



# 2024

江苏省广电有线信息网络股份有限公司

## 可持续发展报告

# 关于本报告

本报告是江苏省广电有线信息网络股份有限公司面向公众发布的第1份可持续发展报告。报告严格遵循客观性、公开性及透明度原则，系统披露公司2024年度在可持续发展领域的战略规划、管理举措及核心绩效指标，旨在为各利益相关方提供全面、准确的信息参考。

## 报告范围

组织范围：本报告范围与公司年度合并财务报表范围一致。

时间范围：2024年1月1日至2024年12月31日，部分内容往前后年度适度延伸。本报告为年度报告。

## 称谓说明

为了便于表述和阅读，本报告中“江苏省广电有线信息网络股份有限公司”也以“江苏有线”“公司”“集团”“我们”表示。

## 编制依据

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》；《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》；全球可持续发展标准委员会《GRI可持续发展报告标准》（GRI Standards）；联合国可持续发展目标（SDGs）。

## 信息来源

本报告所采用的数据信息均源自公司官方渠道，包括但不限于：经审计的财务报告、内部统计报表以及各职能部门系统收集并严格审核的可持续发展相关数据。

## 可靠性保证

本报告内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。报告内容已经公司董事会审议通过，并授权对外发布。公司管理层对报告内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

## 获取报告与联系我们

您可通过公司官方网站 (<https://www.jscnnet.com>) 获取本报告电子版。

为不断改进报告编制工作，我们希望倾听您的意见和建议。

如果对报告有任何疑问，也可以通过以下方式联系我们：

邮箱：[jscn@jscnnet.com](mailto:jscn@jscnnet.com)

电话：025-83187799

# 目录

## 走进江苏有线 04

公司简介	04
企业文化	04
公司业务	05
发展历程	05
年度荣誉	06
ESG管理	08

## 专题：年度十件大事 12

## 附录 70

未来展望	70
关键绩效表	72
报告索引	76

## 深化公司治理 强化责任担当 16

党建引领	18
规范治理	19
风险管理	20
合规经营	21
廉洁建设	22
投资者权益保护	23
举报与举报人保护	23
公平竞争	23

## 持续技术创新 引领数智未来 24

广电5G无线监测平台	26
5G-A三载波聚合共建共享	26
智慧广电乡村工程公共服务支撑平台	27
插入式微型机顶盒	27
自主可控终端产品研发	28
云网数算安创新业务	29

## 提升服务体验 树立卓越口碑 30

内容服务	32
品牌建设	34
客户服务	39
5G质效提升	40
宽带质效提升	41

## 坚守安全底线 有效守牢阵地 42

意识形态安全	44
生产安全	44
反电信诈骗	48
供应链安全	49

## 助力民生实事 彰显国企担当 50

智慧广电乡村工程	52
应急广播覆盖	53
“双治理”专项行动	54
低保用户看电视	54
公益文化活动	56

## 切实关爱员工 携手共同发展 58

员工招聘	60
员工权益	61
员工成长	62
员工关怀	63

## 坚持绿色发展 共建和谐社会 66

可持续投资	68
绿色数据中心	79
绿色施工	70
节能降耗	71

# 董事长致辞

## 做一个鲜活的动词



**此去经年，朝暮与岁月并往。**去岁无憾，我们的一步一寸都有迹可循。值此《江苏有线 2024 年 ESG 报告》发布之际，我谨代表公司董事会，向长期关心与支持江苏有线发展的各级领导、合作伙伴、投资者及全体用户致以诚挚谢意。作为省属大型国有文化与科技上市公司，江苏有线始终秉持“服务党和政府、创造美好生活”的初心使命，将环境、社会与公司治理（ESG）理念深度融入企业经营与发展战略，以文化和科技融合构建绿色传播生态，以创新实践赋能行业与社会进步，以责任担当擘画可持续发展蓝图。

过去的一年，我们坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，凝心聚力、主动作为、勇争一流，以中国式现代化江苏有线新实践，在全国广电网络行业保持唯一“双增长”的领跑位置，综合缴费用户规模突破千万级，总量位居全国第一。公司连续十五年入选“全国文化企业 30 强”，连续四年登榜“中国 500 最具价值品牌”。“智慧广电乡村工程”连续四年被纳入“江苏省政府民生实事”项目。“视界先锋”党建品牌，入选新华网 2024 全国党建品牌创新案例。面向广大干部职工发起“情系边疆”爱心捐赠倡议，共向西藏边远落后村镇的居民、儿童捐赠物资几千件。何以长江·长江文化数字大展、南京（国际）矿博会等案例，被中国亚洲经济发展协会和《环球时报》社评选为“2024 中国数字经济十大典型应用场景”。

俗话说，“要想改变自己，那就走到对你有期待的人中间去。”于是，我们推开用户的门，去我们知道的地方生长，以有品位、有温度、有深度的内容产品和品质服务，将用户“再中心化”，在无垠的大地辟出新的绿洲。我们深知行路难，可我们仍赴一重山水一重关，因为心怀炙热，所以一往无前。在广电网络行业处于逆周期、跨周期和转型期“三期叠加”的重大调整期，我们不等不靠、不推不怨，深耕用户价值、遵循市场逻辑、发挥资本力量，因地制宜发展文化新质生产力，升级算网生态体，省卫生健康影像云平台、省地震监测预警平台、江苏数字品牌馆等一批示范性、标杆性项目，形成“5G+”新质生产力多矩阵建设运营模式，数智类政企业务收入较上年同期增长 8%，成为公司“第二增长曲线”。践行文化和科技融合创意表达，强健品牌生命力，以“跟着微短剧去旅行”为切入点，成立头条视听短剧公司，打造“微短剧+AI+文旅”网络视听新业态；创新升级开博学院，成为中国广电、省广电局的技能培训基地，致力培养“文化+科技”卓越人才；创立天衍智算公司，推出多项数据产品，发起成立“长三角数据产业智库算力联盟”，数智结合、服务实业。依托“云网数算安”数字化能力，构建绿色新生态，紧扣国家“双碳”目标，深度参与制造业“智改数转网联”行动，运用光伏技术，将智能化、信息化融合绿色、节能建设理念，为企业搭建安全可靠的智能物联综合管理平台，预计 2025 年底前，在江苏南通完成约 10 个“智能工厂”建设。激发人才建功立业的澎湃动力，把好招才聚才关，以“223 有线远航”人才工程为牵引，打造“890 菁英实训营”，主办疫情过后江苏第一个因公出国培训团组——新加坡南洋理工大学文化数字化时代下管理能力提升研修班，搭建领导班子与一线人才“心贴心面对面”沟通交流平台——人才会客室，推出旨在推动创新项目孵化的“点燃计划”，实现人才成长和公司发展的双向奔赴，让公司每一个努力奔跑的员工都能被看见、被关爱、受尊重。

单丝不成线，独木不成林。一个人有想法，一群人就会有办法。江苏有线正在进行一场与时间赛跑、与同行竞争、与自我挑战的征程。重压之下，热望之上，2025 年，公司以“深化改革 强基固本”为主题，年度总目标是继续实现经营业绩“双增长”，保持在全行业“领跑位置”，重点围绕“乘”“风”“破”“浪”四个方面：

**乘**——乘“进一步全面深化改革”之大势，推进中国式现代化江苏有线新实践提质增效。

**风**——迎难而上，从党中央的决策中找方向、找坐标，从省委的工作部署中找路径、找答案，发挥文化和科技融合的倍增效应。

**破**——破旧立新，对受到有形无形壁垒制约的“破壁”，对有能力梗塞的“破梗”，对囿于年龄圈层难以代际沟通的“破际”，对被固有观念所束缚的“破障”。

**浪**——逐浪前行，通过系统性变革，提增内生力量、提升用户价值、提振发展信心，交出“走在前 做示范”的好答卷。

苏格拉底曾说：“世界上最有可能成功的人，不是才华出众的人，而是抓住每次机会全力以赴的人。”乡村全面振兴、应对老龄化社会、实现“双碳”目标……这些时代课题，是我们义不容辞的责任。初心如磐、笃行致远、久久为功，这是我们昨天许下的承诺，也是我们面向明天的答案，步履不停，终见花开。

2025 年，是江苏有线成立 17 周年、上市 10 周年，我们将坚持与时代共振、与用户共鸣、与生态伙伴共进，做一个鲜活的动词，为可能，尽所能，且盼关山更峥嵘。

江苏有线党委书记、董事长

庄传伟

# 走进江苏有线

## 公司简介

江苏有线作为省属大型国有文化与科技上市公司，成立于 2008 年 4 月 29 日，总部位于江苏省南京市。公司于 2015 年 4 月 28 日在上海证券交易所 A 股主板上市，股票代码为 600959。

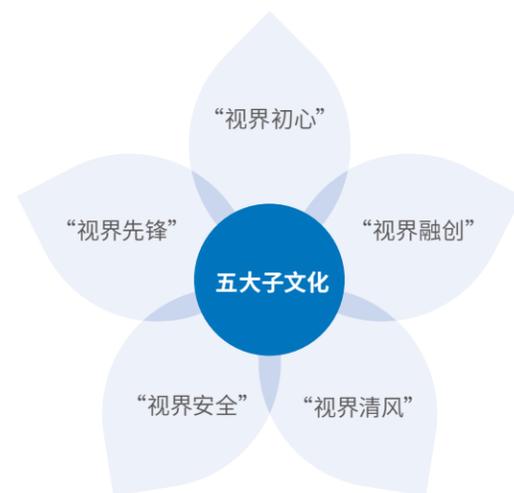
江苏有线是我国广电网络行业的标杆性企业，有线电视、广电宽带和通讯业务均居全国前列，总体发展质效始终保持行业领跑位置。公司连续 15 年入选“全国文化企业 30 强”，连续 4 年入选“中国 500 最具价值品牌”，两次被授予“全国文化体制改革先进企业”，荣膺 A 股“上市公司‘金质量’优秀党建奖”，是全国广电行业首个国家文化和科技融合示范基地，也是江苏省唯一的单体类国家文化和科技融合示范基地。

近年来，公司落实“移动优先”战略，构建平台型共生共享的闭环生态体系和“有线+5G”融合应用体系，建成了江苏有线三网融合枢纽中心和国家文化大数据华东区域中心，成为广电 5G 核心网东部中心节点。参与长江国家文化公园数字云平台建设、构建了屏、报、网、微、端一体的融合传播体系和新国货电商平台。发起了长三角广电网络数字经济联盟、长三角数据产业智库算力联盟等重大跨区域、跨行业合作，数智类政企业务收入占比大幅攀升，企业实力稳居全国同类行业第一方阵，品牌影响力日益提升。

## 企业文化

江苏有线以先进的企业文化为基石，历经十六载，孕育出“视界初心”“视界先锋”“视界融创”“视界安全”“视界清风”五大子文化，共同构成“视界观”企业文化体系，为企业高质量发展注入精神动能。近年来，公司以“文化和科技融合”为核心，秉承“以水为媒、以石搭桥、以文铸魂”理念，通过“何以长江——长江文化数字大展”“中国南京（国际）矿物宝石化石博览会”“致敬经典·名家朗读会”“江苏有线数智全业生态大会”等活动，展现创新驱动发展的实践与担当。

除了上述五大子文化外，江苏有线还形成了企业愿景（让你爱看，永无止境）、企业核心价值观（思变求新，追求卓越）、企业精神（众人拾柴，合力图强）等一系列企业文化理念。这些理念共同构成江苏有线“视界观”企业文化体系的丰富内涵，为企业的高质量发展提供了强大的精神动力和文化支撑。



## 公司业务

公司主要从事广电网络的建设运营，广播电视节目传输，数据宽带业务以及数字电视增值业务的开发与经营以及 5G 通信技术服务，按照国家有关法律法规，对江苏省广播电视传输网络实行统一规划、统一建设、统一管理、统一运营，实现省、市、县三级网络互联互通，抢抓“全国一网”和广电 5G 建设一体化发展机遇，积极构建“有线+5G”融合应用体系，加强文化与科技深度融合，加快建设技术先进、特色鲜明、安全可靠的新型广电网络，切实担负起舆论传播引导主渠道、数字文化服务主阵地、智慧社会建设主力军的使命任务，努力做高质量文化服务信息的引领者，争当行业智慧广电的标杆企业，加快建设适应中国式现代化要求的一流企业，打造具有全国影响力的现代旗舰式文化科技企业集团，不断满足人民群众和广大员工新需求新期待，更好为党和政府舆论宣传功能的发挥提供有力支撑，为江苏社会经济发展和文化强省建设贡献力量。

## 发展历程

自 2008 年 4 月成立以来，江苏有线已经走过了 16 个年头。从公司发展史的维度上看，江苏有线的发展分为 3 个阶段，即初创与整合阶段、发展与上市阶段和业务扩展与创新阶段。

### ○ 初创与整合阶段 (1980 年代 -2008)

- 在初创与整合阶段，江苏有线的业务经历了从电视网络建设到有线电视信号传输、从各个地级市成立有线电视机构到成立各个地级市的广电集团、从各地业务分散到广电网络资源重组整合三个重要转变。
- 2008 年 4 月，按照中央关于深化文化体制改革的部署，江苏省大力推进全省广电网络资源整合、重组，江苏省广播电视信息网络股份有限公司正式成立。

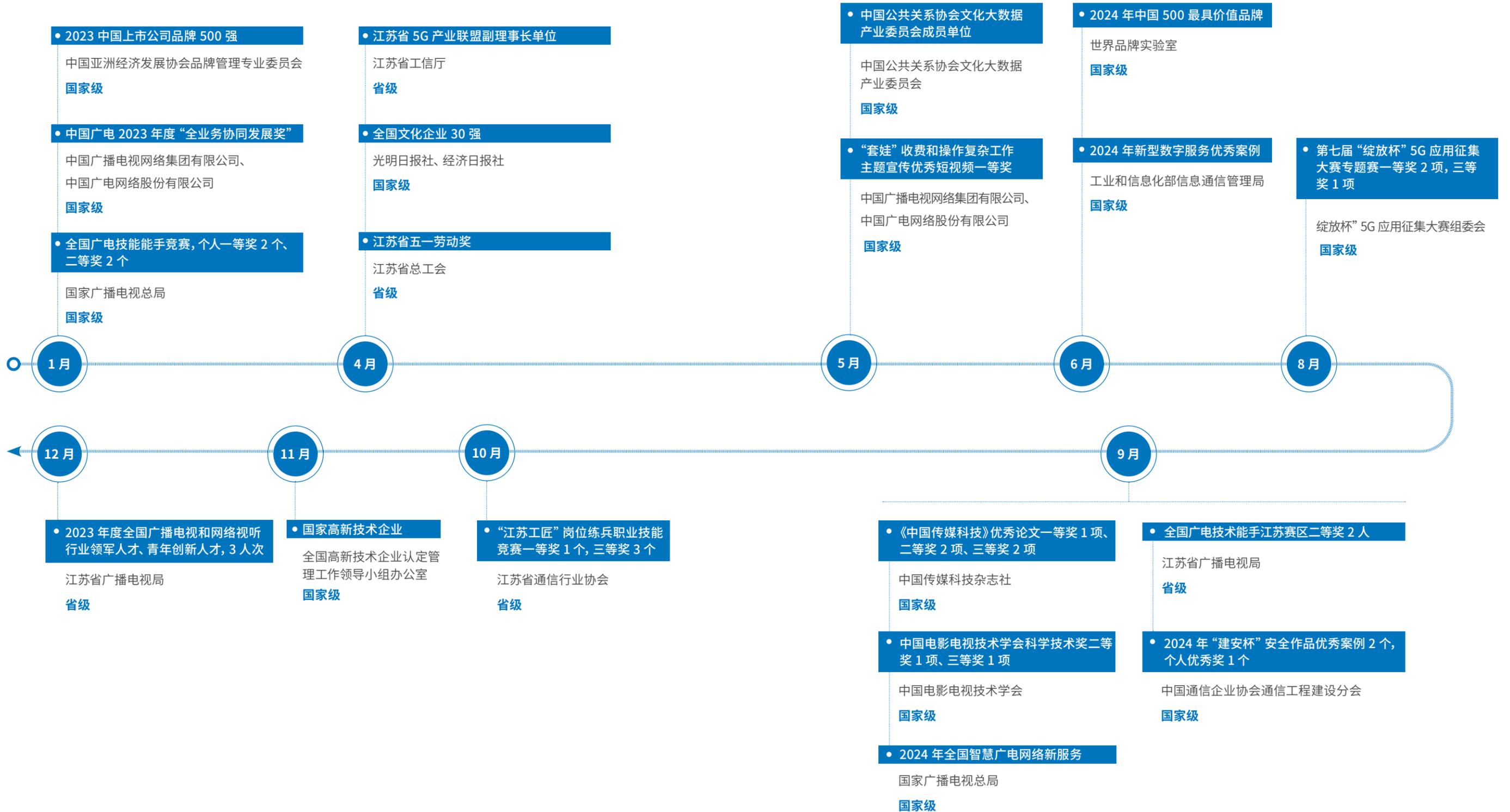
### ○ 发展与上市阶段 (2008-2015)

- 在发展与上市阶段，江苏有线在实现了资源整合的同时成功上市，使得公司发展进入到“快车道”。
- 2015 年 4 月 28 日：江苏有线在上海证券交易所 A 股主板上市（证券简称“江苏有线”，股票代码 600959）。

### ○ 业务扩展与创新阶段 (2015- 至今)

- 自 2015 年江苏有线成功上市后，江苏有线正式步入业务扩展与创新阶段，并在五大方面集中开拓：一是主营业务持续拓展，二是技术创新与知识产权保护愈加重视，三是服务升级与用户体验提升，四是注重市场拓展与品牌建设，五是荣誉与成就的持续获得。

# 年度荣誉



# ESG 管理

## ESG 管理架构

为推动公司 ESG 工作的有效落实，江苏有线逐步建立了整体联动的 ESG 管理沟通组织体系。董事会负责审议和决策公司 ESG 工作的战略、目标，监督指导公司 ESG 实施；公司经营管理层负责管理 ESG 重要性议题、制定 ESG 目标等；ESG 工作组由公司总部各部门组成，由董事会办公室（证券与投资部）统筹，负责具体推动公司年度 ESG 工作实施，与内外部利益相关方保持沟通，共同形成了审议决策、统筹督导、分步落实的工作推进方式。



## 利益相关方沟通

利益相关方	关注议题	沟通渠道和方式	
 <b>股东与投资者</b>	股东与投资者权益 风险管控与合规运营 公司治理 商业道德	股东大会 路演与业绩说明会 投资者热线与邮箱 中小股东交流 定期信息披露	
 <b>政府及监管机构</b>	国企改革 安全播出 公司治理 商业道德 绿色施工	减少运营碳排放 文化传播 社区公益志愿 乡村振兴	专项会议或报告 合规监管与检查 定期信息披露
 <b>客户</b>	客户服务 产品质量与内容供给 科技创新 信息及网络安全	国企改革 文化传播 社区公益志愿	客户服务热线 线下营业厅 / 活动 客户满意度调查 客户沟通
 <b>员工</b>	保障员工权益 职业健康与员工关爱 人才发展与培训 国企改革		工会 员工沟通机制 员工培训 员工活动
 <b>合作伙伴 / 供应商</b>	责任供应链 商业道德		交流合作 供应商审核
 <b>公众</b>	文化传播 社区公益志愿		沟通活动 媒体互动 公益志愿活动 公司网站、公众号等公开渠道

## » 双重重要性议题分析

江苏有线将各利益相关方的关注作为制定 ESG 发展战略的重要考虑，实施常态化的重要性议题管理是我们开展 ESG 规划计划、风险与机遇管理、信息披露的基础。

公司根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号—可持续发展报告（试行）》等披露标准，结合业务特性开展双重重要性评估，分析 ESG 议题对公司财务以及经济、环境和社会的影响，根据识别结果调整 ESG 工作安排，确保 ESG 相关工作的有效实施与优化提升，并于本报告中就重要性议题进行重点回应。

### 江苏有线 2024 年双重重要性评估流程

#### 步骤 1: 识别 ESG 议题

参考宏观政策以及所在行业的特定政策或标准，以内外发展势趋势分析为基础梳理 ESG 议题清单，识别重要的通用议题和行业特定议题：

- ①参考国内外权威可持续发展报告指引和准则，包括《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号—可持续发展报告（试行）》、国际财务报告可持续披露准则（ISSB）、《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）等；
- ②内外部利益相关方共同关心的问题，结合所处行业特点、行业发展阶段、自身商业模式、所处价值链等情况，识别其他具有财务重要性或影响重要性的议题；
- ③ ESG 评级体系以及同行业关注的可持续发展议题；
- ④参考专家意见等。

#### 步骤 2: 利益相关方沟通与重要性分析

针对内外部重点利益相关方群体开展“影响重要性评估”和“财务重要性评估”，参与相关方包括董事、高管、员工、客户、供应商、投资者、监管部门、媒体以及公众等。

##### 影响重要性评估

###### ▶ 确定影响重要性评估因素

确定影响重要性评估因素，包括影响发生可能性和影响严重程度（其规模、范围、不可补救性等），以设定影响重要性评分区间

###### ▶ 关键利益相关方调研

邀请内外部利益相关方参与问卷调研

###### ▶ 形成影响重要性评估结论

基于利益相关方调研或专家评分结果等方式，得出议题影响重要性的分析结果

##### 财务重要性评估

###### ▶ 确定财务重要性评估因素

确定财务重要性评估因素，包括是否预期在短期、中期和长期内对公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、经营成果、现金流、融资方式及成本等产生重大影响；设置判定财务重要性的阈值

###### ▶ 关键利益相关方调研

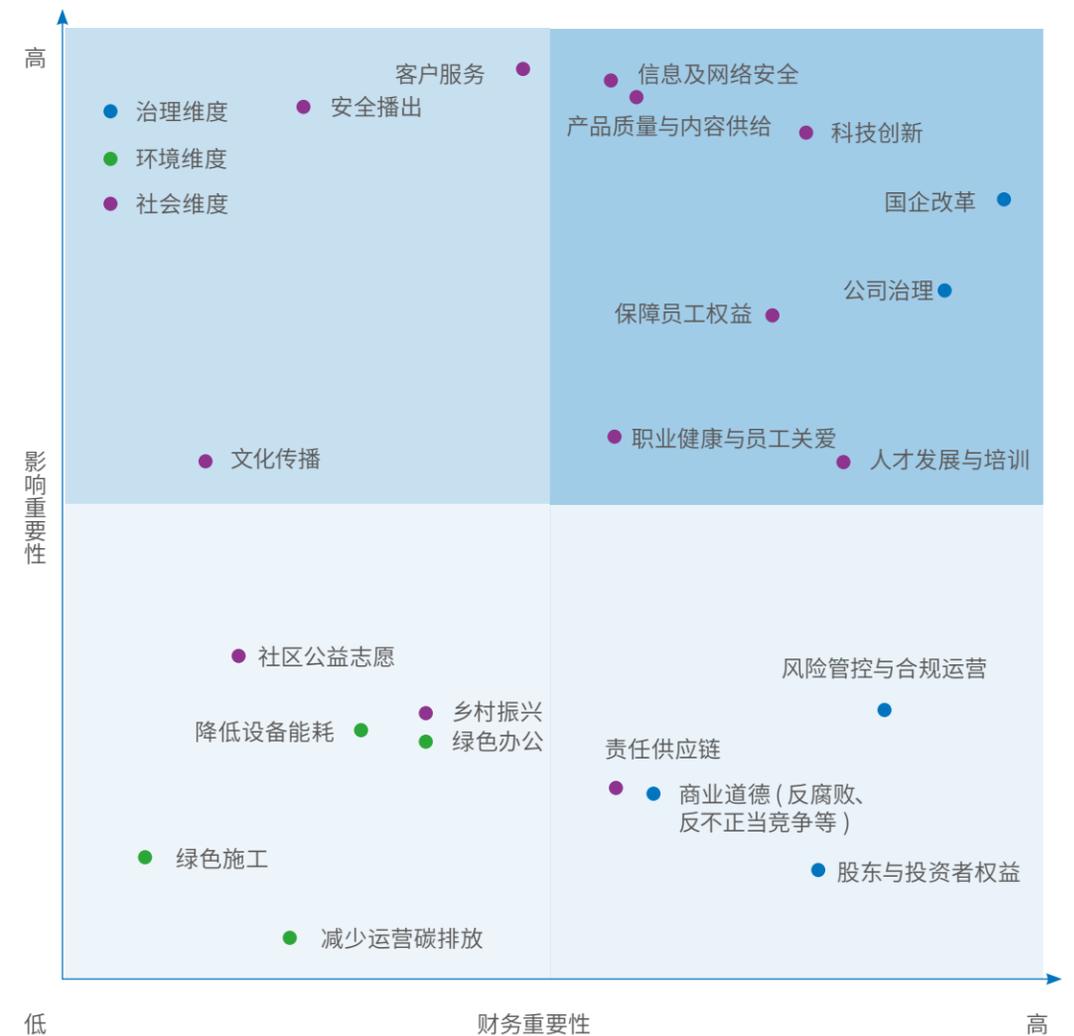
主要由公司董事、高管、财务部门进行评分

###### ▶ 形成财务重要性评估结论

基于利益相关方调研或专家评分结果等方式，将各议题财务重要性评分与阈值进行比较，得出议题财务重要性的分析结果

#### 步骤 3: 议题确认与报告

基于步骤 2 评估数据、公司高管审核、外部专家意见，形成 2024 年重要性议题矩阵，确定本年度重要性议题及其优先级，并由经营管理层会审阅并确认。针对具有财务重要性的议题，公司未来将进一步加强其 ESG 治理、战略、风险和机遇管理、指标与目标，并在报告中披露。



# 专题



## 年度十件大事

### 坚持用党的创新理论凝心铸魂

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会精神，深入学习贯彻习近平文化思想，巩固深化党纪学习教育成果，全面完成省委高质量考核目标任务，年度各项指标继续保持在全行业“领跑位置”。



### 高质量完成广播电视和网络视听安全传输保障工作

圆满完成党的二十届三中全会、全国两会、庆祝中华人民共和国成立 75 周年、巴黎奥运会、中非合作论坛等安全播出和 5G 核心网重要保障任务，全网运行正常。5G 核心网江苏节点全年安全运行，网络 KPI 质量、反电信诈骗效能均居全国广电行业前列。



### 因地制宜发展新质生产力，构建“一片森林”式生态体系

创新资本投资运作、算力服务支撑、内容技术输出、电商平台营销、物业房产运营、广告策划咨询、创意会展服务、专业技能培训、高端智库分析等增值业务板块，推进数字适老化服务，布局江北新区，放大文化和科技融合的溢出效应，多元多业发展取得新突破。

### 高质量搭建“文化+”产业价值网链

策划“我和我的祖国”系列群众性文化活动，成功举办视界·名家讲坛、第四届致敬经典·名家朗读会，实现中国南京（国际）矿物宝石化石博览会创意表达，数智呈现长江文化数字大展，营建长江丰物集，推动长江运河文脉和家乡风物的双向催化，加快打造全国有代表性的现代旗舰式文化科技企业集团。



### 新闻宣传工作取得新突破

落实全省宣传部长会议精神，通过理念创新、手段创新、基层工作创新，整合“屏报网微端”各级各类宣传资源，积极构建“大宣传”格局。人民日报、中央电视台等主流媒体竞相报道，公司官微官网视频号等新媒体破圈出彩，全网传播声量超过 1 亿 2 千万。公司官微跃升全国新榜企业公众号榜单排名第一。短视频和微短剧逐步打开海外市场，推动“品牌出海”“文化出海”。



### 大众业务卓有成效

开展“和您一起成长的约定”江苏有线用户节，举办 30 多场“欢乐大舞台”活动、5000 多场进社区活动、5 场全省统一营销活动。光纤入户工程持续推进，广电宽带用户、收入呈现爆发式增长。



### 江苏有线第四届工会会员代表大会暨职工代表大会成功召开

积极协调企业与职工之间的关系，规范劳动用工管理制度，加强公司内部管理，关心职工思想、工作、生活，全心全意为广大职工谋利益、办实事，把工会建设成“职工之家”。



### 打造广电网络行业“江苏样板”

开发北京、深圳业务市场，加速全国化进程总体布局，并积极向海外拓展。成功举办首届“192 杯”长三角优质工程评选活动，亮相 2024 年全国高速公路部长圆桌论坛，开启“广电 5G+ 交通”时代新篇章，助力长三角广电网络一体化高质量发展。



### 多措并举推进人才强企战略

深入实施“从依靠‘人力’向依靠‘人才’转变”战略，持续抓好“223 有线远航”人才工程，创新打造“890 菁英实训营”“点燃计划”“人才会客室”等特色品牌。选派优秀人才赴清华大学、新加坡南洋理工大学进修。开博学院苏州培训基地启用，获批中国广电（江苏）培训基地。



### 践行“用户至上”理念

江苏智慧广电乡村工程连续 4 年入选省政府民生实事项目。电视“双治理”工作取得阶段性成果，江苏插入式微型机顶盒、通用遥控器规模化试点工作全国领先。农村低保户收看有线电视项目年度惠及 21 万户家庭。创新启动“三片云”客服工作体系，“十万坐席热线暖心”活动赢得用户广泛好评。





01

深化公司治理  
强化责任担当

# 党建引领

2024 年，江苏有线坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，深学细悟习近平文化思想和习近平总书记关于党的建设的重要思想，牢牢把握推进中国式现代化这一最大的政治，牢牢把握坚持高质量发展这一新时代的硬道理，全面落实“四个走在前”“四个新”的重大任务，聚焦“因地制宜加快发展新质生产力”“使江苏成为发展新质生产力的重要阵地”的重大要求，切实履行党建工作主体责任。

江苏有线始终坚持党建引领，将党的建设与公司治理深度融合

01

不断强化政治理论武装。坚持以党的政治建设为统领，坚守传播好党的声音、服务好人民群众初心使命，坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”。充分发挥党委把方向、管大局、保落实作用，不折不扣落实党委“第一议题”制度、“三重一大”制度，全年组织开展“第一议题”学习 50 次，党委理论学习中心组集中学习 16 次，召开党委会 47 次，审议议题 300 余项。把深入开展党纪学习教育作为全年工作的重中之重，强化“四学联动”，实施“基地+课堂”，融合“线上+线下”，相关典型做法和成功经验在中国广电和江苏先锋网刊发。

坚决维护意识形态安全。严格落实意识形态工作责任制，定期组织意识形态领域分析研判，持续开展信访突出问题攻坚化解行动，强化阵地管理和考核问责，圆满完成春节、全国两会、党的二十届三中全会、巴黎奥运会、庆祝中华人民共和国成立 75 周年系列活动等安全保障任务，全网未发生重特大安全播出事故，坚决守好意识形态安全红线。

02

加强宣传舆论阵地建设。不断提升宣传工作质效，紧紧围绕年度重点工作、重大活动进行宣传报道，多角度展示江苏有线在服务社会、推动行业发展中的积极作用，公司官微话语体系实现较大转变，总体阅读量、传播指数、10 万+ 数量等再创新高，部分稿件跃升至企业日新榜指数第一名。持续完善齐抓共管格局，严格落实“三审三校”和“零报告”制度，定期组织开展风险隐患排查，进一步加强舆情管理，强化对全网舆论的实时监测及精准预警，严防“低级红”“高级黑”。树牢大抓基层鲜明导向。

03

坚持党建引领航根铸魂。以“党建链”带动“产业链”提质增效，持续深化党支部“标准+示范”建设，开展软弱涣散党组织排查整顿工作，推进统战工作和群团组织建设，团结带领广大党员、广大青年坚定不移听党话、跟党走，多措并举推动基层党组织全面进步全面过硬。

04

# 规范治理

公司作为大型国有文化企业，从设立伊始，就制定了完善的公司治理制度规则，明确了股东、董事、监事和高级管理人员的职责界限和法律责任，明晰了党委会、董事会、监事会、股东会之间的关系。

坚决落实党委会作为董事会决策重大问题的前置程序。公司涉及“三重一大”事项议案都严格按照相关制度要求，都需先经过公司党委会讨论研究并形成会议决议。

形成权责清晰的“四会一层”治理结构。按照“定位清晰、结构合理、制度完备”的原则，不断完善“四会一层”法人治理结构，形成了“党委核心领导、董事会股东会战略决策、经营层执行落实、监事会依法监督”的公司治理机制。

严格履行重大事项报批报备程序。按照《关于印发通知》（苏财规〔2018〕1号）要求，需经公司党委会、公司董事会审议的重点议案，公司将严格按照规定的报批报备程序，上报省委宣传部、省财政厅批准。

2024 年，公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律法规的要求及本公司《章程》，规范公司运作，公司治理的实际情况符合《上市公司治理准则》等上市公司治理规范性文件的规定及要求。



注重基础性制度建设，夯实规范治理根基。密切跟进上市公司的新政策、新法规，修订完善公司章程、信息披露、董事会专门委员会议事规则等，筑牢规范治理的制度基础



优化新一届董事会结构。邀请企业管理能力强、有专业特长、有社会影响力、认同公司发展战略的独立董事加入董事会，独立董事由原 3 名增加至 4 名，进一步增强了在董事会中参与决策、监督制衡、专业咨询的作用，突出公司在保护中小股东合法权益上的努力。



高质量开展“三会”相关工作。坚决落实党委会作为董事会决策重大问题的前置程序，2024 年共提交公司党委会前置审议议案 32 项，组织召开 3 次股东会会议、8 次董事会会议、12 次董事会专门委员会会议、1 次独立董事专门会议、5 次监事会会议。



严格履行重大事项报批报备程序，2024 年向省委宣传部、省财政厅报批事项 4 项、报备事项 7 项。

# 风险管理

2024 年江苏有线在风险管理方面采取了多项措施，以确保公司运营的安全和稳定。

健全风险管理机制。按照公司《全面风险管理办法》制度要求，全面梳理公司风险管理现状，认真总结风险管理过往，从制度建设、责任落实、工作流程等方面研究如何开展公司风险管理工作，深入推进公司全面风险管理工作落地见效。

开展经营风险识别与评估。组织省市县三级各单位和各部门，依据公司《主要经营风险清单》开展全公司范围的风险排查与识别专项行动，共排查发现 186 个待改进项，针对待改进项逐项分析、评估、确认风险等级，筛选出 4 个重大风险、6 个重要风险和 83 个一般风险，并按照既定方案协同相关职能管理部门，选择相适应的风险应对策略，实现对风险的有效控制和处理。

进一步完善和实施客户信用评级体系。在完成公司客户信用管理制度建设和流程框架搭建基础上，建立常态化、规范化的信用评级运行机制。年初完成 1232 个存量客户的信用评级，全年协同业务单位和部门实时开展新增客户或信用状况发生变动客户的信用评估，新增评级 229 个客户，客户信用管理体系运行成效初显，有效促进公司防范应收账款坏账损失风险。



# 合规经营

2024 年江苏有线始终坚持合规经营，积极提升合规治企效能，严格遵守国家法律法规和行业规范。



抓住“关键少数”，结合党委理论学习中心组习近平法治思想专题学习会，开设《中华人民共和国公司法》董监高合规义务专题讲座，以点带面，将依规治企要求融入公司治理之中，筑牢自觉合规意识。



全面梳理合规管理现状，结合公司《合规管理办法》要求，深入推进合规管理工作，持续落实合规承诺机制，及时督促总部部门及分子公司主要负责人经营管理合规，建台账，强监督。



深入推进“1+13”的普法工作格局，优化普法组织结构，联动落实“八五”普法规划、宣传思想文化领域法治建设规划、信用体系建设规划等，结合宪法宣传周、新公司法颁布实施等法律宣传契机，围绕习近平法治思想、公司治理、信息披露、合同法律风险防范、新媒体运营等重点领域，举办多场法律专题培训。



## 廉洁建设

2024 年江苏有线持续注重廉洁建设，深入贯彻落实党的二十届三中全会精神提出的“以改革精神和严的标准管党治党”要求，多措并举推动廉洁国企建设。



做细政治监督。协助召开年度全面从严治党工作会议，公司党委与各分子公司和部门签订全面从严治党责任书，选取典型案例通报查处情况。印发谈心谈话工作方案，以同级领导班子成员和下级“一把手”为重点，推动知责明责、履责尽责。紧盯风险隐患、织密监督网格，组织开展了中标单位履约情况检查、重大经营风险和亏损项目排查、职能部门问题线索收集摸排等一系列监督检查。



深化正风肃纪。处置问题线索 66 件，准确运用“四种形态”，切实彰显用纪执纪精度温度，推动党员干部在严格约束下锐意进取、奋勇争先。根据省纪委指示精神和公司党委统一部署，依规依纪开展违规经商办企业专项整治，组织各设区市分公司纪委集中进行处理，编制《违规经商办企业问题核查途径及内容指引手册》，做到核查统一标准、处置统一尺度。



培树新风正气。重要节点下发纠治“四风”节前提醒，贯通联动做好节日期间纠“四风”树新风工作。在年度全面从严治党会议等重要会议上，为受到不实举报的同志进行澄清正名，为干事者撑腰、向诬告者亮剑，树立激励担当鲜明导向。召开领导干部警示教育大会，教育引导公司党员干部以案为鉴、警钟长鸣，树牢正确政绩观。结合党纪学习教育，组织公司班子成员和党员领导干部走进省党风廉政警示教育基地、王荷波纪念馆开展现场警示教育。持续擦亮“视界清风”廉洁文化品牌，构建具有公司特色的廉洁文化体系。在公司 OA“廉洁在线”栏目全年共发布文章 40 余篇，阅读量一万多；发布视频 40 余个，点击数破七千。



## 投资者权益保护

2024 年公司切实保护投资者特别是中小投资者合法权益。

按照真实、准确、完整、及时和公平的基本原则开展信息披露工作，全年在上交所网站和符合中国证监会规定条件的媒体披露定期报告 4 份，临时报告 35 份，其他文件 24 份，切实做到信息披露“零差错”“零延时”。

制定并发布《江苏有线投资者关系管理办法》，有效规范了公司投资者关系管理工作，进一步完善了公司治理。

建立健全投资者热线交流机制。全年累计接听投资者来电超 600 次，在合法合规的前提下耐心解答投资者提出的问题，形成良性互动。

积极主动召开业绩说明会。2024 年公司召开业绩说明会 3 次，对投资者、分析师、媒体普遍关心的问题予以充分解答，增进投资者对公司的认同度。3 次业绩说明会在申万三级行业中 - 电视广播 III 中排名第 1。

## 举报与举报人保护

江苏有线高度重视举报与举报人保护。

### 畅通信访渠道

设立来信、来电、来访、电子信箱等多种举报渠道，拓宽线索来源。指派专人负责检举控告工作，接收信访举报并进行登记、受理、办理、督办和管理。加强问题线索分析研判、甄别筛选，落实集体会商机制，加强综合分析研判，对难以判定的疑难复杂信访举报，通过定期集体研判，深化筛选分类，将反映内容具体、可查性较强的信访件筛选出来，推动快速精准处置。

### 严格工作纪律

按照《江苏有线纪检监察信访举报工作暂行办法》有关规定，规范审慎受理纪检监察类信访举报。严格工作纪律、加强保密要求，严加控制知密范围，坚决防止“跑风漏气”和泄密情况发生，严禁故意泄露举报人的信息，确保举报人不会因举报行为而受到不必要的干扰或报复。在调查信访举报反映问题线索过程中，严格遵守举报人保护的原则和相关规定，严格保密涉及举报人身份等个人信息，保护举报人合法权益不受侵犯。

### 规范处置规程

印发《江苏有线纪检监察工作实务指引》，进一步明确信访举报工作要求和程序，推动依规依纪依法开展调查核实工作。对实名检举控告优先办理、优先处置、给予答复，要求办理材料应附向检举控告人反馈的材料，检举控告人提出不同意见的要附承办单位对其不同意见的说明。将信访监督工作嵌入监督办案工作链条，通过问题线索定期集体研判机制和下级纪检监察机构在手问题线索月报制度，常态化对信访件受理、办理、处置、反馈进行全过程监督检查，反向检验监督办案质效。

## 公平竞争

江苏有线严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止侵犯商业秘密行为的若干规定》，以及业务所在国家的反垄断和公平竞争的相关法律法规，反对扰乱市场秩序的行为，杜绝不正当竞争行为。公司承诺不以非法手段收集竞争者的商业秘密或其他机密信息，协同价值链伙伴共建良性竞争生态。2024 年，江苏有线未发生重大违反反不正当竞争法律法规的情形。



02

持续技术创新  
引领数智未来

江苏有线鼓励研发创新工作，推进形成文化与科技融合的新质生产力，引领公司创新发展。公司高度重视研发人才储备和研发团队建设，经过多年的积累，引进和培养了一支创新型、专业化的技术研发团队。截至报告期末，公司研发人员总数达到 2266 人，占公司总人数 13.52%，硕士及以上人数占比 10.15%，具有较强的自主研发和创新能力。

## 广电 5G 无线监测平台

监测平台面向全国

**31** 个

省网全部开通账号

累计接入城市

**368** 个

2024 年，江苏有线 5G 网络质量监测系统、一体化小基站等创新产品投入使用。目前，广电 5G 无线监测平台已完成系统连通与支撑服务、专题分析和智能化报告、关键技术自主可控等研发工作，成功对接省内工单平台系统。智能哨兵的开发，实现了自动化监测与智能化数据分析报告，持续推动网络优化和用户满意度提升。

监测平台面向全国 31 个省网全部开通账号，累计接入城市 368 个，接入测试终端 4.68 万台，共计收集数据 100 亿条。在江苏省内，监测平台接入 76 个县市、1.6 万名员工、500 多辆测试车，已测试 50 亿数据采集点，覆盖广电基站 32.22 万站。测试工作完成道路网络测试 326 个、高速测试 98 段、地铁测试 33 条、重点室内场景 1.7 万个，发现并解决问题段落万余处，全网语音整体接通率从开网初期的 85% 提升至 99.88%。在监测平台全省常态化测试工作中，持续提供测试报表、故障分析等资料，为地市移动优化提供有力支撑。

## 5G-A 三载波聚合 共建共享

为进一步强化江苏有线 5G 技术创新工作的领先优势，公司联合江苏移动在苏州地铁完成了 5G-A (5.5G) 三载波聚合 (3Component Carrier, 以下简称 3CC) 共建共享网络部署，成为全国首个地铁 5G-A 共建共享网络试点工作。

试点部署在苏州 1 号线东环路站，应用 5G-A3CC 组网技术，基于中国广电与中国移动共建共享的 5G3CC 频段组合，在地铁站台内安装四频新型室分设备，同时配置并广播中国广电和中国移动的网络代码。现网实测显示，中国广电和中国移动网络下行峰值速率均超 2.7Gbps，满足 5G-A 网络预期目标，为高密度、高移动性的地铁无线通信场景提供了高效网络支撑。

本次地铁 5G-A 网络技术试点，是对无线通信系统共建共享模式的创新探索与实践。本次试点工作新闻信息在中国移动和中国广电双方官微刊登发布，受到业内广泛关注，并被江苏省通管局选作优质工作讯息上报至工信部和省政府。试点成果还被集团领导作为创新成果在全国“5G 发展大会”上进行重点介绍。



## 智慧广电乡村工程公共服务支撑平台

2024 年江苏有线贯彻落实江苏省政府民生实事项目——“智慧广电乡村工程”，高质量完成了平台二期功能的研发上线及 231 个智慧乡镇（街道）的落地建设。平台研发方面，按照业务构建工具化、业务开发少代码化的建设思路，研发了支持“拖拉拽”的多级页面构建工具、60 套大小屏业务模板、手机屏建站和数据驾驶舱构建工具，完成近百项新功能的上线。技术支撑方面，完成 1 次全省、4 次地市和 2 次区县的专场技术培训，保障一线技术人员具备业务自主建设和内容维护的能力。做好全省平台落地的技术支撑工作，完成各地 170 多路的监控接入、近千次的技术答疑和问题排查。经济效益方面，经初步测算，通过全省统筹建设的方式节约了不少于 2000 万固定资产投资和数百万软件维保费用，并支撑各地政企合同签署近亿元。智慧广电乡村工程不仅在 11 月 13 日被央视新闻频道，《人民日报》在 12 月 27 日又刊登了题为《江苏实施“智慧广电乡村工程”：乡村生活越来越“智慧”》的文章，提升江苏有线的影响力。



## 插入式微型机顶盒



为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，落实中央领导关于“电视机、机顶盒一体化和一个遥控器看电视”重要指示，国家广电总局会同工信部等部门共同开展电视操作复杂治理工作。从 2023 年开始，江苏有线思想上高度重视，专门成立“双治理”工作小组，圆满完成第一阶段“实现开机看直播”的治理任务。2024 年初，江苏有线主动承担插入式微型机顶盒和通用遥控器在有线电视网络的试点与商用部署工作。在广电总局广科院、规划院的紧密合作与指导下，江苏有线积极参与行业和集团企业标准研制，率先完成样机研发、技术验证、友好用户测试等工作。通过芯片设计、方案集成、终端生产等产业链上下游各环节的协作，于 2024 年 12 月 30 日完成全国首个运营商 10000 台插入式微型机顶盒和通用遥控器的采购招标，相关工作成果得到了总局的高度认可，并在央视和江苏省台进行了宣传报道，江苏有线以实际行动肩负起江苏“走在前、做示范”的行业担当。

# 自主可控 终端产品研发

依托公司“点燃计划”，申报“创新智造工作室”，启动自主可控终端产品研发，通过技术创新推动研发自主可控和产品降本增效。基于海思最新的 Hi3798MV320 SoC 芯片和“视界 TV2.0”软终端 SDK，研发独立 APK 应用软件。

## 研发成果与 技术创新方面

- 成功集成银河 SDK 包，实现了高清视频直播功能，极大丰富用户观看体验。
- 基于 ExoPlayer 等目前主流开源框架，实现了频道播放、音量控制、退出、返回等播放控制功能。
- 简化现有播放器 UI 设计，实现频道列表及频道信息更清晰直观的呈现。
- 通过减少不必要的后台服务和代码结构优化，提高播放器的启动速度和响应速度。

## 团队建设 与项目管理方面

- 建立较为完善的研发协作管理和任务分配机制，明晰各阶段研发目标，确保研发工作有序进行。
- 为加速完成自主可控机顶盒产品研发工作，组建自主研发虚拟团队，实现资源的有效整合和高效利用。
- 搭建内部研发协作及代码托管环境，为团队成员提供便捷的研发工具和平台，通过建立内部共享知识库，提升团队的整体研发能力。

## 生产软件版本 源代码 托管方面

- 完成了源代码托管《保密协议》签署，为源代码安全管理筑牢了法律防线。
- 完成源代码编译托管服务器云资源部署和配置，为源代码的妥善存储与高效管理提供了有力的技术支撑。

# 云网数算安 创新业务

2024 年基于云网数算安能力赋能创新业务，公司加大对算力、云网、IDC、通用软件等方向的投入，瞄准市场需求，夯实并提升创新产品能力，周期性输出市场业态及产品技术发展趋势分析报告，不断更新迭代创新产品。持续培育“云网数算安”数字化核心能力，全省算力“1+3+13+X”规划开始落地，全年云资源扩充至 18900vCPU、60TB 内存和 5PB 存储，形成 400Tflops 的 AI 智能算力，完成云安全能力的构建，并通过三级等保测评认证。部署省委宣传部、省广电局、省地震局、省民宗委、省环保集团、省电影集团、省文交所等 10 多个客户的业务平台，完成 4 号楼二层机房扩容改造，加快推进 2000 个机架规模的麒麟智算中心建设。2024 年“云+”“软件服务+”“大数据+”“安全+”等创新产品业务累计收入 2.67 亿元。

云网数算安能力图谱



03

提升服务体验  
树立卓越口碑



# 内容服务

2024 年度，公司依托全新的媒体融合生产运营架构，以“扎根主业、开枝散叶”为指导思想着力深化内容生态建设、推进媒体融合。



> **大屏内容量质并举，用户黏性消费双增。**通过合作模式改革与芒果、百视通两家互联网头部深度合作，引入全量内容扩充基础点播底量内容，基础点播内容量实现翻番增长，用户点播量大幅增长。成功引入上线“腾讯云视听”和“哔哩哔哩”视听专区，在江苏地区运营商中率先完成“爱优腾芒 B”互联网头部视听内容的全量引入，有效补齐有线电视内容短板，通过特色内容建立差异化优势。



> **全媒矩阵持续扩大，媒体融合能效提升。**整合屏报微端网资源开展融合运营，全面发力移动端媒体矩阵建设。通过广电 5G 专属流量活动发力拓展新用户，“视界观”上线老年大学、微短剧融合专区等实现电视手机跨屏收视；发行《社区新报》电子刊物打造纸媒新传播渠道，推出“书与法艺术作品大赛”等活动实现线上线下互相导流，开展名师空中课堂暑期课堂、《南京有个小西湖》话剧直播等几百场移动端直播，2024 年累计参与活动人数达到 66 万人次；形成全省新媒体矩阵，各类新媒体矩阵覆盖粉丝数超过 100 万。《产品革新·人才赋能·短剧扬帆，共绘全媒体时代新篇章》入选 2024 年江苏省广播电视媒体融合优秀案例。



《产品革新·人才赋能·短剧扬帆，共绘全媒体时代新篇章》入选  
**2024 年江苏省广播电视媒体融合优秀案例**



> **内容生态拓展布局，服务场景形式多元。**以市场为导向，在 AIGC、微短剧、内容出海等领域进行多元化创新业务孵化，探索市场化转型路径。积极争取《互联网视听节目服务许可证》续期及网络剧制作与播出资质增项，投资成立头条视听（江苏）传媒有限公司，上线运营“头条剧场”大小屏融合微短剧专区；与高校合作，建立 AI 影视内容创作基地，推出大学生微短剧创作推优计划“微光计划”。承接制作江北扬子江数字产业园区定制微短剧《我在江北遇见她》、智慧乡村题材微短剧《洋孙子回乡》，主投《此刻，我为华夏守护神》《这个保姆不对劲》等多部短剧作品，强化视听内容生产布局，不仅在丰富文化多样性和传播正面价值观方面发挥了重要作用，而且通过微短剧+文旅，微短剧+普法等领域结合，构建政府和相关单位与群众沟通的桥梁，有效促进政府宣传和产业发展。以 AIGC 赋能内容生产，由传统的内容服务平台、节目呈现窗口，转变为内容的创作方、提供方。配合省文旅厅利用 AIGC 创作江苏冬季旅游线路推介会先导片，播出后吸引商务厅关注；利用 AIGC 开展瘦西湖风景区微短剧创作，创新宣推形式，提升市场参与水平及用户服务能力，从而有效拓展业务增值空间。积极拓展海外微短剧市场，在 YouTube 注册运营“糖糖短剧”和“小星短剧社”两个微短剧频道，订阅人数达到 2.3 万户，视频播放量突破 272 万次；精选江苏文旅优秀作品《苏味》《何以长江》及《信步瘦西湖》系列纪录片开展海外平台传播宣推，讲好中国故事、弘扬文化自信。



江苏省广电有线信息网络股份有限公司 出品  
江苏华博在线传媒有限责任公司 制作

## 品牌建设

### 持续深耕“视界先锋”党建品牌

在“视界先锋”党建品牌的带动下，江苏有线各级党组织已累计创建党建子品牌 158 个，其中获评优秀党建品牌奖 20 个，提名奖 5 个。通过深耕“视界先锋”党建品牌，公司引导各级党组织大力实施党建工作理念创新、体制创新、载体创新、内容创新，提升党建品牌标准化、示范化水平，持续彰显基层党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，实现党建工作与生产经营互促共进，进一步增强党组织政治功能和组织功能。公司开展创新案例征集活动，开设官微系列专栏，制作专辑书刊 1000 册，分发至各级党组织互学互鉴。党建品牌案例成果刊登在《国企业管理》杂志（2024 年 9 月刊），在第十届国企业管理年会暨国企业管理创新成果发布仪式上荣获二等奖，并被评选为新华网 2024 党建品牌实践成果优秀案例。



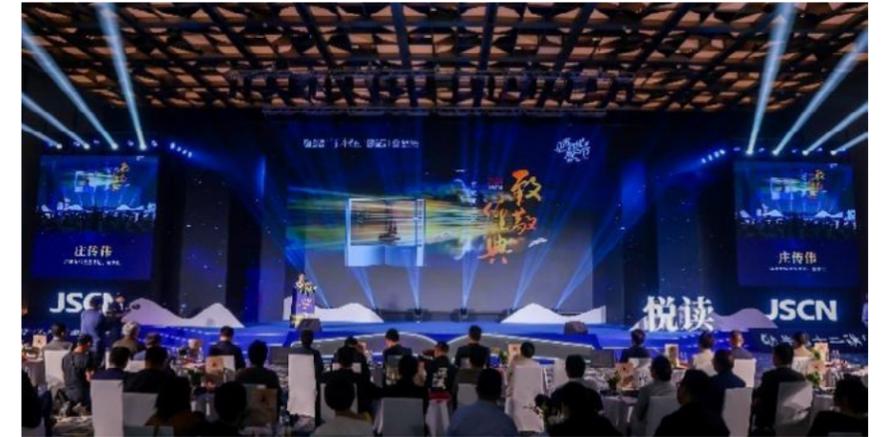
### 致敬经典·名家朗读会

江苏有线作为“全国文化企业 30 强”积极践行文化国企责任担当，围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象建设社会主义文化强国，牵头打造文化 IP 系列活动“致敬经典·名家朗读会”。

自 2020 年开始，活动已连续举办四届，吸引了包括余华、阿来、贾平凹、梁晓声、舒婷、吴义勤、欧阳江河等在内的众多著名作家与诗人等文学家参与，他们以深情的朗读，带领观众回味经典，感受文学之美。近年来的朗读会更是融入了现代科技、潮流元素、先锋创意，促进文化与科技融合创新，内容、形式和节目的全面升级，彰显了数字化时代下文化艺术表达的无限可能，驱动文化传承与创新。

2024 年 4 月 28 日，由江苏有线主办，牛首山文化旅游区联合主办，《钟山》、视界互联、南京银行联合承办的第四届“致敬经典·名家朗读会”在南京牛首山希尔顿酒店举行。活动汇聚邱华栋、阿来、苏童、李修文、陈先发、贾梦玮等一批文学大家、诗人学者和演艺名家，这不仅是一场文学与艺术的盛宴，更是一次文化传承与交流的契机，吸引了社会各界人士的广泛关注和积极参与。

活动通过丰富的表现形式与互动环节，充分展示了古韵与今朝的结合、现实与数字的交融、诗歌与音乐的对话、名家与青年的传承，提高了公众对文化多元魅力的认知与感悟，增强了价值认同，推动了“美丽江苏”登高声远，为“文化强国”建设着墨增姿添彩。



### 数智全业生态大会

“数智全业”生态大会是江苏有线携手生态合作伙伴在经济格局调整，科技革命迅猛推进的背景下，有效激发新质生产力，推动文化与科技深度融合，强化数智赋能，推进全业发展的一次大会。2023 年起，每年举办一次，每次有超 200 家来自科技、通信、制造、广电、文化传媒、金融领域的生态合作伙伴代表，与经济学者、智库专家、头部机构负责人齐聚一堂，通过分享、评选、签约、产品发布等多个环节，积力之所举，众智之所为，共议数智创新之法，做好文化与科技的“融合题”。

2024 年举办的第二届“数智全业”生态大会上，有三项文化 + 科技创新项目亮相——天衍智库成立暨长三角数据产业智库算力联盟正式启动，迈向“以数据驱动研究，以算力延展智力”的新征程；头条视听（江苏）传媒有限公司揭牌成立，

聚力让微短剧成为讲好中国故事、推动影视文化“走出去”的重要载体；江苏数字品牌馆重磅上线，以集展示、体验、交流和数字消费于一体的元宇宙平台，展现江苏“智”造大省、品牌强省的实干、创新与奋进，文化与科技深度融合的创新成果成为培育新质生产力的关键所在。江苏有线与生态合作伙伴也通过大会增加了解，相互赋能，互为生态，不断推动企业高质量发展取得新的突破，努力在推进中国式现代化江苏新实践中交出“走在前、做示范”的优异答卷。



## »» 何以长江·长江文化数字大展

作为国家文化大数据华东区域中心建设单位，江苏有线不断推进数字技术在提升公共文化服务、促进文化消费、增强文化交流互鉴、优化文化发展环境等方面的深度应用。江苏有线聚焦优质内容生产和数字化转型，坚持“五感融合”与“四创融合”，“何以长江——长江文化数字大展”正是对这一理念的生动诠释。

作为电视端高清 VR 展馆，“何以长江”将线下展馆搬上电视，用户可以任意切换角度选择观看展馆内精彩的数字演绎。它以鲜活灵动的艺术表达、天衣无缝的科技美学、贯古通今的哲学思考，对长江流域风物进行再回望、再创作，让无数观众在参与“数字媒介叙事”中，完成了一场时间穿越、空间漫游和想象生产，把远古的、当下的、附近的、远方的“长江”融为一体。

以“何以长江——长江文化数字大展”为代表的江苏有线数字文化成果，通过“好风景”讲出“好故事”，总传播量突破 4.5 亿，先后受邀亮相第七届数字中国建设峰会、印度尼西亚巴厘岛第十届世界水论坛等。基于展览作品和 AI 生成作品挂牌上架、数据资源入表等工作，“何以长江”IP 影响力进一步转化为数据资产，推动数字文化成果传播力与数据资源价值的积极转化。



## »» 长江运河丰物集

江苏有线秉承“用户价值第一”的理念，打造“长江丰物”品牌活动，旨在深耕长江经济带，弘扬长江文化，推动国货“潮品”从“中国潮”迈向“全球范儿”。

2024 年 1 月首创“2024 长江丰物展暨江苏舒心消费年货节”，由中共江苏省委宣传部、江苏省商务厅、江苏省农业农村厅、江苏省文化和旅游厅、江苏省农业科学院指导，江苏有线、江苏省农村信用社联合社、江苏省食品集团有限公司主办，江苏新国货承办。现场汇聚省内 13 个地市和“四大牧区”超 200 家品牌、1000 余种单品，为用户带来别开生面的年货消费体验，助力打通土特鲜、老字号及名特优产品在江苏地区的市场消费通路。此活动被写入省委宣传部 2024 年第五期宣传工作快报和省文旅厅年度工作总结，并获省文旅厅专项资金。

同年 12 月，由江苏省文化和旅游厅、江苏有线主办，由江苏新国货承办的“192 长江丰物集暨江苏冬季旅游线路推介会”在南京老门东历史文化街区正式开幕，以“购新国货 游江苏年”为主题引领品质年货消费潮流。活动立足江苏文旅特色，向全国人民推介长江沿线美食风物，融合江苏 13 个设区市旅游特色、传承手工艺、非遗文化等，同时也将对口帮扶省份丰收喜悦共同献上，打造全新文旅融合消费新业态、新模式、新场景，为消费者带来家门口的“文化盛宴”。“长江丰物”品牌 IP 年度总传播量突破 5930 万，此活动作为重点工作项目写入省委宣传部简报，“长江丰物”品牌 IP 再次火爆出圈。



## »» 中国（南京）国际矿博会

把“好故事”做成“好产品”，在江苏有线主办的 2024 南京（国际）矿博会，紧紧围绕“矿蕴金陵、只此青绿”主题，从展会活动、布局模式，到宣传推广、互动体验，呈现出多方赋能、融合创新的亮点。

江苏有线在电视大屏和“视界观”客户端小屏正式上线“云上宝藏”南京矿博会专区，旨在打造“永不落幕的矿博会”。同时牵头发起 2024“矿视奇才@石城”全球使者传播计划，联合多家国内外平台，以地质科普与文旅融合为引领，讲好地质文化故事，通过对南京“石头城”标识进行“集聚化+专业化+品牌化+融合化”的精准布局，用产品说故事、用传播聚流量、用创意促交易。

江苏有线以高站位、宽视野实施矿博会宣传策略，为传播矿物宝石化石背后的科学文化艺术价值、弘扬地学科学文化内涵提供一个广阔舞台。矿博会吸引全球 400 余家展商齐聚金陵，5 天内客流量突破 16 万，现场交易额超 15 亿元人民币，全网影响力值突破 5.4 亿。公司后续致力将其打造成适合国际传播的文化贸易产品、文化交流项目，扎实推进江苏高水平对外开放、更大力度吸引和利用外资，讲好江苏故事、中国故事。



## 全面拓展大众业务品牌声量

2024 年，公司以广电数字电视、广电宽带、广电 5G 等大众业务三大品牌为核心，结合全年重要营销节点，策划季度热点营销活动，联动全省市县公司，拓展大众业务品牌声量，全面提升用户感知。

2024 年一季度公司策划开展“在一起就是年”新春营销，强化数字电视业务品牌与家庭情感的紧密连接，让用户在阖家欢乐的氛围中感受到广电的陪伴。



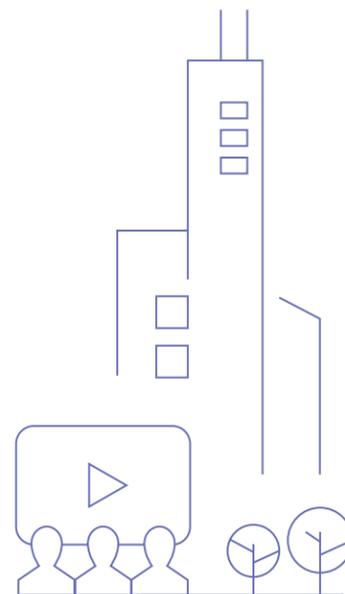
二季度推出“和您一起成长的约定”用户节，实实在在地让利给用户，增强了用户对品牌的认同感。

三季度开展“广电‘家’年华”活动，精彩赛事直播，为广大体育爱好者提供了身临其境的观赛体验，更是突出了品牌活力与年轻化形象。

四季度以“惠生活 选广电”为主题，全面开展广电惠民活动，强化了品牌与用户生活的紧密关联。

线下深耕，全面拓展品牌影响力。2024 年，公司“焕新生活日”用户节主题活动成为与用户深度互动的重要平台，现场设置的业务展示区等，让用户能够亲身感受广电魅力，增进了用户对品牌的了解与信任。市县公司大力开展地推活动，全年累计 5000 多场。这些地推活动切实提升了品牌在当地的知名度与影响力，让广电服务真正深入千家万户。

通过全年连贯的营销活动、持续的品牌建设以及深入的线下拓展，全面强化了用户对广电数字电视、广电宽带、广电 5G 三大业务品牌的认知。大众业务品牌知名度与美誉度得到全面提升，为大众业务可持续增长提供了强有力的支撑。



## 客户服务

江苏有线始终将客户服务作为公司发展的第一要务，践行服务党和政府、创造美好生活的企业使命，以“全时守护，爱在分秒”的服务理念，为全省用户呈现丰富多彩的精神文化生活，致力于提供卓越的服务体验，树立江苏有线“有温度、有深度”的服务形象。

2024 年公司以用户为中心，全面升级服务体系，推动服务质效与服务价值双提升，全年 96296&10099 热线接通客户来电 874 万通，营业厅为客户办理业务 1963 万笔，社区工程师上门服务 312 万次。

打造“云客服”创新服务模式。通过构建“云坐席”“云柜台”“云运维”三大板块，实现“业务电话办，用户零跑腿”，为用户开辟“最短服务路径”。云坐席，上线智能客服能力，支持自动识别客户需求，自助服务流程平均每月可快捷处理客户需求 9 万笔，并建立 10099 与 96296 热线双技能全业务服务模式，一次呼入即可实现多维业务受理，客户话后满意度评价持续维持在 95% 以上；云柜台，打造服务营销一体化的空中营业厅运营模式，借助数字化广电生态与电子支付的深度融合，用户足不出户即可便捷享受远程业务办理；云运维，强化在线故障排查与指导能力，热线一次解决率提升 10%，同时将社区工程师报修响应时效由 48 小时升级为“当日装、当日修”，装维服务效率总体提升 26%，充分满足并保障了用户的收视需求。

深化客户服务体验，建立老龄群体服务关怀机制，每月外呼联系近千名独居老人，提供生活咨询与服务关怀，同时开展用户生日关怀，特定群体热线直进人工服务、投诉 24 小时内首次回复等措施，提升个性化服务水平。3 月 14 日《新华日报》刊登的题为《江苏有线：以服务提质增效加码民生幸福》的文章，生动展现了江苏有线在主动服务群众方面的积极探索与深入实践。

积极创建优质服务品牌，打造行业服务典范，2024 全年荣获 52 个服务相关奖项，其中国家级奖项 31 个，省级奖项 12 个，市级奖项 9 个，有效提升江苏有线服务品牌影响力。

优化投诉机制。针对用户反映的“急难愁盼”问题，建立“接诉即办”的高效处置机制，将用户诉求转化为满意结果，形成“问题发现—联动处置—长效跟踪”的全链条闭环，通过客诉问题的聚类分析、快速解决、流程重塑，实现长效的服务优化。

同时，公司注重客户信息隐私保护，通过部署多层次数据加密技术、动态访问权限控制及定期安全审计，确保用户信息零泄露；建立客户信息全生命周期管理体系，落实员工保密培训与操作权限分级制度，杜绝非授权访问；同步优化隐私政策透明化告知机制，主动向用户明示数据使用范围与权利，并设立专项应急响应预案，及时应对潜在风险，为用户构筑可信赖的数字服务环境。



**云坐席**  
重塑服务边界，让服务随时可及  
确保客服电话一打就通

**云柜台**  
简化业务办理，尽享便捷生活  
“足不出户，业务轻松办”

**云运维**  
积极探索“云运维”服务，  
打造“可视、可听、可互动”的服务平台

# 5G 质效提升

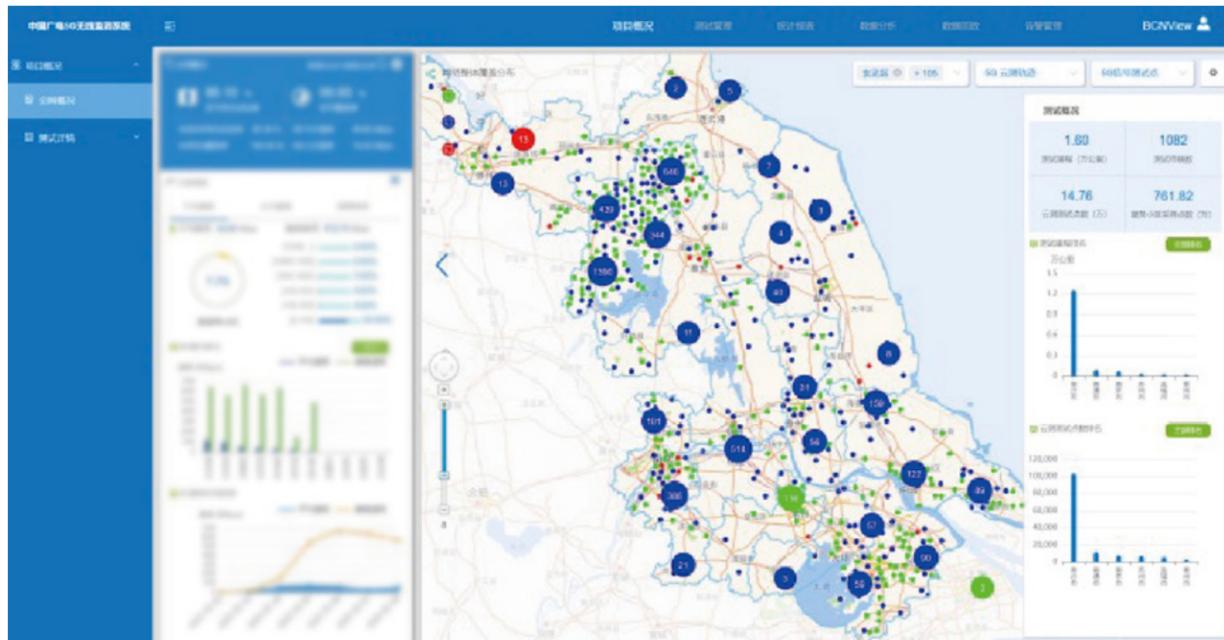
2024 年江苏有线持续推进 5G 网络共建共享建设，截至目前，全省共计开通基站 32.22 万站，其中 5G 基站 13.44 万站，4G 基站 18.78 万站。已建成开通 5G 基站 29.1 万座累计开通 5G-A 功能的基站数量达到 2.6 万个。同时积极落实工信部 5G 轻量化 (RedCap) 贯通行动，累计开通 5GRedcap 基站 11.2 万座，已实现县级以上城市规模覆盖。同时深入实施 5G 业务质效提升行动，通过优化网络覆盖、提升服务质量等措施，全速抢占 5G 业务发展机遇。多个项目入选国家“5G+ 智慧教育”“5G+ 智慧医疗”“5G+ 智慧旅游”等应用试点项目。在第七届“绽放杯”5G 应用征集大赛中，两个项目获得全国专题赛一等奖，一个项目获得全国专题赛三等奖，一个项目获得省内区域赛三等奖。成为 RedCap+ 应急广播业务全国首批试点省份，在南京和苏州两地成功试点验证，为进一步降低广电 5G 业务接入成本，丰富应急广播接入手段，拓展广电政企业务范围提供了有效途径。本次试点工作被工信部、中国信通院组织的 5G 应用产业方阵评选为全国 22 个 5G 轻量化创新案例之一，被中国广电集团选做创新案例，在中国 5G 发展大会上介绍宣传。

截至目前

全省共计开通基站  
**32.22** 万站

其中 5G 基站  
**13.44** 万站

4G 基站  
**18.78** 万站



# 宽带质效提升

2024 年江苏有线积极推进宽带提质增效与宽带集约化建设，竭力实现“统一认证、统一出口、统一运营”的目标。

全面推进光纤入户工程，不断提升宽带网络的覆盖率和接入速率，持续推动广电网络 IP 化、光纤化升级，提高业务承载能力，为用户提供更稳定、更高速的宽带服务。

通过内网优化、集约化运营、增值业务发展三个方面提升宽带运营效率和服务质量，为用户带来更加流畅和稳定的网络体验。



**在内网优化方面**，首先完成了字节直播和腾讯第三节点的新建以及白云山和快手节点的扩容，预计每年节约流量费用超 700 万元；其次，通过本地 CDN 站点的复用，同时支撑宽带出口和点播回源，实现资源高效利用；最后，腾讯 CAP、华为云 BGP 节点带宽升级至 400G，进一步提升网络服务质量和用户体验。



**在集约化运营方面**，完成电视塔数据机房 200 多台关键设备整体搬迁至麒麟基地，每年节省机房各类费用及人力成本超 200 万元。



**在增值业务发展方面**，全省试点推广游戏加速增值服务，通过调整 DPI 部署架构实现对游戏协议的精细化识别，遴选优质出口资源，汇总游戏资源列表，细分游戏加速通道，构建应用加速能力，覆盖热门游戏 100 余款，显著提升用户游戏体验，全省总计开通游戏加速体验官账号近千个。宽带提质增效将进一步提升公司宽带业务的市场竞争力，助力公司有价宽带用户的发展。



A nighttime cityscape featuring a prominent highway interchange with light trails from moving vehicles. The background shows a city skyline across a body of water, with various buildings and lights. A teal-colored graphic overlay is on the left side of the image.

04

坚守安全底线  
有效守牢阵地

## 意识形态安全

2024 年，江苏有线将意识形态工作写进党建工作要点，加强研究部署，推动各成员单位履职尽责。一是对公司各级官微进行摸底清理，定期组织开展风险隐患排查，制定《江苏有线新媒体平台管理办法》《江苏有线舆情监测和应对处置管理办法》，发布《关于加强公司各级官网运营管理工作的通知》，修订《江苏有线官微信息报送要求》，严格“三审三校”，把好稿件政治关、质量关、安全关。二是坚持正确舆论导向，严格落实“零报告”制度，发现负面舆情立刻提报处置，及时跟踪落实。2024 年两会期间共审核各级官微信息 89 条信息，借助网络舆情监测工具发现负面敏感舆情 12 条，第一时间通知相关部门落实处理，并跟进处理情况。三是扎实做好信访稳定工作，2024 年共受理信访事项 21 件，通过问题源头治理和攻坚化解行动，全部依法依规办结。四是严格把控版权风险，特别是针对媒体产品生产部门，组织专题会议，着重强调在文字创作、字体使用、图片处理、视频制作等媒体产品方面的版权注意事项。

## 生产安全

### »» 播出安全

2024 年，江苏有线严格遵循总局与省局的各项工作部署和安全保障要求，秉持守正创新、砥砺前行的精神，展现了强大的执行力和高度的责任感，在保障广播电视安全播出方面取得了显著成效。圆满完成了“春节”、全国两会、巴黎奥运会、党的二十届三中全会以及新中国成立 75 周年等一系列重大活动的安全播出保障任务。全网范围内未发生任何特大、重大或较大安全播出事故事件，省直播业务平台的 255 套数字电视节目以及各类视频业务安全传输时间超过 220 万小时，省干线网信号传输保持连续稳定，省干线网信号传输未发生任何中断，环路可用度达到 100%，超过 99.99% 的要求，省级播出前端台内停播率为 0 秒 / 百小时。

坚持系统观念，不断深化管理基础，对安全播出管理规范、制度及应急预案进行了全面而深入的优化与完善。这一举措有效提升了应对突发事件的能力，确保了广播电视播出的每一个环节都能得到及时、有效的监控与处理。同时，江苏有线以问题为导向，构建了更为高效的指挥调度体系，为安全播出的各项保障工作提供了坚实的基础。

压实主体责任，江苏有线提前规划并部署了各项保障措施，注重实际效果，通过组织多样化的应急演练，显著提升了团队的快速响应与有效应对能力。公司还将安全播出抽查检查纳入日常工作机制，形成了常态化的监管体系，进一步增强了安全保障的稳健性。

制定任务分解，确保各项保障任务能够精确落实到具体岗位和人员，精细化管理，确保每一项任务都能得到切实有效的执行。

2024 年江苏有线在保障广播电视安全播出方面取得的成绩，不仅提升了公司的整体运营水平，也为广大观众提供了更加稳定、优质的广播电视服务。未来，江苏有线将继续秉持守正创新、砥砺前行的精神，不断提升自身的安全保障能力，为广播电视事业的繁荣发展贡献更大的力量。



## »» 信息安全

2024 年，江苏有线积极构建网络安全坚固防线，确保网络安全责任落实到位。



组织了三次网络信息安全应急演练。一季度和三季度分别完成内网网络安全应急演练。采用远程攻击方式，在不影响业务正常使用的前提下，通过找出系统安全防护的薄弱环节，获取系统权限、数据等。演练场景包括但不限于信息搜集、主机渗透、敏感信息分析、应用安全分析、弱口令分析等。二季度组织公网资产无通知演练，演练共发现的高危漏洞，逐一发送通知进行整改。演习期间共处理高危告警数量 23842 次、封堵可疑 IP723 个。



持续对互联网资产开展监测、扫描、渗透等常态化工作，及早发现漏洞隐患，及时处置整改，1 到 12 月份共发现可疑 IP1792 个，扫出中高危漏洞 5924 个，均下发整改通知。每个月及时上传下达最新网络安全动态、漏洞补丁情况，确保网络安全工作时效性、准确性。针对发现的问题，及时修订完善应急处置措施，切实提升突发事件的应急处置能力。



提升数据安全治理效能，提高数据安全治理水平。进一步建立健全数据安全管理制度和管理流程，修订完成《数据安全管理办法》，编制发布《账号权限管理办法》《数据安全事件应急预案》，增加对信息系统关键岗位管理要求，完善公司数据安全事件应急响应机制，顺利完成 DSMM 数据安全能力成熟度二级认证。积极推进数据安全防护能力建设，开展数据安全治理平台、数据库审计等数据安全技术调研与测试。强化数据平台安全加固，隔离敏感数据，提升数据保护层级。积极落实主管单位数据安全治理工作要求，对标省通管局《网络与信息安全属地化考核工作要求》，细化制定并组织落实相关工作举措。加强涉卡涉用户数据安全治理，制定《江苏有线进一步加强涉卡涉用户信息安全管理任务分解表》，加强涉卡涉用户数据保护工作落实，确保涉卡涉用户数据的安全与合规。



以线上加线下的形式组织开展了 2024 年网络和数据安全专项能力提升培训。培训范围覆盖 300 余名员工，培训课程涉及网络和数据安全态势与法律法规、典型网络和数据安全事件、网络和数据安全应急处置、横向渗透、近源攻击、未授权访问漏洞攻击、勒索、远控、木马攻击等常见案例、数据分类分级、数据库审计、数据加密脱敏等数据安全防护技术等相关知识，共计 8 课时。

## » 内容安全

### 落实安全责任、筑牢安全防线

2024 年，除春节、全国两会等重要节点安全保障外，党的二十届三中全会、巴黎奥运会、新中国成立 75 周年、国家公祭日设立十周年、澳门回归 25 周年是安全保障重中之重。公司提前规划部署，发布 10 余次内容安全提示，完成重保期紧急节目调整。严格落实总局关于微短剧“霸总”题材、片名审查、违规微短剧，落实微短剧审查备案 200 余条。严格执行播前三级审查、重播重审等制度，圆满完成全媒体内容安全审核、巡检、风险评估、直播监播等各项任务。省市县三级管理建立专人专班对接机制，严格执行保障期“日报告”“零报告”制度，登记台账 700 余份，全省内容安全工作稳定有序开展。

### 强化制度建设，提升管理质效

完成 ISO9001 质量管理体系建设，发布《内容质量管理体系文件汇编》，全面覆盖内容生产运营全生命周期，包含 23 项关键规范与 17 项核心流程。江苏有线和子公司华博在线获得质量管理体系双认证。全面修订《江苏有线内容安全管理手册》，在结构上进行了精简与重组。出台专项内容安全与业务管理规范，编制《微短剧审核制度》《互联网专区内容安全管控方案》等规范与办法，保障专项内容合法合规。

### 强化安全防范、深化隐患排查

实现 AI 审核系统在省平台和地区分平台落地应用，在“AI 预审+人工复核”双重监管模式下，有效防范安全漏洞。敏感信息管理系统于 2024 年 4 月通过终验并在全省落地，实现敏感信息统一扎口管理，库存内容近万条。强化版权管理系统功能，新增版权到期弹窗提示、临期节目监控页面等功能，启用下片节目台账管理，全方位提升版权安全管理效率与精准度。完成竞价管理系统初步建设，实现版权节目的风险管控。完善内容安全应急预案，针对主管部门突发安全指令制订标准化应急操作流程，基于应急 SOP，节目排查及替换效率提升 60%，协同能力和应急韧性得到进一步加强。

### 开展安全培训，完善队伍建设

不断深化内容安全培训体系，组织网络信息审核及舆情分析、智慧广电乡村工程内容安全专题培训，覆盖内容从业者近 500 人。积极推动全国网络视听节目审核员培训报名工作，2024 年全省持证审核员同比增加 76%，目前总计 133 名。开展“党建与直播内容”“微短剧业务”“版权案例分析和风险规避”等十多场内训。一线人员安全意识与专业素养得到极大提升，其中一名员工荣获全国网络视听行业职业技能大赛二等奖。



## » 消防安全及反恐防范

2024 年，江苏有线牢固树立“安全发展理念”，在消防安全、治安管理及反恐防范等多个生产安全管理领域，不断完善管理制度，包括明确安全责任、隐患排查整治、重点区域保障、系统维护保养、安全宣传培训以及日常考核评估等多个方面。一是在实施过程中，公司与中心外服和第三方协作单位签署了安全责任书，进一步压实安全责任。2024 年，对重点岗位人员进行两次全背景审查，共计审查 1185 人次，确认所有人员均无犯罪记录。共组织 43 次安全检查活动，包括 5 次全面大检查、14 次专项检查、12 次燃气管线定期检查以及 12 次迎接上级主管单位的检查，共发现 414 项问题，其中 366 项已完成整改，整改率达 88.4%。二是在重要保障期间，公司制定了详细的专项保障方案，加强巡查和值守力度，全力做好全国两会、党的二十届三中全会以及巴黎奥运会期间的安全保障工作。同时，加强重点部位的管理，完成电动自行车库消防实操考核，排查并整治 285 辆电动自行车的安全隐患，更换超过使用期限的干粉灭火器 1294 件、二氧化碳灭火器 78 件以及消防水带 625 套等消防器材，确保所有消防设施能够正常运行。三是常态化开展培训与演练。2024 年公司共计组织 4 次内部培训和 5 次外部培训演练，以及 12 次微型消防站的培训演练。通过“安全生产月”和“119 消防月”等宣传活动，不断增强员工的安全意识。加大对物业公司日常考核的力度，共组织 7 次应急考核，并签发 16 份安全隐患整改及处罚通知单，确保各项安全管理措施得到有效落实。



# 反电信诈骗

2024 年，江苏有线按照工信部和江苏省通管局的要求，按照中国广电的部署，持续深化防范网络电信诈骗工作，有力支撑公司 5G 业务的高质量发展。江苏有线组建并及时更新反诈工作专班，建立“国网与省网、省网与地市、地市与县市三级协同联动机制，打造专业队伍，与公安机关、通管局及各地管办建立协同工作机制。

落实预防反诈工作的主体责任。江苏有线落实“一把手责任制”，层层落实，三级阶梯式推进，落实签署各级反诈责任任务书工作。公司在“江苏省通信行业反诈联盟”上与江苏省通信管理局签署了《江苏省信息通信行业 2024 年防范治理电信网络诈骗责任任务书》、与中国广电集团公司签订了《中国广电 2024 年防范治理电信网络诈骗责任任务书》、全省 13 个地市分公司分别签订了《江苏有线 2024 年防范治理电信网络诈骗责任任务书》。任务书从全面落实法律法规要求、建立健全反诈责任制、推进反诈技防能力建设、建好反诈专职队伍、完善反诈考核体系、依法加强责任追究、加强涉卡涉用户数据安全、有效压降涉案电话卡数量、有力管控企业“内鬼”事件九大方面，对反诈工作提出具体要求与约束。2024 年，全年共核查风险号码 14 万余次。全年全省涉案号卡数 134 个，较 2023 年下降 95.74%，百万用户涉案率下降至全国排名后三分之一。

完成“迎接工信部和通管局联合开展的《反诈法》落实情况和涉卡涉用户信息安全专项检查”。公司接到通管局反馈清单后，组织制定了《落实〈执法检查问题清单〉整改工作任务表》，实行“清单+责任+时限+销号”的工作机制，建立工作台账，明确整改措施、时限、责任单位和阶段性要求，推行“销号式”动态管理，全力推动各项措施落实落细。



不断完善迭代技防体系建设，强化涉诈号码风险监测，持续完善预警机制，大幅压降涉诈号卡数。全年，江苏综合反诈平台累计处理涉诈码号工单 11039 个，处置有害江苏码号 12861 次。“两卡”风险管控系统累计收到“两卡”黑名单 163853 条，完成新开户校验提醒 777436 次，处置高风险号码 2340 个。

强化宣传力度。江苏有线以群众喜闻乐见的形式，广泛开展网络安全宣传，帮助广大用户提升识诈防骗意识。积极加入“江苏省信息通信行业反诈宣传矩阵”，开展了为期一个月的“警惕诈骗新手法，不做电诈工具人”的“全民反诈在行动”集中宣传月活动，完成了“龙馨 2024”行动的拍摄工作，在全省范围内通过开机画面、新媒体矩阵、社区新报、线下地推活动、营业网点等渠道，以统一的宣传海报、推文，进行集中宣传推广，营造全社会的反诈氛围。

# 供应链安全

2024 年，江苏有线紧紧围绕供应链安全主线，规范供应链管理制度体系，形成了涵盖采购、供应商、质量、库存管理等 10 多项制度。进一步加大集采力度，编制年度统招和集中采购目录，涵盖 8 大类 53 种集采物资和 7 大类统招物资。按照采购计划有序开展招采活动，充分发挥集中采购的优势，降本增效、保障供应。



制度筑基  
构建全链条管控体系

围绕供应链安全核心，公司建立覆盖采购、供应商、质量、库存等 10 余项制度的管理框架，形成“战略-执行-监控”三位一体治理体系。创新实施供应商五级分级评价模型，从资质能力、交付效率、质量合规、服务响应、履约情况等维度构建动态管理体系，实现精准分类与差异化管理，显著提升供应链管理效率。



智慧运营  
数智赋能提质增效

开发供应链管理平台实现采购管理、供应协同、库存管理、质量管理全流程信息化，目前接入全省 67 家分子公司，上线率达 86%。运用大数据分析优化库存周转，建立“多源双备”采购机制，对 53 类核心物资实行动态多源的供应管理，实现响应灵活、风险分散、质量可靠、成本优化的目的，确保供应安全的同时降低采购成本。



风险防控  
打造韧性保障网络

构建事前、事中、事后“三位一体”风控体系，建立供应商和重点物资风险警示，实时监测市场波动等风险，构建应急响应机制，建立重点物资供应绿色通道，缩短供货周期，保障库存安全。通过战略合作培育 10 多家核心供应商，提升供应链韧性指数。

05

助力民生实事  
彰显国企担当



# 智慧广电 乡村工程

2024 年  
江苏有线全年建设完成工程

**231** 个

完成率

**144%**

全省累计已建成  
智慧广电乡镇（街道）

**925** 个

服务乡村用户

**700** 万户

2024 年的中央一号文件提出“实施智慧广电乡村工程”，项目连续第 4 年列入省政府民生实事，为工程建设增添新的动能。2024 年省政府民生实事任务，明确“新增建设 160 个智慧广电乡镇（街道）”。该工程综合应用广电 5G、大数据、云计算、物联网等新技术，以广播电视网络为核心承载网络，以电视大屏终端为主传播渠道，结合应急广播、大小屏互动的融合传播渠道，对接乡村资源，参与数字乡村建设，巩固基层宣传阵地，提供公共文化、涉农信息、基层治理和产业支撑等服务，不断提升广电服务的可及性。

2024 年江苏有线全年建设完成 231 个，完成率 144%，超额完成省民生实事任务。目前，全省累计已建成智慧广电乡镇（街道）925 个，覆盖 13 个设区市、80 多个县（市、区），服务乡村用户 700 万户，受益人群近 2000 万，建成了全国唯一覆盖全省镇村“一镇一品”广电特色平台。项目围绕“文化强国”“数字乡村”“乡村振兴”等战略部署，充分发挥广电“党媒政网民屏”优势，积极探索“智慧广电+公共服务+社会治理+产业振兴”新路径，在做强主业的同时赋能千行百业。2024 年，央视新闻频道、人民日报、新华日报等央省主流媒体报道了江苏智慧广电乡村工程在服务乡村产业振兴方面的亮点工作。



# 应急 广播覆盖

2024 年公司持续推进应急广播建设，全省已构建完成的应急广播终端总数超 23 万个。

在排查网络安全风险方面：2024 年 8 月 5 日，公司发布《关于配合市、县广电部门进一步做好应急广播平台网络安全风险排查整改工作的通知》，要求市县公司按照省广电局通知要求，积极配合当地广电行政部门进行应急广播平台网络安全风险排查整改工作，按时向省广电局报送应急广播平台遭攻击情况信息表，确保各级应急广播平台的网络安全。

在应急信息发布方面：根据省广电局、省应急厅联合下发了《关于做好应急广播服务防汛救灾（2024 年）专项行动相关工作的通知》的要求，公司指导市县公司按照通知和方案要求，遵从当地广电部门和应急管理部门的指挥调度，协助制定本地应急播放预案，做好相关信息制作播发工作，切实提升应急广播服务防汛救灾效能。公司还完成江苏省突发事件预警信息发布平台、省应急广播平台和有线电视平台的对接工作，拓展有线电视应急信息发布渠道。

在安全宣传方面，市县层面根据省广电局下发了《关于利用应急广播开展交通安全知识宣传的通知》（苏广电办〔2024〕126 号）通知要求，遵从当地广电部门的指挥调度，协助制定本地工作方案，做好江苏交警交通安全宣传音频的播发工作，真正把应急广播用实、用好、用出成效。省级层面利用应急广播在全省开展燃气安全使用宣传，充分发挥应急广播作用，发挥“战时应急”作用，强化“平时服务”功能。

在终端在线率偏低问题方面：根据省广电局在应急广播工作动态中暴露的终端在线率偏低的问题，公司开展市县公司应急广播运维情况调研，对于终端在线率低于 90% 的市县平台制定重大在线率提升方案。尚未完成市县平台规范对接的县级公司积极配合当地广电行政部门尽快完成平台功能，实现规范对接。

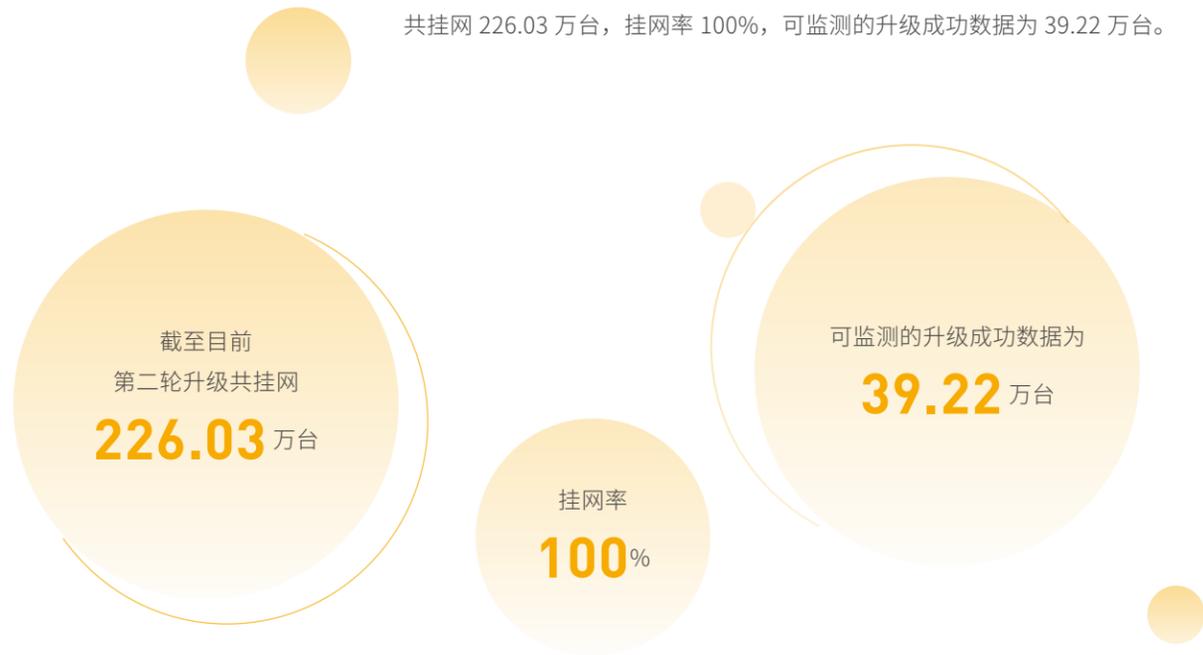
同时，根据《江苏省广播电视局转发总局办公厅关于将应急广播业务纳入安全播出管理的通知》，公司正在统筹市县公司逐步将应急广播纳入安全播出管理，确保应急广播安全、稳定、规范、长效运行。



## “双治理” 专项行动

2024 年，江苏有线根据总局《治理有线电视操作复杂实施指南》工作要求，启动第一阶段“双治理”工作，制定《江苏有线机顶盒开机流程优化实施方案》，实现开机进直播并确保开机时间在 35 秒内，并简化回看业务操作等功能。截至目前，第一阶段“双治理”机顶盒软件升级累计挂网 382.19 万台（含苏州、无锡数据），可监测成功升级的台数为 78.01 万台，基本完成第一阶段“双治理”工作。

结合公司内容集约化运营要求，完成带“开机广告+付费频道一键订购”功能全部 34 款升级软件研发与交付，并启动第二轮升级。截至目前，第二轮升级共挂网 226.03 万台，挂网率 100%，可监测的升级成功数据为 39.22 万台。



## 低保用户 看电视

江苏有线始终将客户服务作为公司发展的第一要务，践行服务党和政府、创造美好生活的企业使命，给予低保户、特困户、老红军及城市“三无”人员等优抚对象套餐优惠或减免。自 2014 年起，该项目已连续实施十一年，覆盖全省近 30 个经济薄弱地区的低保家庭，保障了低保群体享受基础电视文化服务的权益。

2024 年，江苏有线在江苏省广播电视局的指导下，高质量落实“低保看电视”民生项目，符合政策条件的每户低保户享受政府给予的 48 元/年优惠补贴。

政策保障精准覆盖，联合省民政厅精准匹配在册低保用户清单，建立用户发展台账，确保每一位符合条件的低保户都能及时享受到政府政策红利。经统计，2024 年低保用户看电视优惠政策惠及全省 20 余万低保户。同时，补贴地区针对老红军、特困职工、五保户、优抚对象、福利机构等特殊群体施行套餐优免政策，年度惠及全省近 8 万用户。

党建引领贴心服务，积极与乡镇、街道开展合作，形成省、市、县三级联动工作机制，补贴发放实现“宣传到位、落实到位、监督到位”。

以“视界先锋”党建品牌为载体，组织本地先锋服务队开展社区入户走访、关爱低保老人、窗口温暖送春风等各类主题活动，帮助低保用户及时解决电视信号故障，为低保用户开设收视的“绿色通道”。

联合地方单位开展基层党支部共建活动。向特困低保家庭捐助电视机，为困难低保用户送米、油等生活必需品，增加低保用户获得丰富文化娱乐的渠道，给低保用户带去实实在在的帮助和温暖。



# 公益文化 活动

江苏有线积极参与公益文化事业，彰显企业社会责任担当。

2024 年公司将阅读阵地从官微的“书香”专栏，拓展到《社区新报》的“悦读”版面和“视界守望”公众号，推进快乐读书会建设。联合省方志馆，策划开展“非遗里的书香”线下读书活动。2024 年 3 月，“书香有线”读书活动被省委宣传部认证为 2023 年度江苏省三类公益阅读推广活动。

2024 年 6 月为进一步凝聚高质量发展合力，推动党建工作和业务工作同频共振、同向发力，江苏有线吴江分公司联合“美美‘乡’见”党建共建单位，通过党建“搭台”赋能，助力数字乡村建设，首场助农惠民“送戏下乡”公益活动，在盛泽镇人福村数字乡村客厅顺利开展。



2024 年 6 月在无锡市残联指导下，由无锡市智力残疾人及亲友协会主办，江苏有线无锡分公司协办支持的“牵着蜗牛去散步，绿色徒步，捡拾美好——公益助残志愿服务活动”在无锡市长广溪湿地公园举行，50 位心智障碍者和家属亲友、志愿者等超过 100 人参与了此次活动。



2024 年 8 月，响应中国广电号召，面向广大干部职工发起“情系边疆”爱心捐赠倡议，共向西藏边远落后村镇的居民、儿童捐赠物资几千件。



2024 年 9 月，开展“江山如此多娇”庆祝新中国成立 75 周年作品征集活动，面向江苏有线全体员工及其父母、子女等亲属，征集书法、绘画、摄影、文稿、视频作品近 270 件，并举办线下书画摄影作品展，书画展开幕式当天同步开通作品线上投票，打破地域限制，让更多人参与到这场艺术盛宴中。



2024 年 9 月，为让老年用户在信息化发展中获得更多幸福感，帮助老年人熟练使用新型智能产品，江苏有线启东分公司开展适老化志愿服务活动。党员志愿服务队来到“云庐”小区选房现场，为老年用户群体讲解数字化产品使用常识、广播电视服务，一对一帮扶指导老人学习使用新鲜事物。党员志愿服务队还前往启东市汇龙中心敬老院，开展适老公益宣传活动。



2024 年 10 月，江苏有线玄武分公司联合南京市慈善事业发展中心、南京市玄武区慈善总会、玄武区梅园新村街道共同举办“军民一心，慈善同行”慈善活动。活动通过南京分公司的文化 IP“九米集市”，结合文艺演出、非遗展示、互动体验等形式，凸显百姓喜闻乐见的传统文化和军旅元素，弘扬拥军与慈善公益精神。玄武分公司现场还为梅园新村街道的困难党员和退役军人代表准备了慰问品，以实际行动展现社会责任和有线担当。

2024 年 12 月为了让广电网络优惠政策和优质产品走进千家万户，把实惠送到百姓家门口，江苏有线南通分公司联合南通广电传媒集团在崇川区虹桥公园开展“以旧换新”公益行动，现场搭建服务平台，宣传惠民政策，激发市民消费热情。活动现场，朗诵、戏曲等精彩的文艺表演，有趣的广电有奖知识问答及丰富多样的优惠活动吸引了千余名社区居民参与其中。





06

切实关爱员工  
携手共同发展

## 员工招聘

江苏有线高度重视员工招聘的合法合规，严格遵守《中华人民共和国劳动法》等法律法规，制定《江苏有线劳动合同管理办法》《江苏有线总部员工录用与调配管理办法》等内部管理制度，对雇佣童工、强制劳动等非法用工行为秉持零容忍的态度，杜绝由性别、民族、国籍、宗教信仰、家庭、残疾等其他因素引起的歧视行为。

2024 年公司深入实施人才强企战略，多措并举，不断注入人才活力。组织开展夏、秋两季校园招聘，共发布岗位约 130 个。通过参加清华北大“四对接”活动、组织校园宣讲会及公司开放日等活动，结合线上投放的主题视频“江苏有线职场初体验”、宣讲会快剪等灵活形式，形成明显的人才吸引力，共收到 3.5 万余名应届生投递简历，提升了公司校招雇主品牌的社会影响力；通过严格的笔试、面试、背景调查等环节，筛选出一批经验丰富、专业能力强、与公司企业文化契合度高、满足业务发展的社会人才。积极响应高层次人才、特殊人群就业需求，积极参加“百站千博”高层次人才对接活动、全省高校残疾人毕业生就业招聘会、转业军官双向选择洽谈会。2024 年，公司通过社会招聘、校园招聘共招聘新员工 678 人，其中男性新员工 403 人，女性新员工 275 人，为公司持续稳定发展提供人才保障。



## 员工权益

江苏有线不仅专注于业务的守正创新，更将以人为本与员工关怀融入“视界观”企业文化体系，致力于促进员工的全面发展，提升员工的成就感、幸福感、归属感。公司建立了完善的岗位薪酬管理体系，出台了全省统一的岗位、薪酬管理办法，有效打破了以往全省范围人才交流任职的壁垒，激发人才队伍活力，保障内部公平，为更好地做到吸引人才、用好人才、留住人才提供了制度保障。

2024 年，公司对岗位、薪酬管理办法进行了修订，规范了薪酬科目管理，调整了岗级区间、晋升调薪与专业序列职数确定规则，充分体现岗位价值，不断提高薪酬激励性。现行薪酬体系采用岗位绩效工资制为主体架构，辅以计件提成制、年薪制等多元化分配方式。岗位绩效工资包含基本工资、绩效奖金及津补贴等部分，各业务单元基于战略目标及业务发展，合理设置固定薪酬与浮动薪酬的分配比例。绩效考核结果与绩效奖金关联，营销类奖励则与业务发展深度挂钩。有效执行企业年金等制度，不断完善中长期激励体系，促进员工与企业战略目标深度契合。印发了综合考核实施细则，树立鲜明的绩效考核导向，奖优罚劣，以评优评先、营销激励等机制强化绩效驱动，激发员工价值创造力。在行业下行、市场竞争加剧和传统业务增长乏力的严峻形势下，始终切实保障员工薪酬福利水平，员工平均工资能够小幅增长。公司严格遵守国家劳动法律法规，确保员工各项劳动权益，不存在任何形式的劳动歧视和强迫劳动行为。

公司深入学习习近平总书记关于全过程人民民主的重要论述，持续推进公司民主管理工作向纵深发展。通过召开工会联合会和机关工会职工代表大会等方式，进一步加强了民主管理和监督。2024 年 1 月，公司工会成功完成换届工作，新一届工会明确了发展思路，提升了工会工作的科学化、规范化水平，为公司的持续健康发展提供了有力保障。换届后，选举产生职工董事、职工监事，完成人力资源等议题审议，先后召开了两次职代会，形成企业与员工共建共治共享的可持续发展生态。



薪酬体系

**多元分配方式**

岗位绩效工资制、计件提成制、年薪制

**合理薪酬构成**

基本工资、绩效奖金、津补贴等



福利体系

**法定福利**

五险一金、带薪年假、育儿假及其他

**补充福利**

餐补、交通通讯补贴、人才专项津贴、健康体检、补充商业保险、企业年金、六大节日福利

# 员工成长

2024 年江苏有线持续关注员工成长及培养

切实抓好  
干部队伍  
建设

坚持党管干部原则，强化“忠诚干净担当”和“高素质专业化”选人用人导向，健全考核激励约束机制，制定实施干部能上能下实施细则，为公司长远发展奠定坚实基础。加强干部队伍建设统筹谋划，突出系统思维、整体布局，修订《公司中层管理人员管理办法》和《总部员工录用与调配管理办法》，印发《江苏有线年轻干部培养选拔若干措施》，加快员工晋升步伐，加大优秀年轻干部培养选拔力度；突出领导班子正职选优配强，紧紧抓住领导班子正职这个“关键少数”，强化考核激励约束，鲜明树立业绩导向，形成“干部能上能下、薪酬能增能减、人员能进能出”的良好局面；激发干部员工基层锻炼热情。拓宽选人用人渠道，搭建选贤任能平台，面向全公司范围组织开展县级公司班子正副职竞争上岗，遴选 23 名青年骨干员工任职县级公司班子成员，其中，85 后 10 人，占比 43%，88 后 6 人，占比 26%。

深入推进  
人才强企  
战略

牢固树立“人才是第一资源”理念，通过构建人才品牌矩阵，打好人才培养“组合拳”。深耕“223 有线远航”人才工程，组织开展第二批“223 人才”选拔，两期共计 4222 名人才入选；创新打造“890 菁英实训营”“点燃计划”“人才会客室”等人才培养特色品牌，首次与国内外顶尖院校建立联合培养机制，选派 22 名干部人才赴新加坡南洋理工大学学习，选派两批共 93 名干部人才赴清华大学培训；重视多岗位挂职锻炼，选派 50 名人才参加公司内部挂职锻炼，7 名管培生下基层轮岗，5 名管培生在总部轮岗。持续畅通与机关事业单位、省内外优秀企业挂职锻炼通道。对外选派 20 名左右优秀骨干员工参加省委组织部（“科技镇长团”“双百工程”项目）、省委宣传部、省纪委、省通管局、国网公司挂职锻炼和跟班学习。全年组织党的二十届三中全会集中轮训班、省委党校干部人才班等各类线下培训 39 期，累计培训人次 5000 余人，开展党纪学习主题教育、总经理讲服务学习专题等线上培训 12 期，累计参训近 5 万人次。



“890 菁英实训营”清华大学开班



人才会客室

# 员工关怀

江苏有线始终关注员工需求，致力于增强团队凝聚力与向心力。2024 年，公司通过多元化活动营造文明、和谐、向上的企业文化氛围。年初，举办“激扬奋进 铸就辉煌”新春文艺汇演，以内容丰富、主题鲜明的节目赢得员工赞誉。3 月，开展“三八”国际劳动妇女节专题讲座，体现对女性员工的关怀。4 月，在第二届“5G 杯”省广电趣味运动会中斩获 6 枚金牌，彰显团队体育精神。5 月，于麟科创园管委会“小麟通”杯运动联赛中包揽篮球、羽毛球及乒乓球冠军，提升企业体育形象。6 月至 7 月，接连在全省职工排舞比赛和羽毛球比赛中取得佳绩（排舞三等奖、羽毛球多项名次），展现竞技实力。此外，公司通过表彰总结大会、趣味运动会等常态化活动，持续激发员工归属感与企业向心力。



公司秉持“维护职工合法权益 竭诚服务职工群众”的工作理念，用心用力解决职工急难愁盼问题。通过组织发放节日福利、开展“夏送清凉、冬送温暖”品牌工作、组织体检等方式，切实保障了职工的合法权益和身心健康。公司高度重视员工的身心健康，全年完成三八节、六一儿童节、端午节、中秋节和新春的节日慰问工作，确保员工在忙碌的工作中也能感受到公司的关怀。2024 年，公司共进行了 164 次慰问活动，包含困难员工慰问 73 名以及新婚慰问、住院慰问和丧葬慰问等，确保员工在关键时刻得到公司的温暖和支持。

A scenic landscape featuring a winding asphalt road that curves through lush green, forested mountains. The background shows layers of blue mountains under a bright blue sky with scattered white clouds. A semi-transparent green graphic overlay is on the left side of the image.

07

坚持绿色发展  
共建和谐社会

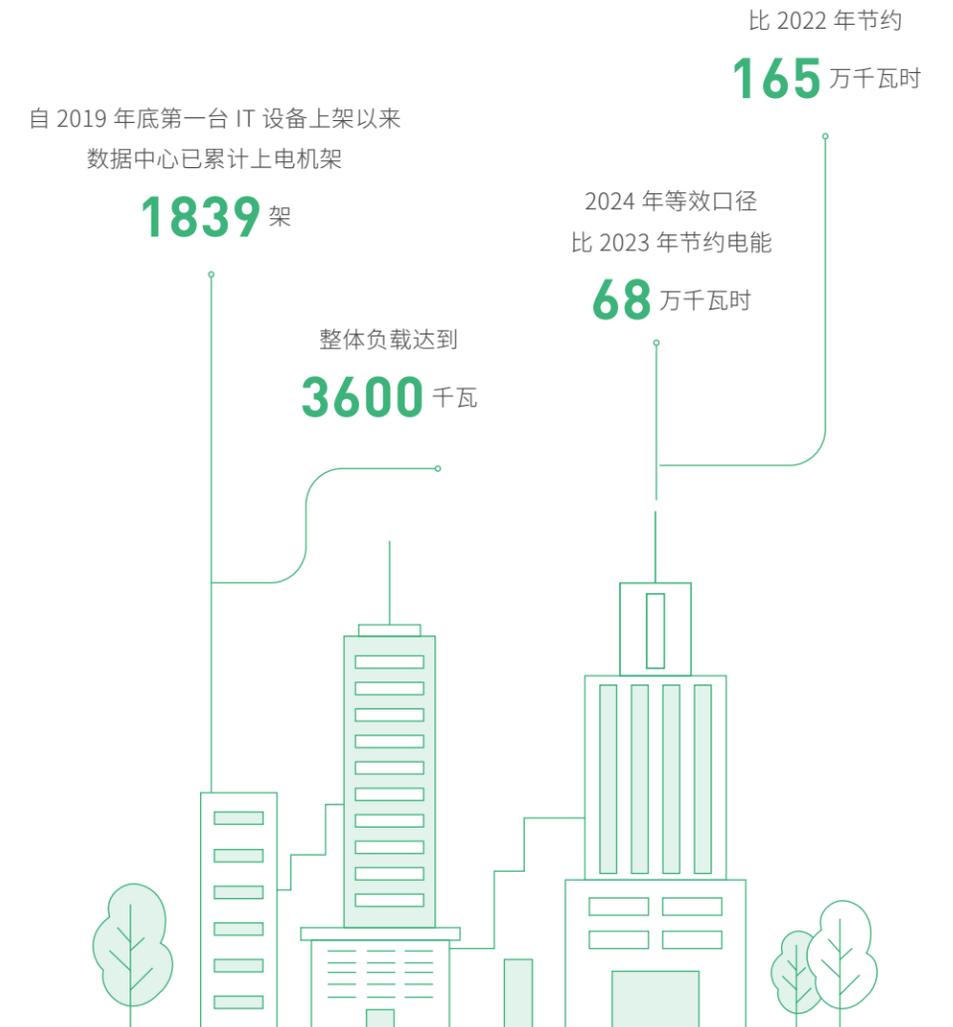
## 可持续投资

2024 年江苏有线始终秉持可持续发展理念，深入践行可持续投资原则。一是立足主营业务，持续优化投资结构，着力提升投资效益，在网络升级和技术创新领域优先选用能效比领先的节能技术和设备，有效降低单位能耗和运营成本，以实际行动支持“双碳”目标实现。二是积极响应国家《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，对于高能耗、低效率的老旧设备制定梯次更新计划，同时根据国家对大数据中心绿色低碳要求，引入先进节能技术对暖通系统进行提升改造，落实数据中心 PUE 降低至 1.25 的指标要求，园区改造按照太阳能光伏系统鼓励使用绿电，后续也持续对江苏有线辖属的符合改造要求的办公和机房场所进行绿电改造，有力推动了企业绿色低碳转型。三是节约投资成本，公司推行精细化管理，通过统筹集采策略，实现资源的合理配置，有效降低运维成本。四是布局绿色产业投资。苏银金租以“双碳”目标为引领，着力培育绿色发展新动能，不断加大绿色金融服务力度，绿色租赁业务快速增长，2024 年公司继续增持苏银金租股权，加强绿色产业投资。2024 年公司与省内国有酒店集团合作成立专注于酒店智能化的合资公司，通过数智技术赋能酒店行业绿色转型。2024 年公司出资 2 亿元参与江苏省数据集团有限公司组建，推动“产业数字化、数字产业化”，为社会经济绿色转型添砖加瓦。



## 绿色数据中心

江苏有线三网融合枢纽中心数据中心是全省广播电视业务的指挥调度中心，拥有全国广播电视系统最大的 A 类数据中心，是国家文化大数据体系华东区域中心、江苏省政务大数据中心节点和中国广电 5G 核心网南方大区核心节点。公司以精细管理、提质增效的工作目标，积极探索打造绿色、高效的数据中心，为夯实数智化发展底座贡献力量。自 2019 年底第一台 IT 设备上架以来，数据中心已累计上电机架 1839 架，整体负载达到 3600 千瓦。在日常维护中，从优化用能结构入手，对标行业先进水平，通过提升换热效率、充分利用自然冷源、加强分级精细化维护等措施，持续提升能源利用效率。数据中心 PUE 值从 2021 年有记录以来的 1.70 以上，稳步降低至 2024 年的 1.436，并首次低于设计值 1.45。近两年能源逐年下降，2024 年等效口径比 2023 年节约电能 68 万千瓦时，比 2022 年节约 165 万千瓦时。



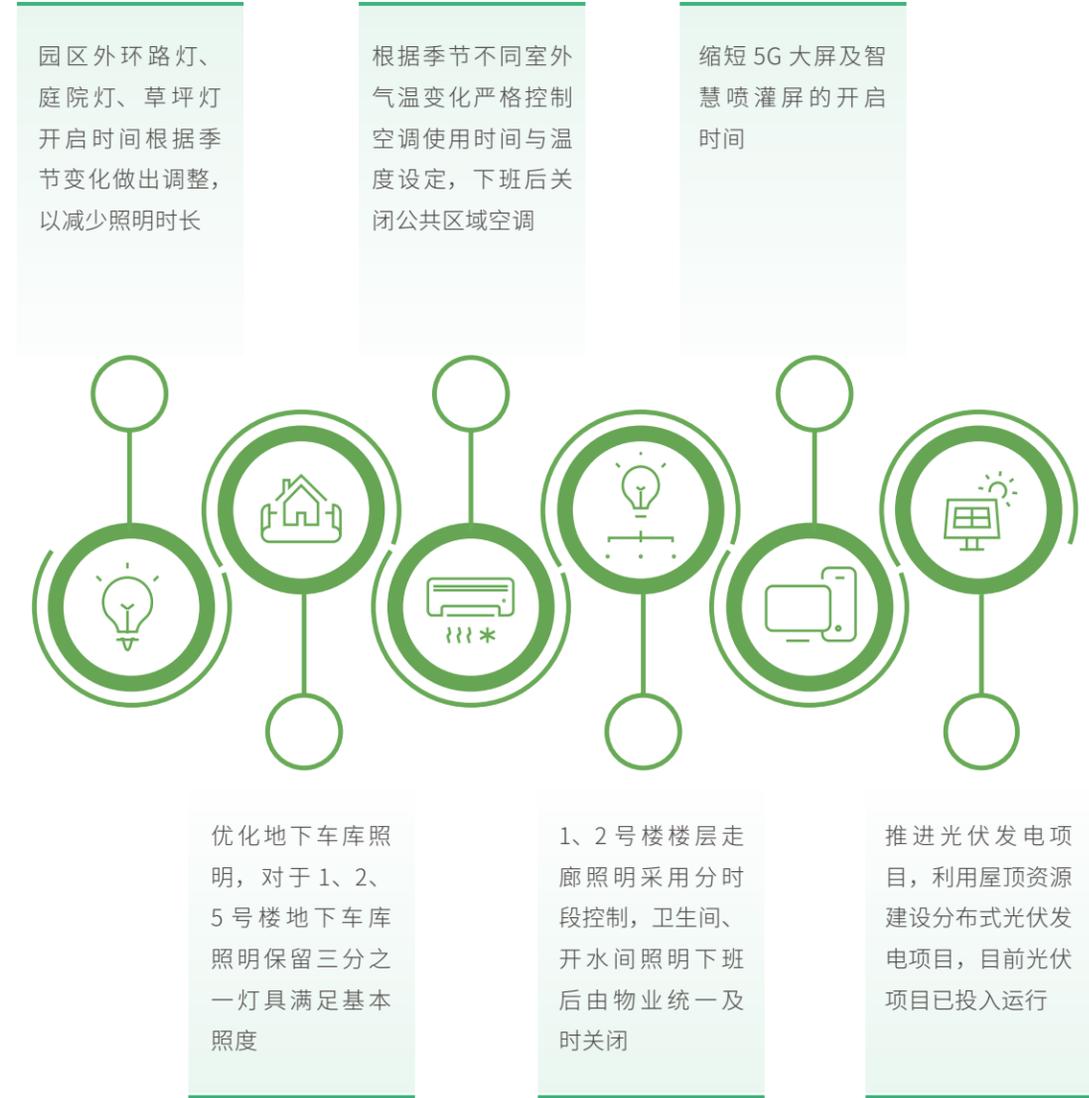
# 绿色施工

江苏有线积极响应国家发改委等部门联合发布关于绿色建筑施工的政策，在广电工程中践行绿色施工理念，体现国有企业的社会责任担当。对绿色施工过程中的各个环节进行规范，确保施工过程符合绿色施工要求，致力于减少施工对环境的影响，实现可持续发展。

施工前结合工程项目的特点，编制详细的绿色施工方案，包括环境保护措施、节能措施、节材措施、节水措施、节地与施工用地保护措施等。在施工过程中，通过优化总平面布置来减少土地占用。例如紧凑堆放施工现场物料，将施工道路与永久道路和临时道路相结合，从而节约土地资源。提高材料周转率，从技术选材提高通用性入手，增加设施材料的周转次数，降低材料的投入，对现场产生的可利用的材料下脚料进行回收再利用。对施工现场主要道路进行硬化处理，土方集中堆放，并采取密目网覆盖等措施防止扬尘污染。设置专门文明施工保洁员，及时清扫、洒水，防止尘土飞扬，并减少固体废弃物的产生。此外，使用低噪音、低振动的机具，采取隔音与音震措施，减少施工噪音和震动。积极采用先进的施工技术和管理方法，提高施工效率和质量，降低施工对环境的影响。利用施工现场 5G 管理平台对施工过程进行实时监控和管理，及时发现和解决施工中的问题，确保绿色施工措施得到有效执行。施工完成后，及时清理施工区域上的建筑垃圾、石块等杂物，确保土地表面平整，提供良好环境。选择适应环境的植物，采用合理的种植方法，确保植物均匀分布并良好生长，定期对绿化成果进行检查，及时发现并解决问题。通过以上措施的细化和实施，可以提高广电工程绿色施工水平，推动绿色施工在广电工程的应用和发展，实现节能降碳、保护环境和可持续发展的目标。

# 节能降耗

在节能降耗方面江苏有线也采取了多项措施来实现绿色发展。



通过上述节能手段，2024 年园区全年较 2023 年减少用电约 41 万千瓦时，有效降低中心能耗。

# 附录

## 未来展望

2025 年，江苏有线坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和党的二十届三中全会精神，深入学习贯彻习近平文化思想和习近平总书记对江苏工作、对广电工作的重要讲话重要指示精神。紧紧围绕“深化改革 强基固本”发展主题，坚持稳中求进、以进促稳，守正创新、先立后破，系统集成、协同配合，实现“两个效益”相统一，确保江苏有线高质量发展在全国同行业继续走在前、做示范。

**在环境展望方面**，一是持续绿色低碳运营，通过优化数据中心能耗、推广节能设备、使用清洁能源（如光伏发电）等措施减少碳足迹。要求供应商符合环保标准，优先合作低碳技术企业，推动产业链上下游协同减排。加强机顶盒、光纤设备等电子产品的回收与循环利用，减少资源浪费。二是技术创新助力环保。推广“云网融合”技术，降低传统有线网络能耗，利用 AI 算法优化能源使用效率，探索 5G 和智慧广电网络在环境监测（如空气质量、水质监测）中的应用，赋能生态保护。三是持续优化产业投资矩阵，开展新一代光电通信、半导体、新能源等“专精特新”投资项目跟踪研究，为可持续发展蓄力。

**在社会展望方面**，一是推进数字惠民服务，缩小城乡数字鸿沟，加快农村地区网络覆盖，为老年人、残障人士提供定制化服务（如语音遥控、简化操作界面）。通过“智慧教育”平台提供免费或低价教育资源，支持偏远地区教育公平。强化广电网络在自然灾害、公共突发事件中的信息传播能力，确保应急广播系统高效运行。巩固深化拓展电视“套娃”收费和操作复杂治理成效，积极推动有线电视惠民服务提质升级。二是牢固树立“大安全”理念，认真落实上级安全生产治本攻坚三年行动工作要求，落实公司各条线的安全生产任务清单，一刻不松地抓好播

出安全、内容安全、网络安全、信息安全、数据安全、施工安全、消防安全等各类安全工作，以高水平安全保障公司发展行稳致远。三是坚持“以用户为中心”的经营理念，持续补短板、强基础，不断优化提升服务质量和用户体验，推动融合产品体系全面发力，切实守牢公司发展的生命线、基本盘。四是完善员工培训体系，推动内部人才结构升级。积极开展社区公益项目（如乡村文化振兴、媒体素养培训），强化企业社会责任品牌。

**在公司治理展望方面**，用好改革关键一招，进一步加强顶层设计、完善制度机制、优化管控体系，持续推进公司治理体系和治理能力现代化。一是进一步完善公司法人治理体系。高质量开展三会以及信息披露工作，建立健全市值管理工作制度机制，持续推进公司 ESG 治理体系建设。二是强化风险管控，提升防范能力。严格执行国家法律法规和规章制度，扎实做好公司制度“废改立”工作，形成系统完备、层次分明、相互衔接、务实管用的内控制度体系。三是树牢合规意识，加强合规经营。深化合规管理体系建设，健全多维度工作机制，形成事前防范、事中管理、事后监督的合规管理闭环。进一步强化审计工作，逐步推行任中审计，切实落实审计整改责任。健全完善协同监督机制，充分发挥“纪巡审”联动效能，突出抓好工程管理、政企项目、招标采购、应收款清理等重点业务监督。加大违规经营责任追究力度，持续强化整改落实，切实提升依法合规经营管理水平。四是加强与政府、客户、投资者等利益相关方的沟通，建立 ESG 议题常态化反馈机制。推动行业协作，参与制定广电领域 ESG 标准，引领行业可持续发展。

未来，江苏有线将聚焦于“绿色转型、数字惠民、治理升级”三大主线，通过技术创新与战略协同，推动企业与社会、环境的共生发展，力争成为广电行业 ESG 标杆，助力江苏省乃至全国的数字经济与可持续发展。

## 关键绩效表

### 经济绩效

指标	单位	2024 年数值
资产总额	亿元	375.11
营业收入	亿元	79.80
纳税总额	亿元	1.64
归母净利润	亿元	3.65

### 治理绩效

指标	单位	2024 年数值
反腐败		
廉洁培训人次	人次	16342
参与反贪污相关培训董事人数	人	13
反贪污相关培训董事培训覆盖率	%	100
反贪污相关培训董事人均培训时长	小时/人	30
参与反贪污相关培训员工人数	人	7090
反贪污相关培训员工培训覆盖率	%	42.31
反贪污相关培训员工人均培训时长	小时/人	3
对公司及员工提出并已审结的贪污诉讼案件数目	件	0

### 社会绩效

指标	单位	2024 年数值
产品服务		
客户满意度	%	93
客户投诉数量	起	2020
客户投诉解决率	%	100

指标	单位	2024 年数值
研发		
研发员工人数	人	2266
研发员工比例	%	13.40%
研发投入	万元	11681.54
研发投入占营业收入比例	%	1.46
年度新增专利数量	件	8
累计有效专利总数	件	50
年度新增软件著作权数量	件	2
累计软件著作权数量	件	23
信息安全		
信息安全培训次数	次	2
信息安全培训总课时	小时	10
信息安全培训参与总人次	人次	400
开展攻防演练次数	次	3
信息泄露事件	起	0
员工		
员工总数	人	16757
新员工人数	人	678
- 男性新员工	人	403
- 女性新员工	人	275
女性员工比例	%	31.81%
中高层管理人员中女性占比	%	22.03%
劳动合同签订率	%	100%
员工体检覆盖率	%	93.46%
少数民族员工占比	%	0.40%
员工工会入会人数	人	16502
员工工会入会率	%	98.48%
员工流失率	%	3.20%

指标	单位	2024 年数值	
员工流失率	男员工的雇员流失率	%	2.03%
	女员工的雇员流失率	%	1.16%
	30 岁及以下员工流失率	%	1.35%
	31-40 岁员工流失率	%	1.13%
	41-50 岁员工流失率	%	0.50%
	51 岁及以上员工流失率	%	0.22%
员工学历结构	高中及以下	人	3641
	大专	人	4863
	本科	人	7528
	硕士及以上	人	725
员工年龄结构	30 岁及以下	人	1839
	31-40 岁	人	5580
	41-50 岁	人	5763
员工层级结构	51 岁及以上	人	3575
	高级管理人员	人	10
	中层管理人员	人	134
员工层级结构	普通员工	人	16613
	育儿假返岗率	%	100%
人均带薪休假天数	天	10	
休产假的女员工留任率	%	99.26%	
工伤	工伤人数	天	56
	因工伤损失总日数	人	3845
因工死亡	因工死亡人数	人	2
	死亡率	%	0.01%
职业病	职业病发生人数	人	0
	职业病发生率	%	0
<b>安全生产</b>			
安全培训	安全培训总人次	人次	2150
	安全培训总时长	小时	7.5
安全生产投入	安全生产投入	元	1004947.11
	安全生产投入占营业收入比例	%	0.01

指标	单位	2024 年数值
安全事故数量	起	0
安全检查次数	次	43
应急演练次数	次	4
<b>社会回馈</b>		
乡村振兴投入	万元	16272
公益投入	万元	68.83
员工志愿者人数	人	571
员工志愿者比例	%	3.41
志愿服务时长	小时	9
参与志愿服务活动人次	人次	168
<b>供应商管理</b>		
供应商总数	家	21214 (集采 84)
通过质量管理体系认证的供应商	59	59 (集采)
通过职业健康安全管理体系认证的供应商	51	51 (集采)
通过环境管理体系认证的供应商	54	54 (集采)

**环境绩效**

指标	单位	2024 年数值	
<b>资源消耗 ( 董事会办公室 )</b>			
能源管理	天然气	立方米	1162728
	用电量	千瓦时	291688900
	能源消耗总量	吨标准煤	51275.91
用水量	吨	417082	
<b>温室气体排放</b>			
温室气体排放	范围一: 直接温室气体排放量	吨二氧化碳当量	25140.51
	范围二: 间接温室气体排放量	吨二氧化碳当量	174371.62
	温室气体排放总量 (范围一-范围二)	吨二氧化碳当量	199512.13

# 报告索引

报告内容	GRI Standards 2021 (参照方案)	可持续发展报告指引议题
关于本报告	2-2, 2-3, 2-4	
董事长致辞	2-22	-
走进江苏有线	2-1, 2-6, 201-1, 2-13, 2-14, 2-16, 2-26, 2-27, 2-29, 3-2, 3-3	第十二条 (一)、第十二条 (三)、第十二条 (五)、第十七条、第十八条 (一)、第十八条 (二)、第十八条 (三)、第十八条 (四)、第五十一条、第五十二条、第五十三条 (一)、第五十三条 (二)
专题: 年度十件大事	-	-
<b>深化公司治理 强化责任担当</b>		
党建引领	-	-
规范治理	2-9, 2-11, 2-12, 2-16, 2-17, 2-27, 2-29, 405-1	-
风险管理	2-25,, 207-1	第五十五条 (一)
合规经营	205-2, 206-1	第五十五条 (一)
廉洁建设	205-1, 205-2	第五十四条
投资者权益保护	2-29	第五十三条
举报与举报人保护	-	第五十五条 (一)
公平竞争	206-1	第五十六条
<b>持续技术创新 引领数智未来</b>		
广电 5G 无线监测平台	203-1, 203-2, 413-1	第四十二条 (一)、第四十二条 (二)、第四十二条 (四)
5G-A 三载波聚合共建共享	203-1, 203-2, 413-1	第四十二条 (四)
智慧广电乡村工程公共服务支撑平台	203-1, 203-2, 413-1	第四十二条 (四)
插入式微型机顶盒	203-1, 203-2, 413-1	第四十二条 (四)
自主可控终端产品研发	-	第四十二条 (四)
云网数算安创新业务	203-1, 203-2, 413-1	第四十二条 (四)
<b>提升服务体验 树立卓越口碑</b>		
内容服务	-	第四十四条
品牌建设	413-1, 413-2	

报告内容	GRI Standards 2021 (参照方案)	可持续发展报告指引议题
客户服务	418-1	第四十四条、第四十七条 (一)、第四十七条 (四)
5G 质效提升	203-1, 203-2, 413-1	第四十七条 (一)
宽带质效提升	203-1, 203-2, 413-1	第四十七条 (一)
<b>坚守安全底线 有效守牢阵地</b>		
意识形态安全	414-2, 416-1, 416-2	第四十八条
生产安全	2-25, 403-2, 403-5	第四十八条
反电信诈骗	2-27	-
供应链安全	2-25, 308-2, 414-2, 416-1, 416-2	第四十四条、第四十五条 (一)
<b>助力民生实事 彰显国企担当</b>		
智慧广电乡村工程	203-1, 203-2, 413-1	第三十八条、第三十九条 (三)
应急广播覆盖	413-1, 413-2	-
“双治理”专项行动	413-1, 413-2	第四十七条 (一)
低保用户看电视	203-1, 203-2, 413-1	第三十八条、第三十九条 (三)
公益文化活动	413-1, 413-2	第三十八条、第四十条
<b>切实关爱员工 携手共同发展</b>		
员工招聘	405-1, 406-1, 408-1, 409-1	第五十条 (一)
员工权益	401-1, 401-2, 404-2, 404-3	第四十九条
员工成长	404-2	第四十九条、第五十条 (三)
员工关怀	403-6, 403-7	-
<b>坚持绿色发展 共建和谐社会</b>		
可持续投资	2-22, 302-4, 302-5	第二十条
绿色数据中心	302-1, 302-3, 302-4	第二十条、第二十八条
绿色施工	302-4, 302-5	第二十条、第二十九条、第三十四条
节能降耗	302-4, 302-5	第二十条、第二十七条、第三十四条
附录	2-22	第二十四条、第三十五条、第三十六条 (一)、第四十二条 (三)

