

GIMC 省广集团



2023年

环境、社会及治理(ESG)报告

广东省广告集团股份有限公司

关于本报告



报告简介

本报告为年度报告，是广东省广告集团股份有限公司向社会公开发布的第二份环境、社会及治理报告（以下简称“ESG 报告”或“本报告”）。



称谓说明

为便于表达，本报告中使用“省广集团”“集团”“公司”“我们”等称谓表示“广东省广告集团股份有限公司”；使用“广新集团”表示上级控股企业“广东省广新控股集团有限公司”。



报告范围

本报告覆盖省广集团及其下属公司。报告的时间范围为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，考虑到披露事项的连续性和可比性，部分内容有所追溯。



编制依据

本报告参考中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-ESG5.0）》《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）等指引文件进行编制。



数据说明

本报告中所有数据均来自省广集团正式文件及统计报告且通过相关部门审核。报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明的除外。



报告真实性

省广集团承诺，本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对报告内容的真实性、准确性和完整性负责。



报告形式

本报告以电子版形式发布，电子版可在本公司网站查阅。
公司官网：<http://www.gimc.cn/>

目录



CONTENTS

关于本报告 01

05 关于我们

○ 公司简介	05
○ 企业文化	06
○ 2023 大事记	06
○ 企业荣誉	08

10 ESG 管理

○ ESG 治理架构	10
○ 利益相关方沟通	10
○ ESG 议题重要性分析	11

16 固本培元，稳健经营

○ 深化党建引领	18
○ 完善治理体系	21
○ 坚持合规经营	22
○ 确保信息透明	25

26 专业诚信，共创价值

○ 优化客户服务	28
○ 加强品牌建设	29
○ 践行责任营销	31

专题

12 卓越数字化创新营销，赋能品牌韧性生长

○ 勇立潮头，加速数字转型	12
○ 乘势而上，打造数字平台	12
○ 以“智”提“质”，深化数字赋能	14
○ 以赛代练，激活创意潜能	15
○ 荣誉所归，彰显专业实力	15

32 厚植沃土，汇聚动能

○ 保障员工权益	34
○ 赋能员工发展	35
○ 打造幸福职场	38

40 协同发展，多方共赢

○ 构建责任供应链	42
○ 助力行业发展	44
○ 投身公益慈善	48
○ 推进绿色运营	50

展望 2024 51

附录 52

关键绩效表	52
读者反馈	55

关于我们

公司简介

省广集团创立于 1979 年，是中国最早成立的一批广告公司，也是目前中国实力最强的营销集团之一，总部位于中国广州。集团坚守“为客户创造价值”的理念，为全球超过 300 家知名企业提供专业化的营销服务。2010 年，集团在深交所挂牌上市（股票代码：002400），成为“中国广告营销第一股”。

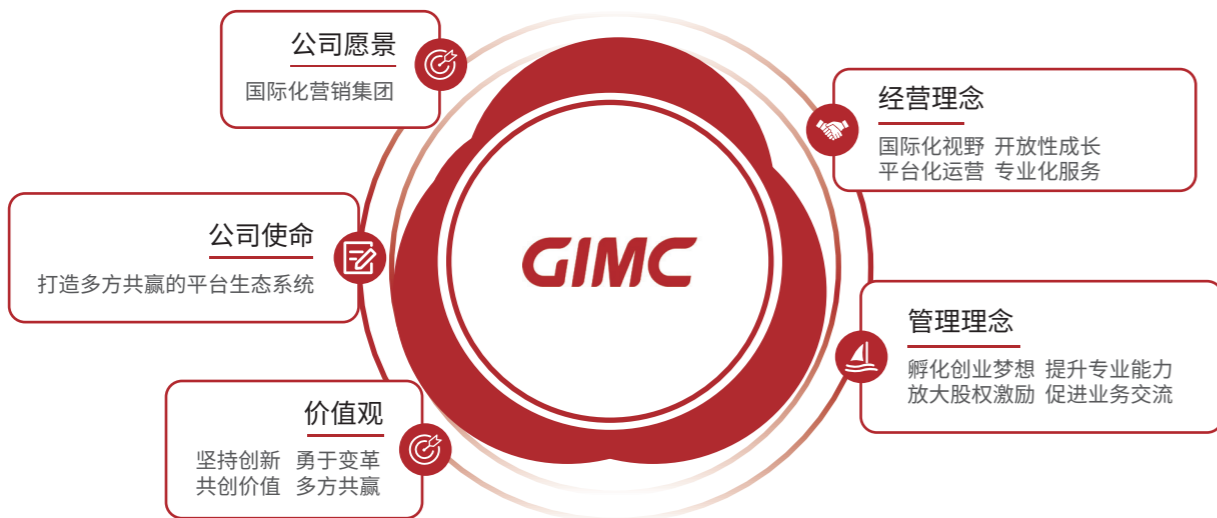
作为中国广告协会副会长单位、中国 4A 副理事长单位、广东省广告协会会长单位以及中国广告业首家“国家文化产业示范基地”和“国家广告研究院品牌研究分院”，省广集团以卓越的创意与策划实力享誉业界，共获全球超五千个奖项，包括美国莫比广告金奖、伦敦国际广告奖、世界印刷设计 PIA 奖、戛纳幼狮中国区桂冠、中国广告长城金奖、黄河奖金奖等顶级大奖。

省广集团拥有全产业链服务能力，能够为全球客户提供涵盖品牌管理、媒介代理、数字营销、出海营销等一站式全营销解决方案，并打造了 GIMC 云、灵犀 AI 等系列数字化营销工具，在全国各地部署云计算中心，提供更加智能、个性化的大数据产品及营销解决方案，全面提升市场洞察能力和营销传播效率，满足客户的多元化营销需求。

省广集团拥有超过 60 家成员企业，营业收入超百亿，在中国主要城市设有分支机构，服务网络覆盖全国各地。2016 年集团成为首家入选《财富》中国 500 强的营销集团，2018 年获全国企业单位最高荣誉，被授予“全国五一劳动奖状”，是迄今为止唯一获此国家级权威肯定的营销集团。凭借在智慧融媒领域的创新能力、人才培养、产业规模、生态网络等全方位领先优势，集团成功入选 2022 年广东省数字创意战略性新兴产业集群智慧融媒产业链“链主”企业（第一批）。

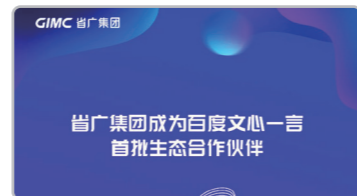
四十五年来，客户的信赖与市场的锤炼，为省广集团积蓄了澎湃的创新动力，创造了中国广告史上的发展奇迹，引领和推动着中国营销产业的发展。省广集团将不断追求卓越，通过平台战略构建多方共赢的全营销生态系统，持续为股东、客户、员工创造价值，奋力打造卓越的全球化智能营销集团！

企业文化



2023 大事记

- 省广集团成功入选全国职业教育教师企业实践基地**
教育部办公厅、工业和信息化部办公厅、国务院国资委办公厅公布《第二批全国职业教育教师企业实践基地名单》，经各省份和行业组织推荐、专家综合评议，省广集团成功入选实践基地名单，成为首家入选的广告营销企业。
- 省广集团成为百度文心一言首批生态合作伙伴**
省广集团与百度达成合作，正式成为百度文心一言首批生态合作伙伴，并将通过百度营销全面接入和运用文心一言的智慧能力。



- 省广集团新一届管理团队正式亮相**
3月30日，省广集团召开新一届董事会和监事会。随着新一届管理团队的正式亮相，省广集团的换届选举工作圆满完成，实现了管理层的年轻化、专业化，标志着省广集团将扬帆再出发，再赴新征程。



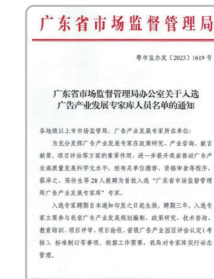
- 省广集团宣布成为 Meta 中国区官方授权代理商**
7月，省广集团正式成为 Meta 中国区官方授权代理商，Meta 是全球领先的互联网科技公司，旗下拥有 Facebook、Instagram、WhatsApp 和 Messenger 等知名社交媒体平台。这标志着省广集团在数字化、国际化发展的新征程上又跨出了重要的一步。
- 省广集团成功入选广东省智慧融媒产业链“链主”企业**
广东省工业和信息化厅公布 2022 年广东省战略性新兴产业集群重点产业链“链主”企业名单（第一批），省广集团凭借在智慧融媒领域的创新能力、人才培养、产业规模、生态网络等全方位的领先优势，成功入选广东省数字创意战略性新兴产业集群智慧融媒产业链“链主”企业。



- 省广集团成功蝉联广东 500 强**
10月25日，由广东省企业联合会、广东省企业家协会主办的 2023 广东 500 强企业发展大会在广州举行，会上正式发布《2023 广东 500 强企业发展报告》，省广集团凭借行业领先的品牌营销实力、数字化创新能力等优势成功蝉联广东企业 500 强，位列第 178 位。



- 省广集团三人入选“广告产业发展专家库”**
广东省市场监督管理局面向全国公开征集广告相关专业领域人才，组建广东省市场监督管理局广告产业发展专家库。省广集团名誉董事长陈钿隆、副总裁陈小振，省广集团广旭整合传播董事总经理钟敏雄作为首批专家荣幸入选，为推动广东省广告产业的高质量发展贡献智慧和经验。



- 省广集团受邀出席 2023 中国企业家博鳌论坛**
2023 中国企业家博鳌论坛在海南博鳌举办，逾千名世界 500 强、中国 500 强和各行各业领军企业汇聚一堂，共谋中国经济高质量发展之道。广新集团党委委员、副总经理兼省广集团党委书记罗明，省广集团党委副书记、CEO 兼总裁袁志受邀出席本次论坛。



企业荣誉

所获荣誉及称号名称	发布单位
企业信用同盟广告界首家入选	国家市场监督管理总局
2023 中国数字化突破实践奖	中国管理模式 50 人+论坛、中国管理·全球论坛组委会
广东企业 500 强，位列第 178 位	广东省企业联合会、广东省企业家协会
广东省智慧融媒产业链“链主”企业	广东省工业和信息化厅
广东省质量协会监事长单位	广东省质量协会
广东省企业联合会理事单位	广东省企业联合会
海珠区优秀文化企业	中共广州市海珠区委宣传部、广州市海珠区文化广电旅游体育局
第 23 届 IAI 传鉴国际广告奖全场大奖 1 项、金奖 2 项、银奖 3 项、铜奖 5 项、优秀奖 7 项	IAI 传鉴国际广告奖执行委员会
第 14 届金鼠标数字营销大赛银奖 3 项、铜奖 1 项	北京大学新媒体营销传播 (CCM) 研究中心、网赢天下网、北京智捷天成公关咨询有限公司
第十四届虎啸奖金奖 1 项、银奖 4 项、铜奖 6 项、优秀奖 5 项	虎啸奖组委会、中国商务广告协会 (数字营销委员会)、虎啸传媒
戛纳幼狮中国区选拔赛金奖	戛纳幼狮、现代广告杂志、经观传媒
第九届金梧奖金奖 1 项、银奖 1 项、铜奖 2 项、经典案例 1 个	金梧奖组委会、奥璞传媒
第十一届 Topdigital 创新营销铜奖 1 项	TopDigital 组委会
第 10 届 M360 奖银奖 2 项、铜奖 1 项	M360 营销传播奖组委会
2023 金瞳奖银奖 2 项、铜奖 1 项、入围一项	广告门、中国商务广告协会
ADMEN 国际大奖实战金案 2 个、年度十大案例 1 个	广告人文化集团
上海国际广告节金奖 1 项、铜奖 1 项	上海广告节组委会
第 16 届釜山国际广告节入围一项	釜山国际广告节
2023 金投赏商业创意奖铜奖 2 项、提名奖 1 项	金投赏组委会
2023 艾菲汽车奖铜奖 1 项	中国艾菲奖推广委员会
2023 互动创意奖 & 媒介营销奖金奖 4 项、银奖 11 项、铜奖 7 项、优秀奖 2 项	《现代广告》杂志社、经观传媒
CAMA 2023 中国广告营销大奖金奖 1 项、银奖 1 项、铜奖 1 项	《中国广告》杂志
金网奖银奖 1 项	中国互联网协会

所获荣誉及称号名称	发布单位
中国广告长城奖金奖 1 项、银奖 1 项、优秀奖 7 项	中国广告协会、中广协广告信息文化传播有限责任公司
中国广告黄河奖银奖 1 项、优秀奖 10 项	中国广告协会、中广协广告信息文化传播有限责任公司
伦敦国际奖华文创意竞赛单元入围一项	伦敦国际华文奖组委会
第 10 届 TMA 移动营销大奖全场大奖提名 2 项、金奖 4 项、银奖 7 项、铜奖 5 项、获称 TMA 十周年——影响力移动营销公司	网赢天下网、广州 4A、网易传媒
第十一届梅花创新奖银奖 1 项	梅花创新奖组委会
2023 4A 创意奖入围奖 4 项	4A 创意奖组委会、中国商务广告协会综合代理专业委员会
2023 时报金像奖优秀奖 1 项	旺旺中时媒体集团、中国商务广告协会
2023 金触点全球商业创新大奖铜奖 1 项	媒体 TopMarketing
龙玺创意奖入围两项	龙玺奖组委会
Shop! 国际大奖赛——数字化营销奖	国际零售营销广告协会亚洲、中国广告网
2023 (广东) 第 30 届广告优秀作品暨公益广告创作大赛金奖 4 项、银奖 6 项、铜奖 6 项、优秀奖 6 项、荣称 2023 年度广东广告创作实力十强单位、2023 年度广东数字营销先锋奖、2023 年度优秀企业、广东特级企业资质 (综合服务类)	广东省广告协会
社会主义核心价值观公益宣传品创作征集展播活动三等奖 2 项、优秀奖 2 项	省委宣传部、南方日报
北京国际公益广告大会 2023 国际创意征集大赛三等奖 1 项、优秀奖 2 项	北京国际公益广告大会组委会
金壁榜 2022 年度“甲方最喜爱的中国交通媒体企业 TOP20”“中国户外媒体广告作品类银奖”	中国户外媒体创新大会组委会
磁力引擎“2023 品牌渠道年度优秀合作伙伴”和“年度十佳榜样合作伙伴”	快手 2023 磁力引擎合作伙伴大会组委会
V 视界营销大赏商业价值共赢奖	腾讯视频、腾讯广告
B 站“核心代理商”认证、“年度营销先锋奖”	2023bilibili 渠道合作伙伴大会组委会
“百度营销科学 AIA 金牌服务商”认证	百度营销
“2023 百度热 AI 年度大赏”杰出贡献奖	百度营销
巨量引擎品牌资产经营案例大赛“行业先锋奖”	巨量引擎
第三届引擎奖“年度生态大奖”“年度生态经营大奖”“年度组合营销案例奖”“年度创意营销案例奖”	巨量引擎
2023 腾讯广告年度“品牌杰出贡献奖”	腾讯广告

ESG 管理

成为负责任的企业公民是企业实现可持续发展的关键要素，也是省广集团的战略目标之一。我们探索打造与自身特色相契合的 ESG 管理体系，履行社会责任，识别和管控 ESG 风险，推动集团向可持续发展的方向稳步前行，为自身及社会的可持续发展开拓更多可能性。

ESG 治理架构

集团积极搭建 ESG 管理架构，探索科学的 ESG 管理实践方法。董事会办公室负责统筹集团 ESG 相关工作，注重 ESG 合规信息披露，定期开展 ESG 报告编写工作，引导集团各职能部门和下属事业群有序开展 ESG 工作；集团各职能部门及下属事业群设置 ESG 工作联络员，负责收集季度和年度 ESG 相关数据与实践行动，落实 ESG 具体工作的开展。集团董事会负责每年度 ESG 报告的审核，对报告内容的真实性、准确性负责。

利益相关方沟通

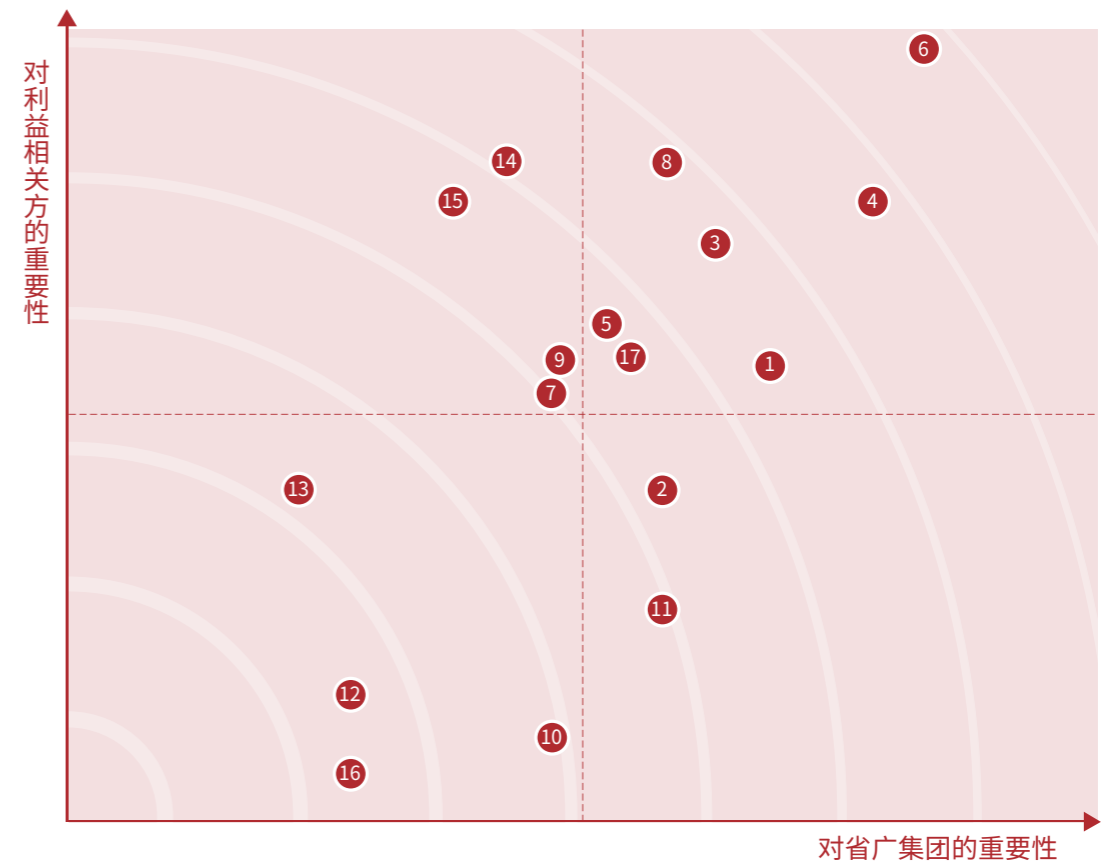
集团倾听利益相关方的多元利益诉求，并在年度 ESG 报告中将我们的相关行动与成果予以呈现。同时，集团不断拓宽沟通渠道，回应利益相关方的合理诉求，并以此作为开展 ESG 实践行动的重要参考，有序推动集团 ESG 管理工作的优化。

利益相关方	主要关注点	沟通方式
 政府及相关部门	<ul style="list-style-type: none"> 国有资产保值增值 遵纪守法、依法纳税 规范经营、防范风险 	<ul style="list-style-type: none"> 遵守相关法律法规 响应政府号召 加强政企沟通
 股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> 盈利水平 规范运作 投资回报 ESG 管理 	<ul style="list-style-type: none"> 股东大会 定期报告 公司公告 接待电话、电邮、现场调研
 员工	<ul style="list-style-type: none"> 职业发展 权益保障 健康安全 教育培训 	<ul style="list-style-type: none"> 遵守劳动法律法规 完善人才培养体系 关注员工健康发展 开展员工活动
 客户	<ul style="list-style-type: none"> 优质产品和服务 负责任营销 	<ul style="list-style-type: none"> 注重质量监督机制 保障产品供应 提升服务品质
 合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 责任采购 技术交流 合作长期性 	<ul style="list-style-type: none"> 严格执行合同、协议 业务沟通 参与行业会议
 社区	<ul style="list-style-type: none"> 社区和谐稳定 公益事业 绿色运营 	<ul style="list-style-type: none"> 绿色办公 社区共建 志愿服务与公益活动

ESG 议题重要性分析

我们从利益相关方角度出发，结合自身业务特点和行业特性等影响因素，从“对利益相关方的重要性”和“对省广集团的重要性”两个维度识别筛选实质性议题，确定实质性议题的优先级，绘制实质性议题矩阵，从而确定报告中需重点披露的议题，帮助公司有针对性地开展 ESG 管理与实践。

- 1 公司治理
- 2 反腐败
- 3 坚持党建引领
- 4 深化国企改革
- 5 保障股东权益
- 6 优质产品与服务
- 7 知识产权保护
- 8 信息安全
- 9 数字化转型
- 10 员工权益
- 11 员工培训
- 12 员工健康
- 13 负责任供应链
- 14 开展战略合作
- 15 促进行业发展
- 16 投身乡村振兴
- 17 开展志愿服务



对省广集团的重要性

专题：卓越数字化创新营销，赋能品牌韧性生长

在数字化和互联网发展日益成熟的背景下，计算广告的发展正步入快车道，新兴的人工智能、元宇宙、数字虚拟人等数字化传播手段在广告领域崭露头角。省广集团作为引领行业的营销巨头，始终站在时代前沿，秉承与生俱来的创新变革精神，积极拥抱数字时代的营销变革，以敏锐的洞察力和深厚的实战经验，为品牌注入数字化创新活力，助力企业在激烈的市场竞争中展现卓越的韧性。

勇立潮头，加速数字转型

数字化、智能化发展是未来企业勇立市场潮头的竞争力所在。省广集团坚持用“数智”引领创新发展，全面布局数字化业务转型，设立数智中心，加强品效运营中心团队建设，升级打造“123N”科技创新立体矩阵，深化应用人工智能等新技术、新工具，持续赋能广告主品牌实现价值提升，打造营销闭环，为自身长效经营增长不断注入新活力。2023年，集团数字化营销业务占比不断提升，并在领先的数字化体量基础上，进一步强化业务高质量发展，提升业务综合竞争优势。

乘势而上，打造数字平台

面对当今市场营销环境的快速变化和数字化新技术的变革风口，省广集团主动出击，自主打造“GIMC云平台”“灵犀媒介系统”“灵犀AI”等数字化营销产品及人工智能平台，推动数字平台应用能力向营销全流程渗透，有效赋能品牌营销的全链路解决方案。

GIMC 云平台

GIMC 云作为一款企业级营销服务 PaaS 平台，集成了营销后的媒介经营数据、商务运营结算等几大环节，完善了客户的一站式数字营销解决方案，能够帮助客户解决每个营销环节遇到的业务难题与痛点，并针对营销各环节的痛点，提供 SaaS 化产品服务，根据企业业务形态灵活定制专属营销数字化解决方案，最终帮客户实现全生命周期的数据管理。

GIMC 云是采用微软的顶层设计，全栈框架，在全国三地拥有 T3+ 机房，有效地做到了多地容灾，为整体业务的正常运作与数据存储的安全性提供了有力的支持。GIMC 云现拥有海量营销数据，可以帮助企业更精准地了解消费者、触达消费者。依托这些数据，集团自主研发了多款数据工具，从数据分析、数据管理、精准投放、监测服务等几个纬度为企业提供 SaaS 化产品服务。



数据分析服务板块：

借助相关工具，为客户提供深入的市场与人群洞察分析，打好坚实的营销基础。



精准投放服务板块：

以相关广告系统为平台，结合庞大的目标消费群体数据库，在线上媒体优质点位进行定向人群投放，实现保价保量的精准分发，帮助客户获得更好的营销效果。



流量监测服务板块：

基于相关工具和舆情监测“三位一体”监测矩阵，为 B 端客户提供全方位的监测服务，让客户能够迅速、精准地掌握营销业务的整体效果与潜在问题。



数据管理模块：

通过搭建 GIMC 云计算中心等数据管理平台，为客户提供数据收集、清洗、分析与管理服务。

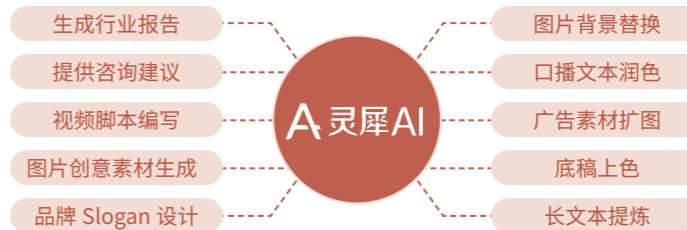
灵犀媒介系统

作为集团自主开发的媒介数字化管理系统，灵犀媒介基于业界主流的微服务架构设计与领域驱动设计原则，集成广告行业主流媒体 Marketing API，实现分布式云原生方案部署和运维，为用户提供安全、高效、便捷的系统服务。该系统旨在通过媒介业务的数字化升级与智能化创新，赋能广告营销企业业务效能提升，满足客户对全域营销效率升级的需要，提高营销业务响应效率和精细化管理水平，推动实现全媒介业务的智能化发展和效益提升。

灵犀媒介系统内置媒体账号与客户信息管理、授信和资金管理、媒介购买和结算、政策风控、经营分析看板等功能板块，对内能够优化媒体风控措施，降低财务及人力成本，提高业务效率和能力；对外能够输出成熟技术产品和服务，反哺内部研发创新，并促进 SaaS 化多元经营版图的搭建，形成良好的内外部循环强链效应。

灵犀 AI

作为集团自主研发的 AIGC 平台，灵犀 AI 依托集团自有 IDC 集群和阿里云混合云技术，采用大数据平台和 K8S 集群，整合外部多方 AI 服务，为 AI 建设提供灵活、稳定的算力和存储资源以及可靠、全面的数据支持，同时通过深度挖掘和分析大量营销数据，为智慧营销方案提供有价值的信息，使 AI 技术更好地应用于各类营销 AI 场景，促进营销业务的创新发展。其涵盖自然语言、大师图像、MJ 图像和社区四大 AI 功能板块，能够实现定制化与深层次创新，助力提高广告营销生产效率和内容质量。



以“智”提“质”，深化数字赋能

随着数字技术的进步，营销科学正逐渐将传统的营销策略和经验转化为可见的科学依据，实现广告效果的精确量化。省广集团紧跟数字化的时代步伐，利用大数据驱动全营销业务，为客户提供数据治理、数据挖掘、人工智能等方面的技术方案和业务创新，加速推动 AI 技术在各业务和运营场景的全面落地应用，有效促进商业增长。

数字营销：

建立全域度量视角，整合全域数据工具与自研系统并贯穿于巨量云图、百度营销科学 AIA、腾讯 RACE 等全域数字营销工具，为客户提供更具数据思维及量化的营销解决方案；在原有大数据技术积累的基础上，搭建“灵犀 AI”平台，经过持续的开发迭代，已广泛应用于汽车、快消等垂直行业的营销实践中，在创意策划、效果投放、素材制作等领域取得了显著成效。



数字运营：

搭建数据中台服务团队和数字营销服务体系，通过全域效果量化关注品牌关系资产长效经营，持续优化和提效投前、投中、投后全流程，实现营销和商业增长的双赢；构建全链路的创意内容制作团队，结合智能创意、AI 数字人等技术能力赋能营销效果运营；自主研发数字化与智能化的营销管理平台，解决营销前、中、后各环节问题，确保营销活动的精准、高效进行。



案例：数字化创新营销助力雅阁“超感新创”

在汽车市场复杂多变、消费者购车越发谨慎的大背景下，省广集团凭借多年深耕汽车市场的经验，采用数字化创新营销方式，定制化打造雅阁“超感新创”整合营销活动，助力提升雅阁的市场活力和销售潜力。此次活动共计带来 4.25 亿人次曝光量、2,524 万次点击量、超 1 亿微博话题阅读量。

与阿里妈妈跨界出圈

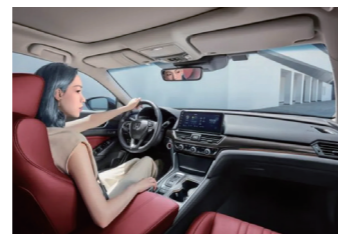
跨界联合阿里妈妈，携手数字艺术家，融入雅阁车身造型，打造雅阁数字藏品《无线切面》。

联动国内首个数字偶像 AYAYI

凭借敏锐的潮流触觉，联动国内首个数字偶像 AYAYI，开展“超维智享空间”等公关活动，进行数字科技互动，解锁多元数字玩法，并打造“智联礼盒”回馈雅阁车主。

携手虚拟车主 Cora 带感圈粉

策划以汽车行业首个虚拟车主 Cora 为主视觉的用车生活系列场景，不仅展现其时尚形象，还体现对艺术鉴赏的热爱以及追求驾驭快感的激情。



以赛代练，激活创意潜能

AI 技术日益成为大众焦点，正在重塑包括营销和内容生产在内的众多行业。省广集团深刻认识到数字化营销的创新潜力，注重数字化营销创新思维培育，健全创新激励机制，开展多元化创意活动，推动创新氛围下沉，激发员工创新创意活力，让 AI 技术在创意工作中释放无限可能，提升营销创意表达力、生产力、传播力。

案例：省广集团成功举办首届 AIGC 创意赛

7 月至 8 月，省广集团开展首届充满创新、创造氛围的新营销创意赛事——AIGC 创意赛，来自集团不同事业群、业务部门的 105 支队伍踊跃报名参加。独具一格的 AIGC 创意形式、新颖前沿的命题让 105 支队伍涌现出令人耳目一新的数字作品。集团特邀营销领域经验丰富的“大咖”组成评委团，对省广创意人 105 件参赛作品进行层层筛选和评比，最终评定 12 件获奖案例，鼓励员工继续在创意和技术交融碰撞中提升创造力。作为集团战略级的内部赛事，AIGC 创意赛为全体员工提供了一个展示创意、挑战思维的平台，并激励员工不断创新向上，争创更加美好的营销新局面。



荣誉所归，彰显专业实力

荣誉见证实力，实力承载品质。2023 年，省广集团凭借在数字化转型和实践过程中的突出表现以及在数字化创新营销方面的领先实力，斩获多项数字化领域奖项，并获得“国家高新技术企业”“广东省大数据与智能营销工程技术研究中心”等官方认证、工信部颁发的营销代理行业唯一一张云服务业务许可牌照，不断实现高质量发展新突破。

入选第一批广东省数字创意战略性新兴产业集群智慧融媒产业链“链主”企业，强化链主地位，为行业企业进行数字化转型提供参考范本。

荣获 2023 中国数字化突破实践奖，彰显对省广集团走好“大数据全营销”业务转型管理实践的高度认可。



荣获中国数字化突破实践奖

荣获百度营销科学 AIA “金牌认证服务商”认证、2023 百度热 AI 营销大赏“杰出贡献奖”，充分体现省广集团在数字营销领域高度专业的服务能力。



省广集团荣获百度营销科学 AIA “金牌认证服务商”认证



固本培元 稳健经营

省广集团始终坚持以党建为引领，持续完善公司治理体系，坚守合规底线，积极维护投资者关系，厚植稳健经营基础，不断积蓄发展动能，在高质量发展的道路上行稳致远。

深化党建引领

省广集团坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，不断加强党的全面领导，强化基层党组织建设，用党的创新理论武装头脑，落实主题教育工作，推动反腐败建设，以高质量党建引领公司高质量发展。

坚持党的领导

省广集团始终坚持党的领导，不断创新党建引领机制，注重把党的领导融入公司治理各环节，把公司党组织嵌入到公司治理结构之中，使公司党组织能够围绕企业发展战略目标有效参与到公司决策、执行、监督各环节之中；推进党建入章工作，修订《章程》《党委会议事规则》等制度，从“法理”上确定公司党组织的领导核心和政治核心作用，保证党的路线方针政策和国资监管机构的各项重大决策部署能够在公司得到有效落实；严格落地“双向进入、交叉任职”的原则和程序要求，搭建起党组织和其他治理主体协调运转的公司治理机制，从而保证党组织在董事会、经理层和监事会的领导地位。

强化组织建设

我们从基层着手，聚焦增强党组织的政治功能、组织功能和服务功能，扎实推进党建工作责任制，理顺党组织隶属关系，推动党业融合共通；持续完善意识形态工作责任制、党员管理、党支部政治督导、党建考核、党建工作经费管理等党建工作制度，强化党建工作制度保障。2023年，集团共发展党员8名，认定入党积极分子15名，超过集团混合所有制改革以来的总和。

创建党建品牌

我们坚持“围绕业务抓党建，抓好党建促发展”理念，积极配合、协助各党支部开展特色党建品牌建设，在支部层面推进“一支部一品牌”，打造出“党宣文创项目党小组”“车展营销项目党小组”“品牌服务项目党小组”等七个主题突出、特色鲜明、定位明确的党建品牌，推动各党支部与广东省委党校、广州电视台、华南理工大学、广汽丰田、中国银行等单位的基层党组织开展党建互动，促进党建工作与业务经营深度融合，将政治优势转化为公司的发展优势。



与新华网基层党组织结对共建



与燕塘乳业交流共建

抓实主题教育

我们推动主题教育工作走实走深，用党的理论创新成果武装头脑。结合集团重点任务和实际需求，通过开展主题党日活动、组织教育学习竞赛、举办读书班等方式，推动公司上下全面学习领会并系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想。



主题教育学习

2023年

开展第一议题学习 **20** 次

党委理论学习中心组学习 **13** 次

通过“三会一课”组织专题学习 **258** 次

举办 **28** 场主题党日活动

举办 **6** 次专题宣讲辅导

组织 **16** 场专题党课

案例：学思想 强党性 重实践 建新功——省广集团第二党支部主题党日活动

8月，集团党委书记、董事罗明与党委副书记、总经理袁志带领第二事业群30余名党员和青年团员前往省港罢工委员会旧址纪念馆、杨匏安故居陈列馆开展主题党日活动。活动中，罗明带领全体党员重温入党誓词，追忆共产党人邓中夏及苏兆征为支援五卅反帝爱国运动所领导的罢工运动，深刻感受杨匏安对党忠诚、清正廉洁、清贫自守、坚贞不渝的崇高精神，进一步增强广大党员、团员的党性观念、历史使命感和责任感。



深化国企改革

省广集团持续深化提升国企改革，紧紧围绕省国资委决策部署和改革需求，锚定高质量发展首要任务，不断提高企业核心竞争力。凝练形成省广集团“162行动纲领”和“3425”发展战略，厘清公司发展定位，破解发展战略不清晰的问题；持续巩固汽车业务基础，积极构建多支柱业务布局，实现美妆、家电、母婴、快消等多赛道新突破；进一步完善市场化运营机制和市场化人才选用育留机制，提高公司运营效率；加大科技创新力度，构建基于阿里云（公有云）+IDC（私有云）的研发体系，升级打造覆盖业务运营线与营销赋能线的产品，全面增强公司科技创新能力。

党风廉政建设

省广集团落实全面从严治党主体责任，从干部团队入手压实监督责任，积极开展纪律教育培训活动，严抓整治“四风”问题，厚植廉洁文化，培育正气清风，营造出良好的廉洁文化工作氛围。

压实监督责任

我们有序推进纪检监察干部队伍教育整顿，定期召开纪检监察干部队伍教育整顿专题会议，增强纪检队伍的思想自觉、政治自觉、行动自觉；推动《保密廉洁协议》《党风廉政建设责任书》签订，落实“双签字”制度，层层落实从严治党政治责任，形成自上而下的廉洁监督体系。2023年，集团组织党委和各党支部及所属事业群、部室联签《党风廉政建设责任书》7份，共对17名管理干部展开廉洁谈话。

建设廉洁文化

我们制定下发《关于严格落实中央八项规定精神持之以恒纠“四风”树新风的通知》《中央八项规定精神学习手册暨实务指引》，举办纠治“四风”问题专题培训，并结合纪律教育学习月活动，组织开展专题廉政党课、观看警示教育片、开展廉洁主题AI设计比赛、参观从化监狱等活动，加大对廉洁文化的宣贯，提升员工“红线”意识和“底线”思维。



“知敬畏 存戒惧 守底线——廉洁从业，警钟长鸣”主题培训活动

整治“四风”顽疾

我们深入开展“四风”问题专项整治工作，整合纪检、财务、审计等部门力量，对公司内部可能存在的腐败贪污事件进行全面审查，对发现的相关问题及时进行整改问责。2023年，公司共组织诫勉谈话3人，批评教育2人，谈话提醒6人。

完善治理体系

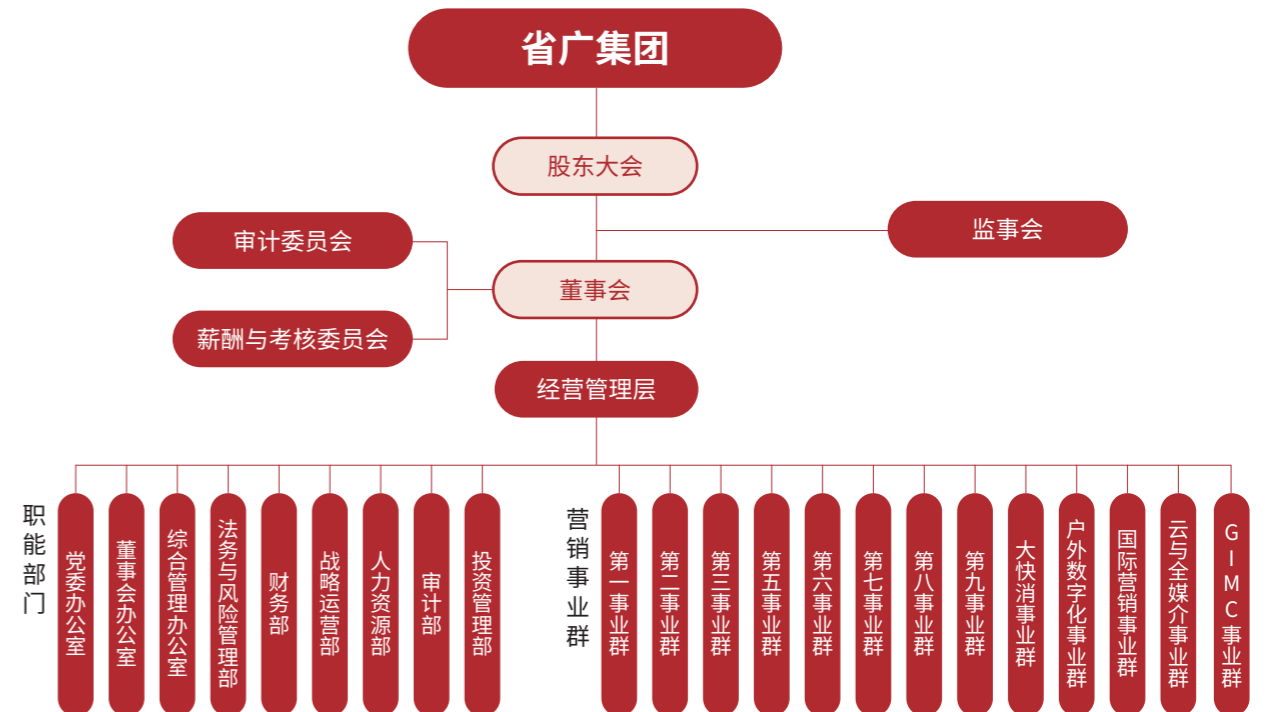
省广集团严格遵循和执行《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规和规范性文件，制定《公司章程》，持续完善集团治理制度体系，强化董事会治理和决策效能，提升公司治理能力。

董事会治理

省广集团根据《公司法》《证券法》《公司章程》等相关规定，制定并持续完善《董事会议事规则》，明确董事会职权以及董事的权利与责任；设立董事会专门委员会，为董事会审议各项提案以及公司重大事项提供专业意见，确保董事会能够做出科学、合理决策，提高董事会治理决策能力。2023年，集团共召开4次股东大会、8次董事会、7次监事会。

同时，集团始终坚持董事会多元化制度，促进董事会能够以多元化的视角做出考虑更全面、更负责、更包容的决策，提高董事会治理决策水平。集团在《董事会议事规则》中明确要求公司独立董事人数至少占公司董事会成员的三分之一，并在遴选董事的过程中充分考虑候选人的年龄、性别、教育背景、专业技能、工作经历等，确保公司董事会组成的多元性。在2023年，集团董事会由7名成员组成，其中非独立董事4名、独立董事3名、女性董事3名。

组织架构



坚持合规经营

合规经营是企业稳健发展的根基。省广集团致力于搭建完善的合规管理体系，不断加强审计监督和风险防控，积极开展合规培训以提升员工合规意识，并强化知识产权保护工作，确保公司在内部管理以及业务运营过程符合国家法律法规，助力公司健康发展。

合规管理体系

省广集团从组织管理和制度体系两方面入手，健全合规管理组织架构，建立完善的分级分类的合规管理制度体系，为公司的合规管理提供坚实基础。

组织体系

集团建立健全由公司董事会、经理层及其下设合规委员会、企业主要负责人、首席合规官组成的合规管理组织体系，并设立合规管理“三道防线”，夯实合规管理组织基础。

在“三道防线”中，集团各业务及职能部门履行“第一道防线”职责，负责本部门领域的日常合规管理工作，承担合规管理主体责任；

法务与风险管理部作为公司合规管理部门，是合规管理“第二道防线”，全面负责合规管理制度起草、重大事项的合规性复核、公司合规培训及合规咨询等工作；

集团纪检监察、审计相关部门负责受理职责范围内的违规举报以及违规行为的调查，组成公司合规管理“第三道防线”。

制度体系

集团构建完善的分级分类合规管理制度，持续完善《合规管理办法》《合规手册》等制度文件，制定颁布《信息披露合规指南》《业务领域合规指南（试行）》等专项合规指南，明确合规管理总体目标、机构职责、运行机制、考核评价、监督问责等内容，为公司开展合规管理工作提供详实指引，保障合规管理工作的有序开展。

强化审计监督

省广集团推动审计监督体系的建设，不断完善内部审计工作制度，定期开展审计监督工作，并大力加强审计队伍建设，为公司稳健发展保驾护航。

审计管理

集团制定并持续完善《内部审计制度》《内部审计实施细则》等内部审计工作制度，对内部审计工作的职责、权限、工作机制做出明确规定，设立审计委员会统一领导公司内部审计工作，下设审计部负责执行具体年度审计计划并定期向审计委员会报告内审工作执行情况，促进内控水平有效提升、内部监督能力不断加强。

审计整改

2023年，集团自行开展13个审计项目，审计过程中发现涵盖财务管理、投资项目管理、行政管理、人事薪酬管理、制度建设五大类型的25项问题。对于发现的问题，集团通过落实审计整改责任人，督促审计发现问题真实整改、清零销号，切实做好整改相关工作；建立审计整改台账，定期回访跟踪整改进度，确保审计整改落在实处；持续完善管理制度和管理流程，为员工提供相关操作培训，从根源上防止相同事件重复发生。

审计队伍建设

集团重视审计队伍的能力建设，通过不定期开展内部审计培训、鼓励审计人员参与审计专业证书考试等方式，提升审计工作人员的理论知识储备；参与上级部门开展的审计与监事管理工作培训，为审计人员提供审计系统实操、战略审计要点及投后评价审计等方面的知识和技能培训，提高审计团队的实践能力；严抓审计底稿和审计报告质量，为审计人员提出改进建议，在实践中提升业务能力。

加强风险防控

集团制定《全面风险管理办法》《风险预警管理办法》《重大风险报告制度》等风险管理制度，并根据实际运行情况编制《风险管控方案》，确认年度重要风险点、风险等级、责任部门以及相关管控措施，并按要求每月向各成员企业收集风险数据制作《风险预警指标表》，对重大风险事项进行提示并向上级汇报。同时，集团在本年度还邀请了第三方咨询公司对风险管理体系进行全面梳理，参考专业意见，重塑风险管理的组织架构和工作机制，进一步强化风险管理能力。

培育合规文化

集团积极开展合规管理培训活动，通过线上、线下相结合的形式组织法律合规培训、合规操作指导和咨询答疑等活动，培训内容覆盖合同、知识产权、代言人、AI 设计以及合规等方面，对业务人员进行相关法律法规、公司合规管理制度、合规理念的宣传和引导，全面提高业务人员对业务流程中常见的法律风险和公司合规管理制度的认知，增强广大员工的合法合规意识和行为自觉，确保员工开展业务过程始终遵循法律法规，提升依法合规经营管理水平。



合规管理专题培训

完善举报机制

集团要求总部及各控股企业明确受理违法违规举报的归口管理部门，设立违规举报平台，公开举报电话、邮箱或者信箱，鼓励员工、供应商等利益相关方通过各类途径向相关部门以实名或匿名的方式举报任何可能的违法违规行为。相关部门需根据集团合规管理制度文件，及时响应和处理举报事件，同时做好对举报信息和举报人的保密工作，并要求任何单位或个人不得采取任何形式对举报人进行打击报复。

知识产权保护

作为国际化营销企业，省广集团将知识产权的保护工作视为重要任务，严格遵守《知识产权法》《专利法》等法律法规，不断完善知识产权管理制度，加强员工知识产权意识培训，并通过商标注册、软件著作权登记、专利申请等方式，有效提升知识产权保护力度。面对侵权行为，集团积极采取商标监测、诉讼维权等方式维护自身合法权益，并在充分尊重知识产权基础上与合作伙伴共同抵制侵权行为，促进行业的健康发展和良性竞争。

确保信息透明

省广集团重视投资者交流，畅通投资者沟通渠道，及时回应投资者关切问题，方便投资者获取并了解公司的运营情况及战略规划等信息，维护良好的投资者关系；同时，公司不断完善内部信息披露制度，坚持准确、完整、公平、透明地披露重大事项，切实保障投资者合法权益。

投资者关系管理

省广集团贯彻落实《国务院关于进一步提高上市公司质量的意见》要求，全面修订《投资者关系管理制度》，制定《投资者投诉处理工作机制》，进一步完善投资者关系管理机制，并积极开展业绩说明会等交流活动，加强与投资者的沟通交流与互动，持续深化投资者关系管理工作。2023 年，通过深交所互动易回复投资者提问二百余条，接听咨询电话百余次。

信息合规披露

省广集团根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规、规章制度等要求，制定《信息披露管理办法》，构建完善的信息披露制度体系。同时，集团根据证监会发布的《上市公司独立董事管理办法》，对《董事会议事规则》等制度进行修订，进一步明确独立董事的信息披露管理责任，促进信披合规。2023 年，公司全年未发生因违反信息披露规定而受处罚的事件。





专业诚信 共创价值

省广集团坚持塑造兼具高品质服务和高信用口碑企业形象，重视价值创造与分享，从客户服务、品牌建设、责任营销三个方面构筑自身广告领军企业的强大竞争力。

优化客户服务

省广集团秉承“为客户创造价值”的服务理念，以持续优化服务机制和流程为着力点，为客户提供优质营销服务和创新解决方案。

完善授信机制

调整客户信用分级机制，由 ABCD 四等级标准调整为更精细的九个信用等级，提高信用评价体系的适用性和科学性；对新客户给予信用评审指引，协助提升入库率。

数字赋能客户

正值“数字新省广”关键时期，以 GIMC 云平台为依托，不断挖潜大数据、人工智能等数字化技术在营销业务中的应用，培育与输送数字化人才，为企业和客户的数据治理、数据挖掘等方面的创新服务。

客户投诉处理

建立基于客户满意度的跟踪与反馈机制，落实服务 KPI 与奖惩机制，驱动客服团队提升服务能力和责任感，全方位提高售后服务的保障力度，确保客户反馈的问题得到及时响应、妥善处理。

客户信息安全

通过 GIMC 云平台对客户数据与信息进行统一管控，有效防范泄露风险；与员工签订《合规承诺函》，杜绝侵犯客户、供应商隐私和其他权益的违规行为。



加强品牌建设

新锐品牌涌现、客户需求升级已成行业趋势，省广集团坚定重点发展品牌管理业务的决心，创新性提出“全链营销新方程”的品牌营销理念，为营销市场变革致以省广品牌的最优解。



全链营销新方程



在第二届广州国际品牌节中获“杰出平台奖”

品牌影响更深远

省广集团持续加强全媒体与全渠道的运营能力，以国家品牌研究院为依托，联合各大高校、媒体平台开展品牌研究，打造了全新的“智能化数据洞察平台”，形成了独有的行业人才矩阵、品牌资源矩阵和品牌模型矩阵。

案例：创新投流机制，以社媒撬动品牌口碑

面对探陆新车亮相反响一般的难题，省广集团携手东风日产，推出“种草通 X 赛马机制”的投流方式，充分利用种草通流量的优势，围绕广州车展设置九大优质话题，对媒体受众进行圈层匹配以扩散原生内容，激发优质社媒内容对品牌传播的影响力，帮助东风日产实现 A3 人群规模增长 490%，话题播放量超 1 亿，有效提升了公众对探陆新车的认知和口碑，并获评巨量引擎“ARPC 种收大赏”优秀品牌案例。

2023 年

帮助东风日产实现 A3 人群规模增长 **490%**，

话题播放量超 **1** 亿次



品牌效果更立体

为推动品牌与效果立体化发展，集团成立品效运营中心，构建覆盖全平台、全链路的创意内容制作团队，推动品牌策略、内容营销、效果投放及智能工具等多板块的协同运作，形成了从品牌到效果再到转化的循环验证的过程，建立起独有的品效一体化的营销体系。

案例：品效业务策略获巨量引擎“量效突破奖”

作为已上市一年之久的新势力品牌，AITO 汽车面临着品牌词强竞争、品类词和长尾词矩阵复杂等问题。基于 AITO 汽车品牌存在借助搜索广告从而更精准高效地捕捉高价值用户的需求，省广集团品效团队通过“搭建关键词矩阵”“定制化承接内容”推动“效能”“质量”同步提升，帮助 AITO 汽车实现试驾率环比增长 438% 和搜索环比增长 112% 的高效流量转化。AITO 汽车案例的成功，充分展现出省广集团为汽车竞价业务提供成熟解决方案的优秀能力。

2023 年

帮助 AITO 汽车实现试驾率环比增长 **438%**
和搜索环比增长 **112%** 的高效流量转化



营销运营更智能

省广集团以历史性变革的眼光看待人工智能热潮，积极推动智能工具与 AIGC 人才渗透于各业务与运营场景，AIGC 应用平台“灵犀 AI”和数智化营销管理平台等智能工具的研发，为集团品牌运营注入了新的活力，对营销前、中、后期全流程赋能，并在汽车、快消、美妆等垂直行业形成了丰富的营销实践，由高效、高质的运营创作牵引品牌价值提升。

海外服务更完善

在向国际化营销集团奋进的新征程中，省广集团已形成完善的出海营销服务体系，持续深化与海外头部媒体的业务合作，成功晋升 Meta 中国区官方授权代理商，并完成对 Facebook、Google 和 TikTok 三大媒体平台的接入，致力于培育海外本土化资源优势，为服务中国品牌出海业务、寻求新的商业机会夯实基础。

案例：强强联合，助力品牌出海

6 月，省广集团与南航传媒共同发布“卓越品牌飞跃”的战略合作计划，将充分发挥在品牌出海整合营销方面的优势，结合南航航线布局所触达的区域带来的海外资源优势，实现社交媒体、事件营销、场景广告等多种渠道联动，提供更加高效的国际品牌出海解决方案，为中国品牌在国际市场上赢得更多曝光和认可。



践行责任营销

作为广告界的领军企业，省广集团高度重视信用建设，坚持诚信经营、公平竞争原则，倡导员工树立诚信正直的职业操守，自觉践行合规文化；以共赢互利、公平公开为原则推进合同事宜，同新老客户进行友好协商，确保双方在业务往来上达成一致。

案例：省广集团成为首家入选企业信用同盟的广告营销企业

11 月，国家市场监督管理总局指导成立的企业信用同盟在京召开第一次全体会议。省广集团凭借持续长期的信用体系建设，积极参与行业自律和社会责任的履行，在行业内外积累了良好的信誉口碑，成为全国仅 41 家入选企业之一，也成为唯一一家入选该同盟的广告营销企业。





厚植沃土 汇聚动能

省广集团坚持以人为本、唯才是举，围绕“业务赋能”与“人效提升”两大关键词，实现外引内培的复合效应。重视和维护员工各项基本权益，坚持平等雇佣，完善员工薪酬结构，厚植人才成长沃土，关注员工职业发展，平衡员工文化生活，呵护员工身心健康，持续做好员工的关心关爱工作，为集团多元化发展提供坚强的人才支撑。

保障员工权益

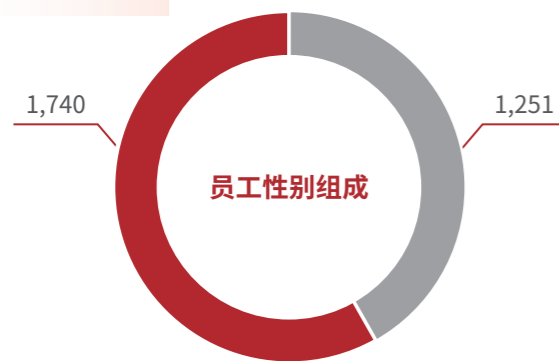
省广集团致力于为员工打造公平公正的雇佣环境。我们充分尊重和保护每一位员工的基本权益，切实保障员工公平就业、劳有所得、民主沟通等各项合法权益，不断完善薪酬福利体系，深化员工民主管理制度，为员工创造了平等、多元、民主、和谐的工作环境。

坚持平等雇佣

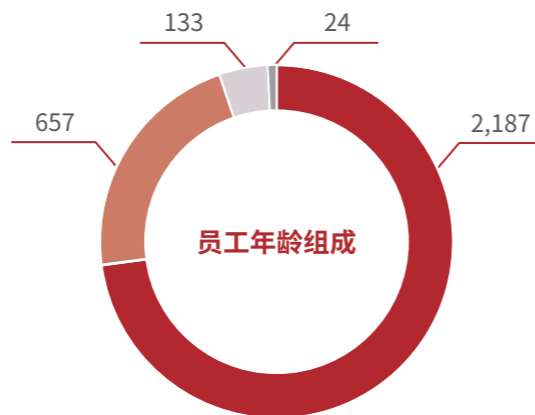
省广集团严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等各项法律法规及劳工政策，涉及招聘、录用、解雇、劳动合同终止等方面，切实保障员工公平就业各项权益。公司坚持市场化选人用人机制，为特殊人群提供平等的就业和职业发展机会。为防止雇佣歧视，公司开展避免招聘歧视的辅导和宣贯，提升各部门在招聘过程中的风险管控意识。2023 年，我们在各用工环节均无歧视女性职工、残疾人等特殊人群的情况出现。

2023 年员工雇佣情况

员工总人数
2,991人



■ 男性员工人数
■ 女性员工人数



■ 35 岁及以下员工人数
■ 36 岁—45 岁员工人数
■ 46 岁—54 岁员工人数
■ 55 岁及以上员工人数

保障薪酬福利

省广集团建立兼顾内部公平性和市场竞争性，与岗位价值、绩效管理紧密关联的薪酬激励机制，充分发挥薪酬吸引、保留、激励人才的作用。通过薪级薪档机制，实现以岗定薪、同岗同酬、一岗多薪、能力定薪。结合任职资格体系、绩效管理体系，树立绩效导向、收益与风险匹配、能上能下的薪酬体系。依据《企业年金方案》为员工提供企业年金，由单位和职工共同承担。2023 年，集团针对校园招聘薪酬体系进行优化调整，通过内外部调研，全面重塑校招生成薪方式与标准，从单一地根据学历水平定薪调整至“以能定薪”的薪酬体系理念，为广大校招生匹配适合其能力价值、富有竞争力的薪酬水平。

集团坚决落实保障员工休息休假的权利，公休日、法定节假日参照国家有关规定执行，满足一定条件的员工可享受年休假、婚假、哺乳假、育儿假等假期，并依据实际情况为员工提供旅游、团建、生日祝贺、特殊慰问金等补充性福利和服务，切实保障员工基本权益。

2023 年

100%

集团社会保险覆盖率

落实民主管理

省广集团建立职工代表机制，加强员工代表大会和职工代表会议制度建设，定期召开代表会议，听取员工的意见和建议，通过代表会议提高员工参与企业管理的积极性和主动性。公司以团委和工会为依托，每年组织员工座谈会，收集员工的意见和建议，并及时给予回复，加强员工与企业的沟通和联系。2023 年，集团“护苗行动”针对近三届校招绩优员工展开倾听、反馈、干预，通过满意度调研，从员工心声、成长进度等方面及时发现人才流失风险，及时反馈干预，干预有效性达到 80%，护苗对象群体留存率 95%。

赋能员工发展

省广集团秉承“人才是核心竞争力”的理念，致力于构建一支高素质、专业化、具有创新精神的人才队伍。注重人才引进、培养、使用和激励，加大人才获取与吸引力度；优化人才队伍建设，提高人才队伍质量与活力；以具有市场竞争力的量化激励机制，充分肯定员工贡献，让员工切实享受公司发展成果，为集团的长期战略目标和业务发展贡献力量。

人才队伍建设

省广集团坚持实践人才结构的高质量优化、高标准建设，推动干部人才队伍年轻化、专业化，有效有力赋能业务经营发展。多措并举，提升校招人才引进效率；探索新型产学研融合新范式，举办 G-star 研习营，提升雇主品牌美誉度；紧随人才市场变化，对标优化校招薪酬起薪，提升人才吸引力；升级体系化人才管理，结合战略发展方向完善公司岗位体系，牵引人才发展与公司发展同频；应对新技术、新业态挑战，加大核心岗位人才培育选聘，打造全链路的营销团队；加强对基层员工的倾听和反馈，深化落地护苗机制，提升绩优人才保留率。2023 年，全年并表企业新招聘 1,150 人，15 人获得各级荣誉奖励，196 人新获百度认证营销专家等职称或证书，初步打造了高素质人才队伍，核心骨干实现年轻化、知识化、专业化，为公司多元化发展建立完善、健康的人才底座。



省广集团与《中国广告》联合举办G-star研习营

2023 年

全年并表企业新招聘 **1,150** 人

获得各级荣誉奖励 **15** 人

新获百度认证营销专家等职称或证书 **196** 人

厚植成长沃土

省广集团通过对员工的培训与开发，提高员工的工作技能、知识层次，增强员工职业能力培养，全方位提升人才队伍竞争力。我们建立了完善的培训体系，精益化落地人才培养，分层分类实施细分领域的培训，从普通的室内传统培训到户外拓展、线上学习、活动赛事等，全面满足员工的学习要求，促成全员参与的学习氛围。2023 年，公司合计开展 68 场培训课程，共计 3,719 人次参与培训，培训内容涵盖护苗行动、校企合作、未来星训练营、乐学坊分享、再教育（数字星计划）、社招入职培训等；于 8 月正式上线公司学习平台，合计上传学习资源文件（含课件、行业报告等）137 份，浏览人次 1,096 次，在线课程 53 门，课程观看人次 2,244 次，公开讲师 46 人，大大丰富培训内容、提升便利程度，为员工专业技能提升拓宽新渠道。

案例：省广集团 2023 届校招员工入职培训圆满收官

7 月，省广集团举行 2023 届校招生全年培养开班仪式，来自全国各地、海内外各大高校的新员工们满怀豪情、迎风而来，与省广集团完成了一场跨越山海的双向奔赴。76 名新员工历经融合与历练、学习与输出、比赛与竞速，圆满完成了为期一周的入职培训，加速实现从学生到职业广告人的华丽转身。培训活动的圆满举行标志着省广集团对年轻一代员工的高度重视和关注，为新员工提供了全方位的提升平台和发展机会，助力他们在职业生涯中不断进步和超越，为集团的长足发展汇聚新才智、新活力和新力量。



畅通发展渠道

省广集团不断强化人才成长机制，积极落地人才发展管理举措，规范人才晋升任用程序，为人才构建透明、公正的成长环境。公司制定清晰的岗位体系与职层体系，明确的绩效管理、任职资格管理办法等制度流程，让员工通过不断提升自己的能力和表现抓住晋升机会，实现个人职业发展。2023 年，公司女性管理者比例为 25.58%。

我们以“公司发展与员工成长相连，员工回报与公司盈利挂钩”为目标，建立完备的短期激励体系，加快推进中长期激励机制的建设与落地，培养员工的责任心以及对共同事业的认同感。积极落实数字星考证激励，对于积极考取证书的员，可获得任职加分、评优评先等激励，成功考取高级证书的员可获得奖金激励与集团表彰。组织开展相关考证攻略培训，邀请员工分享与交流成功考证的经验与方法。设立“专业发展激励金”，拨用专门的经费组织专业人员参加国际交流学习，支撑省广创意人才走向更广阔的舞台，逐梦星辰和大海。



派出优秀创意员工远赴法国参加戛纳狮子国际创意节

案例：省广集团开展首届 AIGC 创意赛

为对内推动 AI 技术在工作中的应用，提升创意生产力、创新创意表达力，对外展现集团在 AIGC 智能营销领域的发展新形态，省广集团特别举办首届 AIGC 赛事，邀请国内 AI 领域内的前沿专家和应用者开展 6 场分享会，同时邀请公司内部优秀创意人员进行戛纳之旅分享，历经赛事启动、主题分享、初审、终审，通过以赛代练的模式，进一步交流和推动 AI 技术在工作中的创新应用。



打造幸福职场

省广集团用真心关爱员工工作，用真情关怀员工生活，举办内容丰富的业余活动，关注女性员工需求，定期开展员工慰问关怀活动，加大对困难员工群体的帮扶力度，将关怀和温暖传递到员工心坎。

丰富员工生活

我们坚持平衡员工工作与生活，广泛组织开展各类形式多样、内容丰富的文体活动，营造轻松愉悦的工作氛围。组织举办省广运动会、登山节、文化年会，积极开展专属购车优惠、免费售货机、精品生日会、入职培训会、开卡便利点等活动，推动广大员工的信任感、获得感、幸福感和归属感进一步提升，让省广的发展更显温度。



开展“以花姿态，璀璨绽放”妇女节活动

案例：守正创新 奋进未来——2023 省广集团运动会圆满举办

11 月，来自全集团各事业部、各部门的两百多位体育健将齐聚省广运动会，用热爱和汗水点燃运动激情。本届省广运动会以“守正创新 奋进未来”为主题，设有百人大鼓、龙腾虎跃、彩虹奔月、旋风跑四个运动项目，以及羽毛球、乒乓球、气排球、足球和篮球五大竞技运动项目。参赛选手们纷纷投入到既具协作又不失娱乐的运动项目中，展现了省广集团不断求创新、谋增长的精神面貌，也为省广集团迈入高质量发展、高效能治理新阶段注入韧性力量。



呵护员工健康

我们持续关注员工心理健康，帮助员工及时解决心理问题、舒缓精神压力，开展系统性、长期性项目——护苗行动。2023 年，我们组织上级沟通会共 11 场，通过活动破冰，了解护苗对象的期望与需求，建立深层联系。同时，分批组织苗苗小型茶话会 5 场，深度访谈了解员工真实的感受、想法和困难，并对大家反映的问题持续跟进、尽快处理，努力增强员工的归属感、幸福感与安全感。



护苗行动关注员工心理健康

帮助困难员工

我们把关爱员工做到实处，定期关心慰问基层一线员工、给予困难员工切实的帮助，为此公司制定《省广集团工会经费使用管理细则》，构建常态化梯度帮扶长效机制；依托《工会慰问金申请》流程，为因病致困的员工提供慰问金补助，并对重疾员工争取更多的经济援助，让员工在经济、生活等方面得到有效的帮助和支持，解决或缓解员工的困难，提升员工对公司的认同感和归属感。





协同发展 多方共赢

省广集团积极践行以人为本、合作共赢的基本理念，持续构建负责任供应链条，携手政府、企业、高校、媒介等多方力量促进行业发展，热心公益慈善，加强绿色运营，为打造可持续的经济、社会和环境贡献省广智慧和力量。

构建责任供应链

省广集团持续修订完善《媒介供应商管理办法》《业务投标管理办法》等管理制度，规范供应商管理，开展负责任采购，以切实举措维护行业供应链条的稳定性、安全性和可持续性。

供应商管理

我们严格遵照集团供应商管理的各项制度规定，多维度加强供应商管理体系建设，完善供应商入库、审核、信用分级、风控管理等规范化、流程化管理要求，提升供应商的履约能力和质量。



供应商入库

我们统一通过 ERP 信息系统对供应商进行管理，要求业务单元负责将供应商的基本信息、银行信息、财务资料等录入到 ERP 信息系统中，通过 ERP 信息系统提交供应商入库申请，以便后续业务活动的开展。



供应商审核

要求各业务单元在业务合同签订前，对供应商进行全面细致的能力审核，审核范围覆盖供应商主体资格、履约能力、对方签约代表资格、第三方授权资格等信息，必要时可另聘专业的中介机构开展资信调查等专业工作，以降低供应商违约风险。



供应商分类

根据供应商的重要程度和信赖程度，将媒介供应商分为年度供应商（A 类供应商）和非年度供应商（B 类供应商），并针对两类供应商进行分类管理，有效提升供应商管理的针对性和管理效率。



供应商风控管理

针对媒介供应商，要求三赢、户外营销中心负责对供应商准入各环节进行风险把控，定期开展行情调查与市场信息管理，建立维护供应商关系，不断提高供应商采购质量；针对其他供应商，要求需求部门严格按照合同约定，积极关注供应商所提供的服务情况，避免产生对下游客户的违约或其他履行不利行为。



供应商监督

要求各业务单元对供应商的工作质量进行全流程监督，审计风控部门负责定期检查采购记录，组织三赢、户外营销中心和对业务单元开展供应商考核评估，确保供应商履约质量。

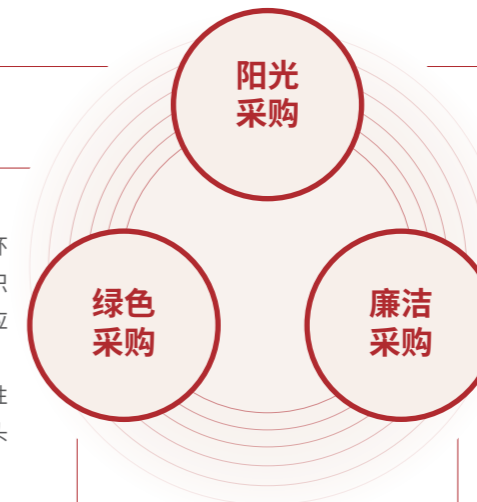
负责任采购

我们在确保供应商管理高效、合规的同时，始终恪守负责任采购的理念，坚持“廉洁、诚信、透明”的采购原则，自觉践行阳光采购、绿色采购和廉洁采购原则，确保采购活动的公平性和透明度。

在招标采购开标的过程中，要求审计部派出专门人员列席开标会议，按照国家法律法规和集团规章制度的规定，对开标过程的透明、公平、合规性进行监督。

秉承环保低碳、资源节约、循环利用的理念，优先选择环保意识强、致力于推动绿色发展的供应商伙伴。同时，在采购过程中，我们更青睐环境友好、可持续性强的设备和原材料，力求从源头上减少对环境的影响。

贯彻落实廉洁采购原则，要求全体员工严守《合规手册》中的履职从业规范，并组织员工签署《合规承诺函（员工）》，明确员工不得以公司或个人名义接受供应商的任何馈赠，切实筑牢采购廉洁底线。



案例：省广集团出席第七届互联网采购供应链大会

12月，省广集团董事长杨远征、副总裁许益昊受邀出席第七届互联网采购供应链大会，与120多家知名互联网企业菁英齐聚一堂，共同探讨互联网采购及供应链的发展趋势。未来，集团将继续发挥资源整合优势，促进与各大品牌在采购与供应链等领域的深度合作，进一步拓宽互联网采购供应链维度。



助力行业发展

省广集团充分发挥广东省智慧融媒产业链“链主”企业的引领作用，持续深化同合作伙伴之间的沟通与合作，积极拓展合作领域，提升合作层次与专业性。同时，省广集团积极参与各类行业大会和论坛，扩大省广声量，提升省广品牌影响力，进一步推动整个行业的繁荣与发展。

深化战略合作

省广集团不断拓宽行业合作的边界，深化企业间合作、强化政企联动、加强校企产学研深度融合，并加强媒企之间的战略合作。通过这些多维度、深层次的合作模式，有效整合各方优势资源，实现互利共赢、协同发展。

企企合作

我们坚持稳中求进的总基调不动摇，在巩固维护长期战略合作伙伴的基础上，持续挖掘优质的潜在合作伙伴，实现可持续的业务增长和发展。2023年，我们成功续约广汽、上汽、一汽、东风等战略客户，积极拓展小鹏、极狐等新客户，实现燃油车、新能源全方位布局。同时，我们成功开拓洲际集团、苏酒集团、君乐宝、雅诗兰黛、花西子、喜茶等新客户，实现美妆、家电、母婴、快消等多个细分赛道的新突破。



正式成为快手“同行者计划”合作伙伴



加入百度营销“共拓计划”，成为百度营销AIGC商业生态首批合作伙伴

政企合作

我们聚焦当前大环境下企业发展的痛点难点，充分发挥大型营销传播集团的资源整合优势，携手属地政府、事业单位及其他非民办机构，共同为中小企业实现铺设低成本、高效率、可持续的数字化转型之路，为中小企业探索出一条成功的数字化发展新路径，让中小企业真正享受到数字经济的红利。2023年，省广集团联合惠州市惠城区中小企业创新服务中心打造“惠州智造”“惠州甄选”两大平台，旨在帮助企业通过平台账号实现更加灵活的品牌推广和产品销售，突破地域限制，吸引更广泛的潜在客户，开创更为广阔的市场空间。



惠州智造



惠州甄选

产学研合作

我们将青年人才培育和专业能力提升视为战略工程，积极探索产学研联合培养模式，与华中科技大学、西北大学等重点院校和西安美术学院等专业院校开展战略合作交流，共同建立产学研联合培养基地。同时，我们联合业界头部媒介打造“G-star 研习营”人才培养品牌，并举办首届数字创意广告实战训练营，携手多方力量深入推进广告行业青年人才培养工作。



与华中科技大学签约授牌仪式



省广集团首届“数字创意广告实战训练营”

案例：2023 “G-star 研习营” 活动

7月，省广集团与《中国广告》杂志社联合推出2023“G-star 研习营”活动，特地邀请复旦大学、南京大学、中国传媒大学、伦敦大学金史密斯学院等优秀学生代表前往省广集团参加交流培训活动。期间，除了组织营员参加夏纳创意之旅经验分享会、幕后体验 A.M.A 元宇宙基地等活动，我们还通过业培融合的方式让营员们在真实业务场景中学会智慧营销的作业模式及玩法，让营员们在业务体验的同时收获技能。

“参加省广集团与中国广告杂志社举办的研习营，于我而言是一次难得的机会……这次研习营我收获很多，很感谢省广集团与《中国广告》杂志社提供的此次机会，让我不仅能够拓宽视野，更加深入走进GIMC、了解GIMC文化，还能够结识很好的朋友，与大家一起留下难忘的记忆。”——复旦大学 刘致岩



媒企合作

我们持续深化与海内外头部媒体的业务合作，不断加强同头部及高成长性媒体的布局合作，与新华网、中央电视台等主流媒体以及报纸、杂志等媒介机构保持长期稳定的良好合作关系，力求构建独具竞争优势的媒体合作矩阵和覆盖全平台的媒介资源格局，从而为业务转型和发展提供更为坚实的支撑。



《中国广告》杂志连续两期以专题形式，大篇幅报道省广集团作为独家“雇主品牌方”参与2023华釜青年奖、举办G-star研习营以及角逐夏纳“幼狮”奖的精彩故事。

2023年，省广集团正式成为Meta中国区官方授权代理商，完成Facebook、Google和TikTok三大媒体平台接入，为服务中国品牌出海业务、寻求新的商业机会夯实基础。



案例：与新华网签订党建共建合作协议

6月，新华网与省广集团共同发起的“媒企携手共建讲好品牌故事”共谋高质量发展主题共建会在广州举行。会上，新华网与省广集团两大基层党支部成功签约党建共建协议，双方将在广告营销、数字化建设等领域谋划新的共赢共享机制，全面推动双方业务和党建“双促进”。



促进行业交流

我们积极举办行业论坛、技术研讨会等活动，力求为行业同仁们提供一个思想碰撞、经验共享的优质平台。同时，我们也注重加强与国际先进企业的交流与互动，主动参与国际行业盛会及主流论坛，紧跟行业领域的前沿动态和最新技术，从而不断拓宽我们的知识边界，提升行业认知，推动行业持续繁荣与发展。



受邀参加2023中国企业家博鳌论坛



亮相2023金投资国际创意节



召开第三届计算广告与数字品牌创新论坛暨国家级一流广告学专业建设研讨会



协办“数智赋能·推动品牌高质量发展”——2023品牌发展高峰论坛

投身公益慈善

省广集团秉持发展成果同社会共享、经济效益与社会效益并重的基本理念，在服务社区发展、接续乡村振兴等方面积极参与、勇于担当、善于作为，以实际行动诠释国企担当，为社会的和谐与进步添砖加瓦。

热心社区公益

我们充分发挥党员先锋模范作用，投入到社区治理行动中，将主题党日活动同社区志愿服务相结合，鼓励更多的员工参与社区公益志愿服务，用实际行动传递温暖与关爱。同时，我们秉承“创新+责任”的发展理念，致力于用创意赋能公益事业发展，推出《无鱼的鱼宴》《手掌上的鸿沟》《传球即传承》等一系列优秀公益广告作品，以鲜明的视觉冲击和深刻的内涵，引导广大群众关注到适老化改革、低碳环保、传统文化传承等民生问题，激发公众共同参与社会公益的热情。

2023 年

集团公益活动参与员工志愿服务时长 **200** 小时

员工志愿活动参与人次达 **120** 人次

案例：省广集团 2023 上海国际广告节获奖作品——《无鱼的鱼宴》

省广集团获奖作品《无鱼的鱼宴》以别开生面的形式，生动演绎长江江豚面临的生存危机，以此呼吁公众关注长江江豚的生存困境，倡导公众珍爱生态、保护长江生态环境。为了将这份关爱落到实处，省广联合腾讯公益平台共同发起“共同守护濒危物种”公益项目并捐出善款，旨在为长江江豚等濒危物种提供更多的保护与支持。



接续乡村振兴

我们始终秉承教育先行、造血扶贫的帮扶理念，不断探索创新乡村振兴帮扶形式，支持欠发达地区基础设施建设，并充分利用主业优势和资源，加快推进欠发达地区户外广告牌开发建设，为欠发达地区带来更为长久的经济收益。

教育帮扶

我们关注欠发达地区的乡村学龄前儿童教育问题，积极投身乡村儿童教育事业，致力于为乡村儿童创造良好的学习环境，让更多的乡村儿童享受到公平而有质量的教育，为乡村振兴注入源源不断的活力。2023 年，省广集团携手美团“乡村儿童操场”公益计划，为陕西省安康市汉滨区东关民族幼儿园 198 位小朋友铺设了一块 347.46 平方米的多功能操场。



捐建东关民族幼儿园多功能操场

主业帮扶

我们结合自身主业优势，在帮扶地区积极投资建设广告牌项目，并严格把控广告牌的设计、制作、安装质量，确保项目顺利进行，以期当地带来更多的发展机遇和经济效益。

案例：潭震村擎天柱广告牌项目正式启动

8 月，省广集团投入专项扶贫资金，启动潭震村擎天柱广告牌项目。擎天柱广告牌项目的建设，将成为有效推动潭震村乡村振兴成效的宣传和推广的重要载体，预计每年将为潭震村带来 4 万元收入。



推进绿色运营

省广集团始终将国家环境保护法律法规作为行动指南，不断完善环境管理体系，倡导绿色办公理念，强化环保宣传与教育，力求在全体员工中树立绿色发展共识，携手全体员工共同构建绿色、低碳、可持续的未来。

完善环境管理体系

我们深入贯彻落实安全环保义务，建立完善环境保护责任机制，明确单位负责人和相关人员的具体职责，确保环保工作有人抓、有人管。同时，我们也为员工制定了具体的环保工作任务和目标，确保每个员工都能参与到环保工作中来。省广集团于 2022 年获得 ISO14001 环境管理体系认证证书。

倡导绿色办公

我们积极倡导并深入践行绿色办公理念，推进无纸化办公，以切实举措大力推动节能减排降耗，努力打造更加绿色、高效、可持续的办公环境，为构建美好生态贡献力量。



利用电子邮件、电子文档管理系统等信息化工具，实现文件的电子化传输和存储，大幅减少纸张的使用。同时，我们推动人事考勤电子化管理，员工请假流程、考勤、报销、出差等流程均可通过钉钉办公软件高效处理，有效节约纸张使用。当需要打印时，我们倡导双面打印并鼓励废纸再利用，从而进一步降低纸张消耗。



推广节能减排降耗的办公理念，鼓励员工从小事做起，如节约用水、随手关灯等，共同为节能减排贡献力量。同时，优先选用节能型电脑、打印机、空调等设备，确保在保障工作效率的同时，降低能源消耗。在日常使用中，我们提倡员工及时关闭电器和灯光，减少待机损耗，并合理设置空调温度，充分利用自然通风，有效减少空调使用时间。

强化环保宣贯

我们致力于将每一位员工塑造成为环保理念的坚定践行者和积极传播者，通过加大环保培训力度、倡导绿色出行等多元化举措积极向员工普及绿色生活方式，引导员工从日常生活中的点滴小事做起，自觉践行低碳环保理念。



定期开展绿色环保培训活动，组织专家进行环保知识讲座，向员工普及环保基础知识，包括垃圾分类、节能减排等方面的内容。同时，我们鼓励员工积极参与环保公益活动，通过亲身实践，切实提升员工的环保素养和行动力。



积极响应绿色出行的号召，大力提倡员工采用步行、骑行、公共交通等环保出行方式，减少私家车使用，降低碳排放。同时，针对公务用车，我们持续优化调度方式，减少空驶和等待时间，进一步提高车辆使用效率。

展望 2024

因势而新，韧性前行。2024 年崭新的一页已经翻开，梦想正在照亮前方，省广集团将继续秉承“高质量发展才是硬道理”的理念，坚持长期价值，凭着梦想、使命和热爱，以稳增量、建体系、励创新开辟新的发展前路。我们相信，凭借省广人共创共创的精神，逢山开路、遇水架桥的干劲拼劲，必定能在行业挑战和时代机遇中不断突围、不断前行，把省广的战略蓝图一步步变成美好现实！



附录

关键绩效表

指标名称	单位	2023 年数据		
营业收入	亿元	166.73		
总资产	亿元	106.29		
纳税总额	亿元	1.82		
归属于母公司股东的净利润	亿元	1.53		
战略合作协议签订数	个	1		
全年实际完成投资额	亿元	1.60		
实施审计项目	个	13		
开展审计专项培训	场次	2		
审计专项培训覆盖人次	人次	6		
审计人员专项培训时长	小时	9		
审计整改率	%	68		
推动完成审计问题整改	项	17		
提出审计建议	条	28		
员工总数	人	2,991		
男性员工人数	人	1,251		
女性员工人数	人	1,740		
少数民族员工人数	人	84		
残疾人雇佣人数	人	25		
女性管理者比例	%	25.58		
按职级划分的员工人数	高层管理人员	人数	人	10
		占比	%	0.30

指标名称	单位	2023 年数据		
按职级划分的员工人数	中层管理人员	人数	人	76
		占比	%	2.50
	普通员工人员	人数	人	2,905
		占比	%	97.10
按学历划分的员工人数	硕士及以上学历员工	人数	人	233
		占比	%	7.80
	本科学历员工	人数	人	1,911
		占比	%	63.90
	大专及以下员工	人数	人	847
		占比	%	28.30
按职称划分的员工人数	初级职称人数		人	71
	中级职称人数		人	33
	高级职称人数		人	6
	正高级职称人数		人	0
按年龄划分的员工人数	35 岁及以下职工	人数	人	2,187
		占比	%	73.10
	36 岁至 45 岁职工	人数	人	657
		占比	%	21.90
	46 岁至 54 岁职工	人数	人	133
		占比	%	4.40
	55 岁及以上职工	人数	人	14
		占比	%	0.50
员工培训	高级管理层培训情况		人次	41
			小时 / 人	16.40
	中级管理层培训情况		人次	65
			小时 / 人	8.67

指标名称		单位	2023 年数据
员工培训	普通员工培训情况	人次	3,613
		小时 / 人	17.70
	女性员工培训情况	人次	2,231
		小时 / 人	3.00
	男性员工培训情况	人次	1,488
		小时 / 人	3.03
员工培训总投入		万元	12.40
员工培训总时长		小时	11,203.50
员工培训总人次		人次	3,719
新增就业人数		人	995
吸纳应届毕业生人数		人	99
员工流失率		%	20.11
劳动合同签订率		%	100
社会保险覆盖率		%	100
人均带薪休假天数		天	7.8
晋升员工总人数		人	274
员工帮扶金额		万元	4.97
员工帮扶人次		人次	75
员工志愿服务时长		小时	200
志愿活动参与人次		人次	120
职工代表大会召开次数		次	2
职工代表大会参与人数		人次	153

注：员工整体流失率计算方法：年度离职人员总数/年初员工总数+年度入职人数总数

读者反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读本报告。为持续改进报告编制工作，提升省广集团进行 ESG 管理的能力和水平，我们特别希望倾听您的意见与建议，您的声音将是我们不断前进的动力！

您对本报告的评价：（请在相应位置打“√”）

1. 相对于省广集团，您的身份是？

政府 客户 员工 合作伙伴 媒体 同行 公众 其他

2. 请您评价本报告对利益相关方关心问题进行的回应和披露

很好 较好 一般 较差 很差

3. 请您评价本报告披露信息、指标、数据的清晰度、准确性、完整性

很好 较好 一般 较差 很差

4. 请您评价本报告内容的可读性

很好 较好 一般 较差 很差

5. 请您对本报告进行综合评价

很好 较好 一般 较差 很差

6. 您对省广集团的环境、社会及治理工作有哪些建议？

7. 您认为本报告存在哪些不足之处？

8. 您认为本报告还需要增加哪些环境、社会及治理方面的信息？

联系我们

公司官网：<http://www.gimc.cn/>

地址：广州市海珠区新港东路 996 号保利世贸 G 座

电话：(020)87600168（总机）

传真：(020)87766503

邮编：510220

GIMC 省广集团

广东省广告集团股份有限公司

地址：广州市海珠区新港东路996号保利世贸G座

电话：(020) 87600168 (总机)

传真：(020) 87766503

邮编：510220