

把社会责任融入业务内核 微信构筑体系化CSR内核与发展逻辑

科技是一种能力,科技能力只有与社会力量结合在一起,才能创造可持续的社会价值。

在持续践行社会责任的过程中,微信始终坚持探索自身产品、社交生态,应该如何与社会各行业数字化转型需求相结合,以此来创造价值。目前,通过产品助力、主动担责两大方面,在助力就业创业、降费让利扶植小微、低碳环保等公益领域取得了一定成绩。

■新快报记者 郑志辉



1 完善灵工保障,助力灵活就业

助力就业创业是打开社会生产力与经济活动创造力的阀门。自去年以来,微信也在一直探索更多样的助力方式。这其中,通过完善灵工人员及蓝领人群的务工保障,以此助力灵工经济发展,就是一个典型案例。

2021年底,微信支付上线“务工卡”数字化解决方案,通过与腾讯微保联合,打造了业内收款日结灵工保险方案,打造了覆盖入职—打卡—签约—投保—领薪全流程的数字化解决方案。

这套数字化方案重点在于解决了灵工就业者由于工时不确定,导致工期内无保险保障,易产生薪资纠纷等问题。通过将发薪和投保,与线上打卡上工相结合,不仅实现了务工者的全流程保障,也给人资机构和用人企业省去风险,也为地方政府、行

业打造本地劳务供应链提供了“钥匙”。

2021年11月,24岁的陈浩在上夜班分拣货物过程中,被不慎坠落的货物砸伤脚趾,造成粉碎性骨折,医生建议说至少要休息两个月,需要治疗费约5000元。但因为陈浩所属的劳务公司“合肥滔搏人力资源有限公司”此前通过微信支付务工卡为他投保了灵工微保,最终陈浩得到综合赔付近8000元,并且从入院诊断到赔付完成只用了2天时间。

2021年12月16日,54岁的日结工袁平安在分拣货物时,不慎从2米多高传送台跌落。严重摔伤的袁平安在医院住院治疗29天,在经历了多次手术之后,一笔4万多元巨额的医疗费摆在他的面前;另一方面,则是作为家里的经济支柱,他已经3个月不能工作了,接下来

的时间还会更长。好在这次袁平安所服务的劳务公司长沙泰启企业管理咨询有限公司通过微信支付务工卡购买了保险,他受伤期间发生的住院医疗等近5万元的费用,将由保险公司承担。微信支付务工卡可以按日投保,则只需工人到场扫码考勤即可即时投保,考勤、发薪和投保都可通过一个工具全搞定。

微信支付的合作伙伴薪太软公司结合“务工卡”方案,与贵州毕节当地农商行、政府平台公司,搭建了普惠就业统筹平台,助力贫困地区劳务供应链完善,让当地就业者可以放心走出去,安心富起来。

目前,微信支付已与多家人资机构合作,进一步打造线上线下一体化的人资劳务平台,预计将在未来一年内服务300万灵工就业群体。

2 扶植“新农人”,视频号成数字化助农新动力

在助力新形态就业保障之外,微信仍在持续通过产品矩阵及数字生态为社会提供更多就业岗位。

微信视频号快速发展,逐步打通了微信内众多生态,公众号、小程序、企业微信、搜一搜、微信支付与视频号形成一体的同时,也形成了流量闭环。基础设施不断地完善也推动了视频号商业化的进程,从2021年开始,视频号相继举行直播好物节、暖冬好物节、年货好物节,众多品牌、主播、达人开始在视频号上获得收益。

统计显示,在视频拍摄、直播带货等方面产生了1341万个就业机会,这其中,借助直播带货、短视频创造扶植“新农人”成长,助力乡村振兴,也是平台在过去一年的重点尝试。

在大城市闯荡两年后,2013年,彝族小伙王强带着媳妇黑妹返回大凉山,带着周边20户贫困户种植芒果、桑椹、枇杷等经济作物,同时借助互联网平台扩大销路。海拔高、光照足的优势,让大凉山的水果绵延四季,只是受制于交通闭塞,销路不畅。

2020年10月,微信视频号开启直播内测,王强、黑妹夫妻俩成为视频号里的第一批主播,并取名“乡村黑妹”。2021年国庆节期间,夫妻俩连续直播了12个小时,就拍黑妹在地里干农活、到山上放羊的情景。就是这些简单朴实的画面,吸引了超过90万人观看。

直播带来的订单转化也非常可观。10月7日那天,黑妹夫妇上架了大凉山的丑苹果,一天内卖出去3万多斤。通过真实接地气的直播风格,加上对于卖货的严苛品控,“乡村黑妹”持续积累了

私域流量及复购转化,并把大凉山分享给外面的朋友们。视频号直播近一年,“乡村黑妹”为贫困的乡亲们带货逾百万元,而苹果、芒果、桑椹、枇杷、高山核桃、野生蘑菇、野生松茸等大凉山好货,也源源不断地涌向了全国各地。

除此之外,2021年在农业农村部的指导下,微信发起的“丰收好物”计划,与中国优质农产品开发服务协会合作,借助企业资源与能力帮助各地建设和完善农产品上行数字化通路,推动山东烟台、江西上饶、广东新会等地特色产业振兴,帮助40余款特色农产品打通数字化销售渠道,提升市场认知,并通过微信小程序、视频号直播、商品包装设计、广告投放等方式促进农产品品牌建设,树立了数字化助农的标杆案例。

3 与商家探索私域经营,实体经济借数字化工具激发活力

除了助力个人就业创业、完善保障之外。疫情之下,各行业商家也受到较大冲击,2020年以来,各行业线下商家纷纷借助数字化工具发起线上“自救”,其中微信小程序作为主要阵地,承担了大量零售、餐饮、旅游商家的转型需求。据腾讯2022年第一季度财报数据,微信小程序日活突破5亿,交易总额保持快速

增长。

做好数字化转型,是数字经济实现的必经之路。过去四年,腾讯也一直在协助零售商家进行数字化升级,通过腾讯智慧零售部门和商家一起探索私域经营,用数字化工具激发活力,并且努力帮商家打好私域人才基座。

腾讯智慧零售学堂将在近期发布的

“智慧零售私域人才认证计划”中,联合数字服务平台景栗科技、微盟、超级导购、蓝鲸,针对小程序商城运营师、用户运营师及数字导购三大私域热门岗位,根据岗位能力模型提供从初阶到进阶的技能培训课程,为企业的人才评估提供专业指导。学员完成全部课程并通过考试后,可获得课程认证证书。

4 扶植小微践行社会责任,普及低碳生活新模式

在探索产品助力社会价值之外,微信仍然坚持主动担责,通过多种方式践行社会责任。

小微企业不仅是一座城市的“烟火气”,也是宏观经济的毛细血管。2021年开始,微信支付发布了“烟火计划2.0”,在继续深化各类扶持措施的同时,于

2021年9月开始对符合条件的中小微企业及个人经营者,施行为期三年的降费让利行动,预计总投入超百亿元。

值得一提的是,自2021年9月至2022年6月,微信支付已累计降费让利超30亿元,惠及2000万小微商家。

与此同时,通过提供多行业的数字化

解决方案,助力行业的无纸化和服务线上化,普及低碳生活新模式。据此前微信支付联合腾讯金融研究院发布的国内首个绿色支付碳中和报告——《绿色支付助力碳中和目标》显示,截至目前,在生活缴费场景下,通过微信支付完成线上生活缴费减少出行的减碳量合计为334.61万吨。

