



上海电影股份有限公司
SHANGHAI FILM CO.,LTD.

2025年度

环境、社会和公司治理（ESG）报告





目录 CONTENTS

报告编制说明	1
致利益相关方的一封信	5
关于上海电影	7
可持续发展治理机制	8
数据表	104
报告指标索引	107



环境责任



应对气候变化	18
环境合规管理	23
能源利用	25
水资源利用	26
绿色运营	27
循环经济	28

社会责任



创新驱动篇

治理	30
战略	32
影响、机遇与风险管理	34
指标与目标	43

供应链安全篇

供应链日常管理	45
供应链合规管理	47
供应链风险管理	48
供应链可持续发展管理	49

产品和服务安全与质量篇

产品质量管理	52
客户服务管理	55
数据安全与隐私保护	65

行业协作篇

经销商管理	68
助力行业发展	70

员工权益与发展篇

员工权益	75
员工发展	79
员工关爱	81
职业健康与安全	82

社会贡献篇

服务国家战略	83
社会公益	84
员工志愿活动	86

社会贡献篇



公司治理	89
党建引领	97

反商业贿赂及反贪污	101
反不正当竞争	103

报告编制说明



编制标准

本报告参考《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》，符合《上海市国有控股上市公司 ESG 指标体系》披露要求，并结合《中国企业可持续发展报告指南 CASS-ESG6.0》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号 -- 规范运作》中的披露要求编制。



时间范围

本报告的时间跨度是 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。为增强报告可比性，部分内容往前后年度适度延伸。



组织范围

本报告以上海电影股份有限公司为主体，除特别说明外，本报告范围与公司年报范围保持一致。



称谓简称

公司全称	报告中简称
上海电影股份有限公司	上海电影、公司
上海电影 (集团) 有限公司	上影集团
上海联和电影院线有限责任公司	联和院线
上海影城有限公司	上海影城
上影元 (上海) 文化科技发展有限公司	上影元
上影联和 (北京) 影业有限公司	上影联和
上海上影新视野私募基金合伙企业 (有限合伙)	新视野基金
上海农村数字电影院线有限公司公司	农村数字院线



发布情况

上海电影股份有限公司自 2017 年发布《社会责任报告》，本报告是上海电影股份有限公司发布的第二份《环境、社会和公司治理 (ESG) 报告》，向投资者等利益相关方披露了公司在经营中对于环境、社会和公司治理 (ESG) 议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

信息来源

本报告使用的定性、定量信息均来自上海电影的公开信息、内部文件和相关统计数据。

报告编制原则

I 重要性

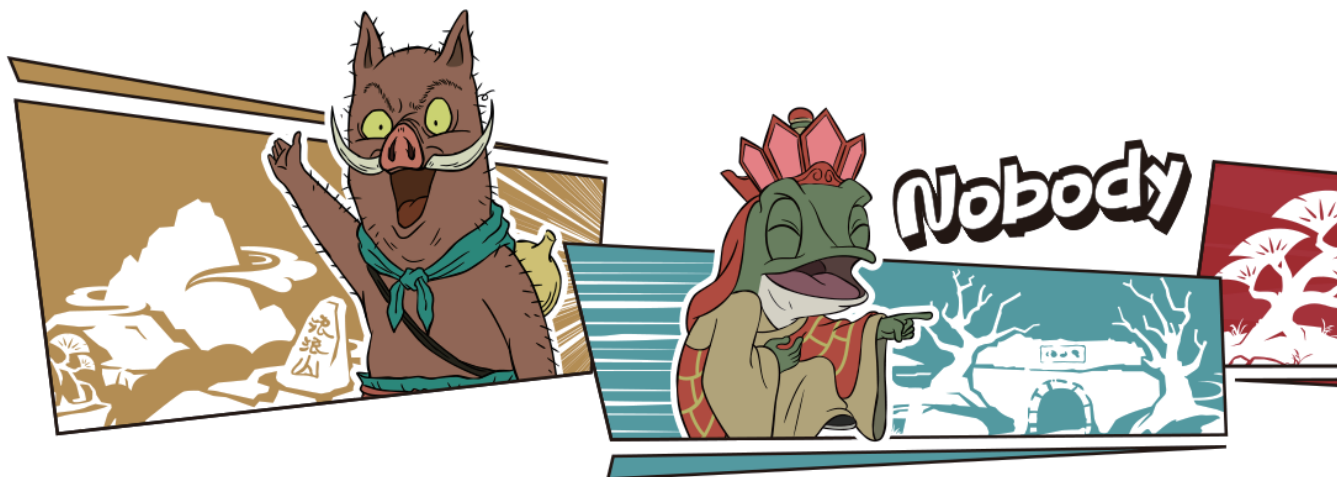
公司识别出各利益相关方关注的与经营相关的重要性议题，作为本报告汇报重点。本报告中对重要性议题汇报的同时关注公司所处行业 and 经营业务的特点。议题重要性分析过程及结果详见本报告“议题重要性评估”章节。

I 准确性

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

I 平衡性

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



I 清晰性

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

I 量化性

本报告披露关键定量披露项，并尽可能披露历史数据。

I 可比性

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

I 完整性

本报告为年度报告，覆盖时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告，为利益相关方决策提供及时的信息参考。



I 时效性

本报告为年度报告，覆盖时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

I 可验证性

本报告中案例和数据来自公司发布的公开文件、报告和相关内部统计数据，所披露数据来源及计算过程均可追溯，可用于支持外部鉴证工作检查。

报告发布形式及获取途径

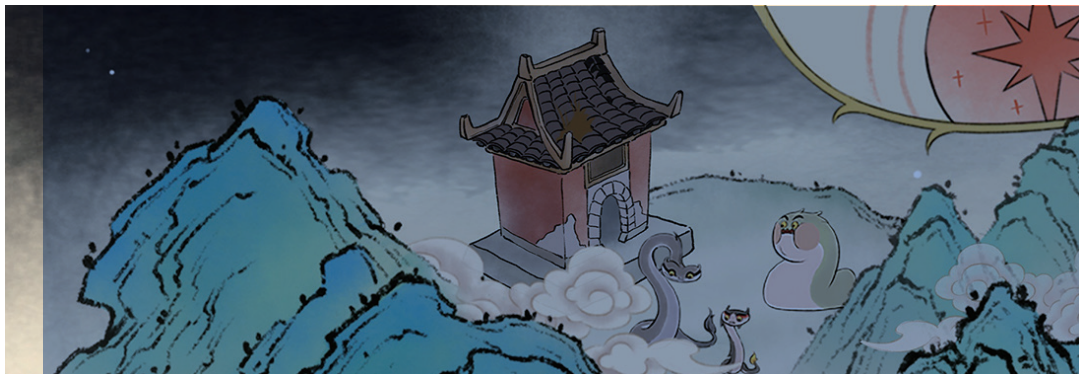
为节约环境资源，减少纸张的使用，本报告通过电子版形式发布。您可在证券交易所指定的信息披露平台 (www.sse.com.cn) 及公司官方网站 www.sh-sfc.com 获取。

如您对公司的 ESG 工作有任何意见或建议，欢迎您通过以下联络方式与我们联系，协助我们持续改善。

邮件: ir@sh-sfc.com, 电话: 021-33391188

地址: 上海市徐汇区漕溪北路 595 号 C 座 14 楼

致利益相关方的一封信



尊敬的各界朋友：

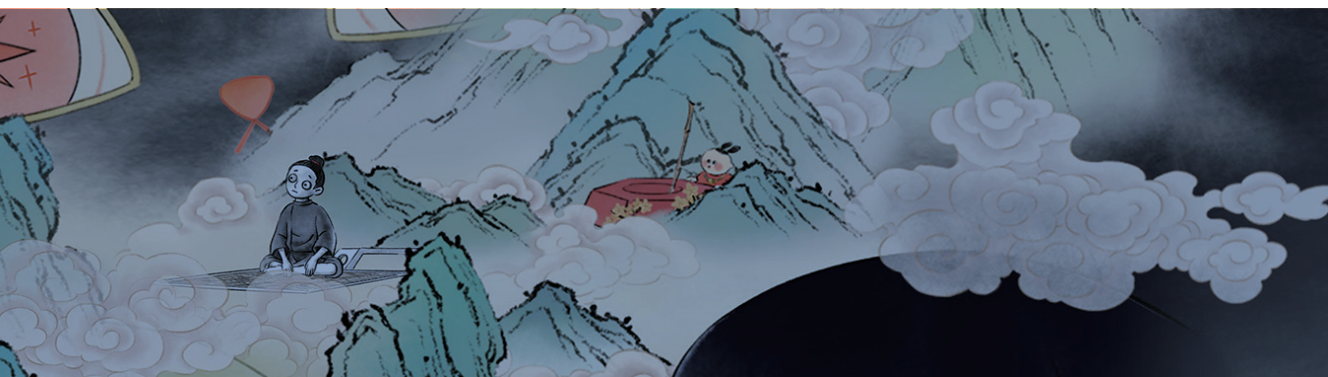
2025 年，中国电影迎来一百二十载光华。从《定军山》的第一缕光影，到如今银幕万里河山，光影走过了双甲子的峥嵘岁月。上海电影股份有限公司扎根百年电影沃土，始终怀抱为民初心：以优质内容服务观众，以可持续价值回报股东，以实干担当回馈社会。光影不息，责任不止。

这一年，我们守正开新，以光影温暖城市。

银幕之内是故事，银幕之外是生活。我们以“一院一品”重塑影院生命力，让每一座影城成为城市文脉的发光体。上海电影艺术中心焕新启航，再树城市文化地标新高度；全国首家动漫主题影院，用光影为年轻人造梦。《菜肉馄饨》将海派烟火气融入城市街巷，让诚意之作成为连接社区、文化与消费的情感纽带。电影，不再只是观看，而是行走、沉浸、共鸣。

这一年，我们通变致久，以经典滋养人心。

IP 运营在传承中创新，让经典与时代共振。《浪浪山小妖怪》刷新国内二维动画影史票房纪录，以东方美学对话世界，架起文化消费的桥梁，为经典 IP 年轻化探索新路径。我们推动《大闹天宫》《葫芦兄弟》等经典 IP 与前沿科技融合，让承载集体记忆的文化符号走出银幕、走进日常，在年轻一代中传递欢乐、责任与善意，播撒文化自信的种子。



这一年，我们培根铸魂，让信仰薪火相传。

“我的电影党课”持续深化，覆盖党员突破 35 万人次，红色基因在光影中赓续传承。我们珍视每一位奋斗者，深信唯有浸润温情的土壤，才能孕育直抵人心的作品。作为国有控股上市公司，我们始终以初心践行使命，以透明铸就信任，以实干回馈社会。

这一年，我们奋楫向光，让责任点亮日常。

从发行一线的职工志愿服务，到进博会的“最美服务窗口”；从热心公益献血，到红色电影进村入社——上影人用行动证明：企业的价值，不止于票房与利润，更在于为社会点亮多少明灯、温暖多少人心。

回望百廿年光影长路，再启上市十年新征程，我们深感责任在肩、使命如磐。上海电影将坚定地以习近平文化思想为指引，深耕“文化 + 科技 + 消费”生态体系，推动产业从票房驱动迈向生态驱动。以更开阔的胸襟链接全球创意，以更温暖的光影讲述中国故事，以更坚实的步履助力电影强国建设。

感谢每一位观众、投资者、合作伙伴、员工及社会各界朋友。愿我们继续携手，在光与影的长河中，共赴美好，共创未来。



上海电影股份有限公司
党委书记、董事长王隽

关于上海电影



公司介绍

上海电影股份有限公司（以下简称“上海电影”）由上海东方影视发行有限责任公司于 2012 年 7 月整体改制设立，控股股东为上海电影（集团）有限公司，实际控制人为上海市国有资产监督管理委员会。2016 年 8 月 17 日，公司在上海证券交易所 A 股主板上市（证券简称：上海电影；证券代码：601595），是国内首批登陆资本市场的国有影视企业。

公司坚守以投资者为中心的发展理念，积极构建契合时代发展的业务格局，现已初步搭建“3+1+X”产业发展矩阵：以电影发行、院线经营、IP 运营为三大核心主业，以产融结合为战略支撑，并依托创新孵化持续培育新的增长动能。

公司在电影发行、院线运营、影院放映及 IP 开发等领域均具备行业领先优势，是国内最早开展市场化电影发行业务的专业发行机构之一。旗下联和院线加盟影院超 800 家，位居全国院线票房前列；同时拥有上海影城 SHO、SFC 上影影城（港汇永华店）等技术领先、运营稳健、票房表现优异的直营影院。在影院渠道业务方面，公司立足长三角、布局全国，积极打造多个“电影+IP”跨次元、多场景融合新空间，构建“影院+前沿科技/跨界品牌/创新体验”产品体系，探索下一代影院商业模式；在电影宣发业务方面，聚焦大作品、精品力作、创新题材及市场优质影片，以专业发行为根基、整合营销为抓手，构建“宣-发-映”一体化全新模式；在 IP 运营业务方面，围绕内容焕新、商业授权、游戏联动、文旅空间、文创产品、数字资产等多元业态延伸布局，融合 AI 技术与 VR/AR/XR/MR 等前沿科技，放大 IP 商业价值乘数效应，全力推进 IP 全产业链开发与运营。未来，公司将持续深耕影视文化产业，强化产业生态协同，不断提升核心盈利水平，助力上市公司实现高质量可持续发展。



载誉 2025

资本市场奖项



2025第十五届中国上市公司口碑奖
最佳上市公司董事会（每日经济新闻）



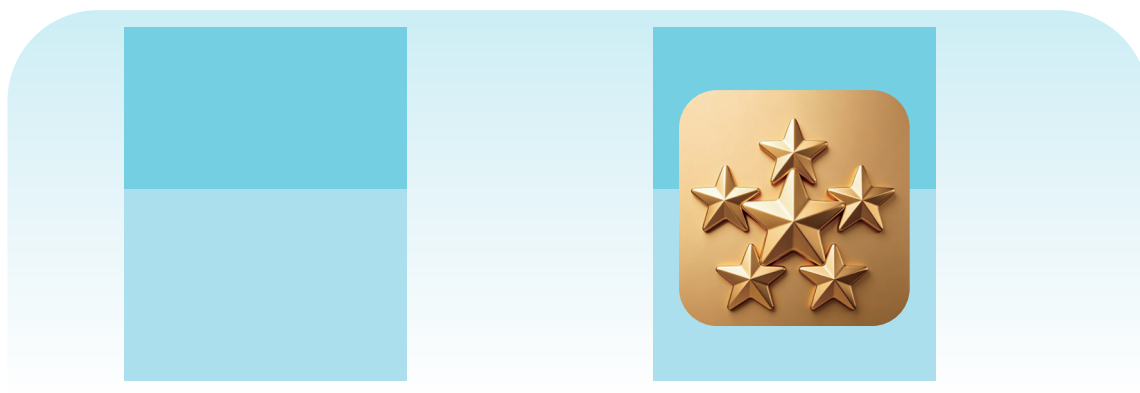
2025上证鹰·金质量
公司治理奖（新华社）



2025年度财联社致远奖
社会责任（S）先锋企业奖（财联社）财联



行业奖项



艺术外滩
最佳共筑伙伴

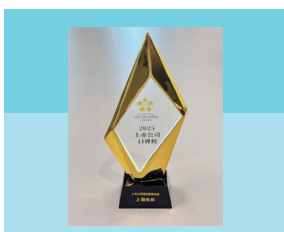
上海市电影发行放映行业协会评定
2024 年上海市五星级影院



上海市精神文明建设
办公室评定
2021-2023 年度市级文明
单位 (2025 年评定)

上海市电影发行放映行业
协会评定
2025 年度优秀艺术电影
放映影院奖

上海市电影发行放映行
业协会评定
2025 年度优秀艺术电
影放映影院奖



上海市电影发行放映行业
协会评定
上海市文化创意产业促进
会、第一财经

第十六届 (2024-
2025) 虎啸奖
优秀奖 / 铜奖 / 金奖

《浪浪山小妖怪》中美电
影节金天使奖项

可持续发展治理机制

公司可持续发展建设取得突破性进展，2024年首次披露ESG报告，相关案例《创新驱动，筑梦光影未来》成功入选上海市国资委优秀案例；同时，公司凭借在ESG与公司治理领域的扎实实践，荣获“上市公司最佳董事会”“公司治理奖”“社会责任(S)先锋企业奖”等多项荣誉。



ESG治理

公司构建了“董事会-董事会战略委员会-ESG工作组-各相关职能部门”四级ESG管理架构，通过自上而下的闭环管理体系统筹推进ESG各项工作，持续提升公司ESG治理效能，以完善的ESG治理体系为电影产业高质量发展提供坚实支撑。

上海电影 ESG 管理架构





ESG战略

近年来，国家及地方政府围绕文化产业扶持、技术创新赋能、文旅消费提振、绿色低碳发展等领域出台多项政策措施，为电影行业可持续发展创造良好政策环境，也为公司带来重要发展机遇。报告期内，公司紧扣“人民城市人民建，人民城市为人民”理念，积极回应社会公众对高品质文化生活的需求，推动电影文化深度融入城市公共生活，持续提升市民文化参与感与获得感，统筹实现社会效益与经济效益协同发展，有效发挥文化企业在可持续发展中的社会价值引领作用。

在控股股东上影集团的支持下，公司立足可持续发展影响、风险与机遇清单，坚持守正创新、融合发展，构建“3+1+X”产业发展矩阵：做强电影宣发、院线经营、IP运营三大核心业务，以产融结合强化战略支撑，通过创新孵化布局新业态、培育新增长点，积极应对行业竞争加剧、内容供给波动、消费模式变化等可持续发展风险，牢牢把握数字技术应用、IP跨界融合、文化消费升级、国际交流合作等发展机遇，不断增强核心盈利能力与抗风险能力，推动上市公司高质量可持续发展。

在可持续发展体系建设方面，公司结合自身业务特点与行业可持续发展要求，初步构建适配可持续发展影响、风险与机遇的ESG战略规划，全面贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，将ESG管理深度融入公司治理、业务运营、文化传播各领域全过程。公司以内容创作提质、科技创新赋能、现代治理完善、专业人才培养为重要抓手，依托影院场景服务、精品影展活动、国际文化交流等实践传播正向价值理念；同时积极履行文化企业社会责任，助力提升电影创作与放映服务水平，激发行业内生动力，提升中国电影国际传播力与竞争力，以可持续发展实践助力电影产业高质量发展。

(* 相关议题的风险与机遇清单，详见正文内容)





ESG 影响、风险与机遇管理

管理机制

公司立足电影宣发、院线经营、IP 运营等核心业务，围绕 ESG 相关影响、风险与机遇，建立全流程识别、评估与应对机制，将可持续发展理念深度融入战略规划、业务决策与日常运营，助力电影产业高质量发展。

在风险管控方面

公司建立 ESG 风险常态化评估机制，结合行业特性与业务场景，定期识别环境（如影院能耗与碳排放、废弃物处置）、社会（如内容导向合规、客户隐私保护、突发公共事件应对）及治理（如关联交易管控、反商业贿赂）领域的潜在风险，针对内容合规风险、数据安全风险、供应链合规风险等重点领域制定专项管控预案。通过搭建 ESG 数据收集与分析体系，持续跟踪风险指标变化与目标达成情况，动态调整管控策略，确保各类风险可识别、可监测、可处置。







在机遇把握方面

公司将 ESG 要求嵌入影院运营、IP 开发、客户服务、供应链管理等全业务链条，积极把握文化消费升级、数字技术赋能、绿色低碳转型等发展机遇：推动影院节能改造与低碳运营，探索沉浸式光影体验与 IP 跨界融合的创新业态；在内容创作与展映中传递和平向善、文化包容的正向价值；通过定期编制发布可持续发展报告，系统披露 ESG 工作进展与成效，以公开透明的沟通方式回应投资者、客户、员工、合作伙伴及社区等利益相关方的期望与关切，强化品牌公信力与长期价值。

未来，公司将持续完善 ESG 管理体系，优化风险预警与机遇捕捉机制，在有效管控可持续发展风险的同时，积极把握文化强国建设、影视产业创新升级带来的新机遇，推动企业与社会、环境的协同可持续发展。

利益相关方沟通

公司高度重视各利益相关方的意见与建议，将利益相关方沟通作为识别、评估及确定 ESG 重要性议题、持续提升 ESG 治理水平的关键途径。公司建立多元化、常态化的利益相关方沟通渠道与工作机制，积极回应利益相关方关切与合理诉求，通过持续有效的双向交流增进互信，为公司可持续发展奠定坚实基础。

主要利益相关方	主要关注议题	主要沟通方式及渠道
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 党建引领 公司治理 风险管理与合规运营 反商业贿赂及反贪污 	<ul style="list-style-type: none"> 落实党建工作要求 依法诚信经营 通过信访检举渠道接受监督 及时响应监管问询与指导
 股东及投资者	<ul style="list-style-type: none"> 风险管理与合规运营 创新驱动 可持续发展价值创造 	<ul style="list-style-type: none"> 召开股东会 董事会及专门委员会 独立董事专门会议 通过官网公告 上证e互动平台披露信息 举办投资者交流活动 传递公司战略与ESG实践进展
 客户	<ul style="list-style-type: none"> 产品质量与观影安全 客户服务效率 数据安全及客户隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 建立客户投诉与满意度回访机制 保障放映及卖品质量安全 落实个人信息保护制度 规范数据处理流程
 员工	<ul style="list-style-type: none"> 员工雇佣与权益保障 员工培训与职业发展 职业健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> 完善人才招聘与晋升体系 建立员工沟通反馈机制 开展职业健康安全培训与关怀活动 赋能员工成长
 供应商及合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 供应链管理 风险管理与合规运营 反商业贿赂及反贪污 可持续采购 	<ul style="list-style-type: none"> 实施供应商准入与履约评估 签订合规与反商业贿赂协议 推行可持续采购理念 推动供应链绿色转型
 社区及公众	<ul style="list-style-type: none"> 社会贡献 应对气候变化 绿色运营文化普惠 	<ul style="list-style-type: none"> 开展公益慈善与文化惠民活动 建立碳排放管理体系 推进影院低碳运营与废弃物合规处置

ESG交流

公司积极组织参与上海市国资委组织的 ESG 专项培训，并邀请金茂律师事务所面向内部员工开展专业的 ESG 专题培训，持续强化全员 ESG 理念与合规意识，全面提升员工在环境、社会及治理领域的专业素养与管理能力。



议题重要性评估

议题重要性分析

为落实上交所可持续发展信息披露及上

海市国资委《ESG 指标体系》要求，公司参照《上市公司可持续发展报告指引（试行）》（以下简称“指引”）及配套指南，结合影视行业特性、院线经营与 IP 运营商业模式及全价值链运营场景，系统识别 ESG 核心议题，并开展双重重要性评估（影响重要性、财务重要性），确保议题全面覆盖公司运营对环境与社会的实际影响，精准反映投资者、客户、员工、社区等利益相关方的核心关切。

2025 年，结合《指引》更新要求及利益相关方沟通反馈，公司对 ESG 议题体系进行动态优化：一是调整议题名称与表述，全面对标监管规范口径；二是对内容相近、场景重叠的议题进行整合归并，进一步提升议题设置的规范性、科学性与信息披露透明度，为后续 ESG 战略落地、目标设定及报告编制奠定坚实基础。

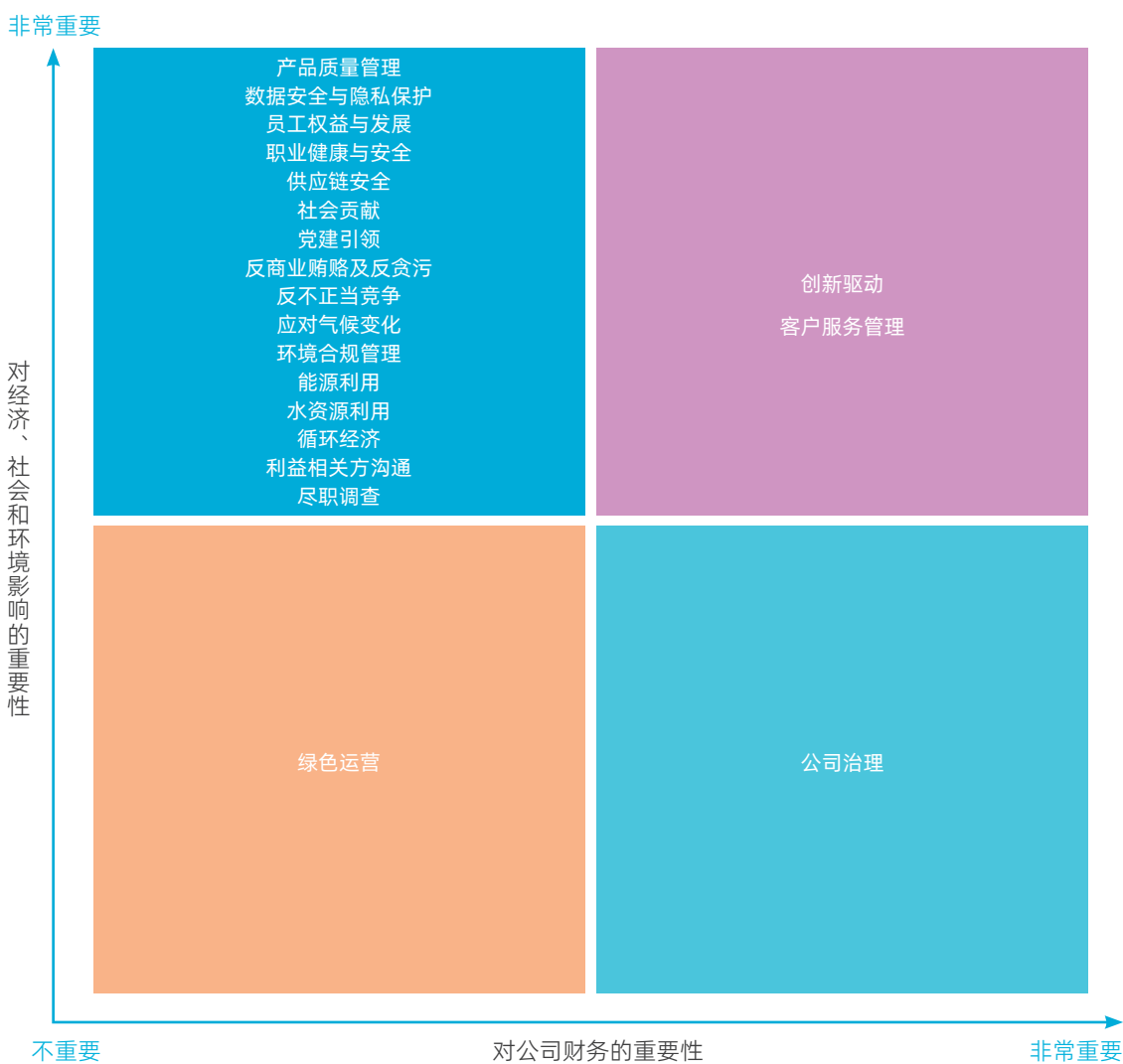
流程	具体内容
<p>了解公司活动和业务关系背景 步骤一</p> <p>01</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 了解公司所处的外部市场环境。 ◎ 了解产生影响的价值链环节及主要受影响利益相关方。
<p>建立议题清单 步骤二</p> <p>02</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 结合上交所《指引》及上海市国资委《ESG指标体系》要求、宏观及行业政策分析、利益相关方沟通、同业对标等，对与公司相关的ESG议题进行初步识别和筛选，形成ESG议题清单。
<p>议题重要性评估与确认 步骤三</p> <p>03</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 围绕ESG议题开展尽职调查，通过定性分析的方式，识别和评估可持续发展相关的重大影响、风险和机遇。 ◎ 围绕ESG议题开展重要性评估，从影响重要性和财务重要性两方面进行定量打分，确定议题双重重要性排序。将影响重要性层面的“影响的严重程度”（影响规模、范围、不可补救性）和“影响的可能性”，财务重要性层面的“影响发生的可能性”和“财务影响的程度”纳入重要性分析考虑。
<p>议题报告 步骤四</p> <p>04</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 经董事会审议通过，本报告对重要性议题进行重点披露。针对具有财务重要性的议题，应用“治理-战略-影响、风险和机遇管理-指标与目标”四方面核心内容进行披露。

议题重要性评估结果

2025 年，公司结合《指引》要求及 2024 年已识别的议题基础上，筛选出 20 项 ESG 议题，形成 ESG 议题清单，并由内外部专家组从影响重要性和财务重要性分别对议题重要性进行打分，形成议题重要性矩阵。

经分析，在 20 项 ESG 议题中，2 项议题具有双重重要性，1 项议题仅具有财务重要性，16 项议题仅具有影响重要性，1 项议题既不具有财务重要性也不具有影响重要性。

2025 年度议题重要性矩阵图



- 图例：
- 议题具有双重重要性
 - 议题仅具有财务重要性
 - 议题仅具有影响重要性
 - 议题既无财务重要性也无影响重要性

维度	序号	2024年议题名称	2025年议题名称	是否具有双重重要性	变动原因
环境	1	应对气候变化	应对气候变化	●	--
	2	--	环境合规管理	●	结合《指引》单列议题
	3	--	能源利用	●	
	4	--	水资源利用	●	
	5	绿色运营	绿色运营	\	--
	6	--	循环经济	●	结合《指引》单列议题
社会	7	创新驱动	创新驱动	● ●	--
	8	产品质量	产品质量管理	●	--
	9	客户服务	客户服务管理	● ●	--
	10	数据安全与客户隐私保护	数据安全与隐私保护	●	--
	11	员工雇佣与权益	员工权益与发展	●	调整议题表述
		员工培训与发展		●	调整议题表述
	12	--	职业健康与安全	●	调整议题表述
	13	供应链管理	供应链安全	●	调整议题表述
	14	社会贡献	社会贡献	●	--
治理	15	公司治理	公司治理	●	--
		风险管理与合规运营		●	合并调整议题表述
	16	党建引领	党建引领	●	--
	17	反商业贿赂及反贪污	反商业贿赂及反贪污	●	--
	18	--	反不正当竞争	●	结合《指引》单列议题
	19	--	利益相关方沟通	●	
	20	--	尽职调查	●	

注：

“●”代表具有影响重要性，“●”代表具有财务重要性。

“\”代表既不具有财务重要性、也不具有影响重要性。

环境责任



应对气候变化	18
环境合规管理	23
能源利用	25
水资源利用	26
绿色运营	27
循环经济	28



应对气候变化

公司秉持“生态优先、绿色发展”理念，严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，将绿色发展理念贯穿影城经营管理全过程，持续降低经营活动对环境的影响，致力打造电影行业绿色运营标杆。



治理

结合影视文化行业运营特点，公司建立健全应对气候变化治理机制，建立“总部统筹-门店执行-全员参与”的碳排放管理体系，设立专职岗位负责数据收集、核算与报告，将减排指标纳入员工绩效考核，形成闭环管理机制。

同时，公司构建“气候管理组长--副组长--组员”三层气候管理组织架构，形成职责清晰、协同高效的气候治理管理体系。同时，公司建立完善的应对气候变化工作机制，将绿色低碳理念融入影城运营、影视制作等日常经营管理全过程，通过总部统筹规划与各子公司协同执行，稳步推进气候变化应对相关工作落地实施，助力影视行业绿色低碳可持续发展。

此外，公司建立常态化气候风险管理培训机制，对管理层及核心岗位员工实施强制性培训，围绕气候情景分析、碳足迹核算等内容开展专业能力提升，通过定期组织碳管理专家专题讲座、依托线上学习平台开设气候管理课程等方式，强化员工气候管理知识与实操技能，提升全员气候风险意识与治理能力。



战略

公司以“打造现代电影文化产业领先企业”为发展愿景，积极履行环境责任与社会责任，助力中国电影行业实现绿色低碳转型。基于对气候相关风险与机遇的识别及评估，公司制定应对气候变化战略，相关风险与机遇详情参见下文“公司气候相关风险和机遇矩阵”。

类型	具体描述	潜在财务影响	影响范围	应对措施
急性物理风险	极端天气（台风、强对流、洪水等）可能导致影片宣发、公众观影及户外演出延迟或取消，观影意愿降低；高温等极端天气促使消费者转向线上娱乐，分流影院观众，同时威胁影城运营安全。	营业收入↓ 运营成本↑	短期 中期	<ul style="list-style-type: none"> 开展极端天气监测与预警。 将气候影响纳入活动方案。 制定应急预案并定期演练。

类型	具体描述	潜在财务影响	影响范围	应对措施
慢性物理风险	全球气候变化引发极端热浪、海平面上升等，加剧经济萧条，冲击消费市场；绿色消费理念普及下，高能耗影院面临客户流失风险。	营业收入↓	长期	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 积极响应“双碳”目标，推进绿色运营。 ◎ 推动行业绿色低碳转型。
政策法规风险	违反能源使用、环保相关法律法规或政策，可能导致罚款、警告等；国际气候相关政策变化可能影响合拍片及文化交流。	合规成本↑	长期	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 落实“双碳”政策部署，积极参与生态文明建设。 ◎ 跟踪国际气候政策动态，优化跨境业务布局。
声誉风险	公司、供应商或合作伙伴在气候应对、能源使用等环节的不当行为，可能导致声誉受损；未跟进绿色转型要求可能引发客户流失。	营业收入↓	长期	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 做好供应商/合作伙伴调查及风险评估，提前规避风险。 ◎ 强化环保实践披露，提升品牌绿色形象。
产业链风险	电影制作环节绿色转型推动上游供应商提高环保标准，公司若未及时跟进，可能面临供应链中断或成本上升压力。	运营成本↑	长期	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 建立供应商绿色准入与评估机制。 ◎ 协同上游推进供应链低碳化改造。
资源效率机遇	鼓励员工低碳差旅，在办公及经营场所开展节能降碳，可减少运营开支；节能技术应用可进一步降本增效。	运营成本↓	短期 中期	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 制定绿色倡议，鼓励低碳出行。 ◎ 开展气候变化培训与宣贯。 ◎ 实行绿色运营，优先采购节能设备。
市场机遇	参与发行/放映的气候变化主题影片，有望获得市场高度评价并拉动票房增长。 消费者绿色偏好崛起，环保实践突出的影院更易获得客户青睐。	营业收入↑	长期	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 关注气候变化相关影片动态，适时引入。 ◎ 强化绿色运营宣传，契合消费者环保偏好。
技术机遇	激光光源及低能耗放映设备、数字技术的应用，为节能降碳、重构生产范式提供新可能。	运营成本↓	短期 中期	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 关注放映设备技术动态，优先采购节能设备。 ◎ 探索数字技术在低碳制作、高效运营中的应用。

注：

短期：公司报告期间结束后 0 年至 1 年（含 1 年）；中期：公司报告期间结束后 1 年至 5 年（含 5 年）；
长期：公司可持续信息报告期间结束后 5-10 年（含 10 年）。



影响、风险和机遇管理

气候变化风险量化分析

公司基于气候情景分析框架，对核心业务场景下的气候变化风险开展量化评估，重点覆盖影城运营、影视制作、内容发行及供应链管理等领域，识别不同气候情景下的风险敞口、潜在影响与传导路径，为应对气候变化战略制定与资源配置提供数据支撑。

在短期（1-5 年）情景下，重点量化极端高温、台风、强降水等急性物理风险对影城客流、宣发活动执行及安全生产的影响，测算票房收入波动、运营成本抬升的幅度；在中长期（5-20 年）情景下，聚焦慢性物理风险、政策合规风险及产业链传导风险，量化消费行为转变、绿色转型要求、国际气候政策变化对市场需求、供应链稳定性及合规成本的长期影响，同时评估绿色运营、节能技术应用及气候主题内容带来的机遇收益，形成覆盖“风险 - 机遇 - 应对”的全维度量化分析结论，助力公司稳健推进绿色低碳转型。

气候风险管理流程

风险识别

公司结合影城分布地理环境、影视制作与发行业务范围、国内外气候相关政策动态等因素，定期更新气候风险与机遇清单，重点识别极端天气对影城运营、影片宣发及观众观影行为的影响，以及绿色消费趋势、产业链低碳转型要求等带来的风险与机遇。

风险评估

公司对已识别的气候相关风险，从严重度（如票房波动幅度、运营成本抬升比例、合规处罚等级）与发生频度（如极端天气频次、政策变动周期）开展量化评价，结合影视行业业务特性确定风险等级，为优先级应对提供依据。

风险监测

建立覆盖影城能耗、极端天气预警、供应链低碳表现、消费者绿色偏好等维度的气候变化风险检测指标体系，对识别出的风险进行动态跟踪与预警，保障业务运营与气候治理的协同可控。

风险管理

将节能低碳管理融入日常经营，推进影城节能改造、绿色放映技术应用、低碳办公实践，同时优化影视制作与发行环节的绿色流程，通过技术升级、管理优化与文化培育，系统性降低气候变化对业务的影响，把握绿色发展机遇。

温室气体减排举措

公司聚焦全链条低碳转型，推进以下减排行动：

设备节能改造

2025 年投入 3 万元推进节能升级，完成全部门店 LED 照明、智能温控系统及智能全域控制系统改造，优化通风效率与空调运行模式，同步推广低能耗放映技术，2026 年第一季度已实现运营碳排放较同比 2025 年第一季度同期下降 8%。

供应链低碳协同

与影视设备、放映耗材、场景搭建等领域供应商签订绿色采购协议，优先选择低碳环保的放映设备、可回收物料及节能型耗材，推动上下游产业链协同减排。

碳抵消与中和实践

针对无法通过节能改造消除的剩余排放，通过参与植树造林项目、购买经核证的碳信用等方式，实现业务碳排放的有效抵消，稳步迈向净零排放目标。

同时，公司智能影院能耗管理系统已完成试点应用，该系统通过 AI 算法优化空调、照明及放映设备运行，目前处于规模化推广阶段；同时需关注技术迭代快、市场接受度不及预期等风险，避免对盈利目标实现产生影响。

指标与目标

公司将绿色低碳发展深度融入长期战略布局，构建“短-中-长”三级气候转型计划，明确“2030 年运营碳排放较 2025 年下降 30%、2050 年实现净零排放”的核心减排目标，季度跟踪评估进度，并持续完善实施保障与商业模式创新。

在商业模式创新方面，公司推出“绿色观影套餐”“观影碳抵消”等特色活动，并拓展环保主题展览等增值业务，推动低碳理念与消费体验深度融合。为保障气候转型战略有效落地，公司设立 5000 万元气候转型专项基金，2026 年统筹安排 15% 预算专项用于节能改造，联合科研机构开展低碳技术研发，同时成立专业气候转型管理团队，常态化开展员工绿色低碳培训；公司将减排目标逐级分解至各门店，实行季度跟踪与进度评估机制，并基于政策稳定、技术进步及市场需求增长的情景假设，动态优化实施路径，确保气候治理目标稳步推进。



期间	转型计划	报告期完成情况
短期 (2026-2028年)	完成全部门店LED屏改造及全场景碳排放核算体系搭建, 实现2028年运营碳排放较2025年下降20%, 同步推进“2030年运营碳排放较2025年下降30%”的中期节点目标。	<ul style="list-style-type: none"> 持续推进中。 推进激光放映系统改造, 可降低放映能耗40%, 截至2026年3月完成30%影院升级, 预计2027年底全覆盖。 更换LED节能照明并加装感应装置, 照明能耗较2024年全年下降35%; 应用智能温控系统, 空调能耗降低22%; 部分影院试点废水回收, 回收利用率达30%。 碳排放核算体系初步建立。
中期 (2029-2035年)	提升可再生能源占比至20%, 降低范围三碳排放20%, 达成2035年运营碳排放较2025年累计下降40%的目标。	<ul style="list-style-type: none"> 持续推进中。 中期计划启动可再生能源试点, 与供应商签绿色采购协议。
长期 (2036-2050年)	实现净零排放。	<ul style="list-style-type: none"> 持续推进中。 长期布局碳汇项目, 累计植树10000余棵, 年吸碳约500吨。

2025年温室气体排放情况³

26.04 吨二氧化碳当量
直接(范围一)温室气体排放量¹

85.46 吨二氧化碳当量
间接(范围二)温室气体排放量²

注:

1、范围一温室气体排放主要为公务车汽油燃烧产生, 折算因子按照《综合能耗计算通则》(GB/T2589-2020) 换算因子进行核算。

2、范围二温室气体排放主要由外购电力产生, 温室气体排放量估算中, 外购电力所产生电力排放因子采用生态环境部2025年12月印发的《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》中的全国电力平均排放因子计算。

3、温室气体数值较去年统计差异原因在于统计范围有所缩小, 2024年涵盖上海电影、子公司联和院线总部以及直营影城, 2025年仅包含上海电影及子公司联和院线总部。

环境合规管理

上海电影深入贯彻落实党中央、国务院关于碳达峰碳中和的重大决策部署，将绿色低碳发展融入公司治理与运营全流程。公司持续强化能源精细化管理，推进节能增效技术改造与低碳运营实践，积极引导全体员工争做“绿色办公、低碳生活”的引领者、践行者与传播者，以实际行动助力国家“双碳”目标实现，推动影视行业绿色低碳转型。

报告期内，公司业务未产生重大环保风险，未发生对公司构成重大影响的环保违规处罚事件。



环境风险评估

公司构建了风险识别、等级判定、应急评估三位一体的环境风险管控体系，通过全流程闭环管理，精准识别环境风险源、科学实施分级管控、持续补强应急保障能力，为公司绿色稳健运营提供坚实的环境安全支撑。

风险识别与源项分析

全面梳理公司运营涉及的危险物质类别，识别可能引发泄漏、火灾、爆炸等环境安全事故的风险单元，建立全维度环境风险清单。

风险等级判定

综合考量事故发生概率与后果影响程度，将环境风险划分为红色（极高）、橙色（高）、黄色（中）、蓝色（低）四个等级，实施分级分类、精准差异化管控。

应急能力评估

围绕应急物资储备、人员应急培训、监测预警体系建设等维度开展应急能力评估，确保应急保障水平与风险等级相适配，识别薄弱环节并制定专项改进方案。



环保意识培养

公司高度重视环保能力建设与管理层绿色战略认知提升，针对性开展核心管理层环保专项培训

强化环保意识，助力绿色转型

为深入落实国家“双碳”战略要求、契合影院行业绿色发展趋势，上海电影聚焦核心管理层环保战略认知与决策能力提升，于 2025 年开展 2 次的环保专项培训，培训围绕国家环保政策解读、行业绿色发展趋势、循环经济商业模式等核心内容，邀请行业专家与环保研究员授课，并结合公司实际运营案例开展专题研讨，核心管理层参与率 100%，有效提升了决策层环保战略意识，明确了未来三年环保目标与实施路径，为企业绿色低碳转型奠定坚实决策基础。

2025年公司环境保护管理主要绩效

3 万元
环保资金总投入

6 万元
节能技术改造总投入

32 人次
环保培训总人次

67 %
环保培训人数比例

256 小时
环保培训总时长

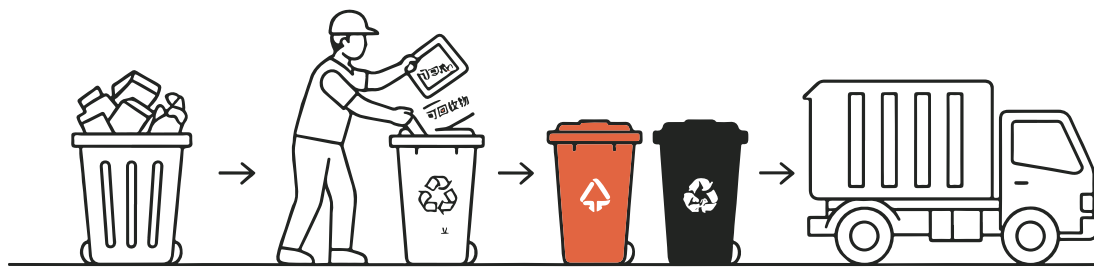


废弃物处理

公司建立规范化废弃物全流程管理体系，持续提升废弃物资源化利用水平与合规处置能力。

在生活垃圾管理方面，公司严格执行垃圾分类规范，实行干湿分离分类丢弃，由第三方机构统一清运，可回收物分类准确率达90%；废弃电子产品等有害废弃物则委托具备资质的第三方专业机构回收处理，合规处置率达100%，确保各类废弃物得到妥善处置。

在资源化利用方面，公司持续推进废弃物资源化实践，可回收物与厨余垃圾处理资源化利用率完成率达85%，切实提升资源循环利用效率，降低经营活动对环境的影响。



1576.80 立方米
生活污水排放总量

21.02 吨
无害废弃物排放总量

8.70 %
无害废弃物排放下降率

16.816 吨
废弃物循环利用量

80 %
废弃物循环利用率

注：以上统计范围仅包含上海电影主要子公司联和院线

能源利用

公司构建权责清晰的能源管理架构，设立能源节约专项小组，统筹推进全流程节能管理工作。



制度与目标 管控

完善能源节约管理制度，明确下班关闭显示器、非正式材料使用二手纸、户外温度 35 度以下不开启制冷设备等要求。

设定节能目标，即自来水使用量同比下降 5%、用电量同比下降 10%。



日常运营 节能

运营能源主要涉及外购水电及公务用车汽油消耗，日常严格落实水电资源高效利用与办公物料节约管理。

通过规范设备启停管理、办公室人数不足时实行集中办公等举措，从源头杜绝能源浪费。



能源技术 升级

推进放映环节低碳改造，逐步淘汰传统灯泡放映机，全面推广激光放映技术，降低放映环节能耗。

引入楼宇设备自控系统 (BAS)，结合季节变化与观影需求实现智能温控及节能照明，预计可降低能耗 5%-10%。

2025年上海电影能源利用主要绩效¹

161,073.5 千瓦时

间接能源消耗：电力使用量²

11,563 升

直接能源消耗：汽油使用量³

32.39 吨标煤

综合能源消耗

注：

1：2024 年统计范围涵盖公司总部、子公司联和院线总部以及直营影城，2025 年仅包含公司总部、子公司联和院线总部。

2、3：公司主要涉及的直接能源为汽油；间接能源主要为外购电力。综合能源消耗量是按照中华人民共和国国家标准的《综合能耗计算通则》(GB/T2589-2020) 换算因子进行核算。

水资源利用

公司影院及办公场所用水主要来源于市政供水，为更好利用水资源，公司搭建了职责明确的水资源管理架构（水资源节约小组），设定中水回用占比 30% 以上、自来水用量同比下降 5% 的年度目标，通过节水器具改造、用水行为规范、节水文化宣传及观影场景优化等措施，强化用水全过程管控。

报告期内



公司实现了办公区域用水量降低 **20%**，并对用水跑冒滴漏现象实行“零容忍”，持续提升水资源集约利用水平。



绿色运营

公司在聚焦废弃物资源化与能源优化的基础上，进一步拓展循环经济实践边界，以“绿色放映”为核心、“绿色办公”为支撑，探索电影行业循环经济新模式，推动全运营场景绿色转型。



绿色放映

环保建材应用

影院改造装修环节优先选用绿色、可循环利用环保材料，在保障观影环境舒适性的同时，从源头减少建材消耗与环境负担。

设备循环利用

建立旧办公家具、放映及运营设备筛选、维护与修复机制，通过二次利用延长资源生命周期，丰富电影行业循环经济实践路径。



绿色办公



无纸化办公升级

- ◎ 完善钉钉智能办公系统、推广线上会议，大幅减少纸质文件使用与办公耗材浪费，2025年，公司办公用纸量为20万页。
- ◎ 实现内部审批、文件流转100%无纸化，大幅减少纸质文件使用与办公耗材浪费。



倡导绿色办公

- ◎ 按需采购可降解、可循环办公用品。
- ◎ 强化设备日常维护与更新管控，延长电子设备使用寿命，减少电子废弃物产生。
- ◎ 办公区设置四分类垃圾桶并配备专人督导分类投放。
- ◎ 公共区域采用人体感应节能灯具，空调统一设定节能温度，卫生间安装节水龙头。
- ◎ 通过补贴激励与宣传引导，鼓励员工优先选择公共交通、骑行或步行通勤，全方位降低办公场景资源消耗与碳排放。
- ◎ 上线商旅平台分贝通，同步提升办公自动化水平与员工满意度。
- ◎ 2025年，子公司联和院线一次性笔、墨盒等耗材使用量减少30%。

循环经济

公司坚定以“减量化、再利用、资源化”（3R）为循环经济核心遵循，制定为期三年的体系化构建目标，锚定两大关键绩效指标（KPI）：一是资源消耗总量较基准年降低 20%，二是可回收资源综合利用率提升至 85%，通过明确量化目标为企业绿色转型与可持续发展提供清晰方向指引，为后续全流程举措落地奠定战略基础。

为保障目标落地，公司打造“3R+ 保障”全流程实施体系，并聚焦废弃物资源化利用深化落地实践，形成“举措-执行-转化”的闭环。

减量化落地

照明 / 空调整能改造降能耗，推广无纸化办公、替换可降解包装，从源头减少资源消耗与废弃物。

再利用实践

建立废旧设备维修机制，搭建衍生品回收渠道，延长产品与资源生命周期，提升重复利用率。

保障支撑

配套组织、政策、技术及监督考核机制，确保各项举措有序落地。

资源化深化

完善垃圾分类、建设废水回收系统，推动废弃物转资源。

建立生产 / 生活废弃物分类收集处理机制，废纸、塑料、金属等经分拣加工为再生包装 / 文创原料，厨余垃圾厌氧发酵制有机肥用于绿化，实现资源循环、减轻环境压力。

报告期内，公司深耕影院场景循环经济实践，全年资源消耗强度降低 15%，已初步构建影院运营领域循环经济模式。

废弃物循环利用

回收可回收物 120 吨，塑料、纸张等经分拣加工，资源化利用率 95%，转化为再生包装材料、文创原料，循环利用 114 吨。

厨余垃圾回收 35 吨，100% 经厌氧发酵制有机肥料，用于影院周边绿化，实现“废弃物 - 资源 - 生态”闭环。

可再生资源

全年可再生电力消耗量达总用电量的 28%，较上年提高 8%。

再生纸采购量占办公用纸总量的 42%，有效降低原生资源依赖。

社会责任



创新驱动篇

治理	30
战略	32
影响、机遇与风险管理	34
指标与目标	43

供应链安全篇

供应链日常管理	45
供应链合规管理	47
供应链风险管理	48
供应链可持续发展管理	49

产品和服务安全与质量篇

产品质量管理	52
客户服务管理	55
数据安全与隐私保护	65

行业协作篇

经销商管理	68
助力行业发展	70

员工权益与发展篇

员工权益	75
员工发展	79
员工关爱	81
职业健康与安全	82

社会贡献篇

服务国家战略	83
社会公益	84
员工志愿活动	86



创新驱动篇

治理

公司坚持以投资者为本，在控股股东支持下，依托宣发、渠道与 IP 三大核心资源，以整合营销与科技创新为发展动力，持续优化业务布局，培育新质生产力，通过“资本投资 + 业务协同”双轮驱动布局新产业新赛道，推动跨界融合生态建设与文化消费模式升级，实现可持续高质量发展。



战略定位与治理逻辑

锚定公司“3+1+X”产业矩阵，将 AI、XR、MLED 技术与 IP、渠道运营作为核心创新引擎，构建“战略引领 - 产业协同 - 外延投资 - 内生增长”的价值闭环创新治理体系。依托上海上影新视野私募基金合伙企业（有限合伙）（以下简称基金）的市场化运作机制，围绕“AI+ 影视”“AI+ 社交”“AI+ 游戏”“AR/VR/XR”等赛道，以“资本投资 + 业务协同”双轮驱动，实现技术、资本与产业的深度融合。



治理机制保障

投资决策机制

建立“产业研判 + 技术尽调 + 财务评估 + 协同价值”四维决策模型，由公司战略委员会统筹、基金管理团队执行，确保投资方向与公司“文化 + 科技 + 消费”战略高度契合。

战略协同机制

将科技创新纳入公司战略委员会核心议题，定期评估“文化 + 科技 + 消费”战略落地进度，确保基金投资与主营业务同频共振。

产融结合机制

以基金为纽带，链接字节跳动、极视角、阶跃星辰等头部 AI 企业，构建开放型“文娱科技创新生态圈”。

风险管控机制

严格执行“三重一大”决策制度，对投资项目实施全生命周期管理，兼顾社会效益与经济效益。

投资 AI 玩具头部企业珞博智能，构建“投资 - 协同 - 反哺”创新治理闭环



依托基金市场化投资运作机制，公司积极布局 AI 硬件创新赛道，2025 年 5 月参与 AI 玩具细分领域头部企业珞博智能数千万人民币天使轮融资，由基金与金沙江创投联合领投、零一创投跟投，精准卡位 AI 玩具产业风口。

珞博智能主打 AI 养成系潮玩“芙崽”，公司计划依托自身优质 IP 资源与珞博智能开展深度业务协同，推动 IP 与智能硬件产品融合落地，有效拓展年轻消费群体市场，丰富文娱消费场景触点。

本次投资不仅完善了公司 AI 硬件生态布局，更成功打造“技术投资 - 业务协同 - 价值反哺”的创新治理闭环，以资本赋能前沿技术落地，以产业协同放大 IP 价值，为公司数字化转型与创新业务发展提供坚实的资本与技术支撑。

战略

潜在风险	风险点概述	发生概率	影响大小	影响范围	影响价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	解决措施
AI技术应用风险	影视制作、AI玩具等场景的AI技术落地不及预期，导致产品/服务竞争力下降。	中	中	中长期	运营下游	较高	营业收入↓	建立技术迭代评估机制，与头部AI企业共建联合实验室，分阶段验证技术商业化路径。
AI融合合规风险	AI生成内容（AIGC）涉及版权归属、数据隐私等合规问题，引发法律纠纷。	中	中	中长期	运营下游	较高	运营成本↑ 营业收入↓	提前开展合规尽调，引入专业法务团队，建立AIGC内容版权确权与授权流程。
数字化转型治理风险	创新业务与传统影视业务治理边界模糊，导致资源错配、战略执行偏差。	低	低	中长期	运营	中	运营成本↑	成立创新治理委员会，建立“战略引领-基金投资-产业协同-价值闭环”的权责划分机制。
AI商业化机遇	依托经典IP与AI技术融合，开发智能衍生品、互动影视等新形态产品，拓展营收边界。	高	高	短中长期	运营	高	运营成本↓	加快珞博智能“芙崽”等AI潮玩与公司IP的联动开发，打造“IP+AI+硬件”爆款产品。

潜在风险	风险点概述	发生概率	影响大小	影响范围	影响价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	解决措施
产融结合生态机遇	以基金为纽带，链接字节跳动、阶跃星辰等AI企业，构建文娱科技创新生态圈。	高	高	短中期	上游运营下游	高	营业收入↑	深化与头部AI企业的战略合作，推动技术成果在影视制作、内容分发等场景的落地应用。
数字化内容生产机遇	利用AIGC技术提升影视剧本创作、特效制作效率，降低生产成本、缩短制作周期。	高	中	中长期	上游运营下游	高	运营成本↓ 营业收入↑	试点AIGC在剧本初稿、场景预演等环节的应用，建立标准化生产流程
政策支持创新机遇	国家及地方对文化科技融合、数字文创产业的政策扶持，获得补贴、税收优惠等资源。	中	中	中长期	运营	高	运营成本↓	积极申报数字文创、AI应用相关政策项目，建立政策跟踪与申报机制。

注：

短期：公司报告期间结束后 0 年至 1 年（含 1 年）；中期：公司报告期间结束后 1 年至 5 年（含 5 年）；
长期：公司可持续信息报告期间结束后 5-10 年（含 10 年）。

影响、机遇与风险管理



数字化智慧转型

公司坚持以数字化转型为重要发展引擎，围绕数字资产建设、技术融合应用、数字化治理升级三大方向，持续推进 IP 与数字技术深度融合，不断创新内容生产、传播运营与场景体验模式，通过夯实数字底座、强化技术赋能、完善中台管理、探索创新应用，全面提升数字化运营能力与 IP 价值转化效率，为影视文化产业高质量可持续发展提供坚实支撑。

同时，公司以基金为纽带，联动珞博智能等 AI 创新企业，孵化面向 C 端的智能潮玩、互动硬件等消费级产品，打造“技术 + 场景 + 产品”的差异化娱乐生态，推动线下文娱向数字化、智能化方向演进。

数字技术赋能 IP 运营创新举措

公司积极运用 AI、XR 等前沿数字技术，从内容生产、传播运营到场景体验全链条赋能 IP 创新发展，通过构建数字化管理体系、探索多元化数字工具应用、打造沉浸式交互体验，推动 IP 创作模式升级与传统文化美学的现代表达，持续提升 IP 运营效率与用户体验价值，为文化产业数字化创新发展注入新动能。

数字化工具赋能 IP 内容生产与传播创新



为推动 IP 创作运营模式升级，上影元以数字资产建设与多场景应用为核心方向，强化研发、品牌传播与营销业务的协同联动。公司在内容研发环节引入 AI 辅助设计技术，应用于创意构思与方案验证，有效降低美术创作试错成本，提升内容生产效率与品质；通过构建统一数字化管理体系，实现创意设计成果、视觉资产及传播素材的集中管理与跨渠道高效复用。

同时，在品牌传播端运用 AI 互动装置、智能体及 AIGC 短视频等数字化工具，优化内容创作与传播节奏，推动经典 IP 融入新媒体传播场景，实现内容生产由单点创作向体系化输出转型，显著提升 IP 焕新效率与市场触达能力，为 IP 数字化可持续传播提供创新实践路径。



数字技术驱动 IP 场景化创新，打造沉浸式文化体验新范式



面对 IP 线下体验对内容表现力与交互稳定性的高品质要求，上影元以沉浸式体验项目为核心载体，系统引入 XR、实时渲染等前沿数字技术，推动 IP 从传统内容展示向场景化、体验化应用深度转型。

在技术实践中，公司重点攻克水墨质感三维空间呈现的技术难题，实现传统美学风格在沉浸式场景中的完整传承与创新表达；在体验设计层面，创新性融入轻量化互动与“轻社交”机制，将剧情参与、角色互动及用户行为反馈深度嵌入体验流程，有效增强用户参与感与复游意愿。



该案例通过数字技术与文化内容的深度融合，构建了 IP 场景化运营的创新模式，为文化产业数字化转型、传统文化现代表达提供了可借鉴的实践样本。

数字技术赋能IP运营成效

公司围绕重点影视 IP 及经典 IP 焕新需求，构建数字资产体系，完成视觉手册、风格指南及 3D 资产开发，筑牢 IP 数字化运营底座。

夯实数字资产供给基础，推进 IP 数字化传播应用



公司紧扣 IP 长线运营与多场景应用发展目标，持续构建完善的数字资产体系，全面提升创意设计与品牌传播领域的数字化能力。

针对《浪浪山小妖怪》《中国奇谭 2》等重点项目及经典 IP 焕新工作，系统开展视觉手册、风格指南及 3D 数字资产开发工作，不断夯实数字资产储备，为业务拓展与价值转化提供坚实支撑。



在品牌传播领域，公司积极推动数字化创新应用，助力 IP 实现当代表达与年轻化焕新。通过联合即梦 AI 举办动画创作周，加快 AIGC 技术在动画创作领域的落地应用；推动“AI 孙悟空”数字大模型亮相 2025 年大阪世博会中国馆，以 AI 技术赋能经典 IP 数字新生，打造 IP 与科技融合的标杆案例；围绕《葫芦兄弟》《黑猫警长》等经典 IP 开展 AI 互动营销及主流媒体短视频共创活动，持续拓宽 IP 数字化传播渠道，提升品牌影响力与市场渗透力。

数字化赋能业务落地成效显著，推动 IP 运营与应用场景深度融合



公司聚焦 IP 整合营销、线下沉浸式体验等核心业务场景，持续深化数字技术在业务端的实质性渗透与应用，加速推动 IP 资源从“内容供给”向“场景化价值落地”的战略转型。

在整合营销领域，依托现有数字视觉资产与三维模型资源，积极探索虚拟皮肤、线上赛事、视频彩铃等多元化数字授权形态，有效验证了 IP 在数字空间的价值延展潜力与商业可行性。

在 LBE（线下娱乐）领域，秉持“数字赋能文化传承、科技驱动产业升级”的发展理念，成功落地《浪浪山小妖怪：幻境奇旅》XR 沉浸式体验项目，该项目采用 UE5VR 一体机核心技术，创新构建“影视 IP+ 数字技术+ 线下场景”深度融合模式，实现文化内容体验与消费场景的协同落地。

项目于 2025 年 9 月正式上线，截至 2025 年末已在全国布局合作场馆 60 家，覆盖 24 个省市，超额完成 2025 年度既定目标，同时斩获多项行业殊荣，为数字技术赋能文化消费场景创新提供了可复制、可推广的实践样本，进一步强化了 IP 场景化运营的核心竞争力。



推进中台管理系统建设，提升数字化治理与协同能力



面对 IP 资产规模持续扩容、业务协同复杂度不断提升的发展需求，上影元以数字化治理升级为核心，系统推进中台管理系统建设，全面强化数字化运营的支撑能力。通过构建 IP 素材数字化入库、标签化分类及权限分级管控体系，实现核心 IP 资产的统一管理与精准检索，为多部门协同调用提供安全规范、高效便捷的技术支撑。同步推动授权业务全流程线上化改造与数据集中管理，逐步实现客户信息、项目进度、授权素材的统一归集与可视化管控，流程线上化覆盖率与运转效率稳步提升。

此外，结合业务经营实际需求，公司加大技术研发投入，对授权管理、监修审核、数据统计等核心功能模块进行迭代优化，引入低代码开发平台与自动化办公工具，显著提升流程流转效率与数据可视化分析水平，逐步构建起覆盖资产全生命周期管理、跨部门流程协同、数据智能检索的数字化基础支撑体系。

目前，中台管理系统已在规范 IP 资产治理、降低跨部门协作成本、提升运营决策效率等方面发挥重要基础性作用，为公司后续深化数字化应用场景、推进业务规模化拓展筑牢技术根基。



创新产业链协调

由上影元文化、泡泡米及基金联合打造的上美影泡泡米益智乐园于 2025 年 6 月在上海环球港正式开业，作为国内首个以上美影经典动画 IP 为核心的沉浸式亲子空间，乐园以“IP+ 文旅 + 智能”为核心范式，将《大闹天宫》《哪吒闹海》等 10 余部经典 IP 融入 40 余个互动场景，通过 AR 交互、体感传感、AI 沙池等智能技术，让亲子群体在沉浸式探索中实现情感共鸣与益智成长，成为室内亲子消费新标杆，也为公司 IP 全产业链变现与文旅融合开辟了新路径。





知识产权保护

知识产权管理体系

公司建立健全覆盖全业务链条的知识产权管理体系，将知识产权保护融入内容焕新、影院运营、品牌运营、IP衍生品开发及电影周边衍生等全流程。公司严格遵循《知识产权管理办法》《商标授权管理细则》等行业规范，对影院放映影片版权、品牌商标使用、IP衍生品开发与销售、周边产品设计生产等环节实施全周期合规管理，构建制度完善、权责清晰、流程规范的知识产权治理架构，为公司内容资产与品牌价值保驾护航。

报告期内



公司完成

1项
文化类作品著作权登记

作品名称为

《光影之旅：城市影院文化纪事》

知识产权全链条保护

加强影院版权现场管控，严厉打击盗摄盗录行为

◎ 立足影院运营主业，营运人员在影厅日常管理中开展实时巡查与版权保护监督，重点防范影片盗摄、盗录等侵权行为，对违规观众及时予以劝阻制止，切实维护影片著作权人合法权益，保障院线发行与内容传播秩序。

前瞻布局商标体系，构建全方位品牌保护矩阵

◎ 结合公司整体发展战略与业务拓展方向，前瞻性开展商标规划、申请与布局工作。围绕核心品牌、重点IP、影视服务、衍生品开发及潜在市场领域，持续推进新商标注册申报，对存量商标开展类别拓展、有效期续展等系统性维护工作，不断完善多类别、全场景的商标保护矩阵，夯实品牌发展根基。

◎ 截至2025年12月末，公司已获准注册商标66件，处于申请流程中的商标33件。

积极应对商标争议，稳固核心品牌权利基础

◎ 针对核心商标面临的确权争议，公司综合运用驳回复审、异议、无效宣告、行政诉讼及司法诉讼等多元化法律途径，主动开展重大商标维权与确权工作，有效维护核心商标权利稳定性，保障公司品牌资产合法存续与安全运营，为IP商业化与品牌长期发展提供坚实法律保障。



科技创新应用

打造AI创意生态

打造 AI 视觉创意标杆赛事，构建产业生态与行业标准



公司依托深圳子公司，以“瓦卡奖 VACAT”为核心抓手，整合“政府+头部企业+大平台”三方资源，打造 AI 创意产业高地。该赛事由深圳市龙岗区人民政府、公司及哔哩哔哩联合主办，定位打造 AI 视觉创意界的“奥斯卡”。

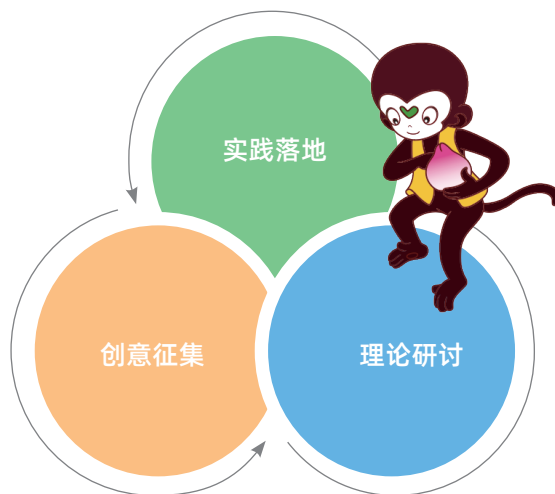
报告期内，赛事面向全球征集作品，第二届赛事共收录 4646 件参赛作品，同比增长 36.8%。设立 AI 叙事影片、AI 动画影片等五大赛道，覆盖从商业应用到艺术实验的全场景需求。通过“AI 竞技日”、产业对接会等活动，链接七大 AI 厂商、8 所高校学子与专业团队，吸引 16 家投资机构参与，形成“创作-竞赛-对接-变现”的闭环生态，确立行业先发优势。

此外，组委会联合国内头部 AIGC 社群 Lumier.ai，编制并发布《AI 视觉创意应用蓝皮书》，为行业提供首个系统的 AI 视觉创意应用指南，推动技术标准统一与行业提质进阶。

协同推进 AI 内容创作生态



2025 年，公司以多元合作深化 AI 与影视创作融合：3 月联合即梦 AI 举办“AI 动画创作周”，探索 AI 赋能传统动画升级；8 月携手即梦 AI、火山引擎发起“未来影像计划”，全球征集 AI 影像创新作品；11 月通过电影+AI 创新融合研讨会，汇聚 40 位行业专家共探技术对影视生态的重塑路径，形成“实践落地-创意征集-理论研讨”的创新闭环。



AI 驱动 IP 衍生与消费创新



公司依托产业基金投资布局 AI 玩具赛道头部企业珞博智能，推动 AI 技术与 IP 消费场景深度融合。其推出的 AI 情感陪伴潮玩“芙崽”凭借创新交互体验受到市场认可，在双十一期间登顶天猫“AI 智能店铺销售榜”榜首。

同时，珞博智能联合华为打造定制 AI 产品“智能憨憨”，正式亮相华为新品发布会并接入华为全场景生态，于 11 月 28 日在华为线下门店、VMALL 及天猫平台同步发售，成功构建“AI+ 潮玩 + 生态”的商业化新模式。

创新前沿视听科技

影元社 HAPPYMALL 科技场景创新



公司聚焦线下文娱场景数字化升级，以上海美罗城为示范载体，打造全国首个“电影+IP”场景化实验基地——影元社 HAPPYMALL，构建超 6000 平方米沉浸式文化消费综合体，相关创新实践获央视《新闻联播》等主流媒体宣传报道。

项目集成裸眼 3D 三折屏、LED 高端放映系统、XR 虚拟影院、360 度环幕剧场等前沿视听技术，并运用 AR 导航、智能交互屏等数字化手段，实现“一店一场景、一步一故事”的场景体验升级，为消费者提供观影、游玩、购物一体化全新服务。

同时，空间深度联动《大闹天宫》《哪吒闹海》等上美影经典 IP，开展《浪浪山小妖怪》等主题活动，叠加 AI 智能萌宠、IP 快闪等创新业态，单日文创销售额达到同期院线平均水平的 4 倍，成功探索“IP+ 科技 + 消费”新商业模式，彰显上海“电影之城”底蕴。



XR 技术创新 IP 沉浸式体验



2025 年 9 月 20 日，公司创新推出《浪浪山小妖怪：幻境奇旅》沉浸式体验项目并正式全国上线，项目广泛覆盖 23 个省市共 57 家商业综合体。项目依托 XR 前沿技术，打破传统观影边界，构建“影院观影 + 虚拟互动”一体化全新体验模式，观众可通过 XR 头显设备深度参与剧情、续写电影叙事，有效实现经典 IP 内容从银幕到线下场景的跨场景延伸，显著提升 IP 沉浸式体验与商业价值。



积极参与 VR 电影产业标准建设，赋能影视行业创新发展



公司作为中宣部电影局领导的虚拟现实电影 (VR) 工作组成员之一，依托内容创作、IP 开发、影视产业运营等核心业务优势，推动电影产业与虚拟现实技术深度融合创新，助力虚拟现实电影行业规范有序发展。

作为集团旗下专注于 IP 全产业链开发运营的市场主体，上影元围绕虚拟现实电影产业化需求、标准体系构建、行业发展规划、标准项目提案及产业健康发展政策措施等方面开展研究并提交相关建议与报告，以行业协同与标准先行推动技术创新与产业升级，为我国虚拟现实电影生态高质量发展贡献上影力量。



深化数字技术融合，释放“IP+科技”转化成效



公司持续推进数字技术与影视 IP 深度融合，加速创新成果转化。2025 年春节假期推出“蛇精姐妹”抖音 AI 分身，探索 IP 互动传播新模式；依托五大 IP 参与“AI 动画创作周”，推动 AIGC 技术在动画创作中的应用落地。“AI 孙悟空”数字大模型亮相 2025 年大阪世博会中国馆，获得海内外广泛关注。同时，公司在《浪浪山小妖怪》上映期间同步推出 VR 影片《幻境奇旅》，有效提升 IP 科技融合价值。



科技伦理规范

公司立足电影宣发、院线经营与 IP 运营核心业务，在 AI 技术应用场景中恪守科技伦理底线，将伦理要求全面嵌入数字化运营全流程。

在智能推荐、会员服务、内容营销等 AI 应用环节，公司严格遵循《个人信息保护法》《生成式人工智能服务管理暂行办法》等法规要求，坚持最小必要、目的限定、知情同意原则，规范用户数据采集、存储与算法应用：建立 AI 算法透明化机制，明确算法决策逻辑，杜绝算法歧视与数据滥用；对 AI 生成内容实施合规审核，确保内容导向正向、符合公序良俗；通过匿名化处理、权限分级管控等措施，防范数据泄露与隐私侵犯风险。

指标与目标

公司以创新驱动为核心，围绕宣发、渠道、IP、产融四大维度搭建发展指标与目标：全链协同锻造新型宣发能力、场景重构筑牢线下运营基本盘、IP 全链运营激活文化价值、前沿科技布局创新生态，深化“文化+科技+消费”融合，支撑公司高质量可持续发展。

核心战略方向	核心举措	关键目标	报告期推进情况
全链协同，锻造新型宣发能力	依托制片优势与内容人才储备，打通内容生产到终端消费价值链条；融合分线、分众、分区域发行策略，以专业发行为根基、整合营销为突破。	构建适配市场需求的新型宣发一体化能力，提升影片发行效率与市场覆盖度。	持续推进中。
场景重构，打造高效运营标杆	依托联和院线渠道控制力与SFC上影影城品牌优势，推行“一院一品、一店一策”精细化运营，打造差异化、沉浸式“影院+”体验。	筑牢线下流量入口与优质业务基本盘，保持单银幕产出与坪效行业领先地位。	持续推进中。
传承弘扬，激活IP全链价值	挖掘《大闹天宫》等经典IP的美学精神与人文价值，孵化新一代爆款IP，以新技术、新业态焕新经典IP。	夯实IP全链运营模式，释放经典IP商业开发潜力，拓展全年龄段IP价值边界。	持续推进中。
科技引领，前瞻布局创新生态	推动AI、XR、MLED等前沿技术与宣发、渠道、IP运营深度融合；以基金为支点，布局“AI+影视”等未来赛道。	培育业务新增长极，驱动影视产业转型升级，打造“文化+科技”融合创新生态。	持续推进中。



供应链安全篇

公司供应商体系主要涵盖工程建设、办公用品、影院卖品、IP 产品代工生产及专业服务等类别。公司坚守负责任采购理念，构建全流程供应商管理体系，严格依据《卖品非集采供应商出入库制度》《卖品在地采购制度》等内部规范，不断完善供应商准入、评估与动态管理机制；持续深化供应链全链条管控，优化供应链运营效率，建立健全供应链风险识别、预警与防控体系，切实保障供应链稳定、安全与可持续发展，推动供应链伙伴共同践行社会责任。



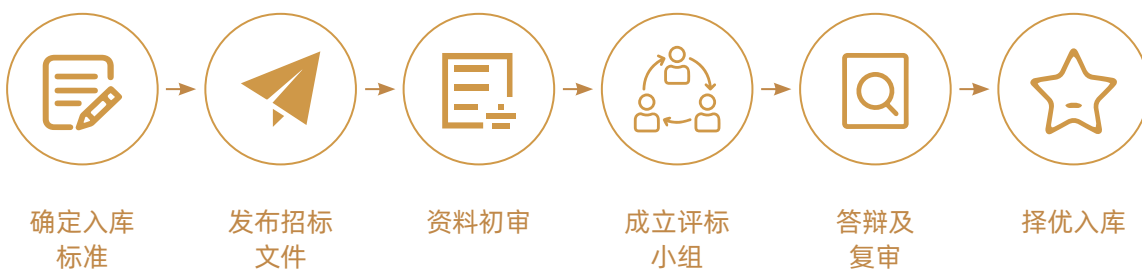
供应链日常管理



供应商准入管理

为强化供应商规范化管理、提升采购质量与效率，公司搭建统一供应商资源库，实现合作主体集中管控。组建由供应链管理部、法务部、直营影院运营管理部联合构成的评审小组，采用评分审核机制对潜在供应商进行入库评估，全程由审计部门监督，确保准入流程合规公正。

公司供应商库搭建流程



在准入资质方面，公司从质量、价格、服务、信誉、规模五大核心维度设定准入标准，潜在供应商须满足以下要求方可入库：

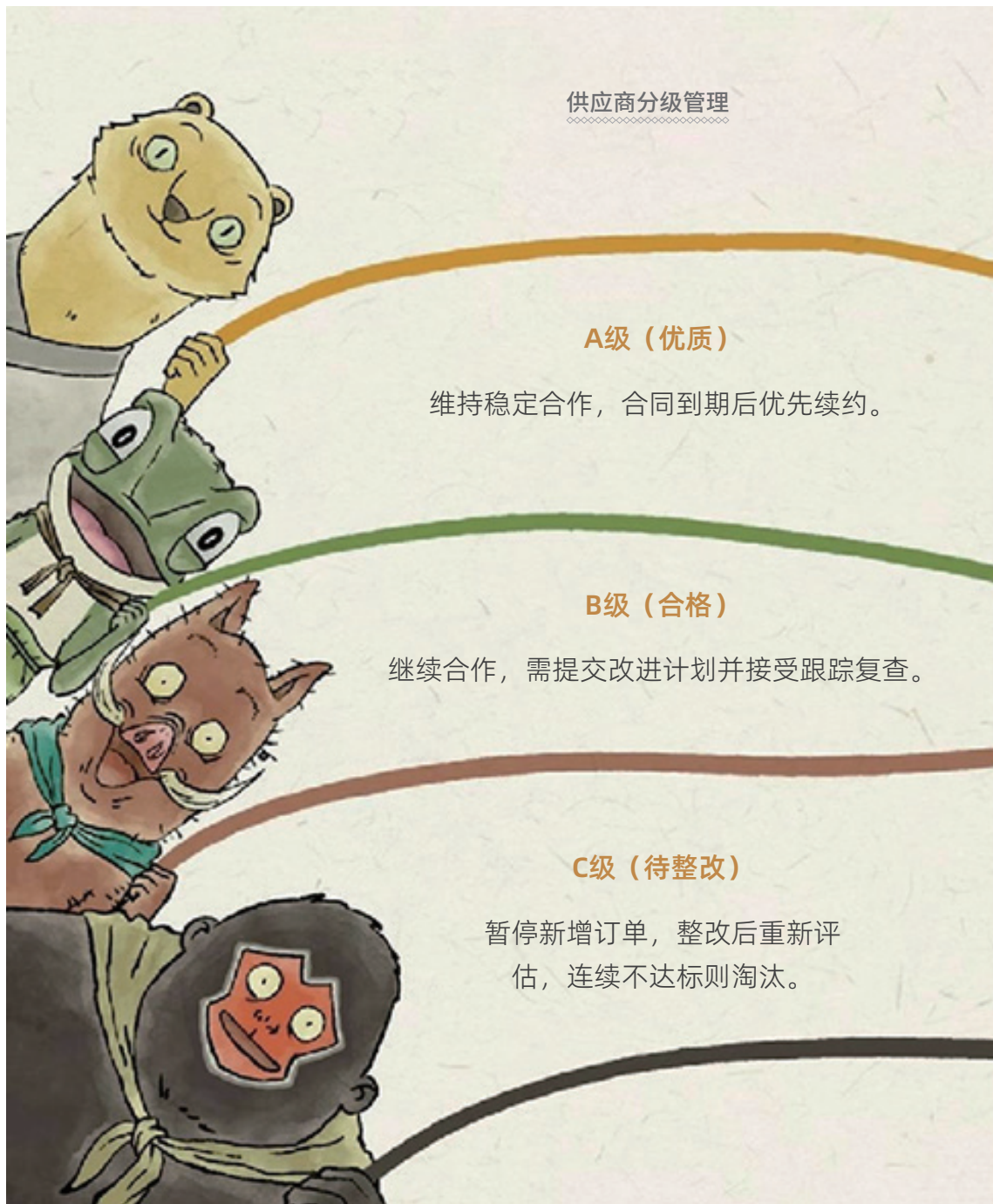
供应商准入标准

质量保证	产品品质达标，按要求提供完整质检证明。
价格合理	报价符合市场水平，合同期内价格保持稳定。
服务优质	响应及时高效，能快速处理客诉及合作需求。
信誉良好	无失信惩戒记录，信用状况良好。
规模适配	具备相应注册资本实力与同行业服务经验，履约能力有保障。



供应商动态审查

公司建立常态化供应商考核机制，通过多维度评估实现优胜劣汰，评估维度涵盖质量合规性、交货能力、服务协作、成本控制四大方向，重点评估产品品质稳定性、交货及时性、服务响应效率及价格合理性，按年度综合评分实施分级管理，持续优化供应链效能。



供应链合规管理

公司坚守合规经营理念，构建覆盖上海电影业务全链条的供应链合规管理体系，以阳光采购筑牢廉洁防线，以精细化质量管理保障影院运营品质。

在阳光采购方面

公司严格落实廉洁从业要求，所有供应商在签订采购合同时，均同步签署《廉洁诚信书》，实现廉洁承诺全覆盖，营造公开透明、诚信合规的采购环境。

在采购质量管理方面

公司立足影院运营全流程，搭建系统化、精细化的采购质量管控体系。结合影片排期、设备运维、卖品运营等业务实际科学制定采购计划，通过公开招标、竞争性磋商等规范化方式遴选供应商，综合考量供应商资质信誉、产品品质与服务水平。在采购合同中明确放映设备、食品卖品、文创产品等各类物资的质量标准、验收规范及售后服务要求，从源头把控采购质量。物资到货后，联合技术、运营、品控等多部门开展联合验收，建立健全质量追溯台账，对不合格物资及时执行退换货流程，并督促供应商落实整改。

同时，公司持续强化采购团队专业能力与合规素养建设，定期组织采购流程规范、质量管控要求、行业法律法规等专项培训，建立完善的培训与考核档案；将采购物资合格率、成本管控成效、供应商满意度等纳入绩效考核体系，实施月度与年度综合评价，并与薪酬激励、职务晋升直接挂钩，以全流程闭环管理保障采购质量合规可控，助力上海电影业务高质量运营，持续提升观众观影体验。



供应链风险管理

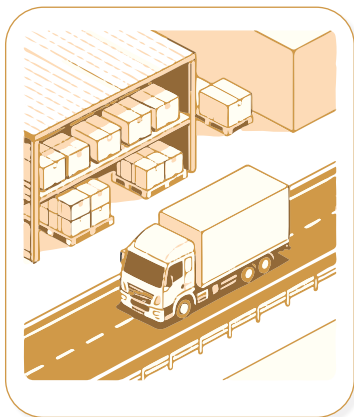
立足上海电影业务运营保障需求，公司以筑牢供应链安全防线、保障影院稳定运营为核心目标，构建全流程、闭环式供应链风险管理体系，为院线常态化运营提供坚实支撑。

在风险识别与评估环节

公司全面梳理采购管理、物流配送、供应商履约等关键流程，精准识别设备保障、食品品控、物流运输等核心风险，建立风险分级管控机制，实施差异化风险应对策略，提升风险处置针对性与有效性。



采购管理



物流配送



供应商履约

在风险防控与应急保障方面

公司建立多维度协同监管机制。持续完善供应商全生命周期管理，严格执行供应商准入、动态考核与退出机制，定期对放映设备、食品卖品等核心供应商开展资质复核与履约评价，优化供应商结构；深化物流资源整合，与多家优质物流企业建立战略合作，优化配送网络布局，有效降低物流中断风险；搭建科学库存管理体系，设置关键物资安全库存预警阈值，推行多源采购策略，强化关键设备备品备件储备，构建覆盖物资短缺、物流受阻、供应商违约等场景的应急保障机制，全面提升供应链韧性与抗风险能力，切实保障上海电影业务安全、稳定、连续运行。

供应链可持续发展管理

公司将可持续发展理念深度嵌入供应链全流程，构建负责任采购、供应商 ESG 管理、供应商 ESG 能力建设三位一体的可持续供应链管理体系，推动上下游协同践行环境、社会与治理责任，打造绿色、透明、负责任的影视产业供应链生态。



负责任采购体系建设

公司建立覆盖全品类的负责任采购机制，将 ESG 要求贯穿采购决策与运营全过程；在采购实施中，优先选择 ESG 表现优良的合作伙伴，实行年度动态评估，评估结果与合作份额、续约资格直接挂钩；对违规供应商设置整改期限，整改不合格则终止合作，同时鼓励供应商主动披露 ESG 信息，持续提升供应链可持续水平与运营韧性。



环境维度

倡导绿色低碳采购，要求供应商使用绿色包装、配置节能设备，生产型供应商需提供环保合规证明，降低全链条环境影响。

社会维度

将员工权益保障、安全生产管理纳入采购准入条件，鼓励供应商开展公益行动，实现商业价值与社会价值统一。

治理维度

严守合规采购底线，规范供应商治理行为，杜绝腐败及不正当竞争行为，保障采购流程公平公正。



供应商ESG管理

公司从环境、社会、治理三大维度建立供应商 ESG 标准体系，明确可持续发展要求；同时，公司建立 ESG 动态管理机制，新供应商须通过 ESG 准入审核方可合作，现有供应商每年开展可持续表现评估，评估结果与合作资格、合作权益直接挂钩，实现优胜劣汰。



赋能供应商ESG能力建设

公司以制度化准入、常态化赋能、市场化激励为抓手，全面提升供应商 ESG 管理能力。

严格准入门槛

新供应商合作前需提交环保合规记录、员工社保缴纳证明、无重大违法违规记录等基础材料，通过审核后方可纳入合作池，从源头防控可持续风险。

建立 ESG 综合评估体系，将碳排放、能源效率、废弃物管理等指标纳入审核范围，对存在重大环保违规、劳工风险等问题的供应商实行一票否决。

健全激励机制

实施供应商动态评级管理，定期开展可持续表现审查，考核结果与合作优先级、采购份额直接挂钩，引导合作伙伴持续改进 ESG 绩效。

每年开展“ESG 友好供应商”评选，对优秀供应商给予采购价格优惠及公开表彰，树立行业标杆。

组织同业供应商现场参访学习先进经验，促进供应链伙伴互学互鉴、共同提升。

常态化能力培育

联合专业机构开展绿色供应链专题培训与工作坊，围绕低碳运营、合规管理、资源循环利用等内容提供定制化课程，提升供应商 ESG 实操能力。

供应链 ESG 经验交流与标杆参访项目



为持续提升供应链伙伴可持续发展能力，公司搭建供应商经验共享与互学互鉴平台，积极组织供应商开展标杆企业现场参访交流活动。

2025 年内，公司带领 3 家食品类核心供应商赴百事公司实地参观学习，重点观摩员工关怀设施建设、食品废料资源化处理等优秀实践，并围绕劳工权益保护、绿色生产运营等主题开展现场经验分享与交流研讨。通过高效务实的现场学习模式，有效推动供应商借鉴行业先进做法，提升 ESG 管理水平，助力构建共学共进、协同发展的可持续供应链生态。

2025 年上海电影供应链管理主要绩效

5 家

截止 to 报告期末的供应商总数

5 家

年度审查供应商数

2 家

通过 ISO14001 体系认证供应商数

8.5 万元

负责任（绿色）采购的金额

21 小时

供应商 ESG 培训总时长

21 人

供应商 ESG 培训参与人次



产品质量管理



质量管理体系建设

上海电影及核心子公司积极推进质量管理体系标准化建设，构建覆盖电影放映、商品服务、IP运营全业务场景的质量管理体系，建立从采购、验收、运营到售后的全流程质量标准，实现产品与服务质量可控可追溯。

组织层面

设立由院线运营管理部、技术保障部、品控部及各影院质量管理专员组成的三级管控架构，明确各层级质量责任。

制度层面

目前，公司已制定《大货验货管理制度》等相关管理文件，现阶段处于试运行阶段，尚未正式发布实施，制定《影院放映质量管控规范》《卖品食品安全管理办法》《文创产品质量验收标准》等系列文件。



质量优化举措

公司围绕核心业务场景，持续推进质量保障与优化。



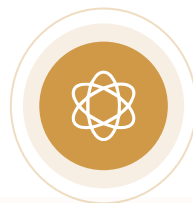
放映服务质量

建立放映设备定期巡检与校准机制，每日开展放映前设备调试与片源校验，年度完成全院线放映设备专项维护升级，保障影片放映画质、音效符合国家广电总局《数字电影放映技术要求》，核心影院放映质量合格率保持高位，2025 年未发生重大放映事故。



卖品与食品安全

严格落实食品采购索证索票、入库验收及保质期管理，定期开展从业人员食品安全培训，建立临期商品预警与处置流程，2025 年度未发生食品安全事件。



服务流程优化

推行“影院服务标准化手册”，优化票务核验、场务引导、客诉处理等环节服务标准，客诉响应及时，客户满意度持续提升。





IP 产品全生命周期质量管理

公司持续深化 IP 业务质量管控体系建设，构建覆盖产品规划、生产委托、第三方检验、入库管控、分级售后的 IP 产品全生命周期质量管理机制，切实保障消费者权益与品牌信誉。

公司潮玩及各类 IP 衍生品采用委托第三方生产模式，为从源头保障产品品质安全，建立严格的出厂检验与入库准入机制。第三方代工工厂完成批量生产后，须送至指定检验机构开展质量保证 (QA) 检验，出具合规质检报告，并通过第三方专业机构质量控制 (QC) 检测，检验合格后方可办理入库手续，实现产品质量闭环管控。

公司 IP 产品质量管控流程



公司 IP 产品售后处理流程

客群	处理流程
C端	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 先由店铺客服介入处理（说明协调/补差价/退款等）。 ◎ 若无法达成一致，由平台小二介入进行判定（说明协调/补差价/退款等）。
B端	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 经销商直接与对应业务员反馈商品问题信息，沟通协商售后处理流程（退货/换货等）。

客户服务管理



治理

为践行客户价值优先理念，上海电影将客户服务治理深度融入 ESG 运营体系，构建“制度规范为基、层级管控为核、责任闭环为要”的客户服务管理机制，确保服务质量标准化、问题处置高效化。



治理制度方面

公司高度重视客户服务规范化建设，各子公司均已建立健全客户服务管理体系，上海影城制定《员工岗位规范》《员工仪容仪表规范》等专项制度，明确岗位操作流程与服务实操标准；上影元聚焦代运营终端客户服务模式，要求运营商建立覆盖售前售后、客诉处理的标准化流程的《店铺客服工作流程》，保障服务高效专业。

治理架构方面

公司构建“营运经理-营运组长-营运员工”三级服务管理架构，明确营运/值班经理为客户投诉首要处置责任人，保障客诉响应及时落地；搭建“直营影院服务部-区域-门店-一线服务组”四级服务管控体系，形成权责清晰、协同联动的治理格局，直营影院运营部负责门店服务数据追踪与监督，区域层面聚焦门店服务能力优化提升，门店管理组承接客诉升级处理，一线服务组负责即时性问题高效处置，通过全链条责任传导与分层管控，持续提升客户服务体验与满意度。



战略

潜在风险	风险点概述	发生概率	影响大小	影响范围	影响价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	解决措施
客户服务质量风险	客户服务流程不规范、响应不及时或服务不到位，可能引发客诉升级，损害品牌声誉，甚至影响消费者权益。	中	高	短中长期	运营下游	高	运营成本↑ 营业收入↓	<ul style="list-style-type: none"> 建立三级服务管控体系，推行服务标准化手册，明确客诉处置责任人与时效要求。 定期开展服务质量培训与考核
客户服务价值提升机遇	以客户为中心优化服务体系，提升服务质量与客户满意度，可增强客户粘性，拓展市场份额，提升核心竞争力。	高	高	中长期	运营下游	高	营业收入↑	<ul style="list-style-type: none"> 持续完善服务管理体系，开展服务标杆打造与客户满意度调研，将服务质量纳入绩效考核。

注：

短期：公司报告期间结束后0年至1年（含1年）；中期：公司报告期间结束后1年至5年（含5年）；长期：公司可持续信息报告期间结束后5-10年（含10年）。



影响、风险和机遇管理

负责任营销

公司严格遵循《广告法》《消费者权益保护法》《个人信息保护法》等法律法规，将合规要求嵌入营销策划、内容制作、渠道投放、数据管理等全流程，严禁虚假广告、侵犯用户信息、不正当竞争等行为，通过制度约束、流程管控与监督问责，将负责任营销转化为日常运营实践，持续提升品牌公信力与客户信任度。

营销宣传全流程管控

公司建立以合规为核心的营销宣传全流程管控体系，通过三级宣传审批机制实现内容风险闭环管理：影院专员开展内容自查，影院经理进行合规复核，总部职能部门完成终审，确保所有线下物料、线上推广、票务宣传等内容真实准确，杜绝虚假宣传与误导性表述。

同时，建立常态化用户沟通与反馈机制，每年开展 4 次大规模用户调研，通过问卷、访谈等多元形式收集消费者对观影服务、营销活动、票务体验等方面的意见建议，并在 7 个工作日内完成响应、整改与落地反馈。规范线上购票平台、会员系统等服务工具运营流程，明确信息披露边界与交易规则，切实保障用户知情权、公平交易权与信息安全权。

合规营销意识培养

构建覆盖“新员工-全员-关键岗位”的分层分类营销合规培训体系，强化全员风险意识与合规履职能力。

新员工入职合规营销培训

开展为期 1 天的专项培训，内容涵盖《广告法》《消费者权益保护法》等核心法律法规及内部营销管理制度，考核合格后方可上岗，从入职环节筑牢合规防线。

全员季度合规营销培训

每季度组织全员开展合规培训，结合虚假宣传、不正当竞争等典型案例进行警示教育，提升员工风险识别与合规处置能力。

关键岗位合规营销专项培训

针对影院经理、新媒体营销人员、客服专员等核心岗位，开展营销合规、内容审核、用户权益保护等专项培训，强化岗位合规管理责任，提升专业履职水平。

多元诉求响应与监督

公司建立畅通、高效的多元诉求响应与监督机制，保障用户合法权益与合规诉求及时落地。



内部设立专属举报与监督邮箱 (zhoujianqi@sh-sfc.com)，明确对营销相关投诉、举报及合规问题 24 小时内启动调查程序，建立“受理 - 核查 - 反馈 - 整改”的闭环管理流程，及时处理用户诉求，确保问题核查到位、整改落实到位。

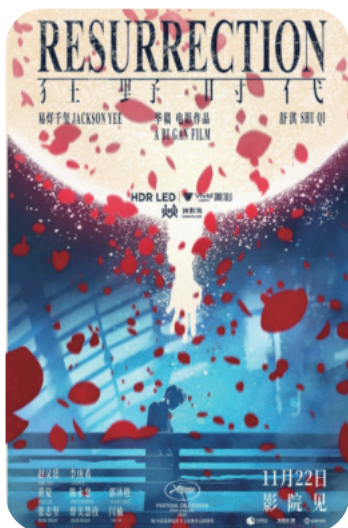
丰富客户服务体验

公司始终以客户为中心，将优质服务融入文化活动全流程，通过打造高端首映盛典、跨界主题展映、国际影片大师展等多元化场景体验，不断满足影迷多层次文化需求。

戛纳获奖影片《狂野时代》上海首映——沉浸式光影盛宴与高标准活动运营



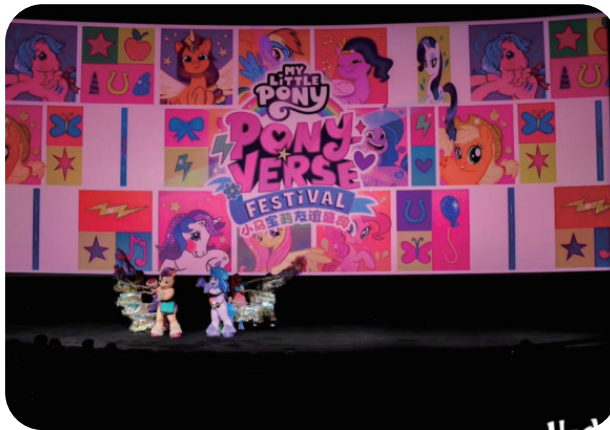
戛纳获奖影片《狂野时代》在上海影城举办首映活动，主演易烱千玺带来的五感幻梦式演绎引发全场影迷深度沉浸共鸣。主创分享环节内容充实、干货满满，两场千人场次均座无虚席；大量未能购票的影迷齐聚 0 号厅，只为近距离感受影片与主创风采。本次活动充分展现了上海影城在大型首映现场的安全管理、秩序维护及活动统筹方面的丰富经验与强大把控能力。



百年 IP 跨界联动，打造沉浸式光影体验



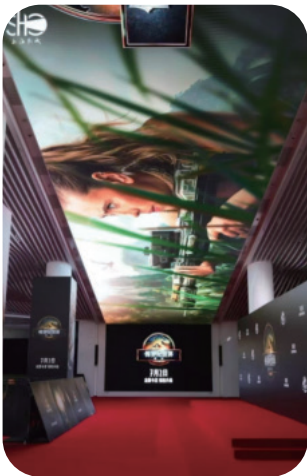
世界五百强、拥有 102 年历史的美国玩具品牌孩之宝，携手上海影城举办“PLAYINGTOWIN 玩乐制胜-2025”主题活动。活动现场，小猪佩奇、小马宝莉、变形金刚三大经典 IP 集中亮相，通过主题场景打造与角色互动，将影院空间升级为沉浸式欢乐体验场，实现影视场景与知名 IP 的跨界赋能。



环球影业长期战略合作持续打造顶级首映盛典



美国老牌影业公司环球影业与上海影城已建立连续两年的深度合作关系，共同举办知名 IP 影片全球首映盛典。继去年《神偷奶爸 4》首映引爆暑期电影市场后，本年度斯嘉丽·约翰逊携新作《侏罗纪世界：重生》再度登陆上海影城，持续点燃六月电影市场热度，巩固了上海影城作为高端首映阵地的行业影响力。



跨界联动打造 Mini 电影节--中外电影修复展



上海影城联合上海电影技术厂共同举办“中外电影修复展”，整合胶片放映、明星见面、论坛交流、学术讲座、中外影片展映及落地展览等多元文化内容，以丰富业态构建沉浸式电影文化交流平台，形成独具特色的 Mini 电影节模式，有力推动影视文化传承与行业学术交流。



以光影传递和平理念，以服务守护观影体验



上海影城全年落地上影来信 - 中国电影 120 周年影展、德国电影大师展、葡萄牙电影周等 12 个不同主题、不同地区的影展。

其中，德国电影大师展共举办 15 场展映活动，多部影片在致敬经典的同时，深刻传递人类热爱和平、反对战争的崇高价值理念。



展映期间，上海影城针对经典影片《从海底出击》，依据影片原型潜水艇标识特别定制绿色“锯鳐”别针，为影迷提供专属文化收藏纪念；面对观影过程中影迷突发疾病的意外情况，影城凭借成熟完善的应急处置机制快速现场响应，妥善保障观众人身安全。此外，影城为影片《阶级关系》特别赠送知名电影学者撰写的品鉴解读海报，深度赋能观影体验，获得影迷广泛认可与好评。



客户服务

公司以客户价值为核心，将客户关系管理深度融入电影放映、票务运营、会员服务等核心业务场景，通过制度建设、场景化服务与技术赋能协同发力，持续提升客户体验与品牌信任度，为院线可持续发展筑牢客户根基。

全生命周期客户管理机制

公司建立覆盖“获客、留存、忠诚维护”的全流程客户生命周期管理体系，配套完善的客户反馈闭环机制，明确各环节服务标准与责任分工，确保客户诉求“件件有回音、事事有落实”，实现从被动响应到主动服务的转变，夯实客户信任基础。

优化客户服务

在服务端，公司依托数字化技术优化客户触点体验：

升级智能购票系统、会员专属通道等便捷服务，有效压缩观影排队时长 30%，提升观影全流程效率。

部署观影后反馈终端、拓展社交媒体互动渠道，精准捕捉客户需求与体验痛点，为服务优化与产品创新提供数据支撑。



提升售后服务

公司建立覆盖票务服务、观影体验、投诉处理等全场景的售后服务管理制度，明确“2 小时响应、24 小时闭环”的核心服务标准，推行首问负责制与工单全流程追溯机制，确保售后问题处置权责清晰、可查可溯。同时，公司严格遵循《消费者权益保护法》等法律法规，在官网、线上购票平台等渠道主动明示退换票规则、投诉处理时效及反馈路径，保障客户知情权与选择权。

2025 年全年售后服务工单闭环率达 **100%**，制度执行合规性顺利通过市场监管部门专项核查，实现合规运营与透明服务的有机统一。

三重售后保障体系

前端即时响应

门店工作人员实时解答客户退换票、场次调整等高频咨询，快速解决即时性需求。

现场应急处置

线下影院专设“售后服务岗”，第一时间响应并处理观影设备故障、服务流程瑕疵等突发情况，降低客户体验负面影响。

后续跟踪优化

建立“观影后回访机制”，通过短信、官方 APP 推送等形式收集用户反馈，针对投诉类问题实行 100% 跟进回访，形成“问题收集-处置-回访-优化”的闭环管理。

客诉响应管理

为保障客户合法权益、维护品牌公信力，上海电影立足电影放映、商品服务、会员运营等核心业务场景，构建“快速响应-分级处置-闭环改进”的全链条客户投诉管理体系，以规范化流程高效化解客户诉求，持续优化服务质量。

客诉快速响应机制

建立高效投诉响应机制，客户通过电话渠道发起投诉后，客服人员须在 60 分钟内同步联系对应门店与投诉客户，精准核实诉求细节并同步处理进度节点，确保信息传递及时通畅。

针对情绪激动的客户，优先指派专属对接人开展共情式沟通，主动倾听诉求、缓解对立情绪，从源头防范矛盾升级，保障处置过程平稳有序。

客诉分级处理机制

一般投诉

如服务态度、基础流程瑕疵等

◎ 由门店负责人牵头，24小时内协调完成问题解决与客户反馈。

严重投诉

如产品质量致损、重要服务缺失等

◎ 立即启动跨部门专项小组，整合运营、技术、品控等资源，3个工作日内出具明确解决方案并落地执行。

重大投诉

如群体性纠纷、重大安全相关投诉等

◎ 第一时间上报公司管理层，启动应急预案统筹处置，同步向相关监管部门报备，最大限度降低品牌与业务影响。

闭环改进机制

公司构建“处置-回访-优化”的闭环管理机制：投诉解决后 3 个工作日内完成客户满意度回访，对未达成共识的诉求重新评估并优化处置方案；每月开展投诉数据专项分析，提炼服务流程、产品质量、运营管理等领域的共性问题，形成改进清单并推动落地。

以投诉数据驱动服务优化



针对“售后维修慢”这一高频客户投诉问题，公司依托投诉数据分析结果，通过建立区域备件前置仓、优化供应链资源配置等举措，有效将设备平均维修时长从 48 小时压缩至 12 小时，大幅提升客户投诉处理效率与观影服务体验，切实增强客户满意度与品牌信任度。

客户满意度调查

上海电影依托上海联和院线运营体系，建立常态化客户满意度调查机制，围绕电影放映全流程开展系统性调研，以客户真实反馈驱动服务持续优化，不断提升观影体验与客户忠诚度。

公司年度客户满意度调查全面覆盖上海地区 23 家直营影院及 17 家加盟门店，通过顾客电话回访、第三方售票平台评价收集等多元渠道开展，聚焦观影全流程体验，核心维度包括：影片排片合理性、购票便捷度、影厅环境舒适度（音效、座椅、清洁度）、卖品质量与价格、员工服务态度及售后投诉处理效率，形成全方位、多触点的客户体验评估体系。

针对“非黄金时段排片供给不足——37% 观众反映小众题材影片场次偏少”、“卖品性价比有待提升——42% 受访者认为爆米花及饮料等食品定价偏高”，以及“周末高峰时段购票效率不足——29% 观众排队等待时间超过 15 分钟”等问题，院线已制定排片结构优化、



卖品价格调整及智能购票系统升级专项方案，相关改进措施预计于 2026 年二季度全面落地实施，以精准改善客户体验痛点，持续提升服务质量与客户满意度。



指标与目标

公司立足电影放映、票务服务、会员运营等核心业务，建立健全客户服务指标与目标体系，通过量化管理、闭环监控与持续改进推动服务质量稳步提升。

2025年客户关系管理主要绩效

通过体系化运营与持续优化，2025年客户投诉率（因门店服务以及部分硬件设施导致的顾客对于门店态度以及处置方式不合理的投诉）较2024年下降12.3%，品牌“专业、可靠”的市场认知度持续强化，客户粘性与复购意愿稳步提升，为院线长期稳健发展奠定坚实客户基础。

12.3%



2025年售后服务管理主要绩效

通过体系化售后服务管理落地实施，2025年用户售后投诉量（门店放映板块质量问题或者未能完成放映导致的顾客退票、改签投诉）同比下降35%，投诉解决率提升至98%。

会员满意度调研中售后服务板块得分达4.8/5分，较上年提升0.3分

“快速响应、高效解决”的服务口碑带动新增会员转化率提升12%。

35%

用户售后投诉量同比下降

98%

投诉解决率提升至

12%

新增会员转化率

4.8/5分

售后服务板块得分

0.3分

较上年提升

2025年客户满意度

本年度整体客户满意度达4.5分（满分5分），其中会员满意度92.5分，显著高于散客86.3分。

影厅硬件体验获得观众普遍认可，满意度达91.7分。

92.5分

会员满意度

91.7分

影厅硬件体验满意度



数据安全与隐私保护

公司构建“制度合规、技术防护、场景赋能、应急保障”四位一体的数据安全与个人信息保护体系，严格落实法律法规要求，全流程守护用户信息安全与隐私权益，夯实数字化运营合规底座。



信息安全体系保障

公司严格遵循《个人信息保护法》《数据安全法》等法律法规要求，在用户购票、会员注册、影厅服务等全业务环节落实最小必要、目的限定与知情同意三大核心原则。针对淘票票、猫眼等合作平台，明确要求对用户观影记录、选座偏好、支付信息等敏感数据实施加密处理并严格限制非授权访问，筑牢合作生态数据安全底线。

内部管理机制方面

为落实数据安全治理相关要求，公司规范执行《网络使用管理制度》（目前处于试行阶段，尚未正式发布），持续强化数据全生命周期安全管控；此外，公司参照信息保护高安全等级行业实践，建立客户数据分级分类管理机制，针对不同级别数据：敏感类数据（身份证号码、生物识别信息、支付凭证等）、一般类数据（手机号码、观影偏好、会员等级等）、衍生类数据（基于用户行为分析形成的个性化推荐标签等），实施差异化访问权限管控与存储周期管理，实现数据风险精准防控。

外部协作机制方面

外部协作机制方面，在与电商平台、广告商、IP 版权方开展联合活动（如主题观影推广）过程中，通过合作协议明确数据共享范围与使用边界，严格约束第三方不得超范围采集、使用用户信息，并纳入监督与审计范围，保障数据流转全链条合规可控。



报告期内

公司核心业务系统鼎新售票系统已获得《信息安全系统安全等级保护备案》证书，证书编号为 11010113194-21001。

公司未发生客户隐私泄露事件
未发生数据安全事件



安全技术防护保障

前端采集环节隐私友好设计

线上购票系统采用单独同意授权机制，用户需主动确认方可开启个性化推荐与营销信息推送。

同时支持匿名浏览、临时账号购票等功能，最大限度降低用户初次交互过程中的数据暴露风险。

中台存储与处理安全加固

核心业务数据库实施字段级加密与访问日志全审计管理，仅授权人员在必要业务场景下可进行解密操作，实现数据访问可追溯、可管控、可审计。

敏感数据全面加密防护

针对鼎新售票系统中的身份证号、手机号、银行卡信息等敏感个人信息，采用高强度加密算法实现数据静态存储与动态传输全过程加密。

运用透明加密技术覆盖后台数据库与传输链路，有效防范数据截获、窃取等安全风险。



精细化访问控制与操作留痕

公司实施基于角色的访问控制 (RBAC) 体系，按照岗位最小必要原则分配权限，前台、财务等不同角色实行权限隔离管理。

同步部署多因素认证机制，严格限制敏感数据批量下载、复制与截屏操作。同时部署防火墙、入侵检测系统等网络安全设备，全面记录数据操作行为日志，满足监管可审计要求。

在数据共享场景中运用接口参数过滤、数字水印等技术保障数据流转安全。



服务场景隐私保护

线下影院物理隐私保护

对影院一线员工开展职业伦理与隐私保护专项培训，严禁窥探、传播观众个人信息与观影行为。

针对特殊主题场次采取匿名报名、模糊化座位排布等措施，切实保护观众身份隐私。

会员服务透明化沟通机制

在官方平台设置清晰易懂的隐私政策查阅入口，支持用户随时查询、更正、删除个人信息，并提供一键退订功能，保障用户营销推送选择权。



数据安全应急管理

公司建立健全覆盖预警、处置、上报、复盘全流程的数据泄露应急预案与应急管理机制，明确应急组织架构、处置流程、责任分工及响应时限要求，全面提升突发事件应对能力。针对系统入侵、网络攻击、内部信息泄露、数据篡改等各类数据安全突发事件，启动分级应急响应机制，严格按照法律法规要求，在 72 小时内完成向行业监管部门的上报程序，并及时向受影响用户履行风险告知、说明解释与权益保障义务，同步采取风险隔离、



漏洞修复、数据补救、安全加固等一系列应急处置措施，最大限度降低事件对用户权益及公司品牌声誉的影响，构建事前预防、事中管控、事后改进的闭环应急管理体系。



行业协作篇

经销商管理

公司围绕经销商建立了覆盖全业务流程的运营管控体系，通过明确合作政策、区域与价格管控、业绩考核激励、专业培训赋能、日常合规监管等举措，构建和维护稳定有序的经销商体系，保障渠道稳定运行，促进院线与经销商合作关系的规范、健康、可持续发展。



经销商管理措施



明确合作政策

◎ 制定并与经销商正式签订合同，在其中规范对应管理制度、经销区域、销售目标、价格体系、市场行为等，明确双方权责，确保与经销商处于统一运营框架体系，提高合作效率。



区域与价格管控

◎ 限定指定经销商的销售区域，禁止跨区窜货，另外制定价格政策，要求经销商的调价行为必须进行提前审批，防止恶性竞争导致价格混乱。对违规者采取警告、罚款甚至取消经销资格等的处罚。



业绩考核激励

◎ 为经销商设定年度或季度销售指标，并配套分级考核方案体系，结合销量、回款、市场反馈等维度表现进行动态评估，优胜劣汰，实现业绩闭环管理。



专业培训赋能

◎ 对经销商进行产品知识、销售技巧、营销活动支持及数字化工具接入等技能培训，提升渠道运营效率，并设置专项奖励机制，激励经销商的市场拓展行动。



日常合规监管

◎ 通过定期巡查、数据监控、项目报备等方式，监控虚假交易、商业贿赂等违规行为，同时建立风险预警机制，监控经销商自身经营状况，防范由于经营不善导致的合作风险。

助力行业发展



技术赋能

公司积极发挥自身综合优势，持续以技术升级赋能产业高质量发展。作为国内数字电影推广的先行者，公司先后与字节、IMAX、京东方等国际国内领先企业建立深度战略合作，依托其先进技术资源搭建专业化、规模化的高标准放映体系，在保障优质稳定的放映画质与系统运行的同时，推动国内放映标准的提升和趋同，培养国际化的先进技术团队，持续拉高行业整体的放映技术基准，助力国内电影放映从“设备引进”向“标准输出”转型。

深化 AI+ 影视战略合作，推动产业智能化升级



2025 年 3 月，上海电影与字节跳动旗下即梦 AI 达成战略合作，以“AI+ 影视”深度融合为核心，围绕内容创作、技术研发、IP 焕新、人才培养及联合实验室共建等领域展开全方位合作，联合启动“AI 动画创作周”，依托 AI 技术挖掘经典动画 IP 与中式美学价值，这也是上影在“AI+ 行业应用”的又一探索，与即梦 AI 共同助力中国影视产业系统性智能化升级，为全球影视产业变革提供中国智慧。



生态共建

公司积极推进优质 IP 资源的深度开发与生态共建，以 IP 为核心纽带，联动内容方、品牌方与线下场景，构建“内容 + 空间 + 消费”的一体化运营模式。

首创“联和万物”电影周边主题店这个主题化消费场景与沉浸式体验空间，通过经典 IP 形象互动、特色体验活动及 IP 联名商品开发，有效激活影院非票业务潜力，提升运营附加值。

另外，公司持续拓展 IP 联名快消品等多元业态，不断延伸 IP 价值链条，重构影院盈利模型，为合作伙伴提供了更多元的价值赋能路径，也为行业创新发展提供可复制、可推广的实践样板。

角色驻店

◎ 孙悟空、哪吒、黑猫警长等上美影经典IP每日轮值“一日店长”，开展沉浸式互动。

儿童体验

◎ “小小主理人”模拟门店运营，构建电影文化启蒙场景。

非票收入

◎ IP联名套餐（如“小马宝莉”）占卖品销售总额28.41%，显著提升单观众消费额（SPP）。



“联和万物”沉浸式主题体验店



2025年8月1日，联和院线旗下首家品牌体验旗舰店联和万物（SFCine+）正式营业，以“电影+”为核心打造集沉浸式体验、文化消费与情感联结于一体的电影经济新地标。

门店试营业和开业分别邀罗小黑、《浪浪山小妖怪》小猪妖任“一日店长”，开业首日打造该影片主题“痛店”，上线300余款周边，独家推出其与儿童子的限量联名系列，这里不仅是影迷的乐园，更是文化消费新模式的生动实践。



产业协同布局“文化+科技”融合业务



公司与京东方A全资子公司京东方晶芯科技有限公司合资设立上影东方（上海）文化科技有限公司，聚焦LED商显、虚拟拍摄等技术应用，布局“文化+科技”融合的硬件集成与场景解决方案业务，面向院线装备升级、线下演艺、影视剧制作、商业空间等多元场景，提供“硬件+内容+运营”一体化服务，通过产业协同推动文化与科技深度融合，拓展业务应用场景与服务边界。

布局潮流艺术展，推动经典 IP 创新融合



2025 年 10 月，上影元联合烽朝文化在广州主办 SAT 潮流艺术展，以丰富互动打造沉浸式潮流艺术嘉年华。

上影元首次以主办方布局潮玩领域，《大闹天宫》《哪吒闹海》《葫芦兄弟》《黑猫警长》《九色鹿》《天书奇谭》及《浪浪山小妖怪》等七大知名动画 IP 参展，落地“艺术元计划”旗下“奇谭宇宙”沉浸式展区，并发起“元创未来共创无界”计划，联动新锐艺术家打造近百款共创作品，推动中国原创 IP 与前沿潮流艺术的深度融合，探索中国文化在潮流语境下的创新表达。



深化文旅融合发展

联和院线通过整合高品质娱乐与生活方式内容，拓展文化空间增值产品矩阵，持续为商业设施与合作方提供集成化运营支持，深化“电影+文旅”创新实践。

联和院线首创“电影+”城市微度假动线，以“电影之城新春路书”为核心载体，打通“观影-文旅-消费”全链路，实现观影权益与文旅消费联动，形成了可复制的跨界合作范式。



定制票根

观众在指定影院领取专属票根，可兑换上海影视乐园、电影博物馆门票；



城市联动

凭票根可在上海中心、白玉兰观景台、野生动物园等 20+ 地标享受专属优惠；



场景融合

互动打卡墙、福签筒等仪式化设计，强化情感连接与社交传播。

“票根经济”系列活动



2025 年 6 月上海国际电影节期间，上海电影“电影之城”票根及周边热销，成为文化消费热点。公司在全市 102 家核心影院推出近 30 款、50 余万件文创衍生品，并联动 10 家影院开展纪念票根、透卡派发及集章兑礼活动，引爆影迷打卡收藏热潮，相关内容在社交平台广泛传播，充分体现了 IP 的文化吸引力与商业价值。



2025 年底，联和院线以“电影之城新春路书”打造票根经济，在指定影院发放特色票根。观众凭票根可参与互动赢取文旅景点门票，并在城市地标享受专属优惠，串联观影、文旅与消费场景，构建“跟着电影游上海”微度假线路，激活新春消费生态。





国际合作

公司始终重视与国际技术、标准和 IP 的交流共进，聚焦技术引进、放映标准共建与 IP 内容联动三大核心领域，推动中外行业标准的融合互通，促进中外影视文化交融互鉴。

技术合作

与科视 (Christie) 共建放映技术标准

联和院线自发展初期便与国际领先放映设备制造商美国科视 (Christie) 建立深度合作关系，规模化部署 CP2000 系列 DLP 激光放映机，实现高亮度、高对比度与色彩精准还原的放映品质统一。

内容与 IP 联动

参与全球头部 IP 的中国落地运营

◎ 联和院线积极参与国际大片在中国市场的深度运营，通过“影院+”模式增强观众沉浸体验。

◎ 2025年12月，联和院线与小红书电影合作，在上海影城SHO等多地举办《阿凡达：火与烬》（即《阿凡达3》）首映活动“阿凡达炽热之夜”。



国际电影节平台联动

依托上海国际电影节拓展合作网络

◎ 作为上海本土院线，联和院线深度绑定上海国际电影节 (SIFF) 这一A级国际影展资源。

◎ 每年电影节期间，联和院线旗下核心影院（如上海影城）承担主承办或展映任务，承接来自美国、日本、俄罗斯等国的影片展映与导演论坛活动。



员工权益与发展篇

员工权益



雇佣

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》《中华人民共和国未成年人保护法》《女职工劳动保护条例》等相关法律法规，并结合公司运营需求先后出台《上海电影股份有限公司招聘录用管理办法》《上海电影股份有限公司劳动合同和岗位聘任管理办法》《上海电影股份有限公司员工招聘录用管理业务流程》等内部管理制度，对人员招聘、劳动合同管理及岗位聘任等工作进行统一规范，规范招聘工作流程，不断优化招聘效率，持续提升人力资源管理水平。

报告期内

公司进一步完善员工管理制度，拟定包括《派驻人员管理办法》（初稿）《区域及影院兼职管理办法》内部管理制度。

合法多元雇佣

公司严格遵循国家劳动用工相关法律法规，将合法合规、多元包容作为雇佣管理的核心原则，并全面纳入《员工手册》规范执行。在人才招聘与选拔环节，公司始终坚守平等就业基本准则，充分保障每一位求职者的公平求职权利，不因性别、年龄、民族、种族、宗教信仰、国籍、残疾及身体状况等因素设置歧视性条件或差异化录用标准，确保招聘流程全程规范透明、程序公正、结果公开，着力营造机会均等、包容有序的多元职场环境。

同时，公司严格恪守禁止使用童工的法律规定，坚决杜绝任何形式的未成年用工行为，切实维护未成年人合法权益，以制度化、标准化的雇佣管理体系，构建负责任、有温度的用工生态。

多渠道招聘

在招聘流程方面，公司开通线上招聘平台、校园招聘专场、社会招聘及内部举荐等多元化人才引进渠道，吸纳各类优质人才，精准匹配公司运营过程中的人才缺口，为公司整体战略的落地发展筑牢人才基础。

公司员工招聘流程



2025 年员工雇佣情况

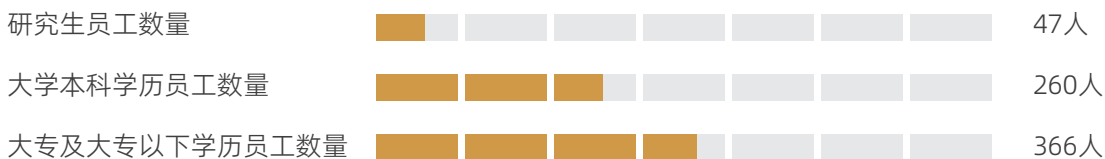
673 人
员工总数

100 %
劳动合同签订率

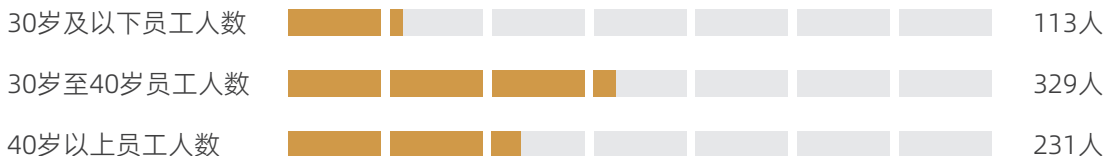
按性别分类



按学历分类



按年龄分类



2.97 %
少数民族员工比例

0.59 %
残疾人士员工比例、退伍复原军人比例

4.01 %
管理岗位员工占比

63 %
女性管理者比例

2025 年员工变动情况

68 人
报告期内新增员工人数

78 人
报告期内离职员工总人数

10.39 %
报告期内员工流失率



薪酬福利

薪酬体系

公司秉持“以绩取酬”的分配理念，构建以基本工资与绩效奖金为核心、覆盖全体员工的薪酬体系及绩效管理机制，将绩效管理深度嵌入经营管理全过程，通过常态化考核实施、客观评估及双向沟通反馈，实现员工薪酬回报与岗位绩效表现、公司整体经营业绩紧密挂钩。

2025 年，公司持续推进市场化考核机制建设，围绕激励业务创新、提升经营效能的目标，不断优化绩效考核方案，完善专项激励机制，持续开展各类评优评先活动，进一步健全绩效管理与激励约束体系。

绩效与激励管理举措

推行分层分类考核

针对职能管理部门员工侧重职责履行与日常工作，业务部门员工突出业绩导向，考核结果与绩效奖金刚性挂钩，强化激励效果。

增设专项激励方案

在团体销售、非票业务、降租等领域制定专项激励，并围绕《浪浪山小妖怪》发行开展五维度劳动竞赛，有效促进多元化增收与票房目标达成。

福利体系

公司依法维护员工各项合法权益与福利待遇，严格按照国家及地方相关规定，与员工签订劳动合同，按时足额缴纳养老保险、失业保险、工伤保险、医疗保险、生育保险及住房公积金，切实保障员工合法权益。

此外，公司为员工提供餐费补贴、高温津贴、年度健康体检等多项福利保障，在筑牢员工基本权益的同时，持续提升员工生活品质与职业归属感。公司严格依法保障员工休息休假权利，员工按规定享有法定节假日、年休假、婚假、丧假、产假、病假等各类假期，有效增强了企业对优秀人才的吸引力与团队凝聚力。

报告期内

报告期内，公司员工劳动合同签订率为 100%，人均工作时间为 8 小时，符合相关劳动者权益保障要求。

100%
劳动合同签订率

员工发展



员工培训

公司高度重视人才队伍建设与职业能力提升，将员工培训视为人才发展与经营保障的重要支撑。为确保培训工作规范有序、长效落地，公司制定《上海电影股份有限公司员工培训管理规定》，围绕岗位履职、专业技能、综合素养及企业文化等方面开展常态化培训及陈列美学训练、合规意识等创新实用课程，持续完善分层分类的培训体系，不断夯实人才基础，助力员工与企业共同成长。

公司员工培训工作遵循统筹管理、分级落实的开展思路，由人力资源部门承担整体培训管理职责，各职能部门及下属分子公司则结合自身业务范畴，负责开展对应领域的专业培训与通用性岗位培训，共同搭建人才多元化人才培育体系。

截至 2025 年，公司已经搭建起内部“常态化培训 + 讲师队伍”，协调外部学习项目及创新实用课程的培训体系，并划拨专项培训经费支持员工的外派专业学习等进修课程，助力主力员工个人发展与企业进步的同频共振。

公司员工培训体系



2025年员工培训主要绩效

137

场
培训场次

264

人次
培训参与人次

7104

小时
员工培训总时数

10.56

小时
员工人均培训时数

15.78

万元
员工培训投入

0.02

万元
人均投入金额

80.37

%
员工培训覆盖率

员工晋升

2025年，公司在既有职务职级管理体系框架基础上持续深化运行，稳步巩固前期全员宣贯、职级套用与审核落地成果。

结合年度经营发展实际与业务变化需求，对职级标准、任职条件及配套管理规则进行细化优化与动态完善，进一步理顺职业发展通道，不断破除晋升瓶颈，以更贴合经营实际的层级设置，持续为员工明晰职业发展方向，提升人岗匹配度与人力资源管理精细化水平，为激发组织活力、增强核心竞争力提供长效支撑。



员工关爱

公司始终践行“以人为本”的治理理念，将员工福祉与职业发展融入企业可持续发展战略，通过多元举措构建有温度的职场生态。



民主与沟通

公司建立健全民主沟通与职工参与机制，制定《上海电影股份有限公司工会工作制度》《上海电影困难职工帮扶管理办法》《上海电影职工互助资金管理办法》等四项制度，以工会、职工代表大会为核心载体，畅通常态化民主沟通渠道。

公司依法依规召开职工代表大会，有序开展民主选举、重大事项审议等工作，充分保障职工的知情权、参与权、表达权与监督权。通过制度化、规范化的民主沟通机制，广泛听取职工意见建议，及时回应职工诉求，不断提升员工归属感与团队凝聚力。

在绩效反馈与申诉方面，公司结合影视文化行业特点与自身运营管理实际，建立并持续完善常态化绩效考核管理机制，通过规范有序的考核组织实施、客观公正的工作业绩评估以及高效畅通的上下级双向沟通与反馈，将员工薪酬待遇与岗位绩效表现、部门工作成效及公司整体经营业绩紧密挂钩，实现“以绩定薪、薪酬联动”。同时，公司通行实践建立健全绩效申诉与复核机制，保障员工在考核过程中的知情权与申诉权，确保绩效评价公平、公正、透明，进一步优化绩效与薪酬联动体系。



员工活动

在工作与生活平衡方面，公司工会积极搭建员工文化交流平台，组织开展三八节手工比拼、“光影杯”电竞比赛、摄影比赛等特色文体活动，并动员员工参与集团职工运动会、平底锅乒乓球比赛等赛事，丰富员工业余生活，促进团队凝聚力与身心健康协同发展。



员工帮扶

在困难员工帮扶领域，公司建立精准帮扶机制，针对特殊困难群体实施定向支持。本年度初，共有5名在职员工及2名退休员工通过工会申报困难帮扶，工会已完成全流程精准对接与帮扶落地，切实缓解困难员工家庭经济压力，传递企业关怀。

2025年公司员工帮扶主要绩效

7次

帮困慰问金受助人次

1.41万元

帮困慰问金总投入

职业健康与安全



职业健康

公司核心业务涵盖电影宣传发行、院线运营管理及 IP 运营，整体作业环境未构成重大职业病危害及安全生产风险。但在日常运营过程中，因岗位特性存在久坐久站、高频用眼及高音量环境暴露等情况，易引发腰肌劳损、肩周炎、听力下降等职业健康问题。

公司始终高度重视员工职业健康与身心福祉，持续推进员工健康管理建设，按年度组织全员健康体检，并为员工提供疗休养相关福利保障。公司工会积极参与上海市总工会推行的职工医疗互助保障计划，构建集健康监测、医疗保障、安全宣教及应急演练于一体的多元化职业健康保障体系，为有效预防职业伤害、提升员工健康保障水平提供坚实支撑。

报告期内

员工体检覆盖率为 **70.60%**，全年未发生新增职业病与工伤事故。

应急救护技能培训



2025 年，公司积极组织员工参与上海市为民办实事项目《应急救护》专项培训，本次共有 56 名员工报名参与，现场参训到场率达 96.4%。经考核，52 名员工顺利通过考试并取得初级救护员证书，考核通过率为 96.3%，有效提升了员工应急处置能力与安全保障意识。



员工安全

公司继续保持安全生产标准化三级企业称号，建立了安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，制定了《安全生产事故综合应急预案》，建立了生产安全应急队伍，2025 年度累计排查与整治安全隐患 30 件，开展安全培训 105 场，累计 932 人次参加，实现安全培训的 100% 覆盖。

2025 年，公司未发生重大安全事故。



服务国家战略

公司积极响应长三角一体化发展国家战略，深度融入区域文化产业协同发展格局，以优质项目赋能人文经济与文旅产业繁荣。



践行长三角一体化，以文化创新赋能高质量发展



上海电影积极践行长三角一体化发展国家战略，依托影视产业优势推进文化创新与区域协同发展。在上海、浙江、江苏、安徽四省市党委宣传部联合开展的第三批长三角人文经济典型案例及 2025 年度长三角文旅产业重大项目遴选工作中，公司多个重点项目成功入选：“构建《浪浪山小妖怪》IP 全产业链开发运营体系”“上海电影艺术中心打造‘电影文化生态综合体’”获评“第三批长三角人文经济典型案例”，公司以影视 IP 开发、文化空间营造、沉浸式文旅融合的实践成果，助力长三角人文经济高质量发展，彰显国有影视企业服务国家战略的责任担当。



社会公益

上影元以 IP 力量参与公益献血行动



上海电影旗下上影元聚焦 IP 开发运营主营业务，联动上海市血液中心开展“热血助患儿”公益献血活动，借助《大闹天宫》《葫芦兄弟》等经典 IP 的公众认知度，助力公益献血宣传，既践行了企业社会责任，也为 IP 价值拓展了社会应用场景，同时为公益活动增添了文化传播维度，实现了业务属性与公益行动的务实结合。



上影《大闹天宫》IP 助力交通公益主题传播案例



公司以《大闹天宫》经典 IP 与交通运输部开展公益共创，国庆期间联合中新网进行主题传播，累计传播声量超 3000 万，在拓展 IP 出行场景应用的同时传递公益出行理念，并计划围绕春节节点持续深耕相关公益传播。

3000 万

累计传播声量



上影元以经典 IP 助力国家安全公益宣传案例



上海电影依托 IP 开发运营核心业务，由旗下上影元与国安宣工作室联合共创国家安全公益微动漫《金猴降妖》4·15 特别篇，相关内容传播量达 5000 万+，并获得《新闻联播》等权威媒体报道，借助经典 IP 影响力开展公益科普，有效助力国家安全知识社会传播。

“光荣之城”红色电影主题展映活动



在上海市委宣传部、上海市电影局电影处、上海电影(集团)有限公司的指导下，于 2025 年 5 月至 7 月开展“光荣之城”红色电影主题展映活动。其中，电影放映进村、镇、社区文化活动中心、党群服务中心、博物馆、图书馆、部队、学校商场等各个放映场所，本市郊区嘉定区 132 个行政村、宝山区 56 个行政村、崇明区 269 个行政村、闵行区 45 个行政村、青浦区 70 个行政村等放映点开展红色主题影片展映活动。

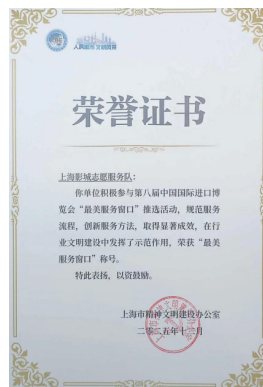


员工志愿活动



公司积极引导员工践行社会责任，将志愿精神融入企业文化与业务实践，构建多元志愿体系。

2025 年，上海影城积极参与第八届中国国际进口博览会志愿活动，荣获“最美服务窗口”称号。



业务赋能：志愿护航，共促产业发展



依托影视行业特性，公司将志愿力量注入业务一线，在《浪浪山小妖怪》《菜肉馄饨》等重点影片宣发期间，由党政工团联合组建职工志愿者服务队，主动投身发行、放映等关键环节的支援工作。

志愿者们以专业素养与奉献精神，在业务高峰期保障流程平稳有序，其中《浪浪山小妖怪》推介专线实现销售金额 204,922 元，以实际行动为公司业务高质量发展保驾护航，彰显了员工与企业同频共振、携手奋进的责任担当。



党建服务：初心护航，共传红色光影



报告期内志愿者团队以高度的使命感轮班值守在“我的电影党课”活动的热线服务岗位，为各党组织及党员提供细致贴心的咨询与保障服务。志愿者们以耐心与专业搭建起红色文化传播的桥梁，让志愿精神与党建初心深度交融，在光影中传递信仰力量，助力红色影视文化深入人心。



2025年公司志愿活动主要绩效

5 个
志愿者组织个数

5046 小时
志愿活动参与总时长

99 小时
员工志愿活动人均参与时长



治理责任

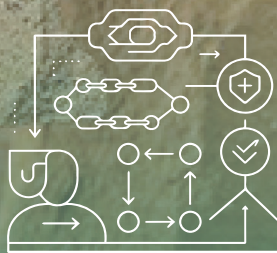


公司治理 89

党建引领 97

反商业贿赂及反贪污 101

反不正当竞争 103



公司治理

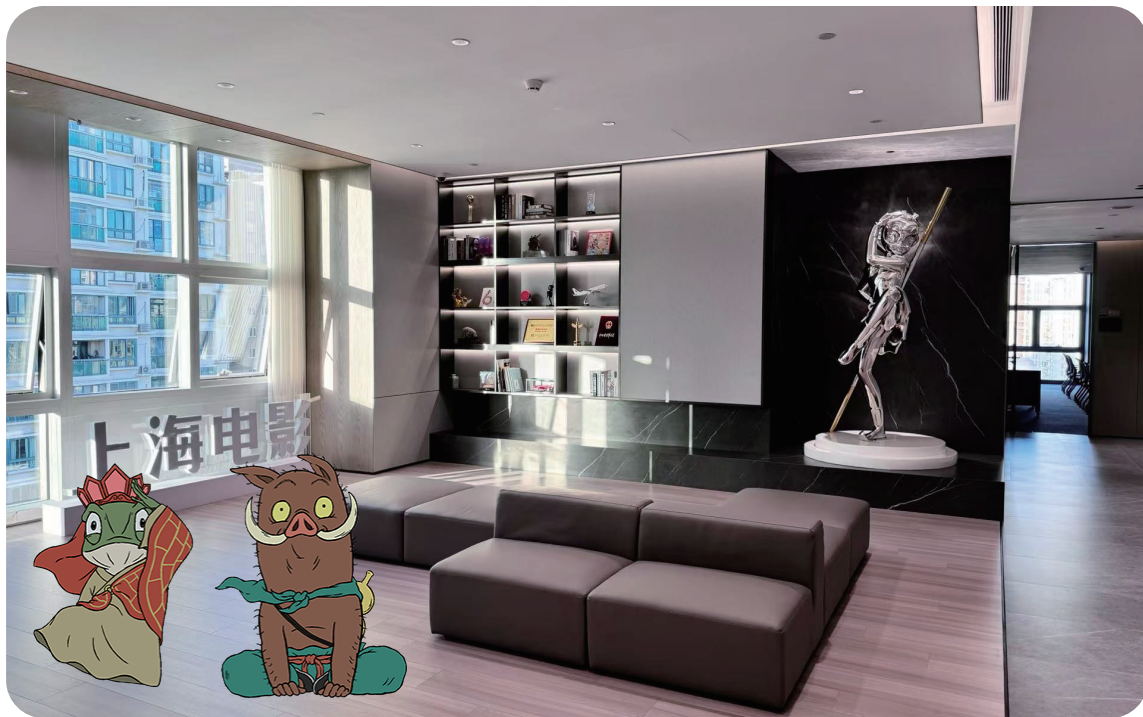


治理

公司立足国有控股上市主体属性，构建“党建引领、法人规范、权责清晰、监督有效”的现代公司治理机制，将党的领导深度融入法人治理结构，在《公司章程》中明确党委在法人治理结构中的法定地位，规定“三重一大”（重大决策、重要人事任免、重大项目安排、大额度资金运作）事项必须经党委会前置研究讨论，再由董事会、经理层决策。

同时，上海电影依据《公司法》《证券法》及监管要求，建立完备的上市公司治理制度体系，核心制度均经董事会、股东会审议并公开披露，其中基础治理方面制定并修订《公司章程》（2025年11月）以明确治理架构与权责边界，同时出台《独立董事工作制度》保障独立董事独立履职；合规运营方面建立《信息披露管理制度》规范信息披露流程、保障披露真实准确，且实施《投资者关系管理制度》强化股东沟通与权益保护；经营风控方面则完善对外担保、对外投资、委托理财、关联交易等专项制度，严控重大经营风险，确保决策合规。

公司建立“股东会-董事会(专门委员会)-经理层”三级治理架构，权责清晰、协调制衡、运作规范，公司治理机制健全、运作规范、内控有效。



报告期内

公司未出现违规决策或治理失效情形，持续符合国有控股上市公司治理与监管要求。



股东会

作为最高权力机构，依法行使重大事项决策权，报告期内公司召开的历次股东会审议议案均获表决通过。



董事会

由9名董事组成（含3名独立董事，占比1/3），下设审计、战略、提名、薪酬与考核等专门委员会，履行定战略、作决策、防风险职责，决策科学高效。



监督机制优化

为适配新《公司法》与监管要求，公司2025年经股东会审议通过，正式取消监事会，废止《监事会议事规则》，监事会职权由董事会审计委员会承接，监督职能更趋专业、内嵌、高效。

公司 2025 年股东会、董事会及下设专门委员会、独立董事专门会议召开情况：

会议名称	召开次数	审议议案数量
股东会	2次	12个
董事会	7次	27个
审计委员会	6次	16个
提名委员会	2次	2个
薪酬与考核委员会	1次	2个
战略委员会	1次	5个
独立董事专门会议	1次	2个

战略

潜在治理风险	风险点概述	发生概率	影响程度	影响范围	影响治理环节	优先级排序	潜在财务影响	应对措施
内控合规风险	影视项目投资、IP授权等业务流程中，内控执行不到位可能引发合规或资金风险。	低	高	短中长期	运营	高	运营成本 ↑	<ul style="list-style-type: none"> 完善项目全流程内控矩阵，强化审计监督与整改闭环。
信息披露风险	投资收益等关键信息披露不及时或不准确。	低	高	短中长期	运营	高	运营成本 ↑	<ul style="list-style-type: none"> 健全信息披露审核机制，加强财务与业务部门协同。
股东回报提升	落实上交所“提质增效重回报”行动倡议，优化分红机制增强投资者信心。	高	高	短中长期	运营	高	运营成本 ↓	<ul style="list-style-type: none"> 制定年度分红方案，提升分红频次与透明度，共享影视主业发展红利。
ESG转型	影视文化行业是ESG投资重点领域，领先的ESG实践（如内容向善、绿色摄制、文化普惠、IP伦理运营）有助于提升机构投资者认可度，降低融资成本，形成差异化竞争优势。	高	高	中长期	运营		运营成本 ↓ 营业收入 ↑	<ul style="list-style-type: none"> 深度融入产业链：将ESG理念（如绿色摄制、文化普惠、内容伦理）融入影视内容创作、拍摄制作、发行放映全流程。 专业披露与评级：规范发布ESG报告，重点披露内容向善、绿色摄制、文化公益及供应链责任管理，积极响应主流ESG评级体系要求。 价值驱动运营：以ESG理念优化运营效率，通过绿色片场改造、文化惠民项目、IP社会责任开发实现长期降本增效，提升品牌影响力与用户粘性。

注：

短期：公司报告期间结束后 0 年至 1 年（含 1 年）；中期：公司报告期间结束后 1 年至 5 年（含 5 年）；长期：公司可持续信息报告期间结束后 5-10 年（含 10 年）。



影响、风险与机遇管理


董事会独立性与多元性


董事会独立性方面，公司独立董事严格按照《上市公司独立董事管理办法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等法律法规及公司《独立董事工作制度》等相关规定履职，充分发挥其在文化金融、财务会计、传媒产业等领域的专业经验，针对公司影视内容制作、IP运营、数字化转型等重大决议事项提供独立判断与科学建议。公司董事会合计9人，共有3名独立董事，在董事会成员中占比达37.5%，符合监管要求。公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会共4个专门委员会，各委员会成员均包含独立董事，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占比均过半数，且由独立董事担任主任委员，切实保障了董事会在战略制定、业务决策、财务监督、董事及高级管理人员选聘等事项中的客观性与公正性，有效维护公司及中小股东利益。

董事会多元性方面，公司在选聘董事时综合考虑性别、年龄、教育背景及专业技能等多方面的平衡，致力于董事会成员多元化建设，以匹配影视文化行业的发展特性与战略需求。董事成员拥有丰富、多元的工作经验和专业背景，涉及：文化金融、数字文化经济及数字金融、城市经济与文化产业、影视内容创作与运营、传媒产业管理、IP商业化开发、资本市场财务与会计、法律等多个领域。不同背景和经验的成员之间互补协作，为公司在电影宣发、院线经营、IP全链运营、产融结合等核心业务方向提供更专业、更全面的决策支持，有效识别并降低公司在渠道运营、内容宣发、IP商业化、合规经营等环节的经营风险，助力公司打造具有行业竞争力的影视文化生态。


董事会多元性构成


按性别分类


女性员工数量  4人

男性员工数量  5人

按性别分类

> 50岁  4人

46-50岁  2人

< 45岁  3人

按专业

金融  2人

法律  1人

财务  2人

影视  2人

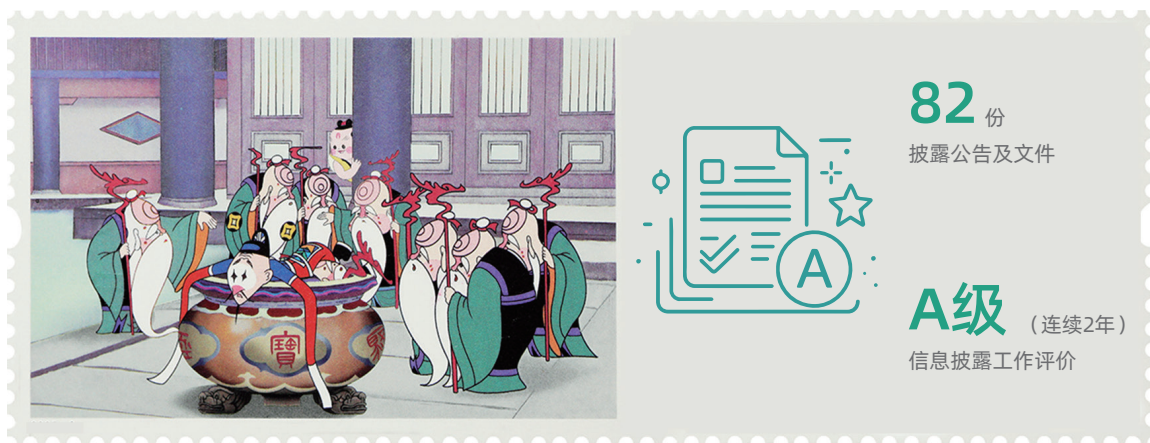
战略  2人

信息披露

公司严格遵循中国证监会、上海证券交易所关于信息披露的法律法规及监管要求，结合公司实际建立健全内部信息披露管理制度及信息保密机制。

2025 年，公司严格履行信息披露义务，通过法定信息披露渠道按期发布定期报告，并及时披露股东会、董事会决议及关联交易等重要公告，保证披露信息的真实、准确、完整。

本年度，公司治理持续优化，连续第 2 年荣获上交所信息披露 A 类最高评级，成为上海国资宣传体系唯一入选传媒类标的；继 2024 年首次入选上证 380 指数后，稳居该指数样本股行列，成为上交所成长性新兴蓝筹公司代表。



信息披露相关荣誉



2025 “上证鹰·金质量”公司治理奖



2025 上市公司口碑榜 - 上海公司最佳董事会奖

投资者关系管理

公司高度重视投资者关系管理，制定《投资者关系管理制度》规范工作开展。为加强公司与投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，公司通过官网投资者关系专栏、投资者热线、电子邮箱、上证 e 互动平台，结合业绩说明会、现场调研、券商策略会等多渠道开展与投资者的沟通交流，持续提升公司信息透明度。

在中小股东权益保障方面，公司严格遵循平等性原则，平等对待全体投资者，重点为中小投资者参与活动创造便利条件，组织安排现场参观、座谈沟通，保障中小股东充分知情、有效表达。

投资者关系管理创新实践案例



上海电影持续创新投资者关系管理模式，通过常态化路演、融合美罗城地标场景举办年度业绩说明会，并辅以多平台直播的形式，累计吸引 2,856 人次参与，有效实现公司文化品牌影响力与投资价值的双向共振，提升投资者沟通效率与品牌传播效能。



联合华泰证券、华金证券开展“我是股东——走进上海电影”活动

股东权益保障

公司积极响应上交所“提质增效重回报”专项行动，制定并发布《2025 年度“提质增效重回报”行动方案》，通过优化分红机制、增加分红频次等举措，构建可持续的股东回报体系，与投资者共享公司成长红利，持续增强投资者获得感。

内控风险管理

上海电影秉持“防御风险，创造价值”理念，为有效落实内部控制及风险管理质效，公司制定《内部审计工作规定》，设立专门审计机构，在党委和董事会领导下开展内部审计工作；同时，公司要求各子公司加强内控体系建设，通过独立审计监督内控执行、排查风险隐患，完善内部制度，强化内控监督检查，提升整体风险管理与内控有效性。

内控风险防范举措



构建内部控制矩阵

围绕整体风险防控要求，构建覆盖 9 大业务流程、包含 130 个关键控制点的内部控制矩阵。

识别资金与费用管理、固定资产管理、销售与应收账款管理、财务报告与披露管理为高风险领域，建立内控缺陷整改体系，保障公司长期可持续发展。



强化法律风险防控

公司法务部做好法律风险防控，在多个重大项目启动时开展法律尽职调查并出具风险评估报告，避免公司在合同拟定、利益分配、风险分担等核心问题上处于不利地位。



聚焦干部监督与专项审计

坚持从严管理、从严监督，对主要领导干部及重要岗位人员推行任期经济责任审计，聚焦重点项目、专项资金开展专项审计排查，紧盯审计整改落实全过程，强化跟踪问效。

将审计结果融入干部选拔任用体系，以审计监督倒逼责任落实、规范履职行为，筑牢管理监督防线。

合规经营

公司坚持合规运营理念，严格恪守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规。

公司法务部作为合规管理的主责部门，负责组织、协调各业务及职能部门、下属企业开展合规管理工作，确保公司合规管理工作高效推进。

2025 年，公司围绕业务合规管理、合同规范管控、知识产权保护、反不正当竞争等核心环节，部署并落实多项针对性管理措施，持续优化合规管理流程，不断提升公司业务及运营各环节的合规管理水平，确保各项经营活动合法合规、有序推进。

措施	具体内容
合同合规审查 01	◎ 将合规审查作为合同签订前置程序，在条款中明确数据安全、知识产权等合规要求，从源头防范业务合规风险。
重大项目合规支持 02	◎ 在重大项目启动阶段开展法律尽调，识别评估行业准入、资质许可等专项风险，并在合作协议中设置合规条款，为项目决策与谈判提供法律合规支撑。
应收账款催收 03	◎ 在运用诉讼、调解等手段进行应收账款催收的过程中，严格遵循诉讼程序与证据规则，确保催收行为合法合规。
运营评估与改进 04	◎ 复盘合同审查、案件处理及项目支持中的共性问题，优化现有合同模板，总结经验并及时推广至各影院及其他业务部门，推动合规流程持续优化、业务部门合规意识不断提升。
商标管理与布局 05	◎ 结合公司业务发展规划与市场拓展需要，前瞻性开展商标布局，针对重点产品、服务及潜在市场及时申请商标，并对现有商标补充类别、完成续展，完善商标保护矩阵。通过驳回复审、异议、无效宣告及行政诉讼等程序，妥善解决核心商标确权争议，夯实商标权利基础，维护品牌资产稳定。



指标与目标

围绕股东权益保护、董事会多元化等核心治理指标建立常态化追踪机制，稳步提升治理效能。



2025 年，公司完成 **1** 次现金分红，以实际行动向投资者传递经营信心，共享影视文化主业发展成果；董事会维持 **4** 名女性董事配置，女性董事占比达 **50%**，延续性别均衡的多元化治理布局，为公司在内容创作、IP 运营、产业融合等领域的决策提供多元视角，保障治理结构的包容性与科学性。

党建引领



党组织建设

明确党组织在公司治理结构中的法定地位，把党的领导融入影视文化业务治理各环节。同时，公司制定《上海电影股份有限公司党委关于执行“三重一大”决策制度的实施细则》《上海电影股份有限公司党委议事规则》《上海电影股份有限公司党风廉政建设责任制实施细则》等规章制度，有力推动基层党组织工作标准化规范化建设，持续增强党组织的政治功能和组织功能，为公司高质量发展提供坚强政治保障。

上影股份党委成立于 2012 年，公司党委班子成员 5 名，设书记 1 名、副书记 2 名。



党建活动

上海电影坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大及二十届历次全会精神，认真落实上海市《建设习近平文化思想最佳实践地行动方案》《上海市电影高质量发展三年行动计划》以及上影集团党委各项部署要求，坚持以党的政治建设为统领，强化党建工作引领示范，不断强化主责意识，健全责任体系，推动全面从严治党不断向纵深发展、向基层延伸，为推动公司健康发展提供了坚实保证。

履行管党治党责任

加强组织领导

针对全面从严治党工作开展专题研讨。年内召开 2 次党委会专项研究部署。

严格执行“三重一大”决策制度，全年召开党委会 15 次，研究审议重大事项 55 项；组织经营管理工作会、专题会等重要会议近 60 次。

优化党组织设置，指导支部按期完成选举，实现支部书记均由中层级以上干部担任，选优配强支委班子。

强化政治建设

加强政治理论学习，严格执行党委理论学习中心组和党委会“第一议题”制度，班子成员每月开展 1 次理论学习。将党的创新理论、文化思想等纳入党员学习教育重点内容。

党委班子成员和各党支部书记结合实际，每年在支部至少讲 1 次专题党课。

建立健全考核机制

将管党治党工作纳入年度绩效考核体系，与业务工作同部署、同考核、同落实。

严格干部管理

坚持管党干部原则，严守干部选拔任用程序。全年规范审议干部人事议题 17 项，助力选优配强中层骨干。

落实党风廉政建设责任

加强廉政教育

签订 2025 版党风廉政责任书、廉洁从业责任书，积极开展深入贯彻中央八项规定精神主题教育。

紧盯重要节点，通过廉政提醒邮件、线上学习推送、廉政谈话等方式，常态化筑牢廉洁防线。

强化监督执纪

修订发布《上海电影股份有限公司监督工作联席会议工作制度》《上海电影股份有限公司关于领导干部、管理人员上交礼品、礼金的规定》等制度，完善监督机制，严肃查处违纪违法问题。

推进作风建设

深入贯彻落实中央八项规定及其实施细则精神，持续深化纠治“四风”顽疾。



强化意识形态工作责任

加强组织领导

履行意识形态工作领导小组职责，落实小组成员工作责任。

定期召开意识形态工作专题会议，分析研判意识形态领域形势。

强化阵地管理

加强对电影发行、放映等环节的意识形态管理，健全网络意识形态工作责任体系和压力传导体系，规范新媒体阵地管理和使用。

2025 年，公司官方微信公众账号“上海电影”发布宣传稿件 65 篇，未出现政治性、导向性错误。

加强舆情监测

健全舆情监测机制，扎实做好舆情应对工作。严格规范和管理党员网络言行，对所辖人员错误言论及时提醒警示，做好教育引导。

2025 年，公司未发现意识形态领域异常情况。

履行基层党建工作责任



加强基层党组织建设

组织支部书记、党务工作人员培训，提升专兼职人员党建工作能力。全年组织参加专题培训 **12** 人次，指导 **1** 人获评“中级政工师”，发展 **2** 名预备党员，**1** 名预备党员转为正式党员。严格落实“三会一课”、主题党日等制度，加强党员教育管理。年内各基层党组织召开党员大会 **21** 次、支委会 **62** 次，开展主题党日活动 **62** 次、党课学习 **17** 次。



抓党建业务结合

深入打造“我的电影党课”品牌，联合上海交大“声入人心”宣讲团创新推出微党课融入电影党课示范案例，获广泛好评。年内 6 个月开展公开示范课及定制示范课 **17** 场，全市 70 家指定影院专场展映 **3000** 余场，售出党课书签超 **9.3** 万张，同比增长 **21%**；全市 138 家电影党课展映影院（含前述 70 家）累计服务党组织 **1800** 余个，覆盖党员突破 **35** 万人次，实现党建与业务、文化传播的有机结合。

2025 年公司党建活动



“我的电影党课”活动



警示教育会

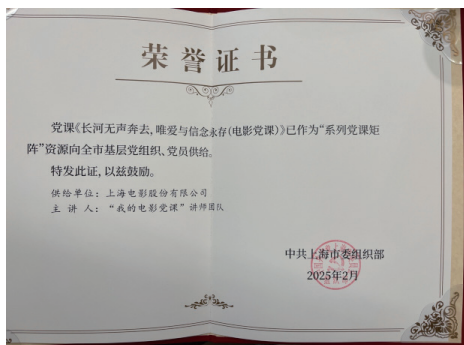


联合党建



红色电影主题展映

2025 年公司党建荣誉



“我的电影党课”获中共上海市委组织部颁发荣誉证书



上海影城荣获新华街道优秀党建共建单位称号

反商业贿赂及反贪污

上海电影股份有限公司党委全面深化“四责协同”机制，严格执行“三重一大”集体决策制度，落实“一岗双责”要求，一体推进不敢腐、不能腐、不想腐，筑牢廉洁从业防线。公司高度重视廉政建设，建立了由党委统一领导、党政齐抓共管、纪委组织协调、部门各负其责的领导机制，并设立纪检监察室作为公司廉政风险防控工作的归口管理部门，统筹推进廉洁风险防控各项工作。

廉政制度建设

公司以制度建设筑牢廉洁从业根基，先后制定《纪委工作制度》《接受检举制度》《监督工作联席会议工作制度》以及《关于领导干部管理人员上交礼品礼金管理规定》等一系列内部制度，形成覆盖全面、运行规范的反商业贿赂及反贪污制度体系，持续强化权力运行监督制约。

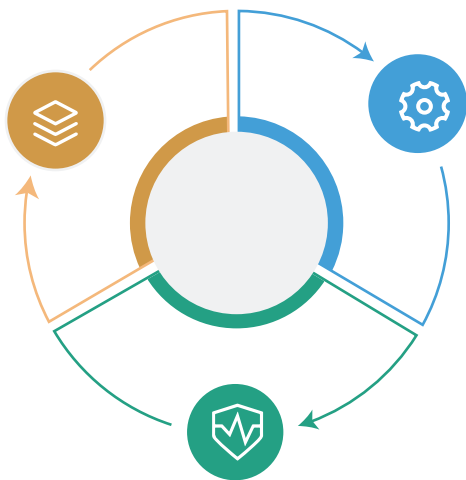
2025 年，公司通过优化监督治理，健全廉政风险防控机制，并持续深化廉洁教育和警示教育，推进“三不”体制机制建设，保障公司长期稳健发展。报告期内，公司未发生重大商业贿赂及贪污事件。



公司 2025 年廉政建设重点举措

廉洁风险评估

◎ 根据《廉政风险防控工作手册》的指引，对公司内部涉廉政风险岗位进行评估和分析。



廉洁风险监督

◎ 通过党内监督、纪检监察、审计监督、群众监督等多种方式，构建廉政风险防控监督机制，对权力运行进行有效制约和常态化监督，确保反腐倡廉工作落地见效，落到实处，实现廉政风险可控、在控。

深化廉洁教育

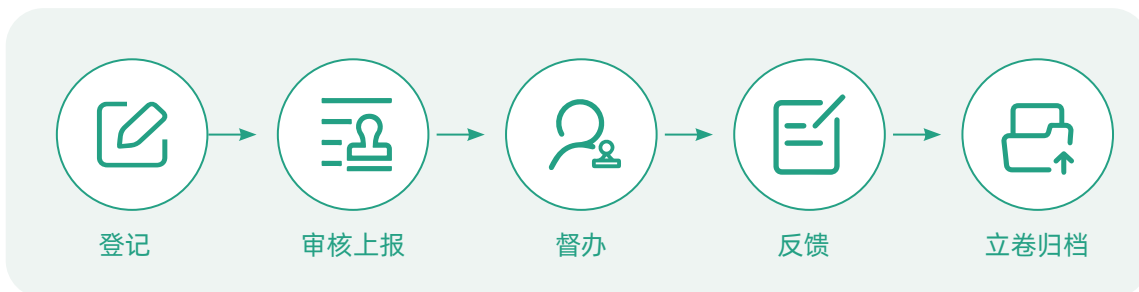
- ◎ 对新入职或新提拔的中高层管理人员进行廉政提醒谈话。
- ◎ 对中层管理人员、连锁影院区域公司、影院经理每年度签署《党风廉政建设责任书》或《廉洁从业责任书》
- ◎ 对董事、高级管理人员及部分员工进行反商业贿赂及反贪污培训



健全举报机制

为保障检举渠道的通畅有效，公司建立了全链条、闭环式举报处理流程和举报者保护机制。公司通过标准化流程规范检举案件接收、审核、处置全链条管理，通过保密制度和严格查询管理制度保护举报者。

公司举报案件处理流程



公司举报者保护机制

机制

工作保密制度

01

具体内容

- ◎ 接受当面检举、控告应单独进行，检举材料应严格保管，防止外泄。
- ◎ 举报内容除向组织、领导汇报外，不得透露、传播，不得擅自处理检举、控告材料。

严格档案查阅

02

- ◎ 查阅举报档案需经严格审批，查阅者应保证档案完整安全，不得损坏丢失。
- ◎ 严禁向相关人员提供查阅档案，违者追究责任，严肃处理。



数据表



经济数据表

指标	单位	2024年	2025年
营业收入	万元	69,037.33	91,834.08
资产总额	万元	270,837.39	315,444.42
每股社会贡献值 ¹	元	0.57	0.63

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



资源利用及温室气体排放数据表

披露项	单位	2024年	2025年
温室气体排放总量(范围1+范围2) ¹	吨二氧化碳当量	12,643.62	111.5
范围1温室气体排放量 ²	吨二氧化碳当量	4.47	26.04
范围2温室气体排放量 ³	吨二氧化碳当量	12,639.15	85.46
综合能源消耗量 ⁴	吨标煤	2,899.08	32.39
直接能源用量 ⁵	吨标煤	2.20	8.56
间接能源用量 ⁶	吨标煤	2,896.88	19.80
公务车汽油用量	升	2,020.00	11,563
外购电力用量	兆瓦时	23,554.15	161.07
耗水量 ⁷	立方米	76,266.82	118,035.42
无害废弃物总量 ⁸	吨	2,127.28	21.02

注：

1、4、8：温室气体、综合能耗、无害废弃物数值较去年统计差异原因在于统计范围有所缩小，2024年统计范围涵盖上海电影、子公司联和院线总部以及直营影城；2025年仅包含上海电影、子公司联和院线总部。

2：范围一温室气体排放主要为公务车汽油燃烧产生，折算因子按照《综合能耗计算通则》(GB/T2589-2020)换算因子进行核算。

3：范围二温室气体排放主要由外购电力产生，温室气体排放量估算中，外购电力所产生电力排放因子采用生态环境部2025年12月印发的《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》中的全国电力平均排放因子计算。

5、6：公司主要涉及的直接能源为汽油；间接能源主要为外购电力。综合能源消耗量是按照中华人民共和国国家标准的《综合能耗计算通则》(GB/T2589-2020)换算因子进行核算。

7：统计范围包含联和院线办公室及直营影院，同比增加为门店人次上升用水增加。



员工管理数据表

指标	单位	2024年	2025年
员工总人数	人	683	673
新进员工数量	人	108	68
员工流失率 ¹	%	13.90	10.39
员工培训次数	次	191	137
员工培训总支出	万元	9	15.78
员工接受培训总时长	小时	2,298.50	7104
员工接受培训平均时长	小时	3.59	10.56
员工培训覆盖率 ²	%	93.85	80.37

注1：员工流失率 = (报告期内离职员工总人数 / 报告期末员工总人数) * 100%。

注2：员工培训覆盖率 = (报告期内接受培训的员工总人数 / 报告期末员工总人数) * 100%。



社会贡献和乡村振兴数据表

指标	单位	2024年	2025年
员工志愿服务总时长	小时	560	5046
员工志愿服务人均时长 ¹	小时	0.82	99

注 1: 员工志愿服务人均时长 = 员工志愿服务总时长 / 员工总人数。



反商业贿赂与反贪污数据表

指标	单位	2024年	2025年
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事人数	人	5	6
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事比例 ¹	%	62.50	66.66
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层员工人数	人	30	5
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工人数 ²	人	81	42
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工比例	%	11.86	6.24

注 1: 公司反商业贿赂及反贪污培训不包括独立董事, 故董事培训覆盖率不为 100%。

注 2: 公司反商业贿赂及反贪污专项培训仅覆盖管理层及在职党员, 后续将持续扩大反商业贿赂及反贪污相关培训员工覆盖范围。

报告指标索引



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

议题	对应的本报告章节
《指引》要求披露的议题	
应对气候变化	环境责任·应对气候变化
污染物排放	公司所属行业为电影行业，公司及重要控股子公司未被纳入环境信息依法披露企业名单，此议题不适用
废弃物处理	环境责任·环境合规管理
生态系统和生物多样性保护	公司主要从事公司主要从事电影宣发、院线经营、IP运营业务，生产经营活动对生态系统和生物多样性没有重大影响，此议题不适用
环境合规管理	环境责任·环境合规管理
能源利用	环境责任·能源利用
水资源利用	环境责任·水资源利用
循环经济	环境责任·循环经济
乡村振兴	社会贡献·服务国家战略
社会贡献	社会贡献·社会公益
创新驱动	社会责任·创新驱动 报告期内，公司未进行专项研发投入，亦无专门从事研发的专职员工，未进行专利申请及获得工作

科技伦理	<p>公司不直接从事AI相关的技术研发工作，AI相关业务模式不属于《科技伦理审查办法》中规定应当进行科技伦理审查的科技活动，在AI相关业务开展过程中，通过协议等形式对合作方的使用AI的开发行为及应用权限等进行规范，公司暂不适用该议题。</p> <p>但在智能推荐、会员服务、内容营销等AI应用环节，公司严格遵循《个人信息保护法》《生成式人工智能服务管理暂行办法》等法规要求。</p>
供应链安全	社会责任·供应链安全
平等对待中小企业	公司报告期末应付账款（含应付票据）余额未超过300亿元，占总资产的比重未超过50%，此议题不适用
产品和服务安全与质量	社会责任·产品和服务安全与质量
数据安全与客户隐私保护	社会责任·数据安全与隐私保护
员工	社会责任·员工权益与发展
尽职调查	可持续发展机制
利益相关方沟通	可持续发展机制
反商业贿赂及反贪污	治理责任·反商业贿赂及反贪污
反不正当竞争	治理责任·反不正当竞争
根据《指引》第五条自主披露的议题	
公司治理	治理责任·公司治理
党建引领	治理责任·党建引领
行业协作	社会责任·行业协作
绿色运营	环境责任·绿色运营



《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系（1.0版）》索引表

一级指标	二级指标	三级指标	报告对应章节
E环境	E1 环境 管理	E1.1环境管理目标和制度	环境责任·应对气候变化
		E1.2通过环境管理体系认证	公司暂未开展相关措施，后续考虑开展。
		E1.3绿色产品研发与环保技术使用	环境责任·应对气候变化/绿色运营
		E1.4环保总投入	环境责任·环境合规管理
		E1.5环保培训绩效	环境责任·环境合规管理
	E2 能源	E2.1能源管理目标和规划	环境责任·应对气候变化
		E2.2节约能源举措	环境责任·能源利用/绿色运营
		E2.3可再生能源开发与应用	环境责任·应对气候变化
		E2.4能源消耗总量	ESG数据表和附注
	E3 资源	E3.1资源管理体系和规划	环境责任·能源利用/绿色运营
		E3.2水资源目标和规划	--
		E3.3节约用水举措	环境责任·绿色运营
		E3.4年度用水总量	ESG数据表和附注
		E3.5其他资源使用管理	不适用
	E4 污染物	E4.1废水管理目标和规划	环境责任·环境合规管理/循环经济
		E4.2减少废水排放举措	环境责任·环境合规管理/循环经济
		E4.3废水循环使用量	公司未非生产型企业，营运办公产生的废水随污水管网排放，该指标项不适用
		E4.4废水污染物排放量	公司未非生产型企业，该指标项不适用
		E4.5废气管理目标和规划	公司未非生产型企业，该指标项不适用
		E4.6减少废气排放举措	公司未非生产型企业，该指标项不适用
		E4.7废气污染物排放量	公司未非生产型企业，该指标项不适用

一级指标	二级指标	三级指标	报告对应章节
E环境	E4 污染物	E4.8固体废弃物管理目标和规划	环境责任·环境合规管理
		E4.9固体废弃物处理举措	
		E4.10固体废弃物排放量	
		E4.11固体废弃物回收、利用、处置量	
		E4.12其他污染物管理	
	E5气候 变化	E5.1识别气候变化风险，以及建立应对气候变化的目标、战略	环境责任·应对气候变化
		E5.2助力“双碳”目标的举措	
		E5.3碳核查/盘查举措	公司暂未开展相关措施，后续考虑开展
		E5.4温室气体排放量	ESG数据表和附注
	E6生物 多样性	E6.1生物多样性保护制度	公司非生产型企业，生产经营活动对生态系统和生物多样性没有重大影响，该指标项不适用
		E6.2生物多样性保护举措	
	S社会	S1产品 和服务	S1.1产品安全与质量管理体系
S1.2通过产品质量管理体系认证			社会责任·产品和服务安全与质量
S1.3产品研发创新			社会责任·创新驱动
S1.4知识产权保护			社会责任·创新驱动
S1.5客户信息保护和隐私			社会责任·数据安全与隐私保护
S1.6客户服务管理制度			社会责任·产品和服务安全与质量
S1.7负责任宣传			社会责任·产品和服务安全与质量
S1.8客户投诉量/投诉解决率			社会责任·产品和服务安全与质量
S1.9客户满意度			
S2员工 责任		S2.1员工雇佣和员工组成	ESG数据表和附注
	S2.2员工流失率	社会责任·员工权益与发展	

一级指标	二级指标	三级指标	报告对应章节
S 社会	S2 员工 责任	S2.3 员工民主管理	社会责任·员工权益与发展
		S2.4 薪酬与福利体系	
		S2.5 员工关爱	
		S2.6 员工满意度	
		S2.7 员工职业健康安全管理	社会责任·职业健康与安全
		S2.8 通过职业健康安全管理体系认证	公司为非生产型企业，暂不涉及职业危害岗位，暂未获取相关体系认证，后续将根据发展需要考虑开展
		S2.9 安全应急管理举措	社会责任·职业健康与安全
		S2.10 安全生产投入总额	社会责任·职业健康与安全
		S2.11 安全生产培训绩效	
		S2.12 因工受伤和死亡	
		S2.13 员工体检覆盖率	社会责任·职业健康与安全
		S2.14 员工职业发展制度	社会责任·员工权益与发展
	S2.15 员工培训和实践举措		
	S2.16 员工发展的成效		
	S3 供应 链责任	S3.1 供应商管理制度	社会责任·供应链安全
		S3.2 供应商ESG审查	
	S4 社区 责任	S4.1 开展公益慈善活动	社会责任·社会贡献
		S4.2 公益慈善投入	
		S4.3 志愿服务绩效	
	S5 企业 责任	S5.1 服务国家或上海市战略	不适用
S5.2 应对公共危机			
S5.3 信息安全		社会责任·数据安全与隐私保护	
S5.4 公共服务		社会责任·社会贡献	
S5.5 税务贡献		ESG数据表和附注	

一级指标	二级指标	三级指标	报告对应章节
G治理	G1 公司治理	G1.1 党的领导	治理责任·党建引领
		G1.2 董事长/总经理分设	详见2025年年报
		G1.3 外部董事占比	治理责任·公司治理
		G1.4 合规管理体系	治理责任·公司治理
		G1.5 风险管理体系	
		G1.6 审计制度	
		G1.7 避免违反商业道德的举措	治理责任·反商业贿赂及反贪污
		G1.8 反垄断与公平竞争	治理责任·反不正当竞争
	G2 ESG治理	G2.1 董事会参与ESG管理	可持续发展机制
		G2.2 ESG工作组织架构	
		G2.3 ESG战略/目标	可持续发展机制
		G2.4 ESG利益相关方识别	可持续发展机制
		G2.5 实质性议题识别	
		G2.6 ESG相关制度	可持续发展机制
		G2.7 开展利益相关方沟通活动	可持续发展机制
		G2.8 管理层薪酬同ESG绩效挂钩	公司暂未开展相关措施，后续考虑开展
		G2.9 具体业务考虑ESG要素	
	G3 数据治理	G3.1 基础平台建设	社会责任·数据安全与隐私保护
		G3.2 数据汇聚互通	
		G3.3 数据治理体系	



上海电影股份有限公司
SHANGHAI FILM CO.,LTD.