

20  
24



# 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

人才聚台

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  
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  
建设习近平文化思想最佳实践地

好内容铸就真未来



# CONTENTS

## 目录

### 01 领导 致辞

|               |                  |               |
|---------------|------------------|---------------|
| 02 SMG<br>全景图 | 10 好内容铸就真未来      | 24 SMG荣誉2024  |
|               | 15 SMG海内外朋友圈     | 30 SMG可持续发展战略 |
|               | 16 从数字读懂SMG 2024 |               |

|              |              |
|--------------|--------------|
| 03 SMG<br>实践 | 36 以新闻撰写时代画卷 |
|              | 41 用文化书写上海精神 |
|              | 44 从融合开启系统革新 |

|              |           |           |
|--------------|-----------|-----------|
| 04 SMG<br>治理 | 48 筑牢治理根基 | 53 守护知识产权 |
|              | 48 传承红色基因 | 53 保障安全运营 |
|              | 52 坚守商业伦理 |           |

## 05 SMG 绿色行动足迹

- 56 自然叙事，传播绿色力量
- 59 践行低碳，促进绿色生产

## 06 SMG 共同富裕助力

- 64 播撒文化火种，激发乡村振兴动能
- 65 编织丝路经纬，滋养多元文化共生

## 07 SMG 友好型社会 生态共建

- 70 搭建滴灌工程，做好公共文化服务
- 73 点亮人文精神，传递社会关爱星光
- 77 唤醒公众意识，力行公益宣传实践

## 08 SMG 可持续职场 打造

- 80 员工保障全体系
- 81 员工成长加速器
- 83 员工生活能量场

## 09 报告 后记

- 86 关于本报告
- 87 规范信息披露
- 88 附表

# 领导致辞

## 系统变革

## 卓越逐梦

惟改革者进，惟追梦者强，惟卓越者胜。

2024年适逢新中国成立75周年，党中央吹响了进一步全面深化改革的号角，上海提出了建设习近平文化思想最佳实践地的奋斗目标。在新时代的改革浪潮中，上海广播电视台（集团）深入贯彻党的二十届三中全会精神，在市委市政府和市委宣传部坚强领导下，勇于刀刃向内、自我革命，坚持守正创新、追求卓越，在全国率先开启了主流媒体系统性变革。

三百多日夜的思索与探求，百余场座谈的碰撞与交流，数千名员工的沟通与建言，上海广播电视台（集团）举全台之力、汇各方之智，制定发布《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媒体集团行动方案》，全面实施“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”的核心战略，系统布局“SMG in AI”的主攻方向，加快推进智能化、超清化、移动化发展。特别是我们坚定用互联网思维主导媒体资源配置，重组新的融媒体中心，做强上海文广国际传播中心，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主平台，启动超高清先锋行动计划，大力推动优质和新质媒体生产力向新闻制播主业和重点优势领域集中发力，不断提升主流媒体核心竞争力。

**这一年，我们坚守初心，壮大主流思想舆论。**我们坚持从时政新闻、财经

科创、社会人文、国际传播等自身最有资源、最有优势的地方出发，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”的新闻特色，打响“上海广播 传播向上的力量”“天下大事 看东方卫视”“第一财经 专业创造价值”等新闻品牌。一年来，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，新闻专栏《今晚》、重大主题报道《万桥飞架——山水间的人类奇迹》获中国新闻奖一等奖。我们坚持与时代同向，统筹新闻力量出征全国两会、上海两会、进口博览会、世界人工智能大会，生动立体做好重大主题报道，持续唱响中国经济光明论。我们坚持与人民同行，架起民生一网通，关注大城小事，回应市民关切，让新闻坊遍布社区里弄，派出70路记者、连续31个小时，全天候大直播迎战75年来直击上海的台风“贝碧嘉”，彰显主流媒体为民担当。我们坚持与全球同频，捕捉国际时事热点，用心用力讲好中国故事、演绎上海精彩，打造由ShanghaiEye（魔都眼）、Yicai Global（一财全球）和东方卫视（国际版）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480万小时。

**这一年，我们锻造匠心，打造文化精品力作。**我们深入实施制播分离改革，全面推行面向市场的专业制作人和IP主理人制度，大力推动内容创制从过去“为播出服务”向“为传播服务”转变，深耕厚植上海这座现代化国际大都市，坚持百姓视角、共情呈现、人性张力、文明底色，努力打造更多体现中国式审美和大都市气质的文化精品。一年来，SMG出品获得300余个国内外奖项，我们创制的杂技剧《天山雪》、广播剧《赫哲人的“伊玛堪”》，

共绘各族人民携手奋进的“同心圆”，获得中宣部“五个一工程”奖；我们出品的纪录片《何以中国》以物论史、以史增信，揭示中国何以为今日中国的内在逻辑，斩获“星光奖”“白玉兰奖”等14个奖项；我们原创的舞剧电影《永不消逝的电波》和舞剧《李清照》，迸发影视和舞台艺术无限魅力，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的开幕大戏。同时，我们还创制播出《永远的行走：与中国相遇》《前浪》《叶尔羌河》《东滩，鸟类的家园》等海派特色纪录片，精心制播《梦圆东方》《春满东方》《明月东方》和电视剧品质盛典、影视音乐品质盛典等50余台文艺晚会，发布实施“中国微短剧品质东方计划”，推出“SEE YOU IN SHANGHAI上海见！”SMG LIVE国际驻演品牌，为广大受众奉献富有都市性、年轻态、时尚感、国际范的视听文艺盛宴。

**这一年，我们澎湃雄心，深推融合创新转型。**我们坚定不移用AI重构媒体技术底座，大力推进“一中台五中心”建设，构建基于人工智能和移动互联网的智慧广电技术新体系。我们实施移动优先，聚力建强自主可控的综合视频平台“看东方”、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”，先后闯进全国主流媒体自办新媒体前十名。我们坚持智能引领，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AIGC集成工具箱Scube，基于Deepseek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，启动东方卫视4K超高清频道建设。我们做强商业链接，首次在进博会全球开放平台，举办2025商业创新合作大会，聚焦文旅商体展联动，打造新链接、新赛道、新场景、

新生态、新合作，升级国际光影、户外音乐、潮流体育、沉浸演艺等自主节展IP，赋能城市消费升级和人民美好生活。

**这一年，我们汇聚人心，营造干事创业氛围。**我们坚持把人才作为“第一资源”，聚焦领军人才、青年人才、专业人才三个维度，分层分类实施“卓越人才领航计划”“闪耀青年启航计划”“播音主持金声计划”三大人才计划，树立“赛马”新机制和“卓越”新标准，不拘一格选用人才，建设塔顶更尖、塔体更强、塔基更厚的媒体人才大厦。我们有序推动干部员工从身份管理转向岗位管理，推行面向市场的绩效评价和考核管理制度，实施能上能下、能进能出的用人机制，为担当者担当，给干事者撑腰，锻造一支充满激情、富于创造、勇于担当、追求卓越的高素质专业化干部人才队伍。

梦虽遥，追则能达；愿虽艰，持则可圆。主流媒体系统性变革已经启程，但任重道远，唯有卓越，方得未来。2025年正值“十四五”规划收官冲刺，我们将年度工作主题确立为“内容质量年”，就是要主动将系统变革的聚焦点、发力点和落脚点引导到打造精品内容、做强媒体主业上来。新的一年，上海广播电视台（集团）将坚守“好内容铸就真未来”的信念，始终以卓越为价值标尺，大力锻造好创意、好传播、好经营、好团队，奋力谱写新型主流全媒体集团高质量发展的新篇章，为上海建设习近平文化思想最佳实践地作出新的更大贡献。



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

# 02

SMG全景图

# SMG

---

|                     |    |
|---------------------|----|
| 好内容铸就真未来 .....      | 10 |
| SMG海内外朋友圈 .....     | 15 |
| 从数字读懂SMG 2024 ..... | 16 |
| SMG荣誉2024 .....     | 24 |
| SMG可持续发展战略 .....    | 30 |

---



## 好内容铸就真未来

好内容是对社会责任的重大担当。2024年，为推动台（集团）的高质量发展，我们开启了迈向新征程的改革。

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、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、人才聚台”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，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。

## 我们的事业版图

为大众创造丰富的精神食粮

上海广播电视台（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，连续14年位列全国文化企业30强，现有员工近1.5万人，其中媒体从业人员数6千余人，192家各级控股企业，资产总规模587亿。



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，聚焦时政新闻、财经科创、社会人文、都市时尚、国际传播等优势领域，强化新闻特色，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”。



### 新媒体客户端

#### 看东方

##### 新媒体、新消费、新技术

看东方以“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，探索“优质视频+城市消费+会员服务”商业逻辑，全力打造全国广电新媒体的第三范式。截至2024年底，累计下载量8000万。

#### 阿基米德

##### 声音改变生活

打造广播智能移动收听的头部平台。集结全国800多套广播频率直播节目，每天新增近1万小时音频内容，融媒矩阵用户达7600万。

#### 看看新闻

##### 叩击时代

移动端日均全网浏览量超2亿级、峰值4亿，全年开展新闻直播2000余场，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

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全媒体头部财经平台。每天生产与发布财经内容超过2000条，累计端直播超过2000场，汇聚超过1000名有影响力财经大V。

#### ShanghaiEye

##### 上海对外第一视频窗口

在这里，看见上海。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。截至2024年底，海外年度传播量突破10亿，海外年度总观看时长超500万小时，海外总粉丝数突破1000万。

## 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18个中国新闻奖，其中一等奖4个；中宣部“五个一工程奖”7个，其中特别奖1个；全国电视文艺“星光奖”3个、中国电视剧“飞天奖”4个，中国电视“金鹰奖”4个、中国电影“金鸡奖”2个、亚洲电视奖、金天使奖、美国泰利奖等国际性传媒奖项27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。

### 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布局，服务上亿级规模用户。IPTV用户达6100万户，互联网电视用户超1.1亿户。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

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、智慧化、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《中国（上海）超高清先锋

行动计划》，强化技术系统搭建、制作流程创新、公共平台建设等重点突破，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“看东方”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。

# SMG

## 海内外朋友圈

上海广播电视台（集团）在全媒体传播体系建设和传统文化企业转型中，积极拓展多方合作，推动资源共享与优势互补，实现新媒体产品社会效益和商业价值的显著提升。

2024年11月，上海广播电视台（集团）首次在进博会全球开放合作平台，以“重构媒体价值 链接商业未来”为主题，举办台（集团）2025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。用创新的纽带编织未来商业的图景，以新兴领域为跑道，点燃推动商业发展的强劲引擎。

2024年，上海广播电视台（集团）积极参与上海与新加坡合作的“视听上海”内容专区建设，传播中国文化，讲述上海故事。截至2024年底，上线内容超450小时，27档节目，观看量超40万次，浏览量近100万次，涵盖音乐综艺、电视剧等内容。策划运营的俄罗斯“白玉兰剧场”成为首个落地俄罗斯的全矩阵中国电视剧出海项

目，聚焦“上海制造、中国故事”，被中俄两国政府纳入媒体合作成果，播出多品类视听内容超200小时，覆盖1.5亿用户。

2024年，上海广播电视台（集团）策划参与国际交流活动，举办“魔都新发现！日本行”第二季等多个国际交流活动，承办第31届欧洲电视联盟年会等多个国际会议。搭建莫斯科世界内容市场中国联合展台，展示中国作品128部，举办“精彩中国，故事无限”主题系列活动。承办了法国秋季戛纳电视节“聚焦中国”系列活动，展示国产精品力作179部。在第25届亚洲电视论坛与市场（ATF）上，搭建中国联合展台，策划组织10场聚焦中国专题活动。同时，推动原创舞台艺术作品“走出去”与“引进来”。舞剧《朱鹮》《永不消逝的电波》、舞台剧《繁花》、话剧《厄勒克特拉》、木偶剧《华山神童》等作品走向国门，引进并制作音乐剧《剧院魅影》中文版等，促进中外艺术交流。

2024年，上海文广国际传播中心在Facebook、YouTube、TikTok、X、Instagram等平台互动数据表现亮眼，熊猫文化、音乐主题、巴黎奥运会等内容广受关注。中心通过多平台联动构建传播矩阵，精准传播，最大化影响力。

目前，上海广播电视台（集团）在美国、英国、德国、阿联酋、日本、新加坡等地设立驻外记者站，每年发回超1800条新闻报道，发布内容超1万条次。2024年“头条工程”海内外报道近450条，总浏览量达2.1亿，海外浏览量超千万。旗下五岸传播在版权海外发行领域构建了160万小时海内外优质电视栏目内容、近百部影视剧作品、数千小时音频内容，覆盖350家国内电视台、120个国家和地区发行渠道、30多家新媒体发行渠道，文化产品出口收入稳定增长。



# 从数字认识 SMG 2024

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。

192 / 家

17 / 个

上海广播电视台  
(集团)有包括东  
方明珠新媒体股  
份有限公司在内  
的各级控股企业  
192家。

08 / 个

17个文旅场馆。

30 / 强

东方明珠新媒体股  
份有限公司连续14  
年位列全国文化企  
业30强。

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。

587 / 亿

截至2024年，集团资产总规模587亿。

截至2024年底，SMG拥有员工14984人，其中新媒体从业人员数6315人，平均年龄38.7岁，男性员工占比54%，女性员工占比46%。

1147 / 场

2024年，开展线上线下培训1147场，安排参训3.96万人次，培训总学时16.29万。

07 / 家

30.88 / %

SMG在2024年全年收视份额30.88%，黄金时段收视份额33.08%。

14984 / 人

2024年，SMG出品获得中国新闻奖、中国广播电视大奖、美国泰利奖等**300**余个国内外奖项。

**300**  
余个

**1000**  
万

上海广播电视台（集团）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，截至2024年底，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。

截至2024年底，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）。

**164.4**  
万小时

**777457**  
条次

东方明珠全年共播出公益宣传片**777457**条次，公益宣传片播放总时长为**376536.75**分钟，积极传播社会主义核心价值观。

# 媒体影响力

## 2024

01 / 名

2024年，东方广播中心，上海市场广播收听份额96.78%，同比增长2.92%。

01 / 名

真实传媒打造的东方卫视“新纪实”时段，2024年共计播出了41集，1870分钟的自制精品纪录片。“新纪实”时段收视排名第二，在地方卫视晚间时段纪录片栏目中实现领跑。

2024年，广电总局大数据（70城）中，东方卫视收视率全天排名第二，黄金时段排名第一。

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。

1870 / 分钟

103 / 个

2024年，东方卫视在各新媒体矩阵账号共计103个，用户数近9000万，居全国卫视前列。

2024年，看看新闻品牌矩阵总粉丝数**1.1**亿，APP累计下载量达**1798**万，日均全网传播量**2**亿、峰值**4**亿，位列市委网信办短视频影响力榜单第一阵营。

**1.1** / 亿

东方卫视开设《东方新闻》等**11**档新闻、专题类节目，2024年全年首播时长约**1496**小时。

**1.35** / 亿次

**504** / 条

截至2024年底，DocuLife纪录片国际传播新媒体矩阵已有订阅用户**23.6**万，总浏览量达**1.35**亿次，总覆盖量达**5224.7**万人次，相比2023年同期增长超过**503.3%**，转赞评总互动量超过**373.8**万次。

**1496** / 小时

第一财经力推内容影响力登顶，截至2024年12月底，第一财经在社交媒体产生视频千万+**350**条，微信十万+**550**条，微博热搜**504**条，各项数据均超越2023年全年水平。

**15** / 亿

2024年，五星体育新媒体矩阵奥运总流量历史性突破**15**亿大关。

## 技术创新力

2024

内容创作者孵化扶持平台联合优秀创作者合作共创，全年组织主题投稿任务活动5次，制作主题短视频内容超过638小时，内容类型涵盖动漫、财经、生活、健康、旅游五大板块。

352.4  
万

2024年，广电5G用户超235万端，全市有线电视用户352.4万。

2  
亿

638  
小时

2024年，上海东方传媒技术有限公司（SMT）作为巴黎奥运会4K公共信号制作唯一的非欧盟技术服务提供商，第4次出征，历时34天行程1万公里，引入Scube系统，其自研的InnoMotion成为奥运历史上首个应用于乒乓球、射箭赛事转播的AI产品，技术闪耀巴黎引发关注，全网信息推送量超万条，总点击量破2亿。

640  
万次

看东方平台平均MAU 81.9万，全口径平均MAU 392万。创平台主题短视频内容参与共创的创作者超过590人，主题内容播放次数超过640万次，总播放人数覆盖超过40.8万人。

产业竞争力 / 2024

74 / 个

旗下上市公司东方明珠（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，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。

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。

A / 级

6.69 / 亿

公司业务经营方面，2024年，东方明珠（600637.SH）实现营业收入76.98亿元，实现归属于母公司净利润6.69亿元。

2024年，全国IPTV用户达6100万、OTT用户超1.1亿；上海IPTV用户达544万，有线电视双向互动用户达226万。

6100 / 万

东方明珠广播电视塔开业30周年迎来第1亿位游客，持续打造都市文旅、消费娱乐等多元场景。2024年接待游客约432.98万人次，同比增长1.8%。完成接待三级警卫任务及以上重要外宾60余批。

小荧星2024年课后服务进校园项目覆盖上海市16个区，全年共覆盖了388所学校，开设了684门课程。全年累计逾300场各类活动，全年演出累计近百场。

136 / 项

4619 / 场

2024年，上海国际光影节设置12个地区分会场共举办活动136项，设置打卡点119处，点亮重要建筑1100余栋，吸引国内外游客市民1620多万人次，带动相关消费超过38亿元，全媒体传播量超过30亿次。

300 / 场

2024年，文广演艺集团共举办各类演出4619场，全年营收达7.22亿元，观演4248.28万人次（含线上）。

1 / 亿位



## SMG荣誉2024

上海广播电视台（集团）的发展历程镌刻着中国广电行业改革的铿锵足音。从1949年5月第一声电波呼号穿透沪上晨雾，到新时代智能媒体矩阵的全球布局，SMG始终以“思想者”的姿态领航行业变革。

这份跨越七十余载的创新基因，在2024年被注入全新时代密码——《上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）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媒体集团行动方案》的发布，标志着上海广播电视台在全国率先启动主流媒体系统性变革。

2024年，上海广播电视台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。

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。

技术创新方面，2024年，上海广播电视台（集团）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，“看东方”“阿基米德”“看看新闻”客户端和“新闻坊”“第一财经”微信公众号排名全国前十。

上海东方传媒技术公司（SMT）自主研发的InnoMotion成为奥运历史上首个应用于乒乓球、射箭赛事转播的AI产品。打响SMG科创品牌，获得中国电影电视技术学会科学技术奖一等奖1项、三等奖1项，广播节目技术质量最佳作品4项，外场转播最佳应用案例3个、优秀案例3个、入围案例1个。上海市广播电视局科技进步奖一等奖1项、二等奖1项、三等奖2项。

2024年度上海广播电视台重要奖项

第十七届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖

中共中央宣传部

| 序号 | 获奖时间     | 作品名称        | 奖项类别 | 获奖单位   |
|----|----------|-------------|------|--------|
| 1  | 2024年11月 | 杂技剧《天山雪》    | 戏剧   | 上海杂技团  |
| 2  | 2024年11月 | 《赫哲人的“伊玛堪”》 | 广播剧  | 东方广播中心 |

第34届中国新闻奖

中华全国新闻工作者协会

| 序号 | 获奖时间     | 作品名称                                | 奖项类别     | 获奖单位  | 奖次  |
|----|----------|-------------------------------------|----------|-------|-----|
| 1  | 2024年11月 | 《今晚》                                | 电视专栏     | 融媒体中心 | 一等奖 |
| 2  | 2024年11月 | 《万桥飞架——<br>山水间的人类奇迹》                | 重大主题     | 真实传媒  | 一等奖 |
| 3  | 2024年11月 | 《永远的行走：与中国相遇》<br>（第二季）<br>第一集《岷江邂逅》 | 国际传播-纪录片 | 真实传媒  | 三等奖 |
| 4  | 2024年11月 | 国际传播中如何打造<br>“元软实力”                 | 新闻业务研究   | 总编室   | 三等奖 |

## 第28届电视文艺星光奖

国家广播电视总局

| 序号 | 获奖时间    | 作品名称             | 奖项类别  | 获奖单位 |
|----|---------|------------------|-------|------|
| 1  | 2024年9月 | 《何以中国》           | 优秀纪录片 | 东方娱乐 |
| 2  | 2024年9月 | 《万桥飞架——山水间的人类奇迹》 | 优秀纪录片 | 真实传媒 |

## 第34届电视剧“飞天奖”

国家广播电视总局

| 序号 | 获奖时间    | 作品名称      | 奖项类别  | 获奖单位 |
|----|---------|-----------|-------|------|
| 1  | 2024年9月 | 《超越》      | 优秀电视剧 | 东方娱乐 |
| 2  | 2024年9月 | 《欢迎来到麦乐村》 | 优秀电视剧 | 影视办  |

## 第2届中国播音主持“金声奖”

国家广播电视总局

| 序号 | 获奖时间    | 获奖人员 | 奖项类别       | 获奖单位  |
|----|---------|------|------------|-------|
| 1  | 2024年3月 | 何婕   | 优秀电视播音员主持人 | 融媒体中心 |

第29届上海电视节白玉兰奖

国家广播电视总局

| 序号 | 获奖时间    | 作品名称 | 奖项类别 | 获奖单位     | 获奖等级    |
|----|---------|------|------|----------|---------|
| 1  | 2024年7月 | 何以中国 | 纪录片  | 东方娱乐、百视通 | 最佳系列纪录片 |

2023年度全国广播电视新闻“百佳”推优

国家广播电视总局

| 序号 | 获奖时间     | 作品名称                   | 奖项类别       | 获奖单位/人员                                    |
|----|----------|------------------------|------------|--------------------------------------------|
| 1  | 2024年10月 | 引领·更开放的中国——上海自贸区十周年观察  | 优秀广播新闻     | 东方广播中心：<br>胡旻珏、赵宏辉、杨叶超、<br>向晓薇、李斌          |
| 2  | 2024年10月 | 看得见的力量 2——兴农方法论        | 调研式报道优秀案例  | 第一财经：<br>宣继涛、王建爱、王双阳、<br>赵新艳、吴煜、<br>金瑜、赵彦德 |
| 3  | 2024年10月 | 文物里的长江——十三省区市文明探源全媒行动  | 议题设置优秀案例   | 融媒体中心：<br>集体                               |
| 4  | 2024年10月 | 头脑风暴——再出海：重新定义 全球市场    | 议题设置优秀案例   | 第一财经：<br>蔡如一、陈涵露                           |
| 5  | 2024年10月 |                        | 优秀新闻播音员主持人 | 融媒体中心：<br>雷小雪                              |
| 6  | 2024年10月 | “ShanghaiEye魔都眼”国际传播矩阵 | 优秀广电新媒体    | 上海广播电视台融媒体中心、<br>上海文广国际传播中心                |

第33届上海新闻奖（仅收录一等奖）

中共上海市委宣传部

| 序号 | 获奖时间    | 作品名称                                  | 奖项类别                    | 奖次               | 获奖单位   |
|----|---------|---------------------------------------|-------------------------|------------------|--------|
| 1  | 2024年5月 | 缺失国标的晾晒池：<br>这类污水处理工程正在“裸奔”  <br>一线调研 | 专门类-<br>新媒体通讯<br>(舆论监督) | 一等奖              | 第一财经   |
| 2  | 2024年5月 | 何以中国                                  | 基础类-<br>新闻纪录片           | 一等奖              | 东方娱乐   |
| 3  | 2024年5月 | 头脑风暴——<br>再出海：重新定义全球市场                | 基础类-<br>电视评论            | 一等奖              | 第一财经   |
| 4  | 2024年5月 | 每天凌晨四点<br>这个“零工早市”就会热闹开场              | 基础类-<br>新媒体消息           | 一等奖              | 融媒体中心  |
| 5  | 2024年5月 | 新能源车功能离线，<br>消费者权益谁来保护？               | 基础类-<br>广播评论            | 一等奖              | 东方广播中心 |
| 6  | 2024年5月 | 试验的价值                                 | 基础类-<br>新闻纪录片           | 一等奖              | 融媒体中心  |
| 7  | 2024年5月 | 《2023日出东方 科技追光》<br>12小时融媒直播           | 媒体融合-<br>融合报道           | 一等奖              | 融媒体中心  |
| 8  | 2024年5月 | 案件聚焦                                  | 电视专栏                    | 名专栏奖<br>(相当于一等奖) | 融媒体中心  |
| 9  | 2024年5月 | 一财社论                                  | 报纸专栏                    | 名专栏奖<br>(相当于一等奖) | 第一财经   |

第17届上海长江韬奋奖

中共上海市委宣传部

| 序号 | 获奖时间    | 作品名称 | 奖项类别 | 获奖单位/人员    |
|----|---------|------|------|------------|
| 1  | 2024年5月 |      | 长江系列 | 真实传媒: 秦博   |
| 2  | 2024年5月 |      | 长江系列 | 融媒体中心: 戴晶磊 |
| 3  | 2024年5月 |      | 韬奋系列 | 第一财经: 杨宇东  |

# SMG可持续发展战略

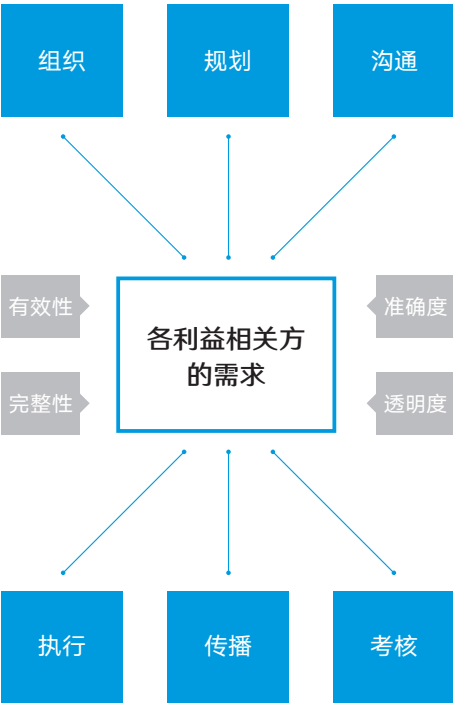
## 社会责任指导方针

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，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，坚定不移地推进主流媒体系统性变革。

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。

2024年，SMG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》。

## 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，上海广播电视台（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。

上海广播电视台（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。上海广播电视台（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。

上海广播电视台（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，将台（集团）企业社会责任的履行情况进行全面梳理、及时披露，与社会共建可持续生态。

## 回应联合国2030年 可持续发展目标 (SDGs)

“在乎者赢”，对于可持续发展理念的实践，不只是理念，还要付诸行动。上海广播电视台（集团）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，推动关乎每一个人利益的可持续发展目标的实现。



## 推动绿色发展

上海广播电视台（集团）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（集团）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（集团）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（集团）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。



# 03

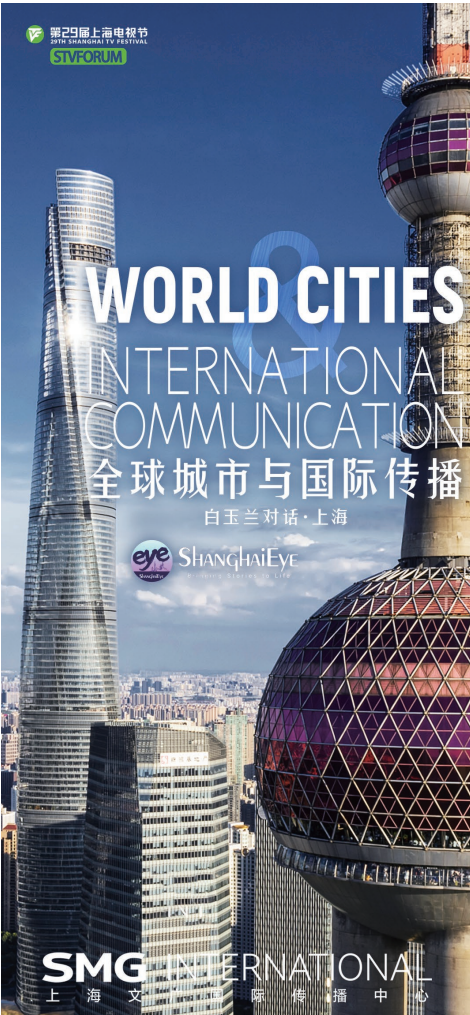
SMG实践

# SMG

---

|                 |    |
|-----------------|----|
| 以新闻撰写时代画卷 ..... | 36 |
| 用文化书写上海精神 ..... | 41 |
| 从融合开启系统革新 ..... | 44 |

---



## 以新闻撰写时代画卷

新闻，流淌在时代与社会的变迁中，连接着过去与未来。

上海广播电视台（集团）坚持“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”战略定位，用真实记录时代脉动，大胆引领创新思潮，用融合重塑格局，在持续巩固壮大主流价值、主流舆论、主流文化的基础上，不断提升主流媒体的传播力、引导力、影响力与公信力。

2024年，上海广播电视台（集团）紧扣中国式现代化的时代主线，在重大主题报道中持续发力。从全国两会到中国国际进口博览会，从城市治理到经济转型，上海广播电视台（集团）以深入扎实的内容记录时代进程，通过多平台协同提升传播的广度与深度，进一步巩固主流媒体的传播优势。

面对日益复杂的国际传播格局，上海广播电视台（集团）不断拓展对外传播能力。聚焦“双循环”战略支点，依托海外记者站网络、CPTN平台以及ShanghaiEye、Yicai Global等核心品牌，上海广播电视台（集团）着力打造具有辨识度和穿透力的国际传播IP集群，更生动、更精准地讲述中国故事，传递上海声音。

在宏观叙事之外，上海广播电视台（集团）也注重微观层面的新闻触达。面向城市日常与民生热点，新闻团队主动深入一线、贴近现场，回应群众关切的现实问题。通过可见、可感的报道，推动社会共治实践的深化，展现主流媒体在公共服务中的责任担当与治理参与。

在内容驱动的基础上，体制机制的革新也为传播效能注入新动能。上海广播电视台（集团）持续深化改革，优化主业结构与资源配置，全新组建融媒体中心，推动频道频率“精简精办”，实现优质内容与重点平台的高效衔接，为主流传播注入更多可能。

围绕新闻主业的核心能力建设，上海广播电视台（集团）锻造品牌优势。东方卫视加快向头部全媒体平台升级，看看新闻稳固其即时权威的新闻发布地位，第一财经进一步强化专业财经报道特色。通过整合电视直播、移动传播与国际推送资源，上海广播电视台（集团）正构建起一套覆盖全链条的现代新闻生产体系，全面提升主流媒体的传播力、引导力、影响力与公信力。

## 以重大主题为坐标， 描摹时代脉动

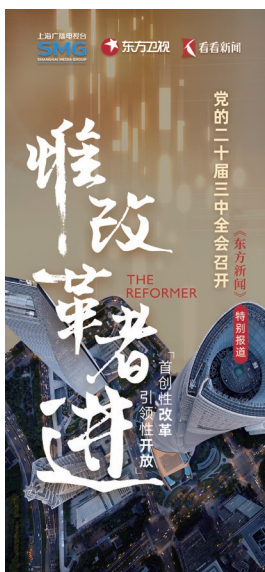
每一年里的重要时间节点和重要事件，我们以“头条工程”为抓手，锚定主责主业，以新闻底稿记述时代进程。全国两会期间，我们策划推出“两会学习时间”“印记·当我听到总书记说”等专题专栏，把宏大主题转化为可感、可知的故事表达。创新推出《改革方法论》《惟改革者进》系列报道、《新征程的必答题》系列综述，以多样的传播形态、持续的议题深耕，帮助公众更深入理解习近平总书记关于全面深化改革的重要论述。在《家国万里》的镜头中，摄制组走进河南、广西、福建等地，在一次次文明探访与现实交汇中，还原中华文化的生命力与时代温度。这不仅是一次传播行动，也是一场文化寻根之旅。全国两会报道全网传播总量4.15亿次，较2023年同期提升89%。

## 触摸城市肌理， 看见并描画发展脉络

上海广播电视台（集团）聚焦上海发展，《今晚》全新推出“看懂上海”专栏，以解释性报道为工具，创新展现上海落实落细总书记考察上海重要讲话精神的生动实践；《东方新闻》全新打造“上海时政焦点”专栏，展现国家战略之下的上海思考，解读国家战略之中的上海使命。

《“新物种”赋能新质生产力》报道聚焦机器人产业集群发展，从生产一线到算法前沿，全景记录技术创新如何重塑城市生产力。《献给新时代的礼物》联动长三角城市进行大型直播，镜头中既有老街小巷的生活细节，也有重大工程背后的人物群像，这种跨地域的融合报道，不仅联通了城市之间的共鸣，也让“新时代”这三个字落地有声。

上海广播电视台（集团）以思想的锋





芒解码经济走向与社会变迁。社论《最好的承诺是放手和放权》《轻税薄赋是经济复苏之基》等引发2024年现象级热议，推高社会影响力。第一财经以专业财经视角深度调查异地医保直接结算，首度全面解析这一公共服务。《来点财经范儿》《顶级投资人》《直通交易所》等栏目紧贴市场脉搏，以理性分析与可视化呈现，传递信心，服务公众投资判断。第一财经研究院承接政府十五五规划课题研究咨询项目，进一步拓展了财经媒体智库在咨政建言方面的作用和影响力。

## 在风雨之中， 传递守护的力量

新闻的意义，不止于记录，也在于回应。2024年，我们围绕民生热点打造《大城小事》《民生一网通》等节目，在接诉即办、精细治理的社会图景中，捕捉城市

温度与治理韧性。在台风“贝碧嘉”登陆的那个凌晨，上海广播电视台（集团）紧急集结70路记者，连续31小时推出《迎战台风“贝碧嘉”特别直播报道》。在风雨交加的镜头中，有抢险人员彻夜未眠，有居民守望相助，有记者趟水前行。这是一场技术调度的考验，更是一场新闻与责任同行的现场实战，全网浏览量突破1亿次。

## 在世界目光中， 讲述中国与上海

上海广播电视台（集团）不断改革创新国际传播机制，全力建设国家级媒体类国际传播重点基地。通过贯通内外宣、大小屏、中英文，台（集团）打造了由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。如今，海外总

粉丝数已超过1000万，海外传播量突破10亿，海外总观看时长超过500万小时。

在中国外交的重要场合与关键节点，上海广播电视台（集团）记者团队始终奋战一线，用镜头定格历史，用文字传递信念。从APEC到G20，从金砖峰会到达沃斯论坛，报道团队深入现场，以有立场、有深度、有温度的报道，全景式展示中国外交形象和大国领袖风采。这些报道在国内引起了广泛共鸣，也在海外获得了高度关注，相关报道的海内外浏览量突破了1.1亿次，持续扩大主流媒体的国际传播影响力。

巴黎奥运期间，“梦想蓝”团队扎根法国，推出16场次网络直播，发布相关报道600余条，总浏览量突破20亿次。从运动员身上的中国故事，到幕后团队的坚持与热血，上海广播电视台（集团）用镜头拉近世界与中国的距离，呈现真实、立体、鲜活的国家形象。

2024年，上海广播电视台（集团）继续以新闻为笔，书写时代答卷，回应民声所系，连接世界目光。在一条不断延展的时间轴上，我们用事实讲述，用温度触达，用新闻的力量，为社会汇聚向上的能量。



## 用文化描绘城市灵魂

在上海这座光荣之城、创新之城、开放之城、梦想之城，文化从来不是冰冷的符号，而是流淌在弄堂里的烟火气，是黄河路上的霓虹闪烁，是黄浦江畔的潮起潮落。

上海广播电视台作为城市文化的重要传播者，以“人民需求”为创作原点，以“中国审美”为叙事底色，以“大都市气质”为表达方式，深耕内容创制，让文化作品既有思想深度，又充满情感温度。从镜头到舞台，从黄金剧场到数字屏幕，一系列兼具思想厚度与审美高度的作品相继诞生，为市民精神世界注入丰富滋养，也不断拓宽主流文化传播的边界。

### 找到城市的灵魂： “沪语三部曲”掀起文化共鸣

文广演艺集团打造的“沪语三部曲”以鲜活的海派叙事让人们走入城市记忆。滑稽戏《宝兴里》紧扣时代脉搏，以旧改工作为背景，从弄堂搬迁故事打开上海市民社会的观察切口。剧中“搬”与“不搬”的矛盾是城市更新中人情冷暖。作品以小见大，勾勒出城市的发展变迁。舞台剧《繁花》于2024年3月在上海美琪大戏院迎来第100声“不响”。舞台剧延续了原著文本中沪语与古典白话小说的美学特征，主人公们的童年及成年的生命切面交替呈现，让观众在强烈的时代场景对比中看到社会转型期间的个人命运。音乐剧《爱情神话》由同名电影改编，用“上海味道”讲述“上海故事”。音乐剧聚焦安福路等城市文化新地标，通过旋转布景展现上海的多元文化，传递着虽各怀己见却彼此尊重的观念。三部剧以方言为线索，从社会转型阵痛到多元文化发展，展现了上海这座城市的历史底蕴与现代活力。

### 在真实中照见年轻的中国：纪实电影 《中国车手周冠宇》激励青春梦想

体育纪实电影《中国车手周冠宇》并不单是记录一个中国



F1车手的成长历程，它更像是一封写给青年人的信。镜头从周冠宇在卡丁车赛道上的第一次转弯，一路跟随他跨越语言、文化、资源等重重障碍，驶入世界顶级赛事的内场。这些细节组成了当代青年在全球化舞台上探索自我、拼搏突围的剪影，向世界彰显加速崛起的“中国速度”。

影片采用杜比全景声技术，为观众带来沉浸式的赛场听觉体验，打破传统声道限制，提供精准的声音定位和移动效果。这是上海广播电视台（集团）在体育内容领域追求卓越的又一次自我超越，也是五星体育转型发展的又一次有效尝试。

## 文化创制矩阵：从纪录片到人文综艺的多样表达

纪录片《叶尔羌河》以水为笔，书写新疆大地的生命史诗；《东滩，鸟类的家园》用候鸟的迁徙轨迹，讲述人与自然的共生故事；《前浪》则以老年人视角，

展现岁月沉淀后的生命智慧；《江海遗珍·长江口二号》以4K画质详述古船考古全程，凸显上海科技考古实力。这些海派特色纪录片，用细腻的镜头语言，勾勒出中国大地上的多元文化图景。

人文综艺领域，《斯文江南》第三季以“江南诗词大会”的形式，让传统文化在年轻人中“破圈”传播；《加油！小店》用社区小店的日常，讲述平凡生活中的温暖与坚韧；《极限挑战》第十季以“城市探险”为主题，带领观众发现都市角落里的文化密码。这些节目以情感为纽带，以文化为内核，让观众在笑声与泪水中，找到文化归属。

## 舞台艺术的多元绽放：从历史到未来的文化表达

舞剧《李清照》以宋代才女的生命轨迹为线索，用舞蹈诠释“生当作人杰”

的精神风骨；国风悬疑舞台剧《清明上河图密码》以北宋宣和三年为背景，围绕《清明上河图》中暗藏的“梅船案”“八子案”等离奇命案展开，揭开北宋繁华盛景下的诡谲谜局；“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》，让全球文化精华在上海舞台上交相辉映。《永不消逝的电波》《战上海》《时空之旅2》和《不眠之夜》上海版更以沉浸式体验，入选“全国演出市场示范”项目，成为城市文化新名片。

## 微短剧与互动视频： 抢占文化新赛道

在移动互联网时代，文化表达需要

更快、更轻、更贴近生活。2024年，上海广播电视台（集团）发布“中国微短剧品质东方计划”，推出全国首个日播微短剧展播带“品质东方微剧场”，以及首档微短剧演员竞演节目《开播！短剧季》。节目中，作品以“短小精悍、直击人心”的叙事方式，回应了观众对快节奏文化消费的需求。“看东方”平台探索互动视频节目，让观众从观看者变为参与者，在文化体验中找到更多共鸣。

文化的力量润物无声。2024年，上海广播电视台（集团）以一部部有温度、有深度的作品，回应时代命题，回应人民需求，回应文化自信。面向未来，我们将持续深耕内容创制，讲好中国故事、上海故事，让文化之光润泽人心，点亮更多精神坐标。



## 从融合开启系统革新

数字化浪潮正在重塑媒介格局。

2024年，上海广播电视台（集团）坚持以技术革新为引擎，推动媒体融合与产业升级，全力构建内容、数据与平台协同发展的强台新体系。从智能底座重构到文旅体育商业场景再到全球化文化输出，我们始终以责任、温度和真实为导向，为社会传递正能量，为国际展现“魔都”新形象。

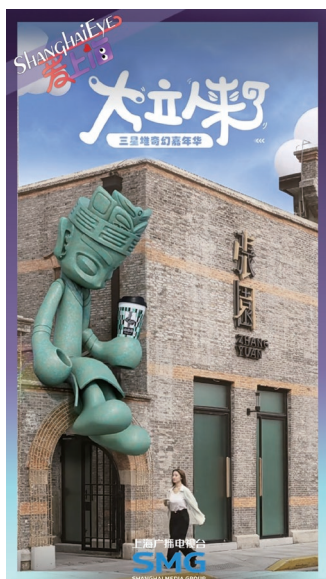
从单点突破到系统升级，融合进程正在迈入新阶段。2024年9月28日，“中国（上海）超高清先锋行动计划”合作备忘录在上海广播电视台正式签署。国家广播电视总局、工业和信息化部、文化和旅游部、中央广播电视总台与上海市人民政府五方协同，围绕超高清内容创制、渠道终端、应用创新、产业生态等领域展开深度合作。这一计划为智慧媒体架构注入政策与产业动能，也标志着我们在“内容科技化”与“科技内容化”融合路径上迈出了

了关键一步。

这一年，我们不是简单地“做内容”，而是持续重构做内容的方式。以AI重塑为起点，我们搭建起“一中台五中心”的智能融合架构，在一线内容生产中推行人工智能集成工具箱Scube（智媒魔方）、第一财经专业智能体“星翼”大模型、百视通“文心雕龙”AIGC可视化工作面板等产品。在《因AI向善》这样的公益项目里，AI帮助我们迅速打磨剧本、生成镜头、提升产能，在《润爱无声》的门诊场景中，数字人用最朴素的语言完成了“让信息无障碍”的技术理想。

InnoMotion，一款由上海东方传媒技术有限公司（SMT）自主研发的体育赛事AI产品，首次应用于奥运历史上的乒乓球与射箭赛事。它可以自动识别运动员动作轨迹、生成赛事亮点数据，甚至实时优化镜头编排。InnoMotion的成功应用是AI算





法、高速摄像机、3D动画、MR技术等多项技术的集成和创新，标志着赛事转播制作流程从传统的“人驱动”模式转变为“人机协作”模式。新一代“智慧媒体底座”EPM调度着AI算法、云端渲染、信号传输与内容分发的每一个环节。这是“一个中台”，也是一个平台思维时代的起点。

当智慧媒体的骨架成型，我们也开始尝试让“内容生产”跳脱出传统的拍摄场景，进入城市的节奏中。2024年，上海国际光影节便成为这场融合实验的天然试验场。

那是一个真正“由科技驱动的城市舞台”。我们在上海国际光影节应用自研的“MOMA AI”线上工作流作品共创平台将一堵普通外墙变成“光影梵高墙”。用360°全景摄像与20K分辨率打造沉浸式mapping秀，在上海展览中心的穹顶下模拟出一场巨型的数字幻象。来自全球27个国家的艺术团队参与作品创作，艺术节在巴黎启动，并在黄浦江畔落地生根——在技术与文化的接力中，上海的城市肌理

变得可以被“点亮”，也可以被“对话”。

更动人的故事发生在人与城、文化与生活的碰撞中。我们与三星堆博物馆联合推出文博体验IP“大立人来了·三星堆奇幻嘉年华”，在静安张园打造古蜀文明和海派文化交融的数字艺术展陈，推出咖啡快闪店和“超奇妙·夜巡游”。大立人跨越三千年时空，与弄堂里的烟火气撞个满怀。

在这场文化内容与商业场域的共创中，我们把《剧院魅影》的音乐剧场景搬上穿梭于南京西路的光影巴士，让经典戏剧在城市空间中流动起来，成为对城市文旅空间、消费场景及生活方式新生态的一次突破性探索与诠释。我们建起“鲸梦星海”沉浸空间，把AI、音乐、快闪店融合进市中心商业楼宇，为公众带来的不仅是一个打卡新地标，更是一种未来生活方式的体验。在这些看似零散的场景中，我们完成了文化传播转型的实验——让文化不再只依赖“宣发渠道”，而是主动长出自己的场域与通路。

更深层次的融合，来自内容制作方式的重构。在Scube智能工具箱、星翼AI、文心雕龙的加持下，媒体人与算法“共创”已不再是概念炒作，而成为真实可感的实践路径。

在上海，我们正在重构一套融合与创新的逻辑：技术不再只是附着于内容之上，而是在创作的起点就深度参与，共同搭建文化表达的舞台；传播不再是单向度“走出去”，而是在与世界的持续对话中，逐步积累属于我们的叙事方式与情感结构。从体育赛事到城市街区、从古蜀文明到海派文化、从海外艺术家到本地观众，每一次协作，都是对“强台能力”的一次验证——我们正在构建一个开放协同、面向未来的文化生态系统。

# 04

SMG治理

# SMG

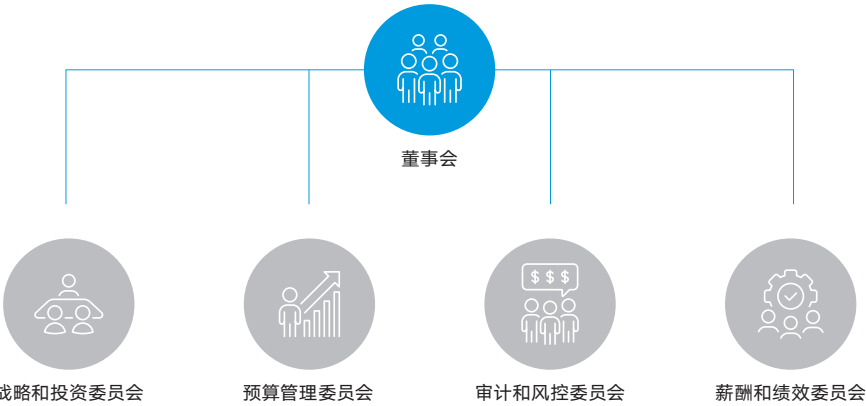
---

|              |    |
|--------------|----|
| 筑牢治理根基 ..... | 48 |
| 传承红色基因 ..... | 48 |
| 坚守商业伦理 ..... | 52 |
| 守护知识产权 ..... | 53 |
| 保障安全运营 ..... | 53 |

---

# 筑牢治理根基

上海广播电视台（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，明确党组织在台（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。



# 传承红色基因

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。

## 始终把党的政治建设摆在首位

2024年，上海广播电视台（集团）召开党员代表大会。

大会强调，未来五年要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平文化思想，坚持守正创新、自信自强、系统变革、追求卓越，实施“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”核心战略，推进智能化、超清化、移动化发展，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。

大会要求构建全媒体生产传播机制，推进媒体系统性变革，加强党的领导，坚定新闻立台，推进文化兴台，加快融合强台，拓展商业链接，激活人才资源，全面从严治党。

## 学思践悟，深化党纪学习

上海广播电视台（集团）把学习好、贯彻好新修订的《中国共产党纪律处分条例》作为重点，以“3个专题+3次研讨”为主要形式，举办3期党纪学习教育读书班，通过听取《条例》专题辅导报告、参观市全面从严治党警示教育基地、瞻仰中共二大会址纪念馆、观看警示教育片，深入学习习近平总书记关于全面加强党的纪律建设的重要论述。





## 文艺范儿党课如春风化雨

党课可以艺术性表达，艺术也可以是党课。

上海广播电视台（集团）以创新的文艺党课形式，将传统党课教育与舞台艺术有机融合，不仅面向台（集团）内部党员，更通过多样化的艺术表达将党课内容推广至全社会，让红色文化以更生动、更具感染力的方式走进大众生活。

### 爱乐党课： 音乐中的红色情怀

2024年，为庆祝新中国与上海解放75周年，上海爱乐乐团于5月27日在上海大剧院推出“文艺党课·红色情怀”音乐会，作为2024上海红色文化季的展演活动之一。

本场音乐会精心编排，汇聚了吕其明、金复载、奚其明三位作曲家的六部经典作品，包括钢琴与乐队《红旗颂》、二胡协

奏曲《春江水暖》，以及吕其明用现代技法重新修订的管弦乐序曲《雷雨》。音乐会围绕“攀登、时代、向往、红旗”四大主题，展现老一辈音乐人的赤子情怀与新时代文艺工作者的精神风貌。

音乐会还走进城市公共空间，如地铁人民广场站，将红色旋律带入日常生活，让更多市民在沉浸式的文艺党课中感受红色文化的感染力，体悟上海城市精神的历史底蕴与当代表达。



## 舞剧党课： “永不消逝”的 精神传承

舞剧《永不消逝的电波》在红色文化传播方面具有里程碑意义。作为面向社会的文艺演出，舞剧生动地讲述革命故事，深刻传达党的初心和使命。自2018年8月开排以来，已经在全国范围内进行了广泛的巡演，并于2024年12月7日完成了第700场演出。每次“电波”演出就如同

一次生动的现场文艺党课，观众无不被该作品所传达的“爱与信念永存”精神内核深深打动。

作为上海广播电视台（集团）组织的党课，《永不消逝的电波》则以“角色访谈+舞剧展演”的形式呈现，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。每一场演出都是对舞蹈艺术的完美诠释，每一次谢幕都是对历史的深刻致敬。这部作品让观众铭记历史，也激励着新时代的文艺工作者不断探索舞蹈语言与红色精神的融合创新，传递信仰的力量。

## 剧团党课： 以杂技艺术为载体的 红色文化传承

自2019年创演以来，《战上海》已走过全国四十多个城市，累计演出超百场。五年来，上海杂技团党委多次组织演职员们通过实地参观革命纪念馆和红色教育基地了解史实，缅怀先烈，让舞台上的“英雄”形象更为立体、真实。

2024年7月，《战上海》杂技文艺党课在杨浦区YOUNG剧场举行，杂技结合朗诵生动再现解放上海历程。《战上海》文艺党课回望历史，它让观众深刻领悟红色文化和革命精神的重要性，提醒人们铭记历史，珍惜当下和平生活，同时激励人们坚定理想信念，为实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈努力，奋勇向前。

# 坚守商业伦理

## 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.主题教育整改落实：**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。

**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。

**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

2024年，商业创新中心持续推动台（集团）分层级广告经营管理体系，统筹管理各主体的广告经营政策、招商规划和制度建设，以制度、流程和系统管控驱动规范经营，防范广告经营风险。

**1.规范编播体系，确保安全播出0差错。**商业创新中心严格按照广告编播的工作流程加强常态化广告编播管理，确保台（集团）全频道安全播出零秒无差错。

**2.严把广告导向，确保广告内容合法合规。**紧扣上海建设习近平文化思想最佳实践地的目标任务，强化主流媒体担当，从政治方向、舆论导向、价值取向、审美趣向等四个方面，认真开展广告内容的合法、合规性审查。2024年，全年电视广告条次违法率远低于市监局的压控红线，未发生一起因电视广告播出而引发的重大舆情事件。

## 守护知识产权

上海广播电视台（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。

2024年，上海广播电视台（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。版权资产中心持续针对媒资网进行功能优化和升级，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。

截至2024年12月底，版权资产中心已累计处理14657小时视频，完成69959次识别。同时，系统生成932053条智能标签，覆盖56648小时视频。系统累计识别67475个敏感镜头，回调下载触发6520条敏感人物提醒。

2024年，版权资产中心继续开展对历史版权资源的数字化工作，并对历史媒资统一数据库元数据进行了整理汇总和数据迁移验证。截至12月底，已累计完成历史内容数字化8.65万小时。

## 保障安全运营

2024年，上海广播电视台（集团）结合安全播出和网络安全工作实际，对《安全播出管理手册》《网络安全管理办法》进行了修订；同时，新增《关键信息基础设施保护管理办法》，从管理机制、保护工作落实、监督管理等方面对关键信息基础设施明确了管理要求。

2024年，技术中心（SMT）保障广播播出201350小时，电视播出452878小时，地球站上星播出199866小时，广播电视技术停播率0.17秒/百小时。全年共完成12个重要保障期（含等同于重保期标准的保障时间），总计23天，零停播零差错。

# 05

SMG绿色行动足迹

# SMG

---

|                   |    |
|-------------------|----|
| 自然叙事，传播绿色力量 ..... | 56 |
| 践行低碳，促进绿色生产 ..... | 59 |

---



上海广播电视台（集团）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。

## 自然叙事，传播绿色力量

### 《东滩，鸟类的家园》—— 候鸟的翅膀， 连接人与自然的纽带

2024年，上海广播电视台（集团）推出8K超高清生态纪录片《东滩，鸟类的家园》，以镜头语言记录上海崇明东滩候鸟栖息地的生态奇迹。

纪录片团队深入崇明东滩，追踪候鸟的迁徙轨迹。从春日黑脸琵鹭的短暂栖息，到夏日黑嘴鸥的繁殖季，再到冬季白头鹤的越冬群舞，镜头捕捉到候鸟生

命旅程中的每一个动人瞬间。摄制组在泥滩中搭建隐蔽帐篷，忍受蚊虫叮咬与极端温差，用“零干扰”的方式记录鸟类的自然行为。

2024年9月，在沙特利雅得举办的“魅力上海”城市形象推广活动中，《东滩》的8分钟先导片《东滩·候鸟季》首次亮相。讲述上海首个世界自然遗产的故事，呼应沙特提出的“绿色沙特”“绿色中东”倡议。通过中阿卫视电视端和阿拉伯语社交媒体，《东滩·候鸟季》在中东地区覆盖2770万人次，成为生态外交的视觉名片。



## 《一路前行》第二季 —— 让环保成为一种生活方式

《一路前行》是一档以环保为主题的公益纪实节目，通过深入探访和真实记录，带领观众直面生态保护的挑战与希望。第一季中，节目团队走访了多个代表性地区，聚焦生物多样性保护、生态系统修复以及海洋塑料污染等热门议题，为普通人提供了更多参与环保的思路和方法。

第二季延续“只有了解才会热爱，只有热爱才会行动”的核心理念，尝试用更为年轻化、专业化的叙事框架和人文视角，展现生态保护的复杂性与多样性。节目深入西双版纳热带雨林、嘉塘草原等生态敏感区，胡歌、陈龙等演员作为“环保行动者”，参与兰花保育、藏狐监测、古

茶园生态修复等项目，将科学知识与人文关怀融入纪实镜头。

《一路前行》是一种行动号召。在发起人胡歌看来，践行环保理念不是“自找麻烦”，也不应该被视为一种负担，环保可以融入方方面面。节目通过真实的案例和生动的表达，唤起观众对自然的热爱与保护意识，传达出一种理念：环保是每个人都可以践行的一种很酷的生活方式。

## 世界城市日， 为了共享美好生活

2024年10月31日，第一财经在“共建人民城市，共享美好生活”世界城市日中国主场活动（上海世博展览馆）中，通过专题报道、专家访谈等形式，系统解读

《上海报告》中超大城市可持续发展路径。同时，第一财经承办“文化经济焕新大会”边会，联合发布《世界城市日成果精粹·2023》，并策划“可持续青年说”圆桌对话，邀请青年社区代表分享黄浦区微更新大赛等参与式治理经验。

活动期间，发布《上海指数综合指标使用指南》，量化评估城市低碳、包容等维度表现，通过全球媒体网络传播上海“一江一河”滨水空间改造等案例，推动中国经验纳入联合国《上海手册》，彰显媒体在可持续发展议程中的智库与传播价值。

## 绿点中国，万物欣生

由第一财经主办、以“万物欣生”为主题的2024“绿点中国”颁奖典礼于9月26日在上海举行，汇聚行业领袖、学者、创业者和媒体人，共同探讨绿色发展的新路径。

上海广播电视台（集团）借“绿点中国”传达出一种理念：“绿色”已成为企业发展的助推器，与日常经营活动深度融合，激发可持续发展的内在动力。中国正通过绿色低碳转型和科技创新，引领战略性新兴产业的发展。





## 践行低碳，促进绿色生产

上海广播电视台（集团）积极响应国家绿色、低碳发展的号召，将可持续发展理念融入企业战略，以“环保、节能、爱地球”为核心理念，持续推进节能减碳措施。通过能源管理、水资源保护、资源节约、污染物防治及气候变化应对等多方面努力，台（集团）在自身运营中实现节能减排，还通过旗下平台广泛传播环保理念，提升公众环保意识。

## 绿色办公

2024年，上海广播电视台（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。

## 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

上海广播电视台（集团）在老旧楼宇改造、保障服务响应、数据共享保护等场景中积极引入新技术新设备，打造文广服务保障智能发展数字底座，全面增强服务的科技底色。台（集团）秉持绿色发展理念，根据企业特点并遵循节能减排法规，将绿色管理融入智能转型全过程。



## 绿色管理案例：梅赛德斯-奔驰文化中心

作为上海新十大地标之一，梅赛德斯-奔驰文化中心以“与黄浦江和谐共生”为理念，通过技术创新与活动实践践行低碳运营：

### 1.能源管理：

- **冰蓄冷技术：**夜间制冰、日间融冰供冷，覆盖30%以上制冷需求，降低高峰电费并平衡电网负荷；

- **江水源冷却系统：**利用黄浦江水替代传统冷却塔，年补水量减少约9.3万立方米，节水效益显著。

### 2.污废处理：

- **餐饮油污：**油脂分离后交由专业机构回收转化，实现资源再利用；

- **锅炉改造：**天然气燃烧排气系统优化，氮氧化物等污染物浓度优于地方最新标准。

### 3.环保宣教：

梅赛德斯-奔驰文化中心履行环保宣教责任，持续举办环保主题活动和实施绿色管理措施，推动可持续发展。

- 2024年“地球一小时”活动，场馆推出植物拓染体验，践行熄灯行动，吸引了3,000余人次参与。

- 场馆推出“听，地球节拍”自然疗愈音乐会，融合环保与艺术，吸引350余名观众。

- 倡导“绿色观演”模式，推行电子票、荧光棒回收（累计超6万根）等举措，减少一次性塑料使用，形成可持续闭环。

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。

06

SMG共同富裕助力

# SMG

---

播撒文化火种，激发乡村振兴动能 ..... 64

编织丝路经纬，滋养多元文化共生 ..... 65

---



## 播撒文化火种， 激发乡村振兴动能

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（集团）承担了积极、多元的责任，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了力量。

### 《田野之上》： 乡村振兴的时代影像志

纪录片《田野之上》由上海广播电视台真实传媒倾力打造，历时三年，摄制组自驾十万八千里，深入近百个乡村，从农业、生态、文化、产业、人才、人的全面发展六个维度，全景展现中国乡村振兴的生动实践。导演秦博及其团队以驻村记录的方式，真实捕捉乡村的变迁与挑战，用镜头讲述普通人的奋斗故事。纪录片为观众打开一扇深入了解乡土中国的窗口，带领观众感受乡村的蓬勃力量与文化深度。

2024年12月7日，《田野之上》国际版率先登陆国家地理频道，覆盖亚洲及非洲众多国家，向世界展示中国乡村的真实面貌与独特魅力。这部纪录片既是一把标尺，标记着中国乡村振兴发展的刻度；也是一座桥梁，重新链接我们与

土地的情感，让更多人透过乡土中国读懂真实中国。

### 《兴农方法论》： 财经专业报道的泥土气息

第一财经《兴农方法论》节目以专业的财经视角深入探访14个省市，通过15个典型案例，提炼出8种助农模式，为乡村振兴提供了实践模板。

节目记录了上海郊区农民通过土地流转成为“新五金农民”的探索轨迹，呈现了浙江农村撂荒土地的生态文旅转型、西北山区的碳汇交易、新疆荒漠中的柔性保温大棚以及三江平原的“期货+保险”模式等鲜活案例。用浅显易懂的语言和朴实的镜头，记录下农村的现实风貌和原生态风土人情。节目展现个体努力与国家农村战略的紧密联系，为乡村振兴提供了一份高质量且具有实操意义的解题样本。

## 消费助力乡村振兴，盛夏田间美味直达餐桌

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，持续发挥其在供应链、内容制作及整合营销方面的优势，为优质农产品搭建输出新通道。

从2023年6月与新疆广电合作推广伊犁州农文旅产品，到10月助力宿迁农产品进入上海市场，再到12月承办三明特色产品入沪活动，以及2024年5月与云南丽江对接，东方购物持续为农户打通销售渠道，为市民提供优质农产品，以实际行动践行乡村振兴承诺。

2024年，以“品鲜共享优质瓜果 同心共护食品安全”为主题的上海优质农产品盛夏展于上海农业展览馆开幕。东方购物现场设立展位，带来产地直供的丰富果品，吸引众多游客品尝。除了现场推介，东方购物携手农展馆评选年度金奖水果，提升品牌的市场影响力和美誉度。东方购物还推出“走进原产地”活动，邀请消费者亲身体验农耕文化，感受田间到餐桌的纯净美好。

## 编织丝路经纬，滋养多元文化共生

2010年，上海启动援疆工作，文化润疆成为沪喀交流的亮点。从教育医疗到产业就业，从民生改善到精神共富，上海以全方位、多层次的援疆实践为喀什发展注入活力。

上海广播电视台（集团）以“文化润疆”为使命，通过系统性布局、创新性实践与深度资源整合，在新疆喀什地区开展了一系列文化传播与交流项目。从青少年艺术教育到人工智能技术赋能，从融媒体矩阵共建到传统文化传承，其行动不仅体现了“上海所能”与“喀什所需”的精准对接，更以人才培养为根基、技术创新为引擎、媒体融合为纽带，在东西部之间架起了一座跨越地域与文化的桥梁。

自2015年起，上海广播电视台（集团）以接力方式先后派出多批次志愿者

赴疆，研发制作综艺、求职和健康科普类节目，助力喀什广播电视台转型。2020年，上海广播电视台（集团）先后选派5批14人次广播专家赴喀什，历经严寒与高原考验，对筹建中的喀什人民广播电台进行人员培训和运营指导，真正留下了一支“带不走的广播技术团队”。2021年11月18日，在上海援疆前方指挥部与上海广播电视台（集团）专家的共同努力下，喀什人民广播电台正式开播，结束了当地无调频广播的历史。

2024年，上海广播电视台（集团）共有13个项目入选上海市文化润疆项目，涵盖纪录片制作、音乐节策划、校园赛事组织等多个领域。这些项目为沪喀文化交流注入新活力，让“文化润疆”的宣推思路从理想照进现实。

2024年SMG入选  
上海市文化润疆项目

| 单位             | 项目类别 | 项目名称                 | 项目简介                                                 |
|----------------|------|----------------------|------------------------------------------------------|
| 看东方（上海）传媒有限公司  | 融媒项目 | “上海温度”——沪喀融媒合作基地2.0版 | 包含宣传推广、培训实践、项目推进等内容，有《明日世界 喀什专场》《中华文明边疆行》喀什篇等具体项目。   |
| 上海东方广播有限公司     | 宣传报道 | “援建之声”项目             | 包括不低于80期音视频直播节目，配合线下活动，挖掘整理喀什非物质文化遗产，组建公益项目石榴花合唱团。   |
| 上海东方广播有限公司     | 大型活动 | 喀什星空音乐节              | 打造“文化润疆最闪亮的IP”，融合多种文化元素，发挥上海东方广播中心的顶尖经验，全方位打造高质量音乐节。 |
| 上海好有文化传媒有限公司   | 少儿栏目 | 《潮童天下-最美新疆》第四季       | 节目组带领上海小朋友前往叶城县，与当地孩子一起探寻文化，彰显上海对口支援力度，促进两地文化交流。     |
| 上海东方娱乐传媒集团有限公司 | 专题节目 | 《这就是中国》新疆特别节目        | 前往喀什四县录制特别节目，通过演讲和圆桌互动展示新疆发展建设案例，节目在多平台上线，具有较大海外影响力。 |
| 五星体育传媒有限公司     | 体育活动 | “五星荣耀”喀什四县校园篮球邀请赛    | 包括海选赛、邀请赛、交流活动等，邀请冠军队伍来上海交流，促进校园篮球发展。                |

|                |           |                      |                                                       |
|----------------|-----------|----------------------|-------------------------------------------------------|
| 上海小荧星集团有限公司    | 青少年教育     | 沪喀青少年民族融合艺术基地建设计划    | 通过基地共建、生活共建、文化共育、艺术共创等方式，促进沪喀青少年文化交流融合。               |
| 上海东方明珠国际交流有限公司 | 产业共推      | 沪喀文旅推广系列活动           | 包括在沪举办喀什文旅推介会、文化集市活动，开展展览展示，组织行业单位对接交流，设计文创品等。        |
| 上海歌舞团有限公司      | 文艺演出、人才共育 | 文化润疆聚人心，国学诗词艺术行      | 打磨提升文艺作品《情润丝路》，开展“古谱诗词音乐会”展演，与喀什歌舞剧团建立长效合作机制。         |
| 上海木偶剧团有限公司     | 文艺演出、人才共育 | “偶遇喀什”（第二季）          | 围绕海派木偶艺术展开，通过多种活动形式，让新疆观众了解木偶文化，提升美育素质。               |
| 上海轻音乐团有限公司     | 文艺演出、人才共育 | 《百场轻音边疆行》演出、共创、培训活动  | 打造“百场轻音边疆行”品牌，抓好文化阵地建设，通过艺术创作宣传推介新疆，与其他院团携手推进“文化润疆”。  |
| 上海杂技团有限公司      | 文艺演出      | 红色主题杂技剧《战上海》喀什巡演     | 2024年赴喀什巡演，重点走进学校与部队，传播红色文化。                          |
| 上海东方广播有限公司     | 人才共育      | 申“声”用心——沪喀青少年“百分百”美声 | 为喀什莎车地区提供全媒体内容产品，落地普通话培训基地，利用人工智能技术助力普通话学习，提升师生普通话水平。 |



SMG友好型社会生态共建



---

|                        |    |
|------------------------|----|
| 搭建滴灌工程, 做好公共文化服务 ..... | 70 |
| 点亮人文精神, 传递社会关爱星光 ..... | 73 |
| 唤醒公众意识, 力行公益宣传实践 ..... | 77 |

---



## 搭建滴灌工程， 做好公共文化服务

上海广播电视台（集团）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，促进公共文化服务水平建设与提升，积极打造上海文化品牌，弘扬城市精神品格，展现国际文化大都市的独特魅力。

### 以科技拨动 文化传播的齿轮

上海广播电视台（集团）始终将技术创新作为公共文化服务升级的引擎。在“SMG in AI”战略引领下，东方卫视中心以AIGC技术重构文化传播范式——通过《朙月东方·中秋奇妙夜》打造全球首台AI串联民俗晚会，用七部月亮主题数字动画让传统文化“活”在当代年轻人指尖；借《九色鹿何以敦煌》AI短片实现文旅IP的破圈创收，让艺术展览突破时空界限触达千万家庭；更以虚拟主持人东方媛为载体，持续推出“城市漫步”“非遗解码”系列短视频，用科技语言讲述城市故事。2024年，累计推出82部AIGC文化短片，让高门槛的影视工业化技术转化为普惠大众的文化获得感。

在精品内容生产领域，上海广播电视台（集团）同样以尖端技术践行文化惠民理念：国民音综《我们的歌》第六季采用4K HDR全流程制作，首次引入电影级

Amira Live摄像机，通过精准还原舞台光影色彩，将演唱会级视听体验免费送入千家万户。这种“技术升维+服务下沉”的模式，既让边疆牧民与都市白领共享顶级艺术盛宴，更以硬核科技实力诠释了公共文化服务的时代内涵。

### 万卷光影里的 城市文脉活化实践

上海广播电视台版权资产中心以公共文化服务为核心，依托百年馆藏资源与技术创新，构建多元化文化服务体系。围绕红色文化、海派文化、江南文化，中心深度开发历史影像资源，对内对外服务重大项目。2024年，中心配合《风范》纪录片赴俄罗斯采集陈云历史影像，联合广州图书馆、上海档案馆策划黄埔军校百年纪念展和解放75周年主题展，并参与国际项目如巴黎“奔流”活动的《一条河与一座城》影像展。品牌活动“影视万象”持续创新，推出红色党史播映、城市民俗讲



座等14项产品，入选上海市公共文化配送主体单位，并与静安、徐汇等区合作举办主题展览；联合虹口区开展青少年“虹色记忆”红色探访活动，传承城市文脉。

## “五五购物节”， 激活消费新动能

“五五购物节”作为上海首创的大规模消费节庆活动，开创性地以“大屏4

小时大直播+小屏12小时大直播”的形式，深度激活城市文化基因与消费动能，构建起“文旅商体展”跨界融合的立体化高质量消费场景。由上海广播电视台（集团）为购物节量身打造的“五五购物节全球大直播”还入选了百例打响“上海文化”品牌工作创新案例，并荣获“最受市民欢迎案例”。

## 多元立体传播， 创新构建城市文化生态

东方广播中心有效利用文化资源，推动文化旅游融合发展，构建具有辨识度与影响力的都市文化新生态。

2024年5月，第十二届辰山草地广播音乐节精彩上演，吸引近万名观众齐聚大自然怀抱，共享一场交响音乐盛宴。活动引发广泛关注，超过百家媒体竞相报道，全网触达量突破千万。以此为标杆，东方广播中心不断拓展“广播+文旅”的融合路径，构建都市型文化大IP矩阵，先后成功举办辰山樱花季、上海湾区·花开海上音乐节、上海湖畔国际音乐节·春夏音乐季、辰山自然生活节，以及进博会倒计时100天——青浦四叶草之夜音乐会等一系



列特色鲜明的户外音乐节活动。为市民带来高品质、多元化的艺术享受，也为城市注入充满活力的文化动能，实现文化传播与价值创造的双赢。

## AI重构公共文化服务的财经密码

当枯燥的行业分析转为沉浸式交互体验，公共文化服务正借力AI突破专业壁垒，在培育百万市民财经素养的同时，为城市文化软实力注入硬核科技基因。

第一财经以“星翼”大模型精准捕捉市场脉搏——这款深度定制的财经大脑，通过注入超10亿token的行业数据与跨模型融合技术，能够实现高精度的内容输出。自2024年7月在世界人工智能大会亮相后，“星翼2.0”版本已进化出模态超能力：新增以图搜图、以图搜视频、文字转视频等全新应用，一键成片、智能拆条、极速短视频等功能，进一步提升效率，丰富内容创作的智能化应用场景。

## 以智库研究之力构建理论的表达

作为上海市重点智库，第一财经研究院将“做对现实能够产生影响力的报告”作为发展理念，致力于让研究服务于政策，让研究服务于社会。

《中国企业社会责任研究报告》系列以本土实践为根基，厘清中国企业社会责任从外部驱动向内生发展的转型逻辑。2024年，发布《2024中国民营企业社会责任研究报告：民企兼济成长之路》，深入探讨中国企业，尤其是民营企业在履行社会责任中的创新实践，传递了中国企业在本土文化和全球标准之间寻找平衡的深刻思考。此系列成果以现实洞察力，获评“CTTI 2024年度智库研究优秀成果”一等奖以及“2024年度上海市重点智库课题”优秀等级。为中国企业社会责任的进一步发展提供参考和借鉴，在过往中寻找未来的路径。

研究院的研究触角也深入到经济社会发展的微观个体——专精特新“小巨人”企业。携手上海市中小企业发展服务中心开展了“‘走进小巨人，对话创始人’上海‘3+6’产业暨专精特新小巨人企业系列调研”，让更多人关注到这些“隐形冠军”，同时发掘并展现上海经济高质量发展的韧性力量。这项研究获评“CTTI示范案例”。为未来上海推动“3+6”产业提供决策支撑、为国家所倡导的专精特新企业发展提供案例观察和有效的发展经验。

## 点亮人文精神，传递社会关爱星光

上海广播电视台（集团）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。



### 科技向善，爱无障碍

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。

**用科技织就特殊人群的光影路。**东方广播中心用十二年坚持，让更多残疾人走出家门，融入社会，享受与健全人同样的文化生活。

2024年国际盲人节之际，由上海市残联、东方广播中心等联合主办的第十二届无障碍电影日主题活动在国泰电影院举行，现场通过AI技术赋能、智能设备展示、艺术疗愈展演三维联动，构建起“有爱无障”的沉浸式人文场景，用科技的力量让更多人共享影视文化发展的红利。

无障碍服务让光影无声亦有声。百视通的无障碍服务创新是为特殊人群专门打造的感官解码器。第二十九届上海电视节期间，百视通举办《梵高：大师之路》惠民无障碍融合专场导赏活动，现场配置手语翻译，同步传达影片画面、字幕无法体现的“声音”，特别邀请听障人士共同参与“家门口的电视节”，让节日里的光影惠及到特殊人群，让每一个人感受到美与爱。

### 绽放在时光里的“她”

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。

“女性力量，十分美丽”。东方卫视

围绕女性议题推出的微综艺《十分美丽》，以“美”为纽带，围绕容貌不焦虑、女性领导力、现代家庭观念、美的流行趋势、女性的三七定律等话题展开深度对话。从婚姻家庭到职场风采，从变美技巧到健康生活，嘉宾们分享自身经历与观点，展现当代女性的新思想和新的生活方式。

节目剖析社会普遍关注的女性话题，缓解女性生存焦虑，传递温柔而强大的女性力量和正向的女性价值观，鼓励女性拥抱人生的无限可能，做自己的大女主。节目通过台网联动，不仅实现了传统媒体与新兴媒体的融合发展，还为微综艺的发展提供了新的思路和借鉴，也为讲好“中国故事”探索了新的形式和内容。

**“时尚可以在任何年龄绽放”。**上海广播电视台都市乐聆新媒体产品中心打造的“时髦阿姐”时尚消费类IP，在七夕举办线下活动宣告“时髦阿姐团”启航，130位45+女性精心装扮齐聚水晶城堡，既有着高定旗袍穿弄堂的“美娟”领衔时装秀，也有越剧王子赵志刚跨界教身段——这场集海派旗袍展演、非遗艺术传习、中古奢品鉴赏于一体的盛宴，通过“叫我时髦阿姐”视频号直播，吸引约6千万人观看。

“时髦阿姐”影响力的扩大引领着中老年女性消费领域的时尚潮流，同时也鼓励更多女性在岁月舞台上绽放时光沉淀下来的光彩。

## 对银发群体的全维度探索

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。

**打造品质养老联动场景。**上海广播电视台（集团）联合上海老博会于第十八届AID养老展推出“银发生活节”，以“媒体+产业”创新模式响应国务院银发经济政策，通过三大核心举措激活老年消费市场：上线“AI智造康养科普平台”加速健康信息生产，发起“银发消费百大品牌”评选推动产业升级，并联合企业共建老年友好商场生态；同步打造30场主题活动及30小时不间断直播，联动《X诊所》《嘎讪胡》《广场大民星》等王牌栏目增强互动体验；创新推出72小时快装卫生间等适老化解决方案，形成防跌倒科普、商品体验与消费闭环。上海广播电视台（集团）依托全媒体矩阵优势，以公信力为纽带、技术为驱动、服务为核心，构建银发经济生态圈，为老年群体提供高品质生活解决方案。

**以真实影像叩问生命尊严。**纪录片《前浪》由上海广播电视台纪录片中心主导，联合真实传媒、腾讯视频等机构打造，真实、深度、直面聚焦老年群体生活，通过长达一年的跟踪拍



摄，呈现上海老龄化社会中的个体命运与群体困境。影片打破“孤独终老”的刻板叙事，以《不老爱神》中宜家相亲老人对情感的炽热追寻、《爱人》里阿尔茨海默症患者的记忆消逝、《明天会更好》中96岁老人为自驾旅行考驾照的执念等鲜活案例，展现老年生活的疼痛与尊严、困境与超越。《前浪》用镜头撕开社会对老龄化的认知标签，引发跨代际对话：年轻人通过“养老院利弊”“代际沟通”等议题重新审视未来，政策制定者则从中窥见社区适老化改造、长护险推广的迫切性。《前浪》既是对个体生命韧性的致敬，亦是对构建全龄友好型社会的深沉叩问和提醒。

“有腔调”破题适老化。上海新闻广播“敬老月”特别

策划以“乐享乐龄 老有腔调”为主题，通过八档专题节目构建全维度银发议题观察视角：《990早新闻》直击老年友好型社会建设痛点，揭露旅游行业年龄歧视、社区食堂无障碍设施缺失、网络消费陷阱等现实梗阻，以《银发族也该有远方》等深度报道呼吁政策优化与服务升级；同步聚焦活力老人“老有腔调”的鲜活样本，展现老年群体突破年龄边界的精神力量；在《市民与社会》圆桌对话中，探讨“积极备老”策略，从个人技能储备到城市适老化前瞻布局，联动市民政局推动适老化改造“焕新”行动。上海广播电视台（集团）整合政策宣介、社会参与与个体叙事，为构建“人与城双向奔赴”的老年友好生态注入媒体动能。



## 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。

**为儿童友好城市建设注入暖心动力。**小荧星集团依托“党建+教育+文化+公益”模式，打造了“小荧星大课堂”品牌，将优秀党员教师多次派遣至喀什实施“文化润疆”艺术支援，先后组建“沪喀石榴籽合唱团”，并在上海浦东、徐汇、虹口、普陀等36个街镇为1.5—4岁儿童量身定制艺术启蒙课程，构建“学校—家庭—社区”三位一体的家庭文化教养模型。

2024年，课后服务进校园项目覆盖全市16个区388所学校，开设684门多样化课程。

**科技与艺术为童年增彩。**聚焦艺术与科技的邂逅，小荧星多措并举为孩子的童年涂抹出最绚丽色彩。在“AI未来工程师”课堂AI美术创意课上，小朋友们用算法编织梦想，也用画笔描绘心中的星河。“友好城市·共爱(AI)未来”六一特别节目中，跨界之美被淋漓尽致地呈现：长三角地区的“小戏骨”们联袂表演戏曲节目，彰显地方戏曲气韵；歌曲《江

南记忆》利用AIGC技术，创新叙说江南故事；中国冬奥会首金获得者杨扬、一级指挥曹鹏、大国工匠杨戩雷通过AI换脸，“穿越时空”对话儿时自我，带领观众进入数字智能时代。卡通数字人“浦浦”“东东”以温柔的童声和情感识别，成为孩子们的智慧伙伴，24小时陪伴、答疑解惑，让虚拟也能温暖童心。小荧星让艺术与科技并驾齐驱，让每一个童年，都在创意与关爱中欢笑成长。

**跨越4000公里的相遇。**用孩子的眼睛丈量文化的厚度，用童心凝聚民族的温度。《潮童天下—最美新疆》第四季特别节目于2024年10月26日在东方卫视播出，节目让沪疆两地儿童在传统文化艺术和体育的交流中提升民族共同体意识。

上海儿童走进喀什叶城县，深度体验，采摘核桃、制作美食，感受叶城独特魅力。在锡提亚迷城、昆仑山河历史展览馆探寻千年文脉，见证从古驿站到现代文化城的华丽蜕变。足球交流、戏曲社团手把手教学，点燃沪疆孩子友谊之火，传递文化润疆温度。边境检查站体验更让孩子们领悟守卫边疆不易，筑牢民族团结意识，也在上海与新疆的孩子们心里种下对祖国多元文化的认同与热爱。

## 唤醒公众意识， 力行公益宣传与 实践

上海广播电视台（集团）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。



### “蓝天下的至爱”

老牌慈善节目第三十一届《蓝天下的至爱》在东方卫视全面焕新后首次亮相。节目以“爱满申城，温暖上海”为主题，通过8小时不间断的“大屏+小屏”互动直播，传递爱心内容，涵盖安老、扶幼、济困、助残、乡村振兴等多个慈善领域。通过戏剧化的舞台表现形式，讲述慈善故事，传递爱心。整个活动旨在让慈善成为市民生活的一部分，融入上海发展的温暖底色。

### 东方明珠公益宣传

东方明珠全年共播出公益宣传片777457条次，公益宣传片播放总时长为376536.75分钟，积极传播社会主义核心价值观。

### 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。



SMG可持续职场打造

# SMG

---

|               |    |
|---------------|----|
| 员工保障全体系 ..... | 80 |
| 员工成长加速器 ..... | 81 |
| 员工生活能量场 ..... | 83 |

---



# 员工保障全体系

## 公平录用

上海广播电视台（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

上海广播电视台（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

上海广播电视台（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2024年底，上海广播电视台（集团）拥有员工14984人，其中新媒体从业人员6315人，平均年龄38.7岁，男性员工占比54%，女性员工占比46%。新媒体从业人员占媒体单位员工总数的68.2%。



## 员工成长加速器

2024年，上海广播电视台（集团）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，构建符合台（集团）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

2024年，台（集团）制定了SMG SHINE闪耀青年启航计划，将青年成长周期分为型塑适应期（Shaping）、成长赋能期（Motivating）、成才闪耀期（Glowing）三个阶段，制定S、M、G三阶段差异化的培养方案。

针对当下青年工作中迫切需要解决的问题，配套制定了“乐聚青年”七条举措：

**1.乐汇：**每年开展青年人才盘点工作，选拔专业型和管理型人才各一百人，建立“双百”青年核心人才库。

**2.乐业：**根据青年人才成长规律，建立明晰的青年职业发展通道，明确晋升的标准及调整机制，做到能上能下、能进能出。

**3.乐薪：**建立青年员工薪酬调整机制，加大对业绩表现突出的青年员工的激励力度。调整优化青年员工的薪酬结构，提高青年对月度薪酬的感知度。进一



步完善高校优秀毕业生生活补贴制度。

**4.乐居：**落实青年人才“安居工程”，积极解决青年住房的实际困难。

**5.乐学：**推出融媒人才赋能行动，构建全媒体通识人才课程体系，加速打造融媒人才。

**6.乐育：**启动应届毕业生单位内部轮岗，鼓励青年员工参加各类实践历练，探索与外部战略合作单位间的互派挂职机制，培养复合型青年人才。

**7.乐创：**设立青年创新创业基金，每年提供百万资金扶持优秀创新创业项目。

## 人才队伍建设与培训

上海广播电视台（集团）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。

用人才聚台意识和措施，进入复旦大学、华东师范大学、上海大学、上海戏剧学院、浙江传媒学院等5所重点高校和专业对口院校召开“你的梦想，我们的未来”校园宣讲会，通过校招为业务发展输送优秀青年人才。2024年，共计录用115人，其中毕业于国内外一流高校和重点对口院校共64人，占55.6%。

2024年，开展线上线下培训1147场，安排参训3.96万人次，培训总学时16.29万。



## 员工生活能量场

### 为安居乐业护航

2024年，起草制订台（集团）《关于加强人才安居工作的实施意见(试行)》，依托“上海文化人才之家”项目，助力130多名上海广播电视台（集团）及所属单位青年员工先后入住虹口猎户座、普陀中岚居和浦东世博璟尚社区和闵行九星文化人才公寓，并享受到市区两级租房补贴，尽一切努力为青年安居乐业保驾护航。

### 公共服务休闲空间 区域升级

2024年度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。



## 报告后记

# SMG

---

|              |    |
|--------------|----|
| 关于本报告 .....  | 86 |
| 规范信息披露 ..... | 87 |

---

# 关于本报告

## 报告范围

时间范围：2024年1月1日至2024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）（简称SMG）及其下属单位

## 报告边界

该报告的内容来自SMG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、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（简称SMG）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

上海广播电视台（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《SMG企业社会责任报告》通过SMG官网可供公众查阅。

上海广播电视台（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。

上海广播电视台（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。

# 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友好型社会生态共建 |
|               | 11 | 创新驱动         | 从融合开启系统革新    |
|               | 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   | 保障安全运营       |
|               | 16 | 数据安全与客户隐私保护  | 守护知识产权       |
|               | 17 | 员工           | SMG可持续职场打造   |
| 可持续发展<br>相关治理 | 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    | 坚守商业伦理       |
|               | 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》



