

# 履行社会责任并不是心血来潮而要贯穿于科技企业文化价值观中

企业通过承担社会责任,树立起品牌形象,增加产品和服务对于消费者的吸引力,这对企业来说是一笔无形的品牌资产,也会因此获得丰厚的效益。

■新快报记者 郑志辉 陈学东



近年来,众多平台利用自身流量、供应链、技术等优势,解决了农业“最初一公里”的问题,用行动证明了“凡是乡村振兴,必有科技支撑”这一理念,更在带动农民增收、脱贫方面作出了极大贡献。

传统工业时代的生产关系,与数字时代的生产力发展还不适应,政府、企业和社会对数字经济发展规律的认识还不充分,平台企业履责现状与社会期望仍然有差距,需要进一步深化改革、规范发展、优化组织治理、加强相关方沟通,推动形成安全有序、负责任的平台发展新局面。

面对政策环境的变动和行业走向规范发展的必然趋势,科技企业应加强对行业社会责任的研究,提高对平台社会影响的认识;应将自身发展融入经济社会发展大局,加大对重大社会议题的关注;要持续开展社会责任沟通实践,提升社会责任信息披露的质量。

现代营销学专家菲利普·科特勒曾经启示:企业通过承担社会责任,树立起品牌形象,增加产品和服务对于消费者的吸引力,这对企业来说是一笔无形的品牌资产,也会因此获得丰厚的效益。

履行社会责任并不是心血来潮或一时作秀,也不是为纯粹增长经济利益的一次性行为,而是要贯穿于科技企业文化价值观中,用以指导具体实践活动,在一次次行动中践行社会责任,发现社会责任的真谛。

科技企业自利而生,利他则久。

宣传与教育结合,坚持反诈助老深入社区

## 蓝马甲持续打造“数字助老”开放平台

7月22日,第五届数字中国建设峰会成果开展。持续关注数字助老的“蓝马甲行动”参与峰会,记者在现场看到,其展示的手册、蓝马甲日历、蓝马甲麦龄小程序等,都围绕老年朋友常用的手机功能进行教学,得到了参观者点赞。

据悉,“蓝马甲行动”是由国家反诈中心、全国老龄办、工信部反诈中心指导,由蚂蚁集团发起,社会各界公益组织共同参与的公益行动,旨在通过进社区、下乡等形式,持续打造数字助老开放平台,为老人提供更多“身边人”帮助。

截至2022年6月底,蓝马甲已走进超过70个城市、举办超过2.1万场活动、服务超35万人次、志愿者参与超2.4万人次。未来,蓝马甲希望能够不断发挥数字助老公益平台价值,更多合作伙伴加入扩展场景,形成“1+X”的势能。

■新快报记者 郑志辉



式揭牌,该基地通过将反诈宣传、金融助老服务融入日常的消保工作中,成为广东银行业保险业蓝马甲教育示范基地共建活动的第一站,计划在年内推动建成12家这样的示范基地,推动反诈教育走深走实。

多场景多伙伴合力 做好数字经济助老的补位者

据记者了解,今年以来,蓝马甲行动不断拓展新的公益场景。蓝马甲公益大篷车已经开进浙江、江西、安徽三省超过50个县区的县域社区、乡镇村庄,开展了约400场线下防骗集市、助老课堂,直接受益老人超过3万人,今年还将走进重庆、湖北等省市。

在上海,蓝马甲将防疫场所码铺设进小区为老人做好防疫服务,在上海公交线路71路地铁换乘车站做蓝马甲驻点,指导老人使用健康码服务;在南昌,蓝马甲在25个社区推出纸质离线健康码打印服务,方便老人出行时可以“反向扫码”,提升出行效率,覆盖约5万市民;在合肥,蓝马甲进入合肥大东门、漕冲等六大地铁站驻点,并提供离线码打印服务,方便周边老年人出行。

“蓝马甲将积极响应国家号召,立足蓝马甲这个‘1’,在校园、医院、社区等‘x’个场景内形成合力,开放合作更多机构,做好数字经济助老的补位者,力争1年内打造多种数字助老服务示范模式、新增100个合作伙伴、10000名数字助老志愿者帮助更多人。”蚂蚁集团公共事务副总裁侯琰表示。

关注老人实际需求,蓝马甲搭建“人帮人”平台

亮码通行、网上挂号、线上办事……这些年轻人习以为常的简单操作,在不少老年人眼里或许是一次次的考验。

为了落实中央对打击治理电信网络诈骗犯罪工作的意见,并切实解决老年人运用智能技术困难,进一步做好适老化建设工作,蚂蚁集团认真落实工信部等部委联合印发的《关于推进信息无

障碍的指导意见》工作要求,通过技术改造、公益服务、社会行动等方式,致力于打造线上线下一体化、贴合老年人实际需要的“适老”服务,解决老年人和特殊群体运用智能科技困难问题,弥合数字鸿沟。

2021年初,支付宝发起并邀请社会各界共同参与“蓝马甲公益志愿者行动”。主要针对老年人做数字助老教学和防骗知识普及。截至2022年6月底,蓝马甲已走进超过70个城市、举办超过21000场活动、服务超35万人次、志愿者参与超2.4万人次,共同搭建一个“人帮人”的平台。

服务驿站引发点赞,反诈宣传结合金融教育

在广东,“蓝马甲”公益行获得了广东银保监局、广东省公安厅刑侦局、经侦局、广州市商务局、广州市老龄委等

多方指导和共同参与,创新了商业场所服务驻点模式,践行了社区课堂、打造了“广东反诈助老展”等内容。

2021年7月,广州市商务局联合支付宝蓝马甲启动“广州蓝马甲老人服务驿站”计划,目前已完成盒马、大润发、阿里健康大药房等线下36家门店的服务驿站建设,派发《手机使用手册》《防骗三折页》等服务资料超过10万份;面对面累计服务人数超过6万消费者。该项目获得人民日报等媒体关注和点赞。

为了推进“助老服务、反诈教育”进社区,蓝马甲项目在广东省内多个地市重点社区、老人服务场所推进“小课堂”,截至目前,已经在广州、深圳完成近百场社区活动。

此外,今年4月28日,由工信部反诈中心、广东银保监局指导建设的全国首个“蓝马甲教育示范基地”在广东正和银行业保险业消费者权益保护中心正

