团体标准《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》

(征求意见稿)

 编制说明

《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》

团体标准起草工作组

2025年3月

**一、工作简况**

**1. 任务来源**

本修订标准项目由中国网络社会组织联合会2025年2月批准下达计划, 本标准项目代替T/CFIS 0002—2021《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》，本标准项目由中国网络社会组织联合会提出并归口。

**2. 编制背景和意义**

为深入贯彻党的十九届五中全会精神，落实《电子商务法》《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》（国办发〔2019〕38号）等文件精神，推进网络生态综合治理，加强企业社会责任建设和互联网行业自律，根据《互联网平台企业社会责任建设行动计划》，在中央网信办、市场监管总局等部委指导下，中国网络组织联合会与中国标准化研究院以及部分合作机制成员单位于2021年研制发布了T/CFIS 0002—2021《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》团体标准，本标准的发布和实施，对规范开展互联网平台企业履行社会责任评估工作，对推动我国互联网平台企业积极履行社会责任，促进其健康和有序发展具有重要意义。

目前，依据T/CFIS 0002—2021《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》开展的互联网平台企业履行社会责任评估已历3年，发布的年度《互联网平台企业履行社会责任评估报告》对有效推进互联网平台企业社会责任建设，有效提升互联网平台企业履行社会责任的意识和能力，对互联网平台的履责最佳实践给予传播和推广，形成良好的社会履责氛围的发挥了重要作用。

但随着网络环境的不断变化和平台经济的快速发展，互联网平台企业履行社会责任面临着一系列新的挑战与机遇。如内容治理难度增大、数据隐私与安全风险加剧、算法偏见与不公平竞争泛、新就业形态劳动者权益保障严峻等等。为了更好地适应网络综合治理的新要求，强化网络内容生态建设，紧跟ESG（环境、社会责任、公司治理）的国际发展趋势，并积极响应互联网平台经济发展的新需求、新形势，需要对T/CFIS 0002—2021《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》团体标准进行修订。

**3. 工作过程及安排**

1）成立起草工作组

2025年2月下旬，在中国网络社会组织联合会批准下达了《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》（T/CFIS 0002—2021）修订计划，并在中国网络社会组织联合会吴定平副秘书长的组织带领下，组建了中国网络社会组织联合会及中国标准化研究院的联合修订标准起草工作组，并同步进入标准修订的相关标准研制工作。同时，拟邀请相关平台企业及单位参与相关修订工作，以充分考虑平台企业履行社会责任需求和标准修订评估体系指标的合理性及可操作性。

3）标准起草阶段

起草工作组在克服修订时间紧，工作量大等困难情况下，自2月份下旬以来开展了大量的文献调研及企业、专家交流工作，先后组织召开了数次工作组会议，并分别2月27日及3月12日、3月26日召开了3次平台企业及领域专家团标研讨会，邀请了腾讯公司、抖音集团、阿里巴巴、百度、快手、满帮集团、小红书、微博、转转公司、三七互娱等平台企业代表及北京师范大学、中国信息通信研究院、对外经济贸易大学、中国传媒大、北京邮电大学、国家市场监督管理总局竞争政策与评估中心、中国社会科学院大学、中国政法大学、北京惠民社会治理研究院等单位的领域专家就标准修订思路、指标调整方向、体系框架构成等进行了深入研讨交流，并此基础上在中国网络社会组织联合会领导的指导下历经十余稿修订完善最终形成标准修订征求意见稿。

3）征求意见阶段

2025年4月，中国网络社会组织联合会公布团体标准《互联网平台企业履行社会责任评估指标体系》修订征求意见稿，向等合作机制成员单位及社会相关组织机构广泛征求意见。

**4. 起草单位组成及工作分工**

1）起草单位组成

本标准主要起草单位：中国网络社会组织联合会、中国标准化研究院。

本标准参与起草单位共 家，具体如下：

暂略。

2）标准编制工作分工

中国网络社会组织联合会承担标准技术内容的协调、确定，组织召开团标审查会及后期相关报批工作流程的组织工作；中国标准化研究院承担相关修订标准文献资料采集分析，标准技术方案及指标体系框架设计，标准技术内容及标准文本修订编制、编制说明及相关附件编制,各阶段标准文本内容的修改完善等工作；其他参与起草单位参与标准文本的研制及修改完善工作。

**二、标准技术内容**

**1.标准编制依据**

本标准为修订标准，标准编制时主要依据：本标准草案的编写格式按照新发布的GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》起草，技术内容修订参考[GB/T 36000-2015《社会责任指南》](https://www.so.com/link?m=bMXMXvoYwzOs2rBxP9KGOP%2FrJ%2BoEmu2KAn06ybLXWpnekKC5d3sk0szN7FDNOgZFYmPjvAOlfdHPZPxvl6nEelbkDYnutWw5h68r9Gg2vLEfSr3AognanwKU%2BZu2XqnoLLhxsN%2Bdb3PNDV%2FF6ftParYfsEBmexCnoAT%2BEF3eXqkGOIl5T9%2Fx%2BP%2FOn43rUJsHG" \t "_blank)、[GB/T 39626-2020《第三方电子商务交易平台社会责任实施指南](https://www.so.com/link?m=bbwvr0bdtJIlTRS7JOvcswNVhoXfwpJyXI0nUvxdkhBLbh19THG65r8XAy%2B8EedtsnlaI0u5pcqXCxE1qMN9%2F2zgw79nkgjNmdscoIy8Gm0iJNzHYjIS5CVh8qZ%2Fe%2BUuDyRdBzlVGeizFrlzvDKB1CNXm8sKe5f5%2FrksBbA%2BAZidXw2%2BThpGRwmIn1fqTekmHRd5JqcjnWDALPhyMkecvZ5kll4cvqDP3GoRVULvvWwczwsHQp7fFIyTws3RBgicmCyc%2BlZWa1IrdUfXW5AggrpL4zBBmEMi0Wx2zRtK7LLl8el9yILcosumFjrqb8ov0eC6dNMyBBBJBLW6h81MQTKDq%2Bu6gC3Wy" \t "_blank)》开展研制。

**2.技术内容说明**

1）指标体系构建原则

（1）客观性

评估指标应能客观反映互联网平台企业履行社会责任的实际情况。

（2）引导性

评估指标应能为互联网平台企业履行社会责任实践提供行动指引。

（3）可操作性

评估指标应易于理解，便于数据的规范采集和处理。

（4）可比性

评估指标应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。

（5）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。

2）标准修订思路

标准指标体系修订将依据互联网平台企业履行社会责任发展现实需求，聚焦企业内部治理、网络内容生态治理、企业市场运行监管、企业服务社会发展等方面开展各级指标维度设置工作，并优化原指标体系中过于具体、重叠的指标，以减轻平台企业参与评估的负担，同时，应分析平台企业履责当前发展特点，社会公众对平台企业履行社会责任的关注焦点，指标体系修订宜具备导向性、系统性、可前瞻性等特点。

3）标准修订内容说明

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）。

4）修订后的指标体系结构变化如下：

标准体系由原一级指标7个、二级指标20个、三级指标48个调整为一级指标4个、二级指标14个、三级指标25个。具体修订后指标分布如下（表1-表4）：

表1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **一级指标** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A01 | 企业内部治理 | 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。 |

表2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **一级指标** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A04 | 网络内容建设与管理 | 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 |
| 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 |

表3

| **编号** | **一级指标** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| A12 | 市场有序竞争 | 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 |

表4

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **一级指标** | **二级指标** | **三级指标** | **指标说明** |
| A19 | 促进社会发展 | 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 |
| 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 |

**三、标准预期的社会经济效果**

本标准是评估网络平台企业履行社会责任的重要标准，它修订和实施，对进一步提升平台企业履行社会责任意识，规范平台企业社会责任行为，构建公开、透明、弘扬网络正能量的网络内容生态环境，维护良好、守信的市场经营秩序，促进网络平台企业尽职履责及社会公益建设具有重要意义；同时，对进一步完善网络平台企业行业自律行为，落实社会主体履行责任成效，推动平台经济健康、清朗、可持续发展将发挥积极作用。

**四、采用国际标准或国外文件的程度及水平的简要说明**

无

**五、与有关的现行法律、 法规和国家标准的关系**

本标准与相关现行法律、法规及推荐性国家标准协调一致。

**六、重大分歧意见的处理经过和依据**

本标准在修订过程中无重大分歧性意见。

**七、贯彻促进会团体标准的要求和措施建议（包括组织措施、技术措施、过渡办法等内容）**

建议本标准修订后由中国网络社会组织联合会组织、中国标准化研究院等单位配合开展对标准的应用实施工作。

**八、其他应予说明的事项**

无