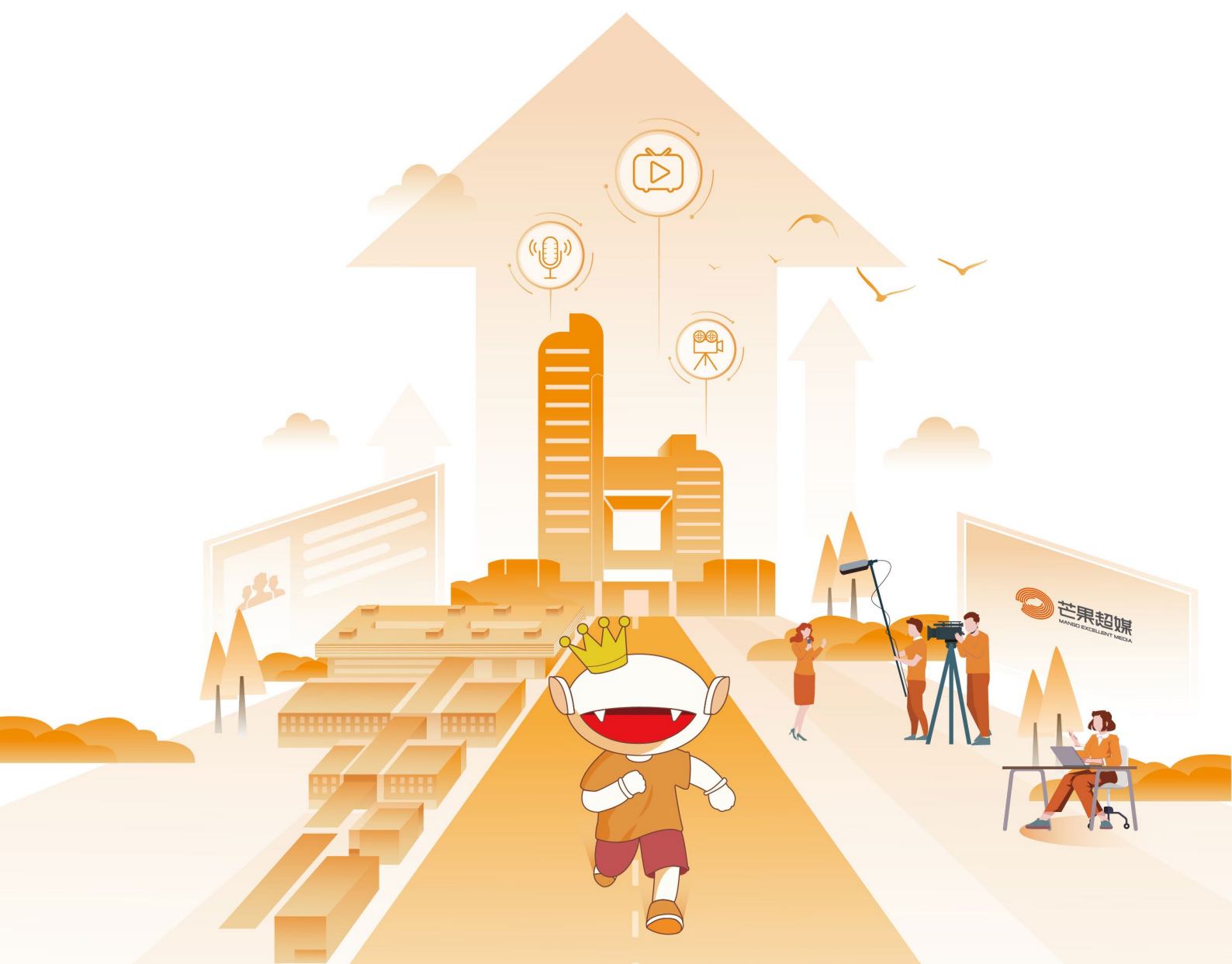




2024

ESG暨社会责任报告

芒果超媒股份有限公司

关于本报告

《芒果超媒股份有限公司 2024 年度 ESG 暨社会责任报告》是芒果超媒股份有限公司自上市以来发布的第 6 份 ESG 类 / 社会责任类报告。报告旨在就芒果超媒股份有限公司 ESG 理念、实践绩效等内容与各利益相关方进行坦诚交流，系统回应利益相关方期望和诉求。

时间范围

本报告期间为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

发布周期

本报告为年度报告，与公司年度报告同步发布。

数据说明

本报告使用数据来源包括公司内部统计数据、政府部门及第三方机构公开数据等。本报告的财务数据以人民币为记账本位币，若有与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

报告边界

报告涵盖芒果超媒股份有限公司及主要子公司。

称谓说明

为了便于表述和阅读，本报告将芒果超媒股份有限公司简称为“芒果超媒”“公司”报告中涉及的部分子公司全称及简称如下：

- 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司：快乐阳光（芒果 TV）
- 湖南金鹰卡通传媒有限公司：金鹰卡通
- 小芒电子商务有限责任公司：小芒电商
- 快乐购有限责任公司：快乐购
- 上海天娱传媒有限公司：天娱传媒

编制依据

- 深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号—可持续发展报告（试行）》
- 联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）
- 全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- 中国社会科学院《中国企业可持续发展报告编写指南》（CASS-ESG 6.0）
- 中国国家标准《社会责任报告编写指南》（GB/T36001-2015）
- 国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南（2010）》

报告版本及获取

本报告同步披露了英文版本，在对中英文文本的理解上发生歧义时，以中文文本为准。中英文版本的电子版均可在巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅获取。如对报告有疑问和建议，您可发邮件至 mangocm@mangocm.com，或可致电（0731）82967188。



目录

开篇

01 党委书记致辞

03 董事长致辞

05 年度责任专题：
文化和科技融合的芒果实践

11 强大平台：高质量发展“胜负手”

17 优质内容：高质量发展“护城河”

31 创新技术：高质量发展“加速器”

43 走进芒果超媒

43 发展战略

43 ESG 管理

47 年度荣誉

51 治理责任

53 党建引领与主题教育

59 三会治理与投关管理

68 风险识别与内部控制

70 公平经营与清正廉洁

75 社会责任

77 产品质量与用户权益

82 信息安全与数智驱动

92 责任采购与供应管理

95 行业交流与价值共创

100 员工成长与健康安全

115 乡村振兴与社会贡献

125 环境责任

127 环境保护与气候应对

131 能源管理与资源节约

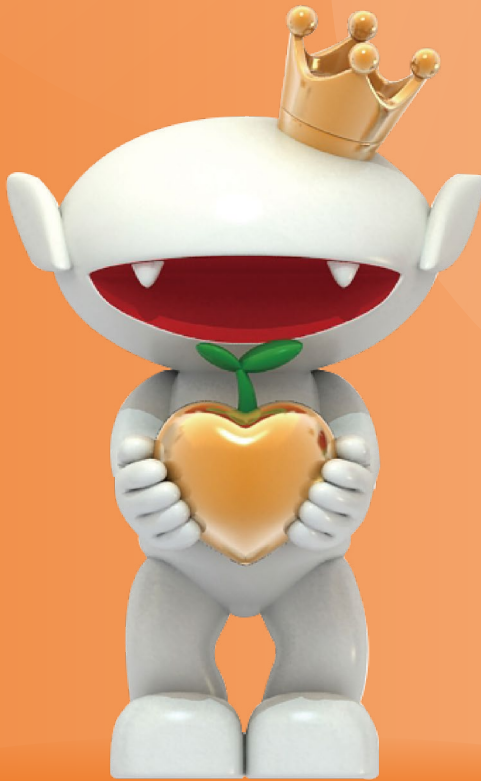
135 结篇

135 亮点节目

141 关键绩效表

142 指标索引

146 读者反馈





党委书记致辞



龚政文

湖南广播影视集团（湖南广播电视台）
党委书记、董事长、台长、总编辑

芒果超媒股份有限公司
党委书记



岁序常易，华章日新。时间卷轴徐徐翻过 2024 这一页。我们见证了一个又一个振奋人心的芒果叙事，扛起了一份又一份沉甸甸的责任担当。



高举旗帜，初心如磐，我们持续增强主流媒体的使命意识。

习近平总书记赋予了新时代宣传思想文化工作者新的文化使命，就是锚定建成文化强国战略目标，不断发展新时代中国特色社会主义文化。作为传承着红色基因的党媒国企，芒果注定是一个价值媒体、使命集团，芒果人是一群有使命、有担当精神的人。我们心怀文化志向，自觉融入文化强国战略目标，将“党之所指、我之所向；国之大者，我之所为”理念融入血脉；以“中国式现代化光明行”为主题牵引，我们努力做主流价值的传播者、社会风尚的引领者，5 部作品荣获中宣部“五个一工程”奖；我们遵循使命召唤，在文化强国、文化强省中充当主力军、先锋队。

守望相助，托举赋能，我们积极践行以人为本的社会责任。

现代商业环境中，企业的价值不仅由利润决定，环境、社会责任与治理（ESG）更成为关键指标。我们不断增强投资者信心，连续六年对外披露社会责任报告，在资本市场形成了良好的企业形象和价值风尚。我们赋能员工成长，致力于为员工提供多样化的发展路径，“芒果青年说”“1% 创意大选”等活动，让年轻人站在舞台中央。我们积极投身乡村振兴、公益慈善、教育帮扶、生态保护等多元公益实践。我们以“芒果公益平台”为载体，构建“互联网 + 公益”生态，累计上线 105 个公益慈善项目，入选 2024 中国新媒体公益十大优秀案例。于党媒国企而言，不论宏大辽阔，还是微光片羽，心系用户、关爱员工、守望社会，始终是责任之重、价值之基。

春风化雨，沁润人心，我们深切关照多元百态的大众情怀。

作为人民的媒体，我们坚持打造雅俗共赏的视听精品，更

积极地呼应社会情绪，更真诚地聆听大众声音，《小巷人家》《日光之城》《灿烂的风和海》用细腻的笔触描述大时代里奋斗的小人物，《歌手 2024》用大直播打造音综领域一股清流，《乘风 2024》《披荆斩棘 第四季》进一步弘扬健康、清新的流行文化；我们还坚持文化与科技的“双向奔赴”“互为体用”，《中国官箴》《马王堆·岁月不朽》以新质生产力演绎新美学、赋能新传播，让观众在虚拟沉浸式体验中，完成跨时空对话。我们深知，以人民为中心的创作导向，既是烙印于每一个芒果人内心的精神图腾，更是企业厚植根基、站高谋远的不二法门。

出海破局，文化远航，我们立体凸显对外传播的全球价值。

我们勇担国家使命，把推进文化出海作为主要发展战略之一。以全球视野谋布局，构建传播生态，积极推动出海倍增计划落地见效，芒果 TV 国际 APP 完成技术迭代，累计下载量达 2.71 亿次，覆盖全球 195 个国家和地区。以文化自信为根基，打造破圈精品，《中餐厅》《花儿与少年》等王牌 IP 扬帆出海，让东方审美、芒果品牌在全球观众中深入人心；以在地化运营作支点，打破文化壁垒，与越南、新加坡、马来西亚等国家当地媒体和机构合作，牵手“超级合伙人”，推动一次次“与君远相知，不道云海深”的跨国共鸣。联合国教科文组织、多国领袖和驻华使领馆对芒果节目赞誉有加。

山高万仞，只登一步。面向未来，我们将坚定践行习近平文化思想，怀着“时不我待”的紧张，保持“日拱一卒”

的定力，以更奋发有为的精神状态，和广大受众、界伙伴一道，共赴新时代文化强国之约。



董事长致辞



蔡怀军

湖南广播影视集团（湖南广播电视台）
党委副书记、总经理、副台长

芒果超媒股份有限公司
党委副书记、董事长



2024 年是不平凡的一年。芒果人领命集结，全速奔跑，着力打造“内容 + 技术”双引擎，跑出文化和科技融合发展加速度。芒果超媒第五次荣膺“全国文化企业 30 强”，并在“2024 年中国互联网综合实力前百家企业”榜单中位列第 19 位，是前二十强中唯一的国有控股企业。



一年来，我们高擎思想火炬，主流宣传走深走实。我们始终秉承“党媒姓党，绝对忠诚”，聚焦新时代新的文化使命。高扬思想旗帜，深入实施头条工程，芒果 TV 首页首屏置顶飘红“学习时刻”，全年完成 150 个宣传项目、228 个主题主线专题特辑，壮大主流思想舆论。坚守内容初心，打造主流精品力作，全年共 255 件次作品斩获主流奖项，实现“五个一工程”奖、飞天奖、金鹰奖、白玉兰奖、星光奖等主流奖项“大满贯”。

一年来，我们构筑内容高地，节目创制出圈出彩。我们坚持守正创新，持续探索内容生产组织方式最优解，着力构建“长中短”内容新生态。创新“赛道主理人”制度，全年上线各类综艺节目 160 档，有效播放量稳居行业第一，TOP 榜单前十占五。《小巷人家》《国色芳华》等大剧好戏连台，豆瓣评分最高的 10 部华语剧集榜单，芒果十占其三。成立微创新中心，《一梦枕星河》等 10 部入选总局“跟着微短剧去旅行”推荐片单。

一年来，我们探索科文融合，破题答题见行见效。全力应答文化和科技“融合命题”，既是我们作为湖南省文化企业排头兵的行动自觉，也是基于自身内容和技术优势，乘势而为抢抓新科技浪潮赋能文化产业发展战略机遇、培育高质量发展新动能的必由之路。“芒果大模型”获中央网信办备案，开创广电行业 AI 筑基先河；“芒果智能体平台”落地 70 多个创新应用，“爱芒”导演获中宣部肯定；超算力云制造平台等多个项目入选“国家工信部视听系统典型案例”……我们以科技为笔、文化为墨，书写创新实践，争当文化和科技融合的重要技术策源地、成果诞生地、应用场景集聚地。

一年来，我们着力整合资源，生态协同拓新拓界。建设芒果新生态既是实现高质量发展的必渡之河，也是担负新的文化使命的必然选择。芒果 TV 会员规模突破 7331 万，会员收入首次突破 50 亿元大关；小芒电商 4 年 GMV 复合增长率高达 125%；金鹰卡通研学厂牌“超芒之星”触达 1.2 亿青少年；天娱传媒把芒果星光带到鸟巢、维港、澳门塔；快乐购聚焦银发经济，战略转型取得突破。芒果生态愈加丰富，各平台彼此支撑，相互补足，一个“强势平台导流—垂类平台覆盖—商业平台兜底”的生态圈正慢慢闭环。

一年来，我们推进公司治理，规范运作聚势聚能。我们持续贯彻落实“两个一以贯之”，提高董事会科学决策、规范决策水平，为公司高质量发展行稳致远厚植治理根基，连续获评中上协“上市公司董事会优秀实践案例”。坚持以投资者为本，制定并实施“质量回报双提升”行动方案，连续六年获得深交所信息披露工作考核最高评价。聚焦可持续发展，逐步将 ESG 理念融入公司治理体系，获评 ESG 中证指数 AA 评级。

潮起宜踏浪，风正好扬帆。“十四五”即将收官、“十五五”科学谋篇。伫立新的历史潮头，正值文化和科技融合发展的机遇之年、变革之年和奋进之年，我们将以“文化 + 科技”的融合方程式，深度解构广电基因，创新重组数字密码，以科文融合探路者之姿，奋力书写芒果高质量发展新答卷。



01 年度责任专题

文化和科技融合 的芒果实践



▶ 习近平总书记四次就“文化和科技融合”作出重要指示

2020 年 9 月
习近平总书记考察马栏山视频文创园

“文化和科技融合，既催生了新的文化业态、延伸了文化产业链，又集聚了大量创新人才，是朝阳产业，大有前途。”

2024 年 3 月
习近平总书记考察湖南

“探索文化和科技融合的有效机制，加快发展新型文化业态，改造提升传统文化业态，形成更多新的文化产业增长点”；“要以数字技术创新文化表现形式、传播方式，提高文化吸引力、感染力、传播力。”

2024 年 7 月
党的二十届三中全会《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》

“健全文化产业体系和市场体系，完善文化经济政策。探索文化和科技融合的有效机制，加快发展新型文化业态。”

2024 年 10 月
中共中央政治局第十七次集体学习

“探索文化和科技融合的有效机制，实现文化建设数字化赋能、信息化转型，把文化资源优势转化为文化发展优势。”



积极探索具有湖南特色的文化和科技深度融合发展之路

学习贯彻党的二十大精神

习近平总书记2022年9月在湖南考察时深刻指出：“文化和科技融合，既产生了新的文化业态，延伸了文化产业链，又集聚了重要创新人才，是朝阳产业，大有前途。”今年3月，习近平总书记在湖南考察期间再次强调：“‘数字文化’和科技融合的有机机制，加快发展新文化业态”。党的二十大报告指出：“加快建设数字中国，推进数字中国建设，加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”。湖南深入贯彻落实党的二十大精神，紧紧围绕“三高四新”美好蓝图，坚持“文化+科技”深度融合，推动文化事业和文化产业高质量发展，为全面建设社会主义现代化国家贡献湖南力量。

积极探索具有湖南特色的文化和科技深度融合发展之路

湖南省委书记、省委科技委员会主任 沈晓明

形式、传播方式到业态模式都在发生深刻变革。广播、电视、报纸、杂志等传统媒体业态加速迭代，网络视听、数字文博、数字动漫、智慧文旅等新型文化业态不断涌现。比如，通过VR等技术的应用，观众可以沉浸式进入大漠、多感官体验敦煌壁画下的神秘丝路文化；通过AR技术，观众可以沉浸式体验湖南历史文化，厚重的革命文化、灿烂的现代文化、源远流长的湖湘文化，在数字技术赋能下，焕发出新的生机与活力。在构建中华民族现代文明中展现湖南担当，在推进中国式现代化进程中彰显湖南特色，是湖南文化发展的使命。湖南正坚持科技赋能，推动文化事业和文化产业高质量发展，为全面建设社会主义现代化国家贡献湖南力量。

创新创业，把湖南打造成青年创新创业、实现梦想的沃土。文化改革创新，是文化事业和文化产业高质量发展的关键。文化体制改革是基础性、全局性、根本性改革，必须深化文化体制改革，健全现代文化市场体系，激发文化创新创造活力。湖南正加强融合战略研究和科技体系创新，进一步健全宣传、文化、教育、科技、工信、财政、金融等多部门统筹协调机制，凝聚全省共促文化和科技融合的广泛合力。

湖南省委书记、省委科技委员会主任沈晓明，《科技日报》头版刊发署名文章《积极探索具有湖南特色的文化和科技深度融合发展之路》

推动业态创新

着力培育和发展文化新质生产力

湖南依托深厚的文化本底和方兴未艾的科技浪潮，正聚焦音视频内容、音视频装备、数字文博、动漫游戏、数智出版、文旅融合、数字文化贸易等领域重点发力，统筹改造提升传统文化业态和培育壮大新型文化业态，依靠文化和科技的深度融合，为推动高质量发展培育新动能。

强化双向赋能

着力提升以文化人的质效

推动文化和科技深度融合发展，能极大提升文化的创造力、表现力和传播力，实现科技创新与文化建设的“双向奔赴”。湖南正坚持科技赋能，充分运用数字技术推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

深化改革创新

着力完善有利于文化和科技融合的体制机制

文化和科技融合本身就是改革创新，需要以改革的思维和办法破藩篱、激活力、强保障。湖南正加强融合战略研究和科技体系创新，进一步健全宣传、文化、教育、科技、工信、财政、金融等多部门统筹协调机制，凝聚全省共促文化和科技融合的广泛合力。

加强要素保障

着力引育优质人才和企业

湖南正陆续出台和完善支持文化和科技融合的系列政策举措，进一步优化产业、研发、金融等生态，广泛吸引全国乃至全球致力于文化和科技融合的企业、人才和重要科技力量在马栏山集聚，让马栏山成为文化和科技融合的重要技术策源地、成果诞生地、应用场景集聚地。

“文化和科技融合”理念已成芒果共识

“如果抓不住科技赋能对文化传播带来的巨大机遇，就抓不住未来。我们意识到，一方面，广播电视行业作为文化传播机构，除了新闻宣传外，文化创意是其脱颖而出，引领风骚的根本所在；另一方面，广播电视依科技而生、因科技而兴，互联网和新媒体的故事更是从新技术开始的。因此，广播电视行业本身就具有文化与科技的双重属性、双重基因。要紧紧扭住‘文化和科技融合’这条主线，以发展新质生产力、新质传播力推动内容升级、平台升级、产业升级，这既是总书记给我们出的时代命题，也是高质量发展的必由之路。”

——龚政文《文化和科技融合的芒果实践》



“让技术和文化融合在一起，能为长、中、短视频创作提供更大的可能性、创新性和空间感，驱动更多文艺创新形式涌现。新时代，我们要答好文化和科技融合这一重大命题，绝不能只做简单的‘数学相加题’，而要做更有含金量的‘综合题’。”

——蔡怀军《要做更有含金量的“综合题”》



文化和科技融合已成为芒果的共同意识和共同愿景

湖南广电着力建设文化科技融合、两个效益俱佳的主流新媒体集团，紧紧扭住“文化和科技融合”主线，以发展新质生产力、新质传播力推动内容升级、平台升级、产业升级。

建设文化科技融合、两个效益俱佳的主流新媒体集团



战略总目标

- 建设文化科技融合、两个效益俱佳的主流新媒体集团

三个子战略

- 文化和科技深度融合
- 传统媒体和新媒体深度融合
- 文化和旅游深度融合

“文化和科技融合”
是其中核心战略

芒果超媒是湖南广电芒果生态践行“文化和科技融合发展”的新媒体领航旗舰

公司作为 A 股市场唯一一家国有控股长视频新媒体平台，是湖南广电积极响应中央关于推动媒体深度融合发展战略的重要改革成果，获评广电总局首批全国广播电视媒体融合先导单位。公司依托芒果特色媒体融合生态，以互联网视频平台芒果 TV 为核心，整合关键要素和资源，以全产业链控制与生态协同为抓手，建立一网联结、多点联动的生态矩阵，打造具有强大传播力、影响力和竞争力的国有数智化、平台型新媒体集团。公司主营业务板块包括芒果 TV 互联网视频、新媒体互动娱乐内容制作和内容电商等。

全力应答文化和科技“融合命题”，既是芒果超媒作为湖南省文化企业排头兵的行动自觉，也是公司基于自身内容和技术优势，乘势而为抢抓新科技浪潮赋能文化产业发展战略机遇、培育高质量发展新动能的必由之路。



2024 年是公司推进文化和科技融合发展的攻坚之年、关键之年。公司深入学习领会习近平总书记考察湖南关于文化建设的重要讲话和指示精神，紧紧抓住“文化 + 科技”胜负手，着力打造“内容 + 技术”双引擎。



强大平台:高质量发展“胜负手”
—— 打造“长中短”贯通超级数智传播平台

得平台者得未来，2024 年，芒果超媒全力参与打造具有强大功能、规模经济、数据要素、技术引领的超级数智传播平台，着力建设以芒果 TV 为旗舰、多点布局、“长中短”贯通的科技含量和商业价值兼备的平台矩阵，紧握主流媒体集团高质量发展的“胜负手”。

案例 芒果 TV 国有互联网长视频平台第一

芒果 TV 是湖南广电的核心品牌、核心资源、核心竞争力，是头部数智传播平台旗舰。芒果 TV 经过十年努力，已进入长视频行业前三，国有互联网平台第一，多次入选国家文化出口重点企业；与此同时，芒果 TV 在国内长视频网站中率先盈利，并实现连续 7 年盈利；当前，芒果 TV 正积极实施“跃升计划”。



2024 年，芒果 TV 有效会员规模达到 7,331 万，再创新高，国际 APP“双倍增计划”落地见效，全年下载量和海外收入均实现翻番。芒果 TV 持续夯实综艺领先优势，王牌节目延续超级爆款逻辑，在云合数据 2024 年全网网络综艺和电视综艺有效播放 TOP 10 两个榜单中，网络综艺《再见爱人第四季》《乘风 2024》《大侦探第九季》《花儿与少年·丝路季》和《披荆斩棘第四季》十占其五，电视综艺《歌手 2024》《你好，星期六 2024》《中餐厅第八季》和《全员加速中对战季》十占其四。积极加大影视剧集储备，电视剧投入逐步进入产出周期，豆瓣 2024 年评分最高的 10 部华语剧集榜单，《小巷人家》《问苍茫》和《日光之城》十占其三。在高品质长视频内容的加持下，公司会员业务量质齐升，收入首次突破 50 亿元大关，同比增长 18%。



案例 小芒电商 年轻人潮流消费“第一集散地”

内容电商平台小芒，是湖南广电基于 IP 商业变现闭环的战略部署，是整个芒果生态后链路商业化变现的关键一环，旨在延伸芒果产业链，更充分实现内容和品牌价值的商业化转化，通过 4 年的培育期，生态位精准，青年圈层特质鲜明，平台长势喜人。2024 年，小芒继续跑通内容电商赛道，全年 GMV 超 160 亿元，4 年复合增长率达到 125%。平台打造了沉浸式购物、超级直播间、数字导购等融合创新产品，跨平台、跨 IP 联手推出“芒果大直播”，南波万服饰、国风机甲、IP 小卡等在同类产品均排行业前列；平台组建“IP 衍生品青年实验组”，拓展文创衍生及线下实体。



通过“自主研发技术平台 + 原创内容植入 + 长视频平台会员导流”的模式，小芒不断裂变新的商业模式。目前，小芒已与芒果 TV 用户体系深度打通，“边看边买”，一键下单。自小芒启动对外融资以来，引得资本市场高度关注，投资者普遍认为小芒利用芒果生态优势创造高情价比的商品和服务，抓住了情绪消费的新风口，目前小芒外部融资 A1 轮成功增资，并紧密衔接 A2 轮。小芒将进一步开启 B 轮融资，借助资本市场丰富的产业资源，积极融入“文化 + 科技”战略发展，打造芒果生态第三增长极和未来十年最具商业价值平台。

案例 芒果 TV 国际 APP “芒果出海 2024 行动”

在“芒果出海 2024 行动”整体部署下，芒果 TV 国际 APP 实现用户、收入“双倍增”。芒果 TV 以“Mango TV”（芒果 TV 国际 APP）为主平台，秉承国际产品理念——“以体验贴近本土，以互动走向全球”，通过平台技术升级、自研中国标准超高清技术加持、基建服务本地部署护航，完成平台整体焕新，实现芒果 TV 从传统的内容出海，到平台出海的全球化跨越。

芒果 TV 国际 APP 累计下载量 2.71 亿，支持 8 种界面语言与 17 种字幕语言的自由切换，即将上线阿拉伯语界面，覆盖全球 195 个国家和地区，活跃用户数量前 5 位的国家和地区为马来西亚、印度尼西亚、美国、中国台湾、菲律宾。在用户结构方面，平台深受全球年轻用户喜爱，18—24 岁年轻用户占比 58.7%。2024 年 10 月，芒果 TV 国际 App 以“全球化设计、本地化体验”为产品理念，实施智能化焕新升级，重点聚焦技术革新与用户体验优化，引入立体三维声音频、Vivid 画面技术，显著提升视听效果；内容分区采用极简设计，实现一触即达，沉浸式播放器运行丝滑流畅，助力全球用户轻松上手，快速融入平台。



“海外超级合伙人计划”完成中越合资公司战略签约，以开拓式创新推动文化传播；与马来西亚旅游局、新加坡旅游局等签订战略合作协议，在内容共创、文旅发展、业态融合等多领域开展全方位合作。



芒果 TV 国际 APP 全面升级

- 首页频道页主打“直给”，给海外用户最直接的浏览体验
- 播放页突出“本地化”，降低华语内容消费门槛
- 搜索片库“一体化”，实现消费效率的最大化
- “首页 - 播放 - 搜索 - 个人中心”全线核心链路完成海外化转型升级
- 自研国产标准技术走向海外，包括国产双 Vivid 超高清技术、“语帆”多语言管理系统



案例 金鹰卡通 中国影响力第一少儿平台

金鹰卡通是中国影响力第一少儿平台，以芒果资源为撬点，打造大小屏爆款综艺与动漫 IP，打透线下乐园、研学、少儿赛事、衍生产品等产业赛道。金鹰卡通打穿线上线下多维度的推广融合新模式，夯实芒果超媒亲子内容生态护城河，迈向全产业链闭环的超级亲子综合体。金鹰卡通触达 4.2 亿亲子家庭粉丝，1.06 亿 4-14 岁儿童和 2.16 亿 25 岁以上女性，实现孩子和妈妈双人群覆盖的亲子顶流平台。



金鹰卡通打造中国第一亲子综艺 IP《疯狂的麦咭》，以“IP+ 乐园 + 卡牌”打造产业超级 IP，更有《麦咭和他的朋友们》《23 号牛乃唐》《小小守艺人》等一系列优秀动漫项目。金鹰卡通拥有国内三大头部动画 IP 的首播、独播权，如《熊出没》《喜羊羊与灰太狼》《猪猪侠》《皮皮鲁和鲁西西》等，以全国首播量超 80% 的比例创同类平台之最，牢牢稳住全国电视动画「播控王」的底盘，全龄观众同时段收视稳坐 CSM 全国网省级卫视和同类卫视排名第一，展现了绝对的大屏优势和前瞻性视野。2024 年，金鹰卡通发布以高端艺术教育研学为基底的“超芒之星”芒果大研学厂牌，坚定锁定芒果系高端研学品牌定位。倾情打造六大研学产品，直通芒果、科技研学、文旅研学系列产品均已落地。



案例 快乐购 聚焦发力银发赛道

“快乐购”拥有多个销售通路，是当下最全面的媒体零售平台。平台定位“媒体零售、电子商务”，致力跨行业、跨媒体、跨地区发展，十二年来成长为国内新一代家庭购物行业领军者，快乐购 APP、狗小二微信服务号在移动端上随时随地以娱乐化、社交化的方式进行购物。



2024 年，快乐购发力银发赛道，聚焦“活力老人”，围绕银发人群的健康、品质、兴趣生活，重塑品牌形象；平台开发 1,572 个滋补食品，308 个保健食品、244 个健康用品、1,717 个老年服饰，以顺应多元化品质消费需求；包括与老年大学合作、举办社区联谊活动、开发旅游产品等，通过打造新的消费服务，引领新的消费方式，建立新的消费信任，来加强与银发人群的联动、联通。快乐购持续加大健康类目 SKU 的开发和置入，大力融通外呼与私域，注重会员长期经营，会员重购率显著提升；积极开展寻源探场，加强谈判提升效率；不断优化客户体验、提升运营质量、技术赋能业务。

案例 芒果生态扩圈大会举行

芒果生态扩圈大会，6 大创新平台集结，7 大赛道主理人发布，超 300 部内容全新亮相。各子公司齐亮相，组成长中短贯通、音视频共进、资源多向流通的芒果新生态，构建“强势平台导流 - 垂类平台全覆盖 - 商业平台兜底”的平台矩阵。公司发布全新升级的内容团队“赛道主理人”机制，通过“剧情式广告”“IP 衍生剧综”“后链路”等融合创新产品，让内容的商业化场景更丰富、路径更多元、传播更立体。



芒果生态扩圈大会

优质内容:高质量发展“护城河”
——从在线到在场，助力新质内容生产与传播

主流宣传是高质量发展的压舱石。芒果超媒作为主流媒体，巩固壮大主流思想舆论是主责主业，立身之本，价值所在。公司响应“中国式现代化光明行”呼号，积极深化头条置顶工程，以新技术赋能主流舆论宣传，弘扬中华优秀传统文化，献礼中华人民共和国成立 75 周年，创新创作双效统一的优质内容。

案例 深化头条工程、置顶工程

芒果超媒将习近平总书记思想和形象宣传作为根本任务，确保习近平总书记思想和活动报道在芒果天天见、天天新。芒果 TV 首页首屏“习近平总书记重大报道专区”播放量超 61 亿次。



重大报道专区

全国政协十四届三次会议和十四届全国人大三次会议期间，为全方位、多角度做好全国两会宣传报道，芒果 TV 等为主力军的全媒体宣传矩阵，以“中国式现代化光明行”为主呼号，充分发挥科技手段与媒体融合优势，聚焦两会重大议程，生动展现代表委员风采，讲好中国之治、湖南之为。全矩阵、高频次集中宣发由新闻中心创新创制的全国两会报道主宣传片《中国式现代化光明行》及 8 条系列 AI 宣传片。宣传片采用习近平总书记重要讲话原声，通过人工智能生成技术，让画面更灵动更具青春态，充分纳入 Deepseek、电影哪吒、宇树机器人等新质生产力元素，体现中国式现代化征途如虹，日新月异的澎湃动力。



《中国式现代化光明行》



芒果 TV 推出创意互动 H5《光转启新 字有乾坤》，依托中国书法艺术的五种字体，围绕政府工作报告中提及的提振消费、科技创新等政府工作任务，以互动体验与可视化表达，凝聚全社会奋进力量。同时在线下，通过 3D 打印技术，特别制作创意三维立体艺术字高精度模型，陈列于全国两会湖南媒体北京驻地，配合旋转展台实现 360°观赏，形成线上线下联动宣传矩阵，有效提升主流宣传声量与影响力。

案例 文化纪录片《中国官箴》

《中国官箴》是由国家广播电视总局指导，湖南卫视、芒果 TV 打造的一档系列文化微纪录片。该片围绕垂训千古格言，从修身、务学、齐家、重民、清廉、谨慎、勤政七个方面，追溯官箴由来与内涵，挖掘中华优秀传统文化中的优秀行为规范，助力新时代廉洁文化建设。



《中国官箴》

《中国官箴》在创作手法上，纪录片大胆创新，将现代科技与官箴文化进行深度融合。纪录片采用实景拍摄和 AI 技术等制作手法，为观众带来超越文字的观感体验。《中国官箴》（第二季）首次集成 AIGC、“双 Vivid”超高清技术矩阵，让科技与文化在数字空间碰撞出震撼视效。技术团队运用“双 Vivid”超高清云制播技术，实现了更高画质和更好音质效果。“‘双 Vivid’超高清云制播可以大幅降低后期制作支持超高清的硬件升级成本，提升制作效率，提升画面和声音的通透层次感、空间沉浸感，让观众真正体验‘跨时空穿越’”。



案例 《马王堆·岁月不朽》深挖文化“富矿”，让文物“活”起来

纪录片《马王堆·岁月不朽》获得中宣部阅评文章肯定：该片探索“文化+科技”深度融合、推动文物“活”起来。在湖南卫视、芒果 TV 播出后，获 CSM 全国网、CSM71 城、欢网、酷云中，均排名非剧类项目同时段省级卫视第一。纪录片美誉度 99.86，美兰德媒体传播官方认证“备受网友赞誉，吸粉无数”。社媒相关话题阅读总量破 1.76 亿，人民日报、新华社、光明日报等 300 余家主流媒体超 600 篇次报道关注。纪录片英文版通过芒果 TV 国际 APP 落地 195 个国家和地区播出，并发行至北美、新加坡、马来西亚等国家和地区电视台同步播出。从国内到国外，纪录片推动文物“活”起来，吸引年轻人热议“汉文化”，以国际视野呈现中华文明的璀璨瑰宝。



《马王堆·岁月不朽》

利用时空交错与虚实结合的手法，纪录片引领观众踏上通往马王堆汉墓这一叙事主体、也通往湖南博物院马王堆展陈这一叙事空间的电梯。随着电梯缓缓攀升，汉初的芸芸众生仿佛穿越时空的壁垒，与现代空间交织融合，将观众牵引至宏大的中华文明长河，而来往游客的惊叹、专业导游的解说与之错叠，形成了一幅历史与现实碰撞、传统与现代对话的生动画面。

借助尖端 CG 特效，纪录片真实再现了四层棺木层层打开的惊心动魄的瞬间，也真实还原了辛追棺椁这一以往只能通过厚重展陈方式展示的珍贵文物，连细微之处的纹路、雕刻都清晰可见；辛追家族端坐宴饮的盛况、一件件精致漆器组成的雅致生活也震撼再现，真切地还原了西汉时期的生活风貌与美学追求，让观众仿佛穿越时空，亲身体验到了那个时代的繁华与昌盛。

新技术进入内容创作与传播底层逻辑，打开创新创业全新认知，支撑芒果超媒文化和科技融合持续锻造高品质的超级作品、高声量的超级传播。2024 年公司内容与传播成绩显著，长中短全面开花，各个品类、赛道都有代表性节目，社会美誉度和市场效益双丰收。

案例 《歌手 2024》 自研技术与内容深度共创的胜利

《歌手 2024》全程直播、极致体验、国际阵容、多元风格、公正结果，全季 13 场大型直播，是一场从播控到交互，从覆盖到传输，从传统技术到 AI 最新应用的综合历练，在输出高品质音乐、正向价值观和中外文明交流互鉴的生动场景的同时，也为广电行业带来了新的光彩。《歌手 2024》创造了综艺传播的新记录，全网播放量达 1,590 亿次，强劲拉动湖南卫视收视和芒果 TV 在线峰值，还带动所有省级卫视周五晚收视率提升，微博、抖音在节目播出过半后都将其标注为年度“爆款”。节目还带动芒果 TV 国际 App 新增用户数 1,060 万，海外播放量超 2,317 万，覆盖用户超 1.29 亿。《歌手 2024》是芒果

以高度文化自觉，增强国际传播影响力的成功实践。在纷繁复杂的国际形势下，牢记“当代中国文艺要把目光投向世界、投向人类”的重要使命，充分发挥文艺彰显中国审美旨趣、传播当代中国价值观念、反映全人类共同价值追求的重要作用。一经播出，便引发强烈反响，取得突出效果，收视、网络声量、话题热度均创新高，外交部拉丁美洲和加勒比司、中国驻美大使馆、中国驻爱沙尼亚共和国大使馆、联合国教科文组织、加拿大驻华大使馆等机构官方账号多次发文推荐，成为海内外观众喜闻乐见的年度现象级节目。



《歌手 2024》



《歌手 2024》是自研技术与内容深度共创的胜利。节目采用现场直播形式，邀请国内外实力唱将，结合“真 LIVE 真直播”的全新演绎，给予了歌手更多发挥的空间，给荧屏前的观众带来焕然一新的体验，为世界乐迷们呈现更加多元、包容的音乐新样态。《歌手 2024》充分发挥文化与科技融合的纵深力度，“湖南卫视大屏观看，芒果 TV 小屏互动”的双重加持让观众成为节目的云端参与者，成为和节目密不可分的制作主体，通过直播沉浸式参与到节目当中进行及时的交流与反馈。《歌手 2024》带动参与用户直播人均观看时长提升超 60%。《歌手 2024》以电视直播为核心的重磅创新之举，通过互联网平台视听科技进一步延伸拓展，激发直播对社会大众的凝聚力与影响力，极大提升《歌手 2024》竞演艺术的感染力与表现力，再次刷新了中国音综品质的新高度。

云导播·多屏同看

让芒果 TV 会员用户化身“导播”，随心切换自己喜欢的机位上屏，首次采用的“1+3”屏幕组合模式，实现多屏同播、无感切换的沉浸式直播体验

直播特型弹幕引擎

贯穿节目全周期，让用户在《歌手 2024》直播关键节点，体验到独有享受，与万千观众在线一起见证歌手荣耀时刻，带用户完成一场“现场”与“线上”的同频互动

《歌手 2024》特色创新技术

全民预测创新玩法

用户们可以在芒果 TV 通过“全民预测”互动实时选出自己心中的歌手排名，最沉浸式地参与到节目中

L-ISA 音响系统

沉浸式音响系统在电视音乐综艺中的首次亮相，L-ISA 音响系统的使用，能使现场各个位置的观众都能获得均匀统一的顶级听音体验，也给广大电视和网络观众带来高品质的音乐体验，感知歌手音色

案例 《乘风 2024》舞台传扬东方文化之美、传递女性风貌与力量

“大美中国，热望成风”芒果 TV 自制国际女性文化交流与音乐竞演综艺《乘风 2024》系列始终坚持传递新时代女性风貌，展现女性风采，行至第五季《乘风 2024》依旧通过世界各国的全年龄段女性成员的舞台表现及乘风历程传递女性群体的精神风貌与力量。不同地域、各行各业的优秀女性成员在节目中合作呈现的精彩演出及文化交流，收获了来自国家广播电视总局等超 50 家机构及主流媒体的认可，点赞陈丽君舞台表现“将中华女性英姿飒爽的形象表现得淋漓尽致”，节目中不同国家成员的交流合作也得到了“跨越语言障碍，姐姐们在合作中交流不同地域、不同职业的文化，产生的绚烂火花让人注目”的评价。《人民日报》客户端发文肯定：来自世界各国的全年龄段女性成员在《乘风 2024》呈现的风格各异的多元化舞台，也让女性的精神风貌与力量得以展现，推动世界各国间的优秀文化交流互鉴。



《乘风 2024》

《乘风 2024》的影响力在海外也得到了验证，美联社、CNN（美国有线电视新闻网）、“Financial Times”等海外主流媒体超 1,400 次发文报道节目“让世界各国优秀文化在此交流融合”、“以音乐搭建文化交流桥梁”。此外法国知名香颂歌手 Joyce 对节目的参与，也引发了大众关注。法国总理加布里埃尔·阿塔爾（Gabriel Attal）为 Joyce 送上视频祝福，相关内容获中国驻法大使馆、法国驻华大使馆海内外 10 连推荐。Joyce 还和节目嘉宾尚雯婕一起，与法国驻华大使馆公参裴国良先生共同探访法国文化中心，交流中法文化。两人还为中法建交 60 周年共同献唱由央视新闻和芒果 TV 联合出品的《让光遇见光》，以音乐的融合透传中法文化碰撞的魅力。Joyce 获得年度乘风席位后，在《乘风 2024》中的表现和参与节目的感受被法国电视台报道，中国驻法大使馆也再次发文祝贺她获得胜利。



芒果 TV 平台技术中心平台产研团队联合《乘风 2024》等爆款综艺，融合 Cocos 游戏引擎及尖端动效技术，打造了沉浸式“三维破屏系统”与“‘芒核’弹幕引擎”，让用户从首页探索到视频观看，全方位沉浸节目氛围，实现内容与用户双向互动，开启一场视觉与感官的特效盛宴。

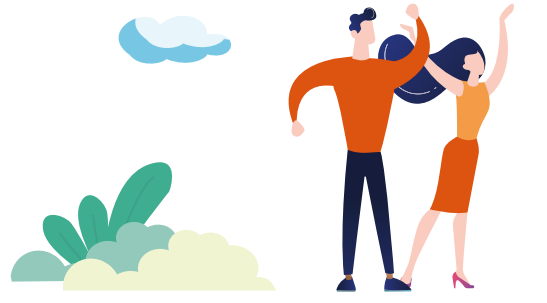
案例 《时光音乐会 4》创新互动产品「芒果合唱团」

随《时光音乐会 4》播出，五届超女快女首次同台大合唱，芒果 TV 聚焦“全民共创，边看边唱”的全新场景，推出音综创新互动产品「芒果合唱团」。打造“我与歌手共唱”“万人弹幕合唱”双演绎模式，联动《时光音乐会 4》首发上线，让用户融入合唱场景，参与用户达数十万，单曲最高分享率达 80%。



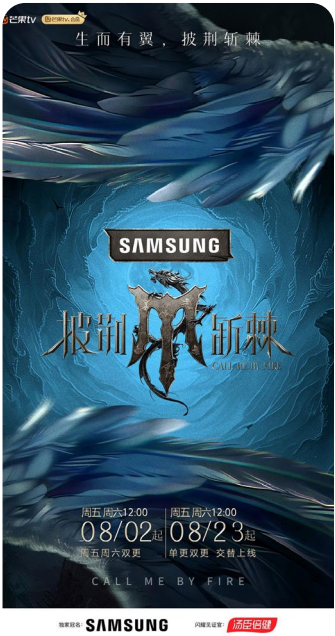
《时光音乐会 4》

「芒果合唱团」“与 TA 同唱”和“万人共唱”双演绎模式，智能 AI 混音与多音频对齐播放技术双重加持，让屏幕前的观众无缝融入大合唱，从观影场景秒变“大型 KTV”现场！只需轻触屏幕，你就能与屏幕中的嘉宾同台共唱，体验同屏互动乐趣。还可在海量芒系 IP 合唱曲库中，选择喜爱歌手或经典歌曲，实现与 ta 一起表演的舞台梦。通过 AI 智能音频技术的加持，如融入智能评分算法，智能分离原唱人声伴奏，并结合音准、情感变化等多维度评分算法进行综合性智能评分，精准把控节目观众的歌声质量。AI 混音算法的融入应用，让合唱音质融入伴奏，让每段合唱呈现都更加出色。结合多种 AI 音效，创造你的独特音色，让节目观众轻松与千万人一起高歌同唱。



案例 《披荆斩棘 2024》滚烫热爱让音乐与文化开出新“花”

芒果 TV 全景音乐竞演节目《披荆斩棘 2024》用滚烫的热爱浇灌，让音乐与文化开出新“花”。节目整季 86 个舞台中，有为抑郁症等弱势群体发声的《海底》，有致敬醒狮、官将首等传统非遗的《铁衣》《求不来》。



《披荆斩棘 2024》

《披荆斩棘 2024》探索多种舞台形式，演绎多种曲目风格，用创新改编丰富着音乐对于亲情、爱情、友情等情绪的表达，对于世界、人生的观察与思考。整季持续输出品质舞台，呈现嘉宾之间欢乐温馨的群像故事，引发了广大观众的关注与热议，节目获得微博视界大会年度优秀作品荣誉。



芒果 TV 技术团队始终致力于技术创新，在《披荆斩棘》成功完成 4K 超高清制作流程迭代升级，节目画面清晰细腻，色彩还原度高，结合自研 HDR Vivid 全链路技术、超高清内容感知编码技术等为观众带来极致的视觉享受。

案例 《声生不息·大湾区季》湾潮涌动，爱有回声

《声生不息·大湾区季》是由国家广电总局网络视听司、港澳台办公室，中央政府驻港联络办宣传文体部特别指导的音乐文化节目。本季节目创新聚焦粤港澳大湾区“9+2”城市群文化特色，通过 114 组创意舞台演绎，展现港乐经典传承与时代新声。资深歌手与新生代音乐人同台献艺，经典曲目与创新作品交融呈现，彰显大湾区音乐文化的代际传承与创新发展。在音乐交流方面，《声生不息·大湾区季》善用纪实手法，立体呈现了大湾区城市群的文化风貌与人文图景。中国香港歌手容祖儿表示，节目为内地与港澳观众搭建了情感共鸣的窗口，生动诠释了“一小时生活圈”的湾区融合发展理念。



《声生不息·大湾区季》

从港到湾，《声生不息·大湾区季》发挥了文化桥梁作用，通过音乐艺术展现粤港澳大湾区同源共流的文化血脉，推动中华优秀传统文化创造性转化。



案例 《国色芳华》 “以花为引” 传承传统文化

电视剧《国色芳华》作为一部“以花为引”传承传统文化、兼具女性成长与家国情怀看点的作品，《国色芳华》自开播以来便收获高度关注，不仅以亮眼的收视数据、网络热度和商业价值全面领跑，更凭借制作团队的用心雕琢收获广泛赞誉，以“中式审美”“制作上乘”“盛唐文化美学”等关键词掀起全民热议。

《国色芳华》自播出后收视数据一路走高，位列 CSM 平均收视率同时段省卫第一，多日位居酷云同时段卫视收视率第一、平台播放量第一，欢网同时段卫视剧集收视率第一、云合霸屏榜第一；斩获全网热搜 6,743 个，微博热搜 4,212 个，抖音主话题播放量达 147.3 亿，相关话题播放量达 296 亿，德塔文、猫眼、Vlinkage、骨朵、灯塔、蓝鹰等各平台数据榜单亦强势登顶霸榜。同时助力了湖南、山东菏泽、河南洛阳等多地的文旅消费，成为 2025 年开年极具影响力的文化现象级剧集，其影响力更辐射至海外市场，成为中国文化出海的一大亮眼名片，向世界展现了优秀传统文化的魅力。



《国色芳华》

案例 《小巷人家》烟火气书写中国人的“精气神”



《小巷人家》

芒果 TV 推出《小巷人家》年代剧，追求纪实美学，通过大量真实的画面，展现出动人的、充满情感的百姓日常生活。电视剧作为满足大众精神文化需求的文艺形式，不仅提供了比历史记录更加细腻、温暖的文化记忆，还构建起普通百姓之间的情感纽带，形成共同的精神家园。《小巷人家》在内容、表达的多种尝试中，体现出普通人与时代的同频共振，更借植根于生活的百姓群像，书写了中国人的“精气神”。

《小巷人家》凭借细致入微的时代图景刻画，立体饱满的人物塑造，极具烟火气的生活日常收获了热度与口碑的双重反响。剧集在中国视听大数据 CVB、CSM、欢网、酷云均登同时段省级卫视收视率第一，抖音主话题“小巷人家”播放量超 155 亿，成为今年年代家庭剧抖音主话题最高播放量，芒果 TV 站内，电视剧热播榜 TOP1 霸屏 25 天，豆瓣、云合、猫眼、vlinkage、德塔文、灯塔等权威榜单也均登 TOP1，豆瓣评分 8.2，微博评分 9.2，为今年年代剧最高分。与此同时，《小巷人家》获得各行各业的支

案例 《江河日上》绿水青山就是金山银山

《江河日上》由黄志忠、梅婷、姜武领衔主演，在湖南卫视、芒果 TV 播出。该剧以郑寒江等人治理齐江市生态环境的故事为引，多维呈现我国对于生态文明建设的探索与实践画卷，在一幕幕烟火日常和民生百态中，唤起观众对“绿水青山就是金山银山”的深刻理解。

创新环保故事新讲法，打造上宣联动新路径，《江河日上》播出后收获不俗的口碑与热度反响，CSM 全天省级卫视收视多日第一，各类话题累计登陆全端热搜 100+ 次，多次登顶主榜 TOP1；15 天短视频主话题播放量超 60 亿，其中抖音主话题单日增长高达 4.47 亿，且多次登顶抖音、猫眼、云合、德塔文等渠道榜单 TOP1。国家广电总局官网及矩阵账号评价剧集“以小见大地体现出党和国家以及人民群众坚定守护碧海蓝天的决心与智慧”，新华社报道剧集“通过富有吸引力的故事引发观众共情、共鸣”，《光明日报》称“该剧将水系污染、空气污染等多个环保议题于故事中展现，给观众们提供了一场沉浸式的视听体验，也带来对生态治理的关注”，《中国环境报》高度赞扬剧集“呈现了中国压缩式发展进程中的一个切面”。《中国日报》《工人日报》《中国青年报》《环球时报》等报道该剧“生动演绎了新时代环境保护的缩影”。



《江河日上》

案例 《日光之城》高原青春献礼新时代



《日光之城》

新中国成立 75 周年“与时代同行 与人民同心”电视剧展播活动重点剧目《日光之城》，是国家广播电视总局重点扶持剧目，由中共湖南省委宣传部、中共西藏自治区委员会宣传部联合摄制，中央电视台、湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）、芒果 TV 等创作出品。该剧主要讲述以索朗为代表的六位年轻人在西藏这片热土上追逐梦想、实现自我价值的故事；在传统与现代碰撞中展现西藏人民积极向上的生活态度与价值观念；呈现在建设西藏的工作中，不断凝聚的多民族团结友爱之情。

《日光之城》播出以来，累计收视规模超 2.23 亿人次。新华社、人民日报、光明日报、中国日报等主流媒体超 300 次发稿点赞剧集展现高原青春样貌、传递美好生活氛围的内核，“跟着日光之城打卡西藏”的热潮在互联网盛行。据拉萨发布报道，随着《日光之城》的热播，国庆假期拉萨市接待国内外游客 198.91 万人次，同比增长 7.45%，旅游总收入 9.51 亿元，同比增长 6.73%。

案例 《西北岁月》 强大精神力量佳作

《西北岁月》遵照党史，以艺术形式再现了我国西北地区的革命峥嵘岁月，讲述了习仲勋等老一辈无产阶级革命家为了党的事业和人民的利益，胸怀大志，坚定信念，浴血奋战，艰难探索，从星星之火到燎原西北，从保卫硕果仅存的革命根据地，到摧枯拉朽推翻蒋家王朝，坚持实事求是，坚持依靠群众，建立新中国的故事。该剧是一曲对中国共产党人革命精神和人格操守的激越颂歌，为今天推动中国式现代化提供了强大的思想动力和精神能源。它不仅填补了西北革命史在荧屏艺术书写中的空白，而且还堪称是一部具有精神高度、文化内涵、艺术价值的精品力作。



《西北岁月》

案例 《灿烂的风和海》 庆澳门回归祖国 25 周年

电视剧《灿烂的风和海》在央视一套、芒果 TV、湖南卫视热播。《灿烂的风和海》不仅以多个奇遇故事串联起或浪漫或温馨的情感关系，还在温暖与火热交织的色调美学中展现独属于澳门的城市风光与人文魅力，在澳门回归祖国 25 周年之际，为这座城市留下了鲜活真实的影视记录样本，带动当地文旅热潮，呈现出当代澳门青春风貌，引发了广泛的情感共鸣。该剧作为国家广播电视总局重点扶持剧目，由芒果 TV 签约导演李漠任总导演，徐维宽任联合导演，钟楚曦、孙阳、陈昊宇领衔主演，韩东君特邀领衔主演。

该剧自 12 月 18 日在央视一套黄金时段、芒果 TV 开播以来，累计 8 天稳居中国视听大数据（cvb）黄金时段电视剧收视日榜 TOP1，登猫眼都市电视剧热度榜 TOP1。自《灿烂的风和海》开播以来，相关平台关于“澳门”搜索量倍增，其中百度搜索同比增长 112%，微信搜索增长高达 7,900 万。剧集获国家广播电视总局、中央政府驻澳门联络办公室、澳门特区政府旅游局等官方机构刊文推荐，澳门当地媒体超 8 篇报道认证该剧“真实展现了澳门轻松自在的城市氛围和多元的城市样貌”。



《灿烂的风和海》



案例 芒果微短剧“内容 + 数据 + 创意”

微短剧《一梦枕星河》作为总局“网络视听节目精品创作传播工程”扶持项目，聚焦苏州制扇绝技，传播非遗，推动当地文旅产业发展。在创作过程中采用导演内核向的拍摄手法、将苏州平江路文旅、苏绣非遗传承为重点切入角度塑造剧集质感厚度，推动当地文旅产业发展。在场景设定上，《一梦枕星河》以平江历史文化街区为主要取景地，融入盘门景区、唐寅故居、东方之门、金鸡湖、独墅湖、广电靴子楼等多处“网红打卡地”，展现苏州古韵今风交融的新视角、新场景和新风貌。

大芒精品微短剧《折眉》登陆湖南卫视联动芒果 TV 大芒微短剧，为微短剧的“精品化”创新注入新鲜血液和创新力量，也在台网联动下以精品内容强势出圈，进一步推动了微短剧行业高质量发展，展现出主流媒体的责任使命。



芒果微短剧



创新技术:高质量发展“加速器”
——以“智”提“质”，搭建强大技术新基座

芒果超媒始终坚持以科技创新驱动媒体深度融合，紧扣“文化+科技”融合主线，持续夯实技术底座，让“内容+技术”复合型人才唱上主角，赋能内容生产、传播与运营全链条升级。公司立足于未来形态的媒体竞争，持续加大研发投入，引进技术人才，为精品内容创作、用户体验优化与商业模式创新提供强劲支撑。

案例 锻造文化科技复合型新质人才能量场

芒果新技术人才茁壮成长，集结成军，“芒果人物一时新”。公司相信，年轻人是最懂创新技术、最擅长运用创新技术的群体，芒果用最大包容、最好礼遇，构建“选、育、用、留”的人才体系，全链条打造“创意+科技”的双先锋队伍。让文化和科技共享 C 位，让“内容+技术”新质人才脱颖而出。

公司持续实施芒果青年英才计划、青芒计划等人才创新行动，打造芒果青年说、青年 CEO 俱乐部等系列展示平台。连续 5 年举办“国际音视频算法大赛”，吸引全球 3 万支战队参与，招揽了 100 多名算法工程师，他们成为支撑文化和科技融合发展的“造梦者”“建筑师”。目前“内容+技术”复合型人才占比达到 80%，秉承新技术驱动平台发展的理念，公司技术团队斩获 20 多项技术荣誉奖，并累计获得授权发明专利 100 余项。



芒果 700 多名技术工程师大合照



技术团队部分荣誉奖项

案例 国内首个 AI 综艺导演“爱芒”

“爱芒”是基于芒果大模型打造的国内首个 AI 导演，具备分镜导演、道具导演、文案导演、出镜导演、音乐导演等诸多导演角色功能，不仅能够提升节目的开创性与实验性，还能够落回到人的情感需求，为节目内容带来创意增量。



AI 综艺导演“爱芒”

“爱芒”在综艺节目《我们仨》中完成首秀，在《歌手 2024》中参与了节目排名预测，在决赛中以预测 100% 准确率收官，被评为国内综艺节目“新物种”。AI 导演“爱芒”获中宣部肯定，获评中国电影电视技术学会科技进步奖三等奖。未来公司“爱芒”导演将扩展节目策划、智能选角、游戏策划、方案演讲、艺人备采、分镜脚本编写等领域，以期在现场拍摄中提供辅助，并与全球观众进行更广泛的沟通。

案例 “芒果大模型” 获中央网信办备案

“芒果大模型”正式通过中央网信办生成式人工智能（大语言模型）备案审核。此前，芒果TV已有深度合成服务、个性化推送、检索过滤等多项技术通过中央网信办算法备案，给芒果TV持续探索全场景算法创新应用打下了坚实基础。芒果大模型是依托广电行业数据、节目内容创制知识经验等特色内容，围绕传媒及文娱产业打造的可信、可控、可管、可用的垂类应用大模型。可支撑节目创意策划、内容创作和生成、角色拟人对话、生成式内容推荐等丰富的行业应用场景。



芒果大模型

案例 “山海研究院” 专注视频生成领域

“山海研究院”是芒果TV新成立的专注图像视频生成与理解模型研发与落地的团队。聚焦图像生成与编辑、可控视频生成、图像视频结构化理解等方向，以实际业务场景需求为导向，深入研究图像视频生成大模型底层算法，提高AI创作效率，打造行业领先的垂类图像视频生成大模型。自主研发“AI智选剧本”等，让微短剧实现起量提质，剧本评估量翻番，创作效能提升40%。搭建“芒果平行时空”，让智能NPC引导用户自由穿梭，真正做到“人人都可以参与内容共创”。

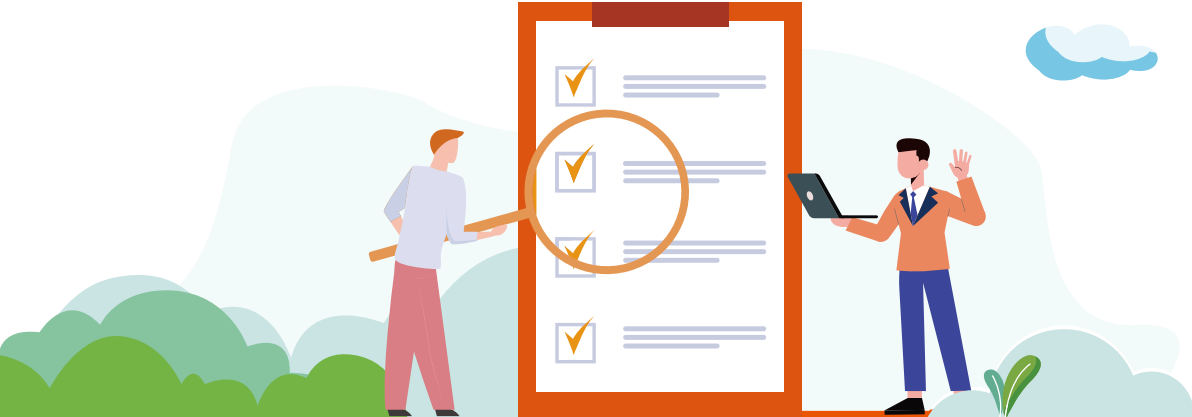
案例 “马栏山杯” 国际音视频算法大赛

第五届“马栏山杯”国际音视频算法大赛共吸引21,273支参赛队伍，包括来自美国、英国、澳大利亚等地的众多海外队伍；参赛选手主要由谷歌、阿里、腾讯、华为等100多家知名企业职员以及哥伦比亚大学、悉尼大学、清华大学、北京大学等100多所全球顶尖高校的学术精英组成。



“马栏山杯” 国际音视频算法大赛

大赛现场演示了AI技术在多个领域的创新应用与互动体验，成为引起广泛关注的现象级赛事。今年大赛还特别举办了专注于文博领域AIGC二创的创新应用赛，以数字创作为抓手，用科技推动文化遗产保护传承。五年间，数十位选手因算法大赛而入职，共计发表了44篇专利，4篇论文，获得8个国内外竞赛的冠亚军，成为算法领域快速发展的中坚力量。



案例 首届“马栏山杯”小游戏创新创业大赛

芒果 TV 继“马栏山杯”国际音视频算法大赛后，推出“马栏山杯”小游戏创新创业大赛，持续深耕“文化和科技融合”版图，助力更多优秀青年创新创业。首届“马栏山杯”小游戏创新创业大赛已启动。



首届“马栏山杯”小游戏创新创业大赛

案例 芒果 TV-Vision

芒果 TV-Vision 正式上架 AppStore，成为国内长视频行业首个苹果 Vision Pro 头显设备专属原生应用，该应用历时大半年开发设计，具有“3D 纵深设计，沉浸式观影；超高清画质，绝佳视觉冲击；沉浸式空间弹幕，多重玩法待解锁”等亮点。使用芒果 TV-Vision，用户可通过手势操作选择热门影片，融入其中的 4K、HDR、高帧率、三维声超高清技术，为观众打造沉浸式观影盛宴。



芒果 TV-Vision

8 部超 4K、超高清的高质量片源进入芒果 TV-Vision 的首发片单，包括纪录片《中国》、电影《中国机长》《金刚川》、剧集《尚食》《猎狼者》、综艺《乘风 2023》《中餐厅》《披荆斩棘的哥哥》等。同时，芒果 TV 还不断优化 VR 穿戴设备的用户体验，包括提升设备的画质、降低延迟、增强交互性等。芒果 TV-Vision 独有的沉浸式弹幕能够进一步满足用户边观影边互动的需求，弹幕以立体空间呈现，不遮挡视频画面，在“眼动交互”功能中，只需“定睛一看”，眼睛焦点自动捕捉感兴趣的弹幕，即可参与互动。后续，芒果 TV 还将加入手势比心、语音输入、3D 视频等更多玩法，提高用户互动体验感。

案例 《安全撤离赛博世纪》 虚拟拍摄技术探索微短剧新样态

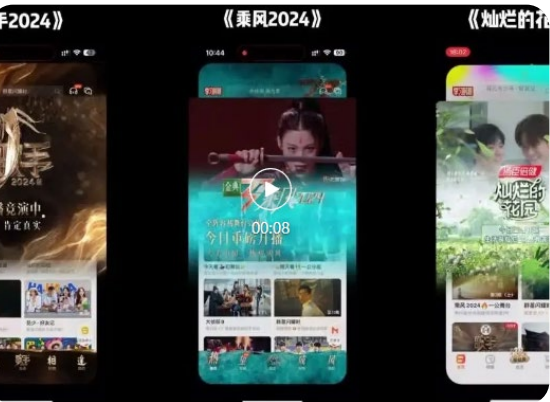
由芒果 TV、大芒剧场出品首部 VP 虚拟拍摄竖屏微短剧《安全撤离赛博世纪》正式开机。《安全撤离赛博世纪》是具有新气象、新主题、新技术的创新类芒果短剧。芒果 TV 坚持“文化 + 科技”战略，让虚拟现实、人工智能、虚拟拍摄等技术手段融入到微短剧生产中，提高生产效率、提升内容创意，最终实现技术赋能。以《安全撤离赛博世纪》为起点，芒果 TV 智能研究中心虚拟现实部、智能算法部、山海研究院将联合探索更多技术融合方案，实现高品质内容生产。



《安全撤离赛博世纪》

案例 沉浸式“三维破屏系统”与“‘芒核’弹幕引擎”

芒果 TV 平台技术中心平台产研团队联合《歌手 2024》《乘风 2024》等爆款综艺，融合 Cocos 游戏引擎及尖端动效技术，打造了沉浸式“三维破屏系统”与“‘芒核’弹幕引擎”，让用户从首页探索到视频观看，全方位沉浸节目氛围，实现内容与用户双向互动，开启一场视觉与感官的特效盛宴。



⊗ 左边“三维破屏系统”，右边“芒核弹幕引擎”

将 3D 特效与交互感应技术相融合，颠覆性创新“首页缩放交互”，结合 IP 定制化的“3D 破屏特效”视觉效果，打造极具感染性的内容代入体验，让用户感受芒果 TV 满满的节目氛围。目前三维破屏系统已联动《歌手 2024》《乘风 2024》等多部 S 级综艺投放应用，该技术为剧综宣发实现了超 4 倍的效能飞跃，大幅提升了节目影响力及用户观看热情。

芒果 TV 平台产研团队自研“芒核”弹幕引擎，融合 Cocos 游戏引擎，赋予弹幕炫彩粒子、多维光影、物理碰撞及运动变轨等变化无穷的动态特效，完美诠释“一个节目，一套 IP 定制化弹幕”创新理念。率先在《乘风 2024》应用的 3 大 IP 定制弹幕，全新构建用户与内容的双向互动，给予用户观看内容时最大化的情绪价值。目前，其专属弹幕已吸引百万用户参与，互动率提升超 3 倍，荣登平台互动玩法之巅，极大丰富了用户的参与度，更激发了对互动与科技融合的兴趣与探索。

芒果 TV 平台技术中心平台产研团队基于三维破屏系统和芒核弹幕引擎，已规划申请 3 项外观设计专利 +1 项发明专利，让创意与科技融合之路更具前瞻性专业性。未来，芒果 TV 还将继续探索更多芒式特效，让科技与感官持续碰撞！



案例 芒果超高清云制播平台应用

芒果 TV 依托云计算、AI 等新技术，通过线下代理制作、云端同步与智能变换的方式，自研了一套全流程、高效、弹性、低成本的超高清制作解决方案。此平台极大地降低了 4K 超高清视频制播的创作门槛，突破 4K 项目难落地的瓶颈，同时具有极高的安全性，数据拥有良好的备份机制，资源便于管理。制作效率较传统方式提升 3 倍，综合制作成本仅为高清内容的 1.3 倍，节省超高清制作硬件投入超千万。该技术已在大型 S 级综艺 4K 超高清版本制作中落地应用。“芒果 TV 双 Vivid 超高清制播全链路平台”项目荣获了 2024 年中国电影电视技术学会科技进步一等奖。超高清变换技术基于无人工参与的视频修复增强算法组合，实现规模化的高清转超高清修复增强，完成《建党伟业》等 100 多部影视节目修复，并助力《乘风》《声生不息》等多档原生 4K 节目后期降本 80%，效率提升 5 倍以上。



⊗ “芒果 TV 双 Vivid 超高清制播全链路平台”项目荣获 2024 年中国电影电视技术学会科技进步一等奖



案例 芒果 TV「云导播」破圈直播视听新技术

芒果 TV 破局传统直播模式，推出直播领域新玩法「云导播·多屏同看」，上线 2 个月，用户量已破千万。与《歌手 2024》联动首发，实现“正片与真人秀内容实时多屏同播”。云导播为行业呈现了全新的直播艺术，已获人民日报、第一财经等多家主流媒体报道。



云导播·多屏同看



全民音综《歌手 2024》·直播
也有真人秀

主舞台与艺人 reaction 同屏观看，填补传统综艺直播中真人秀环节的空白，观众在享受歌曲表演的同时，还可实时捕捉艺人们微妙表情，极大增强了节目互动性，也为艺人与观众间的趣味互动增添了新的维度。



国宝级慢直播《胖达直播间》·多屏 360°
围观新体验

在慢直播全程陪伴之余，观众不仅能享受与胖达温馨时光，还可借助直播间多屏组合观看模式，全方位 360°探索胖达世界，实现真正的内容代入体验；这一「多屏同看」模式吸引直播间近半数观众参与，其互动性及观赏性深受观众好评。

案例 以 AI 科技赋能 2024 青春芒果节，打造文化与科技融合新标杆

芒果 TV 举办第五届青春芒果节，深度领会习近平总书记在湖南考察时的指示精神，以科文深度融合为核心思路，打造芒果超媒发展“新质生产力”的文化产业亮点。本届芒果节以 AI 科技全链路贯穿，结合特色内容 IP，并与中国移动紧密合作，孵化了 2024 “无限宠 AI “青春芒果夜暨动感地带芒果卡周年音乐盛典、2024 动感地带芒果卡青春派对音乐节、爱芒之旅-芒果游览指南等活动，期间全网热搜 420 个，17 个全网热搜 TOP1，微博主榜 39 个，微博双榜 82 个，抖音万赞视频 71 个，相关话题全网阅读量超 77.8 亿，获人民日报、光明日报、中青报、新华网等 18 家主流媒体报道。



案例 金鹰卡通引入 AI 技术提高运营效率 打造 AI 研学及人才中心

金鹰卡通引入 AI 技术及不断优化设备自动化水平，提高了门店运营员工的“人效比”，同时大大提高了门店项目的运营效率。在疯狂的麦咭密室科技幻城的项目策划中，金鹰卡通通过引入科技密室和 AI 密室的概念，降低密室的运营成本，提升了密室承载量，增加了运营收入。

金鹰卡通与天元智能科学研究院达成战略级合作，就人工智能技术与研学产业融合发展这一重点项目签署合作协议。双方首个合作项目为“超芒 AI 未来创造营”，也是金鹰卡通大研学平台“超芒之星”重磅推出的科技研学产品。

通过组织广大青少儿朋友深入龙头科技企业，金鹰卡通开展 AIGC 课程培训，对话前沿科技，为建立中国青少年 AI 人才中心奠定基础，并架设起青少年通向科技未来的专业化通道，进一步拓展青少年科技研学全新板块，打造芒果科技研学先锋产品。



金鹰卡通 AI 技术引入



签署合作协议

案例 快乐购技术升级 打造自动化智能数字员工助手

快乐购利用芒果生态优势资源借力打力，促使云服务费用破历史新低。快乐购引入华为云服务资源，改造应用系统适配华为云服务资源，预计年云服务费将由 2023 年的 56.5 万，通过迁移，在未来两年内下降到 29.8 万，节降费用高达 26.7 万，降幅达到 47.3%。



智能数字员工（机器人）助手。在私域运营场景辅助私域业务进行消息发送、客户管理、群管理、营销推送等场景自动化处理，实现几十台数字员工（机器人）统一运营管理，无需人工干预，解放人力操作。

数字员工应用效果

1V1 机器人，日均接触顾客 2 万，发送消息数 3 万

群发机器人，日均发送约 200 个群 6 次、群的消息数 6,000 条

群运营场景增加了每日消息发送次数，提升群活跃率约 3-5%

1V1 互动场景增加了每次消息发送次数，单客户每日接触次数增加 1—2 次，促进持续追单

案例 芒果 TV 与华为智能座舱启动原生鸿蒙应用先行者开发计划

芒果 TV 与华为智能座舱在长沙成功举行鸿蒙座舱原生应用合作签约仪式，双方在车载影音娱乐领域加强合作，正式启动了基于 HarmonyOS NEXT 的原生鸿蒙车机操作系统应用先行者开发计划。展望未来，芒果 TV 将在鸿蒙车机系统首发推出三维声内容体验，双方将深度联运，共同开展车载影音娱乐领域的技术和体验创新，同时致力于鸿蒙原生应用的开发，携手强化鸿蒙车机系统原生应用的生态构建，共同引领智能汽车产业的创新发展潮流。我们期待着双方合作成果的落地，相信在不久的将来，广大智能汽车用户将在车内开启一段全新的、精彩纷呈的视听之旅。



案例 “在芒” 自研信息系统平台

芒果超媒开发“在芒”智能协同办公管理平台，通过自研技术整合即时沟通、音视频工作会议、在芒文档、邮箱等办公协同套件，实现芒果一体化协作办公。平台深度集成财务、人力、商务、资产等业务，让业务流与协作流合二为一，通过深化站内外互联互通、提效业务赋能、升级产品交互体验等多方面，驱动业务流程自动化、智能化，提升人效比。



“在芒” 自研信息系统平台

平台微服务架构具有易扩展、易维护和高容错能力的特点。分布式部署实现了负载均衡和高可用性，保障了系统稳定性和可靠性。端到端加密技术有效保护用户数据安全，确保了数据在传输过程中的安全性和隐私性。通过多层次的安全防护措施、数据加密及数据备份等技术防止数据丢失和泄露。该系统可应用于即时通讯、远程会议、客户服务与支持领域。目前已上架至各大应用市场，可供其他企业使用。



走进芒果超媒



发展战略

公司将始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会精神，深入贯彻落实习近平文化思想、习近平总书记两次考察湖南重要讲话和指示精神，紧扣“文化和科技”融合主线，以新质生产力构筑新质传播力，全面推动内容升级、平台升级和产业升级，打造具有强大传播力、影响力和竞争力的国有数智化、平台型新媒体集团。

ESG 管理

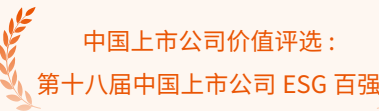
ESG 体系搭建

公司成立董事会领导下的 ESG 工作领导小组，搭建 ESG 管理架构，并邀请专业机构通过实地走访、问卷调查等对公司及子公司进行 ESG 现状调研，梳理其现有意识、管理和措施，提出相应改进建议，定期开展相关培训。报告期内，公司获得“中国上市公司价值评选：第十八届中国上市公司 ESG 百强”“ESG 中证指数 AA 级”。

报告期内



公司获得



公司 ESG 评级及荣誉

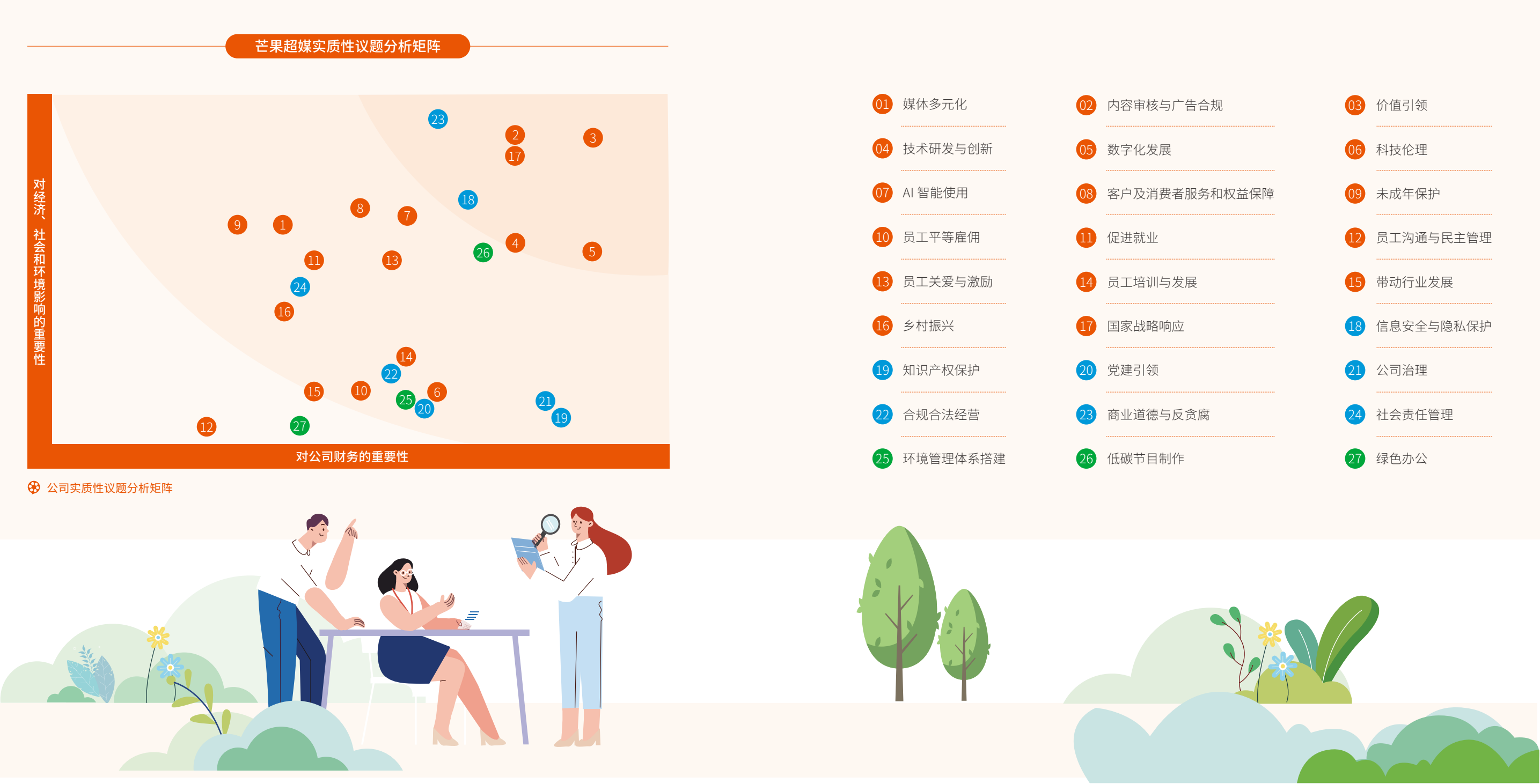
利益相关方沟通

芒果超媒高度重视与公司内外部利益相关方的沟通与交流，通过多种渠道与利益相关方展开对话，深入了解各利益相关方的诉求与期望，争取各方信任和支持，推动社会责任管理工作的持续改进。

利益相关方	期望与诉求	沟通方式与表现
 政府与监管机构	- 依法纳税 - 诚信合规经营 - 宣扬主流文化 - 思想文化工作	- 主动依法纳税 - 完善公司治理 - 主流宣传 - 党建引领
 股东与投资者	- 稳定业绩增长 - 提高投资回报 - 了解公司经营 - 扩大消费人群	- 完善公司治理 - 维护股东权益 - 投资者关系管理 - 信息披露 - 产业集合升级
 客户 / 消费者	- 优秀作品 - 权益保障 - 隐私保护 - 内容合规 - 价值引领	- 技术创新 - 加强信息安全管理 - 内容与广告审核 - 会员权益升级 - 用户体验保障 - 未成年人保护
 供应商与合作伙伴	- 遵守商业道德 - 公开公平采购 - 推动行业发展	- 打造长期稳定合作 - 坚持公开透明采购 - 促进行业交流合作
 员工	- 权益保障 - 提供职业培训 - 良好的工作环境	- 遵守相关法律法规 - 全方位的培训体系 - 丰富的员工活动 - 体系化的员工福利
 社区及公众	- 投身公益事业 - 重视公益宣传 - 推动性别平等 - 重视环境保护	- 参与志愿者活动 - 提供公益平台 - 助力公益宣传 - 乡村帮扶 - 包容女性 - 环境保护

实质性议题分析

芒果超媒积极履行社会责任，结合最新制定的各类环境、社会和公司治理报告编制指南、媒体行业企业议题趋势、利益相关方诉求及公司自身社会责任工作相关规划，深入分析国内外可持续发展的宏观政策导向及趋势，通过发放问卷调研形式，收集利益相关方诉求，明确公司的双重重要性实质性议题。





年度荣誉

芒果超媒

荣誉名称	授予单位
2024 年上市公司董事会优秀实践案例	中国上市公司协会
“2024 年中国互联网综合实力前百家企业” 第 19 强	中国互联网协会
全国文化企业 30 强	光明日报社与经济日报社
公司连续六年获深圳证券交易所创业板信息披露年度考核 A 级评价	深圳证券交易所

芒果 TV

荣誉名称	授予单位
《问苍茫》《去有风的地方》《中国》（第三季）《声生不息·宝岛季》获第十七届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖	中共中央宣传部
《问苍茫》《去有风的地方》获第 32 届中国电视“金鹰奖”优秀电视剧；《声生不息·宝岛季》获第 32 届中国电视“金鹰奖”最佳电视综艺（文艺）节目	中国文学艺术界联合会、中国电视艺术家协会
《问苍茫》《去有风的地方》《天下长河》获第 34 届电视剧“飞天奖”优秀电视剧奖；《声生不息·宝岛季》和《这十年》分别获第 28 届电视文艺“星光奖”优秀电视综艺节目奖和优秀电视文艺栏目奖	国家广播电视总局
《问苍茫》获白玉兰奖评委会奖；《花儿与少年·丝路季》获白玉兰奖最佳综艺节目	国家广播电视总局、中央广播电视总台、上海市人民政府
《乘风 2024》获评第二季度优秀网络视听作品推选活动优秀网络综艺节目；《鉴心》《那个重逢的夜晚》《难寻》获评优秀网络微短剧；《擘画新时代新画卷》获评优秀短视频；《温暖中国·城市公益故事》获评优秀网络公益短片	国家广播电视总局
《声生不息·宝岛季》《花儿与少年·丝路季》《美好生活手册》获评“2023 年度广播电视创新创优节目”	国家广播电视总局
文艺晚会《2025 湖南卫视芒果 TV 春节联欢晚会》、文艺节目《声生不息·大湾区季》《夺金 2025》、纪录片《中国官箴》（第二季）、以及电视剧《灿烂的风和海》《国色芳华》获评广电总局 2025 元旦、春节优秀电视节目	国家广播电视总局

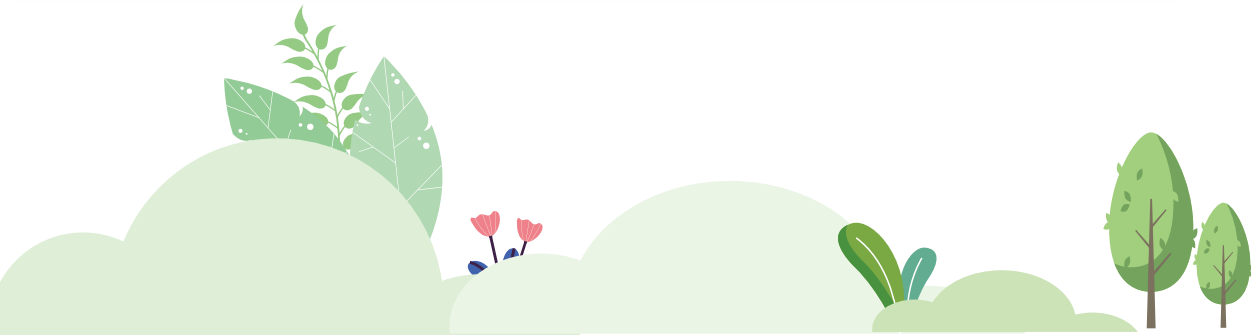
荣誉名称	授予单位
第 30 届中国纪录片学术盛典“年度网络平台”	中国电视艺术家协会
《问苍茫》《花儿与少年·丝路季》《当马克思遇见孔夫子》《新山乡巨变》获评第二届正能量“五个十佳”网络精品征集展播活动“网络正能量音视频”；《于青山绿水间》获评“网络正能量专题专栏”	湖南省委网信办
湖南卫视、芒果 TV《2023-2024 跨年晚会》获亚洲学院创意大奖“亚洲最佳综艺娱乐节目”年度总冠军	新加坡资讯通信媒体发展局、新加坡媒体节
《“天问” 回答指南》获黄河奖；《我的“笨” 妈妈》《当你年轻的时候》获银奖	中国广告协会

金鹰卡通

荣誉名称	授予单位
《杨家将》入围星光奖“优秀电视动画节目” 名单	国家广播电视总局
动画片《小小守艺人》	国家广播电视总局
优秀播出机构	国家广播电视总局
《杨家将（下）》获评“2023 年度优秀国产电视动画片”	国家广播电视总局
宜品奶粉 & 金鹰卡通《三孩来了 2》合作营销案例获第三届全国广播电视融媒体营销创新大赛“优秀作品案例” 大奖；读书郎旗舰学习机 & 金鹰卡通《找到你的歌搭子》合作营销案例获第三届全国广播电视融媒体营销创新大赛“银质案例” 大奖	中国广告协会
《知危险会避险 安全童行》《说给大人们听的清凉话》分别获黄河奖铜奖、优秀作品奖	中国广告协会
《三孩来了 2》获亚洲学院创意大奖“中国最佳少儿节目” 国家冠军	新加坡资讯通信媒体发展局、新加坡媒体节

小芒电商

荣誉名称	授予单位
《跳进地理书的旅行 第二季》获评“第十六届中国·扬州旅游电视周栏目美好作品”	中国电视艺术家协会
《跳进地理书的旅行 第二季》获评亚洲学院创意大奖	新加坡资讯通信媒体发展局与新加坡媒体节
小芒电商获评“2024 年湖南省广播电视媒体融合先导单位”	湖南省广播电视局
《跳进地理书的旅行 第二季》获评“湖南省第九届网络原创视听节目大赛二等奖”	湖南省广播电视局、中共湖南省委网络安全和信息化委员会办公室、中共湖南省直属机关工作委员会、湖南省教育厅、共青团湖南省委和湖南广播电视台
小芒电商获评“2024 年长沙市瞪羚企业”	长沙市发展和改革委员会
小芒电商入选“2024 年度长沙市创新创业带动就业项目”	长沙市人力资源和社会保障局
小芒电商获评“2023 年度企业成长奖”	马栏山视频文创产业园管委会
小芒电商获评“2023 年度开福区高质量发展贡献奖”	长沙市开福区委、区政府



快乐购

荣誉名称	授予单位
快乐购物频道获评助力乡村振兴“先进集体”	中国电视购物联盟
快乐购获评“行走雷锋路”万名雷锋志愿者公益行优秀志愿者团队	湖南省文明办、共青团长沙市委等

天娱传媒

荣誉名称	授予单位
2024 华晨宇火星演唱会获得《美国好设计奖》最高荣誉铂金奖	国际奖项协会（International Award Association）



治理责任

我们的理念

芒果超媒积极承担治理责任，持续推进公司治理体系的完善，确保治理结构的高效运转。在党建引领下，积极开展主题教育，推动党建工作与企业文化深度融合。通过健全的三会治理机制和完善的投资者关系管理，公司建立了透明高效的沟通渠道，保障了股东和投资者的知情权和参与权。芒果超媒注重风险识别与内部控制的精细化管理，确保企业经营稳健、风险可控。同时，公司坚持公平经营，严守商业道德，强化清正廉洁工作，树立良好的企业形象和社会责任，全面推动高质量发展，履行作为主流新媒体集团的社会使命与责任担当。

我们的行动

- 党建引领与主题教育
- 三会治理与投关管理
- 风险识别与内部控制
- 公平经营与清正廉洁

我们的成效

芒果超媒充分发挥国有企业党的领导和公司治理双重优势，严格按照法律法规和监管部门相关规定，以党建引领为方向持续推进严格的公司治理和良好的商业道德建设。公司优秀的治理与规范运作获得了监管部门认可，获评中国上市公司协会 2024 上市公司“董事会优秀实践案例”；信息披露零差错，连续 6 年获评深交所创业板信息披露年度考核最高等级 A 级；顺利举办《股东来了》（2024）全国总决赛，芒果 TV 投资者教育频道累计点播量超 6.5 亿。

响应的联合国可持续发展目标 (SDGs)

16 和平、正义与
强大机构



党建引领与主题教育

芒果超媒始终坚持党建引领，深化党风廉政建设，推动企业文化与党建工作深度融合。通过开展主题教育活动，强化全体员工的政治理论学习，提升党性修养，确保公司在快速发展的同时始终保持正确的政治方向与社会责任担当。

▶ 党建引领

公司全面贯彻落实党的二十大精神，四平台深度融合新动能协同发展。在公司党委的领导下，公司紧紧围绕“文化科技融合、两个效益俱佳”的战略目标，积极推动党建工作与业务发展深度融合。公司制定了《中共芒果超媒股份有限公司委员会落实基层党建主体责任清单》《中共芒果超媒股份有限公司委员会落实全面从严治党主体责任工作任务计划》等管理制度，通过高效协同和多措并举进一步深化“大党建”工作机制，加强意识形态队伍建设，持续发展业务骨干人才入党，以高质量党建为保障，推动公司高质量发展。

关键绩效

报告期内

公司发展预备党员
44人

党员人数达
1,141人

党员占比
25%

召开党委会
27次

严格执行国有企业党组织议事规则和决策程序，严格执行“三重一大”集体决策制度、“三不一末”等制度，落实党组织把方向、管大局、保落实的政治责任。

公司积极推进党建与企业治理深度融合，落实党委与董事会成员、基层党组织与行政组织的“双向进入、交叉任职”机制，加强党组织在公司治理中的引领作用。通过持续强化基层党组织建设，打造一批政治功能强、支部班子强、党员队伍强、作用发挥强的“四强”党支部，推动党组织在公司各项决策与运营中充分发挥作用。

关键绩效

报告期内

公司已建立
8个临时党支部

下辖的
3个党委

2个党总支

40个党支部全部实现了人员在党组织与行政组织间的“双向进入、交叉任职”；

芒果TV产品技术二支部获评省直工委“四强”支部。

案例 坚持党建引领，助力文化强国

《党建》杂志 2024 年第 9 期刊发文章《担负新时代新的文化使命 为建设文化强国贡献湖南广电力量》，深入阐述了湖南广电、芒果超媒在党建引领下，推动公司高质量发展的实践与成果，讲述了公司坚定文化自信，深入实施习近平文化思想，以思想政治建设为核心，推动文化与科技深度融合，加快内容建设和产业布局。通过党风廉政建设和创新的党建工作，公司立足新时代使命，依托党建引领，深化文化与科技融合，促进产业高质量发展，助力文化强国的建设。公司通过持续加强党风廉政建设、推动党建与业务融合发展，取得了显著的行业示范效应，进一步彰显了党建对企业治理与社会责任的深远影响。

党建

刊名题字 邓小平

第 9 期（总第 441 期）

2024 年 9 月 1 日出版（月刊）

中共中央宣传部主管
《党建》杂志社主办
《党建》杂志社编辑出版

社 长：吴建春
副总编辑：张振明
副总编辑：苗遂奇

编辑出版发行地址：
北京市东城区珠市口东大街 10 号东段
邮编：100062
投稿邮箱：
Email: dangjianzazhi@vip.sina.com

办 公 室 010-67038001(传真)
总 编 室 010-66064973(传真)
第一编辑室 010-67038177
第二编辑室 010-66061671
第三编辑室 010-67031971
出版发行部 010-66068020
010-66062773
010-66065987(传真)

银行汇款：
收款人：《党建》杂志社
开户行：工商银行北京琉璃厂支行
账 号：0200008009004616486
Email: djfb@vip.sina.com

▲ 开篇短评
进一步全面深化改革必须坚持党的全面领导 本刊评论员 1

▲ 中央重要会议
中共中央举行纪念邓小平同志诞辰 120 周年座谈会
习近平发表重要讲话强调，必须继续深入学习运用邓小平理论，把他开创的中国特色社会主义事业继续推向前进 4

▲ 深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想
坚决扛牢走在前挑大梁作贡献使命担当
奋力打造绿色低碳高质量发展示范城市 江 成 6
聚焦铸牢中华民族共同体意识主线
推动宣传思想工作提质增效 王大南 9
担负新时代新的文化使命
为建设文化强国贡献湖南广电力量 龚政文 蔡怀军 12

▲ 学习贯彻党的二十届三中全会精神
深化文化体制机制改革 建设社会主义文化强国 王一彪 15
在进一步全面深化改革中健全全面从严治党体系
中央党校(国家行政学院)习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心 19
在进一步全面深化改革中
继续完善和发展中国特色社会主义制度 杨金海 22

▲ 追随总书记足迹
谋发展
河北承德：牢记嘱托 新征程再建功立业 李 宁 张丽莉 25
兴文化
共饮长江水，同享长江美 梅耀林 阎 欣 宋阳煜 28

▲ 党建时评
推进改革要察实情、出实招、求实效 龚立新 31
敢于啃硬骨头 敢于涉险滩 赵 慧 32

▲ 思想理论
思政课要着力讲深讲透讲活“道理” 唐晓勇 许张毅 33
中国共产党人精神谱系
探月精神：奏响飞天揽月的壮丽凯歌
国防大学习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心 36

《党建》杂志刊载文章《担负新时代新的文化使命 为建设文化强国贡献湖南广电力量》

主题教育

公司始终坚持把学习习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务，通过“第一议题”制度聚焦政治建设，发挥党委理论学习中心组作用将主题教育的学习常态化制度化，不断深化对“两个确立”决定性意义的认识，努力提高政治站位和政治判断力、领悟力与执行力。

关键绩效

报告期内

公司开展“第一议题”集中学习

27 次

交流研讨

11 次

组织党纪学习教育集体学习

4 次

芒果 TV 首页首屏置顶飘红“学习时刻”，习近平总书记重要报道专区播放量累计超 61 亿次

湖南广电“中国式现代化光明行”主题创作

15 个重点项目中占 7 个

获中宣部、广电总局等

国家级表扬 60 余次

案例 举办“记忆与传承”学雷锋主题讲座

2024 年 3 月，芒果超媒联合举办了以“记忆与传承”为主题的学雷锋讲座，特邀雷锋生前好友冯健主讲。此次讲座旨在号召党员以雷锋为榜样，践行无私奉献、全心全意为人民服务的精神。冯健通过分享与雷锋相识的故事，回顾了雷锋的崇高理想和坚定信念，强调了雷锋精神对个人成长和社会发展的深远影响。参会人员收获良多，将以雷锋精神为指引，立足本职，践行雷锋精神，争做新时代的“螺丝钉”，为社会贡献力量。



“记忆与传承”学雷锋讲座

案例 雷锋精神引领奋进，青年志愿者行走雷锋路



芒果超媒青年志愿者行走雷锋路

2024 年 3 月，芒果超媒青年志愿者们完成了 22 公里的徒步行走雷锋路。这一活动不仅是对雷锋精神的致敬，也是芒果超媒勇于迎接挑战、坚持奋斗的象征。此次行走活动深刻体现了芒果超媒人对于雷锋精神的理解和践行。芒果超媒始终秉承“干一行、爱一行”的工作态度，化身为社会中最坚韧的“螺丝钉”。在这段行程中，志愿者们以坚韧的步伐相互激励，传递着团结与拼搏的力量，展现出无畏的决心和不懈的奋斗精神。这次活动不仅增强了芒果超媒团队的凝聚力，也为员工提供了思考与交流的机会，在挑战自我、超越极限的过程中，深刻感受到雷锋精神的持久魅力。

案例 党纪学习教育 筑牢党纪底线



读书班集体学习

2024 年 5 月，公司党委举行了 2024 年第五次集体学习，并开展党纪学习教育读书班集体学习。活动深入学习贯彻习近平总书记关于党的纪律建设的重要论述，集中研读《中国共产党纪律处分条例》。党委副书记为与会人员上了题为《以铁的纪律护航芒果事业行稳致远》的党课，强调了纪律建设在推动芒果事业高质量发展中的重要作用，并从三个方面提出加强纪律学习的具体要求。双平台主要负责人和各部门、单位负责人 90 余人参加了此次学习活动。与会领导结合党纪学习内容分享了个人心得体会，强调要通过党纪学习增强自律意识，严守纪律红线，确保企业发展稳步前行。

案例 加强纪律教育，强化责任担当——主持人、艺人、制片人纪律学习大会

2024 年 7 月，芒果超媒召开了主持人、艺人、制片人纪律学习大会，深入学习和贯彻党纪法规。此次会议聚焦学纪、知纪、守纪的重要主题，强调党媒国企在提升纪律意识中的责任。会议由党委领导主持，并邀请纪律专家就《中国共产党纪律处分条例》进行详细讲解，分析了政治纪律、廉洁纪律等关键内容。与会人员通过案例学习，深刻理解纪律要求，并表示将自觉遵守纪律，严守道德底线，维护平台形象。本次大会不仅强化了全体主持人、艺人、制片人的自律意识，也明确了作为公众人物的社会责任，激励员工在日常工作中践行纪律，推动四平台的高质量发展。



召开主持人、艺人、制片人纪律学习大会

三会治理与投关管理

芒果超媒结合外部环境变化和公司经营情况，不断优化公司治理结构，强化三会治理实践与透明、规范的信息披露，筑牢依法合规底线，维护全体投资者合法权益，持续提升治理效能，为公司的长远发展和投资者之间的互信与共赢关系提供了有力保障。

三会治理

公司高度重视公司治理的规范化与制度化建设，已建立起完善的治理体系，制定包括《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》等一系列基础性制度。各职能部门在分工明确的基础上，密切配合、协同运作，确保了治理结构的有效性与科学性。董事会具备高度的专业性、独立性和多元化，为公司决策提供坚实保障，有效维护了股东利益，并推动了公司可持续发展。

关键绩效

报告期内公司共召开：

股东大会

2次

审议通过重大事项

16项

董事会

6次

审议通过重大事项

43项

监事会

5次

审议通过重大事项

24项

独立董事专题会议

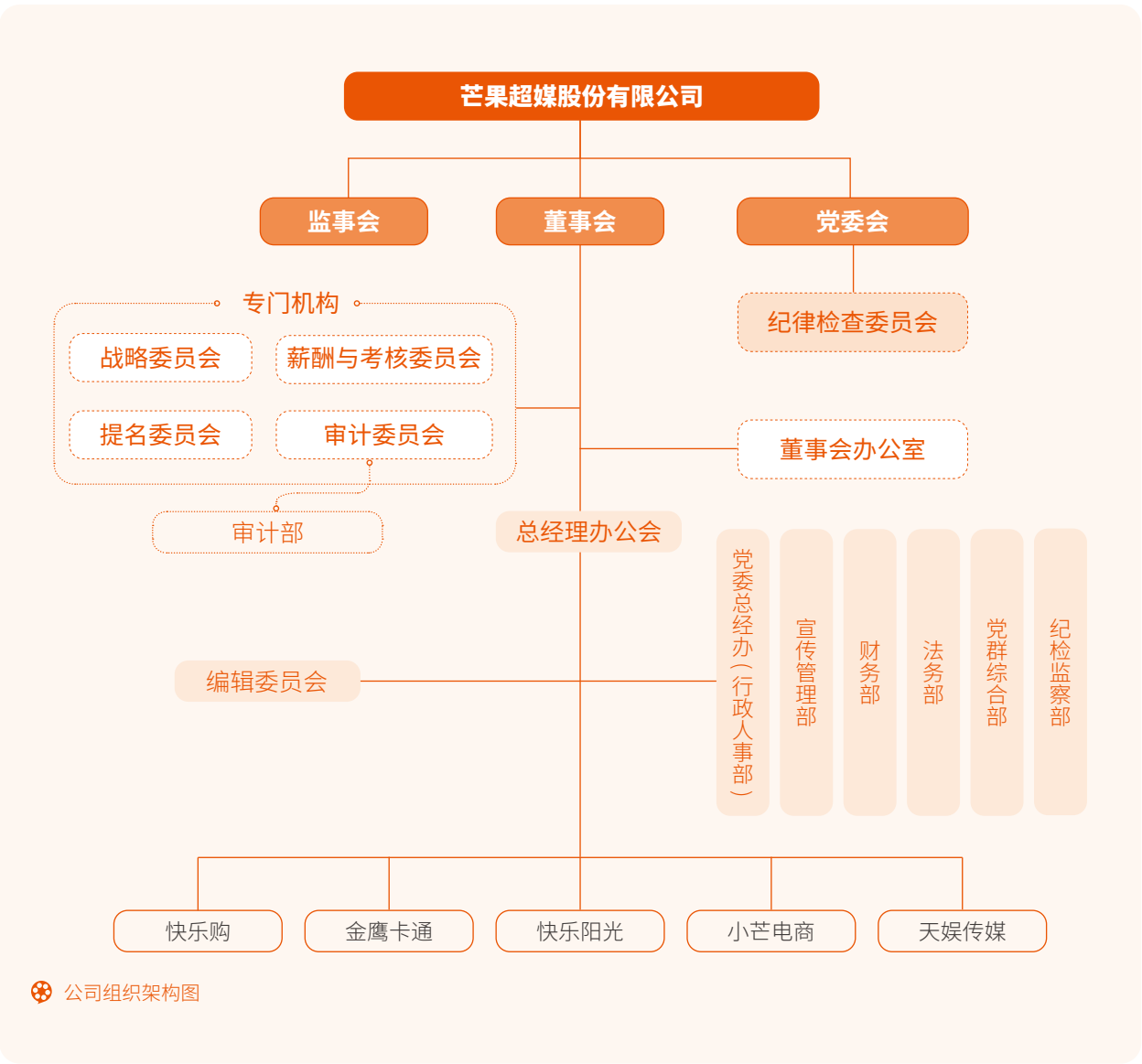
3次

审议通过重大事项

12项

公司治理结构

公司严格按照《中华人民共和国公司法》等法律法规和相关规范性文件要求，建立起以监事会、董事会、党委会为最高领导层，定期召开股东大会，同时董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会等职能委员会的“四会一层”公司治理结构，保障公司科学决策、高效治理。



公司组织架构图

信息披露

关键绩效

报告期内

公司共披露
111份公告文件

向交易所报备各类文件
185份，信息披露零差错，且无更正公告、补充公告或补充报备情况；

公司连续六年获深圳证券交易所创业板信息披露年度考核 **A 级** 评价，获“2024 财联社第七届投资年会”年度最具影响力企业榜单中**“最具投资价值奖”**。

股东大会

公司严格遵守《公司章程》《股东大会议事规则》等相关规定，规范股东大会的召集、召开及议事流程。为确保股东大会的合法性，公司聘请律师提供法律意见，并确保所有股东，尤其是中小股东，享有平等的权利。通过这一流程，公司充分保障股东的知情权、参与权和表决权，确保股东能够有效行使合法权益，并积极参与公司重大决策。



年度股东大会



第一次临时股东大会

董事会

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》和《上市公司治理准则》等法律法规和规范性文件的要求组建董事会，致力于在多元化、独立性、审计监督、薪酬监督、选拔监督、战略监督以及可持续发展等多个维度上提升治理水平。

多元化

公司通过来自不同背景和专业领域的董事会成员，为公司提供了多样化的视角和独到的见解，提升了公司治理水平、优化决策质量、增强公司应对内外部变化的灵活性。公司高度重视董事会的多元化建设，通过在性别、年龄、专业背景和行业经验等多个维度进行合理配置，不断推动董事会的多元化发展，以促进公司更好地应对复杂的市场环境，提升公司长期可持续发展的竞争力。

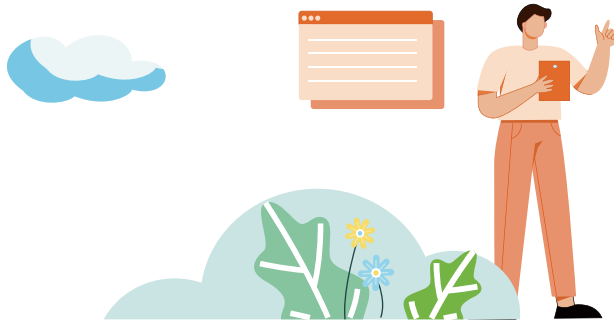
类型	姓名	性别	年龄	行业经验
董事长	蔡怀军	男	48	战略管理
独立董事	丁文华	男	69	信息技术
独立董事	肖星	女	54	财务管理
独立董事	刘煜辉	男	55	宏观经济
非独立董事	杨贇	男	52	财务管理
非独立董事	宋子超	男	56	文化传媒
非独立董事	梁德平	男	46	战略管理
非独立董事	沈文海	男	54	移动通信
非独立董事	彭建	男	53	战略投资

芒果超媒董事会成员



独立性

董事会的独立性有助于确保决策过程不被任何单一利益集团左右，从而保障公司整体利益和股东权益。本年度公司进一步推进《独立董事工作制度》修订工作与独立董事补选工作，明确独董职责与履职方式，保障其独立性，成功邀请科技背景的院士担任公司独立董事，助力文化与科技融合发展。



关键绩效



报告期内

公司董事会由

9 名成员组成

包括

3 名独立董事

专业性

董事会下设四个专门的委员会，分别是战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和审计委员会，每个委员会都担负着特定的职能，利用其专业能力和经验为董事会提供决策支持，以确保决策的科学性和合理性。

监事会

公司监事会设有三名监事，其中包含 1 名职工监事。监事根据《公司章程》《监事会议事规则》等规定，认真履行职责，对公司财务状况、关联交易事项、定期报告以及公司董事、高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督，积极履行监督检查职能，切实维护公司股东的合法权益。

投关管理

公司始终以投资者需求为导向，持续完善信息披露体系，确保为投资者提供真实、准确、完整、及时的信息，支持其作出合理投资决策。公司严格遵守证监会“以信息披露为核心”的监管理念，按照《上市公司信息披露管理办法》和《公司章程》等规定履行信息披露义务，确保信息披露的透明度和有效性。同时，公司不断创新披露方式，除传统公告外还发布社会责任报告暨 ESG 报告和年度报告的英文版，扩大了投资者覆盖面，提高了全球投资者的认知度，公司信息披露工作获得监管部门高度认可。



投关沟通

公司高度重视与投资者的沟通，持续优化信息透明、及时的交流渠道。本年度公司深化了与券商研究团队尤其是权威机构的合作，发布了多份推荐研报。同时，公司加强与核心投资者的沟通，通过“走出去”和“请进来”相结合的方式组织各类调研活动，保持与重要股东的密切联系，稳定投资预期。

为帮助投资者更好地理解公司动态，芒果超媒积极回应中小投资者的关注，通过互动平台和投资者热线等渠道，确保信息公开透明，并策划了多场投资者关系活动，进一步增进了投资者对公司业务、发展战略及文化内容的了解，推动了投资者对公司价值的认同。

案例 投资者网上集体接待日，加强沟通互动

为进一步加强与投资者的互动交流，公司于 2024 年参与了由湖南证监局指导、湖南省上市公司协会举办的“湖南辖区 2024 年度投资者网上集体接待日”活动。此次活动采用了网络远程形式，投资者通过全景路演平台、微信公众号及 APP 等方式在线与公司高层进行实时互动。活动期间，公司就投资者关心的经营情况、公司治理、发展战略等话题进行了详细解答，积极回应了市场对公司未来发展方向的关注。通过该活动，公司与投资者之间搭建了一个高效、透明的沟通平台，进一步强化了公司治理结构的透明度，也提升了市场信心，推动了公司与投资者的良性互动。



2024 年度投资者网上集体接待日活动

案例 芒果超媒招商大会 广邀投资者参会

公司举行春季、秋季招商会，为进一步加强与投资者和行业合作伙伴的互动，公司广泛邀请各类投资者参加，近距离感受芒果生态魅力。招商会不仅展示了公司的融合成果，也发布了丰富的综艺、剧集和商业定制内容。会议现场，芒果超媒重点推出了 AI 导演独立综艺《爱芒的 1% 法则》，展示了文化与科技的深度结合，提升了品牌的多元化和全球化发展潜力。此次招商会还突出了芒果生态的跨平台整合，通过展示影视剧、综艺节目及新兴电商领域的创新，进一步增强了与投资者和合作伙伴的信任与合作，推动了芒果超媒在文化科技融合领域的探索，展示了公司在行业内的生态优势和独特的商业价值。



投教宣传

公司持续推动芒果 TV 投教频道的精细化运营，进一步提升了投资者教育和保护工作的影响力与覆盖面。作为全国首家新媒体投教基地，芒果新媒体投资者教育基地在新媒体领域的创新探索为投资者教育开辟了新的视角。

公司建立了严格的三审机制，确保投教频道发布的每期节目都经过三方导向确认与内容审核把关，确保投教内容的准确性与时效性，为广大投资者提供了专业、精准的投资知识与风险防范技巧，同时推动资本市场的健康发展，巩固芒果 TV 投教频道在投资者教育领域的领导地位。

关键绩效



报告期内：

芒果 TV 投教频道在“金融教育宣传月”“5·15 全国投资者保护宣传日”以及“3·15 金融消费者权益保护教育”等关键节点，推出了“防非反诈筑防线”系列主题播单，并推出了专题节目《守住钱袋子·护好幸福家》，联合举办《股东来了》全国总决赛。

芒果 TV 投资者教育频道共上线
147 条投教作品内容

点播量达
1.9 亿

频道累计总点播量超
6.5 亿次



芒果 TV 投教页面

案例 《股东来了》全国总决赛

2024 年，公司连续四届与中证中小投资者服务中心联合举办《股东来了》全国总决赛，获得证监会和投保局的高度评价。公司全程参与了赛事的策划、录制、宣传等工作，充分发挥了新媒体和传统媒体的宣传优势，进一步提升了资本市场投资者教育的广度和深度。总决赛通过湖南卫视、芒果 TV 等平台播出，芒果 TV 上线首周总点击量突破 1,690 万。通过多方位的宣传，赛事不仅增强了中小投资者的股东意识，还积极推广了资本市场的核心改革内容，助力市场高质量发展。



《股东来了》(2024)

风险识别与内部控制

现代企业治理中，风险识别与内部控制是确保公司可持续发展、实现战略目标的重要保障。芒果超媒始终将风险管理作为公司治理的重要组成部分，构建了完善的风险管理与内部控制体系，通过制定科学的制度和流程，强化业务合规性与风险防范能力，确保资源的合理配置与业务活动的高效运营。

风险管理

公司建立全面的风险管理机制，确保在各类经营活动中识别、评估并控制潜在风险。2024 年第三季度，芒果超媒启动了全新的风险评估框架搭建工作，公司依据《企业风险管理——整合框架》对风险进行全面识别与分类，并针对不同类型的风险采取了多样化的应对措施。公司通过该框架的实施提升了整体的风险管控能力，增强决策的科学性与透明度，并进一步提升合规性和财务稳健性，推动公司长期发展。

划分风险类别

- 战略风险
- 运营风险
- 法律风险
- 市场风险
- 财务风险

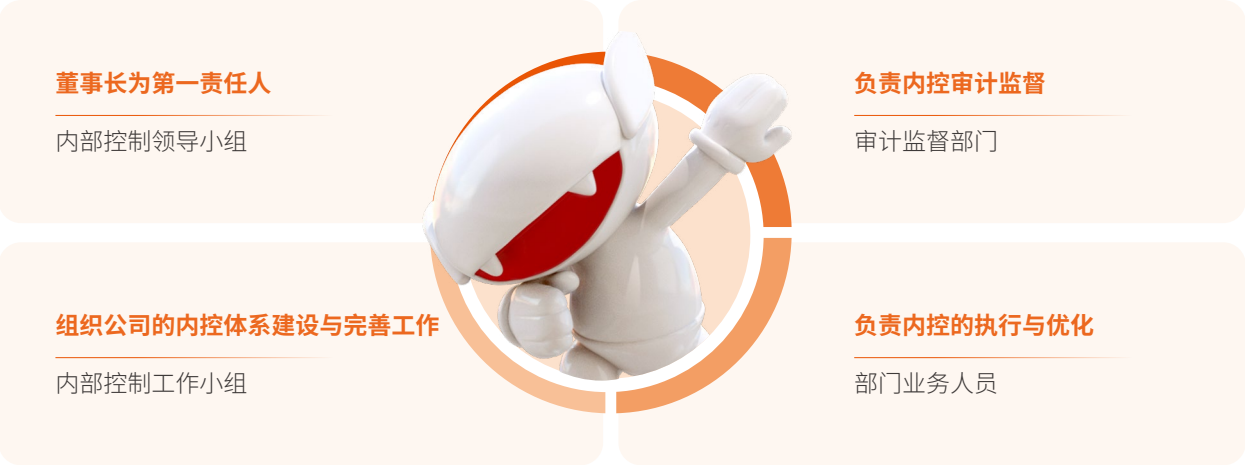
采取应对措施

- 风险规避
- 风险降低
- 风险分担
- 风险承受

风险类型识别与应对

▶ 内部控制

公司始终秉持风险导向的原则，针对发现的风险和问题及时整改和优化。通过“整体设计、分步实施、合规先行、逐步完善”的策略，并根据业务发展的需要，持续更新和完善内部控制体系，确保其与公司业务的不断变化和发展保持高度契合。



公司内控组织架构

公司依据《中华人民共和国会计法》《中华人民共和国注册会计师法》《国有企业、上市公司选聘会计师事务所管理办法》等法律法规，完善了《会计师事务所选聘制度》，以规范会计师事务所的选聘流程及相关要求，明确选聘会计师事务所的程序、标准及审计工作质量要求，确保财务审计工作的公正性与独立性，并保障财务信息的准确性和透明度。通过严格的选聘和监督机制，公司有效提升了审计工作的质量和内部控制的合规性，进一步强化公司内部控制体系。

为持续提升内部控制水平，公司审计部定期组织内控培训和案例分享，加强了内部员工的培训力度，积极推动公司内部控制体系的全面完善。

案例 内部控制培训，提升风控能力



芒果超媒审计部进行培训



芒果超媒审计部派出内控评价组对金鹰卡通进行内控培训和指导

公平经营与清正廉洁

芒果超媒高度重视商业道德建设，注重反商业贿赂及反贪污的监察行为，同时积极维护反垄断与公平竞争的市场环境，严格遵守商业道德规范。通过这些措施有效防范法律风险，维护企业的良好声誉和可持续经营，促进企业与行业的健康发展。

▶ 公平经营

为维护市场公平竞争，防止不正当竞争和垄断行为，公司严格遵守《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，不断完善制度体系，构建并执行反垄断合规管理机制。

关键绩效

报告期内
公司 **未发生** 因不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚

案例 新型“反不正当竞争”案件讲解，培训法律合规意识

2024 年 5 月，公司开展关于反不正当竞争的专题培训，深入探讨了“芒果 TV”诉“拦精灵”案件及流畅播、资源嗅探等新型案件的经营行为，分析其是否构成侵权或不正当竞争。通过该培训，公司加强了员工对行业竞争规则和法律法规的理解，提升了对公平竞争和法律合规的意识，也为防范未来可能出现的类似纠纷提供了有力保障。

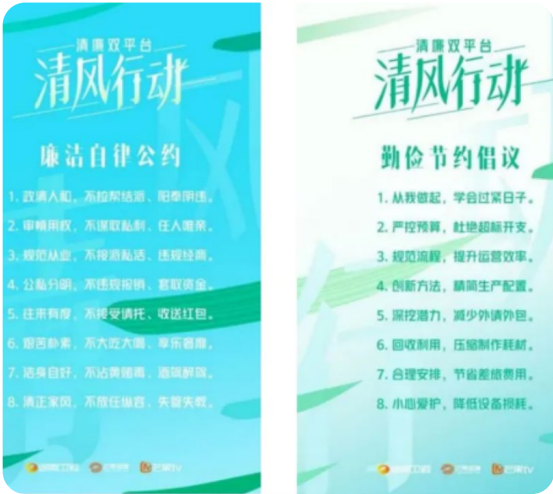


“反不正当竞争”专题培训

▶ 清正廉洁

公司注重商业道德管理及清正廉洁建设，致力于营造公平公正商业环境，针对腐败行为预防、监督、教育、惩处等环节建立反贪污腐败管理体系与制度，确保公司运营的诚信与合规性。

公司持续开展“清廉双平台·清风行动”，湖南卫视、芒果TV 双平台围绕“廉”与“俭”两大主题，开展了丰富的清廉教育和制度建设，形成了深厚的清廉氛围。公司发布了《廉洁自律公约》和《勤俭节约倡议》，并通过创新的宣传短视频和趣味海报，将廉洁与节俭理念融入员工日常工作与生活。双平台还通过建立精准制度和清单元，推动了制度创新和业务优化，提升了生产效率、降低了成本。随着清廉文化的深入人心，员工的廉洁意识不断增强，业务流程中的节俭行为愈发显著。这一系列行动不仅强化了企业的廉洁自律，也助力了公司在高质量发展的过程中持续实现降本增效，推动了清廉风尚的深度传承。



《廉洁自律公约》与《勤俭节约倡议》

案例 “廉洁为本” 记事本，塑造廉洁清风正气

为深入推进全面从严治党，营造风清气正的政治生态，公司纪检监察机构推出了“清廉双平台”系列专栏，并策划了“廉洁为本”记事本，着重传承廉洁自律与节俭价值观。记事本收录了习近平总书记关于“廉”和“俭”的重要论述，并设置了“清风问答”，分享了 40 多个员工践行廉洁节俭的故事和 120 多条廉洁行事法则。公司通过这些举措以提醒员工在工作中遵循廉洁节俭的准则，塑造风清气正的企业文化，推动廉洁文化在公司各环节的持续融入，为高质量发展提供健康、务实的环境。



“廉洁为本”，清风行动笔记本

廉政建设

公司始终高度重视党风廉政建设，全面落实全面从严治党的要求，制定《党风廉政建设及纪检监察工作计划》，扎实推进党风廉政建设工作。公司通过强化政治监督，加强领导干部与管理层监督，开展内部整改行动。

案例 深化“靠企吃企”问题整治，推动清正廉洁取得实效

2024 年 4 月，公司召开了 2024 年党风廉政建设工作暨深化“靠企吃企”问题专项整治动员部署会。会议全面落实习近平总书记关于党的自我革命的重要思想，贯彻中央纪委、省纪委的工作部署，强调了深入推进反腐倡廉的工作要求。会上强调要加强作风建设，严守中央八项规定，深入开展“靠企吃企”专项整治，确保反腐力度不减、整治工作不松懈。同时，会议还明确了在清正廉洁方面的具体措施，包括强化纪律建设、推进监察制度改革、加大监督力度等，确保公司在清正廉洁工作中的各项措施落到实处。

此次会议不仅明确了专项整治的目标和要求，还为进一步优化企业治理结构、提升廉洁自律能力提供了坚实的基础，确保公司始终保持清正廉洁的工作风气，为公司高质量发展营造风清气正的环境。



专项整治工作会议



宣传培训

公司纵深推进清正廉洁，由党委要求并监督各党总支、党支部通过“三会一课”和“主题党日”等多种形式进行清正廉洁工作的培训与学习。

关键绩效

报告期内

公司组织学习党纪学习教育每日一课、警钟等推文近	开展“零违规、零违纪、零违法”培训，参训人员超过	完善廉政档案系统建设，共录入
130 篇	160 人	1,683 人的廉政信息

芒果超媒开展了以“心系底线 眼望星空”为主题的新入职员工廉洁文化教育培训，培训课件分为四个部分：党委国企的基本面貌、党媒国企的政治属性、党媒国企的市场属性、党媒国企的廉洁属性。培训涵盖了各子公司共 49 个部门新进员工共计 208 人，帮助新员工树立廉政自律意识，提醒员工知敬畏、存戒惧、守底线，走好入职“第一步”。

芒果超媒针对 106 余名一级部门负责人及制片人，开展了两场“零违规、零违纪、零违法 - 构建芒果超媒更为清朗的政治生态”培训，并要求一级部门负责人及制片人内部宣讲，培训课件与相关材料发到公司每个员工。

公司持续深化党风廉政建设教育与宣传工作，坚决落实党风廉政建设责任制，增强全员廉政意识。通过加强日常执纪监督，清查违纪情况，确保党内纪律的严格执行。



案例 举办“好家风·好传承”领导干部家风建设主题活动

2024 年 3 月，公司开展了“好家风·好传承”领导干部家风建设主题活动。活动组织各部门及二级单位负责人参与。活动伊始，公司参观了湖南反腐倡廉警示教育馆，通过讲解员的解说和影像资料，回顾了习近平总书记关于党的自我革命的重要论述，强化了党性教育。随后，集体员工观看了警示教育片《严正家风》，片中通过典型案例警示领导干部家风对廉洁从政的重要性，强化了廉政教育。良好的家风是领导干部廉洁从政的基础，员工以此次活动为契机，始终保持清正廉洁的政治本色，推动家风建设与党风廉政建设同向发力。



参观湖南反腐倡廉警示教育馆



家风建设课程

举报制度

公司制定《纪检监察机关处理检举控告工作规则》，并提供多渠道举报联络方式，完善举报机制。



社会责任

我们的理念

芒果超媒积极承担社会责任，致力于与用户、员工、合作伙伴、行业、社区等利益相关方建立和谐共荣关系，通过持续加强沟通协作，实现与各方的良性互动，推动公司与社会共同可持续发展。

我们的行动

- 质量管理
- 客户服务
- 隐私与数据安全
- 供应商管理
- 行业协作
- 社会公益
- 员工雇佣
- 员工发展
- 薪酬福利
- 民主管理

我们的成效

芒果超媒秉持客户导向、质量为本、持续改进的理念，未发生年度产品服务相关的安全质量重大责任事故。公司在用户数据与隐私保护的方面建立了全面的制度体系，打造安全可靠的供应链体系。芒果公益平台累计注册公募慈善组织 46 家，上线公募慈善项目 105 个，募款总额超 2,632 万元（含线下捐赠），参与捐款超 12.4 万人次。

响应的联合国可持续发展目标 (SDGs)



产品质量与用户权益

芒果超媒秉持客户导向、质量为本、持续改进的理念，通过完善制度和全流程管控，确保产品质量与用户体验。公司严格遵循《商品质量问题争议处理细则》《客服服务标准及规范》等制度，构建标准化、专业化服务机制，快速响应并解决用户问题，全力保障用户权益，以创新服务提升用户满意度。

产品质量

公司始终坚持客户导向、质量为本、持续改进的质量管理理念，致力于为消费者提供高品质的产品和服务。通过建立完善的质量管理制度，如《商品质量问题争议处理细则》等，公司确保产品质量贯穿于平台的每一个环节和业务流程。从重点商品的采购入仓到产品质量的考评，公司通过整合各个环节，实现了全面的质量管理。



确保供应商和工厂资证合规的三条举措

- 合作供应商第三方背调
- 合作供应商入驻资证审核
- 生产工厂的现场评估

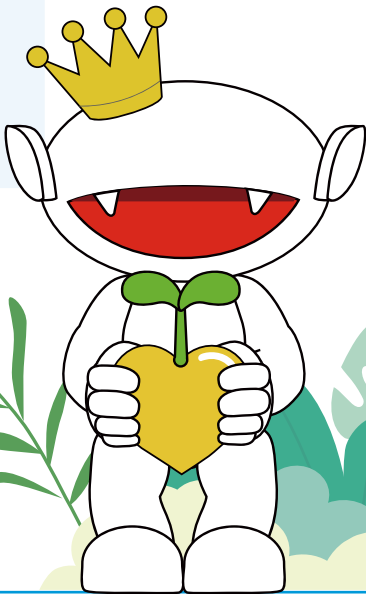


确保商品品质的四条举措

- 商品上架审核
- 商品入库质检
- 商品匿名抽检
- 第三方专业检测机构送检商品



快乐购质量管理体系认证证书



闭环管控策略

3+4

产品质量提升举措

案例 摸底“海南贵妃芒”品质，确保品质保障

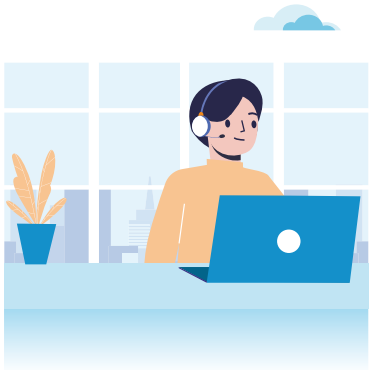
报告期内，芒果良品“海南贵妃芒”在全渠道宣推启动之前，快乐购质量控制人员赴贵妃芒原产地海南三亚抱密，针对生鲜农产品特点，质量控制人员持续摸底贵妃芒产地整体品质、品种特点、产量和现场打包流程，同时对现场人员进行质量把关培训，并在发货前开展质量抽检。



QC 现场检核及海南贵妃芒打包

用户体验保障

公司始终将用户体验置于核心地位，致力于通过完善的用户体验保障体系，为用户提供高质量、高标准的服务。公司严格遵照《客服服务标准及规范》《用户投诉处理制度》等制度，构建了标准化、规范化、专业化的服务机制，确保能够快速响应并有效解决用户问题，切实保障用户权益。



芒果超媒用户体验保障体系

优质服务

案例 快乐购售后服务获得感谢信

2024 年快乐购工作人员在处理顾客购买商品不合适退货、购买商品售后投诉以及与老会员交流等工作方面凸显出优秀的服务精神，被帮助到的顾客对快乐购工作人员写信感谢，快乐购工作人员认真负责的服务精神不仅为顾客们排忧解难，还保障顾客的利益，同时也维护了企业的形象。



快乐购提升客户服务能力内部培训



售后补发流程上线培训



《食品广告合规—专项风险分析及防范》培训



日常新品上线前培训



会员营销中心面向全员培训《消费心理学》



每日岗前培训

案例 小芒电商 以高效服务打造卓越客户体验

报告期内,在客户服务过程中,小芒电商收到平台的客诉投诉次数2,629次。平台对每一次投诉都给予了高度重视,采取积极有效的措施进行处理,投诉解决率达到 100%。

同时,小芒电商为调查客户满意度,特发放客户满意度调查问卷,其中回收的有效问卷总数为 17.9 万份,回收率为 14.31%,最终的客户满意度调查结果显示,客户满意率达 96.4%。高满意度率表明小芒电商在客户服务方面取得了显著成效,大多数客户对平台的服务质量、响应速度、问题解决能力等方面都给予了高度认可。

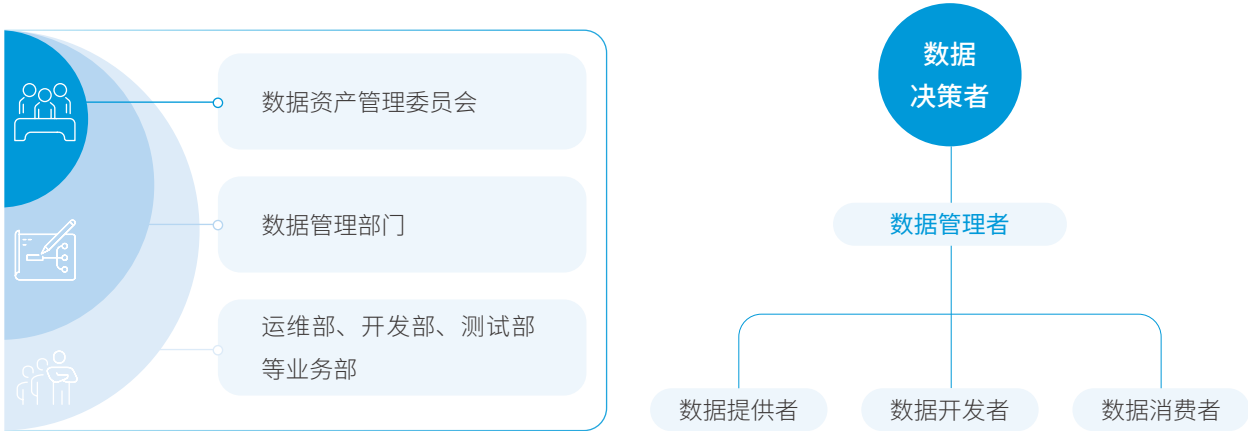


信息安全与数智驱动

芒果超媒在用户数据与隐私保护的方面建立了全面的制度体系,包括《数据安全管理办法》《芒果 TV 网络安全手册》等,同时,通过完善的信息安全组织架构和数据分级防护机制,公司实现了对用户隐私及数据安全的高效管理和规范保护,为用户打造安全可靠的信息环境,以数智化手段赋能业务发展,推动平台建设 with 用户信任的双重提升。

安全架构

公司从管理层、领导层出发,建立了由上至下的数据资产管理规范,形成了全面的标准规则体系和执行调度流程,并赋予各部门相应的责任。



部门名称	角色	责任
数据资产管理委员会	领导数据资产管理; 决策数据资产管理重大工作内容和方向	在数据角色方出现问题时负责仲裁
运维部、开发部、测试部	数据生产者	对数据生产过程中的数据安全有生产端安全责任; 保证数据采集、传输等过程安全
数据管理部门	数据资产管理	负责牵头制定数据资产管理的政策、标准、规则、流程; 协调认责冲突; 在数据资产安全管理方面, 制定各项数据规则并监督规范落实情况; 负责数据资产管理平台中整体数据的管控流程制定; 负责提供安全的数据开发、查询平台和数据接口
数据运营、数据消费等业务部门	数据使用者	安全责任

芒果 TV 数据资产管理组织架构

数据分级根据数据的敏感程度、重要性、保护要求以及一旦泄露、丢失、破坏或非法使用对国家安全、社会秩序、公共利益、企业利益、用户利益造成的危害程度和影响程度等因素，从高到低分为 S4、S3、S2、S1 四个级别



公司建立了数据安全平台，从组织建设、制度保障、数据资产、数据审批、管理审计、合作方管理、教育培训、举报投诉、应急响应、数据全生命周期管理、合规性评估等维度对数据安全进行规范管理，帮助数据安全工作实现标准化、流程化的工作流程。数据安全平台分为三个建设阶段，目前均已建设完成，正在逐步推行中。



信息安全

公司高度重视用户信息安全，建立了完善的制度体系，并对员工进行信息安全培训，强化员工安全意识，最终达到保护公司受众用户信息安全的目标。



案例 信息安全培训

报告期内，快乐购组织开展全员信息安全培训，分享信息安全事件案例，并强调信息安全的内部管理规范。通过此次培训，快乐购员工提升信息安全防范意识，进一步筑牢了公司信息安全防线。



快乐购全员信息安全培训

未成年人保护

公司高度重视用户信息安全，建立了完善的制度体系，并对员工进行信息安全培训，强化员工安全意识，最终达到保护公司受众用户信息安全的目标。

公司依照国家《未成年人网络保护条例》，制定《未成年人个人信息保护政策》，并在芒果 TV、麦咭 TV 等 APP 上线“青少年模式”，帮助监护人保障未成年人浏览的内容健康积极向上，使互联网平台更好地识别和保护未成年人。



不适宜信息隔离

青少年模式下的内容专区精选适合未成年人观看的视频内容，避免未成年人接触可能影响或者危害其身心健康的网络信息



网络沉迷预防

青少年模式下，设计“时间锁”和“禁用时间”功能，限制未成年人持续使用 APP 的时长和时段，守护未成年人身心健康



“青少年模式”功能

未成年人网络支付能力及风险防范

青少年模式下，限制未成年人在 APP 内购买、打赏等操作，防范未成年人超越自身支付能力购买服务



未成年人个人信息保护

青少年模式下，平台不会针对未成年人进行用户画像及广告营销



“青少年模式”功能

芒果 TV、麦咭 TV 等 APP 遵循“正当必要、知情同意、目的明确、安全保障、依法利用”的原则收集和使用未成年人个人信息，严格履行法律规定的未成年人个人信息保护义务与责任。

监护人守护功能

未成年人无法进行未成年人内容之外的操作

自动开启时间锁，默认时间锁为 30 分钟

每晚 22 时至次日早 6 时期间无法使用麦咭 TV

单次使用时长超过触发时间，需要进行验证才能继续使用



▶ 隐私保护

公司高度重视用户隐私与数据安全，建立了完善的制度体系，包括《数据安全管理办法》《网络安全手册》等，同时，公司利用优化数据分类分级系统，顺利通过数据资产发现能力评估，为数据安全防护和隐私保护奠定了坚实基础。

芒果 TV 管理制度

- 芒果 TV 制定了《业务系统安全管理制度》《数据安全管理办法》《个人信息保护政策》等一系列制度和操作规程，涵盖平台安全管理的各个方面。这些制度和操作规程明确了平台运行安全管理的目标、责任、流程、规范等，并定期进行修订和完善，以适应平台发展和安全环境的变化。
- 芒果 TV 总裁担任平台运行安全第一责任人，并组织制定了全员全过程运行安全责任制，明确了各部门、各岗位的运行安全职责，确保安全责任落实到个人。
- 芒果 TV 制定了严格的版本升级操作规范，包括版本升级流程、测试验证、风险评估、发布监控等环节，确保版本升级安全可靠。版本升级前，芒果 TV 会进行充分的测试和验证，确保新版本功能正常、安全可靠，并根据风险评估结果制定相应的安全措施，降低升级风险。
- 芒果 TV 制定了《安全播出和网络安全应急预案》，针对不同类型的安全事件制定了相应的应急处置措施，并定期进行演练，确保应急预案有效可行。芒果 TV 建立了安全事件应急响应机制，一旦发生安全事件，相关部门会立即启动应急预案，采取有效措施控制事件影响，并及时向用户发布安全公告。

🌀 芒果 TV 管理制度

小芒电商用户隐私保护举措

- 小芒电商采用先进的加密算法来加密用户在平台上的数据传输，对于存储的数据。
- 在内部管理方面，小芒电商建立了严格的访问控制体系。在内部，根据员工的不同职责划分不同的权限级别。
- 在收集用户信息方面，小芒电商遵循明确的授权原则，在用户注册或首次使用某些功能时，会以清晰易懂的方式向用户展示需要收集的信息内容和用途；对于第三方合作伙伴的数据共享，也会在用户同意的前提下进行。
- 当隐私政策发生重大变化时，会通过站内信、推送通知等方式告知用户，让用户能够做出知情的选择。

🌀 小芒电商用户隐私保护举措

案例 同中国信息通信院建立良好沟通

2024 年 7 月，芒果 TV 同中国信息通信院建立了良好沟通，成为信通院牵头组织的卓信大数据重要成员单位及数据分类分级试点工作重要合作单位。通过试点完成数据分类分级资产梳理，优化数据分类分级系统，并顺利通过数据资产发现能力评估获得认证，为公司数据安全防护能力提升及客户隐私数据保护提供坚实基础。

案例 开展 PIA 认证标识工作

2024 年 9 月，芒果 TV 同中关村信息消费联盟数字化工作委员会建立联系，开展个人信息保护影响评估（PIA）认证标识工作。已顺利完成 PIA 认证对接、材料提交及初步审核工作，通过该服务提升了个人信息风险识别和安全防护能力，完善了数据安全治理体系，进而更有效的保障客户隐私安全。

关键绩效

报告期内

芒果超媒数据安全与客户隐私保护培训次数

5 次

子公司芒果 TV 数据安全与客户隐私保护培训次数

1 次

数智研发

芒果超媒紧紧扭住“文化和科技融合”这条主线，积极探索文化和科技融合的有效机制，加快发展新型文化业态，改造提升传统文化业态，努力形成更多新的文化产业增长点。

创新技术人才选育留用

- 连续举办五季“青芒计划”，2024 年进一步打造“文化 + 科技”季，聚焦优秀产品技术毕业生，持续保障团队的创新动力
- 开展交流分享会性质的产品技术专项招聘会，以对外展示芒果 TV 产品技术为主，定向挖掘北京和深圳地区的大厂产品技术人才，扩充产品技术人才圈层
- 开展首次 1024 “带岗”直播，宣发产品技术厂牌，展示芒果 TV 产品技术团队风采
- 积极开展青年人才计划，发掘优秀后备人才并实施定向培养，打造培训、实践、考核、选任为一体的培养机制，实现人才后备库与活水池

创新技术专项激励政策

- 不断完善产品技术族群任职资格体系，明确员工内部晋升通道
- 设立技术专项奖，鼓励员工在新产品和新技术上进行研究和突破，每季度进行优秀项目评选
- 设立专利及课题研究经费，始终坚持技术向善，自主创新，保障专利产出，不断激励技术进步和创新

创新技术赋能与内外部交流机制

- 成立 7 大产品技术协会，定期在技术创新、难点攻关等方面展开深度交流与培训赋能，帮助提升技术创新人才专业水平和团队协作能力
- 加强与科研院所及高等院校定向合作，推动湖南广电与高校建立联合实验室，集中攻关智能制播技术，打造下一代内容生产生态
- 加强与行业互联网巨头的双向交流与合作，鼓励员工积极参与外部技术分享与交流，汲取行业成功经验
- 打造文化与科技融合发展的主流数智新生态，积极筹办专业赛事或参加各类技术展会，展示科文融合新成果，提升行业影响力

创新芒果技术文化氛围

- 坚持举办 1024 “程序猿”活动，今年创新拍摄“一觉醒来，我回芒果当‘猿工’”首部猿工微短剧，进一步激发技术热情与探索精神，强化技术人的芒果基因

研发管理创新体系建设

科技伦理

芒果 TV 遵循国家科技部等 10 部门联合发布的《科技伦理审查办法（试行）》的指导原则，于 2024 年 4 月正式成立了人工智能科技伦理审查委员会，承担对公司人工智能相关科技活动的伦理安全审查职责。委员会制定规章制度，为科技伦理审查工作提供明确的指导和规范，保障科技向善向上发展。

产权管理

公司将知识产权的管理与保护提升至公司战略的高度，建立了完善的“芒果”知识产权运营与保护体系，涵盖版权、商标、专利等多领域内容，确保在内容创作、技术研发及品牌管理过程中合法合规运营。通过自主研发与技术创新，公司不断提升原创能力，并采取严格的知识产权保护措施，预防和应对侵权风险。

商标管理

- 积极进行战略培育，提升芒果品牌价值
- 对商标和品牌进行分级分类管理，确定核心品牌矩阵
- 不断夯实“芒果”品牌的法律基础，每月进行定期商标监测，对芒果近似侵权商标采取提起商标异议等维权措施，防止核心品牌被淡化
- 通过业务扩展业务路线，不断孵化新的衍生品牌，主品牌与衍生品牌之间互为推广媒介，实现品牌间的价值共升

专利管理

- 激励创新，并积极布局专利保护屏障
- 始终坚持以市场为导向，自主研发具有核心竞争力的创新产品，专利布局目前已基本实现从平台到内容、产品、技术、终端、用户、市场的全覆盖

商标专利管理

报告期内



公司及其下属子公司累计持有商标注册数量

4,355 件

持有软件著作权

290 件

持有作品著作权

1,089 件

申请专利

1,549 件

持有有效专利

558 件

审核中专利

805 件

其中，PCT 国际专利申请

4 件

公司商标申请

251 件

核准

105 件

公司专利申请

382 件

授权

210 件

公司对于作品进行全面保护，形成了立体化保护网络，实现了对公司各类知识产权资产的有效管理和实时追踪，为公司的知识产权开发与运营提供了有效的保障。

立项阶段

进行商标布局，提前锁占据潜在优质市场

内容制作阶段

进行严格版权链审核，并拟定了《公司版权链审核指南》，确保核心 IP 所涉元素来源合法、权属明确，为 IP 的产业链开发扫清障碍

创作完成阶段

及时进行版权登记，并规范作品署名以固定权利

播出内容阶段

进行实时盗版监测，防止盗播等侵权行为

知识产权立体化保护网络



责任采购与供应链管理



芒果超媒始终将供应链管理作为公司可持续发展的关键领域，致力于通过阳光采购、尽职调查等方式打造安全可靠的供应链体系。公司严格遵守“廉洁、诚信、透明”的采购原则，执行《招标采购实施细则》《非招标采购管理实施细则》等规范制度，确保采购流程合法、公开、公正。

供应链管理

公司积极接受供应商及客户的监督，有效防范商业贿赂行为，保障各方利益。芒果超媒通过“采一备一”“现货+预售”等模式与供应商共担风险，优化采购计划，实现柔性供应链管理，保障品质与及时交货。

芒果 TV 采购管理制度

制度中规定了供应商管理的归口部门、供应商选择的具体程序、供应商的评价机制以及供应商黑名单的范围及其建立和解禁的具体要求。

制度中规定了采购管理的范围、采购的组织机构及其职责、采购申请的流程、采购的类型及其实施的具体细则。

招标事前控制

- 竞争谈判 / 磋商的邀标供应商会由采购部门根据业务的实际情况在整个市场和供应商库中进行初筛，然后选择不少于三家供应商参与谈判。
- 招标办会对采购部门制定的标书初稿中的资质要求、采购内容及评标方法进行合理性审核，并由招标小组成员进行复核。
- 在发标书前，招标办会对采购部门所选择供应商的关联关系、风险状况及是否为黑名单供应商进行审查，审查完毕之后，标书由招标办发出。

招标事中控制

- 在开标前，评标小组首先会对供应商进行资质审查，资格审查合格的供应商才能进入评审阶段。
- 标书中除了硬性的资格要求外，还会要求参标的供应商签订诚信守法承诺书以及与公司在职员工无亲属关系的承诺函，规避关联风险。
- 评标过程随时接受纪检部门的监督并全程录音录像，保证会场纪律。

招标事后控制

- 招标后相关中标结果会由招标办公布，采购部门根据招标的结果及内容与中标供应商签订合同，合同内容由多部门共同审定后签订。
- 供应商在采购活动的执行过程由采购部门对接，并接受全体人员监督，采购活动执行完毕后，多部门会在供应商评价系统对供应商的执行情况进行评价，评价完毕后才可对最后约定的尾款进行支付。
- 招标办会根据所有供应商的评价结果进行评级管理。

招标阶段控制流程

案例 供应链商务 BD 的商家管理规则培训与实践

2024 年，小芒电商对供应链商务 BD 开展商家管理规则类培训，对商家管控规则进行全面梳理，组织商务 BD 进行小组讨论，分析实际工作中遇到的商家管控问题，并结合培训所学的规则提出解决方案，提升商务 BD 对规则的理解程度，确保商务 BD 按平台规则要求管理商家。本次对供应链商务 BD 的商家管理规则类培训取得了显著的成效，通过系统的培训内容、多样化的培训方式以及全面的培训效果评估，有效地提升了商务 BD 对规则的理解程度和实际应用能力，为平台的供应商管理工作提供了有力的支持，降低了平台因商家违规行为而面临的风险。

供应链安全

公司高度重视供应链安全管理，将保障供应链稳定与安全作为公司可持续发展的核心战略之一。针对平台商家开展专项培训，邀请行业专家、平台资深运营人员及法律专业人士担任讲师，通过直播、视频、图文等形式，实时讲解商家经营的关键要点和注意事项。有效规范了商家经营行为，降低了因商家违规行为带来的风险。

多品类供应商布局

在商品品类方面，小芒电商避免过度依赖单一品类的供应商。对于核心商品品类，会选择多家供应商进行合作。

安全库存设置

小芒电商根据商品的重要性、销售频率、供应稳定性等因素，合理设置安全库存。

物流合作伙伴选择

小芒电商选择多家可靠的物流合作伙伴，综合评估其服务质量、配送范围、运输能力等因素。

小芒电商供应链安全保障措施



案例 315 消费者权益日专项商家培训

随着消费者权益保护意识的不断提高，315 消费者权益日成为了社会各界关注的焦点。报告期内，小芒电商邀请行业专家、平台资深运营人员以及法律专业人士担任讲师，通过直播课程、视频课程、图文提醒的形式，实时讲解 315 期间商家经营的关键要点和注意事项。本次培训成功覆盖了平台全量商家，商家参训率达到 100%。在 315 消费者权益日期间，小芒电商平台未发生相关重点舆情，商家的经营行为更加规范，消费者投诉率明显下降，维护了平台的稳定运营和良好声誉。



小芒电商商家培训

平等对待中小企业

中小企业的活力与创新能力是行业持续发展的重要驱动力，因此，公司始终致力于与中小企业建立长期稳定的合作关系，共同推动行业的繁荣与发展。公司平等对待中小企业，积极构建公平、透明的合作环境。公司严格执行相关法律法规，积极保障中小企业合法权益不受侵害。报告期内，公司未出现逾期支付中小企业款项的情形。

行业交流与价值共创

芒果超媒积极推动媒体与娱乐产业的高质量发展。公司通过行业交流与合作，探索行业前沿趋势，同时，公司亮相戛纳电视节，展示中国文化与科技融合成果，为行业发展和价值实现贡献力量。

▶ 行业交流

公司通过积极的行业交流与合作推动媒体与娱乐行业的创新发展，举办和参与多项行业活动，加强与国内外同行的交流互通，共同探索行业前沿趋势。

案例 新技术沙龙：探索 AIGC 与产品创新的深度融合

2024 年 4 月，芒果 TV 新技术沙龙分别在深圳和北京举办。两日两城、由南到北，芒果 TV 产品技术团队与到场的新技术人才围绕产品创新、大模型、AIGC 应用等新技术进行了热切的分享与交流，此次活动充分展示了芒果 TV 新产品如何更好的和节目联动，实现内容价值最大化，芒果大模型等新技术，使现场参与人员获得颇多收益。



芒果 TV 新技术沙龙

案例 以香港国际影视展为平台，推动中华文化出海

2024 年 3 月，第 28 届香港国际影视展于香港会议展览中心正式开幕，吸引了超过 25 个国家和地区的 750 多家展商参展。公司携影视剧综等众多精品内容亮相。此前播出时稳居香港地区收视首位、被誉为“大湾区文化融合风向标”的《声生不息·港乐季》也再现了全场大合唱《东方之珠》等精彩片段。

芒果 TV 将继续加强海外传播，让中华文化更好地走向世界，让世界更好地了解中国。



芒果 TV 参加第 28 届香港国际影视展



案例 文化与科技融合的新质魅力

2024 第 61 届法国春季戛纳电视节 (MIPTV) 开幕。公司携中国首个 AI 导演爱芒、国潮电商平台小芒电商及多部影视剧综艺佳作惊艳亮相戛纳。中法建交 60 周年，中法关系亦在新甲子开年呈现蓬勃生机与活力。法国戛纳影节宫内，推介会台下人流涌动，芒果生态备受瞩目。通过公司展会热情推介，观众们被中国文化和科技融合的新质魅力感染。



科技亮相戛纳

案例 “滚烫长沙·围炉煮酒” 活动

2024 年 1 月由长沙市商务局指导，芒果超媒快乐购主办，芒果自营品牌“有样”青梅煮酒携手长沙 20 多家国潮老字号品牌打造的“滚烫长沙·围炉煮酒”活动，在长沙北辰三角洲大悦城启幕。此次活动得到了 20 多家长沙网红品牌跨界联合共振，不仅从情感上满足了消费者好吃、好玩的长沙期待，同时又最大化承接消费需求，将美食美景融入到本地生活中，以创新营销方式实现了城市消费的提质升级。



快乐购“滚烫长沙·围炉煮酒”活动

▶ 行业合作

公司始终致力于通过积极的行业合作推动媒体与娱乐产业的国际化发展。通过行业合作，公司不仅提升了自身的国际影响力，也为中华文化的海外传播贡献了重要力量。

案例 《乘风破浪的姐姐 越南版》成功落地

报告期内推介会上，芒果 TV 与越南头部媒体集团 YEAH1 举行战略合作签约仪式。此前，双方已合作落地《乘风破浪的姐姐 越南版》。节目播出后连续 15 期收视登顶，荣获越南国家电视台年度最佳综艺节目奖，同时以 33 家赞助商的数量创下越南综艺节目招商之最，取得商业与口碑上的全面成功。



芒果 TV 与越南头部媒体集团 YEAH1 举行战略合作签约



案例探索云制播与 AI 创新

2024 年 3 月，为了加强芒果 TV 产品技术团队对外交流与互动，不断提升技术实力，芒果 TV 联合腾讯云一起举办技术沙龙，邀请多位腾讯云技术专家共同探讨云制播、信息安全、视频行业的 AI 创新技术及落地可行性，分享最新的技术趋势和最佳实践，合作研发联合解决方案，增强芒果 TV 技术团队的竞争力。

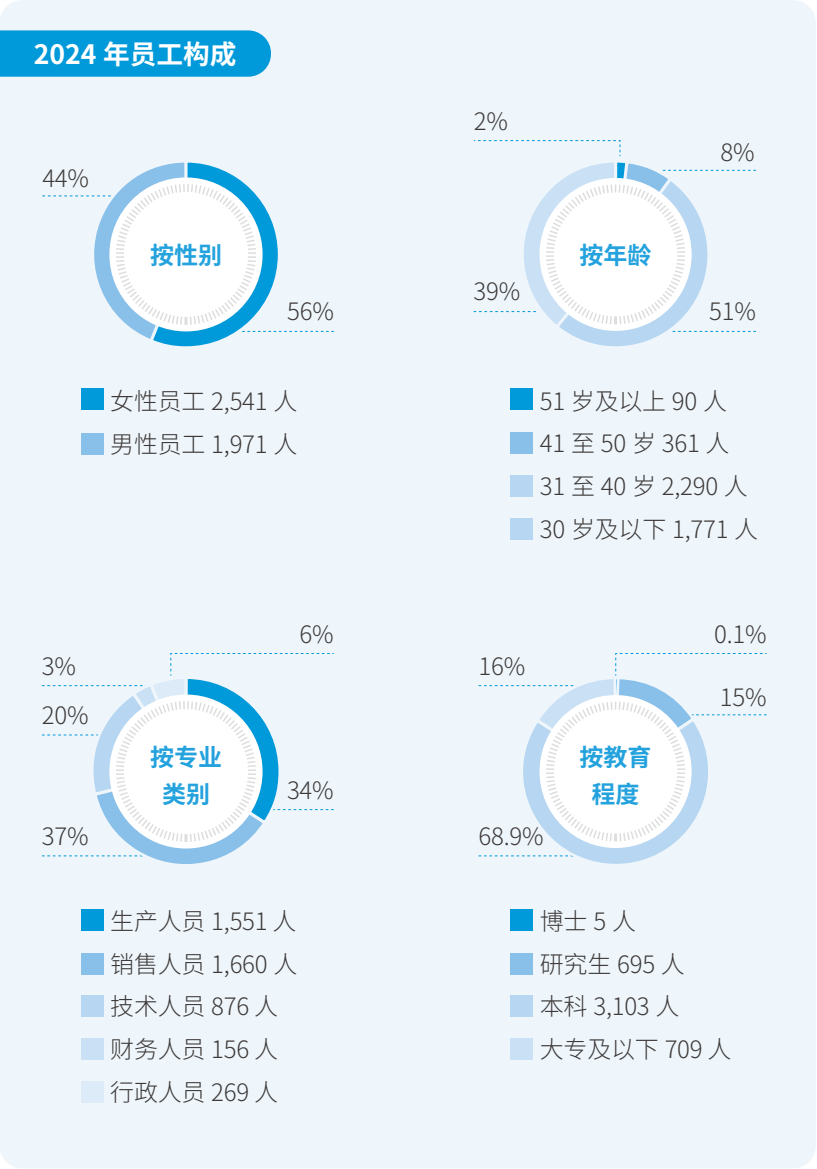


芒果 TV& 腾讯云 2024 技术交流分享会

员工成长与健康安全

芒果超媒始终秉持以人为本原则，弘扬“天生青春”文化，不断完善制度与机制，构建与战略业务深度融合的员工发展体系。公司建立了完善的人才引进和培养体系，积极保障员工权益，提升福利待遇，强化职业健康与安全，不断增强员工的归属感与幸福感。同时，公司通过多元化的人文关怀举措，持续提升员工的认同感，推动企业文化的稳步发展，提升品牌吸引力和人才凝聚力。

员工雇佣



关键绩效

报告期内
公司及其下属子公司员工
劳动合同签订比例为

100%

社会保险覆盖率为

100%

产学研合作

公司作为国内领先的媒体与内容平台，始终秉持着推动行业交流与社会价值实现的使命。公司通过积极举办多元化活动，不仅提升了自身在社会层面的影响力，更在行业可持续发展方面发挥了重要作用。近年来，芒果超媒不断深化产学研合作，通过与高校、科研机构以及行业伙伴的紧密协作，积极探索前沿技术与内容创新的结合点，致力于打造一个开放、共享、创新的行业生态体系。

案例芒果 TV 与中国传媒大学、上海科技大学等高校建立合作机制

报告期内，芒果 TV 加强与科研院所及高等院校定向合作，培养研究型人才，推动与高校建立联合实验室，集中攻关智能制播技术，打造下一代内容生产生态。

公司已分别与中国传媒大学、上海科技大学、湖南大学、长沙理工大学等高校建立了良性合作机制，在前沿虚拟技术、人工智能技术、5G 技术、创新应用、科技人才培养等方面进行多方位探索与实践。同时，联合重点实验室，积极参与国家级或省部级重大科研项目的建设，加大项目带头人和技术骨干的培养力度，进一步推进芒果 TV 创新团队建设和人才梯队升级。

公平雇佣

公司坚持公开、平等、竞争和择优的招聘及选拔原则，严格遵守《劳动法》《合同法》等相关法律法规，杜绝雇用未成年劳工，禁止强制劳动，并确保实现性别薪酬平等，坚定维护女性员工的合法权益，致力于为员工营造公平、和谐的就业及发展环境，确保所有员工不因宗教、性别、年龄、残疾等各种因素而受到差别化对待。公司制定《劳动合同管理办法》等内部制度，与员工建立合法、合规、平等的劳动关系，并形成员工行为规范。

薪酬体系

公司以价值贡献为核心，建立完善的薪酬体系，制定《薪酬管理办法》等相关制度，实现薪酬管理的精细化，并根据岗位目标的贡献、责任和风险，优化日常绩效考核机制。公司通过公平合理的薪酬激励吸引和保留优秀人才，为公司发展提供充足的人力资源支持，推动公司利益与员工利益的融合，共同促进经营目标的达成。

激励绩效申诉渠道与反馈机制

公司及子公司建立了完善的绩效反馈与申诉机制，通过系统化流程保障绩效管理的透明性和公平性。公司明确绩效结果的确认流程，包括结果确认时间、评分提交与审核，并设立绩效申诉渠道，允许员工对考核结果提出异议。申诉材料由专门工作组或负责人受理，进行全面调查，确保结果公正，并在规定时间内反馈处理意见。整个反馈与申诉过程严格保密，保障员工权益，促进公司与员工的共同进步。



案例 应用数字化平台打造透明高效绩效管理机制

小芒电商定期召开绩效沟通会议，线上数字化系统让员工随时查看绩效数据，员工接受同事、下属 360 度评价，综合分析形成全方位绩效画像，助其认识自身优缺点。如员工对绩效评估结果不满，可先与上级沟通，仍有异议可向人力资源部门提交申诉材料。人力资源部门成立申诉处理小组调查绩效评估各环节，规定时间内给出处理意见，不合理则调整结果并反馈，申诉过程和结果保密。申诉机制的有效提升了员工对绩效管理的认可度和信任感，促进了团队的凝聚力和工作效率的提升。

民主管理

公司注重企业民主管理，通过建立民主沟通渠道、定期开展员工满意度调查以及设立激励绩效申诉渠道，为员工提供了多层次、多途径的参与平台，旨在提升员工的工作满意度和凝聚力，也推动了公司管理的透明度与公平性。

民主沟通

公司秉持以人为本、透明公开的原则，拓宽多元化沟通渠道，依法保障员工的合法权益，确保员工在公司发展中发挥积极和建设性作用。公司通过成立工会，充分发挥沟通与联络的桥梁作用，深入倾听各层级员工的声音，关注其动态需求。针对员工提出的问题与挑战，公司积极协调各方资源，提供切实可行的解决方案。

职工代表大会

- 全面落实职工代表大会制度，不定期召开职工代表大会，全面听取广大员工的意见和建议
- 充分发挥员工民主监督作用，定期组织员工对管理人员进行民主评议

座谈会

- 建立普通员工和管理层之间的对话渠道，方便管理层直面问题，解答员工困惑，对建设性提议进行督办

恳谈会

- 广泛征求意见建议，深入开展谈心谈话，深刻查办突出问题

民主沟通渠道

满意度调查

公司注重员工的整体满意度，通过多种渠道和方式，持续关注员工的需求与反馈。在激励机制、职业发展、工作环境等方面不断优化，致力于打造高效、和谐的工作环境，促进员工与公司共同成长。



案例 “员工树洞” 活动 凝聚全员智慧

小芒电商创建了“员工树洞”问卷调查活动，本次活动采取完全匿名的方式，用树洞的形式给全体员工提供了畅所欲言的沟通渠道。员工通过该渠道可以倾诉公司内部目前存在的各种问题，或自己在工作中遇到的困扰，以及向公司提出宝贵建议，有效促进了公司内部的民主沟通。

员工关爱

公司始终关注员工需求，不断优化福利体系，修订《员工福利制度》，确保福利覆盖全体员工。公司致力于营造积极向上的工作氛围，提升员工的归属感与幸福感，以完善的人文关怀措施激发员工活力，助力员工与企业共同成长。

福利体系

公司积极关注并响应员工需求，持续完善福利体系，关注员工及其家庭的多元需求，努力营造温暖有爱的工作环境，提升员工的归属感与幸福感。



法定福利

基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险、住房公积金、法定休假



特色福利

意外伤害险、补充医疗保险、孝心假、亲情陪护假、年度体检、节日慰问、生日慰问、婚育慰问、住院慰问、丧葬慰问、退休慰问、夏日送清凉、防寒防暑慰问、困难员工帮扶、文体活动、企业年会、餐补等



职业健康

公司高度重视员工的职业健康管理，积极关注员工身心健康，通过定期组织健康讲座与疾病预防活动，提升员工健康意识，保障员工的职业健康安全。

案例 “爱国卫生月”，为员工提供全方位健康服务

2024 年 4 月，芒果 TV 在第 36 个全国爱国卫生月，联合商家为员工提供免费健康服务，包括眼睛护理、360 度视健康筛查服务、口腔健康检查、中医健康咨询及理疗服务等，提高员工的健康水平和生活质量，帮助员工建立科学、文明、健康的生活方式。



爱国卫生月活动现场照片



案例 “冬病夏治” 三伏贴活动

为缓解夏季常见的不适，提升员工健康水平，芒果 TV 于 2024 年 7 月至 8 月期间组织开展了三伏贴活动。活动旨在借助中医“冬病夏治”的传统疗法，帮助员工调养身体，提升整体健康状况。



三伏贴活动宣传图及现场图



女性关爱

公司始终关注女性员工的福祉，提供全面的关爱与福利支持。通过灵活的工作安排、健康关怀及特殊福利政策，确保女性员工在职场与生活中获得充分的尊重与支持。

案例 全国妇联指导《Women 不凡，致敬她力量》专项活动

芒果 TV 在中华全国妇女联合会宣传部的指导下，上线妇女节专项活动《women 不凡，致敬她力量》，鼓励女性勇敢追梦、向上成长。



《Women 不凡，致敬她力量》

案例 女性员工特殊保障

金鹰卡通公司工会为全体员工办理省直单位医疗互助暨女员工特殊疾病保障活动，不定期组织疾病预防和心理健康讲座，普及健康知识，为女性员工提供特殊疾病保障，最大限度地为女性员工提供身心健康保障。

困难帮扶

公司始终在员工遇到困难时及时提供关怀与帮助，通过慰问活动和帮扶支持传递温暖，彰显对员工的深切关怀，促进企业与员工的和谐共生。

案例 困难员工慰问活动

2024 年春节前夕，芒果 TV 开展困难员工慰问活动，共慰问患大病员工 2 人、困难员工 4 人，慰问金额共 2.5 万元。此次活动不仅传递节日问候，更体现深切关怀与支持，给予困难员工精神上的慰藉和鼓励。公司党委将持续关注困难员工生活，积极纾困解难，助力员工稳定与和谐。



文化建设

公司重视团队凝聚力的塑造，通过丰富多彩的文化活动和创新形式凝聚员工力量，最大限度满足员工的精神文化需求，不断增强员工作为芒果人的归属感与幸福感，为公司注入持续发展的动力。

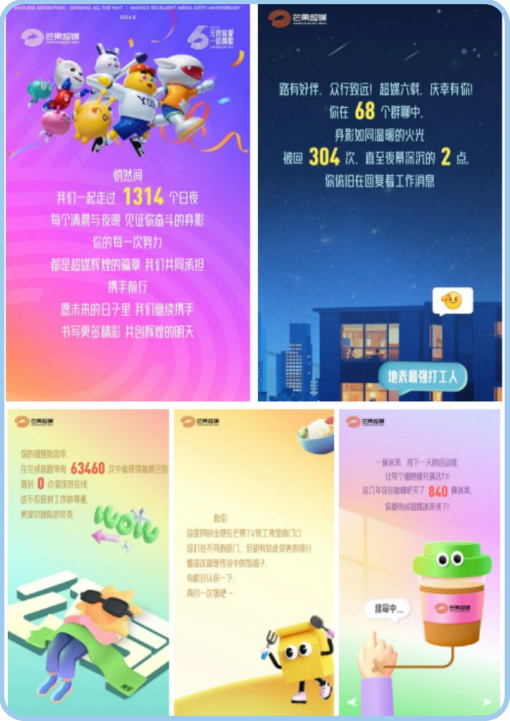


案例 “我和超媒的独家记忆” 个人报告 H5

2024 年 8 月，芒果超媒在六周年司庆之际发布了“我和超媒的独家记忆”个人报告 H5，为每位员工保存定制化的专属大数据记忆。该报告以“那些人人会忽略的美好细节，芒果大模型都会帮你记住”为理念，不仅记录了员工的独特瞬间，更彰显了公司对每一位员工个性化成长与贡献的珍视。



“我和超媒的独家记忆” 个人报告 H5



案例 “永远超级梦，不变芒果心”，芒果超媒六周年司庆

2024 年 8 月，芒果超媒举行六周年庆典，活动汇聚公司领导、员工代表，还邀请了用户和客户共同参与。公司组织了员工才艺展示、青芒学员合唱等互动环节，鼓励员工在芒果的平台上不断成长。在庆典上，领导们寄语芒果超媒要始终保持创新精神，传承敢闯、忠诚、青春的企业基因，强调芒果超媒不仅是一个内容平台，更是一个有温度、有社会责任感的文化企业。此外，活动还特别邀请了来自世界各地的芒果粉丝及公益项目儿童，让员工与用户、社会群体共同见证企业的成长。



六周年庆典现场



▶ 人才培养

公司致力于为员工提供广阔的成长空间与多元化的发展路径。通过完善的人才发掘与晋升机制、创新的人才培养举措，公司不断激发员工潜能，助力个人成长与组织发展同频共振，打造充满活力的人才生态。

人才吸引

公司不断创新人才获取方式，拓宽招聘渠道，以开放、多元、高效的方式吸引优秀人才。通过线上线下相结合的招聘模式，公司提升雇主品牌影响力，确保更多人才了解并加入公司，共同推动企业与个人的协同发展。

案例 第九届“芒果青年说” 开启芒果青年大实验

第九届芒果青年说“芒果 TV 跃升计划专场”青年创业 IPO 路演在七彩盒子 D 演播厅举办。本届“芒果青年说”以“一个创意就能抵押融资”为主题，秉承“真投资、真孵化、真产出”，还原从 0 到 1 的创业过程，设置内容新方向、商业新玩法、用户新增长、星火计划、业态新空间、X 赛道等 6 个基本赛道，共征集超 3,000 个项目方案，创历史新高。自 2024 年 7 月份以来，历经“大咖小灶”宣讲会、种子轮选拔、A 轮投资会、青年创业周辅导、B 轮青年创业投资展、C 轮专家质询会等环节，最后共有 14 个优秀创业项目亮相 IPO 路演，向投资人展现其从“创意提案”到“创业项目”，再到“创新成果”的成长与蜕变。

本次“青年创业 IPO 路演”分为商业模式赛道、平台创新赛道和内容互动赛道 3 个赛道进行展示。100 位投资人各持 100 万“现场投资额度”，根据 14 个创业项目的进展情况、核心亮点、商业模式等维度进行评估和投资。最终，8 个融资比超过 100% 的项目成为“芒果 TV 青年创业孵化基金种子项目”，其余 6 个项目也签约为“芒果 TV 青年创业孵化基金重点项目”，后续将持续优化方案，融资落地。



发掘晋升

公司拥有完备的人才发掘与晋升机制，设立“管理、专业和支持”三大职业发展通道，旨在使员工的职业目标与公司需求及战略方向保持一致，推动公司与员工共同成长。公司尊重员工职业发展道路选择，建立了内部轮岗机制，提供跨公司调动、跨部门调动、专业晋升及内部竞聘等多种发展路径，为员工自我提升创造有利条件。

案例 青芒计划·文化 + 科技季

青芒计划·文化 + 科技季首次由湖南卫视、芒果 TV 双平台联合招聘，是双平台积极响应湖南广电“加快文化和科技融合，更好地担负起新的文化使命”战略部署的人才战略行动。2024 年 4 月启动后，历经长沙、广州、北京、西安四大城市校园宣讲，共接收简历 2.7 万份，实现“量的稳定增长和质的有效提升”。启动现场 200 余名朝气蓬勃的青芒新生均是来自海内外顶尖院校的优秀学生，他们一路过关斩六将，从悉尼、墨尔本、北京、上海等地奔赴而来，怀揣着对芒果的憧憬和热爱，即将踏上人生新旅途。



案例 四平台联动竞聘

2024 年，公司开展四平台联动竞聘，鼓励并支持想干事、能干事、干成事的青年员工脱颖而出，担任更加重要的工作角色，选拔了多名 90 后年轻干部，有效落实“芒果青年英才计划”，培养后备力量，同时积极对接“青芒计划”，打造新生力量，不断激活人才活力，让才人、能人站上舞台中心。

案例 公司内部创业者征集令

为大胆启用年轻人才，小芒电商打通了从基层员工 - 部门负责人 - 总办会成员的晋升路径，同时面向公司全员发布创业者征集令，采取竞聘上岗、双向选择等机制，给予更多青年优秀人才实现价值的机会。员工提出方案，一旦评审通过后，即可成为赛道负责人，从而充实青年优秀人才到关键岗位。

案例 首场产品技术人才招聘直播

2024 年 10 月，芒果 TV 首次开展产品技术人才招聘直播，通过线上互动的方式，让候选人直观了解团队氛围、用人标准和发展机遇，吸引更多优秀产品人才加入。直播累计观看人数超 2 万、互动数超 5.6 万，直播 2 小时收得一线优质简历 100 余份，不仅提升了招聘效率，也进一步增强了雇主品牌影响力。



直播宣传海报及直播间画面

培训提升

公司重视员工的持续成长与发展，围绕公司战略规划与业务需求，持续完善人才培养体系。依托员工培训管理制度、线上学习平台、内部师资库等核心资源，为员工构建覆盖全职业周期的培训体系，涵盖专业技能、管理提升、业务创新等多个维度，确保各业务线员工持续成长。

培训类别	培训对象	培训内容	培训基石
通识培训	全体员工	定期开展“芒果充电站”培训，包括 PPT、EXCEL、公文写作、职场沟通与表达、数据思维、商务礼仪、形象管理等，提升公司和员工的工作效率和竞争力，更好地适应职场环境	
业务培训	全体员工	通过剖析行业趋势、市场动态和业务流程，从内容、产品、技术、运营、市场、商务、职能等版块匹配内外部课程师资，旨在使员工全面掌握所需的专业知识和实践技巧	
人才发展培训	新员工、实习生	组织“芒果第一课”“芒好玩特训营”等培训，从企业发展、业务规划、通用制度等方面，让“新人”快速转变为符合公司战略发展需要和芒果文化价值认同的储备人才	员工培训管理制度 线上学习平台与资源 内部师资库
	专业突出人才	策划“内训师课堂 / 分享会”“快乐青年军”等培训，对专业人才进行经验开发及传播	
	中基层管理人员	策划“管理人员培训”等项目，通过管理测评、课程学习、经验开发等方式，提升管理人员领导力、创新力、战略思维等素质，进一步完善管理团队的建设	
资格认证培训	部分关键岗位	积极组织员工参加相关部门要求的继续教育，并获取 90% 以上的资格证，提升员工工作规范性及业务能力	

公司人才培养体系

年度培训情况

关键绩效



芒果 TV 培训发展中心全年共策划组织

141 场培训

其中产研占比

48%

内容占比

21%

其他占比

31%

合计

419.2 课时

共覆盖

4,657 人 / 次

培训数量较往年提升

30%

培训计划完成率

100%

满意度为

97.3%

案例 员工内部在线学习平台

2024 年 12 月，芒果 TV 员工内部在线学习平台“芒果平台”正式上线，旨在系统性提升员工智能学习体验。平台目前已成功上线了近 100 门线上学习课程，上线 3 天总课程点击量超 4 千次，员工累计学习时长近 4 万分钟，员工人均学习时长超 30 分钟。这一创新平台极大地提升了员工的学习积极性和专业素养，推动了公司整体员工技能水平的提升。



芒果 TV 员工内部在线学习平台

案例 芒果学术咖啡厅

“芒果学术咖啡厅”作为芒果培训首个主题培训沙龙，首期邀请到著名作家、复旦大学人文学者梁永安，聚焦《当代青年文化与个人成长》，带来了一场极具深度与启迪的分享，线上线下共 500 余人参与学习，成功搭建起了知识传递与思想交流的桥梁，让芒果青年在智慧的启迪下，对当代青年文化有了更深刻的理解。



芒果 TV 学术咖啡厅

案例 青芒特训营国际大师课

2024 年 9 月，公司特邀英国知名模式研发专家开启为期两天的“1% 国际大师课”，针对青芒新人打造专属的创意思维训练及实践课程，助力青年人才快速成长。“国际大师课”是双平台创新研发中心「芒着创新」赋能体系的重要年度计划，旨在整合海内外专家资源，推动创意交流与内容研发的深度合作。



国际大师课



案例 芒果青年人才计划培训

2024 年，芒果 TV 开启青年人才计划培训，聚焦企业管理领导力的提升，设置了体系化的培训方案，包含湖南大学 Mini MBA、大师课等丰富课程，搭建了芒果中基层储备干部课程体系，为打造一支“懂战略、善管理、精业务”的管理人才队伍打牢基础。



芒果 TV 青年人才计划培训

应急管理

公司在安全管理方面建立了完备的应急预案和事故管理机制，制定了《消防应急预案》《反恐防爆突发事件应急预案》等，确保在突发事件发生时能够迅速响应并有效应对。同时，公司严格落实全员安全培训及应急演练，以“国家安全日”“安全生产月”“消防宣传月”等时间点为契机，持续提升员工的安全意识和应急能力，全面做好各项安全工作，预防和减少安全隐患，保护公司员工及财产安全。



关键绩效

报告期内

公司累计开展安全检查

28 次

其中子公司金鹰卡通累

计开展安全检查

16 次

案例 消防演练与消防安全培训

报告期内，芒果 TV 组织消防疏散演练，并特邀专业教官进行消防知识培训，通过案例讲解火灾预防、初期火灾扑救、灭火器材使用、自救逃生和正确报警等内容，提醒员工注意用火、用电安全，树立防患于未“燃”的理念。培训后，员工参与灭火实操，掌握了灭火器、防火面罩的正确使用方法，有效提升了消防应急能力和逃生自救技能。



芒果 TV 开展消防演练

案例 国家安全日宣传

围绕“总体国家安全观 创新引领 10 周年”主题，芒果 TV 通过公司内部宣传屏、工作群，运用图文、视频等形式，宣传总体国家安全观。安全保卫部在国家安全教育日前后，组织安保人员培训并进行反恐安全演练，增强安保团队维护国家安全的使命感和责任感。



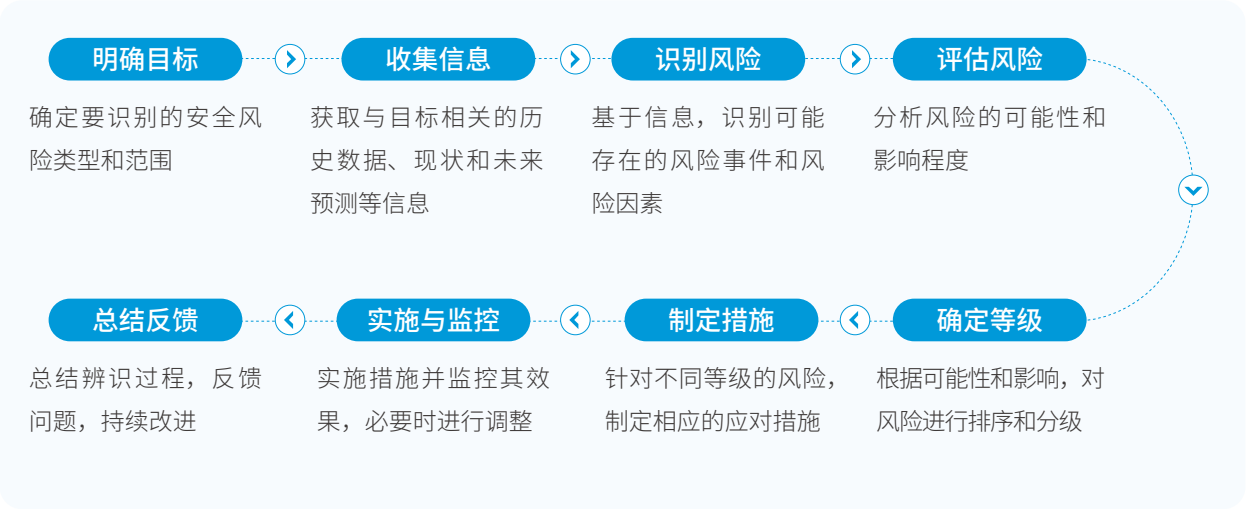
安保人员进行反恐安全演练

安全保障

公司始终将员工安全放在首位，通过科学的安全风险识别与应急管理体系，确保全面的安全保障。公司不断完善风险管控制度，建立健全的应急预案，并通过定期培训与演练，提高员工的安全意识和应急能力，最大限度地预防和应对潜在安全隐患，保障员工生命财产安全。

风险识别

公司高度重视职业安全风险管理，致力于建立完善的安全风险识别与评估体系，并通过科学的风险评估流程，准确识别潜在安全隐患。公司制定了风险管控相关制度，采取有效措施预防和控制各类安全风险，保障员工的职业健康与安全。



安全风险识别流程

乡村振兴与社会贡献

作为党媒国企，芒果超媒始终坚守社会责任，积极投身乡村振兴、公益慈善、教育帮扶、生态保护等多元公益实践。依托自身平台优势，公司持续推动优质内容赋能乡村发展，关怀弱势群体，助力教育公平，通过公益行动汇聚爱心、传递温暖。芒果超媒将继续发挥媒体力量，凝聚社会共识，携手各界共创美好未来。

乡村振兴

公司积极响应乡村振兴战略，充分发挥自身在文化传播、媒体内容和新媒体平台方面的优势，通过创新性的文化项目推动地方经济与文化的融合发展。公司致力于将乡村特色文化和地方资源转化为具备长远发展潜力的经济动能，为推动乡村振兴提供了创新的路径与实践。

以文塑旅、以旅彰文

近年来，芒果超媒持续围绕“乡村振兴”时代主题打造内容矩阵，以媒体力量助推乡村发展。《云上的小店》走进浏阳市小河乡、走进平江县伍市镇，以沉浸式视角展示乡村振兴成果；《湖南好有味——中国粮·湖南饭特别节目》《去湘当有味的地方》贯彻习近平总书记关于树牢“大食物观”的重要指示精神，助力地方特色产业推广；《乡村合伙人》发掘当地特色文旅产品，全方位推动乡村旅游的发展。未来，芒果超媒将进一步发挥平台优势，助力乡村振兴和可持续发展。



《去湘当有味的地方》



案例 《花儿绽放》开辟乡村振兴新路径

芒果 TV 热播的中国乡村女性励志竞技综艺《花儿绽放》，以乡村女性为核心，结合地方特色文化，打造综艺+文旅创新模式，提升地方文化影响力，同时借助流量平台推广乡村旅游。节目收视率稳居同时段第一，受到文旅部、国家民委及主流媒体的肯定，《环球时报》认为该模式为乡村振兴提供了新路径。



《花儿绽放》宣传海报



家乡有好物，花儿来推荐”直播

在《花儿绽放》总决赛收官之际，节目携手快乐购推出“家乡有好物，花儿来推荐”乡村振兴公益助农大直播，本次直播持续 9 小时，助力新疆阿克苏苹果、山西玉露香梨、广东新会陈皮、山东阿胶糕、江苏阳澄湖大闸蟹等地方特色农产品销售，吸引大量消费者关注与购买，有效拓宽农产品销售渠道，助力农民增收，助推地方特色产业发展。



案例 助力“文化润疆”，推动乡村振兴发展

2024 年 9 月，公司调研组赴新疆吐鲁番，围绕文化润疆、文旅融合、宣传推广等展开深度交流。调研组走访吐鲁番博物馆、鄯善县等地，考察文物保护利用和文旅资源开发情况，并与当地宣传文旅部门探讨纪录片、短剧创制、国际传播、文物数字化等合作方向。湖南广电长期深耕文化传播，依托内容生产优势，为吐鲁番提供优质的宣传支持，助力地方特色文化推广。未来，芒果超媒将进一步发挥新媒体平台的影响力，以创新内容助推吐鲁番文旅资源转化为经济动能，推动文旅融合发展，让文化价值真正赋能当地产业。



调研组赴吐鲁番访问



▶ 爱心传递

公司通过“互联网+”模式赋能慈善组织，搭建芒果公益平台，倡导“天生有爱，‘益’起发光”的理念，传递人人有爱、人心向善的精神，鼓励每位用户用微光传递温暖，照亮他人。芒果超媒通过芒果公益平台，积极投身于应急救援、关爱弱势群体和倡导社会责任等公益慈善事业，号召并带动了广泛的社会力量共同参与，充分展现了企业的社会责任感与担当。

关键绩效



报告期内

芒果公益平台累计注册公募慈善组织

46 家

上线公募慈善项目

105 个

募款总额超

2,632 万元（含线下捐赠）

参与捐款超

12.4 万人次



案例 紧急响应抗洪救灾

2024 年 6 月中旬，湖南省突发洪涝灾害，芒果公益平台迅速响应，联合中国红十字基金会、湖南省青少年发展基金会等机构，启动了五大抗洪救灾项目，涵盖“闻‘汛’而动 抗洪救灾”、“抗洪救灾 希望同行”等内容。平台通过 PC 端、APP 及移动端等渠道，全方位推广项目，积极动员社会爱心力量。项目吸引了上万名参与者，筹集善款超过 80 万元，为灾区救援、物资供应及基础设施修复等提供了及时支持。2024 年 12 月，芒果公益平台荣获湖南省慈善总会颁发的“慈善助力防汛救灾”爱心机构荣誉。



芒果公益平台抗洪救灾项目



案例 关心少数民族儿童 关怀特殊群体儿童

2024 年初，芒果 TV《声声不息·家年华》节目特别关心少数民族儿童和特殊群体儿童群体。芒果公益平台携手中国社会福利基金会芒果 V 基金“一起唱快乐音乐教室”公募项目，邀请藏族、维吾尔族、彝族等少数民族儿童与韩红同台演唱《唱支山歌给党听》，用音乐传递梦想与希望。节目中还专门设置环节介绍该公益项目，观众通过二维码了解更多信息，感受音乐的魅力和公益的力量。歌手周深演唱《听》，引起公众对听障儿童的关注，并展示“益起唤醒小耳朵”项目，不仅提升了公众的公益意识，也为少数民族和听障儿童群体带去更多关注和支持。



芒果 TV《声声不息·家年华》节目截图



案例 关爱地贫公益行动十周年主题活动 入选“2024 中国新媒体公益十大优秀案例”

2024 年 5 月，第 31 个“世界地贫日”当天，芒果 TV 联合中国社会福利基金会、芒果 V 基金等单位，发起了“爱心‘湘’伴 筑梦脱‘贫’——湖南关爱地贫公益行动十周年主题活动”。活动通过线上 H5 和线下活动，普及地贫防控知识，并推出公益短片《“加油”的旺仔，加油！》，展现 4 岁地贫患儿抗病乐观态度，激发社会对地贫群体的关注。活动吸引了多个爱心单位和企业捐款近 200 万元，帮助湖南省内困难地贫家庭的患儿接受治疗。2025 年 2 月，该项目入选“2024 中国新媒体公益十大优秀案例”。



关爱地贫公益行动十周年主题活动海报及捐赠仪式



案例 公司艺人参与“半个微笑”项目 公益帮助“星星的孩子”

“半个微笑”是以自闭症孩子的画作为产品元素的原生艺术品牌。10 年深耕垂直于自闭症人群就业，建立公益职业化体系，持续帮助孩子走向社会。



艺人参与“半个微笑”公益项目



▶ 教育公益

公司充分发挥平台优势，以年轻化的创新表达回应时代命题。通过多样化的形式和广泛的社会合作，芒果超媒始终关注学子成长，并致力于提升青少年的社会责任感和公益意识，帮助他们建立正确的价值观和社会责任感。

案例 2024 “微芒成阳” 芒果公益助学季活动

2024 年 8 月，芒果公益平台启动“以爱之名 生生不息——2024 ‘微芒成阳’ 芒果公益助学季”活动。此次活动联合了中国器官移植发展基金会、湖南省慈善总会、湖南省青少年发展基金会和湖南省残疾人福利基金会，重点推广四大助学公募项目。线上通过互动 H5，挖掘励志学子的求学故事，广泛链接社会爱心资源。同时邀请湖南卫视主持人李锐和艺人赵昭仪担任“微芒公益大使”，积极呼吁社会各界关注公益助学。线下通过在世界之窗设立公益助学打卡点，吸引众多市民参与。活动通过线上线下互动，吸引了 4,316 人次参与，筹集善款超过 31 万元。



“以爱之名 生生不息” 活动宣传图



案例 金鹰卡通授牌成为“湖南省少儿交通安全教育基地”

2024 年 3 月，金鹰卡通正式授牌成为“湖南省少儿交通安全教育基地”，同时，麦咭被聘为“湖南省青少年交通安全小卫士”。此次活动通过湖南省公安厅交通警察总队的支持，旨在提高青少年的交通安全意识。金鹰卡通将利用其广泛的影响力，通过生动有趣的方式普及交通安全知识，帮助孩子们建立科学的交通安全观念，推动文明交通文化的普及。



金鹰卡通交通安全课、授牌现场



▶ 志愿活动

公司积极鼓励员工参与各类志愿服务，通过提供资源与支持，助力员工在投身公益、奉献爱心的同时，实现个人成长与自我价值。

关键绩效



报告期内

芒果 TV 累计志愿活动次数

10 次

累计参与人次

2,337 人次

累计服务时长

926.3 小时

天娱传媒累计志愿活动次数

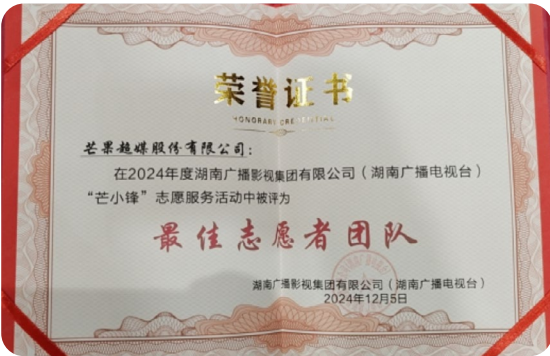
12 次

累计参与

93 人次

累计服务时长

1,488 小时



公司及子公司志愿活动相关荣誉



案例 芒果志愿者亮相湘西龙山

2024 年 5 月，芒果超媒志愿者参加了湖南省红十字会在湘西龙山举办的庆祝中国红十字会成立 120 周年活动。来自公司的 24 名志愿者组成代表队，参与了演讲赛和趣味运动会等环节。志愿者们分享了感人的志愿服务故事，芒果超媒团队更是在趣味运动会中获得团体亚军奖杯，彰显了青春活力与团队凝聚力。此次活动不仅展示了芒果超媒志愿者的社会责任担当，也提升了公司形象，增强了员工的集体认同感，推动了公司志愿服务精神的传播。



芒果超媒志愿者服务队、趣味运动会团体亚军奖杯

案例 中华慈善日趣味问答挑战赛

2024 年 9 月，芒果公益平台在第九个“中华慈善日”推出了“慈善知识知多少，趣味问答挑战赛”，旨在通过互动答题形式普及新修改的《慈善法》，使慈善法律知识更加易于理解与接受，提高公众特别是青少年群体对慈善法律的认知以及对慈善事业的关注和参与。



中华慈善日趣味问答挑战赛宣传海报

案例 “久久做好柿” 艺人深入公益一线

公司艺人参加“久久做好柿”项目，深入公益一线，亲自探访公益项目地，讲述公益故事，携手公益机构开启“公益云探访”“传递公益理念，带动更多的人一起做好事，让善行长久传承，让爱与温暖成为永恒的旋律。



艺人参与“久久做好柿”公益项目

案例 守护非遗 《小小守艺人》的奇妙旅程

《小小守艺人》在一集集动画故事中，少年主人公们在守护非遗的过程中逐渐成长，而这种成长也在荧屏之外感染着更多年轻观众——让孩子们学会敬畏传统、守护文化，进而成为文化遗产的中坚力量。



《小小守艺人》

环境责任

我们的理念

芒果超媒积极践行绿色发展理念，将生态环境保护与应对气候变化纳入核心战略，深度融入“双碳”目标指引下的可持续发展实践。公司通过完善环境管理体系、强调绿色低碳运营、环保文化宣传等举措，持续推动绿色低碳转型，为全球气候行动贡献企业力量。

我们的行动

- 环境保护与气候应对
- 能源管理与资源节约

我们的成效

芒果超媒将“绿色传播”理念贯穿内容生产与产业运营全链条，依托媒体融合生态优势，积极探索文化与科技深度融合下的低碳发展路径，积极履行生态文明建设责任。报告期内公司共产生二氧化碳排放 10,895.15 吨，能源总量 1,708,885.43kgce；持续推动节能降耗技术升级，优化公司办公用能习惯，降低能源消耗强度；通过《江河日上》《熊猫一家人》等精品内容创作传递生态文明价值，宣传环保题材呼吁群众对于环境保护与生物多样性加以重视。

响应的联合国可持续发展目标（SDGs）



环境保护与气候应对

芒果超媒作为新型主流媒体集团，始终将“绿色传播”理念贯穿内容生产与产业运营全链条，依托媒体融合生态优势，积极探索文化与科技深度融合下的低碳发展路径。

环境管理

公司重视环境管理，组建公司环境保护组织架构，明确环境治理权责体系，将绿色运营目标纳入绩效考核机制。未来，芒果超媒将持续以组织力强化执行力，推动绿色基因融入企业决策与业务创新各环节，为行业输出兼具传媒特色与科技智慧的可持续发展范式。

关键绩效

报告期内

公司未因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚或被追究刑事责任，无环境突发事件发生。

公司充分发挥互联网视听平台的社会影响力，通过精品内容创作传递生态文明价值，以数字化技术创新驱动绿色运营，宣传环保题材呼吁群众对于环境保护与生物多样性加以重视。

案例 环保题材电视剧《江河日上》，书写生态文明建设

报告期内，芒果 TV 制作播放环保题材电视剧《江河日上》，是文艺作品根植于环保创作土壤的一次实践。电视剧描述政府工作者积极探索生态环保之法，落实城市改造、水污染治理、土壤修复、湿地建设等一系列环保项目，用环保事业的发展推动人民的幸福生活，展现了新时代生态文明建设的生动画卷。这部作品直面生态问题，关注新时代生态文明建设，不断增强全社会生态文明建设的自觉性和主动性。

《江河日上》播出后收获不俗的口碑与热度反响，CSM 全天省级卫视收视多日 **第一**

各类话题累计登陆全端热搜 **100+** 次

15 天短视频主话题播放量超 **60** 亿

其中抖音主话题单日增长高达 **4.47** 亿

且多次登顶抖音、猫眼、云合、德塔文等渠道榜单 **TOP1**

芒果 TV 与中国环境深度合作，推出《江河日上》系列联名海报，围绕“蓝天、碧水、净土”的主题，在保护母亲河日、植树节等重要节点释放，宣扬剧集的环保理念，深化观众对于环保的认知，共同守护绿水青山。



《江河日上》环保海报

案例 大熊猫科普节目《熊猫一家人》，保护生物多样性

报告期内，芒果 TV 联合中国大熊猫保护研究中心共同推出《熊猫一家人》大熊猫科普纪实节目，节目用治愈力十足的内容满足着大众“云吸熊猫”的需求，同时也以实习饲养员们发现、学习和体验的青春视角，呈现大熊猫保护工作的细致点滴，感受无数“熊猫人”的付出与努力，以及中国为世界生物多样性保护写下的精彩答卷。节目中呈现出的这份工作的专业性和价值感吸引大量年轻观众的关注，展现中国在大熊猫这一“旗舰物种”保护层面取得的显著成效，提升野生动物保护与发展领域涉及的公众意识。



《熊猫一家人》

▶ 应对气候

公司将应对气候变化作为践行环境责任的核心议题，积极响应国家“双碳”战略部署，探索媒体行业低碳发展路径，系统推进节能减排措施。公司构建对于气候变化的核心管理架构，通过第三方专业机构调研优化气候风险管理体系，强化内部碳足迹追踪，逐步完善环境数据披露机制，将低碳理念贯穿于运营全流程。



案例 “春山万里绿春风”，义务植树主题党日活动

2024 年 3 月，由芒果超媒等共同组织开展的“春风万里山山绿”植树节主题党日活动在长沙县开慧镇葛家山村举行。200 多位党员、干部、职工和当地村民一起参与植树活动，合力栽下油茶树、香樟树、楠木、桂花树等约 600 余株苗木，以实际行动助力乡村绿化，践行“绿水青山就是金山银山”理念。芒果超媒已连续 12 年坚持义务植树，不仅改善生态环境，也通过平台传播力，号召社会各界共同参与生态文明建设。



志愿队植树活动



芒果超媒秉持绿色发展理念，通过全面优化能源管理、强化水资源利用效率及推行包装材料减量化措施，积极履行环境责任。未来，公司将继续贯彻绿色管理理念，不断优化资源利用效率，助力实现低碳可持续发展目标。

▶ 能源管理

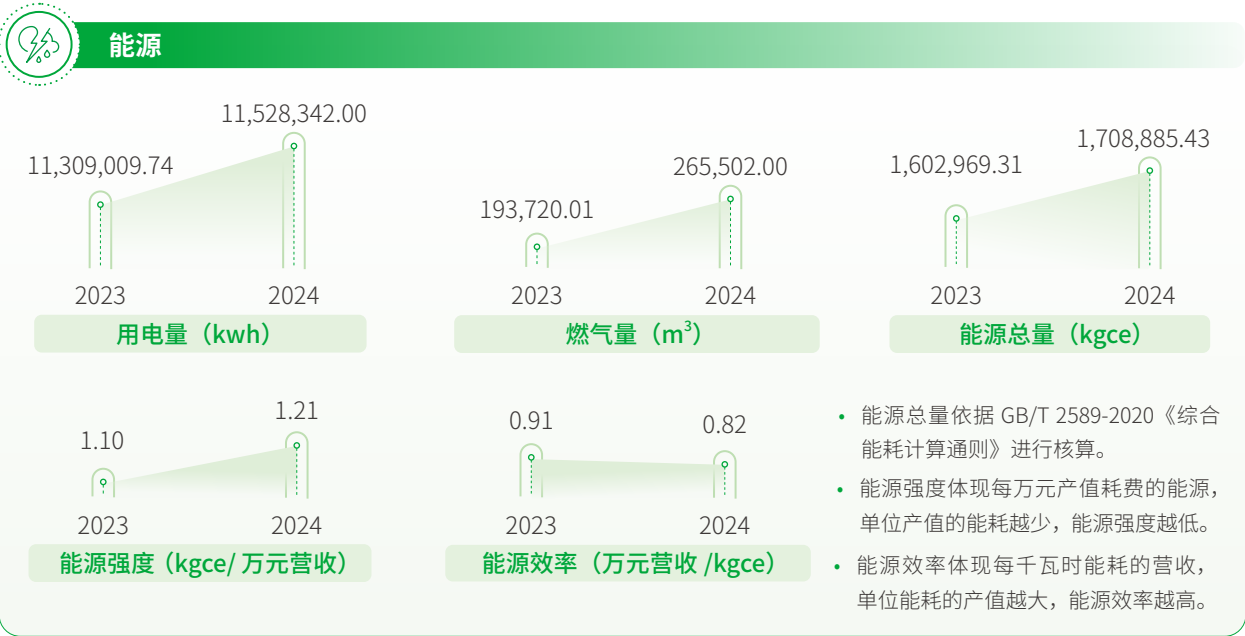
公司持续推动节能降耗技术升级，优化公司办公用能习惯，降低能源消耗强度。公司注重在日常工作中推广节能意识，鼓励员工减少能源消耗，通过内部培训、宣传活动和在办公区域张贴醒目提示，提高员工对节能重要性的认识，让节能成为每个人的自觉行动。在日常工作中，公司鼓励员工寻找优化流程的机会，减少不必要的能源使用，避免长时间待机设备和减少非必要的照明。

案例 快乐购降低空调能耗使用

2024 年，快乐购将往年空调的自动运行模式改为自动加人工调节运行模式。在定时开关机的情况下根据办公室的实际温度，公司值班电工实时调整空调出水温度，比如早晚空调水温相对比中午时间段中央空调水温设置高一度左右等，以降低空调运行负荷达到节能降耗目的。在日常工作中增加巡查力度，及时关闭办公区门窗和关闭无人的办公室空调末端，减少空调冷气的流失和损耗，降低空调运行电能消耗。



环境绩效



1,602,969.31

2023

1,708,885.43

2024

能源总量 (kgce)

1.10

2023

1.21

2024

能源强度 (kgce/ 万元营收)

0.91

2023

0.82

2024

能源效率 (万元营收 /kgce)

- 能源总量依据 GB/T 2589-2020《综合能耗计算通则》进行核算。
- 能源强度体现每万元产值耗费的能源，单位产值的能耗越少，能源强度越低。
- 能源效率体现每千瓦时能耗的营收，单位能耗的产值越大，能源效率越高。



23.59

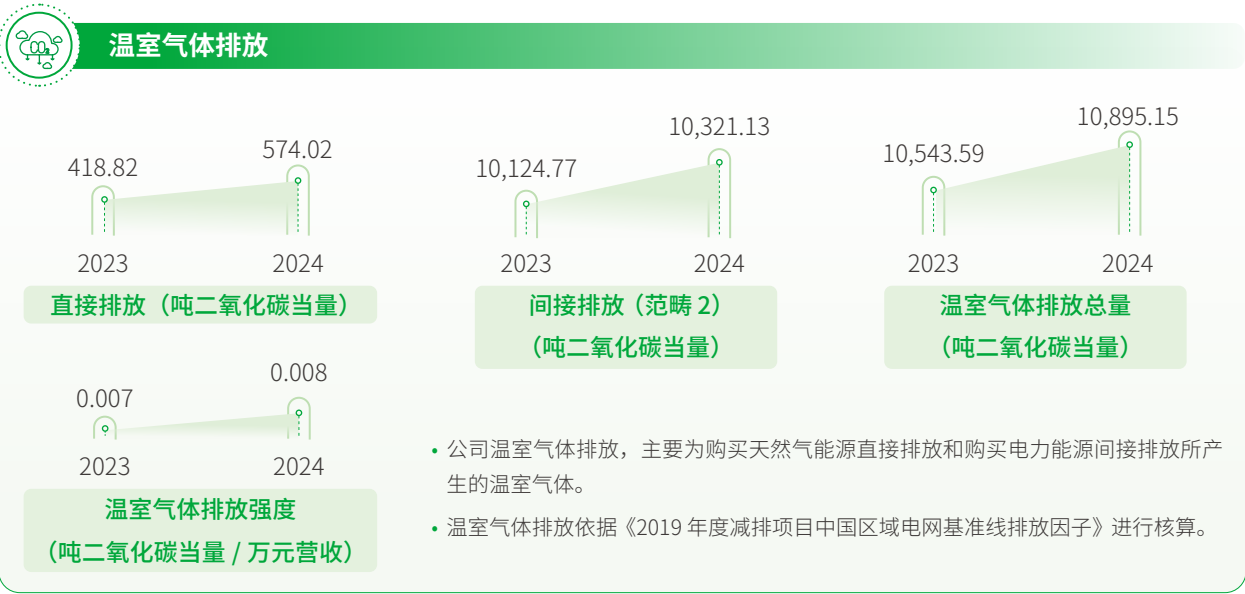
2023

22.13

2024

水资源效率 (万元营收 / 吨)

- 水耗强度体现每万元产值耗费的水资源，单位数值越小，水资源强度越低。
- 水资源效率体现每吨水资源的营收，单位数值越大，水资源效率越高。



10,543.59

2023

10,895.15

2024

温室气体排放总量
(吨二氧化碳当量)

0.007

2023

0.008

2024

温室气体排放强度
(吨二氧化碳当量 / 万元营收)

- 公司温室气体排放，主要为购买天然气能源直接排放和购买电力能源间接排放所产生的温室气体。
- 温室气体排放依据《2019 年度减排项目中国区域电网基准线排放因子》进行核算。

资源使用

公司合理利用水资源，主要用水为生活用水，并建立用水监测与管理机制，强化节水措施，推动水资源循环利用，减少运营过程中的水资源浪费。公司鼓励每位员工在日常工作中实践节约用水的习惯，通过内部宣传提高员工对节约用水重要性的认识，鼓励员工在洗手、饮水和其他日常活动中减少水的使用。

金鹰卡通

- 安装节水型水龙头和便池水箱，减少每次使用时的用水量
- 在绿植养护和保洁工作中采用节水工作方法

快乐购

- 杜绝用桶装水洗杯子现象，定量供应，预计全年较预算减少水费 0.2 万元左右
- 每月严格核对抄表数据，根据同比和环比数据进行分析水费是否异常，如出现增量异常及时排查原因，进行维修处理减少跑冒滴漏现象

水资源节约措施

在物流与包装环节，公司积极探索环保方案，优化包装设计与材料选择，实现包装材料的减量化与可持续化管理。金鹰卡通在儿童产品与线下儿童乐园的设计上提倡绿色可持续理念，降低公司运营过程中对环境的影响。例如，金鹰卡通研发的麦咭部分产品相关材质使用可降解材质，更加环保。公司还推广使用视频会议，资料上传至 iPad 或电脑，日常办公倡导双面打印、点断式用纸等绿色、节约办公措施，以减少纸张能源消耗和提高资源利用效率。

节约用水标语

节约用纸标语

结篇

▶ 亮点节目

综艺类

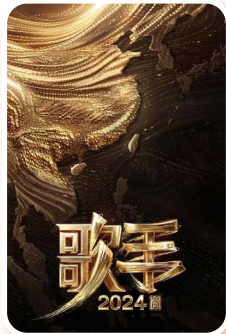


《歌手 2024》

输出高品质音乐、正向价值观和
中外文明交流互鉴的生动场景

响应议题

价值引领 技术创新



《乘风 2024》

助力思考女性力量、传统文化

响应议题

价值引领 技术创新



《时光音乐会 2024》

打造“我与歌手共唱”
“万人弹幕合唱”双演绎模式

响应议题

技术创新



《中餐厅 8》

青春合伙人经营体验

响应议题

价值引领



《密室大逃脱 6》

以解谜推理承载公共话语

响应议题

价值引领



《大侦探·拾光季》

互联网普法教育推理，
用故事传递法律知识

响应议题

价值引领

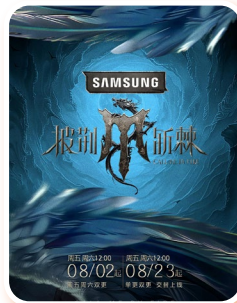


《披荆斩棘 2024》

用滚烫的热爱浇灌，让音乐
与文化开出新“花”

响应议题

价值引领 技术创新



《声生不息·大湾区季》

展现港乐经典传承与时代新声

响应议题

价值引领



《再见爱人 4》

探讨社会学视角下的亲密关系
及解决方案

响应议题

价值引领



《夺金 2025》

全球大学生创业节目见证
“圆梦湖南”

响应议题

价值引领



《跳进地理书的旅行 2》

探索和发现自然与地理之美

响应议题

自然保护 经济带动



《花儿绽放》

以乡村女性为核心，结合地方特色
文化，打造综艺 + 文旅创新模式

响应议题

经济带动



《花儿与少年 6》

充满挑战的环球之旅

响应议题

价值引领



《超棒的我们》

少年书写热血青春群像

响应议题

价值引领



《女子推理社 2》

洞察社会情绪，关照社会现实，
全女性视角推理解谜

响应议题

价值引领



综艺类



《初入职场·机长季》

见证蓝天梦想的翱翔之旅

响应议题

价值引领 经济带动

《国医少年志》

让年轻人爱上中医药

响应议题

价值引领 弘扬文化

《城市捉迷藏》

青年文化点燃城市激情

响应议题

价值引领 经济带动

《旅行任意门》

盲盒旅行比拼创新真人秀

响应议题

价值引领 经济带动

《灿烂的花园》

寻找“心灵栖息地”

响应议题

价值引领

《是女儿是妈妈》

母女同行旅居一路火热

响应议题

价值引领

《我们仨》

AI 旅行探索
穿梭祖国大好河山

响应议题

价值引领 经济带动

纪录片类



《中国官箴》

追溯官箴由来与内涵，挖掘中华传统文化中的优秀行为规范

响应议题

价值引领 廉洁文化

《马王堆·岁月不朽》

探索“文化+科技”深度融合、推动文物“活”起来

响应议题

价值引领 弘扬文化

《熊猫一家人》

呈现大熊猫保护工作的细致点滴，号召物种保护

响应议题

价值引领 自然保护

《眼睛的故事》

守护“睛”彩童年，点亮光明未来

响应议题

价值引领 经济带动

《酱油是什么》

探寻 3000 年的味蕾文化密码

响应议题

价值引领 弘扬文化

《小小守艺人》

守护非遗的奇妙旅程，提倡文化传承

响应议题

价值引领 弘扬文化

《安化黑茶》

历史科学相融重塑茶科普叙事

响应议题

价值引领 弘扬文化

《清溪村——新时代山乡巨变》

跟随作家脚步走读乡村振兴

响应议题

价值引领 弘扬文化

影视剧类



《国色芳华》

“以花为引”传承传统文化、兼具女性成长与家国情怀看点

响应议题

价值引领 弘扬文化



《小巷人家》

追求纪实美学，展现充满情感的百姓日常生活

响应议题

价值引领



《与凤行》

强强联合、充满烟火气和磅礴之力的新神话爱情故事

响应议题

价值引领



《灿烂的风和海》

庆祝澳门回归祖国 25 周年，展现独属于澳门的城市风光与人文魅力

响应议题

价值引领 经济带动



《日光之城》

六位年轻人在西藏这片热土上追逐梦想、实现自我价值的故事

响应议题

价值引领 经济带动



《江河日上》

呈现中国对于生态文明建设的探索与实践画卷

响应议题

自然保护



《西北岁月》

全景展现波澜壮阔的西北革命历史

响应议题

价值引领 弘扬文化



《群星闪耀时》

隐蔽战线优秀战士来路皆是熠熠星光

响应议题

价值引领 弘扬文化



《180 天重启计划》

诠释女性生长的爱与勇气

响应议题

价值引领



《仁心俱乐部》

医者仁心 治愈顽疾

响应议题

价值引领



《大海道》

热血竞技驰骋 描摹新疆文旅画卷

响应议题

价值引领 经济带动



《有种味道叫清溪》

美食博主与科技新农人

响应议题

价值引领 弘扬文化



▶ 关键绩效表

类别	指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
经济绩效	营业总收入	亿元	139.77	146.28	140.80
	归母净利润	亿元	18.64	35.56	13.64
	总资产	亿元	297.84	314.22	325.3
	研发人员人数	人	535	694	879
	研发人员占比	%	12.97	15.78	19.48
	研发投入	亿元	3.64	4.19	3.95
	纳税总金额	亿元	4.55	5.11	5.49
	股东分红金额	亿元	2.43	3.37	4.12
环境绩效	用电量	千瓦时	11,433,751	11,309,010	11,528,342
	燃气量	立方米	19,034	193,720	265,502
	用水量	吨	61,336	62,025	63,618
	温室气体总量	吨二氧化碳当量	10,277.60	10,543.59	10,895.15
社会绩效	员工总数	人	4,125	4,397	4,512
	女性员工占比	%	57	56	56
	劳动合同签订率	%	100	100	100
	社会保险覆盖率	%	100	100	100
	健康体检覆盖率	%	100	100	100
	员工培训次数	场	668	628	621

▶ 指标索引

交易所《指引》指标索引

交易所指引指标	相关章节
应对气候变化	环境保护与气候应对
污染物排放	不涉及。公司未被列入环境信息依法披露企业名单
废弃物处理	生产经营活动未有产生废弃物对环境造成重大影响
生态系统和生物多样性保护	环境保护与气候应对
环境合规管理	环境保护与气候应对
能源利用	能源管理与资源节约
水资源利用	能源管理与资源节约
循环经济	能源管理与资源节约
乡村振兴	乡村振兴与社会贡献
社会贡献	乡村振兴与社会贡献
创新驱动	年度专题：文化和科技融合的芒果实践 信息安全与数智驱动
科技伦理	信息安全与数智驱动
供应链安全	责任采购与供应管理
平等对待中小企业	不涉及。公司平等对待中小企业，不存在逾期尚未支付中小企业款项等情况。
产品和服务安全与质量	产品质量与用户权益
数据安全与客户隐私保护	信息安全与数智驱动
员工	员工成长与健康安全
尽职调查	风险识别与内部控制
利益相关方沟通	ESG 管理
反商业贿赂及反贪污	公平经营与清正廉洁
反不正当竞争	公平经营与清正廉洁

全球报告倡议组织 GRI 标准索引

GRI 指标	相关解释	相关章节
使用说明	芒果超媒在 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息。	
使用的 GRI 1	GRI 1：基础 2021	
组织及其报告做法		
G2-1	组织详细情况	走进芒果超媒
G2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
G2-3	报告期、报告频率和联系人	关于本报告
活动和工作者		
G2-6	活动、价值链和其他业务关系	走进芒果超媒
G2-7	员工	员工成长与健康安全
管治		
G2-9	管治架构和组成	三会治理与投关管理
G2-10	最高管治机构的提名和选择	见年度报告
G2-11	最高管治机构的主席	见年度报告
G2-12	最高管治机构在管理影响方面的监督作用	三会治理与投关管理
G2-19	薪酬政策	见年度报告
G2-20	确定薪酬的程序	见年度报告
G2-21	年度总报酬比率	见年度报告
战略、政策和实践		
G2-22	关于可持续发展战略的声明	ESG 管理
G2-23	政策承诺	三会治理与投关管理
G2-24	融合政策承诺	三会治理与投关管理
G2-25	对负面影响进行补救的过程	党建引领与主题教育
G2-26	寻求建议和提出关切的机制	党建引领与主题教育
G2-27	遵守法律法规	三会治理与投关管理
G2-28	协会的成员资格	行业交流与价值共创

GRI 指标	相关解释	相关章节
利益相关方参与		
G2-29	利益相关方参与的方法	ESG 管理
实质性议题		
G3-1	确定实质性议题的过程	ESG 管理
G3-2	实质性议题清单	ESG 管理
G3-3	实质性议题的管理	ESG 管理
经济绩效		
G201-1	直接产生和分配的经济价值	见年度报告
G201-3	固定福利计划义务和其他退休计划	见年度报告
G201-4	政府给予的财政补贴	见年度报告
市场表现		
G203-2	重大间接经济影响	乡村振兴与社会贡献
反腐败		
G205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	公平经营与清正廉洁
税务		
G207-1	税务方针	见年度报告
G207-2	税务治理、控制和风险管理	见年度报告
G207-3	与税务密切相关的利益相关方参与及管理	见年度报告
G207-4	国别报告	见年度报告
能源		
G302-1	组织内部的能源消耗量	能源管理与资源节约
G302-3	能源强度	能源管理与资源节约
G302-4	降低能源消耗量	能源管理与资源节约
G302-5	降低产品和服务的能源需求量	能源管理与资源节约
水资源和污水		
G303-5	耗水	能源管理与资源节约
排放		
G305-1	直接（范围 1）温室气体排放	能源管理与资源节约
G305-2	能源间接（范围 2）温室气体排放	能源管理与资源节约
G305-4	温室气体排放强度	能源管理与资源节约



GRI 指标	相关解释	相关章节
供应商环境评估		
G308-1	使用环境标准筛选的新供应商	责任采购与供应管理
雇佣		
G401-2	提供给全职员工（不包括临时工或兼职员工）的福利	员工成长与健康安全
G401-3	育儿假	员工成长与健康安全
职业健康与安全		
G403-1	职业健康安全管理体系	员工成长与健康安全
G403-2	危害识别、风险评估和事故调查	员工成长与健康安全
G403-3	职业健康服务	员工成长与健康安全
G403-5	工作者职业健康安全培训	员工成长与健康安全
G403-6	促进工作者健康	员工成长与健康安全
G403-7	预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	员工成长与健康安全
G403-8	职业健康安全管理体系覆盖的工作者	员工成长与健康安全
培训与教育		
G404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	员工成长与健康安全
G404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	员工成长与健康安全
多元化与平等机会		
G405-1	管治机构与员工的多元化	员工成长与健康安全
当地社区		
G413-1	有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	乡村振兴与社会贡献
供应商社会评估		
G414-1	使用社会标准筛选的新供应商	责任采购与供应管理
客户健康与安全		
G416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	责任采购与供应管理
客户隐私		
G418-1	与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	信息安全与数智驱动

读者反馈

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读《芒果超媒股份有限公司 2024 年度 ESG 暨社会责任报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，并有效促进公司提升履行企业社会责任的能力与水平，我们真诚期待您的意见和建议。

选择题（请在相应位置打 ✓）

1. 您对本报告的总体评价是：

☐ 非常好

☐ 好

☐ 一般

☐ 较差

☐ 差
2. 报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？

☐ 非常好

☐ 好

☐ 一般

☐ 较差

☐ 差
3. 您认为芒果超媒在经济责任方面做得如何？

☐ 非常好

☐ 好

☐ 一般

☐ 较差

☐ 差
4. 您认为芒果超媒在环境责任方面做得如何？

☐ 非常好

☐ 好

☐ 一般

☐ 较差

☐ 差
5. 您认为芒果超媒在安全管理方面做得如何？

☐ 非常好

☐ 好

☐ 一般

☐ 较差

☐ 差
6. 您认为芒果超媒在员工责任方面做得如何？

☐ 非常好

☐ 好

☐ 一般

☐ 较差

☐ 差
7. 您认为芒果超媒在社区责任方面做得如何？

☐ 非常好

☐ 好

☐ 一般

☐ 较差

☐ 差
8. 报告披露的信息、指标、数据是否清晰、准确、完整？

☐ 非常好

☐ 好

☐ 一般

☐ 较差

☐ 差
9. 您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

☐ 是

☐ 否

开放性问题

您对芒果超媒履行社会责任及本报告有何意见与建议？

