

分众传媒

社会责任报告

2022年度

关于本报告

报告简介

本报告是分众传媒信息技术股份有限公司发布的第7份年度社会责任报告。

编制依据

全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南》(GRI Standards)、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南》(CASS-ESG5.0)、《深圳证券交易所股票上市规则》等的相关要求。

时间范围

本报告的时间跨度为2022年1月1日至2022年12月31日，为增强报告可比性和完整性，部分内容适当往前后年度拓展。

报告范围

本报告组织范围覆盖分众传媒信息技术股份有限公司及其全资、控股子公司。

指代说明

为了便于表述与阅读，本报告中提及的“分众传媒”、“分众”、“公司”均指分众传媒信息技术股份有限公司。

数据说明及可靠性声明

本报告所述的公司财务数据来源于《分众传媒信息技术股份有限公司2022年年度报告》；其他数据来自于公司内部统计。本报告所涉货币金额以人民币作为计量币种，特别说明的除外。

本报告经公司第八届董事会第八次会议审议通过，本报告的内容真实、准确、完整，简明清晰，通俗易懂，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

报告获取

深圳证券交易所网站 <http://www.szse.cn/>
巨潮资讯网 <http://www.cninfo.com.cn/>
分众传媒官网 <https://www.focusmedia.cn/>



董事长致辞

2022年是充满变数和挑战的一年，许多企业在其中经历考验，突围求变；但同时更是非凡的一年，党的二十大胜利召开，为我们擘画了以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，也为我们坚定不移践行高质量发展理念，在新征程坚持向上向善带来了莫大的鼓舞与信心。

站在历史与未来的交汇点，分众传媒始终竭力践行企业社会责任与使命。作为电梯媒体行业的领导者，过去的一年中，分众不仅坚持打造优秀品牌，成为传递正能量和正向价值观、利益人心的平台，更步履不辍地前行在社会责任之路上，努力探索创造更多社会价值。

源于这样的初心，2022年，分众传媒依然坚持着力投入乡村教育发展、孤贫大病儿童救援、中国基础科学研究、文化创新力量扶持以及公益传播等领域，发起成立了北京分众传媒公益基金会，这标志着自此分众将更为专业、深入，也更有体系地履行社会责任，探索有效解决社会问题的方案，与不

断前进的社会共生、共创、共荣。我们希望通过不断拓展高质量的公益项目，在新时代中助力社会向着更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的目标不断发展。

党的二十大报告明确指出，要“引导、支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人积极参与公益慈善事业”。多年来，分众传媒秉持作为企业公民的信念，一以贯之，恒久力行。我们相信，公益的价值将被更多人看见、接纳、认可与实践；我们相信，公益自身所蕴含的“赋权增能”的价值将得以充分实现。

经历了过去的一年，很多企业更深刻地体会到，品牌力才是真正的免疫力，强品牌才是企业穿越危机的护城河。分众传媒作为每天高频触达4亿城市主流人群的品牌集中引爆平台，始终以高质量传播助力品牌增长。为了更好地全力助推中国品牌崛起，分众推出了百亿品牌计划，希望能够帮助更多高成长企业与行业头部品牌，引爆4亿主流人群，引领消费趋势，从同质化走向差异化，从价格战走向价值战，从流量驱动走向品牌驱动。

市场预期正在转向，渐进式复苏已然展开。被动增长的时代过去了，2023年，我相信中国将会迎来主动增长的新钻石十年。面对未来，我们有理由相信，中国市场依旧会展现出勃勃生机。分众传媒愿与更多的企业同行，以践行社会责任典范为目标，激荡前行，奋力生长，共赴中国的新钻石十年！

目录

分众&社会责任

1. 2022年主要社会责任绩效一览
2. 责任组织
3. 责任沟通

分众&协同发展

1. 研发投入
2. 客户服务

分众&公益环保

1. 投资者教育
2. 公益事业
3. 践行绿色经营宗旨

壹

04
|
09

贰

10
|
11

叁

12
|
18

肆

19
|
21

伍

22
|
26

陆

27
|
33

柒

34

关于分众

1. 公司简介
2. 发展历程
3. 2022年度回顾
4. 分众荣誉
5. 业绩速览

分众&公司治理

1. 党建引领
2. 治理架构
3. 股东权益
4. 风险防控
5. 合规运营

分众&员工权益

1. 规范雇佣
2. 员工构成
3. 人才培养
4. 权益保障

意见与反馈

关于分众

1. 公司简介

分众传媒信息技术股份有限公司（证券简称：分众传媒，证券代码：002027.SZ）诞生于2003年，创建了电梯媒体广告模式，法定代表人为江南春，注册资本为144.42亿元；主要产品包括电梯媒体、影院广告媒体和终端卖场媒体等，目前已发展成为全球领先的电梯及影院媒体集团。

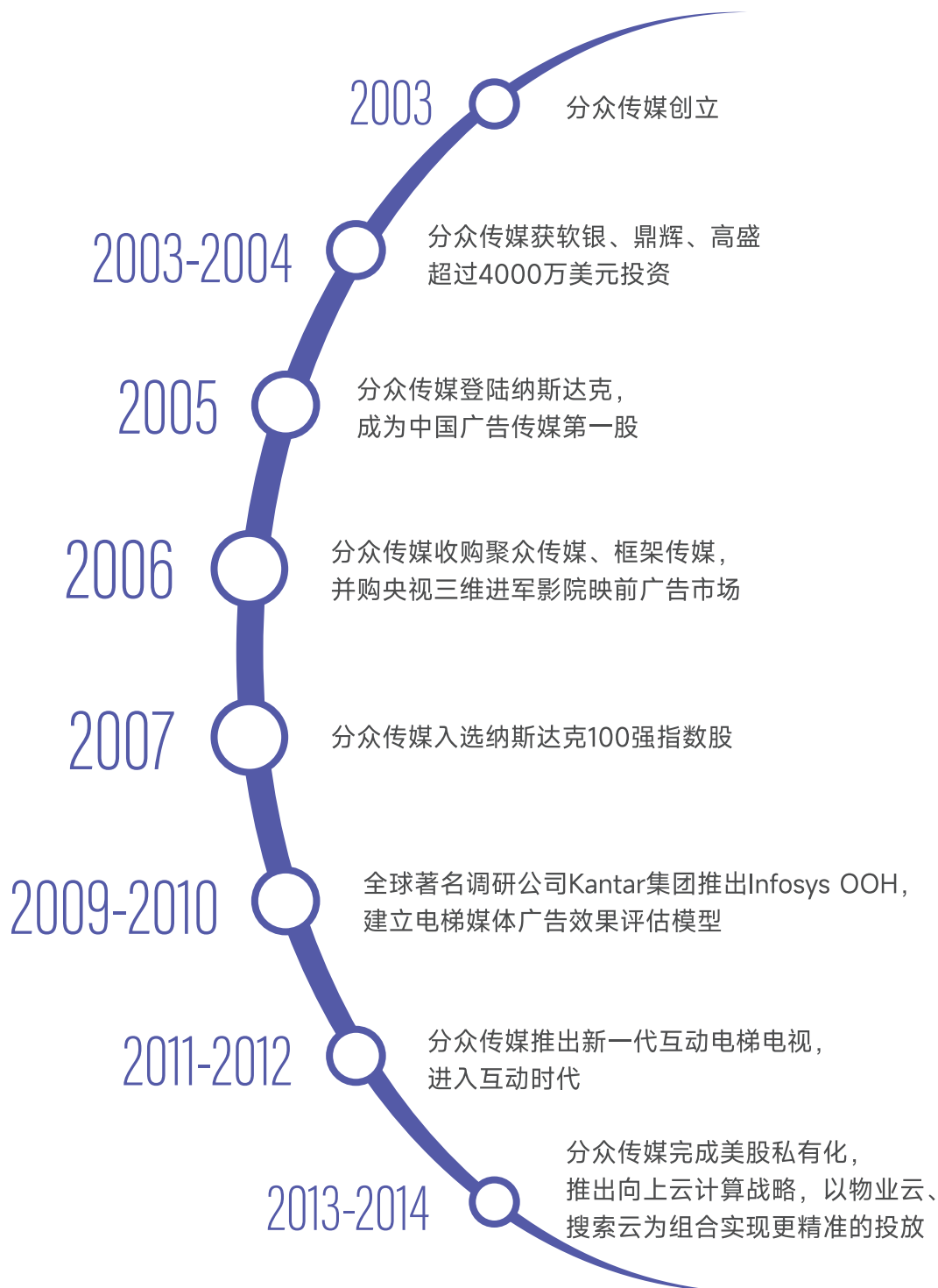
2005年，分众传媒成为首家在美国纳斯达克上市的中国广告传媒股，并于2007年入选纳斯达克100指数。2015年，分众传媒回归A股，市值破千亿。电梯是城市的基础设施，电梯这个日常的生活场景代表着四个词：主流人群、必经、高频、低干扰，而这些正是当前引爆品牌的核心稀缺资源。公司目前已覆盖超过4亿中国城市主流人群，逐渐发展为贴近消费者生活的核心媒体平台，成为消费者生活的重要组成部分。

截至2023年3月31日，公司的生活圈媒体网络覆盖国内297个城市、香港特别行政区以及韩国、泰国、新加坡、印度尼西亚和马来西亚等国的70个主要城市。



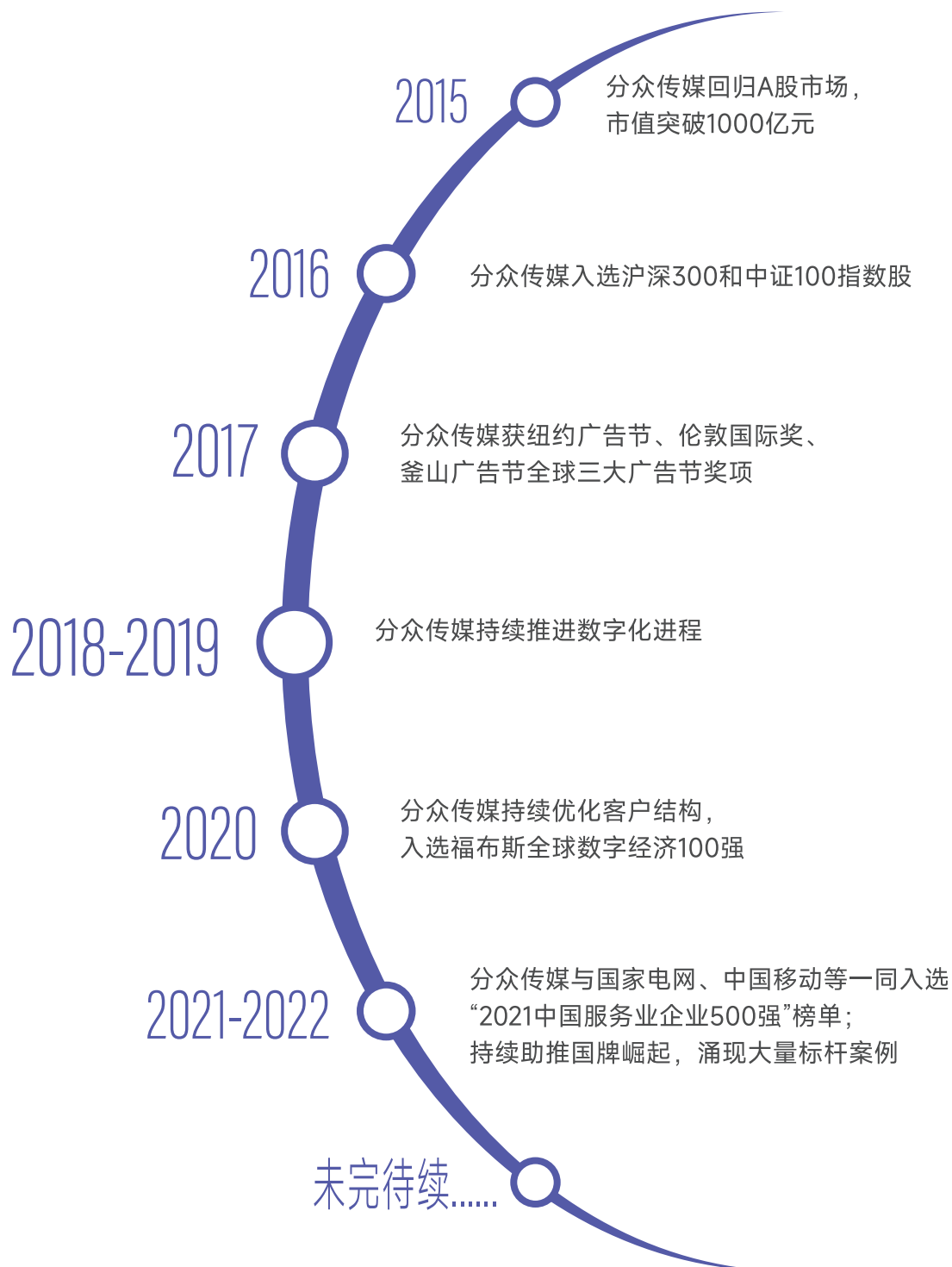
关于分众

2. 发展历程 (一)



关于分众

2. 发展历程 (二)



关于分众

3. 2022年度回顾

3月

经北京市民政局批准，北京分众传媒公益基金会正式成立，这标志着分众传媒将更专业、更深入、更有体系地履行社会责任，探索有效解决社会问题的方案。

4月

配合广东证监局发布投资者教育公益宣传，加强证券基金期货知识普及和投资者风险教育，充分发挥分众传媒在公益宣传中的积极作用。

5月

在妇联组织开展的“家庭教育宣传周”主题活动中，利用自身媒体平台刊播家庭教育主题宣传，营造全社会重视支持家庭教育的浓厚氛围。

7月

支持上海市场监督管理局、检察院、深圳市委宣传部等部门积极开展“电诈宣传月”主题宣传活动，刊播网络直播营销合规、防养老诈骗宣传等内容。

8月

由经济观察报主办的“观察家资本价值年会”发布重磅榜单，分众传媒荣获“2021-2022年度卓越资本价值企业”荣誉。

9月

99公益日期间，在全国范围内播放美丽中国乡村支教、孤贫大病儿童救助、天堂电影院公益共建、野生动物救援等公益项目，让更多人了解和关注公益。

10月

由北京市委社会工委市民政局指导、朝阳区委社会工委区民政局主办的第九届“慈善北京”成果展巡展活动中，刊播第九届“慈善北京”成果展内容，助力慈善北京宣传活动。

12月

联合贝恩咨询与凯度研究举办了“拥抱变局，韧性增长”论坛，围绕“新变局下的品牌增长机遇与营销策略”，探讨营销升级实现长效增长的新思维。

关于分众

4. 分众荣誉

第29届中国国际广告节在厦门举行。分众传媒凭借在品牌建设领域的突出表现，斩获中国国际广告节“2022年度广告主金伙伴百强”称号。

12月

由《广告导报》主办并发起的第八届中国广告风云榜在厦门正式揭晓。分众传媒荣获“2021-2022年度影响力媒体平台”称号。

12月

8月

由经济观察报主办的“观察家资本价值年会”发布重磅榜单，分众传媒荣获“2021-2022年度卓越资本价值企业”荣誉，再次展现并印证强劲的发展势头和行业领先的价值标杆。

由证券时报社主办的第十三届中国上市公司投资者关系“天马奖”榜单正式揭晓，分众传媒（002027）荣获“中国上市公司最佳投资者关系奖”。

4月

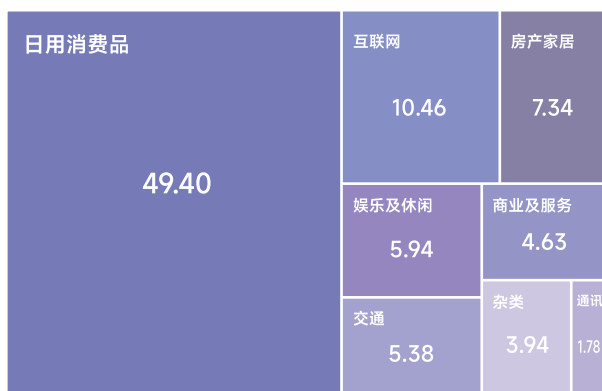
关于分众

5. 业绩速览

	2022年	2021年	2020年
营业收入（元）	9,424,959,143.22	14,836,422,936.69	12,097,106,052.76
归属于上市公司股东的净利润（元）	2,789,952,461.91	6,063,162,192.53	4,003,835,613.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	2,394,252,544.09	5,413,868,941.52	3,646,173,547.71
经营活动产生的现金流量净额（元）	6,698,961,025.48	9,590,416,889.60	5,223,411,676.72
基本每股收益（元/股）	0.1932	0.4198	0.2774
稀释每股收益（元/股）	0.1932	0.4198	0.2774
加权平均净资产收益率	14.82%	33.13%	26.16%
	2022年末	2021年末	2020年末
总资产（元）	25,238,766,516.08	25,555,259,687.25	21,646,165,070.03
归属于上市公司股东的净资产（元）	16,948,889,697.69	18,379,430,976.51	17,016,986,250.45

2022年分行业营业收入构成

楼宇媒体及其他（单位：亿元）



影院媒体（单位：亿元）



■ 日用消费品 ■ 互联网 ■ 房产家居 ■ 娱乐及休闲 ■ 交通 ■ 商业及服务 ■ 通讯 ■ 杂类

分众&社会责任

公司始终贯彻社会责任与公司的发展战略相结合，落实于公司的日常经营管理之中，融于企业文化之中，并引导员工认同和实践社会责任理念。

1. 2022年主要社会责任绩效一览



2. 责任组织

2022年公司董事会根据相关法律法规，建立了自上而下的领导、决策及组织实施的社会责任管理体系和工作机制。

董事会-社会责任工作的领导和决策机构

负责审议和批准公司的社会责任管理制度和相关战略规划，审定公司的社会责任报告

公司各部门、分子公司-社会责任的落地与实践主体

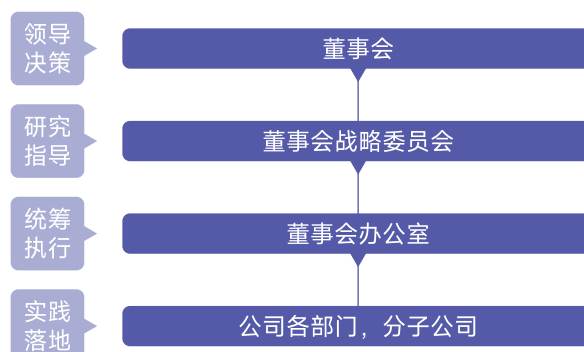
负责按照公司整体规划，落实社会责任工作任务并定期汇报执行情况

董事会战略委员会-社会责任工作的研究和指导机构

负责统筹协调相关内外部工作，研究实质性议题，制订社会责任战略规划，研究社会责任工作的相关问题，指导社会责任报告的编制工作

董事会办公室-社会责任管理的日常工作机构

负责了解利益相关方的诉求、意见和建议，分析实质性议题，执行社会责任报告的信息采集、编制和披露工作



分众&社会责任

3. 责任沟通

公司高度重视利益相关方关切的问题，积极构建多元化的沟通机制，通过更多渠道、方式与各方进行广泛地沟通与交流，了解并及时回应利益相关方诉求，将其关注的议题纳入公司的运营和决策过程，转化为公司可持续发展的行动目标和方案。

利益相关方	关注议题	沟通方式
政府及监督机构	响应国家战略 合规经营 依法纳税	组织学习政策法规，严格落实执行 专项问题沟通，定期工作汇报 定期开展自查，配合填写问卷调查
股东及投资者	公司治理 投资回报及分红 风险管理	制定并定期修订投资者保护制度 公平、公正、公开的信息披露，保证内容讲明简明清晰通俗易懂 参与股东大会、策略会、路演等 互动易平台、业绩说明会、官网、投资者热线、邮箱
客户	服务质量 商业道德 信息安全	参与客户行业交流会 接待客户实地考察
员工	员工权益 薪酬福利 晋升发展	实施核心员工激励计划 定期进行员工培训、满意度调查等 人才成长及梯队建设 企业文化建设
社区	支持社区建设 公益宣导 志愿者服务	进行投资者教育和保护宣传，举办相关活动 积极组织党建活动 组织员工进行志愿服务
环境	能源管理 节能减排措施	践行绿色发展理念，倡议绿色办公 开展环保宣传活动

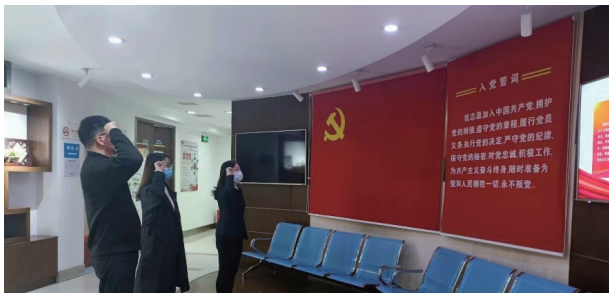
分众&公司治理

1. 党建引领

2022年，分众党支部在上级党委江苏路街道党工委的指导下，认真履行职责，积极带领公司广大党员，团结拼搏、开拓进取，以企业发展为中心，扎实推进党支部在思想、组织、作风和党风廉政方面的各项建设，并在完善党建工作机制、夯实党建工作基础等方面做出了积极地努力。

(1) 重视组织建设，吸优纳新

一年来，坚持党员学习制度，严格落实“三会一课”制度和主题党日活动。年初，明确支部工作目标、主体责任、党员责任。年末，随着越来越多的党员不断加入党支部大家庭，为了更好的服务党员，在充分考虑党支部实际情况基础上，经支委讨论、决定并于2022年10月20日召开全体党员大会，成立分众传媒党总支部。江苏路街道党工委也于2022年11月2日下发批复同意。



随着支部的不断发展，越来越多的员工向党组织靠拢。2022年经支部筛选，有2名同志成为预备党员，为分众党组织注入了新鲜血液。

(2) 将党建融入日常铸造分众党建品牌

我们将“党员亮身份”作为提升组织力的重要抓手，着力打造分众党建“五大品牌”即“分众讲坛”“分众训练营”“分众公益团”“分众金点子”及“分众网上学习汇”，将党建优势融入公司日常，组织党员定期、不定期开展主题教育活动；专题学习、研讨会；志愿服务活动等共20余次。

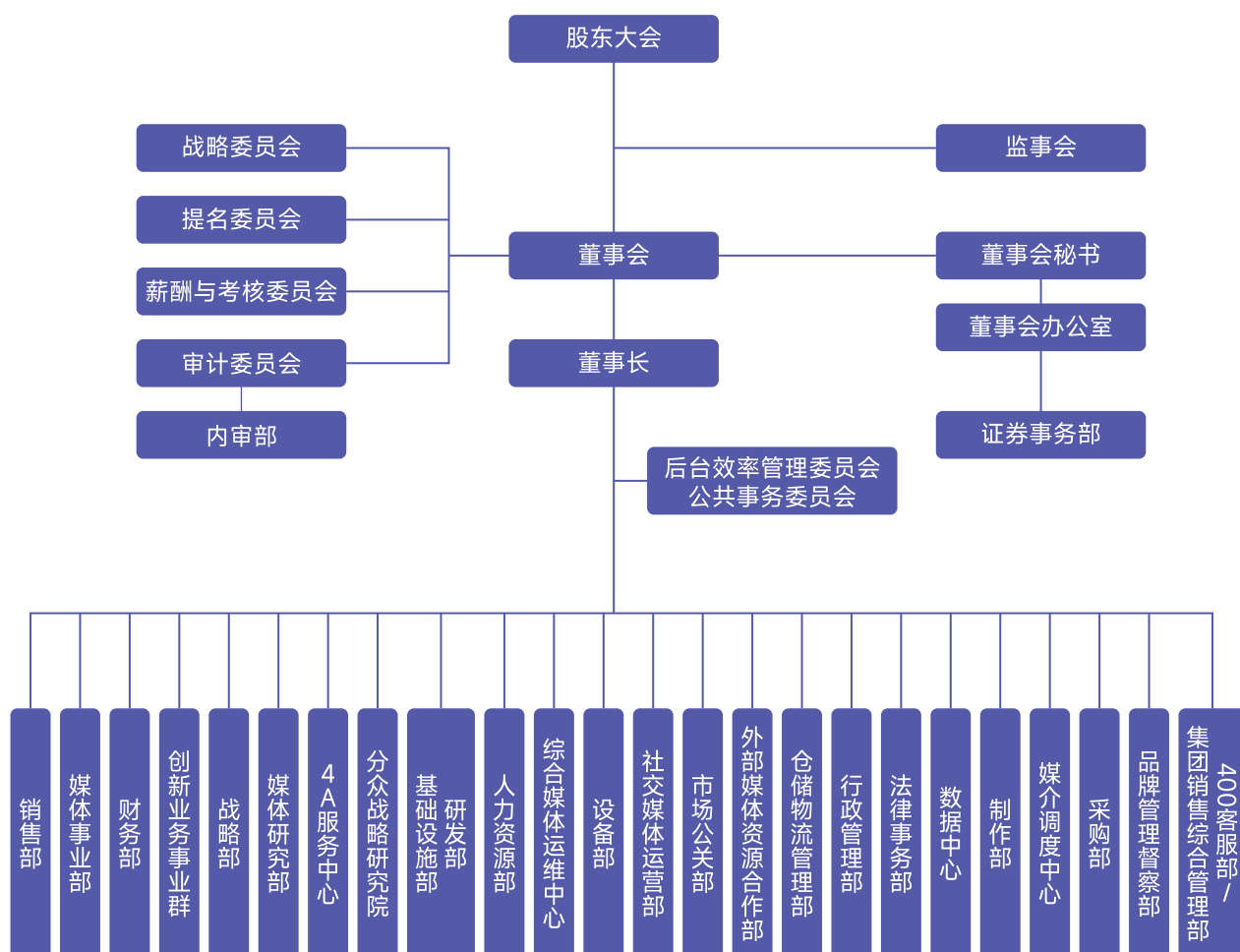


分众&公司治理

2. 治理架构

分众传媒严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等相关法律法规的规定，不断完善公司治理结构，提升公司治理能力，规范公司运作，加强信息披露管理和投资者关系管理工作，在实现公司可持续高质量发展的同时，充分保障全体股东的合法权益。

组织架构



分众&公司治理

三会运作

股东与股东大会

公司严格依照《公司章程》和《股东大会议事规则》等相关法律法规及规范性的要求，规范股东大会的召集、召开、议事及表决程序。2022年，公司共召开两次股东大会，聘请律师事务所出具了法律意见书，确保公司股东特别是中小股东能够充分行使其权利。

董事与董事会

公司共7名董事，其中4名为独立董事，独立董事均未在公司任除董事外的其他职务，符合相关规定，公司董事会的人数和人员构成符合法律、法规的要求，公司全体董事勤勉尽责，认真审议各项议案并对公司重大事项做出科学、合理决策，切实维护公司利益和全体股东的合法权益。

2022年，公司召开了5次董事会，均严格按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等相关法律法规及规范性文件的要求，规范董事会的召集、召开、议事及表决程序。

董事会专门委员会

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，各委员会分工明确，权责分明，有效运作，充分发挥了专业优势和职能作用，为董事会的决策提供了科学、专业的意见。

委员会名称	召开次数
战略委员会	1
审计委员会	4
薪酬与考核委员会	1

监事与监事会

公司监事会由3名成员组成，设监事会主席1名，其中职工监事1名。报告期内，公司共计召开监事会4次，公司监事会的召集、召开程序、监事会人数及人员构成均符合相关法律法规的要求。公司监事会通过列席董事会同步审议重大事项以及对财务状况等进行监督等方式认真履行职责，充分发挥监督作用。



分众&公司治理

3. 股东权益

信息披露

公司严格按照相关法律法规和《公司章程》的要求，不断完善《公司信息披露事务管理制度》，以规范信息披露流程，完善信息披露工作机制，秉承真实、准确、完整、及时的原则，督促信息披露义务人履行忠实、勤勉的披露义务。

公司在信息披露过程中对信息传递、公告编制和核查披露等严格把关，提高信息披露质量，确保信息披露内容真实、准确、完整，使股东通过公开的信息披露渠道，及时、平等的了解公司的经营情况、财务状况及其他重大事项等，有利于投资者做出理性的投资决策，保障全体股东的合法权益。

2022年公司在指定信息披露媒体共披露公告49份，不存在任何违反信息披露规定的情况，获评深交所信息披露A级单位，以实际行动维护投资者的知情权。

投资者关系管理

公司严格按照《投资者关系管理制度》等相关法律法规及规范性文件的要求，高度重视投资者关系管理工作，通过信息披露、股东大会、业绩说明会、券商策略会、投资者调研、投资者热线、公众邮箱、互动易平台等多渠道、多途径的方式安排专人积极与投资者互动交流，为公司和投资者搭建了有效的沟通桥梁。

公司为充分加强与广大投资者的沟通，便于广大投资者更深入全面地了解公司情况，根据中国证券监督管理委员会广东监管局和广东上市公司协会共同下发的《关于开展2021广东上市公司投资者关系管理月活动的通知》积极开展相关工作安排，采用线上问答方式回复投资者关心的问题，加强投资者对公司的认可度，与投资者形成相互信任的良好关系。

2022年通过深交所互动易平台共计收到提问322条，回复率100%；全年累计接听投资者电话超过700次，通过公司指定投资者接待电子邮箱回复超过700余封邮件。

2022年共参与超过200场机构分析师会议、投资策略会及电话会议，组织召开包括但不限于定期报告网上业绩说明会、网上集体接待日活动、特定对象调研等。



分众&公司治理

股东回报

公司在自身稳步发展的同时，始终坚持以股东利益为出发点，时刻树立回报股东意识，不忘为投资者创造价值，坚持与广大股东分享经营成果。

自上市以来，公司严格按照中国证券监督管理委员会发布的《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发【2012】37号）和《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等相关法律法规、规范性文件及公司章程的规定，结合公司经营发展规划、盈利能力、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素，制定《分众传媒信息技术股份有限公司未来三年股东回报规划（2021年度-2023年度）》，对公司未来三年股东回报具体规划、决策机制等方面进行了规定，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

2018年度利润分配

▶ 每10股派发现金1.00元，共计派发现金红利约人民币14.44亿元

2018年度回购

▶ 通过集中竞价方式回购股份，支付总金额约人民币7.00亿元

2019年度利润分配

▶ 每10股派发现金0.70元，共计派发现金红利约人民币10.10亿元

2019年度回购

▶ 通过集中竞价方式回购股份，支付总金额约人民币8.30亿元

2020年度利润分配

▶ 每10股派发现金1.15元，共计派发现金红利约人民币16.61亿元

2021年半年度利润分配

▶ 每10股派发现金2.08元，共计派发现金红利约人民币30.04亿元

2021年度利润分配

▶ 每10股派发现金1.30元，共计派发现金红利约人民币18.77亿元

2022年前三季度利润分配

▶ 每10股派发现金1.40元，共计派发现金红利约人民币20.22亿元

2022年度

▶ 每10股派发现金2.80元，共计派发现金红利约人民币40.44亿元

分众&公司治理

4. 风险防控

内控体系建设

报告期内，公司根据《企业内部控制基本规范》、深圳证券交易所《上市公司内部控制指引》及其配套指引的规定和其他内部控制的监管要求，结合公司业务及经营特点，建立了以风险管理为导向、合规管理监督为重点的内控体系。

公司内部控制主要包括治理结构、组织机构、企业文化、货币资金管理、销售与收款、采购及付款、信息系统、对外担保控制程序、关联方交易控制程序、计提资产减值准备/信用损失的控制程序、人力资源、合同管理、资产管理等多个要素评价其有效性并如实对外披露，基本涵盖了公司日常经营活动的各个环节。

公司内审部定期对公司内部控制进行检查，评估公司内部控制的有效性，并及时提出改进建议，并至少每年向审计委员会提交一次内部控制评价报告。

风险管理

公司不断强化并完善风险管理体系，建立事前防范、事中控制、事后补救的风险防范机制，本着从实际出发，务求实效的原则，积极开展全面风险管理工作，实现风控合规与发展并重。



分众&公司治理

5. 合规运营

1、信息安全

当今的企业面临着日益复杂的网络安全威胁，公司十分重视信息安全建设，保障客户、员工和合作伙伴的数据安全。针对当前的安全威胁和风险，以公司在信息安全建设方面采取了以下具体措施：

安全制度建设

公司建立了一整套完备的安全管理制度，包括安全策略、安全规范、安全流程和安全标准等，确保安全管理体系可以持续有效运作。我们定期进行安全检查和评估，及时修订和优化安全制度，以确保其与时俱进。

网络安全

公司采用了一系列技术手段，包括网络隔离、入侵检测、DDoS防护等，确保网络安全可靠，并对重要的网络设备进行了备份和恢复计划，确保在网络遭受攻击或意外损坏时，能够及时恢复服务。

数据安全

公司采用多层次的数据安全策略，对敏感数据进行分类处理和加密存储，授权访问和数据备份等，保障数据的安全性和可用性。定期进行安全风险评估和漏洞扫描，及时修补漏洞，防止数据泄露和损失。

安全培训

公司开展定期的安全培训和演练，培养员工的安全意识和应对能力，建立了一套完整的安全事件处置流程，提高员工的安全应急响应能力，确保在

安全事件发生时，能够及时有效地处置和恢复。

我们将信息安全视为公司的核心价值之一，通过不断加强安全制度建设、网络安全、数据安全和安全培训等方面的措施，保障公司和客户的信息安全，为公司的可持续发展做出贡献。

2、反腐倡廉

公司不断完善《廉政监察工作制度》等制度，积极开展员工廉洁教育活动，从制度建设和思想教育两方面着手，营造廉洁从业的职业氛围。

同时，公司不断完善监察举报机制，明确监察举报范畴，提高员工的合规举报意识，通过热线电话、电子邮箱、员工信箱等方式，倾听员工的声音；通过完善《公司举报奖励办法》鼓励员工及其他利益相关方举报和投诉公司内部的违法违规、舞弊等行为，充分发挥员工间互相监督的作用，让员工做到“不敢腐、不能腐、不想腐”。

2022年，公司在反腐倡廉方面主要做了以下工作：

1、针对舞弊高风险领域，加强宣传和事前防范，制作廉洁宣传教育短片，开展廉洁培训共计3场次，受到廉正教育人员100余人；

2、定期向管理层汇报阶段性工作成果，形成自上而下的管理机制；

3、在内部审计过程中重点关注舞弊事项，做到有举报有线索必调查，有问题有舞弊必处理。

分众&协同发展

1. 研发投入

为更好的服务客户，充分考虑客户需求，从客户角度出发做好规范化服务与个性化服务，公司充分发挥自身优势能力,为利益相关方赋能，助力合作伙伴、产业链上下游企业建立更具竞争力的商业模式，为客户提供更加优质的产品与服务。

主要研发项目名称	项目目的	项目进展	拟达到的目标	预计对公司未来发展的影响
分众身边好店智能互动营销平台	基于中小商家在LBS 场景的强营销诉求，搭建广告投放及硬件互动营销环，通过门店管理、创意制作、智能选点、协同互动、卡券核销等全链条核心功能，实现人屏互动、“线下推品牌”→“线上拉转化”→“线下促交易”的全生命周期营销闭环。	研发中	利用价值百亿的智能屏广告流量开展一系列主题运营活动，计划对1万家中小店进行扶持，并从各行业中挑选100家重点商户，打造市场标杆，引领中小商户的新营销模式。	助力中小商户数字化、智能化、互动化营销推广，进一步发挥“互联网+生活性服务业”的经济发展的引领和示范作用。
驰众信息数据转换及管理软件V1.0	根据千万个楼宇各自的标签数据，自动化建立与对应楼宇的映射，并管理楼宇的多维度属性和标签数据，与所需要投递的广告类型进行基于机器学习技术所逐步迭代优化的算法模型，进行深度匹配，更进一步深化精准广告投放。。	已完成	实现业务流程中整条数据链路的数据同步、数据抽取、数据转换、自定义业务数据处理、数据存储等核心步骤，进行多维度的标签条件组合，既能满足用户所需楼宇选配，又能高效获得目标群体列表。	千万级数据的同步、转化、持久化形成丰富的楼宇数据，提高市场占有率，更加深化的精准投放可以让广告主更高效匹配到最佳受众人群，达到客户收益最大化。
分众信息设备实时监播平台	改变原有电子类媒体设备的人工运营维护模式，通过对IoT技术的广泛深入应用，对设备的状态感知能力实现了实时化，并能够做到线上管控。实时监播可有针对性的巡视维护，即时发现故障设备，前瞻性发出故障预警，更快捷的投入到可售范畴，从而最大化提升工作效率和资源利用效率，减少人力成本。	已完成	用数字平台数字技术赋能现有媒体，精准管控监播媒体设备，监控设备的故障预警，指导前线运营人员的工作安排及调度，为广告主提供广告投放实时监测数据支撑。	积累关于媒体设备的数据资产，帮助公司更彻底的转变为数字化媒体和数据指导下的管理及运营模式。

公司研发人员情况

	2022年
研发人员数量（人）	160

公司研发人员情况

	2022年
研发投入金额（元）	68,957,035.52

分众&协同发展

2. 客户服务

合作赋能

我们积极与客户沟通并维系良好的合作关系并且树立“客户第一”的意识，通过不定期开展的国牌论坛等活动，为品牌赋能，实现可持续的合作与共赢。

截至2022年，分众传媒已助力众多企业成功实现品牌引爆，在不同时间、不用场景等维度触发消费者购买需求。

客户权益保障

公司始终保持与客户顺畅的多渠道沟通，不断更新对客户需求的认知，认真聆听客户对公司产品与服务的意见和建议，持续提升全业态客户满意度。

公司以“让客户满意”为出发点。自上而下建立了全面的投诉管理机制（包括畅通多样投诉渠道、规范的客户投诉处理流程、定期开展问题梳理及分析等），通过不定期抽查和监督，形成管理闭环。



分众&协同发展

专题

专题：联合发布中国消费预期指数报告

研究目的

中国消费预期指数由分众传媒、中国宏观经济研究院产业所、新华社新媒体中心联合编制发布。该指数由消费能力、消费热度、消费感知、消费环境4个一级指标、11个二级指标构成，包括一个总体指数和衣着、食品、居住、出行、医疗保健、教育文化娱乐、综合服务、日常用品8个细分领域指数，是反映未来一个时期消费预期走势的综合指标体系。

中国消费预期指数报告设计的消费预期指数由4个方面构成一是消费能力，反映居民的实际消费购买力；二是消费热度，反映社会各界对消费领域及相关行业的关注度；三是消费感知，反映消费者、生产者和专家对未来消费增长情况的预期判断和信心；四是消费环境，反映相关支持政策、监管政策及关联性政策等因素对消费的影响。

研究成果

2022年衣着消费预期指数显示

近年来衣着消费预期指数呈先升后降态势。从细分品类看，国潮服饰品牌发展提速，羽绒服行业市场加速扩容；受益于健康意识提升和全民健身政策，运动鞋服行业市场规模高速增长。预计进入2023年一季度，针对不同人群、不同场景、不同功能的保暖防寒服装将进入全面热销期。

2022年居住消费预期指数显示

居住类消费相对疲弱，传统家具、建筑及装潢材料销售萎缩，功能型、智能型、高品质新兴家居产品发展迅速。扫地机器人、洗地机等智能家居产品需求增加，以学习课桌为代表的儿童家居市场加快发展，果蔬净化清洗机、空气炸锅等国产小家电异军突起，有力支撑居住类消费增长和结构升级。

2022年文化教育娱乐消费预期指数显示

随着文旅市场复苏，自驾游、户外运动游和特色文化展览等消费将持续增长，冰雪游、探亲游有望成为新的消费亮点。智能文教用品、智慧教育、虚拟“博物馆”等“数字+”新模式、新场景将成为文教娱乐消费热点。

2022年日常用品消费预期报告显示

日常用品消费伴随居民消费升级正在不断创新。“防脱发”“头皮抗衰”等概念洗护产品消费持续走高，“颜值经济”商品和个人护理产品需求持续提升，智能消费电子类产品有望快速增长。

2022年医疗保健消费预期指数显示

居民医疗保健消费稳中有升，“防未病”“精致健康”等消费新概念快速兴起。随着居民自我防护意识不断增强，预计2023年上半年，退热、止咳、抗病毒、治感冒等非处方药物将迎来储备消费高峰。随着人口老龄化趋势加深，“三孩”政策落地，未来五年我国医疗保健消费市场有望保持10%以上快速增长态势。

2022年综合服务消费预期报告显示

综合服务消费预期指数多数季度处于100以上水平。从细分品类看，我国外卖餐饮市场规模持续扩大，本地化休闲消费崛起，以本地客源为主的“住宿+X”系列新业态增长。预计2023年，旅游出行消费加速恢复，将推动特色民宿、中高端连锁酒店、主题酒店等需求持续释放。

2022年出行消费预期指数显示

我国居民出行消费始终处于100以下的收缩区间。高铁、民航等客运恢复依然缓慢。从消费热点看，新能源汽车成为出行消费领域的最大亮点，2023年有望延续产销两旺态势，公共出行消费将加快恢复。

2022年食品消费预期指数显示

食品消费增长韧性十足，总体处于高位景气区间。从消费热点看，预制菜及方便速食需求快速增长，轻食、减脂食品等成为新时尚，儿童辅食、营养品等产品加速扩容。预计进入2023年一季度，食品消费“暖经济”将推动火锅类食品、自热食品等迎来消费旺季，各类节庆活动有望推动具有礼品属性的食品消费快速增长。

分众&员工权益

1. 规范雇佣

公司自觉遵守并履行相关劳动法律法规，尊重并维护所每一位员工的合法权益。坚持平等雇佣、公开公正的雇佣原则，坚持平等的薪酬福利体系原则，不因国籍、地域、民族、年龄、家庭状况或其他因素而存在歧视政策或行为，为员工创造平等、多元、民主、和谐的工作环境。

2. 员工构成

管理层情况

总裁、首席执行官：江南春先生

副总裁、首席财务官、董事会秘书：孔微微女士

副总裁、首席营销官：嵇海荣先生

员工情况

性别构成	人数（人）	占比（%）
男	3040	60%
女	1996	40%

注：管理层女性职工占比超过50%

专业构成	人数（人）	占比（%）
销售人员	1372	27%
技术人员	160	3%
财务人员	169	4%
行政人员	496	10%
开发人员	823	16%
运营人员	2016	40%

教育程度	人数（人）	占比（%）
初中及以下	494	10%
高中	1351	27%
大专	1633	32%
本科	1448	29%
硕士及以上	110	2%

年龄构成	人数（人）	占比（%）
30以下	855	17%
31-40岁	2337	47%
41-50岁	1378	27%
51岁以上	466	9%

分众&员工权益

3. 人才培养

员工晋升

基于控制人才结构，保证人才梯队的合理性，公司以年度为单位，开展岗位竞聘工作，以客观评价员工整体能力，倡导良性内部竞争，达到人岗匹配、提升公司核心竞争力的目的。

评定标准主要以能力业绩为导向进行设置，客观衡量岗位价值。因岗位空缺或基于人才培养的需要，安排调岗、轮岗，针对特别优秀、为公司争得重大荣誉、做出重大贡献的员工，可进行破格晋升，同时提倡各层级干部从内部培养与晋升，避免空降带来的内部人员晋升不畅情况。

员工培训

人才是企业高质量发展的基石，公司制定了用于吸引、鼓励及激发员工多种工作能力的培训体系及人才培养计划，助力每一位员工的成长和发展，以创建高素质、高创造力、高凝聚力的工作团队。

(1) 新员工培训

培训对象：新入职员工1个月以内

培训周期：每月1次

培训形式：现场培训+视频会议+培训内容考核

培训内容：《走进分众》、《分众文化》、《目标管理》、《积极心态》、《知礼行天下》、《沟通技巧》、《内部信息平台实操演练》

③职业通用培训：开发适合分众传媒职能部门的专业技能课程及职业化通用培训，提升公司员工对公司的归属感及提高办公效率。

④线上学习平台：采用线上视频教学和线下创智讨论的形式，以部门为单位，开展“春笋计划”16门通识课程的学习。

(2) 全体员工培训

①分众夜谈：励志文章或故事、心灵鸡汤文章，每周周一以邮件形式发送给全体员工。

②团队拓展建设：建立团队的凝聚力、团队文化，提升团队士气、给团队以正能量，通过体验培训及拓展让大家认识自我、挑战自我、战胜自我，学习感悟到更高效的工作技巧。

⑤定制化的在职培训：针对部门存在的问题，由部门发起培训需求，人资进行课程的开发与实施，以案例分析、小组讨论等形式开展培训。

分众&员工权益

(3) 销售系统培训

①新销售培训

培训对象：入职2个月以内的新销售

培训周期：每月2次或不定期（根据新销售入职情况）

培训形式：在线培训、视频考核及线下作业

培训内容：针对新入职的销售员工，进行系统的专业培训，从公司的媒体资源介绍、媒体环境的趋势变化、分众案例介绍、分众媒体核心价值、销售系统流程使用介绍等，帮助新销售尽快掌握公司的资源产品以及相关的媒体知识，帮助新销售了解各支持部门的工作流程和工作范围，尽快投入工作。

针对培训内容，展开针对性的1对1线上视频考核，检验对新销售培训内容的掌握情况。

②每周销售培训

培训对象：全体销售

培训周期：每1周1次

培训形式：在线培训

培训内容：以销售经验分享、成功案例、媒体专业内容为主，结合媒体趋势及行业趋势，提升销售的综合媒体专业能力，为客户提供综合性的营销方案。

③销售技巧培训

针对销售同事进行销售技巧、谈判沟通的培训。

培训形式：线上视频课程。

④分众青训营

培训对象：3年以内基础销售

培训周期：无特殊情况，每年2次集训

培训形式：面对面培训+网络培训

培训内容：优秀销售经验分享；媒体专业培训；行业趋势发展；定位培训；案例分享等。

毕业考核：以实战的案例进行演练PK。

招收方法：销售个人自愿报名，城市总经理及VP推荐，战略部考核，结合日常培训参与情况、个人业绩情况和战略部考核成绩从优录取。

⑤团队管理培训

针对企业管理层进行领导力课程的培训，帮助团队领导更好带领团队。

培训形式：线上及线下结合。

⑥分众知识库

分众销售宝典：分众的媒体专业知识、销售问答等内容，每篇一个知识点，每周二、四以邮件形式发送一篇销售宝典给全体销售。

分众销售分享：销售技巧内容，每次一个主题内容，每两周周五以邮件形式发给全体销售。

分众在线学习：内容包括媒体专业词汇、调研报告案例和媒体趋势，每两周周五以邮件形式发给全体销售。

分众在线学习系统：打造分众的网络学习平台，为员工提供高效快捷的学习入口。

分众&员工权益

4. 权益保障

薪酬福利

员工是企业财富的创造者，公司的发展离不开每个员工的辛勤劳动。一直以来，分众传媒深刻懂得保护员工权益是公司不可推卸的责任，始终坚持以人为本，充分尊重并严格保障员工的各项权益，致力于为全体员工打造公平公正的职场氛围、安全的工作环境和多元包容的企业文化，全力推动实现员工的可持续发展。同时，公司坚持员工多样性政策，努力保障各民族及女性员工权益，推动企业健康稳定发展。未来，分众也将一如既往地关心关爱全体员工，携手共赴新的奋斗历程。

公司严格执行《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国劳动合同法》及相关规定，依法与劳动者签订劳动合同，足额缴纳社会保险费及住房公积金，实行带薪年假等福利，努力提升员工福利保障水平。报告期内，公司通过优化薪资结构，积极为员工谋福祉。

员工保险-公司按照相关法律法规为员工办理养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险，按规定缴纳社会保险费，社会保险覆盖率100%。

假期福利-公司员工享受法定节假日、年休假、婚假、丧假、探亲假、产假、看护假等带薪假期，确保员工享受应有的权利。

关爱女性员工-公司关爱女性，产假期间保留其工作岗位，保障女性员工权益。

福利津贴-公司为员工提供多项津贴与福利，其中传统节日如春节、中秋、国庆等发放节庆礼品，除此之外，员工还享有生日福利、话补等。

劳动权益-贯彻SA8000国际标准体系要求，禁止强迫劳动行为的发生。尊重劳工人权，确保体面劳动，对正式员工、实习员工、兼职员工、临时工等不同类别员工一视同仁。



分众&员工权益

员工沟通

公司设定了多种渠道来保持与员工的沟通：满意度调查、会议、集体活动、内部报刊、定期工作报告、内部电子邮件系统及投诉渠道等形式加强员工之间的沟通交流。



满意度调查

公司每年会对全体人员展开满意度调查，主要通过员工工作所涉及的各项影响因素进行分析，进而找出工作效率提升的问题关键所在，对公司内部管理存在的问题进行诊断，提出解决措施。

在公司稳健发展的同时，员工满意度调查结果能客观反映上一年度跨部门合作的成效，为下一年度公司在员工满意度提升方面提供借鉴，以提升企业效益，不仅具有重要的现实意义，且具有深远的战略意义。调查结果表明，超过95%的员工对公司给予满意评价，公司选取评价和建议中客观与不足的部分反馈至相应部门，作为下一年度工作细节改进的重要参考，同时设有专人对专案进行追踪直至改善。对于公司整体架构和组织层面的其他建议，也在相关的管理会议上加以讨论和纳入管理优化方向的参考。

另外在流失率方面，随着公司员工满意度的提升，员工主动流失率呈逐年降低趋势。

投诉渠道

公司鼓励员工从工作角度出发，本着实事求是的原则，及时发现隐患问题，向公司提出合理化建议，以帮助公司改进各条线工作。

现已提供正当、畅通的渠道与公开、公正的方式来受理投诉，投诉方式包含但不限于口头申诉、电话（含短信）告知、书面呈送、投递总裁邮箱，公司定期收集信息内容并受理投诉意见，采取公示或者单独反馈个人处理结果，确保员工权益得到更好的保护。

分众&公益环保

1. 投资者教育

2022年，公司充分发挥自身主营业务中楼宇媒体覆盖范围广、宣传到达率高等的业务优势，积极配合中国证券监督管理委员会广东监管局投资者保护处“投资者教育”的各项工作，运用媒体优势在广东辖区内积极推广及有效传递证券期货投教基地等推出的各类投资者教育知识。经统计，分众传媒通过电梯电视媒体资源累计投放点位数量近9万个，通过智能屏累计投放点位数量约1.5万个，有效覆盖人次达千万。内容主要包括：

主题为“守护‘钱袋子’，远离‘伪私募’”、“私募基金投资者维权途径”的投资者权益保护系列；



主题为“退市过程中的投资者保护”、“知己知彼明明白白投基金”、“见多识‘广’‘发’现机遇”、“读懂上市公司报告”、“读懂上市公司报告之招股说明书”等系列专题。

分众&公益环保

2. 公益事业

成立分众公益基金会



2022年3月5日，经北京市民政局批准，北京分众传媒公益基金会（以下简称分众公益基金会）正式成立。分众公益基金会聚焦扶贫济困、助学兴教等领域，通过分众美丽小学、众爱济困助学、众仁儿童救护、众智科学启蒙、众创乡校发展五大项目，巩固脱贫攻坚成果，促进教育均衡，服务乡村振兴，助力社会更高质量、更有效率、更加公平、更可持续发展。同时将依托于分众传媒的传播优势和众为资本的产业资源生态，提升公众参与公益

的意识和能力，推动公益的价值被更多人看见、接纳、认可、实践，“让公益成为生活的一部分”。

分众公益基金会与中国共产主义青年团保山市隆阳区委员会、北京加速公益基金会合作，在云南保山持续三年资助100名高中生。为了确保资助的有效性和精确性，分众公益基金会与基层乡镇政府和村干部进行对接合作，并通过实地走访候选人家庭，了解学生们的生活环境，与其一对一面谈，最

分众&公益环保

终确定资助名单。同时，每学期进行实地回访，倾听学生们的心声，并根据需要提供协助。2022年，分众公益基金会还与上海市华东师范大学教育发展基金会合作，继续设立“分众奖学金”，用于资助和奖励华东师范大学品学兼优但家庭经济困难的学生。

2022年9月，为了响应国家高质量教育发展和科技兴国的号召，分众公益基金会发起“众智科学启蒙”项目，并链接多方资源共同协作，点猫科技捐赠图形化编程课程、普华永道和分众传媒分别捐赠电脑共同支持，广东、云南的5所学校作为首批项目学校开展项目。

捐助分众美丽小学

新华社昆明6月6日电(记者王长山、字强)自己担任主采访员，负责提问，其他同学担任观察员，负责记录和拍照，一行五人敲开农户家门，对房屋建设、家庭成员等情况进行采访……回想起几天前第一次当小记者进村采访的情景，三年级小学生杨娜依然很激动。

在这次班里专门安排的课程中，同学们分成5个小组，准备了9个问题，到学校附近的马房村进行采访，杨娜和同学一下午采访了5户村民。

“我知道这还不算真正的采访，但我很喜欢这样的课，可能我长大后也会当一名记者。”杨娜一脸害羞地说。

杨娜就读于云南省楚雄市东瓜镇兴隆村兴隆完小，这所小学采取三方合作、公立民办的办学模式，近六年来，分众传媒累计支持逾1600万元，保障了师资力量、校园活动及办公经费。

校长王珂说，学校秉持“生活即学习，学习即生活”的办学理念，杨娜参加的采访实践课只是学校每周组织开展的各类生活化实践课程中的一项，其他还包括进城参观博物馆、到高铁站开展快闪活动、上山采茶、举办语文节、毕业礼、家长开放日等活动。

记者在兴隆完小看到，多功能教室、宿舍、食堂、操场、浴室等硬件设施齐全，学生参与设计打造的照片墙、黑板报、留言板等软环境精巧别致，分别挂在宿舍、食堂、浴室等门口的如梦令、满庭芳、浣溪沙等木牌别有一番意趣。

目前，兴隆完小有165名学生，17名教师和职工，三分之二学生住校。教师中有2

大山里的种子在发芽

云南一小学“生活化教育”点亮孩童梦想



▲6月1日，云南省楚雄市东瓜镇兴隆村兴隆完小学生在操场进行体育锻炼。

新华社记者王冠森摄

名当地教师，其余15名教师来自宁夏、黑龙江、江苏、山东等地，平均年龄28岁，基本都有支教经历。

今年34岁的黑龙江人唐月毕业于南京大学，具有硕士研究生学历。2015年，她就到云南临沧市支教，2020年9月，来

到兴隆完小负责教英语和数学。她注重引导学生生活化的场景中学习知识，比如让学生回家用脚步丈量田地以学会面积计算方法，让学生在规定路程内通过走路、骑自行车两种方式对比测算速度等。

“我愿意继续坚守，陪伴孩子们茁壮成长，追逐梦想。”唐月说，小记者实践课就可能在杨娜心中种下记者梦的种子。

王珂说，经过几年来的探索实践，“生活即学习，学习即生活”办学理念得以生根发芽，为地方政府、公益组织、企业三方协力办学进行了探索。

2016年，分众传媒成为美丽中国乡村支教项目的官方顶级赞助企业及合作伙伴，捐赠2000万元全力支持中国乡村教育的底层攻坚。2016年9月，由分众资助的第一所分众美丽小学在云南楚雄兴隆村迎来开学。2021年，分众传媒再次与美丽中国乡村支教项目达成1000万元的捐助计划，为分众美丽小学提供优质师资力量、校园活动及办公运营等资金保障。

2022年6月，分众美丽小学得到新华社专访报道，报道中描绘了分众美丽小学“生活即学习，学习即生活”的办学理念，例如学校每周组织开展各类生活化实践课程，包括采访实践课、进城参观博物馆、到高铁站开展快闪活动、上山采茶等。

分众&公益环保



2022年9月，在99公益日和917支教日期间，分众传媒持续为美丽中国支教事业的传播提供支持，通过分众电梯媒体平台宣传乡村支教与招募信息。

经过多年来的探索实践，“生活即学习，学习即生活”办学理念得以生根发芽，分众传媒长期投入资源和精力，为地方政府、公益组织、企业三方协力办学探索出一套可复制、可推广的教育模式。未来，分众传媒将继续在推动乡村教育发展上砥砺前行，为更多乡村孩子带去知识与希望。

救助孤贫大病儿童

分众传媒董事长江南春与多位知名企业家联合发起爱佑慈善基金会，在儿童救助领域形成了系统化的专业模式。

自2006年起，分众传媒开始与爱佑慈善基金会联合开展先天性心脏病患儿医疗救助项目。通过采用与定点医院合作模式，在全国各地区选择诊疗水平高的医院，为先心病患儿提供治疗。同时，通过优质医疗资源下沉，为偏远地区及困难家庭患儿提供便利的、可负担的、优质的诊断及治疗。

2022年，分众传媒与爱佑慈善基金会联合开展困境儿童救助与保护项目，与当地民政系统及相关政府部门、专家及社工组织合作，搭建基层儿童福利服务网络，开展救助与保护工作。项目在云南、



四川、青海等地的乡村社区培养儿童主任，通过儿童主任深入困境儿童家庭开展服务，以定期家访、专业干预、组织开展儿童之家活动等不同的服务方式，及时发现并调动资源解决儿童困境、纾解困境儿童心理问题、提升监护人的抚育意识及能力。

分众&公益环保

天堂电影院公益共建

天堂电影院共建计划自2018年6月启动以来，已经在全国十余个省市自治区内多个不同类型的乡村，建成了18个公益放映站。天堂电影院共建计划的理念、活动纪实和发展动态，通过分众晶视电影传媒遍布全国的影院映前广告平台进行传播，形成了广泛的社会认同和普遍影响，更实现了一家引领、百家共助的良好带动效应。

2022年12月，天堂电影院共建计划第19站，正式落户贵州黄平县里山寨小学。未来，天堂电影院共建计划将会为这里的孩子提供长期持续观影机

会，增加孩子们接受艺术熏陶的机会，陪伴孩子们茁壮成长。

天堂电影院公益共建计划是由分众传媒集团旗下分众晶视电影传媒发起，以面向乡村的电影公益放映为主要形式，并包含一系列助学助农举措的持续性公益行动，旨在发挥企业的社会责任，以弘扬社会主流文化为使命，关注青少年成长，通过电影艺术促进教育与审美熏陶，并藉此增进城乡间文化交流，传播地方美誉、助力乡村振兴。

捐赠未来科学大奖

被誉为“中国的诺贝尔奖”的未来科学大奖成立于2016年，是中国大陆第一个由科学家、企业家群体共同发起的民间科学奖项。其中，分众传媒董事长江南春与马化腾（腾讯公司董事会主席兼首席执行官）、丁磊（网易公司创始人、董事局主席兼首席执行官）、王强（真格基金联合创始人、新东方联合创始人）一同捐赠了未来科学大奖“数学与计算机科学奖”，旨在助推中国基础研究以及核心竞争力的长期打造。

作为“数学与计算机科学奖”捐赠人之一，江南春认为，未来科学大奖是由科学家、企业家群体共同发起的民间科学奖项，这是一次很有远见的实践。同时也提供了一个非常好的机会，让科学家走到台前，走进大众的视野，让科学家成为偶像，成为我们和下一代的榜样。

分众&公益环保

设立开展公益宣传

分众传媒充分利用自身媒体平台的优势，以实际行动推动公益事业的发展，打造健康的慈善环境，带动和引导更多社会力量关注公益事业。2022年，分众传媒一以贯之地积极配合政府宣教中心及各公益组织进行公益传播，深入社会生活各个层面，助力精神文明建设有效推进。

2022年，分众传媒自3月起，在全国近66个城市的55万块电梯电视与智能屏全面上刊公益广告。作为上海市长宁区民营企业协会常务理事单位，分众传媒积极响应号召，在最短时间内制作完成了立意于致敬广大志愿者与普通市民的公益宣传片，并在上海市电梯广告屏幕连续滚动播出。与此同时，分众传媒还积极参与了由上海市新的社会阶层人士联谊会和上海自媒体联盟发起的“上海加油，守‘沪’有我”刷屏活动。“一树白玉兰花，守‘沪’每一位上海市民”，分众传媒希望以此向全体守“沪”者表达深深的敬意，并传递更多的坚定信念。



此外，分众传媒还积极配合深圳市委宣传部、上海市精神文明办、各地市场监督管理局、网信办、妇联、公安等单位部门，围绕网络安全宣传、脱贫帮扶、投资者保护、反诈骗等主题，在不同时间节点提供了有力的宣传支持。



分众传媒一路走来，时刻谨记初心，切实履行社会责任。2022年3月，上海宏观经济形势复杂严峻，在此关键时期，分众传媒董事会、党支部积极组织向一线捐赠各类生活物资，紧急采买数千份物资慰问区疾控中心和街道的志愿者和工作人员，以实际行动表达慰问和感谢。此外，分众传媒还为社区提供免费法律咨询，不仅为社区居民解决了许多困惑他们的法律问题，也提高了居民利用法律手段维护自身合法权益的意识。

未来，分众传媒将一如既往地承担起企业社会责任，将公益事业作为企业发展的重要组成部分，持续投入，全力以赴。

分众&公益环保

3. 践行绿色经营宗旨

近年来，中共中央、国务院先后印发《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》《2030年前碳达峰行动方案》，作为国家碳达峰碳中和行动方案的制度基础。公司响应国家战略，学习并严格遵守环境相关法律法规，将绿色运营的理念贯穿于公司经营的全过程。

绿色经营

公司通过选择具有绿色节能低功耗技术资质的液晶显示器设备供应商，同时在设备系统内加装定时开关机软件，以达到节能减排的目的。

公司通过使用易于回收、可循环利用或自然降解的环保材料及绿色环保的印刷方式，使印刷品从原材料选择、生产、使用、回收等整个生命周期均符合绿色环保要求。

公司的报废设备通过技术手段采取电子配件循环再造的服务，或以绿色环保形式做销毁处理，降低环境污染风险。

节能环保

办公-无纸化办公，减少纸质文件、印刷、笔墨、曲形针、大头针等使用量，实现绿色环保。

出行-低碳出行，鼓励员工乘坐公共交通工具，减少废气排放；精简会议，推广智能办公软件；对公务用车实行统一管理，提高车辆使用率、完好率，并进行定期检修和保养

水电-鼓励员工节约用水，采购节水器具，发现跑冒滴漏后及时维修，节约每一滴水；及时关闭无人区域空调和照明设备；对不常用电器及电源进行断电处理，避免产生不必要能耗。



意见与反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您阅读《分众传媒信息技术股份有限公司2022年度社会责任报告》。为发挥报告的沟通交流作用，我们真诚期待您对本报告以及公司相关工作提出宝贵的意见和建议，帮助我们提升履行企业社会责任的能力与水平。

选择题（请在相应位置打√）

	非常好	好	一般	较差	很差
1. 您对分众传媒履行社会责任的总体评价：	☐	☐	☐	☐	☐
2. 您对本报告的总体评价是：	☐	☐	☐	☐	☐
3. 您认为本报告的信息披露质量：	☐	☐	☐	☐	☐
4. 您认为本报告的结构布局安排：	☐	☐	☐	☐	☐
5. 您认为本报告的版式设计呈现：	☐	☐	☐	☐	☐
6. 您对本报告的其他意见或建议：					

如您对本公司的可持续发展有任何意见或建议，欢迎发送电子邮件至FM002027@focusmedia.cn

您的联系方式：

姓 名：

工作单位：

职 务：

联系电话：

电子邮箱：



联系我们

分众传媒信息技术股份有限公司

公司地址：上海市长宁区江苏路369号兆丰世贸大厦28层

联系电话：021-22165288

电子邮箱：FM002027@focusmedia.cn

