



芒果超媒
MANGO EXCELLENT MEDIA



2019 年度

芒果超媒

MANGO EXCELLENT MEDIA

社会责任报告

关于本报告

《芒果超媒股份有限公司 2019 年度社会责任报告》是芒果超媒股份有限公司自上市以来发布的第一份独立的社会责任报告。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了 2019 年度公司在主流宣传、股东和债权人权益、职工权益、环境保护与可持续发展、公共关系与社会公益等领域履行的社会责任。

重要提示

本报告经公司董事会审议，本公司及董事会全体成员保证报告的内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

时间范围

本报告期间为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

报告范围

报告范围为芒果超媒股份有限公司及其控股子公司。

数据说明

报告使用数据来源包括公司实际运行的原始数据、年度财务数据、内部相关统计报表。本报告的财务数据以人民币为单位，若有与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

称谓说明

为了便于表述和阅读，本报告中“芒果超媒股份有限公司”也以“芒果超媒”“公司”表示。

编制依据

联合国 2030 年可持续发展目标

国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南（2010）》

中国国家标准《社会责任报告编制指南》（GB/T36001-2015）

中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南 CASS-CSR4.0》

深圳证券交易所《创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》

报告获取

本报告电子版可在巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅获取。

如对报告有疑问和建议，您可发邮件至 mangocm@mangocm.com，或可致电（0731）82967188。

目录

董事长献词			
总经理兼总编辑献词			
第一章			
擦亮芒果超媒名片			
第一节 公司概况			
第二节 大事速览			
第三节 关键绩效			
第四节 荣誉串记			
第五节 主流赞赏			
第六节 理念集述			
第七节 责任管理			
第二章			
党建引领社会责任			
第一节 夯实主体责任，推动政治建设			
第二节 牢记初心使命，推动思想建设			
第三节 支部强基固本，推动组织建设			
第四节 坚持守正创新，推动作风建设			
第五节 健全纪检监察，推动廉政建设			
第六节 主题活动多样，丰富民主生活			
01 第三章			
03 筑牢新型主流媒体集团高地		31	
第一节 夯实平台“四力”，引领新型主流		33	
第二节 创新主流宣传，主题主线分明		33	
05 第三节 融合打造“头条”，优构内容矩阵		35	
07 第四节 新闻纪录大片，夺中国新闻奖		36	
09 第五节 主旋律影视剧，持续发力见效		38	
11 第六节 加速“文化出海”，做精国际传播		41	
13 第七节 聚焦技术升级，布局 5G 应用		42	
15			
17 第四章			
21 深化股东和债权人权益保护		43	
第一节 完善公司治理结构		45	
第二节 强化内控管理		46	
23 第三节 规范三会运作		46	
25 第四节 规范信息披露		47	
26 第五节 保障投资者沟通		47	
27 第六节 切实回馈股东		49	
28 第七节 切实保护债权人		50	
28			
29 第五章			
重视人本文化，创建幸福活力职场		51	
第一节 企业文化特质在天生青春		53	
第二节 员工权益与福利		53	
第三节 员工培训与成长		54	
第四节 员工活动与关怀		59	
第六章			
互利共赢，壮大朋友圈			
第一节 诚意携手合作伙伴			
第二节 严格供应商管理			
第三节 确保用户信息安全			
第四节 致力用户权益的扩展			
第七章			
绿色发展的芒果，可持续发展的超媒		65	
第一节 全产业链低碳运营		67	
第二节 全渠道全终端可持续运行		67	
第八章			
芒果超媒的公益旗帜与暖情		69	
第一节 发扬党媒优势，助力公益宣传		71	
第二节 责任重中之重，精准扶贫够“芒”		74	
第三节 借重节目价值，关爱留守儿童		76	
第四节 志愿者在行动，芒果人更努力		76	
第九章			
61 迈进 2020，战“疫”有为		77	
63 第一节 强势报道集萃，壮大主流声量		79	
63 第二节 免费会员服务，彰显主流担当		79	
64 第三节 精耕自制内容，创意科学防护		80	
64 第四节 海量广告资源，特别支持防控		81	
第五节 网络公益课堂，助力在线教学		81	
第六节 跑足供应链路，运送防疫物资		81	
第七节 科学周到复工，主动积极用工		82	
第十章			
在融合创新中			
彰显主流媒体责任担当		83	
附录			85



董事长献词



芒果超媒党委书记、董事长

张华立

2019年是新中国成立70周年，是全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标的关键之年，也是芒果超媒重组融合成军的第一个完整年度。作为党媒国企，我们自出生起就带有完全不同的基因，那就是肩负着在中国特色社会主义新时代，在媒体融合发展浪潮中，做大做强主流媒体和主流宣传的重大使命。我们追求的目标绝不仅仅是商业价值，更在于坚定文化自信，做大做强芒果系新媒体融合平台，打造好主流舆论的宣传主阵地，做实、做优新时代影视文化供给，承担更多的社会责任，创造更大的社会效益。

百舸争流，奋楫者先；千帆竞发，勇进者胜。

这一年，我们以独具特色的内容生态，不断推动互联网视频业务创新升级和全产业链上下游业务协同发展：全年营业收入达到125.01亿元，首次突破百亿大关；归属于股东的净利润达到11.56亿元，首次突破十亿大关；芒果TV付费会员超过1,800万；首次入选全国文化企业30强，市值稳居创业板和传媒行业上市公司前列。

春风化雨，润物无声；乐善有恒，大爱无疆。

这一年，我们守正创新，凝心聚力，砥砺前行，责任与使命激荡心间，激发强大的实践伟力：坚持主力军抢占主阵地，《我的青春在丝路》《可爱的中国》《我们站立的地方》等一系列新闻大片，起到了强信心、聚民心、暖人心、筑同心的作用；坚持主流文化更青春，《你好，对方辩友》《奋斗吧，少年！》《大宋少年志》《激荡》等一系列主旋律影视节目，激励青年朋友们追逐梦想、奋力前行；坚持主流价值更向善，充分发挥内容与平台优势，积极助力脱贫攻坚和爱心善举，传播绿色环保和可持续发展理念。

沧海横流，方显英雄本色！

2020年是“十三五”规划的收官之年和脱贫攻坚的决胜之年，也是保障“十四五”顺利起航的奠基之年。虽然宏观经济形势更加复杂，行业竞争格局更加多变，还有突如其来的新冠疫情，但栉风沐雨，玉汝于成！我们将不忘初心再出发，牢记使命更奋进，在媒体融合发展的历史浪潮中，继续开拓芒果模式的新境界，书写“党媒姓党”的新答卷。

总经理兼总编辑献词



芒果超媒党委副书记、董事、总经理、总编辑
蔡怀军

习近平总书记在纪念五四运动一百周年的重要讲话中指出，国家的希望在青年，民族的未来在青年。芒果超媒作为从湖南广电大院走出来的新青年，延续着百年前先进青年的梦想，承继了马栏山的“红色基因”“广电基因”。做青年文化的价值引领者，是芒果超媒与生俱来的使命，也是作为上市企业社会责任的最大体现。

主流担当 传播青春文化正能量

以优质服务服务年轻人是我们的基本途径，引领青春、积极、乐观、向上的青年文化价值观是我们的最终目的，也是我们作为国有媒体的主流担当。我们在创新宣传上下功夫，《我的青春在思路》《我爱你，中国》的年轻话语方式、《明星大侦探》倡导正义推理文化，还有《朋友请听好》《小小的追球》等一系列反映社会现实问题改进方法的综艺，都着力于青少年的成长，是我们对于社会责任的坚守初心与高地出新。

守正创新 打造青年文化新厂牌

芒果TV作为芒果超媒的主要板块，超过90%的用户年龄在30岁以下。瞄准青年用户，发挥利用马栏山内容高地的人才优势，我们用10%的成本收割了网综市场50%的爆款，形成了《密室大逃脱》等引领青年人敢于超越自我的智勇IP矩阵，《妻子的浪漫旅行》等引领青年人正确处理关系与心态

的情感IP矩阵。尤其打造彰显年轻人正向潮流的青春芒果节，已经成为了华人青年一年一度的青春盛宴，“芒果”已经成为了青年文化最闪亮的厂牌。

造船出海 向世界弘播中华青年文化

基于国家“融媒体传播”和“文化走出去”战略，我们不断加强国际传播能力建设的创新探索和实践。目前，芒果TV国际APP已覆盖全球195个国家和地区，拥有1,000部节目共计10万小时的内容库存，语种多达18个。我们与Discovery携手打造了首档跨国联合制作职业体验纪实真人秀《功夫学徒》。2019年戛纳电视节，芒果TV国际APP以及《功夫学徒》《妻子的浪漫旅行》《一路成年》等多个精品IP闪亮国际市场，Sky Vision Media就《妻子的浪漫旅行》模式海外输出联合共研与我们签约。

引领青年文化，致力内容原创，做强国际传播，是芒果超媒极具特色的三项社会价值。天生青春，天生贡献，天生公益，是芒果人履行社会责任的三大精神价值。从平台、内容出发，投身于更广的公益慈善、社会关怀，是芒果健步开阔之路。2020年，芒果超媒牢记使命再出发，继续深耕青年市场，用青春正能量、责任新担当、年轻新风尚、市场新动能，引领全球华人青年文化。



第一章 擦亮芒果超媒名片

第一节 公司概况

芒果超媒股份有限公司（简称“芒果超媒”）是湖南广播电视台、湖南广播影视集团有限公司旗下统一的新媒体产业及资本运营平台，主营业务包括新媒体平台运营、新媒体互动娱乐内容制作和媒体零售，涵盖新媒体上下游全产业链。



公司始终坚持守正创新，以芒果 TV 融合媒体平台为主阵地，依托在全牌照、内容生产、技术创新、产业协同等方面的核心竞争力，立足国内目标受众，拓展海外市场，不断夯实网络视听业务基础，前瞻布局新业务、新技术，持续探索媒体融合发展的“芒果模式”，打造独具媒体属性和内容基因的大型互联网传媒集团。



芒果超媒业务生态示意图



公司始终秉承合法经营、依法纳税的理念，严格遵守税收及其他各项法律法规，切实履行企业公民依法纳税的责任和义务，连续多年的纳税信用等级均为 **A 级**，2018 年 -2019 年，公司及各子公司纳税 **5.08 亿元**。

2018 年 -2019 年
公司及各子公司纳税

5.08 亿元

连续多年的纳税信用等级

A 级

第二节 大事速览

快乐购重大资产重组取得中国证监会批复。

2018.06.11

2017.03.31

公司正式启动重大资产重组。

中共芒果超媒股份有限公司第一届委员会成立。

2018.10.31

2018.08.02

公司更名为芒果超媒股份有限公司，并正式启用“芒果超媒”的证券简称。

芒果TV付费会员数达到1,057万，首次突破1,000万大关。

2018.12.31

2018.12.29

芒果TV与华为技术有限公司签署战略合作协议。

公司完成配套融资20亿元，并引入中国移动作为公司战略投资者。

2019.05.30

2019.05.12

公司荣获第十一届“全国文化企业三十强”。

芒果TV连续五年获评“中国互联网百强企业”，并挺进前二十强。是前二十强中唯一国资背景的互联网企业。

2019.08.14

2019.06.27

公司与中国移动旗下咪咕文化签署战略合作协议。

芒果TV入选世界媒体实验室《世界媒体500强》排行榜单，总排名第222位，在互联网新媒体领域位列亚洲前十。

2019.12.17

2019.10.08

公司完成上市以来首次资本公积转增股本，向全体股东每10股转增7股。

2019.12.31

公司发布业绩快报，2019年营业收入达到125.01亿元，首次突破100亿元大关，归母净利润达到11.56亿元，首次突破10亿元大关。芒果TV有效会员超过1,800万。

◎ 第三节 关键绩效



类别	指标	2019
经济	公司总资产（万元）	1,707,820.61
	归属上市公司股东的净资产（万元）	878,385.92
	营业收入（万元）	1,250,066.42
	营业收入同比上升（%）	29.40
	归属上市公司股东的净利润（万元）	115,628.52
	归属上市公司股东的净利润同比上升（%）	33.59
	2018-2019 年缴纳税款（万元）	50,807.03
	利润分配（万元）	17,803.77



类别	指标	2019
社会	扶贫投入总额（万元） (含 4,235.29 万元广告刊例价值)	4,323.55
	慈善捐助总额（万元）	88.26



类别	指标	2019
治理	董事会召开次数（次）	8
	审议通过议案数（个）	44
	廉洁教育中层及以上覆盖率（%）	100
	接听并答复投资者电话数（次）	218
	答复互动易平台提问数（次）	34



类别	指标	2019
员工	员工总人数（人）	4,185
	女性员工比例（%）	57.95
	高级管理层中女性员工比例（%）	42.86
	少数民族员工比例（%）	5.52

◎ 第四节 荣誉串记



获评第十一届“全国文化企业三十强”；
 获评“2019 年度全国广播电视媒体融合先导单位”；
 获评 2019 亚太 OTT/IPTV 大会“最具影响力奖”；
 获评 2019 中国资本市场盛典上市公司口碑榜“最佳上市公司董事会”；
 获评创业板十周年上市公司峰会“最佳股东回报上市公司”；
 获评第二届中国上市公司发展年会“最佳杰出成长性上市公司 TOP20”；
 获评第十三届中国上市公司价值评选“中国上市公司资本运作标杆奖”。



获评“中国互联网百强企业”，挺进前二十强；
 入选“2019-2020 年度国家文化出口重点企业”；
 自建全球文化输出平台入选“2019-2020 年度国家文化出口重点项目”；
 获评 2019 年“中国广播电视守正创新发展最具影响力在线视频媒体平台”；
 获评中国电视剧制作产业协会“2019 电视剧（网络剧）优秀综合力制作机构”；
 获评中国社会福利基金会 2019 年“公益事业推动者”；
 《我爱你，中国·人间正道是沧桑》获第七届中国网络视听大会“2019 年度优秀网络纪录片奖”；
 《我的青春在丝路》获第二十九届“中国新闻奖”一等奖。



获评 2019 年度“金驼峰奖”——公益榜样。



获评 2019 中国（横店）影视文化产业发展大会“影视金牌企业”；
 《那座城这家人》获中宣部第十五届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖。



入选“2019-2020 年度国家文化出口重点企业”；
 获评第二届电视制片业“十佳电视剧出品单位”。



获评 2019 年“中国广播电视守正创新发展影响力节目制作机构 TOP10”；
 获评 2018-2019 年度“融合创新最具品牌影响力节目制作机构”；
 获评“2019 文娱责任影响力年度出品机构”。



获评 2019 中国游戏盛典“年度社会责任游戏企业”。

◎ 第五节 主流赞赏

《功夫学徒》生动构建大国形象，柔性表达硬核主题，创新升级传播渠道，为东方大国形象的国际传播作出了一种新样式。

——2019年11月20日，中宣部新闻局，《体验纪实节目〈功夫学徒〉打造国际传播新样式》

追寻习近平总书记视察湖南时的足迹，前往十八洞村、咸嘉新村社区、君山龙华码头等地，回访当年总书记亲切接见过的群众，将群众现在想要对总书记表达的心声记录下来，传播开来。视频形式新颖、话土情真。

——2019年3月6日，国家广播电视总局，《芒果TV推出〈土话情深·我向总书记捎句话〉视频专栏》

芒果TV以“龘龘狂想，天生青春”为主题打造的2019第二届“青春芒果节”在北京、上海、广州、长沙四地启幕，活动兼容剧目、综艺、公益等多个维度，实现平台与用户的双向互动，传递青春榜样力量。

——2019年8月2日，国家广播电视总局，《湖南台第二届“青春芒果节”传递青春榜样力量》

《石榴花开》以点带面地讲述了少数民族几十年的变化发展，呈现出各民族如石榴籽般紧抱、同心共筑中国梦的精神风貌，积极反映民族团结进步的时代主题，为观众展开了一幅新时代少数民族同胞幸福生活的画卷，是一部较为优秀的主旋律网络纪录片。

——2019年11月6日，国家广播电视总局，《网络纪录片〈石榴花开〉记录少数民族变化发展 讲述民族团结奋斗故事》

尊重历史，扎根生活，贴近时代，关注民生，《那座城这家人》用通过艺术真实表现生活真实，为时代书写爱与真情。

——2019年1月12日，人民日报海外版，《扎根生活 传播真情》

打通“小目标”和“大梦想”、融合“少年气”和“家国情”的心路历程，与当代年轻人的成长历程之间产生强烈共鸣，让《大宋少年志》的故事对年轻受众极具感染力。

——2019年7月3日，光明日报，《电视剧〈大宋少年志〉书写少年励志故事》

用写实题材观照现实生活，让观众在随着剧情揭开层层谜团时，自然而然形成与平安富足现实生活的情感共振，通过感受刑侦人员艰苦、向上的职业正能量，增强对国家与社会的信任，奋力共筑中国梦。

——2019年9月12日，光明日报，《〈你是我的答案〉在甜蜜中传递正能量》

《奋斗吧，少年！》体现的竞技奋斗热情，提倡突破“小我”追逐“大我”的价值取向，打破青少年集体意识缺陷，志在追寻青少年的正能量榜样激励与团体荣誉感。

——2019年9月3日，光明网，《〈奋斗吧，少年！〉：理想是青春最亮丽的底色》



◎ 第六节 理念集述

张华立

芒果超媒股份有限公司党委书记、董事长

“建设党媒阵地，呼唤媒体人的担当作为。第一，必须担当作为。党媒阵地，寸土必争。第二，能够担当作为。第三，热爱担当作为……‘党媒姓党’‘青春万岁’‘不创新毋宁死’等形成了湖南广电特有的文化氛围与土壤，在这里，生长着蓬勃的个性与骄傲，洋溢着青春中国、快乐中国的自信与光芒。”

蔡怀军

芒果超媒股份有限公司党委副书记、董事、总经理、总编辑

“我们追求的‘独创’包含两层含义，首先是长期坚持做差异化、保持核心竞争力。更重要的是塑造‘价值’。芒果TV作为一家国有主流新媒体，要主动承担起责任，为社会创造价值，成为一家有责任、有担当、有价值的新型主流媒体。”

唐靓

芒果超媒股份有限公司党委副书记、董事

“我们要从以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神中找到文艺创作的力量源泉，要在作品中‘弘扬主旋律，传播正能量’，培育和弘扬社会主义核心价值观，齐心协力为党和人民贡献更多优秀的影视作品，为建设新型主流媒体集团，为芒果千亿梦贡献更多的力量。”

何瑾

芒果超媒股份有限公司党委委员、副总经理

“作为文化战线上的一员，我们要立足中国现实，植根中国大地，讲好中国故事，把当代中国发展进步和当代中国人精彩生活展示出来，把中国精神、中国价值、中国力量传播出去。”

肖宁
芒果超媒股份有
限公司党委委员、
副总经理

“我们深知只有深入生活、扎根人民，才能挖掘出符合人民群众生活追求和审美需要的现实主义题材，才能讲好中国故事、展现中国精神，才能继续扎根优秀影视作品创作，进行题材创新，打造出更多人民群众喜闻乐见、叫好又叫座的精品影视剧。”

”

王柯
芒果超媒股份有
限公司党委委员、
副总经理

“如何在影视剧创作中做好价值坚守，用优秀的作品将年轻人引导到更积极的人生道路上来，是芒果超媒最重要的坚持之一。我们就是要努力创作真正意义上的现实主义故事，用大众喜闻乐见的表达方式，呈现主流价值观，让我们的受众，让年轻观众群体获得艺术美感的同时，也获得思想、情感的碰撞、激发、共鸣或提升。切实做到习总书记所提出的‘与时代同步伐、以人民为中心、以精品奉献人民、以明德引领风尚’的文艺创作要求。”

”

郑华平
芒果超媒股份有
限公司党委委员、
副总经理

“IP 不是冷冰冰的一个创作，它是有价值导向的。因此，要进行有温度、有态度、有深度的二次开发升级。这就要做到坚持从价值开发守正创新，坚持以用户为导向，把握用户的需求和偏好，坚持技术要适配内容，内容不仅要好看，还要好玩。技术只是一个工具，要拥抱变化，为我所用。”

”

梁德平
芒果超媒股份有
限公司党委委员、
副总经理、财务
总监

“芒果 TV 以时代热点为表达契机，积极融入、贯彻、呼应国家主题，近几年打造了多部不断革新主旋律节目传播语态、呈现多样化视角和表达的大型纪录片，并以此构筑起了芒果 TV 主旋律题材的内容版图。”

”

吴俊
芒果超媒股份有
限公司董事会秘
书

“在高质量完成信息披露工作的同时，要更加积极主动地开展投资者关系管理，不断向市场传递芒果模式的核心逻辑和公司发展的长远价值，真正将投资者关系管理打造成为公司新的核心竞争力。”

”

第七节 责任管理

一、利益相关方沟通

利益相关方	利益相关方的期望	公司回应方式
<p>政府及监管机构</p>	合规经营 依法纳税 宣扬主流文化	合规运营 税收贡献 创新主流文化传播模式
<p>股东 / 债权人</p>	合规公司治理 可持续发展 稳定业绩增长	完善公司治理 积极管理和维护投资者关系 合理股东回报 履行债务人义务
<p>员工</p>	保障权益和福利 提供职业培训 良好的工作环境	遵守相关法律法规 建立科学薪酬制度 全方位的培训体系 开展丰富的员工活动
<p>供应商 / 客户 / 消费者</p>	诚信经营 公平采购 隐私保护	公平、透明的采购 建立长期合作关系 强化信息安全
<p>社区及公众</p>	重视公益宣传 投身扶贫公益事业	助力公益宣传 关爱留守儿童 参与志愿者活动 开展精准扶贫

二、实质性议题管理

公司积极履行社会责任，结合社会责任编写指南、社会舆论关注点、同行业企业议题趋势、利益相关方诉求以及公司社会责任工作相关规划，识别出以下关键性议题作为公司责任议题：

坚持党建引领

持续创新

强化信息安全

完善公司治理

注重人才培养

传播可持续发展理念

担当主流宣传使命

投身公益事业

抗击“新冠”疫情



第二章 党建引领 社会责任

党的建设是抓好各项工作的根本，党建引领是企业社会责任建设的根本保障，这是芒果超媒党委关于本企业社会责任建设的根本认识。2019年是学习贯彻党的十九大精神的深化之年，公司党委以“不忘初心、守正创新”为党建工作的指导思想，以加强“五个建设”为抓手，推动各级党组织在“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”等方面勇于担当、勇创佳绩，切实为建设新型主流媒体集团提供坚强的思想政治保证。

公司党委提高政治站位，强化新媒体主阵地作用，大力弘扬主流价值观。一是深化芒果TV头条工程建设，在PC端、APP端首页首屏置顶推荐位开辟了“学习时刻——习近平总书记报道专区”。二是开展新中国成立70周年重大主题宣传，全方位、多视角、多层次地展现新中国取得的伟大成就，营造浓厚的网络宣传氛围。三是创新制作系列主旋律大片，《那座城这家人》获全国“五个一工程”奖，《我的青春在丝路》获评第二十九届“中国新闻奖”一等奖，主流宣传旗帜高扬、成效显著。

党建引领社会责任

夯实主体责任，推动政治建设

牢记初心使命，推动思想建设

支部强基固本，推动组织建设

坚持守正创新，推动作风建设

健全纪检监察，推动廉政建设

主题活动多样，丰富民主生活

第一节 夯实主体责任，推动政治建设

公司党委把习近平新时代中国特色社会主义思想关于新时代党的建设的总要求，贯穿于全司进一步加强党对宣传思想工作全面领导的具体行动中，把坚持和加强党的全面领导落实到改革发展全过程。2019年，七家子公司全部完成党建工作进章程修订，进一步建立完善“三重一大”决策制度，明确党委（总支）的集体研究是各子公司决策重大问题的前置程序，所有“三重一大”事项都经党委（总支）会集体讨论、民主决策，有力地促进了党对国企的领导落实到位，充分发挥企业党组织总揽全局、协调各方的领导核心和政治核心作用。



中共芒果超媒股份有限公司第一届委员会

第二节 牢记初心使命，推动思想建设

公司党委把学习习近平新时代中国特色社会主义思想作为主线，推动“两学一做”教育常态化制度化，以党委理论学习中心组、领导干部讲党课、主题党日为抓手，持续强化理论武装，引导广大党员领导干部牢固树立“四个意识”，切实增强“四个自信”，坚决做到“两个维护”，把党中央的战略部署转化为加快媒体融合发展的工作思路、工作举措和具体行动。



公司党委书记、董事长张华立同志在“不忘初心 牢记使命”主题教育总结会上强调“要始终把深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务，以理论滋养初心、以理论引领使命，切实增强理论武装的思想自觉、政治自觉和行动自觉”



公司党委副书记、董事、总经理、总编辑蔡怀军主持“不忘初心 牢记使命”主题教育研讨交流会

2019年6月，芒果超媒“不忘初心 牢记使命”主题教育全面启动，公司党委认真贯彻“守初心、担使命，找差距、抓落实”总要求，以深化理论学习为基础，以抓实调查研究为载体，以深入检视问题为契机，以狠抓整改落实为驱动，坚持密切联系实际，坚持责任导向、问题导向、发展导向，将学习教育、调查研究、检视问题、整改落实贯穿全过程，有机融合，统筹推进，取得阶段性成果，以主题教育实效推动公司发展。

◎ 第三节 支部强基固本，推动组织建设

截至 2019 年末

共有党员

633 人

设置支部

22 个

全年吸纳入党积极分子

211 人

分批组织 **58** 名入党积极分子参加发展对象培训班，全年发展新党员

73 人

党的队伍进一步壮大，媒体内容岗位党员比例从 **16.3%** 提升至 **24.41%**

公司党建以夯实支部、引领一线、务实作为基本特色，各级党组织把培养合格党员作为重要使命，按照向生产经营一线倾斜的原则制定党员发展计划，持续加大新党员发展力度，注重提升媒体内容岗位、业务管理岗位的党员比例。



公司党委副书记唐靓带领 2019 年新党员在国旗下宣誓

◎ 第四节 坚持守正创新，推动作风建设

为充分发挥党支部战斗堡垒作用和共产党员先锋模范作用，树立先锋芒果人的形象，公司实施“2019 锋芒计划”，召开庆祝中国共产党成立 98 周年暨七一表彰大会，表彰 2019 年度锋芒党支部、锋芒党员和锋芒党务工作者，激励广大党员以永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态，主动担当作为，深化媒体融合。守正创新的作风要求，贯穿公司党委、子公司党委（总支）、各基层党支部的全年工作全局。



芒果超媒“不忘初心 牢记使命”主题教育活动暨“七一”纪念表彰大会

◎ 第五节 健全纪检监察，推动廉政建设

公司党委紧紧围绕“书记抓、抓书记”这个关键，健全“书记是抓党建工作的第一责任人，分管领导是直接责任人，班子其他成员抓好职责范围内基层党建工作”责任体系，层层夯实党建责任。2019 年 1 月起，按月召开党建工作例会，统筹推进，切实抓好基层党建工作的任务落地，推动形成上下联动、齐抓共管的“大党建”格局，推动全面从严治党纵深发展。



公司各级党组织加大党规党纪宣传解读力度，深入开展反腐倡廉教育、警示教育和岗位廉政教育，引导党员干部自重、自警、自省，自觉廉洁从政。为扎紧权力运行的制度“笼子”，对全公司的重要岗位、关键环节、重大事项实现全方位、总流程监督。公司纪检监察与审计、财务、法务联动，对干部选拔、财务开支、工程招标、节目和设备采购、安全播出、广告运作等七大重点流程开展专项督查，健全完善监督，强化制度落地，不断规范管理。



芒果娱乐党总支组织廉政教育警示活动，参观长沙市廉政警示教育基地

◎ 第六节 主题活动多样，丰富民主生活

2019年，公司党委、子公司党委（总支）和各基层党支部开展了丰富多彩的主题党日活动，包括文家市秋收起义纪念馆主题党日、“追溯伟人足迹 感受先烈精神”主题党日、“学雷锋”党员进社区志愿服务活动、毛泽东与第一师范纪念馆主题党日、杨开慧纪念馆主题党日、北大红楼主题党日等活动等等。



快乐阳光（芒果TV）各党支部参观文家市秋收起义纪念馆主题党日活动



快乐购各党支部“骄杨故里忆初心 板仓学院话使命”主题教育活动



天娱传媒党支部参观党史陈列馆主题党日



芒果影视党支部参观毛泽东与第一师范纪念馆主题党日



芒果娱乐党总支参观湖南红色档案馆主题党日



芒果互娱党支部“瞻仰革命先烈事迹 学习雷锋服务精神”主题党日



快乐通宝党支部“守护绿色 拥抱大自然”主题党日



第三章 筑牢新型主流 媒体集团高地

作为国有新型主流媒体集团，公司始终坚持守正创新，积极融入、贯彻、呼应主流宣传，不断革新节目传播语态，打造多样化视角，增强年轻群体对主流媒体、主旋律作品的共鸣感，以守正创新的姿态、高质量内容传播增强人们的获得感，筑牢新型主流媒体集团高地。

第一节 夯实平台“四力”，引领新型主流

公司基于自身国有媒体的红色基因和马栏山的创新基因，通过内容优势，打造平台核心竞争力。

公司在“新媒体”“融媒体”到“全媒体”的升级过程中，夯实以芒果TV为龙头的平台传播力、引导力、影响力、公信力，打造过硬的宣传思想、报道制作、主流价值观内容工作队伍，始终立于时代潮头，引领风气之先，构筑新型主流语态下的新格局，让主旋律更响亮，让正能量更强劲，引领新型主流媒体高地建设和集团规模发展。

第二节 创新主流宣传，主题主线分明

作为国有主流媒体，公司充分发挥生态优势，推出“芒果新闻”等融媒体产品，构建起平台宣传矩阵，优质完成全国两会、湖南两会，尤其是新中国成立70周年等重大主题宣传，创新了主流宣传方式，壮大了主流舆论宣传阵地，获得中宣部、国家广电总局高度认可。

围绕“新中国70华诞”，公司旗下芒果TV举全司之力，使重大华诞元素在芒果TV的PC、APP、OTT、IPTV全网全端首页置顶飘红，调用开机屏、Push弹窗、海外版APP、七大频道轮换图等重要资源，打造全平台、全频道、全节目形态。强化融合传播，带领观众如同置身庆祝中华人民共和国成立70周年大会、阅兵式等重大仪式现场。注重互动体验，创新策划制作《360°花式告白祖国，快来认领你的专属情话！》等体态轻盈、互动性强、弘扬主旋律、受众喜闻乐见的H5产品。国庆期间，全端上线大型全媒体专题《庆祝新中国成立70周年——美好新时代 中国新篇章》，集纳展示全年献礼专题及展播纪录片、电视剧、电影、综艺以及动漫少儿节目65部，页面推荐内容超过1,132条，上线10部献礼节目，制作推出17个专题策划，点击量近4,000万；在PC、APP、OTT全端首页首屏同步完整转播中央广播电视总台6场直播活动，观看用户数突破120万。

公司尤其以自制优势，围绕新中国成立70周年重大献礼，积极推出《我爱你，中国》《我的青春在丝路》《不负青春不负村》《可爱的中国》《我们站立的地方》《中国出了个毛泽东·东方欲晓》《石榴花开》《路过零点》等一系列主旋律新闻纪录片和《功夫学徒》等重大创新职场引领真人秀节目，取得重大传播影响和口碑。其中，《功夫学徒》得到了中宣部



芒果TV庆祝“新中国70华诞”主题宣传受到欢迎

的高度认可，称该项目“外展形象，内聚民心”，以“新中国成立七十周年”为主线，以小见大，推动中华文化走出去，具有重大外宣价值和社会效益，被列入2019年中宣部重点外宣项目清单。《石榴花开》聚焦民族团结的独特视角，被国家广电总局点赞，总局网络视听节目管理司、发展研究中心专题组织召开《石榴花开》创作研评会，高度评价了作品的人文深度和芒果TV平台的主流价值站位。基于高度的文化自觉，芒果TV通过这些主流新节目、主流新传播，为新型主流网络媒体的价值站位奠定了文化基石。

为了有力发挥青年文化引领作用，公司集合芒果生态资源，倾力打造“青春芒果节”，目前已经成功做了两届，成为行业首个为会员量身打造的品牌回馈活动，也是行业首个造节成功案例。“2019年青春芒果节”相关视频直播加点播总观看次数超5,950万，晚会直播在线峰值186万人，有效会员数峰值达1,531万，节庆活动现场吸引人流量高达23万人次。通过“青春芒果节”这一品牌的打造，展现出芒果TV青年文化引领者的先锋气质，有效引导青年网民积极关注青春奋斗、社会担当、健康娱乐的正能量内容，实现了青春文化与青年人群的有效链接。

◎ 第三节 融合打造“头条”，优构内容矩阵

公司始终坚持守正创新，坚定党媒国企使命责任，融合打造芒果TV首页首屏“学习时刻——习近平总书记报道专区”，每日在PC端、移动端首页首屏位置推送习近平总书记重要报道；紧紧围绕习近平新时代中国特色社会主义思想、党和国家领导人重要时政活动，同步制作新闻专题、联动开展直播、推出新媒体产品，打造正能量新闻矩阵，壮大主流舆论阵地，唱响时代主旋律。



头条效应带动全面内容建设，芒果TV在2019年进一步实现了优质内容在全终端的矩阵式建设，完备的网络视听媒资库、完善的自制赋能工作室、完整的线上线下产业链，丰富了芒果厂牌内容的传播生态与法则，提升了芒果对青年文化的价值观影响力。

◎ 第四节 新闻纪录大片，夺中国新闻奖

《我的青春在丝路》展现“丝路青春”

公司自制并积极推出的主旋律新闻纪录片《我的青春在丝路》，将镜头对准奔走在“一带一路”沿线国家和地区的中国青年建设者们，用“青春梦”联通了“中国梦”与“时代梦”，展现出新时代中国青年的精神品格以及中国作为一个负责任大国在国际上的担当与情怀。节目获评第二十九届“中国新闻奖”国际传播（融合创新）一等奖。



《我爱你，中国》致敬新时代奋斗者

《我爱你，中国（第三季）》之《人间正道是沧桑》获评第七届中国网络视听大会“2019年度优秀网络纪录片”。



弘扬社会主义核心价值观 共筑中国梦

《不负青春不负村》《可爱的中国》《我们站立的地方》入选国家广电总局 2019 年“弘扬社会主义核心价值观 共筑中国梦”主题原创网络视听节目征集推选和展播活动优秀节目；《路过零点》荣获国家广电总局 2019 年度优秀国产纪录片，并入选 2019 全国广播电视节目“守正创新影响力网络综艺栏目 TOP10”。



◎ 第五节 主旋律影视剧，持续发力见效

公司重点投资制作了一系列主旋律影视剧作品，传递正向价值观，产生了深远的社会影响。



《那座城这家人》

《那座城这家人》荣获中宣部第十五届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖和湖南省第十四届精神文明建设“五个一工程”奖。



《你好，对方辩友》

《你好，对方辩友》入选中国电视剧制作产业协会“年度优秀表彰剧目”。





《大宋少年志》

《大宋少年志》在湖南卫视播出期间收视双网第一，获得2019“金橡树奖”优秀电视剧奖、中国电视剧制作产业协会“年度表彰剧目”等。



《封神演义》

《封神演义》得到《人民日报》《光明日报》、学习强国APP等七家国家级主流媒体/平台重磅发文点赞。



主旋律影视剧，持续发力见效

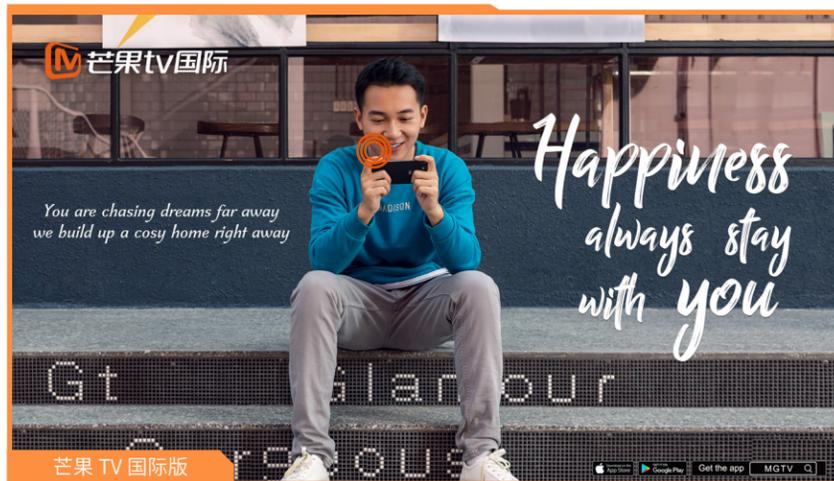
《空降利刃》入选国家广电总局庆祝新中国成立七十周年“百日展播优秀电视剧”和《2018-2022 百部重点电视剧选题片单》，《奋斗吧，少年！》《激荡》《你是我的答案》《初恋那件小事》《我们都要好好的》《隐秘而伟大》《我在北京等你》等也都取得了主流媒体和市场用户的双重认可。公司将与生俱来的红色基因充分释放，肩负起年轻一代价值引领的重任，凸显主流媒体的使命担当。



◎ 第六节 加速“文化出海”，做精国际传播

公司新媒体平台芒果TV一方面积极“造船出海”，搭建“自有、自主、自控”的海外新媒体平台芒果TV国际版APP，并设立“中国文化”专区和文化频道，进行定向运营，提升国际影响力，目前已经覆盖全球超过195个国家和地区。另一方面，探索创新合作渠道，与Youtube、Facebook、Twitter等平台合作建设专区；与Discovery联合出品全球首档跨国联合制作职业体验纪实真人秀《功夫学徒》；与新加坡Sky Vision Media就《妻子的浪漫旅行》模式海外输出联合共研；还与中东广播中心MBC达成战略合作。

2019年，芒果影视积极拓展海外发行渠道和范围，成功占据主流传播阵地，登陆韩国、日本等发达国家的主流电视台，同时远销美洲、欧洲、澳洲等地区；采取以新剧带动老剧的形式，持续发挥长尾效应。正是由于精品影视剧持续走出国门，弘扬中华优秀传统文化，在海外传播的影响力持续增强，芒果影视成功入选2019-2020年国家文化出口重点企业。



芒果超媒总经理、总编辑、芒果TV总裁蔡怀军与Sky Vision Media总经理顾巧莉就“《妻子的浪漫旅行》模式海外输出联合共研”正式签约



全球首档跨国联合制作职业体验纪实真人秀《功夫学徒》

◎ 第七节 聚焦技术升级，布局5G应用



上海科技大学-芒果TV联合实验室揭牌仪式

公司积极探索技术创新，前瞻进行5G布局。芒果TV与浙江移动合作开展5G+AR“3D明星互动项目”，上线“咪咕爱看”APP。芒果TV与中国移动共同启动“5G+4K+VR”大视频产业合作，全面加速5G技术在网络视听领域的应用，打造全新视听格局。与上海科技大学共同发起联合实验室，围绕智能影像视觉、光场技术、AR/VR、5G全息等领域的研究展开合作，打造双方科技攻关、人才引进和培养的重要平台，并致力于成为具有世界级影响力的产学研用合作机构。



第四章 深化股东和 债权人权益保护



◎ 第一节 完善公司治理结构

完善的公司治理结构是实现主流引领、市场化运作以及最佳绩效的有力保障。

作为党媒国企，党的领导有效融入到公司治理各环节。在已有的以股东大会为最高决策机构，包括分别执行战略决策、纪律监督和经营管理职能的董事会、监事会、管理层的公司治理结构以及相配套的治理制度体系中，党委会审议是“三重一大”议题的前置程序。2019年，更是通过修改公司章程，实现党建入章，在公司章程中明确了公司党委在法人治理结构中的领导核心和政治核心作用，党委成员与董事会成员实行“双向进入，交叉任职”，充分发挥了党委的主流引领作用。

2019年，公司还通过配套融资引入战略投资者中移资本成为第二大股东，其提名的董事也进入公司董事会。在公司治理中引入第三方监督，进一步提升了市场化运作水平。



公司获评“2019 最佳上市公司董事会”

◎ 第二节 强化内控管理

内部控制制度建设旨在保证公司经营管理合法合规，资产安全，财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。

为实现以上目标，公司在治理结构上形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制；建立了科学的聘用、培训、考评、晋升、淘汰等人事管理政策；充分发挥董事会下设审计委员会和公司审计部的作用，对公司内控制度建立和实施、财务信息的真实性和完整性等情况进行检查监督；开展风险评估；对资金、投资、采购、销售等多个业务活动实施有效内部控制，规避风险，达成公司战略目标。

◎ 第三节 规范三会运作

为充分保障公司股东尤其是中小股东的权益，实现公司战略目标，与治理结构相对应，公司制订了《党委会工作制度》《股东大会会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作制度》等完备的三会运作制度体系。

2019年度，公司共召开4次股东大会、8次董事会、5次监事会、11次董事会专门委员会。在会议组织筹备中，充分详实地提供议题资料，使股东、董事充分了解拟审议题；严格执行会议通知期限规定，紧急召开会议，均提交豁免通知期限的议案；股东大会均为现场和网络相结合投票的方式进行，有效保障中小股东参与公司治理。



股东大会上，中小股东与公司党委书记、董事长张华立等深入交流

获评 A 级

2019 年，公司披露各类定期报告、临时公告等共 **162** 份，未收监管部门的问询函，无更正公告，未发生内幕信息泄露

2019 年 5 月，在深圳证券交易所上市公司年度信息披露考核中，获评 **A** 级

最佳杰出成长性上市公司

TOP20



通过良好的业绩表现和有效的沟通双轮驱动

2019 年年末公司市值达到了

622 亿元

较年初增长

69.87%

公司获评第二届中国上市公司发展年会“最佳杰出成长性上市公司

TOP20”

◎ 第四节 规范信息披露

及时、公平、真实、准确、完整的信息披露是保护投资者利益，尤其是中小投资者利益的重要保证。为了规范公司信息披露行为，加强信息披露事务管理，确保信息披露的公平性，保护投资者合法权益，公司制定了《信息披露管理制度》《内幕信息知情人管理制度》《年报信息披露重大差错责任追究制度》《外部信息使用人管理制度》《重大信息内部报送制度》等信息披露相关的内控制度体系。

2019 年，公司披露各类定期报告、临时公告等共 162 份，未收监管部门的问询函，无更正公告，未发生内幕信息泄露。及时、公平、真实、准确、完整的对公司经营情况、决策的重大事项进行了信息披露，充分保证了投资者的知情权，以“工匠精神”实现了高质量信息披露。

◎ 第五节 保障投资者沟通



党委书记、董事长张华立先生与投资人交流

积极、有效、规范的投资者沟通是增进投资者对公司了解的重要措施。为此，公司制定了《投资者关系管理制度》，编制了《投资者沟通话术手册》，为投资者沟通建立制度化、专业化保障；对外公开投资者关系专用电话和邮箱，便于投资者及时咨询公司发展情况。

2019 年，公司通过各种渠道、方式积极开展投资者沟通，包括参加券商策略会、投资者现场调研活动、投资者网上集中接待活动、投资人路演与反路演等，接听投资者热线 **218** 次，回答互动易提问 **34** 次，及时、有效地向资本市场传递了公司发展模式和价值逻辑。



公司董事、总经理、芒果 TV 总裁蔡怀军先生参加投资人电话交流会

公司副总经理、财务总监梁德平先生，董事会秘书吴俊女士与投资人交流

公司参加湖南省上市公司投资者网上集体接待活动

◎ 第六节 切实回馈股东

派发现金

2019年，公司在中期实施
向全体股东

每10股转增7股

的资本公积转增股本基础上，

全年又推出了

每10股派现金1元

的利润分配预案，拟派发

现金**17,803.78**万元

与投资者共享公司成长收益，积极回馈股东是公司发展的根本目的和基本义务，为此，公司在章程中建立了回馈投资者的系统性制度安排。

首先，在利润分配预案的决策程序上，在制定利润分配预案前，必须通过公开征询社会公众股东对利润分配方案的意见方式，积极维护中小投资者的话语权。其次，在利润分配形式上，积极实施持续稳定的现金分红。公司自2015年1月上市以来，除2018年因为重组未实施现金分红，其他年份均实施了现金分红形式的利润分配。



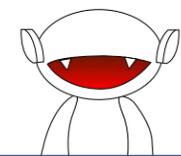
公司获评“东方财富”创业板十周年上市公司峰会“最佳股东回报上市公司”。



◎ 第七节 切实保护债权人

在维护股东利益的同时兼顾债权人的利益。公司无大股东及关联方占用公司资金情形，亦不存在将资金直接或间接地提供给大股东及关联方使用的各种情形，公司无任何形式的对外担保事项。





第五章 重视人本文化， 创建幸福 活力职场



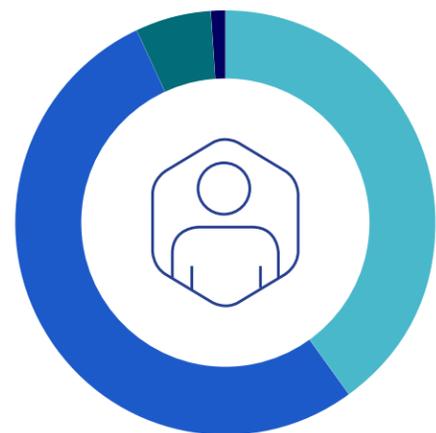
第一节 企业文化特质在天生青春

位于马栏山的芒果超媒和芒果TV总部，处处显映着“天生青春”的标签。这不仅是湖南广电一系列平台以年轻人受众的精准定位，更是芒果超媒企业文化的生动写照。

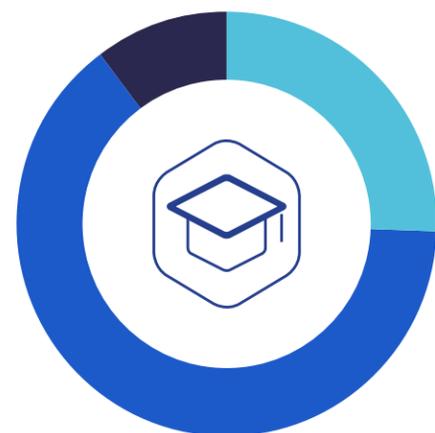
作为湖南广电新媒体青年军，芒果TV从“独播”走向“独特”，再到“独创”，一直坚持“天生青春”的品牌定位，守正创新，打造青春正能量主阵地，用青春正能量、责任新担当、年轻新风尚、市场新动能，创造起深远的芒果价值观。这一价值观，以青春力量的人本至上，成为芒果超媒企业价值观的活的灵魂，铺展出天生青春、能者跃起的人才培养与成长、员工尊重与发展的职场活力图。

第二节 员工权益与福利

公司现有员工4,185人，女性员工占比为57.95%，高级管理层中女性员工比例为42.83%，少数民族员工比例为5.52%。

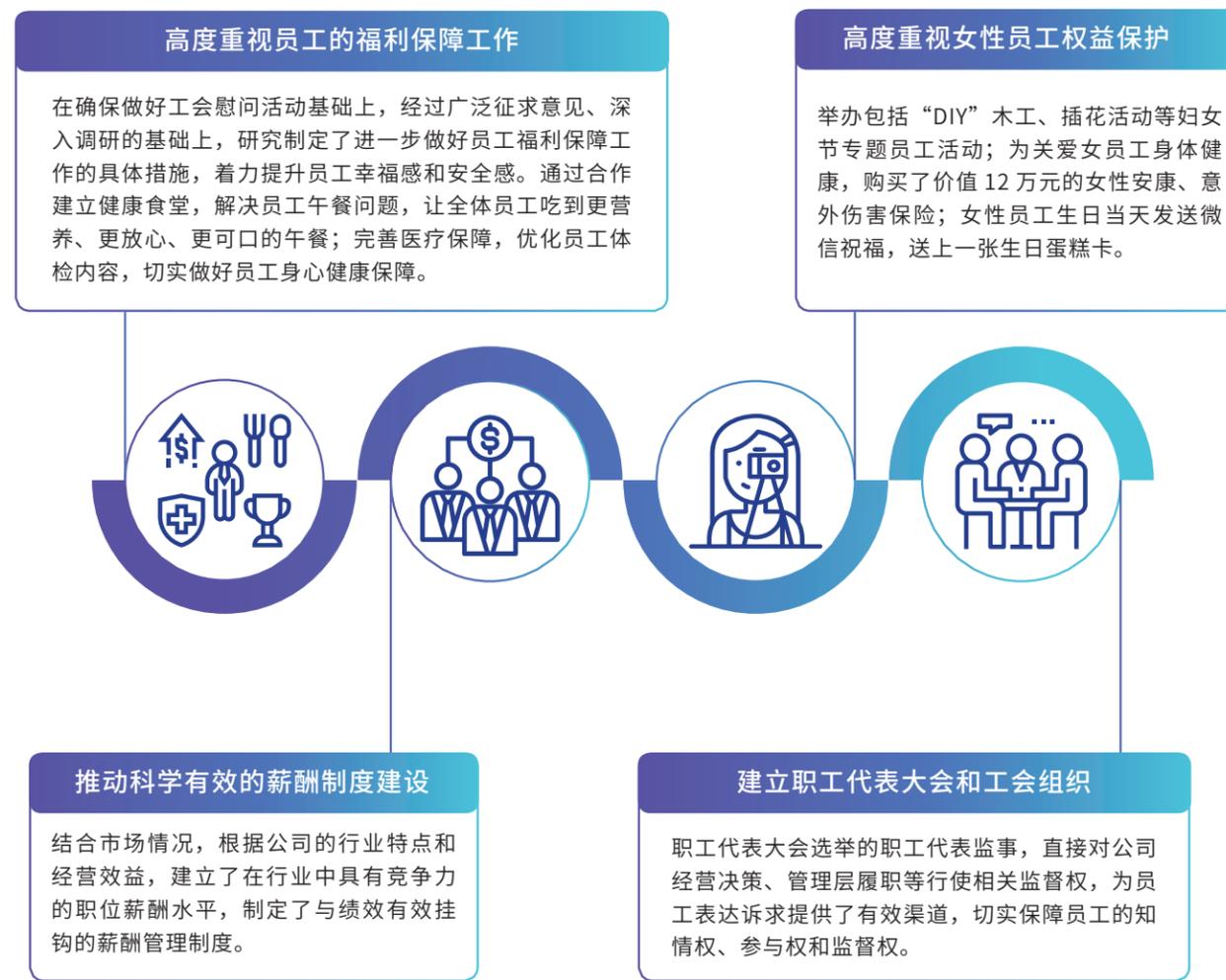


员工年龄结构图



员工教育程度结构图

公司重视人本文化，严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等相关法律法规，严格执行国家用工制度、劳动保护制度、社会保障制度和医疗保障制度。公司及旗下子公司根据《公司法》《劳动法》《劳动合同法》等规定，依法与员工签订聘用合同或劳动合同。公司严格执行国家有关员工休息、休假制度，依法按照规定的比例为员工缴纳单位应缴纳部分的社会保险费（五险一金）。



第三节 员工培训与成长

2019年，公司创建了芒果科学院，深入了解员工培训需求，为不同职能的员工分别开发有趣、有料课程，建立了涵盖职业培训、理论教育、专业培训、市场营销、新技术、新媒体运营等在内的全方位的培训体系，为公司人才全面发展赋能，提升了公司雇主品牌及员工归属感。

2019年

公司及下属子公司

开展培训

累计 **306场**

人均培训时长为

25.46小时

覆盖率为

92.16%



芒果超媒最具独创性，也最见成效的员工培训与成长专项机制有三个，已经在业界产生相当影响：

一是“芒果 TV 青年 CEO 俱乐部”，这是为激发人才活力、发现潜质骨干而特别搭建的青年才俊特殊展示平台及通道机制。每年举办至少一届面向全体芒果超媒青年人的事业发展并专业思路的创意演说论坛，定名「芒果青年说」。每一届「芒果青年说」举办完毕之后，从优秀参与者中选出人员组建「青年 CEO 俱乐部」，由新一届俱乐部成员执行本届论坛的创意策划成果，并举办下一届“芒果青年说”。

2019 年，芒果 TV 青年 CEO 俱乐部举办第四届「芒果青年说」，赛制、评分、呈现模式全面升级，征集提案和建议 811 份，员工积极性大幅度提高；举办「创+青年说」，带领芒果青年与全国优秀青年同台竞技；甚至推动创意缘起于本届「芒果青年说」的《婚前 21 天》综艺项目落地……不断推动青年员工深度参与推动公司业务发展，体现了芒果超媒青春、向上、包容、多样的企业文化。



青年 CEO 俱乐部标志已经在芒果 TV 深入人心



芒果 TV 青年 CEO 俱乐部举办的“蠢蠢狂想，天生青春”论坛

二是芒果超媒“天生青春”年会和“金芒奖”竞演颁奖盛典。这是以员工才华展现和佳绩表彰为主旨的年度特色活动专场。



“金芒奖”竞演会形式活泼，显示人才济济

“金芒奖”作为芒果超媒最高荣誉，最佳员工、最佳新人、最佳团队、最佳项目“四大峰顶”各有偏重，核心之处旨在传递“青春在骨不在皮”这种超越生理范畴的芒果精神。2019 年 12 月 23 日、24 日，芒果超媒首届“金芒奖”竞演会引爆马栏山，101 位提名人轮番登台，共同角逐。组合起来看，101 场演讲代表着特定历史时期的超媒人图鉴，是过去并未未来三年芒果超媒战略定位与具体打法的总结前瞻，更是传承之下，“天生青春”的芒果精神的最新诠释。



湖南广播电视台党委书记、台长，湖南广播影视集团有限公司党委书记、董事长吕焕斌观摩芒果超媒首届“金芒奖”竞演会



芒果超媒“天生青春”年会现场

芒果超媒举办“天生青春”年会

2020年1月14日，芒果超媒2019-2020年会暨金芒颁奖典礼在湖南国际会展中心举行，近2,000名员工参加年会。年会以“天生青春”为主题，40位金芒奖得主高光登台，缔结“天生青春”的底气，缔造“芒果超媒出品”的美誉。



张华立董事长给予全体超媒人以信心鼓舞：“这个时代属于芒果超媒！”

Youth
天生青春



蔡怀军总经理兼总编辑用主流声音“超震撼”、创收增长“超强劲”、内容创新“超高频”、融合发展“超里程”、生态升级“超格局”、科学管理“超效能”、人才队伍“超一流”展示了芒果超媒2019年漂亮的成绩单

Youth
天生青春



金芒项目颁奖

Youth
天生青春





三是公司及各子公司打造的“芒果第一日”新员工温情入职仪式。由芒果 Siri 为新员工介绍企业文化，协调解决入职问题；由专业导师为新员工佩戴工牌，带领新员工进入部门、开展工作。通过有组织、有仪式感的入职活动，迅速提升新员工归属感和幸福感。



快乐阳光“芒果第一天”新员工见面会主题活动

◎ 第四节 员工活动与关怀

2019年7月13日，芒果超媒第一届工会委员会成立，组织开展或为主参加了“五四”健走、“青春有梦·芒果有我”纪念五四运动一百周年微视频大赛、“身入人心”健身舞蹈大赛、第四届乒乓球混合团体赛、第三届羽毛球比赛、“七夕-爱上芒果味”等系列企业文化活动，群团组织凝聚力、向心力不断增强。



芒果影视庆“三八妇女节”艺术插花活动



芒果超媒“青春向上 超芒向前”健步行活动



芒果超媒三八妇女节“DIY木工”活动



“爱上芒果味”——芒果超媒七夕浪漫大片甜蜜上映

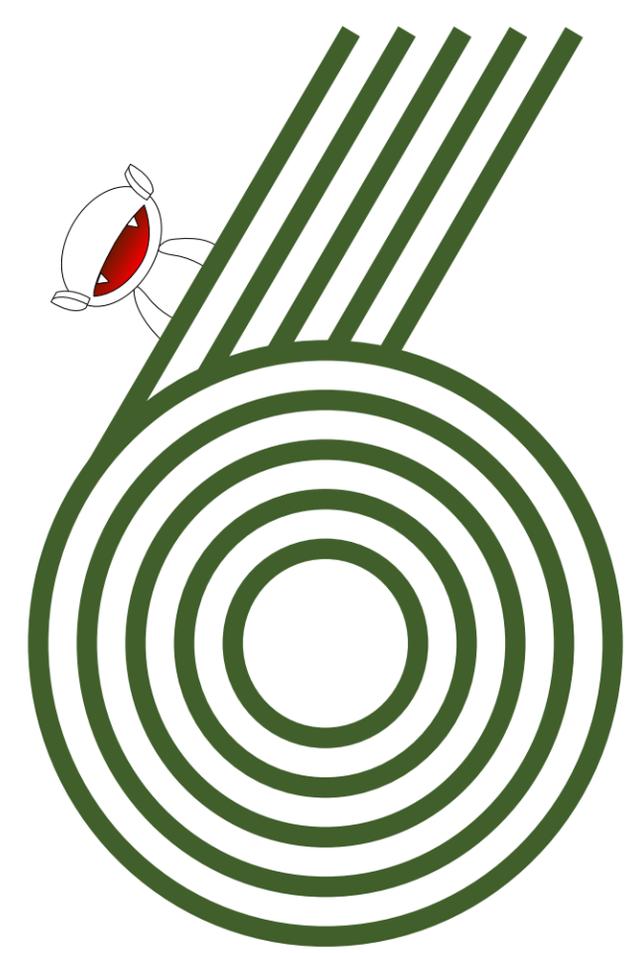


快乐法宝“未泯童心 梦想前行”六一童趣会

早在芒果超媒挂牌之日起，总部及七家子公司统一达成了“工作日青春奋斗，逢节日必有活动，逢假日必有关怀”的员工活动理念与关怀模式。涵盖三八妇女节、五四青年节、六一儿童节、青春芒果节、中秋与国庆、喜迎新年、欢度春节等。还每月精心策划一场员工专属主题生日会，涵盖青春、爱国、敬业、感恩、环保、青春芒果节等多种积极向上的主题，并且以家人的身份陪伴员工成长，记录生活精彩时刻。



第六章 互利共赢， 壮大朋友圈



◎ 第一节 诚意携手合作伙伴

公司植根湖湘，布局全国，辐射全球。以芒果 TV 为主体的七家子公司聚合芒果生态能量，释放新兴业态红利，以越来越开放的态度和“不忽悠、不跟随、不自嗨”的原则诚意携手伙伴共赢，构建互联网产业及融媒发展新格局，已成为长沙“世界媒体之都”的影响力重要组成，成为湖南文化强省新地标。

2019 年 6 月，继中国移动正式宣布以 16 亿元人民币战略入股芒果超媒之后，芒果超媒与咪咕文化双方签订战略合作。9 月，芒果 TV 与咪咕视频联合出品国内首档减肥生活观察真人秀《哎呀！好身材》上线，采用芒果 TV 和咪咕视频联合独播模式，传递“想要拥有好身材，先要拥有好生活”的健康理念。



◎ 第二节 严格供应商管理

公司严格执行《供应商管理制度》，建立供应商信息库、评标专家库。公开招标、规范采购、严格管理、监控流程，实现供应商优胜劣汰，丰富供应商结构，打造星级伙伴型供应商关系，提高用户、客户满意度，实现与供应商合作共赢。

◎ 第三节 确保用户信息安全

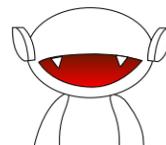
公司严格遵守国家法律法规，高度重视用户信息安全、隐私保护，使用强大的加密技术来保护用户隐私。

公司核心业务平台芒果 TV 制定并发布《芒果 TV 隐私政策》，对用户隐私保护做了详细的规定，将该政策在站内公示，告知用户在下载、安装、启动、浏览、注册、登录、使用芒果 TV 的产品或服务时，将按照本政策的约定处理和保护用户的个人信息，如果用户不同意本政策的内容，可立即停止访问或使用芒果 TV 的产品或服务。

◎ 第四节 致力用户权益的扩展

公司核心业务平台芒果 TV 不断丰富内容矩阵，不仅为用户提供多元化视听内容、构建多样化体验场景，还将用户权益从线上拓展到了线下。一方面，夯实“1+9”会员用户权益体系，开发艺人资源、IP 衍生体系，强化“芒果会员开放日”“直通马栏山”等会员用户活动。另一方面，打造回馈会员用户的品牌活动“青春芒果节”，成为行业首个造节成功的案例，重新定义了平台与用户的关系。





第七章 绿色发展的芒果， 可持续发展的超媒



习近平总书记提出创新、协调、绿色、开放、共享“五大发展理念”，将绿色发展作为关系我国发展全局的重要理念。芒果超媒作为坚持高质量发展的上市公司，在生产运营过程中坚决贯彻这一理念，积极践行绿色发展和低碳运营。同时，依托公司的媒介资源与媒体融合优势，践行可持续发展理念，践行主流媒体集团新路径。

第一节 全产业链低碳运营

在产业形态上，公司践行绿色环保、低碳运营路径，不仅全产业链条无污染、无负载，而且在节目生产中，高度重视合法合规、环境和谐，并且在网络运营中，通过大数据计算和云服务条件，常态避免了硬件、带宽等各类信息网络资源应用的浪费。

在日常工作中，公司切实增强全体员工的环境保护和资源节约意识，积极推行节能减排，倡导全体员工节约每一度电、每一张纸、每一滴水，最大程度节约资源。充分利用现代信息技术手段，推行无纸化办公，合理使用打印机和复印机，提高纸张的二次利用率；食堂坚持使用可循环使用的餐具，减少一次性餐具的使用；鼓励员工多走楼梯，尽量减少电梯的使用，特别是办公楼层低的员工；下班后做到人走灯灭电气关，减少电脑、打印机等设备的待机能耗；尽量少开空调，严格执行温度控制标准；提高员工参与支持垃圾分类的自觉性，推进企业生活垃圾分类源头减量和物资循环利用。同时，公司还组织志愿者活动，齐聚岳麓山，践行环保理念，开展“守护绿色，拥抱大自然”清理垃圾的公益活动。

第二节 全渠道全终端可持续运行

一、自制环保节目

可持续发展需要营造良好的舆论环境和凝聚全社会的共识，对可持续发展理念持之以恒、深入人心的传播尤为重要。芒果TV自制的首档先锋试验旅行真人秀《小小的追球》，通过节目嘉宾的影响力和综艺节目的多元表达形式在青年群体中发起“关注全球生态、环保从身边做起”的倡议和号召。节目紧扣环境保护主题展开，嘉宾在全球范围内，寻找那些正在消失的自然地理景观、人文环境以及动物



物种，通过沉浸式的旅行体验引导思考，以第一视角解读和诠释“青春”与“环保”，激发年轻人对热爱地球、践行环保的使命感和责任感。《小小的追球》赢得良好反响，节目组艺人荣获冰岛“环保旅行大使”称号。



二、助力环保公益

公司积极组织旗下艺人参加各类环保公益活动，号召粉丝一起传播和践行环保理念。天娱传媒旗下签约艺人白举纲、张新成、武艺、范世錡和芒果影视旗下签约艺人郑伟、李炳辉、黄烁文、刘煜晗、盛蕙子、苏梦迪共10位艺人作为《小小的追球》公益发起人，倡导低碳出行，号召环保接力。芒果娱乐签约艺人吕小雨作为“世界自然基金会明星志愿者”参加“2019地球一小时”公益活动，号召大家与自然共生，关上灯，点亮希望，在青年文化引领中发挥了积极作用。





第八章 芒果超媒的公益旗帜与暖情



“善为至宝，一生用之不尽；心作良田，百世耕之有余”。芒果超媒秉承向上向善之心，涵养媒体公益品格，积极践行爱心善举，充分发挥媒体融合传播优势，带动更多人了解公益、认识公益、投身公益，以公益慈善温暖社会人心。

第一节 发扬党媒优势，助力公益宣传

一、为爱聚力，公益行动传递真情

2019年，公司积极组织艺人参加各类公益活动，传播中华文化之美、传承公益大爱之心、传递社会民生之暖，展现青年艺人的自信与担当，为公众带来满满正能量，参加扶贫、爱心捐赠、助学等各项公益活动共计100余次。



天娱传媒旗下艺人华晨宇参与扶贫公益活动“家乡味道 王牌送到”，被授予“中国蓝王牌扶贫公益大使”称号



天娱传媒旗下艺人欧豪参与“星推榜为患儿献爱心”解锁公益项目捐款，帮助先心病患儿的治疗，给患病孩子重获新生的机会。



于朦胧作为“希望工程1+1助学行动”爱心大使，号召救助贫困地区失学少年。



天娱传媒旗下艺人张新成作为书海工程“公益使者”，捐赠“新想事成图书室”，让贫困地区青少年通过图书增长知识、开阔眼界。



芒果影视旗下艺人郑伟参加中国国家图书馆、微博“全民读书季”活动，号召全民阅读。



芒果影视艺人李柄辉、黄烁文参加线头公益“千里西藏助学行”活动，通过“祖国七十岁、公益十一载”公益故事（剧本）征集，选出最感动的公益故事，用义卖的方式支持公益。

二、为爱发声，公益广告倡导善行

芒果娱乐用公益广告筑起公益新力量，《净化网络空间 保护未成年人》揭露不良网络环境对青少年的恶劣影响，进而倡导“净化网络空间，保护未成年人”，获得 2019 第 26 届黄河奖银奖、第二届全国电视公益节目推广活动好公益宣传片奖。

公司投入大量的广告资源免费用于贫困地区农产品的公益推广和宣传。芒果 TV 先后为慈利杜仲雄花茶、永丰辣酱、祁东黄花菜、安化黑茶、平江茶油、沩山扶贫旅游、桂东玲珑茶、江华雪梨、石门柑橘等 11 个农副产品或者旅游产品免费播放广告，刊例价值达到 4,235.29 万元。

三、为爱记录，公益节目弘扬美德

芒果 TV 和中国社会福利基金会芒果 V 基金联合承办 2019 中国公益短视频大赛，大赛以“携手联动云 看见好时光”为主题，旨在弘扬时代精神，展示美好情怀，传播正能量，希望在用影像记录时光的年代，鼓励青少年用短视频记录人间真善美，传播社会正能量，用镜头展现年轻人与新时代的青春风貌。大赛采取全媒体立体式宣传推广，线上线下高度互动，征集记录新时代美好瞬间的原创公益短视频。该活动收到 20,833 部参赛作品，近千万人关注 and 参与。

◎ 第二节 责任重中之重，精准扶贫够“芒”

一、内容扶贫，展现美好乡村生活蓝图

2020 是全面打赢脱贫攻坚战的收官之年，2019 显然是关键冲刺之年。公司作为国有主流媒体集团，深入脱贫攻坚一线，推动全社会关注扶贫、了解扶贫、认识扶贫、参与扶贫，尤其发挥以文化人、以文育人的作用，讴歌脱贫攻坚中的奋斗人生，刻画乡村振兴当中的最美人物，坚定人们对美好生活的向往。芒果 TV 制作播出的网络纪录片《不负青春不负村》第二季、第三季致



力于多种视听形式，多维度记录和见证时代变迁当中的乡村扶贫奋斗故事，将主人公的坚守奋斗转化为乡村振兴的主流表达，聚焦年轻人、影响年轻人。两季节目在芒果 TV 累计播放量达 8,115 万次，入选国家广电总局 2019 年“弘扬社会主义核心价值观 共筑中国梦”主题原创网络视听节目征集推选和展播活动优秀节目。

二、电商扶贫，提升“乡村网红”带货能力



快乐购“一县一品”电商扶贫



快乐购“一县一品”电商扶贫

贫困偏远地区农产品销路的增加是扶贫效力最直接的体现。公司旗下媒体电商购物平台——快乐购持续推出“一县一品村播项目”，用“电商”+“直播”的形式，通过近距离、直观、身临其境的呈现感，再加上各种农村生活场景给网友带来的新鲜感，使得农户“直播带货”成为拓宽农副产品销售的有效渠道，把田间地头、农户家变成了“直播间”，把消费者购买场景带到了源头。同时，还依托快乐购自身的供应链优势，让农户直接对接到消费大市场，助力农产品推广和销售。2019年7月26日，炎陵黄桃当天销售突破91,000斤，销售额达到179.13万元。2019年共实现扶贫销售1.6亿元。

三、精准扶贫，开展结对帮扶活动

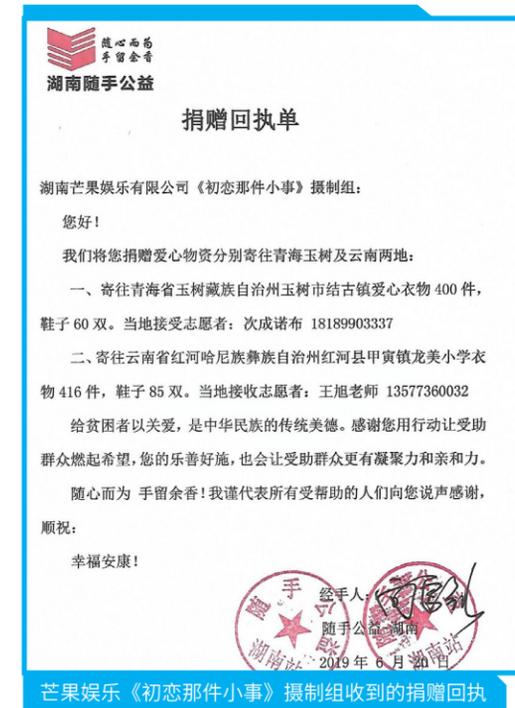
芒果TV自2018年起结对帮扶湘西永顺县列夕乡杨木村11户对口家庭脱贫致富，为杨木村快速脱贫献计献策、帮助销售扶贫农产品。2019年9月，芒果TV为杨木村捐建了一套“湘西e路通电子政务系统”，方便村民就近开展网络商务、信息查询和办理行政业务。11月，公司发起购买“湘西土黑猪”的活动，全员积极参与，帮助解决杨木村村民养殖猪销售难题。后续，芒果TV坚持“真扶贫、扶真贫、真脱贫”，进一步利用自身的新媒体平台优势和节目艺人资源，为杨木村的农副产品进行带货推荐，助力杨木村早日打赢脱贫攻坚战。



精准扶贫，结对脱贫

◎ 第三节 借重节目价值，关爱留守儿童

公司以关爱和反思为视角，关注青少年教育与成长问题。芒果TV出品的《变形计》已播出19季，至今踏足全国30个省级行政区的大量贫困县乡，已使用资金340余万元，资助104名农村青少年完成义务教育，并建立9个学校图书室，激发近10万社会人士参与捐赠。2019年10月，《变形计》温暖同行公益志愿服务项目入围“湖南省2019‘雷锋家乡学雷锋’最佳志愿服务项目”。



芒果娱乐《初恋那件小事》摄制组收到的捐赠回执

◎ 第四节 志愿者在行动，芒果人更努力

公司已初步形成以党支部为实施主体、党员带头群众参与的志愿者服务体系。超媒志愿者活动多形式、常态化，倡导人人都是志愿者，把无私奉献、服务社会、服务社区的理念融入了日常。公司员工逾4,000人，2019年在“湖南志愿服务”平台注册率超过90%，全员参加志愿者活动热情高涨。



芒果超媒总部志愿者义务植树



第九章 迈进 2020， 战“疫”有为

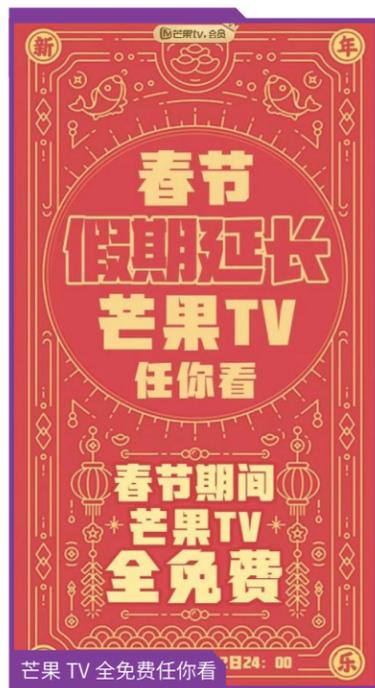
新型肺炎疫情突然来袭。在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，芒果超媒肩负起国有主流媒体集团的抗疫重任。

第一节 强势报道集萃，壮大主流声量

为切实做好新冠肺炎疫情防控的舆论引导和应急科普，公司充分发挥融合传播、视频传播、矩阵传播优势，全端口重点快速推送，形成了强势报道矩阵。对疫情防控专题持续进行精细化运营推荐，让用户第一时间掌握舆情动态；开设“湖南防控进行时”“湖南保供在行动”板块，做好重点报道；新开“辟谣侠盟”板块，回应关切，缓解公众恐慌情绪；在芒果TV国际APP注入防疫主题，彰显中国责任，体现国际协同。



第二节 免费会员服务，彰显主流担当



为做好新型肺炎疫情防控，国家呼吁春节期间取消聚会、减少外出。公司主动担当，发挥新媒体传播优势，对芒果TV全平台内容进行特别编排，通过制定福利加更、错峰编排等策略，打造多元内容矩阵，最大限度满足广大用户的观看诉求。开启不限地区“春节七天芒果TV免费看”活动，丰富广大用户疫情防控期间的精神文化生活，成为全国范围内网络视听行业唯一一家向全民免费提供全平台视频服务的视听媒体。国务院发布通知延长春节假期后，公司第一时间做出反应，芒果TV平台在七天免费基础上，主动延长免费时限，强化惠民福利政策。

第三节 精耕自制内容，创意科学防护



疫情面前，公司不断提高政治站位，坚守党媒主阵地，不断创新传播，自制系列短视频、公益视频等新媒体产品，全面强化用户疫情应急科普和舆论引导宣传力度。公司旗下各子公司艺人共同拍摄《防控疫情，从我做起》系列宣传片，积极引导受众，科学防护疫情。芒果TV制作推出24个疫情防控专题新媒体产品，累计播放量超3,170万次，系列短视频成为疫情防控宣传爆款。“芒果新闻”精心制作推出《加油武汉！加油中国！》《同舟，共济！》系列短片，提振受众信心。



芒果超媒艺人号召大家“防控疫情 从我做起”



◎ 第四节 海量广告资源，特别支持防控

为加速防控疫情公益宣传片在全国范围普及，触达更多民众，筑牢安全堤坝，公司高度重视，协调芒果TV内容运营和广告运营等部门，集中全平台资源，迅速安排国家卫健委宣传司疫情防控宣传片及更多防控公益广告贴片上线，以覆盖PC端、移动端、PAD端所有媒资的形式，24小时循环播放，日均触达用户3,000万。公司还统筹安排了芒果TV站内海量广告资源，同步推广疫情防控专题。

◎ 第五节 网络公益课堂，助力在线教学

芒果TV积极配合国家广电总局疫情防控期间规范开展在线教育的总体要求，主动担当作为，发挥特色优势，依托“智慧大屏+优质教育”模式，与政府机构积极合作，策划网络大课堂，助力停课不停学。“停课不停学·成长不延期”线上学习计划让全省中小学生在家里收看名师精品课程，最大程度降低疫情对新学期教学进度的影响。由中共湖南省委宣传部指导、湖南省教育厅主办、芒果TV全程参与策划并主体实施的“我是接班人”网络大课堂在芒果TV、湖南IPTV以及湖南省教育厅官网同步上线，打造出多层次、多场景、多角度且富于感染力、吸引力的网络育人新课程，为“停课不停学”保驾护航。



◎ 第六节 跑足供应链路，运送防疫物资

为了直接支援疫情防控一线物资，公司积极发动供应链路，将防疫物资以最快速度送达湖北武汉。2020年2月1日，快乐购三台满载防疫一线急需的工作和生活保障物资的车辆驶进武汉大学中南医院、武汉大学医院和武汉大学人民医院。中国社会福利基金会芒果V基金捐赠的援助物资成功送达武汉防疫一线。



◎ 第七节 科学周到复工，主动积极用工

在国家发布做好疫情形势下有序复工复产的号召下，公司通过防疫领导小组科学指挥，一方面合理把控风险、确保员工安全，特别制定员工分类分批安全返岗管理办法，下发《新冠肺炎防控知识手册》，做到提前防范、有序防范；另一方面主动落实生产保障措施，积极通过调整节目形式或者变更录制地点等办法保障内容生产的有序进行。



第十章

在融合创新中 彰显主流媒体责任担当



一切过往，皆为序章。

进入 2020 年，面对当前复杂的宏观经济和传媒格局，芒果超媒作为行业领先的国有控股主流媒体集团，将切实担当起内涵更为深刻而丰富的社会责任。

一是践行芒果模式，开拓融合发展新境界。正如习近平总书记所指出的那样，全媒体时代的媒体融合发展，是一篇大文章，只有真正实现“融为一体、合而为一”，才能使其优势与先进性得以充分彰显。发挥芒果 TV 核心平台驱动力，公司将持续整合生产要素，优化资源配置，不断提升主流舆论传播力、引导力、影响力和公信力。

二是恪守内容为王，铸造融媒发展核动力。坚持以人民为中心的创作导向，积极贯彻国家发展建设核心理念，通过独特视角、创意表达，讲好中国故事，传播好中国声音，真正担负起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的光荣使命。

三是坚持机制创新，建设芒果特色企业文化，开放吸纳全市场优秀人才，打造国内传媒领域当之无愧的人才高地。

四是始终坚持“四个敬畏”、坚守“四条底线”，不断完善公司治理，提高经营质量，抢抓资本市场改革红利机遇期，积极探索文化产业发展与资本市场融合发展的新路径，让所有中小股东共享公司发展成果。

路漫漫其修远兮，唯初心不忘，必得始终。

附录

目录		CASS-CSR 4.0	SDGs
关于本报告		P1	-
董事长献词		P2	-
总经理兼总编辑献词		P2	-
第一章 擦亮芒果超媒名片	第一节 公司概况	P4\P3\A2\A3\G2	-
	第二节 大事速览		
	第三节 关键绩效		
	第四节 荣誉串记		
	第五节 主流赞赏		
	第六节 理念集述		
	第七节 责任管理		
第二章 党建引领社会责任	第一节 夯实主体责任，推动政治建设	M1.3\S2.4	目标 16
	第二节 牢记初心使命，推动思想建设		
	第三节 支部强基固本，推动组织建设		
	第四节 坚持守正创新，推动作风建设		
	第五节 健全纪检监察，推动廉政建设		
	第六节 主题活动多样，丰富民主生活		
第三章 筑牢新型主流媒体集团高地	第一节 夯实平台“四力”，引领新型主流	M2.1\M2.4\M2.8\S1.4	-
	第二节 创新主流宣传，主题主线分明		
	第三节 融合打造“头条”，优构内容矩阵		
	第四节 新闻纪录大片，夺中国新闻奖		
	第五节 主旋律影视剧，持续发力见效		
	第六节 加速“文化出海”，做精国际传播		
	第七节 聚焦技术升级，布局 5G 应用		
第四章 深化股东和债权人权益保护	第一节 完善公司治理结构	M1.1\M1.2\M1.3\	目标 16
	第二节 强化内控管理	M1.4\M1.5\M1.6\	
	第三节 规范三会运作	M1.7\M1.8\S1.1\S1.2	

目录		CASS-CSR 4.0	SDGs
第四章 深化股东和债权人权益保护	第四节 规范信息披露	M1.1\M1.2\M1.3\ M1.4\M1.5\M1.6\ M1.7\M1.8\S1.1\S1.2	目标 16
	第五节 保障投资者沟通		
	第六节 切实回馈股东		
	第七节 切实保护债权人		
第五章 重视人本文化，创建幸福活力职场	第一节 企业文化特质在天生青春	S2.1\S2.2\S2.3\S2.5\ S2.8\S2.10\S2.11\ S2.13\S2.14\S2.15\ S2.16\S2.17	目标 5 目标 8
	第二节 员工权益与福利		
	第三节 员工培训与成长		
	第四节 员工活动与关怀		
第六章 互利共赢，壮大朋友圈	第一节 诚意携手合作伙伴	M2.13\M3.1\ M3.5\M3.6	目标 16 目标 17
	第二节 严格供应商管理		
	第三节 确保用户信息安全		
	第四节 致力用户权益的扩展		
第七章 绿色发展的芒果，可持续发展的超媒	第一节 全产业链低碳运营	E1.1\E1.5\E1.7\E1.9\ E2.3\E2.23\E2.24\ E3.1\E3.4	目标 6 目标 11 目标 12 目标 13
	第二节 全渠道全终端可持续运行		
第八章 芒果超媒的公益旗帜与暖情	第一节 发扬党媒优势，助力公益宣传	S4.5\S4.6\S4.9\ S4.10\S4.12	目标 1 目标 2 目标 4
	第二节 责任重中之重，精准扶贫够“芒”		
	第三节 借重节日价值，关爱留守儿童		
	第四节 志愿者在行动，芒果人更努力		
第九章 迈进 2020，战“疫”有为	第一节 强势报道集萃，壮大主流声量	P3.1\P3.2	目标 3
	第二节 免费会员服务，彰显主流担当		
	第三节 精耕自制内容，创意科学防护		
	第四节 海量广告资源，特别支持防控		
	第五节 网络公益课堂，助力在线教学		
	第六节 跑足供应链路，运送防疫物资		
	第七节 科学周到复工，主动积极用工		
第十章 在融合创新中彰显主流媒体责任担当		A1	-
附录 报告指标索引及引文出处		A5	-



芒果超媒
MANGO EXCELLENT MEDIA

芒果超媒股份有限公司

地址：湖南长沙金鹰影视文化城

电话：（0731）82967188

邮箱：mangocm@mangocm.com