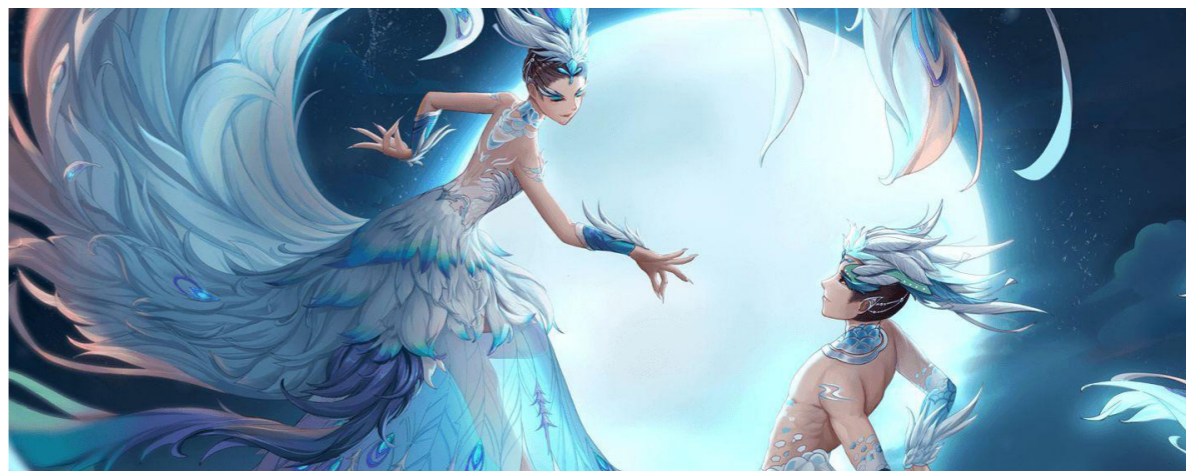
经过众多案例的锤炼，腾讯新文创在非遗数字化保护方面积累的势能开始释放。2020年8月，腾讯游戏和浙江广电联合推出微纪录片《数字化破局》，围绕“新文创破局之路”主线，汇集《王者荣耀》《和平精英》《地下城与勇士》《新剑侠情缘手游》《穿越火线》等众多人气IP和TGC腾讯数字文创节的优质新文创内容，记录中国文物保护人、非遗传承人与文创新青年“用数重塑”中国文化符号的点点滴滴。



《王者荣耀》“遇见神鹿”皮肤，用数字载体传承敦煌文化



《王者荣耀》“李小龙”皮肤，唤醒传统武术文化记忆



腾讯QQ炫舞“雀之灵”海报

连接技术，更新数字体验

数字科技带给传统文化的积极影响，不仅是更多元的呈现场景，更是全新的用户体验。腾讯以自研科技连接技术与文化场景，助力“科技+文化”的体验创新，如携手故宫、敦煌等文化机构，共同打造了“数字故宫”“古画会唱歌”“云游敦煌”等优质数字文化内容，为当下传统文化的数字化传承与演绎拓展了更大的想象空间。

在“数字故宫”的“畅游多宝阁”专题中，腾讯基于数字科技，深度学习大量器物表面的纹饰，在数百件文物里进行匹配“串联”，帮助用户可以通过一件文物“连接”到同时期同类的其他文物鉴赏。“数字秦陵”利用VR技术使用户可云游“俑海”，腾讯优图的人脸融合技术，

可帮助用户生成自己的兵马俑形象。

2020年，在疫情的背景下，腾讯联合全国11家顶尖文博单位举办“互联网+中华文明”数字体验展——文物的时空漫游，将经典文物IP融合AI等多项前沿技术，在策展过程中探索全新的文化创意形式，让更多用户近距离感受到优秀传统文化的魅力。



扫码开启云游“数字秦陵”



扫码开启云游“数字故宫”

共建智慧社会 助力公共服务扩容提质

放眼世界，工业时代的显著标志之一就是大规模的城镇化和城市化。物理空间日益紧密，生活节奏日益加快，社会关系日益复杂，考验着城市治理的水平，进而影响着居民的幸福。随着数字时代的到来，这种考验更加严峻。

立足中国，数字技术在城市治理中的应用近年来也呈现出普及的态势。尤其是在疫情的背景下，大数据、人工智能、区块链等数字技术，以及即时通讯、小程序、网络会议等网络工具，在疫情防控、复工复产、交通运输、社会救助等社会治理的诸多方面持续发挥助力。

近年来，腾讯持续投入数字化能力和资源，与政府部门、城市居民和公共机构等通力协作，在公共服务完善、社区治理创新、智慧城市升级等不同维度丰富数字城市拼图，为共建、共治、共享的社会治理新格局提供科技支撑。



当前，以互联网、大数据、人工智能为代表的新一代信息技术日新月异，正在成为全面推进中国政府治理体系和治理能力现代化的重要支撑。腾讯与生态合作伙伴共同探索，充分利用自身优势，围绕政府、企业、群众需求，连接三端应用平台提供数字化能力，融合数字基础设施核心资源，做好数字政府、未来城市建设的“数字化助手”。

聚心数字战疫，“智”援应急管理

新冠疫情是对公共治理体系和治理能力现代化的一次大考。从疫情初发时的疾病救治和全民防控，再到疫情常态下的全面复苏，数字科技成为人类扭转危机的后盾和助力。

数字战疫，首先要保证信息的传播效率和真实性。截至2020年6月，超过3亿微信用户通过腾讯健康查询实时疫情；2020年1月24日，腾讯新闻“较真查证平台”上线抗肺炎特别版，不到两月提供辟谣服务超6.72亿次。

根据国家信息中心、南京大学网络传播研究院联合发布的《新型冠状病毒肺炎公众认知与信息传播调研报告2020》，腾讯网与腾讯新闻分别获得新闻网站及新闻客户端满意评价度排名前三。腾讯新闻推出的疫情实时追踪H5集纳地图、数据、辟谣、医疗等多个模块，获得公众高度认可。

有效公共治理不能只靠单向信息传递，更重要的是需求互通。疫情期间，国务院客户端小程序与用户形成有效互动，解决疫情防控工作中

的问题，极大提升了政府的治理效率。其中，疫情线索征集和信息反馈等功能有效发挥了疏导网民情绪、稳定社会心态等积极作用，获得用户高度评价。

疫情爆发至今，防疫健康码在人员有序流动、复工复产和社区防控等方面发挥重要作用。从2020年2月7日落地深圳算起，腾讯健康码迄今上线超过一年，累计助力搭建八个国家级疫情服务平台，推出100多款疫情服务相关小程序，支持十余个部委、20余个省级行政单位、400余个市县开展疫情防控工作；全国超过10亿用户累计亮码超240亿次，访问量超650亿次。在2020年中国数字政府建设大会上，腾讯防疫健康码获得2020中国数字政府创新成果奖。同时，腾讯还积极参与制定《个人健康信息码》系列国家标准，推动健康码全国互认。

随着疫情走向常态化，腾讯还将携手更多合作伙伴，以数字化能力助力政府、企业、公众等多方主体，共同构建更能抵御风险的弹性社会。

HIGHLIGHT

2020年初，新冠肺炎疫情突发，腾讯迅速支持政府部门推出防疫健康码等疫情服务，搭建8个国家级疫情服务平台及数个区域疫情服务小程序，守护民众健康出行，助力常态化疫情防控，为安全复工复产、社会经济提振护航，焕发科技战疫力量。

8个国家级疫情服务平台 [数据截至2020年5月]

疫情服务平台	主导单位	简介
国家政务服务平台	国务院办公厅	推出防疫健康信息码，覆盖用户最广，实现全国一码通行，累计亮码超47亿次
国务院客户端	国务院办公厅	最早上线疫情防控线索上报
海关旅客指尖服务	海关总署	唯一海关出入境健康申报平台
防疫健康码国际版	外交部领事司	为归国同胞与外籍人士提供健康码申领服务
国家重点医疗物资保障调度平台	工业和信息化部	提供全国性物资供需咨询服务
高速应急服务	交通运输部路网中心	提供统一高速检疫服务查询与咨询入口
农民工返岗复工“点对点”服务	人力资源和社会保障部	提供“点对点、一站式”直达返岗运输服务
疫情防控税费优惠	国家税务总局	建设税费优惠政策信息库

部分地域疫情服务平台 [数据截至2021年2月]



深圳市

深i您

全国首个健康码，已为3,000万人提供服务，累计访问量逾27亿次



广州市

穗康

上线首日访问量超1.7亿次，是在线发放口罩最多的防疫健康小程序



武汉市

武汉战疫

冲锋抗疫最前线，在武汉人手一个健康码，累计亮码逾15亿次



四川省

四川天府健康通

全国第一个实现省市无感切换，离线码功能惠及数百万在川老人、小孩



云南省

云南健康码

首个推出场所码，防疫场景精细至场所卡口，累计用户量超4,100万



上海市

随申办

健康码功能上线仅用22小时，累计访问量超23亿次，累计亮码超8亿次

支撑数字广东，提升政务温度

不止在疫情期间，腾讯始终致力于做好公共服务的数字化助手，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，助力各地打造更有温度的公共服务。

2017年，腾讯参与组建数字广东，为广东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。2020年，广东上线“粤政易”移动办公平台，实现全省公职人员跨部门、跨组织、跨地域、跨系统、跨

层级的实时通讯和协同办公。截至2020年底，“粤政易”用户数突破150万，成为目前用户数最多的省级政务协同办公平台，已覆盖广东省21个地市、逾11万个组织，接入政务应用600多项，实现省、市、县、镇、村五级全覆盖。

腾讯还助力广东打造了面向居民的“粤省事”平台和面向企业商务的“粤商通”平台。截至2020年7月，6600万用户实名注册“粤省事”，实现82%的事项零跑腿。

深耕交互平台，助力多市“智”理

数字广东的信息交互、政务协同经验也在其他地区得到推广。例如，武汉市的“武汉战疫”小程序汇聚医保、社保、公积金、教育等40多项高频亮点民生服务事项，其中“电子证照”板块应用区块链技术，有效防止证照数据遭窃取或篡改，市民可以安全快捷地关联多项电子证照。

贵阳市的“数智贵阳”小程序已上线医保、社保、公积金等各类民生政务157项，截至2020年底，服务事项累计查询办理量已超过1,000万例，成为贵阳市公共服务建设的骨干新力量。

长沙市“我的长沙”城市移动综合服务平台包含小程序、APP和微信公众号，旨在打造“一生·一城·一平台”。“我的长沙”小程序共上线432项服务，截至2020年底，小程序用户量突破100万，平台总访问量突破1,300万。

上海“随申办”小程序汇聚教委、公安、民政、

人社、卫健、医保等50余家市级部门和16个区的1541个政务服务事项，实现“看病付费不排队”“绿色沪牌在线领”“出生手续网上办”的办事体验。截至2020年底，累计办理量已达29万件。

北京市“北京通”小程序覆盖教育、住房、卫生、交通、社会保障等方面服务，服务项目超过1,000项，接入5个市级部门、10个区级政府，真正实现了“一网通办，全程网办”。截至2020年10月，“北京政务服务”小程序累计访问量超过1,800万，累计用户量超过180万。

2020年12月，由中国电子技术标准化研究院主办的“数字政府建设服务联盟成立大会暨第一届理事会第一次会议”召开，正式成立“数字政府建设服务联盟”。作为理事单位成员，腾讯将与产业伙伴协作推动数字政府架构框架理论研究和相关标准研制。

HIGHLIGHT

大国点名，腾讯报数，助你喊“到”

2020年11月1日，我国第七次人口普查开始，腾讯作为此次“点名”工作的“数字”助理，从3月初就开始集中资源进行人口普查的应用开发，助力第七次人口普查能够“智慧”录入、实现数据高效采集。



腾讯技术团队大数据技术，让普查更准确更高效

腾讯探索使用智能手机采集数据，依托云计算、大数据、安全等核心技术，使人口普查工作首次采用电子化登记方式，全程在云端完成。

普查前，全国700万名普查员通过企业微信进行工作协同，并用企业微信上门摸底，记录普查对象希望的普查方式——使用微信自主进行填报或普查员上门进行登记；有自主申报意愿的普查对象可获得普查员提供的专用户编二维码，扫码进入“微信人口普查小程序”自主填报；部分需要普查员协助登记的普查对象，可提前预约登记时间，普查员入户登记时可利用智能设备，通过企业微信的人口普查小程序完成普查对象的数据采集和实时上传。

腾讯利用“微信-企业微信-政务微信”三端协同，有效连通了“民众-企业-政府”三大群体，提高“报数”效率，实现“智慧”点名。



党的十九届四中全会首次将“科技支撑”纳入社会治理体系，更加明确和凸显了新时代社会治理智能化和社会治理安全技防的重要性。社区作为社会治理最小的单元格，是城市数字化发展的关键一环。腾讯通过科技能力为基层社区治理进行赋能，助力探索城乡社区治理更加系统化、精细化、科学化的未来。

智领未来，连接幸福

千万个城市之家构成社区，无数个生活心愿汇成诉求，社区是社会治理的“细胞”单位，构建良好的社区生态是助力和谐社会的重要基础。

2017年，腾讯推出全场景、多维度的社区综合解决方案——腾讯海纳智慧社区开放平台，畅通物业、居民、政府、媒体和社区的信息沟通，进而助力智慧社区服务建设和智慧社区综合治理，打造智慧社区新模式。2019年5月，腾讯海纳升级至2.0，形成了以“海纳业务中心”为技术核心，包含智慧社区服务、智慧社区安防两套场景应用在内的全新智能社区模式，即“一个能力中心+两大应用场景”的“一体两翼”蝴蝶模式。

2020年7月，腾讯海纳全新升级为腾讯云未来社区，延续“一体两翼”蝴蝶模式，打造1+3+N支撑平台，基于共享的数据平台，打通社区居民、物业、政府、商户单位四大群体，通过对物联网技术、大数据技术、人工智能技术的整合应用，结合社区实际需求，将“公安

部门”“政府服务”“社区居民”“物业运营”“社区便民”链接在一起，提供社区政务及社区生活两大领域的服务，帮助政府实现管服结合、帮助物业达到降本增效、帮助商业能够精准触达、帮助居民拥有一站服务，实现社区服务与治理线上线下一体化，形成全新的智慧社区生态。

在腾讯云未来社区中，依靠AI、物联感知等科技，智能门禁通过无感识别或二维码扫描，就能感应是否为本小区住户，智能开关门；有访客来，系统上一键授权就能完成所有登记手续；还有智能停车、智能快递、智能垃圾分类、共享爱心书屋、电子小区宣传栏等，让居民切实享受智慧、人文、低碳、共享的高质量生活。

未来社区为物业管理者提供统一的后台管理，报修处理、社区活动、物业缴费、通知公告、社区资讯等高频服务均可通过社区服务平台完成，在便捷提供服务的同时也大大降低了物业成本，使物业管理更高效、更优化。

在社区治理方面，未来社区则基于社区日常活动中的大数据沉淀，构建政府部门与物业、居民的双向连接通道。通过打通网络系统，帮助政府精确了解群众需求，将服务高效触达居民生活，形成全域性统一管理。截至2020年10月，腾讯云未来社区已覆盖全国42个城市，11,000

个小区，近千万户家庭。此外，腾讯云未来社区还发布“十百千万”计划，甄选“十”个城市打造智慧社区标杆，招募超过“百”个合作伙伴，普惠“千万”户家庭共享未来社区的便利。腾讯将携手合作伙伴共同深耕智慧社区建设，助力城市数字化发展。



数治探索，全心为村

乡村治理是国家治理体系的重要组成部分，也是实现乡村振兴战略的基石。在这方面，数字科技大有可为。腾讯在乡村治理创新方面的助力不限于捐助，而是将自身产品优势与企业社会责任相结合，用“互联网+”的方式为乡村社会治理以及乡村全面振兴插上翅膀，促进乡村政策落地，实现更好的“连接”。

“腾讯为村”着眼于我国快速城镇化过程中所导致的乡村“失连”，以“为乡村连接情感、连接信息、连接财富”为使命，通过“互联网+乡村”模式，有效利用自身在“连接”上的优势，搭建起用移动互联网发现乡村价值的开放平台，凝聚各方核心能力、共同助力改变乡村的落后现状，以创新的方式让乡村在连接中创造出无限可能。

在中国社会科学院社会政策研究中心2020年发布的《寻找“座头鲸”：中国企业是如何进行社会创新的》一书中，“腾讯为村”在101个旗舰项目中脱颖而出，位居企业社会责任旗舰项目排行榜的榜首，被评为A+级别的创新先锋项目。

可持续地提升乡村治理水平，关键在于人才培养。2021年5月24日，农业农村部与腾讯在北京签署“耕耘者”振兴计划战略合作协议，双方将面向乡村治理骨干和新型农业经营主体带头人开展培训，共同推进乡村人才振兴。“耕耘者”振兴计划依靠市场的力量、发挥各类社会组织的作用、激发学员内生动力，培育一批乡村治理和产业发展的“能人”，起到“培养一个人、带动一个村”的作用。



快速的城镇化进程与居民生活的提质需求对城市的可持续发展提出更高要求，智慧城市作为一种现代化城市治理的解决思路，已经成为数字时代下城市发展的必然趋势。

2019年7月，腾讯提出以人为中心的城市治理模式——“WeCity 未来城市”，旨在以数字技术重构城市空间，致力于将城市发展需求与数字技术应用深度融合，推进城市政府、企业、民众三端融合协同进而赋能服务、治理和增长。

为进一步夯实“WeCity 未来城市”发展的技术底座，2020年4月，腾讯发布基于CIM（City Information Modeling，城市信息模型）的产业互联网平台CityBase。作为智慧城市的底层技术平台，CityBase能够有效连接空间层与应用层，助力规范标准从国家到地方纵向打通、政务工作从部门到个人横向协同，避免智慧城市发展出现重复建设、信息烟囱、数据孤岛、缺乏顶层规划等一系列问题。

2020年8月，“WeCity 未来城市 2.0”升级发布，提出“新空间、新治理、新服务”的理念。“新空间”，即将目标服务场景细化到社区、城市、都市圈和乡村等，进一步提升城市空间服务；“新治理”，即通过跨区流动、一网统管，帮助政府部门在面对突发事件和不确定事件时也能灵活处理，增强城市治理韧性；“新服务”，即加强“一网通办”的服务范围和效率，同时

探索产业服务的新模式，以产城融合带动数字经济。

“WeCity 未来城市 2.0”致力于全面提升政务、协同、监管、决策、治理、产城六个领域能力，丰富城市共建共治的参与方式，兼顾城市治理与增长的需求，推动智慧城市建设从“公共服务数字化”向“经济社会全面数字化”转型。

智慧城市作为一个复杂系统，各地各部门在布局领域、建设模式、发展路径各有不同，但都遵循以人为本、数据驱动、生态协同的发展理念，未来的城市治理数字化应着眼城市经济、社会、文化、生态文明的发展全局，不断创新治理的理念、模式、方法、工具和技术，促进城市长期智慧可持续发展。

目前，“WeCity 未来城市”理念已在多个城市的未来城市建设、数字政府建设、城市治理决策、未来社区建设、指尖民生政务及智慧行业发展等领域落地，如江门人才岛的“WeCity 未来之城”建设，广州黄埔区“令行禁止、有呼必应”综合指挥平台 1.0，最高人民法院的移动微法院等。

HIGHLIGHT

见“圳”未来城市

习近平总书记在深圳经济特区建立 40 周年庆祝大会上对深圳未来城市的建设提出要求：“要注重在科学化、精细化、智能化上下功夫，发挥深圳信息产业发展优势，推动城市管理手段、管理模式、管理理念创新，让城市运转更聪明、更智慧。”腾讯作为扎根深圳的本土科技企业，依托自有的大数据储备和智能科技，持续助力深圳的智能城市建设。

疫下见“圳”

深圳在全国率先推出由腾讯主导开发的“深 i 您—健康码”，创新手机“亮码”“扫码”无接触通行模式。截至 2020 年 10 月，“深 i 您”页面浏览量 23 亿，累计申报人数达 2492 万，累计入境人员登记数 16 万，深圳市民亮码 3.97 亿次。腾讯云推出“深 i 企—精准服务企业”平台，支撑政府部门推进企业复工复产，助力后疫情时期全市经济复苏，截至 2020 年 10 月，平台共收到来自 3623 家企业、4861 笔诉求，解决率达 99.88%。

税务见“圳”

腾讯助力深圳税务信息化，税务办理智慧化，上线区块链电子发票系统，是全国范围内首个创新“区块链+发票”生态体系应用的城市。截至 2020 年 10 月，系统平台累计开票量达 2,500 万张，覆盖公共交通、政务民生、金融保险、零售餐饮、教育医疗等领域 116 个行业 17,000 户纳税人，全面助力深圳市纳税人疫情期间“非接触式”办税，助力智慧税务的发展。

城管见“圳”



深圳市城管综合执法系统

腾讯助力深圳市城管局搭建智慧管理平台，打造“1+2+2+N”的深圳城市管理服务体系，实现一套基础支撑环境、两大城市管理服务抓手、两个业务轴心及 N 项城管业务应用。

营商见“圳”

腾讯依托微信、小程序推出“深 i 企—精准服务企业”“宝 i 企—精准服务企业”等平台，建立连接政府与企业之间的沟通服务桥梁，让企业能够方便快捷地获取信息，政府部门能够精准高效地回复企业需求。截至 2020 年 10 月，深圳市“宝安消费券”活动依托“宝 i 企”平台吸引了 4,854 家企业参与，市民累计报名达 136.4 万人，共发放代金券和补贴总额 2 亿元。



普惠发展 价值共享

2015年，联合国可持续发展峰会通过由193个成员国达成的2030年可持续发展议程，推动世界到2030年实现三个非凡创举，即：消除极端贫穷；战胜不平等和不公正；以及遏制气候变化。这些目标的实现离不开负责任的企业参与和贡献。作为一家立足中国胸怀世界的数字科技企业，腾讯也将可持续发展目标有机融入自身企业社会责任战略，在公益慈善、乡村减贫、数字普惠和环保低碳等重要议题展开长期行动，以期共享社会价值、增进社会福祉。



致力公益慈善 以科技推动社会创新

从“社会保障的重要补充”，到“发挥第三次分配作用”，中国的公益慈善事业在新时代被赋予新使命，势必将在社会治理、经济运行、民生财富和文化观念等更多方面发挥积极的影响。

公益慈善是腾讯践行社会责任、创造社会价值的重要方式。

一方面，腾讯成立专业基金会，将“致力公益慈善事业”作为第一宗旨，不仅持续在基础科研、减贫救灾、教育助学、生态环保和传统文化保护等领域进行捐赠，而且创立腾讯公益平台，为慈善组织开展公开募捐提供数字化支持。

另一方面，在“科技向善”使命的引领下，腾讯的众多业务和职能团队通过捐赠资源、共建项目、技术支持、志愿服务等多种方式，积极、持续、广泛参与各类公益慈善活动。

后疫情时代，各行各业加速拥抱数字化。公益慈善也不例外，无论平台还是慈善组织，无论是筹款、传播、财务还是组织管理，无论是与捐赠人、志愿者还是受助人沟通，数字化都成为无法绕开的迫切需求。从过去到未来，这都是腾讯持续为之努力的方向。

腾讯基金会是腾讯履行公益慈善责任的直接实践者。作为国内企业基金会先行者之一，成立十四年的腾讯基金会在持续加大捐赠力度的基础上，努力探索专业化的慈善路径。这些努力贯穿在方方面面，包括机构宗旨和使命的确立、治理和管理结构的设计、捐赠领域的选择、以及解决问题的路径等。

科技底色，专业追求

我们要成为一家什么样的企业？2006年底，当时只有1000多名员工的腾讯展开了一场内部讨论。这场讨论的成果之一就是促成了腾讯基金会的成立。

2007年6月，腾讯基金会在民政部登记注册为全国性的非公募基金会。这也是中国第一家由互联网企业发起的公益基金会。腾讯公司承诺每年按照利润的一定比例向腾讯基金会进行捐赠。

截至2020年12月31日，腾讯基金会累计接受腾讯公司的捐赠约63.75亿元人民币，累计捐赠支出约46.23亿元人民币。

腾讯基金会的成立标志着，腾讯的公益慈善实践很早就从兴趣化的员工志愿活动转向专业化慈善。

专业化慈善首先体现在战略的确立。成立之初，腾讯基金会章程就明确宗旨为：聚焦公益慈善事业，关爱青少年成长，倡导企业公民责任，促进社会和谐进步。

在此宗旨下，腾讯基金会对“公益慈善”的定义远不止是以捐款捐物为主要内容的社会救济和人道救援，还包括众多社会公益事业，比如：行业基础设施建设、医疗与公共卫生、减贫与乡村发展、基础科学研究、基础教育创新、生态环保、养老服务等。

专业化慈善也体现在面对社会问题的路径选择。在每个公益慈善领域，腾讯基金会都会主动思考：如何在资金捐赠之外创新项目设计，充分利用企业的核心能力，包括数据、产品和平台优势等。正是这种思考催生了一系列腾讯风格的品牌项目，如“99公益日”、腾讯为村、天籁行动等（项目详细介绍见本章其他部分）。

专业化慈善更得益于基金会内外组织架构的设计。一方面，腾讯基金会理事会成员包括多名腾讯创始人和公司高管，扁平化的治理结构有力保障了沟通和执行的效率；另一方面，秘书处由专职人员和企业社会责任部人员组成，有效维持了自身独立运作和衔接企业资源二者的平衡。



腾讯基金会驰援全球战疫

过去十余年来，互联网和社交媒体的蓬勃发展，为中国的公益慈善事业持续注入创新动力。慈善捐赠和筹款活动的在线化，就是其中最突出的例证。捐赠是公益慈善事业的血液。通过建设腾讯公益平台，腾讯基金会致力于促进慈善捐赠透明化、精准化和可持续化，助力公益慈善事业持续造血。

全球视野，本土实践

腾讯是一家立足中国实际、追求全球领先的互联网科技企业。同样地，腾讯基金会也以“放眼全球、躬耕本土”作为对自身的要求。这种姿态也体现在腾讯基金会在众多领域的表现。

在基础科学研究领域，腾讯基金会于 2018 年底出资支持设立“科学探索奖”，通过奖励基础科学和前沿技术领域的优秀青年科研工作者，为中国乃至世界培育传承科技创新的火种。

2020 年初，新冠疫情在全球范围爆发，给人类社会带来沉重冲击。腾讯基金会在宣布设立 15 亿元战疫基金助力国内战疫后，时隔一月后再度宣布设立 1 亿美元的全球战疫基金，通过物资支援、开源代码、科研资助等方式，共同守卫人类生命和健康。

在基础教育领域，腾讯基金会与深圳市福田区政府合作培育的明德实验学校不仅在国内首开义务教育阶段学校探索“公立非公办”的先河，而且在互联网助力基础教育创新方面与国际同行对话。

此外，腾讯基金会捐赠支持的很多公益慈善项目，在社会影响、项目产出和模式探索等维度都具有超越本土的价值，覆盖教育、基础科研和养老服务等可持续发展议题。

在养老服务领域，腾讯基金会捐赠资金和技术力量，支持深圳市养老护理院开展公立养老机构市场化和社会化改革，进行“智慧养老”创新，为全球性养老问题探索来自中国的创新智慧。

搭建平台，让“人人公益”蔚然成风

2008 年汶川大地震后，社会各界捐赠热情高涨。腾讯联合壹基金等公益组织依托腾讯网、QQ 等平台及时开通网络捐赠通道，创纪录地在短期内筹集超过 2000 万元用户捐款。这也是腾讯公益网络捐赠平台的前身。

的背景下，腾讯公益平台全年筹款达到 38.49 亿元，比 2019 年增长 37.3%；捐款人次达到 1.18 亿，比 2019 年增长 20%。互联网慈善与全社会的互爱互助精神形成了良好协同。

伴随救灾和灾后重建工作进行，中国慈善事业也步入新的阶段，各类公益性社会组织数量逐步增加，全民慈善氛围逐渐形成。腾讯基金会也将支持行业发展和倡导捐赠文化作为重要方向，并将腾讯公益平台作为关键路径。

发展十余年至今，以“做人人公益创连者”为使命的腾讯公益平台已成为国内筹款数量最大、支持公益项目最多、品牌影响力最大的互联网公开募捐信息平台之一。

截至 2020 年 12 月 31 日，腾讯公益平台累计支持国内超 95000 个公益慈善项目进行公开募捐，累计筹款总额超过 115.5 亿元人民币，在民政部认定的二十家同类平台中排名第一。2020 年，在战疫、扶贫和抗洪等重大公共事件

**你好，有爱的你
今天你想帮助谁？**

困境老人 20元送出1次温暖包	困境患者 20元送出1份爱心
河狸家族 5元送出1份生存希望	乡村孩子 30元送出1天夏令营

运动捐步

一对一

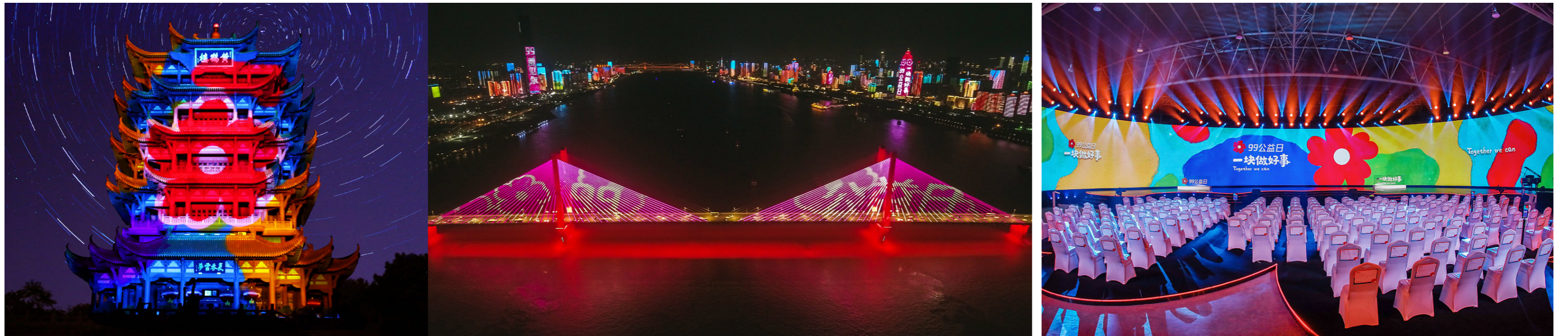
项目分类

个人中心

帮乡村学校解决难题
乡村学校一校一梦想

玩具为留守儿童加快乐
温暖陪伴小爱快乐包

与大家一起
送TA阅读



2020年9月3日晚，代表着腾讯“99公益日”的爱心小红花在武汉黄鹤楼、长江大桥以及两江四岸多个标志性建筑上绽放。

完善机制，为“理性公益”培育土壤

捐款规模并非腾讯公益平台的唯一目标。理性健康的捐赠文化才是人人公益的土壤。腾讯公益致力于在项目议题、捐赠主体、频率和场景等不同维度开拓和创新。

比如，在议题选择上，腾讯公益平台开放欢迎各类合法合规的公益慈善项目入驻，不仅持续支持救灾、扶贫和济困等传统项目，还积极引导公众关注环保、教育和文化等发展类项目；在捐赠主体上，平台依托微信社交生态打造“一起捐”产品逻辑，鼓励捐赠从个人行为扩大为社群参与；捐赠方式上，平台联动微信、QQ、腾讯新闻等产品开创“行为公益”先河，鼓励捐步数、时长和积分等“虚拟财富”，丰富公益慈善内涵；在捐赠频率上，平台为用户提供了“乐捐”（单次捐）、“月捐”和“一对一捐”等选择，培养长期捐赠习惯。

此外，平台还联动腾讯新闻、腾讯广告和腾讯

看点等团队，为公益慈善组织开展捐赠动员提供助力。比如，腾讯基金会、腾讯广告和腾讯用户研究与体验设计部联合举办“我是创益人”大赛，通过打造标杆等助力公益行业提升数字传播意识和能力。

公信力是公益慈善的生命线，透明度是通向公信力的第一道桥梁。除助力筹款外，腾讯公益还将提升透明度作为重要目标。从2018年起，平台从产品设计、运营规则和品牌传播等不同维度倡导“理性公益”和“透明公益”等理念。比如在产品层面，平台持续迭代标准化财报披露和项目进展通报工具，帮助公益组织做好慈善信息公开；在规则层面，平台与各方共建的“99公益日”规则中专设“自律和监督”章节，委托第三方对项目进行抽样审计和评估；在传播层面，平台联动公益伙伴共同发起“自律公约”，郑重承诺拒绝“套捐”“刷捐”等不正当筹款活动，并邀请公众和媒体监督。

99公益日：打造“一块做好事”风尚

现代社会需要的公益不仅是“做好事”，而应是“一块做好事”。广泛持续的公众参与、多元主体的跨界合作、稳定协调的价值共识是现代慈善文化的社会基础。

自2015年起，在每年9月7日至9日的三天，腾讯基金会和国家民政部、中央网信办的指导下，联合国内数百家公募基金会、万余家公益慈善机构及学术机构、媒体和名人等发起全民公益行动节日“99公益日”，动员个人、家庭、社区和企业等各类主体“一块做好事”。

目前“99公益日”已成为国内规模最大的公益节日之一。以2020年第六届“99公益日”为例，三天时间（9月7日-9日）共有5780万人次网友在腾讯公益平台参与捐赠，总额达23.2亿元，加上915家企业配捐的3.24亿元和腾讯基金会配捐的3.9999亿元，捐赠总额达到创纪录的30.44亿元。

经过六年积累，“99公益日”影响触达不同圈层，场景覆盖线上线下。腾讯基金会所倡导的人人公益、理性公益和透明公益等理念，也伴随着“小红花”的IP形象和“一块做好事”的标志性口号，从短短三天扩散到全年不同时段。

以2020年为例，在腾讯公益平台开通月捐的用户稳定增加，平均捐赠额为单次捐赠用户的四倍；2020年“99公益日”三天，非配捐时段筹款额较2019年同期增长46.8%，捐款人数增加88.9%。这意味着用户参与慈善捐赠的驱动更加自发自觉。

2021年1月，腾讯基金会对外承诺未来“99公益日”将从三天延伸到全年，还将升级月捐产品，加大对月捐的支持力度。从“九九公益”到“久久公益”，不仅是腾讯公益平台自身的战略，也是公益慈善事业健康和持续发展的大势所趋。



2020 年的“科技战疫”为公益慈善事业打开了未来视野。在腾讯内部，运用数字科技能力创新解决社会问题的尝试从“灵光乍现”升级为“星火燎原”。为了让这种爆发式的热情转化为持续性的机制，腾讯基金会联合腾讯多部门自 2020 年开始加速推动数字科技与公益慈善的融合。

探索模式创新，激活技术“善能”

科技与公益的融合，最生动地体现在公益慈善的模式创新。科技战疫取得的成果说明，数字科技已经弥散在各行各业，公益慈善也不例外；数字科技本身，以及专业的科技志愿者，已经成为一种新型慈善资源。

为了促进这种专业慈善资源与社会需求更好地对接，腾讯基金会在 2020 年宣布启动“科技公益计划”，并在当年 12 月推出第一批 20 多个腾讯内部自发涌现的“科技公益”案例，涵盖多元的公益慈善议题。

比如，在生态保护领域，运用知识图谱技术开发云上识豹小程序，将公众科普和公益倡导结合，助力雪豹保护。

在养老服务方面，运用 AI 影像识别等技术打造“摔倒智能报警系统”，帮助养老院解决保护老人行动安全的痛点。

在数字无障碍方面，腾讯运用 AI 音频降噪技术对人工耳蜗进行升级，有效改善听障人群的听力体验。

在文物保护方面，联合中国大百科全书出版社推出“穿越时空的大运河”小程序，通过数字技术再现大运河古今风貌，让世界遗产重焕生机等等。

2020 年 12 月 30 日，由腾讯基金会、企鹅伴成长、腾讯优图和腾讯云等联合主办的 Light·公益创新挑战赛开启报名通道。本次大赛以“AI，让美好现在发生”为主题，设置未成年人网络保护、适老化无障碍设计和野生动植物保护三个赛道，鼓励开发者将专业能力注入公益行动。

通过对“科技公益”的推动，腾讯基金会希望进一步凝聚包括腾讯员工在内的科技从业者的智慧和热情，用专业能力助力社会问题的解决。目前，面向腾讯员工的科技志愿者平台也在开发中。



腾讯发布
《AI 降噪技术助力听障改善白皮书》
可扫码下载



腾讯技术公益平台上线

助力公益行业，以“数”提“质”

2020 年，腾讯公益平台上单个机构管理捐赠用户平均数超过 1 万，部分机构用户规模甚至达到 400 万。这对公益组织的数字化基础设施建设、工具和资源储备能力提出进一步挑战。

2021 年 1 月，腾讯基金会面向公益行业宣布，未来腾讯公益平台将开放更多数字化能力，为公益组织提供更丰富的数字化解决方案，比如可视化的用户数据仪表盘、全链路的数据报表、智能化的筹款策略建议等。同时，腾讯基金会计划成立技术发展基金对公益数字化进行扶持。

除平台服务升级外，腾讯基金会还通过举办业务培训、组织交流活动、推荐优秀案例等方式，

支持公益行业能力建设。例如，2020 年 12 月，腾讯公益携手腾讯培训开办以“科技 + 公益”为特色的“T+ 研习营”。在行业交流层面，腾讯基金会、南都基金会和陈一丹基金会联合发起的中国互联网公益峰会连续多年聚焦“科技公益”和“公益数字化”话题。

除了数字技术对社会议题的主动介入，“科技公益”浪潮的另一动力来自公益慈善行业对数字化的积极适应。特别在产业互联网时代，公益慈善组织唯有从发展理念、机构形态和服务能力等方面全面数字化，才能与各行各业保持对话，进而发挥社会价值引领的独特作用。这也将是腾讯基金会持续发力的领域。

HIGHLIGHT

过去一年，对腾讯基金会来说，是忙碌而充实的一年。从1月24日除夕夜开始至今，腾讯基金会在抗疫的“战场”上不舍投入全程助力，展现了一家互联网科技企业公益基金会的责任与担当。

腾讯基金会宣布捐赠3亿元人民币用于采购紧缺物资，解疫情前线燃眉之急。短短半个月，腾讯联合全球伙伴采购335万个口罩、12.51万套防护服，以及大批防护手套、护目镜、消毒液、呼吸机等防疫物资，送至湖北抗疫前线。此外，腾讯还先后捐赠六台搭载腾讯觅影AI影像技术的CT检查舱，助力湖北武汉日海方舱医院、武汉协和医院和荆州市洪湖人民医院提高筛查诊断效率。

腾讯基金会宣布再次追加10亿元，设立总额为15亿元人民币的国内战疫基金，包含物资支援、技术支持、人员关怀、科研支持在内，着眼抗击疫情和防患未来疫情的一揽子计划。此后腾讯基金会抗疫相关的捐款均从战疫基金中拨付。

腾讯基金会向北京师范大学心理学部和中国科学院心理研究所分别捐赠300万元，用于医护人员心理干预工作，为一线医护人员、患者及其家属提供心理支援以及民众心理健康科普及教育提供帮助。

腾讯基金会向中国工程院捐赠3000万元人民币，用于实施“抗击疫情一线医务人员医学关怀与职业发展提升计划”。在湖北抗疫前线奋战的一线医学工作者，是此项计划的主要受益者。

全国妇联、腾讯基金会启动资金规模3000万元的“抗疫巾帼英雄慰问行动”，慰问在抗疫中做出贡献的女性先进典型：牺牲在抗疫一线的全国三八红旗手和巾帼英雄的家属将获得50万元慰问金，“抗疫巾帼英雄谱”的先进典型将获得5万元慰问金，抗疫一线的全国三八红旗手将获得2万元慰问金。

腾讯基金会捐赠近1亿元，联合中华社会救助基金会、中国扶贫基金会、中国妇女发展基金会、中国儿童少年基金会等十余家慈善组织发起“春暖行动”，定向帮扶受疫情影响的刚脱贫地区和革命老区困难群体。



腾讯基金会设立2亿元战疫资金池，开放技术资源与研发能力，联合生态伙伴做公益。这笔资金为服务商和开发者提供资金和资源支持，帮助他们快速开发疫情服务小程序。项目发布后1000多家开发机构报名。

腾讯基金会宣布从战疫基金中支出3亿元，用于致敬和慰问为抗击疫情做出贡献的群体，包括湖北本地及外地驰援湖北的医护、环卫、民政和社区工作者、一线志愿者等；支出2亿元，用于救助感染新冠肺炎导致经济困难的患者及其家人。

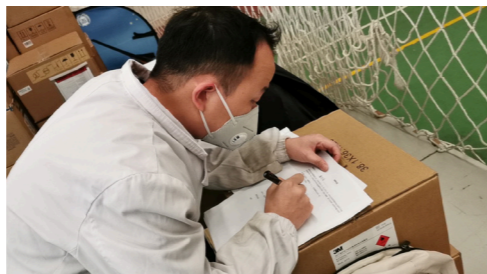
民政部与腾讯基金会启动联合行动，为全国抗疫工作志愿者、社区工作者、社会工作者以及湖北省养老机构的工作人员提供关爱保障。其中，重症、危重症新冠肺炎感染者可优先获得5万元的保障金，身故者家属将获得25万元保障金。

中国工程院与腾讯基金会在武汉启动“中国感染新冠肺炎医务人员康复关怀行动”。这项计划的核心是搭建“中国新冠肺炎感染医务人员康复管理平台”，为被感染医务人员提供更加全面的康复治疗和健康管理服务。

腾讯基金会宣布向湖北省慈善总会捐赠5000万元，支持湖北省实施“五社联动”社会工作服务项目，发挥社区、社会工作者、社区社会组织、社区志愿者和社区公益慈善资源联动作用，增强常态化疫情下的基层社会治理，提高居民生活品质。



2020年1月30日晚间，腾讯联合复星集团采购到的约4.5万套防护服包机运抵武汉。



2020年2月3日中午，腾讯采购到的30吨酒精从成都连夜运抵武汉。



2020年2月19日，湖北孝感汉川市回龙镇的医护人员在腾讯捐赠的防护服上写下“武汉加油，腾讯加油”。



2020年3月，腾讯公益平台推出“战疫接龙”公益活动，发动爱心网友为疫情下的湖北在线手写送“祝福”。

向下扎根 向上升级 普惠发展 正道经营

助力减贫兴农 为乡村激活内生动力

腾讯起步于1998年，正值中国扶贫开发事业攻坚阶段。从创业开始，腾讯在社会责任领域的投入就与乡村密切相关。

成立二十余年来，助力减贫兴农始终是腾讯社会责任战略中的核心议题，并且伴随着企业发展而不断升级。在移动互联网时代，腾讯致力于连接乡村与城市，为社会力量助力脱贫攻坚做好数字化助手；在产业互联网时代，腾讯致力于连接乡村与科技，为新时代下实现乡村振兴提供“科技新动能”。

过去一年里，中国的脱贫攻坚目标如期实现。腾讯也为之积极贡献资金、技术和传播等力量，在投入力度、覆盖规模和创新探索等方面都努力贡献，腾讯公益、腾讯为村、微信小程序、腾讯微视、腾讯新闻等是其中代表。

展望未来，在全面推进乡村振兴的历史进程中，腾讯还将继续深挖数字化能力，为巩固脱贫攻坚成果和推动城乡均衡发展探索思路、提供助力。



互联网通讯和社交是腾讯最悠久、最核心和最基础的业务之一，也是腾讯助力脱贫攻坚展示出的最大特色之一。从早期向乡村小学捐赠电脑，到建立腾讯公益平台扶持乡村公益组织发展，再到探索基层乡村数字治理方案“腾讯为村”，腾讯的连接所长有效帮助乡村实现内外信息流动，为脱贫创富打下基础。

向外连接，推动“人人扶贫”

2002年，还是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探索。

2007年，腾讯公益慈善基金会成立。这是腾讯扶贫工作的第一轮蜕变：从组织为贫困山区捐钱捐物的员工志愿行动，进化为更加组织化、多样化和持续性的扶贫行动。

截至2020年12月31日，腾讯基金会累计接受腾讯捐赠63.75亿元，捐赠支出46.23亿元。其中，针对乡村减贫发展的慈善资助自基金会成立以来就持续开展，涵盖立体救灾、精准扶贫、教育和文化扶贫、健康扶贫、生态扶贫、乡村治理等六大领域。

在帮扶乡村的过程中，腾讯基金会坚持以人的发展为本，如持续多年帮扶“三区三州”等深度贫困地区乡村孤儿、自闭儿、脑瘫儿等弱势儿童；在乡村教育领域的投入也更加具有系统性思考，比如累计为云南、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等。

腾讯基金会发起的“筑梦新乡村”计划也是这种人本理念的体现。2009年到2014年，腾讯基金会通过该计划在云贵两县一州（贵州黎平县、雷山县和云南迪庆州）投入不少于5000万元，探索结合互联网平台的能力，推动西部地区乡村的教育、文化和产业发展。

这种“以人为本”的减贫助农理念突出体现于依托腾讯公益平台的网络慈善扶贫模式。自2008年成立以来，腾讯公益平台致力于为公益组织筹款和社会捐赠提供数字化解决方案，积极推动公益组织、责任企业、爱心用户与乡村需求的连接，在资源扶持上加大对乡村公益筹款项目的倾斜。2018年到2020年连续三年“99公益日”，腾讯公益平台与全国数百家公募基金会密切合作，动员广大社会力量通过互联网慈善生态为乡村减贫和发展出钱出力。

截至2020年12月底，腾讯公益平台累计支持1万余家公益慈善组织的超过9万个公益项目开展网络募捐。据粗略统计，腾讯公益平台上超过80%项目与三农领域有关。



腾讯为村 - 探索基层乡村数字治理方案

向内连接，激发内生动力

北京大学社会学教授邱泽奇指出，乡村发展的痛点可归结为“连通性”问题，摆脱“失连”困境是解决问题的关键。腾讯作为一家互联网企业，致力于以自身的科技能力与平台效应实现乡村地区人与人、人与信息、人与服务、人与财富的有效“连接”。

2015年，腾讯将“筑梦新乡村”升级为“腾讯为村”，通过搭建平台为村庄提供各类互联网技术和产品，有效助力基层党建、村务管理和人才回流等，实现乡村内外各个层面的智慧“连接”。

在基层治理方面，腾讯为村平台通过增进乡村治理者和村民相互交流和理解，提升村庄的凝聚力。例如，在江西省寻乌县，腾讯为村开展互联网能力培训，帮助全县超过1400位村两委干部和超过1700位基层党员在线亮承诺晒工作，推动村务信息透明化，进而提升村民认可度。在内蒙古乌兰察布市小河村，扶贫干部闫智慧将帮扶村民春耕播种、雨季修房等琐事记录至为村平台相关话题日记中，村民们看在眼里、感恩于心，增强村内共进凝聚力。

截至2020年12月31日，腾讯为村认证村民超过252万，认证党员超过18万，其中有近3万名村支书（党总支或社区书记）和村主任（居委会主任）使用为村平台开展日常工作。在腾讯为村“基层党员的一天”系列话题打卡活动中，累计近35.7万篇日记，超4180.5万阅读量。

打通信息后，村务工作中很多难题得以解决。比如，2020年四川多地虫灾肆虐时，凉山彝族自治州酒房村村支书通过为村平台了解到虫害情况，实地考察后又通过平台集思广益，有效协同村民除治虫患。又如，腾讯为村通过开设“村友圈”等板块，营造亲切的乡村社交生态圈，构建线上村庄场景；通过开设“议事厅”板块，让外出务工的村民也能参与村庄公共事务，实现“人离心不离”，为吸引人员回流打下信息和情感基础。

截至2021年2月4日，全国已有30个省（自治区、直辖市）。891个县（区）、2588个乡镇中的16285个村庄（社区）加入腾讯为村平台，注册认证村民超过253万人。

打开乡村 让价值释放 2

从消费互联网到产业互联网，腾讯的扶贫助农工作也随企业战略升级。依托移动支付、小程序、云计算、人工智能等数字技术，通过腾讯公益、腾讯为村、腾讯新闻、腾讯微视、腾讯游戏等网络平台，从慈善扶贫到消费和产业扶贫，从助力物质生活改善到助力乡村治理和文化教育水平提升。

激发乡村产品销售力

2019年，微信支付在乡村地区进一步普及，微信支付、朋友圈、公众号、小程序和订阅号等数字化工具和服务，让乡村和城市实现更高效、更便捷、更精准的连接，生产、运输和销售等环节被高效打通，为农村电商打下数字化基础。

同时，腾讯依托腾讯新闻、腾讯微视、游戏等平台，联动各自生态内的技术开发者、内容创作者和社群运营者，通过图文、短视频、直播等创意内容，辅以流量资源的投入，让乡村特色产品和资源更容易被看见。

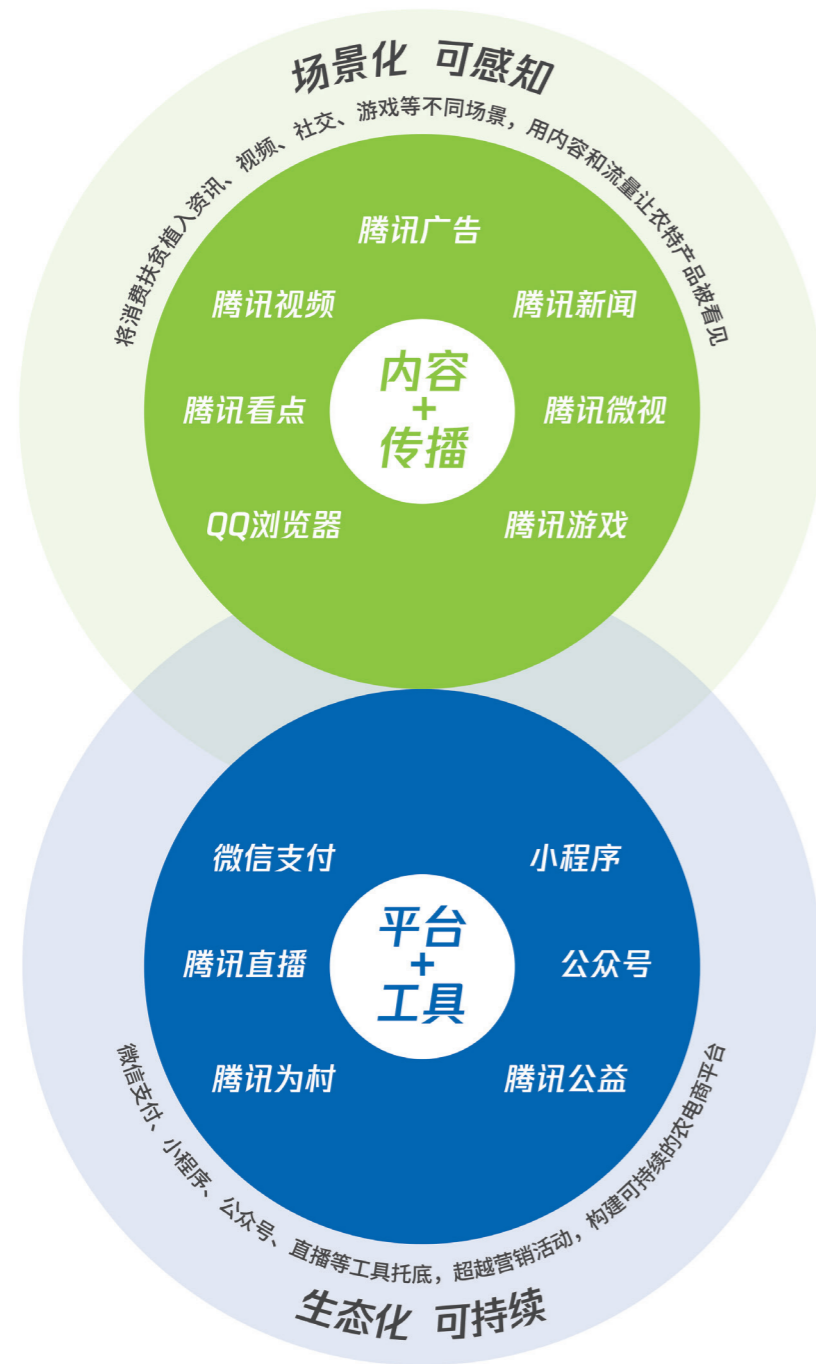
近年来，腾讯微视推出以县长带货为主题的“微视三农电商”，联合地方政府部门、农企和媒体等共同策划举办短视频和直播扶贫活动，助销农产品。2020年1月年货节期间，腾讯微视联动全国16个省市参与电商节庆活动，收录超30种地方特产，活动话题视频累计播放量1.6亿，推广不到一周，农产品成交总额就突破百万元。

2020年春节前夕，腾讯公益平台联合多家慈善组织探索“以购代捐，以买促捐”的消费扶贫

模式，推出“爱心回礼”功能。慈善组织可以在网络平台上开设店铺，然后配置捐赠回礼，连接到腾讯公益开放平台，捐赠人以购买产品的方式为贫困地区增收。这种“爱心回礼”的消费扶贫实践，以公益捐赠号召社会消费力量，以特产回礼使贫困人民受捐更有尊严，以做公益的方式有效促进农产品销售。

2020年4月，为帮助新冠疫情重灾区湖北省恢复农产外销，腾讯新闻联合多个组织发起“吃援湖北·食力战疫”项目。多位湖北基层干部带头，利用腾讯直播工具和腾讯新闻平台为贫困县区农特产品带货，订单量突破59600件，带动网友和爱心企业参与消费扶贫总金额超过345万元。

2020年8月，国务院国资委和腾讯微信合作上线“央企消费扶贫”小程序，上架4000余款来自贫困县的农产品，拟开展扶贫助农主题直播“带货”，并与央企电商联盟达成深度合作，助力消费扶贫。消费扶贫领域，腾讯已经逐步形成独特的生态体系，用“连接”的工具撬动更多动能，助力场景化、可感知、可持续的农电商平台建设。



创新扶贫 声光同行。彭水扶贫专场直播



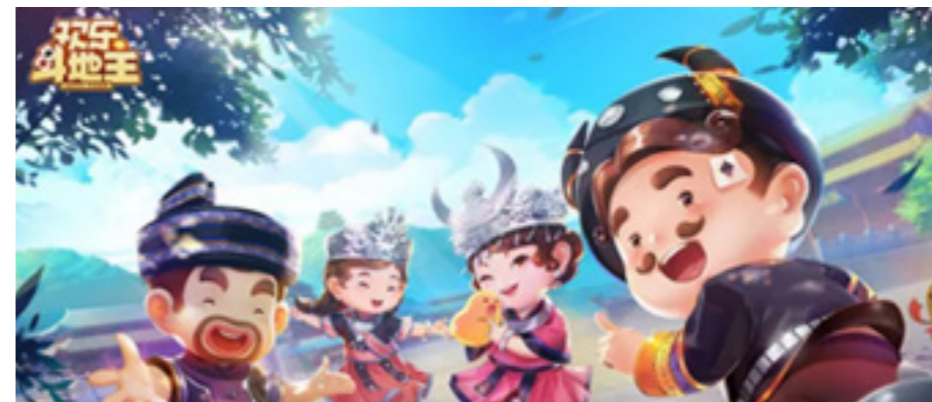
吃援湖北 食力战疫



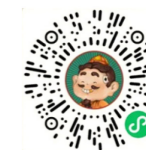
央企消费扶贫小程序



“山海九黎，文创新光”设计大赛



《欢乐斗地主》上线全新地域文化内容 彭水苗乡版本



扫码云游茶馆

提升乡村文化影响力

除传统的电商直播带货形式，腾讯充分挖掘乡村文化资源禀赋，借助游戏平台扩大贫困地区文化影响力，首创“游戏+文旅+电商”扶贫模式：依托游戏 IP 打造联名非遗文创、农产品，以文促旅、以旅助产、以产扶农，推动传统农业发展方式转型升级，实现数字经济新业态的“立异扶贫”。

重庆市彭水县近 70% 的 GDP 来自旅游业，腾讯紧抓龙头扶贫，将彭水地域风貌植入《和平精英》、腾讯棋牌游戏场景，帮助彭水进行每天上亿次“云游式”体验宣传；在彭水县景区

内打造实景“彭水苗乡欢乐茶馆”，吸引玩家线下打卡；主办“山海九黎，文创新光”设计大赛，助力彭水文旅品牌升级。

基于游戏平台对彭水文化的宣传效应，2020 年 5 月 8 日，腾讯联合相关部门推出“创新扶贫 声光同行”彭水扶贫专场直播，吸引超 5,000 万人观看，销售额达相应产品过去一年在主流电商平台销量的 3 倍；直播结束后，借助游戏导流，依然有每小时 20 余万人进入直播店铺“京东彭水扶贫馆”，店铺上线首周访客突破 800 万。



龙布日出集装箱民宿

探索乡村自我造血力

确保脱贫不返贫，实现脱贫攻坚与乡村全面振兴的顺利衔接，是当前的重要任务。腾讯总结多年扶贫经验，树立“资源意识”，为乡村发展因地制宜设计方案，实现长效脱贫。

2020年5月，广东省第二扶贫协作工作组组织深圳企业结对帮扶广西47个国家挂牌督战贫困村。腾讯专门成立扶贫专项工作组，主动承担其中扶贫难度最大的都安瑶族自治县大崇村的结对帮扶工作。

大崇村隶属于广西壮族自治区河池市都安瑶族自治县，地处云贵高原向广西盆地过渡的斜坡上，是典型的喀斯特地貌，多山多灾害，缺水缺资源，人均耕地不足0.5亩。由于交通极度不便、信息十分闭塞，截至2019年年底，全村剩余贫困人口仍有98户590人，贫困发生率达35.22%。

除了捐资500万元援建部分基础设施外，腾讯以“资源意识”深度挖掘大崇村发展潜力，立

足当地、因地制宜，为其产业发展、文旅品牌塑造和推广、消费扶贫、乡村治理等方面展开系统帮扶，探索乡村发展的“大崇村”方案。

腾讯在广西省大崇村捐资建设特色集装箱民宿“龙布日出”，推动大崇村种植养殖专业合作社建设食品加工厂，以“前店后厂”运营模式与公司活动深度结合，以“龙布日出”品牌对当地特色农产品进行整合包装，并帮助大崇村注册了“龙布日出”微信公众号助其进行产品销售与民俗宣传。

为确保项目可持续、长期化运营，腾讯还帮助村民进行后续人才培养、设计股权结构，激发村民内生动力，促成其自运营与造血。

腾讯以“公益+旅游+文创”相结合的方式，探索出具有腾讯经验的扶贫新模式，为其他乡村地区发展打造样板。2020年，十一期间“龙布日出”客栈首次试运营即赢得客人广泛好评，一个国庆假期为村民增收2万元。

长效脱贫不仅仅是简单的资金捐助，乡村腾飞也不能依靠碎片式的扶持发展。2020年，我国乡村发展事业进入新阶段。腾讯坚持“资源意识”，深度挖掘“单点”乡村资源，为乡村发展提供样本方案，以点带面；布局数字乡村建设，探索乡村发展共性根基——农业的智慧发展，以面促点，让乡村未来到来。

农业是支撑国民经济建设与发展的基础产业。乡村振兴战略二十字方针中，“产业兴旺”放在首位，这是在打赢脱贫攻坚战后、确保深度贫困乡村不再返贫的关键。腾讯立足自身科技优势，发展智慧农业、以数字科技创新推动乡村长远发展，积极布局乡村发展“新基建”。

2018年12月，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；2019年4月，腾讯与中粮集团达成智慧农业及扶贫等领域的战略合作，将中粮在产业、资本、管理等方面优势与腾讯大数据、云计算、人工智能等技术相融合，共同探索智慧农业新发展。

2020年3月，腾讯与中国农牧产业最大的综合性企业集团、中国最大的民营农牧食品企业——新希望集团成立合资公司，发起在农业互联网、智慧城乡等领域的合作。

2020年5月，腾讯宣布未来五年将持续投入，用于云计算、人工智能、区块链、服务器、5G网络等“新基建”项目进一步布局，携手政府部门、科研院所、企业、公益机构和用户将共

筑“数字生态共同体”；与扶贫助农和乡村振兴密切相关的农业、公益、教育等都是腾讯此轮布局的重要领域。

未来，腾讯仍将不断探索乡村焕发升级的新方案，云上助力，数字建设，探索乡村与科技碰撞的可能，推动城乡均衡发展。

政策建言

2020年全国“两会”期间，全国人大代表马化腾提交《关于在“后脱贫时期”加强乡村振兴的建议》，建议大力提升农村数字化生产力，加快弥合城乡数字鸿沟，推动农业高质量发展和乡村全面振兴，让广大农民共享数字经济发展红利。

2021年全国“两会”期间，马化腾提交《关于积极利用数字科技促进乡村振兴、推动共享发展的建议》，建议聚焦乡村振兴的三个主攻方向，即“农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足”。

倡行数字包容 让科技服务每一个人

根据中国互联网络信息中心 2021 年 2 月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2020 年 12 月，我国网民规模达 9.89 亿人，互联网普及率达 70.4%。由此可见，经过近三十年快速发展和普及，数字化早已扬弃年轻、潮酷或高知等标签，渗透在几乎每个普通人的生活场景。

作为全球服务用户数量最多的互联网企业之一，腾讯始终将为用户创造价值作为立身之本。数字包容，是腾讯“用户为本”的题中之义，体现在技术研发、产品设计、服务到达、影响实现的全过程中。

近年来，腾讯通过探索产品标准、打造案例标杆、设置激励机制等方式，在产品设计中推动“无障碍设计”“为所有人设计”等数字包容理念，让贫困人群、老年人、身体障碍和读写困难等各类人群都能受益于数字化，尽可能填补“数字鸿沟”。

回溯互联网诞生之初，互联互通共建共享是其本质特性；展望数字时代的未来，每个人都不应被排斥在外。随着数字包容成为政府、社会和科技行业等各方的关注焦点，腾讯将继续坚定推动和升级相关工作。



“后疫情时代”之下，数字科技的价值愈加凸显。疫情加速了科技与生产生活的融合，不仅是一线城市可以享受到便利的数字化服务，数字服务还加速下沉到三四线城市乃至县域经济的“毛细血管”中。腾讯充分发挥自身“连接器”的作用，不断扩展连接深度和广度，确保更多用户能够共享数字经济发展红利。

助力数字经济县域发展

数字经济在加速经济发展、培育新市场、实现包容性增长和可持续发展方面发挥重要作用。2020 年 10 月 17 日，微信与中国人民大学信息学院联合发布的《2020 微信县域乡村数字经济报告》让更多人看到，数字化不只属于大城市，同时也在深刻影响县域及乡村的居民生活，帮助县域及乡村实现商业增长和脱贫致富。

目前，微信支付已逐步覆盖县域乡村，作为首选支付方式的使用比例在县乡用户中高于城市用户。数字化支付持续下沉，帮助县乡实现金融普惠。通过微信进行生活缴费、预约挂号、医疗缴费、交通出行、获取信息和网络购物等，县乡用户也能享受到更便利和精彩的数字化生活。

不仅如此，微信还在政府与民生事务、个人与公共服务之间建起新的桥梁，让县域及乡村甚至更偏远地区的用户也能享受到“掌上办理”社保查询、公积金查询、税务服务等便利，提高了基层服务效率，降低了居民的办事成本。数据显示，2020 年微信政务小程序总量已超过

6 万个；政务小程序累计服务人次近 360 亿次，较 2019 年同期增长超过 5 倍。浙江、海南、吉林等省份的县域及乡村用户使用微信支付进行政务缴费的比例最高，政务服务的数字化水平已经不完全与经济发达水平挂钩，内陆省份也能实现弯道超车。

微信还为贫困地区连接起更大的市场。数据显示，2020 年扶贫助农相关的微信公众号达到近 2 万个，同比增幅 28%；2020 年扶贫助农小程序达到 2600 多个，增幅达 50%。近两年，微信支付在县域及乡村的小店数量累计增长 65%，微信支付在县域及乡村日均交易笔数累计增长 91%。

2020 年 1-8 月，“三区三州”的微信支付小商家数量比 2019 年同期增长 91%。疫情下的 2020 年 4 月，“三区三州”微信支付交易笔数超过历史最高值，先于全国实现商业复苏。借助微信的数字化助力，中国县域及乡村的基础商业展现出强大的内循环动能和自愈复苏能力，得以快速摆脱新冠肺炎疫情带来的不利影响。

* (西藏自治区和青海、四川、甘肃、云南四省藏区及南疆的和田地区、阿克苏地区、喀什地区、克孜勒苏柯尔克孜自治州四地区；“三州”是指四川凉山州、云南怒江州、甘肃临夏州。)

推动优质教育城乡普惠

当前，我国的教育质量和公平已经取得显著成果，“有学上”不再成为难题，但“上好学”的需求却日趋强烈。如何利用信息化手段，让优质教育资源流动起来？如何借助互联网工具和模式，帮助本地老师更快速的成长？新形势下的教育普惠，仍然大有可为。

教育科技一直都是腾讯重点探索的方向。2015年，腾讯便规划上线“腾讯智慧校园”，发挥互联网产品“低门槛、低投入”的特点，使偏远地区的老师、学生、家长能够享受到相对优质的教育资源。不到五年，“腾讯智慧校园”已服务全国十余万所学校，不仅帮助全国50余个国家级贫困县使用上最前沿的信息化产品，还同时服务北上广深等一线城市的高水平学校，努力让每个孩子都能享有公平而有质量的教育。

2019年5月，腾讯正式发布腾讯教育版图，用科技的力量，以连接、内容、社会责任为起点，进一步助力教育的公平化、个性化和智慧化发展。腾讯教育基于统一的数字资源接入标准，汇聚联通国家教育资源公共服务平台、各地市优质资源、校本资源、出版社资源等，为各地学校构建优质普惠的教育资源服务，促进优质教育资源跨区域流动。

例如，在线教育可以打破时空限制，让偏远地区的孩子享受到一线师资和课程。疫情期间，数百万老师通过腾讯课堂、腾讯智慧校园、企业微信等产品快速开课；腾讯企鹅辅导联合中科院、北师大等知名院校老师，面向全国送出超100万节公益课，让乡村里的孩子们也能参与一线城市名校名师的课程。除了大力推动教育行业智慧化发展外，腾讯还通过开展各类教

育公益项目，助力乡村实现教育普惠。2021年1月1日，微信支付与腾讯公益慈善基金会共同发起“知识星光”公益计划，全民集星光为乡村小学的孩子捐赠星光图书角。“知识星光”公益计划还邀请专家为不同年龄的孩子们挑选各类具有知识性、趣味性、科学性、艺术性的优质图书，助力乡村老师开展阅读培训，指导培养孩子们的阅读习惯。

教育资源不均衡是全球难题。联合国2030年可持续发展目标之一就是确保包容和公平的优质教育，让全民终身享有学习机会。腾讯也将加速推进教育新基建，提供更多丰富、好用的互联网教育、学习工具，帮助更好更快地解决城乡教育不均衡问题，让所有孩子享受到公平、包容的学习机会。



“知识星光”公益计划

关爱银发群体 更好融入数字化生活 2

根据民政部预测，“十四五”期间中国老年人口将突破3亿，迈入中度老龄化社会，升级养老服务提上国家政策议程。同时，随着数字技术在日常生活中深度普及，老年人面临的“数字鸿沟”问题日益凸显。如何让数字科技为老年人造福而非添堵，腾讯正在积极探索解决之道。

探索“智慧养老”服务模式

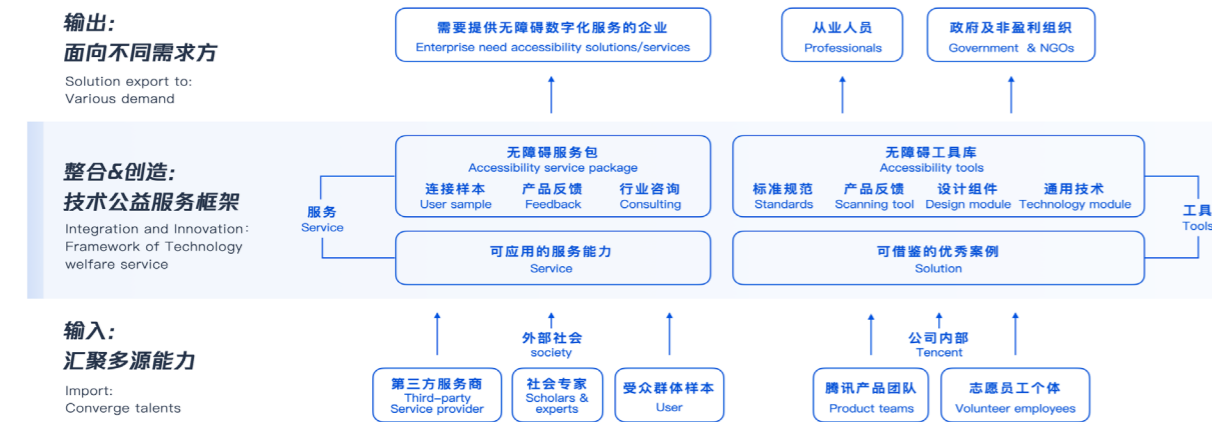
2020年10月，民政部领导在介绍“十四五”养老服务规划编制情况时指出，“5到10年后，全国第一代独生子女父母将进入中高龄，我们将迎来一波养老照护的浪潮，养老服务将接受更大的挑战和考验。”其中，紧跟互联网、大数据、物联网等技术的快速发展和普及，智慧养老已然成为了老龄产业发展的重要途径。腾讯希望通过数字化技术手段突破居家养老、社区和机构养老中的困难和瓶颈，协调平衡需求和愿望，缓和养老产业供给矛盾，努力解决社会养老问题，为建设文明和谐社会作出积极贡献。

2018年初，腾讯捐赠3000万元帮助深圳市养护院，协助其进行机构改革，并在之后的两年内不断推动人力跟进、社区参与，积极探索未来养老事业的创新发展。

深圳市养护院通过引进腾讯智慧养老项目，简化管理流程，提高工作效率，依托云计算、物联网、人工智能技术提供医养结合的智慧化养老解决方案。腾讯长期以来坚持“数字化助手”的定位，为医疗机构合作伙伴提供数字化“工具箱”，帮助解决社会面临的老龄化问题。通

过AI技术赋能，以“技术+服务+老人”的养老服务模式，补充智慧养老产业体系重要一环，为老人的健康、生活提供更全面的守护。

腾讯调用公司多个技术团队与院方合作开展“智慧养老”的创新探索。例如，为了提高养护院的服务质量，腾讯医疗健康团队支持养护院量身打造了信息化管理系统，逐步实现及时、高效和可视化的数字化赋能，可以有效帮助护理员管理每天的工作、及时记录和反馈老人的日常情况，还能够通过数据的方式直观呈现老人健康状况的变化。又如，为保护老人安全和健康状况，腾讯即视团队运用物联网、人工智能等前沿技术免费为深圳养护院打造智能养老监护系统。通过专业的摔倒预警监护系统，提取分析视频源，实现老人摔倒识别并报警、火灾识别报警、危险区域禁入、视频浓缩等功能，对老人安全状况进行报警监护和完整记录，做到“24小时隐形护工”职能，帮助深圳养护院解决实际问题，提升养护院智能化水平。2020年，深圳市养老护理院智慧养老解决方案被评选为2020深圳治理现代化十大优秀案例；荣登国家发改委、民政部联合发布49家公办养老机构改革优秀案例榜单。



腾讯 CDC 用户研究与体验设计部适老化 / 无障碍技术公益服务框架

推动数字产品“适老化”

2020年，在常态化疫情防控下，“亮码”出行成为进入各个公共场所必不可少的关卡，但对于没有手机、手机不是智能机或者不会进行健康码操作的老年群体来说，“亮码”环节无疑如一道“数字鸿沟”，拦住了他们自由出行的去路。

腾讯注重老年群体帮扶，协助各个疫情防控平台推出身份核验健康码、离线码及老幼健康码助查服务，针对性帮助解决老年人日常出行问题。目前，腾讯健康码“适老化”相关功能已覆盖全国至少3000万老年群体。

比如，腾讯支持“粤康码”升级打造“健康防疫核验系统”，在全国率先推出刷身份证出入登记和验码服务，只需将身份证放在识别设备上2秒，电脑屏幕上显示绿码，即可在零接触的前提下快速有序通行。

此外，在使用便捷度和效率上，“亮码”也实现了特定的设计迭代升级。腾讯支持“四川天府健康通”提供“离线码”功能，出行者可下载打印“离线码”，在7天有效期内随身携带使用，省去许多“临场”的麻烦；此功能上线

两周便累积访问次数超250万，为近200万的老人、儿童提供便捷。

腾讯还推出“老幼健康码助查”服务，适用于他人凭借姓名和身份证号帮助老人和儿童查询健康状态；并且，助查人手机端不保存任何缓存数据，能够有效保障个人隐私。“北京健康宝”“深i您”等防疫平台均上线此服务。

2020年11月，国务院办公厅印发了《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》，宣布自2021年1月起正式在全国范围内启动为期一年的“互联网应用适老化及无障碍改造专项行动”。腾讯积极响应国家号召，将继续深耕科技普惠，设计适老化产品与服务，关注老年群体的数字生活，做好老年人群探索生活可能的“智慧手杖”。目前，腾讯内部正积极推行互联网产品适老化和无障碍的多团队协作项目，促成设计、研发、测试等公司级标准，创造良好的适老化和无障碍设计研发氛围。腾讯的内部标准未来也将以自助、自查、自动化工具等形式开放给社会，共同为互联网产品的适老化及无障碍改造努力。

关爱特殊需求 助力建设无障碍社会 3

科技能够延伸人的能力，同样也可以弥补我们身体的缺陷。腾讯坚持推动用技术实现“一个都不能少”和“信息无障碍”理念，不仅将QQ、QQ空间、微信、腾讯网等大部分产品针对障碍用户实现专门优化，且运用自身的科技研发与数字平台为各类特殊群体参与社会生活提供帮助，助力无障碍社会建设。

技术加持，消除视听隔阂

科技增强了人类探索世界的的能力。但一些特殊群体，被寂静与黑暗包围，无法追赶科技焕新的脚步。腾讯秉持“用户为本，科技向善”的发展理念，致力于包容性的产品设计，使特殊群体平等参与到生产生活中。

安装人工耳蜗是目前帮助听障人士恢复部分听力的唯一有效手段，但市面上大部分人工耳蜗并不能隔绝嘈杂吵闹的环境，而且会丢失很多声音的细节。天籁AI音频技术是腾讯多媒体实验室的重要成果。为帮助听障人士“听得清，听得真”，腾讯创新结合AI音频技术与

人工耳蜗，从架构上采用“手机伴侣+人工耳蜗”的联合解决方案，实现人工耳蜗的性能升级，将语音清晰度和可懂度提升40%；并发起“天籁行动”，向全行业开放腾讯天籁AI音频技术。

心目影院是专门为盲人讲电影的公益场所，主要通过语言描述弥补信息缺失。疫情期间，盲人成为被遗忘的“孤岛”，心目影院也被按下暂停键。企业微信、腾讯影业、腾讯QQ联合为心目影院开启线上观影模式，帮助全国各地的视觉障碍者都能线上“听见”电影。

志愿行动，照亮城市“边缘”

关爱特殊人群，也是腾讯志愿者协会的关注重点。腾讯Starry Color团队从2017年3月开始，与WABC（无障碍艺途）合作，开设腾讯×WABC移动课堂，带领自闭症儿童走向自然、写生创作，通过绘画疗愈。

2020年7月，腾讯发起“让爱来，让碍走”公益作品征集，并选出70位艺术家的优秀作品，策划“无处不儿童”画展，并努力将画作策划为科技文创产品，助力搭建自闭症群体与社会沟通的桥梁。

践行环保减碳 用科技能力守护家园

百年一遇的新冠疫情，不仅对经济和社会造成冲击，也引发我们对于自身与自然关系的深层思考。进入后疫情时代，碳排放、气候变化、生态多样性、环境保护等全球化的社会责任议题备受关注。

对生态自然的敬畏，对环境问题的关切，一直是腾讯的自觉。作为一家互联网科技企业，腾讯对生态责任的践行也具有“数字色彩”：

一方面，腾讯坚持绿色低碳运营，在数据中心节能技术、办公建筑的绿色化和智慧化、企业无纸化办公等方面持续优化提升；另一方面，腾讯公司以及腾讯基金会积极推动业务团队，以大数据、人工智能、小程序等技术和产品能力推动生态环保的探索和创新。

曾几何时，科技代表着人类“改造”自然的能力和欲望。今时今日，人类与自然如何共生共处、实现可持续发展，成为迫切需要解答的问题。腾讯相信“负责任的数字化”将成为其中关键的一环。

科技助力实现零碳排放 1

冰川消融、海平面上升、极端天气事件……气候变暖带来的一系列问题，正影响我们每一个人的生活。减少碳排放是应对气候变暖的办法之一，向绿色低碳转型已经成为全球行动。中国承诺 2030 年前力争碳达峰，努力争取 2060 年前实现碳中和。2021 年 1 月 12 日，腾讯宣布启动碳中和规划，积极响应中国碳中和目标，身体力行率先探索如何减少自身的碳排放，以产业助力带动社会共同践行碳中和举措，并呼吁更广泛的力量聚焦气候变化，以科技助力实现零碳排放。

低碳运营，从自身做起

数据中心是互联网基础设施中的耗能大户。PUE 即 Power Usage Effectiveness，用于评价能源效率，PUE 越接近 1 表明能效水平越好、绿色化程度越高。为降低数据中心 PUE，腾讯第四代数据中心技术 T-block 采用更高效率的制冷和供配电架构，腾讯智维助力数据中心提质增效，如重庆商业化落地项目能耗优化提升 30%、每年节省电费超百万元；天津数据中心则探索余热回收节能，余热回收试点满足 5,100 多户居民采暖需求，减排二氧化碳量达 5.24 万吨，等量为种植 286.4 万棵大树。

2020 年 7 月以来，腾讯多个容纳百万服务器的 T-block 数据中心集群依次开服。T-block 数据中心通过采用间接蒸发冷却、太阳能供电、自然冷源等节能技术，实现年平均 PUE 低于 1.25，远远领先于行业平均值；产出可再生光伏能源，单园区年均发电量超过 1200 万 kWh。在技术架构上，数据中心内采用了腾讯第四代数据中心技术架构 T-block，率先在行业内实现全产品化快速交付，大幅度节省了人力投入和工程消耗，同时，通过更高效率的制冷和供配电设计，

能源使用效率得到有效提升，以一个拥有 30 万台服务器的单园区为例，一年可节省 2.5 亿度电，相当于节省二氧化碳排放 22 万吨（参考河北省电力排放因子）。此外，腾讯数据中心在选址时还会优选可再生能源充沛的地区，如贵阳、重庆、张家口等地，积极探索风、光、水等可再生能源的应用与推广。

为维护数据中心的网络安全，腾讯每年投入安全算力能耗高达 1,449 万度电，将额外产生 14,436 吨二氧化碳排放。随着网络安全防御压力和挑战的日益剧增，未来还会产生更大能耗和碳排放。为此，腾讯通过软硬件协同研发打造“低碳安全算力”，使安全功耗的单位耗电量大幅降低，估算每年可节电 1,290 万度，等于每年减少 12,860 吨的碳排放。经过不断努力优化，腾讯的安全检测能耗仅为业界主流水平的 15%。

此外，腾讯还通过全面推广信息化和无纸化办公、总部楼宇能源智能管理等方式，探索和实践绿色低碳运营。



天美工作室群加入联合国“玩游戏，救地球”联盟

开放合作，倡导绿色理念

腾讯不仅以科技赋能公司绿色运营及数据中心低碳，还以产业助力带动各行各业共同践行低碳发展。

例如，在智慧出行方面，腾讯帮助汽车制造实现智能化低碳升级，协助城市提升交通规划、运营、调度效率，乘车码助力 1.5 亿人采用公共交通出行，“出租车助手”支持多城市在线开通电子发票。

智慧政务方面，推动政务协同平台推广落地，降低政务服务领域碳排放；智慧制造方面，以 Wemake 工业互联网平台、工业 AI 平台、工业 C2B 引擎等助力制造行业提质增效。

智慧能源方面，园区与企业综合能源管理系统对企业用能环节进行优化，利用 AI、大数据、企业微信等技术助力传统电企建设智慧电厂，并助力地方新能源汽车充电安全平台建设，加快对传统燃油汽车的电能替代。

智慧建筑方面，通过 IoT、AI 能力及微瓴平台降

低碳排放量、提升运营效率，截至 2021 年 3 月，10 个微瓴智慧能效产品项目每年助力用户节约电能达 750 万 kWh、减少碳排放 7,477.5 吨。

腾讯还在绿色低碳理念倡导方面开展探索与实践。2021 年 3 月 2 日，腾讯游戏旗下天美工作室群作为中国首家游戏研发工作室，应邀加入联合国环境规划署发起的“玩游戏，救地球”联盟，承诺持续探索如何减少自身的碳排放，并呼吁更广泛的力量聚焦气候变化。天美承诺在未来一年内，通过创造游戏内外的体验和教育帮助超过 1.1 亿玩家更好地应对气候挑战，这一数字相当于 2020 年整个“玩游戏，救地球”联盟环保活动覆盖的玩家总数，通过加入“绿色游戏创意计划”和全球游戏公司一同寻找创新方法，动员全球青年进行绿色游戏策划提案激发青年创造力和培养可持续发展意识。

除此之外，腾讯还设计微信运动 10000 步“捐赠步数”活动、海洋垃圾清理志愿服务、QQ“扫一扫·海洋减塑行动”等环保活动，持续壮大履责队伍，携手共建低碳未来。

智能手段升级环保公益 2

保护濒危动植物资源、维护生态平衡，是中国特色社会主义事业的重要内容，关系人民福祉，关乎民族未来。中国把生态文明建设放在突出地位，用生态文明理念指导发展。腾讯也在积极寻求运用智能化科技手段为生态环境保护提供更多可能性。

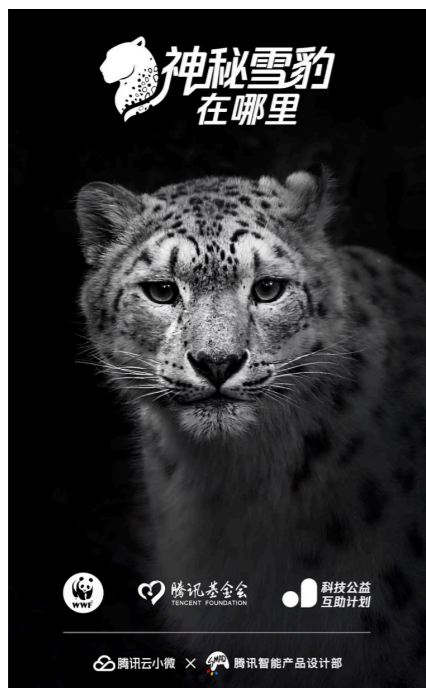
全力保护生物多样性

作为中国的野生动物保护先锋，腾讯很早就关注到野生动物领域的网络犯罪。2015 年，腾讯联合多家 NGO 发起“企鹅爱地球”项目，组建“生态自然保护顾问团”，通过互联网科技安全能力，建立野生动物非法贸易的直接举报渠道，抵制、打击网络非法野生动物贸易犯罪。2020 年 8 月，腾讯联合多家单位牵头立项编制的《网络平台非法野生动植物交易控制要求》团体标准正式发布，通过标准形成野生动植物保护的新合力。

2020 年 12 月，腾讯 Light·公益创新挑战赛正式启动，挑战赛以“AI，让美好现在发生”为主题，以未成年人网络保护、“适老化”无障碍设计、野生动植物保护场景为赛题，邀请参赛者使用 AI 技术打造小程序。野生动植物保护赛道关注生物多样性，鼓励开发者使用人工智能技术推动野生动植物保护。开发者可以基于物种面临的生存威胁，如栖息地破碎、非法交易、盗猎盗采等，设计兼具互动性、趣味性和实用性的解决方案，提升大众在野生动植物保护领域的参与度，共同守护美丽家园。

生物多样性的良好存续依赖于其栖息地的生态完整。腾讯以科技助力生物栖息地防护，2020 年 1 月，国家湿地公园四颗明珠中的广州海珠国家湿地公园牵手腾讯云，成为全国首个“上云”的国家湿地公园。在海珠湿地，凭借腾讯云智能安防平台，管理人员可通过影像和数据监控掌握现场环境实况，湿地保护从“人防为主”转变成“技防为主”；腾讯云还将对湿地公园的“人流、水文、气象、空气质量、动植物变化”进行跟踪检测，为保护湿地资源提供数据支持，完善动植物资料库，用科技手段守护“地球之肾”，助力海珠湿地成为“湿地自然学校”的标杆。

此外，腾讯还联合 WWF（世界自然基金会）和深圳市一个地球自然基金会，共同打造了一款名为“神秘雪豹在哪里”的公益小程序，利用腾讯云小微 AI 知识图谱技术，改变传统百科知识的方式，将枯燥、零散的知识以专业的数据结构连接起来，让用户更直观生动地了解国家一级保护动物雪豹的“前世今生”，小程序上线两天便有超 10 万人使用。



“神秘雪豹在哪里”小程序



腾讯看点与世界自然基金会（WWF）发起穿山甲公益保护行动



腾讯推出首部关注全球可持续发展议题的纪录片《零水日》

探索以 AI“重构地球”

据联合国预测，2050 年全球将达到 100 亿人口，人类将面临食物、能源、水等方面的困境。腾讯首席探索官 David Wallerstein（网大为）在《重构地球：AI For FEW》一书中展示了腾讯利用 AI 技术为解决食物（Food）、能源（Energy）和水资源（Water）等地球级挑战而进行的前沿探索，并进一步揭开腾讯在“AI+ 环保”方面的新布局。

在农业发展方面，腾讯的农业人工智能种植解决方案 iGrow 系统通过精细化控制降低劳动成本 20-25%、供暖成本 30-40%，并在黑龙江、辽宁、山东等农业大省进行试验性部署，帮助农民实现每亩数千元增收；腾讯自研的边缘数据中心 Nano T-block，已在内蒙古乌兰布和沙漠试验基地中部署完成，可实时监控沙漠周边环境数据，根据沙漠土壤改造需求精准控制灌溉水量，推动沙漠变农田加速落地。

2020 年 10 月 16 日是第 40 个“世界粮食日”，腾讯联合上海、深圳等多所高校推出“百校光盘行动”，首次将 AI 智能识别系统与“光盘行动”相结合，借助微校电子校园卡的应用小程序，通过 AI 算法来识别“光盘”，利用科技的力量将“光盘”进行到底。

在能源保护方面，腾讯以人工智能算法为驱动的智慧火电厂，可通过历史数据学习并掌握高效运行策略，实时给出符合规范并节约物力、人力的运作方案，目前腾讯已经在欧洲与部分火电厂开展相关合作。

在水资源管理方面，“数字黄河”利用遥感、数据收集系统、地理信息系统等高科技手段，为黄河流域的资源、环境、社会、经济等各个复杂系统构建数字化信息集成应用系统，并提供黄河问题决策支持的可视化表现。

可持续发展是全球人民共同的愿景和目标。2015 年 9 月 25 日，联合国可持续发展峰会提出 17 个可持续发展目标，旨在从 2015 年到 2030 年间以综合方式解决人类社会的发展问题，转向可持续发展道路。腾讯自成立以来就积极履行社会责任，以联合国可持续发展目标为前进方向，致力于企业与社会的可持续发展，增进人类福祉，创造“向善”未来。

2020 年是联合国成立 75 周年，也是联合国为在 2030 年前实现可持续发展目标发起的“行动十年”启动年。3 月 31 日，联合国在纽约总部宣布和腾讯达成全球合作伙伴关系，助力举办联合国 75 周年活动。双方共同向全球数以千万人发出邀请，倾听他们对 25 年后世界的看法，以及在解决如气候变化和新冠病毒等全球挑战时国际合作应如何发挥作用。

7 月，借助腾讯会议，联合国驻华系统的 12 家机构与腾讯联合举办了 11 场在线对话会议，从气候变化到性别平等，从人工智能到未来农业，从科技抗疫到环境可持续，数百名中国青年代表与联合国驻华官员及相关领域专家，就全球可持续发展议题进行了深入讨论。

8 月 12 日，时值国际青年日，联合国驻华系统与腾讯共同举办“中国青年对话未来”系列活动最后一场——“2020 青年联议会”。会上，腾讯首次推出以企鹅形象拍摄的动画片《潘滚与威儿》（PENGUIN AND WHALE），呼吁更多人关注海洋污染、气候变暖等全球可持续发展议题。

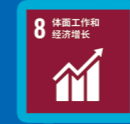


腾讯推出动画片《潘滚与威儿》（PENGUIN AND WHALE），与联合国共同推广 2030 可持续发展目标



以正为本 价值指引

立足为用户创造价值的初心，是腾讯践行企业社会责任的基础。过去 22 年来，正是这种“以正为本”的经营原则，指引和支持着腾讯从一个小小的创业团队，成长为互联网科技领域的领军企业。过去一年，企业面临的外部环境发生着急剧变化：国际形势风云变幻，全球疫情持续至今，产业经济变革深化，科技伦理话题升温……腾讯相信，纵然外部环境充满变化，但总有一些内在品质不变。越是在面对压力和挑战时，越能凸显这些内在品质的价值。



4.1

优化公司治理 强化风险内控管理

以正为本，首先体现在对法律和道德的敬畏，对规则和原则的坚守。腾讯不断优化公司治理机制，升级内部风险管理系统。2020年，腾讯在风险管理和内部监控系统上投入更多资源。

//

正直是一种信仰，正直也是规则和底线。对正直的坚持，吸引了一批秉持同样价值观的同路人，也帮助我们自省、反思与向善，这是腾讯一路走来的基石。

——腾讯公司董事会主席兼首席执行官 马化腾

腾讯公司建立单一董事会，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 5 个董事委员会。

为确保公司业务的长远增长和持续发展，腾讯不断完善风险管理系统，包括架构、流程与文化，通过提升公司风险管理的能力，保证风险管理及内部监控系统的有效性，在董事会的监督和指导下，建立风险管理及内部监控组织架构。

腾讯的风险管理系统，包括涵盖“运营及管理、风险管理、独立保证”的内部监控“三道防线”模型，根据公司实际情况并在董事会的监督和指导下界定各方职责，制订风险管理相关政策和建立风险管理流程。腾讯各事业群定期对可能影响目标实现的风险进行识别和评估，制订

相应的风险应对措施。同时，定期为员工提供相关的风险管理及内部监控的培训。

腾讯一贯重视内部监控系统的建设，多年来一直按 COSO 框架推行内部监控系统。由管理层设计、实施内部监控系统并维护其有效运转，董事会及审核委员会负责监督、监管管理层执行的内部监控措施是否能适当、有效地执行。

2020 年，腾讯在风险管理及内部监控系统的建设上投入了更多的资源，员工风险管理意识不断提升。内部监控职能持续深入业务前端，积极支持业务健康发展，加强风险管理；内部审计部门继续推动不同的项目审计和连续审计工作的开展，更好地提供有效和及时的独立评价；反舞弊调查部门进一步加强对员工正直价值观的宣导，及时跟进、调查涉嫌诈骗事件。

4.2

践行阳光经营 建设良好营商环境

腾讯始终坚守底线、遵纪守法，在合规经营中提升企业竞争力。深入践行现代企业制度，不断完善反舞弊、供应商管理等体系建设，为良好营商环境建设奉献腾讯力量。

腾讯通过《阳光行为准则》明确内部各类违规行为的管理措施，制定“腾讯高压线”等反舞弊制度，预防、发现和打击收受贿赂、职务侵占等一切舞弊行为。

腾讯对违反“腾讯高压线”的行为采取“零容忍”态度。员工行为触及此界限，腾讯一律解聘处理永不录用；对涉案外部公司，腾讯会将其立刻列入黑名单永不合作。2019 年第四季度至 2021 年 1 月，腾讯反舞弊调查部共发现查处违反“腾讯高压线”案件多起，其中百余人因违反“腾讯高压线”被辞退，几十人因涉嫌犯罪被移送公安机关处理。

坚持公开、公平、公正原则，加强对供应商质量控制的阳光采购是企业必须认真对待的问题。腾讯实施严格的供应商管理机制，设立采购管理控制单位，推出供应商管理系统，杜绝任何损害商业合作伙伴的行为，与信誉优良的供应商建立长期稳定的合作关系，致力于打造廉洁产业生态圈，共同建设阳光和透明的商业环境。

腾讯还极为重视采购员工与供应商关系所涉及的道德风险，制定采购员工行为守则，加强采购员工教育，设置书面申报制度确认员工与供

应商关系，提高员工的社会责任意识，降低固有风险。

近年来，腾讯不断加强准入、聘用、事后评估等重点环节的管控，建立合格供应商数据库，标准化供应商管理。

在准入环节，腾讯综合考虑交付时间、供应商的技术能力等因素，向至少三家供应商进行询价，如仅有一家涉及垄断地位供应商可供选择，则需进行特别审批；设置内部政策，采购、需求、风险管理等多部门联合对潜在供应商进行背景调查，确保供应商质量。

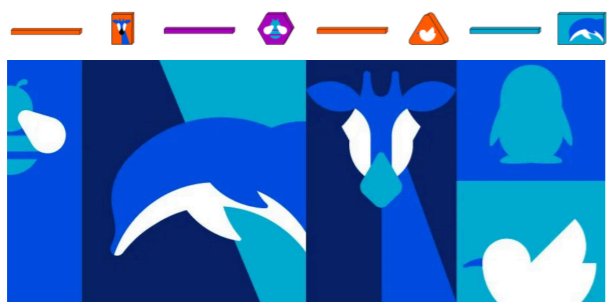
在聘用环节，潜在供应商需自我评估在环境保护、社会责任以及健康与工作安全等方面的承诺；正式聘用的供应商需要签署反商业贿赂声明。截至 2020 年 12 月 31 日，年度内所有获正式聘用的供应商均已完成自我评估及签署反商业贿赂声明。

腾讯还会在事后环节不定时评估供应商的表现，并采取适当措施处理供应商存在的任何质量问题。2020 年，腾讯对约 400 家供应商完成绩效表现评估。

4.3

推动文化升级 助建向上向善生态

企业文化是企业发展的基石。在腾讯看来，企业文化不是停留在口头上，而是体现在日常工作的点滴细节之中。作为一家成立 22 年的互联网企业，腾讯企业文化体现出传承与变化结合、自上而下倡导与自下而上共创结合等特点。



2020 年 11 月 11 日，腾讯发布员工新工卡，背面动物“四大神兽”-长颈鹿、海燕、蜜蜂、海豚，分别象征着正直、进取、协作、创造的企业价值观。

自 2007 年起腾讯开始开展“瑞雪行动”，不仅涵盖道德、礼仪层面的向善行为，也包括腾讯人的职业行为和高压线禁区的监督约束。此外，腾讯还特别设立“瑞雪奖”，奖励见义勇为、伸张正义等践行瑞雪精神的行为，希望让正直的力量持续传递，让每一个善举影响更多人。

22 年来，无论是对业务影响深远的“CE 一下”（CUSTOMER ENGAGEMENT）、对员工言行举止影响广泛的“同学请瑞雪”，还是“一切以用户价值为依归”的理念，无不体现了腾讯的向善治业，渗透着腾讯人共同的价值取向。

在快速迭代的互联网行业，企业的发展只有进行时，没有完成时。22 岁的腾讯仍在不断成长变化中持续创新和丰富企业文化。2019 年，腾

讯在跌宕起伏的互联网进化历程中主动应变，提出“用户为本，科技向善”的愿景使命。“用户为本”是腾讯 22 年来始终牵引产品和服务的不变感情，而“科技向善”则是腾讯在基于对用户的守护之上，用科技来守护生命和情感，用科技来放大人性的善意，重塑一个时代商业文明最重要的选择。

腾讯的价值观也在传承的基础上升级，四个关键词中，“正直”和“进取”延续不变，从“合作”升级为“协作”，意味着面向未来更前瞻的组织进化，有关分享、成长与高效；从“创新”升级为“创造”，对腾讯来说，不仅是新的技术和发明，还有新的模式与服务——不断突破现有思维模式、保持对前沿和未来领域的关注与投入、让创造产生价值。

HIGHLIGHT

腾讯员工共创“正鹅八经”



语言是文化的延伸，更是我们身处现实的映射。为更好地理解腾讯文化，并将它践行于日常工作的点滴中，腾讯凝练出员工认可、又口口相传的八句话，命名为《正鹅八经》，以期在科技向善的使命感召下，有更大的价值创造，更广泛的连接共生及更温暖的科技力量。

一切以用户价值为依归

2005 年首次提出并延续至今。注重长远发展，理解用户需求，重视用户情感沟通，尊重用户感受，与用户共成长。

听真话 说真话

腾讯文化核心价值观“正直”的重要的体现。保持开放的心态，倾听真实的声音，敢于讲真话，独立思考、好好说话。

保持好奇 保持敏捷

腾讯快速发展、保持年轻和持久生命力的源动力。始终对用户关注与尊重，持续关注用户需求，不断迭代将用户价值做到极致。

逆风不倒 顺风不浪

腾讯人在顺境与逆境中应当坚守的心态。逆境中，保持进取和激情，艰苦奋斗的创业精神去乘风破浪；顺境中，以创业者的心态勇敢担当，与更多的生态伙伴一起分享，共同成长。

自我驱动不被动

做事的结果和自身能力的收获会大不相同。在自己的职责范围内，积极思考，让自己所在的业务产出更大的价值。如果有可能的话，不是自己的事，也要去推动。

彼此成就 才有更大成就

“协作”是一种具有生命力的组织方式。意识上，对合作伙伴的关切点要有敏锐的关注与换位思考的能力；格局上，努力寻找共同的目标与利益点，打开边界、开源协同；视野上，广泛协同伙伴和生态力量，共创更大价值。

要思路 不要套路

面向新的环境调整产品和业务思路。不断突破现有思维，保持对前沿和未来领域的关注和投入，以创业精神去打仗。

关心本质 关心人

创始以来一以贯之的价值追求。对事物本质有追求，遵循规律，坚持并付出；投入更多时间去关心同事。

4.4

助力员工成长 守护腾讯最大财富

科技发展离不开人才智援，人才是腾讯最宝贵的财富。腾讯秉持“关心员工成长”的管理理念，努力保障员工权益，为其创造丰厚的物质后盾；与员工共同进步，为其提供广阔的发展空间；丰富员工参与形式，为其充实精神文化世界。

与员工共享发展成果

腾讯为员工的辛劳予以保障，从多个方面优遇英才。腾讯员工不仅享有具有市场竞争力的固定工资，并可获得因工作和岗位需要而变的通讯、交通、派驻、差旅等补助或津贴。年末岁尽，腾讯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，与员工共享发展成果。

腾讯尊重和包容多元的文化，对不同性别、国籍、民族、宗教信仰的员工给予充分尊重，为员工创造一个平等、和谐的工作氛围。

腾讯为员工提供全方位的健康管理，包含年度体检、24小时健康咨询、健康餐饮、运动场馆、专业私教、“心灵解压舱”服务等。疫情期间，腾讯升级“心灵解压舱”心理咨询服务，为员工居家办公疏解压力。

安居才能乐业，家和抚人无忧。除了为员工提供弹性工作时间和充足的带薪假期之外，腾讯设计安居计划，毕业三年内的职场新人每月可享受租房补贴，工作满两年可以申请最高50万免息购房贷款，从根本上关注员工的生活质量；

腾讯不仅设计婚育礼金、节庆福利等慷慨走心的亲友关怀，在为员工提供五险一金等保障的基础上，也为员工及其家属提供可灵活定制的专属商业保险，帮助员工及其家属平安喜乐的共度人生的每个阶段；每年四月，腾讯组织员工及其家属公益徒步活动，强身健体、增进感情，传递爱与社会责任；每年一度的家属开放日是腾讯的特色亲友活动，员工可以带家人来感受自己的工作和环境，2020年，腾讯深圳、北京、上海、成都、广州五地首次以公开对外直播的形式开展家属开放日活动，将更多的丰富生活和精彩趣事分享给各地的员工家属。

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。每年年底，除热力四射的Tencent Party年会外，腾讯还会专门举办总办领导向员工传递公司战略、业务布局与管理思路，表彰在业务、技术、管理等方面取得卓越成绩的团队的员工大会，增加员工对公司发展的参与感。此外，腾讯还建立了内部员工交流分享平台——“乐问”社区，鼓励负责任的分享，员工可以选择实名或匿名提问，回答者则必须实名，以加强员工个体间的相互交流。



腾讯22年生日会“Q歌Q魅”总决赛

为员工铺就成才之路

腾讯于2007年创办专门的内部培训部门，对内开展面向新人、职业人员及核心干部的多层次培训，以面授、直播及“创意马拉松”“BarCamp研讨会”“标杆学习”等创新培训形式，助力员工成长成才；另外，以公开课、启航计划、远航计划等经典项目，及微信公开课、创业公开课、校企合作系列课等合作项目对外分享行业知识及优秀实践，助力培育优秀人才。截至2020年底，腾讯培训拥有课程600门以上，公司级讲师1700人，开班量1万余次，总课时3万余小时，面授覆盖率90%，网课覆盖率100%。

腾讯建立双通道职业发展体系，为员工提供专业和管理并行的发展通道。为激发员工活力，尊重员工差异，腾讯还施行青年英才计划，建立能上能下的职业发展机制，将20%的晋升机会给予年轻人，激励年轻员工奋进，并拒绝干部终身制，保证人员流动性，以增强新陈代谢，使公司永葆年轻。同时，腾讯还遵循活水文化，建立畅通活跃的公司内部人才流动的市场机制，在考核通过的基础上自由转岗，进行不同性质的工作，帮助员工最大限度施展自身优势，发挥所长，激发出员工个人及腾讯整体的内在动能。

青年英才计划

同岗上下流动

能上能下的职业发展机制；
将20%的晋升机会给予年轻人，激励年轻员工奋进；
拒绝干部终身制，保证人员流动性，以增强新陈代谢使公司永葆年轻。

活水计划

岗位之间流动

建立畅通活跃的公司内部人才流动的市场机制；
在考核通过的基础上自由转岗，进行不同性质的工作；
帮助员工最大限度施展自身优势，发挥所长，激发出员工个人及腾讯整体的内在动能。

第三方点评

《腾讯社会责任报告(2020)》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(2020)》(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 [★★★★★]

公司可持续社会价值创新事业部牵头成立报告编写工作组,重点部门参与资料提报并审核相关内容,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、塑造企业负责任形象的重要工具,功能价值定位明确;结合国家宏观政策、公司发展战略、利益相关方调查等识别实质性议题;制定《腾讯公益与社会责任奖管理办法》,评选优秀案例,完善社会责任管理体系;参与发布《2020中国企业社会责任力报告》,推动了社会责任理念的扩散与传播;计划通过官方网站发布报告,并将以电子版、印刷品的形式呈现报告,过程性表现卓越。

实质性 [★★★★★]

《报告》系统披露了贯彻宏观政策、科技创新、保障网络空间安全、保护用户隐私、支持实体经济、助力减贫助农、致力慈善公益、力行低碳环保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“向下扎根 价值筑基”“向上升级 价值创新”“普惠发展 价值共享”“以正为本 价值指引”等角度系统披露了所在行业核心指标的85.36%,完整性表现领先。

平衡性 [★★★★★]

《报告》披露了“已完结的贪腐诉讼案件数目”“受理与互联网服务用户投诉量”“受理的与腾讯云服务用户投诉量”等负面数据信息,并简述违反“腾讯高压线”案件的查处措施,具有领先的平衡性表现。

可比性 [★★★★★]

《报告》披露了“总收入”“盈利同比增长率”“微信带动就业岗位数”“腾讯基金会累计对外捐赠”“办公楼温室气体排放总量”“数据中心能源消耗总量”等50个关键绩效指标连续3年的对比数据,并通过“区块链专利数进入全球前三”等数据进行横向比较,可比性表现卓越。

可读性 [★★★★★]

《报告》以“责任升级 价值共生”为主题,以“价值”为关键词,贯穿全篇,系统阐述了企业对政府、伙伴、用户、环境、社区等相关方的履责理念、实践及成效,章节体例一致,重点议题突出;封面设计采用矢量风格,勾勒丰富线条,融入主营业务元素标识,增强科技感、未来感,凸显行业特征;设置“HIGHLIGHT”特色专栏展示亮点实践,多处嵌入二维码延伸解读报告内容,增强了报告的沟通和传播价值,可读性表现卓越。

创新性 [★★★★★]

《报告》开篇设置“腾讯与联合国可持续发展目标SDGs”,系统展现企业在17个具体目标下的履责方向、行动与绩效,彰显了企业的全球视野;积极响应精准扶贫、疫情防控、数字经济等时政热点议题,展现了企业贯彻宏观政策的责任担当;设置“责任升级大事记”,呈现年度重点履责实践;发布可持续社会价值创新战略,完善社会责任工作顶层设计,突出了企业的行业引领与价值追求,创新性表现卓越。

综合评级 [★★★★★]

经评级小组评价,《腾讯社会责任报告(2020)》为五星级,是一份卓越的企业社会责任报告。

四、改进建议

增加行业核心指标的披露,进一步提升报告的完整性。



腾讯社会责任报告连续第二年获得五星级评价

黄群慧

评级专家委员会副主席

钟宏武 徐华

评级小组组长

评级小组专家

出具时间:2021年10月11日



扫码查看企业评级档案

附录一 关于本报告

本报告是腾讯控股有限公司发布的第9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2020年社会责任工作绩效。

时间范围

2020年1月1日至2020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 下载报告电子版，如对报告的内容有疑问或建议，请通过电子邮件 CSR_report@tencent.com 与我们联系。



腾讯社会责任官方微信

附录二 报告指引索引

目录		中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0)	报告位置
高管之声		P2.1-2.2	P5
责任升级	大事记	G1.2	P10
	管理升级	G1.1-1.2,G2.1-2.3,G3.2-3.3,G4.1-4.3,G5.2-5.3,G6.1-6.2	P12
	产品升级	G2.3,M2.1-M2.2	P20
	文化升级	S4.6,S4.9-4.11	P24
向下扎根 价值筑基	加码科研投入 为创新培土育苗	M2.4-2.7	P28
	打造数智引擎 全速助推新基建	M2.7,M2.13,M3.4,M3.6	P36
	保护数据权利 共建数字新秩序	M2.13,M2.15,M2.17,M3.4-3.6,S1.1	P44
向上升级 价值创新	激活数字动能 支持实体经济加速发展	M2.7,M3.4,M3.6,S1.5-1.6	P52
	构建清朗空间 促进数字文化健康繁荣	M2.8-2.10,M2.14	P62
	共建智慧社会 助力公共服务扩容提质	M2.1,S4.1,S4.12	P72
普惠发展 价值共享	致力公益慈善 以科技推动社会创新	S4.6-4.9	P84
	助力减贫兴农 为乡村激活内生动力	S4.5,S4.12-4.13	P94
	倡行数字包容 让科技服务每一个人	M2.1,S4.1,S4.5,S4.12	P102
	践行环保减碳 用科技能力守护家园	M2.12,E1.1,E1.3,E1.5-1.7,E1.9-1.10,E2.1-2.4,E2.7,E2.9,E2.24-2.25,E3.1,E3.3-3.4,E3.6	P108
以正为本 价值指引	优化公司治理 强化风险内控管理	M1.1-1.2	P116
	践行阳光经营 建设良好营商环境	M1.3,M3.1,M3.3,M3.7,M3.8,M3.10-3.12,M3.14	P117
	推动文化升级 助建向上向善生态	G1.1,G2.3	P118
	助力员工成长 守护腾讯最大财富	S2.1-2.2,S2.4,S2.7-2.8,S2.10-2.17	P120
第三方点评		A4	P122
附录	关于本报告	P1.1-1.3	P124
	报告指标索引	A5	P125
	关键绩效表	A2	P126
	读者意见反馈	A6	P128

附录三 关键绩效表

指标类别	指标范畴	指标	单位	2018	2019	2020
市场绩效	经济收益	总收入	亿元	3,126.94	3,772.89	4,820.64
		总收入同比增长率	%	32.00	21.00	28.00
		盈利	亿元	774.69	943.51	1,227.42
		盈利同比增长率	%	19.00	22.00	30.00
	反腐败	已完结的贪腐诉讼案件数目	件	—	—	50
	产品责任	受理与互联网服务用户投诉量	件	—	—	1,009,890
		受理的与腾讯云服务用户投诉量	件	—	—	418
	供应商数量	供应商总数	个	—	—	42,234
		其中：中国内地	个	—	—	36,991
		港澳台地区	个	—	—	1,517
		其他国家及地区	个	—	—	3,726
	环境绩效	办公楼	温室气体排放总量（范围一及范围二）	吨	102,831.74	113,501.50
直接温室气体排放量（范围一）			吨	2,554.31	3,785.86	3,756.48
其中：汽油			吨	191	197.25	130.83
柴油			吨	11.07	10.87	7.41
天然气			吨	2,352.24	3,577.74	3,618.24
间接温室气体排放量（范围二）			吨	100,277.43	109,715.64	105,956.51
其中：外购电力			吨	100,277.43	109,715.64	105,956.51
人均温室气体排放总量			吨/人	2.01	1.90	1.65
每平方米楼面温室气体排放总量			吨/平方米	0.09	0.07	0.06
有害废弃物量			吨	2.51	2.40	1.34
人均有害废弃物			吨/人	0.00005	0.00004	0.00002
数据中心			无害废弃物量	吨	4,566.52	5,227.11
		人均无害废弃物	吨/人	0.09	0.09	0.09
		温室气体排放总量（范围一及范围二）	吨	612,521.16	743,287.01	821,052.60
		直接温室气体排放量（范围一）	吨	36.76	316.35	333.31
		其中：柴油	吨	36.76	316.35	333.31
		间接温室气体排放量（范围二）	吨	612,484.40	742,970.66	820,719.29
		其中：外购电力	吨	612,484.40	742,970.66	820,719.29
		有害废弃物量	吨	—	8.00	71.89
无害废弃物量		吨	1,350.76	1,811.27	3,271.70	

指标类别	指标范畴	指标	单位	2018	2019	2020
环境绩效	资源使用	能源消耗总量	兆瓦时	167,488.48	205,092.26	208,386.38
		直接能源消耗量	兆瓦时	12,852.04	19,144.17	19,066.80
		其中：汽油	兆瓦时	780.24	805.77	534.45
		柴油	兆瓦时	42.1	41.33	28.18
		天然气	兆瓦时	12,029.70	18,297.07	18,504.17
		间接能源消耗量	兆瓦时	154,636.44	185,948.09	189,319.58
		其中：外购电力	兆瓦时	154,636.44	185,948.09	189,319.58
		人均能源消耗总量	兆瓦时/人	3.28	3.44	3.13
		每平方米楼面能源消耗总量	兆瓦时/平方米	0.14	0.12	0.12
		自来水用量	吨	973,413.06	1,283,749.73	1,315,803.67
		人均自来水用量	吨/人	19.07	21.52	19.74
		中水用量	吨	5,461	4,076	10,985
	数据中心	能源消耗总量	兆瓦时	938,988.70	1,301,161.66	1,515,181.56
		直接能源消耗量	兆瓦时	139.82	1,203.16	1,267.68
		其中：柴油	兆瓦时	139.82	1,203.16	1,267.68
		间接能源消耗量	兆瓦时	938,848.88	1,299,958.50	1,513,913.88
		其中：外购电力	兆瓦时	938,848.88	1,299,958.50	1,513,913.88
		平均PUE	人	1.37	1.35	1.32
社会绩效	雇佣	自来水用量	吨	933,813.00	1,466,760.63	2,193,528.43
		雇员总人数	人	54,309	62,885	85,858
	腾讯公益平台	腾讯基金会累计接受腾讯集团捐赠金额	亿人民币	35.00	43.00	63.75
		腾讯基金会累计对外捐赠	亿人民币	22.36	29.57	46.23
		全年获得筹款项目数量	个	15,743	14,076	13,085
		筹款总额	亿人民币	17.27	28.03	38.49
		累计公募慈善组织在平台注册数量	个	362	497	694
		累计非公募慈善组织在平台注册数量	个	9,706	12,268	14,976
		微信带动就业岗位数	万个	2,235	2,963	3,684
		微信直接带动就业机会量	万个	527	2,601	—

附录四 读者意见反馈

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您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！

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 政府
 同行 社区和公众 非政府组织 媒体 其他

您对本报告的总体印象：

- 很好 较好 一般 较差 很差

您更关注报告在哪方面的议题披露（可多选）：

- 抗击疫情 科研投入 助力新基建 维护数字秩序 赋能产业发展
 守护网络安全 传播优质内容 连接智慧生活 科技公益 减贫助农
 无障碍社会建设 碳中和 阳光经营 文化升级 员工成长 其他

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

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！



腾讯社会责任报告（2020）

由腾讯可持续社会价值事业部编制

研究支持：中国社科院企业社会责任研究中心



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