

2020年度 东方明珠企业社会责任报告

CORPORATE
SOCIAL
RESPONSIBILITY
REPORT

目录

01	报告前言	01
	1. 报告规范	01
	2. 致股东的一封信	02
	3. 企业简介	04

02	责任管理	05
	1. 责任体系	05
	2. 责任制度	05
	3. 责任参与	06

03	治理责任	11
	1. 股东责任	11
	2. 客户责任	14
	3. 伙伴责任	17

04	社会责任	21
	1. 支持政府	21
	2. 关爱员工	28
	3. 安全生产	38
	4. 抗击疫情	39
	5. 精准扶贫	47
	6. 公益责任	51

05	环境责任	57
	1. 绿色管理	57
	2. 绿色运营	57
	3. 环保宣传	59

06	报告后记	60
	1. 公司经营模式	60
	2. 企业荣誉	64

07	意见与反馈	67
----	-------	----

一、报告前言

1. 报告规范

报告时间范围

2020年1月1日至2020年12月31日，部分内容超出上述时间范围

此前报告发布情况

本报告为自2017年以来第五年发布

报告发布周期

本报告为年度报告

报告数据来源

东方明珠新媒体股份有限公司及下属公司

报告发布日期

2021年4月30日

报告采用称谓

报告中采用的“东方明珠”、“公司”、“我们”均指东方明珠新媒体股份有限公司

报告获取渠道

本报告以网络电子版形式发布，可在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）查阅获取。

报告编制依据

全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南》（G4）

中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南》

上海证券交易所《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布<上海证券交易所上市公司环境信息披露指引>的通知》

阅读反馈机制

若您在阅读过程中有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们。

联系人：嵇绯绯（董事会秘书）

地址：上海市宜山路757号

邮编：200233

电话：021-33396637

传真：021-33396636

公司网址：www.opg.cn

电子邮箱：dongban@opg.cn

致谢

感谢公司投资者关系顾问上海博涵公共关系管理咨询股份有限公司协助编写。



2.致股东的一封信

尊敬的各位股东、合作伙伴和关注东方明珠的朋友们：

2020年，我们收获累累，公司总资产达到440.59亿元，净资产达到295.73亿元，全年实现营业收入超100亿元，归属于上市公司股东的净利润超16亿元，线上线下服务覆盖用户超2亿。

东方明珠（600637.SH）分别于2017年进入MSCI明晟指数，2019年进入富时罗素指数的成分股，并一直持续至今。

我们高度重视投资者保护工作并积极进行公益宣传，凭借积极践行《新证券法》和投资者保护，荣获中国证监会首批八家“诚实守信 受尊敬的上市公司”称号。

2020年，我们作为“上海投资者保护联盟”的首批发起单位中唯一一家上市公司，与上海市金融工作局、上海市公安局经侦总队、上海金融法院、自贸区陆家嘴管理局、黄浦区金融办、上海证监局、上海证券交易所、上海期货交易所、大连商品交易所上海总部、中证中小投资者服务中心、中国经济信息社、上海证券报、上海上市公司协会、上海市证券同业公会、上海市基金同业公会、上海市期货同业公会等约40家单位共同发起成立“上海投资者保护联盟”。

2020年，公司连续第9年获评“文化企业30强”，连续第4年入选“中国互联网企业100强”，入选“上海百强企业”，旗下多个业务单位屡获行业殊荣。

2020年，在新冠疫情的冲击下，我们迎来了不平凡的开端。

面对疫情，我们有力地承担国有文化企业社会责任，全年播放抗疫宣传片超2000小时；为上海“空中课堂”提供技术、内容、运营等电视、移动终端服务，全力保障全市143万中小学生的居家学习，优异表现被广电总局组织评选为2020年“全国广播电视媒体融合典型案例”。2021年，我们继续深化媒介参与社会治理工作，推出面向中老年的“金色学堂”全媒体教育平台，惠及上海百万家庭。

在媒体融合步入新发展阶段的大背景下，我们主动作为，确立了BesTV+流媒体战略，通过加强与SMG在内容、服务、渠道等领域的全面对接，形成良性互动的流量闭环。旗舰产品“百视TV”APP自2020年9月3日上线以来，仅200多天即实现超常规发展。

我们与SMG头部原创力量深度耦合，共同打造《神奇公司在哪里》、《金曲青春》、《主播有新人》等多档原创内容，收获过亿级别的浏览量，有效积累了一批面向年轻人群的头部IP，大幅提升活跃用户规模；我们以“内容+电商”为发展驱动双引擎，打造B+商城，展示“内容赋能产业”新价值。

我们加大对外合作、拓展全产业链布局的步伐，以发起人和出资人的双重身份参与组建中国广电网络股份有限公司，推进广电5G建设；我们积极投身数字化城市建设，与中国电科合作成立合资公司中电科东珠，拓展媒体业务边界。

2021年，“十四五”开局的号角已经吹响，新时代展开新征程，新挑战伴随新机遇，东方明珠将继续秉承“开放、诚信、创新、高效”的核心价值观，不断奋进，在上海全面推进城市数字化转型发展中大力提升企业创新能级，朝着打造面向新中产消费群体的最具价值的文化娱乐消费服务平台的愿景不断前行。

让使命召唤使命，让价值创造价值——这是东方明珠发展历程中积淀的朴素真理。我们曾经秉承着它，和各位股东一起，筚路蓝缕，实现企业从无到有，从有到优的飞速发展。在新的时代，我们仍将和大家携手并肩，栉风沐雨，以改革激发活力，以创新把握变化，让明珠继续璀璨在东方！

感谢您的关注与支持

东方明珠新媒体股份有限公司董事长
2021年4月30日



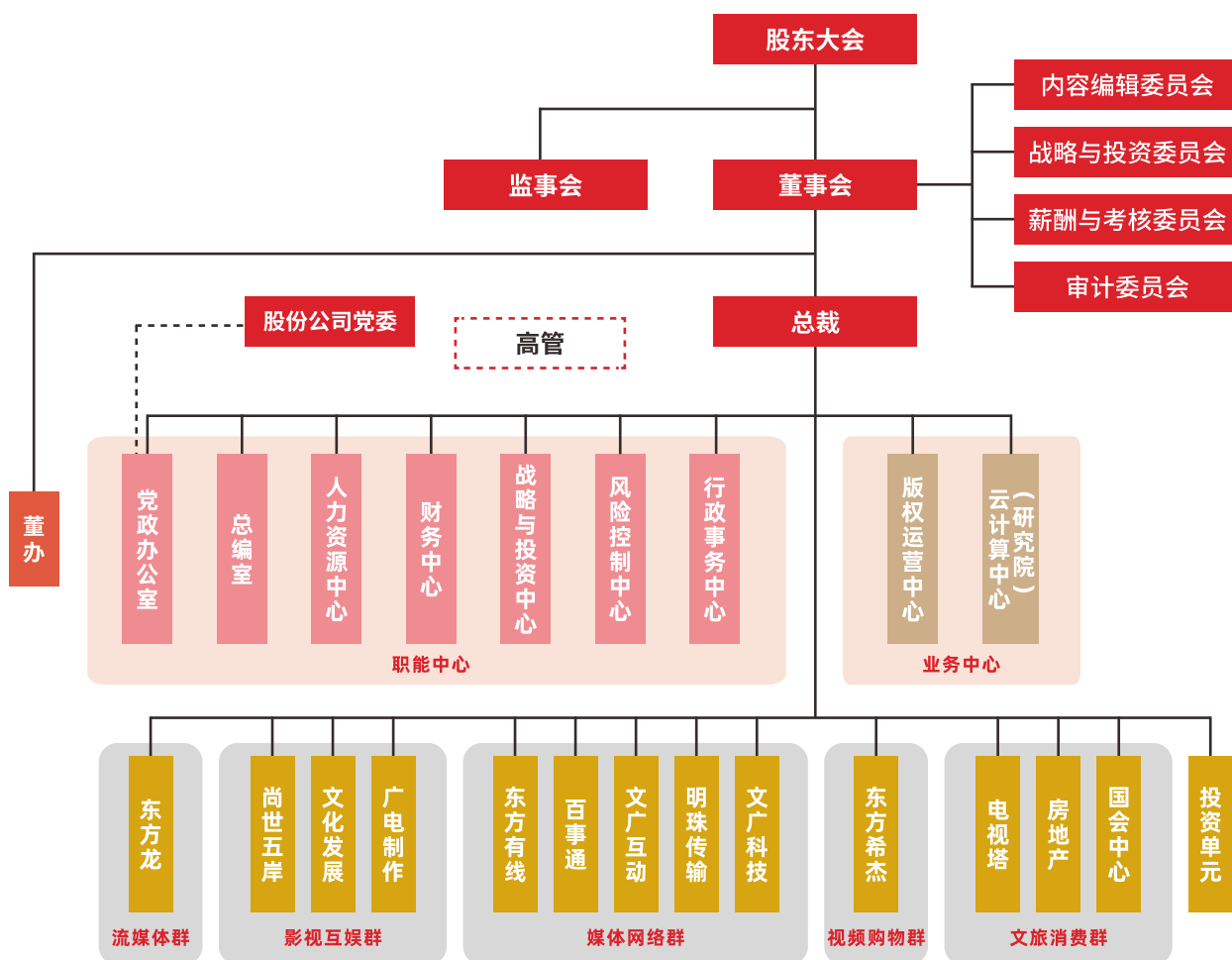
3.企业简介

东方明珠新媒体股份有限公司是上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（SMG）旗下统一的产业平台和资本平台。公司拥有国内领先的全渠道视频集成与分发平台及独具特色的文化娱乐消费资源，为用户提供丰富多元、特色鲜明的视频内容服务及一流的视频购物、文旅消费、影视剧及游戏等文娱产品。

2020年东方明珠基于BesTV+流媒体战略，与SMG共同构建“B+会员”服务体系，真正实现对产业板块中多品类服务的资源共享、权益互通、统分协同、交叉赋能等，并与在线新经济充分结合，打造全方位的“品质生活”服务体系，顺应中国社会消费整体升级转型的大趋势，满足广大用户不断增长的文化娱乐消费需求。

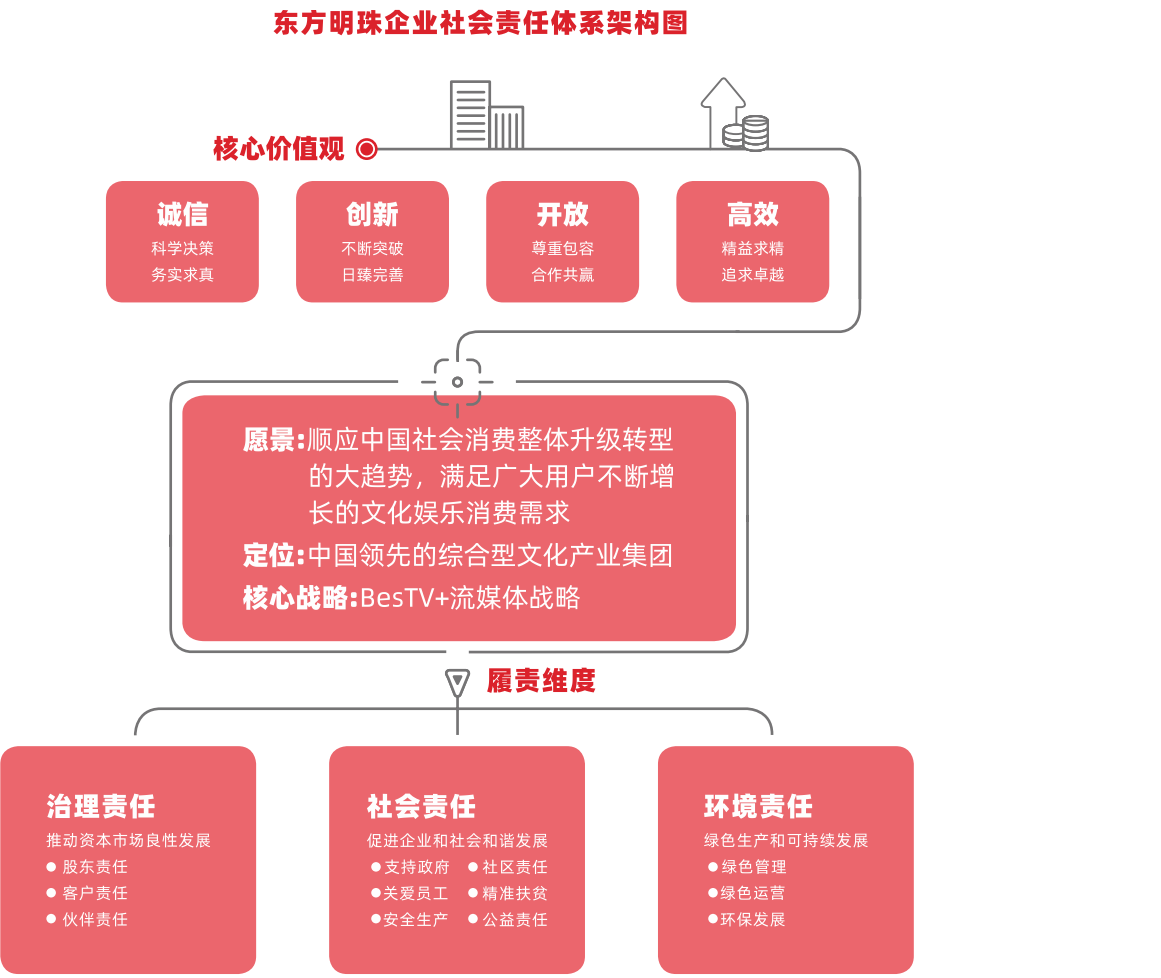
公司入选“中国互联网企业100强”及“上海百强企业”，并连续9年入选中国“文化企业30强”。

2020年公司组织架构图



二、责任管理

1. 责任体系



2. 责任制度

公司社会责任管理制度由组织、规划、沟通、执行、传播、考核等部分组成, 依据各项制度及考核方式, 持续推动责任实践, 编制社会责任报告。2020年, 公司根据国际ESG投资的相关标准, 结合东方明珠的发展情况, 有针对性地调整企业社会责任管理方式, 进一步提升社会责任管理制度设计和执行的有效性, 并持续提升社会责任成果披露的完整性、准确性和透明度。

公司自2016年成立社会责任专项小组, 持续推进社会责任报告撰写工作, 2017年4月顺利完成东方明珠首份社会责任报告并对外披露, 提升公众对上市公司的全面了解。2020年, 公司聚焦环境责任、社会责任和治理责任, 对报告架构和内容进行了调整, 有序展开2020年度社会责任报告的编写工作, 将企业社会责任绩效更加直观、准确地触达受众。

3. 责任参与

1) 多元化、定制化沟通方式有效保障各方利益

密切关注各利益相关方核心诉求，采取多元化沟通方式，有针对性地进行沟通，回馈各利益相关方，保障各方利益、促进共赢。

利益相关方	利益相关方关注点	我们的沟通方式
股东	- 良好的业绩表现及投资回报 - 积极完整的信息披露、畅通的投资者沟通机制 - 公司运营良好，可持续化发展	- 增加股东的流动性和收益性，连续多年持续进行分红 - 及时、准确披露公司公告，召开股东大会、投资者交流会，组织路演、建立各类投资者沟通机制、投资者热线及邮件、动态信息反馈 - 用有效的内部控制保证公司稳定与规范运作
客户	- 优质的服务 - 高性价比 - 质量与安全保障	- 客户满意度调查 - 产品宣传指导 - 客户服务电话 - 各类售后服务
员工	- 权益保护 - 个人发展 - 能力提升	- 培训机制、导师沟通 - 考核机制、员工工会 - 员工问询调查 - 员工心理辅导
政府	- 合法经营 - 依法纳税 - 助政府与公众搭建沟通	政策指示、工作汇报、日常沟通
合作伙伴	- 诚心互惠 - 公平采购	为对方创造合作机会、会议沟通、电话沟通
弱势群体	提供帮助	- 参与帮扶实践、整合帮扶资源、提供帮扶资金 - 组织帮扶成果拜访、开展技能培训
公益组织	有助于社会和谐的行为	- 组织各类公益活动 - 配合各类公益活动
自然环境	支持低碳发展	绿色运营、传递绿色公益
媒体	- 信息公开、沟通顺畅、 - 能够及时获取公司信息	- 完整的媒体沟通及媒体发布体系 - 重复的媒体报道覆盖 - 官网和官方微信及时更新

2) 完善投资者管理机制

公司追踪利益相关方的需求，不断拓展沟通渠道，并建立完善的信息反馈机制。2020年，东方明珠连续第五年主动撰写并披露社会责任报告。

代表上市公司发起成立上海投保联盟 投资者保护工作再上新台阶



东方明珠总裁徐辉出席联盟成立仪式

2020年10月30日，中国证监会系统在沪单位、上海政府有关部门、行业协会、高等院校、新闻媒体、投教基地等三十余家单位发起设立上海投保联盟。联盟首批成员单位包括上海市金融工作局、上海市公安局经侦总队、上海金融法院、自贸区陆家嘴管理局、黄浦区金融办、上海证监局、上海证券交易所、上海期货交易所、大连商品交易所上海总部、中证中小投资者服务中心、中国经济信息社、上海证券报、第一财经、全景网、东方明珠、东方财富网、蚂蚁财富、上海交通大学安泰经管学院、上海立信会计金融学院金融学院、上海上市公司协会、上海市证券同业公会、上海市基金同业公会、上海市期货同业公会、国泰君安证券投资者教育基地、湘财证券投资者教育基地、海通证券投资者教育基地、东方证券投资者教育基地、德邦证券投资者教育基地、点掌传媒投资者教育基地、恒泰期货投资者教育基地、证通投资者教育基地等约30家单位。东方明珠作为首批发起单位之一，也是其中唯一一家上市公司。

上海投保联盟致力于搭建投资者教育与宣传的常态化沟通联络平台，成员单位通过共享投教产品、共建宣传阵地、共办投教活动、共建讲师团队等形式，协同开展投教探索与创新，切实增强投教活动的影响力和有效性。同时，以投教为抓手，加强投保工作研究和协同，共同营造上海成熟理性、健康有序的资本市场环境。该联盟的成立也有望为下一步成立“长三角投保联盟”并构建长三角统一的投保协调机制奠定良好基础。

东方明珠作为唯一一家上市公司成为联盟首批成员单位，充分反映上海金融业各方和社会各界对我司投资者保护工作的认可。公司将发挥自身资源优势，积极参与联盟协同，整合上海投资者教育与保护资源，提升工作合力，加强投资教育与宣传，夯实投资者自我保护的防线，为上海资本市场平稳有序发展提供强有力支撑。



东方明珠官网开设投资者热线和投资者教育专栏

积极践行新证券法 获评首批“诚实守信 受尊敬的上市公司”

2020年5月15日，在第二届“5·15全国投资者保护宣传日”活动上，中国证监会正式启动“诚实守信 做受尊敬的上市公司”投资者保护专项行动。在此次专项行动中，东方明珠凭借积极践行新证券法以及在投资者保护领域的持续性突出表现，成为首批八家“诚实守信 受尊敬的上市公司”的一员，代表了证监会、机构和广大投资者对东方明珠在投资者保护方面的高度认可和肯定。

中国证监会专门发布“诚实守信 做受尊敬的上市公司”系列宣传文章，对“诚实守信 受尊敬的上市公司”的先进事迹予以宣传，新华网投教中心也专门打造网上专题予以宣传，赢得了超300频次的转载与转发，并被百度、搜狗、360等搜索引擎网站收录，为上市公司高质量发展树立了良好标杆。

关于转发“诚实守信 做受尊敬的上市公司”投资者保护专项行动系列文章的公告

所属：业务公告 作者： 时间：2020-06-09 23:49:00

近期，中国证监会正式启动“诚实守信 做受尊敬的上市公司”投资者保护专项行动。根据中国证监会投资者保护局、深圳证监局要求，为保障活动的持续性和影响力，保护投资者合法权益，现转发中国上市公司协会提供的8家上市公司宣传文章。

特别提示：本次文章为专项行动系列宣传文章，来源为中国证监会深圳监管局提供，投资者及第三方机构如有转载、编辑及其他需求，请自行联系深圳证监局、中国上市公司协会及文章作者。本次文章仅为投资者教育和保护目的，因不当引用或使用此文章造成的法律纠纷及投资损失，由使用者自行承担，与我公司无关。

- 1金麒麟 做好新证券法宣贯落实 开创公司高质量发展新局面
- 2爱尔眼科 注册制是上市公司的新赛道
- 3凤凰传媒 贯彻新证券法要求 切实提升公司治理水平
- 4云南白药 学习新证券法 切实加强投资者保护之宣传及实践分享
- 5浙数文化 成为“浙江及国内传媒数字经济领跑者”
- 6中视传媒 做亮特色经营窗口，提升投资者关系的纽带
- 7宏钢股份 强化投资者和债权保护，持续提升投资者关系管理
- 8东方明珠 践行新证券法，加强投资者保护工作

“诚实守信 做受尊敬的上市公司”投资者保护专项行动系列宣传文章

东方风来满眼春，山河万里起宏图

——东方明珠践行新证券法、加强投资者保护工作

随着新《证券法》颁布，并于2020年3月1日起正式实施，标志着我国资本市场在市场化、法治化的道路上又迈出至关重要的一步。修法完成后，保障资本市场健康、高效运行的法制基础将进一步夯实，市场生态也将产生深刻变化。

2019年底，中国证监会印发的《推动提高上市公司质量行动计划》中强调了“四个结合”：一是企业内生发展与外部促进保障结合，突出上市公司第一责任，丰富外部制度供给；二是优化增量与调整存量结合，把好入口与出口关；三是解决突出问题与构建长效机制结合，立足当下、着眼长远；四是监管本位与协调推进结合，抓好精准监管，强化政策协同，推动形成强大合力。

对于上市公司而言，谨记“四个敬畏”、严守“四条底线”，作为提高上市公司质量中肩负着第一责任和主体责任，东方明珠从以下几个方面入手，不断提高自身质量：

一、提高认识，特别是大股东和董监高等关键少数，要树立规范治理的原则立场

企业上市成为公众公司，必须要按照资本市场的规则行事，公开透明地经营。易会满主席提出的“敬畏市场、敬畏法治、敬畏专业、敬畏投资者”这四大敬畏，应构成我们上市公司核心的原则和立场。

加强公司经营管理层对合规的认识，也是对投资者知情权做到有



上市公司大家谈



3) 战略升级：BesTV+流媒体战略 引领新时代媒体融合转型



2020年流媒体战略发布会

BesTV+流媒体战略是SMG和东方明珠抓住广电5G新一轮发展机遇，以生态圈思维引领新时代媒体融合转型，是SMG和东方明珠的一次高度战略统一和深度战略协同。作为战略核心载体，BesTV+流媒体平台以一个账号对接多个终端的方式，打通渠道和内容、打通大屏和小屏、打通专网和移动互联网、打通线上和线下文娱服务，以用户为中心，“内容+服务”双核驱动打造5G时代应用平台。

BesTV+助力内容升级

BesTV+流媒体战略有利于激活创制力量，回归“用户价值思维”，打通、首播、二创效应初显。

BesTV+助力技术升级

构建新一代全媒体融合传播体系，必须强化技术支撑。BesTV+流媒体战略有效协同资源，加速技术创新驱动力。

BesTV+助力运营升级

BesTV+流媒体战略能够实现渠道叠加增能，智慧运营增效。

4) 行业共建：发起并推动组建中国广电网络股份有限公司

2020年10月12日，中国广电网络股份有限公司成立大会在国家广播电视总局大楼举行，由包括东方明珠在内的46家公司发起并共同组建，总注册资本为

1012亿元的中国广电网络股份有限公司正式揭牌。中国广电网络股份有限公司的成立，是推进全国有线电视网络整合和广电5G建设一体化发展迈出的重要一步，将加速“全国一网”整合，助力“一张可管可控高效安全的绿色网，一张多功能国家数字文化传播网，一张兼具宣传文化和综合信息服务特色的新型智慧融合网”建设。



中国广电网络股份有限公司成立大会



中国广电网络股份有限公司揭牌仪式

在“全国一网”股份公司组建中，东方明珠兼具发起人和出资人的双重身份。作为上海地区广电网络业务运营方——东方有线的控股主体，东方明珠以上市公司身份，成为上海地区发起人；出资5亿元人民币参与组建中国广电网络股份有限公司，是现金出资额最高的上市公司之一，同时还参股了多家省级网络公司，若按照“现金投资+股权参与”的权重统计，东方明珠是省级广电企业中持有中国广电股份最多的公司之一。而早在这之前，东方明珠BesTV+流媒体平台已获准成为中国广电“广电5G应用平台（上海试点）”。

5) 媒体融合展新篇：“空中课堂”获得国家广电总局“2020年全国广播电视媒体融合典型案例”

疫情期间，东方明珠为“空中课堂”这一重大民生工程提供技术、编排、分发、播出、运营、数据等全方位服务保障，第一时间开通12个直播频道，助力全市中小学12个年级共140余万学生复课，充分展现东方明珠作为广电新媒体在融合媒体领域的综合实力。全面复课后，东方明珠还通过携手上海市教委，建立“空中课堂”长效运营合作机制，将继续发挥旗下有线电视、百视通IPTV、BesTV APP大小屏多渠道视频集成与分发平台的媒体优势，为“空中课堂”提供全方位资源支撑，以“直播+点播+回看”多方式并举的方式保障项目持续安全高效运行。凭借在媒体融合和社会服务中的突出表现，“空中课堂”项目获得国家广播电视总局办公厅评选的“2020年全国广播电视媒体融合典型案例”。

2020年全国广播电视媒体融合典型案例名单

序号	典型案例名称
1	江苏省广播电视总台“荔枝新闻”客户端
2	中央广播电视总台 新闻融媒体中心“共同战‘疫’”不间断直播项目
3	上海广播电视台 东方卫视中心“我们在行动”项目
4	湖南广播电视台 娱乐频道MCN模式
5	国家广播电视总局广播电视规划院 广播电视节目收视综合评价大数据系统
6	东方明珠新媒体股份有限公司“空中课堂”项目
7	山东广播电视台“五智融合”案例
8	湖南广播电视台 金鹰卡通卫视TV
9	安徽广播电视台 融媒体中心
10	贵州省广播电视信息网络股份有限公司“一云双网、一主三用”智慧广电建设项目
11	蓝田县融媒体中心“三用四融合”的蓝田模式
12	宁波广播电视集团“宁波红”党员教育新媒体平台
13	苏州市广播电视总台 广电系统下互联网生态营销新赋能项目
14	北京广播电视台“壮丽70年 我们都知道”大型全媒体行动栏目
15	杭州文化广播电视集团 广播融媒“开吧系统”



三、治理责任

1. 股东责任

1) 规范公司治理

公司严格遵守中国证券监督管理委员会的证券监管规则和上海证券交易所法律法规及行业规范，持续完善公司治理结构，规范公司运营管理流程，建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的【三会一层】治理架构，同时形成了激励机制、监督与制衡机制的治理机制，做到了权责明确、各司其职、相互协调、有效制衡、科学决策、规范运作的经营管理架构。

2020年度，东方明珠新媒体股份有限公司股东大会共召开1次会议，筹备召开9次董事会会议、3次监事会会议。每次会议的会议准备、会议通知、会议召开、会议决议、会议资料的整理和保存均符合规范运作的规定，董事、监事、高管对会议内容认真审核、充分讨论，均形成了有效的决议。为推动公司良好运营和可持续化发展，公司本着公开、公平、公正的原则对最高治理机构及其委员会的成员进行提名和甄选，用有效的内部控制保证公司稳定与规范运作。

同时公司全面加强制度建设，全年出台、修订多项制度，涵盖行政、财务、人力、投资、技术、内容、安全和法务等，基本建立了东方明珠规章制度体系，为人才的配置、交流和发展提供更加清晰路径，同时优化薪酬结构，既提升核心人才薪酬的市场竞争力，又严格控制人力成本。

2) 深化党风廉政建设

2020年，公司继续加强党风廉政建设，推进全面从严治党、加强党风廉政建设和反腐败工作，从总部到分公司举办了多场党风廉政学习培训，加强全员思想教育，从根本上杜绝贪腐思想；通过纪检干部微信

工作群及时传达和下发中央、市委和上级有关党风廉政要求，督促各部门单位认真落实主体责任；通报违反中央八项规定精神案例，组织典型案例的学习，及时做好节假日廉洁提醒，要求各党组织转发党员干部学习，提高廉洁教育的及时性、针对性和有效性；层层抓好责任落实，让党风廉政建设真正落到实处。

案例：东方有线《中华人民共和国公职人员政务处分法》专题辅导会

2020年11月26日下午，东方有线党委和纪委联合召开《中华人民共和国公职人员政务处分法》专题辅导会，公司领导班子成员，各党组织书记，公司各部门、分公司、子公司总助以上干部共130余人参加。

会议要求，东方有线全体党员领导干部，要带头学法、带头守法、带头用法，发挥示范作用。全体干部职工要认真学习相关法律法规，更加自觉地以忠诚、干净、担当的高标准，严格要求自己，依法依规，恪尽职守，在努力促进公司健康发展的同时，圆满实现个人成长和家庭幸福。



3) 强化信息披露

公司严格按照公司上市规则和相关法规的有关要求，不断完善由股东大会、董事会、监事会和管理层构成的现代法人治理架构，形成权力机构、决策机构、监督机构和经营管理者之间的制衡机制。在内部制度的梳理方面，紧随着新《证券法》颁布及证监会、交易所相关指引的出台，公司于2019年底启动制订《内部信息报告管理制度》及其适用报送表格模板，并于2020年4月28日经公司第九届董事会第八次会议审议通过。截至目前先后修订、制订并披露了《信息披露事务管理制度》、《内幕信息知情人登记管理制度》、《外部信息使用人管理制度》、《投资者关系管理制度》、《内部信息报告管理制度》，并且在公司内网挂网、OA下发传阅。在加强制度建设的同时，还与相关责任人、对接人在日常工作沟通中，强化相关规章制度的理解，以更好地执行。2020年全年，公司共发布45条公告，真实、准确、完整、及时的进行信息披露，充分保障投资者的知情权。

4) 加强投资者沟通

2020年，公司积极开展投资者关系管理事务，完善公司对投资者的沟通、接待和服务工作机制。公司不断加强制度建设，高度重视与投资者的交流互动工作，通过专岗积极接听投资者热线、查看并回复投资者邮件、接待来访投资者，解答投资者疑问，通过现场交流、电话、传真、网络等方式与投资者开展公开透明的沟通交流。同时，公司积极接待各类调研，并参与各大机构组织的策略会、赴国内外参加全球知名投资机构举办的大型策略会积极与投资者进行沟通；举办投资者交流活动，增进与投资者的互动和沟通。



董事会办公室全年接听及回复投资者来电**1800**余次；浏览、回复投资者邮件**120**封。



共接待投资者调研总次数**711**次，总人数**1045**人



线上调研接待次数

496次



线下调研接待次数

215次

5) 股东回报

公司积极实施分红方案，使投资者与公司共享企业价值。公司拟以2020年末公司总股本3,414,500,201股为基数，按照每10股现金分红2.70元（含税），利润分配总额为921,915,054.27元，占归属于上市公司净利润56.87%。

鉴于公司正在实施股份回购事项，已回购股份将不参与利润分配，公司将以实施利润分配方案的股权登记日的股份数扣减已回购股份数为基数，按照每股分配金额不变的原则对利润分配总额进行调整。

6) 主动积极接受市场监督

公司始终保持公开自律的办公文化，多维度接受市场监督，坚持透明化办公，使市场、媒体及投资者对公司的经营状态及社会活动保持动态连续的了解。公司拥有法定信息披露媒体4家，分别为《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》，有利于加强媒体沟通与多维度市场监督。2020年度，公司举办多次媒体沟通会，就公司战略规划、业务开展等经营动态合规合法地与记者进行沟通交流，最终以网站或报纸为载体将信息传递给投资者，最大程度保障信息对称，促使投资者做出更加合理化的投资决策。

7) 聚焦主业深挖增长潜力

2020年，疫情对行业造成了严峻冲击，但公司各业务板块依然稳健发展，全年实现营业收入100.33亿元、实现归属于母公司净利润为16.21亿元。公司积极调整战略，通过发布BesTV+流媒体战略，激活增长动能，助力行业回暖后业绩的逐步复苏。



营业收入

100.33亿元



归属上市公司股东的净利润

16.21亿元



加权平均净资产收益率

5.5444%



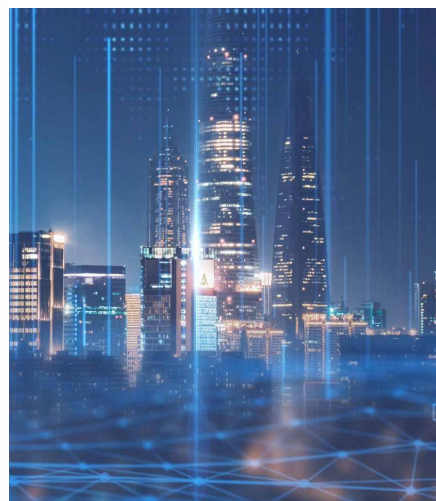
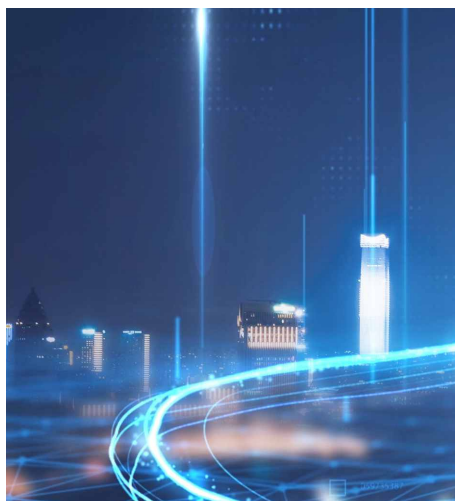
基本每股收益

0.4747元/股



资产负债率

20.77%



2. 客户责任

2020年度客户服务绩效展示

东方有线



投诉率：0.93‰

较去年↑1%



满意度：94.7%

在12345市民服务热线年度考核中排名第三，位于四大运营商首位。

东方购物



投诉率：0.7%



满意度：98.83%

国际交流、国际旅行社



满意度：96.4%

绿舟企业



投诉率：0.011%
投诉处理率100%



满意度：95.88%

2020年，东方明珠的客户服务满意度稳步上升，持续稳居行业前列，这与公司坚持一切以用户为先的管理理念并持续健全和完善客户服务体系密不可分。公司从产品服务和运营管理、客户隐私保护、客户响应、客户反馈等方面入手，加码研发投入提升运营效率，强化机制建设提升服务品质，客户服务质量持续领跑行业。

1) 科技驱动，打造一流产品和运营服务平台

公司经过严格的评估、准确定位，根据具体子公司业务需要，建立起通过ISO9000质量管理体系认证的产品服务管理体系，成立产品质量保证和改进小组，建立起集生产、维护、终端消费三位一体的实时交互管理平台。公司通过持续加码研发投入，以科技为驱动，提升运营服务效率，保障运营服务质量，并构筑了涵盖科创人才、运维人才、服务人才等多元化的高效运营和产品服务团队，持续提升产品质量和客户服务。

2020年度科研投入情况



研发投入总额：312,840,596.60元



研发投入总额占营业收入比例：3.12%



新增计算机软件著作权：52项



新增专利授权数：9项



研发人员：532人

案例1：“内容+服务”双核驱动打造5G时代应用平台

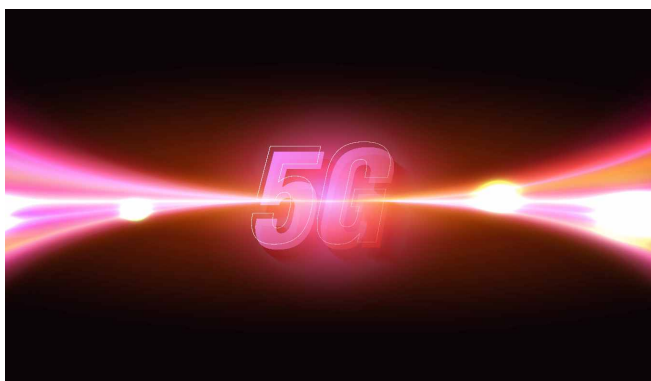
2020年10月20日至21日，在由流媒体网主办、百视通协办的第20届浦江论道暨中国IPTV/OTT智能视听产业高峰论坛上，东方明珠高级副总裁，百视通执行董事卢宝丰，百视通总裁曹雅莉作为特邀嘉宾出席，并结合东方明珠对BesTV+流媒体战略的具体实践，发表了自己对媒体融合发展的理解和思考，曹雅莉发表了《BesTV+流媒体战略之下百视通的融合发展之道》的主题演讲。



东方明珠高级副总裁，百视通执行董事卢宝丰致辞

BesTV+流媒体平台以一个账号对接多个终端的方式，打通渠道和内容、打通大屏和小屏、打通专网和移动互联网、打通线上和线下文娱服务，以用户为中心，“内容+服务”双核驱动打造的5G时代应用平台。内容上，SMG和东方明珠将通过“PGC原创+存量二创+增量开发”策略，构筑内容产品护城河。服务上，BesTV+流媒体正着力打造“B+会员”服务体系，围绕在线新经济的主轴，提供特色服务。

它整合了SMG及东方明珠的全量资源，深度挖掘SMG及东方明珠多年来积累的精品内容、制作经验和多元产业布局能力，充分利用东方明珠掌握的东方有线、IPTV、OTT等家庭大屏入口，以及东方明珠电视塔、梅赛德斯奔驰文化中心等一批优质线下渠道的优势，以BesTV APP为核心载体，通过技术体系支撑，实现上海地区大小屏多终端的打通和统一运营，实现统一用户服务，通过大小屏一致性精细化运营与互动，提升广电消费体验，进一步做强主流意识形态阵地，为移动+有线网络的内容服务场景提供最后一公里解决方案。



案例2：超高清视听VR技术创造更好观看体验

东方明珠始终坚持对高清视听产品的探索。2020年，旗下尚世影业主投主控的全国首部以“8K全流程”制作的电视剧《两个人的上海》已经杀青，正在进行后期制作，这是东方明珠融入广电5G一体化建设的重要举措；上海首个4K超高清频道“欢笑剧场”正式开播，为观众带去影院般的观看体验。VR是5G应用的爆发点，2020年上半年疫情期间，百视通多次联合上海爱乐乐团，基于5G+VR技术，举办草地音乐节、云端赏樱花等多场VR直播，为观众创造身临其境的感受。



尚世影业全国首部以“8K全流程”制作的电视剧《两个人的上海》



上海首个4K超高清频道“欢笑剧场”开播仪式



百视通VR云赏樱——共享辰山植物园户外音乐会

案例3：打造全国首个中老年专属学习平台

2021年年初，东方明珠携手上海市教育委员会与上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（SMG）推出全国首个中老年专属学习平台——“金色学堂”，这是东方明珠不断深耕教育垂直类领域，持续丰富BesTV+流媒体视频平台优质内容的重要举措，也是其以生态化布局驱动线上协同创新，打造全覆盖、多场景的终身教育生态体系的体现，将助力上海数字化转型和“老有所学、老有所乐”的学习型社会建设。“金色学堂”是覆盖有线电视、IPTV和百视TV移动端的全媒体教育平台，东方明珠发挥内容制作和编排运营的强大能力，根据老年人的现实需求和收看喜好，规划了智慧生活、文化娱乐、健康科普三大节目带；除大小屏全媒体产品矩阵，后续“金色学堂”还将完善线下用户社区等产品与服务，为老人们提供更丰富的活动体验和才艺展示平台。未来，东方明珠将发挥线上线下多渠道资源和运营能力，为“金色学堂”引入更多适用于终身教育学习的优质内容与服务，打造全覆盖、全媒体、全互动的学习平台和生态体系，不断满足学习型社会多样化、个性化、智慧化的学习需求。



2) 双轨并行，守好客户信息安全

公司高度重视客户信息管理和保护，致力于通过合法的途径和正当的渠道获取客户信息，坚持“科技+机制”双轨并行，确保客户隐私的安全性。东方明珠一方面不断推进技术更新，对用户信息系统安全防护体系不断完善，夯实客户信息安全“防火墙”；另一方面，持续健全内部管理机制，加强员工责任感和素养的培养，多举措强化监督，护航信息安全，在未征得客户个人同意的情况下，不向第三方泄露客户信息，在每个组织均指定专人保护客户个人信息。

3) 高效响应，强化客户互动与关怀

公司建立了规范化的客户响应机制，确保对客户需求做出及时反应，并通过日常培训不断提升客户服务人员服务技能和责任感，以优质的服务、100%的认真态度，力求给到每一位客户最妥善的答复。同时，公司采取主动积极沟通策略，依托线上线下活动加强客户互动，注重对客户的关怀，让客户享受到温暖贴心的服务。

4) 注重反馈，持续提升服务质量

公司立足客户反馈，不仅基于大数据和客服系统定期对客户反馈集中性问题予以梳理总结，制定分类解决方案，还积极推行日常客户满意度调研，定期追踪客户满意度变化，不断优化改善服务。公司旗下多个子公司均设有7*24小时不间断服务的客服中心，采取人工与自动相结合的受理应答方式，解决客户问题；并通过客服热线、微信在线客服等多种方式受理客户业务咨询、故障报修、投诉申告等多样化的服务需求；对服务完成进度予以跟进，在每一次服务完成后都会进行满意度调研，针对客户不满意案例，立即进行服务弥补。

3. 伙伴责任

1) 营造公平合理的合作与竞争环境

公司紧密围绕“坚持诚实守信，谨守商业本分”的原则，构建了企业文化体系，明确企业价值观：“诚实守信，业绩导向，以人为本，创新发展”。公司始终坚持依法经营，支持反垄断和反倾销，支持鼓励竞争的公共政策。2020年，公司积极主动参与行业公开、公平的招标竞争，建立《供应商管理机制》，规范公司公平、透明的采购管理程序和对供应商的控制流程，加强了与供应商、相关企事业单位等业务伙伴的相互合作，建立互信，通过合作机制，发挥各自优势，实现优势互补和共同发展。

东方明珠严格遵守最高人民法院发布的《中国知识产权司法保护纲要》，尊重并保护其他企业和个人的智力劳动成果所依法享有的专有权或独占权。公司围绕知识产权保护、科研经费管理、信息保密等方面，结合内控体系建设和风险管理要求，形成了符合国家科研管理要求、具有行业特色的科研管理制度体系，为科研工作的高效有序进行提供了机制保障。同时，公司充分尊重供应商和合作伙伴的商标权、专利权、著作权等合法权益，保护其商业机密。公司注重供应链一体化建设，不断完善采购流程与机制，保证每一位供应商都能公平地获得知情权、选择权和参与权，为供应商创造了良好的竞争环境。

2) 多维共赢谋发展

东方明珠始终坚持与合作伙伴互惠互利、共生共享，在推动合作各方实现经济效益更大化的同时，积极发挥龙头企业带头作用，探索行业升级转型新路径，构筑行业发展新生态，促进全产业链和区域共生发展，彰显大企风范。

2020.1.13 ● 签约上海自贸区临港新片区 构筑区域文旅新增长极

2020年1月13日，东方明珠旗下上海东方明珠实业发展有限公司，与中国（上海）自由贸易试验区临港新片区管理委员会签署合作协议，将在临港新片区投资建设影视工业4.0示范实践区等项目，全面提速临港新片区主城区综合发展。东方明珠将依托资源优势，围绕临港新片区功能性项目布局进行开发建设，秉承全球最先进的产业规划及发展理念，引入全球高端技术、人才、服务及产品，为临港新片区量身打造含食、宿、购、文、娱、体在内的核心产品，推动产业资源集聚，催化行业新发展，有望打造上海新的文旅增长极，构建长三角文化旅游新高地。



中国（上海）自由贸易试验区临港新片区功能性项目签约仪式

2020.5.29 ● 携手四大运营商 助力上海智慧城市发展

2020年5月29日，东方明珠旗下东方有线携手其他四家通信运营参与了由上海市金山区人民政府举办的“加快新型信息基础设施建设 推进智慧城市发展”共建签约，未来将共同推动金山在5G、千兆光纤、物联网等方面的建设，推进新型城域物联专网、互联网数据中心、医疗影像云平台、智慧养老服务平台、“三级平台、五级应用”一体化城市运行体系、公安道路交通管理系统等项目建设，赋能智慧城市管理，进一步提升城市智能化管理水平。



“加快新型信息基础设施建设 推进智慧城市发展”共建签约仪式

2020.6.18 ● 东方明珠新媒体创智中心开工 助力新媒体产业孵化

2020年6月18日，东方明珠新媒体创智中心正式开工建设，未来将依托上海文化广播影视集团有限公司（SMG）、东方明珠新媒体股份有限公司的龙头牵引作用，以“新价值、新动能、新文创”为指引，以“创新生态、智慧驱动”激发文创产业活力引擎，广泛吸纳、整合新媒体产业链上下游的各类资源，为小型企业提供互动、交流、共享的创业平台，构建新媒体产业孵化基地，打造上海区域文创新名片。



东方明珠新媒体创智中心开工典礼

2020.7.14 ● 与上海市教委战略合作 推动“空中课堂”长效化建设

2020年7月14日，上海市教育委员会与SMG签署合作协议，双方将建立长效合作机制，共同打造全国领先的全媒体在线教育品牌“上海空中课堂”。SMG和旗下东方明珠将与上海市教委共同推动建立“空中课堂”长效机制，将形成一套完整的优质视频课程，通过充分共享市级优质视频课资源，赋能教师教学，支持学生自学，探索形成线上、线下教育相结合的融合教学新模式。双方还就长效机制的建立召开了上海空中课堂交流研讨会。东方明珠作为上海地区电视播出服务的主服务商，将继续发挥旗下有线电视、百视通IPTV、BesTV APP大小屏多渠道视频集成与分发平台的媒体优势，为空中课堂提供技术、编排、分发、播出、运营、数据等全方位资源支撑，以“直播+点播+回看”多方式并举的方式保障项目持续安全高效运行。



与上海市教委签约仪式



上海空中课堂交流研讨会

2020.8.27 ● 成立中电科东珠 打造新基建落地样本

2020年8月27日，中国电科、东方明珠在上海共同宣布成立中电科东珠，以新一代信息基础设施建设、运营为核心，构建立足上海、面向长三角、辐射全国的创新平台，打造数字经济时代领先的新一代信息基础设施建设运营商，为智慧城市、数字中国打造新基建落地样本。双方还发起成立了“新一代信息基础设施生态联盟”，中国电信、中国移动、中国联通、腾讯、阿里、百度等数十家行业龙头参加，旨在突破重大核心技术，面向全国进行产业布局，服务国家战略和长三角一体化经济发展大局，共铸中国经济新增长的关键引擎。



中国电科、东方明珠合资公司揭牌仪式



新一代信息基础设施生态联盟成立

2020.9.17 ● 东方明珠凯旋中心启动运营 树立文化产业集聚区标杆

2020年9月17日，东方明珠凯旋中心正式竣工并启动运营。作为公司BesTV+流媒体战略重要的线下空间布局，凯旋中心将充分依托东方明珠和SMG的产业资源与业务优势，着力于“智慧运营、智能场景、智创生态”的创建，全面引入新媒体上下游企业，打造上海城市中心的文化产业新地标。



东方明珠凯旋中心竣工暨运营启动仪式

2020.9.28 ● 成立上海国际旅游度假区文化发展有限公司 提升上海旅游标识度

2020年9月28日，由东方明珠旗下上海东方明珠国际交流与上海国际旅游度假区运营管理有限公司共同出资成立的上海国际旅游度假区文化发展有限公司在上海揭牌。新公司落实上海文化广播影视集团有限公司（SMG）与上海申迪（集团）有限公司战略合作愿景，以提升上海国际旅游度假区品牌标识度、显示度和美誉度为目的，着力营造全领域互动、全要素利用、全产业链条、全方位服务、全社会参与和全主体共享的发展环境。依托东方明珠丰富的媒体和文化资源，上海国际旅游度假区文化发展有限公司打造了一批体现国际风范、彰显中国元素、突出上海特色、具有国际影响力的自主品牌活动；新公司成立后的首个自主品牌活动——2020上海美好生活节被纳入2020年上海旅游节主要项目之一。



上海国际旅游度假区文化发展有限公司揭牌仪式



2020上海美好生活节

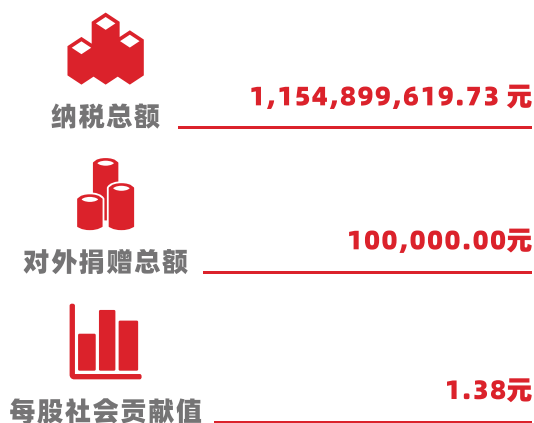
四、社会责任

1. 支持政府

东方明珠作为国有控股的文化上市公司，严格遵守法律、法规及监管规定、遵守社会规范及行为准则、遵守企业内部规章制度。公司积极配合政府的工作，主动加强与政府主管部门、监管机关的沟通与联系，主动接受并配合政府部门和监管机关的监督和检查，全面支持和参与深化改革，承担公司应尽的责任。同时，公司作为文化行业的发展企业和国产影视作品重要的宣传阵地，努力推动中国文化走出去，提高中国文化在国际上的影响力，积极打造具有国际竞争力的民族品牌，创造了良好的社会效益。

1) 诚信纳税

秉承合法经营，依法纳税的经营理念，东方明珠严格遵守税收法律法规，切实履行企业公民依法纳税的责任和义务。



注：每股社会贡献值=(经济绩效贡献值+社会绩效贡献值-造成的环境污染等其他社会成本)÷公司股本总额

其中：“经济绩效贡献值=净利润额+纳税总额+利息支出总额+员工薪金总额”，“社会绩效贡献值=员工福利和社会保障支出总额+员工培训费用总额+对外捐赠总额”，造成的环境污染等其他社会成本按排污费与当年因环境违规遭受的罚款金额之和计算

2) 促进就业

公司积极解决当地人才培养、招聘、就业等问题，注重与社区的交流与合作，提升社区发展软实力。2020年公司新聘员工数量为319人；其中应届毕业生40人，占新聘员工的12.5%。

3) 公益传播

2020年度，东方明珠旗下东方有线、百视通、文广互动、东方购物、移动电视、新兴媒体各平台播出的公益宣传片的内容涵盖抗疫防疫、防险防灾、征兵、爱国主义、美德、控烟、环保、公益活动、志愿服务、主旋律宣传等，其中播放抗疫防疫宣传2053小时以上，主旋律宣传783小时以上，公益宣传477小时以上，防险防灾、环保、征兵、禁毒、献血等其他宣传1818小时以上，全年总计7374小时以上。

4) 助力进博会

11月5日至10日第三届中国国际进口博览会期间，东方明珠全力以赴服务进博会，加大旗下播出平台宣传力度，确保相关工作落实到位，为进博会成功举办营造良好氛围。

旗下文广互动法治天地频道《法治新闻》推出“服务保障进博会”特别板块，积极对接全市公检法条线，以记者现场体验方式，对检察机关服务营商环境建设、公安部门做好进博会场馆安保及周边交通疏导、海关做好进出口货品快速通关与检测等涉进博会相关主题内容进行报道。

旗下东方购物与都市频道各王牌栏目围绕“美丽进博”、“趣味进博”、“温暖进博”、“新鲜进博”等主题带来特别节目，为观众甄选推介进博会热门参展商最新、最优、最具性价比的好物。



旗下百视通在IPTV开设“第三届进博会”专区，汇集来自央视、东方卫视关于进博会的实时动态报道，突出进博会“买全球、惠全球”的盛况和会展进程中取得的各项贸易成果。此外，百视通互联网电视平台增加“进博会”页签，不断更新最新报道。



5) 文化交流及“一带一路”建设

2020年，东方明珠在国家“一带一路”战略指引下，以多元化的文化传播形式为载体，用世界语言讲好中国故事，推进业务建设、拓展传播平台，以优质内容的创制和全球分发推动品牌落地，积极探索、深度参与更多“文化走出去”的国际合作交流，助力中国文化更好地走出国门，展现中国企业风貌和担当；同时加强优质内容的引入，让更多国外优秀作品在中国落地，丰富国内民众的物质文化生活。

► 国际业务版图持续扩张

案例1：抗疫纪录片走进“一带一路” 国家 展现中国抗疫风貌

由尚世五岸出品的、反映国民抗击疫情的时代报告剧《在一起》，以赠播的形式发行至缅甸、巴基斯坦、吉尔吉斯斯坦等多个“一带一路”国家；在输出优质中国内容的同时，也展现了我国在疫情期间，与全球互联互通，携手共进的态度；并将SMG制作的三部抗疫纪录片赠予马来西亚Astro电视台进行播出，展示了“山川异域，风月同天”的大国关怀。



《在一起》剧照

案例2：SMG尚世五岸梦想剧场上线 助力中华文化走出去

东方明珠在世界覆盖范围最广的视频网站Youtube上建立影视剧专区，主要以尚世五岸出品以及具有版权的影视剧为主，通过积极主动的宣推运营，提升专区海外影响力和版权收益，传播讲述中国故事的优质影视剧，助力中华文化走出去。平台自2020年5月29日上线，5个月的时间内，已上线了近900条视频内容，总订阅人数过万。



案例3：多部影视综艺作品落地“一带一路”国家主流媒体平台

2020年，尚世五岸持续与“一带一路”国家的主流媒体平台合作，包括《极限挑战第六季》、《中国新相亲第三季》、《中国新相亲第二季》、《妈妈咪呀第六季》、《我们的歌第二季》和《侠探简不知》等节目发行至新加坡、马来西亚和俄罗斯等一带一路沿线国家；代理发行的优酷古装网剧《侠探简不知》在马来西亚、新加坡及越南地区实现了追播，并同步上线了英文和越南语字幕版本；出品的《只为那一刻与你相见》、《在不安的世界安静地活》、《两个人的上海》等头部影视剧作品在“一带一路”沿线国家以及东南亚地区、欧美地区全球同步呈现，为华语版权内容的传播、中国影视剧文化走出去添砖加瓦。





《辐射避难所Online》

案例4：游戏业务成功出海 产品国际化竞争力显著提升

2020年，东方明珠旗下游戏板块业务加速全球化布局，并取得了系列积极性成果。旗下文化发展第一次正式参与并顺利完成海外游戏市场推广，手游《辐射避难所Online》累计在海外70余个媒体渠道进行全方位的宣传投放，上线首周港台下载排行榜均保持在前5名，日韩下载排行榜上线首周均保持前3位，并保持了长期良好的热度和好评，获得了众多IP方、研发方的认可。文化发展目前已在洽谈两款手游大作日韩发行合作。此外，文化发展成功研发上线了《开心反斗城之守护传说》、《奥特英雄学院》等教育精品类游戏，在海内外引发积极反响，《奥特英雄学院》应邀参展胡志明市的“全球教育峰会”。

▶ 国际交流合作不断深化

案例1：影视板块步入国际合作3.0阶段 强化“中国故事 国际表达”

2020年，东方明珠旗下尚世五岸步入国际合作3.0阶段，与1.0阶段的“引进来”和“走出去”、2.0阶段的引进经典让好作品IP“返场”不同，3.0阶段实现的是与合作方展开合拍项目，逐步进阶国际合作模式，自觉对标“中国故事 国际表达”。

中泰合作美食喜剧电影《启动人生》完成制作，该片目前被列为2020东盟媒体交流年重点项目之一。



中国和塞尔维亚合拍的纪录片《萨瓦流淌的方向》已完成拍摄制作。由尚世影业投资出品的《萨瓦流淌的方向》作为第一部中国与塞尔维亚合拍的电影项目，受到了塞尔维亚政府的高度重视，导演兼编剧陈丹燕也在筹拍期间被塞尔维亚国家旅游局授予“旅游形象大使”的称号。在中塞关系蓬勃发展的大形势下，它为两国人民提供了一个互相了解的契机。



案例2：搭建国际展会线上平台，保障疫情下文化交流

2020年因全球新冠肺炎疫情，国际展会方面影响巨大，东方明珠旗下公司创新采用线上展会形式，保障了文化交流通道的畅通。

俄罗斯莫斯科春季世界内容市场（WCM）线上展示

2020年9月1日至12月1日，尚世五岸以俄罗斯莫斯科春季世界内容市场线上展会（WCM Online）的形式，线上组织搭建“中国联合展台”，携14家中国优秀企业参加，展示了近百部丰富多彩的作品，在国家馆里规模最大，吸引大量海外潜在买家的关注与兴趣；并在线上举办“中俄新媒体内容合作创新论坛”，中俄嘉宾首次以“云见面”的形式，从不同的主题点进行切入展开探讨，得到了中俄企业的大量关注和积极反馈。

尚世五岸携最大规模中国联合展台亮相第26届戛纳秋季电视节

受全球疫情影响，原定于2020年10月12日-15日在法国举办的第36届戛纳秋季电视节MIPCOM于10月5日至11月17日举行，并全部以线上展会MIPCOM ONLINE+呈现，其中主体活动时间为10月12日至10月16日。东方明珠旗下上海尚世影业、上海五岸受国务院新闻办公室、国家广播电视总局委托，负责承办“中国联合展台”线上展示专区，并策划组织了包括《在一起》专场展映会、中国内容推介会等在内的系列推介会活动。



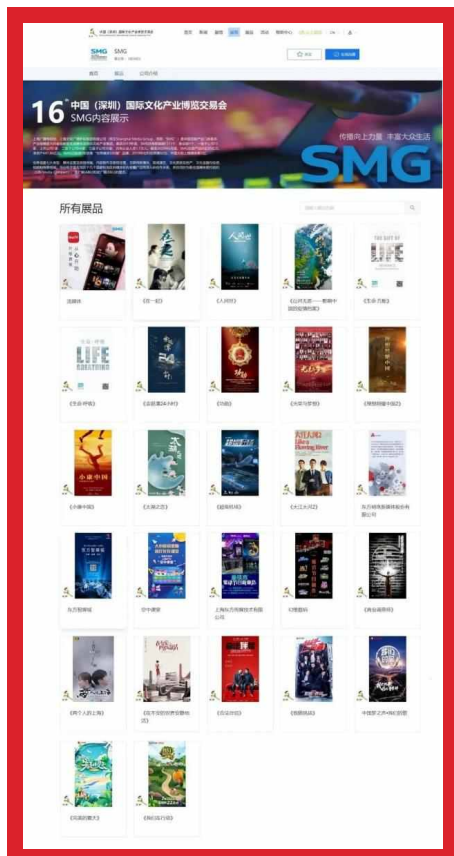
专题展映时代报告剧《在一起》

亚洲电视论坛及内容市场(ATF)“聚焦中国”

2020年12月1日至2021年2月28日，尚世五岸克服因疫情衍生出来的各种新情况、新问题，大胆尝试和探索新模式和新举措，响应亚洲电视论坛及内容市场（ATF）线上展会要求，精心策划并组织系列线上活动，其中包括4场中国新作品推介会（电视剧专场、纪录片专场、动漫专场、柠萌都市剧专场）、1场抗疫题材时代剧《在一起》专场展映会，以及1场中国媒体领袖代表的主题演讲，促进此次参展中国公司数量和作品再次刷新历史记录，让世界聚焦中国，展现中华文化和不屈不挠的民族精神。

案例3：助力国内多项国际展会的举办

2020年下半年，东方明珠成功举办疫情后国内首个大型文化展——第十六届中国国际动漫游戏博览会（CCG EXPO 2020），针对全球疫情，特殊设置云展览，连线巡馆领导和美国西雅图及北京盖娅团队的交流、沟通，保障展会顺利进行，参加并助力网络视听大会云展览、深圳文博会云展览、2020中国移动大会等活动，积极推动中国文化产品走向世界。



深圳文博会云展览



东方明珠百视通携5G新视界亮相2020中国移动大会

▶ 国际优质内容的加速引入

案例1：优质儿童类节目引入

2020年，尚世五岸经过一系列的沟通与交涉，独家引进了两部俄罗斯动画片《小发明家尼克》与《玛雅的魔法厨房》，均已成功在芒果TV平台上线，《小发明家尼克》上线首周即斩获平台儿童类新节目点击量第三。



案例2：提升大健康游戏产品影响力

引进海外优质独立游戏《39天到火星》，带领玩家进行深度中外文化交流；构建新媒体宣传矩阵，扩大大健康游戏产品影响力，2020年共发布原创微博160条，维护运营16万新媒体粉丝，引领玩家价值判断，趋向健康主机游戏；制作每日的游戏资讯，依靠手游、主机、PC等游戏产品一手深度数据及分析报告作为支撑，进行相关分析，完成游戏数据报告249个，数据多维、精准。

2. 关爱员工

1) 平等雇佣、依法用工

东方明珠始终坚持“平等雇佣”的用人理念，秉承岗位需求与员工能力相匹配的招聘原则，在雇佣员工的过程中，严格杜绝违反用工政策的行为，公平、公正对待不同性别、年龄、国籍、民族、宗教信仰、肤色、语言、户籍所在地等与工作无关的个人特征的应聘人员，实行同工同酬，杜绝雇佣童工。截至2020年，共有全职员工7232人，少数或其他种族员工104人，残疾员工19人。

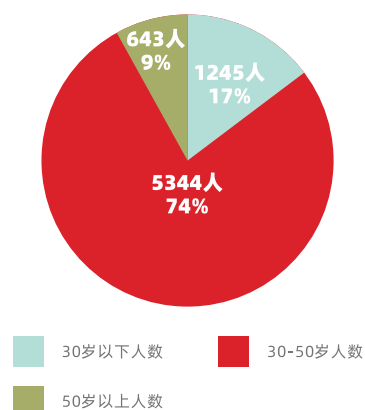
员工构成年轻化，没有年龄歧视

从近三年来看，公司年龄构成偏向年轻化，2020年度员工平均年龄为37.8岁，74%为30-50岁员工，体现了公司没有30+或35+年龄歧视，充分体现了平等雇佣原则。

东方明珠2018-2020年
全职员工人数和平均年龄构成

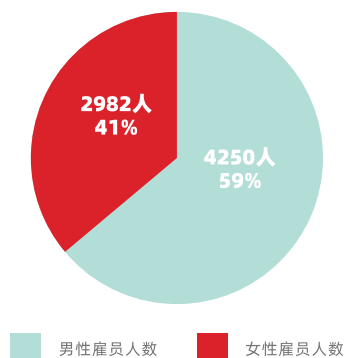
年份	总人数	平均年龄
2018	5323	34.3岁
2019	7609	36.74岁
2020	7232	37.8岁

2020年度东方明珠员工年龄构成



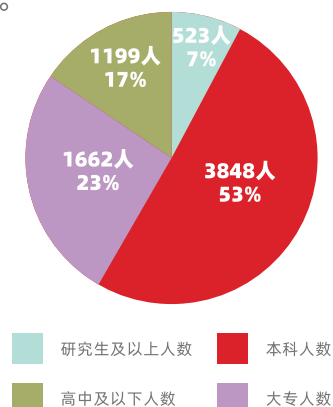
男女平等雇佣原则

2020年，公司男性员工占比为59%，女性员工占比为41%，男女比例较均衡；管理层中女性占比为8%。



高学历人才引进

公司坚持高学历人才引进和科研人才培养，2020年，本科学历员工人数占比达53%，研究生以上学历员工人数占比为7%。



2) 保障员工福利，打造畅通晋升渠道

公司及旗下子公司根据《公司法》、《劳动法》、《劳动合同法》等规定，与员工签订聘用合同或劳动合同，劳动合同签订率100%。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（包括养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险及生育保险），社会保险覆盖率100%。公司通过《在职职工探望慰问和困难补助的指导意见》、《帮困互助金管理章程》等文件，保障困难职工基本生活，促进公司和谐发展。

公司及旗下子公司重视员工职业发展，最大程度给予员工同等的尊重与机会，为员工创造平等的就业及晋升平台，对有突出事迹的部门、员工进行嘉奖，对先进事迹进行总结、宣传，在全公司范围内形成学习先进的浓厚氛围。

公司积极推行科学有效的薪酬制度建设，结合市场情况，根据公司的行业特点和经营效益，建立了在行业中具有竞争力的职位薪酬水平，制定了与绩效有效挂钩的薪酬管理制度。2020年，公司严格落实国家和上海市相关法律法规，并持续优化完善符合市场的薪酬体系和福利体系，有效提升员工留存率，员工流失率逐年下降，2018年-2020年员工流失率分别为15.3%、10.2%和9.6%。

3) 多元化培训，与员工共发展

为广大员工设计了全面完善的学习体系，即“OPG模式的学习发展系统”O代表“组织能力”（Organization Ability），开展企业文化价值观培训，提升员工相应理念与技能，切实支持文化战略与员工能力的衔接；P代表“关键人才和关键岗位能力”（Key Person & Key Position Competency），针对青年干部进行分阶段、设计针对性的项目制学习；针对业务驱动的关键岗位设计开展“新媒体全知道”培训，针对技术开发关键岗位设计开展“明珠·创新季”、“技术专题培训”，切实提升业务和技术能力；G代表“通用能力”（General Skills），开展如“图书馆”、“明珠讲坛”、“内训师培养”等品牌活动，在全公司范围内提供给学员丰富的学习及自我发展资源选择。

2020年度，东方明珠新媒体培训以混合式模式开展，线上线下双管齐下，突破了时间和空间的限制，让更多员工参与培训、学习提升。东方明珠新员工培训覆盖率达100%，并结合企业发展战略、行业发展趋势以及员工在工作中遇到的实际问题，展开了多种培训，提升员工技能和素养，助力员工全方位发展。

2020年东方明珠新媒体培训情况



592次员工培训



累计2504小时



参与人次26183人次



共计148672培训人时



平均每位员工全年在职学习31.6小时



员工满意度高达85%

产出：每个项目均有——人才发展报告、实际应用案例集、笔记工具集

让学习发展工作落到实处
真正服务于企业及人才的发展

案例1：2020年度网络安全培训会

9月1日，研究院和云计算中心联合举办2020年度网络安全培训会，邀请外部网络安全资深专家来为大家做相关培训。东方明珠旗下25家业务单位、共计62人参加了会议。通过培训，大家对从网络安全方面的基础知识到技术层面的安全运维等都有了新认知；同时也明白了网络安全的严峻形势。只有高度重视网络安全，养成良好的网络使用习惯和运维操作习惯、加强安全防护，才能进一步做好网络安全工作。



案例2：2020年度职代会、工代会代表培训会

10月12日，东方明珠举行职代会、工代会代表培训会，旨在进一步提高职工代表参政议政能力，更好履行代表民主管理职责，并为即将召开的东方明珠职代会、工代会奠定基础，来自东方明珠旗下各部门、子公司的152位职工代表参加培训。通过本次学习培训，职工代表们进一步认识到自己的权利和义务，增强了认真履职的责任心。代表们表示，要发挥好职工代表作用，多为职工办实事办好事，做好职工的代言人，更好地为企业的发展建言献策，为企业的民主管理做出贡献。



案例3：网络视听内容政策培训会

12月3日，东方明珠召开网络视听内容政策培训会，特邀上海市广播电视局广播电视和网络视听节目处专家，针对广电总局在网络视听节目合规性申报管理方面的政策进行了详细解读，并为东方明珠相关单位的申报工作提供了指导意见。总编室、版权运营中心、东方龙、百视通、文广互动、尚世五岸等部门和子公司相关业务人员总计30余人参加了培训。此次会议召开有助于更好服务东方明珠流媒体业务发展，保障公司网络视听内容规范健康运营。



案例4：多元化业务培训

2020年，东方明珠旗下各子公司结合需求调研和公司业务发展的需要，侧重于专业岗位定制化培训以及公司内部培训资源挖掘，通过打造不同培训主题，实现培训目标，推动全年培训计划的实施，打造学习型组织和推动企业文化建设。疫情期间，公司还专门打通线上学习渠道，助力员工线上学习。



智能办公培训



“2020年SiTV 4K 职工学堂”超高清节目制作系列培训（11场）



5G技术培训



团队合作培训——《沙漠掘金》课程培训



《高效沟通》课程培训



《目标分解》课程现场



行业技术与技能培训



新一代政企承载网关键技术培训

案例5：干部赋能培训

2020年，公司对管理层展开了多场赋能培训，从技术、管理能力、应对能力等多方面提升管理层的能力，极大提升了企业的领导力和凝聚力。



东方有线“光之明系列”干部赋能计划



2020年青年干部训练营

5) 关爱员工生活

员工是企业最大的财富与资源，也是公司发展的基础。公司积极发挥员工在企业发展中的地位与作用，继续实施“员工关爱计划”。公司持续完善职工文体活动平台，如健身房、阅览室、图片展、员工之家等，让广大员工在工作的同时，获得身心愉悦和健康，并通过举办丰富多彩的员工活动，不断增强员工对公司的认同感、归属感，从而更好地投入到公司各项事业的建设中。



OPG图书馆享读人生《财富管理》课程现场和《亲子关系》课程现场



SiTV“乐读知行，书香互动”读书活动



“牛转乾坤 聚力同行”明珠国际&文化发展联合工会足球友谊赛



“兴文化”之“春节”活动



职工疗休养活动



观影活动



职工春秋游活动



东方有线健步走活动





“速度与激情”卡丁车比赛



第三届“我爱我家的味道”职工烧烤厨艺大赛

5) 员工帮扶及慰问

东方明珠各级工会坚持为职工办好事办实事，展现人文关怀，多方面关心职工生活，深化帮扶工作，为职工排忧解难，开展形式多样的帮扶工作，不断增强员工幸福感和归属感。

案例1：精准帮扶困难员工

工会坚持“面向职工、及时帮扶、快捷准确、释疑解惑、因地制宜、长期坚持”的原则，关心职工生活，注重解决困难职工的实际问题，优化员工福利体系。各级工会走访慰问患重病困难职工，为困难职工送上慰问金和慰问品，让困难职工感受到组织的温暖，增加困难职工对美好生活的向往。全年为7365位员工办理工会会员卡大病保障，为24位生大病员工申请了市总补助48万元，共走访困难职工158人次，发放困难慰问补助金22.1万元。



案例2：组织优秀员工和到龄退休员工疗休养

全年工会组织11批340人次优秀员工参加疗休养，让员工切身感到“劳动光荣，休养快乐”。具有东方明珠特色的组织到龄退休职工疗休养活动已坚持四年，2020年共有32位到龄退休职工参加。



案例3：组织OPG职工子女参加暑期军事夏令营

利用东方明珠自身的优势，工会连续第三年组织东方明珠职工子女参加OPG暑期军事夏令营，员工们在享受到公司优惠待遇的同时，也解决暑期带娃困难，缓解带娃压力，2020年共有87位员工子女参加夏令营。军事夏令营包括逃生自救、生存挑战、军事体验、素质拓展、国防教育、战友情及闭营等项目，小朋友们在OPG军事夏令营中培养勇气、提升技能、学习知识，度过了一个快乐而充实的夏天。

案例4：慰问外地员工

2020年12月16日，公司工会开展“冬送温暖”家访活动，关心外地户籍职工居住环境，送去组织的温暖和关心



6）疫情期间员工关怀

2020年东方明珠各级工会充分发挥工会组织作用，全力以赴做好疫情防控各项工作，利用微信公众号等网络媒介，宣传疫情防护常识，引导广大员工提高防范意识，持续关心关注广大员工，购买防疫物资，结合单位实际，落实防控举措，守护员工身心健康。

防疫专项资金
222.66万元

非常时期联系采购口罩
10.5万个

2020年春节疫情期间下基层慰问
11个单位，慰问一线坚守岗位职工**892**人次

东方明珠职工之家自1月31日起
微信推送反映职工疫情防控复工
复产动态专刊17期

年初疫情发生后，东方明珠工会坚决贯彻落实习近平总书记重要指示和讲话精神，认真落实东方明珠党委和SMG工会工作部署，做实做细服务职工工作，成立防疫专项资金并采购防疫用品发放给员工。针对子公司多、岗位工种多，面向社会服务多的特点，以及有在疫情防控一线采访的记者，有播出一线的职工，有服务老百姓的电视购物，有保证学生上课播出的《空中课堂》等实际情况，公司在未完全复工期间组织多轮一线员工慰问活动，送去东方明珠领导和工会组织的关怀和诚挚问候，鼓励员工增强打赢疫情防控阻击战的信心。



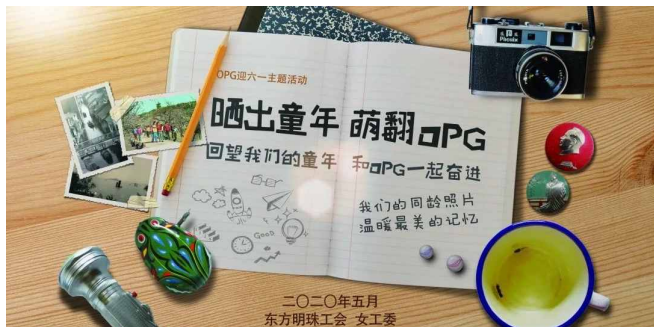
防疫物资发放



防疫举措

公司加强组织领导，让党员先行，积极投身到防疫志愿者活动中，对公司全体员工进行防疫排摸，确保防疫工作不留死角。同时，组织党员干部做好重点排查，每日对公司进行全面消杀，有效切断病毒传染源。

公司还对疫情期间表现突出的员工予以表彰，如开展三八节线上“一评两晒”活动。评选出疫情防控中20位巾帼标兵；晒战“疫”中身影，疫情防控职工风采照片；晒宅家厨艺，展示女职工厨艺作品。



“晒出童年 萌翻OPG”活动



三八妇女节活动

组织“爱上海、游上海”活动：新冠疫情后，东方明珠工会贯彻上海市旅游局、市总工会联合下发的《关于鼓励开展职工“爱上海、游上海”活动促进文旅产业发展的通知》的精神，结合东方明珠自身业务特色，联系东方明珠文旅消费群所属电视塔、国会中心、东方绿舟、绿舟宾馆、绿舟度假村等五家公司，推出各有特色的上海一日游线路，并组织公司员工参加活动。东方明珠各级工会纷纷组织职工参加“爱上海、游上海”一日游活动。



“雷锋侠——爱心顺风车”活动：2020年疫情期间，东方购物员工自发开展通勤路上“雷锋侠——爱心顺风车”活动，为减少通勤路上公共交通交叉感染的风险，通过钉钉开展地图数据分析，自发配对206人次，拼车上下班。



3. 安全生产



12月是东方明珠的安全生产月。东方明珠根据今年生产月“句句有重点”的活动安排，围绕消防安全开展了系列活动。为强化员工消防安全意识，提高园区抵御火灾能力，12月7日，由SMG主办、东方明珠承办警民联合消防综合演习活动在宜山路园区举行。东方明珠各单位安全分管领导、安全保卫干部，救援人员、消防官兵、员工等总计200余人参加了演习活动。

此次消防演习活动，消防人员训练有素，参与演习的员工处变不惊、听从指挥、行动有序，体现出很高的安全素养，圆满完成了演习任务。通过演习，让公司全员提升了消防安全意识、应急自救能力和对园区消防设施的了解程度。



4.抗击疫情

1) 严格落实防疫举措

东方明珠电视塔加入《中国旅游景区防疫自律公约》多项举措确保健康旅游

为了能够将疫情防控流程做到最严，东方明珠广播电视塔严格参照了上海市文旅局发布的《上海市A级旅游景区新型冠状病毒肺炎疫情防控工作指南》，并且加入了《中国旅游景区防疫自律公约》，做出有关景区严格防疫的九项承诺。

前后台严格采取各项安全防控措施，包括按照不超过规定的最大承载量接待游客，在入口处为每位游客测量体温并用红外成像筛查、查验绿色随申码和预约通行码，设立醒目告示牌并要求游客遵守相关防控注意事项，一线岗位人员必须佩戴口罩、手套、护目镜方能提供服务，讲解员讲解时与客人保持1米以上距离，电梯搭载游客后做到一车一消毒，鼓励游客使用电子支付、避免接触钱币交叉感染，同时对公共区域主要部位及空调出风口每天6小时消毒一次并加强通风换气，对游客使用的拐杖、轮椅等物品做到一天一消毒、一客一消毒，每日对售票检票设施、必经通道、卫生间和商品柜台等进行消毒等，积极为游客提供安全可控、健康舒心的游览环境。



美团·门票安心玩

—— 响应政策号召 安全有序复工 ——

关于“景区防疫工作和安全复工”九项倡议

防疫自律 提供安心

近日，各行各业陆续复产复工，部分地区也陆续发布景区复工工作指南，旅游景区已开始积极筹备。为积极响应政府号召，加强行业防疫自律，2月22日，在中国旅游景区协会指导支持下，美团点评与东方明珠广播电视塔、钟山风景名胜区、平遥古城、天涯海角、黄鹤楼、华清宫等全国51家旅游景区共同发布《中国旅游景区防疫自律公约》。

安全有序复工

严格限流管控

每日消毒通风

人员体温监测

入园佩戴口罩

设置洗手设施

推行无接触服务

防疫工作线上公开

退订保障

东方绿舟“五步入园法”树立防疫典范 倡导无接触服务

疫情期间，公司旗下东方绿舟通过“五步入园法”来切实做好疫情防控工作。在复工复产后，时任上海市文旅局局长于秀芬带队来东方绿舟调研检查并给予高度认可，新华社、解放日报、文汇报、上海日报、新闻坊等13家上海主流媒体对东方绿舟的“五步入园法”进行推广报道，其中新华社报道浏览量达139万次，起到了良好的示范作用。



时任上海市文旅局局长于秀芬到东方绿舟调研检查

东方绿舟发力推动无接触服务，与驴妈妈合作投资建设售、检票电子闸机系统，节省售检人工成本，有效分流游客，实现无接触售、检票和实时客流统计。在端午节节假日期间，引入无人驾驶智能售货车，为游客提供“无接触点取餐”服务。



2) 疫情之下显勇毅

携手SMG奋战防疫宣传一线

2020年年初，新冠疫情突然暴发，在疫情较为严重的春节期间，公司携手SMG一线业务团队始终不忘作为主流媒体单位的使命与责任，不惧疫情、冲锋在前，积极配合台、集团各频道，助力抗疫节目的宣传和录制工作。在接到录像通知后第一时间进行人员及设备的协调统筹工作，以最快速度集结队伍抵达节目录制现场，先后为《春晚诗歌朗诵“因为有你”》、《抗击疫情MV“非凡英勇”》、《抗击新冠宣传片及“手牵手”MV》、《万众一心抗击疫情·元宵特别节目》等节目录制提供了专业的技术服务及保障。



上海文广荣获上海市网络视听行业协会颁发的“抗击疫情优秀企业”

公司旗下上海文广科技(集团)有限公司面向全国用户推出《让我们守望相助》、《抗击疫情,我们与你同在——众志成城、共抗疫情》等宣传片,并在自有云平台为遍布全国25个省市的合作企业、社区、农村礼堂、武警消防等4万多个用户终端开展防疫宣传。



文广互动推出日播特别节目传递防疫信息

2020年2月1日至2020年5月20日，公司旗下上海文广互动电视有限公司（SiTV）法治天地频道和金色频道于每天17:30-18:00并机直播《众志成城防控疫情特别节目》，并在全国26个有线电视驻地播平台紧急上线，以法治视角关注防控一线，通过大小同屏实时更新疫情动态，用文明主张推行健康生活，为老百姓真正提供及时、即刻的疫情信息，多网热播在线传递必胜信心。节目设本市、国内、专家约见3个板块，分别报道上海防控疫情最新资讯、国家和其他各省市防控疫情措施，《专家约见》版块，每天约见一名权威专家，深度探讨疫情防控相关工作，有效地普及了疫情防控知识，受到了广泛好评。



组织员工参观上海市抗击新冠肺炎疫情美术、摄影主题展

2020年4月29日，公司旗下上海城市之光灯光设计有限公司、安舒茨联合支部与国旅党支部、周家渡市场监督管理所党支部进行共建活动，全体党员参观中华艺术宫《上海市抗击新冠肺炎疫情美术、摄影主题展》。



东方购物抗疫公益宣传

东方购物紧抓媒体的社会属性，制作《共战疫，同坚守》声援视频1部，在抖音上发起《戴口罩误区》短视频活动，联合公司主持人、东方网、各大明星经纪公司，包括薇娅、李佳琦等头部网红主播，制作防疫宣传片，向广大市民传递传统文化、文明生活、时代楷模、防控疫情等宣传，关键时期积极主动履行社会责任。



3) 疫情期间服务保障

东方购物全力保障疫情期间消费需求

东方购物在政府部门、台集团、股份公司及兄弟单位的帮助支持下，万众一心，克服困难，全力保障落实“平台不打烊，服务不打折”的特殊时期经营方针。2020年春节期间，为保障顾客服务不受影响，东方购物在短短几天内完成居家客服系统平台的搭建，实现客服居家在线办公；整个春节假期的日均话务量同比上浮2.3%，人员效率同比提升20%。

东方绿舟圆满完成国家冬运队回国隔离和援鄂返沪医护队休养接待工作

东方绿舟圆满完成39名国家队冬季项目运动员境外返沪绿舟酒店隔离接待任务以及迎接援鄂返沪医护队入住我们兄弟单位疗休养工作。



4) 志愿者服务

东方购物防疫守护“雷锋侠”系列-志愿者活动

东方购物在防疫守护“雷锋侠”系列活动中，展开了多种多样的志愿者活动。

3月1日，东方购物主持人严觅，与小伙伴在铁路上海站出口处当志愿者，引导旅客做好测体温和登记工作，守护城市安全生命线。

疫情期间，东方购物人力资源部员工刘伟与父亲一起报名社区防疫服务志愿者，社区防疫是城市防疫的最后一道关卡，从早上6点到晚上10点坚守社区防疫的大门。



5) 防疫抗疫捐赠

疫情发生后，东方明珠集团及旗下各子公司积极开展捐款捐物活动，支持新冠肺炎疫情防控工作。其中，东方购物全体党员153人共捐款人民币14880元，移交上级党委专门用于社会防疫专款；尚世五岸各党支部共计捐款4760元；文化发展积极响应上海市妇联、上海市总工会女职工委员会号召，向一线女性医务工作者捐赠相关物资和资金，总计捐赠金额22866元。

此外，东方明珠还积极组织捐赠口罩、防疫物资等，驰援一线。疫情发生后，不少员工得知国内口罩短缺，专门想办法从海外买入捐献给湖北疫区。



5.精准扶贫

1) 教育扶贫

东方明珠深入贯彻落实习近平总书记关于脱贫攻坚工作重要指示精神，立足教育精准扶贫，按照“扶贫先扶志，扶贫必扶智”的总体思路，一方面为教育精准扶贫项目提供财务资金和物资资源保障，另一方面积极联合社会公益组织、外部公司，整合公益资源，共同为精准教育扶贫事业提供助力和支撑。

东方明珠教育精准扶贫事业自2017年正式落地推进，通过定点扶贫、结对帮扶等举措，为湖南芷江上海东方明珠希望学校学生改善教育环境和教育资源，助力消除贫困地区致贫根源。三年来，陆续开展公益支教3次，组织和邀请芷江结对师生到上海举行公益爱心夏令营1次，组织专业团队前往芷江拍摄公益宣传片1次，牵头联合联合彪马（中国）、第一反应、文广实业、红鑫公社等企业和社会公益组织，成立东方明珠公益联盟；援建公益图书馆1座，并为图书馆募集公益图书近3000册；另外还组建公益篮球队，开展组织公益运动会等活动。

湖南芷江上海东方明珠希望学校

2020年全国脱贫攻坚全面收官之年，也是东方明珠与芷江东方明珠希望学校开展结对帮扶活动的第四年（签订帮扶协议三周年）。自2017年以来，东方明珠党委下属全部基层党组织已经与芷江上海东方明珠希望学校的70余名学生形成一对一精准结对帮扶，支援结对帮扶学生助学金达28万元。

由于疫情影响，今年原计划举办的芷江师生暑期夏令营遗憾取消。但东方明珠心系芷江，通过线下线上双重方式，举办了芷江助学三周年回顾画展 | 爱心助学认领心愿活动。东方明珠邀请芷江结对学生以“我眼中的东方明珠/家乡”为主题，创作绘画作品，举办芷江教育扶贫工作三周年回顾展活动，为芷江学生筹集公益物资逾20万元。



芷江助学三周年回顾画展 | 爱心助学认领心愿活动

2020年12月17-18日，东方明珠团委的青年志愿者们带着东方明珠及公益伙伴捐赠的近30箱爱心物资赶赴湖南，开展了为期2天的第五次OPG新青年芷江公益行活动，给孩子们上四史微团课、送心愿礼物、看望慰问师生、扩充学校图书馆，在这个寒冬带去东方明珠的浓浓爱心与关怀。



东方明珠第五次芷江公益行活动

情系贫困小学 爱洒“绿翼”成长路

百视通“绿翼成长计划”的第五年，也是在四川省井研县进行的第二年爱心助学行动。过去三年里，已完成江西三所贫困小学的援助，2019年百视通与四川省乐山市井研县教育局正式签署新一轮三年援建协议；并在2020年将爱心助学之路铺到了四川省乐山市井研县宝五镇初级中学。百视通爱心助学活动一直在延续，百视通将秉持“绿翼成长计划”的初衷，承担社会责任，尽力帮助更多乡村的孩子拥有与城市孩子一样的学习机会和内容资源，健康快乐地成长。



2) 结对帮扶共建

东方有线公司党委自2010年至今，与崇明区庙镇合中村党支部分别签订了三轮结对帮扶（党建、共建）协议书。十年来，东方有线共给予帮扶资金80多万元，帮助合中村建立爱心驿站、扩建农家书屋、资助困难党员和大学生、建造电子显示屏、带货助农、丰富村民有线电视收视等，坚持持续助力合中村乡村振兴建设与发展，获得合中村党支部和500余户村民的普遍欢迎和好评。

在做好帮扶的基础上，东方有线党委将合中村作为党员干部学习教育基地，前往开展了参观学习、现场党课、座谈交流等形式的学习教育活动，取得良好效果。



东方有线前往合中村考察“四史”学习教育



合中村党支部书记为东方有线基层党组织书记上党课

3) 消费扶贫

公益广告宣传

自2019年8月起至今，东方有线分别在200（高清导视频道）及0（标清导视频道）频道，投放《贵州刺梨扶贫广告》，广告时长30秒，投放频率分别为45次/天及40次/天。广告到达率较高，取得了较好的宣传效果。

采购扶贫产品

为响应市总工会《关于增加一次性节日慰问额度 进一步深化工会消费扶贫行动的通知》精神，东方有线总部工会于2020年12月开展消费扶贫工作，为公司工会会员每人发放价值300元的扶贫产品，扶贫产品来自新疆、西藏、云南、贵州等贫困地区；东方购物做好“遵品入沪”的精准扶贫事宜，拟采购62.3万的遵品给员工做为节日增补福利，并鼓励员工前往市总工会平台上购买相关扶贫地区的商品，实现精准扶贫。

促进贫困地区产品销售

5月27日，东方购物在上海市对口支援新疆工作前方指挥部牵线下，参加“上海援疆沪喀两地消费扶贫签约仪式暨购销启动现场会”，并与上海市对口支援新疆工作前方指挥部签订战略合作框架协议，旨在充分发挥平台优势，进一步助推喀什地区产业转型升级，促进消费扶贫拉开序幕。



10月17日国家扶贫日，“2020年上海市对口帮扶地区特色商品展销会”在光大会展中心举行。东方明珠旗下东方购物在上海市杨浦区委区政府和贵州省遵义市商务局的指导和支持下，创新打造“视频购物+扶贫”的全新模式，携手京东直播共促消费扶贫，成功通过公益网络直播的形式，吸引了近24万人次观看，实现产销结合的精准扶贫。



4) 扶贫宣传

在新闻宣传工作中，百视通始终将“脱贫攻坚”作为最重要的宣传主线，推出一系列相关报道策划，热点延续全年，贯穿始终，并注重把握好四个“度”。

一是突出主题“高度”，将脱贫宣传与十九届五中全会精神宣传、“十三五”成就宣传等重大主题紧密结合起来，充分利用《为了总书记的嘱托》、《国家相册》等专题片，讲述扶贫实绩里的中国模式、中国智慧，号召大众进一步乘势而上，开启新征程。

二是有效延续“热度”，一系列自制专题策划层层推进，从年初的“雪域高原脱贫记”到“不负韶华：新春走基层”、五一“新时代奋斗者”、“金秋时节迎丰收”等，不断出新，最终在四季度以“832个国家级贫困县全部脱贫”为契机，将全年脱贫宣传推向高潮。

三是注重视角“广度”，充分利用版权资源，从政策指引、基层实绩、创新业态、先进人物等多角度切入，推出“希望在前方”电视剧展映、“我们的小康”纪录片展映、“百村脱贫记”系列报道等，描绘脱贫攻坚举措充分落实、人民生活水平切实提高的鲜活图景。

四是立足本地“温度”，着力刻画上海在全国脱贫攻坚战中的特殊贡献。通过做好台集团特色精准扶贫公益节目《我们在行动》、《极限挑战宝藏行·三区三州公益季》、系列报道“上海温度”的多渠道分发，网上网下扩大声量，充分展现上海按照中央统一部署，以派驻干部、援建项目、发展产业、教育医疗援助等多种方式为对口帮扶地区实现脱贫所做的大量工作。



6. 公益责任

1) “一日捐”活动

从1月起，东方明珠各基层工会陆续开展“一日捐”活动，广大职工踊跃参加，献上一份爱心，东方明珠收到捐款共计652,663.88元。



文化发展“一日捐”活动



东方购物“爱心一日捐”活动

2) 无偿献血

东方明珠和旗下子公司每年都会组织员工开展无偿献血活动。



东方购物无偿献血活动



东方明珠国旅无偿献血活动



无偿献血宣传



上海市血液中心赠予感谢状，表达对东方明珠国际交流公司活动部5年来为无偿献血事业所做的创意策划、设计制作、献血推广、资源引进等贡献的衷心感谢，对该公司切实履行社会责任表示肯定。

3) 关爱特殊人群

东方购物守护脑瘫患儿6年

2014-2020年的7年间，东方购物每年举行公益义卖活动，义卖善款为虹口区惠馨康健园内的近百名脑瘫患儿，提供入夏生活用品，2020年特送上防疫用品，为孩子们带去了温暖与帮助。

东方明珠电视塔系列年度关爱活动

东方明珠电视塔每年都会举办系列关爱特殊人群的活动，带动更多人关注特殊人群成长，例如东方明珠电视塔世界糖尿病日暨“蓝光行动”亮灯活动、“用爱解冻”年度世界渐冻人日关爱系列活动等。

4) 助力青少年成长

2020年1月1日，东方绿舟举办了“放飞梦想 科技绿舟——暨2020年长三角市民元旦迎新跑活动”。



2020年1月1日，东方明珠电视塔连续第三年向上海市儿童健康基金会捐款。东方明珠电视塔自2017年专门设立了“东方明珠特困家庭患儿帮困救助专项基金”，通过捐款给上海市儿童健康基金会，旨在为特困家庭病患儿童提供医疗帮困救助。

2020年1月5日，帮助他人、阳光自己”——第二十六届“蓝天下的至爱”慈善晚会在东视剧场举行，社会各界爱心人士纷纷出席晚会。

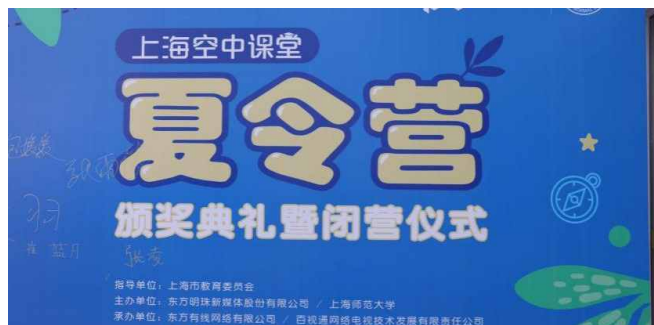


广电制作打造“蓝天下的至爱”温馨舞台

2020年6月2日，广电制作举办“大手牵小手”爱心圆梦行动，为静安区启慧学校孩子们进行准备了“共同抗疫感恩”篇的视频内容，助力开学第一课，这也是广电制作与启慧学校融合共建的第三个年头，志愿者团队通过一次次的活动，与孩子们建立了深厚的情感。



2020年8月22日，由上海市教委指导，东方明珠和上海师范大学主办的上海“空中课堂”夏令营在上海东方绿舟举行颁奖典礼及闭营仪式。



2020年，SiTV品牌公益活动“我+亲子公益计划”首次尝试线上直播课程，携手PUMA通过直播连线的方式为云南南岭乡学校的同学们带去了近1个小时的《超级电视人》主题线上直播课。该项目自2017年启动以来，以“倡导陪伴”的精神内核，始终坚持以陪伴的方式来传递爱。



5) 杜绝浪费

2020年9月7日，为深入贯彻习近平总书记对坚决制止餐饮浪费行为的重要指示精神，大力弘扬社会主义核心价值观、中华民族勤俭节约的传统美德，广电制作的志愿者来到了所处办公楼宇的荷特宝餐厅，开展“光盘行动”宣传志愿活动。



广电制作开展“光盘行动”志愿者活动

6) 敬老爱老

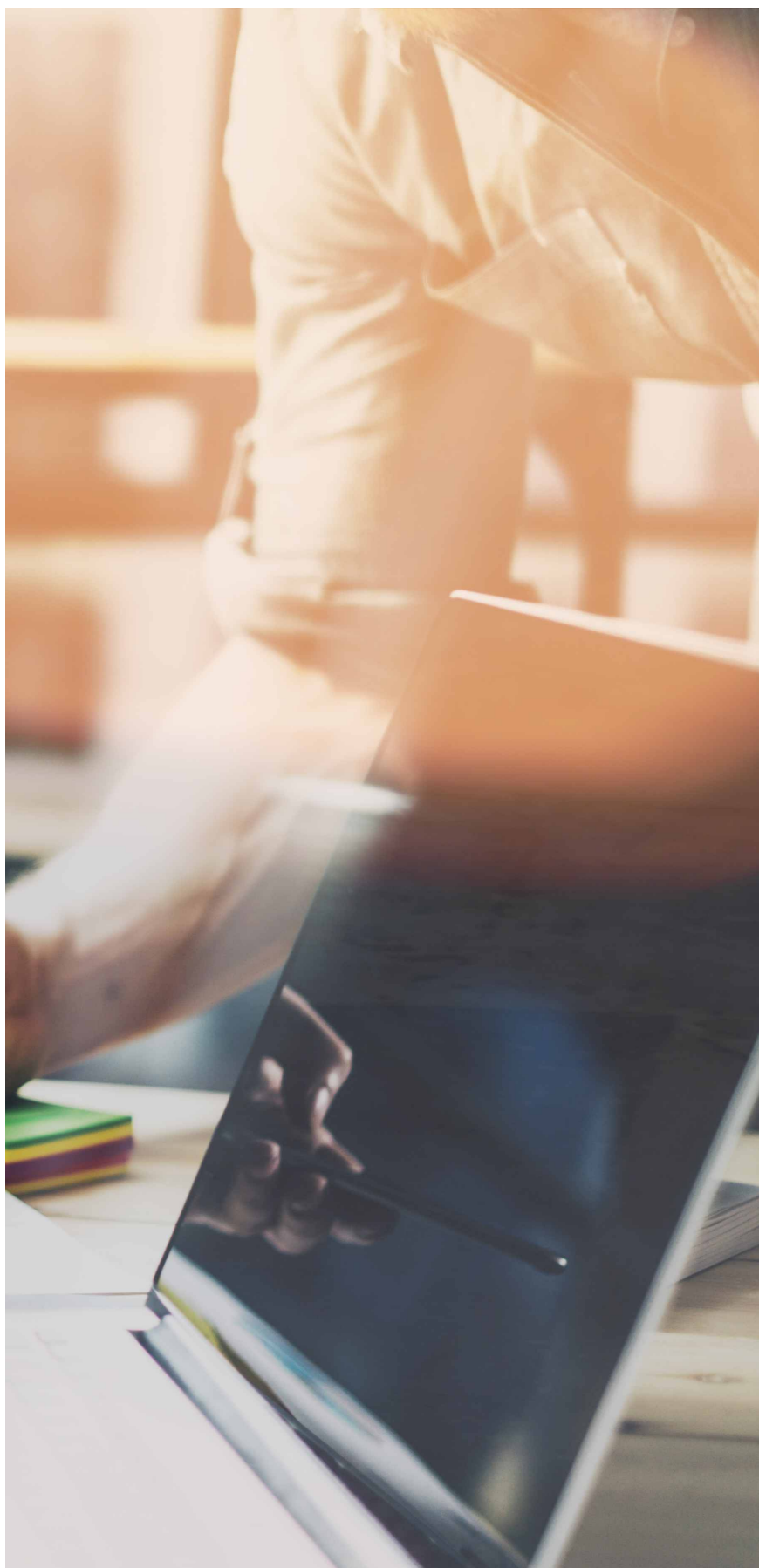
2020年10月22日，上海广电影视制作有限公司组织志愿者团队开展“九九重阳节，浓浓敬老情”敬老志愿服务活动，以实际行动彰显“爱老敬老”的传统美德，向老人们送上重阳节的问候。

7) 关注民生

东方购物助力上海“五五购物节”

作为扎根上海的国有文化龙头企业，东方明珠旗下东方购物全力助阵上海“五五购物节”。4月30日晚，与上海市总工会、上海农商银行共同为百姓特别打造以民生类商品为主的“卡卡”大篷车专场直播致敬劳动者；在5月4日晚的“2020五五购物节”全球大直播上，与阿里、拼多多、美团、京东、苏宁，百联上汽等头部企业，以及李佳琦、黄渤、江疏影等明星嘉宾同台“带货”，实现销售额突破1个亿，流量比平时增长40%，充分展现“五五购物节”与“上海品牌”的魅力。





五、环境责任

随着资源、能源危机，气候变化与环境污染等相关问题日益加剧，可持续发展已成为企业必须履行的社会责任之一。东方明珠作为媒体企业，坚决从媒体社会责任和经营管理责任两个方面发挥好自己的作用。

1.绿色管理

公司严格遵守和执行国家关于节能减排的相关法律法规，建立对应的环境管理组织体系和制度体系，并依据环境管理体系，组织开展公司的环境管理工作，并制定相应检查、改进等环境管理制度，完善系列规章制度，致力于打造绿色责任品牌，发挥文化国企的积极示范效应。

公司切实践行绿色管理理念，在原材料采购过程中，优先选用生产过程低碳环保、对环境破坏程度低的产品；在能源的选择上，选购清洁能源，大力推进低品位能源、城市垃圾、生物质能源等非化石能源的使用；对于日常办公用品等消费品，尽量选择包装简洁、便于回收利用的产品。公司支持绿色低碳产业发展，积极引导绿色消费理念，促进资源节约和环境友好的绿色低碳发展。

2.绿色运营

公司贯彻落实“绿色办公-节能减排”理念，积极推行绿色办公，提高员工节能减排意识，从自身做起、厉行节约，抓好用水、空调、照明系统及办公设备节能减排工作，培养员工绿色办公意识，并制定严格的减排实施办法。

1) 建设绿色网络

2020年持续开展设备节能改造，建设更加绿色环保的网络，降低能耗水平。

东方明珠电视塔开展环保专项整治行动，从五方面推动整改工作：

1、通过改造方案的制定、工程招投标等，制订了整个电视塔空调热泵主机改造计划，对新闻中心、下球体等热泵设备完成了改造工程。改造过程中采纳了先进的设施工艺，尽可能使用低噪、高效的空调热泵主机，还利用BA系统的先进控制技术来完成最佳的能耗控制，尽可能减少能耗的流失，也减少大气污染的和噪音的排放，已超越环境检测部门所规定的环保、低碳节能标准。

2、对0米广场三个出入口的安检棚进行更新改造，从环保设计理念出发，采用四周全透明玻璃结构配上少量的LED光源，通透的光照节省大量的灯具，两台老式吊扇替代原本的空调，在既满足游客进出的各项要求同时，还最大化的控制了声、光、电对环境的污染。

3、电视塔所有重新升级改造区域，除了特殊环境，目前已全部采用LED更新颖、更节能、更环保的光源，相比之前环保指数有了极大的提高。

4、逐步更新了二十多年前400V低压配电设备，从环境、噪音和材料的选型上都进行考察和研究，选用市场公认的成熟知名品牌，较之前的老设备环保减排提高了近一倍。

5、电视塔所有外墙、顶面玻璃上均采用隔热、防紫外线的镀膜进行保护，隔热效果达到60%以上，既避免了光照污染，又极大节约了空调的能耗，使室内环境温度、采光亮度都有很大改善，每年估计节约能耗3万度。



将现场灯光换成节能LED灯



安装自动移门

2) 推进绿色供应

公司积极与供应商开展沟通，持续推进绿色采购，优先选用资源节约、环境友好的产品；加强废旧物资回收处置与利用。根据公司废旧物资回收处置与利用管理办法，规范废旧蓄电池的回收利用，加强集中管理，防范处置风险。

3) 推广绿色办公

公司积极倡导并促进节约用水、节约用纸、节约用电。公司推广办公审批流程电子化，采用流程管理信息系统代替纸质流程审批，有效节约公司办公用纸；合理设置空调温度，加强对空调温度管理，要求办公场所夏季室内空调温度设置不低于26摄氏度，冬季室内空调温度设置不高于20摄氏度。

东方购物：2020年积极落实节能增效，将公共办公区域停止用电时间从原先的晚10点调前至晚7点，并于员工办公桌上张贴“三清三关”提示贴士，倡导大家节约用电、安全用电；同时，积极响应国家关于“光盘行动”的号召，在员工食堂推出半份菜、半碗饭，满足不同用餐需求的员工，避免造成食物浪费。



东方明珠电视塔：电视塔的空调用电占全部用电的40%，为此公司对空调的使用实行了科学的管理，譬如对观光区域，积极响应上海市政府的号召，夏季室内空调温度设置不得低于26摄氏度，冬季室内空调温度设置不得高于20摄氏度；每天营业结束后，及时关闭各主要观光区域以及非营业区域的过道灯；对各驻塔单位办公室，也要求下班后安排专人将电脑和空调电源关闭，以防止无节制用电和电源未关闭所产生的安全隐患。夜班期间，工程与安保部相互配合进行巡视，检查各区域照明、驻塔办公室里无使用状态的电器是否关闭等。

梅赛德斯奔驰中心：在场馆内场活动区域及6层商业区域增加温度传感器，根据实时温度监控，调整场馆空调系统进回水温度，减少能耗；合理使用空调冰蓄冷设备，在夜间22:00以后使用双工况机组制冰，白天空调系统通过冰蓄冷融冰达到节能的效果；通过加强日常巡检，确保在不影响租户舒适度情况下，每天安排多次测温，及时调整现场温度以达到合理节能。

3. 环保宣传

公司通过播出移动电视、东方购物等渠道播出《会生活会用电公益宣传片》、《垃圾分类宣传片》、《世界环境日》等环保公益宣传片，积极引导社会环保风气，主动履行媒体的社会责任。公司在积极开展环保公益宣传的同时，从多方面履行环境保护责任，全面落实环保公益行动，2020年在重要环境保护时间节点，举办“地球一小时”、“世界地球日公益路跑”等环保主题公益活动，积极传播环境保护理念。

六、报告后记

2020年，东方明珠全面贯彻BesTV+流媒体平台建设的核心策略，以OPG云为技术支撑，以文娱内容以及垂直产业应用服务为产品形态，以有线网、电信网以及（移动）互联网、物联网为渠道载体，开展全渠道、全终端、全产业链的智慧运营。公司基于5G、AI、大数据、云计算、人工智能等技术建设的系统性数据系统，汇聚了东方明珠旗下核心业务的过亿用户和业务数据，通过用户、服务、渠道的打通，使信息技术与生产经营深度融合。

1. 公司经营模式

关键绩效表：

附表1：股东责任绩效

关键绩效——项目	数值
全年召开股东大会	1
董事会会议	9
监事会会议	3
公告数量	45
投资者调研总次数	711次
投资者调研总人数	1045人
线上调研接待次数	496次
线下调研接待次数	215次
2020年上海辖区上市公司投资者集体接待日	回答投资提问25条
财务数据	
全年营业收入	100.33亿元
归母净利润	16.21亿元
加权平均净资产收益率	5.5444%
基本每股收益	0.4747元/股
资产负债率	20.77%

附表2：客户责任绩效

科研投入情况	2020年
研发投入总额	3.13亿
研发投入总额占营业收入比例	3.12%
新增软件著作权	52项
新增专利授权数	9项
研发人员	532人

附表3：伙伴责任绩效

关键绩效——项目	数值
前五名客户销售额	106,813.52万元
前五名客户销售额占年度销售总额比例	10.65%
前五名供应商采购额	48,385.43万元
前五名供应商采购额占年度采购总额比例	7.33%
合同履约率	100%

附表4：政府责任绩效

关键绩效——项目	数值
纳税总额	1,154,899,619.73元
对外捐赠总额	100,000.00元
每股社会贡献值	1.38元
2020年新聘员工数量	319人
应届毕业生数量和占新员工比例	40人占比 12.5 %

附表5：员工责任绩效

关键绩效——项目	数值
男女员工人数	男性员工4250人 占比59 % 女性员工2982人 占比41 %
2020年末员工总人数	7232
劳动合同签订率	100%
员工培训	
年内累计组织培训次数	592次
年内受培训人时	148672人时
年内培训参与人次	26183人次
人均参与时间	31.6小时
培训绩效数据	2504小时
员工帮扶	
发放困难慰问补助金	22.1万元
走访困难职工	158人次
协助员工申请大病补助	48万元
办理大病保障员工总人数	7365人
员工满意度	85%

附表6：精准扶贫绩效

关键绩效——项目	数值
扶贫资金投入总额	20.6万元
扶贫物资折款	12.47万元
职业技能培训人数	100人/次
帮助贫困学生投入金额	3.6万元
资助贫困学生人数	93人
帮助贫困残疾人投入金额	0.5万元
帮助贫困残疾人数	80人
定点扶贫工作投入金额	1万元
其他扶贫项目投入金额	1.5万元

附表7：公益活动绩效

关键绩效——项目	数值
抗疫防疫传播时长	超2053小时
防险防灾、征兵、禁毒、科普、控烟、 环保、志愿服务、公共安全等公益 宣传的传播时长	超1818小时
公益宣传的传播时长	超477小时
主旋律宣传的传播时长	超783小时
公益宣传片总播放时长	超7374小时



2. 企业荣誉

● 股份公司：



光明日报、经济日报联合颁发的第十二届“全国文化企业三十强”



由文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室、中国人民大学创意产业技术研究院联合研发2020中国文化和旅游企业品牌价值TOP50榜单——2020中国文化和旅游企业品牌价值榜第5位



2020年上海百强企业



2020年上海百强服务企业



东方明珠荣获《传媒内参》第五届指尖榜-2020年度最具影响力媒体平台，旗下东方购物和尚世影业分获第五届指尖榜-2020年度最具影响力短视频/网络直播平台 and 第五届指尖榜-2020年度最具影响力影视制作机构。



“空中课堂”项目荣获国家广播电视总局“2020年度全国广播电视媒体融合典型案例”

● 梅赛德斯-奔驰文化中心：



2020年中国互联网综合实力百强企业



上海市首批A级电竞场馆

● 尚世五岸：



尚世影业“3D全景声经具电影海外展映”荣获上海市第十五届“银鸽奖”优秀项目类（海外活动）二等奖



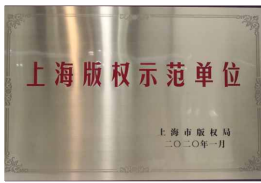
《大江大河》荣获第30届中国电视金鹰奖优秀电视剧奖



第17届中国动漫金龙奖铜奖



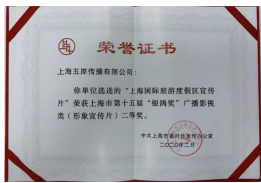
尚世影业获得2020年“抗击新冠肺炎疫情优秀企业”荣誉称号



上海版权局颁发的上海版权示范单位



《上海的女儿》获得北京国际电影节·第27届大学生电影节年度推荐影片



五岸传播“上海国际旅游度假区宣传片”荣获上海市第十五届“银鸽奖”广播影视类（形象宣传片）二等奖



《你和我的倾城时光》荣获2019广西卫视年度电视剧品质贡献奖

● 文广科技：



《大江大河2》荣获
第四届鹰眼匠心榜2020年度最具潜力匠心剧（非古装类）



上海网络视听行业协会
“抗击疫情优秀企业”

● 东方购物：



上海市场诚信经营
“五星级先进单位五连冠”称号



2019年度最具品牌力地面频道



淘宝直播
“2019年度优秀媒体公司”奖

● 东方有线：



“5G 4K&VR直播业务的应用与保障监测平台”荣获
“新基建、新机遇”第二届“绽放杯”5G应用征集



“5G+TVOS多模超高清智能网关及示范应用研究”荣获
“新基建、新机遇”第三届“绽放杯”
5G应用征集大赛上海分赛三等奖



上海市大数据中心颁发的
“金甲战友第三方服务团队先进”称号

● 明珠地产：



明珠地产投资的松江动迁房项目中16号楼
获得2018年度上海市优质工程（结构工程）奖、
2019年度上海市建设工程“白玉兰”奖（市优质工程）



● 上海国际会议中心：



上海国际会议中心被授予上海市旅游标准化技术委员会颁发的
“上海市会议经营与服务达标机构（会议场所服务机构）”称号，
成为全市首批20家获此认证的机构之一。

七. 意见与反馈

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告!我们诚挚地期待您对本报告进行评价，并提出您的宝贵意见，以便我们持续改进社会责任工作，提升履行社会责任工作能力与水平!

一、选择性问题（请在相应的位置选择打"√"）

1、您对本报告的总体印象是：

☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐较差 ☐很差

2、您认为报告中所披露的社会责任信息质量：

☐很高 ☐较高 ☐一般 ☐较低 ☐很低

3、您认为本报告结构

☐很合理 ☐较合理 ☐一般 ☐较差 ☐很差

4、您认为报告板式设计和表现形式：

☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐较差 ☐很差

二、开放性问题：

请您对《东方明珠新媒体股份有限公司2020年度企业社会责任报告》提出宝贵意见和建议;

您可以将反馈问题邮寄给我们

联系人：嵇绯绯（董事会秘书）

地址：上海市宜山路757号

邮编：200233

电子邮箱：dongban@opg.cn

本公司网站：www.opg.cn

请留下您的联系方式姓名：

工作单位：_____

职 务：_____

联系电话：_____

电子邮箱：_____

