

# 百度企业社会责任报告

Baidu Corporate Social Responsibility Report

2008

不管你是高官，还是大学教授  
不管你是边陲小镇的农民，还是残障人士  
通过**百度**搜索，每个人离信息的距离都是一样的

# CEO致辞

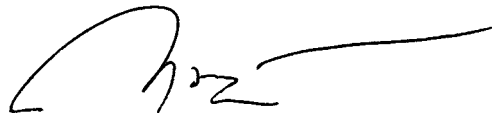
百度诞生于八年前的一个元旦。从那时起，选择踏上搜索引擎之路的百度，就已经选择了将自己与人类社会的发展和进步，牢牢地绑在一起。

“让人们最便捷地获取信息，找到所求”。这是搜索引擎的价值所在，也是百度的使命所在。令人欣慰的是，八年的坚持和努力不懈，百度已经成长为全球最大的中文搜索引擎服务提供商，拥有50多种搜索及与搜索相关产品和服务，每天接受着来自全球138个国家和地区的数亿次访问和查询，让数亿网民及数千万企业充分享受着搜索引擎所带来的便利与商机。同时我们也不经意地发现，因为有了百度的存在和发展，互联网的本土技术人才被保留了、网络上甚至头脑中零散的信息被聚合整理了、网民的信息获取渠道畅通了、国民教育成本无形中减低了、原本的知识鸿沟也被填平了、中华文化在互联网世界的地位更加显著了……

然而，我们深刻而清醒地知道，百度要做的还有很多。对于所有的中国人而言，即将过去的2008年，是一段承载了比以往更多重量和记忆的时间。雪灾、地震、火炬、奥运……这样不平凡的一年，是对国家、社会服务及应急处理能力的一场考验，也是对包括百度在内的中国企业履行企业社会责任的一次大考。虽然在这个不平凡的一年中，百度最大限度地动用了我们所拥有的资源和力量来履行自己的责任，但我们依然发现，在企业社会责任体系化、规范化、战略化建设方面，百度还有很多努力的空间。

这也正是今天这份报告出炉的原因所在。在百度看来，比激动人心的宣言和口号更有力量的，是科学、系统而持之以恒的全力付出。企业社会责任是百度要长期坚持的战略方向，而呈现在大家面前的这份报告，既是对过去八年来百度在履行企业社会责任方面的一个总结，更是一个开始、一个承诺。未来，我们将更加系统和规范地承担企业社会责任，把企业社会责任进一步融入到商业模式和日常运营管理之中，使之成为百度基因中的一分子，在实现业绩强劲增长的同时，努力创造更多的社会价值和环境效益。

这是百度作为一个企业，向员工、客户、股东们做出的承诺，更是百度作为社会的一分子，向国家、社会做出的有力承诺。“通过让人们最便捷地获取信息，找到所求，从而让世界更有效，让人们更公平”，这就是百度的责任愿景和历史使命，也是每个百度人内心力量的根本源泉。



董事长兼首席执行官：李彦宏  
2008年11月





# 目录

CEO致辞	2
关于本报告	5
百度简介	6
管理团队	8
企业社会责任管理	10
利益相关者沟通	11
经济责任篇	12
商业表现与经济影响	13
百度的国际化之路	14
高标准的公司治理	17
推动产业和谐发展	18
持续的创新历程	21
社会责任篇	24
我们的财富—所有的员工	25
我们的天条—“用户体验至上”	27
我们的信条—“为客户创造价值”	34
我们的责任—产品与服务	37
我们的公益表现	38
环境责任篇	44
资源节约 环境友好	45
身体力行 节能减排	46
融入社会 参与环保	48
百度荣誉榜	49
展望未来	50
信息反馈表	51
相关方眼中的百度	52
附录	54

# 关于本报告

## 报告概述

本报告是百度的第一份企业社会责任报告，时间跨度为2000年1月1日~2008年10月31日。为符合上市公司信息披露规则，本报告中与公司运营及财务相关的数据披露截止到2008年6月30日。报告编写参照了联合国全球契约（Global Compact）的“十大原则”以及全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)的G3报告标准。

## 内容筛选

报告的编撰过程中，百度遵循了G3报告标准的重要性、完整性、可比性和利益相关方参与原则，开展了下列工作：

- ◎ 与利益相关方进行了充分沟通，以了解其对百度首份企业社会责任报告的期望
- ◎ 与员工和公司高管进行线上调查和逐一面谈，以了解对百度企业社会责任管理的意见
- ◎ 百度这一份符合国际标准的企业社会责任报告将为中国乃至世界的互联网行业树立了典范
- ◎ 报告中使用了丰富的案例，包括百度的各个分公司以及百度日本株式会社

## 素材整理

2007年初，百度在全集团启动了企业社会责任管理体系搭建的工作，奠定百度企业社会责任战略的基础。2008年6月，百度正式组建了企业社会责任管理决策体系，并成立了专职的企业社会责任部，整理完成了百度八年以来的企业社会责任素材库，预计明年将建立企业社会责任相关数据的线上收集系统，并定期发布百度的企业社会责任报告。

## 报告称谓

为了便于表述和方便阅读，“百度公司”在本报告中还以“百度”、“公司”，以及“我们”来表示。

# 百度简介

百度，2000年1月创立于北京中关村，是全球最大的中文网站和中文搜索引擎。

八年来，百度一直孜孜不倦地追求技术创新，依托于博大精深的中文智慧，致力于为用户提供“简单，可依赖”的互联网搜索服务。目前，每天响应来自138个国家和地区超过数亿次的搜索请求。用户可以通过百度主页，在瞬间找到相关的搜索结果。

百度一直致力于倾听、挖掘与满足中国网民的需求，秉承“用户体验至上”的理念，除网页搜索外，还提供MP3、图片、视频、地图等多样化的搜索服务，并创造了以贴吧、知道、百科、空间为代表的搜索社区，将无数网民头脑中的智慧融入了搜索，不仅为网民提供了获取信息的平台，更提供了一个自由交流信息的平台。



除了为数亿网民提供便捷的信息服务，百度的新媒体平台更为各类企业提供了一个公平、高效的推广平台。目前，已经有近20万家企业使用百度的营销推广服务。

百度坚信，让人们更便捷地获取信息，让人类的智慧相互沟通与交融，既有利于人类智慧的发展，也有利于促进社会成员的平等，推动社会的进步。百度会一如既往地专注于互联网搜索引擎，通过坚定不移的努力，以先进的搜索技术与优质的服务，让人们的生活变得更美好。



# 管理团队

## 李昕哲

### 首席财务官

具有超过14年的财务管理经验，此前曾经担任中国通用汽车首席财务官及通用汽车金融服务公司北美区财务总监

## 叶 朋

### 首席运营官

负责公司的销售及运营。在销售、市场及商务运营方面经验丰富，而且有软件开发、IT、电信行业的深厚背景

## 李一男

### 首席技术官

中国自主创新科学技术领域的顶尖专家，在全球领先的技术公司拥有长达16年的杰出科研、营销及管理经验

## 威廉·张

### 首席科学家

哈佛大学数学学士学位和美国加州大学伯克利分校计算机专业博士学位，是全球最具盛名的搜索引擎专家之一





## 俞 军

### 产品副总裁

中国最早的搜索引擎应用研究和普及者之一，是百度面向用户的众多产品的设计者和推动者

## 任旭阳

### 市场和商务拓展副总裁

负责制定并实施百度的国际化战略，拥有多年的市场和商务拓展的管理经验

## 向海龙

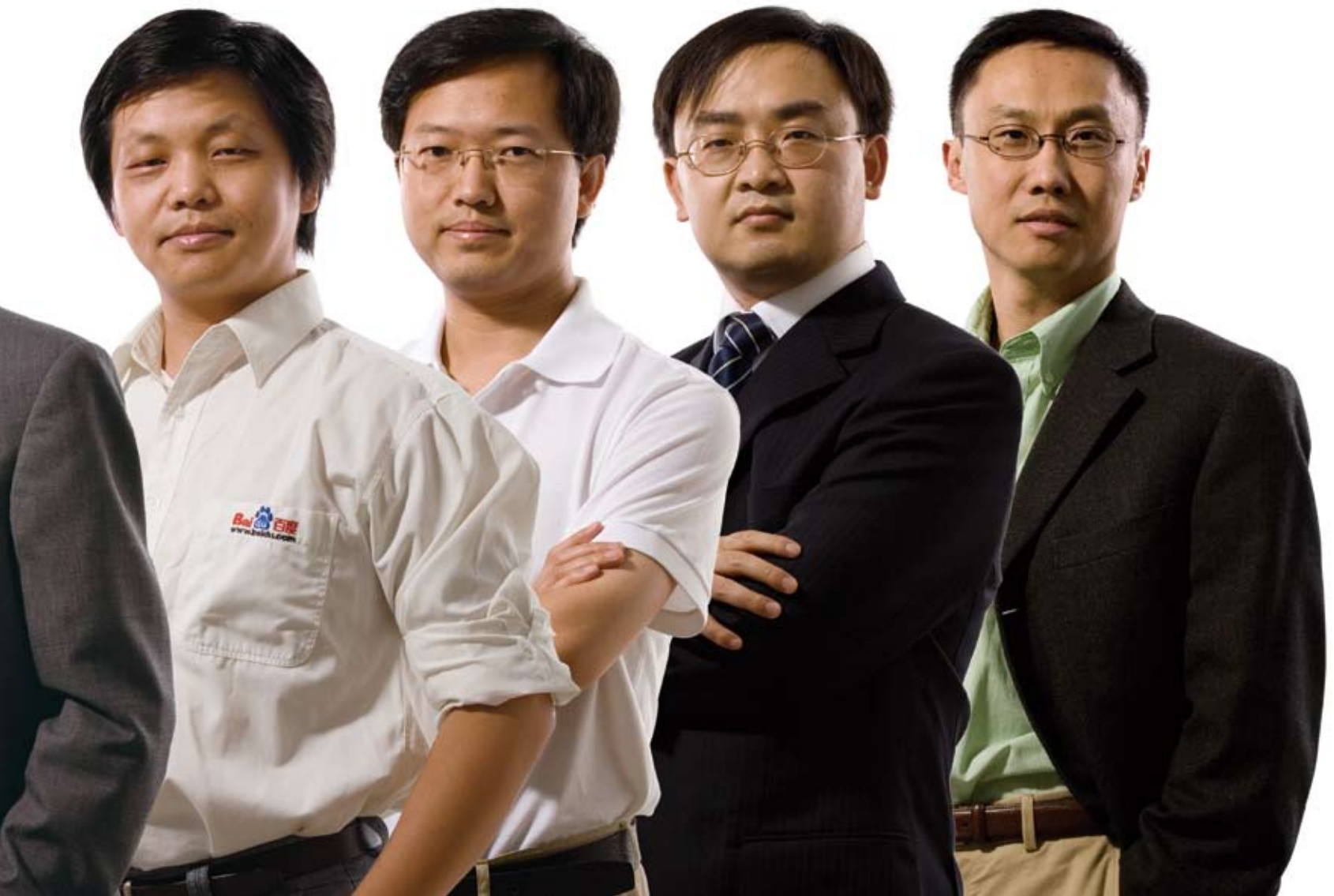
### 销售副总裁

负责销售运营、直销管理、渠道管理和企业市场，拥有多年的销售管理经验

## 沈皓瑜

### 商业运营副总裁

具有多年的国际化及跨行业管理经验，拥有深厚的商业运营管理理念



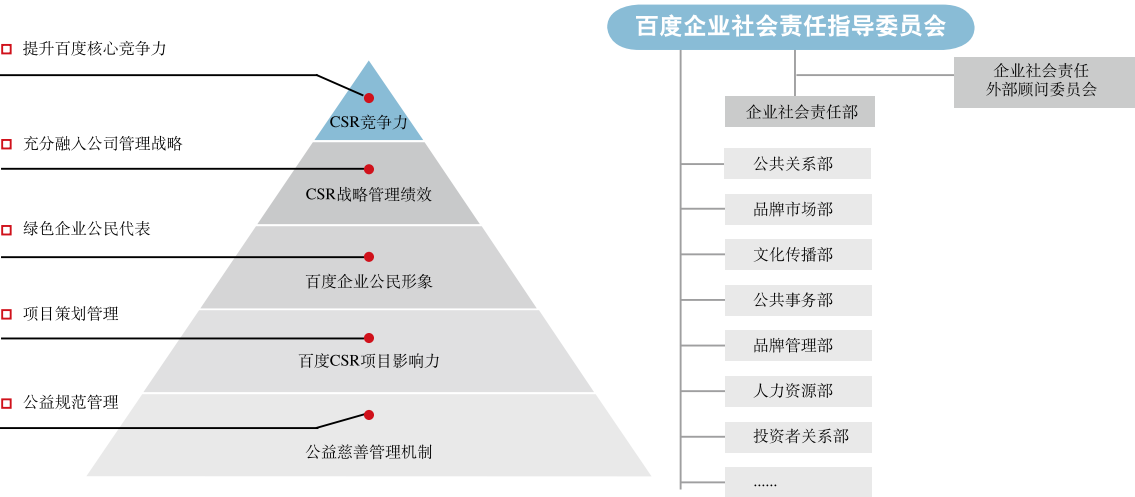
# 企业社会责任管理

## 企业社会责任管理金字塔

企业社会责任已经成为对一流企业“高标准、严要求”的公认指标。从1999年美国推出“道琼斯可持续发展指数”，到2001年英国FTSE富时社会责任指数，再到2008年中国首只社会责任投资产品——兴业社会责任基金的诞生，企业社会责任不再是一种口号或运动，而成为企业战略不可或缺的重要部分，履行企业社会责任不仅仅为了提升企业品牌美誉度和企业公民形象，更能获得进入国际市场的通行证，提升企业的长期盈利能力和核心竞争力。

## 企业社会责任管理架构

百度成立由公司总裁担任主席的企业社会责任指导委员会，副总裁担任执行副主席，公司其他各部门总监以及各分公司负责人担任委员，同时外聘国内外相关的企业社会责任专家成立百度企业社会责任顾问委员会，每年举办一次的全体委员大会对百度的企业社会责任战略、目标、规划和相关重大事件进行审议与决策。委员会下设企业社会责任部，负责百度企业社会责任的项目执行和组织协调工作。



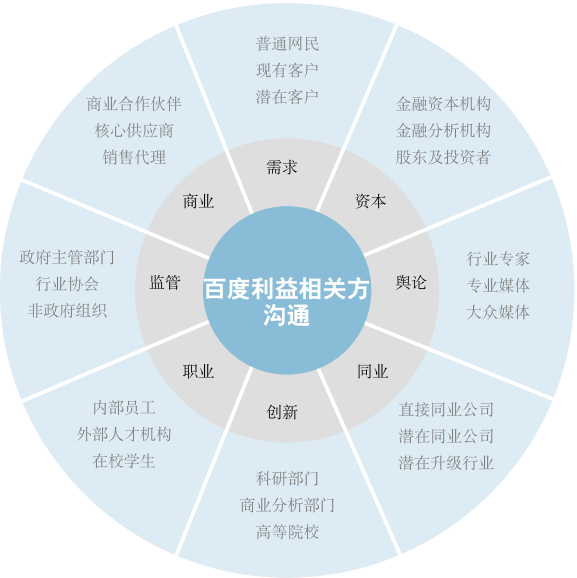
# 利益相关方沟通

## 利益相关方沟通机制

百度致力于与各利益相关方建立和谐互信的伙伴关系，并在此基础上实现价值共享。建立定期化、制度化的利益相关方沟通机制是百度企业社会责任战略的重要组成部分。百度的利益相关方由八类群体构成，分别是监管方、商业方、需求方、资本方、舆论方、创新方、同业方和职业方。百度通过定期沟通和专项沟通的形式，及时了解各方期望，并力图对所收集的意见和建议进行及时反馈。

## 利益相关方沟通渠道

围绕着“互联网和谐发展与百度的可持续发展”的主题，百度公司建立了与各利益相关方的定期专项沟通机制。诸如通过百度世界、娱乐沸点、状元媒、客户会、员工大会、校园招聘说明会等多种形式与渠道与各自的沟通对象进行一对一的交流，让各个利益相关方有机会、有渠道了解掌握百度的动态。



百度与利益相关方的沟通渠道		
渠道类别	沟通对象	沟通内容
百度世界	商业方合作伙伴、政府关系、用户	听取利益相关方对百度发展的意见和建议，深入沟通互联网企业的社会责任，共建和谐、有序发展的搜索产业
娱乐沸点	用户、价值链合作伙伴、媒体	以搜索引擎的公正性和透明度来共同打造健康向上的绿色文化产业
状元媒	媒体、行业专家	通过搜索引擎记录中国传媒产业的发展变革轨迹，推动互联网与传统媒体良性互动
投资者会	国际投资者、证券分析机构	完善企业社会责任沟通渠道和透明的财务监督制度，满足投资者需求
客户会	企业用户、科研机构、高等院校、合作伙伴、网民	以用户为导向，调研和沟通百度的产品和服务内容
高校活动	高等院校	在青少年中传递绿色互联网精神
员工会议	百度员工	建设百度与员工共同发展的运营模式





万物资始之本，企业之立足  
须效法天道，自立自强，兴盛强健

# 商业表现与经济影响

目前世界上仅有两个企业能保持连续五年100%增长，百度就是其中之一。百度以卓越的商业表现向世人展示了一个中国企业的真正影响力。

## NASDAQ奇迹

2005年8月5日，百度在美国纳斯达克(NASDAQ)上市。上市首日的表现是有史以来外国公司在美上市的最好纪录，发行价为每股27美元，最终收盘于122.54美元，当日涨幅达353.85%。它不仅是百度成为中国NASDAQ上市公司市值最大，也是唯一股价超过100美元的公司，同时也使百度成为美国历史上在上市当日收益最多的十大股票之一，及自1999年以来在上市当日收益最多的公司。而在所有在美上市的外国企业之中，百度在上市首日的表现也被列为最佳。

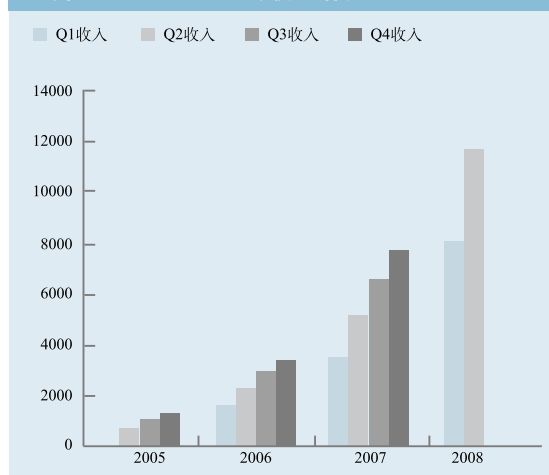


让世人惊奇的不仅是百度上市时的表现，更是其一直以来保持着的速度，在上市三年之后，百度已经成功打破了“任何一家上市首日股价大涨300%以上的企业，三年之后，必将跌破发行价”的魔咒，并成为首个加入纳斯达克百强成分股的中国公司。

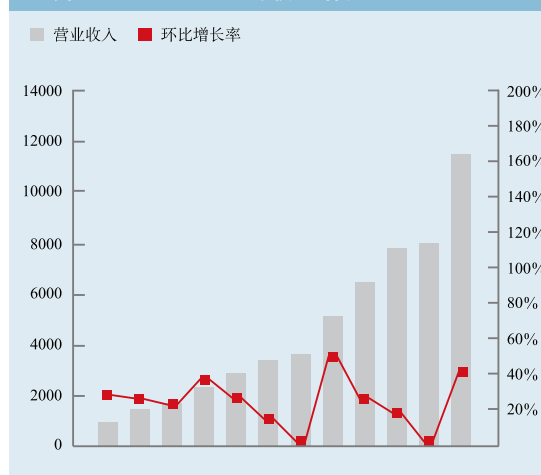
## 卓越业绩表现

从2005年Q2到2008年Q2的三年间，百度的营业收入连续14个季度翻番。根据2008年第二季度财报，百度2008年Q2总营收达到1.17亿美元，超出预期，营收规模首次破亿（美元），继续保持100%以上增长率。按美元计算，环比增长42.83%，同比增长121.99%；运营利润为4030万美元，按美元计算，环比增长91.67%，同比增长137.84%。截至2008年第二季度，百度累计上缴利税逾7.47亿元人民币。

百度2005Q2-2008Q2的收入增长



百度2005Q2-2008Q2的收入增长



# 百度的国际化之路

互联网行业是全球最前沿的行业，搜索引擎技术是互联网业最核心的技术。

2008年3月，百度被英国《金融时报》评为“中国十大世界级品牌”，作为互联网企业中唯一入选的公司，充分体现了百度作为新媒体的影响力，以及搜索引擎对国人生活方式影响的日益深入。在同年的“中国企业国际化”国家战略论坛暨2007“中国企业走出去”国家贡献奖评选活动中，百度获得大会的最高奖项——“中国企业走出去”国家贡献奖。百度能获此殊荣就在于其改变了目前国内企业“走出去”战略中以“取资源”和“卖产品”初级模式，开始在高科技产业中尝试以前瞻性的技术、标准和服务进行扩张。

## 百度日本优势

### 文字同源

充分发挥百度双  
字节文字分词的  
技术优势

### 文化相适

中日文化交流  
源远流长 诸多  
领域文化共通

### 一衣带水

北京到东京直  
线距离2478公里

### 经济相依

中日经贸发展  
迅速 在经济领  
域互不可缺



## 中日搜索市场存在差异

### 中国

- 中青年网民为主体
- 虽然手机也很普及  
但是用手机上网又  
贵又慢，用户较少
- 中国互联网用户已  
居世界首位，但互  
联网市场规模相对  
较小

### 日本

- 人口相对比较老龄  
化，互联网用户中  
老年人的比重大
- 年轻一代更喜欢用  
手机上网
- 日本互联网市场比  
较成熟，市场广阔

“日本的互联网服务公司基本都是美国公司，百度的进入会为日本用户开拓出一片新天地。可以这么说，在互联网领域，百度更能代表亚洲。”

——前索尼全球董事长出井伸之

### 百度的日本攻略

2006年底，百度正式宣布“走出去”，并将日本作为国际化战略的第一站。2008年1月，百度日本株式会社宣布正式运营，从此，百度成为中国第一个凭借核心技术优势进入海外市场的互联网公司。经过短短十个月的发展，百度开始为日本用户提供从网页、动漫、图片、生活资讯到博客的丰富搜索服务。

百度为其日本株式会社制定了详细的五年规划，将在日本稳扎稳打，长期经营。目前，从产品到人员队伍，都以本土化为运营出发点，即由日本本土人才开发在日本的搜索引擎产品。百度日本的互联网精英团队，也秉承百度一贯的传统，重视每一个技术和产品细节，通过充分研究日本用户的文化、习惯和需求，开发具有日本特色的产品和服务。

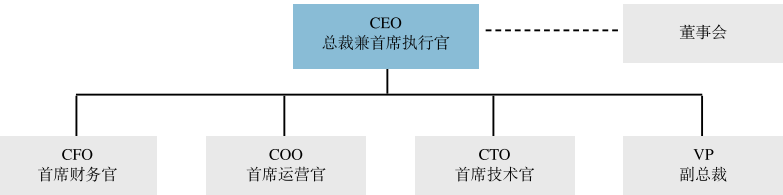


# 高标准的公司治理

百度首席执行官兼董事长李彦宏曾经说过：“我从不担心股价，因为百度的高速发展和稳健运营，最终都将反映出公司的真正价值”。经过2008年股市的震荡，百度仍然处在高速发展的轨道上，靠的就是高效的公司治理，稳健的公司运营。

## 公司治理结构

百度通过明确的公司治理架构实现了高效的公司治理，既规范了治理结构，又转换了经营机制，也极大地提升了公司的运营管理水平。



## 遵循萨班斯法案（SOX）

《萨班斯法》是美国规范在美上市公司的法规，《萨班斯法》倡导企业合规运作、优化管理、风险防范和体现公开、公平、公正的精神。基于对《萨班斯法》的公允程度和完美执行，百度成为国内赴美上市企业中执行《萨班斯法》的标杆企业，成为CCTV《经济半小时》的推荐案例。

## 财务透明制度

“赚世界上最干净的钱”是百度奉行的经营准则。透明清晰的财务制度也得到了投资人以及社会的公认，2006年10月，百度荣登由检察日报社、中央电视台经济频道等主办的中国首届“阳光财富榜”榜单。

## 风险管理与反腐败

公司在防范风险，反腐败与贿赂方面制定了严格的规章制度，诸如：《避免利益冲突制度》、《禁止私下协定》、《举报制度和举报程序》、《举报行为反报复制度》等。截至目前，百度未发现腐败贿赂案件。



# 推动产业和谐发展

搜索引擎作为互联网时代经济与文化发展的重要工具和平台，中文搜索引擎要保持中国文化的完整与独立，百度为此而生。百度，代表着中国经济在新的发展时期一种积极向上成长的力量，以自身的成长推动产业的成长，积极营造健康和谐的产业生态，助力产业可持续发展，乃至整个国民经济的持续发展。

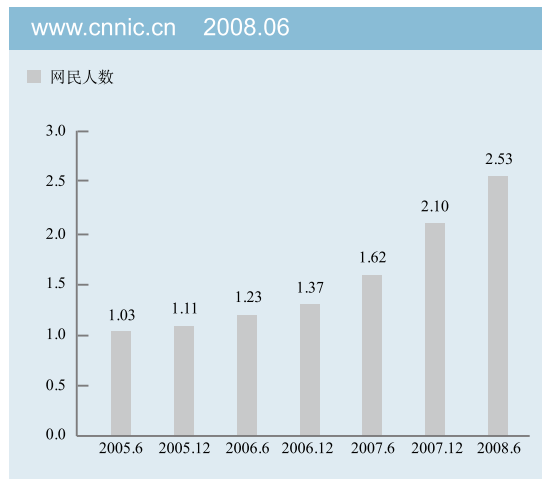


李彦宏在宝岛台湾布道时代精神

## 推动中国互联网时代的进步

1999年，百度成立前夕，中国网民数量只有400万。目前根据CNNIC最新调查报告，截至2008年6月底，中国网民数量达到2.53亿人，居世界首位，互联网普及率也达到了19.1%。百度坚信：中华文化将伴随着中国互联网的发展而进一步复兴。

在这八年中，搜索引擎始终是互联网基础应用之一，而根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2007年的调查报告，百度的用户首选份额高达74.5%，百度已经是中国覆盖网民最多的网站。



### 促进IT产业加速发展

一直以来，百度都致力于构建一条生态链，让科研、厂商、市场形成紧密连接的环，推动中国IT产业加速发展。自2006年以来，百度就与英特尔、思科、华为等一系列业界领先的技术型企业与运营商开展广泛的技术合作，共建面对下一代互联网的联合实验室。2008年10月，百度与思科达成深度战略联盟合作。双方将集合各自最优势资源，共同研究和部署全球最领先的网络信息传输环境，并为下一代互联网及搜索应用进行全方位技术储备。

而在推动互联网人才的培育上，百度不仅拥有自己的博士后流动站，还定期举办“程序之星”大赛，为互联网业界选拔顶尖的“技术之星”；同时，还与各个大学建立了紧密的合作关系。目前，百度与南开大学建立首家联合实验室，与华中科技大学、清华大学也开展了课程合作，将互联网领域成熟和完善的技术资源应用到高校。今后百度将在其他重点高校陆续展开合作。

### 引领中文搜索纵深发展

中国不仅是全球第五个拥有完全自主核心技术的国家，还是全球第三个实现载人航天的国家；在高新技术的产业化方面，百度使中国成为了全球仅有的四个能用自主搜索引擎技术在本土市场占据领导者地位的国家。百度成为通过技术去推进中国社会进步的先行者。同时百度还不断地将搜索技术服务于各个领域，致力于构建一个以搜索引擎为基础的整合产业链，让人们更加简单地获取所需信息。

### 加强搜索引擎技术的研发

作为全球最大的中文搜索引擎，百度已成为中国人获取与分享信息的第一搜索工具。百度在中文搜索市场的领导地位，来源于百度八年来孜孜不倦的技术研究和开发。百度通过自主研发，掌握了世界上最先进的中文分词等技术。2008年7月，美国市场调查公司ComScore最新数据显示，百度以12.9%的市场份额牢牢占据世界第三大搜索引擎位置，是全球搜索引擎前列中唯一的中文搜索引擎。与此同时，百度在研发费用的投入规模逐年上升。2007年，研发投入占公司营业收入的比例同比增长77.6%。

研发费用增长（单位：人民币/元）				
年度	全年营业收入	研发费用	所占比率	同比增长
2005	3.192亿	3440万元	10.78%	201.70%
2006	8.378亿	7,920万元	9.45%	79.30%
2007	17.444亿	1.407亿	8.17%	77.60%

除了自主研发以外，百度也积极与各个研究机构达成合作，促进双方在技术领域里的探索。2008年4月，百度与日本著名高校早稻田大学达成合作研发协议，双方联手在“日本市场Web资源解析”等技术领域进行深入研究，从而进一步提升搜索精度。这是百度自2008年初正式进入日本市场以来，首次与日本高校展开联合技术研发项目。而与早稻田大学的结盟，也让百度日本获得了更强有力的技术支持。





百度与盛大合作



百度与IBM合作



百度与MTV合作

### 与合作伙伴双赢

百度本着互联网开放共享的精神，致力于创建一个真诚有效的沟通平台，与合作伙伴共同去发展一个健康的生态链，并且帮助在这个链条上的每一个环节演变、衍生和演化出适合新形势的生长方式。目前，百度在互联网应用技术、3G、数字音乐等方面已经与多家知名公司达成了合作。

百度积极进行产业战略部署，打造无线互联网产业影响力。百度与世界顶尖的手机厂商诺基亚、摩托罗拉、三星、索尼爱立信以及移动运营商和电信运营商就无线搜索服务达成了多个合作协议。例如，2006年，百度与诺基亚达成合作，双方针对中文用户的手机互联网搜索方式，通过共同开发诺基亚部分系列手机内置百度软件的方式，为诺基亚的用户使用网页、新闻、图片、贴吧等百度搜索服务提供便利。2008年5月，百度为嘉定“无线城市”项目全程提供搜索技术及服务支持。

2008年，百度与肯德基联合推出“百度肯德基均衡饮食专区”，在百度知道首页设立专区，通过这个专区把百度知道上和肯德基相关的各种问题在这里汇总。同时，肯德基聘用的营养专家，也将定期解答网友有关营养均衡和食品安全的各种提问。

在数字音乐领域，百度也一直积极探索，如何在现有条件下为版权方提供新的赢利模式。为此，百度打造了数字音乐联盟，截至目前，包括百代、滚石在内的70余家唱片公司已经加入了百度数字音乐联盟，将旗下歌手音乐作品的MP3在线试听授权百度合法开展广告模式的探索尝试。

2008年4月，百度在选择游戏合作伙伴方面有着严格的甄选标准。绿色、益智类游戏，将是百度游戏平台的主打产品。能够登上百度娱乐游戏平台的游戏，必须要满足两大条件：其一，原创的国产网游；其二，坚决杜绝血腥、暴力、色情、赌博等有害青少年身心健康的元素。

# 持续的创新历程

百度从一开始，就是一家以创新为基础的创业公司。现在百度在中文搜索市场的领导地位来源于百度八年来孜孜不倦的技术创新、产品创新、服务创新、事件创新。

## 技术创新

百度独特的“工程师文化”，培养了一大批富有天分的互联网工程师，也集中了数百名全球最优秀的中文搜索人才，他们既擅长研究又精于开发，在大规模系统、分布式计算、自然语言处理、信息抽取、数据挖掘等领域深入研究，同时开展基础性的学术调研、前瞻性的应用研究以及创新的系统开发工作。

百度自行研发的海量闪存卡及配套技术取代人类使用了五十六年之久的传统硬盘的闪存设备，成为全球首个使用闪存技术代替硬盘并大规模商用的互联网公司。此举将使得单台存储设备的内部读写性能提升100倍，响应速度提升3倍，整机性能提升1倍，而能耗大幅度降低。

## 产品创新

百度已经拥有完整丰富的产品链，目前，百度已经推出了50多款产品和服务，并且，这些产品和服务都与搜索相关。在百度的产品和服务中，不仅网页、图片、新闻搜索、地图搜索等基础服务使用频率很高，贴吧、知道、空间等互动社区搜索也有庞大的活跃用户群。

## 服务创新

作为中国互联网领域最具技术含金量的公司，百度一直基于信息的相关性，为商业用户开发最为高效和精准的广告产品。百度的竞价排名业务已经为中国近20万家各种类型的企业服务；而在此基础上，百度在新型互联网广告发布技术上也不断突破，相继推出了主题推广、精准广告、百度TV、品牌专区等品牌推广模式。



2008百度世界



2007 娱乐沸点颁奖现场

## 事件创新

互联网上的信息爆炸已经让人们迷失方向，越来越多的个体和行业用户迫切需要从海量的信息中发现和挖掘有价值的知识。百度通过研究和分析网民搜索行为，创立了包括百度世界、娱乐沸点、状元媒、风云榜、百度指数在内的一系列线下营销模式，致力于建立以搜索引擎为基础的、公正公平的和谐生态圈，谋求与相关行业的共同发展。

### ◎ 百度世界

百度世界大会是由百度公司举办的一年一度针对用户、客户、合作伙伴的行业盛会。通过百度世界，百度让更多机构、人群、客户借助百度的平台，展示自己的魅力。

### ◎ 娱乐沸点

2008年1月，百度成功举办“2007百度娱乐沸点年度颁奖礼”。百度娱乐沸点，坚持依靠数据说话，所有奖项以百度全年数亿计的网民无意识搜索的真实数据为评选依据，不设专家评委，没有短信投票，真正做到了还颁奖以公平、还娱乐以大众，无疑为所有的娱乐颁奖礼树立起一杆公正的标尺。





Robin 亮相 2007 娱乐沸点



2007 百度状元媒

#### ◎ 百度状元媒

百度状元媒，是百度主办的都市媒体公众影响力的评选。自2005年发起第一届“状元媒”评选以来，百度一直致力于用互联网及搜索引擎来“描绘”中国传媒产业的发展变革轨迹。

#### ◎ 百度指数/风云榜

百度数据研究中心依托自身庞大“网民行为数据库”，洞察网民的消费倾向、娱乐偏好、业务需求，聚焦网民对行业、热点的关注点，定期发布百度风云榜和行业报告，为用户提供更科学、更全面的行业动态信息，同时也真实地反映了当代中国经济及社会发展的动态和趋势。



企业应追随大地之胸怀宽广，承载广达万象  
弘扬正道，欣欣向荣

# 我们的财富－所有员工

百度董事长兼首席执行官李彦宏曾说过：互联网公司最有价值的就是人才。而对于百度每一个员工，公司都将提供平等的发展空间。2005年，百度荣膺“2005年CCTV中国年度最佳雇主”称号；2007年，百度当选由《财富》杂志在中国范围内评选的“2007年最卓越雇主”；2008年，百度入选“第六届中国大学生最佳雇主TOP 50”。



百度上海员工拓展训练



百度日本员工组织足球赛



百度年度运动会

## 尊重员工，机会均等

百度实施公平和公正的评估和奖励机制；公司在沟通过程中秉承开放性方针；通过提供与员工的价值创造相结合的奖励和事业机会来保持公司的成功。在百度北京总部，研究生学历以上学历的员工占43.1%，其中博士30名，吸纳留学人员36名。百度为女性成长提供了广阔的舞台，百度经理级别以上的员工中有35%是女性。

## 关注员工健康与安全

百度极为看重密切关注员工健康。公司引进专业健康管理公司，为员工提供年度体检、健康档案、疾病预防、解决日常健康咨询、挂号就医等服务。公司内设立了专业化的医疗诊室，在每层的办公区内特设了专门的坐诊医生，为员工提供360度健康管理的服务。

## 以人为本的福利制度

公司拥有完善的带薪休假制度，公司为所有正式员工购买了商业保险，建立了多层次的医疗保障系统。公司在每层的办公区都配备了专门的休息空间、免费咖啡机、饮料机和自动售货机，为员工提供便利的服务。公司努力为员工提供一个沟通交流的平台，每周固定提供羽毛球、乒乓球等活动场地向所有员工开放。

### 零规则的员工成长空间

对于新入职的员工进行“零度突破——从零度到百度”的专业系统培训；对于在职员工也配备完整的培训计划。对于公司管理者，公司也相应地制订了招聘面试培训、管理者技能加速培训等培训方案。



李明远

26岁，现任百度电子商务事业部总经理

加入百度前，李明远是北京大学“一塌糊涂BBS”的站务。2004年，还是大四学生的李明远以实习生的身份加入百度，成为百度贴吧首任产品经理，参与打造了全球最大最热门的中文网上社区，随后主导完成了百度知道、百度百科等百度社区类产品的设计。2007年升任百度电子商务事业部总经理，开始负责百度电子商务C2C项目。李明远在22岁升任百度高级产品市场经理，是百度“零规则的成长空间”下培养的优秀产品设计和管理人员。“在百度，替最大多数的‘别人’着想，再做好自己想做的也是该做的事情，就能有无尽的发展空间。”这是李明远在成长之路上简单、却明确的感悟。



# 我们的天条——“用户体验至上”

百度是一家立足于自主掌握并提供互联网核心技术的技术型公司。自进入中国互联网市场以来，百度就一直以开发真正符合中国人习惯的、可扩展的互联网核心技术为使命。为了更好地了解用户需求，百度与北京大学合作，成立了中国人搜索行为研究实验室，深入研究与挖掘网民的搜索动机和使用习惯；与中国人民大学共建舆情监测平台，真实捕捉网民的个性表达。百度将这一切运用到自己的产品开发中，也让每一个产品和服务在推出之时，就受到网民的广泛认可。

## 网页搜索类产品

百度网页搜索依托精准的搜索技术，构建了全球最大的中文网页库。用户每次向百度提出搜索请求，平均在1/10秒内就可以获得响应。通过蜘蛛程序、超链分析、中文语义分析等最尖端的搜索引擎专利技术，百度针对中文用户习惯和中文互联网特征进行不断研究，最大化地保证了用户最快速准确地获取最全最新中文信息。





## 社区搜索类产品

“一切从用户体验出发”是百度至高的天条，百度人深入了解用户需求，创造性地推出“贴吧”、“知道”、“百科”等一系列产品，通过对大量内容和人气的聚合，为用户提供最佳体验的社区化产品。

### 百度贴吧

百度贴吧，创建于2003年12月，强调用户的自主参与、协同创造及交流分享，以其最广泛的讨论主题(基于关键词)，聚集了各种庞大的兴趣群体进行交流。截至目前，用户已在百度上创建200多万个主题社区，最大的社区拥有2000万多条发言，每天上千万的用户在贴吧发帖，累计帖子总数已高达近30亿。

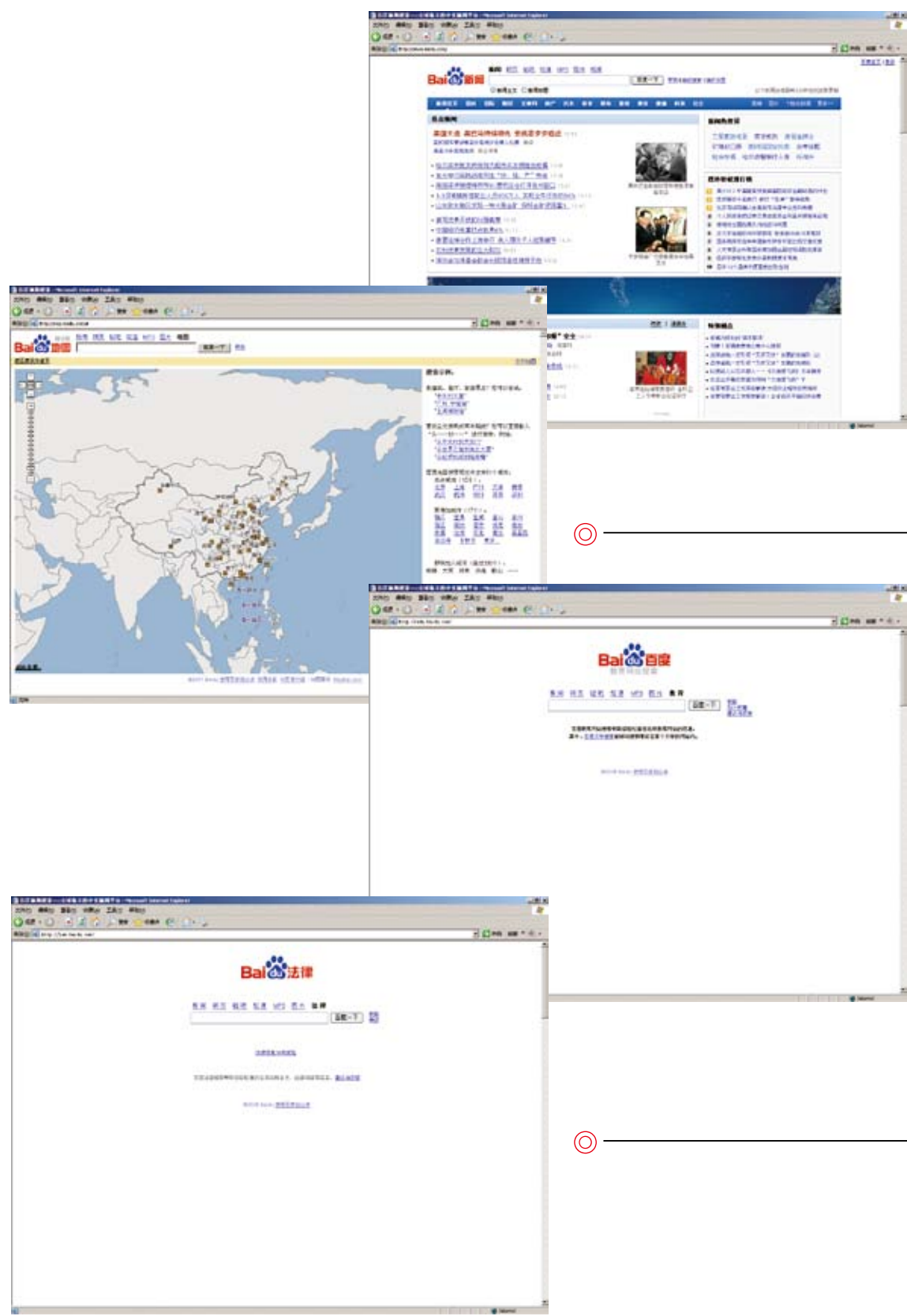
### 百度知道

百度知道，创建于2005年6月，是基于搜索的互动式知识问答分享平台。三年来，百度知道成功地为网民解决了3600多万个问题，每天可产生8万余条新鲜知识和近50万个优质回答，成为一个巨大的知识宝库。同时，百度知道倡导网络信息知识产权的保护，开发了完备的不良信息监控体系和用户举报平台，努力营造一个纯净的互联网空间。

### 百度百科

百度百科于2006年4月上线，其实就是一部开放的百科全书。通过为用户提供一个创造性的网络平台，让用户可以自由地访问并参与撰写和编辑，强调用户的参与和奉献精神，及时分享贡献知识，共同编写一部完整的百科全书。按照目前的创建速度，每年创建词条数为72万条，相当于一年编撰了7本《大英百科全书》。





## 垂直搜索类产品

百度的产品设计团队对中国互联网和中文搜索都有着极为深厚的理解。他们一方面需要对用户需求有极为敏锐的捕捉，另一方面又需要对用户体验有深刻的理解。除了网页搜索和社区类产品之外，百度陆续开发出各类与搜索相关的产品，其中很多为百度首创，而且绝大多数产品在中文同类产品中名列首位。

### 新闻搜索

百度新闻搜索是一种24小时的自动新闻服务，从上千个新闻源中收集并筛选新闻报道，将最新与最及时的新闻链接提供给用户；不含人工编辑成分，真实地反映每时每刻的新闻热点，突出了新闻的客观性和完整性。

### 地图搜索

百度地图是一种本地化的地图搜索服务，由百度与国内知名的电子地图服务提供商MAPBAR.COM联合提供。通过百度地图搜索，用户可以找到指定的城市、城区、街道、建筑物等所在的地理位置，也可以找到离用户最近的所有餐馆、学校、银行、公园等周边生活服务信息。同时，百度地图搜索还提供了路线查询功能，提示公交车换乘，并推荐最佳驾车路线。

### 教育搜索

百度教育网站搜索是从百度数十亿中文网页中提取相关网站的庞大教育信息网页库，帮助用户轻松查找各类教育网站的信息。同时，百度还提供大学搜索，将搜索限定在用户指定的大学网站内，搜索指定大学的相关信息，包括课程信息或者校友信息。

### 法律搜索

百度法律搜索是百度与北大英华公司合作推出的针对法律方面的专业搜索，提供了自新中国成立以来中央和地方的各项法律法规条文、法律词语解释等信息，是百度与合作伙伴共同打造的免费专业法律信息库。

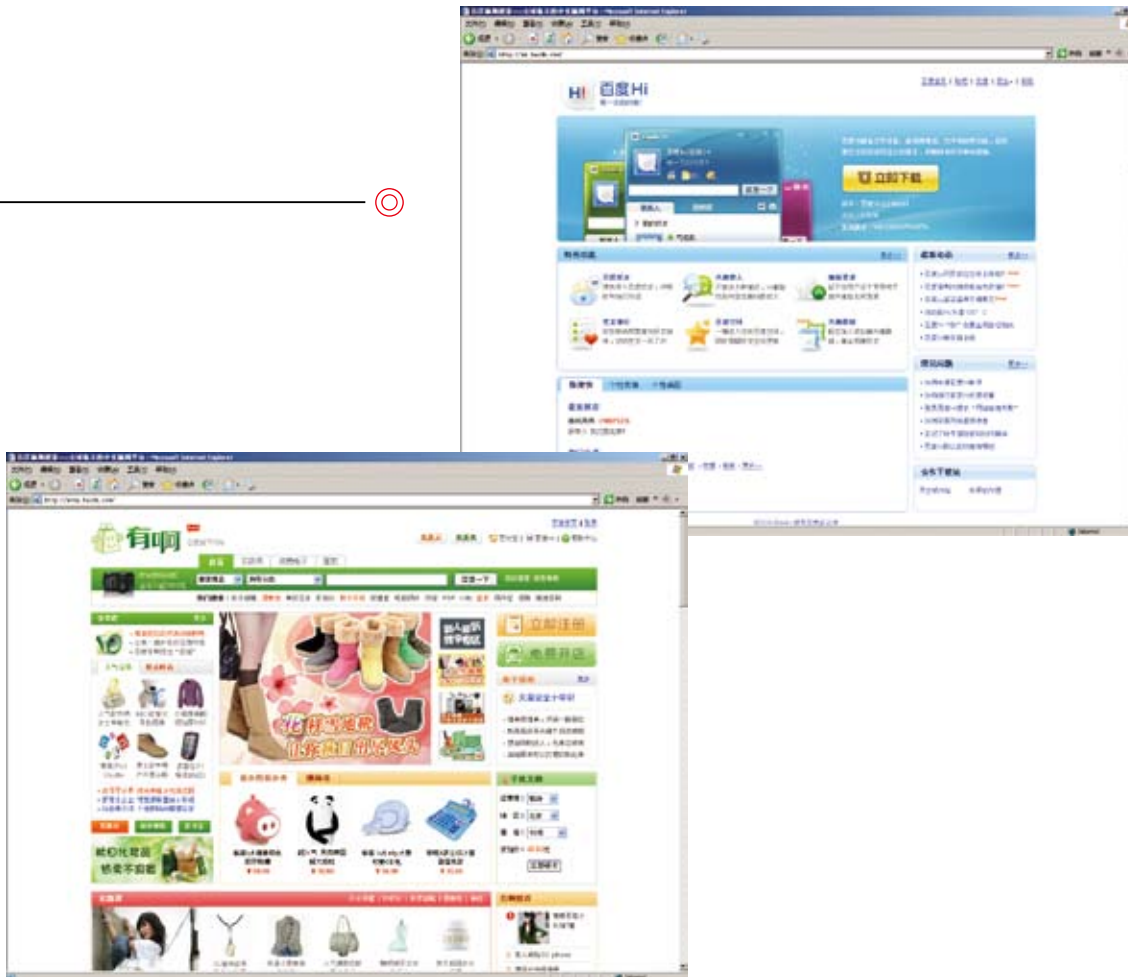
## 探索类产品

### 百度Hi

2008年6月，百度推出了即时通讯产品“Hi”。百度Hi基于关键词搜索，打通和整合百度搜索产品和社区产品之间的无障碍通道，达成用户在百度产品之间的无缝体验。百度Hi自发布之初，就已开始为百度社区、空间等用户提供IM交流工具，发挥着“信息聚合”的作用；尤其是Web IM的发布，标志着百度将以更多的形式全面满足用户的即时通信需求，使百度用户之间的沟通，变得更加方便、快捷，随时随地可沟通，显著改善用户体验。百度Hi将继续承担最初即被赋予的使命，即融合百度社区、打通百度社区，打造百度Hi独有的“搜索+沟通”以及“兴趣聚合”平台。

### 百度有啊

通过对自身海量用户的行为分析，百度发现，整个购物环节购物前（了解商品信息）、购物中（选择卖家、完成交易）、购物后（购物心得交流）的两个大的环节（购物前、购物后）在百度都得到了完美满足，为顺应网民集中需求，为了给网民提供更好的一站式服务，百度于2008年10月正式发布了百度有啊网络交易平台，并面向广大网民提供更加高效和稳定的网络交易服务，并专门成立了独立的事业部运营业务，通过无缝整合先前发布的“百度Hi”即时聊天工具，百度有啊将有望成为商品最多、人气最旺、速度最快、交易最便捷、运营最安全稳定的电子商务平台，成为“中文互联网领域最具规模的网上交易平台”。





# 我们的信条—“为客户创造价值”

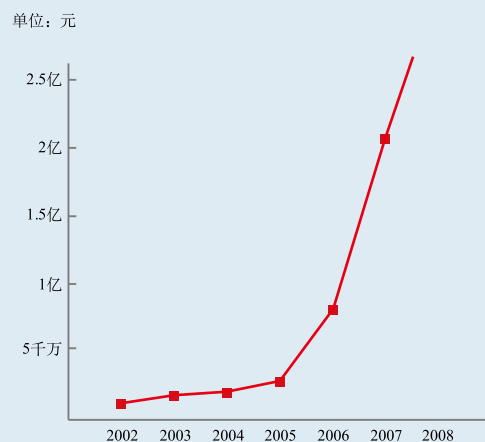
百度作为国家工业和信息化部评选的“中国客户关怀标杆企业”中唯一的互联网企业，在客户服务上一直保持领先地位，“为客户创造价值，让百度协助客户成长”成为百度员工追求目标。



毋庸置疑，搜索引擎已经改变了传统企业的推广方式。对于大多数的中小企业来说，由于搜索用户是根据自己的需要和兴趣来寻找信息的，所以，一个企业只要有价值，无论它的大小，在百度上被推广的机会是近乎平等的。这相对于传统媒体广告资源及覆盖范围有限，高额广告费用更是让无数中小企业望而却步的状况，是一次革命性的改变。

值得一提的是百度联盟，依托百度强大的品牌号召力和成熟的商业模式，秉承“帮助合作伙伴在各自领域取得成功，让伙伴更强！”理念已经成为国内最具实力的联盟体系之一。目前百度联盟拥有会员超过20万家。涵盖所有行业，与IT、汽车、财经等专业领域内80%以上网站，日均为客户的广告展现数十亿次。

百度联盟合作伙伴的收入增长



## 搜索引擎营销 (Search Engine Marketing, SEM)

搜索引擎服务是依据一定的技术原理，结合用户提交的关键词，由计算机程序分析、运行后台数据得出结果。百度开发的独特搜索引擎算法能最大程度保证网民获得最全面客观的信息。

搜索引擎营销 (SEM) 对于中国工商界而言，解决了在营销上的公平和效率两大问题。搜索引擎营销的门槛很低，使得更多中小企业能够利用搜索引擎平台的巨大优势，来推广自身的产品和服务。使用最主流的媒体平台来推广自身的产品，对中小企业来说，这在平面媒体和电视媒体时代是不可想象的；搜索引擎营销对推广效果实行按点击付费，是一种基于推广效果的新型营销方式，比传统千人成本等计费方式更科学合理，更易被用户接受。例如，百度独创的竞价排名商业模式就是一种典型的搜索引擎营销手段。

## 百度竞价排名

百度竞价排名，其本质上是通过消费者的关键词检索，对于消费者进行细分，以及重新聚合的过程。竞价排名，给消费者和经营者双方都提供了一个更大、更有效的传递信息的平台，企业可以在最短的时间内根据目标对象进行搜索的关键词，确定需要自己产品或服务的人群，进而将其转变成为自己的客户。同时，竞价排名是一种按效果付费的网络推广方式。一方面，在中小企业开始品牌、产品推广时，门槛大大降低；另一方面，由于成本投入不高，中小企业可以处于相对公平的竞争环境中发展。

### ◎ 案例分享：搜索引擎营销让国有老企业起死回生，旧貌换新颜

2001年4月，搞技术出身、从未做过销售的武育荣临危受命，接手已经停产多年、负债累累，由国有老企业改组而成的湘仪离心机仪器有限公司。上任伊始，武育荣就把占领网络这一新兴的营销领地摆上了工作日程。一个月后，公司网站建立。从此，除了传统的市场推广方式之外，湘仪这家曾经创造过业内辉煌的老企业开始重焕活力。2004年初，武育荣又发现了百度搜索中“竞价排名”这个“新东西”。

在用上百度后的第一个星期，电话咨询量就出现了暴涨的态势，“原来我们只有一部电话，现在电话几乎快打爆了。现在安排了6部电话，还成立了10个人的网络销售部，专门负责接电话和收集网络反馈的客户信息。”虽然业务员的数量大大减少，但生意却红火得一发而不可收拾。“借百度的推动，我们将业务链条理顺了之后，得到的业绩可不是一点点的增长。自2004年开始使用百度搜索做推广之后，销售额像火箭一样地向上冲。2005年我们的业绩好几千万，比起三四年前，那是十几倍的增长！”

“无论是现在还是以后，百度搜索营销是其中见效最快、效果最好的营销模式。我们继续坚持并且看好百度。”武育荣透露，“今年我们的关键字注册已经达到了400多个，对网络营销的管理也全面精细化。一分耕耘一分收获，我相信今年的收成一定会更好！”



百度的推广方式通过连续创新，已不再是单纯的产品推广平台，而成为越来越重要的企业品牌形象展示通道。百度推出的精准广告、品牌专区、我的营销中心等一系列的搜索引擎营销手段，已经得到了宝马、三星等世界级品牌的认可。

### 精准广告

百度精准广告，依托于百度全球领先的技术实力和庞大的网民行为数据库，对网民上网行为进行个性化的模拟深度分析，按照广告主需求锁定目标受众，进行一对一传播，提供多通道投放，按照效果计费。百度精准广告以全新的方式颠覆了传统广告传播的粗放特性，对中国的互联网及广告产业带来了革命性的影响。

### 品牌专区

品牌专区是百度搜索上为顶级品牌客户量身定制的商业信息发布平台，广告主能在专区内定期编辑符合企业形象的内容，通过“迷你官网”的形式为品牌客户发布产品、活动最新信息搭建“绿色通道”，促进网络平台和线下活动的良性互动。自2007年11月品牌专区推出以来，已吸引了戴尔、兰蔻、上海通用、建设银行、国美电器等国内外知名品牌广告主的入住和青睐。

### 我的营销中心

2008年6月，百度在国内首先提出了“聚磁效应”等先进互联网营销理论，同时，推出“我的营销中心”，通过整合业界信息、市场趋势以及商业和业界资讯，为客户提供与关键词有关的搜索流量随时间变化的图表，从而帮助客户掌握消费者偏好的发展趋势，进而更好地作出营销决策。



# 我们的责任—产品与服务



盲协领导与视障人士史敬体验百度盲道

## 百度盲道

百度盲道的诞生就是为了让中国视障人士能够更便捷更平等地获取信息。2007年百度盲道以其简洁的界面、完备的功能荣誉登场，更符合视障人士的使用习惯，与搜索内容不直接相关的东西也不会出现在此页面上。视障人士可以就此轻松使用百度搜索，了解社会动态、学习就业技能，甚至进入百度贴吧、百度知道等社区，与更多兴趣相投的网友进行交流。百度对盲道也在进行不断的升级和优化，2008北京残奥会期间，百度盲道更是获得中国残疾人联合会的特别嘉奖。2008年10月，百度贴吧上线语音验证码读取服务，让视障人士更加方便地使用百度的社区服务。

## 百度国学

百度国学搜索是针对中国传统文化方面的专业搜索，由百度公司与国学网合作推出，它提供了大量的丰富的古典名著、历史资料、人名书名等，为传播中华古代文明和国学研究提供使用的便利。百度国学目前能提供上自先秦、下至清末历代文化典籍的检索和阅读，它将致力打造一个开放的平台，实现国学在互联网时代的复兴。

## 少儿搜索

百度少儿搜索是从百度数十亿中文网页中排除少儿不宜内容的庞大信息网页库，帮助少年儿童轻松查找所需信息。

## 百度空间

百度空间2008年10月发布模块分享平台，并隆重推出了一批互联网公益项目模块。百度号召千万网友参与到这些公益活动的传播中来，让更多的网民关注公益，关爱他人，为社会奉献爱心。此次借助百度空间模块分享平台的上线，网友只需轻轻一点鼠标即可将相关公益项目的Logo添加到自己的空间中，让更多的网友关注并有机会参与。

# 我们的公益表现

除了为亿万网民提供免费的信息搜索服务，在很多公益场合、文体活动中，网民仍然可以看到百度的身影。作为全球最大的中文搜索引擎，百度也用各种方式散发着自己对这个社会的影响力。

◎ 2006年百度通过与民间公益组织“微笑图书馆”合作，开展了主题为“用智慧奉献爱心，爱知识也爱公益”的百度知道/百科捐赠活动。网民在规定时间内参加活动并完成答题或编辑词条的任务，百度就会替网民捐赠相应数量的图书给甘肃省碌曲县的4所小学。

◎ 2007年3月，百度第三届“公益爱心捐赠活动”正式展开，百度联合中国社会工作协会儿童希望救助基金工作部，通过活动募集适合青少年阅读的图书，为河南阳光家园的艾滋致孤儿童捐建图书室。

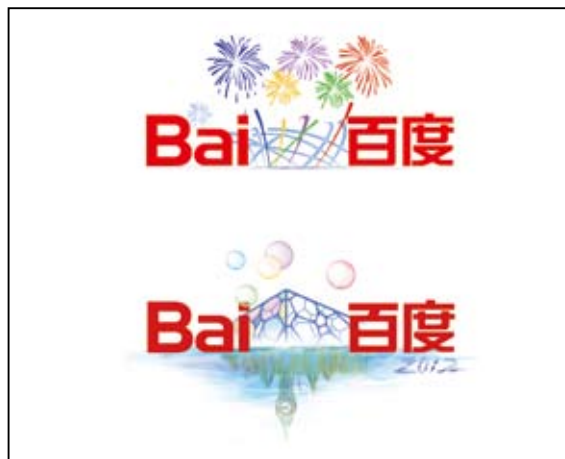
◎ 百度的员工自发组织-du公益联盟成立以来一直在百度员工中间发挥着巨大的作用，开展植树环保活动、看望松堂医院孤寡老人、支教农民工子弟学校、发起并组织百度员工支援中华骨髓库，等等。

◎ 百度利用自身的新媒体平台影响力积极赞助支持各类文体活动，在2007赛季AGF亚洲方程式国际公开赛中，百度冠名赞助了国内第一个F3级别的方程式汽车赛的“百度车队”征战。

◎ 奥运期间的百度通过首页Logo、首页金牌榜、新闻搜索、2008奥运风云榜等“百度奥运装备”的产品总动员，和亿万用户一起，为百年奥运梦喝彩，让网民在全球最大的中文互动社区与众多网民共同分享胜利喜悦，共同见证中国健儿创造历史。



	1	
4	2	1. 百度车队获奖车手亮相
	3	2. 百度员工看望松堂医院孤寡老人
	4	3. 百度奥运期间logo
		4. du公益联盟开展植树环保活动







1	
2	3
4	

1. 百度联合发起汶川行动
2. 2008百度世界-左婷感人场面
3. 百度员工向四川震区集体献血
4. 百度三换logo，三易文字链

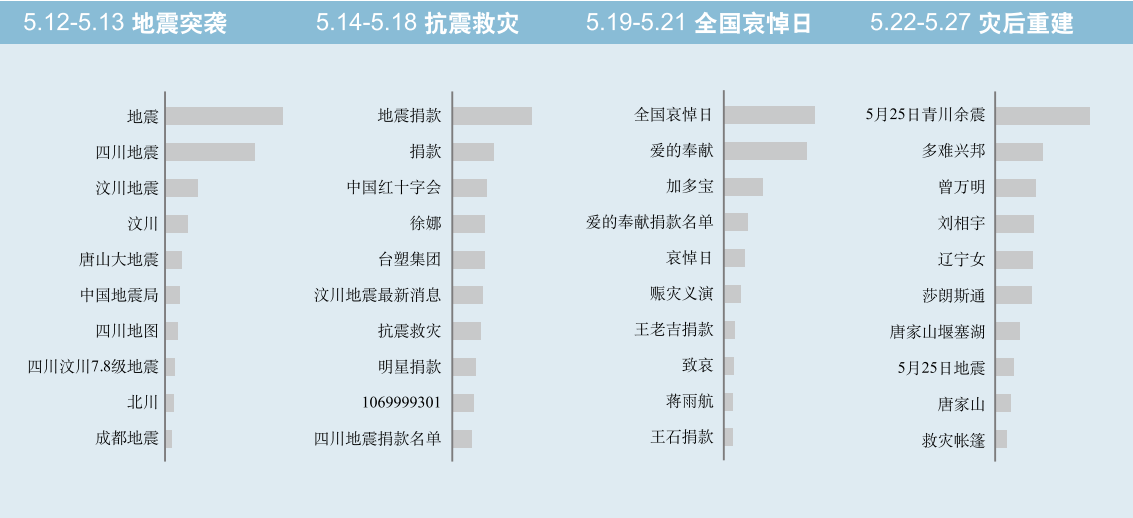
# 我们的公益表现

## 汶川地震中的百度

2008年5月12日14时28分，四川汶川发生了8.0级特大地震，让百度人彻夜难眠，心存牵挂。作为2亿多中国网民最重要的信息来源的百度，义不容辞地为网民与国家抗震救灾部门之间搭建了一座有效的信息桥梁。

- ◎ 以“简单，可依赖”为宗旨的百度首页在此次抗震救灾中前所未有地复杂多变起来。震后十日之内三易Logo，三易文字链。百度为了爱而繁复。
- ◎ 地震后的每一天，百度各条产品线上的同事利用搜索引擎记录的网民行为来分析网民的需求方向，并紧急行动做好准备，预测到需求产生的地点，并在其出现前做出预警和响应。
- ◎ 在第一时间，百度行动起来，组织总部和分公司员工捐款捐物运送灾区，百度累计捐款共计447.5万元，并号召数万家竞价排名客户向灾区捐款。
- ◎ 百度吧友左婷在地震吧发帖提供适合空降的直升机空降地点“大平头”，这条至关重要的营救信息被无数百度吧友纷纷转发，最终政府与军方得知了此重要消息，顺利空降打通了汶川的空中救援线，据悉至少有3000多人因此而获救。
- ◎ 此外，百度还组织电台联盟“声援”灾区，开设汶川地震寻人专区，支持“爱心大搜索”，发起“汇川计划”赈灾行动，组织“心理辅导特种部队”直赴灾区，等等。

搜索引擎成为2亿多中国网民最重要的信息来源，相关关键词搜索请求量急剧上升。





### 小桔灯项目

百度利用自身的平台优势和新媒体影响力，汇聚众多网友和公益组织的公益心，开展了小桔灯等一系列公益项目。

百度小桔灯是基于百度知道和百度百科平台的公益捐书活动。捐赠对象为偏远地区的中小學生，2006年、2007年分别举办了4次小桔灯线上和落地活动，捐助学生人数超过1万人。

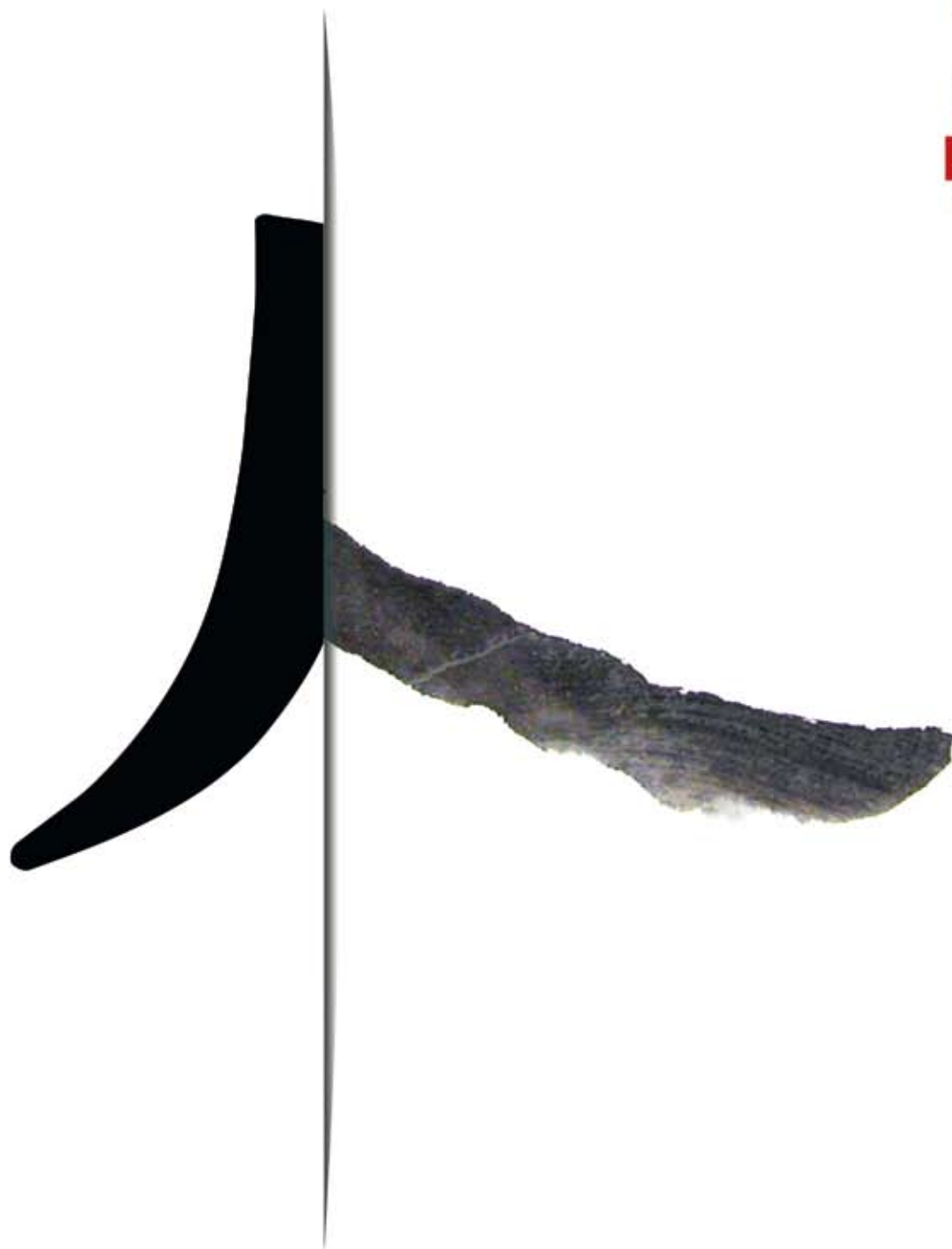
2008年百度小桔灯的公益实施范围也进一步扩大。小桔灯开展了针对汶川地震灾区学童的专项捐助活动——小桔灯“笔袋行动”，组织志愿者探望在北京海淀外国语实验学校就读的108位四川地震灾区小朋友；并奔赴四川绵阳平武县的陈家坝聚居点中心小学，探望那里的千余名灾区小学生；前往云南宁蒗县小凉山中的烂泥箐乡完小；由小桔灯志愿者发起，小桔灯项目提供捐助物资，前往甘肃地震灾区文县郭家山小学，探望灾区的孩子们；与新语文课标丛书达成合作开展小桔灯图书项目等活动。

在未来的日子里，百度小桔灯一方面会坚持发动小桔灯志愿者和网友对偏远贫困地区中小學生实施捐助；另一方面，小桔灯也会积极与其他公益组织合作，发挥百度自身的平台优势和强大的媒体影响力，陆续推出更多的百度公益助学活动。



1	
2	3

1. 小桔灯甘肃文县看望灾区儿童
2. 小桔灯云南小凉山之行
3. 小桔灯向四川灾区儿童捐赠笔袋



人通“仁”，“仁爱”  
学会与自然的和谐相处，道法自然  
不枉于天地之性最贵者也

# 资源节约 环境友好

作为2008年消费者心目中“十大绿色环保品牌”之一的百度，在自身向着资源节约型环境友好型企业迈进的同时，为重塑绿色IT生态圈作出不懈的努力。积极响应国家号召，推动自身的节能减排部署工作事宜。

## 发挥技术优势节能降耗

百度针对硬件和软件，展开了两个方面的工作来达到节能降耗的效果。在软件层面上，主要是在linux内核和应用程序两方面上做优化,提高单台机器的能够负载的查询数量，来减少采购的机器数。在硬件层面上，主要通过合理选择和搭配低功耗的部件来降低功耗。2007年，百度就与英特尔组建联合实验室，共同推动面向未来互联网环境的高新技术。专家测算，在逐步采用更低功耗的解决方案后，百度未来一年可以省电3500万度，减排二氧化碳35000吨。

节能效果			
项目	产品	节能效果	实际收益
软件层面	内核与应用程序优化	提高系统性能，相同负载下的机器数减少一半	节省50%的功耗
硬件层面	百度新一代服务器	负载均衡	节省68%的功耗

同时，百度技术部门建立了新一代的项目管理系统，通过新的统一平台，实现了无纸化办公，真正实现了环保与节能。在百度公司发展中，节能的概念还体现在了百度自建机房的规划中。例如，对空调系统及其他相关系统进行合理化设计，这对数据中心最终的节能降耗效果将产生积极的影响。

# 身体力行 节能减排

互联网行业不属于“高能耗，高污染”的行业之列，但中国的能源环境问题的紧迫性让作为行业领袖的百度必须以身作则，从点滴着手，从细节落实，积极响应创建“资源节约型环境友好型社会”的号召。

## 绿色采购

百度实施严格的绿色采购制度。采购部门从测试选型阶段开始，将各供应商对于功耗的指标已列入重点衡量的参数之一。同时,非常关注各厂商在设备或机房解决方案等能耗高的应用方面的一些新突破,通过参与供应商的会议和培训，及时掌握和了解动态，为百度绿色办公建立第一道绿色屏障。

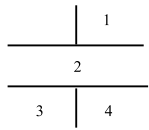
## 绿色办公

百度积极倡导“节约能源，绿色办公”的理念，每个百度人以环保为荣，争当环保先锋，在日常商务办公活动中，身体力行，实现绿色办公的目标。例如，采取回收废旧电池、重复利用信封往返各办公区的信件、双面打印、员工不使用一次性纸杯等环保措施。

## 生态建筑

目前百度的办公区以及即将入住的“百度大厦”，节能环保的理念已经融入到百度的经营理念之中。百度大厦以员工最优体验为目标和绿色环保设计布局，兼顾了环保与节能，独特和高科技的设施建设使得大厦内的空气、温度、光线等都得到最大的提升，同时也能减少对能源的使用与浪费。





1. 办公区内推行双面打印
2. 百度大厦远视图
3. 百度大厦庭院效果图
4. 百度大厦竹林





## 融入社会 参与环保

百度覆盖中国95%以上的网民，拥有20余万联盟网站会员，服务近20万家的客户，百度的一言一行也将影响着这些人群，通过自身努力时刻关注气候变化等国际热点，并致力于打造“零碳产业”，百度融入社会的举动，势必带动更多人、更多企业参与到环保行列中来。



河北百度生态文明村



百度发起成立节能工作推进委员会

### 关注社会环保行动

百度积极关注和参与社会主义新农村的绿色能源建设工程。2006年，百度公司捐赠100万元人民币资助河北省进行生态文明村的建设，包括农村绿化、路面硬化（道路建设）、沼气池的改造与建设，以及为丰富当地人民的文化生活而改造青年文明中心等。

未来，百度也有计划派出志愿者参与到行政村的青年文明中心的建设中，如在配备了电脑的活动中心，辅导年轻村民如何更有效地利用互联网进行学习和生活，进一步拥抱互联网所带来的积极变化。

### 积极倡导节能减排

2007年，百度与英特尔（中国）有限公司和联想集团有限公司等13家中国电子信息产业机构共同发起成立中国电子学会节能工作推进委员会。并联合向全国信息产业界发出《2007中国电子节能倡议书》，倡议各电子信息企业深化和落实节能减排国策，大力研发、采用和推广电子节能新技术、新产品，提供有针对性的节能技术解决方案，帮助传统产业实现节能减排的目标。2008年，百度继续在此组织中发挥着积极作用，百度希望通过自身的努力联合更多的力量，为生态中国、绿色地球作出更大贡献。

# 百度荣誉榜

## 2005年

- 12月 百度获“2005年CCTV中国年度最佳雇主”称号
- 12月 因百度竞价排名服务“独具目标受众精准、付费方式灵活可管理”，百度获2005年度“中国企业营销创新奖”

## 2006年

- 3月 《电脑报》公布2005年读者首选搜索引擎品牌调查结果，62.29%的读者在搜索引擎的选择上首选百度
- 6月 国家人事部授予百度博士后科研工作站资质，百度成为中国互联网行业唯一拥有博士后科研工作站的公司

## 2007年

- 3月 百度入选美知名科技杂志《连线》“全球最具创新企业40强”，百度位列11
- 6月 百度刷新海尔联想纪录仅用六年就进入斯坦福商学院案例库
- 7月 美国Gomez调查：百度摘取“响应速度”桂冠
- 9月 CNNIC最新调查显示：用户首选率百度升至74.5%
- 11月 百度荣获“2007最受尊敬华人企业”

## 2008年

- 1月 百度入选美国知名杂志《快公司》的“全球创新公司50强”
- 2月 百度获选《第一财经周刊》评选的“中国最炫公司”，与苹果公司一起，领衔评选的最“炫”的国内国际公司
- 3月 百度入选英国《金融时报》中国十大世界级品牌
- 3月 百度当选《财富》杂志“2007年最卓越雇主”
- 7月 百度入选台湾《数位时代》以及美国《商业周刊》联合揭晓的2008年度“大陆科技100强”，位列第一
- 7月 百度被美国《华尔街日报》评为“最受尊敬的200家企业”之一，在评选的重要衡量标准——“客户需求的创新意识”这一项目中，百度更是位列第一
- 9月 百度入选瑞士洛桑商学院案例库
- 9月 百度当选WPP集团评选的消费者心目中“2008年十大绿色环保品牌”
- 10月 百度入围罗兰贝格咨询公司和《环球企业家》杂志联合举办的“2008年最具全球竞争力中国公司30强”中唯一的互联网企业
- 10月 百度入选2007-2008年品牌中国华谱奖之“叱咤全球的国家名片品牌”

# 展望未来

“简单，可依赖”，这是百度自身的行为准则，也是百度作为一个企业，向社会各界作出的永久承诺。

在今天推出的这份企业社会责任报告中，我们用科学而系统的方式，对过去八年来百度在履行企业社会责任方面的成绩和心得进行了梳理和盘点，以便在未来，能够更加科学、持续而规范地履行自己的社会责任，以更大的热情，更切实的行动和更高远的使命感，回馈社会、造福全人类。

当前，中国正面临着高速增长的信息浪潮的冲击，作为这一领域的技术和服务领航者，未来，百度将不断进取、持续创新，为网民提供最便捷的信息获取方式，并通过业绩的不断提升，以卓有成效的行动，促进企业的可持续发展，回馈员工和股东，回馈每一位用户。

与此同时，百度也将在这份企业社会责任报告的基础上，更加系统和规范地制订出一份详尽的企业社会责任履行计划，将企业社会责任进一步纳入百度的商业运营和日常管理之中，使之成为百度基因的一分子。

对于未来，百度庄严承诺：我们将付出全力，让搜索引擎所带来的便利惠及到每一个民众！我们更将付出全力，让我们的社会更加和谐而美好！



亲爱的读者：

您好！感谢您阅读《百度2008企业社会责任报告》。如果您对本报告有任何反馈意见，或者对下一年的报告编制工作有任何建议，请填写信息反馈表，通过电话、邮递、电子邮件发给我们。我们非常欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

百度企业社会责任部报告编写组

2008年11月

信息反馈表			
姓名	单位		
联系电话	电子信箱		
您对本报告的评价			
	好	一般	不好
结构和内容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
文字和陈述	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
设计和排版	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
总体评价	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
您对下一年的报告编制工作的建议			

我们的联系方式： 百度企业社会责任部报告编写组

地址： 北京市海淀区北四环西路58号理想国际大厦12层（100080）

电话： （010） 8262 1188－7622

邮件： beixiaochao@baidu.com

# 相关方眼中的百度

## 中国互联网协会理事长 胡启恒

今年，中国首次成为全球互联网用户最多的国家，而这接近3亿的用户规模，在让人欣喜的同时，也向我们的互联网技术和服务提出了前所未有的压力和挑战。更为关键的是，如何在推进互联网产业发展的同时，充分和系统地实现互联网企业对于社会的公民责任回馈？

在互联网搜索引擎领域，百度凭借雄厚的技术实力和创新精神，已经当之无愧地成为产业的先锋，而通过今天的CSR报告，我们很高兴地看到，在企业社会责任体系构建方面，百度再次走到了行业的前列。

我们衷心希望百度继续发挥行业先锋的作用，无论是在节能、环保、高效的新技术、新产品的研发创新方面，还是在直接面向社会的公益和回馈活动中，都充分突显出大型企业的标杆作用，引领和推动整个互联网行业的可持续发展。



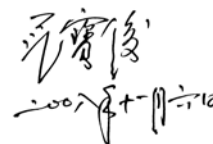
## 中华慈善总会会长 范宝俊

改革开放三十年来，中国的经济发展速度可谓一日千里，但与此同时，我们也不得不承认，我国的慈善事业的发展还不能完全适应社会进步的需求，因此也需要我们整个社会体系付出更多的关注和参与，而在这个过程中，作为社会很有影响力的企业，无疑更是肩负着非常艰巨的历史使命。

在过去的几年，在企业社会责任履行方面，百度的表现一直非常积极。尤其值得一提的是，在今年的5·12汶川大地震抗震救援工作中，百度充分展示了其作为新媒体的强大的影响力，与中华慈善总会携手做了很多卓有成效的救灾援助工作，也让社会进一步深入了解到其强烈的社会责任感和高效的执行能力。

而今天，我们能够通过这份企业社会责任报告清晰地看到百度在企业社会责任履行方面的成绩，更能看到这家富有责任心的企业，所正在进行的深远、科学而系统性的企业社会责任的思考、总结和规划，而无疑，这对于整个社会的企业责任构筑和发扬，都有着深远的借鉴意义。

我们希望，在不久的将来，能涌现出更多百度这样的企业，将企业社会责任纳入企业战略制定范畴，共同把慈善的力量发挥到最大，构筑我们的和谐社会。



### Dick Wei Vice President, J.P. Morgan Securities (Asia Pacific) Limited

In addition to delivering strong profitability growth and creating values for shareholders (net profit grew more than 50 times from 04 to 07), Baidu has also shown strong commitments to its stakeholders, community, and environment over the past eight years. In our view, Baidu, with more than 70% search market share in China, has demonstrated its commitment to society by providing Chinese search products through continuing focus on innovation and users & customer satisfaction. Baidu's innovative products, such as Baidu Knows and Baidu Post Bar, have improved knowledge creation and knowledge sharing among Internet users. In addition, we believe Baidu's commitment to environmental sustainability is evidenced by the exclusive use of energy efficient flash memory drives in its servers and the construction of its headquarters with environmentally-friendly features. The company has actively communicated with shareholders through investor conferences, quarterly earnings calls, and timely financial disclosures since IPO in 2005. We believe today's publication of Baidu's first CSR report demonstrates the company's commitment to further enhance its corporate social responsibility.



November 10, 2008

Disclaimer: These comments are prepared by J.P. Morgan Securities (Asia Pacific) Limited ("J.P.Morgan") in connection with its research business. J.P.Morgan does not monitor nor supervise the contents of Baidu.Com's materials or its activities regarding the use of these comments, and J.P.Morgan does not endorse nor adopt any other material distributed by Baidu.Com. The comments, which constitute J.P.Morgan's views as of the date these comments were made, are subject to change from time to time, and J.P.Morgan does not undertake to update these comments nor to notify you of changes thereto, if any. Further, J.P.Morgan disclaims any and all liability whatsoever in connection with these comments.



# 附录I—联合国全球契约索引



“全球契约”是为承诺依据在人权、劳工、环境和反腐败方面普遍接受的十项原则并进行运作的各企业提供一个框架。作为已有100多个国家和地区数以千家企业参加的世界最大的全球企业公民行动倡议，全球契约的首要关切就是展示和建立企业及市场的社会正当性。一个公司签约加入全球契约就意味着赞同其信念，即：根植于普世原则的企业实践有利于使全球市场更加稳定、更加公平和更具包容性，并有助于建设繁荣昌盛的社会。

联合国“全球契约”目前在中国已经有了180多个成员，包括中石油、中国石化、中国移动、海尔、华为等国内大型企业，2008年10月百度正式承诺加入该组织，打破了中国互联网企业在这领域的空白纪录，成为第一个加入的中国互联网企业，获得了联合国全球契约办公室的高度评价。百度将会恪守承诺，遵循十大原则，为中国乃至全球的互联网企业树立一个榜样和示范，从而带动更多互联网企业将企业社会责任纳入企业管理战略之中，推动整个产业的可持续发展。

内容	相关性	披露页码
人权保护		
1.企业应该尊重和维护国际公认的各项人权	●	P2, P7, P25
2.绝不参与任何漠视与践踏人权的行为	●	P25
劳工标准		
3.企业应该维护结社自由，承认劳资集体谈判的权利	●	P25
4.彻底消除各种形式的强制性劳动	●	P25
5.消除童工	●	P25
6.杜绝任何在用工与行业方面的歧视行为	●	P25
环境保护		
7.企业应对环境挑战未雨绸缪	●	P45-P48
8.主动增加对环保所承担的责任	●	P45-P48
9.鼓励无害环境技术的发展与推广	●	P45-P48
反腐败		
10.企业应反对各种形式的贪污，包括敲诈、勒索和行贿受贿	●	P17

# 附录II—全球报告倡议组织索引



编号	内容	相关性	披露页码
战略与分析			
1.1	机构最高决策者关于企业战略与可持续发展的陈述	●	P2, P10
1.2	对主要效果、危机及机遇的描述	①	P2, P10
公司概况			
2.1	机构名称	●	P6
2.2	主要品牌、产品及服务	●	P6, P27, P34
2.3	组织结构图	●	P17
2.4	公司总部的地址	●	P51
2.5	机构业务所在国及报告中涉及的与相关的国家的数量和名称	●	P5
2.6	所有权性质及法律形式	●	P6
2.7	所服务的市场	●	P6
2.8	公司规模 (含员工数量、营业收入、市值等)	●	P6, P13, P25
2.9	在报告期间关于机构规模、结构或所有权的重大变化	●	P13
2.10	报告期间获得的奖励	●	P49
报告参数			
3.1	所提信息的报告时间	●	P5
3.2	最近一次报告的时间	○	—
3.3	报告周期	●	P5
3.4	回应关于报告或内容相关问题的联系方式	●	P5, P51
3.5	确定报告内容的程序	●	P5
3.6	报告的界限	●	P5
3.7	说明关于报告范围及界限的限制因素	●	P5
3.8	汇报合营机构、附属机构、租用设施、国外采购业务以及其他可能严重影响不同汇报期以及不同机构之间可比性的实体的处理方式	○	—
3.9	数据计算和处理方法	●	P5
3.10	对以前报告中信息进行调整、更改的说明	●	P5
3.11	报告在范围、界限及评估方式上出现的重大变化	●	P5
3.12	列表标明报告引用的标准；标明页码和网络链接	●	P5
3.13	在可持续发展报告附带的认证报告中列出机构为报告寻求外部认证的政策以及现行措施。如果没有列出，请解释任何外部认证的范围以及根据，并解释汇报机构与验证者之间的关系	○	—
公司治理			
4.1	机构的治理结构	①	P17
4.2	说明最高治理机构的主席是否也兼任行政职位	①	P17
4.3	如机构有完整的董事会体系，说明独立董事与非执行董事的数量	①	P17
4.4	股东和员工向机构最高治理层提供意见和建议的机制	①	P10
4.5	公司治理层、高级经理及执行主管的薪酬与机构效益的联系	○	—
4.6	最高决策层规避利益风险的程序	○	—
4.7	最高决策层所任职资格说明	●	P8-P9
4.8	与经济、环境、社会效益及其实施情况相关的使命或价值观、行为守则及原则	①	P2, P10
4.9	最高决策层如对机构进行监察，管理经济、环境、社会效益	①	P2, P10
4.10	评估最高决策层自身业绩的程序与方式	○	—
4.11	说明机构是否以及如何提出预防性的措施	①	P17
4.12	组织签署或者认可的由外部机构提出的关于经济、环境和社会等方面的章程、原则或者其他倡议等	①	P48, P55
4.13	在协会（如行业协会）和/或国内、国际相关组织的成员资格	①	P48
4.14	机构利益相关方的名单	●	P11
4.15	识别及选择利益相关方的依据	●	P11
4.16	利益相关方参与的程序	●	P11
4.17	利益相关方参与提出的主要问题及机构如何进行回应	●	P11
经济责任指标			
EC1	产生和分配的直接经济价值	①	P13
EC2	机构活动由于市场环境变化产生的财务问题和其他风险及机遇	○	—
EC3	公司明确承诺的各种福利和补偿计划	○	—
EC4	政府给予机构的重大财务援助	不适用	N. A.
EC5	机构在各主要营运地点工资的标准起薪点与当地最低工资的比例	○	—
EC6	机构在主要业务运营地点对当地供应商的政策、措施以及支出比例	○	—
EC7	机构在各主要营运地点聘用当地人员的程序，以及在当地社区聘用高层管理人员的比例	○	—
EC8	机构透过商业活动、实物捐赠或者免费，主要为大众利益而提供的基建投资及服务的发展与影响	●	P38-P44
EC9	机构了解并说明其重大的间接经济影响，包括影响的程度	●	P13

编号	内容	相关性	披露页码
社会责任指标			
LA1	按雇佣类型、雇佣合同及地区分类的员工总数	○	—
LA2	按年龄组别、性别及地区划分的雇员流失总数及比率	●	P25
LA3	按主要业务划分，只提供全职雇员（不给予临时或者兼职雇员）的福利	●	P25
LA4	受集体议价协议保障的雇员百分比	○	—
LA5	有关业务改变的最短通知时限，包括指出该通知期有否在集体协议中注明	○	—
LA6	在协助监察及咨询职业健康与安全计划的正式劳资健康与安全委员会中，员工所占比例	●	P25
LA7	按地区划分的工伤、职业病、损失工作日以及缺勤比率，以及和工作有关的死亡人数	○	—
LA8	为协助雇员、雇员家属或者社区成员而推行的，关于严重疾病的教育、培训、辅导、预防与风险监控计划	●	P25
LA9	与工会签订的正式协议中，涉及健康与安全的项目	●	P25
LA10	按雇员类别划分，每名雇员每年受训的平均时数	●	P25
LA11	加强雇员的持续职业发展能力及协助雇员转职的技能管理及终生学习课程	●	P25
LA12	接受定期绩效考核及职业发展计划的雇员的百分比	●	P25
LA13	按性别、年龄组别和少数族裔及其他多元性指标划分，管理层员工和普通雇员的细分	●	P25
LA14	按雇员类别划分，男性与女性的基本薪金比率	●	P25
HR1	载有人权条款或者已经通过人权审查的重要投资协议的总数及百分比	●	P25
HR2	已通过人权审查的重要供应商及承包商的百分比，以及机构采取的行动	●	P25
HR3	雇员在作业所涉及的人权范围内的相关政策及程序方面受训的总时数，以及受训雇员的百分比以及受训雇员的百分比	●	P25
HR4	歧视个案的总数，以及机构采取的行动	●	P25
HR5	已发现可能严重危害结社自由及集体议价权的作业，以及保障这些权利的行动	●	P25
HR6	已发现可能会严重危害童工的作业，以及有助于废除童工的措施	●	P25
HR7	已发现可能会导致强制劳动的作业，以及有助于消除这类劳动的措施	●	P25
HR8	保安雇员在作业所涉及人权范围内的相关政策及程序方面受训的百分比	●	P25
HR9	涉及侵犯本土员工利益的案例总数，以及企业采取的措施	●	P25
SO1	与社区事务有关的评估和管理工作，其核心思路、评估和管理范围以及有效性	●	P25, P38-P44
SO2	已作贿赂风险分析的业务单位的总数以及百分比	●	P17
SO3	已接受机构的反贿赂政策及程序培训的雇员的百分比	●	P17
SO4	惩治贿赂个案所采取的行动	●	P17
SO5	对公共政策的立场，以及在发展及公共政策立法过程中的参与	●	P17, P48
SO6	按国家划分，对政党、政客以及相关组织所做财务及实物捐献的总值	不适用	N. A.
SO7	企业涉嫌反垄断措施的法律诉讼的总数，及其结果	不适用	N. A.
SO8	违反法律以及规则被处巨额罚款的总额，以及所受金钱之外的制裁的总数	不适用	N. A.
PR1	为改良而评估产品及其服务在其产品生命周期各阶段对于消费者安全与健康的影响，以及须接受这种评估的重要产品或者服务的类别	●	P25
PR2	按照结果划分，违反管制产品或者服务在其生命周期影响健康与安全的法规及自愿守则的次数	●	P25
PR3	按程序划分标签所需要的产品及服务信息种类，以及须符合这种信息规定的重要产品及服务的百分比	●	P27
PR4	按结果划分，违反产品以及服务商标管理法律以及规则的次数	●	P27
PR5	客户满意度管理措施，包括调查客户满意程度的结果	●	P27
PR6	为遵守市场推广相关法律法规、自愿守则而设立的计划	●	P27-P37
PR7	违反市场推广法律、法规的案件总数	●	P34
PR8	已证实关于侵犯客户隐私权以及遗失客户资料引起的客户投诉的总数	●	P27
PR9	违反产品或者服务推广法律法规而受到处罚的款项额度	●	P27
环境责任指标			
EN1	所用物料的总量或者用量	○	—
EN2	采用可循环再造的物料的比例	○	—
EN3	按照主要源头划分的直接能源耗量	○	—
EN4	按照主要源头划分的间接能源耗量	○	—
EN5	因环境保护及提高效益而节省的能源	○	—
EN6	提供具能源效益或以可再生能源为本的产品及服务计划，以及计划的成效	○	—
EN7	减少间接能源耗量的计划以及计划的成效	○	—
EN8	按源头划分的总耗水量	○	—
EN9	因耗水而受严重影响的水源	○	—
EN10	循环再用水的百分比以及总用量	○	—
EN11	机构在环境保护区或者生物丰富多样的其他地区，或在其他地区，或者是相邻地区，拥有、租赁或管理土地的位置及面积	●	P47-P48
EN12	在保护区和保护区以外生物多样性价值较高的地区，活动、产品和服务对生物多样性产生的重要影响	○	—
EN13	受保护或者经修复的生物栖息地	○	—
EN14	机构对影响生物多样性的战略、当前行动及未来规划	○	—
EN15	按其濒临绝种的风险程度，依次列出栖息地受机构作业影响的以下物种数量：列入国际自然及自然资源保护联盟下辖红色名册及全国保育名册的物种	○	—
EN16	按重量划分的直接与间接温室气体总排放量	●	P45
EN17	按重量划分的其他相关间接温室气体排放量	●	P45
EN18	减少温室气体排放的计划及成效	●	P45-P48
EN19	按重量划分的臭氧消耗性物质的排放量	○	—
EN20	按种类及重量划分的NO <sub>x</sub> 、SO <sub>x</sub> 以及其他重要气体的排放量	○	—
EN21	按质量以及目的地划分的总排水量	○	—
EN22	按种类以及排污法划分的废弃物总重量	○	—
EN23	严重泄漏的总次数以及泄漏量	○	—
EN24	按照《巴塞尔公约》附录条款视为“有毒”的废弃物经运输、进口、出口或者处理的重量，以及经国际船输送的废弃物的百分比	○	—
EN25	受机构排水及径流严重影响的来源及相关栖息地的位置、面积、受保护状况及生物多样性价值	○	—
EN26	减低产品及服务的环境影响的计划及其成效	●	P45-P48
EN27	按照类别，售出产品及回收售出产品包装物料的百分比	○	—
EN28	违反环境法律及规则被处巨额罚款的总额，以及所受金钱以外的制裁的次数	不适用	N. A.
EN29	运输产品、其他货物以及物料做营运用途，以及运输雇员所产生的重大环境影响	○	—
EN30	按类型说明环境保护的总体支持和投资	●	P45-P48



本报告采用100%可再生环保纸印刷