

互联网平台企业社会责任生态化治理过程研究

苏蓉佳

四川大学 教育培训部, 四川 成都 610065

DOI:10.61369/ER.2025030027

摘要 : 随着平台经济的快速发展, 平台企业社会责任缺失问题频发, 互联网平台企业治理主体的多元性和相互传导性, 治理内容的多样性和动态性使得传统单边市场企业社会责任的研究适用性不足, 无法满足平台情境层面和系统层面的治理需求。本文聚焦互联网平台企业社会责任治理, 在生态治理理念的指导下, 解构平台企业社会责任的治理过程, 在一定程度上是对平台经济下新型社会责任研究的有益探索, 拓展并深化了企业社会责任研究, 同时也为平台治理提供了新的思路。

关键词 : 平台经济; 企业社会责任; 生态治理; 协同治理; 分层治理

Research on the Ecological Governance Process of Social Responsibility of Internet Platform Enterprises

Su Rongjia

Sichuan University, Education and Training Department, Chengdu, Sichuan 610065

Abstract : With the rapid development of the platform economy, the problem of the lack of social responsibility of platform enterprises has occurred frequently. The diversity and mutual transmission of governance subjects of Internet platform enterprises, as well as the diversity and dynamics of governance content, make the research on corporate social responsibility in traditional unilateral markets insufficiently applicable and unable to meet the governance needs at the platform context level and system level. This article focuses on the governance of corporate social responsibility of Internet platform enterprises. Under the guidance of the ecological governance concept, it deconstructs the governance process of corporate social responsibility of platform enterprises. To a certain extent, it is a beneficial exploration of the research on new types of social responsibility in the platform economy, expands and deepens the research on corporate social responsibility, and also provides new ideas for platform governance.

Keywords : platform economy; corporate social responsibility; ecological governance; collaborative governance; layered governance

一、研究背景与意义

2015年7月国务院颁布了《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》引导企业进行互联网化的转型, 这在一定程度上推动了互联网平台企业的发展^[1]。互联网平台经济作为一种创新型的商业模式蓬勃兴起。订餐平台、信息平台、打车平台和购物平台等平台企业的发展, 促进了资源的跨界融通配置, 调动了大众创业, 万众创业的热情, 激活了社会资源; 也促进了传统产业的转型升级, 成为了促进经济发展, 并创造就业机会的新动能。作为一种特殊的商业生态体系, 互联网打破时间和空间的束缚, 使得相互依存的平台双边用户可以大幅增加, 聚集更加容易, 价值实现也更多元^[2]。互联网平台企业不仅要发挥平台作用, 推动双边用户的交易, 也应当对市场信息进行筛选和审核, 对市场参与者的信用进行评价和鉴定, 承担平台治理的责任, 发

挥对社会责任的市场主体的功能, 履行“科技向善”的使命。

然而, 随着平台经济的扩张, 平台企业社会责任缺失的行为却频繁出现, 比如打车平台的“问题司机”、订餐平台的“无证经营餐厅”、旅游平台的“积分票”、以及信息平台出现的“非法信息传播”和“信息泄密导致的电信诈骗”都直接或间接对侵害了消费者利益。这些新型的平台经济社会责任问题的出现, 对社会经济发展造成了严重影响。鉴于此, 2016年习近平总书记在网络安全与信息化工作座谈会上指出要“增强互联网企业使命感、责任感”, 提出“政府行政管理等部门要加强监管”, 这为互联网企业的发展及其社会责任的治理提供了政策导向。2018年, 36家互联网企业, 在北京签署了《2018中国互联网企业履行社会责任倡议》, 包括百度、京东、阿里巴巴、腾讯, 和美团在内的互联网企业承诺将致力于营造健康的网络环境, 以实现互联网行业长远健康的发展^[3]。2021年, 市场监管总局、中央网信办和税务

基金项目: “四川省社会科学重点研究基地——系统科学与企业发展研究中心资助课题成果”(Xq24B07)

作者简介: 苏蓉佳(1986-), 女, 汉族, 四川乐山人, 四川大学教育培训部, 副教授, 博士, 主要研究方向: 企业社会责任、数字金融、互联网平台企业。

总局联合召开互联网平台企业行政指导会，肯定了平台经济的积极作用，同时也指出其在发展中存在的突出问题。会议明确了平台企业增强社会责任意识的重要性，指出要坚持国家利益优先，坚持依法依规运行，坚持履行社会责任^[4]。这些政策导向与企业倡议，体现“平台和政府”都加入了社会责任的治理体系。平台企业的社会责任问题，不仅与平台和政府有关，与平台的双边用户和关联企业也有关。平台经济下社会责任主体的多样性和复杂性，突出了平台治理从单边治理变为协同治理的必要性^[5]。2025年中国网络文明大会互联网企业社会责任论坛上，多家互联网企业展示了履行社会责任的创新实践，尤其在“网络诚信”篇章中，提出联合各方共建‘制度保障+技术赋能+多方共建’的诚信制度体系^[6]。这些政策导向与企业倡议，体现“平台和政府”都加入了社会责任的治理体系。平台企业的社会责任问题，不仅与平台和政府有关，与平台的双边用户和关联企业也有关。

互联网平台企业社会责任治理是平台治理的一个子集。从现有的文献资料中可以发现，平台企业社会责任的研究从关注社会责任绩效与财务绩效之间的关系、社会责任的要素构建与边界界定、社会责任缺失动因探析等内容，转变为关注平台企业社会责任治理，包括社会责任治理范式、路径探索与治理机制等话题^[7]。但是迄今为止，多数研究主要建立在社会责任传统治理范式的基础之上。互联网平台企业治理主体的多元性和相互传导性，治理内容的多样性和动态性使得传统单边市场企业社会责任的研究适用性不足，无法满足平台情境层面和系统层面的治理需求。本课题聚焦互联网平台企业社会责任治理，在生态治理理念的指导下，从分层次治理和全景式治理的角度出发，解构平台企业社会责任的治理范式，并研究与之相对的治理路径，在一定程度上是对平台经济下新型社会责任研究的有益探索，拓展并深化了企业社会责任研究，同时也为平台治理提供了新的思路。

二、互联网平台企业社会责任治理的研究进展

我国企业社会责任治理的理论研究与实践经历了三个语境的变迁，企业社会责任治理理念也随之演变，首先是“个体语境下的企业单边治理”；接着是“群体语境下的行业多边治理”；再发展到“平台语境下的社会协同治理”。在个体语境下，社会责任问题主要发生在个别企业上，影响范围一般不大，产生的原因主要是企业难以在经济价值和社会价值之间取得平衡。在此背景下，企业社会责任治理的理念主要是“单边治理”，治理方式包括对企业社会责任理念的更新、管理的实施和组织的落实等；在群体语境下，社会责任问题不再只是“个别企业”的问题，而是一个行业群体性的问题，比如食品行业的毒奶粉事件和地沟油事件等，这种群体事件背后有更为复杂的原因，通常会对整个行业和社会造成恶劣的影响。由于牵涉方众多，治理的理念往往是“多边治理”，需要多方的利益相关者联合监督和治理^[8]。

平台经济的网络效应与外部性特征导致互联网平台企业社会责任与传统企业社会责任存在差异。传统平台的监管机制，很难匹配网络平台经济影响的深度（Harold, 2020）。平台企业社会责任主体多元性与相互传导性，加大了社会责任的治理难度。随着平台经济的发展所引发的社会责任问题，包括购物平台商家销售假冒伪劣产品，餐饮平台商家存在的食品质量问题，金融平台

贷款方资质与借款方诚信的问题等，都会因为互联网迅速传播的特征，扩大影响的范围，波及经济和社会的各个方面，成为公共领域的社会问题。因此，需要平台相关主体之间的协调与合作，形成协同治理网络。由此可见，平台背景下的企业社会责任问题已经从个体语境下的“单边治理”，到群体语境下的“多边治理”，再发展为平台语境下的“协同治理”。平台企业责任研究开始聚焦于“多主体的协同治理”，一些学者也构建了相应的治理模式。

因为平台企业具有政府治理和市场治理的多重功能，Laura 和 Sandra^[9]提出了综合性、多层次，和一体化的元治理模式；阳镇^[9]考虑到平台商业生态圈内各成员履责能力的不同，提出平台企业要与政府监管机构、新闻媒体和社会组织等社会性治理主体建立网络合作机制，以网络节点成员为中心，传播社会责任知识，并充分利用多元性的社会性利益相关方履责能力与优势的不同，形成“政府建立制度基础，平台企业制定企业内部责任管理制度，公众、新闻媒体和社会组织监督和评价”的多中心治理网络。宣博和易开刚^[5]提出协同治理体系，主要的治理力量包括平台主体，社会主体和政府主体；涵盖平台企业和参与企业的平台主体需要自治，包括行业协会、媒体、大众等在内的社会主体需要共治，政府主体需要法治，三方主体共同构建企业社会责任协同治理体系，实现制度治理创新、组织治理创新和技术治理创新。刘玉国和谌琦^[10]指出，平台企业自身、行业、政府三方可采取措施，形成“三方协同治理模式”。

一些学者意识到协同治理的复杂性，以及平台商业圈中存在的共生共演的关系，构建了生态化治理模式^[11-13]。平台企业社会责任生态化治理是将平台商业生态圈构成社会责任共同体，实现分层次治理、跨层次治理、全景式治理，以及跨生态位互治与网络化共治；平台商业生态圈包括主要生态位成员（核心型成员、主宰型成员和缝隙型成员）和扩展生态位成员（政府部门、竞争平台和社会组织）；其中以平台企业为代表的核心型成员处于最高生态位，扮演了搭建者和主导者的角色；扩展生态位将外部支持性群体纳入平台生态圈中，使其在生态圈内部与主要生态位成员进行互动^[13]。这是对治理主体如何开展协同治理进行了一次有益的探索。

三、平台企业社会责任生态化治理过程

企业社会责任的生态化治理，着眼于构建和维护和谐、健康、负责任且可持续的商业生态系统或其子系统，强调系统内部各关键组成部分及要素之间的相互联系与生态互动。通过促进各要素持续的互动、共生与协同治理，实现系统整体的协调发展与共同繁荣^[14]。平台企业社会责任的治理过程包含3个层面：第一个层面是针对平台企业个体社会责任行为的治理，即治理类型Ⅰ；第二个层面是针对平台双边用户社会责任行为的治理，包括买方和卖方，即治理类型Ⅱ；第三个层面的对象是更广泛的平台生态圈成员，即治理类型Ⅲ。

（一）第Ⅰ层次

第Ⅰ层次中的治理受体是平台企业，主要针对平台企业自身的社会责任缺失或异化的问题。平台企业在平台商业生态系统中处于中心位置，承担带领者的角色，因此平台企业自身需要有较强的社会责任感，以及对社会负责的意愿。平台第Ⅰ层次的治理

应以平台自治为中心，同时有必要引入外部治理主体，即政府部门，对平台企业社会责任缺失或异化的问题进行监督和惩戒。政府主要发挥的作用是开展针对社会责任的引导支持、制度供给，以及监督监管。参与治理的协作力量包括平台的双边用户、平台的关键利益相关者以及民间社会组织^[13]。平台企业需要强化与政府和治理协作力量的联动。在此方面，腾讯树立了较好的榜样。

腾讯在企业社会责任治理过程中非常重视与利益相关者的联动，也依托政府的制度和组织优势，建立治理的核心。政府运用微信软件设置的上报和屏蔽技术，对微信平台上的可疑信息进行监控。在公安部的指导下，腾讯依托自身的技术和数据优势，为政府相关工作提供智力支持；同时，腾讯致力于将所有相互关联的对象集合起来，实现共同建设和共同治理。

（二）第Ⅱ层次

第Ⅱ层次中的治理受体是平台双边用户，主要针对买卖双方的社会责任缺失或异化的问题。考虑到平台企业是平台商业圈的构建者和主导者，平台企业就是第Ⅱ层次的治理主体。平台企业为平台商业系统提供价值创造和共享的平台，是整个商业系统中实施社会责任行为的推动者，承担着战略规划、以身作则、组织安排、监督惩戒等社会责任的管理职责。参与治理的协作力量应包括对平台双边用户产生影响的双边用户、跨国用户、价值链成员、重要利益相关方、政府相关部门和民间社会组织，其中因为平台的社会性和公共产品特点而使政府部门成为重要的治理协作力量^[13]。

阿里巴巴与相关政府部门和必要的第三方共享关于消费者、企业交易和售后评估的数据，打破壁垒，充分协调各主体之间物质资源和信息资源。阿里巴巴注重在运营过程同步治理平台运营各个环节可能出现的社会责任缺失或异化的行为。此外，阿里巴巴在杭州与多家知名品牌建立了打假联盟。自成立以来，会员数量从起初的30个发展到105个，包括阿迪达斯、强生等品牌，涵盖珠宝、服装、智能设备等12个行业。

（三）第Ⅲ层次

第Ⅲ层次中的治理受体是平台更广泛的商业生态圈成员和多元化社会主体。而治理主体是平台企业。参与治理的协同力量是政府和公民社会组织，政府部门对社会责任缺失或异化的问题进

行监督和惩戒；公民社会组织则是实施社会责任行为的监督者、合作者和氛围营造者^[13]。第Ⅲ层次的治理目的是鼓励商业生态圈成员和多元化社会主体在平台上积极参与处理社会问题，集合社会资源，并确保其行为的规范性，最终推动平台商业生态圈融入社会责任生态圈。

许多平台企业在此方面做出了有益的尝试。阿里巴巴与政府相关部门合作，关闭了多个炒信平台；国家发展和改革委员会等7个部委邀请了包括阿里巴巴在内的8家互联网公司，建立了“反刷单联盟”，识别并打击网络刷信行为。腾讯积极鼓励社会主体在平台上积极参与解决社会责任问题，并聘用了200名“企鹅巡逻”，用于监管“天天快报”标题党的问题；也与中国人民大学刑事法律科学研究中心、中国犯罪学会共同主办了“数字经济与网络犯罪高峰论坛”，讨论了关于网络财产犯罪的实体法、电子取证的程序规则以及网络犯罪的程序法治等问题。

除此之外，在这次疫情防控期间，平台企业与平台卖家和平台商业圈支撑型成员合作整治平台卖家社会责任缺失的问题。作为防疫物资的供应来源之一，电商平台也出现了哄抬价格和销售假冒伪劣产品等扰乱社会秩序的问题。因此，为了帮助平台买家了解产品真实的评价情况，防止被骗，拼多多对产品评价系统进行了升级；同时，在疫情防控期间，拼多多开展一系列网络活动，增强包括主播和医生在内的平台用户贡献优势的意愿，以帮助传播疫情防控知识。

四、结论

在生态治理理念的指导下，包括平台企业、平台参与企业、政府和社会在内的多元主体通过协商、共建、共享和共治将整个平台商业生态系统构建为一个社会责任共同体，呈现出对社会负责的健康互利的生态系统。可以根据平台企业个体，平台双边用户，以及生态圈成员3个层面的治理主体、治理受体、和治理方式的不同，采取分层次的治理。以互联网平台为中心，平台主体、政府主体和社会主体需要深化企业社会责任生态治理的理念，努力解决互联网平台社会责任由谁来治理以及如何治理的问题。

参考文献

- [1] 丁宏, 梁洪基. 互联网平台企业的竞争发展战略——基于双边市场理论 [J]. 世界经济与政治论坛, 2014, 04: 118-118.
- [2] 浮婷, 王欣. 平台经济背景下的企业社会责任治理共同体——理论缘起、内涵理解与范式生成 [J]. 消费经济, 2019, 35: 77-88.
- [3] 李广乾, 陶涛. 电子商务平台生态化与平台治理政策 [J]. 管理世界, 2018, 34: 104-109.
- [4] 刘玉国, 湛琦. 2019. 互联网平台企业的社会责任与规制管理 [J]. 决策与信息, 2019(6): 83-91.
- [5] 肖红军, 李平. 平台型企业社会责任的生态化治理 [J]. 管理世界, 2019, 35: 120-144.
- [6] 宣博, 易开刚. 互联网平台企业的社会责任治理 [M]. 北京: 光明日报出版社, 2018.
- [7] 阳镇. 平台型企业社会责任: 边界、治理与评价 [J]. 经济学家, 2018, 5: 79-88.
- [8] 杨雪冬. “生态化治理”: 地方治理新取向 [J]. 领导科学, 2017, 17: 17.
- [9] 易开刚, 黄慧丹. 平台经济视阈下企业社会责任多中心协同治理模式研究——基于平台型企业视角双案例的研究 [J]. 河南社会科学, 2021, 29: 1-10.
- [10] 朱文忠, 尚亚博. 我国平台企业社会责任及其治理研究——基于文献分析视角 [J]. 管理评论, 2020, 32: 175-183.
- [11] 中华人民共和国国务院. 国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见: 国发〔2015〕40号 [EB/OL]. (2015-07-01)[2024-09-07]. https://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content_10002.htm.
- [12] 中华人民共和国国家互联网信息办公室网络社会工作局, 中国互联网协会. 36家互联网企业签订履行社会责任倡议 [EB/OL]. (2018-12-20)[2024-09-08]. 中国政府网.
- [13] 中华人民共和国国家市场监督管理总局, 中央网信办, 国家税务总局. 互联网平台企业行政指导会召开: 强调平台企业履行社会责任 [EB/OL]. (2021-04-13)[2024-10-07]. 中国政府网. https://www.gov.cn/xinwen/2021-04/13/content_5590489.htm.
- [14] LAURA A, SANDRA W. Networked CSR governance: A whole network approach to meta-governance[J]. Business and Society, 2018, 57: 636-675.