



# 2023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 2023 年度 ESG 暨社会责任报告》是芒果超媒股份有限公司自 2018 年完成重大资产重组以来发布的第 5 份社会责任类报告。报告旨在就公司 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 2023 年 1 月 1 日至 2023 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，与公司年度报告同步发布。

## 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）
- 湖南金鹰卡通传媒有限公司：金鹰卡通
- 小芒电子商务有限责任公司：小芒电商
- 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）》

## 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 董事长致辞

## 03 总经理致辞

## 05 专题：新征程、新使命

## 25 走进芒果超媒

25	公司简介	27	利益相关方沟通
25	发展战略	28	实质性议题分析
26	ESG 管理架构	29	年度荣誉

## 31 治理篇

33	赓续前行	50	融合创新
33	党建为基	50	技术创新
33	主题教育	53	知识产权保护
39	党风廉政	55	信息安全
41	规范运作	59	未成年保护
41	三会运作		
43	投关管理		
47	内部控制		
48	合法经营		

## 105 环境篇

107	不负青山
107	低碳运营
111	环保宣传

## 61 社会篇

63	微芒成阳	80	和合共生
63	芒果公益平台	80	优质服务
67	乡村振兴	84	供应管理
69	教育公益	87	天生青春
71	文旅融合	90	行业引领
73	志愿者活动	94	肆熠青芒
75	女性关怀	94	员工雇佣
78	公益广告	96	培训发展
		98	薪酬福利
		103	健康安全

## 115 结篇

115	亮点节目
121	关键绩效
122	指标索引
128	读者反馈

# CONTENTS



# 董事长致辞



## 蔡怀军

湖南广播影视集团（湖南广播电视台）  
党委副书记、副总经理（副台长）

芒果超媒股份有限公司党委副书记、  
董事长

兔缺乌沉，新故相推。在世界坐标中回首 2023，百年变局加速演进，中华复兴号巨轮劈波斩浪，中国经济在持续承压中走出回升向好“复苏曲线”。行棋观大势，落子谋全局。在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，每一个芒果人扛旗奔跑、接续奋斗。我们自觉担负新的文化使命，以高质量内容供给为载体，不断强化时代命题与青年文化的深度连接；我们逆势而战，以系列创新举措稳住经营大盘，展现出抵御短期波动、赢得长远发展的强劲韧性；我们坚持融合为核、价值为要，雕琢打磨“主流新媒体集团”大模样，于一凿一顿间，持续释放“超芒生态”跨越周期的价值确定性和市场连接力。



**美美与共，以华流铸顶流。**癸卯兔年，党的二十大精神普照神州，习近平文化思想在“明体达用”中指引中华文明弦歌不绝。党心照我心，国企有担当。芒果 TV 首页首屏置顶“学习时刻”，举旗新时代、新征程，不断将新思想、新观点、新论断的宣传阐释引向深入，以实际行动忠诚拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”。我们以高度的文化自觉，倾力打造一系列共情共鸣的精品内容，用独特视听语言讲好中国故事。《乘风 2023》以中华文化自信打开女性奋斗的世界版图，越南歌手收获大批“中国粉丝”；《花少·丝路季》出圈海外，多次获外交部新闻发言人点赞；《中国 3》从“何以中国”的叩问，到“宅兹中国”的追寻，为海外观众读懂中华民族的精神世界打开了“一扇窗”。我们坚信，这股源于文化自信的强大华流，必将更加深入人心，影响世界。

**春风化雨，以光影沁人心。**以时代为题，以青春作答，我们深刻理解和把握“两个结合”，坚持守正创新，遵循以人民为中心的创作理念，敏锐感知青年群体的精神文化需求，关照青年、引领青年、沟通青年，为主流青年文化阵地开疆拓土。《问苍茫》开创重大革命历史题材新范式，史诗融合传递信仰的强大力量，激励青年一代中流击水；《去有风的地方》聚焦回乡创业青年的别样青春，产生“一部剧带火一座城”的现象级效应；《声生不息·宝岛季》以金曲为媒，促两岸青年共叙宝岛音乐记忆；《披荆斩棘》结合青年人的共情点，积极培育健康、阳光、刚健的流行文化。一大批主流精品剧综在芒果向阳而生、落地开花，将社会价值、文化品格、时代精神深度相融，真正实现“以文化人，以艺通心”。

**磨砺以须，以数智强基座。**习近平总书记 2020 年 9 月考察调研马栏山视频文创产业园时关于文化和科技融合的重要指示，引领着我们的技术探索。现在，我们更加清醒认识到，打造“文化+科技”深度融合新

范本，本质就是要加快培育发展文化领域新质生产力，提升党媒国企的新质传播力、新质引导力和新质影响力。人才培养是科技创新的核心，是发展新质生产力的关键。我们有幸前瞻打造了一支业内领先的科技人才队伍，这既是竞逐新质生产力的基石与底气，更是取胜之道。我们基于“芒果垂类大模型”，取得人工智能应用重大行业性突破，推出国内首个 AI 导演“爱芒”，推动 AI+ 内容的深度融合，迈出培育新质生产力的坚实步伐。春风浩荡，万象更新，我们深知，抢占主流舆论制高点不是敲敲打打就能实现，唯有打破条条框框，着眼优质创新，方能在 AI 的“技术洪流”中处之泰然、沉着不慌。

**合纵连横，以千军拓疆土。**媒体融合作为国家战略整体推进已满十个春秋。蹚过媒体融合深水区，产业化布局成为超芒生态高质量发展题中之义。这一年，媒体深度融合的“芒果模式”从芒果 TV 与湖南卫视的“逆风双打”，进化为融合金鹰卡通、小芒电商的“驷马难追”，“主流新媒体集团”正通过一次次自我迭代，成长为手足并举的“六边形战士”，全面构筑起多平台协同发展优势。锚定“战略一体化、管理一体化、资源一体化、营销一体化”的发展新思路，我们真正跑出谋事一盘棋、干事一条心、成事一股劲的融媒“加速度”。我们的探索，也只是媒体融合浪潮中的一朵小小浪花。从“相加”迈向“相融”，媒体深度融合将为主流新媒体的未来发展带来更加广阔的战略可能性。

“人生万事须自为，跬步江山即寥廓”。2024 年是新中国成立 75 周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，也将是我们超芒四平台深度融合新动能的爆发年。大道如砥，行者无疆。我们将深入学习贯彻习近平文化思想，继续以“自我作古”的勇气，“但开风气”的眼界，更好担负新的文化使命，以芒果之名奋力书写新时代宣传思想文化工作新篇章。

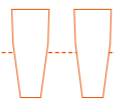
# 总经理致辞



## 梁德平

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



2023 年，是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，是全面建设社会主义现代化国家开局起步的重要一年，也是芒果超媒践行媒体深度融合战略的关键发展之年。为者常成，行者常至，我们深入学习领会习近平文化思想的丰富内涵，坚持以习近平总书记关于媒体融合发展重要论述为根本遵循，坚定文化自信，自觉担负起新时代新的文化使命，建设具有强大引领力、传播力和竞争力的思想宣传主阵地，高质量推进媒体融合发展，努力实现社会效益与经济效益的有机统一。

这一年，我们高举旗帜、绝对忠诚书写主流宣传新篇章。党媒姓党，绝对忠诚；培根铸魂，导向为先。作为党的主流媒体，我们始终牢记职责使命，全力塑造主流舆论新格局，让思想旗帜更高扬、正能量更强劲、主旋律更高昂。我们高擎思想之炬，实施“头条工程”，习近平总书记重要报道专区累计播放量超 60 亿次，“凝聚思想伟力 奋进伟大时代”等专栏，不断推动习近平新时代中国特色社会主义思想凝心聚魂。我们探寻文脉之源，写就文化自信，《中国 3》创新表达溯源华夏五千年文明，两季《声生不息》带领观众在歌声中寻根逐梦，主旋律新闻大片连续六年获“中国新闻奖”。

这一年，我们勇担使命、砥砺深耕提升国际传播新效能。我们积极贯彻落实二十大报告提出的“加强国际传播能力建设”，持续探索中国故事和中国声音的全球化表达。一是创新国际传播矩阵。《乘风 2023》实现了面向国际传播新格局的高阶进化，节目模式输出越南；《花少·丝路季》被誉为向世界讲好“一带一路”的国综范本。二是搭建平台“造船出海”。芒果 TV 国际 APP 覆盖全球 195 个国家和地区，下载量超 1.4 亿次，成为文化出海重要窗口。三是扩大版权发行规模。形成购买的传播是效率最高、效果最好的传播方式，我们将《大宋少年志 2》等 52 部芒果作品发行海外，涵盖影视剧、综艺、纪录片、动画、短剧全品类。

这一年，我们守正创新、担纲承梁攀登文艺创作新高峰。我们坚持“内容为王”，致力于打造长视频内容的创新高地，以内容优势赢得发展优势。芒果 TV 上线各类综艺节目超 100 档，上新数、独播数、创新率居行业榜首，最受关注综艺市场十占其八，《披荆斩棘 3》《大侦探 8》等综 N 代持续火热；《快乐老友记》《女子推理社》等多部“小而美”创新综艺评分超 9 分。《去有风的地方》《装腔启示录》《问苍茫》入选国家广播电视总局“2023 中国剧集精选”；《风月变》成为国内首部上星微短剧。好内容永远是“硬通货”，过去一年，芒果 TV 全网综艺和剧集有效播放量增速双双位居行业第一。

这一年，我们谋篇布局、生态共赢构建融合发展新动能。我们聚焦核心主业，充分发挥业务协同和资源整合效应，战略布局少儿赛道和内容电商，打造“四平台”深度融合生态。芒果 TV 坚持以内容为核心，持续提升运营管理水平，创新业务经营策略，实现用户的快速增长和品牌的深度触达；金鹰卡通迅速实现经营管理并轨，亲子生态拓展芒果生态新价值；小芒电商跑出独特发展路径，GMV 突破百亿大关，探索布局“超级直播间”；天娱传媒艺人经纪与平台内容生态形成良性循环；快乐购聚焦“银发经济”，与小芒用户圈层形成结构性互补。在媒体深度融合发展势能加持下，芒果生态圈的内涵更加丰富，价值变现链路更加完整。

这一年，我们薪火相传、以人为本践行人才培养新理念。发展新质生产力，关键靠“人”，特别是用好人这个“第一资源”。内容人才始终是基本盘，我们先后通过制片人、工作室、青年说等制度设计发掘一代又一代的内容人才，56 个综艺团队和 22 个影视剧团队，保证了芒果内容创意的生生不息。我们愈加重视新技术青年人才的培养，让技术人才走上事业舞台更中心；推动技术团队由“支持思维”向“主导思维”转变，积极抢占人工智能等新技术制高点，推出 40 多项 AI+ 内容创新应用产品。我们坚信内容人才与技术人才的思想碰撞，必将擦出更多“文化+科技”新质创意的火花。

当前，正处在中华民族伟大复兴战略全局和百年未有之大变局交织激荡的历史时期。越是关键时期，越需要思想引领；越是奋勇前行，越需要力量汇聚。循大道，至万里，芒果超媒将始终坚持以习近平文化思想为指引，以“培根铸魂”的文化力量、“赓续文脉”的文化自信、“明体达用”的文化自觉，以建设主流新媒体先锋军的新气象、新作为，奋力书写推动文化事业和文化产业繁荣发展的芒果答卷。

## 深刻把握认真领会

### “新征程、新使命” 做好新时代主流媒体工作

2023 年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年。新时代、新征程，世界百年未有之大变局加速演进，中华民族伟大复兴进入关键时期，战略机遇与风险挑战并存。这一年，全国宣传思想文化工作会议正式提出和系统阐述了习近平文化思想，在党的宣传思想文化事业发展史上具有里程碑意义。习近平总书记对宣传思想文化工作作出重要指示，明确提出“七个着力”重大要求，为做好当前和今后一个时期的宣传思想文化工作指明了前进方向、提供了根本遵循，指引我们更好履行党媒职责使命，建设主流新媒体集团，担负起新时代新的文化使命。

专题



## 着力

### 提升新闻舆论传播力引导力影响力公信力

芒果超媒锚定建设主流新媒体集团战略目标，着力推动媒体深度融合，壮大新媒体主平台，巩固舆论传播阵地，全力塑造主流舆论新格局，让思想旗帜更高扬、正能量更强劲、主旋律更高昂。

#### 关键绩效

报告期内

芒果 TV 共制作 **87** 个专题、**136** 个特辑、**28** 个 H5 页面，完成 **43** 场重大新闻直播、**611** 场常规新闻直播，上线新闻报道 **6.1** 万条。



#### 做好学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育宣传工作

芒果 TV 上线 PC 端、APP 专题和特辑，聚焦各地深入开展主题教育学习动态，带领用户全面了解主题教育的学习要点，让二十大精神宣传真正入脑入心走深走实行见效

#### 围绕 2023 全国两会及湖南两会重大主题报道

在常态化运营相关专题基础上，推出动态海报、创意互动 H5、3D 短视频等创新产品，并于国际 APP 同步上线，有力营造朝气蓬勃、团结奋进的盛会氛围

#### 全方位报道杭州第 19 届亚运会

搭建相关的 APP、PC 专题及特辑，IPTV 端上线“亚运会”分屏，7\*24 小时不间断运营、全方位报道

#### 开展全年重要节日重点宣传

中秋、国庆双节在 APP 上线“焜耀四海 星耀中国”国庆主题皮肤、概念开机视海报、精选页弹窗等，IPTV 与 OTT 上线国家昌盛的主题通栏与专题，多角度烘托节日氛围



2023 年芒果 TV 新闻宣传重大主题



### 案例 芒果“头条工程”

芒果超媒重点运营芒果“头条工程”。公司新媒体平台芒果TV紧紧围绕习近平新时代中国特色社会主义思想 and 总书记参与的重要时政活动展开主题报道。《学习时刻》专区全新升级改版，开设“要闻聚焦”“人民领袖”“习近平时间”“跟着总书记看中国”“中国式现代化新湖南”等核心版块，以创意交互体验，全方位宣传阐释好习近平新时代中国特色社会主义思想；“深入学习贯彻习近平总书记重要指示和全国宣传思想文化工作会议”专题，紧密围绕习近平文化思想深入进行宣传阐释；聚焦报道习近平总书记出席中国—中亚峰会、第三届“一带一路”国际合作高峰论坛、访美外交活动等。



《学习时刻》

### 案例 《当马克思遇见孔夫子》

芒果TV推出湘派电视理论片《当马克思遇见孔夫子》。节目一共5集，每集30分钟，分为《执经叩问》《高山流水》《结合之路》《别开生面》《固本开新》。紧紧围绕习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话精神，节目以戏剧结构贯穿始终，让马克思和孔夫子两位千年思想家相遇于虚拟的岳麓书院。与此同时，嘉宾和学生同台问道，一边是先哲的会讲，一边是专家的会谈，在虚实相生的场景中打通了历史与现实，实现了最新理论成果的大众化传播。



《当马克思遇见孔夫子》

### 着力

## 赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展

芒果超媒着力打造传承中华文化、赓续中华文脉的多元优质节目，探寻文脉之源，写就文化自信，创新表达溯源华夏五千年文明，推动中华优秀传统文化传播与推广。

### 案例 《中国》第三季

由湖南卫视、芒果 TV 出品的《中国》第三季选用“绘画+CG”这一创新影像呈现方式，引领观众一探中华文明基因，引发关于“国风之美”的全网关注，为观众呈现一场“思想+艺术+科技”的先锋尝试。创意与技术共舞，先锋和艺术交融，文化与科技实现双向赋能。公司以创新方式，开启了上古文明的画卷，在主题上体现了中国精神、中国价值、中国思想，在效果上展现了中国历史、中国智慧、中国力量，在创作中表现了中国风格、中国气派、中国审美，弘扬中华优秀传统文化。



《中国》第三季



### 案例 《华流涌动》

芒果 TV 纪录片《华流涌动》以“国潮里的东方美”为主题，用 5 集的体量从东方神话、中国动画、中式烟花、戏曲京剧、非遗手工艺五个文化艺术领域入手，通过讲述五位国潮青年助力优秀传统文化潮流发展的故事，以青年视角展现国潮魅力，彰显文化自信。



《华流涌动》

### 案例 《万物友灵》

芒果 TV 原创文化类剧情短综《万物友灵》意在弘扬中华优秀传统文化，以生动灵趣的剧情演绎，硬核而深入浅出的知识输出，带观众以另一个视角欣赏蕴含在文物之中的中华文明之美。每期节目以剧情演绎的方式，在一次次课题探秘中，破译文物谜案，相互治愈，彼此成就。揭尘土之下的继承使命，看文物里的中华文明。



《万物友灵》





**案例** 弘扬湖湘文化

芒果超媒推出《湖南旅发大会》《傲椒的湘菜》《在“湘”当有味的地方》等多形式多题材的湖湘文化节目，致力于讲好湘人湘景湘菜的故事，以无处不在的创新，赓续中华文脉、展现湖湘文化，带领受众进一步坚定历史自信、文化自信。



湖湘文化特色节目

**案例** 《杨家将》



《杨家将》

金鹰卡通打造的原创动画《杨家将》采用了评书与剧情演绎相结合、传统皮影艺术与现代动画艺术相结合的艺术创作手法。其中最独特的是，每集序幕设计的“评书局中局”片段将皮影剪纸等传统非遗文化要素融合进动画制作中，传统的评书表演配合精巧的皮影表现形式，潜移默化地提升了青少年对中国传统艺术的审美情趣。而正剧部分，全部采用现代动画技术制作完成，画面清新时尚，节奏明快利落，表现力、感染力极强。节目入选国家广电总局“中国经典民间故事动漫创作工程”重点动画片项目。



**着力**

推动文化事业和文化产业繁荣发展

芒果超媒坚持守正创新、双效统一的高质量发展道路，坚定扛起文化产业旗帜，进一步放大芒果内容价值、平台价值、生态价值，打通芒果 TV、金鹰卡通、小芒电商和湖南卫视四平台融合新生态，开启全媒介、全场景、全触点、全链路的融媒体整合新篇章，制定“战略一体化、管理一体化、资源一体化、营销一体化”的全新发展战略。

**主流宣传**

芒果超媒始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入学习领会习近平文化思想的丰富内涵，发展壮大文化产业，打造“叫好又叫座”的文化精品，精品影视剧《去有风的地方》《装腔启示录》《问苍茫》入选国家广播电视总局“2023 中国剧集精选”，优质综艺《乘风 2023》《披荆斩棘 3》等实现跨国跨地区传播新格局高阶进化，彰显大美中国昂扬向上与文化自信。

**案例** 《问苍茫》

芒果 TV 全网首播的重大革命题材电视剧《问苍茫》展现了 1921 年建党之后 1927 年上井冈山之前的毛泽东，在毛泽东题材的影视作品中，具有填补空白、完成拼图的作用。该剧 2023 年 12 月开播后，在 CVB 总局大数据份额 10.84%，排名全国所有频道第一，湖南卫视收视居省级卫视第一，芒果 TV 等各端口总播放量近 6 亿。新华社在 2023 年度宣传思想文化工作综述中，将该剧列为电视剧之首，各大主流媒体刊发报道评论 1,800 余篇。



《问苍茫》



案例 《去有风的地方》

芒果 TV 推出的影视剧《去有风的地方》以田园治愈作为题材定位，聚焦有着不同人生经历但共同追求“自愈”的年轻人，用诗意的表达手法展现温情恬静的当代乡村生活。剧集以极具地域和民族风格的建筑、服饰和美食为画面增添别具一格的情调，同时也以真实细腻的人物形象刻画从侧面反映当代年轻人多元包容的人生选择和价值取向。《去有风的地方》以云南作为主要取景地，将暖心治愈的故事嵌入云南的美景与人文，在影视作品与地域之间架起一座桥梁，助力云南旅游经济的回暖。



《去有风的地方》

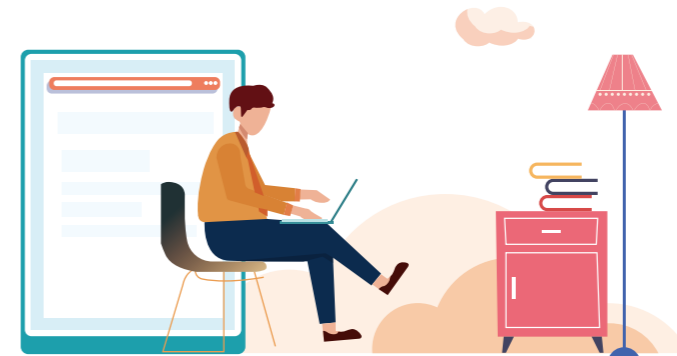


《人民日报》《光明日报》等主流媒体评《去有风的地方》“一部剧带火一座城”：“《去有风的地方》成功点燃了观众的旅游热情，为当地拓展文旅产业边界、优化旅游空间布局提供了有力支撑。”主流媒体肯定了剧集带来的积极社会影响力。



案例 《装腔启示录》

芒果 TV 打造的都市话题剧《装腔启示录》用 14 集的轻体量承载与聚焦爱情、职场、生活等多重现实话题，借以影像的方式来映射真实都市生活，展露人间“装腔”百态，以“真实”和“真诚”打造现实主义新范例。



《装腔启示录》

案例 《乘风 2023》

芒果 TV 自制女性励志成长音乐竞演综艺《乘风 2023》不仅在境内社交平台斩获超 13,000 次热搜、201 亿次短视频播放量，更凭借高度的中华文化自信，将女性奋斗的观察视野从中国拓展到世界，通过展示多国女性在台前幕后的艺术交流、业务探讨、生活互动，描绘出女性力量之美、中华文化之美和世界文化之美交相辉映的“美美与共”图景，成为大美世界多元包容、文明互鉴的一个生动缩影，被来自俄罗斯、美国、德国、日本、韩国、越南等国的 600 余家主流媒体争相报道，拓宽了中华文化国际传播的新空间，面向世界展示出可信、可爱、可敬的中国形象。



《乘风 2023》

《乘风 2023》受到全球媒体报道超

600 次

全网话题阅读量突破

613 亿

全网首个热搜破万综艺，热搜数高达

1.34 万个

登顶 2023 上半年微博十大热搜综艺

第 1 位

抖音综艺热榜数量断层

TOP1

热点在榜时长超

8,000 小时

案例 《披荆斩棘第三季》

芒果 TV 全景音乐竞演节目《披荆斩棘第三季》成为播出阶段关注与口碑皆收的高关注度综艺。节目积极引导青年向上拼搏，不断拓宽对时间、生活的思考，传达出滚烫的人生态度，传承着奋斗的精神火种。《披荆斩棘第三季》截止收官收获来自网友关于一千多个相关话题的 2,000 多万次讨论，在海外 YouTube 等平台也收获广泛关注，节目相关视频播放量达 4,000 万。不少观众点评“嘉宾在节目内外的互动彰显动人友谊”“舞台有质感，唱演过瘾”。



《披荆斩棘第三季》



新华社发文称：“嘉宾们从初舞台开始就展现出奋进斗志，在舞台上追求技能的新突破和人生新可能，传递奋进向前的时代精神。”



案例 《声生不息·宝岛季》

《声生不息·宝岛季》致力于搭建起海峡两岸音乐文化交流的桥梁，用一首首传唱至今的经典曲目展示两岸同胞共同的文化根脉和文化记忆，唤醒两岸几代人共同的文化印记和文化认同，一百多天的音乐旅程，唱响经典的同时也超越了音乐本身，找到了生生不息力量的源头，将一段音乐记忆升华为一场文化的交流与传承。《声生不息·宝岛季》掀起了一股新的华语浪潮，强化了两岸同胞的共同记忆、共同情感和共同意识，打造两岸深化民间交流的新亮点，展现了新时代的新风貌。



《声生不息·宝岛季》



案例 《声生不息·家年华》

《声生不息·家年华》节目在 79 天的中华音乐巡礼中，24 组歌手带来了 110 个有审美、有温度、有突破的舞台。节目截至收官，共有 90 家主流媒体进行了 222 次报道，其中新华社及旗下《瞭望》杂志社共计 4 次发文点赞节目“道出了家国深情”。新春佳节之际，节目联合人民日报视频客户端“视界”举办“新春家年华”音乐会特别企划，直播累计观看人次达 2,425 万。此外，海外成绩同样亮眼，《声生不息·家年华》的 YouTube 总播放量超 3,400 万次，《桃花诺》《爱丫爱丫》等 5 个节目歌曲视频海外平台播放量破百万次。



《声生不息·家年华》



海外华人评价：“声生不息不止是音综，歌里的家国情根植在所有中国人的血脉中。”

## 四平台融合

2023 年，公司聚焦核心主业，充分发挥业务协同和资源整合效应，战略布局少儿赛道和内容电商，芒果 TV、金鹰卡通、小芒电商和湖南卫视形成了长视频行业内独一无二的“四平台”深度融合发展新格局。“四平台”打造 56 个综艺团队、22 个影视剧团队和 36 个影视剧战略工作室，进一步夯实高门槛、强创新、多元化的内容供给优势。11 月，芒果“四平台”联合招商会为广告伙伴、综艺和影视剧合伙人展示“四平台”融合新生态。全新战略打造的芒果“四平台”不仅进一步扩大精品内容生产产能，人群覆盖也从青年人群扩容至全年龄段，更能不断打通创制与运营流程，完善整个内容价值兑现链路，在媒体深度融合发展势能加持下，芒果生态圈的内涵更加丰富，价值变现链路更加完整。



芒果“四平台”融合发展新格局



## 战略生态合作

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，促进技术创新、内容创新、服务创新，与合作伙伴共同发展。

### 案例 芒果 TV、淘宝天猫合作 88VIP 会员

2023 年 8 月，芒果 TV 与淘宝天猫 88VIP 正式达成合作，成为淘宝天猫独立运营后，88VIP 首次与阿里生态以外的平台进行权益合作。已激活视频权益且符合领取规则的 88VIP 用户，均有一次在当前周期更换芒果 TV 会员权益的机会。用户兑换后，将在 88VIP 有效期内享受芒果会员身份及相关权益，包括芒果的独家综艺、影视剧等，以及节目录制体验、会员专属线下活动等。作为一款一卡通的会员服务，88VIP 会员用户以一二线城市女性用户为主，同时，芒果 TV 24 岁以下用户占比高达 65% 以上，双方合作从长期来看，也将利好 88VIP 拓展年轻用户池。借由 88VIP 这一优质通道，芒果 TV 进一步拓展会员用户，提升品牌影响力。



芒果 TV 与淘宝天猫 88VIP 创新合作

### 案例 芒果 TV 携手中国移动打造“动感地带芒果卡”

2023 年 7 月，“时代有我 光芒万丈 中国移动动感地带芒果卡发售会”在长沙举办，由中国移动与芒果 TV 联合打造的动感地带芒果卡正式发布。动感地带芒果卡作为市场上唯一的由信息服务产业与文化产业深度开展生态融合的产品，构建全新的通信“视听”世界，为广大的年轻用户群体提供全新的沉浸式体验感知。此次双方以动感地带芒果卡实践文化产业跨界创新，共同迎接数智时代的新机遇和新挑战，深化战略合作，激活创新驱动，共创品牌价值。



动感地带芒果卡发售会

#### 动感地带芒果卡创新亮点

- “内容 + IP + 网络 + 应用”的全新产品模式
- 多重文娱资源和全场景定制权益
- 专享的艺人视频彩铃、语言来电、元宇宙等 5G 新应用



### 案例 芒果 TV、抖音联合发布“精品短剧扶持计划”

2023 年 12 月，芒果 TV 与抖音合作发布会暨签约仪式在北京举行。双方宣布以短剧联合开发为切口，后续推进短视频二创、品牌营销等多方面的深度合作，充分发挥双方优势，为满足用户多元化的网络视听需求寻找解法。在此次发布会上，芒果 TV 与抖音重点发布了“精品短剧扶持计划”，未来三年，双方将围绕十大主题，面向行业激励优质短剧的开发和制作。



芒果 TV 与抖音合作发布会



“精品短剧扶持计划”十大主题

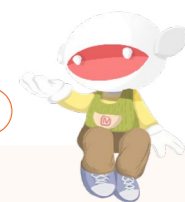
### 着力 加强国际传播能力建设

“凡亲中国者，多晓芒果台；凡有华人处，必闻芒果声”。芒果超媒致力于讲好中国故事，传播好中国声音，不断加强海外传播，让中华文化更好地走向世界，让世界更好地了解中国。

#### 平台优势

芒果 TV 在 2018 年 3 月开始搭建自有、自主、自控的海外新媒体平台——芒果 TV 国际 APP，6 年来海外用户高速增长。芒果 TV 国际版拥有多部精彩综艺、热播剧集与精品纪录片等优质项目，成为中华文化走出去的重要出口，公司连续多年入选“国家文化出口重点企业”。

### 关键绩效



芒果 TV 国际 APP 下载量超

1.4 亿

海外业务服务覆盖全球超过

195 个国家和地区

芒果 TV 国际 APP 拥有

1,500 部节目

共计

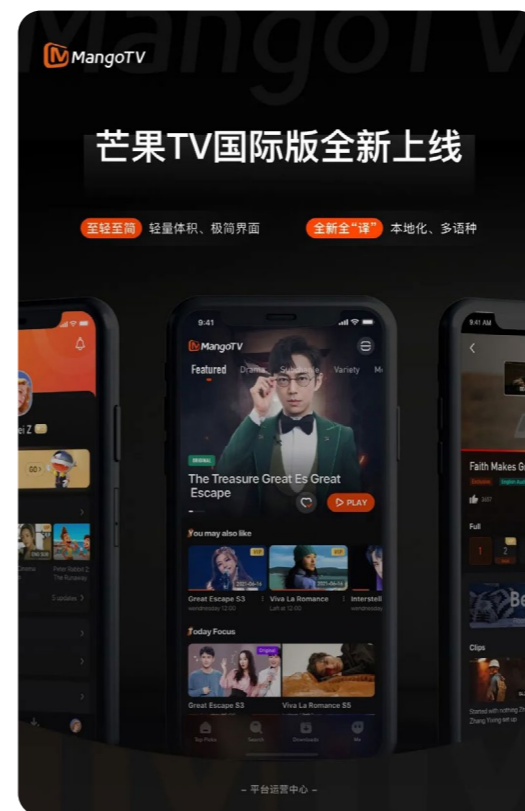
15 万小时内容库存

上线

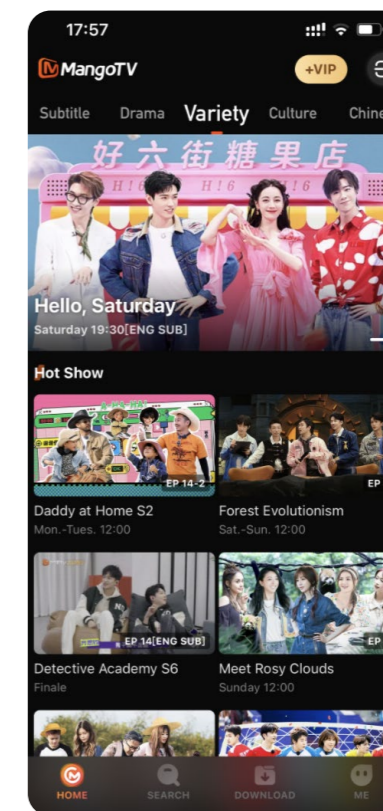
6 种界面语言应用

字幕涵盖

17 种语言，推进全球化、区域化、分众化表达



芒果 TV 国际 APP



芒果 TV 以 Facebook、Twitter、YouTube 等国际主要网络社交平台为主进军海外主流社区，持续创新内容表达，吸引更多国际粉丝并提高粘性。“湖南卫视芒果 TV 官方频道”在 YouTube 多年位列华语 MCN 前列（多频道网络）；YouTube 芒果 TV 专区重点开展小语种矩阵搭建与会员功能拓展，印尼地区频道订阅数、观看量和收益同比增长 200%。

## 内容出海

2023 年，芒果超媒着力推动主流宣传与正能量内容出海，年内多个重点报道项目与芒果优质作品走向海外，实现“走出去”与“播得好”相结合，打响芒果宣传文化品牌，让中国声音、中国文化“出圈出海”。

### 案例 芒果 TV 国际 APP “Xi's Moments (习声金句)”

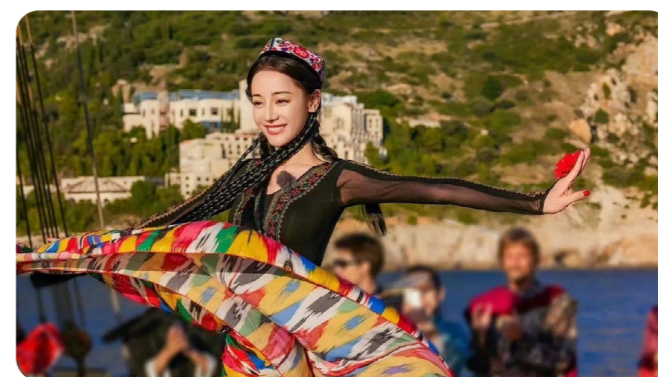
芒果 TV 国际 APP 特别创建“Xi's Moments (习声金句)”合集，集纳推送习近平总书记重要讲话和重大会议、重大活动的宣传报道，开设“喜迎党的二十大”视频专区，以繁体中文、英文推送党的二十大报道内容。

“习声金句·Xi's Moments”



### 案例 《花儿与少年·丝路季》

由湖南卫视、芒果 TV 推出的《花儿与少年·丝路季》沿着花少团游学足迹走近“一带一路”重点合作项目和中国企业，领略中国智慧、中国方案、中国力量为共建国家带来的改变，展现中国对于一带一路周边国家的支持与合作精神，彰显文化大国的国际形象。2023 年 12 月，外交部发言人、外交部新闻司副司长汪文斌在 Facebook 推荐《花儿与少年·丝路季》：“穿着中国新疆服饰跳着新疆舞蹈的迪丽热巴，闪耀着光芒！”中国外交部驻外人员在其海外社交平台接连转发分享《花儿与少年·丝路季》里中国新疆维吾尔族演员迪丽热巴身着艾德莱斯表演新疆民族舞蹈的视频，热烈明媚的舞姿饱含着中国新疆民族风情，向海外网友展示中华民族文化的魅力。



《花儿与少年·丝路季》

### 案例 《乘风破浪的姐姐 越南版》

2023 年 4 月，越南有线电视公司与芒果 TV 就《乘风破浪的姐姐》第一季的模式授权达成合作。10 月，《乘风破浪的姐姐 越南版》正式在越南国家电视台 VTV3 台播出。该节目集结了越南顶级艺人，包括著名歌手 Hồng Nhung (红绒)，超人气演员 Ninh Dương Lan Ngọc (宁杨兰玉)，以及越南环球小姐 H'Hen Niê (赫妮尼依) 等。节目播出后，收视率一路飙升，首播即登顶越南同时段综艺收视第一，并创下越南综艺节目招商之最，吸引了 33 家赞助商。节目在 VTV3 拿下同时段综艺收视率第一，相关视频内容冲上 YouTube 越南地区热门榜单第二，广受越南观众好评。



《乘风破浪的姐姐 越南版》

### 渠道优势

芒果超媒不断加强对外战略合作，拓展海外“朋友圈”，加速互通互联国际大通道建设。芒果 TV 在亚洲、拉美、非洲等区域拓展的商务合作项目超过 100 个，并联合小米、传音、华为等头部出海厂商搭建内容联盟合作矩阵，借助终端设备的影响力将芒果内容落地全球。

#### 案例 国际战略合作

芒果 TV 与老挝国家电视台、云数传媒正式签署战略合作协议，在数字化平台建设、内容授权与译制、跨境电商、合资等领域开展合作，共建东南亚区域国际传播中心；与马来西亚电讯公司和新加坡电信达成平台级战略合作，开辟“每天 1 小时”湖南广电内容节目带，覆盖当地 410 万华裔观众。



芒果 TV 海外宣传



#### 案例 芒果 TV 亮相戛纳电视节

2023 年 10 月，2023 年法国戛纳秋季电视节（MIPCOM）盛大开展。作为全球规模和影响力最大的国际视听与内容交易市场之一，本届 MIPCOM 吸引了来自 100 多个国家的政府机构、播出平台和影视公司参会，超过 11,000 名业界人士与会。电视节开展首日，芒果 TV、华策集团联合中国（浙江）影视产业国际合作区，举办了一场别开生面的推介会，汇聚世界买家和中国管理机构，向世界市场推介来自中国的优秀影视内容。



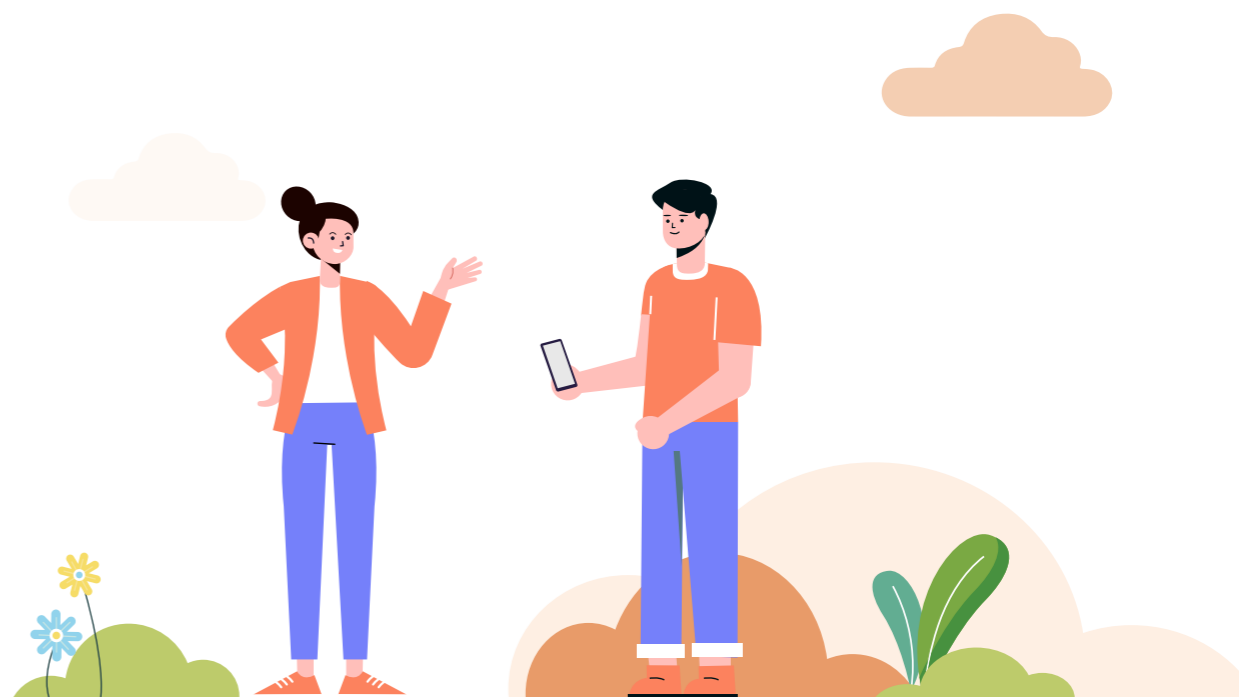
芒果 TV 亮相法国戛纳秋季电视节（MIPCOM）

#### 案例 芒果 TV2023 新加坡电视节新剧推介会

2023 年 12 月，在美丽的新加坡滨海湾，2023 年新加坡亚洲电视论坛与市场（ATF）盛大开幕。由湖南卫视、芒果 TV 与华策影视集团联合主办，中国（浙江）影视国际合作区协办的新片推介会在 ATF 举办，来自全球各地的重量级客户，华策集团、芒果 TV 长期合作伙伴到现场观摩新片、分享交流、洽谈合作，来自中国香港、中国台湾及泰国、新加坡、马来西亚、越南、英国、美国等地的代表和影视同行济济一堂，《以爱为营》《我们的翻译官》《国色芳华》三大新剧热剧的宣传、推介在现场热烈展开。芒果 TV 与华策集团达成独家海外发行战略合作，先后将 39 部剧集、9 档芒果综艺成功发行至海外，芒果 TV 与华策集团都致力于生产制作全球观众喜欢的中国影视内容，也将持续不断与国际合作伙伴开展共赢合作，向全世界展现更多优秀的中国内容。



2023 年新加坡亚洲电视论坛与市场（ATF）湖南卫视、芒果 TV 联合主办新片推介会



## 走进芒果超媒

### 公司简介

公司作为 A 股市场唯一一家国有控股长视频新媒体公司，是湖南广电积极响应中央关于推动媒体深度融合发展战略的重要改革成果，获评国家广电总局首批全国广播电视媒体融合先导单位。主营业务板块包括芒果 TV 互联网视频、新媒体互动娱乐内容制作、内容电商等。公司依托芒果特色媒体融合生态，以互联网视频平台芒果 TV 为核心，以全产业链控制和生态协同为抓手，整合关键要素资源，打通上下游，建立一网联结、多点联动的生态矩阵，建设具有强大引领力、传播力和竞争力的主流新媒体集团。



芒果超媒生态图

### 发展战略

目前，我国媒体融合进程从“相加”逐步走向“相融”，在新生态、新技术背景下，已经步入全面发力、构建体系的新阶段、新征程。作为广电体系内用户规模最大的国有新媒体平台，公司将始终坚持长期主义和未来主义，紧紧抓住“文化+科技”这个未来的胜负手，准确识变、科学应变、主动求变，牢牢坚守党媒国企责任担当，加快推进媒体深度融合，坚决捍卫内容创新头部地位，全面推动核心主业稳中求进，充分激发新兴业态发展活力，着力培育传媒行业新质生产力，大力培养新生代青年领军人才，在建设具有强大引领力、传播力和竞争力的主流新媒体集团新征程上，奋力书写媒体融合高质量发展的“芒果答卷”。

## 责任管理

### ESG 管理架构

公司成立董事会领导下的 ESG 工作领导小组，搭建 ESG 管理架构，并邀请专业机构通过实地走访、问卷调查等对公司及子公司进行 ESG 现状调研，梳理其现有意识、管理和措施，提出相应改进建议，定期开展相关培训。报告期内，公司获得“ESG 中诚信绿金 A+ 评级”“ESG 中证指数 AA 级”“华夏 ESG 观察联盟 ESG 实践优秀案例”。









公司 ESG 评级及荣誉



## 利益相关方沟通

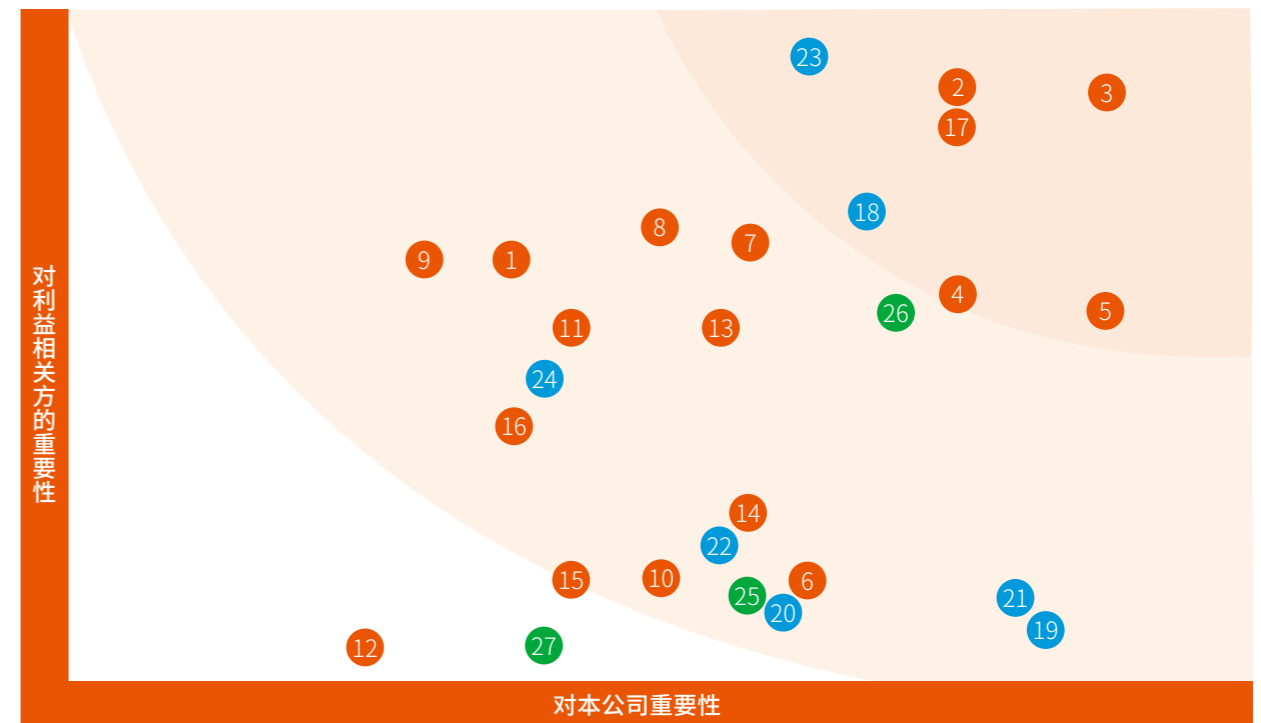
芒果超媒高度重视与公司内外部利益相关方的沟通与交流，通过多种渠道与利益相关方展开对话，深入了解各利益相关方的诉求与期望，争取各方信任和支持，推动社会责任管理工作的持续改进。

利益相关方	期望与诉求	沟通方式与表现
 <b>政府与监管机构</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依法纳税</li> <li>诚信合规经营</li> <li>宣扬主流文化</li> <li>思想文化工作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主动依法纳税</li> <li>完善公司治理</li> <li>主流宣传</li> <li>党建引领</li> </ul>
 <b>股东与投资者</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>稳定业绩增长</li> <li>提高投资回报</li> <li>了解公司经营</li> <li>扩大消费人群</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善公司治理</li> <li>维护股东权益</li> <li>投资者关系管理</li> <li>信息披露</li> <li>产业集合升级</li> </ul>
 <b>客户 / 消费者</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>优秀作品</li> <li>权益保障</li> <li>隐私保护</li> <li>内容合规</li> <li>价值引领</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>技术创新</li> <li>加强信息安全管理</li> <li>内容与广告审核</li> <li>会员权益升级</li> <li>用户体验保障</li> <li>未成年人保护</li> </ul>
 <b>供应商与合作伙伴</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守商业道德</li> <li>公开公平采购</li> <li>推动行业发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>打造长期稳定合作</li> <li>坚持公开透明采购</li> <li>促进行业交流合作</li> </ul>
 <b>员工</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>权益保障</li> <li>提供职业培训</li> <li>良好的工作环境</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守相关法律法规</li> <li>全方位的培训体系</li> <li>丰富的员工活动</li> <li>体系化的员工福利</li> </ul>
 <b>社区及公众</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投身公益事业</li> <li>重视公益宣传</li> <li>推动性别平等</li> <li>重视环境保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>参与志愿者活动</li> <li>提供公益平台</li> <li>助力公益宣传</li> <li>乡村帮扶</li> <li>包容女性</li> <li>环境保护</li> </ul>

## 实质性议题分析

芒果超媒积极履行社会责任，结合最新制定的各类社会责任与 ESG 报告编制指南、媒体行业企业议题趋势、利益相关方诉求及公司自身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，通过发放问卷调查形式，收集利益相关方诉求，明确公司的实质性议题。

芒果超媒实质性议题分析矩阵



公司实质性议题分析矩阵

- |             |                  |              |
|-------------|------------------|--------------|
| 01 媒体多元化    | 02 内容审核与广告合规     | 03 价值引领      |
| 04 技术研发与创新  | 05 数字化发展         | 06 科技伦理      |
| 07 AI 智能使用  | 08 客户及消费者服务和权益保障 | 09 未成年保护     |
| 10 员工平等雇佣   | 11 促进就业          | 12 员工沟通与民主管理 |
| 13 员工关爱与激励  | 14 员工培训与发展       | 15 带动行业发展    |
| 16 乡村振兴     | 17 国家战略响应        | 18 信息安全与隐私保护 |
| 19 知识产权保护   | 20 党建引领          | 21 公司治理      |
| 22 合规合法经营   | 23 商业道德与反贪腐      | 24 社会责任管理    |
| 25 环境管理体系搭建 | 26 低碳节目制作        | 27 绿色办公      |

## 年度荣誉

### 芒果超媒

荣誉名称	授予单位
第十五届“全国文化企业三十强”	光明日报社、经济日报社
2023-2024 年度国家文化出口重点企业	国家商务部
2023 湖南企业一百强	湖南省工业和信息化厅
2023 上市公司董事会优秀实践案例	中国上市公司协会

### 芒果 TV

荣誉名称	授予单位
《去有风的地方》《装腔启示录》《问苍茫》入选国家广播电视总局“2023 中国剧集精选”	国家广播电视总局
《这十年》《这十年·追光者》《这十年·向未来》《声生不息·港乐季》《中国》第二季、《与丝路打交道的人》《追寻贺龙元帅》《初入职场的我们·法医季》《动物王国的故事》《江照黎明》《开挖掘机怎么啦》11 部作品入选《2022 年度优秀网络视听作品》	国家广播电视总局
《与丝路打交道的人》《这十年》及芒果 TV 入选 2022 年度国产纪录片及创作人才扶持项目	国家广播电视总局
《动物王国的故事》入选 2022 年度优秀国产电视动画片及创作人才扶持项目	国家广播电视总局
《声生不息·宝岛季》《江河日上》《我等海风拥抱你》入选《2023 年网络视听节目精品创作传播工程入选作品》	国家广播电视总局
“芒果视频内容现实增强系统”获 2022 年度第二届高新视频创新应用大赛 VR 赛道 AR 视频场景类 二等奖	国家广播电视总局
《大侦探》辅助应用“探案小助手”获 2022 年度第二届高新视频创新应用大赛互动视频赛道分支剧情选择场景类 二等奖	国家广播电视总局
芒果 TV 国际 APP“文化国风专区”建设项目入选“2023-2024 年度国家文化出口重点项目”	国家商务部
《与丝路打交道的人》获第十七届小康电视节目工程“年度小康题材专题节目”类别最佳专题节目荣誉	中国电视艺术家协会、扬州市人民政府
《这十年》获第 33 届中国新闻奖重大主题报道三等奖	中华全国新闻工作者协会
《党的女儿：与时代同行》获第 33 届中国新闻奖典型报道三等奖	中华全国新闻工作者协会
《与丝路打交道的人》获第十五届中国·扬州旅游电视周最佳专题片	中国电视艺术家协会

荣誉名称	授予单位
《我在他乡挺好的》获第十七届小康电视节目工程“年度小康题材剧集（含网络视听作品）”类别最佳电视剧荣誉	中国电视艺术家协会
《守护童音》公益宣传片获第十七届小康电视节目工程“年度优秀短视频”类别最佳短视频荣誉	中国电视艺术家协会
《在 24 小时里听见奋进的中国》《香香的秋天》《人生是旷野》《年轻人问世界》《雷锋精神处处有，点滴小善重在行》《“拼”出美好生活新图景》《全民反诈！沉浸式体验五大“套路”》获第 30 届中国国际广告节黄河奖优秀奖	中国广告协会
《声生不息·港乐季》《向往的生活第 6 季》获第三届“时代旋律 家国情怀——环球影视文化传播高峰论坛暨年度优选”年度影响力综艺荣誉	环球时报社、中国广播电视社会组织联合会
《天下长河》《去有风的地方》《麓山之歌》获第三届“时代旋律 家国情怀——环球影视文化传播高峰论坛暨年度优选”年度优秀剧集荣誉	环球时报社、中国广播电视社会组织联合会
芒果 TV 产品技术中心智能算法团队获 CVPR 2023 MIPI-challenge 深度补全赛道冠军	IEEE 计算机学会
“芒果视频内容现实增强系统”获 2022 年度创新创业大赛 - 数字创意专业赛 三等奖	湖南省科学技术厅
《这十年》获 2022 年度湖南新闻奖重大主题报道一等奖	湖南省新闻工作者协会
《党的女儿：与时代同行》获 2022 年度湖南新闻奖典型报道一等奖	湖南省新闻工作者协会
《时代之问 青春作答 - 庆祝中国共产主义青年团成立 100 周年》获 2022 年度湖南新闻奖融合报道二等奖	湖南省新闻工作者协会
《中国》第三季获“第 24 届中国视频榜”年度纪录片	《新周刊》
《声生不息·宝岛季》获“第 24 届中国视频榜”年度音乐综艺	《新周刊》
《你好，星期六》获“第 24 届中国视频榜”年度突破综艺	《新周刊》

### 金鹰卡通

荣誉名称	授予单位
《23 号牛乃唐》获“致敬电视动画四十年·荣誉电视动画片”奖项	中国动画学会
卡通形象“麦咕”获“中国动画公益之星”称号	中国动画学会

### 快乐购

荣誉名称	授予单位
《芒果跨境直采》节目获 2022 年度中国电视购物行业特别节目金奖	中国电视购物联盟
《妈妈，这是我的第一道菜》获 2022 年度中国电视购物行业优秀节目奖 - 厨房食品类金奖	中国电视购物联盟

# 治理篇

## 我们的理念

芒果超媒持续优化公司治理结构，构建以投资者需求为导向的信息披露体系，不断强化内控管理和廉政建设，推进合规稳健经营，以高水平治理推动高质量发展，积极履行主流新媒体集团的社会责任与使命担当。

## 我们的行动

- 赓续前行
- 规范运作
- 融合创新

## 我们的成效

芒果超媒充分发挥国有企业党的领导和公司治理双重优势，严格按照法律法规和监管部门相关规定，持续推进公司治理体系和治理能力建设；优秀的治理与规范运作获得了监管部门认可，获评中国上市公司协会“2023 上市公司董事会优秀实践案例”；信息披露零差错，连续获评 5 年信息披露年度考核最高等级 A 级；顺利举办《股东来了》（2023）全国总决赛，出品全国首部投资者教育题材连续短剧《金牌主簿》，芒果 TV 投资者教育频道累计点播量突破 5 亿。

## SDGs 对标





## 党建为基

芒果超媒紧紧围绕“聚焦一个主题，做实四个全面”，以“学习宣传贯彻党的二十大精神”为主题，以年度“六大工程”为目标，制定《中共芒果超媒股份有限公司委员会落实基层党建主体责任清单》《中共芒果超媒股份有限公司委员会落实全面从严治党主体责任工作任务计划》等管理制度，通过高效协同、多措并举扎实开展主题教育，以高质量党建保障公司高质量发展。

### 关键绩效

公司累计发展新党员  
**43**人

公司党员人数达到  
**974**人

党员占比  
**27.59**%

公司通过“湖南广电党建”“芒果超媒党建”“芒果小管家”等微信公众号，学习强国、新湖南、文明网等平台发布双平台党建相关推文 30 余篇，进一步深化双平台党媒形象。



## 主题教育

芒果超媒牢牢把握“学思想、强党性、重实践、建新功”的总要求，协助党委第一时间制定了详细的《双平台学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育清单》《双平台主题教育实施方案》《双平台主题教育执行方案》，用制度规范党课学习的开展。



### 关键绩效

报告期内  
公司共开展  
**12**次中心组学习

**23**次第一议题学习

覆盖**全体**党员



### 案例 学习宣传贯彻二十大精神



2023 年 3 月，芒果超媒召开主持人、艺人、制片人学习宣传贯彻二十大精神分享会。与会人员结合自身工作分享了学习二十大精神的心得体会。会议要求主持人、艺人、制片人要紧密切地团结在以习近平总书记为核心的党中央周围，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上时刻保持步调一致；要坚守初心，秉承党媒红色基因，肩负起重要使命，不断打造出鼓舞人心、浸润人心的精品力作。

学习宣传贯彻二十大精神分享会



### 案例 主题教育工作会议

2023 年 4 月，公司召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育工作会议，对主题教育各项工作进行动员部署，对主题教育工作提出了具体建议。公司继续深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，全面贯彻党中央统一部署和省委要求，在党委的正确领导下，持续加强理论武装，用思想之光照亮奋斗之路，把习近平新时代中国特色社会主义思想转化为坚定理想、锤炼党性和指导实践、推动工作的强大力量，为中国式现代化新湖南贡献更大力量。



主题教育工作会议

### 案例 学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育

2023 年 9 月，芒果超媒召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育总结会议，深入学习贯彻习近平总书记关于主题教育系列重要讲话和指示批示精神，全面贯彻落实中央和全省主题教育第一批总结暨第二批部署会议精神，对双平台党委主题教育工作进行总结，对持续深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作出部署。



学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育总结会议



### 案例 开展主题教育现场课

报告期内，公司创新性策划组织高质量主题教育现场课，以“主题教育”的形式把握党课学习节奏与质量，高质量地推动公司员工党政教育。

#### 十八洞村现场课，感受为民情怀

2023 年 4 月，公司组织各部门 40 余名员工代表参加学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育联合学习班，开展了以“感悟精神伟力 厚植为民情怀”为主题的十八洞村现场课，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观和方法论，深刻领会坚持人民至上的核心要义。



十八洞村现场课



国防科大现场课

#### 国防科大现场课，学习科技强军成果

2023 年 6 月，公司组织 40 余名员工代表赴国防科技大学，联合开展以“探访科技前沿，筑牢强国之基”为主题的学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育现场课。此次活动让员工深入了解国家科技发展的最新成果和前沿技术，加深了他们对科技创新的认识和信心。

#### 岳麓书院现场课，传承湖湘文化

2023 年 7 月，公司组织 80 余名员工代表赴岳麓书院，联合开展以“传承优秀传统文化 擘画崭新文艺图景”为主题的双平台学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育现场课。外部专家以《岳麓书院与湖湘文化》为题，围绕“岳麓书院的历史与文化、湖湘文化的历程与精神、岳麓书院对于湖湘文化的意义”三个方面为大家做专题辅导。



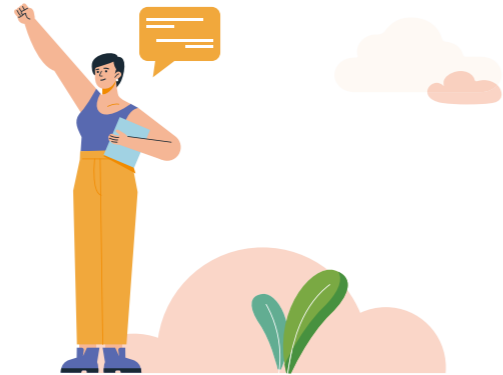
岳麓书院现场课

### 案例 制片人学习“习近平文化思想”分享会

2023 年 11 月，芒果超媒召开制片人学习“习近平文化思想”分享会。制片人代表结合自身实际工作分享了对学习“习近平文化思想”的认识和体会。会议强调习近平文化思想为双平台高质量发展带来了重大机遇，制片人作为双平台内容创作的主力军，也作为双平台宣传文化思想工作战斗堡垒中的核心力量，需要持续不断地从习近平文化思想中去汲取未来创作的智慧与方向，去探索文艺与时代、与人民、与生活、与创新的作用力。一是要真学真懂真信真用，要在研读细理中去找思想脉络、找逻辑关系、找解决问题的“桥”和“船”，切实地用党的创新理论武装思想、指导实践，未来将持续推动制片人学习的制度化、常态化、体系化；二是要敢破敢立敢闯敢试，双平台要担负起新的文化使命，需要从习近平文化思想中找到顺应潮流趋势、破解矛盾问题的新思路；要敢于跳出经验主义、主动拥抱变化、掌握过硬本领，做新趋势的推动者、发起者、引领者；要从中华民族五千多年来累积的文化养分中、从新科技新技术带来的行业新空间中，从社会、用户的情绪与需求变化中，去探索、去挖掘，打造更多有真文化、真思想、真情感、真关切的精品力作。



制片人学习“习近平文化思想”分享会



### 案例 主持人、艺人学习“习近平文化思想”分享会

2023 年 11 月，芒果超媒召开主持人、艺人学习“习近平文化思想”分享会。会议要求一是要坚持“知”与“行”的统一，毫不动摇“以设问入题，以实践作答”，要将所学化作脚踏实地的行动自觉，不断修炼和增强做好宣传思想文化工作的“看家本领”和“拿手好戏”；二是要坚定“破”与“立”的勇气，对固化落后的思想观念及时进行摒弃和根除，努力吸纳与夯实前沿思维、创新理念，树立更高的行业格局；三要理解“定”与“变”的关系，习近平文化思想是一个不断展开、开放式的思想体系，必将随着实践深入不断丰富发展。这个思想体系中，永恒不变的是党的宣传思想文化工作的初心和使命，屹立不倒的是坚持党的领导，毫不动摇的是坚持人民至上。作为党媒国企，我们要在坚守不变的笃定和一往无前的前行中，不断孵化新爆品、开创新格局、实现新跨越、展现新现象。



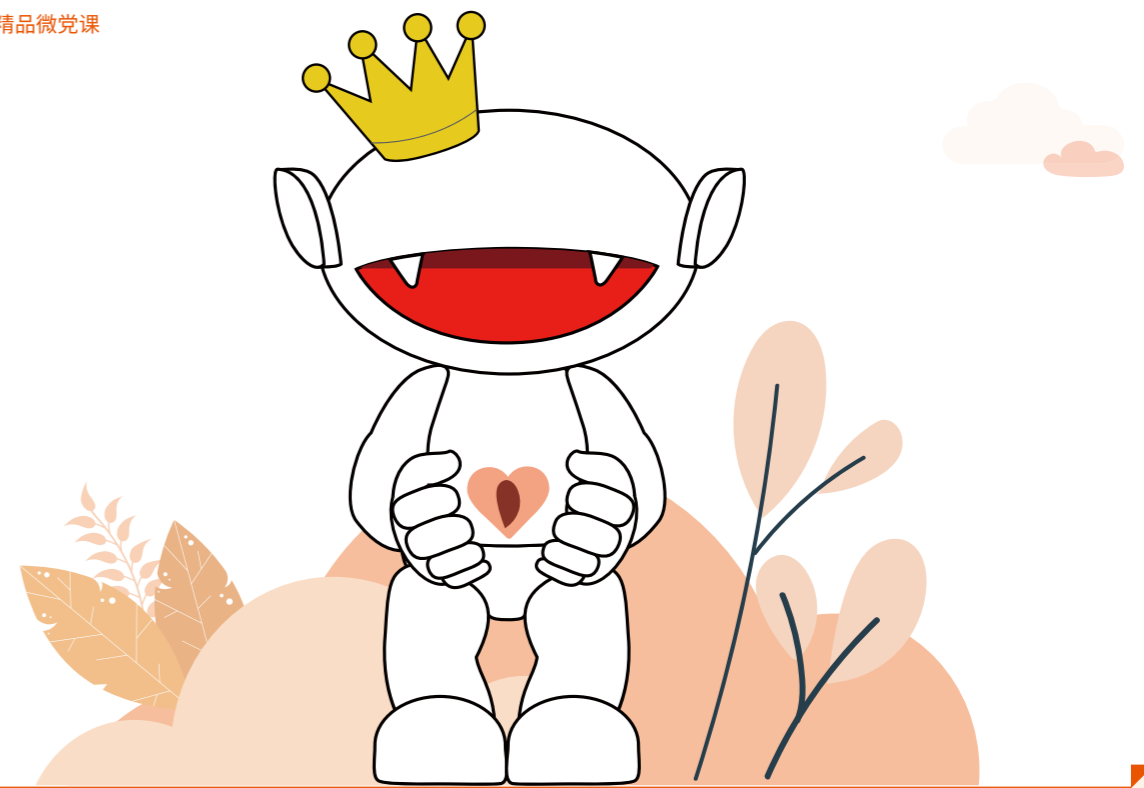
主持人、艺人学习“习近平文化思想”分享会

### 案例 开展精品微党课评选，学习种子精神

2023 年 2 月，芒果 TV 的《学习“种子精神”，新征程向阳生长》作品入选“学习宣传贯彻党的二十大精神”精品微党课。本节党课的授课现场为“隆平水稻博物馆”，学员为奋战在党媒国企宣传业务一线的青年党员。该课通过现场授课形式，引领青年党员深入学习领会党的二十大精神，聚焦“人民至上的初心之种、自信自立的奋斗之种、守正创新理想之种”，学习袁隆平院士的“种子精神”，号召文艺宣传工作者培养、呵护好心中的“种子”。



精品微党课



## 党风廉政

芒果超媒组织开展了“清廉双平台 清风行动”。本次行动聚焦“廉”与“俭”，公司发布《廉洁自律公约》《勤俭节约倡议》，通过一系列专项行动和长期的清廉建设，在双平台形成以清为美、以廉为荣的价值取向和浓厚氛围。

畅通的廉洁举报渠道

《廉洁自律公约》《勤俭节约倡议》

### 案例 专项整治动员会议，牢记从严治党使命

2023年4月，公司组织召开2023年党风廉政建设工作会议暨“两大专项整治”动员部署会议。公司领导开展了题为《固本清源 扬帆起航 以更扎实的作风开启高质量发展新征程》的2023年党风廉政建设工作报告，总结回顾了2022年党风廉政建设成效，安排部署2023年工作。公司必将牢记党媒使命，永远保持“赶考的清醒和谨慎”，驰而不息推进全面从严治党，为建设主流新媒体、实现高质量发展全力以赴。



党风廉政建设工作会议暨“两大专项整治”动员部署会议

### 案例 廉政教育专题会，夯实青年根基

2023年11月，公司组织青年干部职工参加集团廉政教育专题会议，青年干部、团干部、青年员工320余人参会。此次廉政党课以《让守纪律讲规矩成为最鲜亮的青春底色》为题，先后详细介绍了纪律检查委员会的主要工作职责、监督执纪的主要内容和流程，向广大青年干部职工生动清晰地阐释了纪检工作的基本内涵和重要意义。通过深入学习贯彻习近平总书记全面从严治党重要论述，此次培训加强了对广大青年干部职工的廉政教育，为全面建设“清廉广电”、建设主流新媒体集团夯实青年根基、贡献青年力量。



青年干部职工廉政教育专题会议

### 案例 “清风行动”启动，开展双平台清廉建设

2023年3月，公司举行了“清风行动”启动仪式，通过多样化的表演形式增强员工的廉洁意识。少年合唱团合唱《爱莲说》，展示了员工子女从小接受廉洁文化熏陶，传承好家风、好家教的动人风采；主持人诗领学《闪着光的你》，带观众回顾了历史上优秀共产党员清正廉洁、甘于奉献的榜样故事；领导班子带领全体员工领学《廉洁自律公约》《勤俭节约倡议》增强员工廉洁意识。此次启动仪式代表着《廉洁承诺告知书》将成为公司所有的商务合同必签文件。



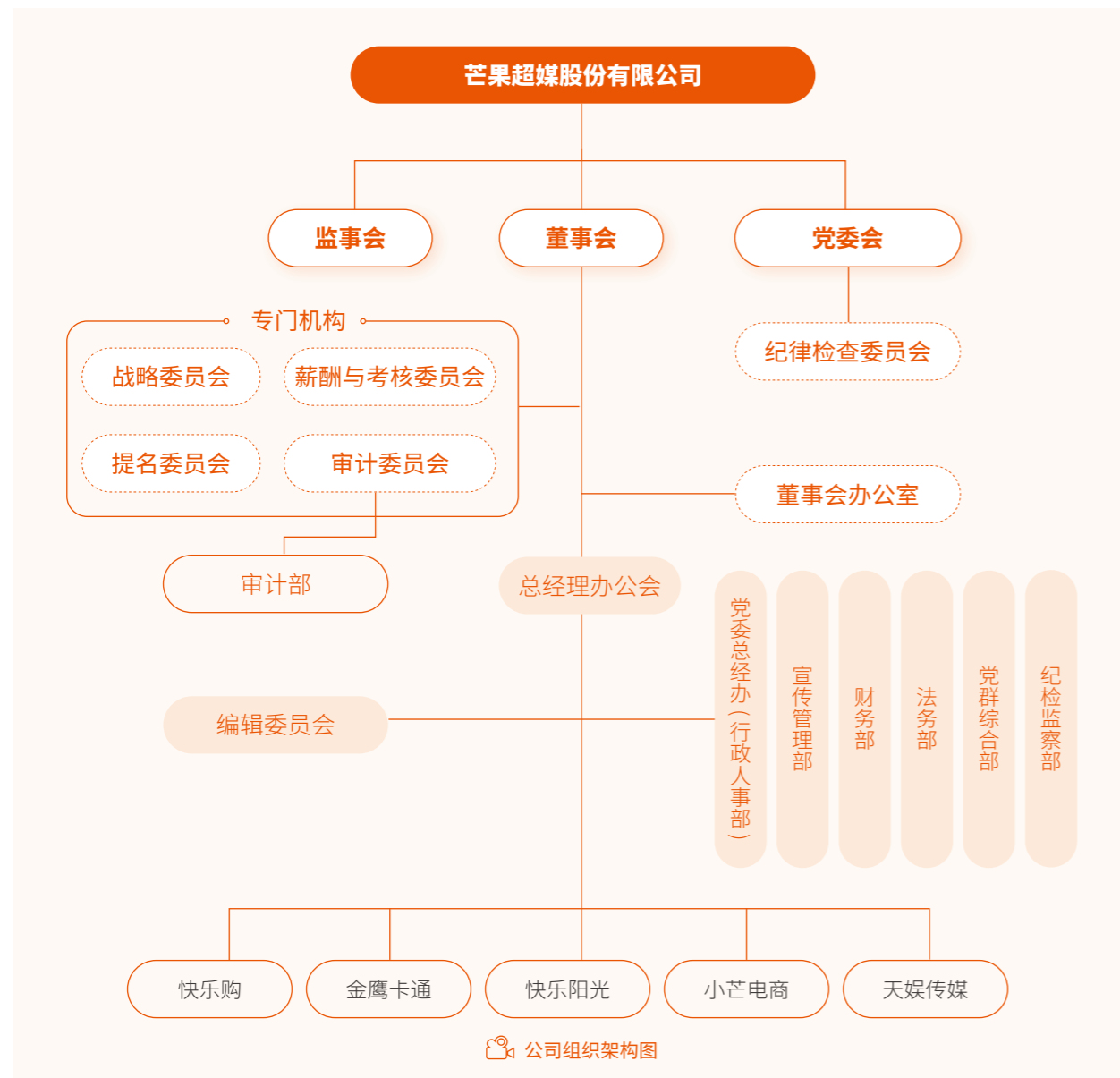
领学《廉洁自律公约》





## 三会运作

芒果超媒重视规范治理工作，制定有《公司章程》《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。公司治理机构由“四会一层”组成，其中董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会与审计委员会。公司各职能机构各司其职、各负其责、协调运转，形成了有效制衡的公司治理体系，建立了完备的议事规则体系。公司董事会具备专业性、独立性和多元性，具有良好的公司治理，能够有效保护股东利益、促进公司持续发展。



### 关键绩效



报告期内  
公司共召开股东大会  
**2**次

董事会  
**6**次

监事会  
**7**次

公司董事会由  
**9**名董事组成

其中独立董事  
**3**名

女性董事  
**1**名

公司监事会由  
**3**名监事组成

其中职工监事  
**1**名



公司年度股东大会

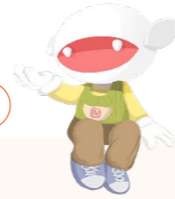




## 投关管理

公司持续完善以投资者需求为导向的信息披露体系，充分披露投资者作出价值判断和投资决策所必需的信息，严格依照上市监管规则履行信息披露义务，遵循“真实、准确、完整、及时、公平”的原则，不断提高信息披露的有效性和透明性。同时突出信息披露的重要性、针对性，主动披露对投资者投资决策有用的信息，强化行业发展、公司业务、技术创新、风险因素等关键信息披露，减少冗余信息披露。公司已连续五年获评深圳证券交易所信息披露年度考核最高等级 A 级。

### 关键绩效



公司严格遵守上市公司各项监管规定，强化主体责任，持续加强信息披露管理，有效保证公司信息披露真实、准确、完整、及时、公平。

报告期内，公司披露公告 **116** 份，信息披露零差错，连续 **5** 年信息披露年度考核最高等级 A 级，优秀的治理与规范运作获得了监管部门认可，在中国上市公司协会举办的“2023 上市公司董事会最佳实践创建活动”中获评“2023 上市公司董事会优秀实践案例”与“2023 上市公司董办最佳实践案例”。



2023 上市公司董事会优秀实践案例



公司高度重视与投资者的沟通，完善公开、公平、透明、多维度的沟通渠道。除公司发布的定期报告和临时公告外，公司还通过业绩说明会、互动易平台、现场调研、投资者热线、电子邮箱、策略会等多种形式与投资者积极沟通，增进投资者特别是中小投资者对公司生产经营情况的了解，更好地传递公司价值，增强投资者认同感，树立市场信心。

### 关键绩效



报告期内，公司组织召开年度业绩说明会和半年度报告业绩说明会，近 **800** 名投资者、分析师参与交流活动，在资本市场引起高度关注。通过高规格定期报告业绩说明会，稳定投资者市场预期；公司强化与机构投资者的沟通交流，全年参加头部券商线下策略会超 **10** 场；公司积极响应中小投资者所关注的各类热点问题，通过互动易平台公开在线回复投资者提问近 **200** 条，投资者热线及邮箱沟通近 **700** 次。



公司业绩说明会



**案例 芒果和 TA 的朋友们建群大会，组织投资者交流沟通**

公司组织超 100 位投资者、分析师参加芒果广告秋季招商会“驷马难追——芒果和 TA 的朋友们建群大会”，并就广告招商会策划组织投资者交流沟通活动，向资本市场充分展现四平台的融合逻辑和强大活力。现场各行业的品牌方、代理商、媒体等约 2,000 多位伙伴远道而来，品鉴 2024 芒果全新资源，共探营销解决之道。

公司还积极投身投资者教育和保护事业。芒果新媒体投资者教育基地是全国首家新媒体投教基地，芒果 TV 投资者教育频道，根据新时代年轻投资者的实际需求，制作和播出年轻投资者关心、关注的投教节目，打造属于年轻人自己的投教基地。投教频道上线三年多以来，以专业的投资课程、速达的行业资讯和权威的政策解读，逐渐成为广受欢迎的投资者学习和了解资本市场知识的移动平台。

**关键绩效**

芒果 TV 投资者教育频道围绕诸如

- “注册制改革”
- “全国投保日”
- “股东来了”
- “防非打非”

等主题进行专栏开设与节目上线，  
累计点播量已突破

5 亿



**案例 《股东来了》（2023）**

大型投资者权益知识竞赛《股东来了》（2023）全国总决赛由中证中小投资者服务中心联合北京、浙江、甘肃、新疆四地证监局以及芒果超媒共同举办。作为国有传媒上市公司，公司积极履行社会责任，连续三年承办《股东来了》全国总决赛。充分发挥新媒体宣传势能，2023 年进一步调集芒果系艺人资源、新闻宣传资源等为大赛保驾护航、营声造势，助力资本市场高质量发展。在比赛知识竞答题目中加大对全面实行股票发行注册制下上市、发行、退市等核心内容的宣传，聚焦资本市场重大改革与重要基础制度，引导广大中小投资者增强股东意识、积极行使股东权利。



《股东来了》（2023）

**案例 投教短剧《金牌主簿》**

公司新媒体投教基地制作了全国首部投资者教育题材连续短剧《金牌主簿》，推进投教与新媒体深度融合，有效提升投资者保护工作影响力。《金牌主簿》首次将投资者教育与微短剧相结合，开创了投教产品新模式，为做好投资者教育与宣传提供了新的载体，贴近年轻投资者需求，是新时代投资者教育与宣传的一次新尝试。该连续短剧以古装剧形式，通过虚拟与现实的结合，将金融知识嵌入剧集故事，以有趣的形式对情节中的特定金融知识进行解读，寓教于乐。



《金牌主簿》

## 内部控制

公司坚持以风险为导向的原则，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。



公司内控组织架构



内审队伍参加集团专题培训



### 案例 天娱传媒内审队伍建设专题培训

天娱传媒内部环境中，识别潜在的威胁、问题或不利因素，可能对业务运营、声誉、财务状况或合规性产生的负面影响，有助于公司及时发现并应对可能的风险，从而减少潜在损失。天娱传媒通过识别内部问题和改进机会，优化业务绩效，提高效率和竞争力。

#### 天娱传媒风控识别方法

**风险评估:** 进行全面的风险评估，识别与财务、运营、法律、声誉等相关的各种风险，包括定期审查流程和系统，以确定潜在问题的存在

**内部审计:** 通过独立的审计程序来检查公司的内部控制系统，以发现潜在问题

**员工反馈:** 设立途径，鼓励员工提供风险报告和建议

**数据分析:** 利用数据分析工具和技术，检查异常模式和趋势，以发现潜在问题

天娱传媒风控识别方法

## 合法经营

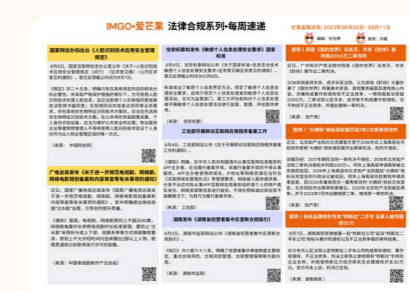
通过新规速递及法律观察的形式，芒果超媒定期收集最新法律法规、诉讼案件、行业要闻，及时更新法务人员多维度知识库，传播价值法律资讯，为各业务条线及公司决策提供高效支持。法律观察部分通过法务人员原创的法规解读、典型案例、常见问题的研究输出，助力业务部门提升合规能力；并通过对行业新型疑难问题的分析研究，提升法务人员的理论水平，拓宽行业视野。

#### 关键绩效

公司法务部共计进行线上线下培训约 **13** 次，有效覆盖公司全体员工



法务每周法规速递



法务线下培训



公司制定严格的广告素材审核规范，并规定广告发布审查必须严格执行内容三审制，各层级广告审查员根据职责分工，按照审查原则、审核规范要求进行广告审查，并对拟发布广告具有“一票否决权”，审查过程均留有记录。

**主体资格的合规性**

广告主发布互联网广告需具备的主体身份、行政许可、引证内容等证明文件，应当真实、合法、有效

**广告导向的正确性**

广告坚持正确的导向，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求

**广告内容的真实性**

广告应当真实、合法，无虚假或隐瞒事实真相、夸大宣传效果的情形，不得含有引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者，涉及法律、行政法规规定中应当明示的内容，必须显著、清晰地表示

**广告素材审核规范**



广告营销中心渠道销售部依照法律法规、行政规章对发布的商业广告内容及形式进行初审，查验广告主营业执照、广告审批文件等各类广告证明文件的真实性、合法性、有效性

广告营销中心广告运营部、整合营销部对广告各类资质、证明材料、内容以及素材创意、声音、画面、尺寸和落地页进行二次审核，审核通过后提交广告终审

宣传管理中心审查专员对拟发布广告的政治方向、舆论导向、价值取向进行全面审核，终审决定是否发布广告

**内容三审制度**



**融合创新**

**技术创新**

芒果超媒一直坚持技术向善，自主创新。技术创新推动专利落地，专利制度促进技术创新，技术创新与知识产权相辅相成，激励创新面向更大范围的应用。报告期内，芒果 TV 获得的授权发明专利涉及 AI 算法、小程序、网络安全、运维、音频处理等多个技术领域。

**关键绩效**

2015 年至今，公司申请专利 **1,181** 件 授权有效专利 **362** 件 申请中专利 **673** 件 其中，PCT 国际专利申请 **4** 件

截至报告期末，公司已申请专利 **328** 件 授权 **141** 件 其中，PCT 国际专利申请 **2** 件

其中“芒果视频内容现实增强系统”荣获国家广播电视总局 2022 年度《第二届高新视频创新应用大赛 VR 赛道 AR 视频场景类 二等奖》和湖南省 2022 年度《创新创业大赛 - 数字创意专业赛 三等奖》，且相关论文于 2021 年由 ACM（国际计算机学会）收录于“ACM MM 2021 录用论文”。



“芒果视频内容现实增强系统”项目荣誉

授权发明专利《动态三维广告植入方法、装置、电子设备及存储介质》《一种平面广告植入方法及装置》

**案例 芒果大电视适老化认证**

2023 年 3 月，经工业和信息化部中国信息通信研究院测评，芒果大电视（桌面 V6.0）符合《移动互联网应用（APP）适老化通用设计规范要点说明》等相关适老化标准要求，获大屏行业首个互联网应用适老化功能完备性专项测评证书。

芒果大电视围绕“看得清”“看得懂”“好操作”三个要点进行适老化设计，对界面上的重要元素的色彩做了搭配调整，更多地采用了暖色系，便于老年人识别。此外，芒果大电视开发出了一种色觉矫正的算法，通过对原视频的画面色彩进行转换和矫正，达到帮助色觉障碍、色弱用户区分内容的效果。芒果大电视深入洞察老年人电视观看体验上的需求，让芒果大电视在系统功能上对老年人更友好，以更智慧、更贴心、更人性化的服务，让老年人更好地融入智慧生活，共享数字时代红利。



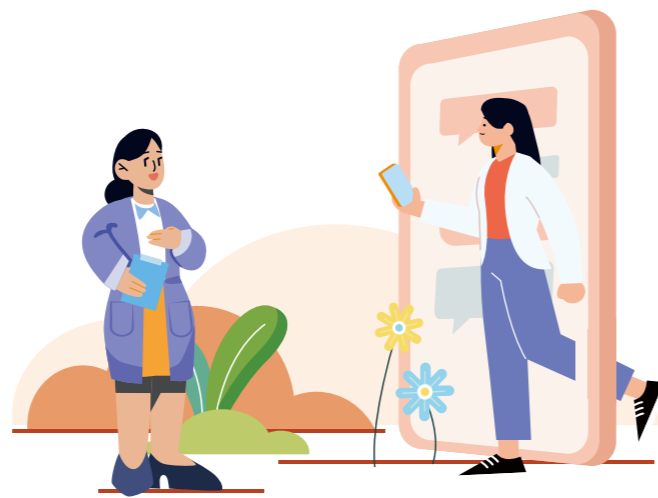
适老化认证

**案例 AI 角色对话产品**

2023 年 7 月，芒果 TV 推出首个基于 IP 角色的跨次元互动对话产品，将“拟人化大模型”与特色 IP 内容联动，引入《大宋少年志 2》AI 角色，建立 AI 社交系统，试水 AI 聊天付费场景。芒果 TV 基于影视剧内容训练，将“拟人化大模型”新技术与芒果特色的内容联动，通过引入热门剧集中的角色，赋予剧内人设性格及话术风格，以剧目为中心，建立 AI 社交系统，打通 IP 与用户破次元互动。该功能一方面可以增加现有用户的活跃度和用户粘性，另一方面也可以帮助平台增加除会员外的商业付费新模式，改善剧集盈利能力，增加公司利润。

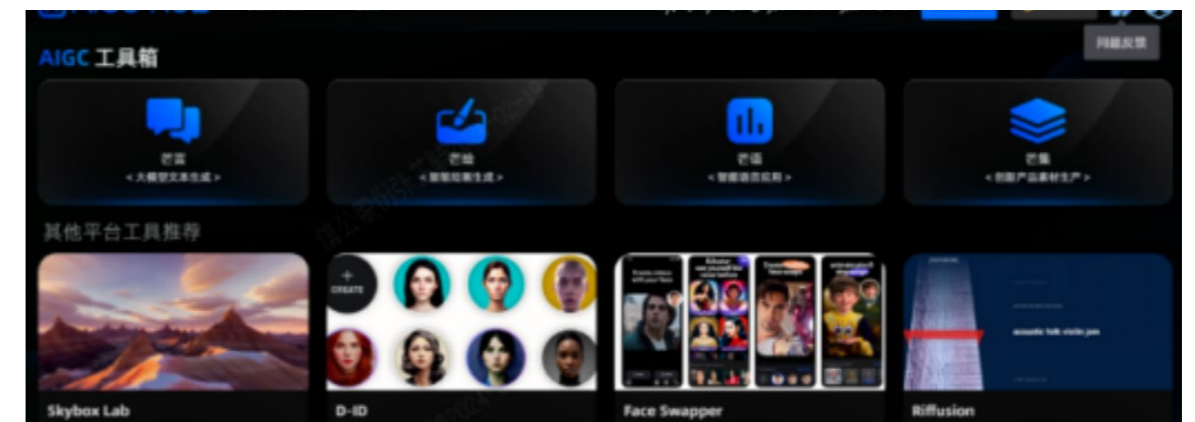


《大宋少年志 2》AI 角色对话项目



**案例 AIGC HUB 平台**

2023 年 6 月，芒果 TV 智能算法部正式发布 AIGC HUB 平台，集文本、图片、语音三重 AIGC 能力于一体，宣告芒果 TV 开启 AI 办公新时代。产品技术团队将其应用到有声剧智能生产，业内首家上线的 AI 有声剧，为电视剧内容自动添加旁白解说，生成新的音频内容，为广大视障用户及有阅读障碍的用户带来便利，助力无障碍电视的发展，彰显芒果 TV 的社会责任担当。芒言板块的模型以数字员工“芒小智”的身份为大家提供领域知识问答能力，包括营销文案生成、小芒直播带货文案生成等效能小工具。在第四届青芒计划中，芒小智接管项目咨询服务，获得一致好评。



AIGC HUB 平台

**案例 《全员加速中 2023》**

2023 年 7 月，芒果 TV 基于 5G+ 算力融合经典 IP 《全员加速中 2023》构建了数实场景互动的元宇宙开放世界，赋能影视产业摄制虚拟化、生产数字化和体验沉浸化，展现公司技术服务于内容主业的创新能力。互动虚拟制片解决方案是一个融合多项业界领先技术水平的虚拟内容生产平台，具备快速构建高精度数字人类模型、数字互动场景以及自动化动作生成的能力，同时具备流畅的云端渲染支撑能力，支持兼容主流动作捕捉技术平台。这是国内首次将数字人和数字空间生产、动作捕捉、互动虚拟等多种技术综合应用到内容创作中，首创的全网互动虚拟社区向观众展现了由科技元素架构而成的数字世界，也是公司文化与科技融合创意的一次精彩亮相。



《全员加速中 2023》互动虚拟空间节目

## 知识产权保护

为规范公司专利管理工作，强化对公司专利及相关知识产权资产的有效保护，促进技术创新和科技研发，增强公司核心竞争力，芒果超媒制定了《专利管理办法》《专利奖励实施细则》《IP 采购与剧本开发管理办法》等制度，推动知识产权战略实施，表彰发明人或设计人对技术或设计创新作出的贡献，激发高价值专利。

公司作为商标密集型企业，建立了全方位、立体化的商标管理与保护体系。公司对商标进行战略培育，整体提升芒果品牌价值，主品牌与衍生品牌之间互为推广媒介，实现品牌间的价值共升。目前，“芒果超媒”与“芒果 TV”两个商标，入选“长沙市重点商标保护名录”，芒果超媒、芒果 TV 两个公司获得“知识产权重点保护企业”称号。



对商标进行分级分类管理，确定了“芒果系”和“快乐系”两条核心品牌矩阵，每一级商标匹配不同程度的保护和管

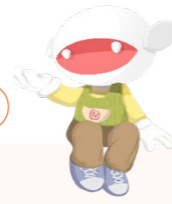
不断夯实“芒果”品牌的法律基础，定期商标维权监测与侵权打击，防止核心品牌被淡化

基于业务线，不断孵化新的衍生品牌，如依靠“芒果 TV”与“小芒电商”互联网平台打造专注于女性护肤美容的“小芒女孩”和专注于精致食品的“小芒同学”

商标培育战略



### 关键绩效



报告期内，公司商标申请  
**80**件

核准  
**220**件

截至报告期末，公司及其下  
属子公司共申请商标  
**5,323**件

已获得核准共  
**4,279**件

申请中商标  
**103**件

登记软件著作权  
**274**件

登记作品著作权  
**789**件

天娱传媒版权曲库数量共  
**1,773**余首

其中公司全版权歌曲有  
**600**余首

公司秉持着保护知识产权、促进文化交流的宗旨，不断加大对立体化作品的保护力度，以维护公司作品的完整性和多样性，为文化产业的健康发展做出努力。



立体化作品保护网络

### 案例 “IMGO·爱芒果” 知识产权周

2023 年 4 月，“IMGO·爱芒果” 知识产权宣传周系列活动启动，活动包括“知产武林之大侠出没”“知产武林之功夫秘籍”等环节。其中，“知识产权武林争霸赛”活动以知识产权答题的形式鼓励参与者学习知识产权知识，提高公众与员工的知识产权保护意识，规避知识产权侵权事件发生。



知识产权武林争霸赛

## 信息安全

保护用户的数据与隐私是互联网平台建设的重要一环。公司建立《数据安全管理办法》《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 数据安全应急响应预案》等制度体系，并通过建立健全的信息安全组织架构及数据分级防护机制，规范高效保护用户隐私及数据安全。



金鹰卡通获得信息安全等级保护备案

### 安全架构

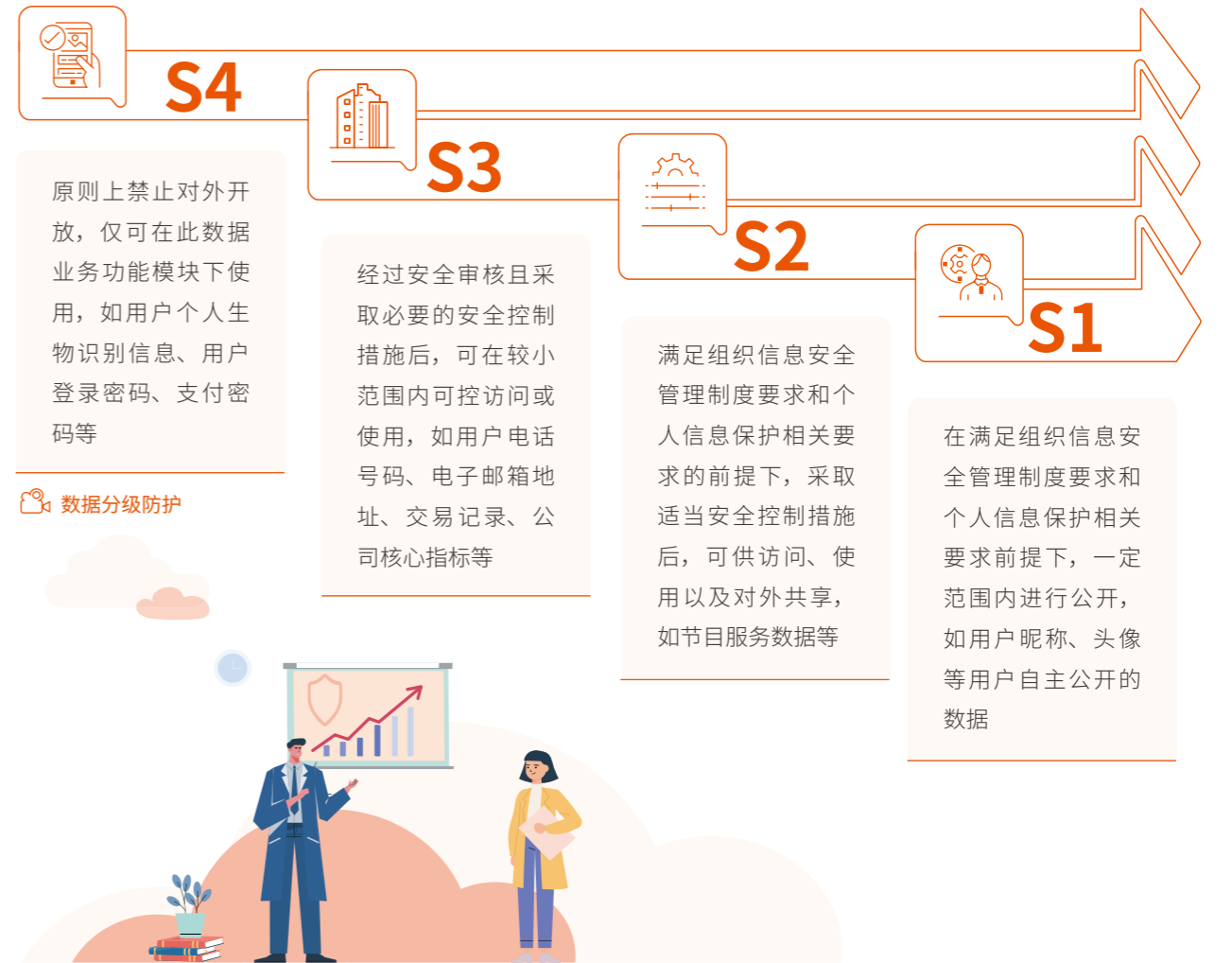
芒果 TV 从管理层、领导层出发，由上至下建立了数据资产管理规范，形成了全面的标准规则体系和执行调度流程，并赋予各部门相应的责任。



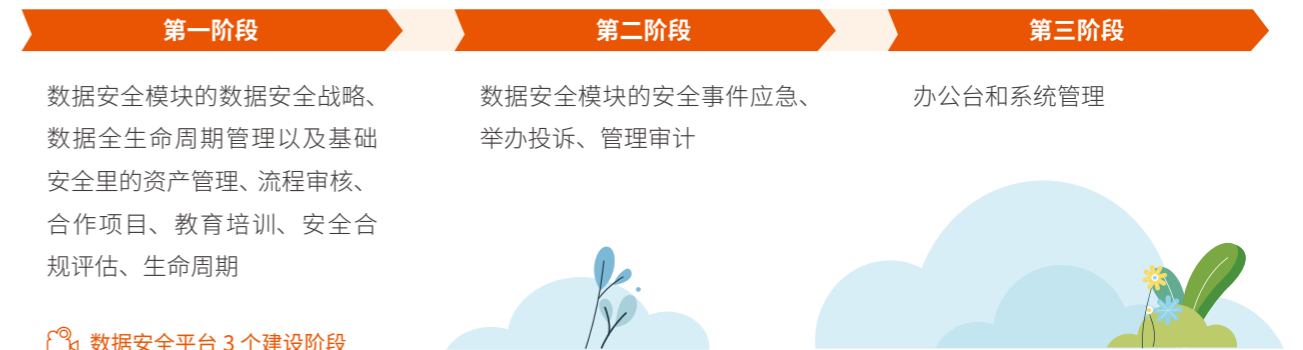
部门名称	角色	责任
数据资产管理委员会	领导数据资产管理；决策数据资产管理重大工作内容和方向	在数据角色方出现问题时负责仲裁
运维部、开发部、测试部	数据生产者	对数据生产过程中的数据安全有生产端安全责任；保证数据采集、传输等过程安全
数据管理部门	数据资产管理	负责牵头制定数据资产管理的政策、标准、规则、流程；协调认责冲突；在数据资产安全管理方面，制定各项数据规则并监督规范落实情况；负责数据资产管理平台中整体数据的管控流程制定；负责提供安全的数据开发、查询平台和数据接口
数据运营、数据消费等业务部门	数据使用者	安全责任

芒果 TV 数据资产管理组织架构

数据分级根据数据的敏感程度、重要性、保护要求以及一旦泄露、丢失、破坏或非法使用对国家安全、社会秩序、公共利益、企业利益、用户利益造成的危害程度和影响程度等因素，从高到低分为 S4、S3、S2、S1 四个级别。



公司建立了数据安全平台，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。数据安全平台分为三个建设阶段，目前均已建设完成，正在逐步推行中。



### 安全部署

报告期内，公司组织开展了数据安全审计。数据安全审计旨在保护公司数据资产免受威胁的影响，如核心数据泄露、数据丢失等情况，确保公司业务的连续性，降低业务可能面临的风险，并为业务部门提供有力保障。

#### 数据安全审计 5 个维度

- 基于公司对数据安全管理的要求和需求，从人员安全意识管理、技能培养、职业道德三方面进行检查，判断人员综合管理的落实情况
- 检查公司为落实数据安全治理工作及其战略规划，是否从公司层面设置跨部门的数据安全管理小组及负责人，明确安全管理职责
- 从制度层面检查公司是否制定并完善数据安全管理的制度体系及其落实情况
- 检查公司是否落实数据资产分类分级安全管理与监督的要求，对公司的数据资产开展安全审计，同时确保国家对于日志管理的安全合规要求
- 从服务接口角度，检查公司是否完善接口安全管理的制度和规范，并用技术手段保障接口间数据传输的安全性



数据安全审计 5 个维度

#### 关键绩效



报告期内，公司参与了湖南省通信管理局开展的“数安护航”专项行动。其中，自查系统 6 个，报送风险 6 起，现已全部修复；现场检查 3 大项 23 小项，其中 18 项检查通过，5 项部分符合；

公司面向全体员工开展  
网络安全培训

公司共开展内容安全培训  
6 场

总时长  
12 小时

覆盖  
200 余人

#### 案例 湖南省“护网 2023”网络攻防实战演习

芒果 TV 深入实践“开发、安全和运营”（DevSecOps）理念，引入安全态势感知、自动化安全测试平台、敏感信息管理平台、商用密码技术应用等一系列实用技术，完善网络安全技术体系，提高平台安全性和安全运营能力，并获得湖南省“护网 2023”网络攻防实战演习优秀防守单位、湖南省“湖湘杯”网络安全应急演练优秀防守单位。同时，芒果 TV 还建立了端到端的内容防篡改能力，确保向终端用户呈现可信内容。





## 未成年保护

芒果超媒秉持“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”的理念，从产品技术、内容审核、内容运营多维保障青少年浏览内容的健康积极向上。



- 完善应用功能及内容监管机制
- 加强青少年家长和监护人管理机制

### 未成年人保护管理机制

公司依照国家《未成年人网络保护条例》，制定《未成年人个人信息保护政策》，并在芒果 TV、麦咭 TV 等 APP 上线“青少年模式”，帮助监护人保障未成年人浏览的内容健康积极向上，使互联网平台更好地识别和保护未成年人。

### 通过“青少年模式”达到的目的

#### 不适宜信息隔离

- 青少年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

#### 未成年人网络支付能力及风险防范

- 青少年模式下，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

#### 网络沉迷预防

- 青少年模式下，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

芒果 TV、麦咭 TV 等 APP 遵循“正当必要、知情同意、目的明确、安全保障、依法利用”的原则收集和使用未成年人个人信息，严格履行法律规定的未成年人个人信息保护义务与责任。



### 监护人守护功能

- 未成年人无法进行未成年人内容之外的操作
- 自动开启时间锁，默认时间锁为 30 分钟
- 每晚 22 时至次日早 6 时期间无法使用麦咭 TV
- 单次使用时长超过触发时间，需要进行验证才能继续使用

公司通过开展“青葵守护行动”为涉诉困境未成年人提供温暖的关怀和支持，给予他们必要的心理疏导和情感安抚。同时，公司通过积极、趣味的少儿节目，引导青少年积极向上、健康成长。

### 案例 开展“青葵守护行动”，温情呵护困境涉诉未成年人

2023 年 12 月，为呼吁全社会共同关注涉诉困境未成年人这一特殊群体，芒果 TV 联合湖南省未成年人权益保障委员会办公室、湖南省青少年发展基金会以及长沙市中级人民法院共同发起“青葵守护行动”。“青葵守护行动”是护航未成年人健康成长的平台，通过资金救助+立体帮扶的模式，共同关爱遭受侵害未成年人、被害人的未成年子女等涉诉困境未成年人，用心、用情、全方位呵护未成年人茁壮成长。作为一家有着深厚社会责任感的企业，芒果 TV 始终关注未成年人的健康成长，活动现场签署了《“青葵守护行动”公益专项合作协议》，芒果 TV 希望发挥平台优势和力量，为涉诉困境未成年人提供全方位的关爱和支持，让他们感受到社会的温暖和力量。



青葵行动签约仪式

### 案例 《运动不一样》第七季，引导青少年积极向上

《运动不一样》是金鹰卡通推出的全国首档青少年趣味运动竞技节目，节目精准定位青少年强身健体、团结竞技，体现了主流媒体的社会责任和积极争先的正向倡导。金鹰卡通第七季节目将传统体育项目进行具有想象力的“趣味”升级，保留运动竞技的同时，让“运动+趣味”紧密结合，呈现给观众一档阳光、向上、运动、健康的青少年趣味运动竞技节目，强化了青少年成长与优质社会意义的综艺理念融合，让体育竞技精神对青少年起到了潜移默化的影响作用，衍生话题阅读量超 2.3 亿。



《运动不一样》第七季

# 社会篇

## 我们的理念

芒果超媒致力于与用户、员工、合作伙伴、行业、社区等利益相关方建立和谐共荣的关系，积极承担社会责任，持续加强与各方的沟通协作，实现与各方的良性互动，推动公司与社会共同可持续发展。

## 我们的行动

- 微芒成阳
- 和合共生
- 肆熠青芒

## 我们的成效

自成立以来，芒果公益平台累计发布公开募捐项目 76 个，注册公募慈善组织 35 家，募集善款逾 2046 万，吸引募捐人次 8.4 万；打造“湖南旅发大会”，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；“芒果振兴云超市”电商直播助力乡村振兴，帮助脱贫地区产品变产业、产值变价值、流量变销量；芒果 TV 共建“湖南智慧教育”“长沙星课堂”等频道，普及智慧教育。

## SDGs 对标

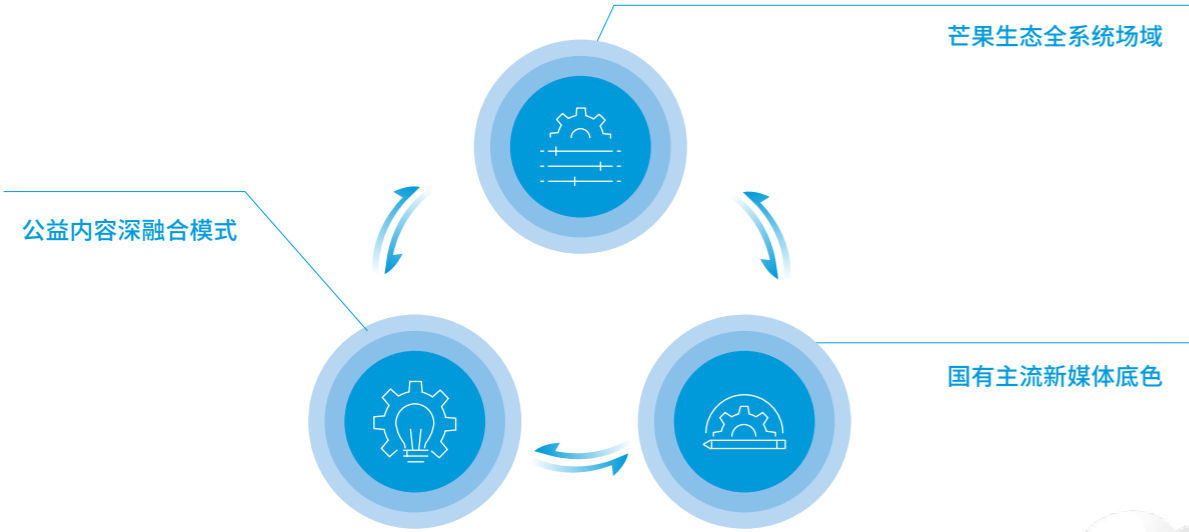


# 微芒成阳

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，通过制作公益广告、建立公益平台、推动乡村振兴、参与志愿服务、关注弱势群体等行动，汇聚善心，凝聚大爱。

## 芒果公益平台

芒果超媒通过“互联网+”赋能慈善组织，搭建芒果公益平台，建立安全、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。同时，芒果公益平台发布宣传语——“天生有爱，‘益’起发光”，传递人人有爱、人心向善的理念，并鼓励每位用户用微光传递温暖、照亮他人。



### 关键绩效

芒果公益平台自 2021 年 12 月 15 日上线至今，发布公开募捐项目 **76** 个，累

计注册公募慈善组织 **35** 家，筹集善款（含线下捐赠）逾 **2,046** 万

吸引捐款人次逾 **8.4** 万。



芒果公益获评“优秀公益品牌项目”



芒果公益平台



扫码观看  
芒果公益平台宣传片

### 案例 公益清单挑战



芒果公益平台“一定要做的 100 件公益小事”

芒果公益平台号召公众随时随地做公益，一起传递正能量，特别上线“一定要做的 100 件公益小事”清单打卡 H5，用户选择 2023 年想要参与的公益小事，即可生成专属于自己的公益清单海报，鼓励用户从小事出发，成为“善”的传播者，共同汇聚大爱。



### 案例 世界读书日主题公益活动

在世界读书日到来之际，芒果公益平台联合中南出版传媒集团、湖南省播音主持研究会、湖南金鹰 955 电台、湖南文艺出版社推出“‘书’式生活‘阅’享美好”世界读书日主题公益活动，通过线上 H5 趣味互动，邀请用户开启阅读之旅。用户通过阅读互动，寻找阅读的初心、探索阅读的乐趣，同时还能收获声音数字藏品，支持乡村儿童、流动儿童快乐阅读。



“‘书’式生活‘阅’享美好”世界读书日主题公益活动



**赏书**  
芒果公益在微博、微信社群发起 #寻找“书”式生活# 话题征集活动，邀请用户用音频、视频、图文等多种形式分享自己喜欢的书籍、书单或者关于阅读的故事，优质内容用户有机会获得由中南传媒提供的神秘阅读礼包。芒果公益希望通过话题互动，与网友共建一个多元优质的阅读环境

**听书**  
用户通过参与互动，可随机获取声音数字藏品，并可生成个人专属读书日海报；也可参与公募项目捐赠来获取特定声音数字藏品



**捐书**  
本次声音数字藏品的收益直接支持到“追光公益行动”“乡村儿童关爱”“湘童的梦想”三个公益项目，让乡村儿童和流动儿童享有阅读自由的权利，从阅读中探索更多可能性，看到更广阔的世界

### 案例 关注地贫公益活动

在世界地贫日到来之际，芒果公益平台联动多家爱心单位与企业举办关注地贫公益系列活动，旨在通过互联网+公益的力量，积极推动医院、家庭、爱心单位与企业之间的有效联动，增强社会公众的地贫防控意识，并为困难地贫家庭带来了实际帮助。



“筑梦地贫 重获新生”芒果 TV 捐赠 10 万元

- 发布“筑梦地贫 重获新生”公募项目，向社会广泛募集资金，助力地中海贫血患儿通过移植脱“贫”
- 策划推出“守护微笑 筑梦地贫”系列主题宣传活动，在线上平台多个重要位置重点推荐，进一步宣传普及地贫防控知识
- 联合多家医院发起三场线下公益活动，进行义诊、献血、亲子互动并发放爱心慰问金
- 开展“防控地贫 重在筛查”主题培训活动，邀请国内知名专家进行业务培训，进一步健全地中海贫血防控网络，提高医疗机构地中海贫血的筛查、诊疗、管理水平

### 案例 支援抗震救灾

2023 年 12 月，甘肃临夏州积石山县发生 6.2 级地震，造成甘肃、青海重大人员伤亡，部分水、电、交通、通讯等基础设施受损。芒果公益平台紧急上线中国红十字基金会“社会救援队保障计划”，筹集善款为社会救援力量提供保障，更好地守护灾区群众生命健康。



芒果公益平台组织募集价值 200 万物资发车驰援甘肃地震

### 案例 捐助残疾人公益事业

2023 年 12 月，小芒电商向湖南省残疾人福利基金会捐赠价值超过 24 万元的物资用于残疾人公益事业，帮助残疾人改善生活，推动社会公正、平等。



小芒电商湖南省残疾人福利基金会捐赠证书

### 案例 溯源直播培训

2023 年 3 月，芒果振兴云超市积极帮扶湖南省广电局早谷村驻村队、湖南广电木溪口村驻村队及省纪委监委三角岩村驻村队，免费为当地的农户及驻村干部进行电商直播培训、直播间搭建及农产品电商标品化指导，策划新鲜羊肚菌的溯源直播等活动，帮助村民们掌握新的销售技能和渠道，通过售后反馈，不断优化和完善羊肚菌的包装及品控，使乡村振兴工作逐步从输血式帮扶向造血式引导转型。



芒果振兴云超市羊肚菌溯源直播

## 乡村振兴

芒果超媒持续做好消费帮扶工作宣传和社会动员，大力实施“公益广告、节目+消费帮扶”“短视频、直播+消费帮扶”等创新模式，通过扩大脱贫地区特色农副产品宣传推广，帮助脱贫地区产品变产业、产值变价值、流量变销量。

### 案例 家乡好物公益宣传

芒果 TV 免费播出泸溪枳柑、溆浦脐橙、邵阳茶油、桑植白茶、安化黑茶、沅陵碣滩茶、麻阳冰糖橙等 7 条“家乡好物第二季”公益广告，并配合农产品销售季节进行广告播出编排。公司艺人作为推广大使，在每条公益广告的片尾公益出境，担任湖南家乡好物推荐官，用实际行动宣传农特产品。同时，每条农产品广告片中还打出芒果振兴云超市二维码，观众在看广告的同时可以直接扫码进行购买，真正拉动特色农产品的销售，帮助重点帮扶地区早日致富。



芒果 TV 主持人家乡好物推荐电子日历

### 案例 云购安化直播月

快乐购与小芒电商在“双十二”期间为安化县策划开展“源头好物·云购安化”直播月启动仪式，并在直播月活动中提供优质的直播服务和营销策略。快乐购与小芒电商通过芒果振兴云超市“双十二”安化助农专场直播，以及联合共创综艺 IP 产品等方式，为安化的特色产品线上销售提供了强有力的支持，其中共创产品“快乐老友茶”借助热播综艺《快乐老友记》上市，摸索出一条助农销售的特色模式。



源头好物 云购安化

#### 中共安化县委宣传部

##### 感谢信

感谢信  
2023 年，在县委宣传部的大力支持下，芒果 TV 免费播出 7 条“家乡好物第二季”公益广告，并配合农产品销售季节进行广告播出编排。公司艺人作为推广大使，在每条公益广告的片尾公益出境，担任湖南家乡好物推荐官，用实际行动宣传农特产品。同时，每条农产品广告片中还打出芒果振兴云超市二维码，观众在看广告的同时可以直接扫码进行购买，真正拉动特色农产品的销售，帮助重点帮扶地区早日致富。

#### 中共安化县委宣传部

##### 感谢信

感谢信  
2023 年，在县委宣传部的大力支持下，芒果 TV 免费播出 7 条“家乡好物第二季”公益广告，并配合农产品销售季节进行广告播出编排。公司艺人作为推广大使，在每条公益广告的片尾公益出境，担任湖南家乡好物推荐官，用实际行动宣传农特产品。同时，每条农产品广告片中还打出芒果振兴云超市二维码，观众在看广告的同时可以直接扫码进行购买，真正拉动特色农产品的销售，帮助重点帮扶地区早日致富。

中共安化县委宣传部感谢信

## 教育公益

芒果超媒充分发挥平台优势，以年轻化的创新表达回应时代命题。公司与湖南省教育厅、长沙市教育局等共建“湖南智慧教育”“长沙星课堂”等频道，让全省师生共享智慧教育；携手多家爱心企业共同开展“乡村教师的诗和远方”公益行动、“微芒成阳”助学活动，激励优秀乡村教师留守乡村，呵护学子梦想。

### 案例 打造“湖南智慧教育”频道

2023年6月，由湖南省教育厅与芒果TV联合打造的“湖南智慧教育”频道正式上线。该频道收录包含名师录制的教材同步课程及湖南省教育厅组织开发制作的省级资源等优质内容，并结合趣味化的线上综合实践互动活动，引导学生通过“观看优质内容+参与线上互动+参加线下实践+领取实践证书”一站式学习体验，拓宽视野、拓展知识。

该频道基于芒果大电视，充分发挥IPTV公信力强、覆盖面广、访问稳定、部署快捷的优势，将家庭电视变成智慧教育平台的应用终端，方便广大师生特别是农村地区师生通过家庭电视运用平台资源，开展教学活动，深化了国家平台体系应用，搭建了广域的家庭数字化教学环境，进一步推动义务教育优质均衡发展，弥合城乡数字教育鸿沟，并有效助力“双减”落实，促进家庭教育提质增效。



“湖南智慧教育”频道



### 案例 “乡村教师的诗和远方”公益行动

在“中华慈善日”到来之际，芒果公益平台、启行教育公益发展中心、湖南省石门县教育基金会携手爱心企业，共同开展“乡村教师的诗和远方”公益配捐行动。根据配捐规则，每捐一笔10元以上的款项，项目将获得爱心企业随机匹配的1-2倍爱心善款，让乡村教师感受到社会的关爱和尊重，激励优秀乡村教师留守乡村，同时也让更多的乡村学子享受到优质的教育资源。



“乡村教师的诗和远方”公益行动

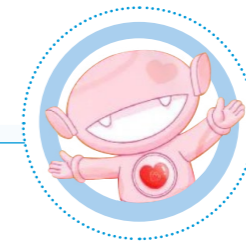
### 案例 芒果公益助学季

芒果公益平台联合多家慈善组织和爱心企业，推出2023“微芒成阳”芒果公益助学季活动，同时邀请主持人、艺人发声，身体力行，传递正能量。活动主推六大助学公募项目，帮扶对象涵盖刚考上大学的应届毕业生、困境女童、残疾学子、励志学子等。



“微芒成阳”芒果公益助学季

2023年7月至8月，芒果公益平台联合长沙世界之窗，推出为期一个月的线下公益展。游客可参观打卡了解公益项目背后的故事，同时还可以参与公益互动，领取小奖品。通过线上线下互动，汇聚社会爱心，助力学子圆梦启航。



主持人汪涵为“集爱三湘·公益助学”项目发声，呼吁社会关注残疾学子

孙悦为“圆困境女童读书梦”项目发声，祝福每个女孩都有书可读

主持人马萱和高戈为“困境儿童助学筑梦”项目发声，鼓励更多困境学子走出大山，勇敢追梦

李莎旻子、罗予彤为“爱心改变命运”项目发声，呼吁困难大学新生努力实现求学梦想

主持人魏哲浩、何娟为“我要上大学”项目发声，寄语学子脚下有大地，心中有理想

魏巡为“授渔计划乡村助学”项目发声，呼吁大家守护乡村孩子的上学梦

六大助学项目



## 文旅融合

为响应湖南省文化和旅游厅发布《湖南促进文旅业复苏振兴若干措施》，芒果超媒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。

### 案例 湖南旅发大会

9月16日，第二届湖南旅游发展大会开幕式暨文化旅游推介会在郴州市举行。芒果TV具体承制的第二届湖南旅游发展大会开幕式暨文化旅游推介会在郴州举行，为全球观众献上了一场融汇山水、人文、历史的文艺演出，极大提高了郴州文旅的知名度和美誉度，助力湖南文旅高质量发展。围绕“山水画卷 郴州相见”主题，开幕式以山水美景为基地，用精彩纷呈的文艺演出，展现郴州的山、水、历史、人文特点，以点带面打响湖南文旅品牌。开幕式在湖南卫视、芒果TV双平台直播收看总人数超2亿，在欢网、酷云实时收视均排名省级卫视第1。新华社、人民网、央视网、中国新闻社、中国日报、文化和旅游部官微文旅、湖南日报等60余家主流、省、市直新媒体及新浪微博、抖音、视频号、快手超200个账号参与同步直播推荐，互联网总观看量突破1亿。#第二届湖南旅游发展大会开幕式#、#三湘四水相约湖南#等主话题传播量超11亿，全网热搜182个。《人民日报》、新华社、《光明日报》《中国青年报》等100多家主流媒体和平台点赞本届湖南旅发大会开幕式“在人与自然的和谐共生中展开多彩文旅图景”，相关报道全网传播量18.6亿。除了9月16日晚精彩的开幕式，9月15日—17日，第二届湖南旅游发展大会还囊括了“文旅项目观摩、2023湖南文化旅游产业投融资大会”等一系列活动。



### 案例 火种音乐节

快乐购、天娱传媒推出《火种音乐节》，邀请公司王牌综艺节目中的当红艺人参与音乐节演出，旨在通过举办特色文旅主题活动，持续培育湖南文旅新品牌，更好满足湖南省人民群众精神文化需求，吸引外地游客，推动长沙旅游、交通、住宿等各方面经济复苏。截至报告期末，公司已成功举办4场火种音乐节，累计吸引长沙本地及广东、浙江、江西、贵州等外省人流量达15万人次，收割全网热搜4个，全网话题互动总量突破2亿，讨论量超10万，相关视频播放量突破2,000万。



快乐购、天娱传媒“火种音乐节”

## 志愿者活动

芒果超媒积极倡导并鼓励员工参与各类志愿活动，通过提供支持和资源，为员工搭建起奉献爱心、实现自我价值的平台。

### 案例 行走雷锋路志愿者公益徒步活动

在学习雷锋日到来之际，公司 45 名志愿者参与第二届“行走雷锋路”万名雷锋志愿者公益行徒步活动，走进雷锋家乡，重温雷锋事迹，重走雷锋足迹，以徒步的方式寻找雷锋精神的根源，在行走中汲取奋进力量，并在此次活动中获得优秀志愿者团队表彰。



 行走雷锋路志愿者公益徒步活动

### 案例 “为环卫工人送清凉” 志愿服务活动

2023 年 7 月，金鹰卡通麦咭志愿者服务队发起“为环卫工人送清凉”活动。志愿者服务队分成几个小组分别将挂脖风扇、防晒帽、酸梅汤等防暑降温用品、食品，还有精心准备的小礼物送往社区的各个环卫工作站。让环卫工人们感受到社会的关爱和温暖，同时也带动社会各界关注、关心社区环卫工人和其他户外工作者群体，为建设和谐社区融汇更多更大力量。



 金鹰卡通麦咭志愿者服务队

### 案例 学雷锋志愿服务活动

2023 年 3 月，芒果 TV 与湖南移动公司团委联合组成“动感芒果青年志愿团”，充分发扬雷锋精神，深入社区，通过现场帮助、上门服务、发放《微信基础功能 & 电视使用说明》手绘操作手册等方式，为社区居民提供教老年人使用智能设备、宽带检修提速、电视调试、手机贴膜、重物搬运、理发剃须、上门派送粮油大米等热心服务，用实际行动为群众排忧解难。



 学雷锋志愿服务活动

### 案例 “衣”旧换“心”公益捐助活动

2023 年 4 月，天娱传媒组织“衣”旧换“心”公益捐助活动，短时间内回收员工捐助的九十多公斤干净整洁的旧衣服，通过公益平台进行实时公益捐助，并且将所得的善款为贵州毕节大方县困难地区的孩子们采购所需文具体育用品。



 “衣”旧换“心”公益捐助活动



## 女性关怀

活跃在台前幕后的女性文艺工作者们以敏锐视角和独特表达，创作了许多令人记忆深刻的作品，为芒果超媒做出了重要贡献。公司尊重女性员工和广大女性群体，为女性创造包容的工作环境，更致力于推动性别平等与女性赋权。

### 案例 关爱女性员工

芒果 TV 在妇女节当天为女性员工发放香氛礼袋伴手礼，在员工食堂准备了适合女性滋补的乌鸡汤、银耳莲子百合羹、美容当归蛋等。此外，芒果 TV 举办了中医健康讲座，邀请湖南省中医药大学第一附属医院的医生根据新闻媒体女性的特征，从生活方式、相关检查、中医中药方面给予女性员工健康建议，并为女性员工提供免费健康咨询问诊和理疗服务。



发放香氛礼袋伴手礼



中医健康讲座



### 案例 女性关怀

在三八妇女节，芒果公益平台推出“‘益’起描绘成就她力量”AI 绘画主题互动，助力中国妇女发展基金会“天才妈妈 艺外之礼”、中国社会福利基金会“女生加油计划”、长沙市慈善基金会“困境妇女儿童救治金”等 4 个女性主题公益项目。该活动为捐助者提供芒果公益·三八妇女节限定数字藏品，帮助女性弱势群体实现她们的梦想，让妇女节更加有温度、有力量。



“‘益’起描绘成就她力量”主题公益



**案例** 助力困境女童圆梦

由全国妇联宣传部、中国儿童少年基金会、湖南卫视、芒果 TV、《乘风 2023》节目组、芒果公益平台联合出品的公益宣传片《100 个马拉松》在湖南卫视、芒果 TV 双平台播出，旨在展现新时代女童自强不息、向上向善、追求美好的精神品质，积极倡导社会大众关心关怀困境女童，力所能及的方式热心参与公益事业。



公益宣传片《100个马拉松》

**案例** 紫色郁金香公益计划

天娱传媒艺人苏梦迪、1EqualFive 组合张子贤、陈泽文、施睿、李泽毅作为冬日送暖关爱女性活动公益倡导官，参与紫色郁金香公益计划，为女性群体带去关怀慰问。



紫色郁金香公益计划

**公益广告**

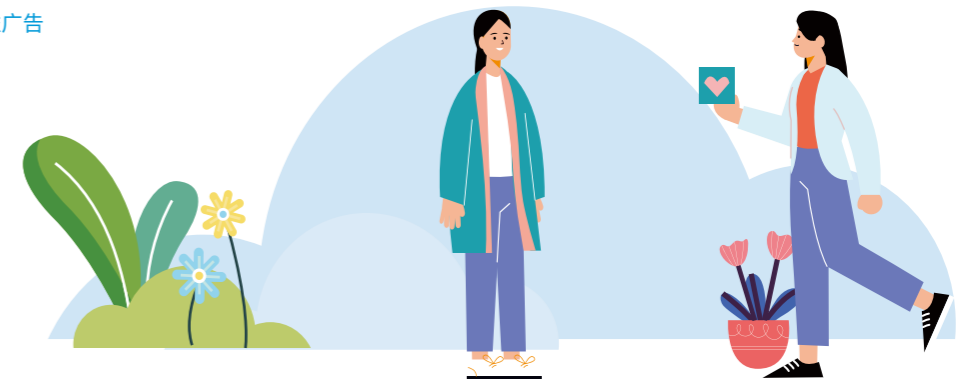
公司深知公益广告在传递正能量、提升公众意识以及推动社会进步方面的重要作用。金鹰卡通结合社会热点和公众需求，锁定核心受众，以弘扬社会主义核心价值观为引领，打造出一系列具有深远影响力的自制公益广告作品，内容聚焦中国文化、青少年成长、环境保护等多个主题，助力青少年受众健康向上、快乐成长。同时，公司严格落实总局要求，播出涵盖党风廉政、乡村振兴、安全教育、勤俭节约、环保、法制、文明、健康等多个主题的公益广告，着力传播时代主旋律，展现社会文明新风尚，为弘扬和践行社会主义核心价值观提供强大舆论引导。

**关键绩效**

报告期内  
金鹰卡通累计制作公益广告 **10** 条  
时长 **343** 秒  
播出公益广告时长超过 **1** 万分钟



金鹰卡通自制公益广告



### 荣誉



公益广告《奶奶的打卡计划》荣获湖南省 2023 年度广播电视公益广告大赛省直电视类三类扶持奖



“麦咭”形象荣获 2023 年中国动画学会评选的“中国动画公益之星”称号



## 和合共生

### 优质服务

#### 会员权益升级

芒果 TV 会员专享全年近百档精品节目内容；会员专享活动的稀缺感、独特性和满意度处于行业领先地位；会员权益体系全面立体，会员可在平台享受 40 大权益和 300 项福利。



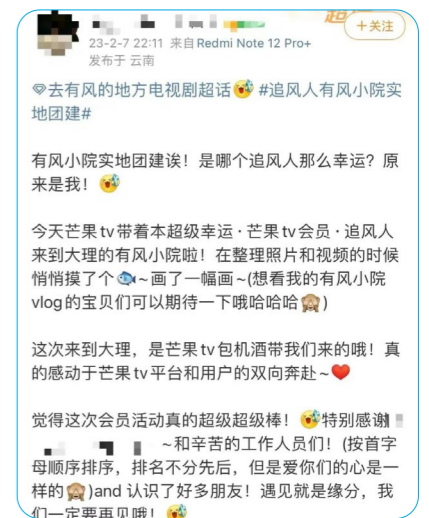
2023 年会员各项权益升级

#### 案例 《去有风的地方》会员线下团建专享福利

电视剧《去有风的地方》播出期间，芒果 TV “追风季”会员主题活动全方位围绕追剧会员用户，营造线上线下沉浸式追剧打卡氛围，邀请 8 名芒果 TV 会员参与有风小院线下团建之旅。此次活动由芒果 TV 主办，承包会员用户的机票酒店等费用，组织会员打卡拍照许红豆入住的房间、聚会的庭院，品尝小院特制饮品及云南乡村振兴农产品小零食，在《去有风的地方》同款有风小院的各个角落中，感受剧中传递的惬意治愈的生活。同时，芒果 TV 为所有到有风小院参观打卡的芒果 TV 会员提供全场消费 8.8 折优惠福利。



芒果 TV 会员《去有风的地方》线下团建



参与线下团建活动的芒果 TV 会员感想

## 产品质量管理

芒果超媒及旗下子公司秉承客户导向、质量为本、持续改进的质量管理理念，建立了《商品质量问题争议处理细则》等质量管理体系，将产品质量纳入平台的所有层面和业务流程中，包括重点商品采购入仓、产品质量影响项目考评等，通过整合各个环节，实现全面的质量管理。

### 案例 化妆品“一号多用”专项检查，规范化妆品标签使用

小芒电商开展了化妆品“一号多用”违法行为专项检查。小芒电商组织相关业务部门开展化妆品监管法律法规培训，要求化妆品上架时 100% 审核化妆品备案凭证、检验报告及生产工厂生产许可，并同步推动相关系统功能的优化。通过开展此次专项行动，公司内部明确了化妆品质量管理架构及安全主体责任，在上架美妆商品时，规范了化妆品标签使用，保障了消费者合法权益。



小芒电商化妆品“一号多用”专项检查



## 用户体验保障

芒果超媒致力于提升用户体验，严格遵照《客服服务标准及规范》《用户投诉处理制度》等制度，通过标准化、规范化、专业化的服务机制快速响应、解决用户问题，保障用户权益。此外，公司定期对投诉问题进行分析、总结，吸取经验教训，提高改善对策，改善工作和服务策略，提升用户满意度。



### 案例 履约客服业务技能培训

2023 年 10 月，小芒电商为解决一线客服工作中存在的问题，综合提升客服的专业技能和职业素养，聘请高级客户服务专家为一线客服开展《客户投诉分析及沟通技巧萃取》培训课程，一线客服岗位全体员工参与培训。此次培训课程为一线客服提供了解决客服常见问题和疑难问题的落地方案，通过视频、音频、总结等形式，形成了关于一线客服业务技能提升的培训资料。

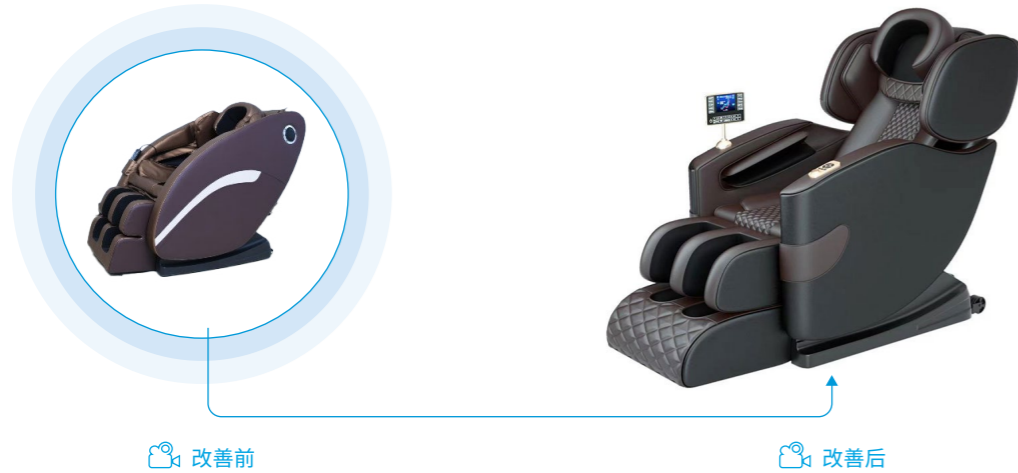


履约客服业务技能培训



**案例** 产品改善, 提升用户体验

快乐购老款按摩椅为固定按摩头, 无法根据用户的体型调整, 很难找到准确的穴位, 导致用户的使用体验不佳。快乐购听取用户反馈意见, 开发了 L 型轨道带移动按摩头的分段式按摩椅, L 型轨道贴合人体背部及臀部曲线, 按摩头可以自由在轨道上行走, 不论任何体型都可以找到自己的受力点, 舒缓身体, 获得用户的广泛好评。



**案例** 售后服务, 解决消费者问题

2023 年 6 月, 快乐购收到消费者求助, 该消费者年龄较大, 且腿受伤无法出门, 因退货需要消费者在规定时间内自行办理邮寄退货, 迫于回寄时限要求, 消费者非常着急。客诉员接到反馈后第一时间回电给消费者, 耐心安抚消费者情绪, 为其提供上门取件服务, 并及时将订单配送情况和退货退款信息回复给消费者, 有效解决消费者问题, 获得消费者的好评。

“我怀着无比激动的心情, 向你们反映一件令我动容、不胜感激的事情, 我发自肺腑地说一声: 感谢你们注重员工的素质教育和技能培训, 才能人才辈出, 使快乐购深受广大顾客的喜爱和盛赞!”

消费者好评

**供应管理**

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, 以促进供应商之间的友好合作, 携手共赢。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, 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, 保证采购规范制度在公开招标流程、开标、评标、投诉处理各环节中能够遵循合法、公开、公正、公平和效率的原则, 公司各相关部门采用“职能分开、交叉审核、集中审议、领导批准”的方式参与招标工作。同时, 公司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。

为确保供应链稳定, 在采购模式上, 公司通过采一备一、现货 + 预售等模式与供应商进行风险共担, 双方共同分担仓储物流成本和库存压力。在商品采购中, 公司根据需求变化趋势灵活调整采购计划, 从而实现需求端到产能端的柔性供应链管理, 做到品质统一又及时交货。

关键绩效

报告期内, 公司与供应商  
**100%**  
签署《反商业贿赂协议》。

在供应商准入前

- 公司提前对供应商进行考察和验厂, 全面了解供应商的生产管理、供应能力、品质管理、履约能力等。
- 在常规考察项以外, 公司也逐步了解供应商的环境政策、社会责任举措等, 以确保供应商与公司的价值观和可持续目标一致。

在供应商入库后

- 公司不定期开展质量抽查, 定期开展供应商走访, 帮助供应商改善、提升, 助力成为稳定且核心的供应商。
- 公司对供应商的改进情况进行持续跟进和监督, 确保改进措施的有效实施。
- 公司对供应商实施周期性的动态评估和审核, 确保供应商的质量保证能力和供货稳定性得到持续提升。对审核中拒不整改或屡教不改的供应商, 会进行汰换处理, 确认平台供应商的良好生态。

供应商管理

### 案例 与供应商合作研发产品

报告期内，金鹰卡通与各供应商合作研发并上市麦咕台灯、麦咕跳绳、麦咕童趣护脊书包、麦咕学生补习袋等 4 款产品，确保产品遵循国家及行业标准对儿童使用的要求，保障产品质量安全。

麦咕童趣护脊书包、麦咕学生补习袋



符合国家标准《学生用品的安全通用要求》《学生书袋》标准

麦咕智能跳绳



按照跳绳品类的行业标准，符合国家标准《中小学体育器材和场地第 20 部分：跳绳》

麦咕台灯



按照灯具品类的行业标准，符合国家标准《读写作业台灯性能要求》《灯具性能 第 2-1 部分 LED 灯具特殊要求》和《普通照明用 LED 模块性能要求》

### 案例 供应商培训

2023 年，618 大促期间小芒电商对 618 大促主要合作商家开展 1 场直播培训并沉淀线下课程，通过发货、售后处理等模块的要点及案例分析，帮助合作商全面了解运营要点。本次培训覆盖 618 大促活动商家、重点商家近 100 家，重点商家覆盖率 100%，降低供应风险，确保了 618 大促期间的客户体验。

### 案例 协助供应商进行生产线改善

小芒电商自营品牌“南波万”所合作的服装鞋类供应商工厂在生产效率和产品质量上存在一定问题，小芒电商与供应商积极沟通，针对生产目标、优化策略等方案达成一致后，公司派专门团队实地前往供应商工厂协助进行生产线改善，改善后成品合格率和生产效率整体提升 20%，订单交货时间得到了更好地保证，用户满意度也相应提升。



小芒自营品牌“南波万”

#### 数据可视化分析

通过现场和远程对工艺生产的生产数据和质量数据进行收集分析、改善优化，减少生产线上的不必要、错误的操作，提升生产效率和品质水平

#### 生产质量标准化

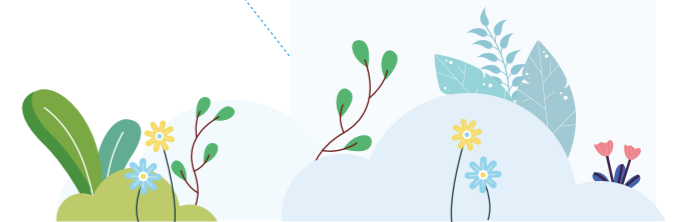
对工厂的生产工人提供相关的技能及质量内控标准培训，让他们能够更好地执行新的生产流程和要求，掌握新的生产技能

#### 用户反馈分析

基于用户关于产品质量、设计、服务等方面的评论与反馈进行分析，将用户对于产品的真实感受和需求向工厂进行反馈，与工厂协同确定在供应链管理、生产流程等方面的优化方向与具体方案，从而提高产品质量和用户满意度，增强品牌竞争力

#### 生产质量管理系统化

建立起质量控制体系，从原材料的选择、生产过程的制成控制、成品检验检测的全过程进行质量控制



### 案例 供应商产品质量抽检

报告期内，快乐购通过匿名抽检、在库抽检及第三方送检等方式，对供应商提供的全渠道商品进行质量检查，全年累计抽检产品 7,718 件。对抽检及送检不合格商品，快乐购根据严重程度不同，通过永久下架，或下架整改、检核合格后再上架的方式，保证销售商品的品质及会员的权益。

报告期内，快乐购商品质量客诉率 0.08%，同比 2022 年下降 0.01%。

案例 全国供应商大会

2023 年 3 月，快乐购举办“礼敬高光，同行同美”2023 全国供应商大会，来自全国各地的 135 家供应商参与此次大会，数十位供应商代表现场与快乐购达成战略合作。快乐购还对 2022 年年度合作优秀供应商进行表彰，为 26 家供应商分别颁发了“最佳协同”“最佳原产”“金牌品质”“新锐合作”“金牌业绩”和“战略合作”等奖项。

天生青春

芒果超媒积极引领青年文化，注重引导青年树立正确的价值观，发挥自身优势精心策划节目和活动，传递青春正能量，激励青年人勇敢追梦。

案例 马栏山芒果节·毕业晚会

2023 年 7 月，芒果 TV 承办的马栏山芒果节·毕业晚会“不设限毕业礼”向全球直播。晚会邀请海峡两岸暨港澳的毕业生齐聚现场，与优秀青年艺人唱响同心同向、追逐梦想的毕业歌曲，以此祝福青年们在未来的人生旷野上努力奋斗，创造出更加美好的明天。



马栏山芒果节·毕业晚会“不设限毕业礼”

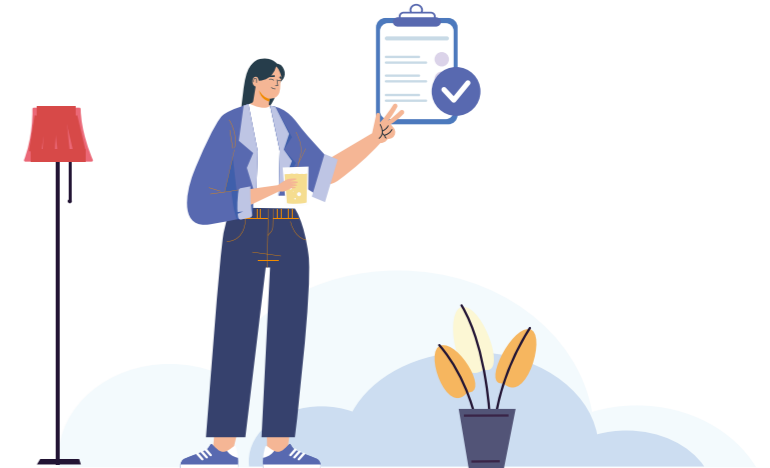


案例 自制动画《芒果崽 - 地球实习生》



《芒果崽 - 地球实习生》

2023 年 7 月，芒果 TV 首部以品牌形象为主角的自制动画 IP《芒果崽 - 地球实习生》上线，该部动画围绕芒果崽的职场体验，以独特的视角解读职业故事，在与日常生活息息相关的主题中关注青年一代的成长，积极发挥平台对用户的正向价值观引领作用。



案例 音乐竞演综艺《青年π计划》

2023 年 5 月，由青年共创音乐竞演综艺《青年π计划》，秉承对青年文化给予支持、发掘和引领的创新初衷，以音乐之名，给予新世代年轻人温暖的关注，展现蓬勃向上、创新进取、励志勇敢的青年群像。随着节目播出，《青年π计划》联合青年湖南、微博，面向全社会共同发起#无限青年力#话题征集活动，邀请广大网友推荐身边的“有力青年”，传递“有力故事”，进一步辐射青春能量。



《青年π计划》中著名作家梁晓声表达了自己对年轻人的期待

### 案例 “信仰的力量” 全国广电行业青年演讲比赛

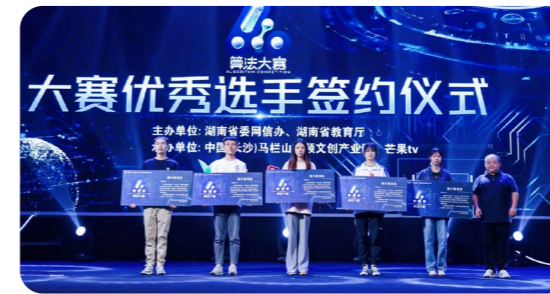
2023 年 6 月，由芒果 TV 承办的第一届“信仰的力量”全国广播电视和网络视听行业青年演讲比赛决赛圆满收官。10 名来自全国各地的广电青年，结合工作实际、亲身经历，讲述了身边人寻梦、追梦、圆梦的奋斗故事，展现了全国广电人牢记初心使命、坚定理想信念、践行党的宗旨的自觉担当，激发了广大青年传承红色基因、筑牢信仰之魂、锐意进取的奋斗激情。



“信仰的力量” 全国广电行业青年演讲比赛

### 案例 “马栏山杯” 国际音视频算法大赛

2023 年 9 月，“算无止境 智创未来” 第四届“马栏山杯”国际音视频算法大赛圆满举行。本次算法大赛参赛队伍达到 2.3 万，创下历史新高，是过去三届参赛总数的五倍之多。大赛不仅特别设置青少年趣味编程活动，吸引 1.9 万余名青少年报名参加，还将视野转向国际，通过全新赛制与优质命题吸引国内外顶尖技术人才参赛，创新赛题 IVW（不可见水印）和 LTV（用户未来价值预估）分别被 ACM MM2023 和 IJCAI2023 两大国际顶级会议收录。四年来，“马栏山杯”国际音视频算法大赛结下累累硕果，音视频领域算法技术日益精进。新的起点上，算法大赛继续发挥搭建专业技术交流平台、遴选杰出算法人才的功能，持续向打造全球音视频算法领域的巅峰赛事而努力。



“马栏山杯” 算法大赛

## 行业引领

### 行业交流

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，公司积极举办、参与交流展会，不断加强与行业内各企业交流互通，了解行业及市场最新动态，共同促进行业发展。

### 案例 中国网络视听大会，共商行业发展重点



2023 年 3 月，第十届中国网络视听大会以“新征程，再出发”为主题，聚焦行业发展前沿、研讨重点议题，并就网络视听发展的新模式、新内容、新文化、新业态、新格局，开展专业交流研讨。大会还举行了国家广播电视总局 2022 年度优秀网络视听作品发布仪式。芒果 TV 积极发挥自身平台与生态优势创作的《这十年》《这十年·追光者》《这十年·向未来》《声生不息·港乐季》获评特别节目，充分展现了平台在弘扬主流价值观和主流媒体责任上的担当与作为，以及来自业内各界的认可。

国家广播电视总局 2022 年度优秀网络视听作品



**案例** 2023 中国移动全球合作伙伴大会

2023 年 10 月，芒果超媒全程参与了以“算启新程 智享未来”为主题的 2023 中国移动全球合作伙伴大会，除介绍湖南卫视与芒果 TV 双平台融合的机制与内容成果外，重点展示其与中国移动深度合作成果。例如动感地带芒果卡、芒果 TV& 咪咕视频内容创制合作、大屏内容统一聚合与一点分发体系等。与大会“智享未来，算启新程”主题相呼应，芒果超媒还展出了最新的数智化产品与体验，并与内容行业实际业务场景紧密关联。例如芒果 TV 基于 5G+ 算力合作打造的融合经典 IP《全员加速中 2023》，充分以 5G+ 网络、云渲染等技术基础构建数实场景互动的元宇宙开放世界，赋能影视产业摄制虚拟化、生产数字化和体验沉浸化，展现芒果超媒技术服务于内容主业的创新能力。



2023 中国移动全球合作伙伴大会

**案例** 同业交流会，打开全球合作机会

2023 年 5 月，芒果 TV 与华为云联合举办的“全球媒体和娱乐行业 CXO& 芒果 TV 同业交流会”。来自巴西、阿根廷、智利、秘鲁、哥伦比亚、阿联酋、沙特等 20 多个国家的多家媒体企业高层，与芒果 TV 针对媒体内容制作、媒资技术创新、用户运营、创新业务发展等进行了深入交流分享。芒果 TV 通过本次交流，建立起了与全球媒体、娱乐行业伙伴进行交流互惠的机制，打开了媒体娱乐进行全球产业合作的机会窗口。



同业交流会

**案例** 参与海峡论坛，促进两岸交流

2023 年 6 月，第十五届海峡论坛在厦门召开，芒果 TV 出品的《声生不息·宝岛季》作为以音乐承载文化交流的优秀影视代表，受邀参与本次海峡论坛的两岸新媒体创享论坛主题分享会与海峡影视季重要项目推介晚会。节目主创团队出席分论坛并参与“华人影视音乐中的文脉传承”主题座谈会，分享创作初衷、探讨音乐传承与两岸青年文化交流的重要意义，给予投身影视行业的两岸年轻人充分的交流机会，也展现着呼喊出“湖湘闽台，道南正脉”的电视湘军所肩负的时代使命感与责任感。



《声生不息·宝岛季》主创团队出席“华人影视音乐中的文脉传承”主题座谈会

## 行业合作

### 案例 与智能终端厂商共建大屏高清产业

芒果 TV 大屏 APK 与小米、海信、TCL、酷开等多个智能终端厂商合作，覆盖国内市场所有终端品牌，累计激活达 4.07 亿，稳居 OTT 内容平台第一梯队。芒果 TV 打开全新的内容局面，拥抱多元的视频生态，不断输出优质的综艺 + 电视剧 + 综艺的长短视频内容，为亿万家庭提供稳定健康、优质的大屏观影环境，同时芒果大屏高品质视听产品“奇境”为 4K/8K 电视用户提供了更高清的极致视听体验，助力大屏超高清产业发展。



## 肆熠青芒

芒果超媒建立公平公开的人才引进机制，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。公司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，发挥人文关怀，不断增强员工的获得感、归属感与幸福感。

### 关键绩效

截至报告期末，公司及其下属子公司员工劳动合同签订比例为

100%

社会保险覆盖率为

100%

## 员工雇佣

芒果超媒坚持合规招聘，严格遵守《劳动法》《合同法》等法律法规，依法禁止雇用童工、保障男女性同工同酬、保障女性员工合法权益等，尊重员工的自由和尊严，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。

公司制定《劳动合同管理办法》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。

### 案例 联动 CarPlay 开启音乐之旅

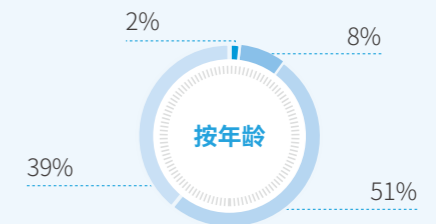
芒果 TV 联动 CarPlay 潜心打造沉浸式车载音乐空间，作为业内第一家支持 CarPlay 的场视频平台，用海量 IP 音源纯享、优质超级音效共同为用户打造出行音频盛宴，完善用户的出行体验。



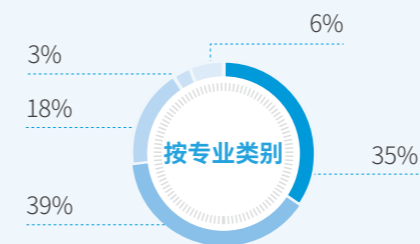
## 2023 年员工构成



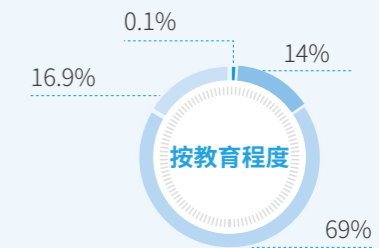
■ 女性员工 2,448 人 ■ 男性员工 1,949 人



■ 51 岁及以上 70 人 ■ 41 至 50 岁 370 人  
■ 31 至 40 岁 2,232 人 ■ 30 岁及以下 1,725 人

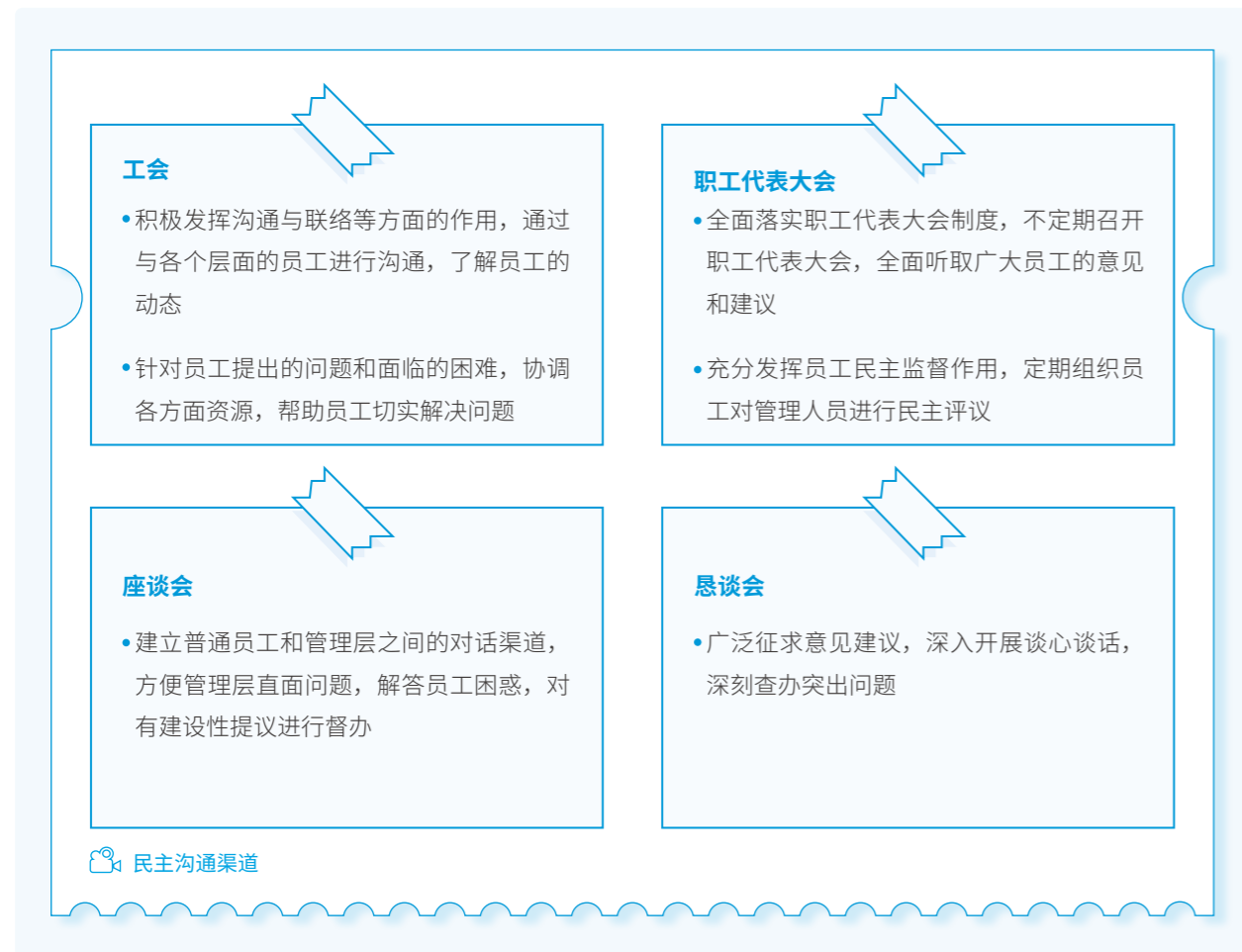


■ 生产人员 1,517 人 ■ 销售人员 1,694 人  
■ 技术人员 774 人 ■ 财务人员 147 人  
■ 行政人员 265 人



■ 博士 6 人 ■ 研究生 611 人  
■ 本科 3,035 人 ■ 大专及以下 745 人

公司坚持以人为本的基本原则，畅通多元沟通渠道，依法维护并切实保障员工的合法权益，让员工真正成为公司发展的建设者。



**案例 “员工树洞” 问卷调查**

2023 年 11 月，小芒电商创建“员工树洞”问卷调查活动，采取完全匿名的方式，用树洞的形式给全体员工提供了畅所欲言的沟通渠道。员工通过该渠道可以倾诉公司内部存在的各种问题，或自己在工作中遇到的困扰，或向公司提出宝贵建议，有效拓宽了公司员工民主沟通的渠道。

## 培训发展

### 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，使员工个人的职业目标与公司需求、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。同时，公司建立内部轮岗机制，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

芒果超媒根据公司的战略规划与业务发展，以员工培训管理制度、线上学习平台与资源、内部师资库作为培训体系的基石，划分四大培训类别，形成了覆盖员工全成长周期、涵盖公司所有业务线的培训体系，为员工成长发展奠定良好的基础。

培训类别	培训对象	培训内容	培训基石
通识培训	全体员工	定期开展“芒果充电站”培训，包括 PPT、EXCEL、公文写作、职场沟通与表达、数据思维、商务礼仪、形象管理等，提升公司和员工的工作效率和竞争力，更好地适应职场环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工培训管理制度</li> <li>线上学习平台与资源</li> <li>内部师资库</li> </ul>
业务培训	全体员工	通过剖析行业趋势、市场动态和业务流程，从内容、产品、技术、运营、市场、商务、职能等版块匹配内外部课程师资，旨在使员工全面掌握所需的专业知识和实践技巧	
人才发展培训	新员工、实习生	组织“芒果第一课”“芒好玩特训营”等培训，从企业发展、业务规划、通用制度等方面，让“新人”快速转变为符合公司战略发展需要和芒果文化价值认同的储备人才	
	专业突出人才	策划“内训师课堂/分享会”“快乐青年军”等培训，对专业人才进行经验开发及传播	
资格认证培训	中基层管理人员	策划“管理人员培训”等项目，通过管理测评、课程学习、经验开发等方式，提升管理人员领导力、创新力、战略思维等素质，进一步完善管理团队的建设	
		部分关键岗位	积极组织员工参加相关部门要求的继续教育，并获取 90% 以上的资格证，提升员工工作规范性及业务能力

人才培训体系

关键绩效

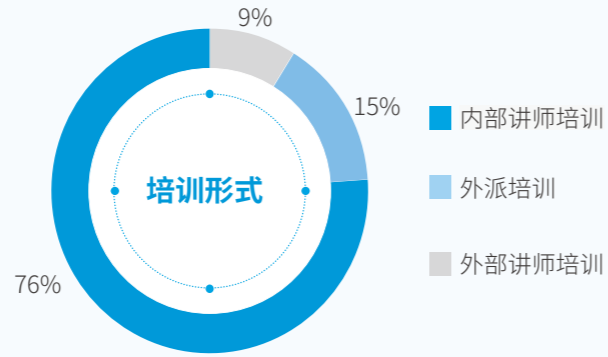


报告期内，公司累计开展

628 场培训

培训课时  
740 小时

覆盖员工  
5,100 人次



案例 新员工培训 - 芒好玩特训营

芒果 TV 针对校招管培生的特质，策划为期 7 天的“芒好玩特训营”，通过公司高层授课、核心业务分享和主题项目提案，并创新“青芒市集”“湖湘文化沉浸式戏剧互动”等形式，以模拟职场生存挑战游戏的模式让校招新员工了解公司战略、行业走向及业务流程，锻炼新员工的团队思维、组织统筹及营销思维，更好地融入芒果文化。



芒好玩特训营主要培训内容



芒好玩特训营

案例 专业人才培养 - 快乐青年军项目

快乐购针对青年人才和业务骨干策划快乐青年军“淬火计划”培训项目，历时 10 月，培训内容涵盖业务类、管理类理论及实操课程等，以更严格的选拔模式、更多维的培养方式、更实效的人才应用，完善内部管理人才梯队，为快乐购转型新赛道提供充足动力。



快乐青年军结业留影

薪酬福利

薪酬政策

芒果超媒按照价值分配的原则，制定《薪酬管理办法》《考勤管理办法》《绩效管理办法》等管理制度，根据个人所在岗位目标的贡献、责任、风险，优化日常绩效考核。公司结合整体效益和个人工作绩效，综合考虑外部竞争性、内部合理性、员工发展性、团队公正性等原则，确定工资等级，以岗定薪，薪随岗变，绩效激励向优秀员工倾斜，鼓励员工努力创造价值。

福利体系

芒果超媒积极关注并响应员工需求，持续完善福利体系，修订《员工福利制度》，福利覆盖全体员工，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，提升员工福祉与获得感，激发员工的工作激情。



法定福利

基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险、住房公积金、法定休假



特色福利

意外伤害险、补充医疗保险、孝心假、亲情陪护假、年度体检、节日慰问、生日慰问、婚育慰问、住院慰问、丧葬慰问、退休慰问、夏日送清凉、防寒防暑慰问、困难员工帮扶、文体活动、企业年会、餐补等

公司福利体系

**案例 完善福利体系，保障员工福利**

金鹰卡通为全体员工投保了意外伤害和补充医疗商业保险，并就补充医疗商业保险的主要内容及有关索赔程序、售后服务等事项专门编写发放《服务手册》，确保人手一册，同时公司 OA 系统 HR 专区也上传《服务手册》，便于员工随时查看。此外，金鹰卡通还为全体员工办理省直单位医疗互助暨女职工特殊疾病保障活动，对符合条件的因病、伤住院产生的医疗费（工伤、生育除外），均能在活动期限内享受不同比例的住院补贴福利，且与商业保险报销不冲突，从而最大限度地为员工提供保障。

公司致力于为员工创造舒适、安全的工作环境，提供更好的工作体验，提升员工的工作效率和归属感。

让员工在就餐方面更加省时、省心、省力，增强员工归属感

专为因特殊原因需要带子女上班的员工，建立一个小朋友可以自由、安全、快乐玩耍的乐园，免去员工的后顾之忧



为哺乳期的妈妈们提供舒服、温馨的私密空间



方便员工随时学习，将企业文化落到实处

公司福利设施

**文化活动**

芒果超媒重视团队凝聚力的塑造，通过丰富的文化活动，最大限度满足员工的精神文化需求，培养员工的团队精神，不断增强员工归属感与幸福感，推动公司的持续发展。

**案例 “超能 5 限，声声不息” 公司五周年庆**

2023 年 8 月，公司举办“芒果超媒五周年庆典”活动。庆典现场首度发布五周年原创主题曲《做自己的光》，该歌曲由天娱传媒团队监制，芒果超媒行政人事部员工作词，来自芒果 TV、金鹰卡通、小芒电商、快乐购、天娱传媒的员工代表共同演唱。



演唱五周年原创主题曲《做自己的光》

为了感谢芒果大家庭对公司的全力支持，也感谢所有员工的辛勤付出，公司向大家送出“芒果超媒五周年庆典”特别纪念——芒果 TV 全屏七彩会员卡和新司服“南波万”T 恤。



芒果 TV 全屏七彩会员卡

员工身穿新司服合影

**案例 中秋猜谜活动**

为向员工传递公司的节日关怀，在中秋节到来之际，公司提前对员工食堂进行文化氛围布置，在墙面悬挂中秋主题诗句，点缀兔子灯、鲤鱼灯等中秋节特色装饰，让员工在食堂感受团圆的氛围。中秋节当日，公司举办中秋“月”下猜谜活动，约有 500 名员工参与猜谜，领走精美书签和香薰蜡烛礼品，在互动活动中共迎中秋佳节。



中秋猜谜活动礼品

### 案例 “猿力聚变” 猿工节系列活动

2023 年 10 月，芒果 TV 举办第三届“猿”工节系列活动，2023 年“猿”工节以“猿力聚变”为主题，结合产品技术实际业务，开展了自研 APP 森林进化论打榜、AI 音源收集、电子竞技比赛、“猿”力聚变夜等一系列子活动。



“猿力聚变夜”

作为 2023 年“猿”工节系列活动的收官活动，“猿力聚变夜”涵盖表演秀、颁奖礼、军令状、美食趴、抽奖、游戏等环节，芒果超媒、芒果 TV 多位领导莅临活动现场，与近千名芒果“猿”们共庆程序员专属节日。

### 案例 2023—2024 年会暨金芒奖颁奖礼

2024 年 2 月，以“驕驕狂奔 团结向前”为主题的四平台年会暨金芒奖颁奖礼在马栏山科技文创基地举行。党委副书记、董事长蔡怀军在会上以《危中有机，不甘就干》为主题作“2023-2024 年度四平台工作报告”，总结过去，展望未来。会上也发放多项大奖，表彰在 2023 年表现优异的员工、团队、项目和作品等，鼓励芒果人奋斗不息，续写辉煌。



“驕驕狂奔 团结向前”公司年会



### 案例 芒果青春歌会

为展现芒果青年风采、搭建青年文化平台，2023 年 11 月，公司举办“乐芒乐爱 草坪大 BAND”——2023 首届芒果青春歌会，通过单位乐队竞演、青春潮流市集、青年交友脱单、星空露天影院、青春开放麦等环节，鼓励青年员工跨部门、跨单位交流，展示青春风采，凝聚全体芒果人的青春合力。



芒果青春歌会

### 公司各类丰富员工活动



慰问困难员工



女员工舞蹈活动



篮球俱乐部活动



足球比赛

## 健康安全

芒果超媒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。公司按照“党政同责、属地管理、责任到人、层层落实”的网格化管理工作机制，明确安全生产领导小组成员，层层落实安全生产目标责任，签订《2023 年度安全生产和消防工作目标管理责任书》，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。



- 24 小时**安排人员在前台值班，并对外来人员进行详细登记，保障办公区无任何物件丢失无任何安全事故
- 每日上班、下班、午夜三个时间段**安排公司安全值班人员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**对公司办公机房、消防器材设备、消防通道、应急疏散安全出口、安全标识进行检查
- 在特护期、重大节庆期及年终各关键时间**，开展安全风险排查、安全制度检查、安全作业规范、应急安全处理等六个方面进行自查，确保公司生产安全、业务正常运作

### 安全检查

公司严格落实全员安全培训及应急演练，以“开工第一课”“安全生产月”“消防宣传月”等时间点为契机，不断提升全员安全意识和技能，全面做好各项安全工作，预防和减少安全隐患，保护公司员工及财产安全。

### 案例 传染病与职业病预防讲座

为提升员工健康意识，增强自我防护意识，2023 年 3 月，芒果 TV 组织“季节高发性传染病的介绍和预防”和“职业病预防知识培训——颈肩腰腿痛的预防”两场健康知识讲座，让员工在日常生活和工作中有效预防疾病，保障员工健康安全。



职业病预防讲座课件

### 案例 消防安全培训暨应急疏散演练

2023 年 6 月，金鹰卡通组织全体员工开展 2023 年度消防安全知识培训暨应急疏散演练。金鹰卡通邀请外部讲师为员工讲授消防安全知识，详细讲解引发火灾的各种隐患、消防法律法规及与大家切身相关的电气防火知识、消防设备设施知识和火灾应急逃生知识等。



消防安全知识培训



应急疏散演练

### 案例 “关爱生命·救在身边” 应急救护培训

为增强员工的应急救护意识和技能，公司组织 52 名员工代表参加“关爱生命·救在身边”红十字应急救护培训志愿服务活动。在急救专业讲师的指导下，分组进行应急救护技能的培训和演练，帮助员工深入了解急救知识和技巧，掌握基本应急救护技能，确保员工在遇到紧急情况时能够及时采取正确的救护措施，保护自己和他人的生命安全，为构建安全、和谐的社会环境奠定了个人常识条件和技能基础。



应急救护培训手册



心理健康讲座

### 关键绩效

公司关注员工的职业健康安全，每年定期组织员工进行健康体检，为员工、节目组购买医疗保险，并不定期组织疾病预防和心理健康讲座，普及健康知识，保障员工的身心健康。报告期内，员工健康体检覆盖率

100%

员工、节目组医疗保险覆盖率

100%

# 环境篇

## 我们的理念

芒果超媒作为坚持高质量发展的上市公司，在经营过程中坚决贯彻绿色发展理念，践行低碳运营，依托公司媒介资源和媒体融合优势，倡导可持续发展理念，助力绿色生态建设。

## 我们的行动

- 不负青山

## 我们的成效

芒果超媒遵循绿色环保、坚持低碳运营，以实际行动践行习近平生态文明思想，积极履行生态文明建设责任。报告期内公司能源效率提升10.4%、水资源效率提升5.6%，全年二氧化碳等温室气体排放总量下降13%；金庸卡通、小芒电商、快乐购提倡绿色可持续理念，积极推进产品材料更绿色、更环保、可降解，包装轻量化、再利用，线下项目建设使用光伏、储能设备，降低运营过程中对环境的影响；创作《国道巡航》《我等海风拥抱你》《飞行幼儿园》等内容呼吁保护环境，强调人与自然和谐共生。

## SDGs 对标







## 低碳运营

芒果超媒以实际行动践行习近平生态文明思想，积极履行生态文明建设责任，坚持遵循绿色环保、低碳运营路径，严格遵守国家有关环境管理法律法规，贯彻高效、绿色循环的理念并持续减少对环境的影响，打造环境友好的负责任标杆企业。报告期内，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。

### 资源利用

公司贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，在运营过程中调整生产方式、创新研发资源使用技术，提高利用效率。

### 电力节约

芒果超媒及各子公司积极响应国家节约能源的政策方针，有效控制全年的能源使用量，采取多种节电措施，降低电力能耗。

#### 低碳节电举措

- 每年制定节能方案，对于空调机组和锅炉运行时段，根据天气温度及实际需求灵活调整开启和关闭时间
- 每晚安排专人在所有办公区进行巡查，检查设备用电情况，并且对无人的办公室及时断电，关空调等用电设备
- 将显示屏装定时开关，根据不同显示屏的功能进行不同时间段的开关设置
- 调整原有的用灯习惯，每天晚上十点半开始关闭特定区域通道 80% 的灯，室外照明与射灯根据昼夜长短及时调整夏冬季的开关时间
- 公共区域及会议室酌情减少灯带和灯泡数量，两侧楼道照明改换为声控灯，避免长期开启，节约用电

### 包装轻量

小芒电商作为内容电商平台，寄给消费者网购产品时会使用到大量的包装材料。为节约资源，小芒电商制定发货包装制度。除商品互斥和合并后体积过大订单的情况之外，订单下发期间，小芒电商针对一单多件的情况均会系统自动进行合并订单，节省运费支出，减少包装材料浪费，促进资源高效利用。

快乐购高效利用包装材料，针对不同的业务场景制定不同的包装轻量化制度方案，对于使用过的包装材料也进行回收再次利用，节省包装材料使用。



#### 包装轻量化

- 占比 65% 以上的入仓商品采用供应商直接提供的外包装直接出库，避免二次包装
- 特例商品采取软包、气泡柱的绿色包装来代替纸箱
- 供应商直发商品与快递合作，部分产品会采用快递的回收周转箱来进行防护和加固，可多次循环利用，符合环保理念



#### 包装再利用

- 废旧包装根据尺寸、型号提供给业务部门进行再次利用
- 利用用途: 1. 包装办公文件、装打印材料; 2. 运输电脑, 电话设备等, 用于办公场所物品的存放和整理; 3. 雨雪天气的防滑垫使用
- 使用完毕后纸箱包装交给回收站进行原材料循环利用

快乐购包装节约措施



## 绿色设计

金鹰卡通肩负新型主流亲子媒体的责任与担当，在儿童产品与线下儿童乐园的设计上提倡绿色可持续理念，降低公司运营过程中对环境的影响。

### 绿色产品

- 报告期内，金鹰卡通研发的麦咕部分产品相关材质使用可降解材质，更加环保、绿色
- 麦咕智能跳绳的包装袋使用 CPE 材质，符合美国 BPI 可降解认证



麦咕智能跳绳包装

### 绿色乐园

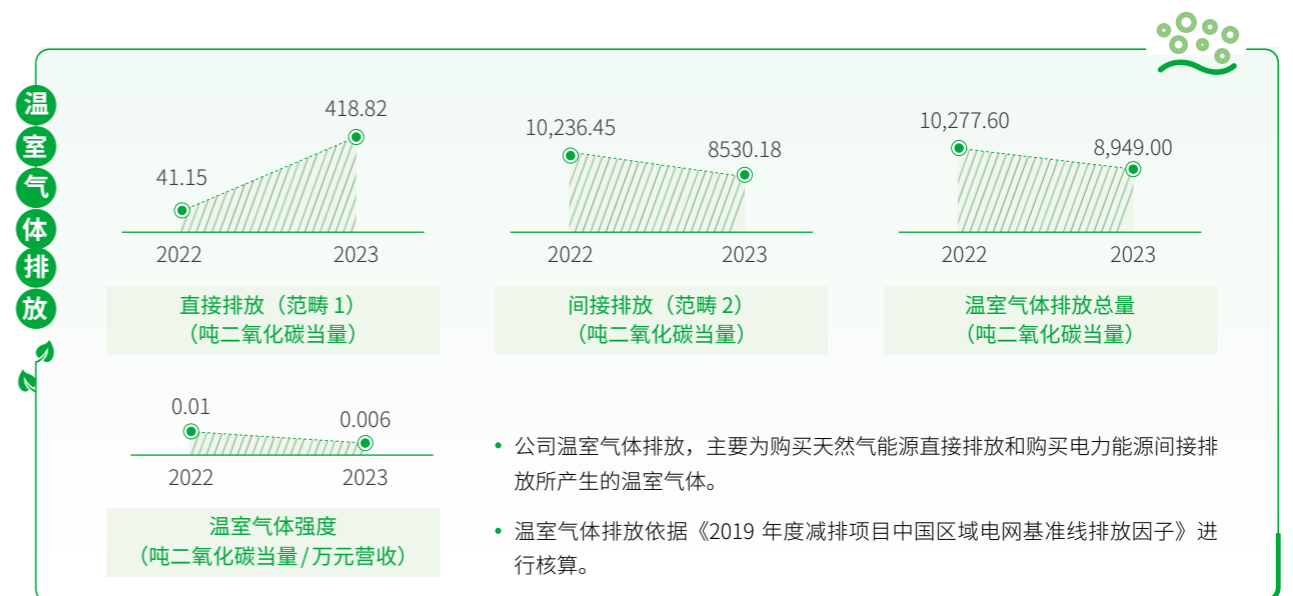
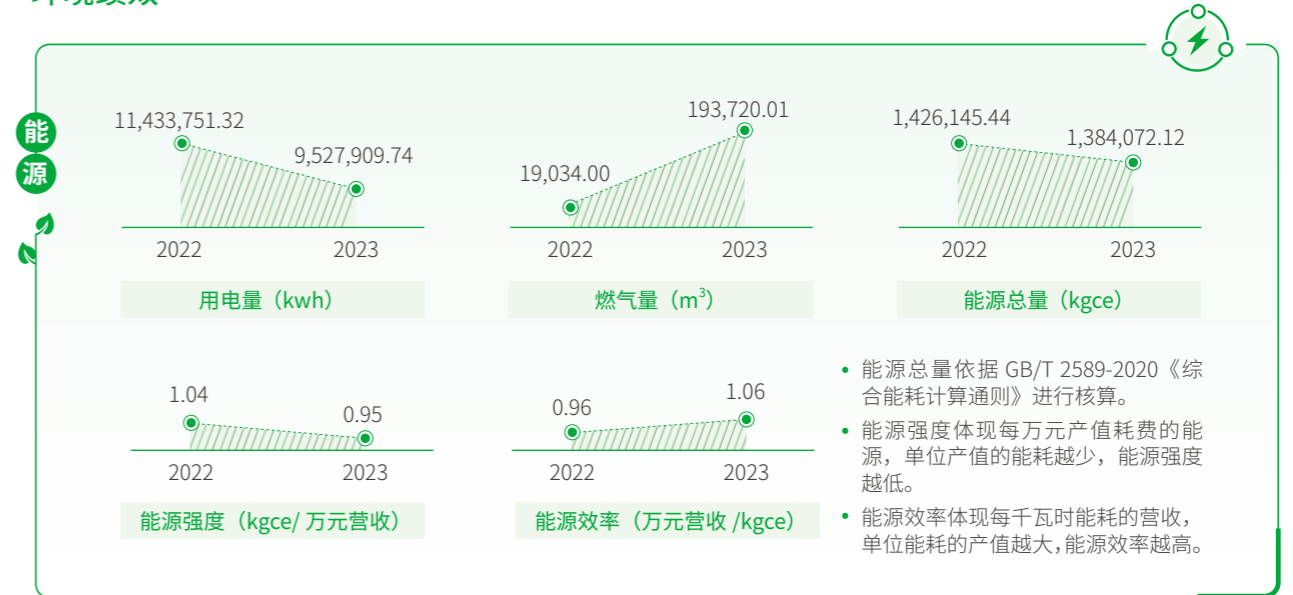
- 金鹰卡通采取模块化设计理念，设计任务明确要求整体设计模块化，可循环重新利用的设备、道具模块达到 30% 以上。通过不断优化迭代，珠海麦咕 3.0 旗舰乐园实现可循环利用模块化、整装化程度超过 50%
- 从设计阶段开始，金鹰卡通严格把关所有选材及施工工艺，从装饰装修的主辅材选择定版，到定制道具供应商的工艺监控，各环节层层把关监管，环保标准在国内同类型儿童商业空间执行标准里占领先地位。在选材环节，优先选用回收物料再生产品，例如物料再生基层护墙板，再生物料制作的 IP 玩偶公仔，再生材料制作的休息区桌椅等
- 充分考虑能源利用的绿色性，例如在选择空调系统的时候，严格要求不能使用对大气有损害的冷媒的系统。设计实施空调系统的时候，加入实时体感温控系统，务求全智能管控室内各空间温度体感，智能控制能耗优化达到节能减排的要求
- 持续探索新能源应用，乐园中建设光伏、储能设备等节能绿色能源供电系统



珠海麦咕乐园

### 金鹰卡通绿色设计

## 环境绩效



## 环保宣传

芒果超媒作为国有新媒体公司，担负起宣传环境保护的重要使命。对内，公司张贴环保宣传标语，组织环保活动，提高员工保护环境的动力与节约资源的意识。对外，公司利用媒体媒介与艺人资源宣传环境保护的重要性，培养公众建立守护生态文明的价值观，一同共创生态美丽家园。

### 内部宣贯

公司在洗手池、打印机、照明开关、垃圾桶等处张贴提示标识，提倡绿色环保节约能源理念，引导每个人从实际做起。



快乐购节约用水标语



快乐购节约用纸标语



### 案例 “光盘行动” 减少食物垃圾

2023 年 4 月至 5 月，芒果 TV 组织进行“集光盘贴纸，兑心水好物”的线下活动，工作日午餐时间由芒果 TV 专门负责人为光盘员工发放小贴纸。活动第三周，餐厨垃圾日均减少近三桶，活动平均减少 35% 的食物垃圾，极大程度节省公司食物资源，减少食物垃圾处理压力。近 500 名员工凭借 10 张以上光盘贴纸获得小礼品。光盘行动宣传环保思想，促使员工养成良好的就餐习惯与节约资源的环保意识。



“集光盘贴纸 兑心水好物”活动

### 节目宣传

公司牢记绿色发展理念，践行绿色生态文明建设使命，通过自身平台渠道发声，制作影视作品、儿童教育节目等形式提高公众对于生态文明建设的重视程度。

### 案例 《国道巡航》记录中国绿色发展

2023 年 2 月，芒果 TV 播出与中共中央对外联络部新闻办公室、解读中国工作室联合出品的纪录片《国道巡航》。节目共 5 集，以横贯中国东西的 318 国道为地理线索，带领观众到多地区的多个城市及乡村，探寻正在中国发生的鲜活动人故事，从而展现中国在环境、经济、文化、建设、科技等多个维度的发展与巨变。《国道巡航》把握绿色叙事，视觉手段体现自然和人造的双重绿色景观，将一个发展与自然相互依存、相互嵌入的逻辑立体地展现出来，介绍中国最大的绿色仿生建筑、“近零碳”建筑等体现中国智慧的节能减排方案。纪录片运用共鸣传播来解读大主题，强化共同认知传播方式，强调人与自然和谐共生。



《国道巡航》

### 案例 《我等海风拥抱你》 提倡海洋保护

2023年6月，由芒果TV大芒计划原创网络微短剧《我等海风拥抱你》播出。作为2023年网络视听节目精品创作传播工程入选作品，《我等海风拥抱你》以“海洋生态保护”为主题，展现福建泉州区域美景与民俗特色，引发观众关注环保生态主题。芒果TV在主题导向上引发观众对环境保护的关注，呼吁大家从日常小事做起保护海洋环境，维护赖以生存的生态环境。



生态保护微短剧《我等海风拥抱你》



金鹰卡通不断探索并宣传环境保护观念，培养正确的绿色发展观，多维度、多媒介传播，通过频道节目内容、线下场景绿色环保信息的植入等，把绿色发展的观念灌输于未来一代的儿童心中，努力搭建人人爱护环境的社会氛围。

### 案例 《飞行幼乐园》 培养儿童和谐共生

金鹰卡通推出的幼儿教育节目《飞行幼乐园》从2004年开播，报告期内节目两次同时段居所有频道排名第3位，省级卫视排名第1位。《飞行幼乐园》开辟节目板块《动物帮帮队》，带着小朋友认知全世界的动物生存环境，强调全球变暖的紧迫性，展示濒危物种的珍贵性，让孩子们知道人和动物和谐相处，爱护生物物种，节约使用资源，创造一个环保和谐世界。



幼儿教育节目《飞行幼乐园》



“杜绝白色污染”保护环境公益广告



# 结篇

## 亮点节目

### 综艺类



#### 《乘风 2023》

助力思考女性力量、传统文化

响应议题

性别平等 价值引领



#### 《披荆斩棘 3》

“披荆斩棘”人生态度的思考与表达

响应议题

价值引领 拼搏精神



#### 《花儿与少年·丝路季》

走近“一带一路”彰显文化大国

响应议题

价值引领 中国力量

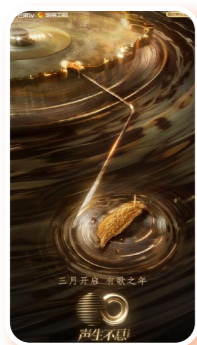


#### 《声生不息·宝岛季》

唤醒两岸共同文化记忆

响应议题

价值引领 行业合作



#### 《声生不息·家年华》

中华音乐巡礼

响应议题

价值引领 家国深情



#### 《青年π计划》

青春唱给世界挥洒青春汗水

响应议题

价值引领 青春力量



#### 《法官你好》

助力法治中国建设

响应议题

依法治国 公平公正



#### 《哎呀好身材·奔赴季》

倡导“全民运动、全民健身”的健康生活理念

响应议题

价值引领 健康福祉



#### 《中国婚礼 2》

绘人间美好描幸福中国脉络

响应议题

价值引领



#### 《女子推理社》

全女性益智推理真人秀

响应议题

性别平等 价值引领



#### 《初入职场·法医季》

努力让人民群众在司法案件中感受到公平正义

响应议题

促进就业 产学研合作 合规合法运营



#### 《快乐老友记》

友情慢生活

响应议题

价值引领 正能量



#### 《大侦探 8》

传播法律知识 弘扬法治观念

响应议题

依法治国 公平公正



#### 《跳进地理书的旅行》

独特地理研学之旅

响应议题

乡村振兴 环境保护



### 电视剧类



#### 《问苍茫》

青年毛泽东探索中国革命道路

响应议题

价值引领



#### 《去有风的地方》

助力文旅经济回暖

响应议题

乡村振兴



#### 《装腔启示录》

聚焦多重现实话题

响应议题

价值引领 现实主义 正能量



#### 《我的人间烟火》

平凡英雄彰显时代力量

响应议题

价值引领 健康安全



#### 《我等海风拥抱你》

呼吁保护海洋生态

响应议题

环境保护



### 纪录片类



#### 《中国》第三季

讲中国故事，传中国之声

响应议题

科技创新 价值引领



#### 《国道巡航》

体悟中国现代化的发展实效

响应议题

乡村振兴 环境保护 科技创新



#### 《于青山绿水间》

聚焦少数民族乡村振兴发展之路

响应议题

乡村振兴



#### 《超时空寻找》

传承弘扬伟大抗美援朝精神

响应议题

党建引领 科技创新



#### 《眼睛的故事》

唤醒国人对眼睛的重视

响应议题

健康福祉 未成年人保护



### 少儿类



#### 《运动不一样》

引导青少年积极向上

响应议题

未成年人保护 价值引领

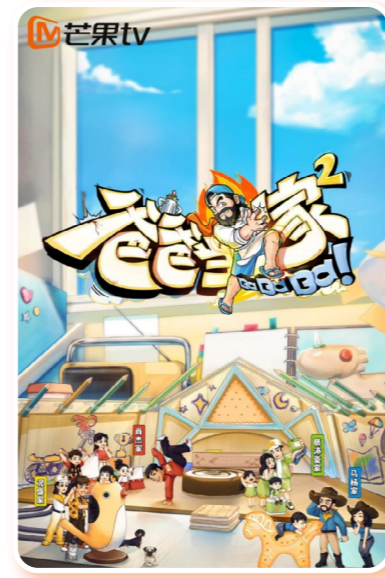


#### 《爸爸当家2》

关注亲子成长

响应议题

未成年人保护 价值引领



#### 《23号牛乃唐》第三季

阳光女孩成长日记

响应议题

未成年人保护 价值引领 性别平等

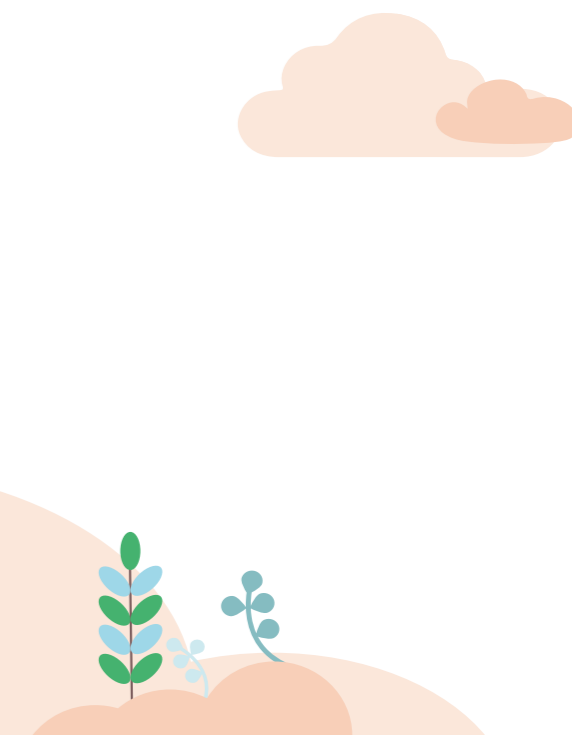


#### 《飞行幼儿园》

传播健康、安全、营养的幼教节目内容

响应议题

环境保护 未成年人保护 价值引领



## 关键绩效

类别	指标	单位	2021 年	2022 年	2023 年
经济绩效	营业总收入	亿元	158.01	139.77	146.28
	归母净利润	亿元	21.73	18.64	35.56
	总资产	亿元	268.09	297.84	314.22
	研发人员人数	人	595	604	694
	研发人员占比	%	14.79	13.62	15.78
	研发投入	亿元	4.30	3.64	4.19
	纳税总金额	亿元	4.67	4.55	5.11
	股东分红金额	亿元	2.43	2.43	3.37
环境绩效	用电量	千瓦时	11,168,127	11,433,751	9,527,910
	燃气量	立方米	/	19,034	193,720
	用水量	吨	45,164	61,336	62,025
	温室气体总量	吨二氧化碳当量	9,590.07	10,277.60	8,949.00
社会绩效	员工总数	人	4,022	4,125	4,397
	女性员工占比	%	57	57	56
	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	602	668	628

## 指标索引

### 中国企业社会责任报告指南 CASS-ESG 5.0 指标索引

议题	指标编号	指标	相关章节	
报告前言 (P)				
报告规范	P1.1	质量保证	关于本报告	
	P1.2	信息说明	关于本报告	
	P1.3	报告体系	关于本报告	
高管致辞	P2.1	ESG 工作的形势分析与战略考量	董事长致辞	
	P2.2	年度 ESG 进展	总经理致辞	
责任聚焦	P3.1	年度 ESG 重大事件	新征程、新使命	
公司简介	P4.1	基本信息	走进芒果超媒	
	P4.2	战略与文化	走进芒果超媒	
	P4.3	业务概况	走进芒果超媒	
	P4.4	报告期内关于组织规模、结构、所有权或供应链的重大变化	见年度报告	
治理责任 (G)				
公司治理	G1.1	董事会构成多元	规范运作	
	G1.2	董事会独立性	见年度报告	
	G1.3	守法合规体系	规范运作	
	G1.4	守法合规培训绩效	规范运作	
	G1.6	申诉与举报机制	赓续前行	
	G1.7	反商业贿赂及反腐败体系	赓续前行	
	G1.9	腐败事件及应对措施	赓续前行	
	G1.10	信息透明	规范运作	
	ESG 管理	G3.1	ESG 工作责任部门	走进芒果超媒
		G3.4	参与 ESG 研究或行业 ESG 标准制定	走进芒果超媒
G3.5		ESG 重大议题识别	走进芒果超媒	
G3.6		利益相关方沟通活动	走进芒果超媒	
G3.7		ESG 信息披露渠道	走进芒果超媒	
G3.11		ESG 荣誉	走进芒果超媒	





议题	指标编号	指标	相关章节	
<b>环境风险管理 (E)</b>				
环境管理	E1.1	环境管理体系	不负青山	
	E1.6	通过环境管理体系认证	不负青山	
	E1.7	环保培训和宣教	不负青山	
	E1.8	环保产品或技术的研发与应用	不负青山	
资源利用	E2.1	能源管理体系	不负青山	
	E2.2	能源消耗量	不负青山	
	E2.3	能源消耗强度	不负青山	
	E2.4	清洁能源使用政策	不负青山	
	E2.6	减少制成品包装材料使用的政策	不负青山	
	E2.9	水资源使用政策	不负青山	
	E2.10	新鲜水用水量	不负青山	
	E2.11	耗水强度	不负青山	
守护生态安全	E2.14	绿色办公措施	不负青山	
	E4.2	生物多样性保护行动	不负青山	
	E4.3	生态修复治理	不负青山	
应对气候变化	E5.5	直接温室气体排放量	不负青山	
	E5.6	间接温室气体排放量	不负青山	
	E5.7	温室气体排放强度	不负青山	
<b>社会风险管理 (S)</b>				
雇佣	S1.1	遵守劳工准则	肆熠青芒	
	S1.2	多元化和机会平等	肆熠青芒	
	S1.3	员工构成	肆熠青芒	
	S1.4	劳动合同签订率	肆熠青芒	
	S1.6	民主管理	肆熠青芒	
	S1.7	薪酬福利体系	肆熠青芒	
	S1.8	社会保险覆盖率	肆熠青芒	
	S1.10	员工关怀	肆熠青芒	
	发展与培训	S2.1	职业发展通道	肆熠青芒
		S2.2	职业培训体系	肆熠青芒
S2.4		职业培训绩效	肆熠青芒	
职业健康和安全生产	S3.1	职业健康管理	肆熠青芒	
	S3.4	安全生产管理体系	肆熠青芒	
	S3.5	安全宣贯与培训	肆熠青芒	

议题	指标编号	指标	相关章节
<b>社会风险管理 (S)</b>			
职业健康和安全生产	S3.6	隐患排查与整治	肆熠青芒
	S3.7	应急管理体系	肆熠青芒
	S3.9	安全生产培训绩效	肆熠青芒
客户责任	S5.1	产品 / 服务质量管理	和合共生
	S5.3	负责任营销	和合共生
	S5.4	止损和赔偿机制	和合共生
	S5.5	应对客户投诉	和合共生
	S5.6	信息安全与隐私保护	和合共生
负责任供应链管理	S6.1	供应链 ESG 管理体系	和合共生
	S6.2	供应商 ESG 审查评估	和合共生
<b>价值创造 (V)</b>			
国家价值	V1.1	服务国家重大战略的理念和政策	赓续前行
	V1.2	国家重大战略贡献领域	赓续前行
	V1.3	服务国家重大战略的举措	赓续前行
	V1.4	服务国家重大战略取得的成效	赓续前行
产业价值	V2.1	技术创新制度机制	融合创新
	V2.2	技术创新的举措	融合创新
	V2.3	研发投入	融合创新
	V2.4	重大技术创新成果	融合创新
	V2.5	带动上下游产业链协同发展	和合共生
	V2.6	保障产业链供应链安全稳定	和合共生
	V2.8	战略合作机制和平台	和合共生
	V3.1	带动就业的举措	微芒成阳
民生价值	V3.4	公益行动领域	微芒成阳
	V3.5	打造品牌公益项目	微芒成阳
	V3.6	公益捐赠总额	微芒成阳
	V3.7	志愿服务绩效	微芒成阳
环境价值	V4.4	守护绿色生态的举措	不负青山
<b>报告后记 (A)</b>			
	A2	关键绩效表	关键绩效
	A4	参考索引	指标索引
	A5	意见反馈	读者反馈

## 全球报告倡议组织 GRI 标准索引

GRI 指标	相关解释	相关章节
<b>使用说明</b>	芒果超媒在 2023 年 1 月 1 日至 2023 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>使用的 GRI 1</b>	GRI 1: 基础 2021	
<b>组织及其报告做法</b>		
G2-1	组织详细情况	走进芒果超媒
G2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
G2-3	报告期、报告频率和联系人	关于本报告
<b>活动和工作者</b>		
G2-6	活动、价值链和其他业务关系	走进芒果超媒
G2-7	员工	肆熠青芒
<b>管治</b>		
G2-9	管治架构和组成	规范运作
G2-10	最高管治机构的提名和选择	见年度报告
G2-11	最高管治机构的主席	见年度报告
G2-12	最高管治机构在管理影响方面的监督作用	规范运作
G2-19	薪酬政策	见年度报告
G2-20	确定薪酬的程序	见年度报告
G2-21	年度总报酬比率	见年度报告
<b>战略、政策和实践</b>		
G2-22	关于可持续发展战略的声明	新征程、新使命
G2-23	政策承诺	规范运作
G2-24	融合政策承诺	规范运作
G2-25	补救负面影响的程序	赓续前行
G2-26	寻求建议和提出关切的机制	赓续前行
G2-27	遵守法律法规	规范运作
G2-28	协会的成员资格	和合共生
<b>利益相关方参与</b>		
G2-29	利益相关者参与的方法	走进芒果超媒

GRI 指标	相关解释	相关章节
<b>实质性议题</b>		
G3-1	确定实质性议题的过程	走进芒果超媒
G3-2	实质性议题清单	走进芒果超媒
G3-3	实质性议题的管理	走进芒果超媒
<b>经济绩效</b>		
G201-1	直接产生和分配的经济价值	见年度报告
G201-3	固定福利计划义务和其他退休计划	见年度报告
G201-4	政府给予的财政补贴	见年度报告
<b>市场表现</b>		
G203-2	重大间接经济影响	微芒成阳
<b>反腐败</b>		
G205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	赓续前行
<b>税务</b>		
G207-1	税务方针	见年度报告
G207-2	税务治理、控制及风险管理	见年度报告
G207-3	与税务关切相关的利益相关方参与及管理	见年度报告
G207-4	国别报告	见年度报告
<b>能源</b>		
G302-1	组织内部的能源消耗量	不负青山
G302-3	能源强度	不负青山
G302-4	降低能源消耗量	不负青山
G302-5	降低产品和服务的能源需求量	不负青山
<b>水资源和污水</b>		
G303-5	耗水	不负青山
<b>排放</b>		
G305-1	直接（范围 1）温室气体排放	不负青山

GRI 指标	相关解释	相关章节
<b>排放</b>		
G305-2	能源间接（范围 2）温室气体排放	不负青山
G305-4	温室气体排放强度	不负青山
<b>供应商环境评估</b>		
G308-1	使用环境评价维度筛选的新供应商	供应管理
<b>雇佣</b>		
G401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	肆熠青芒
G401-3	育儿假	肆熠青芒
<b>职业健康与安全</b>		
G403-1	职业健康安全管理体系	肆熠青芒
G403-2	危害识别、风险评估和事故调查	肆熠青芒
G403-3	职业健康服务	肆熠青芒
G403-5	工作者职业健康安全培训	肆熠青芒
G403-6	促进工作者健康	肆熠青芒
G403-7	预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	肆熠青芒
G403-8	职业健康安全管理体系覆盖的工作者	肆熠青芒
<b>培训与教育</b>		
G404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	肆熠青芒
G404-2	员工技能提升方案和过渡援助方案	肆熠青芒
<b>多元化与平等机会</b>		
G405-1	管治机构与员工的多元化	肆熠青芒
<b>当地社区</b>		
G413-1	有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	微芒成阳
<b>供应商社会评估</b>		
G414-1	使用社会评价维度筛选的新供应商	和合共生
<b>客户健康与安全</b>		
G416-1	评估产品和服务类别的健康与安全影响	和合共生
<b>客户隐私</b>		
G418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	融合创新

## 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 2023 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√）

1. 您对本报告的总体评价是：

非常好       好       一般       较差       差

2. 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

3. 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

4. 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

5. 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

6. 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

7. 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

8. 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

9. 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？

