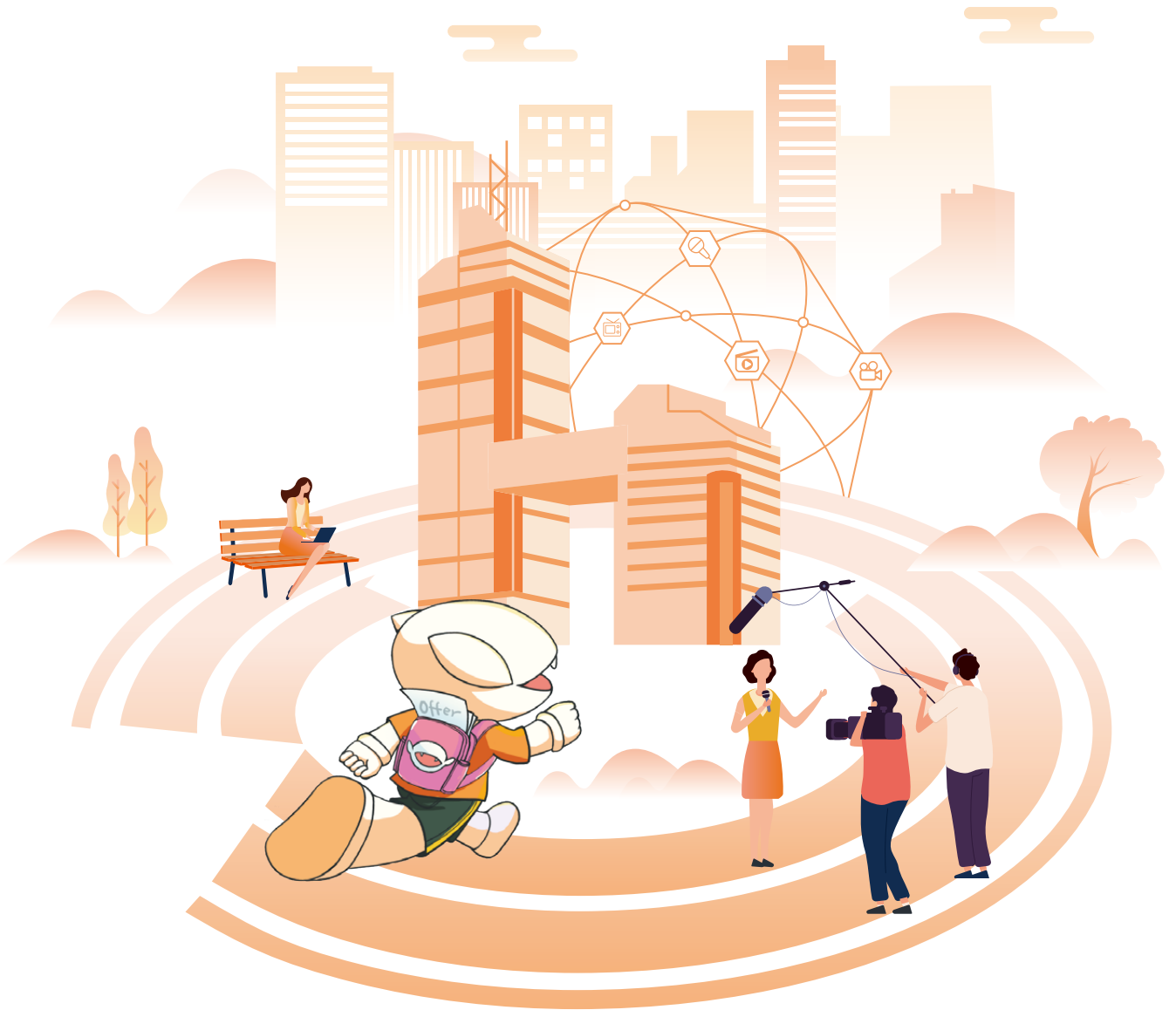




芒果超媒  
MANGO EXCELLENT MEDIA



**2022**年度

**ESG暨社会责任报告**

芒果超媒股份有限公司

# 关于本报告

《芒果超媒股份有限公司 2022 年度 ESG 暨社会责任报告》是芒果超媒股份有限公司自上市以来发布的第 4 份社会责任类报告。报告旨在就芒果超媒股份有限公司 ESG 理念、实践绩效等内容与各利益相关方进行坦诚交流，系统回应利益相关方期望和诉求。

## 时间范围

本报告期间为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

## 发布周期

本报告为年度报告，与公司财务报告同步发布。

## 数据说明

本报告使用数据来源包括公司内部统计数据、政府部门及第三方机构公开数据等。本报告的财务数据以人民币为记账本位币，若有与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

## 报告边界

报告涵盖芒果超媒股份有限公司及主要子公司。

## 称谓说明

为了便于表述和阅读，本报告将芒果超媒股份有限公司简称为“芒果超媒”“公司”

报告中涉及的部分子公司全称及见简称如下：

- 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司：快乐阳光（芒果 TV）
- 快乐购有限责任公司：快乐购
- 上海天娱传媒有限公司：天娱传媒

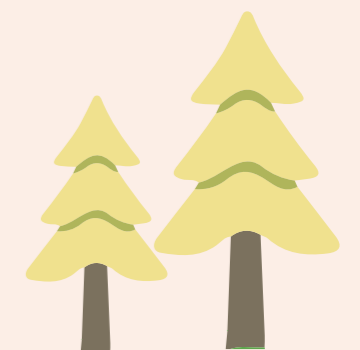
## 编制依据

- 联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）
- 全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- 中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-ESG 5.0）
- 中国国家标准《社会责任报告编写指南》（GB/T36001-2015）
- 国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南（2010）》
- 深圳证券交易所《上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》

## 报告版本及获取

本报告同步披露了英文版本，在对中英文文本的理解上发生歧义时，以中文文本为准。中英文版本的电子版均可在巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅获取。

如对报告有疑问和建议，您可发邮件至 [mangocm@mangocm.com](mailto:mangocm@mangocm.com)，或可致电（0731）82967188。



## 目录

- 01 | 董事长献词
- 03 | 总经理献词
- 05 | 新时代新征程新使命
  - 07 多维度构筑正能量传播矩阵，融合传播党的二十大
  - 13 积极扩大主流媒体声量，加速提升国际传播能力
  - 19 披荆斩棘的芒果超媒

### 27 治理篇

- 29 党媒爱党，使命在肩
- 29 传承红色基因
- 34 夯实党建基础
- 36 营造风清气正高地
- 37 稳健治理，权益保障
- 37 规范三会运作
- 38 高质量信息披露
- 39 保障投资者权益
- 42 优化内部控制

### 45 社会篇

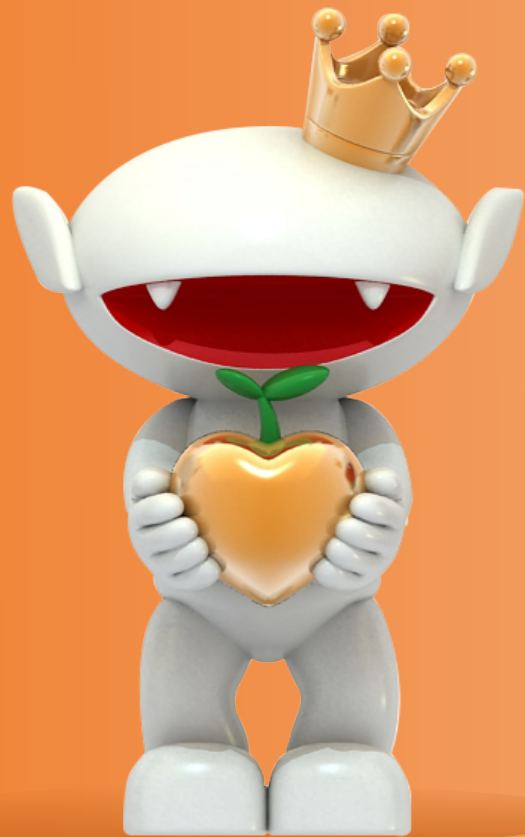
- 47 生态协同，创新突围
- 47 双平台融合发展
- 49 影综双线升级
- 52 定位新潮国货
- 54 探索科技未来
- 57 协同芒果生态
- 60 真诚芒果，守护你我
- 60 保护知识产权
- 64 提升用户体验
- 66 确保信息安全
- 75 携手合作伙伴
- 77 严格供应商管理
- 79 天生要强，逆势生长
- 79 发现光芒新人
- 81 成就耀眼青芒
- 86 温暖芒果家庭
- 93 风雨同舟，微芒成阳
- 93 在文旅建设中创佳绩
- 95 在乡村振兴中显身手
- 96 在公益活动中送爱心

### 101 环境篇

- 103 绿色转型，环保入心
- 103 绿色低碳运营
- 105 环保理念先行

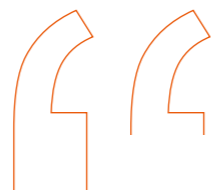
### 109 结篇

- 109 关键绩效
- 110 指标索引
- 114 读者反馈





## 董事长献词



春秋代序，日月不淹。2022 年是大变局、大棋局纵横演进的一年。国际环境风高浪急，世界格局在历史的宏大叙事中重建。党的二十大胜利召开，中国式现代化提速，中国经济大船在乘风破浪中奋楫向前。壬寅虎年，也是芒果人谋定后动、攻坚克难的改革元年。以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 总书记考察马栏山重要讲话精神为指引，我们不断挺进媒体融合“深水区”，通过打造双平台驱动的超级引擎，在攻守结合中寻求行业突围之道，以体制机制改革，探寻主流新媒体集团高质量发展新路径。



湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委委员、副总经理（副台长）  
湖南卫视频道党委书记  
芒果超媒股份有限公司党委副书记、  
董事长

### 蔡怀军

**以文培元，做立心铸魂的先觉者。**民无魂不立，国无魂不强。作为中国目前最大的党管党控上市新媒体平台企业，我们牢记党媒姓党、绝对忠诚。一年来，我们紧紧围绕党的二十大主题主线，以守正创新为根本方法论，在主流舆论传播高地上攻城拔寨。《沿着总书记的足迹》《大道向前》等学习专题特辑在大小屏全端上线；《这十年》以微纪录片+纪实访谈+文艺晚会的“组合拳”方式，聚焦党的十八大以来非凡成就；《理想照耀中国》《江山如此多娇》等系列精品力作相继荣获“飞天奖”“星光奖”“中国新闻奖”，无一不是对公司恪守初心、举旗定向的最高褒奖；芒果 TV 国际 APP 下载量超 1.18 亿，以日趋完善的国际传播体系在世界舞台上响亮传递“中国声音”。

**刀刃向内，做敢破善立的先行者。**2022 年，长视频行业一改流量至上的浮躁之风，公司坚守的“长期主义”“未来主义”逻辑终得市场验证。然而行业破局的进击之路并非一蹴而就，为了保持国有党媒平台的独特优势，我们在顶层变革上谋求整体转型，大幅推进湖南卫视、芒果 TV 双平台融合节奏，以机制市场化、战略一体化，向改革要未来；我们以科技赋能、数字化转型作为产业化发展的突破点，以新技术驱动打造“价值性媒体”，让科技温柔，让内容向善；我们还大力探索业务集群之间的资源整合，深度布局小芒电商、线下

实景娱乐，在自我迭代中加速供给侧结构性改革，不断丰富芒果内涵，突破生态边界。

**春风化雨，做激浊扬清的先倡者。**追求向上向善是中国文艺的优良传统，打造文艺创作的“高峰与高原”更是芒果人矢志不渝的理想。《声生不息》《乘风破浪》《披荆斩棘》，我们从人民群众的审美需要中汲取灵感，把有筋骨、有道德、有温度的作品观贯穿于文艺创作始终，实现“爆款方法论”的不断跃迁；《100 道光芒》将就业保障和就业指导服务融入节目内容与宣传，“芒果振兴云超市”助力乡村振兴。路虽远，芒果人也一定将社会责任装进行囊。2022 年，芒果超媒再度荣膺“全国文化企业 30 强”，芒果 TV 成为全国互联网排名前二十中唯一一家国有平台。

“犯其至难而图其至远”，意思是说“向最难之处攻坚，追求最远大的目标”。2022 的点滴成绩来之不易，是所有芒果人一道拼出来、干出来、奋斗出来的。展望未来，探索主流新媒体集团高质量发展的路径，没有先例参考。作答推进媒体深度融合的复杂考卷，也没有公式可循。为者常成，行者常至。只要我们始终秉持着“不创新毋宁死”的芒果精神，保持着龙腾虎跃的干劲和敢入虎穴的闯劲，就一定把点点星火汇聚成炬，把宏伟目标变为美好现实。

## 总经理献词



2022 年是党的二十大胜利召开之年，在奋进新时代的号角声中，芒果超媒高举火把、守正创新，在打造更强大主流新媒体集团的新征程上蹄疾步稳。党媒姓党，绝对忠诚。芒果超媒作为党管党控主流新媒体，履行社会责任归根结底是以企业的高质量发展不断壮大主流舆论，以改革、创新持续增强主流新媒体的引领力、传播力、影响力，使正能量更强劲、主旋律更磅礴。



芒果超媒股份有限公司党委委员、  
董事、总经理  
芒果 TV 党委书记、执行董事、总经理  
湖南卫视频道党委委员

**梁德平**

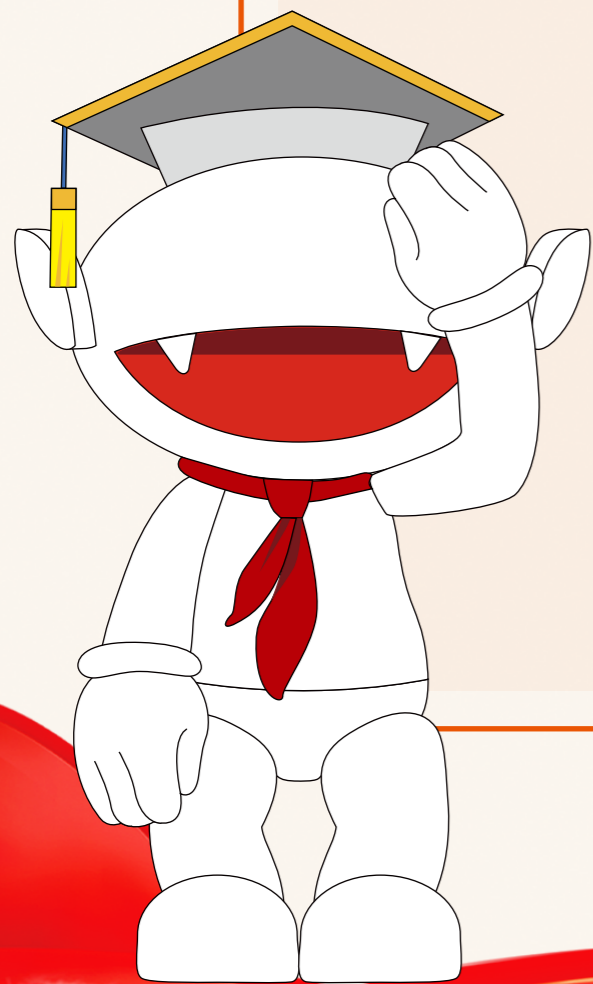
**守正创新，不断提升主流新媒体的引领力。**2022 年，芒果超媒紧紧围绕宣传、贯彻党的二十大工作主线，将党建引领融入业务发展各领域，通过打造强大的智能中台矩阵赋能业务发展，以独具芒果特色的青年人才培养机制激活人才动能，持续增强内容自主创新的核心竞争力。公司优秀作品获得 3 个“飞天奖”、2 个“中国新闻奖”、1 个“星光奖”，并再度获评“全国文化企业 30 强”，核心平台芒果 TV 稳居行业第一阵营，价值引领力不断提升。

**融合发展，持续增强主流新媒体的传播力。**2022 年，以湖南卫视、芒果 TV 双平台深度融合发展为代表的改革创新深入推进，通过机制市场化、战略一体化、人才年轻化，在增加优质内容供给同时，拓展了媒体传播的平台、渠道，构建了更具传播力的全媒体传播生态。党的二十大召开期间，湖南卫视、芒果 TV 双平台充分发挥融合传播优势，以精品力作多维度构筑正能量传播矩阵，积极营造浓厚热烈、昂扬向上的舆论氛围。

**扬帆出海，积极拓展主流新媒体的影响力。**芒果超媒始终坚持文化自信，不断创作宣传中华文化的优秀作品。芒果 TV 参与出品的大型历史纪录片《中国》第二季，在宣传中华文化同时，积极探寻国际传播下的中国精神、中国力量、中国自信的源泉。公司持续建设自有国际传播平台——芒果 TV 国际 APP，“造船出海”讲好中国故事，传播中华文化。截至 2022 年底，芒果 TV 国际 APP 下载量超 1.18 亿次，同比增长 94.1%；海外用户数已超过 1.11 亿，海外业务服务覆盖全球超过 195 个国家和地区。

风起扬帆，天高逐浪。在奋进新时代的新征程上，芒果超媒将以党的二十大精神为根本遵循，接续奋斗，勇毅前行，为建成主流新媒体集团、推进文化自信自强作出更大贡献。

# 新时代新征程新使命



党的二十大胜利召开，吹响了奋进新时代的号角。在充满光荣和梦想的新征程上，芒果超媒作为党管党控主流新媒体，踔厉奋发、勇毅前行，坚守巩固壮大主流思想舆论的使命与责任。

奋进新时代，芒果超媒勇于承担主流媒体新责任，充分发挥芒果生态优势和自身新媒体平台优势，重视主流阵地的建设和管理，做大做强主流平台，让正能量更强劲、主旋律更高昂。

奋进新时代，公司积极把握内容创新新方向，坚持以人民为中心的创作导向，坚持内容创作要为人民

服务、为社会主义服务，坚持双平台节目、剧集的创造性转化、创新性发展，推出更多增强人民精神力量的优秀作品。

奋进新时代，公司不断探索国际传播新路径，积极挖掘优秀的中华优秀传统文化，将高度的文化自信展现在创作中，不断探索新的传播方式，加强海外市场拓展，展现可信、可爱、可敬的中国形象，推动中华文化更好走向世界。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。在新时代新征程上，公司始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 习近平总书记关于媒体融合系列重要讲话精神为指引，坚守党媒国企“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命担当，高举旗帜，砥砺前行新时代主流新媒体的新使命。



## 多维度构筑正能量传播矩阵 融合传播党的二十大

党媒姓党，绝对忠诚。芒果超媒作为党媒国企，在党的二十大召开期间，充分发挥芒果生态优势和自身新媒体平台优势，依托湖南卫视、芒果 TV 双平台，开展融合传播，精心推出一批重磅策划、重头产品、重点编排，多维度构筑正能量传播矩阵，积极营造浓厚热烈、昂扬向上的舆论氛围。

### 全端置顶飘红

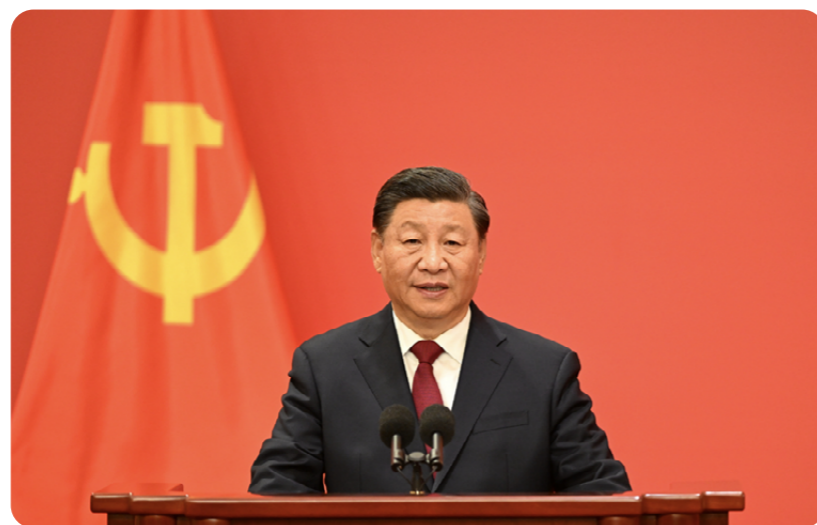
公司统一台网宣传报道呼号，推出党的二十大定制专题《新征程 从头越——中国共产党第二十次全国代表大会》，全方位呈现二十大实况，充分报道重要议题。同时，公司推出“党的二十大”特辑，多个主旋律宣传片在全端矩阵上线，构建大矩阵+强曝光立体传播。

#### 案例 推出专属频道，全面宣传党的二十大

2022 年 10 月，芒果 TV 全端置顶飘红，首页首屏上线“党的二十大报道专区”和要闻专区，增设“党的二十大”专属频道，专题聚焦习近平总书记讲话精神、党代表风采、湖南代表团风貌等内容。集纳央视、新华网和湖南广电新闻媒体重点报道，充分发挥报道合力，积极开展“沿着总书记的足迹”“这十年·伟大变革”“踔厉奋发新征程”“二十大时光”“我们的新时代”“二十大代表风采”等全媒体报道宣传，并全力保障重要直播转播的顺利进行。



▶ 二十大专属频道



▶ 图源新华社

### 系列三重奏

从 2022 年 10 月 7 日至 23 日，在长达 17 天的时间里，理论片《思想耀江山·共享篇》、新闻专题片《总书记来信》、理论片《思想的旅程》以三重奏的方式，通过台网双平台联动，在湖南卫视和公司新媒体平台芒果 TV 陆续与观众见面，有力彰显出主流新媒体的责任担当和风采风范。

#### 案例 思想耀江山·共享篇，携手共奋斗

2022 年 10 月芒果 TV 播出《思想耀江山·共享篇》。该节目分三期，分别以“共享、共富、共奋斗”为主题，每期 30 分钟，分别聚焦“共享发展成果”“迈向共同富裕”“共奋斗向未来”等话题，探访湖南长沙、湘西十八洞村、娄底油溪桥村，宁夏闽宁镇、浙江杭州、广东深圳等地贯彻共享发展理念的火热实践。



▶ 《思想耀江山·共享篇》



### 案例 思想的旅程，探索历史变革

2022 年 10 月芒果 TV 播出《思想的旅程》。该节目共 8 集，每集 30 分钟，分别为《源泉》《丰民》《无我》《青绿》《先手》《大道》《和合》《本色》。该节目结合主题微剧、嘉宾对谈、外景品读、古今对话、国际连线等创新形式，围绕党的十八大以来我国的变革性实践、突破性进展、标志性成果，生动阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的原创性贡献。



▶ 《思想的旅程》

### 案例 总书记来信，讲述家国情怀

2022 年 10 月芒果 TV 播出《总书记来信》。该节目聚焦党的十八大以来习近平总书记与广大干部群众的通信交流，选取其中给云南沧源县边境村老支书、老挝中老友好农冰村小学全体师生、澳门濠江中学附属英才学校小学生、“硬骨头六连”全体官兵、中国援非抗击埃博拉全体医疗队员、武警上海市总队执勤第四支队十中队全体官兵、“高原戍边模范营”全体官兵、西安交通大学 15 位老教授等 8 封回信，讲述收信人的奋斗故事。



▶ 《总书记来信》

### 创新节目宣传

党的二十大召开期间，微纪录片《这十年》、纪实访谈节目《这十年·追光者》、特别节目《这十年·追光之夜》、纪录片《岁月》《中国》（第一季）、《中国》（第二季）、《十年家国十年心》《我和我的新时代》《领航》、正能量综艺节目、主旋律动漫全天候全时段轮番播出，主题集中、品类丰富，进一步壮大主流舆论声量。

### 案例 “这十年”系列聚焦新时代追光者的奋斗

微纪录片《这十年》、纪实访谈节目《这十年·追光者》、特别节目《这十年·追光之夜》等，聚焦各行各业普通人投身新时代建设和奋斗逐梦历程，用兼备历史感和时代感的人物故事，诠释在中国发展进程中不断拼搏、与时俱进的追光精神。节目播出后，获光明日报、中国青年报等主流媒体刊文点赞，荣获 2022 综艺报年度影响力之年度特别节目。

“党的二十大新闻中心”官微刊文表扬

以主旋律、正能量赢得了大流量。



▶ 纪实访谈节目《这十年·追光者》



▶ 特别节目《这十年·追光之夜》



▶ 微纪录片《这十年》





## 主题剧目密播

公司依托芒果双平台针对电视剧精选片库内容进行主题式策划，联动打造正能量剧集网络专区，以全天候的覆盖播出全方位展示新时代的辉煌成就。比如，展现中国先进装备制造领域奋斗者群像的自制剧《麓山之歌》、全景展现国家司法改革最新成果的电视剧《底线》；此外，芒果 TV 还编排了《我们这十年》《大考》《胡同》等主旋律电视剧。

### 案例 麓山之歌，展现中国工人力量

由国家广播电视总局、中华全国总工会指导，中央电视台、中共湖南省委宣传部、湖南省总工会、湖南广播电视台、芒果 TV、金色光芒出品，湖南省广播电视局支持，金色光芒承制的“我们的新时代”创作展播活动重点剧目《麓山之歌》于 2022 年 8 月 19 日起在 CCTV-1 开播，芒果 TV 全网独播。该剧以湖南装备制造制造业为背景，锚定十八大以来中国重工业的高质量发展之路，讲述了国企上市公司麓山重工进入改革深度调整期，两代重工人抱团攻坚，依靠自主创新完成突围、领跑世界的故事，在深写智造转型痛点的同时，探寻人与机器、技术之间的关系变迁，展现中国工人与时俱进的豪情和担当。



▷ 《麓山之歌》

### 案例 底线，扎根新时代的法治文艺精品力作

由芒果 TV 播出的电视剧《底线》以艺术形式展现习近平法治思想在人民法院的生动实践，体现在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下人民法院服务大局、司法为民、公正司法的工作成果，实现思想性和艺术性有机统一、专业视角与群众关切有效呼应、小故事与大道理有机融合，探索出法院题材现实主义文艺创作的新路径，引发广泛关注和热议，取得良好效果。



▷ 《底线》



## 积极扩大主流媒体声量 加速提升国际传播能力

芒果超媒长期秉持着回应国家号召、服务国家大局的使命，坚持以人民为中心的创作导向，积极挖掘优秀的文化元素，将中华优秀传统文化融入创作中，提升作品的文化内涵。在扩大主流声量的同时，公司还不断探索新的传播方式，加强海外市场拓展，推动中华文化“走出去”。

### 坚持以人民为中心的创作导向

党的二十大报告指出，“要坚持以人民为中心的创作导向，推出更多增强人民精神力量的优秀作品”。芒果超媒坚持贴近群众、服务群众，强化媒体与受众的连接，不断推出突出主流价值的优秀作品。

#### 案例 电视剧《我们这十年》展现各行各业故事，绘就烟火气时代画卷

“礼赞新时代、奋进新征程”——迎接党的二十大优秀电视剧展播活动重点剧目《我们这十年》采用单元剧模式，通过十一个单元故事，聚焦各行各业普通人，以影像为笔，串联铺展了“我们的故事”，讲述一个个“接地气、有温度、有共鸣”的中国故事，塑造了新时代人民群众群像，展现各行各业代表人物的昂扬奋斗之姿，绘制出一幅绚丽多彩长卷。



▶ 电视剧《我们这十年》



#### 案例 创新大侦探合议庭，推进普法教育

公司对大侦探第七季进行全新升级，与最高人民法院联合制作创新板块《大侦探合议庭》，探讨案件背后的校园欺凌、老年人权益保障等社会热点话题，通过大量直观清晰的数据以及真实发生的案例，详细普及校园欺凌、对老年人赡养义务相关的专业法律知识。同时，为配合《大侦探合议庭》的播出，芒果TV联合最高人民法院及多家媒体共同策划了“大侦探全民普法课堂”活动，邀请网友一起分享、讨论节目中的法律知识以及日常生活中容易忽略的法律常识，用年轻人最乐于接受的方式让知法懂法逐步走进人民群众和年轻群体，持续深入推进全民普法教育。



▶ 大侦探合议庭



## 弘扬中华优秀传统文化

党的二十大报告指出，“要以社会主义核心价值观为引领，发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，传承中华优秀传统文化，满足人民日益增长的精神文化需求，不断提升国家文化软实力和中华文化影响力”。芒果超媒深刻领会把马克思主义基本原理与中华优秀传统文化相结合的重大意义，以实际行动践行党的二十大精神，通过深入挖掘和阐释中华优秀传统文化的时代价值，在创新表达形式上下功夫，以人们喜闻乐见的形式把中华优秀传统文化推广开来、传承下去，让中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调。真正做到以精品力作记录时代，发挥文艺向上、文艺向善的作用，引领青年的正向文化，肩负主流新媒体的责任担当，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。

### 案例 激活历史记忆，探寻中华文化

由中宣部“纪录中国”传播工程支持、国家广电总局宣传司指导，芒果TV、湖南卫视、北京伯璟文化联合出品的大型历史纪录片《中国》第二季于2022年2月28日在芒果TV、湖南卫视同步播出。纪录片延续第一季的叙事与选题思路，以思想、制度和中华文化发展为主线，从盛唐拐点到两千年帝制结束，纵观中国思想源变。在宏大的历史进程中，选择那些给中国带来深远影响、极富代表性和时代意义的人物与事件，截取在当时具有开创性、转折性或标志性的重要节点，通过蓬勃的影像、生动的叙事，追溯中国如何一路走来。

同时，纪录片《中国》第二季在第一季的基础上实现更多包容与创新，探讨立足世界视野的文化语境，探寻国际传播下的中国精神、中国力量、中国自信的源泉。



▶ 纪录片《中国》第二季



### 案例 在丝路故事中彰显文化自信

由芒果TV自制的关于丝路文化、考古相关新时代工作者的人物纪实纪录片《与丝路打交道的人》于2022年4月20日起在芒果TV独播，该纪录片以丝绸之路上古今连结的坚守奋斗精神为核心，聚焦在丝路沿线相关地区不同岗位上的考古发掘、文物保护、文化传播工作者，拉近观众与丝路文化的距离，感悟新时代文化工作者辛勤耕耘的远大志向，汲取中华文明的精髓。



▶ 纪录片《与丝路打交道的人》

### 案例 在美食剧中弘扬中华传统美食文化

“食者，民之本也。”中华文化绵延数千年，美食文化更是源远流长，有着深厚的历史和底蕴。古装宫廷美食剧《尚食》于2022年2月22日起在芒果TV独播，以食传情，用一道道传统美食将动人的故事串联。该剧播出后，获中国日报、环球时报、新京报、广州日报、文旅中国等权威媒体的一众好评。



新华网刊文表扬

“《尚食》聚焦博大精深的  
美食文化，发掘其中蕴藏  
的优秀菜品，将之呈现于  
荧屏之上，为网友打造一  
场视觉盛宴。”



## 提升国际传播能力

党的二十大报告指出，“要加强国际传播能力建设，展现可信、可爱、可敬的中国形象，推动中华文化更好走向世界”。芒果超媒坚持“文化走出去”战略使命，立足于剧综等优势内容，同时以芒果 TV 国际 APP 为核心板块建立海外传播矩阵，积极参与电影出品与发行，为中国故事海外传播做出更大的贡献。

公司已构建起特色鲜明的国际传播体系，成为文化走出去的重要新生力量。截至报告期末，芒果 TV 的国际传播作品连续四年获得中国新闻奖。芒果 TV 国际 APP 下载量超 1.18 亿次，同比增长 94.1%；海外用户数已超过 1.11 亿，海外业务服务覆盖全球超过 195 个国家和地区。芒果 TV 也在 Facebook、Twitter、YouTube 等海外主流新媒体平台持续深耕内容运营，不断强化粉丝体验与粘性，在 YouTube 官方频道订阅总用户已达 1804 万，成为该平台华语第一 MCN。《天下长河》《少年派 2》《张卫国的夏天》等 18 部影视剧，《虚颜》《明月祭君心》等 18 部大芒短剧，《声生不息》《乘风破浪》等 5 档综艺，《傲椒的湘菜》《时辰里的年味》等 6 部纪录片，及一部动画片《动物王国的故事》发行到了日本、韩国、北美等多个国家及地区。

### 案例 上线双语专题，突出海外传播

公司同样重视党的二十大的海外传播，在国际版 APP 的首页上线了中文版和英文版的专题，并在闪图中英双语顶配推荐党的二十大报道专区，同时为纪录片《这十年》、纪实访谈节目《这十年·追光者》提供英文翻译和英文字幕，以便更多海外用户观看，提高宣传效果。



▶ 芒果 TV 国际 APP 关于党的二十大宣传图片

### 案例 参加戛纳电影节，推动优质 IP 海外传播

2022 年 5 月，芒果 TV 参与戛纳电影节中国电影联合展台，与 20 余家专业电影机构一起向全世界展示了 2021 年以来中国内地优秀国产影片及优秀电影机构的成果，推动领域内国际交流与合作。



▶ 戛纳电影节中国电影联合展台



### 案例 签订战略合作，共建东南亚区域国际传播中心

公司积极响应“一带一路”倡议，加速互通互联国际大通道建设。2022 年 8 月，在中国新媒体大会“塑造可信可爱可敬中国形象”国际传播论坛上，芒果 TV 与老挝国家电视台、云南无线数字电视文化传媒股份有限公司正式签署战略合作协议，推动三方在平台建设、内容授权与译制、融合传播等领域的合作，并借此探索媒体产业合作在东南亚国家的落地，推动中国内容出海，向世界讲好中国故事，同时促进两国文化交流走深走实，助力两国文化产业创新共进。

▶ 中国新媒体大会签约仪式



### 案例 讲好民族故事，传播中国声音

国家广播电视总局重点指导项目历史传奇大剧《天下长河》在湖南卫视、芒果 TV、芒果 TV 国际 App、YouTube、Line TV、北美 iTalkBB、Viki 等全球多个平台，通过多语种字幕同步播出。整部剧在历史的时空里，塑造、展现出了中华民族舍生忘死的治河先贤和坚韧执着的治河精神，突破了不同文化语境和圈层的限制，激发了全球观众的情感共鸣和心灵共振，在海外引发的热议与好评。该剧的电视版权已发行至北美、韩国、泰国、日本等多个国家和地区，韩国 AisaN、泰国 MONO 将陆续定档排播。



▶ 天下长河通过北美 iTalkBB 播出



## 披荆斩棘的芒果超媒

### 走进芒果

芒果超媒股份有限公司是 A 股市场首家以融合发展为特色，拥有全媒体传媒渠道、内容生产全产业链的国有新媒体公司，也是湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）旗下统一的融媒体产业及资本运营平台。

公司主营业务包括芒果 TV 互联网视频业务、新媒体互动娱乐内容制作及内容电商业务等。公司依托芒果特色融媒生态，以互联网视频平台运营为核心，打造涵盖会员、广告、IPTV、OTT、影视剧、综艺节目、艺人经纪、音乐版权运营、IP 衍生开发及实景娱乐、内容电商等在内的上下游协同发展的传媒全产业链生态。

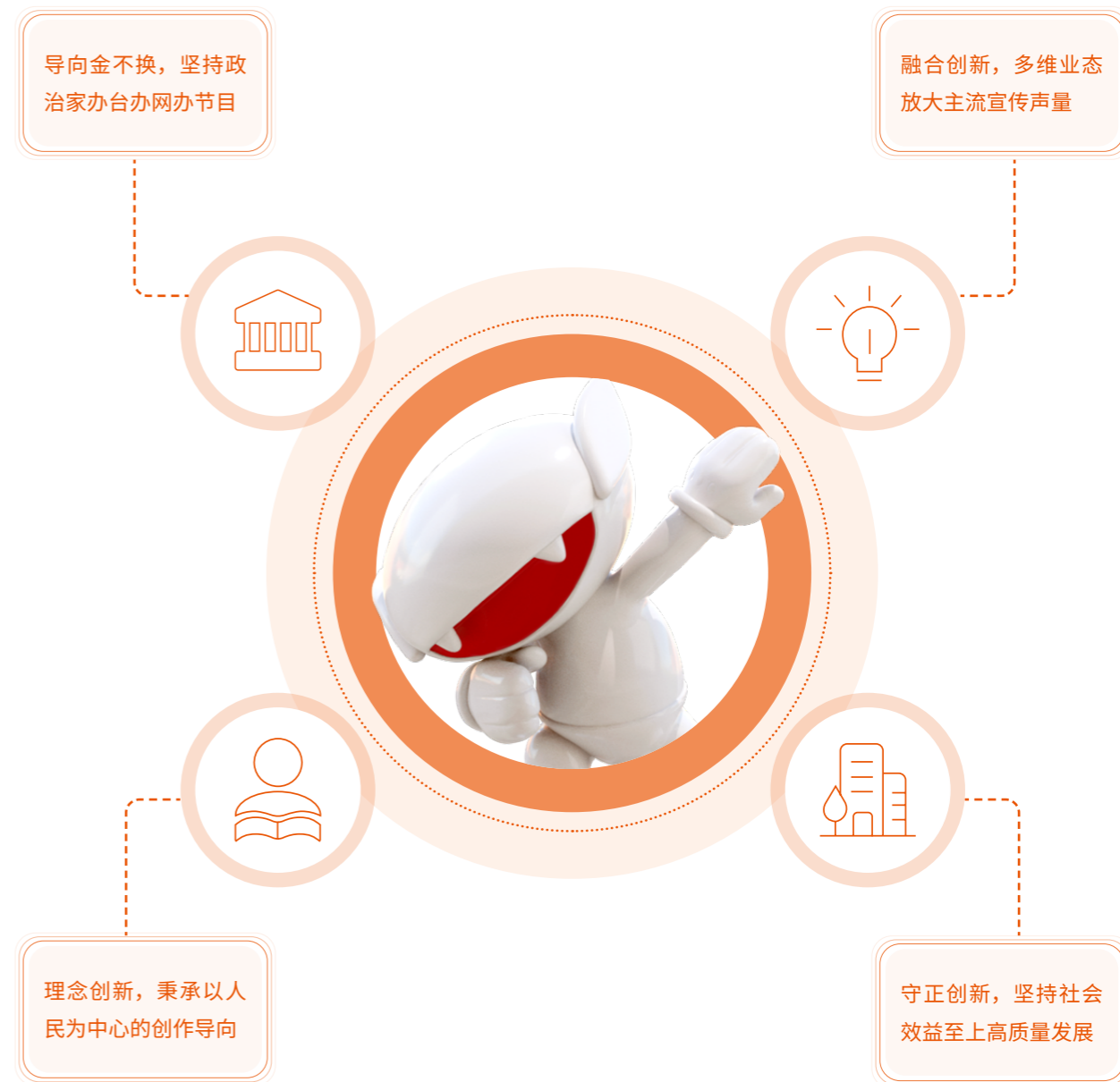


公司主营业务以及旗下品牌



### 发展战略

芒果超媒是党领导下的媒体，2022 年，公司坚决贯彻全面从严治党战略方针，严格落实党委全面从严治党主体责任，坚持将党的建设与业务工作同谋划、同部署、同推进、同考核。



## 责任管理

### 利益相关方沟通

芒果超媒高度重视与公司内外部利益相关方的沟通与交流，通过多种渠道与利益相关方展开对话，深入了解各利益相关方的诉求与期望，争取各方信任和支持，推动社会责任管理工作的持续改进。



### 实质性议题分析

芒果超媒积极履行社会责任，结合社会责任编制指南、媒体行业企业议题趋势、利益相关方诉求及公司社会责任工作相关规划，深入分析国内外可持续发展的宏观政策导向及趋势，通过问卷调查明确了公司的社会责任实质性议题：



### 联合国可持续发展目标贡献

• 公司确定的薪酬水平与公司的发展阶段及效益相适应，与本地区行业薪酬水平相比，具有一定的竞争力，能吸引、激励和留住人才。

• 公司细致开展节水行动，及时做好水暖管道的日常维护工作，张贴节水标语，提高员工节水意识。

• 公司上线多部从女性角度出发创作的综艺和影视剧，关注女性心理问题，传递新时代女性风采。  
 • 公司坚持平等雇佣原则，保障男女性同工同酬，新增育儿假、护理假，每年送上“三八妇女节”节日惊喜，保障女性员工合法权益。公司推出“‘益’路繁花，绽放她力量”主题公益活动，聚焦女性问题，为女性发声。

• 公司创建了芒果新媒体投教基地，以专业丰富的投教内容帮助投资者建立“长期投资、价值投资、理性投资”的理念。  
 • 公司与高校合作开展“芒种青年创作季”，通过建设性评述和集中深入的问题探讨，切实提升创作者专业技能。  
 • 公司形成全业务板块、各层级员工的培训课程体系，培训课程从意识形态、行业趋势、通用素质、专业能力四个板块展开，提升员工的专业能力和综合素质。

• 公司旗下APP单独制定了《未成年人个人信息保护政策》，并针对未成年人设置了“青少年模式”，保障未成年人身心健康健康发展。  
 • 公司强化安全红线意识，进行定期巡检、消防培训、反恐防暴培训、为员工提供年度健康体检等，切实维护员工生命安全。  
 • 公司与长沙世界之窗开展“六一童绘·‘衣’路有你”线下亲子公益活动，陪伴孩子们健康快乐成长。

• 公司积极响应中央和湖南省委关于乡村振兴帮扶工作的号召，组织开展“新山乡巨变”、“炎陵黄桃·醉天下”等系列直播活动，助力乡村建设。



• 公司以双平台融合为契机，积极打造“数智时代创新引领的主流新媒体平台”，推动媒体产品的形态创新。  
 • 公司自主研发具有核心竞争力的创新产品，报告期内，公司进行了超过 2000 项的创新优化项目。  
 • 公司携手华为、中国移动等合作伙伴，共同促进技术创新。

• 公司努力营造多元化、公平、公正的工作环境，确保所有员工不因宗教、性别、年龄、残疾等各种因素而受到差别化对待。

• 公司聚力“文化湖南”建设，协同湖南卫视组织筹备了湖南旅游发展大会和益阳市文旅融合发展大会宣推活动，助力湖南省旅游消费复苏。

• 公司充分发挥芒果生态优势和自身新媒体平台优势，坚持以人民为中心的创作导向，将中华优秀传统文化融入创作中，多维度构筑正能量传播矩阵。

• 公司恪守低碳运营的理念，号召全体员工低碳出行。  
 • 公司参与“百万森林计划”活动，打造环保类节目和题材剧，传递绿色价值。

• 公司明确各个业务环节存在的风险点和应当采取的控制措施，有效的从源头控制风险，提高公司的基础管理水平。

• 公司构建起特色鲜明的国际传播体系，与多家公司签订战略合作，共建东南亚区域国际传播中心。  
 • 公司积极开展多种形式的行业合作活动，推动行业的健康发展。  
 • 公司坚持以阳光采购、尽职调查等方式，打造安全可靠的供应链结构和星级伙伴型关系，以促进供应商之间的友好合作。

## 年度荣誉

### 芒果超媒

荣誉名称	授予单位
第十四届“全国文化企业三十强”	光明日报社、经济日报社
“2022 年上市公司董事会秘书履职评价” 5A 评级	中国上市公司协会
2022 上市公司董办最佳实践	中国上市公司协会

### 芒果 TV

荣誉名称	授予单位
《我们都是追梦人》获第三十二届中国新闻奖二等奖·国际传播	中华全国新闻工作者协会
《青春正当时 - 高原上的女兵班》获第三十二届中国新闻奖三等奖·新闻专题	中华全国新闻工作者协会
《理想照耀中国》《江山如此多娇》《巡回检察组》《装台》获第 33 届中国电视剧“飞天奖”优秀电视剧奖	国家广播电视总局
《中国》第一季获第 27 届电视文艺“星光奖”优秀电视纪录片奖	国家广播电视总局
《理想照耀中国》《百炼成钢》《中国》《理想》获湖南省第十五届精神文明建设“五个一工程”特别奖	湖南省委宣传部
《江山如此多娇》《与丝路打交道的人》《中国出了个毛泽东》《动物王国的故事》获湖南省第十五届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖	湖南省委宣传部
《党的女儿》获 2021 年度湖南新闻奖一等奖短视频专题报道	湖南省委宣传部、湖南省记协
《听见，100 年里的今天》获 2021 年度湖南新闻奖一等奖创意互动	湖南省委宣传部、湖南省记协
《我们都是追梦人》获 2021 年度湖南新闻奖一等奖国际传播	湖南省委宣传部、湖南省记协
《青春正当时》获 2021 年度湖南新闻奖特别奖网络新闻专题	湖南省委宣传部、湖南省记协
《披荆斩棘的哥哥》等十四部作品获湖南广播电视奖新媒体优秀作品	湖南省广播电视协会新媒体专业委员会
芒果 TV 获评“新时代·新品牌·新影响”广电媒体融合新品牌	国家广播电视总局
芒果 TV 获评 2022 年湖南省软件和信息技术服务业竞争力 50 强	湖南省软件行业协会
芒果 TV 获评 2022 年国家高新技术企业	湖南省科学技术厅、湖南省财政厅、国家税务总局湖南省税务局
芒果 TV 获评 2022 年湖南省互联网企业综合实力 30 强	湖南省互联网协会
芒果 TV 获评湖南省“护网 2022”网络攻防演习优秀防守单位	湖南省公安厅

### 天娱传媒

荣誉名称	授予单位
《江山如此多娇》获得湖南省第十五届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖	湖南省委宣传部
2019-2021 年期间参与电视剧少数民族语译制片源捐赠工作	国家广播电视总局电视剧司、国家广播电视总局公共服务司
《江山如此多娇》荣获第 31 届中国电视金鹰奖优秀电视剧作品奖提名	中国文学艺术界联合会、中国电视艺术家协会
《江山如此多娇》荣获“中国广播电视大奖·第 33 届中国电视剧飞天奖”(2020-2021 年度)优秀电视剧奖	国家广播电视总局

### 快乐购

荣誉名称	授予单位
“炎陵黄桃原产地大直播”荣获“2021 年度中国电视购物行业年度公益奖”	中国电视购物联盟
刘一锅牛肉产品直播荣获“厨房食品品类节目金奖”	中国电视购物联盟
制作人余斌凭借苗老表腊肉产品直播荣获“优秀节目制作人金奖”	中国电视购物联盟
SH 段鸿荣获“2021 年度中国电视购物行业金牌主持人”	中国电视购物联盟
与长城合作打造的长城 618 宠粉节荣获“2021 年度中国电视购物行业特别节目银奖”	中国电视购物联盟
2021 母亲节特别活动之香云纱大赏荣获“中国电视购物行业流行美妆类节目银奖”	中国电视购物联盟





# 治理篇



## 党媒爱党，使命在肩

### 传承红色基因

芒果超媒党委始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入学习贯彻党的二十大精神，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，以思想建设为先导，筑牢理想信念。公司党委全面落实“第一议题”制度，将政治学习作为党委会固定的第一环节，每月至少组织开展一次中心组学习，全年组织开展 12 次集体学习。党的二十大胜利召开后，公司特别制定了《学习宣传贯彻党的二十大精神总体安排方案》，切实把公司干部员工思想和行动统一到大会精神上来。各部门领导干部发挥领学促学作用，深学细悟党的二十大精神，力争让每一部“芒果出品”，都成为美好文化和价值观的高能输出场，为建设主流新媒体公司贡献力量。

### 案例 切实推进党史学习教育常态化长效化

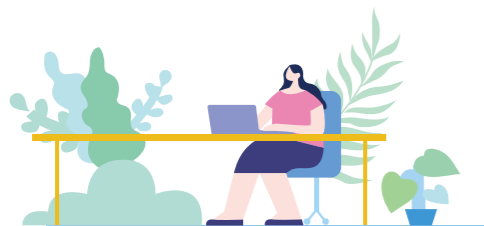
公司贯彻落实党中央决策部署和省委要求，切实推进党史学习教育常态化长效化，坚持不懈为群众办实事，2022 年 5 月 25 日，集团公司（台）党委书记、董事长张华立赴小芒电商党支部，开展党史学习教育常态化长效化专题调研。



集团公司（台）党委书记、董事长张华立开展党史学习教育常态化长效化调研



专题调研会现场



### 案例 学习党史，汲取力量

2022 年 5 月，公司举行双平台主持人、艺人、经纪人专题学习研讨会，集中学习《中国共产党宣传工作简史》。本次专题学习是公司响应中央关于推动党史学习教育常态化、长效化决策部署的务实举措。会议中参会者畅谈体会，凝聚共识，从党的百年宣传工作史中赓续精神血脉、汇聚奋发之力，不断开创宣传思想工作新局面。芒果 TV 主持人、艺人、经纪人在发言中纷纷表示，要从党史学习中汲取奋进力量，深耕业务能力，在自己的工作岗位上做出贡献，让正能量更强劲，让主旋律更高昂。未来将切实把学习成效转化为做好新时代宣传思想工作的强大动力，在服务大局中书写新篇章、展现新作为。



党史学习教育专题学习研讨会

### 案例 青春向党，百年如歌

2022 年 4 月，为迎接党的二十大胜利召开、庆祝中国共青团建团 100 周年，在集团公司（台）党委的支持指导下，集团公司（台）团委积极响应团中央关于开展“喜迎二十大、永远跟党走、奋进新征程”主题教育实践活动的号召，在五四青年节到来之际，举办“青春向党百年如歌——我的青春在芒果”五四青年活动。公司优秀青年积极参加该活动，并表示将牢记习近平总书记的殷殷嘱托、深情厚望，以敢为人先的血性、开疆拓土的激情、锐意进取的执拗、百折不挠的意志勇往直前。



芒果青春树

**案例 奋进新征程，同心向未来**

2022 年 7 月，正值“中国共产党成立 101 周年”与“香港回归祖国 25 周年”之际，芒果 TV 对双平台精品内容进行了精编排播与运营。其中，由芒果剧集、综艺以及纪录片等 IP 构成“红色节目带”的主线，与配套的短节目、采访、花絮等形成矩阵，配合一系列针对七一节点的互动与融合内容，以多样的讲述形式，为青年群体奉上立体化、矩阵化的新主流内容，让正能量真正拥有青年群体的大流量。



▷ 党的女儿第二季



▷ 声生不息·港乐季

**案例 不忘来时路 奋进新征程**

2022 年 7 月，集团公司（台）组织的庆祝中国共产党成立 101 周年暨迎接党的二十大主题活动在马栏山广场火热举行。活动通过行进式党史知识答题挑战赛、重温入党誓词、新老党员访谈、颁发“光荣在党 50 年”纪念章等形式，推动党史学习教育常态化、长效化，持续强化“闯”的精神、“创”的劲头、“干”的作风，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。



▷ 七一主题活动

**案例 天娱传媒，开展视频征集活动**

2022 年 7 月，公司为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，生动展示党的十九大以来湖湘妇女事业的发展成就、湖湘妇女生活的美好变化，营造喜迎党的二十大胜利召开的良好社会氛围，特开展“潇湘巾帼向党 喜报献给二十大”活动。参赛者要采用视频和图片的形式讲述新时代生动、鲜活、精彩的身边故事，着力展现党的十九大以来，三湘妇女姐妹和广大家庭生活变化、发展进步，对美好生活的向往和强国复兴的担当。



▷ 潇湘巾帼向党 喜报献给二十大

**案例 积极组织收看党的二十大开幕式**

2022 年 10 月 16 日上午 10 时，中国共产党第二十次全国代表大会在北京人民大会堂隆重开幕，习近平总书记代表十九届中央委员会向大会作报告。公司认真组织全体员工收听收看二十大实况，并积极开展学习研讨。



▷ 芒果超媒总部、芒果 TV、快乐购、天娱传媒收看党的二十大开幕式



▷ 双平台领导班子成员集体收看党的二十大开幕式



### 案例 组织学习二十大精神，积极开展学习会

党的二十大胜利召开后，公司迅速兴起学习宣传贯彻热潮，自觉把思想和行动统一到党的二十大精神上来，统一到中央的决策部署上来，切实把学习贯彻党的二十大精神作为当前和今后一个时期的首要政治任务。



▷ 公司领导班子组织学习贯彻党的二十大精神



▷ 蔡怀军同志在党的二十大学习会上发言

### 案例 开展精品微党课，踊跃宣贯二十大

2022 年 11 月，公司子公司快乐购参加公司组织的“学习宣传贯彻党的二十大精神”精品微党课竞赛活动，并在红星网、“红星云”、湖南机关党建网等平台分别开设专题专栏，对精品微党课进行展播。本次活动用身边事教育身边人，用大白话讲好大道理，触及党员灵魂、引起思想共鸣。



▷ 快乐购微党课



## 夯实党建基础

公司始终坚持将党建引领核心作用融入深化媒体融合的全过程和业务发展各领域，以高质量党建推动主流新媒体集团高质量建设。2022 年，公司党委持续大力发展业务骨干入党，持续加强基层党组织建设，推进党支部与行政组织的“交叉任职”，坚持“支部建在团队上”，真正把基层党支部打造成守正创新的战斗堡垒，以推动公司业务高质量发展。



### 案例 两优一先，激励奋进

为进一步促进芒果超媒党建标准化，公司原党建品牌“锋芒计划”重新调整为“两优一先”，以“燃动青春 开创未来”为主题，牵头举办了湖南卫视、芒果超媒、芒果 TV “庆祝建党 101 周年”暨“两优一先”表彰大会。会上公司对 12 个先进党支部、47 名优秀共产党员、16 名优秀党务工作者进行了表彰，激励全体芒果党员从百年党史中汲取奋进力量。公司以当“燃”之力进一步推动媒体深度融合，更好的肩负起巩固壮大主流舆论的历史使命，获得了与会领导和全体党员的广泛好评。



▷ 首届“两优一先”表彰大会

**芒果超媒**

2022 年在库党员  
**966** 人  
员工党员比例  
**26.7** %  
全年将有  
**150** 名预备党员转正

**芒果 TV**

2022 年，芒果 TV 党委下设党支部由原来的  
**22** 发展壮大为 **24** 个，党员人数达到  
**679** 人。全年共召开 **68** 次党委会，  
共计学习了 **43** 项材料，如习近平总书记考  
察湖南重要讲话精神、《习近平谈治国理政（第  
四卷）》《习近平正定足迹精神》、党的二十大  
精神等，并认真贯彻落实到了内容创新、经营管  
理等工作中。围绕习近平总书记对湖南重要讲话  
重要指示批示精神和湖南广电改革发展中的重大  
现实问题，开展专题学习研讨，2022 年共组织  
**12** 次中心组学习。

**快乐购**

2022 年共计召开党委会 **18** 次，专题学习  
**12** 次，审议议题 **40** 个涵盖对组织架构  
及高管分工的调整、管理人员的任命、薪酬调整、  
意识形态工作、库存清理和历史遗留问题处理等，  
特别对于国庆节及党的二十大召开期间的安全工  
作做到全面部署，统一指挥，稳中求进。2022  
年共计发展党员 **3** 名，转正党员 **37** 名。

**天娱传媒**

为进一步完善天娱传媒党建工作制度，参照公司  
(台)、芒果超媒系列基层党建制度，结合公司实际，  
完善制订了《天娱传媒基层党组织机构设立及选举  
的办法》等 **10** 个基层党建制度，不断夯实公  
司党建工作基础，促进公司党组织建设工作纪律化、  
制度化、规范化。截至 11 月中旬，支委会全年组  
织专题学习 **14** 次重点对习近平总书记的重要  
讲话重要指示精神、《中国共产党宣传工作简史》  
《让群众过上好日子——习近平正定足迹》《习近  
平谈治国理政》第四卷、党的二十大报告及精神等  
重要书籍和理论进行了集中学习和研讨。

**> 营造风清气正高地**

公司始终坚持刀刃向内，弘扬党的优良传统和作风，以永远在路上的政治自觉，为公司营造风清气正的良好政治生态。公司一体化推进“不敢腐、不能腐、不想腐”体制机制建设，特别制定《纪律检查委员会工作制度（试行）》制度，推动公司事业发展健康有序、风清气正的进行；制定《人事管理回避规定》，加强对任职岗位和履职情况的监督约束；开展“开办关联公司、私设小金库、奢侈浪费”三大专项整治和厉行勤俭节约行动，贯彻落实《关于深化整治领导干部违规收受红包礼金的通知》，在全司积极开展落实中央八项规定精神的监督检查，使党员干部不忘初心使命，坚守底线、不碰红线，让党风廉政警钟长鸣。

**案例 建立信访举报机制，重视清廉作风工作**

公司十分重视信访举报工作，为举报开设专门的绿色通道，对违规违纪事件绝不姑息。2022 年 12 月，公司开通了廉政举报电子邮箱、电话，设置了举报箱，全方位接受群众信访监督。



▷ 设置于公司入口的举报箱

为了营造良好的清廉作风，公司通过制作并组织员工观看《忏悔》警示教育片、发动全体党员关注“清风芒果”公众号等多种措施，来开展警示教育，达到以案说纪、以案说法、以案说德、以案说责的目的，以此提升党员干部的廉洁自律意识。

3 月

公司子公司快乐购召开党委理论  
学习中心组（扩大）专题学  
习会暨党风廉政工作布置会

4 月

公司召开 2022 年度党风廉  
政建设工作会议

8 月

公司多次召开警示教育大  
会，观看警示教育片《忏悔》  
并分享心得

▷ 2022 年公司组织的廉洁教育活动



▷ 芒果超媒总部支部开展警示教育

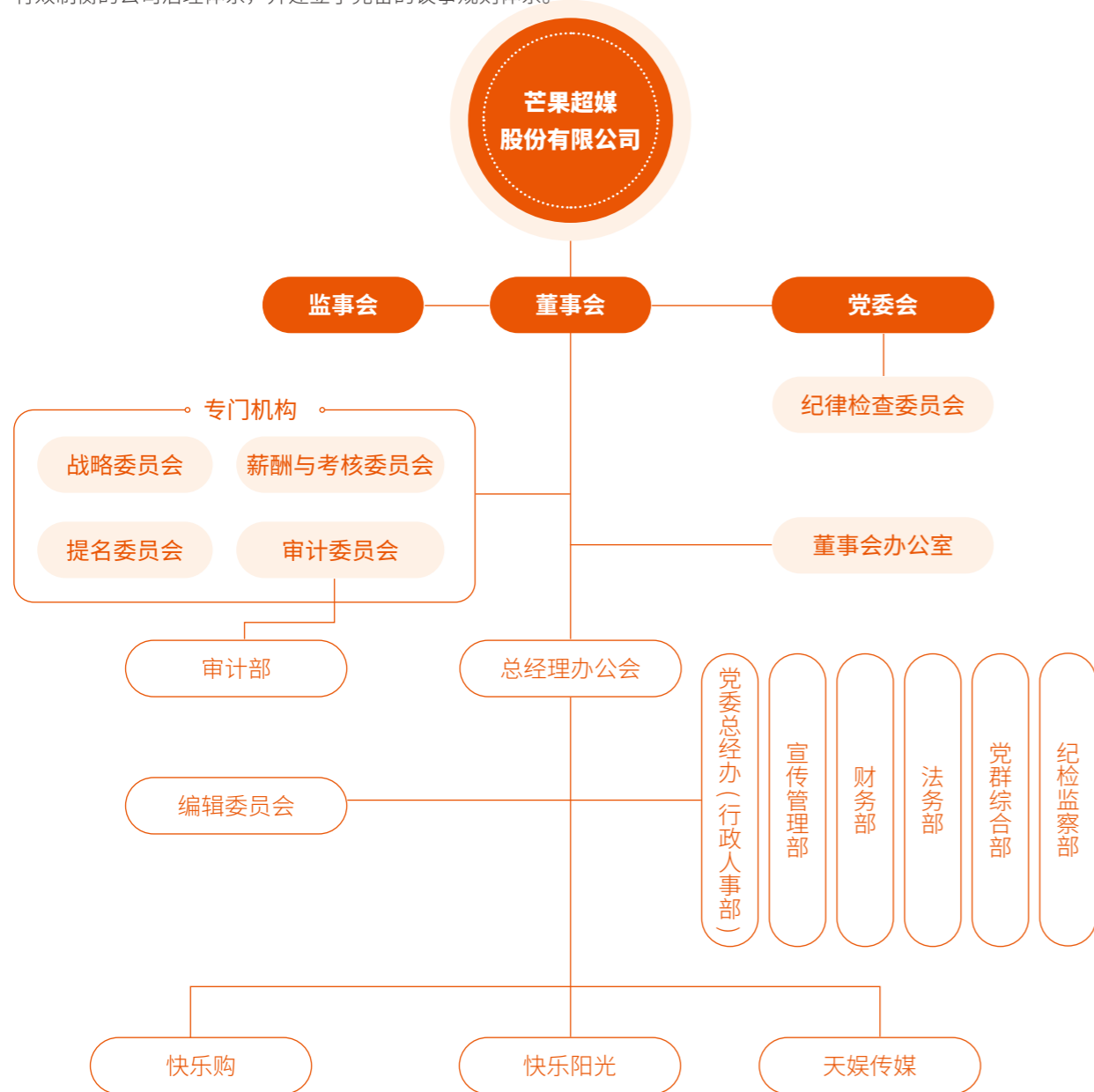


▷ 集团公司（台）警示教育大会

## 稳健治理，权益保障

### 规范三会运作

公司持续完善治理结构和组织架构，建立了包括《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》等完备的制度体系。股东大会是公司权力机构，董事会、监事会由股东大会选举，董事会是常设权力机构，监事会是常设监督机构，经营管理层（总经理办公会）是日常经营机构，享有经营权。董事会下设战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和审计委员会，内部审计部门对审计委员会负责，向审计委员会报告工作。公司党委是公司法人治理结构的有机组成部分，发挥领导核心和政治核心作用。“三会一层”形成各司其职、各负其责、协调运转、有效制衡的公司治理体系，并建立了完备的议事规则体系。



2022 年，公司共召开股东大会 <b>2</b> 次	董事会 <b>6</b> 次	监事会 <b>4</b> 次	
公司董事会由 <b>9</b> 名董事组成	其中独立董事 <b>3</b> 名	女性董事 <b>1</b> 名	
公司监事会由 <b>3</b> 名监事组成	其中职工监事 <b>1</b> 名	公司高管 <b>7</b> 名 其中女性高管 <b>1</b> 名	

### 高质量信息披露

作为一家具有责任感的企业，芒果超媒认为信息披露是企业可持续发展的关键。因此，公司以信息披露为核心，构建了以投资者实际需求为导向的信息披露体系，通过设立信息披露小组，加强公司信息保密制度建设、规范信息披露流程，并努力提高披露的质量和效率。

#### 关键绩效

报告期内，公司共计披露公告 <b>106</b> 份	其中定期报告 <b>6</b> 份	临时公告 <b>100</b> 份	公司连续 4 年信息披露 评级为 <b>A</b>
-------------------------------	----------------------	----------------------	------------------------------



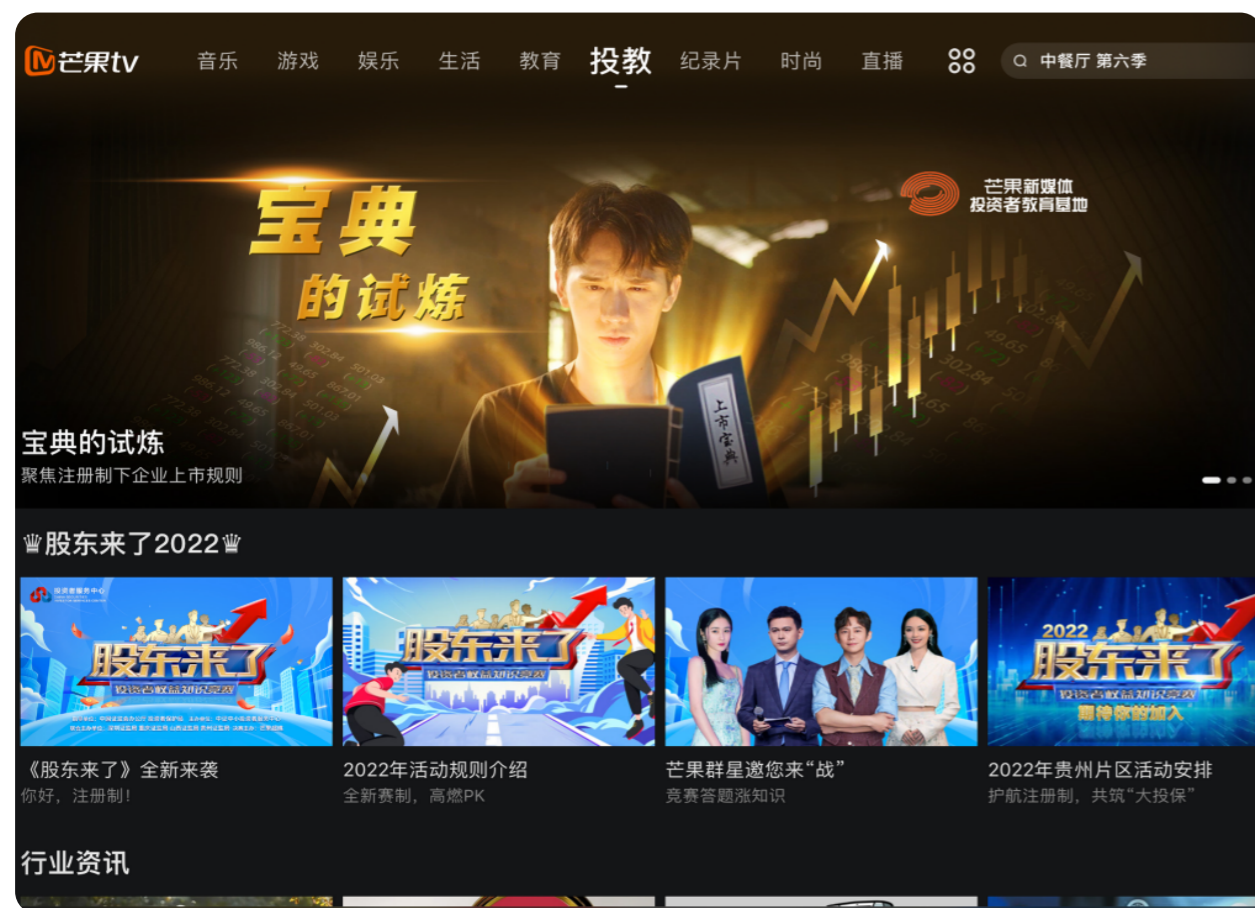
公司荣获中国上市公司协会“2022 上市公司董办最佳实践”奖



公司董秘吴俊荣获中国上市公司协会 2022 年上市公司董事会秘书履职评价“5A”评级

## 保障投资者权益

公司充分发挥自身新媒体平台优势，积极履行投资者保护的社会责任。芒果新媒体投教基地通过上线投教频道，制作如《你怎么财来》《投头是道》《一分钟速成理财人》等多样投教节目，筹备《股东来了》总决赛，举办投教论坛，帮助投资者建立“长期投资、价值投资、理性投资”的理念，以专业丰富的投教内容、形式轻松活泼的内容表达打造了投资者保护的芒果品牌。



投教频道

### 关键绩效

报告期内，公司投教频道围绕“注册制改革”“退市新规”“推进国民财商教育发展”“股东来了”“防非打非宣传教育”等主题，积极推动专栏开设，共上线视频内容时长约 **9000** 分钟，频道累计点播量已突破 **2.5** 亿。

## 案例 新增投资教育节目，树立科学投资理念



2022 年 1 月，公司上线由芒果新媒体投教基地与湖南省证券业协会联合策划推出的全网首档财经观察类投教节目《你怎么财来》。本栏目由理财观察员、理财规划师、理财学员和主持人组成的“理财观察团”，共同探讨最热经济话题，

传授最火投资理念。本节目分为四期，分别聚焦“月光族”、二胎家庭、大学生、老年人四个群体，步步深入、层层推进帮助嘉宾解答投资问题、防范投资风险、树立科学理性的投资观。



《你怎么财来》

## 案例 拍摄创意微电影，创意普及注册制改革



2022 年 5 月，公司积极响应参与“你好，注册制”短视频大赛，推出创意微电影《宝典的试炼》并斩获全国金奖一等奖。此次活动是芒果新媒体投教基地首次用创意微电影的形式对观众进行投教科普。该微电影通过采用虚拟+现实双线叙事手法，将现实生活中 VR 游戏馆发生的真实故事与虚拟游戏中想象的戏剧人生完美融合，以电影手法进行拍摄，让画面质感配合剧情发展，并突出其现实意义和教育意义。



《宝典的试炼》

**案例 筹办股东来了总决赛，提高投资者知识水平**

2022 年 11 月，《股东来了》2022 全国总决赛落下帷幕。本次活动由中国证监会办公厅、中国证监会投资者保护局指导，中证中小投资者服务中心联合深圳、重庆、山西、贵州四证监局以及芒果超媒共同举办，活动覆盖全国 36 个赛区及港澳台地区。本届活动对内容进行升级，加大对注册制下上市、发行、退市等核心内容的宣传。同时，为呼应《期货和衍生品法》的出台，现场模拟期权的购买与行权。公司通过开展多形式、多层次、全覆盖的权益知识教育活动，进一步发挥示范引导作用，帮助中小投资者全面知权、积极行权、依法维权，为资本市场健康稳定发展营造良好的舆论环境。11 月 3 日，《股东来了》2022 全国总决赛于湖南卫视、芒果 TV 双平台播出，芒果艺人积极参与宣传助力，节目有效播放量超 1200 万，获得多家媒体报道宣传。



▷ 《股东来了》



▷ 艺人助力



▷ 新华社报道总决赛录制

▷ 光明日报报道总决赛播出

▷ 人民网报道总决赛落幕

**优化内部控制**

芒果超媒高度重视通过强化内部控制体系促进和提升公司规范运作水平。在内控体系建立健全过程中，坚持风险导向原则，针对发现的问题及时整改、优化，并采取“整体设计、分步实施，合规先行，逐步完善”的方式，根据公司的业务发展，不断更新完善现有内控体系，保持内部控制与公司业务相适应，做到公司主要经营活动都有必要的控制政策和程序。

为了更好地评价公司内部控制设计和运行情况，公司根据内部控制相关监管要求、经营特点、业务模式以及风险管理要求，明确了内部控制评价的具体内容。



▷ 闭环内控流程

为保障内控流程顺利开展，公司在内部构建闭环管理，定期对内部控制进行评价测试，梳理各部门涉及业务的内控手册、制度、流程，根据梳理结果制定整改计划，确保制度的全局性与完整性。同时，公司根据内部控制评价测试结果，形成内部控制缺陷清单，并由各业务部门根据清单制定整改计划，落实完成整改的截止时点与整改责任人。



### 芒果 TV

2022 年，为实现规范业务、赋能管理、科学发展的目标，芒果 TV 持续强化内控体系建设。按照“精而实用”的原则，持续完善 30 项制度，有效防控主营业务领域关键风险，保障业务合规运营。

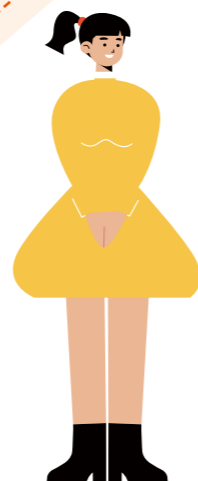
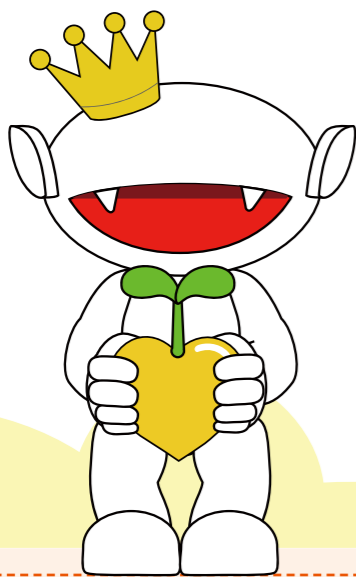
优化自制综艺生产办法，修订《综艺节目立项委员会议事制度》《自制综艺节目生产管理办法》等综艺类制度。完善剧类生产机制办法，制定《影视剧立项委员会议事制度》，制定《影视剧合作方黑名单管理细则》，建立影视剧评估与品控有关细则，从而完善影视剧项目评审与决策程序，进一步提升影视剧项目的良品率，助力打造精品爆款项目，防范化解相关风险。

强化内容生产管控要点。全面修订《自制剧生产管理办法》《定制剧业务管理办法》《影视剧采购管理办法》，及时补齐新模式的控制要点，促使现有控制更加切合业务实际。建立各类标准提升双效。针对内容生产的核心关键生产要素，分别制定价格指引与配置标准等，从而保障内容生产效益与效率的提升。积极开展自查自纠工作，加强内控培训宣贯。

### 天娱传媒

建立《公司内部控制管理办法》《“三重一大”决策制度实施细则》《个人社交信息平台管理规定》《危机管理制度》《生产经营导向管理把关制度》等相关规章制度。

优化《新人选拔签约管理办法》《艺人培训管理办法》《影视剧驻组人员考核管理办法》《季度绩效奖及年终奖发放管理办法》《公司开支管理办法》《项目管理办法》《艺人经纪思想政治培训制度》等 7 项制度，为公司各个业务环节的合规性提供制度保障，进一步建立健全覆盖全面、层次分明、流程清晰的内控制度体系。



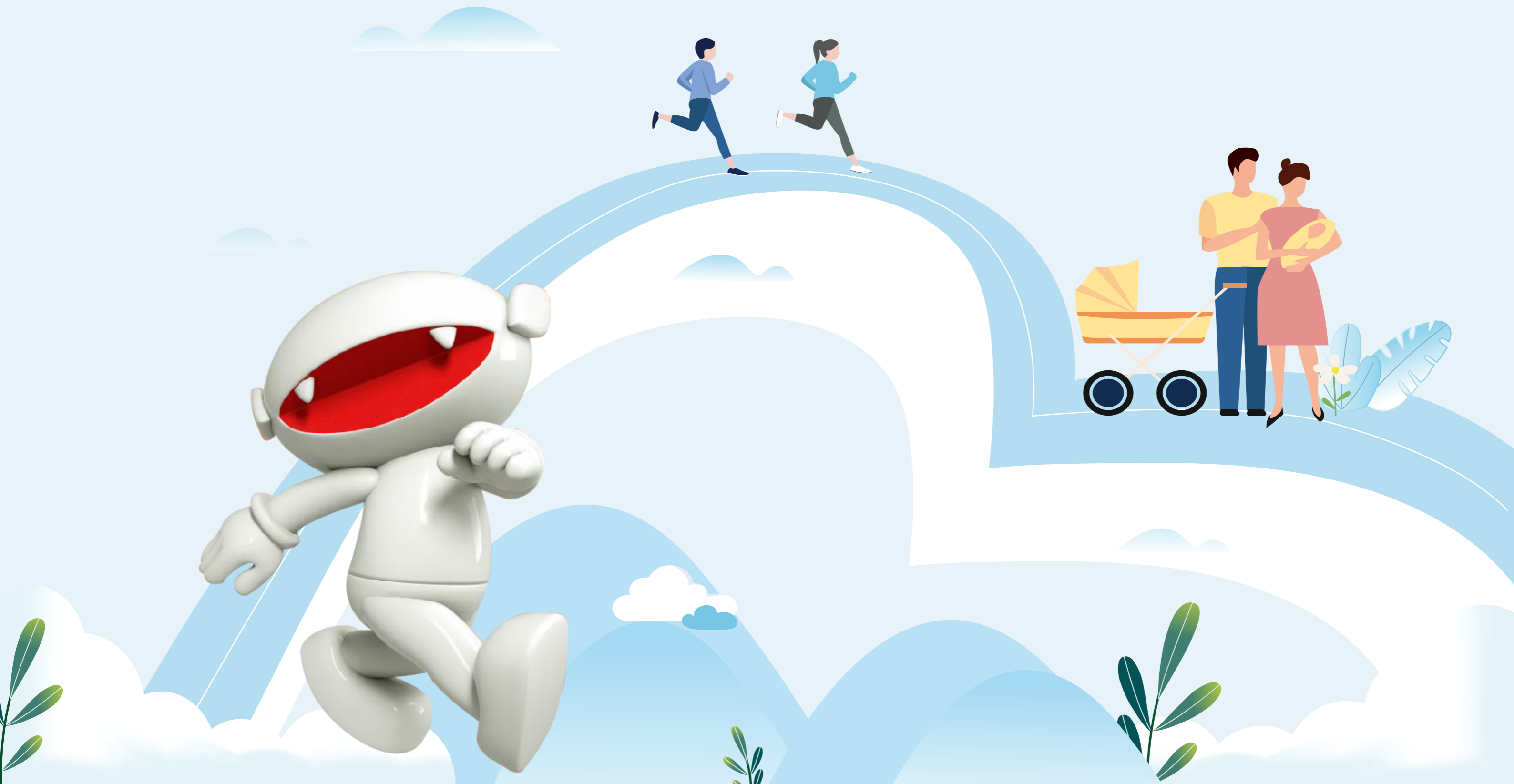
### 快乐购

启动公司内控手册的更新工作，建立风险、流程和控制的直接联系，明确各个业务环节存在的风险点和应当采取的控制措施。

对制度与流程进行全面梳理，强化制度与流程管理，共计完善完备 16 个管理模块、17 条制度。

通过专项审计，对公司授权管理、商品管理、赠品管理等存在风险因素的主要业务流程进行重新梳理，提出 45 项风险事项并跟进整改，明确重点业务环节存在的风险点和应当采取的控制措施，从而有效地从源头控制风险，提高公司的基础管理水平。

# 社会篇




## 生态协同，创新突围

### ▶ 双平台融合发展

2014 年 8 月，中央全面深化改革领导小组审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，湖南广电在同年实施湖南卫视版权节目芒果 TV 独播战略，以我为主打造自有互联网平台。2020 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，提出“尽快建成一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体”，湖南广电创新性提出“建设主流新媒体集团”的战略构想。2022 年 3 月，湖南广电召开了湖南卫视、芒果 TV 深度融合推进会，将广告、综艺、电视剧三个板块全面打通，迈入台网融合深水区。


芒果超媒积极落实中央关于媒体融合的决策部署，依托芒果生态优势，在符合上市公司监管要求的前提下，通过积极探索推进双平台的共创共享机制，全面开放内容创作领域，共同加大内容创新，完善产品集群链路，成立双平台综艺节目立项委员会、电视剧立项委员会和广告业务管理委员会，解决内容储备、创新升级和广告资源等问题，使得符合价值导向、满足市场需求的爆款内容产品常态化成为可能，为持续打造具备强大传播力、引导力、影响力、公信力的主流新媒体集团奠定了坚实基础，并在此基础上，从物理层面走上价值层面的媒体融合道路，积极构建更具价值引领的全媒体传播生态。






**战略一体化**

构成稳定的“三角中枢”，实现标准统一、执行统一。



**机制市场化**

芒果 TV 长期推行的“制片人负责制”推及到湖南卫视，风险由双平台兜底，制片人对整个项目的社会价值、内容质量、成本费用负责。

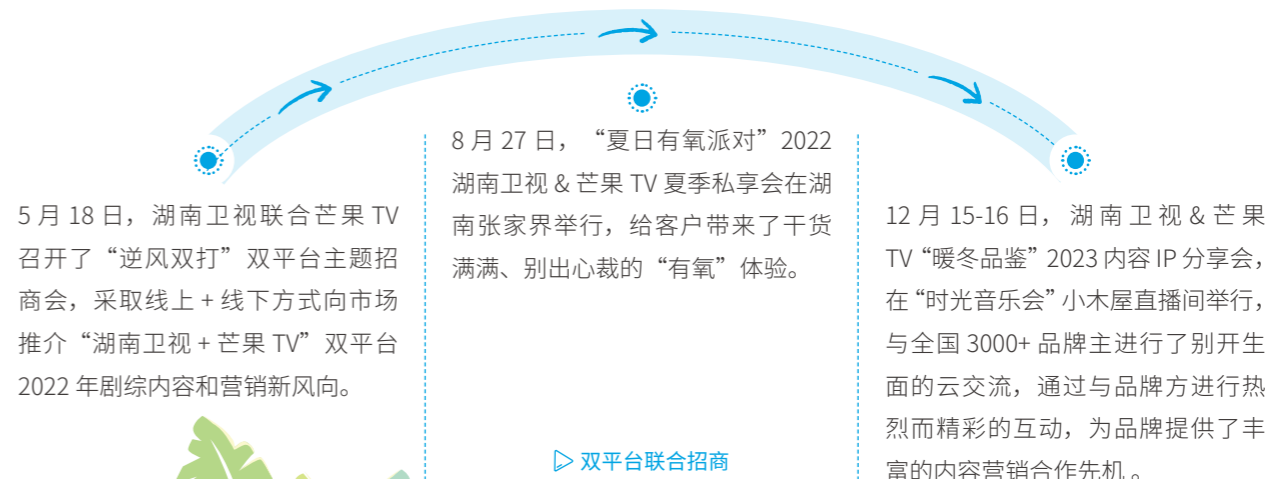


**人才年轻化**

坚持改革、坚持把青年人才推上舞台。

▶ 全媒体融合发展

党的二十大召开期间，湖南卫视、芒果 TV 双平台充分发挥融合传播优势，精心推出一批重磅策划、重头产品、重点编排，多维度构筑正能量传播矩阵，积极营造浓厚热烈、昂扬向上的舆论氛围。同时，充分发挥双平台优势，开展联合招商。

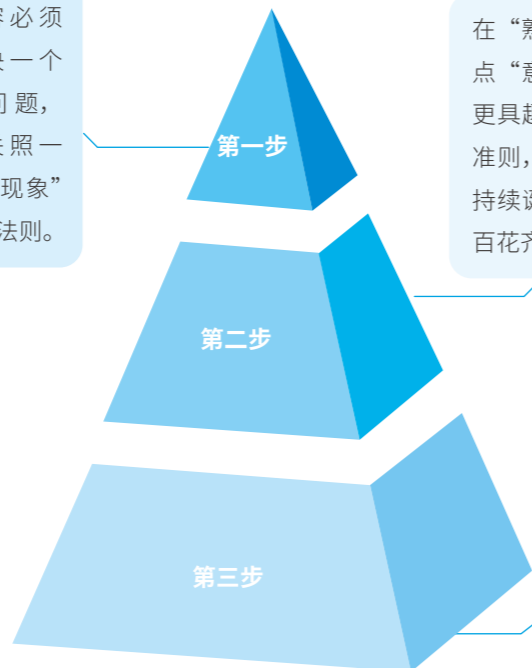


▶ “逆风双打”双平台主题招商会

## 影综双线升级

党的二十大报告指出，“意识形态是为国家立心、为民族立魂的工作，要牢牢掌握党对意识形态工作领导权，全面落实意识形态责任制，巩固壮大奋进新时代主流思想舆论”。芒果超媒在影视方面持续做好“芒果季风”剧场，有效提高影视剧命中率 and 良品率；综艺方面，加大创新研发力度，争取上线超过 40% 的创新节目，持续加深综艺行业影响。此外，公司在内容创作上坚定不移摒弃流量明星、极端饭圈，夯实双平台综艺、电视剧立项委员会机构职责，从创作源头将社会责任置顶；编委会、宣管中心前置进行导向把关，做到全过程不失控。

秉承“做一个内容必须能解决一个社会问题，或者关照一个社会现象”的黄金法则。



▶ 内容创作“三步法则”

## 影视剧好戏连台

影视剧方面，报告期内芒果 TV 上线重点影视剧、“大芒计划”微短剧等各类影视剧 163 部。《麓山之歌》《底线》《天下长河》和《二十不惑 2》4 部电视剧入选国家广播电视总局“2022 中国电视剧选集”。芒果季风上线 5 部台网剧、4 部网剧，《张卫国的夏天》《没有工作的一年》《消失的孩子》等从不同维度关注社会现实话题，蝉联多网省级卫视桂冠，获得较高的市场关注度。“大芒计划”推出以《虚颜》《念念无明》等为代表的一系列精品短剧，取得良好的播出效果。

### 案例 陪你一起好好吃饭，传递治愈旋律

由芒果 TV、湖南卫视、芒果超媒、雄孩子传媒出品，新世相、艺真集团联合出品的都市暖愈甜爱剧《陪你一起好好吃饭》于 2 月 14 日起登陆湖南卫视，芒果 TV 同步播出。该剧创造性地将爱情、亲情、友情所表达的共鸣都赋予在每道菜里，也通过“吃饭”这样烟火氛围感十足的描摹，传递着治愈的旋律，给予二十一世纪“快节奏”生活的人们暖暖的浪漫与爱意。



▶ 都市暖愈甜爱剧《陪你一起好好吃饭》

### 案例 江照黎明，呈现女性力量

由芒果 TV、芒果超媒、新疆华娱时代影业有限公司联合出品的现实主义女性悬疑话题剧《江照黎明》于 1 月 27 日起在芒果 TV 全网独家播出。该剧从女性创作角度出发，在扑朔迷离的剧情外指向各种现实社会问题，掀起看剧普法热潮。



中国电视艺术委员会高级编辑邢戈

“剧集关注女性心理问题，旁设了利益选择、怀疑与信任等广泛的社会话题，以细腻笔触揭开了人性面纱。这部剧主题严肃、内容重要、形式讲究，对同类创作有一定的启发。其中对于向善向美主题的延伸，体现出了温暖和现实关怀。”



▶ 现实主义女性悬疑话题剧《江照黎明》

## 综艺节目爆款不断

综艺节目方面，报告期内芒果 TV 上线 77 档各类综艺节目，《乘风破浪第三季》《大侦探第七季》《密室大逃脱第四季》和《披荆斩棘第二季》4 档综 N 代节目，入选 2022 年网络综艺有效播放 TOP10（云合数据），其中《乘风破浪第三季》排名第一，综艺领头羊地位进一步巩固。创新节目《声生不息·港乐季》献礼香港回归 25 周年，被称赞为“大湾区文化融合风向标”，入选“国家广电总局网络视听节目精品创作传播工程”。户外旅行体验类真人秀《快乐再出发》口碑、热度双收，豆瓣评分高达 9.6 分，续作《快乐再出发第二季》评分亦高达 9.5 分。

### 案例 乘风破浪，传递新时代女性风采

芒果 TV 自制励志成长音乐竞演综艺《乘风破浪第三季》第三季于 5 月 16 日播出，节目集结来自多个领域的优秀女性，突破自我为观众呈现精彩舞台，展现女性自信智慧的生活态度与自洽互助之美，鼓励新时代女性自洽悦己。节目首播破三亿播放量，微博主榜热搜 70 余次。

同时，《乘风破浪第三季》第三季联合全国妇联宣传部向社会发起 # 巾帼新力量 # 的网络征集活动，寻找在新时代敢为人先，在各领域崭露头角的女性代表，通过展现敢为人先、风华正茂的女性代表故事，向大众传递新时代女性奋斗者的热情与能量，让自洽向上、拼搏奋进的时代精神乘风破浪。



▶ # 巾帼新力量 # 网络征集活动

**案例 声生不息，书写文化交流范本**

由国家广电总局网络视听司、港澳台办公室，中央政府驻港联络办宣传文体部指导，芒果 TV 与 TVB 联合出品的音乐献礼节目《声生不息·港乐季》在芒果 TV、湖南卫视、TVB 联合播出。节目汇聚来自内地与香港的歌手，合作演绎经典金曲，通过同频共振的音乐语言，让不同代际的人群产生共鸣、建立情感联结，为内地与香港文化交流提供范本，也促进血脉相连的人们尤其是青年人产生更多对话，进行多层次、多领域、多渠道的交流。

节目一经上线，热度横扫 12 大榜单第一，多期取得 CSM 全国网同时段节目收视第一，累计观众规模近 1.5 亿人。节目在香港特区稳居同时段节目收视率第一位，成为香港 TVB2022 年截止目前收视最高的综艺，累计触达全香港七成的电视观众，并登上 TVB 年度半年报。全网热搜 2006 余次，205 次登顶，短视频平台主话题播放量破 42.4 亿，节目歌曲连续近 40 天上榜 QQ 音乐，在海内外产生了巨大影响，在内地与香港本地都引发了热烈的“港乐潮”，被称赞为“大湾区文化融合风向标”。



▶ 音乐献礼节目《声生不息·港乐季》



▶ 全景音乐竞演综艺《披荆斩棘》第二季

**案例 披荆斩棘，弘扬锐意进取的时代精神**

芒果 TV 自制全景音乐竞演综艺《披荆斩棘》第二季于 8 月 19 日播出，节目邀请各个领域的文艺工作者，用匠心和敬业态度，挑战不同风格的音乐、表演形式；用对舞台的敬畏和精益求精的拼搏，突破自我，拓展边界；邀请时代英雄，讲述滚烫故事，致敬滚烫时刻。进一步阐明、讲透奋斗精神新的时代内涵，致敬全社会全行业的奋斗榜样，探索人生可能性的热望，彰显和弘扬锐意进取、奋发向上的时代精神。



**定位新潮国货**

芒果超媒依托湖南广电强大的内容基因和独特的芒果生态圈，发力内容电商赛道，推出小芒 APP，延伸芒果内容基因，打造芒果模式 2.0。小芒电商通过一系列 IP 项目的打造，以花样的内容矩阵与玩法，打破大小屏的界限，创造电商全新的消费热点，致力于将中国文化元素和中国品牌全面渗透到中国青年的生活潮流中，并伴随中国品牌一起走向世界，与更多新潮国货品牌共同成长。2022 年 1 月，《小芒 APP——小芒种花夜》凭借优秀的营销新思路新玩法及出色效果，荣获金瑞营销奖“最佳电商营销创新奖”。

**用内容纵向切入电商**

借助芒果生态核心 IP 资源，推出“小芒种花夜”“小芒年货节”等多场主题晚会，以长视频最擅长的讲故事的能力，为品牌赋予更长期的价值认知。

**以青春调性横向拓展圈层**

聚焦 Z 世代年轻人的生活方式，目前已经拓展超过 500 家国潮国货品类，打造汉服、美妆、潮玩、萌宠、露营等多条赛道，不断拓展在各类年轻圈层中的影响力。

**小芒电商发展方式**



小芒电商坚持“新潮国货内容电商平台”定位，通过强化与芒果生态圈层整体联动，打造核心垂直产品，全年 GMV 达到上一年度的 7 倍，DAU 峰值达 206 万。2022 年，小芒电商完成首轮融资，加快构建“内容+视频+电商”的商业闭环。一是深度聚焦内容与电商业态融合，借助 IP 精准触达目标消费人群，打造了自营品牌“南波万”棒球服等代表性单品；二是积极探索场景化卖货创新策略，通过《大侦探》《名侦探学院》《100 道光芒》等芒果优质 IP 资源，带动合作商品热销，开拓新赛道；三是专题打造“小芒种花夜”“小芒年货节”等国货晚会，并结合《乘风破浪》《披荆斩棘》等重大 IP 开展营销活动，拓展合作品牌矩阵，扩大小芒品牌影响力。目前，小芒电商已形成服饰、食品、美妆、明星周边、潮玩、萌宠、轻露营等多条特色商品线，后续将继续发掘内容场景带货能力，引领年轻用户国货消费潮流。



### 案例 小芒年货节，力推新锐国货

小芒以多重方式制造热点，精准把握国潮流量，种花助推国货出圈，打造了全网热议的《小芒年货节》盛典，向年轻人推广优质国货、引领国潮出圈、传递国家骄傲。晚会收视三网第一，并实现用户从节目到小芒 App 的联动。《小芒年货节》相关热搜话题全网曝光量超 15 亿，全网讨论声量超 550 万。全端热搜 70 余个，微博热搜 33 个，综艺影响力与综艺话题榜双榜第一。



▶ 《小芒年货节》盛典

### 案例 云裳晓芒之夜，传承汉服文化

小芒电商在中国华服日即将到来之际打造汉服同袍盛会《云裳晓芒之夜暨 2022 小芒汉服节》并在芒果 TV、小芒 APP、快乐购三平台同步直播，晚会以唱演 + 走秀一体的形式展现小芒独家汉服新品，独家呈现不同汉服品牌的华美服饰，汉服独家商品在小芒开售五分钟内创造销售额超 100 万元。晚会还联合国民手游《王者荣耀》送出汉服人气角色限量 Q 版手办福利，并破圈合作新锐时尚杂志《wonderland》，多维度、多圈层携手为晚会造势，携手将汉服带入更多圈层视野。



▶ 《云裳晓芒之夜暨 2022 小芒汉服节》

## 探索科技未来

芒果超媒牢牢把握第四次工业革命的机遇，以双平台融合为契机，以新技术为驱动，集体转化互联网思维，整合与重构生产要素释放更大内容生产力，让“文化与科技共情共生”，站稳长视频第一梯队，把握价值、市场、生态三大逻辑，以内容价值为核心、以技术应用为驱动、以生态布局为动能，积极打造“数智时代创新引领的主流新媒体平台”。

#### 推动媒体产品的形态创新

- 公司将工匠精神与高科技结合，将电影级别拍摄技术创新运用到综艺，《声生不息·港乐季》采用“一镜到底”技术，纪录片《中国》运用“高动态范围图像”技术；《披荆斩棘》采用光芒超高清云制播技术，《舞蹈风暴》运用时空凝结技术等，创造出了高质感的视觉效果，给用户带来沉浸式的艺术体验和精神享受。

#### 打造互联网青年人才聚集高地

- 公司坚持培养核心“内容+技术”复合型人才队伍。目前公司内容+技术型人才占比超过 50%，共有 716 名技术工程师；
- 公司通过创新举办算法大赛，吸引了超 2000 名的国内外顶尖技术人才参赛，成功吸纳了 100 多名算法人才入职公司；
- 近年来，公司技术团队在推荐系统领域与音视频领域的国际顶级赛事中，多次斩获冠、亚军，让长沙这个内陆城市，构建起互联网人才聚集的小高地。

#### 加强对新技术、新模式的研究

- 芒果 TV 成立“创新研究院”，与上海科技大学联合成立了中国第一家、全球第三家 VR 应用实验室，在虚拟人、虚拟演唱会、小芒虚拟购物街、Web 3.0 等方面做了初步尝试；
- 公司与华为签订战略合作框架协议，就科幻剧场、元宇宙、IP 衍生等方面进行合作。

### 关键绩效

报告期内，公司在科技与创新方面获

国际级奖项

4 个

国家级奖项

9 个

省级奖项

4 个

市级奖项

1 个

行业级奖项

3 个

在国际顶级刊物发表论文

4 篇

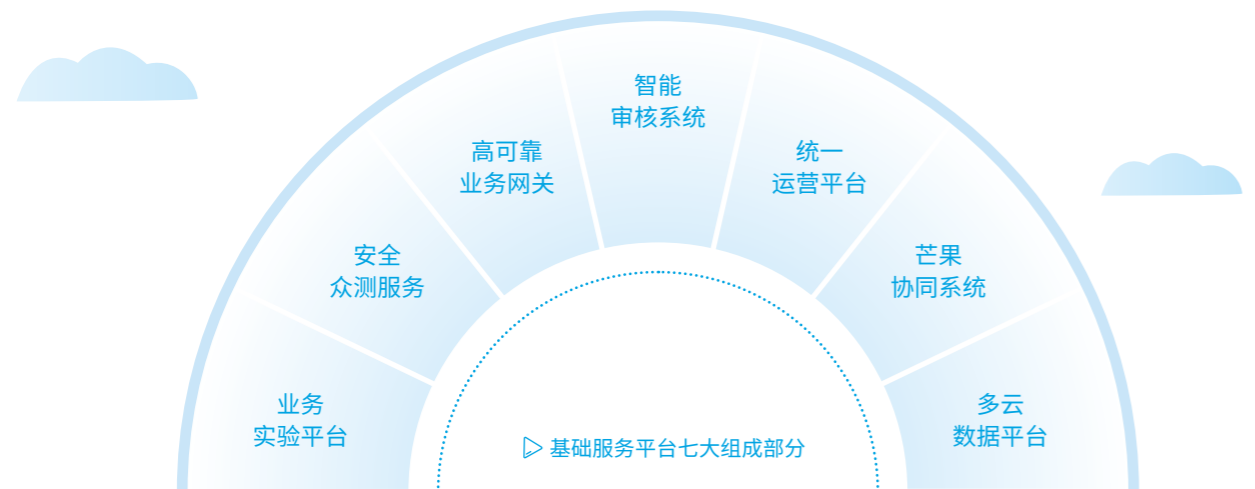
参与制定发布团体标准

2 项



### 案例 芒果 TV 基础服务平台

随着芒果 TV 不断发展壮大，用户量不断增长，产品和服务的种类越来越丰富，业务形态越来越多样，业务发展对产品技术提出了更高的要求。为了避免各业务线烟囱式的发展造成重复开发、重复踩坑、长期持续重复投入，公司投入约 1142 万元规划建立芒果 TV 基础服务平台，将各业务线所需的公共基础能力抽象出来，重点突破、持续优化、长期迭代，作为基础服务提供给业务线复用，支撑公司业务快速发展。



### 案例 芒果视频内容现实增强系统

在影视及节目后期制作中，为了追求效果和效益，花字特效添加、穿帮内容修复以及广告内容、产品植入等后期内容编辑不可或缺。芒果视频内容现实增强系统充分利用深度学习、AR 视频相关技术及产品创新，不仅成功降低制作成本，提高执行效率，防范内容安全风险，而且改变了业务协作的方式，由内部小规模非专业后期团队即可完成全量业务制作需求。该系统获得了由国家广播电视总局主办的第二届高新视频创新应用大赛 VR-AR 视频场景二等奖、湖南省创新创业大赛组委会主办的 2022 年湖南省创新创业大赛的数字创意专业赛三等奖。



### 案例 AI 视频修复增强系统

芒果 TV 音视频技术研发团队在长期的转码画质优化过程中发现一些片源，特别是历史旧片和早期存档的媒体节目文件，存在一些明显的画质不佳和画质瑕疵问题。芒果 TV 自研基于深度学习的视频优化和增强解决方案，建设 AI 视频修复增强系统，由算法自动完成，具有高效率、低成本的普惠特点，更适合互联网平台海量内容的批量生产。

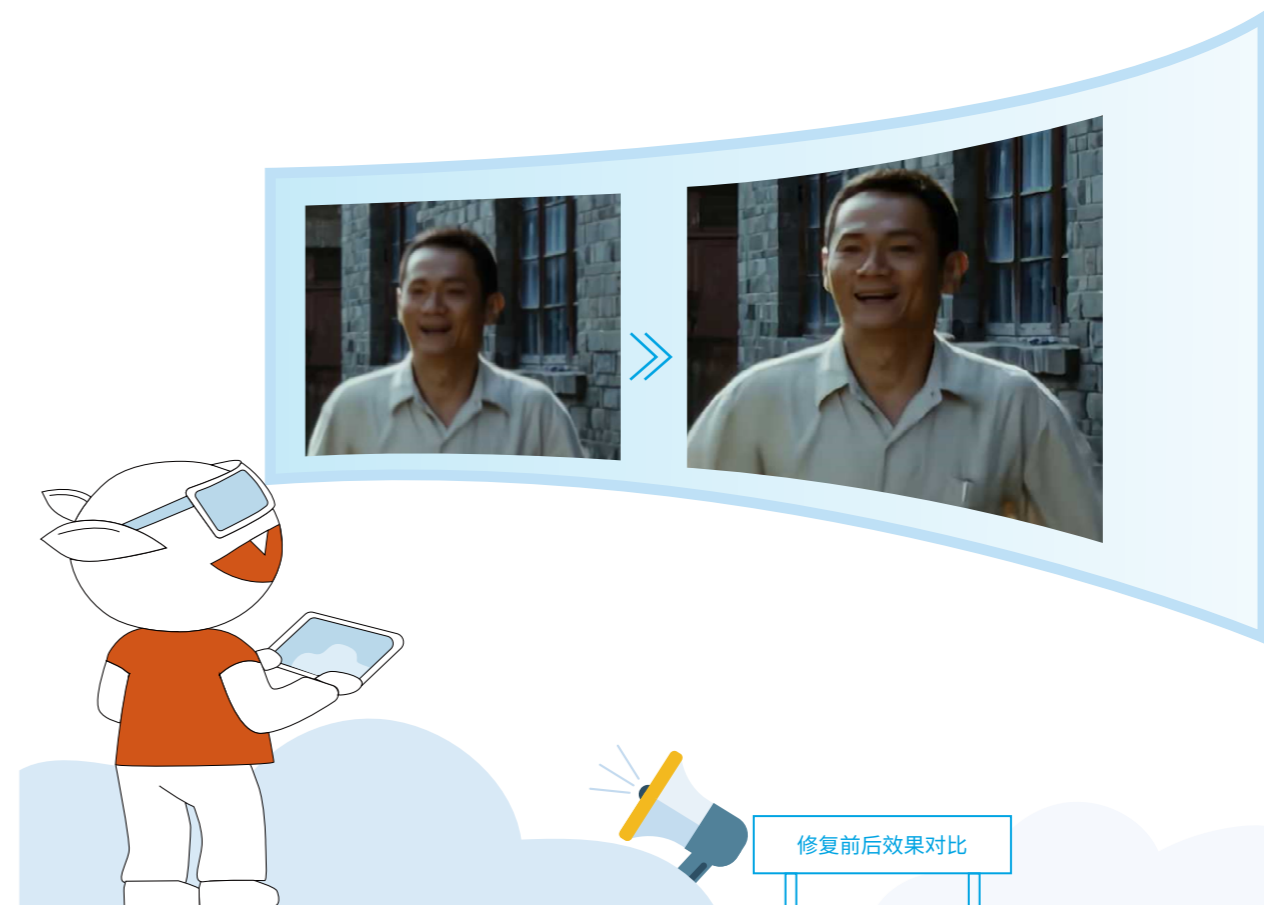


### 案例 视听媒体业务应用创新平台

芒果 TV 为打破业务困境，投入约 1871 万元，在整合现有业务的基础上，在广告、平台以及社交三大板块提出了富媒体广告、芒果视讯、北斗 DMP、芒果放映厅、全新海外版 APP、芒果数字藏品平台等 6 个模块的业务应用创新。为解决现有产品存在的包体过大、定制功能改造困难、代码维护成本高等问题，芒果 TV 布局元宇宙生态，实施芒果 TV 国际化战略，定制适用于海外版用户的本土化优质应用，让公司正式进入数字藏品生态、实现更为精准的广告投放大幅提升广告收入，同时改善用户使用体验、增强产品交互感、吸纳更多新用户。



▶ 数字藏品平台在原创自主区块链平台优秀应用案例评选比赛中荣获“优秀案例奖”



## 协同芒果生态

### 协同合作

为了进一步提升公司业务的整体效益，芒果超媒积极推动各业务条线的整合，从电视剧生产、艺人经纪到音乐版权、IP 衍生开发和媒体零售等各个方面加强协同合作，不断探索新的生态协同模式，加强整体运营能力和市场竞争力。公司采用全产业链高效链接的模式，将创作、营销、宣传等环节紧密结合，形成了一个有机的、全方位的业务链条。

#### 案例 生态协同，开启露营经济

公司以《花儿与少年·露营季》为起点，契合当下最火热的年轻社交场景，全新推出“巡演计划”，开启“露营经济”又一潜力增长赛道。“巡野计划”以城市露营派对的新消费形式，构建了一个结合线上内容+线下露营基地+场景化内容交互平台，实现森林音乐会+户外脱口秀+天幕集市多场景串联，人们在轻露营中重拾生活的烟火气，品牌也为重振线下市场接入一股强心剂。同时，小芒电商上线露营装备，多方互动促进“露营经济”。



▷ “巡演计划”

#### 案例 互动阅读小说平台 MISTORY

2022 年 3 月，芒果官方互动阅读小说平台 MISTORY 正式上线。MISTORY 以芒果 TV 特色内容为核心，向用户提供多种题材的互动阅读作品，提升阅读过程中的参与感，感受沉浸式的阅读体验，是芒果 TV 为用户量身打造的休闲娱乐阅读平台。未来 MISTORY 或将互动阅读类产品打造成 IP 孵化的一种内容形式，通过移动端的便捷创作工具吸引各类写手在短时间内生产海量内容，并在此基础上形成 UGC 社区，补充芒果 TV 产品线，提升用户活跃度和黏性，活跃社区氛围。



### 综合治理

芒果超媒严格贯彻落实文娱领域综合治理工作要求，制定《意识形态工作考核办法》，坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向、审美趣向，牢牢掌握意识形态工作话语权和主动权，做好平台内容和艺人管理，切实维护意识形态安全，助力推动行业健康、繁荣发展。

#### 深化工作专班长效机制

- 成立“文娱领域综合治理工作小组”，牵头影视、综艺、艺人、游戏线下等 7 个专项小组，从维护市场秩序、压实平台责任、严格内容审核等 7 个方面、16 个发力点严格执行治理工作。

#### 专注内容创新

- 将资金、资源投入到内容创作本身，摒弃“唯流量论”选人标准；
- 注重正能量注入，避免“泛娱乐化”倾向；
- 在现实主义题材创作布局上倾注重心。

#### 深化经纪人队伍建设

- 注重提升艺人经纪团队管理人员水平，不断加强思想政治素质和专业技能素质培养，建立一支有情怀、守纪律、专业化的高水平经纪人队伍。



▷ 文娱综合治理工作



#### 强化导向把关

- 在严格落实内容三审的基础上，形成重点内容“四审”机制；
- 升级 AI 智能审核系统，2022 年申请 233.5 万专项资金，增采 23 台服务器，加强对存量内容中有违新形势新要求部分的清理查删，累计处理在线“问题人物”相关内容 2.5 万余条，积极巩固上阶段文娱领域综合治理成效；
- 所有游戏严格三审，防止出现诱骗消费、价值观错误等内容；
- 实景娱乐门店建立剧本年龄分级制度，杜绝采购涉及软色情、暴力等内容剧本。

#### 严格艺人管理

- 艺人日常管理坚持“四严格三严禁两鼓励”，严格规范艺人片酬，坚决杜绝艺人出现“阴阳合同”等逃税方式；
- 强化签约艺人意识形态相关学习培训，积极引导艺人自觉尊重社会公德，恪守职业道德，鼓励艺人参与到社区服务、社会服务中；
- 加强艺人舆情管理，艺人社交平台内容严格遵循“五审”制，不定期开展合同梳理和风险排查，提前规避风险，将艺人后援会账号全部收归官方统一管理，24 小时动态监测；
- 积极引导粉丝，坚决杜绝未成年人参与应援活动，杜绝唯流量、唯颜值的畸形偶像文化，向粉丝宣导健康青年文化。



天娱传媒全面落实中央关于集中开展文娱领域综合治理工作精神，积极建设一支讲品位、讲格调、讲责任的演艺人才队伍。一是进一步强化艺人和经纪人的社会主义核心价值观教育，对涉及违法违纪、违背公序良俗等问题，坚持一票否决。二是不断提升艺人社会责任意识，鼓励艺人参与社区服务、公益活动，培养德艺双馨的艺人。三是规范专业流程管理，不断建立健全各项规章制度，持续完善公司艺人经纪业务与审计、财务、纪检、法务等流程的全过程闭环管理体系，相互促进、相互监督。四是深化经纪人队伍建设，不断加强艺人经纪团队的思想政治素质和专业技能素质培养，建立一支有情怀、守纪律、专业化的高水平经纪人队伍。

### 案例 天娱传媒艺人团队建设成绩斐然

天娱传媒始终坚持守正创新、引领风潮，系统科学的艺人管理方法和经验多次得到国家广电总局领导的高度表扬，获得了行业内的一致认可。2022 年 9 月，中国广播电视社会组织联合会会长范卫平前往天娱传媒进行调研，高度肯定了天娱的艺人管理工作。



▶ 中广联合会现场考察天娱传媒

## 真诚芒果，守护你我

### ▶ 保护知识产权

芒果超媒高度重视对知识产权的保护，不仅自觉遵守法律、行政法规的各项要求和上市公司运营规范，认真履行主流媒体社会责任，反对不正当竞争和商业贿赂及欺诈等违法行为，还研发推行了芒果超媒《商标管理办法》和快乐购《知识产权管理办法》等管理条例。2022 年，公司在企业运营各方面持续增强合法合规能力，特别是在公司核心资产知识产权保护方面，注重从法律角度保障公司持续合规创新能力，重视自身知识产权保值增值，积极维护文化市场竞争秩序。

为有效地管理公司数量庞大的知识产权资产，公司引入版权维权管理系统、商标管理系统和专利管理系统，实现了对公司各类知识产权资产的有效管理和实时追踪，为公司的知识产权开发与运营提供了有效保障。

在版权保护上，针对互联网版权侵权行为，公司采用多维度、多步骤的维权方式，组织专人及专业机构进行实时监测和维权，高效打击侵权行为。将竞品肃清划分为高热作品肃清、存量作品肃清、重点竞品平台肃清等多个维度，按照作品热度、竞品平台的不同实施不同的肃清力度，推动维权肃清工作精细化并扩大盗版打击范围，肃清质量较去年提升明显。同时建立常态化维权取证机制，储备诉讼调解证据，针对竞品平台主动侵权或用户上传侵权链接的行为建立常态化维权取证机制，进行可诉资源的储备，并降低被诉风险。

热播作品《尚食》成功纳入国家版权局《2022 年第一季度重点作品版权保护预警名单》，获得国家版权局重点保护。



商标保护方面，芒果超媒根据公司的发展规划，建立了商标及品牌战略体系，对商标和品牌进行分级分类管理，确定了“芒果系”和“快乐系”两条核心品牌矩阵，通过一级商标的集中统一管理基本解决了内部商标重复申请以及相互冲突的问题。其中，“芒果”品牌是公司以及整个集团的核心知识产权，“芒果”品牌以及“芒果系”商标的保护是知识产权保护的核心工作。在国家知识产权局政策不断收紧的情况下，公司突破重重困难，通过复审、行政诉讼、求助知识产权主管部门等各种方式，在 2022 年获得了“芒果超媒”“芒果娱乐”等核心商标核准注册；与此同时，为防止“芒果系”商标被淡化，公司也坚持每月定期监测并针对存在仿冒、搭便车的行为及时进行维权。

**关键绩效**

报告期内，公司商标申请

**256** 件

核准

**331** 件

**截止报告期末**

公司及其下属子公司已申请商标共

**4241** 件

登记软件著作权

**245** 件

申请专利

**836** 件

已获得核准共

**3189** 件

登记作品著作权

**428** 件

已授权专利

**214** 件

申请中商标

**271** 件

已备案域名

**41** 件



**案例 及时监测与维权，品牌保护成果显著**



公司针对“芒果斗地主”“芒果”“秀芒超媒”等商标和“上海瑞勤文化发展有限公司”不正当注册、使用“芒果探案馆”“芒果游米”“芒果探长”等商标的行为提出异议，获得了国家知识产权局支持，有效阻止了相关“芒果”近似商标成功注册，有效保护了“芒果”品牌。

**案例 商标维权首战告捷，切实守护核心品牌**

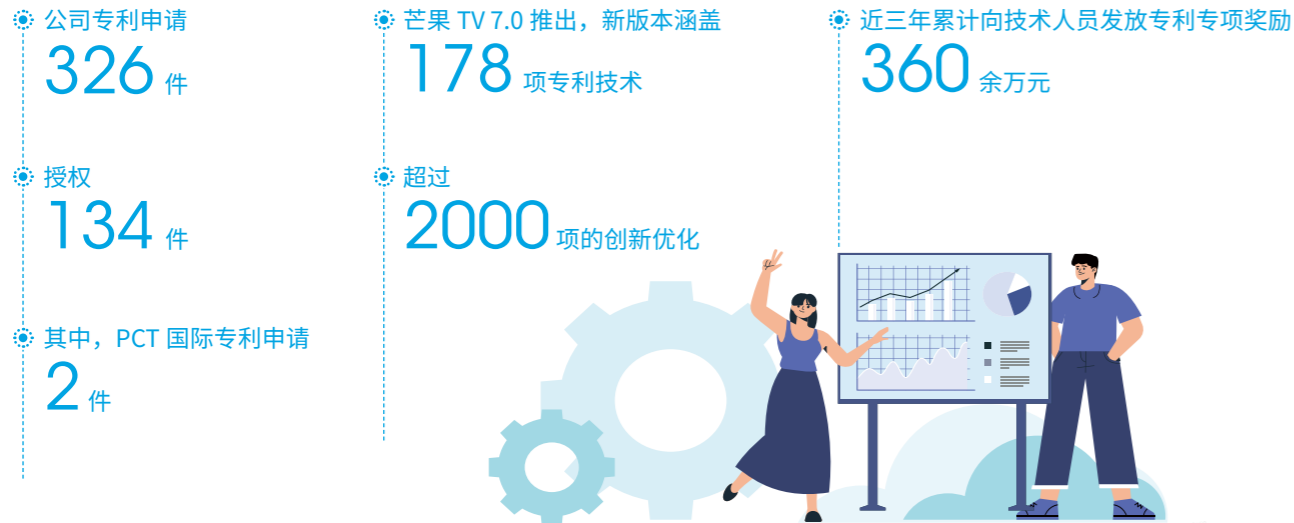


“芒果 TV”是公司的核心商标，随着品牌知名度越来越高，市场上仿冒“芒果 TV”商标的行为也越来越多。为防止“芒果 TV”商标被“淡化”，切实保护好公司核心品牌，公司针对四川成都三个“芒果 KTV”经营主体提起商标侵权诉讼，经过多次向法院提交对方侵权证据与我方知名度证据后，最终三个商标维权案件均获得胜诉，且公司获得侵权方赔偿款 13 万余元。2022 年“芒果 TV”商标诉讼维权案件，形成了对公司有利的在先判决，为公司后续为“芒果 TV”商标的维权奠定了良好基础。



在专利保护上，公司始终坚持以市场为导向，自主研发具有核心竞争力的创新产品，在做好互联网视频平台“芒果TV”和电商平台“小芒”等核心主营业务产品的同时，还聚焦5G视频、虚拟制作、数字藏品区块链等前沿技术，积极推进技术创新及专利保护。

报告期内，



### 案例 答知产题，调动知产保护积极性

2022年4月，为迎接第22个世界知识产权日的到来，公司子公司快乐购联合长沙市开福区市场监督管理局（知识产权局）组织了面向全社会的“参与知识产权答题，赢芒果TV会员卡”主题活动，该活动获得了社会各界人士的广泛关注与参与，促进了人们对知识产权保护积极性的提高，并获得省市区三级知识产权主管部门一致好评。同时，本次活动还被开福区市场监督管理局（知识产权局）列入开福区知识产权运营保护成果特色项目，并在2022年12月迎接湖南省政府督查中，作为开福区积极宣传国家知识产权战略成果进行展示。

[微信公众号知识产权答题活动宣传海报](#)

### 答知产题 赢芒果TV会员卡

**答题时间** 4月26日10点-24点

**参与对象** 全球芒果er及感兴趣的社会各界人士

**答题形式** 线上答题（手机端和电脑端均可参与），共计25道知识产权内容相关单项选择题。

**奖项设置**

- 一等奖40名（芒果TV会员卡1张）
- 二等奖60名（芒果TV会员卡1张）
- 三等奖100名（芒果TV会员卡1张）

**评审规则**

2022年4月26日24:00之前提交的均为有效答卷，按照有效答卷分数排名确定获奖者（分数相同的以答题用时较少的为获奖者）。

**温馨提示**

- 请注意答卷提交时间，确保答题有效性；
- 请注意正确填写联系信息，以免影响奖品派送；
- 答题活动结束后之日起7个工作日内未收到获奖通知的，可发送邮件至jianfang@mgv.com查询获奖情况。

### 案例 天娱传媒音乐版权保护工作

以音乐版权为主营业务之一的天娱传媒，也积极推进与其他公司的版权相关合作、探索为他们提供版权服务的可能性，同时积极清理公司现有IP库存版权，组织影视部门推进库存版权盘活计划，建立库存版权科学的评估机制，完成即将到期的影视版权的清理与转让。2022年，公司新增版权歌曲数量126首，总曲库数量超过1700首。

## 提升用户体验

### 质量保障

芒果超媒按照ISO 9001标准建立和实施质量管理体系，遵循PDCA循环的质量管理方法，制定质量管理目标并开展质量管理活动。公司采用敏捷研发管理方式，根据产品实现生命周期，规范统一每个项目产品的需求交付工作流，实施全过程的质量管控流程及方案。

- 全面推行QC作业前置，质控作业延伸到市场业务前端，加强产品前端环节的质量管理，确保质量在源头上得到保证。
- 在供应商到顾客的采购、销售、发货等各个中间环节，通过一系列的质量控制活动，确保向客户提供良好品质、及时交付。
- 打造专业质控团队，负责产品全过程的质量计划、质量控制和质量保证活动，同时带动业务人员，利用内部评审和专项审计、根因分析等各种手段和方法，全员开展纠正、预防和持续改进工作。

### 客户服务

芒果超媒从成立之初就树立了“客户至上”的服务理念，2022年，为更好地满足消费者的需求，提高竞争优势，公司以“客户至上”为核心重塑会员售前售中售后全流程，实现会员精细化运营及潜在需求的深度挖掘，不断加强与客户沟通，为客户提供具有更高附加价值的产品与更多的增值服务项目。

芒果TV全面升级会员权益，以每月至少一次的高频率开展会员权益活动，在不同地点近距离与用户接触，从内容、衍生、权益、联合会员、周边等多个方面，洞悉用户需求，了解用户痛点，借此完善产品、丰富服务。

### 案例 芒果 TV 会员打卡“大运号”卫星发射活动



2022 年 2 月，芒果 TV 携手负责大运号（星时代 -17）主研发的成都国星宇航科技股份有限公司，通过前期线上招募，邀请了 4 位芒果 TV 会员来到海南文昌火箭发射基地，参观航天科普中心，听专业人士讲解航天历史和相关重大事件；现场免费见证“大运号”卫星发射全过程；参与庆功宴，近距离向航天科研人员学习。



芒果 TV 会员打卡“大运号”卫星发射活动

快乐购针对不同的客户采取不同的服务策略，建立了完善的客诉反馈机制和客诉投诉处理流程，让客户购物无忧。

### 案例 快乐购快速高效处理客诉



宁波黑卡会员曹某投诉人民币产品售后问题，快乐购售后团队积极协调、快速响应，以优质的服务得到了客户的好评，客户主动邮寄一面锦旗表扬售后团队的优质服务。



客户表扬锦旗

## 确保信息安全

### 网络安全

公司完善了《芒果 TV 网络安全手册》《安全播出和网络安全应急预案》《芒果 TV 业务系统安全管理制度》《办公系统综合管理制度》《机房安全管理办法》《公司域名管理办法》等，从制度层面切实保障了网络安全。同时还成立了芒果 TV 网络安全工作领导小组，确保平台导向管理、舆情管控、信息安全、技术保障到位，有效防范和降低传播风险，以最高的标准落实意识形态责任制，从战略层面把控全局，服务公司发展大局。

为加强日常网络安全维护，公司开展了全方位多层次的风险排查与安全加固工作，覆盖机房巡检、资产清点、账号口令排查、安全基线加固、渗透测试、安全众测、网络安全培训等。



网络安全培训活动

制定了完善的专项应急预案，并进行了全面安全演练，覆盖核心业务、运维安全、办公网等；三级业务系统通过了专业等保机构的测评。

高质量完成了网信办、公安机关、广电部门等各级主管单位的检查工作，在省市公安机关组织的 2 场安全演练中获得嘉奖。

### 为保障网络安全所采取的措施

上线了主机版入侵检测系统 HIDS、新堡垒机、软件成分分析系统 SCA、安全网关 Path 白名单、芒果系统围栏等项目，网络安全保障能力上升到更高层次。

**案例 预防数据泄露，测试与实战考验并重**



**渗透和漏扫加固**

公司子公司快乐购每年都委托第三方机构完成全系统的渗透测试和漏洞扫描工作，确保信息系统安全可靠。

**“护网 2022” 攻防实战考验**

2022 年 8 月 23 日至 9 月 1 日，在长沙市公安局举行的“护网 2022”网络攻防演练中，提前组建了护网防护小组，制定严密的防护方案，最终顺利完成了本次网络攻防演练。

除公司内部进行一系列的测试和系统加固外，公司还与其他平台和机构合作，以提高网络安全保障能力：

与中国信息通信研究院、湖南省电子信息产业研究院达成友好合作关系，就个人信息安全、应用安全、安全加固、个人隐私信息保护合规方面，为公司提供咨询和检测服务。

App 安全持续集成与部署平台项目：2022 年 7 月与爱加密和梆梆合作，在现有集成部署平台上完善 App 加固、安全扫描、提高安全保障能力。

**数据安全**

**数据安全平台建设**

近年来，《数据安全法》《个人信息保护法》、新版《网络安全审查办法》等相继出台，国家层面明确提出建立数据分类分级保护制度，公司着手开发了数据资产分类分级平台，以便于进行科学的数据安全治理和建设，并于 2022 年在数据管理层面完成了数据分类分级平台和数据安全管理平台的建设。

梳理企业所有数据资产，优化数据管理成本

根据分类分级结果，制定不同数据安全策略，有效保护用户个人敏感信息和企业重要数据资产

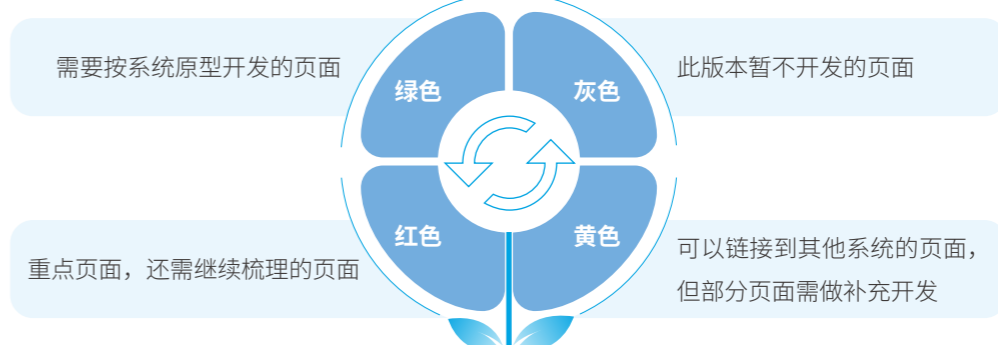
提升业务运营效率，降低业务风险

提高数据安全，满足监管所需的合规性要求

▶ 数据分级分类安全管理机制

数据安全平台从组织建设、制度保障、数据资产、数据审批、管理审计、合作方管理、教育培训、举报投诉、应急响应、数据全生命周期管理、合规性评估等维度对数据安全进行规范管理，帮助数据安全工作实现标准化、流程化的工作流程，共包括绿色、红色、黄色及灰色 4 个模块，各有其不同含义。

当前，数据安全平台功能已经开发完成，目前在相关信息输入维护阶段。

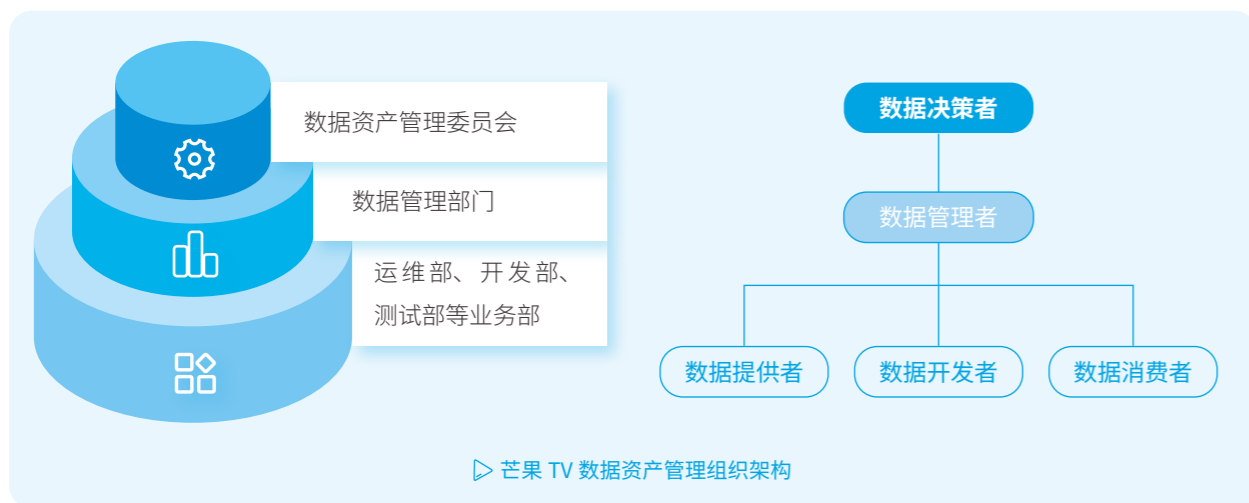


数据安全平台模块含义



### 数据安全预案应对措施

当前，数据安全面临着诸多挑战，如果企业数据安全能力不足，在制度、人员、机构设置等多方面缺乏实际落地经验，将产生数据安全风险、泄露等诸多问题，从而给企业管理者带来法律、政策风险和经济损失。为此，公司子公司芒果 TV 从管理层、领导层出发，由上至下建立了数据资产管理规范，形成了全面的标准规则体系和执行调度流程。



典型的数据资产管理一般由数据资产管理委员会、数据资产管理中心和各业务部门构成，各个部门都有相应的责任：

部门名称	角色	责任
数据资产管理委员会	领导数据资产管理；决策数据资产管理重大工作内容和方向	在数据角色方出现问题时负责仲裁
运维部、开发部、测试部	数据生产者	对数据生产过程中的数据安全有生产端安全责任；保证数据采集、传输等过程安全
数据管理部门	数据资产管理	负责牵头制定数据资产管理的政策、标准、规则、流程；协调认责冲突；在数据资产安全管理方面，制定各项数据规则并监督规范落实情况；负责数据资产管理平台中整体数据的管控流程制定；负责提供安全的数据开发、查询平台和数据接口
数据运营、数据消费等业务部门	数据使用者	安全责任

2022 年，芒果 TV 在大数据安全风险排查层面建立了包含数据泄漏自查等在内的各项相关预案管理机制。其数据平台已全面上云，使用存算分离架构，使数据永久存储于对象存储上并使用托管的 HADOOP 集群；采用分布式架构解决海量数据的采、存、算、查的技术并对数据进行全面治理，以保证数据的准确、安全、可靠和及时性。

目前，芒果 TV 大数据技术一级架构包括以下几个重要的模块，相互之间协调合作进行数据存储和处理，以保障业务更好地用“数”来发展。同时，芒果 TV 在构建大数据平台时，还结合企业自身情况，参考大数据整体技术选型方案，选择了安全、快速、稳定的技术组件进行部署。



▶ 数据安全培训活动



## 隐私保护

2022 年是在《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》法律架构细化落实隐私保护的一年，芒果超媒高度重视数据安全与隐私保护，采取了一系列措施完善用户个人信息保护体系，循序渐进的推进各项数据安全与隐私保护的措施落地。

### 拟订完善隐私政策等隐私文件

根据新的监管要求修订和完善公司旗下 APP 产品《个人信息保护政策》，为大芒 APP、在芒 APP、数字藏品平台等新产品拟定全套隐私文件，让用户充分了解个人信息的收集与使用情况。并为旗下主要 APP “芒果 TV”、“小芒”拟订《隐私保护指南》《权限申请与使用情况说明》等，指引用户完成对其提供的个人信息的授权管理。

### 参与国家数据合规领域标准建设

作为编写单位参与编写中国电子信息行业联合会团体标准《数据合规管理体系要求》。

### 搭建数据合规运行流程

根据法律相关规定，对个人信息处理活动事前进行合规评估，并制定新产品开发、新 sdk 接入合规评估流程，将隐私保护融入到产品开发生命全周期当中，将隐私保护理念与用户体验相结合。

### 数据资产分类分级

梳理、识别公司重要数据资产，搭建数据资产分级分类平台，对数据资产分类分级（包括非敏感数据、较敏感数据、中敏感数据及高敏感数据四级），制定相关规范、流程，做好分级管控和安全防护，为用户个人信息的有效保护提供保障。

### 政策研究与外规内化

将隐私保护与数据安全相关法律规定和标准要求，拆解为公司内的合规要求，作为合规落地及合规评估的依据。将合规监管风险点嵌入到产品开发与数据处理的各环节，贯穿决策、执行、监督全过程。



芒果 TV 成立了信息安全委员会，规划了数据安全小组、隐私合规小组、信息审查小组、产品技术小组、应急与协调小组，积极搭建各项制度。通过开展管理体系认证、网络安全宣传、信息系统安全演练等工作加强公司数据安全与个人信息安全合规管理，提升员工信息安全意识。

2022 年 9 月，公司子公司快乐购更新了个人信息保护政策和用户服务协议，采取了应用安全测评、信息安全合规测评、取得 ISO 27001 管理体系认证证书等全方位隐私保护机制。



快乐购信息安全管理体系认证证书

### 案例 多次全面检测，隐私保护合规

2022 年 5 月和 11 月，公司两次针对芒果 TV APP ios 端和 Android 端进行了个人信息采集以及隐私信息保护合规全面咨询和检测，均符合国家个人信息隐私保护相关法律法规。

### 案例 全链路 sdk 监控平台项目

2022 年 3 月，公司与中国信息通信研究院（简称：信通院）移动应用创新与治理技术工业和信息化部重点实验室进行课题研究合作；2022 年 6 月，芒果 TV 提交的课题《终端 sdk 智能监测与管控的关键技术和方法研究》成功申报国家工业和信息化部重点实验室开放课题项目，并获得资金支持。

该项目结合国家监管要求，采用静态代码、资源、数据扫描检测、运行时内容检测等技术，依据网络安全等级保护要求，全面监控移动端 sdk 中存在的安全漏洞、不合规项。能针对 sdk 权限滥用、信息非法收集、非法外部跳转等行为进行拦截、过滤、缓存、映射，并将相关业务数据上报，以保障 APP 业务的持续健康发展。



芒果 TV “终端 sdk 智能监测与管控的关键技术和方法研究”课题立项公示图

## 未成年人保护

2022 年，国家网信办就《未成年人网络保护条例（征求意见稿）》，对未成年保护提出了更严格的监管要求，芒果超媒切实执行监管要求，履行互联网平台对未成年人用户的保护责任，为未成年人筑起了全链条、全方位的平台保护屏障。

公司始终秉持“齐心协力打造良好的互联网环境，增强责任意识，为未成年人良好价值观的树立保驾护航”的管理理念，建立了从产品技术、内容审核、内容运营多维监管体制，以保障青少年模式安全纯净的使用体验。

▶ 未成年人保护管理机制



“芒果 TV”APP 作为网络音视频类 APP，按照法律法规要求为旗下 APP 单独制定了《未成年人个人信息保护政策》，并针对未成年人设置了“青少年模式”，在用户进入 APP 后通过首页首屏弹窗告知用户可选择开启“青少年模式”，以便让未成年人及其监护人更好地选择适合未成年人的页面，也方便互联网平台更好地识别未成年人。

近年来，芒果 TV 还对青少年模式进行了产品技术升级改造，应用加强加严了青少年模式的管控体验。

### 案例 芒果 TV 青少年模式管控加强

- 将“青少年提示弹框”由寒暑假每日弹出调整为全年每日启动提示。
- 加强青少年观看时间时长限制，增加“时间锁”功能，青少年模式下观看超过 40 分钟时，需要家长或监护人解锁，增强家长和监护人的管理权限，防止青少年用时过度及沉迷体验。
- 青少年模式下，芒果全线产品做了“纯看”与“清屏”处理，屏蔽应用内弹幕、私信聊天、拍摄发布、点赞打赏、充值提现、视频直播等功能，净化互联网环境以便青少年获得更好的使用体验。
- 新增“游客青少年模式”，即未登录也可开启青少年模式。
- 数字藏品活动，芒果严格要求参与者进行身份识别，通过“人脸+身份证+姓名”三要素来确保每一个参与活动的用户身份。



▶ 芒果数字藏品实名认证界面

#### 不适宜信息隔离

该模式下的内容专区精选适合未成年人观看的视频内容，避免未成年人接触可能影响或者危害其身心健康的网络信息

#### 网络沉迷预防

该模式下，设计“时间锁”和“禁用时间”功能，限制未成年人持续使用 APP 的时长和时段，守护未成年人身心健康

#### 未成年人网络支付能力及风险防范

该模式下，限制未成年人在 APP 内购买、打赏等操作，防范未成年人超越自身支付能力购买服务

#### 未成年人个人信息保护

青少年模式下，平台不会针对未成年人进行用户画像及广告营销

▶ 通过“青少年模式”达到的目的





## 携手合作伙伴

作为行业领军企业，芒果超媒一直致力于推动行业的健康发展。公司积极开展多种形式的行业合作活动，携手合作伙伴开展战略合作、交流展会和行业大赛等，不断加强行业内各企业之间的合作与交流，促进技术创新与协同发展。

### 案例 芒果 TV & 华为视频共创融合新生态

2022 年 3 月，芒果 TV 与华为视频独家会员融合重磅上线，双方在会员、内容、广告、技术到运营的全方位进行深度合作升级，发挥各自在核心领域的优势，共筑以用户体验为中心的内容生态，通过资源共享、运营创新等形式，共同提升内容价值，为用户打造更极致的视听体验和更优质的会员服务，实现了双方内容品牌和效益的最大化。



### 案例 与中体空间集团签署战略合作协议

2022 年 9 月，芒果 TV 与中体空间集团在长沙签署战略合作协议，双方计划围绕综艺节目共创、运动员跨界、实景体验馆、线下赛事等多个方面开启战略合作，从产业生态上打通营销势能，为视听领域注入新活力，助推文体内容价值新增长，创造文体融合新模式。



芒果 TV 与中体空间集团签署战略合作协议

### 案例 “新芒 IP 计划” 征文大赛

为推出更多反映时代呼声、展现人民奋斗、振奋民族精神、陶冶高尚情操的优秀作品，创造丰富多样的中国故事、中国形象、中国旋律，创作出更多无愧于时代、无愧于人民、无愧于民族的精品力作，进一步光大文学价值，促进文学出版与影视生产传播的深度融合、协同发展，芒果 TV 与中国作家出版集团联合举办“新芒 IP 计划”征文大赛，面向全球汉语作家、文学爱好者隆重征稿，以期在优质文学 IP 与头部影视平台之间架起桥梁，推动优秀文化成果的创造性转化、创新性发展，共同打造立得住、传得开、叫得响、留得下的文艺精品。







### 案例 中国移动全球合作伙伴大会

2022 年 12 月，中国移动全球合作伙伴大会以“聚力融合创新 共谱数智华章”为主题，在线上举办。芒果超媒以线上参展的形式，全面展示了芒果 TV 的优质剧综内容、最新 VR 技术、元宇宙相关布局以及与中国移动深度合作的“动感地带芒果卡”等项目。



公司与中国移动联名海报

近年来，公司与中国移动进行全面战略合作，在大屏业务、5G 创新业务、出品拼播、衍生品电商等方面开展深度合作。未来，公司将持续与中国移动联手开拓新赛道，布局新业态，打造全新业务增长点，共同构建泛娱乐生态新模式，并不断探索搭建芒果“元宇宙”平台，打造未来传播形态。

 <p>与中国移动咪咕联合出品了国内首档健身生活观察真人秀《哎呀好身材》、首档奥运主题脱口秀《奥运叨叨叨》</p>	 <p>与广东移动联合出品音乐真人秀《寻找烟火里的声音》</p>	 <p>与移动咪咕联合出品《运动员联盟》《去炫吧！乐派》</p>	 <p>跨界打造联名号卡产品——动感地带芒果卡</p>
--	---	---	--

公司与中国移动的战略合作

**案例 芒种青年影像创作季**

2022 年，芒果 TV 与中国传媒大学联合发起的“芒种青年影像创作季”圆满落幕。自 2021 年面向全国展开征片以来，组委会已与全国 27 个省（区、市）86 所院校达成深度合作，并在全国范围内 71 所学校合作举办线下展映活动，共展映 234 场。

“芒种青年创作季”作为芒果 TV 校企合作的切实实践，通过整合高校教学资源与行业资源，为青年影像创作者提供专业、精准的扶持。通过舞台搭建、资金支持、专业点评，全面助力青年影视人才的孵化与培养。活动以在线形式为创作团队提供教学指导，通过建设性评述和集中深入的问题探讨，切实提升创作者专业技能，以数字化形式赋能艺术人才教育培养。



▶ 芒种青年创作季

**严格供应商管理**

芒果超媒始终重视供应链管理，坚持以阳光采购、尽职调查等方式，打造安全可靠的供应链结构和星级伙伴型关系，以促进供应商之间的友好合作，携手共赢。近年来，供应商（经销商）总数持续攀升，并以大陆供应商为增长主体。



指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
供应商（经销商）总数	家	1606	1900	2313
采购本地的供应商数量	家	617	729	989

**阳光采购**

公司严格遵守“廉洁、诚信、透明”的采购要求，并结合业务实际运营情况，严格执行《招标采购实施细则》《非招标采购管理实施细则》等规范制度；同时保证采购规范制度在公开招标流程、开标、评标、投诉处理等各环节中能够遵循合法、公开、公正、公平和效率的原则，并积极接受供应商及客户的阳光监督，从而有效防范采购活动中的商业贿赂行为，以保障各方利益。

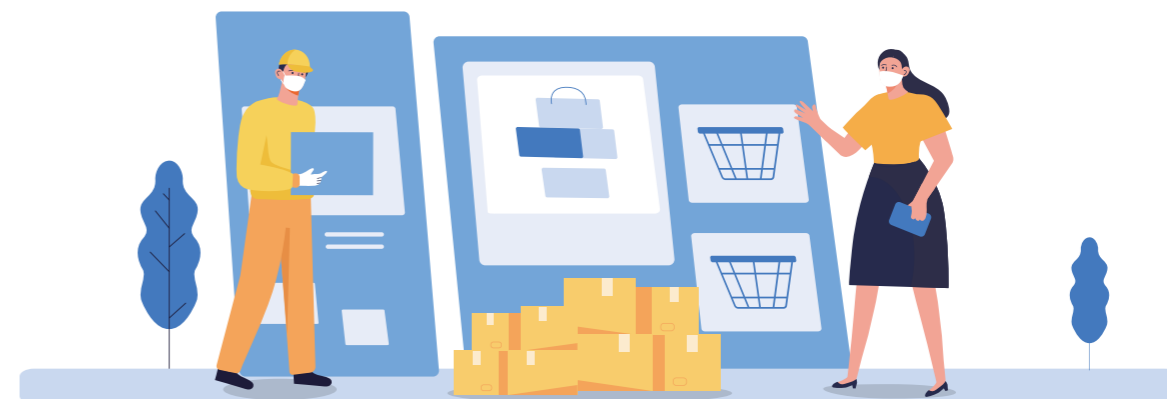


**案例 改革公开招标形式，推进采购轮岗制度**

快乐购一直秉持着公平、公正选择优质供应商的原则，持续规范《快乐购行政采购管理制度》，并把有效降低采购成本作为行政采购的方向和目标。2022 年，快乐购根据实际情况，通过学习与吸取外部经验，从金额和形式上对招标采购做出了大胆改革，并积极推进改革落地，真正实行了委托第三方公开招标采购，同时，对于采购岗这一岗位，也坚决推进了敏感岗位人员轮岗制度，保证了招标采购工作的公平、公正、公开。

**对供应商进行尽职调查**

公司严格执行《供应商管理制度》《供应商黑名单管理细则》等规范制度，进一步建立健全供应商信息库、评标专家库，根据尽职调查结果不断完善分档体系，进而对供应商进行综合评分管理，丰富供应商结构。对于在招投标活动、合同履行中存在违法违规、弄虚作假行为以及出现质量、履约、服务等问题的供应商，将视情节轻重和危害程度，采取暂停合作、纳入黑名单等处理措施。



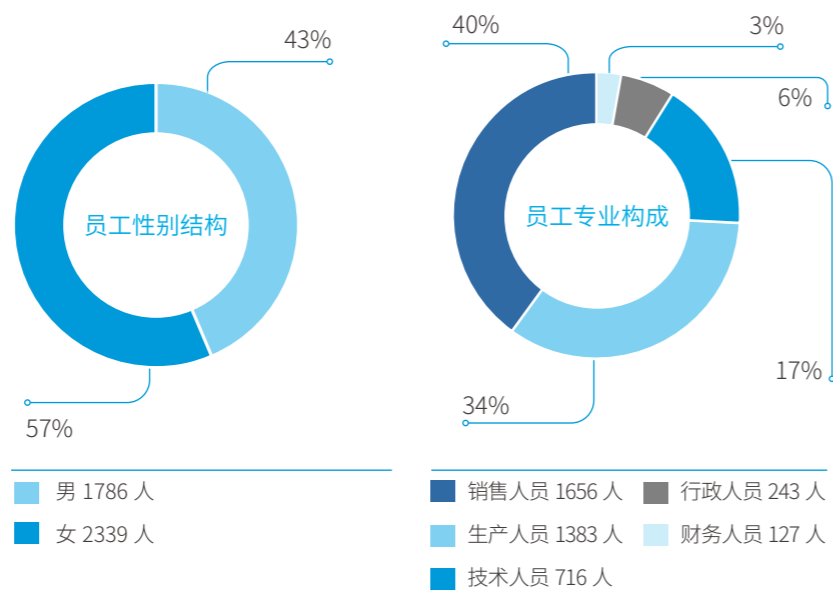
## 天生要强，逆势生长

芒果超媒建立完善合规的人才雇佣机制，持续升级与公司“天生青春”文化相适应、战略业务相结合、具有品牌影响力的员工发展体系，不断吸引和培养人才。通过不断推进制度与机制完善，切实保障员工权益、提升员工福利，落实安全生产责任制，着力提升各项人文关怀机制，不断增强员工的获得感、归属感与幸福感。

### 发现光芒新人

#### 员工雇佣

芒果超媒坚持合规招聘，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》等法律法规，依法禁止雇佣童工、保障男女性同工同酬、保障女性员工合法权益等，努力营造多元化、公平、公正的工作环境，确保所有员工不因宗教、性别、年龄、残疾等各种因素而受到差别化对待。公司同时制定《公司劳动合同管理办法》《员工异动管理办法》等内部制度，与员工建立合法、合规、平等的劳动关系，并形成员工行为规范。



#### 截至报告期末

公司及其下属子公司共有员工

4125 人

劳动合同签订比例为

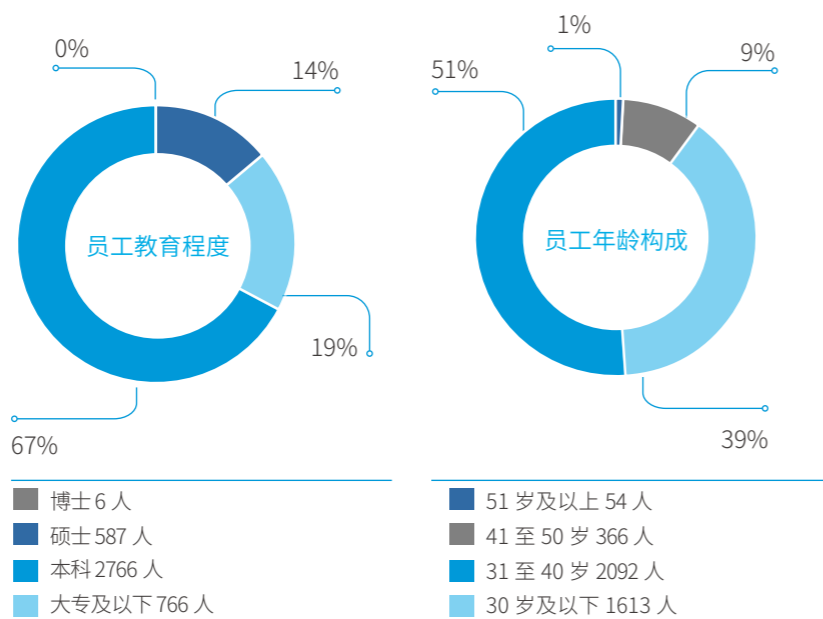
100%

社会保险覆盖率为

100%

体检覆盖率为

100%



### 案例 100 道光芒，00 后新人的成长纪实

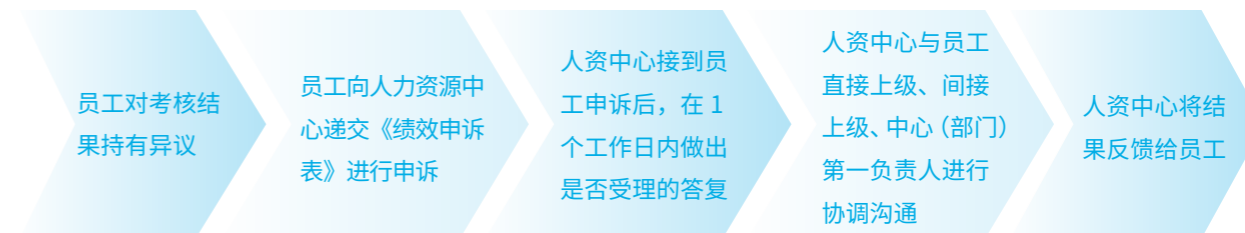
在全国稳住经济大盘电视电话会议召开后，公司第一时间响应党中央、国务院的号召，由湖南卫视、芒果 TV、小芒电商联合推出面向全国应届毕业生的招募培养计划《100 道光芒》。这是一轮招聘，公司旗下小芒电商面向全国应届毕业生开放 100 个小芒正式岗位；这也是一档节目，一档 00 后成长纪实节目，通过在湖南卫视、芒果 TV、小芒 APP 三平台全程播出 100 人 100 天挑战电商团队创业全过程，真实记录 00 后作为职场新人的历练过程，充分展现光芒新人的风采。



《100 道光芒 - 小芒招聘季》新员工入职大会

#### 员工权益

公司坚持保护员工的权益，严格遵守《劳动法》《劳动合同法》《妇女权益保护法》等相关法律法规，为给员工提供平等、公正、包容的工作环境，并制定员工权益申诉机制及相关处理流程。2022 年，公司完成修订《员工假勤管理办法》，严格执行国务院及省政府假勤管理要求，及时新增育儿假、护理假，保障国家、地方政策落地实施及员工基本权益。公司制定《公司绩效管理办法》，其中设置绩效申诉相关权益，保障员工申诉渠道畅通。



员工绩效申诉机制流程

#### 薪酬激励

芒果超媒薪酬按照价值分配的原则，根据个人所在岗位目标的贡献、责任、风险，结合公司整体效益和个人工作绩效，确定工资等级，以岗定薪，薪随岗变。公司确定的薪酬水平与公司的发展阶段及效益相适应，与本地区行业薪酬水平相比，具有一定的竞争力，能吸引、激励和留住人才。公司充分考虑企业发展利益与员工个人利益相结合，体现薪酬体系的外部竞争性、内部合理性、员工发展性、团队公正性，体现绩效、态度、能力的统一。

芒果 TV 制定《公司薪酬管理办法》《公司绩效管理办法》等制度，推动薪酬及激励体系不断完善，加强薪酬与业绩关联程度，创收部门同时实行“多劳多得、少劳少得”的绩效提成政策，给予绩优员工更高的劳动回报。此外，公司节目 / 影视剧项目相关人员的薪酬激励严格与项目播出效果挂钩，结合当年度节目 / 影视剧制作规模，相应修订项目播出效果奖励政策，以多项制度并举激励员工。

天娱传媒秉承“机会均等，能上能下”，“为有能力者，为年轻人倾斜”的理念，建立以岗位价值、个人能力以及个人业绩为基础的价值分配体系，构建具有市场竞争力的激励分配方案，鼓励员工努力创造价值，绩效激励向优秀员工倾斜。

快乐购持续推进薪酬绩效管理管控，完成修订《快乐购薪酬管理办法》《考勤管理办法》《快乐购绩效管理办法》等管理制度，以优化日常绩效考核，重点关注业绩增量和增长率变化与人力成本发放进度，及时调整薪酬绩效结构，精细化管控绩效结构。

## 成就耀眼青芒

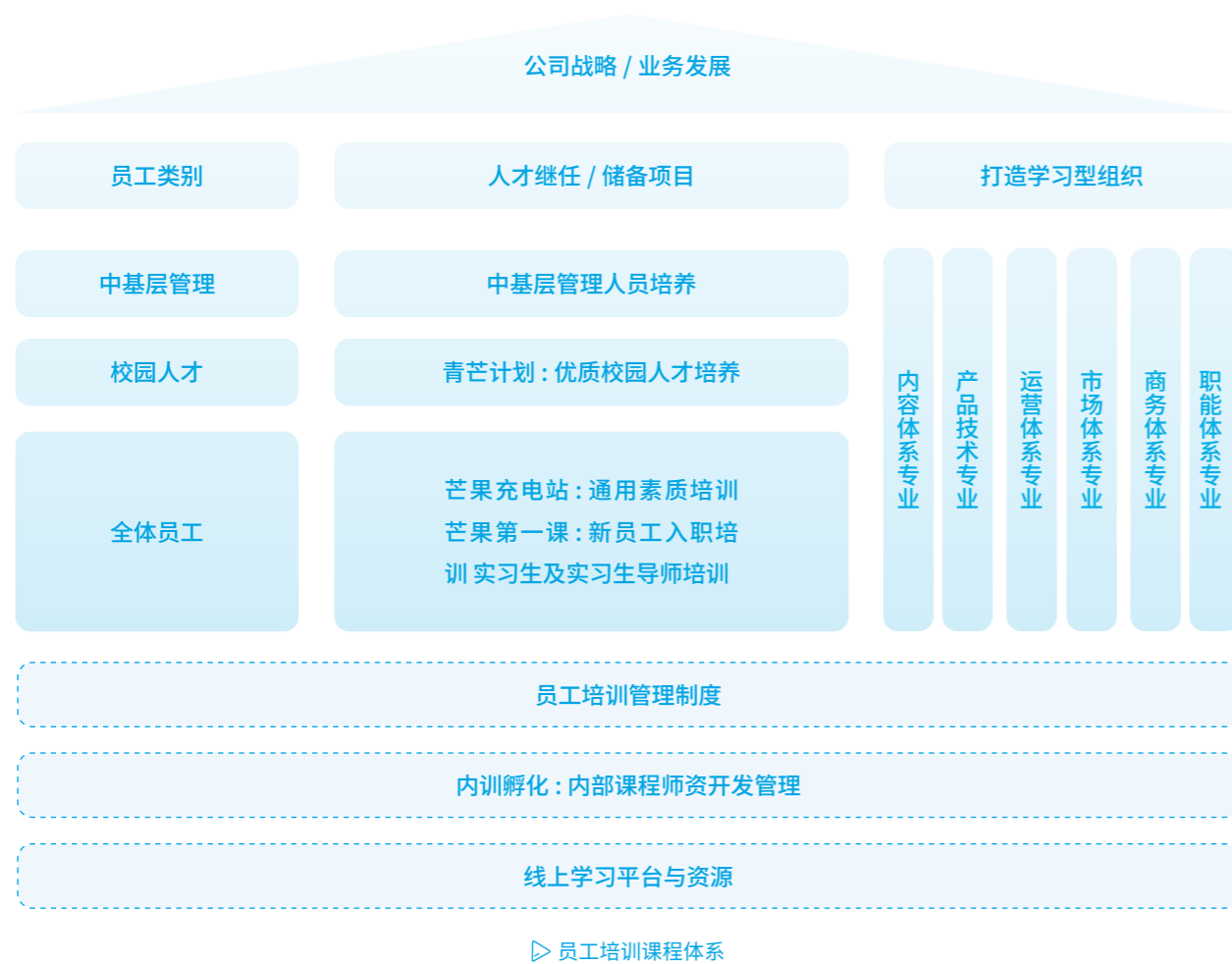
### 职业发展

芒果超媒设置“管理、专业和支持”员工职业发展三通道，使个人的职业目标与组织需求、战略发展方向相契合，实现企业发展与员工发展的双赢，帮助员工实现自我价值。公司同时建立内部轮岗机制，员工可自行选择公司间调动、部门间调动、专业序列晋级及内部竞聘等诸多职业发展路线，积极创造条件帮助员工实现个人职业发展目标。



### 培训体系

公司建立并持续完善员工培训体系，以系统化提升员工专业能力、认知水平和企业认同感，促进公司经营发展和组织绩效提升，强化建设与“天生青春”文化相适应、战略业务相结合、具有品牌影响力的员工发展体系，同时着重大力培养青年人才，建立并持续完善青年人才培养机制。



公司根据战略与业务发展，以线上学习平台与资源、内训孵化、员工培训管理制度作为培训的基石保障，以人才发展培养项目为抓手，形成全业务板块、各层级员工的培训课程体系。2022 年培训课程从意识形态、行业趋势、通用素质、专业能力四个板块展开，有效提升了管理人员政治素养、员工专业能力和综合素质，进一步打造了成长型组织。

#### 报告期内

公司旗下芒果 TV 全年共开展 **74** 项培训，共计 **668** 课时，覆盖各层级员工 **6,325** 人次，

培训完成率 **100%**

#### 案例 年度意识形态培训计划

2022 年，芒果 TV 共组织意识形态类培训 19 项，主要包含《学习习近平总书记关于文艺工作重要论述培训班》《内容安全系列培训》《宣传管理系列培训》《迎接宣传党的二十大 提升“六个能力”直播培训班》。第一期为鲁迅文学院《学习习近平总书记关于文艺工作重要论述培训班》习近平总书记关于文艺工作重要论述的理论精髓及丰富内涵，增强了文艺实践能力，为芒果 TV 创作出更多精品文艺作品打下坚实的基础。未来培训班将扩大学员范围至湖南卫视、芒果 TV 双平台，不断巩固双平台在企业政治建设、思想建设和文化建设上的成果，让双平台正能量更强劲、主旋律更高昂。



▶ 学习习近平总书记关于文艺工作重要论述培训班第一期剪影



▶ 内容安全系列培训剪影



### 案例 开展知识技能培训

报告期内，芒果 TV 共组织 6 项行业趋势类培训活动、8 项通用素质类培训及 37 项专业能力类培训活动，全面提升员工技能与通用素养，课程包含《中国移动互联网发展启示录》《视频内容发展现状与趋势培训》《EXCEL——高能函数和公式》《数据思维与分析》《玩转数据工具产品》《产品技术提升系列培训》《广告营销销售力培训》等。培训活动让员工进一步了解了互联网视频发展现状，洞察了互联网视频发展特征，把握了互联网视频发展趋势，满足了员工对针对性职业知识与技能学习需求，促进了行业人才的培养和业务技术的攻坚，增强了公司内部成长型文化的建设。



▶ 芒果 TV 开展行业趋势类、通用素质类、专业能力类知识技能培训



### 案例 开展行政公文专题培训

为进一步规范公司行政管理工作，提升各单位公文处理水平和规范写作能力，2022 年 11 月 4 日，公司邀请专家现场授课，从常用公文写作、公文格式规范和公文处理流程三大方面开展行政公文专题培训。湖南卫视、芒果 TV 双平台及芒果超媒下属各子公司的办公室负责人、文秘及相关岗位员工共 120 余人参与了学习。



▶ 行政公文专题培训现场



### 案例 管理与专业双线培养

2022 年，子公司快乐购在人才培养上管理（M）和专业（P）双线并重，对“双线”人才培养赋能。管理线上，举办储备基层人才池的“快乐青年军”培训活动。专业线上，实行矩阵培养，有以提升团队凝聚力为目标打造的“乘风破浪的我们”特训营、以帮扶新人快速成长的“会员经营管理部新人培训项目”，以及以提升员工带货能力的“抖音直播能力培训”等，通过诸多培训项目全面打造特色培训体系，提升员工业务能力及综合素质。



▶ “乘风破浪的我们”特训营第一期



▶ 快乐购“快乐青年军”培训



▶ 快乐购会员经营管理部新人培训项目



▶ 抖音直播能力训练营



**案例 青年人才培养机制**

公司进一步完善并升级青芒计划、芒果青年说等一系列青年人才培养机制，着力培养青年人才，为员工提供公平、开放、包容、碰撞的发展平台，不断激励员工发展成长，为公司的可持续长远发展提供充足高质量储备军。

2022 年，公司举办第七届“芒果青年说”，面向双平台青年征集提案，为芒果青年提供融合共创、赋能成长的机会。本届比赛的参与人数、征集提案均创历史新高，推进了 21 个项目孵化落地。芒果青年人的声浪在这里被倾听、被优化、被采纳，青年说的平台机制持续促进公司内生发展动力不断提升。此外，快乐购《我是大美人》节目面向所有芒果员工进行创意方案征集，小芒电商首次设立“光芒创作奖金”，以 30 万创作奖金为小芒种花晚会征集创意，持续提升员工发展激励机制，携手员工共创共享、促成双赢。



▶ 芒果青年说总决赛现场



▶ 公司举办第七届“芒果青年说”赋能青年员工成长



**温暖芒果家庭**

**民主管理**

为依法维护并切实保障职工的合法权益，芒果超媒依照《工会法》和《中国工会章程》有关规定成立工会，依法落实换届工作等组织建设活动。同时持续完善职代会和职工监事制度，定期召开职工代表大会，通过大会选举公司职工代表监事，在涉及员工切身利益的重大公司经营与管理等问题上由职工代表提出意见和建议，确保员工参与民主管理与民主监督，营造民主公平的职场环境。



▶ 芒果超媒职工代表大会选举现场

**案例 《世界咖啡》座谈会，畅通员工沟通渠道**

快乐购在公司内部打造《世界咖啡》座谈会，建立普通员工和管理层之间的对话。座谈会上，管理层与一线员工进行面对面对谈，对公司发展痛点进行头脑风暴。一线员工围绕业务与管理层进行交流，畅谈困惑、想法、建议。管理层直面问题，解答员工困惑，对有建设性提议立马牵头督办。全年开展三期，面谈员工 53 人，共提出改善建议 100 余项。



▶ 快乐购打造《世界咖啡》座谈会



### 安全健康

公司秉承“以人为本，安全第一”的安全管理理念，始终严格遵守国家和地方政府有关职业健康法律、法规、标准，在公司上下强化安全红线意识。通过不断完善安全工作制度，强化安全工作责任，落实安全工作措施，着力构建安全工作长效机制，牢固树立安全发展理念，牢牢守住安全生产底线，切实维护员工生命财产安全，为公司的安全生产与可持续发展筑牢防火墙。

#### 关键绩效

报告期内，芒果 TV 共在 **10** 个办公区组织 **8** 场消防应急演练 共 **3000** 多名员工参与演习

#### 案例 定期巡检保平安

公司每日上班、下班、午夜三个时间段定时对工作范围进行 6 趟细化巡逻安全检查、做好巡查登记；每月对单位消防器材配备进行检查，符合要求，维护到位，配套设施进行正常，消防监控值班登记详细，消防通道及应急疏散、安全出口畅通，安全标识、警示完好，电器线路符合安全规范；每年组织员工进行安全消防知识培训。



公司安保人员进行安全巡检



#### 案例 消防知识培训，提升组织人员安全应急能力

2022 年“安全生产月”期间，公司特邀专业教官对员工进行了消防知识培训，通过真实火灾案例，仔细讲解了如何预防火灾、如何扑救初期火灾、如何使用灭火器材、如何自救逃生、如何正确报警等知识，并提醒员工要注意日常用火、用电安全，严防火灾事故的发生，树立防患于未“燃”的安全理念。各区域消防安全员和员工在培训后进行灭火实操演练，不少员工掌握了正确使用灭火器、防火面罩的方法。通过身临其境的疏散演练和消防培训，员工切实提高了逃生自救的技能和消防应急能力。



芒果 TV 邀请专业教官对员工开展消防知识培训

#### 案例 反恐防暴培训演练，提升突发应急处置能力

2022 年，为提高对恐怖事件的突发应急处置能力，增强保安人员的安全防范意识，最大限度减少因恐怖暴力事件发生的人员伤害，公司定期组织保安团队开展反恐防暴培训演练，不断增强公司安全团队应对突发安全事件的能力，切实保障全体员工生命安全。



公司定期组织开展反恐防暴培训演练

**案例 定制安保方案，妥善应对突发状况**



2022 年，在节目安全生产方面，公司严格落实外拍项目的安全生产责任，安全保卫部针对各项目，量身定制了系统的安保方案。在项目录制前，由安保部联合制片部组织现场工作人员举行应急培训演练。拍摄现场均配备救护车和医护人员，以便及时妥善应对突发状况。公司 2022 年推出的迎接香港回归祖国 25 周年的综艺《声生不息·港乐季》以及名牌节目《乘风破浪》《披荆斩棘》等外拍项目相继顺利录制播出，收获口碑热度双丰收。



▶ 公司为外拍项目定制安保方案并开展相应培训演练

**员工福利**

公司积极关注并响应员工需求，持续完善福利体系，增强对员工的人文关怀，通过为员工营造良好的人文工作氛围，不断吸引人才，提升员工福祉与获得感，激发员工的工作激情。

**案例 人文关怀的具体举措**



公司组织员工进行年度体检；对所有员工的生日、婚姻嫁娶、生育子女、直系亲属病痛、终老、荣退等给予工会慰问；对重病、特困职工提供资金帮助；开办员工食堂解决员工就餐问题；在金鹰阁开设儿童游乐园解决了上班时小孩需要陪伴的问题；推出孝心假、亲情陪护假，提升员工对公司的认同；为员工营造好的办公环境，不断提升员工办公环境，新建健身房、咖啡吧、水吧、芒果书屋等硬件设施，并对老旧办公区实时进行改造。



▶ 窗明几净的员工食堂

**案例 关爱员工健康**



公司子公司快乐购制定《福利管理办法》，规定员工福利由法定福利、普惠福利、工会福利等三部分组成。2022 年，公司对员工健康体检全面升级，为满足员工个性化需求，体检医院由原来的 1 家增加至 2 家三甲医院。针对不同年龄、性别，提供了个性化的体检套餐，全面满足每位员工的健康需求。在关怀女性员工方面，公司在每个季度给女性员工提供卫生用品，积极关注并满足员工需求。

**员工活动**

为激发员工活力与创造力，最大程度满足员工的精神文化需求，公司以企业文化为导向开展丰富多彩的员工活动，凝心聚力，不断增强员工归属感与幸福感。

**案例 高举火把，生生不息，2022-2023 双平台年会暨金芒颁奖礼**



2023 年 1 月 13 日，湖南卫视、芒果 TV 双平台 2022-2023 “高举火把，生生不息” 年会暨金芒颁奖礼在马栏山文创园演播厅举行。这是双平台融合后首次举行盛会，来自双平台各单位的芒果家人济济一堂，总结过去，展望未来。典礼上，“双平台年度领军人物”“金芒制作人”“金芒员工”“金芒团队”等一个个金灿灿的大奖，既是对优秀员工的肯定，也激励着芒果员工在 2023 年不断奋进，再接再厉，披荆斩棘，再创佳绩。



▶ 芒果超媒 2022 金芒颁奖礼





**案例** 三八妇女节贴心好礼



2022 年 3 月 8 日，为感谢芒果 TV 全体女员工为公司发展的辛勤付出，芒果 TV 为全体女员工准备了一系列贴心好礼。早上，芒果 TV 的各个办公区域入口处摆满了芒果女神们专属节日伴手礼，包括挂耳咖啡、手工饼干等心意礼品，由专人派发到女员工手中，还有芒果 TV 的艺人加入派发礼物行列，让活动当日传播破十万人次，成为别人口中艳羡不已的“别人家的公司”。中午，员工食堂还特地准备了三八节专属菜品——五圆当归蛋，让女员工既养颜又补气血。同时，公司还在芒果共享书屋上线一批《新时代女工精神》《向前一步》《人生由我》等关于女性成长的读本，助力精神文化的丰富提升。



▷ 芒果艺人在三八节为公司女员工送上节日惊喜

**案例** 浪漫七夕节日



七夕情人节前后，公司咖啡吧推出七夕特饮“心动莫吉托”，并附赠七夕卡片一张，员工可将心愿写下贴在咖啡吧的表白墙上。该活动的筹办不仅为员工提供了表达自我、传递心意的独特方式，还营造了浪漫甜蜜的七夕节日氛围。甜蜜的七夕特饮大受员工欢迎，首日售出近 300 杯。同时，员工食堂 8 月 4 日七夕节当天推出蛋炒饭、泡鲁达等相应七夕节菜品，并对食堂进行氛围布置，给就餐员工带来节日的甜蜜气息。



▷ 七夕节期间公司为员工筹备浪漫节日氛围

**案例** 欢度六一儿童节活动



2022 年 6 月 1 日，为了让公司的“大朋友”和“小朋友”们共同度过一个开心、快乐的六一儿童节，公司通过线上线下两种形式举办六一员工活动。六一亲子线上活动“带崽回家”报名参与人数 600 人，报名成功的员工可收到公司送出的带“崽”回家六一礼包，内有虎年芒果崽公仔、零食包和定制棉花糖，不少员工带上孩子前来领取，留下快乐的六一记忆。同时，线下在员工食堂给每位用餐的“大朋友”送出定制的芒果崽棉花糖，加上食堂特别准备的小猪包，用餐员工十分惊喜，感受到公司的特别心意和满满仪式感。咖啡吧推出的“橙”风破浪+限定棉花糖的六一套餐，深受员工欢迎。本次带“崽”回家六一活动巧妙地通过“芒果崽”把公司党委给予员工的关怀与祝福传达到员工心中，获得员工的众多好评。

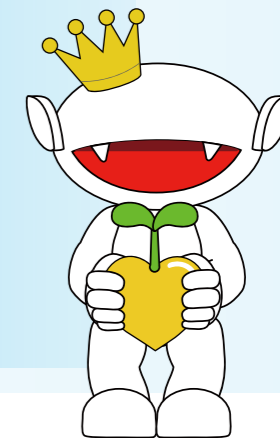


▷ 六一节公司为“大小朋友”准备庆祝礼品

**案例** “画扇面迎中秋”互动活动



2022 年 9 月 8 日，公司携手招商银行开展“画扇面迎中秋”互动活动，在员工食堂准备了折扇扇面用于同事 DIY，还请来绘画老师现场绘制团扇，短短一个小时内，为参与活动的员工送出扇子 100 余把，烘托节日气氛，共迎中秋佳节。



▷ 中秋节公司举办“画扇面迎中秋”互动活动

# 风雨同舟，微芒成阳

## 在文旅建设中创佳绩

2022 年，公司充分发挥自身全媒体平台优势和内容制作优势，积极支持湖南省文旅事业高质量发展。首届湖南旅发大会举办期间，公司协同湖南卫视，充分发挥双平台优势，仅用短短一周时间，高效组织并传播首届湖南旅发大会开幕式暨推介晚会，截至活动当晚零点，共有 1.2 亿受众在湖南卫视和芒果 TV 等新媒体收看了直播，以匠心创作全面推动湖南文旅融合新格局，充分体现了党媒国企的社会责任担当。

### 案例 首届湖南旅游发展大会

首届湖南旅游发展大会期间，芒果振兴云超市与中共武陵源区委宣传部组织了一场主题为“仙境风物美，好山出好品”的线上百人直播带货系列活动，直播平台涵盖云超市小程序、抖音、淘宝等，全网总销售额达 1487.443 万元。云超市张家界特色美食直播专场，在线观看超 6 万人次，点赞 63.31 万，张家界的特色农产品葛根粉、莓茶、白茶等通过云超市的直播间，走向了千家万户。与此同时，快乐购 App 上线张家界好物专区，快乐购全国卫星频道宣传销售张家界景点和酒店旅游产品套票，全渠道共带动销售额近百万元，让全国观众通过电视感受张家界的美好风光，拉动旅游消费需求，为当时经济下行形势下旅游业的积极复苏，提供了可行方案。



▶ 首届湖南旅游发展大会工作现场



### 案例 益阳市文旅融合发展大会

2022 年 11 月，芒果振兴云超市协同安化县委、县政府举办了 2022 年益阳市文旅融合发展大会“千屏直播·云购安化”直播大事件活动。当天现场共有 30 个直播间同时开播，并邀请到明星达人、主播以及安化县优质农企、合作社、优秀主播代表，一起组成千屏直播队伍，通过芒果振兴云超市小程序、抖音号等直播平台联动全城全网，大小屏串屏联动，共同向全国人民推广以安化黑茶为代表的特色农副产品及旅游资源。此次活动共上架安化农特产品 503 个，直播 4 小时观看 97.3 万人次，点赞 187.6 万次，线上线下销量近 10 万元。



▶ 宣传片截图



▶ 益阳市文旅融合发展大会直播现场

### ▶ 当地人在直播间销售腊肉



## 在乡村振兴中显身手

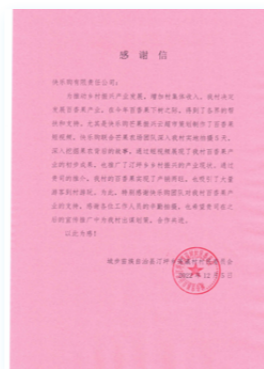
在推动脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的道路上，芒果超媒全力以赴，守正笃实。在党的二十大召开时期，公司积极响应中央和湖南省委关于乡村振兴帮扶工作的号召，芒果振兴云超市组织开展一系列有影响力、有代表性的直播活动，收到了来自中共炎陵县委员会和城步苗族自治县汀坪乡蓬瀛村村民委员会的感谢信。



炎陵县委、县政府感谢信

### 案例 《新春走基层》“新山乡巨变”系列活动

为充分发挥“新春走基层”的品牌效应，助力乡村振兴建设，芒果振兴云超市 2022 年 1 月 18 日上线“新春走基层”专题页及清溪村、木溪口村、小河咀村、上码头村、茶乡花海社区商品专区，围绕“新春走基层”活动重点聚焦的益阳市清溪村，推介当地特色旅游，助力特色农产品销售；同步在“芒果振兴云超市”小程序首页设置了中插、大眼睛、弹窗等，突出“新山乡巨变”主题。《新春走基层》节目在湖南卫视播出后，益阳清溪村游客迎来井喷式增长，日均接待游客一万人。清溪国潮年货飞往全国各地，“国潮瓷杯”“清溪礼包”成为了网红商品，带动益阳农特产品销售 500 余万元，沅江小河咀村日接待游客 2000 多人，十八湾农家乐餐饮相比往年同期游客翻了 10 倍。



感谢信

### 案例 “炎陵黄桃·醉天下”系列活动

2022 年 7 月，“炎陵黄桃·醉天下”系列活动如期举行，销售炎陵黄桃 5213 件，销售额超 75 万余元。同时，云超市还积极拓展外部渠道大力推广炎陵黄桃，携手严寻（社区团购）、湖南高速集团、电广传媒摩天轮电影院等企事业单位进行线上渠道带货；携手淘宝明星主播胡兵、马可等共同为炎陵黄桃销售助力。



摄制组原产地拍片

## 在公益活动中送爱心

作为党媒国企，芒果超媒始终把社会效益放在首位，积极承担社会责任。公司搭建的“芒果公益”平台以“国有主流新媒体底色、芒果生态全系统场域、公益内容深融合模式”三大特点，建立了安全、可信、便捷的互联网慈善捐赠新通道，为全国的慈善组织提供公开、公平、透明的慈善募款信息发布服务。截至报告期末，共邀请 30 家公募慈善组织入驻，发布公开募捐项目 40 个，募捐总额（含线下企业捐赠）1278.33 万元，参与捐款 46327 人次。在发布的 40 个公开募捐项目中，项目实施地覆盖全国的公募项目有 25 个，占比 62.5%；区域性实施项目有 15 个，占比 37.5%。捐助领域主要集中在教育助学、乡村振兴等领域，其中教育助学类公募项目 22 个，占总公募项目数 55%，乡村振兴类公募项目 5 个，占总公募项目数 12.5%。

### 案例 守护童心计划

为呼吁更多用户关注弱势儿童群体，芒果 TV 推出“六一”儿童节系列主题公益活动。



守护童心计划

通过芒果 TV 官微发起“守护身边的他们”话题征集活动，陆续发布公益项目图文故事海报，在推广芒果公益平台“一起捐”筹款新功能的同时，呼吁用户进入芒果公益平台奉献爱心，守护“童心”

通过“小芒果六一快乐蹦跶 boomda!” 互动游戏 H5 呼吁用户为乡村儿童艺术教育加油助力，收到用户捐赠近 617 万颗小星星，以互联网+公益的力量陪伴弱势儿童度过一个特别，暖心的六一儿童节

芒果公益项目

- 陆续推出《当他第一次听见声音》《“音”为有你，“萌”想成真》《守护童音》公益宣传片；同时，联合艺人经纪中心发起“守护童音”关爱留守儿童公益活动，与黄奕、李莎旻子、袁咏琳等文艺工作者为湖南宁乡梅湖小学送去长期、专业的音乐支教服务，话题#六一守护童音#登微博热搜出圈榜，阅读总量突破 800 万，讨论量 4 万
- 与长沙世界之窗开展“六一童绘·‘衣’路有你”线下亲子公益活动，关注流动儿童，陪伴孩子们健康快乐成长，活动得到中新网等多家主流媒体转发支持，同时在芒果全媒体生态矩阵及合作方官微及蓝 V 账号矩阵传播，共发布宣传报道 37 篇，累计阅读量近 80 万，深受网友好评

**案例** 天娱传媒艺人拍摄《守护童音》宣传片



6月1日儿童节到来之际，在湖南省委网信办、共青团湖南省委宣传部特别指导下，由天娱传媒、芒果TV主办，中南出版传媒集团协办，黄奕、袁咏琳、李莎旻子、魔动闪霸、拉丹珠、石洁茹、肖然心、赵轩等九名文艺工作者前往宁乡梅湖小学，以“声音”为媒介，采集乡间最纯粹自然的声音，拍摄了《守护童音》宣传片，旨在呼吁社会各界爱心人士关注儿童成长环境、关爱留守儿童、振兴乡村发展。文艺工作者与孩子们同台演出，留下珍贵回忆，展示了新时代文艺工作者心怀“国之大者”，自觉主动为时代和人民放歌的责任担当的新风貌。



▷ 天娱传媒艺人参加《守护童音》宣传片拍摄



**案例** “微芒成阳”助学活动



不啻微芒，造炬成阳。暑假期间，芒果公益平台推出2022“微芒成阳”芒果公益助学季活动，呼吁用户关注困境学子。7月16日起，平台上线“种‘夏’微芒 闪耀青春”主题H5，为八大助学公募项目进行重点宣传，截至8月28日，平台捐款总额增长10029483元（含线下企业捐赠），线上捐款人次增加了2149人次；H5活动页面参与活动抽奖人数近3.5万人，抽奖次数超68.8万次，用户为困境学子点击助力值超1399.6万次；联合长沙世界之窗，连续开展了五场地面推广活动；搭建“微芒成阳”助学故事特辑、拍摄《19岁篮球少女的大学梦》，联动芒果全媒体生态矩阵、多家慈善组织发布宣传稿件共计63篇，阅读人次超70万，长沙世界之窗前坪大屏幕、摩天轮广告位、摩天轮电影院、茶颜悦色线下300余家门店、尊宝比萨线下78家门店、柠季50余家门店全力集中播放本次活动宣传视频或海报，在圈内圈外形成高昂的宣传声势。12月22日，2022“微芒成阳”芒果公益助学季活动成功入选中国记协新媒体专业委员会组织推荐的中国新媒体公益2022十大优秀案例。



▷ “微芒成阳”助学活动



**案例 “益”路繁花，绽放她力量**



公益结合剧综，关注女性群体。2022 年三八国际妇女节期间，芒果 TV 推出“益”路繁花，绽放她力量”线上主题公益活动，聚焦女性问题，为女性发声。活动融合芒果 TV《乘风破浪》等女性主题综艺、剧集等内容，汇聚芒果公益平台女性主题公益项目以及公益组织，共同打造出一条公益之路，以公益微力量促进女性就业创业、保障母婴健康、关爱少数民族女性群体；结合五个公益项目设计专属手绘海报，以芒果公益 logo 为创意，突显公益项目特色；联动公益项目主理人，为参与捐款的用户寄送手写感谢信。活动页面累积访问量达 300 万+，21.53 万用户通过活动踏上公益之路，超 3000 名用户进行了公益捐赠，在红网、凤凰网等数十家媒体矩阵式曝光推广下，让更多人加入到公益，帮助女性群体在成长的路上盛开、绽放。



▶ 妇女节活动

**案例 爱心助力“守护山城美好家园”**



为助力重庆山火灾后山林修复工作，芒果 TV 旗下芒果公益平台第一时间上线由中国社会福利基金会发起的“守护山城美好家园”公益项目。为重庆受山火灾害影响的山区种植树苗，开展山林守护和减灾防灾活动。项目计划采购 15000 株树苗，重建因山火而被毁灭的森林植被。同时，针对这一轮受森林火灾影响的辖区、村民开展社区减灾防灾知识宣传活动。



▶ “守护山城 美好家园”宣传画

**案例 驰援 9·5 四川泸定震区**



芒果公益平台 2022 年 9 月 6 日上线由中国社会福利基金会发起的公募项目——“驰援四川泸定震区”，面向全国各界爱心人士募集善款，所筹善款用于购买四川泸定及其他受地震灾害影响地区的救灾行动中所需物资，助力震后救灾工作。项目上线后，在芒果 TV 的 PC 端巨幕海报、首页首焦，APP 端首页首焦、开屏弹窗，芒果公益平台闪图、聚宝盆 banner、用户积分中心、会员频道精选页热门活动模块、芒果农场，芒果互联网电视的纪录片频道和精选等重点推荐位均进行了重点推荐。短时间内共吸引 1424 人次参与捐赠，筹集善款 32489.13 元，为震区磨西古镇安置点受灾群众发放大米、面粉、面条、食用油等生活物资，为他们的灾后过渡生活提供支持。



▶ 抗震救灾 驰援泸定

# 环境篇



## 绿色转型，环保入心

保护环境是企业义不容辞的责任，芒果超媒致力于减少运营过程中对环境的影响，公司严格执行《中华人民共和国环境保护法》等有关环境保护的法律法规，不存在违反环境保护法律法规的行为和污染事故纠纷。2022 年度，公司未发生因违反环境保护相关法规而受到行政处罚的情况。

公司坚持绿色采购理念，在采购办公用品、电器等用品时，在考虑价格因素的同时，优先挑选节能、环保、可再次利用、无污染产品；在使用装修改造材料时，优先选用绿色环保建筑材料。

### 绿色低碳运营

芒果超媒恪守低碳运营的理念，细致地做好节能节水的工作。包括在机关办公楼张贴“全民动员，节能节水，共建节约型社会”的节约能源宣传标语；并号召全体实行公共交通或步行上下班，低碳出行，从我做起，争创节约型公司，降低公共场所照明设施和各办公区域取暖设备使用时间，进一步增强了广大职工的资源危机意识和节能意识。

芒果 TV

在餐厅中引入了可回收的餐具，降低一次性餐具的使用率；要求员工在下班后及时关掉照明、电脑、打印机等设备的供电，降低设备的备用能源消耗，并派专人巡视；提倡低碳出行，为保护环境贡献自己的力量。

天娱传媒

鼓励员工尽量走楼梯，减少乘坐电梯，既节约能源又强身健体；及时做好水暖管道的日常维护工作，杜绝跑冒滴漏现象。

快乐购

严格执行空调温度控制标准，提倡办公室确保公共区域夏冬季温度；值班电工在工作时段上下班前 30 分钟关闭中央空调主机；利用企业微信号、卫生间看板等多种媒介形式宣贯勤俭节约的价值观；为减少水资源使用，更换节水型水龙头，并配节水标语，提高大家节水意识。

公司全年利用旧电子产品、设备近

**400** 套 / 台，

节约

**130** 余万元支出

通过技术升级手段及维修维护，有效延长设备使用年限，节省开支约

**20** 万元

服务于节目生产需要，回收物资

**600** 余件，循环调拨物资

**3000** 余次，充分

提高了物资重复使用率

通过有效的节约用纸的举措，2022 年使用打印纸的数量同比减少

**20** % 左右

## 能源

指标名称	单位	2022 年度
用电量	kwh	11433751.32
燃气量	m <sup>3</sup>	19034.00
能源总量	kgce	1426145.44
能源强度	kgce/ 万元营收	1.04
能源效率	万元营收 / kgce	0.96

注：1. 能源总量依据 GB/T 2589-2020《综合能耗计算通则》进行核算。  
2. 能源强度体现每万元营收耗费的能源，单位营收的能耗越少，能源强度越低。  
3. 能源效率体现每千瓦时能耗的营收，单位能耗的营收越大，能源效率越高。

## 水资源

指标名称	单位	2022 年度
用水量	吨	61335.55
水资源消耗强度	吨 / 万元营收	0.04
水资源效率	万元营收 / 吨	22.34

注：1. 水耗强度体现每万元营收耗费的水资源，单位数值越小，水资源强度越低。  
2. 水资源效率体现每吨水资源的营收，单位数值越大，水资源效率越高。

## 温室气体排放

指标名称	单位	2022 年度
直接排放 (范畴 1)	吨二氧化碳当量	41.15
间接排放 (范畴 2)	吨二氧化碳当量	10236.45
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	10277.60
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.01

注：1. 公司温室气体排放，主要为购买天然气能源直接排放和购买电力能源间接排放所产生的温室气体。  
2. 温室气体排放依据《2019 年度减排项目中国区域电网基准线排放因子》进行核算。

## 环保理念先行

### 无纸化办公

芒果超媒从源头上避免废弃物的产生，通过建立无纸化办公流程和成熟的工作平台，将纸质资料转变为电子资料，将传统流程转变为线上流程，同时将报销工作也纳入智能办公平台，实现无纸报销、自动审批，省去了打印电子发票、贴票、填单等流程，不但节约了纸张，也大幅提高了工作效率。

### 垃圾分类

芒果超媒全面推行垃圾分类工作，提倡员工进行垃圾分类，并在各楼层及食堂设置分类垃圾桶，要求员工对可回收物与不可回收物进行分拣，并印制垃圾分类宣传单宣传垃圾分类与环保知识，起到了良好的宣传作用。公司对清洁队伍进行了培训，将垃圾分类纳入到日常工作和定期的检查之中，并在整个过程中进行二次检查，确保了垃圾的分类。

### 环保宣传

公司响应国家号召，借助天娱品牌公众影响力，积极参与环保公益活动，在展现青年艺人自信担当的同时，也为公众带来了满满的正能量。



## 参与环保公益活动

2022 年 3 月，郭依林、蓝希、王欣政、刘威龙、王希平参与微博“做自然的朋友”公益活动。



2022 年 3 月，陈翔作为大自然守护官，参与微博环保“地球一小时”公益活动。



2022 年 5 月，范世錡作为希望林守护官，参与微博星公益“百万森林计划”活动。



2022 年 5 月，谢彬彬作为神奇物种科普官，参与微博共益计划、濒危物种基金的“保护濒危动物”公益活动。





文艺是铸造灵魂的工程，承担着以文育人的职责，传递向善向上的价值观。芒果超媒牢记绿色发展使命，勇挑生态文明建设重担，公司出品《我们的滚烫人生》《这十年》等精品内容产品也契合了生态文明建设是我国的重中之重，是无数追光者们不懈努力的时代要求。此外公司子公司芒果 TV 还专门投资制作了环保题材的电视剧《江河日上》，传达“绿水青山就是金山银山”与民生、发展和谐统一的环保理念，展现文艺作品中的社会责任感。

**案例 《我们的滚烫人生》传达环保理念**

2022 年，芒果 TV 打造的综艺节目《我们的滚烫人生》，让骑行团嘉宾在感受祖国大好河山的同时，更是深入当地感受体验，将公益奉献的精神嵌入进节目情结中，让观众认识了一群“平凡而伟大”的人们，意识到保护环境、守护土地的价值和意义，润物无声地引导广大群众保护环境。



▶ 《我们的滚烫人生》



**案例 编排环保题材剧《江河日上》**

芒果 TV 投资编排首部展现城市生态环境治理的电视剧——《江河日上》于 2022 年 11 月 5 日在杭州开机，历时 68 天，2023 年 1 月 11 日于桐庐杀青。目前项目在后期制作中，预计 2023 年 10 月上线。该剧传达了以“天地为试卷，生民为考题”治理生态环境是一场大考，难的不是土壤、水体和空气，而是人的思想和精神的理念；展现了新时代的干部平衡环境保护与经济发展之间的矛盾，用环保事业的发展创造了人民的幸福生活，真正将“绿水青山就是金山银山”付诸实践的动人事迹。

十八大以来，党中央高度重视生态文明建设，我国生态环境保护发生了历史性、转折性、全局性变化，也面临新的挑战和难题。《江河日上》力图回答这一时代课题，展现环境治理的复杂性和高难度，围绕如何实现“绿水青山”与“金山银山”的协调发展，做一部有深刻时代思考价值的文艺作品

。致敬时代。

环境问题关乎每一个人，环保故事是最具普世价值的现实题材，它有着与观众共鸣共情的最大空间。《江河日上》力图展示“绿水青山”与“金山银山”并非矛盾对立，而是高度统一的一体两面，保护生态环境就是保护民生、保护发展；鞭挞为了利益破坏生态环境的举动，这样的行为犹如一头出笼猛兽，若不加约束，终会吞噬我们赖以生存的世界

。致敬民生。

。致敬新时代干部。

故事主人公是郑寒江新时代的新型领导干部形象。他是知识型的、清高傲气的，廉洁自律的，有作为的，不油滑的，他受命于危急，干净和担当既是林寒江身上鲜明的人物个性，又是我党干部的新时代共性，他极富个性新鲜独特，以不愿意“当官”的姿态和不适合“当官”的性格，走上了领导岗位。他身上的书生气，清高本色和少许傲气，变成他事业开拓进取的勇气，也成就了他在齐江市治理污染中一往无前的工作精神和行为特征

▶ 《江河日上》亮点





## 关键绩效

### 经济绩效

	2020 年	2021 年	2022 年
营业收入 (亿元)	140.06	153.56	137.04
归母净利润 (亿元)	19.82	21.14	18.25
总资产 (亿元)	192.66	261.11	290.50
研发人员数量 (人)	622	595	535
研发人员数占比 (%)	13.91	14.79	12.97
研发投入合计 (亿元)	3.19	3.70	3.41
纳税总金额 (亿元)	3.82	4.39	4.43
股东分红总额 (亿元)	2.31	2.43	2.43

### 环境绩效

	2020 年	2021 年	2022 年
用电量 (千瓦时)	8,458,815	11,168,127	11,433,751
燃气量 (m <sup>3</sup> )	/	/	19,034
用水量 (吨)	38,292	45,164	61,336
温室气体总量 (吨二氧化碳当量)	7,263.58	9,590.07	10,277.60

### 社会绩效

	2020 年	2021 年	2022 年
员工总数 (人)	4,185	4,022	4,125
女性员工占比 (%)	58	57	57
劳动合同签订率 (%)	100	100	100
社会保险覆盖率 (%)	100	100	100
健康体检覆盖率 (%)	100	100	100
员工培训次数 (场)	306	602	668

## 指标索引

### 中国社会科学院 CASS-ESG 5.0 标准索引

议题	指标编号	相关章节	
报告前言 (P)			
报告规范	P1.2	关于本报告	
	P1.3	关于本报告	
高管致辞	P2.1	董事长献词	
	P2.2	董事长献词	
责任聚焦	P3.1	新时代新征程新使命	
	P4.1	新时代新征程新使命	
公司简介	P4.2	新时代新征程新使命	
	P4.3	新时代新征程新使命	
	P4.4	见年度报告	
治理责任 (G)			
公司治理	G1.1	稳健治理, 权益保障	
	G1.2	见年度报告	
	G1.3	稳健治理, 权益保障	
	G1.6	党媒爱党, 使命在肩	
	G1.7	党媒爱党, 使命在肩	
	G1.9	党媒爱党, 使命在肩	
	G1.10	稳健治理, 权益保障	
	ESG 管理	G3.5	新时代新征程新使命
		G3.6	新时代新征程新使命
		G3.7	关于本报告
环境风险管理 (E)			
环境管理	E1.7	绿色转型, 环保入心	
	E2.2	绿色转型, 环保入心	
资源利用	E2.3	绿色转型, 环保入心	
	E2.11	绿色转型, 环保入心	
	E2.14	绿色转型, 环保入心	
守护生态安全	E4.2	绿色转型, 环保入心	
	E4.3	绿色转型, 环保入心	
应对气候变化	E5.5	绿色转型, 环保入心	
	E5.6	绿色转型, 环保入心	
	E5.7	绿色转型, 环保入心	

议题	指标编号	相关章节	
<b>社会风险管理 (S)</b>			
雇佣	S1.1	天生要强, 逆势生长	
	S1.2	天生要强, 逆势生长	
	S1.3	天生要强, 逆势生长	
	S1.4	天生要强, 逆势生长	
	S1.6	天生要强, 逆势生长	
	S1.7	天生要强, 逆势生长	
	S1.8	天生要强, 逆势生长	
	S1.10	天生要强, 逆势生长	
	发展与培训	S2.1	天生要强, 逆势生长
		S2.2	天生要强, 逆势生长
S2.4		天生要强, 逆势生长	
职业健康和安全生产	S3.1	天生要强, 逆势生长	
	S3.5	天生要强, 逆势生长	
	S3.7	天生要强, 逆势生长	
	S3.9	天生要强, 逆势生长	
客户责任	S4.1	真诚芒果, 守护你我	
	S4.3	真诚芒果, 守护你我	
	S4.5	真诚芒果, 守护你我	
	S4.6	真诚芒果, 守护你我	
	S4.8	真诚芒果, 守护你我	
<b>价值创造 (V)</b>			
国家价值	V1.1	风雨同舟, 微芒成阳	
	V1.2	风雨同舟, 微芒成阳	
	V1.3	风雨同舟, 微芒成阳	
	V1.4	风雨同舟, 微芒成阳	
产业价值	V2.2	生态协同, 创新突围	
	V2.4	生态协同, 创新突围	
	V2.5	真诚芒果, 守护你我	
	V2.6	真诚芒果, 守护你我	
	V2.7	生态协同, 创新突围	
	V2.8	真诚芒果, 守护你我	
民生价值	V3.1	风雨同舟, 微芒成阳	
	V3.4	风雨同舟, 微芒成阳	
	V3.5	风雨同舟, 微芒成阳	
	V3.7	风雨同舟, 微芒成阳	
环境价值	V4.4	绿色转型, 环保入心	
<b>报告后记 (A)</b>			
	A2	关键绩效	
	A4	指标索引	
	A5	读者反馈	

## 全球报告倡议组织 GRI 标准索引

使用说明	芒果超媒在 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了 在此份 GRI 内容索引中引用的信息。
使用的 GRI 1	GRI 1: 基础 2021
<b>GRI 指标</b>	<b>相关章节</b>
	<b>组织及报告做法</b>
G2-1	新时代新征程新使命
G2-2	关于本报告
G2-3	关于本报告
	<b>活动和工作者</b>
G2-6	新时代新征程新使命
G2-7	天生要强, 逆势生长
	<b>治理</b>
G2-9	稳健治理, 权益保障
G2-10	见年度报告
G2-11	见年度报告
G2-12	稳健治理, 权益保障
G2-19	见年度报告
G2-20	见年度报告
G2-21	见年度报告
	<b>战略、政策和实践</b>
G2-22	新时代新征程新使命
G2-23	稳健治理, 权益保障
G2-24	稳健治理, 权益保障
G2-25	党媒爱党, 使命在肩
G2-26	稳健治理, 权益保障
G2-27	稳健治理, 权益保障
G2-28	稳健治理, 权益保障
	<b>利益相关者的参与</b>
G2-29	新时代新征程新使命
	<b>实质性议题</b>
G3-1	新时代新征程新使命
G3-2	新时代新征程新使命
G3-3	新时代新征程新使命
	<b>经济效益</b>
G201-1	见年度报告
G201-3	见年度报告
G201-4	见年度报告
	<b>间接经济影响</b>
G203-2	风雨同舟, 微芒成阳

使用说明	芒果超媒在 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息。
<b>反腐败</b>	
G205-2	党媒爱党，使命在肩
<b>税</b>	
G207-1	见年度报告
G207-2	见年度报告
G207-3	见年度报告
G207-4	见年度报告
<b>能源</b>	
G302-1	绿色转型，环保入心
G302-3	绿色转型，环保入心
G302-4	绿色转型，环保入心
<b>水资源</b>	
G303-5	绿色转型，环保入心
<b>排放</b>	
G305-1	绿色转型，环保入心
G305-2	绿色转型，环保入心
G305-4	绿色转型，环保入心
<b>雇佣</b>	
G401-2	天生要强，逆势生长
G401-3	天生要强，逆势生长
<b>职业健康与安全</b>	
G403-1	天生要强，逆势生长
G403-3	天生要强，逆势生长
G403-5	天生要强，逆势生长
G403-6	天生要强，逆势生长
<b>培训与教育</b>	
G404-1	天生要强，逆势生长
G404-2	天生要强，逆势生长
<b>多元化与平等机会</b>	
G405-1	天生要强，逆势生长
<b>当地社区</b>	
G413-1	风雨同舟，微芒成阳
<b>客户健康与安全</b>	
G416-1	真诚芒果，守护你我
<b>营销与标识</b>	
G417-1	真诚芒果，守护你我

## 读者反馈

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读《芒果超媒股份有限公司 2022 年度 ESG 暨社会责任报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，并有效促进公司提升履行企业社会责任的能力与水平，我们真诚期待您的意见和建议。

**选择题（请在相应位置打√）**

- 您对本报告的总体评价是：  
非常好 好 一般 较差 差
- 报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？  
非常好 好 一般 较差 差
- 您认为芒果超媒在经济责任方面做得如何？  
非常好 好 一般 较差 差
- 您认为芒果超媒在环境责任方面做得如何？  
非常好 好 一般 较差 差
- 您认为芒果超媒在安全管理方面做得如何？  
非常好 好 一般 较差 差
- 您认为芒果超媒在员工责任方面做得如何？  
非常好 好 一般 较差 差
- 您认为芒果超媒在社区责任方面做得如何？  
非常好 好 一般 较差 差
- 报告披露的信息、指标、数据是否清晰、准确、完整？  
非常好 好 一般 较差 差
- 您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？  
是 否

**开放性问题**

您对芒果超媒履行社会责任及本报告有何意见与建议？