



Damai Entertainment Holdings Limited

大麥娛樂控股有限公司

(前稱 Alibaba Pictures Group Limited 阿里巴巴影業集團有限公司)

股份代號: 1060



2024/25

環 境 、 社 會 及
管 治 報 告

目錄

關於本報告	2
關於大麥娛樂	4
董事會ESG聲明	8
利益相關方溝通	9
重大性議題判定	10
1 責任治理	11
1.1 ESG管治	11
1.2 風險控制	12
1.3 廉潔建設	15
1.4 數據安全與隱私保護	18
2 員工管理	26
2.1 僱傭管理	27
2.2 員工關愛	31
2.3 培訓發展	38
3 產品責任	45
3.1 傳遞正能量	45
3.2 內容治理與廣告合規	56
3.3 知識產權與版權保護	59
3.4 客戶服務	61
4 生態共建	65
4.1 供應商管理	65
4.2 社區公益	69
4.3 綠色運營	75
ESG索引表	81
讀者反饋表	86

關於本報告

報告簡介

本報告為大麥娛樂控股有限公司(「大麥娛樂」)或(「本公司」)發佈的2024/25年環境、社會及管治報告，旨在展示大麥娛樂及其列入年報範圍的主要附屬公司在環境、社會及管治的策略、管理和實踐情況。

指代說明

為便於表述，報告中「大麥娛樂」「本公司」「我們」均指代大麥娛樂控股有限公司(前稱阿里巴巴影業集團有限公司)，一家於百慕達註冊成立的有限責任公司，其股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市及買賣(股份代碼：1060)。「本集團」指代本公司連同其附屬公司的合稱，「阿里巴巴集團」指代阿里巴巴集團控股有限公司連同其附屬公司的合稱。

報告範圍

本報告披露的資料和數據覆蓋大麥娛樂及其截至2025年3月31日列入年報範圍的主要附屬公司，報告時間跨度為2024年4月1日至2025年3月31日(「報告期」)。

編製依據

本報告依據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(《ESG報告守則》)及《環境、社會及管治框架下氣候信息披露的實施指引》(《實施指引》)的相關規定編製而成。

信息來源

本報告所引用的資料與數據均來源於本公司的正式文件、統計報告與財務報告，且經由相關部門統計、匯總及審核。如無特別說明，本報告中的金額類數據均為人民幣。

匯報原則

- 重要性原則：報告中披露重大性議題矩陣，詳細闡述重大性議題判定過程及最終結果，同時列舉重要的利益相關方，以及相對應的溝通措施。具體內容詳見「利益相關方溝通」和「重大性議題判定」章節。
- 量化原則：本報告中所披露的環境數據均註明參考標準、計算方法以及參數，並遵循《ESG 報告守則》及《實施指引》意見。
- 平衡原則：本報告客觀披露正面和負面信息，確保內容平衡。
- 一致性原則：本報告所披露的信息覆蓋大麥娛樂及其附屬公司，與年報範圍保持一致。本報告編寫方法與上一財年保持一致，若披露範圍和計算方法有變化可能會影響與往年報告的比較，我們會對相關數據進行解釋。

報告版本與獲取

報告以網絡版形式發佈，您可以在下列網站瀏覽和下載報告：

- 大麥娛樂官網(<https://www.damaiholdings.com>)
- 香港聯合交易所有限公司營運之披露易網站(<https://www.hkexnews.hk>)

關於大麥娛樂

大麥娛樂前身為阿里影業，是一家具有科技基因的現實娛樂公司，業務涵蓋電影、演出、IP商業衍生、劇集、藝人經紀、票務平台等多元生態。本集團以「創造高品質的現實娛樂體驗，讓每個人都快樂」為使命，始終以優質內容為核心驅動力，圍繞「娛樂」和「AI」兩大戰略，致力於為用戶打造超凡的現實娛樂體驗，包括現場體驗、互動體驗及沉浸體驗等多種創新體驗。旗下新大麥客戶端更是憑借高質量的購票服務體驗和高品質的內容搜索分發能力，鏈接最廣泛的現實娛樂消費群體。自2014年以來，本集團已通過300+部電影、240萬+場次演出、400+小時劇集，為數十億人次打造多元化的娛樂內容體驗。

電影科技與投資製作宣發平台

電影科技與投資製作宣發業務是本公司成長期的關鍵業務，包括電影票務、電影投資製作與宣發以及科技業務。在電影票房與觀影人次雙降的環境下，本公司通過制定製片人、導演、編劇工作室計劃，提高內容生產能力，憑藉技術手段降低成本，為電影行業復甦儲蓄力量。

電影票務業務

電影票務(即淘票票和雲智)是該業務板塊的重要組成部分，也是電影行業的基礎設施，為影院和觀影用戶提供購票和影院出票的線上系統及服務。淘票票作為廣受市場歡迎的電影用戶購票平台，報告期內，聯合大麥業務推出淘麥VIP會員體系。該體系是行業內首個打通電影與演出雙消費場景的等級型會員體系，提供買一贈一、演出優先購票、明星見面會、電子紀念票等會員權益，深受用戶好評。雲智作為行業領先的影院出票系統，連續保持全國出票影院數量第一及出票人次第一的成績，並與中國香港和東南亞其他國家的多個影院簽訂合作協議，積極拓展海內外業務。

電影投資製作及宣發

電影投資製作及宣發業務是本公司在線下娛樂內容方向的重要發力點，近年來，本公司積極拓展合製與自製能力，應用虛擬拍攝等視效技術，並投資盈利確定性較高的頭部項目，以控制投資風險並保障基礎收益。報告期內，本公司已上映《抓娃娃》《默殺》《封神第二部：戰火西岐》《你想活出怎樣的人生》《小小的我》《好東西》《維和防暴隊》《雲邊有個小賣部》《里斯本丸沉沒》等主要電影項目。

為提升電影內容的製作開發能力，本公司啟動了製片人、導演、編劇工作室計劃，旨在向行業輸出更多精品電影內容，截至目前已有多部項目進入籌備或開機階段。此外，本公司發起海納國際青年導演發展計劃，邀請張藝謀導演、黃建新導演及江志強先生作為主導師，通過舉辦大師班、短片展映、圓桌對談、劇組實踐等方式培養青年導演，並在香港浸會大學成立「海納計劃獎學金」，持續推進影視人才培養與項目合作的生態化發展。

科技業務

本公司持續加大在AI、數字人及虛擬拍攝等創新科技領域的投入，為影視拍攝的標準化、流程化和數智化尋求解決方案，推動新技術在影視工業化生產中的應用。

在數字人業務方面，虎鯨文娛的首位數字人厘里，不僅簽約北京大麥文化傳播有限公司，以虛擬音樂人身份進軍音樂領域，還擔任天貓雙十一運動戶外品類的推廣大使，並將繼續參演優酷獨播劇集《異人之下之決戰！碧游村》。截至報告期末，本公司已推出了5個全新數字人，實現了代言、定制化合作等商業化變現。此外，文娛行業的智能宣發數據產品「燈塔AI」已經接入通義千問大模型，能理解並精準回答影片發行情況、檔期分析等更多通用問題。「燈塔AI」為行業參與者提供了及時、全面、詳盡且凝練的輿論匯總與更有參考價值的票房預測，為電影的宣發方向、排片決策等工作提供了更多幫助。

大麥

大麥是本公司在現場娛樂市場的核心業務，其中，大麥票務平台是行業領先的娛樂購票平台，同時，大麥在現場娛樂內容投製領域也取得了優異的成績，是現場娛樂市場最優秀的競爭者之一。

大麥票務平台業務

大麥是本公司在演出票務市場的核心業務之一，持續保持演出票務市場的領先地位。在演出的現場服務領域，大麥服務了張杰、周杰倫、孫燕姿、Ed Sheeran、Imagine Dragons等國內外多位藝人的大型演唱會，並與內地與港澳多家頭部場館建立深度合作，成為用戶首選的購票平台。通過為中國大型演唱會提供票務服務，大麥連續兩年創下交易總額(GMV)高速增長的記錄。報告期內，大麥已交付3,800多場大型項目，實現了演出現場安全穩定、零事故。

本公司持續加大核心技術研發投入，通過算力整合和雲資源升級，提升數據處理能力，優化購票系統產品功能，在高併發業務場景下，確保大量用戶同時搶票時，系統穩定運行與交易流暢，以優質的用戶體驗鞏固票務服務領域的領先地位。報告期內，秒級併發購票用戶超過10萬的項目過千場，同比截至2024年3月31日止年度增加63%。

同時，大麥積極拓展旅遊演藝品類賽道並覆蓋更多海外項目，使國內用戶能夠便捷購買海外演唱會門票。通過推動產品進一步升級，實現電影與演出票務的雙平台整合，覆蓋更多票務娛樂場景，持續擴大「買票上大麥」的品牌影響力，打造領先的綜合票務服務平台。

現場娛樂內容

近年來，大麥業務深度佈局現場娛樂內容領域，通過高水準的演出與精美的舞台製作，為觀眾帶來絕佳的觀演體驗。截至報告期末，大麥已經積累了蝦米音樂娛樂、Mailive、當然有戲、酷小麥等六大內容廠牌。現場娛樂內容業務參與了超120個IP的投資與製作，覆蓋演唱會、音樂節、話劇、展覽、脫口秀等多種品類，包括2024年阿那亞蝦米音樂節，莫文蔚、王源、陸虎等藝人的大型演唱會，《受到召喚•敦煌》《魔幻時刻》等話劇，以及呼蘭、小鹿脫口秀等項目，在市場中形成了廣泛的品牌影響力。

IP衍生業務

IP衍生業務是本公司延展娛樂產業版圖邊界的重要佈局，主要包括向上游版權方獲取多個優質IP，並授權給下游商家的阿里魚轉授權業務；聯合運營天貓潮玩類目和IP電商旗艦店的運營業務以及將潮玩IP與多個影劇綜結合，打造並銷售潮玩產品的「錦鯉拿趣(KOITAKE)」業務。

阿里魚作為國內領先的IP授權管理和商業化開發平台，已經與數百個國內外優質IP版權方以及數千家品牌和渠道商家達成合作，擁有的IP矩陣覆蓋了二次元、文博文創、影視綜藝、教育體育等多個IP類型，簽約了三麗鷗家族、寶可夢、環球影業、蠟筆小新、Chiikawa等多個全球優質頭部IP。圍繞IP授權、運營與商業化開發，阿里魚沉澱出獨有的全鏈路服務模式，包括IP素材開發與圖庫設計，監修報審，渠道產品供給，以及聚焦IP的整合營銷等，為品牌商家提供整體IP授權合作解決方案。未來，阿里魚將繼續加大以電商為主的渠道建設，通過類目運營把握貨物品類趨勢，並孵化C端品牌。

董事會ESG聲明

大麥娛樂秉持卓越的治理理念，深度融合環境、社會及管治(ESG)要素，將其作為企業運營與戰略發展的核心驅動力。本集團通過搭建系統化、規範化的ESG管理框架，持續強化治理效能，建立常態化溝通機制，精準識別並把握ESG領域的關鍵風險與發展機遇，旨在全方位保障投資者、客戶、員工、供應商及商業夥伴等多元利益相關方的合法權益。

董事會是本集團ESG事務的最高決策機構，在ESG戰略管理中發揮著主導作用。董事會定期對本集團ESG戰略規劃、目標設定以及重大ESG風險進行嚴謹審議與決策，並依託完善的ESG治理體系，對年度重要ESG管理工作及項目推進過程進行全程把控。從戰略制定到項目落地，董事會以嚴格的監督機制確保各項工作符合ESG理念與目標，具體內容可查閱「1.1 ESG管治」章節。

本集團在結合自身業務戰略、借鑒行業先進經驗的基礎上，圍繞重點ESG議題制定詳實的目標與計劃。在此過程中，董事會將監督職能貫穿始終，不僅對ESG目標和計劃進行全面細緻的審閱，還通過ESG工作小組構建起覆蓋目標執行全週期的監督考核體系。從目標分解到過程跟蹤，再到最終成果驗收，董事會以持續且嚴格的監督，保障ESG目標有效落實，推動本集團ESG工作高質量發展。

大麥娛樂始終將利益相關方的訴求視為ESG工作的重要指引，通過搭建多樣化溝通保持公開透明、及時高效的互動交流，定期收集並深入分析各方期望與需求。在ESG議題管理方面，本集團運用科學方法系統識別、評估關鍵議題與優先事項。形成的評估結果經董事會嚴格把關後，在「利益相關方溝通」及「重大性議題判定」章節進行全面披露。報告期內，董事會重點聚焦商業道德與反腐敗、數據安全與隱私保護、人才多元化發展等核心領域，以嚴格的監督機制推動相關工作落地，並審議通過了2025/26年度ESG工作計劃，為後續工作指明方向。

本報告詳盡披露本集團2024年4月1日至2025年3月31日期間的ESG工作進展，並於2025年5月19日經董事會審批通過。

利益相關方溝通

大麥娛樂將利益相關方的聲音視為企業發展的重要指引，依託股東大會、常態化意見徵集以及規範化信息披露等多元渠道，構建起系統化、動態化的溝通機制。通過雙向互動與高效反饋，大麥娛樂與各方攜手凝聚共識，共同探索可持續發展新路徑。

利益相關方	要求與期望	溝通及回應
政府／監管機構	遵守法律法規 依法納稅 商業道德	合規管理 來訪接待 監督檢查 定期匯報
投資者	財務業績 業務發展 信息披露 溝通渠道	定時披露財務及經營信息 股東大會 公司網站 投資者關係郵箱
客戶	提供高品質的產品和服務 滿足客戶多元需求 暢通的反饋渠道	產品宣傳和推廣 客戶拜訪 合作溝通
員工	維護員工權益 職業發展 職業健康與安全 有競爭力的薪酬福利 平衡工作生活	內部溝通會 員工培訓 完善的薪酬福利體系 員工意見徵集 滿意度調查
觀眾及用戶	數據隱私保護 用戶體驗 產品質量	隱私保護聲明與協議 用戶反饋意見收集 社交媒體互動
供應商和商業夥伴	公開、公平採購 信守合約 合作共贏	公開招標 合作協議 行業交流
社區	參與社區發展 支持公益慈善事業 能源管理和碳排放	媒體 志願者服務 社區溝通

重大性議題判定

大麥娛樂高度重視利益相關方的多元訴求，將其作為ESG重大性議題決策的核心依據。報告期內，我們遵循「識別－排序－確認」的科學流程，系統性回顧並優化ESG重大性議題框架，進一步明晰報告披露邊界。

步驟一：識別

以過往財年重大性議題為基礎，結合報告期內本集團核心業務變化、行業發展趨勢、媒體輿情動態及國際報告準則對標分析，對ESG議題進行全面梳理、整合與更新，初步構建重大性議題清單，確保議題覆蓋的全面性與前瞻性。

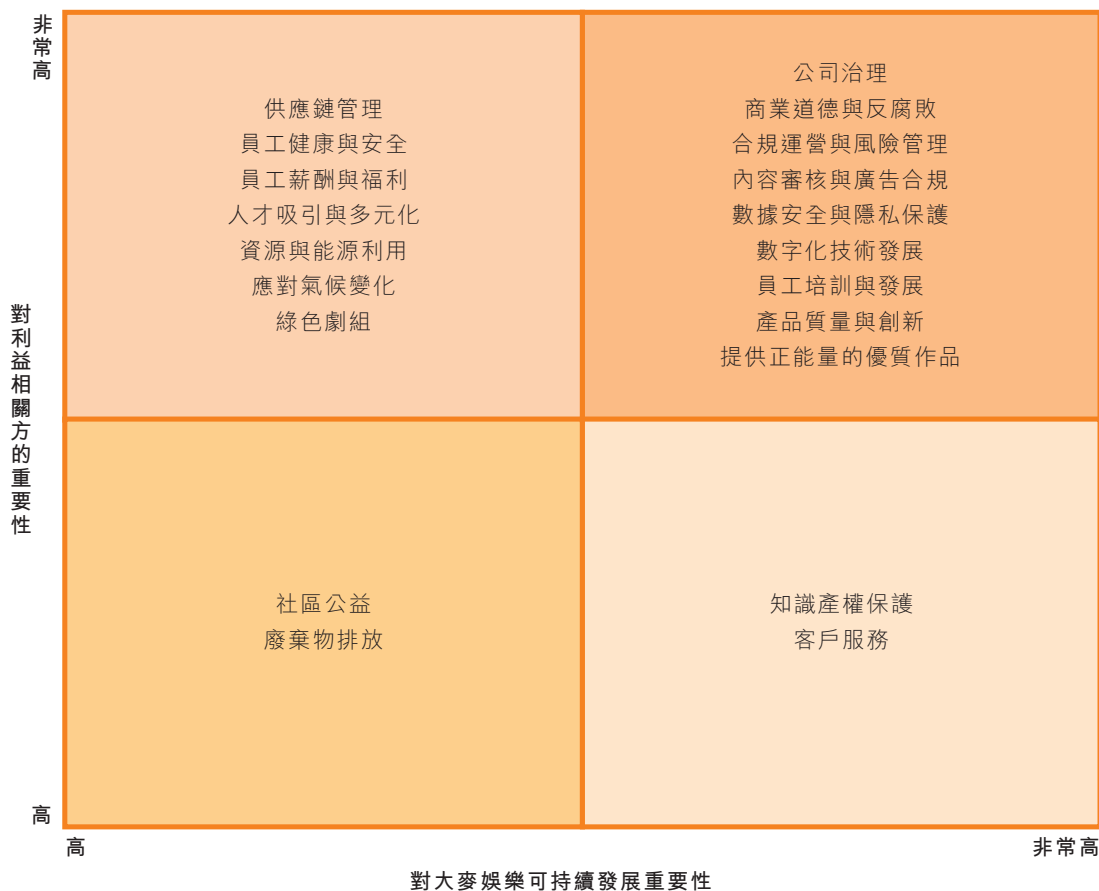
步驟二：排序

深度剖析各利益相關方的核心關切，緊密結合本公司戰略發展方向，對初步清單中的議題進行優先級評估與動態調整，形成層次分明的重大性議題矩陣。

步驟三：確認

嚴格審閱並確認重大性議題矩陣，精準劃定報告披露邊界，確保ESG信息披露既能體現本集團戰略重點，又能切實回應利益相關方的核心訴求。

報告期內，本公司識別的重大性議題矩陣如下：



圖：大麥娛樂重大性議題矩陣

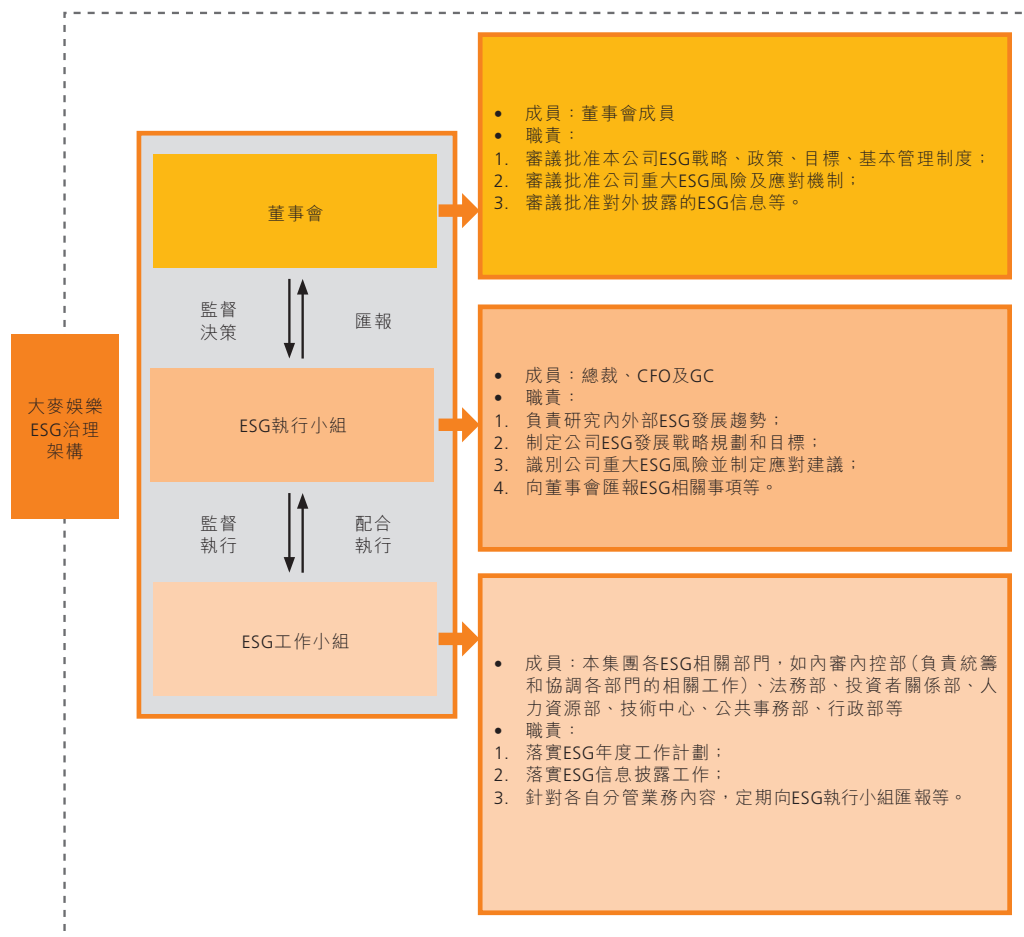
1 責任治理

大麥娛樂高度重視可持續發展管理，致力於將ESG理念融入本公司的日常運營與戰略決策中，持續推動ESG治理體系建設。本公司通過完善ESG治理機制，強化風險管控能力，堅守商業道德底線，並嚴格保護數據與隱私安全，為長期穩健發展提供有力支撐。

1.1 ESG管治

為有效提升大麥娛樂的ESG治理能力，本公司依據監管機構要求，構建了自上而下、權責分明的ESG治理體系，通過不斷完善ESG治理架構，確保ESG管理工作的制度化、規範化和專業化。

董事會作為ESG治理架構的最高層級，監督ESG相關事宜，負責審議和批准ESG戰略、目標、政策、風險與機遇以及ESG重大事項，定期審閱ESG目標的達成情況。在管理層面，業務總裁、首席財務官(CFO)及首席法務官(GC)組成ESG執行小組，負責統籌ESG工作，識別重大ESG風險與機遇並制定應對機制，並接受董事會的監督與指導，定期向董事會匯報相關工作。在執行層面，本公司成立由ESG相關部門組成的ESG工作小組，負責推進與落實ESG專項任務，其中內審內控部負責統籌、協調各部門工作，各部門定期向ESG執行小組匯報各自業務領域的工作進展與結果。此外，本公司全面評估管理層在環境、社會及治理層面的表現，將ESG相關指標與表現與高管績效考核體系相掛鉤，有效促進本公司可持續發展進程。



圖：大麥娛樂ESG治理架構

本公司持續推進環境、社會及治理體系建設，全面提升可持續發展方面的工作，並取得了明顯成果。2025年1月，大麥娛樂MSCI ESG評級提升至AA級，已連續三年實現評級提升，截至報告期末，位於國內媒體娛樂行業最高評級。報告期內，大麥娛樂憑藉出色的ESG表現，榮獲格隆匯2025「金格獎•年度ESG先鋒獎」，成為影視行業唯一一家上榜企業；並獲得中國慈善家「2024年度ESG先鋒」獎項。

1.2 風險控制

風險控制是大麥娛樂穩健且高效運營的重要保障，為有效落實風險管理工作，本公司建立全方位、多層次的風險管控體系，持續優化風險控制架構，嚴格遵循《阿里巴巴集團內部控制管理制度》《大麥娛樂內部審計管理制度》等制度，並通過完善制度管理機制、定期開展風險合規審計與培訓等多項舉措，全面提升風險識別、評估及應對能力，增強全員風險防範意識。

本公司建立權責清晰、協同聯動的全面風險管理與內部監控體系，涵蓋治理層、管理層、運營層等多個層次。董事會作為最高控制與決策機構，全面負責風險管理工作。本公司審核委員會（「審核委員會」）作為董事會下設的專業委員會，負責監督和審核風險管理相關工作，履行風險管理及內部監控職責，搭建風險管理體系、優化管理制度、開展風險監控、識別、評估以及應對重大風險等工作。各部門作為風險管控的直接責任主體，具體落實各自業務線的風險管理機制，確保風險管控措施覆蓋運營的各個環節。

大麥娛樂持續優化風險控制架構，設立風險管控「三道防線」，由高級管理層統籌合規與風險管理工作，並配備經驗豐富的專業人員，以提升本公司整體風險管控效能。

第一道防線：各業務運營團隊

第一道防線由各個業務運營團隊組成，是風險管理流程的執行者，對本部門內部的風險進行識別、預警和控制自評估，並按公司的統一要求上報風險事件和風險數據信息。

第二道防線：風險管理職能(虛擬組織，由財務中心、法務合規部、安全部和內審內控部－內控團隊組成)

第二道防線歸屬於風險管理職能，負責本公司風險管理的整體協調工作，包括風險管理整體方案的制定、日常風險信息的收集、識別、評估、應對及監督，並從各自專業領域牽頭承擔起各類風險的管理工作。

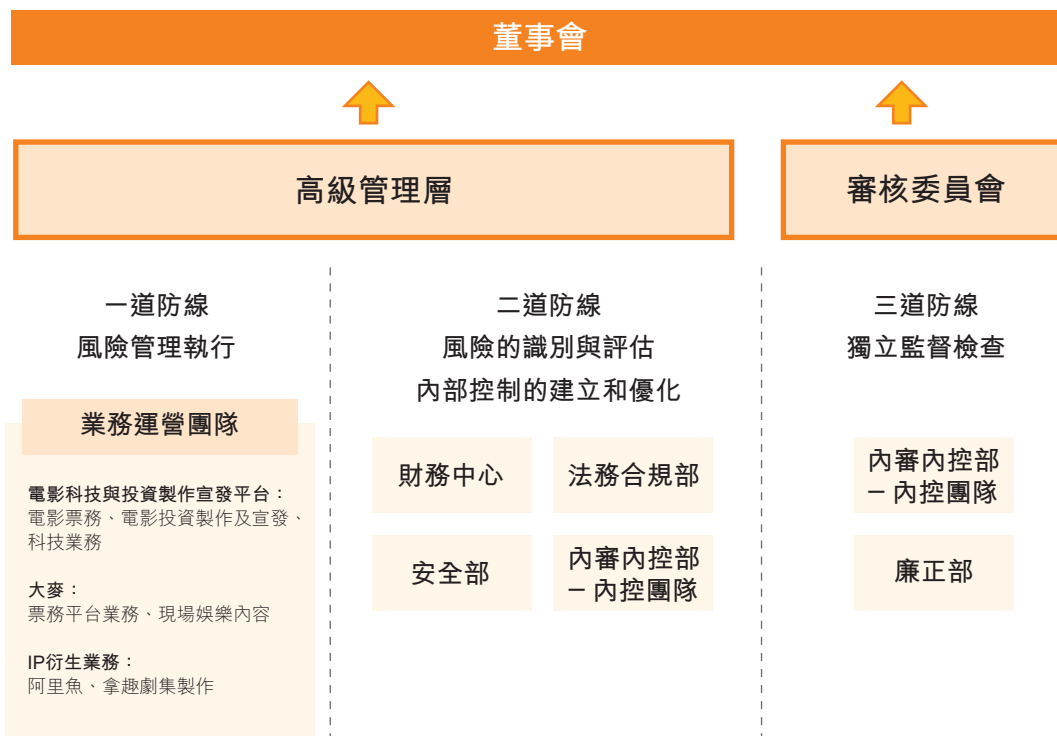
第三道防線：內審內控部－內審團隊和廉正部

第三道防線屬於獨立監督職能，由內審內控部－內審團隊與廉正部組成。

內審內控部－內審團隊專責進行獨立監督和獨立的內部審核，負責評估集團風險管理流程、內部監控系統的成效，廉正部負責進行獨立的合規和反舞弊檢查，負責評估集團全體員工在對外商業合作和對內工作履職時，對適用法律法規和公司內部合規管理制度的遵守情況。

內審內控部負責定期遞交審核計劃及相關的風險管理與內部監控報告供審核委員會審閱。審核委員會負責審核年度審核計劃以及審閱風險管理與內部監控報告。

三道防線中的各團隊均配備了具有豐富經驗的專業人員，其中內審內控部已於二零一五年一月設立，配備了具有風控、審計經驗的專業人員，並直接向審核委員會匯報。本公司內審內控部負責規劃審計工作，相關工作呈交審核委員會審閱，該部門亦按以風險為導向進行獨立審核，評估本公司內部監控制度是否充分、有效。



圖：大麥娛樂風險控制架構

為保障本公司合規運營，我們持續完善制度管理機制，定期評估管理制度的有效性，評估內容涉及業務範圍、制度負責人和制度狀態以及其適用情況。報告期內，我們對《大麥娛樂規章制度管理規範》《阿里巴巴集團授權管理制度》《阿里巴巴集團流程管理制度》等內部制度進行修訂，規範制度管理流程，確保各項業務授權的合規性。此外，我們重點關注商業道德及合規風險的審查工作，定期開展內外部專項檢查和審計活動，覆蓋票務業務等相關領域。報告期內，我們未發現重大管理缺陷，針對識別的風險，已採取應對措施。

本集團亦高度重視全體員工風險管理意識提升及能力培養。我們通過線上和線下相結合的方式，開展風險與內控管理的培訓9場，覆蓋800+人次，培訓內容包括費用管理、資產管理、採購規範等方面，有效降低日常工作中的風險違規事件。

1.3 廉潔建設

大麥娛樂始終堅持誠信經營，恪守商業道德準則，嚴格遵循《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》及《香港防止賄賂條例》（香港法例第201章）等相關法律及規定，制定了覆蓋全體員工及供應商的《大麥娛樂反賄賂反腐敗政策》¹，堅決抵制任何形式的商業賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢等違法、違規行為。同時我們修訂了《大麥娛樂商業行為準則（2024年版）》《大麥娛樂員工紀律制度（2024年版）》《大麥娛樂利益衝突管理細則（2024年版）》《大麥娛樂禮品處理條例（2024年版）》《員工參加第三方主辦的外部活動的指引》等內部管理制度，推進商業道德體系化建設，明確本公司商業道德行為規範，以營造風清氣正的廉潔氛圍。除上述披露外，並無其他與賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

本集團持續完善商業道德監管體系，構建董事會、員工紀律委員會、廉正合規部組成的反貪腐管治架構，其中員工紀律委員會成員包括虎鯨文娛首席人才官(CPO)、法務負責人、廉正負責人，負責指導和監督商業道德管理工作；廉正合規部作為反腐敗和反賄賂管理的專職部門，負責監督和預防腐敗事件發生，定期向董事會及CPO匯報工作進展。此外，本公司定期開展反腐敗專項審計，保障商業道德和責任行為的有效落實。

我們依託商業行為準則，遵循本公司商業道德相關制度的管理要求，每年對大麥娛樂全部業務線進行審計自查，通過線上業務文檔研判、線下業務訪談的審計方式，重點審計業務中的舞弊、貪污風險，審計頻率為每半年一次。針對審計過程發現的風險點，我們綜合評估其對業務影響程度及發生頻次，劃分為高、中、低三個等級，並組織風險復盤會，與業務方、法務、財務、內控針對審計發現的風險點，制定整改方案，明確整改責任人、整改期限等，到期及時進行驗收，並定期檢查整改落實情況。報告期內，審計覆蓋業務比例達100%，揭示業務風險11條，其中高風險9條，中風險2條，風險整改完成率100%。

¹ 反 賄 賂 反 腐 敗 政 策 (<https://www.damaiholdings.com/media/gnhmvwo4/%E5%8F%8D%E8%B3%84%E8%B3%82%E5%8F%8D%E8%85%90%E6%95%97%E6%94%BF%E7%AD%96-%E4%B8%AD%E6%96%87%E7%89%88-%E5%8F%91%E5%B8%83%E6%97%B6%E9%97%B4-2024%E5%B9%B412%E6%9C%8819%E6%97%A5-1.pdf>)

本公司堅持廉潔的合作理念，致力於構建公正透明的供應商關係。我們禁止員工洩露採購策略、招標文件等保密信息，確保在技術或商務條款中無傾向性或排擠性內容，我們對高風險採購部門人員進行嚴格監督，杜絕員工與供應商的非正當業務往來，對出現工作失職的採購員採取調崗、取消採購權利等處罰。同時，我們通過供應商平台，發佈反腐公告，倡導共同抵制腐敗和賄賂行為，並要求供應商簽署《廉潔誠信約定函》。截至報告期末，本公司供應商《廉潔誠信約定函》簽署率達100%。

為提升全體員工及合作方的商業道德與反貪腐意識，本公司要求全體員工在入職時簽署《廉正承諾書》，定期開展企業廉潔度調研。我們通過線上推送、現場宣貫等方式，開展覆蓋全體員工、董事及合作方的商業道德培訓，覆蓋率達到100%。我們對重點場景進行線下培訓全覆蓋，包括新員工、大麥演出全員、電影業務全員、阿里魚團隊全員、現場服務團隊等。同時，我們聯合集採部門，面向供應商開展廉潔培訓。報告期內，本公司面向董事會和員工開展反腐敗培訓10場，覆蓋2,152人次；定期開展年度商業行為準則認證考試，覆蓋率達100%，並對49家供應商開展線下反腐宣貫培訓。



圖：「心有正氣，攜手同行」廉正培訓

為確保有效感知和識別腐敗風險事件，我們建立多元、暢通、獨立的舉報渠道，全天候24小時接收舉報。舉報途徑多樣化，包括廉正官方網站、各業務網站、舉報郵箱、電話熱線，以及線下郵件、公司內部論壇等。

我們鼓勵所有員工、商業夥伴及公眾舉報舞弊行為，並支持接收匿名舉報。報告期末，我們設立6個線上和線下舉報點，通過內外部培訓、宣傳以及向合作夥伴發送郵件、簽署《廉潔誠信約定函》等方式，向內部員工及合作夥伴告知舉報渠道。我們遵守法律法規要求，在《商業行為準則》等制度中明確「舉報人保護」條款，對舉報人的身份及所提供的信息嚴格保密，禁止任何形式的打擊報復，以保護舉報人的權益。

對涉及舞弊問題的線索，由廉正合規部和涉嫌違規員工所在部門管理者按照職責分工，對違規事實是否存在展開詳細獨立調查並做出調查結論。對構成違規行為的員工，由其所在的業務部門和人力資源部在5個工作日內作出處分決定。處理方式包括辭退、記過、警告和訓誡，除訓誡這一類輕度違規行為，其他等級的違規行為均與薪酬激勵和晉升掛鉤。我們也會把違規行為公示到內部論壇，以對全體員工起到警示的作用。

廉正合規部每季度向董事會匯報當季腐敗事件、重大風險的治理及預防等議題。報告期內，我們查處違規事件4起，涉及5人，其中4人有違規行為已全部辭退處理，1起貪腐事件移送司法處理，涉事人員被依法追究其刑事責任。除本報告披露外，報告期內並無其他對本集團或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件。

大麥娛樂廉正舉報網站：<https://wenyu.jubao.alibaba.com/>

大麥娛樂廉正舉報郵箱：wenyulianzheng@alibaba-inc.com

大麥娛樂廉正舉報渠道

1.4 數據安全與隱私保護

大麥娛樂始終將信息安全作為保障業務穩定運行與用戶信任的核心基石，持續推進制度治理、技術防護、合規建設與員工意識提升等多項工作，形成覆蓋數據全生命週期的安全保障體系，切實防範數據與隱私洩露風險。

數據安全

為確保數據安全工作的組織化、制度化推進，大麥娛樂已建立覆蓋董事會的數據合規治理架構。董事會下設數據合規委員會，統籌推進數據安全戰略，定期審議安全管理制度落實及風險事件處置情況並向董事會匯報，實現董事會層面對數據安全工作的全面監督。



圖：大麥娛樂數據合規組織體系

本公司嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規，參考國家標準《信息安全技術個人信息安全規範》，並全面執行阿里巴巴集團制定的《數據安全總綱》《數據安全事件應急規範》《對外數據披露安全規範》《用戶數據保護規範總則》等管理規範。同時，本集團制定了《數據安全事件應急響應SOP》《演出高價值數據保護指引》等內部制度文件，明確各類事件處置流程和各方職責，夯實制度基礎。

本集團在數據處理活動中始終堅持合法、正當、目的明確、最小必要、存儲限制以及責任清晰可追溯等基本原則，強化數據處理全流程的合規控制。全體員工須遵守集團《商業行為準則》中的數據安全規定，在各自崗位嚴格執行相關制度和流程。為提升管理效能，本集團的數據安全與隱私保護標準同樣適用於所有合作供應商。本集團通過對接入系統的安全要求設定、安全開發交付標準明確以及終端設備防控措施實施，保障第三方在數據處理中的合規性。

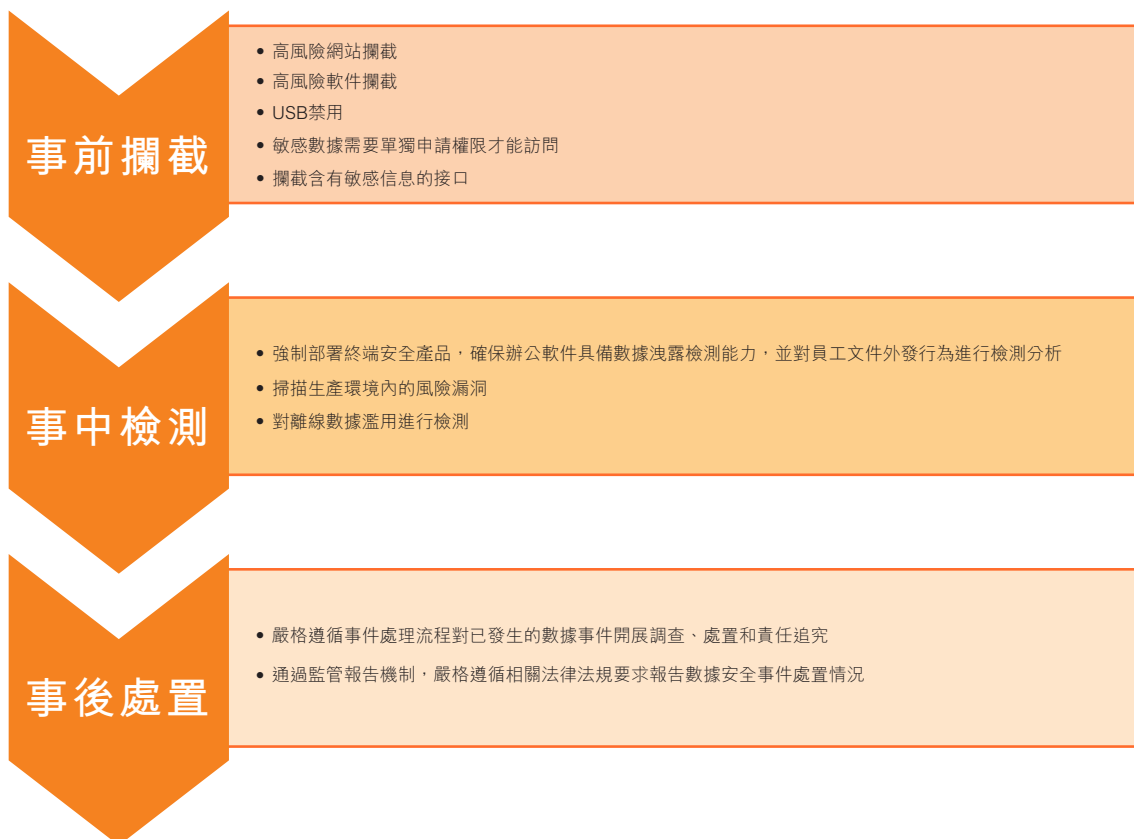
為落實國家網絡與數據安全相關法律法規要求，本集團在數據的產生、收集、傳輸、存儲、使用、披露及銷毀等各個環節，均實施全流程審查與多層級防護機制，確保數據安全穩健。在數據訪問控制方面，本集團依據數據敏感程度設置多層次權限審批機制，統一通過權限管理平台執行授權操作。高風險數據操作需經多級審批，權限在人員崗位變動、離職或權限過期後將自動回收。此外，本集團已實施字段級訪問控制機制，對敏感字段進行標識，並在權限申請階段依託「最小必要」原則授權，進一步壓縮潛在風險空間。

表：大麥娛樂數據加密解密關鍵措施

登錄信息在前端經RSA加密處理後傳輸至服務器，服務器端採用SHA256及國密SM3等方式落庫加密
敏感數據(如身份證號碼)採用AES算法加鹽加密存儲
加密數據在傳輸過程中通過HTTPS協議加密，服務端調用密鑰中心進行解密並再次加密輸出，確保端到端的數據傳輸安全

本集團建立了覆蓋「事前攔截－事中檢測－事後處置」的全流程數據安全防範機制，並依據《數據安全事件應急響應SOP》，按照事件嚴重等級形成六級響應方案。各級方案均明確感知、上報、研判、處置與復盤等關鍵環節的責任主體與操作路徑。

表：大麥娛樂數據安全防範機制



為檢驗應急體系的響應效能，本集團持續開展實戰演練，本財年共組織3次全流程數據安全演練，其中，2次實戰演練，1次桌面演練，涵蓋多種模擬風險場景，有效提升團隊協同處置能力。報告期內，本集團未發生任何信息安全或數據洩露事件。

隱私保護

大麥娛樂嚴格落實《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》等相關法律法規，持續完善個人信息保護制度體系，推進業務全流程合規建設，並在產品、技術、組織及培訓等多維度落地隱私保護要求。本集團《隱私政策》²及各業務線獨立隱私政策已通過官網、客戶端、小程序等渠道同步發佈，確保用戶在使用服務前即可充分了解其隱私權利與數據處理規則。報告期內，本公司修訂並更新《隱私政策》及大麥、淘票票等核心業務的隱私政策內容，重點完善HarmonyOS系統³信息收集說明、第三方SDK⁴與應用權限使用說明，並優化個人信息權利管理路徑與相關表述，進一步提升用戶數據處理的透明度與合規性。

為統籌推進個人信息保護合規治理，本集團制定並執行覆蓋數據全生命週期的內部制度，包括《個人信息收集操作規範》《個人信息使用操作規範》《個人信息存儲與刪除操作規範》《個人信息保護合規審計的管理要求與操作規範》《個人信息出境安全評估的操作規範》《個人信息保護影響評估的操作規範》《個人信息處理活動記錄與存檔的操作規範》《用戶個人信息行權的操作規範》《用戶個人信息投訴舉報的操作規範》《個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範》《與合作方傳輸個人信息的管理要求與操作規範》《個人信息處理與生命週期的管理要求》等。本財年，本集團制定《大麥娛樂應用安全開發規範》，圍繞票務、電商等業務特點，提出涵蓋數據篡改防護、隱私透出識別、接口安全審查的開發安全要求，強化上線前的隱私合規校驗機制。

報告期內，並無其他與本集團所提供產品及服務的私隱事宜相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

² 《隱私政策》<https://www.damaiholdings.com/cn/privacy/>

³ HarmonyOS 為華為公司推出的操作系統

⁴ SDK (Software Development Kit, 軟件開發工具包)

表：大麥娛樂子業務線隱私政策

產品名稱	生效範圍	政策名稱	政策鏈接／路徑
大麥	網站、客戶端、小程序	《大麥基本功能隱私政策》	大麥基本功能隱私政策(https://terms.alicdn.com/legal-agreement/terms/privacy_policy_full/20240408163302242/20240408163302242.html)
淘票票	網站、客戶端、小程序	《淘票票基本功能隱私政策》	淘票票基本功能隱私政策(https://m.taopiaopiao.com/content/article.html?id=30390)
麥控	客戶端	《大麥麥控隱私政策》	大麥麥控隱私協議(https://market.m.taobao.com/app/aquaman/Aquaman-Entrance/mkprivacy.html)
燈塔	網站、客戶端、小程序	《燈塔隱私政策》	燈塔專業版隱私權政策(https://m.taopiaopiao.com/content/article.html?id=104677&displayType=plain&interact=no&hsb=yes&hideAuthorInfo=yes)
雲尚現場	客戶端	《雲尚現場隱私政策》	雲尚現場隱私政策(cloudtake.yunshangzhipian.com)
雲尚閱	網站、小程序	《雲尚閱隱私政策》	雲尚閱隱私政策(yunshangyue.cn)

產品名稱	生效範圍	政策名稱	政策鏈接／路徑
另物賞	小程序	《另物隱私政策》	進入小程序－右上角－另物賞···－更多資料
拿趣	小程序	《錦鯉拿趣隱私協議》	進入小程序－設置－隱私協議
造點新貨	小程序	《造點新貨隱私政策》	造點新貨隱私政策(https://izhongchou.taobao.com/novice-help/privacy-policy)
魷物	優酷H5	《魷物隱私權政策》	魷物隱私權政策(https://page.youwusc.com/m/nu17a6co1e?isNeedBaseImage=1&spm=a2hau.27028795.unknown.unknown&scm=20140670.manual.undefined&from=usercenter_shenfenkanew&en_spm=a2hau.29498731.unknown.unknown&en_scm=20140670.manual.undefined&en_id=usercenter_shenfenkanew&DoWithoutDemotion=1&didEncodeUrl=0)

本集團承諾不將個人信息出租、出售或提供給第三方，並賦予用戶訪問、控制、編輯及刪除數據的權利，保障用戶個人信息的自主權。同時，本集團持續減少對用戶敏感權限的請求，推進權限最小化原則在客戶端的技術實現。本財年，淘票票與大麥客戶端已優化個性化功能管理界面，用戶可在首次安裝APP時通過快捷入口管理個性化推薦選項，實現隱私偏好的即時配置與靈活調整。

截至報告期末，以淘票票與大麥為代表的主要產品已在安卓系統中優化權限框架，包括但不限於

- 更換頭像、上傳背景圖等功能改用系統級選擇器，不再申請相冊讀取權限；
- 引導用戶通過系統通訊錄選擇器選擇聯繫人，無需授權讀取通訊錄權限；
- 明確承諾演出現場收集的人臉數據在項目結束或90天內刪除。

本集團不斷強化個人信息處理中的技術保障，確保用戶數據在採集、存儲、傳輸與使用環節的全流程安全。本集團在客戶端中默認對敏感字段進行脫敏顯示，防止用戶隱私在界面展示中被暴露。在後台系統方面，本集團已部署數據加密、訪問控制、風險審查等多重安全策略，與信息安全防護體系聯動，確保個人數據的完整性與保密性。

本集團將數據保護原則貫穿於產品開發全流程，圍繞核心業務場景識別隱私風險並制定防控要求，覆蓋從產品設計、功能開發、用戶交互到上線發佈的各個階段，致力於以系統化方式提升用戶數據保護水平。

表：大麥娛樂數據保護嵌入產品開發流程的重點舉措

產品客戶端設計階段	• 配置「雙清單」功能，明確展示個人信息收集與共享清單，提升數據處理透明度
產品上線前審查階段	• 引入「安全發佈機制」，強化隱私合規審查，對隱私政策缺失、敏感數據透出等問題設置卡發策略⁵，確保風險在產品發佈前即被識別並排除
用戶交互階段	• 推出「瀏覽模式」，允許用戶在知悉服務內容後再自主決定是否同意隱私政策，保障知情權與選擇權

⁵ 指在產品上線前設置的風控攔截流程。當系統檢測到存在隱私政策缺失、敏感數據暴露等潛在合規風險時，將自動中止版本發佈流程，直至問題整改完成並通過覆審，從而保障產品上線前的隱私安全與合規性。

信息安全與隱私保護認證

大麥娛樂積極開展安全評估與合規認證工作，確保管理能力持續對標國際標準與行業要求。本集團定期對核心業務開展信息安全與隱私保護內部評估，從合規組織建設、制度完善、意識提升及監督管理四個維度進行全面自查，形成專項評估報告。報告期內，本集團針對核心業務完成年度網絡安全自查，淘票票系統首次開展第三方數據安全風險評估，覆蓋包括用戶數據、網絡流量數據、合同與客訴信息在內的多個數據維度，評估結果為「良好」，無高風險項。

本集團至少每兩年進行一次信息安全系統的外部獨立審計。本集團核心系統依託阿里集團及阿里雲基礎設施運行，產品運營的雲環境均已通過ISO 27001信息安全管理體系與ISO 27701隱私信息管理體系認證，覆蓋率達到100%。報告期內，本集團進一步推進旗下核心業務系統在該體系下的專項認證，計劃於2025年9月前完成。此外，本集團核心業務系統已啟動個人信息保護影響評估標識及認證(PIA認證)流程，由中國電子技術標準化研究院與中國網絡安全產業聯盟數據安全工作委員會聯合審核，審核內容涵蓋敏感信息處理合規性與系統安全性。

表：報告期內大麥娛樂子業務線網絡安全外部認證的情況

認證名稱	公司／系統名稱
ISO 27001 信息安全管理体系認證	淘麥郎(北京)科技有限公司
中華人民共和國公安部 網絡安全等級保護備案	三級系統：雲智票務系統、鳳凰佳影Pro影院經營管理平台、淘票票觀影決策系統、雲尚製片、大麥網票務系統、麥座票務系統、魷物數字藏品系統 二級系統：燈塔專業版
中華人民共和國工信部 通信網絡安全防護定級 備案	三級系統：雲智小程序互聯網網絡交易系統、全國大麥網票務系統、全國淘票票互聯網網絡交易系統 二級系統：星源信息服務業務系統、演出票務銷售互聯網網絡交易系統

數據安全與隱私保護培訓

我們持續推動數據安全與隱私保護培訓常態化，要求全體正式員工及外包員工通過安全紅線考試認證。我們針對高權限崗位、新員工、產品及技術人員、業務團隊組織專項培訓及考核，涵蓋集團紅線要求、行業監管動態、實戰案例復盤等內容。為提升合作夥伴的合規能力，本集團還為重要供應商提供數據安全專題培訓，明確外包開發及信息處理過程中的隱私保護要求，將安全理念延伸至全業務生態。報告期內，我們共計開展5次數據安全專項培訓，覆蓋全體正式員工與外包人員，覆蓋率達到100%。

2 員工管理

大麥娛樂堅持以人為本的發展理念，持續完善人力資源管理體系，著力營造多元平等、和諧包容的職場環境。我們通過多樣化的培養機制提升員工的專業素養與綜合能力，切實維護員工的合法權益，推動企業與員工攜手並進、共同成長。

2.1 僱傭管理

大麥娛樂嚴格遵循《世界人權宣言》《國際勞工組織公約》《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國勞動合同法實施條例》《中華人民共和國社會保險法》等國際公約與法律法規。本集團控股公司阿里巴巴集團為聯合國全球契約組織的締約方之一，大麥娛樂亦積極踐行其關於人權和勞工標準的倡議內容，高度尊重並保障員工權益。

報告期內，並無其他與員工薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視、其他待遇及福利、防止童工及強制勞工相關法律法規對本集團合規性有重大影響。

合法僱傭

大麥娛樂遵循相關國際公約及法律法規要求，制定《員工招聘制度》《員工管理制度》《員工權益聲明》《阿里巴巴集團員工紀律制度》《員工內部推薦政策》《員工內部轉崗政策》等規章制度，規範招聘、晉升、薪酬、解僱、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他僱員待遇及福利等管理，切實保障員工合法權益。

大麥娛樂嚴格踐行合法僱傭原則，與所有員工依法簽訂勞動合同。截至報告期末，大麥娛樂已擁有全職員工1,767人，員工勞動合同簽訂率達到100%。本集團堅決抵制任何形式的僱傭童工和強制勞工行為，並在僱傭前要求求職者提供有效身份證明文件進行核驗。一旦發現違法違規事件，我們將依據相關法律法規及內部規定進行嚴肅處理。報告期內，大麥娛樂未發生任何僱傭童工、強制勞工等違法事件。

多元化

大麥娛樂嚴格遵循《阿里巴巴集團反性騷擾行為準則》和《阿里巴巴集團商業行為準則》，堅持無差別對待原則，堅決維護職場平等、包容與多元，嚴禁基於國籍、種族、年齡、性別、身體條件、宗教信仰或文化背景的歧視行為。本集團開展「向歧視與騷擾說不」和「新青年的自我修養」等主題培訓，強化員工的包容意識與反歧視理念。我們充分尊重少數民族員工習俗，在公司食堂專設清真餐食窗口。此外，我們建立高效保密的員工投訴申訴機制，鼓勵員工就歧視騷擾等問題積極反饋，為員工合法權益提供堅實保障。

員工招聘

大麥娛樂積極構建多元化招聘體系，結合公司整體規劃、業務需求及在職人員情況，合理制定年度招聘計劃，持續優化人才引進機制。本公司引入智能招聘工具「小招君」，實現內外人才庫數據聯動，可快速識別外部候選人與內部人才儲備的關聯性，在提升招聘效率的同時有效降低人力成本，打造更智能、更高效的人才選拔生態。

報告期內，本集團開展「大麥娛樂管培生」項目，聚焦高素質青年人才培養，為行業輸送兼具專業能力與創新思維的新生力量。此外，我們和北京電影學院文學系聯合推出「實習生計劃」，深度融合產學研資源，定向孵化影視創作領域的專業人才。本集團亦設立內部轉崗、晉升等機制構建多元化的發展通道，讓每位員工都能在公平環境中實現職業價值。

案例：「大麥娛樂管培生」項目

2024年9月，本集團啟動「大麥娛樂管培生」項目，面向2025屆海內外應屆畢業生選拔複合型人才，最終錄用13名具備文娛行業熱情、學習能力和創新思維的優秀畢業生。入選者將接受系統培訓，計劃培養為專業素養與管理能力兼備的行業新生力量。該項目不僅完善了公司人才梯隊，更提升了僱主品牌影響力，為業務持續發展提供了堅實的人才保障。

案例：「北京電影學院文學系&大麥娛樂實習生計劃」項目

2024年3月，大麥娛樂與北京電影學院文學系聯合推出實習生計劃，面向2025-2027屆在讀學生開展長期人才儲備。該項目重點選拔熱愛電影行業、具有內容平台文學或影視創作經驗的優秀學子，通過提供劇本創作、影視製作等實踐機會，實現校企人才精準對接。2025年3月，北電師生代表團參訪大麥娛樂北京園區。30餘名學生參與交流，最終6人通過面試獲得實習資格。該計劃不僅為企業輸送了專業人才，更搭建了產學研合作平台，通過學術活動與創意競賽持續獲取行業前沿理念，為業務創新注入活力。

表：報告期內大麥娛樂員工構成

指標		單位	員工人數
員工總數		人	1,733
按僱傭類別劃分的員工人數	全職員工	人	1,733
	兼職員工	人	0
按性別劃分的員工人數(僅統計全職員工)	男性	人	775
	女性	人	958
按員工層級劃分的員工人數(僅統計全職員工)	高級管理層	人	14
	中級管理層	人	60
	普通員工	人	1,659
按年齡劃分的員工人數(僅統計全職員工)	29週歲及以下	人	477
	30-50歲	人	1,244
	51歲以上	人	12
按地區劃分的員工人數(僅統計全職員工)	中國大陸	人	1,732
	港澳台員工	人	1
	海外員工	人	0

表：報告期內大麥娛樂員工率

指標		員工流失 人數(人)	員工流失 比率(%)
按性別劃分的離職員工人數及流失率 (僅統計全職員工)	男性	104	13.42%
	女性	153	15.97%
按員工層級劃分的離職員工人數及流失率 (僅統計全職員工)	高級管理層	0	0.00%
	中級管理層	3	5.00%
	普通員工	254	15.31%
按年齡劃分的離職員工人數及流失率 (僅統計全職員工)	29週歲及以下	128	26.83%
	30-50歲	128	10.29%
	51歲以上	1	8.33%
按地區劃分的離職員工人數及流失率 (僅統計全職員工)	中國大陸	257	14.84%
	港澳台員工	0	0.00%
	海外員工	0	0.00%

如果員工的行為構成違法、違反保密協議、偽造、利益衝突、損害本集團權益、破壞辦公室秩序或違反阿里巴巴集團的員工行為準則而可能導致被解僱。

2.2 員工關愛

員工溝通

大麥娛樂始終將員工聲音視為組織發展的重要動力，通過多元化溝通機制與透明化管理實踐，構建平等、開放的對話環境。我們持續優化線上線下溝通渠道，推動管理層與員工雙向互動，讓每位員工都能在公開透明的氛圍中貢獻智慧、共享成果。

表：大麥娛樂員工溝通方式

案例：創客er大賽

「創客er大賽」是面向大麥娛樂產研同學發起的技術創新提案大賽，旨在鼓勵同學基於電影演出業務，積極提出具有創新性、商業性、可落地性的想法，為業務帶來新的改變與機會，真正踐行創變價值觀。2024年12月，我們順利舉辦第二屆創客er大賽，吸引了60組同學報名參加。經過初賽和決賽選拔，最終3組優秀提案進入後續落地執行階段。



圖：創客er大賽

案例：影演戰報

「影演戰報」是大麥娛樂推出的業務成果即時播報欄目，旨在對取得顯著成果的項目進行全員層面的宣傳表彰。該欄目內容同步上傳至大麥娛樂全員學習平台「影演大本營」，便於員工持續查閱，既加強了業務信息流通，又提升了團隊榮譽感。截至報告期末，欄目已累計推送15期，在員工中形成了良好的品牌認知。



圖：影演戰報

大麥娛樂始終將員工置於企業發展的重要位置，通過每年定期開展科學系統的滿意度調查，持續傾聽員工真實心聲。我們採用多維度的評估體系，全面了解員工對工作環境、職業發展、管理效能及企業文化的真實感受，並將調研結果轉化為切實可行的改善舉措。未來，我們將繼續完善員工滿意度調查機制，讓每一位員工都能在大麥娛樂獲得成長與歸屬感，共同推動企業可持續發展。

福利體系

大麥娛樂構建全方位員工關懷體系，非薪酬福利覆蓋率為100%，覆蓋健康保障、生活保障、辦公保障、特色福利與文體活動等多維度，提升員工的幸福感。同時，大麥娛樂秉持「工作與生活平衡」的理念，構建了完善的假期福利體系，讓員工在專注工作的同時享受品質生活。

表：大麥娛樂員工福利體系

健康保障	• 依法為全體大麥娛樂員工繳納五險一金和全方位的商業保險計劃； • 為全體大麥娛樂員工定制年度健康體檢計劃，全方位守護每位員工的身心健康； • 為大麥娛樂員工父母提供「康乃馨父母體檢計劃」，以公費形式為員工父母提供全面健康檢查服務，用心守護每一位家庭成員的健康與幸福。
生活保障	• 除法定節假日外，為全體員工提供帶薪年假，特別設立7天陪伴假，並為司齡滿10年的資深員工提供20天長期服務假，以表彰其長期貢獻。此外，路途假等特色假期設計充分覆蓋各類生活場景需求，也體現了公司的人文關懷。 • 在園區內精心打造母嬰室與哺乳室，設置育兒假和陪伴假，讓哺乳期父母、子女三週歲以內的家長以及其他員工可以得到充足的假期； • 為大麥娛樂員工設置ihome住房貸款，幫助員工解決工作地／社保地基本的家庭住房困難問題； • 為大麥娛樂員工提供晚餐、夜宵券，解決大家的用餐問題； • 設有專業的醫務室，隨時為員工提供健康保障。

辦公保障

- 大麥娛樂同學每週享有一次靈活辦公日，可根據個人需求自由申請；
- 為每位大麥娛樂員工貼心配置了人體工程學座椅，在茶水間為員工準備了豐富多樣的茶品；
- 免費加班打車，確保員工安全便捷抵達。

特色福利

- 為大麥娛樂員工在生日月提供生日電影票、定期組織包場觀影活動以及明星送福利活動；
- 為員工慶祝一、三、五、十年紀念日，並提供紀念品，以回饋辛勤付出；
- 特殊節日開展不同形式的線上線下節日福利互動，例如：不定期線上答題送電影票、三八節盒馬卡、節日diy活動等；
- 不定期組織團建活動，讓員工在輕鬆愉快的氛圍中增進了解，增強團隊凝聚力。

文體活動

- 定期舉辦傳統節假日文化活動、發放節日福利禮包、體育賽事、創新賽事、主題沙龍分享等體育文化活動；
- 在園區內精心打造一站式運動休閒空間，配置專業健身房以及羽毛球、乒乓球等多功能運動設施。

案例：大麥娛樂舉辦「羽躍杯」羽毛球大賽

大麥娛樂「羽躍杯」羽毛球大賽已成功舉辦三屆。報告期內賽事覆蓋北京、杭州、上海等主要辦公區域，吸引200餘名員工踴躍參與。該活動的常態化開展，不僅豐富了員工業餘文化生活，更通過體育競技形式強化了組織凝聚力，為營造健康向上的企業文化氛圍提供了有力支撐。



圖：「羽躍杯」羽毛球大賽現場

案例：大麥娛樂舉辦「510」親友日

「510」親友日是我們向大麥娛樂親友表達誠摯感謝的日子，希望通過這個特殊的日子，可以讓員工和家屬在一起，感受到愛與溫暖。報告期內，除豐富遊樂與美食外，我們特別為員工籌備觀影活動與絢爛燈光秀、飛魚秀，為大麥娛樂員工及親友打造一場獨屬於文娛人的專屬浪漫。



圖：「510」親友日現場

案例：大麥娛樂舉辦程序員節

我們面向技術同學，策劃設計了「程序員節」專屬節日儀式活動，邀請了專業講師帶來圓桌沙龍分享，感受AI數字人的科技魅力，並配套開展專屬觀影及茶歇等特色福利。活動採用線上線下聯動模式，線下參與規模達700餘人，線上參與突破17,000人次，充分展現了技術團隊的活力與創新精神。



圖：程序員節現場

案例：大麥娛樂設立文娛心動電台

大麥娛樂的文娛心動電台是面向全員的線上欄目頻道，不定期發送並招募同學參加電影、演出相關福利活動，旨在提升員工工作幸福感，豐富員工工作生活，支持宣傳公司業務項目。報告期內，文娛心動電台已發送並招募電影首映禮、演唱會福利票和明星掃樓等20餘場福利。



圖：文娛心動電台活動現場

職業健康與安全

大麥娛樂全力打造安全、健康的工作環境。我們嚴格遵循《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》《工傷保險條例》以及《僱員補償條例》(香港法例第282章)等一系列法律法規，制定《商業行為準則》等內部管理規範，持續優化員工安全保障機制，從源頭上減少職業安全隱患。在過去三年(包括報告期)裡，未出現因工亡故事件，因工損失工作日數為0。

此外，報告期內，並無其他與提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

為確保工作環境安全有序，大麥娛樂明確禁止暴力行為、嚴禁攜帶違禁品和管制器具，同時全面禁止工作場所飲酒，並劃定專門的吸煙區域，嚴格限制員工在其他區域吸煙，切實為員工構築安全、健康的職場空間。

在園區保障方面，我們設立醫務室，還在園區顯著位置科學佈局多個AED點位，為員工提供日常健康諮詢、突發狀況應急處理等高效便捷的醫療服務。公司積極響應集團園區「急救俠」培訓與設備配備要求，提高參與「急救俠」培訓的員工數量。報告期內，園區自動體外除顫器(AED)配備數量達208台，AED設備覆蓋園區數量拓展至72個，進一步降低員工健康風險。我們還招募員工擔任「消防俠」開展常態化消防隱患排查工作。一旦遭遇火情迅速響應，有序組織人員疏散，全力保障公司人員生命安全與運營秩序穩定。

為有效防範劇組拍攝中的健康安全風險，大麥娛樂推行劇組安全生產責任制，為劇組演職人員定制意外傷害醫療保險方案。在與影視作品承製方簽訂合同協議時，明確將遵守職業安全相關法律法規納入核心條款，嚴格要求承製方在攝制全流程中落實各項安全保障措施，護航影視創作安全有序推進。

2.3 培訓發展

人才是推動大麥娛樂長遠發展的關鍵引擎。我們始終聚焦文娛領域人才培養，持續完善人才發展體系建設，著力為員工搭建既能創造價值、又能實現個人成長的職業發展平台。

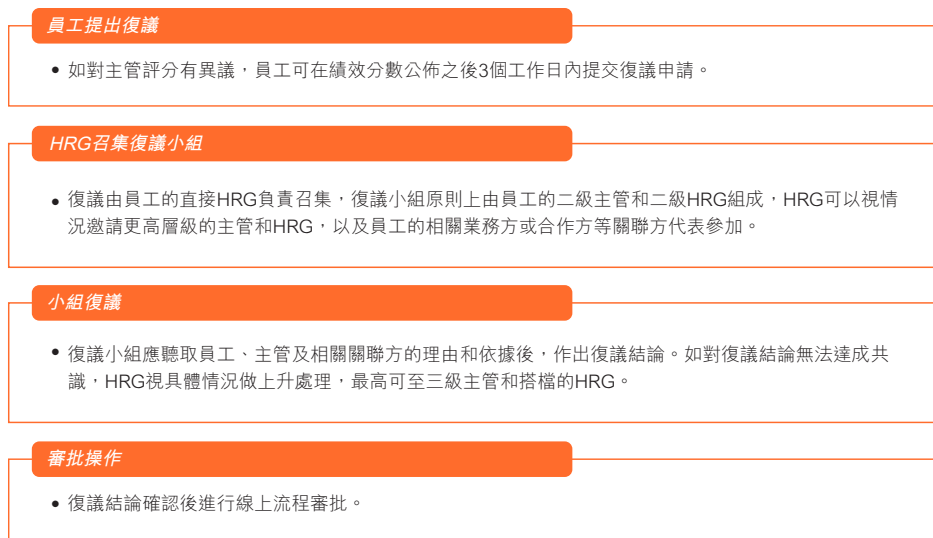
績效管理

大麥娛樂遵循《阿里巴巴集團員工績效管理制度》和《員工晉升管理制度》，設置合理的員工績效評估及激勵機制，為員工提供有競爭力的薪酬體系。本集團員工薪酬結構由固定薪酬，浮動薪酬、長期激勵三部分組成，並根據員工績效表現進行年度薪酬調整，鼓勵員工通過價值創造分享公司發展成果。

大麥娛樂建立了以發展為導向的績效管理體系，通過員工自評與主管評價相結合的方式，聚焦價值創造與可持續成長。我們結合OKR⁶目標管理和績效考核，通過「目標設定－目標對齊－跟進執行－復盤迭代」的全週期管理，推動個人與組織的共同進步。報告期內，本公司已對覆蓋範圍人群完成年度績效評估，確保管理效能的全面提升。

我們制定了正式的員工申訴程序和機制，若員工對績效結果有異議，員工可在績效分數公佈之後3個工作日內提交復議申請，復議小組聽取員工、主管及相關關聯方的理由和依據後，作出復議結論。同時集團也提供了績效改進輔導通道，全方位保證績效評估的公平。

圖：員工申訴與復議流程



⁶ OKR：目標與關鍵成果法，Objectives and Key Results

本集團依照阿里巴巴集團制度框架，設立並完善員工長期激勵計劃及評估機制，包括限制性股票單位(RSU)和長期現金(LTC)。本集團及關聯公司的全部員工、顧問或董事均有資格在入職、晉升和年度績效場景獲授長期激勵。

人才培養

大麥娛樂嚴格遵循《員工晉升管理制度》和《員工培訓管理制度》，以重點人群分層培養運營為主，培訓覆蓋高層管理者、中層管理者、普通員工等各層級重點人群。我們搭建「影演成長大本營」在線學習平台提供專業管理課、通用課程和文化等培訓內容，在領導力和專業力等方面全方位助力員工提升綜合素養與專業能力，針對年輕員工提供定制化培訓方案，並為新人提供「影演新動力」新人資料包。

表：大麥娛樂人才培養體系

領導力

M-team 班

大麥娛樂精心打造M-team班，聚焦情商心理學與組織戰略兩大核心領域，深度賦能管理團隊能力升級。《從情商到人性洞察》專項培訓精準覆蓋高層、中層管理者共計46人，覆蓋率達62%。



圖：M-team班《從情商到人性洞察》

Top+ 訓練營

大麥娛樂精心打造的Top+訓練營，以培養複合型管理人才為核心目標，圍繞「多元時代領導力」「經濟&行業洞察」「教練型leader塑造」三大維度，構建系統化、前沿化的課程體系。《麥肯錫系統化思維》專項培訓覆蓋60名中層管理者，實現100%全員參訓。



圖：Top+ 訓練營《麥肯錫系統化思維》

俠客行

大麥娛樂「俠客行」計劃聚焦新管理者角色轉型，通過定制化課程助力新晉管理者快速掌握團隊管等核心技能，實現從專業骨幹到管理角色的高效轉身，為企業人才梯隊建設注入強勁動能。

專業力

大麥娛樂針對不同業務板塊定制差異化能力培養方向：

- 電影業務聚焦行業視角與製片策劃能力提升；
- 演出業務強化行業洞察、資源整合、內容自製、商務談判、項目管理及情商素養；
- 平台科技著力鍛造領導力、產運專業力、研發效能優化、系統穩定性保障與品牌建設能力。
- 推出「影演大咖說」系列活動，開設電影、演出、平台專場，整合內外部優質資源，助力各業務人才專業成長。

案例：影演大咖說—英國奧利弗獎提名導演藝術對談

大麥娛樂「影演大咖說」特邀英國奧利弗獎提名導演雅艾爾與法伯展開導演藝術深度對談。兩位行業大咖親臨現場分享寶貴經驗，吸引超100名影視、演出領域從業者參與，為團隊帶來國際前沿藝術視角，激發創作靈感與專業思考。



圖：影演大咖說—英國奧利弗獎提名導演雅艾爾、法伯導演藝術對談

年輕化

MTP管培生

大麥娛樂MTP管培生計劃聚焦培養複合型管理人才，圍繞大局觀、商業敏感度、長線思維三大核心能力，助力管培生提升戰略視野與執行能力，成長為企業發展的中堅力量。報告期內，我們開展了《優勢成長加速器》和《CJ業務分享》等專項培訓，並舉辦了9期第四屆管培生業務分享會，累計覆蓋220人次。



圖：管培生項目－第四屆管培生業務分享會

H + 計劃

大麥娛樂推出「H + 計劃」，聚焦年輕高潛人才培養，通過電影專場、演出專場、產研專場等多元化培訓矩陣，圍繞行業視角拓展、專業能力提升、項目管理強化等核心方向，為不同業務領域人才定制差異化成長路徑。報告期內，我們舉辦了《系統思考之高效工作法》《系統思考之高效工作法》和《演出海鷗班》等多項培訓，培訓總覆蓋超過650人次。



圖：H+ 計劃培訓

新人

大麥娛樂圍繞新人成長構建雙軌培養體系：

「百年文娛」專項計劃聚焦新人職業素養與行業認知培育，助力新人快速融入行業賽道；

「影演新動力」項目推出專屬新人資料包，涵蓋業務知識、行業洞察、實操指南等內容，為新人提供便捷學習資料。

為深化員工專業能力建設，大麥娛樂積極搭建職業發展賦能平台，全力支持員工參與PMP項目管理專業人士資格認證和全國演出經紀人員資格認定考試，對考試通過員工予以費用報銷激勵。截至報告期末，已有78名員工報名參加演出經紀人員資格考試，其中26人順利通過考核並取得證書，有效充實了企業專業人才儲備。

表：報告期內大麥娛樂員工培訓情況

指 標		單 位	數 據／百 分 比
受訓總人數		人	1,733
總受訓比例		%	100
按性別劃分	男性受訓人數	人	775
	男性受訓比例	%	100
	女性受訓人數	人	958
	女性受訓比例	%	100
按員工層級劃分	高級管理人員 受訓人數	人	14
	高級管理人員 受訓比例	%	100
	中層管理人員 受訓人數	人	60
	中層管理人員 受訓比例	%	100
	普通員工受訓 人數	人	1,659
	普通員工受訓 比例	%	100
受訓總時數		小時	29,767
按性別劃分的培訓總小時數	男性	小時	13,180
	女性	小時	16,587
按員工層級劃分的培訓總小時數	高級管理人員	小時	254
	中層管理人員	小時	1,145
	普通員工	小時	28,368
按性別劃分的人均受訓小時數	男性	小時／人	17.01
	女性	小時／人	17.31
按員工層級劃分的人均受訓小時數	高級管理人員	小時／人	18.14
	中層管理人員	小時／人	19.08
	普通員工	小時／人	17.10

3 產品責任

大麥娛樂堅持以內容為核心，積極踐行「小人物、真英雄、大情懷、正能量」的價值導向，致力於通過優質作品傳遞社會正能量，推動精神文明建設。在推動行業健康發展的同時，我們構建了完善的知識產權保護體系與廣告合規機制，不斷提升客戶體驗，以實際行動踐行企業社會責任，為文化產業發展注入正能量。

3.1 傳遞正能量

本集團圍繞「內容+科技」的發展戰略，持續在電影、劇集、現場演出、數字化產品等多個維度發力，打造積極、健康、多元的文化產品生態。

內容文化傳播

大麥娛樂全面佈局影視產業鏈，業務覆蓋電影、劇集等內容的製作、投資、發行等核心環節。在內容創作與傳播過程中，本集團始終嚴格遵循《中華人民共和國電影產業促進法》《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規，密切關注行業監管動態，建立起涵蓋內容篩選、製作、審查、公映等各環節的質量控制機制。所有影視作品在面向市場前，須通過相關機構的審批流程，確保內容合規、導向正確。

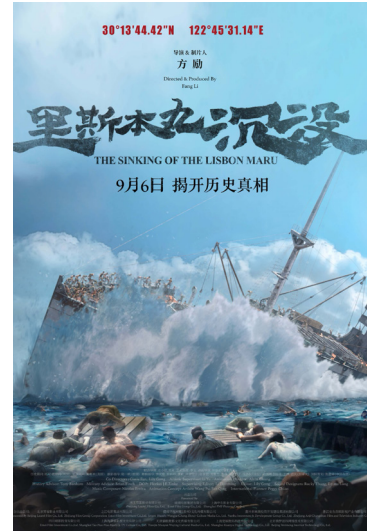
報告期內，大麥娛樂參與出品及聯合出品逾70部影片，涵蓋懸疑、劇情、動畫、愛情等多類型題材，其中包括《抓娃娃》《默殺》《封神第二部：戰火西岐》《志願軍：存亡之戰》《誤殺3》《熊出沒·重啟未來》《你想活出怎樣的人生》《小小的我》《好東西》《射鵰英雄傳：俠之大者》等具有廣泛社會影響力的影片，累計票房突破180億元，觀影人次超4億。



圖：電影《抓娃娃》海報



圖：電影
《封神第二部：戰火西岐》海報



圖：電影《里斯本丸沉沒》海報



圖：電影
《志願軍：存亡之戰》海報



圖：電影《好东西》海報



圖：電影《只此青綠》海報

表：大麥娛樂參與出品及聯合出品影片報告期內所獲獎項

獲獎影片

頒佈機構及獎項名稱

《流浪地球2》《志願軍：雄兵出擊》
《熱烈》《長安三萬里》《萬里歸途》
《長空之王》《人生大事》《我本是高山》

第十七屆精神文明建設「五個一工程」優秀作品獎

《狗陣》

第七十七屆戛納電影節「一種關注」單元最佳影片

《你的顏色》

第二十六屆上海國際電影節金爵獎最佳動畫片獎

在劇集製作板塊，本集團持續深化劇集工作室運營模式，聚焦社會議題與人文情懷，加大對頭部原創精品內容的投入，打造兼具深度、溫度與情感價值的優質劇集，傳遞向上向善的正能量。報告期內，《以法之名》《唐宮奇案之青霧風鳴》《灼灼韶華》等多部劇集已完成拍攝，進入待播階段，進一步豐富了本集團劇集作品類型。截至報告期末，劇集工作室已重點儲備項目逾20部，開發中項目超過30部，持續為行業注入高質量的創新動能。為進一步提升內容質量與觀眾滿意度，大麥娛樂在影視作品的定剪、發行、宣發等關鍵節點常態化引入試映機制。本集團通過內部觀眾試映、聯合出品方協作試映以及路演試映等形式，廣泛收集用戶反饋，並據此進行優化調整，有效提升作品的完成度與市場表現。

此外，在現場演出領域，大麥積極參與IP項目的投資與製作，涵蓋大型演唱會、音樂節、話劇、舞劇、音樂劇、脫口秀與展覽等品類。報告期內，大麥參與了逾120個IP項目，參與製作、出品或聯合出品了《阿那亞蝦米音樂節》《受到召喚•敦煌》《莫文蔚「大秀一場」巡演》《劇院魅影》等項目，涵蓋主旋律、傳統文化、潮流演藝等多元內容，持續加大優質文化內容供給力度。



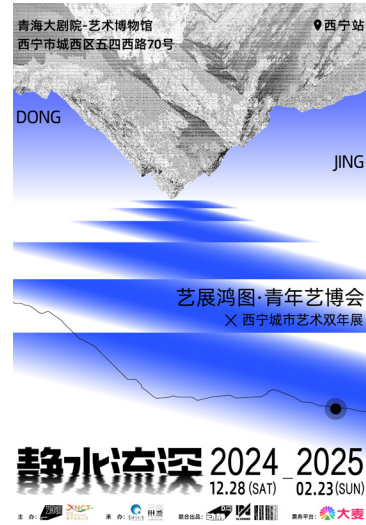
圖：《阿那亞蝦米音樂節》海報



圖：《受到召喚•敦煌》海報



圖：《莫文蔚「大秀一場」巡演》海報



圖：《青年藝博會》海報

為向行業輸出更多高質量精品電影內容，本集團啟動製片人工作室合作計劃。截至報告期末，我們發起的海納國際青年導演發展計劃已成功招募38位優秀導演。同時，我們在香港浸會大學設立「大麥娛樂海納計劃獎學金」，不斷深化影視項目合作。此外，本集團還積極整合內外部優質資源，以海納計劃為紐帶，定期邀請行業專家開展豐富的課程分享活動，讓員工及時獲取行業最新動態與知識，在持續學習中實現職業進階，推動整個影視生態的良性發展。



圖：海納計劃大師課
《與韓國攝影指導吳在皓面對面》



圖：海納大師課
《韓國編劇方法論》

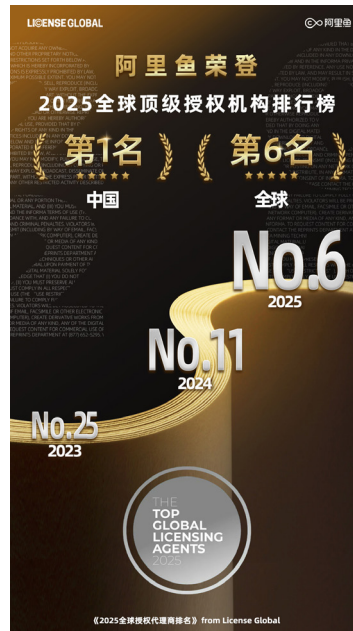


圖：海納大師課
《把你的故事講得更動人》

開發創新產品

大麥娛樂持續深化「內容+科技」戰略，積極打造富有文化價值與商業活力的創新產品，提升內容生態的可持續發展能力。依託多元IP資源與技術能力，本集團以「做有故事的商品，讓授權有溫度」為理念，在IP授權、潮玩開發與數字化產品等領域不斷推出具有影響力的創新產品。

在IP商業化開發方面，本集團旗下阿里魚平台自2016年成立以來，已建立起覆蓋IP授權、運營到落地的完整產業鏈，持續服務數百個國內外知名IP與超千家品牌和渠道商家。根據《LICENSE GLOBAL》於2025年4月發佈的《全球授權代理商排行榜報告》，阿里魚以41億美元的零售額位列全球第六，連續三年實現排名躍升，並在亞太地區居於領先位置。



圖：阿里魚榮登2025年全球頂級授權機構排行榜全球第6名、中國第1名

阿里魚持續拓展授權業務與合作邊界，通過戰略合作強化其IP2B2C⁷全鏈路服務能力。2024年10月，阿里魚與SPIRALCUTE達成戰略合作，圍繞吉伊卡哇、點贊鵝等熱門IP開展深度運營。2025年3月，阿里魚成為小學館⁸旗下熱門IP《亂馬1/2》未來五年在中國大陸地區的獨家授權合作夥伴。



圖：阿里魚與SPIRALCUTE戰略合作發佈會

⁷ 即知識產權驅動型B2B2C (Intellectual Property to Business to Business to Consumer)，指知識產權所有者(IP方)授權企業(B1)生產商品，企業(B1)再經由平台(B2)向消費者(C)提供商品或服務的供應鏈模式。

⁸ 株式會社小學館(Shogakukan Inc.)，成立於1922年8月8日，總部位於日本東京都千代田區一橋二丁目3番1號。主營業務涵蓋圖書、期刊、漫畫及數字出版，代表出版物包括《亂馬1/2》等。

表：阿里魚及其授權項目報告期內所獲獎項

獲獎主體	頒佈機構及獎項名稱
阿里魚	2024年中國授權業大獎「年度代理商」獎項、2024年CLE品牌授權金星獎「優秀版權方服務獎」
三麗鷗品牌	2024年亞洲授權業卓越大獎「年度亞洲授權項目」、2024年CLE品牌授權金星獎「卓越商業價值IP獎」
TOPTOY×三麗鷗家族聯名項目	2024年亞洲授權業卓越大獎「年度被授權商(玩具行業)」獎項、2024年CLE品牌授權金星獎「優秀被授權商獎(潮流玩具行業)」
波司登×酷洛米聯名項目	2024年中國授權業大獎「年度被授權商(服裝／鞋履／配飾)」、2024年CLE品牌授權金星獎「優秀被授權商獎(服裝／配飾行業)」
凌美×寶可夢聯名項目	2024年中國授權業大獎「年度被授權商(玩具／禮品)」
名創優品×三麗鷗家族聯名項目	2024中國授權業大獎「年度被授權商(日化用品／美妝)」獎項

在潮玩與文創方面，虎鯨文娛旗下錦鯉拿趣持續深化IP內容開發與原創能力建設，形成覆蓋IP運營、設計、供應鏈與零售的全產業鏈潮玩平台。報告期內，錦鯉拿趣在內容衍生品與情緒消費等新興賽道持續發力，《甄嬛傳》衍生產品深受粉絲喜愛；同時推出「生魚谷」二次元子品牌，嘗試拓寬IP賽道，圍繞《如鸞》《戀與製作人》等熱門IP推出多款高熱度潮玩衍生產品；旗下工作室並行運營，孵化了《LUNA》《PiPi》等原創潮玩形象，增強品牌差異化競爭力。

表：錦鯉拿趣報告期內代表產品



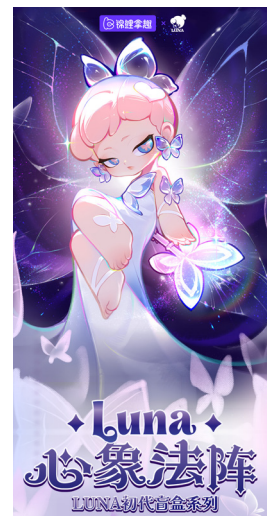
生魚谷 × 《如鸞》聯動週邊



《甄嬛傳》甄嬛傳MINI手辦



《戀與製作人》衍生品



《LUNA心象法陣》初代盲盒系列



《PiPi森林派對》溫暖奇遇系列盲盒

在數字內容領域，大麥娛樂積極投入數字人、數字藏品等前沿方向，持續探索內容生產與數字技術的融合方式。旗下靈境業務圍繞超寫實數字人產品進行多元佈局，數字人厘里已在劇集、綜藝、廣告等內容製作中實現應用，推動降本增效的內容生產範式轉變。2024年，厘里成為大麥首位簽約虛擬音樂人，登上CCTV-1《中國2024央視AI盛典》，並作為天貓雙十一電商大促推廣大使，開啟數字人商業化新路徑。報告期內，厘里的商務合作已覆蓋腕錶、運動等多個消費行業，廣告資源遍及3,500家門店與全國主要交通樞紐。



圖：厘里簽約大麥，成為大麥首位簽約虛擬音樂人

同時，本集團孵化推出新一代數字人組合，孟知雨、張有馳、戴蘭汀與祿小齋等數字角色已在快消品等領域展開合作，例如與茶百道、益禾堂等品牌聯合打造的AI+AR互動體驗，助力品牌數字化轉型。此外，本集團還與支付寶、衛健委、醫保局等合作推出「安診兒」「依保兒」等行業數字人解決方案，推動AI與醫療健康場景融合落地。



圖：新一代數字人組合

案例：推動數字人海外業務合作

2024年7月，虎鯨文娛與泰國T&B環球媒體集團聯合推出首個面向海外市場的中國企業數字人「祿小齋」，成為大模型數字人出海探索的重要標杆，持續擴大中國文化數字化表達的國際影響力。



圖：超寫實數字人祿小齋亮相儀式

在數字藏品領域，報告期內，厘里作為螞蟻集團鯨探代言人，聯合鯨探推出限量NFT單曲，共發行6,666份，商品交易總額突破85萬元，躋身中國數字藏品二級市場商業價值前三名，進一步鞏固其作為虛擬音樂IP的行業地位。

3.2 內容治理與廣告合規

大麥娛樂致力於營造文明健康、風清氣正的網絡內容環境，持續完善內容治理與廣告審核體系，嚴格落實相關法律法規要求，強化審核機制與制度保障，為用戶提供安全、可信、合規的內容消費體驗。

內容治理

本集團嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》《互聯網信息服務管理辦法》《網絡信息內容生態治理規定》等法律法規，持續優化內容治理制度建設，建立了包括《內容安全工作制度標準》《內容安全審核標準》《違法和不良信息投訴舉報受理制度》在內的內部管理體系。針對淘票票平台，本集團設有《淘票票安審團隊安全評估前置制度》《網絡謠言、黑色產業鏈信息處置制度》《跟帖服務管理制度》，並公開發佈《淘票票社區管理規則》及《大麥社區管理規則》，為用戶營造公開理性、秩序良好的社區氛圍。

報告期內，並無其他與產品和服務的健康和安全相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

本集團已形成多層次、多維度的內容審核機制，針對文本、圖文、視頻等不同形式內容建立了覆蓋廣泛的敏感詞包及違規項識別規則，並通過算法模型進行輔助識別，及時攔截色情、廣告、人身攻擊等有害信息。此外，基於人工智能技術的發展趨勢，本集團已常態化部署AIGC(生成式人工智能內容)審核能力，應用於多平台、多場景內容識別環節，提升內容審核的及時性與準確性，為創新內容生態的安全與合規性提供穩固保障。

此外，本集團設有完善的違規內容投訴舉報機制，為用戶提供郵箱、熱線、產品頁面等多種舉報渠道，在產品資訊頁、視頻播放頁、評論區等關鍵頁面設置醒目標識，提升用戶舉報便利度。根據內部規範，本集團對所有舉報事項設定回應時限，確保15天內完成處理反饋，切實維護平台健康生態。

為加強內部合規意識建設，我們持續開展內容治理合規培訓，提升員工識別與應對違規內容的能力。本財年，我們共舉辦3次專題培訓，覆蓋網絡「黑水軍」打擊、年度合規提示及內容宣傳規範等主題，累計培訓員工1,367人。

表：報告期內大麥娛樂內容治理合規培訓情況

培訓內容	單位	參與人數
打擊網絡「黑水軍」刑事犯罪專題培訓	人	50
「年度總結」合規提示	人	1,297
電影宣發內容安全培訓	人	20

廣告合規

本集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《規範促銷行為暫行規定》《互聯網廣告管理辦法》《互聯網廣告可識別性執法指南》等法律法規，結合實際業務特點制定了《影視營銷活動合規評估規範》《營銷活動評估指南及規則模板庫》《差異化權益發放合規指引》《淘票票商業化廣告審核機制》等制度文件，明晰廣告內容合規要求及審核流程。為進一步規範平台營銷行為，本集團在本財年制定了《營銷用語使用合規指引》《榜單互動類營銷活動合規指引》，強化對絕對化表述、「飯圈」亂象等風險點的審查管控，助力構建誠信、規範的廣告生態。

報告期內，並無其他與所提供產品和服務的廣告及標籤相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

本集團已建立廣告合規治理架構與廣告審核體系。合規治理與公共事務中心定期對電影演出產品、運營與市場營銷等部門進行合規審查與培訓，對線上線下廣告內容、法務合規及安全性進行常態化審核監管，推動營銷全鏈路的合規管理。截至本財年末，本集團共完成132項商業化廣告內容的合規審核工作，覆蓋線上平台投放與線下宣傳場景，確保內容真實、合規。

為切實提升關鍵時點營銷活動的合規保障能力，本集團在全年各重要檔期前設立營銷審核過濾專項工作組，對營銷活動的方案設計、素材上線、用戶投訴處理等關鍵環節提供全流程合規評審支持，並配合使用智能審核工具強化審核全面性與效率。本財年，淘票票、大麥營銷審核團隊引入「營銷素材AI審核工具2.0」，該工具支持自動識別並標註上傳的營銷活動規則、物料與活動頁面中的潛在合規風險，實現審核前的智能預篩查，顯著提高人工審核效率。以2024年春節檔為例，在對67件營銷活動進行審核時，相較以往平均每件30分鐘的人工審核時長，通過AI工具輔助，單件規則審查時間縮短至20分鐘，總計節省670分鐘，整體提效34%。

為進一步提升員工合規意識，大麥娛樂持續強化對重點業務團隊的常態化合規培訓機制，推動營銷活動合規管理深入一線。報告期內，本公司圍繞五一檔、端午檔、暑期檔、中秋檔及春節檔五個重大檔期，面向淘票票與大麥運營團隊累計開展線上培訓5次，覆蓋運營及產品部門員工約80人。培訓內容聚焦營銷活動玩法合規設計、營銷宣傳合規要點、活動規則撰寫規範、重大檔期風險防控節點四大核心主題，針對典型場景、真實案例開展講解，提升員工实操中識別與應對合規風險的能力。此外，本集團為電影演出運營業務線員工配套提供了運營活動規則模板庫與常見問題答疑文檔庫，實現日常可查、規範可依，夯實一線執行標準。

本集團主營業務(包括影視內容製作、投資發行及科技類業務)均不涉及產品質量安全風險。針對IP衍生品，本集團建立了嚴格的質量管控體系，涵蓋全流程質量檢驗及產品回收機制，有效保障產品質量安全。同時，本集團已構建完善的售後服務體系，確保能夠及時響應並處理各類產品質量相關事宜。報告期內，本集團未發生任何因產品安全健康問題導致的召回事件。

3.3 知識產權與版權保護

大麥娛樂注重維護知識產權和版權合規運營，建立健全知識產權管理體系與版權保護機制，保障創新成果的合法權益。本集團嚴格遵守相關法律法規，建立規範化制度流程，推動創新激勵常態化、數據確權前置化、版權管理數字化，提升知識產權治理的制度化、系統化和專業化水平。

知識產權

本集團恪守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》等法律法規，制定《對外合作項目知識產權管理》等制度，覆蓋專利、商標、著作權、域名等核心領域，確保企業在內容開發、技術創新、品牌建設等業務環節的知識產權得到充分保護。針對可能出現的侵權行為，我們設有應急處置機制，依法採取維權打擊措施，切實維護合法權益。

為激發員工創新熱情，本集團不斷優化知識產權激勵體系，設立專利申請、授權獎勵機制，實施「創新提案獎」「專利申請獎」「專利授權獎」等內部激勵項目，營造鼓勵研發、尊重原創的文化氛圍。

表：報告期內大麥娛樂新增知識產權情況

專利類別	專利數量
商標	39
專利	6
版權(軟件著作權)	3
版權(作品著作權)	13
域名	6
數據知識產權	0

本集團持續探索數據產權保護路徑，本財年已初步構建演出類高價值數據的商業化保護機制，重點圍繞數據確權、交易合規與防洩露技術能力開展建設。報告期內，我們制定了《演出高價值數據保護指引》制度規範，實施座位圖水印保護、敏感商品字體加密、辦公文件外發攔截等安全防護措施，並積極推進關鍵演出類數據的知識產權登記工作，實現票房、座位圖等數據資產的確權管理。

版權保護

大麥娛樂始終堅持依法合規原則，在內容開發及IP衍生品業務中嚴格履行版權授權流程，遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國電子商務法》等法律要求，制定《綜合開發部衍生品業務管理流程》等管理制度，覆蓋模玩、盲盒、食品、美妝、音像製品等多個品類，確保所有商品均取得合法授權後方可進行運營。

本集團積極推動數字版權管理體系建設，響應中國版權保護中心關於互聯網版權治理創新的號召，已接入數字版權唯一標識符(DCI)體系，完成多個核心衍生內容的電子版權證書申請與登記備案，提升了版權追溯與維權能力，為後續維權確證提供堅實支撐。

3.4 客戶服務

大麥娛樂始終秉持「客戶第一」的核心價值觀，持續優化產品和服務體驗，不斷提升客戶滿意度與忠誠度。本集團構建覆蓋全生命週期的客戶服務體系，通過NPS(淨推薦值)管理機制，深入洞察用戶真實需求，聚焦關鍵服務場景，推動服務能力與用戶體驗的雙重提升。

淘票票

作為本集團旗下的電影票務平台，淘票票嚴格依照《客戶反饋意見處理SOP手冊》規範客戶服務流程，持續優化服務機制，提升用戶整體體驗。在收到客戶投訴後，淘票票將首先核實情況並聯繫客戶確認訴求，隨後，根據客戶需求和業務規則，協調相關部門提出解決方案，最終，與客戶協商確認處理方案，並予以執行。報告期內，淘票票更新客服處理機制，強化「分場景分層響應」、緊急響應、閉環跟進及培訓考核四大模塊，有效提升服務效率與客戶滿意度。

在服務渠道建設方面，淘票票通過App公示客服熱線，並針對黑鑽會員設立專屬客服組，提供更專業、個性化的服務響應。在系統功能方面，淘票票聚焦購票流程體驗優化，進一步簡化操作路徑，並為用戶提供「賬號信息下載」功能，積極落實信息服務便利化。

淘票票持續開展用戶體驗調研，通過系統化的滿意度評估機制收集用戶反饋，並基於數據分析結果不斷優化產品功能與服務體驗。本財年，淘票票通過NPS分析機制，聚焦退款到賬、退票手續費、取票流程等重點議題，推動專項優化。報告期內，淘票票NPS平均同比提升1.1%，客戶滿意度較上年提升12.73%，平台服務接起率超過98%，同比提升1.75%，客戶投訴19,155例，處理率100%。

大麥

作為專業演出票務平台，大麥不斷夯實服務能力，強化平台體驗與風險防控機制，致力於為觀眾提供便捷、安心的購票與觀演服務。針對客戶投訴，大麥通過核實情況、確認訴求、制定解決方案以及與客戶確認執行方案的流程進行處理。報告期內，大麥在服務機制、資源配置等多個維度開展深度優化，形成覆蓋售前、售中、售後的閉環服務體系。

在服務機制上，大麥構建場景分層服務體系。針對演出延期、內容瑕疵、用戶突發情況等高風險情形，平台通過柔性關懷策略主動退賠，保障用戶權益；日常服務中，通過退票規則完善與信息顯著提示，有效減少爭議；並在投訴處理方面推行外部優先、內部分層響應機制，提高處理效率。報告期內，大麥全面優化購票、退票、開發票等功能，構建了「項目／場次條件退」「隨時退」「拆單退」等靈活機制，顯著提升退票退款的便捷性與時效性。報告期內，大麥整體退款鏈路效率同比提升70%。

在資源配置上，大麥客服團隊規模不斷進行擴充，構建一線客服、二線支持與特殊案件處理專班等多職能服務體系，推動服務能力彈性擴展與閉環管理。同時，平台引入AI技術賦能客服處理流程，優化總結與託管功能，提升智能化服務能力。

報告期內，大麥服務接起率超過98%，同比提升4%，NPS同比提升8.3%，客戶滿意度提升同比18.22%，萬單求助率同比下降50.1%，客戶投訴222,513例，均妥善處理，處理率100%。

麥座

麥座是本集團旗下專注於演出行業數智化經營的票務管理平台，依託20餘年票務系統與運營經驗，面向主辦方及票務代理機構提供涵蓋項目上架、多渠道銷售、會員營銷、現場換驗至數據分析的全鏈路票務解決方案。平台支持三步操作快速上架項目，提供圖形化畫座、門票模板預設等實用功能，助力商家高效配置票務方案。麥座通過接入抖音、微信、支付寶等多端渠道，並結合短視頻POI掛載、直播商品曝光等形式，構建「內容引流－票務轉化－用戶服務」一體化閉環。

本財年，麥座推出國際版系統，支持多語言、多幣種，實現系統的海外部署。平台採用響應式網站架構，通過統一技術中台適配各類終端設備，降低維護成本。平台以組件化架構提供頁面定制功能，並通過小程序工廠等技術手段，縮短商戶專屬小程序平均上線週期至3個工作日，顯著提升上線效率與運營便捷性。

截至本財年末，麥座系統累計服務超1,000家國內演出商家，持續拓展國際化服務能力，為全球演出行業提供靈活高效的標準化與定制化數字解決方案。

燈塔

燈塔是本集團旗下面向文娛行業的智能宣發數據平台，持續以大數據與AI能力賦能影視及演出內容營銷。

平台常態化運行客戶服務機制，依據《燈塔客戶服務SOP》，系統收集、整理並評估客戶反饋，通過定期回訪、線上問卷調查等形式形成用戶回訪報告。同時，針對企業端客戶配備專屬服務人員，保持日常溝通聯絡機制，確保客戶需求在24小時內得到響應。

燈塔常態化開展影片上映前市場預測工作，綜合抖音、微博等主流平台熱度指標及市場票房走勢，結合影片類型、檔期和競爭格局，為客戶提供包括票房預估、預售期每日票房及排片預估在內的專業分析支持，助力其制定科學有效的宣發策略。報告期內，燈塔進一步升級「燈塔AI」產品，接入通義千問大模型，強化輿情分析模塊，顯著提升了對影片全網正負向口碑的實時監測與分析能力，助力項目團隊快速響應市場反饋、制定更精準的口碑策略。

截至報告期末，燈塔服務的電影與劇集項目達1,203個，累計票房達1,382億元，持續鞏固其行業領先地位。同時，燈塔依託大麥平台數據，聯合發佈「演唱會巡演票房動力學」研究成果，建立包括許願數、想看倍數、缺貨登記在內的多維預測模型，科學測算潛在觀眾量、售罄概率及加場潛力，進一步指導巡演場次設定和場館票務策略，為現場演出行業提供更具實效性的數據決策支持。

鳳凰雲智

鳳凰雲智是本集團旗下專注影院數字化經營的開放平台，致力於以智能解決方案為影院提供高新技術與優質產品。本財年，平台以更加前沿、開放的理念持續加大研發投入，聚焦產品升級與系統集成，全面助力影院實現數字化轉型與精細化運營。

報告期內，鳳凰雲智推出三條全新產品線，形成覆蓋營銷、數據與收銀管理的影院服務閉環。其中，雲智小程序2.0聚焦流量驅動與私域構建，不僅深化會員體系與互動陣地，還推動影院實現業務拓展與高粘度用戶沉澱，顯著提升整體運營效能；數據經營中台融合燈塔數據、公私域資源及阿里雲算力，為影院財務、運營、市場等崗位提供可視化、智能化的數據支持；智能門店POS系統則全面升級跨平台兼容能力，支持PC、移動端及Pad多端對接，並強化離線處理與局域網數據共享，提升收銀效率與業務連續性。

截至報告期末，鳳凰雲智已覆蓋全國超5,400家影院，持續通過智能化工具與產品體系，助力影院實現高效管理與高質量發展。

雲尚製片

雲尚製片是本公司自主打造的製片全流程數字化管理平台，致力於將劇組內容生產管理與先進數字化技術深度融合，推動影視工業化水平不斷提升。平台覆蓋財務管理、拍攝素材管理、在線看片、後期製作等關鍵環節，貫穿項目拍攝與製作全流程。

報告期內，雲尚製片在服務體系與軟硬件方面實現雙重升級，通過打通拍攝現場到後期製作的全鏈路數據，有效提升了剪輯效率與整體製作效能。平台依託「雲尚現場」等模塊產品，已在多個試點項目中實現剪輯前置與元數據互通，拍攝期效率提升8%、剪輯製作效率提升50%，顯著優化了影視項目的製作節奏與資源配置。

截至報告期末，雲尚製片已服務近150個劇組，為劇組提供定制化的流程管理與風險控制支持，持續助力影視行業在內容生產環節實現專業化、數字化、規模化的高質量發展。

4 生態共建

大麥娛樂秉承社會責任擔當，搭建公正公平的供應商管理體系，推動與合作夥伴的協同、共贏發展。我們積極踐行綠色低碳承諾，開展社區公益活動等實際行動，以真誠之心回饋社會，為行業及社會的可持續發展注入動力。

4.1 供應商管理

大麥娛樂專注供應鏈可持續發展，積極融入ESG理念，嚴格遵循《虎鯨文娛供應商管理規範》《虎鯨文娛招投標細則》等集團通用管理制度，規範供應商管理流程與標準，持續加強供應商全流程管理，包括供應商准入、評估、日常管理及退出等流程，實行「供應商管理方」責任制，確保供應鏈合規、透明、綠色穩健發展。

表：供應商全流程管理

准入階段	• 信息填報：要求供應商自主完成信息填報，或由採購人員完成，核實供應商信息的有效性，並進行屬性劃分，確保供應商准入工作的合規性； • 資質審核：在准入前，對所有供應商進行資質審核，審核內容包括但不限於整體規模、銀行開戶許可證明、行政處罰情況等，評審合格後，方可入庫； • 風險篩查：查明中、高風險等級供應商的風險成因，有效實施風險管控措施，並在系統詳細記錄風險情況，按規提交風險報備。
評估階段	• 評估維度：對供應商開展全面評估，包括技術、質量、響應、交付、成本、ESG管理等多個維度，確保其滿足本公司質量與標準要求； • 評估方式：對供應商採用動態、週期性、年度綜合的評估方式，評估結果納入供應商綜合評分體系。

- 日常管理
 - 分級管理：在採購平台展示供應商分數，實行供應商分級管理制度，評選戰略供應商，充分掌握供應商現狀；
 - 處罰管理：針對供應商違約違規行為，包括但不限於不符合廉潔合規要求、造成直接經濟損失、產生負面影響等，進行違規違約等級判定，並採取相應的處罰措施。
- 退出階段
 - 基於評級、評估及違約違規處罰結果，及時清除交付表現差、合作金額較小、負面影響嚴重等不滿足要求的供應商。

為確保供應鏈全流程管理的規範性，本公司持續完善制度管理機制，報告期內，我們修訂了《虎鯨文娛招投標細則》，新增了供應商入圍及評標規則，明確迴避原則，確保供應鏈的廉潔管理。同時，我們持續深化供應商評估管理，面向不同品類供應商開展健康度評估，評估內容包括辦公場所、工廠、組織架構、經營資質、業務狀態等，已開展的評估供應商均符合本公司管理要求。本公司根據業務需求，將供應商劃分為媒體、市場、軟件、會展、實物等品類。截至報告期末，大麥娛樂的供應商數量共計384家，其中大陸379家、港澳台及海外地區5家。

案例：文娛生態用工供應商健康評估

2024年，本公司對文娛生態用工供應商進行全面、深入的考察與評估。我們通過實地考察、文檔審核、人員訪談等方式，評估供應商綜合實力，核實供應商服務場地及服務質量，以便確定後續合作機制及資源傾斜力度，有效提高生態用工供應商的運營效率與競爭力。

大麥娛樂以可持續發展為導向，致力於構建誠信、綠色的供應鏈生態，我們要求供應商遵守《阿里巴巴供應商ESG行為準則規範》，恪守高標準的商業道德準則，並倡導其持續提升環境與社會責任表現。我們通過系統化評估供應商ESG表現及潛在風險，重點監控貪污腐敗、環境污染等違規行為，全面落實供應鏈風險管理要求，確保供應鏈管理符合合規要求。

表：供應商ESG行為準則

ESG 議題	行為規範
環境保護	- 將環保與環境責任作為運營核心，制定、實施和維護對環境負責的業務實踐； - 遵守環保許可要求，獲取、更新環保相關資質文件； - 預防污染和節約資源，從源頭降低污染排放和廢棄物產生； - 識別與管理有害物質和廢棄物，確保安全妥善處理。
勞動權益	- 維護僱員人權，平等對待全體僱員，涵蓋正式工、臨時工、外包工、派遣工等； - 確保僱員自願就業、自主擇業，禁止強制勞工和僱傭童工。
商業道德	- 在運營的各個環節，嚴格遵守反腐敗相關法律法規，秉持商業誠信標準，禁止任何形式的賄賂、腐敗、敲詐勒索和貪污； - 制定違規調查流程，準確記錄商業活動、勞工、健康安全及環境相關信息，依法披露相關信息，不得偽造、弄虛作假； - 要求供應商簽署《阿里巴巴供應商ESG行為準則規範》《廉潔誠信約定函》《保密承諾函》等文件。
健康與安全	- 將健康安全管理融入業務，保障僱員身心健康與安全，減少工作相關傷害與疾病； - 識別、評估職業健康和 safety 風險，採取相應的管理措施，降低工作環境帶來的危害； - 制定並執行應急預案與響應程序。

本公司積極履行環保責任，嚴格遵守《電子廢物污染環境防治管理辦法》《廢棄電器電子產品處理資格許可管理辦法》等法規要求，倡導綠色採購理念。我們將環保標準融入本公司供應商評估體系，包括《中國強制性產品認證》（China Compulsory Certification，3C 認證）《關於限制在電子電氣設備中使用某些有害成分的指令》（Restriction of Hazardous Substances, RoHS）等，在採購環節，我們優先選擇符合 3C 和 RoHS 環保標準的供應商開展業務合作。

為培養供應商 ESG 管理意識與能力，推進雙方長期健康合作。面向供應商及其他合作夥伴，我們定期通過線下培訓、郵件宣導的方式，開展業務流程指導、誠信廉潔教育、職業安全 and 健康法規宣導等方面的培訓與宣貫。同時，我們定期對內部採購團隊，組織集團廉正公告學習、商業化行為準則考試等活動，杜絕供應鏈腐敗行為發生，以營造廉潔、透明、可持續發展的供應商合作環境。

案例：「娛你同行，共築精采」虎鯨文娛供應商交流會

2024 年，本公司與供應商圍繞採購規則與流程、廉正宣導等主題，通過現場培訓的方式，開展供應商交流大會。我們對供應商管理要求、可持續發展理念、廉潔文化等內容進行宣貫，加深了供應商對相關制度與流程的理解，有效提升業務的協同效率，推動供應鏈的可持續性發展，為長期友好合作奠定基礎。報告期內，我們共計開展 2 場供應商培訓大會，覆蓋 40 家供應商，參訓人數達 65 人。



圖：虎鯨文娛供應商交流會現場

4.2 社區公益

大麥娛樂秉持「公益的心態，商業的手法」的理念，推動社會和諧與進步。我們面向不同社會群體傳遞文化溫度，積極開展公益電影放映、志願者服務、「創造更多可能」助殘行動等多樣化的社會公益活動，為殘障人士、偏遠地區群眾帶來文化關懷與精神力量。我們從鄉村文化振興、公益環保、合作夥伴幫扶等多個維度，推動社會公平與福祉，以構建更加美好的社會生態。報告期內，大麥娛樂共有1,752名員工參與公益行動，累計投入公益達2.25萬公益時，付出志願公益服務時間0.94萬小時。

大麥娛樂積極響應鄉村振興戰略，秉持「小人物、真英雄、大情懷、正能量」的內容價值觀，開展「淘票票星光點點」公益放映項目。發起至今，該項目已攜手《外太空的莫扎特》《獨行月球》《交換人生》《長空之王》《長安三萬里》《超級飛俠：樂迪加速》《貝肯熊：火星任務》《無價之寶》《銀河寫手》《年少日記》《走走停停》《落凡塵》《逆行人生》《蛋寶大營救》《焚城》《莫莉的冒險》16部影片，深入全國24個省／市／自治區的鄉村地區，累計放映超2,300場次，惠及超23萬人次。豐富鄉村群眾的文化生活，助力推動鄉村文化振興和精神共同富裕的進程。

案例：「淘票票星光點點」公益放映項目走進嵊泗

2024年11月，「淘票票星光點點」公益放映項目，在嵊泗花鳥島發起建設並正式啟動首個「星光影院」。目前已建設完成4個「星光影院」，未來，該影院將作為「淘票票星光點點」的固定放映點，持續為島上居民放映優秀影片，豐富他們的鄉村文化生活，以提升偏遠鄉村群眾的幸福感。



圖：「淘票票星光點點」公益放映項目嵊泗啟動儀式

為推動社會對弱勢群體的廣泛關注和支持，大麥娛樂積極開展多項關愛弱勢群體及殘障人士的舉措，包括推出「輪椅友好廳」功能、無障礙放映等，確保殘障人士的實際需求，並提供有效幫助，助力無障礙信息普惠和無障礙環境建設。

案例：淘票票「輪椅友好廳」C位觀影活動

2024年，第三十四次全國助殘日前夕，淘票票聯合阿里巴巴公益在北京、上海、杭州三地60多個影廳上線「輪椅友好廳」標註功能，通過有效的信息標識和指引，更好地解決殘障人士在線上購票及線下觀影過程中的切實需求，為殘障人士自助購票、觀影，提供極大便利，助力殘障人士真正實現無障礙「C位觀影」。同時，該設計憑藉獨特的產品創新性和友好度該項目也獲評全國無障礙環境建設標誌性示範性成果稱號。



圖：「輪椅友好廳」購票指引

在環保公益的道路上，大麥娛樂注重提升公眾的環保意識，倡導綠色環保的生活方式，讓綠色理念深入人心。我們聯合公益、環保組織發起多項綠色環保行動，涵蓋垃圾分類、節約用水、海洋保護等，在為客戶打造藝術、環保、社區文化等多元生活方式體驗的過程中，也為地球家園保護貢獻力量。

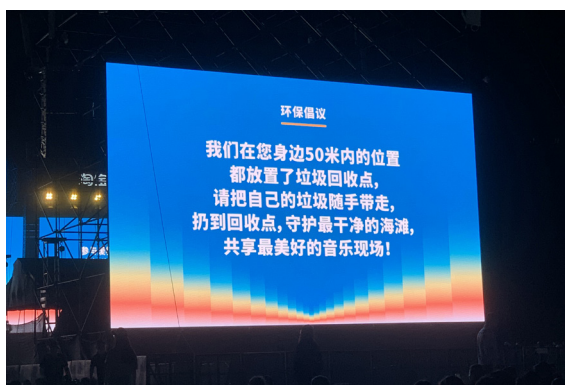
案例：大麥娛樂發起「環保音樂節」倡議

2024年，阿那亞·蝦米音樂節聯合阿里巴巴公益、北京諾路環保科技有限公司共同發起環保倡議，鼓勵觀眾在固定點位投擲垃圾，積極參與垃圾分類，保持音樂節現場乾淨有序。阿那亞·蝦米音樂節期間，現場共設置了150個垃圾分類點，3天回收塑料瓶數十萬個，累計吸引約14萬人次響應倡議行動，增強社會凝聚力，推進綠色生活方式的普及。



圖：「環保音樂節」公益行動

阿那亞·蝦米音樂節還與公益合作夥伴「有關related」發起保護海洋、節約用水的倡議，呼籲社會踐行可持續理念，共創美好生活，促進公益環保理念根植人心。



圖：音樂節環保倡議

大麥娛樂秉持共享科技、共同發展的理念，採取多種幫扶措施，助力合作夥伴及行業人才的成長與發展。在創作者幫扶方面，我們為優秀編劇和導演提供資金、資源支持，設立「大麥娛樂海納計劃獎學金」，發起「春苗編劇計劃」「海納國際青年導演發展計劃」，定期舉辦編劇培訓和交流活動，邀請知名編劇、導演分享經驗，推動影視行業高質量可持續發展。在商家幫扶方面，大麥推出劇場惠商政策，下調平台劇場類目中小商家服務費，惠及話劇、音樂劇、脫口秀等近千個演出主辦，助力商業可持續增長，共同探索可持續發展的產業模式。

案例：虎鯨文娛「春苗編劇計劃」

2025年1月，虎鯨文娛在北京舉辦「春苗編劇計劃」開年路演。「春苗編劇計劃」是虎鯨文娛面向全行業青年創作者和原創劇本發起的扶持計劃。我們以「培養一代好編劇」為使命，經過層層篩選，為優秀青年創作者提供資金扶持，並多次舉辦探討影視創作課題的「春苗茶話會」及「春苗編劇大師班」，成功吸引多位具有國際視野、創新視角和現代影視思維的青年創作者，共同探索原創精品內容的創作路徑。報告期內，我們已完成3次路演，為28位青年編劇提供了創作扶持資金。



圖：「春苗編劇計劃」北京路演

大麥娛樂圍繞「破圈、平價、普惠」的內容戰略，通過自製、合製及投資等方式聚焦三大業務方向，打造「好戲連台」文化惠民廠牌。針對下沉市場戲劇創作，我們開發具有IP基礎、地域特色、創新體驗的平價戲劇作品，推動藝術融入大眾生活。我們持續深耕傳統文化戲劇創編，挖掘好故事，傳承經典文本，在中大劇場演出探索優秀傳統文化的創新表達；並聚焦青年戲劇人才培養，全方位扶持高校及民間優秀演出團體，助力專業藝術人才市場化發展。



圖：「好戲連台」文化惠民廠牌

案例：「好戲連台」廠牌打造百元以下精品戲劇

2025年2月，大麥成立「好戲連台」文化惠民廠牌，該廠牌已經儲備多個特色項目，覆蓋中式懸疑、巴蜀文化和傳統雜技等演出類型，並聚焦平價戲劇研發，推出精品戲劇。目前「好戲連台」廠牌首部作品《法醫探案團之迷霧迴響》已火熱開售，並將陸續在余姚、溫州、靖江、南通、溫嶺等城市，開啟下沉市場巡演，以促進戲劇藝術在大眾中的普及。



圖：「好戲連台」首部作品《法醫探案團之迷霧迴響》

4.3 綠色運營

大麥娛樂始終秉持環境友好的可持續發展理念，在日常運營中深化環境管理，降低運營活動對生態環境造成的負面影響。本集團積極響應國家「碳達峰，碳中和」目標，順應阿里巴巴集團減碳戰略，推進制定大麥娛樂的碳排目標，聯動影視產業上下游夥伴構建綠色協作網絡，通過實際行動探索環境友好型文娛產業新範式。

氣候變化應對

為積極應對全球氣候變暖的環境挑戰，大麥娛樂全面推動氣候風險管理與公司運營深度融合，將其貫穿於戰略規劃及風險管控全流程。我們系統性評估氣候變化對業務發展的影響，精準識別潛在的風險與機遇，通過持續優化氣候風險防範策略，構建更具韌性的業務體系，切實提升公司應對氣候變化的綜合能力。

影視製作業務在運營過程中面臨著多重氣候風險挑戰。颱風、暴雨等自然災害和極端天氣對拍攝進度和人員安全構成直接威脅。此類物理氣候風險不僅導致劇組被迫停工，造成經濟損失，還可能危及演職人員的人身安全。同時，IP衍生品業務也面臨著因極端天氣導致供應鏈中斷的風險，進而影響產品庫存和銷售表現。為有效應對這些挑戰，我們建立了完善的氣候風險預警機制，通過氣象監測和應急預案相結合的方式，最大限度降低風險減少損失。在保障措施方面，我們為所有攝制組成員配備了完善的財產保險和人身保險。

在把握轉型機遇方面，我們積極擁抱數字化變革，利用AI虛擬拍攝、雲平台協作等創新技術，顯著降低傳統製作模式的環境影響，推動影視製作流程的低碳化升級。此外，我們通過搭建數字化宣發模式和推廣電子票務等方式，加速業務向綠色低碳模式轉型。在實現節能減排的同時，開拓更廣闊的市場增長空間。

為減緩氣候惡化趨勢，大麥娛樂積極遵循阿里巴巴集團碳中和及減碳承諾，並制定了大麥娛樂的碳排目標：

阿里巴巴集團碳中和及減碳承諾

- 不晚於2030年，實現自身運營碳中和(範圍1和2)；
- 不晚於2030年，協同上下游價值鏈實現碳排放強度比2020年降低50%(範圍3)；
- 通過助力消費者和企業，激發更大的社會參與，到2035年的15年間，帶動生態累計減碳15億噸(範圍3+)。

大麥娛樂碳排目標

- 根據總務範圍一和範圍二的碳排目標分解，根據大麥娛樂的員工佔比例承擔碳排量。

在能源管理方面，大麥娛樂持續優化辦公園區的能源結構，提升可再生能源使用比例，構建更加智能、低碳的能源管理體系，努力達成能源使用效益目標。我們在大麥娛樂辦公的集團自有園區使用綠電和光伏等綠色能源。其中綠電佔比達46%。此外，北京新建園區在設計階段就引入智能能源管理系統，通過物聯網技術實現用電設備的精細化管控。對於已投入使用的園區，我們定期委託第三方機構開展能效審計，持續優化能源使用效率。這些措施不僅顯著降低了園區的碳排放強度，也為整個影視產業鏈的綠色轉型提供了示範案例。

綠色辦公

大麥娛樂在企業運營的全流程注重綠色環保和節能降耗，持續提升全員環保意識與行動力，切實履行綠色辦公承諾。

本集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，並依據《阿里巴巴集團環境政策》《阿里巴巴集團ESG相關目標及指標管理制度》及《阿里巴巴集團碳排放合規管理制度》等內部規章制度，將環境管理要求深度融入日常運營，確保綠色低碳、環境友好的原則在辦公和日常經營的各個環節得到切實落實。由於大麥娛樂的業務特性，本集團在運營過程中不涉及廢氣和溫室氣體、廢水排放、有害廢棄物及無害廢棄物的產生、成品包裝材料使用及原材料使用等對環境和天然資源造成重大影響的行為。報告期內，本集團未發生任何環境違規事件。

在水資源管理方面，大麥娛樂響應阿里巴巴集團科學合理的節水目標，並制定了針對大麥娛樂自身的目標。

大麥娛樂節水目標

到2025年，自有園區單方耗水量較2021年減少15%。

大麥娛樂積極響應水資源保護倡議，系統推進節水目標落地實施。在北京新建園區建設中，我們嚴格遵循LEED金級認證標準，全面配置一級節水器具，實現用水效率最大化。同時，園區構建水資源回收體系，通過雨水收集、空調冷凝水回收及直飲水廢水再利用三重措施，顯著提升水資源循環利用率。

因業務性質使然，本集團於報告期內的用水量極少。本集團租用場地的供水設施乃由物業管理公司提供並管理，故本公司於報告期內在求取適用水源上並無任何問題。

在廢棄物管理方面，大麥娛樂持續完善廢棄物管理體系，嚴格履行100%合規處理廢棄物的承諾。本集團目前已實現垃圾源頭分類處理。針對可回收廢棄物，通過設置分類垃圾桶進行充分回收利用；對於不可回收的垃圾，則統一交由市政部門進行無害化處理，確保排放符合相關規範，實現廢棄物管理的科學化與規範化。此外，報告期內，大麥娛樂北京園區實現廚餘垃圾100%就地生物發酵處理，生物發酵廚餘垃圾累計處理量達1,200噸，轉化有機肥約120噸。

大麥娛樂實施了多種綠色辦公舉措，驅動生態友好型運營。

表：大麥娛樂綠色辦公舉措

節能改造	• 優化照明場景，採用智慧照明系統，實現智能控制關閉照明燈具； • 將打印機等辦公電子設備調至節能模式； • 使用手機一鍵掃碼自助調整工位的照明亮度和空調溫度。
無紙化辦公	• 通過智慧化日常辦公方案實現線上會議室預約、會議協作討論、會後自動關閉會議室電子設備等。
循環利用	• 將打印機設置為默認雙面打印模式； • 建立小郵局紙箱回收處，實現紙箱循環利用； • 設立文具角，將可再次使用的打印紙、辦公用品統一放置，供員工二次使用。
環保意識宣貫	• 提倡環保行為，如隨手關燈、關空調、爬樓梯代替電梯、自帶水杯等，提高員工環保意識； • 鼓勵綠色打包，開展「有心低碳」活動，不使用一次性筷子、勺子和塑料袋； • 倡導光盤行動，持續開展「有心光盤，量力而食」活動，減少食物浪費； • 鼓勵低碳出行，在日常通勤方面，提升園區的充電樁數量；在商務差旅方面，基於乘坐火車替代飛機、多人拼車、搭乘公司大巴、搭乘地鐵四種低碳差旅行為，以積分獎勵的形式引導並激勵員工做出更多低碳差旅選擇。
環保活動	• 發起減碳兌換好物活動，鼓勵將減碳活動融入日常生活，回收使用的咖啡杯和奶茶杯兌換收納盒和工位植物等。

表：報告期內大麥娛樂資源消耗與溫室氣體排放情況

指標	單位	報告期內數值
燃氣使用量	立方米	338,300.00
滅火器使用量	千克	1,677.28
製冷劑使用量	千克	4,094.02
外購電力	兆瓦時	6,318.23
綜合能源消耗量	噸標準煤當量	1,186.58
人均綜合能源消耗量	噸標準煤當量／人	0.67
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	5,804.74
溫室氣體排放總量(範圍一)	噸二氧化碳當量	2,104.78
溫室氣體排放總量(範圍二)	噸二氧化碳當量	3,699.96
人均二氧化碳排放密度	噸二氧化碳當量／人	3.29
用水量	噸	49,134.94
人均水資源消耗密度	噸／人	27.81

表註：

1. 本集團租用阿里巴巴集團在中華人民共和國北京、杭州、上海、廣州等園區的工位，並與其他阿里巴巴集團的員工共同使用園區物業在辦公樓公共範圍內安裝的用能用水設施。
2. 能源資源使用量均取自阿里巴巴集團碳風系統，並根據工位比例進行折算。
3. 綜合能耗以及溫室氣體排放數據根據《綜合能耗計算通則》(GB2589-2020)以及《24個行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》中對應折算係數計算而出。
4. 電網排放因子取自中華人民共和國生態環境部和國家統計局於2024年12月發佈的《關於發佈2022年電力二氧化碳排放因子的公告》，為0.5856kgCO₂e/KWh。
5. 大麥娛樂本年度持續完善排放數據統計口徑。由於北京辦公區搬遷至新總部園區，部分能源使用及排放數據統計範圍有所調整，導致燃氣、滅火器、製冷劑、外購電力、溫室氣體排放量、用水量均有所上升。新總部園區使用園區鍋爐製熱，因此本報告期內不涉及外購熱力。

綠色劇組

大麥娛樂積極引領影視行業綠色轉型，通過創新技術與運營模式的深度融合，推動全產業鏈可持續發展。在構建綠色劇組方面，公司通過積極推廣虛擬拍攝技術，實現劇組運營的無紙化辦公，並對劇組資產進行循環利用，顯著提升了資源利用效率。同時，大麥將無紙化技術廣泛應用於各類大型演出展覽活動現場，切實將低碳環保理念轉化為實際行動。我們在淘票票平台持續發力，大力推廣「電子紀念票」，用數字化票根取代傳統紙質票根，平台影片的電子紀念票覆蓋率已高達99%。

案例：雲尚製片提供數字化解決方案

大麥娛樂依託雲尚製片產品矩陣，為影視行業量身打造數字化解決方案。在拍攝籌備階段，雲尚製片支持線上化操作，方便團隊實時把控財務狀況與流程進度；拍攝環節，雲尚現場將監看、回看及場記單等工作全面轉為電子化模式；項目後期，雲尚閱的在線看片功能替代傳統的硬盤郵寄與光盤看片方式。通過貫穿影視製作全週期的數字化服務，顯著降低資源消耗，推動影視行業向綠色高效方向發展。

案例：劇組資產循環利用

大麥娛樂積極構建劇組資產循環體系，將拍攝完成後的道具、服裝等資源重新調配至其他拍攝項目，大幅減少廢棄服裝處理帶來的環境負擔。同時，集團通過開展影視劇服裝公益拍賣活動，進一步挖掘閒置資源價值，切實杜絕資源浪費。自劇組資產循環利用項目落地以來，已廣泛服務於眾多劇組、綜藝、電影、廣告等項目，為影視行業搭建低碳可持續發展產業鏈貢獻力量，推動行業向綠色化、循環化方向轉型升級。

案例：幀享數字化製作解決方案

為解決傳統實景拍攝耗時長、耗能高、以及資源無法循環使用問題，本集團推出幀享數字化製作解決方案，並於2022年實現了從1.0到2.0的全面升級。

2023年5月，幀享在位於青島的數字影棚中完成了技術實驗片《燈塔》的拍攝，僅用時11天，完成了13個場景，2,700個鏡頭的拍攝量，相當於一部5集電視劇的拍攝量。對比傳統劇集拍攝16天的拍攝週期，降本提效30%以上。

2023年10月18日開機的大型古裝劇《清明上河圖密碼》由幀享提供數字化製作整體解決方案。這部劇中共有八大場景應用虛擬拍攝，包括樹下雪景、日落湖邊、地下暗渠等多個場景。在使用虛擬拍攝的場次中，預計拍攝效率提升30%，人效比提升6倍。

截止2023年底，北京、橫店、青島多地已經落成了幀享數字影棚，配備先進軟硬件，用於項目服務、劇組測試、技術研發等。

ESG 索引表

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
環境			
A1： 排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4.3 綠色運營
	A1.1	排放物種類及相關排放數據	4.3 綠色運營
	A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3 綠色運營
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3 綠色運營
A2： 資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源，水及其他原材料)的政策。	4.3 綠色運營
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電，氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3 綠色運營
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3 綠色運營
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	4.3 綠色運營

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
環境			
A3： 環境及 天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	4.3 綠色運營
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	4.3 綠色運營
A4： 氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	4.3 綠色運營
	A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	4.3 綠色運營
社會			
B1： 僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱，招聘及晉升，工作時數，假期，平等機會，多元化，反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.1 僱傭管理 2.2 員工關愛
	B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	2.1 僱傭管理
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	2.1 僱傭管理
B2： 健康與 安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.2 員工關愛
	B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	2.2 員工關愛
	B2.2	因工傷損失工作日數。	2.2 員工關愛
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	2.2 員工關愛

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
社會			
B3： 發展及 培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。 描述培訓活動。	2.3 培訓發展
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	2.3 培訓發展
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	2.3 培訓發展
B4： 勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.1 僱傭管理
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	2.1 僱傭管理
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	2.1 僱傭管理
B5： 供應鏈 管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	4.1 供應商管理
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	4.1 供應商管理
	B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及相關執行及監察方法。	4.1 供應商管理
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	4.1 供應商管理
	B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	4.1 供應商管理

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
社會			
B6： 產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全，廣告，標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	1.4 數據安全與隱私保護 3.2 內容治理與廣告合規
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	3.2 內容治理與廣告合規
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	3.4 客戶服務
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	3.3 知識產權與版權保護
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	3.2 內容治理與廣告合規 3.4 客戶服務
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	1.4 數據安全與隱私保護

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
B7: 反貪污	一般披露	有關防治賄賂，勒索，欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	1.3 廉潔建設
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	1.3 廉潔建設
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.3 廉潔建設
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.3 廉潔建設
B8: 社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	4.2 社區公益
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	4.2 社區公益
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	4.2 社區公益

讀者反饋表

尊敬的讀者：

您好！

感謝您閱讀本報告。我們真誠地期待您對本報告進行評價，提出寶貴意見以便我們持續改進工作，提高環境、社會及管治工作的能力和水平！

選擇性問題(請在相應位置打「✓」)

1. 對於大麥娛樂，您的身份是？

☐政府 ☐投資者 ☐員工 ☐客戶 ☐供應商／承包商 ☐合作夥伴 ☐同行

☐社區和公眾 ☐媒體 ☐非政府組織 ☐其他(請註明)

2. 您認為大麥娛樂整體ESG表現：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

3. 您對報告的總體印象是：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

4. 您認為報告中所披露的ESG信息質量：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

5. 您認為報告結構：

☐很合理 ☐較合理 ☐一般 ☐較不合理

6. 您認為報告版式設計和表現形式：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

7. 您對大麥娛樂ESG工作有哪些期待？
