

关于上报上海广播电视台 (上海文化广播影视集团有限公司) 2025 年社会责任报告的报告

上海市广播电视局：

根据市广电局下发的《关于开展上海市广播电视和网络视听企业社会责任报告撰写工作的通知》要求，我台（集团）已完成《上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）2025 年社会责任报告》。

特此报告。

附件：上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）2025 年社会责任报告



附件

上海广播电视台 (上海文化广播影视集团有限公司) 2025 年社会责任报告

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“上海广播电视台(上海文广集团)”“台(集团)”或“SMG”】是上海市属广电媒体机构和国有文化企业，位列世界媒体 500 强，旗下东方明珠新媒体股份有限公司连续 14 年排名全国文化企业 30 强。台(集团)拥有东方卫视、第一财经、上海人民广播电台等 8 个电视频道、8 套广播频率、7 家文艺院团、17 个文旅场馆，以及看东方、阿基米德、看看新闻、第一财经四大移动客户端，基本形成新闻媒体、影视创制、技术服务、智慧广电、文旅演艺、版权经纪等文化传媒全产业链群，资产总规模近 600 亿。

在主流媒体系统性变革的新征程上，上海广播电视台(上海文广集团)围绕上海建设习近平文化思想最佳实践地的决策部署，锚定“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”核心战略，坚持“卓尔独特、越而胜己”的价值标尺，以“ALL in AI”为主攻方向，加快实施智能化、超清化、移动化，大力锻造好创意、好传播、好经营，致力于成为一家更具国际影响力、技术创新力和产业竞争力的新型主流全

媒体集团。

一、坚持正确价值导向

（一）坚持党的领导，坚持社会主义核心价值观

SMG 坚持党的全面领导，全面落实党管宣传、党管意识形态、党管媒体、党管互联网，认真落实“第一议题”制度。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。深化党委理论学习中心组学习机制，建强 SMG 党校教育培训阵地，增强理论学习的系统性和覆盖面，牢牢把握正确的政治方向、舆论导向、价值取向、审美趣向。

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，切实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，举全台之力，聚各方之智，在全国率先开启广电主流媒体系统性变革，全面实施“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”核心战略，集中精力打响“精简精办”

“制播分离”“技术迭代”“人力优化”四场啃硬骨头的关键性的改革攻坚战。彻底打破惯性思维和路径依赖，坚决淘汰低效落后产能，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，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。坚定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

与主流文化，大力弘扬中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化，把培育和弘扬社会主义核心价值观作为凝魂聚气、强基固本的基础工程，有机融入引导教育、精神文明创建与文化产品创作传播全链条，有力推动价值引领与文化建设的深度融合。

（二）确保导向正确的内控制度

SMG发挥党委核心作用，明确党组织在法人治理结构中的法定地位，建立健全台（集团）党委领导下的编辑委员会、技术委员会、安全生产委员会三大统筹工作机制，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克思主义新闻观培训，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，使相关培训工作常态化，全年共计组织开展 142 场培训，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）作为内容生产方，确保维持稳定的出品质量和数量，不断提高作品的传播力、影响力

SMG 把“新闻立台”作为立身之本，“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。2024 年，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。国际传播方面，SMG坚持与全球同频，捕捉国际时事热点，用心用情用力讲好中国故事、演绎上海精彩。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）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；并全新上线ShanghaiEye 24小时海外直播流（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》。

SMG把“文化兴台”作为关键所在，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》《明月东方》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”。

2024年，SMG出品获得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。

（四）作为平台方，积极建设首屏正能量内容专区

SMG在广播电视主要新闻头条位置、看看新闻Knews等新媒体首页首屏始终把宣传报道好总书记的重要思想、重要活动、重要讲话精神作为首要政治任务并贯穿全年。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%。

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 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。

（五）深化媒体融合，注重用户体验，大力营造网端健康社区氛围

SMG 把“融合强台”作为核心驱动，坚定不移推进媒体融合向纵深发展，截至 2024 年末，SMG 共开设 36 个官方网站，国内第三方新媒体平台机构账号 700 余个，有 11 个 APP 产品。SMG 在系统性改革中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。

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%，截至 2024 年末，累计下载量 8000 万。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，并集结全国 800 多套广播频率直播节目，每天新增近 1 万小时音频内容，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，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。鼓励第一财经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，平台每年累计网端直播超过 2000 场，汇聚超过 1000 名有影响力财经大 V，全域媒体粉丝数量增长突破 460 万，微信视频号和微博影响力多次位列上海媒体第一。此外，SMG 旗下东方明珠持续打造具备全国竞争力的媒体融合与数字化服务生态，提供超高清视频、智慧家庭、智慧城市等综合服务，服务上亿级规模用户，其中，截至 2024 年末，IPTV 用户达 6100 万户，互联网电视用户超 1.1 亿户，广电 5G 用户超 235 万端。SMG 在深化媒体融合的过程中，注重加强优质内容与价值观引导、持续优化用户体验，强化社区互动，通过建立明确的社区规范等，确保大力营造健康社区氛围，取得了积极良好成效。

二、严守国家法律法规

（一）营造尊崇法律、守法经营的企业文化

SMG 严格遵守相关法律法规，遵守行政管理部门发布的部门规章、规范性文件，强化法规政策学习与法治宣传教育，完善内部规章制度，加强合规监督和问责，规范经营行为。SMG 注重法人治理结构建设，明确党组织在法人治理结构中的法定地位，不断健全现代企业治理。SMG 还经常举办各类

企业文化活动，增强员工对法律法规的认识和尊重。通过内网、内刊、内训等渠道和方式宣传法律法规知识和守法经营理念，营造良好的企业文化氛围。

（二）坚持合规经营的内控制度

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。

（三）坚持诚信经营、依法纳税

SMG始终以诚信经营、依法纳税作为生产经营活动的“生命线”，牢固树立依法诚信纳税理念，认真履行纳税义务。台（集团）以及下属公司全年共缴纳税费10.78亿元，为经济建设和社会发展贡献了力量，以良好的纳税信用赢得社会各界的尊重和信任。作为文化宣传阵地，积极配合相关税收法律法规政策的宣传，引导正确的舆论导向。定期开展台（集团）内部的税务培训、按时完成国税总局下达的千户集团数据采集任务、配合主管税务局完成个人所得税汇算清缴工作等。

（四）坚持合法用工，维护劳动者权益

SMG把“人才聚台”作为第一动力，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。

2024年，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电视节主持人全台招募，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，优化干部结构，加大干部交流，安排干部人才对外轮岗挂职，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。

SMG以关心关爱员工为落脚点。实行“同工同酬”制度，制定《员工手册》保障员工知情权。按照政策法规签署劳动合同，按时支付薪酬、缴纳“五险一金”。严格执行年假制度，安排员工参加体检，组织开展疗休养活动。开发网端“员工自助”及移动端“SMG自助”，建立个人HR自助平台，确保员工休假、休息权利和薪酬知情权等。SMG切实推进人才服务保障，推进落实4个市级文化人才公寓项目入住，并持

续为有需要的员工提供"台（集团）帮困互助金"和"台（集团）工会帮扶资金"支持，落实职工互助"双保"普及。全年互助金、帮扶金申领合计 169.4 万元，为历年患重病及经济困难家庭送上慰问金总计 97.2 万元。SMG 工会为下属基层工会会员购买专享保障计划共计 71 万元；指导基层完成购买市总职工保障互助计划，金额共计 195 万元。

（五）坚持保护知识产权

SMG 作为全国版权示范单位，始终致力于构建高标准的版权管理体系，在严格遵守《著作权法》基础上，通过不断完善内部制度，积极防范版权风险、维护自身合法权益，为创新营造尊重知识产权的良好生态。为落实“ALL IN AI”的战略，SMG 前瞻性地将人工智能版权治理纳入制度体系，制定并实施《上海广播电视台人工智能使用管理规定》，从源头保障 AI 技术应用的合规。在版权合作方面，SMG 持续深化与视觉中国、汉仪字体等内容提供方的协作，系统推动图片、字体、音乐等多元版权资源的合规使用与集中管理。在版权宣传培训方面，SMG 已形成常态化机制，每年均举办多项聚焦实务的版权培训，精准解析一线工作中的典型版权问题，多措并举提升版权风险防控能力。其中，SMG 已成功连续举办四届“长三角广电媒体版权论坛”，2024 年第四届论坛以“人工智能领域的版权问题”为主题，影响力持续扩大，为区域乃至全国广电同行构建了深度交流的平台，有力提升了 SMG 在行业内的影响力与品牌声量。

三、投身社会公益事业

（一）热心公益与慈善事业

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 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文化服务。

（二）积极参与公共文化建设与发展

2024 年，SMG 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，积极加大文化演艺、场馆运营及文旅产业等方面的投资。进一步加快打造以“东方智媒城”为代表的大视听产业集聚区，发挥全媒体品牌引领

功能及资源集约效应，助力城市数字化转型。

从优势出发，SMG 加大探索以“媒体+”助力城市发展，赋能美好生活。2024 年，SMG 融合文商旅体展，承接承办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 60 余项重大节展赛会。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，更好赋能城市文化消费升级。

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。

此外，SMG 旗下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，助力城市文化设施数字化升级。SMG 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聚合、链接服务产业与城市发展。

SMG 还积极助力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、“白玉兰对话：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!》。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，助力文化跨国界

交流，共筑文明互鉴新桥梁。

（三）积极保护环境助力可持续发展

SMG 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，通过环保主题节目与活动、低碳新环保项目、文化数字化传播、智慧新城市建设以及品质新民生服务等多个方面，积极助力环境保护与可持续发展。2024 年，SMG 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，在自身运营中实现节能减排；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，鼓励观众参与绿色实践，共同推动社会各界对可持续发展的关注与行动，为建设生态文明贡献力量。

如，2024 年，SMG 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。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。

纪录片中心和东方卫视联合制作环保公益主题节目《一路前行》，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。

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，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。SMG借“绿点中国”传达绿色发展理念：“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，促进中国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，助力社会与企业通过内外部视角重新审视和改善可持续管理实践和发展战略。

再如，作为上海新十大地标之一的梅赛德斯-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，并履行环保宣教责任，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，场馆参与“地球一小时”活动，推出植物拓染体验，践行熄灯行动，吸引了3,000余人次参与；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。绿色低碳不是一句口号，而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。

（四）积极开展公益事业制度化建设

SMG 坚持正确导向，以党的领导为核心，忠实履行“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，建立社会责任体系，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，并建立信息反馈机制，将社会责任履行情况进行全面梳理、及时披露。SMG 及旗下单位始终把社会责任放在首位，2024 年，SMG 旗下有 3 家全国文明单位、16 家上海市文明单位；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 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 个区级融媒体平台产生联动。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。

四、自律维护行业秩序

SMG 严格遵守《反不正当竞争法》《广告法》等相关法律法规，不从事虚假宣传、侵犯商业秘密等不正当竞争行为，自觉维护市场的公平竞争秩序，不参与数据造假、恶意排挤竞争对手等不正当竞争行为。遵守行业规范，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。

SMG 加强自律和监管，严格遵守职业规范。组织从业人员认真学习习近平总书记系列重要讲话精神和马克思主义新闻观，自觉坚持新闻真实性准则，全年无虚假失实新闻；

坚决杜绝有偿新闻、有偿不闻、新闻敲诈等不良行为；自觉抵制低俗庸俗媚俗，尊重原创保护版权。规范全台记者证管理，及时为采编人员申办证件，统一记者证年审工作、做好播音员主持人执业资格证的首次注册、延续注册、补证及注销工作。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。同时，持续做好主持人出镜出声审核和日常管理工作，加大对 SMG 主持人品牌形象的宣推，加强主持人和嘉宾的形象管理和视听质量管理。

积极响应国家相关部门的号召，影视剧（含网络剧、微短剧）拍摄及综艺等节目制作均严格遵循总局相关规定，加强对节目制作成本的控制和管理，避免将过多的资金用于支付演员薪酬。探索和倡导建立从业人员的薪酬水平与其工作贡献相匹配的较为合理的薪酬体系与激励机制，促进行业的可持续健康发展。探索在影视剧投拍前与剧组负责人签署《绿色公约》《安全公约》，号召剧组每一位成员争做绿色环保、安全生产的倡导者和实践者。

SMG 积极倡导科技向善，以创新为第一驱动力，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，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。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 还加快了超清视听建设，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，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。