

平台企业履行社会责任的公司法进路

陈洪磊

摘要 在数字经济时代,平台企业承担社会责任是化解平台私人性与公共性之间的逻辑悖论的一般性原则。与传统企业的社会责任不同,平台企业社会责任具有结构的复杂性、强烈的科层性、主体的多元性以及内容的特殊性。目前理论界形成了实现平台企业社会责任的三条路径,即公共执法模式、私人实施模式和平台义务模式,但这三条路径在适配平台企业社会责任特殊性方面均存在功能疏漏。由于平台企业本质上是公司,所以公司法路径不仅可以适配平台企业社会责任的特殊性,而且可以实现对平台企业社会责任风险的有效预防,还可以实现平台企业社会责任向公司内部主体的再分配。公司法在适配平台企业社会责任方面应当凸显强制性趋强与多元性趋强的特征。从公司组织法角度观察,平台企业应当将社会责任融入公司目的,使其利益相关者分享公司决策权力和监督权力,并适应性调整公司治理机构。从公司行为法角度观察,平台企业应当要求董事负担多重信义义务,赋予其多元主体参与公司治理的权利,并提升自身社会责任信息披露的透明度。

关键词 平台企业;企业社会责任;公司法;公司治理;利益相关者;数字经济;平台治理

中图分类号 D913 **文献标识码** A **文章编号** 1672-7320(2025)06-0026-13

基金项目 司法部法治建设与法学理论研究部级科研项目(25SFB3028)

在数字经济时代,平台企业实现了资本与技术的联姻^[1](P131):资本企业运用数字技术搭建了一个供人和组织进行资源互动的准公共生态平台,其在为人们创造新机会与提供新便利的同时,囿于资本的专有性,也催生了数据安全风险、算法陷阱风险等新的超大规模的社会风险。正如习近平所言:“希望广大互联网企业坚持经济效益和社会效益统一,在自身发展的同时,饮水思源,回报社会,造福人民。”^[2](P2)既有的理论研究一般选择固守传统的企业社会责任概念,并以此为原点,给出强化政府监管、强化个体权利和强化平台义务三条实现平台企业社会责任的路径。然而,一方面,这些研究忽视了平台企业社会责任的特殊性。平台企业社会责任是在具有颠覆性的数字化趋势与可持续性要求相互碰撞下催生的产物,若固守既有的企业社会责任概念而隐藏其结构日趋复杂、主体日趋多元等特征,则将难以实现对平台企业行为的适应性规制。另一方面,平台仅是一种新型商业模式的外观样态,就本质而言,“平台是一种新型的公司”^[3](P54)。既有研究对公司法规制路径的“冷落”将难以从底生性和预防性角度回应平台企业社会责任的特殊性。基于此,本文立足解决公司法如何促进平台企业履行社会责任的现实问题,即在探明平台企业社会责任特殊性的基础之上,反思既有方案在适配平台企业社会责任特殊性上的不足,论证公司法路径在契合平台企业社会责任特殊性和填补既有路径局限上的功能优势,进而从公司法所具有的组织法与行为法两方面属性出发,给出促使平台企业积极履行社会责任的公司法回应方案。

一、平台企业社会责任的特殊性

平台企业以数据为主要生产资料创造了平台这一数字化的基础设施,平台数字化的特征深刻改变

了平台企业开展业务和创造价值的方式，而企业的社会责任也在这一过程中发生革新。这一新的企业社会责任被部分经济学学者称为企业数字责任^[4](P30)。与传统企业的社会责任相比，平台企业的社会责任表现出不容忽视的特殊性。

(一) 结构的复杂性

传统企业大多采用一步一步地创造和传递价值的“管道”结构来经营公司，供应商和消费者各执企业一端，这一结构具有简单和单向的特性。平台企业则打破了传统企业只面向消费侧或者供给端的单边市场结构，缔造了以平台为介质的双边市场结构，供应商、消费者以及平台都进入了一个多变的关系网中，用户可以在不同场景中扮演不同身份的人，商品和服务的价值流动方向也从供应商到消费者的单向流动转变为不同地点、不同形式的多向交错流动^[5](P7-8)。这深刻影响了平台企业社会责任的构成。

一方面，平台企业社会责任具有双向性。传统上，企业以个体身份嵌入社会，企业社会责任也就是社会对个体的期望。例如，餐饮企业应当避免因其油烟污染而给环境带来损害。然而，平台企业不仅作为一个个体企业存在，而且是以其所搭建的自我组织、自我生长、自我进化的平台商业生态圈的形式嵌入社会的，因而平台企业生产经营的外部性影响在不断扩大。由此，平台企业的社会责任不仅包括与传统企业一样的企业自身的社会责任，即平台企业应当确保其所提供的产品和服务符合法律要求与道德伦理规范、为用户和社会提供一个安全可靠的平台，还包括对平台商业生态圈这一公共场域进行监管与治理的责任，以保证平台的各参与方对社会负责^[6](P49)。例如，“E了么”等外卖平台企业作为信息撮合与提供服务的平台，其本身并非厨余垃圾等环境污染要素的直接生产者，原则上较少涉及环境污染问题。然而，由于平台中的餐饮商家存在提供一次性餐具、包装过度等问题，所以，平台企业也应当监管这一风险。由此可见，平台企业社会责任的对象已然从关注自身的社会责任扩展至关注平台参与方的社会责任。这在很大程度上扩张了平台企业所应承担的社会责任的范围。

另一方面，平台企业社会责任具有动态性。一则，平台正在取代并重塑市场，其所缔造的这种“类市场”的空间依托网络展开，表现出天然的延展性，并无固定边界。平台只有保证足够大的开放性，才能吸引更多的参与者。因此，平台边界的动态属性带来了平台企业社会责任范围和责任对象的变动不居。这与传统企业所面对的相对固定的利益相关者、相对稳定的市场环境以及相对不变的企业社会责任内涵明显不同。二则，传统企业往往可以清晰地识别出与其互动最为频繁、利益最为紧密的一个或者多个核心的利益相关者。然而，平台企业对核心利益相关者的识别绝非易事，其与利益相关者之间的互动不再局限于两方主体之间，而是变成了平台与利益相关者以及利益相关者之间的多方主体互动，并且利益相关者之间的互动往往会对平台企业的经营造成直接的影响。例如，“郑州空姐打车遇害案”虽然呈现的是司机与乘客之间的冲突，但D滴公司却因未能有效地履行安全保障义务而被责令停业整顿顺风车业务。概言之，平台企业应当关注整个平台之上乃至平台之外众多利益相关者的差异化需求。

(二) 科层的强烈性

传统的公司契约理论将公司看作一套复杂的明示和默示的私人契约，股东和职工、消费者、供应商等利益相关者均是公司“合同束”中的缔约主体，这些主体表现出相对平等的关系属性。但平台企业打破了这种平等性，其对利益相关者的控制力和支配力更强，对利益相关者利益的侵犯更为隐秘，普通人几乎无从招架。平台企业与利益相关者之间呈现出更为明显的科层性特征。

一方面，平台企业具有市场属性，并逐渐演变为“准公共产品”。受资本逐利性与扩张性的影响，平台企业不再仅满足成为纯粹的市场沟通者，而是试图成为市场的控制者，其会不断地收紧其他竞争者的进入渠道，强化排他性，构筑相对封闭的市场环境。与此同时，立法者不断强化平台企业的监管权力，赋予其平台标准制定权、平台准入权、处罚权等具有公共属性的权力，这使得既往的平等契约关系被隶属与管理关系取代，平台企业获得了一种对利益相关者的单项控制力。平台用户往往只能被动地接受平台企业所制定的规则，而这些规则往往又没有得到充分的公开论证。例如，为进一步拓展用户群体规

模,打车平台企业运用其掌握的定价主导权,推出了低于成本价的“一口价”活动,并进行强制派单,这严重损害了司机利益。再如,有些电商平台企业通过对平台内的经营者提出“二选一”的限定交易要求来固化锁定效应,这导致平台内的经营者从一个平台转移到另一个平台的成本过高,进而难以退出。

另一方面,平台企业具有技术属性,并逐渐形成了“技术利维坦”。资本的逐利本质与资本的扩张逻辑打破了技术的中立性,平台企业滥用大数据技术、人工智能技术等行为屡见不鲜,其正在以一种“隐性”治理的方式来削弱利益相关者的话语权。一则,平台企业利用数字技术,显著强化了劳动者对平台企业的人身依附性,这种控制强度是传统企业难以企及的。例如,外卖骑手虽然可以在一定程度上自由选择工作平台和工作时间,但需要严格执行平台给出的送餐指令,否则将面临违反平台规则所带来的处罚,“平台工人”除了机械地服从算法安排之外,别无他法。二则,平台企业在运用数字技术的过程中,对用户个人信息权益的潜在影响也在持续加深。如今,平台企业可以精准地识别用户信息的全部内容,而非像传统企业一样只能看到局部的用户信息,“透明用户”成为新的利益相关者^[4](P34)。由于“个人信息的隐私和保护为自主、自决和尊严提供支撑”,所以“每个人都必须拥有并控制自己的个人信息”^[7](P63)。然而,平台企业时常“权力越位”,窃取、不当搜集、不当利用个人信息和数据,“以一种更加巧妙、柔和、不会引起疼痛的方式将人类个体置于其统治之下”^[8](P4),忽视了对用户的人格尊严和私法权益的保护。例如,目前大多数平台均通过搜集用户信息来实现对内容的精准推送,但这很容易导致用户长期接触同质化的信息,困于“信息茧房”之中,视野受限,认知固化。

(三) 主体的多元性

平台企业在固守职工、消费者等这些传统利益相关者要素的基础上,不仅吸纳并发展了新的利益相关者,而且分化了传统的利益相关者,使得同一种类的利益相关者之间表现出差异化的议价能力。

一是平台企业拥有诸多潜在的利益相关者。平台企业以数据为赖以生存和发展的生产资料,其通过垄断、搜集、分析、使用和销售这些数据来获取经济利益。然而,问题是平台企业的数据从哪里来?传统企业只有一种能力可以获取数据,即从生产流程或客户使用中提取。而平台企业除了从消费者、供应商等平台用户处收集大量数据之外,还可以借助数据交易、数据授权等多种方式获取新的数据。这些通过流转所获得的数据同样来自诸多的数据主体,但这些主体已然超越了平台企业所外显的平台用户的主体范围,指向了不特定的多数人。

二是平台企业创造了新的利益相关者。以平台用工为代表的新就业形态“创新了劳务供需匹配机制和灵活就业参与方式”^[9](P267),并日趋成为社会主要的劳动形态之一。新就业形态从业人员一般通过平台自主接单承接工作任务,其是否工作以及工作的数量、时间和地点均有较大的自主性,而且需要自己提供设备和工具,其劳动收入并非直接由平台支付,而主要来自消费者所支付的订单费用。这些特点极大地挑战了传统劳动关系认定中的人格从属性要件和经济从属性要件。显然,这些新就业形态从业人员难以被传统的“职工”或“雇员”概念涵盖,新就业形态从业人员成了平台企业新的利益相关者。

三是平台企业分化了同类别的利益相关者。在传统企业中,同类别的利益相关者之间的分化并不明显,例如,消费者往往被视为一类主体而不会在其内部再做细分,立法者也不会对某类消费者进行特别保护。然而,一方面,在平台经济时代,线下交易的传统被依托数字技术的线上交易打破。由于用户的知识水平、认知能力等方面存在差异,所以这些技术性红利并不能为所有人所均等地享有,老年人、未成年人、残疾人和受教育程度低者成为“数字弱势群体”。例如,网上购票、自动结账等平台技术的应用使得这些群体面临衣食住行等基本生活方面的障碍。可见,针对同一类别的利益相关者,平台企业的运营模式与行为使得其中的一部分群体呈现出更强的脆弱性。因此,平台企业应充分考虑这类弱势群体的需求,削减数字鸿沟对人格平等和人格自由等基本权利所带来的差别化影响。另一方面,平台经济也催生了更为强势的利益相关者。由于平台的经营模式以持续创新为基础,所以具有创新力的职工与普通职工相比具有更强的议价能力。对于这些具有创新力的职工,平台企业应当着力培养其责任感,确保

其对自身参与制定的决策和研发的产品负责。

平台企业利益相关者的多元化以及他们内部利益的动态消长，使得平台企业进行利益平衡更为困难。传统企业的社会责任实现机制一般只致力于解决股东与其他利益相关者之间的利益冲突，而不关注其他利益相关者之间的冲突。但在平台生态圈中，数量众多的参与主体的利益异质性和角色功能的多元性、复杂性逐渐凸显，并且这些主体经由产品交易、快递物流等环节而在平台企业中互相交织、互相嵌套、互相耦合^[10](P42)。例如，许多购物平台企业纷纷设定“仅退款”选项，允许消费者在非因自身原因而导致商品出现质量瑕疵等条件下发起“不退货仅退款”的申请。该制度设定的初衷是提升消费者的购物体验，增加用户黏性。然而，有些“羊毛党”消费者恶意利用该规则来损害正常经营的商家的合法权益。之后，电商平台纷纷对“仅退款”机制展开多轮调整优化，近期又宣布不再主动介入消费者收货后的“仅退款”申请。这一过程鲜明地呈现了平台企业对相关者利益的平衡之难。

（四）内容的特殊性

平台企业社会责任脱胎于传统的企业社会责任概念，但若套用传统概念，则无法完全解释平台企业发散的、网状的企业社会责任内涵，也无法满足社会对平台企业应当承担更高层次的社会责任的期待。平台企业社会责任的内容应当以安全合法为底线，即平台企业应当确保其技术研发与部署、数字产品与服务的提供、数字化决策等恪守法律、道德和伦理的底线，保证产品和服务安全可靠无害。在此基础之上，平台企业的社会责任与传统企业的社会责任相比，应当重点关注两个方面：

一方面，平台企业应确保其组织管理行为的公平合理。平台企业在环境保护、公益事业等领域的社会责任并非社会所迫切关注的内容，但其“在组织管理行为中的公平性、合理性，才是利益相关群体乃至公众对平台的诉求和关切所在”^[11](P31)。平台企业的组织管理行为往往被其以各种规则的形式固定下来，这些规则构成了平台秩序形成的基础。平台规则一般包括对会员以及其他平台角色的行为准则与利益分配规则、市场管理规则（信用等级评价、违规处理规则等）以及纠纷解决规则。这些规则均应当嵌入公平合理的底色，即平台企业既要确保这些规则非唯平台营利主义导向，避免造成掠夺式分配、杀熟式分配等不合理分配的后果，也要杜绝这些规则设置成本高昂的维权方式。此外，包容开放也是公平合理的重要内涵。平台企业既应当关注到作为一般主体的消费者、经营者、劳动者等主体的利益，也应当坚持差异化对待，关注到数据弱势群体等特殊主体的利益，以让更多的主体共享技术发展的红利。

另一方面，平台企业应当担负更高的公开透明义务。传统企业信息披露的范围相对固定，如财务会计报告、股权结构等，这主要是为了满足投资者、监管机构的公开要求，被动披露属性较为明显。然而，一方面，平台企业借助网络与算法技术推动了交易形式从传统的面对面的线下交易到线上远程交易的转型，同时平台企业时常借助机器学习算法来向消费者精准推荐商品或内容，并借助自动化决策技术来检验平台用户发布的内容是否合规以及判断是否需要采取下架商品、查封账号等处罚措施。但在这些便利的背后是普通人难以清晰、直观地认知这些算法是如何实现预测以及如何决策的“黑箱”。另一方面，数据驱动的平台经济模式建立在信任之上，平台企业不同于传统企业与利益相关者之间所建立的短期交易关系，而是更多表现为长期共生关系。若认为购物平台的成功仅靠消费者的单次购物行为与商家的单次入驻就能实现，则显然不符合实际：毕竟脱离了用户黏性，平台根本无从谈及成功。因此，立法者应当对平台企业施加更为严格的社会责任信息披露责任，而非仅要求其披露传统的财务信息。这也是《中华人民共和国电子商务法》（下文简称《电子商务法》）第5条、《中华人民共和国网络安全法》（下文简称《网络安全法》）第8条所明确规定平台企业应当“接受政府和社会的监督”的应有之义。

二、公司法实现平台企业社会责任的证成

既有的平台企业社会责任实现机制虽然对促进其履行社会责任具有积极意义，但仍面临无法有效契合平台企业社会责任特殊性的窘境。而恪守公司法路径却可以很好地弥补这些缺憾，有利于实现对

平台企业社会责任风险的预防性、底生性与效率性规制。

(一) 现有路径及其适配特殊性的功能疏漏

目前立法者和理论研究者选择立足于监管者、利益相关者以及平台本身,依次呈现实现平台企业社会责任的三条路径,即公共执法模式、私人实施模式和平台义务模式,但这些路径都在适配平台企业社会责任特殊性方面存在功能疏漏。

1. 公共执法模式及其功能疏漏

公共执法模式以“命令—控制”为底座,依托《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《电子商务法》等法律规范中具有监管色彩的条款展开,强调市场监督管理部门、中华人民共和国国家发展和改革委员会、中央网络安全和信息化委员会办公室等行政机关通过行政处罚、行政指导等监管手段来达到促使平台企业积极履行社会责任的目的。例如,2021年4月,国家市场监督管理总局对A里巴巴在中国境内网络销售平台服务市场实施的“二选一”垄断行为作出行政处罚,开展行政指导。公共执法模式具有权威、约束力强、避免扭曲非量化的工作以及便于整合资源以实现部门协同等固有优势,但在规制平台企业社会责任风险方面时常力有不逮。

一则,平台企业发展所依托的数字技术的变动不居、平台企业社会责任构造的日趋复杂以及利益相关者的日趋多元与平台监管法律法规的静态性形成鲜明对比。受制于“法无明文规定不可为”的行政法基本原则,公共执法模式会不可避免地在平台企业社会责任风险规制中显现出局限性,难以实现对受损害的利益相关者的及时保护。例如,传统反垄断法对相关市场的认定大多采取替代性分析方法,注重考察产品或服务在消费者中的功能用途、价格接受度与质量认可度,但平台企业多采用免费服务的方式,价格上的竞争表现得并不明显,这给平台企业相关市场的界定带来了诸多挑战^[12](P108-109)。二则,“平台模式推动了从开放网络向日益封闭的应用程序的转变”^[3](P124)。平台的封闭性、算法壁垒的存在以及技术风险的不确定性都会导致作为公共执法者的政府获得平台企业内部资料和信息的成本越来越高,公共执法者将难以有效地识别平台企业的社会责任风险。三则,有关平台企业社会责任风险的监管规则往往变化较快且不确定性较强,以至于这些监管规则可能仅仅创造了一种形式主义的服从文化,新的或者额外的公司治理要求越来越多地遭到平台企业的漠视、怀疑甚至敌视,这容易造成平台企业的守法疲劳以及其治理模式的被动调整^[13](P186)。而且,平台企业的某些社会责任风险在其发展初期很难被准确识别和预判,注重公共利益的执法者若过早介入,则往往容易忽略企业的价值创造需求,最终抑制平台企业的创新。四则,平台企业社会责任并非仅对应平台企业守法合规的底线要求,而是更多呈现为高于法律规定的道德要求,这也是为坚持依法行政的公共执法模式所不能涵盖的。

2. 私人实施模式及其功能疏漏

私人实施模式是指赋权个人或组织,以使其可以通过举报、提起民事诉讼等方式来纠正平台企业在践行社会责任方面的偏离。这一模式的实质在于使平台用户能够以数字权利来抵抗平台权力。例如,在“吴某威诉某科技公司网络服务合同纠纷案”中,吴某威以会员仍需额外付费才能看最新剧集为由向A奇艺公司提起诉讼。本案的判决塑造了平台企业单方变更协议条款必须受到公平原则制约和不损害用户利益的裁判标准(北京市第四中级人民法院[2020]京04民终359号民事判决书)。私人实施模式虽然具有实施主体更为广泛、满足相应个体诉求更为快速、填补公共执法盲区更为有效、救济效果更为直接等优势,但也难以完全契合平台企业社会责任的特殊性。

一则,私人实施模式并不能扭转平台企业与利益相关者之间的强烈科层性,其对平台组织管理中不公平、不合理行为的纠正作用也十分有限。用户个人信息是平台企业重要的生产要素,这些信息每时每刻都在被平台企业利用。一般认为,“如果你不知道你的隐私被侵犯了,那你的隐私就没有被侵犯”^[7](P17)。因此,平台企业对平台中的利益相关者的利益侵害行为不仅发生频率高,而且极具隐匿性,这导致很少有人能够承受高昂的时间和金钱成本来将纸面上的权利变成现实,以对抗平台企业。二则,并无

证据显示深圳市某区人民法院对个别超级平台企业有偏袒倾向，“南山必胜客”之说确有夸张成分，但这些平台企业擅长将资源禀赋转化为诉讼能力，而且策略性地将资源投入互联网领域法律规则和法律秩序的形成过程当中，从而具有高胜诉率的不俗表现^[14](P135)。然而，私人用户并不具有这些资源优势，也就难以打破平台企业所意欲强化的科层性。三则，私人实施模式的有效运行同样受限于“依法”裁判，如前文所述，平台企业社会责任复杂的结构与多元的主体挑战了既有的法律概念，法律规则难以及时补足其中的规范缺失，这为私人实施的效果掩上了一层不确定性的阴霾。

3. 平台义务模式及其功能疏漏

平台义务模式从平台企业自身出发，要求其履行对平台内部生态系统的特定监管义务和治理义务，如规则制定义务、纠纷解决义务、算法风险防范义务、数据安全保障义务等。该模式将规制视角从外部主体转向了平台企业本身，这契合了平台企业作为市场基础设施的公共属性，是对市场自治的充分尊重。以自治规则进行平台治理可以在很大程度上实现对相关法律漏洞的先行补位，这在一定程度上回应了平台企业社会责任的结构复杂性、主体多元性等特征，但也存在诸多疏漏。

一则，一切有权力的人都容易滥用权力，这是一条亘古不变的真理。强化平台企业对平台的监管义务实际上是对平台企业权力的强化，这不仅会固化平台的封闭性，而且会给平台企业塑造更具科层性的利益相关者关系提供便利。二则，强化平台的监管义务与强化对平台企业的监管，这两种模式在一定程度上存在逻辑上的龃龉，前者是对平台企业权力的强化，后者则试图弱化平台权力，这两种力量的互相掣肘不可避免地会影响平台企业社会责任的实现效果。三则，也是最重要的，平台义务模式仅实现了对平台企业的表层关注，却忽视了对平台企业的组织形式——公司——的根本性关注。究竟公司内部如何制定出平衡多元相关者利益的公平合理的规则，谁来落实相关的外部法律要求，在公司独立人格和合同相对性的荫蔽下如何追究有过错的内部人责任，对于这些问题，该模式显然无法回应。但不解决这些问题，只是单纯强调平台义务则会陷入无本之木、无源之水的规制困境。换言之，平台义务模式虽然认识到平台企业自治在契合其社会责任特殊性方面的重要性，但未能将这一思路贯彻到底，更多只是局限于平台企业治理的表层逻辑范畴。

(二) 公司法路径适配特殊性的功能优势

从目前的商业实践看，平台经营者无一例外地采用了公司这种组织形式。重拾被立法者和学者忽视的公司法路径，探寻平台公司内部的回应机制，不仅可以很好地契合平台企业社会责任的特殊性，而且可以填补目前规制模式的功能疏漏。公司法路径意图从平台企业的内部治理结构与治理机制等公司法视阈给出促进平台企业社会责任实现的具体方案。

公司法路径可以适配平台企业社会责任的特殊性。首先，平台企业社会责任的结构复杂性和主体多元性很可能会导致法律在规制平台企业行为时出现漏洞，造成公共执法者和私人实施者均无法可依的困境。“公司自治使得公司制度呈现为开放的结构，富有弹性，具备因应不同情况，不断演化、不断完善的能力，并能够赢得公司当事各方的忠诚和自觉遵守。”^[15](P131)公司往往是其自身负外部风险的最先感知者和处理者，借助公司内部决策机制来生成公司意思，公司得以先于外部的法律规则进行尝试性规制，这样不仅可以使平台企业及时处理公司最新出现的社会风险问题，而且可以使其根据自身的特殊性来进行适应性调整。如此一来，既可以弥补立法相对静止和相对抽象的局限性，也可以最大限度地适配平台企业社会责任结构的复杂性与主体的多元性。例如，先行赔付机制、店铺评分制度以及在线纠纷解决机制等均源于多个电子商务平台在相关规则上的先行先试，其后才被吸收进《电子商务法》之中。其次，平台企业的内部分权机制可以淡化平台企业社会责任的科层性，“将异化的权利、支配力极强的权利进行分割，形成新的可以相互对抗、制约的关系”^[16](P113)。如果可以让职工、消费者等利益相关者参与公司决策和监督，发表观点，表达意见，并保障其在董事会议、监事会议中平等的投票权，那么，由此形成的平台企业决策将会在很大程度上具备协调利益冲突和弱化科层属性的功能，进而确保平台所

制定的相关规则的公平性和合理性。最后,由于平台企业的内部机关具有较公共执法者和私人实施者更强的信息优势和专业能力,所以其更为了解自身的运行状况,能够及时发现并预测平台中已经存在和可能存在的利益冲突。这一信息优势与平台企业社会责任内容的特殊性相契合,为平台企业负担更多的公开透明义务提供了支撑。

除此之外,公司法路径在促进平台企业社会责任实现方面还具有以下两点优势:一方面,公司法路径可以实现对平台企业社会责任风险的有效预防。平台公司作为一个拟制的主体,并不能自行作出经营决策,而是需要借助背后的公司机关向外传递公司意志。换言之,公司不仅是孕育平台企业社会责任风险的重要场所,而且是防范公司行为负外部性风险的第一道关卡。以公司法规制公司机关及其成员的行为,采取诸如允许利益相关者共享公司决策和监督权力等措施,事实上,这是从平台行为作出的根源处进行风险干预,如此可以防患于未然,避免平台企业陷入因不当决策作出后而在平台和网络传递中所产生的风险放大的窘境。毫无疑问,这一前端预防机制比事后补救机制和兜底赔偿机制更具风险治理的经济性和有效性。概言之,公司法路径不再像公共执法模式和私人实施模式一样仅呈现应对型法治的特征即聚焦法益损害的事后补救,也不像平台义务模式一样只停留在平台这一主体的表面,而是转向了对法益损害的事前预防,进而推动法律干预的时间节点从末端治理到前端治理的转向,推动法律干预的态度从消极保护到积极防御的转换。

另一方面,公司法路径可以实现平台企业社会责任向平台内部主体的再分配。“当企业道德失败严重影响社会的生计和健康时,人们通常求助于义务和责任的法律体系来恢复平衡。”^[17](P66)如果说公共执法模式、私人实施模式和平台义务模式实现了社会责任向平台企业的初次分配,那么,公司法路径则实现了社会责任向平台组织中内部人的再分配。在不法侵害实际发生且平台企业财产无力赔偿利益相关者的损失时,公司法机制可以弥补行为法在内部人归责功能上的不足,为救济利益相关者提供法律依据。具体而言,公司法人人格否定制度为追究操纵平台公司的股东的责任提供了制度通道,忠实义务和勤勉义务以及董事对第三人责任制度为追究平台公司管理层的责任供给了请求权基础,《中华人民共和国公司法》(下文简称《公司法》)第180条第3款和第192条所设定的影子董事与事实董事制度则在一定程度上实现了对平台公司控股股东、实际控制人对利益相关者等第三人承担责任的规范安置。公司法对平台企业社会责任的再分配事实上是将平台企业社会责任传递给平台企业的内部人,而这可以汇聚成促使平台企业积极履行社会责任的内生力量。

三、公司法实现平台企业社会责任的路径

公司法路径在促使平台企业积极履行社会责任方面具有独特的制度优势,其表现出的主动性、内生性以及及时性等优势可以很好地贴合平台企业社会责任的特殊性,进而弥补其他三条实现进路的功能弊端,因而不应被冷落。

(一) 公司法实现平台企业社会责任的逻辑架构

以公司法机制助推企业社会责任的实现并非“新鲜事”,但立足平台企业社会责任的特殊性来调试公司法规则却是一个鲜有涉及的话题。由于平台企业脱胎于传统企业,又在影响力等方面实现了对传统企业的超越,所以,公司法在构建平台企业社会责任实现机制时,既应当遵循普通公司履行社会责任的共性进路,也应当塑造针对平台企业社会责任特殊性的个性规则。

公司法对平台企业的特殊规范内嵌着两条线索:一是相关公司法规则的强制性趋强。如今,日常通信、交通出行等越来越多的关涉公共利益的事项进入平台企业的控制范畴,平台企业在很大程度上拥有了决定人类命运的力量^[18](P146),其已然成为政治权力和市场权力之间的第三种力量。对平台企业的社会责任要求显然要高于对传统企业的要求,这就意味着对前者应当配置较多的强制性公司法规则,对后者则可以设置更多的任意性规定。二是相关公司法规则的多元性趋强。由于公司法对平台企业社会

责任实现的促进并非单一举措所能达成,所以,较传统企业而言,与平台企业社会责任实现相关的规范不仅应当呈现出更为多样化的应对思路,而且应当表征出对平台企业自治探索的充分尊重。更重要的是,此类公司法规则应当彰显出平台企业参与主体的多元性,即相关规则的设计应当突破对股东这一单一性主体利益的考量,融入更为多元的公共利益代表、平台关键利益相关者代表等主体元素。

《公司法》第1条开篇便提到“为了规范公司的组织和行为……制定本法”,这凸显了公司法的组织法与行为法的双重属性。公司承担社会责任不仅涉及公司内部的治理与决策问题,而且关涉作为独立民事主体的公司以及作为公司受托人的董事应当如何与利益相关者相处的问题^[19](P180)。前者聚焦公司之内,试图塑造促进社会责任实现的内生力量,彰显组织法进路;后者侧重公司之外,目的是将社会责任要求落脚于具体主体的行为之上,呈现行为法逻辑,两者缺一不可。因此,构建促进平台企业积极履行社会责任的公司法路径,应从公司法的组织法与行为法的两重属性展开。

(二)公司组织法实现平台企业社会责任的路径

公司法区别于其他法律的显著特征是其所具有的组织法属性,该属性着眼于组织的内部运行,关注公司目的、公司权力分配与机构设置,这为促进平台企业社会责任的实现提供了诸多有效的工具。

1. 改造平台企业目的条款

公司目的是公司运营和决策的航标,各方期待以此为导向来高效率地分配未来合作的利益,股东、董事等公司内部主体都要以公司目的为行为指引。《中华人民共和国民法典》以公司是否以取得利润并分配给股东为目的,将其分为营利公司和非营利公司。然而,平台企业难以被上述非此即彼的公司类型涵盖:一方面,由于平台企业由私人创造,并借助风险投资等融资工具来扩大规模,寻求财务利益的最大化,所以平台企业具有无可辩驳的营利属性。另一方面,平台企业与利益相关者之间所形成的强烈的科层关系意味着平台企业不能像传统企业一样仅恪守相对狭窄且有限的社会责任。平台企业不仅不能将获利的外部成本转嫁至社会大众,还要将社会责任作为企业经营的底层逻辑和原生动力,积极促进利益相关者的利益增值。因此,平台企业不应被简单地归为营利企业或非营利企业,而应认为平台企业是两者之间的过渡形态,兼具营利目的与社会目的。事实上,平台企业的营利目的与社会目的也并非等量齐观,虽然前者更具本质的属性,但后者更具引领性。例如,正是因为小黄车(ofo)“解决最后一公里出行问题”的社会责任初心被资本的逐利性掩盖,所以才使其遭遇了经营的失败。概言之,将平台企业定位为“社会使命型营利企业”更为合适,这意味着其绝非只是附带性地承担社会责任。

在表达平台企业目的条款时,应当遵循平台企业利益相关者排序与利益相关者对其贡献度成正比的原则。例如,由于消费者对电商平台企业的大数据构成与营利模式的贡献最大,所以根据权利义务对等和利益风险一致原则,消费者在此类平台企业目的条款的排序中应当靠前^[20](P32)。目前不少平台企业正努力将企业主营业务的社会价值、利益相关者期望等融入企业目的之中。例如,H智家的公司章程第13条点明了“用户价值第一”“人人都是CEO”的经营理念,这充分体现了H智家对用户利益和职工利益的强烈关注。

2. 配置平台企业决策权力

重新配置平台企业决策权力的目的在于,使利益相关者或者代表利益相关者的主体能够在平台企业的某些关键决策中拥有参与权、表达权和话语权,进而对公司行为施加一定的影响。

一方面,于股东会层面,平台企业应当吸纳由国家监管部门持有的国有资本入股,使国资股份拥有特别表决权。这一特别表决权往往表现为国资股份对某些关涉企业社会责任重大事项的否决权,以使国家对平台企业的规范发展施加更为直接的影响。国资少量入股的正当性在于国家往往是平台企业治理失败的剩余风险的承担者,其意义在于既实现了国家对平台企业的监管范式从外部规制到内部规制的转换,也实现了监管范式从事后补救的被动规制到事前预防的主动规制的转变,如此可以更为有效地保护公共利益^[21](P111)。目前国资入股已经步入探索阶段,2020年4月,W投通达(北京)科技有限公司

购买了北京W梦创科网络技术有限公司1%的股份；次年4月，北京Z节跳动科技有限公司1%的股份被W投中文(北京)科技有限公司收购。这两家收购方均受由中央网信办和财政部共同发起的中国互联网投资基金的控制。国资入股平台企业所形成的股份应当被视为一种类别股，《公司法》第144条为公司可以发行的类别股类型供给了“国务院规定的其他类别股”的兜底规范，这为国资入股平台企业提供了规范依据。但该制度应当仅适用于超级平台企业，以防止公权力对平台企业的过度管控。特别表决权的适用范围应当限于可能严重影响国家安全等公共利益以及严重侵害消费者等相关者利益的商业决策事项，国资入股旨在控制平台企业的系统性社会风险而不致力于干预其所有行为。

另一方面，于董事会层面，不同于股东们的理性冷漠，董事们是立法者创造的一个居于公司中心位置的日常活跃的决策者。因此，借董事会之手来实现平台企业社会责任更具直接性与有效性。这主要体现为更新董事会机构设置和更新董事会人员设置两条路径。

一则，与传统企业不同，平台企业董事会的机构设置应当更具强制性，将社会责任职能嵌入董事会下设的专业委员会应当是平台企业的必选项。对此，平台企业有两种选择：一是新设模式，即成立一个负责社会责任建设的专门委员会。例如，A里巴巴在董事会层面设置了可持续发展委员会，该委员会可以与内外部利益相关者建立沟通渠道，其既可以作为知识和专业技能的提供者、意见的征询者和批评者，也可以作为问责的驱动者和创新的激励者。《公司法》第121条第6款规定，公司可以按照公司章程的规定在董事会中设置其他委员会，这为平台企业单独设置相关委员会提供了规范支持。二是改造模式，即在既有的董事会委员会中嵌入社会责任职能，例如，T讯公司授权董事会中的企业管治委员会对公司ESG(环境、社会和治理)事项进行监督。改造模式虽然可以在很大程度上避免信息孤岛风险，但可能无法满足公司社会责任事项更为多元化的知识需求，也难以引起其他委员会的定期关注。可见，两种模式各有优劣，但无论平台企业如何选择，其均应当确保董事会与负责社会责任建设的委员会之间信息流通的顺畅，以让董事会可以在第一时间知悉并关注到社会责任风险。

二则，与传统企业不同，平台企业董事会的矩阵配置应当更具多元性。一方面，平台企业应当在董事会中设置利益相关者的常驻代表。这主要是为了在董事会中吸纳更多的非股东利益代表，以让其他利益相关者分享董事会的决策权力。对于职工群体而言，由于职工董事能够直接参与平台企业的决策与目标制定，进而提升平台企业保护职工利益的积极性，所以不妨允许平台企业突破《公司法》第68条以职工人数300人为标尺所划定的是否强制设置职工董事的要求，规定平台企业董事会中应当有由民主选举产生的职工代表。对于其他利益相关群体而言，平台企业董事会应当允许这些群体的常驻代表在涉及其所代表群体的利益决策中发表意见并进行投票表决。例如，A彼迎公司于2018年在董事会中吸纳了房客、房主和社区代表，并成立了利益相关者委员会，将他们的意见作为公司决策的重要考量因素。另一方面，平台企业应当提升其董事会性别和年龄的多样化程度。相较于男性，女性表现出更强烈的移情效应以及利他性，这促使女性董事在公司治理中更愿意投入时间来考量他人利益，进而促进公司与利益相关者之间产生更为有效的对话^[22](P34-51)。因此，平台企业应当着力提升董事会成员性别的多元化，至少设置一名女性董事。此外，平台企业还应当优化董事会成员的年龄结构，适当拉开董事们的年龄差距，以体现平台企业对数字弱势群体的关怀。

3. 配置平台企业监督权力

完善平台企业的内部监督机制不仅可以防范平台企业社会责任风险于未然，弥补企业外部监督力量的不足，而且可以纠正平台企业经营决策与公司目的之间的偏离，引导平台企业的可持续发展。对平台企业监督权力的重塑可以从机构设置、职权配置和人员构成三方面着手。

在机构设置方面，中国共产党是中国各族人民利益的忠实代表者，始终坚持人民至上的根本立场。具有非公有制经济属性的平台企业应当设立党支部，建立健全党组织与企业经营管理层共同学习、沟通协商和恳谈等工作机制。这样不仅可以以自上而下和基层生根的方式潜移默化地影响平台企业，而且

可以促进平台企业履行事前的社会责任(未雨绸缪)而非事后的社会责任(亡羊补牢)^[23](P141)。目前阿里巴巴、J东和M团等平台企业均已成立党支部,借助党建引领,将社会责任理念融入平台运营,构建更为和谐的利益相关者关系。

在职权配置方面,平台企业的监督机关(如监事会或审计委员会)应当具有监督平台企业社会责任实现的法定权力。这是一种积极监督,而非像传统企业的监督机关一样只关注公司行为是否合法合规(《公司法》第78条、第121条、第137条),而欠缺对行为是否合理、是否契合公司目的以及是否充分考虑利益相关者利益的关注。一方面,平台企业董事会应当主动向监督机关全面报告企业开展社会责任建设的相关情况,畅通两者之间的信息沟通渠道,提供监督机关履职所必要的工作条件与费用。另一方面,平台企业应当赋予监督机关同意保留权力,以实现监督机关对董事会经营决策事项的有限介入。平台企业可以在公司章程中明确规定同意保留事项的具体范围,但这些事项原则上应当限于可能存在重大社会责任风险的业务。对于这些事项,只有在经监督机关批准后公司才可以实施,以避免一个完全没有经营参与权的监督机关沦为平台企业董事会的附庸。

在人员构成方面,平台企业监督机关成员的构成应实现两大转向:一是从传统企业以内部成员为主转向以外部成员为主;二是从传统企业单一身份构成转向多元身份构成。《中华人民共和国个人信息保护法》(下文简称《个人信息保护法》)第58条为大型互联网平台企业设定了成立主要由外部成员组成的独立机构对个人信息保护情况进行监督的特殊要求,但对于该监督机构在公司治理结构中的定位以及制度衔接,立法者并未明确,而使得该条款呈现出“孤款”的制度特征。对此,立法者可以将该监督机构定位为公司监事会或审计委员会的分化组织或下设机构,使其专门负责监督平台企业社会责任的落实情况。一则,《个人信息保护法》第58条设定的“主要由外部成员组成”的要求恰好能化解传统公司监督机关因以股东代表、职工代表等内部人为主而面临的不独立困境。其中的外部人员应当是不隶属于平台企业且与平台企业不存在劳动关系和债权债务关系,与董事、监事、高级管理人员和控股股东、实际控制人不存在近亲属关系等重要利害关系的自然人。这样要求的目的是使平台企业监督机关成员可以摆脱公司内部人的实质影响,强化其独立判断的能力。二则,平台企业监督机关成员的构成应当体现利益相关者的多元性,这种多元性主要表现在专业能力(如法学与技术专家)、年龄结构(如青年人与老年人)、性别(男性与女性)、角色类别(如媒体、行业协会、消费者、劳动者和平台内的经营者)等方面。

(三) 公司行为法实现平台企业社会责任的路径

公司法不仅是调控公司内部权力分配的组织法,而且是规范公司、股东、董事、监事等主体行为的行为法^①。从行为法角度回应平台企业社会责任,可以推动外部法律要求向平台企业自觉行动的转化。

1. 呈现董事的多重信义义务约束

对传统企业而言,社会责任往往只是营利性的附庸;而对平台企业而言,社会责任是营利性的底层逻辑。平台企业是具有社会使命的营利性企业,董事作为其权力中控系统的成员,需要跳出传统上只关注股东利益的商业判断逻辑,转变为关注平台用户、职工、供应商等利益相关者利益和社会公共利益的社会判断逻辑。《公司法》第180条以“公司利益”为核心构造了董事信义义务体系。事实上,“公司利益”是包括股东利益在内的公司各利害关系相关方利益的集合体,这一解释路径为平台企业董事的信义义务对象范围的扩大和确立董事对平台用户、经营者等主体在内的多重信义义务提供了规范基础。

那么,平台企业董事应当如何兼顾多方利益呢?对此,比例原则供给了方法论支持,运用比例原则检验企业社会责任目的与手段之间的合理性,可以实现损害最小化与适度均衡的结果正义。具而言之,平台企业董事们的经营决策应当致力于在实现股东利益的同时对相关者利益和社会公共利益的损害最小。例如,针对外卖平台应当为骑手缴纳五险一金的决策,该决策可以有效地消解骑手在养老、工伤、住

^① 由于监事与高级管理人员的义务准用董事义务条款,所以为行文方便,下文将“董事、监事和高级管理人员”统称为“董事”。

房等方面的后顾之忧(适当性);在保障外卖骑手权益的诸多方式中,不存在比缴纳保险更能减少平台企业用工成本的其他方式(必要性);平台企业承担骑手五险一金费用的做法虽然会在短期内增加企业成本,但从长远来看,这一做法有利于稳定骑手队伍,提升服务质量,平台企业可以获得更高的长期稳定收益(均衡性)。这一结构化的推理过程不仅能使平台企业平衡多种利益冲突的过程更为透明,而且能为审查董事会决策提供可能性。

平台企业的董事们除了有义务运用比例原则实现对多重信义义务对象利益的平衡之外,还应当特别注重履行社会责任风险防控义务。平台企业的规模扩大与分工的精细化促使其抛弃了传统的单一式的U型单元治理结构而转向M型多事业部的治理结构,这使得董事会正在成长为负责日常经营的公司经理层的活跃且独立的监督者,而诸多社会责任风险就潜藏在这些日常经营活动当中。平台企业的董事们应当根据企业所处的行业类型、规模大小、关键的利益相关者以及社会责任风险的类型等因素为平台企业定制社会责任风险防范体系,以保证企业内部信息的上下级纵向流动以及董事之间的信息横向流动的顺畅,同时要重点关注平台企业外部和内部的警示信号^[24](P65-66)。当平台企业发生社会责任事件后,董事们应当及时调查并根据调查结果采取信息披露、通知客户、上报相关部门、补救和惩罚等措施,从而最大限度地减少由此所带来的损失。

平台企业董事信义义务的多重性意味着董事责任对象的多元性。《公司法》第191条突破了法律关系相对性的壁垒,借助董事对第三人责任条款搭建了公司社会责任可裁判化和可强制执行的制度管道,为平台企业利益相关者追究董事等内部人的责任提供了依据。除了责任约束之外,平台企业还应当实现董事薪酬与企业社会责任表现之间的合理性关联,促使董事行为与公司目的保持一致。例如,D滴公司制定了《D滴出行安全目标管理制度》,将负责业务的管理人员的薪酬与公司安全绩效紧密挂钩。

2. 赋予多元主体公司治理的权利

“成人达己”是平台企业生存和发展的核心逻辑,股东与利益相关者之间建立的是长期共生关系。将利益相关者视为“类股东群体”,赋予其一定的“类股东权利”,如提案权、知情权,不仅可以充实这些群体的自力保护机制,而且可以对公司治理与决策施加更为直接的影响^[25](P140),进而实现对社会责任风险的预防性治理。与前述在董事会中设置利益相关者代表和在监督机关中配置多样化的成员不同,赋予利益相关者参与公司治理权利的目的是,在董事会和监事会这种以“会”为行权方式的集体行动之外,为利益相关者提供更为直接的自力救济机制。具体而言,主要有以下两种“类股东权利”可资借鉴。

一则,平台企业可以赋予利益相关者提案权。平台企业的利益相关者可以将其关切的问题提交股东会审议,以打破平台企业对决议事项的垄断。但鉴于利益相关者数量众多,如果不设置任何行权门槛,则可能会严重影响平台企业股东会的决议效率。对此,利益相关者应当以书面形式向董事会提交议案,议案应当有明确认题和具体决议事项,应当与利益相关者自身的利益密切相关且不违反法律、行政法规的规定。相关议案只有在经平台企业董事会审核后,才可提交股东会审议。无论董事会是否审核通过利益相关者的提案,平台企业均应当进行公告。二则,平台企业可以赋予利益相关者查阅权和质询权。利益相关者可以查阅平台企业履行社会责任的内部治理文件以及社会责任工作开展的情况报告,并对与本群体利益密切相关的企业行为进行质询,要求平台企业进行解释。对此,利益相关者应当提供证据证明其利益遭受或者可能遭受损害,否则平台企业可以拒绝查阅和回答。赋予利益相关者查阅权和质询权可以有效地改变其只依托平台公布的社会责任报告而被动知情的局面,以主动行动化解与平台企业之间的信息不对称,削弱平台企业与利益相关者之间的科层性。

3. 提升平台企业社会责任透明度

与传统企业相比,平台企业应当负担更为严格的社会责任信息披露义务。在披露模式上,《公司法》第20条对公司公布社会责任报告采取鼓励式立法模式;《个人信息保护法》第58条虽然采取强制性立法模式,但社会责任报告披露的义务主体仅限于大型互联网平台企业,而不能约束所有的平台企业,而且

披露内容局限于个人信息保护领域，并未完全涵盖企业社会责任的所有面向。鉴于平台企业社会责任的特殊性，平台企业应当适用强制性社会责任信息披露制度，主动披露与社会责任有关的非财务指标，否则将面临市场监督管理部门等监管机关的问责。在披露范围上，平台企业应当遵守年度披露、例外披露和日常披露三项披露要求。年度披露是指平台企业应当制定年度社会责任报告，充分且具象地展现平台企业在公司治理、技术应用、社会责任风险防范等方面的年度表现，其强调全面性；例外披露是指平台企业应随时披露公司所发生的重大社会责任事件，注重及时性；日常披露是指平台企业应当持续公开平台服务协议、交易规则以及对平台用户和经营者的处罚措施等信息，其强调常规性。

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定》明确提出：“支持和引导各类企业提高资源要素利用效率和经营管理水平、履行社会责任。”“只有积极承担社会责任的企业才是最有竞争力和生命力的企业。”^[2](P2)平台企业既是公司，也是市场，既具有封闭性，也具有共享性，既具有私人财产属性，也具有准公共产品色彩。这些特征使得平台企业的社会责任具有不同于一般公司的社会责任内涵，这也进一步强化了平台企业履行社会责任的必要性。平台企业社会责任的履行必然要依赖政府监管、社会监督、公民维权和企业自治的协同发力。然而，目前的立法体系和理论研究普遍忽视了企业自治在促进平台企业实现社会责任方面的重要性。针对性调整平台企业的治理结构与治理机制，是以一种更具内生性、主动性、经济性和及时性的方式来防范社会责任风险。可见，企业自治已然成为平台经济规范健康持续发展的不可或缺的一环。规范企业自治的公司法不仅是数字经济发展的重要托举力量，而且是规制数字经济风险的重要手段。

参考文献

- [1] 范如国. 平台技术赋能、公共博弈与复杂适应性治理. 中国社会科学, 2021, (12).
- [2] 习近平. 在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话(2016年4月19日). 人民日报, 2016-04-26.
- [3] 尼克·斯尔尼塞克. 平台资本主义. 程水英译. 广州: 广东人民出版社, 2018.
- [4] 萨斯基亚·德尔. 企业数字责任: 数字时代的企业社会责任管理与企业可持续发展. 肖红军、阳镇、姜倍宁译. 北京: 经济管理出版社, 2023.
- [5] 杰奥夫雷 G. 帕克, 马歇尔 W. 范·埃尔斯泰恩, 桑基特·保罗·邱达利. 平台革命: 改变世界的商业模式. 志鹏译. 北京: 机械工业出版社, 2017.
- [6] 阳镇. 企业社会责任治理: 数字化时代企业社会责任的范式转换. 北京: 经济管理出版社, 2023.
- [7] 马克·罗滕伯格, 茱莉亚·霍维兹, 杰拉米·斯科特. 无处安放的互联网隐私. 苗森译. 北京: 中国人民大学出版社, 2017.
- [8] 马尔克·杜甘, 克里斯托夫·拉贝. 赤裸裸的人: 大数据, 隐私与窥视. 杜燕译. 上海: 上海科学技术出版社, 2017.
- [9] 王天玉. 平台用工的“劳动三分法”治理模式. 中国法学, 2023, (2).
- [10] 肖红军, 阳镇. 迈向可持续平台经济时代: 平台型企业社会责任的新探索. 北京: 经济管理出版社, 2021.
- [11] 冯辉. 功能主义、超越类型化与平台社会责任. 法学评论, 2024, (5).
- [12] 孙晋. 数字平台的反垄断监管. 中国社会科学, 2021, (5).
- [13] Mark Fenwick, Joseph A. McCahery, Erik P. M. Vermeulen. The End of "Corporate" Governance: Hello "Platform" Governance. *European Business Organization Law Review*, 2019, 20(1).
- [14] 陈杭平. 资本“俘获”地方司法了吗? ——基于2018-2020年南山法院涉腾讯判决书的分析. 法制与社会发展, 2023, (2).
- [15] 蔡立东. 公司自治论. 北京: 北京大学出版社, 2006.
- [16] 周莉欣. 电商平台自治法律机制的构建. 法商研究, 2024, (2).
- [17] Michelle Yun. The Next Phase in Supporting Women at Work: Balancing Fiduciary Duties and Corporate Legitimacy. *Wisconsin Journal of Law, Gender & Society*, 2012, 27(1).
- [18] 宁立志, 龚涛. 数字经济背景下反垄断法的时代使命. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2024, (5).
- [19] 冉克平, 曹蔚轩. 《公司法》社会责任条款的组织法定位与裁判进路. 华南师范大学学报(社会科学版), 2025, (2).

- [20] 刘俊海.论公司社会责任的制度创新.比较法研究,2021,(4).
- [21] 邹青松.国家介入超级平台公司治理的法理基础及制度构建.法商研究,2024,(1).
- [22] 李井林,阳镇.董事会性别多元化、企业社会责任与企业技术创新——基于中国上市公司的实证研究.科学学与科学管理,2019,(5).
- [23] 王砚羽,卢婷.上下交而志同:民营企业党组织嵌入与企业社会责任.管理评论,2025,(1).
- [24] 陈洪磊.论公司董事的数据安全保障义务.当代法学,2025,(2).
- [25] 薛前强.消费者利益保护型公司法的证成与实现——以新《公司法》第20条为核心.河北法学,2025,(4).

The Realization of Platform Enterprises' Social Responsibility Through Company Law

Chen Honglei (Jilin University)

Abstract In the era of digital economy, platform enterprises' assumption of social responsibilities is a general principle for resolving the logical paradox between their private and public attributes. Different from those of traditional enterprises, the social responsibilities of platform enterprises are characterized by structural complexity, strong hierarchy, multi-subject participation and content specificity. At present, the academic community has proposed three approaches to fulfilling the social responsibilities of platform enterprises, namely, the public law enforcement model, the private enforcement model and the platform obligation model. However, all three exhibit functional deficiencies in adapting to the particularity of platform enterprises' social responsibilities. Since platform enterprises are corporations in essence, the company law approach can not only accommodate the particularity of their social responsibilities but also effectively prevent associated risks while redistributing social responsibility obligations to internal corporate entities. The company law should highlight enhanced mandatory provisions and increased diversity when adapting to platform enterprises' social responsibility. From the perspective of corporate organization, platform enterprises should integrate social responsibilities into their corporate visions, enabling stakeholders to share corporate decision-making and supervisory powers while adjusting their corporate governance accordingly. From the perspective of corporate conduct, platform enterprises should require directors to bear multiple fiduciary duties, grant diverse subjects the right to participate in corporate governance, and enhance the transparency of their social responsibility disclosure.

Key words platform enterprises; enterprises' social responsibility; company law; corporate governance; stakeholders; digital economy; platform governance

■ 作者简介 陈洪磊,吉林大学理论法学研究中心、法学院副教授,吉林长春130012。

■ 责任编辑 李媛