



分众传媒

2025年度可持续发展报告

Focus Media Information Technology Co., Ltd.
Sustainability Report 2025

目录

CONTENTS

编制说明	-- 01
董事长致辞	-- 03
关键绩效	-- 05

01 走进分众

公司基本信息	-- 09
2025大事记	-- 11
2025分众荣誉	-- 13

04 社会篇

投身社会公益，助力乡村振兴	-- 29
深耕主业发展，推进产业升级	-- 33
推进数智变革，赋能公司生态	-- 39
加强投关管理，回报股东信任	-- 43
增进员工福祉，构建共生职场	-- 45
优化采购管理，促进协同发展	-- 53
筑牢安全防线，守护网络安全	-- 57

02 可持续发展管理

议题重要性评估	-- 17
ESG治理安排	-- 19

05 治理篇

明晰治理架构，规范公司治理	-- 61
深化党业融合，引领发展方向	-- 67
提升信披质效，筑牢信任根基	-- 68
强化内部审计，健全风险管理	-- 69
规范税务管理，严守合规底线	-- 71
加强廉洁建设，营造清风正气	-- 73

03 环境篇

恪守法规底线，明确绿色方针	-- 23
倡导环保理念，勾勒绿色图景	-- 24
推行绿色运营，打造绿色生态	-- 26

06 附录

指标索引表	-- 75
意见反馈表	-- 77



编制说明

本报告是分众传媒信息技术股份有限公司（“分众传媒”“公司”或“我们”）发布的2025年度可持续发展报告。本报告从环境、社会及公司治理三个方面阐述了公司的可持续发展理念、管理、实践和成效，旨在与利益相关方进行坦诚沟通，系统地回应各方关注的可持续发展议题。

报告范围

本报告的报告范围与公司年度财务报告合并报表范围保持一致。

报告期间

本报告的时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日，为增强报告完整性，部分内容时间范围适当进行延伸。

短中长期说明

本报告中“短期”“中期”和“长期”的定义如下：

短期：指公司可持续发展报告期结束后1年以内（含1年）。

中期：指公司可持续发展报告期结束后1年至5年（含5年）。

长期：指公司可持续发展报告期结束后超过5年。

数据说明

本报告的信息和数据主要来源于公司经审计的年度报告、公司内部相关数据收集、统计报告、公开资料，以及权威媒体发布信息。所有数据的最终解释权归公司所有。

本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

编制依据

深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号—可持续发展报告（试行）》

深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》

全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准（GRI Standards）》

中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南（CASS—ESG 6.0）》

联合国可持续发展目标（SDGs）

可持续发展会计准则委员会SASB准则

编制原则

◎**重要性**：公司识别出投资者等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，同时关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。重要性议题的分析过程及结果详见本报告“重要性议题的识别与披露”章节。同时，本报告对环境、社会和公司治理方面可能对投资人及其他相关方产生重要影响的事项进行重点汇报。

◎**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。

公司董事会对报告的内容进行保证，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

◎**时效性**：本报告的报告主体和期间与年度财务报告保持一致。本报告的时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日，为增强报告完整性，部分内容的时间范围适当进行延伸。

◎**平衡性**：本报告内容反映客观事实，对涉及公司正面、负面的信息均客观真实反映，不存在选择性披露的情形，在报告期内未发现应当披露而未披露的负面事件。

◎**完整性**：本报告披露范围与公司合并财务报表范围保持一致，不与依法披露的信息相冲突。

◎**清晰性**：本报告以简体中文发布，本报告中包含图表等信息，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GRI索引表。

◎**可验证性**：本报告采用公认的国际、国家、行业或地方标准等规范要求的术语、单位和计量方法，且数据的测量与计算方法保持前后一致，便于对披露主体不同时期的量化数据和信息进行比较以及对不同披露主体的信息进行比较。

◎**量化性**：公司尽力提高可持续发展相关数据收集、核算与分析的信息化、数字化水平，增强所披露数据的可靠性与可比性，提高可持续发展信息披露质量。

确认及批准

本报告于2026年4月27日获公司董事会批准，并与年报同期发布。董事会承诺对报告内容进行监督，并确保其不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对内容真实性、准确性和完整性负责。

报告获取

巨潮资讯网 <http://www.cninfo.com.cn>

分众传媒官网 <https://www.focusmedia.cn>

董事长致辞



2025年是“十四五”规划的收官之年，中国经济于时代浪潮中厚积薄发，数字与实体深度融合的发展新篇徐徐展开。时代向前，初心恒守，分众传媒始终与国家发展同频、与社会前行同向，将企业社会责任深植发展内核，在履责笃行中坚定诠释企业公民的使命与担当。

履责之道，在于与产业共生，与品牌同行。2025年，分众传媒紧扣“品牌强国战略”导向，以“高触达、高关注、高频次、高完播”的核心媒体价值为基石，持续以专业能力助力中国品牌破局生长。作为全球领先的户外媒体集团，分众在超4亿中国城市主流人群每天必经的核心生活空间形成强效触达，成为品牌成长的“助推器”；作为推动消费市场活力的有机力量，分众亦持续以创新赋能，撬动城市消费潜能。从传统广告传播到数智化全链路方案解决，分众通过自身不断的迭代升级，以强化品牌定位赋能、优化渠道对接效率、完善广告投放效果评估体系等举措，切实助力品牌建立起广泛的社会共识，撬动业绩长期增长。

创新之为，在于拥抱时代浪潮，赋能行业升级。2025年，AI新技术浪潮加速席卷，分众传媒全力精进数字化、智能化营销能力，从典型线下中心化媒体向领先的数字户外媒体持续进阶。分众已实现行业领先的“可精准、可归因、可互动、可优化”的数智化综合服务能力，通过人群画像精准分析的“千楼千面”、广告效果的独立归因与权重归因分析、NFC互动将线下流量线上化、根据测试建设DSP和智能优化投放等维度，高效提升服务效率；更与支付宝联合推出“电梯碰一下”创新商业生态，将百万屏幕升级为智能互动终端，创造可量化的线下到线上互动价值，以数智化赋能民生场景，为消费市场注入持久动能。

开放之远，在于践行“走出去”战略，架起全球桥梁。作为中国媒体，分众始终致力陪伴中国品牌出海，构筑起国牌出海基建者角色，打好国牌出海的“前哨战”与“阵地战”。2025年，商务部《企业境外履行社会责任工作指引》为中国企业出海指明方向，分众进一步推进海外布局，将二十余年的行业经验与运营能力与国牌出海深度协同，持续助力中国企业走向世界舞台，也架起全球品牌交流互鉴的桥梁。

初心之暖，在于坚守公益本心，传递正向价值。分众传媒始终相信，企业的价值不仅在于创造商业效益，更在于为社会带来温暖与力量。2025年，分众持续深耕教育赋能、孤贫大病儿童救助、前沿科学、创意文化等公益领域，“让公益成为生活的一部分”的初心不断落地生根。作为上市公司，分众亦始终以股东利益为出发点，统筹业绩增长与股东回报的平衡，优化分红节奏，以稳健的经营发展积极回报投资者，践行对市场的责任与承诺。

守正笃实，久久为功。2026年，国家“十五五”规划已然启幕，站在新的历史起点，分众传媒深知使命在肩。未来，分众将继续坚守企业社会责任，以技术创新驱动发展，以专业能力赋能产业，以公益行动温暖社会，以开放姿态拥抱世界，在与国家发展、时代进步的同频共振中，创造更大的经济价值与社会价值，与万千企业携手同行，共赴高质量发展的新征程！

分众传媒董事长、总裁、首席执行官
江南春

关键绩效

·经济绩效·

营业收入：**127.59** 亿元

加权平均净资产收益率：**18.28%**

归属于上市公司股东的净利润：**29.46** 亿元

归属于上市公司股东的净资产：**142.49** 亿元

基本每股收益：**0.2040** 元/股

总资产：**202.15** 亿元

·社会绩效·

纳税额：**16.21** 亿元

研发投入：**5314.39** 万元

员工总数：**5084** 人

现金分红：**14.44** 亿元（中期）

7.22 亿元（第三季度）

研发人员数：**115** 人

27.44 亿元（年度）

·治理绩效·

董事会成员人数：**7** 人

股东会召开次数：**3** 次

独立董事人数：**3** 人

董事会召开次数：**11** 次

职工董事人数：**1** 人

专业委员会召开次数：**19** 次

业绩交流会召开次数：**3** 次

开展内部审计工作：**6** 项

2024-2025年度，公司信息披露工作被深圳证券交易所评定为 **A** 级



走进分众

FOCUS 分众
Media 传媒

01

公司基本信息 | 2025大事记 | 2025分众荣誉

公司基本信息

公司简介

分众传媒信息技术股份有限公司（证券简称：分众传媒，证券代码：002027.SZ）诞生于2003年，目前注册资本为144.42亿元；分众传媒构建了国内最大的城市生活圈媒体网络。公司当前的主营业务为生活圈媒体的开发和运营，主要产品为楼宇媒体（主要包括电梯电视媒体和电梯海报媒体等）和影院银幕广告媒体等，覆盖城市主流消费人群的工作场景、生活场景、娱乐场景和消费场景，并相互整合成为生活圈媒体网络。公司目前已覆盖超4亿中国城市主流人群，逐渐发展为贴近消费者生活的核心媒体平台，成为消费者生活的重要组成部分。

企业文化

经营理念

做一个有社会责任的企业，服务于员工、服务于投资人、服务于社会

发展使命

始终致力于成为中国企业走产品创新和品牌打造之路的助推者；坚持与客户共创，助力中国品牌持续高成长；助推成就更多百亿、千亿市值的中国品牌，助推更多的中国品牌出海

价值观

激情——时刻以创业者的心态、最大热情地投入工作和事业，这是分众人的初心，亦是持之以恒的坚守，挫折、逆境、失败、委屈是成长的阶梯，激情、勇气、坚持、敬业是不变的态度。

规范——靠制度规范，依系统创造，通过管理制度中的公平、公正、透明，激发每一个分众人的积极性和潜能，令每一位勤于奉献的分众人都成为分众前进的动力。

诚信——诚实为人处世的基础，信任是人与人之间沟通的基础，待人以诚，与人以信，从客户的立场去思考问题，以信任的心态协作同事，诚信是创造和谐氛围、步入良性循环的密钥。

共赢——对内包容、协作、分享，对外以服务的精神做人、做事，追求个人与公司客户的共同成长，树立“服务至上”的理念，最终实现媒体价值、社会效益、员工成长与客户利益的和谐共赢。

产品介绍



2025大事记

2025年3月

“2025福布斯中国行业发展领创者评选”各项榜单隆重发布，分众传媒凭借卓越的领导力及杰出的行业成就，荣膺“2025福布斯中国行业发展影响力机构”殊荣。

2025年4月

北京分众传媒公益基金会携手上海纽约大学教育发展基金会正式启动“分众传媒全球人才奖助学金”项目，捐赠启动仪式在上海纽约大学前滩校园举行，双方将在人才培养、实习就业、国际交流等领域开展深度合作，共同培育具有全球竞争力的新时代人才。

2025年6月

上海发布服务企业“走出去”专业机构名单首批6户广告企业，为“中国制造”等实体经济开展海外广告宣传做好服务支撑，推动上海广告业高质量发展，分众传媒上榜。

2025年8月

分众传媒和支付宝在上海举行“一‘碰’即发——百万电梯、千亿流量、万亿商机，碰见商业新入口”主题发布会，共同开启以创新模式共同打造的电梯场景“碰一下，抢红包”全新生态。

2025年11月

分众传媒在上海召开“品牌反内卷，价值再升维——2025年品牌高峰论坛”，邀请知名企业家代表共探新格局下品牌实现价值跃迁的致胜之道。

2025年4月

在前程无忧主办的“人才向上、共筑未来”2025人力资源管理杰出奖颁奖盛典暨高峰论坛中，分众传媒荣获“2025年杰出雇主奖”，这是分众传媒继2023年、2024年后连续三年获得“杰出雇主”荣誉。

2025年5月

Extel《原机构投资者杂志》公布了“2025年度亚洲最佳管理团队”评选榜单，分众传媒再度赢得“All-Asia Most Honored Company”（亚洲区最受尊崇企业）及“All-Asia Best Company Board”（亚洲区最佳董事会）等8项荣誉。

2025年7月

2025福布斯中国最佳CEO榜单正式发布，分众传媒董事长兼CEO江南春凭借卓越的领导能力和杰出的商业成就荣耀登榜。

2025年10月

第32届中国国际广告节在北京闭幕，分众传媒凭借在品牌建设领域的积极贡献，荣获“2025年度广告主金伙伴百强”称号。

2025年12月

备受业界瞩目的艾菲国际盛典在崇礼·阿那亚盛大举行，分众传媒凭借卓越的媒体实力与创新实践，获得“2025艾菲年度户外媒体”大奖。

2025分众荣誉



分众传媒荣获《机构投资者》“2025年亚洲区最佳企业管理团队”综合票选/买方票选



2025年3月 2025福布斯中国行业发展影响力机构

2025年3月，“2025福布斯中国行业发展领创者评选”各项榜单隆重发布。作为全球领先的户外媒体集团，分众传媒凭借卓越的领导力及杰出的行业成就，荣膺“2025福布斯中国行业发展影响力机构”殊荣。

2025年4月 人力资源管理杰出奖 杰出雇主

2025年4月，在前程无忧主办的“人才向上、共筑未来”2025人力资源管理杰出奖颁奖盛典暨高峰论坛中，分众传媒荣获“2025年杰出雇主奖”，继2023年、2024年后连续三年获得“杰出雇主”荣誉。

2025年5月 “2025年度亚洲最受尊崇企业”等多项大奖

2025年5月，Extel《原机构投资者杂志》公布了“2025年度亚洲最佳管理团队”评选榜单。分众传媒凭借卓越的专业实力从18个行业共1668家上市公司的激烈角逐中脱颖而出，再度赢得“All-Asia Most Honored Company”（亚洲区最受尊崇企业）及“All-Asia Best Company Board”（亚洲区最佳董事会）等8项荣誉。

2025年7月 江南春荣登2025福布斯中国最佳CEO榜单

2025年7月，2025福布斯中国最佳CEO榜单正式发布，分众传媒董事长兼CEO江南春凭借卓越的领导能力和杰出的商业成就荣耀登榜。

2025年10月 第32届中国国际广告节 2025年度广告主金伙伴百强

2025年10月，第32届中国国际广告节在北京闭幕，分众传媒凭借在品牌建设领域的积极贡献，荣获“2025年度广告主金伙伴百强”称号。

2025年12月 “2025艾菲年度户外媒体”大奖

2025年12月10日至12日，备受业界瞩目的艾菲国际盛典在崇礼·阿那亚盛大举行。分众传媒凭借卓越的媒体实力与创新实践，获得“2025艾菲年度户外媒体”大奖。



可持续发展管理

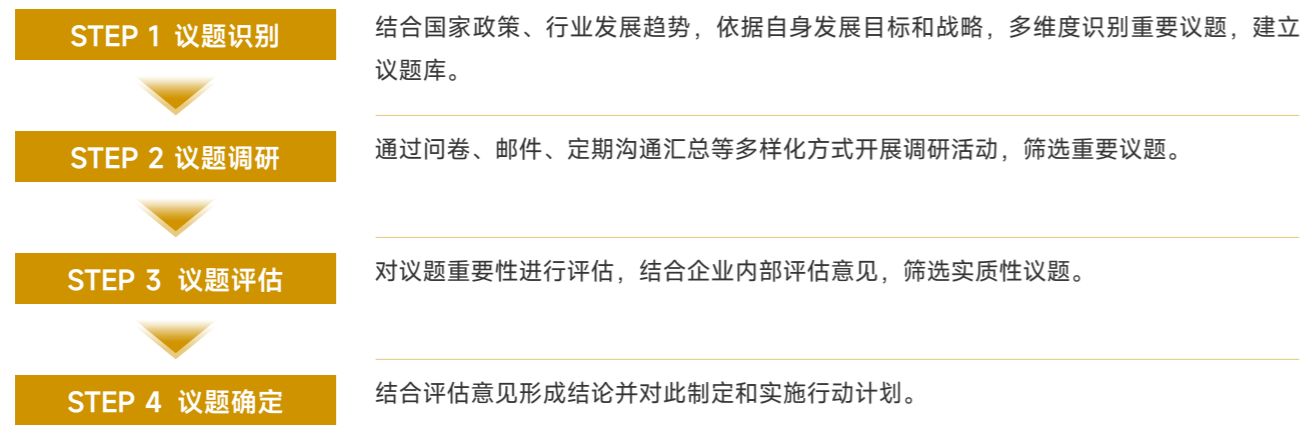
02

议题重要性评估 | ESG治理安排

议题重要性评估

评估流程与方法

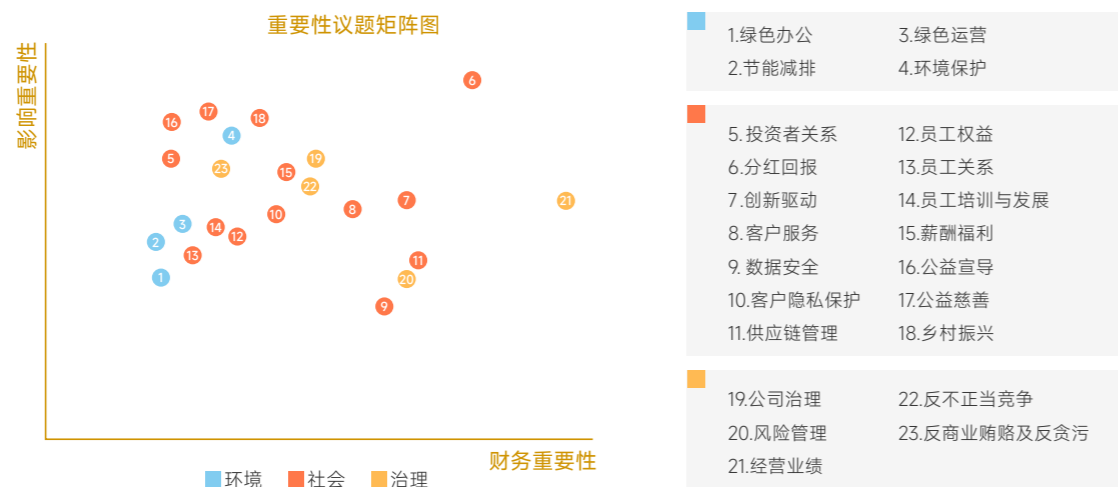
公司参考《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》《GRI3：重大主题》等国内外披露标准的评估方法，结合行业发展要求及公司实际经营情况，开展对重要性议题的识别、调研、评估、确定工作，明确对公司和利益相关方的重要议题，并对相关议题进行归纳总结。



利益相关方沟通

公司始终保持开放透明的沟通理念，致力于构建与各利益相关方的良性互动机制。2025年，公司就外部环境、公司现况等与利益相关方保持常态化沟通，积极获取各利益相关方对公司有关环境、社会和公司治理方面的意见，并积极响应多元利益相关方的期待。（见右图）

评估结果



利益相关方	关注议题	沟通方式和渠道
政府及监督机构	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 风险管理 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争 	<ul style="list-style-type: none"> 政府会议 证券监管机构会议 信息披露 调研问卷
股东及投资者	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 经营业绩 投资者关系 分红回报 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 股东会 业绩说明会 投资和沟通平台 公司官网及邮箱 公司投资者热线
客户	<ul style="list-style-type: none"> 创新驱动 客户服务 数据安全 客户隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 400客服部 客户行业交流会 客户实地考察 隐私保护措施
供应商及合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 商业道德 供应链管理 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商培训及交流 战略合作沟通
员工	<ul style="list-style-type: none"> 员工权益 员工关怀 员工发展 薪酬福利 社会贡献 	<ul style="list-style-type: none"> 职工代表大会 问卷调查 员工活动 员工培训 电子邮箱
社会公众	<ul style="list-style-type: none"> 社会贡献 乡村振兴 	<ul style="list-style-type: none"> 社区服务活动 公益活动 投资者教育和保护宣传 志愿服务 媒体宣传
环境	<ul style="list-style-type: none"> 绿色办公 节能减排 绿色经营 环境保护 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 环保宣传活动

ESG治理安排

可持续发展工作管理架构

●决策层

◎董事会

※负责审议和批准公司关于可持续发展相关制度；

※审定公司的可持续发展相关报告。

◎董事会战略与可持续发展委员会

※负责对公司可持续发展领域包括但不限于健康与安全、社区关系、环境、人权与反腐的相关政策进行研究并提出建议，确保公司在关系全球可持续发展议题的立场及表现符合时代和国际标准；

※负责对公司可持续发展，以及环境、社会及管治（ESG）等相关事项的现状进行分析、评估风险，提出可持续发展的制度、战略与目标，并对实施进展进行监督和检查；

※审阅公司可持续发展、ESG事项相关报告，并向董事会汇报。

●管理层

◎可持续发展管理小组

※统筹推进和落实公司可持续发展相关工作；

※指导可持续发展工作的日常开展及可持续发展报告的编制工作；

※研究重要性议题，了解利益相关方的诉求、意见和建议。

●执行层

◎各职能部门、各子公司

※负责按照公司整体规划，落实可持续发展工作任务并定期汇报执行情况。

指标	单位	2024年	2025年
全员科普类可持续发展培训	次	12	12
专业赋能类可持续发展培训	次	2	2

可持续发展能力建设和培训情况

公司高度重视可持续发展理念的体系化培育与全员普及，将可持续发展能力建设作为提升企业长期竞争力的核心抓手。2025年，公司构建了分层分类的可持续发展培训体系，确保可持续发展战略从高层共识转化为全员行动。

●全员科普类可持续发展培训

主要面向全体员工，重点普及可持续发展的基本概念、企业可持续发展战略、ESG核心理念及公司年度可持续发展重点工作。通过多种形式，帮助员工理解可持续发展对企业发展的重要意义，培育绿色办公、低碳生活、社会责任等意识。

●专业赋能类可持续发展培训

主要面向可持续发展工作小组及相关业务部门，开展专业化、系统化的能力培训。内容涵盖ESG信息披露标准、绿色供应链管理、利益相关方沟通技巧，帮助相关人员了解可持续发展方面最新法律法规，掌握可持续发展的评估方法和监管要求，提升相关人员专业水平。





环境篇

03

恪守法规底线，明确绿色方针 | 倡导环保理念，勾勒绿色图景 | 推行绿色运营，打造绿色生态

恪守法规底线，明确绿色方针

公司始终坚持将环境管理作为企业治理的重要内容，以法规为遵循、以责任为驱动，系统推进环境管理工作的规范化与常态化。

严守法规底线，筑牢合规根基

环境合规是企业生存发展的基本前提。在经营活动中，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》等国家法律法规，以及运营所在地的地方性环保规章。公司未被列入环境信息依法披露企业名单，但我们始终以负责任的态度对待环境管理，确保各项经营活动在法律框架内规范运行。公司定期关注环保法规的更新动态，通过内部传达和简要培训，认真落实环境管理责任。报告期内，公司未发生重大环境事故。

明确绿色方针，压实管理责任

公司将绿色发展理念融入日常管理，确立了“守法合规、节约资源、全员参与、持续改进”的环境管理方针。在这一方针指导下，公司明确了各部门在环境管理中的职责分工：行政部门负责办公场所的节能管理，运营部门负责媒体设备的规范操作，采购部门关注产品的环保属性。公司要求各岗位员工在日常工作中自觉履行环保责任，通过制度约束和日常监督，将环境管理从抽象的理念转化为具体的行为。

坚持闭环管理，提升环保意识

公司注重环境管理工作的闭环管理。公司会不定期对环保法规遵守情况进行回顾总结，识别存在的不足和改进方向。对于员工反映的环境管理问题，公司及时响应并采取整改措施。对于节能降耗方面的良好实践，公司在内部进行分享推广，促进各部门相互学习，不断增强员工的环保意识。



倡导环保理念，勾勒绿色图景

公司坚信环境保护的根基在于人心的改变，唯有将绿色理念内化为员工的价值观，才能真正实现可持续发展。为此，公司持续投入资源，通过多种形式和渠道，在全体员工中广泛倡导环保理念，努力构建绿色、低碳、节约的企业文化。



传播环保理念，培养环保自觉

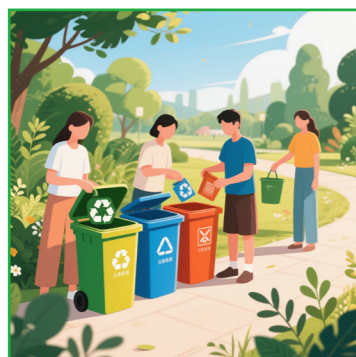
公司充分利用内部宣传平台，定期发布环保知识、节能技巧、绿色生活指南等内容，贴近员工日常工作和生活实际，以通俗易懂的语言和生动的案例，向员工传递“环保无小事、节约在身边”的理念。公司还结合世界环境日、地球一小时等重要时间节点，开展主题宣传活动，通过海报、视频、线上互动等形式，营造浓厚的环保氛围。通过这些持续不断的宣传教育，环保理念逐渐融入员工的日常思维，成为指导其行为的内在准则。

公司将环保要求细化为具体的行为规范，纳入员工日常行为准则。例如，在办公区域，公司倡导“人走灯灭、人走机关”，要求员工在离开座位时关闭电脑显示器、在离开办公室时关闭照明和空调；在文件打印方面，倡导双面打印、废纸再利用，非必要不打印；在水电使用方面，倡导节约用水、随手关水龙头，减少长流水现象。公司还鼓励员工自带水杯，减少一次性纸杯的使用；鼓励使用可重复利用的餐具，减少一次性餐盒的消耗。

倡导绿色出行，增强环保意识

公司积极推动低碳交通方式的普及，努力培育绿色出行新风尚。针对员工通勤，公司鼓励优先选择地铁、公交等公共交通工具，并在有条件的情况下组织班车服务，减少私家车使用。针对公务出行，公司倡导“能线上不线下、能视频不现场”的原则，通过视频会议、电话会议等方式替代部分实地差旅，既提高了工作效率，又减少了交通碳排放。对于必需的公务用车，公司建立严格的车辆管理制度，合理安排出行路线，避免无效行驶和空驶。





推行分类节约，优化资源利用

公司积极响应国家和地方垃圾分类政策，在办公区域全面推行垃圾分类。公司设置分类垃圾桶，并张贴清晰的分类指引，帮助员工正确区分可回收物、有害垃圾等。公司定期组织垃圾分类知识培训，解答员工在实际分类中遇到的问题，提高分类准确率。对于可回收物，公司安排专人收集并交由专业回收机构处理，实现资源的循环利用；对于有害垃圾，严格按照规定进行单独存放和合规处置，防止环境污染。

公司大力推行无纸化办公，将信息技术手段应用于日常管理中。内部审批、信息发布、文档流转等环节均通过电子化平台完成，大幅减少了纸张、墨盒等耗材的使用。公司还鼓励员工在日常沟通中使用即时通讯工具和电子邮件，减少纸质便笺和打印文件。对于必须打印的文件，公司倡导双面打印和废纸再利用，并在打印机旁设置废纸回收箱方便员工取用。通过这些措施，公司在提高办公效率的同时，显著降低办公活动的资源消耗和环境足迹。

通过持续的理念倡导和行为引导，公司逐步在员工中培育起“节约光荣、浪费可耻”的价值导向，形成了“人人讲环保、处处见行动”的良好氛围。环保不再是挂在墙上的口号，而是融入日常、化为习惯的行动自觉。未来，公司将继续深化环保理念的传播，探索更多创新形式，让绿色成为分众最鲜明的底色。



推行绿色运营，打造绿色生态

绿色运营是实现可持续发展的关键路径。我们以全链条管理为思路，从采购、运营到回收各环节持续探索绿色实践，努力构建与环境和谐共生的发展生态。

推行绿色采购，严控源头质量

公司贯彻落实国家环境保护相关法律法规，在设备及物资采购过程中，关注产品的环保属性。在数字媒体终端设备的选择上，公司倾向于采购符合国家能效标准、具备节能特性的产品型号，优先考虑在同类产品中能耗较低、散热较好的设备。对于日常办公所需物资，如纸张、墨盒、照明灯具等，公司也关注其环保认证情况，在同等条件下优先选择再生纸、环保墨盒、节能灯具等绿色产品。在供应商合作方面，公司倡导供应商遵守环保法规，鼓励其生产过程中减少污染排放、提高资源利用效率。公司根据产品环保性能、供应商环保资质等因素进行综合评估，逐步推动采购行为的绿色化。未来，公司将探索建立更加系统化的绿色采购机制，从源头减少经营活动对环境的影响。

实施智能运营，降低能源消耗

在设备运营端，公司通过技术创新和管理优化相结合的方式，在保障服务质量的同时，持续推动节能降耗。公司对媒体终端设备加装智能控制系统，实现设备的定时开关，避免无效能耗。运营部门在日常巡检中会关注设备的运行状态，对异常的设备及时报修或更换，确保设备在正常工况下运行。未来，公司将继续探索节能降耗的技术手段和管理方法，逐步提升运营环节的能源利用效率。

开展绿色回收，促进循环利用

公司在力所能及的范围内践行循环经济理念，努力实现资源的有效利用和废弃物的减量化处理。在设备回收端，公司建立了基本的回收处置流程，努力减少废弃物对环境的负面影响。对于达到使用寿命或因故障无法修复的媒体终端设备，公司优先评估其电子配件的再利用价值。对于尚有使用价值的零部件，如屏幕模组、控制板、电源模块等，通过专业渠道进行分类回收和检测，部分配件经维修后可重新投入使用，延长了电子产品的生命周期。在办公及印刷物料方面，公司倡导员工参与废弃物分类回收，对办公废纸、废墨盒、废电池等进行分类投放，确保可回收物得到有效利用。废纸通过回收渠道进行再加工利用，废墨盒、废电池等危险废物则交由专业机构合规处置。对于海报等印刷品，公司鼓励使用环保材料和绿色印刷工艺，减少有害物质的使用。未来，公司将持续完善绿色回收机制，推动运营活动的环境友好化。



社会篇

04

投身社会公益，助力乡村振兴 | 深耕主业发展，推进产业升级 | 推进数智变革，赋能公司生态 | 加强投关管理，回报股东信任
增进员工福祉，构建共生职场 | 优化采购管理，促进协同发展 | 筑牢安全防线，守护网络安全

投身社会公益，助力乡村振兴

2025年，公司继续秉持“让公益成为生活的一部分”的初心，在儿童救护、科学教育、济困助学、公益传播、乡村文化等多个领域深耕细作。我们相信，公益不是锦上添花的点缀，而是企业与社会之间最朴素、最坚实的连接。这一年，我们让善意从上海走向云南，从城市走向乡村，从屏幕走向人心。

>>>众仁儿童救护项目

项目始终坚守“为困境儿童提供专业救护与精准帮扶”的使命，本年度开展了70例个案服务，服务地域持续拓展，从北京密云区延伸至大兴区、延庆区，并首次在云南省昭通市绥江县、彝良县、鲁甸县落地，填补了当地专业儿童救护服务的空白，全年累计为受助儿童提供1095.45小时专业服务，让专业帮扶理念与方法惠及更多困境儿童。同时项目为社工提供合计413.5小时的督导支持，并在线下服务场所“儿童之家”累计为北京密云地区儿童提供21场活动，受益379人次。



>>>众智科学启蒙项目

项目围绕“助力低资源地区科技教育普惠”的核心目标，持续按照“师训 - 课程 - 平台 - 资源”四位一体的模式支持县域编程教学的实施。截至2025年12月31日，项目累计支持1158所学校的2132名教师（以中西部为主），并为其中的1954名教师提供系统的培训，支持了492人次教师参与专业认证（通过率97%）。三年来，项目教师累计开展图形化编程教学14848节，覆盖9.6万人次学生；共开展科普公开课和学生编程活动13场，合计覆盖4.3万人次学生。



2025年3月31日，由《公益时报》社主办的第九届中国公益年会在北京举行，分众公益基金会的“众为数字人才培养计划”公益项目因其在项目影响力、创新与领导力、推动行业发展、可持续性以及社会责任方面表现突出、积极行动，入选2024中国公益年度记录。

>>>众爱济困助学项目

项目聚焦高校学子学业支持需求，通过奖学金、助学金形式精准帮扶，同时不断深化与受助院校的合作，拓展服务维度，实现帮扶的连续性与实效性。

在华东师范大学，分众公益基金会设立的“分众奖学金”持续发力，本年度支持汉语言文学专业38名本科生和其他院系62名研究生，共计100名学生，每人每年奖励5000元，总资助金额50万元，为优秀学子缓解学业经济压力，助力其专注学术研究与个人成长。

在上海纽约大学，“分众传媒全球人才奖助学金”项目稳步推进，本年度共资助19名学生，其中1人获一等奖学金，8人获二等奖学金，10人获得助学金，切实发挥了助力全球优秀人才培养的作用。

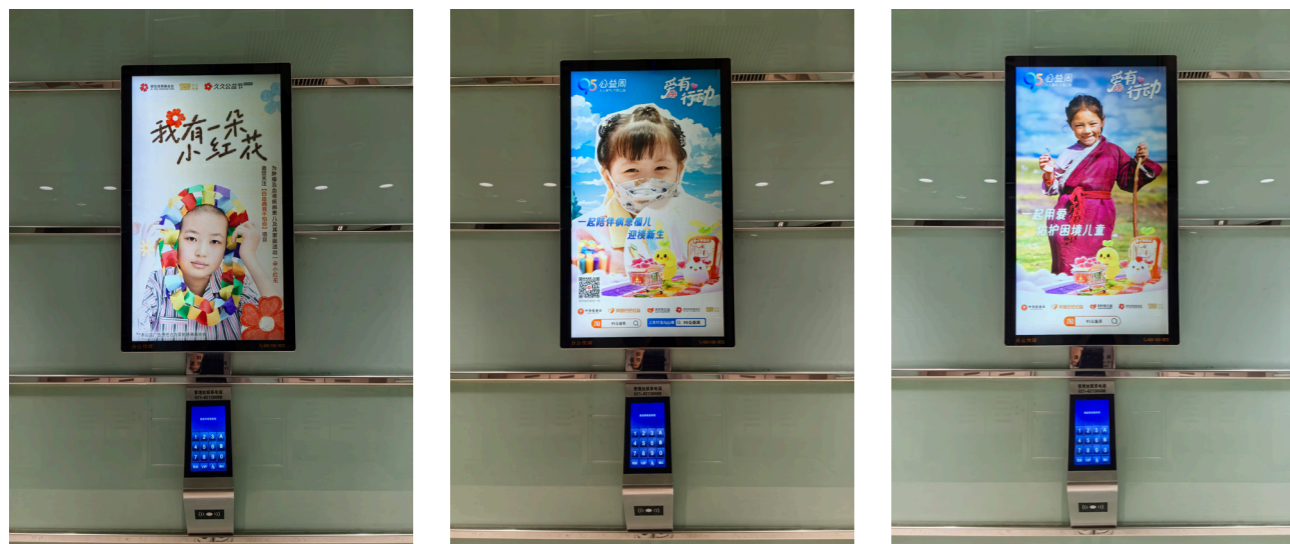
>>>众合公益传播项目

项目秉持“为公益组织放大品牌影响力”的使命，依托分众传媒资源优势，开展主题宣传活动，同时积极探索传播模式创新，推动公益价值与社会价值深度融合。

为庆祝中国共产党成立104周年，中共北京市社会服务领域基金会第二联合委员会与分众公益基金会联合制作“党员风采”公益宣传视频，于2025年6月底开始在分众传媒的电梯媒体上播放，展示广大党员甘于奉献、乐于助人、为党争光的优秀品质。

2025年六一儿童节、95公益周、99公益日期间，分众传媒携手爱佑慈善基金会、阿里巴巴公益、腾讯公益、字节跳动公益、支付宝公益、哔哩哔哩公益等公益平台，通过旗下电梯媒体联合传播困境儿童救助项目，带动和引导更多社会力量关注儿童公益事业。

2025年中华慈善日期间，分众公益基金会与中华慈善总会携手，在北京、上海、广州等10个城市的数万块分众屏幕上开展主题宣传，传递“共创美好生活，汇聚向善力量”的公益理念，覆盖海量受众，以提升对公益事业的社会关注度。



>>>天堂电影院公益共建项目

“天堂电影院”公益共建项目由分众传媒集团旗下分众晶视电影传媒发起，以面向乡村的电影公益放映为主要形式，并包含一系列助学助农举措的持续性公益行动。旨在发挥企业的社会责任，以弘扬社会主流文化为使命，关注青少年成长，通过电影艺术促进教育与审美熏陶，并借此增进城乡文化交流，传播地方美誉、助力乡村振兴。

截至2025年底，“天堂电影院”已在全国15个省、市、自治区，构筑起33个持续运转的放映网点。近2000场电影的持续放映，如同一颗颗播撒希望的种子，让超过40万名乡村青少年透过大银幕，触摸到更广阔的世界。

此外，“天堂电影院”系列公益宣传片在分众覆盖全国的影院大银幕上持续播映，形成了广泛的社会认同和普遍影响，让分众作为媒体企业的社会价值在这份持续的公益传播中愈发凸显。

此外，分众传媒一以贯之地积极配合各地政府部门进行各类公益宣传，例如配合上海市政府和上海市发改委，为上海营商环境8.0政策的宣传推广提供了有力支持；配合广东证监局，围绕“5.15全国投资者保护宣传日及防范非法证券期货基金宣传月”进行广泛传播；以及在各城市宣传部、市场监督管理局、广告协会等单位组织的指导下，深入社会生活各个层面进行公益宣传，助力精神文明建设有效推进。

分众传媒始终秉持向善初心，响应党和国家号召，在推动公益慈善事业发展中尽己所能。未来，分众传媒将继续发挥企业资源创造更多社会价值，与全社会携手共赴美好

>>>未来科学大奖

被誉为“中国的诺贝尔奖”的未来科学大奖成立于2016年，是中国大陆第一个由科学家、企业家群体共同发起的民间科学奖项。其中，分众传媒董事长江南春与马化腾（腾讯公司董事会主席兼首席执行官）、丁磊（网易公司创始人、董事局主席兼首席执行官）、王强（真格基金联合创始人、新东方联合创始人）一同捐赠了未来科学大奖“数学与计算机科学奖”，旨在助推中国基础研究以及核心竞争力的长期打造。

作为“数学与计算机科学奖”捐赠人之一，江南春认为，未来科学大奖是由科学家、企业家群体共同发起的民间科学奖项，这是一次很有远见的实践。同时也提供了一个非常好的机会，让科学家走到台前，走进大众的视野，让科学家成为偶像，成为我们和下一代的榜样。



天堂电影院新疆博乐站启动仪式



天堂电影院新疆特克斯站启动仪式

深耕主业发展，推进产业升级

2025年，公司坚持“深耕主业、多元进化”的战略定力，以生活圈媒体为核心阵地，从客户结构、全球布局、能力升级三个维度系统发力，在巩固行业领先地位的同时，为股东、客户和社会创造更大的可持续价值。

媒体类型	行业	2024年		2025年	
		金额 (亿元)	占营业收入比重 (%)	金额 (亿元)	占营业收入比重 (%)
楼宇媒体及其他	日用消费品	72.05	58.76	60.36	47.31
	互联网	11.12	9.07	32.08	25.15
	房产家居	5.38	4.39	3.58	2.80
	娱乐及休闲	5.98	4.88	6.85	5.37
	交通	7.28	5.94	6.34	4.97
	商业及服务	4.71	3.84	4.48	3.51
	通讯	5.41	4.41	3.59	2.82
	杂类	3.80	3.09	3.92	3.05
影院媒体	日用消费品	3.86	3.15	3.29	2.58
	互联网	0.21	0.17	0.34	0.27
	房产家居	0.47	0.39	0.30	0.24
	娱乐及休闲	0.41	0.33	0.32	0.25
	交通	0.93	0.76	0.99	0.78
	商业及服务	0.05	0.04	0.22	0.18
	通讯	0.52	0.42	0.84	0.66
	杂类	0.44	0.36	0.08	0.06

优化客户结构，厚植品牌口碑

公司将客户结构优化与品牌口碑积累作为战略支点，持续巩固竞争优势，驱动高质量增长。公司长期服务于大量大型、优质客户，特别是各行业头部企业。这类客户对广告运营商的服务网点、运作系统、行业经验、实战案例、品牌声誉、团队能力及系统支持等均有严苛要求。能够获得其认可并建立长期稳定的合作关系，充分证明了公司的综合竞争实力，也带来了持续稳定的收入来源。与此同时，公司着力推动客户结构多元化与均衡化，目前已广泛覆盖日用消费品、互联网、房产家居、娱乐及休闲、交通、商业及服务、通讯等多个领域。未来，公司将持续挖掘细分行业客户，以更广泛的行业覆盖和更均衡的结构配置，为主业发展注入长效驱动力。

依托多年积累的行业经验和全面的服务能力，公司在业内树立了良好的口碑和较高的品牌知名度。为进一步增强客户信任与粘性，公司持续提升客户服务能力，强化客户品牌定位赋能与渠道对接能力，并联合第三方调研机构、线上营销大数据中台及国内外领先咨询公司，系统化构建了分众广告投放五大评估体系——品牌广告效果调研法、中国三大指数评估法、中台数据评估法、销售量增长评估法、分区不同媒介组合评估法。通过多组合、多维度的精准化数据反馈，向广告主提供透明、专业的投放效果报告。

分众和客户共同见证了中国经济崛起的伟大历程和城市主流消费人群生活方式的转折变迁。分众楼宇广告的变化，如同中国经济发展的晴雨表，透过分众广告，可以充分洞察城市消费升级的风向与趋势。我们坚信，企业的生命力在于与时代脉搏同频共振。未来，将继续以创新为引擎，以进化为常态，在服务中国品牌高质量发展的征程上，书写生活圈媒体的新篇章。



拓展全球布局，服务品牌出海

公司积极响应国家“一带一路”重大倡议，将全球化布局作为产业升级的重要战略方向，持续加大海外市场拓展力度，向世界输出楼宇电梯媒体这一中国原创模式，构筑起国牌出海基建者角色，助推中国品牌走向世界，并成为全球消费品牌传播的助力者。

自2017年以来，公司相继在韩国、新加坡、印度尼西亚、泰国、马来西亚、越南、印度、日本、阿联酋、澳大利亚、巴西等多个海外市场进行布局，并保持健康稳定的正向发展。截至2026年3月31日，境外电梯电视媒体设备约16.7万台，境外电梯海报媒体设备约2.4万个。部分海外市场已实现盈利，成功证明分众模式在海外市场可复制。2025年，公司荣获第二十二届财经风云榜“2024年度中国企业出海先锋榜”，国际社会对分众出海战略的认可度持续提升。

在海外运营中，公司坚持合规经营，尊重当地法律法规和文化习俗，加强本地化团队建设，根据不同国家和地区的文化背景和消费者需求，提供定制化的广告服务，积极探索更具本地化特色的运营模式。公司致力于通过楼宇电梯媒体这一核心场景，服务当地主流人群，推动品牌与消费者的深度连接，实现商业价值与社会价值的有机统一。

公司长期看好海外业务的发展潜力，将持续推进海外市场业务布局，与中国品牌一同成长，共赴高质量发展的新征程。

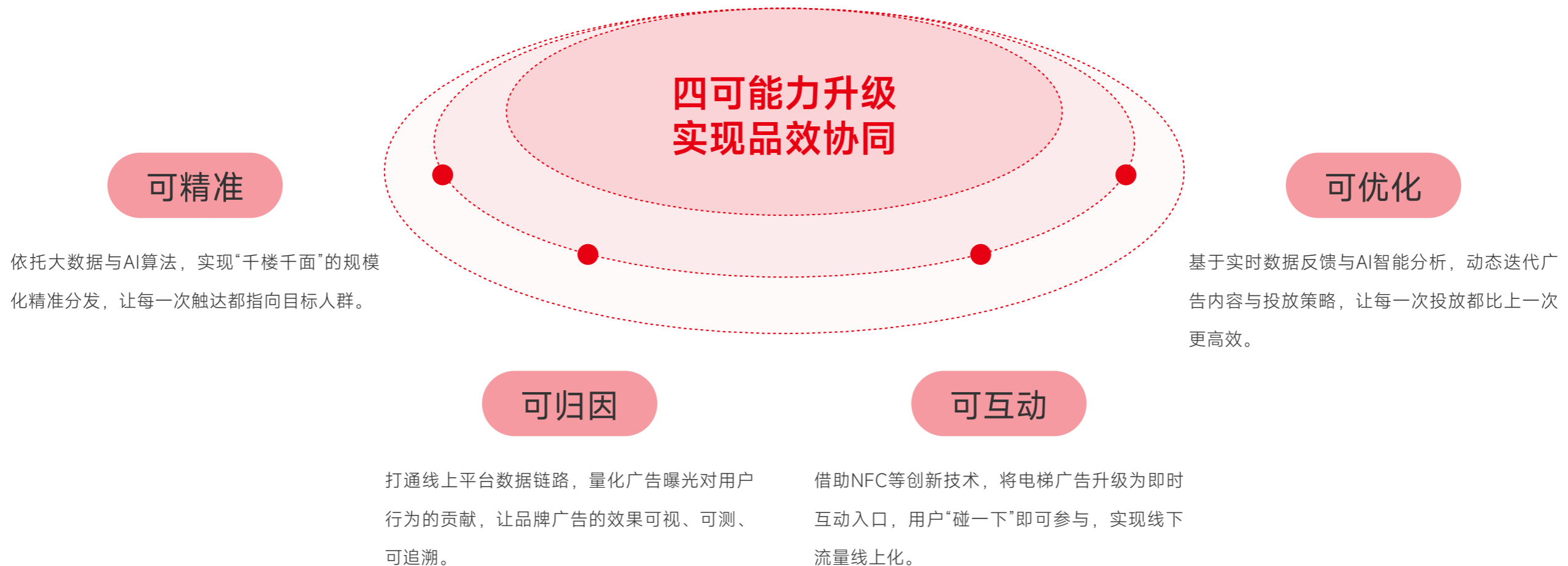


境外自营媒体约**20万**个终端

四可能力升级，实现品效协同

公司的核心价值源于“四高”优势——高触达、高关注、高频次、高完播。2025年，公司全力推进从“四高”到“四可”的战略升级，将传统的流量规模优势重塑为可验证、可运营的能力体系。所谓“四可”，即可精准、可归因、可互动、可优化。这一升级是在“四高”根基之上的能力进化，促进公司构建更具竞争力的媒体价值体系。

从2018年开始，公司持续投入数字化基础设施建设，逐步实现云端推送、数据打通、精准分发等能力。2025年，“四可”能力体系全面成型，标志着分众从传统户外媒体成功升级为AI化、智能数据驱动的数智营销网络。这一战略升级，让品牌营销从“凭感觉”转变为“靠数据”，从“单一曝光”升级为“全域赋能”，从“中心化传播”走向“场景化运营”。



推进数智变革，赋能公司生态

公司主要从事生活圈媒体网络的建设与运营，通过在城市办公楼、社区住宅等场景部署数字媒体终端，构建覆盖城市主流消费人群的媒体传播网络。围绕媒体网络运营，公司持续开展相关技术研发和系统建设，涉及数字媒体终端设备管理系统、广告内容管理平台、媒体资源调度系统、广告投放管理系统及数据分析平台、AI营销领域大模型等技术领域，通过数字化和智能化持续提升对客户的营销服务。



遵守法律法规，健全内部制度

公司在开展技术研发及数字媒体业务过程中，严格遵守国家有关法律法规和监管要求，包括但不限于《中华人民共和国科学技术进步法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等。同时，公司结合行业监管要求及公司实际情况，建立了相关内部管理制度，包括《研发项目管理制度》《信息系统管理制度》等，对技术研发、信息系统管理、数据安全和信息安全等工作进行规范管理。

完善治理架构，强化闭环管理

公司建立了较为完善的科技创新治理架构。管理层对公司技术发展方向及重大研发项目进行决策和监督，确保科技创新战略与公司整体发展目标保持一致。相关业务及技术部门负责具体研发和系统建设工作，形成“决策-执行-反馈”的闭环管理机制。公司通过研发项目管理流程、系统运行监测、网络安全和业务数据分析等，对技术应用带来的运营影响进行持续评估和推进；通过知识产权管理和技术成果保护机制，维护公司技术成果的合法权益；通过绩效考核和人才培养机制，持续加强研发团队建设，提升技术研发能力。

聚焦数智创新，深度应用AI

2025年，公司将战略重点聚焦于产品能力的数字化创新。通过和线上的平台进行深度合作，公司实现线上线下广告投放能力和效果的协同：与支付宝联合推出“分众碰一下”互动广告模式；携手阿里与字节跳动，打造“分众智投”以实现精准的品效协同，切实将AI技术转化为生产力，全面赋能公司业务的高质量增长。

● 创新互动产品“分众碰一下”

公司依托与支付宝的深度战略合作，结合物联交互技术，赋予传统电梯媒体互动交易能力。用户只需通过手机“碰一下”，即可直接参与品牌互动、领取优惠券或跳转至线上活动页面。这一创新彻底打通了“线下观看-即时互动-线上转化”的极短链路，为广告主提供了可量化的交互转化率。

● 数字化投放平台“分众智投”

公司深度洞察线上互联网平台对线下真实流量的迫切诉求，结合分众梯媒独特的场景优势，创新推出“分众智投”系统。该系统打破了传统投放模式，首次实现了电梯媒体“按天/按需灵活投放”的能力。通过打通线上平台数据与线下触达路径，构建了数据闭环，真正实现了线下品牌曝光与线上效果转化的深度协同。

主要研发项目名称	项目目的	拟达到的目标	预计对公司未来发展的影响
<p>分泽时代AI多模素材智生展示软件V1.0</p>	<p>随着人工智能技术的飞速发展，尤其是多模态大模型在图像、文本、语音、视频等跨模态理解与生成能力上的突破，AI正逐步从“单模态智能”迈向“多模态融合智能”，对高维数据可视化、智能交互与知识呈现提出了更高要求。作为科技企业亟需一款能够融合多源异构数据、持续创新学习和推理、支持智能内容生成与沉浸式展示的软件平台，以赋能科研、教育、产品演示及客户沟通等场景。本项目拟研发的“AI多模素材生成与展示软件”，将基于前沿多模态AI技术，多Agent协同构建一个集智能推理与生成、动态交互、跨模态理解与专业材料知识于一体的新型生成式展示系统，填补当前市场在“AI+材料科学+智能展示”交叉领域的空白。</p>	<p>本项目的工作目标是研发一套“懂行业、会表达”的“AI多模素材生成与展示软件”，通过深度融合多模态大模型与专业行业知识体系，实现以自然语言为入口、跨模态数据为支撑、智能生成与沉浸式交互为核心的新型展示能力，支持用户高效、直观、准确地呈现服务于多样化的应用场景，最终打造一个兼具科学严谨性、交互智能性和视觉表现力的国产化智能展示平台，服务于技术推广与数字营销等多元场景。</p>	<p>本项目预期将成功研发出国内首款面向广告营销领域的AI多模态智能软件，实现自然语言驱动下的跨模态内容理解、专业材料知识增强生成与沉浸式交互展示，显著提升用户在教学汇报、产品演示和营销提案结案等场景中的信息表达效率与可视化水平；通过集成国产大模型与自建知识库，系统在内容准确性、响应速度和数据安全性方面达到行业领先水平，预计可支持超过90%不同行业用户的智能调用与动态呈现，用户操作效率提升50%以上，并为公司形成可产品化、可复制的服务模式，奠定在“AI+营销数字化”赛道的技术先发优势与市场壁垒。</p>
<p>驰众信息海报视觉韵律重构管理软件V1.0</p>	<p>随着数字媒体与品牌传播的快速发展，企业对高质量、高效率、高一致性的视觉内容需求日益增长。海报作为品牌传播的重要载体，其设计不仅需具备美学价值，更需在信息传达、节奏布局、色彩搭配等方面体现“视觉韵律”——即通过图形、文字、色彩、留白等元素的有序组织，形成具有节奏感与引导力的视觉体验。然而，当前市场上多数设计工具虽功能强大，但缺乏对更能影响到受众心智的“视觉韵律”这一专业设计原则的系统化支持。为此，基于分众历史上在不同行业和品牌成功的案例大数据，拟研发一款专注于“海报视觉韵律重构”的智能管理软件，融合人工智能、设计规则引擎与品牌资产管理系统和海报场景下特有的美学认知与洞察，实现从模板生成、智能优化到批量输出的一站式解决方案，填补市场空白，提升企业级视觉内容生产效率、视觉美感与专业度。</p>	<p>本项目旨在研发一款集“视觉韵律智能分析、AI驱动布局重构、品牌VI合规校验与企业级协同管理”于一体的海报设计管理软件，通过构建可量化的视觉韵律评估模型和生成式优化引擎，实现海报从内容输入到高质量输出的全流程自动化、标准化与智能化，显著提升企业视觉内容生产效率、美学一致性与品牌规范执行力，填补国内在专业级智能设计工具领域的技术与产品空白。</p>	<p>本项目预期将显著提升企业海报设计的效率、质量与品牌一致性：通过智能视觉韵律重构引擎，具备美学价值和受众心智影响力的海报制作周期可缩短50%以上，非专业人员也能快速产出符合美学规范的高质量内容；品牌VI合规率提升至95%以上，有效解决多部门、多门店视觉混乱问题；同时，平台化的素材管理与协同机制将推动企业视觉资产沉淀与复用，降低设计成本30%以上。在商业层面，项目有望填补国内专业级智能设计软件空白，形成技术壁垒与差异化优势，预计上线一年内服务超200家中大型客户，实现千万级营收。</p>
<p>分众信息多屏协同智能容错监测系统</p>	<p>随着城市数字化进程加速，针对高密度部署的数字标牌与广告屏在多屏同步播放、大规模调度及硬件稳定性方面面临的挑战（如播放延迟、画面撕裂、网络故障等），本项目拟开发一套集多屏协同控制、智能容错机制与故障自动识别预警于一体的综合系统。旨在实现区域内显示设备的智能化集中监管，确保信息传播的一致性与高质量，维护品牌形象。</p>	<p>本项目旨在实现特定区域内多屏幕的跨屏远程智能协同控制，并构建高可靠的稳定性保障体系。系统将采用“边缘识别+云端指令+屏端响应”的三级处理机制，确保在网络或设备异常时业务不中断。目标是构建一个未来可扩展的“显示运维+内容调度+数据分析”一体化平台，实现对多屏显示与声音的高度一致性控制，全面提升系统的抗风险能力。</p>	<p>本项目能够实现集中区域的多屏幕的跨屏远程智能协同控制与稳定性保障；故障自动识别率达90%以上，减少人工运维工时50%以上；支持“边缘识别+云端指令+屏端响应”三级处理机制，保障业务不中断；提升多屏设备同一区域中显示和声音的一致性和信息可靠性，增强用户品牌信任感；构建未来可扩展的“显示运维+内容调度+数据分析”一体化平台基础。</p>

加强投关管理，回报股东信任

健全沟通机制，畅通互动渠道

公司始终高度重视并不断加强投资者关系管理工作，始终秉持合规、主动、平等、诚实守信的投资者关系工作基本原则，关注投资者保护，将打造尊重市场、敬畏市场、回报市场的负责任上市公司作为投资者管理工作的重要目标。公司根据《中华人民共和国证券法》《上市公司投资者关系管理工作指引》等法律法规和规范性文件，建立由董事会秘书牵头负责、证券事务部协调执行的投资者关系管理架构，建立了完善的投资者权益保护机制。报告期内，公司修订了《公司投资者关系管理制度》，有利于推动和维护公司与投资者之间长期、稳定的良性关系，促进公司价值和股东利益最大化。

公司高度重视与投资者的沟通交流，通过网上业绩说明会、电话、邮箱、互动平台、线上线下调研等多渠道、多平台、多方式保持与投资者的良好互动。2025年，公司召开业绩说明会3次，在互动易回复投资者超110次，聚焦市场关切，及时回应投资者诉求，传递企业价值；同时也认真听取投资者对公司经营发展等方面的意见和建议，持续优化投资者关系管理工作，促进公司与投资者之间形成长期、稳定的良好互动关系，投关交流与市场反馈机制形成了有效闭环。

投资者交流渠道

热线：+86 21 22165288

邮箱：FM002027@focusmedia.cn

投关指标	单位	2024年	2025年
业绩交流会召开次数	次	4	3
互动易平台回复投资者提问次数	次	130+	110+

推进数字投关，提升服务效能

公司始终坚持与时俱进，积极推动投资者关系管理工作数字化转型。目前，公司已在公司官网醒目位置搭建了投资者关系管理专栏，及时更新投资者关系活动信息。除此之外，公司还创新使用可视化财报、一图读懂年报等新颖的展示形式，投资者可以及时直观地了解公司最新的财务数据和经营信息。

坚持稳定分红，共享发展成果

公司高度重视对投资者的合理回报，致力于以良好的经营业绩为投资者创造投资价值。2025年，公司根据相关法律法规、监管指引要求，结合公司实际情况，修订了《公司分红管理制度》，坚持以持续、稳定的分红政策与投资者共享公司发展成果，更大程度地提升广大投资者的获得感。自2015年公司回归A股上市以来，公司进行现金分红和回购股份的金额已累计超过360亿元（含2025年年度利润分配）。

公司近三年 现金分红情况	2023年 年度	2024年 半年度	2024年度	2025年 半年度	2025年 第三季度	2025年度
每10股 现金分红（元）	3.30	1.00	2.30	1.00	0.50	1.90
现金分红总额 (含其他方式)(亿元)	47.66	14.44	33.22	14.44	7.22	27.44
现金分红总额 (含其他方式) 占利润分配 总额的比例（%）	100	100	100	100	100	100



增进员工福祉，构建共生职场

公司秉承“招才、用才、爱才、育才”的用人理念，自觉遵守相关劳动法律法规，始终将员工视为企业发展的重要基石。2025年我们坚持“以人为本”的发展策略，致力于营造公平、公正、多元、融合的职场环境，努力构建“法律合规为底线、福利升级显温度、文化认同促凝聚”的共生共荣的职场生态。

坚持合规雇佣，保障基本权益

公司坚持合法合规雇佣，严格遵守国家法律法规和内部相关制度，与所有员工签订劳动合同，通过严格完善的招聘录用流程，确保雇佣过程各个环节依法依规。公司严禁任何部门或子公司雇佣童工或者强迫用工，不存在以暴力、威胁或非法限制人身自由的手段强迫员工劳动的情形。此外，公司设有《员工转正述职管理制度》《员工退休管理制度》，并结合公司实际情况编制了《员工手册》，规范员工入职离职、薪酬福利、考勤与假期管理、奖惩制度、员工晋升、员工培训、绩效评估、员工关系等工作流程。报告期内，公司依法与员工签订劳动合同，劳动合同签订率100%。

2025年，公司持续深化“人才强企”战略，以“年轻化储备+专业化深耕”为双轮驱动，共招募新员工315人，其中校园招聘9人、社会招聘306人。通过5场专项招聘会，其中校园招聘3场、社会招聘2场，实现关键岗位精准匹配与战略性人才储备的协同推进，以开放的姿态构建全球化人才生态。



校园招聘

一吸引年轻血液的加入是保证企业可持续发展的重要源头。每年毕业季，公司会严格按照各部门的用人需求，深入重点高校开展校园招聘活动，吸引具备创新思维和专业潜质的优秀应届毕业生加入分众，不断为公司发展新生力量，夯实公司人才梯队建设。

社会招聘

一在关键岗位和专业人才引进方面，公司坚持开放多元的用才理念，广泛罗致不同学历、专业、性别、背景的行业精英人才，并为其提供公平合理的薪酬待遇，激活公司内部活力。

员工招聘指标	单位	2024年	2025年
招聘员工数量	人	362	315
校园招聘	人	10	9
社会招聘	人	352	306
招聘会次数	次	4	5
校园招聘	次	3	3
社会招聘	次	1	2

完善培训体系，赋能人才成长

培训体系的建设和培训活动的组织，彰显了公司以培训为纽带，持续夯实组织能力底座、加速数字化转型的决心。公司秉持“人才即核心竞争力”的理念，以“精准赋能、实战导向、全员覆盖”原则，构建起立体化、多维度的培训体系。2025年，公司投入培训资金35.2万元，实现员工培训覆盖率100%，员工人均培训时长10.2小时。未来，我们将继续坚持“强基固本、梯队共建”的战略导向，进一步深化“培训—实践—创新”的业务闭环。

新员工培训

—公司构建了完善的新员工培训体系，帮助新员工快速融入新团队，掌握新技能，胜任新工作。设置包括《走进分众》《分众文化及员工手册》《商务礼仪——职场小白篇》《优秀职场人之五大必备沟通法宝》《方舟系统实操培训（To销售端）》《做一朵向阳而生的太阳花》《目标管理》《人人费用系统实操培训》等年度培训课程，结合公司实际情况，利用情景化模拟等实战化教学方式，确保培训内容“即学即用”，助力新人快速完成职业化转型。

团队培训

—公司组织各销售团队及核心骨干人员以“训战结合”模式，加深团队合作，提升团队专业度和协同度。来自全国各地的500余名销售精英参与的系列精英销售培训和“打造中国式增长飞轮”大师课，围绕公司最新业务动态、销售政策、销售工具应用、客户沟通技巧等内容，邀请外部专家分享行业趋势，为公司各销售团队赋能，激励团队成员相互学习、共同进步。

员工培训指标	单位	2024年	2025年
培训总支出	万元	59.7	35.2
员工人均培训时长	小时	10.35	10.2
员工培训覆盖率	%	100	100

畅通晋升通道，激发内在活力

员工晋升是公司人才发展的重要体现，也是激励员工、保留优秀人才的重要手段。基于公司“管理”和“专业”双通路的人才发展体系，依托公平、合理的绩效评估体系，坚持公平、公正、公开的原则，我们为员工构建多维度的晋升通道，也为不同类型的员工提供发展机会。2025年，公司共有28人获得晋升。其中有岗位的晋升、职级的晋升，亦有跨序列的晋升。未来，公司将持续探索更为科学合理的晋升机制和人才发展通道，为员工提供更明确的职业发展路径，激发员工的工作积极性和创造力，实现员工与企业共赢。

员工晋升指标	单位	2024年	2025年
内部晋升人数	人	30	28



落实员工关怀，提升福利保障

公司充分尊重并严格保障员工的各项权益，致力于为全体员工打造公平公正的职场氛围、安全的工作环境和多元包容的企业文化，全力推动实现员工的可持续发展。同时，公司坚持员工多样性政策，努力保障各民族及女性员工权益，推动企业健康稳定发展。公司严格遵循《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规及《员工手册》《福利性待遇管理制度》等内部规章制度，实现100%劳动合同签订率、五险一金全员覆盖、带薪休假100%落实三大硬指标，优化薪资结构，积极为员工谋福祉，努力提升员工福利保障水平。

员工保险—公司按照相关法律法规为员工办理养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险，按规定缴纳社会保险费，社会保险覆盖率100%。

假期福利—公司员工享受法定休假日、年休假、婚假、丧假、探亲假、产假、看护假等带薪假期，确保员工享受应有的权利。

关爱女性员工—公司关爱女性，产假期间保留其工作岗位，保障女性员工权益。

福利津贴—公司为员工提供多项津贴与福利，在部分节日发放节庆礼品。

劳动权益—贯彻国际标准体系要求，禁止强迫劳动行为的发生。尊重劳工人权，确保体面劳动，对所有员工一视同仁。

同时，我们推出“分众圈儿”视频号及抖音号等宣传平台，记录和宣传员工点滴，致力于搭建分众人的文化融合平台，打造有温度的文化传播阵地，有助于提升员工幸福感和归属感，亦可降低员工流失率。公司将持续深耕员工权益保障，让每位员工在追逐职业理想的同时，共同绘就企业与人协同发展的美好图景。

员工权益指标	单位	2024年	2025年
劳动合同签约率	%	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100
员工主动流失率	%	6.95	6.85
—男性员工主动流失率	%	7	6.9
—女性员工主动流失率	%	6.5	6.4

搭建沟通平台，促进民主管理

民主管理和沟通关系到员工民主权利能否真正落实，是构建和谐劳动关系的重要途径。公司致力于为员工打造合法、民主、和谐、畅通、公平的沟通环境。

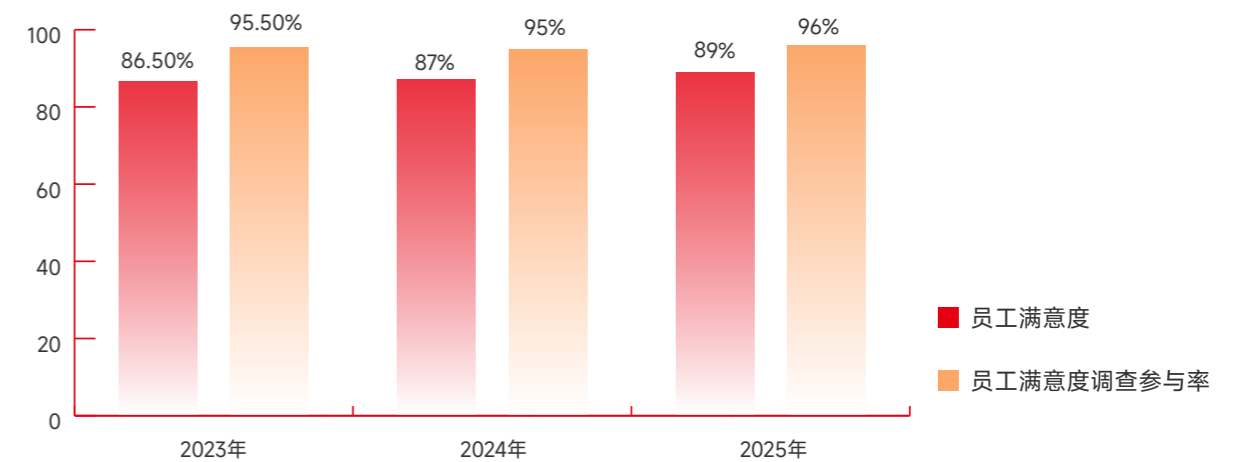
制度公开化—公司在内部网站建立制度公示平台，员工可及时了解并查阅公司管理规章，通过制度公开，筑牢合规经营防线，培育“规则共守、治理共商”的组织文化。

民主沟通—公司打破传统沟通壁垒，乐于倾听来自员工的每一份声音，2025年，公司通过多样化形式，从工作环境（包括硬环境与软环境）、工作群体及工作内容等多方面了解员工的诉求及其对公司的满意程度，收集员工对公司各个维度的看法和期望，有利于制定和实施公平、合理的薪酬制度和绩效评估体系。

投诉渠道透明化—公司鼓励员工反映和举报任何违反员工管理政策的行为，公司公开投诉渠道便于员工举报投诉，对所有被举报的违规行为，公司将会在第一时间展开调查并及时向举报人反馈调查进度与结果。

满意度调查情况	单位	2023年	2024年	2025年
员工满意度	%	86.5	87	89
员工满意度调查参与率	%	95.5	95	96

2023年-2025年员工满意度调查



公司员工情况

员工总数
5084人

女性员工数
2060人

男性员工数
3024人

按性别分类 (女性)

中高层女性员工数
566人

基层女性员工数
1494人

按性别分类 (男性)

中高层男性员工数
449人

基层男性员工数
2575人

按年龄分类

小于30岁
373人

30岁-50岁
4093人

大于50岁
618人

按教育程度分类

硕士及以上
179人

本科
1799人

大专
1662人

高中/中专/职校/技校
985人

初中及以下
459人

按工作性质分类

运营人员
1949人

销售人员
1500人

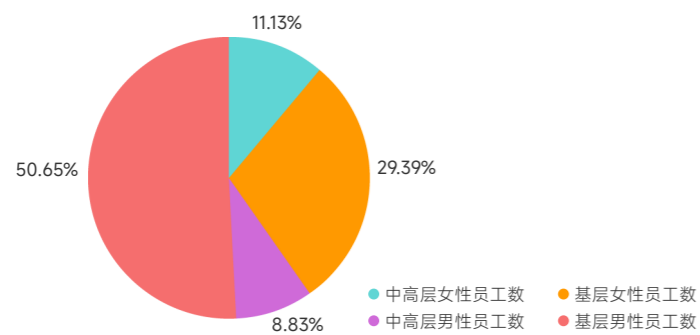
开发人员
781人

行政人员
492人

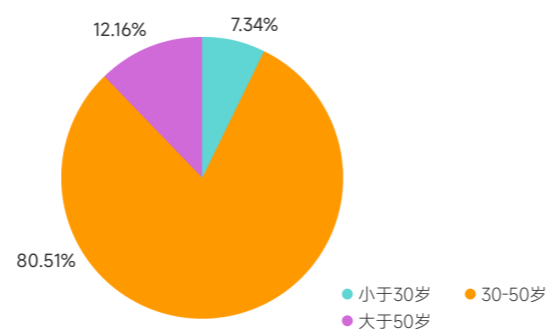
财务人员
177人

技术人员
185人

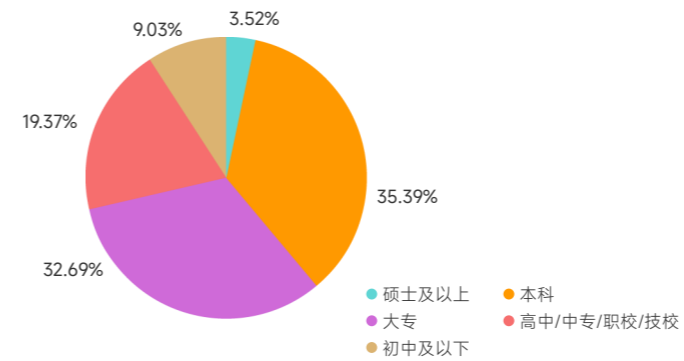
按性别分类



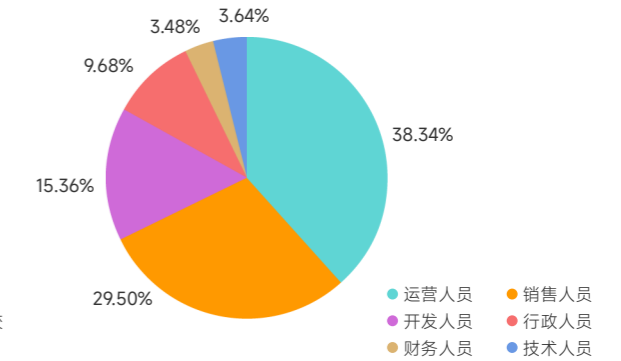
按年龄分类



按教育程度分类



按工作性质分类

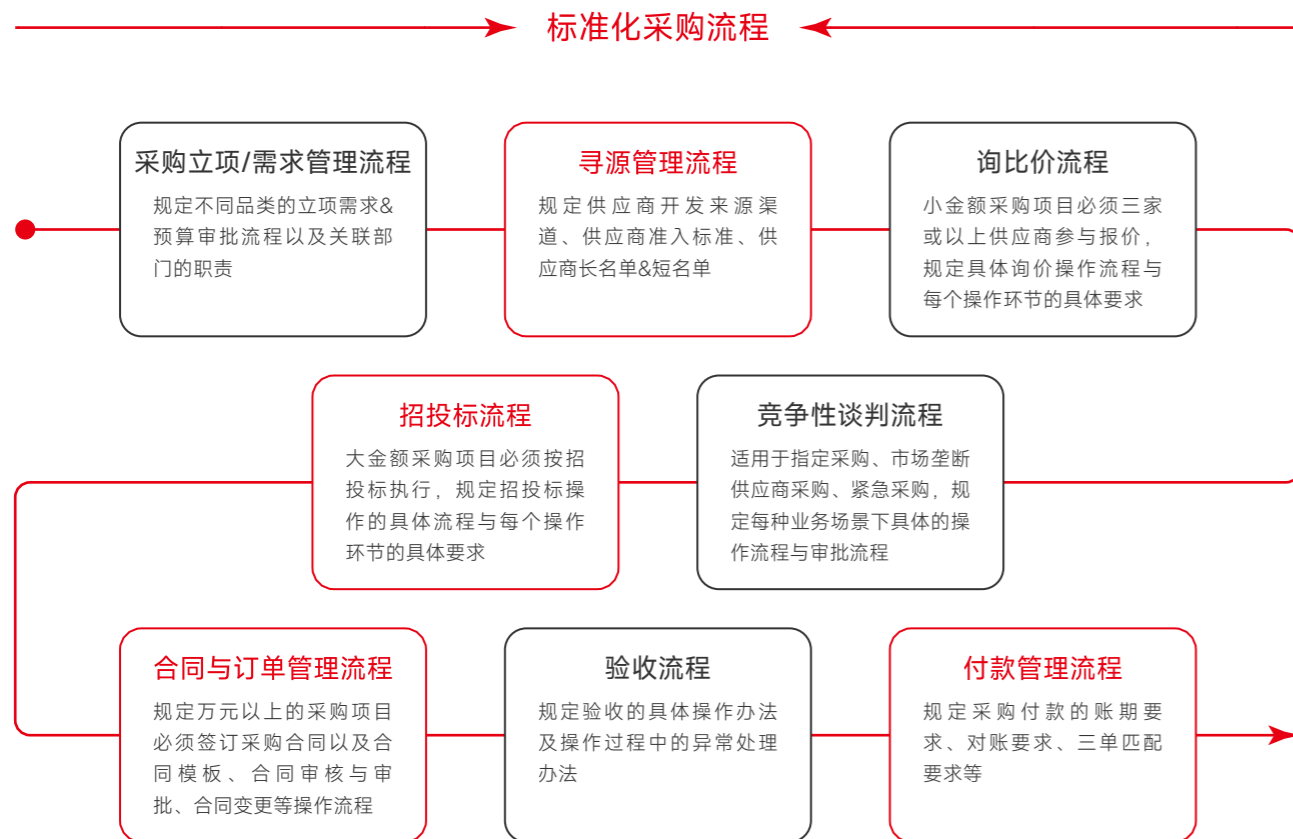


优化采购管理，促进协同发展

稳定的供应链是公司正常有效运营的保障。公司严格遵循《中华人民共和国公司法》等法律法规，结合自身实际情况，制定《采购管理制度》，明确涉及采购的可持续发展要求，规范供应链管理，打造合作共赢、稳定且可持续发展的供应链体系，提升协同效能，共同承担社会责任。

标准化采购流程

公司通过建立标准化的采购管理流程，保证参与投标的供应商公平竞争，保障公司实物与服务及时供应、实现最优成本、规避潜在风险。



采购风险管理

公司努力识别潜在采购风险，尤其单一来源采购项目，积极引入和储备新供应商，避免合作供应商因突发原因导致无法供货的风险出现，并积极搜集和获取各品类和物料的最新的市场行情，根据市场价格行情，及时与供应商洽谈合适的采购价格，保证公司的各采购项目成本符合或低于市场平均成本。

1. 风险识别

公司建立常态化的风险识别机制，由采购部牵头，联合相关部门，组建跨部门风险小组，针对每类采购项目，开展年度全面排查、季度专项扫描、月度预警监测；要求供应商定期自报风险，结合第三方核查，建立《分众供应链采购项目风险清单》，明确各项目风险点、触发条件。

2. 风险评估与排序

风险评估采用“发生概率+影响程度+可控性”三维评估模型，结合定量（成本损失、交付延误时长、故障频次）与定性（合规、声誉）指标，对各项目风险进行分级：红色（极高）、橙色（高）、黄色（中）、蓝色（低），优先管控高等级风险。

3. 动态监测与预警

推进打造公司供应链数字化平台，搭建各采购项目风险驾驶舱，实时监测核心指标（如供应商健康度、交付时效、质量合格率、价格异动）；建立红黄蓝三级预警机制，预警信息通过系统推送至相关负责人，确保24小时响应。

4. 风险应对与闭环

针对不同等级风险制定差异化应对措施，红色风险立即启动备选方案，高管牵头处置；橙色风险由采购+业务联合处置，锁定备选资源；黄色风险由采购跟进整改，约谈供应商；蓝色风险记录跟踪，持续优化；所有风险处置后，进行复盘总结，形成闭环管理。

供应商全生命周期管理

公司建立了供应商生命周期管理机制，建立供应商准入标准、明确供应商短名单评选要求、建立日常供应商绩效考核机制、明确供应商退出要求。

供应商准入管理

公司严格规范供应商准入流程，通过基础准入标准、供应商资质审查、供应商现场考察等环节严格筛选符合法规和要求的供应商。

基础准入标准—制定供应商准入红线，明确供应商选择的最低标准，主要包括供应商公司的注册资金、可开具正规增值税发票、自有员工人数、供应商成立时间（以营业执照为准）等。

供应商资质调查—通过供应商填写的《供应商资质调查表》了解供应商的基本情况，如公司注册信息、业绩表现、企业规模、产品能力、合作案例。

供应商现场考察—通过现场考察，验证供应商的真实能力与水平。

供应商短名单评选

公司高度重视供应商甄选，通过评选供应商短名单，提升供应链管理效率及抗风险能力。公司招标小组对各品类的大额采购项目，规范明确供应商短名单筛选标准，对供应商的质量、服务等方面进行评价、筛选，保证短名单供应商清单符合公司和项目要求。

供应商绩效考核与退出机制

公司搭建QCDS标准化的供应商考核机制，常态化考核年持续性采购项目，并根据考核结果对供应商进行分级分类管理，对考核不达标的供应商，给予整改机会后仍不达标的供应商进行退出管理。

供应商廉洁管理

为确保采购活动的规范与廉洁，从源头上预防和遏制违法乱纪问题发生，公司坚持公平、公正、公开的原则进行采购，通过制定《采购管理制度》和《采购人员行为规范》，明确采购过程中采购人员的行为要求、采购项目中的商业款待与馈赠处理原则、采购红线与违规处罚等合计20条要求，加强采购廉洁管理，杜绝人员主观风险。

供应链可持续发展

公司高度重视供应链的可持续发展，倡导供应链合作伙伴积极承担社会责任，要求供应商优化生产、制造环节，最大限度减少能耗、节约资源、减少有害排放推动供应链绿色低碳发展。

海报印刷项目

—公司要求合作供应商的环保管理必须符合国家 and 当地政府的法规要求，如《印刷工业大气污染物排放标准》（GB41616—2022）、广东省的《印刷行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/815-2010）、上海市的2024年修订的《印刷工业大气污染物排放标准》（DB31/872-2024）以及北京、重庆、福建等地的地方标准。公司要求供应商使用环保材料与工艺。如要求供应商使用水性油墨、UV油墨等低VOCs含量原料，减少有害物质排放；优化印刷工艺，降低能耗与废气产生。另外，公司优先选择“绿色印刷认证”的企业进行合作。

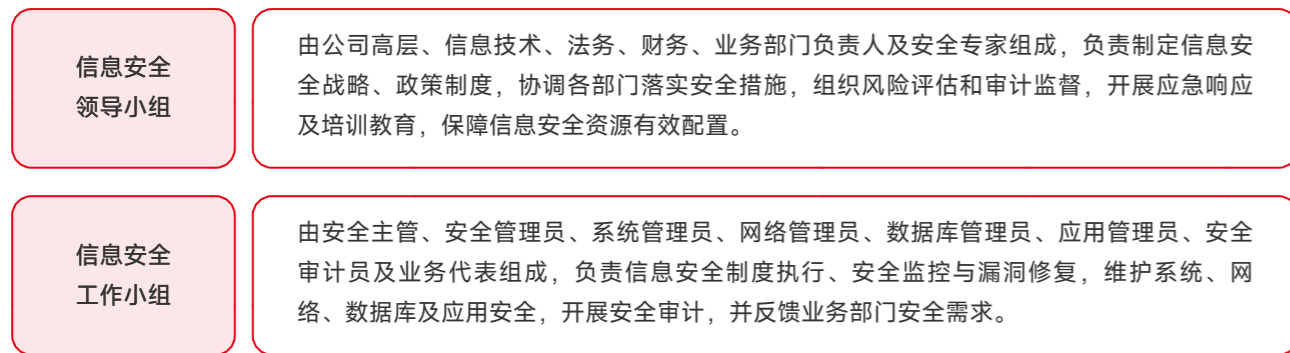


筑牢安全防线，守护网络安全

健全安全制度，规范管理流程

数据安全与网络安全是企业全面安全管理的重要环节，分众传媒一直致力于加强网络安全体系的建设和运行。公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国民法典》等相关法律法规要求，全面实施网络安全等级保护制度（等保2.0三级），并建立了一整套安全管理规范与数据防护机制，通过技术和流程相结合的方式，确保公司内部数据资产的安全可控。

分众传媒网络安全管理架构



完善组织架构，明确职责分工

公司建立了清晰完善的网络安全组织架构，各部门职责明晰、权限分明，落实了全面的数据加密与备份制度。目前，分众传媒核心业务系统均落实数据安全备份制度，并定期修订网络安全政策，以适应不断发展的外部环境变化。公司成立了专门的信息安全领导小组和工作小组，负责网络安全等级保护（等保2.0三级）的实施与监管，并统筹网络安全战略和数据保护工作。此外，公司建立高效的跨部门沟通和协调机制，明确了各部门安全职责，有效保障了网络安全策略的落地执行。

分众传媒数据安全审计情况

类型	审计内容	审计频率
外部审计	聘请第三方开展政策合规性审计，包括信息安全等级保护测评及安全整改等工作。	等保2级每两年一次 等保3级系统每年一次 外部合规审计每年一次

实施多层防护，落实等级保护

公司严格依据网络安全等级保护（等保2.0三级）标准，构建完善的安全防护与审计体系，全面管控网络资源与数据资产。通过堡垒机、Web应用防火墙（WAF）、数据库审计、终端EDR防护、全流量检测系统、零信任等多层安全机制，实时监测数据访问行为和网络流量，精准识别异常操作及潜在威胁，快速处置安全事件，避免数据泄露与网络攻击。

同时，公司持续对各类网络安全风险场景进行识别与评估，明确风险性质及潜在影响，并制定零信任体系防护、数据加密、身份认证控制、堡垒机部署、网络通信加密等应对措施，以保障数据的机密性、完整性和可用性。统一的安全运维通道确保运维过程的实时监控与审计，强化安全可追溯性，全面提升数据安全治理与防护能力。

公司严格落实网络安全等级保护制度，顺利完成了等保2.0三级认证测评。通过测评认证，公司进一步强化了网络安全制度及技术措施，显著提升了整体的安全防护能力。报告期内，公司未发生任何数据安全事件及客户隐私泄露事件。

分众传媒数据安全措施

层面	具体措施
网络安全	通过WAF防火墙、全流量威胁检测、阿里云安全中心等安全功能模块，确保网络访问的安全性、网络攻击及威胁实时监测。
终端防护	使用防病毒软件、零信任安全控制手段，确保员工办公终端设备正常运行。
软件开发安全	增强基线加固、Web应用漏洞扫描、渗透测试等安全测试方式，确保公司及时发现并处理系统上线前的应用类漏洞。
安全事件应急响应	制定并执行《智能屏应急响应预案》等预案，对安全事件进行分类分级，明确部门职责与响应机制并每年开展应急演练培训，持续提高应对安全事件能力，减少和预防安全事件造成的损失和危害。
数据保密	倡导员工签署《数据保密承诺书》。



治理篇

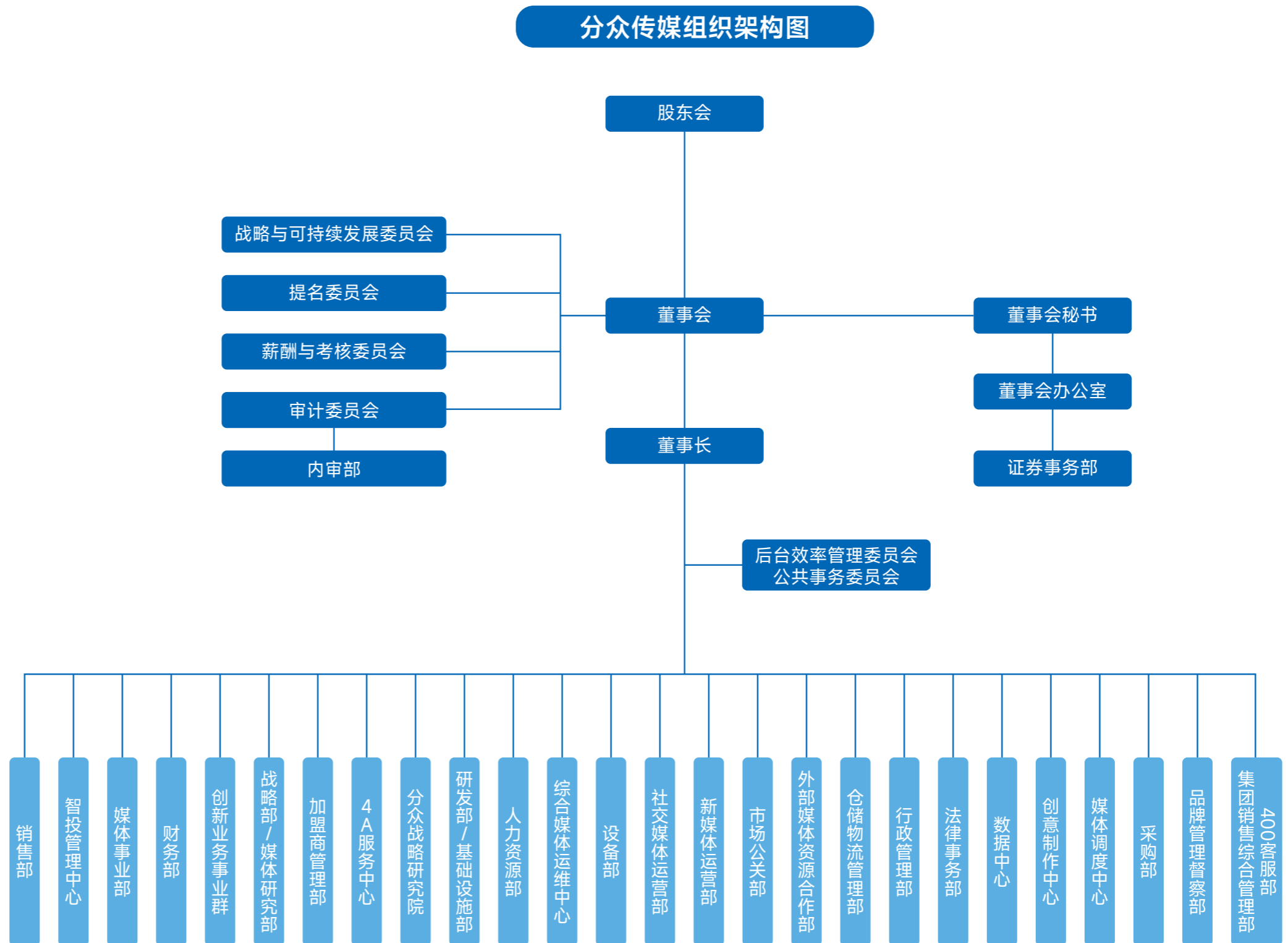
05

明晰治理架构，规范公司治理 | 深化党业融合，引领发展方向 | 提升信披质效，筑牢信任根基
强化内部审计，健全风险管理 | 规范税务管理，严守合规底线 | 加强廉洁建设，营造清风正气

明晰治理架构，规范公司治理

规范三会运作，保障科学决策

公司持续优化上市公司治理体系，明确股东会、董事会和管理层权责边界，确保其各司其职、有效制衡，以健全的治理体系保障科学决策、高效执行和有效监督。公司遵循现代企业制度要求，严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和相关规范性文件要求运作，构建各治理主体权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡的现代企业法人治理体系，建立以股东会为权力机构、董事会为决策机构、董事会审计委员会为监督机构、管理层为执行机构的公司治理架构。



2025年，公司股东会、董事会及其专门委员会的召集、召开、议事和表决程序均符合法律法规、规范性文件及《公司章程》等相关文件的规定，为公司可持续健康发展提供源源不断的动力。

股东会

股东会作为公司最高权力机构，依法决策公司重大事项。公司严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》等法律和规范性文件要求，并结合《公司章程》，制定《公司股东会议事规则》，规范股东会运作机制。同时，公司注重保护中小股东，确保中小股东享有合法权益。

指标	单位	2024年	2025年
股东会召开次数	次	1	3
股东会审议议案数量	项	14	39

董事会

董事会是公司的决策机构，在充分发挥股东会作用的前提下，董事会始终坚持“定战略、作决策、防风险”的职责定位，扎实落实董事会职权。公司董事会成员7人，其中独立董事3人，职工董事1人。公司制定《公司独立董事工作制度》保障独立董事履职尽责，全方位发挥独立董事决策参与、监督制衡和专业咨询的重要作用，以维护公司整体利益并保护中小股东的合法权益。

指标	单位	2024年	2025年
董事会召开次数	次	5	11
董事会审议议案数量	项	24	121

● 董事会专门委员会

公司根据相关规定在董事会下设战略与可持续发展委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，对董事会负责。公司制定相应委员会工作细则，确保各委员会依照《公司章程》与董事会授权履行职责、有效运作，充分发挥其专业优势和职能作用，为董事会的决策提供科学、专业的意见。

◎ **战略与可持续发展委员会**——由7名董事组成。主要负责对公司中长期发展战略和重大投资决策、可持续发展及ESG工作进行研究并提出建议。

◎ **审计委员会**——由3名独立董事组成。主要负责监督评估公司内外部审计工作，评价和完善公司内部控制体系，审核公司财务信息及其披露等，同时行使《中华人民共和国公司法》规定的监事会职权。

◎ **薪酬与考核委员会**——由3名独立董事组成。主要负责制定公司董事、高级管理人员的考核标准并进行考核，制定、审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案。

◎ **提名委员会**——由3名董事组成，其中2名为独立董事，并由独立董事担任召集人。主要负责拟定公司董事、高级管理人员的选择标准和程序，对董事、高级管理人员人选及其任职资格进行遴选、审核。

专门委员会	指标	单位	2024年	2025年
战略与可持续发展委员会	召开次数	次	1	6
	审议议案数量	项	2	21
审计委员会	召开次数	次	4	8
	审议议案数量	项	14	74
薪酬与考核委员会	召开次数	次	1	3
	审议议案数量	项	1	4
提名委员会	召开次数	次	0	2
	审议议案数量	项	0	3

管理层

公司不断优化管理层运作机制，保障管理层依法履职的权利，确保管理层“谋经营、抓落实、强管理”作用的有效发挥，持续强化经营运行水平。

完善制度体系，夯实治理根基

2025年，公司根据最新法律法规，结合实际情况，及时对已生效的规章制度进行审查并修订，不断完善公司治理机制。2025年制订或修订制度具体如下：

序号	制度名称	类型	制定/修订时间
1	《公司市值管理制度》	制订	2025/4/27
2	《公司舆情管理制度》	制订	2025/4/27
3	《公司章程》	修订	2025/5/21
4	《公司股东会议事规则》	修订	2025/5/21
5	《公司董事会议事规则》	修订	2025/5/21
6	《公司独立董事工作制度》	修订	2025/5/21
7	《公司分红管理制度》	修订	2025/5/21
8	《公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》 《公司董事、高级管理人员离职管理制度》	制订 修订	2025/5/21 2025/12/30
9	《公司董事、高级管理人员离职管理制度》	制订	2025/5/21
10	《公司董事会战略与可持续发展委员会工作细则》	修订	2025/5/21
11	《公司董事会审计委员会工作细则》	修订	2025/5/21
12	《公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》	修订	2025/5/21
13	《公司董事会提名委员会工作细则》	修订	2025/5/21
14	《公司总裁工作细则》	修订	2025/5/21
15	《公司董事会秘书工作制度》	修订	2025/5/21
16	《公司对外担保管理制度》	修订	2025/5/21
17	《公司投资者关系管理制度》	修订	2025/5/21
18	《公司财务管理制度》	修订	2025/5/21
19	《公司证券投资、期货与衍生品交易管理制度》	修订	2025/5/21
20	《公司内幕信息知情人登记管理制度》	修订	2025/5/21
21	《公司关联交易规则》	修订	2025/6/25
22	《公司对外投资管理制度》	修订	2025/6/25
23	《公司募集资金管理制度》	修订	2025/6/25
24	《公司信息披露暂缓、豁免管理制度》	制订	2025/8/28
25	《公司信息披露事务管理制度》	修订	2025/10/28

完善薪酬体系，强化激励约束

公司高度重视薪酬管理的透明度和规范性。公司董事会下设薪酬与考核委员会，依据《公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》行使权力，负责制定公司董事、高级管理人员的考核标准并进行考核，制定、审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案。报告期内，公司制定并修订《董事、高级管理人员薪酬管理制度》（待股东会审议），进一步规范公司董事、高级管理人员薪酬标准、薪酬发放与薪酬调整等事宜，明确高级管理人员的薪酬由基本薪酬、绩效薪酬和中长期激励收入等组成，基本薪酬结合行业薪酬水平、岗位职责和履职情况确定；年度绩效薪酬与年度经营业绩相挂钩。

公司在现有年度经营计划和高管人员的目标考核基础上，计划逐步将可持续发展因素纳入高管绩效考核指标中，以建立健全经营者的激励约束机制，促进公司健康、持续、稳定发展。



深化党业融合，引领发展方向

强化思想引领，筑牢政治根基

公司持续强化思想政治引领，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的各项会议精神。公司党支部在“强基固本、深度融合、服务大局”的工作思路下，持续深化党建引领与业务发展的有机融合，引导党员干部深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，将党建优势转化为发展优势，推动党建工作与公司治理、战略落地、文化建设同频共振，确保企业发展始终沿着正确方向前进，为企业高质量发展注入“红色动能”。

夯实组织基础，规范支部建设

公司持续加强党支部标准化、规范化建设，严格落实“三会一课”、主题党日、组织生活会等制度，不断提升党组织的凝聚力和战斗力。公司党支部结合公司业务特点，灵活开展主题党日活动，将理论学习融入日常、抓在经常。2025年，公司党支部通过开展专题学习研讨等方式，组织党员深入学习党的创新理论，将党建学习与行业趋势研讨、业务案例复盘相结合，切实做到以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干，让组织生活更接地气、更有实效。

推动党业融合，践行社会责任

公司持续探索党建工作与业务发展的深度融合路径，将党组织战斗堡垒作用融入业务一线。2025年，党支部鼓励党员在技术创新、海外拓展、客户服务等重点工作中发挥先锋模范作用，鼓励党员骨干带头攻坚克难，以实际行动诠释党员责任担当。公司党员还积极投身社会公益，在志愿服务、爱心助学、社区共建等活动中走在前、作表率。2025年，公司党员参与“众仁儿童救护”“天堂电影院”等公益项目的宣传与执行，用实际行动践行服务社会的理念。党支部还积极参与属地街道的党建联建活动，加强与外部党组织的交流互动，拓展党建工作的广度与深度。

未来，公司党支部将继续深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，持续深化党业融合，探索“党建+”模式在媒体运营、技术研发、海外业务等领域的创新应用，以高质量党建引领企业高质量发展，为实现“助推中国品牌走向世界”的企业使命提供坚强政治保障。

提升信披质效，筑牢信任根基

健全信披制度，提升信披质量

公司始终严格遵守《公司法》《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规及公司内部制度规定，履行信息披露义务。2025年，公司制定《公司信息披露暂缓、豁免管理制度》、修订《公司信息披露事务管理制度》，进一步完善了公司信息披露制度体系，优化了信息披露工作机制，夯实了信息披露责任，保障了信息披露工作的高效合规。公司在信息披露过程中以真实、准确、完整、及时、公平为原则，不断提升信息披露编制水平，2025年公司共披露公告81份，涉及众多上网和报备文件，不存在补充和更正的情形，也不存在违反信息披露规定的情形。在定期报告中，公司展示了公司经营业绩和经营成果，确保投资者全面了解公司经营情况及重大决策；在临时公告中，公司积极履行必要的信息披露义务，及时、准确、充分提示相关风险，为投资者做出价值判断和投资决策提供依据。2024-2025年度，公司信息披露工作被深圳证券交易所评定为A级。

信息披露指标	单位	2024年	2025年
披露公告	份	41	81
上网文件	份	20+	150+
报备文件	份	80+	460+

加强内幕信息管理，严防信息泄露

公司依法登记和报备内幕信息知情人，全面加强内幕信息管理。公司严格要求全体董事和高级管理人员及其他相关知情人员在定期报告及其他重大事项窗口期、敏感期，严格履行保密义务，杜绝内幕信息泄露及利用内幕信息进行违规交易的行为。报告期内，公司对《公司内幕信息知情人登记管理制度》进行了系统修订，进一步细化内幕信息和内幕信息知情人的范围，完善内幕信息流转及备案程序，明确了各环节内幕信息知情人的保密责任及法律责任。公司通过定期培训、签署保密承诺书等多种形式，持续强化相关人员的合规意识和保密意识。同时，公司建立了内幕信息知情人档案，对知情人进行动态管理和跟踪监督，确保内幕信息在依法披露前的安全可控。

强化内部审计，健全风险管理

完善内审制度，健全内审体系

公司持续深化内部审计体系建设，坚持“风险导向、规范运行、持续优化”的工作思路，不断巩固和完善以“三道防线”为核心的风险管理与内部控制机制。公司始终将完善内部审计制度、健全内部审计流程化体系作为公司治理的重要环节。

制度保障：

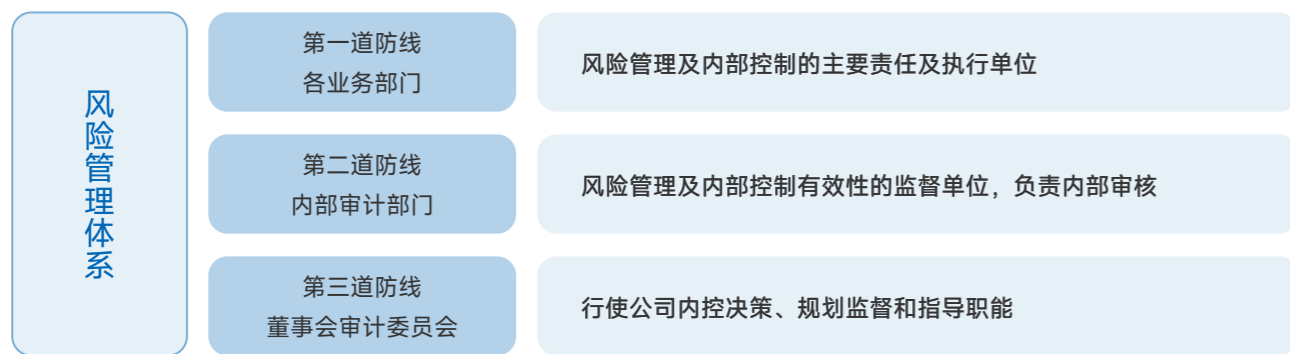
公司严格执行《公司内部审计制度》等相关制度，明确审计工作的职责、权限、流程和标准，确保审计工作覆盖全面、执行规范。

体系架构：

公司持续巩固以各业务单位、内部审计部门、董事会审计委员会“三道防线”为主框架的全面覆盖、多层次的内控建设和风险管理体系，层层压实责任。

审计方法：

公司采用风险导向的审计方法，优先审计高风险领域，确保资源的高效配置和风险的有效控制。2025年，审计重点聚焦于采购业务、费用报销、合同管理等关键环节，实现了对核心风险点的精准覆盖。



开展内审工作，优化内审流程

公司内部审计工作聚焦合规性、透明性和高效性，为企业的健康稳定发展提供坚实保障。公司内部审计的日常工作主要包括常规审计、专项审计及流程制度优化。

项目	内容
常规审计	按照企业内部控制规范体系的规定，评价公司内部控制的建立健全及有效性。
专项审计	对公司业务运营进行监督，例如对供应商的选择、采购招标、三方比价等业务活动事项进行审计与复核，对重要项目业务流程合规性进行审计，核实业务活动中的重要信息。
流程制度优化	对公司现有流程进行全面梳理，识别冗余、低效或重复的环节，通过合并相似流程、引入自动化工具等方式提高各部门协同效率。

2025年，公司内审部持续开展常规审计和专项审计相结合的审计工作，对公司总部及旗下子公司内部控制和业务运营进行了严格的审查，对关键业务实施了循环监控。

- 常规审计：完成了内部控制测试、IT测试、半年度重大事项审计工作5项，对所有存在的控制缺陷均进行了汇报、沟通和反馈。
- 专项审计：对采购业务的三方比价情况进行抽样检查，将所有发现的问题反馈给相关业务管理部门，推动问题闭环整改。
- 流程制度优化：梳理并优化采购流程等，调整并明确流程重要节点和审批权限，提升跨部门协同效率。

在公司审计实践中，内审部采取常规审计与专项审计相结合的方式，同时关注流程制度优化的重要性。为确保审计整改措施的落实，内审部对整改过程进行持续跟踪，通过全流程管理，推动公司健康、稳定、可持续发展。未来，公司内部审计工作将继续坚持风险导向原则，进一步提升审计工作的数字化水平，探索运用数据分析工具提升审计效率与精准度。同时，持续加强审计成果的转化应用，将审计发现转化为管理改进的具体举措，推动公司治理水平再上新台阶。

指标	单位	2024年	2025年
开展常规审计工作	项	5	5
开展专项审计工作	项	6	1

规范税务管理，严守合规底线

打造合规格局，夯实治理基础

公司严格遵守国家税收法律法规，以“合规为本，风险为基，发展为要”为核心遵循，构建全方位、多层次的税务管理体系。制定并落地《税务管理制度》，统一税务管理标准、岗位职责、操作流程与内控要求，形成权责清晰、运行规范、执行有力的税务治理机制，将合规理念贯穿经营管理全过程，积极维护良好纳税信用等级，以透明规范的税务治理树立企业良好形象，以诚信纳税践行社会责任。公司以业财税深度融合为核心方向，推动税务管理前置化、标准化、流程化，将税务合规与风险评估全面嵌入投资并购、业务运营、合同管理、采购销售、财务核算、资金管理等全业务链条，实现业务发生、财务核算、税务处理同步联动、协同管控。通过对全税种、全主体、全流程、全数据的集中管理，从源头提升涉税信息质量，保障税务申报、税款缴纳、发票管理、资料留存等工作精准规范，持续夯实税务合规基础。

构建风控闭环，强化过程管理

公司以风险防控为关键抓手，建立事前防范、事中控制、事后监督、持续优化的全周期和矩阵式税务风险防控机制，形成“识别 - 评估 - 应对 - 监控 - 改进”闭环管理。依托常态化风险排查与动态监测，对经营全流程涉税事项、涉税数据进行扫描、剖析和趋势研判，处理潜在风险。公司坚持内部管控与外部专业支撑相结合，在强化内部税务团队专业能力的同时，积极借助专业机构力量，开展专项风险评估、政策合规校验与隐患排查治理，提升风险研判的专业性与精准度。对各类税务风险实行分级分类管理，针对性制定防控措施、整改方案与应急预案，切实守住不发生重大税务风险的底线。

强化政策适配，提升全员素养

公司紧跟国家税制改革与税收政策动态变化，针对新出台法律法规、征管要求等开展常态化、专业化解读培训，第一时间将政策要点、适用条件、操作指引精准推送至财务、业务、投资、法务等相关部门，推动合规要求落地见效。公司构建线上线下融合、理论实务结合的定期培训研讨，通过专题讲座、案例研讨、情景模拟、实操演练等多元化方式，将税务合规要求融入业务场景与工作流程。持续强化财税人员专业能力、业务人员合规意识、管理人员风险思维，将税务合规文化深度融入人才培养、内控建设与战略布局，为集团高质量可持续发展提供坚实保障。

推进智能升级，实现精准管控

面对数字经济与智慧税务征管新形势，公司将税务数字化转型纳入整体战略布局，加快推进税务管理智能化、信息化、集约化升级。打通业务、财务、税务、资金等系统壁垒，实现涉税信息自动采集、智能校验等工作，以技术赋能提升税务管理效率与管控精度。

指标	单位	2024年	2025年
合计缴纳税额 (不含代扣代缴的企业及个人所得税)	亿元	16.86	16.21



加强廉洁建设，营造清风正气

完善制度体系，规范权力运行

公司严格遵守国家反腐败、反商业贿赂等方面的法律法规，全面落实《联合国反腐败公约》《反贿赂商业原则》等国际倡议要求，构建了全面、多层次的反舞弊工作体系，主要包括《分众传媒廉正监察工作制度》《分众传媒全体员工廉洁自律守则》《分众传媒举报管理制度》《分众传媒举报线索流程管理规定》《分众传媒廉正监察案件调查流程管理规定》《分众传媒举报奖励办法》等，从制度、流程上有效预防、发现和处置各类舞弊行为，保证公司各项经营活动平稳健康运行。

舞弊风险评估机制



恪守诚信经营，培育廉洁文化

公司坚持诚信经营原则，恪守公平竞争的经营理念，在商业活动中严守道德规范，积极维护健康有序的市场秩序。公司坚决杜绝一切贬低竞争对手的言论及其他违法违规行为，以诚信为本，赢得市场尊重与客户信赖。与此同时，公司高度重视维护自身合法权益。若发现竞争对手存在不正当竞争行为，公司亦要求员工保持警觉，及时将相关情况上报上级领导或公司法务、知识产权部等相关部门，以便公司采取法律措施，捍卫合法权益，确保市场竞争的健康与有序。

反舞弊工作不仅仅是管理层和少数部门的责任，更需要全体员工的积极参与和共同努力。因此，公司高度重视反舞弊宣传与培训工作，通过多种形式和渠道，不断增强员工的反舞弊意识和能力。公司对于管理层和关键岗位员工，定期组织专题培训和研讨会，通过深入讲解反舞弊法律法规、政策要求和应对策略、宣传典型案例等方式提高其反舞弊管理能力和风险防范意识。2025年，廉正部门赴杭州、郑州、上海等地开展廉洁培训。

通过持续不断推进廉洁文化建设，公司在反舞弊方面取得显著成效。一是公司的内部管理更加规范和透明，员工的法律意识和职业道德水平得到了明显提高，自觉遵守公司制度和法律法规的意识明显增强，公司内部形成了风清气正的良好氛围。二是公司的经营风险得到有效控制。通过加强舞弊风险评估和监督检查，及时发现和解决一些潜在的管理问题和风险隐患，避免了因舞弊行为给公司带来的重大经济损失和声誉损害。

廉政培训指标	单位	2024年	2025年
廉政部门开展廉洁培训	次	4	4
参与人数	人	130+	150+

畅通举报渠道，强化监督震慑

公司廉政部门持续加大举报宣传工作力度，专设举报奖励条款，员工可通过举报电话和举报邮箱举报相关违法违纪行为。同时，公司注重对举报人合法权益的保护，实行严格的举报保密制度，严禁泄露举报人的信息，举报和投诉行为不会对举报人造成任何负面影响。公司积极倾听员工的呼声，员工之间进行互相监督，努力让员工做到“不敢腐、不能腐、不想腐”。

指标索引表

章节	议题及内容	GRI标准	中国企业改革与发展研究会 《中国企业可持续发展报告指南（CASS—ESG 6.0）》	《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号—可持续发展报告（试行）》
编制说明	—	2-2, 2-3, 2-4	P1.1,P1.2	第四条/第六条第四条/第六条
董事长致辞	—	—	P2.1	—
关键绩效	—	—	A2	—
走进分众	公司基本信息	2-1, 2-6, 201-1	P3.1,P3.2,P3.3	第六条
	2025大事记		P3.1	
	2025分众荣誉		P3.1	
可持续发展管理	议题重要性评估	2-16, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3	G1.3.1,G1.3.2,G1.1.9	第九条, 第五十三条, 第五条
	ESG治理安排	2-9, 2-14	G1.1.1,G1.1.6,G1.1.3	第十一条, 第十二条, 第十八条, 第五十一条
环境篇 绿色低碳, 向善而行	恪守法规底线, 明确绿色方针	2-27	E2.1.1,E2.4.1	第二十九条, 第三十三条
	倡导环保理念, 勾勒绿色图景	201-2, 302-4, 305-5	E3.3.2,E1.1.15	第二十七条, 第三十四条, 第三十五条
	推行绿色运营, 打造绿色生态	302-5, 306-2, 306-4	E3.3.1,E3.3.4	第三十七条
社会篇 人文共融, 价值共生	投身社会公益, 助力乡村振兴	413-1, 415-1	S1.1.2,S1.1.5,S1.2.1,S1.2.3,S1.2.5,S1.2.6	第三十八条, 第三十九条, 第四十条
	深耕主业发展, 推进产业升级	46-1, 417-1	S3.3.4	第四十七条
	推进数智变革, 赋能公司生态	203-1, 203-2	S2.1.2,S2.1.3,S2.1.12,S2.1.13	第四十一条, 第四十二条
	加强投关管理, 回报股东信任	2-26, 2-27, 2-29	G1.3.1,G1.3.2	—
	增进员工福祉, 构建共生职场	2-7, 2-19, 2-30, 201-3, 401-1, 401-2, 401-3, 403-9, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 406-1, 407-1, 408-1, 409-1	S4.1.1,S4.1.3,S4.1.4,S4.1.5,S4.1.6, S4.1.7,S4.1.9,S4.1.11,S4.1.12,S4.3.1,S4.3.2, S4.3.3,S4.3.4,S4.3.5,S4.3.6	第四十九条, 第五十条
	优化采购管理, 促进协同发展	204-1, 414-1	S3.1.1,S3.1.2,S3.1.3,S3.1.4	第四十四条, 第四十五条
	筑牢安全防线, 守护网络安全	418-1	S3.4.1,S3.4.2,S3.4.3	第四十八条
治理篇 合规为锚, 行稳致远	明晰治理架构, 规范公司治理	2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-27, 405-1	P3.4	—
	深化党业融合, 引领发展方向	—	—	—
	提升信披质效, 筑牢信任根基	2-27	—	—
	强化内部审计, 健全风险管理	2-27, 207-2	—	—
	规范税务管理, 严守合规底线	2-27, 207-1, 207-2, 207-3	—	—
	加强廉洁建设, 营造清风正气	2-27, 205-2, 205-3	G2.1.1,G2.1.2,G2.1.2,G2.1.3	第五十四条, 第五十五条
附录	指标索引表	—	A3	第五十七条
	意见反馈表	—	A6	第九条

意见反馈表

感谢您阅读《分众传媒2025年可持续发展报告》！为了更好地满足您的需求、方便我们向您及各利益相关方提供更有价值的信息，同时促进公司完善可持续发展工作，提高履行可持续发展责任的能力和水平，我们殷切地期望您能够对报告提出宝贵意见。

1.您对本报告的总体评价是？

很好 较好 一般 较差 差

2.您对分众传媒在环境方面践行可持续发展理念的评价是？

很好 较好 一般 较差 差

3.您对分众传媒在社会方面践行可持续发展理念的评价是？

很好 较好 一般 较差 差

4.您对分众传媒在治理方面践行可持续发展理念的评价是？

很好 较好 一般 较差 差

5.您认为本报告是否能真实反映分众传媒可持续发展实践对环境、社会、治理等方面的影响？

很能 较能 一般 较不能 很不能

6.您认为本报告披露的信息、数据、指标的清晰、准确、完整程度如何？

很高 较高 一般 较低 低

7.您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

很好 较好 一般 较差 差

8.您属于以下哪类利益相关方？

政府 监管机构 股东和投资者 客户 供应商与合作伙伴 员工 公众与社区 其他

9.您认为本报告最具价值的创新点是？

数据详实度 案例典型性 战略前瞻性 可持续发展理念体现

其他_____

10.您对分众传媒可持续发展工作和本报告的意见和建议？

感谢您的宝贵意见！您的反馈将助力我们持续提升可持续发展实践与信息披露质量。请您于2026年6月30日前通过以下方式反馈：

传真：+86 21 22165288

电子邮件：邮件标题注明“2025可持续发展报告反馈”

邮寄地址：上海市长宁区江苏路369号28层

邮编：200050



地址：上海市长宁区369号兆丰世贸大厦28层

电话：021-22165288

邮箱：FM002027@focusmedia.cn