

2024 | 可持续发展报告

天下秀数字科技(集团)股份有限公司



目录

报告编制说明	01
--------	----

ESG 数据表和附注	67
------------	----

报告标准索引表	71
---------	----

专有名词释义表	73
---------	----

关于天下秀	03
-------	----

公司简介	03
业务领域	05
组织架构	07
所获荣誉与认可	08

议题重要性评估	10
---------	----

议题重要性分析流程	10
尽职调查与利益相关方沟通	11
议题重要性分析结论	12

ESG 治理安排	13
----------	----

社会篇

创新营销，引领行业趋势	19
-------------	----

优质产品和服务 *	19
创新驱动 *	23
供应商管理 *	29
推动行业生态建设	32

责任担当，筑牢信任基石	35
-------------	----

负责任营销	35
数据安全与客户隐私保护 *	36
科技伦理	40

以人为本，共建美好社会	41
-------------	----

员工权益与福利	41
员工健康与安全	46
员工培训与发展 *	49
社会贡献与乡村振兴	54

环境篇

绿色发展，促进和谐共生	14
-------------	----

应对气候变化	14
绿色运营	17

治理篇

稳健经营，夯实治理根基	56
-------------	----

公司治理 *	56
合规运营	60
反商业贿赂及反贪污 *	61
反不正当竞争	64
税务治理	66

报告编制说明

本报告是天下秀数字科技（集团）股份有限公司第 1 份可持续发展报告，向各利益相关方披露公司在经营中对于可持续发展议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

报告范围

本报告范围涵盖天下秀数字科技（集团）股份有限公司及其附属公司（简称“天下秀”“公司”）。除非特别说明，与天下秀数字科技（集团）股份有限公司（股票代码：600556.SH）同期合并财务报表范围一致。

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“《指引》”）及《上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作（2023 年 12 月修订）》编制。

数据说明

报告中的数据和案例来自公司实际运行的正式记录。

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。

报告获取方式

本报告通过电子版形式发布，发布平台为证券交易所指定的信息披露平台。

联系我们

如对报告有任何建议，可通过以下方式与我们联系：

联系地址：北京市朝阳区三里屯西五街 5 号院 D 座

联系邮箱：ir@inmyshow.com

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。董事会对报告的内容进行保证，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

| 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地披露。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、模型图以及专有名词释义表等信息，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，具体详见“ESG 数据表和附注”章节。

| 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。本报告中的数据如无特别说明，均为在此期间内数据。公司在报告年度结束后发布报告，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实际运行的原始记录或财务报告。公司采用 HiESG 企业环境、社会及公司治理绩效管理系统管理 ESG 数据，所披露数据来源及计算过程均可追溯。

关于天下秀

公司简介

天下秀成立于 2009 年，是一家立足于红人新经济领域的平台型企业，核心服务红人（内容创作者）、MCN（红人经纪公司）、品牌商家、中小商家，坚定践行创作者经济的新型基础设施建设，致力于用技术驱动去中心化的红人新经济的新型基础设施建设，成为全球创作者经济生态中的“超级连接器”。

— 天下秀基本情况 —

英文名称

INMYSHOW DIGITAL
TECHNOLOGY(GROUP)CO., LTD.

上市情况

上海证券交易所主板上市
股票代码：600556.SH
股票简称：天下秀

注册地址

广西北海市四川路 356 号北海
软件园 3 幢

办公地址

北京市朝阳区三里屯西五街
5 号院 D 座



公司名称

天下秀数字科技（集团）
股份有限公司

主要运营地

总部设在广西北海市，于北京、上海、天津、广东、香港等主要城市均有业务布局，并于日本、新加坡等海外国家开拓业务

资产总额

54.42 亿元

营业收入

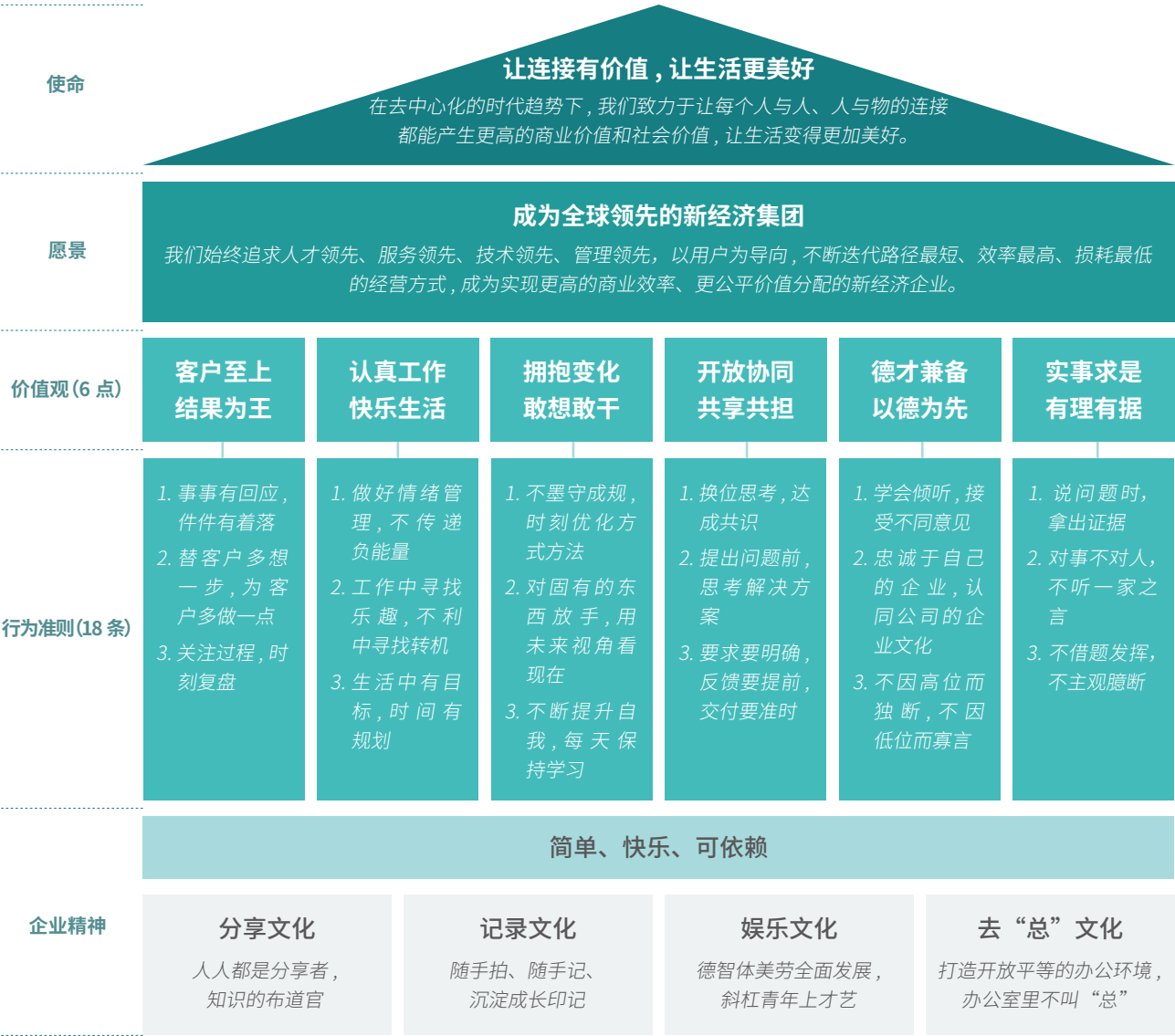
40.66 亿元

员工总数

1,279 人

为了更好地引领公司未来的长远发展方向，打造天下秀独具特色的“秀气”，公司设计了天下秀企业文化体系，旨在为全体员工树立清晰的价值标尺与行动规范，将准则内化于心、外化于行，共同铸就基业长青的企业品格。

— 天下秀企业文化体系 —



业务领域

天下秀以红人营销平台业务为核心，基于大数据技术搭建的 WEIQ 红人营销平台，为红人（内容创作者）与企业提供红人营销在线撮合与交易服务，业务逻辑为：将有营销需求的企业与有营销供给能力的红人建立连接，并依托大数据技术，分析企业的营销需求，精准匹配相应属性的红人账号，一端帮助商家完成红人账号匹配、一键直连沟通、生成订单支付、实时效果追踪、营销总结反馈、数据沉淀等完整的红人营销链路；另一端帮助红人通过内容创作实现私域流量的价值变现。围绕 WEIQ 平台，天下秀将长期积累的数据和技术能力不断转化为创新的数据化功能和产品，研发了热浪数据和 WEIQ-SAAS 等模块，将红人的价值变现逐渐规范化、商业化。

— 天下秀主营业务 —

矩阵式营销策略

- 基于多年来沉淀的订单数据及模型，实现对红人账号数据标签的多维度分析
- 为商家提供视频、直播、文章、图文等红人营销服务形态
- 策划不同平台、不同类型的红人承担不同的任务的矩阵式营销解决方案

一站式营销服务

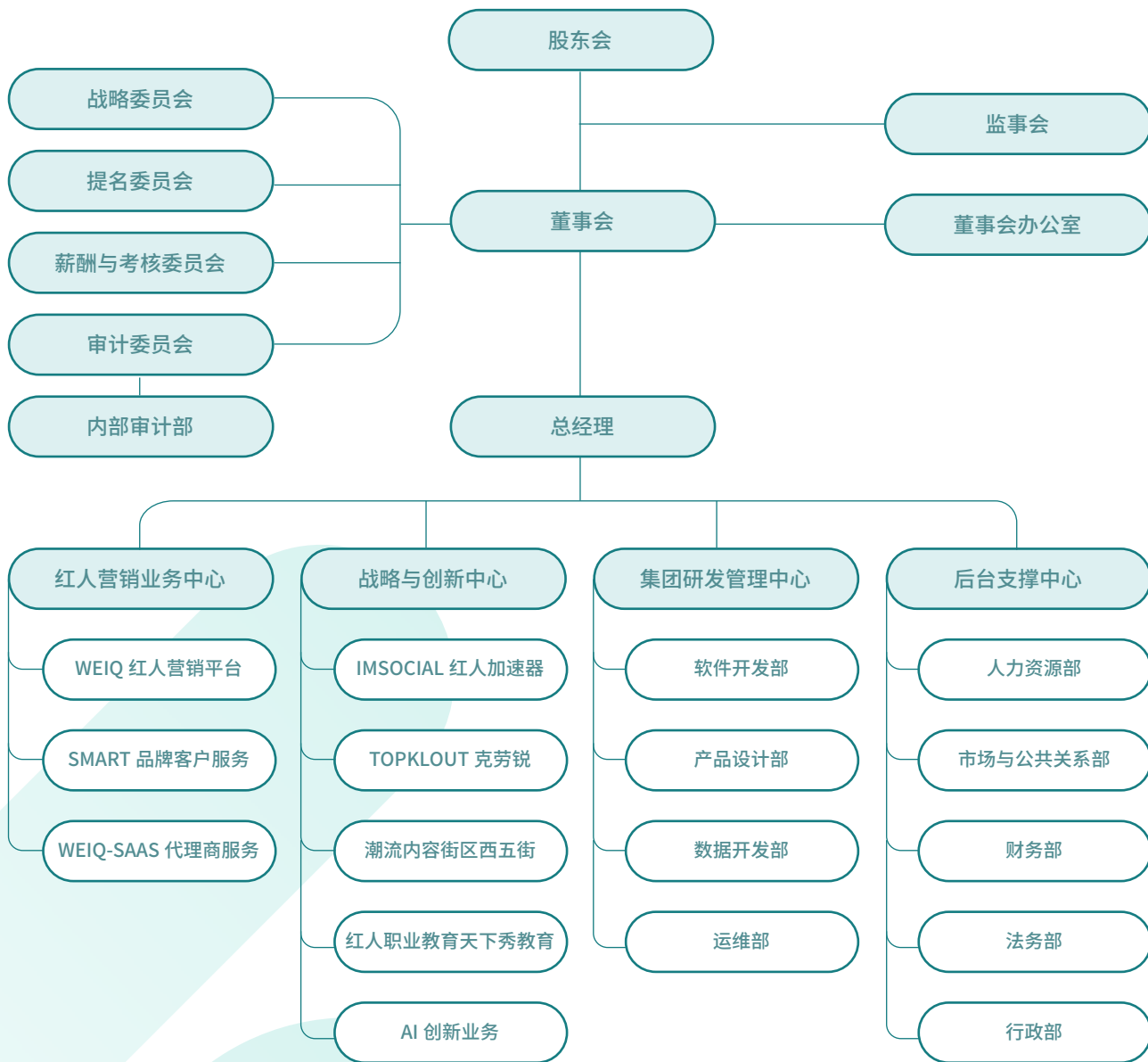
- 基于丰富的新媒体营销经验和 WEIQ 大数据匹配与检测系统
- 为客户提供策略制定、方案策划、投放策划、投放实施、效果监测、效果反馈等一站式新媒体营销服务

在努力夯实红人营销平台竞争力的同时，天下秀一直积极探索红人的价值洼地和商业边界，将平台多年来积累的红人资源、品牌资源、大数据体系和服务能力应用到红人经济的各个领域，探索技术驱动的新型创作者经济商业模式和产品应用。一方面，公司将长期沉淀的行业经验转化为创新的商业服务，通过红人营销平台不断向上下游探索延伸，布局了以 IMSOCIAL 加速器、TOPKLOUT 克劳锐、天下秀教育和西五街为代表的红人商业服务。另一方面，公司充分发挥最大社交营销语料库优势，训练营销垂类模型，将平台多年来积累的红人资源、品牌资源、大数据体系和服务能力与新兴技术的发展相结合，希望将 AIGC、MR、VR 等技术运用到数据服务、内容服务等领域，创建了专注于 3D 虚拟数字内容呈现及相关技术开发的应用“虹宇宙”和基于大模型应用及 AI 技术的内容创作工具“灵感岛”，为内容创作者探索和打造新的展示平台和变现方式，为品牌方构建更加生动的营销场景及模式，持续完善红人生态圈布局，探索引领红人经济模式进化。

— 天下秀主要产品与服务矩阵 —

红人营销	WEIQ 红人营销平台是基于大数据技术向内容创作者与企业提供在线红人营销服务的撮合与交易平台。 
	SMART 全案营销服务是面向品牌商家客户的 SMART 全案营销服务品牌，基于社会化营销为品牌提供全案服务，帮助品牌重塑、品牌定位，并建立与消费者的连接、提高消费者参与度。 
	WEIQ-SAAS 系统致力于为广大代理商和中小客户提供全方位的支持，实现采买服务的降本增效，并结合规范化标准化的工作流管理，驱动其业务增长。经过几年的运营和使用，WEIQ-SAAS 已经帮助上百家客户大幅提升效率。 
红人经济生态链创新	TOPKLOUT 克劳锐是国内领先的权威自媒体价值排行及版权经纪管理第三方数据监测机构，提供自媒体价值评估体系、自媒体数据监测工具及行业观察研究报告等一站式综合服务，旨在发现红人价值、维护红人价值市场。 
	IMSOCIAL 加速器立足于为不同发展阶段的红人和 MCN 机构提供赋能加速服务，主要提供全链路赋能加速服务，包括红人培训、内容创意运营、商业托管、IP 孵化、品牌传播等一站式解决方案，助力红人和 MCN 机构加速成长。 
	天下秀教育专注于培养与孵化中国数字经济内容创造型人才，依托公司战略布局与产业资源，以提高用户新媒体营销实战能力，促进就业目标，开发符合市场需求、适应时代变革的职业教育课程与服务模式，为内容创作平台等新媒体内容领域，输送专业人才。 
	西五街作为泛兴趣内容社区，着力于 Z 世代人群，倡导“真实除草，认真种草”，引导他们从寻找属于自己的兴趣圈层，开创新的兴趣，到为更多品牌创造更多更好的产品，打造多彩且有创造价值的生活体系平台。 
	虹宇宙是国内首个基于区块链的 3D 虚拟生活社区，结合红人新经济、虚拟社交、区块链技术等理念，以 Z 世代的 3D 虚拟星球（P-LANET）为背景，为用户打造沉浸式虚拟社交体验。 
	灵感岛是一款企业级 AIGC 内容营销生产平台型产品，可极大提升企业内容营销效能。通过创意内容生产、视频智能混剪、矩阵账号分发管理的一站式 SaaS 级解决方案，助力企业高效应对当下流量粉尘化下的海量内容生产、分发、与优化管理等需求，实现企业商业增长。 

组织架构



所获荣誉与认可

天下秀作为国内领先的红人新经济平台型企业，坚持做创作者与商家的“超级连接器”，成为各行业品牌的共同选择，于 2024 年揽获多项大奖。

— 天下秀 2024 年获得的奖项及荣誉 —



— 天下秀所获奖项及荣誉图片（节选） —



优秀第三方数据服务与大数据应用机构



年度数字营销创新平台



北京市朝阳区第三届“凤鸣计划”高成长企业



连续三年荣登胡润元宇宙潜力企业榜 Top20



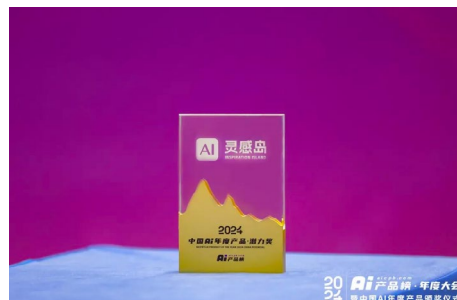
TopDigital 创新营销奖年度专项奖



科睿创新奖金奖



虎啸奖年度最佳技术创新体验系统 / 工具 / 平台、
年度最佳 AIGC 系统工具



入选“2024 中国 AI 年度产品榜”

议题重要性评估

议题重要性分析流程

2024 年，公司结合行业发展趋势、自身发展战略，参考《指引》的最新要求，开展重要性议题的识别、评估、排序与报告工作。

在具体分析过程中，公司邀请专家参与，基于公司活动和业务关系背景，结合标准对标、政策分析及同业对标，开展公司相关议题的识别和筛选，并从财务重要性和影响重要性两方面分析各议题的重要性。最后，公司对议题重要性分析结果进行检验和批准，并在本报告中重点披露具有较高重要性的议题的管理实践。

— 天下秀议题重要性分析流程 —



尽职调查与利益相关方沟通

为在日常运营中有效识别、应对和管理各类影响、风险和机遇，公司建立尽职调查工作机制，并开展识别和应对可持续发展相关负面影响或风险的尽职调查程序，不断完善业务流程中的风险管理工作，增强对重要性议题的识别和管理能力，从而为企业的稳定运营提供强有力的支持。

公司把与利益相关方的沟通视为开展可持续发展管理的重要工作。公司根据自身业务和运营实际，识别出股东及债权人、监管机构及政府部门、员工、合作伙伴、客户、供应商、社区组织七大主要利益相关方，并与其建立常态化沟通机制，有效回应利益相关方关切与期望。

— 天下秀主要利益相关方及沟通方式 —

主要利益相关方	关注议题	沟通与回应
 股东及债权人	- 公司治理 - 合规运营 - 反商业贿赂及反贪污 - 反不正当竞争	- 股东会 - 定期信息披露 - 业绩说明会 - 投资者专属电话及邮箱等 - 业绩发布会 - 上证 e 互动平台 - 投资者现场调研
 监管机构及政府部门	- 应对气候变化 - 反不正当竞争 - 合规运营 - 税务治理 - 科技伦理 - 社会贡献与乡村振兴	- 信息披露 - 完善合规管理体系 - 内部合规审查 - 政企合作 - 政策执行
 员工	- 员工权益与福利 - 员工健康与安全 - 员工培训与发展	- 员工招聘 - 员工工会、员工俱乐部 - 员工意见反馈平台“秀心声” - 公共沟通邮箱 - 光年学院 - 员工绩效管理 - 畅通员工发展通道
 合作伙伴	- 优质产品和服务 - 合规运营 - 推动行业生态建设	- 组织、参与行业交流活动 - 开展商业合作 - 发布行业研究报告 - 天下秀教育
 客户	- 优质产品和服务 - 负责任营销 - 创新驱动 - 数据安全与客户隐私保护	- 客户沟通 - 开展负责任营销 - 提供优质客户服务 - 客户满意度调查 - 完善 WEIQ 等数字化平台
 供应商	- 供应商管理 - 数据安全与客户隐私保护	- 供应商审核、评估 - 供应商培训会 - 数据安全与隐私保护
 社区组织	- 应对气候变化 - 绿色运营 - 社会贡献与乡村振兴	- 开展公益活动 - 绿色办公

议题重要性分析结论

2024 年，结合标准对标、政策分析及同业对标，天下秀识别并筛选出 18 项议题，形成重要性议题清单。其中，环境维度共 2 项议题，社会维度共 11 项议题，治理维度共 5 项议题。

— 天下秀 2024 年议题清单 —

环境	社会
- 绿色运营 - 应对气候变化	- 优质产品和服务 - 创新驱动 - 供应商管理 - 负责任营销 - 数据安全与客户隐私保护 - 员工权益与福利
治理	- 员工培训与发展 - 员工健康与安全 - 社会贡献与乡村振兴 - 推动行业生态建设 - 科技伦理
- 公司治理 - 反商业贿赂及反贪污 - 合规运营 - 反不正当竞争 - 税务治理	

经专家分析，公司所识别并筛选出的 18 项议题中，共有 3 项议题具有双重重要性，4 项议题仅具有财务重要性，11 项议题仅具有影响重要性¹。

— 天下秀 2024 年度重要性议题矩阵 —

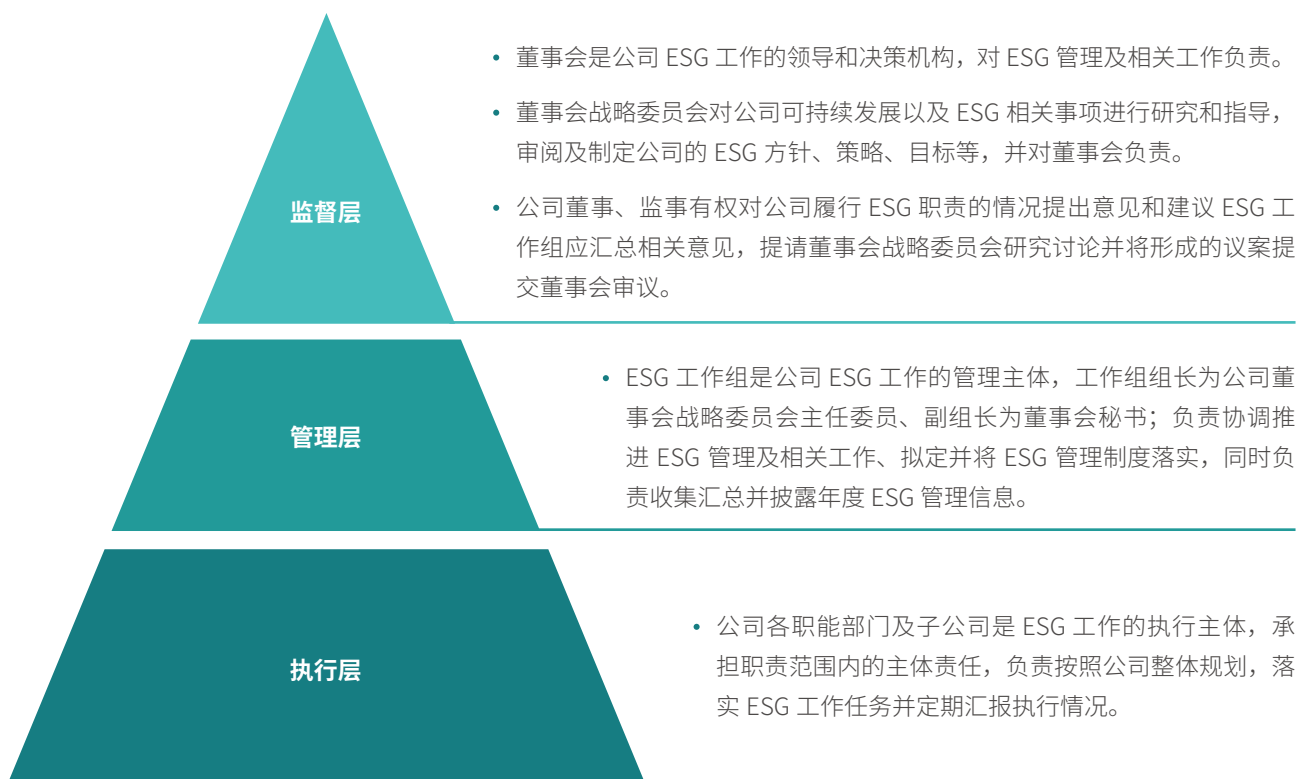


¹ 财务重要性即该议题在对天下秀财务的影响层面有较高重要性（相关议题的披露已在章节名中用“*”标出），影响重要性即该议题在对经济、社会和环境的影响层面有较高重要性。

ESG 治理安排

天下秀始终将 ESG 治理体系建设作为推动企业可持续发展的战略支点，搭建权责清晰的 ESG 管理架构，对相关工作进行统一领导、决策并组织实施，确保可持续发展理念深度融入企业战略规划、经营决策和日常运营全流程。

— 天下秀 ESG 管理架构 —



此外，公司将履行 ESG 职责纳入经营管理决策体系。在实际执行管理中，公司建立专项治理架构对各可持续发展议题在公司日常运作中的影响、风险和机遇开展识别、评估、监测及管理，落地各项 ESG 工作。涉及重大项目投资决策事项的，可持续发展议题相关影响、风险和机遇评估是公司董事会、经营管理层决策的重要依据。

环境篇

绿色发展，促进和谐共生

应对气候变化

○ 治理

全球气候变化严重威胁着人类的生存和发展，中国明确提出 2030 年“碳达峰”与 2060 年“碳中和”战略目标。在此背景下，天下秀积极应对气候变化，高度重视气候相关治理体系的建设工作，搭建气候相关治理架构，确保气候管理工作高效协同开展。

— 天下秀气候相关治理架构 —



○ 战略

在气候变化背景下，公司将应对气候变化作为公司管理的重要议题，搭建气候变化管理体系，识别、评估并有效管理与气候相关的各类风险与机遇。结合所处行业情况，参考外部专家意见，公司识别评估出 2 项气候相关主要风险、1 项气候相关主要机遇，积极制定应对策略，把握机遇、管控风险。

— 天下秀主要的气候变化相关风险 / 机遇及应对策略 —

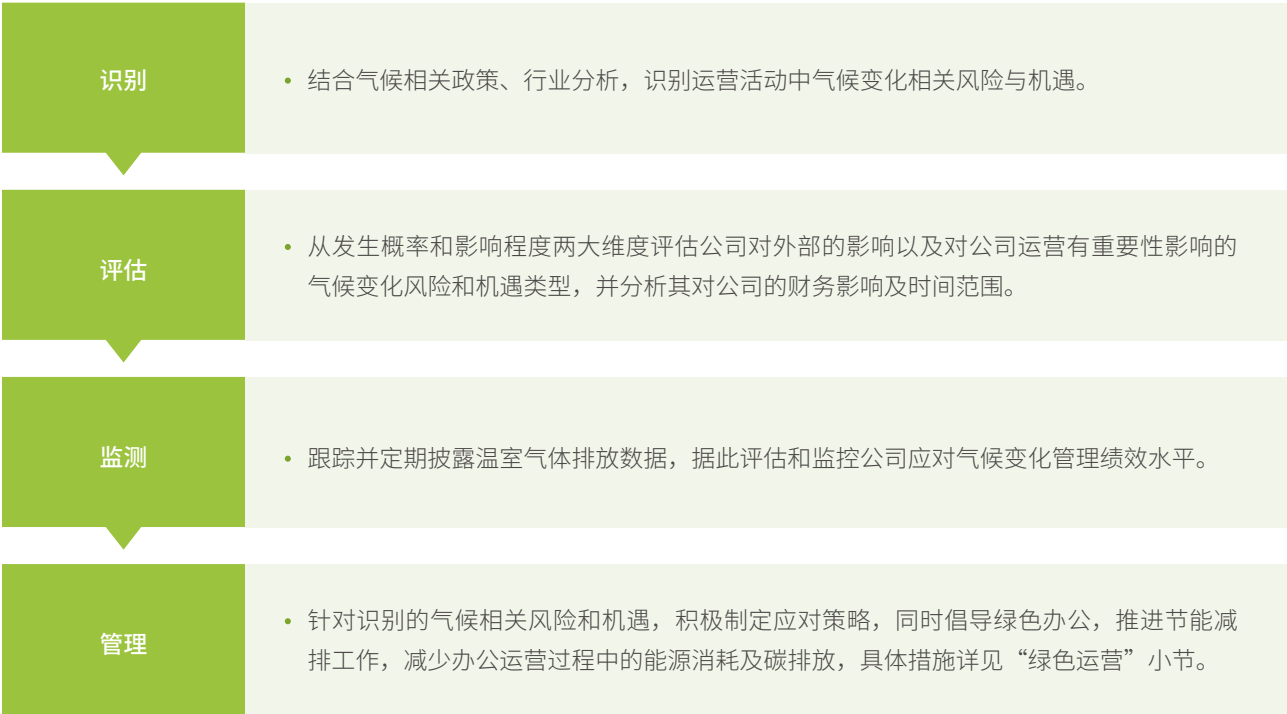
主要风险 / 机遇类型		描述	影响时间范围 ¹	财务影响	应对策略
风险	急性物理风险	极端气候灾害如台风等可能对公司的运营产生严重影响，包括威胁员工通勤安全、数据中心和办公场所的安全，进而影响公司业务的正常开展。	中长期	运营成本增加	制定《安全风险应急预案》，设置应急小组，密切关注极端气候灾害的情况，提前做出预警，确保灾害出现时能够迅速响应，保障人员安全和运营稳定。
	市场风险	当前，公司众多大型客户正积极采取措施应对气候变化，打造低碳供应链，推进可持续发展行动。若公司不能满足下游客户的期待和要求，可能会对公司的业务产生不利影响。	中长期	营业收入降低	- 完善气候管理体系，积极应对气候相关风险、机遇。 - 通过开展绿色办公等方式降低公司运营碳排放。
机遇	产品与服务机遇	随着消费者对环保和可持续发展的关注度不断提高，绿色营销需求逐渐增加。	中长期	营业收入增加	- 开发与绿色低碳产品相关的创意广告、品牌故事等内容，满足客户对环保营销的需求。 - 将可持续发展理念融入到产品和服务中，发挥公司营销优势，促进绿色、环保理念传播。

¹影响时间范围参考财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》和公司运营实际设定。短期，是指报告期间结束后 1 年以内（含 1 年）；中期，是指报告期间结束后 1 年至 5 年（含 5 年）；长期，是指报告期间结束后 5 年以上。

○ 影响、风险和机遇管理

公司积极应对气候变化挑战，完善气候变化管理流程，逐步将气候风险管理融入公司整体管理过程中，建立“识别—评估—监测—管理”的气候风险管理流程，根据识别的风险、机遇，制定相应的应对策略、管理措施。

— 天下秀气候变化风险和机遇管理流程 —



○ 指标与目标

公司积极响应国家“碳达峰”“碳中和”战略，以“将温室气体排放量控制在较低水平”为目标开展节能减排工作，以实际行动助力国家碳中和目标的实现。

— 天下秀 2024 年温室气体排放绩效 —

指标	单位	2024 年
人均温室气体排放量（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量 / 人	0.48

绿色运营

天下秀主要涉及的能源类型包括电力、汽油，主要取水来源为市政供水和供应商供应桶装水。公司产生废弃物包含废弃灯管等有害废弃物，以及废弃电池、废纸、生活垃圾、碳粉盒、硒鼓墨盒等无害废弃物。

公司遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法律法规，制定《提倡节约措施》《办公环境与办公安全运营标准手册》《垃圾分类实施管理办法》等内部制度，规范公司运营过程中的环境管理工作，坚持绿色办公，降低能耗、减少污染排放，保护生态环境。2024 年，公司未发生环境保护相关的重大违规或负面事件。

— 天下秀 2024 年绿色运营重点举措 —

节能减排

- 安装空调集控设备，合理设置空调温度，夏季不低于 26°C，冬季不高于 20°C，保持室内温度适宜的同时，降低温室气体的过多排放。
- 安装节能灯具，并根据自然光照度和使用需求设置智能照明系统，自动调节亮度或定时开关；自然光照充足时，关闭不必要的灯具。
- 采购电脑、打印机等设备时，查看能效标识，优先选择节能型办公设备，选择高能效产品。
- 倡导绿色出行，鼓励优先选择公共交通工具，为员工提供班车服务、公共交通补贴。
- 购置新能源汽车，并优先选择新能源汽车作为公务用车，合理规划公务出行路线。

水资源管理

- 使用节水水龙头，同时调节总阀门出水量，减少水资源浪费。
- 定期进行漏水检测，发现漏水情况时，及时向行政部报修，防止水资源浪费。
- 弘扬节水风尚，开展节约用水宣导工作，提高员工节水意识。

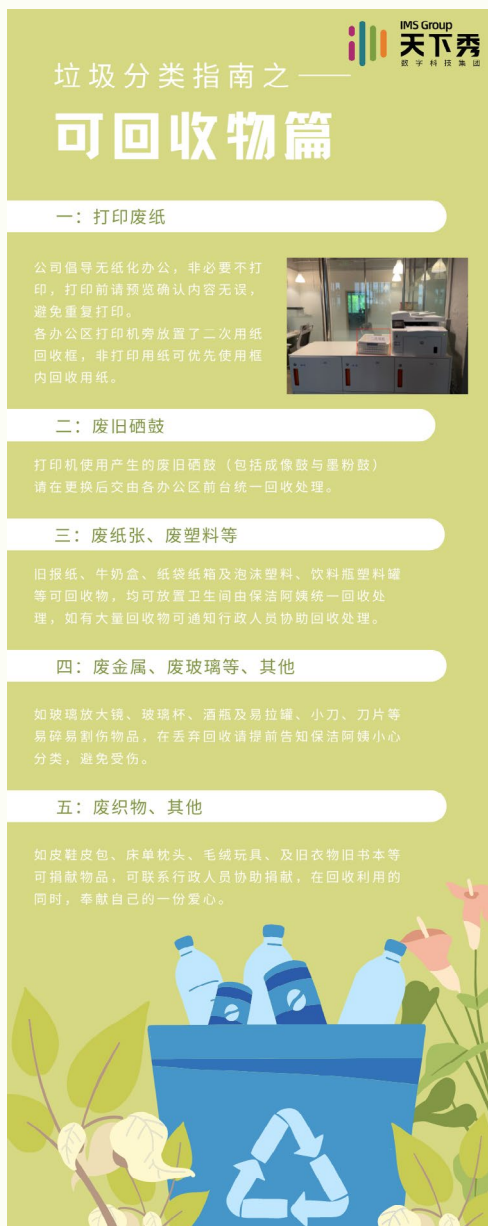
废弃物管理

- 公司所用电子产品以租赁为主，使用周期结束后联系专业机构回收处理。
- 使用后的硒鼓由供应商回收；闲置办公家具主要存放于库房，另进行报废处理；其余废弃物根据可回收属性分类处理。
- 加强公司生活垃圾精细化管理，强化源头减量，规范处理办公运营产生的废弃物。
- 提倡电子宣传，减少易拉宝、印制海报和横幅等实物物料的使用，易拉宝展架制作可回收再利用的标准版。
- 减少打印用纸，推行无纸化办公，倡导双面打印、废纸再利用。
- 减少纸质垃圾，重复使用信封、文件袋、快递袋等。
- 旧报纸、纸箱、饮料瓶塑料罐等可回收物，由专人负责在卫生间统一回收处理。
- 对闲置物品进行改造利用或交流捐赠，如退租场地的家具家电搬运至库房待新租场地复用或捐赠给偏远地区。

开展环保宣传工作



节约用水宣导



垃圾分类宣导

社会篇

创新营销，引领行业趋势

优质产品和服务 *

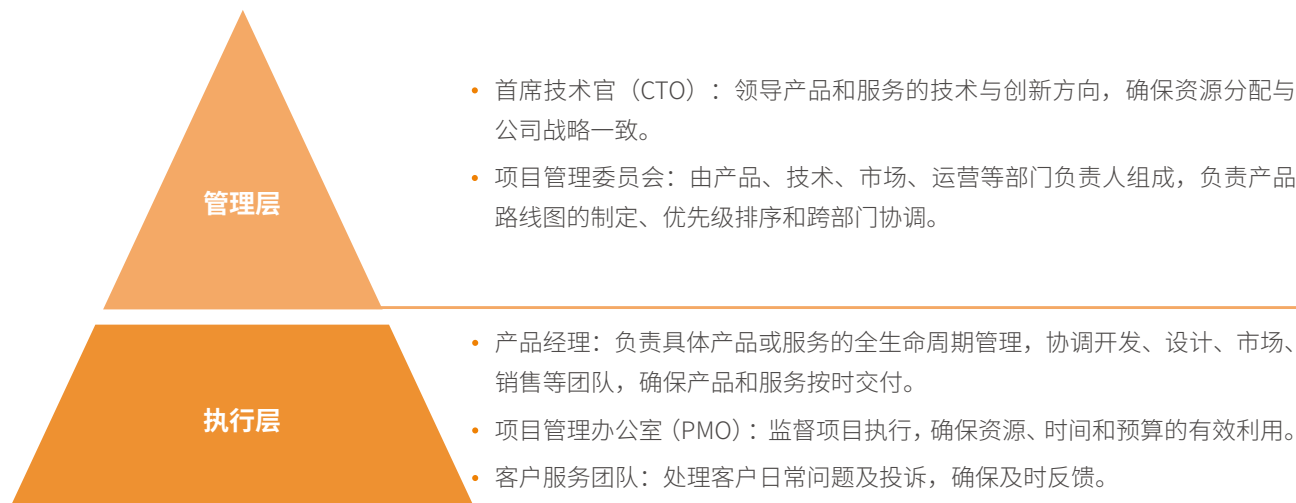
天下秀牢记“让连接有价值，让生活更美好”的使命，围绕高效连接商家和红人的战略，加强数据化平台建设及配套服务，致力于帮助每一个内容创作者实现商业变现、帮助企业提高经营效益，以先进技术、优质产品和服务，驱动去中心化的红人新经济的新型基础设施建设。

○ 治理

公司遵守《中华人民共和国电子商务法》《互联网信息服务管理办法》等法律法规，在为客户开展数字化产品及营销服务的过程中，确保全流程合规。公司制定《客户分级管理规则》等内部制度，践行“客户至上，结果为王”的企业价值观，完善产品和服务管理体系，致力于向客户提供优质产品与服务。

公司建立产品和服务管理架构，围绕客户需求提供全面的营销产品和营销服务方案，更高效地服务更多商家品牌、红人、MCN 机构。

— 天下秀产品和服务管理架构 —



战略

公司定期识别产品和服务相关风险和机遇，并通过产品团队和服务团队相互配合，定期沟通，确保客户反馈快速传递到产品团队，并纳入产品改进计划，从而持续优化产品功能与服务质量，满足市场不断变化的需求。

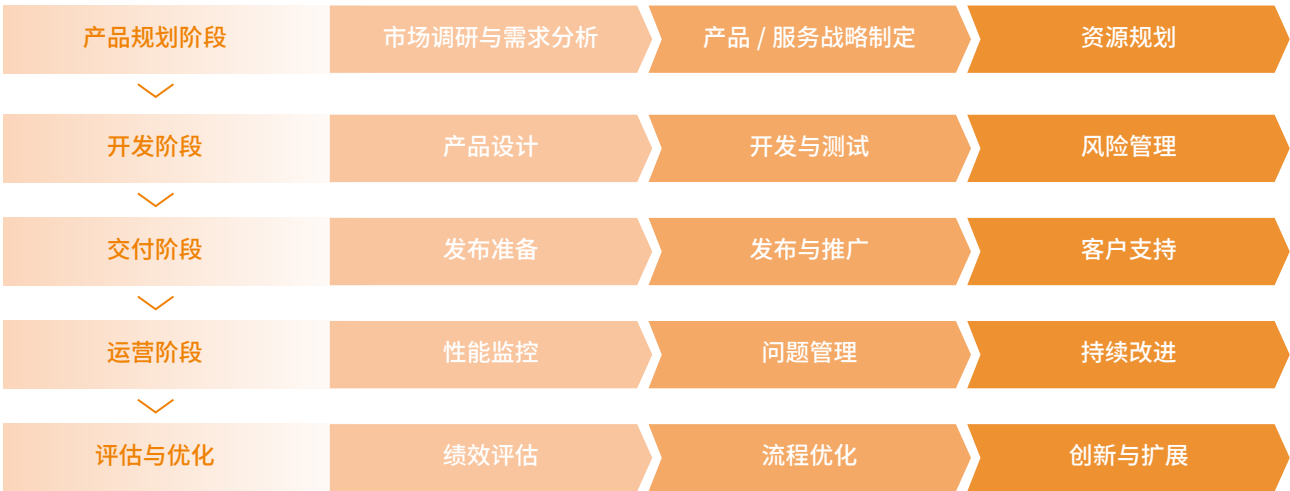
— 天下秀主要的产品和服务相关风险 / 机遇及应对策略 —

主要风险 / 机遇类型		影响时间范围	财务影响	应对策略
风险	技术风险	短中长期	营业收入减少	- 针对识别的风险，制定风险应对预案，并定期演练。 - 每季度更新风险登记表，并召开风险管理会议。 - 对重大风险事件进行复盘，优化应对措施。
	市场风险	短中长期	营业收入减少	
	运营风险	短中期	营业收入减少	
机遇	市场机遇	中长期	营业收入增加	- 关注市场需求和客户痛点，明确产品和服务的定位和发展方向，加强数据化平台建设及配套服务。 - 基于数字营销领域深厚的业务基础与技术优势，公司率先提出 API（Application Programming Interface，应用程序编程接口）技术共建，将自研红人投放平台接入抖音巨量星图等，与平台先进技术资源实现深度融合，共同探索技术共建的新路径。 - 紧跟行业变化，梳理公司资源与 VR、MR 及 AIGC 等行业新技术的结合，积极探索基于行业新技术的创新产品和商业模式，具体内容详见“创新驱动”小节。

○ 影响、风险和机遇管理

公司将长期积累的数据和技术能力转化为创新的数据化产品，将沉淀的行业经验转化为创新的商业服务，持续向客户提供优质的产品及服务。公司建立完善的产品管理流程，确保产品从概念到市场的成功转化和持续改进。

— 天下秀产品管理流程 —



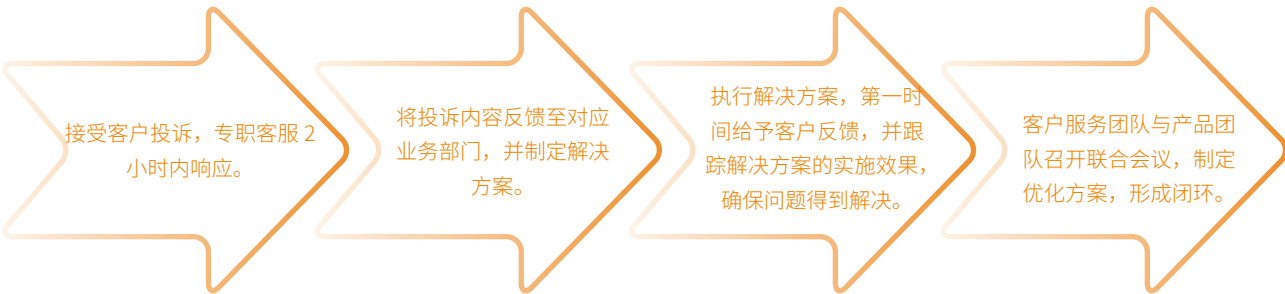
2024 年，公司不断完善产品与服务管理机制，围绕产品优化、服务提升和技术升级等多个维度，持续提升产品质量和客户服务水平。

— 天下秀 2024 年产品与服务提升措施 —

- 每月召开产品与服务联动会议，讨论客户问题和产品优化方案。
- 将 AI 等数字技术集成到产品中，提高其智能化水平和性能。
- 每季度进行绩效考核，并根据结果调整资源分配和激励措施。
- 设置激励方案，鼓励团队提出优化建议和创新方案。
- 优化客户服务流程，简化非必要步骤，引入自动化工具和专职客服系统，缩短响应时间。
- 积极配合大客户审计工作，提供全方位支持协助，提高服务质量，增强客户信任。

公司全面强化客户服务能力，从售前咨询、售中服务到售后支持，为客户提供全方位、一站式的优质服务体验。公司高度重视客户的管理、沟通工作，通过企业微信等多种渠道和客户保持常态化沟通，定期开展客户交流活动。同时，公司建立完善的客户投诉处理流程，确保及时反馈客户的建议、投诉，持续提升客户满意度。

— 天下秀客户投诉处理流程 —



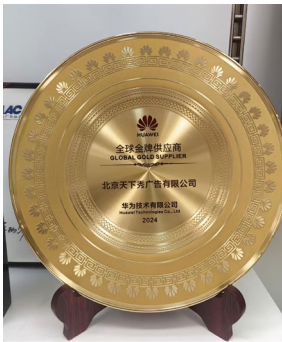
○ 指标与目标

公司设定产品和服务管理指标与目标，每季度跟踪进展情况，讨论优化方案，确保持续为客户提供优质的产品和服务。2024 年，公司客户续约率提升 10%，流失率降低 5%。

— 天下秀产品和服务管理指标与目标 —

指标	目标	2024 年
客户满意度	≥ 90%	95%
客户投诉处理率	≥ 95%	100%
平均服务响应时间	≤ 2 小时	20 分钟

2024 年，凭借专业、优质的产品与服务，公司在行业内树立了良好口碑，在营销方面获得多项荣誉¹，同时赢得了众多客户的高度认可与赞誉，成为客户心目中的优质合作伙伴。



¹更多营销相关荣誉详见“所获荣誉与认可”小节。

获华为“全球金牌供应商”奖牌

创新驱动 *

面对互联网更新迭代带来的机会，天下秀在持续布局红人经济产业链创新业务的同时，不断发掘 AI、VR、MR、区块链等数字技术的产业应用，进一步探索新的商业模式和增长点，提升服务能力，为公司的发展注入新的动力，创造更大的行业价值和社会贡献。

治理

在创新研发过程中，公司始终遵循《中华人民共和国数据安全法》《关于加强数据资产管理的指导意见》《生成式人工智能服务管理暂行办法》等相关法律法规，确保科技发展能够造福社会，积极促进科技对社会的正面影响。

公司 AI 创新业务部作为战略性创新单元，依托公司强大的研发体系和首席技术官的专业指导，致力于打造具有行业领先水平的创新营销解决方案，为实现公司的可持续发展目标提供核心动力。

战略

公司致力于思考和解决过去创作者经济生态中所存在的知识产权保护和商业价值提升问题，通过梳理平台多年来积累的红人资源、品牌资源和服务能力，充分发挥集团最大社交营销中文语料库优势，将资源、数据和服务与 AI、区块链等新兴技术结合，把握机遇、防控风险。

— 天下秀主要的创新驱动相关风险 / 机遇及应对策略 —

主要风险 / 机遇类型		影响时间范围 ¹	财务影响	应对策略
风险	科技伦理风险	短中长期	合规成本增加	- 构建全面的科技伦理内部制度体系，建立科技伦理审查机制。 - 更多策略详见“科技伦理”小节。
机遇	市场机遇		营业收入增加	- 持续完善以“灵感岛”“虹宇宙”为代表的创新技术产品，探索以内容创作者为中心的、拥有自主权的、全新的创作者经济商业模式和产品应用。 - 加速创新业务全球化布局，为出海品牌和机构提供支持。
	技术机遇		营业收入增加 运营成本降低	

○ 影响、风险和机遇管理

公司整合大数据模型、AI、MR、VR、区块链等前沿技术，聚焦于 AIGC 技术驱动的场景化应用，重点打造两大核心产品：以虹宇宙为代表的虚拟社交平台、以灵感岛为核心的 AIGC 智能营销平台，旨在为用户提供沉浸式数字体验与高效的商业增长解决方案。

● 灵感岛：AI 营销内容创作效率工具

灵感岛是 AIGC 内容创作与智能营销平台，以 AIGC 技术放大创作者和企业的营销效能，实现从“人人协作”到“人机协作”的全链赋能多维增效。



— 灵感岛应用示例 —

智能商拍

产品证件照+文字口令输入



参考生成

产品证件照+参考图



场景裂变

产品场景图



AI 图片定制

动效视频

突出产品功效卖点
用于主图视频



品宣视频

突出品牌调性，用于蓝V、
视频号或者小红书



活动种草

KOL/测评视频
微详情/光合/千川投放



创意视频

campaign大型活动
/新品上市



创意场景需求应用

2024 年，灵感岛业务在功能链路全面升级创新，推出智能化社交红人内容解决方案，整合“Brief 分析”“智能选号”“内容生成工具”“AI 审核”“智能分发”五大链路全面赋能，提供更高效率的智能化社交红人创作解决方案。同时，灵感岛上线“剪简单”数字人极速版小程序，利用高度拟真数字人技术，允许用户通过简单的视频录制或语音上传，快速生成个性化的数字人形象，满足个人 IP 创作者、中小企业主、跨境电商等对 IP 口播短视频制作需求。



● 虹宇宙：MR、VR 开放内容平台

虹宇宙基于区块链技术，结合红人新经济、虚拟社交、区块链技术等理念，以 Z 世代的 3D 虚拟星球（P-LANET）为背景，为用户打造沉浸式虚拟社交体验。



虹宇宙将 VR、MR 数字技术和文博、文旅内容深度结合，以虚实交互的玩法吸引观众沉浸式体验空间场景，将传统旅游资源转化为数字资产，助力文旅产业的数字化升级，成功发布了文旅沉浸式数字化云平台“云游中国”。

打造国内首个文旅沉浸式数字化云平台“云游中国”

“云游中国”是运用大数据、区块链、人工智能、物联网、云端现实等前沿技术探索开发的文旅数字孪生应用，从行、游、娱、购四方面，为中国的文旅景区实现基于数字孪生技术的沉浸式景区游览、虚拟演出、云端文化活动等数字文旅体验，并将深入挖掘历史文化遗产的丰厚内涵，激活文旅资源多场景应用，促进文商旅体融合发展。



“云游中国”示例：云游天坛 实机画面

指标与目标

公司以“完善红人经济生态链布局”为目标，加大研发投入，积极研发 AI 等数字技术，持续推进创新业务。

— 天下秀 2024 年创新驱动指标表 —

指标	2024 年
研发投入	8,062.24 万元
研发人员数量	151 人
报告期内专利授权数量	3 件

灵感岛荣获“AI 潜力奖”



2024 年 12 月 4 日，由“AI 产品榜”主办的“2024 AI 产品榜·年度大会暨中国 AI 年度产品颁奖仪式”在北京中关村国家自主创新示范区会议中心成功举办。公司旗下的 AIGC 产品——“灵感岛”凭借其在企业营销领域极强的产品服务实力荣获“AI 潜力奖”。



奖杯



颁奖现场

灵感岛荣获“年度最佳 AIGC/ 体验系统 / 工具 / 平台”奖项



2024 年 5 月 30 日，第十五届虎啸奖颁奖典礼在上海隆重举行，公司旗下 AIGC 应用灵感岛荣获“年度最佳 AIGC/ 体验系统 / 工具 / 平台”奖项。



颁奖现场

供应链管理 *

根据业务类型，天下秀将供应商分为广告业务类供应商（如 MCN 机构）和非广告业务类供应商。公司供应商以广告业务类为主，合作多为腰尾部红人，供方市场庞大，稀缺性较低，因此公司较少面临供应链中断的风险。

治理

公司制定《[通用] 供应商入库规则》等内部制度，加强对供应商的管理与考核，稳定供应商队伍，确保供应商满足公司的采购需求、质量标准和服务要求。同时，针对营销、广告业务的特殊性，公司制定《[广告业务类] 供应商入库规则》《[广告业务类] 供应商禁用和启用规则》等内部制度，进一步完善 MCN 机构的管理。

同时，公司建立定期报告机制，由供应商管理专员定期向公司管理层提交季度供应商管理报告，以便管理层及时了解供应商的整体情况。

战略

公司始终将风险和机遇的识别与管理作为供应链管理的重要环节。在供应链管理政策的制定与日常运营中，公司持续关注各类风险和机遇，并积极采取有效的应对策略，以实现供应商管理风险和机遇的精准识别、科学管理，保障各类业务的可持续发展。

— 天下秀主要的供应商管理风险 / 机遇及应对策略 —

主要风险 / 机遇类型		影响时间范围	财务影响	应对策略
风险	优质红人资源流失风险	中长期	营业收入降低	加强与优质 MCN 机构的合作关系，开发新的 MCN 机构、红人资源。
	供应商贿赂及内部贪污腐败风险	短中长期	运营成本增加	- 制定《廉洁自律公约》，要求全体员工遵守，防范内部采购等重要环节的贪污腐败风险。 - 供应商入库时签署诚信廉洁协议。
	MCN 机构经营风险	短中长期	营业收入降低 合规成本增加	建立严格的合规审查机制，对合作的 MCN 机构和红人进行背景调查和合规性评估，确保其符合相关法律法规。
机遇	市场机遇	中长期	营业收入增加	通过投资、孵化等方式与优质 MCN 机构深度绑定，提升整体营销服务能力，获取更高市场份额。

○ 影响、风险和机遇管理

公司构建完善的供应商风险评估机制，定期对各个环节进行风险识别与评估。公司通过风险预警系统及时识别并应对潜在风险，同时构建了应急响应体系，确保在突发事件发生时能迅速响应和解决。

2024 年，公司建立完善供应商管理系统，构建了集订单管理、合同执行、财务结算、账款核对等功能于一体的数字化平台，并通过企业微信的上下游功能开展业务相关的各项沟通工作，提高供应链透明度和协同效率。同时，公司利用大数据技术对供应商数据进行分析，为采购计划、质量及效率管理提供决策支持。

公司制定并实施严格的供应商入库审核流程，确保所有入库供应商符合基本准入标准，以此提升供应商管理的专业化、规范化水平。为实现对供应商的有效管理，公司根据供应商的资质、实力、风险及信用、评估结果等因素，将其分类为战略供应商、优先供应商、普通供应商和淘汰型供应商四个等级。针对不同类别的供应商，公司执行差异化的管理策略，以实现更加精准和高效的供应商管理。

— 天下秀供应商分级 —

战略供应商	符合长期合作、提供有竞争力价格优势，签订年度框架协议。
优先供应商	建立长期合作，签订年度框架协议。
普通供应商	有合作但未签订框架协议，每次采购需询价并签合同。
淘汰供应商	根据评估结果确定不再交易的供应商。

公司建立供应商动态评估机制，从经营稳定性、合作成本、服务效率、对账效率、服务能力等方面，定期对供应商开展全面评估、审查，及时发现和解决问题，对不合格供应商进行淘汰或禁用。其中，对于合作期间表现不佳的广告类供应商，公司将依据《供应商禁用与启用管理规定》对其实施禁用措施。禁用期间，供应商需针对所存在问题进行整改。只有在完成整改、彻底消除原有问题，并通过公司重新评估且符合相关标准后，该供应商方可重新启用。

此外，公司重视供应商的沟通和培训，定期开展培训交流工作，全面赋能供应商伙伴。2024 年，公司围绕工作流程管理、报价管理、对账管理等方面对供应商开展了多场培训，旨在帮助供应商提升管理水平与运营效率，实现供应商与公司的共同成长与进步。

指标与目标

为加强供应商管理过程中的风险管控，公司订立供应商管理指标与目标，并建立指标跟踪机制。

— 天下秀供应商管理指标与目标 —

指标	目标	2024 年
签订诚信廉洁协议的框架供应商 ¹ 比例	100%	100%
直付签约供应商 ² 廉洁协议签订比例	100%	100%

¹ 框架供应商为与公司签订年度合作框架协议的供应商。

² 直付签约供应商为与公司直接签订合同合作的供应商。



推动行业生态建设

作为行业创立者及领先企业，天下秀凭借先发优势，不断积累并沉淀产业资源，率先搭建并持续完善、升级大数据平台。在自身发展壮大的同时，公司深刻认识到反哺行业、推动行业可持续发展是公司必须承担的社会责任。因此，公司不断在行业内提出最新的、开创性的理论观点，始终致力于通过开展校企合作、参与行业交流等方式为行业的发展贡献力量。

● 开展校企合作，培育行业人才

公司积极投身教育行业，建立天下秀教育，秉持“赋能”这一核心理念，借助多元化的业务布局，全力助推新媒体营销人才的成长，积极促进产业生态的发展与繁荣。2024年，公司立足新媒体营销行业，深耕产教融合项目，在高校合作、企业培训、政府项目等方面取得了显著成效。

— 天下秀培育行业人才的主要方式 —

开展高校合作

携手高校，共同构建新媒体营销相关专业，深度融合产业前沿实践与课堂教学，全力培育契合时代需求的复合型人才。

定制教学方案

自主研发专为新媒体营销教学量身定制的教学软件，紧密贴合院校教学需求，全力打造智能化、数字化的创新教学解决方案。该软件全方位覆盖新媒体营销的各个关键环节，满足不同课程多样化的教学需求，助力学生全面提升学习效果。

拓展企业培训

面向国内及海外企业推出高度定制化的新媒体营销培训服务，致力于助力企业培养复合型营销人才、打造精锐的新媒体营销团队，开辟全新销售渠道，为企业的持续发展注入强劲动力。

服务政府项目

投身于政府主导的促进就业及青年创业项目，充分发挥自身在新媒体营销领域当中的专业优势，为青年群体提供系统且实用的新媒体营销技能培训，旨在全方位提升青年群体的就业竞争力。

天下秀教育与上海师范大学天华学院开展校企合作

天下秀教育与上海师范大学天华学院联合设立“天下秀奖学金”，通过定向班培养、实践基地共建等方式，深化产教融合。双方合作覆盖课程设计、实习就业、师资培训等领域，累计培养视觉传达设计专业学生超百名，为新媒体行业输送众多兼具理论与实践能力的复合型人才。

2024 年 11 月 25 日，“上海师范大学天华学院艺术设计学院视觉传达设计专业（校企合作）2023-2024 学年奖学金颁奖典礼”在上海师范大学天华学院晖华楼报告厅顺利举办。此次活动不仅彰显了校企合作在产教融合中的成效，更激励学生们奋发向上，为未来职业发展打下坚实基础。



颁奖仪式现场

● 促进行业交流，赋能同行发展

公司积极组织、参加行业交流活动，与同行分享最佳实践、进行技术讨论，共同探讨行业面临的挑战和机遇，促进行业生态建设，推动行业向更加可持续的方向发展。

举办第八届克劳锐新媒体数字经济峰会

2024 年 3 月，公司举办的第八届克劳锐新媒体数字经济峰会暨 TOPKLOUT AWARDS 颁奖盛典在北京重磅开启，上百位头部红人、机构、品牌以及业内资深媒体从业者齐聚一堂，共话行业内容发展的新形势、新思考和新路径。峰会向广大行业从业者、爱好者展现行业前景、启发思路并提供有价值的行业机遇与建议，持续为全行业赋能。



峰会现场

灵感岛亮相 GDMS 全球数字营销峰会

2024 年 9 月 25 日 -26 日，第十届 GDMS 全球数字营销峰会在上海召开，全球范围内各大头部品牌营销人士齐聚，共同探讨和分享品牌营销的未来发展趋势，解决当下品牌营销人共同面临的最紧迫问题。

灵感岛在峰会上向行业展示了基于 AIGC 的赋能重构全链路的革新营销方式，以 AI 智能进一步放大营销效能。

未来，公司将继续强化 AI 技术，探索更多营销业务场景，加强与重要合作伙伴的协作，共同助力企业在营销环节的降本增效，推动行业向智能化、高效化方向迈进，为红人营销行业的数字化转型做出更大贡献。



峰会现场

参与技术创新联盟

2024 年 12 月，首届城市街区创新发展国际论坛在北京通州区张家湾设计小镇隆重开幕，中关村云通计算机专业服务器系统技术创新联盟 AI 设计产业中心正式揭牌成立。该中心旨在培育中国 AI 设计产业生态，并构建一个基于 AI 数字技术的全链条、全生态产业集群。

作为联盟链重要节点单位，天下秀受邀出席与产业伙伴共同推动 AI 设计领域的技术创新和产业升级。早在 2018 年，天下秀便在区块链领域开展对技术的探索与建设，并迅速提升自身数字资产领域的经验与能力，为 AI 设计产业中心提供了强大的技术保障和数据支持。AI 设计产业中心的成立既是对城市街区创新发展的有力支撑，也是推动设计产业数智化升级的重要里程碑。



创新联盟揭牌成立

责任担当，筑牢信任基石

负责任营销

在营销活动中，天下秀严格遵守《中华人民共和国广告法》等相关法律法规，始终将诚信作为核心准则，将负责任营销的理念融入品牌价值观，切实履行对消费者的承诺，树立良好的诚信形象。

公司制定《禁止投放广告内容》《广告创意审核规范》《重点行业审核规范》等内部广告准则，明确规定在开展营销业务和自身宣传时，所有广告内容必须真实、准确地反映产品或服务的特性、功能、质量、效果等信息，严禁出现虚假、夸大、误导性的表述，以及任何形式的隐瞒重要信息或引人误解的暗示。此外，公司定期对营销活动开展风险评估，识别法律、道德、社会等方面可能存在的风险，并及时采取有效措施加以防范与应对，防止营销活动给公司带来负面影响。

公司秉持责任营销理念，通过开展系统性培训与建立复核审查机制的方式，确保营销活动规范；同时，公司建立 24 小时舆情监测机制，快速响应并妥善处理问题，有效降低负面舆情的影响，维护公司良好声誉。报告期内，公司未出现重大违规营销事件。

— 天下秀负责任营销主要管理措施 —

开展系统性培训

- 收集整理案例库，将典型问题转化为内部资料供员工学习。
- 定期组织员工参加广告法律法规及专业知识培训，提高员工的法律意识和责任意识。针对不同产品或服务，组织员工进行相关专业知识的培训，使营销人员、广告制作人员等能够深入了解产品的特点、功能、使用方法、适用范围等信息，确保在广告宣传中能够准确、专业地传达产品信息，避免因知识不足而导致的错误或夸大宣传。

建立复核审查机制

- 制定内部广告审核机制，规则按月迭代更新，并定期对部门广告审核人员进行培训及考核。

内部广告审核机制

创意文案系统过滤

初级审核

复核终审

数据安全与客户隐私保护 *

在业务经营过程中，天下秀可获取广告投放曝光等数据资源，仅用于广告效果分析、优化投放策略等场景。

治理

公司严格遵守《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》《中华人民共和国数据安全法》等国内法律法规，以及《一般数据保护条例》（GDPR）、《加州消费者隐私法案》（CCPA）等国际法规，制定《数据安全管理制度》《数据分类分级管理制度》《客户隐私保护政策》等内部制度，涵盖数据安全、隐私保护、风险管理、合规管理等方面，并参考 ISO 27001、GDPR 等国际标准建立数据安全框架，持续完善数据安全与客户隐私保护体系。

公司建立自上而下的数据安全与客户隐私保护治理架构，全面落实数据安全与用户隐私保护相关要求。

— 天下秀数据安全与客户隐私保护治理架构 —

层级	职责
 管理层	数据安全与隐私保护委员会：负责制定公司数据安全与隐私保护的总体战略和政策，每季度召开会议以评估和调整策略。
 负责部门	数据开发部：负责日常的数据安全管理工作，包括监控数据访问和使用情况，组织定期的安全培训；并负责评估公司面临的各种数据安全风险，制定相应的应急计划，以确保在发生数据安全事件时能够迅速有效地响应和处理。
 执行团队	- 数据安全团队：负责实施具体的数据安全措施，如数据加密、安全事件的处理和客户支持。 - 合规团队：跟踪最新的法律法规变化，定期合规审计，确保公司的数据安全措施符合所有相关法律要求。 - 数据管理中心：负责储存所获取的数据资源。

○ 战略

公司在业务开展过程中，若受到互联网上的恶意软件、病毒的影响，或黑客攻击，将会影响公司信息系统正常运行，或者导致公司信息数据资源泄露、损失，从而可能会损害公司的市场声誉或导致公司长期以来积累的数据资产被竞争对手利用，短期内对公司经营业绩造成不利影响。公司制定针对性应对策略，防控数据泄露、客户隐私受到侵犯等风险。

— 天下秀主要的数据安全与客户隐私保护相关风险及应对策略 —

主要风险类型	影响时间范围	财务影响	应对策略
数据及客户隐私泄露风险	短中长期	合规成本增加	- 持续完善数据安全与客户隐私管理体系，从数据的采集、存储、使用、传输、共享到销毁的全生命周期进行规范化管理。 - 减少不必要的数据收集，降低数据泄露风险。 - 对客户数据进行匿名化处理，确保隐私安全。 - 邀请客户参与数据安全和隐私保护的决策过程。
声誉风险	短中长期	营业收入降低	

○ 影响、风险和机遇管理

公司高度重视数据安全与客户隐私保护工作，定期识别、评估、排序管理相关风险，建立风险登记表、应急预案系统以防控潜在风险。2024 年，公司重点从数据管理、权限控制、应急演练、安全审计等方面推进数据安全与客户隐私保护工作，确保公司业务稳健运行。

— 天下秀数据安全与客户隐私保护管理措施 —

数据管理

- 坚持数据收集最小化原则，减少不必要的数据收集，降低数据泄漏风险。
- 对客户数据进行匿名化处理，确保隐私安全，在收集和使用用户数据前，获取用户明确同意。

权限控制

- 加强权限管理，实施严格权限控制，确保只有授权人员可以访问敏感数据。
- 部署防火墙、入侵检测系统（IDS）和加密技术，采用多因素认证（MFA）和零信任架构，防止未经授权的访问和数据泄露。

应急演练

- 制定《数据安全事件应急预案》，明确响应流程 and 责任人，并定期开展应急演练，确保安全事件发生时团队能够迅速应对。

安全审计

- 每季度进行内部审计，每年聘请第三方机构进行安全评估，并根据评估结果优化数据安全和隐私保护措施。
- 积极推动公司主要业务系统获取公安部等保认证。

专题培训

- 定期组织全员培训，提升数据安全和隐私保护意识，针对特定岗位（如开发、运维、客服）开展专项培训，确保员工掌握数据安全和隐私保护的基本技能。

隐私保护

- 制定并公开隐私政策，明确数据收集、使用和保护措施。
- 在收集和使用用户数据前，获取用户明确同意。

开展灵感岛业务数据安全与客户隐私保护培训

2024 年，公司针对灵感岛相关业务部门开展了数据安全与客户隐私保护的专项培训。以一起知名社交平台数据泄露事件为例，讲师深入分析了该事件中该平台在数据存储加密、访问权限管理以及应急响应机制上的不足。而后，讲师结合灵感岛业务，强调员工需遵循最小必要原则收集用户数据，使用先进加密技术存储数据，并熟悉应急上报流程。此次培训显著增强了员工对数据安全和隐私保护的认识及应对能力。



培训现场

○ 指标与目标

公司设定数据安全与客户隐私保护管理指标与目标，建立长效监测机制，确保相关工作落到实处。

— 天下秀数据安全与客户隐私保护管理指标与目标 —

指标	目标	2024 年
数据泄露事件数	≤ 5 起	0 起
数据安全事件涉及的金额	≤ 100 万元	0 元



WEIQ 系统获公安部三级等保认证



科技伦理

在数字化的浪潮下，天下秀通过持续投入研发，不断加强 AI、VR、MR 等数字技术的积累，并将其深度整合到公司的产品和服务中。然而，这些数字技术可能面临更多伦理问题，涉及数据隐私与安全、偏见与歧视，以及 AI 对人类价值观和道德规范的挑战等多个方面。

公司重点关注灵感岛、虹宇宙等相关业务，对数字技术领域的伦理问题给予高度重视，在产品设计和研发的每一个环节，公司都遵循道德原则和合规要求，对用户负责，确保数字技术的应用安全、可靠。报告期内，公司未发生重大违反科技伦理的事件。

公司构建全面的科技伦理管理体系，制定《声音克隆协议》《定制模特协议》等内部规范文件，加强科技伦理问题管理，通过人工审查、规范数据管理等方式开展科技伦理管理工作，保障灵感岛和虹宇宙等业务符合伦理道德与法规要求。

— 天下秀科技伦理主要管理措施 —

灵感岛

- 数据使用遵循严格规范，收集时秉持最小必要原则，保障用户知情权与选择权。
- 定期开展内部科技伦理审查，审查 AI 生成内容的算法逻辑，确保不会出现虚假信息诱导、价值观偏差等问题。
- 在生成内容时，通过自动化与人工结合审核，确保基于真实客观信息，避免虚假、有害内容传播。
- 应用数字人技术时，严格遵循科技伦理，保障数字人形象生成过程的数据安全与用户隐私，确保数字人互动遵循道德规范，避免不当引导或侵犯用户权益。

虹宇宙

- 审查虚拟场景搭建、虚拟角色互动等方面是否遵循伦理规范，虚拟社交行为是否存在侵犯隐私、传播不良价值观的潜在风险。一旦发现风险隐患，相关业务团队立即整改优化，整改完成后再次审查，直至符合科技伦理标准。
- 利用 XR 光影技术打造虚拟旅游场景时，充分考虑用户体验的伦理维度，避免过度刺激或引发不适，为用户营造健康、积极的虚拟环境。
- 在聚合 IP 资源打造文旅新产品时，注重 IP 使用的合法性与文化价值传播，避免侵权行为，以积极、正面的方式推动文旅产业发展，促进文化交流与传承，维护社会文化伦理秩序。

以人为本，共建美好社会

员工权益与福利

员工招聘与雇佣

天下秀严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，制定《招聘管理制度》等制度，使公司员工招聘管理制度化、规范化、程序化，保证公司人才结构合理和人才储备充分，实现人力资源的优化配置。

公司秉承相互尊重、公平公正的招聘原则，选拔员工时，严禁对员工的性别、种族、民族等方面进行筛选和限制，注重对少数民族大学生、残障人士、退役军人的招聘吸纳，并坚决禁止雇佣童工和非自愿用工，禁止员工在受雇之时缴纳押金或存放身份证的行为，强化工时管理，杜绝发生违规劳动行为。报告期内，公司在境内外均未发生员工雇佣方面的重大诉讼案件，亦未发生雇佣童工或强制劳工的情况。

在人才需求规划方面，公司实施人力成本预算统一管控，各部门人力成本依据公司下一年度战略规划制订人员计划，经审批后形成年度人力预算总额，由公司统一下达。预算执行过程中，将结合季度业务实际达成情况动态调控人员配置及成本支出，确保资源投入与业务需求精准匹配。

— 天下秀员工招聘与雇佣管理 —

雇佣类型	雇佣原则	招聘渠道
- 国内雇佣：劳动合同工、劳务派遣工、实习生、退休劳务人员、兼职人员、非全日制人员。 - 海外雇佣：劳动合同工。	- 用人标准：选择最适合的人选。 - 用人原则：公开、公正、任人唯贤。	- 内部招聘渠道包括：在职员工内推、公开内部竞聘等。 - 外部招聘渠道包括：校园招聘、人才市场、媒体广告、网络、猎头公司等。

2024 年，公司通过提升招聘效率、节省招聘预算、增强雇主品牌影响力等多方面措施，科学有序开展员工招录和人才发展工作。

— 天下秀 2024 年重点招聘工作举措 —

提升招聘效率

公司聚焦核心环节，通过系统流程优化、面试模式升级及跨部门协同机制完善，实现招聘全流程的提质增效。

- 优化 Moka 系统各项操作流程，确保招聘团队能够更便捷地完成全流程管理。
- 推动面试模式向线上化转型，减少地域与时间限制，加快面试进程。
- 通过优化与 SCC（共享服务中心）、人力资源部薪酬组的信息同步机制，强化跨部门协作效率，确保招聘各环节紧密衔接，进一步提升整体运营效能。

节省招聘预算

公司通过优化采购渠道和精细化运营管理，有效降低整体招聘成本。

- 在供应商选择方面，经过充分的市场调研和综合评估，成功与多家优质服务商达成合作，显著提升了采购效益。
- 通过对各招聘渠道的持续跟踪分析，及时调整资源配置策略，使线上招聘平台的运营效率得到明显提升。

增强雇主品牌影响力

公司持续优化雇主品牌形象，全面提升招聘渠道的展示效果。

- 在 BOSS 直聘等招聘平台精心设计更具吸引力的公司展示页面，包括更新企业形象照片、优化公司介绍文案、提炼更具感染力的宣传标语等。
- 积极拓展新媒体招聘渠道，通过运营小红书官方招聘账号，以年轻化的内容风格和互动方式，生动展示企业文化与员工风采，有效扩大了潜在候选人的覆盖范围。

此外，公司高度重视员工队伍中的性别多样性，为女性员工提供平等机会的同时，还积极支持她们释放自身潜力，于工作岗位中彰显“她”力量的独特魅力与价值。截至 2024 年底，公司女性员工占比达 69.04%。

员工权益保护

公司尊重和保护员工的基本权益，积极推进落实《员工行为准则》《考勤制度》等规章制度的实施运行，切实保障员工休息休假、取得劳动报酬、享受社会保险及其他法定权益。

— 天下秀员工权益与福利情况 —

工时与假期

- **标准工时及月度综合工时：**公司大部分员工均采用标准工时，部分客服、信息审核岗位采用月度综合工时。
- **法定假日及带薪休假：**公司根据国家规定的节假日安排员工休假，包括其他法定假日（如婚假、丧假、产假、哺乳假、育儿假等）。除此之外，员工可享受法定年假的带薪休假，以及自入职之日的每年公司奖励年假、带薪病假。
- **加班调休及付薪政策：**公司鼓励员工在工作时间内完成工作任务，要求各级管理人员合理安排工作。因工作特殊原因需要非法定节假日加班的，公司根据加班时长安排员工进行相应调休，并根据加班时长给予加班餐补和交通补助。法定节假日加班情况，根据国家要求支付员工 300% 工资。

薪酬与福利

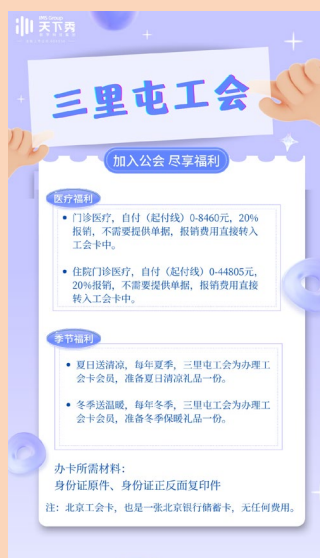
- **薪酬结构：**员工薪酬由岗位工资、岗位绩效、业绩奖金、佣金共同组成。
- **公司福利：**非法定范围内的公司福利针对全体劳动合同员工（含派遣员工）包括：带薪病假、司龄奖励年休假、弹性考勤组、节日伴手礼（元旦、春节、三八、端午、六一、中秋、司庆、圣诞）、各类企业文化活动（程序员节、电竞比赛）、部门团建费、优秀员工出境旅游、骨干员工慰问礼金（结婚、生子、直系亲属去世）、午餐补助、加班补助。
- **员工保险**
 - ◆ **社会保险：**公司为全体签订劳动合同的员工依法缴纳社会保险，提供五险一金；对于劳务派遣员工，由公司支付至派遣机构为员工缴纳。
 - ◆ **雇主责任险：**针对全体实习生、退休返聘人员等社保缴纳范围外的员工购买雇主责任类商业保险。

此外，公司针对劳动纠纷事件，始终秉持依法合规原则，积极配合劳动仲裁机构开展工作，并严格按照仲裁结果及法定程序落实执行，切实保障劳动者合法权益。报告期内，公司在境内外均未发生重大劳动纠纷事件。

员工沟通与关怀

公司设置职工民主程序，切实维护职工的民主权利，致力于建设开放、包容的工作环境。

公司设立员工工会，尊重并支持员工根据当地法律加入工会及参与集体谈判的合法权利；在企业微信上设立员工意见反馈平台“秀心声”。人力资源部及合规相关部门均设有公共邮箱接受员工的监督与反馈，创建了开放、透明的工作环境。



员工工会宣传海报和活动现场

公司重视全体员工的身心健康，全方位、多维度地开展员工关怀工作，致力于打造温馨、健康的工作环境。公司每年在三八妇女节，为全体女员工精心准备伴手礼，女员工在当天享受半天带薪休假。



员工关怀活动海报

为了解员工对职能部门整体工作的综合满意度及意见反馈，进而更好地解决问题，提升职能部门工作质量；同时为了解员工工作心理和需求，为员工提供更好的工作体验，提高与员工的沟通信任，加强凝聚力，公司每半年度进行一次全公司的满意度调查工作，调研员工对公司的满意度。

开展 2024 员工满意度调研

2024 年，公司共组织两轮全面的员工满意度调研活动。本次调研覆盖全体员工，并从部门层面进行细致评估，涵盖人力资源部、行政部门、财务部及市场部四个关键职能部门。

相关职能部门在两次调研中均获得了较高评分，彰显公司在职能部门的专业能力和运营效率方面取得了积极成效。

员工健康与安全

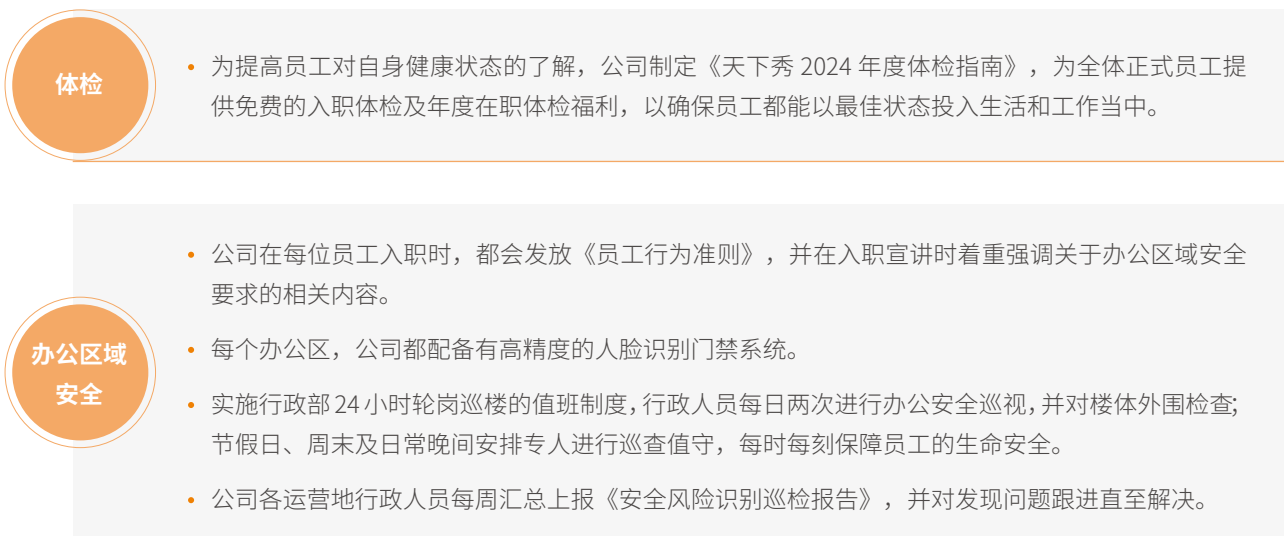
公司高度重视保护员工的安全与健康，编制《安全风险应急预案》《消防应急预案》《办公环境及办公安全运营标准手册》等安全标准文件，全员宣贯安全相关内容。同时，为及时应对突发事件，公司成立突发事件应急处理领导小组，统一协调公司突发事件的应急处理工作。

— 天下秀突发事件应急处理领导小组架构 —



公司倡导健康办公的理念，持续开展员工健康安全管理工作，打造舒适职场。2024 年，公司针对员工身心健康、办公安全等方面开展了一系列守护与保障员工的措施。

— 天下秀员工健康与安全管理措施 —



境外差旅
保险

- 由于境外工作具有距离远、环境陌生、风险复杂等特点，为弥补境内常规社保覆盖不足的问题，公司和专业保险供应商建立合作，为境外差旅的雇员购买差旅类商业保险，以此提供更全面的保障。

在年度体检工作周期结束后，公司人力资源部实施体检满意度调查工作，对年度体检工作进行分析和复盘，为后续年度体检工作的顺利开展打下坚实基础。

— 天下秀 2024 年员工安全保障主要措施 —

发布安全
倡议书



文明安全倡议书 - 第一期



文明安全倡议书 - 第二期

配置急救
设备



AED 工区摆放图及粘贴的使用说明

员工专业
救护技能
证书



北京红十字会救护技能证展示图（目前有 6 名员工有救护证）

开展按摩等免费义诊活动

公司工会与上级工会（三里屯街道工会）定期联合办公益活动。2024 年 7 月，工会邀请北京中医药大学专家，为员工带来了中医推拿按摩、诊脉、健康咨询等免费义诊活动，受到了广大员工的热情欢迎与积极响应。



天下秀义诊活动

员工培训与发展 *

治理

员工培训与发展是天下秀实现战略目标的重要支撑。为扎实推进人才培养与管理工作，公司制定《人力资源部制度汇编》《薪资及岗位晋升管理办法》《M 序列进出规则》等内部制度。

市场与公共关系部的光年学院作为公司员工培训与发展的主要负责组织，始终坚持“积极、愉快、富有成就感”的学习理念，致力于打造高效且充满活力的学习体验，激发员工成长动力，为企业和个人的共同发展赋能。

战略

公司本着“对外有竞争力，对内公平”的基本原则，从员工培训与发展的角度，识别并分析影响程度较大的风险和机遇，同时针对性制定战略规划，以应对潜在风险并把握相应机遇。

公司从战略高度出发，全力完善人才发展体制机制，致力于打开多元的员工发展通道，激发员工队伍的活力，为公司持续发展注入源源不断的动力，实现发展力量的稳步壮大。

— 天下秀主要的员工培训与发展相关机遇及应对策略 —

主要机遇类型	影响时间范围	财务影响	应对策略
服务效率提升机遇	中、长期	营业收入增加 运营成本减少	- 结合业务发展机遇，公司加大了对小红书“投流”业务的内部培训力度。培训内容主要为“KFS”营销组合投流策略、数据分析方法，帮助员工全面掌握投流业务的关键技能。 - 公司坚持系统谋划人才工作，着力打造总量合理、结构优良、接替有序、能力突出的人才队伍。聚焦人才引进、精准培养与高效任用，针对各业务条线，差异化制定专业人才发展策略。
人才保留与激励机遇	中、长期	营业收入增加	

○ 影响、风险和机遇管理

● 员工培训

公司高度重视员工职业发展，通过业务培训等方式，从业务技能、专业知识、精益管理等多方面加强员工培训，打造四大培训体系，提升员工综合素质和工作能力。

— 天下秀培训体系 —

微光计划（新人培训）

新人培训是所有新晋员工的必修课。通过《我与 IMS》《重构下的新世界》等课程深入去了解天下秀是一家什么样的公司，了解内部的商业矩阵；以及支撑其核心并源源不断提供驱动力的价值观是什么。通过小组间的交流和协作共同完成考核任务，为未来的跨部门沟通和合作奠定基础。

晨光计划（专项培训）

本系列培训将按照专业序列进行系统化的专项内容培训，将各专业条线分级别进行授课和学习。课程内容包括梳理专业技能、分享专业领域最新趋势与动态以及资深前辈的职业指导等。帮助学员系统化梳理知识，查漏补缺，明确学习方向，从而提高工作能力，帮助部门更好的实现业绩目标。

星光计划（精英特训营）

从各个事业部中选择优秀人才进入培训班，进行为期一年的培养。根据员工特点以及天下秀发展情况制定和更新课程内容，通过知识讲解，模拟演练，小组活动等各种形式的课程，挖掘员工潜力，使优秀才能够脱颖而出，使各级管理岗位有助手和后续支撑，从而建立有效的人才输出和管理机制，为集团发展储备力量。

极光计划（总监 & 总裁培训）

在企业外部环境日益复杂的今天，管理者层次越高就越需要进行学习，一个优秀的管理者必须要有丰富的知识，开阔的视野，超前的眼光和创新的思维和决断力。本系列培训将通过课题研讨、沙盘模拟、游学等多种方式进行学习，帮助管理者培养战略化的大视野大格局，在瞬息万变的商业环境中保持清醒的认知。

开展微光计划第 47 期新员工培训

2024 年 8 月，公司开展微光计划第 47 期新员工培训，帮助新员工理解公司的使命、愿景、价值观和核心理念，提升团队协作和沟通能力。培训内容包括公司业务综合介绍（6 节产品 / 业务类视频课 +1 节公司介绍课程）、企业文化、企业文化小组课题任务、考试。



微光计划——第 47 期新员工培训

开展星光计划储备干部培训

2024 年 2 月，公司开展星光计划储备干部培训，旨在系统化培养未来管理人才，为学员胜任更高阶管理岗位奠定坚实基础。培训内容包括理论学习、“奇迹之墙”互动、“梦想海报”互动及总结回顾。



星光计划——储备干部培训

● 员工发展

公司建立科学完善的人才发展规划，通过制定人才需求规划、实施人才盘点、建立多元人才培养通道等方式，有效管理人才吸引与发展过程中的风险和机遇，以支撑公司可持续发展目标。

— 天下秀人才发展规划 —



人才需求规划

公司实施人力成本预算统一管控，各部门人力成本依据公司下一年度战略规划制订人员计划，人力预算按年度由公司下达，以季度为单位，参考业务数据按季度使用。



人才盘点实施

公司各一级部门在每年一季度结束前，根据当年度首月人力成本总额，进行人才盘点，根据盘点结果对一级部门内岗位设置进行合理调整（包括岗位数量和岗位职级等）。



人才培养双通道

岗位序列分 M 序列（管理序列）和 P 序列（专业序列）。M 序列分为 M 1-M6；P 序列分为 P0-P10。公司根据人才发展的需要，设置了 M0 作为管理人员的储备。

公司制定《薪资及岗位晋升管理办法》，设置管理（M 序列）和专业（P 序列）双通道，针对不同序列员工实施不同的绩效考核机制，为全体员工提供畅通的晋升路线，依据员工绩效、能力等进行选拔和晋升。

— 天下秀人才培养双通道绩效考核机制 —

M

序列

公司针对管理序列 M 序列人员实施战略导向型绩效考核机制，以年度为周期覆盖。

（1）战略承接与目标分解：年初根据公司新财年战略规划，基于平衡计分卡（BSC）框架，将公司年度战略目标拆解为四大维度，并依据不同部门职能，分解为组织目标及关键绩效指标。

（2）战略执行过程监控：建立了月 / 季 / 年度定期考核机制，对 M 序列工作进行阶段性复盘与评估；同时，针对重大战略项目、紧急任务等设置动态考核节点。

（3）绩效驱动战略优化：当绩效考核结果连续两季度反映出某一业务板块业绩数据下滑、盈利能力减弱，或新兴业务领域发展远超预期时，管理层将基于这些数据深入分析内外部环境变化，及时对公司战略进行优化与重构。

（4）绩效反馈与沟通机制：年度周期结束后，管理层与 M 序列人员进行深度绩效面谈，通报考核结果，深入剖析绩效优劣原因，共同制定改进计划与未来发展规划。

（5）激励与发展导向：M 序列绩效考核结果与薪酬、奖金、晋升紧密挂钩，对高绩效 M 序列人员给予丰厚物质回报与职业发展激励，激发其持续为公司战略目标拼搏的热情。

P

序列

公司针对专业序列 P 序列员工绩效考核采用 KPI 考核模式，考核通常按月或季度进行，以动态跟踪员工绩效表现。

（1）考核指标的制定主要基于岗位职责、部门目标及管理要求，由人力资源部协同部门负责人共同完成制定及下达，严格遵循 SMART 原则。

（2）绩效评估周期内，针对试用期员工、已转正员工，设计不同侧重点。考核结果与员工岗位绩效直接挂钩。

（3）通过该绩效考核机制，公司能够有效识别员工优势与不足，优化人才管理策略，实现组织效能与员工发展的双赢。

○ 指标与目标

公司积极推进四大培训体系，确保员工技能提升和个人职业发展与业务发展需求相匹配。

— 天下秀 2024 年员工培训与发展目标与成果 —

目标

- 助力员工成长与业务发展。
- 通过培训，让新员工理解公司的使命、愿景、价值观和核心理念，增强对公司的认同感和归属感。
- 帮助新员工建立良好的人际关系，提升团队协作和沟通能力，促进团队融合。

成果

- 参训员工考核通过率 100%。
- 微光计划全年共开展 7 期培训，覆盖 668 名新员工，总培训时长超 4,600 小时，帮助新员工快速融入公司文化并掌握基础业务知识。
- 晨光计划围绕“提升职场综合能力”主题，推出 4 期专题课程，涵盖《管理目标与计划》《提升解决问题的能力》《赢得客户信任》《做好工作汇报》四个实用主题，累计覆盖 79 名员工，助力员工在日常工作中提升关键能力。
- 星光计划以企业文化共建工作坊的形式，汇聚 38 名储备干部，围绕公司文化与管理实践展开深度探讨，并结合现场宣讲，重点传达《内部廉洁重要性》的主题，为储备干部树立坚守合规与职业道德的意识。
- “初级营销师”人才认证考核共 99 位员工顺利通过，公司成为小红书官方人才共建代理商。



社会贡献与乡村振兴

天下秀致力于在社会贡献和乡村振兴中发挥积极作用。公司深化红人经济生态建设，赋能乡村振兴；与高校合作，开展红人经济职业教育，培养新媒体行业专业人才。

公司利用自身在红人经济领域的优势，通过精准营销、直播带货等方式，打通农产品上行渠道，助力乡村产业升级，提升乡村经济的造血能力。

“青耘中国·冬藏未来” 助农直播

2024 年 12 月 6 日，公司参与的“青耘中国·冬藏未来”助农直播活动在北京圆满收官。助农直播的产品包括蜂蜜奶皮子、草原早茶包、麻辣鸡、熏香肠等，十余种内蒙古本地特色农副产品。直播现场主播们从饮食文化、美食制作等不同角度对产品进行了细致的介绍，吸引了不少消费者的关注并下单购买。

本次助农直播聚焦内蒙古特色农业发展，有力提高对口支援地区农副产品知名度，为对口支援地区农副产品增加销路，使大众了解到更多非遗文化的同时，为乡村产业发展注入了强劲动力。



青年主播·青春助力乡村振兴

开展乡村振兴青年主播研习营

2024 年 1 月 15 日至 19 日，由共青团同安区委主办，天下秀教育与诚华职业技能培训学校联手，共同打造同安区乡村振兴青年主播研习营。

本次培训汇集了 60 位在乡返乡创业青年，由天下秀教育资深导师担任授课教师，进行直播技能和短视频制作方向的培训。培训内容涵盖直播电商逻辑剖析、营销策略分享、实际案例分析、拍摄剪辑流程讲解、短视频平台运营规则和推广策略解析等，帮助学员掌握更多新媒体领域的知识和实操技巧。

课程结束后，学员们反馈这次学习让他们对新媒体行业有了新的认识，激发他们利用新媒体平台让更多人了解家乡的动力，并会为乡村振兴贡献自己的力量。



同安区乡村振兴青年主播研习营

深入与高职院校合作

天下秀深入与高职院校合作产教融合政策下的生产实践性项目，为高校引入真实商业项目，通过产业教学、考核与筛选，组建了稳定且专业的校园项目团队。

2024 年，公司积极推动产教融合，成功引入某知名 K12 教育培训机构、5 个官方平台电商店铺账号直播间入驻武汉城市职业学院财经学院。依托完善且系统化的行业培训体系，以及严格的选拔标准，公司从学院学生中精心选拔并留用主播和运营人员合计超过 50 人次。

在运营过程中，公司派遣专业的现场运营团队，对入驻直播间进行全方位管理与悉心辅导。通过团队的不懈努力，直播间取得了显著成效，年度产出商品交易总额（GMV）达到百万级别，同时其他各项关键数据指标也均顺利达到企业的需求标准，实现了校企合作在电商直播领域的成功实践，为学生提供了宝贵的实践机会，也为企业创造了良好的经济效益。

治理篇

稳健经营，夯实治理根基

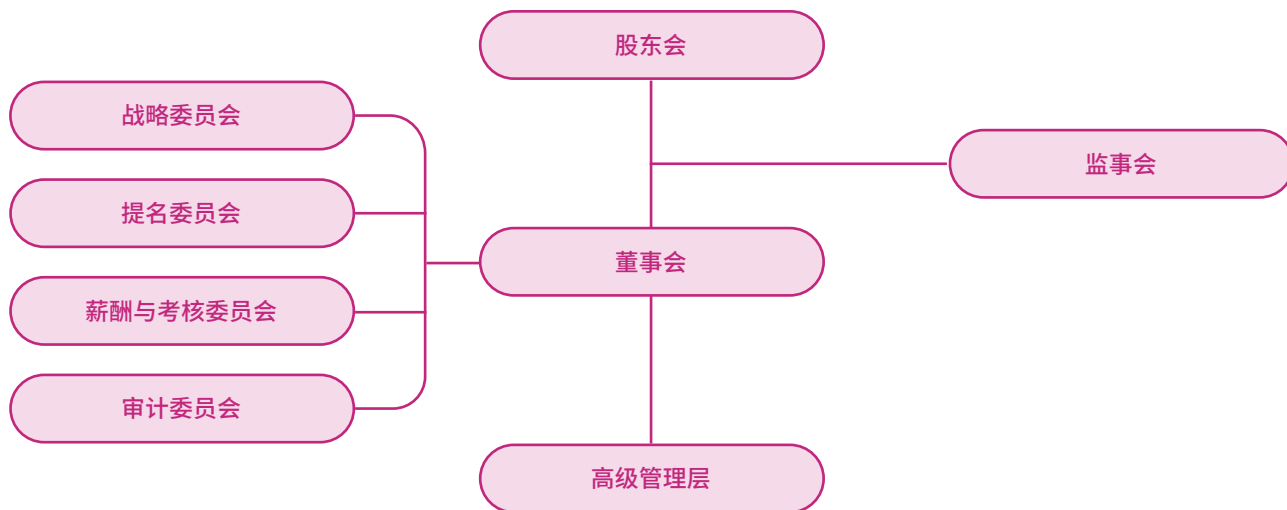
公司治理 *

○ 治理

天下秀严格遵循《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》等法律法规及监管要求，建立健全以股东会、董事会、监事会和高级管理层（“三会一层”）为核心的公司治理架构，确保决策科学、运作规范、监督有效。

公司制定《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》等公司治理制度，明确股东会、董事会、监事会的职责范围和工作程序，为公司的规范化运作提供制度保障。

— 天下秀公司治理架构 —



○ 战略

在公司治理议题中，公司重点关注三会治理及信息披露、投资者权益保护等关键领域，其中既蕴含发展机遇，公司也认识到需审慎管理相关风险。

三会的“有效性”“专业性”“多元化”及“独立性”建设，直接影响公司战略决策质量与长期竞争力；而信息披露的透明度与投资者权益保障机制，则关系到公司资本市场形象与投资者信任度。

公司通过持续优化三会治理效能、完善信息披露透明度机制及强化投资者权益保障体系，构建全面的公司治理风险和机遇管理框架，以此系统性管理中长期可能影响公司合规成本、市场声誉及营业收入的关键因素，有效管控合规运营风险并把握战略发展机遇，为可持续发展提供坚实保障。

○ 影响、风险和机遇管理

● 三会治理

2024 年，公司严格按照公司治理制度的各项要求，确保三会召集、召开及表决程序合法合规，所作决议合法有效。公司董事均具备履行职责所必需的管理经历和经营管理能力，并通过内外部培训与学习持续更新任职所需知识和技能。

此外，公司持续完善治理体系，于 2024 年着力推进公司治理相关制度的修订工作，且修订后的制度已严格履行“三会”审议程序审议通过，进一步夯实公司规范运作的基础。公司所修订制度包括但不限于《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》《募集资金管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《董事会审计委员会实施细则》《董事会薪酬与考核委员会实施细则》《董事会提名委员会实施细则》《董事会战略委员会实施细则》《内幕信息知情人登记备案办法》等。

● 信息披露

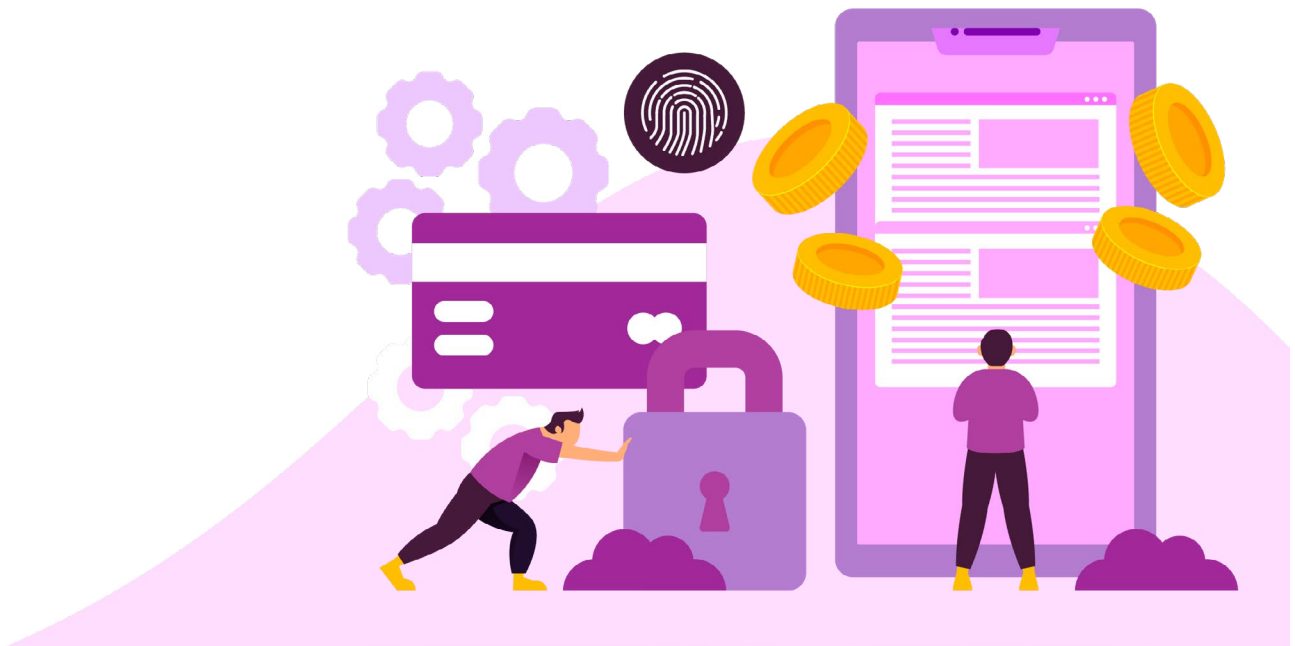
公司高度重视信息披露工作，严格遵守信息披露相关法律法规，建立完善的信息披露体系，确保财务状况、经营成果、现金流量等核心信息全面、及时披露，避免选择性披露或重大遗漏。此外，公司通过强化财务数据及经营情况的审核机制，杜绝虚假记载或误导性陈述，且由董监高等关键人员严格履行监督职责，对信息披露的真实性、准确性、完整性负责。

为增强信息披露的有效性，公司通过定期报告、临时公告、投资者交流等多渠道向市场传递经营策略、业务进展及未来规划，并持续优化披露内容的透明度和可读性。同时，公司动态监测市场及业务变化，确保重大事项第一时间公告，保持与监管机构的紧密沟通，提升信息披露的合规性和时效性。

● 投资者权益保障

公司始终将投资者权益保护作为核心责任，持续提升信息披露透明度，构建多元化沟通渠道。公司通过投资者热线、传真、专用邮箱、上交所“e 互动”平台等常规途径，结合现场调研、电话会议等线上线下活动，确保投资者全面掌握公司经营动态及行业发展趋势。在与投资者的沟通及交流过程中，公司严格遵循公平披露原则，并杜绝选择性信息披露行为，切实保障所有投资者的平等知情权。针对关联交易等事项，公司严格执行回避表决机制，确保决策程序规范透明，切实维护公司及全体股东合法权益。

此外，公司始终将投资者回报作为企业价值创造的重要体现，持续完善科学、稳定的分红政策。在制定分红方案时，公司既充分考虑行业特点及公司实际经营需求，又高度重视中小投资者的合理诉求，通过建立持续、稳定的现金分红机制，实现股东利益与企业发展的良性平衡。



○ 指标与目标

公司持续提升治理效能，以“稳健治理、长效发展”为核心目标，系统推进“三会”运作规范、信息披露透明度和投资者权益保护机制建设，在高效治理、规范运作等方面取得显著成效。

— 天下秀 2024 年公司治理重点绩效成果 —



董事会及监事会组成



董事会董事 **7** 名，
其中女性董事 **3** 名，占比达 **43%**



独立董事 **3** 名，占比达 **43%**



监事会监事 **3** 名，
其中职工监事 **1** 名



三会召开情况



股东会 **2** 次，
共审议议案 **29** 项



董事会会议 **7** 次，
共审议议案 **55** 项



监事会会议 **7** 次，
共审议议案 **36** 项



信息披露成果

- 组织编制及披露四期定期报告及 62 份其他信息披露文件。
- 披露文件无虚假记载、无误导性陈述或重大遗漏，确保投资者能够平等、及时、有效地取得所披露的信息。



投资者权益保障成果

- 在年度、半年度和三季度业绩发布后通过中国证券网路演中心以网络互动的形式召开业绩说明会共 3 场。
- 公司股东会审议通过《关于公司 2023 年度利润分配预案的议案》，分配方案为：以方案实施前的公司总股本 1,807,747,642 股为基数，每股派发现金红利 0.0155 元（含税），共计派发现金红利 28,020,088.45 元（含税）。该利润分配方案已于 2024 年 7 月 5 日实施完毕。
- 公司 2024 年度利润分配方案为：拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每 10 股派送现金红利 0.086 元（含税），截至 2024 年 12 月 31 日，公司总股本为 1,807,747,642 股，以此计算合计拟派发现金红利 15,546,629.72 元（含税）。本次利润分配预案尚需提交公司 2024 年年度股东会审议通过。

更多公司治理议题管理详情，请参阅《天下秀数字科技（集团）股份有限公司 2024 年年度报告》“公司治理”章节。

合规运营

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》及中国证监会、上交所的相关监管要求，建立以《质监管理规定》为核心的内控管理体系。在此基础上，公司结合行业特征及企业经营实际，持续对内控制度进行持续完善与细化，并推动全员培训宣导，以提高企业决策效率，为企业经营管理的合法合规提供保障。

开展内部合规培训

近年来，随着行业合规要求的持续强化，为防范潜在合规风险、落实稳健经营战略，公司于 2024 年组织员工开展合规现场培训，有效提升员工合规操作意识。

通过系统化的内部合规培训体系，公司有效筑牢合规经营防线，切实保障企业资产安全与运营规范。这一机制不仅培育了全员合规意识，更塑造了公开透明、诚信守正的企业文化，为公司稳健运营和长期发展提供坚实基础。

▶ 莫以恶小而为之 —— 业务流程中的红线行为



虚增业务需求，
或将个人花费报销为客户需求



徇私舞弊推荐不符合客户需求的资源
或者推荐有个人利益的供应商



提高采购价格或者非标采购



回传虚假凭证



收受回扣贪腐行为



岗位人员履职尽责不到位
或出现超规行使岗位职权

内部合规培训

60

反商业贿赂及反贪污 *

治理

公司制定《质监管理规定》《诚信廉洁协议》《内部吹哨人制度》等内部制度，设立质监部，强化反商业贿赂及反贪污内部管控并防范经营风险，为企业的稳健运营和可持续发展提供了坚实保障。

— 天下秀反商业贿赂与反贪污组织架构 —

由质监部全面监督公司廉政管理工作，负责监察业务流程中虚增业务需求、徇私舞弊、员工收受回扣贪腐等行为。

质监部成员	职能
总经理	负责全面的战略规划、管理决策及部门协调，确保质监工作高效运行。
数据分析师	通过收集、分析质量相关数据，提供报告与改进建议，支持决策优化。
审核专员	依据标准或规范执行具体质量审核，识别问题并监督整改，保障合规性。

战略

公司积极识别、评估及管理反商业贿赂及反贪污相关风险，不断完善管理体系，有效管理和控制公司全价值链中贪污、贿赂等相关风险。

— 天下秀主要的反商业贿赂及反贪污相关风险及应对策略 —

主要风险类型	影响时间范围	财务影响	应对策略
员工贪污腐败风险	中长期	合规成本增加 营业收入降低	- 构建系统化、全流程的反商业贿赂及反贪污治理体系，筑牢企业合规经营的制度防线。 - 培育全体员工廉洁从业意识，持续推进廉洁文化建设。 - 以业务复核与回溯抽检为抓手，严把合作准入关，将廉洁条款嵌入供应链全生命周期管理。

○ 影响、风险和机遇管理

公司持续推进公司监察体系建设，通过完善日常管理体系、加强员工行为监督、推进合规培训等方式，促进公司业务行稳致远。

— 天下秀 2024 年反商业贿赂及反贪污重点举措 —

业务管理 措施

- 财务部及质监部对业务采购情况进行复核，重点核查合同审批、资金流向及交付验收等关键节点。
- 建立动态化抽检制度，定期对业务进行回溯抽检，确保每笔采购经得起审计检验与合规追溯。

员工培训 与守则

- 建立健全全员岗位廉洁培训体系，开展定制化反腐倡廉教育。
- 要求全体员工遵守《廉洁自律公约》，确保廉洁要求内化于心、外化于行。

检举者 保护

- 建立电话、电子邮箱、信函等方式的检举渠道。
- 质监部是唯一被公司授权从事反舞弊反腐败内部人员调查的专职部门，直接向董事长汇报工作，从组织架构上保障了举报受理和调查工作的独立性和客观性。
- 对于举报和调查均有严格成熟的制度流程，对吹哨人及其提供材料均严格保密。
- 将对吹哨人进行打击报复的行为明确为纪律红线，一旦发现打击报复吹哨人的情况，将视为严重违反公司的规章制度。

供应商反 腐败管理

- 将《诚信廉洁协议》作为供应商准入的强制性契约文件，保障双方在业务往来中的合法权益，充分体现公平、公正、廉洁、诚信合作的精神，共同抵制商业贿赂和不正当竞争，反对商业欺诈。

开展反商业贿赂及反贪污培训

2024 年，公司开展线上反商业贿赂及反贪污培训，通过系统化岗位廉洁培训，使员工深入掌握《廉洁从业准则》核心要求，精准辨识业务场景中的利益冲突与廉洁风险点，切实提升防范商业贿赂的实战能力，为公司的稳健运营和长期发展提供坚实基础。



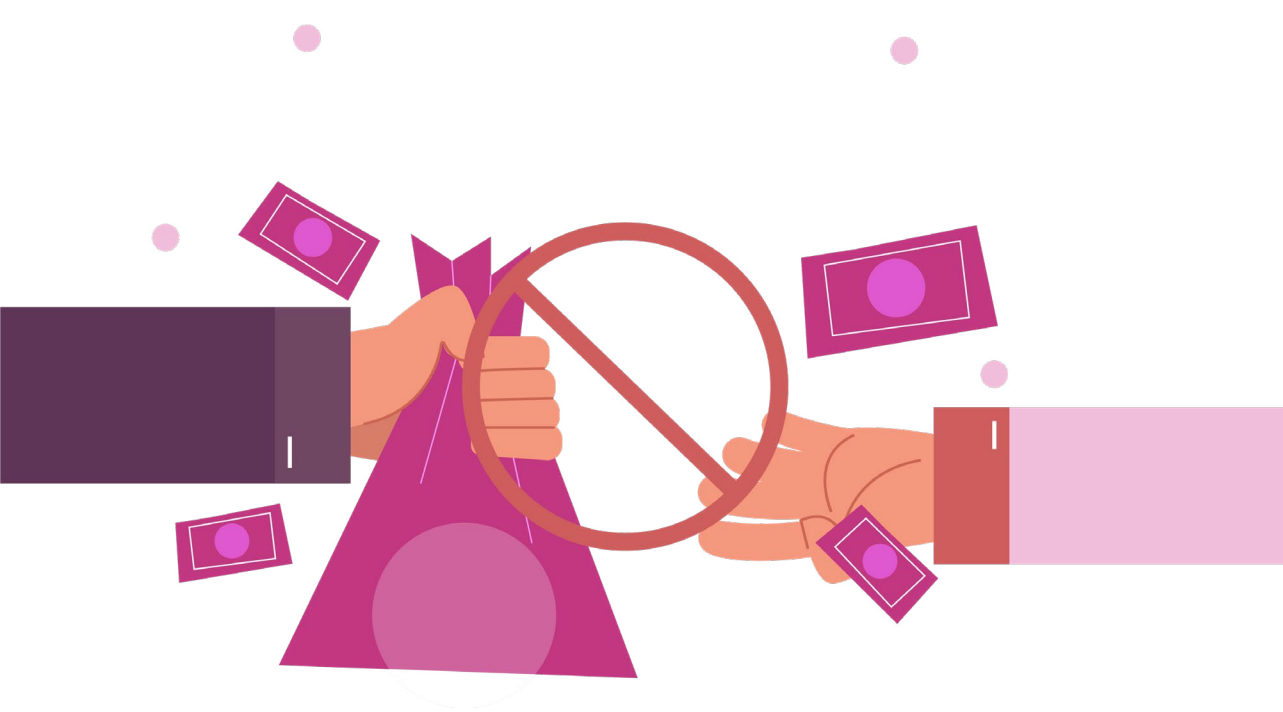
内部反商业贿赂及反贪污培训

○ 指标与目标

公司针对反商业贿赂及反贪污制定管理目标，并定期通过相关指标监测目标进展。

— 反商业贿赂及反贪污相关指标与目标 —

目标	指标	2024 年
- 构建覆盖全业务流程的廉洁风险防控体系 - 通过常态化廉洁教育引导员工树立合规意识	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工比例	100%
	报告期内针对公司的商业贿赂及贪污相关重大诉讼事件	0 件



反不正当竞争

商业秘密保护

公司遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，制定《保密及竞业禁止协议（P 序列）》《竞业竞争限制及保密协议（M 序列）》等内部管理制度，开展商业秘密保护、竞业禁止等管理举措，督促员工公平进行业务竞争，维护正常市场秩序。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事件。

— 天下秀商业秘密保护管理措施 —

员工 入职前

- 公司在员工授权后会进行全面的背景调查，包括但不限于过往工作经历、仲裁 / 诉讼历史，是否受竞业限制等。

员工 入职后

- 公司会根据岗位序列分为管理（M 序列）及员工（P 序列）签订不同级别的《保密及竞业禁止协议》，并进行相应培训，着重强调防止侵犯商业秘密和不正当竞争的重要性。
- 公司针对侵犯商业秘密或违反不正当竞争条款的事件，会采取全员通报和案例培训的措施。
- 根据员工手册《员工行为准则》，对违反手册条规者，公司将视其具体情节给予口头批评、书面通报、记过等惩罚措施，严重违反公司制度者，公司有权解除劳动合同。

员工 离职时

- 由公司根据员工工作岗位及工作内容，评估确定是否需要启动竞业禁止条款。

开展反不正当竞争培训

2024 年，公司针对规避信息泄露风险主题，开展专项线上培训工作，全面提升员工对信息泄露风险的认知和防护能力，有效预防商业秘密泄露可能引发的不正当竞争风险。



反不正当竞争培训

知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，制定《知识产权制度文档》，秉持不侵犯他人商标权、专利权、著作权等知识产权并积极保护自身知识产权的原则，在法务部下设知识产权管理团队，针对专利、商标及著作权管理，建立完善的知识产权工作机制。

2024 年，公司围绕已有的核心注册商标，积极探索防御商标的注册，进一步维护公司的品牌价值。报告期内，公司未发生知识产权方面的重大诉讼案件。

- 2024 年，国内商标申请 **45** 项，国外商标申请 **15** 项。
- 截至 2024 年底，公司应用于主营业务的发明专利共有 **17** 件。



税务治理

天下秀严格遵守《中华人民共和国税收征收管理法》《大企业税务风险管理指引（试行）》等法律法规，制定《税务管理制度》《税务合规手册》《税务风险分级目录》等内部制度，建立税务合规管理体系，监督各业务单元、子公司的纳税申报、税款缴纳及税务备案，防范因政策误读或操作疏漏导致的税务风险，维护公司信誉与经营安全。

— 天下秀税务治理措施 —

全生命周期 风险管理

- **业务前端介入机制：**构建业税联审机制，在合同签订前实施税务团队强制评审聚焦涉税条款与业务实质匹配，并对新商业模式开展多场景税负压力测试，前置防控税务合规风险。
- **事中监控与预警：**搭建税务智能监控平台，通过动态仪表盘实时预警税负异常、进销项偏差及跨境支付风险，并实施“总部抽查 + 子公司自查”月度巡检，覆盖发票、跨境备案及研发费加扣等关键合规节点。
- **事后稽查应对闭环：**建立稽查响应“三库一单”机制（资料库电子归档 / 案例库经验沉淀 / 话术库标准应答 / 任务清单责任到人），实现稽查全流程标准化应对。

数字化 风控设计

- **智能税务管理系统：**打造智能税务管理平台，集成自动化申报（对接财务 / 广告系统）、发票风险智能识别（OCR+NLP 技术）及全球政策雷达（权威数据库 + AI 监测），实现全流程合规管控。
- **大数据风控模型：**构建税务风险智能画像系统，整合申报数据、发票信息及行业对标等多元数据，通过机器学习输出“企业税务健康指数”，动态预警异常交易模式（如高频退票关联虚开）。

组织协同： 业财税 一体化

- **矩阵式税务管理架构：**税务合规组、国内税组、国际税组、税务 BP 组（Business Partner）、对接税局组、政策培训组。
- **跨部门协作机制：**建立跨部门月度联合评审机制，并搭建财务系统、广告投放平台、税务管理系统于一体的数据共享平台，实现风险共管与数据同源。

此外，公司定期开展税务培训，分层次构建培训体系、动态化设计培训内容、多元化组合培训形式、闭环式实施培训管理机制，建设长效性的培训机制。

开展税务治理培训

2024 年，公司针对关键风险领域开展了 4 场税务治理内部专项培训，覆盖居民企业与非居民企业业务往来需关注的涉税事项、公司内部员工借调的会计及税务处理、企业所得税汇算清缴常规调整、跨境电商进出口模式会计及税务处理等主题。

ESG 数据表和附注

经济绩效

经济绩效数据表

指标	单位	2024 年
营业收入	万元	406,632.81
利润总额	万元	5,037.80
纳税总额	万元	13,795.46
基本每股收益	元	0.03
每股社会贡献值 ¹	元	0.33

注 1：【计算方式】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。

环境绩效

环境绩效数据表¹

指标	单位	2024 年
温室气体排放总量（范围一 + 范围二） ²	吨二氧化碳当量	617.82
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量	6.27
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	611.55
人均温室气体排放量（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量 / 人	0.48
综合能源消耗量	吨标准煤	143.25
直接能源消耗量 ³	吨标准煤	3.08
间接能源消耗量 ⁴	吨标准煤	140.17
人均综合能源消耗量	吨标准煤 / 人	0.11
耗电总量	兆瓦时	1,139.68
人均耗电量	兆瓦时 / 人	0.89
自有车辆汽油消耗量	升	2,828.72

指标	单位	2024 年
市政用水耗用总量	立方米	6,769
人均市政用水耗用量	立方米 / 人	5.29
废弃物产生总量 ⁵	吨	31.12
有害废弃物产生量	吨	0
无害废弃物产生量	吨	31.12
人均废弃物产生总量	吨 / 人	0.02

注 1：统计口径为公司在中国境内的办公运营场所。

注 2：范围一温室气体排放来源为自有车辆汽油消耗产生的排放，温室气体排放系数参考《陆上交通运输企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》《中国能源统计年鉴》《省级温室气体清单编制指南（试行）》《GB 17930-2016 车用汽油》计算而得。范围二温室气体排放来源为外购电力，外购电力温室气体排放系数来自生态环境部、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：直接能源使用为自有车辆汽油。直接能源消耗量根据国家统计局《中国能源统计年鉴》公布的能源平均低位发热量系数换算。

注 4：间接能源使用为外购电力。间接能源消耗量根据《GB/T 2589—2020 综合能耗计算通则》取 20° C 卡换算。

注 5：有害废弃物主要包括办公产生的废弃灯管；无害废弃物主要包括办公产生的废弃电池、废纸、生活垃圾、碳粉盒、硒鼓墨盒等；公司暂未统计废弃物循环利用量。

社会绩效

员工数据表

指标	单位	2024 年
员工总数	人	1,279
按性别划分	男性	396
	女性	883
按年龄组别划分	>50 岁	20
	30 至 50 岁	568
	<30 岁	691
管理层员工人数	人	67
员工流失率 ¹	%	63
员工培训总支出	万元	40.70
员工培训次数	次	813
接受培训的员工总人数	人	1,279
员工培训覆盖率	%	100

指标	单位	2024 年
员工工伤保险投入金额	万元	50.31
工伤保险员工覆盖率 ²	%	100

注 1：员工流失率计算公式为：报告期内自愿离职或由于解雇等原因离开公司的员工 / 员工总数。公司所处行业整体流失率高，公司已通过员工权益保障、持续沟通和关怀等方式积极推进员工保留与成长工作，以此保障公司经营稳定性与持续性。

注 2：公司为中国境内及海外各地区全体员工依据雇佣地政策 100% 缴纳社会保险或商业保险。

| 创新驱动数据表

指标	单位	2024 年
研发人员数量 ¹	人	151
研发人员数占员工总数的比例	%	11.8
研发投入金额	万元	8,062.24
研发投入总额占营业收入比例	%	1.98
报告期内专利申请数量	件	0
报告期内专利授权数量	件	3
报告期内有效专利数量	件	17
应用于主营业务的发明专利数量	件	3

注 1：研发人员是指直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员。

| 优质产品和服务数据表

指标	单位	2024 年
接获关于产品及服务的投诉处理率	%	100
报告期内发生的产品和服务相关的重大质量事件损害涉及的金额	万元	0

| 数据安全与客户隐私保护数据表

指标	单位	2024 年
因违反数据安全法律法规而受到处罚的事件数	件	0
数据安全事件涉及的金额	万元	0
经证实的泄露、盗窃或丢失客户资料的事件数	件	0
客户隐私泄露事件涉及的金额	万元	0

| 社会贡献与乡村振兴数据表

指标	单位	2024 年
慈善捐赠金额 ¹	万元	100
员工志愿服务人次	人次	50
开展志愿者活动时长	小时	42
乡村振兴投入金额 ²	万元	2
乡村振兴惠及人数	人	60

注 1：2024 年慈善捐赠金额的统计范围为公司当年实际发生支付行为的金额。

注 2：2024 年的乡村振兴投入金额系公司无偿为共青团同安区委主办的“同安区乡村振兴青年主播研习营”所提供的培训师资产生的导师差旅费用。

可持续发展治理绩效

| 反商业贿赂及反贪污和反不正当竞争数据表

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	%	71.43
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层员工人数	人	67
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	人	1,279
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工比例	%	100
报告期内针对公司的商业贿赂及贪污相关重大诉讼事件	件	0
报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0

报告标准索引表

《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

披露要求	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	公司污染物排放量较低、对环境影响较小，且未被列入环境信息依法披露企业名单，因此该议题与公司相关度低。
废弃物处理	绿色运营 ESG 数据表和附注
生态系统和生物多样性保护	公司运营点不涉及生态敏感区，经营活动也未对生态系统和生物多样性产生重大影响，该议题与公司不相关。
环境合规管理	绿色运营
能源利用	绿色运营 ESG 数据表和附注
水资源利用	绿色运营 ESG 数据表和附注
循环经济	绿色运营
乡村振兴	社会贡献与乡村振兴 ESG 数据表和附注
社会贡献	社会贡献与乡村振兴 ESG 数据表和附注
创新驱动	创新驱动 ESG 数据表和附注
科技伦理	科技伦理
供应链安全	供应商管理
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%，且合并报表范围内企业均无需在国家企业信用信息公示系统披露逾期尚未支付中小企业款项信息。

披露要求	对应的本报告章节
产品和服务安全与质量	优质产品和服务 ESG 数据表和附注
数据安全与客户隐私保护	数据安全与客户隐私保护 ESG 数据表和附注
员工	员工权益与福利 员工健康与安全 员工培训与发展 ESG 数据表和附注
尽职调查	尽职调查与利益相关方沟通
利益相关方沟通	尽职调查与利益相关方沟通
反商业贿赂及反贪污	反商业贿赂及反贪污 ESG 数据表和附注
反不正当竞争	反不正当竞争 ESG 数据表和附注
根据《指引》第五条自主识别披露的议题	
负责任营销	负责任营销
推动行业生态建设	推动行业生态建设
公司治理	公司治理
合规运营	合规运营
税务治理	税务治理

专有名词释义表

在本报告中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

天下秀、公司	指	天下秀数字科技（集团）股份有限公司及其附属公司
红人	指	现实或者网络生活中因为某个事件或者某个行为而被网民关注从而走红的人，同时也是内容创作者
新媒体	指	新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统媒体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊杂志等
新媒体营销	指	利用新媒体平台进行营销的模式
社交媒体、社会化媒体	指	允许公众撰写、分享、评价、讨论、相互沟通的网站和技术，是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台。社交媒体的产生依赖的是 WEB2.0 的发展，现阶段主要包括社交网站、微博、微信、博客、论坛、播客等
互联网营销	指	基于互联网平台，利用信息技术与工具满足公司与客户之间交换概念、产品及服务的过程，通过在线活动创造、宣传、传递客户价值，并对客户关系进行管理，以达到一定营销目的的新型营销活动。其实质是将产品信息广告化与信息化，并以数字的形式呈现在网上
自媒体	指	以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体平台包括：博客、微博、微信、百度官方贴吧、论坛 / BBS 等网络社区
KOL	指	关键意见领袖（Key Opinion Leader）的简称，通常被定义为：拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人
MCN	指	Multi-Channel Network 的简称，MCN 模式源于国外成熟的网络达人经济运作，其本质是一个多频道网络的产品形态，将 PGC（专业内容生产）内容联合起来，在资本的有力支持下，保障内容的持续输出，从而最终实现商业的稳定变现
去中心化	指	以个人为中心，以个性化消费为特征的新型传播生态圈
大数据	指	一种规模大到在获取、存储、管理、分析方面远超出传统数据库软件工具能力范围的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和价值密度低四大特征
云计算	指	基于互联网的相关服务的增加、使用和交付模式，通常涉及通过互联网来提供动态易扩展且经常是虚拟化的资源



—— 主板上市公司:600556 ——