上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）

2024 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），以下简称台（集团）或 SMG，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、守正创新，系统变革、追求卓越，深入实施“新闻立台、文化兴台、融合强台”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“移动优先、智能引领、台网并重、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，加快智能化、超清化、移动化，始终坚守“好内容铸就真未来”，全面增强让好内容有好传播、好创意、好经营的能力本领，打造文化自信自强的上海媒体品牌，为上海加快建成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。

SMG 作为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 8 个电视频道、8 套广播频率、12 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（以下简称东方明珠）。SMG 现有员工近 1.5 万人，其中媒体从业人员数 5 千余人，192 家各级控股企业，资产总规模 587 亿元。

其中，东方明珠是 SMG 旗下统一的产业平台和资本平台，拥有国内全渠道视频集成与分发平台及独具特色的文化内容、文旅消费等资源，形成以融合媒体、智慧广电 5G 为主的智慧广电业务，以及以零售、文旅、文化地产为主的文化消费业务，致力于打造国内一流的数智文化传媒服务集团。其蝉联“中国互联网综合实力前百家企业”，并连续 13 年入选“全国文化企业三十强”。

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，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。2024 年，台（集团）党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届三中全会精神，深入贯彻习近平总书记考察上海重要讲话精神，紧紧围绕上海建设习近平文化思想最佳实践地的总体部署，聚焦“新闻立台、文化兴台、融合强台”核心战略，持续深化党的创新理论武装，扎实开展党纪学习教育，抓好警示教育。压紧压实管党治党责任，严格落实《台（集团）关于深化细化全面从严治党“四责协同”机制实施细则》和《关于进一步推动台（集团）各直属

党组织落实全面从严治党主体责任的实施意见》，与 18 家直属党组织签订落实全面从严治党责任书，持续开展落实全面从严治党主体责任专项督查和书记抓党建述职评议考核。制定下发《关于严格和规范党员领导干部双重组织生活制度的实施办法》《关于严格和规范落实党支部工作联系点制度的实施办法》，推动“一岗双责”落地见效。夯实基层党建基础，制定下发《台（集团）党委关于落实“第一议题”制度的实施意见（试行）》，抓好各级党委（党总支）政治理论学习。SMG 党校全覆盖培训台管干部和党组织书记。认真筹备召开台（集团）党员代表大会，选举新一届“两委”。督促指导基层党组织按时规范完成换届选举。贯彻落实台（集团）改革发展大会精神，号召全体党员发挥先锋模范作用，将改革举措贯彻落地。积极推进新兴领域党建全覆盖，为台（集团）下属新兴领域企业制定“一组织一策”。

（二）压实意识形态责任

SMG 健全完善意识形态工作责任体系。2024 年，SMG 党委把落实意识形态工作责任制作作为政治监督重点内容，研究下发《2024 年台（集团）党委意识形态工作责任制重点任务》，把意识形态工作纳入全面从严治党责任清单，督促各级党组织落实《台（集团）党委贯彻落实意识形态工作责任制实施细则》，对直属党组织开展意识形态专项督查。将履行意识形态工作责任纳入政治巡察、述责述廉等。加强网络意识形态管理，全覆盖开展《中国共产党党员网络行为规定》专题

学习，规范员工网络言行管理。

督促各责任主体守好频道频率、报刊杂志、文旅演出、网络空间等各类宣传阵地，严守播出安全底线。牢固树立“字字千钧、秒秒政治、天天考试”的理念，聚焦两会、国庆、进博等安全播出重要保障期，组织开展安全播出专项检查，制定修订《安全播出管理手册》《网络安全管理办法》等规章制度。

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。以编委会、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。全年三审飞行检查16次。持续深化业务骨干、三审人员、播音主持等重点人员培训管理，将内容导向管理贯穿全媒体“采编播存发”全流程。2024年，总部层面精心策划组织马新观培训，坚持全员覆盖和重点聚焦相结合、线下讲座与线上培训相补充的方式，大力开展马克思主义新闻观的常态化培训工作，全年共计组织开展相关培训142场，参与总人数超6000人次。其中，线下培训约115场，参与人数近5400人次；线上培训27场，参与人数近800人次。并组织千余名员工参加“2024年本市新闻专业技术人员继续教育培训”二个批次，全面提升政治素质、专业能力和职业素养。

（三）完善法人治理结构

SMG按照现代企业治理要求，持续完善董事会、监事会构成，建立监事长列席党委会制度，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。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。

SMG 坚持党管媒体，董事会、监事会、管理层坚持党委的统一领导，明确党组织在法人治理结构中的法定地位，将党的领导融入公司治理各环节，规范和完善以党委前置研究讨论为根本要求的议事决策机制和以党建工作责任制为主体的党建工作机制，切实将党的领导优势转化为企业发展优势、创新优势、竞争优势。台（集团）党委下设，编辑委员会、安全生产委员会、技术委员会。2024 年，台（集团）共召开党委会 23 次，事前审议“三重一大”事项 80 余项。台（集团）下属各级党组织坚持党对国有企业的领导不动摇，严格执行民主集中制，强化议事决策规则和“三重一大”制度的执行。台（集团）下属各级控股单位和党组织充分发挥党组织核心作用，参与支持企业重大问题决策，把党组织建设与公司治理结构和主业发展有机结合。

（四）强化内控廉洁建设

SMG 围绕发展战略，结合面临的内部风险和外部风险，构建了以内部控制为基础的风险防范体系，进行法律合规、审计和风险控制的一体化管理，努力实现风险管控“横向到边、纵向到底”。2024 年，SMG 优化合同管理，完成《台（集

团)合同审批权限规定》的修订,利用法律为重大项目、历史遗留问题等解决保驾护航;认真做好领导人员经济责任审计、专项审计、年度财务审计及审计整改落实相关工作;风险控制管理系统链接“前台”业务系统和“后台”财务系统的“中台”风控系统,2024年上线运行的4个模块,链接的8个系统,构筑了风控系统(平台)的四梁八柱。

SMG同步发挥巡察利器作用助推高质量发展。2024年在稳步推进第四轮政治巡察同时,监督各单位严格扛起巡察整改政治责任。充分发挥巡察长尾效应,围绕巡察发现的共性问题建立清单,开展重点整治,巩固深化巡视巡察成果。积极营造风清气正政治生态,开展“净风行动”专项整治,常态长效纠治“四风”,紧盯关键节点制发廉洁专项通知。整理下发《贯彻落实中央八项规定精神有关制度文件汇编》,开展《违反中央八项规定精神问题的表现形式和案例解读》专题宣讲。推动纪律教育和廉洁文化建设,组织专业力量为市纪委监委制作专题警示教育片,并在七一推出“新赶考路上”特别新闻报道。制定2025-2027年廉洁文化建设工作计划,组织各单位立足业务特色设立重点项目,为全市廉洁文化建设作出积极贡献。分类整理汇编典型违纪违法案例。结合党纪学习教育开展纪律教育月活动,推出专题课程,部署各级党组织开展中心组学习159次,专题学习活动838场,观看廉政教育片、参与在线答题、纪律教育覆盖广大党员干部,营造浓厚廉洁氛围。

（五）健全社会责任体系

SMG 以“打造更具国际影响力、技术创新力和产业竞争力的新型主流媒体集团”为愿景，坚持正确导向，以党的领导为核心，全面实施“新闻立台、文化兴台、融合强台”的核心战略，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

1. 价值 SMG：厚植主流媒体责任，彰显主流价值

2024 年，SMG 坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十届三中全会精神，全面落实中央宣传部、国家广播电视总局和市委、市政府决策部署，在市委宣传部的直接领导下，坚定不移把推进主流媒体系统性变革作为贯穿全年工作的鲜明主题，勇于刀刃向内、自我革命，牢牢把握“意识形态、公共服务、技术产业”广播电视三大属性，高效统筹当前与长远、发展与安全、战略与执行等重要关系，制定发布《上海广播电视台（集团）解放思想 系统变革 追求卓越 全力打造更具国际影响力、技术创新力和产业竞争力的新型主流全媒体集团行动方案》，在全国率先开启主流媒体系统性变革的新征程，为上海建设习近平文化思想最佳实践地展现新担当、彰显新作为。启动精简

40%传统频道频率，重组新的融媒体中心，打造第一财经全媒体集团，全面焕新东方卫视主频道，全新亮相“看东方”移动端主平台。改革工作得到中央宣传部、国务院新闻办、国家广播电视总局充分肯定，相关改革实践与做法在全国予以推广。

新闻主业彰显特色，实施头部平台工程。“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”的新闻特色更加凸显，新闻栏目数量、播出时长、传播影响在全国省级广电媒体保持“三个第一”，全年受到中央宣传部表扬5次、国家广播电视总局表扬29次、市委宣传部表扬44次、市委网信办表扬4次。4件作品获第34届中国新闻奖，44件作品获第33届上海新闻奖，3人获第17届上海长江韬奋奖，特别是新闻专栏《今晚》、重大主题报道《万桥飞架——山水间的人类奇迹》获第34届中国新闻奖一等奖。同步，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”；SMG国际传播中心聚合优势，打造上海对外第一视频窗口。CSM数据显示，SMG在2024年全年收视份额30.88%，黄金时段收视份额33.08%；广电总局大数据70城中，东方卫视全天排名第二，黄金时段排名第一。

文化创制精品迭出，传递主流价值。SMG出品全年获得300余个国内外奖项，特别是杂技剧《天山雪》、广播剧《赫哲人的“伊玛堪”》获得中央宣传部第十七届精神文明建设

“五个一工程”奖；纪录片《何以中国》获第28届电视文艺“星光奖”、第29届上海电视节“白玉兰奖”等14个奖项；电视剧《超越》《欢迎来到麦乐村》获第34届中国电视剧“飞天奖”；纪录片《永远的行走：与中国相遇》获亚洲电视奖、美国泰利奖；原创的舞剧电影《永不消逝的电波》和舞剧《李清照》分别成为第26届上海国际电影节和第23届中国上海国际艺术节开幕剧目。此外，SMG旗下版权资产中心（上海音像资料馆）馆藏媒体内容资源164.4万小时，其中数字化资源147.5万小时（含音频内容37.4万小时，视频内容110.1万小时）。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。

技术融合向智而行，凸显移动优先。率先挂牌设立“生成式人工智能媒体融合创新工作室”，抢先推出人工智能集成工具箱Scube（智媒魔方），自主研发第一财经专业智能体“星翼”大模型，创作《因AI向善》等60余部AIGC公益动画宣传片，SMG“梦想蓝”亮相巴黎奥运，获得各类科技创新奖项34个。实施超高清视听建设工程，启动东方卫视4K超高清综合频道改造升级。主动参与中宣部新媒体生产传播效果评价，“看看新闻”“阿基米德”客户端和“新闻坊”“第一财经”微信公众号排名全国前十。

“媒体+”助力城市与行业发展，赋能美好生活。SMG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。特别是首次在进博会全球开放合作平台，举办 SMG2025 商业创新合作大会，全面拓展新链接、新赛道、新场景、新生态、新合作。2024 年，东方明珠广播电视塔开业 30 周年迎来第 1 亿位游客；上海国际光影节、辰山草地广播音乐节、上海超级杯等自主节展 IP 全面升级。其中，2024 首届上海国际光影节，活动围绕“一江一河”滨水公共空间、“申”字型高架、重要商圈、旅游景点设置 119 处打卡点，创作 210 余场光影秀，累计展演 6500 余场次，共吸引市民游客 1620 万人次，带动消费 38 亿元，中央媒体、本地主流媒体发布报道 1160 余篇；小红书、抖音等发布笔记、视频超过 15 万篇，累计登上社交媒体热搜榜 20 余次；相关活动全媒体传播量达到 30 亿次，实现“人气、消费、流量、口碑”全面丰收。SMG 还以光影为媒，创新推出“大立人来了·三星堆”奇幻嘉年华、“千年之约入画屏”“剧院魅影”光影巴士、中兴泰富乐动空间和“星火·一路前行”可持续生活展等活动，让多元文化在沉浸式场域下焕发生机。

2. 公益 SMG：构建公益同心圆体系，书写媒体向善答卷

SMG 及旗下单位始终把社会责任放在首位，2024 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 有上海志愿者网实名注册志愿团体

30 个，注册志愿者 5000 余人；仅旗下东方明珠开展志愿服务，受益人便达 10000 余人。

2024 年，SMG 频道频率全年共播出各类宣传片 229273 条次，其中公益宣传片 200987 条次，积极传播社会主义核心价值观。旗下东方明珠全年共投放公益宣传片 777457 条次，共 376536.75 分钟。SMG 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；2024 年电视播控中心发送上海市预警信息平台各类预警信息 1177936 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，构建公益同心圆体系，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、推出无障碍视听服务、“敬老月”活动、打造中老年人全媒体终身教育平台、七彩戏剧互联网端全场景产品等）；大力宣传和支 持乡村振兴（如融入智慧乡村数字基座建设、直播助农带货、文化润疆、组织“乡村振兴数字公开课”等；2024 年 SMG 共有 13 个项目入选上海市文化润疆项目，深受沪喀两地好评）；倡导低碳环保（如发起“绿点中国”“零碳峰会”）等。SMG 还积极推进社会协同治理，搭建共治平台，除创制《大城小事》《民生一网通》等民生节目，积极回应百姓关注热点外；2024 年“新闻坊+”全媒体民生服务平台入选中国记协 2024 “媒体+”创新案例库，有效助力民生服务与社会治理参与

度提升。

SMG 典型公益项目和案例不胜枚举。如 SMG 将影响力、传播力、引导力与公益慈善相结合，2024 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 3.548 亿元，100922 人次访问“蓝天下的至爱”集成网页，参与线上爱心义卖、各类爱心打卡等活动。

又如，上海人民广播电台推出的公益品牌项目“为好人点赞”11 年来携手光明乳业，一同“寻找美，传递爱”。2024 年“为好人点赞”项目共收到点赞故事线索 1000 余条，收到点赞网络评论超 12000 条。《直通 990》节目接听到点赞电话 300 多次，总计超 2000 分钟，暖流通过一个个点赞故事传递到城市的每一个角落。

再如，SMG 版权资产中心以“时代记忆的守护者”为己任，坚持开展影像资料公益播映与宣讲已有近 20 年历史，服务范围覆盖全市 16 个区，创作贴近群众生活和美育的文化产品，还携手徐家汇书院联合打造“汇声绘影”主题观影活动，携手静安区图书馆推出“时光阅历”展览展映活动，联手打造“影像上海”公共视听阅览室等，为社会大众提供多样性的公共文化服务。

SMG 将高新技术与公益慈善相融合，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。2024 年，牙防所智能手语服务持续运营。3 月，《润爱无声助聋门诊场景》——基于手语大模型的交互式数字人手语翻译，在“全

球开发者先锋大会” (GDC) 开幕式上重磅发布。此外，项目团队持续探索手语播报新闻节目常态化模式，推进落实节目字幕配备。在打造新闻节目手语播报常态化模式的基础上，尝试结合媒体 AI 能力建设，以新技术赋能探索智能系统辅助下的手语播报；进一步改版《妙手仁心》，力求使其更贴近听障人士和其他残障人士的真实需求，与真正有健康问题的残障人士建立“无障碍”互动。润爱无声项目还与上海博物馆合作建设无障碍博物馆项目，推出无障碍手语导览和方便听障群体参观的手语服务站，让人工智能服务于听障人群，有效提升了上海在数字化转型中的城市温度。

2024 年，SMG 在社会公益方面结下累累硕果。在由上海市互联网业联合会发起的“2024 年社会责任和社会公益优秀案例评选活动”中，SMG 荣获特别贡献奖，且旗下 5 家单位的 8 个项目获得“媒体社会责任与社会公益奖”，包括东方广播中心“支点读书”项目、“非遗在行动”线上线下融合公益项目、“戏曲秒懂”中华非遗戏曲知识阅读类融媒体项目，上海第一财经公益基金会发起的让公益更有效“中国基金会有效资助研究与倡导”项目，炫动汇展组织优秀中国动画原创内容，向海外推出文化交流公益放映项目，文广互动电视的金色学堂栏目，好有文化打造的“了不起的你”——第二届“文化童年”儿童故事大赛、名医进社区项目。

其中，上海第一财经公益基金会（AAAA 非公募基金会）推出的“基业上善”慈善资产管理研修营，已累计为 119 家

基金会培养慈善资产管理专业人才。2024年，为宣传和推进有效资助理念与实践，制作国内首个有效资助宣传短片；并受相关民政部门委托，参与助力《慈善组织保值增值投资活动管理暂行办法》修订调研；与敦和基金会、紫江基金会等联合举办2024年中国基金会发展论坛年会有效资助平行论坛，正式发布国内首本“中国基金会有效资助研究报告暨指南”。此外，第一财经公益基金会发起的公益金融MiniMBA项目，2024年荣获“奇璞奖”健康公益与ESG三等奖。

获奖项目中，好有文化与上海青创社会服务中心携手，共同打造社会建设和基层社会治理创新品牌“青创互联”，于2024年推出的“心家园-名医进社区”项目，是品牌在短视频、直播移动传播时代中应运而生的第一个直播公益项目。项目已成功落地覆盖上海16个区约80个街镇与组织，与8个区级融媒体中心产生联动。线上直播100场，覆盖逾120万人次，线下参与的观众近5000人，另有超过500余名居民从健康1v1现场咨询中直接受益。该项目除入选上网联2024年度“媒体社会责任与社会公益奖”外，还在上海市团市委主办的第四届“奉献杯”上海青年志愿者服务项目大赛中荣获铜奖，在上海市民政局举办的社会组织公益创新创业大赛中获得公益创业潜力奖。

三、弘扬中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化

SMG坚持将新闻立台作为立身之本，将文化兴台作为关键所在，将融合强台作为重要驱动，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，持续巩固壮大主流价值、主流舆论、主流文化，实现传播力、引导力、影响力、公信力持续提升。

（一）重大主题宣传展现新作为，主流媒体声量不断提升

2024年，SMG加强“头条工程”建设。高质量完成党的二十届三中全会、全国两会等重要会议报道，精心打造“两会学习时间”“印记·当我听到总书记说”等专题专栏，创新推出《改革方法论》《惟改革者进》系列报道、《新征程的必答题》系列综述、《家国万里》大型融媒体文明寻访纪录片和《“长”走常新一—41城观察记》特别策划等，深入生动阐释习近平总书记关于全面深化改革的重要论述和习近平文化思想，全国两会报道全网传播总量4.15亿次，较2023年同期提升89%。

同步，聚焦上海中心工作。创新开设“看懂上海”“上海时政焦点”等新闻专栏，推出《“新物种”赋能新质生产力》《“未来之城”发展报告》等专题报道，开展《献给新时代的礼物》大型跨地域融媒联动直播，创制《来点财经范儿》《顶级投资人》《直通交易所》等特色财经节目，全程跟踪报道“金字塔之巅：古埃及文明大展”“柏林爱乐乐团在上海”等现象级文博演艺项目，持续唱响中国经济光明论，进一步稳预期、强信心、促消费。

SMG积极回应百姓热点关切。创办《大城小事》民生大讨论节目，做优《民生一网通》融媒直播节目，“新闻坊+”

全媒体民生服务平台入选中国记协 2024 “媒体+” 创新案例库，特别是派出 70 路记者、连续 31 个小时，推出全天候、全媒体、大版面、大直播《迎战台风“贝碧嘉”特别直播报道》，全网浏览量突破 1 亿次。

2024 年之夏，SMG 全力出击巴黎奥运。SMG “梦想蓝” 闪耀法国巴黎，推出网端直播 16 场次，播发相关报道 600 多条次，全网浏览量、传播量超过 20 亿次，充分展示中国健儿体育风采和上海广电传播力量。

（二）文化内容创制结出新硕果，文化 IP 打造体现品牌塑造力

SMG 坚持以人民为中心的创作导向，彰显中国式审美和大都市气质，持续提升视听内容品质，创制舞剧电影《永不消逝的电波》、体育纪实电影《中国车手周冠宇》、科创商战剧《赤热》等影视剧，推出《永远的行走：与中国相遇（第三季）》《前浪》《叶尔羌河》《东滩，鸟类的家园》等海派特色纪录片，迭代《斯文江南》《加油！小店》《梦想改造家》《极限挑战》《我们的歌》等人文综艺节目，精心制播《梦圆东方》《春满东方》《朙月东方》等 50 余台文艺晚会，开年大剧《繁花》成为“现象级剧集”，全年黄金剧场 CVB 大数据平均收视稳居同时段第一。

2024 年，SMG 全面推行专业制作人和 IP 主理人制度，重新定义综艺，重构评价体系，重塑创意能力，增强内容创制团队的专业化、市场化、国际化能力，并积极拓展文化新

型样态。联合发布“中国微短剧品质东方计划”，率先推出全国首个日播微短剧展播带“品质东方微剧场”和全国首档微短剧演员竞演节目《开播！短剧季》，在移动端主平台“看东方”探索打造互动视频节目，抢占微短剧和互动视频等大视听新赛道。

SMG 持续打造舞台艺术精品。新创排演舞剧《李清照》、滑稽戏《宝兴里》、话剧《千里江山图》、交响曲《新时代》等重大主题项目，创作演出话剧《西游》《朱莉小姐》《父亲》《无名之城》、舞台剧《清明上河图密码》、室内乐《海上声韵——海派红楼梦主题音乐会》、交响组曲《苏州河》、交响曲《上海》、科幻木偶剧《银河系历险记》等舞台作品，推出“SEE YOU IN SHANGHAI 上海见！”国际驻演品牌，引入原版音乐剧《音乐之声》《摇滚学校》《剧院魅影》，《时空之旅 2》和《不眠之夜》上海版入选“全国旅游演艺精品名录”。

（三）国际传播效能获得新提升，文化强国叙事彰显上海担当

2024 年，SMG 深入做好元首外交报道。紧跟习近平总书记出访步伐，直击 APEC、G20、金砖峰会、达沃斯论坛等重要现场，突出有立场、有深度、有温度，立体生动展示中国外交形象和大国领袖风采，相关报道海内外浏览量突破 1.1 亿次。

SMG 进一步优化国际传播战略布局，改革创新国际传播

机制。全力建设上海唯一的中宣部媒体类国际传播重点基地，贯通内外宣、大小屏、中英文，打造由 ShanghaiEye（魔都眼）、Yicai Global（一财全球）和东方卫视（国际版）等组成的国际传播超级 IP 矩阵，海外总粉丝数超 1000 万，海外传播量突破 10 亿，海外总观看时长超 500 万小时。全新上线海内外同播的 24 小时外语视频直播流“ShanghaiEye LIVE24”，创制《直通达沃斯》《世界会客厅》《Why China》《TOP Destination》等国际传播短视频，推出首个由中国主流财经媒体打造的海外辟谣类栏目《第一真相》。

此外，SMG 积极参与城市形象的国际推广。策划举办“香港·上海电视周”“魔都新发现！日本行”第二季、“玉兰对话：全球城市与国际传播”论坛、第 31 届欧洲电视联盟年会，参与承办上海国际再保险会议、全球数据资产管理峰会、上海创新创业青年 50 人论坛，创制多语种 2024 上海城市形象片《GO AND SEE SHANGHAI》、上海城市形象系列短视频《童声漫游上海》、上海网球大师赛形象宣传片《Shanghai Let's Meet for ATP!》。还大力实施文化出海战略。主办法国戛纳秋季电视节中国联合展台和“聚焦中国”系列活动，参加“2024 新疆文化和旅游海外推广周”和“玉兰花开·魅力上海”欧洲专场活动，赴瑞典斯德哥尔摩举办“庆祝中华人民共和国成立 75 周年音乐会”，推动《我们的歌》原创节目模式持续落地越南等国家。

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

（一）加强党的领导，率先开启主流媒体系统性变革

SMG 深入学习贯彻习近平总书记关于全面深化改革的一系列新思想、新观点、新论断，聚焦“推进主流媒体系统性变革”改革新要求，开展大学习大调研大讨论，统一思想、统一认知、统一行动，系统谋篇布局台（集团）改革战略，在全国新一轮媒体改革中抢先机、开新局。

2024 年，SMG 成立由台（集团）党委书记担任组长的改革领导小组，抽调精干力量，组建改革工作专班，加强系统谋划，编制发布《解放思想 系统变革 追求卓越 全力打造更具国际影响力、技术创新力和产业竞争力的新型主流全媒体集团行动方案》，明确“新闻立台、文化兴台、融合强台”的核心战略，抢占“智能化、超清化、移动化”的全新赛道，锚定“全力打造更具国际影响力、技术创新力和产业竞争力的新型主流全媒体集团”的奋斗目标。科学制定任务书、时间表、优先序；实施“目标任务化、任务项目化、项目清单化、清单责任化”。

彻底打破惯性思维和路径依赖，建立健全编辑委员会、技术委员会、安全生产委员会三大统筹工作机制，聚焦内容导向、技术管理和安全生产，全面强化规划指导、统筹协调和推进落实工作。密集召开台（集团）改革发展大会、东方卫视焕新大会、超高清先锋行动部市签约大会、商业合作创

新大会和第一次党员代表大会等重要会议，充分阐释台（集团）新一轮改革的总体思路、核心战略和主要举措，对内充分凝聚共识，对外加强宣传引导，营造浓厚改革氛围和良好外部条件。

坚决淘汰低效落后产能，大力推行精简精办。精简 40% 传统频道频率，撤并重组东方卫视中心、纪录片中心、融媒体中心，组建全新的融媒体中心（上海文广国际传播中心）；坚决摒弃“大投入、大制作、大产出”惯性思维，推动东方卫视中心、纪录片中心内容创制主体东方娱乐和真实传媒走向市场；打造广播、电视、报纸、杂志和网端五位一体的第一财经全媒体集团，实施都市频道、东方影视、七彩戏剧、每周广播、上海电视“三频道两报刊”改革重组，释放媒体优质和新质生产力，向电视主频道汇聚，向移动主平台转型，向新闻制播主业和优势领域集中发力。聚力锻造东方卫视头部全媒体平台，发布东方卫视 2025 焕新计划，突出“更都市、更综合、更国际”特色定位，首创日播英语新闻杂志《ShanghaiEye》，新推新纪实三大播出带，创制外语、民生、财经、科创、纪实等新栏目，推出聚焦科技前沿的《锚点》，对话全球经济的《两说》，解码都市生活的《爱上海》《下一站》等新节目，研发直播态、全媒体、强互动的民生节目《大城小事》，探索用户有序参与的 UGC 模式，着力打造精品汇聚的“新版面”、创意多元的“新节目”、融合视听的“新体验”、都市气质的“新视觉”、青春活力的“新

面孔”，打响“天下大事，看东方卫视”。

（二）突出移动优先，引导主力军全面挺进主战场

SMG 系统性改革进一步突出移动优先，强调增强互联网思维，强化用户意识、平台意识、品牌意识、市场意识和效率意识，以互联网思维主导媒体资源配置，引导主力军全面挺进互联网主战场，全面提升主流媒体在多屏、多端、多链的传播力、引导力、影响力和公信力。

SMG 坚持自主可控、多屏联动、台网相融，构建主流媒体在移动互联网时代的新媒体主平台，全面激活“看东方”综合视频平台，以新媒体、新消费、新技术为特色，以“国际大都市第一视频、城市新消费首选入口、AI 新科技应用高地”为定位，以“这里是上海，生活更精彩”为品牌主张，探索“优质视频+城市消费+会员服务”商业逻辑。焕新首页功能，新增融媒直播，新设外语、纪实等九大专区，探索“优质视频+城市消费+会员服务”商业模式，日活用户增长超 60%。同时，大力推动综合音频平台“阿基米德”、新闻垂类平台“看看新闻”、财经垂类平台“第一财经”迭代升级。其中，推动综合音频平台“阿基米德”向原创音频内容生产运营转型，打造以声音为主题的互动体验空间，站内日活用户增长 15%，站外 H5 日活人数增长超 7 倍。支持“看看新闻”深耕新闻垂类赛道，品牌矩阵总粉丝数达 1.1 亿，日均全网传播量 2 亿、峰值达 4 亿，位列全国广电新媒体首位。鼓励第一财经以“视频+”“AI+”为核心，进一步提升内容

表现力，全域媒体粉丝数量增长突破 460 万，微信视频号 and 微博影响力多次位列上海媒体第一。

（三）媒体技术迭代升级，科技引领创新突破

SMG 重构智能技术体系，坚定不移用 AI 重塑媒体技术底座，聚力建设内容制作中台和融媒云中心、播控分发中心、智慧媒资中心、网端运营中心、大数据中心等“一中台五中心”重点项目，夯实智慧媒体数字底座（EPM），构建以大数据和算力算法为基础的全媒体内容体系、用户体系和传播体系。

打造智能应用场景，率先挂牌设立“生成式人工智能媒体融合创新工作室”，抢先推出人工智能集成工具箱 Scube（智媒魔方），自主研发第一财经专业智能体“星翼”大模型、百视通“文心雕龙”AIGC 可视化工作面板，创作《因 AI 向善》等 60 余部 AIGC 公益动画宣传片，正式发布国内首个交互式数字人手语翻译公益项目《润爱无声助聋门诊场景》，推出奥运历史上首个应用于乒乓球、射箭赛事转播的 AI 产品 InnoMotion，打造“穿越光年·三星堆奇幻嘉年华”等沉浸式视听场景。

加快超清视听建设，成功承办“中国（上海）超高清先锋行动计划”部市合作签约仪式，办好上海超高清视频应用成果展，联合起草《上海市超高清视听产业发展行动方案》，启动东方卫视 4K 超高清综合频道建设和东方有线超高清机顶盒改造工作，首次启用大型 4K 云转播系统制作奥运赛事

超高清公共信号，推动百视通与中国移动上海公司合作推出“臻彩”超高清产品，8K纪录片《草原，生灵之家》入围2024年华语纪录电影“金海鸥”奖。

（四）“媒体+”赋能城市及行业发展，产业质效稳步提升

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，加大探索以“媒体+”赋能城市发展与千行百业。2024年，SMG融合文商旅体，深度参与中国国际进口博览会、世界人工智能大会、上海“五五购物节”、中国上海国际艺术节、上海国际电影电视节、上海旅游节等重大节展赛会，高水平举办2024上海国际光影节，创新推出“经典947辰山草地广播音乐节”与“上海湾区·花开海上音乐节”、青浦四叶草之夜、喀什星空音乐节等系列户外音乐节，精心办好“巴黎奥运资格系列赛·上海”和上海超级杯、上海虚拟公开赛、五星国际名校挑战赛等潮流运动赛事，举办2024上海·静安现代戏剧谷壹戏剧大赏和第十三届上海国际魔术节、第八届上海国际木偶节等，更好赋能城市消费升级。

同时，SMG不断探索商业模式创新，首次在进博会全球开放合作平台，举办SMG2025商业创新合作大会，加强与中外企业深度协同，全面拓展新链接、新赛道、新场景、新生态、新合作。第一财经创新构建金融、科创和消费等专业生态圈，做优城市大数据分析咨询“新一线”、投资者教育“有看投”、金融信息服务“Yiwealth”（应财智云）、消费数

字服务“Yigrowth”（应极数字）等财经服务产品。小荧星集团探索成人课程、艺考培训、AI课程，拓展艺术教育新业态。都市乐聆搭建具有都市消费特色的互联网运营矩阵，打造电商产品“好吃生活馆”。幻维数码承接上博东馆数字馆、上海科技馆改造等数字领域重大项目。

SMG 还利用好上市公司产业与资本平台，进一步支持东方明珠深耕智慧广电和文化消费两大赛道，东方有线深度参与智慧城市转型升级，东方数智购全面进军移动互联网；东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心、东方绿舟、梅赛德斯-奔驰文化中心、广电制作等提升服务质效，2024年东方明珠广播电视塔开业30周年迎来第1亿位游客；东方智媒城、东方明珠数字影视制作基地等项目推进运营，聚合、链接服务产业发展。

（五）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，打造全媒人才高地。不拘一格选用人才，编制实施“卓越人才领航计划”“闪耀青年启航计划”和“播音主持金声计划”。

深化人才管理改革，推动干部从身份管理转换为岗位管理，推行以市场为导向的薪酬管理和绩效评价体系，探索构建能上能下、能进能出的用人机制。建立赛马新机制和卓越新标准，首次开展上海国际电影节主持人全台招募，选拔若干“90后”“00后”优秀年轻主持人亮相荧屏。

加强人才培养培养，开展线上线下培训 895 场，安排参训 3.3 万人次，培训总学时 13.44 万。建立内部人才市场，加强转岗技能培训，推出 106 个新岗位提供转型渠道。

开展青年员工调研，出台“乐聚青年”七条举措。聚焦改革重点单位，配齐配强班子，优化干部结构，加大干部交流，提拔中层正副职干部，安排十余名干部对外轮岗挂职，打造充满激情、富于创造、勇于担当、追求卓越的高素质干部人才队伍。

五、对监管部门和社会公众关注问题的回应处置

（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。2024 年，获“2024 年度上海市广告审查工作先进单位”称号，广播电视广告信用评价分值继续全部保持 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。2024 全年共受理信访 4774 件，高质量高标准完成上海两会建议提案 3 件，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”微信公众号及视频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，2024 年共对外披露 74 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。