

20
25



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
数智主流媒体集团
建设习近平文化思想最佳实践地

好内容铸就真未来



CONTENTS

01

领导致辞

06 卓越见非凡 数智创未来

02

SMG叙事
卓越见非凡

10 卓越见非凡
12 SMG全球影响力
14 SMG数据透视2025
25 SMG荣誉2025
26 SMG可持续发展战略

03

SMG品格
主流价值的系统表达

32 新闻立台——以主流之声回应时代关切
36 文化兴台——以精品之作塑造人文精神
40 融合强台——以数智之力重塑传播格局
45 人才聚台——以卓越之才打造长青基业

04

SMG治理
稳健、可信与可持续

50 筑牢现代治理根基
50 赓续红色基因与使命担当
54 坚守商业伦理与责任边界
55 尊重与保护知识产权
55 保障安全、稳定与合规运营

05

SMG绿色行动

让绿色成为内容与生产方式

- 58 内容生产中的绿色叙事能力
 - 60 绿色理念嵌入生产与管理流程
-

06

SMG共同富裕实践

文化力量的长期回馈

- 64 文化传播激活乡村内生动力
 - 66 文化润疆促进多元价值共生
-

07

SMG社会连接力

公共价值的持续拓展

- 70 让公共文化服务浸润城市日常
 - 72 让人文关怀回应民生冷暖
 - 76 让公益传播汇聚更多同行者
-

08

SMG可持续职场

以人为本的组织建设

- 80 人才保障体系, 托举规范秩序的职业发展
 - 81 创新用人机制, 释放组织内部的竞进活力
 - 82 赋能人才发展, 拓宽走向卓越的成长通道
-

09

报告后记

- 85 关于本报告
 - 86 规范信息披露
 - 87 附表
-



卓越见非凡 数智创未来

梦虽遥，追则能达；愿虽艰，持则可圆。

2025年是“十四五”规划的收官之年，也是上海广播电视台（集团）深入推进主流媒体系统性变革的“内容质量年”。在市委市政府和市委宣传部坚强领导下，上海广播电视台（集团）广大干部职工戮力同心、克难攻坚，勇为尖兵、追求卓越，聚焦上海建设习近平文化思想最佳实践地的目标任务，全面实施“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”核心战略，坚定“ALL in AI”主攻方向，聚力打下“精简精办”“制播分离”“技术迭代”“人力优化”四场啃硬骨头的改革攻坚战，实现了媒体主业凸显、员工信心增强、社会评价正向的改革成效。

这一年，我们坚持新闻立台，以“精

简精办”为改革着力点，着力提升新闻传播影响力。从宣传新思想的“习近平文化思想最佳实践地”系列视频报道到“不容忘却的伟大胜利”九三融媒大直播，从壮士断腕精简40%传统频道频率到东方卫视焕新后多项收视指标跃居省级卫视第一，从重构六位一体的第一财经全媒体集团到做强内外宣、大小屏、中英文相贯通的上海文广国际传播中心，从创新推出《锚点》《两说》《爱上海》《ShanghaiEye》等多档新栏目到打造全媒体、直播态、强互动的《民生一网通》。我们坚决淘汰同质、低效、落后的媒体产能，推动优质和新质媒体生产力，向新闻媒体主业和重点优势领域集中发力，坚定做有锐度、有态度、有温度的新闻媒体。

这一年，我们坚持文化兴台，以“制播分离”作为改革突破点，着力提升文化品牌竞争力。从达成300期里程碑、让受众读懂中国的思政节目《这就是中国》到解码中华文明基因的《何以中国》《文运中国》，从展示中国式现代化新征程的《田野之上》《人民的利益》到精彩演绎86处上海城市空间的“台网双爆”都市题材剧《蛮好的人生》，从海派春晚“春满东方”浦东美术馆上海芭蕾舞团天鹅湖“一镜封神”到海派秋晚“明月东方”上海临港滴水映月夜“一镜超清”，从红色经典舞剧《永不消逝的电波》创纪录演出800场、赴朝演出引发轰动到推出《家国万里》《心安何处》《联合国80后》等国际传播视听精品。我们坚决摒弃“重装备、大投入、大制作”传统广电创制模式，坚持“有所为有所不为”，深耕上海母题，厚植红色文化、海派文化、江南文化，打造展现中国式审美和大都市气质的文化精品。

这一年，我们坚持融合强台，以“技术迭代”作为改革创新点，着力提升媒体新质生产力。从率先挂牌设立“AIGC媒体融合创新工作室”到创新推出人工智能集成工具箱Scube（智媒魔方）和第一财经“星翼”大模型，从SMG“梦想蓝”亮相巴黎奥运、穿越埃菲尔铁塔到SMG“卓越蓝”再度出征米兰冬奥，从建成投用我国首个省级超高清新闻演播室到东方卫视4K超高清频道菁彩开播，从打造服务文商旅体展融合的城市新消费入口“看东方”到创办以“光影艺术+历史建筑+全城联动”的上海国际光影节。我们锚定“ALL in AI”的主攻方向，加快推进智能化、超清化、移动化，做强“媒体+创意+技术”的链主集成功能和全案

输出能力，努力实现媒体发展质的有效提升和量的合理增长。

这一年，我们坚持人才聚台，以“人力优化”作为改革关键点，着力提升团队协作凝聚力。从阐释“何为卓越”的卓越案例分享会到确立“何以卓越”的“SMG卓越日”，从实施领军、青年、金声三大人才计划到推出总部岗位、薪酬、考评三大体系改革，从设立内部人才市场到推出金声、创意、传播、经营四大系列培训，从连续三届问鼎中国播音主持“金声奖”到18人获得五年一次的上海文化艺术大奖。我们坚决破除“虚荣”“虚胖”“虚功”的管理问题，建立赛马新机制，树立卓越新标尺，打造充满激情、富于创造、勇于担当、追求卓越的媒体人才队伍。

卓越见非凡，数智创未来！2026年是“十五五”开局之年，也是台（集团）深化主流媒体系统性变革的“数智创新年”。我们将提振勇为尖兵、追求卓越、奋力再跳的精气神，持续深化主流媒体系统性变革，聚力以数智化赋能高质量，着力建强时政、财经、文化等优势领域传播力量，加快打造更具国际影响力、技术创新力和产业竞争力的数智主流媒体集团，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

S
M
G
叙
事

卓越见非凡

卓越见非凡	10
SMG全球影响力	12
SMG数据透视2025	14
SMG荣誉2025	25
SMG可持续发展战略	26

SMG



卓越见非凡

上海广播电视台（集团）的2025年，聚于屏幕，投射时代洪流的关键坐标；徜徉街巷，映照黄浦江畔的市井呼吸。

立于“十四五”收官之年、“十五五”启程之前，上海广播电视台（集团）围绕“内容质量年”工作主题，深入推进主流媒体系统性变革，将“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”的核心战略进一步压实到内容生产、技术迭代、机制重塑和产业拓展之中。卓越见非凡，以内容定气质，以技术定边界，以机制定效率，以产业定韧性。

变革，从东方卫视的焕新开始。1月1日，东方卫视以更都市、更综合、更国际的新定位亮相。新版面铺展，新节目登场，新闻、财经、科技、文旅与国际传

播重新编组，主频道以更鲜明的面貌承载城市的多元与时代的速度。2025年第一个月，东方卫视的总触达人次一举突破93.2亿。《锚点》以科创观察把前沿议题做深做透，《两说》以高密度对话把财经逻辑讲清讲透，《爱上海》以城市美学把文化生活写进可抵达的指南，《ShanghaiEye》以全英文表达把上海与中国放进更广阔的世界语境。东方卫视焕新并未停留在版面更新，它让“内容质量年”的要求落到实处，把系统性变革的方向写在荧屏上。

初夏，卓越从屏幕上的追求，演化为组织内部的革新。5月27日连接着上海人民广播电台开播的历史起点，也连接着上海广播电视台（集团）对未来的自我要

求。将这一天确立为“SMG卓越日”，向体现卓越精神的51名员工个人和74个项目团队首次颁发了“SMG卓越奖”，让优秀被看见，成果被记下，方法被传开。制播分离机制的深化，让文化精品的涌现具备了丰厚的土壤。《这就是中国》跨越300期的思想激荡，《永不消逝的电波》达成800场的红色回响，交织着《文运中国》《何以中国》对文明基因的深情解码。当《蛮好的人生》夺得中央电视台第八套节目收视年度冠军，当上海国际光影节的流光璀璨全城，海派文化与江南气韵在都市的烟火中流转，化作时代变迁中最动人的诗篇。

金秋，技术的长风将这场变革推向更为浩瀚的数智星海。9月28日，六省市卫视协同推进，东方卫视4K超高清频道正式上星播出，一场重塑底座的技术迭代宣告完成。上海广播电视台（集团）推

进全流程、全渠道能力建设，我国首个省级超高清新闻演播室建成投用，4K统一内容库与一体化智能新闻制播系统贯通“策采编播存发评”的全链路，超高清能力从节目生产延伸至安全播出、媒资管理与多终端分发，并同步推进技术规范编制、沉浸式项目落地与开放服务平台建设。这场以技术为驱动力的改革，也让超高清的视觉力量从屏幕延伸到城市的每一个角落，让上海的文化气质与创新脉动有了更具象的承载。

2025年的上海广播电视台（集团），其卓越立于每一次直面困难的改革深处，其非凡显于每一个可触可感的内容细节。

卓越见非凡，数智创未来。光影的叙事仍在继续，上海广播电视台（集团）将以更坚韧的笔触，书写这座城市生生不息的时代长卷。





SMG全球影响力

上海广播电视台（集团）把面向世界的表达写进日常运行：让文化出海拥有更稳定的通路，让中国故事在国际语境中更易被理解、更愿被停留。2025年，这条路径沿着技术底座、内容供给、服务工具与文化交流持续延展，使国际传播逐步形成可持续的结构。

上海广播电视台（集团）推动ICS传统外语电视频道完成向互联网化ShanghaiEye新媒体矩阵的系统转型，新开设全英文日播电视新闻杂志，并在YouTube上线24小时直播流，在海外六大社交平台构建重点账号矩阵，使海外传播量突破14亿。平台化分发让国际传播从单一频道的线性输出，走向多平台、多

触点的持续抵达，传播骨架更具弹性与韧性。

平台之外，决定影响力的是内容的质地。上海广播电视台（集团）先后推出以国际语态阐释中华文明五大特征的《家国万里》、记录外国旅行家实地探访中国的《永远的行走：与中国相遇》、呈现年轻一代国际公务员鲜活故事的《联合国80后》等国际传播视听精品，让宏大主题落在可理解的细节里，让海外受众在具体故事中了解中国。

当世界的目光聚拢于中国，上海广播电视台（集团）以更高密度的权威对话展现中国立场。完成对俄罗斯外交部发言人扎哈罗娃、世界银行前副行长佐利

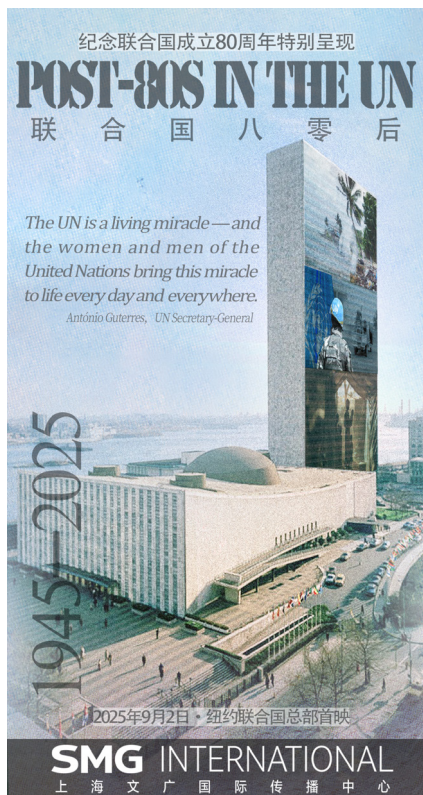
克、诺贝尔奖得主迈克尔·莱维特、经济学家斯蒂芬·罗奇等重磅嘉宾的独家专访，使国际传播在权威性与信息密度上进一步增强，让中国议题获得更准确的表达空间。

当中国故事走向更广阔的市场，上海广播电视台（集团）把通向世界的屏幕与平台一并打开。制作中国企业出海服务产品体系《一财全球商务通》《i问全球》

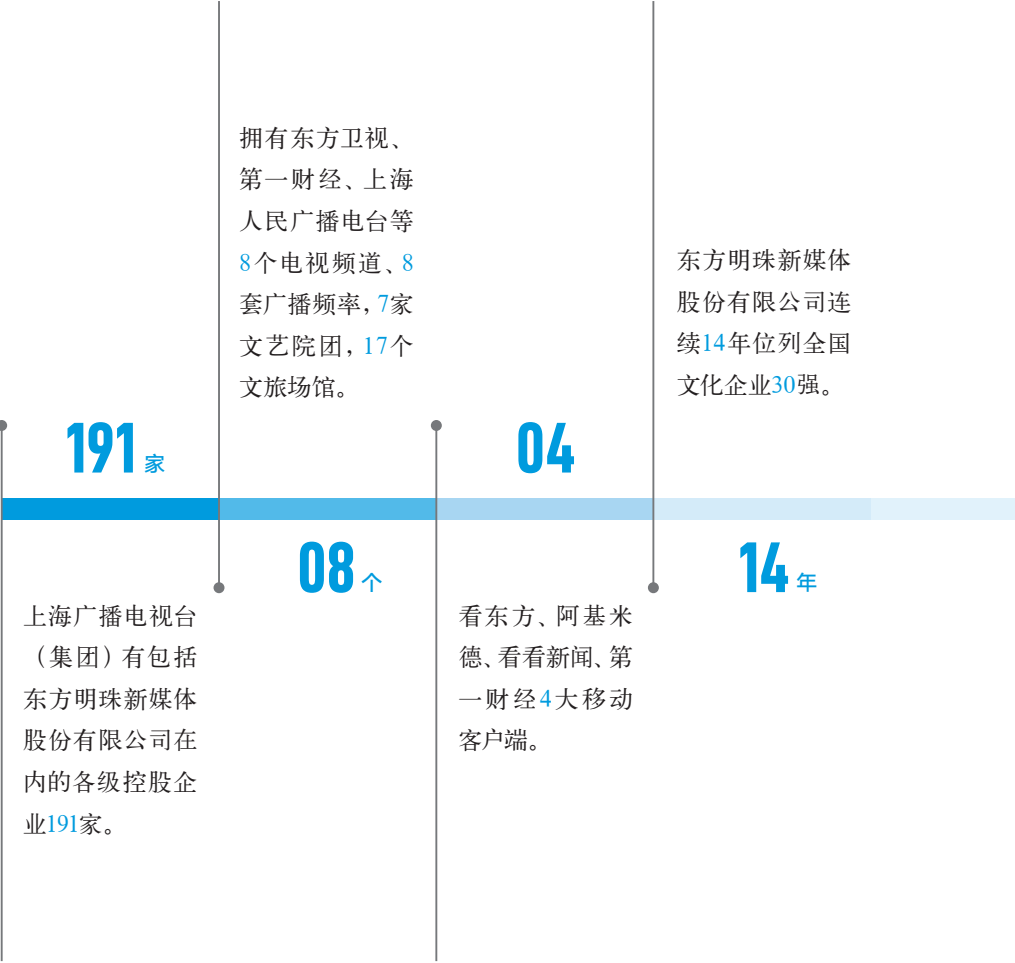
《关税数据库》，把对外传播从讲述扩展到实用信息供给，使传播能力与企业出海的现实需求形成更紧密的连接。组展法国戛纳秋季电视节（MIPCOM）、新加坡亚洲电视论坛及内容市场（ATF）、莫斯科世界内容市场（WCM）三大国际节展

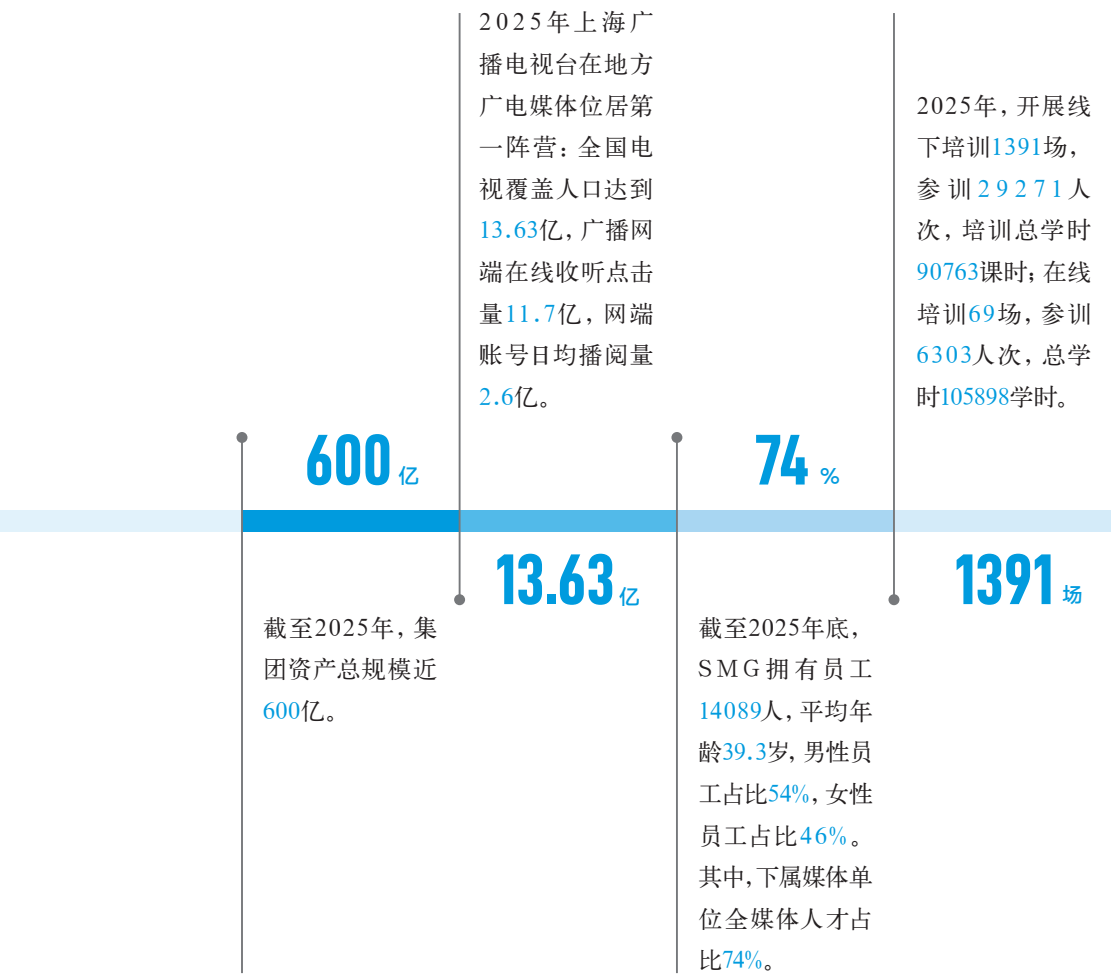
中国联合展台，积极联通中国作品与全球买家、平台及发行网络，推动更多作品进入国际视野、进入商务洽谈、进入采购链条，使内容出海从单点突破走向体系化拓展。

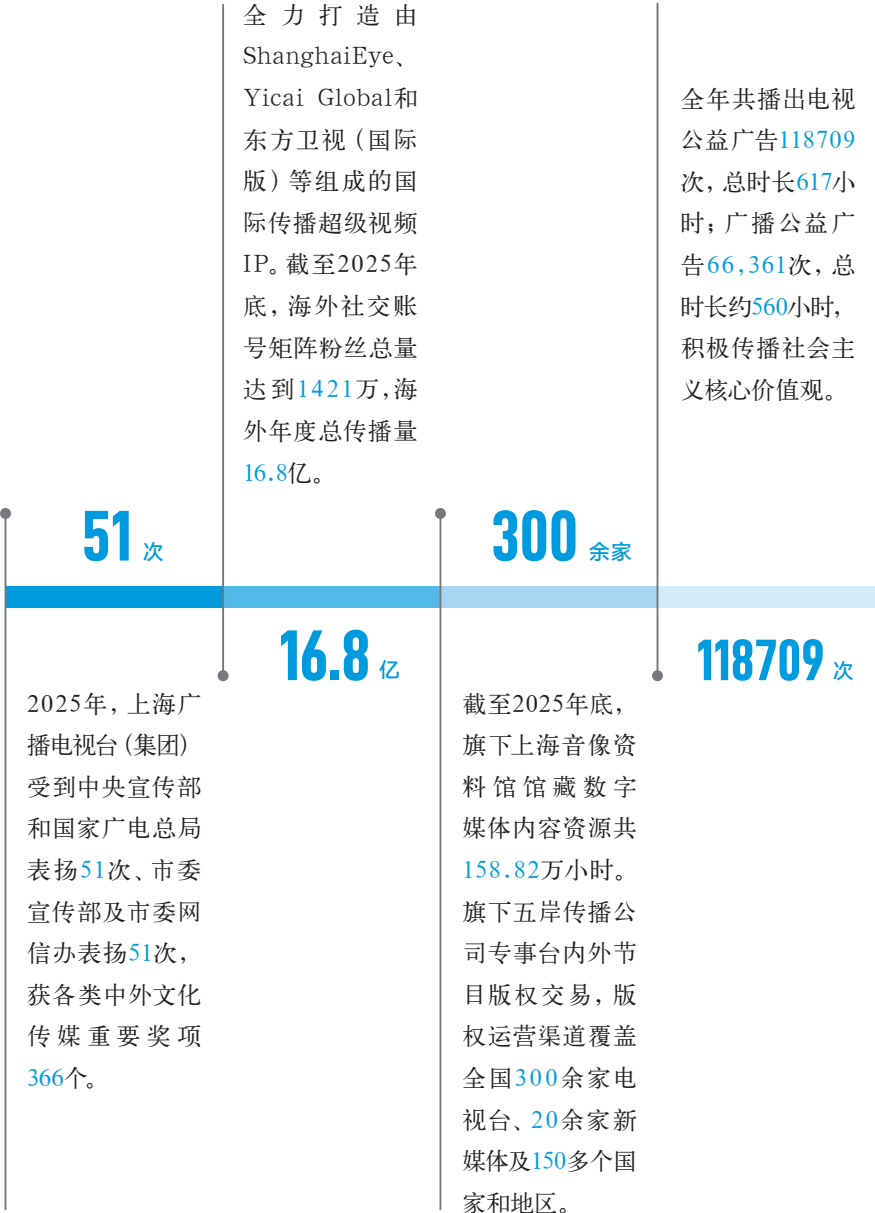
舞台与现场也成为全球叙事的延伸。上海广播电视台（集团）推动舞剧《永不消逝的电波》赴朝鲜、舞剧《朱鹮》赴日本、舞台剧《给一个未出生孩子的信》赴克罗地亚、皮影戏《九色鹿》赴塞尔维亚、上海爱乐乐团赴俄罗斯等文化交流演出接续展开，并拓展东南亚、日韩、中东及欧洲的体育与电竞转播市场，触达数亿海外受众，让中国的情感、技艺与城市气质被听见、被看见。



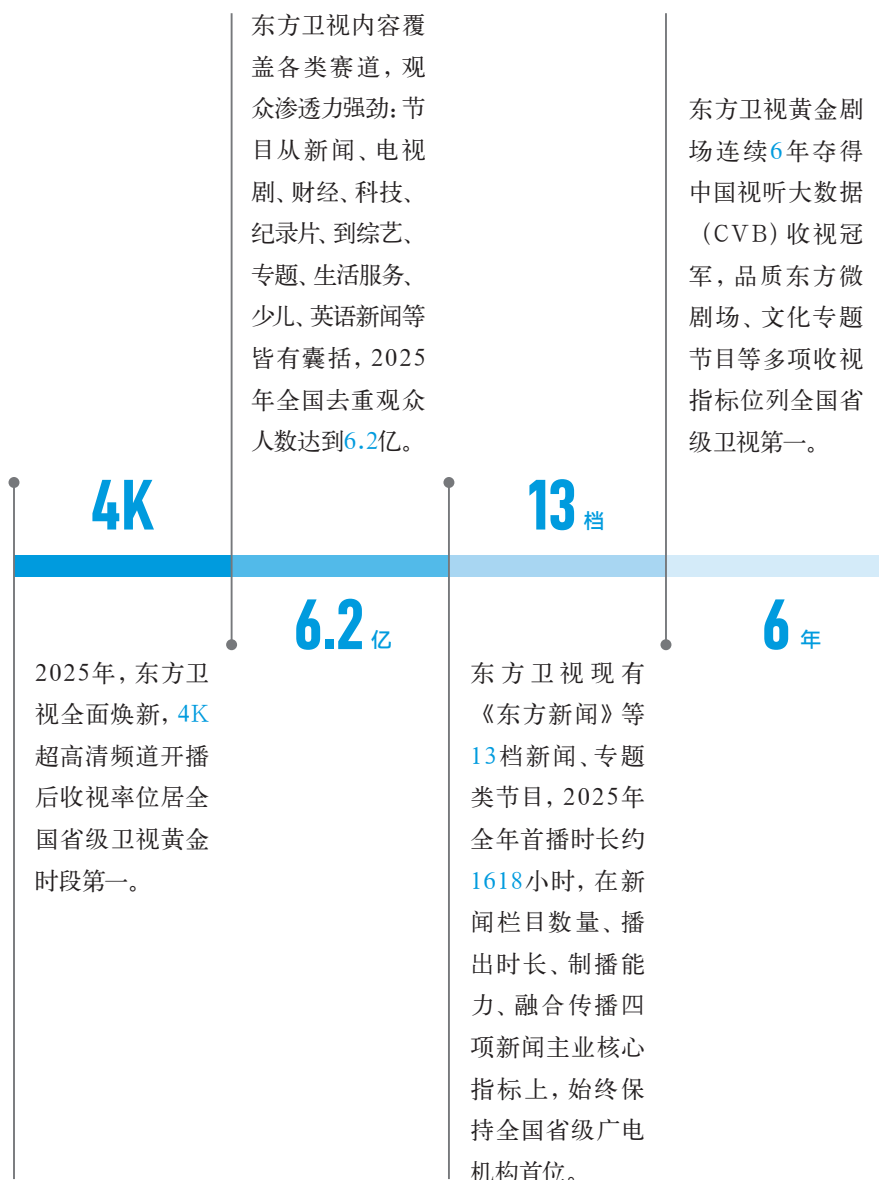
SMG数据透视2025







媒体影响力2025





全年举办**60**台重大节庆与主题活动，荣获国家级、省市级文艺类重要荣誉逾十项，“东方系列”综艺晚会IP实现社会效益与市场口碑双赢。

57 集

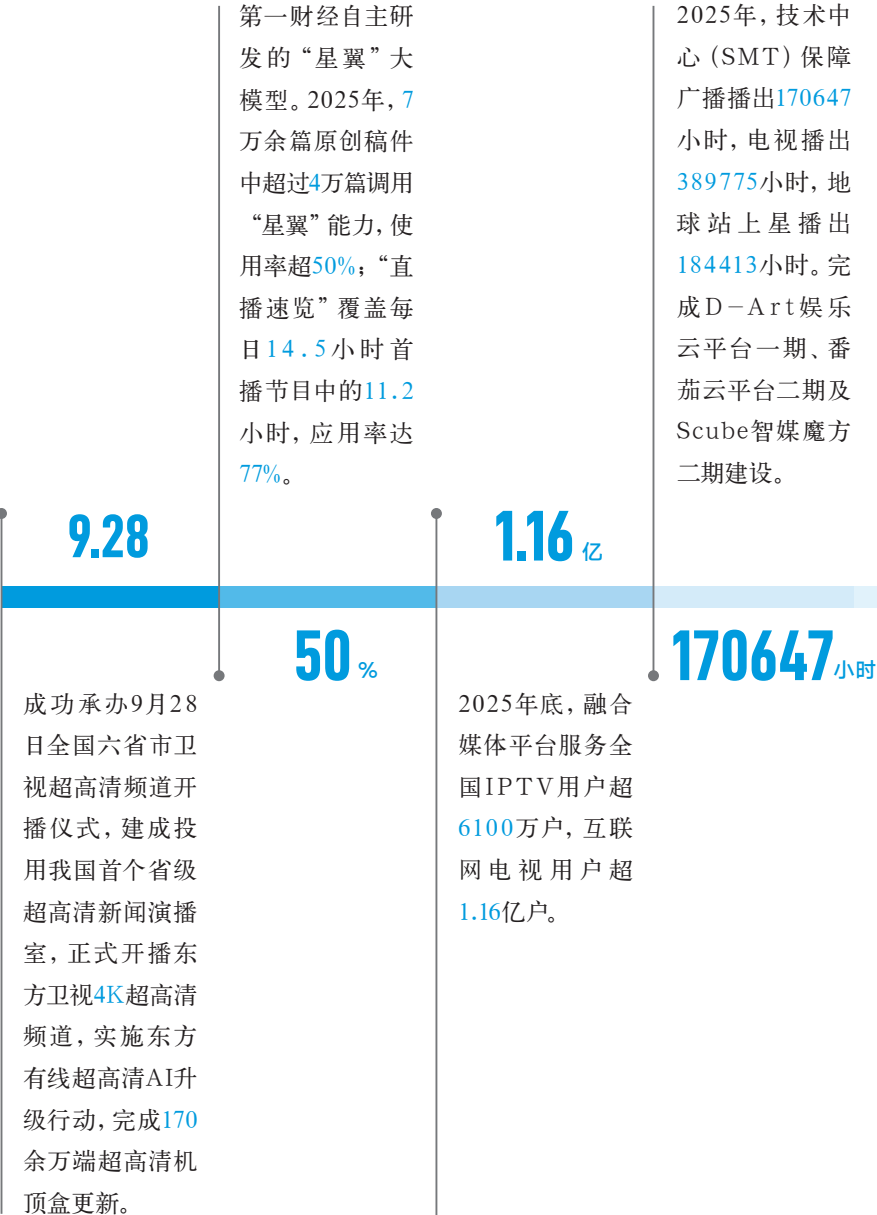
实施东方卫视“新纪实”焕新工程，累计播出**57**集精品纪录片，位列全国卫视同时段排名前二。

60 台

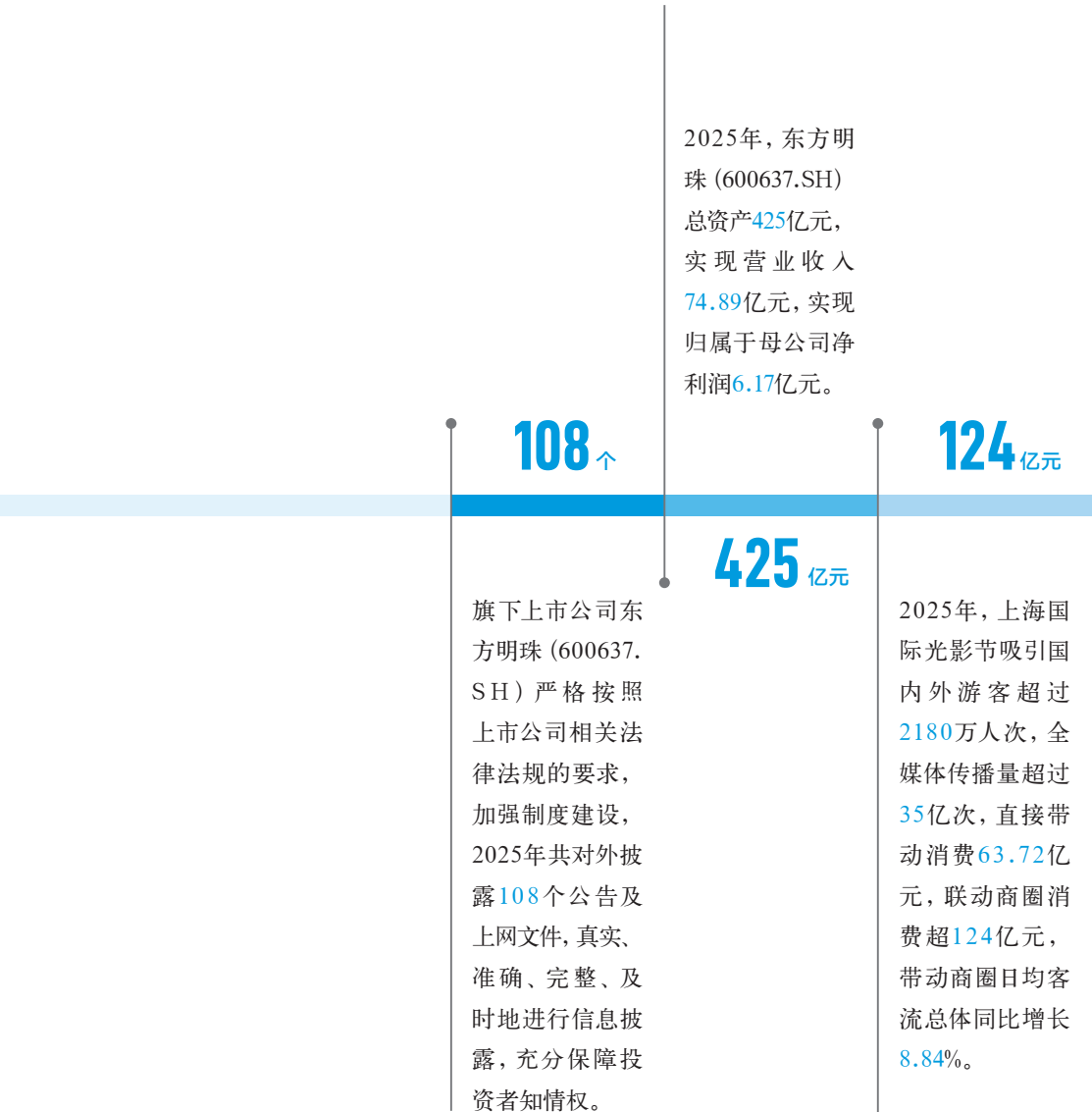
395 档

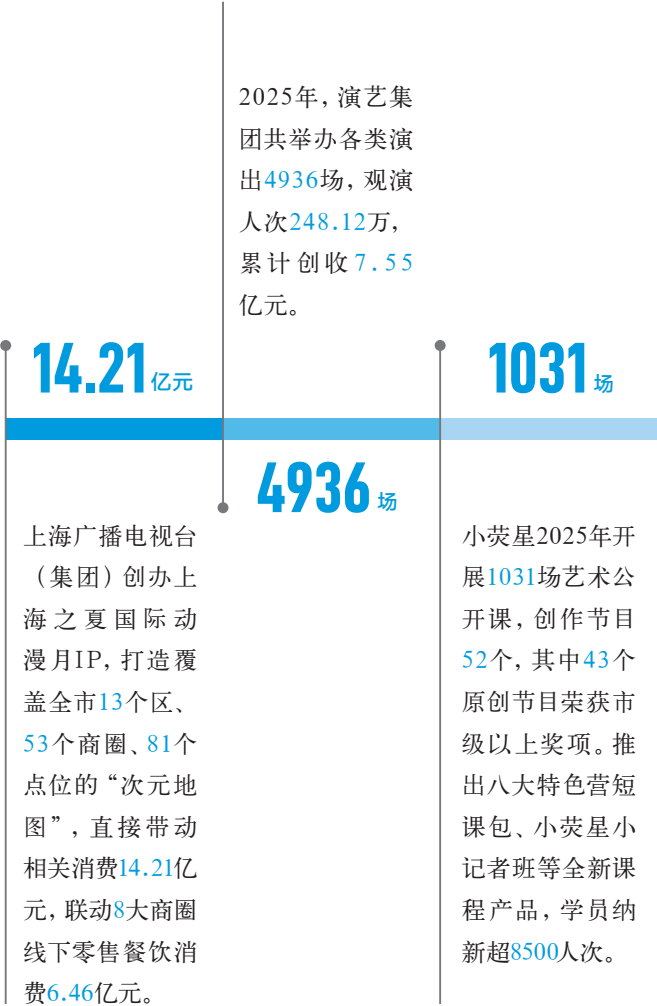
SMG“卓越蓝”再度闪耀米兰冬奥，旗下体育赛事制作新闻**395**档，采制播出新闻约**10000**条，完成**1100+**小时赛事直播。

数智创新力2025

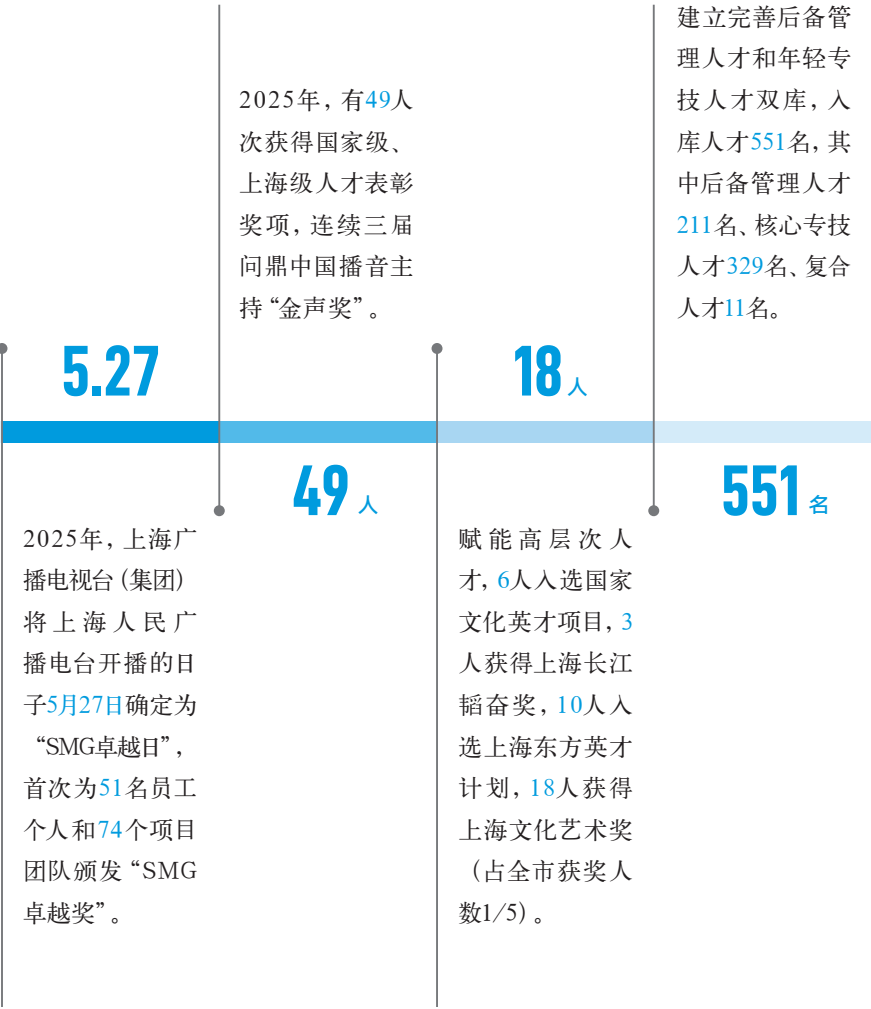


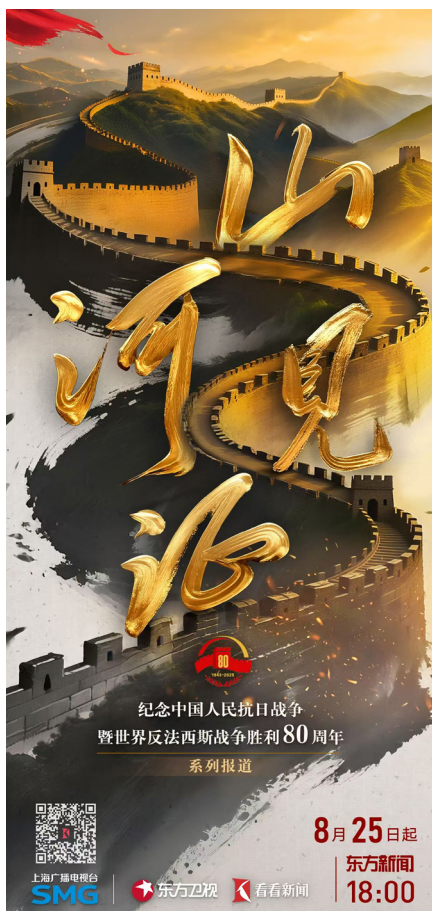
产业竞争力2025





人才赋能力2025





SMG荣誉2025

上海广播电视台（集团）的发展与上海这座城市的呼吸同频。1949年5月，第一声电波穿透晨雾，落在黄浦江畔与街巷，连接新闻传播、公共表达与时代变迁。

七十余载行进，媒介形态几度更迭，屏幕与终端不断更新，记录与表达却始终指向同一件事：把时代写进日常，把公共价值写进人心。上海广播电视台（集

团）在一次次技术更替与体制变革中积累方法，在每一次重大节点的报道、每一部作品的创制、每一次传播格局的转型里，沉淀出属于自己的创新基因。

2024年，《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媒体集团行动方案》

发布，上海广播电视台（集团）在全国率先启动主流媒体系统性变革，重塑新闻主业、文化创制、技术迭代与人才体系，进一步明确发展方向，夯实制度基础。

2025年，改革成效显著，成果产出更加密集，外部评价持续提升，获得中央宣传部与国家广电总局表扬51次，获得市委宣传部分及市委网信办表扬51次，斩获各类中外文化传媒重要奖项366个。

新闻创优方面，4件作品获得第35届中国新闻奖，覆盖报纸、广播、电视与新媒体等全媒体类别，题材涵盖重大主题报道、社会民生、舆论监督与国际传播。12篇作品入围中央宣传部地方媒体三好作品前十榜单，其中好报道3件、好评论7件、好创意2件，好评论数量在省级媒体中位居前列。

人才队伍建设方面，连续三届获得中国播音主持政府最高奖金声奖，话剧《觉醒年代》获得第十八届文华导演奖，

舞剧《朱鹮》获得中国戏剧奖梅花表演奖，18人获评第八届上海文化艺术奖，占全市获奖人数的五分之一，《上海市各界人士春节团拜会》主创团队获得市委宣传部嘉奖。

内容产品方面，品牌思政节目《这就是中国》达成300期里程碑，红色经典舞剧《永不消逝的电波》达成800场里程碑，《文运中国》《对话东盟》《永远的行走：与中国相遇》《武夷山·我们的国家公园》等纪录片获得美国泰利奖与亚广联视野奖等国际奖项，《联合国80后》在纽约联合国总部首播，都市话题剧《蛮好的人生》实现台网双爆并位列央视八套电视剧全年收视榜首。

技术创新方面，“AI智能媒体创作工具集Scube智媒魔方”“巴黎奥运会大型云化超高清集群转播平台——CUBE”分获中国电影电视技术学会科技进步奖一等奖。



SMG可持续发展战略

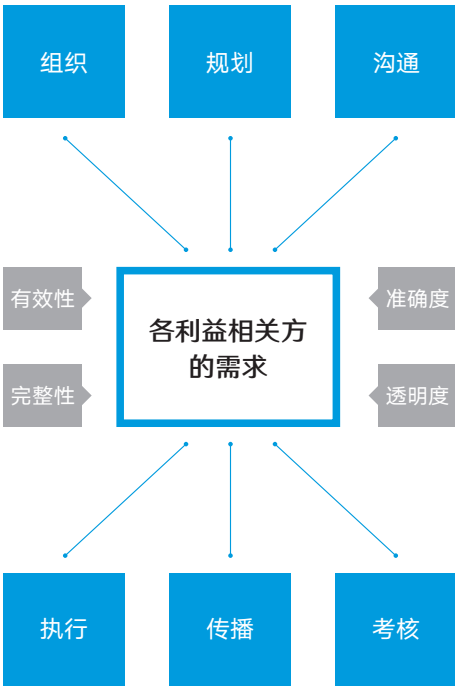
社会责任指导方针

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、四中全会精神，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。

2025年是“内容质量年”，上海广播电视台（集团）聚焦做强媒体主业，打好四场改革攻坚战，以好内容铸就真未来。2026年的工作主题确立为“数智创新年”，上海广播电视台（集团）深化媒体系统变革，全面推进提质增效，以数智化赋能高质量。

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，将上海广播电视台（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。



主流价值的系统表达

S

M

G

品

格

新闻立台——以主流之声回应时代关切	32
文化兴台——以精品之作塑造人文精神	36
融合强台——以数智之力重塑传播格局	40
人才聚台——以卓越之才打造长青基业	45

SMG

新闻立台 —— 以主流之声回应时代关切

新闻，丈量着社会前行的宏阔步伐，体察着街头巷尾的柴米油盐。

2025年，上海广播电视台（集团）在“内容质量年”的主题下推进主流媒体系统性变革，将新闻立台放在最核心的位置。新闻要更快抵达，也要更深抵达；要在重大主题中凸显主流价值，也要在民生细部里守住公共良知；要在全媒体环境中重构生产机制，也要在国际传播中扩展中国叙事的影响力。新闻成为了一种组织能力，也成为了一种社会连接能力。

上海广播电视台（集团）推进精简精办改革，全面焕新东方卫视主频道，做强上海文广国际传播中心，打造第一财经全媒体集团，推动看东方等移动端平台形成更强的互联网传播能力。

全媒体环境把用户需求与社会情绪推到传播链路前端，上海广播电视台（集团）以用户导向牵引资源配置，推动“策采编播存发评”全链路数智化升级，把传播效果的末端评价前移为社会情绪的前端洞察，使议题设置更敏捷、评论引导更有力、融合传播更具穿透力。

重大主题报道让时代的关键瞬间有据可依、有声可闻

上海广播电视台（集团）以“头条工程”为抓手，围绕重要讲话精神与重大纪念节点实现海内外联动与全年覆盖。融媒系列报道《不容忘却的伟大胜利》与东方卫视九三大直播形成多维度传播，总浏览量突破1.4亿。

上海广播电视台（集团）厘清宏大叙事的深层脉络，回应百姓生活的现实关切。全国两会报道中，以“2025看两会看东方”为总品牌，前方38人联合报道团队与后方800余人制作力量协同推进。创新推出《走街串巷说两会》《政府工作报告@我》《AI“数”说两会》等专栏，发稿7300余条，全网传播量4.7亿。中国广视索福瑞媒介研究发布的观察显示，东方卫视《东方新闻》在省级台联播类新闻节目中，全媒体触达



总人次与全媒体视听总时长均居首位。看看新闻Knews与第一财经进入省级广电两会相关内容传播量前列。其中，看看新闻Knews在经济议题内容中贡献占比达到39.6%；第一财经打造的《两说》“两会特别节目”亮相东方卫视，首期节目收视率排名全国卫视第三。技术侧，依托云网星汇聚分发中心保障央视两会信号分发与多平台高并发稳定传输，实现7×24小时零中断传输分发，并以横转竖等智能处理适配移动端观看习惯。

上海广播电视台（集团）把上海的开放姿态、产业动能与城市治理能力放进同一个公共叙事场域。2025年第八届进博会期间，上海广播电视台（集团）紧扣“越办越好”要求，集结全台优势资源，依托融媒体中心、东方广播中心、第一财经3个前方演播室，统一SMG标识，大小屏联动、内外宣贯通，开展超200小时的全媒直播报道。东方卫视4K超高清频道开播后迎来的首届进博会报道，强化超

高清直播与沉浸式云观展体验。上海广播电视台（集团）聚焦进博会上的“八年全勤老友”，关注“首秀创新科技”，挖掘溢出效应，分析进博机遇，全面展开系列报道。为提升进博会全球影响力与国际传播效果，“ShanghaiEye 魔都眼”海外矩阵和“Yicai Global一财全球”以全球视角展现中国经济的活力与韧性。

以新闻连接治理与生活，让公共关切有处安放，让城市温度有处落脚

上海广播电视台（集团）回应社会关切，对养老金账户“被开户”、保租房“被申请”、游烟问题等社会热点进行持续舆论监督，引发公众的广泛共鸣，也让人看见新闻在关键处的分量正是来自不缺席的责任担当。沿着同一条为民路径，上海广播电视台（集团）持续擦亮“上海民生

访谈”“夏令热线”“区长访谈”等品牌，焕新升级《民生一网通》，推出《大城小事》特别版，优化《上海早晨》的开放麦模式，探索UGC有序参与与新闻爆料反馈机制，使监督、解释、服务与引导在同一场域形成协同，推动公共价值普及与公共讨论秩序化。五年来，《民生一网通》以融媒联播的方式把问题带到现场、把解决方案推进到底，累计推动解决百姓急难愁盼近4000件，全网传播量突破1.5亿，形成从办好一件事到完善一类事的治理推进力。新闻主业在服务城市、服务民生中持续展现切实成效。

科创的思想浓度、 财经的理性判断、海派的文化气质， 汇入可观看、可参与、可服务的日常

东方卫视围绕更都市、更综合、更国际的定位，形成科创、财经与城市文化三条清晰赛道：《锚点》以科学家对话科学家的方式进入人工智能、脑科学、机器人等前沿议题，累计采访27位院士和顶尖科学家，并将镜头延伸至科研一线，把科技传播从知识普及推向思维启迪；《两说》以高智话题与复合视角搭建一座面向公众的财经讨论场，将关税矛盾、产业变局与AI浪潮等结构性议题纳入可理解的叙事框架，持续输出专业、理性的判断坐标；《爱上海》解码文化、艺术、时尚与演艺现场，以海派文化为底色，以国际大都市的开放气质为延展，连接文化资讯、城市体验与生活服务，并通过全年播出和网端矩阵传播持续拓宽受众。

2025年，看看新闻加强议题设置、新闻评论与民生服务，全年直播2000余场，矩阵粉丝数超过1.1亿，全网传播量日均

触达2亿、峰值5亿，新媒体端综合播阅量超过800亿，主流立场在互联网场景中保持高频触达和稳定公信。第一财经以专业创造价值为底色，持续强化财经内容与服务能力，对重大财经事件保持高密度解读，推出每年千场的《一财大直播》和《一探》《顶级投资人》《直通全球交易所》等品牌栏目，连续10年直击达沃斯论坛和巴菲特股东大会，并创办陆家嘴金融沙龙与张江科创论坛，让专业报道进一步延展为面向产业与市场的连接能力。

把镜头对准世界，也把世界的目光引回中国

2025年，上海广播电视台（集团）深耕华盛顿、纽约、伦敦、柏林、东京、迪拜、新加坡、中国香港等八大境外记者站网络，深化与美联社、路透社、欧洲电视联盟等30余家全球主要媒体常态化合作，构建贯通内外宣、大小屏、中英文的多渠道、多样态、多维度的对外传播模式。推动ICS向ShanghaiEye新媒体矩阵转型，并与Yicai Global、东方卫视国际版共同形成国际传播超级IP集群，海外年度总传播量16.8亿，海外总粉丝数超过1000万，海外总观看时长达到500万小时。

在习近平总书记出席文化遗产发展座谈会并发表重要讲话两周年前夕，上海广播电视台（集团）融媒体中心推出大型文明寻访纪录片《家国万里》4K国际版《China - Back to the Roots》。作品以中文版为基础，围绕中华文明连续性、创新性、统一性、包容性、和平性五个突出特性展开英文编译创制，强化中华文化的国际转译与中国价值的精准表达。技术层面，借助AI完成声音识别、声线克隆与口型同步，以更贴近海外受众的视听

方式提升国际传播效果。

作为上海文广国际传播中心的旗舰品牌，“ShanghaiEye魔都眼”持续拓展国际传播的内容边界与渠道能力。2023年11月焕新升级后，项目以ShanghaiEye Live24、ShanghaiEye Plus和ShanghaiEye Meet三大子品牌为支撑，依托融媒体中心与国际传播中心的融合生产机制，在X、Facebook、TikTok、YouTube等海外平台持续输出直播流、解释性视频、长短视频及海外活动内容，形成兼具新闻性、视频化与国际语态的传播矩阵。ShanghaiEye推出“WhyChina”第二季《元首外交里的大故事》《TOP Destination——目的地，中国！》《DIALOGUE》《Shanghai Let's Meet for Melody（童声漫游上海）》以及纪录片《中文拼图——我在美国学中文》等代表性产品，以多语种表达、跨文化叙事和海外团队联动，持续提升中国故事的国际可见度与传播力。

在联合国成立80周年之际，由联合国全球传播部和上海文广国际传播中心联合制作的双语影片《联合国80后》（Post-80s in the UN）在纽约联合国总部首映。摄制组跨越亚洲、非洲、大洋洲、美洲，深入联合国难民署、联合国人道主义事务协调厅、联合国开发计划署、联合国毒品和犯罪问题办公室、联合国和平行动部等机构前沿一线，记录年轻联合国工作人员在战乱救援、难民支持、气候治理与跨国犯罪打击中的真实处境与使命担当，以个体故事回应联合国80年来对和平与合作的制度承诺，也在多边主义承压的现实环境中重申联合国体系的价值。

在2026世界经济论坛年会（冬季达



沃斯）期间，第一财经围绕全球经济议程与中国企业全球化进程展开深度报道，通过现场专访、深度稿件、记者Vlog、多语种传播等方式，提升国际财经议题的解释力与传播力。报道背后，是第一财经长期积累形成的全球财经传播能力，包括覆盖电视、广播、日报、杂志与网端社交媒体的高质量内容体系，服务海外受众的英文财经媒体“一财全球”（YicaiGlobal），以及遍布香港、纽约、伦敦、东京、新加坡、阿布扎比等全球主要经济金融中心的采编布局。依托《两说》《问海·中国企业出海观察》《顶级投资人》《直通全球交易所》《直通全球组织》以及《跨越山海|中国企业全球化报告》等内容产品，第一财经持续搭建中国与世界之间的高端财经对话场域。

上海广播电视台（集团）以更集中、更敏捷、更可抵达的新闻链路，让时代、城市与中国的叙事稳稳落在公众可理解、可感知、可看见的现实之中。

文化兴台 —— 以精品之作塑造人文精神

文化，在弄堂的烟火里延续，在霓虹与江风之间更新。

2025年，上海广播电视台（集团）坚持文化兴台，围绕“内容质量年”推进文化创制机制重塑和内容样态升级。创制方式持续更新，精品内容加快成形，年轻表达随之生长，文化场景进一步融入城市生活，文化供给转化为可持续的产业动能。

创制更新让文化之光更轻盈地抵达， 更有力地生长

制播分离持续推进，专业制作人与IP主理人制度逐步确立，创投机制与评价体系同步重整，内容生产的重心更清晰地回到传播与用户。人机共创走入流程，AIGC与AR、VR、MR、XR等技术从剧本策划、现场拍摄延伸至后期制作，降低成本、提高能效，也为微短剧、微综艺、微专题片、微纪录片等新样态提供更敏捷的生产方式。《因AI向善》AIGC公益短片、东方系列晚会的AIGC宣传短片，以及AI复活文物古迹与红色资源的《国宝时刻》《述说》微纪录片，逐步构成这一轮创制升级的可见样本。东方卫视策划4K超高清大直播“百年故宫·四海同辉”，将重大文化题材的传播仪式感与技术升级叠合，拓展主流叙事的表现力。

以海派纪实为骨架，让国家叙事 与上海叙事在视听表达中并行流动

《文运中国》系统呈现习近平文化思想的核心脉络，《何以中国》以考古实证追索中华文明的来路，《田野之上》展现中国乡村新图景，《人民的利益》呈现检察公益诉讼实践，《前浪》《申生不息》《东滩，鸟类的家园》等作品把镜头对准人的情感与城市的细节。

围绕中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年等重大节点，上海广播电视台（集团）推出专题纪录片。《心安何处》记录日本遗孤的当代生活，深刻诠释超越国界的人间大爱；《来自东方的报道》借西方记者镜头展现抗战时期中国共产党领导下的中国人民所表现出的英勇与壮烈；《为了和平》以宋庆龄上海寓所文物文献为切



入口，讲述其和平外交思想与实践。

上海广播电视台（集团）实施东方卫视100天超高清纪录片展播计划，制播《江南村落志》《我们的国家公园》第三季等，以4K超高清与HDR等技术把烟雨苔痕、田埂水声与村民日常细节一并收入画面，让江南的温润生机呈现在超高清画面中；以全流程8K拍摄生态系统视角进入国家公园的生命之网，把美丽中国的细节与尺度同时推到观众眼前。

《籍籍无名》把镜头放在不被聚光灯照到的生活纹理里，以六个独立故事观察普通人的无可替代。《未来之路》以4K全流程制作沿中沙合作的现实路径展开，聚焦绿色低碳、经贸投资、文旅时尚等领域的案例，把区域合作的动力、社会转型的细节与人文交流的温度一并写入画面。《浦江之上》将江道变迁与城市记忆转译为更可听、可唱、可记的表达方式，以上海童谣串起历史脉络，让一条江的来路与一座城的生活气息在同一段旋律里相遇。

影视创制同样以城市为母题，《蛮好的人生》在央视、优酷、东方卫视、北京卫视相继播出，实现台网双爆，并位列央视八套电视剧全年收视榜首，对86处上海城市空间进行演绎，带动城市文旅消费联动；上海广播电视台（集团）同步推进《春天的故事》《千里江山图》《飞向太空》等筹拍创制工作，完成《沪上烟火》《梁陈美景》《天香》合作签约，推进《紫川之光明王》、广播剧《长街行》等上线，让都市题材与时代命题在更广阔的影视谱系中延展。

文化消费在大屏与小屏之间以人们喜爱的方式自如切换

东方卫视围绕黄金剧场、品质剧场、经典剧场、海外剧场、梦想剧场构建五大剧场体系，黄金剧场全年平均收视率达0.335%，稳居省级卫视第一，并连续6年夺得中国视听大数据CVB收视冠军。

微短剧赛道进一步走向体系化发力。中国视听大数据CVB发布的2025年全国卫视频道微短剧收视报告显示，东方卫视品质东方·微剧场在收视与播出量两项指标上均居省级卫视首位，全年推出24部微短剧作品，累计收视人次达6.5亿。家庭情感题材形成稳定优势，《午后玫瑰》《再婚爱人》分别以3558万与4108万收视人次位列年度微短剧收视第三、第四，抖音端播放量均突破2亿，《河

豚小姐》《夫妻的春节》《你好！同窗妈妈》《阳光灿烂时》等作品接续进入年度前十。

题材边界也在扩展，全流程AIGC科幻短剧《太阳坠落之时》以技术驱动的视听实验探索未来叙事；公益题材《重寻星光》聚焦孤独症群体的日常与处境，让社会关怀落到人物命运的细节中；竖屏短剧《微度假才是正经事》以轻体量叙事对接移动端观看节奏，并在卫视端完成适配呈现，补强了竖屏内容在大屏传播中的可看性与可理解性。作为微短剧IP孵化平台，《开播！短剧季》延续微短剧与综艺融合的创新路径，第二季于11月开播后全网曝光量超过10亿次，相关短视频累计播放量突破4亿，为微短剧的精品化生产与行业生态培育提供了持续动能。

综艺方面，上海广播电视台（集团）以开门办台的方式拓展合作半径，与优酷、爱奇艺、腾讯等平台联动推出《我的时代和我》《亚洲新声》《一饭封神》《令人心动的offer》等节目，在多平台共振中放大内容触达。《一饭封神》把市井灶台与顶级后厨置于同一场专业竞技之中，以象棋式对决与行业评审让中国厨师的功底与创新同台呈现；《令人心动的offer》第七季聚焦主持行业的真实历练，以新声群像与高压任务记录青年在试错中完成专业成长。面向传统文化的当代表达，东方娱乐打造《越动青春》，以青年越剧演员的舞台实践为线索，借助导师传承与竞演机制，让越剧在小剧场与数字传播空间之间形成新的流动路径。与此同时，《今晚不加班》等小体量节目与《一路前行》《未来中国》《梦想改造家》等经典IP焕新并行，使综艺供给在类型创新与品牌延续之间保持连续的生长力。





当文化从屏幕走向现场，
城市就成为作品的延伸
空间

上海广播电视台（集团）聚焦城市文商旅体展联动，做强“媒体+创意+技术”的资源集成与全方案输出能力，形成国际光影、户外音乐、潮流体育、沉浸演艺、动漫游戏、直播经济等六大自主文化节展IP矩阵。第二届上海国际光影节以光影艺术与城市建筑为媒介，形成一主多点、市区轮动、产业联动的节展模式，全城联动举办光影秀4685场次，吸引国内外游客超过2180万人次，全媒体传播量超过35亿次，直接带动消费63.72亿元。上海之夏国际动漫月实现三大动漫展会跨界联动，吸引观众游客超200万人次，其中15至35岁观众占比82%，直接带动相关消费14.21亿元。东方广播中心依托音乐

垂类优势，形成辰山草地广播音乐节、东方风云榜、最爱金曲榜的现场音乐IP矩阵，使内容生产与城市活动相互嵌合。

舞台艺术延续高密度创制与品牌化推进，舞剧《朱鹮》获得中国戏剧奖·梅花表演奖，舞剧《永不消逝的电波》达成800场里程碑并赴朝鲜演出，杂技剧《天山雪》通过文化和旅游部中国杂技艺术创新工程验收，话剧《觉醒年代》获得文华导演奖。“SEE YOU IN SHANGHAI 上海见！”驻演品牌持续推出原版音乐剧《SIX》、音乐剧《悲惨世界》、浸入式戏剧《不眠之夜》，并以《欢乐马戏》《时空之旅2》等文旅驻演项目拓展沉浸式演艺场景，使城市演艺与文旅消费形成更稳定的共生关系。

上海广播电视台（集团）以作品守住文脉，以创新打开边界，使文化在公共空间与日常生活之间持续流动、生长。



融合强台—— 以数智之力重塑传播格局

数字化浪潮改变了信息的形态，也改变了用户与媒体相遇的方式。

2025年，上海广播电视台（集团）锚定“ALL in AI”主攻方向，推进智能化、超清化、移动化协同发展，全面挺进互联网主战场。融合在这一年呈现出更清晰的逻辑链路：重构数智技术底座，应用垂直类智能，搭建移动端自主平台，把内容生产、播控分发与用户运营重新连成一体，锻造媒体新质生产力，让强台能力在技术、产品与场景中同时生长。

重构数智技术底座， 让全链路在同一张网里运转

2025年，上海广播电视台（集团）沿着IP化、云化、智能化的技术路径，进入新一代广电视听数智技术架构的全面施工期，推动传统制播系统从高清向超高清迭代的成果进一步落地，并在此基础上加快构建一体化数智技术底座。



其核心指向，是用技术支撑用户需求牵引的“策采编播存发评”全媒体生产传播体系，使台网端号贯通，使资源调度更弹性，使生产与分发更轻量，使数据反馈更及时。

围绕这一目标，上海广播电视台（集团）提出建设智能、数据、内容制作、播控分发、智慧媒资、网端运营六大中台，整合利用云资源，部署自主弹性算力基座，推动数智驾驶舱更融合、更智慧、更高效。具体建设中，D-Art娱乐云平台一期、番茄云平台二期与Scube智媒魔方二期相继推进，形成覆盖娱乐、运营、智媒等场景的技术支撑体系。超高清电影化转播制播智能服务平台加快开发，推动超高清精品内容生产与转化。以体育业务为试点，新一代AI超高清云制播数智底座平台探索AI技术与业务场景深度融合，内容生产的每一个环节开始更紧密地与算法、算力以及数据协同。

一年多来，上海广播电视台（集团）获得各类科技奖项60余个，其中“AI智

能媒体创作工具集Scube智媒魔方”“巴黎奥运会大型云化超高清集群转播平台——CUBE”分获中国电影电视技术学会科技进步奖一等奖。奖项之外更重要的是，技术能力开始以体系化方式沉入上海广播电视台（集团）日常生产，成为可复用、可扩展、可迭代的公共能力。

锻造智能化内核， 让垂直领域的专业生产 提质增效

上海广播电视台（集团）的融合不在于技术铺陈，而在于技术对专业领域的穿透力。2025年，面向新闻、财经、体育三大优势垂类领域持续发力，推动垂类大模型与专业智能体从试用走向常态化应用。

在新闻生产场景中，AIGC集成工具箱Scube被持续升级，推动新闻生产效率显著提升。财经场景中，第一财经基于DeepSeek自主研发的“星翼”大模

型迭代至3.0版，并推出“星眼”与“星算”智能体，为资本市场分析与财经解读提供更专业的赋能。体育场景中，赛事AI产品InnoMotion以AI运动数据可视化为核心能力，在巴黎奥运会、射箭世界杯等场景中实现从技术验证到实战标杆的跨越，智能足球战术分析系统也首次应用于足协杯等国内赛事公共信号制作。技术在专业要求最严苛、时效压力最强的赛道里完成自证。

为了让智能化从工具走向体系，上海广播电视台（集团）还与腾讯、阿里、华为等科技企业加强合作，在产学研投共建共享机制下推进技术底座的进一步重构。组织广电总局重点实验室共建单位，编制《开源大模型DeepSeek专题研究报告》，完成《广电多模态大模型训练语料共享和保护技术研究》，使大模型能力的应用与治理同步推进，保障技术迭代有路线，也有边界。

提升超清化能力， 让视听体验进入更高规格的时代

超清化是融合的另一条主线，它关乎技术标准，也关乎用户体验，更关乎产业链条的再组织。2025年，上海广播电视台（集团）抢抓超高清发展契机，深入贯彻落实中国（上海）超高清先锋行动计划，台属21套标清频道全部有序关停，推动超高清频道东方卫视技术改造工程系统化推进。上海广播电视台（集团）聚焦“全技术系统迭代、全节目品类呈现、全渠道终端触达、全链群产业构建”的“四全”覆盖目标，创新建设“超清融媒演播空间、超清融媒智播空间、超清融媒创制空间、超清融媒算力空间”，建成投用具有“全景式空间、超清化技术、虚拟态视觉、智媒型播控”特点我国首个省级超高清新闻演播室。

9月28日成为这一轮超清化推进的标杆时刻。上海广播电视台（集团）成功承办国家广电总局超高清发展座谈会和全国六省市卫视超高清频道正式开播仪式，东方卫视4K超高清频道正式开播。围绕“看4K 看东方”这一品牌，频道推出新闻新看点、国传新视野、海派新纪实、经典新看法四条日播精品节目带，使超清化从技术升级进一步走向内容供给结构的升级。终端侧，东方有线超高清AI升级行动同步推进，完成170余万端超高清机顶盒更新，超清能力从生产端延伸至用户端，上海由此迈入更高规格的超高清视听时代。

超清化并不止于频道与终端。上海广播电视台（集团）全面



推进东方卫视新闻制播系统、上视大厦X-STUDIO融媒体创制空间等五大类23个子系统建设，构建覆盖大屏小屏的超高清全渠道分发网络，实施东方有线超高清AI升级行动，提升“看东方”自主平台超高清播投功能，依托东方智媒城打造上海超高清视听产业开放服务平台，构建超高清端到端服务链、产业链、价值链。

贯通移动化生态，让平台把传播链延伸为消费链

在互联网主战场，平台是融合能力的直接呈现。2025年，上海广播电视台（集团）坚定推进平台化战略，深耕看东方、阿基米德、看看新闻、第一财经四大自主可控移动平台，探索构建PGC、UGC与AIGC共创生态，并持续开拓从媒体传播链到用户消费链的商业变现新模式。四大平台先后闯入全国主流媒体自办新媒体排行榜前列，形成综合视频、综合音频、新闻垂类、财经垂类的矩阵化布局。

看东方作为移动端主平台完成全新打造，明确以“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，深耕本地用户，打造城市文商旅体展联动的一站式入口魔都圈。平台实施内容创投与麦圈千V计划，新增大V全网粉丝近亿，并创新推出聚焦文商旅体展联动的乐赏上海文化消费券，改版上线好玩日历新版面，打通媒体传播链与实体消费链，累计注册会员1525万，累计付费会员人次603万。

阿基米德明确音频社交定位，推出多人语音连麦直播间、大会员体系、付费商品橱窗、活动报名体系等新功能，拓展音频平台的互动与交易能力。看看新闻

继续强化头部平台建设，以生态、技术、机制三重创新放大互联网声量，完善活动、报料、积分等系统，全年累计用户数1976万，账号矩阵总粉丝数1.16亿，全网传播量日均触达2亿、峰值5亿。第一财经提升原创内容质量与传播量级，推进会员化战略，创新丰富图文、课程、活动、周边等产品类型，注册会员规模超过120万，形成更稳固的用户运营与产品转化体系。

2025年，上海广播电视台（集团）把技术从后台推到前台，把融合从口号落到系统，让内容在云端生长，让服务在指尖抵达，让商业在场景里自洽。





人才聚合 —— 以卓越之才打造长青基业

镜头前的声音、镜头后的判断、对时事的核验、一次次被反复打磨的方案与流程，构成上海广播电视台（集团）最踏实的底色。

2025年，上海广播电视台（集团）把人才工作放在系统性变革的关键位置来推进：以卓越价值标尺统一共识，使标杆被看见、被记录、被传承；以制度重塑打通通道，使岗位更匹配、激励更清晰、组织更敏捷；以培训与历练构建成长体系，使专业能力、经营能力与数智能力同步抬升。人的创造力在更清晰的规则与更稳定的支持中被释放。

树立卓越标尺，让优秀有名字、有方向

5月27日被命名为SMG卓越日，这个日期连接着上海人民广播电台开播的历史起点，也连接着上海广播电视台（集团）迈向新阶段的现实选择。

2025年首个卓越日，上海广播电视台（集团）向体现卓越精神的51名员工个人和74个项目团队颁发SMG卓越奖，并围绕“好内容铸就真未来”开展主旨演讲、案例分享与青年感言。卓越在这一天被确立为评价人才、项目与绩效的价值标尺，职业认同感、使命感与团队凝

聚力在可见的仪式中被再次点亮。一年多来，上海广播电视台（集团）获得市级以上人才奖项49人次，连续三届获得中国播音主持政府最高奖金声奖，舞剧《朱鹮》荣获中国戏剧奖·梅花表演奖，话剧《觉醒年代》获得第十八届文华导演奖，6人入选国家文化英才项目，10人入选上海东方英才计划，3人获得第17届上海长江韬奋奖。特别是18人获评五年一次的第八届上海文化艺术奖，占全市获奖人数的五分之一。

一套更具竞争力的人才结构正在成形，一支能够持续产出精品与硬核传播的队伍正在汇聚。上海广播电视台（集团）在2025年开展人才盘点，建立后备管理人才与年轻专技人才双库，入库人才551名，其中后备管理人才211名、核心专技人才329名、复合人才11名。评选第十三届“SMG青年才俊”十名，为其定制专属培养计划，举办“青年才俊训练营”，实施“双导师”带教制度，为人才梯队建设提供了可操作的抓手。

深化人力资源改革， 让组织更轻盈，让激励更精准

2025年，上海广播电视台（集团）制定《关于建立台（集团）内部人才市场的实施办法》《台（集团）关于改革单位人员优化政策的若干指导意见》等人力管理制度。推动中层干部从“身份管理”转向“岗位管理”，设立新聘任干部一年试用期，树立“能者上、优者奖、庸者下、劣者汰”的用人导向。

上海广播电视台（集团）建设内部人才市场，做强SMG人才荟平台，为34家单位发布内部招聘岗位368个，吸引应聘

542人次，86名员工实现内部流动。上海广播电视台（集团）构建新的薪酬分配体系，明确岗位职级、档级的薪酬基础标准与岗位系数，并顺利入轨执行。优化考核体系，制定《2025年度业务单位考核办法》，形成五大分类、四项指标和三轮调整机制，并配套制定《2025年人力资源管理考核细则》。改革成效也体现在经营效率上，上海广播电视台（集团）人均创收同比增长8%，媒体生产效率得到提升。

构建全媒培训体系， 人才能力在体系化学习中沉淀

全媒体时代对人才的要求更复杂，单一技能难以支撑长期竞争。

2025年，上海广播电视台（集团）统筹台内外培训资源，构建通识培训与主题培训的年度体系，设计“党建引领力、专业竞争力、经营管理力、人才组织力、创新发展力”五力模块，重点开展“好内容·真未来”之金声、创意、传播、经营四大系列培训，形成“一个体系、两大培训、四个系列、五力模块”学习系统。

这一体系以规模化推进形成组织性的学习能力。全年开展线下培训1391场，参训29271人次，培训总学时90763课时；在线培训69场，参训6303人次，总学时105898学时。上海广播电视台（集团）统筹落实62个主体班次，累计组织培训264场，覆盖近1万人次。面向数智创新年的需求，为新技术人才、创新型人才、经营人才与青年人才提供更系统的成长路径。

上海广播电视台（集团）搭建干部历练平台，以“上下轮动、横向互补、内外结合”推进干部轮岗交流，选派优秀年轻干部和骨干15人参与台外多个挂职轮岗项



目，向宣传系统输送7人交流任职，引进1名台管干部，开展台内挂职轮岗7人次，选派干部参加各类学习培训102人次。

迈向智慧治理， 人才成为新质生产力的源头活水

2025年，上海广播电视台（集团）建设智慧化信息管理系统。以推进国产化改造为契机，推动30多个信息系统归并整合与互联互通，贯通业务前台、风控中台与财务后台，动态构建全生命周期、全产业板块、全业务流程的企业画像，建立经营风险实时预警与快速反应机制，并以数智化驱动经营统筹调度、审计集中管理与财务模型测算，提升治理的科学化、精细化与集约化水平。

上海广播电视台（集团）提出锻造数智化复合型人才队伍，探索柔性组织与敏捷团队建设，开拓创新孵化营、产品特战队等跨部门跨领域项目，强化绩效导向，在考核中增加数智赋能与组织创新指标，并研究鼓励创新的容错性政策，推动人人参与数智创新的氛围形成。

上海广播电视台（集团）把看不见的付出变成了可依可循的秩序，让每一次核验、每一次磨稿、每一次协同都有回响，也让长期主义在日复一日里站得更稳。

S
M
G
治
理

稳健、
可信与可持续

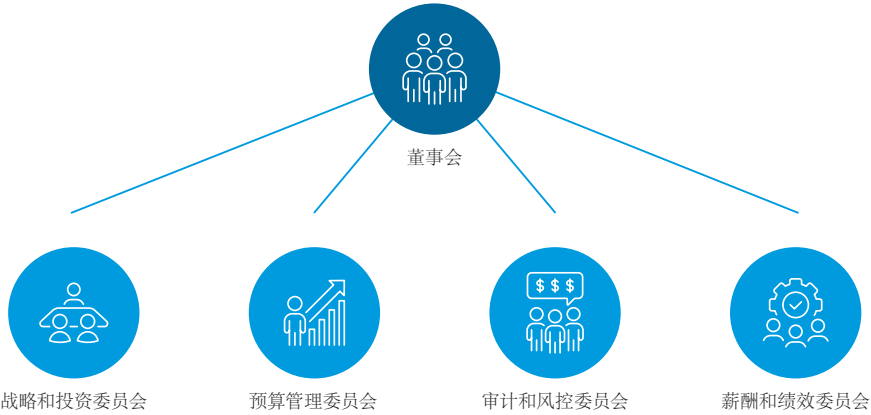
筑牢现代治理根基	50
赓续红色基因与使命担当	50
坚守商业伦理与责任边界	54
尊重与保护知识产权	55
保障安全、稳定与合规运营	55



筑牢现代治理根基

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，明确党组织在上海广播电视台（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。

2025年，上海广播电视台（集团）对公司章程进行了全面修订，修订上海广播电视台（集团）及下属各控股子公司及参股子公司的章程模板。结合公司实际情况和最新法律法规要求，对股东会、董事会、监事会及高级管理人员的职权、议事规则、决策程序等关键条款进行了优化调整，进一步明确了公司治理结构中各主体的权利义务和职责分工。



赓续红色基因与使命担当

党建工作深度融入企业治理，是构建中国特色企业社会责任体系的关键一环。党组织通过夯实思想、组织和制度根基，为企业筑牢政治素养，确保社会责任实践精准契合国家方针政策，并有效促进企业与多方主体的协同共治，切实增强企业的责任担当。

在文化领域，党建发挥着重要的政治引领作用，确保文化工作弘扬社会主义核心价值观，有效激发文化创新活力，推动文化产业繁荣。同时，党组织着力强化

文化工作的公共服务属性，引导企业更加聚焦并精准满足人民群众日益增长的精神文化需求。

始终把党的政治建设摆在首位

政治方向是媒体集团的立身之本，也是履行社会责任的行动指南。上海广播电视台（集团）坚持把深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为



首要政治任务，加强党对新闻舆论和媒体改革各项工作的全面领导，全面落实党管宣传、党管意识形态、党管媒体、党管互联网原则，扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，以作风建设新成效激发系统变革新作为。

上海广播电视台（集团）以政治上的清醒与坚定，确保每一次传播都成为凝聚共识的力量。以政治建设铸魂、以社会责任立本，在时代变局中彰显主流媒体的政治担当与价值高度。

坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，上海广播电视台（集团）党委会、中心组学习会开展“第一议题”学习，深入学习贯彻党的二十届三中、四中全会精神、习近平经济思想、习近平文化思想和习近平总书记考察上海重要讲话精神，常态化贯穿至中层正职干

部。修订《台（集团）党委关于进一步加强和改进党委理论学习中心组学习的实施意见》，制定《2025年台（集团）党委理论学习中心组学习安排》，开展理论学习中心组学习，组织专题辅导报告会，通过穿透式党建工作体系，加强督促指导，推动落地见效。举办“学思想 增本领 强作风”党组织书记政治能力和综合素养提高班、基层党支部书记和党务干部培训班，选送75名党支部书记和党务干部参加宣传系统培训，着力提高党员干部政治能力。

锲而不舍贯彻中央八项规定精神，加强统筹部署，制定工作方案，成立工作专班，召开部署会和推进会，扎实开展学习教育。上海广播电视台（集团）以“4个专题+4次研讨”为主要形式，深入学习习近平总书记关于加强党的作风建设的重

要论述和中央八项规定及其实施细则精神。直属党组织通过开展中心组学习、专题研讨、专题党课、警示教育等形式，不断推进学习教育走向深入。

用艺术讲好党课 让理论“声”入人心

党课可借艺术浸润心灵，艺术亦能传递信仰力量。

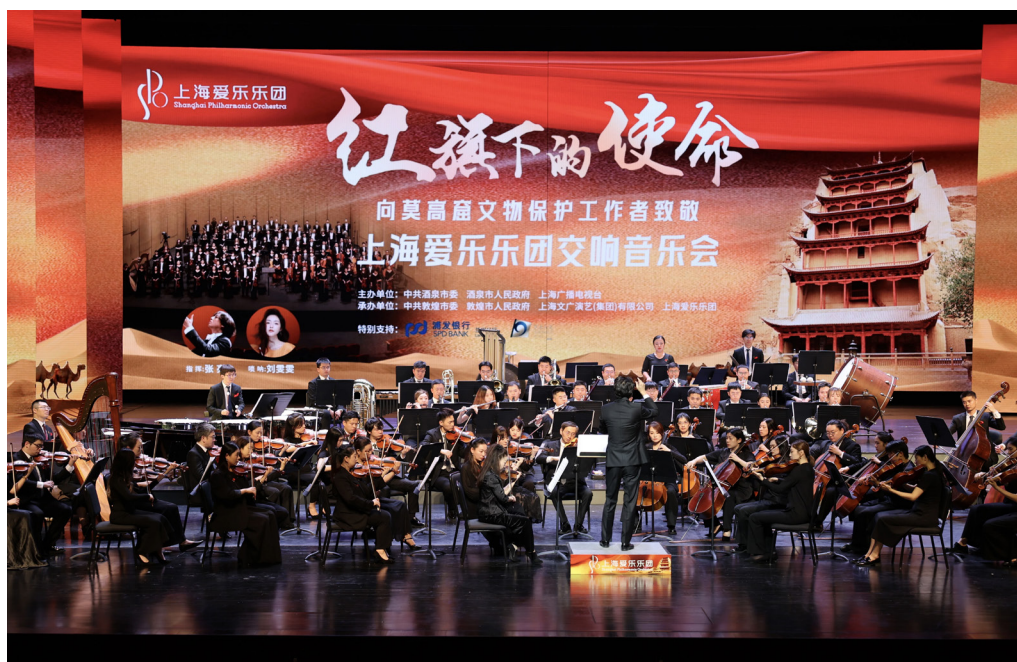
上海广播电视台（集团）立足主流媒体职责使命，创新打造文艺党课特色品牌，推动党性教育与舞台艺术深度融合、同向发力。系列文艺党课既面向上海广播电视台（集团）全体党员开展常态化学习教育、筑牢思想根基；又依托全媒体传播矩阵，通过多元艺术表达，将红色文化、革命精神与时代价值有机融合、广泛传递，推动党的创新理论春风化雨、

入脑入心，让信仰之美、精神之力以更生动、更具感染力的方式走进大众、浸润人心。

音乐党课：新时代文艺党课新路径

2025年，爱乐乐团全面优化音乐党课内容与形式，推出定制化服务，积极探索文艺党课“走出去”新路径。“红旗下的使命”大型文艺党课于6月首次走出上海、走进大西北，开展“红旗下的使命”甘肃公益巡演，以交响语言将红色文化、江南文化、海派文化传播到西北热土。

9月，应国际柴可夫斯基比赛获奖者协会邀请赴俄罗斯，在中共六大会议址所在地、五一乡五一村文化宫等具有特殊意义的场所举办演出，圆满完成跨地域红色文化传播与艺术交流使命。



舞剧党课：“永不消逝”的精神传承

自2018年8月创排以来,《永不消逝的电波》巡演足迹遍布全国。2025年11月,《永不消逝的电波》迎来第800场纪念演出,成为红色舞剧领域当之无愧的标杆力作。每场演出都是一堂震撼心灵的沉浸式文艺党课。2025年11月4日,该剧作为上海市系列党课矩阵文艺党课片单剧目,在美琪大戏院上演,以“爱与信念永存”的精神内核直抵人心,让广大观众在无声舞蹈中感悟信仰力量、接受精神洗礼。

作为上海广播电视台(集团)创制的党课,《永不消逝的电波》延续“角色访谈+舞剧展演”形式,通过主创与主演现场分享创作历程、角色感悟和幕后故事,进一步增强党课的互动性、感染力与传播力。这部作品引导观众铭记烽火历史、传承红色基因,激励新时代文艺工作者以舞蹈语言赓续红色血脉、创新表达信仰力量,让红色精神在新时代绽放更加璀璨的光芒。

杂技剧党课：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。近年来,上海杂技团党委多次组织演职员们实地参观革命纪念馆、红色教育基地,深入学习革命史实、缅怀革命先烈,让舞台上的“英雄”形象更加立体饱满、真实感人。

2025年,上海杂技团将《战上海》纳入上海红色文化季演出项目,7月在上海文化广场举行专场演出。该剧作为上海“系列党课矩阵”重要组成部分,以杂技

艺术演绎革命故事、传承红色基因。全年《战上海》文艺党课(含影剧交互版)共演出9场,覆盖党员干部、青少年等群体,并赴新疆、山东等地开展红色巡演,有力推动红色文化广泛传播。

话剧党课：发挥文艺资源优势,守好文艺宣传阵地

为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,上海话剧艺术中心有限公司推出话剧《英雄儿女》“英雄的城市,城市的英雄”主题文艺党课示范课。活动中,主创团队现场分享剧目创作、排演过程中的真实故事与心得体会,同步搭配剧目观摩演出,实现艺术表达与党课教育的深度融合,让广大党员身临其境感受英雄精神,在沉浸式体验中接受深刻的精神洗礼,进一步传承红色基因、凝聚奋进力量。



坚守商业伦理与责任边界

廉洁从业

上海广播电视台（集团）将廉洁从业建设贯穿改革发展、经营管理和队伍建设全过程，持续完善党风廉政建设和反腐败工作机制，推动纪律要求、监督责任和风险防控融入日常运行，为高质量发展提供纪律保障。

1. 纪律教育：持续开展理论学习、专题党课、基层宣讲、警示教育和廉洁主题活动，加强党员干部纪律意识、规矩意识和底线意识。结合近年来发现的典型问题，完善案例通报和警示教育材料，推动廉洁教育常态化开展。

2. 责任落实：健全全面从严治党责任体系，推动主体责任、监督责任、第一责任人责任和一岗双责协同落实。围绕年度重点工作、重大改革任务和重点项目运行，开展专项检查、巡察监督、整改评估和回头检视，促进责任传导、问题整改和制度完善形成闭环。

3. 风险防控：聚焦招标采购、重大项目建设、业务支出、资源管理、外事管理等重点领域和关键环节，持续开展风险排查、廉洁提醒和监督检查。通过商旅集采、风险控制、业财资税、全媒体营销等数字化平台建设，提升重点业务流程的规范性、透明度和可追溯性。

4. 作风建设：落实中央八项规定精神，纠治形式主义、官僚主义等突出问题，

围绕重要节点、重点岗位和重点单位加强监督检查，推动基层减负和制度执行。针对发现的问题，依规依纪推进整改，并通过制度修订、流程优化和责任提醒，防止同类问题反复发生。

5. 队伍建设：完善纪检监察工作流程、文书规范和内部管理制度，加强纪检监察干部培训、业务交流和日常监督管理，提升履职能力和专业水平，营造遵规守纪、担当作为、风清气正的发展环境。

广告治理

2025年，经营管理部持续推动上海广播电视台（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，确保安全播出零差错。经营管理部严格按照广告编播的工作流程加强常态化广告编播管理，确保上海广播电视台（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。强化主流媒体担当，认真开展广告内容的合法、合规性审查。2025年，有效压缩地面频道二类广告总时长22.5%。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。

尊重与保护知识产权

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。

2025年，上海广播电视台（集团）全面推进超高清与全媒体媒资系统建设，持续完善媒资服务体系。深耕媒资网的功能迭代与升级，推动4K媒资系统正式投产；优化AI人脸识别技术，为内容资源构筑坚实的安全屏障，在全面提升数字化资源治理效能的同时，实现版权保护与文化历史传承的双重守护。

2025年，AI辅助自动编目生产完成777334条/143074小时（累计2027952条/219682小时），实现视频图片融合管理，通过“内容域”机制构建多租户体系，达成节目素材版权确权全覆盖。

2025年，媒资管理部持续做好全媒体内容资源的数字化系统管理。截至12月底，上海广播电视台（集团）各媒资系统内数字化音视频资源共158.82万小时，其中，视频119.84万小时，音频38.98万小时。持续推进历史内容资源的抢救保护，完成一英寸带数字化转存458盘，已入库431盘共438小时。完成盒式带清洗采集归档1529盘590.4小时。

保障安全、稳定与合规运营

2025年，上海广播电视台（集团）构建“网格化管理+数字化排查+全周期整改”安全生产防控体系。

2025年，技术中心（SMT）保障广播播出170647小时，电视播出389775小时，地球站上星播出184413小时。广播电视技术停播率0.006秒/百小时。15个重大保障实现“零事故”，圆满完成72场（含49场A类）大型活动的技术保障工作。

让绿色成为内容与生产方式

S

M

G

绿

色

行

动

内容生产中的绿色叙事能力	58
绿色理念嵌入生产与管理流程	60

SMG



内容生产中的绿色叙事能力

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。

《我们的国家公园》—— 美丽中国“皇冠上的明珠”

2025年，上海广播电视台（集团）创制8K生态人文纪录片《我们的国家公园》第三季。纪录片采用全流程8K超高清拍摄制作，凭借超级微焦距镜头等技术，细腻呈现动植物的微观细节，为观众带来沉浸式视听体验。

纪录片以生态系统视角揭开了国家公园的动人画卷，围绕大熊猫、海南长臂猿、东北虎等旗舰物种及其伞护种，讲述物种间相互联系、相互依存的“生命之网”奥秘。摄制团队历时一年多，纵贯南北、跨越四季，记录下大量珍贵自然影像，如新物种褐盖辣牛肝菌、“植物活化石”珙桐、神秘鸟类林沙锥等；捕捉了人与自然和谐共生的温暖故事，如海南科研团队驯化野生菌种、东北村民与南迁大雁共享稻田等，诠释生态保护与民生发展的双赢。

《我的城市邻居》—— 自家窗台下的生态文明

2025年，上海市生态环境局与上海广播电视台（集团）联合出品《我的城市邻居》，演员陈龙担任“城市生态观察员”，带领观众走进社区、公园、绿地等日常空间，探寻与市民相伴的“自然邻居”，打开一扇与城市自然生灵交流的窗口。

影片拍摄历时4个月，通过陈龙的实地走访与观察对话，结合专家知识科普和自然爱好者的故事分享，揭秘城市中翩跹的飞鸟、暗夜的小动物、砖石缝隙的苔藓及落叶下的昆虫王国等生灵的栖息状态。陈龙以普通市民视角发问，带领观众解码超大型城市里人与自然和谐共生的生态密码，生态文明的课桌其实就摆在自家窗台下，呼吁更多市民成为生态保护的实践者与记录者。

2025企业可持续发展大会“在乎者赢，行动者胜”

由第一财经主办的“2025企业可持续发展大会”于2025年4月在上海中心大厦举行。大会以“在乎者赢，行动者胜”为主题，汇聚政府机构、领军企业、高校及媒体的专



业力量，通过平行论坛、案例评选等多元形式，围绕绿色金融、企业低碳转型等关键议题展开深度对话，搭建起国际化的企业可持续发展交流平台，助力全球可持续发展目标（SDGs）的实现。

第一财经长期以来始终聚焦ESG实践与绿色发展议题，通过深度报道、案例研究与整合传播，构建起“发现价值—解读价值—创造价值”的完整闭环。

绿点中国， 可持续商业的未来

以“绿野新踪”为主题的第一财经2025绿点中国论坛于9月25日在上海成功举办。活动汇聚了来自政、产、学、研等各界的领军人物，共同探讨可持续商业的未来路径。论坛上重磅发布了“2025绿点中国·可持续实践年度案例”“绿贝案例”及“绿色先锋案例”三大奖项，旨在为中国经济的高质量发展注入绿色动能，记录并推广中国企业在可持续发展领域的实践与担当。

第一财经发挥传媒优势，进一步强化跨领域合作，推动ESG理念在企业界深度落地，为构建人与自然和谐共生的现代化格局贡献传媒力量。

“运动+艺术+自然”， 找回生活本来的样子

秋光正好的十月，2025辰山自然生活节启幕。本届生活节由辰山植物园携手上海广播经典947与松江区精神文明办共同打造，以“找回生活本来的样子”为主题，在国庆黄金周期间，为市民奉上了一场融合运动、艺术与自然的多元盛宴，注入满满元气。

“运动热浪”席卷草坪，汇集瑜伽、尊巴、搏击操三大项目，资深教练带领市民在天然氧吧中挥洒汗水，感受多巴胺飙升的快乐。与新中国同龄的上海新歌合唱团在花朵舞台带来国庆专场歌咏会，用深情的和声为祖国献上生日祝福。亲子家庭则在艺术体验营的互动戏剧《奇妙环游记1》和生动的“植物科普秀”中，畅游自然与艺术的世界。

绿色理念嵌入生产与管理流程

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、污染防治及气候变化应对等多方面努力，上海广播电视台（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

2025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。

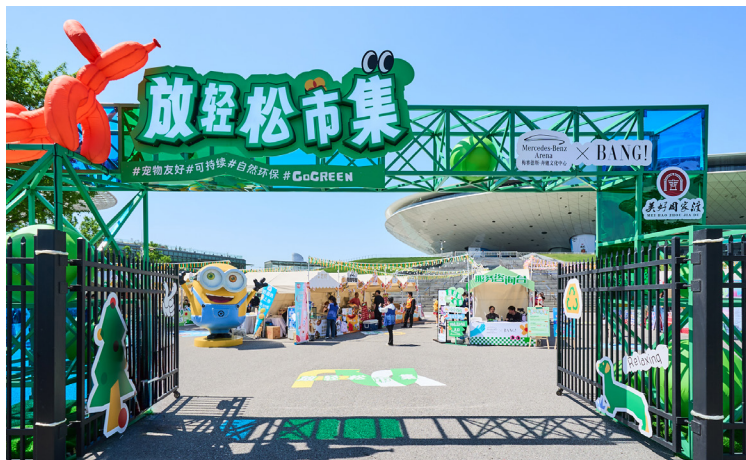
SMG的行动

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℃，同步推进楼宇自控（BA）系统安装，智能监控并优化中央空调设备运行策略，减少能源浪费。

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。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.环保实践：

在“双碳”目标与绿色生活理念深入人心的当下，2025年6月21日，梅赛德斯-奔驰文化中心在袁娅维演唱会期间打造了一场别开生面的环保宣传活动，巧妙地将演唱会与环保跨界融合。活动现场设置可持续科普展区、垃圾分类互动展台及趣味打卡区，以“票根换礼”、再生主题海报展和互动游戏等新颖形式，向观众生动传递了绿色出行、循环利用、减塑行动和垃圾分类的“绿色观演倡议”，让环保理念在轻松愉快的氛围中深入人心。

文化力量的长期回馈

S
M
G
共
同
富
裕
实
践

文化传播激活乡村内生动力	64
文化润疆促进多元价值共生	66

SMG



文化传播 激活乡村内生动力

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。

《江南村落志》： 4K镜头下的江南诗篇

当4K超高清镜头拂过江南，那些藏于时光褶皱里的诗意被瞬间唤醒。纪录片《江南村落志》由真实传媒刘丽婷工作室倾力打造，摄制组跨越江浙沪皖四地古村，历经四季蹲守，用4K技术捕捉春花秋叶的绚烂、夏雨冬雪的静谧。HDR高动态范围与50帧高帧率技术，让画面中的朦胧烟雨、斑驳苔藓、潺潺流水都如现实般鲜活，每一帧都似一幅流动的江南水墨画，细腻还原了这片土地的温润与生机。

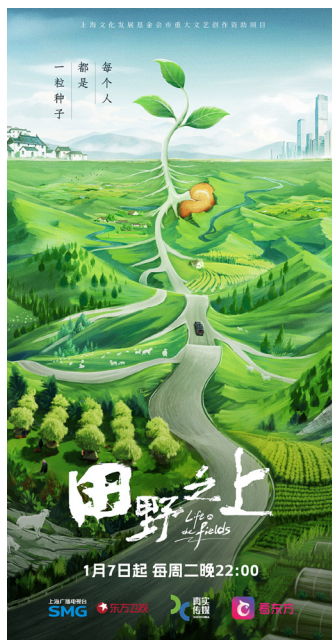
在这场技术与美学的共舞中，镜头记录风景，触达情感深处。4K超采样技术捕捉到村民脸上的笑容、手上的老茧、眼中的光，这些细微之处无声诉说着生活的厚重与温度。沉浸式立体声音效更添临场感，檐下雨滴、远处人语、林间鸟鸣交织成一曲山野乐章，让观众仿佛置身其中，触摸到江南村落的呼吸与脉搏。技术不再是冰冷的工具，而是传递情感、连接心灵的桥梁。

变的是技术，不变的是对真实的坚守与对人文的关怀。《江南村落志》延续海派纪录片的细腻风格，以平民视角聚焦村民的日常悲欢，讲述时代变迁中个体的命运与守望。从古宅老墙到田间地头，从传统劳作到现代生活，镜头下的江南是地理空间，也是一种精神家园的象征。这场视听革新的最终目的，是让观众在清晰看见世界的同时，也能看见自己内心对乡土的眷恋与乡愁。

《田野之上》： 1936颗米粒是一两米

从一两米的分量出发，纪录片《田野之上》把镜头放回土地的细节。三年行走，镜头从江西上饶的稻田到北大荒的机械化耕作，把南方的水汽与北方的风雪并置，让人看见当代乡村在产业、技术与生活方式上的真实更迭。

《田野之上》的镜头深入中国近百个乡村，捕捉到一幅幅生机勃勃的图景。广西山林里，有人用飞鸡闯出自己的生计；



评促建、以奖促兴”为宗旨，通过整合传媒、政府与企业资源，挖掘并传播了四川明月村、浙江黄杜村等地的乡村价值，促成松阳古村落保护、无锡荡口古镇合作等项目落地，切实推动了乡村产业与文化发展。2025乡村振兴成果推介会暨最美村镇颁奖典礼在上海举行。活动汇聚全国二十余省的村镇代表与专家，围绕“融合城乡多态·共促全面振兴”主题，分享实践经验，共商发展蓝图。

第一财经始终秉持媒体责任，创新传播策略，以“主持人带你去发现”等品牌活动深入乡村，通过办展、写书、推非遗等多种形式，为乡村振兴注入活力，成为连接城乡、汇聚资源、推动政策落地的力量，以实际行动探索出一条媒体赋能乡村振兴的新路径。

山东猪舍里，生态养殖被讲成一本带着笑意的说明书；河南许昌的车间里，假发女工把流水线走成自己的舞台。有人返乡，有人扎根，有人把传统手艺、现代经营与社区关系重新缝合，使观众得以触摸到乡村振兴中那一个个具体而动人的温度。

那列穿行于大凉山的“慢火车”载着满车的鸡鸭牛羊和世代生活的彝族同胞，行驶在群山之间。25年不变的票价，是对“缓慢”与“传统”最温暖的包容。这是中国式现代化“一个都不能少”的坚定承诺，让那些看似落伍的角落，也能搭上时代前行的列车，共同走向共同富裕的未来。

第一财经携手百媒同行 发现“最美村镇”

第一财经联合80家主流媒体发起的“最美村镇”评选，历经13年深耕，已成为媒体助力乡村振兴的典范。活动以“以

东方购物让“泉州好物” 成为共同富裕的纽带

当“古代海上丝绸之路起点城市”的千年韵味，邂逅“长三角经济引擎”的澎湃活力，闽沪两地的山海情谊，化作共富路上的坚实步伐。

东方购物充分发挥“线上+线下”全渠道融合优势，创新“新场景+品牌直销”模式，为泉州优品深耕长三角市场注入强劲动能。线下，五角场彩蛋广场化身闽南风情街，非遗糕点师傅现场演示制作技艺，茶艺师娴熟冲泡铁观音，吸引了大量市民驻足体验；东方购物直播间同步开启，美食博主与导购员化身“好物推荐官”，通过镜头热情介绍特产特色与吃法，实现“线下体验、线上下单”的无缝衔接。这种数字化营销手段，打破了地域限制，让“泉州味道”通过指尖触达全国消费者，有效拓宽了农特产品的销售半径，为“老供销”赋予了“新活力”。

文化润疆促进多元价值共生

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，其行动体现了“上海所能”与“喀什所需”的精准对接，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。

2025年，上海广播电视台（集团）共有15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。

2025年SMG入选上海市文化润疆项目

单位	项目名称	项目简介
看东方（上海）传媒有限公司	沪疆融媒合作发展基地建设	联合喀什地区和对口四县融媒体中心，共同打造“沪喀融媒合作基地”，推出全新升级的大型青少年科创选拔活动《明日世界》（新疆专场），在喀什地区及对口四县和克拉玛依市开展分赛场及文化科普大讲堂录制，通过“以练带教”的方式，促进当地融媒队伍业务能力不断提升。
上海东方广播有限公司	《援建之声》融媒项目	作为首档全景式记录上海对口援建工作的全媒体节目，全面深入报道援疆工作，生动展现上海对口支援风采。2025全年共制作广播节目近百期，短视频149条，户外音视频移动直播12场，节目收听率在上海广播同时段节目中排名第一，累计触达人数近6000万人次。
上海文广互动电视有限公司	沪疆“法治在线”系列活动	项目整合电视栏目、线下活动与新媒体平台，形成立体化法治宣传网络。全年制作播出8期法治栏目《新时代沪疆法治在线》，于上海广播电视台（集团）法治天地频道与喀什融媒平台播出；组建一支由优秀律师、法学专家等构成的法治文化宣讲团，全年在喀什地区共开展13场线下普法宣传。

上海好有文化传媒有限公司	《潮童天下——最美新疆》 (第五季)	连续五年推出系列特别节目，用孩童的视角记录各民族文化润疆的美好成果，全网累计触达人次超亿，成为具有全国影响力的文化润疆品牌。
真实传媒有限公司	纪录片《叶尔羌河》延伸创作	5集系列人物纪录片《IN喀什》，聚焦生活在喀什地区的鲜活人物，通过讲述一个个生动的个体故事，让更多观众直观感受新疆喀什地区的蓬勃气象和当地百姓安居乐业的幸福生活。
上海东方广播有限公司	喀什星空音乐会	以音乐为纽带，举办音乐会主体演出，融合“公路电台”移动直播、音乐大篷车、爱心征集传递等形式，持续扩大品牌影响力，传播触达6000多万，IP品牌曝光量超2亿。
上海融东方文化传媒有限公司	《1+1旅行记》 之人生必去篇	制作电视节目6期，并同步推出系列短视频，生动展现上海援疆成果，推广喀什文旅、助力当地产业发展，以媒体赋能实现社会效益和经济效益双赢。
上海尚世影业有限公司	精品影视作品集系列 公益特展系列活动	以纪录片电影《喂喂喂，足球队》为核心内容，通过公益图片展等系列活动，展示莎车盲足小将的励志精神，进一步增进残健融合、民族融合和中华民族共同体意识。
上海歌舞团有限公司	国学诗词润丝路， 文化浸润铸同心	通过诗词全新编曲演绎，以美育、以文化人，为当地群众献上了17场艺术水准高超的文化演出，并与当地文艺院团开展专业培训及艺术交流。
上海轻音乐团有限公司	文艺轻骑兵之 “百场轻音边疆行” (第三季)	以“文艺轻骑兵”的演出形式，深入喀什四县基层单位和自然村落，每年带去百场演出，2025年在喀什四县三个新时代文明实践站和一个社区，成功试点打造“百场轻音边疆行”文化阵地，深受当地群众好评。
上海杂技团有限公司	杂技剧《天山雪》 喀什行	作为新疆维吾尔自治区成立70周年庆祝演出活动之一，累计完成演出18场，线下吸引各族观众近2万人，线上直播累计观看量近百万人次。此外配套开展沪喀文旅交流、文化集市、艺术培育等多元活动。
上海木偶剧团有限公司	文艺轻骑兵之 “偶遇喀什” (第二季)	以新疆喀什地区的青少年为主要受众，开展以红色题材木偶音乐剧《报童之声》展演为核心，辅以制作“心中”的小报童、学唱红歌、艺术讲座等一系列多元化的展演活动70场，让当地青少年感受艺术魅力与红色内涵。
五星体育传媒有限公司	“五星荣耀” 沪喀交流赛 系列活动	打造初、高中校园篮球联赛及全明星挑战赛等多元赛事体系，共组织比赛133场，现场覆盖观众9000余人。邀请知名篮球教练和专家赴喀什开设专业教练和裁判培训课程，提升当地教练裁判团队水平。邀请初、高中冠军队伍来沪参与系列活动，促进文化交流、增进民族团结。
上海东方明珠国际交流有限公司	2025年沪疆文化 交流周	举办沪疆文化交流周开幕式及石榴市集，涵盖近50家特色展位，日均人流量达2万人，累计接待超6万人次。举办沪疆两地企业产品对接会6场、文旅资源对接会5场，有力推动了新疆文旅资源与特色内容的对外传播，促进了沪疆两地文化的深度交流与融合。
上海市演出有限公司	“千年喀什·疆海织梦” 沉浸式演出	项目旨在重点构建兼具文化深度与互动体验的沉浸式文旅场景。2025年形成完整策划成果与综合性方案，计划2026年实施场地改造与节目制作并进入试运营阶段，2027年实现常态化演出及文旅业态的协同运营。

公共价值的持续拓展

S
M
G
社
会
连
接
力

让公共文化服务浸润城市日常	70
让人文关怀回应民生冷暖	72
让公益传播汇聚更多同行者	76

SMG



让公共文化服务 浸润城市日常

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，弘扬城市文化精神，展现国际文化大都市的独特魅力。

以数智之手 丰富公共文化建设

中秋之夜，上海广播电视台（集团）让“明月”落在了临港的水面上。东方卫视《明月东方·滴水映月夜》以滴水湖与天文馆、荣耀之环等城市地标为舞台，用4K超高清镜头把中秋的团圆与城市的年轻气质叠合在同一幅画面里。AIGC与XR在这里承担的是想象力的延展，让水月辉映从看见风景走向看见情感；当方言、歌舞与城市光影在湖畔相遇，节日的公共文化供给也随之换了一种更贴近当代的传播方式，观众在一台晚会里读到城市的审美，也读到自己与城市的联结。

孩子的世界需要一个更柔软的入口，上海广播电视台（集团）借数智之力让文化启蒙先落在好看的细节里。东方明珠旗下百视通推出全AI制作的儿童绘本动画《森林童话会》，依托文心雕龙等AIGC能力完成从角色到分镜、从场景到

动效的全流程创作，并以4K HDR与空间音频提升视听体验。绘本动画选取三只小猪、坐井观天、猴子捞月等经典故事，在保留温暖内核的同时写入面向当代儿童的理解路径，让差异、勇气、互助与成长变成可被陪伴的日常。

当国家记忆被再次讲述，上海广播电视台（集团）拆解故宫的百年故事。推出《百年故宫·四海同辉——故宫博物院建院100周年融媒特别报道》，运用AIGC、虚拟现实增强等前沿技术，打造沉浸式文化体验。从文物迁徙的烽火之路到文明互鉴的世界会客厅，再到宫门与学门的制度变迁，以小切口牵引大叙事，让历史的重量落到可辨的事实与可感的细节。ShanghaiEye矩阵把这份叙事传递至全球，文明拥有更强的可理解度与可亲近度。故宫的时间穿过屏幕抵达当下，公共文化服务也在这一刻呈现出一种稳健的温度。让传统被看见，让知识被分享，让共同记忆在城市与世界之间回响。

“五五购物节”，激活消费新动能

作为每年“五五购物节”的配套品牌节目，由上海广播电视台（集团）旗下东方娱乐创制的《爱购上海——第六届上海五五购物节全球大直播》2025年4月30日在东方卫视及相关新媒体端与观众见面。

大直播融合“演艺+”“科技+”等文商旅体展生产要素，进行“场景+人物+故事+产品”的创新性配置，同时打通“内容—场景—消费”闭环，通过全媒体生态链承接全市流量价值，进军城市消费产业赛道。《爱购上海——第六届上海五五购物节全球大直播》全网曝光量近1.63亿，小屏带货直播间销售火爆，营业额近1.1亿元。

以研究服务社会，解码现实议题

第一财经旗下第一财经研究院以媒体智库的方式，为公共讨论提供可核

的事实、可复用的框架与可读的表达。研究院长期深耕中国企业全球化议题，形成核心研究品牌跨越山海，连续四年发布中国企业全球化报告，并持续推出细分领域深度观察，从长三角创新企业样本到绿色企业出海与金融服务企业出海，从全球产业链向东南亚转移的前期聚焦到RCEP落地一周年的系统追踪，让复杂的全球化进程在公众视野中拥有清晰的时间线与方法论。

在南京大学主办的以“中国特色新型智库建设回顾与‘十五五’展望”为主题的2025年度新型智库治理论坛上，第一财经研究院的《新质之力——上海专精特新“小巨人”》书籍和《改革发展“十五五”规划前期研究报告》分获2025年度中国智库优秀研究成果一、二等奖。研究院以“做可悦读的报告”为工作理念，围绕中国企业全球化、可持续发展、专精特新产业发展与宏观经济等领域，持续输出面向现实问题的研究产品，使研究在服务决策与服务社会之间形成更稳固的通路，也让知识供给在数智时代保持恒定的亮度。



让人文关怀回应民生冷暖

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。

1. 无障碍服务把城市的光交给更多人

纪录片《籍籍无名》：在看不见处点亮屏幕

上海广播电视台（集团）以真实传媒出品的纪实故事集《籍籍无名》持续关注普通人的命运与精神状态，通过三年制作周期完成六个独立故事，并在东方卫视与腾讯视频、哔哩哔哩、优酷、爱奇艺、抖音、看东方、看看新闻等多平台同步播出，扩大公共文化服务的触达半径。

第三集《推拿馆》拍摄历时两年，镜头对准上海陆家嘴一家盲人推拿馆，记录视障年轻人在城市中的工作、情感与自我认同。2025年12月2日，东方卫视在国际残疾人日前推出该集无障碍版本，由东方广播中心无障碍公益工作室与导演团队运用口述影像方法完成，使视障观众能够独立理解画面信息并获得完整的情感体验。影像因此拥有更宽的入口，观看权也在更具体的制作流程中被交到更多人手里。

公益纪录电影《喂喂喂，足球队》：为看不见的少年铺一条追光之路

公益纪录电影《喂喂喂，足球队》以五年跟踪拍摄，记录新疆喀什地区莎车县一群视障少年在沪疆协作与社会支持下学习盲人足球、走向更大舞台的成长轨迹。故事源于2021年摄制组赴喀什采风与莎车特殊教育学校孩子的相遇，之后在上海援疆支持与多方合力下建成新疆第一块盲人足球场，2023年上海市盲童学校教师、上海盲人足球队教练张健赴莎车带训，球队于2024年10月代表新疆参加全国盲人足球锦标赛。2025年4月，8名队员来到上海完成逐梦之旅，在申花基地与球员互赠礼物、体验训练，在中超联赛赛前牵手登场、领唱国歌。

围绕影片开展的“发光的足迹”公益图片展落地喀什古城，百余张照片浓缩呈现视障少年从校园操场走向赛场的足迹。通过内容创制、文化润疆实践与持续公益展映计划，上海广播电视台（集团）将关爱落实为长期陪伴与能力赋能，让视障少年在真实的训练、比赛与社会互



动中重建自信与社会连接，见证每一束微光在更大的城市与时代里亮。

尊重本身，就是重要的女性议题表达。

2. 不断生长的“她”力量

上海广播电视台（集团）把女性力量写进文化叙事，让人看见女性的坚韧成长。

烟火人生，不完美的“她”

《蛮好的人生》呈现城市的烟火里的女性。剧集从一位上海女性的中年困顿讲起，沿着职场与生活的双线呈现她的跌宕、修复与重建，把女性的局限性与变化性一并放进叙事视野。作品全程在上海取景，串联86处城市空间，让职场焦虑、家庭责任、养老医疗等民生议题进入剧情肌理，呈现女性如何在制度与关系的缝隙中争取尊严与主动权。它传递的女性力量并不依赖被神化的完美人设，而来自对自身处境的诚实面对，对生活秩序的重新缝合，对自我价值的再次确认。女性可以不完美，仍然值得被尊重，这一层

长街有声：“她”的坚韧在时间里

有声剧《长街行》把女性力量写在时间里。作品以盈虚坊这条长街为轴，将一个女人在家庭、谋生与自我之间的穿行，交织进上海近百年的城市变迁。它呈现的力量来自日常的坚持与自我校准。创作团队在声音层面保留海派气息，适度穿插沪语，并用AI修复的老上海环境音复原街巷呼吸，使听众更清晰地听见女性在时代更迭中的微小而坚定的步伐。女性在这里不被简化为某一种模板，她们可以温婉，也可以锋利，可以守护家庭，也可以追逐理想，差异本身构成城市的真实纹理。

职场夜谈：说出“她”的困境

《今晚不加班》以职场“她力量”为主题，围绕性别偏见、隐形门槛、家庭与工作平衡等处境展开对话，以脱口秀、数据洞察与情景呈现，让女性在具体场景中说出困境与应对。它强调的重点不在塑

造统一的成功范式，而在承认女性经验的多样性与不对称压力的存在，让观众看到不同女性在不同阶段的选择逻辑与生存智慧，推动公共讨论从贴标签转向理解机制，从要求完美转向尊重边界。

3. 多维度回应银发群体需求

在现代社会老龄化的背景下，上海广播电视台（集团）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。

银发生活节 养老新场景

2025上海国际养老、辅具及康复医疗博览会（上海老博会）上，上海广播电视台（集团）升级打造“东方购物-银发生活节”主题展区，围绕食、住、游三大主题组织体验与服务呈现，并结合本市以旧换新消费补贴与居家适老化改造补贴等惠民政策，形成可逛、可试、可问、可选的银发消费新场景。展区内设置8小时快装浴改淋体验场景，推动适老化产品与服务的现场体验与咨询；东方明珠旗下东方有线同步提供面向银发群体的数字化多媒体服务方案，降低数字生活的进入门槛。第一财经节目《首席养老官》在现场开展直播逛展与业界对谈，用节目化方式把产业供给、政策要点与老年人的真实选择连接起来，让养老从抽象概念变为可感知的生活方案。

“老有腔调”破题适老化

在十月敬老月与重阳节点，上海广播电视台（集团）以融媒节目《老有腔调》为牵引，组织访谈、短视频与线下活

动，并在九九重阳节推出“乐享乐龄 老有腔调”特别节目，以接力方式让银发议题贯穿全天。《990早新闻》以报道切入养老新形式与服务新模式，《直通990》通过直播连线延展政策解读与公共服务信息，围绕敬老月举措与养老权益保障等内容进行回应。《民生一网通》《市民与社会》重阳节特别节目以老年人视角追问日常堵点，从社区空间、出行安全到健康支持等议题，把看似零散的小事纳入公共讨论，让老年友好型社会建设在媒体现场中获得持续的可见度与可讨论性。

4. 关爱青少年儿童成长

上海广播电视台（集团）为孩子们成长注入文化的力量，培育他们对美好生活的向往和追求。

让童声被听见，让成长有舞台

让孩子在镜头里练表达，在歌声里长自信，在一次次登台与出镜中学会与世界对话。截至2025年，小荧星集团累计完成《新闻同学》《美妙童声》《欢乐蹦蹦跳》《育儿密码》四档固定栏目制作，总时长4980分钟，视频号播放量接近400万次。围绕主持、声乐与综合素养三条主线，内容与实践相互牵引，形成从线上触达走向线下体验的连续链路。

《新闻同学》以小记者采访与小主播播报为核心，在1000多人的小记者库中累计孵化292名出镜小记者与36名小主播。在儿童友好城市建设中的创新实践，展现申城以“儿童视角”解码城市发展的温暖图景。2025年2月，小荧星小记者相关短视频累计获得超过24万观看量与超过9万推荐量，孩子们手持话筒的身影在



网端被更多人看见，成长的回声也随之扩散。

《美妙童声》用个人唱、小组唱与家庭唱等多元形态呈现教学成果，截至2025年10月发布31条内容，播放量超48万次，点赞9053次。从经典儿歌到潮流金曲，从民歌小调到音乐剧选段，满足大小朋友的耳朵。每一首歌，都是一个故事；每一个音符，都承载着一份快乐。

在《欢乐蹦蹦跳》的舞台上，无关才艺专业与否，只要小朋友们心怀自信，就尽管大胆秀出来。全年累计制作1032分钟，完成85场录制。童年不一样，快乐不重样，每一份天真烂漫，都值得尽情绽放。

在内容与舞台之外，小荧星集团把关爱延伸到孩子与家庭停驻的空间里。2023年9月，东视旗舰校区的亲子阅读空间启用，阅读等候区、饮食休息区与钢琴展示区相互衔接，绿色环保设计为学习与陪伴留出更舒缓的节奏。2024年4月，党建品牌小荧星大课堂上线，旨在通过书籍阅读、家庭共读与主题活动，让孩子

在轻松氛围中拓宽视野、点燃兴趣。读书节期间，小荧星大课堂亲子阅读空间入选上海最美阅读空间。让艺术教育与亲子陪伴在同一处相遇，让每个孩子慢慢长成更从容的自己。

让病房外的上海，成为孩子的节日礼物

2025年六一前夕，东方明珠与上海市第一人民医院共同发起童心相愈明珠守护公益活动，邀请24名正在接受骨肉瘤治疗的患儿及医护人员走出医院，登上东方明珠塔，在城市天际线下度过一段属于儿童节的明亮时光。孩子们多来自外地，最小仅4岁，平日只能从病房窗外远望塔影，这一次，他们沿着专门设计的无障碍动线，在低客流时段登上259米全透明观光连廊与263米主观光层，把上海的风景真正握进目光里。塔内餐厅根据医嘱调整菜品，提供更易消化的餐食，专业讲解与互动游戏穿插其间，东方明珠员工送上礼物与陪伴，让谨慎的安全安排与细致的关怀并行。依托城市地标的资源优势，这场公益为患儿创造了走出病房、重

拾节日感与城市温度的机会，也在温柔的陪伴中助力心理重建与康复之路，推动社会对儿童骨健康诊疗的更多关注。

为爱行走，因爱成长

2025年，上海第一财经公益基金会联合多方发起第五期亲子公益戈壁成长营，作为益青年青少年公益领导力项目的重要实践，以三天两夜76公里亲子徒步为载体，把生命教育、亲子陪伴与公益行动融入同一段成长旅程。活动通过早产儿

微展与公益导师引导，让青少年在真实议题中建立共情与责任感，并探索以AI短视频等方式扩大公众对早产儿议题的关注与参与。参与家庭所筹善款全部用于守护早产微宝贝项目，持续支持早产儿救助与家庭服务，推动对脆弱生命的社会守护从一次性捐赠走向长期行动。通过把公益体验设计成可参与的成长课堂，基金会在2025年以面向青少年与儿童的实践路径，强化了对儿童健康与发展议题的关注、动员与资源连接能力。

让公益传播汇聚更多同行者

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。

蓝天下的至爱三十二载：让公益成为城市生活方式

上海广播电视台（集团）以第三十二届蓝天下的至爱系列活动为载体，把慈善从一次集中捐赠扩展为一套可参与、可互动、可转化的城市公益生态。2026爱心全天大放送由东方娱乐大型活动部统筹，以公益加艺术加科技加商业的资源集成方式，形成线上线下联动共振、大屏小屏融合互动的八小时爱心接力，观众可通过升级H5聚合页参与直播、打卡、募捐与互

动，并可直达东方娱乐番茄商城义卖专区完成消费助善。

活动中，蓝天善宝以AI虚拟主持人与数字分身形态参与传播，表情包与全市爱心打卡点的3D互动装置共同拓展数字公益体验。节目内容聚焦科技助残与生命全周期关怀，从AI导盲眼镜、人乳库、星悦成长中心到安宁疗护服务，串联助学项目、志愿服务与造血干细胞捐献等凡人善举，并通过公益微电影展播、非遗助残作品展示与主题特别节目把公益叙事融入文化表达。

东方明珠公益宣传

2025年，东方明珠全年共播出公益宣传片818255条次，公益宣传片播放总时长为649869分钟，积极传播社会主义核心价值观。

东方明珠广播电视塔以公益理念为牵引，将技术创新与文明服务融入城市地标运营：在2025上海国际公益广告大赛



中，AI短片《不装了，我确实是防御塔》把网络热梗转化为倡导文明的公益表达，获得AI创新组二等奖与人民城市短音视频组银奖。

第一财经公益基金会的十二年

上海第一财经公益基金会成立于2013年，源起第一财经作为头部财经媒体对社会责任的回应，逐步从公益传播与能力建设走向以公益金融工具与战略公益为特色的枢纽型机构。

2025年，基金会在十二周年节点进一步明确以财经智慧赋能慈善的路径，推进共建式慈善与集合影响力协作，强化捐赠资金使用效能与信托精神，推动公益从经验式行动转向更强调成效的投研逻辑，并持续以平台化方式连接金融、法律、企业、政府、学术与媒体等跨界力量。年度实践中，基金会围绕公益金融与行业人才培养等方向推进代表性项

目，同时参与幸运搭子奶瓶咖啡联动早产儿关怀项目，将产品销售收入的一定比例持续注入早产儿健康成长支持，以场景化设计拓展筹资与公众参与渠道。基金会在2025年以专业化方法提升资助效率、以跨界协作拓展社会共治的责任担当。



以人为本的组织建设

S
M
G
可
持
续
职
场

人才保障体系，托举规范秩序的职业发展	80
创新用人机制，释放组织内部的竞进活力	81
赋能人才发展，拓宽走向卓越的成长通道	82

SMG



人才保障体系， 托举规范秩序的职业发展

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。

便捷服务

上海广播电视台（集团）整合提升办公效能，依托企业号“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。

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。总部《员工手册》修订后为十四章六十二条，根据保障员工权益、变化需求，修订条款共计58处，2025年6月正式印制成册并下发给总部员工。

考核机制

构建全新业绩考核体系。为进一步推动上海广播电视台（集团）120项年度重点工作，确保年度经营指标顺利实现，在台考核领导小组的指导下，制订《2025年度业务单位考核办法》，形成五大分类、四项指标和三轮调整机制，加强考核的针对性、合理性和有效性。

同时配套制订《2025年人力资源管理考核细则》，加强对各单位人力效能和人才管理综合情况的考核管理，设置人均利润(或人均减亏额)和人力成本占营收比重（或人力成本总额）两项考核指标。

员工结构

截至2025年底，上海广播电视台（集团）拥有员工14089人，平均年龄39.3岁，男性员工占比54%，女性员工占比46%。下属媒体单位全媒体人才占比74%。

创新用人机制， 释放组织内部的竞进活力

在人才选拔上，广开门路、赛马选才。继看东方班子公开招聘之后，将融媒体中心、五星体育等助理岗位作为改革试点，通过SMG官网、SMG发布、SMG招聘公众号、番茄网等多渠道面向台内外公开发布所有干部招聘信息，强化发布招募、资格审查、面试比拼、党委研究等全流程管理，确保招聘信息公开透明、招聘流程公平公正。

在人才使用上，强调从“身份管理”转向“岗位管理”。新聘任的干部被充分授予岗位管理权限，但是并不直接享有对应的行政职级身份。对其设立试用期一年，试用期满进行严格考核，通过绩效考核、日常考察、员工访谈等多维度综合考察干部试用期情况，在全台上下树立“能者上、优者奖、庸者下、劣者汰”的用人导向。

在人才流动上，做强“SMG人才荟”平台，助力内部人员优化，有效引导员工向主责主业单位流动，向市场经营类岗位转型，助力重点改革单位人员转型。

赋能人才发展， 拓宽走向卓越的成长通道

2025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，紧密围绕上海广播电视台（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，构建符合全媒体战略的人才管理机制，助推上海广播电视台（集团）各项人力资源管理工作高质量发展。

青年才俊培养体系

2025年，围绕青年员工成长发展中的关键需求，持续完善人才发现、职业发展、薪酬激励、住房保障、培养培训、轮岗锻炼和创新扶持等机制，青年才俊培养体系进一步走深走实。

1.乐汇

聚焦“人才聚台”核心战略，不断加强人才梯队建设，全面发现和培养内部高素质、专业化、有潜力的年轻核心人才。

2.乐业

以总部为试点，建立管理及专业双通道岗位体系，鼓励员工在专业岗位上持续发展。设置各岗位的职级和档级，实现“跨级晋升、同级提档”相结合的立体发展，使干部员工的职业发展路径更清晰、更多元、可预期。

3.乐薪

建立与岗位职级体系相配套的薪

酬体系，青年员工岗位职级调整后，薪酬标准将相应进行调整。对上海广播电视台（集团）《高校优秀毕业生生活补贴实施细则》进行修订，使新进大学生在入职初期的整体收入有序增长、平稳衔接。

4.乐居

依托上海市委宣传部“上海文化人才之家”项目，积极组织有租房需求、符合条件的人才选房入住，已有170余名员工先后入住虹口“猎户座”、普陀“中岚居”、浦东世博璟尚、闵行城投宽庭九星社区和徐汇城投等5个人才公寓。入住的员工可享受市区两级租房补贴，有效减轻了青年员工租房的经济压力，大大缓解了青年员工的阶段性住房困难。

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。2025年，开展第十三届“SMG青年才俊”评选，为其定制专属培养计划，举办



“青年才俊训练营”，实施“双导师”带教制度，密切跟踪培养带教情况。

6. 乐育

制订《关于开展青年员工轮岗锻炼工作的实施意见》，持续加强青年人才交流。

7. 乐创

开展“乐创计划”青年创新创意征集活动，面向相关业务单位开展创新创意扶持需求调研。

通识培训+主题培训

构建“通识培训+主题培训”的培训体系。通识培训设计“党建引领力、专业竞争力、经营管理力、人才组织力、创新发展力”五力模块，主题培训重点开展“好内容·真未来”之金声、创意、传播、经营四大系列，形成“一个体系，两大培

训，四个系列，五力模块”学习系统。全年共开展线下培训1391场，参训29271人次，培训总学时90763课时；在线培训69场，参训6303人次，总学时105898学时。其中，上海广播电视台（集团）统筹落实共62个主体班次，累计组织培训264场，覆盖近1万人次。

开展“卓越日”表彰活动。为构建人才价值标尺，首次以制度的方式将每年5月27日定为“SMG卓越日”，设立“SMG卓越奖”，并进行卓越表彰和卓越分享。今年对51名员工个人和74个项目团队进行表彰，获得“SMG卓越奖”的人才代表，围绕上海广播电视台（集团）2025年工作主题“好内容铸就真未来”做卓越主旨演讲、卓越案例分享和卓越青春感言。活动线上线下同步进行，现场500人场地座无虚席，线上更有超过3000人次同步观看直播，有力推动“卓越”成为每一个SMG人的价值标尺。

报

告

后

记

关于本报告

报告范围

时间范围：2025年1月1日至2025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（集团）、我们、SMG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
	2	污染物排放	不适用
	3	废弃物处理	SMG绿色行动
	4	生态系统和生物多样性保护	SMG绿色行动
	5	环境合规管理	SMG绿色行动
	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共同富裕实践
	10	社会贡献	SMG社会连接力
	11	创新驱动	融合强台
	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、稳定与合规运营
	16	数据安全与客户隐私保护	尊重与保护知识产权
可持续发展 相关治理	17	员工	SMG可持续职场
	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	坚守商业伦理与责任边界
	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》。

