

20  
23

上海广播电视台  
**SMG**  
SHANGHAI MEDIA GROUP

# 上海文化广播影视集团

企 业 社 会 责 任 报 告

新闻立台

文化兴台

融合强台

报告统筹

上海广播电视台(集团)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

卓尔独特 越而胜己  
打造具有国际影响力  
技术创新力和产业竞争力的  
新型主流全媒体集团  
建设习近平文化思想最佳实践地

上海广播电视台  
**SMG**  
SHANGHAI MEDIA GROUP



# CONTENTS

---

## 目录

### 06

---

#### 卓尔独特 越而胜己

### 08

---

#### SMG叙事

- 10 梦想的力量
- 20 数字里的成就：数说SMG 2023
- 31 闪亮的印记：SMG荣誉
- 32 行动灯塔：SMG可持续发展战略

### 36

---

#### SMG品格

- 38 新闻为本：我们的立台之基
- 44 文化塑心：我们的兴台之源
- 48 融合创新：我们的强台之力

### 54

---

#### SMG治理

- 56 企业治理结构
- 56 党建红色基因守护
- 59 商业伦理诚信合规
- 60 知识产权保护
- 61 安全运营落实

# 62

---

## SMG绿色行动足迹

- 64 成为自然使者, 传播绿色力量
- 68 推行绿色管理, 践行环保理念

# 70

---

## SMG共同富裕助力

- 72 文化赋能, 见证乡村振兴
- 75 文化融合, 促进文化润疆

# 78

---

## SMG友好型社会生态共筑

- 80 培育文化火种, 建设提升公共文化服务
- 84 传递人文关怀, 播撒关爱与支持
- 90 唤醒公众意识, 力行公益宣传与实践

# 92

---

## SMG可持续职场打造

- 94 员工权益的保障
- 94 员工成长的阶梯
- 97 员工生活的温馨港湾

# 98

---

## 报告后记

- 100 关于本报告
- 101 规范信息披露
- 102 附表

# 卓尔独特 越而胜己

---

又是一年接续奋斗，又是一年收获满满。上海广播电视台（上海文广集团）以时间为笔，书写时代的华章，激荡梦想的力量。我们以只争朝夕的干劲，在服务上海城市发展大局中提升传播力、扩大影响力；我们以百折不挠的韧劲，在深耕文化传媒主责主业中弘扬正能量、唱响主旋律；我们以一往无前的闯劲，在新型主流媒体融合转型中探索新路径、打造新样本……不驰于空想，不骛于虚声，看准了就抓紧干，时间终将属于奋进者和实干家。

守正为魂，做强主流大声量。我们锚定“立足上海、服务全国、面向世界”的新闻定位，凸显“大都市新闻视角、双循环新闻链接、融媒体新闻表达、全天候新闻制播”的特色优势，以“头条工程”为引领，擦亮“天下大事，看东方卫视”的金字招牌。上海广播电视台每天新闻直播总时长超10小时，看看新闻移动端日均全网浏览量超2亿级，新闻播出时长和短视频发布数、传播量均位居全国省级广电机

构首位。我们弘扬红色文化、海派文化、江南文化，彰显都市型、年轻态、国际化，打造体现大都市气质和中国式审美的文化精品。自主原创的新闻、综艺、纪录片、影视剧、舞台演艺作品先后获得“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”等国家级政府奖项和亚洲电视奖、亚洲媒体奖、美国泰利奖等国际性传媒奖项200余个，获奖数量、获奖等级均位居省级广电机构前列。

融合为先，竞逐产业新赛道。我们积极探索文化企业发展新路径，坚定不移推动产业转型与多元化布局，发挥文化传媒全产业链优势，推出了一系列具有市场影响力和商业变现力的文旅项目。我们承接承办了中国国际进口博览会、奥运会系列赛、上海国际电影电视节、中国上海国际艺术节、上海旅游节等国际重大节展赛会60余项，创办举办“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、辰山草地广播音乐节、辰山自然生活节等一批城市重大活动，推动线上线下一文化消费深度融合、文商旅体跨界融合，为市民游客提供更加丰富多元的文化体验。

创新为要，培育发展新动能。我们充分把握数字化转型新机遇，主动顺应智能科技变革大挑战，聚力智能化、超清化、移动化发展，推动内容生产流程再造、机制创新和技术更新，培育媒体新质生产力。上海广播电视台成功获得“中国（上海）广播电视媒体融合发展创新中心”授牌，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，创新形成智能内容鉴别、AI数字人播报等10余项文化传媒领域关键技术。

2024年是新中国成立75周年，是上海建设习近平文化思想最佳实践地的开局之年，也是上海广播电视台推动媒体深度融合高质量发展的起步之年。当前，上海广播电视台正紧紧围绕上海建设习近平文化思想最佳实践地的总目标，以巩

固壮大主流价值、主流舆论、主流文化为主要任务，以“新闻立台、文化兴台、融合强台”为核心战略，以“梦想的力量”为品牌主张，以“SMG in AI”为主攻方向，用AI重塑媒体技术底座，大力推进智能化、超清化、移动化发展，加快建设具有国际影响力、技术创新力和产业竞争力的新型主流全媒体集团。我们将以“二次创业”再出发的奋进姿态，坚持“卓尔独特、越而胜己”的标准，主动拥抱全媒体新时代，积极抢占智能化新赛道，加快提升核心竞争力，锚定目标，起而行之，干在实处，抓出质量，奋力打造媒体深度融合高质量发展的全国新样本、新范式。



上海市委宣传部副部长  
上海广播电视台（上海文广集团）  
党委书记、台长、总编辑

# SMG

梦想的力量

数字里的成就：数说SMG 2023

闪亮的印记：SMG 荣誉

行动灯塔：SMG可持续发展战略

10

20

31

32

# 叙事



# 梦想的力量

上海广播电视台  
(上海文化广播影视集团有限公司)

上海广播电视台(上海文广集团)是一家具有国际影响力、技术创新力和产业竞争力的新型主流全媒体集团,围绕上海建设习近平文化思想最佳实践地的决策部署,坚持稳中求进、以进促稳、先立后破的工作总基调,坚守意识形态、公共服务、技术产业的广播电视三大属性,坚持卓尔独特、越而胜己,进一步全面深化改革,推进媒体深度融合高质量发展,巩固壮大主流价值、主流舆论、主流文化,全面实施“新闻立台、文化兴台、融合强

台”的核心战略,聚力锻造“主流媒体头部平台”,充分彰显“梦想的力量”的品牌主张,着重强化“台网并重、智能引领、移动优先、首发原创”的基本策略,系统布局“SMG in AI”的主攻方向,用AI重塑媒体技术底座,加快推进智能化、超清化、移动化发展,大力培育媒体新质生产力,不断提升核心竞争力,努力打造文化自信自强的主流媒体样本,为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展现新担当、作出新贡献。

## 我们的事业版图

上海广播电视台（上海文广集团）是全国文化传媒行业的领军机构，拥有较完备的文化传媒产业生态，业务涵盖媒体运营及内容创制、技术服务及版权经营、文化演艺及场馆运营、文旅投资及智慧广电等文化传媒全产业链条。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种报纸杂志、7家文艺院团、17个文旅场馆、1家上市公司——东方明珠新媒体股份有限公司，连续13年位列全国文化企业30强，现有员工1.57万人，其中媒体从业人员数5213人，196家各级控股企业，资产总规模609亿。



电视频道



广播频率



媒体从业人员



资产总规模



## 新闻立台 实施头部平台锻造工程

深耕媒体主责主业，聚焦时政、财经、人文、外宣等，强化新闻特色，做强优势领域，推进精简精办，聚力锻造东方卫视“头部全媒体平台”、看看新闻“头部新闻平台”、第一财经“头部财经平台”。



### 东方卫视

天下大事，看东方卫视

每天新闻直播总时长超10小时。东方卫视以“头条工程”为引领，锚定“立足上海、服务全国、面向世界”的新闻定位，凸显“大都市新闻视角、双循环新闻链接、融媒化新闻表达、全天候新闻制播”的特色优势。

### 看看新闻

叩击时代

移动端日均全网浏览量超2亿级、高峰时可达6亿人次，新闻播出时长和短视频发布数、传播量均位居全国省级广电机构首位。

### 第一财经

专业创造价值

坚持“高端、原创、深度”新闻特色，推进以内容影响力登顶为目标的珠峰计划和以商业变现力突破为目标的奔流计划，构建金融、科创和消费三大专业生态圈，推出“新一线”“有看投”“Yiwealth”“Yigrowth”等一系列具备较强市场影响力和商业变现力的财经产品，致力于打造具有全球影响力、与中国经济地位和上海城市功能定位相匹配的头部财经平台。

### 上海文广国际传播中心

上海对外第一视频窗口

聚合全台优质资源，全力打造由ShanghaiEye、Yicai Global和东方卫视（国际版）组成的国际传播超级视频IP，年度发布视频、直播、图文、海报超过5万条，海外总观看时长86.8万小时，海外传播量突破10亿级。

## 文化兴台 实施精品内容创制工程

立足上海作为文化建设高地和现代化国际大都市的资源优势、功能优势和人才优势，弘扬红色文化、海派文化、江南文化，传承中华优秀传统文化，突出百姓视角、共情呈现、人性张力、文明底色，彰显都市型、年轻态、国际化，坚持大综艺与微短剧并举，打造体现大都市气质和中国式审美的文化精品和文化品牌。

### 以文化精品传递主流价值

聚焦新闻、纪录片、影视剧、综艺、体育、社教、动漫等领域，持续推出一批文化精品、新品、优品。近三年来，先后获得26个中国新闻奖，其中一等奖3个；中宣部“五个一工程奖”5个，其中特别奖1个；中国电影“金鸡奖”2个、中国电视“金鹰奖”2个、全国电视文艺“星光奖”4个、中国电视剧“飞天奖”3个；亚洲电视奖、亚洲媒体奖、美国泰利奖等国际性传媒奖项33个。获奖数量、获奖等级均位居省级广电机构前列。旗下版权资产中心（上海音像资料馆）馆藏媒体内容资源155.7万小时，其中数字化资源129.6万小时（含音频内容36.6万小时，视频内容93万小时）。旗下五岸传播公司专事台内外节目版权交易，版权运营渠道覆盖全国300余家电视台、20余家新媒体及150多个国家和地区。

### 以文化节展赋能美好生活

每年承接承办中国国际进口博览会、世界人工智能大会、五五购物节、上海国际电影电视节、中国上海国际艺术节、上海旅游节等国际重大节展赛会60余项，创办国际光影节、户外音乐节、潮流体育节、动漫游戏展等自主文化节展IP，获得业界商界好评，深受中外游客喜爱。

### 以文化产业助力城市发展

东方明珠新媒体股份有限公司深耕智慧广电和文化消费两大主营领域，持续夯实融合媒体、广电5G、文化旅游、文化地产等核心主业，形成线上线下全产业链布局，服务上亿级规模用户。IPTV用户达6100万，互联网电视用户10700万，付费电视有效用户5500万。拥有东方明珠广播电视塔、梅赛德斯-奔驰文化中心、上海国际会议中心、东方绿舟等诸多知名文化地标，并建设运营东方智媒城、东方明珠凯旋中心、创智中心、东方明珠数字影视基地等多个文化产业集聚区。



## 融合强台 实施智能技术引领工程

必须主动拥抱新一轮科技革命，加快迭代升级传统广播电视技术底座，推进智能化、超清化、移动化，对内容生产传播的流程、机制和技术，进行系统性变革、功能性集成和全方位转型。



### 智能化

强化智能化技术变革，以建设“更融合、更智能、更自主、更有效”的智慧广电技术体系为目标，加快推进云化、智能化、一体化改造，聚力建设融媒云中心、AI能力平台、大数据中心、内容制作中台、播控分发中心、智慧媒资中心、网端运营中心和安全保障体系等重点项目，推出AIGC工具箱“Scube智媒魔方”，联手通用大模型企业，发挥视听语料库资源优势，聚焦新闻资讯类大模型、财经媒体专属大模型、体育赛事智能直播、智能手语数字人等重点攻坚方向，打造基于AIGC的音视频内容生产示范级应用。

### 超清化

全面实施《上海广播电视超高清

能力建设推进计划》，强化技术系统搭建、制作流程创新等重点突破，实现内容和技术超高清能力双向进阶，率先推进东方卫视打造4K超高清综合频道，用2-3年时间完成上海广播电视网络光纤升级改造，探索形成高效能运维、跨场景运营的超高清视听上海模式。

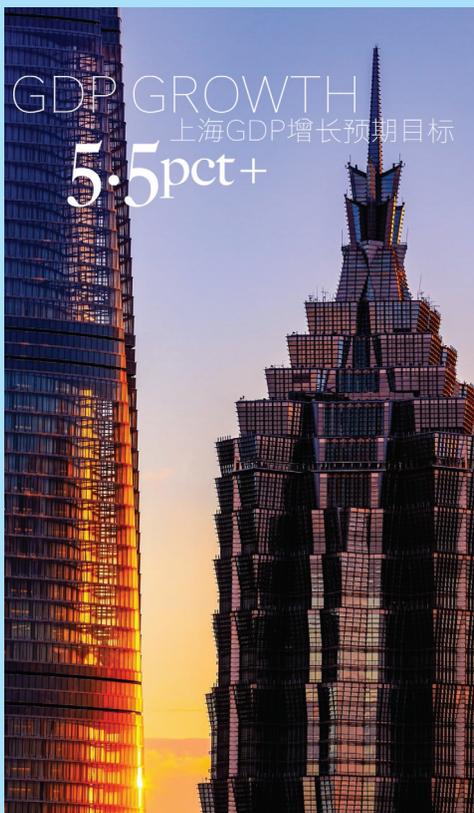
### 移动化

坚持“多屏联动、台网相融”，强化媒体融合发展的统筹协调，着力打造自主可控的“1+3”移动互联网主平台矩阵，打造综合视频平台“百视TV”和综合音频平台“阿基米德”、新闻新媒体平台“看看新闻Knews”、财经智媒体平台“第一财经”，主力军全面挺进主战场。



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> <small>上海广播电视台融媒体中心   上海文广国际传播中心</small> <b>SMG NEWS   SMG INTERNATIONAL</b>	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
人力资源部	<b>SMG RADIO 东方广播中心</b>	上海小荧星集团有限公司
财务管理中心	东方卫视中心 <上海东方娱乐传媒集团有限公司>	五星体育传媒有限公司
战略发展和 经济管理部		上海都市乐聆文化传播 有限公司
党群工作部	纪录片中心 <真实传媒有限公司> 	上海好有文化传媒有限公司 (互联网节目中心)
纪检监察室	技术中心 <上海东方传媒技术有限公司>	上海幻维数码创意 科技股份有限公司
风险控制中心	<b>上海东方传媒技术有限公司 SHANGHAI MEDIA TECH</b>	上海徐汇文化娱乐(集团) 有限公司
技术管理委员会 办公室	版权资产中心 <b>版权资产中心 上海音像资料馆</b>	上海文广演艺(集团) 有限公司
影视联席会议工作 办公室	商业创新中心 <b>商业创新中心</b>	上海文广实业有限公司

## 三大核心 竞争力



## 01

### 国际影响力

以强大的传播力、引导力、影响力、公信力, 讲好中国故事, 向世界表达中国, 展现上海。

- 透过ShanghaiEye, 看中国多元故事
- 以上海“第一声”, 向世界传递中国声音
- 用中国的话语, 解读中国发展
- 国际论坛紧密合作, 探讨中国经济未来
- 以影视作品记录人类命运共同体构建



## 02 技术创新力

把握受众需求变化与网络传播规律，以前沿技术，赋能文化传媒领域全产业发展。

- 智慧数字底座，赋能文化传媒全产业转型
- 别样光影，塑造城市流动画卷
- 影视工业4.0，技术为创作提供更多可能
- 创新舞美设计，遇见数字化浪漫



### 03

#### 产业竞争力

深入公众生活，以创意开发、文化产品创新，为品牌增长注入动力，实现文化服务精准覆盖和多元化转换，促成媒体发展质的有效提升和量的合理增长。

- 打造城市新地标，发展文旅新动能
- 解锁文化服务、日常生活消费新场景
- 打造儿童友好环境，让艺术点亮成长
- 商业与多元艺术形式的跨界
- 在数字经济浪潮中探索全新增量
- 智慧媒体产业集群，形成产业新磁场
- 突破媒介，布局体育全产业链

## SMG国内外 朋友圈

---

我们在全媒体传播体系建设和传统文化企业转型中，拓展多方合作，推动资源共享与优势互补，实现新媒体产品社会和商业价值的显著提升。

我们通过与不同平台的深入合作，促进商业模式创新和技术融合，增强用户体验，并有效增长市场营收。SMG“广电+”项目探索文化与商业融合新路径，深度链接自身平台与城市公共文化资源，提升社会影响力，为城市带来经济效益。多方合作策略加强媒体融合和企业发展，也为传媒行业的创新与可持续发展提供了实践案例和经验。

2023年，我们积极推动媒体国际合作，分别与阿联酋国家通讯社（WAM）、华纳兄弟探索集团（Warner Bros. Discovery）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。借助亚广联、欧广联和国际合作平台优势资源，带领优质视听内容“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。同时，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。📺

数字里的成就：  
数说 SMG 2023

从数字认识  
SMG 2023

192

家

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。

609

亿元

SMG 2023年全年收视份额33.06%，黄金时段收视份额36.59%。

SMG有包括东方明珠在内的各级控股企业192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、4种公开发行的报纸杂志。

7  
家

截至2023年，集团总资产规模609亿元。

33.06  
%

15863  
人

2023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。

200  
+

截至2023年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。通过海外合作伙伴向全球190余家媒体供片600条。

截至2023年底，SMG拥有员工15863名，平均年龄38.3岁，男性员工占比53%，女性员工占比47%，新媒体从业人员占媒体单位员工总数的63.7%。

1697  
场

获得中国新闻奖、中国广播电视大奖、美国泰利奖等国内国际奖项200多个。

3.4  
亿

155.7  
万

东方明珠全年共播出各类宣传片307909条次，其中公益宣传片173772条次，公益宣传片播放总时长为174864.1分钟，积极传播社会主义核心价值观。

截至2023年12月，版权资产中心馆藏媒体内容资源155.7万小时，其中数字化资源129.6万小时，包括音频内容36.6万小时，视频内容93万小时。

307909

条次

影响力  
2023

TOP1

东方卫视新媒体矩阵用户数破**8600**万。2023年，累计策划独家直播**101**场，总计曝光量破**8.1**亿。

96.78%

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。

东方卫视2023年再夺省级卫视收视率年度冠军，黄金时段排名**第一**，连续四年蝉联省级卫视之首。

8600  
万

东方广播中心2023年广播收听份额**96.78%**。

TOP1



Doculife纪实国际传播新媒体矩阵总订阅量较2022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。



“看看新闻Knews”移动客户端7.0版于2023年1月正式发布，截至12月，“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。

2023年，纪录片中心完成9002分钟精品电视内容的创制。纪录片中心与东方卫视合力打造的“新纪实”国产纪录片精品时段，累计创制了43部共计106集纪录片，累计收看规模近3亿人次，继续领跑省级卫视周二22点档后节目收视排名。



融媒体中心在东方卫视有《东方新闻》等11档新闻、专题类节目，2023年全年首播时长约1496小时。



143  
%

第一财经力推内容影响力登顶，截至12月，已产生微信“10万+”稿件231条，视频“1000万+”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市网信办均跃居上海媒体第一。

2023年，五星体育的官方公众号粉丝突破70万，公众号和微博的阅读量为6.1亿，视频播放量总数达7.25亿，抖音、快手、视频号以及微博互动量超过1000万次。

7.25  
亿

技术创新力  
2023

135  
万

广电5G用户规模  
超135万。

百视TV通过“蜂巢计划”持续激活优质创作内容，截至12月底，已有3033个账号入驻。

12  
个

2023年，上海东方传媒技术公司（SMT）安全播出保障体系规模保持全国领先，完成12个重要保障期的保障任务，实现零停播、零差错。

作为“智慧媒体制播应用国家广播电视总局重点实验室”的落地单位，SMT专利申请42件、授权27件，软著登记65件，居全国同行业领先。

3033  
个

65  
件

## 产业竞争力 2023

66

↑

依据监管部门评选打分,东方明珠(600637.SH)最新年度信息披露工作评价结果为A级。

东方明珠(600637.SH)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。

A  
级

东方明珠新媒体拥有东方明珠广播电视塔、梅赛德斯-奔驰文化中心等上海稀缺地标文旅资源，以及IPTV、有线电视、移动互联网终端、OTT、5G网络等用户触达渠道，汇聚亿级规模，用户满意度超95%。

79.73  
亿元

公司业务经营方面，2023年，东方明珠（600637.SH）实现营业收入79.73亿元，实现归属于母公司净利润6.02亿元。

95  
%

20  
亿

2023年，小荧星稳定服务主业扩大招生，利用校区白天空余时段共开设常规班级235个，暑假期间大规模开设夏令营班级853个。开展400多场线下活动赛事，近百场线下演出。营业收入较2022年同比增长超600万元。

600  
万

幻维数码全程参与2023静安国际光影节项目的策划、设计、统筹。静安国际光影节共呈现396场光影盛宴、10大主题日、36场活动，总客流131万，全网推送光影节信息约64469条，总点击量逾20亿次。

6.73  
亿

东方明珠新媒体旗下拥有丰富的文旅资源。截至2023年12月，东方明珠广播电视塔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。

2023年，演艺集团共举办各类演出4303场，观演人次552万，累计创收6.73亿元，同比2019年增长1.28亿元，增幅24%。年度利润3125万元，较2019年增幅2040%。

17.11  
万

## 闪亮的印记: SMG荣誉

上海广播电视台有悠久的发展历程与文化传承,是中国广播电视行业改革的见证者,也是不断前行创新的实践者。

上海广播电视台的发展历程,是全国广电改革创新的一个缩影。1949年5月,上海人民广播电台的呼号第一次向全市人民广播。随着电波的扩散,上海广播电视台的命运齿轮也开始缓缓转动。从杂志型电视新闻栏目的诞生,到广播谈话栏目的首度亮相;从纪录片频道的开启,到外语台的成立;从电视商业广告的首次亮相,到文化企业上市公司的诞生;再到广电新媒体第一股的诞生,上海广播电视台站在时代的前沿,追求卓越创新。我们以开放的心态、创新的精神、务实的作风,为文化传播事业的发展 and 进步作出贡献。

2023年,上海广播电视台共获得第33届中国新闻奖、中国广播电视大奖、广电总局“新闻百佳”、第32届上海新闻奖、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、中华对外传播工程等以及第44届美国泰利奖、第28届亚州电视大奖等各类奖项超200项。

我们搭建起更为立体的国际传播影响力。第28届亚州电视大奖上,上海广播电视台在亚洲众多电视机构和上千部参评节目中一举获得“年度最佳播出机构”称号及五个单项的最佳节目表彰,成为本届大奖获奖数量最多的电视机构。

冲出亚洲,上海广播电视台纪录片中

心出品的《永远的行走:与中国相遇》《行进中的中国》第二季荣获2023年中美电视节“年度最佳电视纪录片”奖项。《行进中的中国》第二季在第44届美国泰利奖上荣获电视纪录片金奖。纪录片中心出品的《逐梦同行》及融媒体中心出品的《我在美国学中文》荣获2023年中美电视节“中华文化国际传播力”奖项。《武夷山·我们的国家公园》先导篇在第八届中加国际电影节上获得“最佳电视纪录片”。

技术创新方面,2023年,我们获得国家广播电视总局第三届高新视频创新应用大赛、总局第三届广播电视和网络视听人工智能应用创新大赛、中国电影电视技术学会科学技术奖、王选新闻科学技术奖、上海市文化和旅游局科学技术进步奖、全国智慧广电网络新服务等各类技术奖项60项、人才类奖项2项、科技论文奖项2项、总局新服务案例评选4项。其中,获得省部级一等奖5项、二等奖15项、三等奖24项。

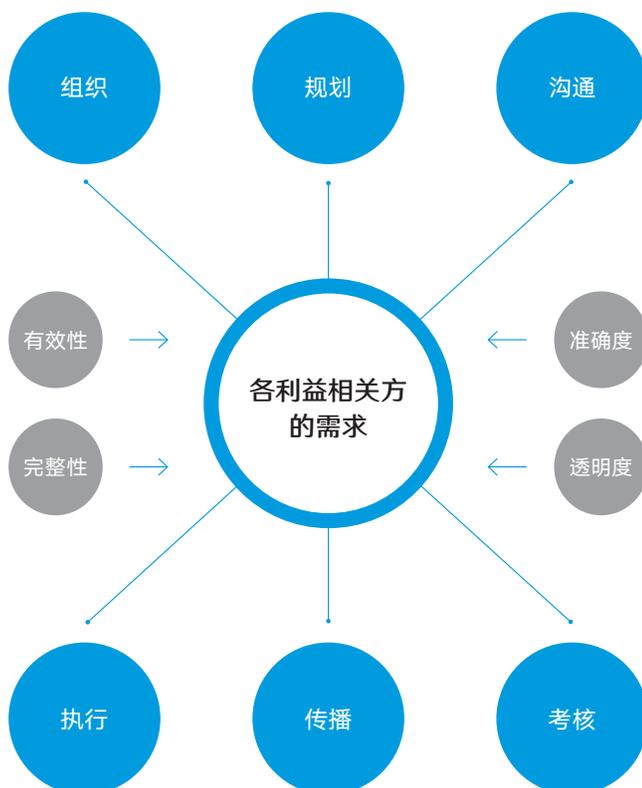
上海东方传媒技术公司(SMT)开发Empower-Media (EPM) 智慧媒体平台入选上海市人工智能试点应用场景,为“百城千屏”城市服务提供支持。获王选新闻科学技术奖一等奖1项、二等奖1项、三等奖5项,获中国电影电视技术学会科学技术奖三等奖1项,中国记协“融媒有技”优秀案例1项,长三角广播电视媒体融合成长项目奖1项,为SMG科创品牌打响知名度。S

# 行动灯塔： SMG 可持续发展 发展战略

## 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。

坚持“新闻立台、文化兴台、融合强台”，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，SMG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，完善社会责任管理制度，努力提升社会责任成果披露的完整性、准确性和透明度。

SMG全面考量各利益相关方的需求，不断拓展沟通渠道，建立完善的信息反馈机制。社会责任管理涵盖组织、规划、沟通、执行、传播和考核六大板块，以持续推进社会责任实践。

SMG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，吸纳各利益相关方的反馈和建议，优化报告框架和内容，全面梳理并及时披露SMG企业社会责任履行情况。

## 可持续发展计划

SMG的所有工作内容无不体现社会责任的承担。

在当今联合国2030可持续发展目标成为全球共同语言的背景下，2023年，SMG以可持续发展为核心目标，启动了“SMG新发展共创计划”，在低碳新环保、绿色新金融、数字新文化、智慧新城市、品质新民生等领域展开共创合作，推动社会经济的绿色转型和高质量发展。

SMG可持续发展计划	重大议题	2023年承诺
低碳环保的推进	气候行动	SMG推动低碳环保理念的普及和实践。通过“绿点计划”等项目，促进企业绿色发展，优化市场生态，为实现国家碳中和目标贡献力量。
绿色金融的创新	气候行动	SMG探索和推广绿色金融产品，支持企业的可持续发展融资和投资，推动金融市场的绿色转型。
数字文化的发展	数字化发展	SMG践行数字化融合发展，实现传统文化创新与传承。用科技打造数字文旅新体验，展示历史文化的魅力，增强文化的传播力。
智慧城市的建设	数字化发展	SMG助力智慧城市建设。以专业报道呈现上海在城市数字化转型方面的成就，传达积极信号。落地“东方智媒城”，构建音视频制作和区块链版权共享平台，推动城市数字化转型。
民生服务的提升	社会建设	SMG发挥媒体特长，为公众提供便捷、高效的民生信息服务。 SMG展示和创造生活中的美好，促进文化和创意产业的发展。 SMG连接农产品的供需两侧，支持乡村经济的多元化转型。



## 回应联合国2030年 可持续发展目标 (SDGs)

上海广播电视台，作为联合国可持续发展目标全球媒体契约的第100位成员，秉持媒体责任，传播人类文明，致力于推动全球范围内有影响力的媒体机构通力协作，共筑人类命运共同体。

## 推动 绿色发展

上海广播电视台通过自身践行和内容输出的方式，深入探讨全球性的环境问题，发起各种形式的绿色环保线上线下活动，提升公众对环境危机的认识，唤起社会各界对可持续发展的关注与行动。



## 促进平等和共同富裕

上海广播电视台以媒体之力促进社会资源的合理分配和利用，助力各地区、各阶层实现共同富裕，为社会的长期繁荣稳定作出贡献。



## 建设友好型社会生态

上海广播电视台充分发挥社会影响力，促进公共文化服务建设与提升，关心关爱社会各类群体，为构建和谐社会贡献力量。



## 打造可持续职场

上海广播电视台尊重并珍视每一位人才，反对性别歧视，促进用工平等，高度重视员工的权益保护、安全生产、健康关怀以及个人发展，致力于营造一个公平、包容、安全且友爱的工作环境。

# SMG

新闻为本：  
我们的立台之基

.....

38

文化塑心：  
我们的兴台之源

.....

44

融合创新：  
我们的强台之力

.....

48

# 品格

## 新闻为本： 我们的立台之基

新闻，是历史的底稿，传递事实、反映社会、引领思潮，记录历史的瞬间，映射出社会变迁的脉络，成为连接过去与未来的桥梁。做好新闻工作，是上海广播电视台的安身立命之本。

我们为公众提供全面、深入、多元的新闻资讯，为社会稳定和发展提供坚实的信息支撑。见证企业的兴衰更迭，反映市场的起伏波动，解析政策的深远影响，记录人在大时代背景下的生活状态和心声。新闻的价值在于它的真实性和时效性，上海广播电视台的新闻作品努力在这两个方面做到极致。我们不仅传递信息，更传递思考；不仅记录事件，更记录时代。

新闻报道将成为历史的注脚。我们从SMG成立的那天起，就肩负新闻工作者的使命，不断记录和传递时代的脉动，为社会贡献媒体的力量。

### 超越新闻本身， 我们传递深度的思考； 跨越事件表面， 我们捕捉时代的脉搏

2023年，我们的笔触记录了国家的宏大叙事与社会的积极步伐，全面展现了中国在政治、经济、文化等多个层面的发展与进步。我们见证了“两会”的战略布局，“一带一路”的合作共赢，进博会的开放包容，中国开设自贸区的十年成就，长三角的区域联动，以及中国在国际舞台上的显著影响力。这些报道全方位、多角度呈现了奋进中的中国、和平崛起的中国、亲善有为的中国，映照中国的现在，描摹中

国的未来。

对于“中国速度”如何具象？在“莫德纳速度”的报道中，我们的记者们展现对深度与精度并重的专业追求。他们迅速且准确地捕捉了莫德纳项目的战略签约和快速落地，深入挖掘背后的故事。闵行区建立的“零时差”专班机制，24小时在岗待命，保障项目快速落地。记者们全力跟进，运用视频、动图、文字报道等多样化的技术手段，增强报道的吸引力，以用户思维为出发点，创作贴近受众且具有“烟火气”的内容。

“两会”期间，我们推出系列报道，特别增设手语播报，为听障人士提供无障碍的信息获取途径，让更多人能够共享“两会”盛况。在贯彻落实十二届市委三次全会精神的过程中，我们聚焦“经济高



“一带一路”倡议十年报告

质量发展”和“生活高品质”两大主题，推出一系列深度报道和专题栏目。通过《解码“第一动力”》和《走进上海的实验室》等融媒体系列报道，我们深入剖析上海在科技创新和经济发展方面的新成就和新亮点。以“强信心 稳预期——上海高质量发展”系列报道，充分展现上海高质量发展的坚实步伐和崭新气象。

聚焦“一带一路”倡议十周年，融媒体特别报道《在希望之路上》贯穿5个多月，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，国内总传播量2700万，海外浏览量超754.3万，海外观看总时长14.22万小时、海外互动3.7万次，共同形成全媒体策划、多声道传播、海内外覆盖的传播格局。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。第一财经研究院发布《跨越山海 | “一带一路”倡议十年报告：新丝路 共发展》，全面回顾“一带一路”十年成果，深入分析中国与共建国家贸易往来的快速增长，中国企业如何融入当地经济生态。

当第六届中国国际进口博览会如期举行时，我们通过《新时代·共享未来——第六届进博会直播特别报道》和《中国好，世界会更好！》等特别直播，以及精心制作的短视频，全面展示中国的开放形象和上海国际风采。中国（上海）自由贸易试验区建设迎来10周年，我们通



01

过新闻专题片《试验的价值》和特别策划《自贸区·新布局》，以及10集专题短片《外籍人士看自贸|我与自贸这十年》，深入总结了上海在改革开放综合试验中的十年历程和成就，展示了自贸区在制度创新、科技创新、产业升级、文化引领等方面的实践和成果。让世界看到了中国的发展成就，感受到了上海作为超大城市的独特魅力。

在纪念抗美援朝战争胜利70周年之际，我们制作《寻找英雄》融媒体系列报道，30分钟直播特别节目《铭记胜利——纪念抗美援朝战争胜利70周年特别报道》，3集纪录片《上甘岭》。这些节目和作品生动再现了伟大的抗美援朝精神，是今人对逝去的保家卫国英雄的深切怀念，激发了国人的爱国情怀。由上海话剧艺术中心与相关单位联合出品的大型话

剧《英雄儿女》在7月分别于上海大剧院和国家大剧院再度上演，带领观众在剧场重温这段峥嵘岁月，铭记历史。

在推动“长三角一体化”国家战略实施的过程中，我们通过多样化的报道形式，及时回应公众关切，传达各类支持政策和机会，提振社会信心，向人们展示一个生机勃勃、极具潜力的中国经济发展区域。东方卫视《东方新闻》《中国长三角》栏目推出5集系列报道《长三角一体化“田野调查”》。系列报道在聚焦成果的同时，围绕区域产业如何协同，财税利益怎样分配，如何更加彻底地打破行政藩篱、让资源要素在区域内更加合理顺畅地流通等方面进行攻坚探索。此外，我们携手沪苏浙皖四地卫视，围绕“一体化”和“高质量”两个关键词，进行专访，在“一盘棋”的思维中寻求答案，让访谈节



02



03

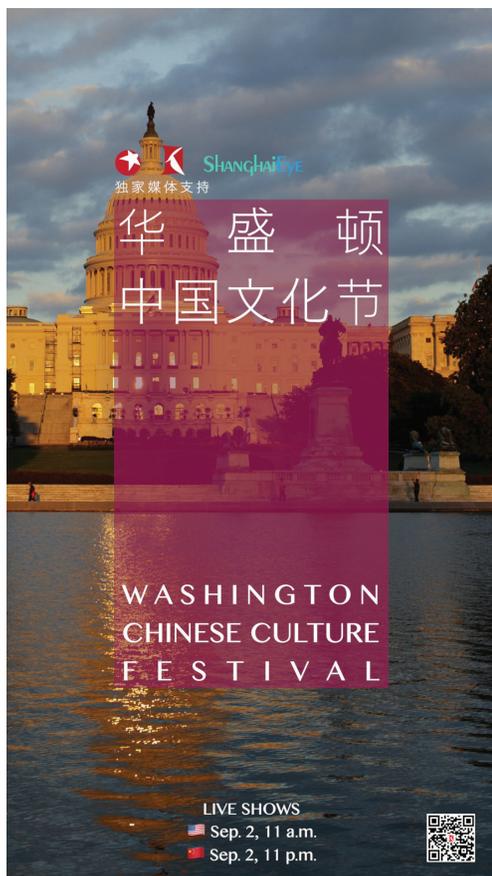
目呈现“一体化”之实。

在经济民生领域，我们关注国家大事，也体恤民众关心的小事。第一财经以专业、敏锐的财经洞察力，发现重要大事件，记录，分析，引领，发声。从硅谷银行倒闭风波的深度解析，到一线兴农方法论的调研；从医药反腐的系列调查，到私募跑路事件的全景揭秘，是本职工作，也是责任使然。《缺失国标的晾晒池：这类污水处理工程正在“裸奔” | 一线调研》一文，揭露污水处理行业的隐患，推动行业的规范化发展，得到了新华社内参的引述和中央领导的重要批示，展现我们深入调查研究、关注民生的新闻态度。东方广播中心推出《奔着问题去》《到一线去 破题求解》和《民心工程听民声》等系列报道，持续制作《民生访谈》《夏令热线：区长访谈》和《对话区委书记》等品牌节目，直面社会热点，深入基层，寻求问题的根源和解决之道。

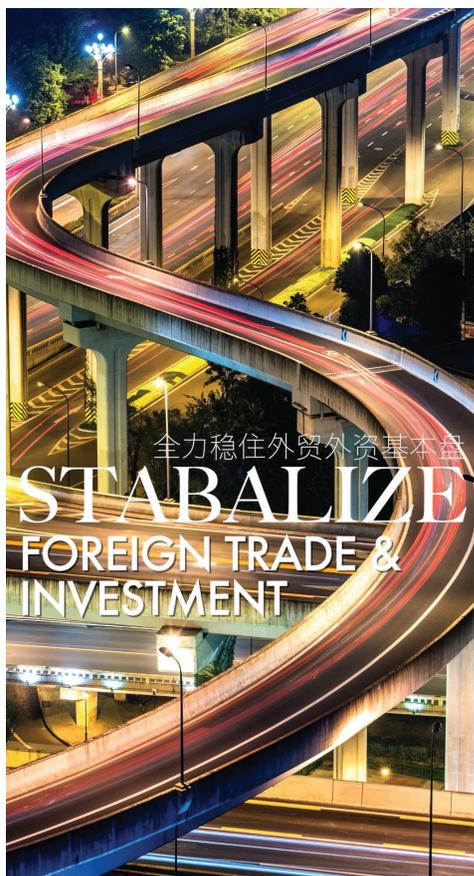
- 01- 新闻专题片《试验的价值》
- 02- 《长三角一体化“田野调查”》
- 03- 纪录片《上甘岭》
- 04- 《民生访谈》



04



01



02

## 我们坚守立场， 以实事求是的态度， 秉持发展与开放的精神， 发出中国的声音

2023年10月，我们成立上海文广国际传播中心 (SMG International)，整合旗下融媒体中心、第一财经、纪录片中心、东方卫视、五星体育、五星传播、演艺集团、东方明珠、小荧星等优质资源，举全台之力，建设旗舰产品 ShanghaiEye，全力将其打造成为国际传播超级视频IP。11月，ShanghaiEye 全面焕新，推出“ShanghaiEye24小时直播流”“ShanghaiEye+视频共享平台”“ShanghaiEye会客厅”三大拳头产品，以视频为鲜明特色，真实、立体、全面地讲好上海城市发展的精彩故事，展现中国式现代化的“城市样本”。在国际传播领域，ShanghaiEye全年各类短视频、专题片、纪录片、双语直播的视频总产量达9000条，海外总浏览量近2亿，YouTube用户的观看时长超100万小时。

我们始终致力于扩大中国在国际舞台上的影响力、促进国际交流与合作、维护国家利益，并为此不懈努力。从2023年3月习近平主席出访俄罗斯到11月中美元首旧金山会晤，融媒体中心发挥主流媒体作用，严格把握报道质量，确保信息传达准确、权威。海外记者站深化与国际媒体合作，实现“大小屏、中英文、内外宣”同步协同作战，展现历史性会晤的全貌。东方卫视各档新闻滚动聚焦外交，展现大国外交风范和良好的国际形象。看看新闻Knews精心推出“东方快评”系列，做

好习近平主席访俄的互联网舆论引导。外宣新媒体ShanghaiEye主动回应国际关切。

我们以广泛报道和深度解读，向全球观众提供多元化的新闻与文化产品，增强在国际媒体领域的影响力和话语权；我们以数据和事实的深入分析，帮助公众理解经济、政治、文化等领域的复杂议题，加深国际社会对中国发展和全球角色的认知。

原创大型思想政论节目《这就是中国》，向世界传递着中国的声音，讲述着中国的故事。五年前，节目诞生，以一种全新的方式，将深奥的理论转化为大众能够理解的语言。通过演讲和互动讨论，让老百姓关心的热点、难点、痛点问题得到了深入的探讨和解答。节目在B站上的累计观看量突破了1.1亿次，订阅数达到了126.5万，点赞超过了136.3万次。在抖音平台上，拥有184.6万粉丝，总播放量超过了5.8亿次。YouTube东方卫视官方频道上，节目覆盖了196个国家和地区，逾12亿人次的受众。我们用实际的行动，向世界证明了中国媒体的力量，讲述了关于坚持、创新和发展的故事。

第一财经研究院《跨越山海 | 2022 中国企业全球化报告》通过详实的数据分析，深入一线的企业调研，阐述了即便在保护主义和单边主义等全球化“逆流”出现的背景下，中国企业全球化的步伐依然坚定的事实。这份报告向世界发出了中国声音，传递了明确的开放信号，表明中国企业将继续扩大开放，深化与全球市场的融合，同时，也向持观望态度的国际市场参与者展现了中国企业和中国经济的韧性与活力。报告发布后，全球化、出海成为市场与政府关注的热词和重要议题。📍



01

## 文化塑心： 我们的兴台之源

文化是推动高质量发展的重要支点，是满足人民美好生活需求的重要因素。上海广播电视台，以文化为舟，以情感为帆，深耕于人文精神的沃土，捕捉着这座现代化国际大都市的人文之光；以市民的视角为镜，以共情为笔，绘出文明的底色，精心编织着能够激发民族精神、映照城市文化风采的瑰宝。

上海广播电视台在塑造中国现代化和开放的国际形象上起到积极作用，始终致力于推动中国文化走向世界。我们专注于提升节目的品位，不断提高内容的品质，努力打响媒体品牌，集中力量创作出更多具有国际大都市风范的视听作品，制作更多蕴含中国审美情趣的人文节目，塑造更多世界级的城市文化地标，以优质的文化供给拓展需求，以新型的文化需求引领供给，努力实现媒体发展的质的有效提升和量的合理增长。

## 以文化的深厚底蕴， 激发创意的火花， 以开放的国际视野， 拥抱世界的多元

我们用镜头捕捉文化的灵魂，记录文明的脚步。穿透历史的尘埃，纪录片将过往和传统化作当下生动的叙述，引导人们穿越时空的长廊，感受每一个时代的

01- 纪录片《何以中国》

02- 《斯文江南》第二季

心跳和呼吸。纪录片《何以中国》以考古发现为依据，讲述华夏先民走向农业定居、建立社会和文化、形成早期国家和文明，直至建立起统一多民族国家的历程。复原历史场景，重现历史人物，通过专业演员的精湛表演和主持人的深情演读，使得古籍中的名字和故事变得栩栩如生，让观众仿佛穿越千年，亲身体会到中华文明的博大精深。节目利用AI技术和全景声制作标准，以光影为媒，以声色为介，将文化的美以最

直观的方式呈现于世人眼前，加深了公众对中华文明的认识和理解，激发了民族自豪感和文化自信，对于弘扬传统文化、促进文化传承与创新、增强国家文化软实力具有深远影响。

如春风化雨，人文综艺节目以其独有的叙述表达，悄然影响着社会的价值观念，塑造着人们的文化归属与认同。它们在传递知识的同时，也在传递着一个民族的智慧和情感，文化的力量在不知不觉中深植人心。《斯文江南》第二季，作为东方卫视推出的文化类节目，深度挖掘江南地区丰富的历史文脉，通过演读历代文化名人的经典作品，让广大观众得以重温那些隽永的篇章，激发公众对传统文化的浓厚兴趣和文化自信。明星与学者共同参与，节目成功地将传统文化与现代传播手段相结合，为城市文化旅游的发展注入新的活力，推动了整个社会的文化传承与创新。

全媒体直播以创新、即时、互动、多元的传播方式，促进文化遗产的活化传承与广泛传播。《文物里的长江》文明探源全媒行动以长江这条古老而神秘的河流为线索，通过一系列直播活动，向世人展示了中华文明的深厚底蕴和时代价值。全媒行动集中展示长江文物和文化遗产保护传承、活化利用成果，生动展现长江经济带历史文化、山水文化与城乡发展相融合的幸福、繁荣景象，讲好新时代长江文物统筹保护、传承发展的故事，传播承载中华文化、中国精神的价值符号和文化产品。

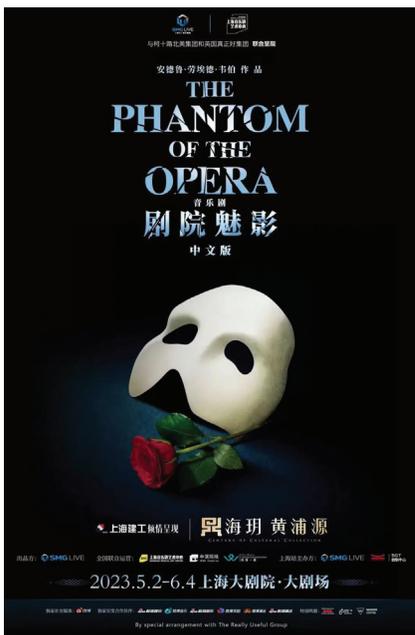


## 在全球化的浪潮中， 我们承载着文化交流的使命，“引进来，走出去”， 我们将多元文化的精华传播至世界每一个角落

2023年，音乐剧《剧院魅影》中文版的上演，为国内音乐剧市场注入了新鲜血液，更架起了一座连接中外、沟通中西艺术的桥梁。这部由安德鲁·劳埃德·韦伯创作的世界级经典，在上海开启了第18种语言版本的演出。此次中文版的制作由上海文广演艺集团出品，上海音乐剧艺术中心制作，得到了世界巡演版主创团队真正好集团 (RUG) 和柯十路北美集团 (Crossroads Live) 的全程参与和支持。《剧院魅影》中文版丰富了本土文化市场，也促进了国际文化的交流与融合，展示上海在文化自信和文化开放上的双重魅力。

外宣纪录片《行进中的中国》第二季以开放的姿态，深入探讨中国在经济转型、对外开放、制度优势、科技创新、生态保护、民生改善等关键领域的深刻变革，全面展现当代中国的多维风貌，向世界呈现中国的全面“答卷”。作为主流媒体制作的国际合拍纪录片，该系列纪录片主动回应国际关切，为全球观众呈现了一个真实、立体、全面的中国形象。

沪语舞台剧《繁花》第一季在香港文化中心大剧场上演，上海本土的文化瑰宝跨越山海，走向更广阔的舞台。随着幕布的缓缓拉开，舞台上的灯光照亮了演员们的脸庞，他们用沪语方言，演绎金宇澄笔下《繁花》中的人物命运和情感世界。这部



01

文学作品跨越了体裁的界限呈现给观众。通过提供繁体中文和英文字幕，让不同语言背景的观众都能聆听独特的“上海声音”，领略上海文化韵味。

在推动上海文化品牌建设上，我们以创新和突破的精神，实现了全媒体联动，为上海电影电视节、上海书展、2023静安国际光影节、上海国际艺术节等重要文化活动的宣传与落地提供了强有力的支持。这种全方位的媒体覆盖和深入的报道策略，增强文化活动的社会影响力，也为上海的文化旅游产业注入了新的活

力。通过电视、广播、网络新媒体等多种渠道的协同推广，上海广播电视台有效地服务了城市的文旅发展，为提升“上海文化”品牌的知名度和吸引力贡献了重要的媒体力量。⑤

- 01- 音乐剧《剧院魅影》中文版
- 02- 2023 静安国际光影节
- 03- 沪语舞台剧《繁花》第一季
- 04- 上海电视节



02



03



04

## 融合创新： 我们的强台之力

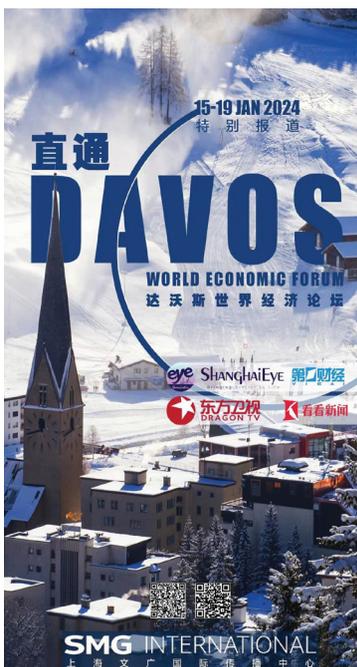
数字化已渗透进生活的每一个缝隙，互联网和移动设备的普及改变了人们获取信息和娱乐的方式。技术的更迭为媒体行业提供了新的内容生产和分发方式。融合，为内容创新注入活力，提升媒体与受众之间的互动性，触达更广阔的领域，为盈利模式的多元化提供新思路。

上海广播电视台拥抱全媒体时代，把握受众需求的变化和网络传播的规律，推动媒体融合、技术融合及产业融合。我们坚持“台网并重、智能引领、移动优先、首发原创”的基本策略，主动适应全媒体时代的传播规律，满足互联网受众的多样化需求。运用大数据、云计算等前沿技术，紧跟需求侧的新动态，有针对性地推进供给侧结构性改革。以融合创新提升媒体的竞争力和用户体验，促进商业模式的创新和相关产业的升级，并强化媒体作为社会守望者的责任，增强文化软实力。

### 融合创新， 捕捉数字化时代的光影， 塑造内容与品牌的 全新形象

在瑞士的雪域小镇达沃斯，世界的目光聚焦于此，上海广播电视台的记者团队忙碌着，开启了一场名为“达沃斯之战”的媒体融合报道之旅。手中的设备记录着世界经济论坛的每一个重要瞬间，内外宣相结合，以大小屏的媒介平台打破空间的界限，将中国的声音传递给世界，同时也将世界的声音带回给国人。

这场“达沃斯之战”，是一次媒体融合的创新实践。东方卫视的新闻节目中，观众可以看到来自达沃斯的现场报道；





02



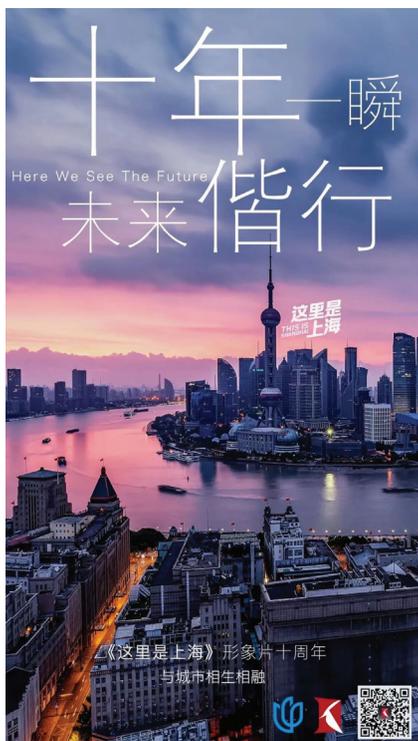
03

第一财经的深度访谈中，可以听到世界顶级投资界掌门人的声音；看看新闻的新媒体平台上，短视频和图文直播则让年轻一代的观众也能快速了解论坛的热点。融合，提高了信息的传播效率，增强了报道的国际影响力，为上海广播电视台在国际舞台上赢得了声誉，为中国的媒体品牌增添了光彩。

东方卫视和百视TV响应市场的变化，双屏战略让两大平台在内容生产、数字营销和品牌推广上实现了融合互动。针对年轻和高净值的受众群体，推出了如《今晚开放麦》《极限挑战宝藏行》等多元化节目内容。百视TV的“新蜂巢计划”利用AIGC等前沿技术，激励社会制作力量及个人创作新颖节目。

第一财经广播与阿基米德携手，以数字化生产推动广播融合。成功打造了《财经早点》等节目，利用网络平台试播收集用户反馈，实现内容的精准定位和即时更新。虚拟主播技术的引入，提升了内容生产效率，丰富了节目的表现形式。运用AI技术，节目片段得以智能拆分并快速分发，这种灵活度满足了互联网用户的收听习惯，增强了品牌的用户黏性。

- 01- “达沃斯之战”  
世界经济论坛的融合报道
- 02- 《今晚开放麦》
- 03- 《极限挑战宝藏行》



01

## 融合中， 我们的身份超越了 单一的记录者角色， 成为城市角色的塑造者、 城市记忆的守护者

数字化浪潮下，我们驱动媒体融合发展，用先进的数字化策略、互动的传播平台、前瞻的行业洞察，稳健应对风浪，推动城市数字化转型。

融媒体中心发掘时代的新，捕捉城市的美，用多元的纪录视角、丰富的视觉语言、成熟的技术手段，讲述你我在上海的故事。《这里是上海》十周年形象片，精心梳理十年来的人物故事和拍摄素材，致敬每一位城市建设者。从海关大钟养护人、海洋监测站检测员到青少年小小发明家，从射电望远镜首席科学家到SMG新闻主播、洋山港自动化码头桥吊员，融媒体中心用镜头记录了他们的日常，用影像串联起他们的奋斗。中心还携手上海大学新闻传播学院与腾讯，共同创立了“融媒创新机构工作室”。作为工作室的首个项目，“光影焕新计划——上海城市记忆保护”立足于上海的文化发展，结合看看新闻Knews的短视频创作能力与腾讯多媒体实验室的智能影像修复技术，对珍贵的老影像进行修复与保护，让模糊不清的历史画面得以

01- 《这里是上海》十周年形象片

02- “走进小巨人，对话创始人”

03- 微纪录片《申生不息》



02



03

重焕光彩，公众能够更加清晰、真实地感受到历史的变迁，与城市产生跨越时间的情感共鸣。我们以媒体融合的力量，记录了上海的发展，参与了城市形象的塑造，赋予了上海城市记忆新的生命力。

五星体育首次承办2023上海超级杯，开拓全产业链，为城市打造一张崭新的体育名片。比赛吸引了来自10余个国家和地区的140余名选手参加，1.6万余名观众现场观赛，上座率和票房收入均创新高。五星体育通过14个摄像机位，三台超高速大倍率摄像机，将赛事精彩瞬间以高清信号直播给全球观众，让无法亲临现场的人们也能享受到身临其境的观赛体验。从移动电视到各大社交平台，从图文报道到短视频分享，五星体育的全媒体分发策略与全面而立体的宣传让赛事的热度持续升温，相关短视频和文章的播放量（阅读量）突破了2.25亿次。五星体育跨越了传统媒介的隔阂，布局体育全产业链，将体育赛事的影响力扩散到了每一个角落，为上海体育产业发展与建设全球著名体育城市贡献力量。

第一财经研究院与上海市中小企业发展服务中心共同启动“走进小巨人，对话创始人”调研项目，是媒体与政府机构

的有效融合。记者和研究员深入企业一线，用镜头和笔触记录下专精特新小巨人企业的成长足迹和创新探索，这些故事通过网络新闻、社交媒体等多平台进行传播，触达更广泛的受众群体。研究团队对收集到的信息进行深度挖掘与分析，形成了内容丰富、见解独到的报告，为政府决策提供了坚实的数据支撑。通过媒体的传播，激发了公众对中小企业发展的关注和讨论，增强了社会对这一议题的认知和理解。媒体的角色不再局限于信息的传播者，而是成为了连接政府、企业与公众的桥梁。政府机构通过与媒体的合作，更好地发挥了服务企业、推动区域经济发展的引领和支持作用。

上海东方传媒技术公司（SMT）开发EPM系统，为医疗行业媒资中心和数字人应用提供了新场景。“东方智媒城”以“共享”“智慧”“活力”为核心理念，助力上海城市数字化转型。IPTV和新媒体平台的融合，拓宽了传统广播电视内容的传播渠道，增强了用户的互动性和参与感。微纪录片《申生不息》记录了城市更新案例，推动了城市文化的传播。都市乐聆切入城市康养赛道，满足城市不断增长的养老服务需求。



01



02

## “广电+”模式， 跨越媒介隔阂，激发创新的火花

- 01- 《爱乐之都》
- 02- 《我们的歌》
- 03- 静安国际光影节
- 04- “超沉浸制造局”

“广电+”模式下，上海广播电视台整合多种媒介资源，探索新的业务模式和合作伙伴关系，跨界融合，适应数字化时代的挑战，为观众提供了更加丰富、多元的视听体验，为行业注入了新的活力和创造力。

2023年秋，上海被别样的光影点亮，历史建筑在现代科技的映衬下焕发新生，灯光与倒影交织成城市中的流动画卷。SMG与上海市静安区人民政府联合打造“Shining Shanghai 闪亮·上海”静安国际光影节。SMG幻维数码的《魔幻钢琴》在慎余里的历史建筑上绽放，音符跳跃在光影之间，讲述着上海这座城市的过去与未来。在天后宫，SMG都市乐聆的“种子花园”艺术展陈，将传统文化与现代科技完美融合，为游客带来了一场跨

越时空的数字文化体验。

在这里，每个人都成为了光影故事的参与者和创造者。他们或是在手语项目的交流中，体验到了无障碍沟通的温暖；或是在志愿者的引导下，感受到了城市的温度和人文情怀。

SMG，作为这场光影盛宴的策划者和推动者，用创新和实践，让“广电+”的模式在这座城市焕发出新活力，为打造上海文化品牌、推进国际文化大都市建设贡献新力量。

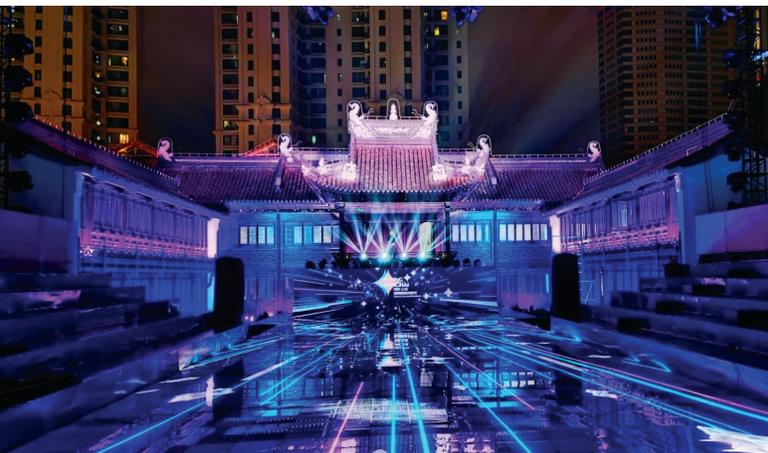
2023年，SMG打造“广电+新生态圈”，通过视听能力在“音视频+千行百业”中重新定义自己，深耕主业并拓展到文旅和IP领域。融合转型过程中，SMG为年轻群体打造一系列文化盛宴，建立情感共鸣。《爱乐之都》不仅仅是一档音

乐剧竞演节目，它打破了艺术界限，将音乐剧的魅力从专业舞台延伸到大众生活。通过集结多元背景的音乐剧演员，展现音乐剧艺术的无限可能，吸收外来艺术精华，形成中国年轻人独有的表达，让高雅艺术以更加亲民的形式走进年轻人的视野。《我们的歌》则以“跨代对话”和“经典再造”为核心，让不同年代的音乐人共聚一堂，用音乐架起了时间的桥梁，让经典旋律在新时代的背景下焕发新生。

百视通在2023年推出一系列“广电+文旅”创新融合新模式，服务于上海市场并辐射全国，与用户建立了深层次的互动。推出的三大品牌文旅活动——“百匠传非遗”大师课程、“世界是课本”三峡游研学活动，以及“上海是本书”行走课堂——旨在通过文化深度体验加强旅游的内涵，实现文化与旅游的双赢。其中，“上海是本书”活动，与上海电信、上海移动、上海联通IPTV及东方有线四大平

台的合作，成功实现了线上招募与线下体验的有机联动。活动设计了八条城市行走线路，与八大主题课程相结合，为100多组家庭提供了场景式、沉浸式的亲子游学体验。在上海白公馆举行的“沪语”建筑课，结合博物馆讲解和现场沪语教学，为参与家庭提供了独特的文化体验，增强大众对海派文化的认识和对本地语言及传统的兴趣。

SMG在“广电+IP”的融合路径上深耕文旅商贸新品牌，将城市发展机遇转化为自身的发展动力。推出“超沉浸制造局”，定制演出和展览等多元艺术项目，为公众提供沉浸式文化体验，打造出现象级文化节庆IP。闪电咖啡馆则实现了广播节目IP的商业变现，将线上的流量转化成线下的流水。目前，SMG已拥有2142个节目IP，并推出了“IP焕新计划”，使经典IP在新媒体平台上重生，展现了SMG在媒体融合和数字化转型中的创新与实践。S



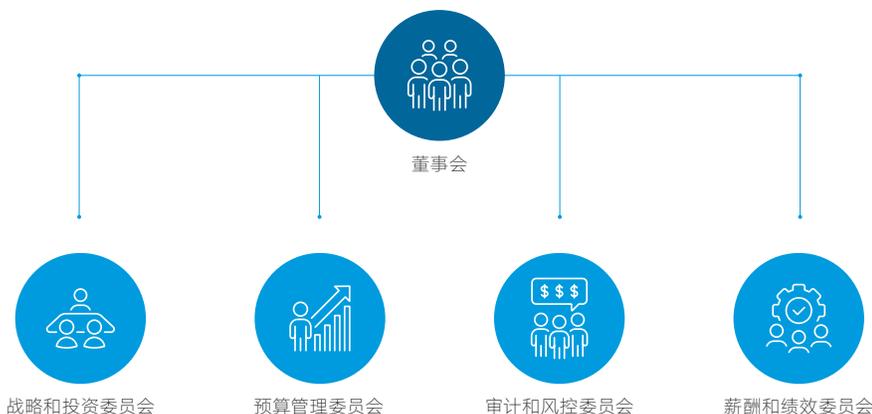
# SMG

安全运营落实	61
知识产权保护	60
商业伦理诚信合规	59
党建红色基因守护	56
企业治理结构	56

# 治理

## 企业治理结构

上海广播电视台(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。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。



## 党建红色基因守护

在中国特色的企业社会责任中,党组织建设是不可忽视的一环。在思想建设、组织建设、制度建设等方面,党组织可以提升企业的思想觉悟和政治素养,确保企业在履行社会责任时符合国家方针政策和法律法规的要求,促进企业与政府、社区、媒体等各方面的沟通和合作,增强企业的社会责任感和使命感,从而更好地履行社

会责任。

党建工作作为文化工作指明了方向,确保文化活动和创作坚持社会主义核心价值观,强化了文化工作者对中华优秀传统文化的自信,对激发文化创新、推动文化产业发展起到积极作用。同时,党建工作还强调了文化工作的公共服务职能,更加注重满足人民群众的信息和文化需求。



01



02

01- 文艺党课《永不消逝的电波》  
02- 文艺党课“足音”

## 党课也可以文艺范儿

上海广播电视台通过创新的文艺党课形式，将传统的党课教育与舞台艺术巧妙融合，成功地提升了党课的吸引力和教育效果。演艺集团以舞剧《永不消逝的电波》的展演生动地讲述革命故事，深刻传达党的初心和使命。剧中演员分享了他们的创作感悟，增强党课的互动性和感染力。致敬革命先烈，有效地弘扬红色文化，强化党员和群众对革命历史的认识。舞剧中展现的革命精神和坚定信念，激励着党员和群众，不忘初心，继续前进，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而努力。社区党员和志愿者的参与，进一步增强了党课的社会影响力，促进了党群关系

的和谐。艺术家和演员的专业技能和深刻理解，为党课增添艺术色彩，提高教育质量。

上海广播电视台东方卫视中心以“足音”为题，通过诗歌与故事相结合的文艺党课形式，展现主题教育学习成果的艺术转化，彰显党员干部在主题教育中“以学促干”的实践成效。这种创新的党课形式，是思想教育与文化艺术的碰撞。

上海广播电视台丰富了党建活动的内容与形式，也进一步增强了党组织的凝聚力和影响力，使党建工作更加生动、更具吸引力，有效地激发了党员的学习热情和参与意识。文艺党课的形式，体现党建文化工作的多样性和时代性，展现文化自信和文化创新的精神，是党建工作中的一大创新。

## 党建搭台， 促进知识共享与交流

东方卫视中心在推进媒体融合转型战略的过程中，采取了实地学习和调研的方式。在党组织引领下，走访调研行吟信息科技有限公司（小红书），聚焦于卫视在体制机制改革、经营改善以及媒体融合转型中遇到的难点问题，交流学习实际经验。

东方广播中心在开展主题教育的过程中，努力与广播自身特色联系起来，举办“初夏电波奇妙游”——2023年上海广播开放日活动，盛情邀请听众网友来到广播大厦体验限定开市的“电波市集”、具有历史记忆的“上海广播博物馆”，还有贯穿上海潮流地标的“电波巴士大巡游”等丰富多彩的活动。激发新阶段的传承与创新，扩大文化自信的时代影响力。

## 凝聚青年力量， 践行初心和使命

秉承“投身公益、回报社会”的初心和使命，台（集团）党群工作部与台（集团）团委凝聚青年力



01



02

量，服务社会。

来自台（集团）27家单位的330位青年，应党群工作部和团委的号召，汇聚成了“静安国际光影节”志愿者队伍。11天全情投入，完成咨询解答、秩序维护、物资搬运、点位值守、安全巡逻等各项志愿工作。青年们用创新的思维和行动，为听障人群制作了手语指引视频，用无声的语言，传递着爱与关怀。在没有排班的时候，随时待命，哪里需要人手，哪里就有他们的身影。不少青年放弃了整个国庆假期，全身心投入到志愿服务中，用行动诠释着“功成不必在我、功成必定有我”的使命担当。他们带着SMG的温度，让每一位市民和游客，沉浸在光影的独特魅力中。

01- “初夏电波奇妙游”——

2023年上海广播开放日活动

02- “静安国际光影节”志愿者队伍

# 商业伦理诚信合规

## 廉洁从业

**时时提醒, 防微杜渐。**台(集团) 纪委在廉洁从业方面采取了一系列措施, 以确保党的方针政策和台(集团) 改革发展战略的有效实施。

### 1. 主题教育整改整治

台(集团) 纪委对全台开展廉洁主题教育情况进行专题监督, 梳理出问题清单, 并制定专项整治方案。通过联动整改和建章立制, 确保问题得到有效解决, 并根据实际情况进行动态更新调整, 已完成问题清单及专项整治方案的落实销号。

### 2. 全面从严治党“四责协同”机制

落实台(集团) 党委的相关实施细则, 协助召开工作会议, 对领导班子成员落实“一岗双责”进行过程监督。明确问题清单和项目清单的内容, 并对直属单位领导班子成员清单制定进行审查, 确保完成情况纳入年终述职述廉内容, 实现闭环管理。

### 3. 聚焦“四个落实”

深入查找和解决阻碍政策落实的责任、能力、作风和体制机制问题。通过巡察整改检查评估机制, 推动被巡察单位党组织落实巡察整改的主体责任, 并梳理出共性问题。

### 4. 查办违规违纪违法问题

台(集团) 纪委查办了多起“靠台吃台、以权谋私”的问题线索, 对违规违纪违法人员进行处理, 并追回损失。同时, 加快案件办理进度, 确保问题线索和案件得到及时处理。截至2023年12月, 台(集团) 共查办“靠台吃台、以权谋私”相关问题线索82件, 其中立案6件, 共办结问题线索69件, 完成案件审查审理4件。

### 5. 中央八项规定精神的执行

将中央八项规定精神作为长期有效的纪律规矩, 从快从重查处违反规定精神的问题。对监管、执行、操作不到位的单位提出整改意见, 定期检查重点领域和岗位, 排摸隐患, 并在重要时期开展廉洁提醒。

### 6. 整改落实“回头看”

针对此前查实的问题, 开展整改落实的“回头看”, 确保整改措施得到有效执行, 防止问题回潮。

## 广告治理

2023年,广告管理部转型为商业创新中心,进一步统筹推进广告经营分层级制度建设,指导和督促各广告经营主体结合实际经营行为健全完善广告经营管理细则,确保经营过程有章可循、有据可查,有效防控经营风险和廉政风险,促进有序经营。

### 1.严控编播体系,确保安全播出0差错。

商业创新中心进一步加强流程管理,确保台(集团)9个频道安全播出零差错,确保元旦、上海两会、全国两会、春节、成都大运会、第十九届亚运会、第四届亚残运会、中秋国庆长假等重保期间,各经营主体广告经营导向安全、播出安全。

### 2.严把广告导向,严格广告内容审查的合规把关。

继续保持广告内容政治导向零差错,全年电视广告条次违法率仅为0.053%,远低于市监局0.15%的压控红线,未发生一起因电视广告播出而引发的重大舆情事件。

## 知识产权保护

SMG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。

2023年,SMG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。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。

2023年,上海广播电视台累计确权视音频节目9602期;与各类节目参与者签订授权文本2067份。2023年继续对多个原创多样态新媒体节目开展确权,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

01-《工人之路》珍贵文献资料展

02-《红旗映初心 奋进新征程》党史图片影像展

### 上海广播电视台

广播播出

200068

小时

电视播出

487217

小时

地球站上星节目播出

206903

小时

广播电视技术停播率

0.07<sup>秒/百</sup>

小时

## 安全运营落实

2023年，上海广播电视台广播播出200068小时，电视播出487217小时，地球站上星节目播出206903小时。广播电视技术停播率0.07秒/百小时。

2023年，组织对5个技术系统实施准入验收，开展安全播出和网络安全检查70余次。召开安全播出和网络安全工作会4次，下发安全播出情况通报12期。通过召开安播例会、健全制度规范、完善应急预案、落实检查整改、强化实战演练、开展特色活动等工作，确保了重要节目安全播出。S

# SMG

推行绿色管理，  
践行环保理念

68

成为自然使者，  
传播绿色力量

64

# 绿色行动足迹



01

上海广播电视台积极承担生态环境宣教责任, 普及环保知识, 提升公众意识。通过电视、广播、网络等多平台, 以新闻报道、专题节目和公益活动等形式, 深入探讨气候变化等环境问题, 鼓励观众参与绿色实践, 共同推动社会环保行动, 为建设生态文明贡献力量。

## 成为自然使者, 传播绿色力量

### 自然与人文的交汇

探索中国自然与人文的交汇处, 两部纪录片《绝美秘境: 行走的怒江》和《武夷山·我们的国家公园》以独特的视角, 向公众展示了自然保护、生物多样性和文化遗产的深刻故事。

《绝美秘境: 行走的怒江》深入云南怒江流域, 呈现了这片被誉为“世界物种基因库”的地区如何在中国脱贫攻坚的背景下, 以文化产品, 推动文旅产业发展。纪录片通过高黎贡山的壮丽景色和独龙族文化的亲密接触, 讲述生物多样性与文化遗产的互相扶持, 展示了当地居民如何在保护自然的同



时发展经济,实现人与自然的和谐共生。

《武夷山·我们的国家公园》细腻地描绘了武夷山国家公园的自然与人文面貌。第一集“山水”展现了武夷山的丹霞地貌和丰富的生态系统,第二集“众生”深入探讨了珍稀动植物的保护,第三集“源道”聚焦于武夷山的茶文化,记录了传统制茶工艺和茶农的生活。纪录片通过展示护林员和茶农的日常,强调保护整个自然栖息地的重要性,既展现自然之美,也彰显人文之光。

## 一路前行的环保使者

《一路前行》——这部由上海广播电视台与哔哩哔哩联手创制的环保公益纪实节目,以深刻的主题和生动的叙述,唤醒公众对绿色生活的向往与追求。节目以绿色现代化为核心议题,透过镜头深入探讨人与自然的和谐共生之道,彰显上海广播电视台在绿色传播上的使命与担当。

胡歌、刘涛、陈龙等环保使者,携着对大自然的敬畏之心,踏入可可西里的广袤无人区、腾格里沙漠的金色沙海、海南后海村的碧波之畔。他们或在自然保护区中沉思人与自然的的关系,或在沙漠中亲手扎下草方格,体验着治沙的艰辛与智慧,或在海洋塑料污染的前线,探讨着生态的脆弱与坚韧。向观众传达绿色生活方式的可行性和必要性。节目巧妙地将真人秀的真实感与纪录片的深度洞察相结合,记录了环保行动者在多样自然环境中的行动与反思。为观众提供了知识和启发,也强调了环保行动的紧迫性。

节目还涵盖了食物浪费、过度包装、低碳社区等与城市生活息息相关的环保议题,将环保理念与现代生活紧密结合,让观众看到环保可以融入日常生活的方方面面,从而推动绿色现代化的实践和思考。《一路前行》的播出,获得了极高的社会反响和评价,在传播绿色理念、推广环保行动、引领绿色生活等方面起到积极作用,也为建设美丽中国和推动社会可持续发展贡献媒体的力量。

01- 《武夷山·我们的国家公园》

02- 《武夷山·我们的国家公园》摄制组



02



01



02

## 三年三季《宝藏行》， 守护绿色宝藏

在东方卫视的荧幕上，一场特别的旅程缓缓展开，这是一次自然和文化的对话。东方卫视《极限挑战宝藏行》策划推出“国家公园公益季”。节目的镜头，带观众横跨中国的广袤大地，从三江源的雪山到海南的茂密热带雨林，从武夷山的碧水丹山到崇明岛的湿地生态，见证了自然的美丽，感受到了生物多样性的宝贵。海南长臂猿的高亢叫声，东北虎豹的威猛身影，以及武夷山夜晚的神秘动物，都是我们人类共同守护的宝藏，它们的存在，证明了我国生态保护体系的建立和成效。

节目中，嘉宾们与当地居民一起，完成了一系列挑战任务，在白山黑水间寻找虎豹的足迹，在武夷山的古道上探索，在海南的热带雨林中探险。深入挖掘了当地的文化和社会发展，从当地人的故事里看到人们生态理念的转变。《极限挑战宝藏行》鼓励人们走进自然，去保护生态环境，去体验和传承多彩的文化，每个人都可以成为自然宝藏的守护者。

## 世界城市日， 为了一个更加绿色、 可持续的世界

以“汇聚资源，共建可持续的城市未来”为主题，2023年世界城市日中国主场活动在沪启幕。作为活动的重要组成

- 01- 《极限挑战宝藏行》
- 02- 《世界城市日》
- 03- 《绿点中国》
- 04- “ESG中国”媒体人工作坊

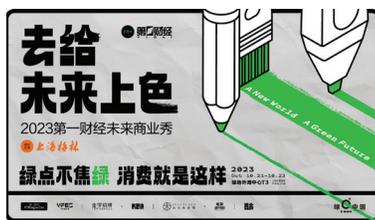
部分，第一财经成功承办了主题为“绿色发展和可持续发展投融资”的城市经济论坛。

论坛汇集了多领域专家，深入探讨了如何通过金融创新支持环保项目，构建可持续城市发展模式，细致探讨绿色金融产品、环境风险评估、碳市场建设等关键领域，旨在推动经济向绿色转型，促进生态文明建设。论坛上，第一财经研究院发布《跨越山海 | “一带一路”倡议十年报告：新丝路 共发展》。报告对“一带一路”倡议十年来的进展进行了全面回顾和深入分析，特别指出，在该倡议框架下，中国与合作国家在项目实施中更加重视生态保护和可持续性。

## 绿点中国， 回到绿色世界

以“回到绿色世界”为主题，由第一财经主办的“2023绿点中国暨未来商业秀”聚焦可持续发展和绿色创新，吸引了大量的品牌企业和300多个案例参选。这场盛会是SMG践行绿色传播责任的具体体现，记录着和展示着优秀商业体的努力，将绿色理念和可持续发展的重要性传递给了公众，从而激励更多的企业和个人投身于绿色行动。

绿点中国活动为绿色可持续创新理念及实践提供了展示和交流的平台，在媒体传播和专业评审过程，也提升了公众对绿色发展重要性的认知，促进了绿色可持续创新理念在更广泛层面的共享与实践。



03



04

## 播撒绿色发展的种子， 服务企业可持续发展

上海广播电视台通过布局企业知识服务赛道，加速企业数字化转型和知识管理的创新，播撒绿色发展理念的种子，为构建可持续商业环境和生态文明注入了生机与活力。

第一财经主办了3场“ESG中国”媒体人工作坊，分别以评级、实践、投资为话题，培训60余位ESG领域专业记者，包括央媒、门户网站、主流财经媒体以及华南、华中等重点地方媒体，帮助新闻媒体人培养和提升对ESG的认知水平，引导新闻媒体从业者更好地创造和传递有价值的内容，对社会和企业有更多的理性监督与积极探索。

# 推行绿色管理， 践行环保理念

## 绿色办公

---

2023年，SMG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。

## SMG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，要求夏季不低于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

---

SMG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。2023年，SMG调整了上视大厦冷冻机组的供电路由，减少了电路传输过程中的损耗，提升了用电效率。⑤



## 绿色管理案例 梅赛德斯-奔驰文化中心的低碳贡献

SMG旗下梅赛德斯-奔驰文化中心，作为上海新十大地标建筑之一，与毗邻的黄浦江和谐共生。

清晨，当第一缕阳光透过江面，照射在文化中心的玻璃幕墙上，这里便开始了一天的绿色之旅。员工们在“周一素食日”的倡议下，用一顿简单的素食早餐，开启了低碳生活的一天。当夜幕降临，文化中心的灯光逐渐熄灭，响应“地球一小时”的号召，将节约能源的理念传递给每一位过往的行人。

在文化中心的每一个角落，都能感受到绿色低碳的实践。从可降解的环保餐具到节能的LED照明，从雨水回收系统到江水循环冷却的空调系统，每一步都体现了对环境的深切关怀。每年的“世界地球日”，文化中心通过一场场主题活动，将环保理念传达给公众。

文化中心的这些举措，赢得了“环保诚信企业”的荣誉，在全球可持续发展项目AEG 1Earth中获得了“最佳节约用水项目”奖项，成为绿色发展的标杆。在这里，绿色低碳不仅是一句口号，更是深入到每一个细节的实践，是SMG绿色发展理念的生动体现。



# SMG

文化赋能，  
见证乡村振兴

文化融合，  
促进文化润疆

75

72

# 共同富裕助力



## 文化赋能， 见证乡村振兴

媒体在乡村振兴中发挥着不可或缺的作用，为乡村的可持续发展和文化传承贡献重要的社会价值和文化力量。

在乡村振兴的国家战略中，上海广播电视台扮演了积极、多元的角色，通过结对帮扶、消费帮扶、文化互助等多种形式，为推动乡村发展贡献力量。

### 消费帮扶， 搭建乡村振兴模式

东方购物平台积极响应国家关于深化消费帮扶、助力乡村振兴、促进共同富裕的号召，通过“走出去盘活原产地优质资源”和“引进来双向赋能聚力增效”的策略，深入乡村，与地方政府及企业合作，精准对接当地所需。2023年，聚焦新疆伊犁州的优质农文旅产业资源，通过线上线下平台加大消费帮扶力度，成功举办旅游宣传和特色农产品推介活动，推出的“中秋包机精品旅游产品”和“南北疆10日包机游”等旅游产品，有效助力了当地旅游品牌的发展。

此外，以“农文旅+广电媒体+零售”的一体化融合模式，与江苏泗阳县合作打造“走进长三角”IP，提供商品选品、旅游线路定制、全媒体营销策划等整体解决方案。这一模式的成功，促使东方购物迅速将其复制到福建宁德、青海果洛等地，通过差异化的策略，挖掘更多合作的潜能，深化农文旅融合，实现双向发力、同向发展。



01



02

## 挖掘乡村振兴宝藏

《极限挑战宝藏行》节目从2020年起已经走过了三季历程，见证了中国脱贫攻坚战的收官，发现三区三州的幸福生活，传递“绿水青山就是金山银山”的绿色发展理念，并在探索国家公园生物多样性的过程中，展现了我国保护自然生态系统的成果。节目通过“宝藏团”成员的亲身体验和探索，带领观众深入了解中国乡村的自然风光、人文情怀和产业发展，感受乡村振兴带来的生态美、人文美、产业美、生活美。

新一季，《极限挑战宝藏行·和美乡村季》，“宝藏团”成员们深入古茶林，体验采茶的过程，了解当地如何将民族特色转化为促农增收、助力乡村振兴的产业，学习景迈山“山共林、林生茶、茶绕村”的整体景观生态，感受中国乡村的传统与现代交融、自然与人文和谐共生的独特魅力。通过真实的记录和深入的体验，为观众呈现了一幅幅中国乡村的美丽画卷，为乡村振兴战略的实施提供了有力的宣传和支持，激发社会各界对乡村发展的关注和参与，共同推动中国乡村振兴的进程。

01- 东方购物“大美青海 走进果洛”大直播

02- 《极限挑战宝藏行·和美乡村季》



《美好在出发》

## 青春赋能乡村振兴

这不只是一次简单的发现之旅,《美好在出发》通过“推红大会”等活动,利用电商直播平台资源,积极推广乡村的文化与产业,实现了从认识乡村到助力乡村的完整闭环。

节目集结青年“美好发现官”,深入云南红河县、贵州荔波等地,记录了乡村的美好人物和奋斗故事。通过东方卫视和百视TV的媒体矩阵,以及抖音直播间等新媒体平台,构建了“播销一体”的新模式,打破了传统媒体与电商之间的壁垒,实现了即时的高转化变现,为乡村产品提供了更广阔的市场。“美好发现官”们是节目的参与者,更是乡村振兴的见证者和推动者。他们用自己的行动和影响力,吸引更多年轻人关注乡村、回归乡村,参与到乡村振兴的伟大事业中来。通过展现乡村青年的奋斗故事,节目传递了一种积极向上、勇于担当的青春力量,激励着每一个人为乡村振兴贡献自己的力量,也让更多观众了解到乡村的秀美壮阔和与时俱进的产业经济发展,激发公众对乡村振兴的共鸣和支持。

# 文化融合, 促进文化润疆

## 文化润疆的团队建设

上海广播电视台投身于人才培养、技术创新和媒体融合的实践, 架起沟通东西的桥梁。

### 人才培养与交流

2023年, 上海广播电视台选派了1名台管干部作为上海市第十一批援疆干部, 赴新疆担任喀什地委宣传部副部长, 加强了沪喀之间的联系, 有助于提升当地宣传工作的质量和效率。

### 打造“带不走的新闻队伍”

上海广播电视台融媒体中心充分利用主流媒体的影响力, 结合沪喀两地的融媒矩阵优势, 通过多种形式的培训和实践, 为喀什地区培养了一支专业的新闻队伍。这支队伍将成为喀什地区传播新闻、讲好故事的重要力量。

### 技术创新与文化传播

利用数字传播技术创新优势, 上海广播电视台将全国首档全虚拟元宇宙资讯节目《早安元宇宙》在喀什落地播出, 丰富了喀什地区的文化传播形式, 使喀什地区的观众能够接触到最前沿的媒体技术, 看到生活中更多可能。

### 《上海温度》融媒专区

开辟并常设的《上海温度》融媒专区, 为讲述沪喀援建故事、促进喀什文旅消费、助力对口地区乡村振兴提供了一个重要的平台。通过这个专区, 可以更系统、更深入地展示沪喀两地在经济、文化、社会等方面的交流与合作成果。

### 增强干部履职能力

上海广播电视台加强了与喀什地区的合作, 切实增强了干部的履职能力, 使他们能够更好地适应新时代的要求, 更有效地开展工作。⑤

01- 杂技剧《天山雪》

02-《丝路·东方》



## 润疆案例 丝路·东方, 文化援疆

在2023年的上海文化领域援疆成果中, 一场特别的汇报演出在北外滩友邦大剧院上演。“丝路·东方——上海文化领域对口援疆暨百场轻音边疆行汇报演出”汇集了音乐、舞蹈、情景剧、海派皮影戏等多元艺术形式, 上海与喀什两地艺术家共同创作与表演。它是对文化交流成果的展示, 也是对沪喀两地深厚友情的具象呈现。

莎车十二木卡姆歌舞团与上海轻音乐团合作的《金梭银梭致青春》尤为引人注目, 这首作品巧妙融合了朱逢博的成名曲《金梭和银梭》与新疆的《青春舞曲》, 在保留十二木卡姆原生态艺术特色的同时, 引入了现代音乐元素, 展现了中西合璧的艺术魅力。

82岁高龄的屠巴海先生亲自指挥的原创歌曲《叶尔羌河的声音》和《云彩和时光》, 身体力行地为沪喀文化交流尽自己的力量。上海轻音乐团在“百场轻音边疆行”活动中创作《不到喀什就不算到新疆》《三千年之恋》《丝路》等, 用音乐展现大美新疆, 感受人文魅力。

沪喀两地的文化交流活动加深了各族人民对美好生活的向往和追求, 也为促进新疆地区的长期稳定和持续发展, 为铸牢中华民族共同体意识, 贡献了媒体的力量。



01



02

## 润疆案例 天山脚下的文化之旅

历时20天的巡演，9场演出，杂技剧《天山雪》团队带着满腔热情，穿越6个演出点，传递杂技艺术的魅力，将上海与新疆的文化交流和融合生动地呈现在观众面前。

11月的喀什，寒风中带着一丝暖意，喀什大学新泉校区剧场内，掌声雷动，线上直播吸引了近7万观众的目光。《天山雪》的创作，源自上海市马戏学校新疆班荣获国际金奖的抖杠节目，以创新的杂技语言，讲述了沪疆两地三代人交往、交流、交融的故事。创作团队数次深入新疆采风，将70年来新疆的发展成果和当下的幸福生活融入剧情。剧中，当主人公回到新疆，各族人民载歌载舞，笑脸盈盈，展现民族团结，传递出积极向上的价值观。海派杂技人的努力探索和创新实践，更是为杂技艺术的发展注入了新的活力。

随着巡演的深入，剧组的脚步从叶城到泽普，从巴楚到莎车，他们根据当地的剧场条件，策划每一场演出，力求将最佳的艺术效果呈现给观众。这次杂技剧巡演是文化润疆的精彩实践。让新疆的自然美景、文化特色、社会稳定和人民幸福生活的故事传遍全国，促进了文化交流，增强了民族团结，提升了文化自信。

## 润疆案例 财经搭桥，润疆新丝路

“一带一路”倡议迈入第十个年头，喀什地区作为丝路经济带的重要支点，独特区位优势愈发凸显。第一财经发起“2023上海-喀什投促大会”项目，携手上海投资咨询集团，深入喀什四县——莎车、泽普、叶城、巴楚，进行了细致的调研，探索了文化赋能与经济结合之道。

在上海国家会展中心举办的“文化搭台 经济兴疆，2023上海-喀什产业投促大会”上，喀什的多元文化和优质资源得以精彩展示。非遗文化的传承、民族特色的歌舞、金胡杨的美景以及丰富的土特产，喀什的自然与人文魅力吸引了众多企业代表的目光。第一财经发挥平台优势，整合了上海各区的资源，与全国投融资企业、500强企业合作，共同举办了系列座谈会、沙龙等活动，深入了解喀什所需，为喀什的文旅及特色产业高质量发展注入了新动力。会上，四项合作协议的签署，沪喀两地在文化产业、体育产业、文旅综合体建设等方面的深度合作正式开启。

这是文化与经济深度融合的实践，沪喀两地的合作必将为新疆的长期稳定和可持续发展注入新的活力。

# SMG

- 培育文化火种，建设提升公共文化服务 ..... 80
- 传递人文关怀，播撒关爱与支持 ..... 84
- 唤醒公众意识，力行公益宣传与实践 ..... 90

# 友好型 社会生态共筑



## 培育文化火种， 建设提升 公共文化服务

上海广播电视台作为城市文化的重要传播窗口，始终致力于服务上海的中心工作，促进公共文化服务建设与提升，积极打响“上海文化”品牌，弘扬城市精神品格，展现国际文化大都市的独特魅力。

### 以创新表达传播中华 优秀传统文化

- 01- 《明月东方·中秋奇遇夜》
- 02- 《了不起的宝藏》

以创新的传播方式，推动中华优秀传统文化的创造性转化，为创新发展提供新动力、新平台。

东方卫视的“明月东方”中秋晚会，以创新的表达形式，成功地传播了中华优秀传统文化，为全球华人呈现了一场文化与情感的双重盛宴。晚会巧妙融合了传统与现代元素，通过精心编排的节目内容和创新的舞台设计，展现了中华文化的独特魅力和时代风采。无论是《我型我秀》家族的重聚，还是原创舞剧《诗忆东坡》的演出，都体现了东方卫视对文化的深刻理解和创新传承。晚会特别关注在中秋夜依然坚守岗位的人们，通过连线 and 特别节目，传递了对每一位观众的中秋祝福和家国情怀，彰显中华传统文化中重视家庭和团圆的核心价值观。

由上海广播电视台融媒体中心与上



01



02

海博物馆联合推出的《了不起的宝藏·探宝上博》第二季，也是对中华优秀传统文化的创新表达。以25集的篇幅，每集4-5分钟，通过新媒体平台和电视频道的广泛传播，为公众具象化呈现文化与历史。节目精心挑选上海博物馆的25件国宝级文物，通过专家深入解读和高科技影像手段运用，将文物背后的中国精神、审美和价值观生动地展现出来。以“故事化”的表达方式和对“冷知识”的趣味性解读，成功地将文物背后的历史与文化融入到短小精悍的故事中，让观众在轻松愉悦的氛围中感受到中华文化的博大精深。

## “汇声绘影”，提升大众文化欣赏水平

---

提供社会大美育资源，为广大市民群众带来高水准、多样化的文化盛宴。

版权资产中心坚持开展影像资料公益播映与宣讲已有近20年历史。携手徐家汇书院联合打造“汇声绘影”主题观影活动，参与该品牌活动的工作团队覆盖中心各业务板块人员。依托馆藏珍贵影像资源，围绕红色文化、海派文化、江南文化等主题，深度挖掘影像内容，精心准备了一系列播映片，以及相匹配的观影导赏课件，为提升大众文化欣赏水平作出贡献。

## “五五购物节”，大直播迭代创新

---

为打造全球消费城市贡献声势，媒体服务城市发展、满足人民需求。

“五五购物节”全球大直播有效打响了“上海文化”品牌，是一次媒体融合传播和城市品牌推广的创新实践。通过“大直播夜+小直播周”的模式，东方卫视在促进消费、推动经济发展方面取得了显著成效，在文化传播、社会责任等方面展现了主流媒体的影响力。四年的探索，使得东方卫视在直播模式、内容表达、资源整合等方面更加成熟，形成了具有自身特色的直播理念。同时，也体现了东方卫视与上海这座城市的共生关系，媒体为城市的品牌推广提供了有力支持。

## 经典947“2023辰山自然生活节”， 自然美景与文化艺术互动

有效利用文化资源，推动文化旅游融合发展，提升城市文化软实力。

上海人民广播电台经典947举办“2023辰山自然生活节”为市民提供了一个集自然美景与文化艺术于一体的互动体验平台。为游客和观众朋友们呈现了总计超过80小时的精彩活动，5大板块、4大舞台、28场植物科普活动，50场现场音乐艺术表演，极大程度丰富了公众的文化生活，增强了文化参与感和获得感。充分体现出媒体机构在公共文化服务中的积极作用，通过创新的文化活动形式，促进文化艺术的普及和传播，为上海城市文化品牌的塑造和提升作出贡献。

01- 经典947“2023辰山自然生活节”

02- 《春夏秋冬又一春》

03- 《超级进化》





02



03

## 财经视角下的文化软实力

以专业财经媒体视角，结合文化行业特点，为上海乃至全国的文化品牌建设和公共文化服务的提升贡献智慧和力量。

财经类纪录片《春夏秋冬又一春》和《超级进化》以不同的视角和叙述方式，展现中国企业家精神的深厚文化底蕴和对时代变革的深刻洞察，反映了文化与经济发展的融合之道。

《春夏秋冬又一春》以“四千精神”的火种，点燃了温州模式的创业激情。用四季的轮回，比喻了企业与个人成长的周期，将文化的深厚底蕴与创意的火花巧妙融合。《超级进化》记录了企业管理在逆境中的变革与创新。这部纪录片是对现实问题的直面，也是对未来趋势的思考。以开放的国际视野，拥抱了世界的多元，展现了中国企业家在全球化背景下的应变之策和管理智慧。

两部纪录片通过详实的案例和深入的分析，带领观众走进中国企业发展的历史长河，理解企业家精神如何随着时代的变迁而演进，传达出了一种文化自信和时代精神。为文化服务的创新与文化品牌的塑造提供了新的思路，推动了文化产业的发展和文化产品的多样化，进一步拓宽了公共文化服务的受众基础。

## 传递人文关怀， 播撒关爱与支持

上海广播电视台关注社会各  
类群体，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。

### 《路过·人间》关注无桌面人群

路过人间，我们得以一窥那些平凡却充满力量的生活，感受到每个人对美好生活的追求和向往。

纪录片《路过·人间》通过真实记录“无桌面人群”的日常工作与生活，为大众揭开了这一群体丰富多彩的生活面貌和内心世界。这些人物包括数控技师、桥梁维修工、动作捕捉演员、工作犬训导员等，他们的职业各不相同，构成了社会运转不可或缺的一部分。

《路过·人间》深入探讨了“无桌面人群”面临的挑战，如虚假招工信息、求职成本高、培训渠道受限等问题，同时也展现了他们在城市发展中的重要作用和对人文关怀的需求。通过个体的生活细节，纪录片以小见大地反映了上海的城市精神和发展态势。片中的主人公之一，黄东旭是典型的“无桌面人群”。身为桥梁维修工，每天从午



《路过·人间》

夜十二点开始工作，桥梁凌晨三点就要通电通车，他需要在保证安全的情况下逐个检修所辖范围内的桥梁零部件。桥梁长得看不到尽头，每天的工作时间却很短，黄东旭不急不躁，仔仔细细地完成修理工作，日复一日尽好自己的职责，在细微处保障城市基础设施的安全性。

《路过·人间》是对“无桌面人群”生活的真实写照，也是对每一个在城市中努力奋斗的人的致敬。它提醒我们，每一份工作都值得尊重，每一个人都有他们独特的故事，而这些故事共同编织了我们社会的丰富多彩。

## “她力量”， 看见柔和坚韧的女性

---

我们愿成为一面镜子、一扇窗，映照出新时代女性的独立与自信，让“她”的温柔与坚韧、才华与梦想被看见。

“性别无差，学科无界”。在推动性别平等和女性赋权的全球背景下，第一财经参与并协办浦江创新论坛的女科学家峰会，以“性别无差，学科无界，地域无限，转化无碍”为发展理念，推动全球开放的创新生态建设。

2023年度的浦江创新论坛女科学家峰会聚焦“探索无界，链接未来”的主题，汇聚了来自全球的科技领域女性精英，她们在各自的专业领域内取得了令人瞩目的成就，成为了科学探索和技术创新的领军人物。这些女性科技工作者的参与，为峰会带来了多元化的视角和创新的思维，促进了跨学科、跨地域的深入交流与合作。

上海作为峰会的举办地，特别强调了女性科技人才的发展，通过一系列政策和措施，如放宽科技计划项目的年龄限制、搭建交流平台、完善评价激励机制等，推动女性科技人才的成长和进步。为女性科技人才提供了更广阔的发展空间，也为上海乃至全国的科技进步和创新体系建设贡献了力量。

在全球化的今天，科技创新已不再是单一国家或地区的事情，而是需要全球范围内的共同努力。女性科技人才作为这一进程中不可或缺的一部分，她们的智慧和努力将为解决全球性问题、促进世界科技进步、推动可持续发展带来无限可能。

- 01- 《妈妈咪呀》第八季
- 02- “润爱无声”人工智能手语翻译项目
- 03- 《嘎讪胡》

“她不该被定义”。东方卫视的舞台上, 一位位妈妈从幕后走向台前, 带来一股温柔坚韧的力量。《妈妈咪呀》睽违三年暖心回归, 节目剪碎捆绑在妈妈身上的标签, 传递出“妈妈不该被定义”的强烈信号。

她们中, 有的将孩子视为生活的全部, 有的在家庭与事业间艰难抉择, 有的默默承受着外界对“贤惠”的期望。在《妈妈咪呀》的舞台上, 她们不再是单一的“妈妈”, 而是一个个鲜活的个体, 她们用歌声与舞步, 讲述着自己的故事, 展现着自己的梦想。

节目观察员用掌声和鼓励, 为每一位妈妈的勇气和才华喝彩, 用理解和尊重, 重新定义了“妈妈”这一角色。观众们看见了女性柔和与坚韧的完美融合。妈妈们用她们的才艺和情感, 打破了刻板印象的桎梏, 证明了女性即使在承担起家庭重任的同时, 也能追求个人的成长与自由。她们的每一次转身, 都是对自我价值的一次深刻肯定, 她们的每一次绽放, 都是对新时代女性角色的一次精彩诠释。

## 科技助力听障人群 有爱无“碍”沟通交流

诠释“科技向善”, 我们通过科技的力量, 助力构建一个更加温暖、更加包容的社会, 让每一个人都能够感受到社会的温暖和平等的尊重。



01

“润爱无声”人工智能手语翻译项目是上海广播电视台在科技领域的一大创新举措, 也体现了我们对社会责任的深刻理解和对不同社会群体的深切关怀。通过与上海科技大学的紧密合作, 推动了广电产业的转型, 以实际行动关注和支持听障人士, SMG致力于打破沟通的壁垒, 为他们提供一个更加平等和便利的社会参与环境。

该项目的实施, 为听障群体带来了直接的福祉提升, 向整个社会传递了一种理念: 技术进步应服务于社会, 通过创新来促进包容性发展。SMG通过“润爱无声”项目, 展现了作为媒体机构的社会责任, 也起到积极作用, 鼓励更多企业和组织共同为建设一个更加包容和无障碍的社会而努力。

## 关注信息时代下， 银发群体的文化需求

在现代社会老龄化的背景下，我们探索媒体融合转型的新模式，为老年人群提供更加精准和贴心的服务，以满足银发群体在信息时代的物质和精神文化需求。

通过精心策划的节目内容和贴心的服务设计，都市乐聆成功打造了多个子品牌IP，如《嘎讪胡》《老好的生活》等，深入探讨养老话题，提供实用的为老服务和政策解读。都市乐聆还开通了法律援助专线，普及法律知识，并通过《乐聆一点通》等节目，教授老年人使用智能设备，提升他们的生活质量。在节目呈现上，通过字幕优化、语速调整等细节关怀，确保信息传递的清晰度和易理解性，全面优化适老化的观看体验。

金色学堂作为上海东方明珠新媒体股份有限公司旗下的中老年专属学习平台，也照顾到了银发群体的特点和需求。它提供了一个覆盖广泛学习内容的专属空间，包括健康养生、文化艺术、生活技能等，还通过有线电视、IPTV和移动应用等多渠道接入方式，确保中老年群体学习的便捷性和可及性。金色学堂通过举办如九九重阳节等文化活动，鼓励中老年人积极参与社会生活，增强他们的社会参与感和社区归属感。平台的建立和运营，丰富了中老年人的精神文化生活，有助于提升他们的生活质量，缩小数字鸿沟。



02



03



01

## 关爱青少年儿童成长

我们为孩子们的成长注入文化的力量, 培育他们对美好生活的向往和追求。

**营造爱与梦想的成长空间。**小荧星, 记录孩子们的笑声和成长脚步, 以一系列富有创意和温情的项目, 为上海的儿童友好城市建设添砖加瓦, 营造充满爱与梦想的成长空间。在黄浦区, 小荧星集团与妇女联合会携手, 启动了“城市小主人”项目。孩子们用他们的“一米视角”观察世界, 通过视频表达对黄浦区未来的憧憬。小荧星为孩子们准备的公益课程, 让他们在实践中学习, 在互动中成长, 从主持演讲到拍摄剪辑, 孩子们的才华在这里得到了充分的展现。小荧星在浦东新区打造“童悦空间”, 聚焦现代化城区建设, 探讨如何打造儿童友好的空间, 探索可复

制、可推广的“浦东经验”。

2023年, 小荧星集团的教研团队将服务年龄再下沉, 东视旗舰校建立了首个“儿童早期教养社会化服务点”, 为幼儿提供全艺术门类的沉浸式教育。为浦东各街镇的妇儿家服务中心、友好空间提供了20余场优质公益课程。这是小荧星的故事, 也是上海儿童友好城市建设的生动实践。

**青少年儿童艺术教育。**青少年儿童的艺术教育, 关乎技能的传授, 还关乎孩子们个性成长的淬炼。小荧星集团通过一系列精心设计的活动和项目, 将这些关键词紧密联结起来, 为孩子们提供了一个全面发展的平台。小荧星启动“330课后服务进校园”项目, 将专业的艺术教育延伸至校园内, 已为超过20万名学生提供了包括书画、舞蹈、声乐等在内的22个专业、355门兴趣班的高品质艺术教育服务。

与上海风语筑元宇宙数字艺术馆的

01- 浦东新区“童悦空间”

02- 《潮童天下——最美新疆》第三季



02

合作中，让孩子们体验AI、AR、VR等高新技术，体会互联网与现实的融合，探索艺术思维的新领域。

**播下文化交融的种子。**从封闭的录影棚走到大自然，从上海走到全国，《潮童天下》节目团队秉持“记录中国孩子的美好童年”的初心，以孩子的视角去观察生活、去聆听故事、去探索发现。2023年，《潮童天下——最美新疆》第三季播出。节目主持人金炜哥哥带领上海的小朋友们走进新疆巴楚，与当地的孩子同吃、同住、同游、同学，共同体验了新疆的风土人情和文化魅力。

这次体验让上海的孩子开阔了视野，让新疆的孩子感受到了外界的关爱和温暖。通过这样的互动交流，孩子们学会了尊重和理解不同的文化，在他们心中播下了文化交融的种子。

**“1份早餐”公益项目。**“1份早餐”项目自2011年6月1日开始，起初是向云南省怒江州泸水市上江镇平安寨添富小学、旧乃山完小两所学校的439名师生持续捐赠在校期间每日早餐。截止到2023年12月底，已经有四所学校加入项目中，受益师生规模近1500人，累计捐赠早餐份数超过100万份。这一数字背后是无数个清晨的温暖和关怀，是对未来一代健康成长

的投资。

**“河流·孩子”公益项目。**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，将一次次爱心善举化为一份持续绵长的爱之承诺。2023年，“河流·孩子”公益项目十五周年之际，通过举办《河流的歌——“河流·孩子”十五周年公益音乐会》的形式，以质朴纯真的歌声，表达对共建单位、爱心伙伴和社会各界的感激之情；以真实动人的故事，回顾15年风雨兼程的公益之路；以真挚有力的信念，展望未来公益事业的美好蓝图。这次公益音乐会为孩子们提供了走出山区，在上海登台演出、施展才艺的机会，对他们产生了极大的鼓舞和激励效果。

**为孩子们讲好影视剧里的故事。**尚世五岸的公益行活动在安徽省安庆市岳西县田头乡的柳畈小学展开，为孩子们提供了物质帮助，更激发了他们对知识的渴望和对未来的憧憬。他们捐赠笔记本电脑和开展互动课程。活动中，尚世影业的制作人们化身“上海老师”，与孩子们分享了电视剧制作的幕后故事，进行了诗歌朗诵教学，这些课程内容丰富了孩子们的学习体验。他们的爱心和努力，为孩子们梦想插上了翅膀，同时也为构建一个更加温暖、包容的社会贡献了自己的力量。

# 唤醒公众意识, 力行公益宣传 与实践

上海广播电视台以实际行动推动社会正能量的传播和积极价值观的树立, 增强公众的社会责任感和公益意识, 促进了社会的和谐与进步。



《第三十届“蓝天下的至爱”爱心全天大放送暨大型慈善晚会》

## “蓝天下的至爱”

上海广播电视台参与承办的《帮助他人 阳光自己——第三十届“蓝天下的至爱”爱心全天大放送暨大型慈善晚会》如期上演, 成为了冬日里的一抹温暖阳光。本届慈善活动期间捐赠收入达到了3.548亿元, 项目支出达2.607亿元, “万人上街”慈善募捐活动线上线下合计筹集善款100.45万元。“蓝天下的至爱”集成网页上, 超过10万人次的访问量和近200万人次的观看量。这些数字背后是无数双手的温情援助和无数颗心的慈善跳动。

东方卫视中心大型活动中心采用了“全媒体、全时空、全时段”的融合传播方式, 通过线上线下多媒体联合, 播撒善心大爱, 完成了全天12小时大放送的创制

任务。从外滩中央广场的启动仪式到东方播麦“B+商城”的线上专属街区聚合页, 再到“东方卫视番茄商城”小程序的12小时爱心义卖, 每一个环节都让公众能够便捷地参与到慈善活动中来。让大众再次见证了这座城市聚众人之爱、点亮万家灯火的城市温度和精神品格。

## 东方明珠公益宣传

东方明珠全年共播出各类宣传片307909条次, 其中公益宣传片173772条次, 公益宣传片播放总时长为174864.1分钟, 积极传播社会主义核心价值观。每年元旦组织“爱心一日捐”活动, 所属各子公司积极响应, 员工踊跃参与。2023年, “爱心一日捐”活动共计6883人参加, 收到捐款60.3万余元。

## “一财蓝”志愿服务

---

2023年，“一财蓝”志愿者身影活跃在丰富的志愿服务活动中。由一财蓝志愿服务总队牵头的项目有近20场，发起和参与的项目包括“ShiningShanghai闪亮·上海”2023静安国际光影节、2023年宣传系统“文明与文化同行”公益集市、“融益沙龙”无障碍主题工作坊等。女性公益项目“BePink”联动上海市静安区南京西路社区社会组织联合会，共同支持南京西路社区女性进行“两癌筛查”和妇科检查并开展线下分享会，以唤起女性健康意识，倡导健康的生活方式，促进女性身心健康，共建南西“粉红社区”。

## 第一财经公益基金会 战略升级

---

第一财经公益基金会自2013年成立以来，作为AAAA级公益组织，一直致力于推动公益领域的创新与发展。通过“新公益战略”的实施，基金会聚焦于慈善资产管理和有效资助的关键议题，依托专业团队和专家智库的支持，以及第一财经的跨媒体传播力量，为公益基础设施建设注入了新的活力。

2023年，第一财经公益基金会在三个核心项目上进行战略升级：“基业上善”慈善资产管理研修营、公益金融Mini MBA和中国基金会有效资助与倡导项目。这些项目通过线上线下结合的方式，提升基金会的资产管理能力，培养公益金融领域的专业人才，并促进了基金会在有效资助方面的深入交流与**实践。** 

# SMG

员工生活的温馨港湾

97

员工成长的阶梯

94

员工权益的保障

94

# 可持续 职场打造



## 员工权益的保障

### 公平录用

上海广播电视台录用员工根据企业发展需求及相关工作岗位的要求，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

上海广播电视台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

上海广播电视台整合提升办公效能，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、信息交流及员工生活，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2023年底，SMG拥有员工15863名，平均年龄38.3岁，男性员工占比53%，女性员工占比47%，新媒体从业人员占媒体单位员工总数的63.7%。

## 员工成长的阶梯

2023年，上海广播电视台以提升全媒体传播体系建设为核心，致力于增强新闻舆论的传播力、引导力、影响力和公信力。坚持党管人才的原则，紧密围绕台（集团）的全媒体战略发展和业务转型创新，优化人才结构、创新人才管理、加快核心人才与年轻干部培养，构建符合SMG全

媒体战略的人才管理机制，助推台（集团）各项人力资源管理工作高质量发展。

## 青年人才工作制度完善

SMG起草《关于加强台（集团）青年工作的若干意见》，推出十项具体举措，全链路完善了青年人才工作机制。通过提高生活补贴标准，为新进大学生提供了更多的关怀与支持。在高层次人才评选及推荐工作中，76名人选被推荐报送，13人已入选相关项目，其中2人获享受政府特殊津贴。

## 产教融合吸纳人才，赋予青春梦想

SMG深化校企合作、产教融合模式，提升人才吸纳质量，构建高层次人才智库，为媒体行业的创新发展注入活力。通过与高校如复旦大学新闻学院、上海戏剧学院等建立合作，提供校园招聘、实

习机会、学术导师推荐等，共同培养新媒体主播和融媒产品生产等紧缺人才，丰富人才学术视野，也为SMG吸纳新鲜思想和创新活力。

2023年校园招聘实际签约111人，签约到岗率达到了82.2%。在11月启动的2024年校园招聘工作中，SMG赴复旦大学等5所高校开展校园宣讲会，推出了114个招聘岗位。

## 人才队伍建设与培训

2023年，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。



01



02



03

01- 2023 “青盈计划培训”

02- 校园招聘

03- 2023 “元动力计划”

培训类型	2023年培训项目	培训情况
针对性培训	OKR学习培训项目	关键岗位的负责人及HR人员参与学习
	“2023年元动力计划”系列培训	向上海市宣传系统开放参与学习1426人次 孵化AI智能手语项目“润爱无声”等
	SMG商业创新中心联合设计青盈计划培训模块	6个商业创新项目已在静安国际光影节期间落地执行
	“讲好中国故事”专项E-learning在线学习及线下讲座	参与学习524人次
专业人才和内训师队伍建设	2023年“助跑新人”校招新员工培训班	82名新员工参加
	第十二届“SMG十大青年才俊”评审——“青年才俊训练营”	为SMG青年才俊量身定制《结构化思维》课程授课 8位内训师与青年才俊候选人结对，专项辅导演讲表达
跨单位交流学习培训	海南台、无锡台和湖州台交流学习	跟班人员共计665人天

# 员工生活的 温馨港湾

01- “乔迁暖心大礼包”

02- 文化人才公寓项目

03- 办公大院绿化

## 安居乐业：保障性住房

SMG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，人力资源部积极协调争取相关资源，并与团委联合组织安排员工的入住签约等事项，目前已有14名员工首批入住人才公寓，并收到台（集团）准备的“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；2023年市级人才租房补贴工作中已有7人申请每月2000元的市级人才租房补贴。



01

## 公共服务休闲空间区域升级

2023年，SMG致力于为员工办实事见实效，完成了办公大院绿化小景、非机动车停车棚、电瓶车充电设施以及公共卫生设施等一系列公共服务休闲空间的新建或升级改造，为职工提供舒适宜人的工作环境，让SMG员工感受到有温度和归属感的企业文化。



02



03

# SMG

规范  
信息  
披露

101

关于  
本  
报  
告

100

# 报告后记

# 关于本报告

## 报告范围

---

时间范围：2023年1月1日至2023年12月31日，部分内容超出上述时间范围

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）及其下属单位

## 报告边界

---

该报告的内容来自上海广播电视台以及我们的子公司和关联公司，描述了对我们公司、我们的员工和我们的战略伙伴有直接和重大影响的商业、环境和社会问题，以及我们的组织有独特机会影响的问题。

## 指代说明

---

报告中采用的上海广播电视台、上海文广集团、我们、SMG、台（集团）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）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》

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》

## 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。

## 规范信息披露

SMG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《SMG企业社会责任报告》通过SMG官网可供公众查阅。

SMG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。

SMG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。

# 附表

维度	序号	议题	对应章节
环境	1	应对气候变化	SMG绿色行动足迹
	2	污染物排放	不适用
	3	废弃物处理	不适用
	4	生态系统和生物多样性保护	SMG绿色行动足迹
	5	环境合规管理	SMG绿色行动足迹
	6	能源利用	不适用
	7	水资源利用	不适用
	8	循环经济	不适用
社会	9	乡村振兴	SMG共同富裕助力
	10	社会贡献	SMG友好型社会生态共筑
	11	创新驱动	融合创新: 我们的强台之力
	12	科技伦理	不适用
	13	供应链安全	不适用
	14	平等对待中小企业	不适用
	15	产品和服务安全与质量	SMG品格 安全运营落实
可持续发展 相关治理	16	数据安全与客户隐私保护	知识产权保护
	17	员工	SMG可持续职场打造
	18	尽职调查	不适用
	19	利益相关方沟通	不适用
	20	反商业贿赂及反贪污	商业伦理诚信合规
	21	反不正当竞争	不适用

参照上海证券交易所、深圳证券交易所和北京证券交易所最新发布《上市公司可持续发展报告指引》



