

证券代码：002558

证券简称：巨人网络

公告编号：2026-临 014



# 巨人网络集团股份有限公司

## 2025 年度社会责任报告

2026 年 4 月

本报告依据《深圳证券交易所上市公司社会责任报告披露要求》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等相关法律法规、规范性文件的要求，同时结合行业特点及2025年度巨人网络集团股份有限公司（以下简称“公司”或“巨人网络”）履行社会责任的实际情况进行编制。报告全面梳理了公司在2025年度经营发展过程中，在股东权益保护、员工发展、供应链协同、环境保护、公益践行等方面的实践与成效，本报告所涉及的时间包括但不限于2025年度。

巨人网络作为一家上市公司，高度重视履行社会责任，将公司自身发展与社会进步紧密相连，在追求高质量发展的同时，切实兼顾股东、员工、供应商、客户、消费者及社会公众的合法权益，实现公司效益与社会效益和谐发展，以实际行动践行上市公司担当，助力行业良性发展，为社会进步贡献企业力量。

为及时公开信息，减轻环境负荷，公司仅通过指定信息披露网站（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）公开披露，方便广大投资者阅读、下载。不发布印刷形式的《2025年度社会责任报告》。本报告未经第三方审验。

如您对于公司在履行社会责任方面有任何意见和建议，可通过书信、电话、电子邮件等方式告诉我们，具体联系方式如下：

投资者专线电话：(021)3397 9919

投资者专门邮箱：[ir@ztgame.com](mailto:ir@ztgame.com)

联系地址：上海市松江区中辰路655号（邮编：201613）

## 一、 综述

公司是以互联网文化娱乐为主的综合性互联网企业，报告期内主营业务为互联网游戏的研发和运营。公司成立二十余年，始终秉持“聚焦精品、用户第一、阳光经营”的发展理念，长期坚持自主研发、精品化发展战略，先后在电脑端网络游戏和移动端网络游戏市场打造多款精品大作，特别在国战 MMORPG 和休闲竞技赛道领域建立了良好的竞争优势。

国战 MMORPG 赛道的代表作是“征途”系列产品。在电脑端网络游戏时代，公司自研自发了《征途》《征途 2》《绿色征途》《征途怀旧版》四款产品。在移动端网络游戏时代，“征途”系列尝试新的突破，自研自发和与渠道合作共举，主要产品包括《征途》手游、《征途 2》手游、《原始征途》手游，以及 2024 年上线的小程序游戏《王者征途》，形成多终端协同布局。“征途”IP 是国战类 MMORPG 网游最知名品牌之一，《征途》在电脑端网络游戏划时代开启了道具付费模式先河，电脑端网络游戏及移动端网络游戏全系产品累计流水超 300 亿元。

休闲竞技赛道主要包括《超自然行动组》《球球大作战》《太空杀》等产品。《球球大作战》是公司自研自发的首款多人休闲竞技类手游，已成为行业知名的优质 IP，累计设备安装量达 6 亿台，峰值 DAU 超 2900 万人，曾登顶中国区游戏免费榜榜首，并长期占据 App Store 小游戏、智力游戏免费排行榜前五名。于 2025 年 1 月 23 日上线的中式微恐题材手游《超自然行动组》，迅速成长为新的现象级爆款，累计注册用户超 2 亿、累计流水超 50 亿元，进一步巩固了公司在休闲竞技赛道的优势。

公司网络游戏收入主要来源于虚拟道具收费模式，产品运营模式包括自主运营、授权运营及联合运营三种模式。

## 二、 产品与服务赋能

近年来，公司持续打造具有文化内涵和社会价值的精品内容，以数字化赋能传统文化的传承和发展，助力社会公益。

### （一）征途 IP 赛道

2025年4月，征途IP深化“游戏+文旅”的探索，达成与安徽省怀远县文化旅游体育局的深度合作，以“大禹精神”为纽带，邀请大禹文化非遗代表性传承人、安徽省非遗研究会理事、怀远端公腔第四代传人葛松介绍大禹文化，并联合怀远县文化旅游体育局，拍摄、制作并发布了怀远大禹文化纪录片；在征途全系游戏中上线“大禹治水”主题系列版本，运用数字技术对多个怀远标志性文化场景进行了高度精细化的复刻。通过线上线下多维联动，为文化传承与地方文旅发展开辟全新路径。



2025年5月，征途IP展开与国家级非物质文化遗产“南京云锦”的跨界联动，联袂南京云锦非遗传承人陈诚推出融合了云锦织造技艺的限定游戏外形及相关活动，以“守护国粹”为核心，将南京云锦千年织造技艺与征途国风文化结合，助力非遗匠心技艺破圈传播，焕发时代新生。



2025年6月，征途IP与佘山国家旅游度假区达成跨界联动合作，征途嘉年华线下盛典在上海广富林文化公园举办，通过整合游戏IP、景区、商圈等多元资源，构建了一个全方位、多层次的沉浸式体验生态，不仅为玩家及游客提供了独特的游玩体验，也为区域内的文旅产业发展注入了新活力。



2025年10月，征途IP在迎来20周年之际，与泉州簪花展开联动，践行中华传统文化传承使命，征途全系携手非遗簪花大师、国家非物质文化遗产“蟳埔女习俗”代表性传承人庄群，为征途20周年定制专属簪花，游戏内上线簪花主题活动，玩家可深度探索簪花技艺与蟳埔海丝文化，让非遗走进游戏。



## （二）休闲竞技赛道

2025年4月，《超自然行动组》与文化展览项目“故宫里的神兽世界”达成联动，在角色的时装设计中融入了神话传说中的神兽“驺虞”“麋鹿”“翠鸟”“白泽”，将奇幻瑰丽的神兽故事与“超自然公司”巧妙融合。



2025年8月，《超自然行动组》与昆仑山世界地质公园联动，推出新地图“昆仑秘境”，以神秘的昆仑山脉为背景，将雪山巍峨，奇幻瑰丽的昆仑世界以数字化形式再创作，让更多玩家了解到“昆仑”这颗中华明珠中蕴含的神秘想象

与精神内核。



2025年9月，《超自然行动组》联动敦煌艺术馆，推出角色“逍遥”的首款金色耀世品质时装“莲华渡”，以及系列主题道具致敬千年敦煌飞天美学，与玩家一起共同守护敦煌千年的艺术瑰宝。



2025年11月，《超自然行动组》与国家级非物质文化遗产傩戏展开联动，并特别邀请沿河土家族自治县傩面具雕刻第七代传人杨云霞，共同打造两款非遗联动时装，重现「傩舞起，百鬼避」的经典场景。傩戏、傩面具作为中国古老祭祀文化与民间习俗的重要组成部分，兼具仪式性、戏剧性与强烈的视觉辨识度，

与《超自然行动组》本身神秘、民俗向的内容形成了高度契合。



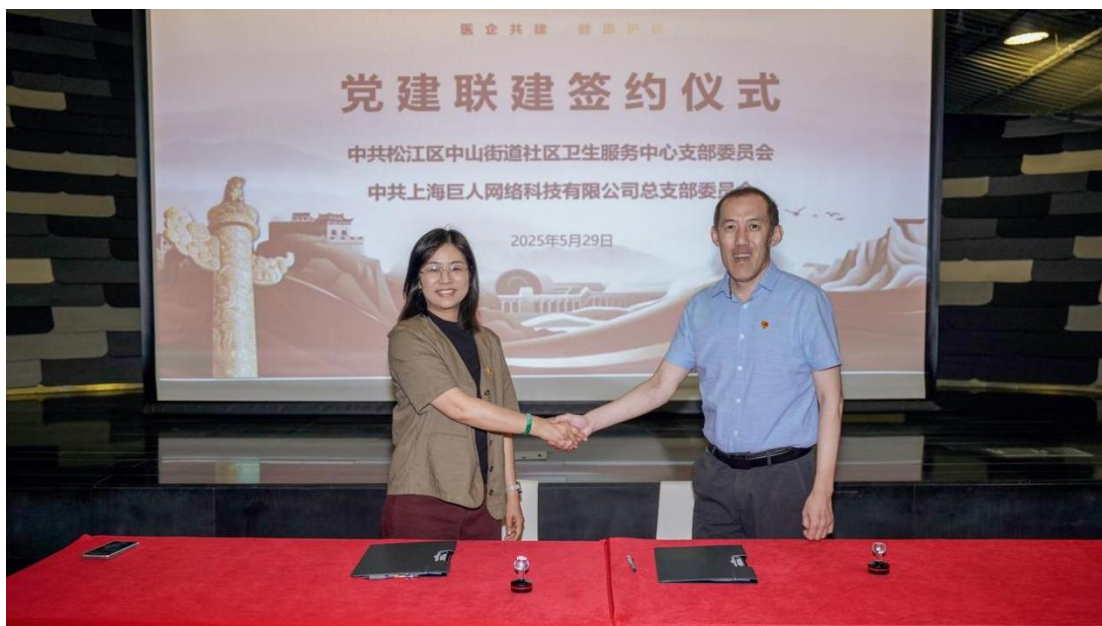
### 三、 党建引领

自 2011 年 8 月巨人网络党支部成立以来，随着党员队伍的不断扩大，2016 年 12 月升格为巨人网络党总支，现下设三个党支部，党员平均年龄在 35 岁左右，党员学历都在本科及以上。

巨人网络党总支积极探索企业党建新路径，逐步打造具有公司鲜明特色的党建品牌——“巨心向党创征途”。以高质量党建凝聚企业奋进力量，将党的政治优势、组织优势转化为企业的创新优势、发展优势，为企业高质量发展注入强劲红色动能。2025 年，巨人网络党总支围绕员工服务、健康关怀、爱国主义教育、公益环保等方向持续深化党建实践，推动党建工作与职工关怀、企业发展和社会责任同频共振。

#### （一）党建联建赋能员工服务，推动“党建+健康”走深走实

2025 年 5 月，公司党总支与中共松江区中山街道社区卫生服务中心支部正式签署党建联建协议，同步开展健康科普讲座，双方建立长期紧密的合作关系，围绕健康宣教、资源共享、服务联动等方面积极探索“党建+健康服务”融合新范式，切实将党建优势转化为服务职工、守护职工健康的实际效能。



2025年11月，依托党建联建平台，再次邀请中山街道社区卫生服务中心支部医生党员开展“党建+健康”知识讲座，向员工普及急救知识与急救技能，切实提升党员及职工的健康防护意识与应急处置能力。



## （二）深化主题党日活动，厚植爱国情怀与责任担当

2025年8月至9月，党总支持续深化爱国主义教育，组织开展主题党日活动

动，组织党员观看红色影片《南京照相馆》《731》，以光影为媒介，引导党员回望历史、铭记初心，进一步厚植爱国情怀、强化责任担当。



### （三）党建引领公益实践，汇聚向上向善力量

巨人网络党总支积极参与公益活动，2025年6月，巨人网络党总支代表前往内蒙古自治区额尔古纳市参加“石榴籽计划”公益捐赠活动，向内蒙古额尔古纳市三河小学捐赠书桌、档案柜等教学物资，价值5万余元。公司以实际行动支持边疆地区教育发展，持续传递爱心与温暖。



2025年年中，由巨人网络党总支捐助、《球球大作战》参与的长江源水生

态环境保护公益项目“长江源 1 号邮局垃圾房”正式落地。该垃圾回收房的正式投入使用，填补了江源区域垃圾集中分类、规范处理的关键缺口，为守护“中华水塔”的纯净与完整注入了新动力。该项目是公司在党建引领下参与生态文明建设的具体实践，也体现了企业将公益责任与绿色发展理念落到实处的持续努力。



自 2017 年起，公司每年组织大家参与无偿献血活动，号召大家用实际行动为社会公益事业做贡献。截至 2025 年度，公司累计献血量超 16 万毫升。党员及公司员工积极投身献血志愿者队伍，传递温暖、传递爱。



#### 四、 社会责任履行情况

##### （一） 股东权益保护

## 1. 规范公司治理

### (1) 公司治理机制

公司严格遵循《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等法律法规及规范性文件的要求，持续完善法人治理结构，健全内部管理及控制体系。公司结合自身经营管理的实际情况，调整内部治理架构，不再设置监事会，相关法定职权由董事会审计委员会承接行使，并同步修订《公司章程》及配套管理制度，进一步夯实治理基础，持续规范运作，提升治理水平，切实保障公司及全体股东的合法权益。报告期内，公司相关会议召开情况如下：

公司股东会共计召开3次会议，均采取了现场会议和网络投票相结合的方式召开。公司严格按照规定，及时通过指定的信息披露平台发布股东会通知，工作人员在股东会召开前做了充分的会议筹备工作，对报名参加股东会的股东进行电话或邮件确认，积极接待股东来访，并安排公司管理层与中小股东进行沟通交流。公司对中小投资者表决单独计票，投票情况均严格按照系统统计的投票结果进行披露。公司还聘请外部律师列席股东会并对股东会的召开和现场表决程序出具法律意见书，充分保障中小股东的合法权益。

公司董事会共计召开5次会议，审议了包括定期报告相关事项、高级管理人员聘任、利润分配、内部管理制度修订、员工持股计划等重大经营决策事项。公司董事会会议严格遵照法定及内部议事规则审议程序，认真对公司重要事项进行科学决策，切实维护了公司和全体股东的利益。

董事会审计委员会共计召开5次会议，认真听取公司管理层汇报年度经营情况、审议定期报告、续聘会计师事务所等议案。审计委员会成员具备履行审计委员会工作职责的专业知识和经验，根据《公司章程》的规定和董事会的授权，审核公司财务信息、监督及评估内外部审计工作，推动公司建立健全有效的内控体系，保障财务报告的真实、准确、完整。董事会提名委员会召开1次会议，对高级管理人员人选及其任职资格进行遴选、审核，审慎审议总经理聘任相关议案。公司全体独立董事全程勤勉尽责，积极参加并亲自出席其任职的专门委员会会议，

充分发挥独立履职监督作用。

### （2）信息披露及投资者关系管理

公司严格按照有关法律法规的要求，依法、合规、及时、公平地履行信息披露义务。2025 年度，公司累计披露各类公告文件 96 份，公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

公司高度重视投资者关系管理工作，积极与机构投资者、中小投资者以及市场参与方开展沟通交流。2025 年度，公司累计参与机构调研或投资者交流会百余场，结合公司经营的实际情况，全面、详实回应投资者提出的问题。公司设立了投资者联系专线及邮箱，耐心妥善答复投资者的问题，在合规框架内对公司生产经营情况进行介绍，及时回复互动易平台投资者提问。公司在年度报告发布后主动组织召开业绩说明会，全面复盘年度经营业绩与发展规划，与广大投资者展开了透明、充分的双向沟通。

### （3）内部控制体系

公司按照《公司法》《证券法》及上市公司治理相关监管要求，不断完善法人治理结构，严格执行公司内部各项治理制度。公司在改进和完善内部控制的同时，围绕主营业务的各项具体活动制定配套管理制度，强化关键业务环节对应的管控。

公司依法制定《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《董事会审计委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《独立董事工作制度》《内部控制制度》《关联交易管理制度》《董事、高级管理人员薪酬管理制度》《董事、高级管理人员离职管理制度》等一系列管理制度；针对具体业务，公司内部制定了《投资管理制度》《资金安全管理办法》《审批权限管理制度》《费用核销细则》《资产管理制度》等内部控制制度。公司紧密跟随监管法规体系的修订与整合，更新公司内部规章制度，旨在更好地完善公司治理结构，健全公司内控体系，夯实上市公司高质量发展的牢固基础。

## 2. 独立性

公司具备完整独立的主营业务体系及自主经营能力，在业务、人员、资产、机构、财务等方面与控股股东独立分开。公司董事会、各专门委员会和内部经营管理机构根据各议事规则及公司制度，自主开展经营决策与日常管理。公司控股股东严格遵守《上市公司治理准则》《上市规则》《公司章程》等法律法规和规章制度的规范，依法通过股东会行使股东权利，未发生超越股东会及董事会而直接或间接干预公司日常经营与重大决策的行为，充分保障公司独立规范运营。

### 3. 股东回报

公司在创造经济效益的同时，高度重视对投资者的合理投资回报，按照《公司章程》中对分红的要求，执行持续稳定、科学合理的利润分配政策，与投资者共享公司经营发展成果，积极构建与股东的和谐共赢关系。公司自 2016 年重组上市以来，已连续十年以派发现金红利的方式向全体股东进行利润分配，持续稳定回馈广大投资者。

2025 年中期，公司以当时总股本 1,934,750,611 股扣减回购专用账户股份 44,358,640 股后的股本，即 1,890,391,971 股作为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.50 元（含税），不使用资本公积转增股本，不送红股，向全体股东合计实际派发现金红利 283,558,795.65 元（含税）。2025 年下半年，公司拟以未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣减公司回购专用证券账户中股份总数为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.90 元(含税)，不送红股，不使用资本公积转增股本，现金分红总额暂为人民币 359,777,502.00 元。若本次利润分配事项经股东会审议通过，综合计算上述中期已派发的现金红利以及预计派发的现金红利，公司 2025 年度现金分红合计 643,336,297.65 元。具体情况详见《关于 2025 年度利润分配预案的公告》。

#### （二）人才可持续发展

专业化、稳定的、具有强凝聚力的管理团队和精英化、年轻化的优秀人才队伍是公司核心竞争力的重要组成部分，公司视员工为企业生存和发展最宝贵的资源。公司注重精英化、年轻化的人才储备，大胆启用创新能力强的年轻人，以保持公司的活力和生命力。公司通过营造良好的企业文化氛围、采取有效的激励机制，培养员工的忠诚度，有效保证了核心人才队伍的稳定，使公司的各项业务能

够持续运作，保障公司的稳定发展。同时，公司通过多种途径和渠道帮助员工提高各项技能，不断改善员工的工作环境、工作条件，为员工创造、提供广阔的发展平台和施展个人才华的机会。

### **1. 保护职工权益**

公司严格遵循《中华人民共和国劳动合同法》《全国年节及纪念日放假办法》《职工带薪年休假条例》等法律法规的要求，全面规范劳动用工管理，建立了员工聘用、试用、培训、考核、奖惩、异动、交接等劳动人事管理制度，并专门制定了薪酬管理、绩效考核以及招聘管理等一系列流程制度。公司确定选聘人员后，依法签订劳动合同，建立劳动用工关系。报告期内，公司严格履行薪酬支付义务，按时足额支付员工工资，并依法为员工缴纳全额五险一金。公司制定并执行《人力资源管理制度》，明确人才的引进、培养、考核、激励、退出等管理要求，实现人力资源合理配置，切实维护员工的合法权益。

### **2. 完善的薪酬福利体系**

公司持续优化薪酬福利体系，动态调整薪酬、奖金方案，以实现员工薪酬水平与公司发展同步，促进劳动关系的和谐稳定。公司建立了由基本工资、绩效工资、奖金、补贴及福利等组成的薪酬体系，以浮动薪酬占比高于常规模式的高弹性激励机制，充分释放人才价值创造潜能；以发放累进式服务津贴的长周期绑定模式，构建“短期激励+长期留任”双驱动机制；以从基础生活保障到业绩共享回报的多维覆盖性，形成贯穿职业全周期的收入增长通道。

公司制定了高于法定节假日的带薪假期标准。员工婚假及陪产假均为 10 天；员工入职五年及以上，即可享受 15 天带薪年假。除此之外，员工依法享受法定节假日、丧假、产假等各种带薪假期权益，充分保障员工休假权利。

### **3. 建立员工激励机制**

公司针对不同部门人员设立特定的激励方案，为员工职业发展提供多重途径，使员工明确自己在企业内部的发展方向，全面调动员工的工作积极性、主动性、创造性，助力公司和员工稳定的、可持续的发展。

公司为建立员工与全体股东的利益共享机制，健全公司长期、有效的激励约

束机制，充分调动员工的积极性和创造性，确保公司长期、持续、健康发展。公司于 2026 年 2 月 13 日召开第六届董事会第十七次会议、于 2026 年 3 月 9 日召开 2026 年第一次临时股东会，会议审议通过《关于<巨人网络集团股份有限公司第二期员工持股计划（草案）>及其摘要的议案》。该次员工持股计划对象范围为公司（含子公司，下同）中对公司整体业绩和中长期发展具有重要作用的核心骨干员工，不含公司董事、高级管理人员，总人数不超过 10 人；股票来源为公司回购股份，持有的标的股票数量不超过 317.3829 万股，约占本员工持股计划草案公布日公司股本总额 193,475.0611 万股的 0.16%；资金来源为员工合法薪酬、自筹资金。

2026 年 4 月 2 日，公司收到中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的《证券过户登记确认书》，公司回购专用证券账户所持有的公司股票 3,173,829 股已于 2026 年 4 月 1 日以非交易过户形式过户至公司第二期员工持股计划账户，过户股份数量占公司当前总股本 1,900,561,971 股的 0.17%，过户价格为 20.67 元/股。根据《巨人网络集团股份有限公司第二期员工持股计划》，本次员工持股计划存续期为不超过 48 个月，所获标的股票的锁定期为 12 个月，均自《巨人网络集团股份有限公司第二期员工持股计划》公司公告最后一笔标的股票过户至本次员工持股计划名下之日起计算。具体内容详见公司刊登在《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》及巨潮资讯网(<http://www.cninfo.com.cn>)上的相关公告。

#### 4. 关注员工身心健康

公司高度重视员工身心健康，统筹开展健康体检、安全培训、运动支持、饮食健康和灵活办公等多元化举措，持续完善员工健康管理服务体系。

##### （1）身体健康保障

公司每年为全体员工及其家属提供全面体检福利。2025 年度，公司新员工入职体检率、全员年度体检参与率达 90%以上，配套乙肝疫苗接种服务，接种覆盖率 100%。公司还提供线上小程序视频方式及现场或电话方式，由资深医师团队主导体检报告解读会，高危指标异常员工 100%纳入健康追踪计划，实现疾病早筛查。公司还成立了员工家属"健康守护计划"，为员工提供市场价 8 折家属体

检套餐。

在全面落实法定五险一金的基础上，公司构建覆盖全场景、全周期的补充商业保险体系，涵盖重大疾病、意外伤害、医疗健康及家庭保障四大维度，包括重疾险、门诊/住院医疗险、意外伤害险、定期寿险、交通意外险及子女专属医疗险，实现个人与家庭健康风险的立体化防护，补充商业保险覆盖率持续保持 100% 全员覆盖。

## （2）职业健康安全

安全是企业稳健运营发展的基石，公司始终将安全置于内部管理工作的首要位置。

公司制定了《EHS 园区安全与环境管理制度》《EHS 园区安全教育及行为准则》《EHS 园区（人身）安全应急保障建设》等多个 EHS 相关制度文件，以及多个突发环境事件应急预案及处理措施，例如恶劣天气、防台防汛、突发能源中断、寒潮冰冻、扫雪铲冰、火灾、燃气泄漏、溺水、电梯困人、大型车辆进出、安全施工等，建立气候、能耗、安全等相关风险管理机制，用以判断突发环境事件对公司运营的影响，应对各类可能发生的紧急事件，保障员工安全，合理优化并调整运营资源配置。

公司在园区内配置了 423 个消防巡检点及 854 具灭火器，均实行月度定期点检制度，确保设施设备时刻处于良好战备状态。为提升公司园区员工的应急自救意识与能力，公司常态化组织全体员工开展大型消防演习。2025 年 11 月，园区组织了 2025 年度全员消防演习，全程严格模拟真实火情，全体员工按照预定的疏散路线快速、有序地向室外安全地带集结，松江消防救援支队松江站迅速出动，展开灭火救援作业。松江消防支队的指战员对本次演习进行了专业点评，并向全体员工现场讲解了火灾防范要点、不同灭火器的适用场景及使用方法，组织员工现场实操灭火、穿戴防护装备，切实强化全员安全实操技能与应急避险意识。

## （2）科学运动支持

为了让员工享有舒适的办公环境，公司在园区中配置多处休闲娱乐场所，包括公园步道、游泳馆、足球场、篮球场、专业化健身场地等运动空间，健身场馆划

分有氧区、力量区、羽毛球区、台球区及泳池，配备专业健身器械及 AI 体态评估系统。公司配备了具有 NSCA/ACE 专业认证资质的教练团队，员工可自行选择丰富的私教课程，如常规课程、体能课程、功能性训练课程等。全年平均每月开设 250 节私教课程，同步免费开展瑜伽、有氧操、街舞等团体健身课程，累计服务员工超 2000 人次。公司倡导劳逸结合、健康工作理念，以常态化体育健身活动持续提升身体素质和健康水平。

## 5. 提供生活便利

公司围绕员工餐饮、住宿、通勤等日常生活需求，构建全方位后勤保障体系，努力增强员工归属感与团队凝聚力。

园区内设有中、西两个餐厅以及两个咖啡吧，餐厅每天为员工准备营养丰富、品种多样的三餐，并根据员工反馈动态优化菜品菜单；公司全天候供应茶饮，定期发放餐饮补贴，切实保障员工日常用餐需求。

为更好地帮助校招生过渡，公司为毕业 2 年内的校招生提供免费住宿，并配备专职保洁人员定期清扫公共区域，营造整洁舒适的居住环境。公司还与租房中介建立合作，为员工提供房屋租赁专属折扣，满足多样化住宿需求。

公司开通往返市区与园区之间的免费班车，覆盖多条线路，站点设置科学便捷，车辆配备舒适空调及安全座椅，定时定点有序发车，有效缓解员工通勤压力。公司还同步配套免费停车位及新能源车辆充电设施，为自驾员工也创造了便利条件。

## 6. 创新人才培养

### （1）内部培训

公司始终重视内部员工的培养与成长，公司广泛吸纳人才，设立多样化培训计划以满足不同工种的培训需求。公司采取“线上+线下”相结合的培训方式，开展了专业能力提升培训、校招生培训、领导力培训等一系列培训课程。在 2025 年度，公司持续加大对人才发展的投入，构建了覆盖全员、分层分类的培训体系。

2025 年，公司共组织内部培训与分享 160 余次，累计课程时长超过 300 小

时，平均为每位员工提供 3 次以上的学习机会。其中，专业技术专项培训 134 场，持续提升员工业务专业能力；管理赋能类培训 10 余场，持续强化团队管理与运营统筹能力。

公司尤其重视应届生的培养与发展。全年共开设应届生专属培训近 80 场，并为每位应届生配备带教导师，通过系统化引导与岗位实践，助力其快速完成从校园到职场的转变，为公司可持续发展储备新生力量。

## （2）校企合作

公司认为创新是发展的第一动力，始终推崇年轻化的人才观。校企合作是推动教育创新、人才培养和产业发展的重要模式，可以促进教育与产业需求对接，助力公司储备优质人才，降低招聘与培训成本，推动科技创新与成果转化。

公司于 2025 年 7 月举办开放日（Open Day），迎接了来自清华大学的学生来访。公司向来访学生介绍了公司创立至今的发展历史，并安排其与公司游戏制作人、技术总监等面对面交流。

报告期内，公司与高校实验室联袂创新，携手西北工业大学 ASLP Lab 和浙江大学，以及清华大学 SATLab，共筑技术合作新篇章。通过深度的实验室合作及线下或线下实习生实践活动，联合推出三项研究成果，包括：音乐驱动的视频生成模型 Ying Video-MV、零样本歌声转换模型 Ying Music-SVC 与歌声合成模型 Ying Music-Singer。

## （三）供应商、客户和消费者权益保护

公司长期致力于建立与供应商、经销商之间顺畅沟通、诚信合作、互利双赢的战略合作关系，以诚信守约、高质量产品、优质服务为供应商、经销商发展提供支持，切实保护供应商、客户及消费者的权益。

### 1. 加强廉洁从业，长抓反商业贿赂工作

公司始终坚守廉洁合规经营底线，坚持与供应商诚信合作、品质共赢，坚决防范商业贿赂，维护健康稳定的产业链生态。

### 2. 保持同供应商、客户良好合作关系

公司与供应商之间一直保持平等透明、高效规范的业务往来，坚持诚实守信、互惠互利的原则，谋求共同发展。

### **3. 加强知识产权保护，保障消费者与投资者权益**

随着公司多分发平台用户及供应商规模不断扩大，及自研游戏产品在国内外市场的认同度与知名度不断提升，公司面临著作权、商标权等知识产权侵害，对此公司持续加大海内外品牌保护投入，2025年度，公司在维护自我权益方面取得积极成效，有效防范侵权风险，切实保护了消费者的权益。

## **（四）环境保护和可持续发展**

公司注重环境合规管理，将绿色低碳理念贯穿于企业日常运营。公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国固体废物污染防治法》等相关法律法规，集约、高效利用能源、水等资源，加强资源使用过程节约的管理，致力于生态环境和生物多样性保护，发展循环经济，推动资源的减量化、再利用、再循环。

### **1. 环境管理**

公司在园区规划时便秉持生态优先理念，园区绿化建设由国际景观机构主导，以60%的高绿化覆盖率构建碳汇体系，预计每年可吸收二氧化碳约1200吨，相当于园区年碳排放量的18%；同时，应用陡坡绿化技术打造屋顶花园，花期覆盖率达85%（5月峰值），实现夏季降温3-5℃，通过降低室内空调实际使用从而减少空调能耗，兼顾生态价值与运营节能。

### **2. 节能减排**

公司成立了节能减排管理机构，贯彻执行国家、地方、行业主管部门有关节能方针政策、法规、标准，组织并领导相关部门制定节能方针、节能目标和各项节能管理措施。

#### **（1）室内温控**

公司积极响应ESG“气候行动”目标，在空调系统运行管理中制定了差异化的节能运行策略，在保障办公舒适度的前提下，最大限度降低能源消耗，如温

度分区管理、精准启停控制、区域按需开启，同时通过定期清洗滤网、异常温度检测等维护手段保障设备高效运行，实现节能降耗与舒适运营的平衡。

## （2）合理用电

公司园区公共区域全面布设声控感应系统控制，有效降低公共能耗；办公区域设计理念以自然光优先，配备节能 LED 灯，宿舍区严格执行“人离灯灭”制度，每日安排专人在办公区、户外、健身房等地开展日常巡视，及时关闭闲置照明及空调设备，杜绝能源浪费。

## （3）绿色办公

公司优先采购绿色电子设备。针对公司空调、照明等用电设备优先采购低能耗设备，制定使用要求；在采购家具板材时，优先选用符合国家环保要求的、以再生木材为原材的型材。公司与专业电子废弃物回收/处置供应商签约合作，将报废的资产、硬盘及电子组件等电子废弃物，交由第三方处理，确保处理过程符合国家及上海环保法律法规要求。2025 年产生电子废弃物 826.75 千克，同比 2024 年下降 61.25%。

公司在采购纸制品时，优先选用 FSC Mix 认证的复印纸办公用纸，将办公打印设备产生的废弃文件，统一交由有资质的政府企业进行回收处置。2025 年，公司通过优化流程、推广线上审批，减少了日常运营过程中因审批、报销、档案管理等环节所产生的不必要的纸张使用，提倡无纸化工作节能。全年用纸量同比 2024 年下降了 22.26%，减少了 414 千克碳排放，相当于约 23 棵树一整年的碳吸收量。

同时，公司提倡员工使用四分类垃圾桶，引导员工将无害废弃物进行分类。分类后的垃圾定期清运，由物业统一交由市政垃圾处理单位进行回收无害化处理。

## （4）低碳出行

为倡导绿色出行与低碳运营，公司全面采用纯电动大巴作为员工通勤车辆，共计投入 13 辆，年均往返发车 99,528 次，全年里程数 293,377 公里，节约碳排放 60 吨，相当于约 3,333 棵树一整年的碳吸收量。同时，园区内配套设置新能源车专用停车位，倡导员工选择电动及新能源车出行。

### 3. 环境保护

#### (1) 环境水质管理

公司紧扣国家“双碳”战略及 ESG 治理要求，依托园区水系自循环特性，通过水泵将水体提升至湿地，利用湿地过滤、水生植物吸收以及鱼虾等生物的协同作用，构建了自我循环的生态净化系统。系统运行后，园区水质稳定达到国家地表水Ⅲ类标准，水体透明度超过 50 厘米。有效削减了污染负荷、打造湖泊生态功能，提升了生物多样性与园区生态环境品质。

公司还制定了《园区水系污染防控预案》，明确暴雨径流拦截、藻类爆发处理流程，定期演练生态修复技术（如曝气增氧、生物药剂应急投放），全面保障园区水系生态安全稳定。

#### (2) 用水管理

公司在日常运营管理中践行资源节约理念，树立员工节约用水意识。2025 年，通过内部精细化管理，公司全年人均饮用水使用量同比 2024 年下降 2.17%。

公司通过安装节能减排设备、推行绿色办公、提升环保意识，进一步降低能源与水资源使用，努力实现人、资源、环境的协调可持续发展。2025 年，公司全年自来水使用量为 67,271 吨，同比 2024 年下降 7.49%。

未来，公司将持续开展绿色运营管理培训，不断增强员工在节能、节水及资源循环利用的相关意识，公司将持续以“创造共享价值”为使命，通过 ESG 管理赋能企业高质量发展，让每一寸空间承载生态智慧，让每一份资源激发社会效益，让每一次决策彰显治理担当。

### 五、未来展望

2026 年，公司将持续以党建为引领，深化党建与企业经营发展深度融合，凝聚发展合力，以高质量党建引领公司高质量发展。同时，公司将坚守上市公司社会责任初心，在深耕互联网文化娱乐领域的同时，以数字化赋能传统文化传承，打造兼具文化内涵与社会价值的精品内容；持续完善公司治理体系，切实保障股东、员工、供应商、客户及消费者的合法权益；坚持绿色低碳发展，持续深化生

态环境保护与资源循环利用，践行 ESG 治理要求；积极投身公益事业，传递企业温暖，推动经济效益与社会效益协同发展。

巨人网络集团股份有限公司

董 事 会

2026 年 4 月 27 日