

平台企业社会责任治理测评及效应研究

肖 健

东南大学 江苏南京 211100

摘 要:在数字经济时代,平台企业成为经济发展新引擎,其社会责任履行备受关注。科学测评平台企业社会责任治理并探究发展方向,对企业可持续发展和社会和谐进步意义重大。本文围绕平台企业社会责任治理展开研究,分析其测评理念、框架与结果。测评理念兼顾企业个体与平台群体,并重底线责任与贡献责任,突出多主体治理效应。测评框架涵盖平台企业作为独立运营者、生态主导者、社会资源配置者的责任治理评价,考虑其不同角色下的责任履行与治理作用。测评结果显示,不同主体治理效应存在差异,当前治理模式需向协同生态化治理转变,且热点议题聚焦数字信息治理,包括数据、算法、内容和场景责任治理等方面的问题。本研究为深入理解平台企业社会责任治理提供了理论与实践依据,对推动平台企业可持续发展具有重要意义。

关键词:平台企业;社会责任治理;社会责任测评

1. 平台企业社会责任治理的测评理念

1.1 兼顾企业个体与平台群体

平台企业社会责任行为和管理呈二元结构^[1]。一方面,企业在组织内开展社会责任管理与实践,影响平台内个体和用户的态度与行为,实践主体涵盖企业个体及平台内买方、卖方的群体性社会责任行为。另一方面,平台企业的社会责任管理涉及复杂利益相关方网络,可通过声誉机制监督治理平台用户。

因此,测评时要考虑平台企业“个体”与“类政府”的双元角色。作为独立个体,其履责对象和内容与传统企业类似,评价聚焦责任型领导、员工社会责任及社会责任创新等行为;作为“类政府”角色,平台内双边用户是重要利益相关方,评价要考虑平台治理责任和商业生态圈责任。

1.2 并重底线责任与贡献责任

平台企业社会责任分为底线责任和贡献责任。底线责任是企业必须履行的法律、合规和道德责任,包括提供优质服务、保证公平竞争、遵守法律法规等^[2]。贡献责任则是企业在资源充足时,自愿开展的前瞻性、创新性社会责任行动,旨在创造社会价值,涉及引导供给侧用户提升服务、培养需求侧用户理性消费,以及协同解决社会问题。

测评时应并重这两种责任。测评底线责任治理,关注企业是否遵守法律法规、维护利益相关方权益、规制平台用户行为。测评贡献责任治理,考察企业是否开展前瞻性实践、

利用优势资源解决诉求、鼓励用户创造价值、促进用户参与平台治理。

1.3 突出多主体治理效应

与传统企业单向式责任传导不同,平台企业在平台经济下具有市场双边性,履行社会责任需整合社会化资源解决社会问题^[3],涉及多个不同的社会责任治理主体。

测评时需关注多重治理主体的不同治理效应。个体自治”方面,考虑企业培育知识、梳理社会关系、建立规则秩序的情况;政府治理方面,关注包容审慎监管、公平公正执法^[4];行业协会参与治理方面,考察其与其他主体合作、制定自律文件和行业标准的情况^[5]。

2. 平台企业社会责任治理的测评框架

2.1 平台企业作为独立运营者的社会责任治理评价

平台企业作为独立运营个体,与传统企业类似,兼具经济和社会功能,核心社会功能是提供链接双边市场的“平台”。测评其社会责任治理时,一方面要像评价传统企业那样,关注其是否为社会创造高效、合意的“平台”,满足各方对平台功能和服务的需求,以及是否开展前瞻性的服务创新;另一方面,要考虑其为利益相关方提供交往载体的衍生功能,包括维护交往路径畅通、保障基本权益,以及响应合理价值诉求、创造合作剩余。总体而言,主要评价平台企业提供产品和服务的能力,以及提供交往载体的能力。

2.2 平台企业作为生态主导者的社会责任治理评价

平台企业作为平台商业生态圈的主导者，不仅自身行为要负责，还要确保生态圈运行符合社会责任要求。在评价其社会责任治理时，对于卖方，要考察其是否构建合理的交易互动规则，促使卖方提供高质量、环保的产品；对于买方，要考察是否构建合适的平台接入和使用规则，引导买方进行负责任购买和可持续消费。同时，要关注社会公众的参与程度，以及行业协会在维护平台生态圈方面的作用，如制定规范、促进投诉便利化等。此外，还要评估政府是否履行好监管职能，营造公平的市场竞争环境，防止平台企业垄断。

2.3 平台企业作为社会资源配置者的社会责任治理评价

平台企业因其双边市场属性，需承担整合和优化配置平台及社会资源的责任。评价其作为社会资源配置者的社会责任治理时，对于企业自身，要关注其是否能凝聚各方力量，推动他们贡献资源和能力创造社会价值，同时确保自身和生态圈成员遵守法律法规。从行业协会参与治理的角度，要评价其信息提供和行动协调职能，促进企业间交流学习。对于政府治理，要关注其在法律规制和行政管理之外，是否采用柔性手段提升社会责任意识，为平台企业提供扶持政策，引导技术创新服务社会。

3. 平台企业社会责任治理的测评结果

3.1 不同主体治理效应良莠不齐

在平台自治方面，近年来在政策引导和社会参与下，平台企业在多个社会责任领域有出色表现，如“得物”保护原创、“鹅宝计划”帮扶劳动者子女教育、“虎牙”积极推动反诈宣传等。但也存在一些问题，如对新就业形态群体保障不足，对青少年特殊群体关注和保护不够。

政府治理方面，我国政府积极推进平台企业进入“常态化监管”阶段，出台一系列法律法规，开展多项专项行动。然而，目前法律法规对平台企业社会责任的规范多为原则性规定，缺乏针对性和明确性，治理手段以刚性规制为主，未充分运用柔性手段实现“善治”。

行业协会参与治理方面，中国网络社会组织联合会等多个行业协会积极行动，发布自律公约、制定行业规范、开展约谈等。但行业协会的行业研究报告等产出不足，相关规范和公约具有时效性、阶段性特点，未建立长效追踪机制。

3.2 治理模式亟需向协同生态化治理转变

当前平台企业社会责任治理模式多为“点对点”的原

子式单向度关系，不同治理形式各自为政，存在信息不对称，且多为事后反应式治理。由于平台商业生态圈边界动态变化，这种治理模式难以应对，效果不佳。

生态化治理和多主体协同治理成为发展方向。生态化治理将生态学原理应用于社会责任领域，强调系统构成主体间的生态联结和互动共演。平台情境下的生态化治理，是将生态学原理应用于社会责任领域。它以平台为媒介，将具有互补需求和不同功能的群体链接成生态网络，通过与环境的交互形成共生、互生和再生的生态系统，即平台商业生态圈^[6]。多主体协同治理则突出治理主体多元化和系统化，各主体基于共同价值观共享资源、协调合作。在这种模式下，平台自治是基础，负责构建和维护高质量的平台，完善平台的基础性功能；政府治理是保障，针对不同类型、行业和发展阶段的平台企业实施分类、分层、分阶段的社会责任治理措施，进行全方位、动态、可持续的监管；行业协会和社会公众是重要的参与力量，积极参与平台企业社会责任的等级评价，督促平台企业履行社会责任。

3.3 热点议题聚焦数字信息治理

随着数字化、信息化技术发展，平台企业的数字化、信息化责任成为治理重点议题，包括数据责任、算法责任、内容责任和场景责任等。

在数据责任治理方面，存在数据产品与权利归属不清、保护措施不足、泄露问题频发等情况，现有的事后诉讼维权方式效果有限，难以从整体上对数据权利进行充分、合理、有效的技术与法律保护。算法责任治理方面，虽然政府开展专项活动，但仍存在算法黑箱、算法歧视和算法操纵等问题。算法应用提供者需要进一步规制算法滥用行为，严格遵守“告知-知情-同意”的核心个人信息处理规则，加强信息保护。内容责任治理方面，我国政府有关部门开展了“清朗”“剑网”等系列专项行动，加强内容生态治理，取得了一定成效。广大社会公众和网络群体也积极参与其中，通过投诉维护自身权利，为内容平台治理贡献力量。场景责任治理方面，目前相关法律法规政策较少，存在隐性诱导和“信息茧房”现象。平台内多元及智能交互场景的丰富增加了场景责任治理的复杂性，各治理主体需要进一步完善数字化责任的治理手段。

4. 结语

平台企业社会责任治理在测评理念、框架构建和实际

治理效果等方面具有鲜明的特点。尽管当前已经取得了一定的成果，但仍然面临着诸多挑战和问题。未来，平台企业应积极探索向协同生态化治理模式转变，加强对数字信息治理等热点议题的关注和应对，不断提升社会责任治理水平，实现经济价值与社会价值的协同发展，为社会的可持续发展贡献更大的力量。

参考文献：

- [1] 阳镇,陈劲.互联网平台型企业社会责任创新及其治理:一个文献综述[J].科学学与科学技术管理,2021,42(10):34-55.
- [2] 陈俊龙,王英楠.平台型企业社会责任多元治理研究[J].现代管理科学,2021,(07):74-82.
- [3] 阳镇,许英杰.平台经济背景下企业社会责任的治理[J].企业经济,2018,37(05):78-86.
- [4] 王磊.互联网平台企业定价问题及监管对策研究[J].价格月刊,2021,(11):8-13.
- [5] 曹倩,杨林.平台型企业社会责任治理的国际经验借鉴与政策体系构建[J].经济体制改革,2021,(03):174-179.
- [6] 谢佩洪,陈昌东,周帆.平台型企业生态圈战略研究前沿探析[J].上海对外经贸大学学报,2017,24(05):54-65.