

Tencent 腾讯

**ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND
GOVERNANCE REPORT 2022**

2022年環境、社會及管治報告



目錄

關於騰訊	02	第一章 保護環境	11	第二章 關心員工成長	27	第三章 保障數字權利	41
前言	03	1.1 策略與進展	12	2.1 理念與最新情況	28	3.1 保護用戶數據私隱	42
管理層致辭	03	1.2 應對氣候變化	13	2.2 踐行多元、平等與共融	29	3.2 守護網絡與數據安全	45
執行摘要	04	1.3 綠色營運	17	2.3 吸引與保留人才	31	3.3 守護與支持未成年人發展	47
企業管治	05	1.4 助力低碳發展	22	2.4 支持員工發展	34	3.4 發展健康內容生態	50
董事會獨立性及多元化	05	1.5 保護生物多樣性	25	2.5 促進員工健康與活力	40	3.5 推進負責任人工智能	52
商業價值、社會價值與股東價值	06					3.6 優化客戶溝通與服務	54
董事會聲明	06	第四章 普惠科技成果	55	第五章 可持續社會價值	65	第六章 商業道德	74
ESG管治	07	4.1 理念與進展	56	5.1 策略與進展	66	6.1 我們的理念	75
ESG戰略	07	4.2 助力產業數字化升級	57	5.2 基礎科學研究	68	6.2 堅守陽光行為	76
ESG管治架構	08	4.3 促進豐富數字化生活	59	5.3 鄉村振興	69	6.3 倡導公平競爭	77
ESG工作組回顧	08	4.4 助力彌合數字鴻溝	64	5.4 公益平台	70	6.4 全面反洗錢管理	78
ESG議題重要性評估	09			5.5 公眾應急	71	6.5 可持續供應鏈	79
ESG理念融入企業文化	10			5.6 銀髮科技	72		
附錄	80			5.7 數字文化	73		



關於騰訊

騰訊是一家世界領先的互聯網科技公司，用創新的產品和服務提升全球各地人們的生活品質。騰訊成立於1998年，總部位於中國深圳，於2004年在香港聯合交易所上市。公司一直秉承科技向善的宗旨。

我們的通信和社交服務連接全球逾10億人，幫助他們與親友聯繫，暢享便捷的出行、支付和娛樂生活。

我們發行多款風靡全球的電子遊戲及其他優質數字內容，為全球用戶帶來豐富的互動娛樂體驗。

我們還提供雲計算、廣告、金融科技等一系列企業服務，支持合作夥伴實現數字化轉型，促進業務發展。

用戶為本 科技向善

一切以用戶價值為依歸，
將社會責任融入產品及服務之中；
推動科技創新與文化傳承，助力各行各業升級，
促進社會的可持續發展。

前言

騰訊的使命願景「用戶為本、科技向善」，本質就是如何用科技的能力，更好地去關心人。而社會價值的創造，正是把抽象的善、感性的關心，具體化為可執行的戰略、行動、產品與運營的過程。

在這一進程中，我們找到了不少共鳴：不管是回鄉投身農村經濟建設後續以鄉村CEO身份帶領村民的前騰訊員工，還是每天走路去醫院當志願者累計捐出3,000萬步給騰訊公益的退休老人，或是探索以新型納米材料保護冰川的科學探索獎獲獎者；他們職業迥異、人生經歷不同，所做之事也差異極大，卻共持同一份對社會的關心，與騰訊連接在一起共創可持續社會價值。

始於關心，成於產品，助解社會痛點的過程，是騰訊基於可持續社會價值戰略在多個領域創新探索的縮影。我們的員工把騰訊會議的降噪技術用在了幫助聽障兒童和老人的人工耳蝸與助聽器上，把遊戲技術用於助力實體產業打造全真互聯網工廠上，把人工智能技術用於天眼FAST望遠鏡尋找脈衝星的宇宙探索上。這些技術，都是通過連接創新了問題的解決路徑。而連接的本質是超越工具的，這個本質就是關心人。當有了這樣的視角，我們就可以重新發現產品與技術，為解決社會問題拓展更多的應用場景。這些表面上是產品技術的優化，實際內核是對用戶需求的真正理解。

之前我提出「CBS三位一體」，強調服務用戶、產業，再到社會，最終指向是為整體社會創造價值。對可持續社會價值的投入，就像我們投入研發一樣重要。兩者表面看是成本，實質是鞏固了企業發展的底座，這就像百年成林的大榕樹，在社會的土壤裡，創造可持續社會價值的根紮得越深，長在上面的用戶價值和產業價值就愈加枝繁葉茂。

騰訊在社會價值的創造已做出了不少探索。但相比我們的商業體量，我認為還有很大的提升空間。我希望未來的騰訊，不只是在向股東交出財務答卷；社會價值的創造也是向持份者交出一份可持續價值答卷。

本年度報告中提到*微信支付*¹的案例，在探索社會價值與商業價值的融合點上都有對人、環境與社會的關心在其中，然後以核心技術與產品能力進行實現，真正幫到受益人，用戶和社會持份者也給予正向回饋，既創造出極大的社會價值，又自然地牽引商業價值，形成良性循環。我相信，可見的未來將有更多企業與騰訊同行，通過卓越地使用其核心科技能力，服務人與社會。

馬化騰

騰訊公司董事會主席兼首席執行官

管理層致辭

從2018年930變革將「科技向善」設定為公司的願景使命，到2021年宣佈公司戰略升級以「紮根消費互聯網，擁抱產業互聯網，推動可持續社會價值創新」作為公司三大戰略，我們一直在探索如何動用企業核心的能力，更好地推進社會價值創新成長。

這個戰略提出來兩年後，可持續社會價值創新事業部在數字公益、基礎科研、鄉村振興等方面卓有成效，也沉澱了一些寶貴經驗，其一是以產品技術的核心能力創新社會議題的解決路徑；其二通過與社會各方共創，更好地實現共享共贏；其三是更加堅定了長期主義的決心，例如基礎研究領域裡，我們有科學探索獎和新基石研究員項目，都是十年以上的規劃。

我們還看到很多業務同事更主動和有意識地把產品和社會價值有機結合，包括騰訊會議、微信支付、搜狗輸入法等都把技術的能力挖掘出來去解決社會痛點。這是我們期待和欣然所見的：社會價值創造與核心產品結合起來，實現在用戶、產業、社會三大方面協同共創。我們也見到更多同事個人投身到公益、慈善和抗疫賑災的志願服務中，去年有近2萬名員工投入到各種志願服務和公益項目中，總時長超過3萬小時。

社會價值創造需要我們下場去做，去發現真正的社會痛點，以產品技術的核心能力創新社會議題的解決路徑。在這個過程中，我們始終堅持將通常意義上的企業社會責任作為一種底線思維，去考量我們的產品有沒有創造特別的用戶價值，創造用戶價值的過程是否堅守了道德底線，在商業化上是否相對克制。例如，我們一直非常克制在社交平台上的變現，我們希望它能作為開放平台，讓各種各樣有能力、有資源、有特殊技能的人在平台上接觸到用戶、獲取商業利益，而我們在提供流量、技術和基礎設施支持下獲取盡量少的東西。另一個例子是我們在業界率先推出未成年人保護體系協助家長管理未成年人遊戲時間和遊戲內消費，共同支持未成年人健康成長。

社會價值創造必須抱有長期主義的韌性，並且需要完善的公司治理和合適的管理體系，以及強大的企業文化作為支撐和引導。2022年，我們開始試點把社會價值創造放入了一些核心業務的平衡計分表考核中，未來將持續推動各級管理者在工作中追求商業價值和社會價值並重，融合共生。

劉熾平

公司總裁

¹ 案例詳細內容請參加本報告「普惠科技成果 — 促進豐富數字化生活」部分。

執行摘要

2022年，我們繼續踐行落實ESG戰略，積極管理已識別的問題和風險，並把可持續社會價值創造融入日常運營和產品研發中。

我們欣然分享所取得的重要進展如下：

環境

- 我們以行動證明對溫室氣體減排的決心，在2030年達至碳中和的基礎上進一步細化了減碳路徑，並設置了符合《巴黎協議》以及科學碳目標倡議的絕對排放量減排目標，全面覆蓋範圍一至三。
- 我們加強對於自然相關風險與機遇的管理，發布了《生物多樣性聲明》，闡述我們保護生物多樣性以及生態系統的策略和方法，包括生態友好地發展我們的業務；利用技術促進自然資源可持續利用和保護；應用互聯網工具提升公眾認知。

社會

- 我們高度認同多元、平等與共融(DEI)理念，逐步體系化推動董事會和公司層面的多元化進展。隨著張秀蘭教授加入董事會成為獨立非執行董事及企業管治委員會成員，董事會女性董事佔比提升至22%，並計劃於2030年前提升至30%。在公司層面，ESG工作組下成立多元、平等與共融專項委員會，發布了《我們就多元、平等與共融的承諾書》；日後將完善多元化人才吸引與招聘渠道，尋找可行路徑提升DEI績效，其中一項重要任務是提升公司女性員工佔比。
- 我們持續推進可持續社會價值創新，已經逐步形成基礎科學研究、公益數字化、鄉村發展三大主線。我們啟動「新基石研究員項目」承諾將在10年內投入100億元人民幣支持傑出科學家潛心基礎研究；升級公益平台，推出全民共創的公益交互機制，上線「一花一夢想」，鼓勵更多人參與公益活動；以「耕耘者」振興計劃及鄉村CEO計劃為基礎，推廣數字化工具，助力鄉村人才振興。
- 我們保持高度的企業責任意識保護未成年的互聯網使用者。在過往主動構建未成年人遊戲保護體系基礎上，持續升級各類產品與服務中的未成年人保護措施；建立「騰訊護苗工作站」開展涉未成年人不良信息治理和青少年網絡素養提升；啟動「智體雙百」計劃，助力青少年健康成長。

管治

- 為了持續提升供應鏈的環境、社會及管治(ESG)管理水平，我們與合作伙伴共同制定供應鏈需要遵守的商業道德和行為準則，並已啟動溫室氣體範圍三減排盤點工作，評估採購及下游租賃的減碳潛力，以制定推進未來減排措施。
- 我們就2022年度ESG報告覆蓋範圍進行了調研。基於運營控制權、當地法規、財務重要性等因子對並表公司進行評估，我們把上市子公司騰訊音樂娛樂集團及閱文集團納入本年度報告的披露範圍。

James Mitchell 羅碩瀚

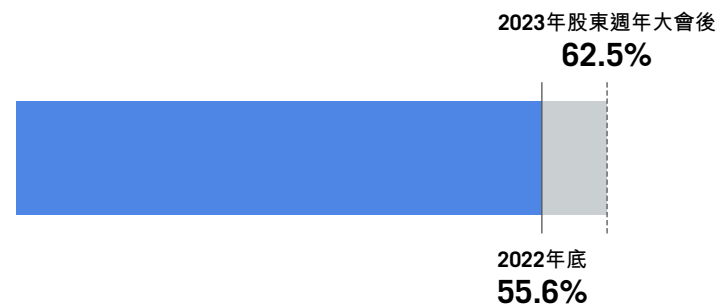
ESG工作組聯席主席

董事會獨立性及多元化

騰訊建立了單層制董事會。截至2022年底，本公司董事會（以下簡稱「董事會」）由九位董事組成，包括兩位執行董事、兩位非執行董事和五位獨立非執行董事。非執行董事是騰訊的重要股東南非傳媒集團(Naspers)的高級管理人員，他們為董事會帶來了廣泛的商業及財務經驗，並以長期股東利益為導向，一直發揮著監督作用。獨立非執行董事人數佔董事會成員總數的一半以上，他們充分發揮制衡作用，保障股東及公司的利益。非執行董事及獨立非執行董事擔任董事會下審核委員會、企業管治委員會和薪酬委員會的主席。

為了進一步區分董事會和管理團隊的職責，執行董事劉熾平先生將在2023年股東周年大會上輪值退任，不再膺選連任。此後，劉先生將不再擔任董事，惟將繼續擔任本公司總裁及投資委員會主席。屆時，董事會成員總數將由九名降至八名，獨立非執行董事佔比將提高至62.5%。

截至2022年底，獨立非執行董事佔本公司董事會成員人數的55.6%，2023年股東周年大會後獨立非執行董事佔比將提高至62.5%。



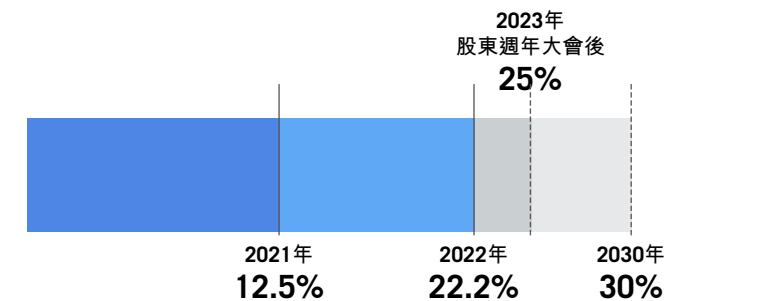
董事會重視董事的多元化經驗，並珍視非執行董事和獨立非執行董事提供的獨立監督。董事會積極維持資深董事和新任董事兩者比例的合適平衡，以廣納新的觀點視角、並確保其有效履行受託責任的效力和效率。在五位獨立非執行董事中，三位在董事會任職分別為一年至七年。而另兩位連任多年的獨立非執行董事，儘管他們在董事會任職超過九年，但董事會認為，他們具備良好的品格、誠信、獨立和專業能力，能夠繼續有效地履行獨立非執行董事的職責，並將繼續為董事會帶來寶貴的經驗、知識和專業精神。

董事會在甄選董事過程中，重視各種多元化因素，包括但不限於行業知識、專業背景、經驗、性別和種族。2022年3月，我們修訂《董事會成員多元化政策》，並在評估候選人是否符合資格擔任董事時，充分考慮本公司現行的政策及上市規則要求。現任董事會成員擁有深厚的領域專長積累及覆蓋多個行業領域，包括電腦、電子工程、通信技術、工商管理、會計、法學、醫學和社會科學。

2022年，董事會委任張秀蘭教授擔任獨立非執行董事兼企業管治委員會成員。由此，董事會女性佔比自2021年的12.5%增加至2022年的22.2%（預期2023年股東周年大會後將達到25%）。董事會計劃於2030年前將女性董事的比例提高至30%。

董事會已將本公司ESG事宜的總體責任授權於企業管治委員會，該委員會由一位非執行董事擔任主席，並由四位獨立非執行董事組成。有關本公司2022年企業管治工作的詳細內容，請參見騰訊2022年度報告「企業管治報告」章節。

女性董事佔比由2021年的12.5%升至2022年的22.2%（預期2023年股東週年大會後為25%）；同時，本公司承諾在2030年前提升董事會女性成員比例至30%



商業價值、社會價值與股東價值

自「扎根消費互聯網，擁抱產業互聯網，推動可持續社會價值創新」的戰略升級以來，我們對未來的戰略思考有非常清晰的定位，並夯實了可持續性發展的根基。

騰訊一直視用戶價值為企業使命和文化的核心，在產品及業務的商業價值設計中，**用戶價值**始終是首要考慮因素。我們在社會價值創新方面的投入，可能需要長期耕耘才能產生規模效應；但這些投入的資金來源於我們的投資收益，並且與我們為創造用戶價值並最終回報股東價值而投入在重要的產品、技術和平台研發等領域的資源是獨立分開的。我們持續地維持商業價值、社會價值和股東價值三者之間的平衡，在充分考慮各持份者利益平衡的基礎上，實現企業的可持續發展，行穩致遠。

在**商業價值**的設計落實方面，我們以用戶價值為依歸，投入大量資源提升前沿技術和產品研發能力，鞏固用戶隱私和數據安全的保護，為用戶提供優質創新的產品體驗。我們也從社會價值角度出發，助力各行各業數字化升級，分享數實融合帶來的商業價值。在推動數字產業化和產業數字化的進程中，騰訊自我定位為數字助手，促進創新創業，並提供數字科技服務傳統產業轉型升級。

在**社會價值**的創新探索方面，我們聚焦社會痛點，尋找技術和產品組合的創新解決方案。我們對內牽引各業務部門挖掘和提高產品和業務的社會價值，例如在技術無障礙、珍稀野生動物監測識別等領域發揮更大作用。由可持續社會價值事業部牽頭，我們推出了兩個資助計劃，支持傑出科學家在基礎科學領域的研究；在十大核心領域，我們聯動專業公益機構探索孵化項目，提供資源助力受惠群體自主獨立發展。

在**股東價值**方面，我們致力維持高水平企業治理，並將社會和環境因素納入到企業戰略和風險管理中。我們持續關注用戶價值的創造及社會價值與商業價值的融合，強化公司可持續發展的根基，維護股東價值。報告期內，騰訊通過多種形式回饋股東，包括派發現金股息或實物股息、回購公司股票等。截至2022年12月31日止年度，董事會建議派發末期股息每股2.40港元（2021年：每股1.60港元），待2023年股東大會批准。

董事會聲明

董事會對本公司的環境、社會及管治策略及匯報承擔全部責任，授權企業管治委員會對ESG事宜進行監督管理。企業管治委員會透過ESG工作組實現對ESG事宜的日常監督及管理。

報告期內，董事會參與ESG議題重要性及優次順序的評估及判定，通過參與訪談及問卷調研、會議等形式，對可能影響本公司長期可持續發展的ESG議題提出觀點及建議，評估、判斷其優先次序和管理維度（詳情請參見本報告「*ESG管治 – ESG議題重要性評估*」章節）。另外，本公司把關鍵的ESG風險納入公司整體風險管理體系中，高級管理層及業務負責人參與評估業務相關的ESG關鍵風險，通過識別和判斷ESG關鍵風險發生的可能性、影響程度及發展趨勢，制定風險應對措施。董事會及企業管治委員會定期監督ESG工作，回顧關鍵風險並討論應對建議。

報告期內，董事會透過ESG工作組定期匯報、專項匯報及日常問詢等方式，更清晰地理解不斷演進的ESG全球格局以及投資者對本公司ESG表現的反饋，審閱本公司ESG年度報告及對公司業務發展有重要影響的ESG事宜，包括但不限於：(i)碳中和行動計劃及目標進展；(ii)可持續社會價值創新戰略及目標進度；(iii)多元、平等與共融工作進展及目標設定情況；(iv)ESG報告邊界等其他ESG事宜；(v)可持續發展和生物多樣性兩個全球披露基準的最新進展。

ESG 戰略

- 始於公司「用戶為本、科技向善」的願景使命，具有強大的文化驅動力 and 員工認同度，並通過 ESG 工作組承上接下地推動可持續發展邁進。
- 聚焦於風險管控以及機遇把握，這些風險與機遇來自於數實融合及產業數字化轉型帶來的網絡化及全球化發展。

我們的 ESG 戰略實施可以歸納如下：



業務經營

- 遵循適用的法律和法規；
- 誠信經營，保障股東以及持份者權益；
- 為員工提供多元、平等、共融和安全的工作環境，並賦能他們的專業發展。



用戶

- 保護用戶的私隱，及其數據和數字財產的安全；
- 傾聽用戶的意見，積極響應他們的需求、查詢和投訴，並在此之上不斷提升產品和服務質量；
- 保護我們的用戶，特別是未成年人以及內容創作者，並為我們的平台內容負責。



業務夥伴

- 助力產業數字化轉型，加大對中小型企業的支持；
- 公平合理對待業務夥伴，鼓勵他們對我們的商業實踐提供反饋建議；
- 通過高度授權內部控制以及反舞弊調查部門，禁止和打擊損害長期夥伴關係的非法以及不正當行為。



社區及產業

- 加大社區投資，利用我們的產品、平台及技術推動「科技向善」；
- 創建並推動共融的數字環境；
- 通過開源合作以及開放平台協同，促進互聯網行業發展。



環境

- 在產品和服務開發以及營運過程中考慮對環境的影響；
- 減少我們的碳足蹟，使用可再生能源，並在 2030 年達至營運和供應鏈碳中和；
- 通過向用戶推廣低碳生活方式，以及科技手段支持企業加強氣候變化管理，助力社會低碳轉型。

我們在各領域取得的進展載列於「保護環境」「關心員工成長」「保障數字權利」「普惠科技成果」「可持續社會價值」及「商業道德」章節。

ESG管治架構

本公司建立了全面而完整的ESG管治架構，通過董事會監督、管理層推動及業務代表落實三個層面去推進ESG治理和績效提升。自從2021年成立ESG工作組（見附圖）以來，企業管治委員會通過問詢、定期審閱和聽取ESG工作組工作報告、審批ESG工作組提交的ESG年度報告等形式對公司ESG工作進行監督。

ESG工作組回顧

ESG工作組下設五個專項委員會促進內部協作實踐，聚焦關鍵議題管理。這五個專項委員會覆蓋用戶私隱及數據安全、多元、平等與共融（Diversity, Equity and Inclusion, DEI）、供應鏈管理、生物多樣性保護以及ESG傳播。ESG工作組通過年度工作組大會和多次議題專項研討，面向ESG業務代表宣導ESG前沿發展，幫助他們更好理解ESG與日常工作的關聯性，認識漂綠染藍行為，防範有關情況發生。

2022年，我們發佈《環境保護管理制度》《生物多樣性聲明》《我們就多元、平等與共融的承諾》等ESG領域相關政策，並持續修訂完善有關人力資源、私隱安全、反舞弊、反壟斷及反洗錢等領域現有的製度與政策。更多有關本公司在環境保護、人力資源、私隱安全、商業道德領域的政策可以查看本公司官網ESG－企業管治－政策專頁。

隨著ESG工作的深入，我們獲得投資者、研究機構以及ESG評級機構的認可。

- 2022年6月，國際商業出版社Institutional Investor通過超過6,000份來自於專業投資機構以及金融服務機構的問卷調查，將騰訊評為亞太區（除日本）ESG表現第一名；
- 2022年12月，國際非財務報告透明度研究機構Global ESG Monitor，將騰訊的透明度評級為全球第八名；
- 2023年2月，基於我們S&P ESG評分的提升，我們進入S&P 2023年可持續發展年鑑，並且被評為行業推動者－在行業內ESG提升幅度最大。



專項委員會

用戶私隱與數據安全

強化私隱與安全保護議題相關的信息披露；評估加入有關國際倡議或行業聯盟的適用性和可行性

多元、平等與共融 (DEI)

探索DEI整體推進方向，對DEI相關的目標設定、執行方案等提供建議和推動落實

供應鏈管理

把ESG理念融入供應鏈管理過程，與供應商共同探討營運側ESG基本原則，加強供應鏈ESG管理能力

生物多樣性保護

通過多場景宣導提升生物多樣性意識，推動生物多樣性保護項目，探索量化效益

ESG傳播

制定ESG傳播策略，豐富傳播內容，拓展傳播渠道，達至對內提升全員ESG意識，對外提升持份者對ESG績效認知認可

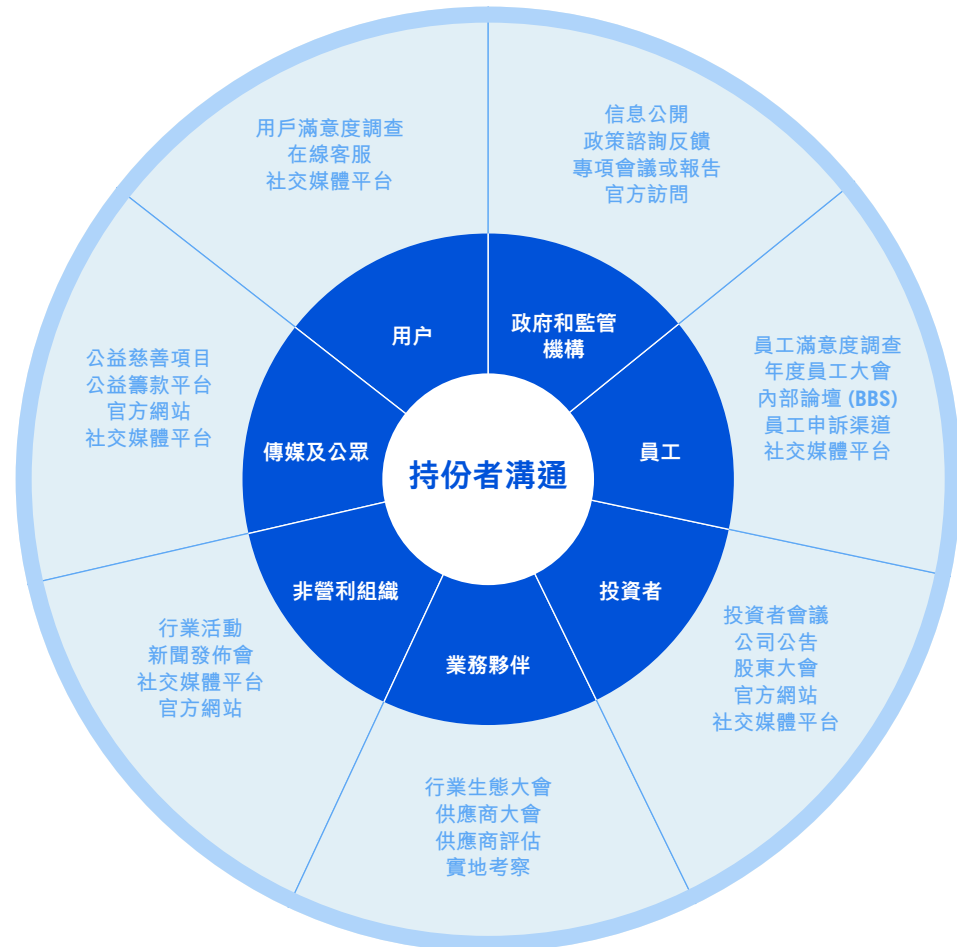
ESG議題重要性評估

ESG融入風險管控

我們制定了《風險管理和內部控制政策》及相關風險管理流程，將包括氣候變化在內的ESG相關因素融入本公司的風險評估及內部控制管理流程，定期開展風險識別和評估，制定相應的風險應對措施。更多有關本公司風險管理及內部監控的內容，請參見騰訊2022年報內「企業管治報告」章節。

持份者溝通

持份者的意見及建議，對本公司有效識別ESG風險，提升ESG管理尤為重要。我們通過多種渠道定期與各持份者溝通，了解他們對公司ESG表現的期望和意見。我們的持份者包括用戶、政府及監管機構、員工、投資者、業務夥伴、非營利組織、傳媒及公眾等。我們的溝通渠道包括但不限於公司網站，公司在自有社交平台或第三方社交媒體平台上設立的官方認證賬號、線上線下會議、投資者及新聞發佈會、員工滿意度調查等。

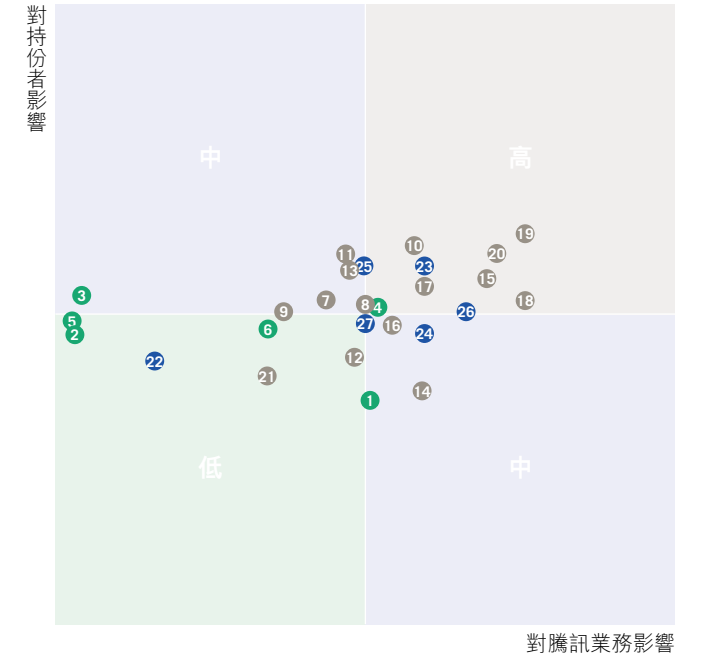


重要性評估

為了更好識別以及評估與ESG議題的優先級，我們邀請外部專業顧問開展重要性評估工作。重要性評估步驟如下：

- 1 識別ESG議題清單，主要考慮：1)內部以及外部持份者共同關心的問題；2) ESG主要報告標準和倡議所關注議題，包括：香港交易所《環境、社會及管治報告指引》、氣候相關財務披露建議（TCFD）、全球報告倡議組織（GRI）可持續發展報告標準、可持續會計準則委員會（SASB）可持續發展會計準則及聯合國可持續發展目標倡議（SDGs）等標準和倡議；以及3)國際、國內可持續發展趨勢。與上年相比，2022年度的ESG議題清單新增或調整了生物多樣性、多元、平等與共融、支持實體經濟數字升級、教育科技等議題。
- 2 透過深度訪談和在線問卷調研，與不同持份者群體溝通，了解他們關注的議題及重要性觀點。本年度，參與訪談的持份者包括董事、管理層和各事業部相關管理人員等，與上年相比覆蓋了更多的業務和部門，受訪者就騰訊ESG議題的重要性分享了觀點和建議。參與問卷調研的持份者包括董事、高管、員工、客戶（用戶及業務夥伴）、供應商、投資者、政府及監管機構、學者、媒體以及非營利組織。
- 3 通過重要性評估，確定ESG議題的優先級排序。

重要性評估定義矩陣右上角上限的議題為高度重要性議題。我們已識別的重要議題包括：用戶私隱與網絡安全、內容責任、未成年人保護與發展、支持實體經濟數字升級、知識產權保護、反舞弊、員工健康與安全、能源管理、員工職業發展及公司治理。



- 1 氣候變化應對與碳中和
- 2 廢棄物管理
- 3 水資源管理
- 4 能源管理
- 5 生物多樣性
- 6 產品與服務的環境影響
- 7 員工權益
- 8 員工職業發展
- 9 多元、平等與共融
- 10 員工健康與安全
- 11 勞工實踐
- 12 教育科技
- 13 智慧醫療及養老科技
- 14 金融科技
- 15 支持實體經濟數字升級
- 16 科技共融與數字普及
- 17 知識產權保護
- 18 內容責任
- 19 用戶私隱與網絡安全
- 20 未成年人保護與發展
- 21 社區投資
- 22 供應鏈管理
- 23 反舞弊
- 24 反壟斷
- 25 反洗錢
- 26 公司治理
- 27 持份者溝通

● 環境議題 ● 社會議題 ● 管治議題

ESG理念融入企業文化

騰訊推行「正直、進取、協作、創造」的文化價值觀，並以此引領公司未來長期的可持續發展。

我們尊重員工的聲音，每年聘請第三方獨立機構圍繞工作體驗、文化價值觀、公司戰略及長遠發展等維度開展員工敬業度及滿意度調研。2022年調研結果顯示，騰訊員工對於文化價值觀滿意度高於80%，並連續4年保持在前三位置。

秉承「用戶為本、科技向善」的願景使命，騰訊以文化價值觀倡導每一位員工參與並踐行其中，打造誠實互信的商業生態，推動綠色低碳發展的轉型及融入，構建多元、平等與共融的職場環境，提出解決社會問題的創新方案。

2022年調研結果顯示，
騰訊員工對於文化價值觀
滿意度高於**80%**，
並連續**4年**保持在**前三位置**。

我們亦持續推動ESG融入企業文化，通過採取多項政策及措施為員工提供指引。包括：

文化倡導

- 推出「瑞雪+」文化，倡導共建文明健康、平等尊重的騰訊職場文化，經過一年的推廣實踐，成為年度滿意度最高的選項；
- 制定《騰訊陽光行為準則》並提出全員學習及考核要求，宣導「陽光」文化，明確員工及其他持份者行為規範的「騰訊高壓線」；
- 發佈實施「員工公益配捐計劃」，鼓勵員工參與公益活動，倡導志願者文化，推動可持續社會價值創新。

具體行動

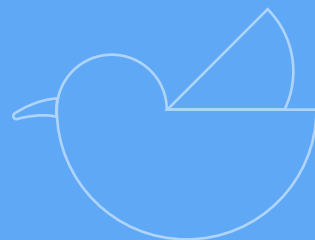
- 倡導多元、平等與共融的職場文化氛圍，成立DEI專項委員會，開展專項培訓，逐步提升員工DEI意識；
- 我們自願承諾不晚於2030年實現自身及供應鏈碳中和，並實現100%綠色電力；同時，在產品開發和業務創新時積極融入低碳理念，助力社會低碳轉型；
- 秉持長期主義決心，聚焦技術創新、產品創新和模式創新，解構社會議題並尋找和落地新的解決方案，創造可持續社會價值；
- 通過專項培訓、小程序問答等方式，面向全體員工宣導公司ESG戰略、相關政策、管理舉措及成效，持續推進全員ESG意識培育。

正直



堅守底線，
以德為先，
坦誠公正不唯上

進取



無功便是過，
勇於突破有擔當

協作



開放協同，
持續進化

創造



超越創新，
探索未來

鵝民ESG知識月度挑戰賽

我們設置了《鵝民ESG知識月度挑戰賽》小程序，面向全體員工宣導公司的ESG戰略及議題管理所涉及的管理制度、舉措及成效，並通過提供線索文章、設立季度排行榜的形式，互動式推進ESG融入企業文化。

報告期內，挑戰賽涉及的ESG議題覆蓋了用戶私隱與數據安全、多元平等與共融、生物多樣性、跨文化融合、社會公益及志願者等，幫助員工更加深刻地理解不同ESG議題與日常工作的關係。





環境風險中的「氣候行動失敗」「極端天氣事件」「生物多樣性喪失」已成為全球未來十年最嚴重的三大風險¹。我們相信數字化技術是應對環境風險的關鍵手段。因此，騰訊一直致力於應用數字化技術能力助力用戶、產業以及社會的環境友好轉型。

保護環境

1.1 策略與進展	12
1.2 應對氣候變化	13
1.3 綠色營運	17
1.4 助力低碳發展	22
1.5 保護生物多樣性	25

¹ 世界經濟論壇 (WEF)《2023 年全球風險報告》。

我們致力於降低營運的環境依賴和影響，並通過產品和技術產出正面的環境績效。為不斷提升環境管理水平，我們明確了環境保護的責任部門及匯報機制，由ESG工作組負責統籌管理，並定期匯報董事會和企業管治委員會。

我們制定並實施了集團層面的《環境保護管理制度》，要求員工將綠色理念融入產品、服務開發以及營運過程。《環境保護管理制度》明確了環境管理需要兼顧風險與機遇。我們識別、評估及應對環境風險，並應用我們的技術協助用戶、產業和社會綠色轉型。我們確定了五個環境議題作為努力的方向，包括：氣候變化及碳中和、能源及水資源使用、廢棄物管理、生物多樣性保護和綠色採購。

五個環境議題的推進情況

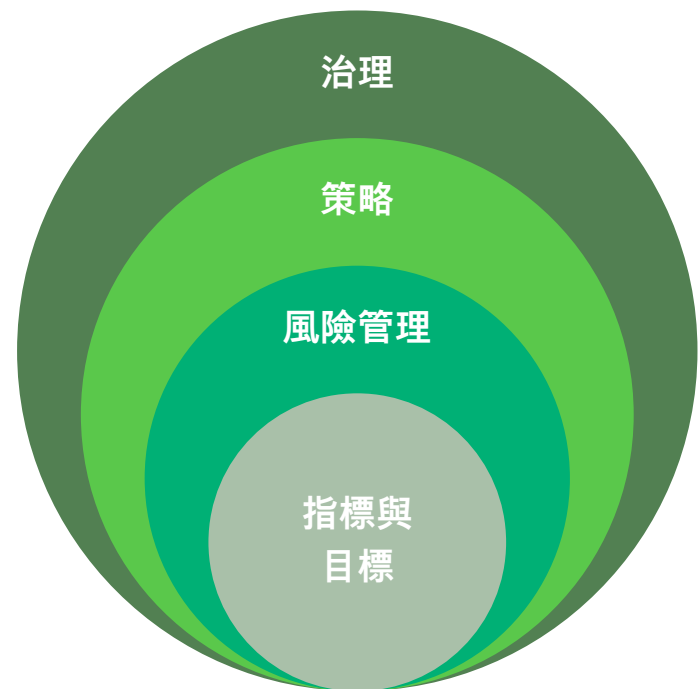
氣候變化及碳中和	能源及水資源使用	廢棄物管理	生物多樣性保護	綠色採購 ¹
<h3>SBTi</h3> <p>設置了符合《巴黎協定》並通過科學碳目標倡議 (SBTi) 驗證的絕對排放量減排目標，目標覆蓋了範圍一、二、三</p>	<h3>336,419.5 兆瓦時</h3> <p>採購綠色電力336,419.5兆瓦時，避免碳排放241,952.9噸</p>	<h3>2,740.6噸</h3> <p>回收利用電子設備2,740.6噸，並避免了電子廢棄物的產生</p>	<h3>發佈生物多樣性聲明</h3> <p>發佈聲明，闡述我們保護生物多樣性與生態系統的策略和方法</p>	<h3>供應商選擇</h3> <p>制定綠色採購優先原則的內部指引</p>
<h3>氣候情景分析</h3> <p>開展氣候情景分析，應用政府間氣候變化專門委員會 (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 和國際能源署 (International Energy Agency, IEA) 發佈的5個情景分析氣候相關的風險與機遇</p>	<h3>19.6兆瓦</h3> <p>數據中心可再生能源設施裝機容量19.6兆瓦</p>	<h3>166噸</h3> <p>消磁以及破碎處理166噸廢硬盤，交由有資質機構資源化循環</p>	<h3>1,500萬</h3> <p>應用我們的技術以及社交平台，為約1,500萬名公眾提供國家公園互動式科普</p>	<h3>範圍三減排</h3> <p>啟動範圍三減排項目，評估採購及下游租賃的減碳潛力，並制定減排措施</p>

¹ 關於綠色採購更多信息，請詳見本報告「商業道德—可持續供應鏈」章節。

應對氣候變化

氣候變化風險與機遇管理

我們將數字化技術應用於氣候變化的減緩及適應中。一方面，我們通過降低產品和服務的碳足跡減緩對氣候變化的影響，並於2021年啟動了覆蓋供應鏈的碳中和規劃。另一方面，我們應用氣候情景分析、相關數據庫和模型全面評估氣候風險與機遇，制定適應措施，並按照TCFD框架進行信息披露。我們積極運用數字化技術及產品影響力，助力用戶、產業和社會低碳轉型。



治理

董事會

董事會授權企業管治委員會監督氣候相關的事宜，包括：氣候風險與機遇管控、碳中和目標以及年度進展等。

報告期內，ESG工作組通過2次會議向企業管治委員會報告了年度氣候風險與機遇評估工作、2022年度碳中和工作進展。

管理層

騰訊的氣候風險與機遇管理由碳中和聯合項目組以及ESG工作組負責。

碳中和聯合項目組，由集團高級副總裁作為領導，並由戰略部、碳中和實驗室、數據中心綠色能源團隊、行政部設施管理團隊及低碳相關產品團隊等部門組成，主要職責包括：

- 識別和評估氣候相關風險和機遇；
- 制定氣候應對計劃，並實施緩解措施，同時挖掘商業機遇；
- 制定氣候相關目標，並設置指標以定期跟蹤目標進展。

ESG工作組主要職責包括：

- 評估氣候風險及機遇，並監督應對措施的落實；
- 使用國際以及國內的倡議或標準評估我們氣候相關目標包括科學碳目標倡議 (Science Based Target Initiative, SBTi)；
- 每年對氣候相關指標（如溫室氣體排放量）進行審計。

策略

對於騰訊，氣候變化會同時帶來風險與機遇。為了更有針對性地制定氣候策略，我們在2022年應用氣候情景分析，更完整地量化分析潛在的氣候風險與機遇。

氣候情景選擇

氣候風險與機遇對於短中長期的影響具有不確定性，導致氣候措施的制定存在挑戰。因此，我們需要考慮全球不同氣溫上升路徑、氣候政策改變、影響時間等因素，完整分析業務發展過程中可能遇到的氣候風險與機遇。2022年度，我們邀請了專業顧問開展氣候情景分析。

風險與機遇類別	評估時間	氣候情景選擇
物理風險¹	急性風險、慢性風險	基線 ² 、2030、2050 ³
轉型風險	政策和法規、技術風險、市場風險、聲譽	2030、2040、2050 ⁴
轉型機遇	資源效率、能源來源、產品及服務、市場、韌性	

IPCC第6次評估報告 (AR6, Sixth Assessment Report) IPCC共享社會經濟路徑 (SSP, Shared socioeconomic pathways)：

- SSP1-2.6
- SSP3-7.0
- SSP5-8.5

IEA

- 既定政策情景 (STEPS, Stated Policies Scenario)
- 淨零排放情景 (NZE, Net Zero Emissions)

¹ 物理風險根據世界氣象組織的標準採用30年數據進行評估。
² 基線涵蓋1985-2014年的數據，並核對了氣候模型的模擬以及過往出現的氣候災害。

氣候風險與機遇分析

通過5個氣候情景的分析，我們識別出未來可能出現的物理和轉型氣候風險與機遇。在此基礎上，我們使用世界氣候研究計劃 (World Climate Research Programme, WCRP)、世界資源研究所 (World Resources Institute, WRI)、IEA和綠色金融網絡 (Network for Greening the Financial System, NGFS) 等數據對潛在的氣候風險與機遇進行量化分析，並區分不同時間段的影響程度，其中基線期間的物理風險結果跟實際營運進行核對。通過2022年的情景分析工作，我們分析出對於騰訊影響較大的氣候風險與機遇。

類別	
急性物理風險	極端高溫 洪澇 - 包括河流洪澇、沿岸洪澇和極端降水 熱帶氣旋 山火
慢性物理風險	水資源壓力和干旱
政策與法規轉型風險	碳排放管控政策實施 氣候應對及披露要求的加強
市場轉型風險	市場偏好向低碳產品的轉變
產品與服務轉型機遇	低碳產品的市場機遇

³ 2030涵蓋2015-2044年的數據、2050涵蓋2035-2064年的數據，評估短中長期營運面臨的氣候物理風險。
⁴ 轉型風險和機遇以10年為間隔，以匹配轉型風險的變化頻率，評估短期、中期和長期影響。

風險管理

騰訊的氣候風險已納入公司風險評估和管控體系中，隨著氣候風險管控工作的累積，我們已經形成並應用以下流程：

步驟1： 風險清單	<ul style="list-style-type: none"> 對標TCFD框架氣候風險與機遇類別，進行初步識別 分析行業最佳實踐 訪談氣候風險相關部門 產出氣候風險以及機遇清單
步驟2： 情景分析	<ul style="list-style-type: none"> 選擇用於分析的低碳和高碳氣候情景 選擇用於分析的時間範圍 針對氣候風險與機遇清單進行情景分析，識別關鍵的氣候風險與機遇
步驟3： 風險量化	<ul style="list-style-type: none"> 選擇量化的因子、數據庫以及模型 梳理財務影響傳導路徑 開發財務影響量化工具 量化關鍵風險與機遇的財務影響
步驟4： 風險應對	<ul style="list-style-type: none"> 針對關鍵風險與機遇制定管理措施 評估已制定的風險應對措施的有效性

指標和目標

合適指標的選擇、目標的設定及跟蹤，是騰訊管理氣候風險的關鍵手段。

類別	指標和目標
碳排放	<p>指標：</p> <ul style="list-style-type: none"> 溫室氣體排放總量（範圍一、二、三）（噸二氧化碳當量） 每收入單位的溫室氣體排放總量（噸二氧化碳當量/百萬人民幣） 範圍一排放量（噸二氧化碳當量） 範圍二排放量（噸二氧化碳當量） 範圍三排放量（噸二氧化碳當量） <p>目標：</p> <ul style="list-style-type: none"> 碳中和目標，在2030年實現自身營運及供應鏈的碳中和 絕對排放量減碳路徑，以2021年為基準年，2030年範圍一和範圍二絕對排放量減少70%、範圍三絕對排放量減少30%

類別	指標和目標
能源	<p>指標：</p> <ul style="list-style-type: none"> 能源消耗總量（兆瓦時） 直接能源消耗量（兆瓦時） 間接能源消耗量（兆瓦時） 每收入單位的能源消耗總量（兆瓦時/百萬人民幣） 直接購買的可再生能源（兆瓦時） 自建可再生能源設施發電量（兆瓦時） 可再生能源佔比（%） 自建可再生能源設施裝機容量（兆瓦） 數據中心平均電源使用效率（PUE，Power Usage Effectiveness） <p>目標：</p> <ul style="list-style-type: none"> 2030年，實現100%綠色電力使用 至2025年，實現中國內地所有騰訊自有辦公樓的人均耗電量相較2019年減少15% 自建數據中心的平均PUE不超過1.35

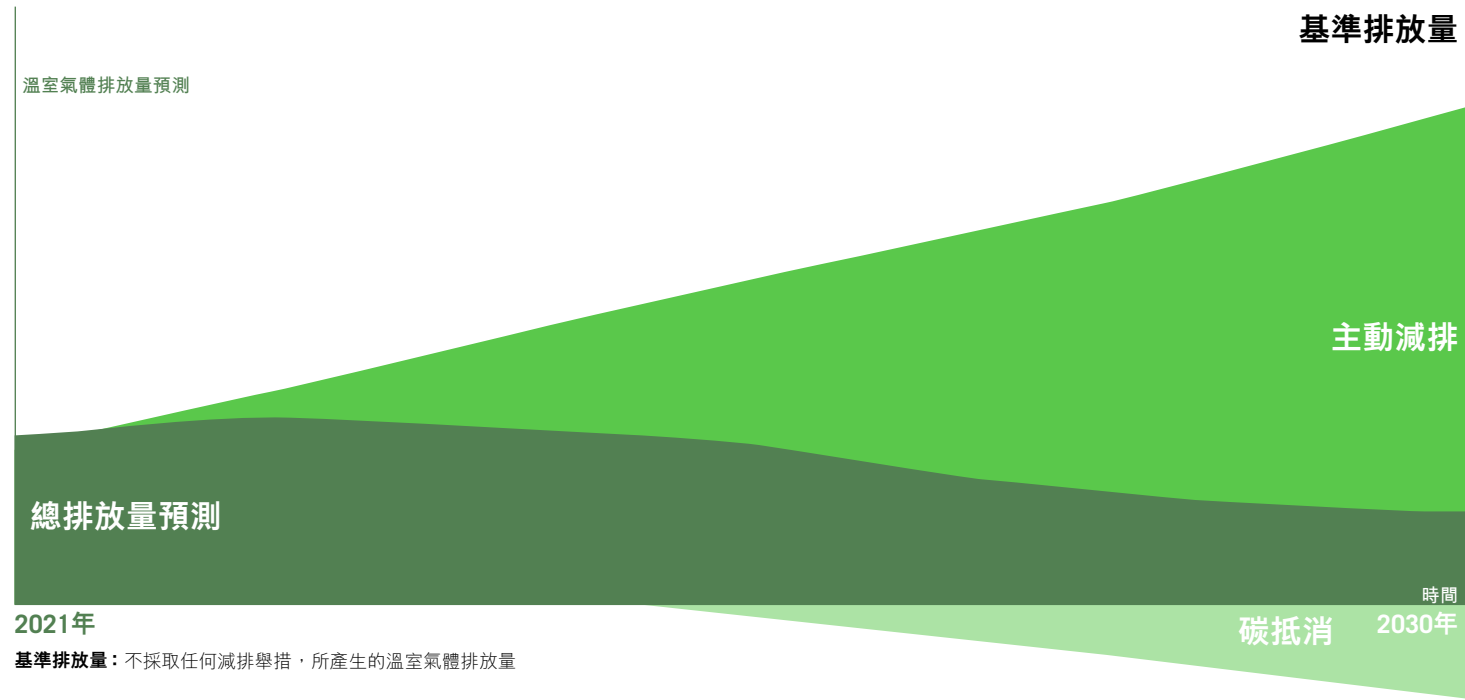
類別	指標和目標
水資源	<p>指標：</p> <ul style="list-style-type: none"> 用水量（噸） 每收入單位的用水量（噸/百萬人民幣） <p>目標：</p> <ul style="list-style-type: none"> 至2025年，實現中國內地所有騰訊自有辦公樓的人均用水量相較2019年減少15%
固體廢棄物	<p>指標：</p> <ul style="list-style-type: none"> 有害廢物處置量（噸） 每收入單位的有害廢物（千克/百萬人民幣） 無害廢物處置量（噸） 每收入單位的無害廢物（千克/百萬人民幣） 電子設備回用量（噸） 電子廢棄物循環量（噸） <p>目標：</p> <ul style="list-style-type: none"> 中國內地所有騰訊自有辦公大樓均實施垃圾分類 廢硬盤及廢鉛酸蓄電池100%交由有資質的機構進行處理

碳中和行動

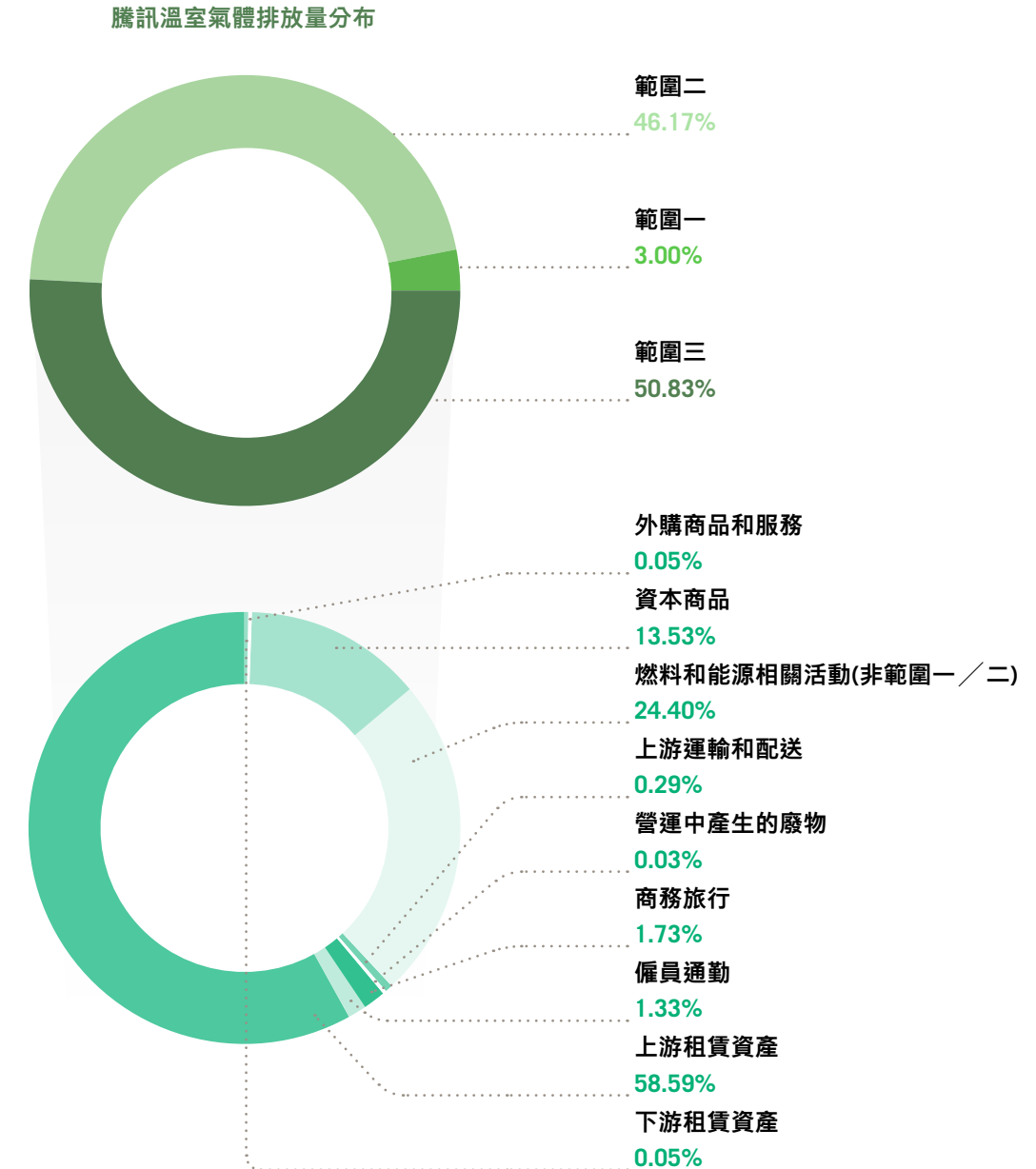
騰訊於2021年1月宣佈啟動碳中和規劃，並在2022年2月公佈了碳中和目標。

為了明確溫室氣體減排的決心，我們在碳中和承諾的基礎上進一步細化了減碳路徑，並設置了符合《巴黎協定》的絕對排放量減排目標，目標覆蓋了範圍一、二、三，並已經獲得SBTi驗證。

碳中和目標	碳中和	2030年實現自身營運及供應鏈的碳中和
	綠色電力	2030年實現100%綠色電力
絕對排放量減排目標	範圍一和範圍二	以2021年為基準年，絕對排放量減少70%
	範圍三	以2021年為基準年，絕對排放量減少30%



2021年我們使用WRI和世界可持續發展工商理事會（World Business Council For Sustainable Development，WBCSD）制定的《企業溫室氣體核算體系（Greenhouse Gas Protocol）企業核算與報告標準》盤查了我們的溫室氣體排放。2022年我們升級了溫室氣體盤查體系，在2021年基礎上新增所遵循的國際標準，包括：科學碳目標倡議（SBTi）發佈的《信息和通信技術行業科學碳目標設定指引》以及國際標準化組織（ISO）發佈的《14064-1:2018 溫室氣體盤查標準》。2022年，騰訊溫室氣體排放總量為5,739,723.7噸二氧化碳當量。



脫碳路徑及年度實施情況

我們遵循「**減排和綠色電力優先，抵消為輔**」的原則，並通過以下脫碳路徑推進我們的碳中和目標進展：

提升能源利用效率¹

- 在設計、建設、營運、廢棄物管理等全生命週期階段實施節能技術，降低數據中心PUE
- 通過改善我們綠色辦公的管理、流程和措施，使辦公環境更可持續

使用可再生能源²

- 建設可再生能源及儲能設施為數據中心供應可再生電力，至2022年底已建成裝機容量19.6兆瓦
- 採購綠色電力336,419.5兆瓦時，避免碳排放241,952.9噸

探索碳抵消技術以及機制³

- 投入碳捕捉技術研究，如玄武岩碳捕獲技術
- 探索碳交易的可行性，成為香港國際碳市場委員會首批成員

助力用戶、產業和社會低碳發展⁴

作為互聯網科技企業，我們不僅關注自身營運以及供應鏈對環境的影響，還通過探索、支持低碳技術的發展，為用戶提供更多低碳生活的選擇、為產業提供更多數字化低碳轉型的解決方案。

向用戶倡導可持續生活方式

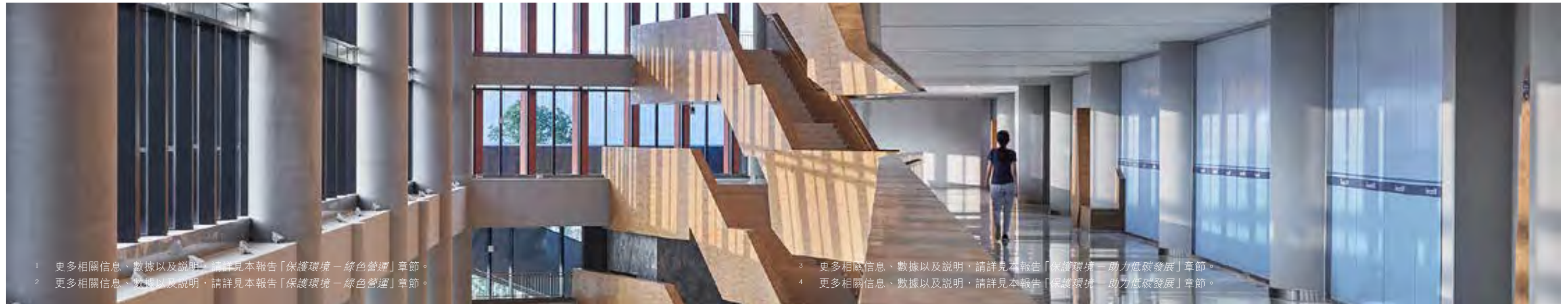
- 「低碳星球」微信小程序，量化用戶碳足跡並鼓勵用戶減少碳排放
- 「碳碳島」以模擬低碳經營的形式，使玩家能夠建立一個繁榮的島嶼，尋求可持續的經濟增長
- 「碳中和問答」，為公眾科普可持續的生活方式

為產業提供低碳數字化解決方案

- 移動支付拓展了綠色支付的應用場景
- 超2億用戶使用騰訊文檔，共計實現了199,650噸的碳減排量
- 為能源行業提供數字化減碳解決方案

為社會探索低碳技術應用

- 搭建低碳技術創新平台，如「碳LIVE」在線低碳創新社區、碳中和專業委員會及開放技術聯盟
- 探索前沿減碳技術，如冰川「保護罩」、節水抗旱稻等



¹ 更多相關信息、數據以及說明，請詳見本報告「保護環境－綠色營運」章節。

² 更多相關信息、數據以及說明，請詳見本報告「保護環境－綠色營運」章節。

³ 更多相關信息、數據以及說明，請詳見本報告「保護環境－助力低碳發展」章節。

⁴ 更多相關信息、數據以及說明，請詳見本報告「保護環境－助力低碳發展」章節。

綠色營運

我們在營運過程中關注能源和資源的利用效率以及廢棄物的「減量、回用與循環 (3Rs, Reduce, Reuse and Recycle)」，將綠色低碳的理念融入我們的營運過程，以便不斷提升產品和服務的環境友好性。

我們遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等營運所在地適用的法律法規，持續降低營運過程的環境的影響，構建綠色算力設施和綠色辦公場所。

綠色雲計算

數字化提升了實體產業的運行效率，與此同時數據中心能源消耗問題日益顯現，根據IEA的研究報告，2021年全球數據中心用電量約佔全球總用電量的0.9-1.3%¹。

騰訊數據中心秉持「提升能源效率、降低自然依賴」的綠色營運策略。在全生命週期管理中融入綠色考量因素，覆蓋了選址、設計、建設、營運、廢物處理等階段。國際環保機構綠色和平對中國的互聯網雲服務企業碳中和表現進行年度排名，騰訊連續兩年排名第一。

設計及建設階段

騰訊在數據中心建設前開展環境影響評估及節能評估，評估建設及運行等過程的土壤、水、大氣、生態及能源消耗的影響，並且制定完善的措施避免或者減緩這些影響。

低碳數據中心基礎建設

騰訊第四代數據中心(T-block)將數據中心的建設模塊化，得益於T-block的標準化、產品化、預製化，能夠有效縮短建設週期以及減少建設過程的碳排放。

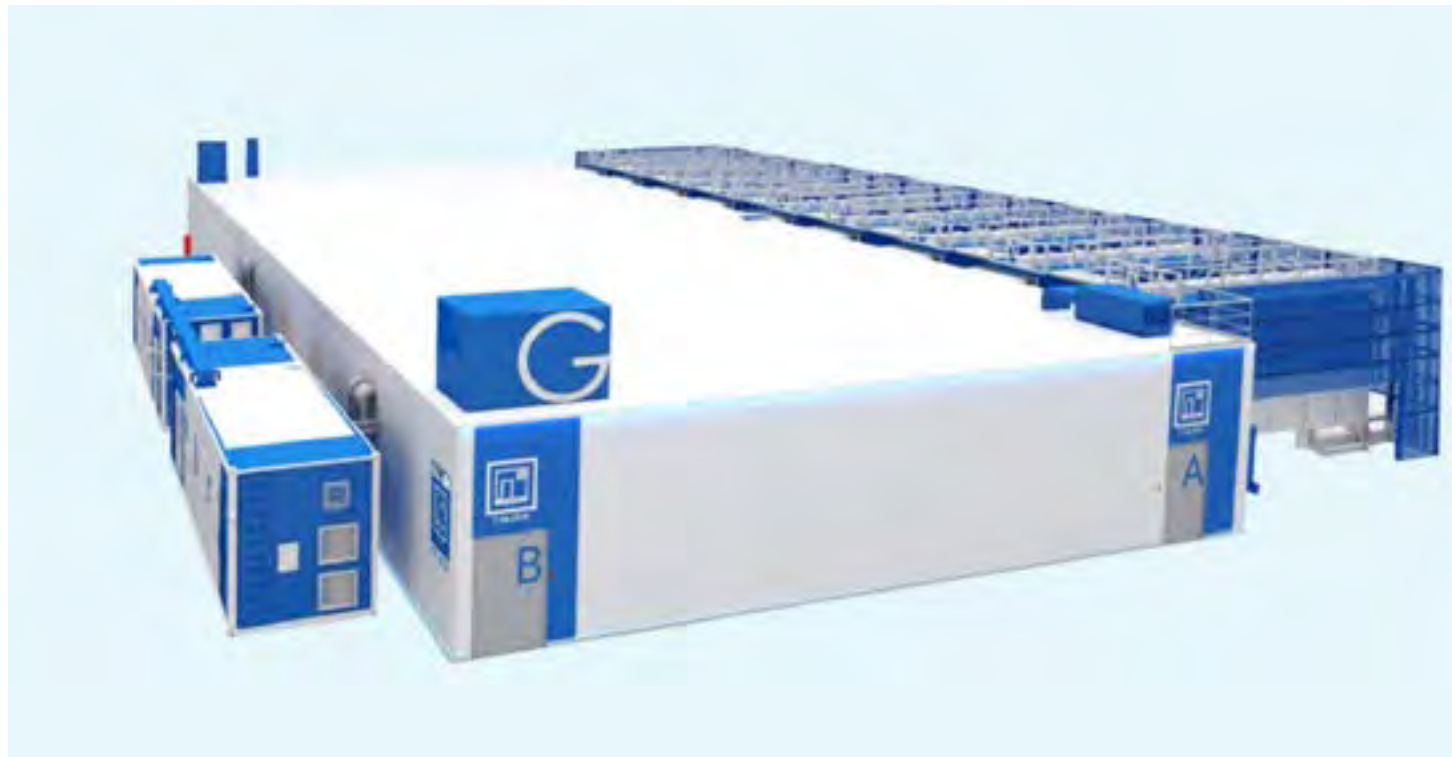
在營運過程，T-Block採用高效的製冷技術和供配電架構。T-block數據中心可以達到1.2x的年均PUE，部分模組全年平均PUE低於1.2，與傳統數據中心建設相比節約能源約30%。

優化選址

為了優化在營運過程的能源及資源消耗，我們在數據中心選址過程遵循以下綠色選址原則：

- 氣候適宜及冷卻需求低、可再生能源供應充足、電力穩定、氣候物理風險低、地質災害較少。

2022年，上海數據中心獲得「LEED數據中心營運與維護」(LEED O+M: DC) 鉑金級認證；截至2022年末，騰訊的數據中心累計獲得綠色低碳相關證書25項。



¹ 國際能源署2022年《數據中心和數據傳輸網絡》研究報告。

營運階段

持續降低PUE是數據中心綠色營運的重要舉措之一，騰訊應用節能技術、數字化管理等手段持續優化PUE，並且通過使用可再生能源，進一步降低碳排放。

節能技術應用

■ 研發高效空調

2022年，我們投入節能空調的研發，使用間接蒸發冷技術，提升了數據中心能源的使用效率，在典型工況對比實驗中節能率約為20%。節能空調已經在清遠數據中心、懷來數據中心應用。

■ 液體冷卻技術

我們應用冷板液體冷卻技術，利用高比熱容的液體作為介質輸送冷量，對比風冷技術能夠有效減少能源的消耗，根據測試數據極限PUE降至1.06。

■ 熱能回收技術

數據中心服務器運行過程中產生的餘熱可用於回收利用，磁懸浮熱泵通過加熱冷凍回水提取餘熱，一方面向機房返回冷凍水用於機房製冷，以減少機房冷卻負荷和水資源消耗；另一方面將餘熱輸送給有需要的場地，避免能源浪費。2022年，天津數據中心的餘熱回收設備約回收熱能4,000吉焦，避免碳排放440噸。

■ 變頻節能技術

在製冷機組、水泵等設備中應用變頻節能技術，根據實際營運需要及時調整設備頻率，使能源消耗與實際營運需求更匹配，減少能源的浪費。

綠色能源使用

■ 可再生能源設施

T-block數據中心的擁有平整且規模較大的屋頂，能夠支撐較大容量的分佈式屋頂光伏設施持續產出可再生能源。光伏組件吸收太陽能轉化電能，直接供給到騰訊數據中心的內部，給IT與製冷電氣設備提供綠色能力，同時光伏板也反射太陽熱量、減少了數據中心的冷卻負荷。

2022年，已建成分佈式光伏裝機容量19.6兆瓦，年產生可再生能源21,870.0兆瓦時，避免碳排放15,728.9噸。

■ 採購綠色電力

我們從2021年開始探索綠色電力市場化交易，並堅持「額外性、可溯源性、就近性」的原則。

■ 「額外性」是指我們所採購的綠色電力並未獲得相關補貼，確保額外性可以使我們的綠色電力採購工作能更好地促進可再生電力的產生；

■ 「可追溯性」是指我們所採購的綠色電力能夠清晰地追溯到能源的來源，保證來源的合規、透明和可持續；

■ 「就近性」是指在能源採購過程中，優先考慮地理位置與數據中心較近的新能源項目。可有效降低能源傳輸損失、提高能源利用的效率。

2022年我們使用綠色電力336,419.5兆瓦時，避免碳排放241,952.9噸。同時，我們還簽訂了超過534,000兆瓦時的綠色電力交易合同供2023年使用，懷來東園、懷來瑞北、江蘇儀徵和清遠清城數據中心將在2023年達到100%使用綠色電力。

■ 微電網與「虛擬電廠」平台建設

2022年我們開展微電網和「虛擬電廠」平台兩種技術的試點，使用這兩種技術，可以有效提升可再生能源的使用效率，使數據中心負載加入發電的能力同時，變得更加的靈活且富有彈性，以更好的與未來的電網交互：

■ 微電網由分佈式可再生能源設施、儲能設施等裝置組成，是數據中心配套的可再生能源發電配電系統。截至2022年末，在建分佈式光伏及微電網項目約60MW，包含建築光伏一體化試點以及儲能項目試點；

■ 「虛擬電廠」平台鏈接我們多個數據中心，通過智能化營運負荷、新能源發電量等預測，調度可再生電力的使用，提升系統效率。

智能營運

我們通過建立並使用「IDC智維平台」系統，以低代碼系統開發平台等方式，實現數據中心智能化管理，包括數字化傳感網絡，自動化營運等。

- **數字化傳感**：通過物聯網（IoT, Internet of Things）設備，實時自動監控數據源、傳輸通道、數據倉庫等全鏈路的數據；
- **自動化營運**：通過營運數據的累積，搭建自動的配置、警告、變更等功能。

2022年，我們加大了數據中心可持續營運過程中應用人工智能（AI, Artificial Intelligence）技術投入，並在AI節能和電池健康度預測方向取得進展。

- **AI優化數據中心PUE**：研發的AI節能模型，對系統供冷進行精細化預測，並實現自動控制。使用該模型的數據中心平均PUE下降0.02；
- **AI優化電池健康度，提升壽命**：使用AI提升管理及預測精度，並應用在自動控制設備及電池健康預測中，例如通過智能算法計算不同使用情況下的電池壽命，探索優化的使用狀態，從而延長電池的使用壽命，減少廢棄物產生。



廢棄物管理

在廢棄物管理方面，騰訊遵循3Rs原則，並在2022年建成了綠色循環再利用中心。綠色循環再利用中心處理數據中心產生的電子廢棄物，通過維修、改造、升級，循環使用電子產品，在延長了電子產品生命週期、減少廢棄物的同時，減少了採購新設備的碳排放。

服務器升級和回用	對於舊服務器等電子產品進行升級改造，改造後的服務器通過測試後回用到營運中，延長了其生命週期。2022年，通過升級改造回用的服務器約2,456噸；
部件回用	對於退役報廢的電子設備進行拆解，並回收可用部分部件進行升級改造；
廢物資源化循環	我們對廢硬盤進行消磁、破損等處理，在保證信息安全的前提下，產出可資源化的硬盤破碎顆粒，供有資質的再生機構循環利用。2022年，循環資源化廢棄物量166噸；
包裝材料	園區內部的周轉託盤以及外部的物流包裝，均使用循環包裝材料。

我們數據中心產生廢棄物均建立倉庫進行暫存，並且委託有資質機構進行處理。2022年，廢棄物妥善處置率100%，符合相關法規。

低碳辦公

為了在可持續的工作環境中提供產品與服務，我們持續提升辦公營運過程的能源及資源使用效率，通過「完善綠色管理」「精細節能程序」「落實節能措施」三個路徑，打造低碳辦公環境。



完善綠色管理

管理認證

我們的辦公樓宇遵循國際體系管理，包括國際標準化組織公佈的ISO 9001質量管理體系 (ISO 9001)、ISO14001環境管理體系 (ISO 14001) 以及ISO 45001職業健康與安全管理體系(ISO 45001)。

- 100%認證：全部辦公樓宇的物業管理方通過ISO 9001、14001、45001認證；
- 年度審核：2022年，我們對自有樓宇以及部分租賃樓宇開展了年度審核，並對發現的改進點進行整改及跟進。

綠色建築

在辦公樓設計和建設階段，我們秉持「安全耐久、健康舒適、環境宜居、生活便利、資源節約」等基本原則，所有新建樓宇均應用國際以及當地綠色建築標準作為設計依據。在建成投入營運後，我們持續使用國際標準規範我們的日常運維，其中北京騰訊大廈和成都騰訊大廈A/B樓獲得LEED 營運鉑金級認證。

數字化管理

我們對樓宇進行數字化管理，以便更精準、敏捷地管理樓宇的能源、資源消耗。

- 為了全面監控辦公樓宇的能源消耗情況，我們通過設施設備管理平台（FM平台，Facility Management Platform）每月對各個樓宇能耗情況進行總結分析，對異常能耗數據進行監督和整改，並形成能耗管理報告。FM平台通過不斷迭代，進一步增加了對能耗的預測、預警及控制功能，形成「前端數據收集—後端數據分析—反饋到前端能耗管理」的完整閉環。
- 我們配置了樓宇自控系統（BAS，Building Automation System），針對空調、照明、新風等主要能耗系統進行實時智能化控制，分區域根據需求調節能耗設備，提升了能源使用的效率。

精細節能程序

能源管理



為進一步精細化管理能耗設備，我們制定了針對空調、電梯、照明及其他辦公設備的《*能耗設備運行規範*》，在保障營運效率與舒適的前提下精細化我們的能源管理。

《*能耗設備運行規範*》主要節能措施包括：

- **空調系統：**區分季節、工作時間分別規定運行時間，並對於運行參數進行精細化管理例如，室內外氣溫、設備負荷、冷卻水溫度、壓力；
- **照明系統：**區分季節、工作時間、接待時間、區域分別規定運行時間，在保障基本照度的基礎上減少多餘的照明用電。例如，室外區域的LOGO燈調整為節能模式；室內區域的辦公區域設有智能照明；
- **電梯系統：**區分工作時間、用梯峰谷時段分別規定運行時間及可用電梯數量，減少用電；
- **其他設備：**區分節假日、設備使用頻率分別規定運行時間，並加強節能宣傳和嚴格執行巡視檢查，減少待機能耗。

廢棄物處置



為提高資源的循環利用，我們按照廢棄物類別進行分類處理，並推進垃圾源頭減量化和廢棄物合規處理。

- **垃圾分類：**設置分類垃圾桶，開展員工活動，倡導分類投放；
- **電子廢棄物：**為實現電子設備再利用，對於筆記本電腦等電子辦公設備，一定使用期限後員工可申請歸屬個人。而對於其他廢棄的電子產品，會交由具備回收資質的第三方進行回收處理；
- **有害廢棄物：**辦公營運過程中所產生的有害廢棄物（如硒鼓、墨盒等），經收集後妥善存放於危險廢棄物管理倉庫，隨後委託有資質的第三方進行100%無害化合規處置；
- **廚餘垃圾：**廚餘經油脂分離器預處理後，交由專業第三方進行資源化處理。

落實節能措施

我們定期評估辦公樓能耗水平，對有提升空間的樓宇開展空調系統、照明系統、暖通系統等專項節能改造。

空調系統



我們通過升級更節能的空調設備和控制系統、提前關閉新風空調預冷等措施，實現空調系統節能降耗。

照明系統



我們通過更換更節能的照明燈具、增加控制器及調整運行策略等措施，實現照明系統節能降耗。2022年，北京騰訊大廈更換了1,800支LED燈、調整5,651個照明燈具的迴路，並限制照明時間，減少用電量513,739千瓦時，避免369.5噸碳排放。

其他系統



我們通過增加時間控制器、調整運行策略及提前巡查時間等措施，實現暖通系統等其他系統節能降耗。2022年，騰訊濱海大廈對風機、水泵耗能設備增加時間控制器，並調整運行策略，減少用電量236,074千瓦時，避免169.7噸碳排放。



助力低碳發展

騰訊的碳中和不僅關注自身營運以及供應鏈，我們還會應用數字化技術和產品影響力，助力用戶、產業和社會的低碳轉型。

共建綠色生活方式

公眾參與是社會低碳轉型的關鍵一環。騰訊服務於廣大的用戶，通過創新的數字化環保科普，倡導公眾培養低碳習慣、共同探索綠色低碳生活方式。

激勵減碳行動

我們通過《低碳星球》微信小程序量化用戶公共交通出行的碳足跡，並將其轉化為碳積分，鼓勵可持續的生活方式。

2022年，超過100萬名用戶通過《低碳星球》參與減碳行為（通過騰訊地圖乘坐公交或地鐵）的減排量通過第三方核證，並完成了深圳市首單碳普惠減排交易，交易後以乘車券的形式全額返還用戶。



低碳知識科普

2022年，我們開展了為期三週的「低碳答題挑戰」，為用戶提供100題的挑戰。活動上線三天內，全國約60萬人參與，答題數量超500萬。

遊戲模擬提高環保意識

作為一款互動模擬遊戲，《碳碳島》讓玩家更加熟悉氣候變化，並學習平衡可持續發展和經濟增長。《碳碳島》已連續兩年獲得聯合國環境規劃署「綠色遊戲創意計劃」(Green Game Jam) 年度「最快落實獎」(First to Implement)。

2022年，《碳碳島》通過以「探索蔚藍，保護地球」活動，以遊戲的形科普海洋生態保護、海洋碳匯等硬核的環保理念。活動累計超1,024萬人次訪問參與，提升低碳環保與海洋環境保護意識。



賦能產業低碳轉型

數字技術的應用在促進產業效率提升、節能減碳中發揮關鍵作用，因此，我們將自身數字化技術應用到產業中，助力其低碳轉型。

綠色支付

隨著移動支付的發展以及綠色支付理念的傳播，綠色支付成為助力社會的低碳轉型的組成部分。騰訊依託移動支付平台不斷拓展綠色支付應用場景、助力經濟綠色轉型，並為消費者提供便捷的綠色支付渠道。

消費者使用微信支付的低碳場景¹



¹ 騰訊聯合中央財經大學綠色金融國際研究院發佈的《綠色支付助力碳中和目標》研究報告。

在線辦公

騰訊的雲產品能夠為混合和線上辦公模式的企業提供解決方案，有效減少了碳排放。在線辦公的碳排放避免主要來自於雲計算能源利用效率較高、減少不必要的差旅以及減少辦公用紙。

- 在線文檔：**騰訊文檔支持多人同步在線協作編輯和雲端保存，在提升用戶工作效率的同時能夠有效減少碳排放。在線文檔碳減排的貢獻主要來自於：雲存儲相較本地存儲更低碳、減少文件傳輸過程碳排放、普及功耗更低的移動端編輯。2021年超2億用戶使用騰訊文檔，共計實現了199,650噸的碳減排量²。
- 線上會議：**騰訊會議具備在線文檔協作、實時屏幕共享、即時通訊等功能，有助於提高會議效率，節省差旅費用以及減少紙張浪費。騰訊會議平均每次在線會議減少的碳排放量約為27.9千克二氧化碳當量。自上線以來，用戶使用這款產品實現了超過1,500萬噸的碳減排量³。

² 騰訊聯合中華環保聯合會、中國互聯網發展基金會數字碳中和專項基金發佈《在線文檔產品碳減排績效研究報告》。

³ 中華環保聯合會綠色循環普惠專委會與生態環境部宣傳教育中心聯合發佈《在線會議助力碳減排量化研究報告》。

能源數字化

騰訊探索能源行業的數字化解決方案，助力能源行業效率以及智能決策水平提升，並降低碳排放量。

- 能源連接器 (Tencent EnerLink)** 是融合雲物聯網、大數據等技術的數字平台，連接各業務場景的軟件以及硬件，構建能源以及碳管理平台。
- 能源數字孿生 (Tencent EnerTwin)**，使用3D引擎、人工智能、高性能計算、音視頻加速等全真互聯技術，提供物理實體和數字空間的事實映射，為企業能效優化提供幫助。

2022年，我們與合作夥伴共同建立了一個零碳園區智慧能源平台，主要實現能源數據管理、分析、預測以及優化等功能，實現了園區碳排放數字化管理。



探索低碳技術

騰訊實現碳中和戰略的意義不僅在於自身的節能減排，我們希望以碳中和為契機帶動科技研發和應用創新。因此，我們不斷促進自身的技術創新，並持續關注低碳技術的進一步創新迭代。

探索前沿減碳技術

- **玄武岩碳捕獲技術：**我們與冰島CarbFix公司合作，探索碳封存技術在中國應用。該技術將二氧化碳捕獲並溶解在大量水中，注入玄武岩中通過化學反應轉化為礦物質，將溫室氣體固定到「石頭」中。
- **冰川「保護罩」：**我們與南京大學合作研發用於冰川保護的材料，使用納米紡絲技術製成輻射製冷薄膜。該技術在不消耗能源的情況下輻射熱量來使物體降溫，比環境溫度降低5-7℃，可以減緩冰川消融速度。
- **節水抗旱稻：**我們和上海市農業生物基因中心共同發起「節水抗旱稻減排及數字化項目」，支持減排方法學開發，通過數字化技術支持節水抗旱稻溫室氣體減排量的監測與計量。相較水稻，種植節水抗旱稻可以顯著減少甲烷和氧化亞氮等溫室氣體排放。

搭建低碳技術創新平台

- **創新社區：**騰訊與合作方共同發起「碳LIVE」低碳創新連接平台，集合產業、投資機構、創業孵化機構等共創方，以「多點創新迸發、連接助力共創」促進低碳技術發展；
- **開放專利技術聯盟：**騰訊攜手同行組成「碳中和專業委員會及開放技術聯盟」，幫助打破應對氣候危機的技術障礙，首輪承諾免費授權189項與碳中和相關的專利和技術。

保護生物多樣性

互聯網技術應該在自然保護中發揮關鍵作用。一方面，我們透過提升營運的自然資源利用效率，提供生態友好的服務；另一方面，將我們的產品以及技術應用到生態系統保護行動中。

2022年，我們發佈了《生物多樣性聲明》，闡述了我們保護生物多樣性與生態系統的策略和方法，以及基於「聯合國可持續發展目標（United Nations Sustainable Development Goals，UN SDGs）」「生物多樣性公約（Convention on Biological Diversity，CBD）的《昆明－蒙特利爾全球生物多樣性框架》」以及中國生態文明建設戰略的生物多樣性保護的理念。

生態友好地發展我們的業務

我們重視自然相關風險與機遇的管理，以減少我們對土地、水等自然資源的依賴。項目在建設前開展環境影響評價，評估其對生態的影響，並制定減緩措施。

在營運過程，我們亦會減少對自然資源的依賴：

水資源

我們重視水資源的高效利用，在2022年開展了水資源壓力分析，分析營運點的現狀及未來的缺水風險，並制定應對策略，包括：實施節水措施、設立水回用設施、設置備用水源或應急措施等。

- **數據中心使用「中水」作為水源：**我們在懷來數據中心探索使用污水處理廠排放的中水作為替代水源，通過建設水質淨化處理裝置將中水處理後供給數據中心製冷系統替代市政供水，減少新鮮水使用、緩解水資源壓力。

- **無水氟泵空調研發：**在華北缺水地區，我們創新研發無水氟泵空調，在保障高效數據中心製冷的情況下，降低用水量。

- **辦公樓宇應用「海綿城市」技術：**我們應用海綿城市技術進行雨水回用，在騰訊濱海大廈8,000平方米的廣場上鋪設生態陶瓷透水磚，將雨水循環用於綠植澆灌。

此外，我們調整北京騰訊大廈的室外噴泉清洗頻次，同時回收廢水，用於園林綠化噴灑，運行季減少用水量約1,400噸。

資源管理

- **紙張管理：**積極推行綠色辦公，倡導無紙化和使用森林管理委員會（FSC，Forest Stewardship Council）認證的紙張，並在必要打印的場景優先使用雙面打印和黑白打印，減少紙張的消耗。

- **包裝管理：**我們鼓勵員工減少包裝材料使用，並將食堂打包餐盒替換為環保材料餐盒以及實行使用者支付措施。



自然資源可持續利用和保護

騰訊持續探索將AI、雲計算等技術應用於基於自然的解決方案（Nature-based Solutions，NbS）中，提升生態保護工作的效率。

在將AI技術應用於珍稀物種保護的工作中，我們開發了「雪豹智能識別及監測數據管理雲平台」，追蹤雪豹的蹤跡和收集各項關鍵數據。平台通過AI物種識別、數據上雲、模型搭建與運算等功能，對基礎數據進行自動整理分析，更協助科學家及專業保護人員完成物種監測及調查，與傳統方式相比可提升他們超過50%的工作效率。

2022年，該平台對於生態保護的支撐能力進一步提升：

- 可識別物種數目從23類提升至31類
- 雪豹的圖像級檢出率從70.8%提升至95.5%，精度從59.1%提升至85.2%

野生動物非法交易對於珍稀動物的傷害是巨大的，金融科技的應用可以有效打擊野生動物非法貿易洗錢。因此，我們通過可疑交易識別模型，協助執法部門防控野生動物的非法貿易洗錢犯罪行為。

- **模型識別：**採取大數據挖掘和機器學習的技術方案進行建模，模型可以識別出非法貿易的可疑線索。
- **公眾參與：**為用戶提供動物保護科普知識，並建立舉報與反饋平台，借助公眾力量追蹤野生動物交易線索。

海洋生態蘊含大量的生物多樣性資源並有長期持續的固碳能力，我們與廈門大學及公益機構合作，開展海草床、沼澤及紅樹林等生態修復。



應用互聯網工具提升公眾認知

我們希望讓更多公眾認識到生物多樣性的價值。因此，我們應用「全真互聯」等技術將生態系統、珍稀動植物更近距離展示給公眾，同時展現生態保護工作的迫切性，倡導公眾參與到生物多樣性保護工作中。

騰訊應用「全真互聯」技術呈現國家公園的自然生態環境以及與旗艦物種，同時通過社交平台便捷地展現給公眾。

2022年，約1,500萬公眾參與到這些互動中，累計曝光量超8億，主要實踐包括：

- 推出東北虎豹國家公園12.5億像素VR（Virtual Reality）全景照片，用戶可以放大120倍、360度探索國家公園的全景，尋找隱藏林間的東北虎、豹和其他國家公園旗艦物種；
- 以4K高清碼率搭配全景聲技術，對海南省熱帶雨林國家公園進行直播，展示了包括海南山鷓鴣、海南坡鹿等國家一級重點保護野生動物在內的30多種國家公園旗艦物種；
- 騰訊文檔推出國內首款在線文檔公益主題背景，用戶可將武夷山國家公園的自然景色作為在線文檔背景。

我們應用數字化的互動手段協助公眾在線接觸野生動物，以提高公眾保護野生動物的意識。例如，在2022年5月份，我們與中國國家地理雜誌合作開發了《觀鳥君》微信小程序，其中包含儲存了1,500種鳥類的信息的數據庫。用戶可以通過文本或拍照搜索，找到鳥的種類、體型、保護狀況、棲息地、習性和地理分佈等信息，便捷的獲取生態知識。



Tencent 騰訊



騰訊視員工為最寶貴的財富。我們秉持「關心員工成長」的管理理念，尊重每一位員工，並致力於營造多元、平等與共融的職場環境。通過為員工提供施展才華的平台，激發其創造力、釋放潛能，我們攜手員工實現自我價值與公司發展目標。



關心員工成長

2.1 理念與最新情況	28
2.2 踐行多元、平等與共融	29
2.3 吸引與保留人才	31
2.4 支持員工發展	34
2.5 促進員工健康與活力	40

理念與最新情況

騰訊的業務發展與創新離不開優秀的人才。我們致力打造多元、平等與共融 (Diversity, Equity and Inclusion, DEI) 的職場環境，以開放、包容的態度匯聚多元化的人才。我們以「有溫度的球隊」為組織目標，關心員工的成長，讓員工保持好的狀態，通過協力並肩奮鬥，以「科技向善」為使命，創造更大的價值。

為營造支持企業與員工共同成長的環境，騰訊不斷提升對組織、員工以及文化氛圍等維度的管理。為營造支持企業與員工共同成長的環境，騰訊不斷提升對組織、員工以及文化氛圍等維度的管理。我們尊重員工人權，保障員工有平等就業和選擇職業的權利、取得勞動報酬的權利、休息休假的權利等勞動權利，並制定《員工職業發展管理制度》《績效管理制度》《員工假期及工時管理制度》《培訓管理制度》等人力資源管理制度，遵循《中華人民共和國勞動法》等有關勞工權益的運營地適用的法律法規，保障員工權益。

在宏觀環境充滿挑戰、行業發生結構性巨變的2022年，我們擁抱變化，以長期可持續發展為目標，對組織架構進行優化，收斂資源投入，聚焦在核心戰略領域。我們一方面關停部分虧損的非核心業務，對於需要人力、資金高投入的業務調整投入節奏，優化人力配置，控制人員招聘；另一方面通過控制營銷費用、降低經營成本、加強過程管理等系列措施提升經營效率和價值創造，提高投入產出比。

在維持企業長期競爭力的技術研發和核心領域，我們仍持續加大人力和資金投入，並在保留人才方面完善配套流程和機制。

同時，在應對挑戰的過程中，我們在前期積極做好內部溝通，通過員工大會、戰略管理大會、戰略解讀、高級管理層專訪等形式清晰傳遞公司的戰略導向與進展，與員工凝心聚力，保持信心，直面挑戰；通過緩衝期、內部活水、適當的補償方案等措施盡可能減少對於員工的影響。

2022年，我們的重點工作進展如下：

- 推動多元、平等與共融，投入專項資源，以培訓交流、文化建設等形式營造DEI氛圍。
- 整體員工參訓率達**99.4%**，人均參訓時間為**36.3**小時；騰訊學堂提供超過**1,000**門適合不同類型專業職位的課程。
- 促進員工身心健康，為員工提供健康和正念計劃，並在部分地區開通在線家庭醫生健康諮詢服務。



踐行多元、平等與共融

騰訊倡導多元、平等與共融（DEI），通過DEI文化宣導、培養多元化員工隊伍，逐步將DEI理念融入公司管理，致力於使每一位員工都能感受到尊重、支持和鼓勵。隨著騰訊業務國際化發展，我們將持續推進相關舉措。

宣導DEI文化

騰訊員工良好職場行為瑞雪升級為員工公約瑞雪+後，著重強調人人平等，互相尊重與包容。2022年，我們投入專項資源，組織多種形式的DEI培訓交流活動，如DEI啓航工作坊、消除職場無意識偏見研討會等活動及系列課程，使DEI理念進一步融入騰訊的職場文化。

為促使多元背景下的溝通協作更加順暢，我們搭建跨文化溝通課程體系。通過開發跨文化特徵評估模型、跨文化溝通評測量表、國別文化數據庫等專業工具，我們支持不同團隊深入了解國別文化差異，並定制培訓課程、工作坊、研討會等，幫助員工掌握跨文化溝通技巧。此外，我們開展多項跨文化內部宣傳與文化活動，包括文化週、節日慶祝活動、IEG全球辦公室巡禮系列視頻等。

2022年，我們開展DEI相關課程培訓、促進分享交流及工作坊等活動超過50場，並推出豐富的DEI通識、跨文化節慶專題等圖文內容。



文化週活動

騰訊海外業務團隊遍布全球，包括日本、新加坡、阿聯酋、英國、美國等30多個國家。為了促進不同文化背景的員工交流，騰訊北美、亞太各區與互娛國際業務團隊以Together as One為主題，在文化週舉辦瞭解民俗、美食共享、遊戲協作、故事講述等活動，增進員工跨文化認知，進一步推動了員工對多元化與融合的探索。

DEI融入營運

我們積極打造多元化的員工隊伍，並將DEI融入日常營運。我們相信，不同的員工專長、視角和觀點會為業務創新帶來更多靈感。

騰訊對不同年齡、種族、性別、國籍、身體條件的員工給予充分尊重，在招聘、薪酬激勵、培養和晉升等環節確保程序與過程的公平公正，持續提升員工多元化程度。

如何助力更多女性在不同行業和崗位得到良好的發展，一直是科技、金融等不同行業、教育界和社會共同面臨的挑戰。騰訊重視為科技女性提供平等的職業機會，亦積極通過專題宣導以及個人事業發展經驗分享，展現女性榜樣力量。我們推出#Women at Tencent driving tech for good和#Women who lead等視頻系列分享優秀女性在騰訊的成長故事和心路歷程，支持優秀女性員工代表參與女性影響科技大會等外部會議，分享科技行業洞察和女性力量的故事，以鼓勵更多女性在科技行業探索和追求個人事業發展機會。

為支持員工更好地履行作為父母或者家庭照顧者的責任，騰訊為孕期員工提供帶薪產檢假，在乘車、就餐等方面亦提供專屬優先權；此外，我們為員工提供產假、陪產假、哺乳假、育兒假、生育禮金、禮物、子女醫療保險優惠、親子關係EAP¹諮詢等福利。

在辦公空間與設施方面，我們也將員工多元化需求納入設計考慮。為方便哺乳期媽媽，我們在所有騰訊自建辦公樓內設置專屬母嬰室。此外，騰訊所有自建辦公樓均按照國家《無障礙設計規範》要求，設計與建設無障礙基礎設施，包括坡道、電梯、洗手間和停車位等，為身體障礙員工及訪客提供更多便利。

我們也將DEI理念融入產品設計和服務中，希望我們的努力能實現更有意義、更深遠的影響，助力築造更美好的社會。

遊戲中的多元設計與多元價值

我們不僅注重加強團隊的多元化，也在探索遊戲創作中的角色多元化。騰訊遊戲天美工作室群下的蒙特利爾工作室敘事總監Bonnie Jean Mah在2022年女性影響科技大會上分享了遊戲角色多元化的意義及創作的路徑。

騰訊遊戲光子工作室群打造的《和平精英》女性角色吉莉，作為數字代言人擔任聯合國婦女署「看見遊戲世界裏的她」主題活動開場致辭嘉賓，以「親身經歷」（遊戲角色故事），向觀眾傳遞《和平精英》開放、多元、進取的價值觀。

提升DEI管理

騰訊在ESG工作組下成立DEI專項委員會，委員會由分別來自不同專業領域和文化背景資深管理人員組成，包括六位女性和兩位男性。2023年3月，騰訊發佈《我們就多元、平等與共融的承諾》，明確在職場文化及日常營運中踐行DEI理念，逐步實現DEI目標。此外，為營造具有安全感的職場環境，我們從預防角度出發，於2022年4月發佈了《性騷擾防治管理制度》，並將其作為員工必修內容之一。該制度公佈了專屬舉報渠道和處理細則，承諾保護受害人和舉報人，確保職場性騷擾案件得到及時、妥當的處理。

我們定期檢視DEI執行情況並將持續提升各層面員工的多元化，目前人才庫已覆蓋了全球近50個國家。2022年，我們開展DEI現狀盤點與分析，並在年度員工敬業度及滿意度調查中增加DEI相關部分，評估員工對DEI的感知。於報告期內，騰訊女性員工佔比為28.8%，管理層女性佔比為24.5%。



¹ EAP, Employee Assistance Program, 即企業為員工提供的支持計劃，又稱員工心理援助項目

吸引與保留人才

騰訊力求匯聚多元化的優秀人才，與員工攜手共同實現長期發展。我們為員工提供具有競爭力的薪酬福利、給予細緻的關懷、營造開放包容的環境。

多種招聘渠道

騰訊在招聘時以公平為原則。面試官上崗前需經嚴格篩選、多輪培訓及考核，上崗後也需接受定期綜合評估，保障面試的公平性與專業性。我們邀請候選人填寫面試反饋問卷，以了解並持續優化候選人面試體驗。我們建立了多種人才招聘渠道，包括校企合作人才培養項目、實習生計劃、校園招聘、社會招聘、員工推薦等，以廣泛吸引優秀人才，並提升崗位與人才的匹配效率。

我們在招聘、用工等重要環節上作出規定，明確禁止使用童工和強迫勞動。當候選人通過面試後，在經其同意且符合個人私隱與信息安全的前提下，騰訊對候選人進行背景調查，以核實其資歷的真實性，確保避免誤用童工等情形。

績效評估與激勵

騰訊肯定員工的付出與創造。通過建立具有內部公平性、外部競爭力的薪酬體系，我們與員工共享發展成果。

騰訊每年開展兩次員工績效評估，並通過績效發展回顧，幫助員工制定個人績效目標，從而支持員工能力不斷發展、績效持續提升。為更科學、全面地了解員工的表現，我們在員工績效評估環節引入全面反饋機制：邀請員工的同級、下級同事給予多維度的反饋。

我們建立「以績效為導向」的激勵制度，將績效評價結果作為獎金分配的重要輸入。對於績效優秀且具有發展潛力的骨幹員工，我們為其提供若干股份酬金計劃。此外，我們還設置騰訊榮譽激勵體系，表彰具有突出貢獻的傑出團隊。



2022年我們獲得的獎項認可：

- 領英MostIn 2022全球吸引力僱主
- 智聯中國年度最佳僱主獎項TOP 10
最受大學生關注僱主Top 10
最具社會責任僱主Top 10

關懷員工生活

騰訊為員工提供具有吸引力的福利與關懷，幫助員工更好地實現工作與生活平衡，增強員工的歸屬感。

保障健康快樂

為員工配備基本醫療保險保障、補充型商業保險保障、心理健康諮詢服務、年度體檢與健康檢查、24小時在線家庭醫生服務¹、理療、運動健身場所、健身課程、文體協會、全薪病假、救助借款等。

提供特色福利

為員工提供包括免費班車服務、免費早晚餐、咖啡廳、人體工學辦公設備、員工活動、節慶禮品、入職週年賀禮等多方面福利；為長期服務員工提供「職業里程碑」關懷方案（健康保障、長期服務假、定制紀念禮包等）。

關懷人生階段

為合資格員工提供安居計劃（購房免息借款）和易居計劃（租房補貼）；為新婚員工提供婚假、結婚禮金、特色結婚公仔；為（即將）有新生兒的員工提供全薪產檢假、產假、陪產假、哺乳假、生育禮金、育兒假、親子教育交流平台和活動；為即將退休員工提供長期服務金、退休榮譽金、定制紀念品。

關注員工家人

為員工配偶、子女、父母提供多種定制保險方案；於兒童節、家屬開放日、長輩關懷節等節日提供關懷。

支持工作與生活平衡

提供靈活的工作時間和豐富假期，如農曆新年特別假、年假與婚產假、產檢假、公益假、長期服務假等。



緩解員工住房壓力

於中國內地，騰訊持續通過安居計劃為首次購買房產的正式員工提供免息借款，並定期調整額度，以減輕員工面對高漲房價的壓力。截至2022年底，安居計劃累計為近14,000名員工提供購房免息借款。此外，我們推出了易居計劃，為社會工齡小於或等於3年的中國內地正式員工發放租房補貼，幫助他們更好地應對高成本的城市生活。

¹ 在線家庭醫生為彈性福利，在部分地區推出，供員工自由選擇。

暢通溝通渠道

騰訊主動聆聽員工心聲，開通並維護多種員工溝通渠道，持續營造開放、透明的溝通氛圍。我們支持員工發揮主人翁精神，為團隊及公司更好的發展建言獻策。

騰訊高級管理層定期舉行內部大型交流活動，為員工闡釋公司戰略和分析管理情況，包括年度Link Time交流活動、員工大會、定期更新的高管之聲內部主題訪談專欄等。其中，一年一度的Link Time交流活動是公司週年慶活動的重要環節，所有高管出席，聚焦戰略、業務、管理等熱點話題，通過直播與員工進行坦誠溝通。

我們持續營運多個跨部門、扁平化溝通的內部平台，讓員工在技術、生活、公司管理等各方面進行交流。例如，樂問線上溝通社區鼓勵員工通過負責任地提問與回答來分享想法、表達意見，並對為社區中的回答內容認可度高的發言者頒發「百讚達人」「千讚達人」「頭條達人」勳章。2022年，有超過9,000名員工獲得以上勳章。

我們關注員工的個人職業發展意願及選擇。在日常溝通中，在日常溝通中，我們就公司戰略、業務發展、工作體驗、職業規劃、績效管理等與員工進行交流，並支持他們參與工會活動增強員工歸屬感。對於擬申請離職的員工，我們尊重員工的選擇，主動傾聽離職原因以及對公司的反饋與建議。

我們建立線上申訴及舉報平台。

- 若員工對考核、晉升結果存在異議，可通過系統平台或郵箱提出正式申訴；我們設立調查團隊，對員工申訴展開適時調查審理、解決和回覆。
- 若員工發現涉嫌違反《騰訊陽光行為準則》的行為，可以選擇實名或者匿名舉報，由騰訊反舞弊調查部門開展獨立調查，更多內容請參見本報告「商業道德－堅守陽光行為」章節。

我們每年聘請第三方獨立機構開展員工敬業度和滿意度調查。員工以匿名的方式表達對工作體驗、文化價值觀、公司戰略及長遠發展等多方面的看法和建議。2022年，整體員工敬業度持續提升。騰訊員工對於文化價值觀滿意度高於80%，並連續四年保持在前三位置；2021年年底推出的騰訊職場員工公約瑞雪+，經過一年的推廣實踐，成為本年度滿意度最高的選項。

樂問線上溝通社區

樂問是騰訊內部最大的問答溝通社區，話題範圍涵蓋產品建議、員工生活、經驗分享等。2022年，騰訊員工在樂問提出超過10萬個問題，寫下近15萬個回答，瀏覽次數突破1億。員工討論熱度最高的是業務相關的問題，佔比超過三分之一。在廣泛交流與討論中，眾多產品建議得以沉澱，為業務部門優化產品與業務提供參考。

樂問也是騰訊管理層和員工溝通的重要渠道。2022年，平均每個月有超過180名中層及以上管理者會在樂問瀏覽並回答問題。



支持員工發展

騰訊提供多種職業發展通道，使員工能夠各施所長、各盡所能。同時，我們提供豐富的學習資源幫助員工不斷提升，並根據員工需求及反饋持續優化培訓課程。

提供發展空間

為支持員工實現個人職業目標，我們提供不同的職業發展選擇。員工可以根據自己的偏好和優勢來選擇專業通道或管理通道來發展自己的職業生涯，「雙通道」的設置可以促進個人和公司實現價值最大化。

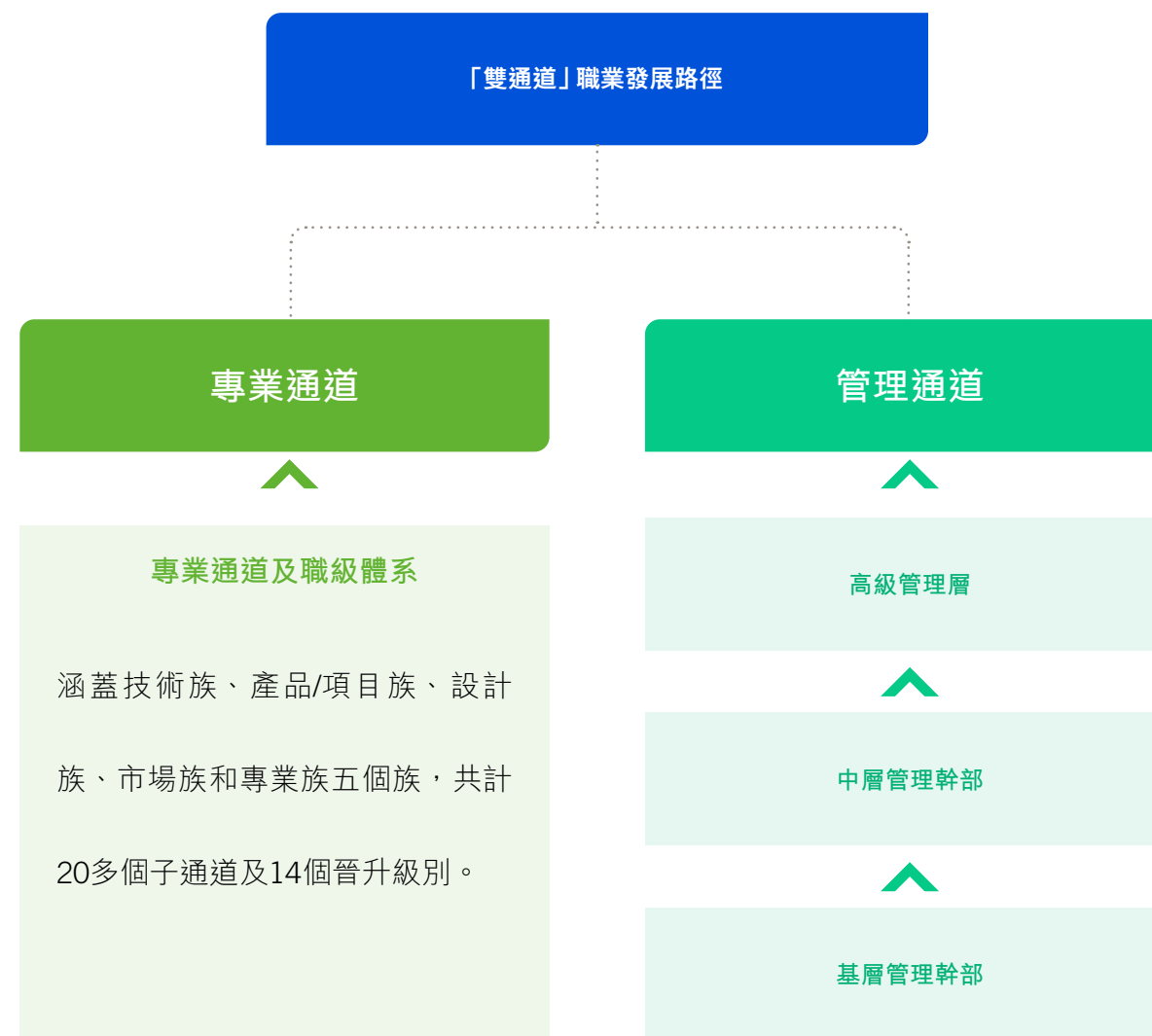
專業通道

多樣化的職業發展路徑涵蓋技術族、產品/項目族、設計族、市場族和專業族五個職業族，每個族對應多個發展子通道，共計20多個子通道。

管理通道

分為基層管理幹部（基幹）、中層管理幹部（中幹）和高級管理層三個梯隊。

為促進企業內人才有效配置，我們早於2012年啟動「活水計劃」，支持員工在公司內自由尋找發展機會，幫助公司挖掘內部人才，並吸引有意願的員工支持快速發展的新業務。2022年，騰訊員工中有超過2,400名員工完成內部調職。在培養優秀年青員工方面，騰訊設立了青年英才計劃，鼓勵各部門識別、培養和提拔優秀人才，給更多年青人嘗試挑戰的機會，加大對青年英才的投資和培養，加速發展優秀人才支持公司穩步前進。



重視人才培養

我們自2007年成立騰訊學堂，幫助新員工、專業人員和管理人員提升個人和專業技能。我們也為高等院校、商業夥伴和投後公司提供學習平台及資源，分享我們的行業洞察、實踐和經驗，支持行業人才培養和人才儲備。

騰訊員工可通過多種渠道來分享和獲取知識。有分享意願的員工可在通過騰訊學堂評估之後，成為課程的講師；各專業領域的資深員工亦可通過內部知識諮詢平台「行家」，為有需求的員工提供工作和成長諮詢，實現知識和經驗有效傳遞。

騰訊也與外部機構合作引入學習資源，幫助員工豐富專業知識、拓展視野。

騰訊學堂擁有培訓課程

1,072門

每名員工平均培訓時間為

36.3小時

整體員工參訓率達

99.4%



¹ 對外培訓資源提供給子公司，投資公司及合作夥伴。

新員工輔導

為幫助新員工快速適應新的工作環境，我們從實際出發，為校園招聘和社會招聘的新人提供差異化的崗前培訓。對於校園招聘新人，我們提供以職業素養和職場技巧培訓為主的封閉培訓。

社會招聘新人的崗前培訓，則側重幫助員工更快地理解企業文化。公司各事業群也會根據自身業務性質，開展有關業務應知應會內容的新人崗前培訓。

除了為兩類新員工打造針對性的培養項目外，騰訊學堂積極創造新老員工輔導和分享交流的機會。

騰訊學堂為新老員工輔導和分享提供的交流機會

導師輔導

入職初期，導師與新員工就輔導目標及計劃達成共識，通過日常工作中的言傳身教、定期溝通、任務反饋，幫助新員工形成良好工作習慣，並為他們的個人職業發展提供指導。

騰訊新人回歸

開展專屬入職4-9個月新員工的學習活動，支持員工在經歷了一段時間的崗位工作鞏固加強學習。活動包含企業文化、團隊融入、經驗交流等五大主題供新人選擇，持續助力新員工的融入與成長，增進凝聚力。

騰訊達人

新員工以專訪資深員工（即騰訊達人）的形式，就文化融合、工作效率和工作發展等話題與資深員工進行互動交流。



專業能力培訓

在專業能力培養方面，騰訊學堂根據員工的專業領域、職級和職位的能力需求推薦學習資源，員工可以按自己的興趣、需求和不同的發展階段選取合適的課程和學習方式。

在常規培訓以外，我們也為員工提供多種形式的學習交流機會。

高手在民間

邀請員工分享在其職業領域的工作方式、思維方式、創新和獨特視角。

專家項目

邀請資深員工或具有某一領域專業知識的員工與大家分享經驗。

Better Me

著眼於全面人才發展，為員工提供涵蓋溝通表達、自我認知、職業規劃等主題課程，提升員工表達能力、學習和思辨能力，形成積極的心智模式。

我們還會舉辦各類專業交流活動，邀請相關專家分享見解、創新成果或行業經驗，同時促進員工之間的知識交流。

第五屆騰訊技術週 (TTW)

邀請88位內外部技術大咖分享83個前沿、重點、熱點技術話題，舉行騰訊程序設計、網絡安全、技術營運三大技術賽事，設立30個技術體驗展位，覆蓋19萬人次。



第六屆騰訊設計週 (TDW)

以「共創互生，設計向善」為主題，邀請7位設計和創意領域的行業專家分享經驗，並循環利用往年已有裝置設立18個展位，展出設計師的優秀作品。



第六屆騰訊遊戲開發者大會 (TGDC)

邀請國內外遊戲行業知名專家分享最新的遊戲研發經驗、學者分享產業及學術發展趨勢等，共舉辦17場主題演講。



領導力發展

我們基於「All in領導力」模型¹，多角度、系統化地培養後備領軍人才，確保其管理理念與企業戰略與價值觀一致。

我們為儲備幹部（儲幹）、基幹、中幹和高級管理層分別制定匹配的培養計劃，包括線上、線下、主題研討、高級管理層分享等不同形式的培訓。培訓內容主要圍繞個人、團隊及業務管理的能力提升。儲幹可參與與其職位對應的領導力課程；基幹和中幹可根據特定的發展需求進行自選培訓選課，例如戰略思考、創新思維、商業敏感度、談判能力等；高級管理層則可通過論壇、教練和學歷教育等，提升領導力水平。



戰略解讀

戰略解讀項目面向管理人員、專家以及職能線員工等核心群體，通過及時傳遞與解讀公司戰略核心內容，確保核心人群加深對公司戰略目標的理解，更好地推動戰略落地。2022年，我們共舉辦99場戰略解讀會。

¹ ALL in領導力模型，以文化價值觀（正直、進取、協作、創造）模型基座，加上三大核心能力：Insight洞察，Inspire 點燃和Win突破。

助力行業人才儲備

為持續支持行業人才發展和儲備，我們開放一系列自有課程。這些課程的開發是基於騰訊二十多年來的企業實踐、行業洞察以及內部培訓經驗，涵蓋組織與管理、產品與用戶、行業與數字化轉型等主題。

我們與高校進行交流合作，推出多項青年人才賦能計劃以及拔尖人才計劃（如騰訊犀牛鳥人才計劃），並在專業共建、課程開發或改革、師資培訓、學生實踐基地建設、創新創業項目孵化等領域，與高校開展深入交流與合作。

此外，我們還為支持行業生態系統而努力，面向商業夥伴、投後公司的管理層和業務骨幹提供多元化、高質量的培訓方案和共創交流形式，以更加有力地促進經驗交流和業務協同。

T-Learning平台是騰訊學堂面向戰略合作夥伴及高校推出的對外學習平台。騰訊校園招聘培養專區是基於該平台搭建的線上專區，於2022年正式上線，推出近2,000門課程，以視頻課、音頻課、直播、訓練營、學習圈子等形式，幫助更多學生在技術研發、產品修煉、前沿探索、邏輯表達、任務管理等方面做好更前置的學習準備，從而獲得較高的職業起點和更有前景的發展。



促進員工健康與活力

充滿活力的工作環境對提高生產力和創造力至關重要。騰訊努力營造健康、安全及關懷的工作環境。

保障職業健康與安全

騰訊設立了職業健康安全委員會，在職業安全、環境管理、健康諮詢救助及應急響應的四個領域管控職業健康安全風險，全面審視並預防工作場所的事故。例如，我們設置保安系統和消防系統，應對員工人身安全或火險的危害。我們設立餐廳食品安全檢查規範標準，聘請第三方檢測機構對餐廳食品進行抽查。此外，我們對場所進行年度安全風險評估，識別硬件或營運管理系統潛在的缺陷，並解決其他隱藏風險。我們所有工作場所的管理規範均符合《中華人民共和國安全生產法》以及營運地相關法律法規要求。



關注員工身心健康

我們關懷員工的身體健康，並提供全面的健康福利方案，如年度體檢、商業保險計劃和健康諮詢。員工可自行選擇合適時間到公司健身房鍛煉，或參加由專業教練指導的健身課程。2022年，我們在部分地區推出24小時在線家庭醫生健康諮詢服務作為彈性福利供員工選擇，為員工和家屬提供便利的問診服務。

為鼓勵員工實現工作與生活平衡，公司設有舞蹈、音樂、籃球、桌遊、戲劇等70多個文體協會。我們提供補貼支持員工參與團隊建設活動，並舉辦多類社交活動，如音樂會、觀影活動等。

我們關懷員工的心理健康，並新增嚴格保密的心理評估作為員工年度體檢的可選免費項目。此外，員工及其家人可通過「心理減壓艙」免費獲取專業服務，包括心理輔導、正念課程、心理測試等資源。

我們鼓勵員工通過正念 (Mindfulness) 提升自我認知和保持積極心態。2022年，我們成立正念協會並舉辦多類型共習活動，包括每日十分鐘微課系列幫助員工瞭解和感受正念，線上和線下進階訓練營讓員工在專業導師的帶領下循序漸進地進行正念練習，月度正念讀書會讓員工共同閱讀正念書籍及分享經驗。

提升急救能力

為了進一步推動急救知識及技能的普及，2022年，我們將急救培訓課程納入新員工必修課，並對已接受過急救培訓的員工進行複訓。自2012年成立第一支應急隊以來，我們已為超過15,000多名員工提供急救培訓課程，並培訓和認證了40多名內部講師。

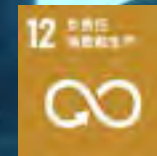
騰訊通過「科技向善，守護心臟」項目，首創設計並建設了覆蓋各個辦公場所、樓宇和數據中心的應急救護響應支持管理系統。該系統實時連接線下、線上數據及後台指揮功能，實現現場患者、急救員、自動體外除顫器 (AED)、醫療機構急救 (120) 等各種資源的高效支持與對接。

2022年，我們在多個辦公地點進行了實地演練，參與者包括騰訊急救隊員、物業及餐廳等外包職員，全體參與人員均在黃金四分鐘內到達。騰訊還將應急救護響應支持管理系統的應用拓展至校園、社區和商圈更多場景。詳細內容請參見本報告「可持續社會價值 - 公眾應急」章節。

應急救護響應支持管理系統的核心環節

- 1) 對員工及物業人員給予專業急救培訓並考核，打造關鍵急救力量。
- 2) 投入資源配備AED和呼救二維碼，使坐標化信息設置與後台電子地圖同步。
- 3) 對屬地系統的物業中央控制響應中心的人員進行培訓，支持其落實日常運行、緊急響應、預演等。
- 4) 應急管理看板數據滾動更新，實現監測預警。





在數字時代，技術應該服務並造福於人本身。騰訊持續升級數據私隱保護能力、加強數字安全保障水平、保護未成年人並支持他們的發展，致力為用戶創造安全、健康、包容、友好的數字體驗。

保障數字權利

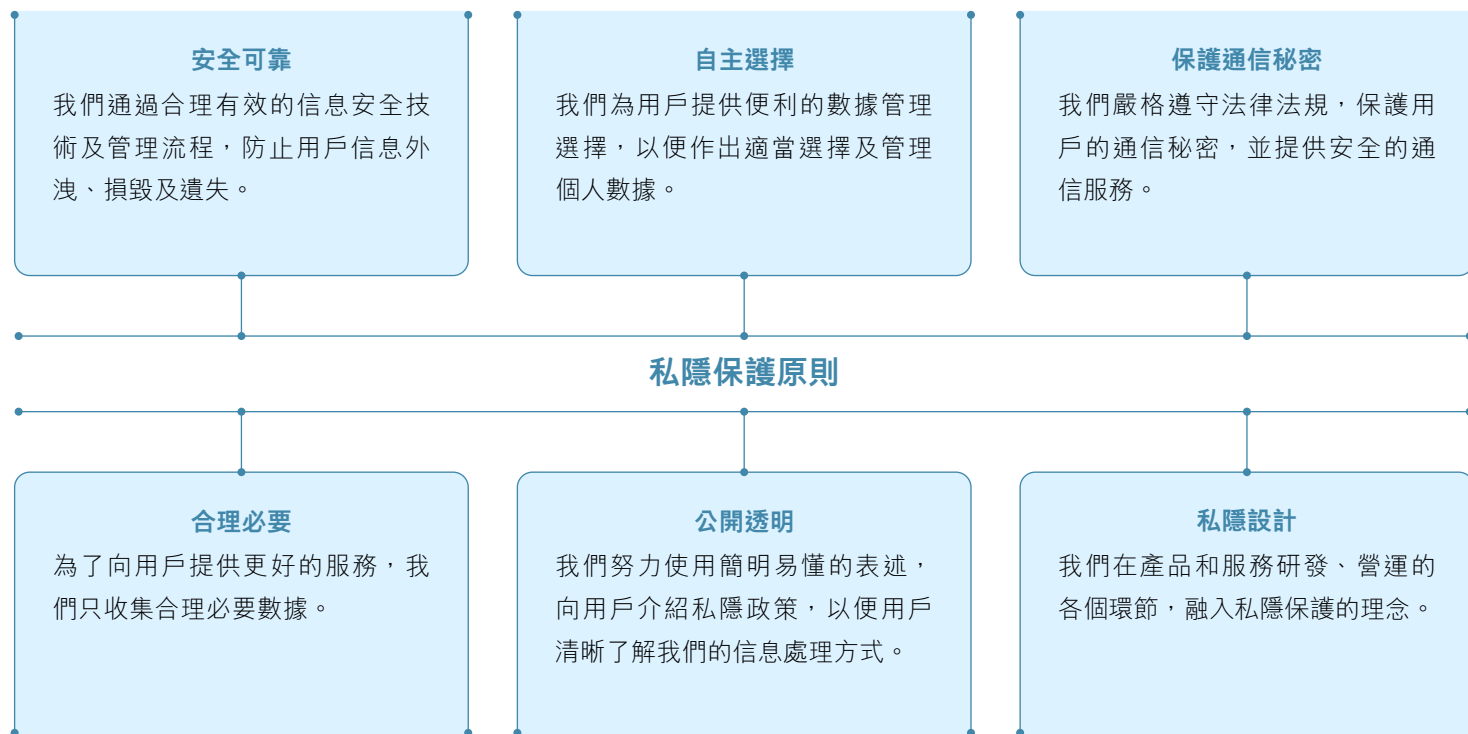
3.1 保護用戶數據私隱	42
3.2 守護網絡與數據安全	45
3.3 守護與支持未成年人發展	47
3.4 發展健康內容生態	50
3.5 推進負責任人工智能	52
3.6 優化客戶溝通與服務	54

保護用戶數據私隱

騰訊相信，保護用戶數據私隱是創造安全和優質用戶體驗的首要前提。我們通過持續完善數據私隱保護體系、在數據生命週期內構建合理有效的內部數據治理和管理制度與流程規範等措施，保障用戶私隱和數據安全。

管理原則

騰訊盡最大努力保障用戶依法享有的個人信息主體權益。在使用騰訊產品和服務時，用戶可以清楚地知悉其個人信息被收集、使用及分享的目的、方式和範圍。對於收集和使用的個人信息，騰訊將嚴格保密，杜絕信息泄露、篡改、破壞、出售或非法提供給第三方，並充分保障用戶對個人信息的控制權。騰訊遵循廣泛認可的「將私隱保護融入設計」概念，在產品和服務設計階段，我們就已考慮和部署對用戶私隱的保護，並在整個產品週期持續考慮用戶私隱的保護問題。我們的「將私隱保護融入設計」方法可以用三個詞來概括：「Person-Button-Data」。



- 「Person」表示我們始終堅持以用戶的需求為中心提供產品和服務，而保證透明度，讓用戶能夠了解數據的使用方式，是以客戶需求為中心的關鍵。數據私隱保護是我們所有工作的重中之重。我們努力確保用戶可以根據產品和服務適用的法律法規管理其個人數據，我們只收集最少數量的必要數據以賦能我們的產品和服務。我們不會在沒有明確合法性基礎的情況下向第三方提供用戶個人數據，並且會告知用戶共享了哪些數據、如何共享及與誰共享。
- 「Button」提醒我們盡力滿足用戶可便捷管理其個人數據的需求，過程只須通過簡單的按鍵或填寫即可操作。我們的產品和服務中通常包含便捷的私隱功能和反饋渠道，以供用戶管理其個人數據及私隱。
- 「Data」指我們通過全方位的先進網絡安全技術和管理措施進行保護的用戶數據。全天候運作的騰訊安全部門，匯集了全球頂尖的網絡和數據安全專家，通過騰訊安全應急響應中心平台，與全球各地的外部安全研究人員和合作夥伴合作，以創建一個更穩健、更安全的數字環境。這些技術及措施確保我們擁有世界一流的安全風險監測、防禦及應對機制來保護用戶數據，並且讓我們能夠及時發現安全事件並採取補救措施。

管理方法

管理組織

騰訊非常重視保護用戶數據與私隱。為確保公司各產品及業務在用戶個人信息數據採集、加工、使用、共享等全生命週期內的合規性，公司成立了「個人信息保護及數據合規專班」，專班最高決策機構為管理委員會，成員包括首席執行官、總裁和七大事業群總裁，全盤審視和部署公司個人信息保護及數據合規成效，指導和評估項目執行團隊的工作等。在管理委員會領導下，相應的業務和職能部門與各持份者對接及溝通，輸出技術解決方案，落實和完成各產品的個人信息保護要求，以打造更安全、自主、合規、透明的個人信息及私隱保護技術和管理體系。



管理制度

騰訊嚴格遵守業務營運所在司法管轄區的保護用戶私隱及數據安全的所有法律法規，包括《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》以及《歐盟通用數據保護條例》《加州消費者私隱法案》等，並努力貫徹實施領先的數據私隱及個人信息保護標準。

2022年，騰訊更新、發佈了多份有關數據私隱的公司級管理制度和標準，應用於公司所有適用的業務和產品，從數據治理、數據分類分級保護、數據安全運維、用戶個人信息合規、產品數據、私隱合規等多個方面，為騰訊相關工作提供了制度規範和標準指引。

管理流程

為便於用戶提出查閱、複製、更正、補充、刪除等個人信息權利請求，騰訊已設置多種用戶權利響應渠道，包括騰訊私隱保護平台、個人信息保護和私隱問題反饋問卷、郵箱、產品客服及信件郵寄等。為確保用戶的個人信息權利請求得到及時響應和處理，騰訊產品均已建立了一體化的個人信息主體權利響應流程和處理機制。同時，我們持續探索通過產品向用戶提供前端權利響應的便捷交互，幫助用戶在產品上直接行使權利，例如人工智能問答助手可以便捷響應用戶查閱和復制個人信息的需求。

我們對內部工作人員數據訪問權限進行分級管理，通過企業內部溝通工具為員工提供快捷方便查詢本公司數據安全政策的渠道，以便員工及時確認自身行為是否符合公司安全政策要求。當員工發現潛在的數據安全違規現象，亦可通過內部溝通工具或統一舉報製度進行舉報；一旦發現有違規行為，公司嚴格遵守法律和公司製度處理。

對於通過自動化決策而推送給用戶的商業廣告或信息內容，騰訊會嚴格按照法律要求和內部規定對相關個人信息進行脫敏處理，以確保不會識別或關聯個人真實身份，騰訊嚴格按照法律要求保證信息系統自動決策的透明度和結果的公平公正，保障

用戶拒絕接收的權利或為用戶提供不針對其個人特徵的選項。在賬號管理方面，騰訊產品均向用戶提供簡便易操作的註銷賬號的方法，並嚴格依照法律規定對註銷賬號的相關數據進行處理。在我們的社交平台，我們不會存儲用戶的聊天記錄。用戶在微信中的聊天記錄會存儲在用戶的終端設備，用戶可以選擇把聊天記錄自行備份、刪除或在不同設備中轉移。

在與第三方合作過程中，騰訊遵守法律法規，按照最小必要原則，安全審慎地處理相關數據，對數據處理涉及的第三方進行嚴格的限制。當政府和監管機構要求披露數據時，騰訊確保作出的回應符合產品或服務營運所在司法管轄區的法律法規。

我們的製度和標準，包括但不限於以下

《騰訊數據治理數據安全管理要求》：詳細規定騰訊數據安全管理的總體要求，包括：與數據安全角色、數據安全需求、數據分類分級等相關的基本安全原則，以及通用數據安全管理要求，包括：數據採集、傳輸、存儲、使用、共享、銷毀等數據生命週期安全管理要求，並提供了騰訊內部數據安全管理的實踐案例。

《騰訊用戶個人信息合規管理規範》：為確保個人信息處理規範化、流程化，引導員工提高個人信息保護意識，確保為業務合規營運提供相關約束和指引。

《騰訊公司數據分類分級保護和管理規範》：規定公司數據分類分級保護和管理的原則、方式和具體標準，從而防範因數據管理不當導致的相關風險。

《騰訊安全運維管理總綱》：加強騰訊公司安全運維管理，加強業務安全防護能力，保障騰訊業務營運安全和數據安全，防止發生嚴重的安全事故，提升安全保護能力和安全風險防範能力，護航業務平穩健康發展。

《數據運維管理安全規範》：加強騰訊數據運維管理的安全性，規範公司自研線上業務的數據管理、運維行為，收斂內網安全風險。

《關於落實APP數據私隱合規檢測評審要求的規定》：對APP的相關數據私隱合規要求進行了管理和約束。



風險防範

針對數據採集、數據傳輸、數據存儲、數據處理、數據交換、數據銷毀各階段的風險點，騰訊建設公司級數據安全防護能力平台，從多個維度構建覆蓋數據全生命週期的安全能力，以保障各類信息不因外部攻擊和內部竊取破壞等潛在因素導致的重大泄露和損毀等事故。

根據法律規定，騰訊會對特定個人信息處理活動開展相應的個人信息保護影響評估(PIA)，評估產品和服務營運所在相關國家或地區涉及的數據私隱風險。在這個過程中，我們配備專業的數據私隱法律團隊，識別和管理數據私隱風險，並最大限度地減少對個人權益的潛在影響以及其他負面的私隱影響。

數據安全管理：

數據合規：沉澱公司數據安全合規產品解決方案，滿足法律法規要求中針對數據外發合規檢測、數據資產識別管控、微隔離、數據庫和大數據平台風險掃描等能力要求，實現風險數據可視化營運。

數據防洩漏：通過建立公司級的高危操作審計、外發數據識別攔截等安全能力，重點消除潛在的因外部入侵、內部人員竊取、大數據平台泄露等內外部原因導致的大規模敏感數據泄露風險。

數據防誤刪除：通過從安全運維角度對權限實現精細化管控，識別並實時攔截非法數據刪除和清除操作，保障公司、各類業務和用戶的數據完整性安全，努力消除潛在的大規模數據損毀事故風險。

培訓

騰訊將個人信息與私隱保護的意識、素養與能力提升作為數據私隱合規工作的重要一環，開展「個人信息合規必修培訓」「新員工入職必修培訓」「全員合規課程」等培訓，系統地向所有員工(包括正式員工、顧問、實習生)傳達公司個人信息與私隱保護規範、流程以及要求。對個人信息處理崗位上的相關人員，我們開展個人信息保護的專項培訓和考核；面向全體員工，我們開展有獎問答等活動，不斷加深員工對個人信息與私隱保護的意識。除面向全員的常規的個人信息和私隱保護培訓，騰訊也在公司內部針對特定產品或業務持續開展國內及國際私隱法律相關的合規培訓，從而保證公司內部個人信息與私隱保護培訓的全覆蓋。

共建

除了不斷提升公司自身私隱保護水平，騰訊還積極推動行業個人信息保護共建共治。基於相關法律法規、國家標準、行業標準等，騰訊推出「應用合規平台」工具，為中小企業提供小程序、移動應用的私隱合規檢測能力，幫助企業識別產品的數據私隱合規問題。此外，騰訊「應用寶」產品立足於應用分發平台義務，對產品進行上架前合規檢測，幫助廣大用戶營造更安全、更健康、更便捷的應用環境。

2022年，騰訊簽署《深圳市APP個人信息保護自律承諾書》、開展「陽光開發者2022 - SDK(第三方軟件開發工具包)合規專項行動」，縱深推進個人信息保護工作。



騰訊的數據隱私保護措施及能力贏得國際和國內權威機構認可，截至2022年12月31日，

WeChat/微信及QQ獲得

國家網絡安全等級保護三級/四級認證、TrustArc認證

騰訊雲獲得

- ISO/IEC 27001信息安全管理體系
- ISO/IEC 27701隱私信息管理體系
- ISO/IEC 27018公有雲個人信息保護認證
- ISO/IEC 29151(個人身份信息保護實踐指南)認證
- 新加坡多層雲端安全性標準(Multi-Tier Cloud Security Standard)三級認證
- CSA STAR等認證

Proxima Beta獲得

- ISO/IEC 27001認證
 - ISO/IEC 27701認證等
- 其他核心國際業務也獲得
- ISO/IEC 27001認證
 - ISO/IEC 27701認證等

在2022年中國網絡文明大會個人信息保護論壇上，「騰訊數據隱私合規治理實踐」榮獲個人信息保護創新實踐案例。

守護網絡與數據安全

騰訊持續提升安全能力，構建了一套自適應的閉環安全防護體系，守護網絡基礎設施和數據資產的安全。這套防護體系包含基礎安全防護體系、安全營運中心、業務安全服務體系等，產品矩陣涉及終端安全、網絡安全、雲安全、業務安全、數據安全、安全管理、安全服務等多個領域，並為金融、交通、醫療、教育等多個行業提供安全解決方案。

防禦網絡攻擊

騰訊技術工程事業群下設安全平台部，聚焦集團各業務線、產品的安全防護工作，包括基礎安全防護和營運安全保障。在雲與智慧產業事業群下組建的騰訊安全聯合實驗室，聚焦5G、物聯網、AI安全、雲安全等前沿安全技術探索和產業應用，並已取得豐碩成果。結合海量業務安全營運經驗、全球領先安全團隊專業能力及攻防實力，以及強大的自研殺毒引擎提供的設備安全守護，騰訊將在安全領域的積累賦能給雲上產品，構建高效的安全能力協作平台，並以「開放、聯合、共享」的態度推動行業共建完善的安全生態。比如，安全平台部擁有國內首個企業自建的安全應急響應平台—「騰訊安全應急響應中心」(TSRC)，對內聯動騰訊各事業群業務團隊，7x24小時響應安全風險，對外連接全球2萬名安全研究員，共同保障騰訊全線業務及數億用戶的安全。

騰訊不斷提昇在惡意攻擊抵禦、廣告安全攻防等方面的能力，並對勒索軟件開展研究，持續提高網絡安全保護水平。

抵禦惡意攻擊：2022年，我們防禦了約55億次針對騰訊自身業務的惡意流量探測和攻擊，並為騰訊雲客戶防禦了約34億次惡意攻擊，保障業務7×24小時安全平穩運行，防止黑客利用web漏洞進行的惡意攻擊及其可能造成的大規模數據洩露。我們防禦了60萬次DDoS攻擊，攻擊流量峰值達1.4Tbps，其中幫助騰訊雲客戶防禦攻擊次數達50萬次，避免大規模的DDoS攻擊導致的遊戲、電商等業務斷網掉線，保障穩定營運。

提升廣告安全攻防能力：惡意投放違規廣告是網絡黑灰產團隊常用的違法犯罪活動手段，威脅網絡用戶的個人信息和財產安全。騰訊通過升級廣告安全的攻防能力，審核廣告落地頁的篡改和應用違規行為，降低廣告風險，並精準識別惡意刷單等各類作弊行為。2022年，騰訊累計發現廣告風險超過13萬起，風險召回率99.9%，累計抵擋約290億次黑產攻擊。

研究防範勒索軟件攻擊：以豐富的黑灰產對抗經驗和技術，騰訊作為核心編製成員，與合作夥伴共同發佈《勒索軟件防護發展報告(2022年)》，對勒索軟件發展情況、主要特點、攻擊現狀、發展態勢以及防護體系建設、未來展望等多個方面進行總結分析，幫助業界認識勒索軟件，合理高效地防範勒索軟件攻擊。

此外，騰訊安全還為全球開源社區以及諸多國際大型信息通訊企業輸出了多個安全研究項目，助力這些國際企業從更多維度完善其安全體系。這些安全研究類項目由騰訊相關的安全實驗室與團隊的白帽子²研究人員完成，全流程嚴格遵循行業通用的負責任安全發佈實踐。2022年，騰訊安全產品團隊對八大自研產品進行創新升級，包括雲原生安全、數據安全、內容安全、邊緣計算、開發安全、金融風控、碼鏈溯源等多個領域，致力於通過打造高效易用的安全產品，攜手生態合作夥伴，共建面向未來的數字共生安全體系。

騰訊主導確立全球首個零信任安全標準，並聯合各機構企業成立「零信任產業標準工作組」。截至2022年底，騰訊安全相關領域的中國授權專利累積超過2,800件。2022年，騰訊安全位居IDC MarketScape中國零信任市場領導者¹。



¹ 《IDC MarketScape：中國零信任網絡訪問解決方案，2022廠商評估》，國際權威研究機構國際數據公司 (IDC) 發佈。

² 對於擁有極致鑽研精神的技術追求者，如他們帶有不良目的對個人或組織進行安全攻擊，這部分攻擊者被安全業內人士定義為「黑帽子」。為守護企業安全而迎擊頑抗的安全研究專家被稱為「白帽子」。

保障雲端安全

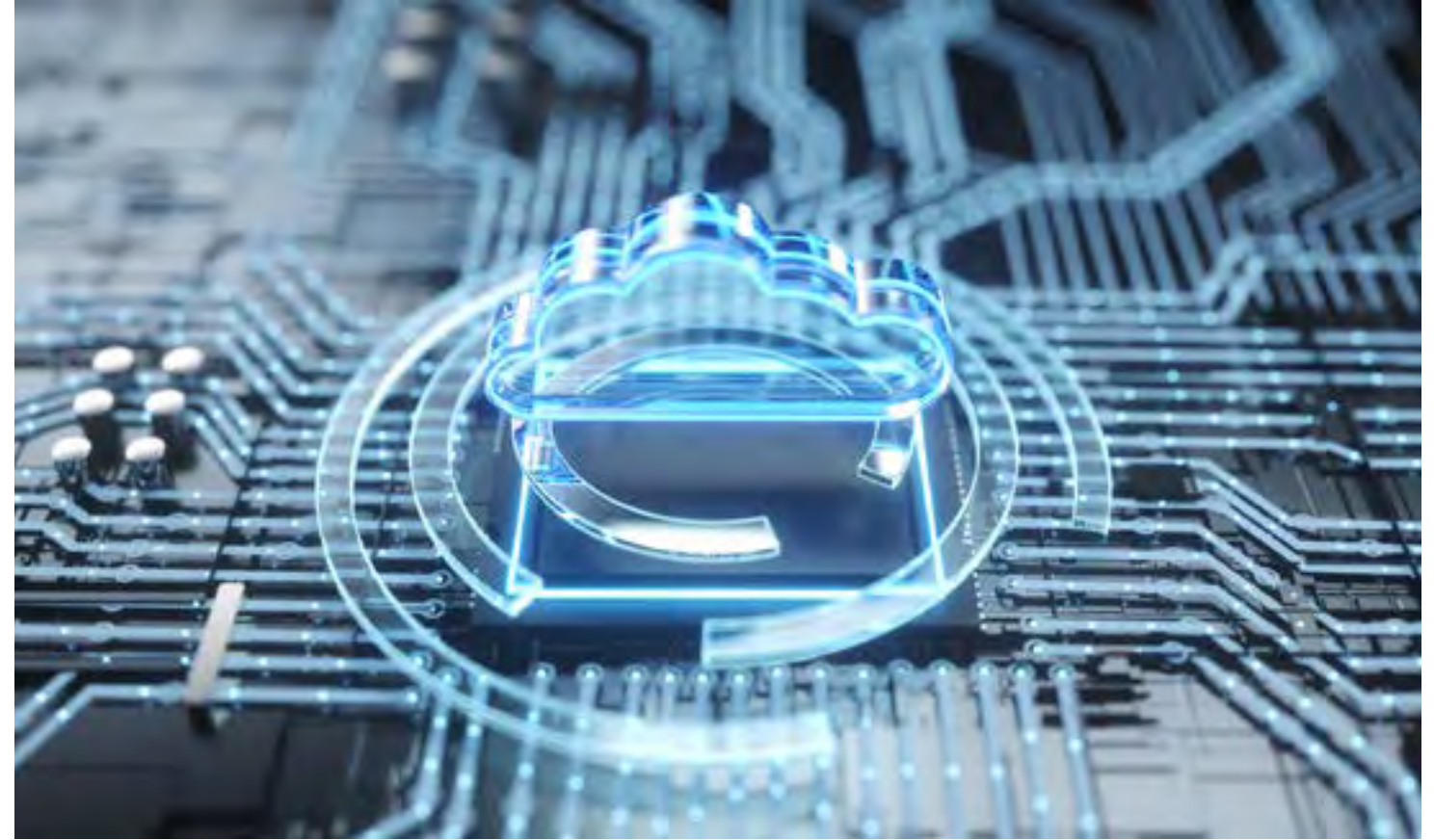
雲計算架構下，雲平台承載的重要數據和用戶關鍵業務越來越多。騰訊雲安全中心不斷升級功能，通過雲防火牆、Web應用防火牆、主機安全三道安全防線，形成雲上業務安全體系。

騰訊雲防火牆：雲原生的SaaS（軟件即服務）化防火牆。2022年，我們在彈性擴展性能、防護邊界方面進行升級，實現防火牆與網絡流量邊界一致；新增零信任接入和防護能力，從源頭減少暴露面；升級蜜罐服務和威脅情報能力，可實現一鍵處置、快速溯源，將防禦化被動為主動，守好第一道安全防線；

Web應用防火牆：緊貼業務防護場景，騰訊雲WAF（網站應用級入侵防禦系統）升級BOT（自動化程序）和API（應用程序接口）安全，突破傳統WAF防護能力邊界，在瀏覽器訪問、小程序、移動應用、H5訪問、服務調用時，保護用戶免受來自滲透攻擊、Oday漏洞、惡意BOT、API惡意調用等安全問題的困擾；

主機安全：在入侵檢測方面，騰訊雲主機安全增強200+入侵檢測安全能力，同時新增內存木馬檢測功能，對抗日益變化的新型入侵技術，實現精準檢測、秒級響應和自動告警能力；在容器安全方面，全面提升鏡像安全、配置安全和運行安全等能力，為容器資產提供從構建、部署到運行的全生命週期防護。

我們建設了完善的安全防護體系，如需進一步了解有關騰訊安全體系的信息，可參見「騰訊2021年環境、社會及管治報告—安全保障」部分；如需進一步了解有關「數據安全」的內容，請參見「保護用戶數據私隱」章節。



守護與支持未成年人發展

互聯網是為學習媒介、娛樂和現代生活方式，是未成年人必然欣然接受的事物。現實世界裡，未成年人成長需要父母和社會的保護和引導，網絡世界亦如是。

在此方面，騰訊一直保持高度的企業責任意識，主動推進構建未成年人遊戲保護體系。在中國內地，我們落實了實名認證、年齡分級、家長管理功能，以及對未成年人不同年齡段的遊戲時長及消費進行限制等，完善整體未成年人保護體系。

- 2017年，我們自研上線「騰訊成長守護」平台，協助監護人對未成年人的遊戲時長、遊戲消費進行管控。
- 2017年，我們上線「騰訊健康系統」，推出了當時行業最嚴格防沉迷措施，確保未成年人遊戲時長和消費受到限制。
- 2021年，我們建立跨部門專項組織「未成年人保護聯合工作委員會」，從統籌規劃、策略制定、產品營運、協同支持等多個方面，支持公司遊戲產品和業務落實未成年人保護舉措。

- 2023年，在以往「限制性技術措施」基礎上，我們探索落地「疏導」的方式，幫助青少年全面發展、健康成長，例如推動「智體雙百」計劃，旨在面向城鄉地區學校搭建未來教室、未來運動場，在新的階段為孩子們帶去豐富的科教及體育活動。

隨著2021年6月新修訂的《中華人民共和國未成年人保護法》生效，我們進一步落實互聯網服務提供者的責任和義務，包括：

- 落實禁止12歲以下用戶進行遊戲消費；
- 對未成年人賬號實行「限玩、限充」：週五、週末與法定節假日每日的20時至21時之間，未成年人可登錄遊戲，其餘時間段為禁玩時段；
- 結合篩查系統和禁止轉讓措施，防止未成年人使用甚至購買成年人賬號。

我們將持續研究結合平台特點、技術應用，將未成年人保護措施融入各項產品內，與各界一起構建起全面的未成年人保護體系，支持未成年人健康發展。



保護与引導

騰訊一直以來都努力在各類產品與服務中為未成年人提供有效的保護和引導，在中國內地通過聯合家長監護及設置青少年模式等方式，幫助未成年人更加理性享受數字產品的樂趣。

對於遊戲產品，為避免未成年人在沒有或避開家長監管的情況下產生非理性消費，為家長提供反饋的渠道，騰訊未成年人家長服務平台專門設立未成年人遊戲監督熱線，受理未成年人非理性申訴及退費。

社交平台和視頻產品已經是未成年人獲得新知、交流感情的重要工具，但海量的信息也會讓未成年人面臨考驗和挑戰。我們結合未成年人在社交和媒體產品上的使用習慣特點，在騰訊視頻、微視、微信視頻號等多項產品中推出「青少年模式」，或開發適合未成年人使用的版本，持續探索更優的未成年人安全上網解決方案，讓監護人對未成年人的上網行為有更好的掌握和引導。例如，當監護人或未成年人用戶主動啟動騰訊視頻和微視的「青少年模式」時，用戶的屏幕時間會受限制，並會提醒用戶休息。2022年，微信視頻號升級了多項青少年保護措施：

- 持續優化家長能夠設置視頻號、公眾號、小程序等產品的開放範圍；
- 視頻號下展示「青少年專屬內容池」，開啟「青少年模式」後進入視頻號將看到為青少年群體精選的自然科學、人文歷史、生活科普、新聞時事等視頻號「青少年專屬內容池」內容；
- 「青少年模式」下關閉直播入口，青少年用戶不可發起直播及使用直播打賞等功能；
- 強化視頻號青少年模式彈窗提示功能，並持續豐富頻號青少年專屬內容池建設；
- 優化青少年模式的開啟或關閉操作提供更多強驗證方式；
- 完善視頻號青少年模式下的使用時長限制及宵禁功能。

要在網絡世界保護好未成年人，未成年人的個人信息與私隱保護是必不可少的一個環節。我們構建了未成年人個人信息保護體系，推動業務加強未成年人個人信息保護措施，為產品配置未成年人個人信息保護指引。我們已於騰訊私隱保護平台發佈《兒童隱私保護聲明》，並設置專門渠道（dataprivacy-kids@tencent.com），接收並響應兒童個人信息相關的請求。



從2021年起，我們通過執行了行業領先的未成年人保護計劃，大幅減少了本土市場未成年人遊戲時長，與監管機構和行業一起讓未成年人遊戲保護措施取得切實的效果。根據《2022中國遊戲產業未成年人保護進展報告》，中國未成年人遊戲沉迷問題已經得到進一步解決：

未成年人遊戲時長和消費顯著減少：

- 國內超七成未成年人每週遊戲時長在3小時以內。
- 國內未成年人遊戲總時長、消費流水等數據極大幅度減少。
- 近三成未成年人遊戲充值減少。
- 遊戲企業防沉迷系統覆蓋九成以上未成年遊戲用戶。

家長滿意新規執行效果：

- 超85%家長允許孩子在監護下適度遊戲。
- 七成家長了解遊戲防沉迷新規且大多數滿意執行效果。
- 超過六成家長認為孩子遊戲時間有明顯下降，超過五成家長認為孩子利用原本花費在遊戲上的時間去做更有意義的事。

2023年2月，一份第三方調查報告¹指出，未成年人使用家長的成年人遊戲賬戶玩遊戲的比例有所下降，但仍有接近80%的受訪家長表示允許未成年子女使用家長賬戶玩遊戲（高於2021年的68%）。為進一步鞏固對未成年人玩遊戲的管理成效，企業、家長和監管部門三方共建是關鍵，以保障未成年人在享受遊戲娛樂的同時，獲得健康的身心發展。

¹ Citi Proprietary Survey: Revisiting China Online Gamers Behavior. (2023, February 13). Citi Research.

抗擊不良內容

網絡內容紛繁複雜，並且隨著不同類型媒介的出現，內容形式不斷變化，有害及虛假信息會對未成年人的成長產生深遠的傷害，我們需要不斷完善未成年人內容安全保護機制和手段。讓仇恨、歧視、暴力、色情、低俗、欺詐、賭博等不良導向的內容和言論遠離未成年人。通過不斷提升自然語言處理能力，優化風控識別手段，一旦我們發現用戶發佈、傳播含有危害未成年人身心健康內容的信息，我們立即採取刪除、斷開鏈接等不同梯度的處置措施。

2022年，我們採取有效措施，抵制不良內容行動包括：

- 微信：視頻號處理涉及欺詐、黑灰產、低俗擦邊、惡意營銷等的賬號超過8萬個，不良信息17萬條，同時結合用戶舉報與平台巡查，發現並及時清退未成年人開播4.6萬次。
- QQ：針對傳播兒童色情、青少年不良導向信息進行嚴厲打擊，共處置相關群組及賬號超過10萬個，並對欺詐、賭博、色情、水軍等違規內容進行重點打擊。

此外，我們建立了「騰訊護苗工作站」，配合有關部門打造清朗的網絡空間和提升青少年網絡素養提升，為未成年人建立一個安全的、健康的網絡生態。如監護人或未成年人遇到任何針對未成年人的黑灰產、欺詐、侵犯私隱、不良內容侵擾等行為，可以隨時在騰訊成長守護平台及產品客服渠道進行舉報。



健康成長

我們更全面升級未成年人保護，聚焦青少年健康成長，啟發青少年創意、開展青少年教育。

騰訊提供更多的支持，讓未成年人體驗前沿科技的魅力，並在快樂運動中提升體育素質和健康水平。我們啟動「智體雙百」計劃，旨在為城鄉孩子提供100個「未來教室」和100個「未來運動場」。2022年，共有36間「未來教室」在全國14個省市自治區落地，開設超過4,830節科技課，覆蓋約17萬初中生；「未來運動場」已覆蓋全國10個省市自治區，落地建成30個運動場，並通過未來運動場小程序將科技元素融入傳統體育鍛煉中，充分激活孩子們的運動熱情。

我們在客戶服務端成立「未成年人守護營地」，設置青少年客戶服務專員，並配備具備育兒、心理學資質的專家客戶服務團隊。營地為有需要的家庭提供多元化的解答分享，幫助超過百萬家長在線上學習、查看教育方法，並面向全網開放可操作的親子工具，以輕鬆形式將教育實踐方法進行傳遞。

騰訊還與社會各界攜手，推出形式多樣的科技課程，助力推廣科技教育，為孩子們在數智化時代創造更多可能，例如：

- 舉辦「科學向未來」——騰訊青少年科學小會，邀請科學家從「探日」「探月」工程突破，到「黑洞」「暗物質」天體現象，從「祝融號」探測器到「羲和」「慧眼」衛星等前沿科學進展，向青少年展示了航天重大工程和天文觀測兩大領域的前沿進展。
- 連續舉辦四屆騰訊青少年人工智能追夢營，編程創意課程累計進入全國近300個地區的11,879所學校，惠及8萬餘名學生，各地師生展露了對騰訊扣叮編程課程的巨大熱情。
- 搭建Light技術公益平台，以未成年人用網安全、素養教育、心理健康等社會熱點議題為方向，號召全社會各界人士打造技術公益解決方案，累計已吸引了超800支隊伍報名參與。平台湧現了一批兼具創意、公益和技術的優秀小程序，如獲選「生物多樣性100+全球典型案例」的「idophon」、黃疸測試小程序「保健熊」、助力鄉村兒童學習普通話的「語言海洋泡泡」等。

我們認為，遊戲不僅僅是一種娛樂方式，我們積極探索遊戲技術在不同領域的應用，挖掘其社會、環境價值，激發青少年的科技興趣與能力等。有關內容請參見「普惠科技成果——促進豐富數字化生活」章節。

發展健康內容生態

在內容生態管理方面，我們堅定保護各方知識產權，支持網絡原創及保護用戶權益，同時對所提供的產品、服務以及相關廣告策略進行嚴格審核，確保符合使用的法律和法規，在社交、媒體、廣告等多渠道抵制仇恨、兩極分化、歧視、暴力、虛假、詐騙等內容傳播，維護健康良好的網絡內容生態。

保護知識產權

我們努力為創作者提供受保障的創作空間，升級自媒體電子授權—監測—維權平台，更好地為原創作品提供全網盜版監測和一鍵維權服務；深入推進「版權合夥人」計劃等，在及時阻止侵權的基礎上引入侵權賠償，將追回的侵權收益100%返給原創版權作者，讓版權保護不再限於止損。我們嚴厲打擊抄襲、洗稿、搬運仿冒、誘導騙贊等違規行為，有效保護內容原創作者的勞動成果及合法權益。

我們上線專門平台傳播相關政策和資訊，開通便捷的侵權投訴入口，幫助用戶提升權益維護的知識和能力。微信開設了專門的投訴平台和投訴渠道，包括微信線上侵權投訴系統、微信品牌維權平台等，微信公眾平台、微信安全中心開展打擊行動，及時處理違法違規及侵權賬號。騰訊還通過搭建技術檢測系統，實現搜索、排查、取證、通知刪除和匯總功能，高效處理侵權內容，並在全國重點城市與律所合作部署取證點，確保及時、多點取證，為打擊侵權儲備充分證據。在此基礎上，騰訊還通過用戶協議、產品界面、公告等多種渠道提醒用戶不得實施任何侵犯他人權益的行為，並且依據法律法規積極處理侵權投訴，對侵權內容採取刪除、屏蔽或斷鏈等必要措施。此外，騰訊與互聯網同行、影視製作公司、權利人組織緊密聯繫，充分整合各方力量，聯合開展維權行動。

騰訊尊重他人知識產權，各業務部門按照法律法規和內部管理要求，需要積極處理業務平台中存在侵害他人知識產權的內容，具體的措施包括宣傳教育警示、侵權投訴處理、優化技術系統等手段，提高員工和用戶的知識產權保護意識，對侵權內容依法依規處理。

騰訊注重保護自有知識產權，我們的全球知識產權產品組合已拓展至100多個國家及地區。此外，我們還創造了大量受版權保護的內容，累積了價值可觀的知識產權資產。我們的知識產權團隊已為本公司的專利、商標和版權設立了一個全面的數據庫，通過數據分析以精細及高效的方式來管理及監測IP。為了打擊侵犯IP的行為，我們的已設立了一個全方位及高效的監測與維護系統，並且已制訂各項制度、措施來保護我們的IP。

我們積極參與相關公共組織和法規諮詢工作，助力行業提升IP保護意識。作為全國信息技術標準化技術委員會、中國知識產權研究會、中國專利保護協會、萬維網聯盟、國際商標協會和中華商標協會的成員，我們參與了有關對中國專利及商標法律

及法規進行立法修訂的諮詢工作，並已對行業標準的發展提出了意見。我們近年來還積極參與推動相關技術標準的發展，尤其是音視頻技術方面的積累，推動新一代音視頻編解碼技術標準化及相關知識產權的保護。

在過去十年間，我們曾多次獲世界知識產權組織及中國國家知識產權局共同頒發的「中國專利金獎」，獲世界知識產權組織及中國國家工商行政管理總局共同頒發的「商標創新獎」及獲世界知識產權組織及中國國家版權局頒發的「中國版權金獎」，標誌著我們對中國獨立創新發展的貢獻。此外，我們也曾獲授「國家知識產權示範企業」「全國版權示範單位」的稱號，標誌著我們在知識產權管理與保護方面的傑出表現獲得認可。

截至2022年12月31日，騰訊累計獲得

官方註冊商標超過

40,000項

授權專利超過

30,000項

閱文集團成立了聯合反盜版工作小組，涵蓋產品、技術、法務、內容、客服等多個部門，建立起智能化的反盜版中台，利用人工智能、大數據、內容加密、逆向測試等多種技術手段提升反盜能力，全面加固攻防系統，有效解決自動化批量盜版的難題，並通過平台投訴及刑事、民事訴訟打擊等多種維權手段的綜合運用，針對盜版平台、搜索引擎和應用市場中的侵權行為進行有效打擊。

2022年，閱文集團開展「青年作家扶持計劃」，從創作激勵、創作比賽、榮譽榜單和流量扶持四方面入手，幫助青年作家拓寬上升通道和發展空間；開展「紫竹計劃」以完整培養體系幫助更多有寫作夢想的女性從普通創作者成為一名優質作家；推出「啟明星獎」和「星光獎」系列徵文活動扶持科幻作品創作者成長。

騰訊音樂娛樂集團採取各種措施，確保平台上提供的內容不侵犯第三方的版權，並密切監測平台上的內容，從而盡力及時發現及糾正我們平台上侵權第三方版權的行為。針對侵犯我們內容權利的第三方平台，我們亦積極行使我們的權利，採用人機監測相結合的方式檢測其他平台上未經授權使用受版權保護內容的情況。多年來，騰訊音樂娛樂集團已與包括國內外廣大音樂版權方建立長期關係，該等公司在新專輯發行及音樂活動等方面給我們提供寶貴的合作機會。

為滿足用戶對多元化音樂娛樂形式的需求，我們持續投資原創內容製作，不僅是為已成名藝術家而設，也是為發掘及扶植新興音樂人才而設。我們通過騰訊音樂人平台打造原創作品，豐富獨立音樂人生態系統，騰訊音樂人平台是我們為新興音樂人提供的在線服務平台，獨立音樂人經過我們的篩選，將原創音樂內容上傳到我們的平台，供用戶在線播放和下載，把他們的原創作品帶給中國成千上萬名音樂愛好者。

抵制不良信息

基於騰訊不同平台的特點，我們持續促進平台內容來源信息可信可靠、完善廣告風險管理體系，加強管控避免侵犯、侵權、危險、令人厭惡內容的傳播，保障各平台用戶權益。

在社交平台，我們持續在微信及QQ社交平台上為用戶提供安全健康的網絡環境、可信賴而便捷的平台服務。在打擊各類不良信息，如網絡色情廣告、影視劇集盜版侵權、網絡水軍等問題上，我們參考相關法規並按內部流程配合執法。我們推出微信品牌保護WeBrand計劃，以微信品牌維權平台為基礎，微信和品牌權利人協助執法機關開展線下打擊售假犯罪團伙的行動，打擊平台假貨傳播現象。2022年，微信品牌保護聯合團隊協同多個品牌權利人，配合多地執法機關辦理案件20餘起，協助抓捕犯罪嫌疑人200餘名，涉案金額累計超人民幣3億元。

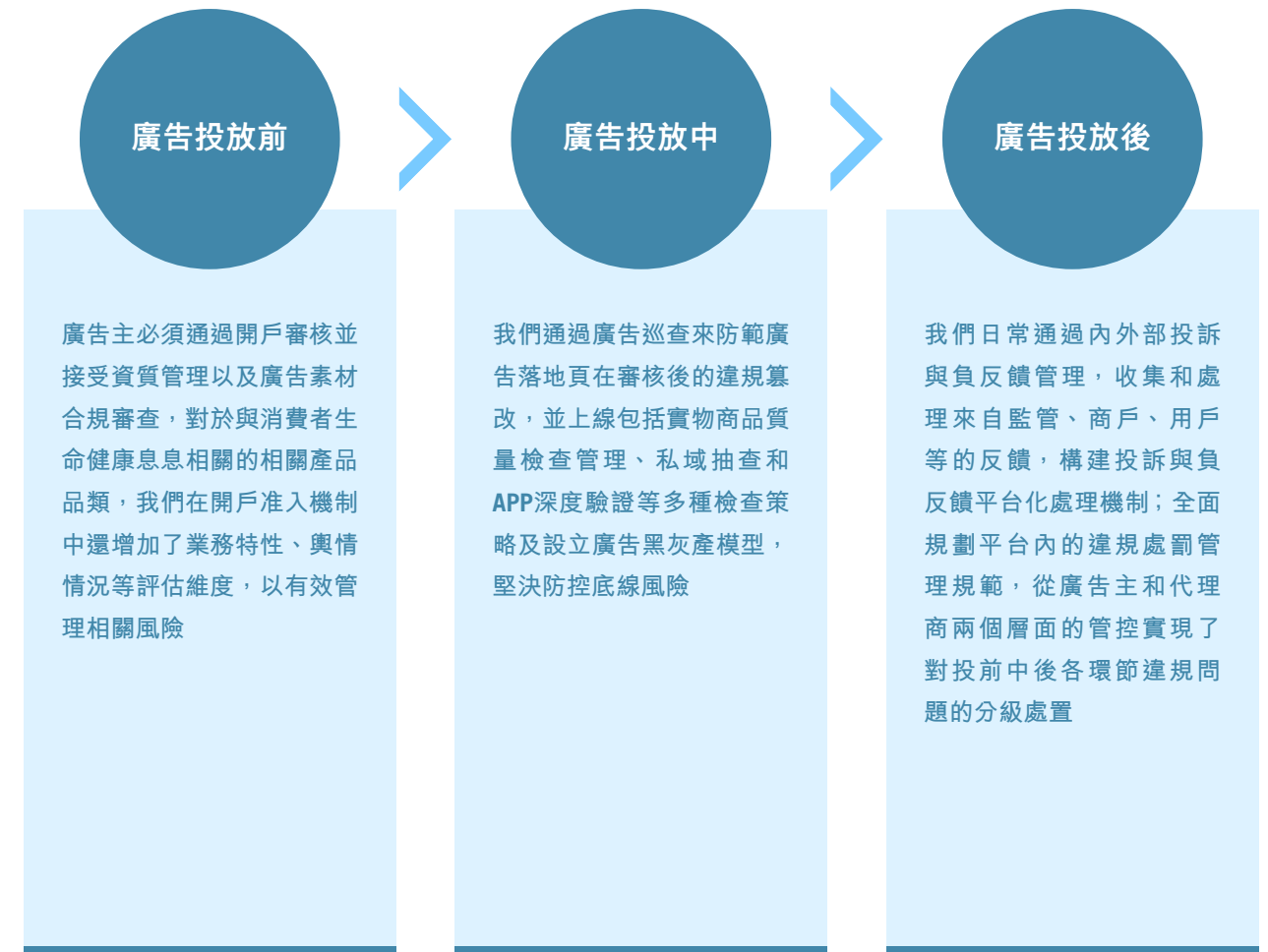
對於用戶通過騰訊衛士小程序舉報的微信和QQ上的違法違規行為，我們採取「人工+大數據」的管控模式，一方面對舉報數據進行聚類分析，實時升級打擊策略；另一方面對舉報賬號進行分類，形成「底層安全保護、用戶舉報受理、大數據防控、網絡黑灰產打擊、安全知識普及」的五維一體防治體系。截至報告期末，騰訊衛士平台已累計服務用戶量1.7億，受理有效舉報量近6,000萬，打擊違法違規賬號超1,200萬。騰訊衛士平台還與國家反詐中心、各地執法機關等聯合進行網絡安全知識科普32次，相關視頻或圖文覆蓋量超6.6億。

在媒體平台，我們通過創作者後台實名認證、按中國國家互聯網信息辦公室公佈名單進行稿源區分以及創作者分類管理等舉措嚴格管理騰訊新聞¹的內容來源。我們設置專業事實查證的平台「較真」，專注對各種謠言、不實信息等虛假內容進行查證和打擊，平均每週在騰訊新聞客戶端和微信公眾平台發佈5-7篇闢謠及科普內容，主要涉及醫療衛生、食品安全、科學技術等領域。自2015年創辦以來，「較真」共計發佈3,212篇闢謠文章，為3.34億人次提供了闢謠科普。



¹ 根據國家要求，騰訊網取得了《中華人民共和國互聯網新聞信息服務許可證》，根據《互聯網新聞信息服務管理規定》，騰訊網可按照此刻正載明的內容從事互聯網新聞信息服務業務，服務類別為互聯網信息轉載服務。

在廣告平台，我們嚴格按照相關法律法規規定，構建完整的檔案管理、風險管理機制，明確相關管理標準，優化各方溝通與申訴渠道，並通過廣告投放前、中、後的風險防控機制，聯動各方共建全流程風險管理體系。



推進負責任人工智能

人工智能（Artificial Intelligence，AI）將成為騰訊業務增長的放大器。騰訊在AI技術的開發和應用領域已積累了多年經驗，廣告、遊戲、短視頻和雲服務在內的多個業務均因此受益，社交和遊戲等用戶間互動的服務也可以因為AI能力的發展得到優化。我們進一步制定了AI整體戰略，包括在後端持續發力基礎模型的研發和迭代，並在各產品上陸續推出前端應用場景，並將借助AI技術提升產品創新能力、商業化和營運效率。基於廣泛用戶參與的應用、在機器學習領域的長期耕耘、騰訊雲的基礎能力，我們正在快速推進中文語言處理基礎模型「混元」。

在我們快速推進AI能力建設和應用的過程中，騰訊積極踐行負責任的研究與創新，而人工智能成為互聯網未來發展的底座，我們深信加強人工智能倫理治理，確保將技術被負責任地使用，方能為社會帶來福祉。

人工智能責任治理

騰訊秉持可用、可知、可靠、可控的「人工智能四可原則」¹，積極推動負責任的人工智能發展。

我們完善倫理素養培養機制。科技研發人員是AI產品與應用的源頭，只有研發人員具有良好的科技倫理意識與素養，才能更好踐行科技向善。2022年，騰訊針對科技倫理與AI治理議題，開發了內部的科技倫理課程與培訓，定期對技術人員進行培訓，並保持常態化的溝通，旨在加強對技術研發人員的科技倫理意識培養。

¹ 如想進一步了解騰訊「人工智能四可原則」，可查閱：
<https://www.weforum.org/agenda/2019/05/these-rules-could-save-humanity-from-the-threat-of-rogue-ai/>

人工智能數據安全

騰訊高度重視AI數據安全性，在個人信息保護及數據合規專班指導下，我們發佈了針對人工智能數據安全的標準文件《騰訊AI數據安全管理制度》，從AI數據管理原則、AI數據處理流程、與AI數據處理持份者職責等維度為各業務的AI數據安全保護相關工作提供了相關標準指引和規範性約束。

《騰訊AI數據安全管理制度》中規定，所有業務部門在處理AI數據的任何一環中都嚴格遵循AI數據安全管理原則，即：

- 數據需求最小必要性原則：進行AI數據使用時必須遵循最小數據類型和數量要求。且需求應當有明確、合理的目的，並於處理目的直接相關，以達到對用戶個人權益影響最小化。
- 合法合規性原則：嚴格禁止AI數據非法買賣、提供或者公開個人信息和數據，同時防範非法竊取非法獲得個人信息和數據。

為保障AI數據時刻處於持續安全狀態，我們在AI數據安全管理上採取以下措施：

- 對AI數據分類分級管理，執行分級差異化安全保護，並對敏感數據進行重點保護。

- 按照最小授權原則授予AI數據使用者權限，並要求使用者在數據使用過程保證安全可靠，可溯源。
- 制定了AI數據的銷毀機制與流程，並要求AI數據處理持份者定期開展數據安全評估，排查安全隱患。



人工智能價值實踐

在負責任人工智能的基礎上，騰訊還和各方一起積極探索AI技術在創造社會價值上的應用，實踐「科技向善」的理念。



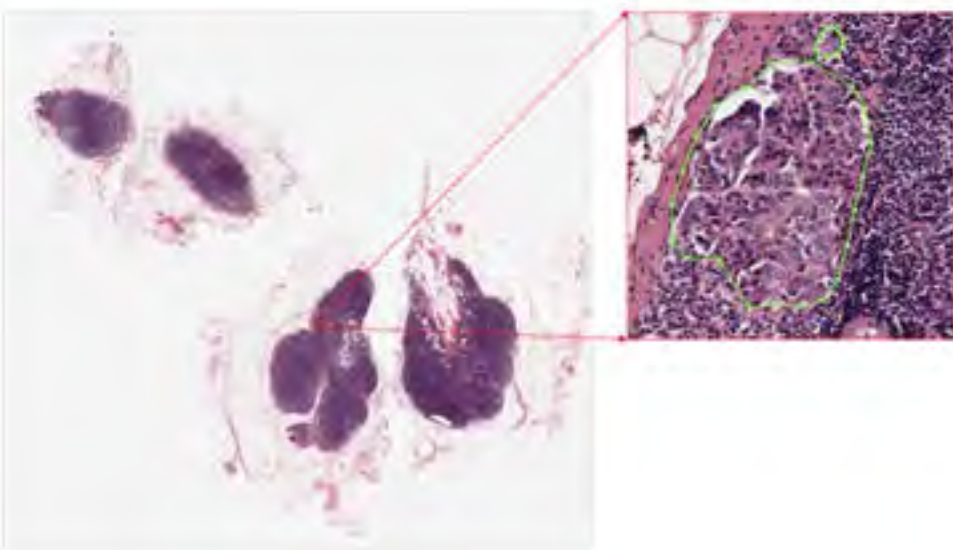
AI+探星

中國科學院國家天文台與騰訊聯合啟動「探星計劃」，用AI+雲尋找脈衝星，提高探星效率，並通過視覺AI分析找到脈衝星線索，在同等算力下處理效率提高了120倍，誤報率下降98%。經過一年的合作，優圖AI天體探索方案已從巡天觀測數據中找到22顆脈衝星。



AI+質檢

在工業領域，提升外觀缺陷質檢的效率與質量是電子產品製造企業的共性挑戰。基於騰訊雲TI平台，騰訊為客戶提供自研AI質檢算法，有效解決人工目視質檢的難題，質檢效率比人工提高10倍，實現漏檢率接近於0。



AI+助聽

騰訊會議天籟實驗室自研助聽器核心算法解決方案，助力國產助聽器在復雜場景下語音的清晰度和可懂度提升85%。自2020年，騰訊天籟行動聯合公益生態夥伴，已經幫助446萬用戶進行聽力水平篩查，為超1.1萬聽障人士進行言語康復訓練及發放耳蝸植入補貼等。



AI+醫療

- 北京協和醫院聯合騰訊AI Lab共同發佈了完全自主產權的便攜式智能化手術導航系統，目前這套系統已在北京協和醫院神經外科開展了三十餘臨床試驗。病例涉及腦出血、垂體腺瘤、膠質瘤等5種疾病。該系統就像給臨床醫生配上了一幅實時提示的地圖，輔助醫生精準發現手術中的「路障」，大大提升手術可靠性。
- 騰訊AI Lab決策智能AI將遊戲場景中訓練的 AI 深度強化學習技術遷移到病理全片掃描圖像診斷領域，在性能接近的情況下，將傳統病理閱片效率提升400%。該研究相關論文被國際人工智能頂級學術會議「AAAI 2023」接收，並將代碼開源。
- 由騰訊與合作夥伴共同開發的全自動細胞形態學分析儀，清晰還原細胞立體結構和細節，並融入人工智能算法，大大提升閱片的準確率和整體效率，精準發現白血病，目前已在國內多所頂級醫院裝機試用。



優化客戶溝通與服務

騰訊以客戶需求為驅動力，以前沿技術為依託，持續提升產品與服務的功能設計和客戶服務能力，多渠道為客戶提供貼心及時的優質服務，滿足客戶期望。

消費互聯網

騰訊通過智能自助、人工多元化特色渠道，為用戶解決在使用消費互聯網業務時遇到的相關問題，並通過網上調查、問卷調查、社交平台、電話等多方式定期開展產品調研，與用戶建立聯繫，優化產品體驗。客戶服務部門設有專門的客戶服務團隊負責受理、處理用戶投訴或諮詢，並通過門戶網站、互動語音系統熱線、自助工具、實時在線服務、微信、面對面會談等方式，確保在用戶遇到問題的第一時間便解決問題，或者隨時隨地找到客服。

騰訊客戶服務中心建設了全局的智能服務生態，利用大數據、智能語音識別、智能語意理解等業界領先的能力，將智能覆蓋用戶接入、診斷、響應等服務的各個環節，提升服務效率和服務體驗，同時通過智能質檢管控服務質量，並升級人工服務坐席平台的智能能力，實現智能查詢和智能歸檔，輔助人工服務更高效。

騰訊客戶服務中心在相關技術領域深入鑽研，截至2022年底，已累計申請並通過了97項專利，包括搜索、雲技術、人工智能等多個技術領域，涉及數據庫、視頻處理、業務安全、賬戶安全等多種應用場景，為提升互聯網服務體驗發揮了重要的作用。

2022年，騰訊客戶服務中心參加並通過中國客服中心營運服務能力首輪評測，成為互聯網行業首家通過中國信息通信研究院客服中心智能化等級評測的企業。評測共涉及3個能力域，17個能力項，多角度評估客服中心的服務成熟度、AI核心技術的優越性及服務創新提升能力並成功通過功能驗證、性能測試、材料驗證、專家評審等多個環節。

2022年，騰訊消費互聯網業務客服體系¹包括互聯網服務客服、視頻號客服；年服務次數（含自助服務）約31.8億次²，接收用戶投訴1,963,706宗。其中互聯網服務客服接收的投訴3個工作日內閉環處理率約99%。

¹ 騰訊消費互聯網業務客服體系包括互聯網服務客服、視頻號客服。
² 2022年加強資助服務能力建設，完善各業務場景自助工具佈局，全年自助工具服務量大幅上升。

產業互聯網

騰訊在產業互聯網戰略框架下，為企業、機構和個人開發者提供全球領先的雲端計算、大數據、人工智能、SaaS等技術產品和服務支持，並建立完善的營運服務體系為客戶提供售後服務、軟件服務和運維保障等專業的技術支持，保障客戶權益。

- 根據客戶性質設置對應的專業性強的全球技術服務支持團隊，為用戶提供專業高效的服務支持；
- 基於業界最佳實踐持續完善客戶服務流程體系，以保證問題處理的時效性及規範性；
- 為用戶提供各類服務窗口，持續優化產品並主動管理產品態勢，同時建立投訴預警和處理平台以快速解決用戶問題。

- 2022年騰訊產業互聯網業務客服體系³年服務量（含自助服務）達1,054萬次；接收用戶投訴18,708宗，其中雲端服務接收的投訴在7天內處理完成率85%，客戶五星滿意度達96%。

- 騰訊雲用戶之聲平台收到產品優化建議1,000餘條，幫助騰訊雲產品提升優化600餘項。

³ 騰訊產業互聯網業務客服體系包括雲端客服、企業微信客服、視頻號直播帶貨業務客服、小程序開放平台客服。





騰訊持續加大在人才、平台和技術上的投入，不斷推動數實經濟融合發展，促進產業升級，並致力於讓更多人受惠於數字共融，享有現代生活品質。

普惠科技成果

4.1 理念與進展	56
4.2 助力產業數字化升級	57
4.3 促進豐富數字化生活	59
4.4 助力彌合數字鴻溝	64

理念與進展

騰訊致力推動數實融合，助力各行各業的數字化轉型，幫助企業提高經營效率和競爭力。我們攜手生態合作夥伴推動數字技術在社會中的普及應用，讓更多人因數字技術受益，享有科技發展帶來的便捷工作生活。



助力產業數字化升級

- **金融業**：發佈產業金融數字化解決方案，助力金融機構數字化轉型並提升金融科技能力，更好服務各產業客戶。
- **文旅業**：構建科技支撐、營銷助力、高效連接、IP轉化、場景煥新、商業閉環的全鏈路一站式服務體系。
- **零售業**：推出「騰訊雲mall」「騰訊營銷雲SCRM」「騰訊優碼」等，幫助零售商家更好地吸引客流並實現轉化。
- **工業**：打造騰訊WeMake工業互聯網平台，不同的企業用戶可以在平台上根據需求搭建屬於自己的專屬解決方案，幫助企業實現更高質量、更高效、更安全的工業生產。
- **農業**：共同探索「數字菜籃子」建設，持續提升農產品應急保供、食安溯源、價格監督等能力，助力穩定可靠的農產品供應。
- **建築業**：發佈智慧建築與不動產行業解決方案，完整覆蓋「規劃—設計—建設—管理—交易—營運」六大產業鏈環節。



促進豐富數字化生活

- **便捷數字生活**：2021年9月至2022年6月，微信支付在支付服務手續費方面已累計讓利約30億元人民幣，通過「自立小店」連接廣東省約4萬位身體殘障人士，為近百家金融機構搭建了無接觸遠程視頻銀行服務，日均保護潛在被騙用戶數十萬，涉及潛在被騙資金人民幣約1,000萬元。
- **探索遊戲正向價值**：「數字長城」運用高精度掃描重建技術、程序生成遊戲內容、遊戲引擎和雲遊戲技術等多種遊戲技術，在全球首次1：1數字還原人類大型文化遺產，吸引超過3,000萬用戶訪問。
- **推動智慧醫療**：聯合北京協和醫院共同發佈了高精度、易操作、低成本的便攜式智能化手術導航系統。
- **共建智慧交通**：構建全鏈路實時數字孿生技術體系，助力實現人、車、路、雲的高度協同。



助力彌合數字鴻溝

- **技術無障礙**：面向視障人士的六點盲文振動解決方案獲得「Zero Project Awardee 2023」獎項，並入選2022 CCF¹技術公益優秀案例。
- **支持科技人才**：開展「犀牛鳥開源人才培養計劃²」，助力開源人才生態的發展。助力開源人才生態的發展。
- **創造就業機會**：騰訊數字生態累計創造了147個新職業³，包括穩定期新職業14個、成長期新職業26個、萌芽期新職業107個。

¹ 中國計算機學會。

² 「犀牛鳥開源人才培養計劃」是騰訊高校合作「犀牛鳥」計劃之一。「犀牛鳥」計劃圍繞科研合作、人才培養、學術交流三條主線開展，推進騰訊與高校/科研機構合作推動信息科學技術創新，培養互聯網頂級人才，營造互聯網產業健康生態。

³ 數據來源：騰訊社會研究中心與中國人事科學研究院共同調研發佈的《騰訊新職業與就業發展報告（2022）》。

助力產業數字化升級

從連接人、內容、服務及設備，到連接企業及未來科技，騰訊與各行業的合作夥伴共同分享創新精神與技術，將雲計算、大數據、人工智能等先進技術融入產業業務場景，助力實體經濟發展，驅動更安全、更高效、更具想像力的產業數字化升級。

金融業

騰訊通過雲技術助力金融機構推動業務的數字化轉型和創新發展，並支持金融機構的風險控制能力提升，以應對日益複雜的網絡安全威脅，更好地服務實體經濟。

我們通過金融雲新基建、新服務、新連接的能力，幫助金融機構降低技術成本並實現可以快速部署和升級系統。我們為金融機構快速構建數字化平台，提高業務效率和用戶體驗，加速數字化轉型進程。此外，我們借助金融雲的開放平台，幫助金融機構快速接入騰訊生態的各種技術和資源，推動金融業務的創新和發展。截至報告期末，約90%中國內地頭部商業銀行在數字化轉型中採用騰訊雲方案，90%以上的持牌消費金融機構以及大量產業金融機構也與騰訊雲達成合作。

與此同時，我們結合大數據、人工智能等技術，幫助金融機構進行風險控制和反欺詐，提升風險管控能力。我們通過騰訊安全天禦網絡攻擊感知、天禦雲安全合規、天禦安全數據倉庫等產品，為金融企業帶來多維度的安全保護和服務，幫助他們減少風險和損失。2022年，騰訊安全天禦獲得《亞洲銀行家》頒發的「中國最佳消費信貸技術獎」。

文旅業

騰訊聚焦「科技+文化+旅遊」的融合創新及服務落地，持續探索數字科技在文旅行業的應用和多元價值。

- 智慧全域旅遊解決方案通過大數據、人工智能等技術，系統地為目的地、景區、游客等提供基於全流程服務和管理的智慧文旅應用體系。
- 智慧景區解決方案面向景區管理者和游客，提供景區游客服務、景區智慧管理和智慧營銷等一站式產品和服務能力，做景區數字化助手。
- 智慧文博解決方案與智慧科技館解決方案通過平台、技術、連接、內容，助力博物館和科技館實現館內管理與保護、文物價值創新、優化展館體驗，結合騰訊在科技領域的前沿探索和豐富實踐，提昇文化與科技教育。

2022年，我們推出了更加開放的生態圈和更具價值的「朋友圈價值共創體系和計劃」，吸納更加廣泛的文旅合作夥伴、科技服務商加入，已覆蓋中國25個省市自治區，在全球打造了300餘個數字化項目，如一鍵游廣西、成都天府智慧綠道、大報恩寺AR沉浸式體驗、黃河非遺數字館、大運河國家文化公園數字雲平台、北京智慧工體等。更多內容請參見「創造社會價值—數字文化」章節。

零售業

針對零售商家痛點，騰訊推出一站式線上商城解決方案「騰訊雲mall」、客戶關係管理產品「騰訊營銷雲SCRM」、二維碼數字化營銷解決方案「騰訊優碼」等多種技術工具與方案，我們幫助零售商家更好地吸引客戶並實現業務的轉化。

對於零售行業大量的中小微企業，騰訊利用自身技術幫助他們實現數字化轉型，優化其生產、經營和管理。

- 為小微企業、個體工商戶、有經營行為的個人推出支付服務費九折活動，降低小微企業支付手續費負擔；通過免費提供二維碼收款安全保障、經營物料優惠等舉措，綜合降低小微商戶的經營成本。
- 整合上千門線上、線下培訓課程體系，覆蓋數字化營銷、中小企業管理能力等智慧零售相關內容。
- 發揮業務生態價值，聯動遊戲IP跨界營銷，幫助零售商家獲得更高的關注熱度，如「王者榮耀商家特權」跨界營銷活動。



工業

我們打造跨行業、跨區域的「騰訊WeMake工業互聯網平台」，輸出雲計算、物聯網、大數據、人工智能等需要重資產投入和大量IT人才儲備的數字技術，幫助工業客戶更好地聚焦產品創新與用戶體驗。

基於騰訊雲的優勢和能力，我們為工業企業客戶提供1（個雲底座）+3（大中台）+ 6（大引擎）+ n（個工業互聯網應用）的解決方案，助力他們在平台上根據自身需要及具體環境快速選擇相關工具、搭建專屬方案。



- 我們為客戶提供騰訊工業AI質檢技術，僅需幾秒就能判斷出人眼難以分辨的缺陷，同時降低質檢人員的工作強度，實現了10倍質檢效率的提升。
- 我們將自研遊戲引擎技術與傳統工業數字孿生技術結合，降低工廠營運階段創建模型及高仿真的難度。
- 我們將實時音視頻通信技術與合作夥伴的5G網絡能力相結合，應用於工程車輛遠程駕駛場景。通過將畫面時延控制在100毫秒範圍內，讓1位駕駛員在安全的環境下同時遠程控制5輛車的運行，令工程車輛（如礦山卡車）司機真正退出危險作業場景。
- 我們為客戶提供騰訊雲區塊鏈登記系統，助力客戶大幅度提升倉單信用效力，形成可溯源、真實可信的區塊鏈電子倉單。

農業

騰訊發揮「連接+協同」的產業互聯網優勢，助力農產品營銷、支持農業企業發展和農業區塊鏈建設。

我們攜手合作夥伴共同探索「數字菜籃子」建設，助力穩定可靠的農產品供應和農產品營銷。如騰訊智慧農業為貴州省黔陽冰糖橙搭建數字供應鏈平台，進行品牌孵化，提供產地溯源平台，形成多渠道全網數字化營銷，助力黔陽冰糖橙的年度銷售目標突破4億公斤。

我們將區塊鏈技術引入農業領域，將農業生產、食品溯源、數字人才培訓、銷售助力、品牌推廣等產業上下游鏈條打通，如在四川省德陽市協助地方政府搭建區域級品牌「旌陽鏈」惠及當地農企、農戶。

建築業

騰訊發佈了最新的智慧建築與不動產行業解決方案，包括面向建築建造行業的「WeBuild建築雲」、面向地產開發及物業的「WeClient微客來」、面向城市與片區更新行業的「WeSpace智慧空間」等三大解決方案，完整覆蓋「規劃—設計—建設—管理—交易—營運」六大產業鏈環節，為行業全面數字化轉型提供助力。

WeBuild建築雲解決方案可協助建築企業全要素數字化提升，推進企業向工業化、綠色化、智能化轉型升級。

我們與某省級建工集團合作落地WeBuild建築雲，建設了混合雲技術架構，支撐業務集中管理和技術平台統一，對外開放平台能力和連接生態。2022年，該集團已通過騰訊雲搭建起了主數據管理平台，實現了各業務信息系統的數據集成治理，並將進一步構建數據湖和大數據分析系統。



促進豐富數字化生活

騰訊探索如何使用數字科技提升人民生活水平，利用數字技術服務現代生活，並繼續探索創造更多社會價值，包括普及數字支付和金融服務，將遊戲技術應用於生活與工業場景創造正向社會價值，與行業夥伴共同推動智慧化的醫療和出行服務，致力於為社會群體帶來更美好的生活體驗。

助力數字生活

騰訊以數字支付為底座，通過豐富的產品服務超過8億月度活躍帳戶，為大眾、中小微企業及個體經營者、偏遠鄉村人群、特殊群體帶來更多的便利和機遇，助力數字生活的發展。

逾八億用戶¹高頻使用的支付工具

數字支付已廣泛融合於社會生活之中，成為支持社會運轉的重要組成部分之一。我們通過微信支付為用戶提供方便快捷的支付服務，覆蓋衣食住行、生活繳費、社交轉賬等場景。用戶可通過二維碼、微信紅包、微信轉賬等方式展開線上及線下支付，滿足多元化生活場景下的支付服務需求。

數字平台可以幫助用戶更便捷、高效地獲得便民服務。我們於微信服務下設置了生活繳費、城市公共服務、騰訊公益等相關入口，讓用戶更容易享受數字化帶來的便利。

- 用戶可通過生活繳費入口，便捷查詢和支付電費、水費、燃氣費等日常生活繳費，並享受智能繳費、提醒自動繳費與及時催繳等一系列線上便民功能；
- 用戶可通過我們聯合各地政府部門提供的醫療、社保、公積金等城市服務入口，實現線上看病掛號、疫苗預約、醫保電子憑證刷碼支付、社保繳費查詢、公積金提取申請等便捷的公共服務；
- 用戶還可通過騰訊公益入口，便捷地發覺和連接感興趣的公益主題與活動，選擇單次或月度捐助，並通過微信支付代扣款項捐獻於用戶指定的公益項目。

為滿足支付用戶日益增長的多樣化需求，我們與第三方金融機構合作提供合規、安全、便捷、穩定的線上金融服務渠道，在微信服務下設了金融理財服務入口，讓此前難以便捷地獲取金融服務的用戶，在彈指之間獲取理財、信貸、保險等金融服務。

- 理財通：用戶可於該平台選購經過我們嚴格篩選、不同類型的理財產品，滿足不同的理財需求。其中的零錢通產品讓用戶免手續費認購，用戶的零錢、借記卡資金均可轉入低風險貨幣基金作為投資，亦可隨時調動用於紅包、轉賬、消費等。
- 微粒貸：由微眾銀行推出的互聯網小額信貸產品，騰訊為其提供方便快捷的線上渠道。用戶在手機移動側即可完成在線申請、快速到賬、隨時還款，享受無需抵押擔保的安全可靠的借貸服務，滿足消費周轉所需。
- 保險服務：用戶可於該保險代理平台選購經過騰訊微保嚴格篩選的各類保險產品，進行價格比較，以及申請線上理賠服務。

我們構建了覆蓋財付通官網及公眾號、微信支付相關公眾號及視頻號等多渠道的線上宣教平台，亦搭建了集金融教育及投資者教育為一體的線下公益展廳「騰訊金融教育體驗空間」，並通過這些渠道豐富公眾對金融基本知識的認知能力提升金融風險及反詐騙意識。



¹ 截至2018年6月30日，微信支付月度活躍帳戶超過8億。

逾五千萬商家¹首選的智慧經營方案

騰訊發揮自身的技術能力，為中小微企業提供數字化轉型解決方案與服務，並通過經驗賦能、提供支付工具以及降費讓利等方式，助力中小微企業及個體經營者提升效率、降低成本、拓展業務。

我們通過騰訊雲為中小微企業帶來安全、穩定、高效的雲服務，通過企業微信為他們提供集多種營運管理功能於一體的內部協作與溝通工具，並結合微信生態提供數字化營銷方式，通過微信公眾號、小程序等平台幫助中小微企業更好地觸達客戶。2022年全國中小企業數字化服務節期間，騰訊為中小微企業數字化轉型提供經驗賦能，累計開展線上線下課程培訓和諮詢服務100餘場。

我們為中小微企業提供便捷易用的支付工具，幫助他們獲得更公平的商業競爭機會，觸達潛在及現有客戶。通過「微信買單」功能，商戶接入收款二維碼功能隨時收款，並通過商戶管理頁面精準追蹤在線交易而無需手工記錄。因應疫情，我們通過降費讓利協助小微商戶以及個體工商戶降低營運成本，減緩經營壓力。2021年9月至2022年6月期間，微信支付在支付服務手續費方面累計讓利約30億元人民幣，惠及小微商家超過2,000萬。

服務偏遠鄉村人群

我們利用數字化技術幫助合作夥伴提升鄉村金融服務水平，優化鄉村金融業務辦理模式、提升業務辦理效率，便捷鄉村地區金融服務需求。

我們借助AI及音視頻技術打造惠農金融綜合服務平台，通過金融虛擬營業廳服務，支持金融機構打通線上、線下金融服務場景。我們借助遠程音視頻、電子公章等技術手段，改變面簽業務只能線下辦理的傳統模式，方便農村地區用戶和老年用戶以遠程方式實現自助辦理、視頻化協同辦理，完成原來需要到網點才能辦理的業務，提高業務辦理的便捷度，為農村偏遠地區提供了精準觸達的金融服務。金融虛擬營業廳已為湖北農信、福建農信、廣州農商行、深圳農商行、上海農商行等近百家金融機構搭建了遠程視頻銀行服務。

利用新興技術，我們提升鄉村金融業務的辦理速度，其中多人擔保貸款簽約時間從3-5天縮減至15-30分鐘，人均工作效率提升10倍以上，提升普惠金融的獲得感和滿意度。

在福建，金融虛擬營業廳三年共落地55家農商行，2022年間通過視頻遠程辦理金融服務總計約5萬筆。其中，在龍巖地區，由於地處偏僻、山高路遠，線下金融服務不及，人們出行辦事效率低，且部分鄉親長期於海外務工，對線上金融服務需求迫切。我們協助當地金融機構，通過線上服務約9,000人次，金額超過人民幣16億元，支持遠在埃塞俄比亞、柬埔寨、老撾、英國、新加坡等地的鄉親辦理十餘種業務。

¹ 截至2019年7月31日，微信支付服務超過5,000萬家商戶。



幫助特殊群體自立自助

我們長期關注身體障礙的商戶、經濟困難人群等特殊群體，針對他們的需求定制化貼心的支持措施，幫助他們努力實現經濟自立，並可獲得更充分的風險保障，提升生活質量。

我們與合作夥伴共同發起「自立小店」行動，精準連接廣東省約4萬位身體障礙人士個體工商戶，並由微信支付為「自立小店」免費提供五大專屬關懷，包括：無障礙經營工具關懷禮包、扶弱助殘商家愛心保障、顧客分享推薦小店及公益小紅花捐贈公益功能、數字經營培訓系列、以及專屬客服一對一諮詢服務。

2022年，騰訊微保協同保險公司推出「善暖羊城愛心保」普惠保險項目，僅需一元人民幣即可獲得一份保障最高可達245萬元人民幣的普惠型商業補充健康保險「穗歲康」，廣州市特困人員約3.1萬人獲得健康保障。

微信支付在餐飲等消費場景中，聯合上萬家愛心門店，發起了感謝環衛工人的「愛心餐」和「愛心水」。用戶可以在日常點餐等消費場景中隨手獻愛心，捐贈人也可以通過微信支付的實時反饋，及時了解捐贈去向。在咖啡等消費場景中，和商戶共同倡導低碳消費，通過微信支付的低碳數據接口，將用戶購買服務時的低碳情況上傳至平台，為用戶積累低碳記錄。在以上這些項目，用戶都可以獲得小紅花，這些小紅花又可以在騰訊公益平台上捐贈給公益項目，使用戶很有成就感。這樣無處不在的場景公益，對用戶來說如春風化雨，對微信支付來說是口碑提升，對社會來說是創新解決痛點的方法，三者相得益彰。

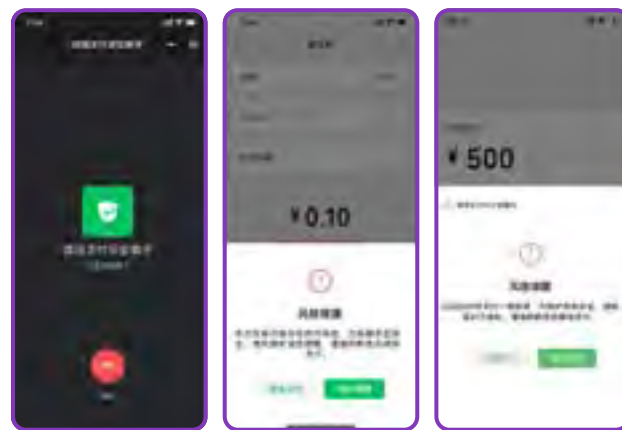
保障支付安全與消費權益

我們設立集團金融消費者權益保護部，牽頭統籌騰訊集團各業務領域金融消費者權益保護工作。

我們在涉及金融消費者的產品頁面的顯著位置設置了「消費者權益保護」專區，一站式為金融消費者提供客戶服務、支付安全保障、消費者金融信息保護、協議查看和下載、支付業務和風險防範知識學習等服務。

為了防禦詐騙行為對被害人造成財產損失，微信支付構建了一套策略模型，對惡意賬號支付能力進行限制，對被騙資金凍結、止損，以減少用戶損失。同時，優化機器自動審核能力，有效識別高風險欺詐者，極大提升審核和處置效率，從時間維度進一步對不法分子實施壓縮和打擊。

系統根據交易的可疑程度，對欺詐的風險程度進行綜合評估，並且進行風險分級。針對不同的欺詐風險類型，由低到高，從交易資金限制、賬戶限制進行分級處理。當系統識別出收款方賬戶的異常特徵，會即時向付款方彈窗提示交易風險。同時，對於風險交易，騰訊支持用戶通過多種方式進行二次驗證；並在必要的時候，通過「在線支付反欺詐人工提醒」由人工介入進行風險提醒，甚至對風險交易進行阻斷。



微信支付助手風險提醒

騰訊反詐工作進展

- 2022年，《中華人民共和國反電信網絡詐騙法》頒佈實施後，集團管理層第一時間成立反電信詐騙工作專班，組織集中學習，優化配套制度，確保全面落实要求。同時，深化治理措施，在事前加強資質審核，事中和事後按支付場景和詐騙類型區分賬戶惡意程度並按不同程度進行分級打擊，日均保護潛在被騙用戶數十萬，涉及潛在被騙資金人民幣約1,000萬元；
- 在中國國家反詐中心及各地執法機構的指導下，互聯網行業開展了系列反詐宣傳，揭露了刷單返利、仿冒公檢法、「殺豬盤」等騙局。騰訊積極參與行業反詐宣傳，通過微信、QQ等社交平台以及更多的渠道向用戶傳達網絡詐騙的危害和防範知識，策劃了朋友圈廣告、地鐵創意展示和線上專區、QQ AR等創意形式，觸達廣大用戶，進一步提升大眾的反詐意識。



騰訊反詐宣傳

探索遊戲正向價值

騰訊相信，遊戲並不是孤立的存在，它一直存在於人類活動中，並伴隨科技和文明的進步不斷進化。以在遊戲產業擅長和積累的技术能力為根基，以放大科技價值為導向，騰訊在積極探索遊戲技術在助推科技產業發展、拉動實體經濟、創新行業人才培養模式、放大文化保育及環境保護等領域的社會價值。

「數字長城」是騰訊遊戲正向價值第一批專項首個落地項目，全球首次綜合創新應用遊戲引擎、程序生成遊戲內容、雲遊戲等多種前沿遊戲技術，實現超寫實沉浸互動產品驚艷亮相。

- 為了能夠1:1還原真實樣貌，“數字長城”項目採用攝影測量學技術掃描，利用激光拍攝形狀、單反拍攝照片、無人機拍攝大致地形等方法，實現長城精準攝影測量，以此實現照片級別的還原。
- 在雲遊戲技術加持下，所有高精度畫面均在自建萬兆雲機房通過服務器端進行渲染、運行，大大減輕用戶移動端設備的運算壓力。

項目助力推動行業探索遊戲價值邊界，以及遊戲技術在更多場景的應用，成為數字文保標杆性範例，獲選2022「全球世界遺產教育創新案例獎」，亦是騰訊投入長城保護8年及在國家倡導「推動中華文化數字化成果共享」的大背景所做出的突破性探索。



承載「數字長城」的小程序《雲游長城》已於2022年第17個「文化和自然遺產日」正式上線，得到國家文物局、北京文物局、中國文物保護基金會等機構及專家認可；同時也實現社交平台現象級影響力破圈，在微信視頻號、B站、微博等多平台熱搜霸榜，大力改善用戶對於遊戲技術認知。

截至2022年12月31日，「數字長城」總訪問量超過3,000萬，仍保持常態下日均4萬的訪客瀏覽量。



騰訊亦鼓勵更多的遊戲開發者關注遊戲的社會價值。我們已多年舉辦騰訊高校遊戲創意製作大賽，鼓勵參賽團隊圍繞保護傳統文化、解決社會問題、科學研究等主題展開遊戲創作，並在2021、2022年分別設立單獨的環保賽道、非遺文化賽道，吸引開發者設計相應的主題遊戲產品。天美工作室群作為聯合國「玩遊戲，救地球」聯盟成員，攜手騰訊遊戲學院推出了環保賽道，培養未來遊戲人可持續發展意識。其中，一群高校學生開發了一款取材於現實生活的沙漠農場經營公益遊戲《荒原林海》獲得了大賽金獎，並獲得廣泛關注。

《荒原林海》以毛烏素沙漠治理作為遊戲背景，讓玩家更深入地思考自己與腳下這片土地的關係。為保證設計的嚴謹合理，設計團隊深入西北荒漠考察，並與林業保護科研人員深入交流，了解相關科研成果。《荒原林海》代表中國遊戲在第26屆聯合國氣候變化大會(COP26)上現場展出。

推動智慧醫療

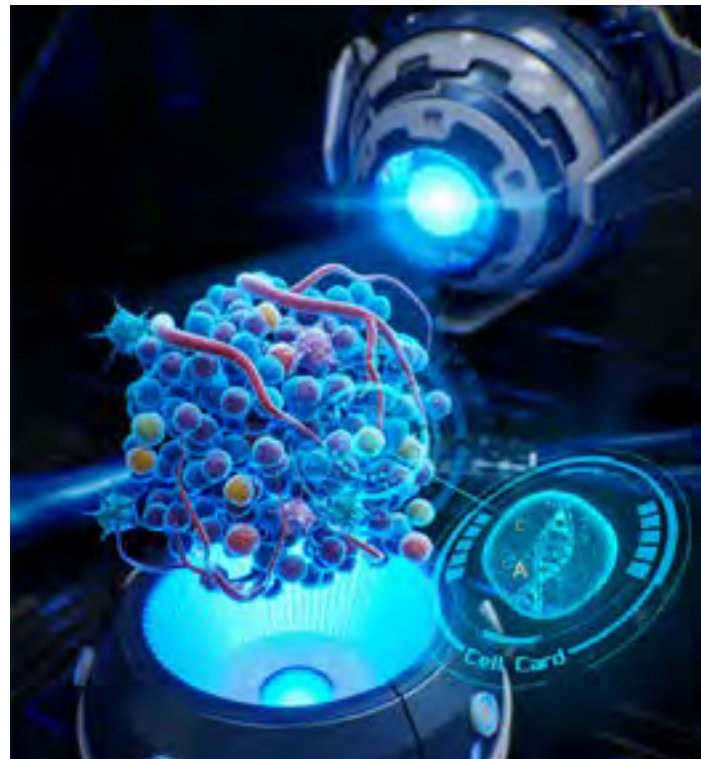
我們幫助醫療業界提升醫學研究與應用能力。我們聚焦AI技術在診療中的深度運用，研究出基於大規模預訓練的AI模型，解決以往細胞類型註釋算法普適性較差的困難，有效地提升了細胞類型識別精準度。騰訊「基於大規模預訓練語言模型的單細胞轉錄組細胞類型註釋算法」登上國際頂級學術期刊《Nature》子刊《Nature Machine Intelligence》，該刊在人工智能領域影響力因子排名第一。

2022年，我們開放騰訊覓影實驗平台，助力醫療AI的創新協作，幫助合作夥伴構建從影像及病理數據脫敏、接入、標註，到模型訓練、測試、應用、教學的全流程能力。同時，騰訊覓影的AI能力在肺炎、青光眼等領域獲取創新醫療器械特別審批，以臨床醫療級別能力輔助醫生進行診斷，提高效率。

我們通過AI技術幫助醫院提升診療能力，從而為患者帶來更安全、更低成本的醫療服務。我們通過AI技術輔助神經外科手術，聯合北京協和醫院共同發佈了高精度、易操作的智能化手術導航系統，將手術中實體人腦和手術前三維虛擬人腦進行亞毫米級精度的1:1配准，精準規劃手術路徑，提高手術安全性。此外，該系統基於一塊普通平板電腦即可運行，具有低成本、高便攜性的優點。

我們提供觸手可及的數字化醫療健康服務，幫助社會建設更優質便捷的公共醫療衛生服務體系。我們以互聯網技術能力助力城市級居民健康信息平台建設，服務公共衛生管理與預警、智慧醫保管理與決策，助力全社會醫療衛生管理水平的提升。同時，我們以《騰訊健康》小程序為載體，連接實體公立醫院、疫苗接種等公共衛生服務，向社會宣傳可信賴的醫學科普知識，為個人用戶提供線上線下一體化服務平台。

在新冠疫情期間，騰訊推出健康碼、核酸碼、《抗擊新冠疫情公益互助》小程序等工具，協助社會共同應對公共衛生事件的挑戰。更多內容請參見本報告「可持續社會價值－公共應急」章節。



共建智慧交通

我們為城市智慧交通帶來乘車碼解決方案，通過乘車碼為用戶帶來便捷高效的交通出行體驗，助力城市公共交通互聯網轉型、實現數據化營運。在乘車碼平台，我們通過刷碼支付讓市民搭乘公共交通更便捷；提供出行查詢服務，讓用戶可以查詢實時公交、規劃出行路線，便捷公交出行、構建智慧交通。

騰訊乘車碼為數以億計的乘客群體提供便捷、高效、安全、綠色的公共交通出行體驗。

- 在業界首次提出雲端決策的5G泛V2X (vehicle to everything，即車對外界的信息交換) 技術路徑，並突破傳統 V2X 依賴專有終端、專用網絡的束縛。
- 將5G車聯網技術與數字孿生技術深度融合，構建了融合感知、計算、決策、觸達的全鏈路實時數字孿生技術體系，可支持百萬量級車輛運行和秒級實時交通預測仿真，為交通管理營運決策提供高效輔助。
- 研發多源融合感知引擎，並在國內首次規模應用可全天候的低時延純雷達路側感知。
- 打造數字孿生車道級導航應用，全方位、全要素再現道路環境，助力消除駕駛盲區，並提供碰撞預警、弱勢交通參與者預警等輔助駕駛功能。

在第25屆IEEE智能交通系統國際會議 (IEEE ITSC 2022) 上，騰訊入選2022智能交通系統年度榜單，獲得「智慧交通領軍AI企業」和「車路協同優秀服務商」雙項大獎，並位列榜首。

用戶僅需0.2秒即可完成掃碼乘車驗證，實現即刷即走，無需再排隊購票或充值，省時省力。同時，我們應用雙離線技術及私鑰簽名、證書加密等安全保障機制，令乘車碼實現脫網驗證，在網絡不佳條件下，乘車碼也可方便使用。此外，用戶還可使用乘車碼在不同城市便捷出行，避免頻繁充值和購票的麻煩。

騰訊乘車碼的應用，一方面幫助公共交通營運實現數字化轉型，另一方面支持交通優惠政策的實現，例如公交地鐵聯程優惠、免費乘車政策，為用戶提供更貼心的福利，也鼓勵越來越多用戶搭乘公共交通綠色出行。進一步地，我們還通過《低碳星球》小程序量化用戶公共交通出行的碳足跡，並將其轉化為碳積分，鼓勵可持續的生活方式。

自2020年發佈 WeTransport 戰略以來，騰訊積極協同生態夥伴實現高速公路、城市公交、港口物流、機場航空、軌道交通全場景的智慧升級。

助力彌合數字鴻溝

騰訊充分發揮科技企業力量，利用先進的數字技術助力包括身體障礙人士在內的廣大用戶提升生活質量，為科技人才的成長提供幫助與實踐機會，並以創新助力破解就業難等社會問題。

技術無障礙

騰訊投入技術力量為身體障礙人士開發適合他們的產品與服務，以數字化技術的力量幫助他們跨越生活中的障礙，協助參與數字化生活，享受日常生活的便利與樂趣。

- 我們推出「無障礙急救」功能，通過語音識別技術植入文字語音互轉能力、支持識別24種方言等功能，協助聽障人士能夠獨立、高效地求助。我們亦聯合公益機構與合作夥伴發起「天籟行動」，面向聽障人群社會責任領域的開發者、廠商及合作夥伴免費開放天籟音頻AI技術，以提升人工耳蝸降噪效果、改善人工耳蝸佩戴者的使用體驗，幫助聽障人士解決聽不清的難題。
- 我們推出觸覺反饋行業標準及六點盲文振動解決方案，將打造的行業首個標準化的遊戲振動觸感系統，覆蓋數億台國內外主流手機終端。在此基礎上，我們將識別率達90%以上的六點盲文振動解決方案在搜狗輸入法和騰訊地圖中落地，解決用戶輸入和出行場景問題。我們還推出信息無障礙技術專利免費許可計劃，讓更多團隊共同參與、讓技術能夠觸達更多用戶，覆蓋更多應用場景。方案成功獲得國際信息無障礙領域極具影響力的Zero Project項目組認可，榮獲「Zero Project Awardee 2023」獎項，並入選2022 CCF技術公益優秀案例。
- 我們基於聲文互轉、OCR讀圖、眼動輸入等技術解決方案，與合作夥伴共同發起「眾聲」無障礙輸入公益計劃。該計劃向全行業免費開放肢體障礙輸入等技術解決方案，共同助力有障群體在數字世界的輸入表達。搜狗輸入法還首次發佈了「眼動輸入」解決方案，借助一款內置眼球追蹤技術的眼控儀，讓身體障礙用戶通過眼球轉動和凝視，即可操作電腦完成輸入。

騰訊向業界分享我們關於技術無障礙的思考，並將其融入到相關標準等指引文件中，從感知性、應用場景適用性等出發，幫助其他企業開發出更多優質的無障礙產品與服務，致力於共同提升身體障礙人士及老年人群體的服務質量與水平。

支持科技人才

騰訊投入資源到不同層面的科技人才培養項目，從專業人才到社會大眾，致力於培養更多科技人才，助推行業高質量發展。

- 我們持續開展「犀牛鳥開源人才培養計劃」。2022年，我們通過來自騰訊自身以及騰訊與高校合作開展的開源項目，基於開源基礎課程、開源進階研學和開源項目實戰三大階段培養，培育開源人才、普及開源文化，助力開源人才生態的發展。
- 2022年，我們與深圳大學簽署戰略合作協議，通過成立聯合研究平台，共建教學資源和實踐基地，建立更廣更深的合作。
- 我們為不同年齡階段的學生提供豐富、有趣、獲得權威認證的編程培訓課程及實踐項目，通過舉辦騰訊青少年人工智能追夢營、全國中小學信息技術創新與實踐大賽等系列活動進一步激勵青少年對於編程及人工智能的興趣。

創造就業機會

我們通過推動數字經濟與實體經濟的深度融合，為越來越多新職業提供更廣闊的空間，加速持續推動相關新職業穩定發展。騰訊數字生態累計覆蓋147個新職業，包括穩定期新職業14個、成長期新職業26個、萌芽期新職業107個¹。微信數字生態通過公眾號、小程序、視頻號、微信支付、企業微信等多應用場景，在2022年衍生的就業收入機會²近5,000萬個。

這一數字生態也催生了大量新產業新業態新模式，創造了大量普惠包容的就業機會。依託騰訊數字生態以及企業微信、小程序等工具，讓更多人群得以從事更為自有靈活的用戶營運等新職業，較好地平衡了工作與家庭，特別是女性、身體障礙人士等。此外，我們通過騰訊課堂平台推動職業教育的在線化、專業化、普惠化發展，幫助廣大青年低成本、便捷地獲取學習資源，持續迭代職業技能。

¹ 數據來源於《騰訊新職業與就業發展報告（2022）》。
² 就業收入機會指勞動者在微信生態體系中通過就業創業獲得收入的機會，既包括正規就業、創業、自營勞動以及其他靈活就業，也包括通過兼職活動或短暫勞動取酬的情況。由於新就業形態存在一人從事多項不同業務獲得收入的情況，受調研方法限制，會被記為多個就業收入機會。因此，就業收入機會不等同於傳統口徑的就業人數或就業崗位。



騰訊聚焦重大社會和民生議題，在基礎科研、鄉村振興、公益數字化等關鍵領域持續探索如何基於科技能力解決社會痛點，通過技術創新、產品創新、模式創新，與志同道合的各界夥伴共創社會價值、增進社會福祉。

可持續社會價值

5.1 策略與進展	66
5.2 基礎科學研究	68
5.3 鄉村振興	69
5.4 公益平台	70
5.5 公眾應急	71
5.6 銀髮科技	72
5.7 數字文化	73

策略與進展

2021年，騰訊將「推動可持續社會價值創新」納入公司核心發展戰略，並投入人民幣1,000億元聚焦10大領域。在騰訊看來，要解決好一個社會議題，必須社會各方共同參與、共同創造。在共創過程中，騰訊利用自身核心技術和連接能力，構築用戶-產業-社會等多元主體共同參與的生態。以「技術+資金」雙輪驅動的模式，騰訊與各方合作，致力共創更大的社會價值。

騰訊在可持續社會價值事業部下構建了向善實驗室群及公益平台部體系，持續完善相關營運機制，秉持規範管理的原則，建立健全社會創新及公益平台事前篩選立項、事中過程管理、事後復盤總結的內部管理流程和體系，覆蓋項目議題評估、立項、執行交付和規模化落地等階段，確保可持續社會價值創新工作是在深入洞察和理解社會需求的基礎上開展的。

- **議題評估階段：**綜合內外部需求，評估篩選符合可持續社會價值創新領域方向的議題；
- **立項階段：**聚焦核心領域，通過專業的評估和決策機制，進行立項決策流程；
- **執行階段：**建立評估指標體系，監測核心目標的過程執行進度，並利用複盤機制觸發異動管理，保障執行過程中風險及時識別與控制；
- **規模化落地：**在從試點向規模化過渡的關鍵時期，流程隨業務演進逐步配套完善。

為確保穩步、有效推進「推動可持續社會價值創新」戰略，騰訊通過「三道防線」風險控制體系對可持續社會價值創新相關風險進行管理，集團風險管理和反舞弊調查部門，在業務、財務、信息安全、合規遵循等方面，通過審計、調查等方式，幫助識別和治理可持續社會價值創新相關風險。

對於第一道防線－營運及管理，可持續社會價值事業部在事前－事中－事後管理體系基礎上，聯動公司內外的行業專家和集團財務、法務、稅務、採購等專業職能部門共同進行風險識別與控制，確保業務方向、投入/產出決策、資金和合規以及供應商管理等各維度的風險得到有效管控。第二道防線－風險管理與第三道防線－獨立保證的內容，請參見騰訊2022年報「企業管治報告」章節。

可持續社會價值事業部

長期深耕於
互聯網公益

公益平台部

騰訊公益平台

騰訊技術公益

在更廣領域
進行向善探索

向善實驗室群

數字支教實驗室

健康普惠實驗室

社會應急實驗室

數字文化實驗室

銀髮科技實驗室

為村發展實驗室

碳中和實驗室

科技生態實驗室

創新辦學實驗室

數字生態實驗室

實驗產品中心

騰訊面向內部各業務線和職能線設立「可持續社會價值獎」，鼓勵公司全員積極踐行科技向善，探索可持續社會價值創新。2022年共計16個項目團隊獲此榮譽，涉及基礎科學、碳中和、公衛應急、技術公益、數字文化、銀髮科技等多個領域。

2022年，騰訊用於可持續社會價值及共同富裕計劃領域的支出合計人民幣58.36億¹，主要用於基礎研究、鄉村發展、公益數字化等方向，未來騰訊將會在可持續社會價值及共同富裕計劃領域持續投入資金，用於經過審慎評估且會持續帶來社會價值的項目。

1 基礎科學研究

新基石研究員項目：計劃未來10年投入人民幣100億元，穩定支持200至300位傑出科學家，聚焦原始創新。項目於2022年啓動，首期新基石研究員項目共計58位頂尖科學家獲得支持。

2 鄉村振興

「耕耘者」振興計劃：線下培訓2.3萬人，並推廣鄉村治理數字化工具包，覆蓋超過3,500個村莊。

3 公益平台

99公益日：創新推出全民共創²的公益交互機制「一花一夢想」，99公益日期間「一花一夢想」捐出小紅花數量超過1.07億朵。

4 碳中和

碳普惠平台前端應用開發：模擬和教育類公益遊戲《碳碳島》；碳普惠授權營運平台《低碳星球》小程序，並完成深圳市民個人碳普惠減排量首次交易。更詳細內容請參見本報告「保護環境－助力低碳發展」章節。

5 基礎醫療

紅雨傘計劃：從新生兒先天性心臟病和聽力障礙的早篩早診早治入手，提升中西部婦幼健康水平，實現寧夏2市24家助產機構全覆蓋，篩查率達95%以上。

6 教育創新

企鵝支教：通過搭建數字支教平台，聯合25家公益夥伴，在全國350餘所學校落地雙師課堂授課，志願者數量達到3,371名。

7 社會應急

騰訊應急開放平台：打造應急開放平台，連接了近萬台AED設備，在近50個學校場景、社區場景及商圈場景試點落地，文字呼叫120無障礙急救功能已接入48個城市的急救中心。

8 銀髮科技

隱形護理員：面向老年人群體的智慧養老AI守護產品正式升級推出居家版，從養老機構進入超過1,000戶老年人家庭。

9 科技無障礙³

無障礙輸入法：上線眼動輸入、視障輸入的升級解決方案，發佈業內首份關注「無障礙輸入」的研究報告《眾聲無障礙輸入白皮書》。更詳細內容請參見本報告「普惠科技成果－助力彌合數字鴻溝」章節。

10 數字文化

雲遊長城：全球首次通過雲遊戲技術實現最大規模文化遺產毫米級高精度、沉浸交互式的數字還原的範例。

¹ 2021年集團在可持續社會價值領域處於起步探索階段，經過一年多來的精細評估和嚴謹篩選，確定了重點投入領域並隨之增加相關領域的資源。從2022年起，集團向騰訊公益基金會的捐贈將全部用於可持續社會價值創新與共同富裕計劃領域的項目落地，相關支出計入可持續社會價值項下支出。

² 普通用戶提出自己的公益夢想，通過公益行為獲取小紅花並捐出以支持自己感興趣的公益夢想，同時監督項目執行。

³ 從2022年起，本領域相關項目已融入各產品業務線作為基礎能力建設，不再作為可持續社會價值對外項目領域。

基礎科學研究

騰訊長期助力基礎科學研究，鼓勵科學家自由暢想、認真求證，探索未知科學問題，支持他們實現更多造福人類的深入研究和科學突破。

科學探索獎

自2018年成立以來，科學探索獎始終秉持「面向未來、獎勵潛力、鼓勵探索」的宗旨，鼓勵青年科技工作者探索科學無人區。2022年內，前三屆獲獎相關青年科學家們已產出成果獲得逾百項獎勵，如醫學領域的「屠呦呦獎」、數學領域的「謝瓦萊獎」、工業電子領域的「尤金·米特爾曼成就獎」等全球性獎項。

2022年，科學探索獎在過往9個領域的基礎上，增設醫學科學領域，鼓勵醫學研究面向人類生命健康，解決醫學科學領域的基礎性問題。本年度獲獎人來自18個城市和地區的35家不同機構，地域和機構分佈更為廣泛，獲獎人面貌更加多元化。

截至2022年底，科學探索獎累計資助200位優秀青年科學家。每位獲獎人在5年內獲總計人民幣300萬元獎金資助。

- 支持基礎科學領域和前沿技術領域的青年科技工作者
- 獎金由獲獎人自由支配，往屆獲獎人可以申報新基石研究員項目
- 支持10大科學領域¹

1. 科學探索獎覆蓋領域包括數學物理學、化學新材料、天文和地學、生命科學、醫學科學、信息電子、能源環境、先進製造、交通建築、前沿交叉。

新基石研究員項目

為長期穩定地支持一批傑出科學家潛心基礎研究、實現「從0到1」的原始創新，騰訊於2022年啟動新基石研究員項目，並將在10年內投入人民幣100億元。新基石研究員項目重在「選人不選項目」，不設置明確的研究任務、不考核論文數量、不限定必須拿出成果的期限，向富有創造力的科學家提供長期、穩定、靈活的資助，支持他們開展探索性與風險性強的基礎研究，開拓學科前沿、推動原創突破。

- 專注於資助潛心原始創新研究的科學家
- 資助的是專門用於科研的經費，且獲資助者不得再申報科學探索獎
- 支持數學與物質科學、生物與醫學科學2個領域



2022年，首期新基石研究員項目吸引991位申報人，其中自由申報人達759位。項目科學委員會組織全球一流科學家對近千名申報人開展多輪評審，堅持「寧缺勿濫」的原則，並參照原創性、重要性、突破性三項標準進行評判，客觀公正選出最有探索精神的申報人。同時，項目設置並實施嚴格的回避制度，由監督委員會進行充分監督。經過評委層層篩選，最終入選58人，其中數學與物質科學領域30位，生物與醫學科學領域28位。

在過去很長一段時間裡面，從企業到個人，都在以不同的形式支持科學家從事原創性研究，但是像這樣大規模、系統性，讓全國方方面面的基礎研究科學家共同來主導和遴選出最優秀的一批科學家來從事基礎研究，這還是第一次，非常了不起。

施一公

中國科學院院士、
西湖大學校長、

「新基石研究員項目」科學委員會主席

推動前沿科學交流

騰訊自2013年起每年度舉辦科學WE大會(Way to Evolve)，十年間共有80多位全球頂尖的科學家向近一億人次分享最前沿的科技信息，廣泛傳播科學知識和探索精神。2022年WE大會邀請諾貝爾獎得主約翰·馬瑟、托馬斯·林達爾、李建剛、葉聰等一流科學家演講分享，圍繞天體物理、生命科學、深海研究等領域繼續探尋未來科學前沿突破的新方向。我們規劃建造一座開放的永久科技館，將運用人工智能和全真互聯技術，系統性記錄百年科學發展脈絡及突破性成果。

我們自2021年起，每年舉辦一次「青年科學家50²論壇」，為青年科學家開展跨界交流、共築創新成果架構平台。2022年的論壇主題是「聚焦原創 突破邊界」，鼓勵大家突破學科邊界，倡導跨界融合，激發更大的原始創新動能。

鄉村振興

騰訊充分發揮自身數字力量，持續助力鄉村治理能力提升，支持更多專業化、職業化的新型治理人才和農業經營型人才，助力鄉村產業數字化升級，協助推進鄉村地區可持續發展。

「耕耘者」振興計劃

騰訊出資人民幣5億元投入農村人才培養項目—「耕耘者」振興計劃，旨在培育一批鄉村治理和產業發展的能人，目標為線上100萬人和線下10萬人提供免費培訓，以推進「培養一個人、帶動一個村」的作用，並獲得中國農業農村部支持在全國範圍推廣。截至2022年底，項目已落地全國28個省市自治區，線下培訓超過2.3萬人，學習平台吸引鄉村振興人才超過15萬人在線學習。

在組織實施培訓工作的基礎上，騰訊「耕耘者」團隊助力越來越多村幹部和村民使用數字化工具進行「自動化辦公」。



- 推廣數字化的村集體積分制管理體系，「村級事務管理平台」及「粵治美」等數字化治理工具已經在全國29個省市自治區超過3,500個村莊廣泛應用，服務村民超過97萬人。



- 上線「AI病蟲害識別的耘植保」數字化工具，打造以農作物病蟲害AI智能識別為主的植保服務工具箱，可防止農作物減產、防止農藥污染。



- 持續構建「為村耕耘者」知識平台，分享鄉村振興政策、農業經營管理和種養技術、線下培訓信息，並開設「鄉村振興100問」專欄，方便全國60多萬位基層管理者進行交流互動，分享經驗。

鄉村CEO計劃

為探索解決欠發達地區鄉村經營性人才匱乏的問題，騰訊聯合中國農業大學共同發起「鄉村CEO計劃」，第一期已為來自全國10個省市、20個地市州的55名鄉村CEO學員提供為期9個月的學習、實訓與在崗鍛煉，46位學員順利結業。鄉村CEO計劃還向前對接到招聘過程，向後延伸到在崗就業，探討鄉村CEO全過程培養的規範性制度。

在重慶市酉陽縣何家岩村試點過程中，我們組建培養了由返鄉企業家牽頭的鄉村CEO團隊，打磨成型一套適配農文旅發展需求的數字化產品矩陣，包括公眾號、視頻號以及企業微信等。這一村莊營運數字化方案已在雲南省和廣西省等12個村莊複用驗證，以助力更多鄉村產業的可持續發展。

公益平台

騰訊營運自主開發的在線捐贈平台，協助慈善組織觸達數億中國用戶，促進多個項目的捐贈和匹配。我們尋求通過合作擴大協同效應，並利用數字技術提高公益慈善領域的透明度、開放性和效率。

共建技術公益

為助力更多公益性組織一起找尋創新解決社會問題的方案，增強其持續服務社會的能力，騰訊推出技術公益志願者平台，通過數字技術支持公益事業發展。

我們啟動「騰訊技術公益創投計劃」，聚焦鄉村振興、愛老助困、應急救災、生態保護、文化保育、青少年發展和志願服務七大領域，通過技術、資源和資金的助力，幫助提升公益組織的運轉效率和發展模式，支持優質項目的複製和擴展。同時，我們為公益組織提供可免費申領的技術公益數字工具箱，配備專業志願顧問，幫助更多公益機構共享數字化的便利，共建更高效的公益事業。

促進公益創新

2022年，我們在公益行業內首次倡導公益機構召開公益「股東人」大會，邀請參與捐助的愛心人士通過騰訊會議、視頻號直播等數字化工具，聽取項目進展匯報，了解善款的使用和走向。2022年，公益「股東人」大會共計召開118場，相關視頻觀看量達3,730萬人次。

2022年99公益日，我們首次推出全民共創的公益交互機制，上線「一花一夢想」新玩法，用戶通過公益行為獲得小紅花，並捐出給自己所支持的公益夢想，如「帶1,000名鄉村兒童去看博物館」「為10,000名鄉村老人提供聽力篩查」等。為幫助夢想落地，我們聯合合作夥伴篩選合適的公益機構執行，並定期向用戶反饋具體進展。騰訊員工同樣熱情支持公益夢想，發起「助力1,000名優異的困境高中生」夢想，並通過「我為家鄉學子重做高考題」捐出小紅花，支持公益夢想。

我們持續升級公益模式，將公益影響從99公益日延展開來。

- 根據公益節點，開放多場「小紅花日」活動，通過不同的公益議題對公眾持續進行倡導；
- 創新衍生出公益數字化區域專場活動，以地域為紐帶鏈接公眾情感，讓公眾參與家鄉公益的理由更充分、目標更明確、渠道更暢通。

騰訊志願者

為鼓勵員工參與志願服務，自2012年4月起，每年員工可獲得一天全薪志願服務假期。2022年1月1日起，針對員工公益捐款，騰訊將以1:1的比例進行資金配捐；針對員工志願服務，騰訊以每志願服務時長人民幣100元的標準進行配捐。2022年，騰訊將近1萬名員工獲取了公益金，公益金累計總額人民幣420萬元。

2022年，志願者團隊開展了多樣化的公益活動，廣泛關注弱勢群體。在青少年保護和培養方面，開展多場未成年人保護課程，並作為志願者導師指導全國青少年編程與人工智能計劃的種子選手；在老年人守護方面，於社區內開展銀髮安全守護普及課程，並為銀髮實驗室的老人聽力篩查項目進行志願服務。此外，還發起了具有特色的小紅花志願者救援隊以提供應急救援公益服務、參與技術公益平台的志願服務、以及為鄉村CEO計劃志願擔任企業導師等。



2022年99公益日活動期間

總參與用戶數超過

1億人

公眾捐款總金額人民幣超過

33億元

「一花一夢想」捐出小紅花數量超過

1.07億朵

捐款人次

5,816萬人次

志願者活動

260次

志願者活動參與

6,588人次

志願者活動參與總時長

36,879小時

公眾應急

騰訊長期關注社會應急領域，打造應急開放平台，通過急救知識普及、應急設備覆蓋、志願者聯動、調度保障能力提高等方式，面向不同需求場景建立社會化互助網絡；並通過長期系統性支持公共衛生人才培養，助力公共衛生系統的發展。

助力社會應急

騰訊依託自身科技能力，打造應急開放平台，發揮數字化連接能力，實現急救需求與救援資源的高效匹配。

騰訊應急開放平台將求助者－志願者－急救設備建立起聯繫，通過基礎信息的接入管理、應用開發、可視化呈現等，實現突發情況下快速定位呼救、實時響應。在應急領域最嚴苛的心臟驟停急救場景下，平台連通應急救護自動體外除顫器（AED設備）與急救志願者，使急救人員可以迅速獲取急救設備，實現「黃金四分鐘」救援，提高應急效率和救護能力。2022年，基於平台功能，我們與中國紅十字會總會共同打造應急救護公眾服務系統「紅十字急救寶」。同時，我們積極推動應急開放平台項目在各應用場景試點和落地。

我們通過騰訊文檔建立《救在身邊：應急百問科普指南》，幫助用戶掌握居家、戶外、校園等不同場景下的應急避險常識和技能，提高大家自救互救的能力。為守護更多生命，騰訊自2018年啟動的「微光行動」為抑鬱症群體提供網絡心理疏導資訊和在線專業醫院指南，幫助網友識別和正確應對心理健康問題，並通過完善網絡求助機制與渠道，搭建起全國第一個救助抑鬱症輕生人群的綠色生命通道。



在校園場景下

我們聯合中國紅十字基金會為北京市各級各類學校捐贈安裝應急救護一體機1,649台；並與中國教育發展基金會共同啟動「學生健康計劃－校園應急能力建設項目」，陸續在南京大學、北京師範大學、暨南大學、深圳大學等高校不斷落地，協助校園共建應急體系。

在社區場景下

我們助力鄭州市進行社區屬地化應急管理，搭建社區應急響應體系，實現「120」與志願者的信息化聯動，也幫助老年人群體實現一鍵呼救、社區互助和高效快速救援；在深圳市，應急開放平台累計接入7,000多台AED設備。

在商圈場景下

我們與深圳市某大型商業綜合體合作推進商圈應急響應系統落地，實現應急系統部署、志願者培訓、急救知識宣傳和科普教育傳播等工作落地。

公共衛生響應

2022年，騰訊發起公共衛生人才提升項目，捐贈人民幣1億元，用於長期系統性助力國家公共衛生人才培養，包括疾控體系首席專家、青年精英、臨床醫生、管理人員、鄉村醫生等群體，提升公共衛生科研和實踐能力。其中，鄉村醫生能力提升培訓項目旨在幫助提升鄉村醫生理論知識素養及業務水平，提高鄉村執業助理醫師資格考試通過率，已舉辦1期共48場線上直播培訓，12個省份3萬餘名鄉村醫生參加培訓，並面向3個省份的250名鄉村醫生開展5期線下技能和理論培訓活動。

2022年末，面對新冠防護藥物共享這一突發社會需求，騰訊短時間內快速開發了名為《抗擊新冠疫情公益互助》的小程序支持大家共度難關。通過「我需要藥」與「我有多的藥」兩個板塊，使急需用藥的公眾可緊急求助並獲得他人幫助，也為手有餘藥的愛心用戶提供主動分享的途徑。同時，我們進行相應設置，用於保護個人私隱安全和用藥安全，助力餘藥安全共享。

2022年12月至2023年1月期間，騰訊捐贈人民幣1.5億元用於全國30個省份19,778家農村敬老院和160個國家鄉村振興重點幫扶縣防疫。其中，1億元用於為農村敬老院捐贈制氧設備，5,000萬元用於為重點地區提供退燒藥、止咳藥、消毒液以及在線問診等，並有458名騰訊志願者參與和支持農村敬老院抗疫能力建設。此外，騰訊已向寧夏、吉林、貴州等全國多個地區發放3萬個「小紅花防疫包」，並聯合各地公益慈善組織及藥店對超過2萬個困境家庭提供醫療資助。除對全國鄉村的大規模援助，我們還有1,044位志願者帶著小紅花春節防疫包返回家鄉，為鄉親們測血氧並分發防疫物資；更有近200名騰訊志願者參與獻血，緩解血庫緊急情況。



銀髮科技

騰訊努力探索如何利用科技創新應對人口老齡化的挑戰。我們持續推進適老化和無障礙改造工作，上線適老模式及版本、適配無障礙功能，提供防詐騙技術支持，開通「長輩無憂專線」客戶服務熱線，並以產品與技術的能力助力守護老年群體的身體健康和網絡安全，幫助老年人更加輕鬆地融入數字化生活。

健康安全

為盡可能降低意外跌倒對於老年人健康的影響，特別是守護空巢、獨居老人，騰訊推出「隱形護理員」智慧養老安全守護系統。依託雲計算、物聯網等優勢技術，隱形護理員可準確識別摔倒等意外情況的發生，並發出警報，提示照護人員及時前往現場提供幫助。我們不斷探索產品迭代升級，加入多模態識別模式，通過捕捉老年人呼救敏感詞觸發警報，更好發揮安全監測和防護功能，為老年人健康安全保駕護航。截至2022年底，「隱形護理員」機構版已在深圳市養老護理院成功落地應用3年，「隱形護理員」居家版已應用在超過1,000戶的老年人家庭。



為了讓更多人了解困擾1,500多萬中國老年人的認知症，我們上線《銀髮腦動力》小程序，涵蓋有關認知症的科普文章，並提供認知能力問卷測試，幫助大家對認知症有更加充分和正確的認識，及時發現身邊人可能遭遇的風險和隱患。此外，我們發佈了國內首個集成聽力篩查、聽力科普及聽損模擬的一體化小程序《銀髮聽力健康》，並與合作夥伴共同發起「銀杏友好計劃」公益項目，通過逐步推進該項目的四項子計劃——老年人聽力障礙早篩、老年人認知障礙早篩、銀杏友好志願服務、銀杏友好公益推廣，助力老年人健康提升。

網絡安全

針對銀髮一族在反詐及網絡安全方面意識薄弱、能力不足的問題，騰訊發佈首款專注中老年人詐騙防範與上網安全的小程序《銀髮守護助手》，通過「線上服務+安全提醒+知識學習」的模式，輔助提升中老年人識詐、防詐和網絡安全的意識和能力。2022年，我們承辦首屆全國老年人防詐反詐知識大賽，通過線上科普競答強化老年人風險防範意識，並聯合公益機構打造「銀髮守護安全課」線下社區課程，助力老年人提升識騙防騙能力。



數字文化

如何將數字技術應用到文化遺產保護領域，是騰訊一直在思考的問題。我們不斷創新並探索數字文化保護解決方案，為歷史文化遺產保護提供多元的手段和路徑，並豐富文化遺產的表現形式。

保護文化遺產

數字中軸

為助力北京中軸線申遺，騰訊攜手北京市文物局啟動「數字中軸」項目，建設中軸線遺產展陳體系、數字博物館和中軸線文化遺產指數體系。我們推出《雲上中軸》小程序，借助遊戲技術，與高清數字掃描相結合，讓大眾沉浸式體驗中軸線的恢弘氣勢和四季變化。我們打造北京中軸線申遺首個數字形象「北京雨燕」，並發佈數字藏品「萬人中軸字」，探索文化遺產保護活化傳承新模式。

數字長城

「數字長城」是全球首次通過雲遊戲技術，實現最大規模文化遺產毫米級高精度、沉浸交互式的數字還原。用戶通過手機就能立即「穿越」到喜峰口西潘家口段長城，在線「爬長城」和「修長城」。同時，我們也鼓勵用戶通過答題互動，獲得並捐出小紅花來助力文化遺產保護項目，讓更多公眾可以直接參與文化遺產保護。更多內容請參見本報告「普惠科技成果—促進豐富數字化生活」章節。

文博探秘

為了促進博物館知識與傳統文化的普及，騰訊創新文化傳播方式，以微信視頻號為工具，首次通過「館長接力開講直播」模式實現文物近距離講解。近50家博物館館長帶著300餘件文物走進視頻號，為線上觀眾講述文物故事。此外，我們還在「八點一刻」泛知識直播上線「文博探秘」專場，以新穎的直播方式與詳實的價值史料，傳播歷史文化知識。

助力考古研究

2022年，騰訊與四川省文物局合作，運用數字技術助力考古科研工作者開展三星堆遺址考古，建立考古數據數字檔案。同時，伴隨考古發掘最新成果，我們以數字化方式闡釋和轉化三星堆考古研究成果，滿足公眾考古的文化體驗需求。我們與三星堆博物館聯合開發上線「古蜀藏品 等你來挖」創意互動H5，不僅能夠使用戶體驗豐富多樣的蜀地文化，更能直通三星堆遺址觀看發掘現場。

探元計劃

為繼續探尋文化遺產數字活化的可持續發展路徑，我們與合作夥伴共同發起「探元計劃」— 探索文化遺產數字活化新紀元項目，圍繞「前沿科技+文化遺產」領域重大關鍵技術與核心方向議題，徵集具有行業前瞻性與社會價值的創新案例、應用場景與解決方案，並遴選出10大「探元」案例，推動多主體共建共享文化遺產保護傳承新格局。





恪守商業道德，共同構建公平公正、誠實互信、陽光透明的商業生態，是商業可持續發展的保障。騰訊遵循「正直」的價值觀，並以此作為經營管理的行為規範，要求每位騰訊人堅守底線，並與合作夥伴共同建立合規、互信的商業生態。

商業道德

6.1 我們的理念	75
6.2 堅守陽光行為	76
6.3 倡導公平競爭	77
6.4 全面反洗錢管理	78
6.5 可持續供應鏈	79

我們的理念

我們致力與合作夥伴一同建立可持續的商業生態，本着「防範為先」的管理理念，騰訊通過完善管理架構、落實制度、優化流程、細化指引及宣貫培訓等方式，不斷提昇在反舞弊、反壟斷及反洗錢方面的風險防範及管理能力。在推動可持續供應鏈的管理過程中，我們通過不斷完善管理制度以及優化管理流程，保障合規並納入可持續發展要求，2022年，我們制定了《環境保護管理制度》，明確對供應商提出環保許可、節能減碳等要求，並且制定綠色採購優先原則的內部指引。我們也要求供應商必須嚴格遵守當地所有適用的法律法規，鼓勵採用ESG標準提升其可持續發展的能力。



堅守陽光行為

騰訊正直的價值觀體現在對舞弊行為採取零容忍的態度，並將其作為公司營運中必須堅守的底線。騰訊嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規要求，將反舞弊作為公司文化、價值觀的重要組成部分。我們設立反舞弊調查部，制定《騰訊陽光行為準則》（「陽光準則」）等制度以預防、發現和打擊舞弊以及貪污行為。反舞弊調查部直接向審核委員會及內部審計委員會匯報，具有高度獨立性。

陽光行為準則

我們發佈陽光準則，明確六種「騰訊高壓線」行為的處理流程，包括弄虛作假、商業賄賂、泄露機密、不當競爭、利益衝突及其他違法違規行為。宣揚正直，反對貪污及其他舞弊行為，確保企業文化「知言行」的高度統一，全體騰訊員工需嚴格遵守陽光準則並定期完成學習。

騰訊對反舞弊相關制度內容進行年度審閱，並綜合法律法規更新、業務發展現狀及風險評估要求等因素，做出必要的修訂。2022年，我們對陽光準則進行了第10次修訂，主要從違規行為的處理方面做出更新。

陽光準則 — Tencent騰訊

培養廉潔意識

騰訊重視廉潔培訓，致力將廉潔理念深植於每一位員工心中。我們每年通過視頻宣傳、圖文推送、文化活動、線上課程、面授培訓等形式提升員工廉潔意識，傳達嚴格反舞弊、反貪污的必要性。

- 全體執行董事及審核委員會成員通過參與審核委員會會議、內部審計委員會會議、其他內部會議或陽光準則線上課程學習，了解公司反舞弊相關制度要求。
- 面向員工（包括正式員工、實習生、顧問）開展陽光準則學習及考試，學習覆蓋率100%。
- 開展針對各事業群敏感崗位人員和新員工的反舞弊培訓53場、參與員工6,500餘人。
- 製作及發佈反舞弊宣傳視頻10餘個，推文20餘則。
- 舉辦反舞弊年度宣傳活動，線上線下累積參與人數15,000人。
- 面向員工開展「陽光騰訊感知調查」，了解員工對反舞弊制度內容及違規後果的認知程度、行為傾向、對公司及部門反舞弊文化建設的評價。

反舞弊調查及處理

為積極提升反舞弊管理，有效識別舞弊風險，我們通過收集內外部舉報、內審內控及其他部門篩查等方式發現舞弊線索，並由反舞弊調查部開展獨立調查。

我們制定《反舞弊舉報制度》，設置舉報郵箱、通訊地址、舉報電話、陽光騰訊公眾號等舉報途徑，鼓勵所有員工、供應商、業務夥伴及其他持份者通過郵件、信件、電話等方式舉報騰訊員工已經發生或可能發生的貪腐、舞弊及違規行為。

騰訊接受匿名舉報，也鼓勵舉報者留下姓名及聯繫方式，以便跟進調查及反饋必要的調查進度。我們將以嚴肅及高度保密的形式跟進舉報處理。

公開舉報渠道

- 舉報郵箱：jubao@tencent.com
- 舉報電話：+86-755-86013470（留言電話）
- 通訊地址：中國廣東省深圳市南山區海天二路33號
騰訊濱海大廈 騰訊集團反舞弊調查部
- 微信公眾號：陽光騰訊（tencentsunshine）

我們設立了反舞弊內部諮詢渠道，解答員工有關反舞弊制度及個人行為合規性的疑問及諮詢。

2022年，騰訊加強反舞弊數字化能力，通過大數據篩查共性舞弊案件，獲得舞弊線索，並通過持續加強業務部門整改工作，預防舞弊案件的發生。

- 我們每年發佈《騰訊集團反舞弊通報》，2022年，騰訊反舞弊調查部共發現並查處觸犯「騰訊高壓線」案件70餘起，100餘人因觸犯「騰訊高壓線」被辭退。
- 報告期內，騰訊收到6宗由我們依法移送公安機關處理的貪腐案件（含往年移交案件）的訴訟結果。

騰訊制定了《敏感崗位管理辦法》，圍繞各類承擔較高風險職責的敏感崗位，採取定期輪崗、剝離敏感職責、參加敏感崗位培訓等，以降低敏感崗位固有風險。同時，審計監察部門對所有敏感崗位人員均保留審計權利，不定期篩選在職或離任的敏感崗位人員進行審計。

未來，我們將持續優化反舞弊的預防管理，加強廉潔培訓，細化管理標準，夯實自覺遵守、堅守底線的正直文化。

倡導公平競爭

騰訊致力於合法合規經營，在業務發展過程中尊重當地反壟斷和公平競爭的法律法規，持續提升公司的合規管理水平，與市場參與者共同維護公平競爭的商業環境。

我們設置專門的反壟斷合規部門，定期向管理層進行匯報。反壟斷合規部門主要負責為日常經營提供反壟斷監管合規建議、完善合規管理系統，強化場景式合規指引，建立覆蓋業務全流程的合規管理機制，開展合規培訓等。

完善制度及指引

騰訊高度重視完善反壟斷合規管理工作，制定及發佈了多項有關反壟斷合規的制度文件，並通過定期更新迭代、開展培訓宣貫等方式，積極引導和幫助全體員工理解及遵守公平競爭原則，並為合法合規開展業務活動提供指南。

2022年是中國反壟斷合規管理的重要一年，《中華人民共和國反壟斷法》（「反壟斷法」）自2008年實施以來完成首次修改。作為行業內最早一批設立專門競爭合規部門的企業之一，我們深入研習相關法律法規的最新要求，2022年，我們通過發佈合規管理制度、修訂合規指引，建立從「集團」到「事業群」的立體化合規制度體系並不斷完善及優化，不斷增強我們的合規管理能力。

- 制定《騰訊集團反壟斷合規管理辦法》，從合規管理流程的角度系統搭建騰訊反壟斷合規管理機制和流程，包括但不限於明確合規管理流程中的各部門職責、完善合規風險評估流程、加強內部檢查等方面。
- 制定投資並購交易反壟斷合規指引，包括申報義務評估、申報流程指引、未依法申報合規管理等方面深刻落實反壟斷法的最新要求
- 制定結合具體業務場景的專項合規指引，針對重點業務和產品，定制兼具場景化和实操性的專項反壟斷合規指引。
- 修訂更新《騰訊集團反壟斷合規指引》，從法律實體的角度介紹、解讀和宣導新修訂的反壟斷法中的各項要求，成為業務商業實踐中的合規指引和行為要求，並面向全體員工發佈針對新版指引的培訓宣貫及政策解讀。

騰訊音樂娛樂集團建立並持續升級了競爭合規體系，通過與上游版權方達成非獨家合作等方式，確保商業行為符合反壟斷監管要求以及相關的法律法規。

優化合規機制

在完善合規管理制度的同時，我們也通過完善管理流程、明確各部門和業務的職責，持續優化合規管理機制。我們的合規流程與管理機制覆蓋業務全流程、產品全生命週期，採取「評估－控制－執行」(Appraise-Control-Do, ACD) 合規管理機制推進有效管理。

我們定期開展合規研究，圍繞國內以及海外的法律政策、熱門案件和事件等，編寫合規解讀宣導文章及合規解讀。

營造合規文化

我們注重內部宣導，開展常态化的反壟斷合規培訓，以營造公平競爭秩序的文化氛圍。

於報告期內，我們開展30餘次反壟斷合規培訓，內容覆蓋反壟斷法基本規制行為、業務合規營運指引、投資併購交易反壟斷審查實務、反壟斷經典案例等。此外，我們通過知識競賽、視頻、報刊等多元形式，廣泛吸引員工參與及關注反壟斷合規。

A - Appraise 評估

- 對業務日常業務的風險事項進行合規評估；
- 開展商業合作事前反壟斷風險評估機制；
- 建立完善覆蓋投資併購交易全流程的反壟斷合規評估機制。

C - Control 控制

- 對合規風險事項開展風險預警提示和合規處置建議相關合規工作。

D - Do 執行

- 落實合規處置建議的執行情況；
- 就需要反壟斷申報的投資併購交易開展經營者集中等交易申報工作。

全面反洗錢管理

騰訊踐行「風險為本」的反洗錢理念，提升公司反洗錢及制裁風險的管理能力，以應對不斷變化的反洗錢及制裁環境。騰訊嚴格遵守經營所在地所適用的與反洗錢、反恐融資相關的法律法規，包括但不限於《中華人民共和國反洗錢法》《支付機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法》等，全面履行境內外的反洗錢、反恐融資方面的法定義務。

同時，騰訊圍繞境內外關於反洗錢與制裁領域的法律法規更新，積極組織法律法規解讀、差距分析、培訓宣貫及在適當情況下主動諮詢外部顧問，保障反洗錢和反恐融資法律法規和監管要求的落實。

管理架構完善

騰訊建立了由集團與各持牌金融主體的洗錢與制裁風險管理委員會共同組成的治理模式，由集團反洗錢與制裁管理委員會、各持牌金融主體洗錢風險管理委員會及各業務合規官組成完善的治理架構。

騰訊反洗錢與制裁管理委員會職責

- 指導和監督集團反洗錢、反恐融資及制裁合規工作，倡導良好的反洗錢、制裁合規文化；
- 授權制定集團反洗錢、反恐融資及制裁合規戰略、政策和流程，授權相關部門和人員履行必要權力；
- 審批反洗錢、反恐融資及制裁合規重要事項；
- 監督指導集團範圍內各公司的反洗錢、反恐融資及制裁合規工作；
- 監督、指導集團反洗錢與制裁合規部工作。

我們的反洗錢與制裁合規部門，主要負責統籌管理不同地區以及業務的洗錢和制裁風險；履行相關反洗錢及制裁合規的法律法規要求；全面管理和跟進落實集團內的各項反洗錢及制裁工作。

健全管理制度

騰訊及時響應各類反洗錢法律法規動態，動態對標國內以及海外監管要求，定期對各類與反洗錢與制裁相關制度進行更新迭代。我們在官方網站公開《騰訊反洗錢政策聲明》及《騰訊制裁政策聲明》。我們持續落實《騰訊集團反洗錢與制裁合規最低標準》，更新完善了集團及相關持牌金融主體的反洗錢制度體系，進一步夯實騰訊反洗錢管理制度的核心基礎。

2022年，我們面向高管、新員工、各部門及各持牌金融主體員工共計開展23場反洗錢相關培訓，覆蓋反洗錢基礎知識、最新監管政策解讀、反洗錢履職要求等多項內容。

推行常態化管理

騰訊有序推進常態化的反洗錢和制裁合規管理工作，滿足監管要求的同時，針對部分重點領域或關注方向，開展創新實踐，持續推動反洗錢和制裁合規管理工作提升。

- **開展反詐課題研究：**主動開展反詐宣傳，強化客戶風險防範意識，深入推進涉詐風險治理，切實保障客戶資金安全；
- **野生動植物保護：**依託微信和QQ建立舉報與反饋平台，聯合全社會的力量對野生動植物非法交易領域的洗錢犯罪進行舉報和監測打擊；
- **大額和可疑交易報告：**運用大數據和機器學習等技術建立可疑交易智能監測模型，完善大額及可疑交易的洗錢風險管理；
- **建立境外反洗錢與制裁合規平台：**搭建覆蓋境外持牌金融業務的反洗錢與制裁合規平台，提升針對境外業務的反洗錢與制裁合規管理能力。

可持續供應鏈

我們制定了《騰訊集團供應商管理制度》，明確全部供應商管理的准入與審核、選擇與使用、績效評估等管理規範。

我們關注供應商對環境和社會的影響，把ESG理念融入對供應鏈的管理中。我們基於責任商業聯盟（RBA，Responsible Business Alliance）行為準則，與供應商共同探討營運的ESG基本原則，包括：勞工權益保護、保障職業健康和安全、環境保護、道德管理等領域。我們勸供應商採用國際及行業認可的最佳實踐加強ESG管理，推動供應商提升自我管理能力的。

准入與審核

在准入管理中，針對不同准入類型的供應商確定不同的准入和審核要求，我們會審核供應商是否具備有效的資質、匹配的服務能力等，也會關注供應商的服務經驗、商業道德、環境和社會責任等方面的表現。我們要求相關管理部門在啟動供應商准入前加強對供應商合規情況的校驗，避免引入已被列入黑名單的供應商。此外，我們通過定期更新及維護在庫供應商信息、完善信息存檔等加強供應商准入及審核管理。

- 我們要求供應商簽訂《反商業賄賂聲明》，明確騰訊對供應商道德管理要求。
- 我們制定《供應商黑名單管理規範》，明確如供應商如違反商業賄賂條款、利益衝突等要求，將終止合作並列入供應商黑名單。

2022年供應商按地區分類數目：

中國內地	港澳台地區	其他國家及地區
28,905家	1,947家	6,241家

選擇與使用

在選擇與使用管理中，根據不同的業務類型、供應商品類等，確定不同的選擇方式。在供應商選擇與使用管理中，確保供應商間充分且合理競爭、操作流程滿足風險控制及合規要求、明確「員工利益相關供應商」的定義及管理要求等。

- 在釐定供應商服務範圍時將避免利益衝突納入審核，針對與在職員工存在利益相關的供應商，根據陽光準則相關規定確定合作範圍。騰訊要求供應商申報與在職員工及離職員工存在的利益相關信息，對於弄虛作假的供應商將立即終止合作並列入黑名單。
- 針對綠色採購，我們在《環境保護管理制度》中明確對供應商提出環保許可、節能減碳等要求，並且制定綠色採購優先原則的內部指引。
- 將《企業社會責任承諾書》作為合同的一部分，在環境保護、勞工權益保護、職業健康與安全等方面對供應商提出明確規定。

績效評估

根據《騰訊供應商管理制度》，供應商管理部門原則上需每半年開展一次評估工作，以加強對供應商的常態化管理。我們從產品質量、服務能力、配合及交付能力對供應商提出評估要求，確保客觀、真實反映合作供應商的綜合能力表現。

騰訊定期匯總並歸類供應商履約評估結果，並通過供應商管理系統維護及分享評估結果。我們根據不同的評估結果做出供應商級別調整，評估結果欠佳的供應商，在遵守適用合約安排的前提下，我們(a)與他們討論需採取的補救措施；(b)減少訂單量；(c)終止合作；(d)進行處罰；(e)終止付款。此外，針對評估結果連續較差的供應商，我們也建立了輔導和退出機制。

我們與供應商開展可持續發展專項工作，共同推進節能減碳。2022年，我們與供應商共同啟動溫室氣體範圍三減排項目，評估採購及下游租賃的減碳潛力，並制定和推進減排措施。

關於本報告

本報告按照香港交易所的ESG報告指引編製，並參照GRI標準及SASB準則。同時，亦按照香港交易所建議採用的TCFD框架。

本公司已委託羅兵咸永道會計師事務所對選定的ESG KPIs依據《國際鑒證業務準則第3000號（修訂版）歷史財務信息審計或審閱以外的鑒證業務》執行了有限保證鑒證。更詳細的鑒證程序及鑒證報告全文，信息請參考附錄中的「第三方鑒證報告」。

為了便於表述和閱讀，報告中「本公司」主要指「騰訊控股有限公司」，「本集團」主要指「本公司及其附屬公司」。

本報告符合以下「重要性」、「量化」、「平衡」和「一致性」原則。

重要性原則：

我們進行了詳細的重要性評估，以識別和評估對於我們業務、內部及外部持份者的重要ESG議題。本報告披露內容將回應重要性評估所收集的信息。更詳細的重要性評估過程以及結果，請參見「*ESG管治 – ESG議題重要性評估*」章節。

平衡原則：

本報告旨在平衡地陳述本集團在ESG各方面的努力，包括環境、員工、營運原則、產品責任和社區方面。

量化原則：

我們披露了可量化的KPIs，並在適用的情況下設定了量化績效目標。有關本報告中的KPIs的計量標準、方法、假設及/或計算工具、以及使用的轉換因子來源均已在相應位置（如適用）進行了說明。

一致性原則：

本年度環境、社會及管治報告的編備方式與往年保持一致，若存在可能影響與過往報告作有意義比較的變更，均已在對應位置進行了說明。

在匯報邊界識別過程，我們確保本報告能反映我們的ESG影響及績效。除非另有說明，報告覆蓋本公司在2022年1月1日至2022年12月31日期間直接營運和管理業務的ESG表現。此外，本年度我們就ESG報告覆蓋範圍進行調研，基於營運控制權、營運當地的法規、財務重要性等條件對並表公司進行梳理盤點，並據此首次把上市子公司騰訊音樂娛樂集團及閱文集團納入ESG報告披露範圍。

本報告應與騰訊2022年報、載於2022年報中的「企業管治報告」章節以及載於本公司官網的「環境、社會及管治」頁面一併閱讀。

如有任何疑問，請電郵至ESG@tencent.com。

ESG關鍵績效表

環境績效

指標		於2022年12月31日	於2021年12月31日
溫室氣體	溫室氣體排放總量（範圍一、二、三）（噸二氧化碳當量） ^{1 2}	5,739,723.7	5,871,780.7
	每收入單位的溫室氣體排放總量（噸二氧化碳當量/百萬人民幣）	10.4	10.5
	範圍一排放量（噸二氧化碳當量） ³	172,137.9	18,797.8
	範圍二排放量（噸二氧化碳當量） ⁴	2,650,073.3	2,471,041.1
	範圍三排放量（噸二氧化碳當量） ⁵	2,917,512.5	3,381,941.8
能源	能源消耗總量（兆瓦時） ⁶	5,046,045.1	4,452,650.1
	每收入單位的能源消耗總量（兆瓦時/百萬人民幣） ⁶	9.1	7.9
	直接能源消耗量（兆瓦時）	35,054.9	66,293.4
	汽油（升）	44,623.7	34,160.0
	柴油（升）	1,458,596.4	3,261,447.6
	天然氣（立方米）	1,867,442.0	3,111,654.3
	間接能源消耗量（兆瓦時） ⁷	5,010,990.2	4,386,356.7
	外購電力（兆瓦時）	4,638,840.1	4,308,960.2
	其他間接能源（兆瓦時） ⁸	13,860.6	12,062.0
	直接購買的可再生能源（兆瓦時）	336,419.5	63,000.0
	自建可再生能源設施發電量（兆瓦時）	21,870.0	2,334.5
	可再生能源佔比(%)	7.2	1.5
	自建可再生能源設施裝機容量(兆瓦)	19.6	–
數據中心的平均PUE ⁹	1.298	1.317	
資源	用水量（噸） ¹⁰	8,152,481.9	6,201,651.6
	每收入單位的用水量（噸/百萬人民幣） ¹⁰	14.7	11.1
廢棄物	有害廢物處置量（噸） ¹¹	1,051.0	323.7
	每收入單位的有害廢物（千克/百萬人民幣） ¹¹	1.9	0.6
	無害廢物處置量（噸） ¹²	33,062.4	29,849.9
	每收入單位的無害廢物（千克/百萬人民幣） ¹²	59.6	53.3
	電子設備回用量（噸） ¹³	2,740.6	–
	電子廢棄物循環量（噸） ¹⁴	166.0	–
綠色建築	辦公樓宇綠色建築認證面積（萬平方米）	154	154
	數據中心累計獲得綠色低碳相關證書的數量（項）	25	22

註：

1. 公司的主要空氣排放為溫室氣體排放，由燃料和購買以化石燃料生產的電力所引致。
2. 2022年起，公司按照《溫室氣體核算體系企業核算與報告標準》、SBTi《信息和通信技術行業科學碳目標設定指引》以及《ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查標準》計算溫室氣體排放，並按照這個口徑回溯了2021年的數據。範圍一、二、三的溫室氣體排放量已通過第三方核查。
3. 2022年起，無組織排放（包括滅火器以及甲烷排放）被納入範圍一的計算中，此範圍調整符合SBTi指引以及提升排放量統計更完整度。由於缺少歷史統計數據，無法按照新口徑回溯2021年的數據；為方便比較，可參考如按照2021年統計範圍，2022年範圍一排放量为9,711噸。
4. 2022年起，中國地區的電力排放使用中國生態環境部當年發佈的全國電網排放因子計算，並按照這個排放因子回溯了2021年的數據。
5. 2022年起，我們增加了2個類別的範圍三碳排放，燃料和能源相關活動（未包括在範圍一和範圍二中的部分）以及下游租賃資產，新增類別後符合SBTi對於ICT企業的指引。因此，2022年範圍三碳排放統計類別由2021年的7個增加至9個，並按照新的統計類別回溯了2021年的數據。
6. 能源消耗總量參照中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則（GB/T2589-2020）》中的系數進行計算。能源消耗量的增加由於數據中心負載提升導致的間接能源的增長。
7. 間接能源消耗量的增長，主要由數據中心的負載提升所驅動。間接能源中可再生能源的比例由2021年的1.5%提升為2022年的7.2%。
8. 其他間接能源主要包括採購的熱力使用。

9. 為了與國際上行業最佳實踐一致，我們在2022年進一步擴大了PUE的統計範圍，在我們的營運範圍內且運行超過12個月以上的所有數據中心均被納入計算，包括了全部處於不同負載率的數據中心。為方便比較，可參考如按照2021年統計範圍，2022年PUE值為1.290。
10. 用水主要來自市政供水，不存在取水水源問題。水資源消耗量的增加，主要由數據中心的負載提升所驅動。我們在2022年加強了對水資源的管理，提高了數據的完整性。與2021年的數不完全可比，但由於缺少歷史統計數據，無法按照新口徑回溯2021年的數據。
11. 辦公大樓產生的有害廢棄物主要包括來自打印機的廢棄硒鼓墨盒。數據中心產生的有害廢棄物主要包括廢棄的鉛酸蓄電池及銷毀的硬盤組件。有害廢棄物的增加主要由於廢鉛酸蓄電池的增加，電池的生命週期約為5年。我們100%的有害廢棄物均交由有資質的第三方進行妥善處置。
12. 2022年起，我們的無害廢棄物統計增加了廚餘垃圾，此調整使我們的披露更完整。由於缺少歷史統計數據，無法按照新口徑回溯2021年的數據；為方便比較，可參考如按照2021年統計範圍，2022年無害廢棄物量为26,912.9噸。
13. 回用的電子設備主要包括舊服務器、電腦、顯示器等舊電子設備。我們對於舊服務器等電子產品進行升級改造，改造後的服務器通過測試後回用到營運中，延長了其生命週期。
14. 循環的電子廢棄物主要包括廢硬盤顆破碎顆粒。我們將廢硬盤進行消磁、破碎等處理，在保證信息安全的前提下，產出可資源化的硬盤破碎顆粒，供有資質的再生機構循環利用。
15. 包裝材料的數據並不適用於公司。

ESG關鍵績效表

僱傭績效

僱傭

指標		於2022年12月31日	於2021年12月31日
員工總數 ¹		61,328 ²	68,226
按僱傭類型 ³ 劃分的員工人數	正式員工	60,135	65,109
	其他類別	1,193	3,117
按年齡組別劃分的員工人數	30歲以下	22,675	28,608
	30至50歲	38,400	39,420
	50歲以上	253	198
按性別劃分的員工人數	男性	43,693	48,406
	女性	17,635	19,820
按管理層級劃分的員工人數	管理層	6,535	6,119
	非管理層	54,793	62,107
按地理區域劃分的員工人數	中國內地	59,644	66,906
	其他	1,684	1,320
員工流失			
總流失率 ⁴		21.7%	12.4%
按年齡組別劃分的員工流失率	30歲以下	23.6%	14.6%
	30至50歲	20.5%	10.9%
	50歲以上	20.5%	19.4%
按性別劃分的員工流失率	男性	21.7%	11.9%
	女性	21.8%	13.5%
按地理區域劃分的員工流失率	中國內地	21.6%	12.3%
	其他	28.2%	15.1%

註：

1. 本報告員工總數統計範圍為本集團本部正式員工及其他與本集團本部有直接僱傭關係的顧問、實習生，不包含子公司和並表投資公司的員工，作為員工按類型、年齡、性別等類別做細分披露參考。本集團業績公告及年報的員工總數為108,436人，包含本集團本部、子公司和併表投資公司的員工。
2. 在宏觀環境充滿挑戰、行業發生結構性巨變的2022年，我們擁抱變化，以長期可持續發展為目標，對組織架構進行優化，收斂資源投入，聚焦在核心戰略領域。我們一方面關停部分虧損的非核心業務，對於需要人力、資金高投入的業務調整投入節奏，優化人力配置，控制人員招聘；另一方面通過控制營銷費用、降低經營成本、加強過程管理等系列措施提升經營效率和價值創造，提高投入產出比。在維持企業長期競爭力的技術研發和核心領域，我們仍持續加大人力和資金投入，並在保留人才方面完善配套流程和機制。同時，在應對挑戰的過程中，我們在前期積極做好內部溝通，通過員工大會、戰略管理大會、戰略解讀、高級管理層專訪等形式清晰傳遞公司的戰略導向與進展，與員工凝心聚力，保持信心，直面挑戰；通過緩衝期、內部活水、適當的補償方案等措施盡可能減少對於員工的影響。
3. 僱傭類型：其他類別是指與騰訊集團本部有直接僱傭關係的顧問、實習生。
4. 員工流失率=（報告年度期間離職正式員工人數/報告年度平均正式員工人數）× 100%。員工流失反映離職（因自願離職、解僱、退休）的正式員工人數。

ESG關鍵績效表

僱傭績效

健康與安全¹

指標	2022	2021	2020
因工死亡人數 ²	1	0	0
因工死亡比率（因工死亡人數/百萬工作小時） ³	0.01	0.00	0.00
因工受傷人次	11	32	28
因工受傷比率（因工受傷人次/百萬工作小時） ⁴	0.09	0.25	0.27
因工受傷損失的工作天數	322	480	281

員工培訓⁵

指標		於2022年12月31日	於2021年12月31日
按性別劃分的受訓員工百分比	男性	99.4%	99.6%
	女性	99.6%	99.6%
按管理層級劃分的受訓員工百分比	管理層	99.7%	99.8%
	非管理層	99.4%	99.6%
按性別劃分的員工平均受訓時數	男性	35.4	39.7
	女性	38.5	44.1
按管理層級劃分的員工平均受訓時數	管理層	50.5	55.5
	非管理層	34.6	39.5

註：

- 數據來自騰訊人力資源團隊記錄並得到當地官方機構核實的因工傷亡事件。在中國，如發生因工傷亡事件，會經由騰訊人力資源團隊申報並由地方人力資源和社會保障局認定。
- 該起工亡並非發生於辦公場景。我們協助家屬申報工傷認定，獲取法定工亡賠付，並對家屬表示深切慰問和給予撫恤金致哀。
- 因工死亡比率=（因工死亡人數/工作時數）× 1,000,000。
- 因工受傷比率=（因工受傷人次/工作時數）× 1,000,000。
- 培訓指公司為員工提供的面授及網上課程。

氣候相關的風險與機遇影響程度分析

物理風險	類別	潛在風險的影響	潛在影響程度		
			基線	2030	2050
極端高溫	急性	<ul style="list-style-type: none"> 極端高溫引起的電力供給短缺影響用電設施連續營運，可能影響營業收入 極端高溫增加了設施的冷卻需求，相應冷卻能源消耗的上升可能導致經營支出增加 極端高溫對員工帶來潛在安全和健康風險 	低	中	高
極端低溫		<ul style="list-style-type: none"> 極端低溫條件使熱能需求和經營支出增加，並且給員工帶來潛在安全和健康問題 冰凍災害和暴風雪影響設施連續營運，可能影響營業收入 	低	低	極低
洪澇 – 包括河流洪澇、 沿岸洪澇和極端降水		<ul style="list-style-type: none"> 洪澇可能損壞數據中心可能導致數據損失，並對員工帶來潛在安全風險 洪澇可能影響設施連續營運，可能影響營業收入 	中	中	高
熱帶氣旋		<ul style="list-style-type: none"> 熱帶氣旋引起的風災和水災可能會破壞設施，並對員工構成安全風險 熱帶氣旋影響期間設施連續營運，可能影響營業收入 	中	高	高
降水引起的山體滑坡		<ul style="list-style-type: none"> 山體滑坡可能損壞設施，影響設施連續營運和營業收入，並給員工帶來潛在安全風險 	低	低	低
山火		<ul style="list-style-type: none"> 山火可能損壞設施，影響設施連續營運，可能影響營業收入，並對員工構成安全風險 	中	中	高
水資源壓力及干旱	慢性	<ul style="list-style-type: none"> 水資源短缺導致數據中心缺少冷卻水影響連續營運，可能影響營業收入 在常用水源短缺的情況下，可能帶來後備水源採購的經營支出增加 	中	高	高

氣候相關的風險與機遇影響程度分析

轉型風險	類別	潛在風險的影響	潛在影響程度		
			2030	2040	2050
能源效率相關的監管要求提升	政策和法規	<ul style="list-style-type: none"> 為了符合監管要求，提升能源效率增加的投資及經營支出 	低	低	低
氣候應對及披露要求的加強		<ul style="list-style-type: none"> 氣候相關政策導致的氣候應對措施、管理以及信息披露要求提升，導致的經營支出增加 	低	中	中
碳排放管控政策實施		<ul style="list-style-type: none"> 因為碳排放配額制度實施，需要投入減排設施或購買碳配額，從而導致的投資和經營支出增加 碳配額或碳匯價格上升導致的經營支出增加 	高	高	高
新能源採購的不確定性	市場	<ul style="list-style-type: none"> 為解決新能源供應市場發展過程存在的問題而增加的經營支出 綠色電力採購價格上升帶來的經營支出增加 	低	低	低
電價波動		<ul style="list-style-type: none"> 因為電力供應問題，電價上升導致的經營支出增加 	低	極低	極低
市場偏好向低碳產品的轉變		<ul style="list-style-type: none"> 客戶為了達到自身的碳減排目標，轉向採購低碳的產品和服務，可能會導致市場份額的減少 	低	中	中
被質疑漂綠的風險	聲譽	<ul style="list-style-type: none"> 氣候相關披露與標準/準則不一致，導致被質疑誇大績效以及漂綠 	低	低	低

轉型機遇	類別	潛在機遇	機遇等級		
			2030	2040	2050
自有可再生能源發電設施	能源	<ul style="list-style-type: none"> 可再生能源設施發電，可降低經營支出 	低	低	中
節能措施的應用		<ul style="list-style-type: none"> 應用節能措施減少能源消耗，可降低經營支出 	低	低	低
可再生能源和低碳解決方案的投融資	市場	<ul style="list-style-type: none"> 產生的可再生能源外售的收入 	低	低	低
低碳產品的市場機遇	產品與服務	<ul style="list-style-type: none"> 提供低碳產品，符合客戶偏好以及達到其碳中和目標的需求，從而增加市場份額 為實體經濟低碳數字化轉向提供解決方案，帶來更多的營業收入 	低	中	高

關鍵氣候風險與機遇應對措施

關鍵氣候風險和機遇	類別	應對措施
<ul style="list-style-type: none"> 極端高溫 洪澇 – 包括河流洪澇、沿岸洪澇和極端降水 熱帶氣旋 山火 	急性物理風險	<ul style="list-style-type: none"> 設計以及建設過程考慮氣候韌性，提升設施抵禦極端氣候的能力。例如，將服務器、空調設備設置於洪水水位以上或設計防風等級。 制定並實施應對各類極端天氣的應急預案。 建設和維護應對極端天氣的設施，例如：防洪閘門、遮陽設施。 設置和維護應對極端天氣的物資，例如：後備電源、防洪沙袋。
<ul style="list-style-type: none"> 水資源壓力和乾旱 	慢性物理風險	<ul style="list-style-type: none"> 通過改進設施管理，提升水資源使用效率。 設置水回用設施以提升水資源循環量。 考慮缺水情況下替代水源可用性，並且設置後備水設施（如備用水車）。
<ul style="list-style-type: none"> 碳排放管控政策實施 氣候應對及披露要求的加強 	政策和法規風險	<ul style="list-style-type: none"> 使用清潔能源以及提升能源效率。例如，探索綠色電力交易機制、應用節能技術降低PUE。 按照營運地要求執行碳排放配置制度，並探索碳交易機制。 按照適用的標準披露應對氣候相關工作，如TCFD。
<ul style="list-style-type: none"> 市場偏好向低碳產品的轉變 	市場轉變風險	<ul style="list-style-type: none"> 降低我們提供產品與服務的碳足蹟，為客戶提供低碳產品的選擇。
<ul style="list-style-type: none"> 低碳產品的市場機遇 	產品與服務機遇	<ul style="list-style-type: none"> 為客戶提供數字化低碳轉型解決方案，例如能源行業數字化升級，為產業低碳數字化轉型提供支撐。



(中文翻譯僅供參考)

獨立執業會計師的有限保證鑒證報告
致騰訊控股有限公司董事會

我們已對騰訊控股有限公司(「貴公司」)截至二零二二年十二月三十一日止年度的環境、社會及管治報告(「二零二二年環境、社會及管治報告」)中以下選定的環境、社會及管治資料執行了有限保證的鑒證工作(「選定環境、社會及管治資料」)。

選定環境、社會及管治資料

截至二零二二年十二月三十一日止年度的選定環境、社會及管治資料概述如下：

環境績效	僱傭績效
<ul style="list-style-type: none"> 能源消耗總量(兆瓦時) 每收入單位的能源消耗總量(兆瓦時/百萬人民幣) 直接能源消耗量(兆瓦時) <ul style="list-style-type: none"> 汽油(升) 柴油(升) 天然氣(立方米) 間接能源消耗量(兆瓦時) <ul style="list-style-type: none"> 外購電力(兆瓦時) 其他間接能源(兆瓦時) 直接購買的可再生能源(兆瓦時) 自建可再生能源設施發電量(兆瓦時) 可再生能源占比(%) 自建可再生能源設施裝機容量(兆瓦) 數據中心的平均 PUE 用水量(噸) 每收入單位的用水量(噸/百萬人民幣) 有害廢物處置量(噸) 每收入單位的有害廢物(千克/百萬人民幣) 無害廢物處置量(噸) 每收入單位的無害廢物(千克/百萬人民幣) 電子設備回用量(噸) 電子廢棄物循環量(噸) 辦公樓宇綠色建築認證面積(萬平方米) 數據中心累計獲得綠色低碳相關證書的數量(項) 	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭 員工總數 按僱傭類型劃分的員工人數 <ul style="list-style-type: none"> 正式員工 其他類別 按年齡組別劃分的員工人數 <ul style="list-style-type: none"> 30歲以下 30至50歲 50歲以上 按性別劃分的員工人數 <ul style="list-style-type: none"> 男性 女性 按管理層級劃分的員工人數 <ul style="list-style-type: none"> 管理層 非管理層 按地理區域劃分的員工人數 <ul style="list-style-type: none"> 中國內地 其他 員工流失 總流失率 按年齡組別劃分的員工流失率 <ul style="list-style-type: none"> 30歲以下 30至50歲 50歲以上



<p>可持續供應鏈</p> <ul style="list-style-type: none"> 供應商按地區分類數據 <ul style="list-style-type: none"> 中國內地 港澳台地區 其他國家及地區 	<ul style="list-style-type: none"> 按性別劃分的員工流失率 <ul style="list-style-type: none"> 男性 女性 按地理區域劃分的員工流失率 <ul style="list-style-type: none"> 中國內地 其他
<p>優化客戶溝通與服務</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費互聯網業務客服體系接收用戶投訴量 產業互聯網業務客服體系接收用戶投訴量 	<p>健康與安全</p> <ul style="list-style-type: none"> 因工死亡人數 因工死亡比率(因工死亡人數/百萬工作小時) 因工受傷人次 因工受傷比率(因工受傷人次/百萬工作小時) 因工受傷損失的工作天數
<p>反舞弊調查及處理</p> <ul style="list-style-type: none"> 收到訴訟結果的貪腐案件數目 	
<p>創造社會價值</p> <ul style="list-style-type: none"> 騰訊用於可持續社會價值及共同富裕計劃領域的支出(人民幣百萬元) 	<p>員工培訓</p> <ul style="list-style-type: none"> 按性別劃分的受訓員工百分比 <ul style="list-style-type: none"> 男性 女性 按管理層級劃分的受訓員工百分比 <ul style="list-style-type: none"> 管理層 非管理層 按性別劃分的員工平均受訓時數 <ul style="list-style-type: none"> 男性 女性 按管理層級劃分的員工平均受訓時數 <ul style="list-style-type: none"> 管理層 非管理層

我們的鑒證工作僅限於截至二零二二年十二月三十一日止年度的資料，與前期間有關的資料及於二零二二年環境、社會及管治報告中所包括的任何其他資料均不在我們的工作範圍內，因此我們不就此發表任何結論。

標準

貴公司編制選定環境、社會及管治資料所採用的標準列示於二零二二年環境、社會及管治報告標題為「關於本報告」(「標準」)中。



羅兵咸永道

貴公司就選定環境、社會及管治資料須承擔的責任

貴公司有責任根據「標準」編制選定環境、社會及管治資料。該責任包括設計、實施和維護與編制選定環境、社會及管治資料有關的內部控制，以使該等資料不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯報。

固有限制

由於對於非財務資料，未有評估和計量的國際公認通用標準，故此不同但均為可予接受的計量和計量技術，或會導致報告結果出現差異，繼而影響與其他機構的可比性。

我們的獨立性和質量管理

我們遵守國際會計師職業道德準則理事會頒布的《國際會計師職業道德守則(包含國際獨立性標準)》中對獨立性及其他職業道德的要求，有關要求基於誠信、客觀、專業勝任能力和應有的關注、保密及專業行為的基本原則而制定的。

本會計師事務所採用《國際質量管理準則》第1號，並要求事務所設計、執行及營運一套完善的質量管理系統，包括關於要遵守道德要求、專業準則規定及可適用的法律及監管規定的政策或程序。

我們的責任

我們的責任是根據我們所執行的程序以及我們取得的證據，就選定環境、社會及管治資料發表有限保證結論。我們根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際鑒證業務準則第3000號(修訂版)歷史財務資訊的審計或審閱以外的鑒證業務的規定執行了有限保證的鑒證工作。該準則要求我們計劃和實施鑒證工作，以就選定環境、社會及管治資料不存在重大錯報取得有限保證。

有限保證的鑒證工作包括評估貴公司使用「標準」作為編制選定環境、社會及管治資料的基礎是否合適，評估選定環境、社會及管治資料是否存在由於欺詐或錯誤導致的重大錯報風險，在需要的情況下對經評估的風險作出相應的程序，並評估選定環境、社會及管治資料的整體列報。就風險評估程序(包括對內部控制的瞭解)以及針對經評估風險而執行的程序而言，有限保證的鑒證業務範圍遠小於合理保證的鑒證業務範圍。

我們執行的程序是基於我們的專業判斷，包括作出查詢、觀察流程的執行、檢查文檔、分析性程序、評估定量方法和報告政策的恰當性，以及與原始記錄的核對和調節。

鑒於本業務的具體情況，我們在執行上述程序時：

- 瞭解環境、社會及管治的管治架構，環境、社會及管治策略，及持份者參與過程；
- 對負責準備環境、社會及管治報告的相關人員就準備流程及相關內控程序進行詢問；
- 已瞭解收集和報告選定環境、社會及管治資料的流程。這包括分析並到訪深洲總部、兩座辦公大樓、兩個數據中心，以瞭解選定場地環境、社會及管治數據的關鍵流程和控制在；
- 在選定場地對選定環境、社會及管治資料抽樣執行有限的實質性測試，以檢查數據是否已經恰當計量、記錄、核對和報告；及



羅兵咸永道

- 考慮環境、社會及管治報告的披露和列報是否與貴公司內部資訊一致，是否按照香港聯合交易所有限公司主機板上市規則附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》要求編制。

於有限保證的鑒證業務中所執行的程序在性質和時間上，與合理保證的鑒證業務有所不同，且其範圍小於合理保證的鑒證業務範圍。因而有限保證的鑒證業務所取得的保證程度遠低於合理保證的鑒證業務中應取得的保證程度。因此，我們不會就貴公司的選定環境、社會及管治資料在所有重大方面按照標準編制，發表合理保證意見。

有限保證結論




基於我們執行的程序以及取得的證據，我們未有發現任何事項使我們相信貴公司截至二零二二年十二月三十一日止年度的選定環境、社會及管治資料在所有重大方面未有按照「標準」編制。




本報告乃為貴公司董事會而編制並僅供其使用，除此之外不得作為其他用途。我們不會就本報告的內容向任何其他人士負上或承擔任何責任。

羅兵咸永道會計師事務所
執業會計師

香港，2023年4月4日

報告指標索引

報告框架	HKEx ESG指引	TCFD	SASB	GRI Standard	SDGs
關於騰訊					
前言					
管理層致辭					
執行摘要					
企業管治					
董事會獨立性及多元化		管治 – (b)			
商業價值、社會價值與股東價值		管治 – (a)；風險管理 – (b)			
董事會聲明	Para. 13			3-3	
ESG管治					
ESG戰略		管治 – (a)		2-25	
ESG管治架構	Para. 13	管治 – (b)		2-13；2-14；2-9	
ESG工作組回顧					
ESG議題重要性評估	Para.14	風險管理 – (a)		2-12；3-2；3-3	
ESG理念融入企業文化					
1 保護環境					
1.1 策略及進展	A1；A2；A3；A4	策略 – (a)、(b)及(c)；			
1.2 應對氣候變化	A1；A1.1；A1.2；A1.5；A1.6；A2.3；A2.4；A4；A4.1 Para.14	管治 – (a)及(b)；策略 – (a)、(b)及(c)； 風險管理 – (a)、(b)及(c)； 指標及目標 – (a)、(b)及(c)	TC-IM-130a.1；TC-IM-130a.3	201-2；305-1；305-2； 305-3；305-5	
1.3 綠色營運	A1；A1.5；A1.6；A2；A2.3；A3.1		TC-IM-130a.3	301-3；302-4；302-5；306-1； 306-2；306-3；306-4；306-5	
1.4 助力低碳發展	A4.1			302-1；302-2；305-5	
1.5 保護生物多樣性	A2.4；A3；A3.1			304-2；304-3	
2 關心員工成長					
2.1 理念與最新情況	B1；B2；B3；B4				
2.2 踐行多元、平等與共融	B1		TC-IM-330a.2	401-1；401-2；401-3；405-1； 407-1；408-1；409-1	
2.3 吸引與保留人才	B1；B4；B4.1；B4.2		TC-IM-330a.1；TC-IM-330a.3	402-1；406-1	
2.4 支持員工發展	B3			404-1；404-2；404-3	
2.5 促進員工健康與活力	B2；B2.3			403-1；403-3；403-4；403-5； 403-6；403-7；403-8；403-10	
3 保障數字權利					
3.1 保護用戶數據私隱	B6		TC-IM-230a.2	418-1	
3.2 守護網絡與數據安全			TC-IM-220a.1；TC-IM-230a.2；	418-1	
3.3 守護與支持未成年人發展	B6			416-1	
3.4 發展健康內容生態	B6；B6.3		TC-IM-220a.5		
3.5 推進負責任人工智能	B6		TC-IM-220a.1		
3.6 優化客戶溝通與服務	B6.2		TC-IM-220a.1		

報告框架	HKEx ESG指引	TCFD	SASB	GRI Standard	SDGs
4 普惠科技成果					
4.1 理念與進展					
4.2 助力產業數字化升級					
4.3 促進豐富數字化生活					
4.4 助力彌合數字鴻溝					
5 可持續社會價值					
5.1 策略與進展	B8 ; B8.1 ; B8.2			413-1	
5.2 基礎科學研究	B8.1 ; B8.2			413-1	
5.3 鄉村振興	B8.1 ; B8.2			413-1	
5.4 公益平台	B8.1 ; B8.2				
5.5 公眾應急	B8.1 ; B8.2			413-1	
5.6 銀髮科技	B8.1			413-1	
5.7 數字文化	B8.1			413-1	
6 商業道德					
6.1 我們的理念					
6.2 堅守陽光行為	B7 ; B7.1 ; B7.2 ; B7.3			205-1 ; 205-2 ; 205-3	
6.3 倡導公平競爭				206-1	
6.4 全面反洗錢管理	B7				
6.5 可持續供應鏈	B5 ; B5.1 ; B5.2 ; B5.3 ; B5.4			308-1 ; 414-1 ; 414-2	
附錄					
關於本報告	Para.14 ; Para.15				
ESG關鍵績效表	A1.1 ; A1.2 ; A1.3 ; A1.4 ; A2.1 ; A2.2 ; A2.5 ; B1.1 ; B1.2 ; B2.1 ; B2.2 ; B3.1 ; B3.2	指標及目標 – (b)		TC-IM-130a.1 ; TC-IM-130a.2 ; TC-IM-330a.1 ; TC-IM-330a.3	302-1 ; 302-2 ; 302-3 ; 303-3 ; 303-5 ; 305-1 ; 305-2 ; 305-3 ; 305-4 ; 306-3 ; 401-1 ; 403-9
氣候相關的風險與機遇影響程度分析		策略 – (a)、(b)及(c) ;		TC-IM-130a.1 ; TC-IM-130a.3	
關鍵氣候風險與機遇應對措施		風險管理 – (a)、(b)及(c) ;		TC-IM-130a.1 ; TC-IM-130a.3	
第三方鑒證報告					2-5
溫室氣體核查聲明					

註：「KPI A2.5製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量」，「KPI B6.1已售或已運輸產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比」，以及「KPI B6.4產品回收程序」，均與公司的主要業務關聯度低，因此列為不重要的指標。關於「KPI B4.2描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟」，公司在報告期內未發生相關違規情況。