

# 上海克顿文化传媒有限公司

## 2025 年度社会责任报告

### 一、企业基本情况

上海克顿文化传媒有限公司 2003 年成立，专注优质电视剧（含网络剧）的创作生产。2013 年，克顿传媒为实现高质量增长与跨越式发展，与华策影视强强携手、战略合作，成为中国电视剧第一股华策影视的全资公司。二十年来，克顿传媒秉持初心，把“让人类的精神文化生活更美好”作为公司追求的目标，把“创造和发行全世界喜欢的电视剧”作为公司的行动指南，匠心打磨，精益求精，制作发行了大量深受观众欢迎和各界好评的电视连续剧，包括《我是刑警》《我们的河山》《我们这十年》《觉醒年代》《承欢记》《我们的翻译官》《三分野》《与君初相识》《周生如故》《追光者》《你是我的城池营垒》《爱情公寓》系列《锦绣南歌》《锦心似玉》《天盛长歌》《老男孩》《橙红年代》《三生三世十里桃花》《亲爱的翻译官》《何以笙箫默》等一大批脍炙人口的电视剧作品，多部剧集获得精神文明建设“五个一工程”奖、上海电视节白玉兰奖、中国电视金鹰奖等国家级大奖，展示了公司积极向上的价值观和社会责任感。

2025 年是“十四五”文化发展规划收官之年，也是“十五五”文化发展规划谋篇布局的关键之年，影视行业正处于内容提质、科技赋能、价值回归的转型新阶段。上海克顿文化传媒有限公司（以下简称“克顿”）继续聚焦优质影视内容输出，推动科技创新，加强国际

传播，同时积极履行社会责任，在党建引领、内容创作、产业实践、员工权益保障等方面取得了显著成效。

## 二、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

公司始终坚持党的领导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，深入践行习近平文化思想，将社会主义核心价值观融入发展全维度。克顿传媒党支部在上级党组织指导下，推动党员教育常态化、规范化，组织党员系统学习党的方针政策，筑牢理想信念根基，强化党性修养。

2025年，党支部扎实开展各类党建工作：围绕习近平新时代中国特色社会主义思想及重要讲话精神，组织多场主题党日活动，确保全体党员深度参与，凝聚组织合力；活动形式涵盖集中研学、交流研讨、志愿实践等，丰富党员精神文化生活。

同时，推行“支部建在剧组”模式，充分发挥剧组临时党支部的战斗堡垒作用，凝聚力量、统一共识，在《我们的河山》《家业》等剧组设立临时党支部，带领全体主创人员以崇高的政治责任感和充沛的艺术激情投入创作，发挥党员文艺工作者的示范引领作用，营造清朗的创作拍摄氛围，助力剧组人员提升政治素养与艺术创作能力。

### （二）建立确保导向正确的内控制度，不断提高作品质量

克顿将正确价值导向贯穿电视剧创作、制作、传播全链条，通过人员建设、制度规范、流程管理的全方位布局，以正向引领打造正能

量精品内容。

在团队建设层面，克顿设立内容中心、公共事务等专业部门，汇聚多领域专业人才，以多元视角拓展创作视野、深化作品内涵；同时，通过政策学习、业务培训、团队建设等方式强化员工思想政治教育，提升其思想认知与社会责任感，推动全员在创作中主动践行正确导向。在制度流程方面，公司建立了剧本月会、IP 采购、项目立项、制作立项等全流程机制：从 IP 初筛、剧本审读优化，到拍摄制作、后期审片、宣发推广，各环节均配置专业评估团队，对项目创意、内容创作、制作执行等进行全周期把控，确保作品的思想性、艺术性契合国家要求与社会期待，杜绝导向偏差。

2024 年起，公司从思想性、艺术性、观赏性维度建立综合评价体系，既为项目主创团队提供优化建议、挖掘内容亮点，助力作品“三性”提升；也及时纠偏内容问题，针对原著、剧本中可能存在的历史扭曲、暴力渲染、极端个人主义等导向偏差内容，提供改编及剧本优化方案，持续夯实创作品质。

### **（三）稳定的电视剧出品，作品传播力和影响力不断扩大**

电视剧《我是刑警》于 2024 年 11 月 27 日在央视八套首播，并在爱奇艺同步播出；同年 12 月 11 日，该剧在北京卫视、东方卫视开播。播出期间不仅以站内 10467 的热度峰值成为爱奇艺首部热度破万刑侦剧、爱奇艺 2024 年热度第一剧集，同时以酷云收视峰值 4.1250%、集均收视 2.8112% 双双打破央视八套酷云最高收视纪录，并连续 19 天蝉联酷云全国实时收视率排名第一。2025 年 1 月，该剧获评第三

届中国电视剧年度盛典年度优秀电视剧；6月27日，获得第30届上海电视节白玉兰奖评委会大奖以及最佳编剧（原创）奖；11月，该剧荣获第21届中美电视节年度十大金天使奖电视剧。11月，该剧入围第16届澳门国际电视节首批入围名单。

电视剧《我是刑警》的成功，根植于对内容创作的极致坚守与对现实的深度敬畏。为打造贴近真实、打动人心的刑侦故事，该剧团队以匠心深耕创作全流程：剧本打磨阶段耗时整整5年，数易其稿，反复推敲剧情逻辑、人物塑造与细节表达，力求情节、台词均经得起现实与艺术的双重检验；采风调研环节，主创团队历时8个月跨越大江南北，深入全国多地公安一线单位，面对面采访200余位奋战在刑侦岗位的一线刑警，沉浸式记录他们的工作日常、办案经历与心路历程，从海量真实素材中提炼创作灵感，还原刑警群体的坚守与付出。正是这份抛开流量浮躁、回归内容本位的创作态度，以及对公安干警、对刑侦工作、对现实生活的深切敬畏，让《我是刑警》跳出套路化叙事，以最质朴的“真实”直击人心，不仅收获了观众的广泛共鸣与高度认可，也为现实题材剧集创作树立了深耕现实、扎根人民的典范。

作为国家广电总局抗战胜利80周年重点展播剧目，《我们的河山》自8月16日开播后，凭借独特的抗战叙事视角、充满生活质感的艺术表达，以及真挚的军民鱼水情刻画，收获收视与口碑双丰收。收视数据方面，中国视听大数据（CVB）显示该剧收视率稳居全国榜首，单日最高达3.616%，酷云、欢网收视峰值分别突破4.1604%、4.0159%；东方卫视、湖南卫视跟播后多次登顶收视TOP1，创下近年抗战剧收

视新高。网络端，该剧登陆爱奇艺、咪咕视频等四大平台，包揽多平台榜单 TOP1，腾讯视频评分 9.1，累计收获 115 个微博热搜，全媒体触达 88.10 亿人次，实现“台网双爆”的全民观剧效应。

主流媒体对《我们的河山》高度认可，人民日报 7 次刊文推荐，新华社、光明日报等数十家重磅媒体均发文评价，称其以微观视角展现全民抗战图景、诠释沂蒙精神，为抗战题材创作提供了重要借鉴；央视等五大卫视新闻联播也对该剧进行报道，业内专家则认为其为抗战题材电视剧树立了新标杆。观众亦评价该剧清晰呈现了抗日根据地发展、抗战战斗与百姓生活全貌，是兼具历史价值与艺术突破的“全民抗战剧”。

另一部重点作品《家业》作为中国首部徽墨文化大剧，于 2024 年 11 月开机、2025 年 4 月杀青，剧组赴安徽黄山实地取景，深度还原古法制墨工序，展现徽派建筑、徽菜、徽雕等非遗元素，以镜头挖掘徽墨承载的文化密码，融合徽州山水、人文精神与徽墨文化，诠释非遗技艺在时代变迁中的坚守与新生，传递“家业复兴、命运与共”的主题，唤醒年轻一代对中华优秀传统文化的珍视。

2025 年 10 月，《家业》先后亮相第三届上海视听精品英国推介会、东京影视节内容交易市场，并发起海外快闪活动，以创新形式展现中式美学，让海外受众领略中国文化的深邃与东方文明的生机。快闪活动中，年轻演员身着《家业》的剧中精美服饰，漫步异国街头，演绎了一段跨越时空的动人故事。他们身着明制汉服，荧幕上的中式古典美学零距离呈现在公众面前，吸引众多市民与国际游客驻足合影、

交口称赞。活动内容涵盖服饰展示、中式美学与城市景观联动等，独具匠心的画面、浪漫新颖的情节和美轮美奂的传统服饰，让“中国风”成为海外街头一道亮眼的文化风景线。

### 三、严守国家法律法规

#### （一）营造尊崇法律、守法经营的企业文化

公司始终锚定“法治为企业发展根本遵循”的经营理念，系统构建以尊法守法为核心、以诚信经营为准则的企业文化体系。为统一全员行为规范，公司精准界定“10 个反对行为”与“10 个提倡行为”两大行为准则体系，以此为标尺规范全体员工履职行为，确保企业经营全流程严格恪守法律规定与道德底线，实现稳健发展。

自 2024 年以来，公司常态化开展影视行业法律法规与行业规范专项培训，培训范畴覆盖《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等行业核心法规，同步深度解读国家影视行业最新政策要求。培训通过法理阐释与典型案例剖析相结合的方式，强化员工对法律法规的认知与敬畏意识，切实提升全员守法经营的内生动力，持续夯实崇法守法的企业文化根基，为企业长期健康发展提供坚实法治保障。

#### （二）坚持合规经营的内控制度

克顿传媒构建并持续优化系统高效的内控管理制度体系，保障公司日常运营、财务管理、版权保护、内容创作、市场营销及国际合作

等全业务环节，严格契合国家法律法规、行业规范及国际通用准则要求。

自 2024 年以来，公司持续迭代内控流程，清晰界定各部门、各岗位的职责权限与合规标准，形成权责制衡、监督协同的内控机制。针对财务资金监管、内容创作审核、版权交易管理等核心领域，专门制定严格的审批流程与监控举措，能够及时识别并整改潜在合规风险，确保各项业务合法合规开展。

与此同时，2024 年以来，克顿积极运用大数据、人工智能等前沿技术赋能合规管理，推动合规工作向智能化、自动化升级。通过搭建智能风控系统，实现对公司运营数据的实时监测与分析，精准识别、有效防控合规风险，为企业稳健发展筑牢风控屏障。

### **（三）坚持诚信经营、依法纳税**

公司认真按照国家工商部门核准的经营范围经营，在公司的经营决策过程中，公司奉行稳健诚信的经营策略，控制自身的经营风险，确保公司财务稳健，保障公司资产、资金安全。

公司遵循相互尊重、诚信合作、共同发展的原则，严格遵守合同约定，保证供应商的合法权益，在与各类供应商、客户的经济活动中，力求在公正、合理的前提下与合作伙伴形成长期稳定的合作关系，确保双方利益，也为整个行业的健康发展做出了贡献。

自觉依法诚信纳税、积极履行纳税人义务，严格依照国家相关税收法律法规，及时申报、缴纳税款。

### **（四）坚持合法用工，维护劳动者权益**

克顿传媒严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》等相关法律法规，构建并持续完善劳动用工管理、薪酬体系建设、福利保障实施等制度化体系，明晰员工的法定权利与应尽义务，确保全体员工依法享有各项劳动保障权益。

公司构建基本工资、业绩提成、股权激励相结合的多层次薪酬激励体系，既保障薪酬水平具备市场竞争力，又体现内部分配公平性，有效激发员工的工作积极性与创新潜能。在员工福利保障层面，公司建立了优于法定标准的休假制度：在国家法定年休假基础上，结合员工职级及司龄，增设年度带薪事假、带薪病假天数。同时，搭建常态化内部沟通机制，每月设立“总裁下午茶”专项沟通时段，畅通员工诉求表达渠道。

为积极履行企业社会责任，落实“共同富裕”发展目标，践行“以奋斗者为本”的组织文化，切实解决员工实际需求，公司推出专项福利政策：为首次购房员工提供最高 50 万元无息贷款，为首次购车员工提供最高 5 万元无息贷款，助力员工实现安居乐业。

作为社会责任的积极践行主体，克顿传媒通过剧组项目创造大量社会就业机会，为社会经济稳定发展贡献力量。2024 年以来，累计为社会提供 2000 余人次剧组就业岗位，有效缓解就业市场压力。同时，公司高度保障剧组从业人员权益，为全体剧组人员统一投保意外伤害保险、医疗保险等险种，确保剧组人员在遭遇意外时可及时获得经济支持与医疗救助，有效降低意外事件造成的经济损失及社会风险。

## （五）坚持保护知识产权

在知识经济背景下，知识产权保护是企业创新发展与核心竞争力提升的核心支撑。克顿传媒将知识产权保护纳入企业经营核心准则，建立全流程版权管理体系，对旗下所有知识产权构建完整的版权链，从权属确认、登记备案到使用管控形成闭环管理。通过系统化的版权管理举措，公司既有效保障自身知识产权的合法权益，筑牢创新发展的根基；也严格规范业务全流程的版权使用行为，从源头规避侵权风险，切实维护行业知识产权秩序，以合规化、体系化的知识产权保护实践，助力企业核心竞争力持续提升。

## 四、投身社会公益事业

克顿传媒始终秉持社会责任担当，积极投身公益慈善、生态环保与公共文化建设领域。在公益慈善方面，公司作为上海市广播影视制作业行业协会会员单位，主动参与协会组织的各类公益项目，如2024年“上海慈善周”期间的一杯咖啡的温暖等，以实际行动践行慈善理念。

在生态环保与可持续发展层面，公司将绿色理念融入运营全流程，尤其在剧组拍摄环节严格落实环保要求：优先选用可回收、环保材料制作道具布景，优化拍摄计划降低能耗与碳排放，严守外景地环保规定；同时规范动物演员使用，以特效替代非必要动物拍摄，保障必要使用的动物演员权益，全力守护生态平衡。

在公共文化建设领域，公司积极探索“影视+文旅”融合发展路

径，2024 年以来围绕出品的《家业》等作品推进文旅拓展，与上海非遗徽墨品牌“曹素功”谋划衍生、文旅等多维度合作；同时在多个电视剧项目策划阶段同步布局文旅方案，力求以“以文塑旅、以旅彰文”的模式，助力公共文化事业发展。

## 五、自律维护行业秩序

### （一）严守行业规范，规范经营行为

克顿传媒将影视行业合规准则作为经营行为的根本遵循，围绕广告发布、艺人合作等核心业务环节，搭建“全流程标准化+分级审核”的管理体系，确保经营行为贴合行业公序良俗与监管要求。

在广告业务层面，以《中华人民共和国广告法》及影视行业广告发布规范为核心，建立“资质审查-内容审核-投放管控-复盘优化”四层合规机制：前置审核广告主营业执照、特殊行业经营许可等资质文件的有效性，杜绝与失信主体合作；组建法务、内容、市场联合审核专班，逐条核查广告文案、画面、音频，严禁使用绝对化用语、虚假功效宣传等违规内容；严格管控影视广告植入的时长、频次与场景，确保植入内容与剧情自然融合，不干扰内容完整性；投放后建立台账复盘机制，结合监管动态优化审核标准，从根源杜绝虚假宣传、违规植入等行为。

在艺人使用环节，规定了一系列相应的防控措施和违约处理机制，要求所有签约演员必须严格遵守法律法规，遵守社会公德和职业道德，一旦出现违法失德行为，克顿将依据管理办法采取相应的措施，包括

但不限于解除合同、追究法律责任等，以维护公司形象和行业秩序。通过这一系列举措，克顿构建一个更加规范、健康的演员使用环境，为观众带来更加优质、正能量的影视作品。

## （二）抵制不正当竞争，维护市场公平

克顿传媒坚决恪守《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，以“公平、诚信、共赢”为市场竞争核心原则，全方位杜绝不正当竞争行为，主动维护行业良性竞争生态。在经营活动全场景中，明确划定不正当竞争行为红线：项目合作阶段，杜绝以商业诋毁、虚假承诺等方式抢夺合作资源；版权交易环节，严格遵循市场定价规则，拒绝低价倾销、恶意压价等扰乱市场秩序的行为；市场推广过程中，不编造虚假行业数据、不诋毁同业竞品，以作品品质与合规服务获取市场认可。同时，建立内部合规监督与外部举报反馈双重机制：设置专职合规监督岗，对项目拓展、版权交易等行为开展常态化审查；开通行业不正当竞争行为内部举报通道，对违规行为零容忍，一经查实立即整改并追究相关责任人责任，切实维护影视行业公平有序的竞争环境。

## （三）规范薪酬体系，反对不合理薪酬

公司结合行业薪酬水平、岗位价值评估、个人绩效贡献三大维度，制定分层分类的薪酬标准：针对核心创作、运营管理、基层执行等不同岗位，建立差异化薪酬结构，明确基本工资、绩效奖金、项目分红的核算规则；严禁签订“阴阳合同”、虚高薪酬、薪酬与贡献严重不符等违规行为，所有薪酬发放均纳入财务系统统一管理，留存完整的

核算与发放凭证。同时，强化剧组及项目团队薪酬监管：设立剧组薪酬专项审计岗，对场务、化妆、制片等岗位薪酬发放进行全流程监督，确保薪酬标准符合行业水平与劳动合同约定；定期开展薪酬合规培训，向项目负责人、财务人员普及薪酬监管要求，推动行业薪酬秩序向规范化、合理化发展。

#### **（四）拒绝恶意炒作与数据造假，坚守行业底线**

克顿传媒坚决摒弃流量至上的短视行为，从宣发策略、数据管理、监督机制等层面，全面抵制恶意炒作与数据造假行为。在作品宣发环节，确立“正向内容传播”原则：聚焦作品的思想性、艺术性、社会价值开展推广，杜绝制造无底线噱头、编造艺人不实舆情、炒作敏感话题等恶意引流行为；建立宣发方案合规审核机制，所有推广文案、话题策划均需经内容与合规部门双重审核，确保宣发方向贴合主流价值观，以真实的市场反馈和观众口碑，维护行业健康的舆论生态与数据环境。

#### **（五）规范技术应用，反对滥用技术获取不当优势**

面对大数据、人工智能等技术在影视行业的应用趋势，克顿传媒明确技术使用的伦理边界与合规底线，杜绝滥用技术获取不正当竞争优势。在大数据应用层面，严格遵循《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法规。在人工智能技术应用环节，划定合规场景边界：内容创作中，AI 仅用于辅助剧本打磨、画面特效优化等正向场景；宣发推广中，不利用 AI 生成虚假舆情干预市场判断；同时建立技术应用审批流程，所有 AI 技术方案需经

法务、技术、合规部门联合审核，确保技术应用贴合行业伦理与监管要求。