



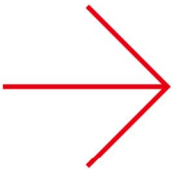
(2022)

环境、社会 和治理(ESG)报告

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

—— 东方明珠新媒体股份有限公司 ——

目录
CONTENTS



董事长致辞	01	关于本报告	03
-------	----	-------	----

1	第一章 关于东方明珠	05
	一、公司简介	
	二、战略与发展	
	三、ESG体系	
	四、利益相关方沟通	
	五、实质性议题分析和管理	
	六、年度履责大事记	

3	第三章 内外双修促提升，多维践行社会责任展国企担当	31
	一、雇主责任	
	二、客户保障	
	三、政府响应	
	四、供应链管理	
	五、行业共赢	
	六、公益责任	

5	第五章 资质与年度荣誉	83
	一、公司参与的组织、协会和社会机构	
	二、公司年度荣誉	

2	第二章 持续优化治理，合规经营实现高质量发展	17
	一、规范治理	
	二、合规经营	
	三、党建引领	
	四、创新发展	

4	第四章 响应“双碳”战略，节能减排促进绿色发展	75
	一、绿色管理	
	二、绿色运营	
	三、环保宣传	

附录	87
----	----



董事长致辞

癸卯呈和，气象万千。满目所及，尽是复苏和生长。

经济企稳回升，带来服务业消费提振、文旅业热力井喷、影视业加速回暖，带来企业信心的持续修复和一季度国民经济的超预期复苏。技术加速革新，带来无限的想象空间和勃勃生机：元宇宙不断延展全新商业落地场景，ChatGPT让AI应用更鲜活灵动，各行各业正以前所未有的勇气拥抱新科技引爆的生产力革命。捕捉发展机遇、回应时代召唤，是东方明珠新媒体股份有限公司的必然使命。

回望极不寻常的2022年，我们不惧挑战，展现国企担当，践行社会责任。这一年，我们顺应文娱消费转型升级趋势，优秀文化作品产出源源不绝；助力基础教育和终身学习，不断提升“空中课堂”“金色学堂”服务水平；关注社区发展，助力乡村振兴，以实际行动弘扬公益理念；积极响应“双碳”战略，做好环保宣传，有力推动绿色发展。这一年，我们笃行合作共赢，寻求广阔发展空间，持续扩大朋友圈，搭建全方位、多层次、宽领域对外交流平台。这一年，我们更潜心磨砺价值，大力推进数字化转型，在大小屏联动、广电5G、未来电视、文旅元宇宙等新赛道成就了更宽广更扎实的布局。

迈入全面贯彻党的二十大精神开局之年，我们昂首阔步，足音铿锵。我们将一如既往，聚焦高质量发展，铆定新发展阶段、新发展理念、新发展格局，力争以更好业绩，与伙伴共赢、与社会共生。

让我们携起手，以奋斗者之姿，共赴时代之约！

东方明珠新媒体股份有限公司
党委书记、董事长
2023年4月29日



关于本报告

报告时间范围

2022年1月1日至2022年12月31日，部分内容超出上述时间范围。

此前报告发布情况

公司自2017年连续六年发布企业社会责任报告，本报告是公司发布的首份环境、社会和治理（ESG）报告。公司参照国际最新标准、最新政策要求，结合公司发展的实际情况，在社会责任报告的基础上更加深度、全面地展现公司年度履责实践和成果，进一步提升年度ESG信息披露的透明度。

报告发布周期

本报告为年度报告

报告数据来源

东方明珠新媒体股份有限公司及下属公司

报告发布日期

2023年4月29日

报告采用称谓

报告中采用的“东方明珠”“公司”“我们”均指东方明珠新媒体股份有限公司。

报告获取渠道

本报告以网络电子版形式发布，可在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）查阅获取。

重点参照的报告编制依据

全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南 2021》

中国企业改革与发展研究会团体标准《企业ESG披露指南》（T/CERDS 2—2022）、团体标准《企业评价体系》（T/CERDS 3-2022）

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南》（CASS-ESG 5.0）

上海证券交易所《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》

阅读反馈机制

若您在阅读过程中有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们。

联系人：嵇绯绯（董事会秘书）

地址：上海市宜山路757号

邮编：200233

电话：021-33396637

传真：021-33396636

公司网址：www.opg.cn

电子邮箱：dongban@opg.cn

致谢

感谢公司投资者关系顾问上海博涵公共关系管理咨询股份有限公司协助编写。



第一章

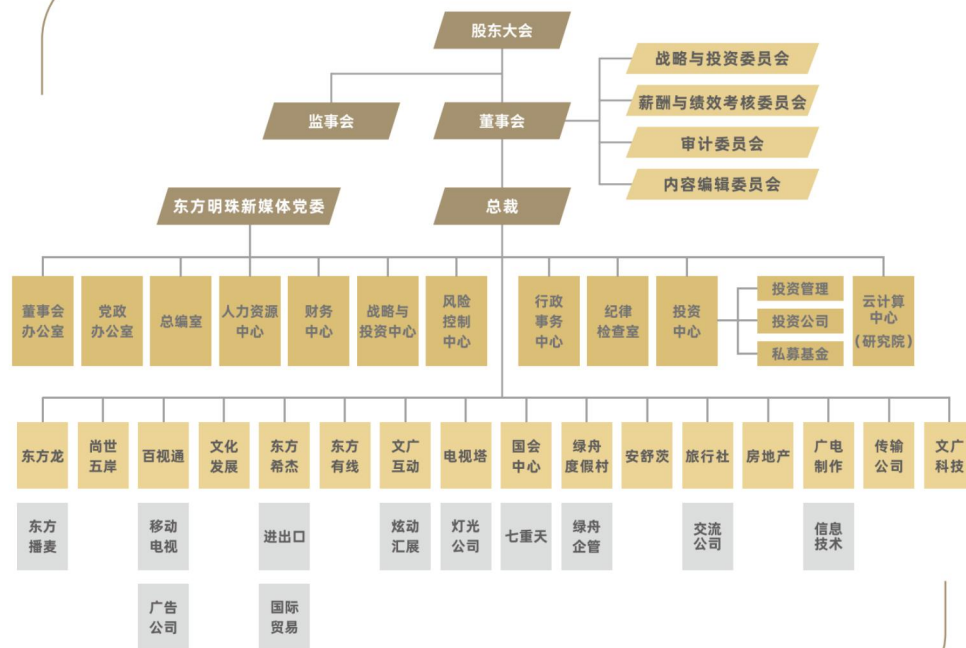
关于东方明珠

一. 企业简介

东方明珠新媒体股份有限公司（简称东方明珠，股票代码：600637）是上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（SMG）旗下统一的产业平台和资本平台。公司拥有国内全渠道视频集成与分发平台及独具特色的文化内容、文旅消费等资源，其中智慧广电业务具体包括融合媒体业务（含有线电视、IPTV、OTT、移动互联网终端、影视内容制作与发行、游戏业务等）、智慧广电5G业务等；文化消费业务包括围绕东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心（东方滨江大酒店）、奔驰文化中心、东方绿舟等多个上海地标性建筑展开的观光游览、浦江游览、酒店餐饮、会务会展、现场演艺、舞美制作、国际国内旅游、度假休闲、户外拓展等文化旅游业务，以视频为核心展现形式的零售业务，及文化地产开发运营等业务。公司通过产业资源的整合、打通，满足人民群众日益增长的追求品质生活的需求。

公司蝉联“中国互联网企业100强”及“上海百强企业”，并连续11年入选“全国文化企业30强”。

公司组织和架构图





二. 战略与发展

公司作为国有文化传媒龙头企业，积极贯彻落实党的二十大精神，着力实现质的有效提升和量的合理增长。公司将始终以成为国内一流的数智文化传媒服务集团为发展定位，立足智慧广电产业根基，顺应产业发展，同时抓住数字经济发展新机遇，寻求增长与突破。

未来公司战略将基于智慧广电生态体系，持续推进媒体融合化、智慧化升级；同时积极响应国家文化数字化战略要求，大力推进数字化转型赋能，实现业务融合化发展及产业生态化拓展。公司将通过智慧广电业务、文化消费业务和新赛道创新业务实现战略目标。

1

大力推进融合媒体及智慧广电5G业务发展，夯实智慧广电业务高质量发展基础

融合媒体业务方面，紧跟智慧广电转型，以实现内容、产品、渠道、运营的全面融合发展为目标，构建全媒体生态竞争能力，持续夯实高质量发展基础。大力提升数字化能力及智慧化应用，充分运用数智手段，提升精细化运营能力，打造数字经济下的全媒体竞争壁垒。

智慧广电5G业务方面，将努力打造广电5G产品和服务解决方案，形成差异化竞争优势，以快速实现5G用户发展，同时持续推进固移融合业务。充分发挥政企服务能力，深度参与智慧城市转型升级、五大新城建设、南北转型等市委市政府中心工作，逐步打造政企业务竞争优势。

2

充分利用数字化、智慧化手段，推动文化消费业务转型升级

零售业务方面，在持续的数字化升级的背景下，互联网电商、数字化零售是适配当前市场环境和消费者需求变迁的业态发展必然选择。未来公司零售业务将在继续发挥原有资源优势的基础上，在商业模式、组织机制、资源能力等方面转型，全面打造“以用户为核心，以数据为驱动”的电商企业，为用户提供高体验的优质商品及服务，同时为产业客户提供特色的内容、运营及数据等服务。

文旅业务方面，将紧跟行业发展及消费习惯变迁，牢牢把握数字化技术所带来的业务模式突破新机遇，通过定位重塑、内容升级、产品升级、技术升级等系统性的转型升级，打造新场景、新活动、新体验。

地产业务方面，为深入贯彻落实党的二十大精神，以重大文化产业项目带动实施“国家文化数字化战略”，公司将积极推动文化地产从项目开发销售模式向文化产业运营平台的转型升级，以数字文创及元宇宙等新领域为核心，打造千亿级文化产业集群基座。

3

把握数字经济发展机遇，围绕“文化+”布局新赛道、新领域

与SMG加强产业联动，充分发挥SMG优势资源及东方明珠产业开发能力，围绕“文化+”打造新场景、布局新赛道、新领域。积极探索基于垂类业务的延伸，在垂类赛道中树立差异化的品牌优势。同时，紧跟新技术发展对文化产业带来的升级，依托新技术，增强原创力，培育出更多新的文化业态，充分运用外延投资等手段，围绕数字技术、文化传媒、大消费等领域，探索线上线下业务的新场景、新业态。

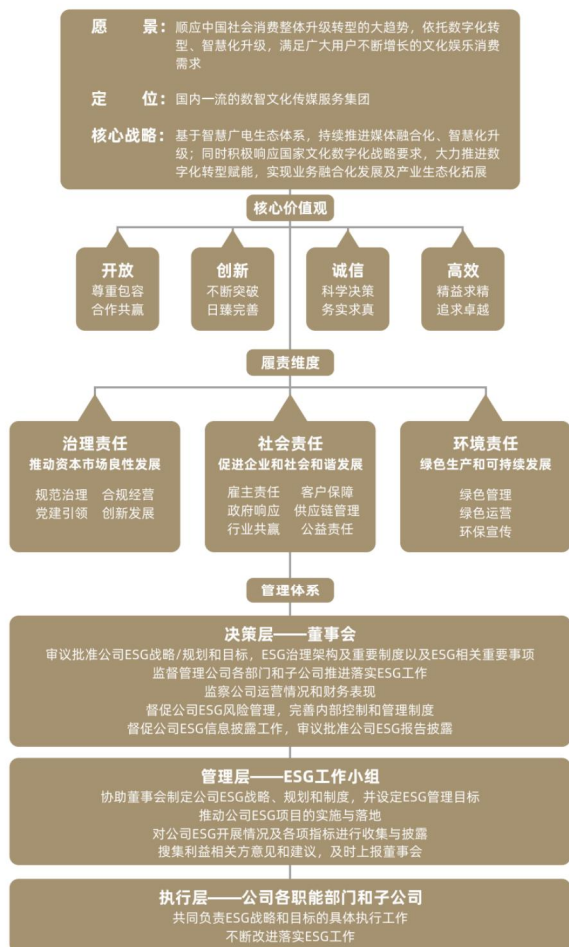


三. ESG体系

1. ESG体系

2022年，公司将社会责任体系（以下简称“CSR体系”）升级为环境、社会 and 治理体系（以下简称“ESG体系”），进一步明晰治理责任、社会责任和环境责任的履责维度，并搭建了ESG管理架构，推动ESG工作。

ESG体系架构图



2. ESG经营管理机制

公司将ESG纳入经营管理和发展规划中，为了确保ESG工作组织、规划、沟通、执行、传播、考核等的顺利执行，制定了相关管理制度。公司在战略顶层设计层面全面考量各利益相关方的需求，为ESG履责予以持续性的指引和规划。公司持续追踪利益相关方的需求，不断拓展沟通渠道，并建立完善的信息反馈机制，将反馈意见作为改进ESG工作的重要依据，以持续推动ESG实践。

3. ESG信息披露

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

年度ESG信息披露方面，公司自2016年成立社会责任专项小组负责社会责任报告撰写工作，于2017年发布东方明珠首份社会责任报告，基本覆盖环境、责任、治理三大维度的相关信息。2022年，公司社会责任专项小组正式升级为ESG工作小组，严格按照证监会、上交所最新要求，参照GRI最新标准、中国企业改革与发展研究会相关团体标准、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南》（CASS-ESG 5.0）等，将年度社会责任报告升级为年度ESG报告，进一步提升ESG年度信息披露的全面性和透明度，这也是公司连续第七年进行年度ESG信息披露。公司官网专门设置了社会责任专栏，方便公众查询公司相关年度报告。



四、利益相关方沟通

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

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

五、实质性议题分析和管理的

1. 实质性议题分析

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

实质性议题分析流程图

1

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

2

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

3

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

4

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



2. 实质性议题清单和管理

领域	实质性议题	实质性议题管理
公司治理	党建引领	坚持党的领导、切实推进党建工作、反腐倡廉
	优化治理	经营管理体系、多元化管治、规范运作
	信息披露	严格履行信息披露责任，推动ESG信息披露
	投资者关系管理	投资者沟通和交流机制、保障投资者权益
	风险管理	建立健全机制
	客户隐私保护	“科技+机制”双轨并行，强化机制保障
	商业道德管理	完整有效的内部风险管理体系，加强内部监督和培训
	创新发展	管理创新、创新构筑一流产品和运营服务平台，推动行业标准制定和知识产权保护
社会责任	发挥国有大企业带头作用	公益传播、国家重大活动支持
	雇主责任	平等雇佣、员工各项权益保障、员工健康和安全管理、员工培养和有效激励、员工关爱和帮扶
	客户服务和保障	建立完整客户关系管理体系、规范化的客户响应机制，重视客户反馈，优化并持续改进服务
	经济发展	依法纳税、促进就业、创造经济效益
	促进国内外交流	促进两岸三地交流沟通、高水平文化对外输出、搭建国际交流平台、助力国际交流互动
	供应链管理	供应商合规管理、供应商ESG管理
	行业共赢	加强行业合作
	助力乡村振兴	持续助力乡村教育振兴、乡村结对帮扶、乡村经济振兴
	社区发展	惠民便民、关爱弱势群体
	公益践行	公益捐赠、公益活动
绿色发展	污染物排放	遵循法律法规，严格污染物管理
	能源消耗	节能改造推动能源节约、供应链绿色管理
	办公能耗	倡导绿色办公
	环保宣传	环保主题活动传递绿色理念

六、年度履责大事记

SMG全媒体创新平台列入2022年上海市重大建设项目清单

2022年1月26日，上海市发展改革委公布2022年上海市重大建设项目清单，公司和上海临港共同打造的SMG全媒体创新平台（东方智媒城）被列为科技产业类现代服务业重大建设项目。

序号	项目名称	备注
科技产业类67项		
(三) 现代服务业 (12项)		
56	西岸传媒港、西岸智慧谷（网易、梦响强音、腾讯、阿里零售、金融城）	在建
57	大型绿色数据中心（中国移动、腾讯、阿里巴巴）	在建
58	虹桥商务区核心区基础设施配套项目二期	在建
59	SMG全媒体创新平台	在建
60	金山乐高乐园	在建
61	中国核建上海科创园	在建
62	中核集团上海总部	在建
63	中交集团上海总部基地	在建
64	网易上海国际文创科技园（青浦）	在建
65	美的集团第二总部项目	在建
66	美团科技中心	在建
67	张江“科学之门”项目	在建

参与两项ESG团体标准制定

公司是中国企业改革与发展研究会团体标准《企业ESG披露指南》（T/CERDS 2—2022）和团体标准《企业评价体系》（T/CERDS 3—2022）两项团体标准的主要起草单位，参与了标准设计、制定，两项标准于2022年先后发布，为中国企业ESG实践和信息披露提供指引，激励更多企业重视、开展ESG工作，共同推动ESG发展。《企业ESG披露指南》（T/CERDS 2—2022）是全国首份企业团体标准，《企业评价体系》（T/CERDS 3—2022）结合我国国情和企业发展实际，从环境、社会、治理三个维度构建了四级指标体系，提供规范的评价流程和评价方法，适用不同行业、不同规模的企业，为我国构建本土化ESG评价体系发挥积极作用。



中国企业改革与发展研究会团体标准《企业ESG披露指南》（T/CERDS 2—2022）主要起草单位



中国企业改革与发展研究会团体标准《企业评价体系》（T/CERDS 3—2022）主要起草单位



沈军女士当选东方明珠董事长

2022年2月8日，东方明珠发布《第九届董事会第二十九次（临时）会议决议公告》，公司董事会全体成员一致通过选举沈军女士为董事长。

全面助力广电5G事业发展

作为中国广电在上海地区的发起人和出资人，东方明珠自2020年开始以“现金投资+股权参与”的叠加方式多维度参与中国广电组建，期间持续紧贴“全国一网”和广电5G协同建设的工作要求，全力以赴投身各项建设任务。2022年6月27日，作为列入中国广电192号段首批开网放号省市，广电5G（上海）192号段宣布启动试商用测试，标志着全国有线电视网络整合和广电5G建设取得重大突破性进展，广电网络初步形成“有线+5G”融合发展新格局。2022年9月28日，中国广电5G（上海）网络服务精彩启航仪式在东方明珠电视塔举行，中国广电5G网络服务在上海正式商用，东方有线作为广电5G上海地区业务运营主体，依托SMG和公司独特资源，打造差异化产品与服务。截至2022年12月22日，上海5G业务开卡用户数突破40万大关，提前完成全年挑战目标。



圆满完成党的二十大主题宣传

为迎接党的二十大，公司旗下百视通IPTV、OTT、移动电视、东方有线、文广互动、百视TV APP大屏小屏联合发力，室内户外全媒体同频共振，精心策划，以专区专栏点睛，以专题报道造势，集结一大批优秀视听作品，形成丰富多元的精品内容矩阵，以主流新媒体的传播力、引导力、影响力，凝聚团结奋进的精神力量，顺利完成党的二十大主题宣传工作。



献礼新中国成立73周年

东方明珠广播电视塔于2022年10月1日晚，线上发布“元”创《“献礼中国”AR烟花秀》，为新中国成立73周年献上一份特别的礼物。



推动元宇宙领域布局

2022年10月24日，公司召开元宇宙创新分享推进会，8个“元动力”优秀项目团队就各自元宇宙重点项目进行宣讲。会议要求按照统筹规划、系统推进、重点突破的工作计划扎实打造文旅元宇宙标杆项目，切实推动公司创新转型发展。



荣登上海市互联网综合实力TOP11

在2022年11月24日发布的2022年上海市互联网综合实力50强企业名单中，公司凭借综合实力和服务贡献荣登“上海市互联网综合实力前50家企业”第11位，公司及旗下子公司的金色学堂、长者服务、云健康3个项目入选“上海信息通信企业适老化及无障碍服务”示范案例，长者服务项目同时获得“公益传播奖”。



连续十一年入选“全国文化企业30强”名单

2022年12月28日，第十四届“全国文化企业30强”名单出炉，公司连续第11年入选。





2

第二章

持续优化治理，合规经营实现高质量发展

年度绩效展示

经营绩效



治理绩效

股东大会共召开4次会议，筹备召开9次董事会会议、5次监事会会议	严格履行信息披露责任，年度共计发布公告131次	年度股东分红1次
共接待投资者调研总次数630次，总人数1056人，其中线上调研接待次数为565次，线下调研接待次数为65次	合规管理，遵守商业道德	创新发展，持续创造价值

一、规范治理

1. 公司治理结构

公司严格遵守中国证券监督管理委员会的证券监管规则和上海证券交易所法律法规及行业规范，持续完善公司治理结构，规范公司运营管理流程，建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的【三会一层】治理架构，同时形成了包括激励机制、监督与制衡机制的治理机制，构建了权责明确、各司其职、相互协调、有效制衡、科学决策、规范运作的经营管理架构。

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

关于控股股东与上市公司：本公司控股股东行为规范，没有超越股东权限直接或间接干预本公司的决策及生产经营活动，没有损害本公司及其他股东利益。控股股东与本公司在人员、资产、财务、机构和业务等方面相互独立。本公司董事会、监事会及其他内部机构独立运作。截至2022年12月31日，公司前五大股东持股比例为45.95%。

关于董事和董事会：公司董事会严格按照《公司法》《公司章程》等相关规定规范运作，依法履行相关权利及义务。公司董事会由9名董事组成（含2名女性，占比22.2%），其中3名为独立董事，占比33.3%；符合相关法律法规的要求，董事会下设战略与投资委员会、薪酬与绩效考核委员会、审计委员会和内容编辑委员会，并制定了相应的实施细则。公司董事均能认真、诚信、勤勉地履行职责，对董事会和股东大会负责。公司董事会换届工作于2022年9月20日完成，第十届董事会由董事长沈军女士、副董事长宋炯明先生、副董事长刘晓峰先生、董事王磊卿先生、董事钟璟女士、董事黄凯先生、独立董事苏锡嘉先生、独立董事陈清洋先生以及独立董事卫哲先生组成，公司董事会秘书为嵇绯绯女士。





关于监事和监事会：公司监事会由3名监事组成（含1名女性，占比33.33%）。公司监事会的人数和人员构成符合相关法律、法规和《公司章程》的要求，公司监事能够认真履行自己的职责，本着为股东负责的态度，对公司财务和公司董事及高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督。公司监事会换届工作于2022年9月20日完成，第十届监事会由监事会主席王治平先生、股东代表监事李桦女士以及职工代表监事陈小仁先生组成。

关于公司高级管理人员聘任、绩效考核和激励制度：2022年，公司高级管理人员数量为10人，其中女性为2人，占比20%。本公司积极建立高级管理人员的绩效评价标准和程序，并根据实施情况适时予以相应的修订、完善。同时，持续完善高级管理人员及关键人员的激励机制，促进公司长期稳定发展。



2.多元化管治

公司董事会下设战略与投资委员会、薪酬与绩效考核委员会、审计委员会以及内容编辑委员会。

委员会名称	职责	2022年度履职情况
战略与投资委员会	1.制定公司发展战略 2.监督、核实公司重大投资决策 3.董事会授权的其他事宜	年度召开1次会议
薪酬与绩效考核委员	1.研究董事与高级管理人员考核的标准，进行考核并向董事会提出建议 2.对公司薪酬制度的执行情况进行监督 3.董事会授权的其他职责	年度召开4次会议
审计委员会	1.提议聘请或更换外部审计机构，审核外部审计机构的审计费用及聘用条款 2.聘请或更换外部审计机构的议案须由审计委员会形成审议意见并向董事会提出建议后，董事会方可审议相关议案 3.监督及评估外部审计机构工作 4.指导、监督公司的内部审计制度及其实施 5.协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通 6.审核公司的财务信息及其披露并对公司的财务报告发表意见，根据需要对重大关联交易进行审核 7.评估内部控制的有效性，审查公司及各子公司、分公司的内部控制制度的科学性、合理性、有效性以及执行情况，并对违规责任人进行追究提出建议 8.对内部审计人员尽责情况及工作考核提出意见 9.公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项	年度召开6次会议
内容编辑委员会	1.研究内容发展战略，包括内容创新计划、重大IP战略规划和内容发展重大投入等；监督、评估内容发展战略落实情况 2.研究品牌战略并定期对其效果进行评估 3.研究并评估内容安全播出形式及流程	年度召开2次会议



3.三会召开情况

2022年，东方明珠新媒体股份有限公司股东大会共召开4次会议，筹备召开9次董事会会议、5次监事会会议。每次会议的会议准备、会议通知、会议召开、会议决议、会议资料的整理和保存均符合规范运作的规定，董事、监事、高管对会议内容认真审核、充分讨论，均形成了有效的决议。为推动公司良好运营和可持续发展，公司本着公开、公平、公正的原则对最高治理机构及其委员会的成员进行提名和甄选，用有效的内部控制保证公司稳定与规范运作。

2022年三会召开次数和出席情况



4.严格履行信息披露责任

东方明珠严格按照证监会《上市公司信息披露管理办法》以及相关法律法规履行上市公司披露信息义务，并建立了内部信息披露体系，制定了《东方明珠新媒体股份有限公司信息披露事务管理制度》《信息披露暂缓与豁免业务管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《外部信息使用人管理制度》和《内部信息报告管理制度》等内部管理机制，确保信息披露的及时、公平、真实、准确和完整。公司将ESG信息披露纳入信息披露体系，传递公司ESG价值。2022年全年，公司共发布131条公告及上网文件，真实、准确、完整、及时地进行信息披露，充分保障投资者的知情权。2022年度，公司将年度社会责任报告升级为年度ESG报告，充分展示公司透明、规范的运营情况。

董事会定期对公司信息披露管理制度的实施情况进行自查，并优化改进信息披露，独立董事和监事会负责对信息披露事务管理制度的实施情况进行监督并根据需要要求董事会对制度予以修订。

为深入贯彻国务院金融委“建制度、不干预、零容忍”的工作要求，结合监管实践需要，中国证监会组织开展上市公司监管法规体系整合工作，推进完善基础性制度，形成体例科学、层次分明、规范合理且协调一致的上市公司监管法规体系。基于此，证监会于2022年1月发布了多项规范性文件。同时，为配合证监会最新法规的落地，上交所发布了修订后的《上海证券交易所股票上市规则》及系列指引。根据中国证监会、上交所颁布的最新规定，公司结合实际情况开展了公司章程等17项制度的修订工作，并分别于2022年4月28日东方明珠新媒体股份有限公司第九届董事会第三十次会议、2022年6月29日东方明珠新媒体股份有限公司2021年年度股东大会审议通过。

5.重视投资者关系管理

东方明珠高度重视投资者关系管理工作，持续完善投资者沟通、接待和服务工作机制，并积极为国家顶层设计建言献策。公司参与了证监会《上市公司投资者关系管理工作指引》征求意见稿制定并逐条提出建议，助力投资者关系管理的顶层制度设计，为推动资本市场健康发展贡献力量。该指引于2022年5月15日起施行，进一步规范了上市公司投资者关系管理。

公司率先将ESG管理纳入投资者关系管理工作中。公司建立了投资者双向沟通交流机制，不仅通过多元化渠道和方式加强投资者沟通，而且公司高度注重投资者的反馈和意见，及时整理并汇报给管理层，作为公司优化经营治理的依据。公司设置了专岗积极接听投资者热线、查看并回复投资者邮件、接待来访投资者、解答投资者疑问，并通过现场交流、电话、传真、网络等方式与投资者开展公开透明的沟通交流。2022年，公司采取“线上+线下”的沟通方式，积极召开业绩说明会，接待各类调研，并参与各大券商机构组织的策略会，举办投资者交流活动，增进与投资者的互动和沟通。

2022年公司投资者交流与沟通情况



6.投资者回报

公司兼顾投资者即期利益和长远利益，实施与公司经营业绩及未来发展相匹配的持续且稳定的利润分配政策，在实现自身长期可持续发展的同时，使投资者与公司共享企业价值。截至2022年12月31日，公司拟以总股本3,414,500,201股扣除公司回购专用账户中的股份52,600,384股后的3,361,899,817股为基数，拟按照每10股派发现金分红1.35元（含税），共计453,856,475.30元（含税）。根据前述分配方案，公司拟现金分红金额占公司2022年度归属于母公司股东的净利润比例为259.12%。



二、合规经营

1. 合规管理体系与机制

公司坚持合规经营，已经构建了内部控制规范体系。公司高度重视内控制度的建设，依据相关法律法规，结合公司现有习惯和流程，将“三会”治理与公司制度流程制订做了有效衔接。公司内部控制制度渗透到了决策、执行、监督、反馈等各个环节，并将根据法律法规的变动和经营发展实际情况，适时修订各项内部管理制度，确保各项业务在风险可控的前提下健康发展。公司已按照《企业内部控制基本规范》及相关法律法规要求，对本公司截至2022年12月31日的内部控制设计与运行的有效性进行了自我评价。

同时，公司对子公司的管理制度包括《东方明珠对外投资决策管理制度》《东方明珠投后管理办法》《东方明珠内部信息报告管理制度》《东方明珠法律事务综合管理制度》《东方明珠合同管理制度》等。公司要求各子公司指定信息披露联络员与内控对接人，与公司董事会办公室联络和协调相关信息披露事务和内部控制事务，建立有序高效的信息披露及内部控制工作机制；公司要求各子公司指定法务联络员，与公司进行法律事务的对接与传达。下属公司法务工作中如出现重大、突发事项，会及时填写上报表单，并由其法务联络员上报公司。公司及时了解子公司重大事项情况，必要时介入协同进行风险管控；子公司“重大合同”应上报公司审批通过后方可签署。公司通过对子公司重大合同的事先审批有效进行风险管控。

每年公司会根据经营安排向各子公司下发经营计划、KPI考核细则等，对各子公司进行月度经营分析、年度考核、定期战略回顾、对于单一项目定期上报、重大项目及时上报等均有规定。公司通过建立财务负责人委派制度，对重要子公司进行财务负责人委派，落实日常财务监管职责，同时，按计划分批搭建财务共享服务平台，对纳入财务共享的子公司日常财务工作进行集中处理与监控，从系统上保证财务监控的实时性。

2. 客户隐私保护和机制

公司高度重视客户信息管理和保护，致力于通过合法的途径和正当的渠道获取客户信息，坚持“科技+机制”双轨并行，确保客户隐私的安全性。公司一方面不断推进技术更新，对用户信息系统安全防护体系不断完善，夯实客户信息安全“防火墙”；另一方面，持续健全内部管理机制，加强员工责任感和素养的培养，采取多举措强化监督，护航信息安全，在未征得客户个人同意的情况下，不向第三方泄露客户信息，在每个组织均指定专人保护客户个人信息。

深化防范打击电信网络诈骗，安全防范入人心

2022年，东方有线开展多轮宣贯强化员工防范电信网络诈骗、保护用户个人信息安全方面的意识，提升员工责任感和认知，并与有关部门协同制定5G开卡合规性监督与考核办法，强化分级管理、细化自查要求，落实问题早发现、早补救、必考核的管理机制，大幅降低涉诈风险。针对易受骗群体开展精准防范宣传，全市营业网点完成反诈宣传的张贴及相关物料的放置，与属地公安机关建立警企联动机制，不断推动反诈防诈知识进社区、进网络，着力构建全方位、覆盖广的反诈宣传教育体系，同时展开《反诈法》专项培训，累计签到2832人次，专题考试平均分为95分。



3. 践行商业道德

公司高度重视商业道德管理，建立了完整有效的内部风险管理体系，制定了覆盖各业务流程的内部控制制度和内部审计程序，实现对反贪腐反贿赂、举报投诉等商业道德事宜的有效监督，避免各种不正当、违法违规以及舞弊行为的产生，有效防范和控制公司的内部风险。审计委员会按照审计计划，每年对本公司各下属子公司的风险管理与内部控制及财务状况进行审计，对审计中发现的问题提出整改建议，通过全面内控审计、经济责任审计、专项审计等审计监督，不断完善企业的内控体系。公司还建立了内部监督和举报机制，在畅通举报投诉渠道的同时，有效保障举报人的合法权益。

4. 内外双重监督体系和机制

4.1 内部监管机制

公司持续强化内控建设，以风险防范为导向，建立了严格的内部监督机制，并持续完善内部控制体系，做到及时发现问题、解决问题，并针对可能性潜在风险定期优化治理，切实防范经营风险、提高经营管理水平。公司建立了内部监察机制，有效打击贪腐舞弊行为，营造诚实规范的经营环境，依据有关法律法规制定了举报、投诉等相关制度，受理来自员工、客户、供应商等各方的投诉、举报，并对举报信息受理、登记、保管、调查等各个环节进行流程性规范，并对举报、投诉者的信息严格保密。

4.2 接受市场监督

公司始终保持公开自律的办公文化，多维度接受市场监督，坚持透明化办公，使市场、媒体及投资者对公司的经营状态及社会活动保持动态连续的了解。公司指定法定信息披露媒体4家，分别为《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》，以加强媒体沟通与多维度市场监督。2022年度，公司举办了业绩说明会、投资者网上集体接待日，邀请了各类机构投资者、中小投资者等参会。公司就战略规划、业务开展等经营动态合规合法地与各类群体进行沟通交流，最终以网站或报纸为载体将信息传递给投资者，最大程度保障信息对称，促使投资者做出更加合理化的投资决策。



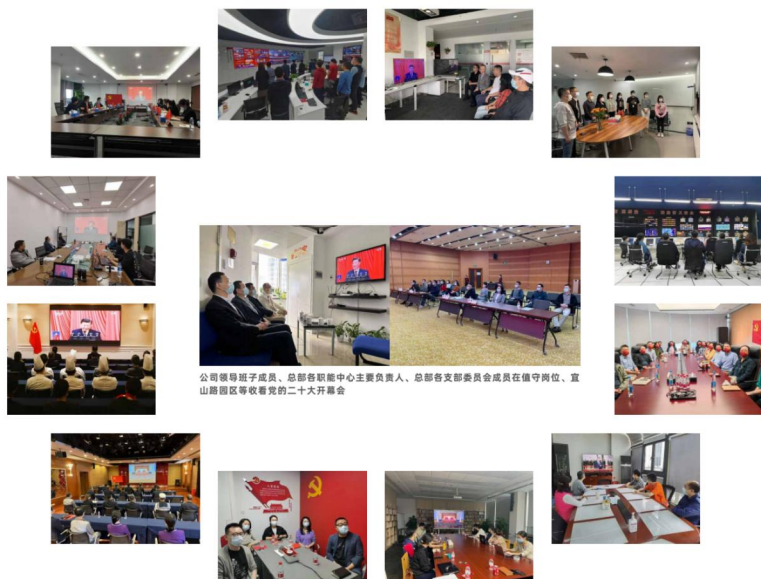
三、党建引领

截至 2022 年底	OPG直属党委	直属党总支	直属党支部
	4个	7个	10个
	基层党总支	基层党支部	党员
	1个	74个	1468人

1. 学习贯彻党的二十大精神

党的二十大是我们党进入全面建设社会主义现代化国家、向第二个百年奋斗目标进军新征程的重要时刻召开的一次十分重要的代表大会，是党和国家政治生活中的一件大事。2022年10月16日，公司广大党员干部以中心组学习会等形式，通过广播、电视、网络等渠道，收看了党的二十大开幕会，认真听取了习近平总书记代表第十九届中央委员会向大会作的报告。开幕会结束后，公司党委及基层党组织第一时间召开中心组学习会，党员干部畅谈观看开幕会的感受和体会。习近平总书记在报告中提出了一系列治国理政的新思路、新战略、新举措，立意深远、振奋人心，极大增强了广大党员干部职工干事创业的信心和决心。大家纷纷表示，要认真学习、深刻领会报告精神，用党的最新理论成果武装头脑、指导实践、推动工作。

公司广大党员干部收看党的二十大开幕会



公司领导班子成员、总部各职能部门主要负责人、总部各支部委员会成员在值守岗位、宣山路园区等收看党的二十大开幕会

公司党委及基层党组织召开中心组学习会



召开学习贯彻党的二十大精神暨2022年第四季度基层党建工作会

2022年12月14日，公司党委以线上方式召开学习贯彻党的二十大精神暨2022年第四季度基层党建工作会，公司党委副书记、高级副总裁黄凯及各直属党组织负责人、党务干部等40余人参会。会议进一步部署了学习贯彻党的二十大精神工作，布置了2022年度直属党组织落实全面从严治党主体责任考核工作，反馈了2022年度基层党建工作台账抽查情况，并将抓基层党建列入2023年党建的重点工作，提出各直属党组织要对标党的二十大的新部署新要求，认真谋划明年党建工作，切实保障国有企业党组织作用的发挥。



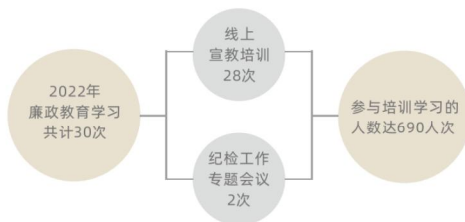


文广互动党委、团委联合上海市新四军历史研究会举办庆祝建团100周年军史知识体验课

2022年是中国共产党青年团成立100周年、中国人民解放军建军95周年、新四军成立85周年。文广互动党委、团委联合上海市新四军历史研究会共同举办主题为“青春心向党 致敬新时代”的军史知识创新体验课，引领公司党团员深入学习、贯彻、宣传党的二十大精神。



2. 党风廉政建设



2022年，公司全面贯彻从严治党主体责任，所有领导班子成员签署《落实全面从严治党“一岗双责”责任书》，按照“一岗双责、齐抓共管”的要求，细化分解问题清单、项目清单，推动党风廉政建设与业务工作深度融合，相互促进。同时，公司坚持强化思想引领，围绕深入学习宣传贯彻党的二十大精神，加强全员思想教育，推进党风廉政警示教育，常态化开展廉政谈话，将日常监督工作做实、做细、做在日常，建立健全党风廉政建设工作体系。

全年公司组织各级纪检干部，线上、线下开展纪检实务和廉政教育培训达30次，通过培训学习及违纪违法典型案例通报，实现“以案明纪、以案促改”，切实增强政治意识、廉洁意识、红线意识，严明党纪和法规底线，全面筑牢“不能腐、不想腐”的廉洁自律防线。

2022年11月，SMG纪委书记成蔚带队开展东方明珠下属党政“一把手”廉政谈话，听取各级公司经营管理和业务开展中的廉洁风险分析，对照《落实全面从严治党“一岗双责”责任书》，逐一梳理各公司在组织体系、队伍建设、管理决策等方面存在的短板和风险问题，及时提示提醒，封堵漏洞。



四、创新发展

2022年度科研投入情况		
研发投入总额： 374,697,246.18元	研发投入总额占营业收入比例： 5.59%	研发人员： 531人
2022年度新增专利申请情况：		2022年度新增专利授权情况：
云计算中心（研究院）新增专利申请数：4项		云计算中心（研究院）新增专利授权数：3项
东方明珠新媒体及旗下子公司新增专利申请数：20项		东方明珠新媒体及旗下子公司新增专利授权数：8项

1. 创新构筑一流产品和运营服务平台

公司经过严格的评估、准确定位，根据具体子公司业务需要，建立起通过ISO9000质量管理体系认证的产品服务管理体系，成立产品质量保证和改进小组，建立起集生产、维护、终端消费三位一体的实时交互管理平台。公司通过持续加码研发投入，以科技为驱动，提升运营服务效率，保障运营服务质量，构筑了涵盖科创人才、运维人才、服务人才等多元化的高效运营和产品服务团队，持续提升产品质量和客户服务。

智慧运营

数字员工——以数字驱动高效业务创新

应用技术：机器学习（ML）、自然语言处理（NLP）、认知计算（CC）等人工智能（AI）技术。

2022年落地应用场景：董办关联交易查询项目、财务共享项目二期、用户应用管理项目、财务回单项目和合同管理项目五大业务场景。

落地应用成效：在无需人工干预的情况下，响应更为复杂的业务需求；保障执行任务准确率、衔接人机交互任务。

AI辅助新闻拆条系统

应用技术：集成镜头分割、人脸检测、字幕检测和识别等人工智能技术。

作用：针对编辑在日常新闻拆条工作中的手工打点以及输入新闻标题两个痛点，向编辑提供新闻边界点的提示，同时展示新闻标题字幕识别的结果，供生成新闻标题使用。

落地应用成效：自2021年底投入使用以来，平均每月处理约2000小时视频，为编辑节省了1/3的新闻标题处理时间。

连续剧片头片尾AI自动打点

应用技术：自研的基于图像及音频特征的无监督学习方法进行打点。

作用：利用自研的AI算法进行辅助打点，大幅度降低人工参与程度，提升内容生产效率。

应用成效：已正式上线生产环境运行，自研算法申报发明专利1件。经业务团队对部分离线打点结果进行抽样检测，片头打点准确率为100%，片尾打点准确率为86%。



产品创新

数字藏品

东方明珠电视塔综合数字化创新技术和文创产品特质，积极打造数字藏品。2022年4月底，公司携手上海航天推出UNIRO龙“Successful Launch”系列盲盒，取得良好销量；8月推出以“日出东方”为主题的“元”创东方明珠塔数字纪念票，每张纪念票唯一的序列号赋予其独一无二的收藏价值。



数字收藏品



“日出东方”数字纪念票

元宇宙产品

公司孵化打造元宇宙产品。东方明珠电视塔邀请外滩光影总设计师参与指导“我们的上海”元宇宙灯光秀项目，融合增强现实技术，打造新的城市文化景观；携手上海航天、幻维数码共同打造太空舱升级项目，将太空舱作为东方明珠塔最具科技感、最前沿的沉浸式体验项目，以全新空间连接元宇宙；与上海人工智能研究院探索推进“种子博物馆”“Cyber明珠计划”“无限-东方明珠”等元宇宙畅想；与幻维数码联手推动东方明珠这一上海文旅的“奇点元宇宙”。

文创产品

公司有序开发文创产品，与上海非遗联名开发“春满东方”系列文创，包括小罐茶礼盒、口罩明信片套装、茶杯产品，借“文创热”“国潮热”促进消费；并继续推进“舌尖文创”战略，与永璞咖啡联名打造闪萃咖啡原液，吸引都市青年、白领等中高消费群体的关注，并将热销产品东方明珠冰淇淋和联名款大白兔奶糖增加更多口味，为消费者提供多样化选择。



服务创新

东方明珠电视塔VR智能导览系统

东方明珠电视塔VR智能导览系统是东方明珠云计算中心（研究院）2022年重点打造的项目之一，已于2022年完成建设，并于2022年11月18日东方明珠电视塔28周年塔庆当日发布，分为手绘地图、VR漫游、室内导航三大模块，以VR全景的新方式对每一个景点进行展示，实现了线下旅游资源与服务能力在线上空间的延伸，为游客开启深度沉浸式游塔模式。同时系统还构建了适老化应用，通过一键求助、导航助手等为老年游客提供便利，利用TTS技术手段优化完善无障碍体验。在智慧功能的加持下，东方明珠电视塔升级为“可阅读”数字建筑，进一步释放品牌影响力，提升旅游产业的文化与社会价值。



“线上+线下”服务创新齐发力

公司持续拓宽“线上+线上”合作朋友圈，创新思路 and 模式，不断拓展业务，深耕上海本地市场，吸引全国游客。东方明珠电视塔与小红书、抖音等各方平台借势合作，广泛种草，2022年下半年餐饮板块积极拓展线上外卖业务，精致实惠的套餐受到周边白领好评，并在台、集团旗下各直播平台推出电视塔餐饮、230酒店等产品，拉动消费提升营收；携手默林娱乐以及周边海洋水族馆、昆虫馆等亲子场馆，推出观光、餐饮亲子类双/多景点联票，提升旅游市场人气。



2.知识产权保护

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

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



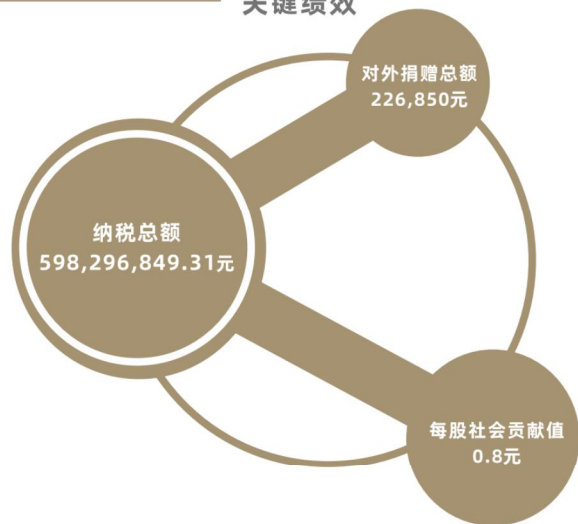
3

第三章

内外双修促提升，多维践行社会责任展国企担当

年度绩效展示

关键绩效

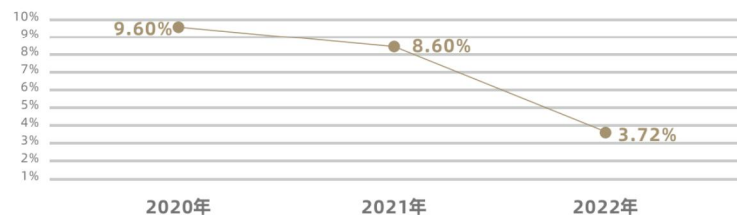


注：每股社会贡献值=（经济绩效贡献值+社会绩效贡献值-造成的环境污染等其他社会成本）÷公司股本总额
其中：“经济绩效贡献值=净利润额+纳税总额+利息支出总额+员工薪金总额”，
“社会绩效贡献值=员工福利和社会保障支出总额+员工培训费用总额+对外捐赠总额”，
造成的环境污染等其他社会成本按排污费与当年因环境违规遭受的罚款金额之和计算。

一、雇主责任

东方明珠坚持以人为本，与员工共同发展。公司坚持平等雇佣，通过优质的待遇吸引人才，并为人才创造良好的发展平台，通过员工帮扶、员工关爱打造温暖的大家庭，成为员工心中的优质雇主。2022年，新进员工雇用率为5.7%。近三年，公司的员工流失率逐年下降，2022年员工流失率为3.72%，较2021年下降4.88个百分点。

2020年-2022年员工流失率



1. 平等雇佣

“平等雇佣”是公司的用人理念。公司秉承岗位需求与员工能力相匹配的招聘原则，在雇佣员工的过程中，严格杜绝违反用工政策的行为，公平、公正对待不同性别、年龄、国籍、民族、宗教信仰、肤色、语言、户籍所在地等与工作无关的个人特征的应聘人员，实行同工同酬，杜绝雇佣童工。2022年，公司新进员工391人。截至2022年底，共有全职员工6830人，少数或其他种族员工104人，残疾员工14人。

杜绝年龄歧视

公司杜绝年龄歧视，在吸引优秀年轻人才的同时，也为35+年龄的人才提供就业机会。

东方明珠2020年-2022年全职员工平均年龄构成

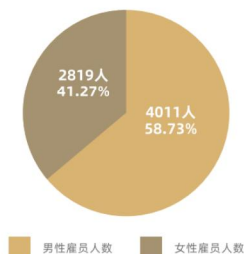
年份	总人数	平均年龄
2020	7232	37.8
2021	6984	38.45
2022	6830	38.88



男女平等雇佣原则

2022年，公司女性员工占比为41.27%，男性员工占比为58.73%，男女比例较均衡；管理层中女性占比为17%，与2021年齐平。

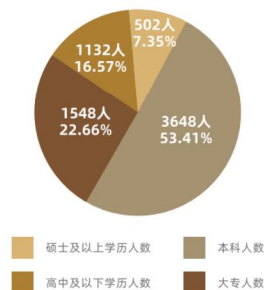
2022年员工性别结构



高学历人才引进

公司坚持高学历人才引进和科研人才培养，2022年，本科学历员工人数占比达53.41%，硕士及以上学历员工人数占比为7.35%。

2022年员工学历结构



2. 员工保障

2.1 员工民主管理

公司设有工会，全面保障员工权益。2022年度，公司工会会员覆盖率为100%。2022年9月20日，东方明珠新媒体股份有限公司第二届职工代表大会第四次会议成功召开，选举陈小仁同志为股份公司第十届监事会职工监事，这是建立完善现代国有企业制度和治理结构的重要一步，有利于股份公司监事会职能的充分发挥。

2.2 薪酬与福利保障

公司建立了完善的薪酬和福利保障制度，并由专门委员会监督执行，进行考核。2022年，公司正式员工合同签订率为100%。公司工会全面保障员工薪酬和法律规定的保险与福利，员工依法享有育儿假、年假和节日福利等。同时公司为困难员工家庭提供帮扶。

2.3 合理用工

公司坚持按照法律法规合法用工，并推进合理用工，避免员工劳累过度、超时工作；并依照相关法律法规规定，对员工加班给予补贴、调休。在重大活动和重要时期，公司在确保员工身体健康并征得员工同意的同时推进相关项目，采取轮休制度等合理安排工作，杜绝员工疲劳、负重工作。

2.4 员工反馈和处理

公司和各子公司制定了相应员工意见反馈和处理机制，及时处理员工反馈问题，高度重视员工投诉并及时改进。

3. 员工健康与安全

3.1 员工健康管理

公司高度重视员工健康，建立了完整的职业健康管理体系，为员工提供有效的健康保障。公司入职满一年的正式员工以及退休员工均可享受年度健康体检，年度员工健康体检覆盖率100%，工伤保险覆盖率100%。公司每年组织职工进行疗养，2022年工会共计组织5批次职工进行疗养，惠及206名职工。

公司按台、集团统一工作部署，为全部在职员工购买了团体意外保险，并积极做好员工理赔申报各项支持保障工作。2022年度，公司及下属子公司为员工投保商业补充医疗保险，累计保费支出超1300万元。

3.2 员工心理健康保障

公司对员工的心理健康也十分关注，坚持营造良好的工作环境，通过对员工生活的持续关怀，保障员工舒心的工作。公司建立了员工心理健康援助渠道，为员工提供心理健康培训和咨询等，关注工作环境或场所等对员工心理的影响，致力于消除导致员工紧张和疾病的社会心理危险源。2022年，公司为缓解员工工作压力，开展了“职场心理健康”心理培训，帮助员工进行情绪调适与职场解压；组织员工参加了“幸福实验室—如何提升自我幸福感”“新学期，从心启航”“做自己的英雄，积极投入复工复产”“积极心理学视角下的职业女性成长”等培训，从多角度、全方面进行心理辅导。

关注精神文化，擦亮幸福底色

公司旗下绿舟度假村在2022年3月期间组织女员工开展民宿参观学习、咖啡拉花制作等活动，并于妇女节当天开展了“巧手做口红，擦亮妇女幸福底色”DIY口红制作活动，丰富女员工的精神文化生活，提升员工幸福感。





3.3 安全运营与保障

公司建立了安全运营与保障体系，严格贯彻《安全生产法》，落实《上海市安全生产条例》，加强企业的安全管理，确保企业、社会及人民生命财产的安全。公司本着“以人为本、快速反应、统一指挥、分工负责”的原则，根据《生产经营单位生产安全事故应急预案编制导则》（GB/T29639-2013）的要求，制定了《东方明珠新媒体股份有限公司综合应急预案》，旨在防止突发性事故的发生，且一旦事故发生后能够迅速、有效地控制处理，消除事故蔓延的条件，防止事故扩大，最大限度减少人员伤亡和财产损失，把事故危害降到最低点。公司和各子公司制定了《防汛抗台应急预案》，针对台风、地震等极端天气和自然灾害出台了相关应急管理办法，制定了《安全事故应急预案》，用于规范、指导生产安全事故的应急救援行动。2022年度，公司未出现重大安全事故。

同时，公司和各子公司积极组织相关安全培训和演习，提升全员安全意识。



东方明珠火灾应急预案演练



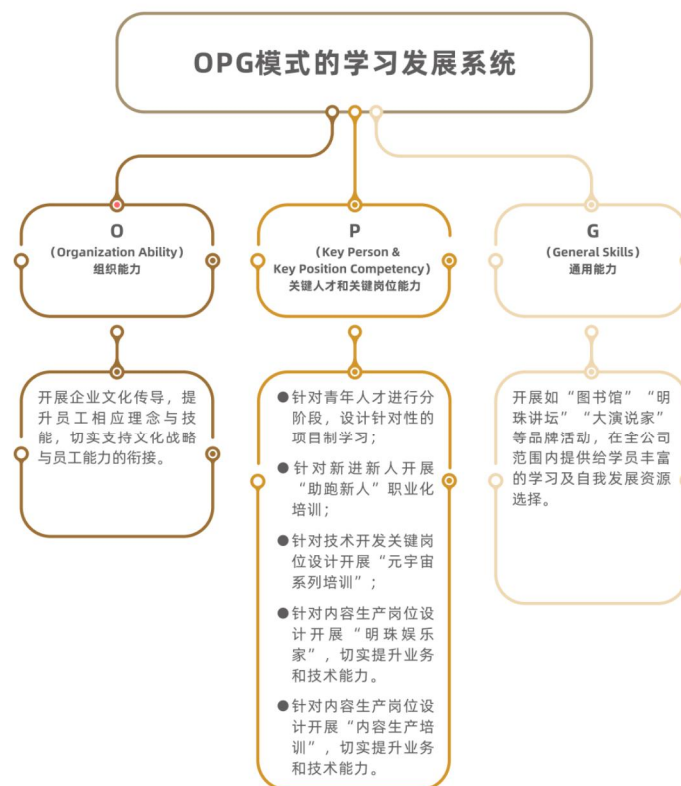
4. 员工发展

4.1 员工激励及晋升政策

公司致力于为员工打造畅通的晋升渠道，按照岗位划分设置不同的职级晋升体系，综合考量员工的工作态度、工作表现、资历经验、业绩情况等，对员工的工作绩效和职业发展予以考核评估，对优秀员工予以表彰、晋升。2022年，公司接受年度绩效考核的员工占员工总数的100%。

4.2 员工培训

为了更好地支持公司战略发展，培养发展优秀关键人才，并在组织内营造浓厚的学习氛围，公司为广大员工设计了全面完善的学习体系，即“OPG模式的学习发展系统”，依托多元化的培训，助力员工全方位能力的提升。





2022年，为保障各项培训顺利进行，公司继续以混合式模式开展培训，线上线下双管齐下，突破了时间和空间的限制，让更多员工参与培训，通过学习得到提升，实现突破和发展。

此外，安保人员岗前培训覆盖率达到100%，做到严格遵守国家政策法律规定，尊重公民权益，切实保障企业安全。

2022年东方明珠新媒体培训情况



产出：每个项目均有——人才发展报告、实际应用案例集、笔记工具集

让学习发展工作落到实处
真正服务于企业及人才的发展

经典培训案例



5G战略和经营体系专项培训



5G业务研讨先导培训



礼宾专项培训



项目管理类培训



第四期OPG青年干部训练营



国际会议中心“如何成为一个合格的培训师”认证课程



“阅”见美好 遇见未来”主题线上培训和学习交流



线上分享课



一线营销团队5G业务导入式培训



明珠港广青年员工培训

5.员工关爱

5.1员工服务

东方明珠工会秉承为员工办实事、办好事的理念，聆听员工需求，真诚为员工服务，用心解决员工“急难愁盼”问题，让广大职工切实感受到公司大家庭的温暖。2022年，公司工会新开办2个职工学堂，助力公司员工成长发展，并切实推动为职工办实事项目12件，如对健身房进行改造等，更好地服务职工。

持续性的员工慰问

公司对员工给予持续性的关怀和慰问。2022年春节期间，公司工会组织留沪员工吃年夜饭。2022年暑期，东方明珠副总裁、尚世五岸总经理鱼洁，尚世五岸常务副总经理周瑜给从《破晓东方》剧组返沪的员工和经常需要户外运输播出带的员工送上一份清凉的慰问，助力公司各项业务平稳、有序开展。

关怀员工衣食住行

上海国际会议中心在夏日为员工发放防暑用品，关爱每一位冒着酷暑辛勤工作的员工；提供免费员工餐，员工餐厅配备饮料机；春节期间给员工发放春节年菜，带给辛苦工作的员工属于他们的浓浓年味；为员工更换工作制服，以崭新的面貌迎接来自五湖四海的宾客。

员工生日会或生日礼

公司和旗下子公司为员工举办生日会，进一步凸显有温度的企业文化，提升员工认同感和归属感。





5.2 员工活动

公司和子公司通过组织健康有益、形式多样、参与面广的活动，丰富员工生活。2022年，公司工会共计组织了4场“五比五争当”劳动竞赛，包括“火眼金睛”安全播出、“火眼金睛”生产安全、小屏直播、厨艺大赛；举办职工卡丁车比赛，让职工体验速度与激情；组织37位职工子女参加军事夏令营；因地制宜组织员工开展台球、乒乓球、下棋、健身、篮球、健步等活动，创造员工快乐时光；组织职工读书活动，文广互动组织的“乐读知行，书香互动”活动荣获上海市振兴中华读书活动优秀示范项目。

参加SMG全运会

公司工会牵头组成了9支运动队伍参加SMG全运会，取得了全部比赛项目冠军的优异成绩，展现出公司员工奋力进取、团结拼搏的精神风貌。



首届“明珠杯”桌球比赛

公司开展首届“明珠杯”桌球比赛，让员工在紧张工作之余放松心情，营造积极健康、乐观向上的氛围。



节假日交流活动

公司和子公司在节假日期间组织开展了各类活动，最大限度满足职工精神文化需求。例如，2022年公司在宜山路、东方购物、凯旋中心和东方有线四地分别举行迎春职工书画展活动，吸引了一大批书画爱好员工踊跃参加，共有336份作品展出。此外，在元宵节和妇女节等节日都举办了各类活动。



欢聚元宵活动



妇女节活动

“看上海、品上海、爱上海”活动

公司持续举办“看上海、品上海、爱上海”活动，2022年公司工会组织6437位员工参加“看上海”活动，并为员工送上“品上海”小礼品，旗下子公司也积极组织参与并举办活动，令员工在放松之余更加热爱上海，更有归属感。



尚世五岸电影学院

尚世五岸坚持开设电影学院，定期组织不同主题的佳片观赏，帮助广大职工提升业务能力的同时，丰富了职工的业余文化生活。





5.3 员工帮扶

东方明珠视每一位员工为家人，关怀员工生活，致力于让每一位员工感受东方明珠大家庭带来的温暖。公司人力资源中心、党办和工会始终密切关注在职员工和退休员工的家庭情况，在员工和退休员工家庭遇到突发性事件时第一时间送去组织的关爱关心，展现人文关怀，对困难家庭予以持续性的帮扶，开展形式多样的帮扶工作，不断增强员工幸福感和归属感。

为了捐助困难员工，公司每年1月4日组织举办“爱心一日捐”活动，旗下各子公司积极响应并踊跃参与。2022年，公司工会组织的“爱心一日捐”活动共计7301人参加，收到捐款63.4万元。



2022年在职员工和退休员工帮扶情况

走访困难员工187人次

发放困难慰问补助金23.2万元

为6770位员工办理工会会员卡大病保障

协助员工申请大病和困难补助金28万元

为33位退休困难员工发放补贴

人均标准2000元

春节、七一慰问困难党员66人

发放慰问金13.2万元



2022年春节慰问困难员工

二、客户保障

1. 客户权益保障

公司坚持一切以用户为先的管理理念，建立了完整的客户关系管理体系，通过严格内控，保护客户隐私和客户权益不受侵犯；持续创新产品服务和运营管理，加强客户沟通，提升响应速度，高度重视客户反馈，强化机制建设提升服务品质，客户服务质量持续领跑行业。

公司和子公司在市场推广、营销宣传中恪守合规经营底线，制定了相关的销售和业务推广制度，各责任部门分工协作，对市场推广计划及相关合同审批流程严格把关，做到事先预防、过程监督、事后审计相结合，确保各项经营行为符合国家法律法规的要求。

2. 客户沟通与响应

公司建立了规范化的客户响应机制，确保对客户需求做出及时反应，并通过日常培训不断提升客户服务人员服务技能和责任感，以优质的服务、100%的认真态度，力求给到每一位客户最妥善的答复。同时，公司采取主动积极沟通策略，依托线上线下活动加强客户互动，注重对客户的关怀，让客户享受到温暖贴心的服务。

线下活动增进客户交流

2022年东方购物共策划15次线下活动，覆盖VIP用户近300人。通过线下活动增进与顾客的交流，及时发现问题、疏导顾客的不满情绪。东方购物在每次活动结束后增加活动满意度调研，总结经验，为下一次活动圆满举办提供参考，不断提升客户满意度。





3.客户服务优化和改进

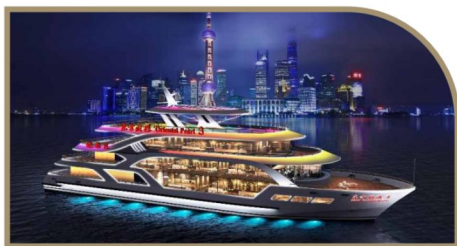
公司高度重视客户反馈，不仅基于大数据和客服系统定期对客户反馈集中性问题予以梳理总结，制定分类解决方案，还积极推行日常客户满意度调研，定期追踪客户满意度变化，不断优化改善服务。公司旗下多个子公司均设有7*24小时不间断服务的客服中心，采取人工与自动相结合的受理应答方式，解决客户问题；并通过客服热线、微信在线客服等多种方式受理客户业务咨询、故障报修、投诉申告等多样化的服务需求；对服务完成进度予以跟进，在每一次服务完成后都会进行满意度调研，针对客户不满意案例，立即进行服务弥补。

设施改造营造良好游览体验

公司2022年对东方明珠旅游码头进行微更新亮化升级改造，包括售票亭、调度房、候船室、亲水平台连廊及打卡点装置设计与改造等，目前项目已完工待验收；并新建一艘游船，采用降噪静音新工艺、新技术，集绿色、安全、环保低碳及高性能于一体，打造兼具水上游览、餐饮娱乐、商务会议、水上婚典、文化演艺等多功能用途的全新浦江游览船。



亮化升级后的东方明珠旅游码头



新建游船效果图

推进数字景区建设

2022年，东方明珠电视塔积极推进数字景区建设，推出支付宝小程序，并上线快盈微信小程序，通过自营前端迭代逐步实现数字收藏产品（NFT）等数字化营销功能；在2022年上海旅游节开幕当晚首次发布“乐游上海·东方明珠”AR灯光秀，在AR灯光秀小程序、微信/支付宝快盈小程序投放电视塔产品，有效提升灯光秀活动转化率；并于2022年11月18日塔庆当日发布智慧导览系统。



“乐游上海·东方明珠”AR灯光秀

退货退款再优化运营

东方购物分三步实施退款周期提升方案，立足现有收付方式，不断调整退款节点和适用范围，扩大暂借并增加安心上门回收现付形式，22年平均退货退款时效周期从最初的4.4天缩短至2.4天，有效缩短了退货退款的整体周期，提高了顾客满意度。

拓展健康生活服务新模式

东方购物携手国大药房，在东方购物APP开通24小时买药闪送服务，打通从药房到家庭的“最后一公里”，为广大用户提供贴心、暖心、便捷的健康生活服务。



“适老化服务”消除“数字鸿沟”

东方有线96877与10099热线均已支持老年用户的一键直连服务，全市有条件的155家网点开设了“爱心专柜”，安排专人负责老年用户接待工作，优先为65岁以上老年人提供服务引导业务受理、指导操作等相应流程。东方有线在黄浦、徐汇、普陀、松江、奉贤部分区域试点智慧信息化养老服务，为老年用户提供智慧养老解决方案，打造为老服务“一键通”，让老年用户用简易遥控器就能完成很多日常的需求。





绿色通道保障“空中课堂”平稳运营

为保障全上海市中小学生空中课堂服务工作，东方有线建立“空中课堂”绿色通道，在96877客服热线按键提示语音中设置一键接入队列，实现远程接听。为确保全市师生空中课堂的正常收视以及在线教学的网络顺畅，东方有线为部分教师免费升级网速。同时，对于教师、学生的网络紧急报障需求建立特殊受理机制，进行优先排障，快速为学生、老师用户解决问题。



“月月有活动”打造网红打卡地

东方明珠电视塔积极寻求新商机，在产品内容、宣传推广方面提质增效，除闭园期间外做到“月月有活动”：1月推出冰上嘉年华系列活动；2月春节黄金周在携程、美团、同城等合作平台推出“乐嗨上海过大年”新春专辑；3月推出“明珠女神特惠月”系列营销活动；6月恢复开业后以互联网消费节为着力点预售暑期热门产品；7-8月举办欢乐仲夏夜活动；9月中秋节期间举办“月满东方，君品浦江”国潮汉服游园会；10月借国庆、重阳双节时机推出观光阖家欢套票等经典产品以及陆上划船器虚拟擂台赛等体验活动；11月推出电视塔28周年塔庆系列营销举措，积极促进引流增收；12月推出门票、餐饮早鸟优惠年终回馈活动。



冰上嘉年华系列活动



欢乐仲夏夜活动



“月满东方，君品浦江”国潮汉服游园会



陆上划船器虚拟擂台赛

4.2022年度客户服务绩效

东方有线



较去年↓11.7
客户服务万投比：110



同比↑1.6个百分点
客户服务满意度：96.7%

在12345市民服务热线年度考核中企事业单位排名第三，位于运营商首位。
完全满足公司年初制定的客户服务万投比≤145、客户服务满意度≥95%的目标。

东方购物

总注册会员数：1180万人



客户投诉解决率（10天内含家装及检测类）：96.74%
客户服务投诉率：0.68%



顾客挂机满意度：98.54%

上海地区配送指标入库T+1完成率为81.7%，直配送T+2完成率为80.3%
顾客电话订购总销售：13.26亿元（备注基准：购物公司总销售-小屏销售，含ARS订购）

百视通

IPTV用户数：6100万 OTT用户数：9800万



客户投诉解决率：100%
客户服务投诉率：0.54%



客户服务满意度：96.87%

完全满足客服行业要求的客户投诉率≤2%、满意度≥95%的目标

上海国际会议中心

全年接待中宾：44057人 全年接待外宾：468人 总人次：44525人



客户投诉解决率：100%
客户服务投诉率：1.73%



客户服务满意度：95%

东方龙

月活跃用户峰值：2038万 百视TV用户平均次日留存率：≥38%

东方绿舟



客户投诉解决率：100%
客户服务投诉率：0.0199%



客户服务满意度：95.89%



三、政府响应

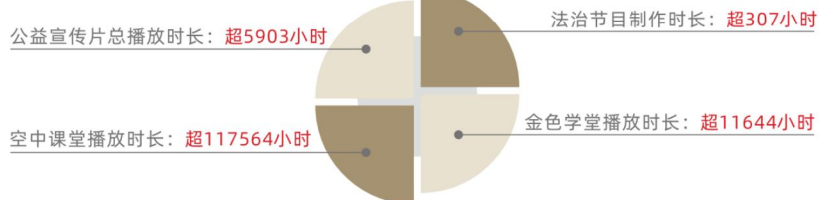
东方明珠积极响应政府号召，在促进经济发展、公益传播、保障国家重大活动、促进两岸三地交流等方面长期发挥积极作用。2022年，公司圆满完成党的二十大主题传播和安全保障任务，连续五年助力进博会。同时，公司充分发挥国有文化大企的先锋带头作用，承担起促进国际文化交流的责任，推动中国文化走出去，提高中国文化在国际上的影响力，并致力于搭建国际文化交流的良好平台，为构建文化产业双循环发展格局持续添砖加瓦。

1. 促进经济发展

公司秉承合法经营、依法纳税的经营理念，严格遵守税收法律法规，切实履行企业公民依法纳税的责任和义务。公司充分发挥龙头企业的带头作用，促进就业，持续创造经济效益，带动多行业、多产业发展。2022年公司新聘员工数量为391人；其中应届毕业生68人，占新聘员工的17.3%。

2. 公益传播和宣传

2022年公益传播情况



2022年度，公司及旗下各平台持续践行公益传播，围绕公共健康、公共安全、法治教育、爱国教育、重大活动宣传等展开多维度的公益传播，全年在公司所属移动电视、电视频道、IPTV、OTT、有线网络、客户端全渠道投放的公益宣传片总播放次数328577次，总播放时长约5903小时。公司与上海市教委联合打造的两项特色教育品牌——空中课堂和金色学堂在2022年分别面向中小学生和中老年群体提供具有特色的栏目和学习资源。2022年度，公司保障了两大学堂全年平稳运营。公司空中课堂12套直播频道全年播出总时长105120小时；百视通、东方有线、百视TV APP开设了空中课堂相关专区，点播专区节目总时长约12444小时。金色学堂频道与上海市教委继续展开深度而积极合作，调整版面以丰富的荧屏学习资源满足老年人居家生活的多元需求；为喜迎党的二十大推出5集主题系列节目《稳稳的幸福》和《金色盛会》栏目，展现近年来上海在建设老年友好型城市中的精彩故事和老年教育的成果；并深度参与上海市九九重阳节文艺展演活动，获得高度肯定。



公司高度重视法治宣传，除设有专门的法治天地数字频道外，在百视通、东方有线、百视TV等大小屏平台均推出了丰富的法治节目。公司旗下多个子公司制作了多档经典节目，其中，文广互动法治天地频道制作播出《法治新闻》《安澜长江》《律师界》《律师讲堂》《检察官说法》《庭审直播》等法治节目，首播达307小时；百视通上线法治类栏目5档，上线以普法宣传、诈骗防范、反腐倡廉、守法诚信等为主题的各类法治新闻节目589条；移动电视与上海市公安局治安总队、经侦总队等联合制作《防范伴你行》《智慧经侦》《打击非法集资》等节目，以案例形式普及法律知识，提升公众防范意识，远离违法犯罪。

公司还通过举办形式多样的线下活动，普及法治知识、倡导生活安全，促进公益践行。



“铸盾申城 守护平安”《反有组织犯罪法》暨上海附设“百日行动”宣传活动在东方明珠广播电视塔城市广场举行



2022年上海市“119”消防宣传月启动仪式在东方明珠广播电视塔城市广场举办



3.圆满完成党的二十大传播和保障任务

为了做好党的二十大传播和重要保障工作，公司高度重视，精心组织，贯彻落实上级有关文件的要求，设立安全保障领导小组及调度指挥机构，落实领导指挥、人员值班、设施保护、网络监控、突发事件预案响应、报告制度等措施，重点岗位实行双人双岗。旗下各子公司从9月开启喜迎党的二十大预热宣传，精心策划打造专栏、专区、专题，大屏小屏联合发力，室内户外全媒体同频共振。

各平台精心打造专题报道，制作特色内容倾心献礼，其中在小屏移动端，百视TV特别策划“红色进行时”囊括近百部主旋律国产纪录片、政论片，打造适合全民观看学习的视听资料库；并编排了品类多元、丰富多彩的内容看点，旗下电影、电视剧、纪实、少儿等产品联动多维呼应，为弘扬主旋律正能量形成强大的传播声势。百视通IPTV、OTT纪实板块上线由国家广播电视总局策划，上海广播电视台纪录片中心、百视通联合出品的重磅纪录片《十年逐梦路》。该片作为国家广播电视总局2022年“记录新时代”纪录片精品项目、上海文化发展基金资助项目，记录了十年中为美好生活奋斗的人物及故事，刻画了中国人在逐梦、圆梦路上展现出的精神品格和中国气象。在户外媒体平台，移动电视推出“喜迎二十大 奋进新征程”专栏节目，每期时长3-5分钟，节目编排以短视频联播、主题展播为主，9月重点选用《非凡十年》《解码十年》等迎接党的二十大系列专题节目。

党的二十大开幕式当天，公司各一线保障单位于上午7:20前全部到岗，公司领导班子成员在各一线保障场所进行带班值守。百视通IPTV、OTT、移动电视等全平台同步直播大会盛况，点播专区也将实时紧跟央视报道滚动更新党的二十大报道，强化首页首屏首条推荐，让广大观众第一时间方便、快捷收看大会内容，圆满完成了党的二十大广播电视安全播出月和重要保障期保障工作。

4.连续五年助力进博会

由商务部和上海市人民政府主办、中国国际进口博览局和国家会展中心（上海）承办的进博会已成为我国经济与贸易交流的重要窗口。2022年11月5日-10日，第五届进博会在国家会展中心（上海）如期举行。公司旗下东方购物连续第五年深度参与进博会，精心推出“进博好物”系列活动，大小屏联动，带领消费者“云”逛进博会，并成为特斯拉在中国电视购物的首秀平台，与19个国家的38家参展品牌积极合作展现优质商品，其中多家优质合作伙伴带来“暖心适老商品”，令启动一年的东方购物“长者服务计划”在进博会上亮点频现。



5.圆满完成上海市第十七届运动会开幕式舞美设计服务

2022年11月18日，以“‘沪’动青春，‘运’育未来”为主题的上海市第十七届运动会开幕式在东方体育中心举行。公司旗下广电制作为开幕式提供现场舞美、灯光设计和制作整站式服务。精湛的设计风格、精致的制作品质得到各方认可。



6.促进两岸三地文化交流

连续四年承办两岸青年文旅交流活动

2022年10月30日至11月23日期间，由中华文化联谊会、上海市文化和旅游局主办，公司旗下上海东方明珠国际交流有限公司承办的2022“情系青春·寻味传统”两岸青年文旅交流活动成功举办。这也是该公司连续四年承办该两岸交流品牌活动，在整体设计策划、组织联络高校学生、统筹文化交流活动、开闭幕式的整体设计和落地执行等领域均有出色表现，打造“以专业促交流、以交流促发展、以发展促融入”的新模式，搭建了两岸青年文旅交流的良好平台。公司旗下各子公司均积极助力此项活动，该活动于10月30日在梅赛德斯-奔驰文化中心举办启动仪式，于11月23日在上海东方明珠广播电视塔举行闭幕总结交流会。





活动闭幕后的11月23日至26日，“两岸青年文创设计作品展”在上海东方明珠广播电视塔零米大厅正式亮相，众多在沪高校设计专业学生以线上方式参与投稿，将两岸青年对中华优秀传统文化的理解和认同、血脉相连的感情的共鸣通过艺术作品的方式与沪上朋友见面。



“前行之歌”第二届上海文旅图片展推动沪澳两地文旅交流

2022年12月9日-12月31日，作为落实沪澳合作会议精神、推动沪澳两地文旅交流的合作成果，由上海市文化和旅游局主办、上海东方明珠国际交流有限公司、沪澳经济文化发展协会、上海徐汇艺术馆承办的“前行之歌暨第二届上海文旅图片展”在澳门科技大学举办。该展览以聂耳与他的音乐作品为线索，串联起为中国青年学子所创作的《毕业歌》、为中国英雄人民所创作的《义勇军进行曲》、为中国穷苦儿童所创作的《卖报歌》三大板块，通过沉浸式数字多媒体音乐情景剧、互动“游戏棋”等装置项目，深入挖掘红色历史人物、历史建筑及其背后的故事，带领观众探访梧桐树下红色印迹，感悟中国共产党带领中国人民从苦难走向辉煌的光辉历程。



7.国际文化交流

党的二十大报告强调推进高水平对外开放，并为中国特色社会主义文化发展道路擘画光明前景，提出发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化，增强中华文明传播力影响力，坚守中华文化立场，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象，推动中华文化更好走向世界。东方明珠一直以来积极肩负中华文化传播和交流“使者”的重任，并以党的二十大报告的新要求为指引，坚持以多元化的文化传播形式为载体，用世界语言讲好中国故事，打造多样化的文化交流平台，助力中华文化更好地走出国门，并助力外国优秀作品的落地，为助力我国文化产业高水平对外开放持续贡献力量。

高水平文化输出，展现中华文化魅力

《只为那一刻与你相见》《侠探简不知》走进毛里求斯

2022年1月，尚世五岸与Synpronize FZ-LLC签署了电视剧《只为那一刻与你相见》《侠探简不知》在毛里求斯国家播出的版权授权协议，进一步提升我国优质作品在“一带一路”国家的影响力。



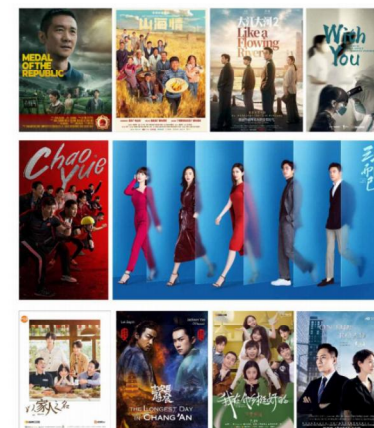


高水平文化交流，促进互通互动

俄罗斯莫斯科春季世界内容市场线上展会
(WCM Online) 中国馆参展商再创新高



2022年5月10日至8月10日，俄罗斯莫斯科春季世界内容市场线上展会（WCM Online）成功举办。尚世五岸攻坚克难，策划组织国内参展机构积极参加，推动展商规模创历史新高，令中国馆成为此次展会上规模最大的国家馆。组建团队在此次线上展会官方平台举办了重大现实题材电视剧《功勋：袁隆平的梦》专场展映会，并策划组织了多场作品推介会，包括重点电视剧片目推介会，汇聚了《山海情》《在一起》《超越》等10部近几年最具热度、口碑和影响力的片目，以及中国新作品推介会，涵盖了来自中国参展机构的16部最新作品集锦。



《功勋》专场展映会登陆俄罗斯WCM线上展会官方平台

重点电视剧片目推介会海报集锦



2022年戛纳秋季电视节“中国联合展台”护航中国影视文化走向世界

在2022年10月17日至11月30日举办的2022年戛纳秋季电视节MIPCOM期间，公司旗下尚世五岸受国务院新闻办公室、国家广播电视总局委托，承办中国联合展台云展台，共组织包括中国国际电视总公司、上海广播电视台、江苏省广播电视总台、湖北广播电视台等27家国内优秀的影视内容公司参加，展示最新的优秀中国作品近200部，并在线上展会上策划组织3场作品推介会，展示29部作品，令推介会新作品数量创历史新高。其中，由国家广播电视总局组织创作指导的迎接党的二十大重点剧目《大考》专场展映会在中国联合展台在线平台正式上线，该片曾入选“礼赞新时代 奋进新征程”优秀电视剧播出片单。由尚世影业主投主控主制的都市励志情感剧《两个人的世界》、由五岸传播推荐的代际潮音竞演综艺节目《我们的歌》等则入选推介会作品。尚世五岸以高度的责任感和一流的专业能力，持续擦亮“中国联合展台”这一中国视听产品出口旗舰品牌，助力中国影视机构“走出去”，为中国影视文化走向世界保驾护航。



“视听中国 走进欧洲”作品展播活动传递可信可爱可敬中国形象

由SMG主办，公司旗下五岸传播承办的为期一个月的“视听中国 走进欧洲”作品展播活动获得了国家广播电视总局国际合作司、上海市广播电视局支持，在促进中欧民心相通与文明互鉴，推动中欧影视机构在节目互播和资源共享等合作方面发挥了积极作用。此次展播活动是党的二十大胜利召开后中国首次在海外举办广播电视作品线下展播活动，是近年来中国视听作品海外展播片单品类最多、覆盖人口最广、时间周期最长、播出平台最多的一次“视听中国”作品展播活动，践行了党的二十大报告提出的“增强中华文明传播力影响力”“展现可信、可爱、可敬的中国形象”“推动中华文化更好走向世界”等国际传播新理念。

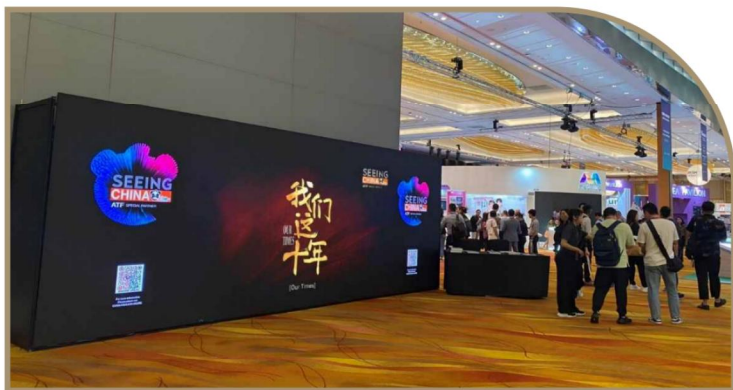
活动期间，20余部中国视听佳作在法国欧洲卫视、德国柏林电视台、匈牙利ATV等多个欧洲国家的电视平台及Youtube、Facebook等新媒体上集中亮相，并通过“视听中国”专题页进行推广，与海外粉丝交流互动；展播作品涵盖纪录片、电视剧、综艺等近400集150小时优质内容。五岸传播还于11月8日开幕当天在法国巴黎举办了“视听中国走进欧洲”作品展播启动仪式暨观影会线下活动，吸引了五十余名法国各界重要嘉宾参与，中外30余家媒体进行联动报道。





2022 ATF中国联合展台线上线下大放异彩

五岸传播作为2022年亚洲电视论坛及市场（ATF）中国联合展台承办方，组织30家中国公司以线上和线下互动结合的方式参展，展示作品近200部，并以“特别合作伙伴：视听中国”（Special Partner: Seeing China）的身份冠名2022 ATF。中国联合展台策划组织了四场精彩纷呈的活动，包括三场中国新作品推介会（分别聚焦电视剧、动漫、纪录片和综艺）和一场重点片目《我们这十年》的专场展映会，分别在现场LED大屏、组委会线上平台（仅电视剧推介会）及中国联合展台在线平台同步展示，通过多屏多渠道的全覆盖宣传，使得“视听中国”活动在新加坡ATF期间大放异彩，引发热议。



四、供应链管理

公司注重供应链一体化建设，公司和旗下子公司均建立了《供应商管理机制》，并不断完善采购流程与机制，保证每一位供应商都能公平地获得知情权、选择权和参与权，为供应商创造了良好的竞争环境。截至2022年底，公司注册供应商数量达1512个。

建立合格供应商库：行政事务中心建立并逐步完善股份公司合格供应商名录。对于拟纳入名录（简称“入库”）的供应商应由行政事务中心牵头，由采购工作小组对供应商入库资格进行审核。通过入库资格审核的供应商，由行政事务中心负责供应商录入股份公司“采云”信息平台。子公司行政部门负责建立、及时更新与保管合格供方名录，定期归档并收录至各子公司供应商库，并及时上报行政事务中心。

供应商年度考核机制：行政事务中心受采购工作小组委托应于每年第四季度初完成对合格供应商的年度考核，具体考核内容包括供应商资质证照复核、涉诉情况核查、资信状况核查、合作情况满意度评价等。各子公司也会对各自供应商库中的供应商予以一年至少一次的年度合格供方评定。

入库及年度考核标准：公司实施严格的供应商入库资格审核标准及年度考核评价标准，并制定了相关细则。各子公司《供应商管理机制》也对合格供方的评定与控制予以了规定。

公司坚决杜绝违背法律法规等相关问题的供应商入围，严格声明禁止合作供应商在用工方面出现违法违规行为。供应商的违规行为一经发现，公司将立刻前往查证，性质恶劣的违规供应商将被列入公司黑名单中。对公司员工或公司运营造成严重损伤、触犯相关法律法规等情节严重者，公司将举报至市场监督管理部门或移送司法机关处理。2022年，公司未发现具有重大董工事件风险的运营点和供应商、具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商以及对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点。

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



五、行业共赢

“乐游云购9·17”大直播助阵第33届上海旅游节，助力文旅消费新业态构建

上海旅游节由上海市文化和旅游局、上海市商务委员会共同主办，是国内规模最大，最具城市影响力的大型旅游节庆活动。2022年第33届上海旅游节为进一步培育壮大本市文旅消费新业态、新空间、新场景，推动文旅消费提质增能，加速促进城市消费，推出了“乐游云购9·17”文旅消费季大直播。公司旗下文广互动通过“乐游频道”、频道视频号、频道支付宝生活号等渠道并机直播，围绕“人民大众的节日”办节主题，集中推出一批惠民利民产品；公司多款优质文旅产品亮相直播间，为上海市扩大提振文旅新消费、创造文旅新引擎添砖加瓦。



东方有线携手中国移动上海公司，共拓5G网络服务

2022年9月28日，中国广电5G（上海）网络服务启航仪式上，东方有线与中国移动上海公司签署合作协议。双方将在高质量发展原则下，发挥技术、频率及业务优势，坚持5G网络资源共享、700MHz网络共建、用户服务及业务生态融合共创，并在基础设施、技术应用等方面深化拓展合作空间。



携手举办“长者风范 天伦之乐”文艺展演，弘扬敬老爱老

2022年11月8日，东方明珠携手上海老年大学教育联盟、上海小荧星集团有限公司、上海市老年教育协会，在东方明珠广播电视塔举行上海市第七届九九重阳节“长者风范 天伦之乐”文艺展演，成为重阳节嘉年华系列活动的重头戏，为弘扬敬老爱老发挥了积极作用。



东方购物与国际品牌开展深度合作，赋能“进博好物”

在第五届进博会上，东方购物与特斯拉开启正式合作，成为特斯拉在中国电视购物的首秀平台，这也是特斯拉全球首次与媒体合作共宣新车。会上公司还与新西兰品牌纽仕兰签署了长期的战略合作协议，与19个国家的38家参展品牌深化合作推广优质产品，推动公司“长者服务计划”。进博会五年以来，已有全球40多个品牌，超过100款进博好物通过东方购物平台进入了千万家庭，销售规模超10亿元。





东方有线与上海夏普签订共建协议，开启党建共建和工会联建

2022年11月18日，东方有线与上海夏普电器有限公司通过党建共建、工会联建的方式开启全面合作。



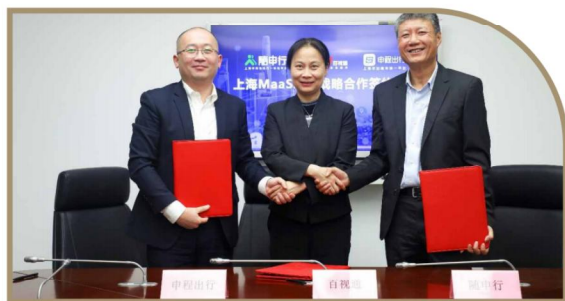
东方购物上海本土国货品牌，开启“走进上海智造”系列活动

自2022年10月起，东方购物携手上海本土国货品牌开启“走进上海智造”系列活动，旨在通过东方购物平台以全渠道、多样化的合作模式宣传推广上海老字号，展现中国民族品牌的创新进阶和渠道革新，让消费者沉浸式了解百年国货品牌的焕新面貌。



百视通联合“随申行”“申程出行”，构建有温度的交通生活服务生态

2022年11月18日，百视通与上海市绿色出行一体化平台“随申行”、上海市出租车统一平台“申程出行”签署战略合作协议，将共同推动交通数字化转型进一步发展，打造家庭社区场景下的信息化出行电视平台，创建更有温度的交通生活服务生态。



与特斯拉持续深化合作，共建绿色新生态

2022年12月26日，特斯拉在中国大陆地区的第1万个超级充电桩落户上海城市地标——东方明珠广播电视塔。这是公司继上海“55购物节”汽车嘉年华活动、进博会之后再次与特斯拉合作，赋能绿色新生态构建。





六、公益责任

1. 助力乡村振兴

当前我国已完成脱贫攻坚目标任务，“三农”工作重心已转向全面推进乡村振兴。东方明珠积极响应国家号召，创新思路、革新方法，从助力乡村教育振兴、乡村结对帮扶和促进乡村经济振兴三方面持续助力乡村振兴，在全面建设社会主义现代化强的新征程上奋楫前行。

1.1 乡村教育振兴

乡村振兴的关键是教育振兴，人才的培养是乡村振兴的有力支撑。东方明珠连续二十多年帮扶乡村青少年，先后打造了湖南芷江上海东方明珠希望学校（又名：芷江梨溪口学校）、百视通“绿翼成长计划”常态化项目，通过支援支教、公益捐赠和多样化志愿活动，丰富乡村青少年生活，帮助乡村青少年增长学识、开阔眼界，助力他们茁壮成长，并联合社会公益组织、外部公司，共同助力乡村教育事业发展。

“爱，触手可及-云游中国航海博物馆”线上公益支教活动

湖南芷江上海东方明珠希望学校是公司于1995年援建成立的，公司连续二十七年持续推动系列公益爱心活动。2022年，公司在“互联网+教育”的新理念下，联合中国航海博物馆共同开展“爱，触手可及-云游中国航海博物馆”线上公益支教活动，精心制作视频《探秘中海博》及主题图文课程，直播参观博物馆新展区“海洋馆”，明信片解答同学疑问，并策划举办了主题阅读课及船模手工课，丰富同学们的海洋知识，为芷江当地的教育振兴贡献力量。这也是公司第五年开展与该校的结对帮扶工作。



线上直播课程



船模制作课程



明信片解答问题

东方购物“情系山区、书送希望”爱心捐赠活动

公司旗下东方购物连续六年举办“情系山区、书送希望”爱心捐赠活动，已形成良好的公益品牌效应，影响力逐渐扩散至社会层面，2022年成功带动更多社会善心人士加入捐赠队伍。1月11日，来自公司内部与联建单位的6000多件捐赠物品以及来自社会的捐赠物资惠及4个受捐地区、10余所学校、500多名教师和6000多名学生。



1.2 乡村结对帮扶

2022年东方有线投入12万元，帮助合中村建立爱心驿站、扩建农家书屋、资助困难党员和大学生、建造电子显示屏、带货助农、丰富村民有线电视收视等，持续助力合中村乡村振兴建设与发展，获得合中村党支部和500余户村民的普遍欢迎和好评。

1.3 乡村经济振兴

授人以鱼不如授人以渔。东方明珠创新采取消费帮扶、助农宣传等方式打通乡村和偏远地区的农产品的销售渠道，助力这些地区发展优势产业，实现经济振兴。

打造扶贫帮困到乡村振兴的标杆

习近平总书记曾提出“绿水青山就是金山银山”的重要论述，为乡村振兴指明了发展方向。东方明珠以习近平总书记的论述、国家乡村振兴战略为指引，充分发挥自身在内容制作、传播资源等方面的优势，助力乡村在保护绿色生态环境的同时，将优质资源转变为经济发展动能。东方购物与云南大理绿色乡愁生态产业发展有限公司合作推广绿色乡愁云南洱海留香高原软香米，堪称沪滇合作从扶贫帮困到乡村振兴成功转型的代表性案例之一。该产品属于大理洱海县的乡村振兴项目，并入选了滇沪合作乡村振兴公益联盟“产地优品”工程，东方购物历时三月实地探访，精心制作节目，在2022年1月5日首播中销售超10万元。





2022年，为进一步助力沪滇全面对口协作，东方购物结合上海消费者的消费偏好和习惯，积极推动云南全域优质产品入沪。例如，精选无量山散养400天老母鸡进行推广，据不完全统计，仅上半年就成功带动42400只无量山老母鸡销售，成功助力云南南涧彝族自治县农民创收和相关产业发展。



公益助农宣传促进销售

公司通过宣传片、直播等形式助力农产品宣传，让全国各地的优质特色农产品走进了更多消费者的家中，带动偏远地区的乡村实现经济效益。例如，东方有线视频频道全年播出《贵州刺梨》《云南楚雄产品》等助农宣传片共计29438次约206小时。

2022年9月23日至30日，在由团中央青年发展部主办、中国青年报社承办的“青耘中国·秋收硕果”公益直播助农活动中，东方购物青年党员主持人赵菁、青年主持人王燕华经过层层选拔，被“青耘中国”直播助农联盟选中，参与到9月23日的全国示范性公益直播助农活动中。



助农采购助力乡村振兴

公司工会在征得员工同意的情况下，将偏远地区的优质产品纳入采购清单，让员工收获福利，支持偏远地区相关产业的发展。2022年，旗下东方有线工会采购产品2329份，共计753940元，让广大员工感受到暖心产品，拥有乡村振兴的同理心。

2.促进社区发展

公司致力于构建和谐、稳定的社区关系，持续关注社区老年人、儿童、困难家庭和特殊群体情况，为其送上温暖，通过参与社区志愿活动、配合社区服务，协助社区解决各种难题，普惠广大群众。

五岸传播·阳光之家——连续十四年温暖特殊人群

尚世五岸和“阳光之家”于2008年发起五岸传播·阳光之家“智力助残”项目，旨在通过志愿服务为特殊人群送上阳光般的温暖，鼓励他们积极进取生活。2022年农历小年当天，“行走的尚文化”尚世五岸志愿者队前往上海市黄浦区豫园街道“阳光之家”开展公益志愿服务，让项目学员们感受辞旧迎新的美好氛围。



认领社区微心愿，点亮希望之光

2022年1月19日，东方购物参与了上海市杨浦区五角场街道举办的2022“微光”慈善行动暨微心愿认领仪式，将鹅绒被、料理机、水龙头和艾灸仪等捐赠物品交予提出心愿的社区困难居民手中，用点点“微光”为社区困难家庭带去希望和温暖。





学雷锋不间断，贴心服务进社区

每年“学雷锋纪念日”期间，公司都会在社区举办各种各样的学雷锋志愿者活动。2022年3月，东方有线积极参与到所涉及社区的“学雷锋、献爱心”活动中，通过细致入微的公益慰问活动，落实“走出营业厅”战略，搭建新的有线电视服务方式，服务企业，服务社会。3月4日，东方有线团员青年代表来到上海市浦东新区浦兴街道长岛居委，为社区老人送上服务和慰问。



爱心暑托班不间断，解决社区看护难题

爱心暑托班是公司为了解决暑假期间儿童无人看护难题所持续推进的一项公益项目。2022年7月至8月，东方购物主持人徐丹丹等6名志愿者陆续投身“2022年杨浦区困境儿童爱心暑托班”志愿服务活动中，引导和帮助小学生度过安全、快乐、有意义的假期。



点亮“慈善彩虹桥”，致敬社区和社会工作者

2022年9月9日至9月30日，东方明珠电视塔在2022“上海慈善周”期间，为社区工作者、社会工作者、志愿者及养老工作者、殡葬工作者等提供1500个免费参观名额，致敬他们的辛勤付出；并点亮“慈善彩虹桥”主题蓝色灯光，传递社会正能量，让更多的人感受到上海的美好与温度。





3. 贡献公益力量

东方明珠坚持走公益之路，常态化公益活动覆盖无偿献血、公益倡导、关爱儿童、关爱弱势群体、敬老爱老、科教普及等，并持续创新模式，号召全社会积极加入公益队伍之中。2022年，公司为庆祝冬奥会举办、普及非遗常识，举办了相关公益活动，展现了国有大企的责任与担当。

2022年东方明珠公益轨迹





2022年东方明珠公益轨迹

8月19日，东方明珠电视塔连续五年与上海市医师协会合作支持医师节公益宣传，致敬广大医务工作者，大力弘扬“敬佑生命、救死扶伤、甘于奉献、大爱无疆”的崇高精神，推动全社会形成尊医重卫的良好氛围。



9月1日，广电制作连续五年携手上海市启慧学校，开展“童心向党 快乐成长”爱心圆梦志愿者行动，帮扶特殊儿童。



9月29日，广电制作携手上海浦东新区南码头路街道南园养老院，开展“九九重阳节 浓浓敬老情”重阳节敬老志愿者活动，并续签《结对共建文明单位协议》。

10月4日，东方明珠广播电视塔联合东方有线推出了百位60+广电5G体验官重阳登高活动，东方有线针对老年用户需求正式发布了广电5G“金色关爱卡”。



10月，在党的二十大即将召开之际，东方绿舟度假村联合上海市非物质文化遗产保护协会举办了“庆盛世华诞 弘非遗文化——喜迎二十大非遗体验季活动”，推动非遗融入现代生活，促进文旅深度融合。



11月19日，上海市残疾人联合会与上海人民广播电台联合主办的无障碍电影公益解说活动迎来十周年之际，尚世五岸为申城视障人士和听障人士送上了自身出品的无障碍电影《21克拉》。



4

第四章

响应“双碳”战略，节能减排促进绿色发展

一、绿色管理

1. 管理目标与机制

东方明珠积极推进绿色管理，将环境保护的观念融于公司的经营管理之中，承担环境保护责任，践行绿色低碳，倡导“节能降耗、降本增效”。为进一步完善公司的绿色管理体系，助力国家双碳目标的实现，公司持续推动绿色环境整治行动、严格落实绿色建筑施工措施，从日常营运到重大专项全过程严格把关，节约能源、资源，减少排放物、废弃物；公司同时持续践行绿色办公，开展多频次多种类的内部活动，提高员工环保意识。

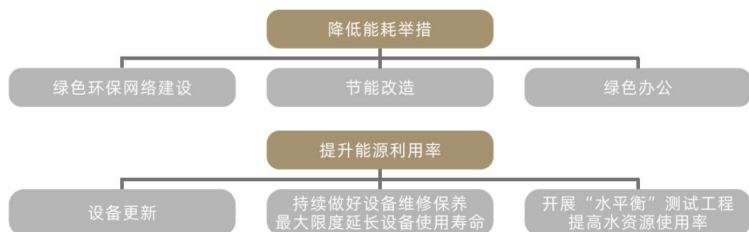
2. 能耗管理

公司积极倡导“节能降耗、降本增效”，进一步推动节约水、电等能耗及合理利用资源，提高能源利用效率和经济效益。公司严格遵守和执行国家关于节能减排的相关法律法规，建立对应的能源管理组织体系和制度体系，并依据能源管理体系，组织开展公司的能源管理工作，并制定相应检查、改进等能源管理制度，完善系列规章制度，致力于打造环保绿色责任企业。2022年8月，徐汇区发改委委托第三方专业机构，对本区重点用能单位2021年度节能目标完成情况和节能措施落实情况进行了评价考核，共计考核重点用能单位46家，公司合格通过考核。

公司对办公区域照明灯光进行节能改造的同时进一步加强“三清三关”节能巡视。经核算，公司2022年全年用电量同比2021年减少约41万余度。

2022年，公司旗下梅赛德斯-奔驰文化中心、东方明珠电视塔积极推动场馆LED节能照明灯具改造，改造灯具数量约370盏，通过改造，照明灯具全年用电量从原来的约40515kW·h降至约20257kW·h，比原灯具节约50%。

能效管理



3. 污染防治

废弃物管理：

公司严格遵守废弃物管理的相关内部制度及指引，明确各生产经营部门职责，对生产过程中的废弃物分类管理、针对达到报废标准的各类废弃物，严禁擅自处理，统一交至具备专业资质的环保机构进行回收、处理，避免造成环境污染，并对废弃物回收处理结果进行了解，必要时进行跟踪。

废弃物分类处理措施：

- 可回收废弃物：包括废纸类、废金属类等。定点集中，分类后交由公司相关部门统一处理。
- 不可回收/无害废弃物（如生活垃圾等）：存放在指定垃圾桶或放置处，由公司卫生部门定期清运。
- 有害废弃物：集中定点放置，由专业的第三方机构统一处理，必要时跟踪处理情况。

2022年，东方有线加强对于废旧物资的回收处置与利用力度，并制定了相关规范，规范废旧蓄电池的回收利用，加强集中管理，防范处置风险。

降低污染举措：

公司以社会环境利益出发，以绿色低碳为指引，倡导垃圾分类、绿色办公、绿色采购，严格遵守有关环境管理和环境保护的法律法规，建立健全保护环境、降低污染的相关规章制度与管理体系，强化环境保护、节能减排理念宣传，开展节能设施建设和节能改造，推进绿色生态建设，营造绿色办公环境。

4. 气候变化管理

当前，气候问题已成为全球环境面临的最大挑战。公司响应我国“碳中和、碳达峰”号召，努力减少温室气体排放，持续加强碳足迹管理，推动绿色低碳循环发展。

目标：

- 助力国家双碳目标实现
- 确保与气候相关的框架和法规得到完全遵守
- 执行气候适应和应对策略

管理举措：

针对气候变化风险，公司依据《中华人民共和国突发事件应对法》《中华人民共和国防洪法》《上海市防汛条例》《上海市突发公共事件总体应急预案》等法规制定了相关应急预案。预案涉及物资准备、预防措施、应急响应分级与行动、人员转移撤离方案、电话报救须知和监督管理等多个方面，全力保证公司员工安全及公司业务发展。



5.强化内部宣贯

2022年，为了贯彻落实国家“双碳”目标、倡导节能减排，公司和旗下子公司组织开展了多场节能减排的培训。公司于1月26日组织召开了2022年度节能环保培训会议，来自公司总部及11家一级子公司的18名代表参加会议。会议根据《上海市节能环保政策选编材料》讲解了上海市相关节能环保政策，加强各部门和子公司对环保最新政策的理解，提升各部门和子公司环保认知，并借助案例分享，助力各部门和子公司深入推进节能环保工作。

二、绿色运营

1.绿色供应链

为响应当前可持续发展的主流趋势，东方明珠积极推动绿色供应链建设，将环境因素纳入供应商选择和评价维度，持续推进绿色采购，优先选用资源节约、环境友好的产品；对日常办公用品等消费品尽量选择包装简洁、便于回收利用的产品，携手供应商共同推进绿色发展。例如，东方有线2022年在机房空调改造优化项目中，采用能效更高的精密空调系统代替原有的商用空调系统。

2.绿色改造

线下场所	年度节能减排举措	年度节能改造措施
梅赛德斯 - 奔驰文化中心	1、控制办公区域每天的照明数量。 2、积极开展内部节能环保培训。 3、加强对空调温度的管理。	1、场馆LED节能照明灯具改造。
东方明珠电视塔	1、“水平衡”测试工程，利用专业计算方式，对塔区内所有用水环境进行监测、分析，并加以控制，使得每月水能源节约1500立方，一年节约费用约10万元。 2、每年两次定期清洗空调翅片、过滤器，做好日常维护保养，既提高了空调的能效，又延长了设备的使用寿命，减少了维修的成本。	1、更换了二台热泵主机，效率提高了30%，每年可节约6万度电。 2、更新了二十多年前裙房变电所的高压配电设备及变压器。 3、18米欢乐餐厅顶面玻璃上均采用隔热、防紫外线的镀膜进行保护。 4、改造7号门、8号门员工通道照明控制方式，人为控制办公区域每天的照明数量，降低室外电子屏白天与夜间的亮度，以及无人后台区域“人走灯灭”的全员响应等。

线下场所	年度节能减排举措	年度节能改造措施
上海国际会议中心	1、完善锅炉房运行制度，尽量使用预热加热热水，补充酒店生活热水。 2、改变生活热水加热模式，找到新的双备份运行，减少蒸汽用量，提倡节约燃气。 3、按照合同约定，加强和维保商的沟通，确保锅炉运行效率，保持良好运行。 4、加强巡查与维修管线，更新了技术层空调漏水管路，更新蒸汽阀门3套，减少蒸汽跑、冒、滴、漏的浪费现象。 5、在季节交换期间利用峰谷电价差控制空调机组启停以达到节电目的。 6、完善抄表制度，严格统计并计算用电量，确保完善能耗控制体系。根据天气情况控制冷暖空调温度，确保客人舒适的情况下保持节能力度。 7、根据酒店营运场馆使用情况采取专用设备测定温度，保证相应的舒适温度，并加强巡检、测温等，避免温度失调。 8、完善设施设备的完好度，提高各会议场馆及公共区域的换冷换热效率。	1、继续完善照明灯具的光源更换，由LED替代节能灯，金卤灯，达到节电目的。 2、公共区域、会议室等照明、动力负荷应使用单独开关控制，上述场所负责人应随时检查。 3、设备更新采用淘汰耗能高的机电设备，推进更换使用节能科技新产品。
东方绿舟青少年校外活动营地	1、根据季节每周调整室外路灯的开关时间，最大程度节约能源。	1、将普通照明灯具升级改造为节能的LED灯具，节约电能。
东方绿舟度假村	1、对度假村三相电不平衡状态进行调整，减少不平衡造成的电能损耗。 2、根据季节每周调整室外路灯的开关时间，最大程度节约能源。	1、将普通照明灯具升级改造为节能的LED灯具，节约电能。
东方绿舟宾馆	1、绿舟宾馆利用2021年上海市南供电局免费安装的“削峰填谷”设备，参加上海市南供电局“削峰填谷”活动，减少高峰用电。 2、解决绿舟宾馆水管渗水和漏水问题，减少水源的浪费。 3、根据季节每周调整室外路灯的开关时间，最大程度节约能源。	1、将普通照明灯具升级改造为节能的LED灯具，节约电能。
七重天宾馆	1、保证室内温度的情况下减少中央空调开启数量。 2、保证客房热水温度的情况下减少开启热水炉。 3、宾馆内灯光都改成节能型LED灯。	

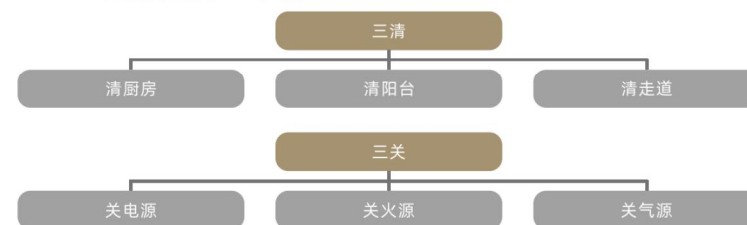


线下场所	年度节能减排举措	年度节能改进措施
东方有线	1、设备节能改造。 2、绿色采购。 3、绿色办公。 4、加强废旧物资回收处置与利用。	1、机房空调改造优化项目。 2、建设更加绿色环保的网络。在接入网建设中，推广采用光纤到户（FTTH）方式代替原有的有源光网络（EOC）方式，实现接入网的无源化从而降低接入网能耗，同时提升接入网网络信息流量承载能力。2022年公司单位信息流量能耗达到1.43E-07吨标准煤/TB，同比2021年降低3.3%。 3、积极配合市政部门完成2022年道路架空线入地与合杆综合整治工程、小区架空线入地整治工程。

3.绿色办公

公司积极推进“三清三关”，倡导促进节约用水、节约用纸、节约用电，在办公区张贴节能环保宣传海报，向员工宣贯节能环保理念。公司推广办公审批流程电子化，采用流程管理信息系统代替纸质流程审批，有效节约公司办公用纸；合理设置空调温度，加强对空调温度管理，要求办公场所夏季室内空调温度设置不低于26摄氏度，冬季室内空调温度设置不高于20摄氏度。公司打印机默认为双面打印，以节约用纸。

“三清三关”举措



4.绿色建筑

公司积极贯彻落实有关政策，大力推行绿色建筑。东方明珠凯悦中心项目设计上严格按照绿色建筑二星标准，在节能、节地、节材、节水、室内环境管理和后期的运营管理中均充分合理地进行了绿色建筑设计，在项目建设中严格落实绿色建筑施工措施。目前项目已经获得绿色建筑标识二星，通过了绿色建筑二星的竣工验收，正在积极参与绿色二星评审。

东方明珠创智中心和东方智媒城项目在建筑设计中充分参照绿色建筑二星标准设计，目前正在工程建设中。

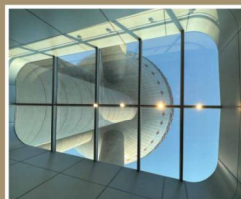
经典案例



东方明珠电视塔更换服务器主机



东方明珠电视塔更换变压器



东方明珠电视塔客厅安装隔声屏





三、环保宣传

环保宣传已成为公司践行绿色发展的重要组成部分。公司持续推动“地球一小时”等年度环保主题公益活动，并组织开展多样化的活动，倡导绿色理念，带动更多人践行绿色发展。

2022年3月12日，东方绿舟开展植树季主题活动，并联合上海儿童健康基金会共同举办“绿色发展与爱童行”公益植树活动，为患病儿童献出一份爱心。



2022年3月26日，梅赛德斯-奔驰文化中心继续践行“地球一小时”号召，在20:30-21:30关灯一小时，以此来表达对环保事业的支持。同时，在新媒体渠道发起“共同聆听自然声音”的号召，呼吁粉丝一起关上灯，和其他不必要的电器电源，携手共创自然美好未来。



2022年3月22日至28日为中国水周，保护水资源人人有责，东方明珠旗下安舒茨市场部在新媒体渠道与粉丝分享节水环保措施的同时，制作并分享了一份以“水”为主题的歌单，号召大家珍惜水，一起保护水资源。



在2022年上海市节能宣传周期间（6月13日-19日），东方有线积极展开对内对外宣传，内部通过节能环保宣传海报，向员工宣贯节能环保理念；对外积极配合上海市政府相关部门在本市广播电视有线数字网标清导视频道（频道号0）、高清导视频道（频道号200）投放相关公益宣传视频，在EPG高清开机广告位投放公益宣传图片，带动更多人践行“绿色低碳、节能先行”的主题理念。



2022年12月5日，“从邮票看美丽中国”多语种图片展在上海国际会议中心举行，展览以邮票为载体，宣传“绿水青山就是金山银山”的环保理念，传递美丽中国的山川之美和自然物种之奇。





5

第五章

资质与年度荣誉

一、公司参与的组织、协会和社会机构

- 1、中国上市公司协会副会长单位
- 2、中国网络视听节目服务协会常务理事单位
- 3、上海上市公司协会副会长单位
- 4、上海网络视听行业协会会长单位

二、公司年度荣誉

东方明珠新媒体股份有限公司荣誉：_____

连续11年入选“全国文化企业30强”



连续入选中国互联网协会“中国互联网综合实力前百家企业”



三度蝉联上海市企业联合会、上海市企业家协会、上海市经济团体联合会、解放日报社联合主办的“上海企业100强”



荣登上海市互联网协会“上海市互联网综合实力前五十家企业”第11位



“金色学堂”“云健康”项目入选上海市互联网协会“上海信息通信企业适老化及无障碍服务示范案例”



旗下子公司荣誉：_____

上海东方电视购物有限公司：

“长者服务”入选上海市互联网协会“上海信息通信企业适老化及无障碍服务示范案例”及“上海信息通信企业适老化及无障碍服务公益传播奖”



上海东方明珠广播电视塔有限公司：

入选少先队上海市工作委员会颁发的“15分钟幸福圈”少先队社会实践基地



荣获中共陆家嘴街道工作委员会颁发的“金色纽带”党建联建特别贡献单位





上海东方明珠广播电视塔有限公司：

入选红丝绒自助餐厅TOP10、红丝绒最佳观景酒店TOP10



荣获浦东新区反恐工作领导小组办公室颁发的
浦东新区反恐防范应急工作先进单位



荣获美团酒店年度卓越服务酒店



入选红丝绒数字营销创新巅峰榜全国百强酒店



入选浦东新区新时代文明实践点



入选上海市文化和旅游局“上海市数字景区”



荣获由上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司联合颁发的
SMG全运会“拧成一股绳”跳长绳赛优胜奖



入选上海市旅游行业协会、江苏省旅游协会、
浙江省旅游协会、安徽省旅游协会联合颁发的
长三角纾困解难创新发展优秀案例



上海国际会议中心有限公司：

荣获联联周边游2021品牌商户



荣获浦东新区反恐工作领导小组办公室颁发的
浦东新区反恐防范应急工作先进单位



上海尚世影业有限公司：

《在一起》获得国家广播电视总局
第33届电视剧“飞天奖”优秀电视剧奖





附录

附录1：年度履责绩效表

附表1：股东责任绩效

关键绩效——项目	数值
全年召开股东大会	4次
董事会会议	9次
监事会会议	5次
公告数量	131个
投资者调研总次数	630次
投资者调研总人数	1056人
线上调研接待次数	565次
线下调研接待次数	65次
2022年上海辖区上市公司集体接待日暨中报业绩说明会	回答投资提问75条
财务数据	
全年营业收入	67.05亿元
归母净利润	1.75亿元
加权平均净资产收益率	0.5911%
基本每股收益	0.0521元/股
资产负债率	20.43%

附表2：客户责任绩效

科研投入情况	2022年
研发投入总额	374,697,246.18元
研发投入总额占营业收入比例	5.59%
研发人员	531人

附表3：伙伴责任绩效

关键绩效——项目	数值
前五名客户销售额	88,201.62万元
前五名客户销售额占年度销售总额比例	13.16 %
前五名供应商采购额	35,790.47万元
前五名供应商采购额占年度采购总额比例	7.59%

附表4：政府责任绩效

关键绩效——项目	数值
纳税总额	598,296,849.31元
对外捐赠总额	226,850元
每股社会贡献值	0.8元
2022年新聘员工数量	391人
应届毕业生数量和占新员工比例	68人，占比17.3 %



附表5：员工责任绩效

关键绩效——项目	数值
男女员工人数	男性员工4011人，占比58.73% 女性员工2819人，占比41.27%
2022年末员工总人数	6830人
劳动合同签订率	100%
员工培训	
年内累计组织培训次数	265次
年内受培训人时	126930培训人时
年内培训参与人次	12801人次
人均参与时间	17.4小时
员工培训满意度	90%
员工帮扶	
发放困难慰问补助金	23.2万元
走访困难职工	187人次
协助员工申请大病和困难补助金	28万元
办理工会会员卡大病保障	6770人

附表6：公益活动绩效

关键绩效——项目	数值
公益宣传片总播放时长	超5903小时
法制节目制作时长	超307小时
空中课堂播放时长	超117564小时
金色学堂播放时长	超11644小时

附录2：参照团体标准《企业评价体系》(T/CERDS 3-2022) 的索引

指标				页码
E 环境	E.1 资源 消耗	E.1.1 水资源	E.1.1.1 水资源使用和管理	75-79
		E.1.2 物料	E.1.2.1 物料使用管理	75, 77-80
		E.1.3 能源	E.1.3.1 能源使用管理	75, 77-79
			E.1.3.4 节能管理	75, 77-80
	E.2 污染 防治	E.1.4 其他自然资源	E.1.4.1 其他自然资源管理	75-82
		E.2.1 废水	E.2.1.1 废水排放达标情况	76
			E.2.1.2 废水管理	76
		E.2.2 废气	E.2.2.1 废气排放达标情况	76
			E.2.2.2 废气管理	76
		E.2.3 固体废物	E.2.3.1 固体废物处置达标情况	76
			E.2.3.2 无害废物管理	76
			E.2.3.5 有害废物管理	76



指标				页码
E 环境	E.2 污染防治	E.2.4 其他污染物	E.2.4.1 其他污染物管理	76
	E.3 气候 变化	E.3.1 温室气体排放	E.3.1.1 温室气体来源与类型	76
		E.3.2 减排管理	E.3.2.1 温室气体减排管理	76
			E.3.2.2 温室气体减排投资	76
S 社会	S.1 员工 权益	S.1.1 员工招聘与就业	S.1.1.1 企业招聘政策	32-33
			S.1.1.2 员工多元化与平等	32-33
			S.1.1.3 员工流动率	32-33
		S.1.2 员工保障	S.1.2.1 员工民主管理	33
			S.1.2.2 工作时间	33
			S.1.2.3 员工薪酬与福利	33
			S.1.2.4 企业用工情况	33
			S.1.2.5 员工满意度调查	33,37

指标				页码
S 社会	S.1 员工 权益	S.1.3 员工健康与安全	S.1.3.1 员工职业健康安全管理	34-35
			S.1.3.2 员工安全风险防控	35
			S.1.3.3 安全事故	35
			S.1.3.4 工伤应对	35
			S.1.3.5 员工心理健康援助	34
	S.1.4 员工发展	S.1.4.1 员工激励及晋升政策	S.1.4.1 员工激励及晋升政策	36
			S.1.4.2 员工培训	36-39
			S.1.4.3 员工职业规划及职位变动支持	36-39
	S.2 产品 责任	S.2.1 生产规范	S.2.1.1 生产规范管理政策及措施	——
			S.2.1.2 知识产权保障	30
		S.2.2 产品安全与质量	S.2.2.1 产品安全与质量政策	——
			S.2.2.2 产品撤回与召回	——



指标				页码
S 社会	S.2 产品责任	S.2.3 客户服务与权益	S.2.3.1 客户服务	44-48
			S.2.3.2 客户权益保障	44
			S.2.3.3 客户投诉	44-46, 48
	S.3 供应链管理	S.3.1 供应商管理	S.3.1.1 供应商数量与分布	60
			S.3.1.2 供应商选择与管理	60
			S.3.1.3 供应商 ESG 战略	60
		S.3.2 供应链环节管理	S.3.2.1 采购与渠道管理	60
			S.3.2.2 重大风险与影响	60
	S.4 社会响应	S.4.1 社区关系管理	S.4.1.1 社区参与和发展	68-70
			S.4.1.2 企业对所在社区的潜在风险	无潜在风险
		S.4.2 公民责任	S.4.2.1 单位营收社会公益活动投入金额	65-74
			S.4.2.2 社会公益活动参与数量	65-74

指标				页码
S 社会	S.4 社会响应	S.4.2 公民责任	S.4.2.3 国家战略响应	25-27, 49-59, 75-82
			S.4.2.4 应对公共危机	23, 76
	G.1 治理结构	G.1.1 股东（大）会	G.1.1.1 大股东持股比例	18
			G.1.1.2 股东（大）会召开情况	17, 21
		G.1.2 董事会	G.1.2.1 董事长兼任情况	15, 18
			G.1.2.2 董事离职情况	18
			G.1.2.3 女性董事	18
			G.1.2.4 独立董事	18
			G.1.2.5 董事会出席情况	21
			G.1.2.6 专业委员会	20
		G.1.3 监事会	G.1.3.1 监事离职情况	19
			G.1.3.2 女性监事	19



指标				页码
G 治理	G.1 治理结构	G.1.3 监事会	G.1.3.3 外部监事	无外部监事
			G.1.3.4 监事会出席情况	21
		G.1.4 高级管理层	G.1.4.1 高级管理层女性成员情况	19
			G.1.4.2 高级管理层人员离职率	18-19
			G.1.4.3 高级管理层人员持股	18-19
	G.2 治理机制	G.1.5 其他最高治理机构	G.1.5.1 其他最高治理机构情况	9, 20
		G.2.1 合规管理	G.2.1.1 合规管理体系	23-24
			G.2.1.2 合规风险识别及评估	23-24
			G.2.1.3 合规风险应对及控制	23-24
			G.2.1.4 客户隐私保护相关情况	23, 44-48
			G.2.1.5 泄露客户隐私事件	23
			G.2.1.6 数据安全相关情况	23, 44-48

指标				页码
G 治 理	G.2 治 理 机 制	G.2.1 合规管理	G.2.1.7 泄露数据事件	23
			G.2.1.8 合规有效性评价及改进	23-24
			G.2.1.9 诉讼和惩罚	无
		G.2.2 风险管理	G.2.2.1 风险管理体系	23
			G.2.2.2 重大风险识别及防范	23-24
			G.2.2.3 关联交易风险及防范	23-24
			G.2.2.4 不当关联交易情况	无不当关联交易
			G.2.2.5 气候风险识别及防范	76
			G.2.2.6 数字化转型风险管理	——
			G.2.2.7 数字化转型资金投入相关情况	——
			G.2.2.8 企业应急风险管理	23， 35， 76
			G.2.3 监督管理	G.2.3.1 审计制度及实施



指标				页码
G 治理	G.2 治理 机制	G.2.3 监督管理	G.2.3.2 问责相关制度及实施	23-24
			G.2.3.3 问责相关情况	23-24, 44-48
			G.2.3.4 投诉、举报制度及实施	23-24, 44-48
			G.2.3.5 投诉或举报受理相关情况	23-24, 44-48
		G.2.4 信息披露	G.2.4.1 信息披露体系	10, 21-22
			G.2.4.2 信息披露实施	10, 21-22
		G.2.5 高层激励	G.2.5.1 高管聘任与解聘制度	18
			G.2.5.2 高管薪酬政策	20
			G.2.5.3 高管绩效与ESG目标关联情况	9
		G.2.6 商业道德	G.2.6.1 商业道德准则和行为规范	23-24, 44-48
			G.2.6.2 职业道德培训普及情况	23-24
			G.2.6.3 商业道德培训时长	——

指标				页码
G 治理	G.2 治理 机制	G.2.6 商业道德	G.2.6.4 避免违反商业道德的措施	23-24, 44-48
	G.3 治理 效能	G.3.1 战略与文化	G.3.1.1 企业战略与商业模式分析	5-8
			G.3.1.2 企业文化建设	9, 25-30
	G.3.2 创新发展	G.3.2 创新发展	G.3.2.1 研发与创新管理体系	28-30
			G.3.2.2 研发资金投入	28-30
			G.3.2.3 研发人员投入	28-30
			G.3.2.4 专利相关创新成果	28-30
			G.3.2.5 产品创新成果	28-30
			G.3.2.6 管理创新	18-20, 28-30
	G.3.3 可持续发展	G.3.3 可持续发展	G.3.3.1 ESG融入企业战略	8-10
			G.3.3.2 ESG融入经营管理	9-10
			G.3.3.3 ESG融入投资决策	8



附录3：参照GRI内容索引

使用说明	东方明珠新媒体股份有限公司参照全球报告倡议组织标准编制本报告，报告2022年1月1日到2022年12月31日期间的ESG举措和成果，部分内容或超出该时间范围。	
使用的GRI1	GRI 1: 基础 2021	
GRI 标准	披露项和内容	页码
GRI 2: 一般披露 2021	2-1 组织详细情况	5-6
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	3-4
	2-3 报告期、报告频率和联系人	3-4
	2-4 信息重述	3-4
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	7-8, 14-16, 23-24, 28-31, 44-48, 61-67
	2-7 员工	32-43
	2-8 员工之外的工作者	32-33
	2-9 管治架构和组成	18-20
	2-10 最高管治机构的提名和遴选	9, 15, 18-19
	2-11 最高管治机构的主席	9, 15, 18
	2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	9, 18-21
	2-13 为管理影响的责任授权	9, 18-20

GRI 标准	披露项和内容	页码
GRI 2: 一般披露 2021	2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	9
	2-15 利益冲突	11
	2-16 重要关切问题的沟通	11
	2-17 最高管治机构的共同知识	9-10
	2-18 对最高管治机构的绩效评估	9, 18-20
	2-19 薪酬政策	20, 33
	2-20 确定薪酬的程序	20, 33
	2-22 关于可持续发展战略的声明	7-10
	2-23 政策承诺	18-27
	2-24 融合政策承诺	18-82
	2-25 补救负面影响的程序	23-24
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	3-4, 33
	2-27 遵守法律法规	18-82



GRI 标准	披露项和内容	页码
GRI 2: 一般披露 2021	2-28 协会的成员资格	83
	2-29 利益相关方参与的方法	11
	2-30 集体谈判协议	33
GRI 3: 实质性议题	3-1 确定实质性议题的过程	12
	3-2 实质性议题清单	13
	3-3 实质性议题的管理	12-13
GRI 201: 经济绩效	201-1 直接产生和分配的经济价值	17, 22
	201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	76
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	33-43
GRI 203: 间接经济影响	203-1 基础设施投资和支持性服务	14-16, 61-74
	203-2 重大间接经济影响	17
GRI 205: 反腐败	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	25-27
GRI 207: 税务	207-1 税务方针	49

GRI 标准	披露项和内容	页码
GRI 207: 税务	207-2 税务治理、控制及风险管理	23-24, 49
	207-3 与税务密切相关的利益相关方参与及管理	11, 49
GRI 302: 能源	302-1 组织内部的能源消耗量	75-80
	302-4 减少能源消耗	75-80
	302-5 产品和服务的能源需求下降	75-80
GRI 303: 水资源和污水	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	75-76
	303-2 管理与排水相关的影响	75-76
	303-3 取水	75-76
	303-4 排水	75-80
	303-5 耗水	75-80
GRI 306: 废弃物	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	76
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	76
GRI 308: 供应商 环境评估	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	60



GRI 标准	披露项和内容	页码
GRI 308: 供应商 环境评估	308-2 供应链的负面环境影响以及采取的行动	60
GRI 401: 雇佣	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	32-33
	401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	33
	401-3 育儿假	33
GRI 403: 职业健康 与安全	403-1 职业健康安全管理体系	34-35
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	35
	403-3 职业健康服务	34-35
	403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	34-35
	403-5 工作者职业健康安全培训	34-42
	403-6 促进工作者健康	34-35
	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	34-35
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	34-35
	403-10 工作相关的健康问题	34-35

GRI 标准	披露项和内容	页码
GRI 404: 培训和教育	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	37
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	36-39
	404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	36-37
GRI 405: 多元化 与平等机会	405-1 管理机构与员工的多元化	20, 32-33
GRI 406: 反歧视	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	32-33
GRI 408: 童工	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	60
GRI 409: 强迫 或强制劳动	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	60
GRI 410: 安保实践	410-1 接受过在人权政策或程序方面培训的安保人员（百分比）	37
GRI 413: 当地社区	413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	60
GRI 414: 供应商 社会评估	414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商（百分比）	——
	414-2 供应链的负面社会影响以及采取的行动	60
GRI 416: 客户健康 与安全	416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	44-46
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	——



GRI 标准	披露项和内容	页码
GRI 417: 营销与标识	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	44-48
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	——
	417-3 涉及营销传播的违规事件	——
GRI 418: 客户隐私	418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	——

反馈意见表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告：我们诚挚地期待您对本报告进行评价，并提出您的宝贵意见，以便我们持续改进社会责任工作，提升履行社会责任工作的能力与水平！

一、选择性问题的（请在相应的位置选择打"√"）

1、您对本报告的总体印象是：

☐ 很好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 很差

2、您认为报告中所披露的社会责任信息质量：

☐ 很高 ☐ 较高 ☐ 一般 ☐ 较低 ☐ 很低

3、您认为本报告结构：

☐ 很合理 ☐ 较合理 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 很差

4、您认为报告板式设计和表现形式：

☐ 很好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 很差

二、开放性问题：

请您对《东方明珠新媒体股份有限公司2022年度环境、责任和治理（ESG）报告》提出宝贵意见和建议；

您可以将反馈问题邮寄给我们联系人：

嵇绯绯（董事会秘书） 地址：上海市宜山路757号 邮编：200233

电子邮箱：dongban@opg.cn 本公司网站：www.opg.cn

请留下您的联系方式：

姓 名：_____

工作单位：_____

职 务：_____

联系电话：_____

电子邮箱：_____