

# 我国互联网企业社会责任履行情况分析

牛丽文, 马宏朝

(河北工程大学 管理工程与商学院, 河北 邯郸 056038)

**[摘要]** 文章阐述我国互联网企业发展的现状, 分析我国互联网企业履行社会责任中存在的问题, 提出相关建议。

**[关键词]** 互联网行业; 企业社会责任; 分析评价

doi: 10.3969/j.issn.1673-9477.2018.01.005

**[中图分类号]** C91

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1673-9477(2018)01-014-03

## 一、我国互联网行业发展现状

### (一) 互联网企业

近年来, 我国互联网行业发展迅猛, 截至 2017 年 12 月, 境内外互联网上市公司 102 家, 总体市值达 8.97 万亿, 同比增长 66.1%。其中在沪深两市、香港、美国上市的公司分别为 46 家、15 家、41 家, 各占总市值的 7.7%、37.5%、54.8%, 在美国上市的互联网企业市值份额最大<sup>[1]</sup>。互联网行业马太效应明显, 腾讯、阿里巴巴、百度三巨头(BAT)的市值在 2017 年 12 月占我国互联网行业上市公司总市值的 73.9%。BAT 业务布局范围涉及电子商务、文化娱乐、社交、软件工具、物流、教育、医疗、金融、公益等各个方面, 且近年来不断通过投资与收购, 继续扩大商业板块。相较于钢铁、汽车、食品等传统行业, 互联网行业发展速度快, 影响范围广, 渗透到了衣食住行等各个细分领域, 与其他行业联系紧密, 但又时刻改变着其他行业的商业逻辑, 带动了其他行业的产业升级。2017 年习近平总书记在党的十九大报告中明确提出: “推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度整合。” 这为我国互联网行业的未来指明了方向。

### (二) 网民

截至 2017 年 12 月, 我国网民达到 7.72 亿, 其中手机网民达 7.53 亿, 占比 97.5%, 这与 4G 网络的覆盖和智能手机的普及密不可分。物联网以手机为中心, 逐渐形成了万物互联的趋势, 智能家居, 车联网等应运而生。2017 年在各类互联网应用排名中, 即时通信软件使用率最高, 该市场被腾讯的 QQ 和微信所垄断, 特别是微信, 它兼具社交、移动支付、游戏, 购物等多重属性, 用户粘性极强, 是手机用户必备的一款软件。而电子邮件、互联网理财、炒

股或基金、在线教育这四项的使用率低于 40%, 这与此类应用的目标客户具有较强的特定属性有关<sup>[1]</sup>。

### (三) 政府

政府是互联网行业的监管者。近几年我国互联网网络安全整体平稳, 但网络诈骗、信息泄露、黑客勒索、造谣传谣等问题仍不断出现。政府自 1996 年出台《中国公用计算机互联网国际联网管理办法》以来, 相继出台了数十部与互联网行业相关的法律法规, 促使互联网行业规范健康可持续发展。

政府也是互联网的大客户。截至 2017 年 12 月, 我国在线政务服务用户数量达 4.85 亿, 占网民总数的 62.9%。其中支付宝和微信的城市服务、政府微信公众号、政府网站这三种渠道是用户使用率最高的, 共占有所有渠道的 85.7%。服务领域包括: 政务办事、交通违法、气象、人社、生活缴费、医疗、公共交通、教育、出入境等<sup>[1]</sup>。因为各省经济、文化、人口等因素存在差异, 故各省互联网政务信息平台的规模也存在差异。以信息最权威、内容最全面的政府网站(GOV.CN)为例, 2017 年中国内地山东、浙江、江苏、四川、广东、河南是政府域名最多的六个省份, 非常巧合的是, 这六个省份也是 2017 年全国 GDP 排名前六的省份, 说明政府政务信息平台的规模与该省份的经济发达程度有较强的相关性。

## 二、互联网企业履行社会责任中存在的问题

互联网作为新兴发展产业, 在创新商业模式、推动社会经济发展的同时, 企业社会责任问题也日益呈现出来, 且负面声誉溢出效应更明显<sup>[2]</sup>。互联网企业社会责任缺失主要表现在以下四个方面:

### (一) 恶性竞争

部分互联网企业资本逐利的本位意识极强, 利

**[投稿日期]** 2018-01-20

**[作者简介]** 牛丽文(1962-), 女, 辽宁抚顺人, 教授, 研究方向: 财务管理。

用资本、网络技术、庞大的用户基数对竞争对手实施恶性竞争，严重破坏了市场秩序，侵害了消费者的利益。例如，2010 年，被称为“互联网反不正当竞争第一案”的奇虎与腾讯的“3Q 大战”，最终导致双方企业声誉受损，用户部分流失。

### （二）用户信息泄漏与网络诈骗

一些小型非法互联网公司和犯罪团伙，利用互联网信息技术，攫取用户个人身份信息并非法买卖，通过互联网途径，实施网络诈骗，对人民群众的财产安全甚至是人身安全造成了巨大的威胁。2016 年“徐玉玉事件”让人民群众和互联网公司对公民信息泄漏的严重后果有了血的认识。同年 11 月 7 日，全国人民代表大会常务委员会发布了《中华人民共和国网络安全法》，把网络安全问题上上升到了法律层面，做到有法可依。

### （三）造谣传谣

网络造谣传谣严重危害了社会的安定和谐。“网络传谣第一案”的主犯秦火火，在新浪微博先后注册 11 个账号，造谣传谣 3000 多条，严重扰乱了社会公共秩序，造成恶劣的社会影响。网络不是法外之地，谣言止于智者，但更止于治者。互联网行业除了需要政府监管外，互联网企业有责任去加强自身运营平台的管理，主动建立辟谣机制，封杀恶意造谣传谣账号。互联网企业在信息传播方面的社会责任任重道远。

### （四）非法信息与网络病毒

互联网是非法信息的温床。黄色信息、网上赌博、买卖违禁品等现象仍在一些非法网站上出现，严重威胁了社会公众安全，是社会的安定因素。互联网也是网络病毒的滋生扩散地，一旦大规模爆发，将导致很多个人电脑和公共服务机构的电脑宕机，造成公民个人文件资料丢失，公共服务设施瘫痪，对人民群众的财产和社会秩序造成严重的破坏。2017 年爆发的勒索病毒 WannaCry（永恒之蓝）感染了 90 多个国家的电脑。中国数十所高校以及部分公安系统也遭受攻击，造成了巨大的经济损失。

## 三、互联网企业社会责任评价

从互联网行业的公开资料来评价互联网企业社会责任，我国互联网企业为国家经济建设提供了巨大的动能。2016 年我国基础数字经济增加值为 5.2

万亿元，占 GDP 的 6.99%，其中电子商务交易额高达 26.1 万亿元，相当于我国 GDP 的 35.08%，电子商务的交易规模占全球总额的 40%以上，是世界上最大的电子商务市场<sup>[3]</sup>。互联网行业带动经济快速发展的同时，提供了大量的就业岗位。尤其是互联网不受空间地域限制的特性，降低了创业就业的门槛。根据腾讯研究院的相关数据显示，2016 年互联网行业直接或间接带动就业人口 280.17 万。虽然部分互联网公司有时会发生违背社会责任的事件，但从基本面来讲，不能否认互联网企业在促进国家经济建设、提高社会就业率等方面做出的巨大贡献。互联网企业和社会公益方面也做了很大的贡献，BAT 通过公益基金会和公益平台帮助弱势困难群体。除了捐赠钱和物资外，近年来，以阿里巴巴、京东为代表的电商巨头在部分贫困地区开展电商扶贫，让贫困地区的优质特产通过电商物流平台销往城市，带动了落后地区经济的发展。

从互联网公司发布的企业社会责任报告来评价互联网企业社会责任。大多数互联网企业将企业社会责任和公益平台放置在一块。以 BAT 为例，腾讯公司的企业社会责任报告在腾讯公益的下属页面，该报告从企业治理、企业运营、社会影响和环境影响这四方面来阐述，但腾讯公司的社会责任报告发布频率较低，他将更多的精力投放到了腾讯公益。2017 年腾讯公司以 26.78 亿元的捐赠额，高居中国慈善公益 500 强榜首。腾讯利用微信和 QQ 的社交平台优势，推动了中国公益慈善事业。百度公司的社会责任报告大约每两年发布一次，内容围绕员工、技术创新、客户、政府、社区和环境等方面展开，但报告内容更侧重宣传公司的产品和服务。百度公益平台与腾讯、阿里巴巴相比，规模较小，这与公司市值和营业收入有一定的关系。阿里巴巴每年至少发布一份企业社会责任报告，报告体系围绕员工、客户、行业伙伴和社会环境经济发展四方面展开。除了蚂蚁金服、淘宝、阿里巴巴等多个公益平台外，马云还创立了马云公益基金会。阿里巴巴对企业社会责任和公益活动的贡献有目共睹，这与创始人经营管理理念有莫大的联系。

根据中国社会科学院企业社会责任研究中心的相关数据来评价我国互联网企业社会责任时，其履行情况差强人意。中国社会科学院企业社会责任研究中心于 2017 年 11 月 7 日，连续第九年发布了《企

业社会责任蓝皮书(2017)》,该蓝皮书显示,虽然2017年中国企业300强有43.3%的企业履行社会责任处于“旁观”阶段,仅被评级为一星,但总体来看,中国企业社会责任发展指数持续增长,且增速呈企稳回升态势。行业横向对比来看,16个重点行业中,互联网业和互联网金融平台的报告发布比例仅为40%和6.9%<sup>[4]</sup>。以BAT为例,阿里巴巴于2007年发布了第一份企业社会责任报告,至今共发布10份报告。腾讯和百度于2008年发布了第一份企业社会责任报告,至今腾讯共发布5份报告、百度共发布4份报告,与电力、银行等其他传统行业对比来看,互联网企业社会责任报告发布的数量和频率确实较低。互联网业和互联网金融平台的社会责任发展指数分别为30.1和6.5,处于所有重点行业排名的末端,且互联网金融平台是唯一一个被评级为一星的行业,可见互联网企业的社会责任履行意识仍需加强。

#### 四、结论建议

我国互联网企业在促进国民经济发展、便利公众生活的同时,其社会责任仍待加强。互联网企业应重视企业社会责任报告的披露,在企业战略和实际经营活动中肩负起企业社会责任,合法经营、合理竞争,对其经营的网络平台建立更加高效的运营管理机制,为用户提供更加完善、安全的服务,营造一个健康、和谐、充满正能量的互联网环境。此外互联网企业还应利用技术优势,配合政府、公安

打击互联网造谣传谣、电信诈骗等网络犯罪行为。网民既是互联网的使用者,受益者,又是互联网内容的生产者。网民在享用互联网带来的方便的同时,应自觉遵守互联网法律法规,注意个人信息安全,不信谣不造谣不传谣,抵制互联网低俗内容、对非法信息和网络犯罪勇于举报,与互联网企业一起为营造安全和谐的网络环境而努力。政府的监管是互联网行业健康快速发展的保障,政府应制定互联网行业社会责任披露制度,完善互联网行业法律法规,严厉打击网络犯罪,对新兴的互联网商业模式适当的引导,避免因为无序化的资本恶性竞争造成资源浪费,网民权益受到侵害。政府还应利用互联网平台,加快政务信息化的步伐,为公众提供更加方便高效的公共服务。

#### 参考文献:

- [1] 中国信息通信研究院. 中国数字经济发展白皮书(2017)[R]. 2017(7).
- [2] 杜朝运, 马彧菲. 商业银行社会责任、声誉溢出与市场效应——基于中国首家赤道银行的案例研究[J]. 投资研究, 2014(4): 74-86.
- [3] 商务部. 王炳南在全国人大常委会“电子商务的现状与发展”专题讲座上的发言[N]. 2017(6).
- [4] 中国社会科学企业社会责任研究中心. 企业社会责任蓝皮书(2017)[R]. 2017(11).

[责任编辑 陶爱新]

## An analysis of the of social performance of China's internet enterprises

NIU Li-wen, MA Hong-zhao

(School of Management Engineering and Business, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

**Abstract:** This article expounds the current situation of the development of Internet enterprises in China, analyzes the existing problems of Internet companies in fulfilling their social responsibilities and puts forward some suggestions.

**Key words:** Internet enterprises; corporate social responsibility; analysis and evaluate