

**2025**

**可持续发展 (ESG) 报告**

广东省广告集团股份有限公司

# 目录

01 | 关于本报告

03 | 走进省广集团

06 | ESG 管理

## 01

### 规范公司治理 筑牢合规根基 09

党建引领	11
公司治理	14
合规经营与风险管理	19
反商业贿赂与反贪污	26
反不正当竞争	28

## 03

### 守护员工成长 深耕社会价值 51

员工雇佣	53
员工薪酬与权益	56
员工发展与培训	58
员工关怀	63
职业健康与安全	65
社会贡献	67
乡村振兴	68

## 02

### 数智创新赋能 提质产业生态 29

创新驱动	31
产品和服务安全与质量	36
协同共建	41
数据安全与客户隐私保护	43
供应链安全	49

## 04

### 践行低碳发展 守护绿色生态 71

环境合规管理	73
应对气候变化	73
绿色运营	76

78 | 关键绩效

81 | 指标索引

82 | 读者反馈



## 关于本报告

本报告是广东省广告集团股份有限公司发布的第 4 份 ESG 类报告，披露了公司 2025 年度在环境、社会和公司治理等责任方面的发展实践和主要成效，帮助企业股东、合作伙伴、员工和其他利益相关者深入透视公司的责任实践活动。

### 时间范围

2025 年 1 月 1 日至 2025 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。

### 报告边界

报告披露广东省广告集团股份有限公司及所属企业履行公司治理、社会、环境方面的责任信息，相关典型案例来自公司及所属企业。

### 信息来源

本报告所披露的信息来源于广东省广告集团股份有限公司内部正式文件、统计报告与年报，本报告所披露的数据来源于广东省广告集团股份有限公司实际运行的原始数据、政府部门公开数据、年度财务数据、内部相关统计报表、第三方问卷调查、第三方评价访谈等。本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

### 报告称谓

广东省广告集团股份有限公司（简称“省广集团”“公司”或“我们”）  
广东省广新控股集团有限公司（简称“广新集团”）  
省广营销集团有限公司（简称“省广营销”）

### 编制依据

联合国可持续发展目标（SDGs）  
全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》（GRI Standards）  
中国社科院《中国企业可持续发展报告指南》（CASS-ESG 6.0）  
中国标准化研究院《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）》  
《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》  
《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）》（以下简称“指引”）

### 报告可靠性保证

公司保证本报告内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### 报告获取

本报告以电子版形式供您阅读，您可登录公司官网（<https://www.gimc.cn/>）进行查阅。如对本报告有任何疑问或建议，敬请发送电子邮件至 [db@gimc.cn](mailto:db@gimc.cn)，或致电（020）87600168。

# 走进省广集团

## 公司简介

省广集团创立于 1979 年，是中国最早成立的一批广告公司，也是目前中国实力最强的营销集团之一，总部位于中国广州。省广集团坚守“为客户创造价值”的理念，为全球超过 300 家知名企业提供专业化的营销服务。2010 年，省广集团在深交所挂牌上市（股票代码：002400），成为“中国广告营销第一股”。

省广集团拥有超过 60 家成员企业，营业收入超 200 亿元，总资产超百亿元，服务网络覆盖中国各地。2016 年成为首家入选《财富》中国 500 强的营销集团，2018 年荣获“全国五一劳动奖状”，是迄今为止唯一获此国家级殊荣的营销集团，2024 年获批为“国家广告产业园区”，打造国家级广告产业创新标杆。

省广集团拥有全产业链服务能力，为全球超 300 家客户提供涵盖品牌管理、媒介代理、数字营销、出海营销等一站式全营销解决方案，打造了 GIMC 云、灵犀 AI、灵犀媒介、鲸鹏投放等数智营销产品矩阵，提供更加智能、个性化的大数据产品及营销解决方案，满足客户的多元化营销需求。2023 年成功入选广东省数字创意战略性新兴产业集群智慧融媒产业链“链主”企业（第一批），2024 年获认定为广东省效果营销工程技术研究中心。

四十七年来，客户的信赖与市场的锤炼，为省广集团积蓄了澎湃的创新动力，创造了中国广告史上的发展奇迹。省广集团将不断追求卓越，以智能营销驱动全域增长，引领智能营销产业升级，推动中国品牌走向世界，持续为股东、客户、员工创造价值，致力成为卓越的全球化智能营销集团！

## 企业文化

### 省广集团企业文化一览图



## 发展历程



## 年度荣誉

公司在 2025 年获得的重要荣誉奖项

获奖名称	颁发单位
2025 商业广告长城奖	中国广告协会
NEW STARS 金奖	釜山国际广告节
第十六届虎啸奖年度综合服务商	中国商务广告协会数字营销专业委员会
第十六届虎啸奖年度人物	中国商务广告协会数字营销专业委员会
第 16 届金鼠标数字营销大赛短视频营销金奖	金鼠标数字营销大赛组委会
第二十届“金圆桌奖”优秀董事会	《董事会》杂志
2025 上市公司董事会优秀实践案例	中国上市公司协会
微博“云帆共济奖”及“餐饮行业卓越奖”	微博平台
Wind ESG 评级 AA (传媒行业前 6%)	万得信息技术股份有限公司

## ESG 管理

### 治理架构

为强化 ESG 管理的顶层设计与执行效能，省广集团构建了由董事会统筹领导的治理架构。该体系通过系统的组织保障与规范机制，持续提升可持续发展治理水平。董事会办公室作为中枢，牵头组织年度 ESG 报告编制，并建立常态化沟通机制以指导各职能部门与事业群协同推进。各业务单元均设有 ESG 专职对接人，负责执行季度数据采集、案例归集及行动追踪，确保管理要求垂直落地。公司董事会行使最终决策与监督权，对年度 ESG 报告进行合规性审查，并就其信息披露的完整性与真实性承担法定责任。

### 利益相关方沟通

省广集团将构建系统化、透明化的沟通机制作为可持续发展的重要保障。公司从制度层面系统推进利益相关方管理，通过包括《投资者关系管理制度》在内的规范化建设，确保与投资者、客户、员工及社区等多方的对话具备长效性。公司致力于以合规、平等的原则主动沟通，精准回应各方诉求，持续巩固信任，为创造综合价值奠定基础。

关键利益相关方	关注的议题	沟通与回应
股东和投资者	公司治理、经济绩效、合规运营、ESG 管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>召开股东会及业绩说明会进行报告与交流</li> <li>通过法定信息披露平台及公司官网等渠道主动公开信息</li> <li>组织路演、分析师会议，并利用电话、邮箱等多渠道保持沟通</li> </ul>
政府和监管机构	合规运营、反腐败、反不正当竞争、环境合规	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格遵守法律法规，执行政策要求并主动汇报</li> <li>建立并实施系统的合规与内控管理制度</li> <li>通过培训与内部审计，持续强化规范经营与风险管理</li> </ul>
客户	优质产品与服务、数据安全与隐私保护、创新驱动	<ul style="list-style-type: none"> <li>加强质量监督与客户服务水平以保障服务品质</li> <li>开展信息安全风险评估并加强信息使用管理</li> <li>通过研发创新与负责任营销，满足客户需求</li> </ul>
员工	员工权益保护、职业健康与安全、员工发展与培训	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守劳动法规，健全薪酬福利与民主管理机制</li> <li>实施安全健康培训与工作环境管理</li> <li>建立多元化培训体系与畅通的职业发展通道</li> </ul>
合作伙伴	责任采购、公平合作、供应链安全、技术交流	<ul style="list-style-type: none"> <li>在商业合作中倡导并践行公平、诚信原则</li> <li>执行可持续采购准则，关注供应链责任</li> <li>通过行业会议、战略对话等形式保持技术合作与交流</li> </ul>
社区和公众	社会贡献、乡村振兴、绿色运营、应对气候变化	<ul style="list-style-type: none"> <li>组织与支持公益慈善及志愿者活动</li> <li>推行绿色办公与运营，宣导环保理念</li> <li>参与社区共建，响应国家重大战略倡导</li> </ul>

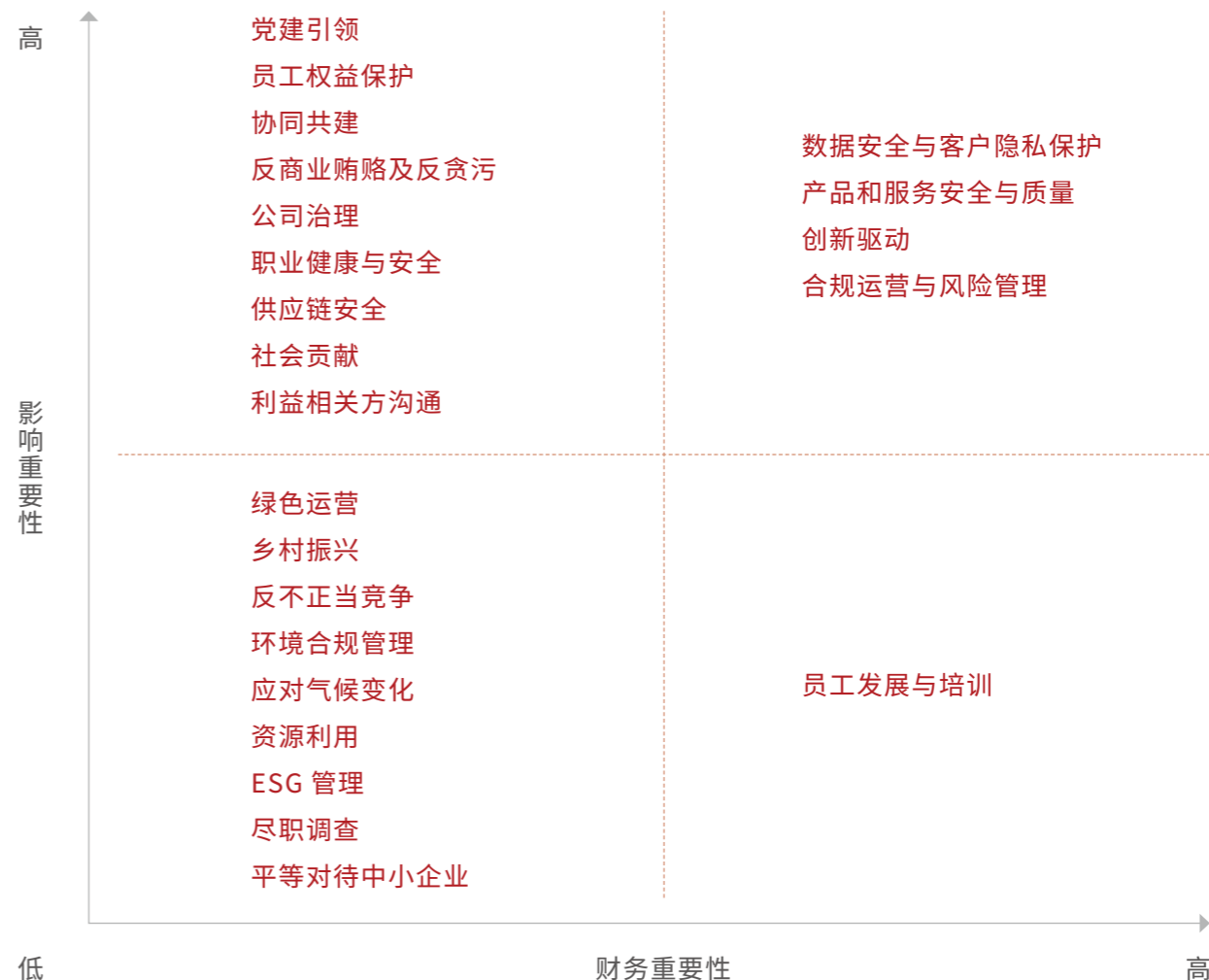
## 重要性议题分析

双重重要性议题分析是省广集团 ESG 管理的核心环节，旨在精准识别对利益相关方及公司长期价值具有显著“影响重要性”与“财务重要性”的关键议题。公司通过系统化的沟通机制，持续收集并整合各方反馈，将外部期望与内部战略深度结合，从而确定报告重点披露内容，推动 ESG 实践与可持续发展目标的有效对齐。

### 2025 年议题双重重要性分析流程



### 省广集团 2025 年 ESG 议题双重重要性矩阵



环境	社会	治理
环境合规管理 应对气候变化 绿色运营 资源利用	乡村振兴 社会贡献 创新驱动 供应链安全 产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护 员工权益保护 员工发展与培训 职业健康与安全 平等对待中小企业	党建引领 公司治理 合规运营与风险管理 ESG 管理 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争 尽职调查 利益相关方沟通 协同共建

# 第一章

## 规范公司治理 筑牢合规根基

GIMC 省广集团

省广集团始终将卓越的公司治理视为企业基业长青的根基与应对市场挑战的压舱石。我们秉持“治理领航”的理念，坚持将党的领导深度融入公司治理各环节，以合规风控为生命线，以透明高效的投资者沟通为桥梁，以坚守商业道德与廉洁底线为准则，持续构建并完善具有中国特色、符合行业特性、契合公众公司要求的现代企业治理体系。通过系统性的治理实践，我们致力于保障决策的科学性、运营的稳健性与发展的可持续性，为全体股东及其他利益相关方创造长期、可靠的价值，引领公司在全球化智能营销的道路上行稳致远。

- 党建引领
- 公司治理
- 合规经营与风险管理
- 反商业贿赂及反贪污
- 反不正当竞争



## 党建引领

省广集团党委始终坚持将党的领导作为企业发展的根本保证，深入贯彻落实党中央决策部署及省委工作要求，以高质量党建引领企业高质量发展。2025 年，省广集团党委紧紧围绕“十四五”收官与“十五五”谋篇布局，锚定“162 行动纲领”与“3425 发展战略”，持续推动党建工作与生产经营深度融合，切实将党的政治优势、组织优势转化为企业的发展优势与创新动能，为企业稳健前行筑牢坚强政治根基。

### 党组织架构

公司党委由 3 名委员组成，下设 10 个党支部，现有党员 152 名，覆盖业务与职能两大体系，在关键岗位与重点项目一线充分发挥先锋模范作用。各党支部书记均由中层干部或业务骨干担任，形成上下贯通、执行有力的组织体系，确保党的领导贯穿公司治理各环节。

### 党建品牌建设

公司党委紧紧围绕混合所有制企业与广告行业特色，系统构建并持续深化“四化五融”党建品牌，推动党的建设与企业治理、战略发展深度融合，形成具有省广特色的党建实践体系。“四化五融”以“强化政治领导力、思想引领力、改革创新力、组织凝聚力、发展创造力”为目标，对应推动党建与公司治理、文化建设、重点改革、队伍建设、生产经营五大领域贯通融合。品牌立足于破解党建与业务“两张皮”问题。

#### “四化”强基



#### “五融”赋能

##### 治理融合

明确党委在“三重一大”决策中的前置程序，2025 年召开党委会 20 次，审议重大事项 174 项，确保企业发展符合国家战略方向；

##### 改革融合

党建深度嵌入公司体制机制创新与结构调整，积极推动党建要求写入公司章程、融入治理体系，在国企改革、巡察整改、制度优化中发挥政治引领作用。年内修订《党委会议事规则》及议事清单，完善“三重一大”决策制度，推动党的领导与现代企业制度有机结合；

##### 文化融合

以“共生飘红”企业文化为抓手，通过文化年会、工牌焕新、IP 孵化等形式，推动红色文化与企业精神互促共进；

##### 队伍融合

实施“双培养”机制，把业务骨干发展为党员、把党员培养为业务骨干，2025 年发展党员 6 名，党员在关键项目与创新攻坚中带头作用显著；

##### 经营融合

设立党员责任区、先锋岗，推动党建与“百千万工程”、数字化营销、AIGC 应用等重点任务结合，实现党建与业绩双提升。

## 党建活动案例

### 案例

#### 省国资委党委第五巡察组向省广集团党委反馈巡察情况

2025 年 7 月 17 日，广东省国资委党委第五巡察组向省广集团党委反馈了巡察情况。会议在肯定集团发展成绩的同时，明确指出其在防范化解重大风险、健全管理机制、落实全面从严治党“两个责任”等方面存在突出问题，并提出了坚持党建引领、推动高质量发展等五点整改意见。省广集团党委书记杨远征表态诚恳接受、坚决整改；省国资委和广新集团领导分别强调，要将巡察整改作为重大政治任务，压实责任、标本兼治，切实将整改成效转化为推动企业党建与经营高质量发展的重要动力。此次反馈标志着巡察进入整改落实阶段，旨在以巡促改、以巡促建。



### 案例

#### 深化纪律教育，筑牢作风根基

2025 年 6 月，省广集团召开深入贯彻中央八项规定精神学习教育警示教育会暨党委理论学习中心组（扩大）学习会议。公司领导班子、全体党支部书记及职能部门负责人参会。会议通过集中学习法规文件、剖析典型案例、观看专题教育片、讲授专题党课等形式，引导党员干部强化纪律意识、筑牢思想防线。此次活动旨在深化作风建设，营造风清气正的政治生态，为企业落实发展战略、实现高质量发展提供坚实的纪律与作风保障。



省广集团召开深入贯彻中央八项规定精神学习教育警示教育会

## 案例

## 传承抗战精神 凝聚奋进力量

2025 年 9 月，省广集团组织总部及各单位干部职工集中观看了纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年大会直播。通过聆听重要讲话、观看阅兵仪式，全体人员共同回顾历史、感受国家强盛，接受了一次深刻的爱国主义教育。此次活动旨在引导员工铭记历史、弘扬抗战精神，将爱国热情转化为立足岗位、实干担当的工作动力，为公司践行国企使命、推动“十五五”战略落地凝聚思想共识与精神力量。



省广集团组织集中收看纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年大会

## 案例

## 深化理论武装 筑牢思想根基

2025 年，省广集团党委持续强化理论武装与作风建设。3 月起，公司一体推进“学查改”，推动深入贯彻中央八项规定精神学习教育走深走实。9 月，公司召开学习教育总结会，系统回顾教育成效，部署推动作风建设常态化长效化，着力巩固风清气正的政治生态。11 月，公司召开党委扩大会议，要求各支部认真学习党的二十届四中全会精神，围绕国家战略与公司“十五五”规划开展研讨，推动全会精神融入发展实践。系列会议旨在通过持续性的理论学习与作风整顿，增强党员干部的政治自觉与使命担当，为公司战略落地与高质量发展注入坚实的思想动力和纪律保障。



省广集团党委召开深入贯彻中央八项规定精神学习教育总结会



省广集团认真学习贯彻党的二十届四中全会精神

## 案例

## “深入贯彻中央八项规定精神学习教育”主题党日活动

2025 年 7 月，省广集团党委组织领导班子、中层骨干、支部代表及关键岗位干部，前往刘尔崧纪念馆开展“深入贯彻中央八项规定精神学习教育”主题党日活动。活动通过参观红色教育基地、重温入党誓词、讲授专题党课等形式，引导党员干部筑牢信仰根基、强化纪律意识、涵养务实作风。本次活动旨在以现场教育与理论学习相结合的方式，推动中央八项规定精神在公司内部落地落实，持续巩固风清气正的政治生态，为企业高质量发展提供坚强的作风保障。



“深入贯彻中央八项规定精神学习教育”主题党日活动现场

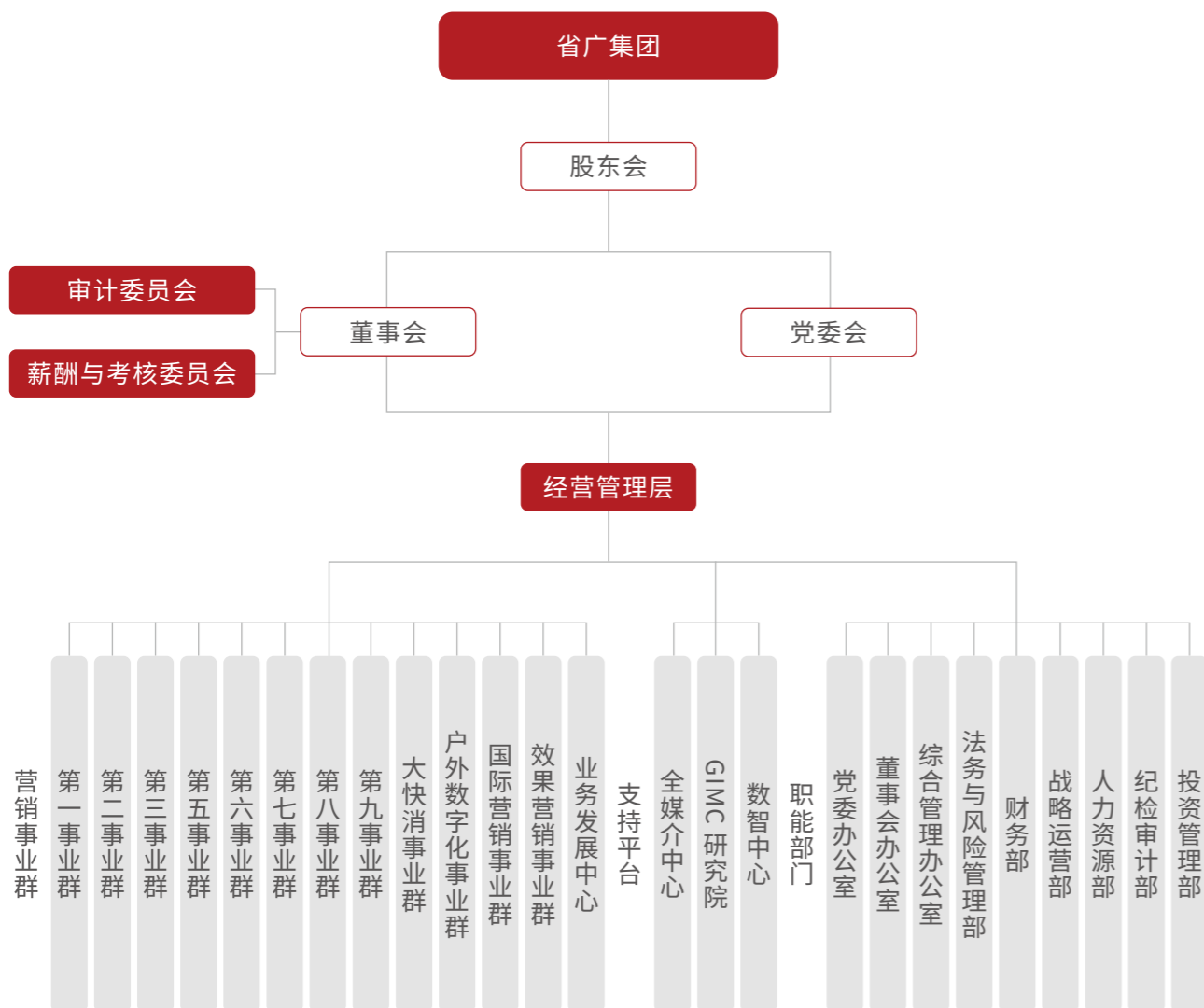
## 公司治理

公司治理是支撑企业实现可持续健康发展的根本保障。本公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》及《深圳证券交易所上市公司自律监管指引》等法律法规和监管要求，持续完善以董事会为核心的治理结构，优化决策程序与监督机制，强化内部控制与合规管理，不断提升公司治理效能，切实维护全体股东及利益相关方的合法权益，为企业高质量发展与长期价值提升奠定坚实基础。

## 治理架构

2025 年，公司重点推进监事会职能调整工作，于 2025 年 8 月取消监事会，废止《监事会议事规则》，并对《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》等 17 项制度进行了全面修订。同时，公司制定了《审计委员会工作制度》，完成原监事会相关职权向审计委员会的移交。

省广集团组织架构



董事会成员构成

董事会成员 **7** 名 | 女性董事 **2** 名, 占比 **29%** | 独立董事 **3** 名, 占比 **43%**

2025 年相关会议召开情况

召开股东会 **4** 次, 审议议案 **19** 项 | 召开董事会 **6** 次, 审议议案 **35** 项  
 召开监事会 **4** 次, 审议议案 **11** 项  
 董事会各专门委员会会议 **8** 次

董事会多元化与有效性

公司高度重视董事会构成的多元化及其治理效能, 将其视为提升决策科学性、强化公司治理水平的核心保障。2025 年, 公司修订了《董事会议事规则》《独立董事工作制度》, 通过制度完善与结构优化, 持续推动董事会向专业复合、背景多元、性别均衡的方向发展, 并建立健全相应的履职保障与评估机制, 确保董事会有效履行其战略决策与监督职责。

董事会多元化政策与结构

- 根据《董事会议事规则》, 公司董事会由 7 名成员组成, 其中独立董事 3 名, 占比超过三分之一, 符合监管要求并有助于增强决策的独立性与客观性。在董事遴选过程中, 公司积极贯彻多元化理念, 综合考虑候选人的专业背景、行业经验、性别、年龄及文化教育背景等因素。
- 公司董事会成员专业领域覆盖品牌传播、智能营销、财务金融、法律风控及公司治理等关键维度, 形成了多学科交叉的专业治理矩阵。董事会中包含 2 名女性董事, 性别结构趋于均衡, 有助于在决策中融入多元视角, 提升决策的包容性与全面性。

独立董事的专业构成与核心作用

- 公司的 3 名独立董事由品牌传播、法律及财务等关键领域的资深专家构成, 凭借其深厚的学术背景与行业经验, 在董事会决策中发挥监督制衡与专业咨询的核心作用。通过深度参与专门委员会工作、审核关键事项及发表专业意见, 可有效强化公司关联交易合规、财务内控与信息披露透明度, 切实维护了公司整体利益与中小股东权益。

董事会有效性的制度保障

- 公司通过设立审计、薪酬与考核委员会, 形成专业化分工与制衡; 严格执行《独立董事工作制度》, 从知情权、履职条件及专门会议机制等方面保障独立董事独立、有效履职; 并实施常态化董事独立性评估与议事程序优化机制, 持续提升董事会决策质量与运行效率。

公司董事会先后获得第二十届中国上市公司董事会金圆桌奖“优秀董事会”大奖、中国上市公司协会颁发的“2025 年度上市公司董事会优秀实践案例”奖。



第二十届中国上市公司董事会“金圆桌奖”



上市公司董事会优秀实践

## 2025 年关键绩效



2025 年度

董事会全员会议次数

6 次

董事会审计委员会  
会议次数

5 次

董事会薪酬与考核  
委员会会议次数

3 次

董事会平均出席率

100%

股东会召开次数

4 次

独立董事占比

43%

女性董事占比

29%

审计委员会独立  
董事占比

67%

薪酬与考核委员会  
独立董事占比

67%

投资者关系  
管理

公司严格遵循《中华人民共和国证券法》《上市公司与投资者关系工作指引》等法律法规及监管规定，制定《投资者关系管理制度》，以合规、平等、主动、诚信为基本原则，通过多元化渠道和方式，持续提升投资者关系管理质量与效率，切实保护投资者合法权益，助力公司价值与股东利益最大化。公司已建立并持续完善系统化的投资者关系管理制度体系，明确由董事会秘书统筹组织与协调，董事会办公室作为专职职能部门负责具体事务执行。

投资者沟通  
机制与渠道

公司主动拓展与投资者的沟通渠道，通过投资者咨询热线、互动易平台、电子邮箱、公司官网及新媒体平台等多种方式，保持与投资者尤其是中小投资者的日常沟通。

## 投资者沟通渠道



2025 年，公司共组织召开 1 次年度业绩网上说明会、1 次半年度业绩网上说明会及 1 次线下投资者集体交流会。此外，董事会办公室积极参与了数十场机构策略会、路演及反路演活动，与机构投资者、分析师及广大中小投资者保持密切交流，确保公司战略、经营成果、ESG 实践等信息得以清晰、及时地传达。

## 案例

## 线下投资者交流会

2025 年 12 月 26 日，公司召开线下投资者交流会。



## 回报公司股东

公司始终坚持尊重投资者、回报投资者的理念。2025 年，公司在实施年度现金分红的基础上，积极响应监管机构关于“一年多次分红”的政策倡导，首次实施了中期（前三季度）分红，全年累计现金分红 5,055.68 万元，以实际行动与股东共享公司经营成果，增强投资者获得感与信心。

## 信息披露

省广集团严格遵循《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》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及内部《信息披露管理制度》的要求，切实履行信息披露义务，确保公司规范运作。我们始终坚持“真实、准确、完整、及时”的披露原则，公平、公正地对待所有投资者，并通过法定披露与自愿性披露相结合的方式，积极向市场传递公司经营发展、财务表现及重大事项进展。



2025 年度

公司**未因**信息披露违规而受到处罚。

在规范披露的基础上，公司主动加强与监管机构的沟通，持续完善披露机制。2025 年，公司制定了《信息披露暂缓与豁免管理制度》，进一步健全了信息披露内控体系，全年实现信息披露监管“零问询、零更正、零处罚”，信息披露工作保持稳健高效。

## 认可与荣誉

全景投资者关系金奖



杰出机构关注奖

杰出 IR 团队奖

杰出董秘奖

## 合规经营与风险管理

### 治理

省广集团始终将合规管理作为企业行稳致远的根本保障，致力于构建并持续优化完善的合规管理组织体系、制度体系、运行机制与保障机制，全方位筑牢合规防线。公司于 2024 年成功取得 ISO 37301:2021 及 GB/T 35770-2022 合规管理体系双标准认证，于 2025 年顺利通过监督审核，合规管理体系持续有效运行，进一步巩固了该体系的成熟度与公信力。

合规管理体系认证证书



公司建立健全全面风险管理体系，制定《全面风险管理制度》《风险预警管理办法》等制度，构建一套权责清晰、运行高效、覆盖全面的治理体系与管理机制，主动识别、科学评估并有效管控各类风险，同时把握潜在机遇，保障公司在复杂多变的市场环境中行稳致远，实现可持续的高质量发展。

### 风险管理目标

#### 战略目标

风险管理作为底层防线，保障战略实施不偏离规划，推动战略方向的达成。

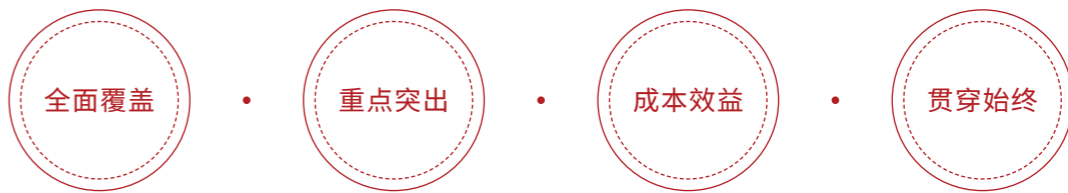
#### 业务目标

风险管理与业务发展相辅相成，在业务进取增长的同时，降低实现经营发展目标的不确定性、提高经营活动的效率和效果。

#### 合规目标

风险管理保障企业经营合法、合规，保障企业在监管框架下良性增长。

### 风险管理原则



公司设立全面风险管理领导小组作为最高领导机构，由董事长担任首席风控官，各职能部门、业务单元及所属企业设置风险管理员，承担全面风险管理日常工作。同时，公司构建全面风险管理三道防线组织体系。

#### 第一道防线 (业务单元)

各业务部门及所属企业承担风险的直接管理责任，负责在业务前端进行风险识别、评估与初步控制。

#### 第二道方向 (职能管理部门)

监控各专业领域风险，与业务单元定期沟通，识别、评估风险并制定应对方案，为第一道防线提供专业领域的风险管理指引及建议，协助第一道防线完善其风险控制流程与措施，促进第一道防线对风险管控的实施合理奏效，在整个公司范围内树立和宣传对风险管理的统一认识。

#### 第三道防线 (监督部门)

内部审计监督部门独立行使监督审计与执纪问责职能，对风险管理体系的有效性进行审查与评价，确保内部控制刚性约束。

## 战略

省广集团将合规与风险管理置于支撑公司整体战略的核心位置，不仅将风险防控要求全面融入战略规划、复盘与执行的全过程，更通过制定前瞻性的风险预案、科学配置战略资源、严格坚守主业边界，并依托预算、授权与绩效考核等管理机制，系统性地降低战略实施中的不确定性，确保公司在追求创新与增长的同时，行稳致远，保障长期战略目标的稳健达成。

风险类型	具体描述	影响时间范围	财务影响	应对策略
财务风险	<b>财务报告风险</b> : 报表编制错误或披露不及时, 影响公司信誉与合规。	短期 / 持续	可能导致监管处罚、股价波动、融资成本上升。	严格执行《企业会计准则》, 加强财务内审与复核; 利用财务系统确保数据准确性与报告时效性。
	<b>现金流风险</b> : 媒体采购垫资量大、客户回款周期长导致资金链紧张。	短期 / 中期	可能引发支付违约、增加融资成本、影响业务拓展。	实施客户信用分级管理与动态监控, 优化付款条款; 加强应收账款专项催收。
	<b>资金使用风险</b> : 大额资金调配、预算执行偏差或违规使用。	短期 / 中期	造成资金闲置或浪费, 严重时导致资产损失。	完善资金预算与审批制度; 推行网银支付与系统化流程监控。
	<b>税务管理风险</b> : 税务处理不合规, 或未能充分利用优惠政策。	短期 / 长期	面临补税、滞纳金及罚款; 增加不必要的税负。	建立税务风险内控流程; 定期进行税务健康检查; 保持与税务机关的沟通。
法律风险	<b>广告违法风险</b> : 广告内容违反《中华人民共和国广告法》等法规, 涉及虚假宣传、侵权等。	短期	遭受监管部门罚款、业务暂停、客户索赔及商誉损失。	常态化开展广告法合规培训; 及时分享合规案例、最新法律法规要求, 营造合规氛围。
	<b>合同管理风险</b> : 合同条款存在疏漏, 权责不清, 或履约过程监控不足。	中期	引发合同纠纷, 导致经济损失或客户关系破裂。	推行标准合同模板; 强化合同全生命周期管理系统应用; 明确履约跟踪责任。
	<b>合规风险</b> : 经营行为不符合国内外 (尤其是出海业务) 法律法规。	持续	面临高额罚款、业务资格暂停、市场禁入等。	完善合规管理体系 (ISO 37301); 定期更新《业务领域合规指南》; 设立首席合规官。
	<b>诉讼风险</b> : 因合同纠纷、知识产权侵权等卷入法律诉讼。	中短期	直接产生诉讼费用、赔偿金, 并耗费大量管理精力。	加强事前法律尽调与合同审核; 建立诉讼案件管理台账; 法务部门早期介入处置。
	<b>舆情风险</b> : 因项目争议、服务质量或合规问题引发负面舆论。	短期	导致客户流失、品牌价值贬损, 间接影响业务收入。	建立快速响应机制; 强化服务质量与客户沟通机制。
	<b>知识产权风险</b> : 侵犯他人著作权、商标权, 或自身创意成果被侵权。	中长期	产生侵权赔偿; 核心创意资产价值流失。	完善素材采购与使用流程; 避免侵权, 对核心成果进行商标、著作权登记。

风险类型	具体描述	影响时间范围	财务影响	应对策略
投资风险	<b>投前决策风险</b> : 并购或投资项目尽调不充分, 估值过高, 战略协同不清。	长期	投资失败导致直接资金损失, 并拖累主业业绩。	严格执行《投资决策程序与规则》, 引入第三方专业机构尽调, 强化投委会决策机制。
	<b>投中执行风险</b> : 交易架构设计不当, 交割过程出现障碍。	短期	导致交易失败或产生额外成本。	组建跨部门专项小组, 周密设计交易方案与交割清单。
	<b>投后管理风险</b> : 投后整合不力, 未能实现预期协同效应, 管理失控。	长期	投资标的业绩不佳, 成为财务包袱。	制定详细的投后整合计划, 委派管理人员, 定期进行投后评价与审计。
业务风险	<b>客户信用风险</b> : 客户经营恶化, 丧失付款能力。	中短期	形成坏账, 直接侵蚀利润。	建立客户资信评估体系与准入机制, 对大额订单要求预付款或提供担保。
	<b>客户合同履行风险</b> : 客户单方面变更或终止合同, 未按约定提供协作。	中短期	导致项目成本超支、收入确认延迟或减少。	在合同中明确变更与解约条款及违约责任; 加强项目过程中的客户沟通与确认。
	<b>客户逾期风险</b> : 客户应收账款超期支付。	短期	占用营运资金, 增加资金成本, 可能演变为坏账。	严格执行应收账款管理制度, 实行分级预警与催收; 将回款率纳入业务考核。
	<b>项目投标风险</b> : 投标方案竞争力不足、报价失误或投标过程违规。	短期	导致投标失败, 损失前期投入, 或中标后利润微薄。	提升策划与报价的专业能力; 规范投标流程, 加强标书审核。
运营风险	<b>资产损失风险</b> : 疏于资产管理, 造成公司财产损失。	中长期	造成存货跌价或资产减值, 甚至资产流失。	完善固定资产的维护与盘点制度, 严格履行审批程序。
	<b>信息保密风险</b> : 客户数据、营销策略等核心商业机密泄露。	持续	丧失商业竞争力, 引发客户索赔, 严重损害商誉。	签订全员保密协议; 部署数据防泄漏系统; 划分信息密级并实施分级访问控制。
	<b>安全运营风险</b> : 办公场所发生消防安全、网络安全事件。	短期	造成人身伤害、财产损失及业务中断。	定期举行消防与应急演练; 部署防火墙、备份等网络安全措施, 并通过等保测评。
	<b>人力资源风险</b> : 关键岗位人才流失, 或团队能力跟不上业务发展。	中长期	增加招聘与培训成本, 影响项目交付质量与客户满意度。	实施有竞争力的人才激励与保留计划; 建立系统化的培训与发展体系。
战略风险	<b>廉洁建设风险</b> : 员工在采购、业务等环节发生商业贿赂等舞弊行为。	持续	造成直接经济损失, 并可能引发法律处罚与声誉灾难。	强化廉洁文化建设, 签署《合规承诺函》; 畅通举报渠道, 严肃查处违规行为。
	<b>战略规划风险</b> : 对行业技术趋势 (如 AIGC)、市场格局判断失误。	长期	导致公司发展方向错误, 错失市场机遇, 竞争力下降。	建立战略研究与市场洞察机制; 定期进行战略复盘与调整; 保持战略灵活性。
	<b>战略执行风险</b> : 战略目标分解不到位, 资源分配不合理, 执行过程偏离。	中长期	战略无法落地, 投入资源浪费, 经营目标无法实现。	将战略目标转化为可衡量的 KPI; 通过预算、绩效与定期经营分析会确保执行纠偏。

## 风险管理流程与举措

### 风险管理工作流程



公司致力于培育全员风险文化。2025 年，公司法务与风险管理部围绕“经营风险防范”“广告业务法律风险合规要点”“诉讼复盘及风险控制”等主题，在公司范围内开展了 7 次专题培训。同时，通过线上“合规智库”平台、制度宣贯、案例分享等多种形式，持续提升员工的风险意识与合规操作能力，并将合规表现纳入绩效考核。



广告业务常见法律风险问题及其合规要点培训现场

## 内部控制

省广集团积极完善内部控制管理架构与工作机制。法务与风险管理部负责推进内控建设，分步骤优化内部控制体系，推动构建“五化”风控内控管理体系——顶层设计战略化、组织架构体系化、制度流程规范化、管理领域具体化、监督考核精准化。这一举措旨在提升公司经营管理的精细化水平和风险管理能力，助力实现“强内控、防风险、促合规”的管控目标。同时，公司通过一系列内控措施，强化业务风险的事前、事中、事后管理，降低应收账款逾期和坏账风险。

### 纪检审计部内控具体举措



对公司业务风控运行情况开展了专项审计



对省广集团业务风控体系设计的合理性、运行的有效性及整体工作成交作出评价



从业务风控体系建设和执行方面提出审计发现问题及审计建议

## 税务管理

省广集团制定并执行《税务管理制度》和《税务风险管理办法》，对企业生产经营中遇到的及可能面临的税务风险进行梳理和分类，进而有针对性地在业务及管理环节进行改进和控制，最终实现有效预警和控制税务风险的目标。

### 税务风险管理体系

#### 日常税务风险管理



税务登记、账簿凭证、税务档案、税务资料的留存和报备、税务事项的会计处理、纳税申报和税款缴纳、其他日常经营活动和经营决策相关税务事项的税务风险管理。

#### 重大涉税事项税务风险管理



重大涉税合同、投资及并购重组项目、重大资产收购、处置项目中的税务风险管理。

### 税务风险管理流程



2025 年度

公司共计纳税 **17,082.51** 万元，未出现税务违规问题。



## 影响、风险与机遇管理

公司建立了系统化、流程化的风险管理机制，覆盖风险全生命周期。

### 风险识别与评估

- 公司已建立覆盖战略、投资、财务、市场、运营、法律及业务等七大类的风险数据库，并定期更新。每年至少开展一次全面风险评估，根据风险发生的可能性及影响程度，将风险划分为重大、较大、一般三个等级。

### 风险预警与监控

- 公司制定《风险预警管理办法》，设立覆盖各风险类别的预警指标及红、黄、绿灯预警信号。各单元定期上报指标数据，实现对风险的动态监控。

### 风险应对与处置

- 针对预警信号，责任单位需制定并执行处置方案。
- 公司制定《重大风险事件报告管理办法》，对可能造成重大损失或严重影响的事件，执行“首报、续报、终报”的强制报告与应急处理流程，确保及时响应与化解。

## 指标与目标

### 目标

#### 风险等级控制目标

致力于将重大风险事件发生率保持在极低水平，确保无系统性风险发生。

#### 预警指标管理体系

建立了涵盖财务、运营、市场等多维度的风险预警指标体系，并定期审视调整。

#### 体系建设与认证目标

成功维护合规管理体系国际国内双认证的有效性，并通过年度监督审核。

#### 文化培育目标

实现合规与风险培训覆盖全员。

### 指标

2025 年

内控合规风控培训次数 **7** 次

重大风险事件发生数量 **0** 次

## 反商业贿赂与反贪污

省广集团始终坚持廉洁自律、合规经营的理念，对商业贿赂和贪污行为持“零容忍”态度。公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规和相关规定，持续完善反腐败管理体系。通过制度健全、组织保障、教育预防、监督惩处等多维度举措，筑牢廉洁防线，营造风清气正的企业环境，为公司的可持续健康发展提供坚实保障。

### 反商业贿赂与反贪污管理架构

公司制定《党风廉政建设和反腐败工作协调小组工作制度》《开展谈话提醒工作实施办法》《纪检监察工作规范化指导手册》等制度，构建了党委统一领导、纪委统筹协调、各部门齐抓共管的党风廉政建设和反腐败工作组织体系：

#### 党风廉政建设和反腐败工作协调小组

在公司党委领导下开展工作，统筹协调全公司反腐败工作，形成监督合力

#### 纪检审计部

作为廉洁建设风险管控的核心部门，负责纪律监督、执纪问责、制度建设、审计监督与综合监督职能，对接信访举报，查处违规违纪问题

#### 各业务部门

作为廉洁风险防控的前沿单位，负责在本业务范围内落实廉洁要求，开展自我监督，并配合纪检审计部开展工作

### 廉洁风险识别

#### 业务层面

利用公司商业秘密为本人或者他人从事牟利活动；业务人员与客户存在利益输送等。

#### 采购层面

评标过程不公平、不透明，评标人员收受好处给投标单位打高分，为投标人中标提供便利，损害公司利益。

#### 财务层面

财务人员利用职务便利挪用、私用公款；招待费、工资福利费用、业务及管理费用等报销不合理。

## 反商业贿赂及反贪污措施

公司要求全体员工及高管签署《合规承诺函》，承诺坚持廉洁从业，严格遵守禁止商业贿赂等规定，并以《公司合规手册》作为履职与行为规范的标准。

- 遵守国家法律法规及公司廉洁从业制度；
- 不与业务往来单位发生任何可能影响公正履职的利益关系；
- 不得索取或收受贿赂、回扣、不当馈赠等；
- 对违反承诺的行为承担相应责任，接受公司调查与处理。

2025 年，公司进一步强化源头治理，在新人入职前统一签订《廉洁合规保密协议》，明确廉洁从业、反商业贿赂、反贪污及保密责任，实现廉洁教育前置化、契约化，确保从入职伊始即树立合规意识。

公司通过年度重申签署、合规培训宣导、典型案例通报等方式，持续强化全员对《合规承诺函》的认知与敬畏。纪检审计部在日常监督、审计及信访核查中，将承诺履行情况作为重要审查内容，形成“承诺—监督—问责”的闭环管理机制。

## 反贿赂及反贪污培训案例

2025 年度

反商业贿赂及反贪污培  
训次数

5 次

反商业贿赂及反贪污培  
训覆盖董事比例

100%

反商业贿赂及反贪污培  
训覆盖员工人数

200+ 个

案例

召开年度党风廉政专题会议，系统部署反腐败工作

2025 年 6 月，省广集团党委召开 2025 年党的建设暨党风廉政建设和反腐败工作会议。会议传达学习习近平总书记关于党的建设的思想及上级集团会议精神，系统总结了 2024 年相关工作成效，并对 2025 年党建与反腐败重点任务进行了部署。会上还组织集体观看了警示教育片蠹蚀之祸，以案为鉴，强化廉洁意识。此次会议巩固了公司党委对反腐败工作的全面领导，明确了年度工作方向，是公司深化党风廉政建设、落实全面从严治党要求的关键举措。



会议现场

## 反不正当竞争

省广集团秉持公平、诚信、透明的市场竞争原则，将反垄断与公平竞争的法律要求深度融入公司治理与运营实践，致力于维护健康有序的市场生态，夯实可持续发展的商业根基。

### 反垄断与公平竞争管理体系

公司构建了以法律合规框架为核心、业务内控流程为载体的反不正当竞争常态化管理机制。我们严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，明确禁止任何形式的垄断协议、滥用市场支配地位及商业混淆、虚假宣传、商业诋毁等不正当竞争行为。相关合规义务已系统性地嵌入公司政策、业务流程与员工行为准则，通过制度化的约束确保公司在市场活动、广告宣传、商业合作及定价策略等各环节坚守法律与道德底线，从源头捍卫市场公平。

### 反垄断与公平竞争风险控制措施

公司将反不正当竞争风险的管控贯穿于业务全链条。在经营决策前端，通过**重大事项合规审核**与**合作伙伴准入评估**机制，防范潜在垄断与不公平合作风险。在业务执行中，依托**标准合同条款**与**常态化业务审核**，规范市场推广与竞争行为，杜绝虚假宣传与商业诋毁。在内部管理上，通过**明确的员工行为规范与绩效考核的合规约束**，确保全员在市场竞争中恪守诚信原则。这一系列嵌入业务关键节点的控制措施，共同构成了公司主动识别、防范与化解相关风险的坚实屏障。

### 反垄断与公平竞争培训实践

2025 年度

反垄断与反不正当竞争  
培训次数

2 次

垄断与不正当竞争违规  
事件发生次数

0 次

为持续提升全员合规竞争意识与风险防范能力，公司开展了多层次、有针对性的法律赋能工作。年内，我们组织了《广告业务常见法律风险问题及其合规要点》及《新修订〈反不正当竞争法〉实务要点》等专题培训，聚焦行业高频风险场景与法律前沿动态，通过案例剖析与要点解读，强化业务团队对市场竞争红线的认知，筑牢思想防线。这些举措旨在将外部合规要求转化为内部自觉行动，培育以“公平竞争、诚信为本”为核心的行为准则。



新修订  
《中华人民共和国反不正当竞争法》  
实务要点培训现场

## 第二章

# 数智创新赋能 提质产业生态

面对营销行业全面智能化与全球化竞争的深刻变革，省广集团以“智联共进，基业长青”为核心理念，系统构建面向未来的可持续竞争力。公司不仅将创新驱动作为引领发展的核心引擎，更将卓越的产品服务质量、安全的客户隐私与数据保障、稳健的供应链管理以及开放的生态协同，共同视为支撑企业长远发展的基石。通过技术、安全、协同与管理多维能力的深度融合与相互赋能，省广集团正致力于打造一个既能敏捷响应市场变化，又能坚守长期主义价值的智能营销生态，为客户、伙伴及自身奠定坚实而可持续的发展根基。

- 创新驱动
- 产品和服务安全与质量
- 协同共建
- 数据安全与客户隐私保护
- 供应链安全



# 创新驱动

面对广告营销行业向智能化加速转型的关键阶段，省广集团将创新驱动置于核心战略，以系统化的管理闭环构建面向未来的核心竞争力。公司从顶层设计入手，建立了权责清晰的治理架构与覆盖研发全流程的制度体系，通过前瞻性的风险管控与精准的激励措施，确保技术创新与业务战略深度协同。

## 治理

省广集团将创新驱动置于战略核心，建立了系统化的研发治理体系以保障技术突破与成果转化。公司构建了“科技创新领导小组决策、执行小组统筹、研发中心落地”的三级管理架构，确保创新活动权责清晰、协同高效。以此为基础，配套出台《研究开发项目管理制度》《成果转化激励制度》，实现对项目全生命周期的规范管控，并通过专项奖励机制有效激发研发创新活力。

### 科技创新领导小组架构



### 2025 年关键创新研发荣誉

灵犀 AI 入选广东省“人工智能+文旅”应用场景典型案例

数智化营销平台入选首批广州市产业“实数融合”创新示范平台

省广集团获认定为广东省效果营销工程技术研究中心

省广集团获得知识产权贯标体系认证

省广营销通过高新技术企业认定

## 战略

省广集团高度重视创新驱动的战略价值，建立了系统化的创新治理体系与风险管理机制。公司基于对行业智能化转型的研判，制定清晰的创新目标与路径，确保研发方向与业务战略协同。通过常态化流程识别技术迭代、人才竞争等核心风险，并主动把握技术变革与生态合作中的机遇，实现对创新资源的精准配置与高效转化，从而驱动可持续的价值创造与市场竞争力的提升。

### 公司创新战略方向

应对行业转型  
重塑技术价值

直面广告营销存量竞争与从数据化迈向智能化的时代背景，将技术的核心作用从释放劳动力成本，重新定义为实现**提质、增效与科学决策**的关键引擎。

积极与媒体平台开展战略合作，吸收其在营销科学、AI 应用与数据支持等方面的前沿能力，通过合作共建智能化解决方案，将技术投入有效转化为差异化的市场竞争壁垒。

深化媒体共建  
构建差异壁垒

赋能全链路  
驱动业务增长

致力于为公司业务的营销前、中、后端全流程提供系统性的技术赋能，确保创新技术深度融入业务价值链，直接支撑业务效能提升与模式升级。

公司创新运营风险机遇识别及应对

风险 / 机遇类型	具体描述	影响时间范围	财务影响	应对策略
<b>风险</b>				
技术迭代风险	AI 与智能化技术发展迅速，若未能及时跟进或预测技术趋势，可能导致技术落后、产品竞争力下降。	中长期	产品竞争力下降导致市场份额与收入增长受限；前期研发投入未能产生预期回报。	建立常态化的技术趋势监测与评估机制，保持研发方向的动态调整。
人才风险	高端技术人才稀缺，若无法吸引或留住核心研发人员，将影响创新项目的推进与实施。	中长期	关键研发项目延迟或失败，研发效率降低，影响创新产出的速度与质量。	完善具有竞争力的薪酬激励、职业发展通道及创新文化体系。
数据安全与合规风险	在数据驱动的智能化管理过程中，数据隐私、安全及合规性若管理不当，可能引发法律风险与品牌信任危机。	中短期	面临法律诉讼、罚款等直接合规成本上升；品牌声誉受损间接影响客户获取与保留。	建立健全数据安全治理框架，加强合规培训与审计，将隐私设计融入产品开发流程。
投入产出 mismatch 风险	创新项目研发周期长、投入大，若无法有效转化为商业价值，将影响公司财务表现与资源分配。	中期	研发资金使用效率低下，造成资源浪费；影响整体盈利能力与可持续投资能力。	强化项目立项的商业化前景评估，实施阶段性评审与动态退出机制。
<b>机遇</b>				
AI 与智能化技术普及机遇	通过应用 AI 技术提升广告营销的精准度与效率，推动产品与服务向智能化升级。	中长期	提升服务附加值，增强客户黏性，从而支持客单价与市场份额的增长，提高营收与利润率。	将 AI 技术深度融入核心产品矩阵，打造智能化解决方案，形成差异化竞争优势。
媒体合作深化机遇	与媒体共建智能化解决方案，共享资源与技术，加速技术落地与商业化。	中长期	拓展新的收入来源，分摊研发成本，通过生态合作实现更快的技术投资回报。	积极寻求与头部媒体的战略级技术合作，建立联合创新与商业化机制。
全链路赋能机遇	为公司业务提供从前端触达、中台分析到后端优化的全链路技术支持，提升整体运营协同与效能。	长期	通过内部协同效率提升降低运营成本，同时增强整体解决方案的竞争力以获取更高价值订单。	推动技术中台能力建设，确保创新成果能在各业务单元快速复用与赋能。
市场需求升级机遇	广告主对科学决策、智能投放的需求日益增强，公司可凭借技术优势抢占高端市场。	中长期	在存量竞争市场中开拓高价值业务增长点，优化收入结构，提升整体盈利水平。	围绕客户智能化转型需求，定制开发并推广高附加值的技术驱动型营销服务。

为将创新战略有效落地，省广集团建立了一套覆盖“制度保障、过程管理、绩效牵引、专项激励”的综合措施体系，以系统化机制保障研发投入并驱动成果转化。

构建全流程管理与组织保障机制

- 规范化项目管理：依据专项制度，对研发项目实行从立项到结项的全流程闭环管理。
- 高层领导与组织保障：设立由董事长领导的领导小组及跨部门执行小组，提供战略指导与资源协调。

建立专项评审与荣誉奖励体系

- 权威成果评审：组织专家评审组，依据六维标准对成果进行评定。
- 多层次专项奖励：设立覆盖成果转化、知识产权（如专利、软著）、政府奖项配套的梯次奖励。

将创新绩效嵌入考评与晋升体系

- 个人绩效强挂钩：研发人员 70% 的 KPI 与项目成果直接关联，重大突破可获加分。
- 管理者绩效强关联：管理者 20% 的季度绩效与负责的研发项目成果直接绑定。
- 晋升通道激励：将达标绩效作为晋升前提，高绩效者优先晋升。

营造持续改进与知识共享的文化

- 通过项目复盘、资料归档与内部借阅机制，促进技术积累与知识传承。

案例

亮相跨境电商交易会，以智能技术驱动品牌全球化实践

2025 年 8 月，省广集团亮相中国（广州）跨境电商交易会，展示了其应用 AI 与大数据技术构建的智能化出海解决方案。公司通过优化 Meta、Google、TikTok 等媒体的智能投放与资源整合，为游戏、电商等领域客户提供一站式服务，其中 TikTok 渠道业务实现显著增长。此次展示体现了公司将创新技术转化为具体商业解决方案的能力，是技术创新驱动业务发展的具体实践。



省广集团亮相中国（广州）跨境电商交易会

案例

联动高校与协会，共筑品牌出海产学研合作新生态

2025 年 8 月，省广集团在广东省广告协会的组织下，与暨南大学新闻与传播学院达成三方合作，共同筹备成立“品牌出海专业委员会”。此合作旨在构建“企业+高校+协会”的联动模式：省广集团提供实战经验与行业数据，暨大新传学院贡献学术研究与国际视野，省广告协会发挥资源协调作用。双方计划围绕专业建设、联合攻关科研项目及人才培养开展深度合作，通过产学研协同，共同为品牌出海领域沉淀方法论、培养复合型人才，探索创新驱动的生态化发展路径。



省广集团推动产学研合作

影响、风险与机遇管理

为有效管理创新过程中的风险并把握发展机遇，省广集团从业务升级与能力建设入手，制定了系统化的应对措施。公司重点聚焦于**构建智能素材生态、实现资金管理自动化、升级综合服务模式**三大核心维度，通过深化媒体合作、推进技术应用与拓展服务能力，旨在系统性强化内容创新、运营风控与市场适配的核心竞争力，以主动姿态应对行业变化，将风险挑战转化为可持续的增长动力。

指标与目标

为系统化推进创新战略并衡量实施成效，省广集团设定了明确的研发管理量化指标与目标。公司通过对研发人员规模、投入强度等核心指标的持续监测与管理，确保创新资源有效配置与研发活动按计划推进，从而为技术创新、成果转化及最终的商业价值与行业影响力提升提供坚实的数据支撑与行动指引。

省广集团未来 1—3 年目标规划

深化数智化转型

完成公司层面的顶层设计，探索并逐步形成创新商业模式。

夯实技术中台

打造统一、高效、集约的数智平台，筑牢核心技术能力基座。

赋能业务与经营

将技术创新深度应用于各业务单元与管理流程，实现提质增效。

聚焦智能创新

以自动化和智能化为研发主线，积极争取权威认可与政策支持。

2025 年度			
有效专利总数	软件著作权数量	持有发明专利数量	应用于主营业务的发明专利数量
17 件	188 件	16 件	16 件
报告期内发明专利的申请数		报告期内发明专利的授权数	持有商标数
9 件		1 件	22 件

注：统计范围涵盖省广集团母公司和省广营销

产品和服务安全与质量

卓越的产品品质与客户服务是企业赢得信任、实现长期发展的基石。省广集团致力于通过系统化的质量管控与客户导向的服务体系，持续提供可靠、专业的产品与解决方案。公司以 ISO9001 质量管理体系认证为基础，构建了覆盖全流程的产品服务质量保障机制；同时，坚持以客户为中心，通过高效响应、持续沟通与闭环管理，不断提升服务体验与客户满意度，为合作伙伴创造可持续价值。



ISO 9001 质量管理体系认证证书

## 治理

省广集团将“交付质量”与“客户风险”并置为服务生命线：固化“需求入口—交付确认—结算复盘”的跨部门闭环，用数据衡量响应、解决、满意度每一环节；同步的九级信用画像和动态评审机制，事前筛风险、事中调授信、事后快复盘，确保创意、媒介、技术、结算全流程既专业又安全，为客户持续提供可量化、可追溯、可信赖的营销服务。负责产品质量管理的组织架构、负责客户服务的组织架构。

### 客户服务流程



## 战略

### 产品和服务安全与质量风险机遇识别及应对

风险 / 机遇类型	具体描述	影响时间范围	财务影响	应对策略
<b>风险</b>				
服务交付质量不稳定风险	客户服务依赖跨部门协同，若服务标准执行不一致或协作流程失效，可能导致交付质量波动。	中短期	客户续约率下降；因服务补救或返工导致的成本增加。	明确各团队职责与接口，统一服务标准并实施流程闭环管理。
客户投诉与舆情升级风险	若客户投诉未能被及时有效处理，可能升级为重大客诉，损害客户关系并引发声誉风险。	中短期	直接导致客户流失；品牌声誉受损影响新客户获取。	建立分级响应与升级处理机制，确保重大客诉快速介入，并纳入案例库进行复盘改进。
合同履行与结算合规风险	合同条款执行偏差、交付确认不清晰或结算依据不完整，可能引发账款回收延迟或法律纠纷。	中期	应收账款周转率下降；产生潜在的法律诉讼成本与坏账损失。	严格执行合同签署、移交及交付确认流程，商务、运营与结算团队依据制度进行交叉核对。
数据与系统支持失效风险	客户服务高度依赖的 IT 系统若出现稳定性或数据准确性问题，将直接影响服务连续性与决策可靠性。	中短期	服务中断可能导致违约赔偿；系统修复与数据补救产生额外成本。	加强技术系统的运维保障与灾备能力，建立数据质量监控与校验机制。
合规执行不到位风险	在广告投放、客户服务等环节，若未严格遵守相关法规与内部政策，可能面临监管处罚。	中长期	产生罚款及整改成本；严重情况下影响业务运营资质。	将合规要求嵌入服务流程，加强员工培训与审计监督，确保业务活动合法合规。
<b>机遇</b>				
客户服务标准化与专业化机遇	通过建立统一的服务标准、流程与评价体系，推动服务从经验化向体系化、专业化升级。	中长期	提升运营效率，降低单位服务成本；增强客户黏性，提高客户终身价值。	持续优化并固化服务 SOP，建立基于客户满意度的团队绩效考核机制。
数据驱动客户价值管理机遇	利用客户管理系统与分析工具，量化客户需求、服务效果与满意度，实现精细化运营。	中长期	优化资源投向高价值客户，提升其贡献度；支撑精准服务与产品改进，改善盈利结构。	建设统一的客户数据平台，深化数据分析在客户分层、需求洞察与成功管理中的应用。
合规能力转化为信任优势	健全的合规与风险管理体系，能够向客户（尤其是大型及长期合作伙伴）传递稳健可靠的专业形象。	长期	降低因合规不确定性产生的隐性成本；增强在高端市场及大型项目中的竞争与获客能力。	将合规与风控建设作为核心竞争力之一，主动向客户沟通展示其在保障合作安全中的价值。
全流程客户成功管理机遇	从线索到结算的全流程闭环管理，有利于在服务过程中持续识别并满足客户的潜在与新增需求。	中长期	提升存量客户的增购与交叉销售成功率，驱动收入在客户生命周期内的稳定增长。	建立客户成功管理体系，将服务过程转化为深度了解客户、挖掘二次商机的系统性工作。

## 提升客户服务质量

在激烈的市场竞争中，持续提升客户服务质量是巩固公司市场地位的重要基石。省广集团秉承“客户第一，纪律优先，创造价值”的核心服务理念，将这一承诺全面融入出海业务拓展、客户投诉高效响应及满意度闭环管理等多个关键环节。公司致力于通过优化服务流程与深化客户连接，构建长期稳定的合作关系，最终实现与客户共同成长与发展。

措施方向	主要举措与机制
出海业务服务质量提升	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>构建系统化海外服务能力：</b>稳固 Meta、Google、TikTok 三大核心媒体代理合作，并拓展亚马逊、Taboola 等新增媒体资源，为出海品牌提供全链路解决方案。</li> <li><b>深化本地化运营与风控：</b>成立海外合资公司（GIMC SEA），组建本地化团队；持续迭代“灵犀国际 SaaS 平台”，嵌入客户准入审核、合同网签、信用担保验证等风控流程，实现效率与安全的平衡。</li> <li><b>拓展与深耕客户群体：</b>通过举办市场活动积极获客，同时服务大型品牌客户与中小跨境电商客户，提供从市场洞察到投放优化的专业服务。</li> </ol>
客户投诉管理与响应	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>建立分级响应与升级机制：</b>设立运营团队为一级受理窗口，并明确规定涉及重大客情时，必须升级至商务、媒介或客户服务中心协同处理，确保投诉得到妥善解决。</li> <li><b>实施闭环管理与复盘：</b>要求所有升级投诉必须形成完整的处理记录与闭环报告，并用于案例复盘与服务流程改进，从而系统性降低同类问题复发风险。</li> </ol>
客户满意度调查与反馈	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>执行制度化满意度调研：</b>公司业务部门依据《客户满意度调研管理办法》，每半年对核心客户的关键对接部门（如事业群）开展结构化调研，全面评估服务表现。</li> <li><b>建立多元化常态沟通机制：</b>通过季度业务回顾、年度战略共创会、月度工作总结会议及定期面谈等多种方式，与客户各职能部门保持直接、高频的沟通，主动收集反馈，及时调整服务。</li> </ol>

### 案例

#### 服务中国银联出海项目，将“安全合规”作为营销服务的质量基石

2025 年，省广集团在服务中国银联东南亚跨境支付推广项目时，将“合规、安全、有效”作为核心准则。项目前期对三国金融法规与文化禁忌进行了全面审查；执行中严格选择携程国际版等合规渠道，并定制了由外籍人士出演、避免敏感的广告内容。通过全过程严格管控，项目实现了零风险落地，并将合规要求转化为赢得金融客户信任的专业优势，体现了公司提供高可靠、全球化营销服务的质量承诺。



为中国银联出海形象设计

### 案例

#### 服务红星二锅头第八代产品上市，以体系化整合传播确保品牌焕新质量

2025 年，省广集团在服务红星二锅头第八代产品升级上市项目中，围绕“纯粮之上更甜润”核心主张，策划了线上线下联动的整合传播。通过微博话题 #今天的甜头是红星二锅头给的# 登上热搜，获 1.9 亿阅读；在抖音以 #二锅头变甜了# 联动达人矩阵，实现超 3.4 亿曝光。项目将线上声量系统转化为终端动销支撑，体现了从策略到销售的全链路高质量服务能力。



## 负责任营销

省广集团将负责任营销的理念系统性地嵌入客户合作与运营流程。公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，并将合规承诺具体落实于对客户服务的关键文件之中。通过《隐私政策》《用户服务协议》及《用户充值协议》，公司明确界定了数据安全、内容规范、交易透明与用户权益保护的具体条款，构建了贯穿业务前中后台的合规执行框架，确保所有营销活动在合法合规的轨道上运行，切实保障客户与消费者的权益。



### 影响、风险与机遇管理

在影响、风险与机遇管理方面，省广集团建立了贯穿服务全流程的闭环管理体系，将质量控制与风险防控前置化。公司从需求对接到结案评估，系统化规范各环节操作标准与交付物，并通过常态化的客户满意度调研与投诉响应机制，主动收集反馈、识别改进点。这一体系将客户声音直接转化为优化服务流程、规避执行风险的内在动力，从而在确保营销解决方案可靠交付的同时，持续巩固客户信任并把握服务升级机遇。

### 指标与目标

为持续提升产品与服务的可靠性与客户满意度，省广集团设定了明确的管理目标与可量化的监测指标。公司通过追踪客户满意度、客诉处理及时率等关键数据，驱动营销方案与服务质量持续优化。报告期内，公司产品与服务保持高标准，**未发生重大安全与质量责任事故**，有效保障了客户价值与合作信任。

### 协同共建

行业的高质量发展，有赖于开放协作、资源整合与标准引领，以构建更具活力与韧性的生态。作为行业的重要参与者与推动者，省广集团始终秉持开放合作理念，深度参与并贡献于行业共建的多元实践。公司通过从战略层面的品牌出海布局与国际论坛举办，到治理层面的标准制定与协会履职，再到底层驱动的技术研究院创新，系统性地、多层次地推动行业进步，致力于联合生态各方，共同塑造一个更加繁荣与可持续的未来。

#### 案例

#### 主办跨境电商全球化分论坛，搭建行业洞见与资源汇聚的开放平台

2025 年 8 月，省广集团在中国（广州）跨境电商交易会期间，成功主办“洞察·趋势——探索全球多元化市场新增长”全球化分论坛。公司不仅作为参展方展示全链路出海服务能力，更主动扮演平台搭建者角色，汇聚了广州市商务局、亚马逊、SHEIN 等政企代表与行业专家，共同研讨市场趋势与增长路径。论坛期间，省广集团联合数据平台发布了《TikTok Shop 全站点 2025 半年度报告》，输出前沿行业洞察。此举超越了单一业务展示，通过创设高质量的行业对话场景，有效促进了产业链知识共享与资源对接，强化了公司作为行业生态共建者的连接器作用。



公司发布《TikTok Shop 全站点 2025 半年度报告》

#### 案例

#### 与日本博报堂建立全球战略合作，构建跨国合资平台深耕东南亚市场

2025 年 10 月，省广集团与日本广告巨头博报堂（HAKUHODO）在泰国曼谷签署全球战略协议，并成立合资公司 GIMC SEA。此次合作标志着省广的国际化布局从媒体资源对接与项目服务，升级为与全球顶级同行在资本、团队与本土化网络层面的深度绑定。双方将整合省广的中国市场经验与博报堂的亚洲本地化服务体系，以泰国为支点辐射东盟市场。此举不仅为出海的中国品牌提供了更深入的文化洞察与营销解决方案，更是公司构建全球化智能营销网络、实现从“中国服务”到“全球运营”能力跃迁的关键一步。



省广集团和日本广告巨头博报堂共同成立合资公司

#### 案例

#### 与国家文化科技创新服务联盟达成战略合作，开拓“文化+科技+营销”的产业协同新路径

2025 年 9 月，省广集团与国家级产业创新服务平台——国家文化科技创新服务联盟签署战略合作协议。本次合作的核心是整合联盟在文旅产业顶层设计、项目孵化及“文化+科技”领域的权威资源，与省广集团全链路营销服务和市场开拓能力。双方将通过共同组建专家库、联合开发项目及打造标杆性文旅融合项目等深度合作，旨在构建“策划—规划—运营—营销”的一体化服务新模式。此次跨领域生态级的协同，标志着省广集团正将其营销服务优势，系统性地注入国家文旅融合与产业升级的战略进程，探索超越传统广告边界的新增长极。



省广集团与国家文化科技创新服务联盟举行战略合作

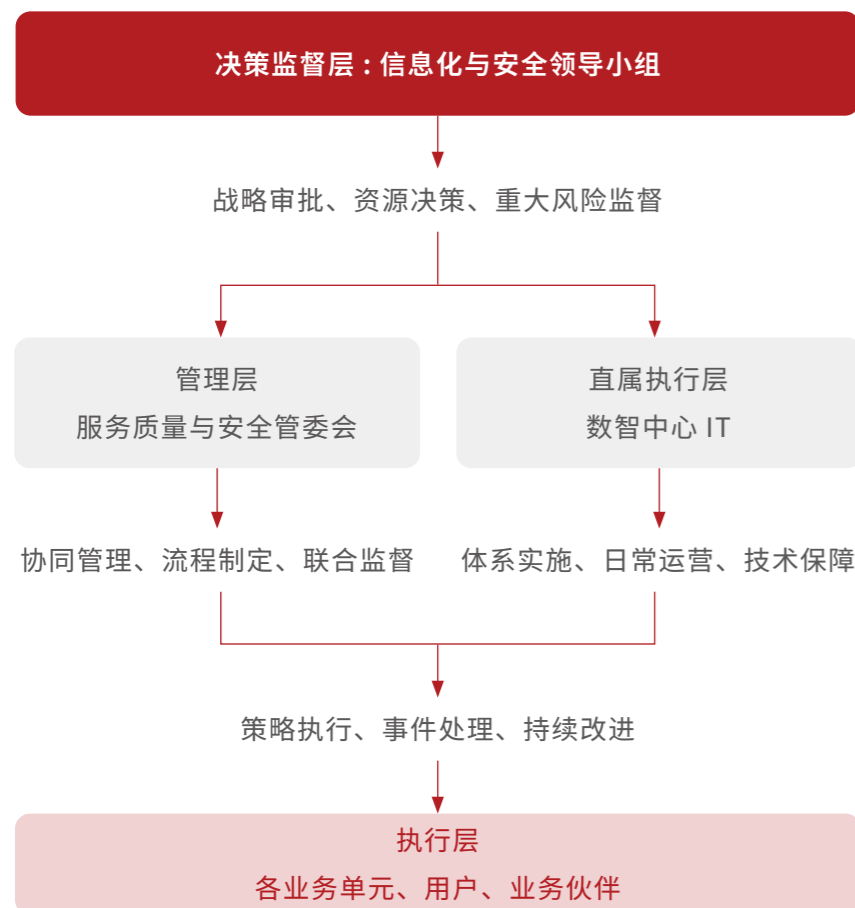
# 数据安全与 客户隐私保护

省广集团构建多维度数据安全与隐私保护体系，遵循“谁主管谁负责、谁建设谁负责、谁运行谁负责、谁使用谁负责”原则，覆盖数据全生命周期及内外部相关方，通过顶层合规认证、纵深技术防御、精细化流程管控与人员赋能，确保核心信息资产、客户数据及个人信息的完整性、保密性、可用性，合规落实相关法律法规要求。

## 治理

省广集团将数据安全与客户隐私保护纳入高级管理层主导的治理体系，构建“三层联动、责任闭环”的管控架构，实现安全合规的顶层统筹推进。2025 年，公司通过 ISO27001 信息安全管理体系认证，信息系统获批信息安全等保证明，筑牢安全合规根基。同时，公司以《信息系统网络安全管理制度》为纲领，配套形成《信息化运维工作管理办法》《信息系统应急预案》等一系列完善的制度文件，将数据安全与隐私保护要求嵌入运营各环节，保障客户信息与数据资产的安全可控。

### 数据安全与客户隐私保护组织架构



## 战略

省广集团将数据安全与客户隐私保护深度融入全球化智能营销战略顶层设计，以支撑业务高质量发展与数智化转型为核心目标，将安全要求贯穿数据全生命周期，同步匹配出海营销等业务拓展的安全需求，通过技术创新与制度升级筑牢安全屏障，为客户信任与品牌声誉提供坚实战略支撑。

### 公司数据安全与客户隐私保护相关风险与机遇分析

风险 / 机遇类型	具体描述	影响时间范围	财务影响	应对策略
<b>风险</b>				
数据泄露与第三方安全风险	公司存储的核心数据（如客户信息、营销数据）面临外部黑客攻击、内部人员恶意或疏忽泄露的双重威胁。尤其在第三方合作时，其安全缺陷可能成为数据泄露的薄弱环节，引发连锁风险。	短中长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>直接成本：应急响应、补救、法律诉讼及监管罚款成本；业务中断导致的收入损失；对客户的违约赔偿。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>强化技术防护</li> <li>实施精细化访问控制</li> <li>加强第三方供应链安全管理</li> <li>建立数据备份与恢复机制</li> </ul>
监管合规与法律诉讼风险	全球数据保护法规日趋严格。公司在数据全生命周期中，若未能满足“告知-同意”“最小必要”等原则，将面临严峻的合规挑战。	中长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>直接成本：行政罚款、民事赔偿与和解金。</li> <li>持续成本：为满足合规要求而持续投入的技术升级、法务咨询、内部审计及流程改造费用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立合规中台与制度体系</li> <li>贯彻隐私保护核心原则</li> <li>开展定期合规审计与培训</li> </ul>
品牌声誉与客户信任损害风险	一旦发生数据泄露或滥用丑闻，将严重损害公司声誉，进而导致核心客户流失，并影响新客户获取。	长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>收入影响：长期收入增长乏力，高价值客户流失导致核心收入不稳定。</li> <li>成本增加：为挽回声誉而大幅增加营销和公关支出。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>构建以信任为核心的服务品牌</li> <li>建立透明的客户沟通机制</li> <li>制定并演练应急响应计划</li> </ul>
<b>机遇</b>				
构建信任壁垒，锁定高价值市场	将卓越的数据安全与隐私合规能力，打造为对数据安全敏感行业客户的核心准入门槛和差异化竞争优势。	中长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升定价能力</li> <li>稳定核心收入</li> <li>优化客户结构</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>针对性市场宣传</li> </ul>
驱动技术赋能，开辟增长新曲线	应用隐私计算、差分隐私、数据脱敏等“数据可用不可见”的前沿技术，升级传统营销分析服务模式。	中长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>开辟新收入来源</li> <li>降低合规成本</li> <li>优化运营效率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大隐私计算技术研发与合作</li> <li>探索创新业务场景</li> <li>培养复合型人才</li> </ul>
重塑数据战略，主导客户数字资产	在第三方数据失效、第一方数据价值凸显的行业趋势下，帮助客户构建、治理、运营其“第一方数据”资产池，使公司角色从广告执行者深化为客户的“数字资产战略顾问”	长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>高利润咨询收入</li> <li>稳定的运营收入</li> <li>降低外部依赖</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>升级 GIMC 云平台能力</li> <li>建立专业顾问团队</li> <li>输出方法论与成功案例</li> </ul>

数据安全与客户隐私保护保障措施

技术保障

- 终端安全：部署“奇安信天擎”，实现全公司终端设备统一管控，有效拦截病毒与勒索软件。
- 网络与边界防护：划分安全区域并实施隔离，关键设备具备冗余空间，核心链路采用双链路保障网络架构安全；借助下一代防火墙、Web 应用防火墙 (WAF) 等设备边界防护；利用“奇安信网神探针”对内部流量持续监测，预警并处置异常外联风险。
- 数据安全技术：采用加密技术、脱敏与去标识化、访问控制。

组织与人员保障

- 定期培训：面向技术、产品运营及相关人员开展数据安全与隐私保护专项培训，提升专业能力与合规意识。
- 应急演练：建立应急预案与演练机制，持续提升组织整体的安全防范意识与应急响应能力。
- 资质认证：信息安全员需经公安、劳动部门专门培训，考核合格后持证上岗。

合规与审计保障

- 安全检查：网络管理员对网间互联网应用系统和外联网络区定期开展威胁评估和脆弱性评估；管理层不定期组织合规检查，并根据检查情况制定相应措施。
- 外部合规：按规定完成网络安全备案，备案信息变更后 5 日内上报属地公安机关网安部门；自觉接受公安机关网安部门的安全监督、检查和指导。

数据全生命周期安全管控

数据采集

- 遵循“合法、正当、必要、明确”原则，数字化个人信息通过加密算法即时传入系统平台，不得存储在本地电脑或移动设备；纸质资料严格限制接触人员。

数据存储

- 核心数据与个人信息采用加密存储、加密备份技术；日志备份至少保留 12 个月，备份介质存放在安全区域，防止篡改或损坏。

数据传输与共享

- 遵循“最小权限”原则，通过基于角色的访问控制与线上化电子审批流程，管控数据访问与导出等高风险操作。

数据使用

- 敏感数据传输与静态强制加密；分析测试场景采用脱敏和去标识化技术，确保“可用不可见”；业务系统操作界面脱敏处理。



隐私保护协议机制



内部员工

签署《个人工作保密承诺书》，明确对公司保密信息（含业务数据、客户信息、技术数据等）的保密义务、保密期限及返还要求，违规需承担赔偿责任。



外部合作方

签订服务等级协议 (SLA) 和保密协议等协议，要求所有服务客户的团队成员严格遵循协议中各项内容进行服务及相应的信息权益保护，包括对客户运营情况、营销举措、传播计划等核心信息进行全程保密。

案例

开展大数据安全与隐私保护专项培训，筑牢数据全生命周期安全防线

2025 年，为适配数字化转型下数据资产保护与隐私合规需求，省广集团系统性开展大数据安全与隐私保护专项培训，覆盖**全员核心岗位**。培训内容深度聚焦数据与大数据定义、4V 特性，详解数据存储态、传输态、使用态三态安全风险，结合个人信息黑色产业链、跨境数据传输泄露等典型案例，拆解数据加密、脱敏、访问控制、APT 防御等实用技术，强化数据安全 CIA 核心要素。此次培训有效提升全员数据安全风险识别能力与隐私保护意识，帮助员工掌握全生命周期数据防护技能，为规范数据采集、存储、共享流程，防范客户隐私泄露与商业秘密外泄风险筑牢基础，保障数字化业务合规有序开展。



数字化转型大数据安全基础培训现场

## 影响、风险与机遇管理

省广集团建立全流程的数据安全与客户隐私保护影响、风险及机遇管理机制，系统性识别数据流转、业务合作等场景下的潜在风险与合规影响。通过科学的风险评估体系分级管控，制定针对性应对预案，同时精准把握合规升级带来的机遇，将数据安全能力转化为客户合作竞争力与市场差异化优势，实现良性管理循环。

### 数据安全与隐私保护相关风险与机遇识别及控制机制



### 数据安全与隐私保护相关风险与机遇监测机制

#### 持续监控与动态预警

- 技术监控：通过部署数据安全态势感知平台、数据库审计系统（DAS）、日志分析系统等工具，对数据访问、修改、导出等操作进行实时监控。设定针对异常行为的预警规则，实现风险早发现。
- 业务与合规监控：定期审查数据使用流程是否符合既定的管理制度和法规要求，监控第三方供应商的安全表现，并关注国内外监管动态和司法案例。

#### 定期审计与效果评估

- 建立季度或年度数据安全审计机制。
- 审计完成后形成报告，明确问题清单、风险等级、整改责任部门与时限，并跟踪验证整改效果。

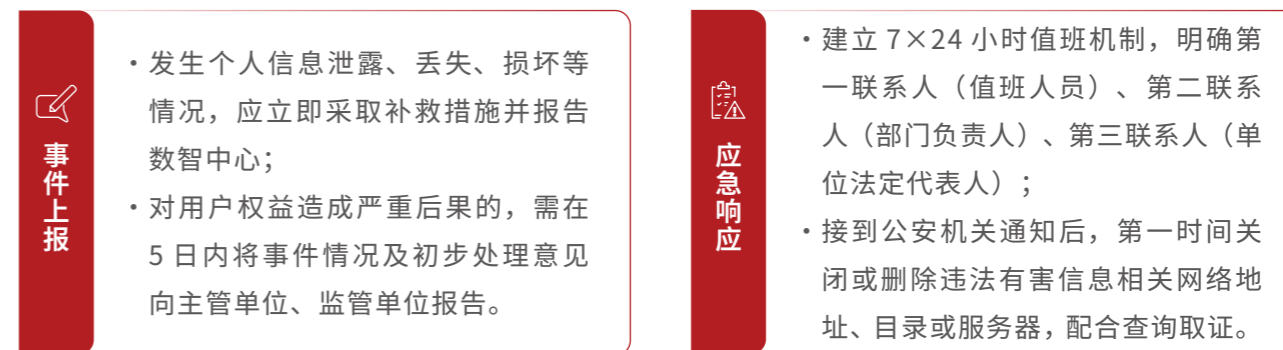
#### 应急响应与事件复盘

- 制定详细的数据安全事件应急预案，并定期进行演练。
- 安全事件处置完毕后，都必须进行深度复盘，编写《事件处置报告》。

#### 体系化运营与持续迭代

- 设立专职的数据安全管理团队或岗位，负责日常运营、跨部门协调和上述工作的推动。
- 将数据安全绩效纳入相关部门和个人的考核指标（KPI），确保责任落实。
- 建立定期的运营会议机制，动态更新风险评估模型、控制策略和整体规划。

### 数据安全与客户隐私事件应急管理机制



### 2025 年度

公司开展数据安全与客户隐私保护培训

1 次

覆盖员工人数

16 人

公司 **未发生** 重大数据安全、客户隐私泄露事件。

## 供应链安全

省广集团构建“分类分级管控、全流程规范、多部门协同”的供应链管理体系，覆盖媒介采购与非媒介采购两大核心场景，以“公开公平公正、竞争择优、诚实信用、廉洁从业”为核心原则，通过明确组织架构、制定《采购与招标管理规定》《媒介供应商管理办法》规范供应商管理、优化采购流程、强化监督问责，实现供应链高效运转与风险可控，提升采购竞争力与业务适配性。

## 供应链管理

省广集团将供应链管理作为业务稳健运营的核心支撑，构建了层级清晰、权责明确的管理体系。

### 供应链管理体系

#### 入库管理

- 业务单元在 ERP 系统录入供应商基本、银行及财务等信息，并提交入库申请，实现信息集中规范管理。

#### 审核管理

- 采购合同签订前，业务单元全面审核供应商主体资格、履约能力等多方面能力，必要时借助专业中介机构，降低违约风险。

#### 分类分级管理

- 对供应商实行分类分级管理，其中媒介供应商采用 A、B 两类差异化模式，A 类为年度合作的供应商，会定期通过规范流程完成入库与更新，业务端采购时优先选用该类供应商；B 类为非年度合作的供应商，其合作政策相对更优，仅限特定客户场景下使用。
- 非媒介供应商则由采购部门建立日常采购供应商库并定期维护，准入需经过资质审核与分级审批，可根据不同采购需求适配对应的合作方式。

## 供应链管理风险控制体系

### 流程监督

审计部门全程监督采购程序，确保公开透明；采购相关人员需主动回避利益关联事项。

### 保密要求

供应商参与金额 ≥ 30 万元采购项目需签署《保密承诺函》，严禁泄露采购信息及内幕信息。

### 责任追究

对违反规定造成公司损失、影响业务质量或违规获利的，给予通报批评、降薪、降职、解聘等处分，情节严重的追究法律责任。

### 动态优化

供应商库定期更新，采购制度根据业务需求修订。

## 负责任采购

省广集团将负责任采购作为供应链管理的核心导向，以“公开公平公正”“竞争择优、诚实信用”“廉洁从业”为原则，依托采购领导小组的顶层统筹与“双平台 + 综合管控”的归口管理体系，结合《采购与招标管理规定》等制度筑牢管理根基。公司推行阳光采购实现流程透明规范，倡导绿色采购将可持续要求融入资源筛选，坚守廉洁采购杜绝不正当行为，全方位落实责任采购理念。这既保障了采购活动的公平性与公信力，也为行业树立了负责任采购典范，助力经济、社会与环境的协同发展。

### 负责任采购体系

#### 阳光采购

- 在招标采购开标的过程中，要求审计部派出专门人员列席开标会议，按照国家法律法规和公司规章制度的规定，对开标过程的透明、公平、合规性进行监督。
- 要求全体员工严守《合规手册》中的履职从业规范，组织员工签署《合规承诺函（员工）》，明确员工不得以公司或个人名义接受供应商的任何馈赠，切实筑牢采购廉洁底线。

#### 绿色采购

- 优先选择环保意识强、致力于推动绿色发展的供应商伙伴。
- 在采购过程中，更青睐环境友好、可持续性强的设备和原材料，力求从源头上减少对环境的影响。

确保采购全流程公平、透明

## 平等对待中小企业

2025 年，公司严格遵守与中小企业的合同条款，确保所有符合合同约定的应付款项均按时支付，**未出现**任何逾期支付事件。公司承诺继续维护与中小企业的良好合作关系，保持财务责任和稳健的资产管理，以确保对所有合作伙伴的平等对待。

# 第三章 守护员工成长 深耕社会价值

省广集团秉持“以人为本”的社会责任理念，将员工与社会视为企业长期发展的共同利益相关方，致力于在规范治理与人文关怀的统一中构建更有韧性的组织与更有温度的社会连接。公司坚持以依法合规与机会公平夯实用工基础，以透明公正的权益保障机制提升员工获得感，以分层分类的人才培养体系支持员工持续成长，并以职业健康、安全与心理关怀守护员工身心福祉。在履行企业公民责任方面，公司依托营销传播与资源整合优势，推动社会贡献与乡村振兴从“单点帮扶”向“持续赋能”升级，促进企业发展与社区福祉、区域协调发展同向而行，协同各方共创可持续未来。

- 员工雇佣
- 职业健康与安全
- 员工薪酬与权益
- 社会贡献
- 员工发展与培训
- 乡村振兴
- 员工关怀



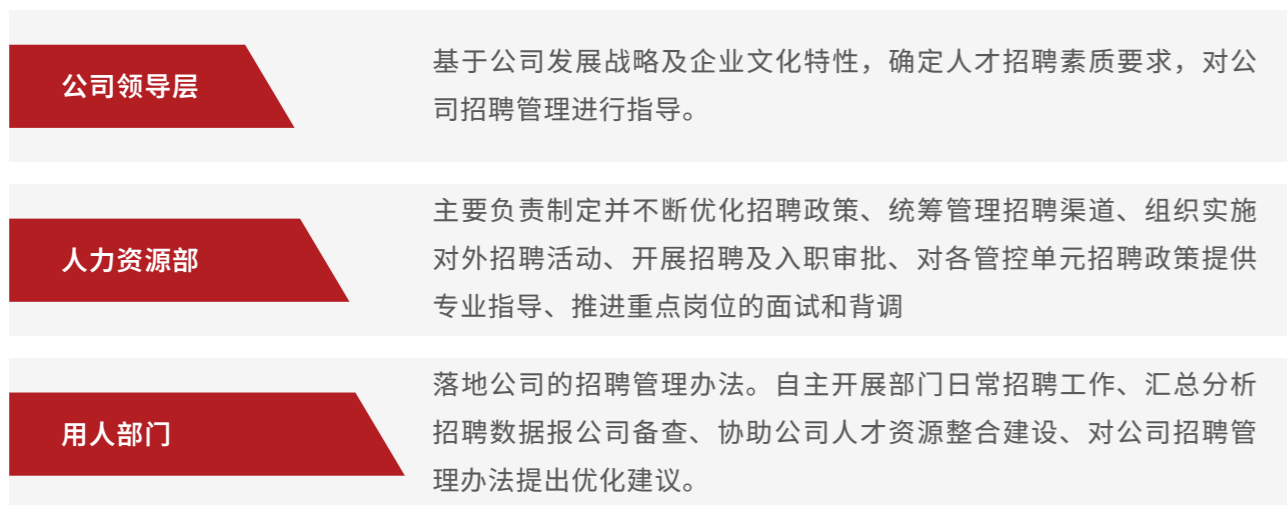
## 员工雇佣

省广集团将员工雇佣视为企业治理与可持续发展的基础工程，坚持依法合规与机会公平并重，围绕规则清晰、过程可控、风险可防、权益可保障的用工管理理念，持续夯实招聘录用与劳动关系管理的规范性与可预期性。公司通过构建尊重个体、包容多元、零容忍侵害的职场生态，强化对不当用工风险的前置防控与治理韧性，不断提升员工对组织的信任与归属，稳定人才供给与组织运行质量，为公司高质量发展与雇主品牌建设提供长期支撑。

## 员工招聘

省广集团以依法合规与机会公平为用工治理的核心导向，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》，并通过《招聘管理办法》《考勤管理办法》《员工手册》等制度体系，将平等就业、合法权益保障与职场尊重要求嵌入人才引进与劳动关系管理的基础规则之中。公司通过制度化安排不断强化对不当用工风险的前置防控与治理韧性，持续提升员工对组织的信任与归属，夯实多元包容、稳定有序的人才生态，为公司长期高质量发展提供更可持续的人才支撑与雇主品牌保障。

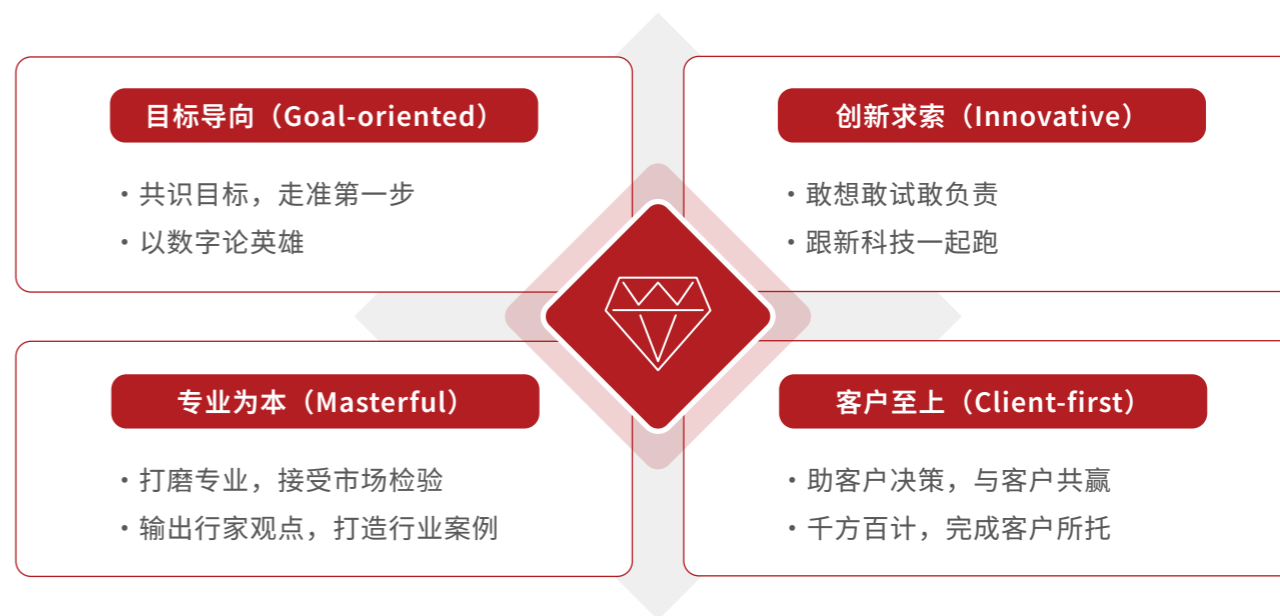
### 省广集团招聘管理组织架构



### 省广集团员工招聘原则



### 省广集团员工四大核心价值观



### 案例

#### 实施校园大使 KOL 项目拓展引才渠道，提升青年人才触达与转化效率

2025 年，省广集团在校园招聘中创新引入“校园大使 KOL”引才机制，签约在校学生校园大使 7 人次，通过线上传播、线下活动与招聘宣发等方式，广泛触达华南、华东、华中及海外地区学生群体，扩大潜力青年人才覆盖面。周期内，校园大使累计完成内推简历 2,690 份，占 2025 届校招总投递量的 5.8%；最终通过校园大使推荐入职人员占总入职人员的 6.17%，形成了企业精准引才、学生获得成长、校招效率提升的正向效应。



省广集团校园大使 KOL 项目助力校园招聘现场

## 反歧视、反童工及强制劳动

在反歧视方面，公司坚持以能力与岗位匹配为导向推进市场化选人用人，确保招聘决策与录用标准一致、评价过程客观可比，杜绝以年龄、性别、背景等与岗位无关因素影响录用结果。通过统一标准与回避机制，减少主观偏差与利益冲突对招聘公正性的干扰；并通过避免招聘歧视的辅导和宣贯，提升各部门对招聘合规风险的识别与管控能力，持续营造机会均等、尊重差异的用工环境。

在反童工及强制劳动方面，公司坚持依法合规用工底线，明确禁止雇佣童工和任何形式的强迫劳动，确保员工在自愿基础上建立劳动关系并获得应有权益保障。同时，将职场性骚扰等侵害行为纳入严重违规范畴，强化对不当行为的“零容忍”导向，维护员工基本尊严与安全感，推动形成更稳定、可信赖的劳动关系与组织环境。

## 员工构成

2025 年度

员工总数

2,691 人

新吸纳就业、创造灵活就业岗位

995 人

员工流失率为

17.52%

未发生任何经确认的歧视、强迫劳动和童工事件。



## 员工薪酬与权益

省广集团始终将员工薪酬与权益保障视为企业稳健经营与长期发展的重要基础，致力于为员工营造公平、尊重、关怀与成长并重的工作环境。公司围绕薪酬与绩效管理、绩效反馈与申诉、民主管理与沟通、员工满意度提升等关键环节，持续完善规则与流程，畅通表达与反馈渠道，推动管理改进形成闭环，不断增强员工的获得感、信任感与组织凝聚力，为企业高质量发展提供坚实的人才与组织保障。

### 薪酬绩效管理

省广集团建立了与岗位价值和个人绩效管理紧密联动的薪酬绩效制度体系，兼顾内部公平与外部竞争，强化薪酬与绩效在吸引、保留与激励人才方面的关键作用。公司制定并实施《薪酬管理办法》《个人绩效管理办法》《考勤管理办法》等制度文件，明确薪酬结构与绩效全流程规则，采用薪级薪档等机制落实以岗定薪、同岗同酬、一岗多薪、能力定薪，并配套绩效沟通与申诉校准机制，保障员工权益与评价公正，促进绩效管理透明化、可追溯与可持续改进，为员工成长与公司战略目标达成提供稳定支撑。

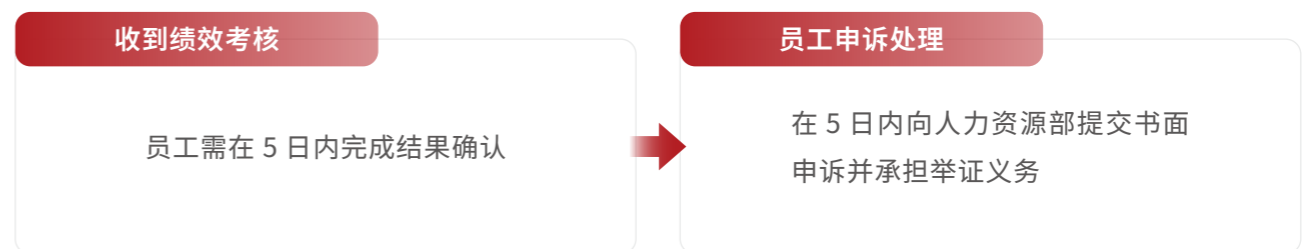
### 省广集团薪酬福利管理核心原则



### 绩效反馈与申诉

省广集团高度重视员工薪酬绩效反馈与申诉，依托《个人绩效管理办法》，强调考核结果沟通的充分性与程序公正性。同时，公司为保障评价结果的整体一致性与分布管理要求，申诉成立后的结果调整需在人力资源部对核定比例等要求进行整体把控后方可更改；申诉受理过程中原则上尊重考核者的考核权，除虚假数据、虚报瞒报、滥用职权、舞弊私利等违规违纪情形外，不轻易推翻原结果。

### 员工绩效考核申诉机制



## 员工民主管理与沟通

省广集团持续健全职工代表机制和完善职工代表大会及职工代表会议制度，推动员工意见更充分地进入管理视野并转化为可落实的改进行动。同时，公司在日常人力资源管理中不断完善沟通与反馈闭环，通过年度培训需求调研、培训满意度评估及分享会等交流活动，持续收集员工建议并形成数据沉淀与改进依据；在绩效管理中贯穿启动、促进、反馈的沟通要求，明确过程记录方式，并保障员工对考核结果的确认与申诉权利，形成解释处理、隔级仲裁、结果校准的规范路径，增强员工参与感与组织凝聚力。

### 案例

#### 持续建设“员工心声专区”畅通沟通渠道，增强员工民主参与度

2025 年，省广集团在办公 OA 系统延续“员工心声专区”，面向公司本部及控股公司全体员工建立常态化反馈通道，促进组织内部沟通更透明、更高效。专区设置“董事长信箱”“急难愁盼”“投诉举报”等板块，员工可选择实名或匿名方式提交建议与诉求，由公司人力资源部专岗专人统一接收并进行汇总、整理、转办与督办。该机制在严格保密与合规管理的基础上，推动员工意见更顺畅地进入管理改进闭环，增强员工的表达获得感与组织凝聚力。



省广集团 OA 系统“员工心声专区”

## 员工满意度调查

省广集团将员工满意度作为组织活力与管理改进的重要依据，持续通过分层分类调研系统识别员工在团队文化、管理机制、职业发展、薪酬福利与工具资源等方面的核心诉求，并以员工交流会等沟通机制搭建开放平台，确保意见可表达、可追踪、可回应。公司坚持调研、交流、反馈、改进的闭环管理，将具有代表性且可操作的问题快速转化为正向干预与落地优化，持续提升员工工作体验与组织凝聚力。

### 案例

#### 开展员工满意度相关调查，提升青年人才留任与组织凝聚力

2025 年，省广集团为提升年轻优秀人才保留率，面向基层优秀人才开展组织活力专项调研，围绕工作/生活平衡、工作任务、成就感、职业发展、直接上级、薪酬等 15 个维度收集反馈，调研回复率达 96%。调研结果显示，整体敬业度得分为 **4.9 分（满分 6 分）**，较上一年有所提升。公司结合调研中反映的共性与个性问题，组织开展沟通反馈、情绪辅导、薪酬分析与反馈、IDP 辅导等改进举措，推动问题闭环与体验优化，实现年度在库优秀人才保留率超过 90%。

## 员工发展与培训

省广集团坚持“以人为本，关心人才培养”的人才管理理念，将人才成长视为组织持续进步与业务提升的重要支撑，把员工发展与培训纳入日常管理的关键抓手。公司以统筹规划与协同落地相结合，搭建覆盖新人融入、专业精进、管理提升与梯队建设的分层培养体系，强调实战导向与能力转化，帮助员工在不同阶段获得匹配的成长资源。公司通过持续完善培养机制与学习生态，不断增强队伍的专业胜任与协作效能，激发组织活力与创新潜能，为企业稳健经营与长期发展提供更坚实的人才保障。

## 治理

公司以“公司统筹—部门协同—项目落地”的培训治理机制，推动人才培养从零散活动转向可持续的能力建设。通过统一规则与资源配置提升培训投入的效率与一致性，以一线需求为牵引、依托过程反馈确保课程真正贴近业务与岗位发展，并采取项目化执行强化学习转化与成果沉淀，持续提升组织专业化水平与团队协同力，为战略推进与业务升级提供稳定的人才支撑。

#### 省广集团员工培训与发展治理架构

##### 领导层统筹

(人力资源部)

制度与政策制定  
年度培训规划与资源配置  
过程监督与效果评估

##### 部门层落实

(各用人部门/HRBP)

需求提报与课程组织  
培训实施与参训管理  
结果反馈与改进行动

##### 项目层执行

(讲师/导师/学员)

课程交付与学习支持  
导师辅导与双向反馈  
学用转化与成果输出

## 战略

公司以“分层分类、靶向聚焦”为培训体系建设方向，构建覆盖新人融入、专业力与资源类培训、职业发展项目、“一群一策”赋能、领导力培训、自学考试与分享会等多元培养路径，匹配不同岗位与不同阶段员工的成长需求。

在人才管道建设方面，公司持续强化应届生与新员工培养。入职当月组织入职培训，内容涵盖公司概况、组织架构、企业文化与制度应知应会，并通过导师辅导、业务指导等方式提升融入效率；校招新员工培养周期通常为 6-12 个月，其间采用考试、积分等方式进行评估，强化培养、评价、发展的贯通。

同时，公司将行业头部媒体认证作为能力建设的重要抓手，面向全体员工分别推出“数字星计划”，通过奖金激励等方式鼓励员工参与专业认证与持续学习，重点提升数字营销、效果运营及海外业务相关能力，推动关键技能在业务场景中加快转化应用，夯实数字化与国际化人才储备，为公司战略落地与核心竞争力提升提供支撑。

省广集团分层分类培训内容体系



员工发展与培训风险与机遇识别结果及应对策略

风险 / 机遇类型	具体描述	影响时间范围	财务影响	应对策略
<b>风险</b>				
培训投入产出不确定	学习成果难以稳定转化为岗位胜任与交付质量。	短中期	• 用人成本增加	• 需求牵引规划 • 项目化落地 • 评估复盘与迭代优化
关键人才流失	高潜与骨干若留任不足将带来梯队衔接与能力承接压力。	中长期	• 替换成本上升	• 梯队建设与人才库管理 • 留才机制联动 • 关键岗位继任安排
<b>机遇</b>				
形成稳定人才供给	通过新员工培养与融入机制，提升早期胜任与转化效率，增强用工韧性。	中长期	• 降低招培成本 • 提升人均产出	• 标准化培养路径 • 过程评估 • 经验沉淀复制推广
能力升级带动增长	面向新业务与新技能的能力建设，提升方案竞争力与交付效率，支撑业务升级。	中期	• 新收入机会 • 效率提升带来成本优化	• 分层分类培训体系 • 专业项目训练营 • 能力认证与应用转化

新员工培养与融入

案例

实施校招新员工全年培养计划，缩短适应周期夯实青年梯队

2025年，省广集团面向校招新员工开展全年系统培养，构建“分层培训+在岗实践”双轨并行模式，由高管参与战略文化课程导入，集中培训覆盖通用素养与岗位专业能力；同步推行制度化导师制，设置拜师仪式并配套定期交流、双向反馈与标准化辅导流程，确保培养目标可落实；并引入模拟业务比稿课题PK机制，以战代练提升实战解决问题能力。该计划促进校招员工快速完成从“校园人”到“职场人”的能力与心态转变，显著提升团队融合与岗位胜任水平。



省广集团校招新员工入职开班



省广集团校招新员工课程培训

专业能力培训

案例

升级“广告人能力加速站 2.0”，系统提升专业能力与岗位胜任

2025年，省广集团面向媒介、策划、创意、客户服务等岗位推出“广告人能力加速站 2.0”，以“内部讲师+业务场景”为核心，通过资深骨干与获奖专家组成的内训师队伍开展系列专题授课。课程覆盖媒介操作、AI 工具应用等基础技能，以及项目财务、AIGC 创意、IP 设计等进阶实战模块，并融入提案表达、团队管理等软技能，形成完整岗位能力培养链路。全年累计组织培训 26 场，覆盖超 650 人次，获得学员高度评价。



省广集团广告人能力加速站 2.0 培训现场

## 关键人才发展机制

案例

开展“未来星”高潜创意培养，训战一体反哺业务与人才梯队

2025 年，省广集团面向创意序列经理层实施“未来星”创意人才培养项目，以“训战一体”提升创意深度思考、客户沟通、复盘学习与社媒内容创意等综合能力。项目提出“敏捷训战螺旋模型”，采用回合制设计并结合内外部师资、真实课题导入、1对1辅导与团队PK，推动学用结合与即时激励。

在人才发展方面，构建创意总监储备人才库，其中 1 人获戛纳幼狮赛中国区影视广告类亚军及 2025 釜山国际广告节 New Stars 金奖，3 人纳入晋升考察与人才保留计划，7 人进入后续培养项目；在业务赋能方面，围绕 6 个品牌客户真实需求产出多套策划方案并部分被采纳，社媒专题产出 5 个小红书内容营销规划并获品牌客户公开发文好评。项目满意度 9.6 分，并荣获 CSTD 全国企业学习设计大赛银奖。



省广集团“未来星”创意高潜培养结项汇报（左）与结业合影（右）

## 管理能力培训

案例

实施管理干部分层培训，强化合规与一线管理能力

2025 年，省广集团面向管理干部开展廉洁管理、风险合规管理、业务风控、灵活用工与财务风险思维等专题培训，并针对 50 多位基层管理者推出“星启航管理成长营”，围绕客情关系、财务管理、团队管理等核心能力开展为期 6 个月的场景化实战训练，引入导师制与实践挑战等模式，促进学员在干中学、学中干，提升一线管理者的综合管理能力与组织执行力。



省广集团管理干部培训现场

## 影响、风险与机遇管理

公司通过规则化的培训组织与纪律要求，提升培训资源投入产出与学习转化。员工在不影响本职工作的前提下享有参加培训的权利，同时需遵守培训出勤与学习应用等义务，推动“学用结合、以训促能”。

公司将合规要求嵌入培训全流程，强调培训内容与形式遵守合法合规原则，并通过讲师考核与激励机制（含授课质量、学员满意度等）提升课程供给质量与内训师队伍稳定性。

## 指标与目标

公司对关键培养环节设置可量化要求：新员工入职培训考试合格（≥ 90 分）原则上纳入试用期考核事项，培训完成率与考试分数由人力资源部反馈至各部门 HRBP，保障培养过程可衡量、可校准。

2025 年度			
员工培训总场次	年度培训支出金额	员工培训人次	员工培训覆盖率
<b>366</b> 次	<b>56.5</b> 万元	<b>8,011</b> 人	<b>100%</b>
员工培训总时长	员工人均参与培训时长	女性员工培训总时长	女性员工人均培训时长
<b>17,585.5</b> 小时	<b>6.5</b> 小时	<b>11,395</b> 小时	<b>8.9</b> 小时
男性员工培训总时长	男性员工人均培训时长	高级管理层培训总时长	高级管理层人均培训时长
<b>6,191</b> 小时	<b>4.4</b> 小时	<b>465</b> 小时	<b>66.4</b> 小时



## 员工关怀

省广集团坚持以员工为中心，将员工关怀作为组织韧性与人才可持续发展的重要基石，依托《员工手册》《考勤管理办法》等制度体系，推动员工权益保障与关怀支持走向规范化、稳定化与可预期。公司通过营造更具温度的组织氛围与更具兜底性的支持网络，持续增强员工的安全感、归属感与凝聚力，促进团队活力释放与长期价值共创，为企业高质量发展提供更坚实的人才支撑。

### 省广集团福利情况



#### 保障福利

养老保险、工伤保险、医疗保险、生育保险、失业保险、住房公积金、企业年金等



#### 假期福利

年休假、婚假、产假、陪产假、哺乳假、计划生育、手术假、独生子女护理假、育儿假、丧假、事假、病假等



#### 其他福利

年度体检、生日慰问、年节慰问、婚育慰问、团建活动

## 员工活动

### 案例

#### 举办“三八”妇女节主题活动，致敬女性力量营造温暖职场氛围

2025年3月，省广集团在广州总部组织开展“天生 MEILI，闪耀 GIMC 女子力”“三八”国际妇女节主题活动，活动当天，公司以春日花园主题布置营造温馨氛围，并由公司董事、首席执行官兼总裁以及监事会主席代表管理层向女性员工致意；同时为女性员工发放妇女节定制礼盒及祝福卡片，传递组织关怀，增强员工参与感与团队互动。该活动以文化体验与情感关怀相结合，持续提升女性员工的归属感与幸福感，彰显公司尊重多元、关爱员工的价值导向。

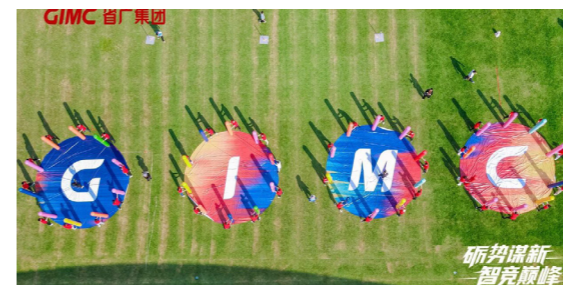


省广集团“天生 MEILI，闪耀 GIMC 女子力”三八妇女节主题活动现场

### 案例

#### 举办年度运动会凝聚团队力量，激发拼搏精神与组织活力

2025年10月，省广集团举办年度运动会，来自不同事业群与部门组成14个方阵依次入场，以创意展示与口号表演点燃现场氛围。董事长在开幕致辞中强调，运动会不仅是竞技舞台，更是企业精神与文化的生动呈现，鼓励员工将“更快、更高、更强”的追求转化为业务开拓与战略推进的行动力。本次活动以运动为载体促进跨团队协作与情感连接，持续提升员工凝聚力与组织向心力。



省广集团年度运动会活动现场

### 案例

#### 开展白云山登山节活动，凝聚团队合力激发奋进动能

2025年11月，省广集团在广州市白云山举办年度登山节，员工身着统一服装于白云山南门集结出发，沿登山路线协作前行，并设置“先锋100”等激励环节，营造你追我赶、互相鼓劲的氛围。队伍陆续抵达郑仙广场后，组织跳大绳等团队项目，增强互动与默契。活动同步揭晓运动会相关奖项，强化荣誉激励与团队凝聚，进一步提升组织向心力，营造协同氛围。



省广集团白云山登山节活动现场



2025 年度

公司秉持人文关怀，实现员工社保缴纳覆盖率 **100%**，并持续开展困难员工帮扶，困难员工帮扶人数 **1** 人。

# 职业健康与安全

省广集团始终将员工职业健康与安全置于员工管理的关键地位，持续以体系化、标准化方式打造安全健康的工作环境。为此，公司已建立较为完善的职业健康安全管理体系并通过 ISO 45001 认证，通过不断完善管理机制、强化标准执行与开展心理健康支持活动，稳步提升风险防控与身心关怀的综合保障能力，为员工提供持续、可靠的职业健康与安全支撑。



## 案例

### 公司开展高层建筑消防应急疏散演练，“以练促防、以练备战”

2025 年 12 月，公司开展高层建筑消防应急疏散演练，围绕“报警、扑救、疏散、救援”全流程展开。邀请消防救援队现场讲解消防知识，指导员工正确使用灭火器、佩戴防烟面具，并开展心肺复苏实操培训，进一步强化了员工的自救互救能力。本次活动提高了员工的个人防护意识，达到了“以练促防、以练备战”的预期目标。



## 案例

### 开展情绪管理辅导活动，提升心理韧性营造支持氛围

2025 年，省广集团围绕员工心理健康保障，组织开展“情绪管理与自我觉察”主题辅导活动。活动以 OH 卡牌为互动媒介，采用“轻讲授、重体验”的方式，引导员工在小组互动与自我探索中实现情绪疏导与压力释放。活动累计报名 50 人、实际参训 45 人，参训率 90%，整体满意度 9.62 分（满分 10 分）。该实践为员工提供了可操作的心理调适工具，增强团队心理凝聚力，推动心理健康支持从理念倡导向机制化落地。



省广集团“情绪管理与自我觉察”员工心理健康辅导活动现场



### 2025 年度

安全生产总投入	安全演习场次	职业健康、生产安全类培训场次	职业健康、生产安全类培训总时长
<b>3.03</b> 万元	<b>7</b> 次	<b>15</b> 次	<b>212</b> 小时
职业健康、生产安全类人均培训总时长	员工工伤投入保险	员工工伤保险覆盖率	员工职业病发病率
<b>0.5</b> 小时	<b>167.9</b> 万元	<b>100%</b>	<b>0%</b>

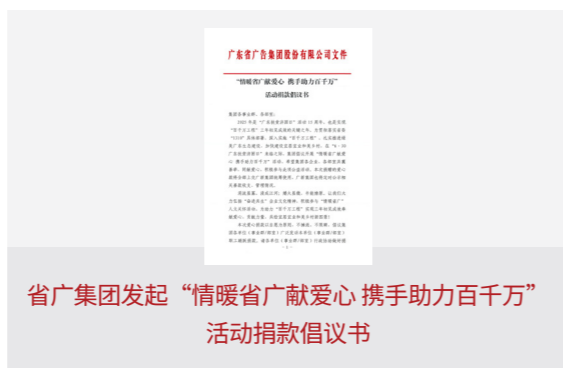
# 社会贡献

省广集团坚持商业价值与社会价值共生的发展理念，将社会贡献作为连接企业能力与公共需求的关键纽带，推动责任实践从单点善举走向体系化价值创造。公司积极履行企业社会责任，在教育帮扶与扶贫济困等领域持续系统化投入，促进社会资源的有效链接与公共价值的稳定供给，从而在提升企业韧性与品牌公信力的同时，为地方经济结构优化与民生福祉提升提供更持久的正向推动力。

## 案例

### 发起捐款倡议汇聚善意，助力“百千万工程”走深走实

2025年6月，省广集团结合“广东扶贫济困日”节点，面向各事业群及各部室发起“情暖省广献爱心 携手助力百千万”活动捐款倡议，号召以自愿参与方式汇聚员工与组织的点滴善意，形成可持续的社会支持力量。活动所募善款按规定公示收支与管理情况，推动公益行动在规范透明中增强公信力与凝聚力，为地方民生改善与乡村振兴注入持续动能。



省广集团发起“情暖省广献爱心 携手助力百千万”活动捐款倡议书

## 案例

### 捐赠宿舍床保障“一人一床”，改善县域寄宿条件守护成长

2025年11月，省广集团在河源市紫金县九和中学举行“情系教育 爱心筑梦”宿舍床捐赠仪式，向学校捐赠200套双层宿舍床，聚焦寄宿生住宿条件改善，切实解决“一人一床”实际需求。该行动以民生“小切口”回应基层教育“硬需求”，体现国有上市企业将社会责任融入发展实践的价值导向，助力县域教育基础设施完善与青少年健康成长，形成政企校协同共建的积极社会效应。



省广集团助力紫金县九和中学“一人一床”捐赠仪式

2025 年度

2025年，公司社会贡献总投入金额**17.54**万元，投入人员数量超**300**人，总投入时长约**1,300**小时。

# 乡村振兴

在全面推进乡村振兴与“百千万工程”走深走实的背景下，省广集团坚持将服务区域协调发展作为国资国企责任的重要体现，立足营销主业与资源整合优势，探索以品牌赋能、消费助农、共建帮扶联动的价值创造路径。通过将企业能力转化为面向乡村产业、民生改善与文化活化的系统性支持，增强乡村内生发展动力与公共服务韧性，促进城乡要素双向流动与共同繁荣，为地方高质量发展与共同富裕目标贡献可持续的企业力量。

## 案例

### 春节前走访慰问困难群众，传递温暖巩固帮扶成效

2025年1月，公司“百千万工程”工作组在春节前赴紫金县紫城镇、九和镇开展走访慰问，对十户困难群众进行关怀帮扶，并发放慰问金及慰问品。活动以节前关怀回应民生急需，强化企地共建纽带，推动帮扶工作更具温度与连续性。



省广集团春节前走访慰问困难群众

案例

推出“紫金蝉茶”礼盒并线上推广，带动特色农产品拓展增收

2025 年新春期间，省广集团选定“紫金蝉茶”作为特色助农产品，投入近 30 万元，通过品牌化礼盒设计与渠道联动推广，将企业资源转化为可被看见、可被购买的乡村产业价值；并通过工会福利形式发放给全国 2,300 名员工及家属，同时与自有 G+ 电商平台销售相结合，提升产品触达与市场认可度，助力地方特色产业拓宽销路、增强可持续增收能力。



省广集团平台售卖“紫金蝉茶”助农礼盒展示

案例

采购阳春荔枝畅通产销链路，助力果农稳价增收

2025 年 7 月，在消费助农方面，省广集团以消费帮扶方式组织采购阳春荔枝，通过工会渠道集中下单与冷链配送，将市场需求有效导入产地端，缓解季节性销售压力。分两次先后订购桂味荔枝共 5,760 箱、金额达 798,550 元，在稳定农产品销路的同时，促进产地收益与乡村经济活力提升。

案例

制定黄花村风貌提升设计方案，以文创赋能美丽乡村示范建设

2025 年 6 月，省广集团围绕紫金县紫城镇黄花村风貌提升形成执行设计方案，聚焦“稻田书吧、导视系统、河坝墙绘”等场景，打造统一视觉符号与公共空间体验，以文化表达与环境改善协同提升乡村辨识度与吸引力。该实践以“国企担当 + 专业创意”促进乡村资源价值转化，为乡村文旅融合与长期发展注入新动能。



省广集团美丽乡村示范区（黄花村）设计成果



2025 年度

2025 年，公司乡村振兴总投入金额为 **159** 万元。

## 第四章 践行低碳发展 守护绿色生态

省广集团秉持绿色发展理念，将环境责任贯穿经营全流程，构建覆盖环境合规管理、应对气候变化、绿色运营的一体化环境管理体系。严格恪守环保法律法规，主动响应“双碳”目标与 ESG 发展要求，统筹推进合规底线坚守、气候风险应对与运营环节减排降碳，以系统化举措践行环境责任，助力行业绿色转型，彰显营销集团的生态担当。

- 环境合规管理
- 应对气候变化
- 绿色运营



## 环境合规管理

省广集团秉持国企担当，将环境合规管理作为可持续发展核心要务，深入贯彻落实安全环保义务。公司建立健全环境保护责任机制，明确各层级人员职责，同步为员工制定环保任务与目标，形成全员参与、齐抓共管的工作格局。凭借系统化环境管理，公司已获 ISO14001 环境管理体系认证，彰显环保领域的坚定决心与行业标杆价值。同时，公司通过定期绿色培训、专家环保讲座普及环保知识，鼓励员工参与环保公益，切实提升全员环保素养，营造理念深入人心的内部氛围，以实际行动助力绿色发展。

### 2025 年度

公司**未发生**突发重大环境事件，且**未发生**因环境事件受到重大行政处罚或被追究刑事责任的情况。



省广集团通过 ISO14001 环境管理体系认证

## 应对气候变化

在全球气候变化加剧、低碳转型加速的行业背景下，省广集团立足国企担当，积极响应国家“双碳”目标，同步强化气候风险管理、把握低碳转型机遇。公司通过识别气候变化对经营的风险与机遇，通过评估其财务影响、推进绿色运营等举措，有效应对气候挑战。未来，公司将持续深化节能降碳措施，以实际行动助力碳达峰、碳中和目标达成，提升长期可持续发展能力。



### 公司应对气候变化相关风险与机遇分析

风险 / 机遇类型	具体描述	影响时间范围	财务影响	应对策略
<b>风险</b>				
政策和法律风险	国内碳达峰、碳中和目标下，国家出台《中国应对气候变化的政策与行动》，公司核心运营地广东也发布《广东省应对气候变化“十四五”专项规划》等政策，碳排放限制、环保标准提高；若公司未满足环保信息披露要求，将面临监管处罚、声誉受损，同时直接增加运营成本。	短、中、长期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>跟踪国内外气候变化相关政策动态；</li> <li>建立健全环保信息披露机制，确保按时、准确披露相关信息。</li> </ul>
技术转型风险	向低碳技术（如绿色数据中心技术、低碳营销技术）转型过程中，技术研发失败、转型成本过高；新的绿色信息技术与现有数字营销技术系统兼容性差，导致业务整合困难，影响运营效率。	中、长期	研发投入增加、运营效率降低导致成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定科学的技术转型规划，分阶段推进低碳技术研发与应用；</li> <li>加强与科研机构、高校合作，共同攻克技术难题；</li> <li>引入新技术前开展充分的兼容性测试与模拟运行，保障业务平稳过渡。</li> </ul>
市场风险	下游各行业客户积极推进低碳供应链、调整商业模式以应对气候变化，若公司无法满足客户对低碳营销服务的需求，将影响业务收入；同时消费者对绿色信息服务的认可度不足，可能制约相关业务推广。	短、中、长期	营业收入减少；客户获取成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>加强市场调研，精准把握客户低碳需求，提供绿色营销方案；</li> <li>通过广告、公益活动等加强市场宣传教育，提升消费者对绿色信息服务的认可度；</li> <li>与供应商建立长期合作，签订绿色采购协议，确保供应链稳定。</li> </ul>
<b>机遇</b>				
市场机遇	消费者环保意识提升，绿色低碳成为社会风尚，数字营销领域涌现绿色营销需求；政府对绿色信息产业的补贴、税收优惠等政策支持，为公司绿色业务拓展提供机会。	中、长期	营业收入增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大绿色低碳营销技术、服务的研发投入，推出具有竞争力的绿色营销解决方案；</li> <li>针对不同客户群体开发多样化绿色信息服务，加强品牌建设，树立绿色环保的企业形象。</li> </ul>

省广集团积极响应国家“双碳”目标，将节能降碳纳入企业可持续发展核心战略，通过优化业务流程、推广绿色办公出行、数字化技术赋能等多项举措，系统性降低运营全链路的能源消耗与碳排放，为实现碳达峰、碳中和目标持续贡献力量。

## 产品与服务

## 低碳理念 + 技术赋能，打造绿色营销生态

- 可持续理念深度植入。
- 将可持续发展理念融入产品与服务全生命周期，依托自身营销传播优势，推广低碳产品与绿色消费理念，助力绿色生活方式的社会普及。
- 数字化技术驱动低碳营销。
- 聚焦大数据、人工智能、元宇宙及数字孪生技术在营销领域的研发应用，打造智能营销产品。通过精准投放、科技广告等方式，减少广告营销活动中的温室气体排放，以技术手段提升营销效率、降低碳足迹。

## 办公运营

## 绿色办公 + 低碳出行，降低日常运营碳排

- 远程协同与无纸化办公。
- 全面推广线上办公模式，采用电子文档管理、远程会议机制，减少纸张消耗；同时降低公务车燃油、员工差旅及日常通勤带来的碳排放。
- 绿色办公制度与硬件升级。
- 推行绿色办公制度；办公场所选址优先选择具备环保认证的办公楼，从办公场景源头落实低碳化。
- 绿色出行场景落地。
- 倡导员工选择步行、骑行或公共交通等环保出行方式，减少私家车使用；优化公务用车调度机制，通过科学规划行程、合理安排用车时间，减少车辆空驶与等待时长，显著提升车辆使用效率，在内部营造绿色出行的良好氛围。

## 供应链管理

## 绿色采购驱动低碳供应链建设

- 将“绿色采购”作为核心采购原则，在办公用品及设备采购中重点关注环保指标，通过对上游供应链的低碳化引导，推动全链条向绿色低碳转型。

## 绿色运营

省广集团以绿色发展理念为核心，将环境资源利用效率作为企业可持续发展的重要基石，通过制度建设、技术赋能、员工参与等多维度举措，构建了覆盖能源、水资源、物料、废弃物的全链条绿色运营体系。

## 公司绿色运营举措

## 能源管理：优化能效，精准降碳

- 制度与设备管控。
- 建立健全能源管理制度和设备操作规程，规范办公及非办公用电、公务车使用；办公室全部采用节能器具，充分利用自然光，严格执行“人走灯熄”，杜绝白昼灯、长明灯，夜间减少公共区域照明。
- 设备全周期节能。
- 设备采购中优先选用节能型电脑、打印机、空调等，从源头降低能耗；日常使用中倡导及时关闭电器、灯光以减少待机损耗，合理设置空调温度并利用自然通风缩短空调运行时长。

## 水资源管理：节水循环，减少浪费

- 推动设施改造，安装节水马桶、节水水盆等节水设备。
- 引导员工养成节水习惯，同时合理利用日常办公生活废水，提升水资源循环利用效率。

## 物料管理：减量化 + 循环利用，降低消耗

- 纸张与印刷管控。
- 建立纸张领用流程，严格管控办公经费与用品消耗；依托 OA 办公系统推广无纸化办公，通过电子文档、云存储减少纸质资料印发，必要文件实行双面印刷。
- 塑料使用减量。
- 鼓励员工减少快递塑料包装、塑料杯、文件夹等塑料制品的使用，从日常办公场景降低塑料消耗。

## 废弃物管理：分类处置，合规闭环

- 无害废弃物：严格遵循垃圾分类原则，由专人统一分类后交由物业规范处置。
- 有害废弃物：安排专人集中管理、妥善安置，每年定期交由有资质的第三方机构集中处理，并对每次处理进行称重、登记，确保合规闭环。

## 员工参与：全员践行，营造绿色氛围

- 公司大力推广节能减排办公理念，一方面鼓励员工养成节约用水、随手关灯等习惯，激发主动参与节能减排的热情；另一方面通过设备采购、日常使用的细节管控，让绿色办公融入员工日常工作，在保障办公效率的同时有效降低能源消耗。

案例

联动打造环保公益项目，实现环保传播与减塑实效双丰收

2025 年，省广集团充分发挥创意与资源整合优势，联动 G+ 咖啡与广州美术学院发起环保公益项目，将废弃一次性塑料杯转化为兼具视觉冲击力与环保意义的艺术装置，以创意表达唤醒公众对塑料依赖的反思，同步推出“自带杯减 2 元”激励举措，降低公众环保参与门槛。项目通过线上自由打卡分享形成二次传播，线下艺术装置吸引广泛关注，**累计曝光超 5 万次，2,964 人直接参与，带动自带杯使用率提升 28%，塑料杯消耗减少 34%，首月自带杯使用增幅达 41%、塑料杯消耗降幅 59%**。该项目凭借创新模式与显著成效，斩获第九届麒麟国际广告奖公益类金奖、2025 互动创意 & 媒介营销奖可持续发展金奖等 **9 项行业荣誉**，既实现了环境效益与社会影响力的双重提升，也彰显了公司以创意赋能可持续发展、践行企业环境责任的鲜明担当。



2025 年度

公司总用电量 **2,254.10** 兆瓦时；总耗水量 **1,954** 吨，**未发生** 因污染物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任的事件。

公司通过为办公大楼各楼层空调加装智能网关，2025 年空调用电量较去年同期下降 **11%**。

关键绩效

说明：2025 年环境、社会、治理及经济亮点绩效

指标名称	单位	2025 年数据
营业收入	万元	2,135,365.90
总资产	万元	1,319,296.59
归属于母公司股东的净利润	万元	8,996.95
纳税总额	万元	17,082.51
员工社保缴纳覆盖率	%	100
员工培训覆盖率	%	100
员工培训总时长	小时	17,585.5
女性员工培训总时长	小时	11,395
男性员工培训总时长	小时	6,191
高级管理层培训总时长	小时	465
职业健康与安全生产培训总时长	小时	212
员工工伤保险覆盖率	%	100
董事会全员会议次数	次	6
董事会审计委员会会议次数	次	5
董事会薪酬与考核委员会会议次数	次	3
董事会平均出席率	%	100
股东会召开次数	次	4
独立董事占比	%	43
女性董事占比	%	29
审计委员会独立董事占比	%	67
薪酬与考核委员会独立董事占比	%	67
年度业绩网上说明会次数	次	1

指标名称	单位	2025 年数据
半年度业绩网上说明会次数	次	1
线下投资者集体交流会次数	次	1
信息披露违规受处罚次数	次	0
内控合规风控培训次数	次	7
重大风险事件发生数量	次	0
税务违规问题发生次数	次	0
反商业贿赂及反贪污培训次数	次	5
反商业贿赂及反贪污培训覆盖董事比例	%	100
反垄断与反不正当竞争培训次数	次	2
垄断与不正当竞争违规事件发生次数	次	0
有效专利总数	件	17
软件著作权数量	件	188
持有发明专利数量	件	16
应用于主营业务的发明专利数量	件	16
报告期内发明专利申请数	件	9
持有商标数	件	22
数据安全与客户隐私保护培训次数	次	1
数据安全与客户隐私保护培训覆盖员工人数	人	16
重大数据安全、客户隐私泄露事件	次	0
新吸纳就业、创造灵活就业岗位	人	995
员工流失率	%	17.52
困难员工帮扶人数	人	1
员工培训总场次	次	366
年度培训支出金额	万元	56.5
员工培训人次	人	8,011

指标名称	单位	2025 年数据
员工人均参与培训时长	小时	6.5
女性员工人均培训时长	小时	8.9
男性员工人均培训时长	小时	4.4
高级管理层人均培训时长	小时	66.4
安全生产总投入	万元	3.03
安全演习场次	次	7
职业健康、生产安全类培训场次	次	15
职业健康、生产安全类人均培训总时长	小时	0.5
员工工伤投入保险	万元	167.9
员工职业病发病率	%	0
社会贡献总投入金额	万元	17.54
社会贡献投入人员数量	人	300+
社会贡献总投入时长	小时	1,300
乡村振兴总投入金额	万元	159
总用电量	千瓦时	2,254,099
总耗水量	吨	1,954
因污染物排放受重大行政处罚或被追究刑事责任的事件	次	0

## 指标索引

对应章节	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）	GRI 可持续发展报告标准
关于本报告	/	2-2、2-3
走进省广集团	/	2-1、2-6
ESG 管理	第九条、第十一条、第十九条、第五十一条、第五十三条	2-12、2-13、2-14、2-29、3-1、3-2
党建引领	/	/
公司治理	第十二条	2-9、2-29、405-1
合规经营与风险管理	第四十六条、第五十五条、第五十六条	2-27、207-1、207-2
反商业贿赂及反贪污	第四十六条、第五十五条	205-1、205-2
反不正当竞争	第四十六条、第五十六条	206-1
创新驱动	第四十二条	203-2
产品和服务安全与质量	第四十七条	417-1、417-2
协同共建	/	203-2
供应链安全	第四十五条	308-1、414-1
数据安全与客户隐私保护	第四十八条	418-1
员工雇佣	第五十条	2-7、401-1、405-1、406-1、407-1、408-1、409-1
员工薪酬与权益	第五十条	2-19、401-2、401-3、405-2
员工发展与培训	第五十条	404-1、404-2
员工关怀	第五十条	401-2、403-6
职业健康与安全	第五十条	403-1、403-3、403-5、403-6、403-9
社会贡献	第四十条	203-1、413-1
乡村振兴	第三十九条	203-1、413-1
环境合规管理	第三十三条	/
应对气候变化	第二十一条至第二十八条	201-2
绿色运营	第三十五条、第三十六条、第三十七条	301-1、301-3、302-4、302-5、303-1、303-3、303-5
附录一：关键绩效表	/	201-1
附录二：指标索引表	第五十七条	/
附录三：读者反馈	/	/

## 读者反馈

尊敬的读者：

您好！

感谢您能抽出宝贵时间阅读本报告。为向您及其他利益相关方提供更完善、更专业、更有价值的 ESG 信息，提升我们的可持续发展报告质量，我们诚挚的邀请您协助完成反馈信息表中的相关问题，请您不吝赐教。

1. 对于省广集团而言，您的身份是？

员工  客户  供应商  监管机构  媒体  其他

2. 您对本报告的总体印象是否满意？

是  一般  否

3. 您认为本报告是否能反映省广集团对 ESG 的重大影响？

是  一般  否

4. 您认为本报告提供的信息是否全面？

是  一般  否

5. 您认为本报告提供的信息是否具有可读性？

是  一般  否

6. 您认为本报告的整体设计是否满意？

是  一般  否

7. 您对《省广集团 2025 年度可持续发展报告》的其他意见与建议，欢迎提出。

您可以选择以下方式告知我们您的宝贵意见：

联系地址：广州市海珠区新港东路 996 号保利世贸中心 G 座

电话：(020) 87600168 (总机)

电子邮箱：db@gimc.cn

**GIMC 省广集团**