

上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司

## 2023 年度社会责任报告

### 一、企业基本情况

上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（简称 SMG）是上海城市文化品牌的重要组成部分和全国文化传媒行业的领军企业，业务涵盖媒体运营及网络传输、内容制作及版权经营、互联网新媒体、现场演艺、文化旅游及地产、文化金融与投资、视频购物等领域，形成了完整的文化产业生态。截至 2023 年末，SMG 资产总额 602 亿元，拥有员工超过 1.5 万名。

SMG 旗下拥有东方卫视、第一财经等 12 个电视频道（含 1 个国际频道）、12 套广播频率、13 个全国数字付费电视频道、4 种公开发行的报纸杂志、1 家上市公司——东方明珠新媒体股份有限公司、7 家文艺院团和 1 家艺术中心以及多个著名的演出场馆和文化设施、各级控股企业 197 家。

近年来，SMG 积极求新求变，坚定不移推进媒体融合发展，进一步构建立体式的全媒体融合传播体系。截至 2023 年，SMG 共开设有 12 个 APP 产品，38 个官方网站，国内第三方新媒体平台机构账号 700 个。SMG 近年来着力推进媒体融合发展，形成四个重点新媒体产品，即一个综合视频平台产品：百视 TV（BesTV+）；一个综合音频平台产品：阿基米德 APP；一个综合新闻新媒体产品：看看新闻 Knews；一个

专业类财经内容和服务产品：第一财经新媒体矩阵。据 QuestMobile 监测数据显示，SMG 新媒体移动端去重月活用户数已达到 4.1 亿。

多年来，SMG 打造了一大批有影响力的文化品牌、内容经典、标志性建筑，参与完成了多个国家级的重大活动，已成为上海城市文化品牌的重要组成部分和全国文化传媒行业的领军企业，连续跻身“世界媒体 500 强”行列。SMG 出品的新闻、综艺节目、纪录片、影视剧、舞台演艺作品等在“五个一工程”奖、中国新闻奖、中国电影“金鸡奖”、全国电视文艺“星光奖”、“飞天奖”等国家级政府奖项获奖数量上不断攀升，2023 年获奖项超过 200 个，在获奖数量、获奖等级上均位居省级广电机构前列。同时，SMG 坚持参与媒体国际竞争，五年来获得亚洲电视奖、亚洲媒体奖、美国泰利奖等国际性奖项近 30 余项。SMG 旗下上市公司——东方明珠新媒体股份有限公司（以下简称“东方明珠”），致力于打造国内一流的数智文化传媒服务集团。2023 年，东方明珠蝉联“中国互联网企业 100 强”及“上海百强企业”，并连续 12 年入选“全国文化企业 30 强”。

## 二、坚持正确导向、履行社会责任的制度安排和主要成效

### （一）持续深化党建引领

SMG 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，明确党组织在法人治理结构中的法定地位。严守政治纪律和政治规矩，完善“四责协同”机制，落

实“三重一大”制度。2023年，SMG坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻习近平文化思想，紧紧围绕学习宣传贯彻党的二十大精神这一主线，推动学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育走深走实、见行见效。召开2023年全面从严治党工作会议，压紧压实管党治党政治责任链条，制定下发《关于进一步推动SMG各直属党组织落实全面从严治党主体责任实施方案》，推动所属18家直属党组织签订落实全面从严治党责任书，党建工作纳入SMG年度关键业绩指标考核体系。全年两次对各级党组织责任书清单完成情况开展检查，健全责任体系闭环管理。将“大抓基层”列入年度十项重点工作，制定出台《SMG基层党支部标准化规范化建设指引（试行）》。全面推进基层党组织换届选举工作，制定《SMG基层党组织换届选举工作方案》。深化“支部建在连上”，制定出台《SMG临时党支部工作办法》，有力保障党的二十大、第六届进博会、杭州亚运会等重大宣传报道任务。

## （二）压实意识形态责任

SMG健全完善意识形态工作责任体系。2023年，SMG党委把做好意识形态工作作为重大政治责任，将学习习近平总书记关于意识形态工作的重要论述列入年度党委中心组理论学习、主题教育重点必学内容。SMG制定出台《2023年SMG直属党组织意识形态工作责任制重点任务》，进一步深化《SMG党委贯彻落实意识形态工作责任制实施细则》，明确

各级干部必须将履行意识形态工作责任纳入《全面从严治党责任书》问题清单及项目清单，形成知责明责、履责督责、考责问责工作闭环。

制发《关于加强专项政治监督，持续推进 SMG 意识形态工作整改的指导意见》，SMG 党委一年两次召开意识形态工作会议，督促所属各党政领导班子专题研究意识形态工作；阶段性听取直属纪委书记对同级党组织和领导班子开展政治监督工作专项述责报告；对新发生涉意识形态和政治纪律问题人员及时处理，并责令相关党组织通报批评、集体教育。同时，通过将“意识形态工作责任层层向下传导存在瓶颈”列入主题教育重点检视整改问题清单，对 18 家直属党组织落实意识形态工作责任制、开展政治纪律政治规矩教育情况开展全覆盖专项督查，推动基层围绕难点堵点问题在意识形态工作“实细严准常”上下功夫。

严把导向关，严格落实“三审制度”，坚决抵制低俗庸俗媚俗内容。以宣传工作例会、三审飞行检查、总编室主任联席会等为抓手，严把导向管理。2023 年总部层面共组织举行 5 期马克思主义新闻观线下培训，培训总人数近 1800 多人。其中，举办“2023 年度马克思主义新闻观暨‘强业务、练内功、出精品’专题系列培训”2 期；参与“2023 年本市新闻专业技术人员继续教育培训”3 期。线上“记者之家”大学堂在线学习人数近 1250 人，累计学时超 27500 学时。严格落实“三审制度”，全年召开宣传工作例会 16 次，三

审飞行检查 8 次。

### （三）完善法人治理结构

坚持党委统一领导，按照现代企业治理要求，完善董事会、监事会构成，建立监事列席党委会制度，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、监事会和经理层，落实党委意见和决定。集团董事会由五名董事组成，董事会负责定战略、做决策、控风险，党委会前置研究讨论公司重大经营管理事项。董事会下设战略与投资、预算管理、审计和风控、薪酬和考核四个专业委员会作为专业机构，对董事会负责，为董事会决策提供意见。同时，在法人治理范畴内，SMG 就宣传工作与经营工作的审议分设宣传管理委员会和总裁办公会。

### （四）强化内控廉洁建设

SMG 建立以内部控制为基础的风险防范体系，做好经济责任审计、财务审计、专项审计等工作，对下属单位的相关法律合规工作开展飞行检查等，努力实现风险管控“横向到边、纵向到底”。2023 年，SMG 对法律合规事务管理办法进行成套综合修订，形成制度上的管理闭环；开启风控系统一期建设，已上线客商合规风控检测入库模块，实现客商合规大数据管理闭环；进一步加强对大型项目的全流程管控，及时做好业务及财务风险提示，促进各项目所属单位完善自身项目管理流程。

加大落实主题教育整改整治任务，把问题整改成效转化为推动高质量发展的有效举措。深入一线开展座谈式调研、“四不两直”式调研及案例解剖式调研，汇编《习近平总书记关于国有企业全面从严治党及党风廉政建设重要论述》《整治处理靠台吃台以权谋私问题适用纪法规范》，形成相关专题报告。落实《关于深化细化全面从严治党“四责协同”机制实施细则》，对领导班子成员开展“一岗双责”过程监督，对直属单位党、政领导班子成员“两份清单”制定内容进行审查，并将完成情况纳入领导干部年终述职述廉必述内容。

制定《SMG 各级纪委监督执纪工作指引（试行）》《SMG 直属单位纪委监督执纪工作流程》《关于 SMG 经营管理活动中防止管理人员利益冲突的办法（试行）》等。在年节假期、敏感时期等重大节点，开展廉洁提醒；对存在违反中央八项规定精神问题比较集中的单位开展整改整治“回头看”；开展常态化警示教育，建立典型案例通报机制，全覆盖开展纪法教育；聚焦“四个落实”，稳步推进第三轮巡察，对被巡察单位开展巡察整改检查评估，梳理发现共性问题，下发各未巡单位党组织自查自纠、先知先改，用足用好巡察长尾效应、辐射效应。

#### （五）健全社会责任体系

SMG 以“建设成为具有国际影响力和综合竞争力的新型主流全媒体集团”为愿景，坚持正确导向，以党的领导为核

心，忠实履行举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，建立起完整的社会责任体系，健全由组织、规划、沟通、执行、传播、考核等组成的社会责任管理制度，全面考量利益相关方需求，建立信息反馈机制，将社会责任履行情况进行全面梳理、及时披露。

#### （六）彰显履责成效

2023年是SMG全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年，是实施“十四五”规划承上启下的关键一年。SMG忠实履行“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，认真宣传贯彻党的二十大精神，充分发挥全媒体优势，用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心聚魂，持续强化舆论引领，锐意融合创新，高质高效完成习近平文化思想、“一带一路”10周年、第六届进博会等各项宣传报道和舆论引导工作，不断加强国际传播能力建设；启动“IP焕新计划”，统筹推动节目IP全台一体化和再开发，守正创新彰显内容价值；积极探索传统文化企业发展新路径，发挥全产业链优势，创新打造“Shining Shanghai 闪亮·上海”静安国际光影节、2023上海超级杯、朱家角超沉浸艺术节等一批重大文体旅项目；有效提升SMG经营管理能级，推动企业高质量发展。截至12月末，SMG囊获第33届中国新闻奖、中国广播电视大奖等全国和省市级奖项超200项；共受到中宣部表扬7次，广电总局表扬31次，市委宣传部表扬62次，获市委宣传部领导批示表扬20次。CSM数据显示，SMG2023年全年

收视份额 33.06%，黄金时段收视份额 36.59%；广电总局大数据中，东方卫视全天排名第二，黄金时段排名第一，连续四年蝉联省级卫视之首。广播收听份额 96.78%，同比增长 2.92%。

2023 年 SMG 频道频率全年共播出各类宣传片 178393 条条次，其中公益宣传片 115738 条次，积极传播社会主义核心价值观。对公共突发事件、灾害性天气及时预警，快速、准确、有效传达信息规范流程。电视播控中心发送上海市预警信息平台各类预警信息 4180 次。积极彰显出主流媒体的影响力和公信力。

SMG 善用优势致力公益，持续开展丰富多样的助老、助学、助孤、助残、助困关爱活动（如合力打造“润爱无声”人工智能手语翻译项目等），大力宣传和支持乡村振兴（如开展助农带货、文化润疆、组织“乡村振兴数字公开课”等），倡导低碳环保（如发起“绿点中国”“零碳峰会”等）。

其中，SMG 典型公益项目和案例不胜枚举。如 2023 年，SMG 助力全城公益活动“蓝天下的至爱”深入人心，活动累计接受捐赠收入约 3.34 亿元，95305 人次访问“蓝天下的至爱”集成网页，参与线上线下各类爱心打卡活动、参与慈善项目捐赠和线上爱心义卖。

再如，2023 年 SMG 与上海科技大学联合开发推出“润爱无声”人工智能手语翻译项目，作为聚焦元宇宙相关技术赋能广电转型的内部孵化项目，旨在建设全球首个人工智能手

语大模型 SLLM (Silent Language Large Model)，运营智能手语翻译服务体系解决听障人士融入社会的难题，以科技助力提升广大听障人群福祉、消弭信息交流鸿沟，促进上海乃至全国构建温暖包容、有爱无“碍”的无障碍城市和社会。2023年10月10日，SMG成立“上海广播电视台无障碍文化艺术创作联盟”，持续多年的无障碍爱心放映志愿者服务更上台阶。自2012年上海启动商业影院无障碍电影放映专场起，无障碍电影解说志愿者团队已达到400人规模，目前全市16家商业影院，每月放映1场，每年惠及2万多人次。2023年，提供145场无障碍电影解说，服务超过2万人次。其中，都市乐聆推出“光影有爱”电影展映，播映18场无障碍电影。百视通自2021年底起开始无障碍电影线上服务，通过资助研发的“无障碍电影盒”走进特殊教育学校，每年为学生提供不少于12部优秀电影作品。

又如，2023年SMG旗下由第一财经员工发起的一财蓝“1份早餐”公益项目，成功入选了由中国记协新媒体专业委员会发布的“2023中国新媒体公益十大优秀案例”，十余年累计为云南怒江州泸水市1500余名师生，捐助爱心早餐100万份；第一财经携手汇添富基金发起设立“河流·孩子”公益助学项目，十五年来累计捐建了10所设施一流的寄宿制“添富小学”，培训了1600多名乡村教师和上百名校长，受益师生超过万人。第一财经公益基金会还利用自身影响力，推出“基业上善”慈善资产管理研修营、公益金融MiniMBA

等项目，“基业上善”累计为 87 家基金会培养了近 200 名慈善资产管理专业人才，涵盖的慈善资产规模超过 148 亿元助力国内公益发展形成新生态。

SMG 及旗下单位始终把社会责任放在首位，相关公益项目与案例不一而足。2023 年 SMG 评选表彰优秀共产党员 100 名、优秀党务工作者 10 名、先进基层党支部 20 个。SMG 有 4 家全国文明单位、17 家上海市文明单位，各级文明单位有上海志愿者网实名注册志愿者 5000 余人。2023 年 1 人获评上海市志愿服务优秀组织者，1 人获评第六届进口博览会优秀志愿者，1 人获评上海市基层理论宣讲先进个人，1 项目获评全国学雷锋志愿服务“四个 100”最佳志愿服务项目。

### 三、弘扬中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化的情况

SMG 秉承“新闻立台、文化兴台、融合强台”，大力弘扬中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化，做好舆论宣传的主力军和压舱石，实现引导力、影响力全面提升。

#### （一）加强全媒体策划，深入宣传阐释党的二十大精神

2023 年，SMG 在广播电视主要新闻头条位置、看看新闻 Knews 等新媒体首页首屏始终把宣传报道好总书记的重要思想、重要活动、重要讲话精神作为首要政治任务并贯穿全年。第一时间聚焦习近平文化思想以及总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话精神，迅速推出一批反响报道、评论、访谈，多维度、立体化进行宣传解读阐释。聚焦习总书记的

外交出访和外事活动，特派记者跟进报道，发回多组记者观察和媒体评论。

高质量完成全国两会、上海两会、十二届市委三次全会等重要会议和活动报道。通过广播、电视、报刊、新媒体等多渠道及内外宣平台矩阵，全方位立体呈现大会盛况，大小屏合力展现总书记重要活动，放大总书记两会最新讲话精神，展现上海代表履职风采，生动准确传递代表委员声音，精彩讲述两会故事。在上海两会期间，火速回应公众关切，于24小时内在上视新闻综合频道和东方卫视主新闻时段增设手语播报。围绕贯彻落实十二届市委三次全会精神，精心策划系列主题报道《解码“第一动力”》和《走进上海的实验室》第二季融媒系列报道，推出“强信心 稳预期——上海高质量发展”系列报道。主要新闻栏目还持续深入做好上海学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育的宣传报道。大型融媒理论节目《思想耀征程》积极宣传党的创新理论，文艺党课舞剧《永不消逝的电波》、话剧《英雄儿女》、杂技剧《战上海》、音乐会《红色情怀》等共开演35场，覆盖超3.6万人次，为全市主题教育营造浓厚氛围。

## （二）立足重大主题主线，不断提升主流媒体声量

聚焦“一带一路”倡议提出10周年，形成全媒体策划、多声道传播、海内外覆盖的传播格局。持续5个多月的融媒体特别报道《在希望之路上》推出大直播、纪录片、专题片、

系列报道、记者 Vlog、高端访谈、系列融媒直播等各类报道逾 200 条，特别是在第三届“一带一路”国际合作高峰论坛开幕当天，大小屏同步推出 8 小时大体量特别报道版面。第一财经深入走访“一带一路”共建国家口岸边贸城市，从宏观和微观层面生动报道丝绸之路经济带的发展变迁，点面结合体现“一带一路”倡议给共建国家、城市、企业和个体带来的发展机遇和美好前景。

紧扣第六届中国国际进口博览会主题，推出《新时代·共享未来——第六届进博会直播特别报道》《中国好，世界会更好！》8 小时开幕特别直播，全景式、多角度、立体化呈现进博会精彩纷呈的盛会景象。文广实业作为进博会新闻中心总承包单位，为中外记者提供专业、高效、便捷、温馨的服务。技术中心为新闻中心提供广播电视和新媒体技术服务，并做好部分重要活动现场技术保障。

配合抗美援朝战争胜利 70 周年主题，推出《寻找英雄》融媒体系列报道，播出 30 分钟直播特别版面《铭记胜利——纪念抗美援朝战争胜利 70 周年特别报道》；创制推出 3 集纪录片《上甘岭》，用详实的史料再现伟大的抗美援朝精神。

在中国（上海）自由贸易试验区建设 10 周年之际，精心策划新闻专题片《试验的价值》，重磅推出《自贸区·新布局》特别策划，承制 10 集专题短片《外籍人士看自贸 我与自贸这十年》等内容，生动总结改革开放综合试验的十年

上海样本。

关注经济民生热点，提振信心稳预期。第一财经采写稿件《缺失国标的晾晒池：这类污水处理工程正在“裸奔”——一线调研》被新华社编发内参《青海两家企业废水污染整改3年多仍超标数千倍》引述，获得中央领导的重要批示。推出“数实融合产业观”系列调研、《外贸突围》系列调查融媒体报道、《算力大调查》实地调研报道等。“十一”期间推出“把脉中国经济”策划，邀请经济学家为中国经济复苏献策。此外，还推出“政策与市场”系列社论，为经济社会健康运行大声呐喊，引起广泛热议。聚焦“长三角一体化”国家战略，广播电视主要新闻始终坚持正确导向，通过多种形式回应关切，提振信心、稳定预期。《东方新闻》《新闻报道》等推出“新时代 新征程 新伟业”“提信心 扩需求 稳增长 促发展”等主题报道。广播新闻精心策划推出《奔着问题去》《到一线去 破题求解》《民心工程听民声》等多组特色鲜明的系列报道和专题专栏。东方广播中心《民生访谈》《夏令热线：区长访谈》《对话区委书记》等年度品牌项目常做常新。《2023 上海民生访谈》邀请 17 位上海委办局主要领导走进直播间，发布重量级政策，解决民生难题。长三角之声推出《长三角市长访谈》第一季，专访苏浙皖十多个城市的市长。东方广播中心《中国长三角》栏目和第一财经电视专题节目《产业链外迁调查》入选 2022 年度全国广播电视“百佳”称号。

8月，京津冀地区防汛救灾形势严峻，积极做好总书记重要指示精神及贯彻落实报道，迅速派出多路记者奔赴受灾核心区域涿州，持续跟进报道灾情救援安置动态，做好相关舆情正面引导和防汛救灾科普工作，体现出主流广电媒体的社会责任。

### （三）坚守内容价值，创新表达中华优秀传统文化

东方卫视紧紧围绕中国系列文化IP打造创制节目和版面。《极限挑战宝藏行—国家公园季》《斯文江南》（第二季）获评2023广电总局创新创优节目。作为广电总局2023年度重点项目，《未来中国》第二季在东方卫视、江苏卫视、浙江卫视、安徽卫视联合播出，共同探索前沿科技、解读人文社会。纪录片中心和东方卫视联合制作环保公益主题节目《一路前行》，全面贯彻习近平总书记生态文明理念，在传统真人秀节目上大胆创新，采用“纪实+”手法，深度阐释环保议题，助推环保公益实践，践行媒体社会责任。

以创新表达传播中华优秀传统文化和红色文化，SMG创制播出系列精品文化节目。历时3年精心创制的大型历史纪录片《何以中国》主题宏大、制作精良，以文物实证引领，用创新表现手法有质感地还原历史，展示可信的中华文明。精心创作录制红色广播大剧《千里江山图》，创新演绎茅盾文学奖精品内容和专业声音。《斯文江南》（第二季）和《戏曲秒懂·华夏百戏巡礼》入选2023“中华文化广播电视传播工程”。推出《了不起的宝藏·探宝上博》（第二季），讲

好国宝故事，解读中华文明深刻内涵；贯穿全年的《中国节令》系列融媒直播吸引全国近 30 家电视台参与。

#### （四）赓续中华文脉，打造新时代精品工程

SMG 以秉持文化兴台、传承上海文脉为己任，坚持打造新时代精品工程，推出了一批集思想性、艺术性于一体的文化精品力作。

接续打造国产优秀纪录片内容生产传播高地。集中推出《上甘岭》《万桥飞架——山水间的人类奇迹》《田野之上》《武夷山·我们的国家公园》《大江南》《叶尔羌河》《江南村落志》《江海遗珍：长江口二号》等一批重大题材纪录片，以及《申生不息》（第一季）《人生重启时》《指尖博物馆 Museum》等新媒体联合出品项目。中宣部“纪录中国”重大外宣项目《行进中的中国（第二季）》获得第 44 届美国泰利奖电视纪录片金奖。《永远的行走：与中国相遇》《武夷山·我们的国家公园》先导篇、《百年大党一老外讲故事·上海解放特辑》等先后斩获国际、国内重要奖项。《追寻上海的犹太遗韵》《行进中的中国》（第二季）等多部纪录片在海外播出并受邀参加海外重要节展。

树立演艺原创品牌，创新制作优秀舞台作品。文广演艺集团致力于创新驱动，积极打造中国优质演艺内容供应商，树立 SMGLIVE 原创品牌。2023 年，演艺集团联合英国真正好集团制作《剧院魅影》中文版，在上海大剧院首演吸引近 6.5 万人次观演，票房售出率超 95%，年内全国巡演 159 场，树

立了中国音乐剧行业新的里程碑；原创音乐剧《爱情神话》在上海文化广场连演6场，收获媒体和观众超高评价；全新升级原创都市喜剧《宝兴里》，优化剧本内容和演员阵容，年度演出16场，获得良好口碑。现象级舞台剧《繁花》首次连演两季，共上演16场。原创作品话剧《英雄儿女》、舞台剧《觉醒年代》、舞剧《永不消逝的电波》、杂技剧《战上海》《天山雪》、音乐剧《伪装者》、小剧场音乐剧《面试》《烟雾》、音乐剧综艺《爱乐之都》等经过演艺市场的考验，“双效”突出，成为上海耀眼的城市文化品牌。

#### （五）加强媒体国际合作，做强国际传播能力建设

2023年，SMG全新组建上海文广国际传播中心（SMG International），深层盘活多年来在国际传播和国际新闻领域积累的先发优势，提速国际传播效能。截至12月，

“ShanghaiEye魔都眼”外宣新媒体矩阵海外覆盖总量逾3.4亿，ICS新媒体账号矩阵的海外总观看量近6000万。同时进一步加强海外分发渠道建设，通过合作伙伴向全球190余家媒体供片600条。重点打造3集纪录片《Chinese Puzzle——我在美国学中文》。聚焦外交部蓝厅论坛、外国领导人访华，关注“北溪”爆炸、日本排放核污染水入海等事件，主动设置议题、持续有力发声，赢得国际传播声量。SMG还深耕纪录片国际传播领域，Doculife纪实国际传播新媒体矩阵总订阅量较去年同期增长超900%，覆盖国际用户6471.3万人次，总浏览量6268.2万。

第一财经助力海外读者了解中国经济发展取得的成就，回应关切，稳定信心。一财全球以“强信心、稳预期”为主题，推出“逆势而上”专题，在海外社交媒体传播量已超过1560万次。《顶级投资人》节目采访众多全球一线资管公司高管，表达全球资管市场对中国市场的长期信心。科技创新方面，推出《原来你是这样的科学家》英文版，不仅在海外社交媒体取得较好的传播效果，并在美国超过450家媒体落地。东方卫视自主研发的原创模式《我们的歌》输出到西班牙，西班牙版本在当地 Premios Iris 2023 专业奖项评选中，获得最佳娱乐制作、最佳制作双项提名；西班牙国家电视台已确认续约第二季的节目模式合约，启动制作并即将播出，再次证明中国模式在西方主流国际获得肯定。

SMG 积极推动更广泛的媒体国际合作，分别与阿联酋国家通讯社（WAM）、华纳兄弟探索集团等逾30家境外媒体和文化机构，在内容生产与资源互换、演艺剧场、技术服务等领域探讨进一步合作可能性。尚世影业、五岸传播作为沪新合作企业代表受邀参加在新加坡举行的上海市—新加坡全面合作理事会第四次会议，并与新加坡新传媒（Mediacorp）签署合作备忘录。借助亚广联、欧广联和国际合作平台优势资源，积极推进优质视听内容“出海”；发挥赛事转播、文艺演出的专业优势，引进制作国际经典项目，提供多元业务产品，开展国际文化交流项目，助力民间外交工作。

## 四、坚持把社会效益放在首位，努力实现经济效益与社会效益相统一的做法

### （一）深耕全媒体传播体系建设，提升新媒体产品社会与商业价值

SMG 以全媒体战略为引领，积极构建全媒体传播体系。2023 年，SMG 深入推动四个重点新媒体产品建设。升级改造“融媒加油站”“新媒体产品分析室”等，赋能员工融媒转型，提升全媒体作战能力；主动增强与商业互联网平台的沟通合作，推动专业媒体带动自媒体账号二创和分享。

综合视频平台产品“百视 TV”实现多个垂类项目新商业模式的落地，扎实推进与支付宝的合作，并在体育、音乐、教育等垂直领域逐步突围，通过会员销售、扩展衍生周边等深化商业发展模式，推进商业模式落地，促进平台用户活跃和实现营收突破。同时，百视 TV 通过“蜂巢计划”持续激活内部优质创作力量，促进主流媒体内容组织方式的变革。截至 12 月末，已有三千余账号入驻。音乐剧文化推广节目《爱乐之都·青春季》在百视 TV 站内播放量和播放用户数较第一季双双翻倍。

综合音频平台产品“阿基米德”进一步加强与东方广播中心的深度耦合。以第一财经和故事频率的深度融合实践为抓手，打造实时资讯和以存量内容为价值的两个标杆样板。为多个广播频率打造 8 个虚拟主播，升级推出 65 个 24 小时智能热电台。借助华为互联网平台资源，提升互联网广告收

益。与猫王收音机探索内容与硬件产业合作的商业模式，共同推出数字收音机产品。

综合新闻新媒体产品“看看新闻 Knews”移动客户端 7.0 版于 2023 年 1 月正式发布，同时上线融合生产系统 X-news4.5、内容运营平台 CMS3.0 以及全新的看看新闻“数据中心”，进一步实现媒体融合全方位改造与升级。截至 12 月末，看看新闻 Knews 累计用户下载量 1630 万，第三方矩阵总粉丝数超 1 亿，全网传播量日均触达 2 亿，品牌影响力和全媒传播力稳步提升，并圆满完成中央网信办网上主题宣传启动仪式的双向传送、短片制作和会务组织工作。

专业类财经内容和服务产品“第一财经新媒体矩阵”以全媒体矩阵为重点，不断提升优质内容的高效传播及用户体验。截至 12 月末，已产生微信“十万+”稿件 231 条，较 2022 年全年增长 143%；视频“千万+” 236 条（其中 1 条过亿），较 2022 年全年增长 143%；微信视频号在新榜和网信办均跃居上海媒体第一。“千 V 项目”实现大 V 数量破千的目标，2023 年总流量超 3 亿，总粉丝数超 130 万。此外，第一财经 MCN 粉丝总数达 1345 万。播客《商业就是这样》继续保持播客领域商业类节目的领先地位，全平台订阅量近 70 万人次、累计播放量超 3000 万。

此外，东方卫视中心联合抖音推出《超好笑元宵夜》，曝光次数超 2.12 亿；联合快手打造《开工！喜剧之夜》喜剧晚会，全网热搜热榜共 139 个；联合新华社、抖音电商在

亚运期间联合推出《抖音燃情好物季》电商直播。同时，结合直播、短视频、长视频等内容形式实现节目全媒体输出，东方卫视在各新媒体矩阵账号共计 60 个，用户数破 8600 万，居全国卫视前列；积极拓展全新的电影首映活动直播、电商直播，并寻求商业化合作，2023 年累计策划独家直播 101 场，总计曝光量破 8.1 亿。

## （二）深度参与城市及区域发展建设，探索“广电+”发展新路径

SMG 服务上海各项中心工作，以打响“上海文化”品牌，弘扬城市精神品格和国际文化大都市魅力为主线，高质量承接各重大项目任务和活动，创新突破、全媒体联动做好上海电影电视节、上海书展、2023 静安国际光影节、上海国际艺术节等重要活动、会展、论坛以及赛事的宣传报道工作，为进一步打响“上海文化”品牌国际影响力、服务城市商旅文体贡献媒体力量。

东方卫视精心打造上海“五五购物节”启动活动及全球大直播节目，展现上海新型购物样态下的“消费新场景”和“消费新体验”；承制第 34 届上海旅游节开幕式，以“点亮世界会客厅”为主题，向世界充分展示中国式现代化的生动图景和独特魅力，得到市委主要领导表扬与肯定。首次通过 13 路新媒体直播流制作上海国际影视节重大活动，影响力、传播力较往年显著提升。《明月东方·中秋奇遇夜》再创电视艺术节庆品牌新亮点，演绎海派国潮风。第一财经成

功承办“首届上海网络视听内容创作者大会”“上海市打造文旅元宇宙新赛道活动”“2023全球人工智能开发者先锋大会”“临港科创大会”“2023上海全球投资促进大会”“上海市促进民营经济高质量发展大会”“潮涌浦江 投资虹桥”“2023世界人工智能大会”“世界设计之都大会”“上海粤港澳大湾区投资合作推介会”等重要活动和项目，项目涉猎范围进一步拓宽。

东方卫视中心创作《2023年上海市各界人士春节团拜会》《帮助他人 阳光自己——第29届蓝天下的至爱“爱心全天大放送”》等多个晚会和大型活动，都市乐聆推出《幸福都市 乐享重阳大放送》《岁月声影——我和上影演员剧团的70年》《盛世良宵——2023年幸福都市新潮戏曲晚会》等节目，赢得社会各界广泛好评。

SMG精准把握转型机遇，探索全域联动新路径，打造了一批“广电+文旅”“广电+体育”重点项目，在“广电+”新赛道转型探索上迈出坚实一步。在上海《上海市城市更新行动方案（2023—2025年）》的“一江一河”规划大背景下，SMG以“点亮城市之光，赋能城市更新”为主旨，成功打造“Shining Shanghai 闪亮·上海”2023静安国际光影节，受到市委、市委宣传部主要领导表扬，使光影节成为上海文旅商贸新品牌。2023光影节历时11天，举办了396场光影秀、10大主题日、36场活动，吸引和带动周边商圈的娱乐、餐饮、购物、会展等消费人群，实现全网曝光超20亿，多

次占据微博、抖音同城榜第一，全时段客流量超 131 万，在传播、客流、消费等方面均取得了亮眼成绩。既利用光影艺术焕新了历史建筑，提升了城市公共空间品质，又将文旅场景和文化消费并举，整合了年轻潮流和传统节庆活动资源，激活了文化消费新动能，带动了商圈的消费转化。形成了可复制的商业合作模式和可传播的商业合作案例。

SMG 圆满完成了上海超级杯、杭州亚运会、成都大运会、上海网球大师赛、斯诺克大师赛、上艇、中超及 CBA 重回主场等多项国内外重大赛事的全平台宣传报道任务。五星体育承办的“2023 上海超级杯”，三天赛期总计超过 1.6 万名观众入场观赛，直播及信号制作达 30 小时，体现一流制播水准，电视端全人群收视市场份额接近 5%，新媒体端直播观看量近 300 万。超过 10 个国家和地区的 140 余名选手和来自世界各国的 38 名国际级裁判在浦江畔共同上演精彩。

文广演艺集团升级沉浸式艺术节展品牌“超沉浸制造局”，打造“朱家角超沉浸艺术节”，国庆、中秋双节 11 天演出超 120 场，成为一张从朱家角古镇走向全国的文商旅名片；沉浸式戏剧《不眠之夜》上海版入选中国文化和旅游部产业发展司发布的 20 个沉浸式文旅新业态示范案例，入选“全国旅游演艺精品名录”；以《剧院魅影》中文版为内容杠杆，携手上海建工、港汇广场、Manner 咖啡等深入探索商业与多元艺术形式的跨界可能；上海兰心大戏院开发的沉浸式卡巴莱演出和配套餐饮娱乐项目开业，并进入良性运

转。

东方广播中心深度链接自身平台与城市公共文化资源，探索“广电+文旅”融合打法。辰山草地广播音乐节、辰山自然生活节、双星会等经典品牌表现出强大的号召力和影响力，成为带动本地文旅消费的新动能。上海广播博物馆于5月27日正式开馆，将开放常规预约。上海广播艺术中心已接待约220家来自各类机构的参访团到访。以“棚店合一”

“日咖夜酒”为特色的闪电咖啡馆国会滨江店打造沪上年轻人文娱生活与音乐交流聚集地。无锡“天上村前”小镇、上图东馆广播图书馆、愚园路电台等通过“音视频媒体+城市文化IP”的跨界融合，凭借极具海派特色与文化氛围的开放性空间打造，成为网红打卡点。

### （三）推动技术革新，以数字化转型赋能全媒体建设

#### 1. 持续技术驱动，打造文化产业发展新平台

2023年，SMG成功获得“中国（上海）广播电视媒体融合发展创新中心”授牌，全面推进智慧媒体数字底座（EPM）建设，加快向高新视听、智慧广电、智慧服务等全媒体业务转型升级。目前，经过持续推进新技术的应用和自主开发，实现了广播、电视节目融合媒体生产，涵盖智能内容鉴别、AI数字人播报等十多项制作领域关键技术，媒体内容智能生产公共服务平台入选“2022上海市媒体融合创新案例”。

SMG依托EPM平台，加快文化产业数字化转型，发展新型文化业态。SMT自主研发Xnews融媒体新闻平台，构建新

闻新业态；AI 智能转播、VOB 云转播、多版权实时转播等转播新技术位居行业领先；推进虚拟产业业态布局，构建上海元宇宙智慧服务平台。先后为教育电视台、崇明区、松江区、浦东新区等融媒体中心实施改造，增强主流媒体宣传力量，@Radio 等融媒体技术产品等已在全国十几个省市得到应用。此外，SMT 开发构建面向媒体内容生产的智能化技术服务中台，入选上海市经信委“上海市第二批人工智能试点应用场景”。

## 2. 研判行业趋势，加快人工智能、元宇宙等创新赛道布局

2023 年，SMG 在人工智能、元宇宙等新赛道布局、新技术场景落地方面亦取得了新进展。“润爱无声”项目立足以人工智能架设听障人士和普通人之间的沟通桥梁，获得市委领导、经信委及科委的高度重视。东方明珠电视塔“元”动明珠项目入选“上海市元宇宙重大应用场景建设成果名单（第一批）”，截至 12 月末，东方明珠电视塔 351 米太空舱共计接待游客 17.11 万人次；95 米 VR 过山车共计接待游客 7.01 万人次。文广演艺集团打造的中国首个演艺元宇宙平台——“戏剧元力场”对戏剧进行 IP 数字化升级，携手 HTC Vive 参加首届上海网络视听内容创作者大会网络视听 IP 市集，以超人气 IP 周边和 VR 互动体验吸引客流达日均 1 万人次。SMG 打造的“申苏雅”“东方媛”“壬子希”等多个虚拟偶像，以及 B 站《创世之音 1、2》大型虚拟演唱会等均成功破圈。SMG 第二届“元动力计划”聚焦“人工智能”

主题，加大开展与微软研究院、百度、腾讯、蚂蚁集团、商汤科技等人工智能领域业务合作落地。在 AI 技术应用方面，第一财经完成首个专有 AI 大模型的设计、部署和训练，全新研发一财智能图库系统（SGS），助力提高内容生产速率。版权资产中心设计和开发 AI 技术在媒资网的嵌入式应用，运用人脸识别功能为内容资源的使用增加安全屏障，运用 AI 自动标签功能实现敏感人物的定位标注，增强影像库内容安全。

运用“上海技术”助力传播精彩亚运赛事，技术中心参与综合赛事主媒体中心（MMC）整体规划运行和设计，为组委会和媒体提供全方位综合服务。亚运会期间，MMC 服务超 1 万人次的国内外注册媒体记者和持权转播商，建立的 MMC 频道总共完成播出 320 小时，裸眼 3D 金牌时刻共播出 481 条。完成 50 场新闻发布会的技术保障工作。累计保障 IPTV 系统 60 个频道 1.8 万小时的节目播出。

在电竞、音乐等方面，SMT 成功承接全球最大电竞赛事之一《英雄联盟 S10》的全赛程制作；成功为在新加坡举办的史上首个奥林匹克电竞周提供全部转播服务；M-HUB 通过与美国拉斯维加斯 UFC APEX 制作中心的信号交互，确保在上海举行的 UFC 精英之路赛事在全球范围内现场直播，同时也成为 FIFA 电竞洲际杯首次落地中国的场地承接方。

### **3. 改善用户体验，加快拓展家庭智慧大屏、广电 5G 建设**

在智慧广电、5G 发展方面，东方明珠旗下百视通 IPTV、

东方有线大屏渠道全面贯彻落实广电总局关于治理电视“套娃”收费和操作复杂问题专项工作部署要求，进一步改善直播频道收视体验，牢牢守住大屏意识形态阵地。截至12月末，百视通通过“融创计划”、云系列产品、戏曲垂钓等垂直产品的落地，不断提升用户规模。OTT领域实现多省份产品落地，IPTV用户数、OTT用户数较去年同期稳中有进。整合文广互动点播业务，新增版权超18万小时，月活数、收看时长等各项指标显著提升，内容产品已落地全国25家有线网络。东方有线完善“有线+5G”网络，提升网络承载能力，持续推进有线电视服务升级工作。政企业务继续做强全市电子政务“一张网”服务，一体化拓展酒店、消防、医疗等行业。

#### （四）加强合作，携手政企客户实现高质量发展

SMG坚持发挥自身全媒体综合文化产业集团的资源优势，不断加强对外合作，探索商业创新合作模式，为SMG战略与核心客户创造全新合作场景。同时，与贵州、湖州等多地开展战略合作，加强资源共享、优势互补，协同推进内容宣传、活动联办、文化产业等领域的全面合作，联手探索跨区域合作新路径。2023年，SMG新增市科技工作党委、市科委、市卫健委、普陀区人民政府、申康医院发展中心、上海科技大学、上海华谊集团、米哈游等重要合作伙伴。截至12月末，SMG的战略合作伙伴已达71家。

SMG各下属单位持续深耕并积极探索符合战略合作伙伴

需要的多元业务形态，创造有助于双方高质量发展的重点项目和产品。在政企服务方面，东方广播中心、东方购物、演艺集团、第一财经和五星体育等单位与闵行区等5个区在内容产品服务、产品购买、演出、大型论坛和赛事等方面深度合作，推出闵行文化艺术节、“高质量发展松江行”融媒访谈、环崇明岛女子公路巡回赛等项目。

此外，以融媒体中心、东方广播中心和文广演艺集团为主，第六届进博会宣传、“一带一路”大直播特别节目、第七届《最爱金曲榜》音乐盛典、《东方风云榜》项目纷纷获得大型企业的冠名与合作。文广演艺集团通过文艺党课、音乐会为城投、申能等合作伙伴提供演出服务。在论坛活动、文旅会展和其他企业服务等方面，幻维数码为临港招商展示中心提供项目服务，东方有线摘得国泰君安多条长途链路项目，东方购物与豫园股份合作开展产品订购，东方卫视中心和国际会议中心为国药控股集团提供会务与职工演出活动专业支持。新汇集团积极拓展游戏音乐专辑产品开发，与米哈游、哔哩哔哩、寻音听路等达成紧密合作，相继推出《谭盾·五虎上将》等多款精品音像出版物。

#### （五）全面深化改革，以高效能治理贯彻新发展理念

SMG进一步设计业务战略调整规划方案，积极推动东方卫视改革、影视剧中心改革、地面频道适老业务调整、阿基米德与东方广播中心深度融合、第一财经拓业发展、每周报社精简报刊、东方明珠公司综合改革等各项改革工作，促进

国资运营管理提质增效。

东方卫视中心根据 SMG 对卫视深化改革的要求，落实地面频道的整合改革工作。2023 年 7 月，SMG 审议通过影视剧中心机构改革及重组设立城市养老业务板块等相关改革方案，做实影视联席会议的工作机构，设立影视联席会议工作办公室；整合相关优势资源，新设独资子公司上海都市乐聆文化传播有限公司，负责都市、东方影视、七彩戏剧等三个电视频道的内容制作和广告经营等电视频道运营业务，加速打造与布局适老产业，助力上海城市老龄化社会高质量发展。

第一财经加快全新战略板块布局，于 6 月成立“一财商学院”，面向企业客户，提供覆盖企业全生命周期、全平台经营、全组织学习、全链路运营的知识服务，助推企业数字化成长，成为首个设立企业知识服务战略板块的国内大型财经媒体集团。成立上海一财万项科技有限公司，以进一步提升第一财经在大型项目活动领域的业务规模和业务能力，一财万项已完成“2023 世界人工智能大会”“世界设计之都大会”“上海·粤港澳大湾区投资合作推介会”等大型活动。

东方广播中心 3 月启动媒体融合转型改革，优化组织架构，加强中心对下属子公司的全面管理，推行集群化管理，压缩低效无效产能；对中心岗位进行全面梳理，完成组织架构调整和干部队伍迭代，人岗适配度大幅提升。启动融媒体主理人计划，重点培养优质内容产品主理人和商业创新主理

人，建立与主理人“同享盈利”的成果激励机制。

此外，五星体育全面入局各类赛事运营，探索向体育产业公司的全面转型。小荧星集团制定激励机制改革方案，对包括骨干教师在内的核心团队实施激励。每周报社为进一步优化资源配置，全面启动《上海电视》周刊休刊准备工作，并启动人员推优、分流等工作。

上市公司方面，东方购物坚持大屏端以利润为导向持续推进降本增效，小屏以 APP、微信生态、商城供应链为抓手加快电商化发展。尚世五岸确立提升核心内容创制能力，班子成员夯实主体责任，全员背负经营指标，对制作人团队全成本考核。文广互动下线 2 套数字付费频道，有序推进动漫文旅等垂类产业运营探索。

2023 年，SMG 通过持续优化国资布局，国有资产单位数量规模总体持平，参股单位数量略有下降。截至 12 月末，SMG 控参股单位较年初净减少 19 家，降幅 5.4%；完成注销 19 家吊销企业。自 2020 年 7 月启动吊销企业专项清理工作以来，吊销企业数量从 54 家下降到了 16 家，净减少 38 家。

#### （六）加强人才队伍建设，打造高质量发展“铁军”

SMG 以推动改革发展为着力点，创造性开展人力资源组织配套和支撑，做好商业创新中心、东方广播中心、都市乐聆文化传播公司等单位的组织架构调整、班子配备与优化、合同转签与人员分流、薪酬福利衔接等工作；推进文广演艺集团下属 7 家院团考核激励方案优化。

把“知识结构改善、专业能力提升”贯穿于干部人才培养的始终。全年选送台管干部及下属单位青年干部参加中青年干部培训班 3 人次，宣传系统中青年干部专题培训班 4 人次，青年英才管理培训班 1 人次，市委统战部党外青年干部培训班 1 人次，2023 年度“干部在线学习” 149 人次（含市管干部）；组织 SMG 经营管理者培训项目，深度探讨一利五率经营指标体系，学习推进一报一会工作方法及开展 OKR 学习培训。此外，“元动力计划”相关培训侧重新赛道内容和新技术的结合；“青盈计划”相关培训，通过现实跑通的短视频案例讲解商业创新的要素及转化途径；“助跑新人”新员工培训、“讲好中国故事”国际传播系列、马克思主义新闻观系列、Elearning 线上学习等紧贴业务的重点项目，全年共开展线上线下培训 1697 场，培训总人次 55125 人，培训总学时 169319 课时。

持续加强青年干部人才工作，选派 5 名 80 后职能部门主管到文广演艺集团下属 5 家院团挂职锻炼，为期 1 年。同时，先后选送下属各单位 11 名青年干部人才到职能部门轮岗锻炼，选调 4 名青年骨干参与静安国际光影节专项工作，调动青年骨干的工作激情和学习热情。选派了 1 名台管干部作为上海市第十一批援疆干部赴新疆协助当地宣传工作；先后选派 10 名同志在市委网信办、市委巡视组、市委宣传部进行轮岗挂职锻炼和专项工作支持。出台《关于加强台、集团青年工作的若干意见》，全链路完善青年人才工作机制；

配套修订了《台、集团高校优秀毕业生生活补贴实施细则》，扩大了补贴发放范围并适当提高了生活补贴的发放标准。2023年，SMG推进完成各项高层次人才评选及推荐工作10个，推荐报送人选76名，截至目前13人已入选相关项目，其中，获享受政府特殊津贴2人。

以关心关爱员工为落脚点，切实推进人才服务保障，推进落实首个市级文化人才公寓项目入住。2023年11月，由市委宣传部和虹口区联合打造的首个文化人才公寓“猎户座”开业，SMG协助14名员工首批入住人才公寓，并送上“乔迁暖心大礼包”；配合市委宣传部开展人才公寓配租工作，申请成功3套公租房；协助7人申请到2023年市级人才租房补贴。进一步扩大重点机构文化人才落户的覆盖面，SMG共有14家单位列入文化人才落户“重点机构”名单，截止2023年末协助45名员工成功办理落户。

## 五、对监管部门和社会公众关注问题的回应处置情况

### （一）接受市场与社会监督

SMG密切关注各利益相关方核心诉求，采取多元化沟通方式，自觉接受行业监管部门的监管及市场与社会监督，确保渠道畅通。在广告经营活动中继续提高政治站位，强化责任担当，始终坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向和审美趣向，严格遵守法律法规，全面加强各重要保障期的内容安全审核把关，不断完善广告承接及发布审查机制，坚守广告审编播“三合+三审”，确保播出安全。2023年，再次

连续被评为上海市广告发布审查工作先进单位，广告信用评级分值继续保持 A 级；同时，广告品相治理达到 100%全覆盖；加强信访舆情化解处置工作，因广告播出引发的全年各类信访投诉数量显著下降。

此外，SMG 新闻采编人员外出从事采访活动，要求携带并出示记者证；暂未考取记者证的新闻采编人员，由单位开具介绍信；虚心接受群众举报投诉，确保渠道畅通，凡有举报投诉，必须经媒体自查和台监管部门调查，再予以回复。全年没有发生记者被举报的事件。

SMG 按照国家信访局和上海市信访办理工作要求，严格按照《信访工作条例》规定，全面提升信访基础业务工作，进一步规范办理流程，加强分析研判，强化源头治理。全年共受理信访 4762 件次，坚持做到“件件有落实、事事有回音”。

## （二）规范做好信息披露

SMG 通过官网、“SMG 发布”官方微信公众号等途径加强动态信息发布及与公众沟通。年度《SMG 文化企业社会责任报告》通过 SMG 官网发布，便利公众查阅。此外，SMG 自成为中国银行间市场交易商协会的注册会员以来，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，切实维护投资者利益。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，严格规范信息披露行为，履行信息披

露义务。东方明珠严格按照上市公司相关法律法规的要求，加强制度建设，2023年共对外披露66个公告及上网文件，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。东方明珠已连续第七年进行年度ESG信息披露，其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，结合监管要求，持续优化社会责任信息披露。