

The logo for Hylink, featuring the word "hylink" in a lowercase, sans-serif font. The letters are primarily blue, with small colored squares (orange, green, purple) above the 'y', 'l', and 'k' respectively. The background of the entire page is a light blue gradient with a large, stylized globe made of dots and lines, and a city skyline silhouette at the bottom.

hylink

2025

华扬联众

环境、社会及公司治理报告

目录

CONTENTS

报告编制说明 01

● 关于华扬联众

1.1 公司概况 03
1.2 业务布局与发展 04
1.3 外部认可 04

● ESG 治理

2.1 ESG 理念 07
2.2 ESG 管理架构 07
2.3 重要性议题分析 08
2.4 助力可持续发展目标 11

● 完善治理体系，筑牢稳健经营基础

3.1 公司治理 12
3.2 合规运营 15
3.3 反腐败管理 16
3.4 反不正当竞争 18
3.5 知识产权保护 18

● 聚焦价值创造，驱动创新营销升级

4.1 优质产品与服务 20
4.2 研发创新 24
4.3 负责任营销 30
4.4 科技伦理 36
4.5 信息安全与隐私保护 37

● 深化责任协同，构建向善美好生态

5.1 供应商管理 40
5.2 乡村振兴 43
5.3 社会贡献 44

● 激发人才活力，营造和谐职场氛围

6.1 职场平等与多元化 45
6.2 员工权益与福利 46
6.3 员工培训与发展 49
6.4 员工健康与安全 52

● 推进绿色转型，应对气候变化挑战

7.1 应对气候变化 54
7.2 绿色运营 58

ESG 数据表和附注 60
报告索引表 66

报告编制说明

本报告是华扬联众数字技术股份有限公司发布的第 4 份《环境、社会及公司治理报告》，向各利益相关方披露了公司在经营中对于环境、社会及公司治理（ESG）议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

编制依据

本报告依据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》（2024 年 4 月）（简称“上交所《指引》”）、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》（2025 年修订），并参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《可持续发展报告标准》（2021）编制。

报告范围

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

报告期间

本报告期间为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。本报告中的数据如无特别说明，均为此期间内数据。

数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的正式记录。

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

发布形式

本报告通过电子版形式发布，发布平台包括证券交易所指定的信息披露平台。

报告编制原则

- **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和经营业务的特点。议题重要性分析过程及结果详见本报告“重要性议题分析”章节。

- **准确性**

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

- **平衡性**

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

- **清晰性**

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

- **量化性**

本报告披露关键定量披露项，并尽可能披露历史数据。

- **可比性**

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

- **完整性**

本报告披露对象范围与公司合并财务报表范围保持一致。

- **时效性**

本报告为年度报告，覆盖时间范围为 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。

- **可验证性**

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

关于华扬联众

1.1 公司概况

华扬联众数字技术股份有限公司（Hylink，股票代码：603825，湘江集团控股公司）1994 年成立于北京，现总部位于长沙，在北京、上海、广州、深圳、香港等主要城市设立有多个分公司或子公司，业务遍及国内主要经济发达区域；同时，亦先后在洛杉矶、伦敦、巴黎、东京、慕尼黑设立办公室，拓展海外业务。

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

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

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



1.2 业务布局与发展

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

公司资源布局



1.3 外部认可

2025 年，公司致力于不断提高公司在可持续发展领域的透明度与可信度，积极参与各类 ESG 评级，并通过多项 ISO 体系认证换证审核，在质量管理、反贿赂管理、职业健康、信息安全等领域继续保持良好表现。

公司获得的 ESG 相关评级



CDP 气候问卷 B 级



EcoVadis 企业社会责任评级 银牌

公司获得的体系认证

证书名称	认证有效期
ISO 27001:2013 信息安全管理体系	2028.7
ISO 20000:2018 信息技术服务管理体系认证	2028.7
ISO 9001:2015 质量管理体系认证	2027.8
ISO 37001:2016 反贿赂管理体系认证	2027.8
ISO 45001:2018 职业健康与安全管理体系认证	2027.8

公司持有多个权威组织及行业协会资质，深受政府、媒体、行业机构及合作伙伴信赖。2025 年，公司凭借综合实力与行业贡献，荣获多项外部荣誉，品牌价值与行业影响力持续提升。

公司取得的行业协会资质



中国广告协会

理事单位



中国商务广告协会

副理事长单位



中国商务广告协会

理事单位

公司在 2025 年获得的主要荣誉



高阶探索者

第一届传媒可持续发展·ESG 榜



Top20 上市公司

第一届传媒可持续发展·ESG 榜



灵犀优质案例奖

2025 小红书营销科学奖



杰出贡献奖

2025 商广协数委会十周年



娱乐化营销 - 娱乐植入 铜奖

2025 上海国际广告节



品牌娱乐类 - 入围

2025 4A 创意奖



整合传播类 - 入围

2025 4A 创意奖



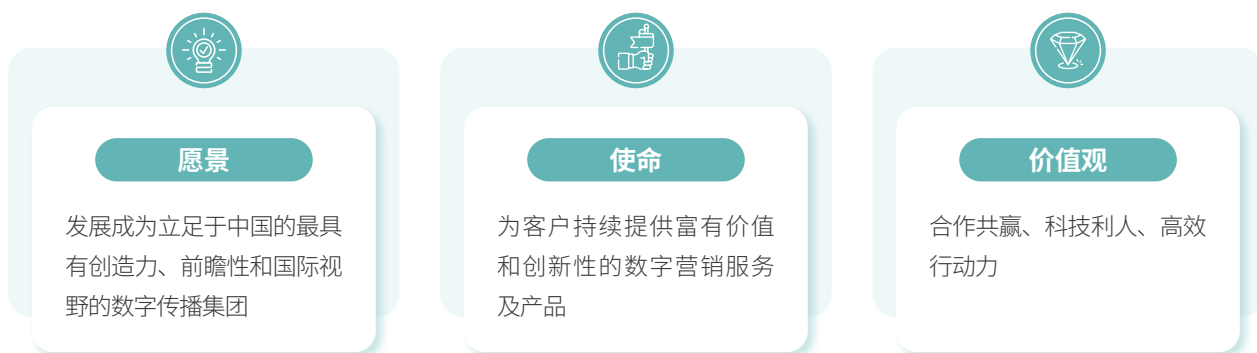
OTT 大屏营销 - 银奖

2025 金投赏

ESG 治理

2.1 ESG 理念

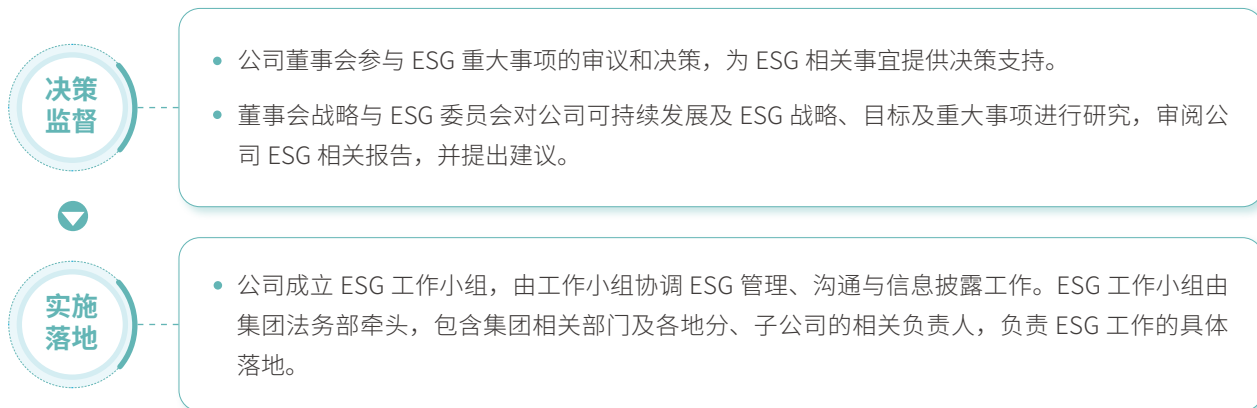
华扬联众秉持“合作共赢、科技利人、高效行动力”的价值观，积极履行对股东和投资者、政府和监管机构、客户和合作伙伴、员工以及社区和公众等各利益相关方的责任，从治理、社会和环境三个维度系统推进可持续发展实践。公司坚持合规稳健经营，致力于提供优质营销服务，持续深化合作共赢，营造以人为本的企业文化，积极赋能公益事业，不断提升企业综合价值和长期发展能力。



2.2 ESG 管理架构

公司建立并持续优化 ESG 管理体系，构建自上而下的 ESG 管理架构，系统推进 ESG 工作，全面提升 ESG 管理的规范性和实效性。公司每年定期编制并发布 ESG 报告，经管理层审阅并提交董事会审批。2025 年，公司修订《董事会战略与 ESG 委员会议事规则》，进一步明确职责分工与议事机制，持续强化 ESG 相关决策与监督能力。

公司 ESG 管理架构



2.3 重要性议题分析

重要性议题分析流程

华扬联众基于公司活动和业务关系背景，结合标准对标、政策分析及同业对标，开展议题初步识别和筛选，依据上交所《指引》的议题重要性分析要求，分析议题相关的实际和潜在影响、风险和机遇，并从财务重要性和影响重要性两方面，分析各议题的重要性，形成议题重要性矩阵。

2025 年议题双重重要性分析流程

步骤一：了解公司可持续发展背景

- 分析公司所处的外部市场环境、公司业务活动及行业特征。
- 了解产生影响的价值链环节及主要受影响利益相关方。

步骤二：建立议题清单并识别可持续发展相关影响、风险和机遇

- 根据 2025 年政策趋势与行业热点，对标上交所《指引》等交易所最新要求，参考国际 GRI 标准，分析 ESG 评级机构关注点，对标同业 ESG 报告重点关注的议题，并结合日常与利益相关方沟通情况，识别筛选出 19 项议题，形成 ESG 议题清单。
- 针对形成的议题清单，分析 ESG 议题相关的实际和潜在影响、风险和机遇，及时识别可持续发展相关负面影响或风险。

步骤三：议题双重重要性评估

- 围绕 ESG 议题重要性开展定量打分，确定议题重要性排序，形成重要性议题矩阵。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“影响发生的可能性”，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。







步骤四：议题报告与管理

- 经公司董事会审核确认，就 2025 年度重要性较高的议题在报告中重点披露。
- 将重要性较高的议题纳入公司 ESG 治理与日常经营管理体系，明确管理重点和责任分工，通过持续跟踪与改进推动议题管理成效提升。

利益相关方沟通和尽职调查

公司高度重视与利益相关方的沟通，关注其诉求与期望，建立了高效的沟通机制。2025 年，公司结合自身业务和运营实际，精准识别关键利益相关方及其关注的核心议题，并在日常管理和运营实践中积极回应，持续提升利益相关方的满意度与信任度。

利益相关方关注议题及公司回应

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

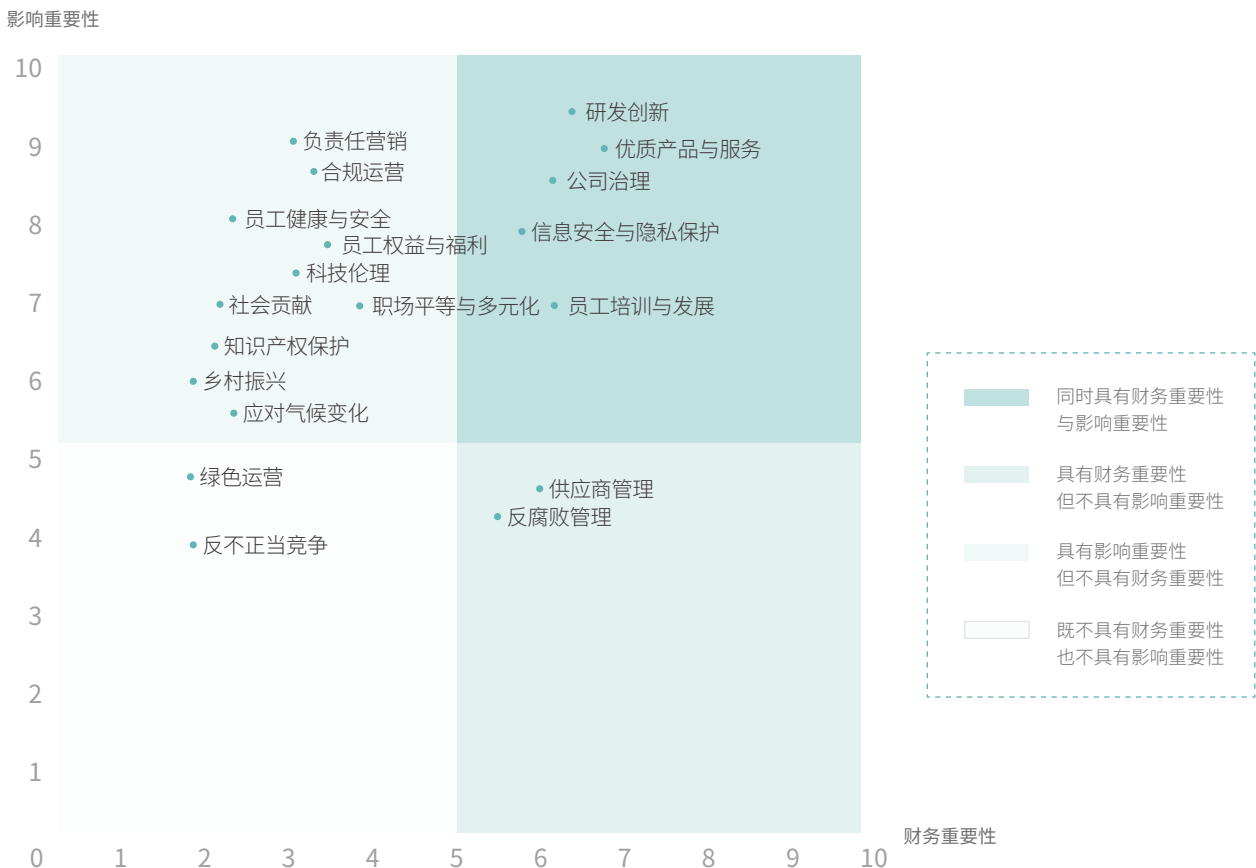
为有效识别和应对日常运营中的各类影响、风险和机遇，华扬联众积极开展尽职调查工作，通过定性评估方式，系统分析各项 ESG 议题在短期（0—1 年〔含 1 年〕）、中期（1—5 年〔含 5 年〕）及长期（5—10 年〔含 10 年〕）对经济、环境和社会的实际与潜在影响，以及对公司日常经营和商业决策带来的风险与机遇。在此基础上，公司及时识别、防范并应对可持续发展相关的负面影响和风险，为稳健经营提供有力保障。具体尽职调查结果详见报告正文各议题对应章节。

议题重要性分析结论

2025 年，公司开展宏观政策调研及行业趋势分析，结合公司战略和业务开展实际，筛选出 19 项 ESG 议题，并由内外部专家组从影响重要性和财务重要性分别对议题重要性进行打分及排序，形成重要性议题矩阵。

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

华扬联众 2025 年议题重要性矩阵



2.4 助力可持续发展目标

联合国可持续发展目标（SDGs）倡导全球携手努力，以消除贫困、守护地球、提升全人类的生活质量与未来前景为目标，体现了国际社会对可持续发展的深刻共识。2025年，华扬联众持续深化 ESG 管理与实践，重点围绕应对气候变化、职场平等与多元化等领域采取关键行动，积极推动联合国可持续发展目标的实现。

我们的行动	联合国可持续发展目标
<ul style="list-style-type: none"> 建立健全职业健康安全管理体系，为员工提供安全、健康、和谐的工作环境，保障员工的身心健康 	
<ul style="list-style-type: none"> 为员工提供通用能力、业务能力、管理能力等多方面培训课程，赋能员工全面发展，助力员工成长 开展“Artlink 艺术花园远程公益教育项目”“Love Garden 爱心花园助学项目”公益活动，支持中国边远地区的中小学教育 	
<ul style="list-style-type: none"> 为女性员工提供公平、公正的就业及发展机会 建立母婴室，为女性员工提供舒适、人性化工作环境 开展反歧视与反性骚扰主题培训活动，持续推进职场平等建设 	
<ul style="list-style-type: none"> 坚持公平用工，确保员工不因其年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况或残疾等非工作因素受到歧视或差别待遇 做好员工雇佣管理，杜绝强迫劳动及童工 	
<ul style="list-style-type: none"> 坚持公平用工，确保员工不因其年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况或残疾等非工作因素受到歧视或差别待遇 为员工提供平等、多元化、包容的工作环境 以创新的理念和方法开展公益慈善事业，重点关注中国边远地区少年儿童美育素养层面的深度诉求 	
<ul style="list-style-type: none"> 推广绿色营销，通过环境友好型广告及营销服务方案提供、环境保护公益项目倡导等方式，发挥媒体广告行业的公众传播优势，助力公众形成环保理念，促进可持续消费实现 开展绿色运营，落实废弃物回收，推行可持续采购 	
<ul style="list-style-type: none"> 制定能源与碳排放管理目标，建立相关管理办法与规范 推行多样化节能减排措施，优先使用 PUE 值较低的第三方托管机房 	
<ul style="list-style-type: none"> 完善 ESG 管理架构，提升管理质量与效能 注重商业道德建设，建立健全反腐败管理制度与规范 	



完善治理体系，筑牢稳健经营基础

3.1 公司治理

完善的公司治理是保障企业长期稳健发展的关键。公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》及《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》（2025年5月修订）等法律法规与制度规范，构建科学管理框架和透明决策机制，持续优化治理体系，为股东及其他利益相关方创造长期价值。

公司治理管理框架

治理

- 公司建立由股东会、董事会和经理层组成的治理架构。
- 公司制定《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《总经理工作细则》《投资者关系管理办法》《信息披露管理办法》等内部制度，对股东会、董事会和经理层的管理作出明确规定，规范公司治理，以实现科学决策、稳健经营，保障投资者合法权益。

战略

- 有效的公司治理有助于识别和管理经营风险，提升决策质量与效率，把握市场机遇、拓展市场空间；反之，治理不善可能引发合规与声誉风险，导致决策失序、运营效率下降，对公司发展和财务表现产生不利影响。
- 公司治理战略聚焦完善治理架构、强化风险管理和提升信息披露透明度，通过健全内部控制、加强利益相关方沟通，保障决策高效透明、风险总体可控，为公司长期稳健发展奠定坚实基础。

影响、风险和机遇管理

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

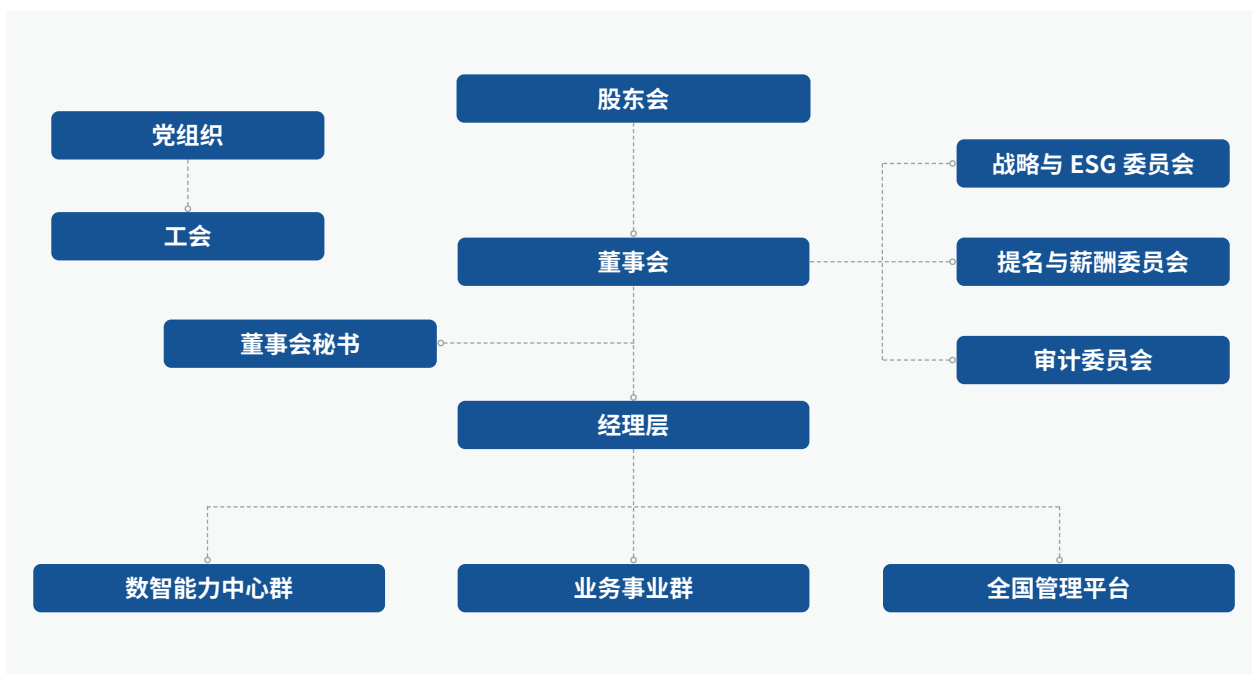
指标与目标

- 公司以长期、稳健治理为目标，不断优化治理结构，确保决策透明、公平，提升企业长期可持续发展能力。
- 公司设定股东会与董事会召开次数、信息披露公告份数、投资者问题回答数等作为公司治理定量管理指标，定期监测各项指标进展，持续优化各类指标表现。

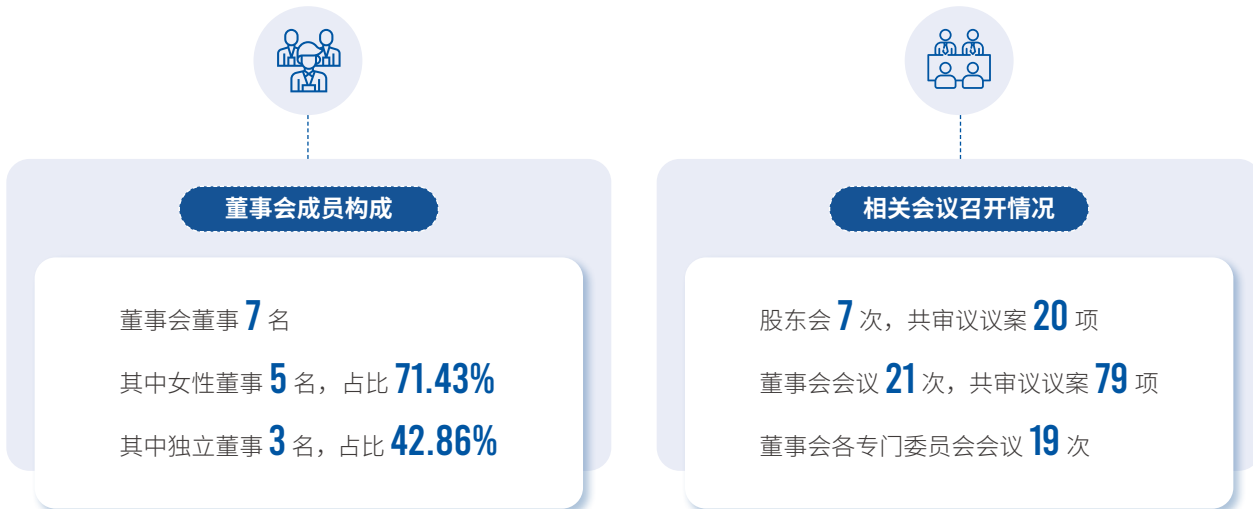
完善治理基础

公司建立股东会、董事会及经理层组成的规范有序的治理结构，形成权力机构、决策机构和执行机构之间权责分明、相互协调和制衡的治理机制，切实保障公司和股东的合法权益。2025年，公司召开2025年第六次临时股东大会取消监事会，修订《董事会审计委员会议事规则》，不断提升规范运作水平，为公司夯实稳健、可持续的治理基石。

公司治理架构



2025年公司董事会成员构成及相关会议召开情况



合规信息披露

公司严格遵循《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及制度规范，依据《公司章程》建立健全信息披露管理机制，畅通投资者沟通渠道，切实履行信息披露义务，确保披露内容真实、准确、完整、及时、公平，并通过上海证券交易所官网及证监会指定媒体依法合规披露信息，保障投资者知情权。2025 年，公司制定《信息披露及重大信息内部报告管理办法》，修订《信息披露暂缓与豁免管理制度》，持续完善信息披露管理体系，提升信息披露的规范性与合规性。

公司实行多人员编制、复核和审查机制，以确保公告内容的真实性、准确性和完整性，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。报告期内，公司共发布定期报告 4 份、临时公告 143 份。

投资者权益保障

公司严格遵守《中华人民共和国证券法》《上市公司与投资者关系工作指引》等法律法规及监管规定，依据《公司章程》制定《对外投资管理办法》《投资者关系管理办法》等制度，持续完善投资者沟通机制，增强投资者信心，促进公司与投资者的良性互动与共同发展。报告期内，公司通过股东会、业绩说明会、投资者调研、投资者会议、在线交流平台及官网、邮箱、电话等多元渠道，加强与投资者的沟通交流，积极回应投资者关切，不断提升公司治理的透明度与开放性。

公司投资者沟通主要渠道及成果



股东会

- 股东会是公司和投资者面对面沟通交流的重要途径，是投资者了解公司、公司接收投资者意见和建议的重要渠道之一。
- 2025 年，公司召开股东会 7 次，并努力为中小股东参加股东会创造条件，充分考虑召开的时间和地点以便于中小股东参加。



业绩说明会

- 业绩说明会是公司和投资者沟通交流的重要机制，能够帮助投资者特别是中小投资者快速、准确、全面地了解公司发展情况。
- 2025 年公司共召开业绩说明会 2 次。



官网、邮箱及电话

- 公司官网（www.hylink.com）有助于投资者了解公司的最新动态，邮箱（investors@hylinkad.com）及电话（010-85135025）是公司投资者开展一对一沟通的重要渠道。
- 2025 年，公司通过邮箱及电话接受投资者沟通超过 200 次。



上证 e 互动平台

- 上证 e 互动平台是公司与投资者开展沟通交流的专业平台。
- 2025 年，公司在上证 e 互动平台回复投资者问题 27 条。

公司严格遵守《上市公司治理准则》《上市公司关联交易实施指引》等监管规定，根据《公司章程》等有关规定，于 2025 年修订《关联交易管理办法》《对外担保管理办法》《规范与关联方资金往来的管理制度》等制度，持续完善关联交易及资金往来管理机制。报告期内，公司在关联交易、重大对外投资、募集资金使用和对外担保方面不存在违法违规和损害中小股东利益的情况。

更多公司治理议题管理详情，请参阅《华扬联众数字技术股份有限公司 2025 年度报告》“公司治理、环境和社会”章节。

3.2 合规运营

公司始终将合规运营作为企业发展的基石，秉持诚信与合规经营原则，严格遵循《中华人民共和国审计法》《企业内部控制评价指引》《企业内部控制基本规范》等法律法规及相关规定，构建并持续完善“三道防线”内部控制管理体系，制定《内部审计制度》《合同管理制度》等内部控制制度。公司不断优化内控管理机制，持续健全“全流程合规管控体系”，将合规要求嵌入业务拓展、技术研发、财务管控各环节，恢复市场信心与融资能力，为公司长期稳健发展提供保障。

公司“三道防线”内部控制管理体系



公司依据内部控制相关规范，定期开展内部审计、内部控制体系评价及审查等工作，以确保公司各项内控制度及流程得到有效执行。2025 年，公司围绕重大长期投资变动、资金管理及关联交易等事项，对总部、分公司及子公司开展审查与评估。

3.3 反腐败管理

反腐败管理是企业确保诚信经营和实现可持续发展的重要保障。公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规及相关规定，持续完善反腐败管理体系，加强廉洁文化建设，不断优化反腐败管理机制，提升内部管控水平，有效防范经营风险，致力于营造公平、公正、诚信的商业环境。

公司反腐败管理框架



公司反腐败管理制度及主要内容



- **《商业行为准则》**

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

 - 明确反腐败举报及处理程序，设立反腐败投诉举报邮箱（hyjb@hylinkad.com），建立举报人保护机制。相关方可通过邮箱进行匿名或实名举报。
- **《业务招待及礼品采购审批与报销程序》**

 - 针对业务招待及礼品采购，建立“事前审批，事后报销核实”机制，防止相关敏感交易滋生贪污腐败。
- **《供应商行为准则》**

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

公司持续完善反腐败管理体系，围绕风险识别与管控、审计监督、第三方合规管理及合规宣导与培训等方面，系统推进反腐败工作，通过强化重点领域风险防控、开展定期审计评估、加强对第三方的合规尽职调查，并持续开展多层次反腐败培训与宣导，不断提升员工合规意识和廉洁从业水平，有效防范商业贿赂等风险。

公司反腐败管理主要措施



强化风险识别与管控

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



开展审计与监督

- 定期审核评估公司反腐败合规管理体系，并针对审计结果开展纠正行动。



开展第三方合规调查

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



加强合规宣导与培训

- 在新员工入职时对其开展反腐败合规意识培训。
- 针对易滋生腐败行为的岗位员工开展不定期反腐败合规专题培训。
- 通过线上和线下方式，定期向公司管理人员与员工开展反腐败合规宣导，持续加强公司员工反腐败意识建设。2025 年，公司面向全体员工开展了线上《反商业贿赂专题培训》，涵盖商业贿赂基本概念、商业贿赂形式及法律责任、企业商业贿赂风险控制等内容，有效防范商业道德风险。



报告期内，公司未发生贪污、贿赂事件，也未有相关事项引起的诉讼案件发生。

3.4 反不正当竞争

公司严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，秉持公平、公正、诚信的市场竞争原则，坚决杜绝各类不正当竞争行为。公司内部严禁与客户、供应商等利益相关方签署限制性协议，保障市场竞争的自由与公平。同时，公司明确禁止员工与竞争对手就商业敏感信息进行交流或交换，严禁联合定价、操纵市场价格，以及通过围标、串标等方式扰乱市场竞争秩序，切实维护行业良好的竞争环境。

在商业秘密保护方面，公司建立了完善的信息安全管理制度，采取包括信息过滤等在内的针对性技术措施，防范员工通过输入信息、提示词等方式泄露客户商业秘密。同时，公司持续开展员工培训，强化保密意识，并通过技术防护与管理规范相结合的方式，保障商业信息安全。公司要求全体员工严格遵守保密制度，严禁任何未经授权的信息披露行为，防止商业秘密被不当使用，从而有效维护客户及公司的核心竞争力。

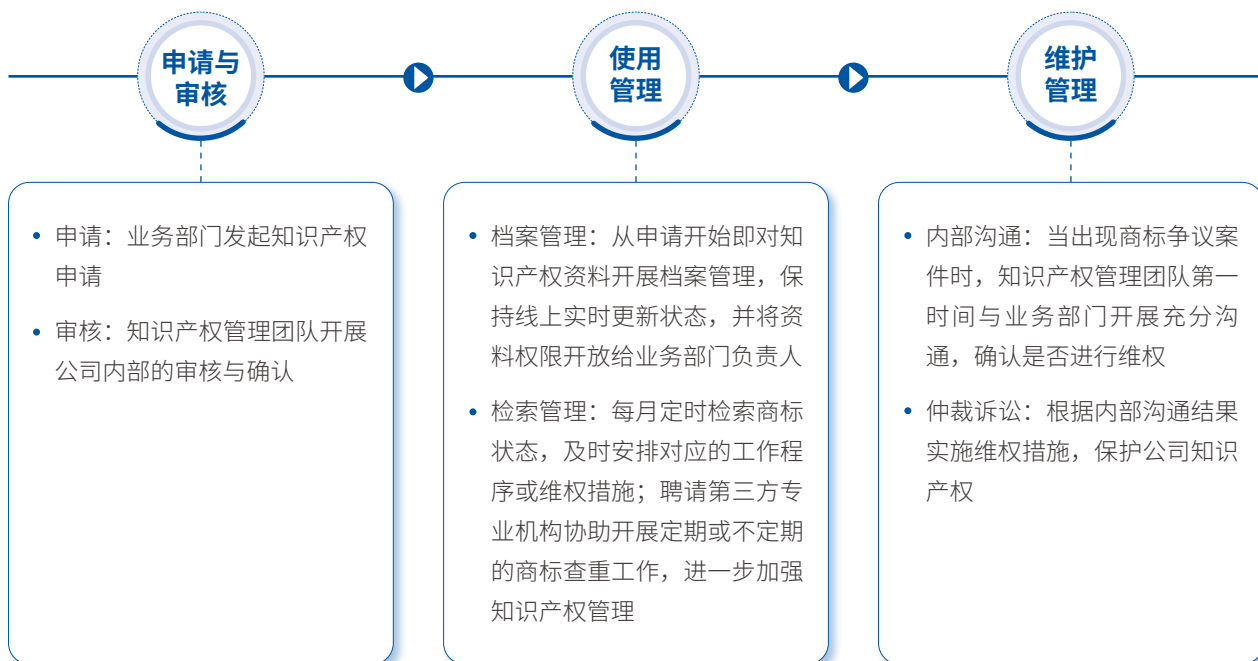
报告期内，公司无因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的情况发生。

3.5 知识产权保护

知识产权是公司创新能力的重要体现，也是保障企业长期竞争力与市场优势的关键基础。公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《信息网络传播权保护条例》等法律法规，秉持“尊重他人知识产权、保护自身知识产权”的原则，持续推进知识产权管理工作，在加强自身知识产权保护的同时，积极防范侵犯他人权益的相关风险。

公司建立了完善的知识产权管理体系，设立专门团队负责商标、专利、版权的申报、审核、维护与维权等相关工作，并与业务等部门保持高效协同。通过持续优化管理流程，明确知识产权从申请、审核、使用到维护的全生命周期管理要求，公司不断提升知识产权运用与管理能力，进一步增强市场竞争力。

公司知识产权管理流程



2025 年亮点绩效

知识产权类型	申请和授权情况
商标权	• 申请 18 件，执行注册 4 件
版权	• 核准 8 件
软件著作权	• 申请 8 件，授权 8 件
发明专利	• 申请 1 件





聚焦价值创造，驱动创新营销升级

4.1 优质产品与服务

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

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

公司优质产品与服务管理框架

治理

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

战略

- 在行业变革与业绩承压的关键阶段，优质产品与服务是公司稳固经营根基、重塑增长动能的关键依托。卓越的产品交付能力与极致的服务体验能够维系客户信任，有效巩固存量客户基本盘，保障现有业务的稳定性，为公司未来实现高质量复苏与可持续增长蓄积力量。
- 公司从全局视野出发，挖掘和提升品牌价值、洞察消费者需求，形成整合营销策略建议，为品牌主提供全域增长服务。在消费信心乏力的环境下，公司为品牌客户提供特殊的、适合当下的品牌策略，并尽可能协助品牌客户在效果营销中提高长效价值，帮助品牌延续好中长期发展战略。

影响、风险和机遇管理

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

指标与目标

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

优质营销解决方案

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

汽车

互联网 / 电信 / 电器 / 3C

时尚 / 美妆 / 日化

快消 / 餐饮 / 零售

其他行业

公司已推出创新品牌 HYPER+，依托领先的策略体系与方法论支撑，借助高费效比的营销手段，为客户的长期持续增长提供全链路营销解决方案。HYPER+ 紧扣小红书、抖音平台特性，打造细分平台营销解决方案，以客户生意为核心，聚焦构建稳定的人群资产，深度赋能品牌长期效益提升。

公司推出的细分平台营销解决方案

小红书优质增长解决方案：启燃 ignite

启燃 ignite 致力于帮助客户科学化衡量品牌的声誉、人群、生意经营，以及在内容资产层面，如何精化笔记内容、提高声量，从而更有效地提升种草效率，帮助品牌实现声量和生意的全域双重增长。



抖音增长解决方案：HYPER+TIKTOK

HYPER+TIKTOK 结合行业货品自我诊断模型 + AIGC 工具启蕴 + BOOST 模型，以效果营销为核心，从选定货品→内容加持→组合投放，跑通 1+1 > 2 营销公式，为品牌流量和销量实现双赢。



案例

华扬战略传播研究院展示“体育 × 文旅”的中国方案

2025年10月30日至11月1日，第九届国际区域品牌年会 (IPBA) 在英国曼彻斯特举行，活动聚焦“区域品牌作为向善之力”，华扬战略传播研究院的两项研究入选分论坛，作为中国传播企业中唯一入选的学术研究课题分享了“体育 × 文旅”的中国方案。

针对杭州亚运会，研究提出“分幕叙事”方法论，通过“自然 - 艺术 - 可持续”三幕结构，将媒体采风故事化，使记者从信息接收者转变为在地参与者，将赛事传播转化为城市体验与品牌资产。针对北京冬奥会崇礼赛区，研究诠释了 S.E.A.L. 模型，即通过赛事“聚光”、体验转化、常态化“在场”及遗产转化，将大型赛事的短期热度转化为目的地长期竞争力。这两项研究强调了叙事结构化、产品交易化与遗产长期化的闭环协同，为区域文旅品牌的高质量发展提供了新视角。



国际区域品牌年会 (IPBA) 现场

卓越客户服务体验

在面临业绩持续承压的当下，客户服务不仅是公司维系经营基本盘的生命线，更是穿越周期、重塑市场信任的压舱石。公司始终以谦逊务实的态度倾听客户需求，用透明高效的沟通机制回应客户关切，努力为客户提供优质高效服务，在逆境中传递公司坚守长期价值的诚意。

公司客户服务体验保障举措



客户服务人员培训

- 注重客户服务人员专业素养和业务技能的提升，通过完善相关工作制度及流程、组织专项培训等方式，持续强化客服人员及相关业务人员的客户服务意识及服务能力。
- 2025年，公司组织员工参加主要合作媒体的线上线下培训活动，并组织内容分享会，邀请业务团队参加。例如参加百度、小红书、腾讯、字节等媒体的培训分享，从而帮助团队更好地掌握媒体最新的动态，也带给客户最新的营销打法，提升团队的专业度。



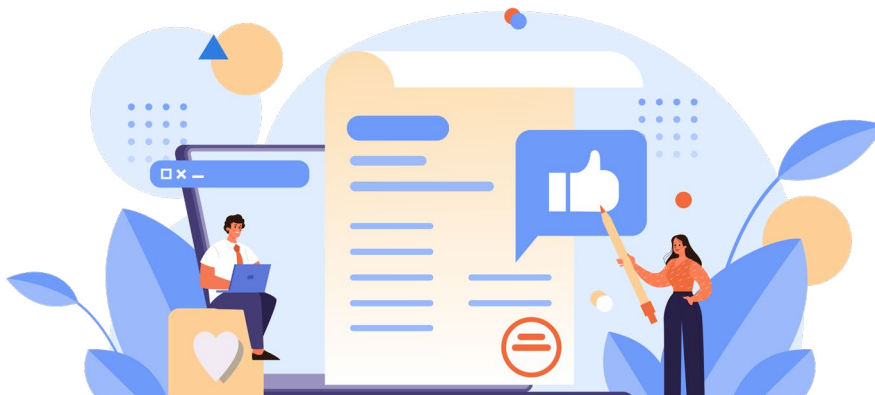
客户满意度调查

- 在客户满意度调查方面，公司建立了全面、完善的客户满意度调查体系，通过客户日常反馈、客户回访、发放《顾客满意度调查表》等途径调查客户满意度，形成年度《客户满意度分析报告》，并及时将客户评价结果反馈至相关部门，及时开展改善行动。



客户投诉渠道及处理流程

- 在服务项目中设置客服沟通窗口，窗口除负责日常业务需求的沟通以外，也是接受客户投诉的渠道。客户可以通过客服传达任何跟项目有关的需求和问题，客服将及时处理客户的需求甚至投诉，经过内部核实后，及时反馈客户并提供解决办法。



4.2 研发创新

AIGC 等新兴数字技术正为营销服务注入强大动能，推动效率与创造力的双重跃升。华扬联众始终坚持“积极拥抱新技术、深化落地新场景、努力开发新应用”的发展理念，以 AI 技术为核心驱动力，围绕品牌建设、营销内容创制、团队效能提升等多个维度，构建起覆盖多场景的产品矩阵，持续探索人工智能驱动下数字营销的更多可能。

公司研发创新管理框架

治理

- 公司构建了分层有序的研发治理架构，整体分为决策层、执行层与支持部门三大模块。决策层由董事会或技术创新委员会组成，负责制定研发战略、审批重大项目及预算；执行层由首席技术官（CTO）或研发总监牵头，统筹战略落地与日常管理，并协调各研发部门按技术领域或产品线推进具体工作。同时，项目管理办公室（PMO）负责项目的统筹调度与进度监控。支持部门如知识产权部、财务部及人力资源部，分别承担专利管理、经费保障与人才支撑职能，各模块协同联动，共同保障研发体系高效运转与持续创新。
- 公司建立了覆盖项目立项、计划、执行与验收全流程的标准化研发管理制度，为研发活动的高效开展提供了制度保障。同时，制定知识产权管理制度，明确专利申请、技术保密及成果归属等关键事项，切实保护企业创新成果。在经费管理方面，制定并推行严格的经费管理制度，规范使用范围、审批流程与审计机制，确保研发资金合理高效使用。此外，通过创新激励制度构建多元激励体系，设立包括创新奖金、股权激励与荣誉表彰等在内的奖励机制，有效激发员工的创新活力。

战略

- AI 技术为公司带来显著机遇，通过自研 MediaMuse 等工具实现创意生成、投放优化全流程自动化，大幅降低人力成本，提升内容生产效率，同时依托 AI 短片、智能策略输出等优质产品，强化品牌营销差异化竞争力，赋能客户长效增长。但 AI 研发需持续高资金投入，可能对公司现金流形成压力，若投入不足易导致技术迭代滞后；此外，算力消耗带来的成本攀升，也对公司成本管控能力提出挑战。
- 公司制定“技术引领战略”，深化数智化转型工作，持续迭代 HiGC 智能平台、MediaMuse AI Agent 和智库等工具，扩大 AI 在内容生产、投放优化、客户服务中的应用范围，打造“AI + 营销”核心竞争力，将 AI 技术从“工具辅助”升级为“业务基础设施”，构建“大模型 + 营销场景 + 数据闭环”的技术体系。

影响、风险和机遇管理

- 公司通过强化研发创新管理，建立系统化的流程，全面识别、评估、排序、监测和管理研发创新的影响、风险与机遇，并通过优化研发流程、加强产学研合作及完善激励机制等方式，不断提升研发创新能力。
- 公司持续构建智能营销生态，工具端推出“GROWMETRICS”“灵剪”“启蕴”“MediaMuse”等 AI 营销工具，运营端深入应用 AI 推动服务提质增效，内容端推出多个以“楚文化”为主题的 AI 短剧/短片，全方位构建“工具研发+业务融合+内容创新”的全方位 AI 布局，推动营销行业智能化转型。

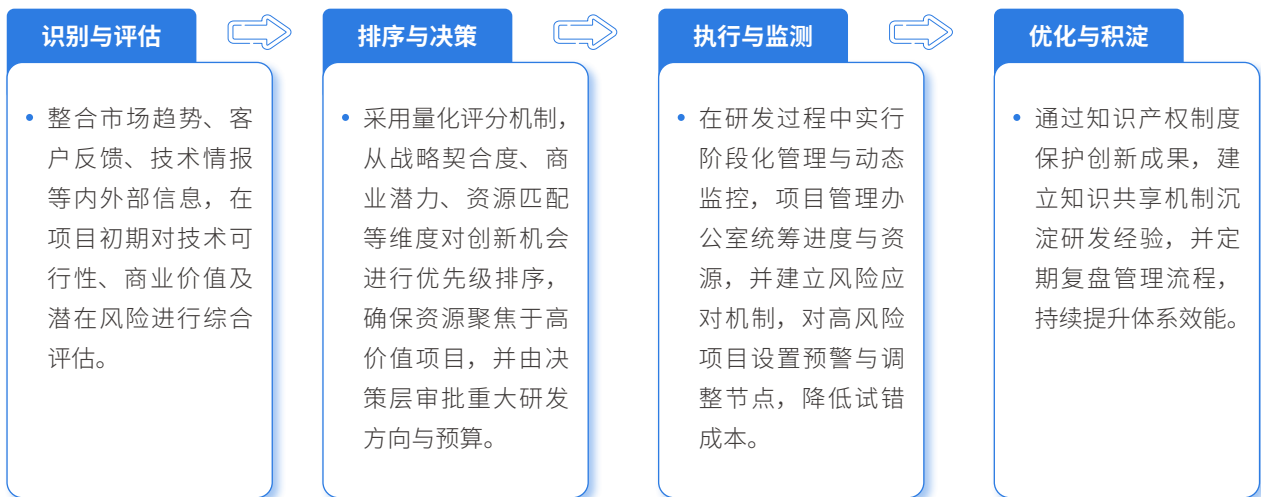
指标与目标

- 公司将持续探索新技术、新工具、新赛道，努力以创新为引擎驱动营销业务高质量增长。
- 公司设定研发人员数量、研发投入金额等管理指标，持续监测指标情况，并基于业务发展实际动态调整，不断提升研发效能。

持续推进创新

公司围绕研发创新建立系统化的管理流程，全面覆盖与创新活动相关的影响、风险与机遇，实现从识别评估到优化积淀的闭环创新管理，推动研发效率和效果的持续提升。

公司研发创新管理流程



公司将研发创新视作发展的核心驱动力，通过携手外部共创伙伴、优化内部激励机制，全方位推动创新研发迭代升级，为业务破局注入强劲动能。

公司研发创新升级举措

引入外部共创伙伴



- 球幕体验：公司与全球球幕技术引领者 Fulldome.Pro 签署战略合作协议，双方共同打造“中国球幕 中国故事”文化传播体系，开创性推出“超感发布会”与“共情体验空间”两大商业产品，在球幕领域实现从“核心技术 - 内容创作 - 场景运营 - 商业变现”的全产业链协同，推动中国球幕体验从“硬件堆砌”向“体验驱动”升级，为“科技赋能文化传播”提供可复制范本。
- 智能终端：公司与浪潮智能终端达成战略合作，深度融合“数字叙事”与“技术底座”，以智慧科技重塑城市文化地标为主旨，以 AI 交互、动态投影、AR/VR 为技术核心，构建可感知、可交互、可延展的沉浸式文化场景，加速智能终端在文商旅领域的规模化应用，推动行业全面拓展沉浸式体验场景，重新定义观众与文化的对话方式。

完善内部激励机制



- 双通道晋升机制：建立管理与技术并行的职业发展双通道，研发人员可通过技术序列晋升（如工程师→高级工程师→专家→首席专家）实现价值提升，不唯资历、只唯贡献。
- 人才荣誉体系：设立多层次的科技创新荣誉奖项，如“科技创新先进个人”“技术突破贡献奖”“青年科技之星”等，增强研发人员的成就感与归属感。
- 培训与发展支持：鼓励研发人员持续深造，提供在职攻读学位、出国交流、专项技术培训等支持，帮助员工实现专业能力提升与职业成长。

智能营销生态

为全面拥抱 AI 技术浪潮，公司系统性布局智能营销生态，形成以“工具研发 + 业务融合 + 内容创新”的全方位 AI 布局。公司推出自研 AI 营销工具，深度整合创意生成、智能投放与效果分析等核心功能；将 AI 技术全面融入传统广告业务的全流程，实现从策略制定、素材创作到投放优化实现智能化升级；依托 AI 视频引擎与多模态生成技术，高效开发兼具创意性与转化力的 AI 短片 / 短剧。公司持续推动营销模式从“人力驱动”向“智能驱动”转型，为客户降本增效、抢占流量红利提供坚实支撑。



AI 工具开发

公司正全面推进人工智能技术在营销领域的创新发展，先后推出 GROWMETRICS、灵剪、启蕴、MediaMuse 等 AI 营销工具，通过研发覆盖文本、图像、视频的多模态内容生成技术，实现营销物料的智能创作，大幅提升内容生产效率与创意多样性；同步开发基于大模型的用户行为分析与营销效果预测系统，打通从数据洞察到策略生成的闭环，为营销决策提供智能支持；并构建 AI 驱动营销工作流引擎，实现从策略制定、素材创作到投放执行的全链路自动化，全方位提升营销效能。

公司 AI 营销工具

GROWMETRICS

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

灵剪

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

启蕴

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

MediaMuse

- “MediaMuse”平台作为营销行业垂类 AI Agent，接入了包括 Deepseek、Kimi、ChatGPT、文心一言等在内的众多 AI 大模型，基于跨平台智能决策中枢、工作流自动化构建、行业知识进化引擎三大技术支柱，打破了人工触发局限，赋予其“思维力”与“行动力”。
- “MediaMuse”实现了从数据感知到行动优化的完整智能链条，在保持稳定性、提升主动性的同时，赋予平台持续进化的生命力，从而解放营销从业者的时间与精力，聚焦于策略创新与价值创造，实现“AI 提效，人机共创”的智能工作模式。
- 为破解 ROI 困局，“MediaMuse”推出了“AI 智能投手”，以科学预测替代经验判断，深度挖掘历史投流全维度数据，经 AI 模型训练构建“ROI-GMV 关联预测体系”，直观呈现不同 ROI 设定下的 GMV 预期，或按既定 GMV 反向推算最优 ROI 与投放参数，避免预算浪费与目标偏差，实现投放目标可量化、结果可预判。

AI 提质增效

公司全面接入 Deepseek、Kimi 等领先 AI 大模型，并在内部大规模推广以人工智能技术为核心的 HiGC 智能平台，全方位提升广告营销的效率与效果。依托智能数据洞察精准锚定用户需求，结合效果提前模拟优化策略方向，再以 AI 升级后期制作流程，构建起敏捷快速的营销响应体系。这一系列举措不仅实现了降本增效的核心目标，更同步推动品牌资产的持续沉淀与商业转化的双重增长。

案例 华扬联众开启智慧文旅“加速器”

华扬联众基于自身多年深耕文旅行业的丰富经验与对 AI 科技商业落地的深度探索，宣布全面接入 DeepSeek 并进行本地部署，训练智慧文旅传播模型，助力行业从数据分析到决策支持的全链条服务，加速智能化升级。

- 华扬联众将整合 DeepSeek 强大的数据分析能力，联动 AI 工具库中的 Kimi、华扬联众自研 AI 数据分析工具小脉助手等，实现高效协同。

优化体验，打造智能文旅服务平台

- DeepSeek 结合可灵文生视频工具、华扬联众自研 AI 视频剪辑工具灵剪等图频处理工具，升级优质内容的批量产出与制作流程。

智能创作，提升文旅内容营销效率

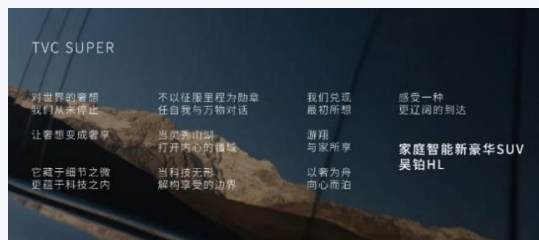
- 华扬联众深耕文旅行业多年，具备丰富的策略储备与实战经验，结合 DeepSeek 对营销数据进行实时监控和分析，为运营者合理分配资源、灵活调整经营策略。

数据驱动，优化文旅营销全流程

Deepseek 赋能文旅创新路径

案例 当 AI 成为创意锚点：广汽昊铂 HL TVC 的智造之旅

华扬联众为广汽昊铂 HL 打造了“家庭智能新豪华 SUV” TVC，将 AI 技术深度融入品牌叙事与视觉呈现。公司利用 Deepseek 等 AI 工具分析家庭人群需求，精准锚定“让奢想变成奢享”的叙事主线，并通过 Midjourney 生成数十版 KV 方案，预演“陆地游艇”的奢华美学，最终选定云南雪山、森林等实景进行拍摄。在后期制作中，Premiere AI 优化音效设计，Stable Diffusion 生成质感元素与实拍画面融合，实现了科技与温情的视觉交响。该案例不仅展示了 AI 在创意策略、视觉预演及后期制作中的全链路应用，更成功将抽象概念转化为可感知的品牌资产，诠释了家庭智能新豪华的内涵。



广汽昊铂品牌视觉素材

AI 创作探索

当前，AI 短视频赛道正迎来爆发式增长，凭借高效的内容生产与创意表达，成为品牌营销与 IP 孵化的新风口。公司精准把握这一趋势，立足湖湘荆楚，依托可灵、即梦、Pika 等领先视频生成模型，推出《楚有骚年》《有楚瑰立》《问鼎》《九歌·神游》《楚辞·山海之约》等 AI 短剧 / 短片，打造楚辞文化品牌“有楚 CHU”，以 IP 之力为业务注入创新发展动能。



案例

楚有骚年：用 AI 赋离骚

华扬联众以全新 AI 科技向世界重赋离骚，联合亚实验室打造 AI 奇幻系列短剧《楚有骚年》，在面向未来的赛博世界中，呈现中国最华丽、最奇幻的楚文化，用科学思维贯通深厚的历史文化积淀和美学素养，用精美有趣的 AI 影音、AI 声光电展览与交互、AI 虚拟代理与数字人等产品，向全世界输出中国人最华美的想象力，向未来传递中国人独领风骚的文化基因。

《楚有骚年》预告片使用了可灵 1.6 模型，以及 PIKA、VIDU 全新角色、场景一致性控制方法，让人物、场景、服化道更可控，充分展示了 AI 视频生成技术的优势和创造力。



《楚有骚年》短片场景

案例 问鼎：借 AI 解锁人类情感的宇宙价值

《问鼎》以湖南省博物院院藏青铜重器“大禾人面纹四方鼎”为故事创意原点，以 2,000 年前神秘的楚国云梦大泽为背景，隐喻 LLM 蒸馏模型，以楚风青铜科技与宇宙高等文明科幻混搭，采用 AI 全流程制作，讲述了一对楚国少年男女（阿今和子昔）在不经意间证明人类情感与文化基因的价值，从宇宙高等文明的无差别清除计划中拯救人类的楚风科幻故事。

《问鼎》全长 20 分 10 秒，剧本、分镜、视频、人物对白、音乐和音效皆采用全 AI 工作流制作，通过精细化的 Prompt 提示词与人像参考较好地解决了人物一致性问题，并通过首尾帧等 AI 视频特性，探索了全新的视觉体验和镜头语言。



《问鼎》短剧场景

4.3 负责任营销

华扬联众严格遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》等相关法律法规，并制定《广告服务质量管理规定》《商业行为准则》等内部管理制度，构建起完善的负责任管理体系。2025 年，公司持续强化员工合规能力建设，组织业务人员参与头部媒体举办的“合规风控”专题培训，深入学习平台审核重点与热点内容规则，提升团队对营销风险的识别与应对能力，确保从广告内容创作到传播落地的全流程合法合规，为业务稳健发展构筑制度与人员层面的双重防线。报告期内，公司未发生违规营销事件。

在开展营销服务过程中，公司秉持负责任营销理念，将长期主义精神与社会责任感融入业务全流程。公司严格把控广告内容的准确性与正向价值，杜绝虚假、夸大及误导性宣传，以真实、积极的品牌传播维护良性市场竞争秩序。公司也充分发挥自身优势，以营销传播赋能中国品牌出海，传播优秀传统文化，讲好新时代中国故事，实现商业价值与社会价值的有机统一、双向赋能。

赋能品牌出海

跨境品牌传播对于品牌突破地域边界、构建全球竞争力具有重要意义。通过精准洞察不同市场的消费习惯、文化偏好与价值诉求，将品牌的核心价值转化为当地用户可感知、易共鸣的内容，既能打破信息壁垒与信任隔阂，让品牌在陌生市场快速建立认知度与公信力，又能规避文化冲突与合规风险，助力品牌实现本土化运营与全球化战略的有机统一，让品牌从“走出去”升级为“融进去”。

华扬联众作为国内领先的综合营销服务商，致力于跨境品牌传播多年，在洛杉矶、伦敦、巴黎、东京、慕尼黑等地均设有办公室。公司坚持立足于本土并深入触达各区域文化，成为品牌跨地区无障碍沟通、传播的桥梁，提供优秀的数字整合解决方案。2025 年，公司海外聚焦拉美、中东、非洲、欧洲市场，持续服务 OPPO、上汽名爵（MG）等国货品牌，并与欧洲 MediaPlus 公司达成战略合作，共同书写跨区域市场融合新篇章。



案例

华扬联众与 MediaPlus 合作开启中欧品牌文明对话新范式

在逆全球化暗流涌动的当下，商业文明的碰撞与交融正成为推动全球经济增长的核心动能之一。中国企业出海亟需突破跨文化沟通“壁垒”的桎梏，欧洲品牌亦需跨越对中国市场“他者化”的认知鸿沟。

2025 年，华扬联众与欧洲领先的独立媒体代理公司 MediaPlus 正式达成战略合作，依托 MediaPlus 覆盖 34 国的媒介网络与华扬联众多年的跨境营销经验，双方将在资源共享的基础上，实现从市场洞察、文化适配到长效运营的全周期赋能。未来，华扬联众期待与 MediaPlus 共同搭建一座“数字丝路”，让东方智慧与西方经验在碰撞中催生新商业文明。

MEDIAPLUS  × **hylink** 华扬联众
HOUSE OF COMMUNICATION

华扬联众携手 MediaPlus

案例 华扬联众助力 OPPO 品牌海外拓展

公司持续助力 OPPO 品牌在海外拓展，将营销咨询、数据分析以及赋能工作坊等服务带入拉美、中东及非洲区域，从数据分析的角度协助客户深入了解新市场及足球、游戏等垂直赛道，在本地化战略决策上提供更多支持，案例获得艾菲全球化营销奖和上海广告节营销奖。



OPPO 案例获奖奖杯

案例 华扬联众增益上汽名爵出海传播

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



上汽名爵视觉创意

弘扬传统文化

中华传统文化正在通过与现代审美、前沿科技与生活场景的深度重构，实现从“遗产”到“潮流”的跨越，让中华文化在守正创新中焕发出蓬勃的时代生机。2025年，公司依托AI技术与国资赋能后的资源整合优势，围绕“经典传承、科技赋能、沉浸体验”三大方向开展系列举措助力中华文化实现创造性转化与创新性发展，取得良好成效。



案例

梅溪湖艺术博物馆举办“中国美术百年经典”近现代名家艺术精品展

华扬联众协助梅溪湖艺术博物馆举办“中国美术百年经典”近现代名家艺术精品展，展览汇聚任伯年、齐白石、徐悲鸿、吴冠中等名家的75件代表性作品，分为“传统与变革”“河山如画”“人民赞歌”“百花齐放”四大主题单元，全景式展现百年中国美术发展脉络与成就。

本次展览不仅是一场高水准的艺术呈现，更是传统文化传承与时代转化的重要实践。以此为载体，将传统文化从“静态展示”转化为“公共文化体验”，在当代语境中激活经典价值，推动艺术资源向公众开放共享，持续提升城市文化品位与审美教育功能，彰显在文化传承与时代引领中的责任与担当。



“中国美术百年经典”近现代名家艺术精品展现场



案例

梅溪湖艺术博物馆“梅溪湖大熊猫国际艺术季”探索传统文化的当代表达

“梅溪湖大熊猫国际艺术季”是华扬联众在梅溪湖艺术博物馆打造的沉浸式艺术空间。互动装置、潮流表达与可参与的体验场景，让观众不再只是“看展”，而是在行走、玩乐与拍摄中，与艺术发生真实关系。

这不仅是一场面向大众的沉浸式艺术活动，更是探索“传统文化当代表达”的重要实践。以熊猫这一具有深厚文化象征意义的中国元素为核心，通过互动装置、研学课程与参与式体验，将原本抽象的文化符号转化为可感知、可参与、可传播的生活场景。以“艺术+教育+生态”为路径，将传统文化中的世界与审美意识融入展览。从环保造纸到植物版画，从空间探索到互动体验，在实践中建立对中国文化的认知连接，实现从“观看”到“理解”的转化。



“梅溪湖艺术博物馆”艺术空间



案例

“春风得艺”马年迎新非遗艺术展，以当代表达，激活传统生命力

华扬联众协助策划的「春风得艺：马年迎新非遗艺术展」，在 1,344 平方米的展览空间内，汇集陕西、山西、四川、湖南等十余省份的非遗代表性作品。展览集中呈现木版年画、马勺脸谱、泥塑、皮影等多类非遗项目，特邀包括 3 位国家级非遗代表性传承人在内的 20 余位民间手艺人参展，展出作品 600 余件。

通过沉浸式展陈与当代艺术转译，将传统技艺从“静态展示”转化为“可观看、可参与、可体验”的文化场景，不仅呈现非遗之美，更以当代语境重新激活传统文化，让观众在参与和互动中建立连接，使非遗从历史记忆走入当下生活。



“春风得艺”马年迎新非遗艺术展

服务中小企业

中小企业是国民经济和社会发展的生力军，是推动创新、促进就业、改善民生的重要力量，在稳增长、促改革、调结构、惠民生中发挥着不可替代的作用。中小企业不仅分布广泛、扎根基层，为地方经济发展提供坚实支撑，还以其灵活的经营机制和敏锐的市场洞察力，成为新产业、新业态的孕育主体。

然而，中小企业普遍面临着数字化转型艰难、营销预算不足等问题。公司依托自身在数字营销领域的专业优势与资源积累，为中小企业量身定制轻量化、高性价比的数字化营销解决方案，助力中小企业提升品牌影响力与市场竞争力，在数字化转型浪潮中实现降本增效与可持续增长。

公司支持中小企业发展举措

AI 工具普惠化应用

通过 HiGC 智能平台及“MediaMuse”等 AI 赋能工具，向中小企业开放内容生成、投放优化等核心能力，降低其数字化转型门槛。平台采用灵活的服务模式，帮助中小企业以较低成本实现营销效能的提升。

区域品牌孵化支持

迁入湖南后，公司与省内中小企业建立紧密合作关系，提供从品牌策略、内容创制到渠道投放的全链路营销服务，助力区域品牌加速成长。

一站式出海服务方案

公司正在筹备面向中小企业的“一站式出海服务”项目，旨在为企业提供市场调研、合规咨询、品牌出海等支持，助力国货品牌拓展海外市场，目前已完成初步调研与合作伙伴接洽。



4.4 科技伦理

人工智能在重塑社会生产力的同时，也衍生出多维度的伦理风险。数据隐私与安全风险日益严峻，数据采集边界模糊且缺乏有效管控，数据的泄露与滥用直接威胁用户数据主权；算法偏见与价值错位风险潜藏其中，训练数据中固有的社会偏见可能导致算法歧视，单纯追逐商业指标的逻辑更可能扭曲社会认知与价值导向；深度伪造与认知混乱风险正冲击社会信任基石，生成式 AI 的“幻觉”现象与深度伪造技术极易被恶意利用于舆论操控与金融欺诈，引发公众认知混乱与信任危机。

公司严格遵守《生成式人工智能服务管理暂行办法》《人工智能生成合成内容标识办法》等有关法律法规及科技伦理规范，制定并实施《人工智能生成内容的风险管理制度》《数字孪生的安全管理指南》等内部规章制度，系统规范 AIGC、数字孪生等技术的采购与使用行为。同时，公司建立常态化的伦理审查机制，对敏感技术应用开展前置评估与全程监督，确保相关研发活动合法合规、符合伦理道德要求。

公司科技伦理主要管理措施



面向供应商

- 加强资质审查：关注供应商产品的合规风险及业务连续性风险，加强供应商资质审查，确保采购合法合规的 AIGC 产品、服务或接口。
- 关注用户协议：关注采购或服务相关线上、线下协议，确保线上、线下协议的一致性。
- 数据安全与隐私保护：要求供应商隔离储存公司数据并采取相应的安全措施，必要时要求供应商私有化部署服务器，避免数据被用于算法训练等，避免网络攻击，确保数据物理安全；通过采购协议及其附件等形式，要求供应商加强个人信息保护。



面向员工

- 严格限制内部使用：员工仅限在内部使用 AIGC 服务，不得用于直接向公众提供服务，并加强员工账号管理。
- 商业机密保护：采取过滤技术等针对性措施，限制员工通过输入信息、提示词等方式泄露客户商业秘密。
- 加强内容人工审查：建立人工审查机制，确保输入内容及生成内容不含违规及不良内容，确保创意、视角及价值观的多元化，确保最终产品或服务不含有歧视性、不平等、危害他人健康及隐私的内容等。
- 确保网络接入方式合规：确保网络接入方式符合国家有关法律法规。
- 关注特殊业务资质：若应用场景涉及业务准入资质问题，需要办理相应资质执照。

4.5 信息安全与隐私保护

作为数字营销企业，华扬联众在业务开展过程中可能会涉及用户账户、设备、位置和行为等用户个人信息的收集和使用。公司严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》等法律法规及相关规定，建立了全面覆盖公司经营范围（含分公司及子公司）的信息安全管理体系，落实信息安全和用户隐私保障工作。

公司信息安全与隐私保护管理框架

治理

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

战略

- 面对日益严格的监管环境，公司在业务运营中面临着数据合规管理、信息安全防护及个人数据隐私保护等多重挑战。随着人工智能技术在营销场景中的深度应用，公司还需警惕 AI 模型可能引发的数据过度采集、数据泄露等新型风险，若公司未能有效管控上述风险导致发生信息安全事故、数据泄露等事件，可能会导致监管罚款、诉讼赔偿及业务合作中断，进而对公司的财务状况和经营业绩产生不利影响。
- 作为信息技术服务商，为提高公司的信息安全管理水平，保障公司生产、经营、服务和日常管理活动的正常开展，防止由于信息系统的中断、数据的丢失、敏感信息的泄密所导致的事故，公司贯彻 ISO 27001 信息安全管理体系统相关要求，持续开展信息安全与隐私保护的制度和技术建设，不断提升公司信息安全管理水平；面对 AI 应用带来的新挑战，公司积极构建适应智能化场景的安全治理架构，防范数据权限管控不当等引发的用户隐私泄露。

影响、风险和机遇管理

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

指标与目标

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

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

公司主要信息安全管理程序**信息安全风险评估程序**

- 开展覆盖各子公司的年度信息安全风险评估，确保公司信息安全管理制度的有效实施与落实。
- 根据本公司业务信息安全的特点、法律法规要求，建立风险评估程序，确定风险接受准则。
- 采用先进的风险评估技术，定期进行风险评估，以识别公司风险的变化，当公司架构或环境发生重大变化时随时评估。
- 根据风险评估的结果，采取相应措施，降低风险。

信息安全漏洞控制程序

- 对信息安全漏洞控制程序进行年度审核，形成信息安全漏洞控制程序及漏洞扫描报告，提高公司产品安全性，保证服务器数据信息安全。
- 内部不定期开展基础安全检测，同时通过第三方机构及工具开展周期性漏洞检测，对于检测发现的漏洞，及时升级服务器系统和安装补丁，并通过安装网络监测系统等措施预防漏洞。

信息使用控制程序

- 建立健全数据信息使用内部控制程序，明确规定特定信息的访问权限及使用规定，非相关人员需通过访问程序申请，经批准后方可查看使用。
- 制定《外部信息使用时间表》，分级分类管理外部信息，明确各类信息的储存、使用规定，记录和监督外部信息使用情况。
- 在 FlexBI 等营销平台使用界面中，公开《第三方数据收集及使用声明》，明确公司处理、共享和保留第三方数据的方式，在取得用户同意后对相关数据进行获取与处理。
- 要求重点岗位员工签署保密协议，落实保护公司运作、行为与商务往来信息的机密性。
- 与相关合作方签订《信息安全保护协议》《保密协议》，并在合作过程中，定期向合作方开展安全审计调查，确保合作方遵守相关协议要求。

信息安全事件应急响应程序

- 制定完善的信息安全事件响应程序，及时发现、应对和限制信息安全漏洞的影响，相关安全人员应 24 小时处于待命状态，一旦网络系统遭受入侵，引起安全事件，将在第一时间尽可能地、实时地阻断、反击入侵行为，恢复网络系统的完整性和可用性，彻底清除入侵行为对系统造成的影响，修补存在的安全漏洞，追查事件原因，并尽量挽救系统损失。

信息安全违规举报程序

- 公司明确信息安全事件的举报及处理程序，设立信息安全投诉举报邮箱（hyjb@hylinkad.com）。相关方可通过邮箱进行匿名或实名举报。同时，公司做好举报人保护工作，严禁任何对举报人打击报复的行为发生。

2025 年正式实施的《网络数据安全条例》明确要求企业遵循“最小必要”原则收集用户信息。对此，公司重构数据应用逻辑，在严守数据安全与个人隐私底线的前提下运用广告数据追踪技术，实现技术规范的精准化与合规化升级；同时，公司也通过强化用户隐私保护、升级服务器管理、开展信息安全培训、开展信息安全尽职调查等多维举措，强化自身信息安全与用户隐私保护水平，并防范合作方信息安全风险的传导。

公司信息安全与隐私保护主要举措

强化用户隐私保护

- 提高数据处理的透明度，让用户了解其数据如何被收集和使用，并给予用户控制自己数据的权利。公司认真履行好作为信息处理者的告知义务、授权义务、安全保障义务和补救义务，保障用户在信息处理活动中的知情权、访问权、更正权、删除权、撤回同意权等各项权利，确保在获取用户的充分授权后再对信息进行处理、共享和保留。
- 公司发布的智能工具链操作系统“MediaMuse”，联邦进化架构采用联邦学习技术，在保护数据隐私的前提下提升模型效果，确保符合合规要求。

加强服务器管理

- 增加密罐服务器，对公司内部重要服务器和设备的访问进行监测和分析，防止未知入侵。
- 增加堡垒机制，针对公司重要服务器，进行登录用户 2 次认证，保证重要设备的安全稳定。

开展信息安全培训

- 公司定期面向全体员工开展信息安全主题培训，提升员工信息安全意识与能力，确保所有员工了解最新的信息安全威胁和防范措施，掌握必要的信息安全技能，在日常工作中保护好公司与客户的数据安全。

面向合作方开展信息安全尽职调查

- 公司面向合作方开展信息安全尽职调查，对合作方在信息安全方面的组织体系、安全管理、安全能力、应急响应、数据处理流程等方面进行评估，防范合作方信息安全风险传导。



深化责任协同，构建向善美好生态

5.1 供应商管理

华扬联众供应商类别主要包括媒体渠道、营销服务等业务相关供应商及办公用品、设施设备等办公运营相关供应商。公司秉承着“合作共赢、科技利人、高效行动力”的价值观，在产品及服务采购中，将以环境和社会因素作为相关考量指标，审慎管理企业采购环节给环境及社会带来的影响，携手供应商推动经济社会可持续发展。

公司供应商管理框架

治理

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

战略

- 强化供应商管理对于维护供应链安全、保障公司业务正常开展具有重要意义。若供应商在环保、劳工权益等领域出现违规事件，可能牵连公司引发声誉风险，使得公司与品牌客户合作受限甚至订单流失，致使运营成本增加、营业收入下降。
- 公司践行可持续采购理念，明确“绿色采购、社会友好采购、合规采购、多元采购”的基本采购原则，关注供应商在环境、劳工与人权等方面的绩效表现，将可持续发展理念融入采购流程，持续推进供应链可持续转型。

影响、风险和机遇管理

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

指标与目标

- 公司贯彻落实可持续采购理念，要求供应商签署《供应商行为准则》，并每年面向采购部门员工至少开展一次可持续采购主题培训，确保采购部门员工的培训覆盖率保持100%。
- 公司设定供应商管理相关指标，包括签署《供应商行为准则》的合格供应商比例、采购部门员工可持续采购主题培训覆盖率等，持续加强供应商管理能力。

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

公司将风险防控纳入供应商管理全过程

供应商准入

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

日常管理

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

供应商退出

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

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

公司可持续采购管理主要措施及成果

制定并推行《供应商行为准则》

- 制定《供应商行为准则》，就供应商反腐败、劳工与人权、环境保护、信息安全保障等方面表现提出要求。
- 将《供应商行为准则》列为供应商合同附件，作为合作签署的硬性条件之一，以加强供应商行为管理。

开展供应商社会责任风险及实践评估

- 面向供应商开展社会责任风险尽职调查与评估，做好供应商社会责任风险识别与防控。
- 通过供应商填写自评表或现场审验方式，评估供应商社会责任的实践表现。

开展供应商激励与指导

- 对社会责任表现出色的供应商，考虑优先采购和优先付款。
- 对社会责任表现不佳的供应商，提供培训或指导。

将可持续发展理念融入采购流程

- 在采购办公产品及办公室使用产品时，重点关注产品的能耗及能效、末端回收再利用率等情况，拒绝与发生毁林、生态破坏等重大负面事件争议的供应商合作。
- 在采购活动类用品时，对于非一次性消耗品，优先选择租用的方式；如选择购买的方式，需考虑使用后的回收及再利用率。
- 推行多元采购，参与构建平等包容的社会环境，同具有女性属性或弱势群体属性的供应商企业开展合作，促进供应链多元化。

开展可持续采购宣导与绩效评估

- 向采购部门员工开展可持续采购主题培训，培养其可持续采购意识，提高其可持续采购实践表现。
- 将了解供应商社会责任表现、进行供应商社会责任评估及现场审计数量等可持续采购实践表现纳入采购部门员工的绩效评估。



5.2 乡村振兴

“Artlink 艺术花园远程公益教育项目”是凭借普及的互联网技术，为中国边远地区的中小學生提供远程素养类课程，旨在缓解当地师资匮乏的现状、为地区间教育资源不均提供可能的解决方案。项目通过线上线下相结合、定点教育和参观、活动等多种方式开展课程教学，让艺术突破地域，让教育跨越山河。

案例 Artlink 项目让热爱在边远地区绽放

2025 年春季，Artlink2025 如约而至。本次春季班的开设范围在云南省澜沧县、南华县、西盟县、孟连县，以及四川省峨边县，江西省赣州市，浙江省江山地区。涵盖了 38 所小学、99 个班级，共计 3,557 名山区学生参加了专业的美术绘画远程课程。来自上海师范大学、上海第二工业大学、华东理工大学、上海出版印刷高等专科学校、东华大学、绍兴职业技术学院、浙江工业大学之江学院近 40 名志愿者老师们为山区的孩子们带去了别具个人风格的专业艺术课程。



孩子们的绘画作品

课程点燃了孩子们的绘画热情，让每一次尝试都成为突破的契机，让孩子们在绘画创作中收获热爱与成长。

案例 Artlink 项目以童心点亮未来

2025 年 11 月，华扬联众公益基金会 Artlink 项目将携手大王山进化梦想乐园举办“童心点亮未来”音乐节活动，邀请来宾以科技链接爱心，共同为偏远地区的孩子点亮一束光。借助此次活动，希望“Artlink 艺术花园远程公益教育项目”被更多人知晓，期望更多爱心人士能够投身公益事业，为更多需要帮助的人们送去温暖与希望，共同书写公益事业的壮丽篇章。



活动宣传海报

5.3 社会贡献

上海华扬联众公益基金会秉承“传递爱心，回馈社会”的宗旨，持续与各地红十字会合作开展 Love Garden 爱心花园项目，为家境困难的学生提供助学金，缓解生活压力照亮孩子们的求学之路。

案例 Love Garden 爱心花园项目为腾冲学子护航梦想

2025 年，上海华扬联众公益基金会（以下简称“基金会”）连续第三年向腾冲市红十字会进行捐赠，为困难学生提供每人每年 1,200 元的助学资金，切实缓解其学费、生活费压力，为孩子们的求学之路卸下重担、增添底气。

为感谢基金会对慈善教育事业的贡献，云南省腾冲市红十字会向其颁发荣誉表彰，以“爱心捐赠扶危困，善举大爱显担当”十四字嘉奖，高度赞誉基金会多年来深耕公益项目的执着与奉献。



志愿者与当地群众交谈



基金会获得腾冲红十字会表彰

案例 Love Garden “建勋英才培育计划”捐赠仪式

2025 年 12 月，上海华扬联众公益基金会携手无锡堰桥姑亭庙吴氏家族后人，在无锡市堰桥实验小学文正书院举行“建勋英才培育计划”捐赠仪式。此计划向堰桥实验小学捐赠价值十万元的学习物资，并启动为期十年的公益助学。仪式现场满载温情，培育传承的力量跨越时空，激励人心，基金会希望这项公益活动能作为传递温暖的桥梁，帮助启迪智慧的沃土，滋养更多学子成长。



捐赠仪式现场



激发人才活力，营造和谐职场氛围

6.1 职场平等与多元化

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

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

报告期内，公司未有员工歧视和性骚扰事件发生。

公司职场平等与多元化管理措施

平等就业与发展保障

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

多元与包容文化建设

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

安全与包容职场环境建设

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

权益保障与监督机制完善

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

6.2 员工权益与福利

员工招聘和雇佣

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

公司坚持公开、公正的招聘原则，致力于吸引多元化、多专业人才。公司严格遵循《人事招聘管理规定》《员工招聘计划流程》，制定年度招聘计划并适时调整，规范招聘流程，从需求提出、职位确认、信息发布、应聘面试、意向沟通到 offer 审批与入职安排，确保招聘工作的合规性和高效性，保障公司及求职者的合法权益。

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

公司员工招聘和雇佣管理措施

多渠道招聘

- 线上渠道：企业官网、招聘网站、外部人才库、社交媒体等。
- 线下方式：校园招聘、人才市场、内部推荐、内部调动等。



合法用工

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

员工权益与关怀

公司围绕工时与休假、薪酬与福利及健康安全等方面，持续完善员工保障体系，依法保障员工工时与各类假期权益，建立公平合理的薪酬管理机制，并提供多元化福利支持，同时健全健康安全保障措施，切实提升员工的获得感与安全感。

公司员工权益与关怀管理措施

工时与休假

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

薪酬与福利

薪酬管理：

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

福利支持：

- 设立长期服务奖，根据员工为公司持续服务的年限，分别予以不同程度的现金与休假奖励。
- 除提供法定假期外，额外给予员工 10 至 20 天带薪年假、7 天带薪病假。
- 提供结婚礼金、子女出生补贴。

健康安全保障

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

此外，公司高度重视员工的工作与生活平衡，全面落实员工关怀举措，定期举办新年开工活动、节日下午茶、团队建设等多元化文体活动，丰富员工生活，增强归属感与幸福感。

员工沟通和交流

公司持续完善多层次员工沟通与反馈机制，构建涵盖正式协商与日常交流的多元沟通渠道。通过职工代表大会、福利委员会及员工投诉与建议邮箱等机制，保障员工知情权、参与权与表达权；同时，结合问卷调研、员工座谈及团队建设活动，强化双向沟通与信息反馈，及时响应员工诉求，持续优化管理水平，提升员工满意度与组织凝聚力。

公司员工沟通和交流主要渠道与措施



设立职工代表大会

- 建立职工代表大会制度，保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权，推动公司民主管理制度化、规范化、程序化发展。



成立福利委员会

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



设立员工投诉与建议邮箱

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



强化员工沟通

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

6.3 员工培训与发展

公司坚信人才是企业可持续发展的核心动力，始终将员工培训与发展作为管理重点。通过构建系统化的人才培养与发展机制，持续提升员工专业素养与综合能力，公司在促进员工个人成长的同时，不断增强组织竞争力与创新能力，从而为公司实现长期稳健发展奠定坚实基础。

公司员工培训与发展管理框架

治理

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

战略

- 有效的员工培训与发展体系能够持续提升员工专业能力与整体绩效，增强员工满意度与归属感，降低人员流失率。通过持续学习与能力提升，企业不仅有助于保持竞争优势、吸引并留住优秀人才，还可在一定程度上降低招聘与培养成本，并通过提升组织整体效能，促进公司业绩增长与财务稳健发展。
- 公司坚持以人才发展驱动企业成长，构建系统化的员工培训与发展体系，助力员工职业成长与组织能力协同提升。公司围绕业务需求与个人发展目标，制定多层次、全方位的培训规划，持续强化员工专业技能与综合素养；同时，通过优化职业发展通道与完善绩效考核机制，推动个人价值实现与公司战略目标相统一，打造高效、创新且可持续的人才队伍。

影响、风险和机遇管理

- 公司围绕员工培训与职业发展，构建以战略为导向、以能力提升为核心的人才发展体系，通过完善培训机制与职业发展通道，持续提升员工专业能力与综合素质。公司强化培训赋能与绩效晋升联动，推动员工成长与组织发展相协同，在提升人才竞争力的同时，有效支撑业务发展并应对相关风险与机遇。

指标与目标

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

员工培训体系

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

公司打造华扬大学培训体系，围绕培训需求识别、课程资源建设、讲师培养、培训实施、效果评估及学习平台支撑等关键环节，形成闭环管理机制。通过以战略导向和能力提升为核心，整合内部与外部培训资源，完善讲师梯队建设，丰富多元化培训形式，并依托数字化学习平台提升培训管理与学习体验，公司持续强化员工专业能力与综合素质，推动人才培养与业务发展协同提升。

公司人才培养体系

需求体系

- 公司战略需求
- 员工能力需求
- 业务问题需求

课程体系

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

讲师体系

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

实施体系

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

评估体系

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

学习平台

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



“华扬大学”知识库首页



“华扬大学”讲师认证系统

公司组织系统化的入职培训，帮助新员工快速融入企业文化与业务体系，不断强化人才培养，推动企业高质量发展。

公司积极支持员工专业能力提升与职业发展，鼓励并组织员工参与与岗位相关的外部培训课程及职业资格、技能认证考试，并统一承担考试报名费用，同时对取得相关认证的员工给予相应激励。公司持续深化与百度、腾讯、小红书、字节跳动等合作伙伴的人才共建共育合作，组织员工参与平台专项培训与认证体系，系统提升员工在数字营销领域的专业能力与行业竞争力。

2025年，公司百度考试券采购费用 101,500 元。截至报告期末，公司共有 72 名员工持有互联网从业人员职业资格证书，累计获得相关平台认证 108 张，其中初级营销顾问 56 张、中级资深营销顾问 49 张、高级营销专家 3 张。

员工晋升与发展

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

公司员工职业发展通道



公司建立了完善的绩效评估与晋升管理体系，定期从员工表现、能力与潜质等方面进行综合评价，并搭建线上绩效评估管理系统，确保评价标准公开、考核过程公平、晋升机制透明。依托 OA 办公系统，公司引入飞书 OKR 绩效评估工具，从上级、同事、下属及自评等多维度，每季度开展绩效评估，并将评估结果应用于绩效奖金分配及岗位晋升等关键决策，持续促进员工发展与组织成长。

公司绩效评估流程

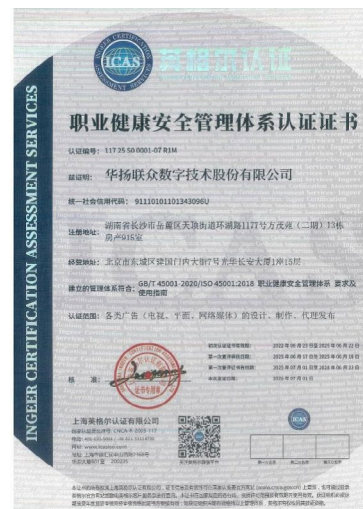


此外，公司通过工作性质单元内的横向比较，结合绩效评估结果、专业能力、员工潜力及忠诚度等因素，综合评选表现突出的候选人。最终，依据公司愿景与价值观进行评定，选出“华扬之星”，并给予相应奖励与激励，激发员工潜能，弘扬卓越文化。

6.4 员工健康与安全

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

公司制定《职业健康安全管理体系手册》《危险源辨识和风险评估控制程序》《应急准备和响应控制程序》等制度，规范危险源辨识、风险评估及应急响应流程，持续强化职业健康安全管理，切实保障员工身心健康与工作安全。公司通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证，并获得相应认证证书（报告期内持续有效）。报告期内，公司无职业健康与安全相关事故发生。



ISO 45001 职业健康安全管理体系认证证书

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

公司员工健康与安全管理措施及成果

风险评估与 隐患排查

- 定期开展危险源辨识和风险评价，辨识与评价公司及业务范围内的职业安全健康危害，以便采取有效措施进行有效控制，同时加强薄弱环节管理。
- 每月开展办公室职业健康安全检查，发现问题及时整改。

办公环境 优化

- 定期开展风险评估与审查，确保办公环境无空气污染、噪声等影响员工健康的风险。
- 采购符合人体工学设计的座椅，预防和缓解因久坐及长期使用电脑导致的身体疲劳和劳损。
- 在办公室布置绿植，设立休息与交流区域，营造舒适环境，缓解员工工作压力。

身心健康 关怀

- 定期开展心理关怀，通过一对一沟通、心理辅导等方式，及时关注并缓解员工心理压力。
- 组织团建及福利活动，如办公室下午茶、团队拓展等，帮助员工放松身心，缓解工作压力。
- 面向员工开展健康与安全培训，提高员工健康和安全意识和能力。

健全应急管理 与响应机制

- 建立预防与应急机制，针对员工安全健康事故或潜在紧急情况，制定预防和应对措施，最大程度减少人员伤害和财产损失。
- 定期开展消防演练，积极参与办公楼消防演练，提高公司应对火灾事故的应急能力，强化员工安全意识。
- 2025年11月，公司组织员工配合物业开展119消防演练活动，提升员工消防安全意识与应急处置能力。





推进绿色转型，应对气候变化挑战

7.1 应对气候变化

面对全球气候变化加剧的现实挑战，低碳转型已成为各国经济社会发展的重要方向。华扬联众积极响应国家“双碳”战略及应对气候变化工作部署，遵循上海证券交易所针对气候议题的披露要求，参照国际可持续准则理事会（ISSB）《国际财务报告可持续披露准则第 2 号—气候相关披露》（IFRS S2）、《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第二号应对气候变化》的披露框架与建议，建立“治理—战略—影响、风险和机遇管理—指标与目标”的气候管理体系，落实气候相关风险与机遇管理工作。

公司应对气候变化管理框架

治理

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

战略

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

影响、风险和机遇管理

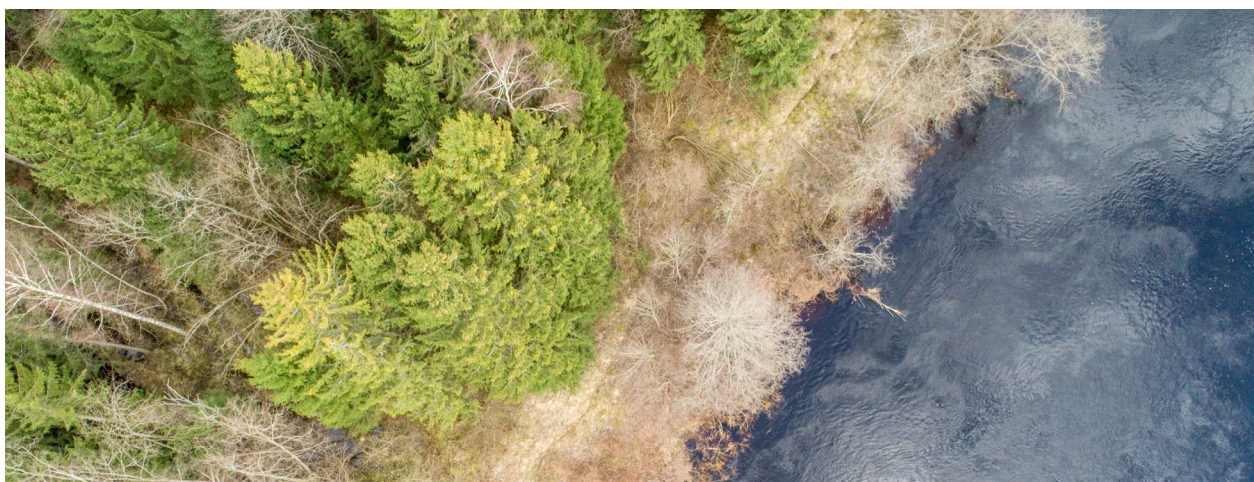
- 公司建立完善的风险和机遇管理流程，从识别、评估、排序、管理四个维度系统化推进，以应对气候变化带来的挑战并把握机遇。公司围绕产品与服务、办公运营及供应链管理等方面采取行动，积极应对气候变化，系统管理气候相关风险与机遇，推动可持续发展。

指标与目标

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

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

气候相关风险和机遇矩阵

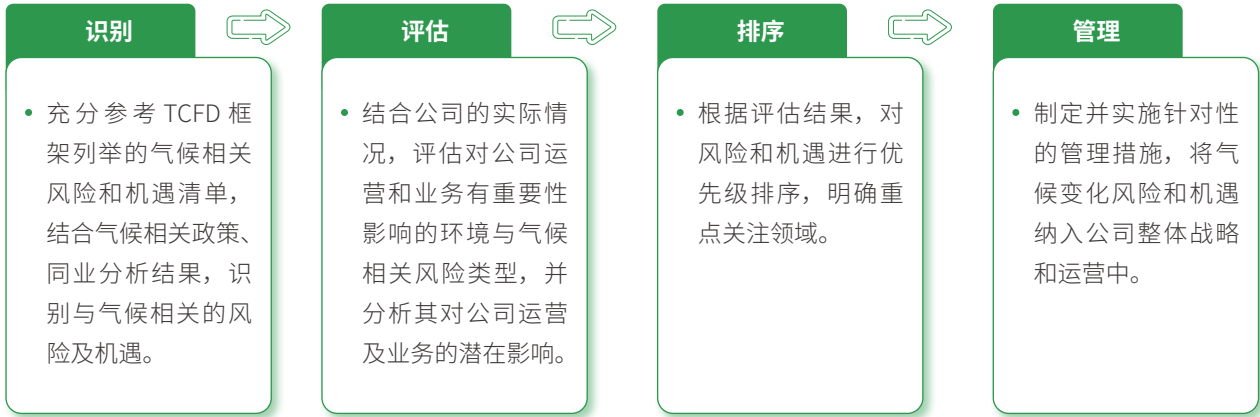


公司气候相关风险与机遇分析

风险与机遇	具体内容	影响时间范围	预期财务影响
政策和法律风险	<p>随着中国的碳达峰、碳中和目标提出，中国政府已经出台一系列政策，如国家层面的《中国应对气候变化的政策与行动》《国家适应气候变化战略 2035》等。公司主要运营地北京、上海、广东、湖南也推出地方层面政策，如《北京市适应气候变化行动方案》《上海碳市场全面深化改革行动方案（2026-2030年）》《广东省适应气候变化行动方案（2025-2035年）》《湖南省加快经济社会发展全面绿色转型实施方案》等。如果公司无法满足相关要求，将对公司的运营造成影响。</p>	短、中、长期	运营成本↑
市场风险	<p>随着极端天气事件频发和全球气候议题持续升温，客户对气候相关风险管理的重视程度不断提高。作为服务国内外各行业领先企业的数字营销服务提供商，公司部分客户正积极调整其商业模式、优化供应链结构、推进低碳转型，并对供应链合作伙伴提出更严格的碳排放、绿色合规与可持续发展要求。如果公司未能及时响应客户对气候行动、低碳服务能力和绿色数字营销解决方案的需求，可能影响现有客户合作关系与新业务拓展，从而对公司业务收入和市场竞争能力造成不利影响。</p>	短、中、长期	营业收入↓
市场机遇	<p>随着绿色低碳理念成为社会发展新趋势，企业营销服务领域出现了对绿色营销、低碳品牌传播、可持续产品推广等方面的强劲需求增长。针对这一市场变化，公司可以主动开发低碳营销战略、绿色传播技术和可持续品牌推广解决方案，帮助客户在低碳转型背景下塑造正面品牌形象和市场影响力。通过提升绿色营销服务能力，公司有望在行业竞争中获得差异化优势，开拓新的业务增长点并增强长期市场价值。</p>	中、长期	营业收入↑

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

应对气候变化风险与机遇管理流程



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

应对气候变化管理措施



7.2 绿色运营

公司作为服务型企业，在日常运营中主要消耗的能源包括外购电力和公务用车汽油，水资源主要来源于市政供水。公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，制定并持续完善《环境管理制度》《办公室垃圾分类制度》《废弃物管理流程》等内部管理制度，对能源使用、废弃物管理、温室气体排放管理等方面作出明确规定。

公司围绕能源及碳排放、水资源、物料及资源使用以及废弃物管理等关键环境要素，系统推进绿色运营管理。通过完善管理制度与操作规范，强化节能降耗、资源高效利用及废弃物规范处置等措施，公司在日常运营中持续优化资源使用效率，降低环境影响。同时，公司积极推动数字化与无纸化办公、绿色差旅及设备循环利用，提升整体运营的低碳化与精细化水平，构建覆盖运营全流程的绿色管理体系。

报告期内，公司未有突发重大环境事件发生，且未有因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚或被追究刑事责任的情况发生。



公司绿色运营管理措施及成果

管理类型	资源使用 / 排放物类型	主要行动措施
能源及碳排放管理	公务用车使用汽油 外购电力 温室气体排放	<ul style="list-style-type: none"> 公司建立健全能源管理制度和设备操作规程，减少不必要的办公及非办公用电、控制公务用车的合理使用。 办公室全部使用节能器具，减少照明设备电耗；充分利用自然光，做到人走灯熄，杜绝白昼灯和长明灯；夜间尽量减少公共区域照明。 开展绿色办公，合理利用视频会议系统，减少商务差旅；自 2021 年开始使用线上办公软件飞书，在开会、行政、培训三个业务领域实施飞书应用，2025 年总计可以实现减碳 16.21 吨。 将数据中心能效纳入公司机房租赁考量，优先选择 PUE 值较低的第三方托管机房，现公司租赁机房 PUE 值低于 1.5。
水资源管理	市政用水	<ul style="list-style-type: none"> 鼓励员工养成节水习惯，安装节水马桶、节水手盆等节水设备，并要求合理利用日常办公生活废水。
物料管理	A4 纸张 纸质包装 塑料袋、塑料杯、文件夹等塑料制品 IT 设备	<ul style="list-style-type: none"> 建立纸张领用流程，加强办公经费和办公用品的使用管理。 充分利用 OA 办公系统，推广无纸化办公，使用电子文档和云存储，减少纸质资料印发，必要文件实行双面印刷。 鼓励员工尽可能减少快递塑料包装、塑料杯、文件夹等塑料制品的使用。 建立办公用品交换平台，重复使用笔记本电脑等 IT 硬件设备，提高办公用品等资源利用率，减少内部废弃物产生。2025 年，对 25 台 IT 硬件设备进行翻新和内部再利用。
废弃物管理	无害废弃物：厨余垃圾、办公用纸、快递纸盒、硒鼓墨盒等 有害废弃物：电子废弃物、废弃灯管等	<ul style="list-style-type: none"> 针对无害废弃物，按照垃圾分类原则，由专门人员统一分类，交由物业合理处置。 针对有害废弃物，安排对应的人员集中管理、妥善安置，每年定期交由有资质的第三方集中处理，并对每次处理量进行称重、登记。

此外，公司定期组织内部环保培训，增强员工在节能减排、资源节约、废弃物减少以及绿色营销方面的意识与能力，践行绿色运营理念。

ESG 数据表和附注

经济绩效表

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
营业收入	万元	549,986.46	203,093.99	139,132.76
资产总额	万元	309,578.50	218,159.52	217,870.25
每股社会贡献值 ¹	元	0.10	-0.43	-0.98

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

反腐败管理绩效表¹

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
反腐败培训覆盖的董事总数	人	/	7	7
反腐败培训覆盖的董事百分比	%	/	100	100
反腐败培训覆盖的管理层人员总数	人	/	160	89
反腐败培训覆盖的管理层人员百分比	%	/	100	100
反腐败培训覆盖的员工总数	人	691	488	369
反腐败培训覆盖的员工百分比	%	100	100	100
员工接受反腐败培训平均时长	小时 / 人	1.00	1.00	1.00
接收到的贪污腐败举报事件数量	件	0	0	0
报告期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0	0	0

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

研发创新与知识产权保护绩效表

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
研发人员数量 ¹	人	263	123	99
研发人员占比	%	21.47	15.45	9.38
研发费用投入 ¹	万元	17,920.95	7,377.74	3,224.85
研发费用占营业收入比例	%	3.26	3.63	2.32
报告期内有效专利数量	件	/	7	7
报告期内专利授权数量	件	1	2	0

指标	单位	2023年	2024年	2025年
报告期内软件著作权登记数量	件	19	10	8
报告期内商标获批数量	件	11	15	4

注 1：2025 年度因公司业务调整，研发领域人员及费用投入减少。

员工雇佣绩效表¹

指标	单位	2023年	2024年	2025年
员工总人数 ²	人	691	488	369
按性别划分	男性	228	168	148
	女性	463	320	221
按年龄划分	30 岁以下	200	102	62
	30 岁至 50 岁	470	364	284
	50 岁以上	21	22	23
按雇佣形式划分	全职劳动合同制	683	482	363
	全职劳务派遣制	4	1	1
	其他雇佣形式 ³	4	5	5
按职级划分	基层员工	490	328	280
	管理层员工	201	160	89
女性员工比例	%	67.00	65.57	59.89
少数民族 / 少数民族裔员工比例	%	3.18	2.05	2.71
残障员工比例	%	1.30	1.43	0.81
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
歧视、骚扰相关举报事件的数量	件	0	0	0

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

注 2：自 2024 年起，公司员工总人数较往年有所降低，主要由于公司为适应行业及业务新发展变化，持续对人力资源进行调整。

注 3：其他雇佣形式员工包括退休返聘员工。

员工培训与发展绩效表¹

指标	单位	2023年	2024年	2025年
员工培训支出金额	万元	/	9.45	0.70
员工培训覆盖率 ²	%	100	100	100

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
员工接受培训平均时长 ³	小时 / 人	15.2	4.0	3.2
员工反歧视、反骚扰相关培训覆盖率	%	100	100	100
员工定期接受绩效与职业发展评估覆盖率	%	100	100	100
内部招聘员工总数 ⁴	人	57	32	0

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

注 2：员工培训覆盖率 = 接受培训的员工人数 / 员工总人数。

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

注 4：内部招聘包括内部转岗等。2025 年，公司以组织架构调整为主，未开展内部转岗。

员工健康与安全绩效表¹

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
工伤发生次数 ²	次	1	0	0
其他员工健康安全上报事件数量（如员工体检过程中发现的重大疾病次数等）	件	0	0	0
因工伤损失的工作日数	天	27	0	0
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0	0	0
员工工伤保险投入金额 ³	万元	/	58.07	34.37
员工工伤保险覆盖率	%	/	100	100
员工职业健康与安全培训覆盖率	%	100	100	100
采取过员工健康与安全风险评估的场所所有工作场所的百分比	%	100	100	100
因违反职业健康与安全法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0

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

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

注 3：员工工伤保险投入金额统计口径为合并财务报表口径。

供应商管理绩效表

指标	单位	2023年	2024年	2025年
供应商总数	家	1,315	791	847
中国大陆地区供应商数	家	1,258	760	824
港澳台及海外地区供应商数	家	57	31	23

社会贡献与乡村振兴绩效表

指标	单位	2024年	2025年
对外捐赠金额 ¹	万元	39.73	30.00
乡村振兴惠及人数	人	3,947	3,593
员工志愿服务人次	人次	35	32
开展志愿者活动时长	小时	500	40

注 1: 对外捐赠金额统计口径包括公司乡村振兴投入和其他领域公益捐赠金额。

能源管理与温室气体排放绩效表¹

指标	单位	2023年	2024年	2025年
温室气体排放总量 (范围一 + 范围二)	吨二氧化碳当量	734.33	580.73	481.44
范围一温室气体排放量 ²	吨二氧化碳当量	37.81	33.11	24.87
范围二温室气体排放量 ³	吨二氧化碳当量	696.52	547.62	456.57
范围三温室气体排放量 ⁴	吨二氧化碳当量	334.38	151.49	184.70
温室气体排放密度 (范围一 + 范围二) (单位办公人数)	吨二氧化碳当量 / 人	1.06	1.19	1.30
温室气体排放密度 (范围一 + 范围二) (单位经营面积)	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.05	0.04	0.04
综合能源消耗量 ⁵	吨标准煤	168.80	141.79	118.06
直接能源消耗量 ⁵	吨标准煤	18.59	16.28	12.23
间接能源消耗量 ⁵	吨标准煤	150.21	125.51	105.83
综合能源消耗强度 (单位办公人数)	吨标准煤 / 人	0.24	0.29	0.32
综合能源消耗强度 (单位经营面积)	吨标准煤 / 平方米	0.01	0.01	0.01
外购电力用量 ⁶	兆瓦时	1,221.32	1,020.54	860.48

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
耗电密度（单位办公人数）	千瓦时 / 人	1,767.47	2,091.27	2,331.92
耗电密度（单位经营面积）	千瓦时 / 平方米	77.80	73.27	62.95
公务车汽油用量	升	17,070.82	14,949.44	11,227.12

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

注 2：公司温室气体排放量合并方法采用运营控制权法。范围一温室气体排放量包括公务车汽油消耗产生的直接温室气体排放，根据排放因子法计算。公务车汽油温室气体排放因子为 0.002215 吨二氧化碳当量 / 升，相关参数来自《中国能源统计年鉴》《省级温室气体清单编制指南（试行）》（2011）和《陆上交通运输企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》（2015）。温室气体种类包括 CO₂、CH₄ 和 N₂O，温室气体当量选取 IPCC AR6 GWP 百年平均值（GWP100）计算。

注 3：范围二温室气体排放量包括外购电力消耗产生的间接温室气体排放，根据基于位置的排放因子法计算。2025 年度，温室气体排放因子选取中国全国电网平均排放因子，为 0.5306 吨二氧化碳当量 / 兆瓦时，来自中国生态环境部《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》。2023、2024 年温室气体核算方式详见相应年度报告。

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

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

注 6：部分分公司电费计入物业费无法统计，因此部分环境数据为估算。

水资源及包装物管理绩效表¹

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
耗水量 ²	立方米	4,474.88	2,173.09	1,454.82
耗水密度（单位办公人数） ²	立方米 / 人	6.48	4.45	3.94
耗水密度（单位经营面积） ²	立方米 / 平方米	0.29	0.16	0.12
包装物使用量 ³	吨	5.00	2.85	1.93

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

注 2：鉴于公司业务性质，公司主要取水来源为市政供水，耗水量按取水量计算。部分分公司水费计入物业费无法统计，因此部分环境数据为估算。2025 年，公司办公人员减少，因此耗水量有所下降。

注 3：包装物包括快递包装材料等。2025 年，因公司业务变动，包装物使用量有所下降。

废弃物管理绩效表¹

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
无害废弃物总量 ²	吨	187.0730	148.6147	101.7607
其中，硒鼓墨盒产生量	吨	0.1905	0.3730	0.2250
碳粉盒产生量	吨	1.0125	0.3117	0.1832
其他无害废弃物 ³	吨	185.8700	147.9300	101.3525

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
有害废弃物总量	吨	1.4528	0.5164	0.2669
其中，废弃电子产品量	吨	1.2978	0.5139	0.2300
废弃灯管量	吨	0.1550	0.0025	0.0369
无害废弃物密度（单位办公人数）	千克 / 人	270.7279	304.5384	275.7742
有害废弃物密度（单位办公人数）	千克 / 人	2.1025	1.0582	0.7233
废弃物回收总量 ⁴	吨	6.7500	7.4000	5.4200

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

注 2：部分分公司无害废弃物为物业统一处理，因此部分环境数据为估算。

注 3：其他无害废弃物包括生活垃圾、废纸等。

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

报告索引表

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

议题	对应的本报告章节
《指引》要求披露的议题	
应对气候变化	7.1 应对气候变化
污染物排放	公司所处行业为广告传媒行业，公司及重要控股子公司未被纳入环境信息依法披露企业名单，此议题不适用
废弃物处理	7.2 绿色运营
生态系统和生物多样性保护	公司为数字营销服务商，生产经营活动对生态系统和生物多样性没有重大影响，此议题不适用
环境合规管理	7.2 绿色运营
能源利用	7.2 绿色运营
水资源利用	7.2 绿色运营
循环经济	7.2 绿色运营
乡村振兴	5.2 乡村振兴
社会贡献	5.3 社会贡献
创新驱动	4.2 研发创新
科技伦理	4.4 科技伦理
供应链安全	5.1 供应商管理
平等对待中小企业	公司报告期末应付账款（含应付票据）余额未超过 300 亿元，占总资产的比重未超过 50%，该议题不适用
产品和服务安全与质量	4.1 优质产品和服务
数据安全与客户隐私保护	4.5 信息安全与隐私保护
员工	6.1 职场平等与多元化
	6.2 员工权益与福利
	6.3 员工培训与发展
	6.4 员工健康与安全
尽职调查	2.3 重要性议题分析
利益相关方沟通	2.3 重要性议题分析
反商业贿赂及反贪污	3.3 反腐败管理

议题	对应的本报告章节
反不正当竞争	3.4 反不正当竞争
根据《指引》第五条自主披露的议题	
公司治理	3.1 公司治理
合规运营	3.2 合规运营
负责任营销	4.3 负责任营销

GRI 内容索引

使用声明	华扬联众在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日参照 GRI 标准编制报告。
使用的 GRI 1	GRI 1: 基础 2021

GRI 标准	披露项	报告章节	
GRI2: 一般披露 2021	2-1	组织详细情况	1.1 公司概况
	2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	报告编制说明
	2-3	报告期、报告频率和联系人	
	2-6	活动、价值链和其他业务关系	1.2 业务布局与发展
	2-7	员工	ESG 数据表和附注
	2-9	管治架构和组成	3.1 公司治理
	2-12	在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	2.2 ESG 管理架构
	2-13	为管理影响的责任授权	
	2-14	最高管治机构在可持续发展报告中的作用	
	2-16	关键问题沟通	2.3 重要性议题分析
	2-23	政策承诺	6.1 职场平等与多元化
	2-25	补救负面影响的程序	3.3 反腐败管理
			4.5 信息安全与隐私保护
			6.1 职场平等与多元化
			3.2 合规运营
2-27	遵守法律法规	3.2 合规运营	
2-29	利益相关方参与的方法	2.3 重要性议题分析	
GRI3: 实质性议题 2021	3-1		确定实质性议题的过程
	3-2		实质性议题列表
	3-3	实质性议题的管理	

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI201: 经济绩效 2016	201-1	直接产生和分配的经济价值 ESG 数据表和附注
GRI203: 间接经济影响 2016	203-1	基础设施投资和支持性服务 5.2 乡村振兴 5.3 社会贡献 ESG 数据表和附注
GRI205: 反腐败 2016	205-1	已经进行腐败风险评估的运营点
	205-2	反腐败政策和程序的传达及培训
	205-3	经确认的腐败事件和采取的行动 3.3 反腐败管理 ESG 数据表和附注
GRI302: 能源 2016	302-1	组织内部的能源消耗量
	302-2	组织外部的能源消耗量
	302-3	能源强度
	302-4	减少能源消耗 7.2 绿色运营
GRI303: 水资源和污水 2018	303-5	耗水 ESG 数据表和附注
GRI305: 排放 2016	305-1	直接 (范围 1) 温室气体排放
	305-2	能源间接 (范围 2) 温室气体排放
	305-3	其他间接 (范围 3) 温室气体排放
	305-4	温室气体排放强度 ESG 数据表和附注
GRI306: 废弃物 2020	306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响
	306-2	废弃物相关重大影响的管理
	306-3	产生的废弃物
	306-4	从处置中转移的废弃物 7.2 绿色运营 ESG 数据表和附注
GRI401: 雇佣 2016	401-2	提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利
	401-3	育儿假 6.2 员工权益与福利
GRI403: 职业健康与安全 2018	403-1	职业健康安全管理体系
	403-2	危害识别、风险评估和事故调查
	403-3	职业健康服务
	403-4	职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通
	403-5	工作者职业健康安全培训
	403-6	促进工作者健康 6.4 员工健康与安全 ESG 数据表和附注

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI403: 职业健康与安全 2018	403-7	预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响
	403-9	工伤
	403-10	工作相关的健康问题
GRI404: 培训与教育 2016	404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数
	404-2	员工技能提升方案和过渡援助方案
	404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比
GRI405: 多元性与平等机会 2016	405-1	管治机构与员工的多元化
GRI406: 反歧视 2016	406-1	歧视事件及采取的纠正行动
GRI408: 童工 2016	408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商
GRI409: 强迫或强制劳动 2016	409-1	具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商
GRI417: 营销与标识 2016	417-3	涉及营销传播的违规事件
GRI418: 客户隐私 2016	418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉



地址：湖南省长沙市岳麓区天顶街道环湖路 1177 号方茂苑（二期）13 栋房产 915 室

邮箱：info@hylink.com

电话：010-85135001