东方明珠

2025

东方明珠新媒体股份有限公司
可持续发展(ESG)报告

东方明珠新媒体股份有限公司
地址：上海市宜山路757号　　邮编：200233
电子邮箱：dongban@opg.cn　　网站：www.opg.cn

目录
CONTENTS

001 董事长致辞

003 关于本报告

第一章
005 关于东方明珠

- 01 公司简介 005
- 02 战略与发展 009
- 03 可持续发展（ESG）治理 010
- 04 可持续发展（ESG）利益相关方 015
- 05 实质性议题识别 017
- 06 年度履责大事记 020

第二章
025 公司治理

- 01 党建引领 027
- 02 规范治理 029
- 03 合规经营 031
- 04 创新发展 035
- 05 品牌价值 040
- 06 数据治理 048

第三章
049 社会责任

- 01 员工责任 050
- 02 产品与服务 065
- 03 政府响应 077
- 04 社会贡献 098

第四章
105 环境保护

- 01 环保管理 105
- 02 环保运营 111
- 03 环保案例 117
- 04 环保宣传 119

第五章
123 资质与年度荣誉

- 01 公司参与的组织、协会和社会机构 123
- 02 公司年度荣誉 124

148 附录

董事长致辞

尊敬的各位股东、合作伙伴及社会各界同仁：

2025年，随着国家文化数字化战略向纵深推进，文化产业已迈入科技赋能、融合创新的新征程。作为国有文化传媒上市公司，东方明珠始终坚持与国家战略、行业脉搏同频共振，以“提质增效”为主线，将可持续发展理念植根于企业基因，在深耕主业中夯实核心竞争力，在创新突破中拓展产业新边界，以高质量发展践行国企使命与社会责任，稳步提升品牌价值与行业引领力。公司连续第十四年获选“全国文化企业30强”；公司股价及市值实现双增长；全年实现营业收入74.89亿元，归母净利润6.17亿元。

公司聚焦价值创造，以多元产品供给激发文化消费新活力。我们突破传统视听服务边界，拓耕多元业务版图：巩固运营商市场并开拓中屏业务；自主研发并纵深推进广电级云游戏平台布局；加快布局数字文博等新兴领域；以超高清服务升级为引擎，驱动智慧家庭与政企专网业务拓展。内容创制上，我们坚持精品化培育及运营：出品现象级电视剧《蛮好的人生》获收视与口碑双丰收；打造《微度假才是正经事》《念君》等精品微短剧；承办多个重要国际节展的“中国联合展台”，向世界传播中国好内容。文旅业务围绕文商旅体展融合“做好文章”：东方明珠电视塔落地潮玩艺术馆、爬宠昆虫探索中心等新业态，联动迪士尼、MAYDAYLAND等IP打造主题活动；上海国际会议中心焕新滨江2727餐厅、外围花园等酒店空间，联动陆家嘴优质资源推出多款文旅融合套餐；东方绿舟立足郊野资源特色，打造非遗科幻奇妙夜等IP；梅赛德斯-奔驰文化中心在主场馆全年承接92场演出的基础上，通过“放轻松市集”等活动激发场馆空间消费潜能。东方购物打造“白玉兰直播间”全媒体矩阵，丰富高品质文化消费供给。多个产业集聚区厚植一体化运营实力：东方智媒城加快推进超高清视听及微短剧产业服务平台建设，产业协同效应初步显现；东方明珠数字影视制作基地承接《飞驰人生3》等项目，彰显软硬件一站式服务效能。

公司聚力创新求变，以技术资本双轮驱动谋求发展新赛道。我们以技术为驱动，深耕产品创新实践：攻坚垂类多模态大模型、行业智能体等关键领域，在超高清家庭终端、低空经济等新兴场景中精耕细作；携手复旦大学共建“智媒融合创新校企联合实验室”，与 MiniMax、阶跃星辰等生态伙伴深度协作，推动前沿技术在内容生成、智能推荐、直播电商等领域从“实验室孵化”迈向“规模应用”；开发东方有线智能体“东东”等C端应用，赋能用户体验和服务效能升级。我们以资本为纽带，强化产业协同生态：充分发挥投资平台与产业平台功能，锚定数字经济基础设施、文化消费等赛道，完成超聚变、新华三、“何以中国”第二季、长三角数智基金等项目立项，增强文化科技融合的核心竞争力。

公司精筑治理根基，以体系化建设夯实高质量发展底盘。东方明珠将完善公司治理作为可持续发展的关键支撑，以规范化、精细化管理推动企业运营效能稳步跃升。深化合规运营和风险管控，健全覆盖全业务领域的制度体系，强化内容导向、技术安播、安全生产等重点领域防控，以动态跟踪和闭环管理筑牢企业运行防线。着力提升公司品牌形象塑造，打造“东方明珠璀璨夜”等品牌活动矩阵，对外精准传递企业发展理念，推动品牌辨识度持续提升，行业影响力不断增强。持续完善人才发展体系，坚持实绩导向，市场化引进数字化转型、政企业务等领域中高端人才，为企业可持续发展注入源源不断的人才动能。

2026年是“十五五”开局之年，也是公司转型突破、高质量发展向纵深推进的关键之年。公司将以文化消费服务产业引领者为战略定位，以“人工智能+”为关键动能，以IP培育和运营为着力方向，以生态创建为引领优势，坚持专业主义、长期主义，坚定不移聚焦打造文化消费新业态、新模式、新场景，实现经营业绩高质量增长，为股东创造长期稳定价值。同时，公司将继续坚守文化国企的使命担当，锚定国家战略、引领行业变革、践行社会责任，与合作伙伴、亿万用户共创美好未来。

上海广播电视台(上海文广集团)党委副书记、副台长、总裁
东方明珠新媒体股份有限公司党委书记、董事长
宋炯明
2026年4月21日

关于本报告

报告时间范围

2025年1月1日至2025年12月31日，部分内容超出上述时间范围。

此前报告发布情况

公司自2017年连续九年发布企业社会责任报告，本年度公司参考上海证券交易所发布的《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）》相关精神，参照国际与国内最新标准、最新政策要求，结合公司发展实际情况，编制2025年度可持续发展（ESG）报告，进一步助力公司可持续发展，提升年度ESG信息披露的透明度及专业度。

报告发布周期

本报告为年度报告

报告组织范围

东方明珠新媒体股份有限公司及直属管理公司

报告数据来源

东方明珠新媒体股份有限公司及直属管理公司自有统计，部分数据来源于第三方数据。

报告编制规范

阐述公司的可持续发展（ESG）相关战略、目标、举措及成效，突出重点项目与案例，客观分析风险和机遇，确保公司在可持续发展（ESG）报告编制中披露信息的完整、准确、清晰、平衡和可比。

报告发布日期

2026年4月21日

报告采用称谓

报告中采用的"东方明珠""公司""股份公司""我们"，均指东方明珠新媒体股份有限公司。

报告获取渠道

本报告以网络电子版形式发布，可在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及公司官网（www.opg.cn）查阅获取。

重点参照的报告编制依据

- 《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）》
- 《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系2026版》
- 中国企业改革与发展研究会 责任云研究院《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG6.0）之一般框架》
- 《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》
- 全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南2021》
- 中国企业改革与发展研究会团体标准《企业ESG披露指南》（T/CERDS 2—2022）、团体标准《企业评价体系》（T/CERDS 3-2022）
- 上海证券交易所《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》

阅读反馈机制

若您在阅读过程中有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们。

联系人：稔绯绯（董事会秘书）
地址：上海市宜山路757号
邮编：200233
电话：021-33396637
传真：021-33396636
公司网址：www.opg.cn
电子邮箱：dongban@opg.cn

本报告释义

在本报告书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

常用词语释义

台（集团）、SMG、上海广播电视台（上海文广集团）	指	上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）
东方明珠、OPG、公司、股份公司	指	东方明珠新媒体股份有限公司
百视通	指	百视通网络电视技术发展有限责任公司
文广互动	指	上海文广互动电视有限公司
尚世五岸	指	上海尚世影业有限公司、上海五岸传播有限公司
东方有线	指	东方有线网络有限公司
移动电视	指	上海东方明珠移动电视有限公司
东方购物、东方数智购	指	上海东方数智购商务有限公司、上海东方电视购物有限公司、东方购物（上海）国际旅行社有限公司、东方购物贸易有限公司、东方购物（上海）电子商务有限公司
东方明珠广播电视塔	指	上海东方明珠广播电视塔有限公司
东方绿舟	指	上海东方绿舟度假村有限公司、上海东方绿舟企业管理有限公司
国会中心	指	上海国际会议中心有限公司、上海国际会议中心（东方滨江大酒店）
梅奔中心、安舒茨	指	梅赛德斯-奔驰文化中心、东方明珠安舒茨文化体育发展（上海）有限公司
东方明珠国旅	指	上海东方明珠国际旅行社有限公司
广电制作	指	上海广电影视制作有限公司
文广科技	指	上海文广科技（集团）有限公司
东方明珠地产	指	上海东方明珠房地产有限公司
东方明珠传输	指	上海东方明珠传输有限公司
尚世影业	指	上海尚世影业有限公司
五岸传播	指	上海五岸传播有限公司

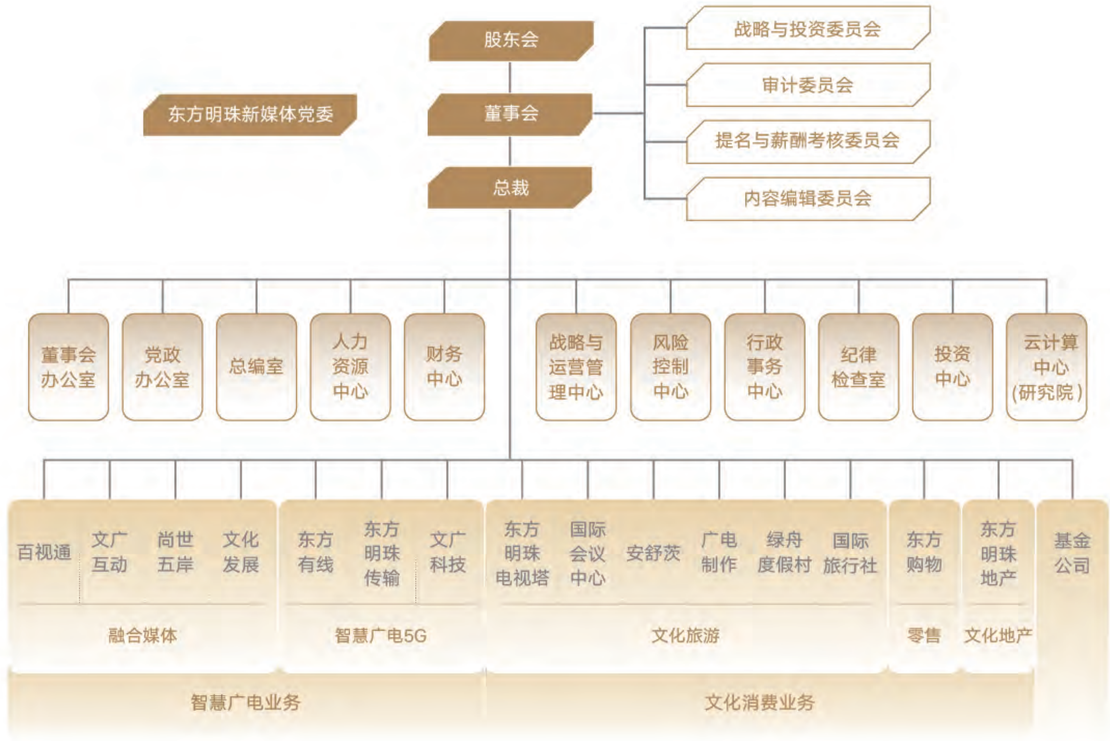
第一章
关于东方明珠

01/ 公司简介

东方明珠新媒体股份有限公司是上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）（SMG）旗下统一的产业平台和资本平台。公司拥有国内全渠道视频集成与分发平台及独具特色的文化内容、文化消费等资源，其中智慧广电业务具体包括融合媒体业务（含有线电视、IPTV、OTT、移动互联网终端、影视内容制作与发行、游戏业务等）、智慧广电5G业务等；文化旅游业务包括围绕东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心（东方滨江大酒店）、梅赛德斯-奔驰文化中心、东方绿舟等多个上海地标性建筑展开的观光游览、浦江游览、酒店餐饮、会务会展、现场演艺、国际国内旅游、度假休闲、户外拓展等文化旅游业务，以视频为核心展现形式的零售业务，及文化地产开发及产业园区运营等业务。公司通过产业资源的整合、打通，满足人民群众日益增长的追求品质生活的需求。

- **蝉联“中国互联网综合实力前百家企业”**
- **连续14年入选“全国文化企业三十强”**

· 公司组织架构 ·



① 公司从事的主要业务

报告期内，公司基于智慧广电生态体系，持续推进媒体融合及产业融合，同时顺应数字化发展新趋势，持续推动产业创新和业务升级。公司依托亿级规模用户，联手SMG，立足智慧广电业务及文化消费业务，通过创新产品体系、拓展营销渠道、提升数字化能力、提高智慧化和精细化运营水平等方式，为广大用户提供优质的文娱消费产品及服务，以满足广大用户不断增长的文化娱乐消费需求及体验。

报告期内，公司已经形成以融合媒体、智慧广电5G为主的智慧广电业务，以及以零售、文旅、文化地产为主的文化消费业务，具体如下：

智慧广电业务

融合媒体业务

业务涵盖内容生产、运营、媒体渠道业务（互联网平台运营、IPTV渠道运营、有线电视运营等）。

紧跟智慧广电转型发展契机，构建全媒体生态竞争能力。融合媒体业务以全媒体渠道矩阵为核心，整合产品、内容、服务等核心资源，加快打造一系列多终端、多形态、多功能的融合媒体平台产品，以“内容+产品和服务”的模式，为用户提供优质生活方式的解决方案，探索广电媒体融合转型的新模式。同时，坚持持续输出优质内容，以满足大众日益增长的文化消费需求。

智慧广电5G业务

以广电5G网络为主要载体，智慧广电5G业务同时发力C端用户市场和政企业务市场。结合自身积累的文化传媒娱乐运营优势和用户基础，形成以5G网络和技术为核心的融合产品及服务解决方案，快速推进5G用户的发展，并不断提升C端用户的通讯及文娱消费体验，同时为政企用户提供有效的行业解决方案，努力实现向全业务运营商的转型发展。

文化消费业务

文化旅游业务

公司拥有东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心（东方滨江大酒店）、梅赛德斯-奔驰文化中心、东方绿舟等多个上海稀缺标志性文化旅游资源，一方面通过观光游览、浦江游览、酒店餐饮、会务会展、现场演艺、国际国内旅游、度假休闲、户外拓展等文化旅游业务满足用户的文旅需求，并通过持续整合内外部优质文旅资源，打造沉浸式演出、场景式体验、线下赛事等一系列线下创新项目持续升级产品及运营模式，提升用户体验；另一方面，通过加快数字化建设，提升运营能级，升级文化消费业务模式，并实现业务间的有效联动。

零售业务

公司以数字化为核心手段，围绕用户需求，持续推进业务转型发展。公司零售业务以视频为主要传播方式，通过配套内容的商品体系和供应链构建，实现内容产品的商业价值变现；同时聚焦数据与流量的价值创新，构建媒体网络的价值体系，通过升级智慧运营场景，用内容产品重构连接力，实现品效合一。

文化地产业务

作为公司传媒产业发展基座，立足文化传媒产业优势，在上海地区打造多个智慧文化产业集聚区，并提供相应的文化产业配套服务，为各业务发展提供更多的战略布局空间，成为公司全产业链聚合发展的落脚点。

② 公司的市场地位及主要的业绩驱动因素

公司作为大型国有文化传媒上市企业，蝉联“中国互联网综合实力前百家企业”，并连续14年入选“全国文化企业三十强”。

公司拥有国内领先的全渠道视频集成与分发平台，运营上海地区广电5G网络服务，拥有上海地区独具特色的文化消费资源，汇聚视频内容、广告、游戏、购物、教育等多元内容及服务，形成线上线下全产业链布局与一体化运营能力，并实现广泛的用户覆盖，在当前流量见顶的市场竞争环境下，公司的业务及能力有利于低成本触达用户，并通过数字化赋能加强用户运营、丰富商业化模式、创新产品和服务不断挖掘用户价值，实现产业价值最大化。

02/

战略与发展

作为中国文化消费服务产业引领者，东方明珠将坚持“文化+科技”发展方向，以“All in AI”为创新抓手，全面树立数智化驱动的产业发展理念。通过全业务环节的数智化建设，深挖数据作为核心战略资产的价值潜能，推动产品体系与运营模式基于人工智能进行全方位重构，构建数据驱动、算法引领、智能迭代的“文化+科技”现代化产业经营新格局。公司战略内涵包含以下三个方面：

1 数智赋能筑牢高效运营基座

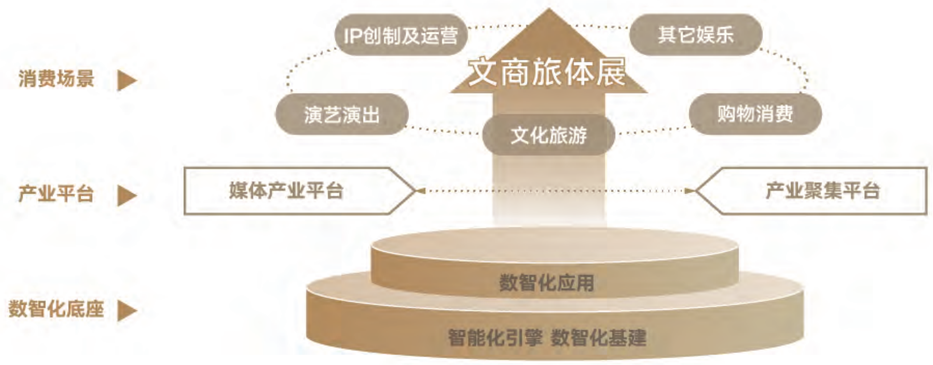
以业务数据闭环与服务能力沉淀为核心，加快AI技术与业务、人员的深度协同融合，通过AI赋能优化业务流程、降低运营成本、提升一线效率，推动垂类产品与商业模式的快速创新、智能迭代与规模应用，打造出可复制、可推广的数智化核心运营体系。

2 深耕IP强化主营业务内核

聚焦IP全生命周期培育与运营，深度运用人工智能技术赋能内容生产和价值挖掘，全面提升优质IP的原创能力与体系化运营水平；以IP塑造为方向，强化公司内容、产品、场景等各类核心资产向IP化方向深度转化与价值放大，形成兼具市场影响力与行业辨识度的特色IP矩阵，为业务升级提供核心支撑。

3 开放协同构建数智产业生态

紧跟人工智能技术发展与产业变革趋势，整合产业资源与资本平台优势，通过战略投资、生态共建、产业协同等方式，前瞻布局关键技术与新兴赛道，拓展“人工智能+”新业态、新模式、新场景，构建开放协同、可持续发展的产业生态，为高质量发展注入数智生态动能。



03/

可持续发展（ESG）治理

公司始终将可持续发展（ESG）理念深度融入企业发展战略与经营管理全流程，建立了权责清晰、运行高效、覆盖全面的可持续发展（ESG）治理体系，形成了“董事会决策统筹、管理层牵头推进、工作组协调管理、各部门及直属管理公司落地执行”的全层级可持续发展（ESG）管理架构，以规范的治理机制、清晰的战略目标、完善的制度体系，推动可持续发展（ESG）工作与业务发展深度融合，切实履行环境、社会与治理责任，助力企业高质量可持续发展。

① 可持续发展（ESG）历程

2016年，公司成立社会责任专项小组负责社会责任报告撰写工作，于2017年发布首份社会责任报告，基本覆盖环境、责任、治理三大维度的相关信息。

2022年，公司将社会责任体系（CSR）升级为环境、社会和治理体系（ESG），进一步明晰治理责任、社会责任和环境责任的履责维度，并搭建了可持续发展（ESG）管理架构。

2023年，公司积极响应上海市国资委开展的上海市国有控股上市公司可持续发展（ESG）工作机制建设工作，进一步完善ESG治理结构和信息披露机制。

2024年，公司对上海证券交易所发布的《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）》进行了深度研究，将环境、社会和治理（ESG）报告升级为可持续发展（ESG）报告，进一步助力公司可持续发展。

2025年，公司持续紧跟国内外可持续发展（ESG）政策更新动态与行业发展前沿趋势，深度对标上海市国有资产监督管理委员会发布的《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系2026版》，系统学习指标体系核心要求与配套工作导则，迭代优化公司可持续发展（ESG）管理体系、指标统计口径与信息披露机制，推动可持续发展（ESG）管理工作与监管要求、行业标杆接轨，以体系化、精细化的可持续发展（ESG）管理持续赋能公司高质量可持续发展。

② 可持续发展（ESG）体系架构

公司以可持续发展（ESG）战略为核心，建立了覆盖可持续发展（ESG）全管理流程、全业务领域的制度体系，明确可持续发展（ESG）管理的权责边界、工作流程与执行标准，为可持续发展（ESG）工作规范化、标准化开展提供坚实的制度保障。

公司将可持续发展（ESG）理念融入公司发展战略、经营管理活动中；建立可持续发展（ESG）相关绩效指标，并逐步将相关绩效指标纳入薪酬和考核评价体系，不断提升可持续发展（ESG）管理能力；定期披露公司可持续发展（ESG）报告，促进自身和经济社会的可持续发展，逐步强化对经济、社会和环境的协同贡献与价值赋能，持续打造文化传媒行业ESG履责标杆。

· 履责维度 ·

治理责任 推动资本市场良性发展	社会责任 促进企业和社会和谐发展	环境责任 绿色生产和可持续发展
①党建引领 坚持党的领导，将党建工作融入企业治理全过程。 ②规范治理 完善公司治理结构，确保董事会独立性和审计委员会监督职能的有效发挥。 ③合规经营 严格执行国家法律法规和行业标准，确保经营活动合法合规。 ④数据治理 建立完善的数据治理体系，保障数据安全与隐私保护。 ⑤创新发展 推动技术创新和业务模式创新，提升企业核心竞争力。	①雇主责任 关注员工权益保障，提供公平的工作环境和发展机会。 ②客户保障 优化客户服务体验，确保客户权益得到充分尊重和保护。 ③政府响应 积极响应政府号召，服务国家和上海市发展战略。 ④供应链管理 推动供应链上下游企业的可持续发展，建立绿色供应链体系。 ⑤社会贡献 积极参与社会公益事业，助力乡村振兴和社区发展。	①环保管理 优化能源结构，减少碳排放，推动绿色办公。 ②环保运营 在业务具体环节中融入环保理念。 ③环保宣传 通过媒体平台传播环保知识，提升公众环保意识。

③ 可持续发展（ESG）工作组织架构

公司建立了由“董事会—可持续发展（ESG）工作小组—公司总部各部门和直属管理公司”组成的可持续发展（ESG）管理架构，形成自上而下统筹推进、自下而上落地执行的闭环管理体系，不断提升公司可持续发展（ESG）治理水平，将可持续发展（ESG）理念融入企业的日常运营管理中。

决策层——董事会

董事会是公司可持续发展治理的最高决策机构，主要职责包括：

① 审议批准公司可持续发展（ESG）战略/规划和目标，可持续发展（ESG）治理架构及重要制度，以及可持续发展（ESG）相关重要事项。
② 监督管理公司总部各部门和直属管理公司推进落实可持续发展（ESG）工作。
③ 监察公司运营情况和财务表现。
④ 督促公司可持续发展（ESG）风险管理，完善内部控制和管理制度。
⑤ 督促公司可持续发展（ESG）信息披露工作，审议批准公司可持续发展（ESG）报告披露。

管理层——可持续发展（ESG）工作小组

可持续发展（ESG）工作小组是可持续发展（ESG）的战略执行机构，主要职责包括：

① 协助董事会制定公司可持续发展（ESG）战略、规划和制度，并设定可持续发展（ESG）管理目标。
② 推动公司可持续发展（ESG）项目的实施与落地。
③ 对公司可持续发展（ESG）开展情况及各项指标进行收集与披露。
④ 搜集利益相关方意见和建议，及时上报董事会。
⑤ 依托公司全面风险管理体系对可持续发展（ESG）风险及影响进行统一把控。

执行层——公司总部各部门和直属管理公司

执行层是可持续发展（ESG）战略的具体执行单位，主要职责包括：

① 共同负责可持续发展（ESG）战略和目标的具体执行工作。
② 在日常运营中融入可持续发展（ESG）理念。
③ 不断改进落实可持续发展（ESG）工作。

④ 可持续发展（ESG）专业技能和能力

内部培训

公司高度重视员工可持续发展（ESG）意识提升，2025年度开展了以下培训活动：

董事会及高管
关注可持续发展（ESG）国内外最新政策及趋势，充分了解可持续发展（ESG）对公司的重要性。

召开2024年度可持续发展（ESG）工作总结会
全面复盘年度可持续发展（ESG）工作成效，表彰先进典型，分享创新实践经验，部署下一阶段重点工作，推动公司可持续发展（ESG）工作持续深化、提质增效。

可持续发展（ESG）工作小组学习
积极参加各类可持续发展、ESG及相关行业论坛，与外部专家针对公司具体情况交流可持续发展（ESG）工作的实践路径。

可持续发展（ESG）相关工作人员培训
召开线下培训，围绕可持续发展（ESG）管理实务开展专题讲座。

全体员工宣讲
通过线上平台普及可持续发展（ESG）基础知识。

信息收集方式

公司建立了多渠道信息收集机制：

内部沟通
通过会议、点对点沟通等形式汇总各部门可持续发展（ESG）工作进展。

邮件回复
设立专门邮箱收集员工及利益相关方的意见和建议。

信息跟踪
建立常态化的可持续发展（ESG）信息及数据的收集与更新机制。

⑤ 可持续发展（ESG）信息报告机制

日 日常信息披露

公司高度重视可持续发展（ESG）信息披露，持续提升可持续发展（ESG）披露的完整性、及时性、准确性和透明度。目前公司已形成包括日常可持续发展（ESG）信息披露和年度可持续发展（ESG）信息披露的披露体系。日常可持续发展（ESG）信息披露方面，公司通过官网、官微等官方渠道，及时传递公司可持续发展（ESG）动态，并与媒体积极沟通交流，传递可持续发展（ESG）信息，帮助利益相关方了解公司可持续发展（ESG）价值。

年 年度信息披露

年度可持续发展（ESG）信息披露方面，2025年，公司ESG工作小组深度对标上海市国有资产监督管理委员会发布的《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系2026版》，系统学习指标体系核心要求与配套工作导则，全面优化公司ESG管理体系、指标统计口径与信息披露机制，推动ESG管理工作与最新监管要求、行业优秀标杆逐渐接轨，以更体系化、更精细化的ESG管理持续赋能公司高质量可持续发展。

截至本报告发布，公司已连续第十年开展ESG相关年度信息披露工作，并在公司官网专门设置社会责任专栏，持续向公众开放历年ESG/社会责任报告查询渠道。

⑥ 可持续发展（ESG）第三方评价

“第一届传媒业可持续发展指数”发布，公司凭借在可持续发展（ESG）领域的扎实实践，进入总榜TOP20及电视广播公司分榜TOP5，以“高阶探索者”评级展现文化消费传媒企业的可持续发展实力。

第一届传媒业可持续发展指数由中国新闻文化促进会指导，香港中文大学商业可持续发展中心、中国传媒大学国家治理研究院、联合国教科文组织媒介素养联盟成员单位《传媒1号》联合发起，依托“传媒业可持续发展VPI评级模型”，对85家中国内地上市传媒企业的可持续发展（ESG）表现进行数据化剖析，评级过程与指数结果受香港通用检测认证有限公司（SGS）监督。

⑦ 可持续发展（ESG）数字化建设

可持续发展（ESG）数字化建设是公司落实可持续发展（ESG）治理要求、推进绿色低碳转型、提升环境管理精细化水平的核心举措，更是实现可持续发展（ESG）战略落地的重要支撑。为夯实环境管理数字化基础，规范环境数据管理流程，2025年度，公司聚焦主要耗能主体，开展了专项环境管理基础调研工作，全面摸排各单位环境数据统计现状与管理制度建设情况，为集团级可持续发展（ESG）数字化平台建设奠定坚实基础。

在环境相关数据统计调研方面，重点梳理各直属管理公司能源消耗（电力、燃气、燃油等）、水资源利用、温室气体排放、固体废弃物（可回收、不可回收）及危险废弃物产生与处置等关键环境指标的统计现状，详细核查数据采集口径、统计方法、台账建立、记录保存及内部报送流程，全面掌握各单位数据统计的规范性、完整性和及时性，梳理出数据统计过程中存在的标准化不足、口径不统一等潜在问题。

在环境管理制度调研方面，公司系统评估各直属管理公司现有环境管理相关规章制度、责任分工体系、流程管控机制及执行落实情况，重点核查环境管理岗位设置、责任落实、考核机制及应急处置流程等内容，全面梳理管理制度的完善性、适用性和可操作性，计划形成涵盖各单位环境管理优势与改进方向的调研总结。

通过本次专项调研，公司全面摸清了五大重点耗能主体的环境数据管理能力与制度建设水平，明确了环境数据标准化、管理流程规范化、治理手段数字化的优化方向，积累了翔实的基础数据和实践经验，为后续统筹推进可持续发展（ESG）数字化建设提供了科学依据。

下一步，公司将以调研成果为核心基础，以百视通、东方有线、梅奔中心、东方明珠广播电视塔、国会中心为试点单位和核心数据源，启动集团级可持续发展（ESG）数据信息库建设工作。通过统一环境数据统计标准、规范数据归集流程，实现各单位关键环境数据的统一归集、动态监测、智能分析与可视化展示，推动环境管理从分散化、人工化台账管理，向集中化、数字化、精细化管控转型，以数字化赋能绿色低碳发展，持续提升公司可持续发展（ESG）治理能力，助力集团实现高质量、可持续发展目标。

04/

可持续发展（ESG）利益相关方

① 可持续发展（ESG）利益相关方识别

公司秉持“互利共赢、协同发展”的理念，基于自身行业特性与业务运营实际，建立了系统化的利益相关方识别与管理机制，全面识别受公司经营活动影响、以及能够影响公司发展的利益相关方群体，深入了解各利益相关方的核心诉求与期望，通过常态化沟通与积极回应，持续为各利益相关方创造价值。

利益相关方识别原则

公司以“重要性、相关性、影响力”为核心原则，结合监管政策要求、行业发展趋势、公司业务特点，通过政策分析、行业对标、内部调研、外部访谈等方式，系统识别对公司经营发展、可持续发展目标实现具有重要影响的利益相关方群体，同时评估各利益相关方的关注议题、诉求优先级与影响程度，形成公司利益相关方清单。

核心利益相关方识别结果

公司最终识别并确立了政府及监管机构、股东及投资者、客户及消费者、员工、供应商及合作伙伴、社区及公众、行业协会及社会组织七大核心利益相关方群体，全面覆盖公司经营发展全价值链相关方。

利益相关方核心诉求识别

针对各核心利益相关方，公司通过常态化沟通、问卷调研、座谈访谈等方式，系统识别各利益相关方的核心诉求与期望。

② 开展利益相关方沟通活动

公司密切关注各利益相关方核心诉求，采取多元化沟通方式，有针对性地进行沟通，回馈各利益相关方，保障各方利益、促进共赢。

利益相关方	利益相关方关注点	我们的沟通方式
股东	· 良好的业绩表现及投资回报 · 积极完整的信息披露、畅通的投资者沟通机制 · 公司运营良好，可持续发展	· 增加股东的流动性和收益性，连续多年进行分红 · 及时、准确披露公司公告，召开股东会、投资者交流会，组织路演，建立各类投资者沟通机制，开设投资者热线及邮件、动态信息反馈 · 用有效的内部控制保证公司稳定与规范运作
客户	· 优质的服务 · 高性价比 · 质量与安全保障	· 客户满意度调查 · 产品宣传指导 · 客户服务电话 · 各类售后服务
员工	· 权益保护 · 个人发展 · 能力提升	· 培训机制、导师沟通 · 考核机制、员工工会 · 员工问询调查 · 员工心理辅导
政府	· 合法经营 · 依法纳税 · 助力政府与公众搭建沟通	· 政策指示、工作汇报、日常沟通
合作伙伴	· 诚信互惠 · 公平采购	· 为对方创造合作机会、会议沟通、电话沟通
弱势群体	· 提供帮助	· 参与帮扶实践、整合帮扶资源、提供帮扶资金 · 组织帮扶成果拜访、开展技能培训 · 探索弱势群体需求、创新产品服务
公益组织	· 有助于社会和谐的行为	· 组织各类公益活动 · 配合各类公益活动
自然环境	· 支持绿色、低碳发展	· 环保管理 · 环保运营 · 环保宣传
媒体	· 信息公开、沟通顺畅，能够及时获取公司信息	· 完整的媒体沟通及媒体发布体系 · 主流媒体报道覆盖 · 官网和官方微信及时更新

05/

实质性议题识别

① 实质性议题分析

公司以国家政策要求为导向，严格遵循监管要求，参考资本市场、评级机构、国际报告标准机构以及同行企业关注的可持续发展议题，结合实际业务情况，参照专家建议，与各利益相关方积极沟通并了解其诉求和关注点，从对公司发展的影响、对利益相关方的影响两个维度综合评估，确定实质性议题。

实质性议题分析流程图

·实质性议题初步识别·

通过政策研究、企业自身业务情况梳理、同业对标和专家咨询，对实质性议题进行初步识别，形成初步议题清单。

·公司内部利益相关方沟通·

公司内部利益相关方沟通：与内部各部门和直属管理公司沟通交流，了解公司内部关注点并识别这些点的实际和潜在影响，修订初步实质性议题清单；与涉外部门交流并制定外部利益相关方访谈规划。

·公司外部利益相关方沟通·

公司外部利益相关方沟通：结合修改后的实质性议题清单以及访谈规划，沟通外部利益相关方，了解其关注点和诉求，对实质性议题清单予以修订。

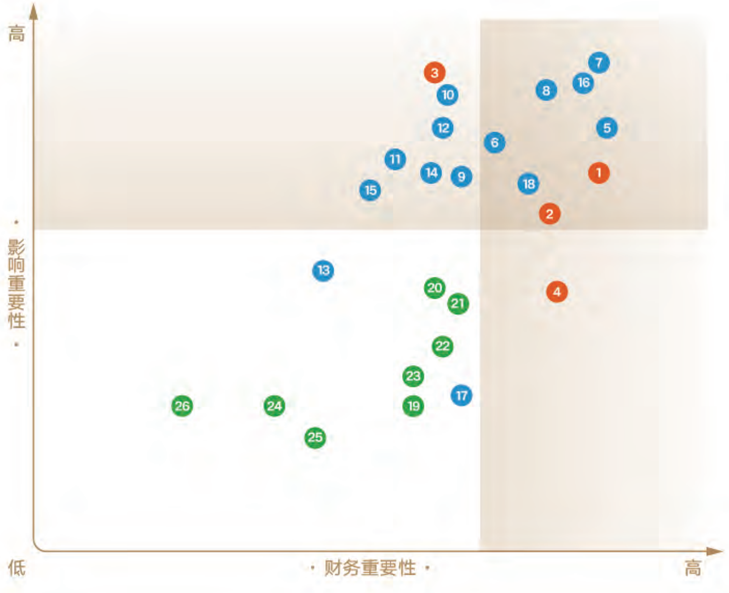
·实质性议题重要性和优先级别评估·

遵循“可持续发展背景原则”“双重重要性原则”“实质性原则”“完整性原则”“利益相关方参与原则”，与公司内部管理层及外部专家分析审核实质性议题，并评估实质性议题的重要性，形成实质性议题清单。

② 实质性议题清单和管理

领域	实质性议题	实质性议题管理
G 治理	党建引领	坚持党的领导、党建融入公司治理、党风廉政建设
	公司治理	经营管理体系、多元化管治、规范运作
	利益相关方沟通	信息披露、重视投资者关系管理
	商业道德管理	合规经营、完整有效的内部风险管理体系、加强内部监督和培训、反贪腐、反不正当竞争、接受市场监督
S 社会	雇主责任	平等雇佣、员工各项权益保障、员工健康和安全管理、员工培养和有效激励、员工关爱和帮扶
	供应链管理	供应商合规管理、供应商ESG管理
	产品和服务安全与质量	产品质量管理制度、产品质量管理体系认证情况、产品服务优化及提升
	客户隐私保护	保护客户隐私
	助推乡村振兴	助力智慧乡村建设、电商助农、乡村振兴成果宣传
	社会贡献	加强宣传主阵地建设、做好反诈宣传、开展广电惠民活动、促进为老服务发展、贡献公益力量
	经济发展	依法纳税、促进就业、创造经济效益
	行业共赢	加强行业合作
	促进国内外交流	高水平文化对外输出、搭建国际交流平台、助力国际交流互动
	发挥国有企业带头作用	公益传播、国家重大活动支持
	创新驱动	产品创新、服务创新
	科技伦理	智慧运营、知识产权保护
	数据治理	数据安全、数据治理体系建设
	关爱弱势群体	参与组织帮扶、探索弱势群体需求创新产品服务
E 环境	应对气候变化	加强碳管理、积极助力“双碳”目标实现
	环境合规管理	建立合规管理机制、避免违规事件发生
	能源利用	制定能源管理机制、节能设备改造、节能技术应用
	水资源利用	有效使用水资源、提升水资源回收利用
	废弃物处理	妥善处理废水、废气、固体废弃物
	污染物排放	遵循法律法规、严格污染物管理
	循环经济	资源循环利用、回收利用废弃物
	生态系统和生物多样性保护	广泛开展生物多样性保护宣传

实质性议题分析矩阵



G

1 党建引领*　2 公司治理*　3 利益相关方沟通　4 商业道德管理

S

5 雇主责任*　6 供应链管理*　7 产品和服务安全与质量*　8 客户隐私保护*

9 助推乡村振兴　10 社会贡献　11 经济发展　12 行业共赢

13 促进国内外交流　14 发挥国有企业带头作用　15 关爱弱势群体　16 创新驱动*

17 科技伦理　18 数据治理*

E

19 应对气候变化　20 环境合规管理　21 能源利用　22 水资源利用

23 废弃物处理　24 污染物排放　25 循环经济　26 生态系统和生物多样性保护

注：星标（*）议题为双重重要性议题

06/

年度履责大事记

东方明珠文旅板块有力承接“China Travel”流量

2025年初，入境免签政策利好持续释放，“China Travel”“来上海过周末”热潮下，东方明珠旗下文旅板块迎来打卡高峰，多维度升级服务、整合资源，精准承接入境文旅流量。东方明珠塔配备多语种服务人员，上线双语标识导览图，“数智塔塔”智能体导览工具支持中英文自由切换；梅奔中心启用中英双语入场播报系统，提升入境观演体验；国会中心推出食宿+文旅一站式订房产品，深化与浦东美术馆等周边优质资源联动。东方明珠国旅同步发力研学赛道，最新研学产品已在澳洲多校推广，暑期落地13天沪陕京研学行程，让入境学生深度体验中华传统文化与江南文化精髓。

2024年上海国际传播双评选揭晓 五岸传播、尚世影业斩获殊荣

2024年度上海市“中华文化国际传播”项目与“银鸽奖”评选结果正式揭晓，五岸传播、尚世影业凭借优质国际传播实践双双斩获荣誉。五岸传播打造的俄罗斯“白玉兰剧场”中国内容专区创建与传播项目，成功入选“中华文化国际传播”项目中华文化国际表达名单，该剧场登陆俄罗斯两大主流平台，多语种译制呈现多元中国视听内容，架起中俄文化交流桥梁。尚世影业舞剧电影《永不消逝的电波》澳门推介活动，荣获“银鸽奖”国际传播活动优胜奖，影片以创新艺术表达传播红色文化，在澳门展映中收获广泛关注，助力中华文化多元出海。

东方购物打造“白玉兰直播间”1+4矩阵 赋能城市文商旅体展融合发展

2月，东方购物入选第二批上海市直播电商基地，启幕白玉兰“文商旅体展”城市之旅，打造“白玉兰直播间”特色IP，在文化传承与创新融合、资源整合与生态构建、技术开拓与全球视野三个方面着力体现价值功能。东方购物计划打造“1+4”直播生态圈，包括东方购物直播基地以及分别位于东方明珠广播电视塔、世博源、杨浦滨江、东方明珠凯旋中心4个特色直播间，依托东方明珠资源优势，融合海派文化与商业场景，打造沉浸式直播体验，助力上海直播经济高地建设与文商旅体展深度融合。

连续14年入选“全国文化企业30强”名单

5月26日，第十七届“全国文化企业30强”名单发布，东方明珠凭借卓越的综合实力和广泛的行业影响力再度上榜。这是东方明珠连续第14年获此殊荣，彰显公司在中国文化产业中的领先地位和持续稳健的发展态势。

东方明珠璀璨夜发布重磅举措 数智融合锚定发展新航向

6月25日，东方明珠举办“东方明珠璀璨夜”活动，发布多项合作与创新项目，以“产品、用户、技术、生态”四维驱动布局数智转型，谋划设立数字内容创新基金等四项重点工作。公司旗下尚世影业打造“蛮好的上海”系列精品，东方有线推出超高清AI智能体“东东”，百视通联手上海博物馆打造数字孪生博物馆，东方明珠塔启动“年轻力工程”打造陆家嘴主题乐园样本。现场还揭牌复旦联合实验室，东方数智购与两大AI企业签约，以校企、企业合作深化技术融合，推动文化科技深度发展。

东方明珠塔潮玩馆、昆虫馆齐开 拥抱Z世代 打造文旅新场景

东方明珠塔聚焦年轻力与亲子消费，相继开放潮玩艺术馆与昆虫馆，持续推进地标乐园化升级。潮玩艺术馆作为国内首个地标级潮玩文化综合体，汇聚迪士尼、漫威、宝可梦等顶流IP，以多元主题空间与“展览+收藏+社交”模式，成为Z世代打卡新地标。昆虫馆集活体展示、科普互动、自然教育于一体，丰富亲子游玩体验。两大场馆精准覆盖年轻群体与家庭客群，以潮流与科普双场景激活文旅消费，进一步提升城市地标吸引力与年轻化活力。

东方智媒城启幕 落地超高清平台打造国家级大视听集聚区

4月25日，东方智媒城正式亮相并启动上海超高清视听产业开放服务平台。东方智媒城为中宣部国家文化产业发展首批入库项目，由东方明珠与临港集团共建，总投资近百亿、建面约百万方，也是上海广播电视台产业主基地。平台聚焦超高清、AI、XR等技术，以三大核心功能提供一站式技术服务方案。智媒城基建、生态、配套体系完善，已汇聚央视国际在线、百度数据等企业，还将持续导入新赛道资源，深化文化科技融合，打造具有国际影响力的国家级大视听产业集聚区。

以二次元生态助力城市消费新引擎 CCG于首届上海之夏国际动漫月期间召开

2025首届上海之夏国际动漫月于7月4日至8月10日举办，作为上海国际消费季标杆活动，首次实现三大顶流漫展破界联动，联动全市81个二次元地标、18大核心商圈打造沉浸式消费场景，预计吸引超百万海内外观众，以二次元生态撬动文商旅体展融合消费。

CCG EXPO作为动漫月核心展同步启幕，汇聚全球480家参展方，首创上海国际桌面游戏精英赛，还将展馆拓展至苏州河滨水空间，打造“次元走廊”、IP主题“痛船”等特色场景，活化城市空间的同时，以多元互动体验集聚超高人气，持续释放二次元文化消费潜力，助力上海打造全球次元文化新地标。

“东方有线超高清AI升级行动”正式启动

9月，东方有线正式启动“超高清AI升级行动”，计划在未来2-3年内为上海全市有线电视用户免费更换超高清AI机顶盒。此次升级不仅通过4K/8K等技术实现画质飞跃，还搭载AI智能体“东东”，提供语音交互与AIGC功能。该行动旨在推动家庭视听服务迈入超清化、智能化新阶段，是公司践行“技术惠民、服务为民”理念，助力上海国际数字之都建设的重要举措。

百视通成立20周年 发布五年蓝图迈向智慧家庭文娱平台服务商

11月18日，中国IPTV产业的开创者与领先者——百视通在上海国际会议中心举行成立20周年企业分享会。作为公司旗下核心的新媒体业务主体，百视通在会上发布了未来五年的发展蓝图，集中推出生态合作、新品上线、场景拓展等多项重磅举措，明确以新质生产力驱动转型升级，向“智慧家庭文娱平台服务商”的目标全速迈进。

梅奔中心喜迎千场演出与15周年双庆 打造城市文化盛宴

梅奔中心迎来千场演出里程碑与成立15周年双庆。9月，张艺兴演唱会成为第1000场演出，场馆推出主题光影秀、打卡互动等活动，带动文旅消费热潮。11月，以Katy Perry演唱会启幕15周年庆典，同步开启快闪市集、会员抽奖等活动，限定文创同步上线。

自2010年王菲首唱启幕以来，梅奔中心累计接待观众近千万人次，涵盖演唱会、体育赛事等多元业态，通过文商旅体展融合，成为上海文化地标，持续助力国际文化消费中心建设。

东方明珠塔升级“演艺+文旅+消费”融合模式 推出“MAYDAYLAND 上海东方明珠梦想博览会”

11月，五月天“5525+1回到那一天”演唱会上海站开唱之际，东方明珠广播电视塔与相信音乐再度深化合作，于11月1日至23日重磅推出“MAYDAYLAND 上海东方明珠梦想博览会”。这场集沉浸式特展、黄浦江主题游船、限定周边于一体的快闪盛宴，既是9月“演艺+文旅+消费”融合模式的延续升级，更以“梦想起点”与“航向无限”双主题，串联五月天与上海“一江一河”文旅记忆，推动“为一场演出赴一座城”向“因一场演出爱上一座城”的深度跨越。

尚世五岸《蛮好的人生》获评广电融合创新优秀案例 以剧赋能城市文旅

12月，上海广电媒体融合创新实践成果分享会举办，尚世五岸《蛮好的人生》“好剧赋能城市文旅” 项目获评优秀案例。该剧由孙俪、董子健领衔，央八首播平均收视1.62%、单集最高2.17%，是优酷年度畅销榜TOP10中唯一都市剧集。作品以86处上海地标为依托，构建“内容输出+场景再造+商品衍生”运营模式，定制打卡路线、推出商业联名，实现内容价值与文旅发展双赢，为影视与城市文旅深度融合提供了优质实践样本。

第二章
公司治理

年度绩效展示

· 经营绩效 ·

营业收入
74.89
亿元

归属上市公司股东的净利润
6.17
亿元

加权平均净资产收益率
2.06%

基本每股收益
0.18
元/股

资产负债率
18.82%

· 治理绩效 ·

2025年

公司股东大会召开会议
2次

筹备召开董事会会议
6次

筹备召开监事会会议
5次

2025
年度股东分红
2次

严格履行信息披露责任

年度共计发布公告
108个

提交上海证券交易所
公告相关备查各类文件
184个

董事会办公室
组织接待了10余场
定增股东、投资机构
来公司现场调研

参与资本市场策略会
及机构调研10余场

浏览回复
投资者邮件
近90封

接听
中小投资者来电
200余次

答复
上证E互动平台
13个提问

2025年5月15日公司
召开了2024年度业绩说明会
回答投资者问题
19个

2025年9月19日公司召开了上海辖区
上市公司集体接待日暨中报业绩说明会
回答投资者问题
16个

01/

党建引领

截至2025年底

东方明珠新媒体股份有限公司

直属党组织	基层党总支	基层党支部
18个	1个	65个

党员1369名

① 强化政治引领，把稳思想建设“方向盘”

2025年，东方明珠新媒体股份有限公司党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神和二十届历次全会精神，不折不扣完成深入贯彻中央八项规定精神学习教育，以严实作风推动全面从严治党向纵深推进，切实把党建优势转化为推动公司高质量发展的实际成效。

坚持大抓基层导向。公司党委牵头抓总，强化“穿透式”督导，通过“工作提示+季度检查+反馈整改”的闭环机制，全面指导和监督基层党组织工作。召开直属党组织书记例会5次，发放党建工作提示10期，列席8家基层党组织组织生活，每季度对18家直属党组织和66个基层党组织党建工作台账从严抽查，同步反馈分管领导和主要领导，并对各直属党组织整改情况进行复查，将复查情况与年度考核挂钩。

高标准开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育。第一时间召开部署会、制定方案、成立工作专班，坚持把学习教育作为贯彻全面从严治党要求的重要抓手，坚持学到深处、查到细处、改到实处，做到一体推进、一体贯通、一体落实，推进学习教育走深走实走心。

6月30日，台（集团）党委副书记、副台长、总裁，东方明珠党委书记、董事长宋炯明以《以八项规定精神 引领东方明珠高质量发展》为题讲授专题党课。宋炯明在专题党课中强调，中央八项规定精神引领助力公司高质量发展，贵在“长”和“常”——要长期坚持、常态落实。他紧扣中央八项规定及精神，围绕八项规定精神“为什么要学”“是什么规范”“做了什么成就”“带来了什么变化”“具体怎么做”五方面展开，并结合公司实际，提出四点要求：一是领导干部要抓好作风建设，练强“政治三力”；二是领导班子要扎根一线，直击问题、研究解决路径；三是职能部门要将学习教育融入作风、融入经营、融入管理、融入文化，确保落地见效；四是纪委和各监管部门要强化监督保障，担起“守门员”职责。东方明珠领导班子成员、中层干部、基层党支部党员等近百人参加会议。

② 坚持全面从严治党，拧紧责任“螺丝钉”

持续发挥党委把关定向作用。贯彻落实《中国共产党国有企业基层组织工作条例（试行）》，认真落实公司《党委会议事决策规则》和《贯彻“三重一大”事项集体决策制度的实施细则》，在完善公司治理中加强党的领导，落实防风险、强监管、促发展等重点任务。全年召开党委会**22**次，研究“三重一大”事项**88**项，专题讨论党建工作**21**项。

压紧压实管党治党责任。认真贯彻落实全面从严治党责任，制定《中共东方明珠新媒体股份有限公司委员会关于深化细化全面从严治党“四责协同”机制实施细则》。签订台（集团）党委全面从严治党责任书**10**份，班子履行全面从严治党责任的意识不断增强。签订直属党组织2025年全面从严治党责任书**112**份，加强督查“三份清单”落实情况。同步推动各级党组织逐级制定全面从严治党责任书，**66**个基层党组织全覆盖。制定《东方明珠2025年党建工作要点》，结合全年工作重点明确**18**项考核细则，将党建考核纳入公司KPI考核体系。

③ 党风廉政建设

为深入贯彻落实全面从严治党战略方针，推动党风廉政建设与反腐败工作同公司治理深度融合，提升监督体系整体效能，公司于2025年正式成立了党风廉政建设和反腐败工作协调小组（以下简称“协调小组”）。此举旨在进一步健全完善公司内部监督体系，整合各职能中心的监督资源与力量，形成监督合力，确保公司运营活动严格遵守国家法律法规、党内法规以及商业道德规范，是公司在完善治理结构、强化风险内控、践行廉洁承诺方面的一项关键制度建设。协调小组的设立，严格依据《中国共产党章程》《中国共产党党内监督条例》等党内法规的基本精神与原则，并充分结合了关于反腐败、促进廉洁从业的核心要求。协调小组由公司纪委书记担任组长，确保了工作的权威性与独立性。小组成员构成涵盖党政办公室、人力资源中心、财务中心、战略与运营管理中心、风险控制中心、纪律检查室等关键职能部门，由各部门党员负责同志担任成员。协调小组的成立一方面体现了党组织的领导作用，另一方面确保了监督工作能够深入覆盖战略决策、选人用人、资金使用、运营管理、风险防控等企业运营的核心环节与廉洁风险易发多发领域，实现了党内监督与公司治理监督的有机统一。自成立以来，协调小组定期召开会议，通报情况、研判风险、部署任务，推动了跨部门信息共享与协同监督，提升了公司整体腐败风险的识别、预警与处置能力，将廉洁从业要求系统嵌入公司治理流程，为公司可持续发展进一步夯实根基。

02/

规范治理

① 公司治理结构

公司严格遵守中国证券监督管理委员会的证券监管规则和上海证券交易所法律法规及行业规范，持续完善公司治理结构，规范公司运营管理流程，建立了由股东会、董事会和管理层组成的公司治理架构，同时形成了包括激励机制、监督与制衡机制的治理机制，构建了权责明确、各司其职、相互协调、有效制衡、科学决策、规范运作的经营管理架构。

公司严格按照上市公司相关法律法规的要求，不断完善由股东会、董事会和管理层构成的现代法人治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和经营管理者之间的制衡机制。

2025年12月4日，公司召开第十届监事会第十五次（临时）会议，审议通过了《关于不再设立监事会相关事项的议案》。根据新修订的《中华人民共和国公司法》及中国证监会《上市公司章程指引》等相关规定，结合公司实际情况，公司不再设立监事会，由董事会审计委员会行使法律法规规定的监事会职权，同步废止《东方明珠新媒体股份有限公司监事会议事规则》。2025年12月22日，公司召开2025年第一次临时股东大会，审议通过了《关于不再设立监事会相关事项的议案》。

关于股东会

股东会依法行使重大决策、选举和更换董事、审议批准利润分配方案等职权。公司严格按照《中华人民共和国公司法》《公司章程》等规定，规范股东会召集、召开、表决等程序，充分保障股东尤其是中小股东的知情权、参与权、决策权和监督权。2025年，公司股东会共召开2次会议，所有会议均严格履行通知、审议、表决、披露等流程，决议合法有效。

关于董事和董事会

公司董事会严格按照《中华人民共和国公司法》《公司章程》等相关规定规范运作，依法履行相关权利及义务。公司董事会由9名董事组成（含3名女性，占比33.33%），其中3名为独立董事，占比33.33%；7名为外部董事，占比为77.78%。

管理层

管理层对董事会负责，主持公司日常生产经营管理工作，组织实施董事会决议和年度经营计划。公司建立了规范的高级管理人员聘任、考核和激励机制，明确高级管理人员职责权限，确保管理层高效、合规履职，推动公司战略落地和经营目标实现。2025年，公司高级管理人员数量为7人，其中女性2人，占比28.57%。

② 投资者关系管理

公司始终坚持“以投资者为本”的理念，高度重视投资者关系管理工作，建立了多渠道、全方位的投资者沟通机制，努力搭建公司与投资者之间的有效沟通桥梁，提升投资者对公司的认知度和认同感。

沟通渠道建设

公司通过业绩说明会、投资者调研、上证E互动平台、投资者热线、投资者邮箱等多种渠道，与机构投资者、中小投资者保持常态化沟通。2025年，董事会办公室组织接待定增股东、投资机构现场调研10余场，参与资本市场策略会及机构调研10余场；接听中小投资者来电200余次，浏览回复投资者邮件近90封，答复上证E互动平台13个提问，及时回应投资者关切。

业绩说明会召开

公司分别于2025年5月15日，9月19日召开公司2025年度业绩说明会及上海辖区上市公司集体接待日暨中报业绩说明会，公司管理层出席会议，围绕公司经营业绩、战略规划、业务发展、财务状况等投资者关心的问题，进行全面、深入的解答，共回答投资者问题35个，有效传递公司经营理念和发展前景。

投资者回报机制

公司兼顾投资者即期利益和长远利益，实施与公司经营业绩及未来发展相匹配的持续且稳定的利润分配政策，在实现自身长期可持续发展的同时，与投资者共享企业发展成果。2025年，公司共实施股东分红2次，切实提升投资者的获得感和满意度。

03/
合规经营

① 合规管理体系

严格遵守国家法律法规，坚持依法治企，建立公司合规运营管理体系。

根据《企业内部控制基本规范》，内部控制是由董事会、管理层和员工共同实施的，旨在实现财务报告可靠性、经营效率提升和合规目标的过程。对上市公司而言，内部控制目标主要为：一是保障财务信息真实透明，防范舞弊风险；二是优化资源配置，提升运营效率；三是确保经营活动符合《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》等法律法规要求。

① 完善中国特色现代企业制度，提升风险管控能力

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，东方明珠坚持市场化、法治化、国际化方向，完善中国特色现代企业制度，持续提升风险管控能力，为建设规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场，促进经济高质量发展贡献力量。

东方明珠形成了决策、管理、监督各环节协调、高效运转的公司治理规范机制。公司认真落实国务院、国资委关于国有企业完善法人治理结构、“三重一大”决策制度的要求，每项重大决策议案均需详细说明管理层结论性意见、专业机构意见并附完整的相关会议纪要，涉及“三重一大”的议题由党委会前置研究并形成意见，为董事会科学有效决策提供支撑。

② 健全内控制度层级架构，推进管理体系标准化

东方明珠内部控制严格遵循全面、重要、制衡、适应、成本效益的原则，形成了包括公司组织结构、规章制度、业务流程、事故防范及应急处理措施的全面、系统、及时、有效的制度体系。公司内部控制制度覆盖到了决策、执行、监督、反馈等各个环节，并将根据法律法规的变动和经营发展实际情况，适时修订各项内部管理制度，确保各项业务在风险可控的前提下健康发展。

制度流程规范化是确保企业治理效能与运营合规性的核心抓手。通过明晰权责边界、优化决策授权机制，可有效规避“人治”引发的管理异化，提升组织运行效率与风险抵御能力。东方明珠严格遵循相关法律法规，不断完善公司制度及流程全过程审批环节，将公司治理结构与制度流程体系深度融合，形成覆盖战略决策至业务操作的闭环管理体系。

② 风险管理体系

公司建立了合同管理系统，通过合同签订、合同履行等方面提前识别合同风险预警，对股份公司总部和下属公司合同进行全生命周期管理，以提高合同风险防范能力和合同风险管理水平，促进公司持续、健康、稳定发展。

制度政策方面，公司已发布《合同管理办法》《诉讼管理制度》《集团化风控体系建设方案》等相关制度规定，目前正在修订新的《合同管理制度》《法律纠纷案件管理制度》和《外聘法律顾问管理办法》等制度规定，拟通过规范合同签署流程、明确诉讼案件启动/应诉程序、完善直属管理公司重大合同及诉讼上报等方式实现分级管理、专业指导的法律风险管控目标，建立法务垂直化管控体系，助力全流程风控体系建设。

③ 审计制度

公司高度重视内部审计工作，持续完善内部审计体系，保障内部审计的独立性与权威性，充分发挥内部审计在合规经营、风险防控、提质增效中的监督作用。

审计体系目标

公司内部审计体系建设的目标是建立完善的制度和流程，确保企业的内部控制得到有效监督和控制。具体目标包括：明确内部审计的职责和权限，确保内部审计工作的独立性和客观性；促进完善内部控制制度，规范企业各项业务流程和操作，确保企业运营的合规性和有效性。

审计制度与机构建设

公司制定《内部审计制度》，强化内部审计体系建设，明确内部审计的职责、权限、工作流程与管理要求。公司设立独立的内部审计机构，独立于经营管理部门，直接向审计委员会报告工作，从组织架构上保障了内部审计工作的独立性与客观性。

审计制度执行

公司根据年度审计计划开展各类审计工作，系统性地发现与梳理公司现有业务流程中存在的薄弱环节，并针对公司重点领域的重要风险事项进行主动识别与评估，实现审计监督全覆盖。同时，公司建立审计问题整改跟踪机制，对审计过程中发现的各类问题，持续跟踪整改进度、核查整改成效，确保审计发现问题全部闭环整改，切实将审计监督成果转化为公司合规经营、管理提升的实效。

④ 避免违反商业道德的举措

公司始终秉持最高标准的商业道德，对商业贿赂、腐败、欺诈、洗钱等各类违反商业道德的行为坚持 “零容忍”的态度，持续完善廉洁从业制度体系，将反商业贿赂、反腐败要求深度融入公司经营管理全流程。

1 组织与制度保障

公司于2025年正式成立党风廉政建设和反腐败工作协调小组（以下简称“协调小组”），由公司纪委书记担任组长，成员涵盖党政办公室、人力资源中心、财务中心、战略与运营管理中心、风险控制中心、纪律检查室等关键职能部门，统筹推进公司反腐败、反商业贿赂各项工作，整合监督资源、形成监督合力，实现党内监督与公司治理监督的有机统一。协调小组定期召开会议，通报监督情况、研判廉洁风险、部署工作任务，提升公司腐败风险的识别、预警与处置能力。同时，公司在与供应商的采购合同中均签署《供应商廉洁承诺书》，在与客户的合作协议中增设廉洁承诺条款，将廉洁从业要求延伸至供应链上下游，构建全链条商业道德管控体系。

2 关键岗位监督

公司建立健全干部廉政档案管理制度，为公司管理干部及专（兼）职纪检干部共计100余人建立了规范、完整的廉政档案，动态更新干部廉洁履职情况，为干部选拔任用、评优评先提供客观、可靠的廉政审查依据，有效防范“带病提拔”“带病上岗”，强化对“关键少数”的日常监督。

3 全流程管控

公司将商业道德与廉洁从业要求嵌入采购、招投标、投资、选人用人、资金管理等廉洁风险易发多发的核心环节，通过制度规范、流程管控、专项检查等方式，从源头防范各类违反商业道德的行为，保障公司经营活动合规、廉洁开展。

⑤ 商业道德培训绩效

公司高度重视商业道德与廉洁文化建设，将商业道德培训纳入员工年度培训体系，面向公司董事、高级管理人员及全体员工，分层分类开展商业道德、廉洁从业、反商业贿赂等专题培训，持续提升全员合规意识与商业道德素养。

2025年，公司重点围绕中央八项规定精神学习和落实，开展廉洁警示教育专题培训**3**场次，累计覆盖**237**人次，培训总时长**4**小时。通过专题讲座、案例警示教育、线上课程学习等多元化形式，推动廉洁从业、诚信经营的理念入脑入心，筑牢全员商业道德思想防线。

⑥ 反垄断与公平竞争

公司严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，始终秉持公平竞争、诚信经营的原则，自觉维护行业公平竞争秩序，坚决杜绝各类不正当竞争行为。公司建立了公平竞争审查机制，在业务开展、营销宣传、合作交易等经营活动中，严格遵循公平竞争相关法律法规要求，客观、真实开展产品与服务宣传，坚决杜绝贬低竞争对手、虚假宣传、商业诋毁等各类不正当竞争行为，切实维护自身及行业内其他市场主体的正当权益，积极营造公平、公正、有序的行业竞争环境。报告期内，公司未涉及不正当竞争相关诉讼，未发生严重违反反垄断、反不正当竞争相关法律法规的重大事项，相关涉诉案件、重大违规事项数量均为**0**件。

⑦ 举报者保护政策

公司建立了完善的利益相关方申诉与举报机制，制定了明确的举报者保护政策，保障各利益相关方能够通过合规渠道，对公司腐败、违反商业道德、贪污等违规违法事件进行举报，确保相关诉求得到及时、公正、有效的处理。

1 举报渠道建设

公司设立了多元化的举报渠道，包括举报邮箱、举报电话、信访举报等方式，向全体员工、供应商、客户及其他利益相关方公示举报途径，确保举报渠道畅通、便捷。

2 举报者保护机制

公司严格执行举报信息保密制度，对举报人的个人信息、举报内容等进行严格保密，严禁泄露举报人相关信息；明确禁止任何形式的打击报复举报人的行为，若出现泄露举报人信息、打击报复举报人的情形，一经查实，将对相关责任人依法依规从严惩处，切实保障举报人的合法权益。

3 举报事项处置流程

公司建立了举报事项受理、核查、处置、反馈的全流程闭环管理机制，针对收到的举报线索，严格按照制度规定开展核查工作，及时跟进处置进度，并在合规范围内向举报人反馈核查结果，确保每一条举报线索都得到妥善处置。

⑧ 诚信经营及信用体系建设

公司始终将诚信经营作为企业发展的基石，持续加强企业信用体系建设，将诚信理念融入经营管理、供应链管理、干部管理等各个环节，不断完善诚信经营制度体系，塑造企业诚信品牌形象。

① 供应链诚信管理

公司制定《东方明珠新媒体股份有限公司关于供应商管理及考核实施细则》，建立和完善供应商全过程、多主体管理考评机制，将企业信用状况作为供应商准入、年度考核的核心指标之一。在供应商准入审核环节，严格核查供应商实缴资金、社保缴纳、涉诉情况、资信状况、是否被列为失信被执行人、是否存在税收违法等信用相关情况，不符合信用要求的供应商不得纳入合格供应商名录；按年度对供应商名单进行复核更新，动态管控供应商信用风险，推动供应商接受社会信用监督评价，不断完善供应链信用体系。

② 内部诚信管理

公司将诚信履职纳入干部管理与员工考核体系，通过建立干部廉政档案、签订全面从严治党责任书等方式，强化各级管理人员诚信履职、廉洁从业的责任意识，2025年签订直属党组织全面从严治党责任书**112**份，实现**66**个基层党组织全覆盖。同时，将诚信经营、合规履职要求纳入员工日常管理与培训，推动诚信理念融入企业文化。

③ 合规纳税与信用维护

公司严格遵守国家税收法律法规，依法合规履行纳税义务，维护企业纳税信用。我们始终将社会诚信体系建设置于企业运营的核心位置。通过深化银企战略合作、强化业务领域信用管理、推动所属企业接受社会信用监督评价等多维度举措，不断完善企业信用体系。

04/

创新发展

2025年度科研投入情况

研发投入总额

171,708,866.01 元

研发投入总额占营业收入比例

2.30 %

研发人员

517 人

2025年度研发投入强度

公司着力推进关键核心技术创新攻关，全面推进新产品研发，打造创新策源新高地，增强企业核心竞争力。

2025年，全年研发投入率 2.30 %

（计算公式为：研发投入金额／营业收入）

2025年度新增专利申请情况

公司及旗下直属管理公司新增专利申请数

10 项

2025年度新增专利授权情况

公司及旗下直属管理公司新增专利授权数

4 项

2025年，公司新增发明专利申请的总数量为**10**项，其中总部新增发明专利申请数量为**1**项；新增发明专利授权的总数量为**4**项，其中总部新增发明专利授权数量为**1**项，均被实际应用。

公司当前持有的、仍在法律保护期内的授权发明专利数量为**109**项。其中总部当前持有的、仍在法律保护期内授权发明专利数量为**16**项。

① 创新发展管理

公司始终坚持创新驱动发展战略，紧扣媒体深度融合发展趋势与数字经济产业机遇，将科技创新作为企业高质量发展的核心引擎，围绕广电超高清内容生产、新媒体数智化运营、智慧场馆服务、数字文娱产业生态构建等核心业务领域，持续完善创新研发体系、加大研发资源投入、强化知识产权全链条保护、严守科技伦理合规底线，以技术创新赋能业务转型升级，以产品创新满足市场多元需求，持续巩固公司在广电新媒体行业的技术领先优势与市场核心竞争力。

公司出台了《关于加强创新企业及创新项目培育的实施意见（试行）》《关于加强创新项目负责人培养和激励的实施意见（试行）》两项政策，聚焦产品项目层面创新，构建完善的培育与激励机制，形成技术与产品项目创新协同发展格局。在产品项目创新扶持上，公司明确创新项目定义与评价标准，重点扶持在商业模式、产品创新等方面有突破性、具备规模化成长潜力的项目，从五大维度筛选，建立“一企/项目一策”培育体系，提供授权、资源、资本等支持，设立创新培育资金池，并通过直接汇报、常态化跟踪及弹性评估机制保障项目高效推进；在人才激励方面，完善创新项目负责人选聘与激励机制，多渠道选拔人才，实行差异化薪酬体系并强化与绩效挂钩，设立成果转化及中长期激励，给予优秀项目负责人职业发展倾斜。

2025年，公司修订《创新引导项目管理办法》，规范化创新引导项目的支持方式，进一步明晰创新项目的审计要求，完善研究课题的变更流程。贯彻执行《技术类知识产权奖励办法》，通过奖励引导方式强化知识产权成果转化要求。

2025年，公司新增7个创新引导项目，均与数智化相关，涵盖园区智能导览、客服服务、文博内容AIGC创作、超高清AI电视交互、模型资产管理等方向。其中，“线上博物馆及文博内容AI辅助创作平台”通过构建AIGC辅助创作与数字化运营平台，将“复活”超2,000件馆藏并覆盖百万用户；“顾客智能服务矩阵建设项目”通过云化改造与AI赋能，预计每年节约成本70万元并将语音质检覆盖率提升至100%；“超高清AI-TV应用试点及模型安全研究”通过集成数字人、语音助手并研究安全模型，将使意图识别准确率大于95%且平均响应耗时≤2秒；“3D模型资产库平台建设项目（一期）”通过建设具备智能检索功能的资产库，将实现模型检索准确率≥90%。

② 知识产权保护

公司建立了全链条知识产权保护管理体系，覆盖知识产权申请注册、权属管理、侵权监测预警、维权诉讼、成果转化、合规培训等全流程，持续强化核心技术与创新成果的知识产权保护，以知识产权赋能企业核心竞争力提升。

公司严格遵守最高人民法院发布的《中国知识产权司法保护纲要》，尊重并保护其他企业和个人的智力劳动成果所依法享有的专有权或独占权。公司围绕知识产权保护、科研经费管理、信息保密等方面，结合内控体系建设和风险管理要求，形成了符合国家科研管理要求、具有行业特色的科研管理制度体系，为科研工作的高效有序进行提供了机制保障。

公司对内建立了知识产权保密制度，明确员工保密、竞业限制、保密奖惩及归档管理等内容，并加强员工知识产权教育培训，对相关专利和技术及时申报知识产权；公司对外充分尊重客户、供应商和合作伙伴等利益方的商标权、专利权、著作权等合法权益，保护其商业机密，致力于推动行业知识产权保护。

③ 遵守科技伦理规范

2025年，公司严格遵守国家关于科技伦理的相关制度文件如《关于加强科技伦理治理的意见》和《科技伦理审查办法（试行）》，确保所有科技研发与技术应用活动均在伦理框架内合规开展。

公司研发创新活动主要聚焦于广电超高清制播技术、AI场景化应用、数字人技术、智慧场馆数字化服务等领域，未涉及生命科学、强人工智能等科技伦理高风险敏感领域的研发活动；公司所有技术研发与应用均严格遵守国家相关法律法规与行业监管要求，未发生任何违反科技伦理规范的行为，未收到相关监管部门的处罚通知。

④ 产品创新案例

校企联合实验室共建

为顺应生成式人工智能和多模态技术快速发展趋势，推动数智技术与文化传媒业务深度融合，2025年，公司联合复旦大学，依托复旦大学计算与智能创新学院，共建“智媒融合创新校企联合实验室”，打造面向智慧广电、数字文旅和内容产业的产学研协同创新平台。

联合实验室以企业实际业务需求为牵引，充分发挥高校在基础研究、前沿技术和人才培养方面的优势，重点聚焦多模态大模型、生成式人工智能与内容安全治理等关键方向，探索人工智能在内容生产、传播和消费全链条中的创新应用路径。实验室采用“项目制+协同研发”的合作模式，由公司提出研发需求，由复旦大学科研团队提供技术攻关支持，通过联合立项、阶段评审和成果转化机制，推动科研成果与产业场景的高效对接。

在研究方向上，实验室围绕多模态语义理解与融合建模、面向垂直行业的智能内容生成技术，以及大模型输出内容的安全性与合规治理等领域开展系统研究，着力提升模型在专业语境、行业知识和文化表达方面的适配能力。同时，依托东方明珠在广电、文旅、电商等领域积累的丰富内容资源和应用场景，推动生成式人工智能在播报脚本生成、虚拟主持人、展陈内容创作、智能配音与字幕生成等环节的落地应用，助力内容生产向高质量、低成本和规模化方向转型。

东方明珠塔：启幕国内首个地标级潮玩艺术馆，以年轻力革新文旅体验

国内首个地标级潮玩文化综合体——潮玩艺术馆在东方明珠塔零米大厅正式亮相，作为“年轻力工程”与“地标乐园化战略”核心落地项目，为城市地标注入潮流新动能。艺术馆设12个主题艺术展示区及1个主题咖啡休闲区，汇聚迪士尼、漫威、宝可梦、泡泡玛特等顶流IP与新锐艺术力量，创新构建“展览+收藏+社交”多元场景。场景设计自带社交传播基因，让游客沉浸式穿梭IP宇宙，精准契合Z世代需求，开业即成文旅打卡热点。

未来，艺术馆将拓展IP合作版图，以“展览+拍卖+衍生开发+主题活动”构建产业生态闭环。东方明珠广播电视塔将借助旅游市场复苏机遇，通过文商旅体展融合及数智化赋能升级体验，助力上海打造中国入境旅游“第一站”，向全球展现中国潮流文化创造力。

东方有线：创新“AI+教育”四大场景，赋能基础教育高质量发展

东方有线紧扣《教育强国建设规划纲要（2024—2035年）》，依托广电 5G+AI 技术与文化资源优势，在上海教育博览会上集中展示四大“AI+教育”创新场景，推动数字技术与教育深度融合。“AI教育智能体”整合多类智能工具，开放2万+全学段课程资源，已在松江多校落地特色应用；“AI教研大模型”通过12项AI技术实现课堂行为秒级解码，在浦东11所学校应用后，教师新课标理解力提升28%，集体备课效率优化45%；“AI 精准教学”系统可10秒完成错题采集分析，闵行文来中学应用后教师作业管理时间减少70%，学生错题重练准确率达92%；“XR天文元宇宙”打造“一平米博物馆”，收录87个NASA认证天文模型，助力98%参训学生实现“策展式学习”能力突破。

百视通：“AI+超高清”双轮驱动，开创数字文博与家庭智能新生态

2025 年，百视通聚焦数字文化与家庭视听核心赛道，以 AI、4K超高清技术为核心引擎，推动技术创新与场景应用深度融合，构建“文化赋能+智能服务”的数智创新生态。

在数字文博领域，百视通深度融入上海数字城市建设，与上海博物馆联合推出全国首个数字孪生大屏“线上博物馆”超高清产品“BesTV上海博物馆”。该产品开创性融合超高清影像、AIGC智能生成与沉浸式交互技术，在电视大屏端构建可探索、可交互的数字文博空间，实现文物细节超高清复原与智能化阐释，重新定义大屏文化体验，创造“把博物馆带回家”的全新场景。项目先后亮相第三届联合国教科文组织国际博物馆高级别论坛等国内外展会，成功入选第三批“长三角人文经济典型案例”、中广联智能传播精品案例等多项荣誉，并获得上海市级专项资金扶持。

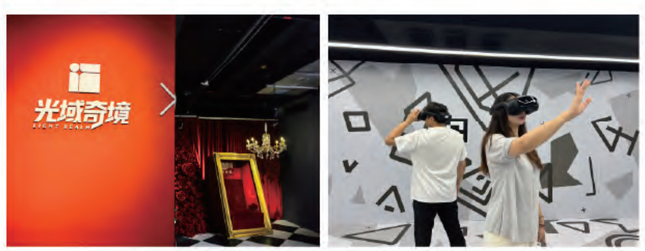
在家庭智能与内容生产领域，百视通自主研发“文心雕龙AI智创平台”，具备6大核心能力，使内容生产平均任务耗时缩短30%，其多模态检索与推荐能力已落地智能音箱及东方有线AI-TV项目，实现内容生产模式革新。同时，以“AIGC+智能交互”重构产品体系，在数字文博产品成功落地后，持续布局少儿、教育类家庭视听智能体，通过语音问答辅助解题、拟人化陪学等功能拓展家庭服务场景，推动智屏AI服务从工具型向任务型升级，打造可信、稳定、可持续的家庭视听智能生态。

尚世五岸：《蛮好的人生》构建现实题材传播矩阵，以城市温度赋能社会价值

尚世五岸历时6年孵化打造的现实题材电视剧《蛮好的人生》，以“聚焦民生百态、传递城市温度”为核心，创新构建“多台联播+全网共振+线下延伸”的立体传播矩阵，实现市场影响力与社会价值的双向共赢。线上剧集登陆CCTV-8黄金档首播，优酷同步上线，后续登陆东方卫视、北京卫视等四大卫视跟播，形成覆盖央视、地方卫视、网络平台的全域播出网络，微博话题阅读量达6.4亿，全网热搜超2000次，抖音主话题播放量近百亿，成为平台年度畅销榜前十中唯一都市剧集；线下创新延伸社会价值，设计剧集实景打卡路线联动上海城市地标，带动文旅消费增长，推出联名衍生品与互动体验项目丰富市民文化生活，同时联动社区、高校、企业开展“人生选择”主题分享会，广泛传播奋斗精神与责任意识。

广电制作：以“空间+内容+产品”为核心，构建VR沉浸体验创新生态

2025 年，广电制作锚定数字文旅与沉浸体验赛道，以“空间、内容、产品”为三大核心支柱，打造“VR空间艺术体验中心+VR空间内容开发制作”双载体协同模式，构建起“策划→建设→运营→迭代”全流程标准化体系，推动技术创新与文化体验深度融合。数字项目运营方面，主力打造的“光域奇境”沉浸体验中心于2025年9月在前滩公园巷正式营业，聚焦VR空间艺术体验，包括法国凡尔赛宫同款VR体验，通过沉浸式技术还原多元场景，打造集科技感、互动性、文化性于一体的标杆性体验地标，成为上海文旅消费新亮点。虚拟内容制作层面，组建具备技术理解力、创意整合力与执行落地力的专业团队，深耕XR虚拟制片服务、主题性沉浸娱乐空间开发运营、数字化场景设计资产平台搭建、文化IP VR/AR自主创作、数字化文旅场景拓展、文化空间策划运营及展览展示交互装置开发等核心领域，以全链条内容服务能力，为文旅产业、IP开发、展览展示等行业提供数字化创新解决方案。



05/

品牌价值

2025年，公司紧扣“十五五”规划，以“文化+科技”为核心理念，全面推进品牌重塑和品牌矩阵系统化运营，打造兼具科技引领力、文化创造力与生态整合力的标杆性文化消费服务品牌。依托明珠璀璨夜等重点活动，聚焦新内容、新项目、新模式等深化品牌传播，塑强创新型、智慧型品牌形象，全面提升行业辨识度与市场影响力。各直属管理公司也聚焦各自业务领域，围绕产品创新，提升品牌价值。

① 品牌价值建设

东方明珠广播电视塔

以品牌为纽带，深耕全民健康与城市文化建设，连续30年承办上海市民东方明珠元旦登高祝福跑活动，从1996年首届举办至今，该活动已成为上海迎接新年最具影响力的全民健康运动赛事品牌，深深植根于广大市民游客心中，成为城市迎新的标志性仪式感与传递美好愿景的“保留节目”。2025年元旦，活动以“新年步步高”为寓意，吸引千余名社会各界选手参与，设置多元组别适配不同群体需求，同时邀请奥运冠军等体育榜样现场分享，联动高校、文艺团体带来特色演出，增设“新年第一声祝福”互动环节，让地标成为汇聚市民心愿、传递城市信心的重要载体，既践行了全民健康的社会理念，也增强了公众的城市归属感与凝聚力，以品牌实践助力社会和谐发展。

百视通

围绕公司成立20周年的核心主题与“超高清+AI”战略方向，聚焦行业传播与用户沟通双维度，全年发布稿件超300篇，统筹全年宣传策划与执行，构建了贯穿全年、多点发力的传播格局，有效提升了品牌影响力。

制定全年统一宣传口径与策划方案“廿念不忘，帧帧日上”，4月CCBN展会首次释放，6月上海国际电影电视节强化深度绑定，11月18日公司成立20周年分享会上锚定“智慧家庭文娱平台服务商”新定位；20周年系列宣传以高密度、广范围、长效应贯穿全年掀起宣传热潮，有效传递了品牌传承与创新精神，形成了全年品牌宣传的高光时刻。以“超高清+AI”为核心传播方向，深度参与CCBN 2025、中国移动全球合作伙伴大会、数智科技生态大会等行业重磅展会，先后发布了《百视通亮相2025移动大会，智引AI新视界》等多篇重点报道，集中展示云游戏、5G云TV、AI智创平台、超高清技术等产品创新成果，强化了公司在AI+视听、智慧家庭领域的前沿布局形象。

东方数智购

2025年，东方购物频道以“好内容铸就真未来”为指引，围绕“品质生活放心购”理念，通过视觉、栏目与节目的全面升级，致力于为观众提供更优质、更贴近需求的视听与购物服务。视觉上推出五大看点：全新视觉包装、美颜效果、动态字幕、电影化质感拍摄及虚拟场景应用，带来更潮流视听体验；内容方面上线《摩登厨房》《乐游下一站》《大小屏连连看》《惠生活》《高黎的品质生活》五大焕新栏目；常规节目聚焦食品健康、时尚穿搭、旅游+家电+汽车三大板块，以高品质内容赋能美好生活。

梅赛德斯-奔驰文化中心

以高质量演出为核心引擎，突破传统单一演出运营模式的局限，通过打造“放轻松市集”、参与第二届上海国际光影节 、举办千场里程碑庆典等系列品牌IP活动，创新性地将超高人气演艺流量转化为文商旅体展多元消费动能。此外，围绕梅奔中心15周年庆典，于2025年11月启动包括视觉系统全面升级、周年主题宣传片摄制、行业数据发布等在内的一系列营销活动，进一步巩固了品牌在行业中的标杆地位，并将场馆影响力提升至新的高度。通过票根经济，促进商业消费，推动场馆功能由单一观演向多元消费转型升级，将梅奔中心打造成为浦东乃至上海“全天候一站式”文娱目的地，深度融合文商旅体展联动，显著提升区域经济。

在品牌全球化表现上，梅奔中心凭借卓越的运营能力与广泛的市场影响力，在全球权威场馆评选活动中脱颖而出，成功入围“年度最佳场馆”八强名单，成功跻身国际顶级场馆行列，展现了其在国际舞台上的竞争力。

② 新品孵化与老品焕新

百视通

百视通聚焦用户核心需求，围绕“BesTV上海博物馆”超高清数字孪生视听博物馆、云游戏等创新产品，MLB赛事、《跟着唐诗去旅行》等优质IP，以及上海国际电影电视节惠民放映等重大项目，开展精准化传播。全年在《人民日报》《解放日报》等超30家主流媒体发布相关报道，持续扩大品牌影响力，让优质视听内容与创新服务触达更广泛用户群体。

东方有线

东方有线2025年本部研发强度约为2.2%，全年公司紧抓超高清与人工智能技术融合机遇，启动“超高清AI升级行动”，以此为契机全面焕新品牌内涵，加速向“数智时代的综合信息服务提供商”进行战略转型。在保留“东方有线”这一具有深厚用户基础和公信力的老字号基础上，公司突破传统“有线电视运营商”标签，注入智能化、超清化、服务化的新基因。通过超高清终端入户升级，AI智能体“东东”等一系列服务行动的推出，将品牌从单一内容传输者转变为智慧家庭生态构建者。同时，在视觉识别、服务触点、传播话语体系上同步焕新——全新“超高清AI升级行动”标识融入科技蓝与AI元素，在综合服务厅内定制打造“超高清AI体验区”，强化公众对品牌智能化、多元化服务能力的认知。

东方数智购

东方数智购新品牌“白玉兰直播间”及“白玉兰直播经济计划”是为响应《上海市推动直播经济高质量发展三年行动计划》及SMG“融合强台”战略，联合政府、媒体、高校与企业多方资源打造的媒体零售深度融合的直播经济创新项目。计划以“白玉兰直播间”为核心载体，构建“文化传播+消费服务+产业协同”的综合平台，通过“1+8”直播生态矩阵、政媒校企联动、微短剧内容开发等举措，推动直播场景多元化、资源整合高效化、人才培育体系化。其中，杨浦区2,000平方米直播基地为核心枢纽，联动东方明珠塔、五角场商圈、梅奔中心等八大场景，打造了“直播即宣传、场景即流量”的新型城市窗口。2025年，“白玉兰直播间”矩阵确立了以主理人为决策核心的账号机制，实现账号规模扩张，全年共孵化视频号、抖音、小红书等账号34个，年度矩阵整体GMV规模突破4亿元，同比增长244%，矩阵累计粉丝数达到138.6万人。5月，“白玉兰直播间”还首度走出上海，来到深圳文博会现场，汇聚“一江一河”限定文创、东方明珠塔限量周边、老字号非遗美食等最地道的海派好物，充分展现出上海文商旅体展联动带来的活力风采。借助政策对直播经济与城市级活动联动的支持导向，“白玉兰直播经济计划”深度参与上海五五购物节、中国国际进口博览会、上海旅游节、上海光影节等城市级战略活动，将直播间的传播势能转化为强劲消费拉动力，并与上海各高校共建课程研发与人才孵化机制，搭建起覆盖直播运营、内容策划、短视频制作、供应链管理、直播电商规范等领域的完整课程体系，同时将杨浦区2,000平方米直播基地作为实践基地，构建“理论学习在校内，实操演练在直播间”的人才培养模式，为直播间及生态合作伙伴持续输送高素质复合型直播后备人才，形成“教学-实践-就业”的良性循环。

为传承与振兴上海老字号品牌，推动其顺应新时代消费趋势，实现品牌年轻化、产品创新化、市场扩大化，2025年**东方数智购**还与上海制皂、上海水产、上海糖酒集团建联开启合作，集中展示老字号改革创新成果，提升品牌在年轻消费群体中的认知度与好感度；开发了咸亨酒店、老盛昌联名款商品，通过线下市集体验与线上直播带货相结合，直接促进老字号产品销售，激发消费潜力；通过短视频内容制作与传播，强化老字号作为上海城市文化名片的功能，讲述其背后的历史底蕴与匠心精神；推动老字号与“文商旅体展”联动，老字号消费升级为可体验的文化内容、可驻留的旅游景点、可共鸣的情感连接和可传播的城市故事，最终实现老字号品牌品牌价值的重塑、消费能级的跃升与城市文化竞争力的强化。

尚世五岸

尚世五岸2025年承制东方数智购出品的微短剧《微度假才是正经事》助力文商旅体展融合发展，陆续在红果、抖音、东方卫视上线播出，开启短剧业务新赛道。随后推出公司首部文旅题材微短剧《念君》在红果、抖音上线，以“江南第一桥乡”青浦金泽镇为叙事空间，聚焦江南水乡人文底蕴与非遗传承；首次尝试授权模式的公司自有IP“杜拉拉”之微短剧《我是杜拉拉》上线“品质东方·微剧场”并创2025年收视新高；展现女性互助成长的微短剧《她们的夏日重启中》，成功入选小红书「红镜短剧计划」年度项目并摘得“未来剧星奖”；奇幻微短剧《辣姐辣妹置换计划》也已于2025年底拍摄完成。特色业务广播剧方面，有声剧《长街行》《国安行动·尚宁的故事》也先后在音频平台开播。

文广科技

文广科技业务以公司自研产品和服务为基石，近年来保持高水平的研发投入，2025年研发投入共计413.25万元，占营业收入的7.41%。

③ 核心品牌保护

东方有线核心品牌“东方有线”已完成注册，并拥有“跨视通”等相关注册品牌5个，有效建立起知识产权保护体系；同时加紧推进AI创新业务中核心品牌标志的商标注册工作，包括超高清AI东东图形、平面“东东”图形，“爱管家”品牌标识。在防范品牌风险上，建立“内容+技术+声誉”三位一体风险防控机制，运用舆情监测系统对全网涉我品牌信息实时监测；同时严格执行《广播电视广告播出管理办法》《网络视听节目内容审核通则》，杜绝过度营销、虚假宣传，确保品牌传播真实、客观、合规。

东方数智购对“白玉兰直播间”商标进行了知识产权保护，并顺利完成了注册。商标知识产权保护的范围涵盖寻找赞助、商品包装、组织抽奖、信息传送、云计算服务等核心业务领域。目前，“白玉兰直播间”矩阵内已全面实施统一品牌标识，形成完整的品牌形象和统一视觉传递，有效防范品牌侵权风险，保障品牌资产安全。

④ 负责任宣传

在产品传播及营销方面，始终秉承高度的社会责任感，严格遵守相关法律法规，在合法合规的前提下，客观真实、安全稳定地开展相关营销宣传活动，避免夸大其词、隐瞒风险、过度营销。同时紧扣国家主旋律，围绕高质量发展重点主题，通过多元媒介讲好企业服务国家战略的实践故事，不断提升品牌公信力与美誉度，以真诚赢得市场，以责任塑造未来。

4.1 强化直播内容安全，持续关注重点品类节目风险

公司旗下播出平台年内多次组织开展内容安全和直播安全培训，尤其是针对新移动端加强了意识形态要求宣贯、中央网信办“清朗行动”整治重点分享、抖音及微信视频号等平台违规案例分析等活动，覆盖面包含主理人、运营、技术、主播/嘉宾等团队全体人员；强化三审队伍建设，全年通过网络视听审核员考试19人，SMG三审考试16人；东方数智购年末针对保健、健康用品大类重点嘉宾进行了线下风险提示，就反复出现、频次高发的风险点进行有效梳理，并协助嘉宾进行了相关节目的整改尝试，全年累计播出公益宣传片超152小时。

4.2 助力沪疆协作，传播法治精神

2025年文广互动法治天地频道开办《新时代沪疆法治在线》栏目，作为沪喀两地携手打造的一档特色法治栏目，承载着深化沪疆协作、传播法治精神、促进文化交融的重要使命，通过生动的讲述和鲜活的案例，记录了那些跨越山海、奔赴边疆的上海政法干警与宣传干部们与喀什当地的同仁携手并肩，共同开展普法宣传、增进民族团结、推动法治建设、维护边疆稳定的历程中所蕴藏的动人故事与卓越风采。频道依托法治专家资源库，组建了一支由沪上各级政法楷模、优秀律师、援疆干警所构成的法治文化宣讲团，赶赴喀什四县开展线下普法活动，围绕着自贸商事、建筑工程、民事调解、劳动争议、婚姻家事、妇女保护、青少年保护、反诈和交通安全等契合当地实际的各类主题，通过普法宣传、政策宣讲、互动问答等不同形式，深入喀什自贸片区、企业园区、当地社区、校园和民众之间，开展了共计13场线下普法活动，以丰富多样的法治文化宣传活动，推动法治文化最大范围的传播与延伸。

4.3 现象级影视作品聚焦民生百态、传递城市温度

2025年，尚世五岸孵化6年打造的电视剧《蛮好的人生》在CCTV-8黄金时段首播，优酷同步播出，并在东方卫视、北京卫视、广东卫视、四川卫视陆续播出。该剧以“聚焦民生百态、传递城市温度”为初心，深耕现实题材创作，通过多维度协同、创新性表达与立体化传播，打造出一部兼具社会意义与市场影响力的精品力作。首播期间网络热度与收视热度一路攀升，首播收视超8亿人次，荣获央八黄金档首播剧收视与市场份额双冠，连破多项纪录；优酷平台站内热度连续10天破万，成为优酷年度畅销榜前十名中唯一的都市剧集，微博话题阅读量达6.4亿，全网热搜2000+，抖音主话题播放量近百亿。在实现市场成功的同时，剧集更注重社会价值延伸：实景打卡路线带动上海文旅消费增长，联名衍生品与互动体验项目丰富市民文化生活，剧集出海Netflix等平台，跻身多个海外市场热榜，让中国都市故事走向世界。此外，剧集团队更联动社区、高校、企业开展“人生选择”主题分享会，将剧集传递的奋斗精神与责任意识广泛传播，实现了经济效益与社会效益的双赢。

4.4 公益宣传片及文化润疆作品践行社会责任

2025年6月，由上海市电影局出品，尚世五岸摄制的“电影之城”宣传片《走，爱电影去！》首播。作为“电影之城”第一部官方宣传片，该片以上海电影文化为核心，通过多个角色在城市不同地标场景中的“奔赴”动作构建叙事主线，致敬上海这座电影之城的光影魅力。短片历时大半年精心筹备，从创意故事、手绘脚本到勘景、选角、美术、服装，再到音乐、摄影，公司项目团队全流程参与创制。此外，公益纪录电影《喂喂喂足球队》聚焦跨越四千公里的逐梦之旅，历时五年跟踪记录拍摄正式杀青。2025年4月项目团队帮助新疆盲人足球队8名队员代表第一次踩上真草皮、第一次接触一线足球队、第一次登上中超赛场，完成了他们在上海的逐梦之旅；在电影拍摄中邀请听障摄影家魏巍，用镜头如实定格了9,000张关于盲童少年“足球梦”的整体群像，并于11月在喀什古城江南书局举行了电影公益图片展。

4.5 创新融合宣传文商旅体展

梅赛德斯-奔驰文化中心2025年总声量突破1,311万，较2024年同期大幅增长196%，健康度保持99.9%，演唱会等热门话题为品牌带来了约80亿曝光，媒体总价值约4亿。其中核心公益活动累计举办5场，配套宣传成效显著：第二届“放轻松市集”以“可持续生活”为核心，创新融合“文商旅体展”，通过多渠道宣传，实现超500万阅读量，媒体价值逾236万；“星星的绿色宇宙”孤独症融合画展响应世界自闭症日，联合公益组织，多平台联动宣传，聚焦帮扶孤独症儿童，引发社会广泛关注；以袁娅维演唱会为契机，推出“绿色音浪，零废行动”倡议，设立环保科普展位，通过场馆及多方媒体宣传，让观众学习环保知识，有效实现了公益与业务的协同推进。这些活动不仅提升了场馆的社会影响力，也为社会公益事业贡献了力量。

06/

数据治理

① 基础平台建设

2025年，公司数据基础设施建设聚焦实效优化：

架构融合： 完成离线与实时数仓统一，依托湖仓一体架构，兼容多类型数据，通过统一查询接口提升使用效率；

存储压缩： 优化存储结构与生命周期管理，实施冷热数据分级，清理冗余数据，有效提升存储利用率，实现成本下降10%；

监控升级： 搭建全维度监控体系，异常及故障可秒级告警，大幅提升问题处置效率。

目前，数据平台运行效能稳步提升：

稳定承载ETL任务超**2000个**，实时处理规模达**亿级/日**，
全面支撑视频、电商、文旅等重点领域的数据需求。

② 数据汇聚互通

2025年，公司以数据协同为核心，打通内部数据壁垒，强化数据对业务的赋能支撑作用。财务管控领域，整合集团财务资金数据，上线财务数字大屏，实现资金动态实时可视化呈现，提升资金管理透明度与管控效率，完善财务领域数据治理水平。赋能台（集团）搭建数据智能平台，通过数据自动化采集、智能化处理，简化业务流程，提升决策支撑的精准度与效率。助力百视通构建多云管理数据一体化处理流程，完成多平台账单数据的归集、清洗与分析，以数据精细化管控优化云资源成本，强化全集团数据协同能力，进一步释放数据复用价值。

③ 数据治理体系

公司扎实推进数据治理工作，搭建数据资产管理框架。以东方有线、百视通两大核心业务为依托，扩大数据质量监控覆盖范围，实现IPTV、OTT等业务及全国分省服务的数据全流程监管，通过定制化监控策略排查数据传输异常，保障数据的准确性与完整性。对标总局规划院收视数据标准，完成上海地区大屏收视数据计算口径校准，实现同源数据收视趋势一致，为上海本地频道精细化运营分析提供可靠数据支撑。

同时推进公司各类数据资产盘点工作，系统梳理数据资产，形成盘点报告《股份公司数据资产现状》，梳理数据资产家底，夯实数据资源向资产转化的基础，为后续数据资产运营及业务规划提供有力支撑。

第三章
社会责任

· 年度绩效展示 ·

注：每股社会贡献值=（经济绩效贡献值+社会绩效贡献值-造成的环境污染等其他社会成本）÷公司股本总额。其中:“经济绩效贡献值=净利润额+纳税总额+利息支出总额+员工薪金总额”“社会绩效贡献值=员工福利和社会保障支出总额+员工培训费用总额+对外捐赠总额”，造成的环境污染等其他社会成本按排污费与当年因环境违规遭受的罚款金额之和计算。

01/ 员工责任

东方明珠坚持以人为本，与员工共同发展。公司坚持平等雇佣，通过优质的待遇吸引人才，并为人才创造良好的发展平台，通过员工帮扶、员工关爱打造温暖的大家庭，成为员工心中的优质雇主。

① 员工雇佣和员工组成

2025年，吸纳新员工总人数260人。

· 2023-2025用工整体情况 ·

年份	总人数	全职员工总数	员工流失率	劳动合同签订比率
2023	6477	6477	9.89%	100%
2024	6321	6321	9.13%	100%
2025	6047	6047	8.64%	100%

注：(1)员工流失率计算为：全年离职人数/【（年初总人数+年末总人数）/2】*100%。
(2)全年离职人数包括：主动离职，被动离职、退休。离职人数包含退休人员数。

公司遵循非歧视原则，制定了明确的招聘政策和程序，建立了公平的招聘和评估机制，保障招聘录用程序合规且公平透明，并对记录进行管理，同时提供灵活就业岗位。截至2025年底，共有全职员工6047人，其中少数或其他种族员工105人，残疾员工29人。

杜绝年龄歧视

公司杜绝年龄歧视，在吸引优秀年轻人才的同时，也为35+年龄的人才提供就业机会，其中50岁以上员工人数占比为11.2%。

· 东方明珠2023年-2025年全职员工平均年龄构成 ·

年份	总人数	平均年龄
2023	6477	39.4
2024	6321	39.7
2025	6047	40.5

男女平等雇佣原则

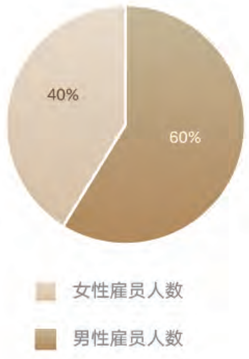
2025年，公司女性员工占比为40%，男性员工占比为60%，男女比例相对较为均衡；管理层中女性占比为25%，与去年持平。

注：管理层指总部高管人员。

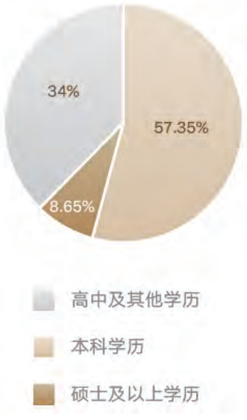
高学历人才引进

公司坚持高学历人才引进和科研人才培养。2025年，本科学历员工人数占比达57.35%，硕士及以上学历员工人数占比为8.65%，较去年有所上升。

2025年员工性别结构



2025年员工学历结构



② 员工权益保障

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规及国际劳工标准，建立完善劳工权益保障合规管理体系，坚守合规底线与企业道德准则。在招聘录用、薪酬福利、培训发展、绩效考核、晋升管理等全流程坚持公开、公平、公正原则，严格防范并反对基于国籍、民族、种族、性别、年龄、宗教信仰、文化背景等任何形式的歧视与骚扰行为，尊重员工差异、保障平等就业权利。

2025年度，公司依法规范用工管理，坚持同工同酬，切实保障女职工合法权益，全员劳动合同依法签订，劳动合同签订率100%，社会保险覆盖率100%，全年未发生使用童工、强迫劳动、就业歧视等违法违规情形，持续构建合规有序、平等包容、和谐稳定的劳动关系。

③ 员工民主管理

2025年度，公司持续完善工会组织建设，工会员工覆盖率保持100%。公司修订完善《东方明珠新媒体股份有限公司员工网络行为管理实施细则》，进一步健全合规管理体系，规范全体员工网络行为，引导员工坚守合规底线、坚持正确导向，切实维护公司品牌形象与合法权益，为企业高质量可持续发展提供坚实保障。

④ 薪酬与福利体系

公司根据相关法律法规，在规定的支付周期内，按时足额发放员工应得的劳动报酬，2025年度无拖欠薪酬情况。

公司致力于构建多元化的员工队伍，拓宽就业渠道，吸引具有不同背景、技能和经验的人员加入公司，为员工提供公平公正的职业发展机会。公司根据同工同酬原则制定《东方明珠新媒体股份有限公司薪酬管理制度》，全面保障员工薪酬待遇的支付，保障员工生育期间的权益，包括女性员工产假、男性员工陪产假、育儿假等，以上假期及带薪年休假天数按照国家规定执行。公司关怀员工身心健康、保障员工福利，员工社会保险覆盖率为100%。

公司聚焦青年员工、骨干员工的培养，特别为其建立了相关补贴制度，如优秀高校毕业生补贴、文化人才公寓等人才租房补贴等。

⑤ 员工满意度

2025年度，公司高度重视员工关怀与组织治理提升，持续畅通员工沟通渠道，通过线上问卷、专题座谈等多元化方式开展员工满意度调查，全面收集员工意见建议，调查范围覆盖薪酬福利、职业发展、女职工关怀、党建工作、工会建设、行政服务、后勤保障及工作环境等方面。年内，工会围绕宜山路园区搬迁及食堂优化升级专项开展职工问卷调研，累计回收有效问卷350份，同步组织实地踏勘新办公场所，提前谋划次年工会活动场地布局，切实保障员工办公体验与切身利益。同时，工会深入7家基层单位开展座谈调研，与基层工会干部及职工代表面对面交流，精准掌握一线诉求、推动问题闭环解决。经统计分析，员工整体满意度保持良好，企业凝聚力与员工幸福感稳步提升，为公司高质量可持续发展奠定坚实基础。

公司高度重视员工权益保护，劳资关系和谐稳定，劳动用工合规风险整体可控。2025年，公司未发生重大劳动纠纷或诉讼案件。发生零星劳动纠纷3起，涉及员工3人，涉及金额209,045.5元；其中2起为公司胜诉（已结案），1起正在相关单位依法审理过程中。

部分直属管理公司也制定了各种提升员工满意度的制度和措施。比如：

东方数智购 制定了员工申诉制度及流程，并编入《员工手册》，给予员工完全的知晓权。申诉制度对申诉原则、申诉范围、申诉渠道和申诉方式都做了明确的规定，亦符合《中华人民共和国劳动法》的相关规定，给予了员工合理且有效的环境。

东方绿舟 设立“总经理信箱”，鼓励全体员工对公司管理工作中包括但不限于经营管理、市场运作、人才团队建设、企业文化建设及提高工作绩效和质量等各方面提出合理化建议 。信箱通道长期开放，位于中国餐厅员工食堂、宾馆员工食堂、度假村公告栏共3处，办公室与人力资源部每月第一周的周一共同对来信进行查收并呈报总经理，同时承诺对来信内容严格保密。

⑥ 员工健康与安全

6.1 员工身心健康管理

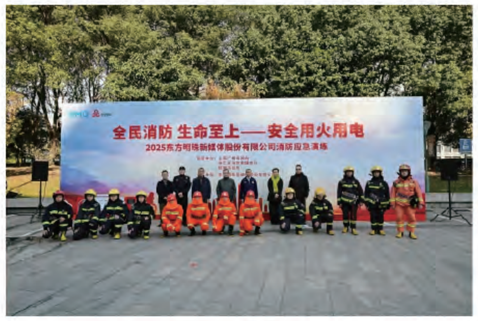
为关怀员工身心健康、保障员工福利，公司每年组织员工体检，员工覆盖率达100%。

公司始终关心职工心理健康，2025年，股份公司工会携手“SMG心力量”，尚世五岸、百视通及东方有线工会分别举办多堂心理讲座，参与人数近200人。

6.2 安全生产管理

公司严格落实安全生产工作的相关要求，认真开展各项安全生产工作。现有《安全生产责任制》《施工安全管理制度》等安全管理制度40项。2025年安全培训投入5万元（消防演练活动）、劳动保护投入4,646元（劳防鞋、手电筒、劳防手套等劳防用品）。

公司积极开展多次安全教育培训、应急处置和联动演练，提升安全防范水平。4月16日的《安全培训合格证书》培训，股份公司总部及下属公司共计92人参加培训，全员合格，合格率100%；11月20日在宜山路园区组织开展了消防演练活动，股份公司总部及下属公司共计200余人参加本次演练，通过实战演练、专业讲解和急救设施设备展示等丰富的方式，切实提升了员工的应急处置能力。



各直属管理公司根据业务实际情况，持续推进安全生产管理及安全应急管理举措，包括有：

百视通通过三方面措施压实责任，保障安全生产落实：第一，落实责任完善制度，预留专项预算。层层落实《安全生产责任书》和《管理人员安全承诺书》的签订；完善《安全生产委员会安全生产工作规则》《安全总值班规定》《安全生产事故应急预案》等31个安全生产管理制度；制定安全生产事故综合预案；预留安全生产专项预算，确保安全工作资金投入，用于员工的安全生产培训、消防培训、隐患排查治理、员工体检等各方面。第二，定期排查隐患，严格值班值守。每月对办公区域、机房、演播室等重点区域进行安全检查，重大问题限期整改追踪闭环；全年完成安全用电自查、施工安全自查、外墙悬挂物自查、国定假日安全专项检查、消防安全（电动车）专项检查、夏季安全生产专项检查、防汛防台、三清三关等，防患于未然；在国定节假日、异常天气等重点保障时期做到公司领导、重点安全岗位24小时在岗值班，做好应急处置准备。第三，强化安全生产培训，提升安全意识。组织重点安全岗位员工参加安全生产资质培训，开展消防演练及防灾知识线上学习，在办公区域显著位置张贴“办公室消防安全提醒”“办公室安全用电提醒”宣传海报及“禁止吸烟”标识，营造良好的消防安全环境。

东方有线制定《安全生产事故综合应急预案》，建立了生产安全应急队伍。公司组织了张江基地、广纪基地的消防疏散演练，参与了凯旋中心组织的消防演练。网运中心开展了机房双电源切换、机房七氟丙烷自动灭火系统应急操作、机房发电车安全应急发电、防汛防台、消防疏散逃生手持灭火器灭火，共5个主题的培训及演练活动，合计63次，共393人次参加。公司下属分公司组织各类应急演练78场，700人次参与；下属子公司组织各类应急演练162场，2906人次参与。2025年度安全生产投入的资金总额376万元（含子公司）：其中，安全隐患整改107.6万元；安全设施新建、维护、更新36万元；安全设施及特种设备检测检验14.4万元；安全防护用品更新维护107.55万元；应急演练10.7万元；培训教育23.7万元。公司安全管理部全年组织全员安全培训2次，公司（含子公司）2900余名全体员工参与，组织安全负责人、管理员持证培训1次，组织职工学堂11场，700人参加；网运中心共组织教育培训活动19次，共1678人次参加下属分公司组织各类培训172场，2006人次参与；下属子公司组织各类培训150场，4787人次参与。培训内容涵盖安全法规与制度，安全风险识别与防范应急处置等。通过培训，员工对安全生产的重视程度显著提高，主动遵守安全规定的意识明显增强，日常工作中能够自觉排查安全隐患，纠正不安全行为。

文广互动制定《危险源管理制度》，每年制定并审核《风险和隐患辨识、评价分级汇总表》《危险辨识与风险评价一览表》《重大风险评价一览表》；成立安全生产应急管理机构，明确应急人员并制定名单；制定《消防安全应急预案》《反恐防范措施及突发事件处置预案》《防汛抗台应急预案》《触电事故专项应急预案》《闹访应急处置预案》；清点并制定相关应急物资台账；安保定期组织开展反恐应急演练；微型消防定期组织开展消防应急演练；公司于2025年4月22日组织开展消防应急疏散演练。2025年安全生产投入771,578.72元，包括健康、意外伤害保险费、职业体检、其他安全生产投入等。2025年公司新入职员工8位，均开展了安全三级教育培训，完成24课时培训，并通过职工上岗考核测试，培训覆盖率100%；公司5名员工参加静安区消防组织安排的消防安全管理人培训，并通过考试，取得消防培训合格证书。

东方数智购围绕六月安全生产月、十一月消防安全宣传月，采用海报形式，宣讲基本安全生产知识；通过企业内网，组织安全知识全员宣贯；通过专家培训、现场实操的形式，现场组织重点业务部门安全生产责任人、网格化A/B角，学习相关安全知识、案例，并进行灭火器材的实操培训，进一步增强员工安全意识及处置能力，保障生产经营活动正常进行，确保员工和企业安全；及时梳理事故应急预案内容，与相关人员通过推演规范应急处理流程，细化各个节点的衔接；重视室外工作员工的防暑降温工作，及时采购防暑用品，保障室外工作人员的健康。2025年累计安全生产方面投入约48万元，主要用于安防、消防设施设备的技术改造及更新，确保相关设施设备的正常运作；组织应急演练、推演两次，新员工及网格化A/B角消防知识培训及灭火器实操训练两次。

尚世五岸安全生产投入13850元。组织培训时长8小时共4场，覆盖392人次，覆盖率100%。

东方明珠广播电视塔根据风险管控工作要求，建立了应急响应管理体系并明确职能与权责，公司已制定《东方明珠塔生产安全事故应急预案》，完善突发事件应急管理机制，确保发生紧急、重大风险事件时，及时响应、报告和处理。

梅赛德斯-奔驰文化中心始终将安全管理放在首位，在安全管理方面，建立了完善的应急体系，包含多个安全生产手册、消防、反恐安全制度以及值班长和驻场安保管理制度，并定期进行消防演习和安全评估，制定应急预案。2025年，场馆已投入34万元用于场馆安全生产保障、反恐、消防、设施及安全培训宣传等方面。2025年组织大型活动安全培训43次，参训人员达952人；消防安全培训（含活动前）45次，惠及1490人；反恐培训11次，参与人数627人，安全教育成效显著，员工安全意识大幅提升。

东方绿舟依据上级部署，完成了全覆盖的建筑物安全与安全生产自查，确保避雷、排水、供电、消防等系统运行良好，并对应急预案进行了系统性修订与完善。全年成功组织两次大型消防灭火疏散实战演练，有效提升了各级员工的应急响应、初期火灾扑救与组织疏散能力。同时，以“安全生产月”“119消防宣传日”为契机，开展了形式多样的培训、宣传与知识考核，在全公司营造了“人人讲安全、个个会应急”的浓厚文化氛围，为公司的平稳运营提供了最坚实的人力保障。2025年度假村公司安全投入29.54万元，主要用于完善、改造和维护安全和职业病防护设备，安全生产教育培训和配备个体防护装备，安全评价、职业病危害评价、重大危险源监控、事故隐患排查和治理，职业病防治，职业病危害因素检测、监测和职业健康检查，设施设备安全性能检测检验，应急救援器材、装备的配备及应急救援演练，安全标志和职业病危害警示标识等；2025年企管公司涉及安全、消防、用电、维保、检测及抢修方面的资金投入91.5万元。公司年内组织开展“查找身边安全隐患”活动，通过培训与自查相结合的方式，提升了全员的风险辨识能力，并从源头上消除了消防通道堵塞、电气线路不规范等潜在问题。

广电制作制定《上海广电影视制作有限公司生产安全事故综合应急预案》《突发性事件报告和处置管理制度》《应对突发事件总体应急处置预案》。2025年在完善改造安全防护设备设施、配备劳动防护用品、应急救援器材，定期进行设备设施安全性能检测及组织应急救援演练等保障安全生产方面投入总金额42万余元。全年积极组织员工开展学习贯彻习近平总书记关于安全生产重要论述、“生命重于泰山”“新安全生产法普法宣传”等主题教育并开展安全生产知识问答，强化安全防范意识；并有针对性地组织“安全生产月”主题月培训、安全三级教育、四新、转岗、重新上岗教育培训、特种作业人员操作者培训考证及管理人员教育培训，覆盖率达100%。

文广科技制定《上海文广科技（集团）有限公司安全生产事故综合应急预案》，全面涵盖了公司安全生产事故的应急响应流程和措施，确保在紧急情况下能够迅速、有效地进行处置。同时，预案还明确了各应急小组的职责和协作机制，提高了应急响应的效率和准确性。2025文广科技安全生产投入中，劳动保护投入6.5万元，安全措施投入0.2万元，安全培训投入0.3万元。公司全年安全事故及工伤0起。全年开展消防安全培训2场，共计12小时8人次，覆盖率25.81%；开展安全责任人培训2场，共计12小时3人次，覆盖率达9.68%。

东方明珠传输于今年完成了生产安全事故应急预案的更新和报备工作。下属各部门累计组织安全应急预案演练10次，参与332人次。应急管理举措抓好季节性安全保障针对不同时期的特点，部署防汛、防暑、防火、防冻等专项工作，加强对重要部位的巡查以及隐患整治；强化设备设施的季节性维护与防护举措，确保各项安全要求落实到位。加强内部治安稳定认真部署元旦、春节等重保期及各安播保障期期间安保反恐维稳工作，开展重要部位的巡查、值守，落实各项技术防范措施。开展应急预案培训和演练开展消防、疏散、触电、反恐等安全应急预案的培训和演练，全年完成安全教育培训16次共300人、新入职员工安全培训2次共3人、安全知识竞赛1次共16人。

6.3 员工职业健康安全管理

2025年，公司发生工伤数量16例，工伤比例0.26%，停职留薪工作日515天。公司员工工伤参保率100%。

各直属管理公司根据业务实际，依据《中华人民共和国职业病防治法》和《职业病危害项目申报管理办法》等有关法律法规规定，制定了相关自有职业健康与安全生产管理体系，并通过具体推进措施为员工安全健康舒心工作提供无忧保障，包括：

百视通制定《百视通职业健康安全管理制度》，确定了本单位的职业危害因素监测重点，对职业危害因素进行分析；对危险源分析原因，提出整改方案，监督整改。同时负责职业病危害项目预防工作。

东方有线制定并严格执行《职业健康管理制度》和《劳动防护用品管理制度》。前者明确了各部门在职业健康管理中的职责，从工作环境监测、职业危害因素评估到员工健康培训，都有详细的规范流程；后者则严格把控劳动防护用品的采购、发放与使用环节，确保员工能获得符合标准、适配工作场景的防护装备。同时，公司每年开展1次职工健康体检。

东方数智购针对运营服务中心仓库管理部管理的冷冻品仓库，在冷库等特殊条件下作业的员工出台《冷库岗位职业病及劳动保障实施方案》，并聘请上海联合减灾与应急管理促进中心的专业老师对相关岗位员工组织“职业健康防护”专项培训；高温及低温作业均发放劳防用品并安排有专项津贴，根据员工出勤情况按月发放；为员工提供年度体检，确保员工有效关注自身健康；严格执行岗位薪酬与性别脱钩机制，关注女性职业发展，建立薪酬公平定期核查制度。全年未发生性别歧视相关投诉，营造了平等包容的职场环境；严格落实除法定假期之外的各类福利假期，如年假、产假、陪产假、哺乳假、育儿假，2025年新增独生子女父母陪护假，有效缓解员工工作生活的平衡压力，确保员工在身心健康的情况下以最饱满的状态投入企业的改革创新发展。

广电制作取得安全生产标准化三级认定，制定《安全风险评估与控制管理制度》《安全生产检查和事故隐患排查整改管理制度》《双重预防机制安全风险分级管控评估报告》等制度应对生产活动中员工可能面临的潜在危险。为彰显员工关怀，公司每年定期为全体员工进行免费体检和女职工专项体检，职工参与率超90%。

东方明珠广播电视塔在保障员工职业健康安全方面建立的管理体系和制度、推进的保障措施包括《工程部安全生产责任制》《高空作业安全规程》《临时用电管理制度》等，同时每季度开展安全专项检查，编制《触电事故现场处置方案》《火灾现场处置方案》《防汛防台应急预案》。2025年参与消防应急演练1次；特种作业人员持证上岗率100%；排水泵、电柜及热泵改造显著提升防汛、供电及空调系统安全可靠性。

⑦ 员工发展

7.1 员工激励及晋升政策

公司实施全员绩效考核制度，根据不同岗位，按照不同的考核频次进行相应的绩效考核，绩效考核结果与员工的奖金发放挂钩，并与员工奖惩、选拔、培养及淘汰工作相结合。

公司致力于为员工打造畅通的晋升渠道，有着明确清晰的用来评估、选拔和促进员工职业发展的标准化机制，包括晋升标准、条件要求、员工选拔管理、员工职业规划、员工发展支持、具体执行路线等。公司为员工设定职业发展双通道，按照岗位划分设置不同的职级晋升体系，综合考量员工的工作态度、工作表现、资历经验、业绩情况等，对员工的工作绩效和职业发展予以考核评估，对优秀员工予以表彰、晋升。

7.2 员工培训与发展

公司始终秉承“人才是第一资源”的发展理念，高度重视员工职业能力提升与综合素质培养。2025年，公司持续强化关键人才的培养与发展，针对不同层级、不同职能的人群开展定向化、针对性强的学习发展项目，例如聚焦“数智创新”开展系列AI培训，定向培养“技术+场景”双核驱动的实战应用型人才。2025年度，通过线上线下相结合，全年累计开展培训244次，参与人数达8063人次，总培训学时26656.5小时，人均学习场次1.3场，人均学时4.4小时，有效提升了团队专业能力与协同效能。

公司高度重视员工创新能力的培养与发展，紧密围绕战略规划，持续运营“明珠娱乐家”分享平台，通过培训分享、专家指导等形式对员工开展包括业务能力提升及热点前沿话题在内的各类主题培训，并利用好“明珠娱乐实验室”公众号，打造探索发展新质生产力的线上前沿资讯分享和交流平台，以全面提升员工创新能力。根据业务发展需求，开展“明珠娱乐家”创新工坊系列活动，通过内外部双向和多向之间的资源联动合作，促进各板块业务发展和赋能创新。2025年，“明珠娱乐家”平台开展18场分享会，共计2300多人次通过线下和在线方式参加了分享会。

未来，公司将紧密围绕战略发展规划，持续优化人才梯队建设，加大培训资源投入，探索创新性学习平台的搭建，为员工成长提供系统性的支持，实现员工个人价值与企业发展的共赢。

“好内容·真未来”系列培训推广内部优秀经验

2025年通过深入各直属管理公司调研交流，公司将一线成功经验在全集团进行推广学习，开展了尚世五岸“蛮好的人生”、东方智媒城“微短剧出海中心”、梅奔中心15周年、东方数智购“白玉兰直播间”、明珠塔和百视通的“IP经济对话”等“好内容·真未来”系列分享会，广受欢迎。

人工智能系列培训以外部前沿科技赋能

特邀前沿科技专家开展《DEEPSEEK 职场进化论》《AI赋能办公》《AI新媒体运营》等人工智能分享会，赋能工作实操，引爆学习热情，突破在线学习人数限额，首开“三个账号同步直播”的先河。

成功打造“闪耀星人”双向赋能创新模式

为满足东方数智购“白玉兰直播间”丰富内容生态、激发创新活力的需求，公司总编室主导策划的“闪耀星人”活动吸引到来自旗下14家直属管理公司32位共创者，征集到32份各具特色的带货创意视频作品；成功举办双11直播精英课，组织20名学员围绕东方明珠旗下5大创新项目产品开展实战培训；收官直播两场累计14,024人次观看，实现总销售额86,049.60元。活动成功筛选10名优秀学员，拟纳入“白玉兰直播间”内部达人库，为后续白玉兰直播间储备更具价值的创新力量。成功打造“创意征集-能力赋能-实战演练”创新赋能完整闭环。

内外兼修助力创新发展

公司打造的“明珠娱乐实验室”创新学习号，2025年发布了45篇推文。其中，“智能周刊-数智周刊”板块，由政策风向、大厂动态、人工智能产品创新维度切入，囊括最新最热门资讯；应用指导板块“DEEPSEEK提示词攻略”等，涉及AI大模型基础应用。推文定期分享至创立的9个学习社群，覆盖人数超千人，为业务团队提供创新发展前沿新视野和应用指导。

此外，公司积极组织下属创新团队参与市场活动、论坛及资源对接，如：组织各单位到智媒城开展考察，助力其营销业务发展；促成广电制作与上师大旅专开展校企合作；带领广电制作参加“第二届AIGC与智能体生态大会”并助其获得“2025AIGC技术创新奖”；组织员工参加“第六届中国数字艺术产业论坛”、消费影视行业文化出海论坛，参观字节跳动、瞬息元宇宙公司等，以助力直属管理公司创新发展。

⑧ 员工关爱

8.1 员工服务

公司工会以解决员工实际问题为导向，重点围绕福利保障、家庭支持、职业环境等员工关切领域，聆听员工需求，真诚为员工服务。

2025年，各基层工会配合行政做好高温岗位保障工作，做好高温一线岗位员工慰问工作。

督促各基层工会为新进职工及时办理工会会员卡，2025年OPG工会为6061位会员购买工会会员专享基本保障。

组织126位职工参加市总疗休养。

设立母婴室，为哺乳期女员工提供私密、舒适的哺乳环境。多措并举，为孕期和产期女员工提供特别关爱和便利，让女性员工在职场中感受到温暖与尊重，实现工作与生活的和谐统一。

公司旗下梅赛德斯-奔驰文化中心组织“午间一小时瑜伽培训”活动，帮助员工缓解压力、提升工作效率。

8.2 员工活动

2025年度，公司工会回拨234万工会经费组织多项丰富的职工文娱活动，最大限度满足职工精神文化需求。

举行丰富多彩的户外活动

3月初，梅赛德斯-奔驰文化中心组织开展“绒绣体验日”“技能博物馆参观”；协助组织了“千场演出纪念活动”演出结束后的庆祝活动，并在场馆迎来十五周年之际，组织员工前往专业户外拓展基地开展两天一夜的“同心十五载，光在此汇聚”团建活动，通过小组竞技与篝火晚会，在欢声笑语中拉近彼此的距离，感受团队力量及协作的成功喜悦，营造积极向上的企业文化氛围。

丰富活动庆祝三八妇女节

“三八”国际妇女节来临之际，公司工会特邀请了专业手作老师为大家上了一堂制作香薰蜡烛和石膏牌的手作课，近50位女职工参加了此次活动。女职工们在欢声笑语中完成了两个充满春意和香气的手作，加强了彼此之间的交流。上海国际会议中心（东方滨江大酒店）女工委在九楼康乐中心组织开展了“活力焕新·健康同行”瑜伽活动，30位女职工在临江的暖阳中舒展身心，以优雅姿态开启属于自己的节日仪式感。尚世五岸携手“SMG心力量”，邀请国家二级心理咨询师姚项哲惠老师，以“女性的力量”为主题，为职工们精心打造了一堂生动有趣且富有深度的幸福探索课——“播下幸福的种子”。

第七届职工卡丁车大赛

4月23日，公司举行“职工运动联盟”之第七届职工卡丁车大赛，来自东方明珠旗下的各公司近150位职工进行了一场“激情与速度”的大比拼。

2025年OPG职工运动联盟之智力趣味赛、匹克球趣味赛、健康跑、焕活身心瑜伽课等活动

7月24日，“2025年OPG职工运动联盟之智力趣味赛”举行，旨在丰富职工业余文化生活，提升职工思维素养与团队协作精神，凝聚职工力量。活动以“掼牌计分赛”为比赛项目，吸引了来自各基层工会近40位职工踊跃参与。8月29日，公司又迎来“OPG职工运动联盟之匹克球趣味赛”，恰逢七夕佳节，这场集运动、趣味与社交于一体的赛事，不仅点燃了职工们的运动激情，还搭建起沟通交流的温暖桥梁，为这个特别的日子增添了一抹活力。11月，职工运动联盟健康跑活动举行，从梅赛德斯-奔驰文化中心出发，终点在国会中心，全程7公里左右，职工们一边奔跑一边领略着浦江两岸早晨的风光。健康跑后进行了一场焕活身心瑜伽课，职工们在专业瑜伽老师的带领下，跟随舒缓的音乐，释放压力、校准体态，从基础的拉伸到深度放松，层层递进唤醒身体的能量。

2025年度“五比五争当”劳动竞赛

8月21日，公司举行2025年度OPG“五比五争当”劳动竞赛。劳动竞赛旨在激励职工们以赛促学、以赛促干；来自国会中心、东方绿舟、东方明珠广播电视塔、安舒茨等单位的职工们同台竞技展示，全面展现了精湛的专业能力和技能水平，用技艺诠释“工匠精神”的深刻内涵。

第四届“明珠杯”职工桌球赛

12月12日，公司举行第四届“明珠杯”桌球赛，70多位桌球爱好者现场比拼球技。一年一度的“明珠杯”桌球赛，让爱好桌球的职工们以球会友，互相切磋球技，同时也缓解工作中的压力。

8.3 员工帮扶

公司建立“爱心一日捐”员工帮扶体系，2025年度共有5,989位职工捐款524,693.35元。资金池会为身患重病和遭遇特殊困难的员工及时送上关怀，真正体现了依靠集体力量互帮互济的互助宗旨。

2025年，OPG工会为21位职工申请SMG工会帮扶金21万元，SMG帮困互助金27万元，东方明珠帮困互助金37万元。为124位职工申请春节慰问金214,500元，为111位职工申请高温慰问金166,500 元。

02/

产品与服务

① 供应链管理

公司注重供应链一体化建设，公司和下属公司均制定了采购管理制度，并不断完善采购流程与机制，保证每一位供应商都能公平地获得知情权、选择权和参与权，为供应商创造了良好的竞争环境。截至2025年底，公司注册供应商数量达3098个。

1.1 制度优化与风险管理

公司建立和完善供应商全过程、多主体管理考评机制，包括供应商准入、供应商出库与供应商禁用管理。对于拟纳入股份公司合格供应商名录的供应商由行政事务中心牵头财务中心、风控中心以及相关采购需求部门对供应商准入进行审核。结合供应商履约情况，行政事务中心牵头财务中心、风控中心按年度对供应商名单（包括但不限于合格供应商名录、供应商出库清单、供应商禁用清单等）进行复核更新，如发生变化，每季度末报送股份公司管理层阅知。

同时，公司坚决杜绝违背法律法规等相关问题的供应商入围，严格声明禁止合作供应商在用工方面出现违法违规行为。供应商的违规行为一经发现，公司将立刻前往查证，性质恶劣的违规供应商将被列入公司黑名单中。对公司员工或公司运营造成严重损伤、触犯相关法律法规等情节严重者，公司将举报至市场监督管理部门或移送司法机关处理。2025年，公司未发现具有重大童工事件风险的运营点和供应商、具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商以及对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点。

公司旗下梅赛德斯-奔驰文化中心采购管理严格遵守规章制度，并进一步强化了供应商审核与评价体系。针对供应商入库，全面推行线上审批流程，确保入库流程的规范性与高效性。同时，新增多项审核要求，由法务与财务联合审核，保障供应商资质的合规性。2025年，采购部门共经办采购项目518单，整体采购金额约为4262万元。经办招标采购项目16单，总计金额2283万元。主要包括保洁外包服务项目、电气火灾报警系统大修、3号门入口处LED显示屏改造项目等。梅奔中心秉持降本增效的原则，不断优化采购流程，提升采购效率与质量，为其稳定运营以及重点项目的推进提供有力支撑。

1.2 供应商ESG管理及协同发展

公司重视供应链的可持续发展，通过年度考核、环境审核机制等手段将供应链伙伴纳入ESG管理。具体措施包括有：

1 供应商年度考核

具体考核内容包括供应商资质证照复核、涉诉情况核查、资信状况核查、合作情况满意度评价、服务质量、以往年度审计情况等。

2 入库及年度考核标准

公司实施严格的供应商入库资格审核标准及年度考核评价标准，对合格供方的评定与控制予以规定。

3 供应商环境审核机制

公司将相应原则融入供应商管理中。供应商筛选及审核标准中同步包含环境、气候等考量因素。在供应商筛选入围阶段，公司除考虑供应商合法合规及供应能力、价格等方面外，也充分考虑环保相关要求，例如对环境排污等影响较大的供应商，关注其环境影响评价。同时，耗材品类供应商则严格跟踪污染物排放的各项指标，确保达到环保标准。对于生产加工类供应商，关注其工厂内废水、废气、固体废弃物等污染性排放物的排放情况，避免采购和添加有毒有害物质以及对人体健康带来安全隐患的回收料等。

百视通

百视通持续深化供应链数字化转型，明确劳工权益、环保合规等要求，推动供应商与企业经济目标及ESG目标双项深度协同，打造高效、经济、安全、可持续的供应链生态。审查评估方面：供应商准入前的ESG风险排摸，通过问卷或实地走访形式建立供应商全面的初评模型，为初期筛选提供依据，也为后续供应商信息化管理奠定数据基础。供应商管理中的四级动态风险评级机制，依托“芝麻信用”“企查查”等平台核查企业资质。并严格限制灰名单供应商的使用权限。2025年新入库供应商中，灰名单占比同比大幅下降，供应链安全显著提升。每年对合作供应商进行质量、交付、服务等维度的总结评估，采用5分制评分并关联合作权限。并针对性开展供应商相关辅导培训和整改。2025年初评结果显示，优良级供应商占比99.3%，培训及整改效果显著。全流程启用数字化供应商管理平台，提升管理效率。与集团集采系统对接，共享白黑名单供应商资源，降低重复审核成本。

东方数智购

东方数智购聚焦通过积极优化营商环境、完善合作流程等，不断引领带动民营和中小企业协同发展，共享时代发展机遇。特别是在帮助外贸中小企业走出困境方面、顺利完成“出口转内销”的角色转换方面下了很大的功夫，取得了不错的成效。4月12日，东方数智购出台了一系列相关政策和扶持措施，4月14日面向外贸企业发出合作倡议，4月16日上线“外贸优品专区”，4月18日起组织采销团队参与“上海市电商助力外贸拓内销对接会”，走进闵行、杨浦等区的外贸企业开展洽谈。合作围绕“入驻快、成本低、服务全”三方面，为外贸企业提供了定制化支持：一是降低门槛，优化营商服务。对新入驻外贸企业实行“双免一减”政策：免保证金、免平台使用费、减免账期。二是建立绿色通道，加速商品上线。设立“外贸转内销”专项小组，材料审核1个工作日内反馈，入驻时间缩短至2天，最快7天上架销售；出口商品QC优先审核，允许加贴中文标签，对标签制作提供辅导。对于无法出具检验检疫证明的商品，可采用承诺函方式替代。三是提供仓储与流量支持。提供现有库存余量的50%作为外贸合作储备；适合电视销售的商品可享受“一网通办”服务，助力企业熟悉电视运营模式，加快周转。4月16日，“东方购物”APP上线“外贸优品专区”，对接了苏州诺伊曼实业、浙江胜利羽绒、莱克电气绿能、贝朗卫浴、康巴赫、哈尔斯等多家外贸企业，为他们在首播、流量投放、仓储等方面提供了全方位支持。截至2025年底，平台服务的外贸企业超过20家，累计销售额达16亿元。

② 产品质量管理

2.1 产品质量管理体系与标准建设

公司坚持以全流程质量管控为核心，推动产品与服务高质量发展，持续优化产品质量与客户体验。各直属管理公司以制定《质量手册》、设计管理制度、优化考核办法等方式，高效管理产品和服务过程中的相关控制流程，确保商品和服务质量符合要求。

以东方有线为例，2025年产品质量管理目标为评审通过率100%，销售环节合规率100%；构建"功能+技术+流程+数据"四位一体产品质量管理体系，实现产品管控100%数据化。以"网络提质、服务提效、体验升级"为核心进行产品质量管理总体规划，贯穿产品设计、运营、维护、销售全流程，聚焦三大方向。一是网络基础设施升级。全面实施超高清AI升级行动，正常有线电视用户升级部署1台超高清智能机顶盒，同时快速推进光网络改造、5G基站优化与算力体系建设，筑牢质量硬件底座。二是全流程产品管控。建立从产品设计相关部门综合评审、上线测试和售后用户反馈闭环的全链条标准，强化各环节产品运营管理责任。三是数智化质量赋能。运用AI、大数据技术实现用户设备及产品管理预警机制，提升产品运营管理效率。

产品管理制度方面，东方有线从源头产品设计阶段进行规范管控。严格按照产品管理制度规范执行：建立用户需求采集-分析-转化机制，确保设计方案贴合用户实际需求，明确有线电视、宽带、5G及融合产品开发设计的产品标准、评审流程及责任分工，要求新技术、新套餐上线前必须通过信息与数字化中心、网运中心、市场、客服、分公司一线的五方联合评审，确保新产品上线质量安全符合用户需求。产品运营阶段在业务过程中严格质量管控。建立7×24小时网络运行监控机制，明确有线电视传输、宽带速率、5G信号等关键指标的阈值标准及预警流程；规范有线电视节目传输、宽带带宽分配、5G业务运营的质量要求，禁止违规降速、内容卡顿等行为，按照工信部和通管局要求执行所有固网和移网套餐资费、优惠规则、退订方式的资费公示，公开透明，杜绝模糊宣传，全面梳理公客业务套餐，编制《东方有线资费手册》，明确产品业务内容、收费标准、优惠期限等核心信息；通过官网、APP等渠道以"图文"形式通俗解读，避免专业术语误导用户。产品销售阶段保障产品合规与销售标准化。明确销售人员的宣传话术、业务办理流程，禁止误导消费、强制捆绑等违规行为。建立销售记录全流程追溯机制，确保每个订单的套餐选择、资费说明、用户确认等环节可查可溯。产品知识、质量标准、合规要求纳入销售人员岗前培训与定期考核，规范营业厅、线上APP、合作代理商等销售渠道的服务标准，定期开展渠道质量巡检，对违规渠道予以整改或终止合作。2025年内，东方有线产品质量管理目标为评审通过率100%，销售环节合规率100%。市场部构建"功能+技术+流程+数据"四位一体产品质量管理体系，实现产品管控100%数据化。

客户服务管理方面，围绕全渠道服务制定覆盖全生命周期的质量管控体系。在2024年考核办法的基础上，修订并完善了《2025年度公司客户服务质量关键指标及考核办法》，将13项重点落实工作纳入减分项，严控服务红线，使考核体系更具操作性和严谨性，确保服务质量评估有章可循，为公司服务质量的稳定提升提供坚实保障。严格执行电话用户实名制，完善"五步法"开卡规范，强化新开卡审核，并制定多维度反诈考核办法。优化完善了以《东方有线2025年反诈指标考核办法》《东方有线网络有限公司防范治理电信网络诈骗工作管理制度》《东方有线网络有限公司防范治理电信网络诈骗工作问责管理办法》等为核心的一系列关键制度。

· 公司通过产品质量管理体系认证情况 ·

公司/服务类别	认证名称	通过认证的时间/有效期
百视通/互联网音视频接收播放设备(机顶盒)	ISO 9001质量管理体系认证	2019年6月27日/2028年6月26日
东方购物/电视购物及电子商务服务	GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015	2017年4月6日/2026年4月5日
广电制作	GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015	2023年11月30日/2026年11月29日
文广互动	ISO 9001:2015	2003年10月29日/2027年4月20日 (2018通过ISO9001质量管理体系2015版转版审核)
文广科技	ISO9001:2015质量管理体系	2024年7月3日/2027年8月17日
东方明珠国旅	ISO 9001:2015	2026年2月10日/2029年2月9日

2.2 信息安全管理

公司高度重视信息安全工作，始终将网络安全防护、保障用户信息安全放在首位，严格遵循《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》及《网络数据安全管理条例》等法律法规要求，全面落实网络安全等级保护、数据分类分级管理、个人信息保护影响评估等法定职责，扎实推进各项安全防护工作，切实筑牢数据与网络安全防线。公司已建设有《信息与网络技术供应链安全管理办法（试行）》《数据安全管理办法（试行）》《网络安全管理办法》《安全播出管理手册》等相关管理制度，并督办不同行业领域的子分公司积极修订完善适配本行业规范的制度流程，确保安全管理要求层层落地、全面覆盖，为各项法定要求的落实提供坚实制度支撑。2025年，公司聚焦网络安全防护与风险防控，多措并举强化安全管理效能：通过开展钓鱼邮件演练和安全意识专项培训，深化员工对网络安全风险的认知，提升防范处置能力；组织弱口令专项检测，全面排查账号安全隐患，督促整改优化，筑牢账号安全第一道防线；开展互联网资产全面核查，摸清资产底数、梳理安全短板，精准落实防护措施。一系列举措有效强化了员工网络安全意识，提前排除各类潜在安全风险，成功防范了各类网络安全威胁，进一步筑牢了公司网络安全防线，切实保障用户信息安全与业务合规有序开展。

东方有线完善公司“网络安全和信息化调度指挥机构”，将数据安全及密码应用工作纳入范围内，由公司主要领导组成领导小组，全面组织落实各类网络安全及信息化工作，修订《东方有线网络有限公司网络安全管理办法》《东方有线网络有限公司数据安全管理办法》《东方有线网络有限公司个人信息保护管理规则》等。针对网络安全工作完善网络安全运营中心（SOC），采取“平战结合”模式管理运作，对网络攻击和风险漏洞实施常态化监测处置，针对数据安全工作，执行公司重要数据方面的数据安全评估工作，并形成专业报告。2025年内，公司未发生重大网络安全及数据安全事件，整体安全态势可控。以“零失分”的成绩完成广电总局、市通管局网络攻防演练任务，荣登市通管局“磐石行动”攻防演练龙虎榜。

东方数智购建立完整的网络安全和信息安全等制度体系，包括《网络安全管理制度》《安全管理组织及岗位职责》《信息系统运维安全管理》《机房安全管理制度》《信息资产安全管理办法》《数据安全分类分级管理办法》《数据库访问规定》等一系列制度，每年定期进行制度的更新修订，并专门成立网络安全领导小组、网络安全工作小组以及数据安全工作小组，负责相关制度落实的督导和执行。安全保障措施包括技术措施和管理措施两部分：技术措施主要通过技术手段的防护和监控、重要设施的物理和逻辑隔离、系统冗余和灾备机制等方式进行管控；管理措施包括设立专门安全管理团队、定期开展安全意识培训以及定期对核心重要设备和业务进行安全演练等方式进行日常管理。2025年，东方数智购参与由公安部、广电总局、上海市通信管理局、杨浦网安等组织的系列网络安全攻防演练，演练过程中未有重大安全事件发生，整体平稳有序完成。东方数智购网上销售平台于2013年底通过公安部三级等级保护测评，并于公安部备案，2025年顺利完成复审。

东方明珠传输继续推进重要信息系统的等级保护工作，对直播头端系统网络设施设备增强实时监测，升级相关设备软硬件和网络管理入口防御措施，于11月完成年度三级等保复测备案工作。加强数据安全管理工作，对重点业务系统开展网络数据安全风险评估工作。公司重要业务部门参与了上级组织的“磐石攻防”等专业漏洞扫描工作，结合反馈意见完成相关漏洞的整改工作，圆满完成了上级安排的“两高一弱”排查工作。年内，公司各部门组织开展10次网络安全技术与宣贯培训工作，参与人数多达127人次，参训比例达96.2%；累计开展11次网络安全应急演练活动，共72人次。

百视通、文广互动、广电制作、文广科技等公司继续严格遵守国家相关法律法规及股份公司有关信息与网络安全管理的制度要求，明确各部门、各岗位在信息安全管理过程中的职责，完善相关规章制度和台账管理，积极参与相关系统的应急演练、网安测试，有针对性地开展信息网络安全知识宣传，并做好员工提醒工作。

③ 客户权益保障与服务优化改进

3.1 日常客户沟通与响应

公司坚持以客户为中心，围绕各直属管理公司业务构建全周期客户互动机制，确保客户诉求即时受理、快速流转、限时办结；将反馈转化为服务改进的具体行动，以制度化安排确保服务品质持续改进，以有温度的互动赢得客户长期信赖。

百视通

百视通用户服务中心本着以用户为中心的服务理念，以提高用户满意度为目标，竭诚为用户提供便捷、快速、亲切的售后服务。用户服务中心采取人工与自动相结合的受理应答方式，向用户提供7×14×365的不间断服务，通过电话（4008600637）、E-Mail（4008600637@opg.cn）、在线客服（Ubestv）等多种方式受理用户业务咨询、投诉申告、报修服务等多样化的服务需求。对于用户的不满意投诉采用主动跟进，一事一议的方式，确保每一位用户的需求都能够得到满意的答复，连续三年客户服务投诉解决率达到100% 。

百视通2023-2025年服务客户具体情况如下：

年份	服务客户总数	客户服务投诉总量	客户服务投诉率	客户服务投诉解决率
2023	56428	360	0.64%	100%
2024	43080	254	0.59%	100%
2025	47658	361	0.76%	100%

东方数智购

严格遵循国家三包及退换货政策，为顾客处理产品质量问题的不满，具体的处理方案会参考内部处理流程规范提供给客户认可的处理方案。同时针对因产品质量、服务等引发的不满还会有主动补偿机制提供给客户。公司非常重视客户投诉情况，大小屏均配有专门的客服团队为客户解决问题，2025年客户投诉解决率100%。

东方有线

针对客户因产品质量、服务体验不满提出的书面/口头异议、抗议、索赔等诉求，制定标准化、全流程的应对原则、操作步骤与解决措施，核心目标为快速响应、合理处置、化解矛盾、挽回客户、优化服务。同时规范客诉处理流程，按照客诉受理阶段、核查阶段、处置阶段、执行阶段、回复阶段、跟进与溯源阶段六个步骤执行，降低客诉升级风险，确保客诉受理全面、精准、高效。

2025年，客户服务中心聚焦投诉热点问题，通过推进流程优化、投诉权限前移、工单流转升级、投诉技能专项培训四大核心举措，将投诉压降作为重点工作。2025年共受理用户投诉96234例，其中固网业务投诉61129例，投诉率1.38%，同比下降2.0%；移网业务投诉35105例，投诉率2.16%，同比上升8.0%。整体投诉工单的五日办结率为88.4%，整体投诉工单的用户接受率为90.5%。

指标定义：五日办结率为受理后5日内处理结束的投诉工单量/统计周期内投诉工单总量*100%，用户接受率为用户对处理结果表示接受的投诉工单量/统计周期内投诉工单总量*100%

梅赛德斯-奔驰文化中心

2025年场馆接收到的各类投诉共计27起，内容涉及合作纠纷、服务售后、建议意见以及其他方面。针对这些投诉，场馆积极应对、高效处理。其中，部分投诉依照法律和保险理赔流程有序推进，对于匿名且无法核实的投诉也做了妥善记录。不实投诉均已撤回，最终投诉处理完成率达 100%。

广电制作

建立了覆盖事前、事中、事后全流程的客诉预防与处理机制，致力于将客户反馈转化为服务提升的动力。事前预防建立多层管控体系：设立专项品控小组，严格执行“三级品控监督制度”，首先要求供应商签署质量承诺书，其次由项目经理进行现场施工质量监督与验收，最终由品控小组进行全面审核，从源头确保项目输出符合质量标准。事中应对快速启动应急预案，项目执行过程中若出现客户疑虑或问题，一线项目经理将立即启动应急预案，主动沟通、及时调整，全力控制事态发展，最大限度降低对客户体验与项目成果的影响。事后处理包含限时调查与闭环整改，收到正式客诉后，品控小组将牵头启动事件调查机制，确保在48小时内完成情况核实、责任界定并与客户协商一致解决方案；处理完毕后，同步完成内部通报与整改。此外，通过知识沉淀与标准优化持续改进，每起客诉均会形成书面复盘记录，定期分析共性根因；相关经验与改进措施将被集结汇编，用于后续《标准化质量服务手册》的编撰工作，从而持续完善全公司的项目执行与服务质量标准。2025年公司服务客户无投诉。

东方绿舟

东方绿舟在应对投诉方面，秉承“用心亲切商谈，以诚赢得信赖”的基本原则，遵照国家相关法律法规，坚持“迅速响应、依法依规、顾客至上”，为用户提供最优质的解决方案，有效化解用户不满。总体而言，在处理投诉时采用规范化的流程和管理机制，确保每件投诉都能够得到及时和恰当的处理。游客接待方面，我们秉持“用心服务、以客为尊”的服务原则，围绕国防教育、研学实践、休闲度假等核心业务，为游客提供高效、专业的服务。同时，建立了完善的服务质量监督机制，通过现场巡检、游客意见箱、及时收集反馈，确保服务标准落地。针对游客反馈的问题，建立快速响应与解决机制，有效提升了游客体验。

东方智媒城

东方智媒城在开园之初就建立了一套完整的租户服务体系，宾至如归的物业服务，通过高频次的产业活动助力租户业务对接，搭建平台进行智慧管理，服务即时高效、切实贴心，成为租户事业与生活双重保障。

3.2 客户服务优化与提升

2025年，公司通过产品运营模式和技术的更新提升，从优化产品功能设计到拓展服务触达渠道，推动产品和服务高质量发展，致力于提升针对不同用户人群的服务便捷度。

产品与服务适老改造破解老年用户沟通障碍

东方有线采取五大措施对产品与服务进行适老化升级和改造，匹配老年用户使用习惯和身心需求。一是优化互联网应用与小程序，增加无障碍模式，放大界面字体、简化操作步骤等操作，使老年用户可以更加方便地使用该平台进行自助操作、查询和业务办理，同步在东方有线权益平台“192 惠生活”小程序上进行适老化升级，推出“一城一演”演出折扣、“一城一品”美食折扣、“一城一影”观影折扣等，使优质文旅与购物资源能够被老年用户群体获取并享受；二是优化电视服务与内容，推出“老年大学”“金色学堂”“重温经典”三大专题频道，涵盖老年教育课程、怀旧影视剧、戏曲节目等内容，丰富了老年用户的学习和娱乐内容；优化新版电视节目指南界面，降低操作复杂度，便于老年用户选择和使用；三是升级智能硬件与陪伴服务，免费申领一台超高清机顶盒及语音智能遥控器，遥控器采用简化布局设计，配备常用功能快捷键的同时，增加了语音遥控功能，支持沪话识别，可与AI管家“东东”进行语音互动实现查询天气、文旅推荐等从日常生活到轻度娱乐的多项功能，有效缓解老年群体孤独感；四是在热线服务中应用智能识别技术，自动识别65岁及以上老年用户来电，跳过复杂按键流程，直接接入人工客服，减少操作门槛；同时组建沪语服务专席，契合上海老年群体语言习惯，提升沟通亲切感；适老专线推出以来接通率稳定维持在95%以上；营业厅实现爱心窗口100%全覆盖，老年用户现场业务办理满意度达98.4%；五是延伸线下服务构建社区服务网络，通过“五心服务”实事工程，在社区内开展多场技术培训讲座，帮助老年人掌握手机、电视的基本操作技巧，举办反诈护老宣传、健康咨询、免费体检等公益活动，提升老年群体数字安全与健康管理意识；同步推进“重温经典”频道进驻养老机构，组织完成全市养老机构摸底调研，针对已开通有线电视的机构提供上门调试，目前已实现485家养老机构全覆盖。

购物消费业务深耕银发群体服务赛道

东方数智购2025年聚合线上线下宣传渠道，积极推动上海市适老化改造项目的市场运作调整：线下在崇明设有适老化改造体验馆的基础上，2025年底在普陀区普熙金融广场暖心开业了上海银发商店，将陆续开展一些银发服务专属快闪活动；线上于2025年四季度上线“东方臻养”小红书和微信公众号账号，发布内容35篇、阅读量超8500次，构建线上线下联动推广体系，全面宣传政府相关养老政策、养生知识、相关产品采购信息等老年群体关心的话题。目前适老化服务已实现上海各区全覆盖，2025年在上海市民政局公布的服务商名录中东方数智购以87.4的总分位列第一、随申办用户申请位居推荐首位（除新服务商外）。

精准触达分类客群满足不同需求助力消费转化

东方数智购立足自身平台优势，深入剖析用户客群特征，针对不同需求偏好的用户群体，精准匹配产品与服务，实现精准触达与需求满足：针对高端银发活力用户群体，结合其追求高品质、个性化体验及探索欲强的特点，精准推出高端游轮旅行服务，打造专属游轮俱乐部；针对热衷沪上风情、偏爱城市休闲体验的用户群体，精准打造城市微度假系列产品，联动乐游上海合作酒店44家、游览门票4家，上线相关产品84个货号；同时协调“一江一河”大世界演艺号资源，推出黄浦江游轮服务，投入8艘游轮，服务人次超千人；针对注重养生、追求健康生活的用户群体，持续丰富健康用品品类，2025年重点引进市场热点知名品牌和高品质养生产品，兼顾品质与性价比，一经推出便受到该群体用户的热捧。

红色故事宣讲团焕新升级

2025年尚世五岸红色故事宣讲团焕新升级为“这里是上海”宣讲团，2024年7月至今年宣讲150场，讲师团10余人，以公司出品的影视作品为基础研发课件10余套，包含了讲述李白等隐蔽战线革命先烈的舞剧电影《永不消逝的电波》、首部聚焦民族军工业的动画电影《江南》、以熊猫、金丝猴、雪豹等中国独有动物为叙事脉络，讲述动物家庭故事的自然电影《我们诞生在中国》、展现上海解放与新中国成立之初上海城市建设的电视剧《破晓东方》、中国共产党第一位工人党员李中的纪录片《播火1920》、讲述大国工匠的纪录片《江南工匠影像系列》等，策划影视文旅路线10余条，覆盖百家单位，万余人次，切实践行了主流媒体的社会责任使命。

数字化创新提升演出场馆舒适度

梅赛德斯-奔驰文化中心2025年继续推进场馆数字化服务体系建设，重点开发AR实景导航、VR观演导览等功能，4月起正式投入使用；优化官方小程序、官网及社交媒体矩阵运营，提升用户线上线下一体化体验。梅奔中心内部空间复杂，AR导航系统借助智能手机摄像头叠加虚拟指引，将地图信息直观化，解决观众“迷路”问题，提升指引服务效率；VR视角服务让观众在购票前了解座位，也为活动主办方和包厢销售提供远程展示和沟通功能。截至2025年12月底，该服务已吸引超44.8万人次使用。与此同时，场馆积极推进官网SEO（搜索引擎）优化升级，为公司带来更多潜在业务机会。全网社交媒体粉丝量达到120万，微信小程序累计用户也突破52万。

3.3 客户隐私保护

公司高度重视客户信息和隐私保护，始终将保障用户信息安全放在首位。依托现有制度体系，督办不同行业领域的子分公司积极修订完善适配本行业规范的制度流程，积极组织宣贯培训，从认知方面提升相关岗位人员对客户信息、隐私安全的重视度；同时开展具体数据分级分类及管理策略梳理、检查，督办检查过程中各项问题，促进数据治理、数据加密、数据访问控制等工作的提升，保护用户数据不被泄露。

东方数智购

东方数智购在《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规的框架下，建立公司《个人信息保护政策》，以保障用户个人信息处理过程中的安全和权益。在公开明示收集规则和目的的基础上，最小范围采集必要用户信息，并管控采集信息的接触和使用范围，所采集信息不存在任何国家机密和敏感信息，且与境外无数据交换。由于线上购物的必要性，严格按照工信部对用户隐私安全的保障要求，遵循“公开收集使用规则”“明示收集使用个人信息的目的、方式和范围”“按法律规定提供删除或更正个人信息功能”“公布投诉、举报方式等信息”“对用户数据进行脱敏，加密处理”等要求，全面清晰告知用户，保护用户隐私安全。2025年，在杨浦网安及上级主管单位对东方数智购个人信息隐私保护和重要数据保护情况的检查中，均顺利通过。

东方有线

东方有线建立《网络安全管理办法》《数据安全管理办法》《个人信息保护管理规则》等制度，对客户信息和隐私有具体规定及要求，同时与第三方签署《东方有线数据安全保密协议》《数据安全责任协议书》《个人信息委托处理协议》。

广电制作

广电制作严格执行《上海广电影视制作有限公司保密工作管理制度》并成立保密工作委员会负责公司保密工作。OA系统管理项目从立项到收尾的全生命周期，有效落实客户信息和隐私内容的保护，确保数据的安全性和合规性。

④ 2025客户服务绩效

2025年

公司每年对客户进行满意度调查，并及时对不满意的意见进行整改反馈与回复。

百视通客户服务满意度为95.53%，较上年有所增长。

东方有线在通信管理局的电信服务质量用户满意指数测评取得了优异成绩，满意度得分83.02分，较去年上升2.3分，投诉感知获得86.9分，首夺行业冠军，净推荐值为13.19，在行业中提升速度最快；用户口碑强势转正，标志着公司服务体验全面升级，在“三年再造”的引领下取得极大突破。

东方购物大小屏顾客不满率和三天内售后处理率两个关键指标都顺利完成预期目标；客户复购情况也比较好，这直观彰显了客户对东方数智购“品质生活放心购”理念的高度认同，也充分体现出品牌强大的客户留存能力与市场黏性。

文广互动向已合作的27家全国网络公司发出2025年度《机构用户满意度调查问卷》，各地用户对高清频道节目内容满意度勾选“很满意”及“比较满意”选项占总数的100%，总体反馈良好，与去年的93%相比，满意度更高；其中劲爆体育高清、动漫秀场高清、都市剧场高清、欢笑剧场4K、东方财经高清、法治天地高清频道满意度排名靠前。

梅赛德斯-奔驰文化中心全年主场馆成功举办51个项目、92场活动，音乐俱乐部举办35个项目、56场活动，服务主办方客户超80家，通过增加内场及看台座位、规划背对背搭建方案、助力主办方降本增收，客户满意度平均达到99分，始终保持优质服务声誉；围绕赞助商及包厢客户服务，全年精心服务客户达65家，全力做好赞助及包厢客户的各项权益履约，协同运营和活动部门满足客户的定制化需求，保障了长期合作关系的稳定延续，利用月度数据分析持续优化管理，提升客户投诉解决率，推动服务质量的不断改进。

东方绿舟2025年共接待游客50.62万人次，客户投诉总量63起，客户服务投诉率1.3‰，客户服务投诉解决率达98%以上。

广电制作采用钉钉开展项目验收及满意度调查，2025年服务客户全年无投诉。

文广科技2025年客户满意度为96.5%，产品复购率为85%。

03/

政府响应

① 践行宣传主阵地建设

2025年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年，百视通、东方有线切实保障9月3日纪念大会、九三阅兵及文艺晚会等重大活动直播的安全播出；公司旗下相关平台首页首屏推荐《山河见证-我们的抗战记忆》大型主题专区，大力推荐《我是八路军》《心安何处》《何以和平》等重点节目。

移动电视开展了“山河见证——我们的抗战记忆”全国移动电视融媒传播活动；在早晚高峰等固定时段加大《东方主战场》《抗战英雄谱》等专题纪录片的排播；精选品牌栏目《初心之地光荣之城》中与上海抗战相关的特辑，挖掘抗战历史事件、讲述英烈故事、加深抗战记忆，增强地域观众的历史认同感与情感联结。

百视通推出“学习贯彻党的二十届四中全会精神”等主题专栏，策划上线“文化强国”专区，跟播文物微纪录片《国宝时刻》等。

② 推动上海城市建设和发展

东方明珠 | OTT 东方有线

积极响应中国（上海）超高清先锋行动计划，实施超高清AI升级行动

2024年9月28日，上海市人民政府、国家广播电视总局、工业和信息化部、文化和旅游部、中央广播电视总台在沪签署“中国（上海）超高清先锋行动计划”合作备忘录。为响应此次超高清先锋行动计划，东方有线大力实施超高清AI升级行动，从2025年9月16日起，面向全市有线电视用户，按照“一户一端”标准，分批逐步开展入户升级工作。东方有线计划用2-3年时间，确保每户至少有一台超高清AI机顶盒设备，全面推动家庭用户终端向支持高带宽的4K机顶盒小型化、一体化演进，提升用户观看体验，增强广电网络竞争力，助力上海智慧城市建设和数字经济发展。

积极落实全市万兆光网试点工作部署，开展万兆小区和万兆园区试点建设

2025年1月，上海市通信管理局和上海市经济和信息化委员会在《工业和信息化部办公厅关于开展万兆光网试点工作的通知》（工信厅通信函〔2025〕3号）和《关于开展万兆光网试点工作的通知》（沪通信管发〔2025〕1号）文件要求指导下，开展了全市万兆光网试点工作部署，推动“光耀申城”万兆启航行动计划走深向实。东方有线积极响应申报多个万兆小区、万兆园区试点项目，其中1个小区和2个园区入选为市级试点。在试点建设过程中，东方有线对标国家级试点目标，紧扣重点场景实际需求，攻克技术难点，探索差异化解决方案。

推动“首演经济”落地，促进浦东文商旅联动发展

梅赛德斯-奔驰文化中心作为上海重要的文化地标，2025年成功举办刀郎、单依纯、王力宏、水果姐等海内外顶流艺人的演出，继续保持国际歌手首演率全国首位，有力推动“首演经济”在上海落地。梅奔中心凭借其国际化的专业运营和卓越的品牌影响力，通过专业化、精细化的运营服务，保障活动高效优质落地。在众多活动中，高流量演出占比颇高，吸引大量观众跨城观演。演出不仅直接拉动周边酒店、餐饮等商业消费增长，还在社交媒体上引发广泛关注，极大提升区域商业客流，凸显“散场经济”，文商旅联动效应显著，有力推动了浦东引领区在文化消费、商业繁荣及区域影响力提升等多方面的发展。

深入推进直播经济，打造“白玉兰直播间”IP

东方数智购作为入选第二批“上海市直播电商基地”的视频购物企业，深度推进直播经济，联动上下游合作伙伴，共同构建具有上海城市精神和媒体特质的“白玉兰直播间”IP，深度赋能文商旅体展融合发展，为上海市经济中心、贸易中心建设提供新动能。白玉兰直播间2025年携手上海造币有限公司共同打造“白玉兰贵金属文化直播间”，推出了以上海市花白玉兰为形象主体的贵金属纪念币等文化衍生品，兼具文化内涵和市场潜力，助力上海国际消费中心城市建设。

增强产学研联动，赋能直播经济未来发展

位于中国（上海）自由贸易试验区临港新片区的上海建桥学院是一所以本科教育为主，培养面向生产、技术、服务和管理一线的创新型、复合型、高素质应用型人才的营利性全日制民办高校。2025年，东方数智购以白玉兰直播间为载体，携手建桥学院在产学研联动方面开展合作，为建桥学院学生提供视频直播理论培训、实战演练等服务，赋能临港新片区直播经济未来发展。

促进特色产品销售，助力上海五大新城建设

2025年“白玉兰直播间”视频号矩阵推动上海五大新城特色农产品、文旅等快速走向市场，东方荟带货松江酒店，开鑫薅羊毛、菁宇招牌和东方购物生活圈等账号带货浦东新区、松江和青浦的草莓、鸡鸭、翠冠梨、蜜桃等农产品，助力五大新城建设。

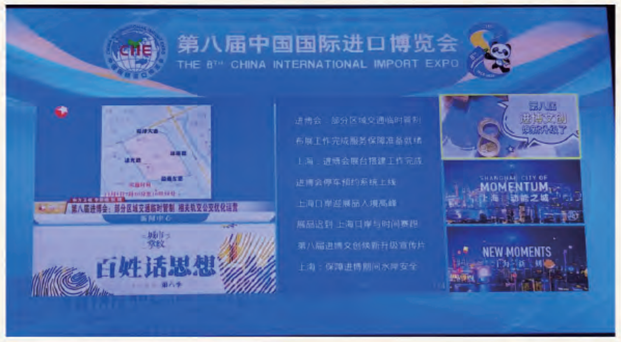
加强生物医药领域合作，助力企业成长

东方数智购以国家“十五五”规划为导向，在生物医药、大健康产品方面积极赋能科技型合作伙伴成长，陆续引进了分别成立于2018年和2014年的山东逢时科技、上海宣泰生物两家非常年轻的生物医药及旗下大健康产品公司，其维生素D片、叶黄素酯压片糖果、褪黑素片等高端营养品及膳食补充剂产品因其独有的产学研一体的科技基因、全自动数字化处理系统及跨境引进的高端制剂技术，一经推出，就受到了市场的热烈追捧。东方购物大小屏联动为两家高科技生物医药企业提供了从研究到走向市场的畅通渠道，也将企业所推动的高品质营养健康升级的理念植入消费者的心中，扩大了品牌影响力的同时，也为企业打开了市场销售局面，高效助力了高科技生物医药企业的快速成长。

③ 连续第八年助力进博会

2025年11月5日至10日，第八届中国国际进口博览会在上海举办，公司旗下多个业务板块持续深度参与进博会，助力第八届进博会成功举行。

10月30日起，百视通IPTV、互联网电视、东方有线平台上线“第八届中国国际进口博览会”报道专区，实时跟进进博会动态，累计更新来自央视、东方卫视等进博会相关新闻报道近200条。11月5日起，百视通IPTV、东方有线首页同步直播东方卫视“第八届中国国际进口博览会融媒特别报道”，带观众直击会展现场，全面、深入了解进博会实况；同时，进博专区内第一时间上线《国展在进宝》系列短视频、《白玉兰直播间第八届进博会》宣传片等，助力扩大进博文创产品覆盖面，进一步提升进博会海纳百川、交融共享的文化氛围。



针对户外出行场景，移动电视推出进博文创展示“精选直播”节目《国展在进宝》，通过近覆盖全市的6万块地铁、公交等城市交通信息屏，构建城市户外流动的“进博展台”，每日滚动播出“第八届进博文创焕新升级”宣传片，精准触达2000万通勤人群。进博会文创内容首次实现“从展馆到车厢”的场景突破，让市民在通勤途中即可近距离感受进博魅力，成为“展城融合”的生动注脚。

东方数智购白玉兰直播以“‘会’聚八方 ‘玉’见进博”为主题首次进驻进博会场馆，18个矩阵账号连续6天超过450小时的不间断直播，全方位呈现进博好物、丝路云品、全球首发与国际潮牌，持续扩大进博会影响力，让越来越多的生产端、销售端和消费端关注这场全球瞩目的盛会；进博会期间，东方购物品牌微信指数达到1765万，本届进博会首次推出招财进宝生肖卡牌盲盒、四叶草十二月令徽章、进博会八周年票根徽章、进博会八周年祥蛇献瑞珍藏徽章等文创产品，经白玉兰直播间线上推广后随即火爆出圈。进博会期间，公司积极践行国家扩大对外开放战略，不断拓展全球合作网络公司，与上海水产、光明国际、上海糖酒、康维他、正大集团、如胜、瑞士莲、佳农、逢时科技和Merino&co等多家进博展商达成现场互动和战略签约意向。

④ 推进区域经济发展

助力“长三角一体化建设”

东方数智购白玉兰直播间围绕“城市微度假”理念，结合旅游消费券，开发了一系列长三角地区酒店度假和文旅线路产品，包括上海东湖、雅高酒店集团、太仓轻井泽温泉·蜓酒店、苏州太湖花间亭·水云边酒店、扬州东关街望潮楼文化主题酒店、溧阳遇·竹隐居酒店、嘉兴绿地铂瑞酒店、舟山海景皇冠假日酒店等一批酒店度假产品和浙东南·山海秘境 温州、雁荡山、苍南、仙居4日游等宝藏微度假旅游线路。同时，趁着苏超联赛的热度，开发了“真南哥”南通和“冠军城”泰州的酒店度假产品；公司旗下“白玉兰文旅视频号”还专题制作了苏超城市探秘和温州台州美食连线精品内容，进一步助力长三角一体化建设。

积极推进东西部协作

东方数智购通过上海市政府推动的各类文商旅体展活动，将西部地区特色农产品、文旅线路推广至东部长三角地区。公司成功引进新疆领先驼乳制品企业战略合作品牌“丰草牧场”，全新商品“30天初生有机纯驼初乳粉”在东方购物全渠道首发，4月28日首播实现销售达成率130%，体现出良好的品牌市场认可度和运营效能；公司在成功运营“贵州百里杜鹃”“徽州赏秋”等“深度游”“主题游”文旅线路产品的基础上，2025年高效开发了丝路古韵甘青探秘8日游和北疆深度10日美食美景游等多条西部自营旅行线路，为国家西部大开发战略带来了看得见的消费人气和经济产出。

高质量共建“一带一路”

2025年11月，“丝路电商”合作创新发展推介会暨2025全国“丝路云品”电商月启动仪式成功举办，东方数智购旗下的白玉兰直播间作为重点直播平台代表参与本次活动。大会同步举办对接会，白玉兰直播间作为电商品牌、贸易平台，在对接会上与来自各丝路伙伴国的企业代表开展供需对接，拓展合作机会，通过直播镜头展现更多“展品变商品”和“一带一路”的合作成果，为城市消费升级注入新动能。

⑤ 赋能养老事业发展

推广适老产品，助力银发经济发展

为推动金融赋能养老事业发展，在杨浦区商务委的指导下，由东方数智购与建设银行上海市分行联合打造的“白玉兰-建行滨江直播间”于2025年10月30日正式启用。该直播间将以“直播+适老服务”为核心，持续推广适老产品、普及养老知识，构建一个集内容传播、产品推广、金融赋能于一体的常态化银龄消费新平台，推动“银发经济”服务模式创新与消费体验升级。作为银发服务生态中的关键一环，建行上海市分行将为直播产业链上下游企业提供专项额度支持、普惠贷款方案及针对性融资服务。未来，直播间将围绕老年群体在“衣、食、住、行、康、养”等方面的多元需求，开展系列主题直播与线下体验活动，结合建行发布的适老化装修分期、专属消费券、社区讲座等五大服务举措，实现从产品展示到消费支持、从金融赋能到知识普及的一站式服务闭环。

打造“乐活东方”会员文化IP，提升公共文化服务实效

为深度挖掘长者用户在社交、娱乐、教育等方面的核心诉求，东方数智购精心打造“乐活东方，一道来白相”会员文化IP活动，构建老年社交新场景，展示老年生活新风采。公司策划开展覆盖全年四季的特色活动：春季推出新年照相馆活动，为银发家庭定格团圆时刻；夏季走进百年黑石公寓，组织健康关爱主题学习活动；秋季结合电影场景开展文化走访，以一碗馄饨串联城市记忆与温情；冬季开设非遗手作课堂，让长者沉浸式体验传统技艺、涵养匠心。

活动将历史名人故事讲解与网红景点打卡、热播电影原型场景探访相结合，拓展活动之外的公共文化传播体系。特别策划的《菜肉馄饨》主题活动，以地道上海方言为载体，带领老年群体探寻作品背后的人文故事与城市温情。9月底，首届“雅悦静安·舞韵东方”舞蹈展示活动在“大世界演艺号”游轮上开展，以一场市民舞蹈盛宴推广全民健身理念、丰富社区文化。公司全年累计开展城市漫步、艺术看展、非遗制香、旅游分享、养生讲座等各类活动59场，吸引1200余人次银发用户参与，有效丰富了老年群体的精神文化生活。

⑥ 支持社区建设与发展

梅赛德斯-奔驰文化中心与世博管委会紧密协作，参与2025年第三届“世博前滩BETTER生活节”，结合青春经济主题策划“青春体验官”活动，邀请知名KOL体验梅奔中心活动并推广场馆商业，促进文化商业融合。同时，携手周家渡街道开展系列活动，联合举办“放轻松市集”；在袁娅维演唱会期间宣传绿色观演，进行可持续环保推广。

东方数智购主动与所在地社区共享发展建设资源，多次在杨浦五角场彩蛋广场和大学路缤纷广场开展公益市集活动，点燃了五角场和大学路地区的消费活力和热情；并在五角场彩蛋广场搭建了白玉兰直播间线下运营店铺，成为五角场街道一道亮丽的风景线。

东方明珠 | sitv

文广互动旗下法治天地频道品牌节目《和大律师面对面》坚持每月18日举办线下公益法律咨询活动，联合上海多家知名律所，深入共和新街道社区现场，零距离为居民免费解答法律上的疑问，致力于普及法律知识，解决法律问题，进一步加强市民“依法治国”的理念。据统计，活动接待市民约1200人次。

东方明珠 | 上海广电影视制作有限公司 Shanghai Film, Radio & TV Production Ltd.

自2004年起，广电制作聚砂公益服务队先后与徐汇博爱儿童康健园、虹口区惠馨儿童康健园、静安区启慧学校融合共建，开启“大手牵小手”爱心圆梦行动；自2009年起，团队与浦东新区南码头路街道南园养老院合作开展文明共建志愿活动，用悉心陪伴温暖老人内心，将“敬老爱老”的优秀品质传承与发扬；每年的“学雷锋日”，团队参与“文明与文化同行”活动并坚持前往属地社区开展志愿活动，为社区居民提供形式多样的便民服务；团队每季度为上海市第一人民医院骨肿瘤患儿送上绘画服务，指导孩子们用画笔记录快乐时光，感受绘画艺术的独特魅力。

⑦ 筑牢公共服务根基

东方明珠 | 东方购物

为积极响应国家推进公共文化服务体系建设、提升民生福祉、提高人民生活幸福度的号召，东方数智购充分发挥媒体属性，将媒体文化输出与城市品格打造深度融合，让更多消费者在消费体验的过程中了解城市历史、镌刻城市基因、释放城市精神。

开发黄浦江演艺主题游船产品和微短剧项目，服务“一江一河”城市发展战略

2025年，“白玉兰”直播经济主动赋能上海城市建设，创新实践“一江一河”供应链和微短剧城市情感共鸣。

与浦江游轮深度合作，打造了悠游苏州河外滩源码头游船票、悠游苏州河四行仓库码头游船票、黄浦江游览（十六铺码头）精华游平日日航船票等“一江一河”特色产品，除传统乘船游览之外还加入了船上自助下午茶、大世界演艺表演、白玉兰专属上海交通纪念卡等多样元素，将城市风光、城市精神和文旅业态完美结合，通过“白玉兰直播间”矩阵充分展现了“文旅+直播”的融合魅力。

与尚世影业联合出品的精品微短剧《微度假才是正经事》，聚焦“白玉兰直播间”品牌建设，打造“具有电商心智的微短剧”。该剧以浦江游轮为载体，将“一江一河”特色产品与上海文化底蕴巧妙融入剧情设计和场景搭建中，从外滩的璀璨灯火到浦江游轮的江风拂面，沉浸式感受这座城市的独特魅力。作为“以剧促游”的创新探索，观众跟随主角的脚步，沉浸式打卡上海地标，在观剧过程中直观感受这座城市的摩登与温润、传统与活力，解锁“城市微度假”的松弛感与生活美学，让海派城市的包容底色与人文温度自然流露。自上线抖音和红果短剧平台以来，累计播放量超124万，登录东方卫视大屏后，全剧收视约3159.8万人次。

开通“夜光杯-白玉兰直播间”，激发文化创新创造活力

2025年6月，新民晚报社和东方数智购携手打造的“夜光杯-白玉兰直播间”迎来首播，首次打通报业核心文化内容资源和底蕴与东方数智购专业的全链路媒体制作与电商运营能力，以“文化直播+场景带货”双轮驱动，打造具有海派文化特色的直播IP，将夜光杯副刊的“纸上星光”转化为白玉兰直播间的“消费星河”。

直播间将把夜光杯79年积淀的优质文学作品以新媒体形式呈现，特邀沪语名家用地道方言演绎上海主题文章，让文字“声”动起来，拉近和读者的距离，并能与读者实时互动，为观众带来了独具海派文化特色的直播体验。直播间突破单纯促销直播模式，围绕城市文史、老字号焕新、消费场景挖掘等主题，构建“高信息密度内容+轻量化消费引导”的差异化直播路径，开播半年时间里共完成包括上博-埃及文明展、淮海路的摩登与烟火、夏日糟香的江南风物志、四川北路的文化记忆与烟火、上海闲话的光影记忆等15场主题直播，累计观看人数超过7.3万，账号新增关注至5489人，通过“文化导览+场景解说+产品融合”的形式，提升观看沉浸感与消费认同度，让直播间的消费者在品质购物的同时了解物件背后更多的文化积淀和历史风貌。

东方明珠 | BesTV 百视通

打造“上海空中课堂”教育品牌，拓展教学内容和场景

百视通持续打造“上海空中课堂”全媒体在线教育品牌，百视通IPTV（上海）、东方有线的“空中课堂”专区聚焦新课标改革，配合教材更新，同步上海智慧教育平台更新了小学一、二年级及初中全年级教学内容超过1800条，成为上海市中小学生课堂教学的重要补充。

9月1日晚，百视通IPTV（上海）、东方有线首页同步直播由教育部与中央电视台联合主办的《2025开学第一课》，互联网电视平台也及时上线该节目，并在首页首屏重点推荐。该学期的《开学第一课》以“铭记与奋斗”为主题，回顾十四年抗战的艰辛历程，讲述抗战故事，弘扬伟大抗战精神，激励广大青少年在新的历史起点上铭记历史、缅怀先烈、珍爱和平、开创未来。

此外，每学期开学前夕，百视通IPTV（上海）、东方有线以及移动电视同步直播上海教育电视台《公共安全教育开学第一课》，从家庭到户外，构建起细密的安全教育网，助力全市中小学生增强公共安全防范意识。

打造“健康”专区，助力上海“健康城市”建设

百视通继续携手上海市卫健委和上海市健康促进中心开展健康宣传和信息发布，在百视通IPTV（上海）、东方有线打造“健康”专区，全面覆盖上海全市家庭用户。专区包含40多档健康科普节目，包括《健康公开课》《健康脱口秀》《全心家医》《中医话养生》《儿童健康科普》《银龄宝典》《健康大讲堂》《健康食谱》等。市民打开电视即可看到“健康”频道，乐享健康科普视听内容和服务。百视通“健康”专区构建起“政府-医院-社区-居家”健康服务闭环，为市民提供个性化“健康资讯内容+触手可及的健康管理服务”，同时致力于提升全民健康意识，积极倡导健康生活方式，助力上海打造新时代健康城市典范。

深耕科教文卫传播，提升全民综合素养

依托公交、地铁、楼宇等核心公共传播场景，移动电视全年持续刊播多档科教文卫精品栏目，精准触达城市流动人群。《健康公开课》联合专业机构，围绕常见病预防、心理健康等主题，以专家访谈、案例解析形式传递健康知识，全年累计播出约38325分钟；《疾控科普》联动疾控部门，针对传染病防控、疫苗接种等内容制作节目，及时发布权威信息，提升公众健康防护意识；《文明上海》紧扣上海全国文明城市建设要求，通过场景化展示、榜样宣传等方式，传播垃圾分类、文明出行等理念，推动文明行为融入市民日常生活。

推进智慧教育公平化

东方有线基于与上海市教委合作的“空中课堂”项目，部署AI精准教学与作业批改系统。该系统可通过大屏端AI作业批改与错题分析，10秒内完成班级知识点掌握云图生成，以技术弥合教育数字鸿沟。

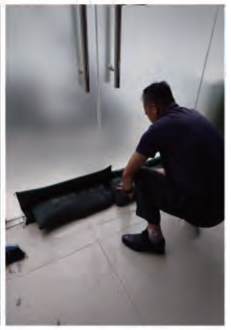
开发智慧康养服务

东方有线联合医疗科技企业开发家庭大屏端“AI+康养”应用，集成健康咨询、用药提醒与紧急呼叫功能，结合智能穿戴设备的生命体征监测与异常预警，将电视大屏转化为居家养老安全守护终端，精准回应上海老龄化人口的结构性需求。

⑧ 积极应对公共危机

危机公关方面，东方有线拟定《东方有线舆情处置实施意见》，以及时、有序、妥善、合理处置与东方有线网络有限公司的相关舆情，最大程度降低舆情对东方有线品牌形象造成的负面影响。为舆情处置工作的开展提供组织保障，公司成立舆情处置工作领导小组，下设舆情处置工作执行小组和舆情工作联络组（舆情监测小组），同时根据舆情处置需要召集临时舆情应对小组。公司舆情处置以“分级处置、分类管理、重大事项联动”为原则。分级处置指按舆情传播度和影响程度，采取相对应的处置流程和应对方式。分类管理指根据舆情的关联责任，由东方有线及所属各部门、各分公司、各子公司承担舆情处置责任，东方有线及所属各部门、各分公司、各子公司守土有责、各司其职。重大事项联动是指东方有线及所属各部门、各分公司、各子公司的重要部署、重要动态、重大活动，特别是可能引起市场和社会广泛关注的重要事项，要前置舆情预防关口，提前考虑后续可能的舆情影响，建立舆情应对与重大事项的联动机制，同步考虑、同步部署、同步落实。

灾害事件处置方面，2025年7月30日，第8号台风“竹节草”在上海奉贤沿海二次登陆，东方有线充分借鉴历年防台经验，提前优化应急预案、完善各项防御措施，严格按照市级预警信号同步启动响应机制。公司累计出动保障人员88人次、应急车辆35辆次，客户服务中心保持高效运转，96877热线接通率达91.22%，10099热线接通率达92.76%。在应对台风“竹节草”的过程中，全体员工团结一心，各部门之间紧密协作，高效沟通，共同克服了台风带来的种种困难，确保了公司运营的稳定和安全。



东方购物

东方数智购建立有重大灾害事件、重大突发公共危机等方面的应急预案，包括火灾、触电、灾害性天气、反恐防暴等应对内容。在重大灾害事件方面，建立从提前巡检、发现问题、及时上报、应急处置、物资保护、人员安置到灾后重建等全流程的闭环机制；在反恐防暴方面，配备国家规定的防暴器材，并不定期进行相关处置流程的培训和演练。

东方数智购高度重视舆情管理工作，致力于建立健全、高效的舆情管理机制，无论是日常信息发布、舆情监测还是新媒体运营等工作，都设立专人专岗，建立健全三审制度，配备专业人员落实相关工作。在人员上岗前，进行相关专业培训和考试，确定合格后方能上岗。在舆情公共危机管理方面，监测频率保障非重保期每天17点上报，重保期每天10点、15 点、21点共三次上报，遇应急舆情每半小时监测一次。对于明确的顾客投诉，均会在24小时内建立与顾客的沟通渠道，商品、节目、法务、售后、频道审查等团队联动第一时间解决用户问题。

⑨ 助力乡村振兴发展

东方有线作为广电+通信融合运营商，将乡村振兴融入企业战略规划，结合公司业务，通过党建共建等方式，建立长效机制，为村镇村民提供优质产品和主动服务，绘就乡村振兴美丽新画卷。

“美丽乡村”顺民意

针对农村地区早期杆线存在的“杆体不稳、线路杂乱、标识缺失”等问题，奉贤东方有线入村居一线对接需求，依托前期党建共建积累的深厚信任与协作机制，带领团队克服施工周期紧、协调任务重等挑战，全年高效完成300余个点位的通信杆线整治，涵盖杆线拆除、线路规整、隐患排查等全流程施工，所有项目均通过质量验收，实现100%按时保质交付。“美丽乡村”工程不仅彻底消除了空中“蜘蛛网”安全隐患，优化了乡村空间秩序，提升了人居环境品质，为后续“一杆共享”及数字乡村建设奠定坚实基础，更切实彰显了服务民生、担当作为的国企品牌形象。

“智慧乡村”惠民生

东方有线各郊区子公司将数字化作为乡村振兴的关键支撑。金山东方有线建设“美丽朱泾0频道”“智慧吕巷”“金山卫镇八字村”等一批富有本地特色、彰显地域文化的智慧广电互动电视平台，内容涵盖新闻资讯、村务公开、实事资讯、便民服务等板块，在社区治理上真正实现互动“零”障碍、服务“零”距离。其中，“美丽朱泾0频道”获得中央文化产业发展专项资金，“智慧吕巷”被列为上海市经信委“智慧城市”建设试点示范项目。

公司加强与区政府、各委办局、基层单位的协作联动，整合各方资源，成功打造了“文明实践服务网络平台”“垃圾分类平台”“乡村治理积分制平台”“可视化大屏”等一系列创新性、示范性的标杆项目，开发了亭林、油车村等镇/村级综合治理平台。其中，车辆布控场景获金山区“一网统管”专项立功竞赛活动优秀场景三等奖，蒋庄村的联勤工作站“e联空间”获金山区“一网统管”专项立功竞赛活动优秀场景二等奖，为社会综合治理提供了有力支持。

同时，公司创新构建了“手机电视+社区电子屏”多终端传播体系，居民可通过上海金山手机APP、i金山微信小程序、小区电子屏等终端形态获取服务，满足多元场景需求，提升信息触达的便捷性与覆盖面。

长效机制保民祉

东方有线各郊区子公司根据属地特色建立长效机制，确保乡村振兴成果不仅“看得见”，更能“守得住、用得好”。奉贤东方有线延续“党建+服务”模式，全年开展百场村居驻点服务，覆盖全区所有行政村，构建“零距离”便民服务体系。主要措施包括：一是升级超高清体验，全年完成2.8万余户家庭的超高清AI机顶盒置换，通过现场调试、功能讲解，帮助村民享受4K画质、智能交互等新体验，推动数字电视服务从“能用”向“好用”转变；二是强化安全意识，新增反诈宣传专项服务，聚焦老人和孩子群体，结合真实案例讲解网络诈骗手段、防范技巧，以驻点和现场教学方式开展反诈知识宣传，有效提升乡村重点人群数字安全意识；三是缴费服务优化，将收视费收缴纳入驻点核心内容，提供现金、扫码等多元缴费方式，为行动不便老人提供上门代缴服务，用实际行动解决乡村“缴费难”问题；四是银发智能教学，新增银发智能教学活动，针对老年人使用智能设备的需求，现场讲解智能手机、智能电视等常用设备的基础操作、功能设置及网络安全注意事项，帮助老年人跨越“数字鸿沟”，更好融入智慧生活。

东方数智购紧抓视频购物核心优势，聚焦乡村振兴项目，全方位推动合作区域农文旅产品的市场拓展、品牌塑造与产业升级，为地方经济发展持续注入活力。

“大美云南 走进丽江”消费帮扶渠道项目

东方数智购白玉兰直播间团队远赴云南丽江，在当地开启“大美云南 走进丽江”溯源直播活动，采用“电视大屏+移动小屏”的双渠道互动直播模式，重点测试了云南核桃油、米线、小粒咖啡等特色商品的市场反响，全年云南产地商品通过大屏等存量渠道销售金额就达到900万元以上。

“大美云南 走进丽江”消费帮扶项目通过移动端的产地溯源短视频引流，依托白玉兰直播间账号矩阵对热销商品开展常态化、主题化、一体化的双向直播，结合大屏节目带不定期输出优质内容，助力云南丽江农文旅产品销售，促进丽江生态农业、旅游业的持续、快速发展，进一步扩大丽江这座城市在沪的知名度和影响力。

第八届上海市对口地区特色商品展销会项目

在第八届上海市对口地区特色商品展销会中，东方数智购依托自有媒体矩阵开展全方位、高频率的预热推广，实现了多触点、立体化引流；充分发挥全媒体宣传优势，为活动营造了广泛而深入的社会影响力。移动小屏端“白玉兰直播间”矩阵连续四天进驻展会现场开展主题直播，主播嘉宾边逛边播、边吃边播，通过与消费者的亲切互动，有效提升单一商品的曝光度，切实助力对口地区特色商品的推广与销售；电视大屏端同步推出多场高端及礼赠类特色商品专场，不同组合商品的融合销售满足了消费者在特定场景下的特定需求。大小屏商品结构互补、差异化推送，全面覆盖日常消费与节礼消费，有效拓宽了对口地区特色商品销路；“大小屏联动、商品差异化”的策略推动了“上海所需”与“当地所能”高效对接，助力消费帮扶有效落地。

上海农业展览馆项目

为助力革命老区特色产业发展，东方数智购携手上海农业展览馆，围绕三明、六安乡村振兴系列产品开展专项营销合作。通过整合东方购物电视及“白玉兰直播间”矩阵的全媒体平台资源，构建“品牌传播 + 销售转化”的一体化推广体系，为老区特色商品突破地域限制、打开更广阔市场提供多重路径，为当地产品实现了从“地方特产”到“市场名品”的升级，同时也为农展馆搭建了更稳定、更多元的市场化输出渠道。同时，通过对合作伙伴的人员培训、实操训练，帮助其建立标准化的产品质检体系和电商直播手册，指导众多本土品牌对接电商资源，推动农文旅特色产业的标准化与可持续发展，助力乡村振兴更好更快融入互联网时代。

东方明珠 BesTV 百视通

百视通充分发挥主流媒体的传播优势，开发农村实用技术培训平台，上线乡村振兴类展播专区，为农业知识普及、乡村旅游品牌推广做出贡献。

开发“农一通”平台，大小屏联动助力福建“三农”发展

在福建省农业农村厅指导下，百视通携手福建农科院共同开发上线了福建省农村实用技术员培训项目辅助平台“农一通”，以大小屏联动的方式推广农业技术，普及农业知识。福建电信IPTV大屏端的“农一通”平台汇集了数字乡村、兴农讲堂、乡村产业、乡风文明等乡村振兴类节目内容；小屏端开发上线的“农一通”微信小程序，内容包含防寒防冻、防虫害、无土栽培等全品类农业知识短视频，用户还可以通过小程序直接向农业专家提问，切实解决农业生产中的实际问题，有效助力“三农”发展。

连续三年推出“乡村振兴”主题展播专区

百视通积极响应互联网电视工作委员会的要求，持续在百视通IPTV及互联网电视平台上线乡村振兴类展播专区。2023年上线“屏展新征程 美丽乡村行”全国乡村旅游宣传展播，2024年上线“屏展新征程 幸福安康行”助农公益展播专区，2025年上线“畅游大美乡村”全国乡村旅游路线推介展播专区，全方位打造乡村旅游品牌，促进乡村经济的发展和文化的传承。

东方明珠广播电视塔根据上海市委宣传部和台（集团）关于开展“结对百镇千村，助推乡村振兴”行动要求，东方明珠广播电视塔与崇明区新河镇三烈村村民委员会签署城乡结对帮扶协议书（有效期为2023年至2027年），东方明珠广播电视塔根据协议每年向三烈村提供5万元帮扶资金。

尚世五岸长期与安徽省安庆市岳西县田头乡柳畈村柳畈小学（农村寄宿制留守儿童学校）保持共建关系，不定期为柳畈小学的学生提供远程影视课程、学习物资资助、来沪夏令营机会等相关帮助。

04/

社会贡献

公司将公益实践融入运营日常，组织无偿献血、社会服务、公益倡导等活动，着力打造百视通“无障碍视听”、东方数智购“我为群众办实事”等品牌公益产品及项目，以实际行动诠释国有企业经济责任与社会责任的统一。

2025年，公司全年对外捐赠总额：60,000元，参与志愿服务活动涵盖“学雷锋日”“蓝天下的挚爱”无偿献血活动等。

① 公益品牌及志愿服务绩效

1.1 百视通无障碍视听打开有“声”有“色”精彩世界

① 无障碍视听亮相市宣传系统组织的文化公益市集

3月5日，百视通无障碍视听亮相“共赴文明之约”文化公益市集活动，以实际行动践行企业社会责任，为公益事业注入源源不断的活力。在工作人员的引导下，视障朋友们亲身感受百视通无障碍视听电视产品的便捷与智能，读屏功能清晰流畅，丰富的无障碍视听内容更是带来沉浸式娱乐享受。上海市盲童学校的学生们亲手绘画、设计的作品，吸引众多市民游客驻足选购。百视通与上海市残疾人就服中心（阳光201）入驻的残疾人创业项目“荼小爱公益茶饮”联名推出公益奶茶，不仅为市集增添了一抹独特风味，更将百视通公益事业的触角延伸至更多领域，让更多人关注到残障群体的创业与发展。

② “百视通无障碍影视厅”支援海南残疾人综合服务中心

4月8日，海南省保亭黎族苗族自治县残疾人综合服务中心揭牌仪式上，“百视通无障碍影视厅”也正式揭牌。影厅内配置百视通无障碍视听电视盒，为保亭残障群体丰富精神文化生活提供新途径。

③ 承办2025年上海电视节线下惠民导赏活动无障碍放映专场

2025年百视通继续承办上海电视节“白玉兰飘香”线下惠民导赏活动。本次活动特别扩大线下招募范围至长三角四省市，组织上海、江苏、浙江、安徽四地的业务部门及合作伙伴共同参与宣推。6月25日，百视通的无障碍融合专场在中华艺术宫举行，展映片目是纪录片《邬达克》，该片的总导演、制片人陈庆女士亲临现场，与观众们展开面对面交流。活动邀请到50多名视、听障碍人士，在手语翻译、听障版字幕、无线讲解器等无障碍设备及服务的辅助下，他们与150名普通观众一起欣赏影片，共同感受建筑大师的魅力，体验艺术无界的动人力量。

④ 联合主办“无障碍电影进校园”全国爱心联动活动

6月、12月，百视通联合中国助残志愿者协会、中国儿童少年电影学会等主办“无障碍电影进校园”全国爱心联动第十二、十三季活动，组织全国40+所特殊教育学校开展无障碍电影放映活动，累计覆盖近万名特殊教育学校学生，丰富孩子们的精神世界和文化生活。

1.2 东方数智购“我为群众办实事”品牌公益项目

项目自2021年开始，覆盖面从党员逐步扩大至全体员工共同参与、共同打造、共同推广，依托东方购物的大小屏及线上线下营销推广渠道优势，以党建引领，从提振队伍精神面貌到深度融入城市治理再到服务国家发展战略，公益的力量一直不断地在推动品牌发展的道路上坚定前行。

① “白玉兰城市之旅”探索活动

2025年开春，东方数智购精心策划了一场融合城市探索、潮流打卡、展现文商旅体展新场景的互动活动“白玉兰城市之旅”，志愿者们与广大市民游客双向奔赴，共赴春日之约。“玉兰寻踪，城市印记”，从东方明珠到武康大楼，从豫园茶香到国际饭店，来五角场感受潮流文化与活力，老上海的摩登风情和新上海的时尚魅力，志愿者们在5大宝藏地标奉上City Walk城市体验的通关密码，以热情的服务、亲切的讲述，N重惊喜福利的解锁，让市民和游客完成一场魔都文艺腔调与烟火气息的文化探秘。志愿服务活动还特别为参与者准备了专属白玉兰地标卡片和白玉兰定制纪念章，还有5个站点的“白玉兰心愿本”，为这场City Walk留下了最动人的注脚。

② “东方有吉市”市集活动

2025年全年，东方数智购线下市集将城市发展魅力、精神内涵、文化传承与市场运作完美结合，在企业践行社会公益服务责任的同时赋能业务发展，彰显城市治理创新活力、提升人民生活幸福感。5月23日至25日，积极投身“乐游云购”线下文旅市集，在五角场大学路缤纷广场通过白玉兰直播间的“云逛展导游”公益服务带领市民游客探访宝藏摊位，足不出户看遍天下；9月19日至28日，联合30多个品牌供应商，在西岸滨江打造“东方有吉市”沉浸式光影互动市集，和广大市民游客一起昼逛市集、夜赏灯光；9月23日晚，“夜光杯-白玉兰直播间”特别开启“点亮上海东方有吉祥市嘉年华”直播节目，深度探访上海光影节西岸主会场，揭秘360°穹顶裸眼3D投影秀、解读西岸大剧院建筑投影秀、线上玩转全国独家户外动态机械LED屏；10月17日至19日，携手福建省泉州市各县（市、区）供销社在杨浦五角场彩蛋广场开展“海丝泉品 闽韵沪杨”活动，线下公益市集让相隔千里的“泉品”从舌尖美味、养生佳品，升级为可传播、可分享的文化符号，成为海丝文化从“静态传承”走向“活态传播”的全新起点，也令“三农”发展的内生动力与海丝文明的时代活力，在政企协同平台上完成了深度共鸣。

1.3 东方明珠广播电视塔打造“爱满东方，明珠汇聚”公益理念

东方明珠塔作为上海地标建筑及城市名片，积极承担企业社会责任，2025年共举办13场公益活动，免场地费854.3万元。活动包括有浦东新区陆家嘴街道办事处“春风行动”专场招聘会、上海市委宣传部学雷锋纪念日文化公益市集活动、“清朗浦江·2025”网络生态治理旬“主题日”活动、2025年长三角文旅惠民市集、浦东新区民政局“福运连珠”公益快闪活动、上海旅游节文艺演出、中国老龄事业发展基金会老年教育公益行动办公室“金秋敬老·乐享生活”主题公益活动等。2025年度还在负责区域两处设置了城市文明服务站，因此志愿服务人次有一定程度上升。2024年，公司共有志愿者60人；开展志愿活动20余次，总计205人次参与。2025年，公司共有志愿者60人，开展志愿活动20余次，总计220人次参与。

1.4 梅赛德斯-奔驰文化中心打造文商旅体展融合的可持续生活方式

梅奔中心以持续创新实践，实现公益与业务协同发展：核心打造的“放轻松市集”持续紧扣“可持续生活方式”理念，创新“文商旅体展”的融合模式，既契合环保倡议理念也拓展场馆业务边界。将环保活动融入演唱会、主题展、市集等商业场景，通过环保主题区域等形式，在丰富消费者体验的同时，推动可持续消费理念落地。同时，联动开展环保、传统文化等主题社群活动，有效增强消费者与品牌的情感黏性，积累优质用户基础，既促进城市文旅消费与社区活力提升，更间接带动场馆商业区经营稳步改善，实现社会效益与商业价值双赢。

2025年，梅赛德斯-奔驰文化中心在社会贡献方面投入约40万元，全年参与社会贡献的人数约32,434人，活动累计贡献约292小时。环保及公益活动的惠及群体包括孤独症儿童、来沪务工人员家庭的孩子以及广大市民、消费者和观众。

1.5 尚世五岸以影视文化传递公益慈善社会责任

2025年，公司举办市妇联专场、中福会养老院、市国家安全局舞剧电影《永不消逝的电波》公益放映活动10余场；开展阳光家园 “智力助残” 蛇年新春主题活动、组织观摩电影《疯狂动物城》；参与徐汇区天平街道爱心暑托班活动，为孩子们带来一场以“弘扬工匠精神”为主题的人文纪录片赏析课；参加上海市文明单位助力文商旅体展市级专场活动，赋能沪上文化新体验；开展“关爱我的父亲母亲 —— 关爱老人看电影”公益项目，现场放映《永不消逝的电波》，带领观众重温红色记忆；开展以纪念抗战及反法西斯战争胜利 80 周年为主题的“开学第一课”活动，面向市一院骨科党员、骨肿瘤患儿及家属传承红色精神；在喀什举办纪录电影《喂喂喂，足球队》公益图片展及互动沙龙。2025年推进公益慈善所投入资金1,576元，参与社会公益活动44人次，惠及11,587人次；累计时长420小时。

1.6 广电制作聚砂公益服务队

聚砂公益服务队自2005年组建以来，始终秉承“以实际行动践行社会责任，以优质服务倾心回馈社会”的志愿服务精神，坚持以爱心奉献为“初心”，将舞美设计能力和制作服务能力以志愿服务形式传播给社会群体，传递公益正能量。服务队先后与徐汇博爱儿童康健园、虹口区惠馨儿童康健园、静安区启慧学校融合共建，开启“大手牵小手”爱心圆梦行动；自2009年起，团队与浦东新区南码头路街道南园养老院合作开展文明共建志愿活动，用悉心陪伴温暖老人内心，将“敬老爱老”的优秀品质真正地得到传承与发扬；每年的“学雷锋日”，团队参与“文明与文化同行”活动并坚持前往属地社区开展志愿活动，为社区居民提供形式多样的便民服务；团队每季度为上海市第一人民医院骨肿瘤患儿送上绘画服务，指导孩子们用画笔记录快乐时光，感受绘画艺术的独特魅力。因爱出发、向善而行，广电制作聚砂公益服务队依托专业优势，深耕公益品牌，用微笑感动生活，用爱心温暖你我，持续做好广电制作公益之举。近三年推进社会贡献投入的资金约2万元；员工志愿服务70人次；员工志愿服务累计总时长135小时。据统计近三年来公司社会贡献活动惠及特殊儿童、社区居民、高龄老人等近千人次。公司自2008年起数次蝉联“宣传系统文明单位”称号，并于2025年再次荣获“2021-2023年度上海市文明单位”称号。

② 2025年东方明珠公益轨迹

2025年1月1日，东方绿舟推出“燃动新年 爱满绿舟”元旦迎新骑跑活动，携手上海市儿童健康基金会和捷安特，为广大市民、游客精心策划、打造了蛇年迎新跑、公益迎新骑的元旦迎新主题活动，旨在号召社会各界以运动活力拥抱新年曙光，凝聚爱心助力公益。此次活动聚焦奔跑和晨骑活动传递美好和祝福，同时融合了社会交流、文旅互动、健康公益等内容。现场开展了公益募捐、义诊、义卖等活动，助力于本市三甲儿童专科医院的呼吸道疾病患儿提供帮困及宣教项目。活动覆盖1300人次，为上海儿童健康基金会成功提供物资折款11万元善款，主要为定向捐赠东方绿舟园区门票、活动场地使用权益及配套体验物资，为亲子家庭提供免费入园及参与迎新体验活动的机会。通过将园区资源与公益需求深度结合，既让亲子家庭共享节日欢乐，也助力儿童健康公益事业发展，切实履行了公司的社会责任。

2025年3月5日是全国第62个“学雷锋纪念日”，公司积极投身学雷锋志愿服务事业，开展多样公益系列活动。

百视通党委组织党员参与，联合怡桂苑社区、虹星居委等以“关爱社区老人数字生活”为主题，开展“学雷锋”便民服务活动，深入社区为广大居民特别是老年人提供电子产品答疑服务，展示百视通近年来在“双治理”和“适老化界面改造”方面取得的创新成果，推荐百视通“乐龄申城·G生活”产品，受到社区居民欢迎。

东方有线团委指导所属各基层团组织在全市多个社区及繁华路段设摊提供便民服务，涵盖公司业务咨询、故障报修、缴费指引等核心服务，同步开展老年人智能手机与遥控器使用指导、“重温经典”推广及反诈宣传等公益活动。此外，浦东团总支深化校企协同，积极开展勤工助学合作，助力22名高校学子成长成才，在实现业务量级突破的同时，充分彰显青年担当，推动社会效益与企业价值双向提升。

3月22日地球一小时，梅奔中心举办“EARTH BEATS”音乐开放麦并同步熄灯，世界自然基金会（WWF）环保倡议，以实际行动支持全球节能行动、传递环保理念。

3月26日至4月26日，梅赛德斯-奔驰文化中心与上海焕皋公益基金会合作举办为期一个月的“星星的绿色宇宙”孤独症融合公益画展，期间联动开展环保、传统文化主题社群活动。同时，4月2日世界自闭症日，场馆建筑点亮象征孤独症的蓝色灯光，响应联合国及孤独症之声（AUTISM SPEAKS）倡议，活动不仅为孤独症儿童搭建了自我展示的平台，也有效呼吁社会关注该群体、助力其社会融合；2025年7月10日，场馆携手上海久牵志愿服务社开展“追光之旅”公益活动，邀请17名来沪务工人员家庭的孩子参观《呼唤光的名字吧：经典奥特曼主题展》，为孩子们打开了认识世界的新窗口，丰富了他们的童年记忆，传递了浓厚的社会温暖。

4月2日，第18个“世界孤独症意识日”之际，东方明珠广播电视塔于“上海之星”号游船举办“蓝丝带公益之夜”主题活动，活动旨在提高社会公众对孤独症儿童的关注和支持，增进社会对孤独症群体的了解和接纳。作为上海地标及城市名片，每年均为世界唐氏综合征日提供亮灯支持，东方明珠塔亮起蓝色灯光，送上最诚挚的祝福，并呼吁社会各界更多地关注、关爱这些特殊群体。

4月25日至27日，梅赛德斯-奔驰文化中心联合周家渡街道、上海BANG多方发起第二届“放轻松市集”，以可持续生活为核心，设置环保减塑等主题区域，开展废弃物回收、旧物循环活动。活动期间实现回收废弃物60kg、旧物循环超30件，客流达1.4万人次（同比增长12%），预估媒体价值超236万元。

5月11日，2025年“申生不息 为爱奉献”SMG员工无偿献血活动如期举行，公司及下属各子公司共有33为员工为爱心举手，成功献血。这些献血英雄中，半数以上已成功献血多次，他们通过自己的实际行动，用满腔热血传递着爱与温暖，为无偿献血公益事业奉献自己的力量。此外，东方有线工会在4月28日也于上海市血液中心组织开展了2025年集体无偿献血活动，当天共有55位职工成功献血。

5月24日，公司联合上海市第一人民医院举办“童心相‘愈’·明珠守护”公益主题活动，邀请24名正在接受骨肉瘤治疗的患儿及医护陪同人员参观东方明珠塔并享用美食，为患儿创造走出医院、感受城市魅力的机会，助力其心理重建与康复之路，同时提升社会对儿童骨健康诊疗服务的关注。

6月14日至30日，由上海市血液中心、上海市血液管理办公室主办的2025世界献血者日宣传活动于东方明珠塔城市广场举办。该活动旨在提升社会对于无偿献血的关注，切身感受到献血和每一位公民的关系，凸显献血对患者和献血者生活的深远影响，激发社会各界对如何支持无偿献血事业发展的思考。当天，东方明珠塔配合活动点亮红色灯光效果，以致敬每一位无偿献血者。

6月21日袁娅维演唱会，梅赛德斯-奔驰文化中心联合周家渡街道推出“绿色音浪，零废行动”，设环保科普与互动展位，让观众在观演之余学习环保知识，推动环保理念在高流量场景中传播，助力绿色生活方式普及。

6月21日同时也是世界渐冻人日，为激励渐冻人患者跨出封闭、融入社会，也希望能够得到更多的社会关爱，上海市慈善基金会于东方明珠塔老上海8号餐厅多功能厅举办2025年“世界渐冻人日”关爱活动。东方明珠塔于当晚配合亮灯支持，打造“爱满东方，明珠汇聚”公益理念。

9月26日，大山里的音乐课堂×KEZEE×东方明珠城市公益音乐会在东方明珠塔举行，以公益为纽带，联结城市间的交流，为城市文化注入公益氛围。本次音乐会的所得捐款将全部用于助力“大山里的音乐课堂”项目，以公益之心点亮城市的日与夜。

10月23日，百视通组织党员走进徐汇区怡桂苑社区，以“敬老慰问+电影党课”的形式开展敬老助老主题活动。党员志愿者们带着精心准备的重阳糕等慰问品，向社区老年人送上问候。志愿者们还细致讲解了百视通平台最新的适老化功能——从字体放大、语音操控到专属健康资讯板块，帮助银发群体跨越“数字鸿沟”。党员志愿者还和社区老人共同观看《志愿军：浴血和平》电影党课，让每一位老人感受到“组织在身边、党员在眼前”的踏实与温暖。切实履行对客户的社会责任。

第四章
环境保护

01/
环保管理

① 管理目标和制度

东方明珠持续响应国家绿色、低碳发展号召，将可持续发展理念深度融入企业发展战略，坚守“环保、节能、爱地球”的环境管理理念，推动各直属管理公司制定明确的环境管理量化目标及配套管理制度，持续推进节能减碳、节水降耗、污染物治理等各项管理措施落地，不断增强企业可持续发展能力。

① 能源管理

公司总部及各直属管理公司进一步完善能源管理、能源计量相关制度，强化能源使用全流程监控，严格落实办公场所“三清三关”（清通道、清阳台、清厨房，关门窗、关电源、关燃气）管理要求，通过节能设备升级、节能技术改造、高耗能设备淘汰等方式，持续提升能源使用效率，严控能耗总量。

2025年，公司继续加强办公区域“三清三关”节能巡视工作。此外，根据总部园区实际情况，通过手动设置设备的运行时段，避免非必要时段的能耗浪费。经核算，用电量同比2024全年减少了近49.3万千瓦时（相当于节约了近49万元，下降比例约7.89%）。

东方有线作为上海市重点用能单位，积极响应国家现代化生态环境治理要求，践行绿色管理、低碳运营理念，倡导“节能降耗、降本增效”，勇于承担环境保护责任。成立由公司负责人任组长的节能减排领导小组，制定实施《东方有线能源管理办法》《东方有线网络有限公司能源计量管理制度》，明确能源计量管理的目标、职责及实施细则；推进《能效管理数字化三年行动计划（2023年—2025年）》落地，设定2025年度综合能耗总量目标为27,124吨标准煤，单位信息流量能耗与2024年基本持平，各分子公司以2024年为基数，落实办公场所电能消耗量同比下降2%的节能目标，完成“十四五”能源审计并通过上海市能效中心验收。

东方明珠广播电视塔围绕“节能降碳、绿色运维”制定年度目标，明确2025年单位建筑面积能耗稳中有降，淘汰落后机电设备，优先采购一级/二级能效产品，建立每月水电燃气数据复盘机制，及时排查异常消耗；设定2025年全年用电量控制在1600万千瓦时以内、燃气用量控制在21万立方米以内的具体目标，建立重点用能设备台账并实施动态监测。

东方绿舟依托ISO 50001能源管理体系，设置三级能源管理架构，推行能源管理责任制，每年制定能源使用计划与目标，每月分解复盘，确保能耗最低运行；度假酒店采用空气能热水系统，利用体训基地蒸汽作为热源，减少设备投资与能源消耗，提升能源利用效率。

东方数智购重点关注办公楼宇用电大户节能管理，在项目审批中强化能效等级与能耗关键指标管控，通过设施设备升级改造、输电线路优化等方式，降低能源损耗。

梅奔中心以“降耗增效、稳健运营”为目标，持续推动能源管理工作。

② 水资源管理

各直属管理公司围绕节水与水资源高效利用，制定明确的消耗目标、实施路径及管理制度，通过节水设备更新、管网维护、用水计量优化、宣传引导等方式，减少水资源浪费，提升水资源利用效率。

东方绿舟制定2025年相比2023年耗水量下降30%的目标，通过智能节水、宣传教育、用水管网查漏补漏等方式，实现耗水量降幅34.8%，超额完成目标；公司水资源消耗主要来自餐饮、教学及园区设施，以市政用水为主要来源，无直接用水。

东方明珠广播电视塔设定2025年单位游客用水量较2024年下降1%的目标，完善用水计量分级管理，定期巡查供水管网杜绝跑冒滴漏，更换节水型龙头及马桶配件，开展“世界水日”宣传活动提升员工节水意识。

东方数智购、国会中心均通过更换节水设备、调节供水压力、张贴节水标语、加强用水巡查等方式，强化节水管理，减少水资源浪费；国会中心还通过冷却水水处理系统电化学调整排污频次，进一步降低水资源消耗。

广电制作聚焦办公环节用水管理，通过全公司范围内的节水宣传教育、用水区域张贴醒目标识等方式，提升员工节水意识，营造节水氛围。

③ 资源管理

各直属管理公司持续推广无纸化办公，加强各类设备维护保养，建立设备维修与保养多维度评估机制，优先推动资源循环再生与再利用，延长设备使用寿命，提升资源使用效率；严格管控包装材料使用，杜绝过度包装，推动循环经济发展。

东方数智购对内对外持续推动无纸化办公和供应商一件代发项目，对自营商品全面执行简易包装要求；严格落实设施设备定期维护保养，小问题及时维修，大问题做好维修、零配件换新与整机换新的多维度评估，构建成本最优、使用寿命最长的资源利用体系。

东方有线持续推进核心机房资源能级提升及节能优化改造，完善能效管理数字化建设，基于智慧广电资源云管系统完善能耗管理模块功能及数据，提升资源利用效率；2025年完成高耗能落后通信设备淘汰，进一步降低资源消耗。

梅奔中心场馆餐饮供应商积极配合场馆方贯彻环保理念，在各类餐食饮料的包装采购上进行了调整，弃用了原本不可降解塑料餐具，改用纸品餐具、纸杯与纸质吸管、纸质包厢袋与盒等可降解材料，满足环保与卫生安全双重标准。同时，做好包装品使用监测，拒绝过度使用包装品和铺张浪费。

④ 污染物防治

各直属管理公司严格遵守废弃物管理相关规定，完善固体废弃物分类处置体系，加强废水、废气处理与排放管理，落实各类污染物治理举措，减轻污染物对环境的影响。

东方数智购遵循“专业处置、专人负责”准则，完善废弃物管理体系，与环卫单位签署清运、处置合同，严格按照垃圾分类要求对干、湿、可回收垃圾进行分类处置，提高垃圾处置和利用率；定期处置报废固定资产，经评估、拍卖流程合规处置，2025年累计处置752项。

国会中心加装水龙头起泡器、油水分离设备，通过污水处理中心生物治理完善废水处理；锅炉改低氮燃烧器，降低废气排放，每年开展废气排放检测；加强用水管理，杜绝跑冒滴漏，减少水资源浪费与水污染风险。

东方明珠广播电视塔新增必要的油水分离处理设备，厨房排污经隔油、沉淀处理后统一回收处理，不外排，每年接受污水排放检测均达到外排水质要求；废气仅为厨房排油烟，经油烟净化设备处理合格后排放，定期对净化设备进行养护更换；固体垃圾定期分类处置，建筑垃圾统一处理，危废垃圾专人负责，由具备专业资质的第三方企业合规处置。

梅奔中心对商业区商户实施从施工进场到日常运营的全流程对接服务与监管，建立24小时动态巡查机制，重点管控安全稳定、异味虫害及垃圾分类处理。通过即时问题发现与闭环处理，确保商业环境持续优化；同时持续强化大型活动临时垃圾处理工作，积极协调并严格督促活动承办方及时清理各类垃圾。

⑤ 气候变化

东方明珠积极助力“双碳”目标实现，引导各直属管理公司加强碳管理，推进降碳项目建设、减碳技术应用，落实各项降碳举措，加强碳排放监测与管控，提升“碳”管理能力。针对气候变化风险，公司依据《中华人民共和国突发事件应对法》《中华人民共和国防洪法》《上海市防汛条例》《上海市突发公共事件总体应急预案》等法规制定了相关应急预案，全力保证公司员工安全及公司业务发展。

2025年徐汇区发展和改革委员会根据《重点用能单位节能管理办法》《上海市节约能源条例》和《关于组织开展上海市重点单位2024年度报送能源利用状况报告和温室气体排放报告以及能耗强度和总量双控目标评价考核等相关工作的通知》（沪发改环资〔2025〕70号）要求，委托第三方专业机构，对本区非工领域重点用能单位2024年度能耗强度和总量双控目标情况进行了评价考核。东方明珠考核结果为优秀，并获得政府一次性节能考核奖励20万元。

东方数智购严格执行中央空调控温规定，完善中央空调开启标准，通过“三清三关”日巡查减少碳排放和光辐射；鼓励员工通勤采用公共交通，推广电子合同、电子发票，减少纸张及包装物料消耗，推动无纸化作业，引导员工绿植认养，践行低碳办公理念。

东方有线、国会中心、东方明珠广播电视塔均通过设备更新、技术改造、智能管控等方式，降低碳排放，其中国会中心升级磁悬浮离心式冷水机组项目年减排CO_2约437吨，东方明珠广播电视塔各项节能改造年减少碳排放约95吨。

⑥ 生物多样性保护

通过IPTV、移动电视等播出平台，广泛开展生物多样性保护内容宣传，聚焦生态保护、野生动植物守护等主题，推出专题策划、直播及新闻报道，提升广大用户对保护生物多样性重要性的认识，践行“人与自然和谐共生”的发展理念。

② 环保培训及内宣

各直属管理公司持续在办公环境开展环保宣传教育，通过张贴环保标语、专题宣贯、媒体宣传等方式，倡导节约用纸、用电、用水，强化员工及利益相关方的环保意识，推动环保理念深入人心。

东方有线2025年面向公司员工及全市有线电视用户开展节能环保意识宣贯和宣传活动：6月在各主要办公区域张贴节能减排宣传海报，7月召开现场及电视电话会议，宣贯2024年节能减排工作成效及2025年工作计划、目标。

东方数智购对办公用纸、厕纸、自来水、电梯、空调等使用及办公区域“三清三关”管理要求，开展绿色环保常态化宣传和倡议，提升员工环保意识。

广电制作、东方绿舟、东方明珠广播电视塔等均通过张贴节水、节能标语、开展主题宣传活动等方式，常态化开展环保内宣，营造全员环保的良好氛围。

③ 环境合规管理

东方明珠持续完善环境合规管理体系，建立供应商环境审核机制，将环境、气候等考量因素融入供应商筛选及审核标准，加强对供应商环保合规情况的管控，确保供应链环保合规。

供应商筛选及审核标准中同步包含环境、气候等考量因素。在供应商筛选入围阶段，东方明珠除考虑供应商合法合规及供应能力、价格等方面外，也充分考虑环保相关要求，例如对环境排污等影响较大的供应商，关注其环境影响评价。同时，对耗材品类供应商则严格跟踪其污染物排放的各项指标，确保达到环保标准。对于生产加工类供应商，重点关注其工厂内废水、废气、固体废弃物等污染性排放物的排放情况，避免采购和添加有毒有害物质以及对人体健康带来安全隐患的回收料等。

2025年度，东方明珠各直属管理公司严格遵守各项环保法律法规，规范开展环境管理工作，未发生环境事件及环保行政处罚事件，未发生环保违法违规事件与处罚。

④ 环境绩效表现

报告期内，公司核心环境绩效指标如下：

环境绩效指标	单位	2025年
用电总量	万千瓦时	17,081
用电强度	万千瓦时/百万营收	2.28
汽油消耗量	吨	36
柴油消耗量	吨	6
燃气消耗量	立方米	2,114,659
蒸汽消耗量	吨	37,360
用水总量	吨	959,205
用水强度	吨/百万营收	128
范围一温室气体排放	吨二氧化碳当量	4,595
范围二温室气体排放	吨二氧化碳当量	87,885
温室气体总排放	吨二氧化碳当量	92,480
温室气体排放强度	吨/百万营收	12.3
环保总投入超千万元		

说明：

(1) 公司总部与各直属管理公司独立运营，各经营主体业务类型、运营规模、用能用水及排放特征存在显著差异，部分主体未产生相关环境消耗或不具备独立统计条件，因此未单独列示各直属管理公司分项数据，仅对具备独立统计条件的主要资源消耗主体披露合并总量。

(2) 结合公司实际资源消耗情况，此次数据的披露范围为公司具备独立计量条件的主要资源消耗主体，包括：
① 总部及智慧广电业务中的主要资源消耗主体：入驻东方明珠宜山路园区的企业（包括东方明珠总部办公区、百视通1月~11月办公区、文广科技办公区）、东方有线。
② 文化消费业务中涉及线下经营的主要资源消耗主体：东方明珠广播电视塔、国会中心、梅奔中心、东方绿舟、东方明珠地产。

(3) 温室气体统计采用标准：
① 电力、蒸汽：参考上海市生态环境局发布的（沪环气候〔2026〕5号）《关于发布2020-2024年度上海市公共电网电力、热力二氧化碳排放因子的通知》中公共电网剩余组合电力二氧化碳排放因子以及热力二氧化碳排放因子。
② 汽油、燃油、天然气：参考中华人民共和国生态环境部发布的《国家温室气体排放因子数据库（第二版）》中相关的本土化排放因子。

02/

环保运营

① 落实节能举措

各直属管理公司结合自身业务特点，持续推进节能技术改造、节能设备更新、高耗能设备淘汰等举措，优化能源使用结构，降低能源消耗，提升能源利用效率，取得显著节能成效。

东方有线聚焦核心网络机房和数据中心实施节能技改，2025年完成张江2楼核心机房空调系统改造，将风冷式精密空调系统更换为冷冻水机组风冷空调系统，配置高效EC风机，采用变风量控制及群控技术，使该机房PUE由约1.6降至1.4及以下；完成张江3楼核心机房140个机柜微模块改造（占该机房有源机柜总量60%）及张江2楼核心机房12个机柜冷通道隔离改造，降低机房PUE至1.4以下；试点应用AI群控调节技术，建立温度场模型，实现供冷量与散热量精准匹配，系统能效提升率超传统机房25%以上，进一步将模块机房PUE降至1.25左右，达到《数据中心能效限定值及能效等级》GB40879中的2级能效标准；2025年完成10台高耗能落后通信设备淘汰，落实高耗能设备淘汰专项要求。

东方明珠广播电视塔2025年重点推进老旧高能耗设备更新改造，取得显著节能成效：更换塔座5台变压器（1台1000kVA、4台2000kVA），新变压器为SCB14型二级能效，年节电量约12.7万度，年节约电费约7.62万元；对4.2米环廊灯及穹顶灯进行节能改造，更新灯具520支，年节电量约3.19万度；更换两台使用30年的热泵机组，制冷功耗降低6.67%，制热能力提升35%，年节电量约1.31万度；对三轨梯灯带进行LED节能改造，拆除原有高压霓虹灯管，更换为高效LED柔性灯带，年节电量约2.99万度；各项改造合计年节电量约20.19万度，年节约电费约12.11万元，年减少碳排放约95吨；同时优化照明控制，公共区域逐步更换LED灯具，严格执行空调系统季节性温度设定。

国会中心对核心制冷系统实施颠覆性改造，将原约克螺杆机组升级为磁悬浮离心式冷水机组，项目总工期37天，实现零事故、零投诉、零影响运营目标；经第三方机构审计，改造后机组能效比COP由3.22提升至6.70，提升108%，远超国家一级能效标准（5.5）；年节电量61.75万kWh，节电率53.9%，年节能量175.11吨标准煤，超额完成集团下达的100吨年度节能目标75%，年节约电费49.4万元，静态投资回收期仅6.5年；同时实现噪音≤70dB、零振动，智能化运维降低人工成本15%，新机组寿命延长8~10年，残值率提升40%。

东方数智购在办公楼宇设施设备更新换代时重点关注节能等级和功耗，分阶段逐步淘汰老旧照明灯管，采用更节能的LED照明灯具；调整输电线路及各级配电开关配置，减少输电路径的电量损耗，进一步降低办公区域能耗。

东方绿舟度假酒店利用体训基地的蒸汽作为热源，减少设备投资及能源消耗，提高能源利用效率；依托能源管理体系，持续优化能源使用，确保能耗高效管控。

梅奔中心自2022年起启动照明系统LED节能改造工程，通过分区分批升级，每年实现约0.2%的总用电能耗节约。2025年，改造范围扩展至西门大厅、南门大厅及地下车库，累计替换约550盏传统灯具。原灯具全年用电量约6.08万kWh，改造后降至约3.04万kWh，节能率高达50%。这一举措不仅显著降低能耗，更以智慧照明诠释了场馆对可持续发展的坚定承诺；此外场馆空调机组采用江水冷却，不仅效能大幅提升，能源消耗大幅降低，还对周边环境十分友好。为保障冷却水水质，场馆每年坚持对江水取水口清淤，确保水质稳定达标。2025年，场馆积极创新，为江水取水系统增设流量监测设备。借助这一设备，通过精准流量监测，场馆能够科学优化江水利用率，提高空调机组的效能。

② 加强节水管理

各直属管理公司持续推进节水技术改造，更新节水设备，完善节水管理措施，强化用水监测，减少水资源浪费，提升水资源利用效率，部分公司实现水资源消耗目标超额完成。

东方绿舟2025年推进水资源管理各项举措落地，通过智能节水、管网查漏补漏、宣传教育等方式，实现2025年耗水量较2023年下降34.8%，超额完成30%的目标，耗水量整体呈下降趋势。

国会中心2025年逐月用水量保持稳定，通过加装水龙头起泡器、优化冷却水水处理系统排污频次、加强用水巡查、张贴节水标语等方式，减少水资源浪费；2025年全年用水量较2024年整体持平，用水效率进一步提升。

广电制作年度生活用水200余吨，通过全员节水宣传、用水区域标识提醒等方式，强化节水管理，提升用水效率，杜绝水资源浪费。

东方明珠广播电视塔2025年度用水总量156,393立方米，通过更换节水型龙头及马桶配件、定期巡查供水管网、开展“世界水日”宣传等方式，严控水资源浪费，推进单位游客用水量下降目标落地；逐月用水数据显示，夏季用水高峰（7-8月）用水量分别为15,195立方米、16,954立方米，通过合理管控实现用水效率提升。

东方数智购及时更换水箱、水泵、水阀，减少“跑、冒、滴、漏”现象；合理调节供水系统压力，坚持“够用为准”的原则，同时张贴节水宣传标贴，倡导全员节水，进一步降低水资源消耗。

梅奔中心用水管理成效显著，全年用水总量7.868万吨，同比减少2.859万吨。场馆方对供水管道展开了全面检查与维修，及时消除潜在漏水隐患。同时，对生活供水系统的变频控制柜实施升级改造，可依据实时用水负荷智能调节水泵转速，匹配供水流量与压力需求，有效规避了传统恒速运行模式下的能源浪费现象，不仅大幅降低了水泵运行能耗，而且使得供水系统节能效率得到提升。

③ 妥善处理废水、废弃、固体废弃物

各直属管理公司严格按照环保法规要求，完善废水、废气、固体废弃物处理体系，落实分类处置、规范排放要求，确保各类污染物处理达标，推动资源循环利用。

① 废水处理方面

东方明珠广播电视塔新增油水分离处理设备，厨房排污经隔油、沉淀处理后统一回收处理，不外排，每年接受污水排放检测均达到外排水质要求。

国会中心加装油水分离设备，通过污水处理中心生物治理完善废水处理，确保废水排放达标。

梅奔中心场馆内餐饮油污水经油脂分离器精细处理后排放，此流程可预先分离废水油脂，防止管道堵塞，降低维护成本、延长排水系统寿命，减轻对污水系统的污染，分离出的油脂交由第三方回收转化，实现资源再利用。

东方有线、东方数智购、东方绿舟、广电制作等均按照相关要求，规范处理办公及经营过程中产生的废水。

② 废气处理方面

东方明珠广播电视塔废气仅为厨房排油烟，经油烟净化设备处理合格后排放，定期对净化箱体内电极片进行清洗消杀、养护更换。

国会中心锅炉改低氮燃烧器，降低废气排放，每年开展废气排放检测。

③ 固体废弃物处理方面

东方数智购与环卫单位签署清运、处置合同，严格按照垃圾分类要求对干、湿、可回收垃圾进行分类处置，2025年累计处置报废固定资产752项，经评估、拍卖流程合规处置。

广电制作办公废弃物严格按照《上海市生活垃圾管理条例》处理，办公及生活垃圾由物业统一收集清运，电子废弃物委托具备处置资质的企业处理。

东方明珠广播电视塔坚持固体废物无害化、资源化原则，固体垃圾定期分类处置，建筑垃圾统一处理，危废垃圾专人负责，由具备专业资质的第三方企业合规处置。

梅奔中心所有垃圾处理均通过浦东新区废弃物管理中心统一处理；针对仍使用泡沫塑料荧光棒的活动，主动协助主办方完成垃圾回收，确保可回收物与有毒有害垃圾得到精准分类，切实推进环保措施落地。

东方绿舟、东方有线等均规范开展固体废弃物分类处置，推动资源循环利用。

④ 节约资源，加强“碳”管理

各直属管理公司持续推进资源节约，推广循环经济模式，加强碳排放管控，完善碳管理体系，助力“双碳”目标实现，推动绿色低碳发展。

东方数智购持续推广电子合同、电子发票，全面减少纸张及快递邮寄的包装物料消耗，推动无纸化作业取得新进展；采取公开投标方式选择供应商，对供应商品杜绝过度包装；严格落实设施设备定期维护保养，建立多维度评估机制，提升设备使用效率，降低资源消耗；鼓励员工通勤使用公共交通，积极参加绿植认养，践行低碳办公理念。

东方有线持续推进能效管理数字化建设，基于智慧广电资源云管系统完善能耗管理模块功能及数据，实现能耗数据精准采集、统计、分析，为节能降碳提供数据支撑；通过核心机房节能技改、高耗能设备淘汰等方式降低碳排放，2025年综合能耗总量26,773.7吨标准煤，单位信息流量能耗0.0014吨标准煤/万TB，实现节能降碳与降本增效双赢。

东方明珠广播电视塔定期追踪碳排放进度，落实管理职责；通过设备更新、AI技术应用、智能管控等方式，优化设备运行效率，降低碳排放，各项节能改造年减少碳排放约95吨，推动绿色运维落地。

国会中心通过核心制冷系统改造，年减排CO_2约437吨，相当于植树2.2万棵；同时持续推进数智化管理，优化能耗管控，为碳排放和碳交易做好基础工作。

⑤ 环保成效和荣誉

2025年度，东方明珠各直属管理公司扎实推进各项环保工作，取得显著的环保成效，部分公司获得相关荣誉表彰，彰显东方明珠绿色发展实力。

东方有线：2025年9月荣获OPG授予“2024年度ESG践行单位”荣誉表彰；11月在上海市经信委、长宁区发改委2024年度重点用能单位节能降碳考核中，圆满达成年度目标，获得长宁区“优秀”评级（长宁区共3家单位获得优秀）；2025年完成“十四五”能源审计并通过上海市能效中心验收，办公场所电能消耗量较2024年下降2%，核心机房节能技改成效显著，PUE降至1.25左右，达到二级能效标准；2025年环保投入合计875万元，其中张江2楼机房空调系统改造投入640万元，张江机房机柜节能改造投入200万元，AI智能群控节能技术试点应用投入35万元。

国会中心：2025年2月，国会中心投资323.5万元对核心制冷系统进行改造，项目成效显著，年节电量61.75万度，节电率53.9%，年节能量175.11吨标准煤，超额完成集团年度节能目标75%，年节约电费49.4万元，静态投资回收期仅6.5年，同时实现环境、运营、资产多重价值提升。

东方明珠广播电视塔：各项节能改造合计年节电量约20.19万度，年节约电费约12.11万元，年减少碳排放约95吨；完成2025年单位建筑面积能耗稳中有降、单位游客用水量下降1%的目标，用水、用电、用气均控制在年度目标范围内。

东方绿舟：超额完成2025年耗水量较2023年下降30%的目标，实际降幅34.8%；度假村公司能耗强度6.4%，企管公司能耗强度7.79%；度假村公司用水强度0.63%，企管公司用水强度1.45%，资源利用效率持续提升。

百视通：持续通过IPTV、OTT平台开展环保内容传播，获得广泛社会反响；其互联网音视频接收播放设备（机顶盒）的设计及其相关环境，通过环境管理体系认证，证书编号51816E00996R3。

03/

环保案例

① 东方明珠广播电视塔以绿色运营践行地标责任，打造景区可持续发展“上海样本”

作为上海市乃至全国瞩目的重点景区地标，东方明珠塔不仅是城市形象的展示窗口，更是践行可持续发展理念的前沿阵地。在年接待游客数百万的运营强度下，如何在保障游客游览体验与推进绿色低碳转型之间找到最佳平衡点，始终是东方明珠广播电视塔思考的核心命题。

面对高密度客流带来的能源消耗压力、投运多年的“过时产能”设备更新需求，以及极端天气频发对户外设施安全运行的挑战，东方明珠广播电视塔没有回避难点，而是选择迎难而上。2025年，东方明珠广播电视塔围绕“节能降碳、绿色运维”的总体方针，以体系化思维统筹谋划，从能源结构优化、基础设施迭代两个方面切入，探索出一条符合高人流景区特点的可持续发展路径。

② 聚焦能源核心，构建“节约+替代+迭代”三位一体体系

能源管理是景区减碳的主战场。东方明珠广播电视塔深知，要实现真正的绿色转型，不能仅靠零敲碎打的节能活动，而需建立从“使用端”到“供应端”的系统性打法。

2.1 深挖节约潜能，向精细管理要效益

坚持“节约即产能”的理念，东方明珠广播电视塔将节能触角延伸至每一个照明角落。2025年，对塔内大堂4.2米环廊及穹顶灯实施了大规模LED改造，共计更新520支灯具，单支功率由36W降至22W，仅此一项年节电近3.2万度。此外，针对全透明观光电梯光衰严重的高压霓虹灯管，将其更换为高效LED柔性灯带，在225米的长度上实现了功率从8.1kW到2.25kW的大幅下降，年节电近3万度，不仅降低了能耗，更显著提升了游客的视觉舒适度与安全性。

2.2 淘汰落后产能，以设备迭代驱动能效跃升

针对景区内运行超过30年、能效等级低的老旧设备，东方明珠广播电视塔启动了大规模的能效迭代计划。2025年重点完成了塔座5台变压器的能效升级，将原有的SCB3型变压器全部更换为SCB14型二级能效产品。据测算，仅此一项年节电量即达12.7万度。同时，对两台运行30年的热泵机组进行整体更换，新机组在制冷功耗降低6.67%的同时，制热能力提升35%，有效满足了极端天气下的负荷需求，年节电约1.3万度。这种对“过时产能”的果断淘汰，是景区实现能耗强度稳中有降的关键一招。

2.3 探索清洁替代，为未来绿色供能蓄力

在做好节约和迭代的同时，前瞻性地布局清洁能源。2025年东方明珠广播电视塔进行了塔基平台安装分布式光伏的可行性调研，旨在利用景区广阔的塔基平台资源，探索“自发自用、余电上网”的绿色供能模式。虽然目前尚未安装可再生能源设施，但这一调研标志着东方明珠广播电视塔正从单一的“能耗管理者”向“产储用协同的能源规划者”角色转变，为未来清洁能源应用奠定基础。

③ 2025年成果与展望

通过一系列体系化的举措，东方明珠广播电视塔在2025年交出了一份扎实的绿色答卷：全年累计节电20.19万度，节约电费12.11万元，减少碳排放约95吨CO_2。在确保游客体验的前提下，东方明珠广播电视塔将全年用电量控制在1,811万度，燃气用量控制在20.8万立方米，有效应对了运营压力。

指标	2025年环保绩效	单位
年节电量	20.19	万度
节约电费	12.11	万元
减少碳排放	95	吨
用电量	1,811	万kWh
燃气用量	20.79	万立方米

作为城市地标，未来东方明珠广播电视塔将继续秉持绿色发展理念，在可再生能源利用、数字化智慧能源管理等方面持续探索，以更低的资源消耗、更优的运营品质，向世界展示上海这座现代化国际大都市的绿色底蕴与责任担当。

04/

环保宣传

依托公司旗下IPTV、互联网电视、东方有线、移动电视等内容播出平台，结合各类环保节点，广泛开展环保公益宣传、环保内容传播、环保专题策划，同时联动各直属场所开展环保活动，多维度传递环保理念，提升公众环保意识，践行企业社会责任，展现人与自然和谐发展的美丽画卷。

① 环保公益宣传

1.1 东方有线开展节能宣传周活动，覆盖广泛用户

2025年6月，东方有线积极配合上海市经信委开展2025年“节能宣传周”活动，充分发挥自身广电媒体传输网络优势，面向上海市数百万有线电视用户开展节能减排宣传。在上海市广播电视有线数字网高清导视频道投播节能宣传片，在EPG换台广告位、音量条广告位、开机全屏广告位投放“节能宣传周”宣传图片，触达范围广、公益效果佳，获得上海市经信委书面感谢，进一步提升了公众节能意识。

1.2 移动电视打造户外环保宣传主阵地

移动电视拥有覆盖上海市公交、地铁、楼宇的60,000块大屏，日均触达近2,000万出行人群。2025年，移动电视持续推进与上海市环保局深度合作，开设《空气质量》专属栏目，构建权威环境信息公共传播渠道：每日早、中、晚三个黄金时段同步更新上海全市空气质量指数（AQI）、首要污染物、空气质量等级等核心数据，全年累计发布超1,090次，为市民出行规划、生活安排提供科学参考；同时结合当日空气质量状况，配套普及大气污染成因、PM2.5防护、绿色出行方式、低碳生活习惯等环保知识，引导市民主动践行绿色生活理念，增强公众生态环境保护意识，搭建起政府与市民之间的信息沟通桥梁，助力上海绿色低碳城市建设。

② 环保内容广泛传播

2025年，东方明珠聚焦生态保护、生物多样性、绿色发展、能源转型等核心主题，推出丰富的环保内容，构建“专题策划+直播+新闻报道+纪录片”的传播矩阵，助力环保理念深入人心。

2.1 聚焦能源保护与地球守护，推出节点专题策划

4月22日世界地球日，公司旗下百视通精选《一路前行第一季》《世界著名三角洲》《解锁地球新能源》等优质纪录片，推出“我们的能源，我们的地球”专题策划，以纪实镜头探寻绿色发展路径，用科学行动守护人类赖以生存的蓝色家园。

2.2 聚焦生态保护倡导绿色发展，百视通大力推荐环保类报道及纪录片

百视通大屏聚焦生态保护、生物多样性保护与绿色发展三大核心主题，深耕相关领域内容传播，累计更新“我国生态系统质量稳步改善”“能源绿色低碳转型步伐加快”“走进熊猫故乡 科学守护大熊猫栖息地”等新闻报道近300条，构建“宏观政策解读+微观实践报道”的宣传体系，直观呈现我国生态保护领域的扎实实践与显著成效，传递物种保护、生态修复的深层意义。

3月3日世界野生动植物日，集纳《武夷山-我们的国家公园》《神农架密码》《绿色星球》等纪录片，推出“世界野生动植物日：共谱和谐乐章”专题，探秘野生动植物生存秘境。

11月保护野生动物宣传月，推出“万物有灵：野生动物生存实录”专题，精选《勘察加熊》《拯救银背大猩猩》等动物主题纪录片，提升公众对野生动物保护的关注度。

2.3 聚焦绿色经济，直播《2025绿点中国颁奖典礼》展示我国环保实践成果

百视通携手第一财经直播《2025绿点中国颁奖典礼》，记录“碳中和”目标实现过程，用数据与案例还原中国低碳发展真实图景，提炼可复制的绿色发展方法论，为行业进步提供实践依据；同时上线《环保产业 如何驱动绿色发展新未来？》《“绿电”如何点亮“绿色经济”？》等系列点播节目，立足财经视角，聚焦产业绿色转型路径，展现中国在全球气候治理中的责任与担当。

③ 环保活动推广

东方明珠联动公司旗下文旅资源，结合环保节点策划开展各类环保活动，引导公众参与环保行动，践行绿色生活理念，提升环保宣传的实效性和影响力。各直属管理公司结合自身业务特点，开展节能宣传、绿色体验等活动，进一步扩大环保宣传覆盖面，传递企业绿色发展理念，推动形成全社会共同参与环保的良好氛围。

3.1 “地球一小时”特别活动

3月22日，梅奔中心举办“地球一小时”特别活动“EARTH BEATS”音乐开放麦并同步熄灯，响应世界自然基金会（WWF）环保倡议，以实际行动支持全球节能行动、传递环保理念。

3.2 第二届“放轻松市集”

4月25日~4月27日，梅奔中心焕新呈现第二届“放轻松市集”，结合“世界地球日”，以“可持续生活方式”为核心，通过“文商旅体展”的创新融合模式打造春日消费新场景。市集汇聚了40余家特色品牌，精心设置了五大主题区域，包括音钵疗愈、环保减塑、宠物友好、创意手作及特色美食。同期举办超过15场丰富多元的社群活动，包括手碟音乐会、绿植手工坊、种子球制作、月光瑜伽、音乐开放麦、奥特曼限时见面会等。

3.3 当演唱会遇上环保，“绿色音浪，零废行动”开启绿色可持续新体验

6月21日，在浦东新区生态环境局的指导下，梅奔中心联合周家渡街道，借助袁娅维演唱会的契机，打造了一场别开生面的环保可持续宣传活动。活动现场人气爆棚，趣味互动与艺术展示相结合，让环保理念深入人心。此次活动特别推出“绿色音浪，零废行动”倡议，号召观众从出行到观演全程践行环保，共同打造一场绿色演唱会。让观众在观演中学习环保知识，实现公益与业务协同。

第五章
资质与年度荣誉

01/
公司参与的组织、协会和社会机构

中国上市公司协会副会长单位

中国网络视听节目服务协会常务理事单位

上海上市公司协会副会长单位

上海市广电网络协会会长单位

上海网络视听行业协会会长单位

02/
公司年度荣誉

东方明珠新媒体股份有限公司

2025“全国文化企业30强”

2025中国互联网百强

2025上海市互联网综合实力前50家企业

2025上海服务业企业100强

2025上海新兴产业企业100强

中国上市公司协会“上市公司2024年报业绩说明会优秀实践”

2025第一届传媒业可持续发展指数TOP20上市公司

2025上海广电网络协会会长单位

2025上海市广电网络协会第十届理事会会长单位

2025上海旅游节感谢信

2025沪疆文化交流周感谢信

百视通网络电视技术发展有限责任公司

- 荣获“2025年度金屏奖”中国智能视听与科技创新产业“年度超高清视频产业贡献奖”

- “BesTV上海博物馆”荣获“2025年度金屏奖”中国智能视听与科技创新产业“年度大屏最佳创新产品奖”

- 荣获GFIC“年度AI+超高清沉浸技术奖”

- “BesTV上海博物馆”文博云展厅荣获“2025年社会责任和社会公益优秀案例”-“媒体社会责任与社会公益奖”（2025年评选/2026年颁奖）

- 荣获中国助残志愿者协会战略合作融合发展荣誉伙伴称号

- 获评台（集团）上海超高清视听产业服务平台、上海广播电视台（上海文广集团）产业主基地合作伙伴

- 入选中国音像与数字出版协会电子竞技工作委员会理事单位

- 入选全国新闻出版标准化技术委员会国家标准《无障碍音视频出版物通用技术规范》起草组成员单位

- 入选国家无障碍环境展示馆，获得入馆纪念证书

- “BesTV上海博物馆”让文物“活”起来入选第三批长三角人文经济典型案例

- 入选上海市经济和信息化委员会认证2025上海软件和信息技术服务业百强企业

- 向甘肃省庆阳市庆城县太白梁小学捐赠少儿影片证书

- 移动电视宣传专业委员会荣获中国广播电视社会组织联合会颁发的2024年度先进集体

上海文广互动电视有限公司

- 《守护长江 法治先行》系列节目荣获中国广播电视大奖2024年度中国广播电视节目奖

- 《庭前庭后》第三季第一集荣获2024年度广播电视节目专题类二等奖

上海尚世影业有限公司

- 荣获传媒内参第九届指尖传媒榜2024年度影响力影视公司

舞剧电影《永不消逝的电波》获得荣誉：

- 第31届上海影评人奖“年度上海电影奖”，主演王佳俊获得年度新人男演员奖。

- “舞剧电影《永不消逝的电波》澳门推介”荣获2024年上海市“银鸽奖”-优胜奖（国际传播活动类）

- 第六届中国戏曲电影展映荣誉剧目

- 首届亚洲艺术电影节“金海燕奖”（最佳戏剧电影奖）

- 俄罗斯电影节展映影片

- 2025长江文化艺术季长江戏剧电影推介重点影片

- 第一届传媒可持续发展·ESG作品榜成功者

电视剧《蛮好的人生》获得荣誉：

- 初心榜年度杰出剧集

- 第一届传媒可持续发展·ESG作品榜高阶探索者

- 2024-2025年度上海文艺创作优品

- 2025年上海广电媒体融合创新实践成果评选活动优秀案例

电视剧《赤热》获得荣誉：

- 第一届传媒可持续发展·ESG作品榜中阶探索者

- 2024-2025年度上海文艺创作优品

- 公益纪录电影《喂喂足球队》荣获“2025新鲜提案·黎里真实影像大会”优胜提案、入选“新鲜优选海外传播计划”

上海五岸传播有限公司

- 荣获2025-2026年度国家文化出口重点企业

- “俄罗斯‘白玉兰剧场’中国内容专区创建与传播”入选2024年上海市“中华文化国际传播”项目评选活动（中华文化国际表达类）

- 广播剧《国安行动 尚宁的故事》入选国家广播电视总局 2025年“与时代同行”原创网络视听节目征集推选活动

东方有线网络有限公司

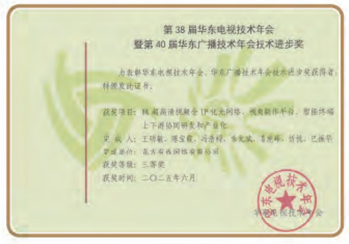
- 荣获中广电移动网络有限公司2024年度终端收入经营指标完成率全国排名第一

- 荣获中国广播电视网络集团有限公司、中国广电网络股份有限公司2024年度经营工作融合发展优秀奖、2024年度经营工作政企业务贡献奖

- 荣获“2024年第五届全国电信和互联网行业职业技能竞赛”优秀组织奖

- 荣获2024年度中国广电新闻宣传工作先进集体

- “基于SegmentRouting技术的广电核心网智能控制平台项目”“上海教育数字化转型广电融合服务试点应用示范项目”“8K超高清视频全IP化光网络、视频制作平台、智能终端上下游协同研发和产业化项目”荣获华东电视技术年会、华东广播技术年会技术进步奖三等奖



- 政务外网无线网业务支撑及终端安全管控系统”入围“2024年信息技术应用创新典型应用案例”

- 荣获上海市广电网络协会颁发的常务副会长单位

- 荣获第二届上海国际光影节突出贡献单位

- 《再见青花》荣获第38届中国电影金鸡奖“金鸡虚拟现实电影节”年度最佳视觉呈现

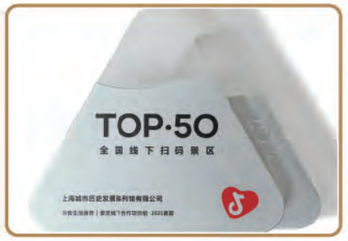
- “AI智慧体育”案例荣获2025年上海市移动物联网及物联感知“物智沪联”应用标杆案例

- “基于政务外网无线网的无人机智联应用”案例荣获2025年上海市移动物联网及物联感知“物智沪联”应用典型案例

上海东方明珠广播电视塔有限公司

- “志愿浦东”年度支持伙伴

· 全国线下扫码景区TOP50



· 2024年度上海内保工作成绩突出集体

· 2025年上海市青少年三对三超级篮球赛场地合作伙伴

· 上海市爱国拥军模范单位

· 2025年度“美丽城市”科普行动优秀组织奖

· 浦东新区反恐怖防范应急工作先进单位

· 第二届上海交通行业文明之星

· 2025大众点评必玩榜

东方明珠安舒茨文化体育发展（上海）有限公司

- 携程口碑榜2026全球100夜游必打卡景点榜

- 浦东新区入境游优质合作伙伴

- 2025最佳旅游新场景

- 2025年度浦东文旅市集消费活力奖

- 2025 FINALIST年度最佳场馆评选入围（8强）

- “梅奔中心SPACE碟宝”荣获2025年度浦东新区特色文旅伴手礼十佳潮品品牌

- 2025年度上海市文明优秀剧场

- 2025 GOGREEN第五届永续绿色盛典绿色影响力地标

- The Best BANG Awards 2026年度文化演出综合中心

上海东方明珠国际旅行社有限公司

- 2024浦东新区旅游统计先进单位

荣誉证书

上海东方明珠国际旅行社有限公司：

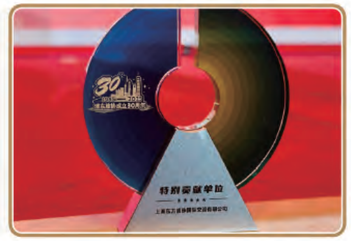
被评为2024年度浦东新区旅游统计先进单位。

特发此证，以资鼓励。

二〇二五年一月

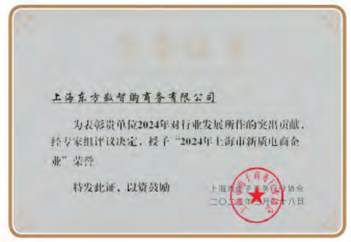
- 2025年度上海市“银鸽之光”国际传播活动（优胜项目）

- 2025浦东新区旅游行业协会特别贡献单位



上海东方数智购商务有限公司

- 2024年上海市新质电商企业



上海东方数智购商务有限公司

为表彰贵单位2024年对行业发展所作的突出贡献，经专家组评议决定，授予“2024年上海市新质电商企业”荣誉

特发此证，以资鼓励

二〇二五年六月八日

- 第38届华东电视技术年会暨第40届华东广播技术年会技术进步奖三等奖（获奖项目：“基于人工智能技术的客户服务平台”）

第38届华东电视技术年会
暨第40届华东广播技术年会技术进步奖

为表彰华东电视技术年会、华东广播技术年会技术进步奖获得者，特颁发此证书。

获奖项目：基于人工智能技术的客户服务平台

完 成 人：吴娜、沈翔、潘锦喜、储钰翔、陈艳伟、李晓惠、张敏雪、韩娜

完成单位：上海东方数智购商务有限公司

获奖等级：三等奖

获奖时间：二〇二五年六月

- 第七届智慧企业建设创新案例（获奖项目：“东方购物AI技术创新应用探索案例”）

- 2025年度视听系统典型案例（获奖项目：“基于数字人技术的移动端直播解决方案”）

上海东方电视购物有限公司

- 2025上海市商务领域“人工智能+”应用优秀案例（获奖项目：“基于人工智能技术的客户服务平台”）

- 2025年杨浦区银发消费友好企业

- 上海广电媒体融合创新实践成果优秀案例（获奖项目：“东方购物AI智能客服平台”）

上海东方智媒城建设开发有限公司

- 首届微视听文艺盛典优秀组织单位

- AI元宇宙产业生态平台生态共建成员单位

- 2025年闵行区多种形式消防队伍执勤岗位练兵活动先进集体

- 浦江梦想之地·未来之城2025年度城市共建伙伴

上海东方明珠传输有限公司

- 2025王选新闻科学技术奖一等奖
（中波天波覆盖项目）

荣誉证书

证书号：2025-1-45

为表彰2025年王选新闻科学技术奖获奖单位，特颁发此证书。

项目名称：中波天波覆盖项目
获奖等级：一等奖
获奖单位：浙江广播电视集团、北京中天鸿大科技有限公司
上海东方明珠传输有限公司

中国新闻技术工程学会
2025年3月

- 第38届华东电视技术年会暨第40届华东广播技术年会技术进步奖

第38届华东电视技术年会
暨第40届华东广播技术年会技术进步奖

与会影华东电视技术年会、华东广播技术年会技术进步奖获得者，特颁发此证书。

获奖项目：基于自研平台及电视专用前端一次播出监管系统
完 成 人：袁飞江、杨静霆、郭小龙、孙千里、马奇、赵军、金宇恒、林轩平、倪杭辉
完成单位：浙江省广播电视集团、上海东方明珠传输有限公司
获奖等级：一等奖
获奖时间：二〇二五年六月

华东电视技术协作委员会 华东广播技术协作委员会

第38届华东电视技术年会
暨第40届华东广播技术年会技术进步奖

与会影华东电视技术年会、华东广播技术年会技术进步奖获得者，特颁发此证书。

获奖项目：城域数字化视频监测与管控系统
完 成 人：王超、钱伟荣、郭磊、张浩男、张晓
完成单位：上海东方明珠传输有限公司
获奖等级：三等奖
获奖时间：二〇二五年六月

华东电视技术协作委员会 华东广播技术协作委员会

附录

附录1：年度履责绩效表

附表1：股东责任绩效

关键绩效——项目	数值
全年召开股东会	2次
董事会会议	6次
公告数量	108个
2025年度业绩说明会	回答投资提问19条
上海辖区上市公司集体接待日暨中报业绩说明会	回答投资提问16条
财务数据	
全年营业收入	74.89亿元
归母净利润	6.17亿元
加权平均净资产收益率	2.06%
基本每股收益	0.18元/股
资产负债率	18.82%

附表2：客户责任绩效

科研投入情况	数值
研发投入总额	171,708,866.01元
研发投入总额占营业收入比例	2.30%
研发人员	517人

附表3：伙伴责任绩效

关键绩效——项目	数值
前五名客户销售额	1,866,713,361.76元
前五名客户销售额占年度销售总额比例	24.92%
前五名供应商采购额	583,176,501.76元
前五名供应商采购额占年度采购总额比例	10.40%

附表4：政府责任绩效

关键绩效——项目	数值
纳税总额	520,519,833.18元
对外捐赠总额	60,000元
每股社会贡献值	0.92元/股
2025年新聘员工数量	260人

附表5：政府责任绩效

关键绩效——项目	数值
男女员工人数	男性员工3,632人，占比60% 女性员工2,415人，占比40%
2025年末员工总人数	6,047人
劳动合同签订率	100%
员工培训	
年内累计组织培训次数	244次
年内培训学时	26,656.5小时
年内培训参与人次	8,063人次
人均学习场次	1.3场
人均参与时间	4.4小时
员工培训覆盖率	100%
员工帮扶	
为员工申请各类慰问金	38.10万元
为大病及困难职工申请帮扶帮困互助金	85万元
办理工会会员卡专项保障	6,061人

附表6：公益活动绩效

关键绩效——项目	数值
公益宣传片总播放时长	超10,831.15小时
公司所属全渠道投放公益宣传片次数	81.83万条次

附表7：环境绩效表现

环境绩效指标	数值
用电总量	17,081万千瓦时
用电强度	2.28万千瓦时/百万营收
汽油消耗量	36吨
柴油消耗量	6吨
燃气消耗量	2,114,659立方米
蒸汽消耗量	37,360吨
用水总量	959,205吨
用水强度	128吨/百万营收
范围一温室气体排放	4,595吨二氧化碳当量
范围二温室气体排放	87,885吨二氧化碳当量
温室气体总排放	92,480吨二氧化碳当量
温室气体排放强度	12.3吨/百万营收
环保总投入超千万元	

说明：

(1) 公司总部与各直属管理公司独立运营，各经营主体业务类型、运营规模、用能用水及排放特征存在显著差异，部分主体未产生相关环境消耗或不具备独立统计条件，因此未单独列示各直属管理公司分项数据，仅对具备独立统计条件的主要资源消耗主体披露合并总量。

(2) 结合公司实际资源消耗情况，此次数据的披露范围为公司具备独立计量条件的主要资源消耗主体，包括：

① 总部及智慧广电业务中的主要资源消耗主体：入驻东方明珠宜山路园区的企业（包括东方明珠总部办公区、百视通1月~11月办公区、文广科技办公区）、东方有线。

② 文化消费业务中涉及线下经营的主要资源消耗主体：东方明珠广播电视塔、国会中心、梅奔中心、东方绿舟、东方明珠地产。

(3) 温室气体统计采用标准：

① 电力、蒸汽：参考上海市生态环境局发布的（沪环气候〔2026〕5号）《关于发布2020-2024年度上海市公共电网电力、热力二氧化碳排放因子的通知》中公共电网剩余组合电力二氧化碳排放因子以及热力二氧化碳排放因子。

② 汽油、燃油、天然气：参考中华人民共和国生态环境部发布的《国家温室气体排放因子数据库（第二版）》中相关的本土化排放因子。

附录2：参照《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系2026版》

		指 标	页 码
E 环境	E1 环境管理	E1.1 环境管理体系和制度	105
		E1.2 通过环境管理体系认证	116
		E1.3 绿色产品研发与环保技术使用	107，111-112
		E1.4 绿色产品或服务收益	/
		E1.5 环保总投入	110
		E1.6 环保培训绩效	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E1.7 环境事件风险评估及预防	108
		E1. 8 环境违法违规及入刑事件	109
		E1.9 发展循环经济	107
	E2 能源	E2.1 能源管理目标和规划	105
		E2.2 节约能源举措	111-112
		E2.3 可再生能源开发与应用	117
		E2.4 能源消耗总量	110
		E2.5 能源消耗强度	110
	E3 水资源	E3.1 水资源目标和规划	106
		E3.2 节约用水举措	113
		E3.3 用水总量	110
		E3.4 用水强度	110
		E3.5 水资源循环利用量	/
	E4 污染物	E4.1 废水管理目标和规划	107
		E4.2 减少废水排放举措	113-114
		E4.3 废水污染物排放量	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E4.4 废水污染物排放强度	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E4.5 废气管理目标和规划	107
		E4.6 减少废气排放举措	114

		指 标	页 码
E 环境	E4 污染物	E4.7 废气污染物排放量	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E4.8 废气污染物排放强度	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E4.9 固体废弃物管理目标和规划	107
		E4.10 固体废弃物处理举措	114
		E4.11 危险固体废弃物处理举措	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E4.12 固体废弃物排放量	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E4.13 固体废弃物排放强度	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E4.14 固体废弃物回收、利用、处置量	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E4.15 其他污染物管理	公司不属于“产业发展类”，未来将结合公司实际情况统计并披露。
	E5 气候变化	E5.1 气候变化管理	108
		E5.2 助力“双碳”目标的举措	108，115-116
		E5.3 碳核查/盘查举措	108
		E5.4 温室气体排放量（范围一）	110
		E5.5 温室气体排放量（范围二）	110
		E5.6 温室气体排放量（范围三）	/
		E5.7 温室气体排放强度	110
	E6 生物多样性	E6.1 生物多样性保护制度	108
		E6.2 生物多样性保护举措	120-121
S 社会	S1 品牌价值管理	S1.1 品牌战略规划与资源保障	040-042
		S1.2 产品服务质量管理体系与标准建设	067-069
		S1.3 新品牌孵化与老品牌焕新	042-044

		指 标	页 码
S 社会	S1 品牌价值管理	S1.4 核心技术驱动品牌溢价	035
		S1.5 品牌满意度与忠诚度	076
		S1.6 品牌全球化表现	132
		S1.7 品牌公益	098-104
		S1.8 品牌保护	045
	S2 产品和服务	S2.1 信息安全	068-069
		S2.2 客户隐私保护	075
		S2.3 负责任宣传	045-047
		S2.4 产品和服务可及性	065-076
		S2.5 应对客户投诉	070-075
		S2.6 客户投诉量／投诉解决率	070-071
		S2.7 产品研发创新	037-039
		S2.8 研发投入金额	035
		S2.9 研发强度	035
		S2.10 研发人员数量	035
		S2.11 知识产权保护	036
		S2.12 有效专利数	035
		S2.13 遵守科技伦理规范	036
	S3 员工责任	S3.1 员工雇佣和员工组成	050-051
		S3.2 员工权益保障	052
		S3.3 员工流失率	050
		S3.4 员工民主管理	052
		S3.5 薪酬与福利体系	052
		S3.6 员工关爱	061-064
		S3.7 员工满意度	053
		S3.8 吸纳就业情况	050-051
		S3.9 建立合理有效的员工申诉制度	053
		S3.10 员工职业健康安全管理	058

		指 标	页 码
S 社会	S3 员工责任	S3.11 通过职业健康安全管理体系认证	053-058
		S3.12 安全应急管理举措	054-057
		S3.13 安全生产投入总额	054
		S3.14 安全生产培训绩效	054
		S3.15 因工受伤和死亡	058
		S3.16 员工体检覆盖率	053
		S3.17 员工职业发展制度	059
		S3.18 员工培训和实践举措	059-060
		S3.19 员工发展的成效	059-060
	S4 供应链责任	S4.1 供应商管理制度	065-066
		S4.2 保障供应链安全稳定	065-066
		S4.3 引领带动民营和中小企业协同发展	066
		S4.4 供应商ESG管理	065-066
	S5 企业责任	S5.1 服务国家战略或区域发展	077-085
		S5.2 金融“五篇大文章”	084
		S5.3 社区关系	086-087
		S5.4 公共服务	087-091
		S5.5 应对公共危机	092
		S5.6 税务贡献	049
		S5.7 促进共同富裕	093-097
G 治理	G1 公司治理	G1.1 党的领导融入公司治理	027-028
		G1.2 外部董事占比	029
		G1.3 合规管理体系	031
		G1.4 风险管理体系	031
		G1.5 审计制度	032
		G1.6 避免违反商业道德的举措	032
		G1.7 商业道德培训绩效	033
		G1.8 反垄断与公平竞争	033

		指 标	页 码
G 治理	G1 公司治理	G1.9 举报者保护政策	033
		G1.10 诚信经营及信用体系建设	034
	G2 ESG治理	G2.1 董事会参与ESG管理	012
		G2.2 ESG工作组织架构	012
		G2.3 ESG战略/目标	011
		G2.4 ESG利益相关方识别	015
		G2.5 重要性议题和指标识别	017
		G2.6 ESG相关制度	010,012-013
		G2.7 开展利益相关方沟通活动	016，026
		G2.8 管理层薪酬同ESG绩效挂钩	/
		G2.9 具体业务考虑ESG要素	077-104
		G2.10 ESG专业技能和能力	013
		G2.11 ESG信息报告机制	013
		G2.12 ESG第三方评价	014
		G2.13 ESG数字化建设	014
		G2.14 推动海外经营机构加强ESG工作	/
	G3 数据治理	G3.1 基础平台建设	048
		G3.2 数据汇聚互通	048
		G3.3 数据治理体系	048

反馈意见表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告：我们诚挚地期待您对本报告进行评价，并提出您的宝贵意见，以便我们持续改进工作，提升公司可持续发展水平！

一、选择性问题（请在相应的位置选择打“√”）

1、您对本报告的总体印象是：

□很好 □较好 □一般 □较差 □很差

2、您认为报告中所披露的可持续发展（ESG）信息质量：

□很高 □较高 □一般 □较低 □很低

3、您认为本报告结构：

□很合理 □较合理 □一般 □较差 □很差

4、您认为报告版式设计和表现形式：

□很好 □较好 □一般 □较差 □很差

二、开放性问题

请您对《东方明珠新媒体股份有限公司2025年度可持续发展（ESG）报告》提出宝贵意见和建议；

您可以将反馈问题邮寄给我们联系人：

嵇绯绯（董事会秘书） 地址：上海市宜山路757号 邮编：200233

电子邮箱：dongban@opg.cn 本公司网站：www.opg.cn

请留下您的联系方式：

姓 名：_____

工作单位：_____

职 务：_____

联系电话：_____

电子邮箱：_____