



东方明珠 与城市共成长



2023

环境、社会和治理(ESG)报告

东方明珠新媒体股份有限公司
地址：上海市宜山路757号 邮编：200233
电子邮箱：dongban@opg.cn 网站：www.opg.cn

—— 东方明珠新媒体股份有限公司 ——

目录



致股东一封信	001	第三章 内外并举、践行责任，多维展现国企担当	037
关于本报告	003	一、雇主责任	038
第一章 关于东方明珠	005	二、客户保障	049
一、公司简介	005	三、政府响应	057
二、战略与发展	007	四、供应链管理	069
三、ESG体系	009	五、行业共赢	070
四、利益相关方沟通	011	六、公益责任	075
五、实质性议题分析和管理的	012	第四章 低碳发展、节能减排，促进人与自然和谐共生	085
六、年度履责大事记	014	一、绿色管理	085
第二章 优化治理、练好内功，努力实现高质量发展	017	二、绿色运营	086
一、党建引领	019	三、环保宣传	091
二、规范治理	021	第五章 资质与年度荣誉	097
三、合规经营	026	一、公司参与的组织、协会和社会机构	097
四、创新发展	029	二、公司年度荣誉	097
五、数据治理	035	附录	105

致股东一封信



尊敬的各位股东、合作伙伴和关注东方明珠的朋友们：

春和景明，万象更新。新故相推，日生不滞。

2023年，东方明珠(600637.SH)坚定战略方向，坚守主责主业，坚持创新驱动，发挥资源禀赋和差异化优势，力争打造一流数智文化传媒服务集团，公司全年实现营业收入79.73亿元，同比增长18.92%；实现归属于母公司净利润6.02亿元，同比增长245.79%。

聚焦主业，提升文化产业新质生产力。2023年，我们基于智慧广电生态体系，加强数字化能力建设，进一步优化、整合资源配置，推动业务创新与转型升级。以智慧大屏一体化运营、智慧广电5G业务拓展为抓手，持续推进媒体融合及产业融合；牢牢抓住数字化转型契机，推进线上零售业务数字化能力建设和组织架构优化，推动全渠道零售转型；通过“文旅+科技”结合，围绕用户体验升级文旅消费产品；股权投资老凤祥、中经社项目，加强文化消费产业战略布局。

坚持精品内容创制，打响“上海文化”品牌。2023年，我们坚持内容创制精品化路线，打造出品重大革命题材剧《破晓东方》、都市职场剧《繁华似锦》、舞剧电影《永不消逝的电波》、微短剧《吃饭才是正经事》等一系列影视佳作；积极落实广电总局部署的电视“双治理”工作，有力改善电视用户大屏收视及消费体验；持续夯实精品内容储备能力，推进“融创计划”“云系列”等运营举措。公司蝉联“中国互联网综合实力前百家企业”，连续第十二年荣获“全国文化企业三十强”；多个重点业务项目获得长三角广播电视媒体融合优秀案例、上海市科技进步奖、上海市“中华文化走出去”专项扶持资金、上海市“银鸽奖”等荣誉。

提升用户体验，满足用户不断增长的消费需求。2023年，我们以“提升品质、提升能级”为文旅业务关键词，强化用户思维，强化数字赋能，持续提升运营效能和服务体验，连续推出“露营+”、游船沉浸式剧场、蜂巢塔高空拓展项目等新场景、新玩法。零售业务围绕用户需求，通过配套内容的商品体系和供应链构建，实现内容产品的商业价值变现。东方智媒城立足文化传媒产业优势，构建产业生态圈，积极打造文

化产业集聚平台，连续两年被列为上海市重大建设项目。

技术赋能，加快推进数字化转型实践。2023年，我们以“未来电视”战略部署为牵引，推动传统广电向智能应用终端转型升级。探索打造上海5G频道落地产品“5G云TV”，持续深入推进“TV智享出行”、数字景区建设，推进视频购物从“业务数字化”到“数据业务化”转变等，推动建立数据驱动运营体系与决策机制，不断提升运营管理效率。

以“投资者为本”，维护公司全体股东利益。2023年，我们持续完善公司治理结构，提升公司整体治理水平，牢固树立回报股东意识，保持持续稳定的现金分红政策，常态化开展业绩说明会，通过投资者热线、上证E互动、投资者邮箱等多个平台认真听取意见建议，增强中小股东的参与感和获得感。我们坚持以投资者需求为导向的信息披露理念，连续获得上海证券交易所信息披露“A”类评价，积极参加中国上市公司协会最佳实践系列评选，并获“公司治理最佳实践”“投资者关系管理最佳实践”“董秘5A级履职评价”等多个奖项。

2024年，东方明珠迈入上市三十周年。面向未来，我们将紧扣新形势新任务，直面新问题新挑战，把握新趋势新变化，向改革要出路、向融合要动力、向组织要合力，持续做强核心主业、赋能城市发展。三十再创，以建新猷，持续为我们的社会、城市、股东、用户、员工创造新的价值，推动我国文化事业和文化产业持续高质量繁荣发展。

感谢您的关注与支持！

东方明珠新媒体股份有限公司

2024年4月20日



三十而创 与城市共成长

关于本报告



报告时间范围

2023年1月1日至2023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

公司自2017年连续七年发布企业社会责任报告,本报告是公司发布的第二份环境、社会和治理(ESG)报告。公司参照国际与国内最新标准、最新政策要求,结合公司发展的实际情况,在社会责任报告的基础上更加深度、全面地展现公司年度履责实践和成果,进一步提升年度ESG信息披露的透明度。

报告发布周期

本报告为年度报告

报告组织范围

东方明珠新媒体股份有限公司及下属公司

报告数据来源

东方明珠新媒体股份有限公司及下属公司自有统计,部分数据来源于第三方数据。

报告发布日期

2024年4月20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。

重点参照的报告编制依据

全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南2021》

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南(CASS-ESG5.0)》

中国企业改革与发展研究会团体标准《企业ESG披露指南》(T/CERDS 2—2022)、团体标准《企业评价体系》(T/CERDS 3-2022)

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》《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》

《上海市国有控股上市公司ESG指标体系工作导则》

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

本报告释义

在本报告书中,除非文义另有所指,下列词语具有如下含义:

常用词语释义

文广集团、SMG	指	上海文化广播影视集团有限公司
东方明珠、OPG、公司	指	东方明珠新媒体股份有限公司
百视通	指	百视通网络电视技术发展有限责任公司
文广互动、SiTV	指	上海文广互动电视有限公司
尚世五岸	指	上海尚世影业有限公司、上海五岸传播有限公司
东方有线、OCN	指	东方有线网络有限公司
移动电视	指	上海东方明珠移动电视有限公司
东方购物	指	上海东方数智购商务有限公司(原“上海东方希杰商务有限公司”)、上海东方电视购物有限公司、东方购物(上海)国际旅行社有限公司、东方购物贸易有限公司、东方购物(上海)电子商务有限公司
东方明珠塔、东方明珠电视塔	指	上海东方明珠广播电视塔有限公司
东方绿舟	指	上海东方绿舟企业管理有限公司、上海东方绿舟宾馆有限公司、上海东方绿舟度假村有限公司
国会中心	指	上海国际会议中心有限公司
梅奔	指	梅赛德斯-奔驰文化中心、东方明珠安舒茨文化体育发展(上海)有限公司
七重天宾馆	指	上海七重天宾馆有限公司
东方明珠国旅、国际旅行社	指	上海东方明珠国际旅行社有限公司
广电制作	指	上海广电影视制作有限公司
文广科技	指	上海文广科技(集团)有限公司
东方明珠地产、明珠地产	指	上海东方明珠房地产有限公司
明珠实业	指	上海东方明珠实业发展有限公司
文化发展公司	指	上海东方明珠文化发展有限公司
东方明珠传输、传输公司	指	上海东方明珠传输有限公司
8K	指	超高清视频标准,8K指7680×4320的像素分辨率
VR	指	虚拟现实技术
AI	指	人工智能

1 第一章

关于东方明珠

一. 公司简介

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。公司拥有国内全渠道视频集成与分发平台及独具特色的文化内容、文旅消费等资源,其中智慧广电业务具体包括融合媒体业务(含有线电视、IPTV、OTT、移动互联网终端、影视内容制作与发行、游戏业务等)、智慧广电5G业务等;文化消费业务包括围绕东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心(东方滨江大酒店)、奔驰文化中心、东方绿舟等多个上海地标性建筑展开的观光游览、浦江游览、酒店餐饮、会务会展、现场演艺、国际国内旅游、度假休闲、户外拓展等文化旅游业务,以视频为核心展现形式的零售业务,及文化地产开发运营等业务。公司通过产业资源的整合、打通,满足人民群众日益增长的追求品质生活的需求。

公司蝉联“中国互联网综合实力前百家企业”,并连续12年入选“全国文化企业三十强”。

公司组织和架构图



二. 战略与发展

2023年，公司进一步梳理、明确了发展的目标，聚焦智慧广电和文化消费领域，坚定战略方向、坚守主责主业，创新驱动、在求变中推进主业转型发展。

基于智慧广电生态体系，持续推进融合化、智慧化升级；顺应文化消费行业发展趋势，不断提升服务品质、服务能级；大力推进数字化转型赋能，进一步发挥好投资带动和产业园区集聚作用，实现业务融合化发展及产业生态化拓展，力争成为主业核心能力突出、数字赋能增效、产业融通发展、文化事业和文化产业齐头并进的数智文化传媒服务集团。

1

大力推进融合媒体及智慧广电5G业务发展，夯实智慧广电业务高质量发展基础

融合媒体业务方面，紧跟智慧广电转型，以实现内容、产品、渠道、运营的全面融合发展为目标，构建全媒体生态竞争能力，持续夯实高质量发展基础。大力提升数字化能力及智慧化应用，充分运用数智手段，提升精细化运营能力，打造数字经济下的全媒体竞争壁垒。

智慧广电5G业务方面，将努力打造广电5G产品和服务解决方案，以量质并举形成差异化竞争优势，以快速实现5G用户发展，促进用户活跃同时持续推进固移融合业务。充分发挥政企服务能力，加速塑造差异化竞争优势，深度参与智慧城市转型升级、五大新城建设、南北转型等上海市委市政府中心工作。

2

充分利用数字化、智慧化手段，推动文化消费业务转型升级

零售业务方面，在持续的数字化升级的背景下，互联网电商、数字化零售是适配当前市场环境和消费者需求变迁的业态发展必然选择。未来公司零售业务将在继续发挥原有资源优势的基础上，在商业模式、组织机制、资源能力等方面转型，全面打造“以用户为核心，以数据为驱动”的电商企业，为用户提供高体验的优质商品及服务，同时为产业客户提供特色的内容、运营及数据等服务。

文旅业务方面，将紧跟行业发展及消费习惯变迁，牢牢把握数字化技术所带来的业务模式突破新机遇，通过定位重塑、内容升级、产品升级、技术升级、营销升级等系统性的转型升级，实现品质提升与能级提升。

文化地产业务方面，为深入贯彻落实党的二十大精神，以重大文化产业项目带动实施“国家文化数字化战略”，公司将积极推动文化地产从项目开发销售模式向文化产业运营平台的转型升级，以新媒体、人工智能、超高清视听等新领域为核心，发挥产业园区集聚作用。

3

把握数字经济发展机遇，围绕“文化+”布局新赛道、新领域

与SMG加强产业联动，充分发挥SMG优势资源及东方明珠产业开发能力，围绕“文化+”打造新场景、布局新赛道、新领域。积极探索基于垂类业务的延伸，在垂类赛道中树立差异化的品牌优势。同时，紧跟新技术发展对文化产业带来的升级，依托新技术，增强原创力，培育出更多新的文化业态，充分运用外延投资等手段，围绕数字技术、文化传媒、大消费等领域，探索线上线下业务的新场景、新业态。

三. ESG体系

1

ESG体系

公司自2016年成立社会责任专项小组负责社会责任报告撰写工作，于2017年发布首份社会责任报告，基本覆盖环境、责任、治理三大维度的相关信息。2022年，公司将社会责任体系(CSR)升级为环境、社会和治理体系(ESG)，进一步明晰治理责任、社会责任和环境责任的履责维度，并搭建了ESG管理架构。2023年，公司积极响应上海市国资委开展的上海市国有控股上市公司ESG工作机制建设工作，进一步助力公司可持续发展。

2

ESG经营管理机制

公司将ESG纳入经营管理和发展规划中，在战略顶层设计层面全面考量各利益相关方的需求，为ESG履责予以持续性的指引和规划。公司持续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，将反馈意见作为改进ESG工作的重要依据，以持续推动ESG实践。

3

ESG信息披露

公司高度重视ESG信息披露，持续提升ESG披露的完整性、及时性、准确性和透明度。目前公司已形成包括日常ESG信息披露和年度ESG信息披露的披露体系。日常ESG信息披露方面，公司通过官网、官微等官方渠道，及时传递公司ESG动态，并与媒体积极沟通交流，传递ESG信息，帮助利益相关方了解公司ESG价值。

年度ESG信息披露方面，公司自2016年成立社会责任专项小组负责社会责任报告撰写工作，于2017年发布首份社会责任报告，基本覆盖环境、责任、治理三大维度的相关信息。2022年，公司将社会责任体系(CSR)升级为环境、社会和治理体系(ESG)。2023年，公司制定了《东方明珠新媒体股份有限公司定期报告编制工作制度》，进一步明确了ESG年度信息披露的内部分工。ESG工作小组严格按照证监会、上交所最新要求，参考全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南2021》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南(CASS-ESG5.0)》、中国企业改革与发展研究会团体标准《企业ESG披露指南》(T/CERDS 2—2022)、团体标准《企业评价体系》(T/CERDS 3-2022)，参照上海证券交易所《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》《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》及《上海市国有控股上市公司ESG指标体系工作导则》，进一步提升ESG年度信息披露的全面性和透明度，这也是公司连续第八年进行ESG年度信息披露。公司官网专门设置了社会责任专栏，方便公众查询公司相关年度报告。

ESG体系架构图



四. 利益相关方沟通

公司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	<ul style="list-style-type: none"> 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，可持续发展 	<ul style="list-style-type: none"> 增加股东的流动性和收益性，连续多年进行分红 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，开设投资者热线及邮件、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	<ul style="list-style-type: none"> 优质的服务 高性价比 质量与安全保障 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 权益保护 个人发展 能力提升 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 合法经营 依法纳税 助力政府与公众搭建沟通 	<ul style="list-style-type: none"> 政策指示、工作汇报、日常沟通
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 诚信互惠 公平采购 	<ul style="list-style-type: none"> 为对方创造合作机会、会议沟通、电话沟通
弱势群体	<ul style="list-style-type: none"> 提供帮助 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 有助于社会和谐的行为 	<ul style="list-style-type: none"> 组织各类公益活动 配合各类公益活动
自然环境	<ul style="list-style-type: none"> 支持低碳发展 	<ul style="list-style-type: none"> 绿色管理 绿色运营 环保宣传
媒体	<ul style="list-style-type: none"> 信息公开、沟通顺畅，能够及时获取公司信息 	<ul style="list-style-type: none"> 完整的媒体沟通及媒体发布体系 主流媒体报道覆盖 官网和官方微信及时更新

五. 实质性议题分析和管理的

1. 实质性议题分析

公司以国家政策要求为导向，严格遵循监管要求，参考资本市场、评级机构、国际报告标准机构以及同行企业关注的可持续发展议题，结合实际业务情况，参照专家建议，与各利益相关方积极沟通并了解其诉求和关注点，从对公司发展的影响、对利益相关方的影响两个维度综合评估，确定实质性议题。

实质性议题分析流程图



2. 实质性议题清单和管理

领域	实质性议题	实质性议题管理
公司治理	党的领导	坚持党的领导、切实推进党建工作、党风廉政建设
	公司治理	经营管理体系、多元化管治、规范运作
	信息披露	严格履行信息披露责任,推动ESG信息披露
	投资者关系管理	投资者沟通和交流机制、保障投资者权益
	风险管理	建立健全机制
	客户隐私保护	“制度+技术”双轨并行,强化机制保障
	数据治理	建立功能完备的数据基础平台,助力数据汇聚互通,打造健全的数据治理体系
	商业道德管理	完整有效的内部风险管理体系,加强内部监督和培训
	创新发展	管理创新、创新构筑一流产品和运营服务平台,推动行业标准制定和知识产权保护
社会责任	发挥国有大企带头作用	公益传播、国家重大活动支持
	雇主责任	平等雇佣、员工各项权益保障、员工健康和安全管理、员工培养和有效激励、员工关爱和帮扶
	客户服务和保障	建立完整客户关系管理体系、规范化的客户响应机制,重视客户反馈,优化并持续改进服务
	经济发展	依法纳税、促进就业、创造经济效益
	促进国内外交流	高水平文化对外输出、搭建国际交流平台、助力国际交流互动
	供应链管理	供应商合规管理、供应商ESG管理
	行业共赢	加强行业合作
	助力乡村振兴	持续助力乡村教育振兴、乡村结对帮扶、乡村经济振兴
	社区发展	惠民便民、关爱弱势群体
绿色发展	公益践行	公益捐赠、公益活动
	污染物排放	遵循法律法规,严格污染物管理
	能源消耗	节能改造推动能源节约、供应链绿色管理
	办公能耗	倡导绿色办公
	生态保护	保护生物多样性
环保宣传	环保主题活动传递绿色理念	

六. 年度履责大事记

公司召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育动员部署会

2023年4月20日,公司召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育动员部署会,就深入学习贯彻习近平总书记在主题教育工作会议上的重要讲话精神,认真贯彻上海市委宣传部和上海文广集团主题教育会议精神以及有关部署要求,对公司主题教育进行全面动员和部署。



百视通、东方有线积极开展“双治理”强化电视公共服务属性

2023年,在国家广播电视总局、上海市广播电视局的指导下,公司旗下百视通和东方有线圆满完成了治理电视“套娃”收费和操作复杂工作第一阶段的全部任务,在IPTV、有线电视、互联网电视三个系统平台全力推进全面完成治理升级,上海IPTV和东方有线实现了开机看直播、增加免费内容供给、压减收费包、让用户明明白白消费,基本解决了老百姓“看电视难、看电视烦”的问题,进一步强化了电视大屏的公共服务属性,切实提升了人民群众看电视的满意度,推动广播电视和网络视听高质量发展。



《破晓东方》在京召开研讨会获得赞誉

重大革命题材电视剧《破晓东方》是国家广播电视总局“庆祝党的二十大——我们的新时代”展播重点项目，由中共上海市委宣传部直接命题并指导创作，陕西省委宣传部支持拍摄，中央广播电视总台、上海广播电视台、上海尚世影业有限公司出品。播出期间，该剧口碑、收视俱佳。2023年2月8日，由国家广播电视总局电视剧司、中共上海市委宣传部指导，中国电视艺术委员会主办，上海广播电视台承办的电视剧《破晓东方》研讨会在京举行。会上，《破晓东方》受到了各级领导以及现场专家学者的赞誉。



连续十二年入选“全国文化企业三十强”名单

2023年6月7日，第十五届“全国文化企业三十强”名单发布，公司连续第12年荣登榜单。

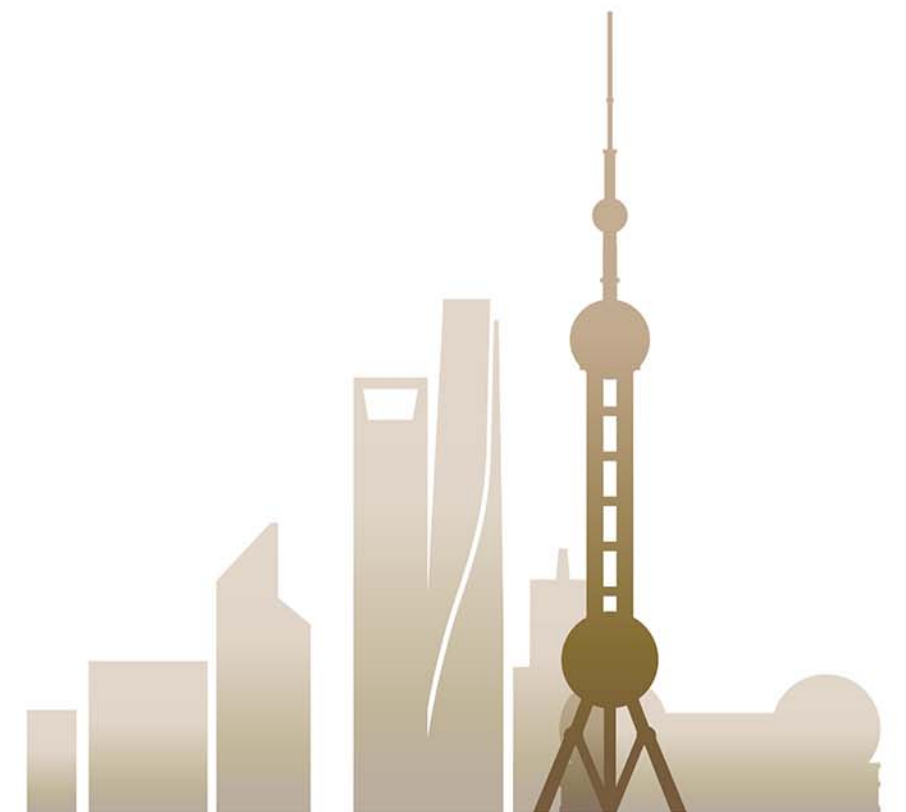


东方有线战略转型工作2023年取得阶段性进展

2023年是东方有线开启“有线+无线”融合发展新格局、启航“三年再造一个东方有线”战略目标落地实施的开局之年，全体员工围绕公司战略转型目标及年度经营目标，在持续推动用户规模增长的同时，强化全业务融合发展方向，实现了5G用户数超百万、固话语音试商用开通、5G教育数智专网产品向全市推广等工作的突破。

入选2023-2024年度全国维护青少年权益岗创建单位

2023年6月，公司入选2023-2024年度全国维护青少年权益岗创建单位，创建期2年。2023年12月，公司获颁“上海市社会工作者协会青少年社会工作专业委员会合作伙伴奖”。



2 第二章

优化治理、练好内功，努力实现高质量发展

年度绩效展示

经营绩效



治理绩效

2023年
 公司股东大会共召开**2次**会议
 筹备召开**6次**董事会会议、**4次**监事会会议

严格履行信息披露责任，年度共计发布公告**66条**

年度股东分红**1次**

董事会
办公室
全年
 接听及回复投资者来电**300余**次
 浏览、回复投资者邮件**200余封**

回复上证E互动平台提问**86个**

共接待投资者调研总次数**352次**，总人数**433人**

线上调研接待**314次**

线下调研接待**38次**

2023年度共举行2次业绩说明会，其中2023年6月召开的公司2022年度业绩说明会，回答投资者问题共50条；2023年11月召开的公司第三季度业绩说明会就公司2023年半年度业绩及三季度业绩情况，回答投资者问题共34条。

一. 党建引领



1. 旗帜鲜明讲政治，一丝不苟推进主题教育

突出思想先行，强化政治理论武装。2023年，公司制定主题教育实施方案和理论学习总体方案，组织主题教育读书班，安排领导干部参加集中学习；公司班子成员开展专题研讨，完成各类主题教育专题党课。指导督促各基层党组织开展主题教育相关学习活动600余次，通过联合主题党日、“行走的党课”等多种形式，激发党员学习热情。制定《领导班子调查研究工作实施方案》，结合公司三年行动计划和能力指标体系建设要求，以问题和效果为导向，开展专题调研。班子成员通过多种方式开展调研94次，举行26场座谈会，形成11份调研报告；16家直属单位形成74份调研报告。召开主题教育调研成果交流会，形成13项问题清单和《调研成果转化清单》。指导督促各基层党支部深化“一支部一实事”，结合重点工作以及本单位部门实际，办实事83项。

2023年5月，公司党委副书记、总裁刘晓峰以《担当作为加强能力建设推动东方明珠新媒体高质量发展》为主题，讲授专题党课。以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，结合读原著、学原文、悟原理的体会，围绕坚持问题导向、强化干部和青年骨干队伍建设、加强专业能力和专业精神培养等三个方面，联系公司经营管理工作实际，深入阐述在公司推进高质量发展的总体要求下，各级领导干部应具备的作风状态和能力素质。股份公司党政领导班子成员、总部职能中心负责人、直属党组织党政班子成员参加。



2. 将党的领导融入公司治理

公司严格贯彻落实《中国共产党国有企业基层组织工作条例（试行）》，坚持党委会研究讨论是董事会和经营管理层决策“三重一大”事项的前置程序。2023年，共安排召开党委会18次，讨论议题128个，研究“三重一大”事项74项，专题讨论党建工作25项，专项讨论意识形态领域问题2次。压实政治责任，公司强化各级党组织和党组织书记抓基层党建主体责任。签订《全面从严治党责任书》103份；全年召开直属党组织书记会议7期；坚持将党建考核纳入公司KPI考核体系，将权重计分调整为垂直考核计分，并结合全年党建工作重点明确17项考核细则。

3. 党风廉政建设



2023年，公司全面贯彻从严治党主体责任，着手推进对下属公司主要负责人的廉政谈话工作，围绕全年履行“一岗双责”情况，干部廉洁自律情况，落实政治监督和开展廉洁风险防控工作等情况，紧盯“关键少数”深入谈话引导，帮助筑牢廉政防线，督促各级公司领导干部自觉接受组织监督和群众监督，带头廉洁自律，带头落实好管党治党的政治责任。

所有领导班子成员签署《落实全面从严治党“一岗双责”责任书》，按照“一岗双责、齐抓共管”的要求，细化分解问题清单、项目清单，推动党风廉政建设与业务工作深度融合，相互促进。

全年公司组织各级纪检干部开展线上、线下思想学习、业务技能培训20余次，严格贯彻纪检监察干部队伍教育整顿各项工作部署；专项部署推进纪法规范学习向公司全员覆盖，纪律教育月期间，各级公司、党组织累计组织开展专题学习活动140余场，组织观看警示教育宣传片920余人次，组织参观警示教育基地190余人次，纪律教育月期间开展廉政谈话110余人次。

2023年下半年，在台集团纪检监察室牵头指导下，公司纪委落实开展对东方有线落实中央八项规定精神专项检查“回头看”，深入东方有线下属6家子公司进行实地检查，了解基层管理干部、员工的纪法意识、制度意识、廉洁意识情况，及时排查在落实中央八项规定精神中是否存在薄弱环节，对于暴露出的问题及时予以纠治整改，对于好的经验做法给予肯定和推荐学习。



二. 规范治理

1. 公司治理结构

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，同时形成了包括激励机制、监督与制衡机制的治理机制，构建了权责明确、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。

公司严格按照上市公司相关法律法规的要求，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，形成了权力机构、决策机构、监督机构和经营管理者之间的制衡机制。

关于控股股东与上市公司：

本公司控股股东行为规范，没有超越股东权限直接或间接干预本公司的决策及生产经营活动，没有损害本公司及其他股东利益。控股股东与本公司在人员、资产、财务、机构和业务等方面相互独立。本公司董事会、监事会及其他内部机构独立运作。截至2023年12月31日，公司前五大股东持股比例51.75%。

关于董事和董事会：

公司董事会严格按照《公司法》《公司章程》等相关规定规范运作，依法履行相关权利及义务。公司董事会由8名董事组成（含1名女性，占比12.5%），其中3名为独立董事，占比33.3%；符合相关法律法规的要求，董事会下设战略与投资委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会和内容编辑委员会，并制定了相应的实施细则。公司董事均能认真、诚信、勤勉地履行职责，对董事会和股东大会负责。第十届董事会由现任董事长（时任副董事长）宋炯明先生、副董事长刘晓峰先生、董事王磊卿先生、董事钟璟女士、董事黄凯先生、独立董事苏锡嘉先生、独立董事陈清洋先生、独立董事卫哲先生以及时任董事长沈军女士（现已离任）组成，公司董事会秘书为嵇绯绯女士。

关于董事长与总裁的职权：

根据公司章程规定，董事长行使下列职权：

- (一) 主持股东大会和召集、主持董事会会议。
- (二) 督促、检查董事会决议的执行。
- (三) 签署公司股票、公司债券及其他有价证券。
- (四) 签署董事会重要文件。
- (五) 在发生特大自然灾害等不可抗力的紧急情况下，对公司事务行使符合法律规定和公司利益的特别处置权，并在事后向公司董事会和股东大会报告。
- (六) 董事会授予的其他职权。

根据公司章程规定，总裁（总经理）对董事会负责，行使下列职权：

- (一) 主持公司的生产经营管理工作，组织实施董事会决议，并向董事会报告工作。
- (二) 组织实施公司年度经营计划和投资方案。
- (三) 拟订公司内部管理机构设置方案。
- (四) 拟订公司的基本管理制度。
- (五) 制定公司的具体规章。
- (六) 提请董事会聘任或者解聘公司高级副总裁、总编辑、总会计师、副总裁等其他高级管理人员。
- (七) 决定聘任或者解聘除应由董事会决定聘任或者解聘以外的负责管理人员。
- (八) 本章程或董事会授予的其他职权。

关于独立董事的相关介绍：

独立董事苏锡嘉，现任东方明珠新媒体股份有限公司独立董事，中欧国际工商学院荣誉退休教授，兼任中国金茂控股集团有限公司独立董事、欧普照明股份有限公司独立董事、惠生清洁能源科技集团股份有限公司独立董事。历任上海财经大学会计系讲师，香港城市大学会计学系助理教授、副教授，中欧国际工商学院会计学教授。苏锡嘉先生持有上海证券交易所独立董事资格证书。

独立董事陈清洋，现任东方明珠新媒体股份有限公司独立董事，中国传媒大学戏剧影视学院教授。历任中国电影资料馆馆员，国家无线电台管理局二级文学编辑，中国传媒大学副教授。陈清洋先生主要研究方向为网络视听研究、影视产业研究。陈清洋先生持有上海证券交易所独立董事资格证书。

独立董事卫哲，现任嘉御资本创始人兼董事长。2022年9月起任东方明珠新媒体股份有限公司独立董事。曾任东方证券投资银行部总经理，普华永道国际会计公司融资部经理，百安居（中国）首席财务官、首席执行官，阿里巴巴首席执行官。兼任香港电讯盈科非执行董事，中国连锁经营协会副会长。2010年，被《亚洲金融》杂志选为“中国最顶尖的首席执行官”之一。卫哲先生持有上海外国语大学国际商业管理学士学位，并于伦敦商学院完成企业融资课程。卫哲先生持有上海证券交易所独立董事资格证书。

关于监事和监事会：

公司监事会由3名监事组成（含1名女性，占比33.33%）。公司监事会的人数和人员构成符合相关法律、法规和《公司章程》的要求，公司监事能够认真履行自己的职责，本着为股东负责的态度，对公司财务和公司董事及高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督。

关于公司高级管理人员聘任、绩效考核和激励制度：

2023年，公司高级管理人员数量为10人，其中女性为2人，占比20%。本公司积极建立高级管理人员的绩效评价标准和程序，并根据实施情况适时予以相应的修订、完善。同时，持续完善高级管理人员及关键人员的激励机制，促进公司长期稳定发展。

2. 多元化管治

公司董事会下设战略与投资委员会、薪酬与绩效考核委员会、审计委员会和内容编辑委员会。

委员会名称	职责	2023年度履责情况
战略与投资委员会	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定公司发展战略 2. 监督、核实公司重大投资决策 3. 董事会授权的其他事宜 	年度召开3次会议
薪酬与考核委员会	<ol style="list-style-type: none"> 1. 研究董事与高级管理人员考核的标准, 进行考核并向董事会提出建议 2. 对公司薪酬制度的执行情况进行监督 3. 董事会授权的其他职责 	年度召开3次会议
审计委员会	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提议聘请或更换外部审计机构, 审核外部审计机构的审计费用及聘用条款 2. 聘请或更换外部审计机构的议案须由审计委员会形成审议意见并向董事会提出建议后, 董事会方可审议相关议案 3. 监督及评估外部审计机构工作 4. 指导、监督公司的内部审计制度及其实施 5. 协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通 6. 审核公司的财务信息及其披露并对公司的财务报告发表意见, 根据需要对重大关联交易进行审核 7. 评估内部控制的有效性, 审查公司及各子公司、分公司的内控制度的科学性、合理性、有效性以及执行情况, 并对违规责任人进行追究提出建议 8. 对内部审计人员尽责情况及工作考核提出意见 9. 公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项 	年度召开4次会议

3. 三会召开情况

2023年, 东方明珠新媒体股份有限公司股东大会共召开2次会议, 筹备召开6次董事会会议、4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。



4. 严格履行信息披露责任

公司严格按照证监会《上市公司信息披露管理办法》以及相关法律法规履行上市公司披露信息义务, 并建立了内部信息披露体系, 制定了《信息披露事务管理制度》《信息披露暂缓与豁免业务管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《外部信息使用人管理制度》和《内部信息报告管理制度》等内部管理机制, 确保信息披露的及时、公平、真实、准确和完整。公司将ESG信息披露纳入信息披露体系, 传递公司ESG价值。2023年全年, 公司共发布66条公告及上网文件, 真实、准确、完整、及时地进行信息披露, 充分保障投资者的知情权。2023年, 公司年度环境、社会和治理(ESG)报告进一步提升信息披露的全面性和透明度, 这也是公司连续第八年进行年度ESG信息披露。

董事会定期对公司信息披露管理制度的实施情况进行自查, 并优化改进信息披露, 独立董事和监事会负责对信息披露事务管理制度的实施情况进行监督并根据需要要求董事会对制度予以修订。

公司高度重视内控制度的建设, 依据相关法律法规, 结合公司现有习惯和流程, 将“三会”治理与公司制度流程制订做了有效衔接。公司内部控制制度渗透到了决策、执行、监督、反馈等各个环节, 并将根据法律法规的变动和经营发展实际情况, 适时修订各项内部管理制度, 确保各项业务在风险可控的前提下健康发展。报告期内, 公司根据《上市公司独立董事管理办法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等中国证监会、上海证券交易所最新颁布的相关规定, 结合公司实际情况, 开展了《东方明珠新媒体股份有限公司股东大会议事规则》《东方明珠新媒体股份有限公司董事会议事规则》《东方明珠新媒体股份有限公司独立董事工作制度》《东方明珠新媒体股份有限公司审计委员会议事规则》《东方明珠新媒体股份有限公司薪酬与考核委员会议事规则》5项制度的修订工作。上述制度于2024年3月18日经公司第十届董事会第十次(临时)会议审议通过。其中《东方明珠新媒体股份有限公司股东大会议事规则》《东方明珠新媒体股份有限公司董事会议事规则》《东方明珠新媒体股份有限公司独立董事工作制度》经公司于2024年4月3日召开的2024年第一次临时股东大会审议通过。

公司已按照《企业内部控制基本规范》及相关法律法规要求, 对本公司截至2023年12月31日的内部控制设计与运行的有效性进行了自我评价。

5. 重视投资者关系管理

投资者关系管理是公司维护和提升价值的重要手段之一。公司积极推动并完善公司关于投资者关系管理的各项制度，并通过接待调研、举办业绩说明会等多种形式在合规合法的情况下丰富与投资者的沟通方式，满足不同维度投资者的沟通需求，努力营造多渠道、交互性、专业化的对话氛围，得到了投资者的充分肯定。

公司和机构投资者、中小投资者通过不同渠道保持着良好的沟通。2023年，公司召开2场业绩说明会。为了与投资者更高效的沟通，董事会办公室精心策划、组织，根据投资者在上证E互动平台提出的问题，会同相关部门确定回复口径并汇总形成Q&A，并组织公司管理层参与回复，面对投资者的提问，公司管理层在合规的前提下坦诚、真实回答投资者提问，有效传递了公司高质量发展的内涵和举措，注重投资者意见，倾听投资者声音。公司和机构投资者、中小投资者通过不同渠道保持着良好的沟通。

董事会办公室通过投资者热线、上证E互动，投资者邮箱及时回复中小投资者的各类问题，从而增强中小股东的参与感和获得感，全方位、多角度地向投资者、资本市场传递公司信息，正面引导投资者判定公司价值，增强投资信心。

2023年公司投资者交流与沟通情况

- 董事会办公室全年接听及回复投资者来电**300余次**
- 浏览、回复投资者邮件**200余封**
- 回复上证E互动平台提问**86个**
- 共接待投资者调研总次数**352次**，总人数**433人**
- 线上调研接待**314次**，线下调研接待**38次**
- 2022年度业绩说明会：回答投资者问题**50条**
- 2023年第三季度业绩说明会(含公司2023年半年度业绩)：回答投资者问题**34条**

6. 投资者回报

公司兼顾投资者即期利益和长远利益，实施与公司经营业绩及未来发展相匹配的持续且稳定的利润分配政策，在实现自身长期可持续发展的同时，使投资者与公司共享企业价值。公司拟以截至2023年12月31日的总股本3,414,500,201股，扣除公司回购专用账户中的股份52,600,384股后的3,361,899,817股为基数，按照每10股派发现金分红1.80元(含税)，共计派发605,141,967.06元(含税)。根据前述分配方案，公司拟现金分红金额占公司2023年度归属于母公司股东的净利润比例为100.54%。

三. 合规经营

1. 合规管理体系与机制

公司坚持合规经营，已经构建了内部控制规范体系。公司高度重视内控制度的建设，依据相关法律法规，结合公司现有习惯和流程，将“三会”治理与公司制度流程制订做了有效衔接。公司内部控制制度渗透到了决策、执行、监督、反馈等各个环节，并将根据法律法规的变动和经营发展实际情况，适时修订各项内部管理制度，确保各项业务在风险可控的前提下健康发展。公司已按照《企业内部控制基本规范》及相关法律法规要求，对本公司截至2023年12月31日的内部控制设计与运行的有效性进行了自我评价。

公司对子公司的管理制度包括《对外投资决策管理制度》《投后管理办法》《内部信息报告管理制度》《法律事务综合管理制度》《合同管理制度》等。公司要求各子公司指定信息披露联络员与内控对接人，与公司董事会办公室联络和协调相关信息披露事务、内部控制事务，建立有序高效的信息披露及内部控制工作机制。公司要求各子公司指定法务联络员，与公司进行法律事务的对接与传达。下属公司法务工作中如出现重大、突发事件，会及时填写上报表单，并由其法务联络员上报公司。公司及时了解子公司重大事项情况，必要时介入协同进行风险管控；子公司“重大合同”应上报公司审批通过后方可签署。公司通过对子公司重大合同的事先审批有效进行风险管控。

每年公司会根据企业管理要求，开展对各直属管理公司/子公司的全面预算及经营计划管理、考核管理等工作，并对月度经营分析、年度考核、三年行动计划、重大项目上报等均有规定。公司通过建立财务负责人委派制度，对重要子公司进行财务负责人委派，落实日常财务监管职责，同时，按计划分批搭建财务共享服务平台，对纳入财务共享的子公司日常财务工作进行集中处理与监控，从系统上保证财务监控的实时性。

2. 客户隐私保护和机制

公司高度重视网络安全和数据安全的重要性，并始终将保障用户信息安全放在首位。2023年，公司制定了《数据安全管理办法(试行)》《信息与网络技术供应链安全管理办法(试行)》、修订了《网络安全管理办法》，并督办不同行业领域的子分公司积极修订完善适配本行业规范的制度流程。

新修订的《网络安全管理办法》，前瞻性综合考虑当前网络环境中的新威胁和挑战，强调对网络攻击的实时响应能力，并通过不断更新技术和流程来保持网络防御的有效性。公司下属公司涉及重大基础设施，公司高度重视其安全体系建设，构建完善的管理架构，整合力量指导和协助相关工作。2023年，公司组织多轮专项检查，健全制度体系、排查系统隐患、督促漏洞修复、协同应急预案修订、组织培训和演练，以确保关键信息基础设施安全保护和监督管理工作的全面落实。

依据新制定的《信息与网络技术供应链安全管理办法(试行)》，公司以明确的管理措施，对信息与网络技术供应链进行全面审查，确保从信息与网络技术供应商到最终产品的每个环节都符合公司的安全标准，防范潜在的供应链安全事件，有效控制信息与网络技术供应链带来的风险，为公司和合作伙伴提供了安全可靠的合作环境。

公司坚持用户隐私保护，尊重每一位用户的个人信息，并采取严格的安全措施来保护其不被泄露或滥用。为了

确保用户的隐私安全和数据安全，2023年，公司新制定《数据安全管理办法（试行）》，积极落实数据保护责任，不断优化和完善数据保护机制，加强技术研发，提升技术防护能力，加强管理意识与团队建设，全面提高用户数据的安全性和保密性。同时，我们也积极响应用户反馈和需求，持续改进产品和服务，为用户提供更加优质、便捷、安全的体验。

2023年，公司召开网络安全大会，强化公司网络安全管理，进一步提升各单位网络安全意识。会议邀请国家广播电视总局五五三台相关负责人分享历年网络安全事件案例，并对网络安全标准体系和等保测评实施过程进行介绍。公司下属云计算中心也积极开展网络安全攻防演练，综合运用人防、技防等多种手段开展实时监测，通过优化系统配置、规范操作流程、强化监测预警等全面提高应对处置能力。



3. 践行商业道德

公司高度重视商业道德管理，建立了完整有效的内部风险管理体系，制订了覆盖各业务流程的内部控制制度和内部审计程序，实现对反贪腐反贿赂、举报投诉等商业道德事宜的有效监督，避免各种不正当、违法违规以及舞弊行为的产生，有效防范和控制公司的内部风险。

公司风险控制中心下设内审部，负责公司内部审计工作。内审部根据公司经济责任审计制度、专项审计制度、财务审计制度等相关审计制度，结合年度审计工作计划、公司发展、管理需要，独立开展经济责任审计、专项审计工作，并将审计结果及时向公司管理层汇报。针对审计过程中发现的审计问题，开具审计整改通知，要求被审计公司开展整改工作。

公司纪委坚持提升规范履责的能力和要 求，持续强化制度建设和制度落实刚性要求。一是结合公司纪检工作实际，和台集团纪检干部培训要求的工作规范，优化完善纪委监督执纪工作流程和工作文书模板，在2023年年初完成了近50份模板的梳理，并在全年具体工作中实施运用，确保依纪依规受理、查办各类举报案件；二是制定实施《廉政档案管理办法》和《纪委关于建立健全领导干部谈话制度的实施办法》，提升监督举措制度化，涉及公司管理的近百名领导干部、近30名纪检干部的廉政档案已逐步推进建档和完善；三是完善违纪违法典型案例通报机制，层层落实警示教育，通过召开会议、办公OA等途径，向各级领导干部落实警示通报。

公司坚决反对商业贿赂和行业垄断，以建设公平、公正和公开的市场竞争环境为原则，积极参与保护市场公平竞争，促进行业健康发展。在日常工作中，公司不断加强反商业贿赂的法律法规教育，在公司内部树立正气，坚决抵制歪风邪气，筑牢员工的思想道德防线。

4. 内外双重监督体系和机制

4.1 内部监管机制

公司坚持合规经营，已经构建了内部控制规范体系。公司高度重视内控制度的建设，依据相关法律法规，结合公司现有习惯和流程，将“三会”治理与公司制度流程制订做了有效衔接。内部控制职能由董事会办公室负责，包括定期协调对公司业务流程运行合规和存在风险进行跟踪、评估和分析，提出流程优化建设和风险应对措施；加强内部控制与合规文化建设等。公司内部控制制度渗透到了决策、执行、监督、反馈等各个环节，并将根据法律法规的变动和经营发展实际情况，适时修订各项内部管理制度，确保各项业务在风险可控的前提下健康发展。公司已按照《企业内部控制基本规范》及相关法律法规要求，对本公司截至2023年12月31日的内部控制设计与运行的有效性进行了自我评价。

针对经营活动中面临的流动性风险、市场风险、信用风险、操作风险、合规风险、信息技术风险、声誉风险等风险，公司进行准确识别、审慎评估、动态监控、及时应对和处置，并通过考核、检查、稽核等手段，不断强化对各类风险的事前风险把控、履行风险把控和诉讼风险把控。

公司还建立了内部监察机制，有效打击贪腐舞弊行为，营造诚实规范的经营环境，依据有关法律法规制定了举报、投诉等相关制度，受理来自员工、客户、供应商等各方的投诉、举报，并对举报信息受理、登记、保管、调查等各个环节进行流程性规范，并对举报、投诉者的信息严格保密。

4.2 接受市场监督

公司始终保持公开自律的态度，多维度接受市场监督，坚持透明化办公，以加强与市场、媒体及投资者的沟通，保持对公司的经营状态及社会活动保持动态连续的了解。公司指定了法定信息披露媒体4家，以加强与媒体的沟通与市场监督。在2023年度，公司举办了两次业绩说明会，邀请各类机构投资者、中小投资者等参会，通过与各类群体进行沟通交流，公司就战略规划、业务开展等经营动态合规合法地进行信息传递，以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，体现了公司的透明度和公开自律的态度，有助于提高公司的声誉和形象，同时也有助于提高投资者对公司的信任和信心。这种透明化和公开化的做法还有助于增强市场的有效性，使得市场能够更加准确地反映公司的真实价值，促进资本市场的健康发展。



四. 创新发展

2023年度科研投入情况

研发投入总额：**190,181,357.71元**
研发投入总额占营业收入比例：**2.39%**
研发人员：**518人**

2023年度新增专利申请情况

东方明珠新媒体及旗下子公司新增专利申请数：**16项**

2023年度新增专利授权情况

东方明珠新媒体及旗下子公司新增专利授权数：**14项**

为提升文化产业新质生产力、助力行业高质量发展，公司制定了《创新引导资金管理办法》，为下属公司符合要求的创新项目提供资金扶持，建立创新项目的后评估与奖励机制，激发员工的技术创新热情。在此基础上，2023年度已开展两批次的创新项目申报、评审及立项全流程工作，共收到超过30项申报意向，最终4个技术项目与7个研究课题进入资金支持项目名单，入选项目分别代表了推荐算法、多模态大模型应用、文旅数智化等公司技术创新的演进方向。公司修订了《技术类知识产权奖励办法》，强化了知识产权成果转化的要求，持续在人机交互、内容分发、智能终端、集成播控、版权、内容管理、智能推荐、广告投放等方面进行专利开发。2023年，公司总部新增3项发明专利授权和1项软件著作权，下属公司共新增11项发明专利授权和31项软件著作权。

2023年10月，公司申报“2023年度徐汇区企业技术中心认定企业”成功，后续公司将以此为契机，加大研发投入和技术创新力度，提升产品和服务的核心竞争力。同时，公司也将积极与人工智能头部企业及科研院所开展技术交流合作，围绕生成式人工智能关键技术与企业落地场景，打造产学研合作典范，共同推动行业技术进步和创新生态建设，为公司的持续发展注入新的动力。

1. 产品创新

“元”动明珠 首个“航天+元宇宙”线下沉浸体验场馆



东方明珠塔的“元”动明珠项目，是上海文旅元宇宙的新入口，标志着科技与旅游的创新融合。该项目通过与上海航天的紧密合作，以航天科普为基础，结合融入元宇宙的科幻畅想，打造全国首个“航天+元宇宙”的线下沉浸体验场馆，同时也是上海航天授权的上海航天科普教育基地。项目中的无限境95米高空奇境VR过山车，通过科技与视觉的完美结合，为游客展现了一个充满新奇、特别和优质体验的未来世界，覆盖城市、海洋和宇宙等多个维度。

此外，“元”动明珠融入了多项先进技术，如主宣传屏幕、虚拟人创作区及太空舱基因墙等，不仅增强了游客的互动体验，还让游客有机会创造并下载自己的虚拟人形象NFT，进一步丰富了元宇宙的内容和形态。更高层次的体验，如通过VR设备探索2072年的上海，以及在“元宇宙时空裂缝”中与平行世界的自己相遇，都让游客深刻体验到了科幻与现实的交融。作为上海2023年首批公布的五个元宇宙应用场景之一，“元”动明珠不仅展示了东方明珠在科技旅游领域的前沿探索，也为上海乃至全国的航天科普教育和元宇宙探索提供了重要平台。



无障碍视听



公司开启无障碍电影线上服务，为视、听障人群带来更好、更便捷的视听体验。2023年，旗下百视通推出全新升级后的“百视通无障碍视听服务”，致力于为视听障家庭提供高品质、可靠的电视产品及服务。百视通以数字化和人工智能技术为无障碍视听服务赋能，全面提升无障碍视听的内容类型、数量和质量，提升整体技术水平以及服务覆盖范围，用丰富的内容储备和先进的技术方

案，为视障、听障人士打造了一条“悬浮”在电视屏幕上的“数字盲道”，打开一个有“声”有“色”的精彩世界。该项目目前已100%覆盖上海地区的未成年残障学生群体，并通过上海IPTV电视平台惠及全上海有视听障碍人士的家庭用户。电视端的无障碍视听服务平台，包括但不限于专属机顶盒、无障碍视听内容专区或应用等。

“云电竞”产品

公司着力打造优秀媒体融合创新产品。旗下百视通推出“云电竞”项目，凭借在大屏赛道上对电竞行业头部资源的整合运营和线上线下媒体融合创新玩法，携手腾竞体育、网易游戏、完美世界等电竞业内头部企业，在主流平台全年播出10余项、共1500余场国内外顶级电竞赛事。落地全国19个省份、28个运营商平台，服务全国超过1.2亿家庭用户，致力于打造成为大屏端第一电竞门户。



2. 服务创新

“大屏+小屏”“线上+线下”服务“乡村振兴战略”

2023年，公司旗下文化消费业务板块以国家全面推进乡村振兴战略为引领，凭借独有的广电及供应链资源优势，通过全媒体平台矩阵全面铺开“农文旅”宣传触角，先后与江苏泗阳、福建宁德、福建三明、新疆伊犁、贵州、四川甘孜、青海果洛、江苏宿迁、云南楚雄等地乡村振兴局、农业农村局、文旅局及相关企业



共同开展乡村振兴合作项目，形成“大屏+小屏”“线上+线下”联动整合营销模式，进一步助力各地特色好物走进上海乃至长三角千家万户，推动乡村农文旅特色产业、农村一二三产业融合及乡村电商人才培养，做大了媒体+零售、线上+线下的融合价值增量，打造了广电人独有的“广电媒体+农文旅+零售”的乡村振兴创新样板。

东方有线发布“5G教育数智专网”

东方有线“5G教育数智专网”在2023年上海世界移动通信大会(MWC)上正式发布，标志着中国广电首个省级5G数智专网在教育领域成功落地。作为全国第一张面向K12教育的数智专网，“5G教育数智专网”以其快



捷高效、绿色安全的特性实现学校和家庭教育的全业务、全流程教学数字化场景覆盖，赋能上海教育数字化转型。“5G教育数智专网”的推出，可以极大丰富应用场景，借助大小屏联动，打造高效家校互动场景；另一方面，数智专网与上海微校资源互访，打通权威教学资源，联通省级教育数字基座，提供权威、可靠的鉴权保障；通过5G独有的ULCL分流技术，还能将专网数据进行安全隔离，确保教学数据及信息安全。

深耕服务拓展市场 广电制作创新推出“设计服务产品化”模式

公司文化消费业务板块充分发挥一体化视觉设计平台专业设计服务能力，创新推出“设计服务产品化”模式，将无形服务打造成为具有标准化、可量化、可重复性的具象产品。公司充分利用媒体视觉场景创意、数字设计策划能力，跨越传统室内设计公司的短板，用新思维、新概念、新视觉创新打造市场展示空间；拥抱新技术，以专业能力打造重要标杆性项目，完成非标舞台制作上的工艺革新；紧跟新业态，传统会议范式的不断破圈，让传统会议更加凸显层次感和艺术性；根据客户的不同需求，“设计服务产品化”快速匹配专项团队，打造市场演艺空间多维“样板间”。



3. 智慧运营

媒体内容AI分析平台

应用技术	人脸识别、文字识别(OCR)、语音识别(ASR)、图像识别等人工智能技术。
作用	内容管理平台引入AI技术，提升管理效率、弥补人工审核的不足，将大量非结构化的视频、图片、音频内容通过AI技术实现内容标签的智能提取和结构化，挖掘内容的价值。结构化标签可辅助内容审核，识别有害信息，同时用于翻库回溯审查，提高内容安全性。
应用成效	系统实现450小时/日的媒体内容AI分析处理能力。累积敏感人物数据3000以上，人物库数据4万+，并累积结构化视频1万小时，系统处理效率达到1:5（即1小时节目，12分钟内处理完成）。

4. 知识产权保护

公司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。

公司对内建立了知识产权保密制度，明确员工保密、竞业限制、保密奖惩及归档管理等内容，并加强员工知识产权教育培训，对相关专利和技术及时申报知识产权；对外公司充分尊重客户、供应商和合作伙伴等利益方的商标权、专利权、著作权等合法权益，保护其商业机密，致力于推动行业知识产权保护。

五. 数据治理

1. 数据基础平台建设

公司自2020年起,积极布局大数据平台,致力于整合和资产化数据资源。截至目前,公司已累积近PB级的数据资产,成功汇聚了旗下文化消费、智慧广电等四大核心业务单位的数据资源。在数据基础设施建设方面,公司针对视频、电商、文旅等关键领域完成了数据仓库的建设,确保了数据处理的高效性与准确性。目前,大数据平台每日运行任务超过2000个,处理数据量超过20亿条,显著提升了数据处理能力和业务响应速度。其中,视频域数据覆盖全国77个平台,采用湖仓一体化架构,统一建模和入仓,具备用户行为实时查询、订阅、处理能力,通过运营仪表盘呈现全国业务实况,日均数据处理量超过2TB。

2. 数据汇聚互通

公司始终致力于提高生产系统数据的汇聚和互通效率,以推动企业数字化转型。通过财务共享中心项目的推广应用,公司已实现了全面的数据汇聚,涵盖了财务、生产、销售等多个方面。这不仅提高了数据的覆盖度、完整性,还保证了数据的准确性和质量,从而实现企业内部数据的实时互通。企业各部门能够在决策过程中依赖于及时可用的数据,从而提高了整体运营的效率。

2023年,公司在数据驱动的业务创新方面也取得显著进展。对内,实现了多家业务单位之间的数据交叉赋能,增强了业务之间的协同效应,提升了运营效率和客户体验。对外,公司为上海市教委“空中课堂”项目提供了数据分析服务,通过大数据技术支撑教育领域的数字化转型,为社会教育资源的均衡化和教育质量的提升做出了贡献。



3. 数据治理体系

公司深知数据资产在现代企业中的核心作用,因此致力于建立和完善数据资产管理框架,并由顶层设计确保了数据资产从生产到治理再到业务赋能的完整闭环,不仅提高了数据的使用效率,也加强了企业的整体竞争力。

为了规范数据管理工作,明确管理职责,并推动数据赋能业务的高质量发展,公司依据《数据管理办法(试行)》,新制定《数据管理制度(试行)》,详细阐述了总部数据管理的范围、数据分级分类管理、数据质量管理、数据安全管理和数据分享机制等关键实施细则,确保了数据资产的有效管理和利用。

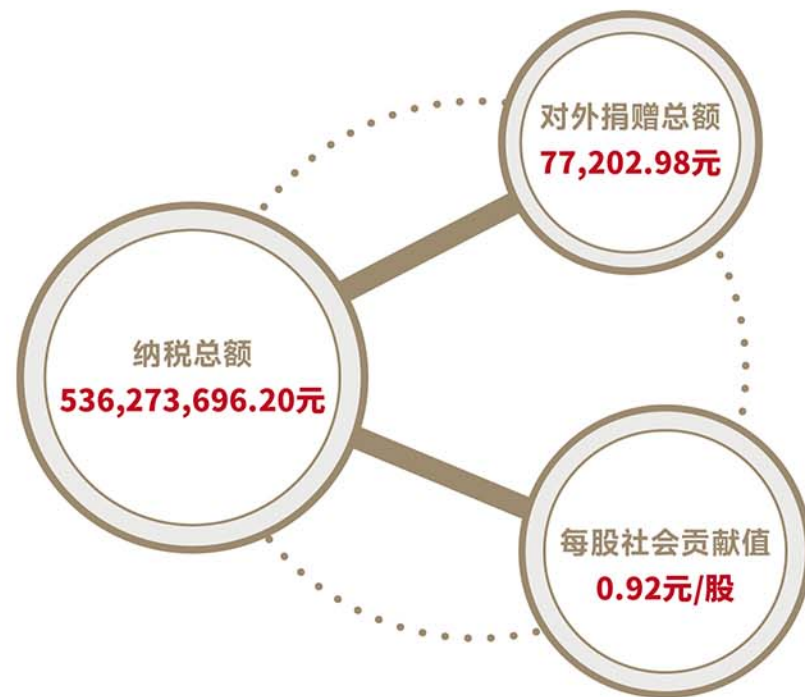
公司还专门搭建了数据统一门户平台,该平台集成了数据可视化分析、数据治理等功能,为内外部用户提供了一站式的数据服务。在数据可视化分析方面,平台支持多端可视化展示,极大地提高了数据的可达性和易用性。在数据治理方面,平台提供了数据资产管理和数据质量监控的能力,确保了数据的准确性和可靠性。

公司的数据管理策略和平台建设,不仅符合长远发展战略,更是企业对ESG(环境、社会和公司治理)承诺的具体实践。公司将持续努力通过高效的数据资产管理工作,为股东和社会创造更大的价值。

3 第三章

内外并举、践行责任，多维展现国企担当

年度关键绩效展示



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。

一. 雇主责任

东方明珠坚持以人为本，与员工共同发展。公司坚持平等雇佣，通过优质的待遇吸引人才，并为人才创造良好的发展平台，通过员工帮扶、员工关爱打造温暖的大家庭，成为员工心中的优质雇主。2023年，新进员工雇用率为6.2%，较去年有所上升。

2021-2023用工整体情况

年份	总人数	全职员工总数	员工流失率	劳动合同签订比率
2021	6984	6984	8.60%	100%
2022	6830	6830	3.72%	100%
2023	6477	6477	9.89%	100%

1. 平等雇佣

“平等雇佣”是公司的用人理念。公司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。2023年，公司新进员工399人。截至2023年底，共有全职员工6477人，其中少数民族员工105人，残疾员工19人。

杜绝年龄歧视

公司杜绝年龄歧视，在吸引优秀年轻人才的同时，也为35+年龄的人才提供就业机会。

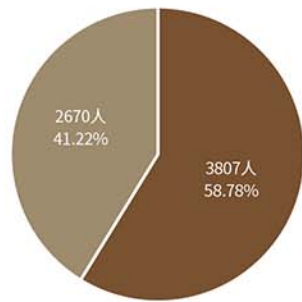
东方明珠2021年-2023年全职员工平均年龄构成

年份	总人数	平均年龄
2021	6984	38.45
2022	6830	38.88
2023	6477	39.38

男女平等雇佣原则

2023年，公司女性员工占比为41.22%，男性员工占比为58.78%，男女比例较均衡；管理层中女性占比为20%，较去年上升3个百分点。

2023年员工性别结构

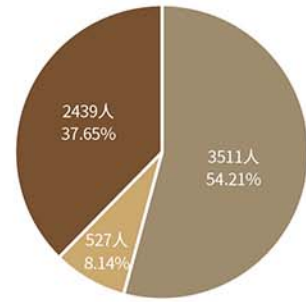


■ 女性雇员人数 ■ 男性雇员人数

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。2023年，本科学历员工人数占比达54.21%，硕士及以上学历员工人数占比为8.14%。

2023年员工学历结构



■ 高中及其他学历 ■ 本科学历 ■ 硕士及以上学历

2. 员工保障

2.1 员工民主管理

2023年度，公司工会员工覆盖率保持为100%。2023年2月20日，东方明珠新媒体股份有限公司第二届职工代表大会第五次会议成功召开，会议听取了《东方明珠新媒体股份有限公司工作报告》，审议通过了《东方明珠新媒体股份有限公司帮困互助金管理章程(2023年修订)》和《“OPG工匠”培养选树管理办法(试行)》2个事关职工利益的文件，为广大干部职工了解公司主要工作、未来重点任务以及维护职工权益，发挥了应有的作用。

2.2 薪酬与福利保障

公司建立了完善的薪酬和福利保障制度，并由专门委员会监督执行，进行考核。2023年，公司正式员工合同签订率为100%。公司工会全面保障员工薪酬和法律规定的保险与福利，员工依法享有育儿假、年假和节日福利等。同时，公司为困难员工家庭提供帮扶。

2.3 员工满意度

为了倾听员工心声，洞察组织管理中需要调整优化的部分，提供更好的职场环境和优化工作氛围，提升人力资源服务工作，公司于2023年内以线上问卷、线下座谈会等形式开展员工满意度调查，调查具体范围涉及薪酬福利政策、职业发展、女职工满意度、党建、工会、行政、后勤、工作环境等多个方面。调研结果显示，员工对公司综合满意度良好，体现出较高水平的企业幸福感。

3. 员工健康与安全

3.1 员工身心健康管理

为关怀员工身心健康、保障员工福利，公司每年组织员工体检，员工覆盖率达100%。公司同时为全体在职员工购买补充医疗保险，2023年商业补充医疗保险保费合计超过1300万元。

公司对员工的心理健康也十分关注，坚持营造良好的工作环境，通过对员工生活的持续关怀，保障员工舒心工作。2023年，公司工会注重员工心理健康，组织了多场员工心理健康讲座。



公司每年组织职工进行疗休养，2023年工会共计组织10批次职工进行疗休养，惠及317名职工。

3.2 安全运营与保障措施

2023年，公司以“体系建设、制度梳理、隐患整改”为主线，以“重要节点、重要时期、重要项目、重要设备”为抓手，精心组织、周密部署，2023年全年未发生安全生产责任事故，安全形势总体稳定可控。

建立健全安全责任体系及网格化管理：

2023年初，公司与各级责任主体签订《2023年安全生产责任书》，与各维保单位、协作单位签订《安全生产协议书》，做到安全责任“横向到边、纵向到底”。严格落实各项安全生产工作要求，认真贯彻上级单位就消防、用电、施工、反恐等安全生产专项工作下发的通知及工作要求，结合工作实际，配套细化、分级提示并及时下发。建立健全安全责任体系及管理网络，全面加强责任体系建设，压紧压实各方责任，形成人人有责、层层负责、各尽其责的责任链条。强化制度建设，夯实管理基础，制定了《综合应急预案》《防汛防汛应急演练方案》等。

采用多种方式进行培训，包括集中培训、劳动竞赛、现场演练等：

培训内容涵盖了安全生产法规、安全知识、职业卫生、应急救援等方面，开展了包括SMG安全生产取证培训、火眼金睛安全生产大赛、项目现场深入调研、反恐专项演练等活动。通过培训，员工的安全意识和技能同时得到了提高。

严格落实自查自纠、狠抓隐患排查治理：

公司领导班子亲自带队，于各重要节点，紧紧围绕消除隐患、维护内部安全稳定为主线，分别前往施工工地、重要机房、文旅板块等重要领域，深入基层一线开展节前安全检查，消除隐患；同时，要求各单位以设施设备安全为主要内容开展自查自纠工作，年检覆盖率100%。

公司全年安全生产管理工作获得了上级单位及属地公安、消防等单位的肯定，荣获了反恐、消防、治安等多个方面的先进集体或个人等荣誉。

领导视察



安全培训



相关荣誉



2023年内，员工工伤数量18人，工伤比例0.28%，停职留薪工作日数为508天。公司员工工伤参保率为100%。公司旗下百视通已于2016年通过ISO45001职业健康安全管理体系认证，证书有效期至2025年9月18日。

3.3 职业健康安全管理措施

公司旗下各子公司根据业务实际，依据《中华人民共和国职业病防治法》和《职业病危害项目申报管理办法》等有关法律、法规规定，制定了相关自有职业健康安全管理措施，为员工安全健康舒心工作提供无忧保障，包括：

移动电视制定《职业健康安全管理措施》，确定了本单位的职业危害因素监测重点，对职业危害因素进行分析；对危险源分析原因，提出整改方案，监督整改。负责职业病危害项目预防工作。

东方购物制定冷库岗位职业病及劳动保障实施方案，建立《冷库岗位职业病及劳动保障实施方案》等制度，聘请上海联合减灾与应急管理促进中心专业老师对相关岗位员工组织《职业健康防护》专项培训；并设立低温作业专项津贴，根据国家规定对工伤事故进行妥善处理、对极端天气下进行户外作业的员工给予津贴。

广电制作制定了《职业健康安全管理措施》，为预防、控制和消除公司职业危害，预防职业病，保护全体员工的身体健康及其相关权益。

4. 员工发展

4.1 员工激励及晋升政策

公司致力于为员工打造畅通的晋升渠道，按照岗位划分设置不同的职级晋升体系，综合考量员工的工作态度、工作表现、资历经验、业绩情况等，对员工的工作绩效和职业发展予以考核评估，对优秀员工予以表彰、晋升。2023年，公司接受年度绩效考核的员工占员工总数的100%。

4.2 员工培训与发展

为了更好地支持公司战略发展，培养培育优秀关键人才，并在组织内营造浓厚的学习氛围，公司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)，开展企业文化传播，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)，针对青年人才进行分阶段，设计针对性的项目制学习；针对新进新人开展“助跑新人”职业化培训，针对技术开发关键岗位设计开展“技术系列培训”，针对内容生产岗位设计开展“明珠娱乐家”，针对职能岗位开展专项提升培训，切实提升业务和技术能力；“G”代表“通用能力”(General Skills)，开展“图书馆”“明珠讲坛”等品牌活动，在全公司范围内为员工提供丰富的学习及自我发展资源选择。



5. 员工关爱

5.1 员工服务

公司工会秉承为员工办实事、办好事的理念，聆听员工需求，真诚为员工服务，用心解决员工“急难愁盼”问题，让广大职工切实感受到公司大家庭的温暖。

关怀慰问

公司对员工给予持续性的关怀和慰问。2023年春节期间、开工首日、五一假期、国庆中秋双节等重要节点，公司领导均走访慰问一线值班值守干部和员工，对员工的辛勤付出表示感谢。2023年内，多次开展公司主要领导与青年员工座谈交流会，围绕公司业务发展、青年成长成才等话题交流思考感悟，助力青年员工与企业共同成长。



技能服务

2023年,公司工会新开办5个SMG职工学堂教学点,紧紧围绕公司业务,为员工提供岗位技能培训,提升职工技能水平;组织开展了2场“五比五争当”劳动竞赛活动,“火眼金睛”安播内容大赛和“火眼金睛”安全生产大赛;指导东方有线、东方绿舟、东方明珠塔、国会中心等单位举办岗位技能大赛,东方有线开展了五大板块的劳动竞赛,整体劳动竞赛参与人数近2000人次。



特别关爱

公司为方便孕期和哺乳期女职工,共建设了10个“爱心妈咪小屋”,其中五星“爱心妈咪小屋”2个、四星“爱心妈咪小屋”5个、三星“爱心妈咪小屋”2个。为提高员工身体素质,公司共建立了4个职工健身房,同时公司每周在园区开设职工瑜伽班,聘请教练指导员工锻炼;每周在园区外租赁羽毛球场地和篮球场地供员工开展活动。



5.2 员工活动

2023年度,公司工会继续发挥阵地优势,最大限度满足职工精神文化需求。

春节前员工送祝“福”活动



迎春职工书画展活动

在东方明珠总部、东方购物、凯旋中心和东方有线四地分别举行迎春职工书画展活动,共收集到职工书画作品147件,为员工提供展现才艺的舞台。



第六届OPG职工运动会

各子公司组成12支运动队,近500名职工参加。



组织参加SMG全运会

公司工会牵头组织了9支运动队参加SMG全运会，2023年火力全开，拿下了全部比赛项目的冠军。



第七届职工扑克比赛、第二届职工桌球比赛、第五届职工卡丁车比赛

通过活动增进职工交流，培养职工兴趣爱好。



5.3 员工帮扶

为帮助困难员工，公司每年组织“爱心一日捐”活动，所属各子公司积极响应，员工踊跃参与。2023年，“爱心一日捐”活动共计6883人参加，收到捐款60.3万余元。



2023年在职员工和退休员工帮扶情况



二. 客户保障

1. 客户权益保障

公司坚持一切以用户为先的管理理念，建立了完整的客户关系管理体系，通过建立一系列运营管理制度，保障客户权益不受侵犯，加强客户沟通，强化提升服务品质。

在经营过程中，公司及各子公司结合实际情况和发展需要，根据《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国标准化法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》等法律法规，制定了一系列管理制度，包括《质量管理手册》《商品质检“一票否决”制度》《电商商品质量控制流程》《电商图文广告审核管理规范》《客户服务质量监督管理办法》《公司服务质量关键指标及考核办法》等；多家子公司通过质量管理体系认证。各责任部门分工协作，确保各项经营行为符合国家法律法规的要求。

公司高度重视网络安全和数据安全，始终将保障用户信息安全放在首位。2023年，公司制定了《信息与网络技术供应链安全管理办法(试行)》《数据安全管理办法(试行)》，修订了《网络安全管理办法》，并督办不同行业领域的子公司积极修订完善适配本行业规范的制度流程。

公司通过产品质量管理体系认证情况

公司	认证名称	通过认证的时间 / 有效期
百视通	ISO9001 质量管理体系认证	2019年6月27日/2025年6月26日
东方购物	GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015	2017年4月6日/2026年4月5日
广电制作	GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015	2023年11月30日/2026年11月29日
文广互动	ISO 9001:2015	2003年10月29日/2027年4月20日 (2018年通过ISO9001质量管理体系2015版改版审核)
传输公司	GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015	2015年3月12日/2027年3月5日

2. 客户服务优化和改进

2.1 日常客户沟通与响应

公司高度重视客户反馈，以提高用户满意度为目标，制定分类解决性方案，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。



百视通

建立用户服务中心，竭诚为用户提供便捷、快速、亲切的售后服务。用户服务中心采取人工与自动相结合的受理应答方式，向用户提供全年无休、每天长达14小时的不间断服务，通过电话、电子邮件、在线客服等多种方式受理用户业务咨询、投诉申告、报修服务等多样化的服务需求。用户服务中心同时具备用户回访、用户满意度调查等功能，随时了解用户需求，掌握用户资源、服务质量等状况。

东方购物

设立完善的质量管理录音评价制度、挂机满意度管理制度、投诉处理流程制度等《关于评分录音管理制度》《顾客表扬与投诉处理规范》《SR处理流程规范》，以7*24小时人工与自动相结合的受理方式解决顾客问题，其中人工服务时间为06:00-次日01:30。2023年顾客挂机满意度达到98.9分，三天投诉处理率为85%。

为了提高用户满意度，进一步缩短退款时长。2023年东方购物通过不断调整及与配送公司磨合，平均退款周期从2.37天缩短为1.72天；增加支付宝的退款方式，缩短退款周期，退款可退至顾客指定的支付宝账户，且无额外的手续费支出，大大减少老年顾客去邮局领取退款等诸多不便。



东方有线

根据业务发展优化更新《东方有线网络有限公司客户投诉管理办法》《东方有线网络有限公司大众客户安装与维修规范》《东方有线网络有限公司营业厅服务管理规范(V2.0)》《东方有线5G业务客户服务手册》等管理规范。

为规范业务运营支撑系统及移动通信运营支撑系统的生产管理工作，更好地实现业务系统在安全生产上“可控、在控、能控”的目标，系统操作员工号严格实施实名制，签订《受理人员承诺书》。

以“全渠道营销增长”为核心，提升全场景服务营销获客能力，编写《全渠道服务营销手册》，指引内容涵盖东方有线一线服务人员约2000人，覆盖场景113个，营销及挽留话术226条及常见问题解答37条。

积极推进“移动端知识库”项目，强化一线业务人员的“单兵作战能力”，将知识库的应用范围从电脑端同步至移动端，扩展到装维、地推等上门服务渠道。通过营销五步法的推广，帮助各渠道深入了解产品优势、客户需求和营销工作之间的关联，提供每一类用户个性化的服务+营销的解决方案。



梅赛德斯-奔驰文化中心

根据国家或行业相关法律法规，结合演艺场馆管理运行及演出的特点，制定建立一套完整有效的安全防控措施，完善场馆安全管理制度、工作流程、演出期间巡检及应急安全处理机制及方案，有效保证了设备设施的安全运行和活动安全及在突发事故情况下的应急处置。

根据场馆运营的安全生产要求，2023年持续更新《安全生产安委会组织架构》等文件，坚持“以人为本，完善服务”的服务理念，不断进行业务流程优化，建立健全覆盖业务全过程的检查、监督、评估机制，重视客户来访和客户投诉，做到有记录、及时反馈。



2.2 客户服务优化及提升

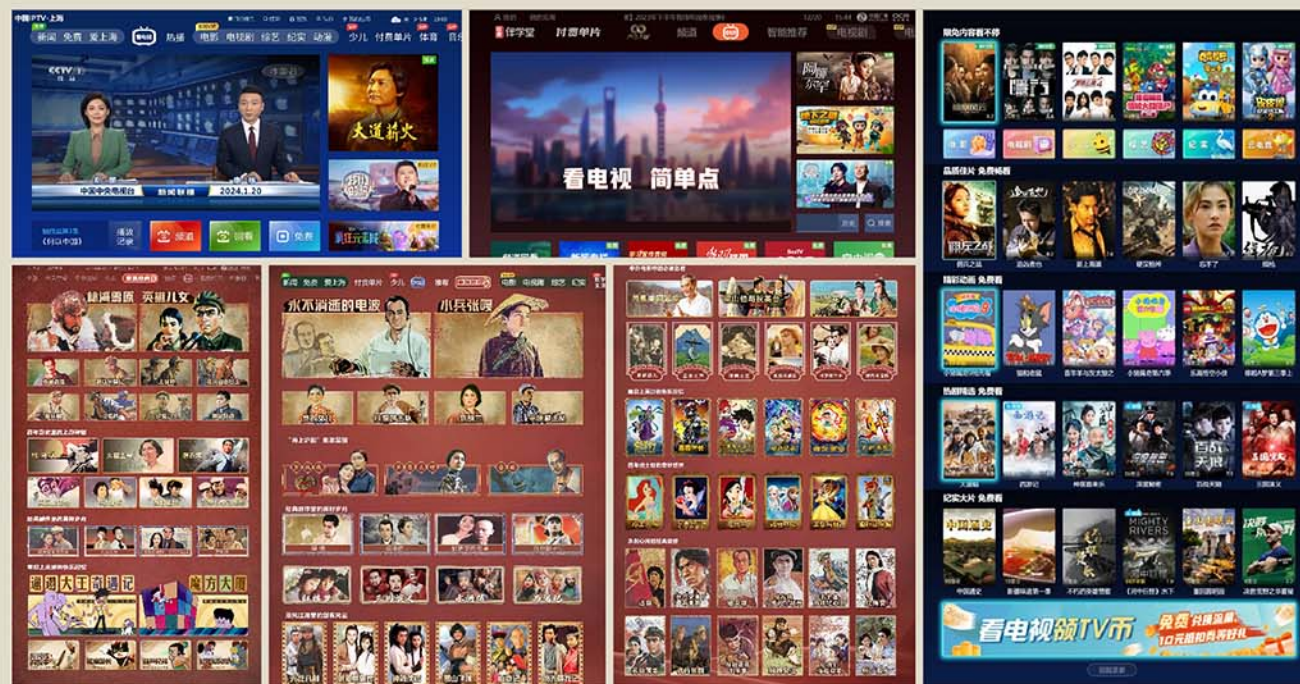
公司通过持续创新产品服务和运营管理,提升服务品质。同时,在市场推广、营销宣传中恪守合规经营底线,坚守媒体公信力和高度的企业责任感,客观真实开展营销宣传活动,确保各项经营行为符合国家法律法规的要求。

积极开展“双治理”,强化电视公共服务属性

2023年,在国家广播电视总局、上海市广播电视局的指导下,公司旗下百视通、东方有线圆满完成了治理电视“套娃”收费和操作复杂工作第一阶段的全部任务,在IPTV、有线电视、互联网电视三个系统平台全力推进全面完成治理升级,上海IPTV和东方有线实现了开机看直播、增加免费内容供给、压减收费包、让用户明明白白消费,基本解决了老百姓“看电视难、看电视烦”的问题,进一步强化了电视大屏的公共服务属性,切实提升了人民群众看电视的满意度,推动广播电视和网络视听高质量发展。

在治理“套娃”收费方面,百视通各平台全部按期完成了页面、收费及运营三个方面60项整改任务,收费包压减50%以上,收费行为更加规范透明;治理电视操作复杂方面,上海IPTV、东方有线所有可升级终端已全部实现开机看直播,开机及开机广告时长得到规范,除部分老旧机顶盒外,开机时长均不超过35秒。同时,免费内容供给也在逐步增加,开设了“重温经典”免费专区。

中国消费者协会用户满意度调查显示,八成以上消费者认为电视操作更加便利了、看直播更简单了;七成以上消费者感觉到收费项目减少、收看免费内容更容易了。通过专项治理工作,还拉动了用户回流、行业发展,收视率呈现明显提升态势,实现社会效益和经济效益双丰收。



邀请用户面对面畅谈产品体验

2023年,东方购物共召开了6场用户恳谈会和5期节目观察员活动,针对节目安排、促销活动、产品使用体验等与用户进行了面对面交流,倾听用户心声。恳谈会邀请了VIP用户、休眠用户、大小屏等55位用户,收集到180多条用户心声,涵盖增加小包装小组合商品、促销品增加活动标识、增加新的互动形式等具体意见建议;观察员活动邀请了经常收看电视节目的用户,对节目内容呈现、语音语速、节目客观性等多个维度进行了评价,为优化节目及商品提供了宝贵的意见。



“乐游云购9·17”系列活动提振城市文旅消费

2023年,为深化文旅品牌打造,推动文旅产业高质量融合发展,丰富文旅产品供给,在上海市文化和旅游局、上海市文化和旅游事业发展中心的指导下,公司旗下文广互动举行了3场“乐游云购9·17”系列活动,分别是:5月20日“乐游云购9·17”中国旅游日文旅推介公益直播,9月15日至17日“乐游云购9·17”旅游美食嘉年华,9月23日“乐游云购9·17”2023旅游消费季直播。系列活动取得了良好的社会和经济效益,是提振上海数字旅游消费、发挥文旅惠民功能的重要举措和积极尝试。

其中,“乐游云购9·17”中国旅游日文旅推介公益直播活动历时8小时,吸引了近250万人次观看。百余家企业参与,推出了180余款文旅好物,送出了300余件免费福利产品。“乐游云购9·17”旅游美食嘉年华首次以“线下集市+线上直播”的形式,激发文旅消费新活力,全网总传播量超3200万,10余家主流媒体和数百家媒体朋友圈、小红书等平台争相报道,各参与单位和电视媒体矩阵集体宣传,微博热搜本地榜单第三,当日话题关注度达756万。3天线下集市总人流约为45,000人次,线上直播电视端总收视量约为2318万,手机端超23万人次观看直播。



守正创新，打造“不愧老字号”IP

东方购物持续深度聚焦用户需求，不断推陈出新，利用全渠道和数字化营销等多举措支撑多元的消费场景需求。2023年，东方购物利用在媒体宣传、直播带货、大小屏互动、线下活动方面的优势，将正在运营的百余家老字号整体包装成为“不愧老字号”IP，涵盖保健、美食、家具、服饰等多维度品类，将历史悠久、世代传承的老字号商品推荐给广大消费者，同时重新激活老字号品牌在当下零售行业内的活力。通过打造暖春季、消夏暑、贴秋膘、品年味四个系列活动，推出了西湖牌、青岛啤酒、光明乳业冷饮、陶陶居预制菜、同仁堂海参、东阿阿胶糕、泸州老窖、稻花香糕点、梅龙镇酒家年夜饭等多个老字号产品。



深挖多元主题，丰富网红打卡地体验

东方明珠电视塔加强与电商渠道线上线下联动，引入各类文旅项目与东方明珠电视塔场地及门票资源相结合，开展多元化主题活动，充分发挥城市文化地标这一资源平台优势。全年开展230余场活动：第一季度与同程网在旋转餐厅推出“英雄联盟春季赛观赛”活动，第二季度与携程网在城市广场推出端午暑期档的“明珠仲夏夜·YOYO城市露营”，第三季度与携程网在城市广场推出中秋国庆期间的“霓裳东方·华韵明珠”活动，第四季度与美团网推出“潮流夜生活”主题活动，丰富游客体验内容，积极打造网红打卡地。



创建陆家嘴都市漫游新地标

国会中心凭借地理位置优势，整合周边文旅资源以及诸多知名商业中心，致力于打造会议、商务、都市休闲度假首选地。2023年酒店将场地资源“重新定义”，举办多达28场相关推广活动。户外草坪成为举办活动的多样化场地选择，成为陆家嘴金融城国际咖啡节的永久分会场；同年开业的闪电咖啡馆在大众点评上也成为了陆家嘴商圈炙手可热的打卡热点；与格乐利雅合作打造的全国首个地标式主题空间“银河之夜”开辟了魔都全新的社交亮点，是时尚人士举办高端活动、轻奢婚礼的绝佳选择。



3. 2023年度客户服务绩效

OCN 东方有线 服务客户总数：**5,704,120**



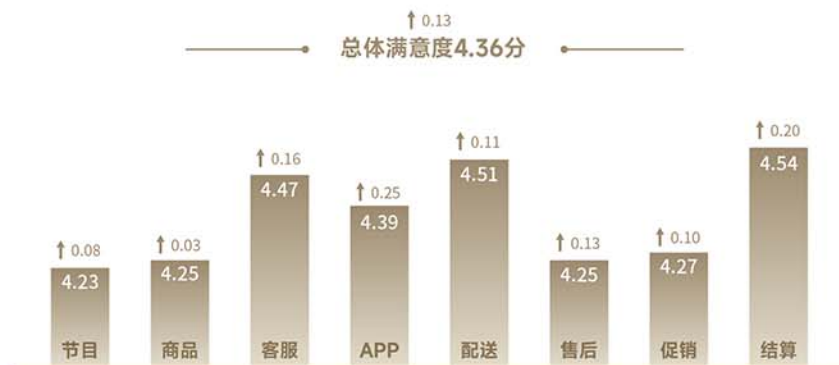
BesTV 百视通 IPTV用户数：**6100万** OTT用户数：**10700万**



东方购物

定期追踪顾客满意度，不断优化商品和服务。

2023年，用户订购总件数约500万，用户不满率：**0.74%**，三天处理率：**84.92%**。顾客满意度调研共收集**2546份样本**，整体用户满意度**4.36分**（满分5分），同比提升了**0.13分**，各环节满意度均有不同幅度提升。



梅赛德斯-奔驰文化中心 全年客流：**207.8万**（观众人数：**69.4万**，商业客流：**139万**）



2023年，针对梅奔微信小程序用户满意度开展了一次线上调查。调查人员主要年龄分布在25-35岁(57.4%)、25岁以下(24.46%)，为主要核心消费年龄层。从调查结果来看，**96.45%用户**对现有小程序表示满意，**97.83%用户**对小程序现有界面表示基本满意或满意，**97.04%用户**认为小程序已基本满足或满足使用需求。**68.24%用户**希望小程序扩展功能，并提出了许多优化建议，如增加AI客服功能、场馆内导航、增加积分来源等。

国会中心



2023年，共收到会议客户信息反馈表**102份**，其中对整体印象感到愉悦的为**97份**，对服务质量评价优良的为**102份**，对会议环境评价良好的为**99份**，对硬件设施评价较好的为**98份**，对服务效率评价快速的为**102份**。

sitv 文广互动



综合满意度=节目内容满意度*60%+技术总体满意度*40%=9.32，对比2022年度网络用户综合满意度8.72分，有所提升。

三. 政府响应

2023年,公司积极响应政府号召,服务国家和上海市发展战略,在区域与城市经济发展、公益传播、国家重大活动保障、促进国际文化交流等方面发挥积极作用,为推动文化事业和文化企业高质量发展添砖加瓦。

1. 助力长三角一体化建设

1.1 把握长三角一体化发展机遇,协调行业资源,推动合作共赢

东方有线



成立长三角一体化发展示范区工作协调办公室,与长三角地区兄弟广电网络公司及相关企业建立联系与合作。与江苏、浙江、安徽广电网络公司共同成立长三角广电网络数字经济产业联盟,协同推进长三角一体化发展。

百视通



在上海,百视通是500万IPTV用户的门户平台;在江苏及安徽等地,百视通作为集成播控平台方携手运营商展开业务,助力长三角一体化。

国会中心



创新开展整合营销模式,为长三角各地政府、商会及优秀品牌搭建宣传推介新平台,不仅为在沪办会的外省市政府及商会提供一站式会议服务,也积极打破信息壁垒,协调各方资源,促成合作共赢,力求在会议主办方和集团各方资源间搭建起畅通无阻的协作渠道,开辟了赋能城市品牌、服务长三角一体化发展的全新路径。

尚世五岸



在上海电视节、长三角文博会上设立展台,开展各类宣传活动,助力“上海文化”品牌建设。其中,上海广播电视台展台荣获第四届长三角国际文化产业博览会“优秀展示奖”。

1.2 打造长三角文旅休闲新地标

公司深耕拓展长三角文旅市场,充分考虑长三角周边城市的消费习惯和市场需求,打造升级公司旗下文旅产品,促进长三角文化旅游高质量发展。

超大体量无动力高空拓展综合体——“蜂巢塔”

2023年4月29日,东方绿舟超大体量无动力高空拓展综合体——“蜂巢塔”正式开业。这座占地面积2000平方米、高28米的超立方体维度空间,集宇宙探索空间、高空探险、攀岩、飞拉达、滑筒、快跳、高空秋千等九大特色体验于一体,聚焦亲子家庭、空间运动爱好者与研学客群,提供丰富多彩的攀爬探险体验,2023年吸引近5万人次参与体验。未来公司将依托该项目,结合园区其他水陆空项目资源,举办各类体育赛事,辐射长三角客群,打造长三角地区运动休闲新地标。



打造长三角地区音乐文化新标杆

2023年,东方绿舟举办草莓音乐节,三天吸引乐迷超过3万人次,影响面辐射全国。未来,公司将借助长三角核心区域的地理优势及7万平方大草坪的资源优势,开展周末音乐营、国际音乐夏令营等主题音乐活动,通过举办各类音乐活动来塑造长三角音乐地标。



打造长三角婚庆旅游基地、老年康养基地

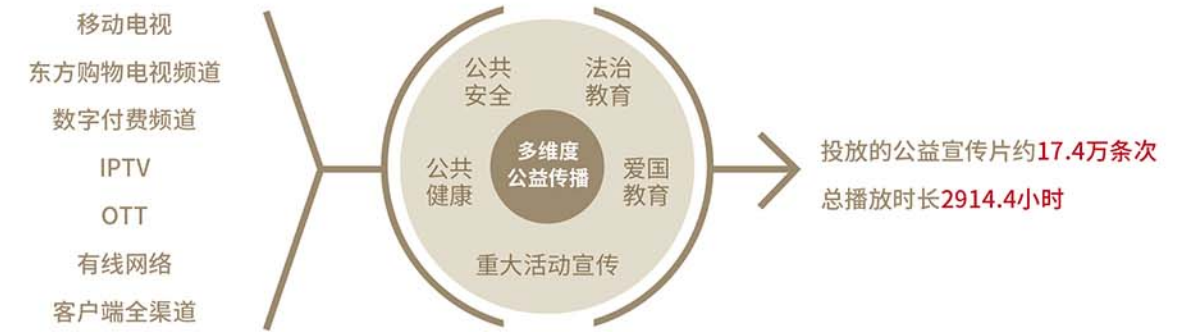
2023年，东方绿舟推出“办一场婚礼，伴一场旅游”的婚庆旅游IP，通过一场婚庆带动一次旅游，三家度假酒店共承接78场次的婚宴。通过直升机婚礼、马车婚礼、草坪婚礼、水上婚礼等打造集相亲交友、婚纱摄影和婚宴典礼的一站式大型婚庆旅游基地。

结合老年人兴趣、爱好，利用绿舟场地及度假酒店群优势资源，开展康养度假体验服务，推出老年一日游、二日聚以及暖冬度假套餐，打造立足上海、辐射长三角地区、面向全国“老年康养文化基地”。



2. 公益传播和宣传

2023年度，公司及旗下各子公司持续践行公益传播，围绕公共健康、公共安全、法治教育、爱国教育、重大活动宣传等展开多维度的公益传播，全年在公司所属移动电视、东方购物电视频道、数字付费频道、IPTV、OTT、有线网络、客户端全渠道投放的公益宣传片约17.4万条次，总播放时长2914.4小时。



持续有效助力维护青少年权益发展

2023年，公司积极响应共青团中央、中央宣传部、国家广播电视总局等15部委联合印发的《全国维护青少年权益岗创建管理办法》，充分发挥广电主流媒体职能，创造性开展服务青少年发展、维护青少年权益的专项工作、专题活动，入选2023-2024年度全国维护青少年权益岗创建单位。公司通过“空中课堂”平台产品、反诈反诈专项活动等多种方式，积极创作、传播有利于青少年健康成长的广播电视和网络视听节目；同时发挥媒体监督作用，加强青少年发展政策的宣传、报道青少年先进典型、发布促进青少年成长发展的公益广告，助力营造良好的社会氛围。



1.3 媒体视角展现长三角一体化发展进程

公司旗下文广互动法治天地频道，2023年以来摄制播出关于助力长三角一体化相关新闻选题29条。其中涵盖检察公益诉讼方面，如《一体共治 绿色低碳 长三角探索跨域低碳检察公益诉讼协同机制》；知识产权保护方面，如《企业重大专利侵权纠纷 知识产权助力长三角一体化高质量发展》；长三角警务合作方面，如《安澜对话：长三角联合警务指挥平台启用 演练环意自行车赛安保跨省联动》；未成年人保护方面，如《长三角示范区多部门共同会签学生欺凌防治实施意见》；推进商业秘密保护方面，如《上海：强化长三角协作加强企业联动 青浦检察院为首批商业秘密示范点授牌》等。通过新闻报道的形式，将长三角一体化发展进程，严谨、客观地展现在公众面前。

坚持重视法治宣传

2023年，公司旗下文广互动法治天地频道为提高青少年的法律意识和防范毒品的能力，与上海市戒毒管理局合作开展了6期禁毒进校园的节目，分别走访了小学、中学、职业学校、高校等沪上教育机构。每节课邀请一名资深戒毒民警以课件讲解、案例分析、互动游戏等形式，向广大青少年普及禁毒知识，提高他们的防范意识和自我保护能力，减少毒品对青少年的危害，同时也为社会公众参与社会经济、政治、文化等活动提供保障。



2023年8月，百视通与上海市公安局交警总队、徐汇公安分局联合徐汇区教育局、复旦大学附属儿科医院等制作了《小头盔，大安全》(家长篇)安全教育公益短视频，荣获徐汇公安分局交通支队颁发的徐汇区2023年道路交通安全宣传作品特别贡献奖。

致力传承中华文化，弘扬时代精神

公司旗下文广互动发挥媒体优势，充分融合资源，除制作了《历史现场》《上博的至宝》等文化文博类专业纪录片以外，还携手上海博物馆，打造线上线下融会贯通的平台“上海博物馆学院”；携手奉贤博物馆，打造“言子书院”项目，面向亲子家庭、在校学生、社会人群普及历史文博知识。2023年，文广互动还在上海市10所中小学举办“何以中国”文物考古大展进校园系列巡展活动，以“宅兹中国——河南夏商周三代文明展”为主题，将博物馆教育延展至校园。通过文物及其背后的历史内涵，带领青少年体味中华民族的文化根脉、文化情感，增强文化自信。活动深受师生好评，师生参观达15800人次，仅中国中学常设展厅即辐射周边社区人群千余人次。



公司注重“一老一小”精神文化生活质量提升

2023年，百视通“空中课堂”专区全年持续更新服务全国师生；打造“乐龄”系列产品服务银发群体。东方购物年内通过开办“我是小主播”研学之旅、“全家都来赛”短视频创作大赛、小红书达人博主分享等活动，帮助他们快速适应数字化时代的发展，提升数智化生活的幸福感。



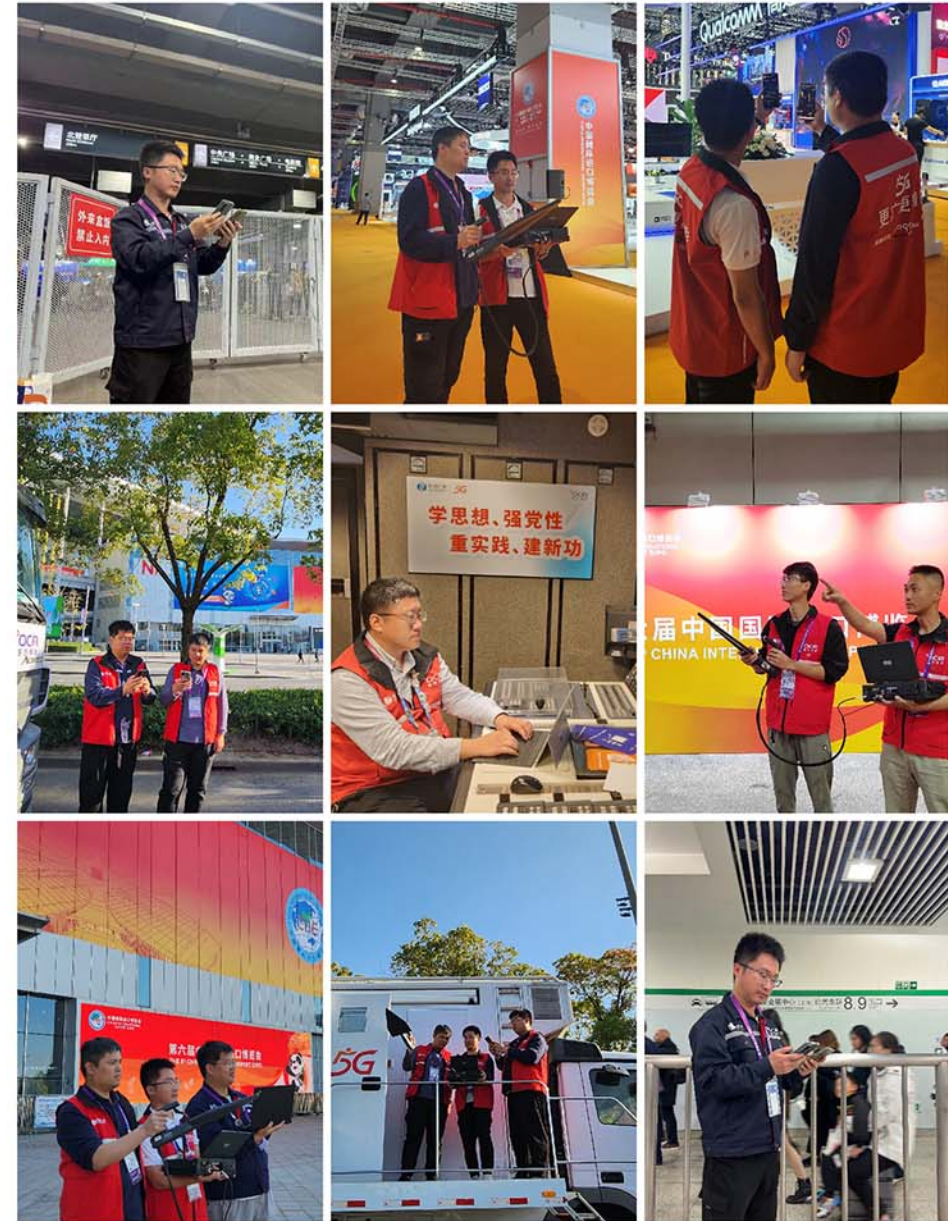
3. 连续第六年助力进博会

2023年进博会正值共建“一带一路”倡议十周年，公司旗下多个业务板块持续深度参与进博会，助力第六届进博会成功举行。

东方购物继续牵手“一带一路”朋友圈，展品变商品、商品变爆品，快速释放“溢出效应”。“一带一路”首倡之地哈萨克斯坦的金骆驼牌驼奶粉、签署“一带一路”合作文件的首个西方发达国家新西兰的国宝级蜂蜜品牌康维他、纽仕兰牛奶、安佳乳制品，松下、林内、博西家电、蓝雪、布拉等进博会参展品牌，75个进博会商品、150个“一带一路”商品，率先登陆东方购物平台。进博会期间，东方购物视频号团队开启连续5天共50个小时的逛播模式，将进博展品、丝路商品推荐给全国各地的用户。



国会中心、百视通、东方有线、广电制作、东方明珠国旅等子公司为进博会提供全方面支持保障工作。国会中心不仅承办了进博期间众多上海及各地的城市品牌推介会，也为五湖四海的来宾提供宾至如归的服务，承担了上海城市接待窗口的重任。百视通每年会期都会推出“中国国际进口博览会”主题专区，及时更新进博会最新资讯和报道，上海IPTV在首页首屏直播进博会开幕式，并对进博会专区做重点推荐。东方有线投入现场保障团队80人，应急保障车辆3辆，备品备件200件，顺利完成第六届进博会通信保障任务。广电制作作为进博会相关会议、晚会、媒体演播室提供内、外场设计服务和制作保障工作。东方明珠国旅联合上海广播电视台优势资源，助力服务进博会五大平行论坛之“侨连五洲·沪上进博——‘共享中国式现代化机遇’”主题论坛(2023)成功举办，在论坛活动整体策划、嘉宾对接沟通、主背景设计、开场视频剪辑、倒计时海报设计、活动宣传稿发布、分论坛策划执行等领域均有出色的表现。



4. 促进上海城市数字化建设

公司响应上海市政府城市数字化转型的号召，在产品与服务上提升数字化能力，为用户提供更多智慧服务。百视通在上海市交通委、道运局的统一部署和指导下，与“随申行”“申程出行”达成战略合作，推出了全国首款家庭大屏数字出行应用-TV智享出行，提供大屏“一键打车”服务；联合上海市卫健委、老龄委、民政局、老干部局等共同打造电视端家庭健康教育频道和健康养老服务平台，打造智慧健康养老产品。移动电视完成了20路公交车32寸智慧大屏安装，实现了互联网化改造，为场景化整合营销提供了工具。东方购物于杨浦区正式落成适老化改造体验中心，联合战略伙伴贝朗，贯穿了打造便捷、快速、智慧科技的居家环境生活的主题元素，从“24小时浴改淋”“72小时卫生间换新”“适老化功能”等产品展示，到顾客实地参观、体验，全方位打造了实体适老化的环境空间。



公司也积极参与上海市文化和旅游局打造文旅元宇宙新赛道相关行动。2023年6月，公司获上海文旅元宇宙创新示范企业授牌；2023年9月，公司旗下东方明珠塔入选上海市经信委发布的上海市元宇宙重大应用场景建设成果名单(第一批)，场景名称“‘元’动明珠”，包含太空舱“星际启元”、无限境95米高空奇境VR过山车 and 明珠地标乐园“云美术馆”多个项目。

5. 助推临港新片区和五大新城建设



公司旗下明珠实业投资开发的东方明珠数字影视制作基地(暨影视工业4.0示范实践区项目)是首批落地临港新片区的影视文化项目，于2021年正式启动，先后入选临港新片区重大项目、国家文化产业发展项目库，获得长三角文化及相关产业重大项目推选等荣誉。依托上海广播电视台、东方明珠领先的全渠道集成分发的文化娱乐资源，打造影视文化产业生态聚合平台、影视文化内容创造新高地，致力于成为代表中国影视工业最前沿水准的示范性产业园区。

作为实现临港新片区影视工业发展战略的重要组成部分，项目着力推动影视文化产业技术革新，倾力打造基于虚拟棚的SPS音视频智造空间，推动数字化转型在项目的落地。助力临港新片区在影视工业领域实现技术领先和竞争优势，推动整个影视产业链的升级和转型。吸引更多的影视企业和人才聚集，通过与国际知名影视企业和机构的合作与交流，提升临港影视工业在国内外影视市场的影响力和竞争力。



东方有线积极参与工信部牵头在临港新片区开展的上海新型互联网交换中心试点工作，协助搭建国家级网络关键基础设施，开展信息通信新技术、新业务创新与试验。成立东方有线临港分公司，加快在临港新片区的战略布局，在网络建设、业务运营、人员管理以及资源投入等方面实现统筹管理规划，扎根临港热土，抢抓发展机遇。



东方购物积极赋能五大新城建设，2023年内重点引入数十款当地特色民生商品，创新性地将直播间搬到了田间地头，溯源五个新城特产，如松江大米、嘉定葡萄、奉贤黄桃、南汇水蜜桃、青浦草莓等，将农作物的采摘收获直观地展示给大小屏前的消费者，有效推动当地农业产业的高质量发展。同时积极承办和参与五五购物节、上海旅游节、浦东潮·文化节等各类线下市集活动，推动非遗等文化传承与经济效益、社会效益的融合。

6. 促进国际文化交流



2023年4月，公司旗下尚世五岸作为沪新合作企业代表受邀参加上海市-新加坡全面合作理事会第四次会议，助推“视听上海”品牌成为“沪新合作”代表项目。会上，尚世五岸与新加坡新传媒 (Mediacorp) 就文化类合作项目“视听上海”SMG内容专区签署合作备忘录，成为双方在文化领域的重要合作成果之一。与此同时，“视听上海”品牌荣获2023年度上海市服贸示范基地和项目认定。

2023年6月，公司旗下尚世五岸在国务院新闻办公室、国家广播电视总局指导下承办“中国联合展台”赴莫斯科参加线下展会，并举办了“视听中国”优秀影视内容推荐会活动。这是时隔三年，“中国联合展台”再次线下亮相莫斯科世界内容市场，聚集了上海广播电视台、未来电视、华策、YOUKU少儿、九样文化、影鉴科技和酷看文化等多家公司的60多部作品参展，类型涵盖影视、动漫、纪录片、节目模式等多个内容领域，规模化的展台和多样化的内容引发各方广泛关注。



2023年秋季，在国家广电总局的指导下，尚世五岸在秋季戛纳电视节MIPCOM上策划组织了以“精彩中国，故事无限”为主题的中国主宾国活动。主宾国代表着中国在MIPCOM这一国际顶级影视交易市场上的地位和影响力，通过MIPCOM这一全球平台充分展示中国影视文化和视听产业发展，展示了中国当今的新科技、新发展、新面貌。依托主宾国定位，尚世五岸精心组织了6场专题活动，通过国家、地方、企业三个层面，以艺人、作品、活动等多维度形式，全面打造“中国主宾国”在戛纳这一顶级国际影视市场上的闪亮形象。



2023年底，第二十四届亚洲电视论坛与市场 (简称：ATF) 在新加坡举行。在国务院新闻办公室和国家广播电视总局的指导下，上海五岸传播有限公司作为“中国联合展台”的承办单位，与ATF组委会再次联手亲密合作，向全球影视市场展现中国作品，精心策划实施的“精彩中国 故事无限”国际交流活动也重磅亮相。展台面积200多平米，聚集了国内20余家影视机构共携150余部作品参展，参展企业包括多家广电机构、新媒体平台、影视机构、动漫公司、海外内容运营机构等，无论是展台面积还是参展机构均创新高。此外，“中国联合展台”首次在展台内举办了“精彩中国 故事无限”国际合作交流活动，以多元化的活动类型，为中国视听企业搭建一个全新的内容出海交流平台。



四. 供应链管理

公司注重供应链一体化建设,和旗下子公司均制订了采购管理制度,并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。截至2023年底,公司注册供应商数量达1998个。

建立合格供应商库:

行政事务中心建立并逐步完善股份公司合格供应商名录。对于拟纳入名录(简称“入库”)的供应商由行政事务中心牵头,由采购工作小组对供应商入库资格进行审核。通过入库资格审核的供应商,由行政事务中心负责将供应商信息录入公司“采云”信息平台。子公司行政部门负责建立、及时更新与保管合格供方名录,定期归档、收录至各子公司供应商库,并及时上报行政事务中心。

供应商年度考核:

具体考核内容包括供应商资质证照复核、涉诉情况核查、资信状况核查、合作情况满意度评价等。

入库及年度考核标准:

公司实施严格的供应商入库资格审核标准及年度考核评价标准,对合格供方的评定与管理予以了规定。

公司坚决杜绝违背法律法规等相关问题的供应商入围,严格声明禁止合作供应商在用工方面出现违法违规行为。供应商的违规行为一经发现,公司将立刻前往查证,性质恶劣的违规供应商将被列入公司黑名单中。对公司员工或公司运营造成严重损伤、触犯相关法律法规等情节严重者,公司将举报至市场监督管理部门或移送司法机关处理。2023年,公司未发现具有重大童工事件风险的运营点和供应商、具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商以及对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点。

五. 行业共赢

共展为老新篇,东方购物与上海老年大学达成战略合作

2023年5月23日,东方购物和上海老年大学达成战略合作,双方将致力于满足老年群体精神文化及自我实现的需求,在营销推广、会员互通、渠道合作、品牌活动等多个方面开展全面合作,实现共创融合,共展为老新篇。



百视通五度携手上海国际电影节,“与光同行”打造线上光影盛宴

第二十五届上海国际电影节于2023年6月9日至18日举行,第二十八届上海电视节于2023年6月19日至23日举行。作为上海国际电影节官方指定电视新媒体合作伙伴、线上展映平台,百视通与上海国际电影节第五度牵手,秉承“上海文化品牌走出去”的理念,助力上海国际电影节进一步突破地域、空间限制,让光影魅力通过大屏传进全国亿万家庭。



东方有线“5G教育数智专网”发布，广电5G赋能教育数字化转型

2023年6月28日，东方有线“5G教育数智专网”在2023年上海世界移动通信大会（MWC）上正式发布，标志着中国广电首个省级5G数智专网在教育领域成功落地。作为全国第一张面向K12教育的数智专网，“5G教育数智专网”以其快捷高效、绿色安全的特性实现学校和家庭教育的全业务、全流程教学数字化场景覆盖，赋能上海教育数字化转型。



筑巢引凤，上海闵行·东方明珠产业合作推介会在香港成功举行

2023年8月31日，“海上明珠 数智未来”投资上海·全球行系列活动上海闵行·东方明珠产业合作推介会在香港成功举行。本次推介会上，上海市闵行区投资促进中心与香港总商会、香港厂商联合会、香港中华总商会、香港九龙社团联会进行了合作备忘录签署仪式。闵行区浦江镇、东方智媒城与新华集团、招商蛇口、高力国际签署了战略合作协议。作为“十四五”期间国内首个落地的智慧媒体产业集聚区，东方智媒城将借助本次沪港联动等众多机遇与平台，利用海内外市场，吸纳国际化产业、人才、服务、配套设施。同时以人工智能、大数据、5G等新技术赋能行业发展，增补产业链资源，为内容发展及下一代行业革新贡献力量。



助力上海旅游节，东方明珠线上线下联动丰富优质文旅供给

第34届上海旅游节期间，为助力放大节庆品牌效应，满足民众品质、体验、多元、安全的文旅消费新需求，东方明珠充分发挥旗下文旅、购物、渠道等资源优势，融合城市地标、热门目的地、美食和“夜经济”等关键词，精心策划推出一批有亮点、有新意、有诚意的文旅产品和服务，联动线上线下，丰富优质文旅供给，让市民游客在金秋时节共同体验上海的美好与欢乐。



上海第八届重阳节文艺展演活动举行，东方明珠助力打造老年优质教育服务

2023年10月19日，由上海开放大学、上海市老年教育协会、上海老年大学教育联盟、东方明珠新媒体股份有限公司、上海小荧星集团有限公司等共同主办的上海市第八届九九重阳节“长者风范 天伦之乐”文艺展演活动在东方明珠广播电视塔举行。东方明珠在上海文广集团、上海市教委指导下，打造的面向50+人群的全媒体终身教育平台金色学堂，覆盖有线电视、百视通IPTV和百视TV APP多渠道，是全国首个中老年专属学习平台，重阳节活动也是平台助力打造老年优质教育服务的一项重要内容。



讲好新时代“一带一路”友好合作故事，尚世五岸分享与东盟地区的文化合作实践

2023年10月23日，2023中国-东盟视听传播论坛在广西南宁举办，尚世五岸在主题为“加强国际传播，讲好新时代‘一带一路’友好合作故事”的圆桌对话中分享了与东盟地区的合作实践。其中，上海五岸传播有限公司与新加坡新传媒合作打造的“视听上海”Seeing Shanghai SMG专区2021年上线运营，旨在传播上海文化、讲述上海故事、建立上海品牌，目前已汇聚包括综艺、纪录片、美食、旅游及影视剧在内的优质SMG内容，节目时长超450小时，受众覆盖东盟地区主要国家。通过立体化宣传与品牌化运营，在当地主流平台积累核心受众，有效实现中国优质内容在“一带一路”地区的传播。



展品变商品，东方购物“进博朋友圈再扩容”

第六届进博会期间，东方购物与安佳、DENPS、基维氏、松下、神田等多家合作参展商探讨未来合作发展，还与哈萨克斯坦馆、新西兰馆、澳大利亚馆、美国农业馆等多个国家馆深度挖掘符合国内消费者、尤其是长三角地区用户需求的进博好物，与新的优质参展商洽谈合作。进博会期间，东方购物依托上海广播电视台、东方明珠的媒体及渠道资源，推出主题为“进博10刻”的全媒体零售、报道、发布专题特辑，通过大屏呈现、新闻联动、小屏直播等方式，带领观众全面融入这场全球商品展示交流的盛会。



东方购物积极助力上海国资国企促消费行动“燃冬暖心季”

2023年12月8日，以“国潮四季 美好申话”为主题的上海国资国企促消费行动第四季——“燃冬暖心季”在东方购物演播厅正式启动。活动从2023年12月持续至2024年2月，由东浩兰生集团牵头，联合上海文广集团、百联集团、光明集团、锦江国际集团、绿地集团、东方国际集团、华谊集团、浦发银行、上海银行、上海农商银行等企业共同参与，围绕迎春焕新、进博溢出、惠民关爱等主题，聚焦新春元旦新品上市、老字号品牌焕新、进博会场外溢出效应等消费需求，打造一系列产品焕新、价格亲民、节庆联动的消费新体验，满足群众多样化消费需求。



拓宽绿色通道，东方购物积极助力三明特色产品“出村入沪”

2023年12月，上海对口革命老区(三明)特色产品入沪暨餐饮对接活动在上海市杨浦区蓝天宾馆举办。活动由上海市人民政府合作交流办公室指导，上海市国内合作交流服务中心、杨浦区人民政府合作交流办公室、三明市人民政府驻沪联络处联合主办，东方购物承办。东方购物充分发挥内容制作和整合营销服务能力，在大小屏端着力宣传三明城市风貌、绿色农产，积极联动申城食品行业专业采购商，进一步拓宽三明农产品入沪绿色通道，助力三明名优好物“出村进城”。



六. 公益责任

1. 助力乡村振兴

2023年,公司以国家全面推进乡村振兴战略为引领,凭借独有的广电及供应链资源优势,通过全媒体平台矩阵,结合公益慈善活动,展开电商助农、教育帮扶、爱心捐赠等多种形式的活动,持续助力乡村振兴。

1.1 乡村经济振兴

东方购物打造“广电媒体+农文旅+零售”新样板

2023年东方购物全面铺开“农文旅”宣传触角,先后与江苏泗阳、福建宁德、福建三明、新疆伊犁、贵州、四川甘孜、青海果洛、江苏宿迁、云南楚雄等地区乡村振兴局、农业农村局、文旅局及相关企业合作了9个乡村振兴项目,引进79款特色商品,进行了215场电视大屏直播、17场小屏专场大直播和各类线下推介活动,形成“大屏+小屏”“线上+线下”联动整合营销的模式,进一步助力各地特色好物走进上海乃至长三角千家万户,推动乡村农文旅特色产业发展、农村一二三产业融合及乡村电商人才培育,做大了媒体+零售、线上+线下的融合价值增量,打造了广电人独有的“广电媒体+农文旅+零售”的乡村振兴创新样板。

电商助农促进乡村振兴宣传

2023年9月2日,由伊犁州人民政府主办,新疆广电、东方明珠、东方购物承办的2023年新疆伊犁州旅游宣传暨特色农产品大型推介活动正式在上海启动。9月3日,东方购物电视频道推出了“大美新疆 走进伊犁”专场大直播,有机稻花鲜米、酱牛腱、牛排、有机全脂驼乳粉、松茸菌菇、唐布拉黑蜂蜜等商品通过东方购物镜头带入上海乃至长三角的千家万户,同时推出的中秋包机精品旅游产品将上海游客引入新疆,助力打响“品味伊犁,游在伊犁”品牌。东方购物小屏直播团队还深入伊犁州各原产地县市进行了为期6天的走进原产地直播活动,也为当地广电融媒体中心进行了直播带货培训。



合作助推长三角农业经济新发展

2023年10月27日,2023 宿迁(上海)农业重大项目暨“宿有千香”农产品购销签约仪式在上海国际会议中心举行,东方购物与宿迁市人民政府、宿迁市农业农村局达成合作,携手成立“宿有千香”电商直播(上海)基地,发挥东方购物广电媒体+零售优势,推动宿迁特色农产品深度接轨上海农产品消费市场,助推长三角农业经济新发展。在为期三天的2023宿迁绿色农产品(上海)展销会上,东方购物频道进行了“宿迁好物”直播带货,将112家农民专业合作社、家庭农场(专业大户)和农业企业的400余种优质农产品,以便捷的服务送进上海乃至长三角的千家万户。



1.2 乡村教育振兴

百视通心系乡村儿童，“绿翼成长计划”爱心助学

近年来，百视通携手合作方，持续致力于青少年公益事业，推出“绿翼成长计划”，在全国多个贫困地区展开帮扶捐赠活动。先后为大别山区安庆市太湖县洋河村板桥小学、四川省乐山市井研县研经小学、甘肃省临夏市和政县卜家庄乡松树村提供了爱心捐赠、美育援建、结对帮扶等活动，为上百名当地儿童捐赠了学习、生活用品。百视通将继续开展农村学校援助帮扶工作，让孩子们在温馨、健康的学习环境中茁壮成长。



东方购物持续建设“情系山区 书送希望”品牌

2023年1月底，东方购物发起的活动“情系山区 书送希望”捐赠文具书籍正式移交西部山区各个学校，活动共收到来自各党支部、共建单位、社会爱心人士的捐赠物品26箱，坚持7年的善举和各方宣传的力量汇聚逐渐形成了“情系山区 书送希望”的公益品牌效应，活动影响力由企业内部逐渐扩散至社会层面，社会爱心人士加入了捐赠的行列，越来越多的捐赠物资在邮政爱心专车的运送下寄往定点的“一对一”受助中小学，惠及4个受捐地区、15所学校、万余名学生。



1.3 乡村结对帮扶

东方明珠塔根据上海市委宣传部和上海广播电视台关于开展“结对百镇千村，助推乡村振兴”行动要求，2019年与崇明区新河镇三烈村村民委员会签署城乡结对帮扶协议书，每年向三烈村提供5万元帮扶资金。

2. 促进为老服务发展

公司高度关注人口老龄化国家战略，积极响应老龄事业发展号召，结合业务特色和社区志愿服务等，切实开展“为老服务进社区”、“敬老爱老”慈善公益活动、“重阳敬老”主题活动等。

打造“享老俱乐部”公益线上服务平台

在2023上海国际养老、辅具及康复医疗博览会（简称“上海老博会”）上，东方购物首次打造了展示数智化生活下的“智慧享老馆”，携手战略合作伙伴一同为长者提供高品质、大品牌商品，满足长者“衣、食、住、用、行、乐”等各类生活场景。同时启动了“享老俱乐部”小程序上线仪式，代表着东方购物“长者服务”数字化的正式开始。“享老俱乐部”是在上海市康复器具协会的指导下，打造的公益线上服务平台。将政策解读、康复辅具租赁申请入口、适老产品介绍、长者服务等汇聚一起，旨在落实长者用户“吃穿住用行乐”等深层次的需求，不断为沪上长者服务提质扩容，助力上海“银发经济”发展。长者用户不仅能在小程序里申请康复辅具租赁、了解长者服务政策等，还能享受一键叫车等便民服务，为长者融入数智化生活提速。



开展多个为老服务进社区活动

在江宁路街道，东方购物带着适老化改造和康复辅具租赁项目，为社区居民普及适老化改造、辅具租赁等民政“惠老政策”，展示社区养老服务的新形态和新体验，得到居民一致好评。在陆家嘴公园社区集市中，东方购物志愿者们免费提供珠宝首饰清洗和白发补染的服务，受到了广大市民的热烈追捧。在虹口区举行“孝亲敬老”慈善公益项目“慈善集市进社区-为老服务到身边”，虹口市民纷纷为东方购物的“家庭时光机”点赞，争相在镜头前留下自己的影像。



走进社区开展重阳节主题为老公益服务

2023年重阳节来临之际，公司携手静安寺街道共同开展“‘九九爱老 同心同行’ 静安寺街道同心惠·重阳节主题活动暨OPG进社区公益活动”，发挥优势资源和服务能力，把丰富多彩的产品和服务送到老年朋友的身边。东方购物携“长者服务计划”——系列暖心项目走进社区，还为社区居民带来了新西兰进口营养保健品、日本品牌鞋等优选好物。百视通带来多款适老化新产品新服务，包括“乐龄申城·G生活”互动电视平台、“乐龄申城·早上海”活动、“申城出行”IPTV为老服务互动功能等。金色学堂频道特邀国家一级美术师、上海中帼书画院院长刘育红现场教老年朋友画团扇。乐游频道带来上海当地及来自世界各地的优质旅游产品、精选特产、伴手礼等。移动电视特邀上海市公安局经侦总队警官现场开展宣讲服务，帮助老年朋友们识别日常经济诈骗陷阱。国会中心带来精选的多款都市文旅消费产品。



3. 贡献公益力量

公司始终坚持传播公益正能量，在媒体融合的大背景下，积极传递社会主义核心价值观，通过无偿献血、公益倡导、科普普及、服务社会等常态化公益活动，展现国有企业责任与担当。

2023年，公司全年慈善投入超过千万元，参与志愿服务活动涵盖“学雷锋日”、“蓝天下的挚爱”无偿献血、“重阳敬老”主题活动、“广播电视服务进社区”活动等。

3.1 连续三年志愿服务绩效

——2021-2023年东方明珠志愿服务绩效情况——

<p>东方购物</p> <p>志愿服务人数：152人 志愿服务人次：超500人次 志愿服务时长：超6万小时 受益人数：超3万人</p> <p>荣誉证书 东方购物志愿服务社 荣获2021-2022年度 优秀慈善志愿者集体 特颁此证，以资表扬。</p> <p>2023年东方购物把志愿服务作为纽带，开展与市区两级民政局、上海市康复器具协会、上海老年大学、小荧星等有关政府部门、机构之间的业务合作，成功为“一老一小”群体在适应数智化生活上给予业务上的服务支持。12月13日，东方购物收到了来自上海市慈善基金会的表彰，东方购物志愿服务队荣获2021-2022年度优秀慈善志愿者集体。</p>	<p>尚世五岸</p> <p>SMG 尚世影业 WINSOMEIA SMG</p> <p>志愿服务人数：205人 志愿服务人次：1285次 志愿服务时长：4684小时 受益人数：12950人</p>
<p>东方有线</p> <p>OCM 东方有线</p> <p>志愿服务人数：约500人 志愿服务人次：2000余次 志愿服务时长：按活动要求不同， 每人每次约为1至4小时 受益人数：约2万人以上</p>	<p>东方明珠塔</p> <p>志愿服务人数：110人 志愿服务人次：350人次 志愿服务时长：1600小时 受益人数：8000人</p>
<p>传输公司</p> <p>3年累计服务9个村镇/小区居民，1年最少服务人数超过20000+人。</p>	<p>梅奔</p> <p>Mercedes-Benz Arena 梅赛德斯-奔驰文化中心</p> <p>志愿服务人数：71人 志愿服务人次：163次 志愿服务时长：5053小时 受益人数：超过1.3万人</p>
<p>广电制作</p> <p>广电制作 Shanghai Film, Radio & TV Production Ltd.</p> <p>志愿服务人数：约30人 志愿服务人次：约70人次 志愿服务时长：约150小时 受益人数：近千人</p>	<p>传输公司</p> <p>3年累计服务9个村镇/小区居民，1年最少服务人数超过20000+人。</p>

3.2 2023年东方明珠公益轨迹

2023年

2023年，文广互动法治天地频道开展了一系列法律公益活动。线上录制《和大律师面对面》节目500余期，为观众解答法律问题，受到了广大观众的好评。线下开展了12场公益法律咨询活动，每次接待50组市民咨询，共服务市民600人次。此外，频道公益热线电话全年为市民提供专业的法律咨询服务，打造出上海法制建设宣传的一张闪亮的名片。



2023年

2023年，百视通打造的“百视通无障碍电影服务”焕新升级为“百视通无障碍视听服务”，为丰富视听障人群文化生活、惠及无障碍文化理念做出更大的贡献。产品新增读屏功能、语音搜索及控制功能、实时悬浮字幕功能等，帮助听障用户更好理解视听内容。此外，百视通于年内成为“SMG无障碍文化艺术创作联盟”成员单位之一，由百视通自主研发的“无障碍电视盒”，带着上海广播电视台数位播音员老师的好声音，走进了上海市六所特殊学校，为学生们带来不少于每年12部的优秀电影作品，迈出了校园无障碍电影数字化转型的第一步。



2023年

东方明珠电视塔2023年为现役军人、烈属提供199元门票的免费参观服务，并举办十场公益活动。

2023年

公司旗下尚世五岸多年来坚持关心关爱农村留守儿童，多次通过影视剧服装道具公益拍卖的形式筹得善款，并将善款用于采购教育教学等师生所需物资，捐赠至留守儿童所在的乡村学校。2023年，尚世五岸团队亲赴大别山，不仅捐赠了由电视剧《繁华似锦》公益拍卖所得购买的笔记本电脑，还给留守儿童送去满满的“知识礼包”。三位年轻制作人分别准备了生动有趣的互动课程，孩子们求知若渴、收获颇丰。此外，该项目拍卖所得还捐赠至浙江省青少年发展基金会，用于助力乡村学子的音乐梦。

3月

3月，百视通、东方购物分别开展“学雷锋进社区”活动。百视通联合虹梅街道多个社区开展便民服务，为社区老人提供电子产品答疑、手机隐私保护、流量使用注意等服务，也为社区老人提供公司适老产品体验服务。东方购物与五角场街道紧密合作，通过点亮“微心愿”为辖区的困难群众排忧解难，为刚刚做完心脏手术的困难居民送上慰问品。



3月

3月，宣传系统“文明与文化同行”公益集市在东方明珠塔举行。公司旗下东方明珠塔、广电制作和东方有线设立了公益摊位，党员志愿者为广大市民群众带来了各类志愿服务，将“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神传递给市民游客。



5月

5月，公司和旗下子公司组织员工参与一年一度的“蓝天下的挚爱”SMG员工无偿献血日活动，用爱心和实际行动为生命加油。



9月26日至10月6日

9月26日至10月6日，上海静安国际光影节拉开帷幕，东方明珠积极响应号召，开展志愿者招募活动。活动期间，志愿者在现场发光发热、添砖加瓦，成为了静安光影节上一道亮丽的风景线。



10月

10月，作为场馆公益项目“飞碟光谱计划”的一部分，梅奔携手上海久牵志愿服务社及“冰上迪士尼”演出主办方，发起“飞碟追梦季”关爱行动，为来沪务工人员子女开启一场冰上的逐梦之旅。



10月至12月

10月至12月，公司配合“双治理”工作进展，通过上海主流频率和频道对治理工作开展情况进行4轮持续报道宣传，在接近50家主流媒体，行业媒体及网络媒体动态发布治理工作成果。同时，持续开展“广播电视服务进社区”活动，注重将治理成效切实带入社区，直面用户做好宣传引导工作。10月起，百视通、东方有线联动SMG都市乐聆“都市健康日”活动及上海电信、上海移动、上海联通三大运营商，以每周1~2场的频次进入上海的街镇社区，积极面向用户做好治理电视“套娃”收费的宣传推广工作。活动现场工作人员积极提供IPTV、有线电视咨询服务，并对治理相关优化内容进行详细介绍，更提供预约上门检测服务，获得了大量居民用户的肯定。



4 第四章

低碳发展、节能减排，促进人与自然和谐共生

一. 绿色管理

1. 管理目标和制度

公司积极响应国家现代生态环境治理要求，践行绿色管理、低碳运营理念，倡导“节能降耗、降本增效”，勇于承担环境保护责任。公司持续完善绿色管理体系，助力国家双碳目标的实现，通过各项制度强化环保、资源节约目标的落实，另一方面持续推进绿色环境整治行动，强化绿色办公，严格管理绿色建筑施工措施，广泛开展环保节目和宣传活动。

能源管理

公司积极倡导“节能降耗、降本增效”，进一步推动节约能耗及合理利用资源，提高能源利用效率和经济效益。公司严格遵守和执行国家关于节能减排的相关法律法规，持续完善能源管理制度和管理体系，开展节能减排项目，通过更新低能耗利用率设备、能耗数字化管理等举措，提高能源使用效率，致力于打造绿色环保责任企业。
2023年度公司进一步加强办公区域“三清三关”节能巡视工作，经核算，用电量同比2022全年减少了约86万余千瓦时。

污染物防治

公司严格遵守废弃物管理的相关内部制度及指引，明确各生产经营部门职责，对生产过程中的废弃物进行分类管理及回收、处理，避免造成环境污染，必要时进行废弃物处理结果跟踪管理。
废弃物分类处理措施：

可回收废弃物	包括废纸类、废金属类等。定点集中，分类后交由公司相关部门统一处理。
不可回收/无害废弃物 (如生活垃圾等)	存放在指定垃圾桶或放置处，由公司卫生部门定期清运。
有害废弃物	集中定点放置，由专业的第三方机构统一处理，必要时跟踪处理。

资源管理

公司制定固定资产管理、供应商环境管理等制度，加强资源管理实效，持续做好设备维修保养，最大限度延长设备使用寿命，提升物资的利用价值。
公司水资源的消耗主要来自办公环节，采用市政用水作为主要来源，公司定期组织清洗水箱，保证办公用水质量。同时公司积极推进水资源管理，通过合理用水、宣传教育等方式来减少水资源的浪费，推动公司水资源管理目标的制定。

气候变化

2023年，公司响应我国“碳中和、碳达峰”号召，努力减少温室气体排放，全年共减少排放二氧化碳当量319.2吨，同时持续加强碳足迹管理，推动绿色低碳循环发展。针对气候变化风险，公司依据《中华人民共和国突发事件应对法》《中华人民共和国防洪法》《上海市防汛条例》《上海市突发公共事件总体应急预案》等法规制定了相关应急预案，全力保证公司员工安全及公司业务发展。

生物多样性

开展多项社会活动，加强生物多样性保护实践、教育、宣传，提升大众对生物多样性保护的认知，为生物多样性保护贡献力量。

2. 环保理念宣贯

为了贯彻落实国家“双碳”目标、倡导节能减排，公司组织开展了多场节能减排相关培训，加强各部门和子公司对环保最新政策的理解，提升各部门和子公司的环保认知，并借助案例分享，助力各部门和子公司深入推进节能环保工作。

二. 绿色运营

1. 环保技术应用

东方有线

采用模块化机房、变频氟泵节能型列间空调、冷通道优化、精密配电列头柜、智能化管理等技术对核心网络机房进行节能改造。

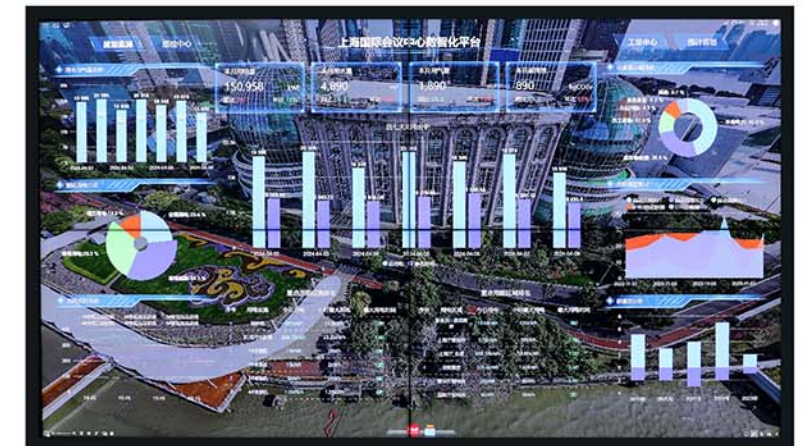
对重要核心机房进行动力环境监控系统建设和数据接入，增强对机房UPS、配电柜、空调、消防、门禁、视频、机房环境等动力设备状态监控、集中管理。

国会中心

建设能耗管理平台和智慧水务项目，计划通过大数据监控平台和档案电子化管理，实现能源管理精细化监测，提升管理效率，实现降本增效、绿色经营的目标。

东方明珠电视塔

针对中央空调及末端设备进行了局部AI智能控制系统的安装测试，计划根据测试结果安装相关设施，推动中央空调使用电量能源降耗。



2. 环保改造

东方明珠电视塔

安装具有“中央空调室内净化”“低温催化去除环境污染物”专利资质企业的空调末端消杀设备，通过自检和第三方环境监测，空气质量有明显提升。

将金卤灯、射灯、荧光灯等照明光源更新为LED光源。

以每年两台频次对老旧变配电柜、35KV变压器等设备进行更新改造，降低设备使用过程中的铁损和铜损。

以每年两台频次对中央空调设备进行更新换代，提升能效比，减少碳排放量。

梅赛德斯-奔驰文化中心

增加部分BA空调温度监测点位，对场馆空调温度控制进行优化管理。

维修空调系统中的流量计和阀门，提升空调系统的使用能效。

通过场馆LED节能灯具改造，实现节能减排。

国会中心

屋顶花园安装太阳能光伏照明灯，为酒店在新能源利用方面，提供实践指引。

锅炉烟囱余热回收，改造前锅炉烟囱排气温度189°C左右，改造后，利用回收余热加热生活用水，回收后烟囱排气温度下降到140°C以下，直接节约了蒸汽用量和天然气用量。

东方绿舟

根据夏、冬时令的特点，利用灯光时控装置，调整路灯开关时间，达到减少能耗的目标。

东方绿舟度假村对进户电源线路进行改造，均衡2路供电情况，解决了3项电能超载及不平衡状态，减少电能损耗。

3. 环保办公

三清三关	清厨房、清阳台、清走道；关电源、关火源、关气源
科学控温	办公区域中央空调夏季不超过26°C、冬季不超过20°C
无纸化办公	积极推广电子合同功能，推动无纸化作业
绿色装修	更换LED灯具，旧物重利用
报废管理	固定资产报废严格流程，杜绝随意丢弃
废弃物处置	可回收废弃物、不可回收、无害废弃物、有害废弃物分类回收处置
气候应对	针对气候变化风险，制定了应急预案

4. 环保供应链

公司建立供应商环境审核机制，将环保原则融入供应商管理中。供应商筛选及审核标准中包含环境、气候等考量因素。在供应商筛选入围阶段，充分考虑环保相关要求，关注其环境影响评价；对耗材品类供应商，严格跟踪污染物排放的各项指标，确保达到环保标准。对于生产加工类供应商，关注其工厂内废水、废气、固体废弃物等污染性排放物的排放情况，避免采购和添加有毒有害物质以及对人体健康带来安全隐患的回收料等。

东方购物供应链管理均采用公开招标方式进行选择，涉及“三重一大”项目的均严格执行《“三重一大”议事决策规则实施细则》；办公用品采购要求简易包装，杜绝过度包装，减少固体废弃物产生；日常采购下单大多采用邮件方式，减少纸张使用。

5. 环保商品

公司旗下东方购物建立商品过度包装跟踪机制，严格遵守《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准，避免因商品包装的过度使用导致资源浪费、产生不必要的垃圾、造成环境污染等问题。在商品入驻阶段审核过度包装问题，对生产企业提出改善建议，从源头避免过度包装问题产生，营造公平的销售环境，为消费者供应物美价廉的商品。

6. 生物多样性保护

法治宣传

2023年4月3日，“小手拉大手，共护绿色青浦好生态”长三角淀山湖生态修复基地法治宣传教育活动在东方绿舟举办。活动通过模拟法庭和联合增殖放流活动两种形式，普及生态法治，号召大家以实际行动助力淀山湖生态修复。



(来源：东方绿舟官网)

生态教育

2023年4月22日第54个“世界地球日”，海宁市许村镇沈士中心小学六年级的160位孩子们在东方绿舟开启了一场“众生的地球—科学探索营”，以徒步低碳的形式了解生物多样性，寻找天空飞羽，认识深海精灵，通过微生态景观的制作了解生态系统的多样。



(来源：东方绿舟官网)

生物放流

2023年7月29日，为倡导园区公益科普教育，加强青少年对水生生物保护的知晓度、参与度，在农业农村部长江流域渔政监督管理办公室、上海市农业农村委、长三角生态绿色一体化发展示范区执行委员会等部门的指导支持下，“我在长江有条鱼”2023年上海水生生物规范放流(放生)活动在东方绿舟举办，呼吁公众规范放流(放生)，防止外来物种入侵，保护长江流域水域生态安全和水生生物多样性。活动现场放流了3.5万多尾本地鲫、鲤鱼、翘嘴鲌等土著鱼类，东方绿舟成为上海首个水生生物规范放流(放生)示范点。



7. 环保成效和荣誉

东方明珠	在2023年徐汇区发展和改革委员会有关“2022年度节能目标完成情况和节能措施落实情况”的评价考核为先进。
东方有线	完成上海市经济和信息化委员会公布2022年工业和通信业节能目标责任评价、重点用能单位能耗总量和强度双控目标考核节能目标。
文广科技	获得ISO9000、ISO14001两项环境管理体系认证。
百视通	获得ISO14001环境管理体系认证。
东方明珠宜山路园区	2023年的电力及天然气综合能耗为2800吨标准煤，比2022年综合能耗2930吨标准煤下降130吨。
东方明珠凯旋中心	凯旋中心建筑获二星级绿色建筑标识证书。
东方有线	实现部分重要核心机房的PUE降低至1.4左右的较优秀水平，入选工信部“2023年度通信机房绿色改造典型案例”。
东方购物	因办公场地调整对4976项报废固定资产进行处置，以拍卖方式回收价值超10万元。

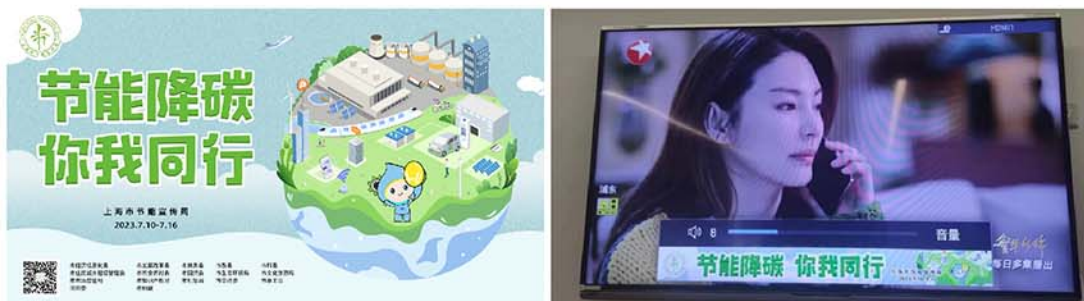
三. 环保宣传

东方明珠充分发挥媒体和场馆平台优势,通过旗下百视通、东方有线、文广互动、东方购物、移动电视等内容播出平台和东方绿舟、梅奔等场所,采用宣传片投播、节目制作和推广、活动策划等方式,广泛宣传环保理念,倡导建设美丽中国。为广大人民群众带来丰富多彩环保节目、活动内容的同时,积极探索生态发展问题解决方案,充分展现生态环境保护成果,谱写人与自然和谐共生的美丽画卷。

1. 传播环保理念

东方有线

全面服务“上海市节能宣传周”系列活动,在本市广播电视有线数字网导视频道和开机、换台和音量条等广告位全方位投放“节能宣传周”宣传片、宣传图片。导视宣传片和开机广告位覆盖全市可接收东方有线数字电视机顶盒,活动期间宣传片每天播出近30次,宣传图片广告位投放涵盖12个频道。



移动电视

移动电视拥有覆盖全市公交、地铁、楼宇的60000块大屏,日均触达2000万出行人群。2023年,移动电视充分发挥自身价值,立体化宣推打造户外环保宣传主阵地,滚动排播《全国生态日电子海报》《绿色出行月》《垃圾分类公益宣传片》《碳市场大会》《绿色出行达人评选回顾》等公益环保宣传内容,播出时长8040分钟。



东方购物

全年共播出《东方购物支持绿色账户卡》《会生活会用电》《绿色账户世界环境日》等环保公益宣传片8490次,播出时长达4131分钟。



2. 打造环保节目

电视专栏《安澜长江》

文广互动法治天地频道与上海市公安局边防、港航公安分局合作开办电视专栏《安澜长江》,节目以公安工作为切入点,集中反映长江大保护工作开展情况。其中“国家二级保护动物红嘴黑天鹅‘落单’幸获警民救助”“非法捕捞螺蛳数百斤 农委公安迅速破案 增殖放流修复环境”“长江口中华鲟放生”等内容,直击长江大保护工作现场,全方位、广角度、多形式宣传服务长江经济带发展重要意义,进一步提升全社会对长江大保护重要意义的认识。



纪录片《武夷山·我们的国家公园》

由国家广播电视总局、国家林业和草原局指导,上海广播电视台、福建省广播影视集团共同出品,上海广播电视台技术中心、百视通联合出品的超高清8K生态人文纪录片《武夷山·我们的国家公园》全篇,全面反映习近平总书记生态文明思想,展现武夷山国家公园生态文明的建设成果。



3. 宣传环保内容

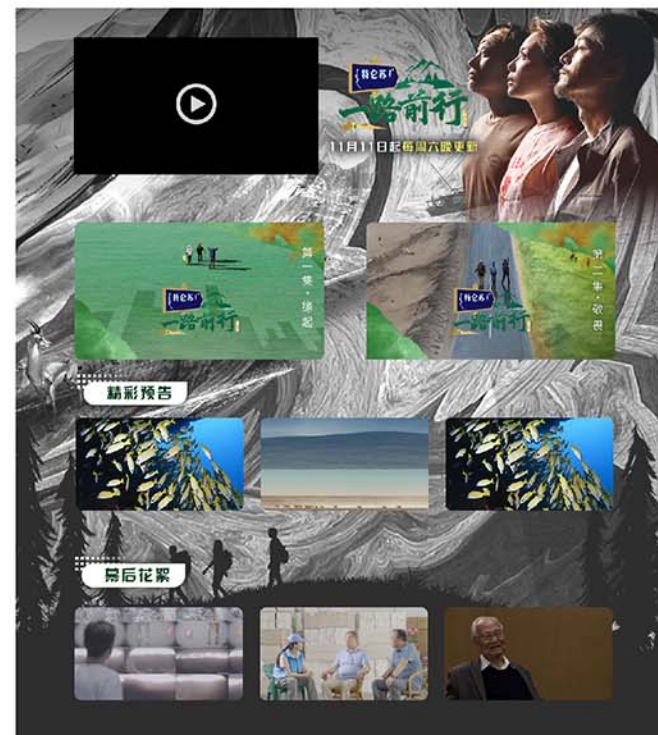
综艺节目《极限挑战宝藏行：国家公园季》

2023年1月7日起，由秦昊、岳云鹏、金靖、黄明昊、王子异参与制作的东方卫视环保公益体验节目《极限挑战宝藏行·国家公园季》在百视通IPTV、互联网电视平台播出。节目从推动绿色发展、促进人与自然和谐共生的角度出发，通过走遍多地的国家森林公园，深度体验自然、挖掘自然宝藏，呼吁大家共同守护生态环境。



大型公益环保纪实节目《一路前行》

2023年11月11日至2024年1月底，由上海广播电视台出品的大型公益环保纪实节目《一路前行》在东方卫视热播，百视通IPTV、互联网电视、有线电视大屏同步播出，首页首屏重点推荐，导视频道、微信号、视频号上线相关宣传物料，多屏共振助力宣推环境保护，弘扬建设美丽中国。节目从探索三江源国家公园的生物多样性保护和生态系统修复议题，开展海南南海村的鲸豚搁浅快闪行动，到专注海洋塑料垃圾污染问题，聚焦“山、海、林、田、湖、草、沙”等多种自然生态环境保护，积极探索城市与人的关系。



新媒体专区“BesTV自然时光”

2023年6月，由百视通打造的新媒体专区“BesTV自然时光”上线互联网电视大屏。专区聚合了百视通旗下全平台生态文明建设相关的优质内容资源，从政策解读、生态建设示范区、生物多样性故事、污染治理等国家绿色转型的重点成果入手，以丰富的内容供给和多元化的节目展播，让用户足不出户，感受中国绿色生态之美。



《众生的地球》专题策划

2023年4月22日“世界地球日”，百视通IPTV、互联网电视、东方有线平台推出“众生的地球”“地球与太空”“解锁爱地球的方式：珍爱地球，不止是地球日”等特别专题策划，集中推荐纪录片、教育节目、少儿节目，表达尊重自然、和谐共生的理念，提升小用户们的环保意识。



《生物多样性“中视频”系列》节目

2023年，百视通视频聚合平台新增长三角地区多家中视频合作方，合力带来《生物多样性“中视频”系列》节目。节目采用当下年轻人更偏爱的短、频、精的视频节奏，在生态学、动物学专家的带领下，通过在各个保护区、国家公园的实地考察，深入科普自然生态知识，集中展现我国生物多样性的丰富度和生态文明建设成果。



4. 举办环保活动

植树季活动

为发扬绿色低碳、保护自然、“绿水青山就是金山银山”的发展理念，2023年3月12日至4月28日东方绿舟以植树节为契机推出各类植树认养活动，倡导绿色理念，带动更多人践行绿色发展。



“地球一小时”活动

2023年3月25日20点30分，梅奔准时关闭了主场馆外景灯光，与全球众多地标性建筑并肩，参与一年一度的“地球一小时”活动，以此呼吁全社会携手共创一个公平的、碳中和的、自然向好的未来。同时，在场馆积极开展“地球一小时”活动宣传，发起低碳生活挑战，分享环保小贴士，发放场馆定制的限量环保袋。场馆还通过全社交媒体平台发布宣传短片，吸引8.6万人次关注。



“世界地球日”音乐特别企划

2023年4月22日，梅奔携手乙炔乐团发起“世界地球日”音乐特别企划，联袂呈现原创歌曲MV《Earth Flow》，并在当晚6时准时点亮蓝灯。4月23日，乙炔乐团受邀在梅赛德斯-奔驰文化中心音乐俱乐部举办“听，飞碟声”自然疗愈音乐会，用音乐的力量，呼吁大家用环保行为爱护唯一的蓝色家园。



5 第五章

资质与年度荣誉

一. 公司参与的组织、协会和社会机构

中国上市公司协会副会长单位

中国网络视听节目服务协会常务理事单位

上海上市公司协会副会长单位

上海市广电网络协会会长单位

上海网络视听行业协会会长单位

二. 公司年度荣誉

东方明珠新媒体股份有限公司荣誉



连续12年入选“全国文化企业三十强”



连续入选中国互联网协会“中国互联网综合实力前百家企业”



荣登上海市互联网协会“2023年上海市互联网综合实力前五百家企业”



荣获“2023文旅元宇宙创新示范企业”



荣获“上海市社会工作者协会青少年社会工作专业委员会合作伙伴奖”

旗下子公司荣誉

百视通网络电视技术发展有限公司



荣获上海市人民政府“上海市科学进步奖一等奖”



百视通无障碍视听服务平台建设荣获上海市互联网业联合会“2023年度社会责任和社会公益优秀案例奖”

上海东方明珠广播电视塔有限公司



入选上海市浦东新区文化体育和旅游局“2021-2023年度浦东新区文明旅游示范单位”



入选飞猪旅行“2023年度明星合作伙伴”



入选徐汇公安分局交通警察支队“徐汇区2022-2023年度交通安全宣传公益支持单位”



“百视通云电竞”项目荣获“2023长三角广播电视媒体融合优秀案例评选成长项目奖”



入选上海市浦东新区消防安全专业委员会“2023年浦东新区消防安全先进集体”



入选大众点评“必玩榜2023上海必玩地”



在“2023年度金屏奖”评选中荣获中国智能视听与科技创新产业“年度5G创新企业大奖”，旗下“BesTV云电竞”项目荣获“年度大屏最佳创新产品奖”



入选浦东新区反恐防范应急工作领导小组办公室“2023年浦东新区反恐防范应急工作先进单位”



入选携程口碑榜“2023年度必玩地标景点”

东方有线网络有限公司



上海广电5G应急广播应用研究及示范"项目
荣获"第六届'绽放杯'5G应用征集大赛5G+公安应急专题赛"三等奖



荣获上海市互联网协会"2023年上海市信息通信行业适老化
及信息无障碍服务示范案例 服务深度拓展奖"

上海国际会议中心有限公司



荣获中国饭店业品牌价值年会组委会"中国饭店业服务品质星耀奖",入选"中国饭店业匠心企业"



入选上海互联网协会"上海市互联网业联合会第一届会员单位"



荣获上海市浦东新区文化体育和旅游局
"2021-2023年度浦东新区文明旅游示范单位"



荣获红丝绒高星酒店指南"2022-2023红丝绒之星-年度最佳观景房间"

上海东方电视购物有限公司



"东方购物大小屏融合长者服务"项目获评上海市广播电视媒体融合优秀案例评选"十大优秀案例"



荣获上海市旅游行业协会 饭店业分会"餐饮创新奖",入选"最受欢迎酒店"



上海尚世影业有限公司



《破晓东方》获首都广播电视节目制作业协会
2023年首都电视节目春推会推优活动“年度特别贡献电视剧”荣誉



《破晓东方》获首都广播电视节目制作业协会
2023年首都电视节目春推会推优活动“年度贡献力机构”荣誉

东方明珠安舒茨文化体育发展(上海)有限公司



梅赛德斯-奔驰文化中心入选上海BANG
“年度文化演出综合中心”



梅赛德斯-奔驰文化中心入选新民晚报
“2023新民品位生活大赏 年度演艺地标”

上海东方明珠国际旅行社有限公司



入选上海市浦东新区文化体育和旅游局“2021-2023年度浦东新区文明旅游示范单位”



荣获上海市消防救援总队
“2023年上海市多种形式消防队伍执勤岗位练兵先进集体”



荣获上海市浦东新区统计局
“浦东新区2023年度统计先进单位”

上海文广互动电视有限公司



第34届“上海旅游节”为文广互动颁发感谢信



《一碗人间烟火》荣获中国电视家协会
“第十五届中国·扬州旅游电视周”最佳短视频奖

附录

附录1: 年度履责绩效表

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	2次
董事会会议	6次
监事会会议	4次
公告数量	66条
投资者调研总次数	352次
投资者调研总人数	433人
线上调研接待次数	314次
线下调研接待次数	38次
2022年度业绩说明会	回答投资提问50条
2023年第三季度业绩说明会	回答投资提问34条
财务数据	
全年营业收入	79.73亿元
归母净利润	6.02亿元
加权平均净资产收益率	2.0488%
基本每股收益	0.1790元/股
资产负债率	21.77%

附表2: 客户责任绩效

科研投入情况	2023年
研发投入总额	190,181,357.71元
研发投入总额占营业收入比例	2.39%
研发人员	518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	96,950.86万元
前五名客户销售额占年度销售总额比例	12.16%
前五名供应商采购额	36,115.61万元
前五名供应商采购额占年度采购总额比例	6.67%

附表4: 政府责任绩效

关键绩效—项目	数值
纳税总额	536,273,696.20元
对外捐赠总额	77,202.98元
每股社会贡献值	0.92元
2023年新聘员工数量	399人

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3807人, 占比58.78% 女性员工2670人, 占比41.22%
2023年末员工总人数	6477人
劳动合同签订率	100%
员工培训	
年内累计组织培训次数	214次
年内培训学时	66130学时
年内培训参与人次	12045人次
人均参与时间	9.6小时
员工满意度	92%
员工帮扶	
发放困难慰问补助金	50.74万元
走访困难职工	285人次
协助员工申请大病和困难补助金	22万元
办理工会会员卡专项保障	6249人

附表6: 公益活动绩效

关键绩效—项目	数值
公益宣传片总播放时长	超2914.4小时
公司所属全渠道投放公益宣传片次数	17.4万条次

附录2：参照《上海市国有控股上市公司ESG指标体系工作导则》的索引

指 标		页 码	
E 环境	E1 环境管理	E1.1 环境管理目标和制度	085
		E1.2 通过环境管理体系认证	090
		E1.3 绿色产品研发与环保技术使用	086
		E1.5 环保培训绩效	086
	E2 能源	E2.1 能源管理目标和规划	085
		E2.2 节约能源举措	087
	E3 资源	E3.1 资源管理体系和规划	085
		E3.2 水资源目标和规划	085
		E3.3 节约用水举措	085
		E3.5 其他资源使用管理	088
	E4 污染物	E4.1 废水管理目标和规划	085
		E4.5 废气管理目标和规划	085
		E4.6 减少废气排放举措	087
		E4.8 固体废弃物管理目标和规划	085
		E4.9 固体废弃物处理举措	088

指 标		页 码	
E 环境	E4 污染物	E4.12 其他污染物管理	085
	E5 气候变化	E5.1 识别气候变化风险, 以及建立应对气候变化的目标、战略	085
		E5.2 助力“双碳”目标的举措	087
	E6 生物多样性	E6.1 生物多样性保护制度	085
		E6.2 生物多样性保护举措	089-090
	S 社会	S1 产品和服务	S1.1 产品安全与质量管理体系
S1.2 通过产品质量管理体系认证			049
S1.3 产品研发创新			029-034
S1.4 知识产权保护			034
S1.5 客户信息保护和隐私			026-027, 049
S1.6 客户服务管理制度			049-050
S1.7 负责任宣传			051-054
S1.8 客户投诉量/投诉解决率			055-056
S1.9 客户满意度			055-056
S2 员工责任			S2.1 员工雇佣和员工组成

指标		页码
S 社会	S2 员工责任	S2.2 员工流失率 038
		S2.3 员工民主管理 039
		S2.4 薪酬与福利体系 039
		S2.5 员工关爱 044-048
		S2.6 员工满意度 039
		S2.7 员工职业健康安全管理 040-043
		S2.8 通过职业健康安全管理体系认证 040-043
		S2.9 安全应急管理举措 040-043
		S2.11 安全生产培训绩效 040-043
		S2.12 因工受伤和死亡 042
		S2.13 员工体检覆盖率 041
		S2.14 员工职业发展制度 043-044
		S2.15 员工培训和实践举措 043-044
		S2.16 员工发展的成效 043-044
		S3 供应链责任

指标		页码
S 社会	S3 供应链责任	S3.2 供应商ESG审查 069,088
	S4 社区责任	S4.1 开展公益慈善活动 075-084
		S4.2 公益慈善投入 080
		S4.3 志愿服务绩效 080
	S5 企业责任	S5.1 服务国家或上海市战略 057-059,065-068
		S5.3 信息安全 036,049
		S5.4 公共服务 060-062
		S5.5 税务贡献 037
		G1.1 党的领导 019-020
	G 治理	G1 公司治理
G1.3 外部董事占比 021-022		
G1.4 合规管理体系 026		
G1.5 风险管理体系 028		
G1.6 审计制度 027		
G1.7 避免违反商业道德的举措 027		

指 标		页 码		
G 治理	G1 公司治理	G1.8 反垄断与公平竞争	027	
		G2.1 董事会参与ESG管理	010	
	G2 ESG治理	G2.2 ESG工作组织架构	010	
		G2.3 ESG战略/目标	010	
		G2.4 ESG利益相关方识别	011	
		G2.5 ESG实质性议题识别	012-013	
		G2.6 ESG相关制度	009	
		G2.7 开展利益相关方沟通活动	011	
		G2.9 具体业务考虑ESG要素	057-068,070-084	
		G3 数据治理	G3.1 基础平台建设	035
			G3.2 数据汇聚互通	035
	G3.3 数据治理体系		036	

反馈意见表

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、选择性问卷(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. 您认为报告版式设计和表现形式：

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2023年度环境、社会和治理(ESG)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： _____