立 足 上 海 · 讲 述 中 国 · 联 结 世 界

2022

上海文广集团

企业社会责任报告

SMG 上海广播电视台 上海文化广播影视集团有限公司
SHANGHAI MEDIA GROUP

立足上海，讲述中国，联结世界。
我们曾一起跨越高山大海，我们曾一起相伴灯火黎明。
我们始终站在新闻讯息传播和文化生态建设的最前沿。
传播向上的力量，创造丰富的精神食粮，
服务社会大众文化生活，这是从我们诞生之日起的日常工作，
也是我们一直坚守的社会责任。
每一天，上海文广集团与您相伴随行。

目录

CONTENTS

党委书记董事长致辞 05

文化创造者 / 上海文广集团，不止于传媒

上海文广集团简介 08
上海文广集团文化产业版图 10
数说上海文广集团 2022 16
上海文广集团荣誉 23

文化开拓者 / 上海文广集团的品格——守正创新

守正：奋进新征程、建功新时代——守阵地 兴文化 向未来 26
传播：我们在现场，也在您身旁 29
抗疫：纵千万难，已往矣 34
融合：生活的延伸——有温度的数字化转型 38

文化守护者 / 上海文广集团企业社会责任战略

社会责任指导方针 42
社会责任制度 42
回应联合国2030年可持续发展目标（SDGs） 43

文化管理者 / 严谨合规，守护每一份信任

企业治理 46
职能部门改革与风险控制 48
规范信息披露 48
商业伦理合规 49
知识产权保护 50
安全运营 51

文化前沿推动者 / 爱地球，我们的家园

传播环保的力量 54
践行自身绿色管理 57

文化融合践行者 / 关注每一个你我

乡村振兴与地区援建 60
公共文化服务建设与提升 62
关爱与支持 65
公益宣传与实践 66

文化人爱护者 / 全方位关爱，人才成长的摇篮

保障员工权益 70
支持员工发展 71
关心员工健康 72

报告后记 74

党委书记董事长致辞

时间的刻度，清晰记录2022年上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司走过的路。这一年，我们在镜头中与2500万上海市民携手抗疫、风雨同心；在荧屏前穿越山河，汇聚起十年筑梦路的万丈光芒；在舞台上乘浪而行，奏响团结奋斗的红色乐章；在你的身边守望相助，搭建民生平台、纾解急难愁盼，以媒体力量破解基层治理难题……无数个激情澎湃的时刻，无数次感动人心的瞬间，写进了你我共同的记忆深处，也浓缩着上海文广集团发展的万千气象。

我们胸怀“国之大者”，高质量做好党的二十大宣传报道，全方位完成市第十二次党代会、第五届进博会、全国两会、北京冬奥等重大主题报道，大力度开展国际传播能力建设，向世界展示中国式现代化的光明前景。我们情系“民之所向”，通过《新闻坊》《民生一网通》《长三角热线》等民生平台，依托《加油！小店》《空中课堂》《金色学堂》等公益节目，在联通社会和服务大众中提升传播效能，在润物细无声中推进国家和城市治理现代化建设。我们志存“梦之高远”，加快推进媒体深度融合，推动广电5G、元宇宙、数字化营销等新兴业务发展，寻找“未来电视”发力点，涵育“智慧广电”新业态，以媒体力量推动数字科技与文化创意的融合创新，助力城市数字化转型走深走实。我们走好“共赢之路”，敞开“跳出广电看广电”的发展胸襟，在宣传、演艺、文旅、产业、媒体等重点领域，与各级政府和企业积极开展战略合作，强化区域媒体联动，积极对接长三角资源，共同服务长三角一体化国家战略大局。

凡益之道，与时偕行。新的一年是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年，也是实施“十四五”规划承上启下的关键一年。作为主流媒体和文化大企，上海文广集团将把推进中国式现代化作为贯穿宣传思想文化工作的主线，在服务重大国家战略、服务上海城市发展中彰显主流媒体的价值和能级，争当媒体融合发展的排头兵、先行者，为建设具有世界影响力的社会主义现代化国际文化大都市作出新的贡献。请您与我们同行，在奋斗中定义时间，满怀希望再出发！



上海广播电视台
上海文化广播影视集团有限公司
党委书记、董事长

文化

上海文广集团简介 …… 8
上海文广集团文化产业版图 …… 10
数说上海文广集团 2022 …… 16
上海文广集团荣誉 …… 23

创造者

上海文广集团，不止于传媒

上海文广集团简介

上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（英文统称Shanghai Media Group，中文简称“上海文广集团”，英文简称“SMG”）是国内领先的广播电视及互联网新型主流媒体及大型综合国有文化传媒企业。

壹

我们的愿景

成为中国最具创新活力和国际影响力的全媒体综合文化产业集团

贰

我们的使命

传播向上力量、丰富大众生活

叁

我们的核心战略

全媒体战略，推进媒体深度融合发展，加快整体数字化转型

肆

我们的核心价值观

忠诚、责任、创造、共赢

伍

我们的员工

上海文广集团岗位系列结构多元化，完整覆盖文化产业链。16000余名员工的独特经验和对文化产业的热爱是上海文广集团文化创新、事业向前的引擎。

SMG 上海广播电视台 上海文化广播影视集团有限公司
SHANGHAI MEDIA GROUP

职能部门	直属事业部	直属公司
办公室	融媒体中心 <看东方（上海）传媒有限公司>	东方明珠新媒体股份有限公司
总编室	东方广播中心 <上海东方广播有限公司>	上海第一财经传媒有限公司
党委干部处 人力资源部	东方卫视中心 <上海东方娱乐传媒集团有限公司>	上海小荧星集团有限公司
财务管理中心	纪录片中心 <真实传媒有限公司>	五星体育传媒有限公司
战略发展和经济管理部	技术中心 <上海东方传媒技术有限公司>	上海好有文化传媒有限公司 （互联网节目中心）
党群工作部	版权资产中心	上海幻维数码创意科技股份有限公司
纪检监察室	影视剧中心	上海新汇文化娱乐（集团）有限公司
风险控制中心	商业创新中心	上海文广演艺（集团）有限公司
技术管理委员会办公室		上海文广实业有限公司
		上海《每周广播电视》报社
		北京文广佳业文化发展有限公司

上海文广集团
文化产业版图

上海文广集团秉承合作、开放的态度，拥有多元、丰富的产业版图。广播、电视、报刊、杂志、新媒体是主流媒体的立业之本；现场演艺、文旅地产、少儿艺术培训是线下产业的发展之基；内容制作及版权运营是多年积累的媒资富矿；文化金融、视频购物和技术服务是新兴业务的创新之源。

渠道价值、内容价值、产业价值分别对应着上海文广集团的传播能力、创造能力和运营能力，形成了上海文广集团独特的品牌价值。

三大价值

壹
渠道价值

上海文广集团是一家有丰富传播形态的文化传媒企业集团。我们与时俱进，糅合传统与创新，广播频率、电视频道、有线电视网络、报纸、杂志、IPTV、互联网新媒体、智库等传播方式日臻完善，实现强大、多元的渠道价值。我们能够把各个渠道所承载的内容和信息迅速触达千家万户，从上海到中国到全球。受众能接收我们的讯息，合作伙伴能与我们共享上海文广集团所拥有的全球传播渠道价值。

贰
内容价值

上海文广集团是一家文化产品生产单位，我们产出新闻、纪录片、文艺节目、综艺节目、影视剧、舞台作品，举办大型晚会、转播体育赛事、承办各类大型活动等，向社会提供精神食粮。我们的内容吸引人、鼓舞人、团结人，给人启发，也为生活增添色彩。

叁
产业价值

上海文广集团是一家能够提供多元文化服务的文化产业集团，我们不仅有线上媒体业务，更有线下文化产业，拥有文旅产业、电商产业、艺术教育、多媒体展陈、演出经纪等多种业态。

四大赋能板块

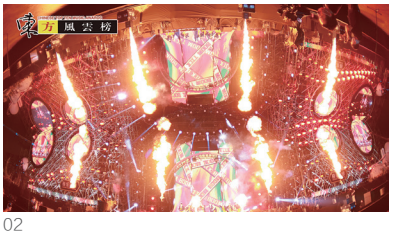
01
主流媒体影响力助推时代发展

以公信力、专业力、传播力为支点的主流媒体影响力一直领先,同时也为商业世界的合作伙伴提供可持续发展支持。

① 融媒体中心：主流声音，“人民之城”融媒体联播
② 上海人民广播电台：突破媒介限制，第29届东方风云榜音乐盛典
③ 第一财经：专业承制，2022世界人工智能大会
④ 纪录片中心：匠心纪实，描绘《武夷山·我们的国家公园》
⑤ 东方有线：5G赋能，东方有线晋升上海第四运营商
⑥ 百视通：深耕大屏，助力视听产业升级，创造“电视新用法”
⑦ 东方卫视中心：承制上海市第十七届运动会开幕仪式，书写上海体育发展新篇章
⑧ 影视剧中心：《破晓东方》让历史的光芒照亮现实的天空



01



02



03



04



05



06



07



08

02

技术先导，呈现更完美的视听体验，探索迎面而来的未来

新技术与创意齐飞，赋能文化传媒领域全产业发展，丰富大众文化生活体验。

① 技术中心（上海东方传媒技术有限公司）：以智慧数字底座，打造“云展会元宇宙”
② 幻维数码：数字化转型强有力支持，虚拟制作&XR数字片场
③ 上海广电影视制作有限公司：融合艺术与技术，提供多元“场景视觉”专业设计制作服务
④ 上海舞台技术研究所、上海舞美艺术中心：以文化创意设计，打造上海艺术光影秀
⑤ SMG全媒体创新平台（东方智媒城）：智创未来，运营活力智媒城
⑥ 东方明珠数字影视制作基地：影视工业4.0示范实践区
⑦ 上海移动电视：交互技术迭代，数智精准赋能移动电视“智慧大屏”


01


02


04


06


03


05


07

03

依托文化创新赋予内容活力，为品牌增长全域赋能

以文体娱乐内容极致体验场景集聚活力时尚年轻群体，用全链路数字营销服务增强品牌合作效能。

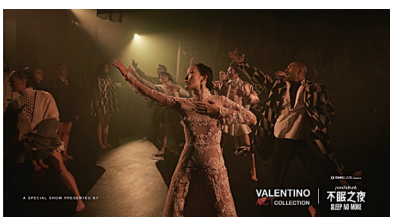
① 东方卫视：精品IP赋能品牌成长，《爱乐之都》“元动力”激活营销新次元
② 应帆科技：依托数字经济，开拓产业创新品类
③ 上海文广演艺集团（SMG LIVE）：Z世代潮流文化创造者，《不眠之夜》掀起沉浸式体验热潮
④ 五星体育：携手共揽2022卡塔尔世界杯
⑤ 影视剧中心：光影剧集，一键开启美好生活
⑥ 东方购物：品效合一的“爆款工厂”，全媒体营销“1212双响炮”
⑦ 东方明珠新媒体旗下文旅板块：打造城市新地标，梅赛德斯-奔驰文化中心演艺皇冠上的珍珠



01



02



03



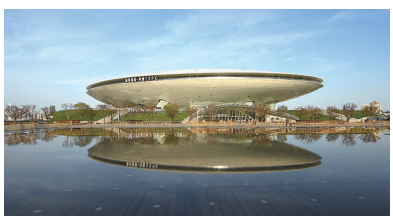
04



05



06


07

04

由文化服务到生活日常精准裂变，多维转换

锁定日常生活消费场景,为都市家庭提供健康、教育、购物等刚需内容服务与一站式数字消费体验。

① 百视TV：打造综合视频平台，大屏小屏融合孕育商业新模式
② 东方卫视：构建自主内容电商生态闭环新探索，第三届上海“五五”购物节“全心爱沪 夏夏侬”
③ 小荧星集团：专注青少儿艺术教育，精准触达万千家庭



01



02



03

多方合作

彼此赋能、同道而行

唯有合作，才有未来；唯有共赢，方能致远。我们创作文化产品服务万千大众，我们与来自社会各界的合作伙伴同心互助、彼此交融。我们的文化生态与社会共生共长共繁荣。拥有16000多名员工的上海文广集团，始终坚持提供高品质的内容与服务。

数说上海文广集团 2022

192
家

上海文广集团有包括东方明珠在内的各级控股企业192家。

8
家

旗下拥有东方卫视、新闻综合、第一财经等12个电视频道、12套广播频率、13个全国数字付费电视频道、5种公开发行的报纸杂志。

624.94
亿元

拥有8家文艺院团以及美琪大戏院、兰心大戏院等18个著名的演出场馆和文化设施单位。

16371
人

截至2022年底，集团总资产规模达624.94亿元。

上海文广集团员工总数为16371人，男性员工占比53%，女性员工占比47%。

1282
场

对员工开展各类培训1282场，培训总人次92099人，培训总学时3355245课时。

402
个

获得五个一工程奖、中国新闻奖、亚洲电视奖等国内国际奖项402个。

148519
条次

全年共播出各类宣传片148519条次，其中公益宣传片129324条次，积极传播社会主义核心价值观。

50
亿

截至2022年底，国际传播品牌ShanghaiEye魔都眼向海外发布视频及图文2.48万条，海外总覆盖量6.2亿，海外总观看时长198.3万小时；一财全球Yicai Global海外覆盖量达50亿。

150
万小时

版权资产中心馆藏内容资源合计150万小时，历史影像最早可追溯到1898年。

传播力 2022

TOP 1

东方卫视2022年以绝对领先优势再夺省级卫视收视率年度冠军。在广电总局大数据中，黄金时段东方卫视收视排名第一，已连续三年蝉联冠军。

8460 万

东方卫视新媒体矩阵用户数破8460万。截至2023年1月31日，官方抖音用户3011.8万，其中“东方卫视”用户2412.1万，位居全国卫视第二。

37000 期

东方广播中心旗下12套广播频率2022年共创作生产广播节目超过37000期，播出时长约66000小时。节目直播累计点击量达6.75亿，在30个省级电台中继续稳居榜首，同比2021年增幅为4.33%。

东方广播中心旗下新媒体平台阿基米德在传统广播媒体自有APP 9城人均收听总量占比中位居榜首。

3 亿人次

纪录片中心2022年完成714小时、128部、977集精品纪录片的创制。中心在东方卫视每周二22点开辟“新纪实”精品国产纪录片时段，累计播出16部共45集首播纪录片，累计收看规模近3亿人次。

2000万

1869小时

836亿

960条

11.3亿

百视TV平台对上海文广集团原创IP和存量版权资源有效盘整，在2022年年底实现最高月活突破2000万的目标。

融媒体中心在东方卫视有《东方新闻》等10档新闻、专题类节目，全年播出时长约1869小时。

看看新闻全网总浏览量突破836亿，视频播放量超815亿，客户端累计用户下载量达1543万，品牌矩阵总粉丝数8800万，发布量月均超10万条，全网传播量日均触达2亿人次，峰值超过6亿。

第一财经力推内容影响力登顶，2022年，全网“100万+”新闻960条，其中拥有“1000万+”甚至过亿传播力的新闻占比超10%；微博热搜239条，较2021年全年增长100%，登顶微博热搜榜首达34次。

2022年，五星体育的公众号和微博的阅读量为7.7亿，视频播放量总数是11.3亿，同比上涨23.5%。五星体育在抖音上的视频播放量达到5亿，是前一年的3.3倍。

27	95	105120	8760	1213
个	%	小时	小时	场

小荧星持续深耕教育培训主营业务，目前已有全市27个艺校、艺术团教育点。2022年平均在校人数超3万人，滚动在校人次超10万，运营3千多个班级、社群。

东方明珠新媒体旗下拥有丰富的文旅资源，东方有线、东方购物、百视通、国际交流、国际旅行社、东方绿舟等客户服务满意度均高于95%。东方明珠广播电视塔打通旅游生态闭环，带来文旅影响力。

空中课堂服务于青少年儿童，12套直播频道全渠道播出，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。

金色学堂频道服务于中老年群体，24小时播出，2022年共播出时长8760小时。百视通、东方有线、百视TV APP开设了金色学堂相关专区，点播专区节目总时长约2884小时。

演艺集团和所属院团2022年演出总场次1213场（包括下基层演出165场、学生场40场）。另外完成线上演出575场，其中“艺起前行”系列活动451场。

旗下上市公司

2022

131

个

东方明珠（600637.SH）严格按照上市公司相关法律法规要求，加强制度建设，2022年共对外披露131个文件，真实、准确、完整、及时地进行信息披露，充分保障投资者知情权。

依据监管部门评选打分，东方明珠最新年度信息披露工作评价结果为A级。

67.05

亿元

公司业务经营方面，东方明珠实现营收67.05亿元。

上海文广集团荣誉

我们是先进文化的创造者、传播者，一路前行，我们收获了无数的鲜花与掌声，大众对我们的喜爱，是给予我们最大的肯定。

多年来，上海文广集团打造了一大批有影响力的文化品牌、经典内容、标志性建筑，参与完成了多个国家级重大活动，已成为上海城市文化建设的主力军和重要载体。

上海文广集团连续跻身“世界媒体500强”品牌，是联合国可持续发展目标全球媒体契约第100名成员。上海文广集团旗下上市公司东方明珠连续入围中宣部中国文化企业30强，并蝉联世界媒体500强、《财富》中国500强、中国互联网企业100强及中国品牌价值百强。

上海文广集团在新闻宣传、内容生产、品牌打造等多方面不断取得新突破、新进展。2022年，共获得包括第16届精神文明建设“五个一工程”奖、第32届中国新闻奖、第35届中国电影“金鸡奖”、中国广播电视大奖第27届全国电视文艺“星光奖”、第33届“飞天奖”、第31届上海新闻奖、第16届上海长江韬奋奖、年度上海广播电视奖以及国家广电总局各项新闻推优、纪录片推优、创新创优、媒体融合、中华对外传播工程以及第43届美国泰利奖、亚广联奖、亚洲电视奖等国内国际奖项共402个。其中，上海文广集团获得的中国新闻奖、五个一工程奖等最高级政府奖在省级媒体中获奖成绩位居前列。

2022年，各相关单位踊跃参加国家广播电视总局第二届广播电视和网络视听人工智能应用创新大赛、高新视频创新应用大赛，参评中国电影电视技术学会、上海市广电局、华东技术年会等各类科技进步奖、优秀科技论文奖等。上海文广集团共申报各类技术奖项40项，人才类奖项2项，总局新服务案例评选6项，获得省部级一等奖10项、二等奖16项、三等奖14项。

截至2022年底，上海文广集团有4家全国文明单位、17家上海市文明单位。

联合国可持续发展目标全球媒体契约

文化

守正：奋进新征程、建功新时代——守阵地 兴文化 向未来 26
传播：我们在现场，也在您身旁 29
抗疫：纵千万难，已往矣 34
融合：生活的延伸——有温度的数字化转型 38

开拓者

上海文广集团的品格——守正创新

守正：
奋进新征程、建功新时代
——守阵地 兴文化 向未来



01



02

2022年是中国新时代新征程中具有特殊重要意义的一年。上海文广集团深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，将迎接党的二十大胜利召开、党的二十大精神的学习宣传贯彻作为贯穿全年工作的主题主线，聚焦全国两会、北京冬季奥运会、第五届进口博览会、上海市第十二次党代会等重要会议及活动，全力以赴凝聚力量做好上海疫情防控特殊时期的新闻报道工作及各项保障工作。

我们与时俱进，不断突破，推动广电5G、元宇宙、数字化营销等业务的开展，抢占新赛道，推动新融合，深度融入上海加快建设具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市的进程。



03



04



05

《斯文江南》海报（01）
《未来中国》海报（02）
《“最上海·苏州河”十二小时全媒体大直播》海报（03）
《“人民之城”融媒体联播》海报（04）
《非凡十年·上海答卷》海报（05）
《破晓东方》海报（06）
《这就是中国》海报（07）



06



07

全景式展开
党的二十大宣传报道

围绕党的二十大，上海文广集团全方位推出各类新闻报道、纪录片、影视剧、公益宣传片等，全媒体平台全景式开展二十大宣传报道。

2022年上半年相继推出《斯文江南》《未来中国》《我相信》等多档文化主题类节目。9月中旬，多平台同步推出“奋进新征程、建功新时代”“非凡十年”系列主题报道，联合策划《“人民之城”融媒联播》《“最上海·苏州河”十二小时全媒体大直播》等多场大型融媒新闻直播报道，全方位展示上海乃至全国在党的创新思想指引下取得的骄人成绩。4个重大宣传项目和22组系列报道、特别节目全网总浏览量突破2.3亿。

党的二十大开幕后，各档新闻节目由点及面，全天候开展立体式宣传报道，以高频次、多渠道的特点合力打造融合传播模式，使党的二十大精神融入社会生活，凝聚党心民心。上海文广集团融媒体中心联合上海16区融媒体中心推出专题《非凡十年·奋进新征程建设新上海》，展现上海各区十年卓越变化；第一财经专版《新发展格局，高水平开放》展现财经媒体的社会责任担当，获中宣部新闻局《新闻阅评》表扬。

在安全顺利完成电视端和网端重要直播的基础上，电视和新媒体全面铺开，中文与英文同频聚焦，内宣与外宣协同发力，全面深入、准确生动报道党的二十大报告，全力做好上海市代表团大会议程报道，高质量展现上海党代表履职风采，共推出电视报道452条次、新媒体报道491条、外宣产品263条次。

大会闭幕后，上海文广集团第一时间推出多档二十大精神解读节目与专题，理论专题《这就是中国》，全媒体党课《“二十大”精神二十人讲》，及中国十年间经济巨变的深度分析等，全面深入解析二十大精神。

上海文广集团出品的重大革命题材电视剧《破晓东方》于2022年12月23日在央视一套开播。传承红色基因，书写上海的革命故事。



01

舞剧《永不消逝的电波》海报（01）。

舞剧《永不消逝的电波》100场现场照片（02–03）。



02



03

传播：
我们在现场，也在您身旁

上海文广集团作为主流媒体与综合性文化产业集团，持续输出文化精品，不拘宏大叙事还是微观视角，关注大国大事，关注社会民生，为社会提供精神价值，是我们的本职工作，也是我们坚守的社会责任。

2022年11月，舞剧《永不消逝的电波》美琪大戏院驻场演出达到第一个百场的里程碑。

上海文广集团旗下演艺集团上海歌舞团创作排演的国内首部谍战主题舞剧《永不消逝的电波》连演四年热度不减，创下中国舞剧多项演出纪录，荣获第四届“上海十大文化品牌”称号，入选第十三届中国艺术节特邀参演剧目，还入选上海市迎接党的二十大胜利召开“礼赞新时代奋进新征程”——演艺大世界·全国优秀舞台艺术作品展演。

《永不消逝的电波》让人们再次看到上海这座城市的红色基因和光荣革命传统，是上海文化软实力的硬核呈现。这部舞剧成功激发了一波文旅新动能，也传达着上海文广集团守正创新卓越向上的精神。

上海文广集团
行走着、记录着，
讲述着上海的故事，
中国的故事，世界的故事。

上海文广集团“立体式”呈现现场全景。经过打捞工程船“奋力轮”近4个小时的持续作业，长江口二号古船时隔150多年重见天日。上海文广集团第一时间直击古船出水现场。直播克服了前方现场出水时间不确定，直播信号不稳定，拍摄主体、核心画面难表现，连基本的电话通讯都无法保障等种种困难，全方位展现了这颗水下“时空胶囊”破浪而出的激动一刻，共同见证中国水下考古又一里程碑式的发现。



01



02

上海文广集团“行进式”讲述着上海故事。苏州河上，12小时的长镜头全方位演绎水岸联动的生动图景，触摸一条河与一座城的记忆，游走42公里岸线贯通后的滨水新空间，打卡乐游上海的多彩新地标，在魔都新岸线的高品质生活中，陪伴市民游客一起探寻苏州河上流淌的城市故事，感受人民城市为人民而跳动的初心。

上海文广集团“沉浸式”回叙江南古韵。《斯文江南》通过演读、围谈等形式，穿越时空，与历史长河中的文化先贤对话，探究江南文人经典作品中蕴藏的文魂、文脉和文人命运，同时结合当下价值观进行再解读，激活中国传统文化新的现实意义。

上海文广集团以音乐之声唱出心中热爱。即将迎来而立之年的内地原创音乐第一榜“东方风云榜”首次走出上海走进海南，传递音乐的力量，推动沪琼媒体融合发展。音乐盛典演出实况通过东方卫视、海南卫视及全国三十余家广播电台播出，话题影响力和搜索影响力冲上第一。

上海文广集团讲述着真实、立体、全面的中国。

上海文广集团打造文化名片，
中国与世界
在细微或宏大场景中交流。

由上海文广集团纪录片中心与国家地理(National Geographic)共同打造的外宣纪录片《永远的行走：与中国相遇》除在东方卫视播出外，还在Discovery国际平台黄金档播出，覆盖全球170多个国家和地区的数亿受众。以知名旅行作家、国家地理探险家保罗·萨洛佩科徒步穿越中国的行程为主轴，围绕历史、文化、生态等主题，通过他的徒步行走和独特观察向世界展现中国形象。



03

聚焦第五届进博会，上海文广集团记述着开放中的中国，推出大版面、长直播、高密度、全覆盖的融媒体传播形态内容，全力宣传好二十大后我国举办的首场重要国际展会和主场外交活动。东方卫视、新闻综合、看看新闻Knews同步并机推出超20小时的《新时代·共享未来——第五届进博会直播特别报道》。东方广播中心、阿基米德、话匣子联合呈现“进博会特别直播”音视频双流，全景式融合传播进博盛会。第一财经发挥财经专业定位，在报纸、电视和网端全面聚焦进博盛会。

《“最上海·苏州河”十二小时全媒体大直播》海报（01）。
《“最上海·苏州河”十二小时全媒体大直播》工作照（02）。
《永远的行走：与中国相遇》海报（03）。


进宝FM

01


看看新闻
新时代 共享未来
第五届中国国际进口博览会全媒体直播特别报道

02


中国国际进口博览会
CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO
新时代 共享未来
NEW ERA SHARED FUTURE
2022.11.5-11.10
中国·上海

03


加油小店
OPEN
东方卫视

04


SMG | 出品
人生海海 不惧重来
人生第二次
SECOND LIFE
5/24
如约而来
出品方 CCTV.com SMG
联合制作
播出平台 CCTV.com 东方卫视

05

在上海文广集团的记述里闻到世间烟火气。10期公益纪实节目《加油！小店》聚焦关乎万千普通人生活与生计的城市小店生存现状，为小店主人的经营排忧解难。

在上海文广集团的镜头下感受凡人微光。纪录片《人生第二次》呈现“圆”与“缺”、“纳”与“拒”、“是”与“非”、“破”与“立”八幅人生起伏图景，用多维度视角展现普通人在面临决定性瞬间时的选择与命运，坚韧与勇气。

在上海文广集团的影像里阅读那些渐被尘封的历史。从《东京审判》到《亚太战争审判》，再到《二战后BC级日本战犯审判口述影像实录》，让后人在回望历史中，进一步铭记敬畏法律与守护和平的意义。

上海文广集团推动着国际融合，策划执行上海全球投资促进大会，促进总投资5658亿元的322个重大产业项目集中签约；承办“上海国际生物医药周”“世界人工智能大会”等国际大会，邀顶尖专家学者和行业创新者共聚一堂，分享在高水平开放下对产业发展的思考；启航世界经典巨作《剧院魅影》中文版，展现了中国文化产业链的进一步成熟。

2022年11月5日-10日，长三角之声携手苏浙皖近10多家城市媒体，推出《“溢动全球”进博会全媒体特别报道》(01)。
第五届进博会直播特别报道(02-03)。
《加油，小店！》海报(04)。
《人生第二次》海报(05)。
《剧院魅影》海报中文版(06)。



06

抗疫：
纵千万难，已往矣

“从早上7点起，全天特别版面扩张新闻类节目时长，停播娱乐节目，以大量版面聚焦上海上下同心，坚决打赢疫情防控攻坚战。”

2022年严峻复杂的疫情之下，主流媒体具有权威性和影响力的宣传引导尤为重要。上海文广集团克服多重困难与挑战，调动一切资源力量，优化融合生产流程，全力以赴开展疫情防控宣传，坚定履行媒体社会责任。

135场上海市疫情防控新闻发布会、连续58天《众志成城——坚决打赢大上海保卫战》全天大直播、5集《战疫·2022》专题片、13000条次电视报道、250场各类直播、8450条短视频、27.2亿全网总浏览量。



01



02



03



04



05

《战疫·2022》节目现场（01）。
一线战“疫”——复工复产现场（02）。
《战疫·2022》节目海报（03-05）。
上海电台防疫服务热线（06）。
方舱患者在收听“蛤蜊电台”（07）。
《蛤蜊讲故事》海报（08）。



06



08


07

上海文广集团与人们日常生活的关联前所未有地紧密。从就医、小区管理、买菜、消杀的特殊日常到全市疫情防控，上海文广集团联动全市16个区融媒体中心，持续接力、全面聚焦、动态关注方舱医院、核酸检测实验室、医疗急救中心、物资保供点等“战疫”第一线。

每天超过12个小时的新闻播报，是全市同心、全面抗疫有力场面的见证，也是疫情下人们的安心陪伴。

上海文广集团渗透入人们的生活，
对于大众需求的反馈迅速，
安抚舒缓疫情下人们紧绷的神经。

融媒体中心协同技术中心（SMT）产品研发中心，仅用7个小时，推出“同心抗疫服务平台”。《新闻坊》和《民生一网通》的记者第一时间整理平台回收的群众诉求，以媒体人之力为求助人寻找到解决办法，推动解决群众“急难愁盼”问题超12000件。

东方广播中心为隔离点打造的专属“蛤蜊电台”定制节目在方舱顺利播出。40余位上海广播志愿者倾情参与，总计116期节目，跨越64天，通过4个方舱医院广播和阿基米德APP播出，用实用的信息、温暖的声音为隔离点带去贴心的陪伴。

小荧星将教学主阵地从线下转移到线上，近1000名老师在各自家中同时开课，线上公益课累计服务学员人次近400万，累计课程时长300万小时，多位老师身在方舱仍心系学生，坚持为学生进行线上授课。

金色学堂及时上线《新冠抗原自测教程》宣传片，聚焦中老年群体困境，着力解决数字生活需求、居家文娱和技能学习、心理疏导和健康指南三大难点问题。

演艺集团和旗下各个院团都拿出了众多压箱底的好戏开展“艺起前行”线上展映，为疫情期间的上海市民提供了治愈人心的文艺作品。展映从3月到7月，连续不间断播出117天，剧目播出总计1200余次，播出时长逾108000分钟，其中云展演、云创排作品超900个，全网累计观看26169659人次。



01



02



03



04

上海文广集团的媒体人
专业、担当、勇敢，
肩负责任，
守护、记录并向社会传递着精神力量。

“话匣子”奔走抗疫第一线积极发声，《桥洞下快递小哥的对话》系列短视频聚焦这个特殊时期穿梭于城市间的群体，激发众多人群的内心共鸣，上海市民在看到视频后，众筹物资纷纷献出爱心，生动体现“上海的温度”。整个系列仅在“话匣子”视频号播放量就超过1000万，人民日报、新华社等央媒的新媒体号纷纷转发、跟进，全网关注量达1.5亿，推动政府部门及社会各方面重视快递外卖从业者的保障问题。

第一财经作为首家报道新冠疫情的主流媒体，秉持“专业、责任、科学、良知”，延续2020年疫情报道时积累下来的好经验好做法，推出“抗疫助企平台”，倾听上海中小微企业和个体工商户的求助之声，记者坚守一线全力为他们寻找解决方案，共克时艰。

在误读与错判信息风传时，一财独家报道《独家|国家医保局发函地方：不得用医保支付大规模人群核酸检测费用》从澄清误读出

第一财经“抗疫助企平台”（01）。
让爱住我家——上海广播主持人12小时接力云直播（02）。
艺起前行 爱在申边——动感101宣传海报（03）。
上海广播主持人和您一起“守望春来”海报（04）。
众志成城坚决打赢疫情防控大仗硬仗特别报道演播室工作照（05）。

发，通过专业化和规范化的新闻操作手段去求解真相，披露“不得用医保支付大规模核酸费用”这一重大政策，实现了维护公共利益的核心目标。

纪录片中心在一个半月内，摄制组共计采录视频素材约5000个小时，其中包含大量独家采访，同幻维数码日夜奋战，在7月初完成了4集50分钟的全景式系列纪录片《保卫大上海》。

技术中心（SMT）守护着向社会传递信息的通道。225名员工驻守一线长达81天，充分发挥自主建设的智慧媒体数字底座（EPM）功能，搭建两套应急灾备新闻制作系统，保证日常制播业务远程有序进行。

两个多月的大上海保卫战，上海文广集团守护着舆论一线。在驻台人员缩减将近三分之二的情况下，突破万难确保了制播工作有序进行。

上海文广集团挖掘着温暖人心、鼓舞士气的凡人微光，记录了这段令人难忘的“战疫”时光。



05



01



02

融合：
生活的延伸
——有温度的数字化转型

不知从哪一天起，人们买菜用手机扫码，去景区游玩线上预约购票，AI与虚拟人成为工作伙伴……数字化已渗透人们的衣食住行。上海文广集团用技术与独特的表达方式具象化了人们对城市数字化转型的想象，推动数字科技与文化创意的融合创新，服务文化领域数字化转型和城市软实力建设，让人们看见生活中的无限可能。

“了解上海从东方明珠开始”。

东方明珠广播电视塔1994年发射信号启用，观览百年上海，覆盖上海及邻近省份。东方明珠塔的建设与更新讲述着上海的过去、现在与未来，见证着上海这座城市有“温度”的数字化转型之路。

2022年，“东方明珠广播电视塔VR全景导览”建设完成。通过720° VR全景导览、AI解说等技术呈现手段，对东方明珠塔及其周边实景数字化，突破了传统线下景区参观时间和空间限制，游客可随时随地享受东方明珠广播电视塔日夜两套景色的沉浸式云漫游。

从人文关怀出发，东方明珠塔优化完善无障碍体验。“一键求助”服务提供老年游客无障碍远程求助；导航助手协助导览至塔内各层服务人员处。利用TTS（语音合成系统）技术增加图像语音即时讲解功能，满足视障、听障人群导览需求。以“科技+人文关怀”践行企业社会责任，让实体建筑与文化以另一种方式“活”起来。

“百年公交”与“智慧大屏”。

极富海派风韵的“百年公交”主题公交车，是复古设计和科技配置的碰撞交融。东方明珠新媒体旗下上海东方明珠移动电视有限公司以数智技术赋能出行，打破常规横屏播出模式，将移动电视大屏由传统的横



03


04

屏改造为智能竖屏，用更具移动互联网属性的方式呈现内容。结合20路沿途特点，基于LBS技术的定点内容推送上线“建筑可阅读”板块，为乘客营造在城市变迁中穿梭往返的特殊体验。

技术突破，
现实与虚拟世界巧妙融合。

上海文广集团通过技术的不断提升与突破，数字人、元宇宙体育、元宇宙会展、元宇宙文娱、元宇宙教育、元宇宙文旅这些充满科幻感的关键词正在照进现实，形成具有东方特色的视觉盛宴。

中秋特别节目《朙月东方·月光露营会》突破传统，大胆创新，全程以影视化的手段进行拍摄，并充分应用XR（扩展现实）技术，用无限的想象力铸造超现实国潮幻境。申苏雅以一身全新京剧扮相和京剧名角史依弘同台演出“贵妃醉酒”，以高品质CG（计算机动画）技术解决了戏服复杂等问题，让数字人完美逼真地在舞台上和明星同台飙戏。



05



06

东方明珠广播电视塔VR全景导览（01-02）。
百年公交与智慧大屏（03-04）。
《朙月东方·月光露营会》海报（05）。
《朙月东方·月光露营会》现场——申苏雅“贵妃醉酒”（06）。

文化

社会责任指导方针 …… 42
社会责任制度 …… 42
回应联合国2030年可持续发展目标（SDGs） …… 43

守护者

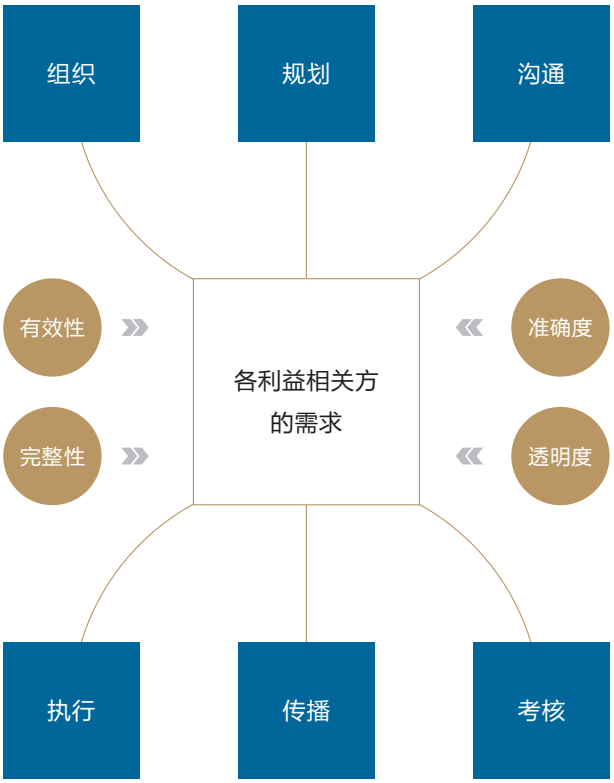
上海文广集团企业社会责任战略

社会责任指导方针

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向，忠实履行举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，举全台之力，高效协同，全力以赴做好重大主题宣传。

按照“责任、创新、融合”理念践行社会责任：以阵地意识体现担当作为，以创新提升影响力和传播力，以融合发展为关键面向未来。

社会责任制度



根据中宣部《关于文化企业坚持正确导向履行社会责任的指导意见》要求，上海文广集团结合行业特点、自身功能定位，参考全球报告倡议组织（GRI）标准，进一步提升社会责任管理制度设计和执行的有效性，努力提升社会责任成果披露的完整性、准确性和透明度。

上海文广集团全面考量各利益相关方的需求，以各利益相关方核心诉求为指引，持续追踪，不断拓展沟通渠道，建立完善的信息反馈机制。

上海文广集团社会责任管理分为6个板块：组织、规划、沟通、执行、传播、考核，以持续推动社会责任实践。

上海文广集团组建企业社会责任专项工作小组有序开展年度社会责任报告的编写工作，同时参考各利益相关方的反馈、意见和建议，对报告披露的框架和内容进行调整，将上海文广集团企业社会责任的履行情况进行全面梳理、及时披露。

回应联合国2030年可持续发展目标（SDGs）

上海文广集团作为联合国可持续发展目标全球媒体契约第100名成员，一直致力于践行媒体责任，鼓励世界各地有影响力的媒体通力协作，共筑人类命运共同体。



与社会群居和一

上海文广集团积极履行主流媒体职责，满足大众精神文化需求，并充分发挥社会影响力，助力乡村振兴、提升公共文化服务、帮扶社会群体。



与自然和谐共生

上海文广集团通过内容输出，报道气候变化等全球环境危机的现状、发起绿色环保线上线下活动等，唤起大众对可持续发展的关注与行动。



成为人才支撑

上海文广集团保障员工权益、确保安全营运、关心员工健康、支持员工发展、尊重员工特长与独特经验，营造维持公平包容、安全友爱的工作环境。

文化

企业治理 46
职能部门改革与风险控制 48
规范信息披露 48
商业伦理合规 49
知识产权保护 50
安全运营 51

管理者

严谨合规，守护每一份信任

企业治理

上海文广集团坚持党委统一领导，发挥党委核心作用，落实意识形态工作责任制，明确党组织在上海文广集团和公司法人治理结构中的法定地位。按照现代企业治理要求，完善董事会构成，分层明确各自的职责、权限和议事规则。持续完善“双向进入、交叉任职”的领导机制，符合条件的党委领导班子成员通过法定程序进入董事会和经理层，落实党委的意见和决定。其中，党委书记兼任集团公司董事长，为法定代表人；一名副书记兼台长、总裁。董事会全面履行好在战略与投资、预算管理、审计和风控、薪酬和考核等方面的职责。

从严治党　“三份清单”

上海文广集团认真贯彻落实《台集团党委推进全面从严治党实施方案》《台集团党委关于深化细化全面从严治党“四责协同”实施细则》，进一步健全完善责任体系闭环管理。制定全面从严治党主体责任“三份清单”，召开2022年全面从严治党工作会议，推动所属19家直属单位领导班子成员签订责任书，将党建工作纳入年度关键业绩指标考核体系。

健全完善意识形态工作责任体系，将意识形态工作纳入全面从严治党责任清单，召开意识形态专题工作会议，制定下发《2022年台集团直属党组织意识形态工作责任制重点任务》。重点加强全台播音员主持人队伍建设，制定出台《关于促进播音员主持人队伍发展的实施意见》《关于播音主持人员职业行为和社会活动管理办法》。加大监督检查力度，压实各级党组织管理责任，将意识形态工作责任制落实情况纳入监督执纪问责范围。

从基层看党建

① 当好主力军、守好主阵地

2022年3月，上海文广集团各级党组织和党员干部把坚决打赢大上

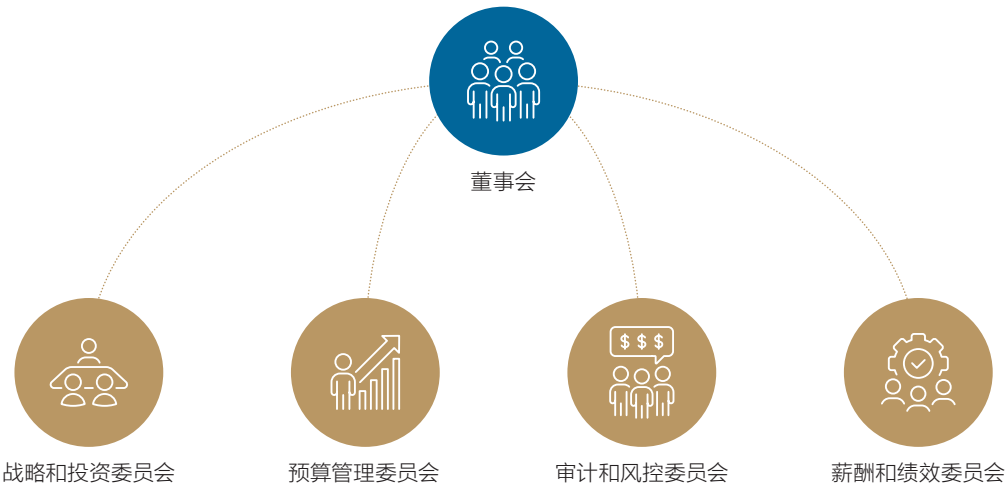
台集团党委下辖

基层党委
17个

党总支
24个

党支部
248个

现有党员
5492名



海保卫战作为重大政治任务，牢牢扛起党的新闻舆论工作的职责使命，在“防疫”和“舆论”两个战场，当好主力军、守好主阵地。

2056名员工闭环驻守岗位，全力保障广播电视新媒体等各平台正常运转。2050名党员化身“大白”“小蓝”，积极投身社区志愿服务29017人次，用使命和责任彰显共产党员的政治本色和责任担当。27名员工在驻守一线岗位或参与社区志愿服务期间递交了入党申请书，展现了上海文广集团人昂扬向上的精神风貌。

② 凝心聚力，深化基层党建特色品牌

2022年，台集团党委强化基层建设，下属各党组织深化各自党建特色品牌，充分发挥党建引领、凝心聚力作用。

融媒体中心党委在“动车型党组织”的引领推动下，坚持党管宣传、党管媒体、党管意识形态的工作总思路，旗帜鲜明地用好党的新闻舆论和宣传思想阵地，确保新闻宣传事业发展继续快速稳步推进。

技术中心（SMT）党委以“政委工程”品牌为抓手，坚持做好“三级网络政委体系”，大力开展政治思想工作，强化党管人才、夯实队伍建设、落实关心关爱举措，为助力融合转型发展提供坚强的政治保证、思想保证和组织保证。

规范企业运营

上海文广集团以制度为保证，及时召开董事会，建立健全《上海文化广播影视集团有限公司章程》《董事会工作制度》《总裁工作细则》等一批公司治理制度。在董事会层面设立了战略和投资委员会、预算管理委员会、审计和风控委员会、薪酬和绩效委员会四个专业委员会，还在法人治理范畴内就宣传工作与经营工作的审议分设了宣传管理委员会和总裁办公会。同时，上海文广集团就未设立董事会的子公司，明确了由台集团分管领导担任执行董事；就设立了董事会的控股子公司，由台集团分管领导担任董事长，职能部门负责人、子公司负责人进入董事会，直接参与公司管理。

职能部门改革与风险控制

上海文广集团推出并落实总部职能部门优化调整方案，整合审计、法务、内控职能，将审计室、法律事务部合并，成立风险控制中心；整合对外事务职能管理，撤销对外事务部，相关职能划归办公室管理；整合资金运营管理职能，成立财务管理中心。

风险控制中心进一步强化“事前—事中—事后”全流程风险管理能力，严格落实监管要求，推动风险治理体系和治理能力现代化建设，围绕企业的发展战略，结合面临的内部风险和外部风险建立以内部控制为基础的风险防范体系，进行法律合规、审计和风险控制管理，有效防范风险，保障经营安全。

规范信息披露

上海文广集团通过官网、微信公众号等途径加强动态信息发布，及时与公众沟通，年度《上海文广集团企业社会责任报告》通过上海文广集团官网可供公众查阅。

上海文广集团自成为中国银行间市场交易商协会注册会员以来，始终保持AAA级信用评级认证，自觉遵守协会的相关规定，严格规范信息披露行为，积极履行信息披露义务，保护投资者知情权，切实维护投资者的利益。

上海文广集团旗下文广财务公司受央行、银保监会监管，自加入全国银行间同业拆借中心以来，根据《同业拆借管理办法》（中国人民银行令〔2007〕第3号）、《中国外汇交易中心暨全国银行间同业拆借中心信息披露及使用管理办法》（中汇交发〔2017〕489号），严格规范信息披露行为，积极履行信息披露义务。财务公司接入人民银行企业信用信息基础数据库，严格按照征信管理工作要求有序开展相关工作，推动征信数据报送质量不断提高。

商业伦理合规

广告治理

上海文广集团严把广告导向，严控违法广告，严格广告审查，自觉接受行业监管部门的监管及市场与社会监督，虚心接受群众举报投诉，确保渠道畅通。

2022年，上海文广集团广告信用评价分值继续保持A级。

2022年，上海文广集团在广告监测和广告信访舆情处置方面，始终坚持及时、透明、严肃的原则，主动接受各级监管部门和广大受众的监督，做到品相治理100%全覆盖。

廉洁从业

2022年初，上海文广集团制定《2022年党风廉政建设和监督执纪工作要点》，下发《关于报送负面清单的通知》，要求各单位对不同工种、不同岗位可能存在和产生的潜在风险进行梳理分析，整理形成容易发生违规违纪违法行为的负面清单，对各级管理人员、关键岗位和重点员工加强监督管理。

根据《关于深化细化全面从严治党“四责协同”机制实施细则》，鼓励奋发有为、支持担当作为、问责失职无为、惩治腐败行为，上海文广集团签订《履行全面从严治党责任书》，督促做实责任、问题、项目“三份清单”，压实领导班子成员“一岗双责”，形成“定责明责、履责述责、督责问责”责任闭环，进一步推动各级党组织、各单位把责任书和责任清单向重点部门、关键岗位、基层一线延伸，切实建立起责任传导机制。

知识产权保护

上海文广集团作为全国版权示范单位，拥有完备的版权工作制度，尤其是严格遵守《著作权法》的规定，尊重并保护版权主体的权利，倡导合法合规利用版权资源。

2022年，上海文广集团加大版权宣传和培训，提高各部门版权意识和版权保护运用的能力。

为明晰版权资产，保护各方知识产权，上海文广集团开展在播节目的版权确权和清算工作。2022年，上海文广集团累计确权视音频节目9941期；与各类节目参与者签订授权文本2215份。

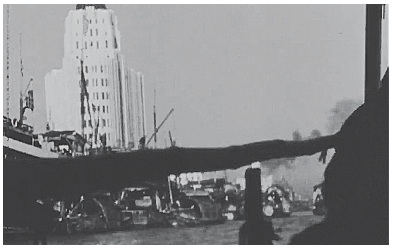
2022年对多个原创多样态新媒体节目开展确权，已经覆盖看看新闻、第一财经、阿基米德、话匣子等平台的视频内容，聚焦30多个系列节目，在业内率先推动全媒体内容的版权确权工作。



01



02



03



04

最早的上海历史影像1898（01）。
1900的上海（02）。
现代中国一瞥1937年（03）。
片库磁带（04）。

版权资产中心从版权素材资料输出、基于历史音像资料的内容产品制作、媒资内容数字化服务三方面开展对外内容推广与业务合作。已与国内媒体机构、政府机关、高校及研究机构、企业，以及文博展览、图书档案、影视制作单位建立了业务合作关系，积极推进合作项目。

所持版权材料数据

光影记录岁月，让人看到纪实影像穿越时空的价值和力量。

截至2022年底，版权资产中心馆藏广播传统载体 26万盘，电视传统载体 110万盘。

馆藏资源合计150万小时，其中数字化资源115万小时，包括音频内容34.5万小时，视频内容80.5万小时。

版权资产中心现有从1898年至今的新闻纪录片、专题片、素材以及各类影像档案10万部，还从国外挖掘并采回大量珍贵历史影像，其中样片近1.5 万分钟，版权素材7096分钟（含胶片），形成了独具魅力的"百年音像史志"。

安全运营

2022年，上海文广集团广播播出200654小时，电视播出527645小时，地球站上星节目播出234003小时。广播电视技术停播率0.032秒/百小时。

修订完善《台集团安全播出管理手册》《台集团网络安全管理办法》《台集团网络安全事件应急预案》；通过编制广播电视和网络视听安全播出保障专项工作方案、组织召开安全播出动员会、督促各单位完善保障体系、开展关键部位检查等工作，确保人员状态、系统配置、运维保障、机房环境等方面做好充足准备，确保了重要节目安全播出万无一失。

5 s／100h

省级广播电视技术系统的停播率应小于5秒/百小时

0.032 s／100h

上海广播电视台广播电视技术停播率0.032秒/百小时

文化前沿

传播环保的力量 54
践行自身绿色管理 57

推动者

爱 地 球 ， 我 们 的 家 园



01

传播环保的力量

上海文广集团主动担起生态环境宣教责任，通过内容输出，报道气候变化等全球环境危机的现状、发起绿色环保线上线下活动等，全方位宣传节约意识、环保意识、生态意识。

纪录片：《武夷山·我们的国家公园》

2022年11月15日，由纪录片中心、技术中心（SMT）等联合创制的8K超高清生态人文纪录片《武夷山·我们的国家公园》在东方卫视播出。该片采用8K超高清全流程制作，全景沉浸式展现武夷山自然风光和人文景观，实现了视、听、感官体验的多维度升级。该片是国家广电总局“记录新时代”重点项目，也是总局“十四五”纪录片重点选题规划项目，纪录片向世界展示中国国家公园的优质自然环境和生物多样性保护的扎实成效。

13 气候行动

《武夷山: 我们的国家公园》海报(01)。
世界城市日开幕式(02-03)。

世界城市日

以“行动，从地方走向全球”为主题的2022年世界城市日全球主场活动暨第二届城市可持续发展全球大会于2022年10月30日至11月1日在上海成功举办。

第一财经作为活动的协办单位，全程参与总体筹备、策划、开幕式大会运营和新闻中心建设，上海奖LOGO征集方案、上海指数、《上海手册》等研究成果的推广，充分发挥全媒体平台联合优势，有效提升活动在专业领域和全球范围内的品牌传播力和影响力。Yicai Global海外社交媒体矩阵对活动进行全网和全球传播，扩大传播能级，提升世界城市日全球主场活动影响力，促进上海国际形象宣传。



02



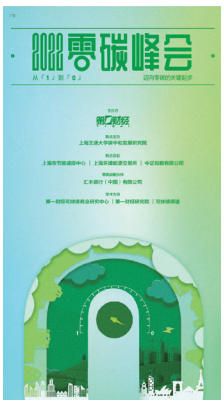
03

绿点中国

面对全球气候变化的压力和可持续发展的关键转型期，第一财经发起绿点中国（China Green Point, CGP），致力于记录“碳中和”目标的实现过程，不断发掘绿色变革的亮点。从顶层思路到路径选择，从经济结构到行业实践，从技术创新到产品设计，绿点中国通过鸟瞰全球可持续发展趋势，见证优秀商业体为助推绿色消费和绿色生活方式所做的努力，展现中国在全球气候议题上的担当与责任，塑造未来生态文明。



03



04



01



02

零碳峰会

零碳峰会由第一财经与上海交通大学碳中和发展研究院联合主办。

气候变化是本世纪全人类面临的巨大挑战，需要放下壁垒，通力合作。当前，全球主要国家或地区都已颁布或提议关于碳中和的相关立法，甚至密集出台相关政策文件，碳排放总量将逐步被纳入严格监管。零碳进程加速发展，正在从顶层设计快速传导到市场。通过举办零碳峰会，旨在以专业视角见证全球环境发展变革，为公众诠释其中包含的挑战与机遇，趋势与实践。

2022第一财经未来商业秀海报（01）。
零碳峰会现场（02）。
绿点中国海报（03）。
零碳峰会海报（04）。

践行自身绿色管理

上海文广集团切实践行绿色管理理念，在原材料采购中，优先选用生产过程低碳环保、对环境破坏程度低的产品；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；公司支持绿色低碳产业发展，积极引导绿色消费理念，促进资源节能和环境友好的绿色低碳发展。

绿色办公

上海文广集团不断优化完善OA系统和手机客户端，将更多工作流程纳入OA系统中，全面推行无纸化办公，实现高效日常移动办公，全面提升办公效率。

上海文广集团的行动:

① 合理使用中央空调。除涉及安全播出的重要机房外，办公区空调温度设置，夏季不低于26℃，冬季不高于20℃，并定期清洗中央空调系统，提高空调的能效水平。

② 落实办公区节能工作，规范离开办公区三清三关，减少办公室设备待机能耗。

绿色管理

上海文广集团根据企业特点，按照相关节能减排的相关法律法规，积极打造绿色责任品牌，组织开展环境管理工作，制定相应检查、改进环境管理制度，努力打造环保绿色责任企业。

上海文广集团的行动:

① 2018年，上海文广集团定制节能改造方案，采取合同能源管理的模式，对上视大院老旧中央空调机组、冷却塔等设备，以及1.5万盏办公区照明灯具进行改造，大大降低了楼宇日常运行能耗。项目竣工后，通过一年的运行，用电量较上一年同期减少能耗1168828 kWh，节能效益为101.69万元，节能率达到14%。

② 2021年，上海文广集团对机房精密空调进行更新改造，降低空调设备日常使用能耗，同年减少能耗2952924 kWh，节能率达到10.22%。

③ 广电大厦燃油锅炉更新为天然气锅炉，改造后节能效果明显，节能率达到了12.45%，有效降低了锅炉的氮氧化物、二氧化硫等废气及颗粒物的排放量。

④ 2022年，上海文广集团对上视大厦10台电梯进行整体改造。通过更换新型曳引系统，电梯运行控制系统等方法，有效提高运行效率，降低使用能耗。

⑤ 2022年，上海文广集团对上视大厦高低压供配电系统进行改造，提高能源利用率。

文化融合

乡村振兴与地区援建 60
公共文化服务建设与提升 62
关爱与支持 65
公益宣传与实践 66

践行者

关 注 每 一 个 你 我

乡村振兴
与地区援建

上海文广集团肩负乡村振兴宣传与帮扶责任，
通过媒体融合新模式，
推进乡村振兴的国家战略政策落实。
我们亲赴一线，结合各地区产业特点，因地制宜开展帮扶工作，
助力地区产业高质量发展，
推动社会各方力量参与乡村振兴。

文化润疆

截至2022年底，上海文广集团共派出文化润疆志愿者团队15批次38人次。

2022年3月，上海文广集团东方广播中心丁芳获得了2021年度“上海市优秀志愿者”荣誉称号。此前一年里，丁芳与上海文广集团文化润疆志愿者和专家团队前往新疆喀什地区，助力当地筹建广播电台，每天工作连轴转。经过培训和指导，喀什地区人民广播电台于2021年11月18日开播，从此改写了喀什地区无调频广播的历史。

2022年7月18日，东方广播中心的曹晨光、东方卫视中心的李白谷和技术中心的严震组成了第十五批上海文广集团文化润疆志愿者团队，启程赴喀什开始为期5个月的文化润疆服务工作。他们克服多轮疫情防控困难，运用东方卫视《妈妈咪呀》的模式，成功为当地打造了真人选秀节目《绽放吧！阿帕》，实现了沪喀两地的共创共融；提升喀什广播电台运营和安播能力，助力二十大安全播出；参与喀什地区融媒体中心大楼建设期间的方案研究，促进喀什地区的媒体技术融合。

《绽放吧！阿帕》现场（01）。
中国最美村镇十周年颁奖典礼（02）。
沪滇合作：守护绿水青山，收获金山银山（03）。





01



02



03

沪滇合作：守护绿水青山，收获金山银山

东方明珠新媒体旗下东方购物充分发挥自身强大“带货力”，助力翻开沪滇对口协作新篇章，让更多原生态、品质佳的当地农产品走进沪上百姓家。

东方购物内容制作团队专程赶赴原产地制定拍摄计划。历经3个月，乡村振兴项目——绿色乡愁云南洱海留香高原软香米和扶贫项目——云南无量山老母鸡两款商品在东方购物成功上线，受到消费者的青睐。这成为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，既守护了绿水青山，又收获了金山银山。

“中国最美村镇评选”活动

2022年末，中国最美村镇十周年颁奖典礼在上海崇明举办，助力乡村振兴进一步发展。

中国最美村镇评选活动由第一财经发起并联合中央人民广播电台等全国80家主流媒体联合主办。十年来，紧跟国家乡村振兴发展战略，为乡村发展提供媒体力量，承担媒体社会责任。



01

公共文化服务建设与提升

上海文广集团肩负完善提升公共文化服务的责任，充分发挥自身力量促进人的全面发展、凝聚人民精神力量、增强国家文化软实力。

创新融合，搭建光影艺术与传统文化的桥梁

2022年，由上海沪剧院、敦煌研究院、上海广播电视台等单位出品的沪剧电影《敦煌女儿》荣获第35届中国电影金鸡奖最佳戏曲片、2022中美电影节最佳年度戏曲片及第五届中国戏曲电影优秀戏曲电影多项大奖，未映先热。

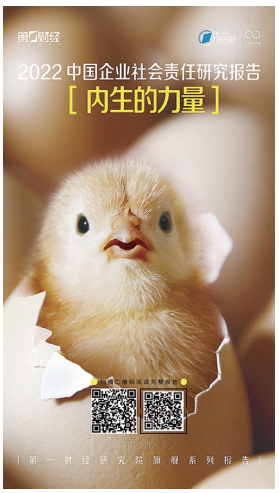
电影中，以樊锦诗为代表的敦煌人，用一代又一代的坚守精神保护璀璨的敦煌莫高窟千年文化，并结合数字技术开发“数字敦煌”，让敦



02



03



04

沪剧电影《敦煌女儿》海报（01-02）
《2022中国影响力投资报告：资本的血液》海报（03）
《2022中国企业社会责任研究报告：内生的力量》海报（04）

煌文化得以在更广阔的时空传播。电影开创性地以沪剧形式表达，用光影记录了当下沪剧最新的状态，为地方戏曲的传播传承打开了新思路。

革故鼎新，解密“国之重器”

科学是时代发展与变革的力量。2022年，东方卫视打造的首档中国前沿科学思想秀《未来中国》打破普通观众和尖端科学之间的壁垒。

节目兼顾专业性与趣味性，寓教于乐，以十个科学前沿领域为主题，让一群顶尖科学家从幕后走向台前，揭秘科学背后的原理，让观众切实感受科学的魅力。

聚全球共识，探寻中国企业可持续发展路径

第一财经研究院向社会传递可持续发展理念，共同推动联合国2030可持续发展目标的实践。2022年度，发布5份可持续发展领域旗舰报告，开设“可持续+”栏目和“碳看”栏目，持续发布月度“中国碳市场月报”。

守财经专业定位，发挥智库研究能力，搭建中国企业与经济高质量发展的理论结构，深入调研探索中国企业践行可持续发展的路径。

叙述今昔，递增城市的厚度

纪录片中心与上海市群众艺术馆聚焦党建与社会公益，合作打造的“真实影院·纪录片放映日”活动，推进“人民城市”的公共文化服务。将纪录片从单纯的展映提升为展映、展



01



02



03



04

览、互动、学术活动复合型的公共文化活动，为打造城市文化空间、开展社会大美育作出新的贡献。

五星体育拍摄的公益短片《献给新时代的礼物》聚焦“徐家汇体育公园”——从农田到开放的城市公共体育空间的变迁，通过90高龄的院士魏敦山讲述，勾勒城市公共体育空间设计理念的变化，反映新时代“人民城市人民建，人民城市为人民”的理念。

社会普法，提升公众防范意识

上海文广集团重视法治宣传，各平台均推出丰富的法制节目，以多种形式普及法律知识，共建法治社会。

文广互动法治天地频道制作播出系列法制节目；百视通上线法制类栏目；移动电视与上海市公安局治安总队、经侦总队等联合制作普法节目，以案例形式普及法律知识；《新老娘舅·我要问律师》走进社区、基层单位，通过法律专题讲座、观众见面会等多种形式，为市民带来免费的、专业的、面对面的法律服务。

论说医药，讲健康新故事

上海文广集团普及健康知识、促进健康教育，从宣教的角度推动健康中国建设。

《36.7℃》节目组于2022年下半年启动全国首档医药人文跨界深度访谈节目《大医药》，以药为切入点，紧抓生物科技的热点，全方位展现中国医药行业的最新发展和突破成就。节目组创新模式跨学科交流，通过短视频等各种新媒体平台，用更加亲民的视角讲述深奥难懂的医药领域，让观众看懂健康中国新故事。



05



06


07

关爱与支持

上海文广集团关注“一老一少”，运用技术推进信息聚合，创新社会帮扶方式，切实做到服务社会。

“一老一少”数字化服务

上海文广集团打造“一老一少”教育平台。“空中课堂”为全市中小学生提供免费稳定的大小屏在线网课，不受时空限制，共享教育资源，促进教育公平与质量提升。

“金色学堂”是老年人的终身教育平台，提供健康、时政、文化领域专家的讲学内容，普及生活中的经济和投资安全常识，满足中老年人居家生活的多元需求，让银发族感受到近年来上海在建设老年友好型城市中的成效。

全心全力，服务老年受众

百视通在上海IPTV上，悉心打造为老年人量身定制的专属平台、专属频道。“乐龄申城·G生活”互动电视平台为老年人提供学习、娱乐、社交、一键助老等服务。“乐龄频道”尝试公共服务功能的对接和应用，在全市室内户外形成全媒体、全场域的乐龄服务——“乐龄码”“乐龄频道”“乐龄通”，全方位服务于老年群体。

真实影院·纪录片放映日（01）
《法治新闻》节目（02）
《智慧经侦》节目（03）
《大医药》节目（04）
“空中课堂”平台（05）
“金色学堂”平台（06）
“乐龄申城·G生活”互动电视平台（07）



01



02



03

公益宣传与实践

一个社会良好的道德风尚要舆论引导，
更要实践参与。
上海文广集团是引导者也是参与者，
坚守媒体公益属性，
助力优秀中国文化与优良传统
时代化、大众化的传播，
推动上海城市文化空间的建造。

2022年，共播出各类宣传片148519条次，其中公益宣传片129324条次，积极传播社会主义核心价值观，彰显主流媒体的影响力和公信力。

2022年制作电视公益广告45部，播出电视公益宣传片62部、近16万条次，播出总时长约1200小时；2022年制作广播公益片178部，播出总时长约836小时。公益广告主题涵盖疫情防控、市场提振、强国复兴、节约资源，以及弘扬社会主义核心价值观和中华传统美德等。

公益实践参与案例

① 情系山区、书送希望

东方购物发起的活动“情系山区、书送希望”收集的6000多件捐赠文具书籍移交西部山区各个学校。6年的坚持汇聚成了“情系山区、书送希望”的公益品牌效应，除了公司内部员工，还吸引着社会人士的参与。共惠及4个受捐地区10余所学校500多名教师和6000多名学生。

② 爱，触手可及——云游中国航海博物馆

东方明珠新媒体股份有限公司联合中国航海博物馆，与结对学校——芷江上海东方明珠希望学校（又名“芷江梨溪口学校”）共同开展了“爱，触手可及——云游中国航海博物馆”线上公益支教活动。东方明珠新媒体志愿者制作视频《探秘中海博》及主题图文课程，以直播的形式带领同学参观了博物馆新展区“海洋馆”，为学校的素质教育提供支持，为芷江当地的教育振兴贡献力量。

③ 社会责任的重要载体——公益基金会

从公益传播平台搭建到志愿者队伍建设再到公益项目发起与运营，上海第一财经公益基金会拥有系统完整的链条。公益基金会既有持续12年为偏远地区在校师生提供早餐的“小而美”公益活动，也有“彩虹公益”“四叶草公益”“艺术中国”等大型公益专项基金，形成良好的社会影响力。



04



05

爱，触手可及——云游中国航海博物馆（01-03）。
情系山区、书送希望（04）。
第一财经公益基金会·一份早餐（05）。

文化人

保障员工权益 70
支持员工发展 71
关心员工健康 72

爱护者

全方位关爱，人才成长的摇篮



保障员工权益

公平录用

上海文广集团录用员工根据企业事业发展需求及相关工作岗位要求，依据相关法律法规和政策规定，秉持公平、公正、公开录用原则，严格遵循相关录用程序，实行“同工同酬”，按照政策法规签署劳动合同。

民主管理

上海文广集团坚持和完善以职代会为基本形式的民主管理制度，充分保障员工的知情权、参与权、表达权、监督权。台集团总部《员工手册》修订后为十四章六十六条，根据保障员工权益、变化需求修订条款共计99处，2022年1月正式印制成册并下发给台集团总部员工。

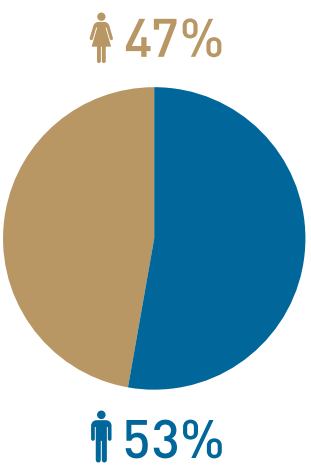
便捷服务

上海文广集团整合提升办公效能，依托台集团企业号“SMG纵横”，开发一体式功能平台，服务于在线办公、智慧物业、信息中心及员工生活，搭载OA、HR服务平台、报销系统、E-learning职工学堂等应用，陆续上线内部宣传、日常餐饮购物健身、停车用车管理、跨单位合作联络等服务模块，方便员工灵活高效办公。

员工结构

截至2022年底，上海文广集团员工总数为16371人，男性员工占比53%，女性员工占比47%。

员工结构



支持员工发展

上海文广集团高度重视人才队伍建设与人才培养。设立多种培训课程，采取线上线下相结合的方式推进，激发员工潜能与活力，服务于员工专业技能提升。

① 业务数字化发展。举办数字化营销共创营。

② 元宇宙分享和培训。开展元动力计划相关培训，普及元宇宙知识，激发员工的创新活力，赋能自身业务，推动台集团全媒体融合转型。

③ “讲好中国故事 SMG人的实践和思考” 专项培训。加深员工对国际传播的理解，并提升专业能力。

④ “迎接党的二十大 强业务练内功出精品” 马克思主义新闻观及媒体深度融合发展专题培训。提升从业者政治判断力和素养。

⑤ “助跑新人”（校招员工）培训项目。帮助新员工全面系统地感受上海文广集团文化和团队精神，了解企业大事记和职业价值，增强责任感和使命感。

⑥ “台集团荧屏视觉专项培训——通识学习” 国内业界领军专家讲座及内部案例分享。加强台集团荧屏视觉形象管理，改善各单位节目的荧屏视觉呈现效果。

2022年度培训绩效

培训场数（场）	培训总人次（人）	培训总学时（课时）
1282	92099	3355245

关心员工健康

上海文广集团全方位关心员工身心健康，
做实做细服务职工实事项目。

① 注重对大病和困难职工帮扶。

上海文广集团设有“台集团帮困互助金”和“台集团工会帮扶资金”。2022年度，共帮扶106人次。各级工会慰问患病和困难职工1000人次。为全体员工购买了商业意外险。

② 改造上海文广集团职工公共休闲空间，增设“健身中心”。

台集团2022年度完成升级改造和新增公共服务休闲空间达3206平方米，为满足职工休憩交流提供了良好的环境，让企业文化更有温度。



01


02


03



04


05

健身中心（01）。
大堂创意空间（02-03）。
2022“SMG心力量”职工心理支持计划（04）。
2022“助跑新人”培训（05）。

③ 持续推进“SMG心力量”职工心理支持计划。

2022年新增心理危机干预计划，针对遇到突发事件、需要进行心理干预的职工开展一对一咨询服务。

④ 民以食为天。

食堂推出一元、二元特价菜；开设“低糖低盐专窗”；增加西点、轻食品种；根据季节推出特色菜品、节气膳食，延长档口供应时间，丰富员工用餐选择。

⑤ 有序开展2022年度在职职工体检工作，职工体检率约84%。

⑥ 持续加强公租房保租房保障。

2022年，共组织10家单位53位青年员工入住公租房、3家单位5位青年员工入住保租房。

⑦为女职工办实事。

大力推进爱心妈咪小屋建设与管理，上海文广集团已陆续建立17个爱心妈咪小屋，为哺乳期女职工提供服务。

注重女职工身心健康，组织开展年度女职工专项体检，举办女性保健、育儿知识健康讲座，提升女职工应对家庭问题与缓解职场压力的能力。

工会全力保障，为打赢大上海保卫战作贡献

① 支持基层工会做好疫情防控工作。

台集团工会第一时间下拨疫情防控专项资金。全力做好2056名闭环驻守岗位员工后勤保障工作。

② 倡议慰问，凝心聚力。

台集团工会向各级工会组织和全体职工发出了“立足岗位 携手战疫”倡议书，为职工加油鼓劲，坚定抗疫信心。

③ 守护心理健康，传递正能量。

疫情期间“SMG职工之家”微信公众号加大推文发布频率，共计发布479篇推文。“SMG心力量”发布心理健康科普图文31篇、定制音视频课程7小时，一路同心守护员工心理健康。

报告后记

报告说明

报告范围

时间范围：2022年1月1日至2022年12月31日，为保证内容的完整性，会有超出上述时间范围的表述。

组织范围：上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（简称“上海文广集团”）及其下属单位。

报告边界

报告内容来自上海文广集团以及其下属单位，描述了对我们集团、员工和战略伙伴有直接和重大影响的商业、环境和社会议题，以及对我们的组织有独特影响的案例。

指代说明

报告中采用的台集团、集团、文广集团、上海广播电视台、上海文广集团、我们均指上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司。

数据来源

上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（简称“上海文广集团”）及其下属单位。

参考标准

中共中央宣传部等印发的《关于文化企业坚持正确导向履行社会责任的指导意见》

全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准（GRI标准）》（2021）

中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南》

发行方式

本报告为年度报告。有关可持续发展目标和企业社会责任的信息也在集团官方网站上披露。

上海文广集团，在轮回的四季里，
在广袤的土地上，生根、长叶、开花、结果。
随着风传播种子，在阳光里成长。

报告统筹
上海文广集团办公室（董事会办公室）

报告撰写
第一财经研究院

视觉设计
第一财经视觉中心

SMG 上海广播电视台 上海文化广播影视集团有限公司
SHANGHAI MEDIA GROUP