



2025 年度 可持续发展暨社会责任报告

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 2025 年度可持续发展暨社会责任报告》是芒果超媒股份有限公司自上市以来发布的第 7 份可持续发展 ESG 类报告 / 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 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。

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）》

深圳证券交易所《深圳证券交易所创业板上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》

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

CONTENTS

开篇

- 01 党委书记致辞
- 03 董事长致辞
- 05 芒果的“数智化”变革
——年度责任专题

- 融媒生态：多平台 + 全场景
- 主流引领：党媒本色 + 文化自信
- 内容为王：头部创制 + 精品矩阵
- 数智创新：文化 + 科技融合
- 芒果出海：国有旗舰 + 自主可控
- 多元衍生：IP 赋能 + 全域创新

29 走进芒果超媒

- 29 发展战略
- 29 ESG 治理
- 33 荣誉奖项

35 治理责任篇

- 37 党建领航 聚力前行
- 41 规范治理 高效运作
- 45 投关管理 互信共赢
- 48 风险防控 守稳致远
- 51 廉洁经营 诚信守正

55 社会责任篇

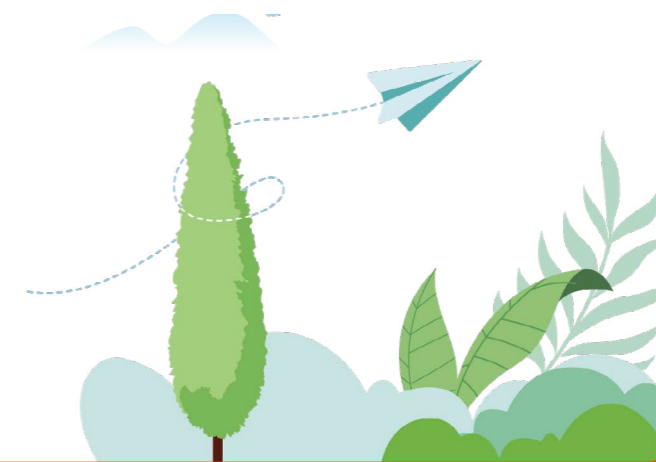
- 57 严控标准 守护品质
- 59 用户为本 权益至上
- 65 信息安全 共筑信任
- 75 行业创新 价值引领
- 91 责任采购 共享价值
- 93 青春同行 向阳生长
- 110 微芒汇善 共建美好

117 环境责任篇

- 119 绿色传播 低碳运营
- 123 低碳环保 绿色办公
- 124 资源高效 循环利用

127 结篇

- 127 亮点节目
- 133 关键绩效表
- 135 指标索引
- 139 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

以 确定之锚 渡 万变之海

站在时间的渡口回看 2025 年，21 世纪已走完四分之一。这一年，主流媒体开启“系统性变革”的文化远航。我们以习近平文化思想为北斗，以新时代文化使命为罗盘，始终坚持统筹兼顾、双线并进：既让社会效益牢牢扎根，又让经济效益灼灼开花；既用精品内容、科技创新筑起护城的“堡垒”，又用生态变革、文化出海拆掉守成的“高墙”。绘就芒果“五新”战略蓝图，我们步履不停，先后获评全国文明单位、全国宣传系统先进集体、全国版权金奖等多项国家级荣誉。

以主流价值为舵，击水中流千重浪。这一年，我们牢记党媒姓党，聚焦第一使命，将“国之大者”融入每一次内容落笔。“中国式现代化光明行 2025”主题宣传居高声远，“头条工程”“置顶工程”牢牢守住舆论阵地，《左宗棠收复新疆》《中国官箴 2》用镜头唤醒家国记忆，《歌手 2025》《声鸣远扬 2025》以歌声传递时代回响，《国色芳华》《锦绣芳华》用精品延续用户高口碑。吾道不孤，苦心不负。我们用一部部有温度、有筋骨的作品，在光影世界里为“内容为王”刻下注脚，捧回中国新闻奖、白玉兰奖、黄河奖等多个国家级奖项。“求木之长者，必固其根本”。全体芒果人无论面临什么环境，都不会忘却文化创造的神圣使命。

以责任担当为桨，微芒泛开同心圆。从乡村振兴到公益赋能、从青春引领到投资者教育，我们始终将社会责任装在芒果人的行囊。芒果公益平台四年来累计募款超 4400 万元，入选“中国十大新媒体公益优秀案例”；芒果投资者教育基地用超 2000 部投教精品筑牢投资者权益保护防线；作为青年人的“大本营”，我们对内通过芒果青年说、青芒计划、青年骨干储备计划激活人才队伍，鼓励青年在实战中“挑大梁”；对外推出《夺金 2025》《何以“湘”逢》《创业开放麦》“创业三部曲”，以媒体之力促进青年就业创业。“掬水月在手，弄花香满衣”。这份责任与守望，既是党媒国企的底线，也是我们穿越周期的底气。

以生态变革为舟，乱云飞渡仍从容。对主流媒体而言，系统性变革如何展开、“十五五”何去何从，是我们不得不回答的时代考题。锚定这件难而正确的事，我们结合国家

战略定参照系，全面重构芒果“生态价值坐标”，通过战略变阵推动技术团队从后卫走向前锋，让“文化+科技”成为并肩冲锋的双箭头，开启一场芒果人的“数智化”远征；我们坚持“有旗舰有战列”，打造具有多元属性、综合商业价值的芒果产业新集群。芒果 TV 致力建设头部数智传播平台，金鹰卡通锁定亲子内容第一交椅，小芒电商深耕青年潮流文化圈层。面向“十五五”，我们目标要通过系统性变革探索新内容、新技术、新传播、新赛道、新商业，最终打造一个新芒果。

以文明互鉴为信，遥寄万家灯火间。提升中华文明传播力影响力，让华流成为顶流，是使命召唤，也是势所必然。这一年，我们紧扣“芒果出海三年行动计划”，以全球视野开辟海外版图。我们联结东南亚、非洲、欧美等全球伙伴，携手共建文化出海共同体，稳步提升在全球重点区域的影响力。芒果 TV 国际 APP 围绕“打造国有自主可控第一出海平台”下载量突破 3 亿次，《歌手》《乘风》《中餐厅》《花儿与少年》等芒果王牌 IP 扬帆出海，让芒果品牌在全球观众中更加深入人心。我们的梦想是有一天能够做到“凡有烟火处，皆闻芒果声”。芒果的“信风”能跨越山海，抵达无穷的远方。

云海翻涌处，旧岁的华章悄然定格。长歌浩荡时，崭新的篇章正在铺开。扬帆“十五五”的壮阔征程，我们将在风浪中奋力突围，在变革中不断迭代，在淬炼中全速成长，朝着打造党管国有、具有全球传播力影响力竞争力的数智化平台型媒体集团奋楫前行。

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

敢破局者 能赢未来

2025 年，是攻坚克难、步履匆匆的一年。芒果人全力奔跑、砥砺前行，以开拓新格局、绘就新蓝图的奋进姿态，书写文化与科技融合发展的生动答卷。芒果超媒荣膺“全国文明单位”和“全国文化企业 30 强”，芒果 TV 荣获“全国宣传系统先进集体”，有力地提升了公司的品牌美誉度与社会影响力。

这一年，我们勇担党媒使命，深耕主流创制。我们以青春叙事和创新表达不断增强主流价值的引领力，深刻影响年轻用户。“头条置顶工程”实现更广传播，芒果 TV 首页首屏“学习时刻”报道专区累计播放量达 62 亿次；年度创制主题“中国式现代化光明行 2025”聚焦“三个文化”，持续深化价值引领；《马王堆·岁月不朽之“惊世”》以创新表达让文物“活”起来，获评“中国新闻奖”；脱口秀《创业开放麦》、综艺节目《夺金 2025》、人物纪录片《何以“湘”逢》构成“创业三部曲”，塑造湖南创新创业品牌。

这一年，我们推进模式创新，爆款佳作频出。“芒果出品、必属精品”，守正创新让更多好内容、新内容喷薄而出。芒果综艺稳站龙头，全网有效播放前五占据四席，顶流 IP《乘风》人气高涨，《声鸣远扬》实现八大平台联合制播。“芒果剧好看计划”成效显著，硬核大剧品质稳步提升，《国色芳华》荣摘“白玉兰”，《深情眼》引发二创热潮。“大芒短剧”积极构建微短剧生态，打造差异化优势，全年上线作品逾 5000 部，“经典剧场”“热点剧场”硕果累累，《还珠》《狸猫书生》等 IP 衍生短剧稳居榜首。

这一年，我们应答融合命题，数智平台跃新。秉持“芒果出道靠文化，出色靠技术”的理念，我们全力应答文化与科技融合的时代命题，芒果 TV 入选“湖南省‘人工智能+’十大重点企业”。芒果大模型百亿级参数迭代升级，落地 12 个垂类模型，业务应用覆盖率超 93%，“山海 AIGC 内容创作平台”实现一站式创作；平台全面 AI 化，首创“全民监票、大屏弹幕、情绪球”等 80 余个智能产品，上线 AI 智能体“芒小果”，互动量与使用时长实现翻番；自研“云

制播系统”让效率倍增，虚拟制作、三维采集、数字人等实现规模化应用。

这一年，我们拓展多元生态，IP 活力迸发。新媒体运营、潮玩、IP 文旅等多条赛道向新而生。芒果 TV 有效会员数达 7560 万，再创新高；国际 APP 全球下载量超 3 亿，分区运营实践入选“2025 年中宣部国际传播创新案例”，在越南成功上线“Mango+”；金鹰卡通少儿频道收视领先；小芒首次实现年度盈利，推出首个自有潮玩 IP “Cluebie”；快乐购创新推出大屏电商 IP “溯源记”；天娱传媒芒果新人闪亮出道。“马栏山杯·小游戏创新创业大赛”吸引 1500 多个团队参赛，孵化游戏百余款。

这一年，我们提升治理效能，护航创新发展。充分发挥国有企业党的领导和公司治理有机融合的双重优势，董事会决策科学高效，监事会改革工作顺利完成。公司连续 3 年获评“上市公司董事会优秀实践案例”，连续 7 年荣获年度信息披露考核最高等级 A 级。可持续发展 ESG 理念深入各级治理，连续 7 年主动披露社会责任暨 ESG 报告，获评“第一届传媒业可持续发展指数”数字媒体公司第一名。着力提升投资者回报，公司现金分红金额与比例创出新高。

敢破局者，能赢未来。2026 年是“十五五”规划开局之年，也是公司推进“文化和科技融合”高质量发展的奋进之年。我们将紧扣“打造党管国有、具有全球传播力影响力竞争力的数智化平台型媒体集团”战略目标，以“新内容、新技术、新传播、新赛道、新商业”的“五新战略路径”为顶层设计，奋力建设“文化科技融合、两个效益俱佳”新芒果。

0 年度责任专题 0

芒果的“数智化”变革

报告期内，公司致力于打造“具有全球传播力、影响力、竞争力的数智化主流新媒体平台”，坚持以文化为魂、以科技为翼，深入推进文化与科技深度融合，全面实施数智化转型升级，将技术创新与媒体社会责任紧密结合，以数字能力赋能主流价值传播。积极构建自主可控的数智化技术体系，依托自研大模型、超算云平台、智能内容生产系统等核心技术底座，推动 AIGC、大数据、超高清等新技术在内容策划、制作、运营、分发全链条落地应用，提升内容生产效率，创作更多正能量、高品质内容，切实履行主流媒体社会责任，助力文化强国建设。



天生芒果 其命维新

- 维度一：文化使命
- 维度二：科技创新
- 维度三：媒体变革



开放新内容航线
顶级爆款一路生花

- “超级IP共创计划”
- “IP 主理人机制”

开放新技术航线
数智赋能 虚实无界

- “芒果 AIGC 创作平台”
- “数智场域领航计划”

开放新赛道航线
敢为人先 共赴星海

- “芒果严选生态运营计划”
- “心潮计划”

开放新商业航线
生态融合 富可敌国

- “芒果 IP 产业共生计划”
- “全景价值共享计划”

开放新传播航线
烟火之处 皆闻芒果声

- “芒果 IP 产业共生计划”
- “心潮计划”

主流新媒体集团	总体目标	国有数智化平台型媒体集团
<ul style="list-style-type: none"> 文化科技融合 两个效益俱佳 	<ul style="list-style-type: none"> 全球传播力 全球影响力 全球竞争力 	<ul style="list-style-type: none"> 强大功能 规模效应 数据驱动 技术引领

“五新战略” 5 条全新的航线

- 新内容：开放生态构建“新内容”体系
- 新技术：数智化转型抢占“新技术”高地
- 新商业：全链出击实现“新商业”立身养家
- 新传播：矩阵升级加速“新传播”扩围渗透
- 新赛道：守正出奇助推“新赛道”跑通做大

9 大生态开放计划

- “超级 IP 共创计划”
- “IP 主理人机制”
- 开放“AIGC 创作平台”
- “数智场域领航计划”
- “全景价值共享计划”
- “芒果严选生态运营计划”
- “声鸣远扬众创计划”
- “芒果 IP 产业共生计划”
- “心潮计划”

融媒生态



多平台 + 全场景：生态能级跃升

报告期内，公司媒体融合生态多平台建设取得长足进步。新媒体旗舰芒果 TV 行业站位稳居前三，亲子少儿第一品牌金鹰卡通收视全年领跑，内容电商小芒 GMV、IP、渠道等领域多点突破，大屏电商快乐购创新 IP 实现高效战略转型，天娱传媒艺人经纪质效双升。

芒果 TV 国有第一新媒体主流旗舰

芒果 TV（快乐阳光）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，具备横跨网端和台端融合影响力。2025 年，芒果 TV 荣获“全国宣传系统先进集体”。经过十多年努力，芒果 TV 稳居长视频行业前三，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 8 年盈利。

报告期内，芒果 TV 持续强化优质内容储备，优化上线节奏，根据云合数据，芒果 TV 综艺节目有效播放量稳居长视频平台第一，领先优势进一步巩固，影视剧有效播放量同比增长 28.12%，保持良好上升趋势。微短剧战略布局加速推进，“大芒计划”2025 年累计上线 5137 部微短剧，较上年度增长超 14 倍。“芒果大模型”实现 AI 全流程赋能，AIGC 与数据驱动深度融入内容生产全链条，业务应用覆盖率超过 93%，主站 APP 全面启动 AI 改版，实现内容精准触达与用户体验全面提升。芒果 TV 入选“湖南省‘人工智能+’十大重点企业”，“芒果大模型”入选“湖南省‘人工智能+’十大示范场景”。在优质内容和新技术的加持下，2025 年芒果 TV 人均单日使用时长稳居长视频首位，移动端 MAU 达 2.68 亿（QuestMobile 数据），同比增长 4.88%，报告期末，芒果 TV 有效会员规模近 7,560 万。



金鹰卡通 中国影响力第一亲子少儿平台

金鹰卡通作为中国亲子内容生态的领跑者，深耕亲子领域 21 年，覆盖超 4 亿亲子家庭，连续 7 年收视领跑。依托芒果超媒生态资源，金鹰卡通已构建从内容 IP 研发、线下活动落地到产业衍生开发的完整闭环。2025 年，金鹰卡通保持稳健经营态势，顺利完成年度业绩承诺。



报告期内，金鹰卡通作为全国青少年受众和亲子家庭受众忠诚度最高的主流亲子电视媒体，紧紧依托芒果超媒在内容创意、资源整合、技术创新等新型主流媒体各关联要素优势，开启“金鹰卡通 + 芒果 TV”台网融合转型发展新常态，进而充分利用内外新媒体平台矩阵，守正创新，突围突破，在全国传媒行业系统性变革中开辟了一条“广电湘军”媒体融合与转型发展的特色之路，正稳步发展成为集中国亲子电视第一品牌、中国原创动漫播出第一平台、中国第一亲子综合服务平台的新型主流媒体。主攻芒果系少儿、动漫及亲子产业赛道，“金鹰卡通 + 芒果 TV”内容融合先行迈出实质性步伐，《三孩来了》《找到你的声音》《王牌育儿师》《找到你的歌搭子》《寒暑假·暑假篇》《萌探奇遇记》等原创季播节目实现网台双平台资源共享、内容共创、播出同步，《飞行幼儿园》《宝贝超萌说》《玩名堂》及《小小守艺人》《杨家将》《麦咭和他的朋友们》《家有小主泥巴坭》《细说国宝》等原创常规节目和动画片在芒果 TV 上线独播，覆盖孩子“生、养、育”全过程之全类型、全场景内容生态也因此得以在更高维度实现跨平台、跨媒体、跨行业等跨界拓展与丰富。

小芒电商 芒系 IP 商业变现关键战略部署

小芒内容电商平台，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。2025 年小芒电商持续深耕 IP 衍生品开发，GMV186 亿元，再创新高，首次实现年度盈利，并完成 2 亿融资。



报告期内，小芒作为芒果 IP 价值的第二落点，全力迈向“中国第一情绪价值消费平台”。平台主要品类如国风机甲、IP 小卡、毛绒玩偶等销量稳居行业前列；“小芒全球旗舰店”在上海环球港盛大启幕，日均客流上万，作为芒果 IP 衍生品面向全球的首个旗舰窗口，小芒全球旗舰店突破传统线下门店边界，构建起“集文化体验、潮流社交、IP 共创于一体”的多维空间；小芒电商与腾讯音乐正式宣布达成战略合作，双方将整合各自内容与平台优势，围绕版权合作、内容共创、音乐周边开发等领域展开深度合作，共同探索音乐全生态商业运营的创新路径，推动音乐娱乐产业协同发展；小芒电商推出首个自研原创 IP Cluebie，正式宣布大规模入局潮玩市场，并以此为起点全面布局情绪经济新蓝海，践行芒果生态青年消费战略；小芒电商与山海、金蜂等共同开发联名周边，联合金鹰卡通打造“动漫专区”，生态能量持续涌现。2026 年中国娱乐产业年会暨金河豚荣誉推选，小芒电商凭借在 IP 商业化领域的持续深耕与创新实践，荣获“年度衍生品公司”殊荣。



快乐购 聚焦发力“溯源”新赛道

“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终端上随时随地以娱乐化、社交化的方式进行购物。2025 年，快乐购确定“溯源”转型战略，是快乐购真正意义上的“溯源元年”。公司正从一家传统的电视购物公司，彻底转型为一家以“溯源记”为核心 IP、以视频号为主阵地、以内容驱动信任的新电商公司，坚定做“内容驱动的商业”，积极从“电视购物平台”转型为连接人心的内容平台，提供陪伴、激发共鸣、有主见的消费入口，持续聚焦核心人群与品类场景，积极融入芒果生态的商业闭环，作为内容消费融合的先行者，快乐购正重新定义中国家庭消费的溫度与价值。



天娱传媒 芒果范式艺人经纪行业标杆

天娱传媒是华语地区极具影响力的青年文化经纪公司，已成功推出近百位优质艺人，并建立了持续稳定的人才输送体系。公司唱片制作经验丰富，拥有庞大的音乐版权曲库，在音乐、影视、时尚等多个领域享有较高声誉。天娱传媒专注于 95 后、00 后群体及二次元文化领域，深耕艺人经济，其社会影响力、受众规模与商业价值稳居中国年轻消费市场第一阵营。

2025 年，天娱传媒将资源整合与创新驱动深度融合，在艺人经纪与音乐版权两大核心赛道精准发力，打通芒果生态“艺人储备、资源输送、口碑沉淀”全链路，通过外部资源联动与版权场景创新成功构建起多元增收的音乐版权运营体系，公司有效实现业务质量与经营效益的双重跃升。



主流引领

党媒本色 + 文化自信：壮大主流宣传

报告期内，公司作为党媒国企，以多个主题创制引领主流宣传，塑造主流舆论，主流宣传内容集群发力，主旋律作品规模与质量再创新高，影响力与传播力领跑行业。

案例 首屏首页“头条工程”

公司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 62 亿次。



案例 《左宗棠收复新疆》 弘扬爱国主义、歌颂民族英雄的破冰之作

大型历史人文纪录片《左宗棠收复新疆》以 5 亿量级传播，收获海内外、各圈层交口称赞，项目由中共湖南省委宣传部、中共新疆维吾尔自治区委员会宣传部、中共甘肃省委宣传部、湖南广播影视集团（湖南广播电视台）出品，由湖南金鹰纪实传媒有限公司（湖南金鹰纪实频道）摄制，湖南卫视、芒果 TV、湖南金鹰纪实卫视同步首播。《左宗棠收复新疆》被誉为弘扬爱国主义、歌颂民族英雄的破冰之作。这部 6 集纪录片回溯了 1875 年左宗棠收复被外敌强占的新疆，捍卫国家主权和领土完整的壮举，并多视角客观呈现了刘锦棠、林则徐、张曜、沈葆楨、胡雪岩等重要人物在收复新疆中发挥的重要作用。



案例 《中国官箴 2》 助力廉洁文化建设

“为国之本，何莫由忠？”由国家广播电视总局指导的七集系列文化微纪录片《中国官箴》（第二季）助力廉洁文化建设，立足中华优秀传统文化的深厚底蕴，围绕尽忠、秉公、守正、立信、尚俭、择交、名节七个主题展开叙事，通过古今对话展现中华优秀传统文化的清廉基因，为深入推进作风建设常态化长效化注入文化力量。本季节目不仅延续了首季“让古籍里的文字活起来”的创作理念，更以“文化+科技”的深度融合，构建起传统官箴文化与新时代的对话桥梁。节目美誉度达 100，在美兰德蓝鹰融合传播影响力全网纪录片、电视纪录片榜单中融合传播指数、媒体曝光度、网民评议度均登 TOP1，多次登微博综艺榜纪录片 TOP1，获新华社、光明日报、中国青年报等超 30+ 主流媒体 100 余篇次报道关注。

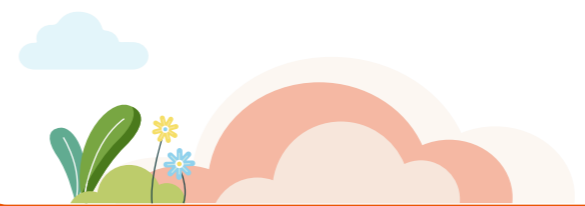


案例 《夺金》《创业开放麦》《何以“湘”逢》大学生创业“三部曲”

大学生创业节目《夺金 2025》由湖南卫视、芒果 TV 共同播出，让观众看到年轻无畏的创业者们最质朴真实的理想与情怀。《夺金 2025》多网收视均斩获非剧类节目省级卫视第一，全网传播总量破 23 亿次，获得国家广电总局、共青团中央、《人民日报》、新华社等超 300 家机构、主流媒体、头部行业大号点赞和报道，被《人民日报》称为有“大情怀”的口碑节目，大学生们将它看作“创业图鉴”“就业指南”，投资人和企业家把它看作人才挖掘的“潜力培养皿”，而湖南更是拿出诚意，用“七个一”的政策鼓励全球的大学生背起双肩包就能来湘创业。2025 年 10 月，法国戛纳电视节 MIPCOM 影节上，湖南卫视、芒果 TV 双平台联合举办《夺金 2025》原创模式全球发行签约仪式，正式与覆盖全球 185 个国家的知名节目发行方——美国 TGC 全球娱乐公司签署国际发行协议。这不仅是中国大学生创业类模式首次登陆国际顶级电视节，更创下中国综艺模式从收官到出海的最快纪录，标志着湖南广电内容创制实力获国际市场认可。该节目模式将从戛纳出发，全面登陆全球市场。



湖南卫视大学生创业人物纪录片《何以“湘”逢》以小体量、青春态、纪实化的表达手法创新切入大学生创业主题，讲述 10 位大学生在湘创业先进典型的奋斗故事，节目收视在中国视听大数据（CVB）中排名同时段省卫非剧类节目第 1，累计登上各地热搜热榜 212 次。



全国首档大学生创业脱口秀节目《创业开放麦》由湖南广电与湖南省教育厅、共青团湖南省委强强联合打造，“青年湖南”、“湖南学联”两大平台特别支持。节目共播出 6 期，在中国视听大数据（CVB）收视份额最高达 1.91%。



内容为王

头部创制 + 精品矩阵：“长中短”俱佳

报告期内，公司奏响“中国式现代化光明行 2025”主题创制。综艺领跑行业，推出多部正能量、深受年轻族群喜欢的优质综艺，持续夯实音综、真人秀等赛道领先优势；优质长剧实力出圈，深耕“芒果剧好看”行动计划，头部影视剧投入持续加大，平台矩阵优势重塑芒果剧集品牌；中短剧爆发式增长，微短剧战略布局加速推进，精品短剧树立行业标杆，构建芒果微短剧新模式。

案例 《歌手 2025》 推动中外文明交流互鉴

《歌手 2025》捍卫顶级音综王者荣耀，推动中外文明交流互鉴，节目在湖南卫视、芒果 TV 现场直播，对全球乐迷而言，《歌手 2025》早已超越竞技本身，成为一场以音乐为媒的深度对话，并生动演绎了“音乐无界”的深刻内涵：来自世界各地的顶尖歌者在此相遇，东西方旋律交织碰撞。

整季《歌手 2025》共获全网热搜 21,705 个，全网 1,636 个热搜第一，其中：微博热搜双榜 2,853 个，#陈楚生歌王##单依纯王力宏好听##歌手排名#等话题获得微博双榜 57 个“爆”话题。节目全网传播总量 1,096.6 亿次，破亿次传播话题 86 个，万赞视频 3,673 个。歌王之战直播竞演引发全民关注，收视全面登顶，中国视听大数据 (CVB)、CSM 全国网、欢网、酷云四网均为同时段省级卫视第 1。



案例 《声鸣远扬 2025》 8 平台联合创制探索多平台联合创作新模式

《声鸣远扬 2025》以系统性的选拔与全程的直播锻造，回应市场对多元的、实力过硬的新人的渴求，节目由湖南广电牵头，湖南卫视、北京卫视、江苏卫视、广东卫视、辽宁卫视、新疆卫视、芒果 TV、腾讯视频八大平台联合制播。

《声鸣远扬 2025》播出十二期，连续十二周揽获收视第 1，在 CSM 全国网、中国视听大数据 (CVB)、欢网、酷云中，份额总和均为省级卫视综艺项目第 1，其中湖南卫视在 CSM 全国网、欢网、酷云中，收视份额均列同时段升级卫视第 1，在中国视听大数据 (CVB) 中份额位列综艺第 1。整季收获全端热搜 5,689 个，双榜热搜 692 个，196 次登陆各大榜单 TOP1。



案例 《乘风 2025》 走向户外展现多元化女性风采

芒果 TV 自制国际女性文化交流与音乐竞演综艺节目《乘风 2025》从海南陵水到内蒙古呼伦贝尔，姐姐们一路前行，向外走，向内求，在户外舞台上不断突破的逐梦故事将节目口碑热度不断推向新高。《乘风 2025》揽获 15,424+ 全网热搜，451 次登顶 TOP1，抖音平台视频播放量破百亿，获微博、抖音、快手、小红书、b 站五大平台爆款综艺认证。

节目将舞台延伸至广阔天地间，在户外舞台上展现多元化女性风采，向世界展现大美中华文化的创新之举，也收获了来自新华社、《人民日报》《光明日报》等 70+ 主流媒体的肯定。《乘风 2025》从户外舞台设置出发，打造多个文旅联动活动，对地方文旅的赋能获人民网认可“带动游客热潮”。



案例 《花儿与少年·同心季》经典 IP 焕发新活力

湖南卫视、芒果 TV 联合制作推出的旅行探访与文化交流节目《花儿与少年·同心季》，通过有情感、有文化、有价值的高质量内容，触发大众情感和情绪共鸣，实现了让高品质带动大流量。微博主话题阅读量 5 亿、讨论度 3.8 亿，483 个相关话题登上热搜榜，被认证为 2025 年微博爆款综艺，口碑热度俱佳。《花儿与少年·同心季》所搭建的，是一座名为“同心”的桥梁——连接着当代社会对情感慰藉的渴望，也连接着中国与世界共享发展的共赢叙事。



案例 《国色芳华》&《锦绣芳华》民族文化芳华尽情绽放

影视剧《国色芳华》《锦绣芳华》以盛唐牡丹文化为载体，讲述了芳园店主何惟芳与花鸟使蒋长扬经商报国、共守家国的传奇故事，其中《国色芳华》荣摘“白玉兰”奖。《国色芳华》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，欢网同时段电视剧收视率第一、云合霸屏榜第一；系列内容第二部《锦绣芳华》播出后连续 15 天登顶猫眼网络剧有效播放日榜。剧集同时助力了湖南、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，“一朵牡丹带火一座城”的佳话被央视点赞报道，“影视+文旅”的融合模式不仅擦亮了地方特色名片，更以生动实践为乡村振兴注入新活力。



案例 《五福临门》 树立古装轻喜剧崭新标杆

古装轻喜群像剧《五福临门》讲述了北宋仁宗年间，郦娘子为了替四位待嫁的女儿觅得良缘远赴汴京，一家人边经商边择婿的逗趣故事。《五福临门》平台累计预约总量突破 400 万，还斩获微博剧集影响力待播榜冠军和德塔文定档新剧景气指数榜 TOP1，荣登抖音剧集榜 TOP1。微博主话题阅读量超过 15.2 亿，讨论量达 1,484.1 万。



案例 《水龙吟》 双平台热播连夺榜单第一

电视剧《水龙吟》在湖南卫视、芒果 TV 双平台热播。开播首周，全网获热搜 1600 多个，剧集最高登云合电视剧榜第一，豆瓣总榜、热门榜第一，微博剧集榜第一，抖音剧集榜第三等，各项热度数据热度一路走高。



案例 《深情眼》 都市情感剧的新黑马效应

都市爱情剧《深情眼》在湖南卫视、芒果 TV 热播，剧集自开播起景气指数便一路上扬，作为一部制作等级仅为 A 的腰部剧，在古装与刑侦题材夹击、现偶剧普遍疲软的暑期档中，播出黑马效果。



案例 微短剧爆发式增长 口碑与收视俱佳

01

《还珠》

短剧版《还珠》在芒果 TV 站内播放量破 8 亿，微博主话题阅读量破 1.4 亿，抖音主话题播放量突破 6 亿，连续多日霸榜猫眼短剧有效播放量日榜和热度日榜，首周即创芒果 TV 站内播放量、用户规模、会员拉新等短剧新高；登陆湖南卫视首播 CSM 全国网 00 后和 80 后观众份额，均为同时段所有频道第一。

03

《橘祥如意》

芒果 TV 全网独播民国女性成长励志剧《橘祥如意》凭借精良制作与深刻立意，市场表现亮眼，上线 46 小时分账破 100 万，累计分账屡创新高，列入“云合年度分账剧”，全网累计有效播放近 8 亿次，并登上猫眼网络剧热度榜芒果 TV 日榜 TOP1，斩获全网热搜 50 余次，相关话题累计曝光量超 10 亿。

02

《狸猫书生》

芒系迷综 IP “密逃” 首部衍生微短剧《狸猫书生》引发微短剧“悬疑热”，项目全网话题播放量 2 亿 +，全网热搜 21 条，猫眼短剧有效日榜、热度日榜悬疑短剧热榜，三榜 TOP1，vlinkage 微短剧播放指数最高 TOP18 次。

04

《姜颂》

大芒短剧厂牌播出的微短剧《姜颂》在播出期间持续领跑各大榜单，猫眼累计有效播放 2.25 亿，屡次斩获猫眼短剧有效播放冠军，并登顶德塔文短剧景气指数周榜，相关话题累计热搜上榜 70 次，B 站 UP 主的自发安利、网友围绕角色和剧情的深度讨论，都显示出这部剧的品质不俗。



数智创新

文化 + 科技融合：新质生产力提升



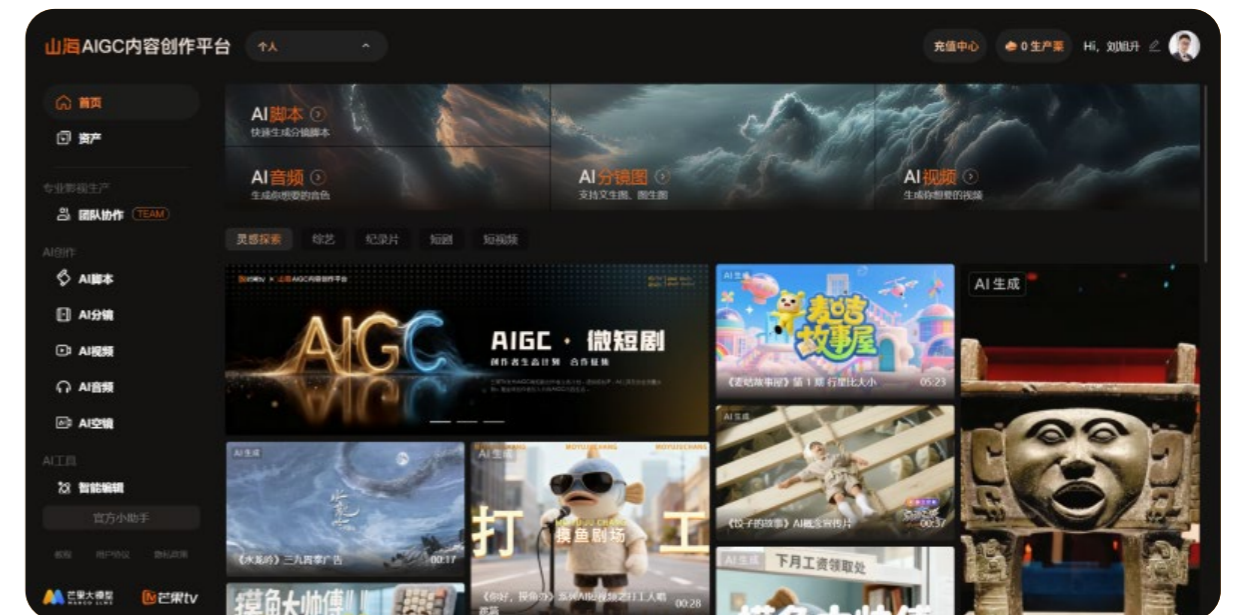
案例 芒果大模型“最懂科技的文化公司、最懂文化的科技公司”关键一战

公司推进“人工智能+视听”行动，“芒果大模型”有效赋能生产并迭代升级，落地 12 个垂类模型，应用场景达 83 项，正向着“硬核引擎”“行业公器”“创新孵化器”三大方向进化，将实现场景化规模化盈利。“芒果模式”正在构建一个充满活力的价值共生系统——“数据流通 × 智能服务 × 生态赋能”三维商业模式。这不仅是变现通道，更是一片旨在繁荣整个生态的“雨林”。



报告期内，公司坚决答好文化和科技融合时代命题，构建“内容+技术”双前锋模式，锚定“最懂科技的文化公司、最懂文化的科技公司”战略目标，通过科技赋能实现内容、用户、数据、资源的高效互联，聚焦 AI、云计算、超高清等前沿技术发展，聚焦科技应用与内容创意深度融合，聚焦新产品与全场景同频共振，共同推动芒果数智媒体平台全面升级。

山海 AIGC 是芒果 TV 旗下的 AIGC 内容创作平台，以“芒果大模型”为驱动核心，集成了从创意发想到视觉成片的完整工具链，并专门为团队协作设计了高效的工作流，平台核心面向专业影视创作者，提供从脚本创意、美术设定到分镜制作的一站式多模态内容创作与协同平台，并提供万能编辑、场景融图等工具解决高难度场景；同时，也提供单点 ai 工具，支持基础的文本、图像、视频和音频生成。山海 AIGC 创作平台支持下，完成的首部纯 AIGC 抗战微短剧《坐标》多次登顶猫眼短剧热度日榜与有效播放日榜；首部影漫联动 AI 作品《玉茗茶骨：攻略计划》正式上线，多维度丰富观剧体验、拓宽受众群体；AI 配乐技术深度适配《是女儿是妈妈 2》等综艺情绪节奏；虚拟拍摄技术打造的《湖湘文脉》短片在文博会引发广泛关注；《绒绒奇妙工坊》《国宝探秘集》等 AIGC 三维动画正陆续推出。



山海 AIGC 内容创作平台

2025 年，芒果超媒全面推进创意与技术互相激发、AI 与内容深度融合的新质内容，积极推动生产出 AIGC 大作品和轻量新爆款。

案例 AIGC 微短内容创制爆发 AI 作品打开想象新空间

公司向全行业启动“AI 微短剧创作者生态计划”，将提供百部微短剧、漫剧版权 IP、AI 工具及资金流量扶持，邀请全国各 AIGC 制作机构、高校、个人等全球创作者加入共筑 AIGC 内容生态。以热忱与期待，推动 AIGC 微短剧、漫剧赛道高质量发展，赋能创作者。

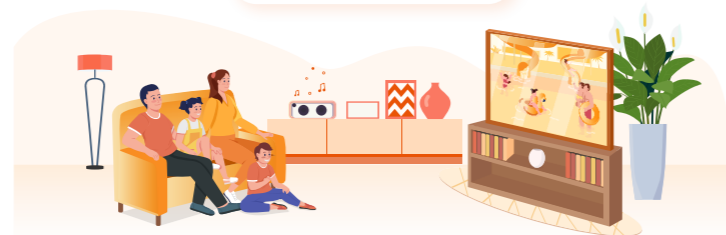


《坐标》作为首部纯 AIGC 抗战微短剧，以技术创新激活家国情怀。当前国内 AIGC 微短剧生产尚处于技术应用探索期与内容标准化构建初期，整体产业成熟度有待提升。在此背景下，芒果 TV 推出 AIGC 微短剧《坐标》，不仅是自身在内容形态与技术融合领域的突破性实践，更以标杆性案例为国内 AIGC 微短剧行业提供了“技术赋能内容、情感锚定价值”的发展范式，具有填补行业空白、引领创作方向的重要时代意义。《坐标》开播首日数据夺得猫眼热度和有效播放双冠。

《玉茗茶骨：攻略计划》是首部影漫联动 AI 作品，由芒果 TV 版权中心与智能媒资中心 AIGC 内容工作室联合呈现，是平台在“内容+科技”融合道路上的一次重要尝试，展现了传统 IP 在技术赋能下的新可能。



科幻爱情 AI 微短剧《神·笔》由芒果 TV、中南传媒出品芒果 TV 大芒计划工作室、中汇影视制作，刘慈欣首次担任文学监制，改编自陈楸帆同名小说，剧集以科幻为切入点讲述的却是每个人都触手可及现实，《神·笔》本身即由 AI 深度参与制作主创们借 AI 之力“拍”了一部“关于 AI 的职场寓言”。



案例 超高清制播：超高清 新芒果

公司紧跟政策指引，明确技术方向与阶段目标，以超高清建设助推行业高质量发展。芒果 TV 充分发挥自研优势，研发的超高清智能云制播系统，成功将超高清制作成本控制在高清的 1.2 倍，效率提升超过 3 倍。芒果 TV 互联网电视平台超高清内容已近 4000 部、超过 4.3 万小时，提前完成年度目标。湖南 IPTV 联合电信、移动两大运营商创新合作推广，打造“云电视”“随心看”等专属超高清产品。在 OTT 渠道，芒果 TV 打造国内领先的 4K 超高清专区，创新超高清内容合作贡献分成规则，推动专区上线触达超 1 亿台终端设备。湖南卫视与芒果 TV 双平台已经形成联动，打造多平台联动的超高清系统生态，正将超高清能力延伸至金鹰卡通、小芒等六大平台，实现内容共创、技术共融、商业共生。《歌手 2025》的超高清直播经验，快速在各平台复用，形成了强大的生态合力。



案例 芒果 TV APP 全 AI 化焕新

2025 年，芒果 TV APP 以一次全 AI 化焕新升级，完成系统性变革，平台推出“全民监票、大屏弹幕、情绪球”等 80 余个智能产品，互动量和时长均翻番。从首页到功能，从推荐逻辑到交互体验全面重构，通过“更懂你的内容找到你”带来全新沉浸感与全时陪伴感。平台基于用户过往的观看偏好与全站内容热度，运用多维度算法预测用户的兴趣点。芒果 AI 智能体“芒小果”正式登场，并可以根据喜好自由幻化成“灵汐”和“光屿”两个角色。以 AI 为基础能力，芒果 TV APP 可以从剧情张力、演员表现、口碑评价等多方面综合筛选的精品，长视频与短内容的无缝衔接、爆点内容接力推荐，构成了芒果 TV 的无限 Feed 流。新版芒果 TV 界面中融入“时光模式”设计——从早到晚，界面会随时间变化为用户提供不同情绪温度的陪伴。



案例 “马栏山杯” 国际音视频算法大赛

第六届“马栏山杯”国际音视频算法大赛，吸引来自全球的 4 万余支队伍同台竞技，围绕智能拍摄机器人、图生视频模型加速、影视语音多语种翻译、多模态数据推荐及 AIGC 创作等前沿赛题展开角逐，展示了算法在文化与科技融合中的无限潜力。本年度算法大赛赛题延续了“赛题即场景”的设计思路，既面向未来探索又落地应用实践，把算法创新与芒果 TV 业务场景紧密结合。赛题涵盖“智能拍摄机器人”、“图生视频模型”、“影视多语种翻译”、“多模态推荐系统”，以及聚焦文旅、文博的“AIGC 创作赛”，将视听内容智能化生产与传播的潜在想象逐步落地为实际应用。



芒果出海

国有旗舰 + 自主可控：讲好中国故事

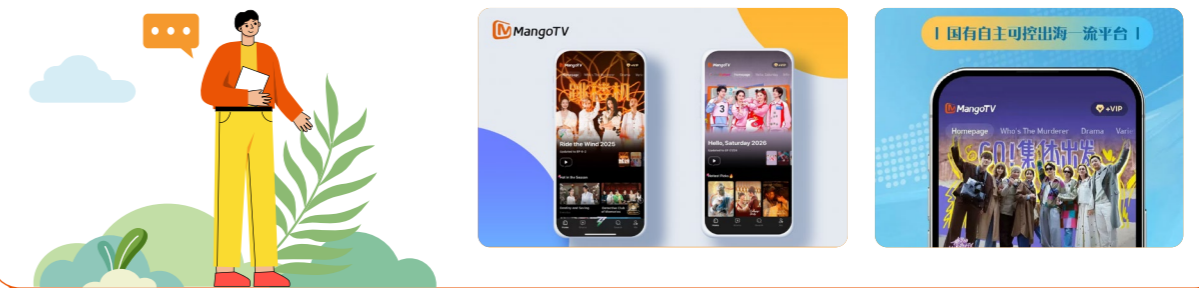
报告期内，公司实施“芒果出海三年行动计划”，打造国有自主可控出海平台，出海旗舰芒果 TV 国际 APP 日活、营收快速增长，入选“2025-2026 年度国家文化出口重点企业”；多个精品 IP、节目版权与内容模式成功全球发行；多区域本土化联合内容创新蓬勃发展；东南亚、中东等海外渠道建设步入拓展快车道。

案例 芒果出海：讲好中国故事，传播中国声音

芒果超媒成立“芒果国际”出海公司，承载起芒果进军蓝海的宏伟理想，从平台运营、技术升级、市场开拓等维度全面焕新，加速文化出海，旗下芒果 TV 国际 APP 作为“芒果出海行动”的核心载体，致力于打造“国有自主可控一流出海平台”，其分区运营实践获评中宣部国际传播优秀案例，平台下载量达 3 亿，日活翻番；智能化基座升级项目入选“2025-2026 年度国家文化出口重点项目”；通过搭载芒果自研“跨模态多语种翻译大模型”，芒果 TV 国际 APP 深度融合语境感知型字幕翻译、情感化语音复刻、生成式嘴型同步三大核心技术，实现影视内容的高质量跨语种智能译制，使跨文化传播场景更丰富、传播更便捷；围绕多元分发、分区建设、商业基建等，陆续推出 PUGC 创作者社区、FAST 频道制播平台、AI 陪聊智能体等；平台非华人用户占比过半且持续增长，18 至 24 岁用户占比达 60%。



芒果 TV 国际 APP 搭建“Xi's Moments (习声金句)”专区，集纳推送习近平总书记重要讲话、重要活动、重要会议的宣传报道。为面向世界讲好中国抗战故事，芒果 TV 国际 APP 上线推出新闻大片《挺起不屈的脊梁》《铁证》、主题歌曲《愿我成歌》、电视剧《潜渊》等系列内容，面向全球受众阐释中国抗战的历史意义与时代回响，展现中华儿女的不屈精神。在新疆维吾尔自治区成立 70 周年节点，大型历史人文纪录片《左宗棠收复新疆》在芒果 TV 国际 APP 播出，引发海外媒体和网友热议。为深入学习贯彻党的二十届四中全会精神，芒果 TV 国际 APP 集纳新华社、央视等媒体的新闻报道，并在芒果 TV 国际 APP 文化频道设置焦点大图首位推荐，向世界推介中国式现代化道路的无限生机。



案例 芒果内容 IP “走出去” 以创新语态推动国际传播

公司出品的纪录片《中国》在埃及国家电视台二台播出，引发了埃及当地政界、媒体及文化界人士的关注。《歌手2025》以“国际联动+区域渗透”策略实现声量裂变，国际APP及海外社媒总播放量达6,456万次，覆盖超2亿受众，马来西亚、美国、新加坡用户占比居前。《乘风2025》构建“内容输出+渠道落地”的立体发行网，除国际平台2990万播放量外，更登陆马来西亚Astro GO、新加坡Star HUB及美国天下卫视等本土渠道。越南版《乘风破浪的姐姐》第二季在VTV3频道首播即登顶收视冠军；《披荆斩棘的哥哥》越南版更斩获当地信息与传媒部最佳励志节目奖。



案例 积极推进全球合作，秉持本土化战略

通过开设芒果节目带、合办电视台、共创节目等方式，芒果超媒与马来西亚Astro、越南YEAH1、肯尼亚皇家媒体集团等海外伙伴开展合作，大力推动芒果内容辐射全球。面向东南亚，上线推出首个中越共创视频平台Mango+，开辟了华语平台在越南拓展的新路径，与越南YEAH1集团等联合制作越南版《哈哈农夫》等，刷新当地综艺投入、招商、收视等多项纪录；在泰国，海外自制综艺《Amazing Boy》创制播出，在X平台一度冲至泰国热搜榜第一。面向中东，芒果TV国际APP上线阿拉伯语界面语言。面向非洲，芒果TV国际APP“中非少儿”频道正式上线，打造具有中非特色的少儿视听文化品牌。海外渠道合作持续深化，与马来西亚旅游局达成三年框架合作，共同推动文旅节目制作及本地拍摄支持；与中阿卫视签订战略合作协议，打造“芒果时段”。



多元衍生

IP 赋能 + 全域创新：释放后链路价值

报告期内，公司全生态、全链路激活融媒效能与产业活力，跑通小游戏、潮玩、文旅、研学等内容衍生赛道，芒果开放宇宙让IP成为切中情绪、创造价值的“万能接口”，成为跨越次元、链接潮流的“生活符号”。

案例 “马栏山杯” 小游戏创新创业大赛 & “芒好玩” 小游戏平台

首届“马栏山杯”小游戏创新创业大赛由中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会、湖南省新闻出版局（省版权局）、湖南省教育厅、湖南广播影视集团有限公司、长沙市委宣传部指导，马栏山（长沙）视频文创园管理委员会、湖南省动漫游戏协会、芒果TV主办。作为科技赋能文化创新国家战略的先锋践行者，芒果TV借本次大赛的东风，构建“内容+科技+场景”三位一体的芒果小游戏生态，形成“IP开发—技术赋能—生态反哺”的闭环，提供“以科技激活文化DNA，以生态孕育产业新物种”的芒果范式，大赛共吸引1,500多个团队参赛，孵化游戏百余款。



芒果TV自主研发的小游戏官方平台“芒好玩”，以“技术×流量×IP”为三大引擎，打造边看边玩、影游联动的沉浸体验，集研发支持、便捷入驻、发行出海于一体的全链条平台。在C端，它的使命是释放——为芒果TV用户提供全品类轻度小游戏，与适配的综艺节目实现“同屏”播放与交互体验，打造“追剧共鸣-游戏互动-社交裂变”的沉浸式循环，由此提高IP的粘性、芒果TV的使用率。在B端，它的使命是吸纳——搭建一个优质平台，吸纳小游戏全产业链海内外的优质资源，由此再给芒果TV用户提供更多服务的同时，也给芒果TV客户提供更多商机，例如更丰富的营销玩法、辐射全球的品牌出海。“芒好玩”现已汇聚超200款精品小游戏，首创了视频播放框内“边看边玩”场景，用户无需跳转即可半屏开启游戏，实现从看内容到玩内容的无缝衔接，真正打通了长视频与游戏的互动闭环。



案例 潮玩 IP “Cluebie” 布局情绪经济新蓝海

为深化内容与消费的融合，拓展青年文化影响力，芒果超媒小芒电商推出首个自有潮玩 IP——“Cluebie (咕噜比)”，在持续夯实内容主业的基础上，正式开辟“内容 IP+ 实体消费”双轮驱动新赛道，构建从情感共鸣到产品承载的全链路 IP 价值体系。“Cluebie”潮玩 IP 以“雪山梦境信使”为创意原点，塑造了一群来自雪山之巅、随风“出逃”至人间的情绪陪伴伙伴。围绕“灵魂出逃”主题，IP 呼应当代年轻人在高理性、高效率社会中对情感释放与自我关怀的深层需求。Cluebie 的推出，是一次明确的战略宣告，标志着芒果生态正以内容为根基，以产品为媒介，深度参与并引领新消费浪潮。为高效推进战略落地，芒果 TV、小芒电商与国内头部潮玩品牌 TOYCITY 完成战略合作签约。双方将围绕 IP 共创、产品研发、供应链管理以及渠道拓展展开全面合作。



案例 IP 赋能文旅产业 参投张旅集团

公司不断延展产业链条，4.7 亿元投资参股张家界旅游集团项目，参与入局张旅集团重整，大庸古城重整盘活工作正式启动。张家界拥有世界绝版的山水风景，每年吸引超过四千万海内外游客，文旅消费场景丰富，市场转化潜力巨大。芒果拥有强大的平台矩阵与创新能力，在“文化和旅游融合”领域具备独特的媒创实力与产投能力。本次战略携手，必将开创“传媒+文旅”融合发展崭新局面。文化和旅游深度融合是产业高质量发展的必由之路，芒果始终以媒体赋能文旅发展为己任，此次携手张家界，希望以自身优势资源激活当地文旅价值，助力张家界文旅产业再攀高峰，为湖南建设世界旅游目的地贡献更多力量。



案例 芒果研学 矩阵成趣

“芒趣研学”是芒果 TV 官方研学平台，是基于芒果多元互通的平台生态、永立潮头的创新生态、品类丰富的内容生态，打造“文旅兼修，游学皆宜”的产、学、研、用于一体的研学体系，推出芒果特色产品矩阵，规模化拓展，持续扩大品牌影响力，形成内外循环畅通的产业闭环，激活芒果生态圈。



[超芒之星]是金鹰卡通成立 20 周年重磅推出的全新研学厂牌，以青少年艺术教育为底层逻辑，融合芒系平台资源体系，链接市场头部渠道资源，将逐步孵化多条产业路径，形成集艺术培训、游学体验、内容创制等于一体相互支撑的芒果大研学生态。





走进芒果超媒

发展战略

2026 年是“十五五”开局之年，也是广电视听行业深化改革、转型发展的关键之年。韧性生长，芒果常青，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，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，以“文化+科技”融合发展为核心驱动，积极担负新时代文化使命，聚焦新内容、新技术、新传播、新商业、新赛道，致力于打造具有全球传播力、影响力、竞争力的数智化主流新媒体平台。

ESG 治理

公司将可持续发展理念融入公司治理体系，持续完善 ESG 管理架构和运行机制，不断提升对相关议题的统筹管理与监督能力，推动 ESG 要求在战略决策和经营管理中的有效落实，促进企业长期稳健发展。

可持续发展管理架构

在可持续发展管理方面，公司逐步建立并完善分层管理的 ESG 治理架构。在董事会领导下，公司将 ESG 事务纳入公司治理体系整体框架之中。董事会作为公司 ESG 事务的最高决策与监督机构，对 ESG 相关事项承担总体监督责任，并对 ESG 管理成效履行最终监督职责。同时，董事会对公司 ESG 信息披露及相关报告内容进行最终审议和确认，确保信息披露的规范性与完整性。

在权责方面，在芒果超媒《董事会议事规则》《董事会战略委员会议事规则》中，明确公司董事会战略委员会对公司 ESG（环境、社会及治理）相关战略、目标及重要事项进行研究并提出建议，并对其实施情况进行监督。

在执行层面，公司成立董事会领导下的 ESG 工作领导小组，统筹推进公司 ESG 相关工作的规划与落实，并在公司内部形成协同推进机制。各职能部门按照职责分工，负责 ESG 相关工作的具体执行与日常管理，将环境、社会与公司治理要求嵌入业务流程和经营活动中，推动 ESG 管理要求在公司及子公司层面的有效落实。



通过持续完善治理结构和管理机制，公司在 ESG 管理方面取得积极进展，报告期内，公司在 ESG 管理与实践方面获得外部积极认可，荣获“Wind ESG A 级”及“ESG 中证指数 AA 级”等评价。



ESG 相关荣誉

重要性议题识别流程

在重要性议题识别与排序方面，公司结合自身业务特征和传媒行业发展趋势，建立了较为系统的重要性议题识别与管理流程，确保在可持续发展实践中重点关注对自身经营和利益相关方具有实质性影响的议题。



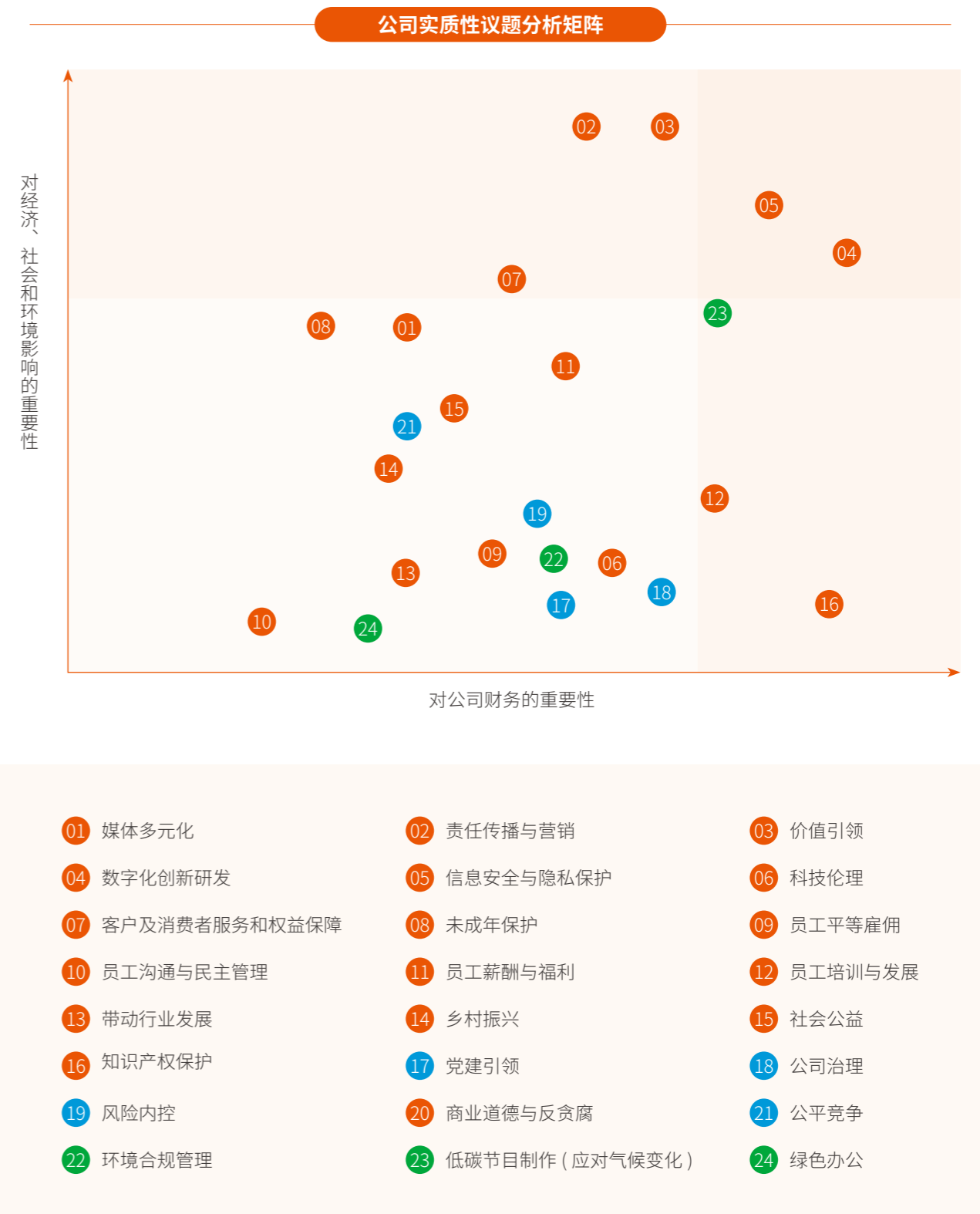
利益相关方沟通

公司将利益相关方参与作为推进可持续发展的重要基础，通过多元化沟通渠道，与股东、员工、客户、合作伙伴及社会公众等利益相关方保持持续互动，及时了解各方关注重点与合理诉求，积极回应相关关切，持续提升社会责任与可持续发展管理水平。

利益相关方	期望与诉求	沟通方式与表现
 政府与监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 依法纳税 诚信合规经营 弘扬主流文化 思想文化工作 	<ul style="list-style-type: none"> 主动依法纳税 完善公司治理 强化主流宣传 党建引领
 股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> 稳定业绩增长 提高投资回报 了解公司经营 扩大消费人群 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 优秀作品 权益保障 隐私保护 内容合规 价值引领 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 遵守商业道德 公开公平采购 推动行业发展 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 权益保障 提供职业培训 良好的工作环境 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 投身公益事业 重视公益宣传 推动性别平等 重视环境保护 	<ul style="list-style-type: none"> 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

在完成问卷调研和意见收集的基础上，公司对各类 ESG 议题进行系统分析与综合评估，综合考虑利益相关方关注程度以及议题对公司自身经营发展和可持续发展的影响程度，形成双重重要性议题矩阵。其中，信息安全与隐私保护、创新驱动、知识产权保护、员工培训与发展、应对气候变化等议题被识别为具有财务重要性的重点议题。



荣誉奖项

芒果超媒

荣誉名称	授予单位
第七届全国文明单位	中央宣传思想文化工作领导小组
2025·全国文化企业 30 强	光明日报社与经济日报社
“2025 年中国互联网综合实力前百家企业”第 20 名	中国互联网协会
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
2025 年上市公司董事会优秀实践案例	中国上市公司协会
2025 年中国上市公司内部控制最佳实践案例	中国上市公司协会
2025 中国版权金奖·推广运用奖	国家版权局与世界知识产权组织
“第一届传媒业可持续发展指数”数字媒体公司第一名	中国新闻文化促进会

芒果 TV

荣誉名称	授予单位
第七届全国文明单位	中央宣传思想文化工作领导小组
全国宣传系统先进集体	中共中央宣传部、人力资源和社会保障部、国家广播电视总局
2024 年“视听中国 全球播映”评选: 获评“优秀推广机构”	中央宣传部办公厅、国家广播电视总局办公厅
2024 年“视听中国 全球播映”评选: 《歌手 2024》、纪录片《中国》系列获评“优秀作品”	中央宣传部办公厅、国家广播电视总局办公厅

荣誉名称	授予单位
《歌手 2024》获“国际传播奖”，《西北岁月》获“评委会大奖”，《国色芳华》获“最佳美术”	第 30 届上海电视节白玉兰奖
《歌手 2025》获评“年度影响力作品”；《乘风 2025》《花儿与少年·同心季》获评“年度优秀作品”；《全员加速中 2025》《大侦探·拾光季》获评“年度大众喜爱作品”；《小巷人家》获评“年度影响力作品”；《国色芳华》获评“年度品质作品”；《180 天重启计划》获评“年度突破创新作品”；《仁心俱乐部》《深情眼》获评“年度大众喜爱作品”；《姜颂》获评“年度优秀短剧”	2025 微博视界大会
“2025 年度省级广电融媒体品牌十五强”；《左宗棠收复新疆》获“2025 年度融合传播影响力优秀纪录片”；《乘风 2025》获“2025 年度最具影响力十佳综艺”；《国色芳华》与《小巷人家》获“2025 年度最具影响力十佳剧集”；《2024 湖南卫视芒果 TV 中秋之夜》获“2025 年度最具传播力 AI 创新应用作品”	2025 中国传播创新趋势论坛组委会、2025 年度蓝鹰大赏组委会
电视剧《灿烂的风和海》《日光之城》《小巷人家》《西北岁月》、纪录片《马王堆·岁月不朽》、综艺节目《歌手 2024》、公益广告《爱的距离》等 7 部作品荣获“第十三届中国大学生电视节荣誉推荐作品”	中国大学生电视节组委会

金鹰卡通

荣誉名称	授予单位
《知危险会避险 安全童行》2025 年被评为 2024 年度广播电视公益广告扶持项目三类作品	湖南省广播电视局
“湖南省 2025 年度广播电视公益广告大赛”传播机构二类扶持（省直）	湖南省广播电视局
原创动漫作品《细说国宝 第二季》获得“第一届传媒可持续发展·ESG 作品榜”中阶探索者	中国传媒大学、中国新闻文化促进会
原创动漫作品《小小守艺人》获得“第一届传媒可持续发展·ESG 作品榜”优秀动画（实践者）	中国传媒大学、中国新闻文化促进会

小芒电商

荣誉名称	授予单位
2026 年中国娱乐产业年会暨金河豚荣誉推选“年度衍生品公司”	北京文化产业投融资协会

快乐购

荣誉名称	授予单位
在第四届“行走雷锋路”雷锋志愿者公益行活动中荣获“公益支持单位”称号	行走雷锋路”雷锋志愿者公益行活动组委会

治理责任篇

理念

芒果超媒坚持高质量治理理念，在党建引领下完善治理体系，推动决策科学化、运作规范化与监督有效化。公司强化董事会架构、信息披露与投资者沟通，健全风险管理与内部控制机制，同时倡导廉洁自律与公平竞争，致力于实现企业治理与社会价值的协同提升。

我们的行动

- 党建引领 聚力前行
- 风险防控 守稳致远
- 坚实治理 规范运作
- 廉洁经营 诚正守信
- 投关管理 互信共赢

我们的成就

芒果超媒以党建为引领，持续完善公司治理体系，将党的领导深度融入经营管理全过程。报告期内，公司系统优化治理架构，修订完善 20 余项核心制度，治理规范性与运行效率同步提升。信息披露保持高质量与高透明度，实现零差错，连续 7 年获深交所信息披露考核 A 级，连续 3 年入选上市公司董事会优秀实践案例。投资者关系管理持续深化，沟通机制更加透明高效。投资者教育频道累计上线作品 2000 余部，点播量突破 8 亿次，荣获投资者关系管理“天马奖”及中国上市公司协会投资者关系管理最佳实践奖等多项荣誉。与此同时，廉洁建设持续从严推进，组织开展专项检查 10 余次，进一步夯实合规经营基础，筑牢风险防控防线。

SDGs 对标

16 和平、正义与强大机构



党建领航 聚力前行



芒果超媒坚持深化理论武装与作风建设,以党建为引领推动企业文化与党建深度融合。公司以常态化理论学习筑牢思想根基,持续优化基层党组织建设,稳步壮大党员队伍,充分发挥基层党组织战斗堡垒与党员先锋模范作用,为企业高质量发展锚定正确航向。

▶ 党建引领

公司坚持以党建引领企业高质量发展,将党的领导深度融入公司治理和业务运行全过程,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,强化理论武装和思想引领作用。公司持续完善党建制度体系,严格落实《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》等制度文件,同时将培养合格党员作为人才建设的重要抓手,严格把好党员发展质量关,优化党员队伍结构,不断提升党员素质和政治能力,为企业发展提供坚实的人才保障和组织支撑。

报告期内

公司发展预备党员
45人

党员人数达
1,147人



在组织建设方面,公司持续夯实基层党组织基础,优化党委、党总支及基层党支部设置,实现组织全覆盖与业务深度融合。通过规范化运行和制度保障,不断提升党组织的凝聚力、执行力和战斗力,充分发挥基层党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用,在推动改革创新、服务员工和凝聚共识中发挥核心作用,为公司稳健运营和高质量发展提供坚强的政治保障和组织支撑。

关键绩效

报告期内,公司下辖
4个党委

2个党总支

40个党支部

案例 庆祝党成立 104 周年大会,彰显党建引领与组织建设成效

2025 年 7 月,公司参加集团(台)庆祝中国共产党成立 104 周年暨“两优一先”表彰大会,大会为先进基层党组织和优秀党员颁奖,14 位满 50 年党龄的老党员领取“光荣在党 50 年”纪念章,94 名新党员庄严宣誓。大会通过歌曲、情景演绎等形式展示“四强”党支部建设成果,并集体观看贯彻中央八项规定精神的教育 VCR。活动强化了党员政治意识和责任感,充分发挥党建引领作用,推动企业组织建设与文化建设同步发展。

芒果超媒组织领导班子、基层党支部书记、新发展党员 84 人参加此次表彰大会,通过层层选拔公司 8 个基层党支部获评“先进党支部”,13 名党员获评“优秀党员”,10 名党员获评“优秀党务工作者”。



📍 庆祝中国共产党成立 104 周年暨“两优一先”表彰大会

▶ 主题教育

在主题教育方面，公司通过“第一议题”学习常态化、制度化，推动党的创新理论入脑入心，提升党员干部政治判断力、政治领悟力和政治执行力。公司党委理论学习中心组开展集中学习，并通过读书班、专题研讨等形式形成思想共识。公司制定《公司学习教育工作责任分工》《公司深入贯彻中央八项规定精神学习教育月度项目管控表》，统筹部署、成立专班、细化任务并开展督导检查，推动中央八项规定精神在全司落实落地，切实增强党员干部纪律意识和行动自觉。



关键绩效

报告期内

各级党组织开展学习教育

200 多场次

覆盖党员干部

1,100 余人

开展“第一议题”集中学习

25 次

党委理论学习中心组开展学习

11 次

案例 深化党建学习 推动全面从严治党

2025 年 10 月，公司组织进行党的第二十届中央委员会第四次全体会议公报学习，领导班子成员及相关单位负责人参加，推动全体党员干部领悟会议精神，切实发挥示范引领作用。



案例 明规立矩践使命，守正创新产精品

2025 年 5 月，芒果超媒、芒果 TV、湖南卫视联合召开主持人、艺人、制片人“守规矩·知敬畏·担使命”专题学习会，160 余人参会，含双平台领导、相关从业者及经纪人等。会议邀请专家授课解析舆情与创作逻辑，通报反面案例、重申管理制度，代表分享心得，意在强化从业者合规意识与责任担当，坚守意识形态安全、打造优质文化内容。



“守规矩·知敬畏·担使命”专题学习会

案例 双平台党委召开 2025 年度民主生活会

根据党中央统一部署和省委要求，双平台党委召开 2025 年度民主生活会。会议以深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为主题，巩固深化中央八项规定精神学习教育成果，紧密联系思想与工作实际，认真开展自我检视剖析和党性分析，严肃认真开展批评和自我批评。



2025 年度民主生活会

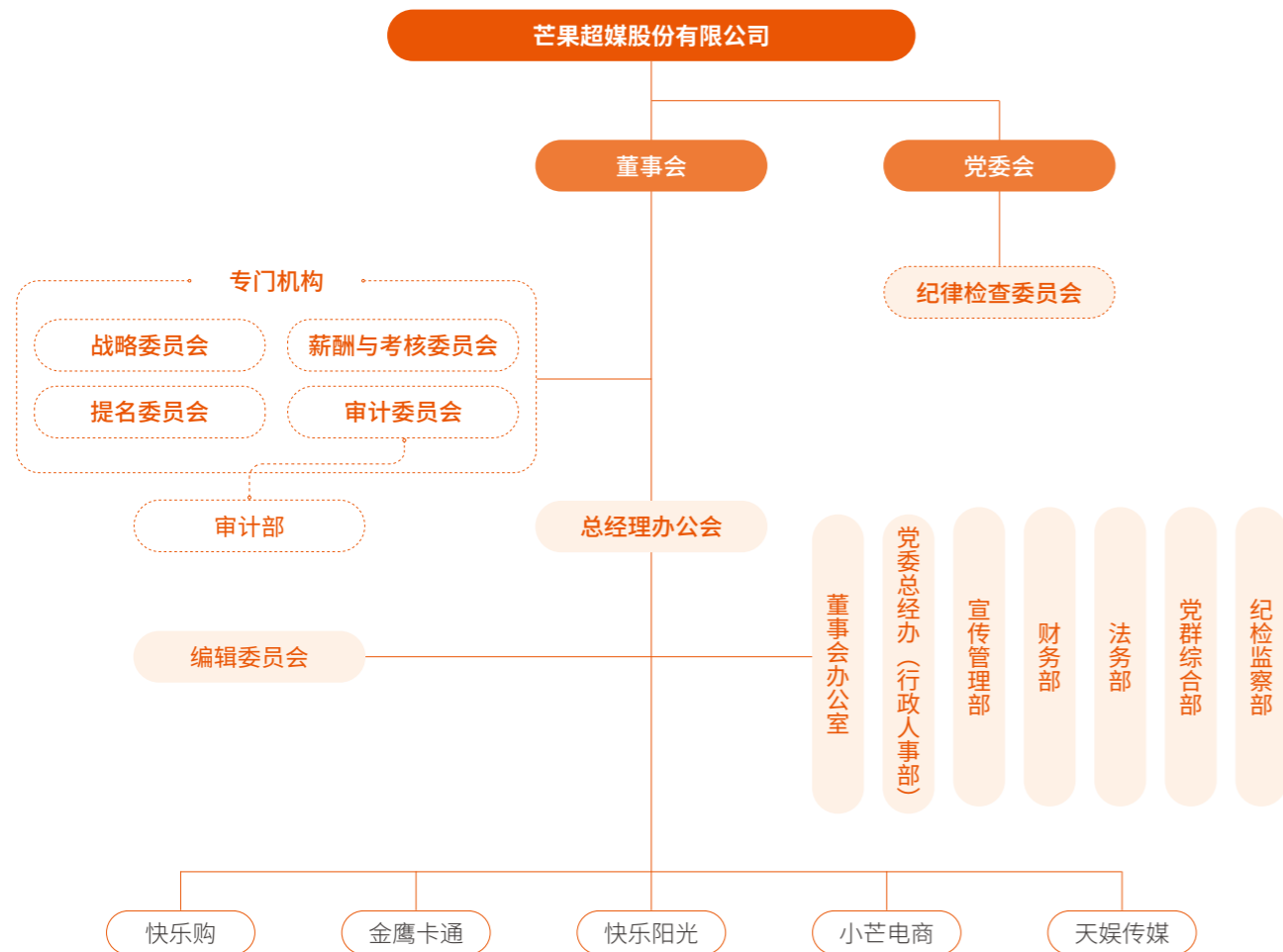
规范治理 高效运作



芒果超媒全面贯彻落实最新法律法规和监管规定，根据《中华人民共和国公司法》《上市公司章程指引》《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等政策文件，结合公司实际情况，对《公司章程》进行修订和完善，进一步规范公司运作，持续提升公司治理水平。

治理体系

公司根据最新法律法规要求，重构治理架构核心，修订《公司章程》取消监事会，其监督职责由董事会审计委员会承接，形成股东会、董事会、董事会审计委员会协同联动的决策治理格局。同时，公司完成《股东会议事规则》《董事会议事规则》等20余项核心制度的修订与优化，新增《董事、高级管理人员离职管理制度》《信息披露暂缓与豁免管理制度》等专项规则，构建覆盖决策、执行、监督、披露全流程的制度闭环。各治理主体权责清晰、协同高效，董事会凭借多元专业背景与独立决策能力，精准把控发展方向，有效平衡股东利益与公司长远发展，推动治理效能持续提升。



公司组织架构

董事会

公司遵循《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》等法律法规及规范性文件规定，规范组建董事会。公司聚焦董事会多元化构成、独立性建设两大基础，同步强化审计、薪酬、选拔、战略四大监督职能，并锚定可持续发展导向，系统性提升公司治理水平，以保障决策科学、权责清晰、运转高效。

关键绩效

<p>报告期内 公司共召开</p> <p>董事会 6次</p> <p>审议议案 30项</p>	<p>专门委员会会议 8次</p> <p>审议议案 18项</p>	<p>独立董事专门会议 2次</p> <p>审议议案 2项</p>
---	---	---

董事会荣誉

芒果超媒获评中国上市公司协会
“2025年上市公司董事会
优秀实践案例”

芒果超媒获评中国上市公司协会
“2025年上市公司董事会
办公室最佳实践”

芒果超媒获评中国上市公司协会
“2025年上市公司内部控制
最佳实践”

多元化

公司董事会汇聚不同背景与专业领域的成员，凭借多元视角与专业洞见，助力公司提升治理水平、优化决策质量，增强公司应对内外部环境变化的灵活适配性。公司持续深化董事会多元化建设，从性别、年龄、专业背景、行业经验等维度优化人员配置，推动董事会结构更趋均衡合理，助力公司更高效地适应复杂市场环境，进一步夯实长期可持续发展的核心竞争力。

类型	姓名	性别	年龄	行业经验
董事长	蔡怀军	男	49	战略管理
独立董事	孙茂松	男	64	人工智能
独立董事	罗婷	女	52	财务管理
独立董事	赵龙凯	男	53	金融创新
非独立董事	杨贇	男	53	财务管理
非独立董事	宋子超	男	57	文化传媒
非独立董事	梁德平	男	47	战略管理
非独立董事	沈文海	男	55	移动通信
非独立董事	彭建	男	54	战略投资

芒果超媒董事会成员



独立性

董事会的独立性是保障决策公允性的核心基石，能够有效避免单一利益群体主导决策过程，从而切实维护公司整体利益与全体股东的合法权益。本年度，公司深化董事会独立性建设：一方面推进《独立董事工作制度》修订，细化独立董事的职责边界、履职规范与保障机制，从制度层面巩固其独立履职的基础；另一方面完成独立董事补选工作，特别邀请具有前沿科技领域研究背景的院士出任独立董事，借助其专业优势为公司文化与科技融合的战略布局提供专业支撑，进一步强化董事会的独立决策能力与专业赋能价值。

股东会

公司严格规范股东会的召集筹备、会议召开及议事表决各环节，制定《公司章程》《股东会议事规则》等制度，确保会议运作合法合规、严谨有序。为强化会议合法性与规范性，公司特邀专业律师全程提供法律支持并出具专项法律意见；同时坚守公平公正原则，重点保障中小股东平等权利。在全流程规范化管控下，股东的知情权、参与权、表决权得到充分保障，鼓励股东深度参与公司重大决策，进一步凝聚股东与公司的信任共识。



股东会

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

关键绩效

报告期内，公司共召开

股东会
2次

审议议案
12项



投关管理 互信共赢



芒果超媒严格贯彻中国证监会“以投资者需求为导向”的监管方针，将投关管理作为构建互信共赢生态的关键举措，持续完善信息披露机制。公司根据《上市公司信息披露管理办法》等规定，依规向交易所披露公告、报备文件，保障信息真实、准确、完整、及时，为投资者合理决策提供支撑。同时，公司不断创新披露方式，强化与市场各方的有效衔接，提升投关管理的规范性与透明度，深化投资者对公司的认知信任，助力稳定市场预期。

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
208 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 **7** 年获评深交所信披考评最高评价等级 A 级

荣誉奖项



投资者关系管理天马奖



中国上市公司协会 - 上市公司投资者关系管理最佳实践奖



上市公司投资者关系全国性评选杰出机构关注奖

投关沟通

投关沟通是推动利益相关方协同的重要纽带，公司高度重视并不断完善利益相关方沟通制度，在沟通中兼顾不同类型投资者需求，一方面深化与中外券商研究团队合作，通过“走出去”参与重点券商策略会、“请进来”组织调研及招商会专场等方式，与机构投资者保持深度互动；另一方面依托互动易平台、投资者热线、邮箱及网上集体接待会等渠道，常态化响应中小投资者关切。公司不断形成多维度、常态化的沟通格局，高效听取并反馈利益相关方意见建议，充分保障了投资者知情权与参与权，有效稳定了市场预期，为企业与利益相关方建立长期互信、实现协同发展奠定坚实基础。

案例 线上集体接待互动，畅通投资者沟通渠道

2025 年 9 月，公司参与“资本聚三湘·楚光耀新程 -2025 年湖南辖区上市公司投资者网上集体接待日暨半年度业绩说明会”。活动以网络远程形式开展，投资者通过“全景路演”网站、微信公众号“全景财经”或全景路演 APP 参与，公司在线回应投资者关切问题，与投资者积极互动交流，保障投资者知情权与参与权，进一步提升投关沟通的便捷性与高效性。



2025 年度投资者网上集体接待日活动

案例 领鲜大会展示成果，强化投资者信心

2025 年 5 月，公司在长沙举办 2025 芒果领鲜大会，公司高管、行业嘉宾、合作伙伴及企业代表参与。活动集中呈现全品类内容焕新、全域生态营销升级及 IP 全产业链布局成果，现场完成与两大科技品牌的签约合作，直观传递公司业务实力与生态共赢潜力，深化投资者对公司发展战略及商业价值的认知，进一步稳固投资信心。



芒果领鲜大会



▶ 投教宣传

公司以投教基地为枢纽，围绕“内容提质、运营提效、影响扩大”目标，深化投资者教育工作。依托芒果 TV 投教频道搭建政企联动桥梁，通过与主管部门、行业协会的三审联动机制筑牢内容质量防线，创新“投教主题月”运营模式，构建常态化与专题化相结合的投教内容体系，持续丰富多元供给。系列举措既巩固了投教工作的行业引领地位，也有效普及理性投资理念、防范投资风险，为投资者教育事业规范化、规模化发展注入坚实动力。



关键绩效



投资者教育频道

报告期内

芒果 TV 投资者教育频道共上线

2000+ 条投教作品内容

频道累计总点播量超

8 亿次



芒果新媒体投教基地

「 风险防控 守稳致远



企业的行稳致远，依托于以精准有效的风险防控。芒果超媒始终将风险管理视作稳健经营的底线工程，立足文化传媒行业特性与自身业务布局，搭建贴合实际场景的风险管控与内控体系，通过优化核心制度、细化流程规范、强化全环节合规审查，持续提升风险预判的前瞻性与处置的实效性，确保各项业务合规有序推进、资源配置科学合理，从根本上防范潜在风险隐患。

▶ 风险管理

公司以系统性思维搭建风险管理体系，参照 COSO《企业风险管理—整合框架》，明确风险管理目标，科学划分风险范畴，并配套多元化应对措施。依托审计部对预算管理、项目投资等 10 个核心业务板块开展风险梳理，采用“发生可能性 × 严重程度”的矩阵赋分模型精准评估风险等级，为内控优化与审计资源配置提供数据化指引，逐步构建起风险、内控与内审有机统一的管理闭环，为公司战略落地、合规运营及长远发展提供坚实保障。



▶ 内部控制

关键荣誉



芒果超媒获评中国上市公司协会“2025 年上市公司内部控制最佳实践案例”



公司始终以风险为导向筑牢内部控制根基，聚焦风险隐患与实际动态推进整改优化。遵循“整体设计、分步实施、合规先行、逐步完善”的核心策略，紧扣业务发展节奏与战略升级需求，持续迭代更新内控体系，通过制度适配、流程优化与机制完善，确保内控体系与业务动态变化、战略纵深发展高度适配，为公司合规运营、稳健发展提供全方位、可持续的内控保障。此外，公司定期组织内控与风险管理相关培训，持续提高内部控制水平，完善公司内部控制体系。

公司内控组织架构

内部控制领导小组
董事长为第一责任人

审计监督部门
负责内控审计监督

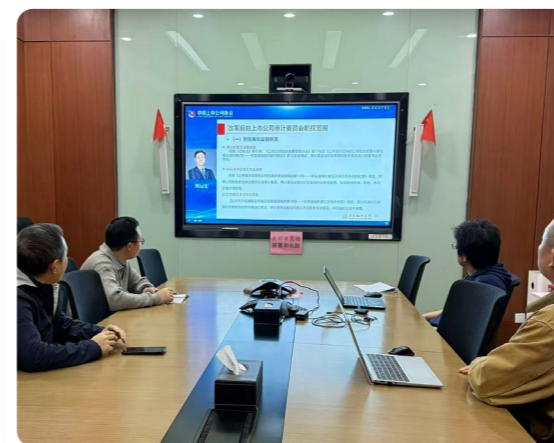
内部控制工作小组
组织公司的内控体系建设与完善工作

部门业务人员
负责内控的执行与优化



案例 审计部内控培训强化实务能力与专业素养

2025 年，审计部积极参各类培训，推动经验交流与案例学习，提升审计人员实务操作能力。针对重大项目，部门定期组织内部调度与经验总结，以实际案例探讨审计方法与策略，同时鼓励员工参与专业资格考试。通过系统培训与实践分享，有效强化内部控制执行力与专业素养，为项目风险管理和内控体系完善提供坚实支撑。



廉洁经营 诚信守正



芒果超媒坚持诚信守法的经营理念，全面贯彻廉洁自律和公平竞争原则，建立健全内部管理和监督机制，强化企业治理规范与道德约束，营造公开、公平、公正的经营环境，推动企业稳健、合规、高质量发展，彰显作为主流新媒体集团的社会责任与价值追求。

▶ 反腐倡廉

公司坚持将廉洁合规作为公司治理和高质量发展的重要基础，围绕制度建设、风险防范和文化引导等方面，持续推进反腐败与清廉建设，努力营造公平、公正、诚信的经营环境。公司结合自身业务特点和经营管理实际，持续关注商业贪污及不当行为相关风险，通过内部控制和合规管理机制，对重点领域和关键环节的廉洁风险进行识别与评估，并将相关结果作为完善管理制度和优化管理措施的重要参考。



关键绩效

报告期内

快乐阳光围绕广告招商、版权采购、项目招投标等廉洁风险高发领域，联合审计、财务等部门

开展专项检查 **2** 次

金鹰卡通组织开展对广告代理、资金资产、招标采购、动画综艺创作等 **4** 个重点领域的流程合规检查

总部及各子公司紧盯元旦、春节、端午、中秋、国庆等重要节点，组织纪检监察机构开展明察暗访、专项检查累计超 **10** 次，重点检查公车封存、公款消费、公务接待、快递送礼、违规吃喝、值班值守等。



公司从内部治理出发，逐步建立覆盖重点业务领域的反腐败管理体系，围绕腐败行为的预防、监督、教育和约束等关键环节，制定并完善《纪检监察机关处理检举控告工作规则》等相关管理制度，将廉洁要求系统融入公司治理结构和内部控制体系。公司发布《廉洁自律公约》，明确员工在履职过程中的廉洁责任与行为规范，新员工入职时即签署《廉洁自律协议书》，将廉洁自律要求嵌入入职管理和日常管理流程，通过制度化方式推动反腐败措施前置落实，并以持续宣导与监督保障制度有效执行。

在此基础上，公司将廉洁合规要求进一步延伸至外部合作环节。在与供应商和合作伙伴开展业务合作过程中，公司要求相关方签署反商业贿赂条款，明确诚信经营和廉洁合作要求，倡导规范、透明的合作关系，推动形成清朗有序的合作环境。



关键绩效

报告期内

公司签署《廉洁自律协议书》覆盖

100% 的员工

签署反商业贿赂条款覆盖

100% 的供应商

同时，公司高度重视党风廉政建设，全面落实从严治党要求，制定并推进《党风廉政建设及纪检监察工作计划》，不断强化对领导干部和管理层的监督，持续开展内部监督与整改工作。各级党组织结合“三会一课”“主题党日”等形式，常态化开展清正廉洁相关学习与培训，推动廉洁意识内化于心、外化于行。

公司构建“入职 - 晋升 - 在岗”全周期纪律教育体系，开展新员工入职廉洁教育，为新提拔员工开展任前廉政谈话、签订廉洁承诺书，对制片人、采购专员等关键岗位员工开展专项培训。

公司围绕中央八项规定精神落实开展专项监督，编制《中央八项规定精神负面清单》，培训覆盖公司全体制片人、主持人艺人及关键岗位员工。



案例 党风廉政建设会议强化廉洁意识与责任担当

2025 年 3 月 18 日，湖南卫视、芒果超媒召开党风廉政建设工作会议，总结过去一年工作，部署新一年重点任务。集团和平台管理层、纪委干部、中层干部及制片人等核心岗位人员参会，集中观看警示教育片并聆听专题报告和领导寄语。会议强调政治监督、纪律建设和体系完善，强化全员廉洁自律意识，推动全面从严治党向纵深发展，营造风清气正的企业政治生态，提升干部员工责任感和廉洁素养。

依托湖南卫视、芒果 TV 双平台的传播优势，公司持续开展“清廉双平台·清风行动”，围绕“廉”与“俭”主题，通过节目内容、宣传短视频和创意海报等多种形式，将廉洁与节俭理念融入内容生产与传播实践，积极发挥主流媒体在弘扬清廉文化、引导社会风尚方面的示范作用。



案例 2025 年度“清风行动·以案为鉴”专项警示教育大会

2025 年 11 月，湖南卫视、芒果超媒、芒果 TV 召开 2025 年度“清风行动·以案为鉴”专项警示教育大会，双平台党委领导班子、中基层干部、制片人、重点岗位一线员工共 400 余人参加会议，同上一堂深刻的“以案为鉴”警示教育课。至此，清风劲吹，双平台全体员工将以案为鉴，筑牢思想防线，共同营造风清气正的干事创业环境。



2025 年度“清风行动·以案为鉴”专项警示教育大会

反不正当竞争

公司始终坚持依法经营和公平竞争原则，持续防范垄断行为和不正当竞争风险，维护健康有序的市场秩序。公司严格遵守《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》等相关法律法规，在公司治理和经营管理中明确公平竞争的基本要求。

围绕反不正当竞争管理，公司逐步建立并运行反不正当竞争与反垄断合规管理体系，制定和完善相关管理制度，对经营活动中可能涉及市场竞争的行为进行规范管理。相关制度覆盖业务合作、合同管理及经营决策等环节，为公平竞争要求在日常运营中的落实提供制度保障。

同时，公司通过内部宣导和专题培训等方式，加强对反不正当竞争和反垄断法律法规的学习与理解，并结合经营实践对相关管理机制进行持续优化，不断提升反不正当竞争管理的规范性和有效性，保障公司依法合规、稳健发展。

举报机制与举报人保护

公司持续完善内部监督与问责机制，建立并运行规范的举报管理体系，为防范和纠正违规行为提供制度保障。公司制定并实施《纪检监察机关处理检举控告工作规则》，明确检举控告的受理范围、办理流程和相关要求，并通过设置多渠道举报联络方式，畅通举报渠道，提升举报机制的规范性与可操作性。

公司明确鼓励内外部员工及相关方以善意方式举报在工作中发现或知悉的舞弊行为及其他不当行为，并持续完善举报人保护与反报复机制。公司对举报人及相关证人的身份信息严格保密，依法依规保障其合法权益，防止因举报行为受到任何形式的不公正对待。对于打击报复举报人的行为，公司将根据情节轻重，依法依规给予相应纪律处分、解除劳动合同关系，情节严重的，依法移送司法机关处理，切实维护举报机制的公正性和有效性。

举报途径

举报电话

举报邮件

举报箱

网络举报

其他



社会责任篇

理念

芒果超媒坚持将可持续发展理念融入经营管理全过程，围绕产品与服务质量、客户服务保障、信息安全与内容创新等关键领域，持续完善治理与管理机制。同时，公司关注供应链责任，推动负责任采购实践，重视人才队伍建设与员工发展，并积极履行社会责任，参与社会公益事业，努力实现企业发展与社会价值创造的协同推进。

我们的行动

- 严控标准 守护品质
- 客户为本 权益至上
- 信息安全 共筑信任
- 创新引领 行业共荣
- 责任采购 共享价值
- 青春同行 向光生长
- 微芒汇善 共建美好

我们的成就

芒果超媒坚守用户为本，严控内容与商品品质，实现批量质量事故与召回事件零发生。客户服务满意度达 99.64%，青少年模式全面落地，筑牢未成年人保护屏障。信息安全体系完善，全年无重大数据泄露事件。创新成果丰硕，研发投入 3.84 亿元，持有专利 790 项、注册商标 4,391 项，产学研合作纵深推进。员工保障全面，劳动合同签订率 100%，社保覆盖 100%。公益成效显著，芒果公益平台累计募款超 4,468 万元，上线 134 个公益项目。

SDGs 对标

12 负责任消费和生产



17 促进目标实现的伙伴关系





严控标准 守护品质



芒果超媒高度重视产品与服务质量，将质量管控作为保障消费者权益和推动业务可持续发展的重要基础。公司制定并实施《品类 QC 作业管理制度》《商品质量问题争议处理细则》等内部制度，持续推动质量管理在全业务、全流程中的贯彻落实，并以 ISO9001 质量管理体系为参照，不断完善质量管理架构，逐步形成覆盖商品开发、销售、物流配送及售后服务等环节的质量管理机制，确保质量要求在各业务环节有效衔接、贯通执行。

在组织与运行机制方面，公司打造专业化质量管控团队，负责商品全过程的质量策划、质量控制和质量保证工作，并协同业务部门共同参与质量管理。通过内部评审、专项审计、问题溯源和根因分析等方式，推动纠正、预防和持续改进机制的有效运行。同时，公司注重质量文化建设，通过质量宣传、分层培训和部门宣贯等多种形式，强化全员质量意识，并结合质量评优、质量通报等激励与约束机制，在公司内部逐步营造以结果导向和持续改进为核心的质量文化。

小芒电商产品质量提升举措



商家准入与资质审核

多维资质审核：全面核验营业执照、行业许可证及生产能力和质量管控体系，建立“经营异常名录”和“严重违法失信名单”黑名单，禁止失信商家入驻。

高风险品类专项审核：对食品、化妆品、医疗器械等高风险品类，要求提供生产许可证和第三方检测报告；对母婴用品、3C 数码等强制认证商品，必须核查并留存 CCC 认证。

匿名抽检验证：针对一件代发商品，实施“神秘买家”抽检并送第三方检测，核验商品质量与宣传一致性及商家履约能力。



商品上架质量控制

商品信息规范：要求商家完整、准确披露成分、材质、执行标准等关键信息，严禁虚假或夸大宣传，不符合要求的商品不得上架。

智能上架审核：接入风控系统，利用 AI 图像识别和自然语言处理技术，自动审核商品图片、标题和详情页，拦截违规内容。



在售商品质量监测

常态化抽检：构建“源头—仓储—市场”三级抽检体系，发现不合格商品立即整改、召回或下架。

大数据预警：通过分析退货率、差评关键词等指标，识别质量风险和异常低价行为，并对直播带货内容进行实时监测和存证，防范宣传违规风险。



快乐购质量管理体系认证证书

在产品风险防控和召回管理方面，公司持续完善质量问题处置和产品召回机制，依托客户服务流程在各环节设置质量控制点，建立客户热线和多渠道反馈机制，提升对消费者咨询和投诉的响应效率。针对不同程度的质量问题，公司实行分级分类管理，对一般问题督促限期整改；对较为严重的问题，采取下架、召回及相应管理措施；对存在安全隐患的情形，及时启动紧急下架、先行赔付和监管报送程序。对于整改无效、投诉率异常或存在重大质量风险的商品，依法依规实施退市管理，并通过清单化管理机制防范问题商品再次上架。



召回启动

接收监管部门召回信息推送或核实商家上报的产品缺陷后，立即启动召回程序。

明确召回等级（一级 / 二级 / 三级）、涉及商品范围及境内责任主体（跨境电商需指定境内服务商）。



信息公示与通知

在平台显著位置公布召回信息（含缺陷描述、召回范围、退款 / 更换方式）。

通过短信、APP 推送等定向通知已购买消费者，保障信息触达全面性。



召回执行

开通便捷召回通道（上门取件 / 邮寄退货），实行“先行赔付”机制。

跟踪召回进度，确保不合格产品全部回收、销毁或整改；同步督促商家分析缺陷原因并提交整改报告。



复盘与监管

召回结束后公示结果，接受监管核查；将缺陷原因及整改措施纳入商家质量评估体系。

对同类商品加强风险监测，避免同类问题复发。

产品召回处理流程



报告期内

公司 **未出现** 批量质量事故，**无** 召回事件。





用户为本 权益至上

芒果超媒始终秉持“以用户为中心”的服务理念，将提升用户体验和保障用户权益作为客户服务管理的重要目标。在业务运营过程中，公司持续完善客户服务与管理机制，关注用户体验与满意度提升，依法保障消费者合法权益，积极回应用户合理诉求。同时，公司持续强化未成年人身心健康保障，并在内容传播与市场推广中坚持合规、审慎与负责任的原则，努力为用户营造安全、健康、可信赖的产品与服务环境，推动平台生态的长期稳健发展。

客户权益保障

公司严格遵循《客服服务标准及规范》《用户投诉处理制度》等内部制度，持续完善标准化、规范化、专业化的客户服务体系，确保用户咨询与投诉能够得到及时响应和妥善处理，不断提升整体服务质量和用户满意度。

在组织与运行机制方面，公司客户服务部由呼叫组（含一线与二线客服）和业务支撑组构成，形成“前端受理、后端支撑”的双层服务架构，负责全渠道用户咨询与投诉受理工作。公司按照既定制度实施投诉分级响应机制，明确投诉受理、分类、处理、跟踪、回访及改进等全流程管理要求，推动客户问题闭环解决，保障服务处理的规范性和时效性。



在会员服务与权益管理方面，公司围绕不同用户内容消费场景，持续完善小屏、大屏及全屏会员服务体系，满足多样化的内容消费需求。在此基础上，公司不断丰富会员权益形态，探索差异化会员服务模式，通过多层次会员产品和专属活动，提升会员服务体验和用户黏性。大会员中心聚焦用户权益的精细化运营，统筹开展多维度会员专属活动，持续提升会员服务价值。

案例 会员深度参与评审机制，亲临现场增加互动

芒果 TV 创研中心联合双平台广告部、TV 大会员中心及芒果青年 CEO 俱乐部，在“当打 PD 挑战营”中创新推出“双投”评审机制，会员以评审身份直接参与节目决策，实现从观看者向参与者转变。该机制拓展会员参与边界，保障用户表达权与参与权，增强平台与核心用户之间的信任与互动。



会员参与“当打 PD 挑战营”双投会

案例 会员合伙人线下见面，强化会员权益感知与参与体验

2025 年 11 月，芒果 TV 会员合伙人罗云熙在线下与 150 位芒果会员开展“心有灵犀”专属见面会，现场首发典藏礼盒限定周边，并通过快问快答、默契挑战等互动形式，将会员权益与沉浸式体验深度融合。活动依托会员合伙人机制，引导用户领取并激活专属权益，获得良好社交反馈，有效增强会员满意度与平台归属感，推动会员权益落地。



芒果会员“心有灵犀”专属见面会



提升客户满意度

为持续提升客户服务质量与用户满意度，公司通过线上实时评价系统收集用户反馈，在官方在线客服及热线服务场景中设置便捷的满意度评价入口，保障用户评价渠道的畅通。同时，公司持续加强客服人员培训与能力建设，并结合用户评价情况，完善投诉分析和改进机制，通过绩效激励与质量导向考核不断优化服务流程，推动客户服务水平的持续提升。

常态化培训与能力建设

通过每日进班会、定期专题培训、情景演练等方式，持续提升客服人员的业务熟练度、沟通技巧与服务意识，确保服务响应专业、高效

闭环投诉管理与改进机制

执行线上服务邀评，定期分析用户反馈，召开服务质量改进会议，针对典型问题制定改进计划并跟踪落实，推动服务流程持续优化

绩效激励与质量导向考核

将用户满意度、服务质量评价纳入绩效考核体系，设置月度目标与激励奖金，激发团队积极性，强化服务导向的文化氛围

提升客户服务质量相关措施

提升客户服务能力内部培训



业务上线前培训



客服接线操作培训



新品上线培训



当班人员班前培训



关键绩效

报告期内

芒果 TV 热线电话、在线客服共计

176,747 人

整体满意度

99.64%

金鹰卡通累计发放满意调查问卷

8,000 张

回收有效客户满意调查度

6,000 张

对于服务体验度

95%

游玩设备满意度

98%





▶ 保护客户身心健康

公司高度重视未成年人身心健康与合法权益保护，严格遵循《中华人民共和国未成年人保护法》《未成年人网络保护条例》《广播电视管理条例》《未成年人节目管理规定》等相关法律法规，制定并实施《未成年人个人信息保护政策》，将未成年人保护要求系统融入平台运营和客户服务管理，积极引导未成年人健康使用网络视听产品。

在内容管理和产品功能方面，公司对播出内容实行严格审核管理，动画片和电视节目均依法取得相关许可或完成备案，播出内容履行三审制及重播复审要求，并在播放过程中设置安全导向提示和观看休息提醒。同时，公司在芒果 TV 等应用中上线“青少年模式”，持续优化未成年人使用体验，丰富适合不同年龄阶段未成年人观看的优质视听内容，协助监护人加强使用管理，营造安全、健康、积极向上的网络视听环境。

在个人信息保护方面，公司遵循“正当必要、知情同意、目的明确、安全保障、依法利用”的原则，依法规范未成年人个人信息的收集和使用，切实履行相关保护义务与责任，防范未成年人个人信息安全风险。



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

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

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

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

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 点期间无法使用

单次使用时长超过触发时间，需要进行验证才能继续使用

▶ 负责任营销

在内容传播和商业推广过程中，公司坚持审慎、合规的营销原则，将社会责任要求融入广告投放、节目宣传及内容营销各环节。依托媒体平台属性，公司在营销活动中注重内容导向管理，尊重不同地域和群体的文化差异，避免对用户和公众，尤其是未成年人产生误导或负面影响。

公司对营销所使用的广告素材和推广内容实行规范化管理，相关内容在制作和发布前，按照既定流程接受合规与风控审核，确保其符合相关法律法规、行业规范及平台管理要求。同时，公司结合传播实践和用户反馈，持续优化营销管理方式，推动形成健康、理性的传播环境与商业合作秩序。



主体资格的合规性

广告主发布互联网广告需具备主体身份、行政许可、引证内容等证明文件，应当真实、合法、有效



广告导向的正确性

广告坚持正确的导向，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求



广告内容的真实性

广告应当真实、合法，无虚假或隐瞒事实真相、夸大宣传效果的情形，不得含有引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者
涉及法律、行政法规规定中应当明示的内容，必须显著、清晰地表示



🔗 广告素材审核规范

案例 双平台广告培训大会

湖南卫视、芒果 TV 双平台广告中心开年培训活动在长沙热烈举行，双平台广告中心全体员工从北上广各地齐聚长沙，此次培训以“聚力开新·赢战开局”为号，设置“趋势洞察·筑牢防线、实战淬炼”三大核心模块，旨在为全体广告伙伴们武装头脑、明晰边界、赋能实战，为赢战新一年聚力蓄能。



🔗 广告业务培训



信息安全 共筑信任



芒果超媒严格遵守《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规及相关行业规范，构建了系统化的信息安全与个人隐私保护管理体系，将治理、战略、风险与机遇管理及指标与目标作为核心四大支撑，形成自上而下、全流程、可持续的管理机制，确保业务稳健发展、风险可控，并持续保障用户权益。



芒果 TV 数据资产发现能力证书



芒果 TV 个人信息保护影响评估标识

治理

公司高度重视数据安全治理，将其纳入企业整体治理体系。公司建立了完善的制度体系，包括《数据安全管理办法》《业务系统安全管理制度》等，为数据资产管理提供制度保障和流程规范。同时，公司设立专门领导机构，统筹信息安全工作，明确管理层和各部门的职责，形成自上而下的管理体系，确保数据在采集、存储、传输和使用各环节的安全。



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
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；协调认领冲突；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
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

在客户隐私与个人信息保护方面，公司将用户信息视为核心资产，制定了《个人信息保护政策》等制度，强化员工信息安全意识和操作规范。公司设立个人信息安全领导小组，由总经理统筹战略与决策，产品技术部负责日常管理和技术保障。各部门负责人为本部门个人信息安全第一责任人，落实并监督相关工作。员工个人信息安全表现纳入绩效考核体系，并与薪酬、奖金及晋升挂钩，推动全员参与的信息安全文化。





战略

公司结合业务运营特点，通过识别潜在的技术、数据、管理及合规风险，对不同类型的风险进行周期性评估，明确可能性及潜在影响，同时制定相应的应对措施。同时，公司关注信息安全管理所带来的战略机遇，通过持续优化管理体系和技术手段，推动业务稳健发展和用户信任积累。

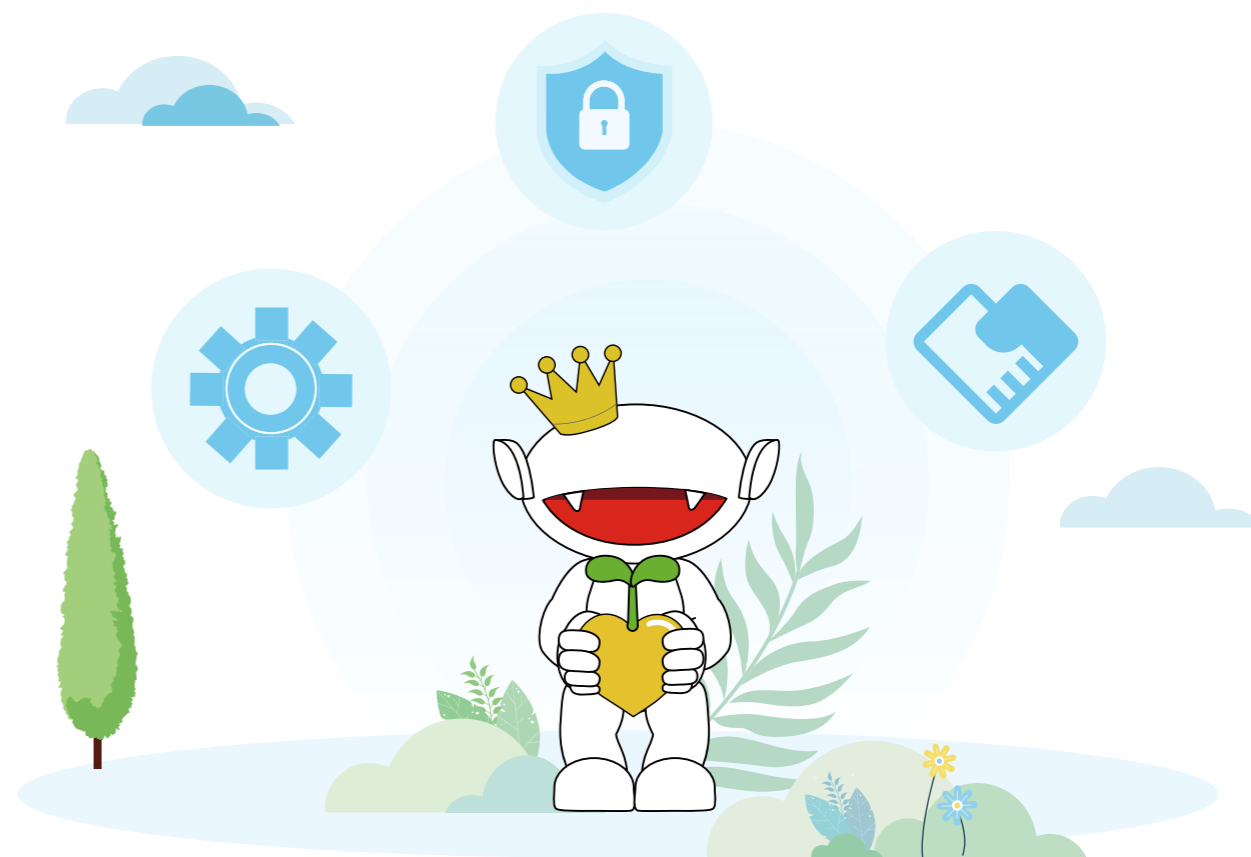
风险类型	风险说明	风险发生的时间周期	风险发生的可能性	对公司财务的影响说明	应对措施
数据泄露风险	包括个人信息分级保护不到位、未授权访问/下载/传播数据、移动介质使用违规、设备维修/报废未清除数据等	短期	高	数据泄露可能导致用户赔偿、品牌声誉受损及业务停滞	建立数据分级保护机制，严格权限管理，数据全生命周期管理，定期安全审查，突发事件应急预案
技术安全风险	系统漏洞未及时修复、恶意代码/病毒攻击、网络入侵、设备硬件故障、数据备份缺失或失效	中长期	中等	系统中断或数据丢失可能导致业务停滞、运营损失及修复成本增加	定期漏洞修复与安全巡检，部署加密与访问控制技术，实施数据备份和恢复策略，持续更新安全防护平台
管理操作风险	员工安全意识不足、权限分配不合理、违规变更系统配置、应急响应不及时、第三方合作数据管控不当	中长期	中等	管理失误可能引发信息泄露或系统故障，增加业务运营风险和合规成本	加强信息安全培训与宣贯，明确岗位安全责任，规范操作流程，严格第三方数据管理制度
合规风险	未遵守《网络安全法》《个人信息保护法》等法规，个人信息收集/存储/使用/销毁流程不合规	中长期	低	可能面临监管处罚、罚款或业务限制，影响收入和品牌声誉	完善合规管理体系，定期内部审查与第三方测评，持续优化数据处理流程

信息安全与隐私保护风险识别情况



机遇类型	机遇说明	机遇发生的时间周期	机遇发生的可能性	对公司财务的影响说明	应对措施
运营机遇	完善的安全管理体系可降低业务中断损失，提升运营稳定性	中长期	高	运营稳定性提升，有助于减少损失并支持业务增长	数据分级保护、备份恢复、应急预案及演练机制完善，优化日常安全管理流程
技术机遇	部署加密、访问控制等技术可推动 IT 架构升级，为业务扩张提供安全支撑	中长期	高	安全技术升级可提高效率、降低风险成本，为业务拓展提供保障	持续技术投入，强化系统安全防护，升级 IT 基础设施，应用先进安全技术
合作机遇	规范第三方数据管控机制可拓展合规合作场景，降低合作风险	中长期	高	合作风险降低，业务合作机会增加，支持收入增长	严格第三方数据管理流程，签署合规协议，定期审查合作方安全情况

信息安全与隐私保护机遇识别情况





▶ 影响、风险和机遇管理

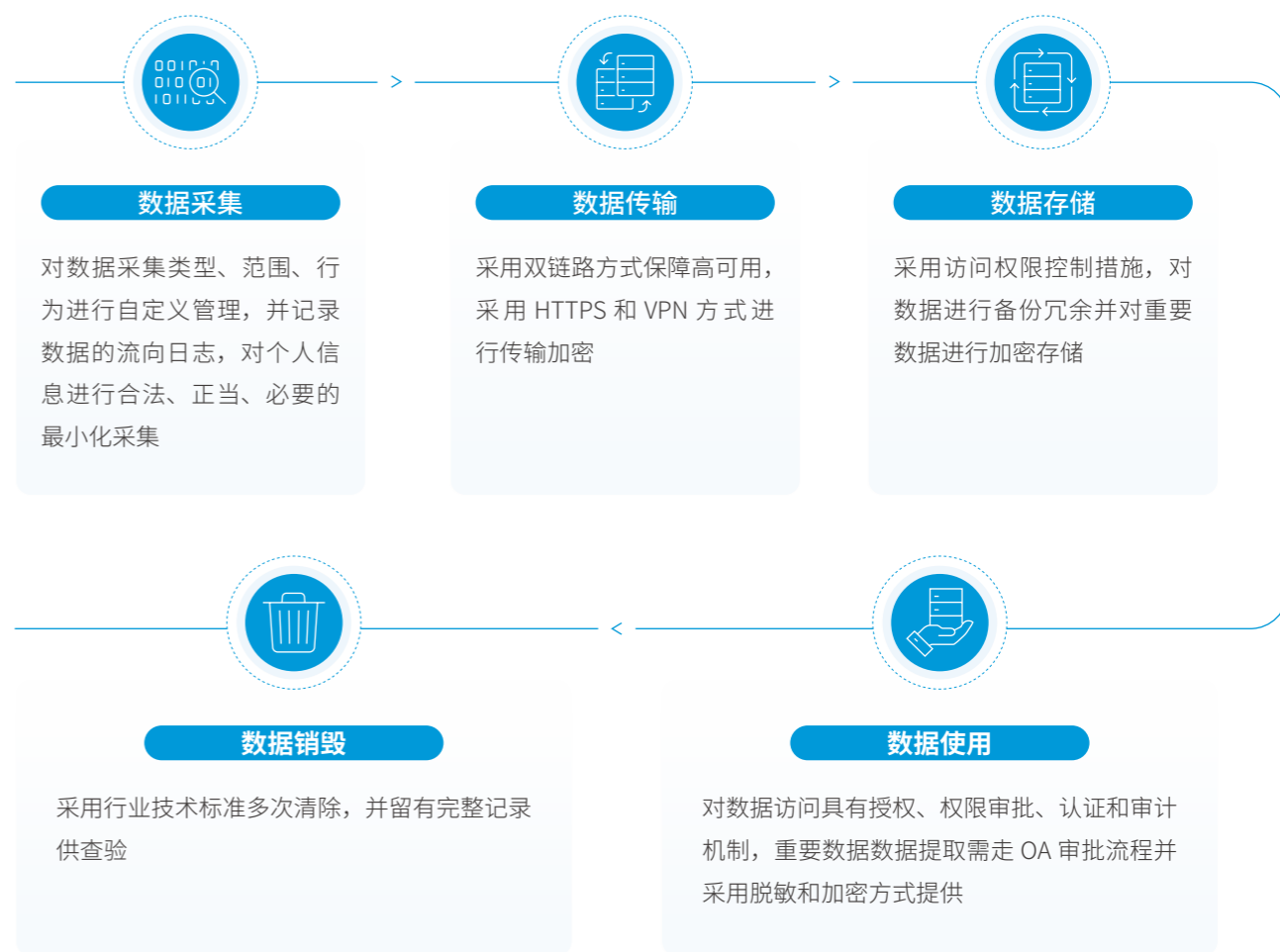
公司高度重视信息安全与个人隐私保护，将信息安全管理作为保障业务可持续发展和提升用户信任的重要基础。公司建立覆盖风险识别、风险评估、风险应对、监控与改进的完整管理体系，通过制度、技术、流程和培训等多维度措施，确保信息安全管理科学、规范、可持续。



信息安全平台建设

公司持续推进信息安全平台建设，构建覆盖数据全生命周期的信息安全管理体系统，包括组织建设、制度保障、数据资产管理、数据审批、管理审计、合作方管理、教育培训、举报投诉、应急响应及合规性评估等多个维度，实现统一规范管理，推动信息安全管理向标准化、流程化、体系化方向发展。

同时，公司在数据采集、传输、存储、使用、共享及销毁各阶段实施全生命周期安全管理，确保数据安全风险可控，为风险识别与评估提供基础。

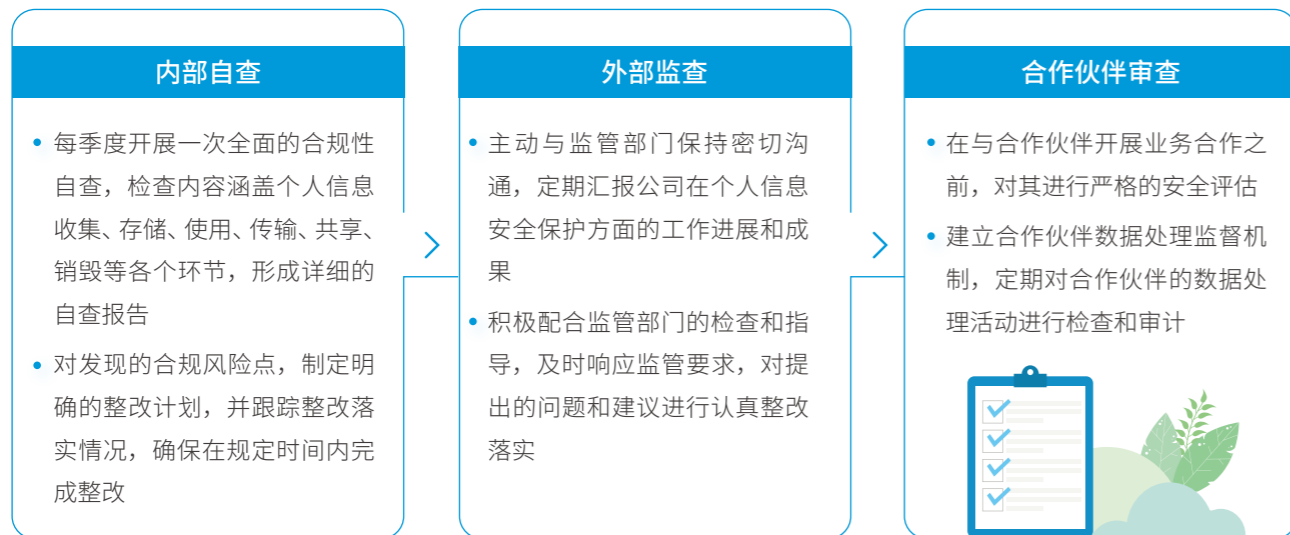


芒果 TV 数据全生命周期安全管理



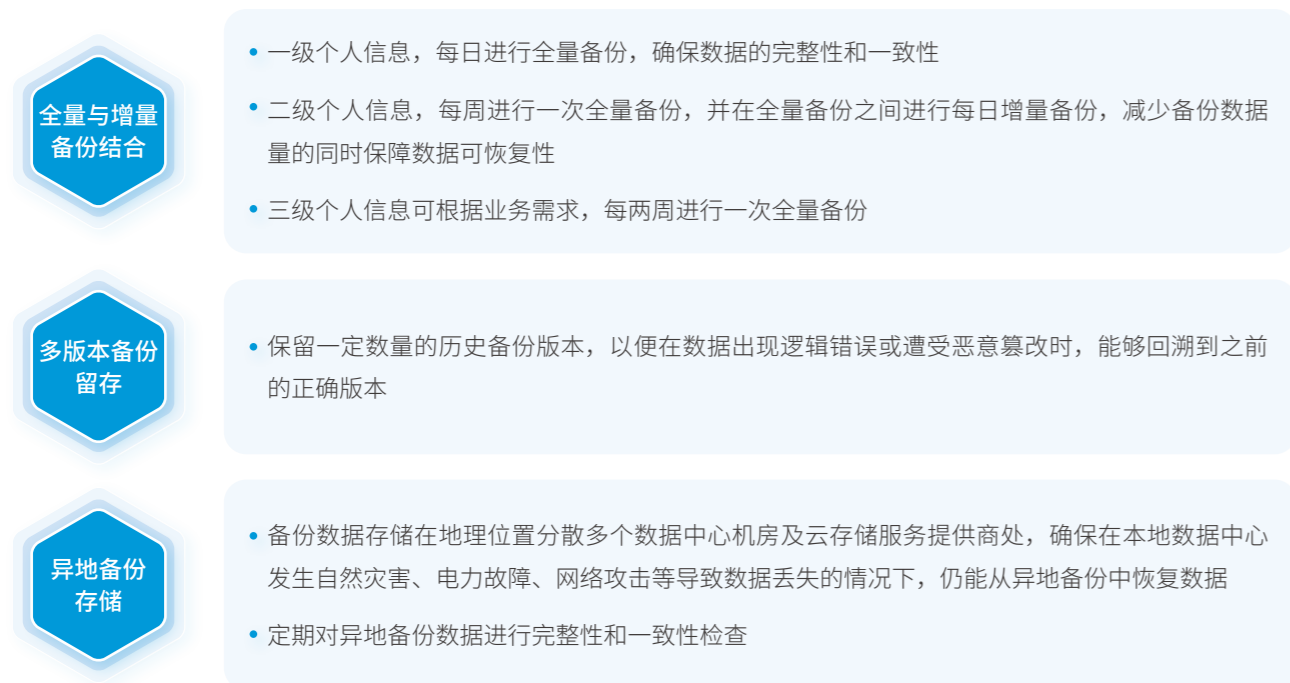
信息安全审查

为保障业务系统安全稳定运行，公司依据国家法律法规及行业规范，持续开展信息安全合规管理工作。按照网络安全等级保护要求，公司每年邀请第三方权威测评机构对业务系统开展等级保护测评，同时结合内部自查，及时发现并整改潜在风险隐患。通过常态化的信息安全审查与评估，公司不断提升系统安全防护水平和合规管理能力。2025 年，公司未发生重大数据安全或个人信息泄露事件。



快乐购信息安全审查

针对关键业务系统和重要数据，公司根据数据分级管理要求制定差异化备份策略，保障数据的完整性、可用性和安全性。公司结合数据的重要性和敏感程度，合理设置备份频率和存储方式，并定期检查和验证备份数据的有效性，降低因系统故障、操作失误或突发事件导致的数据丢失风险，保障业务连续性。



数据备份策略

信息安全应急管理

公司高度重视信息安全突发事件的应对能力建设，已制定并实施《安全播出和网络安全应急预案》《网络安全突发事件应急预案》《个人信息泄露应急处理方案》等多项制度文件，建立较为完善的信息安全应急管理体系。

为确保快速有效的应急响应，公司成立数据安全应急领导小组及应急工作小组，由首席技术官（CTO）担任组长，统一指挥各部门按职责分工开展处置，并通过分级响应机制明确网络攻击、信息泄露等事件的处理流程和要求。

同时，公司定期组织信息安全应急演练，对应急预案的有效性和可操作性进行检验和优化，不断提升快速响应和协同处置能力。一旦发生安全事件，公司将及时启动应急预案，采取有效措施控制事件影响，并依法依规向用户发布相关安全提示或公告，确保风险损失降至最低。



芒果 TV 应急处置流程

案例 信息安全应急演练，提升员工网络防护能力

2025 年 11 月至 12 月，芒果 TV 参与省公安厅“HW2025”攻防实战演习，演练期间公司作为攻击对象，全体员工加强网络安全防护和应急响应。演练重点包括防范网络钓鱼、阻止敏感信息泄露、严格控制办公区和设备安全，以及办公电脑自查与防护措施。通过实战演练，员工掌握网络威胁识别与应对流程，公司整体信息安全防护能力得到强化。



消费者隐私管理

公司高度重视用户隐私和个人信息保护，围绕个人信息合法、正当、必要处理原则，建立并持续完善消费者隐私管理制度体系。公司已制定并实施《小芒个人信息保护政策》《个人信息分级保护政策》等相关制度文件，对个人信息的收集、使用、存储、共享及保护要求进行明确规范。

通过制度约束、流程管理和技术防护相结合的方式，公司持续强化对用户个人信息的保护力度，防范因不当处理行为对消费者权益造成不利影响，增强用户对平台的信任度。

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。

信息安全意识宣贯

为提升全员信息安全与隐私保护意识，公司持续开展信息安全意识宣贯和教育培训工作，通过制度宣讲、专题培训、内部沟通等多种形式，加强员工对信息安全法律法规、公司制度及岗位责任的理解和执行，为公司数字业务的健康发展提供保障。

培训与教育

- 员工入职必须接受安全培训，在职员工定期开展安全知识更新与技能培训
- 每年至少 1 次应急演练，提升风险防范意识
- 鼓励员工参加外部专业培训和认证考试，对取得相关资质的员工给予一定的奖励和晋升机会

行为规范

- 明确员工操作准则，禁止共享账号、私自卸载安全软件、违规使用移动介质等行为
- 建立员工安全表现与绩效考核挂钩机制

离职与调岗管理

- 及时回收离职 / 调岗人员的资料与系统权限，要求签署保密承诺，严防信息外泄

员工信息安全管理

案例 金鹰卡通与集团技术调度中心共研“AI+ 互动+ 虚拟”

2025 年，金鹰卡通与集团技术调度中心成功举办技术交流分享会。会议聚焦前沿制作技术与创新应用，旨在深化双方在数智化内容创作领域的合作，并重点介绍了其在“AI + 互动 + 虚拟”数智化制作体系方面的持续深耕与突破，特别是备受瞩目的“时空凝结 3.0”技术所取得的新进展。同时，中心详细展示了全新虚拟棚所具备的顶尖技术实力与应用潜力。



案例 金鹰卡通 OA 系统培训推动数据安全落实

2025 年，金鹰卡通生产中台中心会同行政人事中心，将数据安全要求融入 OA 系统培训，通过跨部门协作推动员工在日常办公中落实数据安全规范。培训帮助员工理解数据安全要求，提升在办公系统操作中的安全意识，推动信息安全管理在日常办公场景中的贯彻落实。



OA 系统使用及数据安全培训照片

指标和目标

公司以“合规为先、风险可控、权益保障”为核心目标，构建系统化的指标体系和管理机制。通过明确管理指标和绩效标准，公司对信息安全风险、个人信息保护及业务连续性进行持续监控与评估，确保各项措施有效落实，推动风险防控、合规管理和用户权益保护同步提升。

具体指标和绩效情况详见本报告“关键绩效指标表”。

目标	2025 年目标完成情况
合规达标，确保客户隐私保护完全符合《个人信息保护法》《数据安全法》及行业监管要求	已完成
风险防控，通过技术升级（如数据加密、脱敏）与流程优化，实现客户敏感数据泄露风险发生率降至 0	已完成
权益保障，明确客户数据查询、更正、删除等权益的响应机制，客户隐私权益咨询解决率达 100%	已完成

芒果 TV 数据安全与客户隐私保护相关目标



行业创新 价值引领



芒果超媒坚持以创新驱动发展，将创新理念贯穿公司治理、战略规划、风险与机遇管理以及指标与目标等关键环节，系统推进创新体系建设。通过完善制度保障和组织机制，公司不断夯实创新基础，推动技术进步与业务发展协同演进。同时，公司积极开展行业交流与产学研合作，关注前沿技术和产业趋势，促进创新资源共享与能力提升，持续增强核心竞争力，为实现高质量发展和可持续价值创造提供支撑。

科研项目	项目名称	组织单位
2025 年国家数据要素 X 总决赛—文化旅游赛道商业价值奖	《高质量音视频数据赋能文化内容智能生产，驱动主流媒体系统性变革》	国家数据局
2025 年国家高质量数据集先行先试项目	《芒果 TV 音视频行业高质量数据集》	国家数据局
2025 年国家算力强基揭榜行动	《芒果 TV 融合存算调度管理平台》	国家工信部
2025 年国家视听系统（音视频）典型案例	《基于多终端协同的综艺节目综合智能感知平台》	国家工信部
2025 年“全国智慧广电网络新服务”案例	《“大小屏智联·边看边练”—客厅“视听+健身”解决方案》	国家广电总局
2025 年湖南省“人工智能+”十大重点企业、十大应用场景	《湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司(文化创意)》 《大模型赋能音视频内容创作 (AI+ 音视频)》	湖南省人民政府、 湖南省工信厅
2025 年湖南省创新创业团队	《湖南广电国产“双 Vivid”标准制播关键技术研发和应用创新创业团队》	湖南省科技厅
2025 年芙蓉计划科技领军人才专题	科技赋能文化产业创新工程专题 - 卢海波	湖南省科技厅
2025 年湖南省先进计算典型应用案例	《芒果智能监测云平台解决方案》	湖南省科技厅
2025 年湖南省年度视听系统（音视频）典型应用案例	《基于多终端协同的综艺节目综合智能感知平台》 《芒果互动影游平台》 《“云导播·多屏同看”多维交互式直播视听系统》	湖南省科技厅

治理

公司将创新研发纳入公司治理体系的重要组成部分，围绕制度规范、风险可控和激励相容的原则，构建系统化、可持续的治理架构。公司建立完善的知识产权管理体系，明确由党建部负责制度建设、档案管理及日常管理，公共事务部负责商标、著作权及专利侵权维权与法务对接，确保创新成果合法合规并高效转化。

在科技伦理治理方面，公司成立由技术、法务和内容审核等部门组成的科技伦理审查工作组，系统开展新技术应用的伦理风险识别与评估，将科技伦理要求嵌入技术研发和应用全流程，有效防范潜在风险，保障技术创新与社会责任协调发展。

在创新人员治理上，公司构建多层次的技术人才架构，通过制度化人才引进、培养与激励机制，持续补充关键技术领域人才。通过跨界融合的培养模式，将工程师与内容制作深度融合，形成复合型创新团队，同时配套薪酬倾斜、专项奖励及优秀项目评选等机制，激发创新活力与持续研发动力。





战略

公司在推进创新研发战略过程中，充分认识到技术创新在带来发展机遇的同时，也可能伴随多维度风险。围绕研发投入、技术应用、合规治理和市场环境变化，公司从战略层面对创新研发相关风险进行系统识别与评估，并结合业务特点制定相应的应对措施，以增强公司在复杂环境下的可持续发展能力。

风险类型	风险说明	风险发生的时间周期	风险发生的可能性	对公司财务的影响说明	应对措施
技术迭代风险	技术更新速度加快，部分研发成果可能因技术路线变化或替代技术出现而面临应用受限	中长期	中等	可能导致研发投入回收周期延长，影响研发效率和资源配置	加强研发规划管理，关注前沿技术趋势，推动技术与业务深度融合，提高研发成果转化能力
市场与商业化风险	技术成果商业化进程受市场环境和用户需求变化影响，存在不确定性	中长期	中等	技术商业化进度不及预期，可能影响收入结构优化和长期增长潜力	持续跟踪市场变化，推进技术与业务场景协同，探索多元化应用路径
知识产权风险	在内容创作和技术研发过程中，存在侵权纠纷或知识产权保护不足的风险	中长期	中等	可能引发法律纠纷、赔偿支出或品牌价值受损	建立全链路知识产权管理与保护体系，加强版权审核、权利登记和侵权监测
科技伦理与合规风险	新技术应用过程中，可能涉及数据隐私、算法公平性、价值观传递等合规与伦理问题	中长期	中等	若管理不当，可能带来合规成本上升或声誉风险，间接影响经营稳定性	完善科技伦理审查机制，加强全流程伦理风险评估，强化数据保护与合规管理

创新研发风险识别情况

机遇类型	机遇说明	机遇发生的时间周期	机遇发生的可能性	对公司财务的影响说明	应对措施
产业升级机遇	影视制作和内容产业向工业化、数字化方向演进，推动生产方式和管理模式升级	中长期	高	有利于降低长期制作成本，提升规模化和标准化水平	完善研发和制作体系建设，推进流程优化和技术应用落地
国际化发展机遇	数字内容和技术平台助力文化产品跨区域传播，拓展国际市场空间	中长期	高	有助于拓展收入来源，优化业务结构，增强抗周期能力	加强技术平台能力建设，提升产品适配性和国际传播能力
品牌声誉机遇	坚持技术向善、强化科技伦理与知识产权保护，有助于塑造负责任、可信赖的企业形象	中长期	高	有助于提升品牌认可度和用户黏性，增强市场竞争力，并对长期经营和资本市场表现产生积极影响	将科技伦理和合规要求融入研发和运营全过程，加强信息披露与沟通，持续提升品牌公信力

创新研发机遇识别情况

影响、风险和机遇管理

公司将创新研发纳入战略管理的重要组成部分，系统识别、评估和管理技术创新过程中可能产生的风险与影响，同时把握由技术进步带来的发展机遇。通过建立制度化的研发规划、知识产权管理和科技伦理治理体系，公司在全流程中强化合规性、风险防控和成果可持续性。公司注重研发与业务、内容和市场的深度融合，确保创新活动不仅能够推动技术进步和商业价值提升，也有助于维护社会责任、数据安全及受众利益，实现创新研发在战略、合规与可持续发展层面的多维价值。



知识产权保护

公司将知识产权管理提升至战略高度，建立完善的知识产权运营与保护体系，覆盖版权、商标、专利等多个领域。通过明确职责分工，形成科学、规范的管理机制。公司在研发和内容创作全流程中严格执行知识产权保护措施，预防和应对潜在侵权风险，确保创新成果合法合规运营。



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，进行定期商标监测，对芒果近似侵权商标采取等维权措施，防止核心品牌被淡化
- 通过扩展业务路线，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



版权 科学布局，构筑立体保护网

为加强知识产权风险管理，公司建立全链路立体化保护网络，覆盖从项目立项、研发、内容制作到成果发布的各个环节。公司提前开展商标布局和版权链审核，制定版权审核指引，确保核心知识产权元素来源合法、权属明确。与此同时，公司规范作品署名并进行版权登记，固定权利归属，并通过实时监测防范盗版和盗播等侵权行为，保障创新成果在创作、传播及商业化全过程中的合法合规性。



立项阶段

进行商标布局，提前锁定潜在优质市场。



内容制作阶段

严格执行版权链审核流程，制定并发布《公司版权链审核指南》，确保核心 IP 所涉元素来源合法、权属清晰，为 IP 产业链开发扫清障碍。



内容创作完成

及时进行版权登记并规范作品署名，以固定版权作品权利。



内容播出阶段

对网盘、浏览器等网络渠道实行盗版监测，并对反复、恶意侵权行为提起民事诉讼，以精准打击盗版。

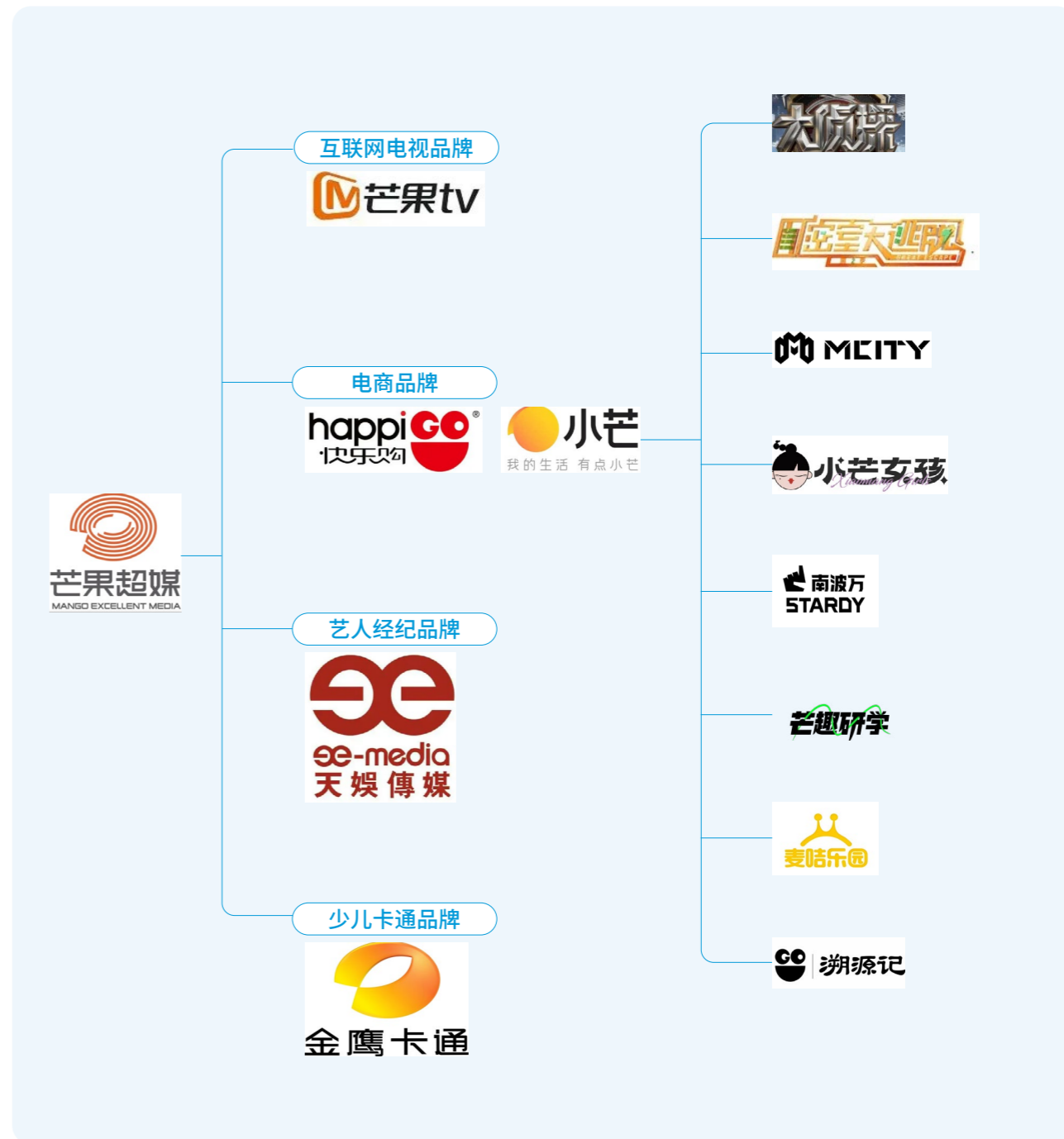


商标 战略培育，提升芒果品牌价值

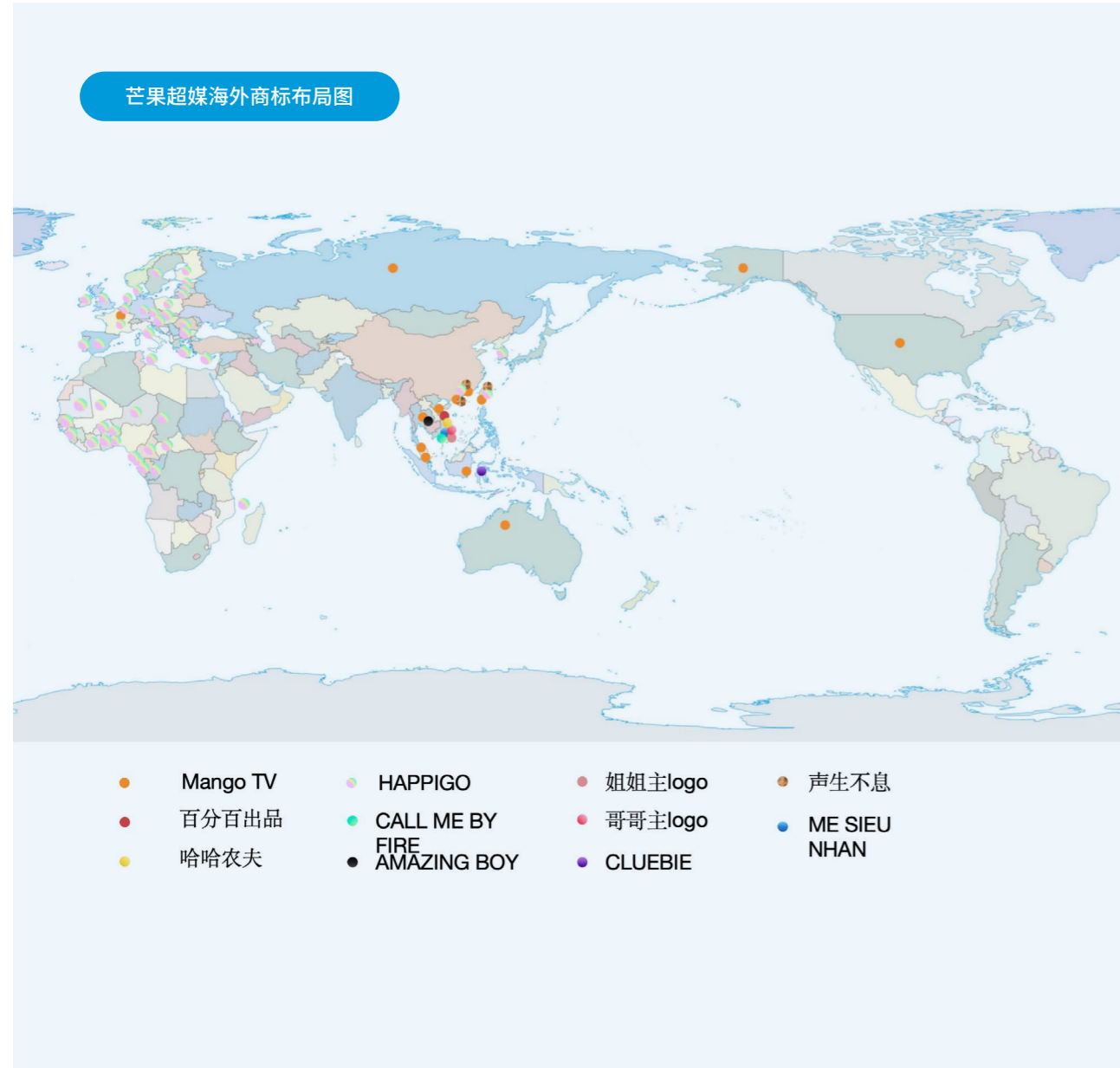
公司进一步强化商标管理与品牌价值培育，围绕核心品牌资源构建系统化管理体系。

在品牌体系建设方面，公司对商标及品牌资产实施分级分类管理，构建以“芒果系”和“快乐系”为核心的品牌矩阵，对一级核心商标实行集中统一管理，有效避免内部重复申请及潜在冲突，提升商标管理的规范性与协同效率。

在品牌培育方面，公司结合业务发展持续推进品牌孵化，通过拓展多元业务场景，培育“Mcity”“小芒女孩”“南波万”等衍生品牌，形成主品牌与子品牌协同发展的格局，实现品牌之间的相互赋能与价值提升。



在国际化布局方面，公司紧跟业务出海步伐，持续推进海外商标注册与保护工作，“MangoTV”主品牌及《乘风破浪的姐姐》《披荆斩棘的哥哥》等核心节目商标已在重点业务国家完成布局，为国际业务拓展提供有力支撑。



在商标保护方面，公司建立常态化监测机制，定期开展侵权风险排查，并针对与“芒果TV”“快乐购”等核心品牌近似的侵权行为，依法采取商标异议、行政投诉及民事诉讼等措施，切实维护品牌权益，防止核心品牌被淡化。

专利 激励创新，布局专利保护屏障

围绕 AIGC、音视频播控、虚拟拍摄等重点研发项目开展系统性专利布局，择优推荐多项专利通过 PCT 途径进入新加坡、美国等海外国家，持续强化公司科技创新核心竞争力，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。

同步推进授权专利分级管理，深化专利技术与业务项目的精准适配，加速技术成果向业务价值转化，为创新激励机制落地提供坚实支撑。同时，以制度规范固化创新激励体系，充分激发员工创新内生动力，常态化举办优秀专利表彰活动，构建长效创新生态，全面提升公司专利质量与整体创新实力。

专利总体概况

2015-2025年，芒果TV申请专利 **1700+** 件（发明占比约75%），获得授权 **715+** 件，授权发明占比约55%。主要涉及AI算法、大数据分析、内容推荐系统、视频编码技术等多个前沿技术领域。目前，大多数发明专利已在业务场景中落地应用，显著提升了公司的技术竞争力和用户体验，为公司带来了显著的经济效益和社会效益。

1700+ 专利申请

715+ 授权专利

专利总体概况

- AI算法
- 大数据分析
- 内容推荐系统
- 视频编码技术
- 虚拟拍摄
- 音视频播控
- 终端设备
- 用户交互
- 市场运营

专利激励创新，布局专利保护屏障

同步推进授权专利分级管理，深化专利技术与业务项目的精准适配，加速技术成果向业务价值转化，为创新激励机制落地提供坚实支撑。同时，以制度规范固化创新激励体系，充分激发员工创新内生动力，常态化举办优秀专利表彰活动，构建长效创新生态，全面提升公司专利质量与整体创新实力。

专利激励创新，布局专利保护屏障

同步推进授权专利分级管理，深化专利技术与业务项目的精准适配，加速技术成果向业务价值转化，为创新激励机制落地提供坚实支撑。同时，以制度规范固化创新激励体系，充分激发员工创新内生动力，常态化举办优秀专利表彰活动，构建长效创新生态，全面提升公司专利质量与整体创新实力。



管理 数智赋能，构建系统管理矩阵

为提升知识产权资产管理效率，公司自主研发版权管理系统与商标管理系统，并引入定制化专利管理系统，实现对各类知识产权的系统化管理与动态追踪，为知识产权的开发、保护与运营提供有力支撑。在此基础上，公司持续积累并完善知识产权体系，已形成涵盖商标、专利、版权等多类型的知识产权组合，并拥有丰富的版权作品资源。

培训 多维赋能，构筑交流共进高地

公司持续构建开放、专业的知识产权生态，常态化举办专题培训与主题论坛。围绕人工智能版权、专利挖掘、版权出海等前沿议题，组织开展《人工智能版权问题综述》《专利申请及创新挖掘专题培训》等系列内训，并打造“AI之声，声生不息”主题论坛。通过以培促学、以论促研，不断提升全员知识产权保护意识与专业运营能力，为内容创新与产业发展提供坚实支撑。

关键绩效

截至 2025 年末

芒果超媒共拥有注册商标

4,391

件

持有有效专利

790

件

作品著作权登记

1,299

件

计算机软件著作权登记

307

件

库内有效版权作品

10

万余件

知识产权主题培训



《人工智能版权问题综述》培训



《专利申请及创新挖掘专题培训》

版权管理系统

商标管理系统

专利管理系统



“AI之声，声生不息”知识产权主题论坛交流会



《版权出海实务及合规要点》专项培训



遵守科技伦理

公司成立人工智能科技伦理审查委员会，对新技术和人工智能项目实施全流程伦理风险评估。在技术立项、原型测试及上线阶段，公司重点关注目标受众安全、数据隐私及价值观传递，确保体验设计兼顾受众身心健康与社会主流价值。在人工智能技术应用中，公司严格规范智能内容生成、用户画像建模及推荐算法流程，防范算法歧视、隐私泄露及唯流量导向行为，并完善数据脱敏与匿名化机制。与此同时，公司积极推进自研大模型备案工作，探索建立伦理风险评估指标体系，参与行业科技伦理标准建设，强化合规管理，从而实现技术创新与伦理治理的协调发展。

案例 承办马栏山文化科技伦理论坛，推动行业伦理治理

2025 年 10 月，芒果 TV 承办马栏山文化科技伦理大会，邀请中国人民大学、复旦大学、同济大学等高校专家学者参与。大会围绕文化科技融合数据伦理、AI 应用与智能向善、科技伦理教育与人才培养等主题开展深入讨论，推动学术交流与实践探索。通过会议，企业厘清 AI 应用和数据治理的伦理边界，为科技向善理念落地提供理论支撑和行动路径，强化芒果 TV 在文化科技产业中的伦理责任与合规实践。



2025 马栏山文化科技伦理大会

指标和目标

围绕创新研发与国际化发展的战略方向，公司围绕自主平台建设和技术赋能的发展方向，结合自身业务实际，设定以“打造党管国有、具有全球传播力影响力竞争力的数智化平台型媒体集团”为战略目标。导向的阶段性目标。公司不定期对相关目标的推进情况进行跟踪评估，并根据内外部环境变化进行动态调整，以确保创新研发活动在合规、安全和可持续的前提下稳步推进。

相关数据绩效指标及年度表现情况详见本报告“关键绩效指标表”。

行业共进

公司通过产学研、行业交流与合作，构建技术创新、人才培养与产业应用相互支撑的协同生态。依托开放互动与资源共享，公司不断提升创新能力与行业影响力，推动文化与科技的深度融合与高质量发展。



行业交流

公司积极参与各类行业交流活动，搭建开放平台促进知识分享与经验互鉴。通过多渠道、多形式的交流，公司不断汲取前沿技术与创新理念，提升团队视野与创新能力，推动文化与科技融合发展的持续进步。

案例 CCBN2025 展会展示芒果 TV 科技文化融合成果

2025 年 4 月，第三十一届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN2025）在北京首钢园举办。芒果 TV 响应国家广播电视总局“科技赋能文化，创新驱动发展”号召，精心打造五大主题展区、14 个展项，全面展示从内容智造到全球传播的科技文化融合生态。展会呈现芒果 TV 在媒体融合、技术创新及全球化传播方面的实践成果，推动行业交流合作，为广电科技高质量发展提供示范。



中国国际广播电视信息网络展览会



案例 芒果 TV 文化产业博览会亮相，推动数字文创与全球传播

2025 年 5 月，第二十一届中国（深圳）国际文化产业博览交易会在深圳举办，湖南广电作为承办单位重磅亮相。展会集中展示芒果 TV 在文化与科技融合方面的创新成果，彰显芒果 TV 推动文化传承与全球传播的能力，提升数字文创影响力。





案例 参与全球产品经理大会，推动技术能力与创新实践提升

2025 年全球产品经理大会在北京举办，由 CSDN 与 Boolan 联合主办，汇聚全球互联网与科技产品领域专家。芒果 TV 派出 8 名产品技术团队成员参会，围绕生成式 AI 与产品创新趋势开展学习与交流，深入掌握 AI 技术落地、智能体设计及商业化应用经验。此次参会强化了团队技术能力和创新实践水平，推动芒果 TV 在产品研发与智能化创新领域持续领先。



2025 年全球产品经理大会

行业合作

公司注重与行业伙伴及科研机构建立协作关系，构建合作创新生态。通过技术合作、联合研发和人才培养等模式，实现资源共享与优势互补，推动技术创新落地和产业升级，强化在文化科技融合领域的行业影响力。

案例 芒果 TV 携手阿里云共建 AI 实训推动技术落地

2025 年 12 月，芒果 TV 产品技术团队携手阿里云举办“AI 应用开发实训营”，面向公司技术骨干开展场景化教学与实战演练。培训重点强化 AI 开发实战能力，攻克业务落地中的技术瓶颈，共吸引 60 余名技术骨干参与。此次合作不仅提升了团队在 AI 技术应用与开发方面的能力，也加速了 AI 技术在芒果 TV 业务场景的落地。



芒果 TV & 阿里云 2025 年 AI 应用开发实训营



案例 金鹰卡通麦咕乐园与河南博物院合作，创新文旅体验

金鹰卡通麦咕乐园联合河南博物院推出“麦咕侦有趣”项目，以 IP 形象“麦咕”为核心，开发实景寻宝 AR 互动平台，融合文博、文旅、文创，构建三位一体的数字化文博体验。项目首创国家级博物馆互动剧游场景，将展品与 AR 技术结合，通过剧本游戏形式让孩子参与体验，提升文化认知和互动参与感。该合作创新了博物馆参观方式，增强公众对中国文化的兴趣与认同，为推动文旅数字化融合提供新模式。

产学研合作

公司通过深化校企合作与产教融合，构建了技术研发、人才培养与应用实践相互支撑的产学研协同体系。依托高校和科研院所，公司将前沿科技与文化传媒深度融合，通过实践项目和培训体系实现科研成果落地与产业应用，推动技术创新与人才培养的双向互动。同时，金鹰卡通旗下芒果童学将产学研理念延伸至青少年教育，实现研学项目、艺术实践与媒体展示的紧密结合。

合作单位

合作事项

北京第二外国语学院

成立智能影视翻译联合实验室，攻克影视内容出海的语言与本土化难题，显著提升中国作品的国际传播效能

上海交通大学
湖南大学

围绕智算资源共享、多模态人物视频生成大模型加速与量化等方面积极开展合作

长沙学院

合作落地虚拟拍摄产教融合项目，将自研系统引入教学实践，为行业培养前沿技术人才

湖南大众传媒职业技术学院

开展院校双师型 AIGC 视听创制师（中级）师资培训，积极响应国家文化产业数字化战略，不断填补 AIGC 视听人才缺口

芒果 TV 院校合作项目





责任采购 共享价值



芒果超媒坚持责任采购和可持续管理理念，完善供应商管理与安全体系，推动供应链规范运行与风险可控。在合作中，公司秉持公平、公正、诚信原则，强化对供应商的评估、考核与支持，保障供应链稳健可靠，同时平等对待中小企业，促进供应链各方长期合作与可持续发展。

供应链管理

公司以依法合规和责任采购为核心，制定《采购管理办法》《小芒平台商家入驻及商品资证标准》《小芒平台商家合作终止规则》，建立健全供应商管理体系，明确采购范围、流程规范及权责分工，确保采购活动全流程规范运行。在供应商管理中，公司实施严格的准入准出机制，对供应商资质、信用及履约能力进行审核和评估；同时建立定期考核制度，评价供应商的服务质量、履约表现和合规情况，并根据考核结果进行分类管理；对于不符合标准或存在重大风险的供应商，公司可启动退出机制，及时停止合作，防止重复合作或潜在风险累积。



关键绩效

报告期内

小芒电商对供应商进行月度考核，考核覆盖率达

100%

2025 年 1-12 月平均合格供应商比例为

100%

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湖南广电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中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。

芒果 TV 采购控制举措

供应链安全

在供应商安全管理方面，公司注重供应链韧性与可持续性，通过多品类供应商布局、合理设置安全库存、精选物流合作伙伴及开展供应商培训等措施，确保供应链各环节平稳运行。公司通过制度化管理和持续沟通，提升供应商执行能力与合作水平，推动供应链高效运转，为公司业务连续性和长期可持续发展提供有力支撑。

多品类供应商布局



在商品品类管理方面，小芒电商结合业务特点，合理分散供应来源，避免对单一供应商形成过度依赖。针对核心商品品类，平台通过引入多家符合准入要求的商家开展合作，提升供应稳定性和风险应对能力。

安全库存设置



小芒电商结合商品重要性、销售节奏及供应保障情况，对重点商品合理设置安全库存水平，提升库存管理的稳定性与风险应对能力。

物流合作伙伴选择



小芒电商通过引入多家物流服务合作方，并综合考量其服务质量、配送覆盖范围及运输保障能力，提升物流服务的稳定性和可靠性。

小芒电商供应链安全保障措施

案例 商家培训体系建设，运营能力与平台协同提升

2025 年，小芒电商依托线上渠道持续开展入驻商家培训工作，平台运营团队及相关商家参与。培训通过微信公众号集中发布运营指引与规则解读，并结合商家经营情况开展“一对一”定向资料推送与沟通辅导，内容涵盖店铺搭建、后台操作及平台规则等实务要点。通过系统化、分层次的培训安排，帮助商家提升运营认知和实操能力，增强平台规则理解度，促进商家合规经营与平台协同发展。



入驻指引

小芒商家服务	
商家入驻流程介绍-一件代发模式	一件代发入驻
商家入驻流程介绍-POP模式	POP模式入驻
小芒平台商家入驻及商品资证标准	入驻资质要求
商家入驻-履约资质要求指引	
商家入驻常见问题-品牌篇	高频问题
商家入驻常见问题-企业主体资质篇	入驻常见问题

供应商入驻指引



▶ 供应商可持续

公司持续完善采购与供应商管理机制，将规范采购和可持续发展要求逐步融入供应商合作与管理过程中。公司通过采购业务全流程管理，落实阳光采购理念，推动采购活动规范、有序开展，并以廉洁要求作为供应商合作的重要基础。

在供应商合作中，公司要求相关方签署廉洁协议，明确双方在合规经营和商业道德方面的责任与义务，促进形成透明、诚信的合作环境。同时，公司在供应商准入和合作管理中逐步关注其在环境、员工权益、安全管理和商业道德等方面的基本表现，引导供应商提升可持续发展意识，推动构建稳定、负责任的合作关系。

▶ 平等对待中小企业

公司在经营合作中坚持公平、诚信原则，依法依约开展业务往来，注重与中小企业建立稳定、规范的合作关系。公司严格按照合同约定履行付款义务，保障合作方的合法权益。报告期内，公司未发生应支付而未支付的账款情况，切实维护了中小企业的合理利益，促进产业链合作的健康、可持续发展。



芒果超媒坚持以人为本，以“天生青春”文化为内核，构建与战略、业务深度适配的员工发展体系。公司通过完善人才引进培养机制、保障员工权益、优化福利与职业健康安全管理，提升员工归属感与幸福感。同时，公司以多元人文关怀为纽带凝聚员工价值共识，推动企业文化深度落地，进而同步提升品牌对人才的吸引力与组织向心力。

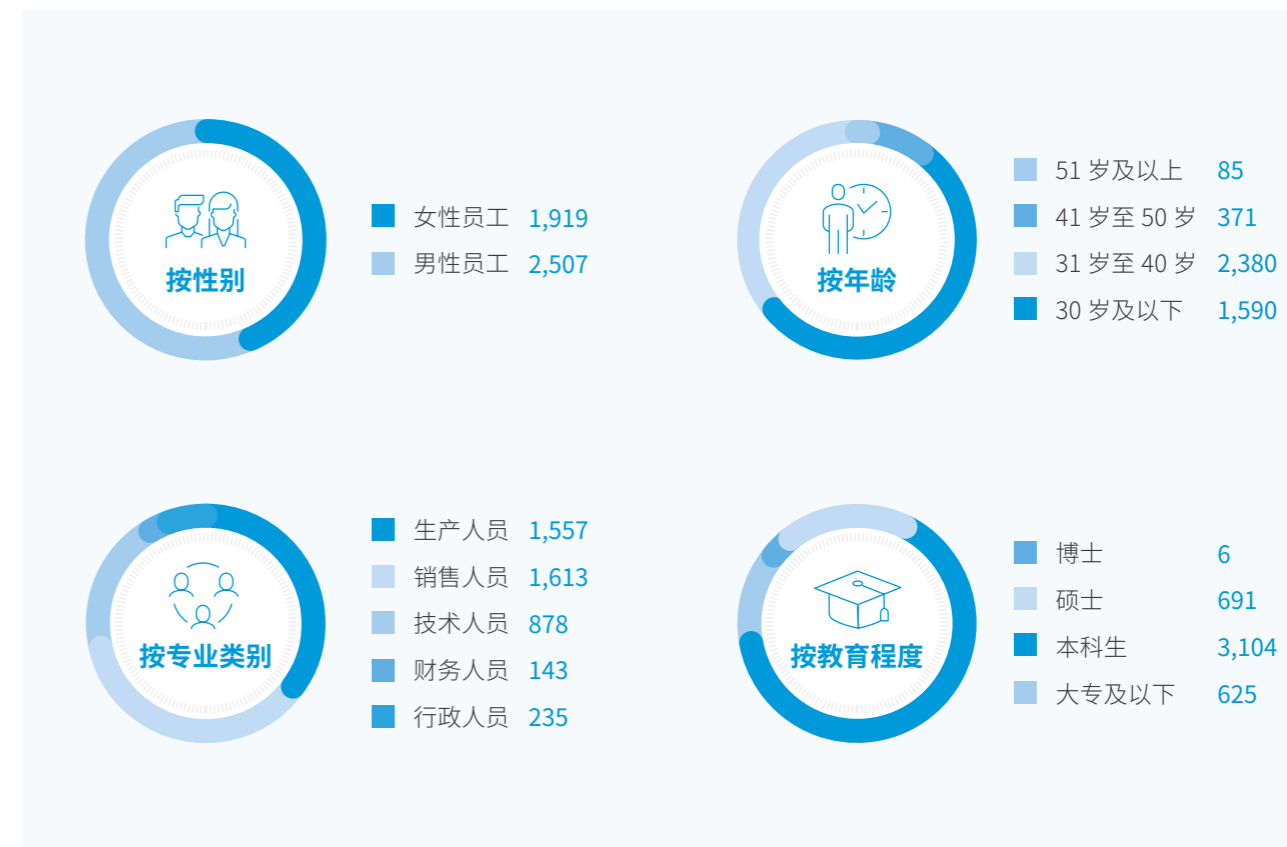
▶ 员工合规雇佣

公司坚持公开、平等、竞争和择优的招聘及选拔原则，致力于为员工营造公平的就业及发展环境。以人才优先发展战略为核心，公司建立与企业发展战略相匹配的人才培养体系，促进员工与企业共同成长的良好生态。



员工雇佣

公司严格遵守《劳动法》《合同法》等相关法律法规，禁止雇用童工，并确保实现性别薪酬平等，坚定维护女性员工的合法权益，营造和谐的工作氛围。此外，公司通过制定《劳动合同管理办法》等内部规章，与员工依法建立合规平等的劳动关系，明确员工行为规范与权利义务，实现用工管理的标准化、规范化，为稳固劳资关系、保障双方合法权益筑牢坚实的制度屏障。



🌐 2025 年员工构成





薪酬体系

公司构建公平合理的薪酬管理体系，有效吸引、培育并留存优秀人才，为发展提供优质充足的人力资源保障，助力经营目标的达成。公司制定《薪酬福利管理办法》，明确了员工薪酬制度的总体原则、薪酬结构及比例、薪酬发放、特殊薪酬类型和其他特殊情况，以价值贡献度为导向，坚持效益优先、兼顾公平的原则，实现员工利益与部门业绩、公司业绩深度关联。

绩效申诉渠道与反馈机制

公司依托数字化系统建立了清晰的绩效结果确认流程，涵盖绩效确认时间、员工绩效提交与审核、评分等环节。为保障员工合法权益，公司建立了绩效申诉机制，员工如对考核结果存有异议，可向人力资源中心及相关委员会提出申诉，由其受理与处理，以确保考核结果的客观公正。绩效结果报批完成后，各中心（部门）会依据考核情况组织绩效面谈，并重点关注绩效成绩在合格标准以下的员工，通过建设性沟通共同制定改进计划，从而促进员工的成长与发展。

员工培训与发展

公司坚持以人为本的发展理念，将员工培训与发展作为提升组织能力、支撑业务长期发展的重要基础性工作。围绕文化传媒行业对复合型、创新型人才的需求特点，公司持续完善员工培养机制，通过系统化培训、职业发展通道建设和人才激励安排，促进员工能力提升与个人成长，实现员工发展与公司战略目标的协同推进。

治理

公司及下属子公司将员工培训与发展相关工作纳入人力资源管理体系统筹推进，制定《人力管理制度》《干部选拔与任用管理办法》《晋升管理办法》等制度文件，由管理层牵头组织实施，人力资源部门负责具体规划、协调与落地执行，并结合业务发展需求和员工队伍结构，持续优化培训与人才发展管理机制，保障相关工作的规范性和持续性。



战略

从人才供给稳定性、组织能力建设及长期竞争力等维度，公司系统识别员工培养与发展相关的风险和机遇，重点关注核心人才流动、关键岗位能力匹配、内部培养效率以及人才梯队建设等关键因素，综合评估其发生周期、可能性及对经营和财务表现的潜在影响，并据此明确相应的管理方向和应对举措，为后续培训体系优化和人才发展策略实施提供决策依据。

风险类型	风险说明	时间周期	发生可能性	对公司经营和财务的影响说明	应对措施
核心人才流失风险	传媒行业竞争激烈，内容创作、技术及管理等关键岗位人才流动性较高，若培养和发展机制不足，可能导致核心人才流失	中长期	高	可能增加招聘和培养成本，对内容生产效率和业务连续性产生影响	完善“管理、专业和支持”三类职业发展通道，加强内部培养和激励，提升员工归属感
人才供给不足风险	新媒体技术、内容形态快速迭代，对复合型人才需求提升，若人才储备和培养节奏不足，可能影响业务发展	中长期	中等	可能制约业务扩展和创新能力，影响中长期竞争力	加强校园与社会招聘，持续开展“青芒计划”等人才选聘活动，提前布局人才梯队建设

员工培训与发展风险清单

机遇类型	机遇说明	时间周期	发生可能性	对公司经营和财务的影响说明	应对措施
人才能力提升机遇	系统化培训和发展机制有助于提升员工专业能力和综合素养，增强组织整体能力	中长期	较高	有助于提升运营效率和内容质量，形成长期价值	持续推进分层分类培训，加强培训深度，强化能力建设
雇主品牌与吸引力提升	完善的人才培养体系有助于提升公司雇主品牌形象，增强对优秀人才的吸引力	中长期	中等	有助于降低招聘成本，提升招聘质量	加强培训成果展示和员工发展沟通，帮助员工实现职业生涯发展

员工培训与发展机遇清单



影响、风险和机遇管理

公司将人才相关风险和机遇识别结果纳入现有人力资源管理流程，重点通过开展校企合作拓展人才来源，完善人才发掘与内部晋升管理机制，并结合岗位需求持续开展员工培训与能力提升，推动人才风险向组织发展机遇转化。

校企合作

公司通过深化校企合作，构建多层次人才培养与实践平台，依托高校学科资源与自身内容制作、传播及产业优势，推动产学研深度融合，在人才引进、实践教学、能力培养和就业衔接等方面形成协同机制，持续拓展青年人才培养路径，为公司高质量发展夯实人才基础。

案例 芒果 TV 与北京大学共建思政实践课教育基地，共推教育新模式

2025 年 6 月，芒果 TV 在长沙与北京大学地球与空间科学学院共建“思政实践课教育基地”，北京大学地球与空间科学学院授予芒果 TV “北京大学思政实践课教育基地”牌匾。合作依托芒果 TV 内容制作与传播优势，结合高校学科资源，探索思政教育与科普实践融合路径，并推进相关节目与实践项目落地，有助于拓展青年思想政治教育形式，提升校企协同育人成效。



“北京大学思政实践课教育基地”授牌仪式

案例 与湖南艺术职业学院签订战略框架合作协议

芒果 TV 与湖南艺术职业学院签订战略框架合作协议，双方将结合各自优势，校企双方将一同为“芒果 TV 人才培养基地”揭牌，并以“理想耀‘芒’‘艺’气风发”为主题，携手共创“梦工厂”，进一步推动产、学、研紧密结合，在专业建设、研发平台建设、校企实训基地建设、学生实习就业等方面深化合作。



人才发掘与晋升管理

为推动公司长期、健康、可持续发展，公司建立了完善的人才发掘与晋升机制，构建“管理、专业和支持”三类职业发展通道，推动员工个人发展规划与公司业务需求及战略目标相衔接，促进组织发展与员工成长协同推进。公司充分尊重员工职业发展意愿，通过内部轮岗机制，提供跨公司、跨部门调动，以及专业序列晋升和内部竞聘等多元化发展路径，为员工能力提升和职业发展创造良好条件。

案例 敢破界，耀新生，芒果 TV 开展 2025 年青芒特训营

2025 年 11 月，芒果 TV-2025 年青芒计划启幕，紧扣“文化+科技”战略内核，以青年培育为核心抓手，构建起公平开放、精准赋能的人才选育体系。青芒特训营将通过深度研学、导师带教与项目实战的培养体系，为青年人才搭建快速成长的平台，实现与公司的同频发展。



青芒计划启幕现场

案例 专业进阶，芒果 TV “星火计划”校招编剧练习生培养

2025 年 7 月，芒果 TV “星火计划”校招编剧练习生项目正式启动，来自多所专业院校的 8 名入选创作者参与开营与系统训练。训练营紧密围绕精品横屏中剧、热点剧场、文旅内容、红果横竖屏开发、AIGC 剧场等多维度，为练习生设立了丰富的创作实践方向，提升青年编剧的专业能力与行业认知，为平台内容创新储备新生力量，推动内容生态的可持续发展。



“星火计划”校招编剧练习生开营仪式

案例 金鹰卡通建立人才培养发展多通道，加强青年员工培养

金鹰卡通持续完善人才培养与发展多通道机制，着力为青年员工搭建成长平台，支持有意愿、有能力、有担当的年轻人才在实践中脱颖而出、承担更重要职责。2025 年，公司通过“四平台联动”竞聘机制，选拔多名 90 后年轻干部；同步推进“芒果青年英才计划”，加强后备人才梯队建设，并积极对接“青芒计划”，培育新生力量。公司注重为员工创造实现个人价值的条件，持续激发组织活力，推动青年人才在关键岗位和重要舞台上发挥更大作用。



待补充



培训能力提升

围绕公司战略规划与业务发展需求,公司以“芒果培训”线上培训平台为载体,依托内外部师资资源,系统构建涵盖通用能力、专业能力和领导力的三类培训体系。通过“线上与线下相结合、内部与外部相协同”的混合式学习模式,实现对员工全职业发展周期的覆盖,并有效支撑公司各业务板块的人才培养与能力提升。

培训类别	培训对象	培训内容
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、劳务外包人员	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。
	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

案例 金鹰卡通开展入职培训,覆盖多元用工群体

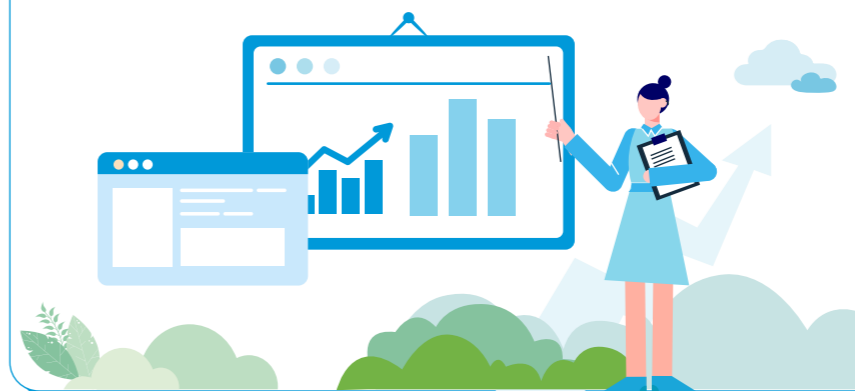
2025年7月,金鹰卡通组织开展第35期试用期员工、实习生及劳务外包人员培训,由行政人事中心人事与安保条线联合实施,共64人参与。培训内容涵盖公司制度、用工合规与安全管理要求,面向不同用工类型统一开展,帮助各类人员明确行为规范与岗位责任,体现公司培训体系对多元用工群体的全面覆盖,夯实规范化管理基础。



试用期、实习生、劳务外包人员培训

案例 大师课程体系持续升级,赋能员工能力提升

2025年度,芒果培训平台课程内容持续丰富,推出多门大师课程,包括AIGC系列《DeepSeek 重塑办公场景》《DeepSeek+Excel 双动力提效数据分析》《AIGC 梦工厂:从小白入门到进阶应用》《新技术、新媒介、新秩序:新消费时代的特征与逻辑》等新兴领域培训。相关课程紧贴技术变革与行业趋势,帮助员工提升数字素养与工作效率,拓展商业认知与思维边界,为组织能力提升与高质量发展提供支持。



线上大师课 - 《Deepseek+Excel 双动力提效数据分析》

案例 打造“芒果学术咖啡厅”学习品牌,促进业务转化

2025年,芒果TV“芒果学术咖啡厅”学习品牌全年策划并举办四期精品学习沙龙,邀请多位行业顶尖学者,围绕前沿议题开展深度分享与跨界对话。活动面向员工开放,搭建起兼具学术深度与实践导向的交流平台,引导员工将前沿思想与业务场景相结合,推动知识转化与能力提升。通过持续化、高质量的学习供给,该系列沙龙有效激发员工思辨与创新意识,全年累计赋能员工1,171人次,为业务发展提供智力支持。



芒果学术咖啡厅

案例 “芒果青春π对”主题交流活动,拓展内容创新思路

2025年5月,金鹰卡通组织开展第9期“芒果青春π对——动画市场的第N+1种可能性”主题交流活动,由行政人事中心、动漫事业中心联合策划,约150名员工参与。活动围绕动画市场趋势与内容形态创新展开分享与讨论,促进跨部门交流,激发员工对动画业务发展的多元思考,为提升内容创新能力与团队协同提供了有益支持。



芒果青春π对培训



学位课程与技能认证支持

在开展业务培训的同时，公司积极鼓励并支持员工通过学位课程与专业技能认证，强化员工综合胜任力，提升职业背景，为关键业务发展和组织长期成长提供稳定的人才支撑。

案例 实施青年人才计划，培养复合型骨干力量

2025 年，芒果 TV 围绕公司快速发展对青年骨干的能力需求，推进第二期“青年人才计划”，联合湖南大学工商管理学院创新开设“芒果 TV 青年人才湖南大学 Mini MBA 班”。项目以“变革、协同、实战”为核心，系统设置创新思维、团队领导力、人力与财务管理、营销创新等六大课程模块，通过校企协同教学强化理论与业务实践结合。项目共 47 名青年学员完成全部课程并获得湖南大学结业证书，有效提升了青年人才的综合管理能力与业务支撑能力，为公司中长期发展储备高潜力人才。



青年人才计划

案例 开展技能认证培训，夯实专业能力与技术支撑

公司积极鼓励员工通过技能认证提高专业能力，围绕关键业务能力建设组织开展多项技能认证培训。2025 年，芒果 TV 智能研究中心 4 名骨干工程师参加《网络与信息安全管理高级培训》，提升网络空间安全专业能力；宣传管理中心 30 名内容审核人员参加《网络视听节目审核员培训班》，系统强化节目审核规范与实务水平；系列认证培训有效提升了员工专业资质与岗位胜任力，为内容安全与技术迭代提供了有力支撑。



技能认证培训（节目审核员）

指标与目标

公司每年度统筹制定年度培训安排与培养重点，以持续完善培训体系与资源配置为目标，通过培训满意度调研等方式对人才培养与发展指标进行跟踪评估。

相关数据绩效指标及年度表现情况详见本报告“关键绩效指标表”。

员工权益与活动

公司重视民主管理与员工关怀，持续完善员工参与和沟通机制，充分保障员工知情权、参与权和表达权，营造开放包容的组织氛围。同时，公司通过多样化的员工关怀举措和文化活动，关注员工身心健康与职业体验，增强组织凝聚力与归属感，促进员工与企业的共同成长。

民主管理

公司致力于构建透明、开放、高效的组织环境，并为此建立了多层次、制度化的民主管理沟通体系，包括定期开展职工代表大会和员工满意度调查以倾听集体声音、常态化的线上线下即时反馈渠道保障日常沟通顺畅，以及充分保护隐私的匿名意见箱与专属热线，确保每一条声音都能被安全、真实地听见。公司秉持民主沟通旨在解决问题、创造共赢的理念，坚持对重要沟通成果进行闭环追踪，以推动对话转化为切实行动，这些实践共同构成了与员工携手构建健康、可持续的事业共同体的坚实基础。



民主沟通渠道

关键绩效

报告期内
公司面向全体员工开展满意度调查

覆盖
100% 员工





员工关怀

公司将员工关怀视为凝聚人心、赋能成长的重要纽带，制定《员工福利制度》，构建覆盖工作支持、生活关爱、情感慰藉与成长助力的全维度、有温度的福利体系。公司聚焦员工多元需求，以常态化举措回应工作生活中的实际关切，用精细化服务传递企业温暖，让关怀渗透到职业发展与日常点滴之中，持续增强员工的归属感、幸福感与情感共鸣，凝聚起同心同行的组织合力。

福利体系

公司严格恪守国家工时与休假相关规定，持续健全覆盖基础保障、健康守护与生活关怀的全方位福利体系。公司稳步落实五险一金、补充商业保险等核心保障，优化年度健康体检、带薪年假、节日福利等暖心举措，同步配套多元化员工关怀服务，以扎实完备的福利保障传递企业温度，切实增强员工的归属感与幸福感。



福利体系

女性关爱

公司高度重视女性员工福祉，坚持性别平等与人文关怀理念，构建多维度、有温度的女性专属关爱体系。公司通过推行灵活工作机制、专属健康守护、定制化特殊福利等针对性举措，精准回应女性员工在职场发展与生活平衡中的多元需求，让女性员工充分感受到尊重、关怀与赋能，为其职业成长保驾护航，切实保障女性员工合法权益与发展空间。

案例 赋能非遗女性，绽放芳华力量

2025 年 3 月，芒果 TV 芒果公益平台在三八妇女节推出“我自绽放·益路芳华”公益活动，聚焦非遗女性传承人，通过线上展示、故事讲述与互动募捐，展现女性在乡村振兴与文化传承中的核心作用。活动精准对接女性主题公益项目，吸引大量用户关注参与，有效助力女性弱势群体发展，弘扬新时代女性自信自强的精神。



妇女节公益活动

慰问帮扶

公司始终聚焦员工实际困难并提供及时、精准的支持。针对员工生活困境，公司通过专项慰问、物资帮扶等多元化举措，为员工纾困解难、传递温暖，切实彰显企业对员工的深切关怀。为困境员工筑牢坚实后盾，进一步拉近企业与员工的情感联结，助力构建和谐共生的劳资关系，持续强化员工归属感与组织凝聚力。

案例 新春慰问，暖心帮扶

2025 年 1 月，公司在芒果 TV 等子公司开展“2025 年春节送温暖慰问”活动，聚焦需重点帮扶及关怀的员工群体，对公司大病员工、困难党员、困难群众及省部级以上荣誉获得者等共计 10 人进行专项慰问。通过实地走访并送上新春祝福，将组织的关怀与温暖精准传递至每一位慰问对象手中，切实为其纾解生活困境、传递暖心力量。



春节慰问困难员工

文化建设

公司高度重视文化建设，将其作为凝聚团队共识、夯实企业发展根基的重要支撑。公司通过开展形式多样、内涵丰富的文化活动，搭建员工精神文化交流与价值认同平台，有效凝聚员工向心力，持续强化员工作为“芒果人”的归属感与幸福感，以文化软实力赋能企业稳健运营，为公司高质量发展注入持久的精神动力与组织活力。

案例 举办职工篮球赛，凝聚团队奋进力量

2025 年 10—11 月，芒果超媒组队参加第四届集团（台）芒 BA 职工篮球赛，芒果 TV、金鹰卡通通过多渠道直播互动吸引线上观赛 8.1 万人次，有效凝聚员工力量，展现职工团结拼搏风貌，强化团队归属感与凝聚力。14 支代表队同台竞技，历经 21 天 50 场激烈角逐，最终芒果 TV 斩获冠军。



职工篮球赛

员工健康与安全

公司高度重视职业健康与安全用工管理，持续完善相关制度和管理体系，将员工健康与作业安全融入日常运营与管理全过程。通过加强风险防控和安全意识建设，公司致力于为员工营造安全、健康、稳定的工作环境，保障员工身心健康，夯实企业可持续发展的基础。

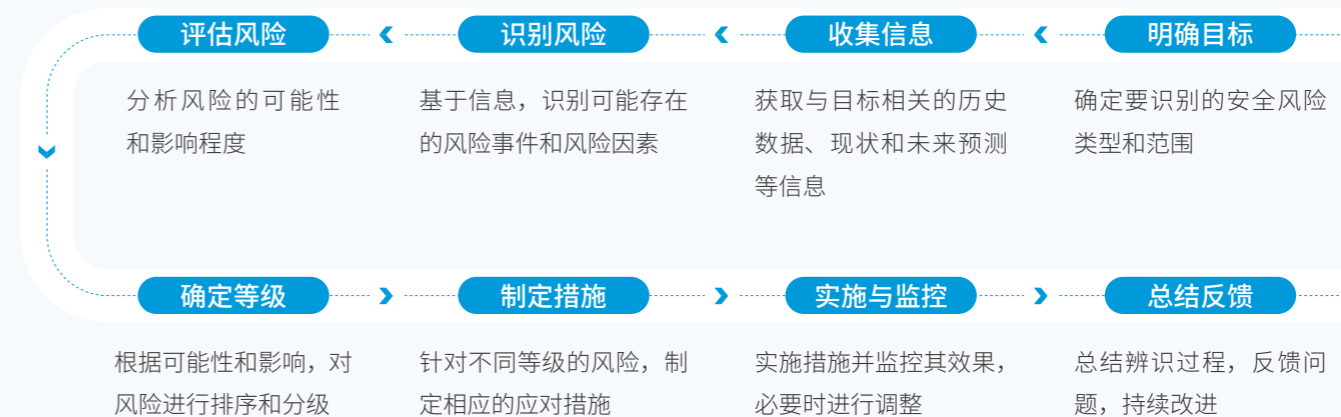
职业健康

公司将职业健康管理作为核心工作，建立并实施职业健康安全管理体，明确相关管理要求与执行流程，聚焦身心健康双重关怀，常态化组织专项活动，持续提升员工健康防护意识与风险防范能力，全方位筑牢职业健康安全防线，为员工安心履职与企业稳健发展提供保障。



安全用工

在安全保障方面，公司建立健全职业安全风险防控体系，系统化开展全流程安全风险识别、分级评估与动态监测工作，精准锁定各岗位、各环节潜在安全隐患及风险来源。同时，公司构建常态化、全覆盖的安全培训机制，配套完善应急预案体系并定期组织应急演练，切实提升全员安全防范意识与应急处置能力，为企业高质量发展筑牢坚实的安全屏障。



安全风险识别与防控流程

安全培训

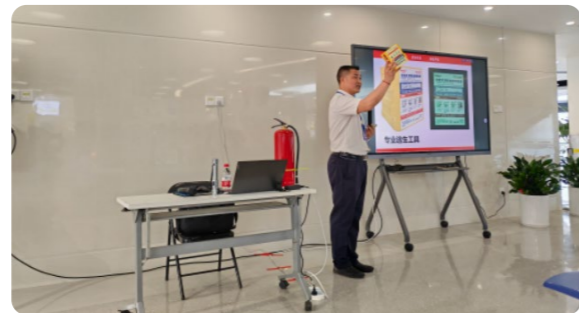
公司为夯实安全用工根基，定期开展安全培训，包括隐患排查、消防培训演练等核心要点，切实提升全员安全实操能力与责任意识，为企业安全运营筑牢防线。

案例 聚焦消防实操培训，织密安全生产防护网

2025 年 4-6 月，金鹰卡通组织全体员工开展消防安全知识培训。公司特邀壹玖消防服务中心老师授课，结合真实案例讲解火灾成因、隐患排查及应急策略，演示消防器材使用方法，有效提升全员消防安全知识储备与应急处置技能，强化安全责任意识，助力构建安全和谐的工作环境。



消防安全培训



案例 开工安全第一课，全员绷紧安全弦

2025 年 2 月，芒果 TV 响应相关部门及集团要求，成立专项工作小组，组织全体员工及外包人员开展“开工第一课讲安全”活动。活动采用集中授课、新媒体视频学习、隐患自查自纠等形式，赴《乘风·2025》节目现场督导安全，排查整改办公区消防、用电隐患，实现安全教育全覆盖，有效提升全员安全素质，夯实全年安全生产基础。



开工第一课



案例 云端推送 + 线下展播，强化全员安全意识

2025 年 4 月，芒果 TV 开展“全民国家安全教育，走深走实十周年”主题宣教活动。线上依托微信工作群推送图文解析与专题短视频，打造云端碎片化学习平台；线下设置主题展架，通过智能电子屏轮播宣教内容，构建沉浸式场景。活动营造浓厚宣教氛围，有效提升全员国家安全法治意识与责任意识。



全民国家安全教育日宣传



快乐购消防培训



快乐购消防培训及灭火演练



小芒电商网络数据安全意识培训



金鹰卡通消防培训



应急管理

应急管理是企业安全生产工作的重要支撑，是防范化解各类安全风险的关键抓手。公司制定《安全生产及消防应急预案》《突发性火灾事故应急预案》《反恐防爆突发事件应急预案》，严格落实上级主管部门及集团的工作部署，以各类安全主题活动为载体，开展实操演练等环节，强化应急技能实操，切实提升全员风险辨识与应急处置能力。

案例 4 分钟快速疏散，消防实操练真功

2025 年 4 月，金鹰卡通在安全生产工作领导小组部署下，组织消防安全员及安全保卫部开展灭火与应急疏散培训。培训后随即开展应急疏散演练，全体员工在 4 分钟内安全疏散至预定场地，还同步进行干粉、二氧化碳灭火器实操训练，显著提升了员工的安全素养与应急实战能力。



应急疏散演练

案例 开展反恐处突应急演练，提升安保队伍实战应对能力

2025 年 7 月，快乐购组织安保队伍开展反恐处突应急演练。演练聚焦突发事件应对实操环节，通过模拟实战场景强化安保人员处置流程熟练度。此次演练有效提升了安保队伍面对突发反恐事件的快速响应与实战处置能力，为日后同类情况的妥善应对积累了宝贵实战经验，进一步夯实了公司安全防护体系。



反恐处突应急演练

微芒汇善 共建美好



芒果超媒积极履行社会责任，持续参与乡村振兴和社会公益事业，将企业发展与社会价值创造相结合。通过开展多元化公益行动与支持举措，公司关注基层发展和民生改善，助力公共福祉提升，推动企业在服务社会、回馈社会中实现可持续发展。

乡村振兴

公司积极响应国家乡村振兴战略，结合自身作为传媒文化企业的资源优势和平台特点，探索多元化参与乡村振兴的路径。公司通过内容传播、品牌推广和资源协同等方式，关注乡村发展议题，助力乡村形象展示与文化传播，促进社会对乡村振兴成果和实践的认知与理解。

案例 公益传播参与“世外桃源的光影课”，助力乡村振兴与儿童文化发展

2025 年 5 月，天娱传媒艺人参与“世外桃源的光影课”公益观影计划，在儿童节节点通过内容传播与现场互动，向乡村儿童传递影视文化与成长关怀。相关活动以公益观影为载体，借助社会化传播扩大乡村儿童文化需求的公众关注度，强化公益议题的传播效果，推动更多社会力量关注乡村振兴与未成年人文化发展。





案例 乡村振兴助农行动实施，农产品销售与产业影响力提升

2025 年，快乐购围绕乡村振兴主题，采用“溯源直播+产地直采”模式，深入湖南、云南、新疆等农产品主产区开展助农活动，通过直播展示与直供销售相结合，推动农产品与市场有效对接。其中，西双版纳“拇指玉米”项目带动当地农户增收。“芒果振兴云超市”联动集团（台）“家乡有好物”宣传内容，开展“一县一品”专题推广，重点推介 14 个县域特色农产品，拓宽销售渠道，助力乡村特色产业发展。



助农直播

关键证书



快乐阳光、芒果 TV 公益活动相关荣誉

爱心传递

公司坚持以责任担当回馈社会，积极开展爱心传递公益行动，关注社会困难群体，在救灾帮困等领域持续投入力量，助力缓解民生困难，传递温暖与关怀。

社会公益

公司积极履行社会责任，统筹推进社会公益实践，围绕爱心传递、教育公益、志愿服务和文化公益等领域持续开展公益行动，将企业资源与社会需求相结合，推动公益事业与企业发展同向同行，持续创造积极的社会价值。



关键绩效

截至报告期末

芒果公益平台累计入驻公募组织

69 家

上线项目

134 个

累计募款总额超

4,468 万元

累计捐赠超

32 万人次

报告期内

金鹰卡通大屏公益播出占比商业广告达

35%

内容涵盖

20 余类 118 条主题系列宣传片

播出公益广告

10,826 条次

累计

8,120 分钟



案例 应急响应驰援西藏抗震救灾，支持灾区救援与安置

2025 年 1 月，西藏日喀则市定日县发生 6.8 级地震。芒果公益平台迅速启动应急响应，联合公募慈善组织紧急上线“驰援西藏日喀则地震”等 3 个公募项目，芒果 TV 同步调动全站资源开展传播动员，短时间内募集善款 80 余万元，用于紧急救援和受灾群众安置，体现了平台在突发事件中的快速响应、资源协同与社会动员成效。



驰援西藏抗震救灾



案例 迎春暖关爱困难地贫家庭，减轻患儿治疗与生活负担

2025 年，芒果公益平台联合多方公益力量开展地贫儿童关爱行动。1 月组织志愿者走进多家医院，为 26 名重型地贫患儿发放慰问金，并向全省困难家庭派送 100 份爱心礼包。5 月世界地贫日期间，平台捐赠 20 万元并慰问 20 户困难家庭，同步推出地贫科普内容及公募项目，累计筹集善款超 162 万元，用于重症地贫儿童救助与防治宣传。



关爱困难地贫家庭



案例 民生关怀聚焦“一老一小一困”，扩大公众参与与精准帮扶

2025 年 9 月，芒果公益平台围绕中华慈善日主题，面向“一老一小一困”群体上线“益心向阳 温暖万家”公募项目，并依托芒果 TV 全媒体矩阵开展传播动员，持续吸引社会公众参与。截至 2025 年 12 月，项目累计吸引超 7.2 万人次参与捐赠，募集善款突破 700 万元。同年 11 月，平台在益阳开展线下公益活动，通过公益课堂与物资慰问，将帮扶资源精准送达受助对象，推动民生关怀落到实处，是媒体平台践行社会责任、助力共同富裕的生动实践。



中华慈善日聚焦“一老一小一困”



教育公益

公司围绕教育领域公益需求，持续参与和支持教育公益活动，关注青少年成长与教育资源公平。结合自身资源与业务特点，公司通过内容支持、公益活动及协同合作等方式，助力教育公益项目稳步推进。

案例 品牌助学开展“微芒成阳”芒果公益助学季，汇聚青年参与与持续支持

2025 年 8 月，芒果公益平台延续助学品牌 IP 推出“微芒成阳”助学季，围绕困境学子成长故事策划系列助学项目，通过内容传播与公益动员相结合的方式，吸引年轻群体参与支持。活动共计 4,316 人次参与平台助学项目，线上线下筹集善款超 31 万元，为困境学子提供持续助学支持，并增强青年用户对公益行动的参与感与认同感。



2025 “微芒成阳”芒果公益助学季宣传海报

案例 心理关怀打造《化身铠甲 勇护他心》科普短片，扩大青少年心理健康传播

2025 年，金鹰卡通联合麦咭 IP 推出心理科普系列短片《化身铠甲 勇护他心》，以动画形式解析情绪管理与心理调适知识，面向儿童及青少年群体开展心理健康科普传播。系列内容通过平台矩阵上线推广，全网累计播放量超 5,000 万次，提升了心理健康议题在青少年群体中的讨论度与公众关注度。



《化身铠甲 勇护他心》公益宣传片



志愿活动

公司鼓励员工积极参与志愿服务，围绕社会关怀与公共需求，持续开展形式多样的志愿活动。通过组织引导与资源协调，公司支持员工在教育支持、社区服务及公益活动中发挥积极作用，推动志愿服务与日常工作相结合。

案例 志愿服务开展“芒小锋”快乐支教行动，助力边疆学生成长

2025 年 10 月，芒果 TV 参与“芒小锋”快乐支教志愿服务行动，组织员工为新疆吐鲁番学生捐赠衣物，并安排青年制片人随支教团赴当地开展教学支持。活动期间，志愿者通过课程授课与物资捐赠相结合的方式，累计投入志愿服务时长 172 小时，为当地学生提供学习支持与关怀，促进知识交流与情感联结。



“芒小锋”快乐支教志愿服务活动



案例 志愿服务开展雷锋月系列行动，推动员工参与与社区服务

2025 年 3 月，芒果 TV 围绕雷锋月组织开展系列志愿服务活动，组织员工参与公益行、安全宣教与植树实践等行动，覆盖社区与校园场景。活动期间，志愿者通过公益行走、安全知识互动和绿色行动等方式投入服务，其中“学雷锋助安全”活动累计服务时长 44 小时，进一步激发员工公益参与热情，推动志愿服务常态化开展。



开展“学雷锋助安全”活动



开展植树活动



子公司志愿活动相关荣誉

文化公益

公司关注中华优秀传统文化的保护与传承，结合媒体平台优势，持续参与文化传承相关公益实践。通过内容传播、公益活动及协同合作等方式，公司推动传统文化与现代传播形式相结合，扩大文化传播的社会影响力。

案例 文化传承发起世界读书日《春日“书”游记》，创新阅读传播体验

2025 年 4 月，芒果公益平台在世界读书日期间推出特别企划《春日“书”游记》，联动芒果系主持人与青少年群体，融合声音创作、AI 技术与公益内容，打造春日“声”景互动 H5 并发布主题短视频，通过线上线下联动方式引导公众参与阅读实践，拓展阅读场景表达，提升阅读推广的参与度与传播触达。



世界读书日《春日“书”游记》

案例 文物守护开展《越山跨海 数字归家》主题活动，激发公众参与文物保护

2025 年 5 月，芒果 TV 在国际博物馆日期间推出《越山跨海 数字归家》主题活动，时值子弹库帛书回归祖国，平台运用数字技术打造互动 H5 与共创内容，引导公众了解流失文物归家历程，并通过 AI 技术实现文物“数字重现”。活动联动多平台传播与用户创作参与，带动社会各界关注文物保护议题，掀起流失文物保护热潮。



《越山跨海 数字归家》主题活动宣传海报

环境责任篇

理念

芒果超媒积极落实绿色发展理念，将生态环境保护与应对气候变化深度纳入发展战略，积极响应国家“双碳”目标。公司针对媒体行业轻资产、数字化程度高的特点，通过完善环境管理体系、推行绿色生产办公、传播环保公益文化等举措，持续探索媒体运营的低碳路径。在提升能源利用效率的同时，发挥主流媒体影响力助力全球气候行动，实现企业价值与环境效益的共同提升。

我们的行动

- 低碳运营 智慧节能
- 资源高效 循环利用
- 践行减废 绿色办公
- 绿色传播 共创生态

我们的成就

芒果超媒践行绿色发展理念，持续推进低碳运营与资源高效利用，促进企业发展与生态保护协同共进。报告期内，公司建立气候风险管理体系并开展温室气体盘查，推动能源与水资源管理精细化，单位营收碳排放强度持续优化，未发生重大环境事件及行政处罚。同时，持续推进无纸化办公、节能降耗与垃圾分类，在内容生产环节强化道具循环使用与包装减量化，循环经济实践成效逐步显现；依托媒体平台开展公益宣传与植树活动，传播生态理念，引导公众参与环保，各运营项目均避让生态敏感区域，全年未发生环境违规行为，绿色发展基础不断夯实。

SDGs 对标



绿色传播 低碳运营



芒果超媒立足媒体行业特点，将“绿色传播”与“低碳运营”作为履行环境责任的重要抓手，一方面通过完善内部管理与运营实践，稳步推进节能降耗与低碳发展，降低自身运营对环境的影响；另一方面充分发挥媒体内容与平台传播优势，将生态文明理念融入内容创作与公共传播之中，积极引导公众关注气候变化与生态保护议题。

应对气候变化

作为以内容制作与平台运营为核心的文化传媒企业，公司充分认识到气候变化对社会经济发展和行业运行方式的深远影响，将应对气候变化作为履行环境责任的重要组成部分，结合媒体行业特点，积极探索低碳运营与绿色传播相融合的发展路径，持续完善相关管理机制与实践举措。

治理

公司将应对气候变化相关工作纳入 ESG 管理体系统筹推进，由董事会领导，ESG 工作领导小组统筹管理，完善气候变化管理职责与协同机制。同时，公司引入第三方专业机构支持，通过调研与评估等方式，持续优化气候风险管理体系，强化对运营过程中温室气体排放的识别与追踪能力，并在此基础上逐步完善环境数据管理与披露机制，提升气候相关治理的规范性与专业性。

战略

公司结合媒体行业运营特点和自身业务结构，从转型风险与物理风险两个维度，对气候变化相关风险与机遇开展系统识别与分析，重点关注其发生周期、可能性及对公司经营和财务表现的潜在影响，并据此明确相应的管理与应对方向，提升公司对于气候变化的适应与调整能力。

分类	风险类型	风险说明	时间周期	发生可能性	对公司财务的影响说明	应对措施
转型风险	政策与监管风险	“双碳”政策持续推进，能源使用、节能管理及环境信息披露要求逐步提高，对公司运营管理提出更高合规要求	中长期	高	可能带来合规管理及节能改造投入的阶段性增加	跟踪政策变化，完善环境管理与合规机制，提前开展制度与管理层面的适应性调整
转型风险	能源与运营成本风险	能源价格波动及用能结构调整，可能对办公场所、演播制作及数据中心等运营成本产生影响	中长期	中等	可能导致运营成本阶段性上升	推进节能设备应用，加强能效管理，探索清洁能源使用
物理风险	极端天气风险	高温、暴雨等极端天气事件增加，可能对内容制作进度、办公运行及数据中心稳定性产生影响	短期至中长期	中等	可能增加应急处置成本，影响阶段性运营效率	完善应急管理保障机制，加强关键设施运行管理

气候变化风险识别清单

分类	机遇类型	机遇说明	时间周期	发生可能性	对公司财务的影响说明	应对措施
发展机遇	绿色内容与传播机遇	环保与低碳主题内容需求提升，为公司发挥媒体传播优势、打造特色内容提供空间	中长期	较高	有助于提升内容影响力与品牌价值，形成长期综合效益	持续策划并传播绿色主题内容，发挥平台传播优势
发展机遇	低碳运营与管理提升机遇	通过节能降耗、绿色办公和数字化管理，提升运营效率与管理水平	中长期	中等	中长期有助于降低单位运营成本	推进低碳运营实践，鼓励员工采用公共交通、自行车或步行等绿色出行方式，减少汽车使用，从而减少碳排放

气候变化机遇识别清单

影响、风险和机遇管理

公司将气候因素纳入现有风险管理与运营管理体系，通过规范化流程与具体实践相结合的方式，加强对气候因素相关影响的识别、评估与应对，推动管理要求在日常经营中的落实。



指标与目标

在指标与目标管理上，公司已开展温室气体排放盘查工作，盘查范围涵盖范围一和范围二排放，重点关注办公运营及平台运行等环节的能源使用情况，通过逐步完善相关数据收集与管理机制，提升温室气体排放数据的完整性和可比性，为低碳运营管理提供基础支撑。在目标设定方面，公司积极响应中国提出的 2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和的战略目标，在促进企业自身低碳发展的同时，传播绿色理念。

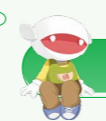
报告期内，公司温室气体排放，主要为购买天然气能源直接排放和购买电力能源间接排放所产生的温室气体。公司依据《2019 年度减排项目中国区域电网基准线排放因子》标准，对各运营点温室气体范围 1、范围 2 排放进行核算，绩效如下表所示：

指标	单位	2025 年	2024 年	2023 年
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	11,216.85	10,277.60	10,543.59
其中：直接排放	吨二氧化碳当量	781.40	574.02	418.82
间接排放	吨二氧化碳当量	10,435.45	10,321.13	10,124.77
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.008	0.008	0.007

注：统计口径包括芒果超媒总部、快乐阳光、金鹰卡通、小芒电商、快乐购、天娱传媒

环境合规管理

公司高度重视环境合规管理，持续完善环境治理与风险防控体系，依法合规推进绿色运营，防范环境事件对公司经营及社会公众产生不利影响。公司运营点主要为办公写字楼，依据《突发事件应对法》，制定环境应急预案，健全应急机制和组织体系，及时有效应对台风、暴雨等突发环境事件，最大限度地减少人员伤亡和财产损失，保障公司生产和员工生活的正常秩序。



关键绩效

报告期内，公司未发生突发重大环境事件，未出现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的情况。

生态系统与生物多样性保护

公司运营点位于城市商业区，不涉及生态保护红线、自然保护区等生态环境敏感脆弱区域；主要从事业务为互联网、新媒体相关内容制作，经识别不会对当地生态系统和生物多样性产生重大影响。作为国有控股企业，公司立足自身媒体资源，践行“绿色传播”理念，持续参与并推动生态保护相关公益行动，通过公益宣传投放、组织开展植树造林及生态保护主题活动等方式，支持野生动植物保护与自然栖息地修复，引导公众关注生态系统与生物多样性保护，传播环保理念。

案例 播出海洋保护公益宣传，提升儿童环保意识

为增强儿童对海洋生态环境脆弱性的认知，从小培育环保意识，金鹰卡通在频道平台推出公益宣传片《保护海洋环境，把童话留给未来》。该片采用儿童友好的叙事方式，将海洋生态保护理念融入生动有趣的视听表达中，引导未成年人关注海洋污染、生物多样性丧失等现实问题。通过将生态文明教育自然嵌入日常观影场景，金鹰卡通充分发挥少儿媒体的正向引导作用，让环保理念在潜移默化中扎根童心，助力构建人与自然和谐共生的未来。



“保护海洋环境 把童话留给未来”公益宣传片

案例 践行生态责任，开展植树志愿活动

2025 年 3 月，公司与湖南卫视携手，在长沙联合开展植树活动，公司党委主要负责人、管理层代表及近百名干部职工、新生主持人与艺人志愿者共同参与。本次活动通过集体植树与志愿劳动，将生态文明理念融入党建与团队建设实践，增强员工环保意识与组织凝聚力，充分体现了传媒国企在保护生态系统与生物多样性方面的责任担当。



植树志愿活动

案例 自然课堂进校园，公益活动助力青少年生态意识培育

2025 年 11 月，芒果公益平台与湖南省生态保护志愿服务联合会、新化县野生动植物保护志愿救助服务站合作，开展“全民助力·天门鹰飞”自然课堂进校园公益活动。活动邀请环保志愿者以真实救助松雀鹰的故事为切入点，向全校 6,000 余名师生开展拒食野味、生物多样性保护主题宣教，并为首批“小小候鸟守护者”颁发聘书。活动通过沉浸式课堂与榜样示范，引导青少年树立尊重自然、保护野生动物的理念，推动生态文明教育融入校园日常，持续培育基层环保力量。



野生动物保护宣讲

低碳环保 绿色办公



公司作为文化传媒类企业，日常经营活动不涉及工业生产环节，运营过程中不会产生工业性废水和废气排放，公司及重要控股子公司均不属于环境信息依法披露企业名单中因生产经营活动对环境产生重大影响的企业类型。

公司日常产生的废弃物主要为办公生活垃圾及日常运营过程中形成的相关耗材等一般固体废弃物。尽管整体排放规模较小，公司仍高度重视废弃物管理与绿色办公，持续落实垃圾分类、绿色办公等环保措施，推动生活废弃物的规范化管理和资源化处理。同时，公司不断提升员工环保意识，降低日常运营对环境的潜在影响。

关键绩效

报告期内，公司**未出现**因污染物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任的情况。

数字化办公

积极推广视频会议和远程协作方式，减少因商务出行带来的能源消耗和碳排放。同时，持续推进电子文档传输与存储，降低对纸质文件的依赖，推动无纸化办公。

双面打印，节约用纸

在办公区域推行双面打印等用纸管理要求，引导员工按需打印、节约用纸，减少纸张废弃物产生。

减少一次性用品使用，倡导重复使用

在办公场景中尽量减少一次性杯子、餐具等用品的使用，鼓励员工使用可重复使用的个人用品，从源头减少废弃物产生。

加强环保宣传引导

通过内部宣传栏、电子屏幕等载体，定期发布环保提示和绿色办公倡议。

绿色采购，推动源头减量

在办公用品和设备采购过程中，优先选择具备环保认证或节能属性的产品，支持可持续的生产和消费方式，从采购源头降低资源消耗和环境影响。

资源高效 循环利用



芒果超媒围绕办公运营、演播制作及相关设施运行等重点用能环节，持续推进能源精细化管理，通过技术优化与管理提升相结合的方式，提高能源使用效率，降低不必要的能源消耗。

能源管理

公司秉持绿色发展理念，将能源管理作为提升运营效率和履行环境责任的重要抓手，围绕办公运营及相关业务场景，持续推进节能降耗管理，通过发布《节能用电倡议书》、节能设备优化、能源精细化管理、与员工参与相结合的方式，降低能源消耗强度。

公司用能主要为外购电力和天然气，暂不涉及清洁能源使用。公司对各运营点能源消耗情况实施定期监测，并按年度设定能源使用与节约目标，持续探索和开展节能实践，不断提升能源管理的规范化与精细化水平。

优化用能运行管理 减少能源空耗

结合办公区域实际使用情况，对空调、照明等主要用能设备实施精细化管理，通过动态调整空调运行时段和温度参数、规范中央空调启停时间，避免长时间空转和不必要的能源消耗。

推进节能技术与设备升级

逐步更换使用年限较长、能效水平偏低的老旧设备，引入能效更高、环保性能更优的新型空调及照明设备，从源头提升能源利用效率，降低单位能耗水平。

加强巡查机制 规范日常用电行为

建立日常巡检机制，由专人定期对办公区域进行检查，及时关闭无人区域的空调、照明及办公设备，切断非必要电源，减少待机能耗。

提升员工节能意识 推动全员参加

通过内部培训、宣传倡议和张贴节能提示等方式，引导员工养成随手关灯、合理使用空调和设备的良好习惯，将节能理念融入日常办公行为之中。

能源管理举措



报告期内，公司能源使用情况如下表所示：



注：能源总量依据 GB/T 2589-2020《综合能耗计算通则》进行核算。为响应政策要求，本年度将能源总量单位由“千克标准煤”换算为“吨标准煤”，统计口径无变化。

水资源管理

公司用水来源于市政购水，不涉及工业用水使用。公司将水资源管理重点放在合理使用和节约用水上，通过完善日常用水管理机制、加强员工节水意识引导及推广节水措施，推动水资源节约理念融入日常运营，减少不必要的水资源浪费，提升水资源使用效率。

强化节水意识引导

通过内部宣传等方式，持续提升员工对节约用水重要性的认知，引导员工在洗手、饮水等日常活动中合理控制用水量，将节水理念融入日常办公行为。

优化用水设施配置

在办公区域选用节水型水龙头、便池水箱等设施，降低单次用水量，从硬件层面减少水资源消耗，提高用水效率。

加强日常监测与巡查管理

定期核对用水抄表数据，对用水情况进行同比和环比分析，及时识别异常增量并开展排查和维修，减少跑冒滴漏等问题造成的水资源浪费。

使用节水作业方法

在绿植养护、保洁等作业环节采用节水工作方法，鼓励员工及时报告漏水等情况，推动问题快速响应和处置，形成节水管理的闭环。

节约用水
宣传标语



公司节约用水举措

报告期内，公司水资源使用情况如下表所示：



循环经济

公司以落实国家绿色发展和资源节约要求为循环经济目标，将循环经济理念融入相关业务和日常运营管理中，围绕拍摄制作、物流与包装及产品设计等运营场景，逐步引入循环经济理念，通过资源再利用、材料减量化和环保材料应用等方式，推动资源高效利用。



拍摄道具循环利用

在内容制作和拍摄过程中，对部分拍摄道具进行重复使用和规范管理，减少一次性物料投入，降低资源消耗和废弃物产生。



物流与包装减量化管理

在电商和物流相关环节，持续优化包装设计和材料选择，在满足运输安全需求的前提下，减少不必要的包装层级，探索更加环保的包装方案，推动包装材料减量化与可持续化管理。



使用环保材料

在部分儿童产品及线下儿童乐园的设计和运营中，倡导绿色可持续理念，优先选用环境友好型材料，部分产品采用可降解材质，在保障安全和使用体验的同时降低环境影响。



绿色寄递

在业务运营和日常办公相关场景中，探索循环寄件方式，减少一次性包装耗材使用，提高物流环节资源利用效率。

包装管理与循环经济具体措施



▶ 亮点节目

综艺类



《歌手 2025》

音乐搭建国际文化交流的桥梁

响应议题

价值引领 技术创新



《声生不息·华流季》

以“华流”为题眼
唱响华语音乐流行佳作

响应议题

价值引领



《乘风 2025》

音乐“花路她行”
国际女性文化交流

响应议题

价值引领 技术创新



《大侦探·拾光季》

用逻辑拆解谜题
用共情触达人性

响应议题

价值引领



《花儿与少年·同心季》

开辟旅行综艺新航向
直抵人心的价值共鸣

响应议题

价值引领



《声鸣远扬 2025》

八大平台发掘音乐新人
助力更多青年人才脱颖而出

响应议题

价值引领 带动行业发展



《创业有得聊》

开启创业群聊

响应议题

价值引领 经济带动



《夺金 2025》

聚焦大学生科技创业

响应议题

价值引领 经济带动



《创业开放麦》

大学生创业脱口秀

响应议题

价值引领 经济带动



《巴黎合伙人》

青春合伙人
开店创业真人秀

响应议题

价值引领 经济带动



纪录片类



《马王堆·岁月不朽》

让文物“活”起来
“文化和科技融合”生动实践

响应议题

价值引领 技术创新



《左宗棠收复新疆》

弘扬爱国主义
歌颂民族英雄的破冰之作

响应议题

价值引领 弘扬文化



《中国官箴（第二季）》

聚焦中华优秀传统文化
新时代价值传承

响应议题

价值引领 廉洁文化



《船山先生》

聚焦中华优秀传统文化
新时代价值传承

响应议题

价值引领



《何以“湘”逢》

讲好湖南创新创业故事

响应议题

价值引领 经济带动



影视剧类



《国色芳华》

“一朵牡丹带火一座城”
荣获“白玉兰奖”

响应议题

价值引领 弘扬文化



《锦绣芳华》

接力全景展现盛唐牡丹文化

响应议题

价值引领 弘扬文化



《小巷人家》

年代故事 直抵人心

响应议题

价值引领



《五福临门》

欢喜圆满 女性赞歌

响应议题

价值引领



《水龙吟》

有情有义的玄幻视觉盛宴

响应议题

价值引领

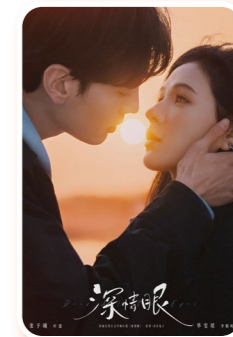


《深情眼》

爱与成长

响应议题

价值引领



影视剧类



《仁心俱乐部》

笑中带泪 妙手仁心

响应议题

价值引领



《180天重启计划》

聚焦都市母女关系新命题

响应议题

价值引领



《韶华若锦》

携手破局保家国，事业爱情共奔赴

响应议题

价值引领



《姜颂》

穿越古今的女性自我救赎之旅

响应议题

价值引领



《乘风2025之三十而励》

“乘风”职场逆袭与舞台炸场

响应议题

价值引领 技术创新

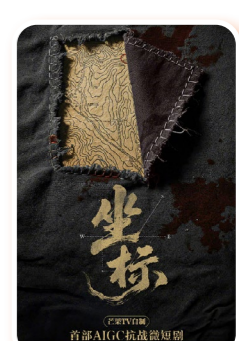


《坐标》

首部纯 AIGC 抗战微短剧

响应议题

价值引领 技术创新



短剧类



《还珠》

短剧再现《还珠格格》经典 IP

响应议题

价值引领



《狸猫书生》

迷综 IP “密逃” 首部衍生微短剧

响应议题

价值引领



《橘祥如意》

民国女性励志成长

响应议题

价值引领



《玉茗茶骨：攻略计划》

首部影漫联动 AI 作品

响应议题

价值引领 技术创新



《神·笔》

科幻爱情 AI 微短剧

响应议题

价值引领 技术创新





▶ 关键绩效表

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
经营指标				
营业总收入	亿元	146.28	140.80	138.13
归母净利润	亿元	35.56	13.64	12.27
总资产	亿元	314.22	325.3	331.72
纳税总金额	亿元	5.11	5.49	6.25
股东分红金额	亿元	3.37	4.12	4.86
治理指标				
股东会召开次数	次	2	2	2
董事会召开次数	次	6	6	6
专门委员会会议召开次数	次	9	8	8
独立董事专门会议召开次数	次	/	3	2
董事会成员	人	9	9	9
独立董事	人	3	3	3
女性董事	人	1	1	1
披露公告数量	份	116	111	111
社会指标				
研发投入金额	亿元	4.19	3.95	3.84
累计拥有注册商标数量	件	4,279	4,355	4,391
累计拥有有效专利数量	件	355	558	790
累计作品著作权登记	件	786	1,089	1,299
员工总数	人	4,397	4,512	4,426
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
按性别	男	1,949	1,971	1,919
分类	女	2,448	2,541	2,507
年龄	30 岁及以下	1,725	1,771	1,590
	31 至 40 岁	2,232	2,290	2,380
	41 至 50 岁	370	361	371
	51 岁及以上	70	90	85
学历	大专及以下	745	709	625
	本科	3,035	3,103	3,104
	研究生	611	695	691
	博士	6	5	6

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年	
职位	生产人员	人	1,517	1,551	1,557
	销售人员	人	1,694	1,660	1,613
	技术人员	人	774	876	878
	财务人员	人	147	156	143
	行政人员	人	265	269	235
医疗保险覆盖率	%	100	100	100	
员工健康体检覆盖率	%	100	100	100	
公益慈善事业累计投入	万元	2,046	2,632	4,468	
环境指标					
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量	418.82	574.02	781.40	
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	10,124.77	10,321.13	10,435.45	
温室气体排放总量（范围一和范围二）	吨二氧化碳当量	10,543.59	10,277.60	11,216.85	
温室气体排放强度（范围一和范围二）	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.007	0.008	0.008	
用电总量	千瓦时	11,309,009.74	11,528,342.00	11,656,035.57	
燃气量	立方米	193,720.01	265,502.00	361,423.00	
能源总量	千克标准煤	1,602,969.31	1,708,885.43	1,830,092.07	
能源强度	千克标准煤 / 万元营收	1.10	1.21	1.32	
用水量	吨	62,025.02	63,618.42	74,607.82	
总耗水强度	吨 / 万元营收	0.04	0.05	0.05	



指标索引

《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）》 (2024 年 4 月) 对标

指标	对应的本报告章节
应对气候变化	绿色传播 低碳运营
污染物排放	低碳环保 绿色办公
废弃物处理	低碳环保 绿色办公
生态系统和生物多样性保护	绿色传播 低碳运营
环境合规管理	绿色传播 低碳运营
能源利用	资源高效 循环利用
水资源利用	资源高效 循环利用
循环经济	资源高效 循环利用
乡村振兴	微芒汇善 共建美好
社会贡献	微芒汇善 共建美好
创新驱动	行业创新 价值引领
科技伦理	行业创新 价值引领
供应链安全	责任采购 共享价值
平等对待中小企业	责任采购 共享价值
产品和服务安全与质量	严控标准 守护品质；用户为本 权益至上
数据安全与客户隐私保护	信息安全 共筑信任
员工	青春同行 向阳生长
尽职调查	风险防控 守稳致远
利益相关方沟通	ESG 治理；投关管理 互信共赢
反商业贿赂及反贪污	廉洁经营 诚信守正
反不正当竞争	廉洁经营 诚信守正

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 2025 年 1 月 1 日至 2025 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	青春同行 向阳生长
管治		
G2-9	管治架构和组成	规范治理 高效运作
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	规范治理 高效运作
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	规范治理 高效运作
G2-24	融合政策承诺	规范治理 高效运作
G2-25	对负面影响进行补救的过程	党建领航 聚力前行
G2-26	寻求建议和提出关切的机制	党建领航 聚力前行
G2-27	遵守法律法规	公司无违法违规事件发生
G2-28	协会的成员资格	行业创新 价值引领
利益相关方参与		
G2-29	利益相关方参与的方法	ESG 治理



GRI 指标	相关解释	相关章节
实质性议题		
G3-1	确定实质性议题的过程	ESG 治理
G3-2	实质性议题清单	ESG 治理
G3-3	实质性议题的管理	ESG 治理
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		
G205-1	已进行腐败风险评估的运营点	廉洁经营 诚信守正
G205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	廉洁经营 诚信守正
G205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	廉洁经营 诚信守正
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	与税务关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	资源高效 循环利用
排放		
G305-1	直接（范围 1）温室气体排放	绿色传播 低碳运营
G305-2	能源间接（范围 2）温室气体排放	绿色传播 低碳运营
G305-4	温室气体排放强度	绿色传播 低碳运营

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 共享价值
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	青春同行 向阳生长
G401-3	育儿假	青春同行 向阳生长
职业健康与安全		
G403-1	职业健康安全管理体系	青春同行 向阳生长
G403-2	危害识别、风险评估和事故调查	青春同行 向阳生长
G403-3	职业健康服务	青春同行 向阳生长
G403-5	工作者职业健康安全培训	青春同行 向阳生长
G403-6	促进工作者健康	青春同行 向阳生长
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	青春同行 向阳生长
G403-8	职业健康安全管理体系覆盖的工作者	青春同行 向阳生长
培训与教育		
G404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	青春同行 向阳生长
G404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	青春同行 向阳生长
多元化与平等机会		
G405-1	管治机构与员工的多元化	青春同行 向阳生长
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	微芒汇善 共建美好
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 共享价值
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	严控标准 守护品质
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 共筑信任

▶ 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 2025 年度可持续发展暨社会责任报告》。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

开放类问题

您对芒果超媒履行社会责任及本报告有何意见与建议？

