



2024年度

环境、社会和公司治理（ESG）报告

目录

CONTENTS

报告编制说明	01
董事长致辞	03

01 关于上海电影 04

公司简介	04
所获奖项及荣誉	05

02 ESG 治理 06

ESG 理念	06
ESG 管理架构	07
议题重要性评估	08

03 稳舵定锚，夯实治理基础 12

党建引领	12
公司治理	14
风险管理与合规运营	16
反商业贿赂及反贪污	18

04 创新发展，筑梦光影未来 20

创新驱动	20
产品质量	31
客户服务	33
数据安全与客户隐私保护	37

05 多维履责，共建和谐社会 38

员工雇佣与权益	38
员工培训与发展	42
供应链管理	43
社会贡献和乡村振兴	44

06 绿色运营，助力“双碳”战略 46

应对气候变化	46
绿色运营	49

ESG 数据表和附注	51
报告索引表	54

报告编制说明

上海电影股份有限公司自 2017 年发布《社会责任报告》，本报告是上海电影股份有限公司发布的第 1 份《环境、社会和公司治理（ESG）报告》，向投资者等利益相关方披露了公司在经营中对于环境、社会和公司治理（ESG）议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

编制依据

本报告依据《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）》（简称“上交所《指引》”）《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作（2023 年 12 月修订）》《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》，参照上海市国资委《上海市国有控股上市公司 ESG 指标体系（1.0 版）》（简称“上海市国资委《ESG 指标体系》”）编制。

报告范围

本报告范围涵盖上海电影股份有限公司及其附属公司。除非特别说明，与上海电影（股票代码：601595.SH）同期合并财务报表范围一致。

本报告中出现的公司名称与简称对照表

公司全称	报告中简称
上海电影股份有限公司	上海电影、公司
上海电影（集团）有限公司	上影集团
上海联和电影院线有限责任公司	联和院线
上海影城有限公司	上海影城
上影元（上海）文化科技发展有限公司	上影元
上影联和（北京）影业有限公司	上影联和
上海上影新视野私募基金合伙企业（有限合伙）	新视野基金
上海农村数字电影院线有限公司	农村数字院线
公司旗下全国直营 50 家影院（除上海影城）的统称	院管公司

报告期间

本报告期间为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。本报告中的数据如无特别说明，均为在此期间内数据。

数据说明

报告中数据和案例主要来源于本公司发布的文件、报告和公司的相关统计数据。

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度财务报告为准。

报告编制原则

• 重要性

公司识别出各利益相关方关注的与经营相关的重要性议题，作为本报告汇报重点。本报告中对重要性议题汇报的同时关注公司所处行业和经营业务的特点。议题重要性分析过程及结果详见本报告“议题重要性评估”章节。

• 准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中，定量信息的测算已说明数据口径、计算依据与假定条件，以保证计算误差范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附注信息详见本报告“ESG 数据表和附注”章节。

• 平衡性

本报告内容反映客观、真实的事实，对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚的披露。在报告期间内未发现应当披露而未披露的负面事件。

• 清晰性

本报告以简体中文发布。本报告中包含表格、模型图等信息，作为本报告中文字内容的辅助，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及 ESG 标准的对标索引表。

• 量化性

本报告披露关键定量披露项，并尽可能披露历史数据。

• 可比性

本报告对同一定量披露项在不同报告期内的统计及披露方式保持一致；若数据的采集、测量与计算方法有更改，对相关数据进行追溯调整，并在报告附注中说明调整的情况和原因，以便利益相关方进行有意义的分析，评估公司 ESG 数据水平发展趋势。

• 完整性

本报告披露对象范围与公司合并财务报表范围保持一致。

• 时效性

本报告为年度报告，覆盖时间范围为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

• 可验证性

本报告中案例和数据来自公司发布的公开文件、报告和相关内部统计数据，所披露数据来源及计算过程均可追溯，可用于支持外部鉴证工作检查。

报告发布形式及获取途径

为节约环境资源，减少纸张的使用，本报告通过电子版形式发布。您可在证券交易所指定的信息披露平台（www.sse.com.cn）及公司官方网站 www.sh-sfc.com 获取。

如您对公司的 ESG 工作有任何意见或建议，欢迎您通过以下联络方式与我们联系，协助我们持续改善。

邮件：ir@sh-sfc.com，电话：021-33391188

地址：上海市徐汇区漕溪北路 595 号 C 座 14 楼

董事长致辞

尊敬的各界朋友：

上海电影扎根于中国电影发祥地这片沃土，作为首批上市的国有影视公司，居一隅、怀天下，高擎改革创新旗帜，多年来坚持以人民为中心，以提供优质文化产品和服务为使命，以回报投资者为职责，以高质量发展为追求，积极响应并践行创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，将可持续发展理念全面融入企业经营，推动社会的可持续发展。

2024年，上海电影在逐梦圆梦的路上，继续蹄疾步稳、行稳致远，跋山涉水而百折不回、闯关过隘而接续攀登。中国电影长期向好的前景，激励着上海电影与时代共鸣、与观众共情、与技术共行，与创新共振，不断探索和突破电影产业边界。

产业链布局蔚然成势。电影宣发、院线经营、IP运营三大核心业务“三箭齐发”，加以数智赋能、产融助力，勾织了多重的增长曲线，行业优势独树一帜。

好电影传播跨界破圈。探索“电影+城市”的新模式，打造“宣-发-映”新范式。《好东西》豆瓣评分9.1，推出的限时点映、特别放映、主创互动、跟着电影去打卡等活动，创意纷呈，激荡起电影宣发的一池春水。

放映业创新领跑行业。联和院线票房排名稳居全国影院前列。电影+IP+周边+商圈”的业态创新破壁突围。虚拟演唱会、体育赛事直播、XR沉浸体验、大师电影展，实现跨次元、多场景的融合，新一代影院建设跑出了加速度，开辟了文娱新空间、文旅新地标。

大IP开发推陈出新。《大闹天宫》等60个经典IP，发光发亮，加持文创潮玩市场，深入衣食住行娱、文旅商体展各领域。《中国奇谭2》《小妖怪的夏天：从前有座浪浪山》两部新作未映先热，获评金河豚荣誉“年度期待动漫”“年度期待电影”。“中国动画学派”品牌熠熠生辉，展现无限魅力。

正能量传递敬终如始。以光影为媒，赓续红色血脉。公益放映风雨不拒，扎根百姓生活。全年排映《永不消逝的电波》等佳作超过2,100场，“我的电影党课”品牌持续擦亮，切实以公益行动，践行企业担当。

凡是过往，皆为序章。

上海电影坚定以习近平文化思想为指引，锚定做强做优做大的目标，持续以核心竞争力的提升增强核心功能，增进市场认同，增值服务观众，维护品牌声誉，竭诚为繁荣上海电影、建设电影强国，作出更多贡献。

上海电影股份有限公司
党委书记、董事长 王隽

01 关于上海电影

公司简介

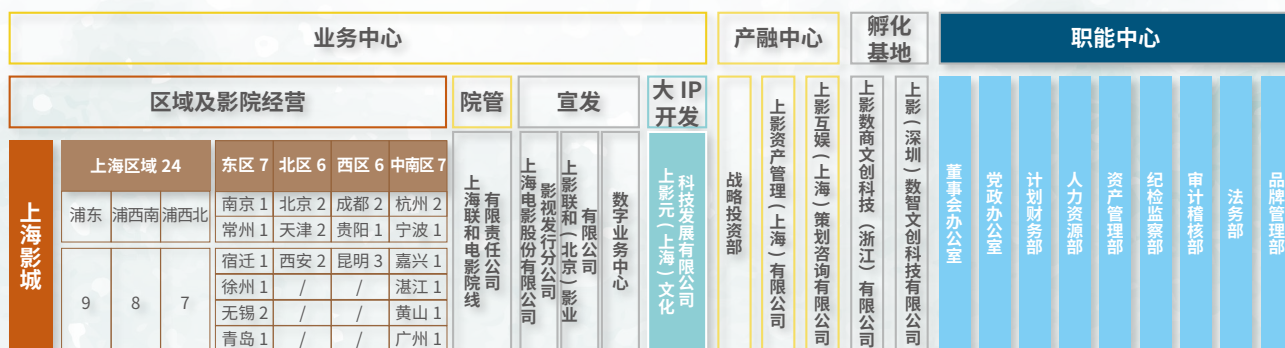
上海电影股份有限公司（以下简称“上海电影”）由上海东方影视发行有限责任公司于 2012 年 7 月以整体变更方式设立，控股股东为上海电影（集团）有限公司，实际控制人为上海市国有资产监督管理委员会。2016 年 8 月 17 日，公司于上海证券交易所 A 股主板挂牌上市（证券简称：上海电影，证券代码：601595），成为国内首批上市的国有影视公司。

公司上下紧密围绕“向上向善、一心为公、包容合作、共同奋进”的企业文化，坚定践行以“投资者为本”的发展理念，积极构建适应时代发展需求的业务布局，已初步形成“3+1+X”的产业发展矩阵：电影发行、院线经营、IP 运营三大核心业务齐头并进，产融结合提供战略支撑，同时通过创新孵化不断培育未来增长引擎。

公司在电影发行、院线经营、影院放映及 IP 开发等领域均具有领先的市场地位，系全国最早从事市场化电影发行业务的专业化电影发行公司之一，下属联和院线加盟影院已超过 800 家，为全国票房排名前列的院线，并拥有上海影城 SHO、SFC 上影影城（港汇永华店）等一批技术先进、经营良好、票房领先的直营影院。影院渠道业务，公司深耕长三角、辐射全国，探索落地多个“电影+IP”跨次元、多场景融合新空间，逐步形成“影院+领先科技/跨界品牌/创新体验”的产品体系，打造下一代影院的商业模式；电影宣发业务，围绕“大作品、精美作品、新型作品”和市场优质影片，以专业发行为基础，以整合营销为突破，打造“宣-发-映”新范式；IP 运营业务，对内容焕新、商业授权、游戏合作、文旅空间、商品文创、数字产品等多元业务生态进行延展，结合 AI 应用及 VR/AR/XR/MR 等新技术，释放 IP 商业化价值的乘数效应，聚力推进 IP 全产业链开发运营。

未来，公司将持续通过深耕影视文化行业，强化产业生态协调，持续增强核心盈利能力，推动上市公司高质量发展。

公司组织架构



所获奖项及荣誉

公司参与“上海上市公司协会”及“财经中国会”等组织与协会，受到政府、媒体、行业机构及合作伙伴的充分肯定，于 2024 年获得多项奖项及荣誉。

公司 2024 年获得的各类荣誉



最佳投资者关系团队奖

财联社

2024 ‘沪尚’ 智造科技力 TOP30 榜单

财联社



中国授权业大奖 2024 年度创新

授权项目

国际授权业协会

上海国际光影节特别贡献单位

上海国际光影节组委会

第五届上海文化企业十强提名企业

上海市文化创意产业促进会、

第一财经



虎啸奖：节日营销类银奖

虎啸传媒

虎啸奖：IP 营销类银奖

虎啸传媒

虎啸奖：IP 营销类铜奖

虎啸传媒

虎啸奖：电商及效果营销类

- 大促与节日营销类银奖

虎啸传媒

02 ESG 治理

ESG 理念

近年来，国家及地方政府围绕技术创新、市场消费、产业扶持等多方面制定政策及措施，旨在推动电影产业的高质量发展。报告期内，公司紧扣“人民城市人民建，人民城市为人民”的理念，推动电影文化深度融入城市生活，不断提升市民的感受度与参与度，追求社会效益与经济效益的深度融合与协同发展。在控股股东上影集团支持下，公司守正创新，融合发展，形成“3+1+X”的产业发展矩阵：电影宣发、院线经营、IP 运营三大核心业务齐头并进，产融结合提供战略支撑，同时通过创新孵化不断培育未来增长引擎，持续增强核心盈利能力，推动上市公司高质量发展。

在可持续发展方面，公司已初步构建了与自身发展相契合的 ESG 战略规划，积极贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，将可持续发展深度融入经营发展的各领域和全过程。公司致力于通过内容创作、科技创新、公司治理、人才培养等多方面的努力与实践，借助电影文化的传播与创新，切实提升人民群众的获得感与幸福感。同时，公司积极履行社会责任，推动电影产业高质量发展，提升电影制作水平，激发市场活力，增强中国电影的国际竞争力。



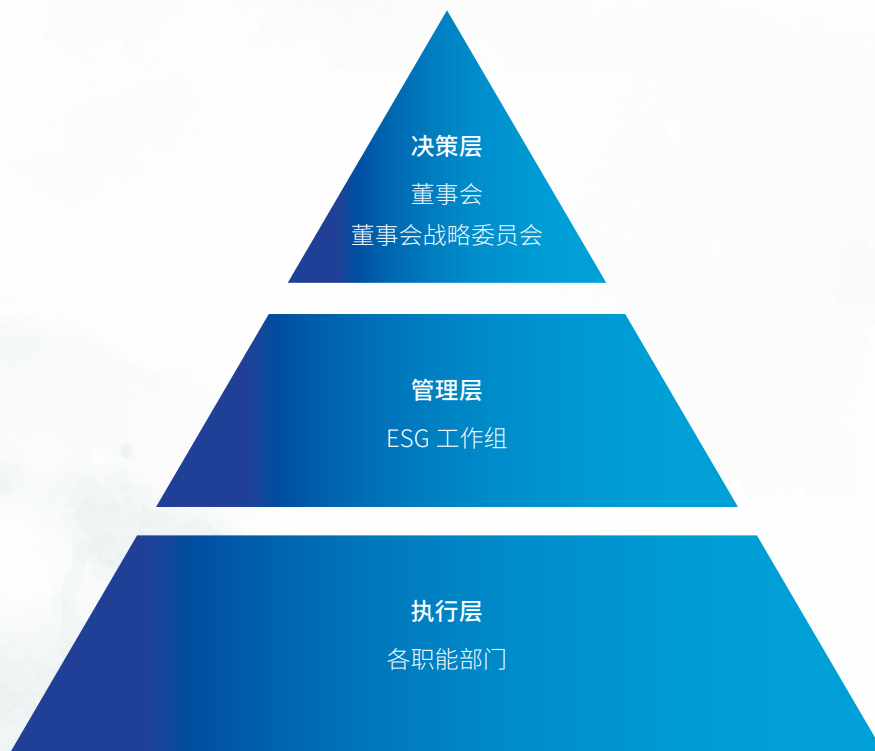
ESG 管理架构

公司建立了由“董事会——董事会战略委员会——ESG 工作组——各职能部门”组成的 ESG 管理架构，自上而下推进 ESG 相关工作，不断提升公司 ESG 治理水平。通过完善 ESG 治理体系，为电影产业的高质量发展提供有力保障。

公司董事会负责统筹，并授权董事会战略委员会管理 ESG 相关工作。董事会战略委员会负责指导及审阅公司可持续发展方针、战略及目标，对公司可持续发展相关影响、风险和机遇进行识别与评估，监督检查公司可持续发展相关工作执行情况，并对影响公司履行 ESG 相关工作的重大事项提出质询及应对策略。

公司各部门负责人组成 ESG 工作组，负责 ESG 工作的协调管理，指导各职能部门落实 ESG 具体工作，定期与董事会战略委员会就 ESG 事宜进行沟通，以确保委员会了解公司 ESG 相关工作实践现状。公司各职能部门负责 ESG 工作的具体执行，将 ESG 战略全面融入各业务链条，在各项工作中贯彻落实 ESG 战略。

上海电影 ESG 管理架构



议题重要性评估

双重重要性分析流程

公司将 ESG 理念融入发展战略，在经营管理活动中不断促进自身与经济社会可持续发展。为更好地开展 ESG 管理，公司基于自身业务背景，邀请外部第三方专家和利益相关方参与，依据以下“议题重要性分析流程”对重要性议题进行识别、筛选和分析。

2024 年议题重要性分析流程



利益相关方沟通和尽职调查

公司高度重视来自利益相关方的意见和建议，将利益相关方沟通视为识别、评估、确定重要性议题和不断提升 ESG 治理水平的重要环节。公司建立了多元化的利益相关方沟通渠道和机制，积极回应利益相关方的关注和诉求，通过持续交流增进互信。

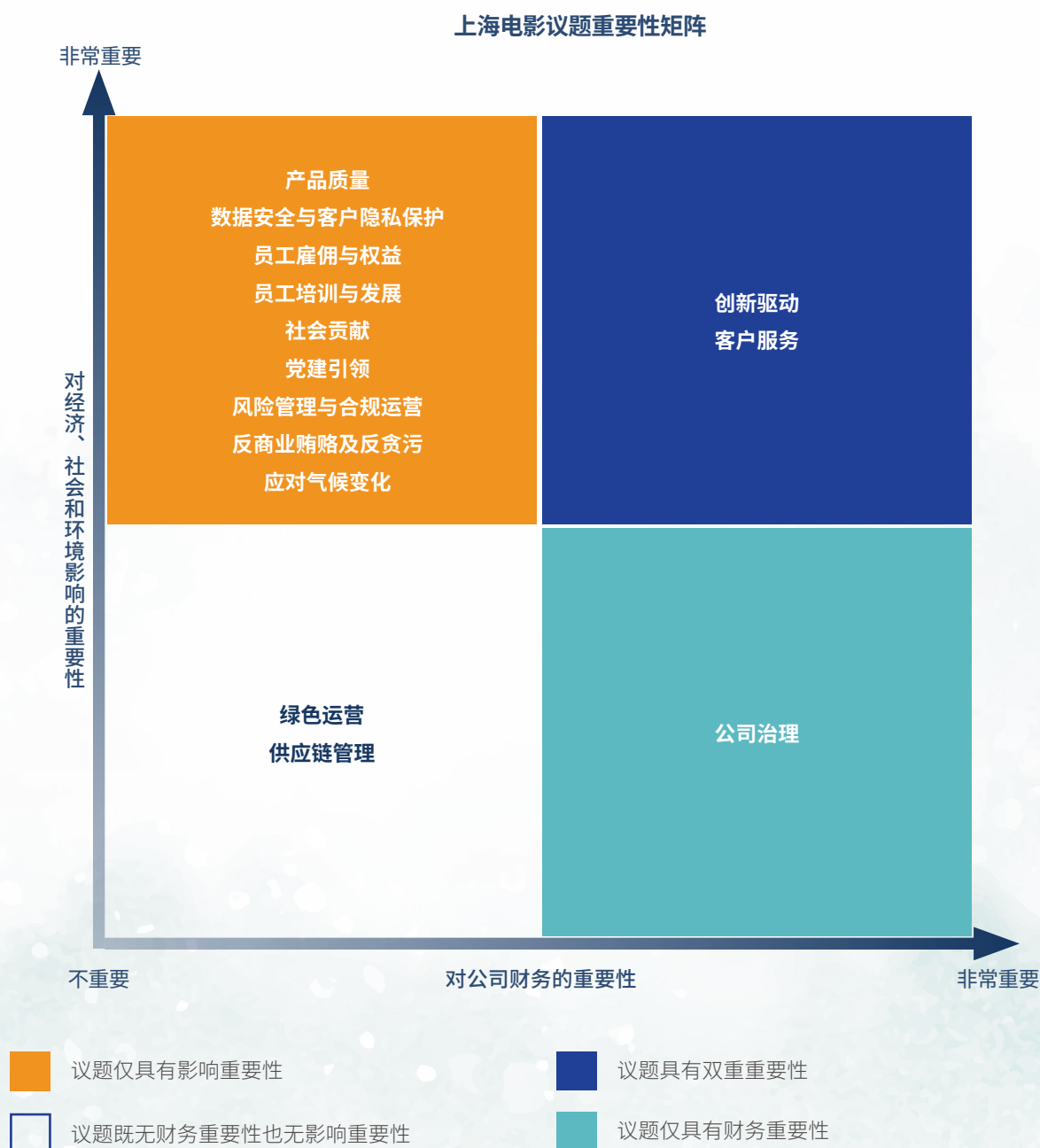
主要利益相关方	主要关注议题	主要沟通方式及渠道
 政府及监管机构	党建引领 公司治理 风险管理与合规运营 反商业贿赂及反贪污	• 做好党建工作 • 依法诚信经营 • 信访检举渠道
 股东及投资者	风险管理与合规运营 创新驱动	• 股东大会、董事会及专门委员会、独立董事专门会议、监事会 • 官网、公告 • 上证 e 互动平台 • 投资者交流活动
 客户	产品质量 客户服务 数据安全及客户隐私保护	• 保障产品质量与安全 • 设置客户投诉渠道 • 加强消费者个人信息保护
 员工	员工雇佣与权益 员工培训与发展	• 重视人才引进 • 保障员工权益 • 建立沟通机制 • 关注员工健康与安全 • 重视员工发展与培训
 供应商及合作伙伴	供应链管理 风险管理与合规运营 反商业贿赂与反贪污	• 加强供应商管理 • 合规履约 • 践行可持续采购理念
 社区及公众	社会贡献 应对气候变化 绿色运营	• 开展公益慈善活动 • 建立应对气候变化管理体系 • 低碳运营、节能减排 • 合规处置废弃物

2024 年，公司联合外部第三方专家，通过定性评估的方式针对利益相关方关注的议题开展尽职调查，评估各项 ESG 议题在短期（0—1 年 [含 1 年]）、中期（1—5 年 [含 5 年]）及长期（5—10 年 [含 10 年]）对经济、环境、社会的重大影响，以及对公司日常经营和商业决策的风险和机遇，并制定相应的行动计划，防范可能产生的负面影响或风险，把握相关机遇。

议题重要性分析结论

2024 年，公司结合宏观政策调研、行业趋势分析、利益相关方沟通结果，基于公司战略和业务布局，筛选出 14 项 ESG 议题，形成 ESG 议题清单，并由内外部专家组从影响重要性和财务重要性分别对议题重要性进行打分，形成议题重要性矩阵。

经分析，在 14 项 ESG 议题中，2 项议题具有双重重要性，1 项议题仅具有财务重要性，9 项议题仅具有影响重要性，2 项议题既不具有财务重要性也不具有影响重要性。



维度	序号	议题名称	是否具有双重重要性
环境	1	应对气候变化	●
	2	绿色运营	——
社会	3	创新驱动	● ●
	4	产品质量	●
	5	客户服务	● ●
	6	数据安全与客户隐私保护	●
	7	员工雇佣与权益	●
	8	员工培训与发展	●
	9	供应链管理	——
	10	社会贡献	●
治理	11	公司治理	●
	12	党建引领	●
	13	风险管理与合规运营	●
	14	反商业贿赂及反贪污	●

注 1：“●”代表具有影响重要性，“●”代表具有财务重要性。“——”代表既不具有财务重要性、也不具有影响重要性。



03 稳舵定锚，夯实治理基础

党建引领

上海电影坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十届三中全会精神，认真落实上海市《建设习近平文化思想最佳实践地行动方案》《上海市电影高质量发展三年行动计划》以及上影集团党委各项部署要求，坚持以党的政治建设为统领，强化党建工作引领示范，不断强化主责意识，健全责任体系，推动全面从严治党不断向纵深发展、向基层延伸，为推动公司健康发展提供了坚实保证。

公司 2024 年强化党建引领重点举措

坚持党的领导

- 坚决执行“三重一大”决策制度和党委前置研究讨论重大经营管理事项清单，上海电影党委本年度召开党委会 17 次，研究“三重一大”事项 39 项。

强化政治建设

- 加强政治理论学习，严格执行党委理论中心组和党委会“第一议题”制度，并通过“复兴壹号”等平台推送政治学习资料，党委班子成员每月开展 1 次理论学习。
- 各党支部将学习习近平文化思想、党的二十届三中全会精神列入支部重点学习内容，组织全体党员开展学习。党委班子成员和各党支部书记结合实际，每年在支部至少讲 1 次专题党课。

推进队伍建设

- 坚持国有企业好干部标准，规范选人用人程序，大力培养高素质专业化的干部队伍和人才队伍。
- 加强专兼职党务工作人员队伍建设，扩编党委办公室专职党务工作人员，各党支部书记均由中层级以上管理干部担任。
- 加强党支部书记和党务工作人员培训，本年度 3 名党支部书记和 1 名党务工作者参加专题脱产培训。

纠“四风”树新风

- 公司组织开展公司管理体系建设现状调查问卷活动，通过线上匿名征求广大员工对公司管理现状存在的问题和期望整改的内容，公司总部与区域公司影院共征集到 388 份反馈问卷，参与反馈率超 60%，以及 152 条问题整改建议。
- 公司将有关整改问题反馈给相应职能部门和分管领导，各条线组织落实好整改，促使各项工作扎实推进，经得起实践和群众的检验。

开展党建联建

- 与中国银行上海市浦东开发区支行开展党建共建，成功上线“复兴壹号”智慧党建平台，实现党费收缴的智能化、便捷化、安全化。

上海电影持续打造“我的电影党课”品牌



“我的电影党课”活动是上海电影创新突破、将党建活动与电影主业深度融合推出的党建品牌活动。活动初创于 2017 年，旨在以优秀国产电影展映方式传承经典、传递正能量，致力于将红色电影资源扩展成结合“电影观影 - 现场授课 - 沉浸式体验”的多维度资源。

2024 年，“我的电影党课”活动以“赓续红色血脉 共筑光荣之城”为主题，由上海电影与上海市各区党群服务中心、文明实践中心的合作开展。上海电影在本年度举行 12 场党课示范课（含定制化示范课），书签售卖超 7 万张，电影党课书签兑换场排映已超 2,100 场，电影党课活动参与总人次近 30 万。

“我的电影党课”活动已经逐步从上海走向了全国，自活动初创至报告期末公司累计为 12,000 余个党组织、258.6 万人次提供电影党课服务，获得媒体报道 720 余次。



“我的电影党课”活动现场

公司治理

上海电影严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等有关法律和规定，持续提升公司治理质量和水平。公司董事及高级管理人员勤勉尽责，确保三会规范运作，认真履行信息披露义务，有效保障股东和债权人合法权益。

公司治理管理框架



治理

- 公司将党的领导贯穿于公司决策、执行、监督等各环节，不断强化党委“把方向、管大局、保落实”作用，实行党委书记、董事长“一肩挑”模式及党委领导班子成员双向进入、交叉任职机制，确立党委在法人治理结构中的法定地位。
- 公司制定《公司章程》《独立董事工作制度》《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》等规章，不断健全上市公司治理制度体系。



战略

- 规范有效的公司治理能够提升公司经营决策的科学性和有效性，助力公司更好识别和防范内外部风险，保障公司长期稳健发展。
- 当公司治理失效、制衡机制缺失将增加内部派系斗争、战略决策失误、不当利益输送等情形的发生概率，从而诱发财务困境与外部信任危机，对公司的生存发展带来威胁。
- 公司致力于构建更加规范、透明、高效的公司治理机制，不断提升信息披露透明度，积极回报股东，让全体股东共享企业发展成果。



影响、风险和 机遇管理

- **三会规范运作：**公司持续健全法人治理结构，确保“三会”运作规范有序。
- **履行信息披露义务：**公司及时依法履行信息披露义务，确保披露的信息真实、准确、完整，简明清晰、通俗易懂，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。
- **开展投资者关系管理：**公司重视投资者关系管理工作，通过业绩说明会、路演等相关形式增进投资者对公司战略、经营情况的了解，向投资者传递公司投资价值。
- **健全股东回报机制：**公司积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，制定《上海电影股份有限公司未来三年（2024-2026）股东回报规划》，建立对投资者科学、持续、稳定的分红回报规划，对利润分配作出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。



指标与目标

- 公司持续提升公司治理水平，定期追踪股东权益分派、董事会多元化水平等指标完成情况。
- 2024 年，公司完成了 2 次分红，即 2023 年年度权益分派与 2024 年中期分红，与投资者分享公司成长红利。
- 2024 年，公司完成新一届董事会换届选举，公司第五届董事会中有 4 名女性董事，女性董事占董事会成员比例为 50%。

公司按照上市公司治理有关要求，持续健全法人治理架构，建立以股东大会、董事会、监事会为主体的“三会”运作机制，确保公司各项重大决策的合法合规，保障经营工作的有序开展。

公司 2024 年董监事会成员构成

董事会成员人数	独立董事人数	女性董事人数	监事人数	职工监事人数
8 人	3 人	4 人	5 人	2 人

公司 2024 年三会召开情况

会议名称	召开次数	审议议案数量
股东大会	3	14
董事会会议	6	26
监事会会议	6	16

公司认真履行信息披露义务，保证披露信息的真实、准确、完整，信息披露及时、公平。公司通过公告、年报、半年报等多种形式，向投资者披露公司的重大事项、经营成果、财务状况以及未来发展计划等信息。2024 年，公司累计对外发布临时公告、定期报告、社会责任报告等披露文件 75 份，在上海证券交易所 2023-2024 年度信息披露工作评价中获得“A”类评级。

公司高度重视投资者关系管理工作，积极开展投资者沟通活动，常态化参与各类路演，维持公司的市场曝光度。2024 年，公司成功完成上海国有控股上市公司 2023 年度集体业绩说明会、2024 年半年度业绩说明会等活动，累计参加投资者交流活动百余场。公司还设置股东大会线上登记方式，为中小投资者参加股东大会提供便利。

此外，公司加强上市公司舆情管理，认真持续做好舆情监测及处置工作，切实维护公司及股东的合法权益。

风险管理与合规运营

○ 风险管理

上海电影以“防御风险，创造价值”为理念，聚焦整体风险防范控制，构建了包括 9 大业务流程在内的内部控制矩阵，涉及关键控制点 130 个，将资金与费用管理、固定资产管理、销售与应收账款管理、财务报告与披露管理识别为高风险领域，并构建内控缺陷整改体系，保障公司长期可持续发展。

公司法务部认真做好法律风险防控工作，在公司多个重大项目启动阶段，深入开展法律尽职调查工作并形成详实准确的法律风险评估报告，避免公司在合同条款的拟定、利益分配、风险分担等核心问题上处于不利地位。公司也要求各子公司加强内部控制体系建设，完善内部各项制度，强化内部控制监督检查，促进公司整体风险管理水平和内部控制有效性提升。

为有效落实内部控制及风险管理质效，公司制定《上海电影股份有限公司内部审计工作规定》，设立专门的审计机构。公司致力于通过内部审计工作风险管理、内部控制等方面实施独立、客观的监督、评价和建议，助力公司管理水平不断提升，保障公司战略目标顺利达成。

公司对主要领导干部和其他重要岗位人员实施任期经济责任审计制度，对重点项目、专项资金开展专项审计，加强对审计意见整改落实的跟踪督导，将审计结果作为干部选拔任用的参考依据。

合规运营

公司坚持合规运营，严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国电影产业促进法》等法律法规，于 2024 年修订《上海电影股份有限公司合同管理制度》《上海电影股份有限公司印章管理制度》等内部管理制度，围绕业务合规管理、合同管理、知识产权保护、反不正当竞争管理等方面开展多项管理措施，不断提升公司业务及运营环节的合规管理水平。

公司 2024 年合规管理重点举措

业务合规管理

- 开展《IP 在影院应用的合法合规性》等主题培训，要求总部及各直营影院人员全体参与。

合同管理

- 采用电子合同签署平台和合同管理软件，实现了合同签订、审批、归档等流程的数字化和自动化。

知识产权保护

- 重视知识产权保护工作，已建立商标申请与维护机制。公司于 2024 年完成 24 件商标申请，其中 11 件截至报告期末仍处于审理阶段。这些商标涵盖了公司核心业务领域以及未来战略拓展方向的多个类别与标识。

反不正当竞争

- 坚持依法诚信经营，杜绝虚假宣传，不实施垄断行为，不侵犯他人商业秘密，参与营造规范有序、公平竞争的市场环境。报告期内，公司未因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚。

反商业贿赂及反贪污

上海电影全面深化“四责协同”机制，坚决执行“三重一大”集体决策制度，严格落实“一岗双责”，健全完善“三不腐”长效机制，确保单位风清气正，个人清正廉洁。公司高度重视廉政建设，建立由党委统一领导、党政齐抓共管、纪委组织协调、部门各负其责的领导机制，设立纪检监察室作为公司廉政风险防控工作的归口管理部门。

2024 年，公司通过优化监督治理，健全廉政风险防控机制，并持续深化廉洁教育和警示教育，推进“三不”体制机制建设，保障公司长期稳健发展。报告期内，公司未发生重大商业贿赂及贪污事件。

公司 2024 年廉政建设重点举措



优化监督治理

- 进一步健全廉政风险防控长效机制，制定《廉政风险防控工作手册》，形成廉政风险信息库，重点针对票务团购、物资采购、经费使用、干部任用等环节加强监管，让权力在阳光下运行。



深化廉洁教育

- 严格落实纪检监察教育整顿，强化党纪学习，推进增强干部廉洁从业意识。公司依托党委中心组学习制度、“三会一课”制度、廉政党课制度、党员干部轮训制度等形式，每年组织两次廉政教育活动，并将其贯穿于干部培养、选拔、任用的全过程。
- 根据上级有关部门要求，认真做好纪检监察干部教育整顿工作，本年度重点开展新修订的《中国共产党纪律处分条例》学习活动。
- 组织各党支部赴浦东廉政教育基地参观“全面从严治党”学习展览活动。
- 组织相关人员赴车墩影视乐园观摩学习“名家说廉 | 红色经典：专访著名作曲家吕其明”专题廉洁教育片。



推进“三不”机制建设

- 开展不敢腐、不能腐、不想腐的系统整治，组织公司中层管理人员和影院经理签订 2024 版党风廉政责任书、廉洁从业责任书。
- 组织召开警示教育大会，会上公司领导班子、中层管理人员、核心骨干、支部书记、团委书记观看《扣好人生第一粒扣子——本市年轻干部违纪违法案件警示录》教育片。
- 在春节、五一节、中秋节、国庆节等重大节日前，通过邮件对公司业务骨干传达廉政警示提醒。
- 纪检监察室对新提任的中层干部进行廉洁谈话，督促新提任干部遵守好“八项规定”和国有企业领导人员廉洁从业若干规定，提醒筑牢底线。

公司通过党内监督、纪检监察、审计监督、群众监督等多种途径和手段，构建廉政风险防控监督机制，对权力运行进行制约和监督，确保反腐倡廉工作落到实处，廉政风险可控、在控。

为确保检举渠道的通畅性与有效性，公司构建了全链条、闭环式举报处理流程和举报者保护机制。公司通过标准化流程实现对检举案件全链条规范化管理，并通过工作保密制度、严格查询制度做好举报者保护工作。

公司举报案件处理流程



公司举报者保护机制

工作保密制度

- 接受当面检举、控告应单独进行，检举材料应严格保管，防止外泄。
- 举报内容除向组织、领导汇报外，不得透露、传播，不得擅自处理检举、控告材料。

严格档案查阅

- 查阅举报档案需经严格审批，查阅者应保证档案完整安全，不得损坏丢失。
- 严禁涉事人员查阅档案，违者追究责任，严肃处理。

04 创新发展，筑梦光影未来

创新驱动

上海电影积极拥抱前沿技术，推动新兴技术与影视内容产业深度融合，为电影行业全面赋能，持续放大 IP 的价值和科技衍生品边界，满足观众对多元文化娱乐体验的追求。

公司创新驱动管理框架





指标与目标

- 强化前沿技术对各项业务的赋能，加速内容创作和授权商品的开发。未来三年，公司力争实现 IP 合作产品涉足 5 大领域、30 个行业、500 个以上品牌、落地全国 30 个省份。
- 2024 年，公司与国内外品牌 300 多个品牌开展合作，新上线项目 40 余个，覆盖 9 大行业，20 大细分领域。

公司秉持全产业链思维，推动产业链各环节创新发展。公司积极探索“电影+”多元融合创新，落地跨次元新空间，打造影院新商业模式；公司牵头成立研发共同体，打造多个全球 AI 赛事，加大 AI 技术攻坚；通过搭建全球赛事等活动平台，吸纳全球“影视+AI”领域的技术型、创意型人才，助推产业生态繁荣。此外，公司也携手各个业务伙伴，探索 IP 应用与商业化落地新路径，书写“IP+”共创新篇章。

前沿科技赋能

公司致力于推动前沿技术与电影放映业务的融合创新。2024 年，公司积极回应《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》等政策，与京东方（BOE）合作推出“上影 BOE-α 超级影厅”“大地穹幕”交互式裸眼 3D 数字艺术装置，在上海影城落地 VR 大空间沉浸体验、MR 互动影游等虚拟现实沉浸体验项目，以科技赋能电影艺术，打造多元场景融合的观影新地标。



亮点绩效：

- 截至报告期末，公司共拥有已开业直营影院“SFC 上影影城”**51**家，银幕总数为**373**块。

联手京东方助力全球影院升级



LED 电影屏具有高亮度、高分辨率等显著优势，且可兼顾高刷新率与高动态范围影像，具有广阔的发展前景。此外，LED 屏还能够结合 XR/VR 等新技术，为互动观影、虚拟现实等各种“电影+”新业态发展提供助力。

上海电影积极开展数字化探索。2024 年 6 月，上海电影与京东方（BOE）携手打造的上海影城美罗城店 BOE-α 超级影厅正式启用。2024 年 9 月，上海电影联合京东方打造的“大地穹幕”交互式裸眼 3D 数字艺术装置亮相上海国际光影节。

此外，上海电影与京东方还计划推动 LED 电影屏幕的国际化布局，包括在海外市场推出以“上影 BOE-α 超级影厅”为代表的高品质 LED 产品，在全球范围内推广国产电影设备，助力全球影院升级。



上海影城 BOE-α 超级影厅



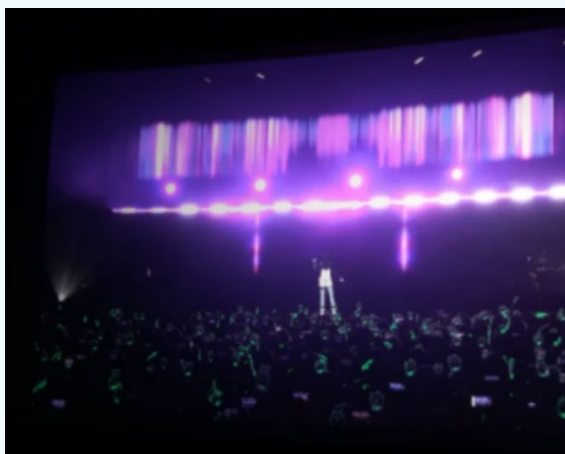
“大地穹幕”交互式裸眼 3D 数字艺术装置

数字蝶变：上海影城以科技重塑光影空间



上海影城 SHO 以科技赋能电影艺术，打造多元场景融合的观影新地标。位于一楼中心区的 0 号厅，以 29 米 × 6 米的定制 LED 天幕构建沉浸式光影空间，凭借裸眼 3D 与环绕立体声技术，成为数字化电影艺术与数字 IP 的展示前沿；其“天幕 + 竖屏”双屏联动系统，更可灵活适配时尚 T 台秀、科技发布会及文创主题展陈，为跨界创意提供无限可能。

1 号厅由“千人大厅”升级为全球唯一的“上海杜比剧场”，以杜比视听科技为基底，探索电影与戏剧、数字艺术的跨界融合；2 号厅“黑匣子影厅”则以 4K Onyx LED 银幕与可伸缩座椅设计，实现影厅到立体黑匣子的空间转换，适配科技论坛、文艺汇演等多元活动。5、6 号厅以“制作棚级”4K HDR 放映技术，为专业评审与导演提供精准审片环境；3 号厅升级为 CINITY 影厅，9 号厅搭载 RealD Cinema 特效，10 号厅则聚焦“电影 + 娱乐”高定制服务，融入赛事直播与跨界运营，全方位满足观众对极致观影体验的追求。



上海影城举办虚拟演唱会



上海影城 SHO 巨型 LED 天幕

打造全球 AI 赛事，搭建产业创新平台

公司锚定未来赛道，打造多个顶尖赛事，链接全球顶尖技术人才与创意项目，通过“资本投资 + 业务协同”双轮驱动，打造开放型“文娱科技创新生态圈”，携手合作发掘优秀 AI 创意团队与作品，强化国际竞争力和品牌势能。

发起“全球 AI 电影马拉松 AI 大赛”

2024 年，公司与新视野基金、青年创作者平台 filMarathon 联合主办全球 AI 电影马拉松大赛，本次大赛是上海电影“以项目聚人才，以人才链技术”的重要抓手之一。大赛将以 10 万美金奖金池，以及总额不超过 10 亿人民币的新视野基金潜在投资合作机会，在全球范围内发掘和寻找优质 AI 影视创投项目，吸纳和招募全球“AI+”影视方向顶尖人才，建设全球影视产业 AI 合作生态。

本次大赛在全球范围内招募参赛者，设置“神话世界”和“科幻宇宙”两大赛道，参赛团队及个人可自由选择赛道，在为期 3 周的限时命题比赛中，借助 AI 工具进行 2-3 分钟的概念短片创作。大赛在上海国际电影节期间举行颁奖典礼及展映活动，获得业界高度关注，B 站 # 全球 AI 电影马拉松大赛 # 获 272.1 万次浏览。



联合主办“全球 AI 视觉创意大赛”



2024 年 10 月，在深圳市委宣传部、深圳市委网信办、深圳市文化广电旅游体育局指导下，深圳市龙岗区人民政府、公司、哔哩哔哩联合主办“全球 AI 视觉创意大赛”，大赛共收到来自世界各地创作者的 3,396 件作品，其中包括 2,317 件视频作品和 1,079 件图像作品。本次大赛成功入选“2024 深圳人工智能发展大事”，搭建了覆盖技术研发、内容创作、商业应用的完整产业链对接机制。上影数智携手金奖团队承接深圳河套发展署国际版贺岁宣传片，全片采用纯 AIGC 技术制作，从脚本生成到成片仅耗时 15 天，获“效率与品质双优”的一致好评。



“IP+” 全产业链开发

公司深度挖掘并发扬有着动画“中国学派”基因 IP 的美学风格及人文价值，以新时代语境、多业务形态焕新经典 IP 生命力，多层次构筑 IP 精品内容的创新高地，实现 IP 与美好生活、高端品质及时尚潮流等多元领域的深度融合。

公司围绕 IP 全产业链开发运营，积极探索多元化的发展路径。通过授权、联合开发、投资等方式，加速构建 IP 产品的商业化体系，深度布局互动影游、AI、VR/AR/XR/MR 等新兴科技娱乐领域。业务推进过程中，通过多形态加速内容焕新，多品类推动商业授权，多 IP 开展游戏合作，多渠道打造爆款文创，拉动业务创新增长。

公司 2024 年重点 IP 创意项目

多形态加速内容焕新

- 春节期间，齐天大圣、哪吒、葫芦兄弟、黑猫警长、小猪妖等 30+ 动画角色与各行业代表亮相央视 2024 春节联欢晚会之歌舞类节目《看动画片的我们长大了》，全网话题浏览量、播放量超 6 亿，经典动画种下的梦想种子，已在各行业奋斗者的努力下，变成了惠及全民的果实。



- 奥运期间，公司与人民日报携手打造《奔赴热爱》运动主题短片，融入《大闹天宫》中的齐天大圣元素，激发全民运动激情，视频播放量超过 2 亿次，赢得《人民日报》海外版、CGTN、CCTV6 等权威媒体的深度报道，提升 IP 国际能见度。

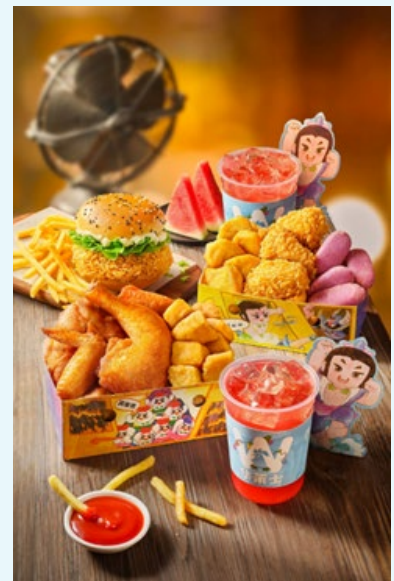


- 空间授权业务拓宽实景娱乐、XR 数字体验、二次元、实景演绎等赛道，打造上海电影 IP 室内儿童亲子乐园、《哪吒闹海》IP 授权主题餐厅等项目。



多品类 IP 授权

- ➡ 携手星巴克、宝马、安利纽崔莱、光明、雀巢、中石化易捷、中国国家队、康师傅、周六福、瑞幸咖啡等 200+ 国内外品牌展开 IP 授权联名合作，覆盖衣食住行娱等 14 大细分领域，涉及食品饮料、游戏、汽车出行、贵金属饰品、网服平台、图书出版、宠物周边等 9 大行业，年度合作项目全网声量 71.2 亿。



多 IP 跨界合作

- ➡ **IP+ 游戏：**公司 IP 与《光遇》《部落冲突》《决战平安京》等多款多类型游戏开展联动，提升游戏市场曝光度。同时与恺英网络股份有限公司将推出首个 IP 合作项目《黑猫警长》授权游戏，让黑猫粉丝们梦回童年时代。



- ➡ **IP+ 互动影游：**联合互影科技、阅文集团等出品全球首个双人互动《谍影成双》上线，成为七夕节 Steam 平台新品与热门商品第一名。

多渠道打造爆款文创

- ➡ 文创新品牌“上影元品”入选 2024 年“第二批长三角人文经济典型案例”，已开发产品近 500 款，覆盖潮流玩具、文创礼品、家居百货、商务礼赠等多个品类。

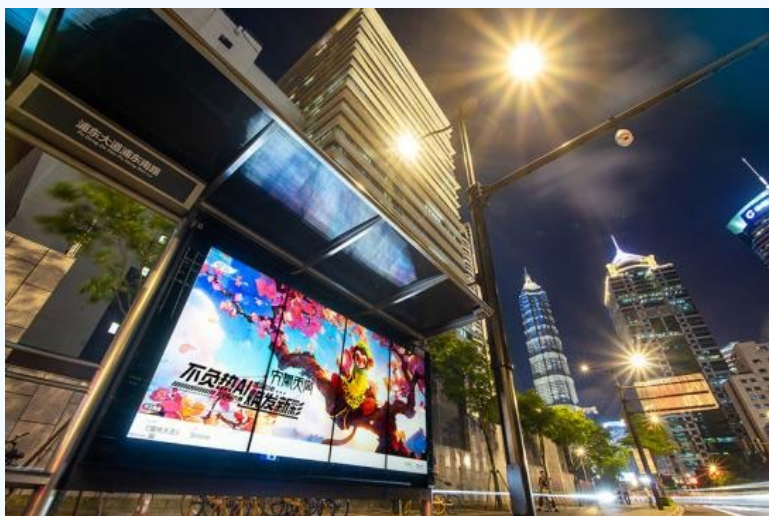


携手 Tiamat 举办“AI 创绘大赛”



为纪念《大闹天宫》出品 60 周年和“中国动画学派”的艺术成就，《大闹天宫》独家 IP 运营方上影元携手 Tiamat 生成式人工智能正式发起“《大闹天宫》传奇 60 载 -- 不负热 AI，焕发新彩”AI 创绘大赛，以《大闹天宫》中的孙悟空原型为灵感，邀请各位创作者们用 AI 技术让经典形象焕发新生。

本次创绘大赛是 IP+AI 技术解构并重塑“孙悟空”这一文化符号的尝试，也是现代科技对话传统经典 IP 的一次探索。2024 年 5 月，本次大赛优秀作品和特约作者作品亮相上海、西安重点商圈公交车站，让经典 IP 与 AIGC 碰撞出的创想，走到大家身边，成为独特的“城市艺术画廊”。



创绘大赛优秀作品构成“城市艺术画廊”

携手阶跃星辰用国产 AI 大模型讲述中国故事



2024 年世界人工智能大会期间，上海电影联合阶跃星辰推出《大闹天宫》AI 互动体验——“测测你是哪路神仙”。游戏以经典 IP《大闹天宫》为载体，用 AI 技术结合了当下火爆的 MBTI 人格测试和职场文化，使经典 IP 在形象和 content 上焕发新生，展现了“AI+IP”创作的无限潜力。



上海电影联合阶跃星辰推出《大闹天宫》AI 互动体验游戏

联合 Rokid 出品 “了不起的大圣 -- 《大闹天宫》AR 数字主题展”



2024 年 7 月 27 日 -9 月 8 日，该主题展作为华东地区的首秀，在温州瑞安落地，通过“IP+AR”的深度联动，通过 AR 眼镜，结合现场特色展陈，带观众走进经典故事。此次展览将经典 IP 形象、场景打造、AR 人机交互体验有机结合，发挥线下空间优势，落地为沉浸式互动空间，让经典 IP 与用户的交流有了更为生动的模式，为传统文化的传承打开了一扇充满想象力的大门。



《大闹天宫》AR 数字主题展现场

产品质量

公司主要从事电影宣发、院线经营、IP 运营业务，主要产品包括影视作品、IP 产品等。

影视作品

公司充分发挥上影集团制片优势、内容、人才储备及公司影院、院线渠道优势，持续丰富片单储备，拓展影片合作形式，热映影片《好东西》《热辣滚烫》《熊出没·逆转时空》均有公司 / 上影元参与。其中，爆火的《好东西》豆瓣评分 9.1，累计票房 7.2 亿。

公司作为联合发行方，上映前后密集推出限时点映、特别放映、主创互动、好爱上海、跟着电影去打卡等系列活动，收获超高口碑，打造“宣 - 发 - 映”新范式。在点映期间，上影联和院线及上海城市各项数据领跑全国。其中，上影联和院线《好东西》排片、票房占比全国院线 No.1，上海影城 SHO《好东西》累计票房全国影院 No.1。



IP 产品

公司 IP 产品主要包括 IP 开发及 IP 类衍生品。IP 类衍生品分为 C 端和 B 端两条产品线，C 端侧重于轻周边文创产品，B 端则侧重于现货采购和商务礼品等定制品开发。

公司潮玩等 IP 类产品均委托第三方工厂代为加工，为保证产品质量，工厂大货完成交货前需在指定检验机构进行质量保证（QA，Quality Assurance）检验，提供符合要求的质检报告并经过第三方机构质量控制（QC，Quality Control）测试后方可入仓。

公司 IP 产品质量管控流程



公司 IP 产品售后处理流程

C 端

- 先由店铺客服介入处理（说明协调 / 补差价 / 退款等）。
- 若无法达成一致，由平台小二介入进行判定（说明协调 / 补差价 / 退款等）。

B 端

- 经销商直接与对应业务员反馈商品问题信息，沟通协商售后处理流程（退货 / 换货等）。

客户服务

公司始终将客户服务管理视为保持品牌竞争力的重要环节，搭建并完善客户服务管理体系，为消费者提供精品多元、健康安全的服务体验，持续探索打造城市第三生活空间的新符号。

公司客户服务管理框架



○ 客户服务提升

公司制定客户服务标准与规范，明确各岗位服务职责边界及操作 SOP，确保服务一致性，并通过过程管控、质量审核、分层运营、渠道优化、服务能力培训等方式促进客户服务水平的持续提升。

公司客户服务提升举措

○> 做好过程管控

- 关键环节监控：对服务过程中的关键节点进行监控，确保服务质量。
- 数据分析：通过数据分析识别服务问题，及时调整策略。
- 应急预案：制定应急预案，快速处理突发事件，将对客户的影响降至最低。

○> 服务质量审核

- 内部审核：定期通过巡店、暗访等方式检查服务体系的运行情况，发现问题并改进。
- 外部审核：邀请消费者评价服务质量，获取改进建议。

○> 反馈渠道优化

- 渠道拓宽：通过多种渠道收集消费者意见，及时处理并改进。

○> 服务技能培训

- 岗前培训：入职开展职前培训，覆盖服务礼仪、紧急事件处理等。
- 在岗培训：入职后开展服务意识和业务等相关培训。

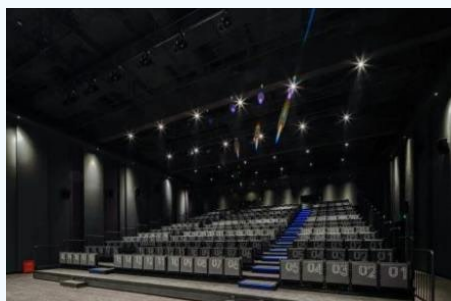
消费者可通过电话客诉、现场客诉、线上客诉、12345 热线、12315 热线等渠道进行服务质量相关投诉，公司已建立客诉闭环处理机制，并要求相关人员在接到客诉后 24 小时内跟进解决。

上海电影旗下 20 家影院获评星级影院



2024 年 12 月，上海市电影发行放映行业协会公布 2024 年度上海市星级影院评选结果，全市榜上有名的 91 家影院中，上海电影旗下影院占据 20 席。其中，包括上海影城在内的 4 家上影影院获评五星级影院，彰显了上海电影在影院管理及服务等方面的卓越水平。

根据《上海市星级影院评定章程》星级影院需要从许多方面评定，包括且不限于影院的观众面积和座位数量、影院的放映设备和技术水平、影院的环境和装饰状况、影院的服务质量和观众满意度、影院的管理水平和运营状况。



上海影城内外景

多元服务体验

公司立足电影经营，在各类“影院+”项目上发力，公司于 2024 年举办多场以“IP”“AI”“元宇宙”等主题为元素的论坛、讲座活动，包括但不限于“泰勒千人嗨唱”特别观影、《沙丘 1+2》马拉松观影、迪奥《寻香梦旅》活动、“皮亚佐拉与探戈之旅”音乐会、HOTDOG《秦潮嘉年华》、奥飞《铠甲勇士》发布会等，通过不同形式、不同业界的有机结合，把电影元素带出光影世界，成为文化联结的纽带，打造全新破圈生态，赋能电影文化新时代。



泰勒·斯威夫特“千人嗨唱”现场



“皮亚佐拉与探戈之旅”音乐会

上海电影助力“电影+”体验再升级

在全国的影旅融合热潮中，上海市电影局、市文旅局启动了“好爱上海--跟着电影去旅游”系列活动。上影活动厂牌 SFCEVENTS 结合上影集团出品、上海电影联合发行的电影《好东西》，特别推出《好东西》打卡地图，覆盖上海的 14 个打卡点位，15 条公交线路，2 艘游船，线上线下营造上海“电影之城”的氛围感，小红书上好东西打卡地图相关话题的浏览量已经超过 215 万。



电影《好东西》上海影城打卡点及打卡地图

消费者安全

公司严格遵守《中华人民共和国消防法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》有关规定，从“人防、技防、物防”全面入手，努力为消费者营造优质、健康、安全的观影场所，有力地保障了消费者权益。

公司消费者安全保护举措

健康保障

- 与国内知名厂家合作，开发影厅空气质量管理，安装独立空气检测和过滤系统，控制影厅内二氧化碳和 PM2.5 浓度，有效降低室内污染。

人身安全保障

- 认真制定安全保卫方案，确保各项活动顺利开展。
- 利用自主观影人数清点分析系统和部署在影厅以及公共区域的安防监控系统，认真做好安防监控。

消防安全保障

- 开展消防安全知识专业培训，购置配套的消防服装和器材。
- 开展实景演习，模拟实操影院放映厅、大堂、楼道出现紧急火情情况下的应急预案。

数据安全与客户隐私保护

上海电影在运营中根据法律法规及业务需求等，将收集客户的必要个人信息。公司遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《公共安全视频图像信息系统管理条例》等相关法律法规，严格做好数据安全与客户隐私保护工作。

在数据安全保护方面，公司设立信息管理部负责相关工作，并努力采取各种符合业界标准的物理、电子和管理方面的安全措施来保障数据安全，如交换数据时采用 SSL 加密保护技术，提供 https 安全浏览方式、使用受信赖的保护机制防止数据遭到恶意攻击等。

在客户隐私保护方面，公司设立个人信息保护专项小组，并制定《隐私协议》帮助消费者了解维护自己隐私权的方式。

公司客户隐私保护主要措施

保障用户权利

- 为用户提供访问、更正、删除个人信息及改变个人信息使用授权范围的权利。

最小化收集和储存

- 不收集无关个人信息，仅在必要期限内保留个人信息，除非需要延长保留期或受到法律的允许。

合理安装摄像头

- 在公共区域和影厅中所部署的安防和观影人数统计摄像头均安装在天花板等位置，只拍摄观影消费者的俯视角度。

信息访问控制

- 对信息进行集中管理、分类存储，同时部署访问控制机制，确保只有授权人员才可访问个人信息。

员工意识培训

- 举办安全和隐私保护培训课程，加强员工对于保护个人信息重要性的认识。

此外，公司设置个人信息保护举报投诉途径，用户如发现个人信息可能被泄露，可通过 021-33391000 投诉举报，公司将及时处理相关举报投诉，切实保障客户合法权益。报告期内，公司未发生数据安全和客户隐私泄露事件。

05 多维履责，共建和谐社会

员工雇佣与权益

员工招聘与吸引

上海电影严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国未成年人保护法》《女职工劳动保护条例》等相关法律法规，制定《上海电影股份有限公司招聘录用管理办法》《上海电影股份有限公司劳动合同和岗位聘任管理办法》《上海电影股份有限公司员工招聘录用管理业务流程》等内部规章，规范开展招聘工作，并持续提升招聘效率与管理水平。

公司坚持依法、合规雇佣，为所有求职者提供平等的就业机会，不因性别、年龄、种族、宗教信仰、国籍或身体条件等因素而对求职者有所歧视，确保招聘流程公开透明，参与营造良好的职场环境。此外，公司严格遵守《中华人民共和国未成年人保护法》劳动用工相关条款，拒绝使用童工，保障未成年人合法权益。

公司积极构建了多元化的招聘渠道，通过线上招聘平台、校园招聘以及内部推荐等多种途径，广泛吸引和选拔优秀人才，满足公司经营过程中的各类人才需求，为公司战略发展目标的实现提供人才支撑与保证。

公司员工招聘流程



上影集团发起“全球艺管生计划”

上影集团于 2023 年发起“全球艺管生计划”，该计划通过轮岗实践、专业培训、创意共创活动等多种途径，为青年才俊提供学习实践机会，并搭建通往职业发展的快速通道。

2024 年 1 月，第二期“全球艺管生计划”正式拉开帷幕。经过严格筛选，从线上线下渠道收到的 4,000 余份简历中脱颖而出 40 名优秀青年，被分为两个班级，正式踏上在上影集团的实习之旅。在实习过程中，他们将有可能会亲身参与电影项目运作，并接受行业专家悉心指导，逐步成长为电影领域的明日之星。



第二期“全球艺管生计划”合影

○ 员工薪酬与绩效管理

公司员工薪酬由基本薪酬、绩效薪酬等部分组成。公司秉持“以绩取酬”的理念，建立覆盖的全体员工绩效管理体系，通过绩效评价、反馈等环节，使绩效管理贯穿于公司经营管理的全过程，并建立公司经营业绩、员工岗位绩效考核与个人绩效薪酬相挂钩的分配体系。

2024 年，公司在“鼓励创新、激励增量、推行市场化考核机制”目标的基础上，通过细化绩效考核要求、设置专项激励方案、开展评比激励活动等方式，进一步健全优化绩效管理机制。

公司 2024 年绩效管理优化举措

○> 细化绩效考核要求

- 针对职能管理部门员工做到“一人一表”，人人都有自己的 KPI（Key Performance Indicator，关键绩效指标），明确自己工作内容和要求。
- 针对业务部门员工，以业绩为导向，明确业绩和奖励的关系，增加员工工作积极性。

○> 设置专项激励方案

- 在团体销售、非票业务、拓展加盟店等方面设置了多个专项激励方案，以促进公司多元化增收，加强各个业务方向的员工主观能动性。

○> 开展评比激励活动

- 针对票房及卖品售卖情况进行评比激励，鼓舞员工工作干劲，齐心协力实现经营目标。
- 在影院服务品质方面设立微笑服务激励方案，提高影院员工服务意识，打造优良口碑，提升品牌效应。

○ 员工权益与福利

公司保障员工各项权益与福利，依法同员工签订劳动合同，按时为员工缴纳养老保险、失业保险、工伤保险、医疗保险、生育保险和住房公积金，保障员工的休息休假权利，员工享有国家及地方规定的各类法定假期，包括法定节假日、年休假、婚假、丧假、女职工生育假、病假等。此外，公司为员工提供用餐补贴、高温季节津贴、年度体检、补充医保等多样化福利，保障员工工作生活质量，增强公司对优秀人才的吸引力。

2024 年，公司充分发挥工会的桥梁纽带作用，依托工会开展各类员工关怀活动，助力员工更好平衡工作与生活，营造温暖和谐的职场环境。

公司 2024 年员工关怀活动



提升员工福利

- 在春节、端午节、中秋节等中国传统节日向员工发放节日福利。
- 贯彻《关于上海工会实施“乐享上海、福满四季”主题活动的通知》文件精神，在中秋佳节向每位工会会员发放了价值千元的上海市名特优产品大礼包。
- 开展员工用餐补贴提升计划，获得员工的一致好评。



组织文体活动

- 组织乒乓球比赛、摄影比赛、观展、青年职工 city walk 等活动，丰富员工业余生活。
- 组织在岗职工、工会干部等人员参观上海影视乐园、吴淞影视基地，一站式实景游览热门影视剧中的经典拍摄场景，沉浸式感受老上海外景地、大文旅目的地、高科技制作地的新业态、新体验。



组织帮困送暖

- 多次开展员工生育慰问、大病慰问、高温慰问和困难职工慰问等。
- 针对 9 位在职困难员工、2 位退休员工开展帮扶工作。

○ 员工健康与安全

公司主要从事电影宣发、院线经营、IP 运营业务，不存在较大职业病及重大安全隐患风险，但公司持续关注员工健康与安全，从体检、疗养、医保、安全培训、应急演练等多个维度为员工健康与安全护航。

公司关注员工健康，定期组织职工年度体检，为职工提供疗休养机会。公司工会参加市总工会职工医疗互助保障计划，多措并举助力员工预防和应对疾病。

公司严格落实安全生产经营相关规定，定期开展各类安全培训，如夏季高温天安全生产培训课等，有效强化员工的安全意识与应急处理能力。公司也通过制定应急预案，助力员工更好应对紧急事故、食品中毒、人身伤害、治安案件、电梯故障等危急事件。

2024 年，公司顺利通过安全生产标准化复评达标工作，继续保持安全生产标准化三级企业称号，公司全年未发生重大安全事故。

亮点绩效：

- 报告期内：公司总部新购 **100** 余支 ABC 干粉灭火器（5kg），替代原二氧化碳灭火器，提升公司对紧急火情的应对能力。
- 公司总部安全经理组织安全培训与演练 **2** 次，覆盖公司员工 **100** 人次。

员工培训与发展

员工培训

人才培养是创新发展的灵魂。公司将培训视为企业管理的重要组成部分，构建了完善的员工培训体系，制定《上海电影股份有限公司员工培训管理规定》，确保公司各项培训工作规范有序。

公司根据“集中管理，分级实施”的原则开展员工培训，人力资源部是员工培训的主管部门，各职能部门、分子公司负责本管理职能的专业或业务培训，以及组织员工普及性岗位培训等。公司为员工提供丰富的内外部培训项目机会，组建内训师团队，并设置专项培训费支持员工参与外部专业培训，致力于实现员工与公司共同成长。

公司员工培训体系

内部培训

- 新员工入职培训
- 技能培训
- 岗位培训
- 领导力培训

外部培训

- 专业技术职称培训
- 职业技能鉴定与培训
- 继续教育支持
- 上岗证书培训

公司在开展各类常规培训的同时，还针对特定领域与需求推出一系列创新实用课程，如连锁影院陈列美学训练课、IP 在影院应用合法合规性培训课、加盟影院拓展专题课、影院团体销售案例分享课等，有效提升了员工的专业技能和综合素质，为公司长期发展注入强劲动力。

亮点绩效：

- 2024 年，公司共开展 **191** 场内外部培训，培训时长达到 **2,298.5** 小时，
受训员工覆盖率为 **93.85%**。

员工晋升与发展

为激发人力潜能，留住关键人才，公司于 2024 年全面推行职务职级管理体系建设。截至报告期末，公司已经完成职务职级管理体系的全员宣贯，以及总部及下属分、子公司所有劳动合同制员工的职级体系套用及审核工作。

新职务职级管理体系搭建打破了传统的晋升壁垒，通过科学合理的职级划分，为员工提供了更加清晰、透明的职业发展路径，有助于公司优化人力资源配置，激发员工潜能，提升人力资源管理效能，为提升公司核心竞争力、实现长期可持续发展奠定坚实基础。

供应链管理

公司主要供应商类别为工程供应商、办公用品供应商、卖品供应商、IP 产品代工生产商及服务供应商。公司秉持负责任采购理念，建立了完善的供应商管理体系，持续加强供应链管理，并建立供应链风险防控机制，确保公司供应链安全。

为加强供应链管理，提高采购质量，公司建立供应商资源库统一管理相关供应商。由供应链管理部、法务部、直营影院运营管理部组成的评审小组共同通过评分入库的形式审核供应商，供应商入库全程由审计部门监管。对于供应商资源库，公司实行动态管理机制，每年对库内供应商进行淘汰与更新，确保供应商队伍的优胜劣汰。公司也通过持续引入优质供应商，避免发生对单一供应商的过度依赖情形，最大限度降低影响供应链合规和业务连续性的风险。

公司供应商库搭建流程



公司贯彻落实负责任采购理念，建立供应商黑名单管理制度，在招标及履约过程中发生安全事故及侵犯劳工合法权益、利用商业贿赂及其他不正当手段谋取利益等情形的供应商将被列入黑名单，黑名单供应商自列入之日起两年内将不得参加公司任何招投标项目。

社会贡献和乡村振兴

上海电影依托主营业务优势，践行社会责任，积极投身乡村文化建设和公益志愿活动，努力成为有态度、有深度、有温度的文化企业。

农村数字院线积极响应上海市电影局组织开展的“红色电影展映季”活动，旨在通过电影这一群众喜闻乐见的文化形式，传承红色基因，弘扬革命精神。该活动于6月上旬在上海市闵行区建新村正式启动，各区县随即紧跟步伐，组织开展了形式多样、内容丰富的红色电影展映活动，该活动让农村群众在休闲娱乐中感受红色文化的熏陶，丰富农村群众的精神文化生活，助力乡村文化振兴。



- 报告期内，上海农村数字电影院线下属的各区县行政村及流动放映队，共计放映红

色电影 **162** 部，累计放映场次达到 **2,190** 场。

2024 年，公司及各子公司参与各类公益志愿活动，以光影力量传递温暖，助力城市精神文明建设。

公司 2024 年主要公益志愿活动

“阳光之家”公益观影

- 上海影城长期帮助残障群体，多年来坚持与新华街道“阳光之家”结对，定期为智力障碍人群提供公益专场观影服务。
- 2024 年，上海影城联合上海新华街道“阳光之家”开展 2 场公益观影活动，让特殊人群也有机会感受光影魅力。



深度影事：电影文化文学交流会

- 为提升城市精护的厚度，上海影城结合电影文化档期内有文化基底、文学原著等文学素材内容的主题，邀请相关学者、爱好者、书迷进行电影和文学深度交流，并派出志愿者提供现场服务。



文化公益市集



- 上海影城每年 3·5 开展“学雷锋”活动，积极组织分子公司参加宣传系统文化公益市集。各分子公司在市集上展示公益成果，通过互动体验形式增强公众对公益事业的认识和支持，用实际行动践行雷锋精神，为构建和谐社会贡献力量。

IP+ 社会责任

- 2024 年，上影元联合国家安全部微信公众号、小安工作室、新华网创作 4·15 公益微动漫，《大闹天宫》《哪吒闹海》中的各路神仙齐聚一堂，共同参与“国家安全与你同行”接力跑活动，展现十年来“创新引领接续奋进，国家安全全民同行”的生动景象。



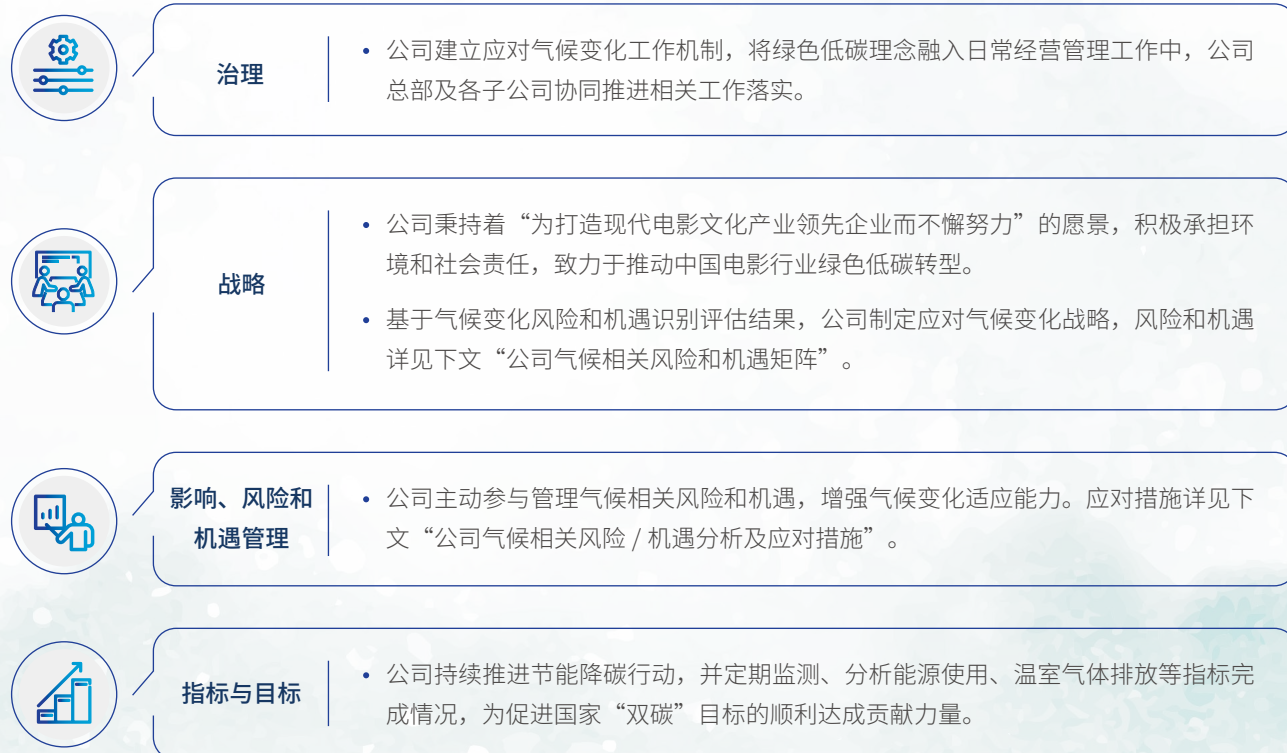
06 绿色运营，助力“双碳”战略

应对气候变化

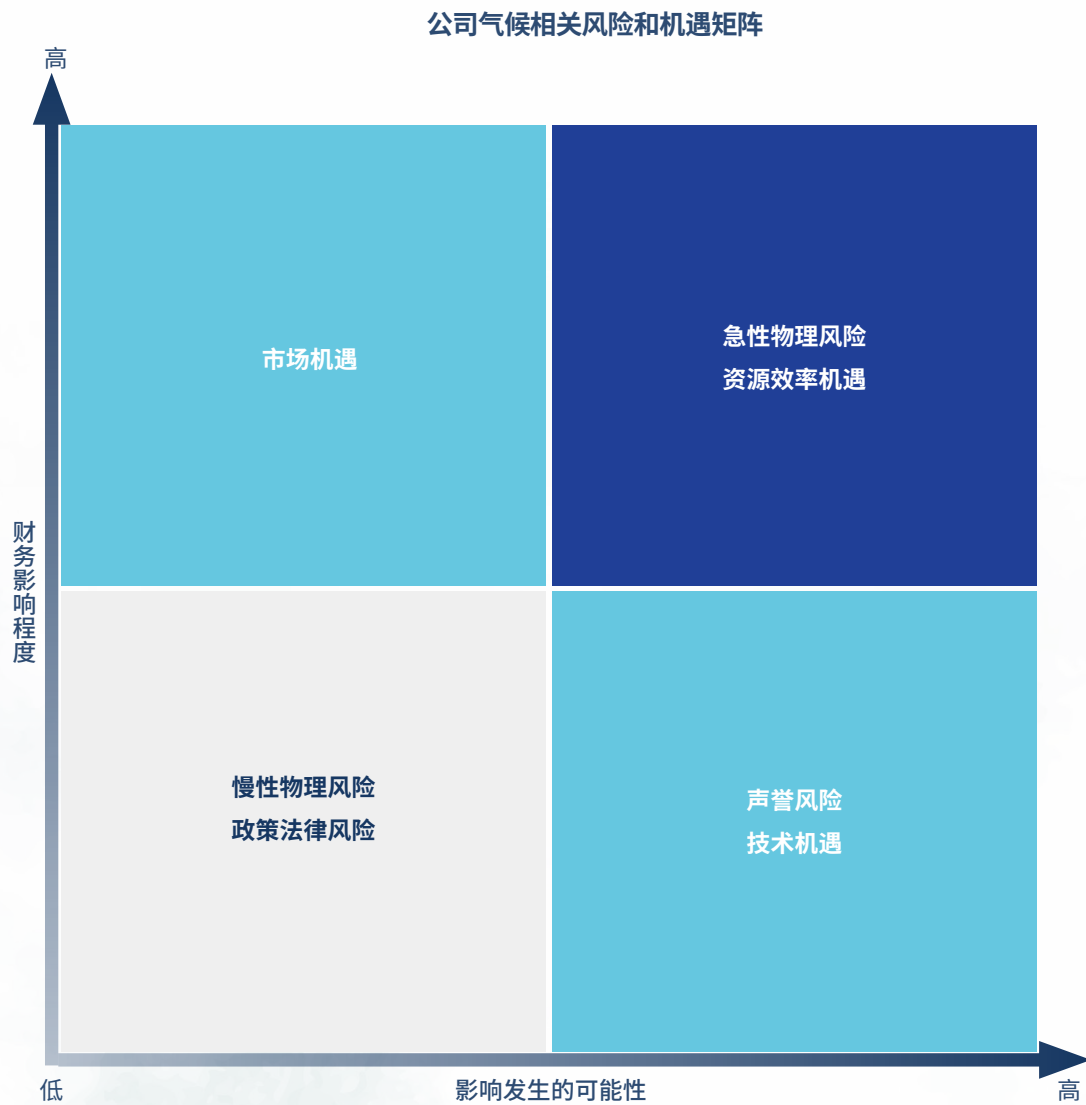
中国电影行业正在逐步迈向低碳转型之路。2008 年，在联合国开发计划署“中国环境意识项目”框架下，第 11 届上海国际电影节成为中国首个碳中和电影节。2021 年，中国金鸡百花电影节启动碳中和试点工作并发布《绿色电影助力“双碳”倡议书》。2023 年，上影联和参与发行的电影《中国乒乓之绝地反击》成为中国首部碳中和影片。

作为电影行业的头部上市公司，上海电影深入贯彻落实党中央、国务院关于碳达峰碳中和的重大决策部署，积极践行绿色低碳理念，持续加强节能减排工作。公司强化用能管理、推进节能增效，鼓励引导广大职工争做“绿色办公、低碳生活”的引领者、践行者、传播者，用实际行动助力实现“双碳”目标。

公司气候变化管理框架



2024 年，公司开展气候相关风险和机遇的分析工作，全面评估气候变化对经营管理及财务方面的影响，形成气候相关风险和机遇矩阵，并制定相应的应对策略，防范气候相关风险，把握气候相关机遇，助力公司实现长期可持续发展。经分析，公司识别出 4 项气候相关风险，3 项气候相关机遇。



基于气候变化风险和机遇评估与分析结果，公司主动采取应对措施管理气候变化相关风险和机遇，致力于增强自身业务及经济社会对气候变化的适应力。

公司气候相关风险 / 机遇分析及应对措施

类型	具体描述	潜在财务影响	影响范围	应对措施
急性物理风险	极端天气可能会影响影片宣发活动、公众观影、户外演出活动的正常开展，导致活动延迟或取消，消费人群观影意愿降低，台风、强对流天气、洪水等也可能对影院运营安全产生威胁。	营业收入 ↓ 运营成本 ↑	短期、中期	- 开展极端天气事件的监测与预警 - 将极端天气影响因素及应对融入活动整体方案 - 制定应急处置预案并定期演练
慢性物理风险	全球气候变化长期持续加剧可能引发极端热浪、海平面上升、土壤生产力变化，导致贫困加剧和经济社会萧条，对公司赖以生存的消费市场产生根本性打击。	营业收入 ↓	长期	- 积极响应“双碳”目标，实行绿色运营，详见“绿色运营”小节 - 推动行业绿色低碳转型
政策法律风险	公司经营过程中可能由于违反能源使用环境保护相关法律法规，违背相关政策或规范而导致罚款、警告等。	合规成本 ↑	长期	落实好“双碳”政策部署，积极参与建设美丽中国
声誉风险	公司自身、供应商或合作伙伴在环境风险评估应对、能源使用等环节的不当行为或负面事件，可能导致公司声誉受损。	营业收入 ↓	长期	做好供应商 / 合作伙伴调查及风险评估，提前规避风险
资源效率机遇	鼓励员工低碳差旅，在办公和经营场所开展节能降碳工作，在助力减缓气候变化的同时，也能够减少公司的相关开支，降低日常运营成本。	运营成本 ↓	短期、中期	- 制定绿色倡议，鼓励员工绿色出行，低碳差旅 - 开展气候变化相关培训与宣贯，增强员工认知与节能意识 - 实行绿色运营，详见“绿色运营”小节
市场机遇	公司参与发行 / 放映的影片在气候变化舆论场域中获得市场高度评价，拉动票房增长。	营业收入 ↑	长期	关注气候变化相关影片的制作与发行动态，在适当条件下引入相关影片
技术机遇	激光光源技术的进步及相关低能耗放映设备投放市场，为公司节能降碳工作提供新的可能性。	运营成本 ↓	短期、中期	关注放映设备技术动态，优先采购节能设备

绿色运营

上海电影严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规，坚持生态优先绿色发展，将绿色发展理念贯穿于公司经营管理全周期，努力减少公司经营活动对环境造成的负面影响。

公司在日常运营过程中涉及的主要能源使用及碳排放来源包括公务用车汽油消耗、外购电力等；涉及的其他资源消耗包括水资源和办公用纸、办公电子设备、印刷耗材等办公物料。其中，在水资源使用方面，公司水资源消耗主要来自影院运营及办公场所用水，主要用水来源为市政供水。报告期内，基于公司业务性质，公司不存在重大环保风险，亦未发生与环境保护相关并对公司有重大影响的、已确认的违规事件。

公司持续推进绿色运营工作，设立专门人员负责能源管理，关注能耗异常情况并及时跟进处置。2024 年，公司采取绿色装修、绿色办公、减少能耗、节约用水、规范废弃物处理等多元化举措，预防、减少公司业务对资源和环境产生的负面影响。

公司 2024 年绿色运营重点举措

绿色装修

- **使用绿色建材：**影院设计充分考虑建材对环境与健康的影响，使用绿色、可二次利用的环保材料。
- **设备循环使用：**在办公装修过程中回收旧的办公家具、桌椅等，经筛选、核验、维护、维修等环节后进行二次使用。

绿色办公

- **推行无纸化办公：**通过完善钉钉系统、线上会议等方式推动实现无纸化智能办公，减少纸质文件流通，节约打印耗材。
- **做好电子设备维护：**严格管理电子办公设备，加强技术维保，延长设备使用年限，减少电子废弃物产生。

节约能源

- **降低放映能耗：**逐步减少灯泡放映机的使用，增加激光放映机使用率，减少电影放映环节的能耗产生。
- **降低办公能耗：**控制冬夏季空调温度，利用自然风减少春秋季节空调使用时长，夜间公共区域常用灯源更换为节能灯，减少办公能源消耗。
- **制定针对性节能方案：**聘请专业机构开展能耗设备排查，探索针对影院特点制定切合实际的节能减排方案，预计实施后可降低 5%-10% 能耗。
- **引入智控设备：**采购并使用 BA 楼宇设备自控系统，根据季节变化，进行节能照明、节能温控设置。



节约用水

- **开展节水宣传：**在公司内部开展节水宣贯，鼓励员工节约用水。
- **开展节水办公：**会议减少瓶装水使用，尽量避免水资源浪费。



废弃物处理

- **规范处置垃圾：**做好垃圾分类工作，对于办公及生活垃圾，由第三方机构统一清运；对于废弃电子产品等有害废弃物，委托有资质的第三方进行回收处理，确保废弃物得到妥善处理。

ESG 数据表和附注

经济数据表

指标	单位	2024 年
营业收入	万元	69,037.33
资产总额	万元	270,837.39
每股社会贡献值 ¹	元	0.57

注 1：每股社会贡献值 = 基本每股收益 + (纳税总额 + 公司支付的员工工资和福利总额 + 向银行等债权人给付的借款利息 + 对外捐赠额等其他利益相关者创造的价值额 - 因环境污染等造成的其他社会成本) / 公司发行股份总数。

资源利用及温室气体排放数据表¹

指标	单位	2024 年
温室气体排放总量（范围 1+ 范围 2） ²	吨二氧化碳当量	12,643.62
范围 1 温室气体排放量 ²	吨二氧化碳当量	4.47
范围 2 温室气体排放量 ²	吨二氧化碳当量	12,639.15
单位面积温室气体排放量（范围 1+ 范围 2）	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.06
综合能源消耗量	吨标煤	2,899.08
直接能源用量	吨标煤	2.20
间接能源用量	吨标煤	2,896.88
单位面积综合能源消耗量	吨标煤 / 平方米	0.01
公务车汽油用量	升	2,020.00
外购电力用量	兆瓦时	23,554.15
耗水量 ³	立方米	76,266.82
单位面积耗水量	立方米 / 平方米	0.34
无害废弃物总量 ⁴	吨	2,127.28

注 1：【统计口径】温室气体排放、能源消耗及废弃物相关指标统计口径为上海电影母公司及其主要子公司上海影城、联和院线、院管公司。耗水量统计口径仅包括子公司上海影城、联和院线、院管公司。

注 2：范围 1 温室气体排放主要为公务车汽油燃烧产生，范围 2 温室气体排放主要由外购电力产生。范围 1 温室气体排放量计算方法及系数参考生态环境部《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设施》（2022）、国家统计局《中国能源统计年鉴》（2023）等；范围 2 温室气体排放量计算方法和系数参考生态环境部、国家统计局 2024 年发布的《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》。

注 3：公司主要从事电影宣发、院线经营、IP 运营业务，办公用水来源为市政供水，此处公司耗水量按市政取水计算。

注 4：无害废弃物包括办公运营中的生活垃圾、厨余垃圾等。

员工管理数据表

指标	单位	2024 年
员工总人数	人	683
女性员工人数	人	395
男性员工人数	人	288
50 岁以上员工人数	人	25
30 岁至 50 岁员工人数	人	553
30 岁以下员工人数	人	105
全职劳动合同制员工人数	人	678
全职劳务派遣制员工人数	人	5
新进员工数量	人	108
员工流失率 ¹	%	13.90
员工工伤保险投入金额	万元	17.59
员工工伤保险覆盖率	%	100
员工培训次数	次	191
员工培训总支出	万元	9
员工接受培训总时长	小时	2,298.50
员工接受培训平均时长	小时	3.59
员工培训覆盖率 ²	%	93.85

注 1：员工流失率 = （报告期内离职员工总人数 / 报告期末员工总人数）*100%。
注 2：员工培训覆盖率 = （报告期内接受培训的员工总人数 / 报告期末员工总人数）*100%。

社会贡献和乡村振兴数据表

指标	单位	2024 年
乡村振兴惠及人数	人	146,335
乡村振兴投入金额	万元	19
员工志愿服务总时长	小时	560
员工志愿服务人次	人次	65
员工志愿服务人均时长 ¹	小时	0.82

注 1：员工志愿服务人均时长 = 员工志愿服务总时长 / 员工总人数。

反商业贿赂与反贪污数据表

指标	单位	2024 年
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事人数	人	5
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事比例 ¹	%	62.50
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层员工人数	人	30
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层员工比例	%	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工人数 ²	人	81
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工比例	%	11.86

注 1：公司反商业贿赂及反贪污培训不包括独立董事，故董事培训覆盖率不为 100%。

注 2：公司反商业贿赂及反贪污专项培训仅覆盖管理层及在职党员，后续将持续扩大反商业贿赂及反贪污相关培训员工覆盖范围。

报告索引表

《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）》 索引表

议题	对应的本报告章节
《指引》要求披露的议题	
应对气候变化	应对气候变化
污染物排放	公司所属行业为电影行业，公司及重要控股子公司未被纳入环境信息依法披露企业名单，此议题不适用
废弃物处理	绿色运营
生态系统和生物多样性保护	公司主要从事电影宣发、院线经营、IP 运营业务，生产经营活动对生态系统和生物多样性没有重大影响，此议题不适用
环境合规管理	绿色运营
能源利用	绿色运营
水资源利用	绿色运营
循环经济	绿色运营
乡村振兴	社会贡献和乡村振兴
社会贡献	社会贡献和乡村振兴
创新驱动	创新驱动 报告期内，公司未进行专项研发投入，亦无专门从事研发的专职员工，未进行专利申请及获得工作
科技伦理	公司不直接从事 AI 相关的技术研发工作，AI 相关业务模式不属于《科技伦理审查办法》中规定应当进行科技伦理审查的科技活动，在 AI 相关业务开展过程中，通过协议等形式对合作方的使用 AI 的开发行为及应用权限等进行规范，公司暂不适用该议题
供应链安全	供应链管理
平等对待中小企业	公司报告期末应付账款（含应付票据）余额未超过 300 亿元，占总资产的比重未超过 50%，此议题不适用

议题	对应的本报告章节
产品和服务安全与质量	产品质量 客户服务
数据安全与客户隐私保护	数据安全与客户隐私保护
员工	员工雇佣与权益 员工培训与发展
尽职调查	议题重要性评估
利益相关方沟通	议题重要性评估
反商业贿赂及反贪污	反商业贿赂及反贪污
反不正当竞争	风险管理与合规运营
根据《指引》第五条自主披露的议题	
公司治理	公司治理
党建引领	党建引领
风险管理与合规运营	风险管理与合规运营

《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系（1.0 版）》

索引表

一级指标	二级指标	三级指标	报告对应章节
E 环境	E1 环境管理	E1.1 环境管理目标和制度	应对气候变化
		E1.2 通过环境管理体系认证	公司暂未申办相关认证，后续将根据业务需要考虑开展
		E1.3 绿色产品研发与环保技术使用	应对气候变化 绿色运营
		E1.4 环保总投入	绿色运营
		E1.5 环保培训绩效	公司暂未开展相关专题培训工 作，后续考虑开展
	E2 能源	E2.1 能源管理目标和规划	应对气候变化
		E2.2 节约能源举措	绿色运营
		E2.3 可再生能源开发与应用	公司为非生产型企业，暂未开 展相关工作，后续将根据发展 需要考虑
		E2.4 能源消耗总量	ESG 数据表和附注
	E3 资源	E3.1 资源管理体系和规划	绿色运营
		E3.2 水资源目标和规划	——
		E3.3 节约用水举措	绿色运营
		E3.4 年度用水总量	ESG 数据表和附注
		E3.5 其他资源使用管理	不适用
	E4 污染物	E4.1 废水管理目标和规划	绿色运营
		E4.2 减少废水排放举措	绿色运营
	E4 污染物	E4.3 废水循环使用量	公司为非生产型企业，营运办 公产生的废水随污水管网排放， 该指标项不适用
		E4.4 废水污染物排放量	
		E4.5 废气管理目标和规划	公司为非生产型企业，该指标 项不适用
		E4.6 减少废气排放举措	
		E4.7 废气污染物排放量	
		E4.8 固体废弃物管理目标和规划	绿色运营

一级指标	二级指标	三级指标	报告对应章节
E 环境	E4 污染物	E4.9 固体废弃物处理举措	绿色运营
		E4.10 固体废弃物排放量	
		E4.11 固体废弃物回收、利用、处置量	
		E4.12 其他污染物管理	
	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	应对气候变化
		E5.2 助力“双碳”目标的举措	
		E5.3 碳核查 / 盘查举措	公司暂未开展相关措施，后续将根据发展需要考虑开展
		E5.4 温室气体排放量	ESG 数据表和附注
	E6 生物多样性	E6.1 生物多样性保护制度	公司为非生产型企业，生产经营活动对生态系统和生物多样性没有重大影响，该指标项不适用
		E6.2 生物多样性保护举措	
S 社会	S1 产品和服务	S1.1 产品安全与质量管理体系	产品质量
		S1.2 通过产品质量管理体系认证	产品质量
		S1.3 产品研发创新	创新驱动
		S1.4 知识产权保护	风险管理与合规运营
		S1.5 客户信息保护和隐私	数据安全与客户隐私保护
		S1.6 客户服务管理制度	客户服务
		S1.7 负责任宣传	产品质量
		S1.8 客户投诉量 / 投诉解决率	客户服务
		S1.9 客户满意度	
	S2 员工责任	S2.1 员工雇佣和员工组成	ESG 数据表和附注
		S2.2 员工流失率	员工雇佣与权益
		S2.3 员工民主管理	
	S2 员工责任	S2.4 薪酬与福利体系	
		S2.5 员工关爱	
		S2.6 员工满意度	
		S2.7 员工职业健康安全管理	员工雇佣与权益

一级指标	二级指标	三级指标	报告对应章节
S 社会	S2 员工责任	S2.8 通过职业健康安全管理体系认证	公司为非生产型企业，暂不涉及职业危害岗位，暂未获取相关体系认证，后续将根据发展需要考虑开展
		S2.9 安全应急管理举措	员工雇佣与权益
		S2.10 安全生产投入总额	ESG 数据表和附注
		S2.11 安全生产培训绩效	
		S2.12 因工受伤和死亡	
		S2.13 员工体检覆盖率	员工雇佣与权益
		S2.14 员工职业发展制度	ESG 数据表和附注
		S2.15 员工培训和实践举措	员工培训与发展
		S2.16 员工发展的成效	
	S3 供应链责任	S3.1 供应商管理制度	供应链管理
		S3.2 供应商 ESG 审查	
	S4 社区责任	S4.1 开展公益慈善活动	社会贡献和乡村振兴
		S4.2 公益慈善投入	
		S4.3 志愿服务绩效	
	S5 企业责任	S5.1 服务国家或上海市战略	不适用
		S5.2 应对公共危机	
		S5.3 信息安全	数据安全与隐私保护
		S5.4 公共服务	社会贡献和乡村振兴
		S5.5 税务贡献	ESG 数据表和附注

一级指标	二级指标	三级指标	报告对应章节
G 治理	G1 公司治理	G1.1 党的领导	党建引领
		G1.2 董事长 / 总经理分设	详见 2024 年年报
		G1.3 外部董事占比	公司治理
		G1.4 合规管理体系	风险管理与合规运营
		G1.5 风险管理体系	
		G1.6 审计制度	
		G1.7 避免违反商业道德的举措	反商业贿赂及反贪污
		G1.8 反垄断与公平竞争	风险管理与合规运营
	G2 ESG 治理	G2.1 董事会参与 ESG 管理	ESG 管理架构
		G2.2 ESG 工作组织架构	
		G2.3 ESG 战略 / 目标	ESG 理念
		G2.4 ESG 利益相关方识别	议题重要性评估
		G2.5 实质性议题识别	
		G2.6 ESG 相关制度	ESG 管理架构
		G2.7 开展利益相关方沟通活动	议题重要性评估
		G2.8 管理层薪酬同 ESG 绩效挂钩	公司暂未开展相关措施，后续考虑开展
		G2.9 具体业务考虑 ESG 要素	
	G3 数据治理	G3.1 基础平台建设	数据安全与客户隐私保护
		G3.2 数据汇聚互通	
		G3.3 数据治理体系	

