

分众传媒

2024年度可持续发展报告

Focus Media Information Technology Co., Ltd.
Sustainability Report 2024



目录

CONTENTS

01.报告开篇

- 03 -- 编制说明
- 05 -- 董事长致辞
- 07 -- 关键绩效

02.走进分众

- 11 -- 公司简介
- 12 -- 企业文化
- 13 -- 产品介绍
- 14 -- 全球化布局
- 15 -- 2024大事记
- 17 -- 2024荣誉

03.可持续发展管理

- 21 -- 可持续发展工作管理架构
- 22 -- 利益相关方沟通
- 23 -- 重要性议题分析
- 24 -- 可持续发展能力建设与培训情况

04.环境篇

- 27 -- 恪守环境法规，明确可持续管理方针
- 27 -- 倡导环保理念，勾勒可持续发展轮廓
- 28 -- 推动绿色运营，打造可持续发展生态

05.社会篇

- 31 -- 投身公益事业，彰显时代担当
- 37 -- 助推品牌升级，传播品牌价值
- 39 -- 坚持创新驱动，赋能公司生态
- 43 -- 加强投资者管理，维护股东权益
- 45 -- 秉持人本理念，构建共生职场
- 55 -- 精细供应链管理，提升协同效能
- 57 -- 重视数据保护，筑牢安全防线

06.治理篇

- 61 -- 党建引领发展，凝聚奋进力量
- 63 -- 完善公司治理，规范三会运作
- 68 -- 提升信披质效，增强企业透明度
- 69 -- 推进内部审计，提升风控能力
- 71 -- 优化税务管理，严守合规底线
- 73 -- 开展廉政工作，坚决反贪反舞弊

07.附录

- 75 -- 指标索引表
- 77 -- 意见反馈表



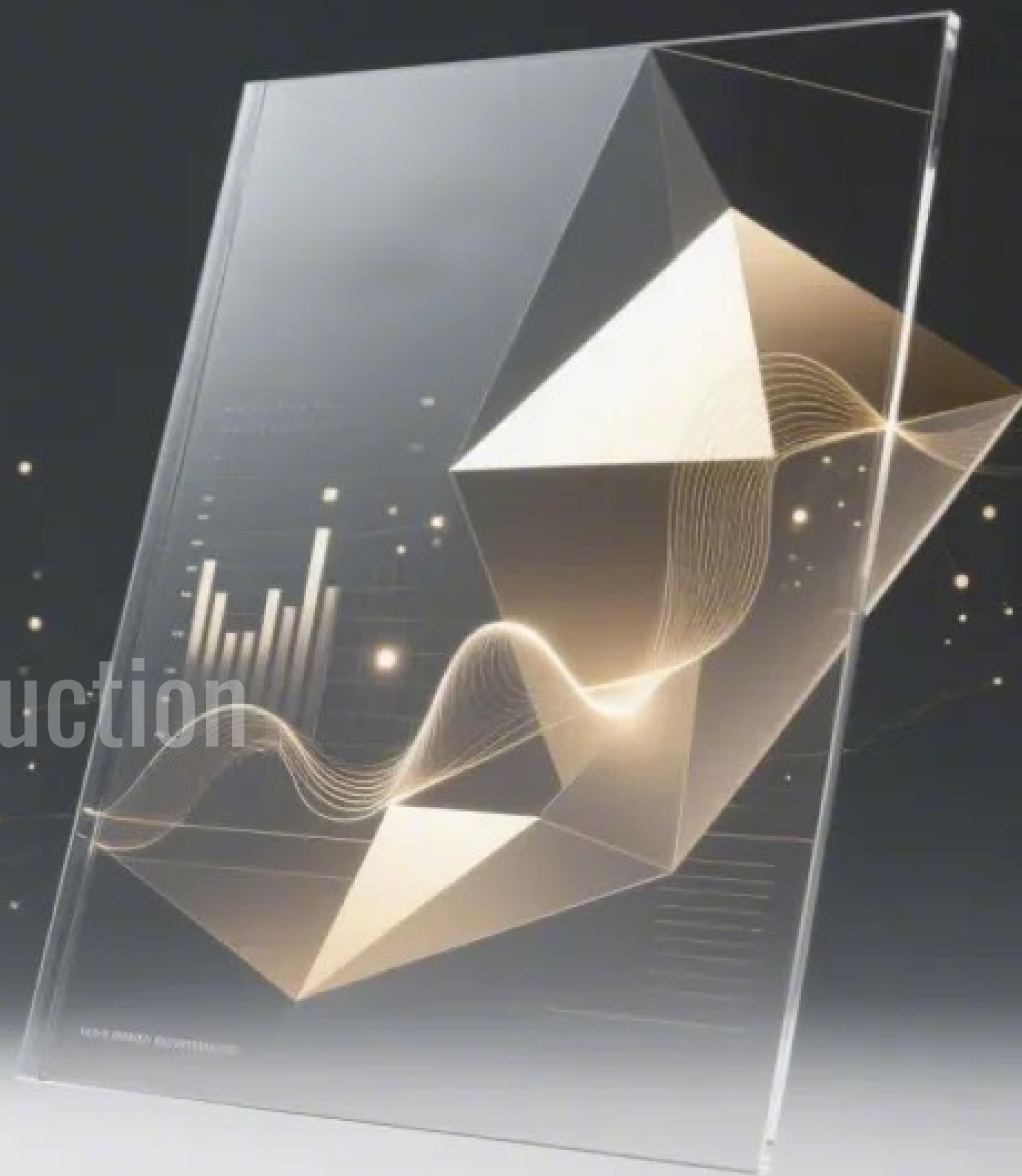
报告开篇

编制说明

董事长致辞

关键绩效

01 Report Introduction



编制说明



本报告是分众传媒信息技术股份有限公司（“分众传媒”“公司”或“我们”）发布的2024年度可持续发展报告。本报告从环境、社会及公司治理三个方面阐述了公司的可持续发展理念、管理、行动和成效，旨在与利益相关方进行坦诚沟通，系统地回应各方关注的可持续发展议题。

报告范围

时间范围：本报告的时间范围为2024年1月1日至2024年12月31日，为增强报告完整性，部分内容的时间范围适当进行延伸。

组织范围：如无特别说明，本报告涵盖公司报告期内的整体业务运营。

数据说明

本报告的信息和数据主要来源于公司经审计的年度报告、公司内部相关数据收集、统计报告、公开资料，以及权威媒体发布信息。所有数据的最终解释权归分众传媒信息技术股份有限公司所有。

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。

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）》

全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准（GRI Standards）》

中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南（CASS—ESG 6.0）》

联合国可持续发展目标（SDGs）

可持续发展会计准则委员会SASB准则

编制原则

◎**重要性**：为编制本报告，公司开展议题重要性评估程序，以确定本报告的披露内容及各议题内容的详实程度。2024年度重大性议题分析结果已呈列在“利益相关方沟通”小节中。

◎**平衡性**：本报告内容反映客观事实，对涉及公司正面、负面的信息均客观真实反映，不存在选择性披露的情形，在报告期内未发现应当披露而未披露的负面事件。

◎**一致性**：本报告披露对象与公司合并财务报表范围保持一致，不与依法披露的信息相冲突。

◎**清晰性**：本报告以简体中文发布，本报告中包含图表等信息，作为本报告中文字内容的辅助，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及指标索引表。

确认及批准

本报告于2025年4月27日获公司董事会批准，并与年报同期发布。董事会承诺对报告内容进行监督，并确保其不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对内容真实性、准确性和完整性负责。

报告获取

◎深圳证券交易所网站<http://www.szse.cn/>

◎巨潮资讯网<http://www.cninfo.com.cn/>

◎分众传媒官网<https://www.focusmedia.cn/>

董事长致辞



2024年，当全球经济缓慢复苏，中国经济展现出强大的韧性与活力，中国企业亦在其中迎来变革的洗礼与发展的机遇。新质生产力首次写入政府工作报告，新技术以前所未有的速度席卷而来，更多的创新动能被催生，深刻渗透至我们生产生活的各个细节。向新而行，中国企业以铿锵有力的实际行动，为高质量发展厚植根基、蓄势赋能。

2024年，分众传媒积极投身于时代的壮阔浪潮，坚定发展信心，全力服务经济发展，推动新时代品牌建设，助力消费市场持续复苏回暖。广告行业在引导消费、拉动经济发展中具有着不可替代的重要作用，作为全球领先的户外媒体集团，分众充分发挥自身平台优势，以独特媒体价值深入助推品牌引爆，激发市场潜能与活力。我们深知，企业能做多大的事情，取决于能在多大程度上帮到客户，取决于对社会创造的价值有多少。分众持续以专业主义与长期主义精神致力提升客户服务能力，在过去二十余年间累计服务逾万家企业，不仅以技术革新为驱动，对内对外赋能，构筑起企业稳健发展的坚实壁垒，更不断增强客户品牌定位赋能和渠道对接能力，优化品牌广告投放效果评估，升级为全链路方案解决型平台，推动客户品牌筑高核心竞争力，摆脱内卷困境。

FOCUSMEDIA

2024年，公司以成为全球性企业为目标，在海外业务的开拓征程上奋楫笃行。向世界输出电梯媒体这一中国原创模式，贡献中国智慧，提供中国方案，分众构筑起国牌出海基建者角色，持续陪伴中国优质企业走向国门，加速全球化进程；分众亦有意愿、有能力成为全球品牌传播的助力者，在各个市场帮助国际品牌传播品牌价值，推高市场影响力，架起全球品牌交流互鉴的桥梁。

2024年，分众传媒“让公益成为生活的一部分”的初心，在步履不止的践行中愈发坚定，生根发芽，开花结果。从儿童保护到教育普惠，从乡村振兴到文化科研，分众用质朴的行动和牢固的信念共同搭建起连接无数人心的公益桥梁，见证了一个个高质量项目的成长与蜕变。我们相信，公益之路虽漫长，但每一份温暖的微光汇聚起来，就能照亮前行的方向。

2025年，是“十四五”规划的收官之年。前不久，在民营企业座谈会上，习近平总书记强调，“企业是经营主体，企业发展内生动力是第一位的”。分众传媒作为民营企业的一员，将积极融入国家发展大局，全力以赴担当起民营企业的社会责任与使命。分众将以确定的商业逻辑、确定的信仰和确定的内心力量，与国家同频共振，与时代携手共进，乘风破浪，行稳致远。

关键绩效

·经营绩效·

营业收入：**122.62**亿元

归属于上市公司股东的净利润：**51.55**亿元

基本每股收益：**0.3570**元/股

加权平均净资产收益率：**29.91**%

归属于上市公司股东的净资产：**170.27**亿元

总资产：**227.99**亿元

·社会绩效·

纳税额：**16.86**亿元

员工总数：**5042**人

研发人员数：**114**人

研发投入：**5020.47**万元

2024年现金分红：中期**14.44**亿元
年度**33.22**亿元

·治理绩效·

董事会成员人数：**7**人

独立董事人数：**4**人

监事会人数：**3**人

股东大会召开次数：**1**次

董事会召开次数：**5**次

监事会召开次数：**4**次

专业委员会召开次数：**6**次

业绩交流会召开次数：**4**次

开展内部审计工作：**11**项

深交所2023-2024年信息披露考评结果：**A**

·ESG评级·

中证指数：**A**

中诚信绿金：**A-**

华证指数：**BBB**

走进分众

公司简介

企业文化

产品介绍

全球化布局

2024大事记

2024荣誉

02 FOCUSMEDIA

公司简介

分众传媒（证券简称：分众传媒，证券代码：002027.SZ）诞生于2003年，目前注册资本为144.42亿元；分众传媒构建了国内最大的城市生活圈媒体网络。公司当前的主营业务为生活圈媒体中户外广告的开发和运营，主要产品为楼宇媒体（包括电梯电视媒体和电梯海报媒体等）和影院银幕广告媒体等，覆盖城市主流消费人群的工作场景、生活场景、娱乐场景和消费场景，并相互整合成为生活圈媒体网络。公司目前已覆盖超过4亿中国城市主流人群，逐渐发展为贴近消费者生活的核心媒体平台，成为消费者生活的重要组成部分。



企业文化

经营理念

做一个有责任感的企业，服务于员工、服务于投资人、服务于社会

发展使命

始终致力于成为中国企业走产品创新和品牌打造之路的助推者；坚持与客户共创，助力中国品牌持续高成长；助推成就更多百亿、千亿市值的中国品牌，助推更多的中国品牌出海

经营宗旨

为客户提供优质的服务，为股东创造良好的效益，为员工提供事业发展的平台，努力提高公司经济效益的同时创造更多的社会价值。

价值观

激情—— 时刻以创业者的心态、最大热情地投入工作和事业，这是分众人的初心，亦是持之以恒的坚守，挫折、逆境、失败、委屈是成长的阶梯，激情、勇气、坚持、敬业是不变的态度。

规范—— 靠制度规范，依系统创造，通过管理制度中的公平、公正、透明，激发每一个分众人的积极性和潜能，令每一位勤于奉献的分众人都成为分众前进的动力。

诚信—— 诚实是为人处事的基础，信任是人与人之间沟通的基础，待人以诚，与人以信，从客户的立场去思考问题，以信任的心态协作同事，诚信是创造和谐氛围、步入良性循环的密钥。

共赢—— 时刻以创业者的心态、最大热情地投入工作和事业，这是分众人的初心，亦是持之以恒的坚守，挫折、逆境、失败、委屈是成长的阶梯，激情、勇气、坚持、敬业是不变的态度。

产品介绍

电梯电视媒体

公司电梯电视媒体网络覆盖境内超230个主要城市、中国香港特别行政区以及韩国、泰国、新加坡、印度尼西亚、马来西亚、越南、印度、日本和阿联酋等国，设备数量约126万台（包括境外子公司的媒体设备约15.0万台）。



电梯海报媒体

公司电梯海报媒体网络覆盖境内超120个主要城市、中国香港特别行政区以及泰国、马来西亚和印度等国，设备数量约180万个（包括境外子公司的媒体设备约2.6万个、参股公司电梯海报媒体设备约37.4万个）。



影院媒体

公司影院媒体合作影院2459家，1.7万个影厅，覆盖国内约300个城市的观影人群。



全球化布局

公司电梯电视媒体和电梯海报媒体除了覆盖境内超340个主要城市、中国香港特别行政区以外已进军韩国、印度尼西亚、泰国、新加坡、马来西亚、越南、印度、日本和阿联酋等国。



2024大事记

分众传媒携手胡润研究院联合发布《2023分众传媒·胡润品牌榜》，300强最具价值中国品牌上榜。其中，TOP 100品牌，89家投放分众；300强上榜品牌中，257家选择分众，占比85.7%。

分众传媒再次发起“分众公益周”活动，携手多家公益机构，通过分众传媒旗下的楼宇广告在全国多个城市宣传公益项目，分享、传递公益力量。

在前程无忧主办的“合力向前，创想共赢”2024中国杰出雇主颁奖盛典暨高峰论坛中，分众传媒荣获2024年杰出雇主奖项。

2024年《财富》最受赞赏的中国公司榜单正式发布，分众传媒成功入选全明星榜，成为此次唯一获得该荣誉的广告传媒企业。

分众传媒在上海举行“反内卷·国牌高峰论坛”，邀请知名企业家代表共探如何运用品牌逻辑，撬动业绩增长，实现中国式高质量强发展。

2月

3月

在《公益时报》社主办的第八届中国公益年会中，分众传媒公益基金会的“众仁儿童救护”项目获颁“年度公益项目”奖。

4月

6月

国际知名金融杂志《Institutional Investor》（《机构投资者》）公布“2024 All-Asia Executive team Ranking”（2024年度亚洲区公司最佳管理团队评选榜单）。分众传媒荣获“All-Asia Executive Team”（亚洲区最受尊崇企业）等多项大奖。

8月

胡润研究院发布《2024胡润中国元宇宙潜力企业榜》，分众传媒与华为、阿里巴巴、百度、中国电信、中国移动、腾讯、网易、京东等企业一同入选本次榜单，也是唯一入榜的广告营销行业企业。

11月

12月

在财经中国年会暨第二十二届财经风云榜上，分众传媒凭借其创新的海外广告传播模式、强大的品牌影响力以及在全球范围内的广告网络覆盖，荣登“2024年度中国企业出海先锋榜”。

北京市民政局发布2024年度社会组织评估结果公告，分众传媒公益基金会获评4A级社会组织。

2024荣誉



分众传媒荣获《机构投资者》 “2024年亚洲区最佳企业管理团队”综合票选/买方票选



2024年3月 第八届中国公益年会 年度公益项目

2024年3月，由《公益时报》社主办的第八届中国公益年会在北京召开。本届年会以“永葆激情 行而不辍”为主题，继续为中国公益行业搭建创造激情、制造影响的平台，为行业发展注入新的活力和动力，并对年度公益企业、年度公益项目、年度公益人物及善举予以表彰。分众传媒公益基金会的“众仁儿童救护”项目获颁“年度公益项目”奖。

2024年4月 2024中国杰出雇主颁奖盛典 中国杰出雇主奖

2024年4月，在前程无忧主办的“合力向前，创想共赢”2024中国杰出雇主颁奖盛典暨高峰论坛中，分众传媒荣获2024年杰出雇主奖项，这是继2023年获评该奖项后再获“杰出雇主”荣誉。

2024年6月 《Institutional Investor》2024年度亚洲区最受尊崇企业等多项大奖

2024年6月，国际知名金融杂志《Institutional Investor》（《机构投资者》）公布“2024 All-Asia Executive team Ranking”（2024年度亚洲区公司最佳管理团队评选榜单）。分众传媒荣获“All-Asia Executive Team”（亚洲区最受尊崇企业）奖项、“All-Asia Best Company Board”（亚洲区最佳董事会）和“All-Asia Best ESG Program”（亚洲区最佳ESG上市公司）等多项大奖。

2024年11月 《财富》最受赞赏的中国公司

2024年《财富》最受赞赏的中国公司榜单正式发布。作为全球领先的生活圈媒体集团，分众传媒成功入选全明星榜，成为此次唯一获得该荣誉的广告传媒企业。

2024年12月 第二十二届财经风云榜 2024年度中国企业出海先锋榜

2024年12月，由联办集团、和讯主办，财经中国会承办的财经中国年会暨第二十二届财经风云榜上，分众传媒凭借其创新的海外广告传播模式、强大的品牌影响力以及在全球范围内的广告网络覆盖，荣登“2024年度中国企业出海先锋榜”。

可持续发展管理

可持续发展工作管理架构

利益相关方沟通

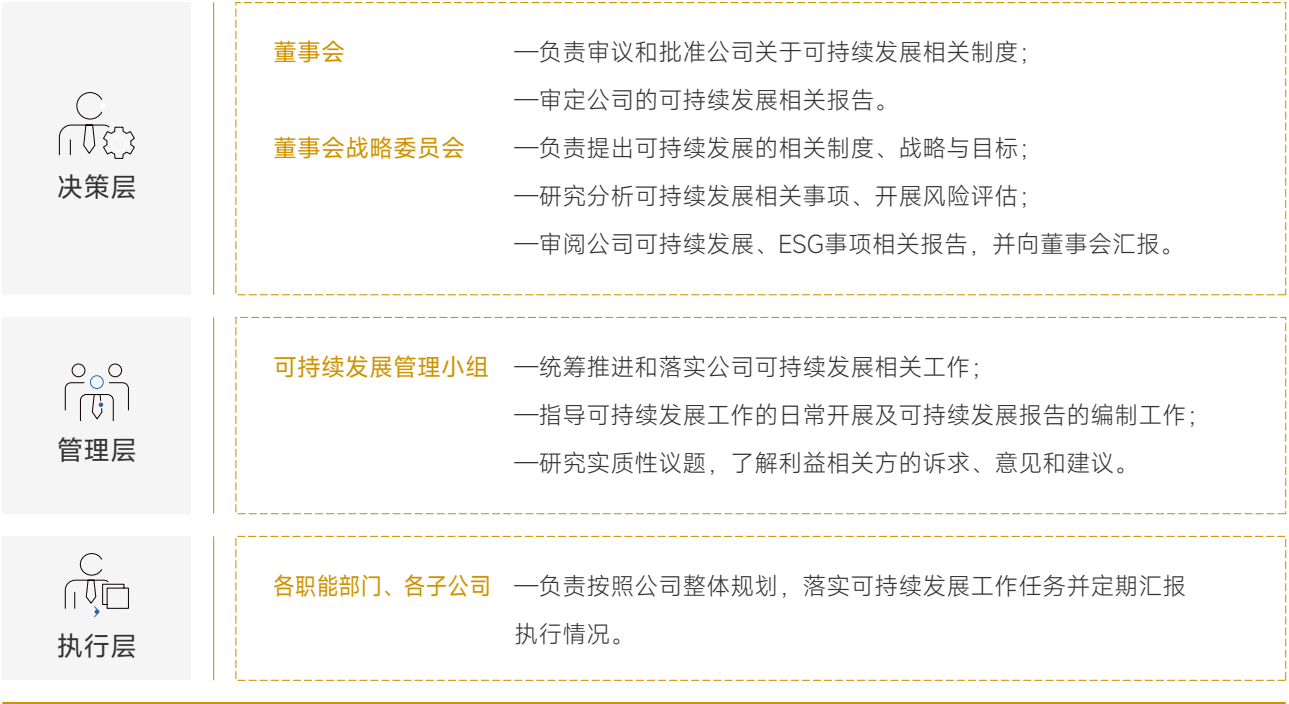
重要性议题分析

可持续发展能力建设与培训情况

03

Sustainable Development

可持续发展工作管理架构



利益相关方沟通

公司与各利益相关方保持有效沟通，建立常态化的沟通机制与互动方式，及时了解利益相关方的期望和诉求，并以公开透明的方式回应利益相关方的诉求。

利益相关方	关注议题	沟通方式和渠道
政府及监督机构	- 公司治理 - 风险管理 - 反商业贿赂及反贪污 - 反不正当竞争	- 政府会议 - 证券监管机构会议 - 信息披露 - 调研问卷
股东及投资者	- 公司治理 - 经营业绩 - 投资者关系 - 分红回报	- 信息披露 - 股东大会 - 业绩说明会 - 投资者沟通平台 - 公司官网及邮箱
客 户	- 创新驱动 - 客户服务 - 数据安全 - 客户隐私保护	400客服部 - 客户行业交流会 - 客户实地考察 - 隐私保护措施
供应商及合作伙伴	- 商业道德 - 供应链管理	- 供应商培训与交流 - 战略合作沟通
员 工	- 员工权益 - 员工关怀 - 员工培训与发展 - 薪酬福利	- 职工代表大会 - 问卷调查 - 员工活动 - 员工培训
社会公众	- 公益宣导 - 公益慈善 - 乡村振兴	- 社区服务活动 - 公益活动 - 投资者教育和保护宣传 - 志愿服务
环 境	- 绿色办公 - 节能减排 - 绿色经营 - 环境保护	- 信息披露 - 环保宣传活动



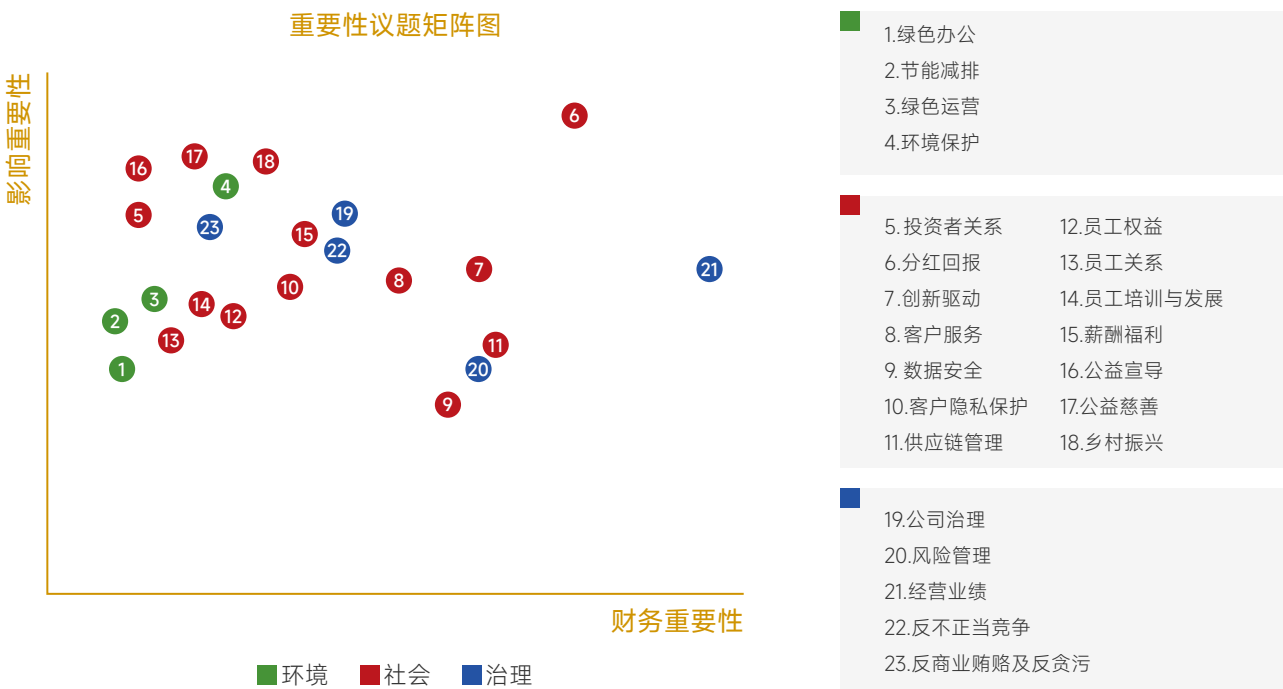
重要性议题分析

评估流程与方法

公司参考《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）》《GRI3：重大主题》等国内外披露标准的评估方法，结合行业发展要求及公司实际经营情况，开展对实质性议题的识别、调研、评估、确定工作，明确对于公司和利益相关方的重要议题并将相关议题进行归纳总结。



重要性识别结果



可持续发展能力建设与培训情况



公司高度重视可持续发展体系化培训和推广。公司关于可持续发展的培训主要分为两个方面，一是公司定期针对各部门的可持续发展科普类培训，旨在帮助各部门理解可持续发展的概念、意义和重要性，培育可持续发展企业文化，加强员工对可持续发展的认识。二是针对可持续发展工作小组及相关人员的专业性培训，旨在帮助相关人员了解可持续发展方面最新的法律法规，协助相关人员掌握可持续发展的评估方法和监管要求，提升相关人员专业水平。

可持续发展培训有助于提升企业可持续发展意识，降低企业运营风险，对推动企业提升可持续发展专业治理能力及信息披露水平有显著作用。

报告期内



定期培训
12次



专业性培训
2次

环境篇

绿色低碳，构筑可持续发展新范式

恪守环境法规，明确可持续管理方针
倡导环保理念，勾勒可持续发展轮廓
推动绿色运营，打造可持续发展生态

04 Environmental



恪守环境管理法规，明确环境管理方针

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，结合公司实际情况，持续降低运营过程的环境影响，认真落实节能减排责任，构建绿色办公场所。

公司坚持绿色发展，采用先进环保技术和管理方法，提升企业的环境绩效，实现企业与环境和谐共生，同时激励全员积极参与环境保护活动，促进企业的可持续发展。为了实现这一总体目标，以及对环境因素进行有效的控制，公司策划并制定了环境管理目标、指标，并在相关职能、层次和过程进行分解，保证环境管理目标指标策划、变更和实施中与环境管理方针保持一致，确保环保行动始终沿着正确的方向前进。

2024年，公司未发生重大环境事故。



推行绿色办公，革新工作方式

公司实施无纸化办公，各部门通过建设电子档案存储和管理企业的各种信息；推广智能办公软件，各项内部事务的盖章审批流程皆可通过内部办公系统进行填写审批；精简会议，减少现场会议次数，降低因出差产生的碳排放；针对信息发布、文化宣传、知识科普等尽量以电子版为主，非必要不打印；鼓励日常沟通以“微信、钉钉、邮件”为主。绿色办公的措施大大提高了工作效率，避免了大量纸质文件的产生，同时降低了纸质档案存储、管理和维护的人力、物力和财力成本，大幅降低纸张消耗和能源浪费，对于公司及环境保护和可持续发展都具有积极意义。

倡导环保理念，勾勒可持续发展轮廓

我们深知可持续发展不仅是公司的责任，更与每个员工有着密切的联系。因此我们积极倡导员工参与节能减排行动，通过宣传绿色出行、节约用水、垃圾分类等各种节约理念，提高员工环保意识，让绿色理念深入人心。



宣传绿色出行，减少废气排放

公司秉承绿色低碳的出行理念，积极响应国家号召，倡导员工优先选择低碳的生活方式。在公司的大力宣传下，员工优先选择乘坐公共交通工具通勤，不仅提高了出行效率，还能减少不必要的浪费和损失；公务出行优选新能源汽车，公司对公务车实行统一管理、定期检修和保养，大大提高车辆使用率、完好率。这些绿色出行的方式，不仅减少了能源消耗和碳排放，更对减缓全球气候变暖、保护生态环境具有积极作用。



坚持垃圾分类，减少环境污染

公司积极承担社会责任，将垃圾分类的理念融入公司的日常管理，倡导垃圾分类理念，与员工共同营造绿色清洁的生活环境。公司实行垃圾分类，依照相关标准对办公地产生的生活垃圾进行分类处置。通过在公司内部推广垃圾分类指南，让员工更加重视垃圾分类，且大大提高了垃圾分类的可操作性，同时有助于培养员工的绿色生活方式，促进公司的绿色发展和可持续发展。

推动绿色经营，打造可持续发展生态

公司贯彻落实国家环境保护相关法律法规，大力推动绿色经营，不仅全面深入落实各项节能减排工作，而且持续探索并创新多种节能方式，打造公司内部可持续发展生态，为构建可持续发展的生态环境贡献自己的力量，同时也为公司的可持续发展奠定坚实基础。

在设备采购端，公司通过选择具有绿色节能低功耗技术资质的液晶显示器设备供应商，优先采购节能低耗设备，及时关闭无人区域空调和照明设备，对不常用电器及电源进行断电处理，避免产生不必要能耗。在设备运营端，公司在设备系统内加装定时开关机软件，以达到节能减排的目的。在设备回收端，公司通过使用易于回收、可循环利用或自然降解的环保材料及绿色环保的印刷方式，使印刷品从原材料选择、生产、使用、回收等整个生命周期均符合绿色环保要求。公司的报废设备通过技术手段采取电子配件循环再造的服务，或以绿色环保形式做销毁处理，降低环境污染风险。

社会篇

人文共融，构建责任共担新图景

投身公益事业，彰显时代担当
助推品牌升级，传播品牌价值
坚持创新驱动，赋能公司生态
加强投资者管理，维护股东权益
秉持人本理念，构建共生职场
精细供应链管理，提升协同效能
重视数据保护，筑牢安全防线

05 Social



投身公益事业，彰显时代担当



2024年10月，分众公益基金会面向安徽省金寨县水竹坪实验学校开展助学活动，向学校捐赠文体用品用于丰富学生活动，以及捐赠生活衣物以关爱该校家庭困难的学生。

2024年12月，北京市民政局发布2024年度社会组织评估结果公告，分众公益基金会获评4A级社会组织。分众公益基金会在首次参与社会组织等级评估中即获得4A评级，这不仅是对过去工作的肯定，更是对未来发展的激励。

未来，分众公益基金会将持续加大资源投入，发展基层儿童福利支持的内驱力，创造更多社会价值。



>>>分众公益基金会

2022年3月，由分众传媒发起，经北京市民政局批准，北京分众传媒公益基金会（以下简称“分众公益基金会”）正式注册成立，这标志着分众传媒将更专业、更深入、更有体系地履行社会责任，探索有效解决社会问题的方案，与不断前进的社会共生、共创、共荣。

为响应国家高质量教育发展和科技兴国的号召，分众公益基金会与全国高等学校计算机教育研究会共同发起“众智科学启蒙项目”。项目秉持“规模可复制，在地可持续”的理念，深度聚焦低资源地区数字素养教育发展困境，通过精心打造并提供“易得、易教、易学”的编程教育资源，结合切实可行的县域支持机制，全力为低资源地区教育发展赋能，让优质编程教育惠及

更多孩子。项目在2024年取得突破性进展，推出社会招募和伙伴共建两类校点推广模式，与原有的县域合作模式相互补充，形成了“县域为主、伙伴为辅、社招补充”的良好搭配，实现全年新增合作学校820所，累计覆盖全国除港澳台之外所有省级行政区域的1045所学校，支持教师达1292名，相比2023年度规模增长364%，中西部地区成为主要覆盖区域。

2024年1月，分众公益基金会向上海市华东师范大学教育发展基金会拨付“分众奖学金”，奖励华东师范大学优秀学子。5月，分众员工志愿者到北京密云区西田各庄村的“分众儿童之家”，陪伴孩子们度过了快乐的时光。6月，分众公益基金会与福建省儿童医院合作的先天性心脏病救助项目完成执行，累计救助39位患儿。





>>>众仁儿童救护项目

公司董事长江南春与多位知名企业家联合发起爱佑慈善基金会，在儿童救助领域形成系统化的专业模式。

2022年10月起，分众公益基金会与爱佑慈善基金会联合在云南昭通镇雄县和北京市密云区开展困境儿童救助与保护项目“众仁儿童救护项目”，该项目聚焦在儿童的生存保障上，通过与地方民政系统及相关政府部门、专家及社工组织合作，为监护缺失或监护不当家庭的儿童提供救助与保护，以及为先天性心脏病患儿提供医疗救助，守护儿童生长的底线。

2024年，分众公益基金会将项目的温暖传递到了云南省昭通市镇雄县6村和北京市密云区。7所儿童之家成为孩子们成长的乐园，累计开展919场活动，覆盖14231人次儿童，每一场活动都精心策划，为孩子们带去欢乐与知识。针对530名困境和留守儿童，项目社工和儿童主任不辞辛劳，开展了4316人次家访入户干预服务，为孩子们送去食品包4194个、卫生包1222个、衣物包998个、文体包524个，切实满足了他们的生活和发展需求。

截至2024年年底，项目长期支持542名困境儿童，支持当地儿童主任为儿童提供7448次入户干预服务；运营7所儿童之家累计开展活动1602场，覆盖儿童21109人次。此外，项目进行了两期特殊个案救助，针对项目中情况危急的孩子设计个性化帮扶方案。

2024年3月28日，由《公益时报》社主办的第八届中国公益年会在北京召开，分众公益基金会的“众仁儿童救护”项目获颁“年度公益项目”奖。

2024年61儿童节期间，分众传媒携手爱佑慈善基金会、支付宝公益、蚂蚁庄园共同传播病患孤儿和先心病儿童救助项目；2024年99公益日期间，分众传媒也携手爱佑慈善基金会、阿里巴巴公益、腾讯公益、字节跳动公益等公益平台，通过旗下电梯媒体联合传播爱佑儿童救助项目，带动和引导更多社会力量关注儿童公益事业。

>>>天堂电影院公益共建

“天堂电影院公益共建计划”由分众传媒集团旗下分众晶视电影传媒发起，以面向乡村的电影公益放映为主要形式，并包含一系列助学助农举措的持续性公益行动。旨在发挥企业的社会责任，以弘扬社会主流文化为使命，关注青少年成长，通过电影艺术促进教育与审美熏陶，并借此增进城乡间文化交流，传播地方美誉、助力乡村振兴。自2018年6月启动以来，已经在全国14个省、自治区、直辖市内多个不同类型的乡村，建成了30个公益放映站。

2024年9月19日，“天堂电影院公益共建计划”第30站，正式落户云南昭通苏家院镇顺山小学，为这里的孩子们提供长期持续观影机会，增加孩子们接受艺术熏陶的机会，陪伴孩子们茁壮成长。

此外，“天堂电影院公益共建计划”的理念、活动纪实和发展动态，通过分众晶视电影传媒遍布全国的影院映前广告平台进行传播，形成广泛的社会认同和普遍影响，实现了一家引领、百家共助的良好带动效应。





>>>未来科学大奖

被誉为“中国的诺贝尔奖”的未来科学大奖成立于2016年，是中国大陆第一个由科学家、企业家群体共同发起的民间科学奖项。其中，分众传媒董事长江南春与马化腾（腾讯公司董事会主席兼首席执行官）、丁磊（网易公司创始人、董事局主席兼首席执行官）、王强（真格基金联合创始人、新东方联合创始人）一同捐赠了未来科学大奖“数学与计算机科学奖”，旨在助推中国基础研究以及核心竞争力的长期打造。

作为“数学与计算机科学奖”捐赠人之一，江南春认为，未来科学大奖是由科学家、企业家群体共同发起的民间科学奖项，这是一次很有远见的实践。同时也提供了一个非常好的机会，让科学家走到台前，走进大众的视野，让科学家成为偶像，成为我们和下一代的榜样。

>>>积极开展公益宣传

分众传媒充分利用自身媒体平台的优势，以实际行动推动公益事业的发展，打造健康的慈善环境，带动和引导更多社会力量关注公益事业。

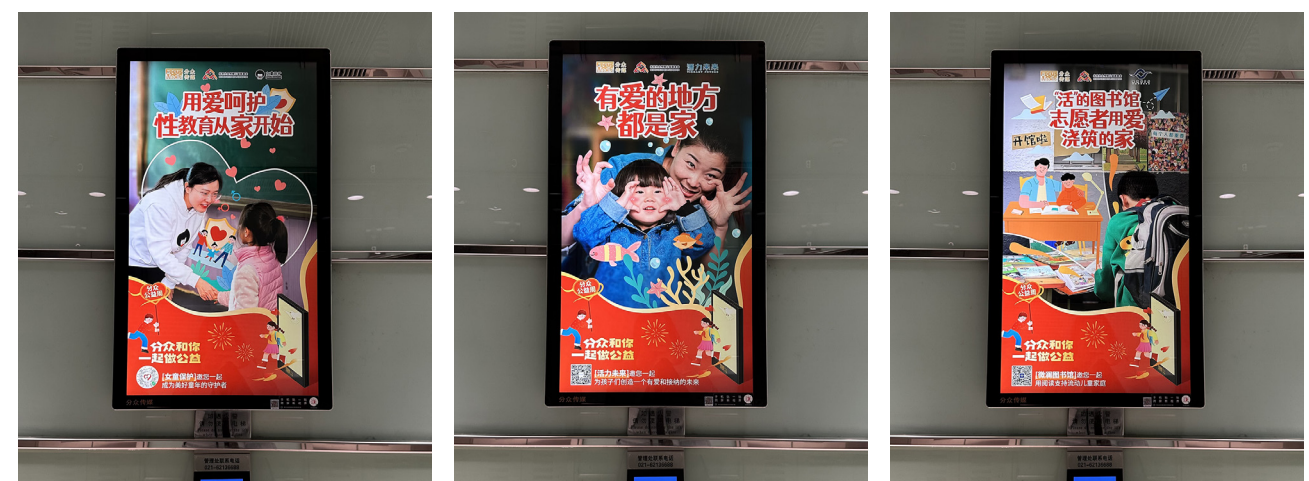
2024年，分众传媒一以贯之地积极配合各地政府部门进行各类公益宣传，例如配合上海市经信委，为2024世界人工智能大会提供了有力的宣传支持；配合广东证监局，围绕“5.15全国投资者保护宣传日”广泛传播；以及在各城市宣传部、市场监督管理局、广告协会等单位组织的指导下，深入社会生活各个层面的公益宣传，助力精神文明建设有效推进。

值得一提的是，2024年2月春节期间，分众传媒再次发起“分众公益周”活动，以“让爱回家”为主题，支持扶贫济困、灾后重建、家庭教育等相关领域的6个公益项目宣传，提供覆盖全国多个城市的楼宇广告，号召公众关注公益项目在“健康、安全、有尊严和希望”的家园建设中所做的行动。

2024年8月，为引导广大青年积极投身科技创新、乡村振兴、数字经济、社会企业等领域挺膺担当，营造全社会关心支持青年创新创业的氛围，分众传媒提供近10个城市超5万个点位的媒体资源，支持团中央的中国青年创业就业基金会宣传第十一届中国青年创青春大赛活动。

2024年9月，为贯彻落实民政部《关于开展第九个“中华慈善日”主题宣传活动》的要求，分众传媒联合中华慈善总会，在全国10余个城市超4万个楼宇广告屏幕中开展“崇德向善依法行善”第二届中华慈善数字公益节共建幸福家园活动宣传。

分众传媒始终秉持向善初心，响应党和国家号召，在推动公益慈善事业发展中尽己所能。未来，分众传媒将继续发挥企业资源创造更多社会价值，与全社会携手共赴美好。



助推品牌升级，传播品牌价值

推动国牌崛起，打造新质生产力

伴随近年来市场进入存量博弈，更多品牌回归营销本质，重回消费者心智。在不确定的外部环境下，品牌建设成为企业增长的长期有效路径。公司长期聚焦高质量发展，凭借“日覆盖4亿城市主流人群，在其必经的核心生活空间中高频次、低干扰有效触达”的独有媒体优势，形成了强大的品牌集中引爆能力，持续为客户提供更有效和精准的广告投放。

新时代背景下，公司以助推国牌崛起为企业使命，全力推动中国品牌以差异化代替同质化，以价值战代替价格战，以品牌驱动代替流量驱动，近年来涌现了波司登、飞鹤、君乐宝、妙可蓝多、元气森林、Ulike、德佑等大量成功案例。品牌建设是新质生产力的重要体现，2024年，公司积极响应新质生产力发展号召，不断深入推动客户品牌建设，在存量博弈时代成为新品引爆、场景触发、渠道助攻、内容事件的强效放大器。分众将专注于持续挖掘细分行业客户，以更广泛的覆盖、更优质的产品服务更多行业品牌，助力中国制造到中国品牌的跨越，实现品牌势能与销售业绩的全面高质量增长。



推进全球布局，彰显中国力量

2017年以来，公司积极响应国家共建“一带一路”重大倡议，持续推进海外布局发展，目前媒体网络已覆盖韩国、泰国、新加坡、印度尼西亚、马来西亚、越南、印度、日本和阿联酋等国，并保持健康稳定的正向发展，部分市场已实现盈利。公司不仅在全球媒体业应对移动互联网时代传播难题的环境下，向世界贡献中国智慧，提供中国方案，更成功证明分众模式在海外市场尤其是亚洲市场可快速复制。未来，公司将

持续推进全球市场业务布局，向世界输出楼宇电梯媒体这一中国原创模式，构筑起国牌出海基建者的角色，不断助力中国品牌加速全球化进程，走向世界舞台，彰显中国力量。

推进点位下沉，树立行业标杆

在加快建设国内大循环背景下，公司不断推进媒体点位下沉，结合市场实际需求，积极有序开展包括三、四线城市在内的优质资源点位的开发、合作，进一步

优化媒体资源覆盖的密度和结构。展望未来，中国高质量发展的强大动力源源不竭，分众传媒将坚持践行企业公民责任，与不断前进的社会共生、共创、共荣，诠释行业标杆力量，创造更多社会价值。

我们坚信，企业的生命力在于与时代脉搏同频共振。公司将以媒体之力助推商业文明进步，以创新之魂拥抱产业变革浪潮，持续书写中国品牌崛起的新篇章。



坚持创新驱动，赋能公司生态

公司持续提升数字化、智能化营销能力，通过对大数据的不断深入分析研究及与各平台的合作，根据不同楼宇、社区消费者的不同品类消费需求和品牌偏好，可做到“千楼千面”的“规模化精准”。当前，分众已率先打通与天猫、抖音双平台的数据回流，建立起全域衡量体系，实现曝光人群的销售转化追踪；不仅帮助客户品牌实现精准有效投放，提升销售转化率，还可助力其积累线上数据资产，实现全链路优化，持续推动品效协同。

公司视创新驱动为企业可持续发展的内生动力。长期以来，公司持续加强创新能力建设，坚定实施创新驱

动发展战略。公司在科技创新方面的布局 and 优势，帮助自身始终保持行业领先地位，并不断为客户创造更大的价值。2024年，公司以“AI赋能生态创新”为核心战略，通过AI技术重构广告链路、优化资源分配模式构建了多维度的增长引擎。通过深度融合AI大模型与线下广告场景，实现广告创意生成、投放策略优化及数据分析的智能化，提升转化效率与客户体验，与阿里、字节、美团等平台生态打通合作，打通线上线下全域数据形成营销闭环生态，拓展增量市场；通过分时高频投放、余量分发等模式降低中小客户投放门槛，同时利用AI提高客户服务边界和投放效率。

AI大模型创新

公司与国内外前沿AI大模型厂商深度合作，接入通义千问、智谱、豆包、OpenAI等模型能力，并结合分众20年积累的超50万条广告语数据及广告投放案例营销方法论，构建“众智AI营销垂类大模型”并持续微调，并与阿里和字节等平台数据打通，在公司内外部赋能业务落地多个应用场景。AI的应用不仅重塑公司工作流程，带来了效率的提升，更重要的是基于AI驱动的全新行业解决方案，极大地丰富了广告创意生成、广告策略制定、广告投放优化和广告数据分析的多方面综合能力。

中小客户分众高频余量分发

公司通过精细化运营优化资源利用率。基于梯媒早晚高峰潮汐人群特点，在非投放高峰期合理利用广告余量，开发“高频惠选分时投放”产品算法，充分利用分众广告余量智能分配有效提高中小客户广告单小时播放频次；针对不同场景（如写字楼、社区）设定差异化投放时段，在全天300次均匀投放产品上开发单小时最高104次高频投放，提高库存利用率和智能分发策略。

分众将继续积极拥抱新技术红利，以科技创新为驱动，提升服务效率，为更多品牌客户提供强效赋能，助力其实现品牌势能与销售业绩的全面高质量增长。

AI广告语生成

输入品牌名称，AI即可自动联网搜索品牌产品信息，并围绕江南春分众梯媒广告语方法论和打分标准，自动生成不同风格的AI广告语。

AI创意制作

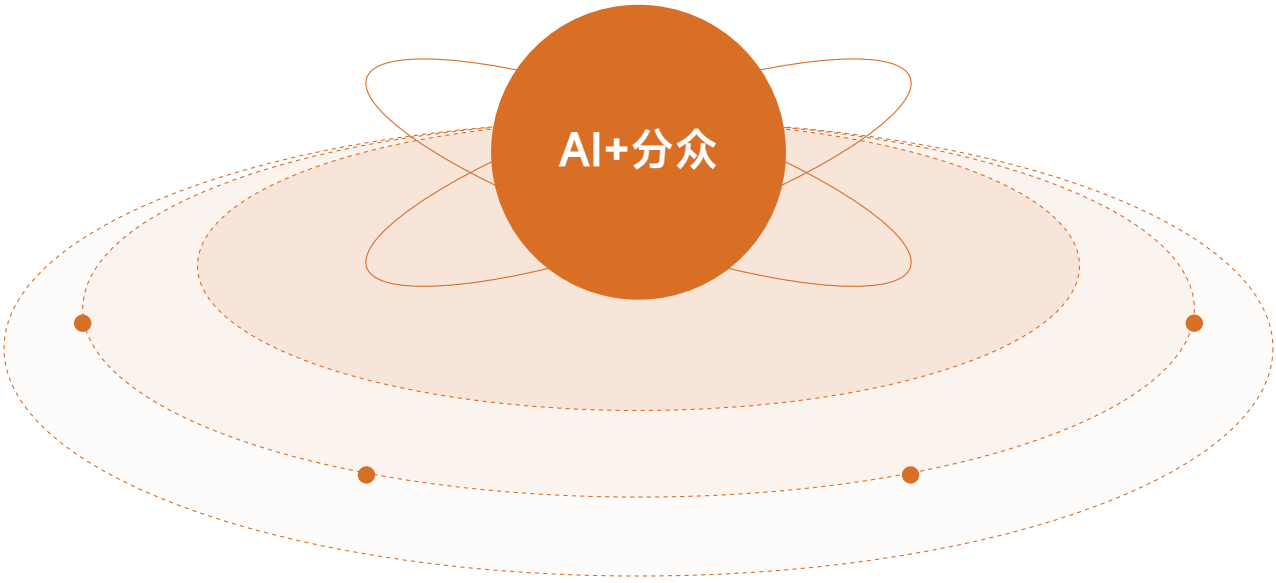
输入创意需求，AI即可自动生成广告海报及视频，并支持多图层模式的二次编辑修改并提供海量模板和有版权素材库，为海量中小广告主赋能提效。

AI内部运营提效

集团内部多个部门场景均使用AI产品及RPA工具，进行内部系统的数据流转和业务赋能。

线上数据打通

除阿里天攻系统的电商数据外，打通字节抖音系的社媒和电商数据，有效连接线上线下为品牌客户深度的投放洞察和数据链路。



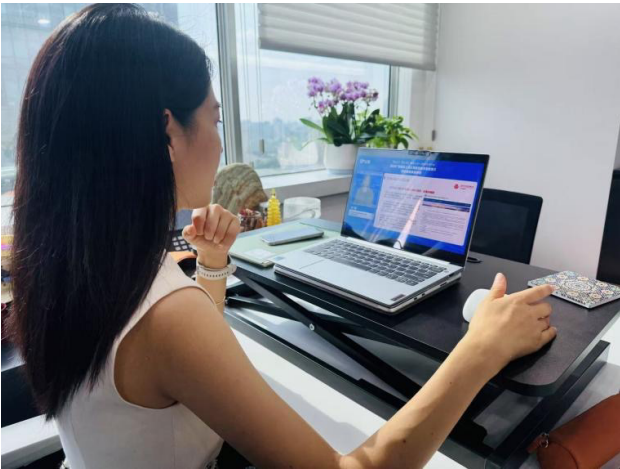
主要研发项目名称	项目目的	拟达到的目标	预计对公司未来发展的影响
分泽时代AI广告语创作软件V1.0	通过前沿的大语言模型技术，AI系统能够根据特定的品牌需求和营销目标，结合预训练、SFT微调、RM奖励模型以及RLHF强化学习等多种先进的人工智能技术手段，依托分众传媒丰富的广告创意语料库，实现创意广告语的自动生成。特别是在公司长期积累的营销经验基础上，项目能够新的品牌定位、新的营销诉求和多样化的场景下，迅速捕捉到市场的脉搏，通过AI的智能化创作，为广告主提供与时俱进的创意支持，提升品牌影响力。	AI系统能够根据特定的品牌需求和营销目标，自动生成引人注目的广告文案，确保每一条广告语都能精准传达品牌核心价值，激发消费者的兴趣与购买欲望。无论是针对电子商务平台的推广活动，社交媒体的品牌营销，还是线上线下广告的全渠道投放，本项目都能提供量身定制的创意内容，充分满足不同广告场景下的需求。无论是吸引眼球的创意广告语，还是精准传递品牌信息的营销文案，AI的自动生成将极大地提升广告投放的效果，助力广告营销活动的成功。	通过精准的AI算法和基于大数据的分析和深度挖掘，能够为企业、广告代理商及广告创作者提供高效、个性化的广告文案创意生成解决方案，帮助他们在复杂多变的市场环境中脱颖而出。 基于AI技术的广告创意生成项目将彻底改变传统广告文案创作的方式，突破创作瓶颈，节省时间与成本，为广告创作者带来前所未有的效率提升，同时推动整个广告行业向更加智能、个性化和高效的方向迈进。
驰众信息全媒体流量数据分析管控系统V1.0	通过先进的数据分析与人工智能算法，实现对全媒体流量的高效整合与智能化分配，以满足不同客户能级与企业发展状况的需求。具体而言，建立一个能够实时分析客户投放历史、企业现状及市场趋势的平台，利用机器学习模型预测并优化每个广告位时间的eCPM，从而最大化广告收益。项目将注重提升决策速度与精度，强化用户体验，同时确保数据处理的安全与合规，最终推动集团广告运营的智能化转型，增强市场竞争力与盈利能力。	该项目预期的研发效果是打造一个尖端的智能化流量分配平台，实现广告投放的精准化与效益最大化。通过集成大数据处理与先进AI算法，项目将极大提升流量分配的自动化水平和决策效率，预计能将广告触达效果提升20%~30%，同时降低客户获取客户的成本。系统将具备实时数据分析能力，快速响应市场动态，为不同能级的客户提供定制化服务方案。确保用户收到高度个性化的广告内容，用户满意度提升超过30%。	预期成果将为广告主提供更精准的流量匹配，增加广告收入，且通过技术创新，如自适应学习与环境感知推送，树立行业智能化转型标杆。在保障数据安全与隐私的前提下，项目还将推动集团成为行业数字化转型的标杆，为公司带来显著的业绩增长与品牌影响力提升，预计在项目实施后一年内，在保证效果的前提下，实现至少15%的运营成本节约，通过智能算法减少无效投放。能为公司增加至少10%的广告收入份额。
分众软件大数据监测评级可视化软件V1.0	旨在研发一套海外系统化楼宇评级系统，针对不同国家的国情特点与市场需求。通过集成大数据采集、智能分析和用户友好界面技术，为全球房地产市场提供精准的楼宇评估解决方案；建立多元化数据采集模块以整合全球楼宇信息；研发定制化评级算法模型，以适应不同区域的评估标准和市场需求；运用机器学习技术进行深度数据分析，实现楼宇价值潜力与风险的智能化预测；打造直观的交互平台，便于用户获取评级报告与分析洞察；确保系统在全球范围内的高效部署与数据安全性，同时提供多语言支持，以促进国际化应用。	采用深度学习和强化学习技术，构建复杂的行为预测模型，能够基于用户历史行为、上下文信息及实时市场动态，精准预测流量价值和用户响应。打破单一渠道限制，实现跨媒体、跨设备的流量智能调度，优化广告投资回报率，为企业创造更大价值。集成先进的推荐算法，如协同过滤、内容推荐与混合推荐系统，为用户提供个性化广告内容，提升用户参与度和广告效果。引入环境影响评估模块，衡量广告活动对社会、环境的正面效应，推动绿色广	成功研发的系统将为全球楼宇市场引入一套创新、科学的评级标准，推动行业向更加标准化、透明化方向发展。通过提供精准的楼宇评估报告和市场洞察，大幅缩短跨国企业选址、投资决策周期，提高市场响应速度和投资精准度。强调能源效率与环境影响的评级指标，将激励业主和开发商采用绿色建筑技术，促进全球行业可持续发展。通过提升楼宇价值、优化资源配置，不仅为企业创造经济价值，也带动就业，同时提升城市功能与居民生活质量。

加强投资者管理，维护股东权益

公司始终高度重视并不断加强投资者关系管理工作，始终秉持合规、主动、平等、诚实守信的投资者关系工作基本原则，关注投资者保护，将打造尊重市场、敬畏市场、回报市场的负责任上市公司作为投资者管理工作的重要目标。

及时回应投资者诉求，传递公司价值

公司积极协调公司与投资者的关系，建立了较为完善的投资者关系管理工作制度，通过网上业绩说明会、投资者集体接待日、电话、邮箱、互动平台、线上线下调研等多渠道、多平台、多方式保持与投资者的良好互动。公司聚焦市场关切，及时回应投资者诉求，传递企业价值，2024年公司组织召开业绩说明会、参加广东辖区2024年投资者网上集体接待日等活动；对于“互动易平台”上投资者的问题均予以了认真回复。另一方面公司也认真听取投资者对公司经营发展等方面的意见和建议，公司与投资者之间形成长期、稳定的良好互动关系，投关交流与市场反馈机制形成有效闭环。



利用数字化工具，创新投资者互动方式

公司始终坚持与时俱进，积极推动投资者关系管理工作数字化转型。目前，公司已在公司官网醒目位置搭建了投资者关系管理专栏，及时更新投资者关系活动信息。除此之外，公司还创新使用可视化财报、一图读懂年报等新颖的展示形式，投资者可以及时直观地了解公司最新的财务数据和经营信息。

重视股东利益，努力提升投资回报水平

公司注重投资者回报，自2015年公司回归A股上市以来，公司进行现金分红和回购股份的金额已累计约320亿元（含2024年年度利润分配）。

公司将继续保持稳定的分红政策，统筹好企业可持续发展与投资者回报的动态平衡，持续共享企业的成长

与发展成果，更大程度地提升广大投资者的获得感。公司董事会及股东大会审议通过的《公司股东分红回报规划（2024年度-2026年度）》，确定公司每年度将按照不低于当年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润的80%进行现金分红。上述规划进一步明确了公司对股东的合理投资回报，增强了公司分红的持续性和可预期性。

公司近三年 现金分红情况	2024年度	2024年半年度	2023年年度	2022年年度	2022年前三季度
每10股 现金分红（元）	2.30	1.00	3.30	2.80	1.40
现金分红总额 （含其他方式）（亿元）	33.22	14.44	47.66	40.44	20.22
现金分红总额 （含其他方式） 占利润分配 总额的比例（%）	100%	100%	100%	100%	100%



投资者交流渠道

热线：+86 21 22165288
邮箱：FM002027@focusmedia.cn

报告期内

公司召开业绩交流会

4次

互动易平台回复投资者提问

130+

秉持人本理念，构建共生职场



公司秉承“招才、用才、爱才、育才”的用人理念，自觉遵守并履行相关劳动法律法规，始终将员工视为企业发展的核心动力，2024年我们以高标准筑牢权益保障基石，以创新思维升级关怀体系，构建了“法律合规为底线、福利升级显温度、文化认同促凝聚”的共生共荣的职场生态。

2024年4月，公司在以“合力向前，创想共赢”为主题的2024中国杰出雇主颁奖盛典暨高峰论坛中获评2024人力资源管理杰出奖“杰出雇主”大奖。

合规雇佣，坚守用工底线

公司坚持合法合规雇佣，公司严格遵守国家法律法规和内部相关制度，与所有员工签订劳动合同，通过严格完善的招聘录用流程，确保雇佣过程各个环节依法依规，公司严禁任何部门或子公司雇佣童工或者强迫用工，不存在以暴力、威胁或非法限制人身自由的手段强迫员工劳动的情形。此外，公司设有《员工转正述职管理制度》《员工退休管理制度》，并结合公司实际情况编制了《员工手册》，规范员工入职离职、薪酬福利、考勤与假期管理、奖惩制度、员工晋升、员工培训、绩效评估、员工关系等工作流程。

报告期内

公司依法与员工签订劳动合同，劳动合同签订率**100%**

群英汇聚，夯实发展根基

2024年，公司以“年轻化储备+专业化深耕”为双轮驱动，通过4场专项招聘会，共招募新员工362人，实现关键岗位精准匹配与战略性人才储备的协同推进，为全球生活圈媒体生态建设注入新动能。

公司共招募新员工362人，其中校园招聘10人、社会招聘352人，人才结构持续优化。通过4场专项招聘会，其中校园招聘3场、社会招聘1场，

校园招聘—吸引年轻血液的加入是保证企业可持续发展的必要资源。每年毕业季，公司会严格按照用人部门的个性化需求在全国各地搜罗有潜力的优秀应届毕业生加入分众，不断为公司发展新生力量，夯实公司人才梯队建设水平。

社会招聘—公司努力营造多元包容的职场环境，在关键人才方面，公司会广泛罗致不同学历、专业、性别、文化宗教信仰等背景的人才，汇聚多元精英，并为其提供公平合理的薪酬待遇，激活公司内部活力。公司将持续深化“人才强企”战略，以更开放的姿态构建全球化人才生态，为千亿级媒体平台建设提供坚实智力支撑。

开放纳贤，打造多元职场

公司积极倡导多元与包容的职场氛围，尊重员工的多样性和差异性，努力打造“兼容并蓄，不同而和”的企业文化。公司坚持非歧视原则，基于岗位任职资格和候选人能力等条件选拔人才，不因种族、性别、国籍、民族、地域、宗教、年龄、性取向、婚姻状况、生育状况等原因歧视候选者，确保每个员工拥有平等的机会。

报告期内

公司开展**4**场专项招聘会

其中校园招聘**3**场、社会招聘**1**场

招募新员工**362**人

其中校园招聘**10**人、社会招聘**352**人

公司员工情况

员工总数

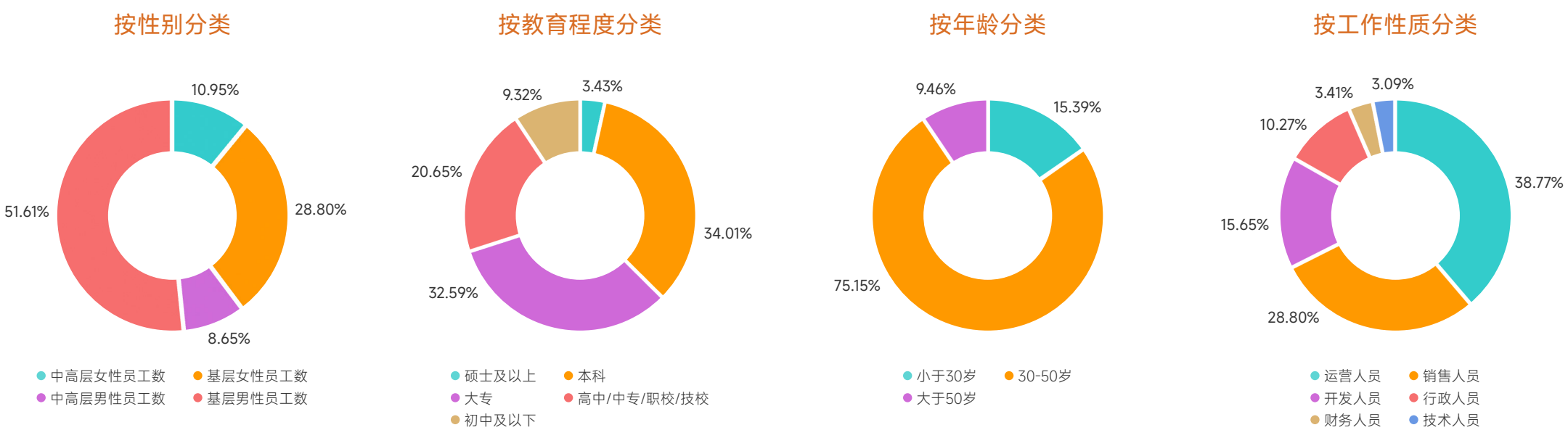
5042人

女性员工数

2004人

男性员工数

3038人



赋能成长，激活人才价值

公司始终秉持“人才即核心竞争力”的理念，以“精准赋能、实战导向、全员覆盖”为原则，构建起立体化、多维度的培训体系，充分体现“强基固本、梯队共建”的战略导向。

新员工培训—公司构建了完善的新员工培训体系，旨在帮助新员工快速融入新团队，掌握新技能，胜任新工作。设置包括《走进分众》《分众文化及员工手

册》、《商务礼仪—职场小白篇》《优秀职场人之五大必备沟通法宝》《方舟系统实操培训（To销售端）》《做一朵向阳而生的太阳花》《目标管理》《人人费用系统实操培训》等年度培训课程，结合公司实际情况，利用情景化模拟等实战化教学方式，确保培训内容“即学即用”，助力255名新人快速完成职业化转型，实现100%参训率、99.1%满意度及98%考核通过率的卓越成效。



团队培训—公司创新“训战结合”模式，旨在加深团队合作，提升团队专业度和协同度。来自上海、深圳、泉州、厦门、东莞、珠海、中山等地的120余位销售精英参与的“2024分众传媒专业精英特训”更突破时空限制，以“实战模拟、行业研究、提案创新”为三大主旋律，通过线上选拔精准识别高潜人才，线下集中开展现场命题的提案创意展示、消费趋势分析等活动，最终产出最优方案。公司各地分公司也积极开展跨部门、跨团队的团建培训活动。福州团队通过《商务谈判技巧》《使命必达的团队育练术》等课程，以情景

演练、小组积分制、团队PK赛激发参训人员的协作效能；北京华北二部以“团队竞技赛+专业主题分享”的培训形式重构传统团建，将专业分享融入团队竞技。

培训体系的建设和培训活动的组织，彰显的是公司以培训为纽带，持续夯实组织能力底座、加速数字化转型的决心。未来，我们将进一步深化“培训—实践—创新”的业务闭环，为生活圈媒体生态的构建注入不竭动能。

报告期内

投入培训资金
59.7万元

员工培训覆盖率
100%

员工人均培训时长
10.35小时

公平竞争，激发内生动力

员工的晋升是公司人才发展的重要体现，也是激励员工、保留优秀人才的重要手段。基于公司“管理”和“专业”双通路的人才发展体系，依托公平、合理的绩效评估体系，坚持公平、公正、公开的原则，我们为员工构建多维度的晋升通道，也为不同类型的员工提供发展机会。

2024年，公司共有30人获得晋升。其中有岗位的晋升、职级的晋升，亦有跨序列的晋升。尤其在2024年6月，公司面向全国媒体事业部首次启动内部岗位竞聘活动，组织专项竞聘小组经过发布通知、自主报名、资格审查、公开遴选及综合评估五大环节，科学选举贤才。通过这样的举措，公司为更多的员工提供晋升的机会与展现的舞台，同时也是在不断优化与完善公司的人才发展机制。

未来，公司将持续践行科学合理的晋升机制和人才发展通道，不仅希望为员工提供更明确的职业发展路径，激发员工的工作积极性和创造力，而且希望员工的个人发展与公司发展能够更加紧密结合，实现员工与企业的共赢。



温暖相伴，提供员工关怀

公司始终将“员工是企业最宝贵的财富”理念贯穿于管理实践，通过多元化、创新性的员工活动与关怀举措，构建了充满活力与温度的职场生态。我们以节日文化为纽带、以健康管理为基石、以家庭关怀为延伸，开展多次主题活动，让每一位分众人感受到“此心安处是吾乡”的归属感。

端午方言活动—公司以传统节日为载体，打造沉浸式文化体验。端午节期间，开展“我用方言送祝福”活动，集结各地方言，乡音传递祝福的同时，更彰显了企业对多元文化的了解和尊重，有利于增强团队凝聚力。



记录女性力量—2024年3月8日，为记录女性员工的独特一面，来自不同部门与地区的4位女性员工代表参与，通过访谈形式，生动呈现了女性员工在开发销售、海外拓展等领域的飒爽英姿，展示出了女性在职场中的多元价值与独特魅力成为职场女性赋能的典范案例。



中医科普活动—为了应对后疫情时代职场健康新挑战，提升健康意识，掌握实用养生技巧，公司联合上海市针灸经络研究中心的健康管理师开展“后疫情时期中医科普走进亚健康人群”中医科普活动，普及健康常识，中医养生保健知识，及易掌握的理疗按摩穴位和方法，通过“理论+实践”双轨模式，构建预防为主的健康生态。

保护员工权益，提升员工获得感

公司深知保护员工权益是公司不可推卸的责任，始终坚持以人为本，充分尊重并严格保障员工的各项权益，致力于为全体员工打造公平公正的职场氛围、安全的工作环境和多元包容的企业文化，全力推动实现员工的可持续发展。同时，公司坚持员工多样性政策，努力保障各民族及女性员工权益，推动企业健康稳定发展。

公司严格遵循《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规及《员工手册》《福利性待遇管理制度》等内部规章制度，实现100%劳动合同签订率、五险一金全员覆盖、带薪休假100%落实三大硬指标，优化薪资结构，积极为员工谋福祉，努力提升员工福利保障水平。

同时我们还推出了“分众圈儿”视频号及抖音号的宣传平台，记录和宣传员工点滴，致力于搭建分众人的文化融合平台，打造有温度的文化传播阵地。这些活动及项目的安排，有助于提升员工幸福感和归属感，亦可减低员工流失率。

未来，公司将持续深耕员工权益保障与关怀创新，让每位员工在追逐职业理想的同时，共同绘就企业与人协同发展的美好图景。

员工保险—公司按照相关法律法规为员工办理养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险，按规定缴纳社会保险费，社会保险覆盖率100%。

假期福利—公司员工享受法定休假日、年休假、婚假、丧假、探亲假、产假、看护假等带薪假期，确保员工享受应有的权利。

关爱女性员工—公司关爱女性，产假期间保留其工作岗位，保障女性员工权益。

福利津贴—公司为员工提供多项津贴与福利，在部分节日发放节庆礼品。

劳动权益—贯彻SA8000国际标准体系要求，禁止强迫劳动行为的发生。尊重劳工人权，确保体面劳动，对正式员工、实习员工、兼职员工、临时工等不同类别员工一视同仁。

员工权益	2024年
社会保险覆盖率	100%
员工主动流失率	6.95%
-男性员工主动流失率	7%
-女性员工主动流失率	6.5%

双向互动，共建和谐职场

民主管理和沟通关系到员工民主权利能否真正落实，是构建和谐劳动关系的重要途径。致力于为公司员工打造合法、民主、和谐、畅通、公平的沟通环境。

制度公开化—公司在内部网站建立制度公示平台，员工可及时了解并查阅公司管理规章，通过制度公开，不仅筑牢了合规经营防线，更培育了“规则共守、治理共商”的组织文化。

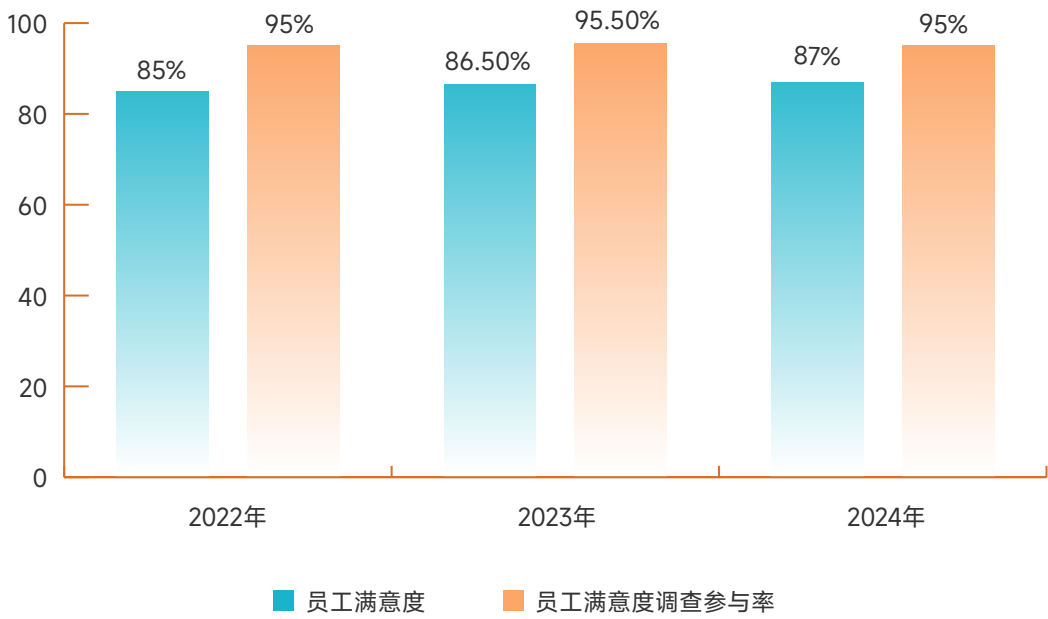
民主沟通—公司打破传统沟通壁垒，乐于倾听来自员工的每一份声音，2024年，公司通过访谈、问卷等多样化形式，从工作环境（包括硬环境与软环境）、工作群体及工作内容等多方面定期了解员工的诉求及对

其满意程度，收集员工对公司各个维度的看法和期望，让公司管理层倾听到员工的真实心声，建立有助于员工为公司目标尽力的氛围，进而制定和实施公平、合理的薪酬制度和绩效评估体系。

投诉渠道透明化—公司鼓励员工反映和举报任何违反员工管理政策的行为，公司公开投诉渠道，便于员工投诉，对所有被举报的违规行为，公司会在第一时间展开调查并及时向举报人反馈调查进度与结果。

未来，公司将继续以员工需求为创新原点，让每一次活动成为文化传承的载体，让每一项关怀化作砥砺前行力量，在充满不确定性的时代，为员工筑造可依赖、有温度的成长家园。

2022年-2024年员工满意度调查



精细供应链管理，提升协同效能

稳定的供应链是公司正常有效运营的保障。公司严格遵循《中华人民共和国公司法》等法律法规，结合自身实际情况，制定《采购管理制度》，明确涉及采购的可持续发展要求，高度重视供应商甄选，规范供应链管理，提升协同效能，打造合作共赢、稳定且可持续发展的供应链体系，倡导与供应商共同承担社会责任。

供应商全生命周期管理

公司建立了供应商生命周期管理机制，明确供应商准入标准、供应商短名单评选要求、供应商日常考核和退出要求。

供应商准入管理

公司严格规范供应商准入流程，通过基础准入标准、供应商资质审查、供应商现场考察等环节严格筛选符合法规和要求的供应商。

基础准入标准—制定供应商准入红线，明确供应商选择的最低标准，主要包括供应商公司的注册资金、可开具正规增值税发票、自有员工人数、供应商成立时间（以营业执照为准）等。

供应商资质调查—通过供应商填写的《供应商资质调查表》了解供应商的基本情况，如公司注册信息、企业规模、业绩表现、主要产品、合作案例。

供应商现场考察—通过现场考察，验证供应商的真实能力与水平。

供应商短名单评选

公司通过评选供应商短名单，提升供应链管理效率及抗风险能力。公司招标小组对于各品类的大额采购项目制定供应商短名单筛选标准，对供应商的质量、服务等方面进行评价、筛选，保证短名单供应商清单符合公司和项目要求。

供应商绩效考核与退出机制

公司搭建QCDS标准化的供应商考核机制，常态化考核年持续性采购项目。公司根据常态化考核结果对供应商进行分级分类管理，对于考核结果不达标的供应商，公司将给予整改机会，但整改后仍不达标的，公司将进行退出管理。

标准化采购流程

公司通过建立标准化的采购管理流程，保证参与投标的供应商公平竞争，保障公司实物与服务及时供应、实现最优成本、规避潜在风险。

采购风险管理

公司努力识别潜在采购风险，尤其单一来源采购项目，积极引入和储备新供应商，避免合作供应商因突发原因导致无法供货的风险出现，并积极搜集和获取各品类和物料的最新的市场行情，根据市场价格行情，及时与供应商洽谈合适的采购价格，保证公司的各采购项目成本符合或低于市场平均成本。

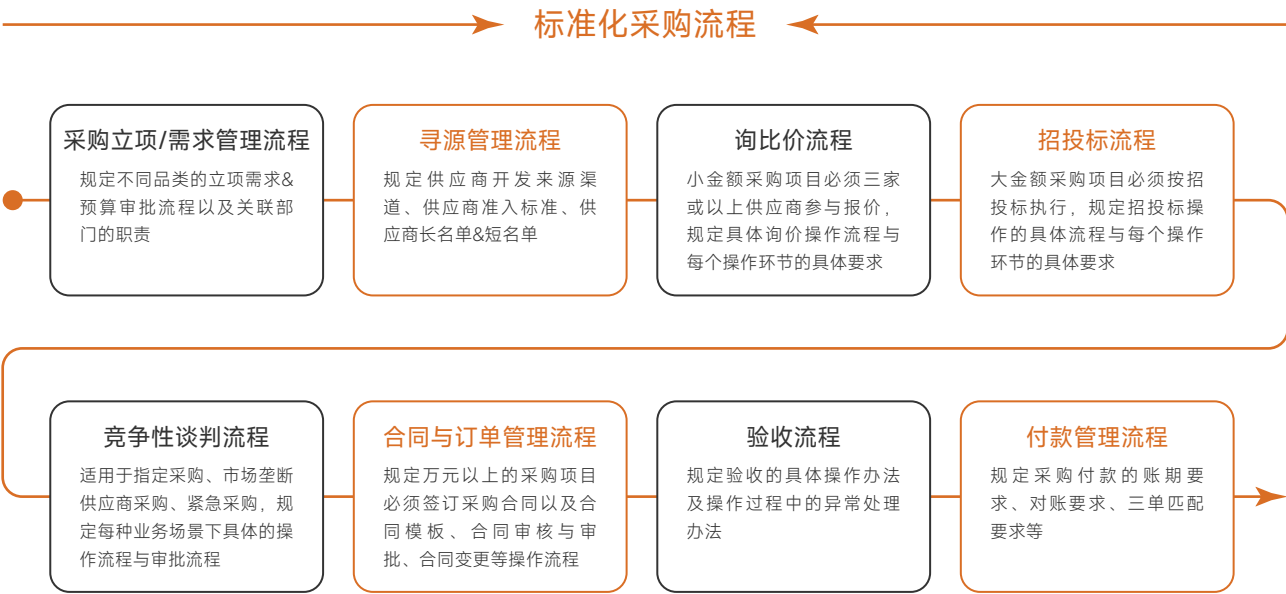
供应商廉洁管理

为确保采购活动的规范与廉洁，从源头上预防和遏制违法乱纪问题发生，公司坚持公平、公正、公开的原则进行采购，通过制定《采购管理制度》和《采购人员行为规范》，明确采购过程中采购人员的行为要求、采购项目中的商业款待与馈赠处理原则、采购红线与违规处罚等合计20条要求，加强采购廉洁管理，杜绝人员主观风险。

供应链可持续发展

公司高度重视供应链的可持续发展，倡导供应链合作伙伴积极承担社会责任，要求供应商优化生产、制造环节，最大限度减少能耗、节约资源、减少有害排放，推动供应链绿色低碳发展。

海报印刷—公司要求合作供应商的环保管理必须符合国家和当地政府的法规要求，如《印刷工业大气污染物排放标准》（GB 41616-2022）、广东省的《印刷行业挥发性有机化合物排放标准》（DB 44/815-2010）、上海市的2024年修订的《印刷工业大气污染物排放标准》（DB 31/872-2024）以及北京、重庆、福建等地的地方标准。公司要求供应商使用环保材料与工艺，如要求供应商使用水性油墨、UV油墨等低VOCs含量原料，减少有害物质排放；优化印刷工艺（如采用无溶剂覆膜技术），降低能耗与废气产生。另外，公司优先选择“绿色印刷认证”的企业进行合作。



重视数据保护，筑牢安全防线

公司将网络安全、数据安全及隐私保护工作贯穿始终，通过顶层设计，制定实施细则，并结合技术手段，建立全生命周期数据安全技术体系，实现数据安全的全面、有效防护。

建设网络安全体系

数据安全与网络安全是企业全面安全管理的重要环节，公司一直致力于加强网络安全体系的建设和运行。公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规要求，全面实施网络安全等级保护制度（等保2.0三级），并建立了一整套安全管理规范与数据防护机制，通过技术和流程相结合的方式，确保公司内部数据资产的安全可控。

公司建立了清晰完善的网络安全组织架构，落实了全面的数据加密与备份制度。目前，分众传媒核心业务系统均落实数据安全备份制度，并定期修订网络安全政策，以适应不断发展的外部环境变化，为网络安全工作提供了坚实的保障。

公司成立了专门的信息安全领导小组和信息安全工作小组，负责网络安全等级保护（等保2.0三级）的实施与监管，并统筹网络安全战略和数据保护工作。此外，公司建立高效的跨部门沟通和协调机制，明确了各部门安全职责，有效保障了网络安全策略的落地执行。

大力实施数据安全保障措施

公司严格依据网络安全等级保护（等保2.0三级）标准，构建完善的安全防护与审计体系，全面管控网络资源与数据资产。通过堡垒机、Web应用防火墙（WAF）、数据库审计、全流量检测系统等多层安全机制，实时监测数据访问行为和网络流量，精准识别异常操作及潜在威胁，快速处置安全事件，避免数据泄露与网络攻击。

公司持续对各类网络安全风险场景进行识别与评估，明确风险性质及潜在影响，并制定数据加密、身份验证控制、堡垒机部署、网络通信加密等应对措施，以保障数据的机密性、完整性和可用性。统一的安全运维通道确保运维过程的实时监控与审计，强化安全可追溯性，全面提升数据安全治理与防护能力。

通过网络安全等级保护（三级等保）认证

公司严格落实网络安全等级保护制度，顺利完成了等保2.0三级认证测评。通过测评认证，公司进一步强化了网络安全制度及技术措施，显著提升了整体的安全防护能力。

2024年，公司未发生任何数据安全事件及客户隐私泄露事件。

分众传媒网络安全管理架构

信息安全领导小组	由公司高层、信息技术、法务、财务、业务部门负责人及安全专家组成，负责制定信息安全战略、政策制度，协调各部门落实安全措施，组织风险评估和审计监督，开展应急响应及培训教育，保障信息安全资源有效配置。
信息安全工作小组	由安全主管、安全管理员、系统管理员、网络管理员、数据库管理员、应用管理员、安全审计员及业务代表组成，负责信息安全制度执行、安全监控与漏洞修复，维护系统、网络、数据库及应用安全，开展安全审计，并反馈业务部门安全需求。

分众传媒数据安全措施

层面	具体措施
网络安全	通过WAF防火墙、全流量威胁检测、阿里云安全中心等安全功能模块，确保网络访问的安全性、网络攻击及威胁实时监测。
终端防护	使用防病毒软件、零信任安全控制手段，确保员工办公终端设备正常运行。
软件开发安全	增强基线加固、Web应用漏洞扫描、渗透测试等安全测试方式，确保公司及时发现并处理系统上线前的应用类漏洞。
安全事件应急响应	制定并执行《智能屏应急响应预案》等预案，对安全事件进行分类分级，明确部门职责与响应机制并每年开展应急演练培训，持续提高应对安全事件能力，减少和预防安全事件造成的损失和危害。
数据保密	倡导员工签署《数据保密承诺书》。

分众传媒数据安全审计情况

类型	审计内容	审计频率
外部审计	聘请第三方开展政策合规性审计，包括信息安全等级保护测评及安全整改等工作。	等保2级每两年一次 等保3级系统每年一次 外部合规审计每年一次

治理篇

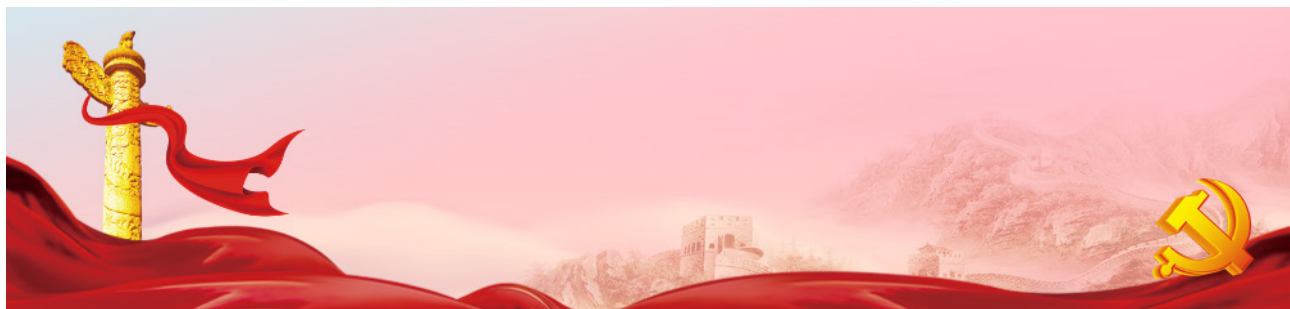
合规为锚，引领企业治理现代化

党建引领发展，凝聚奋进力量
完善公司治理，规范三会运作
提升信披质效，增强企业透明度
推进内部审计，提升风控能力
优化税务管理，严守合规底线
开展廉政工作，坚决反贪反舞弊

06 Governance



党建引领发展，凝聚奋进力量



作为上市公司，公司始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神，充分发挥党的领导作用，深入开展党建工作，积极推进党业融合，确保党的领导贯穿公司战略发展、公司治理、经营管理等各个方面、各个环节。公司将党建工作纳入《公司章程》中，明确党组织对公司发展的作用，以高质量党建引领企业高质量发展。

强基优能，开展主题教育

公司强化思想政治引领，扎实开展主题教育，提高党组织战斗力和凝聚力。公司深入贯彻落实党的二十大精神、二十届二中、三中全会精神，深入推进各项理论

学习工作，切实做到以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干，以实际行动坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”，不断提升党的创新理论武装头脑、指导实践、推动工作的能力，切实将主题教育学习成效转化为推动企业高质量发展的强大动力。

夯实阵地，发挥先锋作用

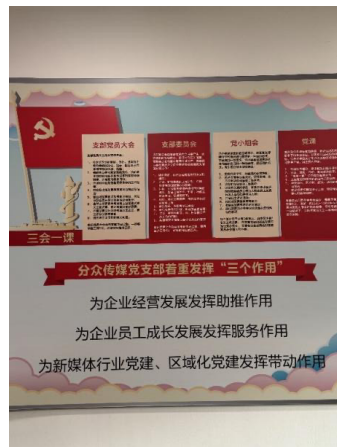
公司不断加强党建阵地建设，强化党建引领氛围。公司着力打造分众党建“五大品牌”，即“分众讲坛”“分众培训营”“分众公益团”“分众金点子”以及“分众网上学习汇”，将党建优势融入公司日常，以党最新的先进理论推动公司高质量发展。



党群服务点标识



初心书架



精神宣贯

实践活动专题

——莫忘来路艰辛，明晰今人使命

公司党总支在党总支书记孔微微的带领下，参观了上海战争遗址类爱国主义教育基地——上海四行仓库抗战纪念馆。四行仓库作为上海重要的抗战遗址被保留下来，既见证了当时中国军人抗击日本侵略的勇气和决心，也成为了今天教育后人铭记这段历史的鲜活教材。通过参观，进一步增强了公司党组织的凝聚力和向心力。



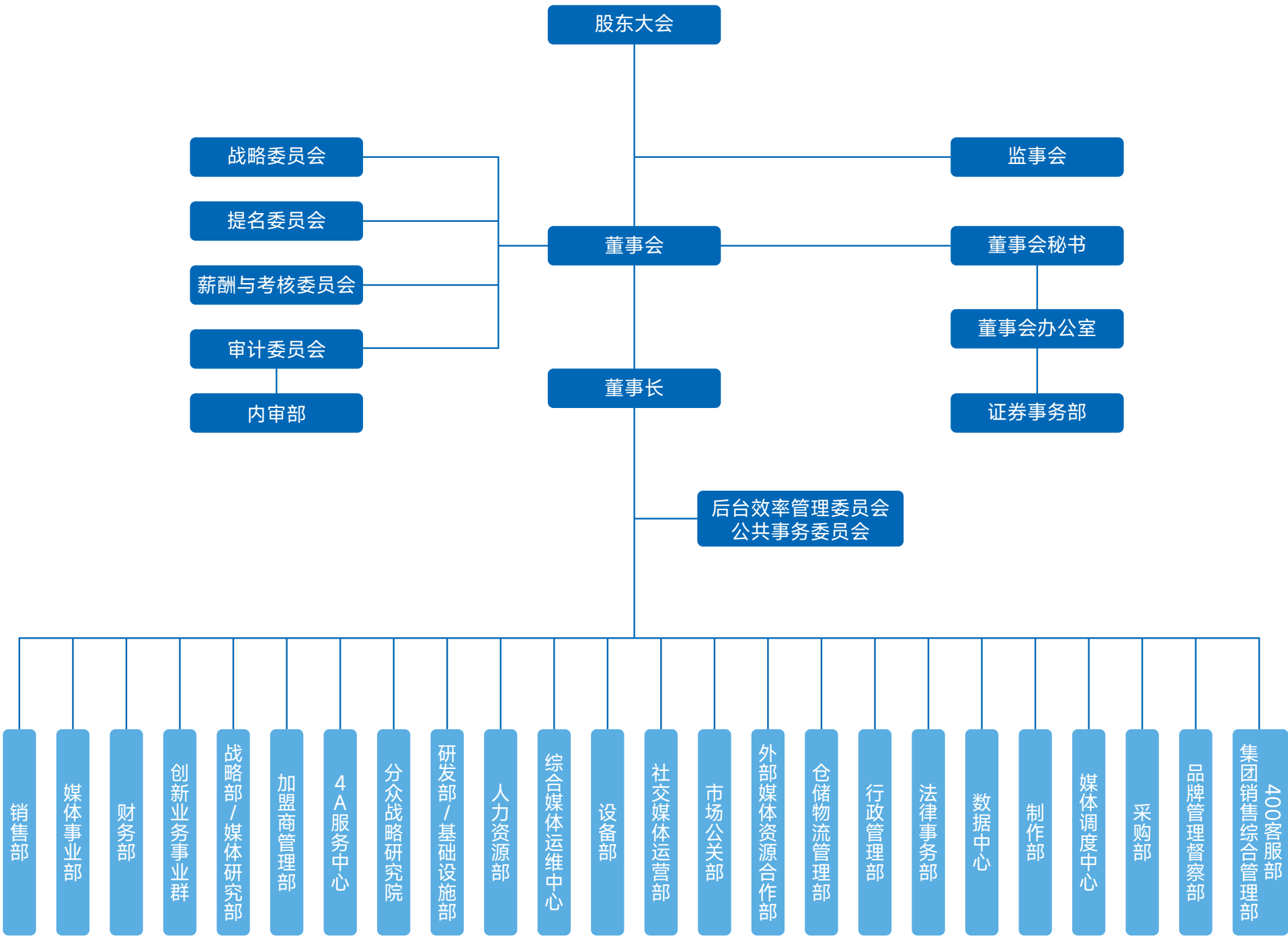
公司党总支组织党员参观四行仓库抗战纪念馆

完善公司治理，规范三会运作

公司持续优化上市公司治理体系，明确“三会”权责边界，确保股东大会、董事会、监事会和管理层各司其职、有效制衡，以健全的治理体系保障科学决策、高效执行和有效监督。公司遵循现代企业制度要求，严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和相关规范性文件要求运作，构建各治理主体权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡的现代企业法人治理体系，建立以股东大会为权力机构、董事会为决策机构、监事会为监督机构、管理层为执行机构的公司治理架构。

公司持续推进治理体系和治理能力现代化，不断优化三会一层决策机制，确保董事、监事及管理层依法合规、勤勉高效履职，有效发挥其决策、监督与执行作用，助力公司高质量发展。

分众传媒组织架构图



股东大会

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司股东大会规则》等法律和规范性文件要求，并结合《公司章程》，制定《公司股东大会议事规则》，规范股东大会运作机制。同时，公司注重保护中小股东，确保中小股东享有合法权益。



董事会

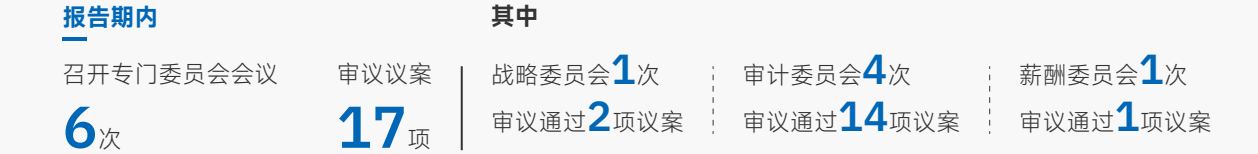
在充分发挥股东大会作用的前提下，董事会始终坚持“定战略、作决策、防风险”的职责定位，扎实落地落实董事会职权。公司董事会成员7人，其中独立董事4人。公司制定《公司独立董事工作制度》保障独立董事履职尽责，全方位发挥独立董事决策参与、监督制衡和专业咨询的重要作用，以维护上市公司整体利益并保护中小股东的合法权益。



董事会
专门委员会

公司根据相关规定在董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，对董事会负责，并制定相应委员会工作细则，依照《公司章程》与董事会授权履行职责，为公司董事会决策提供科学专业的意见和参考。

专门委员会	独立董事（位）	非独立董事（位）	独董是否担任主任委员
战略委员会	4	3	否
审计委员会	3	0	是
薪酬与考核委员会	3	0	是
提名委员会	2	1	是



监事会

公司制定《监事会议事规则》，监事会积极参与公司经营管理的监督工作，高效发挥对董事会、经理层规范行权的监督作用，切实维护公司及股东的合法权益。



■ 高级管理人员
薪酬管理

公司董事会薪酬与考核委员会根据董事会审议通过公司高级管理人员薪酬方案，结合公司年度实际经营情况，以及公司高级管理人员承担的具体职责、工作履历，对公司高级管理人员工作业绩进行考核与评定。

公司在现有年度经营计划和高管人员的工作目标考核基础上，计划逐步将可持续发展因素纳入到高管绩效考核指标中。

■ 制度建设

2024年，公司修订了公司治理相关制度，进一步明确公司股东大会、董事会及下设专门委员会的职责权限、机构设置、议事程序和工作规程等，不断促进提高上市公司质量。

《公司章程》
《公司股东大会议事规则》
《公司分红管理制度》
《公司对外担保管理制度》
《公司理财产品业务管理制度》
《公司独立董事年报工作制度》
《公司证券投资、期货与衍生品交易管理制度》



提高信披质效，增强企业透明度

严格遵守信息披露制度
健全信息披露体系

公司注重加强信息披露工作的流程化、标准化，持续提高信息披露的有效性。公司严格遵守《深圳证券交易所股票上市规则》《上市公司信息披露管理办法》等相关法律法规及《信息披露事务管理制度》《重大信息内部报告制度》等公司内部规章制度的规定，建立了全方位的信息披露制度体系，夯实各主要部门信息披露责任，强化信息披露部门协同，保障信息披露工作流程顺畅、高效合规。

登记和报备内幕信息知情人
依法保护公司内幕信息

公司依法登记和报备内幕信息知情人，全体董事、监事和高级管理人员及其他相关知情人员在定期报告及其他重大事项的窗口期、敏感期严格履行保密义务。2024年，公司未发生内幕信息泄露或内幕信息知情人违规买卖或建议他人买卖公司股票的情形。公司重视对未公开信息的保密工作，通过加强宣传教育和强化日常管理等方式，培养员工合规意识，防范内幕交易。

认真履行信息披露义务
维护投资者知情权

公司积极塑造在资本市场的良好形象，2023—2024年度公司信息披露工作被深圳证券交易所评定为A级。

公司在信息披露过程中不断优化公告编制水平，在信息收集、公告编制、核查等环节披露全方位严格把关，确保披露内容真实、准确、完整。2024年，公司共对外信息披露定期报告、会议决议、重大事项等临时公告，涉及披露和报备的文件众多，无一补充和更正，不存在任何违反信息披露规定的情况。

报告期内

公司共披露公告
41份

上网文件
超 20份

报备文件
超 80份

推进内部审计，提升风控能力

完善内部审计制度

健全内部审计流程化体系

随着公司业务的扩展和复杂化，为确保公司运营的合规性、透明性和高效性，完善内部审计制度，健全内部审计流程化体系成为公司治理的重要环节。制度上，公司制定了《公司内部审计制度》等相关制度，明确了审计工作的职责、权限、流程和标准，确保审计工作有章可循。体系上，公司建立以各业务单位、内部审计部门、董事会审计委员会三道防线为主框架的全面覆盖和多层次的内控建设和风险管理体系。公司建立健全以“三道防线”为主要特点的风险管理及内部控制系统，层层压实责任。三道防线具体设置如下：第一道防线由各业务单位组成，是风险管理及内部控制的主要责任及执行单位；第二道防线由内部审计部门组成，是风险管理及内部控制有效性的监督单位，负责内部审核；第三道防线由公司董事会审计委员会组成，行使公司内控决策、规划监督和指导职能。方法上，公司采用了风险导向的审计方法，优先审计高风险领域，确保资源的高效配置和风险的有效控制。

积极开展内部审计工作

优化内部审计流程

公司内部审计的日常工作主要包括：常规审计、专项审计及流程制度优化。

2024年，公司内审部开展了包括常规审计和专项审计在内的多个项目，对公司总部及旗下子公司内部控制和业务运营进行了严格的审查，对关键业务实施了循环监控。

■开展常规审计工作：完成了内部控制测试、IT测试、半年度重大事项审计工作，对所有存在的控制缺陷均进行了汇报、沟通和反馈。

■开展专项审计工作：对采购业务的三方比价情况进行了抽样检查，对所有发现的问题反馈相关业务管理部门。

■优化内审流程制度：梳理并优化采购流程等，调整并明确流程重要节点和审批权限。

项目	内容
常规审计	按照企业内部控制规范体系的规定，评价公司内部控制的建立健全及有效性。
专项审计	对公司业务运营进行监督，例如对供应商的选择、采购招标、三方比价等业务活动事项进行审计与复核，对重要项目业务流程合规性进行审计，核实业务活动中的重要信息。
流程制度优化	对公司现有流程进行全面梳理，识别冗余、低效或重复的环节，通过合并相似流程、引入自动化工具等方式提高各部门协同效率。

在公司审计实践中，内审部采取常规审计与专项审计相结合的方式，同时关注流程制度优化的重要性。为确保审计整改措施的落实，内审部对整改过程进行持续跟踪。此外，公司注重廉政建设，不断完善相关制

度，加大审计监督力度。这些举措旨在促进公司的健康、稳定、可持续发展，塑造廉洁、公正、透明的企业文化。

报告期内



公司内审部开展常规审计工作
5项



开展专项审计工作
6项

风险管理体系

第一道防线
各业务部门

风险管理及内部控制的主要责任及执行单位

第二道防线
内部审计部门

风险管理及内部控制有效性的监督单位，负责内部审核

第三道防线
董事会审计委员会

行使公司内控决策、规划监督和指导职能

优化税务管理，严守合规底线

构建全方位税务管理体系

公司在税务管理工作中，始终秉持“合规为基，风控为先，发展为要”的核心理念，搭建全方位、多层次的税务管理体系，并制定《税务管理制度》，为企业稳健发展与社会价值创造筑牢根基。

公司总部设立专门税务部门，配备专职税务管理人员，实行统一管理、分级负责的管理模式。总部税务部门统筹全局，制定统一税务制度并开展指导协调工作，各子公司在总部指导下，负责日常税务事务。同时，公司建立科学的职责分工与制衡机制，严格落实税务岗位不相容职务分离，实现岗位间的相互制约与监督。

此外，公司税务管理体系打破部门壁垒，建立跨部门协同机制，将税务管理融入业务全流程。从基础税务合规到重大涉税项目决策，各环节均严格把关。税务部门作为管理中枢，凭借专业能力，保障税务核算准确、申报及时，以及与税务机关沟通顺畅。业务部门在前端业务流程中，充分考量税务因素，从合同拟定到业务模式构建，与税务部门紧密协作，确保税务管理合规有序。

推行全链条税务风险防控矩阵

公司全面、系统、持续地收集内外部信息，综合分析税收政策变化、行业监管趋势和企业战略转型等因素，精准识别经营活动与业务流程中的税务风险。通过量化评估风险发生的可能性、影响程度，确定风险管理优先级与应对策略。

针对不同等级风险，公司制定个性化风险应对预案，构建主动防御、动态调整的防控机制。税务风险评估由税务管理岗位联合相关职能部门开展，对税务事项进行常态化、穿透式监督。同时，公司聘请专业中介机构协助排查隐患，确保税务风险始终可控。



推动全员税务素养提升，夯实合规文化根基

为提升全员税务素养，夯实税务合规文化根基，公司针对不同岗位群体，实施差异化赋能举措。税务管理人员定期参加由税务专家、学者组织的前沿培训课程，内容涵盖最新税收政策解读、复杂税务实务操作技巧和前瞻性税务管理理念，拓宽专业视野，提升业务能力。

面向全体财税工作人员，公司借助线上学习平台、线下主题讲座等多元渠道，将税务法规融入实际工作场景，通过通俗易懂的案例讲解，帮助员工理解和掌握税务知识，强化税务合规意识。此举旨在将依法纳税理念融入企业组织文化，成为员工的自觉行为准则。

展望未来： 持续引领税务管理创新与行业变革

面对全球税收政策革新和数字化转型浪潮，以及公司业务拓展与多元化发展的需求，公司将持续聚焦税务管理前沿，深化管理体系创新优化。

精研税务策略，服务战略发展—公司将科学规划税务策略，在合规经营的基础上，精细化管控税务成本，实现税务管理与企业经济效益的有机统一，为公司战略目标实现提供有力支撑。

发挥引领作用，反馈行业诉求—作为行业领军企业，公司将主动承担引领责任，密切关注国内外税收政策变化，组织专业团队开展政策研究与案例分析，及时向税务机关反馈行业诉求，推动税收政策更加贴合行业实际。

深化合规宣传，践行社会责任—公司将税务合规宣传作为履行社会责任的重要途径。在内部，持续完善税务合规文化建设，创新宣传教育方式，让税务合规意识贯穿员工职业发展全过程；在外部，借助行业峰会、社会责任论坛、公益活动等平台，传播依法纳税理念，提升社会公众对税收工作的认知与认同，营造良好税收法治环境。

报告期内



公司合计缴纳税金

16.86亿元（不含代扣代缴的企业及个人所得税）

开展廉政工作，坚决反贪反舞弊



为营造公平、透明、诚信的工作环境，维系公司的可持续发展，公司高度重视廉政工作，并将其作为公司治理的核心任务之一，不断完善并持续推进廉政体系建设。

完善廉政制度，加强防腐管理

公司总结工作经验，结合公司自身特点，构建了全面、多层次的廉政工作体系，制定并完善了《分众传媒廉政监察工作制度》《公司全体员工廉洁自律守则》《分众传媒举报管理制度》《分众传媒举报奖励办法》等，坚持标本兼治、综合治理、惩防并举、注重预防的方针，旨在从制度、组织和流程上有效预防、发现和处理各类贪污舞弊行为。

畅通举报渠道，筑牢反贪污防线

2024年，公司廉政部门持续加大举报宣传工作力度，发布《公司举报奖励办法》，专设举报奖励条款，畅通举报渠道，员工之间进行互相监督，让公司员工做到“不敢腐、不能腐、不想腐”。公司实行严格的举报保密制度，严禁泄露举报人的信息，坚决杜绝举报人进行威胁或打击报复。

举报电话：021-22165150

举报邮箱：jiancha@focusmedia.cn

举报地址：上海市长宁区江苏路369号

开展廉洁宣传，塑造廉洁文化

公司廉政部门积极开展廉洁宣传。在国际反腐日，向全公司员工推送严明公正反对腐败为主题的宣传海报，强化对员工的反腐败教育。

报告期内



公司廉政部门开展廉洁培训

4次



参与人数

130余人

附录：指标索引表

章节	议题及内容	GRI标准	中国企业改革与发展研究会 《中国企业可持续发展报告指南（CASS—ESG 6.0）》	《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）》
编制说明	—	2-2, 2-3, 2-4	P1.1,P1.2	第四条/第六条
董事长致辞	—	—	P2.1	—
走近分众	公司简介	2-1, 2-6, 201-1	P3.1	第六条
	企业文化		P3.2	
	产品介绍		P3.3	
	全球化布局		P3.3	
	2024大事记		P3.1	
	2024荣誉		P3.1	
	关键绩效		A2	
可持续发展管理	可持续发展工作管理架构	2-9, 2-14	G1.1.1,G1.1.6	第十一条, 第十二条, 第十八条, 第五十一条
	利益相关方沟通	2-16, 2-29	G1.3.1,G1.3.2	第九条, 第五十三条
	重要性议题分析	3-1, 3-2, 3-3	G1.1.9	第五条
	可持续发展能力建设与培训情况	—	G1.1.3	第十二条
环境篇： 绿色低碳，构筑可持续发展新范式	恪守环境法规，明确可持续管理方针	2025/2/27	E2.1.1,E2.4.1	第二十九条, 第三十三条
	倡导环保理念，勾勒可持续发展轮廓	201-2, 302-4, 305-5	E3.3.2,E1.1.15	第二十七条, 第三十四条, 第三十五条
	推动绿色运营，打造可持续发展生态	302-5, 306-2, 306-4	E3.3.1,E3.3.4	第三十七条
社会篇： 人文共融，构建责任共担新图景	投身公益事业，彰显时代担当	413-1, 415-1	S1.1.2,S1.1.5,S1.2.1,S1.2.3,S1.2.5,S1.2.6	第三十八条, 第三十九条, 第四十条
	助推品牌升级，传播品牌价值	46-1, 417-1	S3.3.4	第四十七条
	坚持创新驱动，赋能公司生态	203-1, 203-2	S2.1.2,S2.1.3,S2.1.12,S2.1.13	第四十一条, 第四十二条
	加强投资者管理，维护股东权益	2-26, 2-27, 2-29	G1.3.1,G1.3.2	—
	秉持人本理念，构建共生职场	2-7, 2-19, 2-30, 201-3, 401-1, 401-2, 401-3, 403-9, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 406-1, 407-1, 408-1, 409-1	S4.1.1,S4.1.3,S4.1.4,S4.1.5,S4.1.6,S4.1.7,S4.1.9,S4.1.11, S4.1.12,S4.3.1,S4.3.2,S4.3.3,S4.3.4,S4.3.5,S4.3.6	第四十九条, 第五十条
	精细供应链管理，提升协同效能	204-1, 414-1	S3.1.1,S3.1.2,S3.1.3,S3.1.4	第四十四条, 第四十五条
	重视数据保护，筑牢安全防线	418-1	S3.4.1,S3.4.2,S3.4.3	第四十八条
	党建引领发展，凝聚奋进力量	—	—	—
治理篇： 合规为锚，引领企业治理现代化	完善公司治理，规范三会运作	2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-27, 405-1	P3.4	—
	提升信披质效，增强企业透明度	2025/2/27	—	—
	推进内部审计，提升风控能力	2-27, 207-2	—	—
	优化税务管理，严守合规底线	2-27, 207-1, 207-2, 207-3	—	—
	开展廉政工作，坚决反贪反舞弊	2-27, 205-2, 205-3	G2.1.1,G2.1.2,G2.1.3	第五十四条, 第五十五条
附录	指标索引表	—	A3	第五十七条
	意见反馈表	—	A6	第九条

意见反馈表

感谢您阅读《分众传媒2024年可持续发展报告》！这是我们第一次公开发布的可持续发展报告，为了更好地满足您的需求、方便我们向您及各利益相关方提供更有价值的信息，同时促进公司完善可持续发展工作，提高履行可持续发展责任的能力和水平，我们殷切地期望您能够对报告提出宝贵意见。

1.您对本报告的总体评价是？

☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐较差 ☐差

2.您对分众传媒在环境方面践行可持续发展理念的评价是？

☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐较差 ☐差

3.您对分众传媒在社会方面践行可持续发展理念的评价是？

☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐较差 ☐差

4.您对分众传媒在治理方面践行可持续发展理念的评价是？

☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐较差 ☐差

5.您认为本报告是否能真实反映分众传媒可持续发展实践对环境、社会、治理的方面的影响？

☐很能 ☐较能 ☐一般 ☐较不能 ☐很不能

6.您认为本报告披露的信息、数据、指标的清晰、准确、完整程度如何？

☐很高 ☐较高 ☐一般 ☐较低 ☐低

7.您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐较差 ☐差

8.您属于以下哪类利益相关方？

☐政府 ☐监管机构 ☐股东和投资者 ☐客户 ☐供应商与合作伙伴 ☐员工 ☐公众与社区 ☐其他

9.您认为本报告最具价值的创新点是？

☐数据详实度 ☐案例典型性 ☐战略前瞻性 ☐可持续发展理念体现

☐其他_____

10.您对分众传媒可持续发展工作和本报告的意见和建议？

感谢您的宝贵意见！您的反馈将助力我们持续提升可持续发展实践与信息披露质量。请您于2025年6月30日前通过以下方式反馈：

传真：+86 21 22165288

电子邮件：邮件标题注明“2024可持续发展报告反馈”

邮寄地址：上海市长宁区江苏路369号28层

邮编：200050

*隐私声明：您提供的信息仅用于报告优化，我们将严格遵循《中华人民共和国个人信息保护法》，未经授权不向第三方披露。



地址：上海市长宁区369号兆丰世贸大厦28层
电话：021-22165288
邮箱：FM002027@focusmedia.com