



2024 华扬联众

环境、社会及公司治理报告

报告编制说明

本报告是华扬联众数字技术股份有限公司发布的第 3 份《环境、社会及公司治理报告》，向各利益相关方披露了公司在经营中对于环境、社会及公司治理（ESG）议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

● 报告依据

本报告依据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》（2024 年 4 月）（简称“上交所《指引》”）、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》（2023 年 12 月），并参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《可持续发展报告标准》（2021）编制。

● 报告范围

本报告范围涵盖华扬联众数字技术股份有限公司及其附属公司（简称“华扬联众”“公司”）。除非特别说明，与华扬联众（股票代码：603825）同期合并财务报表范围一致。

● 报告期间

本报告期间为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。本报告中的数据如无特别说明，均为在此期间内数据。

● 数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的正式记录。

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度财务报告为准。

● 发布形式

本报告通过电子版形式发布，发布平台包括证券交易所指定的信息披露平台及公司官方网站。

● 报告编制原则

● 重要性

公司识别出投资者等利益相关方关注的与经营相关的重要性议题，作为本报告汇报重点。本报告中对重要性议题汇报的同时关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。重要性议题的分析过程及结果详

见本报告“重要性议题分析”章节。同时，本报告对环境、社会及公司治理方面可能对投资人及其他相关方产生重要影响的事项进行重点汇报。

● 准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中，定量信息的测算已说明数据口径、计算依据与假定条件，以保证计算误差范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附注信息详见本报告“ESG 数据表和附注”章节。

● 平衡性

本报告内容反映客观、真实的事实，对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚地披露。在报告期间内未发现应当披露而未披露的负面事件。

● 清晰性

本报告以简体中文发布。本报告中包含表格、模型图等信息，作为本报告中文字内容的辅助，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及 ESG 标准的对标索引表。

● 量化性

本报告披露关键定量披露项，并尽可能披露历史数据。

● 可比性

本报告对同一定量披露项在不同报告期内的统计及披露方式保持一致；若数据的采集、测量与计算方法有更改，对相关数据进行追溯调整，并在报告附注中说明调整的情况和原因，以便利益相关方进行有意义的分析，评估公司 ESG 数据水平发展趋势。

● 完整性

本报告披露对象范围与公司合并财务报表范围保持一致。

● 时效性

本报告为年度报告，覆盖时间范围为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

● 可验证性

本报告中案例和数据来自公司实际运行的原始记录或财务报告，所披露数据来源及计算过程均可追溯，可用于支持外部鉴证工作检查。

目录 CONTENTS

1 关于华扬联众

1.1 公司概况	01
1.2 业务布局与发展	02
1.3 外部认可	02

2 ESG 治理

2.1 ESG 理念	05
2.2 ESG 管理架构	05
2.3 重要性议题分析	06
2.4 助力可持续发展目标	10

3 稳健经营，夯实治理根基

3.1 公司治理	11
3.2 合规运营	14
3.3 反腐败管理	15
3.4 反不正当竞争	17
3.5 知识产权保护	17

4 价值引领，卓越创新营销

4.1 优质产品与服务	19
4.2 研发创新	22
4.3 负责任营销	25
4.4 科技伦理	27
4.5 信息安全与隐私保护	28

5 携手同行，共建美好社会

5.1 供应商管理	32
5.2 乡村振兴	35
5.3 社会贡献	37

6 以人为本，打造温暖职场

6.1 职场平等与多元化	38
6.2 员工权益与福利	39
6.3 员工培训与发展	42
6.4 员工健康与安全	46

7 绿色运营，减缓气候变化

7.1 应对气候变化	48
7.2 绿色运营	52

ESG 数据表和附注	54
------------	----

报告索引表	59
-------	----

1 关于华扬联众

1.1 公司概况

华扬联众数字技术股份有限公司成立于 1994 年，总部设在长沙，于北京、上海、广州、深圳、香港、成都、海口、南京、厦门、西安等主要城市设立有多个分公司或子公司，业务遍及国内主要经济发达区域；同时，亦先后在洛杉矶、伦敦、巴黎、东京、慕尼黑设立办公室，拓展海外业务。

华扬联众是国内首家以驱动增长为核心、整合全域及全链路数字化经营能力的信息科技集团，所占市场份额及营业规模均处于行业前列，服务包括雅诗兰黛、安踏、OPPO、宝洁、京东、蒙牛、交通银行、上海家化、美国国家旅游局等在内的全球各行业顶级品牌客户。旗下整合了品牌营销服务与公关服务、AI 技术产品与服务、文旅业务、海外业务板块，并形成了高效联动、以商业数据赋能全渠道营销的闭环，助力合作伙伴在快速变化的竞争环境中实现价值最大化，以商业力量创造美好生活。

华扬联众作为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方传播代理服务独家供应商，以及杭州第 19 届亚运会、第 4 届亚残运会唯一公共关系服务商，参与策划执行包括冬奥会开闭幕式、线上火炬传递、城市宣传片等多个重点项目，均以杰出贡献获组委会致信感谢，《双奥之城》《中国冰雪大扩列》“新亚运，杭州韵”主题系列宣传片等行业教科书式优秀案例，也在公众层面家喻户晓、有口皆碑；华扬联众还曾多次荣膺国内、国际营销及创意大赛的诸项殊荣，并两次选送代表担任戛纳国际创意节的评审。

秉承着“合作共赢、科技利人、高效行动力”的价值观，华扬联众将一如既往引领行业在创新中不断前行。

公司简介

公司名称 华扬联众数字技术股份有限公司

英文名称 Hylink Digital Solutions Co.,Ltd.

上市代码 603825

成立时间 1994 年

公司运营地 总部设在长沙，于北京、上海、广州、深圳、香港等主要城市设立有多个分公司或子公司，于首尔、洛杉矶、纽约、伦敦、巴黎、东京、慕尼黑、米兰、波哥大设有办公室

1.2 业务布局与发展

作为一家自 2000 年初就开始转型专业从事数字营销服务的本土企业，华扬联众逐渐发展成为具备全球数字化营销服务能力的科技企业集团，旗下整合了品牌营销与公关服务、AI 技术产品与创新应用服务、文旅与 IP 业务以及海外业务板块，并形成高效联动。公司致力于助力商业伙伴在快速变化的竞争环境中实现价值最大化，以商业力量创造美好生活。



1.3 外部认可

2024 年，公司致力于不断提高公司在可持续发展领域的透明度与可信度，积极参与各类 ESG 评级，并通过多项 ISO 体系认证换证审核，在质量管理、反贿赂管理、职业健康、信息安全等领域继续保持良好表现。

公司获得的 ESG 相关评级



CDP气候问卷-B级



EcoVadis 企业社会责任评级 银牌

公司获得的体系认证

证书名称	认证有效期
ISO 20000:2018 信息技术服务管理体系认证	2025.7
ISO 27001:2013 信息安全管理体	2025.7
ISO 9001:2015 质量管理体系认证	2027.8
ISO 37001:2016 反贿赂管理体系认证	2027.8
ISO 45001:2018 职业健康与安全管理体系认证	2027.8

公司具有多个组织及行业协会资质，受到政府、媒体、行业机构及合作伙伴的充分肯定，在 2024 年获得了多项外部荣誉。

公司取得的行业协会资质



中国广告协会
理事单位



中国广告协会
“CNAI 1”一级广告企业
认证企业



中国商务广告协会
数字营销专业委员会
理事单位



中国商务广告协会
品牌出海生态工作委员会
副理事长单位



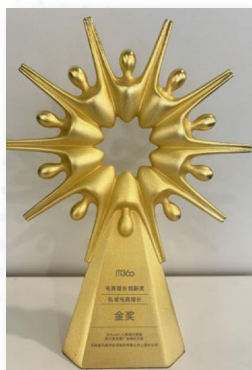
中国4A
副理事长单位

公司在 2024 年获得的主要荣誉

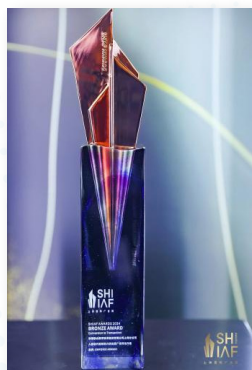
授予单位	荣誉名称
中国商务广告协会	4A创意奖-入围奖-品牌形象-“新亚运，杭州韵” 主题系列宣传片国际形象传播 2023-2024年度优秀数字营销策划与代理机构
金投赏	铜奖-OPPO印度：以宝莱坞复古舞蹈与新世代交友 铜奖-特仑苏x沈腾《更好的2024》
媒介360	金奖-Armani-人群迭代更新助力朋友圈广告转化升级 金奖-五菱直播营销，驱动本地化获客增长 银奖-以杭州之韵，展大国风范——“新亚运，杭州韵” 主题系列宣传片国际形象传播
上海国际广告节	铜奖-人群迭代更新助力朋友圈广告转化升级 银奖-OPPO Reno10×Find N3 双系列组合拳打造墨西哥 高端科技潮品
金手指奖	金手指奖-入围奖-“新亚运，杭州韵”主题系列 宣传片国际形象传播
时报华文	金像奖-入围奖-“新亚运，杭州韵”主题系列 宣传片国际形象传播
未来车	优秀奖-长安启源X周杰伦龙年CNY社交营销项目



4A创意奖
入围奖



媒介360
金奖



上海国际广告节
铜奖



时报华文金像奖
入围奖

2 ESG 治理

2.1 ESG 理念

华扬联众秉持“合作共赢、科技利人、高效行动力”的价值观，积极承担对股东和投资者、政府和监管机构、客户和合作伙伴、员工及社区和公众等利益相关方的责任。公司从治理、社会和环境三个维度出发，坚持合规稳健经营，致力于提供优质营销服务，积极拓展合作共赢，构建以人为本的企业文化，赋能公益事业，提升绿色运营能力，全面助力可持续发展目标的实现。



愿景

发展成为立足于中国的最具有创造力、前瞻性和国际视野的数字传播集团



使命

为客户持续提供富有价值和创新性的数字营销服务及产品



价值观

合作共赢、科技利人、高效行动力

2.2 ESG 管理架构

公司建立并持续优化 ESG 管理体系，构建自上而下的 ESG 管理架构，系统推进 ESG 工作，全面提升 ESG 管理的规范性和实效性。公司每年定期编制并发布 ESG 报告，经管理层审阅并提交董事会审批。2024 年 4 月，公司审议通过《关于董事会战略委员会更名并修订相关议事规则的议案》，决定将 ESG 相关内容纳入《董事会战略委员会议事规则》，并将董事会战略委员会更名为董事会战略与 ESG 委员会，同时对相关条款进行修订。

公司 ESG 管理架构

决策监督

- 公司董事会参与 ESG 重大事项的审议和决策，为 ESG 相关事宜提供决策支持
- 董事会战略与 ESG 委员会对公司可持续发展及 ESG 战略、目标及重大事项进行研究，审阅公司 ESG 相关报告，并提出建议

实施落地

- 公司成立 ESG 工作小组，由工作小组协调 ESG 管理、沟通与信息披露工作。ESG 工作小组由母公司总部法务部牵头，包含母公司总部相关部门及各地分、子公司的相关负责人，负责 ESG 工作的具体落地

2.3 重要性议题分析

重要性议题分析流程

华扬联众基于公司活动和业务关系背景，结合宏观政策调研及行业趋势分析，开展议题初步识别和筛选，依据上交所《指引》的议题重要性分析要求，分析议题相关的实际和潜在影响、风险和机遇，并从财务重要性和影响重要性两方面，分析各议题的重要性，形成议题重要性矩阵。



利益相关方沟通和尽职调查

公司高度重视与利益相关方的沟通，关注其诉求与期望，建立了高效的沟通机制。2024 年，公司结合自身业务和运营实际，精准识别关键利益相关方及其关注的核心议题，并在日常管理和运营实践中积极回应，持续提升利益相关方的满意度与信任度。

利益相关方关注议题及公司回应

关键利益相关方	关注的议题	沟通与回应
 股东和投资者	• 公司治理 • 反腐败管理 • 合规运营 • 研发创新	• 股东大会 • 财务报告及公告 • 业绩说明会 • 官网、邮箱、热线电话、上证e互动等交流平台 • 网络投资者交流会、说明会及路演等交流活动 • 落实反腐败管理 • 合规管理制度及培训 • 全域智能营销创新研发
 政府和监管机构	• 合规运营 • 反腐败管理 • 反不正当竞争 • 科技伦理	• 合规管理制度及培训 • 落实三道防线内控管理体系 • 内部审查与评估 • 落实反腐败管理 • 保障公平竞争 • 遵守科学伦理规范
 客户	• 优质产品与服务 • 负责任营销 • 信息安全与隐私保护 • 科技伦理 • 知识产权保护	• 推出全域营销工具 • 打造HiGC平台 • 开展负责任营销 • 信息安全管理风险评估 • 加强信息使用管理及培训 • 开展伦理审查 • 开展知识产权管理
 合作伙伴 (行业协会 / 供应商等)	• 负责任营销 • 供应商管理	• 合规营销培训 • 开展商业合作 • 落实可持续采购准则
 员工	• 职场平等与多元化 • 员工权益与福利 • 员工培训与发展 • 员工健康与安全	• 反歧视与反性骚扰培训 • 建立举报通道 • 员工福利委员会 • 安全培训及工作环境检查 • 华扬大学 • OKR绩效评估工具 • 畅通员工发展通道 • 职工代表大会
 社区和公众	• 社会贡献 • 乡村振兴 • 绿色运营 • 应对气候变化	• 开展公益慈善项目 • 组织和参与志愿活动 • 绿色办公 • 绿色理念宣导

为有效识别和应对日常运营中的各类影响、风险和机遇，华扬联众积极开展尽职调查工作，通过定性评估方式，分析各项 ESG 议题在短期（0—1 年 [含 1 年]）、中期（1—5 年 [含 5 年]）及长期（5—10 年 [含 10 年]）对经济、环境、社会及公司的重大影响，强化对重大议题负面影响、风险的识别与管理能力，为企业的稳健经营提供坚实保障。

议题重要性分析结论

2024 年，公司开展宏观政策调研及行业趋势分析，结合公司战略和业务开展实际，筛选出 19 项 ESG 议题，并由内外部专家组从影响重要性和财务重要性分别对议题重要性进行打分及排序，形成重要性议题矩阵。

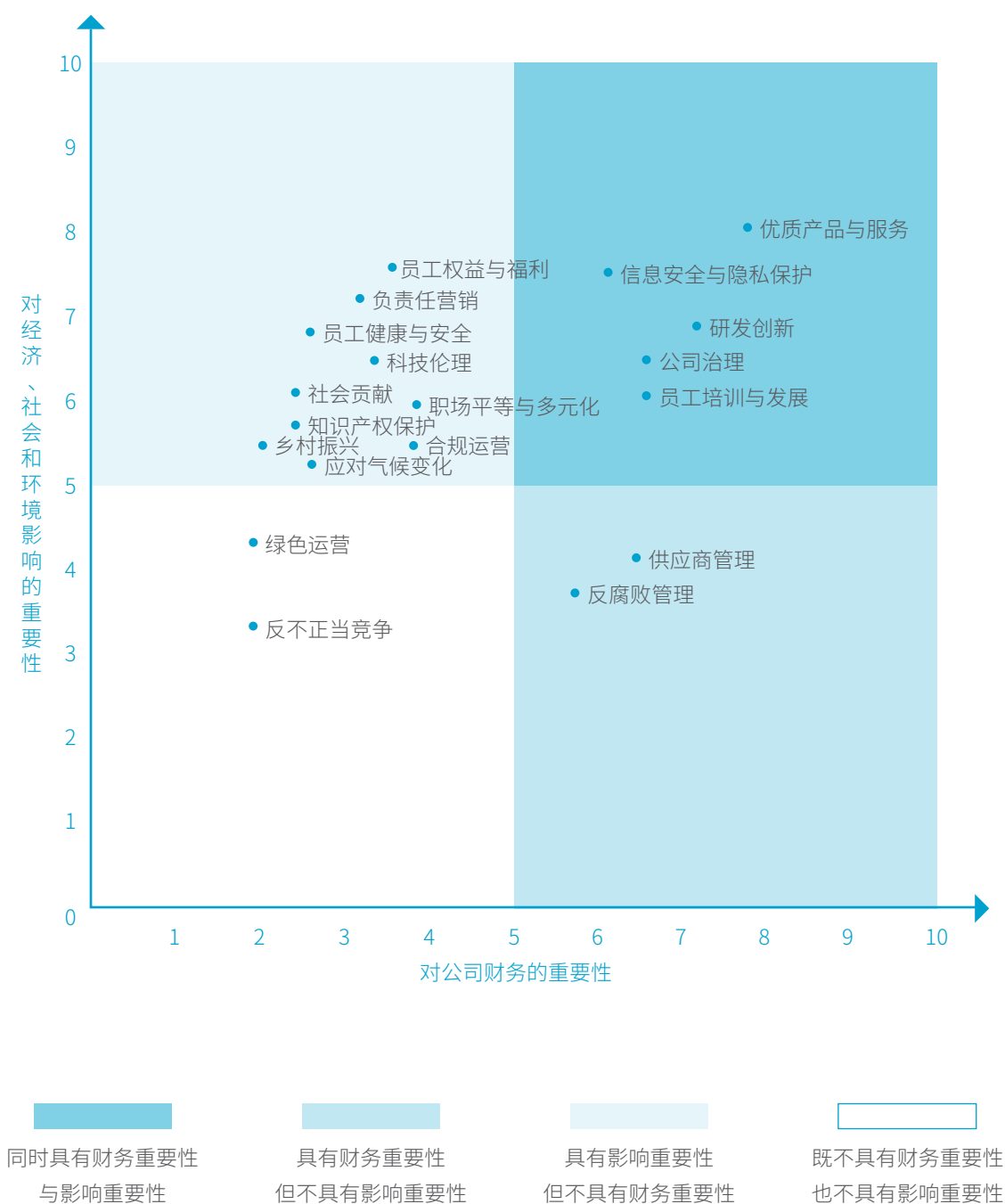
2024 年 ESG 议题变动情况

2024年ESG议题	2023年ESG议题	变动情况	调整说明
科技伦理	——	新增议题	根据上交所《指引》要求，以及公司业务与该议题的相关性新增
乡村振兴	——	新增议题	根据上交所《指引》要求，以及国家对乡村振兴议题的高度关注新增
反不正当竞争	——	新增议题	根据上交所《指引》要求新增
社会贡献	公益慈善与 志愿服务	调整表述	结合上交所《指引》规定议题调整表述
供应商管理	可持续采购	调整表述	结合上交所《指引》拓展议题边界
公司治理	公司治理 投资者权益保障	合并议题	整合优化议题内容



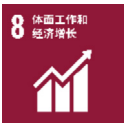
经分析，在 19 项 ESG 议题中，5 项议题具有双重重要性，2 项议题仅具有财务重要性，10 项议题仅具有影响重要性，2 项议题既不具有财务重要性也不具有影响重要性。

华扬联众 2024 年议题重要性矩阵



2.4 助力可持续发展目标

联合国可持续发展目标（SDGs）倡导全球携手努力，以消除贫困、守护地球、提升全人类的生活质量与未来前景为目标，体现了国际社会对可持续发展的深刻共识。2024 年，华扬联众持续深化 ESG 管理与实践，重点围绕应对气候变化、职场平等与多元化等领域采取关键行动，积极推动联合国可持续发展目标的实现。

联合国可持续发展目标	我们的行动
	· 建立健全职业健康安全管理体系，为员工提供安全、健康、和谐的工作环境，保障员工的身心健康
	· 为员工提供通用能力、业务能力、管理能力等多方面培训课程，赋能员工全面发展，助力员工成长 · 开展“Artlink 艺术花园远程公益教育项目”“Love Garden 爱心花园青海玉树利民学校助学项目”公益活动，支持中国边远地区的中小学教育
	· 为女性员工提供公平、公正的就业及发展机会 · 建立母婴室，为女性员工提供舒适、人性化工作环境 · 开展反歧视与反性骚扰主题培训活动，持续推进职场平等建设
	· 坚持公平用工，确保员工不因其年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况或残疾等非工作因素受到歧视或差别待遇 · 做好员工雇佣管理，杜绝强迫劳动及童工
	· 坚持公平用工，确保员工不因其年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况或残疾等非工作因素受到歧视或差别待遇 · 为员工提供平等、多元化、包容的工作环境 · 以创新的理念和方法开展公益慈善事业，重点关注少年儿童疾病救助与中国边远地区少年儿童美育素养层面的深度诉求
	· 推广绿色营销，通过环境友好型广告及营销服务方案提供、环境保护公益项目倡导等方式，发挥媒体广告行业的公众传播优势，助力公众形成环保理念，促进可持续消费实现 · 开展绿色运营，落实废弃物回收，推行可持续采购
	· 设立能源管理及碳排放管理目标，制定相关管理办法及规范 · 开展多样化节能减排措施，优先选择电源使用效率（PUE）值较低的第三方托管机房
	· 建立健全 ESG 管理架构，提升 ESG 管理质量和效能 · 重视商业道德管理，建立反腐败管理相关内部管理制度和规范

3 稳健经营，夯实治理根基

3.1 公司治理

公司治理是企业实现长期稳健发展的核心保障。公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》（2023年12月修订）等法律法规及制度规范，通过构建科学的管理框架和透明的决策机制，不断优化治理体系，推动企业高效运营与合规发展，为股东等利益相关方创造长期价值。

公司治理管理框架

治理

- 公司建立由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的三会一层治理架构。
- 公司制定《公司章程》《董事会议事规则》《关联交易管理办法》《投资者关系管理办法》《信息披露管理办法》等内部制度，对股东大会、董事会及监事会的管理作出明确规定，规范公司治理，以实现科学决策、稳健经营，保障投资者合法权益。

战略

- 有效的公司治理能够帮助公司管理和识别经营风险，提高公司决策质量和效率，助力正确识别市场机会，拓展市场份额。如果治理不善可能引发合规风险及声誉风险，导致公司内部决策混乱、运营效率下降，进而对公司整体发展和财务表现造成负面影响。
- 公司治理战略聚焦完善治理架构、强化风险管理和提升信息披露透明度，通过健全内部控制、加强利益相关方沟通，确保决策高效透明、风险可控，为公司长期稳健发展奠定坚实基础。

影响、风险和机遇管理

- 公司建立健全“三会一层”的公司治理体系，严格落实各项制度要求，确保三会召集、召开及表决程序合法合规，并持续加强信息披露管理，加强与投资者的互动和交流，落实股东及债权人权益保障。

指标与目标

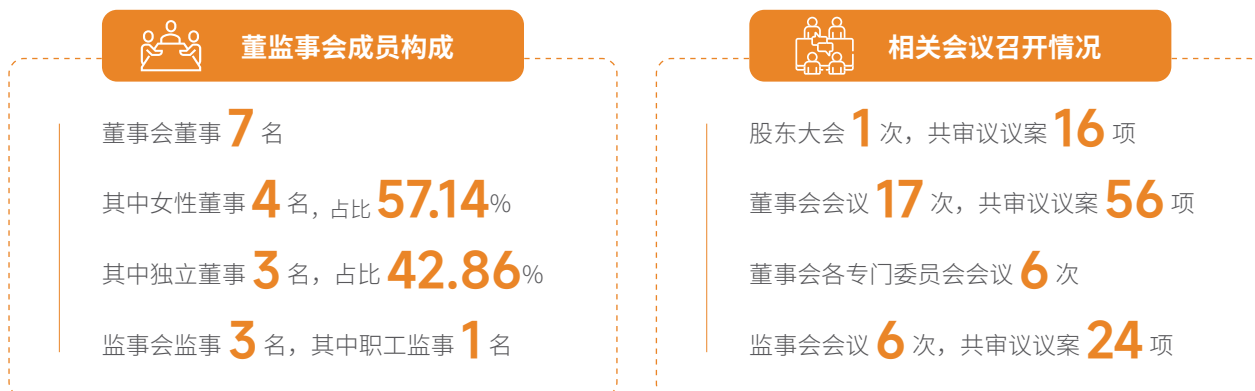
- 公司以长期、稳健治理为目标，不断优化治理结构，确保决策透明、公平，提升企业长期可持续发展能力。报告期内，公司在关联交易、重大对外投资、募集资金使用和对外担保方面不存在违法违规和损害中小股东利益的情况。
- 公司设定“三会”召开次数、信息披露公告份数、投资者问题回答数等作为公司治理定量管理指标，定期监测各项指标进展，持续优化各类指标表现。

三会一层架构

公司建立由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理架构，股东大会是公司最高权力机构，董事会是公司的常设决策机构，监事会是公司的监督机构，形成权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调、相互制衡机制。



2024 年公司董监事会成员构成及相关会议召开情况



信息披露

公司严格遵守《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及制度规范，根据《公司章程》规定，制定《信息披露管理制度》，完善信息披露相关管理机制，畅通线上线下投资者沟通互动渠道，切实履行信息披露职责，保障投资者的知情权。

公司证券事务部为公司信息披露事务管理部门，监事会对信息披露事务管理制度的实施情况进行定期或不定期检查，确保信息披露的真实性、准确性、完整性、及时性、公平性。公司通过官网、上海证券交易所官网以及《上海证券报》《中国证券报》《证券日报》《证券时报》等证监会指定的相关法定媒体披露公司信息，不存在选择性信息披露或者信息披露违规的情形。

在信息披露方面，公司实行多人员编制、复核和审查机制，以确保公告内容的真实性、准确性和完整性，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。报告期内，公司共发布定期报告 4 份、临时公告 70 份。

投资者权益保障

公司严格遵守《中华人民共和国证券法》《上市公司与投资者关系工作指引》等法律法规及监管规定，根据《公司章程》有关规定，制定《对外投资管理办法》《投资者关系管理办法》等规章制度，强化投资者沟通机制，增强投资者信心，促进公司与投资者的良性互动和共同发展。

公司董事会秘书负责投资者关系工作，积极与投资者进行沟通交流。报告期内，公司通过多种渠道加强与投资者的互动交流，包括召开业绩说明会、接受投资者调研、参加投资者会议、在线交流平台等，倾听投资者诉求，提升公司治理的开放性和透明度。

公司投资者沟通主要渠道及成果



股东大会

- 股东大会是公司和投资者面对面沟通交流的重要途径，是投资者了解公司、公司接收投资者意见和建议的重要渠道之一。
- 2024 年，公司召开股东大会 1 次，并努力为中小股东参加股东大会创造条件，充分考虑召开的时间和地点以便于中小股东参加。



业绩说明会

- 业绩说明会是公司和投资者沟通交流的重要机制，能够帮助投资者特别是中小投资者快速、准确、全面地了解公司发展情况。
- 2024 年公司共召开业绩说明会 1 次，举办投资者接待日活动 1 次。



官网、邮箱及电话

- 公司官网（www.hylink.com）有助于投资者了解公司的最新动态，邮箱（investors@hylinkad.com）及电话（010-85135025）是公司与投资者开展一对一沟通的重要渠道。
- 2024 年，公司通过邮箱及电话接受投资者沟通超过 200 次。



上证e互动平台

- 上证 e 互动平台是公司开展沟通交流的专业平台。
- 2024 年，公司在上证互动 e 平台回复投资者问题 30 条。

公司严格遵守《上市公司治理准则》《上市公司关联交易实施指引》等法律法规和相关规定，根据《公司章程》有关规定，制定《关联交易管理办法》《对外担保管理办法》《募集资金使用管理办法》等制度。报告期内，公司在关联交易、重大对外投资、募集资金使用和对外担保方面不存在违法违规和损害中小股东利益的情况。

更多公司治理议题管理详情，请参阅《华扬联众数字技术股份有限公司 2024 年度报告》“公司治理”章节。

3.2 合规运营

公司始终将合规运营视为企业发展的基石，秉承诚信、合规经营的原则，严格遵守《中华人民共和国审计法》《企业内部控制评价指引》《企业内部控制基本规范》等法律法规和相关规定，建立健全公司“三道防线”内部控制管理体系，制定《内部审计制度》《合同管理制度》等内部控制规范，持续优化内部控制管理，积极推进内部审查与评估，组织合规培训，不断增强抗风险能力与市场竞争力，提升经营管理水平。

公司“三道防线”内部控制管理体系



公司依据内部控制相关规范，定期开展内部审计、内部控制体系评价及审查等工作，以确保公司各项内控制度及流程得到有效执行。2024 年，公司围绕重大长期投资变动、资金管理及关联交易等事项，对总部、分公司及子公司开展审查与评估。

3.3 反腐败管理

反腐败管理是企业确保诚信经营和可持续发展的重要保障。公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规和相关规定，通过完善反腐败管理体系和强化廉洁文化建设，不断优化反腐败管理机制，提升内部管控能力，防范经营风险，营造公平公正的商业环境，保障公司稳健发展。

公司反腐败管理框架

治理

- 公司制定《商业行为准则》《反腐败合规管理办法》《业务招待及礼品采购审批与报销程序》《供应商行为守则》《反腐败管理体系（Anti-Bribery Management System, ABMS）管理手册》等内部制度，明确、礼品及款待规范、供应链合规准则以及违规行为处理机制，健全覆盖公司经营范围（包括分公司及子公司）的反腐败制度体系。
- 公司设立反腐败合规工作小组，由公司高级管理层、内审部门、法务部门相关人员组成，负责制定并定期更新公司反腐败合规相关制度、统筹规划公司反腐败合规培训与宣导活动、组织开展反腐败合规相关事件调查与处理等。

战略

- 有效的反腐败管理举措可增强企业的合规能力，提升投资者和利益相关方信心，创造一个诚信、透明的业务环境，从而助力企业长远发展并获得更多合作机会。反腐败管理不力会增加企业面临的法律诉讼和监管处罚的风险，可能导致严重的财务损失和声誉受损，影响企业的市场地位和公众信任。
- 公司坚持“廉洁奉公，拒绝贿赂；透明运营，合规至上”的反贿赂方针，将廉洁合规融入治理体系，构建完善的反腐败管理架构。公司通过强化内控机制、培育廉洁文化、提升合规意识，持续优化反腐败治理，防范商业贿赂等不当行为发生。

影响、风险和机遇管理

- 公司围绕反腐败管理建立系统化的风险与机遇管理流程，确保廉洁合规要求融入日常运营。公司定期开展反腐败风险识别与评估，重点关注业务运营、供应链管理与合作伙伴交往中的潜在腐败风险。针对识别出的风险，公司制定并实施相应的管控措施，包括完善内控流程、加强监督审查及优化举报与问责机制。

指标与目标

- 公司坚持“对贿赂事件零容忍”的反腐败管理目标，明确要求公司不发生贿赂行为。
- 公司设定反腐败相关定量管理指标，包括主要供应商及商业合作伙伴尽职调查率、高风险岗位廉洁承诺书签订率、贿赂事件自接到举报到反贿赂调查时间间隔等，高效防范腐败风险。

公司反腐败管理制度及主要内容

《商业行为准则》

明确公司在反商业欺诈、反贪污腐败、反不正当竞争、反洗钱和避免利益冲突等基本商业道德行为中的原则及承诺。

《反腐败合规管理办法》

明确反腐败举报及处理程序，设立反腐败投诉举报邮箱（hyjb@hylinkad.com），建立举报人保护机制。相关方可通过邮箱进行匿名或实名举报。

《业务招待及礼品采购审批与报销程序》

针对业务招待及礼品采购，建立“事前审批，事后报销核实”机制，防止相关敏感交易滋生贪污腐败。

《供应商行为准则》

要求供应商及合作伙伴对腐败采取零容忍态度，遵守反腐败公约及法律，确保其员工、分包商及代理商规范自身商业行为。

公司全面落实反腐败管理要求，积极开展内部风险识别与评估、第三方合规审查、合规培训与宣导等措施，强化廉洁从业意识，有效防范贪污腐败等违法行为，营造廉洁从业的企业文化。

公司反腐败管理主要措施

强化风险识别与管控

- 定期开展内部风险识别与风险评估，充分识别公司重点风险岗位与风险事件，提前布局并重点管控腐败合规风险集中的领域和环节。

开展审计与监督

- 定期审核评估公司反腐败合规管理体系，并针对审计结果开展纠正行动。

开展第三方合规调查

- 将第三方纳入公司反腐败风险管理，面向供应商等第三方开展反腐败尽职调查，提前告知公司反腐败合规政策，并要求其遵守。

加强合规宣导与培训

- 在新员工入职时对其开展反腐败合规意识培训。
- 针对易滋生腐败行为的岗位员工开展不定期反腐败合规专题培训。
- 通过线上和线下方式，定期向公司管理人员与员工开展反腐败合规宣导，持续加强公司员工反腐败意识建设。2024年，公司面向全体员工开展了线上《反商业贿赂专题培训》，防范商业道德风险。

报告期内，公司未发生贪污、贿赂事件，也未有相关事项引起的诉讼案件发生。

3.4 反不正当竞争

公司严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，秉持公平、公正、诚信的市场竞争原则，坚决杜绝任何形式的不正当竞争行为。公司内部严禁与客户、供应商等利益相关方签署限制性协议，确保市场竞争的自由性和公平性。同时，公司明令禁止员工与竞争对手就商业敏感信息进行交流或交换，严禁与竞争对手联合定价、操纵市场价格，或通过围标、串标等方式破坏市场竞争秩序，维护行业的公平竞争环境。

在商业秘密保护方面，公司建立严格的信息安全管理制度，采用过滤技术等针对性措施，防止员工通过输入信息、提示词等方式泄露客户商业秘密。公司定期开展员工培训，强化保密意识，并通过技术手段与管理规范相结合的方式，确保商业机密的安全。公司要求所有员工均须遵守公司保密制度，严禁任何未经授权的信息披露行为，防止商业秘密被用于不当竞争，从而有效保障客户和公司的核心竞争力。

报告期内，公司无因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的情况发生。

3.5 知识产权保护

知识产权是公司创新能力的核心体现，也是保障企业长期竞争力和市场优势的关键。公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《信息网络传播权保护条例》等法律法规，坚持“尊重他人知识产权，保护自身知识产权”的原则，开展知识产权管理工作，在注重强化自身知识产权保护的同时，积极防范侵犯他人权益的风险。

公司建立完善的知识产权管理体系，设立专门团队负责商标、专利、版权的申报、审核、维权及相关法律事务，并与业务等部门高效协作。通过不断优化管理流程，明确知识产权的申请、审核、使用和维护全生命周期的管理要求，公司不断提升知识产权运用能力，增强市场竞争力。



公司知识产权管理流程



申请与审核

- 申请：业务部门发起知识产权申请
- 审核：知识产权管理团队开展公司内部的审核与确认



使用管理

- 档案管理：从申请开始即对知识产权资料开展档案管理，保持线上实时更新状态，并将资料权限开放给业务部门负责人
- 检索管理：每月定时检索商标状态，及时安排对应的工作程序或维权措施；聘请第三方专业机构协助开展定期或不定期的商标查重工作，进一步加强知识产权管理



维护管理

- 内部沟通：当出现商标争议案件时，知识产权管理团队第一时间与业务部门开展充分沟通，确认是否进行维权
- 仲裁诉讼：根据内部沟通结果实施维权措施，保护公司知识产权

2024 年亮点绩效

知识产权类型	申请和授权情况
 商标权	申请 5 件，执行注册 7 件
 版权	核准 26 件
 软件著作权	申请 10 件，授权 10 件
 发明专利	授权 2 件



4 价值引领，卓越创新营销

4.1 优质产品与服务

华扬联众是国内首家以驱动增长为核心、整合全域及全链路数字化经营能力的信息科技集团，长期服务于全球各行业顶级品牌客户，旗下整合了品牌营销服务与公关服务、AI 技术产品与服务、文旅业务、海外业务板块，并形成了高效联动、以商业数据赋能全渠道营销的闭环，助力合作伙伴在快速变化的竞争环境中实现价值最大化，以商业力量创造美好生活。

公司以“为客户持续提供富有价值和创新性的数字营销服务及产品”为使命，围绕客户需求提供全面服务解决方案，深入理解客户业务与品牌发展战略，以基于大数据、区块链和 AI 技术研发的系列技术平台和营销工具，为品牌提供全链路营销服务内容，助力品牌客户实现“品效销合一”的营销目标。

公司优质产品与服务管理框架

治理

- 公司制定《产品项目研发实施流程规范》《与顾客有关过程控制程序》等制度，规范产品开发全流程管理以及客户服务相关环节，涵盖项目启动、里程碑管理、测试验收、发布上线等关键节点，同时明确客户沟通、需求识别与满意度分析等要求，全面夯实产品与服务管理的制度基础。
- 公司由业务部门统筹管理产品与服务相关事项，围绕产品研发、质量管控与客户服务等关键环节建立职责明确、流程清晰的管理机制。

战略

- 为客户提供优质的产品与服务有助于增强客户粘性，增强公司市场认知度和影响力，驱动业务增长，是公司把握市场机遇，实现可持续发展的重要基础，同时也有助于提升收入稳定性和盈利能力，增强公司整体财务表现。
- 公司始终坚持帮助客户做长期的品牌资产管理和品牌成长，不做短期的流量搬运，建立具备全案策划能力的服务团队，覆盖创意、技术、运营、内容营销、IP 合作等各个领域，更好满足客户品牌的长远规划。

影响、风险和机遇管理

- 公司面向国内外各行业客户提供健康、可持续发展的优质营销解决方案，建立覆盖各类广告形式的服务质量管理及监督检查机制，持续强化营销服务质效。通过加强服务人员培训、定期开展客户满意度调查、畅通客户投诉渠道并及时响应处理，公司不断提升整体客户服务质量，增强客户体验与信任。

指标与目标

- 公司坚持不断优化产品和服务质量的管理目标，不断提升客户满意度。报告期内，公司无产品和服务相关的安全与质量重大责任事故发生。
- 公司设定客户满意度、客诉处理及时率等指标，持续监测指标情况，并不断优化营销方案质量与客户服务体验。

优质营销解决方案

公司持续为国内外诸多行业客户提供健康持续可增长的营销解决方案，服务的行业涉及国际美妆、奢侈品、零售快消、运动服饰、金融支付、汽车、IT 消费电子、家电等。



汽车



互联网 / 电信 / 电器 / 3C



时尚 / 美妆 / 日化



快消 / 餐饮 / 零售



其他行业

为强化公司提供的营销解决方案的质效，公司针对各类营销 / 广告形式，建立服务质量管理及监督检查机制，在业务开展中严格遵守操作流程，尽量减少人为错误发生。以搜索引擎营销（Search Engine Marketing，SEM）业务为例，公司在内容上线前后不同阶段开展多种检查，保障内容发布质量。

公司 SEM 广告业务监督检查机制



提升客户服务质量

在激烈的市场竞争中，持续提升自身服务能力与水平，不断提高客户满意度对于增强公司在行业内的竞争力和市场地位具有重要意义，公司致力于通过优质服务与客户建立深度链接，实现共同成长和发展。

公司通过开展服务人员培训、客户满意度调查、畅通客户沟通渠道等方式，持续提升公司整体服务效能，为客户提供高品质服务。

公司客户服务提升举措

举措	具体内容
客户服务人员培训	注重客户服务人员专业素养和业务技能的提升,通过完善相关工作制度及流程、组织专项培训等方式,持续强化客服人员及相关业务人员的客户服务意识及服务能力。
客户满意度调查	在客户满意度调查方面,公司建立了全面、完善的客户满意度调查体系,通过客户日常反馈、客户回访、发放《顾客满意度调查表》等途径调查客户满意度,形成年度《客户满意度分析报告》,并及时将客户评价结果反馈至相关部门,及时开展改善行动。
客户投诉渠道及处理流程	在服务项目中设置客服沟通窗口,窗口除负责日常业务需求的沟通以外,也是接受客户投诉的渠道。客户可以通过客服传达任何跟项目有关的需求和问题,客服将及时处理客户的需求甚至投诉,经过内部核实后,及时反馈客户并提供解决办法。

4.2 研发创新

AIGC 等新兴数字技术能够为营销服务赋予强大动能，带来效率与创造的双效提升。华扬联众始终秉持“积极拥抱新技术、深化落地新场景、努力开发新应用”的宗旨，以 AI 技术为核心，从品牌建设、营销物料创制、人员效率提升等多维度形成产品矩阵，探索人工智能驱动下的数字营销全新可能。

公司研发创新管理框架

治理

- 公司构建了分层有序的研发治理架构，涵盖决策层、执行层与支持部门三大模块。其中，董事会或技术创新委员会负责制定研发战略、审批重大项目及预算，首席技术官（CTO）或研发总监负责战略落地与日常管理。研发部门根据技术领域或产品线开展具体研发工作，项目管理办公室（PMO）负责项目统筹与监控。知识产权部、财务部与人力资源部等支持部门分别负责专利管理、经费管控及研发人才保障，协同推动公司研发体系高效运转与持续创新。
- 公司建立了完善的研发管理制度，涵盖项目立项、研发计划、执行与验收等环节的标准化流程，确保研发活动的高效开展。同时，设立知识产权管理制度，明确专利申请、技术保密和知识产权归属等事项，保护公司创新成果。为确保研发资金的合理使用，公司制定了经费管理制度，规范了经费使用范围、审批流程及审计机制。公司还通过创新激励制度，设立奖励机制，如创新奖金、股权激励和荣誉表彰等，激励员工积极创新。

战略

- AI 技术在驱动内容创新、赋能精准营销、增强品牌表达等方面发挥着越来越重要的作用。AI 技术能够帮助公司更深入地理解和分析数据，从而制定更加精准的营销策略和业务决策。应用 AI 技术也有助于提升公司业务处理能力和效率，驱动业务增长，进而帮助公司降低运营成本、提高资源配置效率，增加营业收入。
- 公司持续深化 AI 技术在品牌营销领域的落地应用，为客户洞察市场变化、全方位沟通传播策略、提供技术驱动的解决方案，并最终以实际行动助力品牌实现可持续增长。公司也积极在团队内部推广应用技术工具，提高工作效率，以减轻员工在繁复的日常工作任务中的低效投入，使员工能够有更多的时间和精力投入在营销思考以及专业能力的提升。

影响、风险和机遇管理

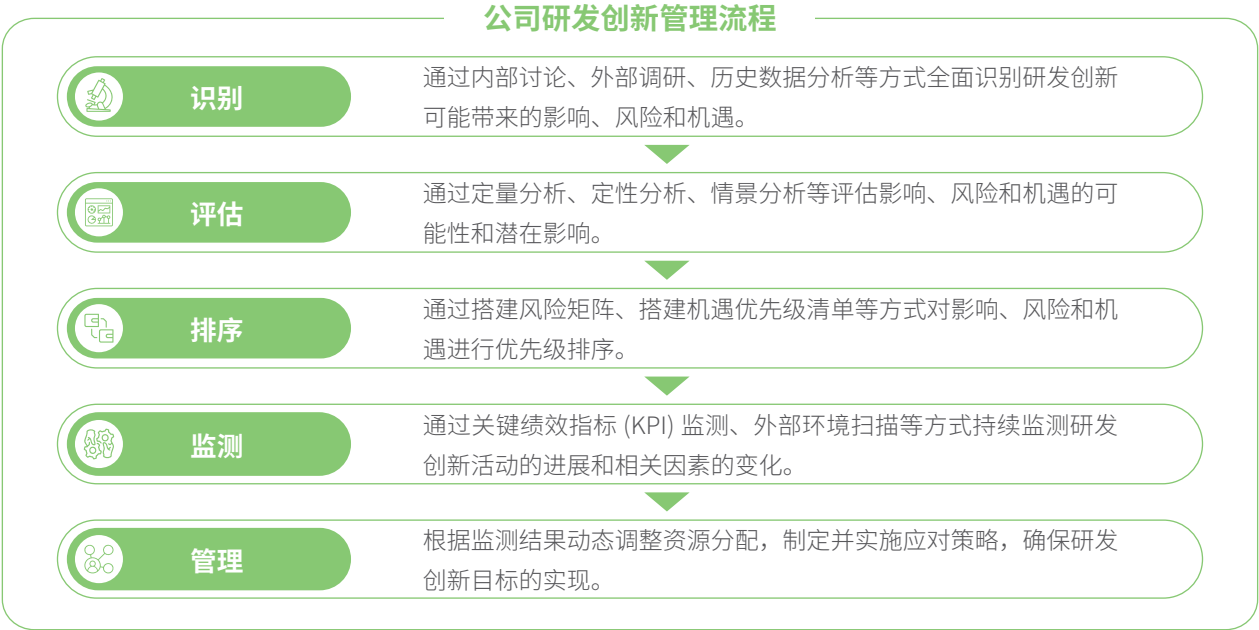
- 公司通过强化研发创新管理，建立系统化的流程，全面识别、评估、排序、监测和管理研发创新的影响、风险与机遇，并通过加大研发投入、优化流程、加强产学研合作及完善激励机制等方式，不断提升研发创新能力。同时，公司以 AI 技术驱动业务创新，推出了“GROWMETRICS”“灵剪”“启蕴”等一系列 AI 解决方案，致力于降本增效、精准营销和品牌表达，进一步增强市场竞争力，并通过数智化技术为客户创造长期价值。

指标与目标

- 公司致力于不断增强研发创新能力，提升技术成果转化效率，实现经济效益与行业影响力“双提升”。
- 公司设定研发人员数量、研发投入金额等管理指标，持续监测指标情况，确保各项研发活动按计划推进，为公司的技术创新和业务发展提供有力支撑。

强化研发创新管理

公司建立了系统化的研发创新管理流程，能够有效识别、评估、排序、监测和管理研发创新的影响、风险和机遇。这一流程不仅有助于降低研发风险，还能最大化创新成果的价值，推动公司持续增长和竞争力提升。



2024 年，公司通过加大研发投入、优化研发流程、加强产学研合作、完善激励机制等方式，不断提升研发创新能力，增强业务核心竞争力，推动实现可持续发展。

公司 2024 年创新管理措施	
举措	具体内容
加大研发投入	· 增加研发预算，确保研发资金充足。
	· 引进高端研发人才，提升团队整体水平。
	· 购置先进研发设备，改善研发环境。
优化研发流程	· 建立科学的项目管理制度，提升研发效率。
	· 加强知识产权保护，鼓励创新。
	· 推动跨部门协作，促进资源共享。
加强产学研合作	· 与高校、科研机构合作，获取前沿技术支持。
	· 参与行业技术交流，跟踪最新技术动态。
	· 建立开放创新平台，吸引外部创新资源。
完善激励机制	· 设立研发创新奖励，激励研发人员。
	· 将研发成果与绩效考核挂钩，提升研发积极性。
	· 提供职业发展通道，留住优秀人才。

推出 AI 解决方案

公司以 AI 为驱动，以数据为基石，基于领先的策略和方法论，推出了多元化的 AI 解决方案，借助 AIGC 技术优势，深度挖掘数据价值，实现业务流程的智能化升级，从而显著提升业务效能，为客户持续创造价值。

公司 2024 年代表性 AI 解决方案

GROWMETRICS

- “GROWMETRICS”是一款基于统计学模型的科学评估工具。它能够有效衡量市场活动、媒介投资、达人投资等营销活动等因素对于品牌增长的影响。
- “GROWMETRICS”植根于统计学模型，融合了 AI 领域中机器学习的能力，运用先进的统计学模型，有效帮助广告主解决了预算不科学、投放不精准、进程难追踪、效果难评估四大问题。

灵剪

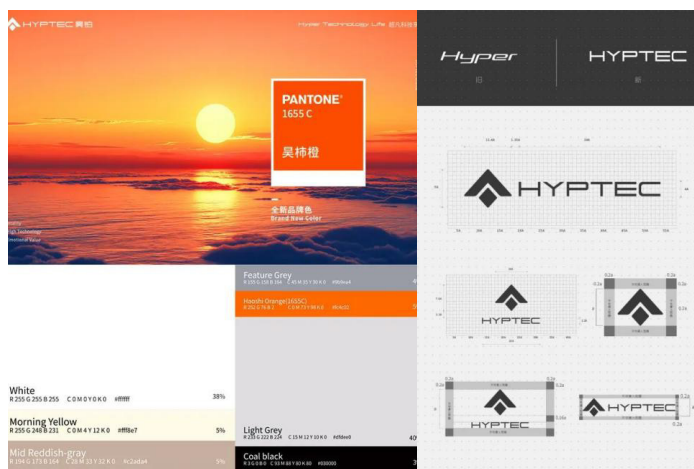
- “灵剪”是一个集成了人工智能技术的视频编辑和混剪工具集合，它利用深度学习、计算机视觉和自然语言处理等先进算法，能够自动分析、理解视频素材，并根据预设的规则或用户的个性化需求，智能地生成混剪后的视频作品。
- 作为一个以 AI 技术为驱动，提供高效、智能、个性化视频混剪服务的综合性平台，“灵剪”有效满足了客户复杂多变的商用需求。

启蕴

- “启蕴”是结合 AI 大模型的行业内容洞察解决方案。该解决方案不仅在行业内容洞察方面成功替代了曾经大量依赖人力进行的内容标签化工作，在提升效率的同时，更显著降低了人为判定的误差。
- 通过不断地改良训练，该系统已能够稳定、准确地输出结果，“启蕴”为品牌的内容和产品优化注入了新的动力。

AI赋能昊铂品牌焕新登场

2024 年 4 月，华扬联众广州团队依托昊铂品牌基因，运用 ChatGPT 创作大纲及视频文本，借助 Stable Diffusion、Midjourney 等 AI 工具提升脚本与分镜效率，并在 runway、haiper 等 AI 视频生成工具助力下，对品牌 LOGO 应用场景进行多元化联想，为北京国际汽车车展品牌传播助力。8 月，团队再次利用 AI 创作工具，为昊铂品牌产出视觉宣传片，精准传递豪华调性，刷新官方视频号互动数据，收获好评。11 月，团队深入理解昊铂 HL 车型特性，设定巅峰场景，通过 AI 创意演绎，展现其豪华品质与科技配置，增强用户感知。



AI工具助力广汽埃安极限驾驶场景搭建

2024 年 7 月，华扬联众广州团队在为广汽埃安新能源汽车股份有限公司（简称“广汽埃安”）提供营销服务过程中，充分考虑到其霸王龙车型调性及全球定位，在 AI 工具的高效助力下，完成了超高难度的驾驶场景搭建（城市、沙漠、极地等），彰显了霸王龙全球化战略车型的恢宏气势，不仅能节省实景拍摄所需的大量人力物力，还将工作效率提升近 50%，收获客户一致认可。



2024 年

亮点绩效



华扬联众 HYPER+ 凭借优秀的案例及可沉淀复用的经验方法，在百度 2024-2025「百度营销科学 AIA 品牌资产经营」认证评审中脱颖而出，被评选为「**营销科学 AIA 金牌认证服务商**」资质

4.3 负责任营销

华扬联众始终关注营销服务的合规性，严格遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《互联网信息服务管理办法》等法律法规及相关规定，制定《广告服务质量管理规定》《商业行为准则》等内部管理制度，并通过定期组织业务人员参与合规营销培训，强化员工合规营销意识，确保营销活动合法合规。

2024 年，员工参加外部“合规风控月度驿站”培训，深入学习平台近期审核重点与热点内容，提升对平台审核规则的理解与风险管理能力，确保营销实践符合行业规范。

在开展营销服务过程中，公司秉持负责任营销理念，遵循可持续发展和社会责任导向，在确保广告信息的准确性和正向价值，严格把控广告内容、传播方式及目标受众选择，杜绝虚假、夸大及误导性宣传，倡导真实、积极的品牌传播的同时，积极发挥营销传播行业优势，积极赋能中国品牌出海，助力弘扬中国传统文化，支持中小企业发展，以价值引领责任营销。

赋能中国品牌出海

近年来，中国品牌出海发展迎来了快速发展期，中国企业在以产品本地化、定制化为导向去获取海外市场的同时，传播工作成为出海活动中的重要环节。企业通过品牌传达深层次的理念，与全球消费者和客户建立深度认同，从而有效提高品牌忠诚度和认可度，提升其在全球市场中的竞争力。

华扬联众作为国内领先的综合营销服务商，积极服务于中国品牌客户的出海传播营销，帮助客户在海外消费市场讲好中国品牌故事，协助客户进行海外市场布局。

华扬联众助力OPPO品牌海外拓展

公司继续助力 OPPO 品牌在海外拓展，分别获得艾菲全球化营销奖和上海广告节营销奖。2024 年，公司将更多营销咨询、数据分析以及赋能工作坊等服务引入其在拉美及中东非洲的业务区域，从数据分析的角度协助客户深度了解新市场及足球、游戏等垂直赛道，在本地化战略决策上提供更多支持。



华扬联众增益上汽名爵出海传播

在汽车品牌上汽名爵的出海传播上，公司充分发挥在出海营销方面积累的经验和优势，帮助上汽名爵提供品牌数字营销策略，人群竞品分析，并运用公司的营销投放策略不断提升品牌媒介投放性价比和品牌认知度。尤其在欧洲以及中东市场新车发布和销售期间，优化上汽名爵品牌曝光成本和试乘试驾转化成本，助力出海品牌长期有效发展。



弘扬中国传统文化

公司不断创新实践，积极探索将区块链、数字画作、数字视听、全景影像、虚拟现实、混合现实和 AIGC 等新兴技术手段整合应用到中华优秀传统文化传播中，探索更加广阔的创作新形态。

AI 视频创作助力毛铺草本白酒品牌传播

华扬联众广州团队利用 AI 工具提升毛铺草本白酒品牌的传播效果，推出草本中国行第二季先导片。通过 ChatGPT、Stable Diffusion、Midjourney 等 AI 工具，优化脚本、分镜和视觉效果，结合自研 AI 视频混剪工具“灵剪”等，提高创作效率近 50%。视频展示了草本文化与现代健康理念的融合，品牌代言人与专家共同解锁草本白酒创新，增强品牌影响力。整体项目提升了品牌传播效果，是 AI 工具在商业化应用中的成功实践。



草本中国行品牌宣传

支持中小企业发展

中小企业是国民经济和社会发展的生力军，是建设现代化经济体系、推动经济实现高质量发展的重要基础，是扩大就业、改善民生的重要支撑。在数字化技术、AI 等新兴技术迅速发展的背景下，对数字化、智能化技术的应用能够有效帮助中小企业降低成本、提高效率。

公司为中小企业提供品牌战略咨询与落地、数字营销与技术、数字化运营与发展等系列营销服务，并推出 AI 技术平台，助力提升中小企业数字化营销能力和品牌建设，支持中小企业发展。

AIGC 平台：领航中小企业 AIGC 实践

公司洞察中小企业需求，与有 J（piě）有捺、爱智岛联合推出 AIGC 三方协同共创平台。该平台将科技、艺术与品牌相结合，使用 AIGC 打造全新的 AIGC 图片内容生产模式，重塑内容生产流程，提供全新的 AIGC 内容生产服务。

AIGC 技术生产的 IP 内容具有丰富多样的风格和特点，它能够帮助中小企业客户便捷扩展 IP 形象在各类风格中的视觉表现与融合能力。这些全新风格的图片既能用于印刷品、宣传材料等传统媒体上，也能够用于网络平台及移动设备等新媒体的宣传推广，极大地拓宽 IP 形象在不同场景中的落地形象。



AIGC 个性化定制效果图

4.4 科技伦理

华扬联众坚持促进创新与防范风险相统一，遵循增进人类福祉、坚持公平公正、合理控制风险、保持公开透明的科技伦理原则，遵守《科技伦理审查办法（试行）》《生成式人工智能服务管理暂行办法》等有关法律法规及科技伦理规范，守好伦理底线，推动科技向善。

公司制定《华扬联众人工智能生成内容的风险管理制度》《华扬联众数字孪生的安全管理指南》等规章制度，规范公司 AIGC、数字孪生等技术的采购和使用行为，建立伦理审查机制，做好敏感技术的伦理审查工作，

确保相关研发合法合规，不违背伦理道德。

公司科技伦理主要管理措施

类型	具体内容
面向供应商	· 加强资质审查：关注供应商产品的合规风险及业务连续性风险，加强供应商资质审查，确保采购合法合规的 AIGC 产品、服务或接口。 · 关注用户协议：关注采购或服务相关线上、线下协议，确保线上、线下协议的一致性。 · 数据安全与隐私保护：要求供应商隔离储存公司数据并采取相应的安全措施，必要时要求供应商私有化部署服务器，避免数据被用于算法训练等，避免网络攻击，确保数据物理安全；通过采购协议及其附件等形式，要求供应商加强个人信息保护。
面向员工	· 严格限制内部使用：员工仅限在内部使用 AIGC 服务，不得用于直接向公众提供服务，并加强员工账号管理。 · 商业机密保护：采取过滤技术等针对性措施，限制员工通过输入信息、提示词等方式泄露客户商业秘密。 · 加强内容人工审查：建立人工审查机制，确保输入内容及生成内容不含违规及不良内容，确保创意、视角及价值观的多元化，确保最终产品或服务不含歧视性、不平等、危害他人健康及隐私的内容等。 · 确保网络接入方式合规：确保网络接入方式符合国家有关法律法规。 · 关注特殊业务资质：若应用场景涉及业务准入资质问题，需要办理相应资质执照。

4.5 信息安全与隐私保护

作为数字营销企业，华扬联众在业务开展过程中可能会涉及用户账户、设备、位置和行为等用户个人信息的收集和使用。

公司将信息安全与隐私保护视为核心经营底线，严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》等法律法规及相关规定，建立了全面覆盖公司经营范围（含分公司及子公司）的信息安全管理体系，落实信息安全和用户隐私保障工作。

公司信息安全与隐私保护管理框架

治理

- 公司设立信息安全领导小组，负责组织和落实国家信息安全相关政策、法规和标准要求，制定公司信息安全发展战略、规划、政策和管理制度，对公司信息安全建设工作提供方向性和原则性的指导与建议，制定人员安全技能和安全意识培训规划，并持续推进协调信息安全建设相关资源部署等工作。
- 公司制定《信息安全制度》《安全事件管理制度》《网络及数据安全规范》《软件产品安全测试规范》《信息安全总体方针和安全策略》等规章制度，明确公司运营、研发等环节的信息安全管理原则、信息安全保障框架及目标、信息安全策略、信息安全事件处理原则及方式措施、软件产品安全测试的流程和方案、漏洞扫描和修复验证流程等内容。

战略

- 在科技日益发展的今天，信息系统已经成为支撑公司业务的重要平台，信息系统的安全与公司安全直接相关。如发生信息系统受损、故障、中断等情形，不仅将会对公司业务连续性产生严重负面影响，也可能导致公司的数据资产和客户信息暴露在危险环境中，从而引发财务损失，包括业务中断造成的收入下降、客户信任丧失带来的市场份额减少，以及因数据泄露可能面临的法律责任和罚款，最终影响公司的盈利能力和财务健康。
- 作为信息技术服务商，为提高公司的信息安全管理水平，保障公司生产、经营、服务和日常管理活动，防止由于信息系统的中断、数据的丢失、敏感信息的泄密所导致的事故，公司贯彻 ISO 27001 信息安全管理体系相关要求，持续开展信息安全与隐私保护的制度和技术建设，不断提升公司信息安全管理水平；并在业务开展过程中高度重视用户隐私权利保障。

影响、风险和机遇管理

- 公司建立信息安全风险评估、漏洞控制、应急响应、违规举报等信息安全管控程序，保障数据安全与业务连续性。同时，公司加强用户隐私保护与服务器管理，定期开展信息安全培训，面向合作方开展信息安全尽职调查，防范自身信息安全风险与第三方风险传导。

指标与目标

- 公司坚持以构建完善的信息安全与隐私保护管理体系，确保数据安全和用户隐私得到严格保护为管理目标。报告期内，公司无数据安全及泄露客户隐私事件发生。
- 公司将信息安全和客户隐私泄露事件数作为重要监测指标，定期评估并采取有效措施防范安全风险，确保客户数据的保密性与安全性。

公司建立信息安全风险评估、漏洞控制、应急响应、违规举报等信息安全管理程序，确保信息安全工作贯穿公司运营的各个环节，为数据安全和业务连续性提供坚实保障。

公司主要信息安全管理程序

程序	具体内容
信息安全风险评估程序	- 开展覆盖各子公司的年度信息安全风险评估，确保公司信息安全管理制度的有效实施与落实。 - 根据本公司业务信息安全的特点、法律法规要求，建立风险评估程序，确定风险接受准则。 - 采用先进的风险评估技术，定期进行风险评估，以识别公司风险的变化。当公司架构或环境发生重大变化时随时评估。 - 根据风险评估的结果，采取相应措施，降低风险。
信息安全漏洞控制程序	- 对信息安全漏洞控制程序进行年度审核，形成信息安全漏洞控制程序及漏洞扫描报告，提高公司产品安全，保证服务器数据信息安全。 - 内部不定期开展基础安全检测，同时通过第三方机构及工具开展周期性漏洞检测，对于检测发现的漏洞，及时升级服务器系统和安装补丁，并通过安装网络监测系统等措施预防漏洞。
信息使用控制程序	- 建立健全数据信息使用内部控制程序，明确规定特定信息的访问权限及使用规定，非相关人员需通过访问程序申请，经批准后方可查看使用。 - 制定《外部信息使用时间表》，分级分类管理外部信息，明确各类信息的储存、使用规定，记录和监督外部信息使用情况。 - 在 FlexBI 等营销平台使用界面中，公开《第三方数据收集及使用声明》，明确公司处理、共享和保留第三方数据的方式，在取得用户同意后对相关数据进行获取与处理。 - 要求重点岗位员工签署保密协议，落实保护公司运作、行为与商务往来信息的机密性。 - 与相关合作方签订《信息安全保护协议》《保密协议》，并在合作过程中，定期向合作方开展安全审计调查，确保合作方遵守相关协议要求。
信息安全事件应急响应程序	制定完善的信息安全事件响应程序，及时发现、应对和限制信息安全漏洞的影响，相关安全人员应 24 小时处于待命状态，一旦网络系统遭受入侵，引起安全事件，将在第一时间尽可能地、实时地阻断、反击入侵行为，恢复网络系统的完整性和可用性，彻底清除入侵行为对系统造成的影响，修补存在的安全漏洞，追查事件原因，并尽量挽救系统损失。
信息安全违规举报程序	公司明确信息安全事件的举报及处理程序，设立信息安全投诉举报邮箱 (hyjb@hylinkad.com)。相关方可通过邮箱进行匿名或实名举报。同时，公司做好举报人保护工作，严禁任何对举报人打击报复的行为发生。

此外，公司通过提升用户隐私保护水平、加强服务器管理、开展信息安全培训等方式提升内部信息安全管理水平。公司也主动开展面向第三方的信息安全尽职调查，进一步防范合作方信息安全风险传导。

公司信息安全与隐私保护主要举措	
举措	具体内容
强化用户隐私保护	提高数据处理的透明度，让用户了解其数据如何被收集和使用，并给予用户控制自己数据的权利。公司认真履行好作为信息处理者的告知义务、授权义务、安全保障义务和补救义务，保障用户在信息处理活动中的知情权、访问权、更正权、删除权、撤回同意权等各项权利，确保在获取用户的充分授权后再对信息进行处理、共享和保留。
加强服务器管理	- 增加密罐服务器，对公司内部重要服务器和设备的访问进行监测和分析，防止未知入侵。 - 增加堡垒机制，针对公司重要服务器，进行登录用户 2 次认证，保证重要设备的安全稳定。
开展信息安全培训	公司定期面向全体员工开展信息安全主题培训，提升员工信息安全意识与能力，确保所有员工了解最新的信息安全威胁和防范措施，掌握必要的信息安全技能，在日常工作中保护好公司与客户的数据安全。
面向合作方开展信息安全尽职调查	公司面向合作方开展信息安全尽职调查，对合作方在信息安全方面的组织体系、安全管理、安全能力、应急响应、数据处理流程等方面进行评估，防范合作方信息安全风险传导。



5 携手同行，共建美好社会

5.1 供应商管理

华扬联众供应商类别主要包括媒体渠道、营销服务等业务相关供应商及办公用品、设施设备等办公运营相关供应商。公司致力于打造安全稳定的供应链，践行可持续采购理念，推动供应链可持续转型。

公司供应商管理框架

治理

- 公司制定并实施《采购管理办法》《可持续采购准则》等制度，将可持续发展理念融入采购流程，同时将可持续采购目标纳入采购人员绩效考核。此外，公司推行《供应商行为准则》，将供应商的环境表现、社会责任等因素纳入合格供应商考核和新供应商准入评估，确保对供应商的监督管理落实到位，推动整个供应链的可持续发展。
- 公司建立了明确的供应商管理治理架构，采购部门负责统筹管理所有产品及服务的采购工作，包括合格供应商管理、采购计划制定和采购活动组织等。行政部门协助执行公司行政采购，业务部门协助执行业务相关采购任务，其他职能部门提供必要支持，确保供应商管理的高效运作，推动各项采购活动的顺利实施。

战略

- 强化供应商管理有助于增强供应链韧性，确保供应链安全、稳定、可控，保障公司各项经营活动正常开展。良好的供应商管理有助于降低采购成本、减少库存积压、优化现金流，从而提高公司利润率和财务健康状况。
- 公司践行可持续采购理念，明确“绿色采购、社会友好采购、合规采购、多元采购”的基本采购原则，关注供应商在环境、劳工与人权等方面的绩效表现，将可持续发展理念融入采购流程，持续推进供应链可持续转型。

影响、风险和机遇管理

- 公司致力于打造有韧性且负责任的供应链，强化供应链风险管理，将风险防控贯穿供应商管理的全过程，包括供应商准入、日常管理及退出等环节。同时，公司制定并推行《供应商行为准则》，评估供应商的社会责任表现，并为表现优秀的供应商提供激励，对于表现不佳的供应商提供培训或指导。公司还将可持续发展理念融入办公用品和活动用品等采购流程，并开展可持续采购培训，将其落实情况纳入采购人员的绩效考核，推动供应链在可持续发展方面不断进步。

指标与目标

- 公司致力于确保合格供应商名录中签署《供应商行为准则》的供应商比例始终保持 100%，并每年面向采购部门员工至少开展一次可持续采购主题培训，确保采购部门员工的培训覆盖率保持 100%。
- 公司设定供应商管理相关指标，包括签署《供应商行为准则》的合格供应商比例、采购部门员工可持续采购主题培训覆盖率等，持续加强供应商管理能力。

公司将供应链风险管控融入供应商管理的全过程，从供应商准入、日常管理到退出各个环节均予以严格把控，确保供应链的安全、稳定与可控，致力于打造有韧性的供应链。

公司将风险防控纳入供应商管理全过程

----- 供应商准入 -----

供应链风险评估：针对供应商进入的风险进行分析，包括公司业务运营风险、财务风险以及社会责任风险等，形成风险评估报告。



----- 日常管理 -----

不合格项纠正：如供应商出现环境、社会、质量等方面的争议事件，公司向供应商发出整改要求，整改期间停止合作，阻断声誉风险传导路径。



----- 供应商退出 -----

供应商退出管理：公司在供应商退出时，对供应商进行风险评估，并根据评估结果采取相应风险预防措施。



公司在采购活动中遵守有关环境保护、劳工与人权等国际标准、各国家和地区的法规与规定，在自身积极履行社会责任的同时，开展供应商社会责任风险及实践评估，要求供应商遵守《供应商行为准则》，携手供应商共建负责任的供应链。



公司可持续采购管理主要措施及成果

举措	具体内容
制定并推行《供应商行为准则》	· 制定《供应商行为准则》，就供应商反腐败、劳工与人权、环境保护、信息安全保障等方面表现提出要求。 · 将《供应商行为准则》列为供应商合同附件，作为合作签署的硬性条件之一，以加强供应商行为管理。
开展供应商社会责任风险及实践评估	· 面向供应商开展社会责任风险尽职调查与评估,做好供应商社会责任风险识别与防控。 · 通过供应商填写自评表或现场审验方式，评估供应商社会责任的实践表现。
开展供应商激励与指导	· 对社会责任表现出色的供应商，考虑优先采购和优先付款。 · 对社会责任表现不佳的供应商，提供培训或指导。
将可持续发展理念融入采购流程	· 在采购办公产品及办公室使用产品时，重点关注产品的能耗及能效、末端回收再利用率等情况，拒绝与发生毁林、生态破坏等重大负面事件争议的供应商合作。 · 在采购活动类用品时，对于非一次性消耗品，优先选择租用的方式；如选择购买的方式，需考虑使用后的回收及再利用率。 · 推行多元采购，参与构建平等包容的社会环境，同具有女性属性或弱势群体属性的供应商企业开展合作，促进供应链多元化。
开展可持续采购宣导与绩效评估	· 向采购部门员工开展可持续采购主题培训，培养其可持续采购意识，提高其可持续采购实践表现。 · 将了解供应商社会责任表现、进行供应商社会责任评估及现场审计数量等可持续采购实践表现纳入采购部门员工的绩效评估。

5.2 乡村振兴

上海华扬联众公益基金会成立于 2016 年，长期资助 Artlink 艺术花园远程公益教育项目、Love Garden 爱心花园——青海玉树利民学校助学项目等，为乡村、牧区的孩子提供多元化教育机会，希望用教育照亮偏远山区孩子们的未来。

Artlink 艺术花园远程公益教育项目已持续开展 7 年，旨在解决边远地区中小学学龄儿童数量多、美育开课率低、师资缺口大及艺术教学水平落后等问题，为乡村孩子提供发现美、鉴赏美、感悟美、创造美的机会。该项目在春、秋两学期开设美育素养类课程，并定期开展下乡支教、志愿者教师培训、山区教师赴城市研修及学生作品展等活动，助力乡村美育教育。

与Artlink相约每一个春秋

2024 年 3 月，本学期 Artlink 课程依旧选择孩子们特别喜欢的美术绘画课，全面覆盖云南、四川、江西、浙江等地 45 所边远山区学校共 78 个班级，近 4,000 名学生参与课程。春季学期课程分别设有高段、低段两个层级的对应内容，共计 10 次完成。课程旨在将理论知识和实操作画相结合，使孩子们在潜移默化中受到陶冶、培训兴趣、提升自身素养。

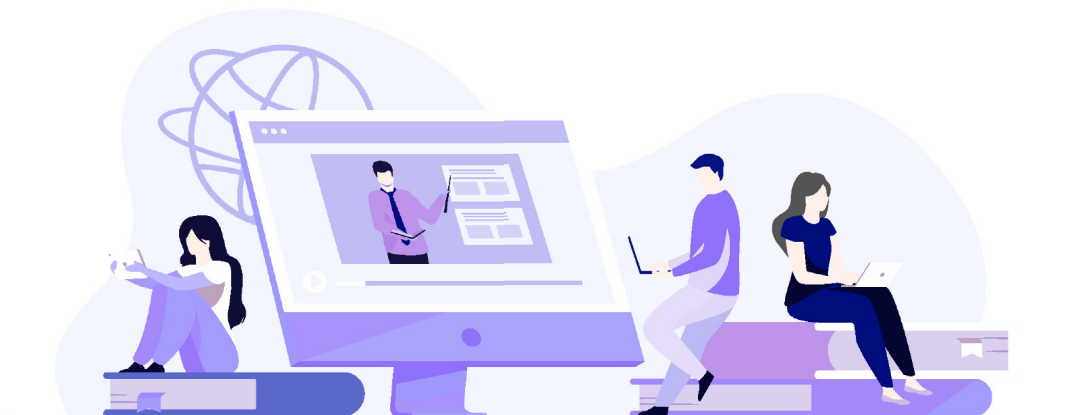


春季学期课堂剪影

2024 年 10 月，Artlink 秋季班全新开课。本次课程覆盖江西、浙江、四川、云南四省的 39 所小学、102 个班级，约 3,600 名学生参与课程。教案主题创意中结合了乡村振兴的主旋律，拓展的知识涉及民俗、地理、历史、古诗词、医学、农业知识等，从不同维度来激发孩子的探索兴趣。



秋季学期课程作品



碰撞的色彩 流动的线条——Artlink快闪画廊

2024年6月14日至6月30日期间，设计上海@新天地设计节以“无边界乐园 hybrid playground”为主题，在上海新天地免费向公众开放。此次设计节通过在新天地绿地搭建别具一格的快闪画廊的形式展现。

快闪画廊搭建历时50小时，由3万多个节点和9万多根ABS工程塑料杆件拼接而成。搭建的形体在视觉上呈现出虚隐状态，是可拆卸和可重复利用的环保构件。

上海华扬联众公益基金会此次受邀参与，将部分Artlink山区孩子的绘画作品在快闪画廊做开放性公益展览，希望更多人士关注到边远地区中小学美育师资匮乏、少年儿童美育素养的诉求，推动整合和利用各方资源，为孩子们带去更多的优质艺术素养教育。



Artlink 快闪画廊

Love Garden 爱心花园——青海玉树利民学校助学项目旨在帮助边远地区的孩子改善学习和生活环境，支持玉树利民学校建立长期发展基础。上海华扬联众公益基金会自2018年至今，持续资助学校教职工的工资，保障老师们每月有稳定的生活补助。

Love Garden 为牧民子女创造良好学习环境

2024年3月，学校春季学期课程正式开启，项目继续采用传统文化课与维生技能课相结合的教学方式。

老师们用生动的语言和丰富的知识引领着孩子们走进汉语、藏语、数学、思想品德等知识的殿堂，为孩子们奠定坚实的文化基础。

在唐卡绘画、计算机、掐丝工艺、青绣、藏医、藏香、藏文书法等技能课上，老师运用丰富多样的教学方法，并融入自身的实操经验，让孩子们感受到学习的乐趣和成就感。



语文课和藏文课



生存技能课

5.3 社会贡献

上海华扬联众公益基金会秉承“传递爱心，回馈社会”的宗旨，关注少年儿童疾病救助，通过多个公益项目，为患病儿童及其家庭提供切实帮助，助力孩子们健康成长。

上海华扬联众公益基金会获“慈善公益支持平台”荣誉

上海华扬联众公益基金会成立国内首个“神经系统肿瘤贫困儿童救助专项基金”，用于救助罹患神经系统肿瘤的贫困儿童，并已经帮助了4位在复旦大学附属儿科医院治疗且家庭经济困难的儿童顺利完成手术。

2024年4月26日，上海华扬联众公益基金会应邀参加复旦大学附属儿科医院第二届公益慈善表彰大会暨慈善项目推介会。大会现场，主办方为上海华扬联众公益基金会颁发了“慈善公益支持平台”的荣誉，表彰该项目对复旦大学附属儿科医院的长期支持。



荣誉奖杯



经救助手术后出院患儿

此外，公司积极参与社区建设，全力支持街道各项工作，以实际行动为社区发展注入温暖力量，助力营造更加和谐、美好的社区环境。2024年，公司获得了朝阳门街道的感谢信。



公司获得朝阳门街道感谢信

6 以人为本，打造温暖职场

6.1 职场平等与多元化

华扬联众始终致力于构建包容、平等、友善的工作机会与职场环境，坚决杜绝职场歧视与性骚扰行为。公司严格遵守《世界人权宣言》《联合国工商业与人权指导原则》等国际标准，设立职场反歧视与反性骚扰管理委员会，委员会成员包括公司高级管理层、人力资源管理部门及法务部门的相关人员，负责统筹管理反歧视与反性骚扰事务。

公司在《员工手册》中明确禁止性别歧视、种族歧视、性骚扰等不当行为，并规定一经发现并确认即解除劳动合同。为进一步落实职场平等与多元化，公司制定《劳工与人权管理准则》，针对职场反歧视与反性骚扰等方面做出明确规定和承诺，确保为所有员工提供公平、公正的工作机会。

报告期内，公司未有员工歧视和性骚扰事件发生。

公司职场平等与多元化管理措施及成果

提供平等工作机会

- 公司为每个员工提供公平的工作机会，在员工招聘与雇佣、晋升与发展环节不得因其民族、种族、宗教信仰、年龄、性别等因素歧视应聘者。
- 践行公开招聘原则，采取多位面试官进行面试的机制，防范招聘过程中出现歧视情形。
- 制定规范、透明、公开的业绩考核机制与评估流程，防止员工职业发展过程中的歧视行为发生。

营造多元企业文化

- 积极开展办公室下午茶及团建活动，促进少数 / 弱势群体、残疾员工更好地融入公司文化。
- 为残疾员工提供灵活办公等工作条件，支持其职业发展。
- 在办公场所中贴标语，促进性别平等、包容性意识提升。
- 面向员工开展反歧视与反性骚扰主题培训，提高员工平等与多元化意识。

打造安全包容职场空间

- 采取集体办公或半封闭式办公的方式，促进员工交流，同时避免形成密闭空间，不给性骚扰创造客观条件。
- 设立母婴室，为孕期及哺乳期女性员工提供和谐、舒适的办公环境。

完善保障措施

- 明确歧视与性骚扰事件的处理程序，设立投诉举报邮箱（righttospeak@hylink.com），相关方可通过邮箱进行匿名或实名举报。同时，公司做好举报人保护，并对受害人提供心理疏导与帮助。
- 每月开展人才盘点，分析员工多元化情况。
- 定期开展薪资统计，追踪工资平等情况。
- 组织开展人权内部审计，确保政策的合规性及执行落实情况，针对审计结果开展纠正行动。

6.2 员工权益与福利

员工招聘和雇佣

华扬联众坚持合法合规雇佣员工，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，制定覆盖公司全体员工的《员工手册》《人事招聘管理规定》《员工薪酬发放规定》《劳工与人权管理准则》等制度规范，在员工关系、工作条件、员工行为规范等方面作出明确规定。

公司坚持公开、公正的招聘原则，致力于吸引多元化、多专业人才，依托企业官网、招聘网站、外部人才库、社交媒体等线上渠道，以及校园招聘、人才市场、内部推荐、内部调动等线下方式，全方位拓展招聘途径。公司严格遵循《人事招聘管理规定》《员工招聘计划流程》，制定年度招聘计划并适时调整，规范招聘流程，从需求提出、职位确认、信息发布、应聘面试、意向沟通到 offer 审批与入职安排，确保招聘工作的合规性和高效性，保障公司及求职者的合法权益。

报告期内，公司劳动合同签订率与社会保险缴纳率均为 100%，且未发生雇佣童工、强制劳动等事件。

公司员工基本权益保障措施

合法用工

- 严禁雇佣童工或强制劳工，在新员工录用前开展背景调查，杜绝招聘未成年员工。
- 依法依规与员工协商解除劳动关系，并视具体情况为离职员工提供行业内就业推荐。

薪酬待遇

- 确保员工薪资整体高于法定最低工资标准，并按时足额缴纳五险一金。
- 秉持公平公正的原则，依据岗位职责、工作能力、工作强度和综合素质等因素，开展薪酬评定。
- 在薪酬管理过程中，确保入职、绩效考核、调薪等环节与员工进行充分沟通。

工时与休假

- 落实八小时工作制，针对部分员工实行弹性工作机制。
- 如遇加班情况，依法支付员工加班费，并视情况给予休息时间。
- 依法依规为员工提供婚假、产检假、产假、哺乳假、陪产假、育儿假和丧假等。

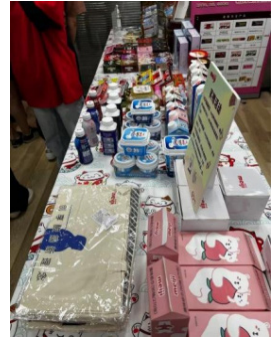
健康安全保障

- 建立健全员工健康安全管理体系，为员工安排年度体检，承诺员工体检覆盖率 100%、医疗保险福利覆盖率 100%。
- 具体员工健康与安全相关保障举措，详见本报告“员工健康与安全”章节。

员工福利和关爱

公司高度重视员工的工作与生活平衡，全面落实员工关怀举措。除提供法定假期外，公司还额外给予员工10至20天带薪年假、7天带薪病假，并提供结婚礼金、子女出生补贴、年度旅游等福利。同时，公司定期举办新年开工活动、节日下午茶、团队建设等多元化文体活动，丰富员工生活，增强归属感与幸福感。

2024年，公司精心策划多样化福利活动，包括发放春节红包，传递新年祝福，以及举办明治营养学（DIY酸奶）活动，倡导健康生活方式，营造温馨和谐的工作氛围。



DIY 酸奶杯活动

员工沟通和交流

公司重视员工沟通与交流，致力于构建畅通、高效的沟通反馈机制，以促进和谐劳动关系的建立与维护。通过职工代表大会、员工福利委员会、员工投诉与建议邮箱等多元渠道，公司倾听员工声音，并定期开展员工满意度调查、座谈会等沟通活动，及时了解员工需求，积极回应关切，推动员工与企业的共同发展。

公司员工沟通和交流主要渠道与措施


设立职工代表大会

- 建立职工代表大会制度，保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权，推动公司民主管理制度化、规范化、程序化发展。
- 2025年1月，公司召开职工代表大会，选举第六届监事会职工代表监事。


成立福利委员会

- 设立福利委员会，代表员工就健康与安全、工作条件、培训与职业发展、反歧视与反性骚扰等议题开展集体协商，并签订集体协议，以维护员工权益并争取更多福利。


设立员工投诉与建议邮箱

- 设立员工投诉与建议邮箱（righttospeak@hylink.com），积极听取和答复员工意见和建议，开展相应的改善措施。


强化员工沟通

- 定期通过评估调查问卷、沟通交流等方式，就工作条件、福利待遇等开展员工调查，深入调查和分析员工对公司的满意情况。
- 不定期开展员工座谈会，与员工开展面对面的沟通。
- 设置团队建设活动预算，鼓励各部门开展团建活动，增进内部交流和了解。

6.3 员工培训与发展

公司坚信人才是企业可持续发展的核心动力，始终将员工培训与发展作为管理重点。通过持续提升员工的专业素养和综合能力，公司不仅促进员工个人成长，也增强组织竞争力与创新力，为公司长期稳健发展奠定坚实基础。

公司员工培训与发展管理框架

治理

- 公司建立完善的员工培训与发展治理架构，确保培训体系的系统性和有效性。公司由高层管理团队统筹规划人才培养战略，人力资源部门负责制定培训政策、规划课程体系，并协调业务部门实施培训项目。
- 公司制定《培训考核标准细则》《员工职业发展管理规定》等制度，明确培训职责、内容与考核机制，确保培训工作的规范化、系统化，助力员工职业成长与组织长期发展。

战略

- 有效的员工培训不仅能提升员工的专业技能和整体绩效，还能增强员工的满意度和忠诚度，从而减少流失率。通过持续的学习与创新，企业能够在竞争中保持优势，同时提高员工的职业发展空间，吸引和留住优秀人才，进而有助于降低招聘成本，并通过提升整体团队绩效，推动公司利润增长和财务健康。
- 公司坚持以人才发展驱动企业成长，构建完善的员工培训与发展体系，助力员工职业成长与组织能力提升。公司围绕业务需求与个人发展目标，制定多层次、全方位的培训规划，提升员工专业技能与综合素养。同时，通过优化职业发展通道，完善绩效考核评估机制，实现个人价值与企业战略的协同发展，打造高效、创新、可持续的人才队伍。

影响、风险和机遇管理

- 公司通过定期评估员工培训效果和职业发展情况，优化资源配置，确保培训与业务需求紧密对接。针对技能提升与人才发展机遇，动态调整培训策略，充分挖掘员工潜力，推动员工全面发展，从而提升企业的长期竞争力。

指标与目标

- 公司致力于提升员工综合素质与职业发展能力，确保实现培训覆盖率 100%、定期接受绩效与职业发展评估覆盖率 100%，持续优化培训体系，提升员工职业技能，助力个人与企业共同成长。
- 公司设定员工培训覆盖率、员工接受培训平均时长、定期接受绩效与职业发展评估覆盖率等监测指标。

员工培训

公司高度重视人才培养，紧密结合公司发展战略，构建覆盖各层级员工的多维度培训体系。通过提供通用能力、业务能力和管理能力等方面的培训课程，公司全面提升员工的综合素质，助力其在职业发展中不断成长和进步。

公司打造华扬大学培训体系，从需求体系、课程体系、讲师体系、实施体系、评估体系和学习平台等角度，全面提升员工培训质效，赋能公司和员工的可持续发展。

公司人才培养体系



需求体系

- 公司战略需求
- 员工能力需求
- 业务问题需求



课程体系

- 内部课程库（包括教学课、分享课、公司模块及公司系统介绍、新业务介绍以及管理类培训等。其中，教学课涵盖创意、媒介、策略、搜索营销、内容营销、客户服务等专业主题）
- 外部课程资源（第三方采购课程、内部高管及员工资源、员工外派学习等）
- 对外输出客户和媒体课程



讲师体系

- 建立讲师选拔、激励、培养、分级、晋级及淘汰机制
- 制定《内部培训讲师选拔管理方案》，鼓励员工独立开发培训课程，开展公司内部培训



实施体系

- 以华扬大讲堂、分享课、教学课、媒体分享、外部采购课程和微分享等形式实施培训



评估体系

- 搭建四级培训评估模型，制定《培训考核标准细则》，通过问卷评估、效果访谈、笔试考试等方式，落实评估培训课程效用



学习体系

- 建设系统性的培训平台“华扬大学”，为员工提供广告营销类和创意策略等业务层面培训课程、管理类职业成长型培训课程，以及外部课程等多类型课程
- 构建学习路径图、课程库、学习记录、课时统计、学习之星平台功能
- 搭建课程宣传、报名、评估、考试、讲师认证系统



“华扬大学” 知识库首页



“华扬大学” 讲师认证系统

2024 年，公司组织员工培训涵盖媒体合作、品牌营销、行业趋势及业务赋能等多个领域，包括“2024 搜狐新闻媒体合作推介方案”“墨迹天气 - 气象赋能品牌营销新势能”“快手 & 磁力引擎 - 市井新生 品牌跃迁”等专项培训。此外，公司还组织系统化的入职培训，帮助新员工快速融入企业文化与业务体系，不断强化人才培养，推动企业高质量发展。

公司积极支持员工提升专业素养与业务能力，鼓励并组织员工参与工作相关的外部培训课程，考取职业资格或技能认证证书。公司统一支付考试报名费，并对获得认证的员工提供相应奖励。截至报告期末，公司累计 115 人次持有互联网从业人员职业资格证书。

同时，公司携手百度、腾讯、小红书、字节跳动、美图秀秀等合作伙伴，共同推进人才共建共育计划，支持员工参加相关平台的专项培训与认证考试，助力员工专业能力提升与行业竞争力增强。

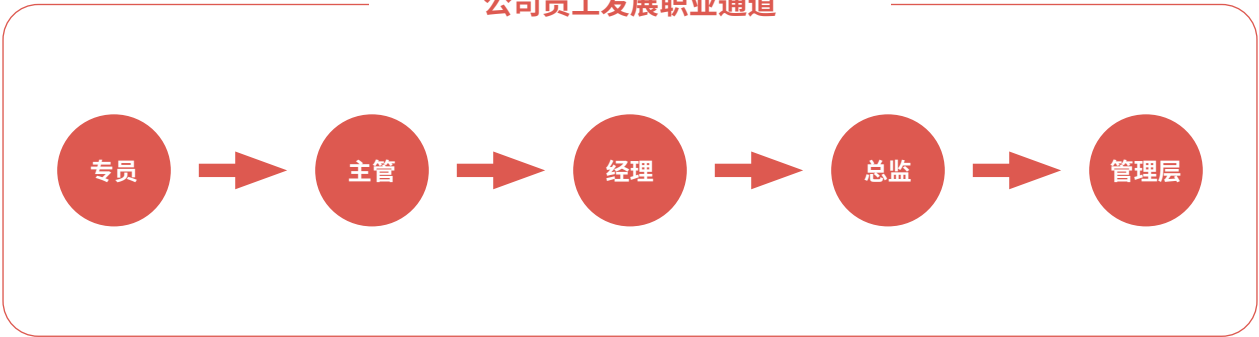
公司员工 2024 年获得的相关认证



员工培训

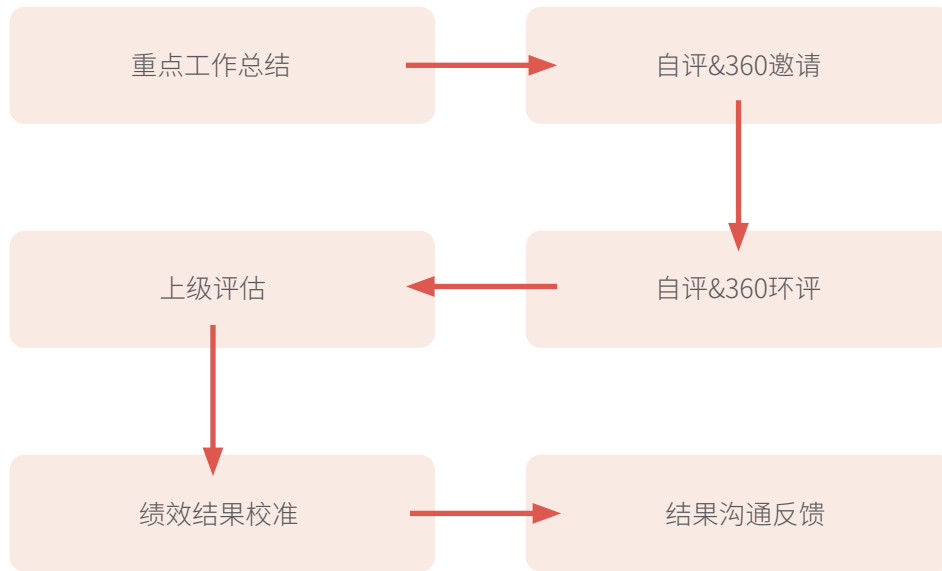
公司倡导进取精神，制定《员工职业发展管理规定》，为所有员工提供清晰的职业发展路径。公司建立透明、畅通的晋升通道与岗位体系，充分考虑员工成长需求，助力员工科学规划职业生涯，实现持续发展与价值提升。

公司员工发展职业通道



公司建立完善的绩效评估与晋升管理体系，定期从员工表现、能力、潜质等方面进行综合评估，并搭建线上绩效评估管理系统，确保绩效评价标准公开、考核程序公平、晋升机制透明。基于 OA 办公系统，公司引入飞书 OKR 绩效评估工具，从上级、同事、下属及自我评价等多维度，每季度开展绩效评估，并将结果应用于绩效奖金分配、岗位晋升等关键决策，推动员工发展与组织成长。

公司绩效评估流程



此外，公司通过工作性质单元内的横向比较，结合绩效评估结果、专业能力、员工潜力及忠诚度等因素，综合评选表现突出的候选人。最终，依据公司愿景与价值观进行评定，选出“华扬之星”，并给予相应奖励与激励，激发员工潜能，弘扬卓越文化。

6.4 员工健康与安全

公司专注于数字营销业务，不涉及化学、物理、生物等职业病危害因素，但长期伏案工作可能影响员工的身心健康。为此，公司秉持“预防为主、落实责任、全员参与、依法治企”的方针，建立完善的职业健康安全管理体系，并设立员工健康安全事务代表，参与相关管理工作。

公司制定《职业健康安全管理手册》《危险源辨识和风险评价控制程序》《应急准备和响应控制程序》等制度，规范危险源辨识、风险评估及应急响应流程，强化职业健康安全保障，确保员工健康与安全。公司上海分公司通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证，并获得相应认证证书（报告期内持续有效）。报告期内，公司无职业健康与安全相关事故发生。



ISO 45001职业健康安全管理体系认证证书

公司高度重视员工职业健康与安全，通过定期风险评估、优化办公环境、强化心理关怀、完善应急响应体系等措施，积极预防和控制健康安全风险，保障员工的身心健康与工作安全，营造安全、舒适、高效的工作环境。

公司员工健康与安全管理措施及成果



定期开展风险评估与检查



提供良好工作环境

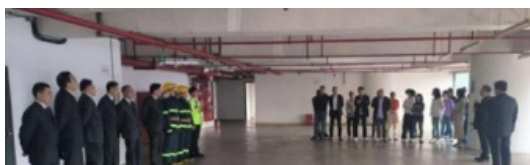


加强员工身心健康管理



完善应急响应体系

- 定期开展危险源辨识和风险评价，辨识与评价公司及业务范围内的职业安全健康危害，以便采取有效措施进行有效控制，同时加强薄弱环节管理。
- 每月开展办公室职业健康安全检查，发现问题及时整改。
- 定期开展风险评估与审查，确保办公环境无空气污染、噪声等影响员工健康的风险。
- 采购符合人体工学设计的座椅，预防和缓解因久坐及长期使用电脑导致的身体疲劳和劳损。
- 在办公室布置绿植，设立休息与交流区域，营造舒适环境，缓解员工工作压力。
- 定期开展心理关怀，通过一对一沟通、心理辅导等方式，及时关注并缓解员工心理压力。
- 组织团建及福利活动，如办公室下午茶、团队拓展等，帮助员工放松身心，缓解工作压力。
- 面向员工开展健康与安全培训，提高员工健康和安全意识和能力。
- 建立预防与应急机制，针对员工安全健康事故或潜在紧急情况，制定预防和应对措施，最大程度减少人员伤害和财产损失。
- 定期开展消防演练，积极参与办公楼消防演练，提高公司应对火灾事故的应急能力，强化员工安全意识。
- 2024 年 11 月，公司组织员工配合物业开展 119 消防演练活动，加强员工消防安全防范意识，提高消防事件的综合应变能力。



员工参与消防演练活动



缓解员工工作压力

7 绿色运营，减缓气候变化

7.1 应对气候变化

在全球气候变化加剧及低碳转型加速的背景下，企业需加强气候风险管理，把握低碳转型机遇，提升可持续发展能力。华扬联众积极应对气候变化，建立气候议题治理机制，基于国际可持续准则理事会（ISSB）《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》（IFRS S2）的框架识别气候变化对公司经营带来的风险和机遇，并根据识别结果采取应对措施，管理气候变化对公司造成的影响。

公司应对气候变化管理框架



治理

- 公司董事会负责气候相关议题的审议和决策，监督公司运营带来的气候影响，每年度审核包含“应对气候变化”议题在内的环境、社会及公司治理报告。
- 公司董事会战略与 ESG 委员会负责识别与公司相关的包括气候风险在内的 ESG 风险及机遇，评估风险及机遇对公司的影响，并就风险及机遇应对提出建议。
- ESG 工作小组通过多部门协同，识别包括气候变化在内的 ESG 相关风险和机遇，推进包含气候变化在内的可持续发展相关事宜。



战略

- 公司建立气候风险与机遇评估矩阵，并针对气候变化风险与机遇进行详细分析。通过识别、评估和分析气候风险与机遇对公司业务及运营可能带来的财务影响，推动绿色运营等举措，以有效应对气候变化的挑战。



影响、风险和机遇管理

- 公司建立完善的风险和机遇管理流程，从识别、评估、排序、管理四个维度系统化推进，以应对气候变化带来的挑战并把握机遇。公司围绕产品与服务、办公运营及供应链管理等方面采取行动，积极应对气候变化，系统管理气候相关风险与机遇，推动可持续发展。



指标与目标

- 公司借助 ESG 信息化管理系统，实现温室气体排放量、温室气体排放强度、能源消耗量、能源消耗强度等指标线上统一填报、整合，并通过数据趋势分析，定期监测指标表现情况。

公司系统性地识别并评估在运营过程中可能遭遇的气候相关风险及潜在机遇，构建气候风险与机遇评估矩阵，识别出政策和法律风险、市场风险、市场机遇为高重要性风险与机遇，并据此制定针对性的气候变化应对策略和行动方案。

气候相关风险和机遇矩阵

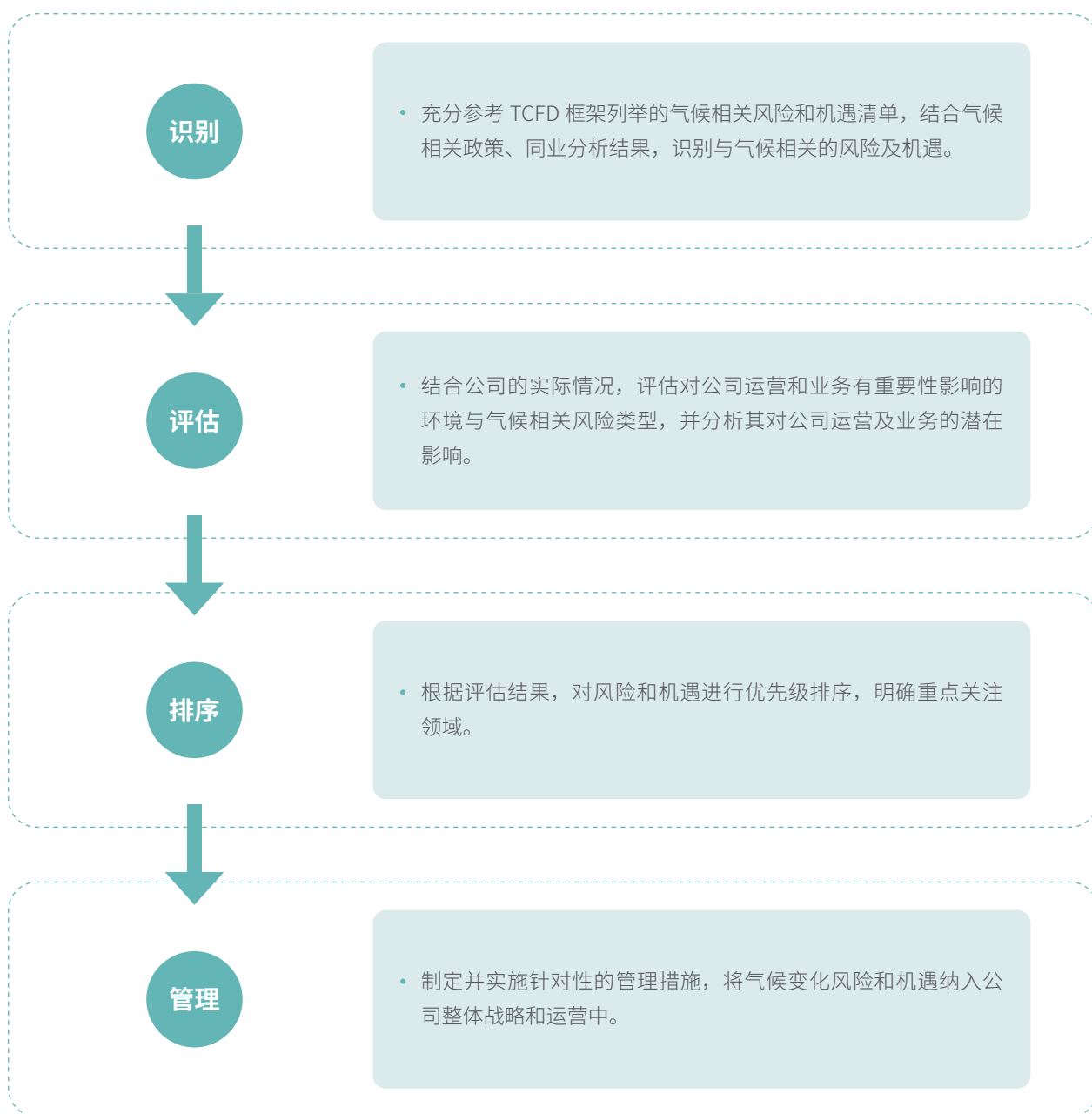


公司气候相关风险与机遇分析

风险与机遇	具体内容	影响周期	财务影响
政策和法律风险	随着中国的碳达峰、碳中和目标提出，中国政府已经出台一系列政策，如国家层面的《中国应对气候变化的政策与行动》《国家适应气候变化战略 2035》等。公司主要运营地北京、上海、广州及深圳地区也推出地方层面政策，如《北京市适应气候变化行动方案》《上海市 2024 年应对气候变化工作要点》《广东省应对气候变化“十四五”专项规划》等。如果公司无法满足相关要求，将对公司的运营造成影响。	短、中、长期	运营成本 ↑
市场风险	随着极端天气事件频发，气候变化成为全球热点议题。作为数字营销服务提供商，公司服务于国内外各行业领先客户，公司许多客户正在积极采取措施应对气候变化，如调整其商业模式、积极开展风险转移、打造低碳供应链，对其供应链企业也提出相关要求。如果无法满足客户这些市场变化，将影响公司的业务收入。	短、中、长期	营业收入 ↓
市场机遇	伴随着绿色低碳成为新的风尚，数字营销领域也逐渐涌现出绿色营销相关需求，包括绿色低碳产品相关创意广告等。针对新的客户需求，公司可以积极开展低碳营销技术、低碳营销战略等创新产品的服务与开发，在同业竞争中获得领先竞争优势，赢得新的业务增长点。	中、长期	营业收入 ↑

公司建立完善的风险和机遇管理流程，参考 TCFD（气候相关财务信息披露工作组）框架，从识别、评估、排序、管理四个维度系统化推进，以应对气候变化带来的挑战并把握机遇。

应对气候变化风险与机遇管理流程



公司围绕产品与服务、办公运营及供应链管理等方面采取行动，积极应对气候变化，系统管理气候相关风险与机遇，推动可持续发展。

应对气候变化管理措施

产品与服务

- 公司将可持续理念融入产品与服务，充分发挥营销传播优势，推动低碳产品和绿色理念的广泛传播。
- 公司专注于大数据、人工智能、元宇宙及数字孪生技术在营销领域的应用研发，打造智能营销产品，通过精准投放与科技广告等方式减少广告营销活动的温室气体排放。

办公运营

- 公司积极推广线上办公，采用电子文档管理和远程会议模式，以减少纸张消耗，降低公务车燃油消耗、员工商务差旅及日常通勤带来的碳排放。
- 公司建立极端天气应急预案，推行绿色办公制度，并在新办公场所选择时优先考虑环保认证办公楼。

供应链管理

- 公司倡导可持续采购，将“绿色采购”作为核心采购原则之一，在办公用品及设备采购中重点关注能耗、能效及末端回收再利用率，推动绿色低碳供应链建设。

7.2 绿色运营

公司作为服务型企业，在日常运营中主要消耗的能源包括外购电力和公务用车燃油，水资源主要来源于市政供水。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，制定并持续完善《环境管理制度》《办公室垃圾分类制度》《废弃物管理流程》等内部管理制度，对能源使用、废弃物管理、温室气体排放管理等方面作出明确规定。

为降低业务及运营对环境的影响，公司采取多项措施提升资源利用效率，包括推广节能设备、重复使用办公用品、组织内部环保培训等，增强员工在节能减排、资源节约、废弃物减少以及绿色营销方面的意识与能力。同时，公司充分发挥媒体广告行业的传播优势，将环保理念融入客户及公众沟通中，提供环境友好的营销解决方案，助力可持续消费。

公司绿色运营管理措施及成果

管理类型	资源使用 / 排放物类型	主要行动措施
能源及碳排放管理	• 公务车使用汽油 • 外购电力 • 温室气体排放	• 公司建立健全能源管理制度和设备操作规程，减少不必要的办公及非办公用电、控制公务用车的合理使用。 • 办公室全部使用节能器具，减少照明设备电耗；充分利用自然光，做到人走灯熄，杜绝白昼灯和长明灯；夜间尽量减少公共区域照明。 • 开展绿色办公，合理利用视频会议系统，减少商务差旅；自 2021 年开始使用线上办公软件飞书，在开会、行政、培训三个业务领域实施飞书应用，一年总计可以实现减碳 72.76 吨。 • 将数据中心能效纳入公司机房租赁考量，优先选择PUE 值较低的第三方托管机房，现公司租赁机房PUE 值低于1.5。
水资源管理	• 市政用水	• 鼓励员工养成节水习惯，安装节水马桶、节水手盆等节水设备，并要求合理利用日常办公生活废水。
物料管理	• A4 纸张 • 纸质包装 • 塑料袋、塑料杯、文件夹等塑料制品 • IT 设备	• 建立纸张领用流程，加强办公经费和办公用品的使用管理。 • 充分利用 OA 办公系统，推广无纸化办公，使用电子文档和云存储，减少纸质资料印发，必要文件实行双面印刷。 • 鼓励员工尽可能减少快递塑料包装、塑料杯、文件夹等塑料制品的使用。 • 建立办公用品交换平台，重复使用笔记本电脑等 IT 硬件设备，提高办公用品等资源利用率，减少内部废弃物产生。2024 年，对 25 台 IT 硬件设备进行翻新和内部再利用。
废弃物管理	• 无害废弃物： 厨余垃圾、办公用纸、 快递纸盒、硒鼓墨盒等 • 有害废弃物： 电子废弃物、废弃灯管等	• 针对无害废弃物，按照垃圾分类原则，由专门人员统一分类，交由物业合理处置。 • 针对有害废弃物，安排对应的人员集中管理、妥善安置，每年定期交由有资质的第三方集中处理，并对每次处理量进行称重、登记。

报告期内，公司未有突发重大环境事件发生，且未有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发生。

ESG 数据表和附注

经济绩效

经济绩效表

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入	万元	850,430.27	549,986.46	203,093.99
资产总额	万元	630,727.19	309,578.50	218,159.52
每股社会贡献值 ¹	元	1.55	0.10	-0.43

注 1：每股社会贡献值 = 基本每股收益 + (纳税总额 + 公司支付的员工工资和福利总额 + 向银行等债权人给付的借款利息 + 对外捐赠额等 为其他利益相关者创造的价值额 - 因环境污染等造成的其他社会成本) / 公司发行股份总数。

反腐败管理绩效

反腐败管理绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
反腐败培训覆盖的董事总数	人	/	/	7
反腐败培训覆盖的董事百分比	%	/	/	100
反腐败培训覆盖的管理层人员总数	人	/	/	160
反腐败培训覆盖的管理层人员百分比	%	/	/	100
反腐败培训覆盖的员工总数	人	1,306	691	488
反腐败培训覆盖的员工百分比	%	100	100	100
员工接受反腐败培训平均时长	小时 / 人	/	1.00	1.00
接收到的贪污腐败举报事件数量	件	0	0	0
报告期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0	0	0

注 1：该绩效表数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

社会绩效

研发创新与知识产权保护绩效表

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
研发人员数量 ¹	人	559	263	123
研发人员占比	%	24.81	21.47	15.45
研发费用投入 ¹	万元	26,456.77	17,920.95	7,377.74
研发费用占营业收入比例	%	3.11	3.26	3.63

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
报告期内有效专利数量	件	/	/	7
报告期内专利授权数量	件	3	1	2
报告期内软件著作权登记数量	件	14	19	10
报告期内商标获批数量	件	71	11	15

注 1：2024 年度因公司业务调整，研发领域人员及费用投入减少。

员工雇佣绩效表¹

指标		单位	2022 年	2023 年	2024 年
员工总人数 ²		人	1,306	691	488
按性别划分	男性	人	440	228	168
	女性	人	866	463	320
按年龄划分	30 岁以下	人	545	200	102
	30 岁至 50 岁	人	741	470	364
	50 岁以上	人	20	21	22
按雇佣形式划分	全职劳动合同制	人	1,304	683	482
	全职劳务派遣制	人	2	4	1
	其他雇佣形式 ³	人	0	4	5
按职级划分	基层员工	人	543	490	328
	管理层员工	人	763	201	160
女性员工比例		%	66.31	67.00	65.57
少数民族 / 少数族裔员工比例		%	4.36	3.18	2.05
残障员工比例		%	1.07	1.30	1.43
劳动合同签订率		%	100	100	100
社会保险覆盖率		%	100	100	100
歧视、骚扰相关举报事件的数量		件	0	0	0

注 1：该绩效表数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：自 2023 年起，公司员工总人数较往年有所降低，主要由于公司为适应行业及业务新发展变化，持续对人力资源进行调整。

注 3：其他雇佣形式员工包括退休返聘员工。

员工培训与发展绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
员工培训支出金额	万元	/	/	9.45
员工培训覆盖率 ²	%	100	100	100
员工接受培训平均时长 ³	小时 / 人	14.5	15.2	4.0
员工反歧视、反骚扰相关培训覆盖率	%	100	100	100
员工定期接受绩效与职业发展评估覆盖率	%	100	100	100
内部招聘员工总数 ⁴	人	79	57	32

注 1：该绩效表数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：员工培训覆盖率 = 接受培训的员工人数 / 员工总人数。

注 3：因部分分公司员工线下培训小时数统计不全，员工培训小时数相关指标为估算数据。员工接受培训平均时长 = 员工接受培训总小时数 / 员工总人数。2024 年，员工接受培训平均时长统计口径为华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司，因统计口径变化，员工接受培训平均时长减少。

注 4：内部招聘包括内部转岗等。

员工健康与安全绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
工伤发生次数 ²	次	1	1	0
其他员工健康安全上报事件数量（如员工体检过程中发现的重大疾病次数等）	件	0	0	0
因工伤损失的工作日数	天	9	27	0
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0	0	0
员工工伤保险投入金额 ³	万元	/	/	58.07
员工工伤保险覆盖率	%	/	/	100
员工职业健康与安全培训覆盖率	%	/	100	100
采取过员工健康与安全风险评估的场所占有工作场所的百分比	%	100	100	100
因违反职业健康与安全法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0

注 1：该绩效表数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：2023 年，公司发生 1 起工伤事件，涉及员工 1 人，为公司员工在上班途中发生交通事故。公司依法为员工缴纳工伤保险，并在事件发生后积极慰问员工，安排员工休假至完全康复。

注 3：员工工伤保险投入金额统计口径为合并财务报表口径。

供应商管理绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
供应商总数 ²	家	1,305	1,315	791
中国大陆地区供应商数	家	1,300	1,258	760
港澳台及海外地区供应商数	家	5	57	31

注 1：2022 年度数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司），2023 年起数据统计口径扩大至合并财务报表口径。

注 2：2024 年度因公司业务变动，供应商总数变动较大。

社会贡献与乡村振兴绩效表¹

指标	单位	2024 年
乡村振兴投入金额	万元	39.73
乡村振兴惠及人数	人	3,947
员工志愿服务人次	人次	35
开展志愿者活动时长	小时	500

注 1：该绩效表数据口径为上海华扬联众公益基金会。

环境绩效

能源管理与温室气体排放绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
温室气体排放总量（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量	643.39	734.33	580.73
范围一温室气体排放量 ²	吨二氧化碳当量	39.32	37.81	33.11
范围二温室气体排放量 ³	吨二氧化碳当量	604.07	696.52	547.62
范围三温室气体排放量 ⁴	吨二氧化碳当量	402.98	334.38	151.49
温室气体排放密度（范围一 + 范围二）（单位办公人数）	吨二氧化碳当量 / 人	0.49	1.06	1.19
温室气体排放密度（范围一 + 范围二）（单位经营面积）	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.04	0.05	0.04
综合能源消耗量 ⁵	吨标准煤	150.05	168.80	141.79
直接能源消耗量 ⁵	吨标准煤	19.78	18.59	16.28
间接能源消耗量 ⁵	吨标准煤	130.27	150.21	125.51
综合能源消耗强度（单位办公人数）	吨标准煤 / 人	0.11	0.24	0.29
综合能源消耗强度（单位经营面积）	吨标准煤 / 平方米	0.01	0.01	0.01
外购电力用量 ⁶	兆瓦时	1,059.21	1,221.32	1,020.54
耗电密度（单位办公人数）	千瓦时 / 人	811.03	1,767.47	2,091.27
耗电密度（单位经营面积）	千瓦时 / 平方米	60.08	77.80	73.27
公务车汽油用量	升	18,162.72	17,070.82	14,949.44

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：公司温室气体排放量合并方法采用运营控制权法。范围一温室气体排放量包括公务车汽油消耗产生的直接温室气体排放，根据排放因子法计算。公务车汽油温室气体排放因子为 0.002215 吨二氧化碳当量 / 升，相关参数来自《中国能源统计年鉴》《省级温室气体清单编制指南（试行）》（2011）和《陆上交通运输企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》（2015）。温室气体种类包括 CO₂、CH₄ 和 N₂O，温室气体当量选取 IPCC AR6 GWP 百年平均值（GWP 100）计算。

注 3：范围二温室气体排放量包括外购电力消耗产生的间接温室气体排放，根据基于位置的排放因子法计算。2024 年度，温室气体排放因子选取中国全国电网平均排放因子，为 0.5366 吨二氧化碳当量 / 兆瓦时，来自中国生态环境部《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》。2022、2023 年温室气体核算方式详见相应年度报告。

注 4：范围三温室气体排放量包括员工商务旅行产生的温室气体排放，根据排放因子法计算。公司参考《温室气体核算体系：企业核算与报告标准》《温室气体核算体系：企业价值链（范围三）核算和报告标准》计算范围三数据。2022 年数据根据 Greenhouse Gas Protocol 范围三计算工具估算。2023 年起数据基于商务旅行费用计算。2024 年，公司办公人员减少，商务旅行费用下降，因此范围三温室气体排放量有所下降。

注 5：综合能源消耗量参考《GB/T2589-2020 综合能耗计算通则》计算。直接能源统计包括公务车汽油用量，间接能源统计包括外购电力用量。

注 6：部分分公司电费计入物业费无法统计，因此部分环境数据为估算。

水资源及包装物管理绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
耗水量 ²	立方米	3,185.12	4,474.88	2,173.09
耗水密度（单位办公人数） ²	立方米 / 人	2.44	6.48	4.45
耗水密度（单位经营面积） ²	立方米 / 平方米	0.18	0.29	0.16
包装物使用量 ³	吨	4.70	5.00	2.85

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：鉴于公司业务性质，公司主要取水来源为市政供水，耗水量按取水量计算。部分分公司水费计入物业费无法统计，因此部分环境数据为估算。2024 年，公司办公人员减少，因此耗水量有所下降。

注 3：包装物包括快递包装材料等。2024 年，因公司业务变动，包装物使用量有所下降。

废弃物管理绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
无害废弃物总量 ²	吨	200.8020	187.0730	148.6147
其中，硒鼓墨盒产生量	吨	0.1620	0.1905	0.3730
碳粉盒产生量	吨	/	1.0125	0.3117
其他无害废弃物 ³	吨	200.6400	185.8700	147.9300
有害废弃物总量	吨	0.0162	1.4528	0.5164
其中，废弃电子产品量	吨	0.0032	1.2978	0.5139
废弃灯管量	吨	/	0.1550	0.0025
其他有害废弃物	吨	0.0130	0.0000	0.0000
无害废弃物密度（单位办公人数）	千克 / 人	153.7534	270.7279	304.5384
有害废弃物密度（单位办公人数）	千克 / 人	0.0124	2.1025	1.0582
废弃物回收总量 ⁴	吨	0.5000	6.7500	7.4000

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：部分分公司无害废弃物为物业统一处理，因此部分环境数据为估算。

注 3：其他无害废弃物包括生活垃圾、废纸等。

注 4：废弃物回收包括废旧电池、打印机等，因部分分公司废弃物为物业统一处理，废弃物回收量为估算。

报告索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》索引表

议题	对应的本报告章节
《指引》要求披露的议题	
应对气候变化	7.1 应对气候变化
污染物排放	公司所处行业为广告传媒行业，公司及重要控股子公司未被纳入环境信息依法披露企业名单，此议题不适用
废弃物处理	7.2 绿色运营
生态系统和生物多样性保护	公司为数字营销服务商，生产经营活动对生态系统和生物多样性没有重大影响，此议题不适用
环境合规管理	7.2 绿色运营
能源利用	7.2 绿色运营
水资源利用	7.2 绿色运营
循环经济	7.2 绿色运营
乡村振兴	5.2 乡村振兴
社会贡献	5.3 社会贡献
创新驱动	4.2 研发创新
科技伦理	4.3 科技伦理
供应链安全	5.1 供应商管理
平等对待中小企业	公司报告期末应付账款（含应付票据）余额未超过 300 亿元，占总资产的比重未超过 50%，该议题不适用
产品和服务安全与质量	4.1 优质产品和服务
数据安全与客户隐私保护	4.5 信息安全与隐私保护
员工	6.1 职场平等与多元化
	6.2 员工权益与福利
	6.3 员工培训与发展
	6.4 员工健康与安全
尽职调查	2.3 重要性议题分析
利益相关方沟通	2.3 重要性议题分析
反商业贿赂及反贪污	3.3 反腐败管理
反不正当竞争	3.4 反不正当竞争
根据《指引》第五条自主披露的议题	
公司治理	3.1 公司治理
合规运营	3.2 合规运营
负责任营销	4.3 负责任营销

全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》索引表

GRI 内容索引			
使用声明		华扬联众在 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日参照 GRI 标准编制报告。	
使用的 GRI 1		GRI 1：基础 2021	

GRI 标准	披露项		报告章节
GRI2：一般披露 2021	2-1	组织详细情况	1.1 公司概况
	2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	报告编制说明
	2-3	报告期、报告频率和联系人	报告编制说明
	2-6	活动、价值链和其他业务关系	1.2 业务布局与发展
	2-7	员工	ESG 数据表和附注
	2-9	管治架构和组成	3.1 公司治理
	2-12	在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	2.2 ESG 管理架构
	2-13	为管理影响的责任授权	2.2 ESG 管理架构
	2-14	最高管治机构在可持续发展报告中的作用	2.2 ESG 管理架构
	2-16	关键问题沟通	2.3 重要性议题分析
	2-23	政策承诺	6.1 职场平等与多元化
	2-25	补救负面影响的程序	3.3 反腐败管理
			4.5 信息安全与隐私保护
			6.1 职场平等与多元化
	2-27	遵守法律法规	3.2 合规运营
	2-29	利益相关方参与的方法	2.3 重要性议题分析
GRI3：实质性议题 2021	3-1	确定实质性议题的过程	
	3-2	实质性议题列表	
	3-3	实质性议题的管理	
GRI201：经济绩效 2016	201-1	直接产生和分配的经济价值	ESG 数据表和附注
GRI203：间接经济影响 2016	203-1	基础设施投资和支持性服务	5.2 乡村振兴
			5.3 社会贡献
			ESG 数据表和附注
GRI205：反腐败 2016	205-1	已经进行腐败风险评估的运营点	3.4 反腐败管理
	205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	
	205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	
GRI302：能源 2016	302-1	组织内部的能源消耗量	ESG 数据表和附注
	302-2	组织外部的能源消耗量	
	302-3	能源强度	

GRI 标准	披露项		报告章节
GRI302：能源 2016	302-4	减少能源消耗	7.2 绿色运营
GRI303：水资源和污水 2018	303-5	耗水	ESG 数据表和附注
GRI305：排放 2016	305-1	直接（范围 1）温室气体排放	ESG 数据表和附注
	305-2	能源间接（范围 2）温室气体排放	
	305-3	其他间接（范围 3）温室气体排放	
	305-4	温室气体排放强度	
GRI306：废弃物 2020	306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	7.2 绿色运营
	306-2	废弃物相关重大影响的管理	
	306-3	产生的废弃物	ESG 数据表和附注
	306-4	从处置中转移的废弃物	ESG 数据表和附注
GRI401：雇佣 2016	401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职工员工）的福利	6.2 员工权益与福利
	401-3	育儿假	
GRI403：职业健康与安全 2018	403-1	职业健康安全管理体系	6.4 员工健康与安全 ESG 数据表和附注
	403-2	危害识别、风险评估和事故调查	
	403-3	职业健康服务	
	403-4	职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	
	403-5	工作者职业健康安全培训	
	403-6	促进工作者健康	
	403-7	预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	
	403-9	工伤	
	403-10	工作相关的健康问题	
GRI404：培训与教育 2016	404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	ESG 数据表和附注
	404-2	员工技能提升方案和过渡援助方案	6.3 员工培训与发展
	404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	
GRI405：多元性与平等机会 2016	405-1	管治机构与员工的多元化	3.1 公司治理 ESG 数据表和附注
GRI406：反歧视 2016	406-1	歧视事件及采取的纠正行动	6.1 职场平等与多元化
GRI408：童工 2016	408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	
GRI409：强迫或强制劳动 2016	409-1	具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	
GRI417：营销与标识 2016	417-3	涉及营销传播的违规事件	4.3 负责任营销
GRI418：客户隐私 2016	418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	4.5 信息安全与隐私保护