ICS 03.100.01

CCS **A** 00

**团 体 标 准**

T/CFIS 0002—2025

代替T/CFIS 0002—2021

互联网平台企业

履行社会责任评估指标体系

**Assessment index system for internet platform enterprise fulfilling**

**social responsibility**

（征求意见稿）

2025-0X-XX 发布 2025-0X-XX 实施

中国网络社会组织联合会

**发 布**

-

版权保护文件

版权所有归属于该标准的发布机构。除非有其他规定，否则未经许可，此发行物及其章节不得以其他形式或任何手段进行复制、再版或使用，包括电子版，影印件，或发布在互联网及内部网络等。使用许可可于发布机构获取。

# 目 次

[前 言 III](#_bookmark0)

1. [范围 1](#_bookmark1)
2. [规范性引用文件 1](#_bookmark2)
3. [术语和定义 1](#_bookmark3)
4. [基本原则 2](#_bookmark4)
5. [指标体系 3](#_bookmark5)

[参考文献 7](#_bookmark6)

# 前 言

本文件按照GB/T1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》给出的规则起草。

本文件代替T/CFIS 0002—2021《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》，与T/CFIS 0002—2021相比，除编辑性修改外，主要技术变化如下：

——增加了“内容生态”的术语和定义（见3.3）；

——完善了基本原则的内容表述（见第4章，2021版的第4章）；

——更改了原指标体系的分类维度，一级指标由企业治理、劳动者权益保障、消费者权益保障、平台治理、公平运营、环境保护、社会促进等7个指标维度更改为企业内部治理、网络内容建设与管理、市场有序竞争、促进社会发展等4个指标维度（见5.1，2021年版的5.1）；

——更改、调整了原指标体系的二、三级细分指标及指标说明（见5.2表1、5.3表2、5.4表3、5.5表4，2021版的5.2表1、5.3表2、5.4表3、5.5表4、5.6表5、5.7表6、5.8表7）；

——更改、调整了参考文献的部分引用文献（见参考文献，2021版参考文献）。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国网络社会组织联合会提出并归口。

本文件起草单位：中国网络社会组织联合会、中国标准化研究院、。

本文件主要起草人：。

# 互联网平台企业履行社会责任评估指标体系

1. 范围

本文件给出了互联网平台企业履行社会责任评估的术语和定义、基本原则及指标体系。本文件适用于互联网平台企业履行社会责任评估。

1. 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 36000-2015 社会责任指南

1. 术语和定义

GB/T 36000界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

互联网平台 **internet platform**

平台 **platform**

通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创

造价值的商业**组织**（3.3）形态。

注：引自《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》。

3.2

### 社会责任 social responsibility

**组织**（3.3）通过透明和合乎道德的行为为其决策和活动对社会和环境的影响而担当的责任。这些

行为：

——致力于可持续发展，包括社会成员的健康和社会的福祉；

——考虑了**利益相关方**（3.4）的期望；

——符合适用的法律，并与国际行为规范相一致；

——被融入整个**组织**（3.3）并在组织关系中实施。 [来源：GB/T 36000—2015，3.16]

3.3

内容生态 **content ecology**

在一定的环境和规则下，由内容的生产者、传播者、消费者以及相关的技术、平台、政策等要素相互作用、相互依存而形成的一个复杂、动态的有机系统。

3.4

### 组织 organization

对责任、权限和关系做出安排并有明确目标，由人与设施结合而成的实体或团体。 [来源：GB/T 36000—2015，3.22]

3.5

利益相关方 **stakeholder**

其利益可能会受到**组织**（3.3）决策或活动影响的个人或团体。 [来源：GB/T 36000—2015，3.14]

3.6

产品 **product**

**组织**（3.3）用于销售或作为其所提供服务组成部分的物品或物质。 [来源：GB/T 36000—2015，3.1]

3.7

服务 **service**

满足一项需求或需要的**组织**（3.3）行动。 [来源：GB/T 36000—2015，3.2]

3.8

消费者 **consumer**

出于私人目的而购买或使用财产、**产品**（3.5）或**服务**（3.6）的个人。 [来源：GB/T 36000—2015，3.19]

3.9

员工 **employee**

与**组织**（3.3）通过劳动合同建立起劳动关系的个人。 [来源：GB/T 36000—2015，3.20，有修改]

3.10

### 平台新就业形态人员 worker in new forms of platform employment

通过**互联网平台**（3.1）合法获取收入，但未与平台企业建立劳动关系的从业人员。

3.11

**平台经营者** **platform operator**

向自然人、法人及其他市场主体提供网络经营场所、交易撮合、信息交流、信息发布等**互联网平台**

（3.1）服务的经营者。

注：引自《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》。

3.12

平台内经营者 **platform proprietor**

在互联网平台内提供商品或者服务的经营者。

注：引自《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》。

1. 基本原则
	1. 客观性

评估指标宜能客观反映互联网平台企业履行社会责任的实际情况。

* 1. 引导性

评估指标宜能为互联网平台企业履行社会责任实践提供行动指引。

* 1. 可操作性

评估指标宜易于理解，便于数据的规范采集和处理。

* 1. 可比性

评估指标宜便于各类互联网平台企业之间的横向比较、同一互联网平台企业自身的纵向比较。

* 1. 可拓展性

评估指标宜适应互联网平台企业履行社会责任的发展趋势，指标设置可依据实际需要延伸拓展。

1. 指标体系
	1. 概述

互联网平台企业履行社会责任评估指标由一级指标、二级指标、三级指标组成。一级指标包括企业内部治理、网络内容建设与管理、市场有序竞争、促进社会发展等4个维度指标。每个一级指标分别由若干二级指标组成，每个二级指标分别由若干三级指标组成。

* 1. 企业内部治理

企业内部治理一级指标反映评估平台企业的组织管理、规则治理等方面的责任履行情况，具体指标见表1。

 表 1 企业内部治理

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A01 | 履责意识与行动 | 责任意识建立 | 企业领导层（创始人、董事长及首席执行官）有社会责任意识，并通过一定机制将包括网络主体责任在内的各类社会责任理念融入公司发展战略及日常运行 |
| A02 | 履责文件发布 | 企业履行社会责任的相关文件内容（如社会责任报告等）定期对外发布，并能方便被公众等利益相关方获取、理解 |
| A03 | 规则治理 | 构建规则体系 | 构建合理的规则体系，平衡好各参与主体利益关系；集成公开平台各类用户的相关协议或规则内容。 |

* 1. 网络内容建设与管理

网络内容建设与管理一级指标反映评估平台企业的网络内容建设、网络综合治理、人才队伍建设、制度机制建设等方面的责任履行情况，具体指标见表2。

表 2 网络内容建设与管理

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A04 | 网络内容建设 | 网络正能量生产 | 在生产制作网络正能量产品方面责任履行情况；在围绕重大主题活动生产制作网络正能量产品方面责任履行情况；在建设网络正能量精品栏目、品牌方面责任履行情况；相关网络正能量栏目作品获重要奖项情况等 |
| A05 | 网络正能量传播 | 利用平台自身资源优势，在推动网络正能量产品、重大主题活动网上传播等方面责任履行情况；在推动国际传播，对外展示我可亲、可爱、可敬形象方面责任履行情况 |
| A06 | 网络正能量共建 | 在积极参与重大网络主题项目或活动，并发挥示范引领作用方面责任履行情况 |
| A07 | 网络综合治理 | 网络内容生态治理 | 在加强互联网信息审核，建设清朗网络空间方面责任履行情况；在参与“清朗”专项行动，以及在网络辟谣、反对网络暴力、未成年人保护等方面责任履行情况 |
| A08 | 网络平台治理 | 依据主管部门出台的法律法规，在自媒体账号管理、算法治理、榜单榜首等重要环节责任履行情况 |

表 2（续）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A09 | 人才队伍建设 | 从业人员培训 | 在加强内部培训尤其是参加权威部门组织的专业培训，切实提升互联网信息审核把关能力水平，防范化解风险方面的责任履行情况 |
| A10 | 平台优质用户培育 | 在培育优质正能量账号、网络主播、网络正能量名人等方面责任履行情况 |
| A11 | 制度机制建设 | 内容建设管理 | 面对互联网新形势新挑战，为切实压实网络主体责任方面，在创新思路举措，建立务实管用制度机制方面的责任履行情况 |

* 1. 市场有序竞争

市场有序竞争一级指标反映评估平台企业在合规管理、劳动者权益保障、消费者权益保障、关爱特殊消费人群等方面的责任履行情况，具体指标见表3。

表 3 市场有序竞争

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A12 | 合规管理 | 平台经营者交易合规设置 | 合理合规确定平台佣金、广告、技术服务费用等；破除利用服务协议、交易规则以及技术等手段，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件；加强企业内部反腐败工作 |
| A13 | 公平竞争 | 有避免以不正当竞争方式（如进行网络抹黑、黑公关、竞价排名、低价竞争、虚假宣传、刷单炒信、算法歧视、“二选一”政策及损害信用、侵犯商业秘密等）获取交易机会或竞争优势的机制及措施 |
| A14 | 劳动者权益保障 | 内部员工权益保障 | 无论定时工作制或弹性工作制，企业实际实施的员工劳动报酬、工作作息制度及劳动争议调解机制，均应符合劳动法的要求和精神 |
| A15 | 新就业形态人员权益保障 | 是否实施了针对新就业形态人员职业伤害保障，并为其缴纳基本养老保险、基本医疗保险等 |
| A16 | 消费者权益保障 | 产品或服务的质量保障 | 建立健全保障平台产品质量的制度及规则（如加强平台内经营者信息核验，加强监督惩戒，鼓励利用技术手段对产品来源进行追溯，避免出现改变服务内容、缩短服务时长等情况） |
| A17 | 投诉与举报及理纠纷解决 | 建立健全用户投诉和举报受理机制，如多渠道的投诉和举报方式等；建立健全产品或服务纠纷解决机制，对于用户退换货、退还押金、注销账号等合理诉求，避免刻意拖延解决的机制及措施 |
| A18 | 关爱特殊消费人群举措 | 未成年人/老年人/残障人士 | 针对未成年人有专门的保护举措，如设置相应的时间管理、权限管理和消费管理等功能；对平台或手机客户端、产品、服务等进行研发，对老年人、残障人士等弱势群体友好 |

* 1. 促进社会发展

促进社会发展一级指标评估互联网平台企业在开展科技创新、社会公益、行业助推、环境保护等方面责任履行情况，具体指标见表4。

表 4 促进社会发展

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A19 | 科技创新 | 资源投入 | 对基础性、前沿和未来领域的科技创新进行经费、人才等各类资源投入 |
| A20 | 创新研发 | 面向国家和社会需求，完成了相关重要技术创新或产业创新 |

表 4（续）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A21 | 社会公益 | 促进创业和就业 | 残障人士和弱势群体就业扶持 |
| A22 | 公益行动 | 在突发严重自然灾害、事故灾难、公共卫生事件时，企业采取的行动与措施；利用平台及技术优势践行社会公益（如科技寻人、科技传播、网络辟谣、乡村振兴、教育普及、全民数字素养提升、名校公开课等） |
| A23 | 行业助推 | 参与行业社会责任建设 | 参与行业社会责任倡议或实践活动；主动加强行业自律，积极参加行业组织自律性机制或开展相关活动 |
| A24 | 环境保护 | 践行绿色生态 | 为减少能源、水和其他资源消耗采取的具体措施（强化数字化运营，降低运营能耗，制定碳达峰、碳中和规划等）；为促进绿色消费采取的制度及措施（如建立健全包装材料的节约、回收和循环利用等） |
| A25 | 传递环保理念 | 建立了在环境保护、可持续发展方面的宣传计划并积极实施 |

##

## 参考文献

1. GB/T 39626-2020 第三方电子商务交易平台社会责任实施指南
2. 中华人民共和国网络安全法 2016年11月7日颁布
3. 中华人民共和国电子商务法 2018年8月31日颁布
4. 中华人民共和国反垄断法 2007年8月30日颁布，2022年6月24日修正
5. 中华人民共和国反不正当竞争法1993年9月2日颁布，2019年4月23日修正
6. 国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南（ 国反垄发〔2021〕1号 ）
7. 网络交易监督管理办法（国家市场监督管理总局令第37号）