

上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司
2020 年度社会责任报告

目 录

一、报告前言.....	3
(一) 报告规范.....	3
(二) 董事长致辞.....	4
(三) 企业简介.....	6
(四) 组织和业务架构.....	9
二、责任管理.....	10
(一) 责任体系.....	10
(二) 责任制度.....	10
(三) 利益相关方沟通.....	11
三、治理责任.....	12
(一) 党建引领.....	12
(二) 公司治理.....	13
(三) 内控管理.....	14
(四) 反腐倡廉.....	14
(五) 信息披露.....	14
(六) 接受市场与社会监督.....	15
(七) 版权保护.....	16
四、社会责任.....	17
(一) 融合发展.....	17
(二) 重大主题宣传.....	19
(三) 抗击疫情.....	24
(四) 弘扬文化.....	31
(五) 聚焦科创.....	37
(六) 支持政府.....	40
(七) 关爱员工.....	47
(八) 安全生产.....	51
(九) 精准扶贫.....	52
(十) 公益责任.....	60
五、环境责任.....	71
(一) 绿色管理.....	71
(二) 绿色运营.....	71
(三) 绿色办公.....	73
(四) 反对餐饮浪费.....	73
(五) 加强环保宣传.....	73
报告后记.....	74

上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度社会责任报告

一、报告前言

(一) 报告规范

报告时间范围

2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，部分内容超出上述时间范围

报告发布周期

本报告为年度报告

报告数据来源

上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（简称 SMG）及其下属单位

报告采用称谓

报告中采用的台集团、SMG 均指上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司

报告编制依据

中共中央宣传部等印发的《关于文化企业坚持正确导向履行社会责任的指导意见》

全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告指南》（G4）

中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南》

（二）董事长致辞

2020 年，中国与世界共同经历百年未有之大变局。一方面，挑战前所未有，突如其来的新冠疫情席卷全球，给人类健康和生命安全造成了严重危害，给世界和中国经济带来了巨大冲击；另一方面，我国发展成绩斐然，全面建成小康社会取得伟大历史性成就，决战脱贫攻坚取得决定性胜利，我国建设社会主义现代化国家的新征程正乘势向上、强力开启。

SMG 作为国有文化传媒集团，勇立潮头、勇挑重担，以强烈的政治意识与社会责任感，积极肩负主流媒体的使命担当，把社会效益放在首位，努力实现社会效益和经济效益相统一，自觉承担“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，全力坚守正确的政治方向、舆论导向和价值取向。

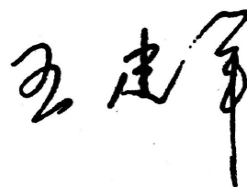
不论在习近平新时代中国特色社会主义思想的大力宣传中，还是在新冠疫情防控阻击战的全程报道中，在“决胜全面小康 决战脱贫攻坚”、长三角高质量一体化发展、抗美援朝出国作战 70 周年、第三届进博会、浦东开发开放 30 周年等重大主题主线宣传中，以及在助力民生经济发展、促进国内外文化交流等方面，SMG 都以不一般的速度、广度和深度，努力做好文化宣传的权威发布者、主流价值观的积极传播者与时代发展的忠实记录者。

与此同时，2020 年 SMG 紧密围绕中办国办出台的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，明确了全媒体战略，提出全力打造百视 TV（BesTV+）平台型产品，打通渠道和内容生产、大屏和小屏、专网和移动互联网、线上和线下的全渠道文娱生活服务，以“内容+服务”双核驱动，打造 SMG 在 5G 时代整体转型的应用平台。新的融合转型为 SMG 带来发展新空间，2020 年 SMG 的行业排名和影响力继续居于行业前列。在《世界媒体 500 强》（2020 年度）中，SMG 位列世界第 96 位，在上榜的中国大陆媒体中位列第 6 位；此外，旗下东

方明珠连续荣获“全国文化企业 30 强”，并连续上榜“中国互联网企业 100 强”。

锐意进取的 SMG 不忘初心，始终践行“忠诚、责任、创造、共赢”的企业文化价值观，积极“传播向上力量、丰富大众生活”，努力成为文化企业坚持正确导向履行社会责任的标杆。此次“2020 年度 SMG 企业社会责任报告”的编写与发布，是对 SMG 作为主流媒体与综合性文化产业集团在 2020 年社会责任履行情况所作的一次全面梳理与总结；更是对 SMG 进一步加强顶层设计、完善组织制度建设、实现“坚持正确导向、履行社会责任和健全法人治理结构有机统一”的一次鞭策与鼓励。以此为契机，SMG 必将进一步守正创新，加快高质量发展，更好地满足人民精神文化生活新期待。

上海广播电视台
上海文化广播影视集团有限公司
党委书记、董事长



（三）企业简介

上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（英文统称 Shanghai Media Group，简称“SMG”）是国内领先的广播电视及互联网新型主流媒体及大型国有综合文化传媒企业。截至 2020 年底，SMG 总资产达 650 亿元人民币，拥有各级控股企业 191 家，业务涵盖媒体运营及网络传输、内容制作及版权经营、互联网新媒体、现场演艺、文化旅游及地产、文化金融与投资、视频购物等领域，形成了完整的文化产业生态。

SMG 坚决贯彻党中央关于加快推进媒体融合深度发展的总体要求，落实上海市委关于厚植城市精神彰显城市品格全面提升上海城市软实力的重大部署，以打造中国最具创新活力和国际影响力的全媒体综合文化产业集团为愿景，确立了全媒体核心战略，全力打造“百视 TV”视频平台产品，以及“看看新闻”、“第一财经”、“阿基米德”等互联网垂类产品矩阵。旗下还拥有东方卫视、第一财经等 12 个电视频道、11 个广播频率、15 个全国数字付费电视频道、5 种公开发行的报纸杂志。通过广播电视、新媒体平台及线下渠道，SMG 为用户提供丰富的信息、娱乐和服务内容，实现了广泛覆盖。

SMG 与旗下东方明珠新媒体股份有限公司连续多年评为全国文化企业 30 强，常年位列“世界媒体 500 强”榜单，SMG 也是联合国可持续发展目标全球媒体契约成员。

SMG 拥有中国省级广电媒体中最大的新闻内容生产团队，全媒体采编队伍总计 3000 余人，卫视新闻日播出时间在省级卫视中最长。广播新闻日播出 15 小时以上，居全国同行业领先地位。

东方卫视作为“最具影响力的省级卫视”之一，以“梦想的力量”为宣传口号，坚持“新闻立台、剧场支柱、综艺发力、纪实添彩”的频道定位，已成为类型多元、品优质坚、制作精湛的节目播出平台。

SMG 旗下上市公司东方明珠，是 SMG 的产业平台、资本平台和新媒体平台，拥有有线电视网络、IPTV、OTT、移动视频在内的全视频渠道。东方明珠积极拓展文化产业集聚区建设，开发建设“东方智媒城”“东方明珠凯旋中心”“东方明珠新媒体创智中心”等文化地产项目。此外，还拥有东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心、东方绿舟等诸多知名文化地标。

SMG 旗下第一财经，是中国深具全球影响力的财经全媒体平台，是中国领先的原创财经内容来源。通过财经资讯、视频、直播、数据报告与深度分析报道，不间断播报中国与全球交易市场信息和重大财经事件。

SMG 拥有中国第一家纪录片专业电视频道，成为独具海派文化特色的电视文化地标，其拥有纪录片版权节目超过40000小时，原创作品以品质、内涵、创新性和影响力著称。

SMG 在影视投资制作、版权内容运营上汇聚双效优势，坚持“现实关注、价值引领、文化担当、匠心创作、国际视野”的核心理念，每年主投制作、联合出品的电影、电视剧、纪录片佳作不断。与迪士尼、索尼影视、日本富士电视台等合作多部影视佳作，享誉海内外。

SMG 旗下五星体育是获得国际奥委会资格认定的体育赛事公用信号制作机构，被国家体育总局授予“国家体育产业示范单位”，与久事体育产业集团强强联手后，进一步依托专业体育频道向体育产业纵深探索。

SMG 旗下文广演艺集团致力打造中国产业链最完整、最具规模和影响力的文化演艺和现场娱乐产业平台，2018 年、2020 年位列“上海文化企业十强”。文广演艺集团旗下有 7 家国有文艺院团和 1 个中心，共拥有或经营上海的 18 个演艺专业剧场和演艺空间，目前已积累可演出的剧（节）目达 300 多台。

SMG 旗下小荧星集团有限公司初创于 1956 年，致力于培养少儿的艺术兴趣、艺术才能，提升个人修养。拥有哈哈炫动卫视、小荧星艺术团、少儿广播合唱团、小荧星艺校、哈哈培训学校，在全市有 26 家分校，全年学员达十万人次，是中国 AAAAA 社会组织。

SMG 旗下技术中心（上海东方传媒技术有限公司 SMT）是 SMG 数字化转型的基础设施建设平台，面向 SMG 全媒体业务提供技术保障和转型升级支持，也是广电总局“智慧媒体制播应用重点实验室”建设点，在高端 4K/8K 直播制作、智慧广电设备及平台等方面保持国内领先优势，获得上海市高新技术企业、上海市科技小巨人企业、上海市技术中心企业称号。

SMG 旗下幻维数码是一家以计算机视觉、图形引擎、虚拟仿真等新一代数字技术为核心，专业从事数字内容服务的创意设计和制作的科技小巨人企业、高新技术企业，业务应用于 CG 动画、视频后期及特效制作、线下文化体验及展示等。公司自 2005 年成立以来，始终致力于“技术+创意”，面向内容创造全流程，把握创意内核，利用计算机视觉科技优化数字文化创意过程，革新新媒体时代下的数字内容体验，并提升行业应用延展性。

为积极对接资本市场，SMG 成立了全国广电系统首家财务公司——上海文化广播影视集团财务有限公司，为 SMG 各成员单位提供融资服务。SMG 积极打造创新业务的对外投资平台，联合金融机构、地方政府和产业合作伙伴，发起设立东方明珠传媒产业股权投资基金等多支基金。

此外，SMG 还涉足主机游戏及手游、财经大数据等产业。

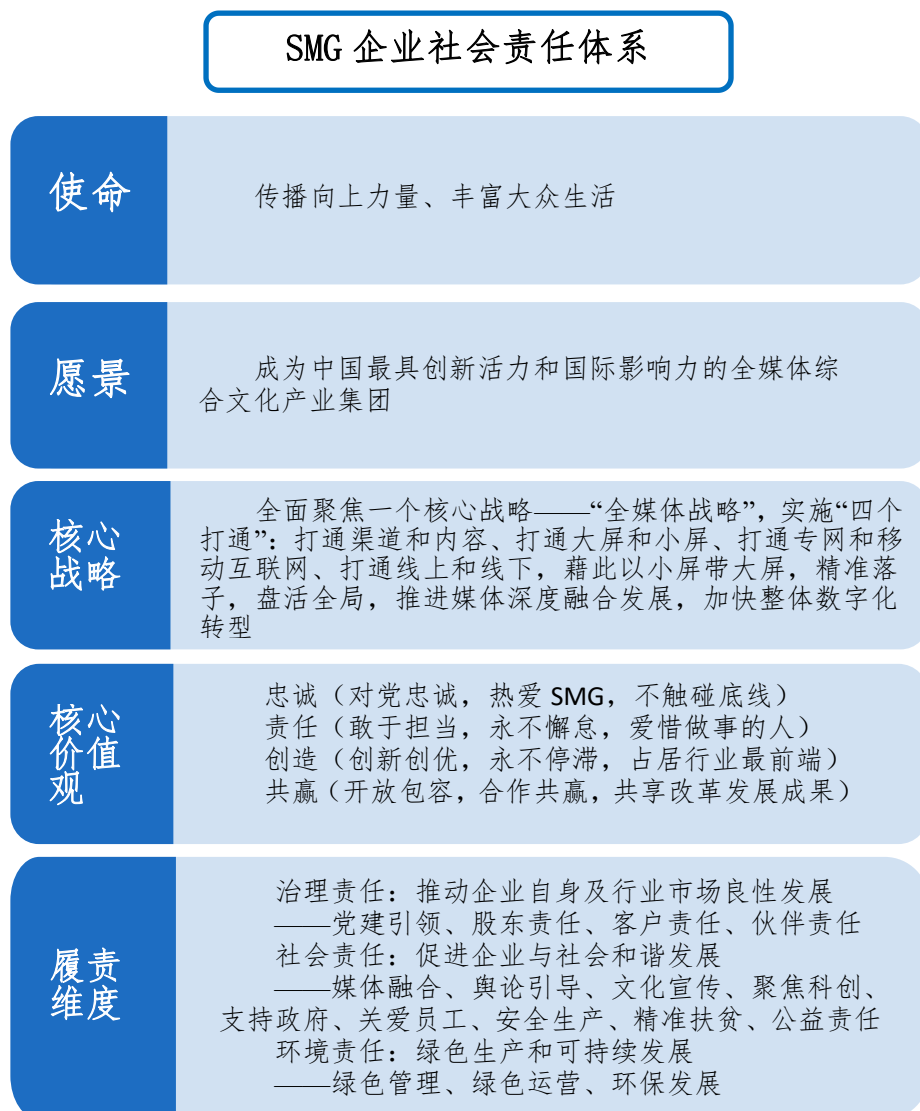
(四) 组织和业务架构

SMG 上海广播电视台 上海文化广播影视集团有限公司
SHANGHAI MEDIA GROUP



二、责任管理

(一) 责任体系



(二) 责任制度

SMG 社会责任管理制度由组织、规划、沟通、执行、传播、考核等部分组成，依据各项制度及考核方式，持续推动责任实践。2020 年前，SMG 每年的社会责任报告主要通过 SMG 年报相关板块予以披露。2021 年，SMG 根据中宣部《关于文化企业坚持正确导向履行社会责任的指导意见》的要求，结合行业特点、自身功能定位及国际较为通行的 ESG 社会责任与治理相关标准，进一步提升社会责任管理制度设计

和执行的有效性，加强完善“坚持正确导向、履行社会责任”的年度报告制度，努力提升社会责任成果披露的完整性、准确性和透明度。SMG 组建成立了社会责任专项工作小组，有序开展 2020 年度社会责任报告的编写工作，将 SMG 企业社会责任履行情况进行更加全面的梳理与向社会披露。

（三）利益相关方沟通

密切关注各利益相关方核心诉求，采取多元化沟通方式，有针对性地进行沟通，回馈各利益相关方，保障各方利益、促进共赢。

利益相关方	利益相关方关注点	沟通与回应
股东	正确的舆论导向 依法合规运营 国有资产保值增值 良好的业绩表现与可持续健康发展 畅通的汇报与沟通机制	牢牢把握正确的舆论导向，传递正能量 依法合规经营 完善公司治理 定期与临时的工作汇报、日常沟通，接受政策指示 提高资产运营效率的专项工作等
政府及监管机构	依法合规经营 服从监管要求 响应国家发展政策 维护政府公信力	配合监管监察 定期或临时的工作汇报、日常沟通，接受政策指示 加强政府与公众沟通，加强媒体监督 加强廉洁从业监管
客户	优质的内容与服务 高性价比 品质与安全保障 客户权益保护	来信、来电、来访等多种意见反馈渠道 产品宣传指导 客户服务电话 各类售后服务 客户权益保护 隐私与信息安全保护
员工	权益保护 员工薪酬与福祉 职业发展与培训	保障员工权益 员工培训与人才培养计划 职业发展通道 考核与激励 员工工会 员工关爱与心理辅导等
合作伙伴	诚心诚信 互惠共赢	为对方创造合作机会、会议沟通、电话沟通

社区与公众	为弱势群体提供帮助 支持社会公益 为社区创造就业机会 有助于社会和谐的行为	开展精准扶贫 参与帮扶实践、整合帮扶资源、提供帮扶资金 组织、配合各类志愿与公益活动 组织开展技能培训等
自然环境	支持低碳发展、绿色运营 环境保护	绿色运营 传递绿色公益 开展环保活动

三、治理责任

(一) 党建引领

SMG 按照中央的部署要求，在上海市委市政府和市委宣传部的有力领导与支持下，始终以坚持党委统一领导为核心，奋力推进以建立现代企业制度为目标的改革创新。

SMG 台与集团由一个党委统一领导，实行一体化管理，并根据台与集团的不同功能定位和发展方向，分类分步深化宣传管理和企业发展改革。党委会是 SMG 公司法人治理的重要组成部分，为充分发挥党委的领导作用，落实意识形态工作责任制和党建工作、新闻工作总体要求，SMG 通过章程等明确党组织在台和公司法人治理结构中的法定地位，并坚持和完善双向进入、交叉任职的领导体制。党委书记、董事长由一人担任，台长、总裁兼任党委副书记。

2020 年，台集团共计召开党委会 25 次，实现把方向、管大局、保落实，所有“三重一大”事项都经党委会集体讨论、民主决策，在党委的统一领导和现代制度的保障下，深入实施分类运行管理、完善法人治理结构、强化综合绩效考核，积极构建“新型主流媒体”，努力形成内容创新、技术创新、业态创新相互促进的发展新格局。

2020 年，SMG 继续把党建入章、党组织研究讨论前置程序、双向进入、换届选举作为切入点和突破口，推动党的建设和事业发展同频共振、深度融合。加强从严治党，制定了《台集团党委推进全面从严治党实施方案》，健全集体领导、分工明确、执行有力的责任体系。

完善了《台集团关于深化细化全面从严治党“四责协同”机制实施细则》，更好履行台集团各级党委主体责任、纪委监督责任、党委书记第一责任和领导班子成员“一岗双责”。SMG 旗下 19 家二级单位 100 余名班子成员均签订《履行全面从严治党主体责任责任书》，并纳入签约责任人的年度 KPI 考核。此外，台集团所有直属党组织修订了 2020 年度《党委会议事决策规则》《“三重一大”事项集体决策制度》《贯彻落实意识形态工作责任制实施细则》，进一步深化制度建设、强化制度执行，以制度建设推动党的自身建设。

台集团党委下辖：

基层党委	17 个
党总支	23 个
党支部	244 个
现有党员	5513 名

（二）公司治理

SMG 不断加强台集团建章立制与法人治理建设。SMG 董事会由七名董事组成，董事会负责定战略、做决策、控风险，党委会前置研究讨论公司重大经营管理事项。董事会下设战略与投资、预算管理、审计和风控、薪酬和考核四个专业委员会作为专业机构，对董事会负责，为董事会决策提供意见。SMG 监事会由五名监事组成，监事会充分落实检查贯彻国资监管、战略规划、经营效益、财务、资产运营等方面的工作职能、目标和组织构架，完善与纪检工作会商机制，进一步监督集团内控制度的完善和执行情况，确保国资的保值增值。在法人治理范畴内，SMG 对于宣传工作与经营工作的审议分别设有宣传管理委员会和总裁办公会，其中总裁办公会是总裁在其职权范围内，对所属下级单位的日常工作实行全面领导，对重大经营管理事项进行集体决策的议事机构。2020 年，SMG 召开董事会 2 次；监事会 4 次；宣管会

13 次；总裁办公会 13 次，审议了 76 项议题。

SMG 还持续推进“三个一批”工作，围绕台集团战略，进一步去芜存菁，大力清理低效、无效、非主业资产。截至 2020 年年末，SMG 控参股单位总计 366 家，其中：控股单位 191 家，参股单位 175 家。据统计，经过五年的不懈努力，“十三五”期间 SMG 已通过解散注销、破产清算、股权转让、公司制改制等方式，已减少控参股单位共 117 户，其中控股单位 62 户、参股单位 55 户，不断优化国资投资结构。

（三）内控管理

2020 年，SMG 进一步健全风险防控体系，积极完善国资管理、财务管理等相关制度，搭建财务管理工作中台，强化风险防范能力，SMG 持续修订《SMG 内部控制管理手册》，制定完善了《台集团投资基金管理办法》等制度；进一步修订了《日常费用支出管理规定》《资金集中管理制度》《台集团合同管理办法》《台集团广告经营管理条例》《台集团财务负责人委派管理制度》《台集团基本建设项目管理制度（修订）》等制度，以加强防范投资、财务等风险，规范经营行为，提升管理效能。

（四）反腐倡廉

SMG 以市委巡视整改为契机，把巡视整改作为重大政治任务来抓，根据“两为主”要求，从严从快推进纪检监察体制改革，进一步推进纪检监察体制改革，强化政治监督，努力做好监督检查、执纪审查、查处案件、风险防控“四篇文章”，为台集团高质量发展提供坚强政治保障。严把下属单位纪委换届、纪检干部选拔任用程序审核关。加强日常监督，全年开展日常谈话、任前廉政谈话、信访谈话、诫勉谈话、提醒谈话等各类谈话工作，谈话内容覆盖监督落实管党治党责任和意识形态工作责任等情况，并为 100 余名台管干部建立廉政档案，进行动态更新，强化执纪问责。

（五）信息披露

SMG 每年通过《台集团年报》向行业披露自身经营发展等方面信息。此外，SMG 自成为中国银行间市场交易商协会的注册会员以来，始终保持 AAA 级信用评级认证，自觉遵守协会的相关规定，严格规范信息披露行为，积极履行信息披露义务。根据《银行间债券市场非金融企业债务融资工具信息披露规则》，集团制订了《上海文化广播影视集团有限公司非金融企业债务融资工具披露信息事务管理制度》，并由分管财务工作的集团领导担任信息披露事务负责人；真实、完整披露信息，保护投资者知情权，切实维护投资者的利益。

SMG 旗下东方明珠作为公众公司，严格按照公司上市规则和相关法律法规的有关要求，在内部制度的梳理方面，紧随着新《证券法》颁布及证监会、交易所相关指引的出台，于 2019 年底启动制订《内部信息报告管理制度》及其适用报送表格模板，并于 2020 年 4 月 28 日经其第九届董事会第八次会议审议通过。截至目前先后修订、制订并披露了《信息披露事务管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《外部信息使用人管理制度》《投资者关系管理制度》和《内部信息报告管理制度》，并且在东方明珠内网挂网、OA 下发传阅。在加强制度建设的同时，还与相关责任人、对接人在日常工作沟通中，强化相关规章制度的理解，以更好地执行。2020 年全年，东方明珠共发布 45 条公告，真实、准确、完整、及时地进行信息披露，充分保障投资者的知情权。

（六）接受市场与社会监督

SMG 自觉接受行业监管部门的监管及市场与社会监督。虚心接受群众举报投诉，确保渠道畅通，认真受理信访件，坚持做到“件件有落实、事事有回音”。群众来信、来电、来访咨询广播电视节目中与民生有关的政策和信息，对各类节目提出意见建议，SMG 均及时处理。2020 年 2 月，SMG 办公室信访室获市委信访办、市政府信访办、市文明办共同颁发的“2018-2019 年度上海市信访系统文明信访室”荣誉

称号。此外，在广告监测和广告舆情反馈方面，SMG 始终坚持及时、透明、严肃、负责的处置原则，主动接受各级监管部门和广大受众的监督，与上级主管、市场监管以及行业监管等多部门之间建立长效沟通机制，及时了解监管动态，严格把控广告导向。集团下属各广告经营主体均设有专岗接收、反馈广告监测及舆情信息，并制定了详细的广告舆情快速处置流程。

（七）版权保护

作为全国版权示范单位和中国最具影响力版权企业，SMG 严格遵守《著作权法》等行业法规，尊重并保护其他企业和个人的智力劳动成果所依法享有的权利，认真履行法定义务，主动推进音乐、字体、图片等版权素材的权利清理，做合规用权的行业典范。与此同时，SMG 积极做好自身知识产权管理工作。特别是在核心资产版权管理方面，SMG 大胆创新，在业内率先进行版权资产管理体制改革，将内容管理与权利管理工作贯穿融合，使得权利管理有抓手、内容管理有方向。开展内容管理的媒资服务工作负责视听内容的归档和共享工作，积极为内容生产提供资源支撑；进行权利管理的版权管理工作负责视听内容的版权信息梳理、版权清算及版权保护等工作，实现对视听版权资源从创意、生产传播到存储开发的全生命周期管理运营，提升版权资产储备，促进版权贸易增长，助推版权资产的高价值转化。

案例：SMG 版权资产中心创新“视听内容版权价值评估”手段

SMG 版权资产中心与研究机构联合开展“视听内容版权价值评估”项目，创造性地运用用户感知价值法和结合分析法的评估手段，把主观定性分析转化为客观定量评估，结合真实市场数据和价值要素构建电视节目版权价值评估模型，为规范视听节目交易提供支撑。该成果经上海科学技术情报研究所科技查新，填补行业空白，获“上海市版权优秀服务项目金奖”，已申请国家发明专利。



电视节目版权价值评估体系

四、社会责任

（一）融合发展

为全面贯彻习近平总书记关于媒体融合发展的系列重要讲话和指示批示精神，深入落实中央《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，遵照中宣部、总局及上海市委、市委宣传部的部署，SMG 进一步加强党的全面领导，坚持移动优先、一体发展，坚持多屏互动、矩阵传播，坚持平台与网络并用、内容与服务并重，加大全媒体人才队伍建设，致力于全力打造具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体。

2020 年，为进一步推进媒体深度融合发展，SMG 明确将全媒体战略确立为推进媒体深度融合发展的整体战略，同时配套出台相关三年行动方案和媒体深度融合发展方案等，计划以百视 TV（BesTV+）平台打造为重点，加快实施四个“打通”策略，即打通渠道和内容生产、打通大屏和小屏、打通专网和移动互联网、打通线上和线下的全渠道文娱生活服务，以“内容+服务”双核驱动，打造 SMG 在 5G 时代整体转型的应用平台。9 月 3 日，SMG 正式对外发布全媒体战略，明确提出将把百视 TV（BesTV+）打造为台集团统一、唯一的全媒体平台型产品。同时，从工作机制上、考核机制上、人才机制上不断突破创新，积极营造打破藩篱、共同谋事的氛围。



SMG 及旗下东方明珠全媒体战略发布会

百视 TV (BesTV+) 平台产品自 9 月正式上线以来，在内容建设上以互联网思维优化资源配置，着力开展大小屏联动；在技术支撑上，以先进技术引领融合发展，重点依托 SMG 及东方明珠在人工智能、大数据、云计算、区块链等方面的技术储备，全面促进传统业务向新业务生态有效转化。2020 年 9 月，百视 TV (BesTV+) 平台获准成为中国广播电视网络有限公司“广电 5G 应用平台(上海试点)”。在移动市场有效数据上涨的推动下，BesTV+在苹果 IOS 应用市场娱乐类排名于 2020 年 12 月底达到第 8 名，超过西瓜视频、央视频。

在全媒体战略的赋能下，SMG 面向移动互联网，从生产流程、物理空间、技术改造、团队文化等多个方面，加快媒体资源整合，努力构建起立体式的全媒体融合传播体系。其中，在重点融媒产品矩阵中，看看新闻 Knews 已成为全国省级广电媒体中影响力最大的新媒体品牌之一，也是国内最权威的新闻资讯视频内容来源之一，客户端下载量突破 1400 万，抖音、微博、今日头条账号粉丝数均超千万，总粉丝数达 6700 万，2020 年短视频总传播量 156.8 亿，在省级广电中保持第一；第一财经 APP 在国内财经资讯类 APP 排名第二，在原创财经资讯 APP 中位列第一；音频产品阿基米德 APP 致力于为全国广播提供媒体融合系统化解决方案，与全国逾千家广播频率达成合作，聚合了超万档广播节目。

此外，东方明珠旗下的 IPTV、互联网电视、数字电视、移动端

等也实现了用户的不断增长、业务的不断升级。2020 年，东方明珠与中国电科成立合资公司中电科东珠，打造数字经济时代领先的新一代信息基础设施建设运营商。为积极响应加快广电新基建与 5G 应用的国家战略，东方明珠参与入股发起组建中国广电网络股份有限公司，有序推进国网整合、5G 建设以及 700M 清频等国网项目。

（二）重大主题宣传

1. 大力宣传习近平新时代中国特色社会主义思想

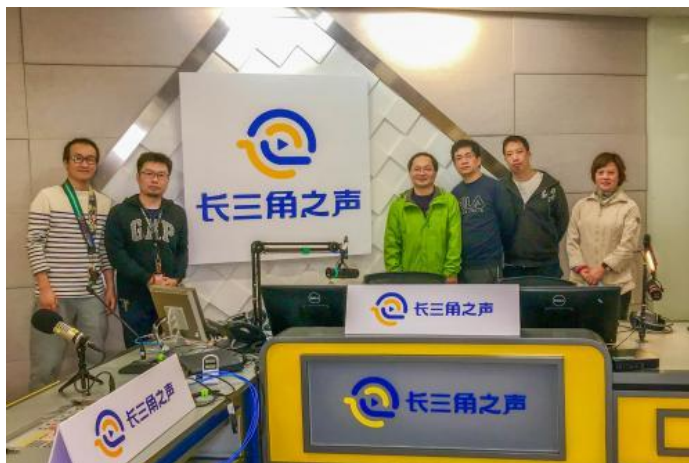
开辟专栏专版专屏，策划主题报道、重点版面、专题活动，精心组织总书记重要思想、重要活动、重要讲话和批示精神的宣传报道和相关反响、反应报道，打造新闻节目“头条工程”，东方卫视“头条工程”连获总局表扬。

2. 精心组织策划重大主题宣传报道

按照中央部署，台集团紧扣主题主线，聚焦经济社会持续发展，以“决胜全面小康 决战脱贫攻坚”为全年宣传主线，同时紧扣“六稳六保”、长三角高质量一体化发展、抗美援朝出国作战 70 周年、第三届进博会、浦东开发开放 30 周年等重大主题，精心做好重大主题宣传和融媒体新闻报道。

案例 1：打造“长三角之声”服务长三角一体化

东方广播中心将原东广编播部和 899 都市广播合二为一，全新打造长三角之声广播，和第一财经广播一起组建长三角财经公益事业部，着力打造长三角一体化发展权威政策和新闻发布平台，形成“新发展格局下的长三角新闻力量”，更好地将长三角各台资源连成一体，形成联动联播。作为全国第一家由地方广播电视台开设的区域性广播，长三角之声意在打造“广播新典范”，致力于成为长三角高质量一体化发展进程中的重要媒体力量和跨区域媒体合作平台。



2020 年 10 月 28 日 FM89.9 以“上海人民广播电台长三角之声”全新身份开播

案例 2：联合推出大型媒体项目《太湖之恋》

围绕“长三角区域一体化”国家战略，继《长江之恋》大型媒体项目之后，融媒体中心联合江苏、浙江共 11 家电视台于 2020 年 5 月 8 日到 10 日，连续 3 天在各新媒体客户端共同推出“太湖之恋”长三角系列联合大直播。系列联合直播以“太湖流域生态治理进程”为样本，通过“航拍+现场采访+水下摄影”等多位、生动、立体的视角，生动、细致地反映太湖流域的生态美、产业兴、百姓富，直播总点击量近 500 万。



大型系列联合直播《太湖之恋》

案例 3：融媒联动报道第三届中国国际进口博览会

东方卫视、新闻综合频道、看看新闻推出总计时长 21 小时的全媒体大型直播《新时代·共享未来——第三届进博会直播特别报道》，网端系列轻直播 62 小时，全网总浏览量突破 2500 万。广播方面借助全新开播的“长三角之声”频率升级打造“进宝 FM”专属频率，累计触达听众近 1600 万人次，并创下当日全年收听市场之最。SMT 以虚拟主持人“申苾雅”、MR“一步跨入四叶草”、5G、云采访等新技术，为全世界带来一股进博会科技新风尚。幻维数码制作进博会数字影像《人人之城》，以全新的视角推广进博会和上海城市形象。



第三届中国国际进口博览会“新时代 共享未来”全媒体直播特别报道

案例 4：立体化、多视角宣传好上海浦东开发开放 30 周年

东方卫视、新闻综合频道、看看新闻并机推出的《新时代·再争先》直播特别报道，全网总浏览量突破 1280 万；上海新闻广播、长三角之声频率推出《勇立潮头，再创传奇——庆祝浦东开发开放 30 周年》全媒体特别直播报道，浏览量超 110 万；第一财经发挥自身财经专业优势，围绕“从浦东看疫后中国、疫后世界”推出“国家使命：到浦东看未来”、大型人物访谈《乘风破浪——浦东 30 年·财经 30 人》等主题报道、系列新媒体产品，其中长图文《奋进中的浦东人》、“变脸”互动小程序“我是时代见证者”点击量都在短时间内破百万。纪录片《不动摇——庆祝浦东开发开放 30 周年》见证浦东 30 年巨变。《勇立潮头——庆祝浦东开发开放 30 周年文艺晚会》全面回望浦东

开发开放 30 年来的波澜壮阔的发展历程和取得的举世瞩目成就，据 CSM 全网数据，当晚累计收看观众近 7200 万。幻维数码制作的上海浦东开发开放 30 周年数字影像《再出发，更出色》，充分展示了浦东 30 年来日新月异的发展成就。



纪录片《不动摇——庆祝浦东开发开放 30 周年》

案例 5：做好“抗美援朝出国作战 70 周年”宣传报道

东方卫视于 10 月 23 日推出“气壮山河——纪念志愿军抗美援朝出国作战 70 周年”特别直播报道。此外，东方卫视《闪亮的名字》推出特别节目，用跨时空的特殊讲述，纪念那些在战火中永存的“闪亮的名字”。



主持人陈辰在实景演播室采访抗美援朝老兵

3. 全力做好重大会议宣传报道

SMG 集结东方广播中心、融媒体中心、第一财经骨干力量，充分发挥融合传播优势，扎实开展全国两会报道，以习近平总书记在两会

期间的重要讲话精神为指引，紧扣大会议程、精心设置议题、有力引导舆论，生动传递代表委员声音，精彩报道两会议题。

SMG 还充分发挥全媒报道优势，做好上海两会、十一届上海市委九次全会等宣传报道，聚焦重点议题，回应民生关切，多屏同声共振，通过动态新闻、直播报道、专家访谈、系列短视频、H5 等多种形式，全方位宣传报道会议精神，积极反映推进人民城市建设的新成就，反映“人民至上”的城市建设理念。

案例：融媒体中心“大屏”“小屏”共振做好“两会”传播

2020 全国两会期间，SMG 旗下融媒体中心充分发挥自身“大屏”“小屏”共振互哺的融合传播优势，以习总书记两会期间重要讲话精神为指引，紧扣大会议程、精心设置议题、有力引导舆论，生动传递代表委员声音，精彩讲述两会故事，凝聚共识、坚定信心、提振士气，共计推出电视端报道 586 条（次）、新媒体图文报道 456 篇、短视频 660 条、网络直播 20 场、H5 产品 6 件、海报 30 幅、外宣报道 244 条（次），为大会召开营造出了意气风发、团结奋进的浓厚舆论氛围。两会期间，东方卫视全天新闻排名提升、特别报道单期排名全国第二，新闻综合频道收视率上涨近 20%、市场份额上涨 10%，看看新闻 Knews 全网总浏览量突破 8000 万，海外覆盖数逾 218 万，形成强大宣传声势，取得显著传播效果。



融媒体中心《看两会 看东方——2021 全国两会系列特别报道》

（三）抗击疫情

在疫情防控中，SMG 坚决落实市委、市委组织部、市委宣传部部署要求，把疫情防控作为最重要的政治任务，抓实抓细新闻宣传、舆情引导、文艺作品创作、志愿服务、意识形态风险预判处置等工作，传递正能量、提振精气神，坚定打赢疫情防控阻击战的信心和决心。疫情期间，SMG 迅速承接市教委开办“空中课堂”的任务，为全市 140 余万学生提供“停课不停学”保障；东方绿舟还承接两批上海援鄂医疗队回沪休整的接待任务，共计接待 210 名医疗队成员。

同时，为保障顺利复工复产，SMG 发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，让党旗在疫情防控斗争第一线高高飘扬。台集团参与疫情防控工作党组织 178 个，其中参与一线防控的党组织 68 个；参与党员总数 2406 人，参与一线防控的党员 783 人，党员志愿者 299 人。组织党员开展自愿捐款支持疫情防控工作，共有 5262 名党员捐款，占党员总数 93.48%，捐款共计 563695.31 元。台集团自发向社会公益组织捐款及缴纳特殊党费党员 103 人，共计 106454 元。在战疫一线建立临时党支部 1 个，发展党员 4 名。

SMG 工会向基层工会下拨疫情防控专项资金 200 万元，并下发《关于进一步做好疫情防控期间相关工作的通知》《关于向基层工会下拨疫情防控专项资金及使用说明的通知》，为疫情防控工作做好部署。2020 年，SMG 台集团工会及下属基层工会组织购买防疫用品 100 余万件，共计 756.9 万余元。

SMG 还积极贯彻落实《上海市全力防控疫情支持服务企业平稳健康发展的若干政策措施》等相关精神，实施 SMG 及下属单位房租减免工作，共为 277 户租户减免租金 2154.87 万元。

案例 1：第一财经打响全国疫情报道第一枪

第一财经于 2019 年 12 月 31 日率先刊发关于武汉疫情的稿件，打响全国疫情报道第一枪，迅速引发全国各大媒体陆续跟进。疫情爆

发后，先后派出两支报道组共 9 名记者随上海援鄂医疗队，深入一线报道。



第一财经率先刊发武汉疫情

案例 2：东方卫视形成“疫情防控新闻纵贯线”

东方卫视紧急加开《全力抗击新型冠状病毒肺炎特别报道》，四台联播，触达听众约 390 万人。增设《名医话养生》特别节目，形成覆盖全天日播 6 小时的“疫情防控新闻纵贯线”。此外，打造大板块、多时段、多频率、24 小时全天候广播信息流，五套频率共计触达听众超 834 万人。



《全力抗击新型冠状病毒肺炎特别报道》节目海报

案例 3：SMG 旗下多单位联合制作大量抗疫宣传视频

面对疫情汹涌来袭，东方卫视、融媒体中心、纪录片中心等频道频率联合幻维数码等制作单位，第一时间联合创作了数百条抗疫宣传短视频，如《我们守望相助》《我们同舟共济》《坚决打赢疫情防控阻击战》《非凡英勇》《手牵手》《有你，才有胜利》《誓言》《遇

见上海的美》等通过电视频道、移动互联网等进行广泛传播，使抗疫宣传深入人心。幻维数码还原创了抗疫儿歌《滚蛋吧！病毒！》《我相信》，面向少年儿童宣传抗疫知识。



《誓言》《风月同天》《我相信》等抗疫宣传短视频

案例 4：纪录片中心拍摄《人间世》等多部抗疫纪录片

纪录片中心派出 13 名制作人员奔赴一线，拍摄《人间世》抗疫特别节目和总局特别项目《一级响应》。《人间世》于全国两会期间播出，豆瓣 9.4 高分，微博端阅读量突破 1.5 亿，讨论量达 5.3 万。纪录片中心还制作完成了《城市的温度》等多部抗疫纪录片。



《人间世》抗疫特别节目海报

案例 5：SMG 推出系列抗疫正能量版面及系列主题活动

SMG 推出《X 诊所》等一批医疗养生特别节目，科学解读疫情信息，坚定民众信心；《899 心相伴》等广播节目加强互动，开展心理疏导；《云端喜剧王》等一批综艺节目通过大小屏互动，树立健康居家生活理念；《这就是中国》聚焦抗疫主题开展特别策划；推出《课外有课》

等节目丰富青少年精神文化生活。此外，SMG 推出《战疫情清明特别节目》《抗疫特别节目》等系列活动，弘扬抗疫精神；《上海市慰问医务工作者主题活动》向全市 25 万医务工作者致以崇高敬意和诚挚慰问。



上海市慰问医务工作者主题活动

案例 6：文广演艺推出“艺起前行·艺术大咖”在线授课

新冠疫情发生后，文广演艺迅速集结旗下院团上海话剧艺术中心、上海歌舞团、上海杂技团、上海爱乐乐团、上海滑稽剧团、上海木偶剧团、上海轻音乐团、上海音乐剧艺术中心等优质艺术家资源，与东方卫视的一流制作团队一同联动策划适合网络直播的艺术课程。高标准和高品质的艺术家云授课，填补了特殊时期线下文化服务的空窗。2020 年 2 月 24 日起在抖音发起的“艺起前行·艺术大咖在线授课”活动正式上线，得到了《新民晚报》等主流媒体的关注和大篇幅新闻报道。同时，各院团演员也积极投身到抗击疫情的文艺创作前线。如，上海歌舞团的黄豆豆、朱洁静、席燕娟和上海爱乐乐团首席歌手罗雨参加了《手牵手》的录制，和 20 多位各界文化名人一起为疫情阻击战打气加油，上海歌舞团“2019-2020 年度舞蹈演员业务考核”线上直播累计总点击量达 237.3 万人次，157.8 万人点赞。此外，文广演艺还携手 2020 年上海市民文化节，组织上话、杂技、木偶、滑稽 4 家院团共 7 个项目积极参与“3.28 云上文化服务日”线上活动，通过云展示让更多市民从线上观看到优秀的文艺作品。



“艺起前行·艺术大咖在线授课”海报

案例 7：“乡田同井 守望相助”抗疫公益演出季奉献精彩演出

由上海市人民对外友好协会、SMG 共同主办，文广演艺、上海京兆文化传播有限公司承办的为期 3 个月的公益演出季，于 2020 年 6 月拉开帷幕，文广演艺集结旗下上海话剧艺术中心、上海歌舞团、上海杂技团、上海爱乐乐团、上海滑稽剧团、上海木偶剧团、上海轻音乐团、上海音乐剧艺术中心等丰富的演出资源，实现了跨剧种演出。近 50 场精彩演出，包括了开幕演出舞剧《朱鹮》、沉浸式戏剧《不眠之夜》、话剧《那年那时那座城》、音乐剧《面试》、滑稽戏《哎哟爸爸》、以及适合合家欢的木偶剧《花木兰》、杂技《欢乐马戏》等，演出季拿出上千张公益票，邀请抗疫一线的白衣战士、各国驻沪领馆工作人员、在沪外国友人、公安干警等共同赏戏、共享盛事。



“乡田同井 守望相助” 抗疫公益演出季海报

案例 8：出品时代报告剧《在一起》

根据习近平总书记“生动讲述防疫抗疫一线的感人事迹”的指示，SMG 及旗下尚世五岸出品时代报告剧《在一起》，展现“抗疫”人民战争全景画卷，在东方卫视等 9 家卫视和视频网站播出后取得巨大反响，连续进入电视剧收视率前三，豆瓣评分 8.8 分，微博阅读量超过 15 亿。此外，SMG 还推出《特殊房客》《金银潭 24 小时》等广播剧。



时代报告剧《在一起》剧照

案例 9：小荧星制作童声抗疫云合唱 MV

小荧星制作的“云合唱”MV《逆行天使》，向奋战一线的白衣战士，送上最温暖深情的告白，在东方有线和百视通 IPTV 的 12 个“空

中课堂”直播频道滚动播出。小荧星男童合唱团在云端重新演绎了幻维数码原创儿歌《我相信》，用真挚童声致敬英雄，MV 在东方卫视、上海新闻综合频道每天两次滚动播出，一经发布在众多渠道和平台已累计五千万观看量，并被市委宣传部采用，配合“艺起前行”抗疫主题活动。



小荧星抗疫主题作品——云合唱 MV《逆行天使》和《我相信》

案例 10：“空中课堂”助力停课不停学

疫情期间，东方明珠承接开办“空中课堂”任务，为全市中小学 12 个年级共 140 余万学生，开通 12 个直播频道及重点课程点播、回看特色专区，提供技术、编排、分发、播出、运营、数据等全方位服务保障，各播出终端播放总次数超过 8200 万次，播放总用户数超过 196 万户，播放总时长超过 1 亿 3 千万小时。全面复课后，东方明珠还携手上海市教委，建立“空中课堂”长效运营合作机制，且凭借在媒体融合和社会服务中的突出表现，“空中课堂”项目获得国家广播电视总局办公厅评选的“2020 年全国广播电视媒体融合典型案例”。



东方明珠积极打造“空中课堂”

（四）弘扬文化

1. 打造“新时代精品工程”

SMG 积极打造“新时代精品工程”，加强创意策划和选题征集，抓好纪录片、影视剧、动画片、舞台演艺等重点创作。2020 年，推出精品大剧《大江大河 2》、纪录片《并肩的地方是晴天》《不朽的英雄赞歌》等以及大型媒体项目《长江之恋》和《太湖之恋》，新闻专题片《致敬最可爱的人》、特别节目《闪亮的名字——战火青春》等。

案例 1：SMG 全力打造电视剧《大江大河 2》

在成功创制主旋律大剧《大江大河》的基础上，SMG 联合正午阳光，继续全力打造电视剧《大江大河 2》，献礼全面实现小康社会，打造兼具良好收视和口碑的主旋律精品大剧。



电视剧《大江大河 2》剧照

案例 2：文广演艺《永不消逝的电波》等爆款演出接力回归

文广演艺旗下沉浸式戏剧《不眠之夜》、舞剧《永不消逝的电波》和杂技《欢乐马戏》于 2020 年 3 月率先吹响回归号角。三部强 IP 的号召力为沉寂已久的市场注入“强心剂”。3 月 27 日舞剧《永不消逝的电波》开启了首轮预售，6 场演出的门票仅半天时间即告售罄，显示出市场对演出恢复和高品质剧目的期待。尽管由于疫情防控限流的需要，每场演出成本高昂，几乎“演一场、亏一场”，文广演艺依然坚持复演，希望通过高品质剧目的恢复演出，给观众带来信心。同时，围绕 2021 年“中国共产党成立 100 周年”的主题创作，从上海歌舞团

的《永远跟党走——庆祝中国共产党成立 100 周年合唱音乐会》、上海话剧艺术中心的《浪潮》《烽火家书》、上海爱乐乐团的《百年颂》，到上海音乐剧艺术中心的《伪装者》等，各院团都以建党百年的时间节点为工作坐标，全力以赴、凝神聚力打磨精品力作。



《永远跟党走——庆祝中国共产党成立 100 周年合唱音乐会》海报

2. 弘扬经典文化

SMG 积极弘扬传统文化，旗下东方卫视打造的《诗书画》节目，以“展现中华艺术之美”为定位，以“解析大美之艺，发掘动人故事”为内容，通过讲解一首诗、品鉴一幅字、赏析一幅画，领略中华优秀传统文化的魅力。戏剧频道秉承弘扬和传承中华优秀传统文化为主旨，以《海上大剧院》《百姓戏台》《粉墨春秋》为载体，抢救文化遗产，传播经典影音，弘扬戏剧传统，推动戏剧创新，活跃群众文化。东方广播中心于 2020 年上半年对两个公益频率经典音乐广播和戏剧曲艺广播进一步完善实施以社会效益为导向的考核，加上正在建设中的音乐云中心项目，合并成公益事业部，更好地服务于经典文化传播。

案例 1：SMG 公益媒体群积极“传播高雅艺术、弘扬中华文化”

为文艺繁荣发展彰显主流媒体的文化担当，传播经典高雅艺术，SMG“上海广播电视台公益媒体群”组建于 2014 年 7 月，是国内第一

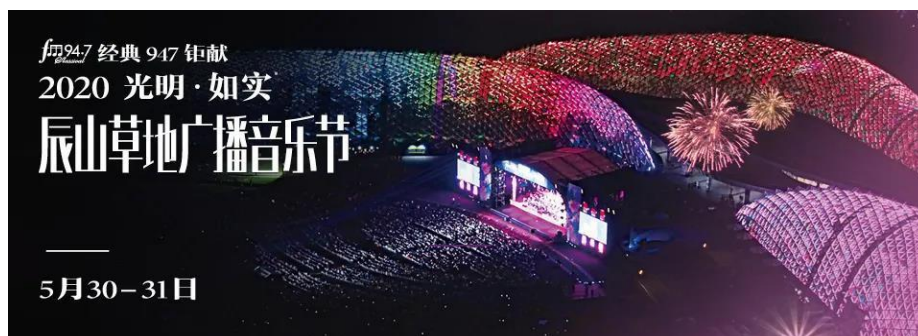
家广电媒体宣布成立的公益媒体集群。

SMG 公益媒体群注重社会效益，不以赢利为目的，不进行创收和视听率考核，而是通过第三方美誉度评价进行考核。公益媒体群成立以来，各频道频率致力于提供高品质文化艺术节目，影响力逐步扩大。

为保证公益媒体群的日常运作，SMG 注册成立上海广播电视台艺术人文发展基金会，采用非营利组织——基金会的运营模式，反哺公益媒体群特别项目及重大活动、节目的研发制作及播出。基金会立足“传播高雅艺术、弘扬中华文化”的创办宗旨，依托公益媒体群旗下平台，在打响上海文化品牌中发挥积极的作用。基金会持续加强对台集团包括东方卫视中心、东方广播中心、纪录片中心、重大办等举办的传统文化类节目和公益项目进行有针对性的扶持。

案例 2：广播经典 947 举办辰山草地广播音乐节等品牌活动

经典 947 频率常年举办形式多样的“广播+音乐”的线下活动，如“星广会”“辰山草地广播音乐节”等品牌活动，为受众送上一场场别开生面的音乐饕餮。2020 年 5 月，经典 947 辰山草地广播音乐节邀请了抗疫阵线上的援鄂医护人员、警察、志愿者、社区工作者、环卫工人等，聆听大自然与音乐的交响；也邀请爱广播、爱音乐、爱生活的听众朋友们一起共享大自然的艺术盛宴，用音乐抚慰人心。2020 年正值贝多芬 250 周年的特别纪念，“经典 947”精选历年最受欢迎的贝多芬交响乐作品及其乐章在音乐节的舞台上集中呈现——英雄、命运、田园、舞蹈的赞颂等深入人心的旋律与广大爱乐者的心持续共振。



2020 年经典 947 辰山草地广播音乐节海报

案例 3：魔 D 工作室助力传统戏曲艺术绽放新颜

SMG 魔 D 工作室弘扬传统文化，助力“上海文化”品牌建设，初步完成超高清电影生态布局。2020 年 11 月 28 日，由魔 D 工作室摄制的 3D 全景声京剧电影《贞观盛事》荣获金鸡奖最佳戏曲片奖，影片给观众带来了全新的沉浸式的独特收视体验，推动戏曲艺术绽放新颜，让更多观众走近国粹，为弘扬中国优秀戏曲文化做出积极贡献。2020 年，魔 D 工作室还与上海音乐学院联合拍摄中国首部 8K 全景声实景原创歌剧电影《贺绿汀》，领跑 8K 全景声电影。



3D 全景声京剧电影《贞观盛事》剧照

3. 促进文化海外传播

SMG 为促进文化海外传播做了全方位的布局，不仅有 Shanghai Eye、一财全球等自有新媒体矩阵；还积极利用内容版权库、国际发行网络等资源，在 Youtube 平台建立“梦想剧场”，助力《在一起》等数十部影视剧全球传播，联动 Facebook, Twitter 等建立宣发矩阵，传递中国影视内容和讯息，并努力实现原创节目内容、节目模式、游戏等成功出海。

案例 1：《我们的歌》原创节目模式成功出海

SMG《我们的歌》原创模式与索尼影视德国公司签署协议，授权在德国等德语地区发行制作，并被法国知名节目制作公司正式收购，

预计 2021 年将启动法语版的节目制作，有望登录法国荧屏，实现中国原创节目模式成功输出海外。



SMG 原创节目《我们的歌》剧照

案例 2：《这就是中国》获评总局“2020 年度优秀海外传播作品”

东方卫视的周播节目《这就是中国》凭借显著的海外传播效果及较好的示范引领作用，被国家广播电视总局评定为“2020 年度优秀海外传播作品”。作为广泛吸引 80 后、90 后高学历年轻人的思想政治类节目，节目海外传播效果显著。据统计，截至 2020 年底，节目在海外播出平台 YouTube 上已上线 87 期节目，短片共计 344 条，最高单期播放量超过 193 万次，播放量共计约 3 千万次，用户观看时长为约 827 万小时。同时还在 Facebook 主页等渠道进行内容宣传推广。国内平台方面，节目在 B 站上的播放量达到 3548.8 万次，评分高达 9.2 分；在腾讯视频上的播放量更是高达 1.22 亿次。《这就是中国》始终以“努力做习近平新时代中国特色社会主义思想的模范践行者”为目标，夯实导向基石、创新节目模式、紧扣时代话题，向世界传播中国声音。



《这就是中国》宣传海报

案例 3：坚定对海外发声、传播抗击疫情的中国案例

SMG 遴选 29 部抗疫纪录片、歌曲 MV 等节目，推广至海外 7 家传统电视平台、7 个新媒体平台。加入联合国可持续发展目标全球媒体契约组织，向外传播抗击疫情等“中国案例”。通过看看新闻 Knews 等 4 个新媒体矩阵，揭露美国“甩锅”抹黑中国和“反华阴谋论”套路；第一财经旗舰新媒体推出《全球战疫日报》等三档日更产品，发出中国声音。

案例 4：多部影视综艺作品落地“一带一路”国家主流媒体平台

2020 年，尚世五岸持续与“一带一路”国家的主流媒体平台合作，包括《极限挑战第六季》《中国新相亲第三季》《中国新相亲第二季》《妈妈咪呀第六季》《我们的歌第二季》等节目发行至新加坡、马来西亚和俄罗斯等一带一路沿线国家；代理发行的优酷古装网剧《侠探简不知》在马来西亚、新加坡及越南地区实现了追播，并同步上线了英文和越南语字幕版本；出品的《只为那一刻与你相见》《在不安的世界安静地活》《两个人的上海》等头部影视剧作品在“一带一路”沿线国际以及东南亚地区、欧美地区全球同步呈现，为华语版权内容

的传播、中国影视剧文化走出去添砖加瓦。



影视剧《在不安的世界安静地活》剧照

（五）聚焦科创

2020 年，SMG 科研经费投入 3.7 亿元。其中，SMG 旗下 SMT 投入科研经费 5697 万，围绕“全媒体战略”加强阵地建设；疫情关键时刻技术创新助力“火速”复工复产，多项创新成果赋能新业态，创造新模式。

案例 1：创新“云端”会议技术助力上海市政府开展国际交流

SMG 旗下 SMT 自主研发“优觅云端会议系统”为“五五购物节”、上海陆家嘴金融论坛、上海市市长国际企业家咨询会议等全球高端会议提供智能、敏捷、安全的全球视频连线支持，一举打破地域限制，形成以上海会场为主体，全球嘉宾相聚云端的会议新模式。



上海市市长国际企业家咨询视频会议现场

案例 2：首创“云端峰会”助力“2020 世界人工智能大会”

依托“云+AI+虚拟+5G”科创成果，SMG 旗下 SMT 为 2020 世界人工智能大会首创的“虚拟云会场”系统，让因疫情不能来到大会现场的观众通过手机或 PC 就能享受身临会场的优质体验，并可根据自己的喜好选择自己喜爱的虚拟形象参会，同时也能与嘉宾们进行流畅的线上交流，开创了虚拟参会的全新形态。



“虚拟云会场”线上参会场景

大会主场和全球嘉宾“云上”互动

案例 3：SMT “云技术”助力“火速”复工

疫情最严重时刻，SMT “云技术”快速迭代，不断开启“云会场”“云互动”“云直播”“云解说”等全新体验，有效应对疫情期间嘉宾出行不便、观众无法聚集的痛点难点，实现了各类综艺、体育节目远程录制或直播，创新节目内容生产方式，“火速”助力复工复产。



《中国新相亲》、《云端喜剧王》迅速开启云端录制模式

案例 4：积极探索“后疫情时期”重大活动的一体化解决方案

在世界人工智能大会上，成功运用 5G+4K 智慧转播等 IP 模块化

转播方式，结合云技术、流媒体等技术，实现了更为“智慧”的现场转播制作；凭借“电竞+AR+数据”在远程制作方面的巨大优势，SMG 旗下 SMT 成功完成了全球最大电竞赛事之一《英雄联盟 S10》的全赛程转播制作。而全球瞩目的双 11 晚会上，再次创新运用的双直播系统和自动导播技术，不但刷新了舞台美轮美奂新纪录，更是起到了行业引领的作用。



SMT 完成《英雄联盟 S10》全赛程转播制作

案例 5：SMG 科创平台激发创新活力

SMG 科创平台落实上海科创办与 SMG 的战略合作框架协议，通过优势互补，重点围绕科技创新服务文化发展，深化在科技创新、文化宣传等领域推进上海科创中心建设。“智慧媒体制播应用国家广电总局重点实验室”参加广电总局重点实验室大比拼活动荣获二等奖。



国家广电总局在 SMG 设立“智慧媒体制播应用国家广播电视总局重点实验室”

案例 6：科创类节目服务上海科创中心建设

SMG 打造的《未来邀请函》节目服务上海科创中心建设战略，瞄准世界科技前沿，聚焦科技创新。2020 年，涉及人工智能、“中国芯”、北斗卫星组网、深潜“奋斗者”号、火箭卫星、无人机、生物识别、脑机接口等大国重器和尖端科技。同时，《少年爱迪生》设置开放性题目，征集发明创意。第六季节目中，来自海内外的少年创客，与活跃于世界顶尖科创大赛的少年科学家，交流分享对科技发展的追逐与梦想。



融媒体中心科创类节目《未来邀请函》

（六）支持政府

1. 诚信纳税

秉承合法经营，依法纳税的经营理念，SMG 严格遵守税收法律法规，切实履行企业公民依法纳税的责任和义务。2020 年 SMG 纳税总额为 14.7 亿元。

2. 促进就业

SMG 积极解决当地招聘、就业等问题，注重提升地区人才发展。2020 年 SMG 新聘员工数量为 1442 人，其中包括应届毕业生 142 人，占比 9.8%。

3. 服务保障政府重大会议活动

SMG 围绕市委市政府中心工作，践行人民城市建设理念，充分发挥资源优势、科创优势，投入大量人力、物力和技术力量，推出“云会场”等技术手段，成功开创线上会议新模式，为政府重大会议和活动提供高规格、高质量、高安全性的会议一体化技术保障和舞美灯光音响服务，圆满完成浦东开发开放 30 周年庆祝大会、市长国际企业家咨询会议、世界人工智能大会、陆家嘴论坛、五五购物节等各项重大任务和重要会议的服务保障。

案例 1：全方位助力“陆家嘴论坛”召开

2020 年 6 月 18 日、19 日，第十二届陆家嘴论坛在上海召开。SMG 旗下相关单位倾力出击，用创新技术赋能论坛。第一财经作为论坛支持媒体，负责制作 7 场全体大会和 1 场浦江夜话的中英文网络直播信号。疫情特殊时期，SMT 壹会展和研发中心以自主研发的高质量、高保密性“云端会议”系统，助力陆家嘴论坛打造“全球云上金融盛宴”。



第十二届陆家嘴论坛会议现场

案例 2：成功承办“世界人工智能大会”

7 月 9-11 日，以“智联世界，共同家园”为主题的 2020 世界人工智能大会云端峰会在上海成功举办，大会由国家发改委、工信部、科技部、国家网信办、中科院、工程院、中国科协和上海市政府共同主办；SMG 旗下第一财经作为大会承办方和独家战略合作媒体，携手 SMT、幻维数码等单位，圆满完成开幕式和主论坛的执行任务。此次大会向世界展现了加快建设人工智能“上海高地”的决心，第一财经

倾力打造的 3x24 小时直播流“全程大放送”，总播放量达 2.032 亿，实现了“百台同播、千网同发、亿人同观”。



世界人工智能大会-云端峰会 开幕式现场

案例 3：持续助力打造“世界顶尖科学家论坛”

2020 年 10 月，第三届世界顶尖科学家论坛于在上海成功举办，第一财经参与策划及执行了世界顶尖科学家论坛开幕式及专家咨询闭门会。论坛共有包括 61 位诺贝尔奖得主在内，近 140 位诺贝尔奖、图灵奖、菲尔兹奖、沃尔夫奖、拉斯克奖等全球顶尖科学奖项得主通过线上或线下出席。三天的论坛会期内，共有 130 余场科学家独立演讲、70 余场主题峰会，大部分活动通过网络向公众直播。此次论坛打造了一场史无前例的全球顶尖科学家的联动，为上海城市营造科学氛围、打造具有全球影响力的科创中心作出了独特贡献，助力我国从科技大国到科技强国的战略性转变。



世界顶尖科学家论坛-世界顶尖科学家发展基金会揭牌



世界顶尖科学家论坛-联合实验室云进驻仪式

案例 4：保障“上海市市长国际企业家咨询会议”顺利召开

2020 年 10 月 18 日，第三十二次上海市市长国际企业家咨询会议举行视频会议，市领导与来自五大洲近 40 位国际企业家相聚“云端”。SMG 旗下 SMT 壹会展承担整体实施工作，以创新“云端会议”技术，迭代优化自主研发的“优觅”云端会议产品，为本次会议提供包括云端会议系统、现场大屏、信号包装、导播切换、现场扩声、同声传译、灯光舞美等一体化的技术保障和全流程高端制作服务，提供高规格、高质量、高安全的高端会议一体化技术保障。



第三十二次上海市市长国际企业家咨询会议现场

案例 5：倾情助力“浦东开发开放 30 周年庆祝大会”隆重举行

2020 年 11 月 12 日，浦东开发开放 30 周年庆祝大会隆重举行。SMG 旗下广电制作作为庆祝大会的技术保障总协调、总牵头，圆满完成包括舞美灯光以及大屏保障团队、SMT 音响团队的统筹协调等各项工作，得到了市委领导的高度评价。SMG 先后制定并提交 7 稿设计方

案，克服会场在结构上、空间上存在的不确定因素，以最优方案应对最难问题，确保了大会筹备工作的顺利推进。此外，幻维数码为大会制作的全新数字影像《再出发，更出色》，充分展示了浦东 30 年来日新月异的发展成就，引起了广泛的共鸣。



浦东开发开放 30 周年庆祝大会现场

4. 服务民生经济

在服务民生方面，SMG 积极落实习近平总书记“人民城市人民建，人民城市为人民”发展理念，通过各档新闻节目，对城市精细化管理中的不足和民生问题，将“监督问题”和“鼓励改进”结合，开展建设性的舆论监督。如《新闻坊》长期开辟“城市巡访”专栏，“市民巡访团”以市民视角巡访城市角落，发现问题并促进推动问题解决，为百姓解难为政府分忧。

同时，SMG 围绕中心，服务大局，全力以赴用行动推进上海打响“四大品牌”、加快“五个中心”建设，凝心聚力为上海改革发展大局作贡献。SMG 不仅以自身努力直接推动“上海文化”品牌建设，还积极利用自身优势参与“上海文化”“上海服务”“上海制造”“上海购物”等品牌建设的宣传；积极推动上海智慧城市建设，助力城市整体数字化转型。此外，SMG 还以多种形式推动与民生休戚相关的行业如教育、医疗、食品安全等健康发展。

案例 1：SMG 建立应急信息发布机制服务社会

SMG 制定专门文件，对公共突发事件、灾害性天气及时预警，快速、准确、有效传达信息规范流程。2020 年，上海应急广播已建成包括广播预警信息播发系统、两微一端、网络视频等在内的六大发布平台，全天候发布突发事件预警和处置进展信息。同时，电视播控中心发送上海市预警信息平台各类预警信息 876 次，发送防疫信息等各类信息 934 次。

案例 2：打造大型融媒新闻直播节目《民生一网通》

SMG 打造了首档“广播+电视+互联网”大型融媒新闻直播节目《民生一网通》，自主研发 Empower-media 智慧媒体赋能解决方案以融媒体内容生产为核心，首次打通广播、电视新闻融合生产全流程，打通了与 12345 市民服务热线、上海大数据中心、市区各级城市运行中心以及上海市人民建议征集办公室等部门的合作渠道，与 16 个区融媒体中心建立协同机制，搭建起多方沟通平台、畅通市民办事渠道。



大型融媒新闻直播节目《民生一网通》

案例 3：上海广播携手推出《夏令热线：2020 区长访谈》

2020 年 7 月 13 日，上海人民广播电台、解放日报·上观新闻、12345 上海市民服务热线、12319 城建服务热线携手推出《2020 夏令热线：区长访谈》，周一到周五，上午 10 点到 11 点半，16 个区的区长出现在上海新闻广播电波中，倾听百姓呼声，解决民生难题，畅

谈危中寻机工作思路，勾画区域发展美好蓝图。2020 年首次在各区设立外场直播点，更加贴近一线、贴近群众。阿基米德传媒、话匣子 FM 同步直播，全方位呈现。



《夏令热线：2020 区长访谈》现场

案例 4：全力助力上海打响“五五购物节”

由中共上海市委宣传部、市文旅局、市商务委联合主办的“五五购物节·品质生活直播周”活动，自 5 月 30 日起在上海盛大开启。为全力配合上海市委市政府打响“上海购物”品牌新名片——“五五购物节”，SMG 旗下东方卫视圆满完成《2020“五五购物节”全球大直播》，观众累积达 2 亿人次；看看新闻 Knews 携手本市 10 家头部互联网平台推出《“五五购物节·品质生活直播周”启动日 10 小时大直播》，为共同筑就上海“品牌直播之城”迈出重要一步；东方购物推出 1850 场电视直播购物，打造“五五购物节”直播基地，与头部企业合作，总订购额突破 15.5 亿元；东方广播中心推出“55 位广播电台主持人，助力五五购物节——讲述上海品牌故事”，挖掘老字号品牌背后的文化传承和工匠精神。东方卫视、地面频道、东方广播中心拿出总价值 1.65 亿元的媒体宣传、广告资源，东方有线、百视通、移动电视三大平台宣传内容滚动播出，共同打响“上海购物”品牌。



“2020 五五购物节”全球大直播现场

案例 5：携手运营商共同助力上海智慧城市发展

2020 年 5 月 29 日，东方明珠旗下东方有线携手其他四家通信运营商参与了由上海市金山区人民政府举办的“加快新型信息基础设施建设 推进智慧城市发展”共建签约，未来将共同推动金山在 5G、千兆光纤、物联网等方面的建设，推进新型城域物联专网、互联网数据中心、医疗影像云平台、智慧养老服务平台、“三级平台、五级应用”一体化城市运行体系、公安道路交通管理系统等项目建设，赋能智慧城市管理，进一步提升城市智能化管理水平。



“加快新型信息基础设施建设 推进智慧城市发展”签约仪式

（七）关爱员工

1. 保障员工合法权益

SMG 实行“同工同酬”，制定《员工手册》保障员工知情权。按照政策法规签署劳动合同，按时支付薪酬、缴纳“五险一金”；并开发网端“员工自助”及移动端“SMG 自助”，建立个人 HR 自助平台，确保员工休假、休息权利和薪酬知情权等。SMG 每年安排员工体检并严格执行年假、疗休养等制度。

同时，SMG 坚持和完善以职代会为基本形式的民主管理制度，充分保障职工的知情权、参与权、表达权、监督权。2020 年，SMG 第二届职工代表大会第二次会议，通过选举产生职工监事一名，并审议通过《上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司关于进一步做好联系服务职工工作的意见》《上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司员工网络行为管理规定（2020 年修订）》等三项事关职工切身利益和行为规范的重要文件，为健全完善联系服务职工长效机制、加强内部管理工作提供了组织和制度保障。

2. 拓展公租房保障

2020 年共推荐 8 人享受静安人才住房保障计划。

3. 实施领军人才计划

SMG 为深入贯彻上海市人才工作大会精神、推动媒体融合转型、打响“上海文化”品牌，努力聚焦和培养一批站在台、集团各领域前沿、具有开拓、创新和产业化能力的领军人才，积极创设全集团创新、创造氛围，制定并实施台、集团《关于进一步加强人才工作的实施意见》，以符合“品德素质优秀、专业能力领先、发展潜力较大、业绩贡献显著”为基本条件，重点向行业引领效应显著、团队带动作用突出的核心骨干员工倾斜，选拔突出优秀的中青年专业人才。已经评选出两届，共 43 位领军人才，他们本职工作成绩斐然，项目管理和带领团队成长方面也成绩突出，其中有些获得全国五一劳动奖章、“四个一批”人才、国家“万人计划”哲学社会科学领军人才、上海市领军人才、上海市五一劳动奖章、上海市青年五四奖章、上海市科技

进步奖一等奖、集团贡献奖等各种奖励。



SMG 领军人才表彰活动

4. 大力举贤推优

SMG 注重举贤推优，形成先进示范。在 2020 年全国劳模、上海市劳模、上海市模范集体、上海工匠评选中，东方卫视中心赵蕾光荣当选为全国劳动模范；东方广播中心孟诚洁、技术中心奚培、东方卫视中心张颂华三位同志当选为上海市劳动模范；上海歌舞团舞剧《永不消逝的电波》剧组当选为上海市模范集体；上海杂技团王怀甫、融媒体中心庄毅经市总工会和市职工技协审核，获评 2020 年“上海工匠”；台集团工会副主席马喆获评全国优秀工会工作者。SMG 还积极开展以“劳动光荣、创造伟大”为主题的 SMG 劳动竞赛，评选出 2020 年度 50 位“SMG 工匠”、20 个“SMG 劳动竞赛先进班组”。

5. 培养后备干部

SMG 干部选拔培养机制正逐渐成熟，提出符合条件的成熟的 80 后提拔使用一批；有潜力但缺少综合经历的 80 后交流一批；有潜力但条件尚未成熟的 80 后通过开放性见习管理岗位培养一批，为年轻干部成长提供持续动力。已基本落实对各直属单位班子原则上配备一名 80 后干部的计划，加大 85 后、90 后年轻干部的比重。通过开放性见习管理岗位的历练、选派年轻干部轮岗和挂职以及选派职能部门干部到基层任职等措施，让年轻干部在实践中厚积薄发，锻炼成长。

6. 丰富员工培训

为满足媒体融合时代对媒体工作者更高、更全面的职业要求，“不

断增强脚力、眼力、脑力、笔力”、加快培养全媒型、专家型人才。2020 年，SMG 共开展线上线下培训 1249 场，培训总人次 37404 人，培训总学时 179948.5 课时，平均学时 11.58 课时。特设总额为 100 万的“SMG 职工学堂”，为职工提升岗位技能和职业素养打造学习平台岗位技能培训，打造 E-LEARNING 职工学堂在线学习平台，共邀请领军人才 8 位、青年才俊 3 位、工匠 2 位，核心业务骨干 16 位和 4 位外部嘉宾，共开设 27 场直播课程，共计 32013 人次在线观看直播。已上线课程 158 门，涵盖新技术应用、重大公共事件应对、节目生产制作、营销带货、职业发展、心理健康等领域；为台、集团财务、广告营销、人力资源三个条线开设在线社群学习项目，开展 7 场职业素养能力提升在线社群学习，开展《助跑新人》项目等更多优质的培训学习项目，系统培训员工将所学知识、工具与方法与实际案例对标使用，赋能基层人员，拓展自主思考与实践探索。

7. 持续做好人才建设

自 2018 年起，台集团每两年召开 SMG 人才工作会议，相继出台《关于进一步加强人才工作的实施意见》、《关于支持媒体深度融合创新发展创新人才管理的若干意见》，以制度为保障，进一步在推进新型主流媒体建设的过程中强化对人才的尊重和培养，开展台、集团领军人才评选，完善带教机制，现已有 11 家单位建立了专业业务领域的带教，集团每年拿出 140 多万补贴各单位一定额度的带教津贴；同时，在媒体融合转型的道路上，SMG 人才建设从业务需求出发，激发基层员工活力、创造力，不断深化“年轻干部”管理机制，大胆闯、大胆试，让 SMG 这个承载着媒体人梦想之地，能够聚天下英才而用之。

8. 全方位关怀员工

SMG 全方位关心员工身心健康。2020 年，SMG 进一步修订了《上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司帮困互助金管理章程》；有 31 家单位、部门及上市公司参与了台集团“爱心一日捐”

活动，所筹善款全部纳入“台集团帮困互助金”。同时，通过坚持管好用好“台集团帮困互助金”、“台集团工会帮扶资金”等资金，SMG 为台集团大病职工、特困职工提供急需的经济资助。2020 年，SMG 慰问困难职工 2221 人次，发放慰问金累积 335.6 万元。

同时，在推进 2020 年市总工会职工互助保障计划项目方面，SMG 台集团工会及下属基层工会完成工会会员续卡注册，续办市总工会职工保障互助会综合 B 类保障计划；为身患特种重病、意外身故员工，申请并给付“工会会员服务卡”保障金。

SMG 关心员工身心健康，2020 年度 SMG 员工体检率达 90%，全年还组织 SMG 一线职工 11 批 230 人次赴多地进行治疗休养。此外，2020 年 7 月 8 日，SMG 启动“SMG 心力量”职工心理支持计划，建立心理疏导平台，举办讲座及团体辅导，增强员工心理健康意识，提升心理健康水平。“SMG 心力量”面向台集团全体员工建立线上心理疏导平台，线下 2020 全年分别在上视、广播、东视、东方明珠、演艺等各办公楼宇开展 9 场心理讲座与团体辅导。

（八）安全生产

SMG 强化落实安全生产工作责任制，严格执行《关于严格落实台集团所属各单位部门领导干部安全生产责任的实施意见》，不断巩固各单位主体责任、党政负责人第一责任的认识，扎实开展各项安全生产管理工作。

2020 年，SMG 通过安全生产双月例会加大日常管理力度，优化安全生产信息通报机制，继续加强安全生产警示机制，切实发挥职能部门的安全监督职责，开展防疫、消防、用电等方面的安全检查，有序开展夏季、冬春季安全生产专项工作，有针对性地消除安全隐患。

在疫情期间，SMG 及所属各单位严格落实疫情防控主体责任，多方筹措防疫物资，严密监测疫情动态，积极开展员工健康管控、物理空间消杀等工作，确保安全生产平稳有序，全力做好后勤保障工作，

通过各种渠道为员工，尤其是赴武汉一线采访报道团队提供防疫物资保障。

安播方面，SMG 积极筑起安全播出的坚实后盾，及时准确将党和国家声音传达到千家万户。2020 年，SMG 旗下 SMT 为市疾控中心 83 场新闻发布会提供技术保障；攻克准备时间最短、系统调整规模最大、安播保障要求最高三项挑战，圆满保障“全国哀悼日”同屏同声播出；紧急完成了“空中课堂”中小学生在教育平台 12 个频道播出系统建设并持续做好运营保障，获得良好的社会效益；此外，还圆满完成浦东开发开放 30 周年大会、第三届进博会、上海“两会”等共 94 场大型活动安全播出保障任务，全年广播、卫星零秒停播，电视技术停播率 0.034 秒/百小时，安全播出工作成绩突出。

（九）精准扶贫

1. 扶贫宣传

SMG 各主要频率、频道以及东方明珠等各新媒体平台严格按照中央统一部署，开办“决战决胜脱贫攻坚”等新闻专栏专区，做好“走向我们的小康生活”主题报道，深入宣传习近平总书记有关脱贫攻坚的重要指示精神和活动，积极报道我国脱贫攻坚工作和取得的巨大成绩，及时播发脱贫攻坚的相关新闻，分享“精准扶贫”新举措，讲好上海对口支援的主动作为，多维度展现对口支援成效，宣传援建干部典型人物，展现扶贫+扶智的重大意义等。在此基础上，SMG 还积极精心策划大型全媒体新闻行动，扩大传播力和影响力。

案例 1：东方广播中心大型全媒体新闻行动《脱贫之战——走向我们的小康生活》

SMG 东方广播中心策划的年度大型全媒体新闻行动《脱贫之战——走向我们的小康生活》于 6 月正式启动，10 月底收官。在 4 个多月的时间里，采访团队先后探访了云南、四川、贵州、西藏、青海、新疆等地的上海对口帮扶挂牌督战县，通过新闻报道、系列访谈、特

别直播、融媒体传播等多形式、多视角带来全方位宣传，见证各地翻天覆地的变化和人们蒸蒸日上的生活，更记录下中国摆脱贫困的一个个历史奇迹。



上海电台记者直播展示苗绣技法

案例 2：融媒体中心打造全媒体项目《上海温度》

2020 年 7 月 20 日起，全媒体项目《上海温度》第三季同时在东方卫视《东方新闻》和看看新闻 Knews 上线播出，每区 1 集、每周 1 集，每集时长 5 到 6 分钟，以上海的 16 个区为基础，聚焦各区在脱贫攻坚中的突出特色、感人故事以及独特经验。从扶贫人物、模式等不同的角度讲述扶贫故事、展示扶贫成果，以小切口展现大主题，从点到面反映上海整个扶贫工作状况。同时，《上海温度》配套推出“区委书记谈扶贫”16 集专为新媒体端打造的访谈视频，每集 10 分钟左右，节奏轻快、生动鲜活。据统计，“上海温度”及配套“区委书记谈扶贫”融媒体新闻产品的全网总浏览量达 65 万。



全媒体项目《上海温度》

案例 3：第一财经持续《千里归途》报道

第一财经《千里归途》报道于 2018 年启动，前往全国多地乡村采访拍摄，记录下乡村振兴进程中协力合作的创业者、基层组织、基金会、企业等的感人故事与产业发展创新机制。截至 2020 年末，该系列推出了十期短视频，8 篇深度文字报道和图片报道若干，全面深入地展示了从脱贫攻坚到乡村振兴，再到美丽乡村建设这一乡村重大历史发展时期的乡村现实。



扶贫干部帮着村民收割稻谷



苏绣老师给东乡族绣娘们传授刺绣技艺

案例 4：外宣纪录片《行进中的中国》回顾脱贫攻坚足迹

外宣纪录片《行进中的中国》为中宣部重大外宣项目，由 SMG 纪录片中心与英国雄狮电视制作公司联合摄制，并被纳入上海围绕全面小康和建党百年主题首批重点文艺创作项目。其于 2 月 25 日全国脱贫攻坚总结表彰大会当晚播出，聚焦中国扶贫成就以及疫情防控常态背景下的中国经济的快速复苏，向世界生动讲述中国政府、企业和人民如何应对各种难题和考验，向世界提供具有参考价值的中国方案、中国模式、中国智慧。



外宣纪录片《行进中的中国》海报

案例 5：第一财经联合多家主流媒体以评促建推动乡村振兴

“中国最美村镇”评选活动源于 2013 年，至 2020 年已经举办了 8 年。在国家住房和城乡建设部、国家文化和旅游部、中国社科院、中国国际交流中心、中广联合会经济广播工作委员会等相关部门领导的支持和引领下，由第一财经发起并联合全国 80 家主流媒体共同主办，通过以评促建的方式，为乡村振兴、脱贫攻坚贡献了自己的力量。2020 年 11 月乡村振兴 2020 中国最美村镇评选颁奖典礼在上海举行，来自青海、甘肃、河北、湖南、广西、贵州、新疆、辽宁、广东、浙江、江苏、安徽、福建、内蒙古、山西、山东、江西和上海等 29 个省市自治区的村镇负责人共襄盛会，发现乡村振兴榜样、精准扶贫典范，共同探讨产业升级的模式，寻找村镇的可行发展路径。



第一财经联合国内多家主流媒体共同举办“最美乡村评选”

2. 脱贫攻坚项目

在加大扶贫宣传的同时，SMG 聚焦国家脱贫攻坚战略，积极发声，是报道者更是参与者，积极践行“四力”，尝试通过媒体融合，开创

了一条电视、电商、新媒体综合扶贫的新模式，带着精准扶贫的任务，组成“助农团队”走入农村地头，深入贫穷地区进行实地体验和调查，通过切身感受贫困地区生活状态，知晓撬动精准扶贫的支点，用自身实际行动为村民打通产业链，为精准扶贫提供行之有效的策略，带来实际的扶贫成效。

案例 1：东方卫视中心《我们在行动》项目组荣获“全国脱贫攻坚先进集体”

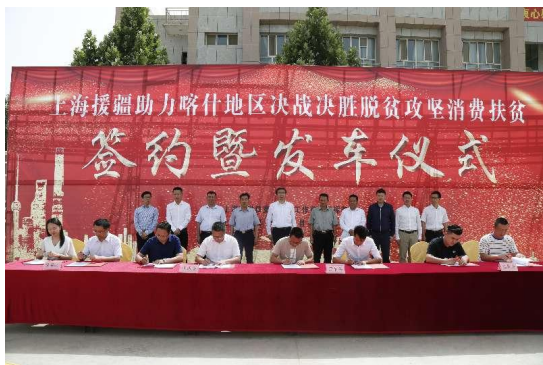
东方卫视中心围绕“脱贫攻坚 全面小康”主题，重点推出主题综艺节目《我们在行动》。《我们在行动》从 2018 年开始，响应习近平总书记号召，准确抓住十九大报告中提出的脱贫攻坚要注重新方法、新手段要求，在 3 年内制作 5 季节目，携手百余位“零片酬”参与的明星及企业家，跨越 15 个省、自治区，深入 30 多个贫困县、百余个村寨，推出 32 个县域品牌，创造了超 14 亿扶贫产品销售额。继东方卫视中心获得国务院扶贫领导开发小组颁发的 2018 年度“全国脱贫攻坚组织创新奖”后，东方卫视中心《我们在行动》项目组 2020 年又获得了党中央、国务院授予的“全国脱贫攻坚先进集体”称号。



《我们在行动》项目组荣获“全国脱贫攻坚先进集体”喜报

案例 2：东方购物促进贫困地区产品销售

2020 年 5 月 27 日，东方购物在上海市对口支援新疆工作前方指挥部牵线下，参加“上海援疆沪喀两地消费扶贫签约仪式暨购销启动现场会”并与上海市对口支援新疆工作前方指挥部签约战略合作框架协议，旨在充分发挥平台优势，进一步助推喀什地区产业转型升级，促进消费扶贫拉开序幕。此外，10 月 17 日国家扶贫日，“2020 年上海市对口帮扶地区特色商品展销会”在光大会展中心举行。东方购物在上海市杨浦区委区政府和贵州省遵义市商务局的指导和支持下，创新打造“视频购物+扶贫”的全新模式，携手京东直播共促消费扶贫，成功通过公益网络直播的形式，吸引了近 24 万人次观看，实现产销结合的精准扶贫。



东方购物发挥平台优势助力喀什、遵义等地消费扶贫

3. 对口援建

2020 年是脱贫攻坚战的收官年，SMG 对口支援与合作交流各项工作努力克服新冠肺炎疫情带来的不利影响，助力各地坚决夺取脱贫攻坚战全面胜利。

案例 1：SMG 接力文化援疆

根据上海市对口支援与合作交流工作领导小组和市委宣传部的统一安排，SMG 连续第 6 年派出 SMG 文化援疆志愿者，因为疫情原因，来自东方卫视中心和 SMT 的两位志愿者出发时间较以往晚了 3 个月，且志愿者在喀什期间又经历了两次疫情的封闭隔离阶段，但是，志愿者仍然克服种种困难，积极参与喀什广播电视台脱贫攻坚微电影《一

个也不能少》和脱贫攻坚纪录片《决战》的拍摄工作，对抖音微视频系列“喀什好物”进行包装优化。



2020 年 SMG 文化援疆志愿者在喀什拍摄微电影

案例 2：SMT 助力宣传喀什林果

2020 年疫情期间，SMG 旗下 SMT 应上海援疆指挥部和喀什地委宣传部的要求，派出 9 人专业团队远赴喀什，为当地拍摄《喀什林果扶贫公益广告——泽普红枣》和《喀什林果扶贫公益广告——叶城核桃》4K 扶贫公益广告片，展示喀什地区的特色林果，并于 10 月 1 日起在 SMG 旗下各电视频道和东方明珠移动电视滚动播出，助力喀什地区农产品的销售。



拍摄《喀什特色林果》

案例 3：沪喀两地广播电视台研究落实合作交流项目

2020 年 10 月 17 日至 22 日，SMG 党委副书记王治平一行赴喀什地区考察交流。期间考察喀什地区融媒体中心、喀什广播电视台，慰问 SMG 文化援疆志愿者，并与喀什地区融媒体中心及广播电视台等相

关负责同志座谈，研究落实合作交流项目。



SMG 一行在喀什地委宣传部陪同下，考察喀什广播电视台

案例 4：东方明珠结对帮扶湖南芷江上海东方明珠希望学校

2020 年是东方明珠与芷江东方明珠希望学校开展结对帮扶活动的第四年（签订帮扶协议三周年）。自 2017 年以来，东方明珠党委下属全部基层党组织已经与芷江上海东方明珠希望学校的 70 余名学生形成一对一精准结对帮扶，支援结对帮扶学生助学金达 28 万元。克服疫情影响，东方明珠心系芷江，通过线下线上双重方式，举办了芷江助学三周年回顾画展 | 爱心助学认领心愿活动。东方明珠邀请芷江结对学生以“我眼中的东方明珠/家乡”为主题，创作绘画作品，举办芷江教育扶贫工作三周年回顾展活动，为芷江学生筹集公益物资逾 20 万元。



东方明珠芷江助学三周年回顾画展 | 爱心助学认领心愿活动

（十）公益责任

1. 公益慈善宣传

SMG 坚守媒体公益属性，2020 年 SMG 播出广播公益宣传片 4.5 万次，近 7.2 万分钟；制作电视公益广告超过 40 个，电视公益宣传片超过 55 个，播出近 12 万次，近 5.5 万分钟。其中，“建党百年”公益宣传片征集活动征集作品二十余件，既有不忘先烈、回顾伟业的历史篇，又有平凡汇聚磅礴伟力的现实篇。此外，SMG 承办的“蓝天下的至爱”已成为上海参与人数最多、参与面最广、持续时间最长的慈善活动；2020 年爱心全天大放送连续 9 小时播出，线下捐款超 7.2 亿元，线上捐款超 2.7 亿元，合计近 10 亿元。

案例 1：第一财经携手上海慈善基金会等打造上海公益微电影节

2020 年，由上海市慈善基金会、上海电影（集团）有限公司、第一财经共同主办的第六届上海公益微电影节以“帮助他人，阳光自己”为主题，将感人的故事和经历通过微电影和短视频的形式进行记录和传颂，在常态化疫情防控中，发挥公益微电影节的传播平台功能，汇聚社会各界的爱心，形成公益慈善暖流，温暖每一个人。自 2015 年以来，在中共上海市委网络安全和信息化委员会办公室、上海市民政局的大力支持和指导下，已连续举办六届，历届参赛影片累计超过 2000 部。在 2020 年第六届上海公益微电影节活动中，参评作品超 400 部，活动关注及投票参与超 100 万人次，报道媒体超 100 家。在上海唯一以公益为主题的微电影节并且具有上海文化特色的活动，其不仅有力地上海、长三角地区，乃至全国，打造了慈善新品牌，传播了慈善公益的主题，展示了上海的城市形象，更是成为社会向上健康发展的文化驱动力之一，有效地引导了广大群众，积极参与慈善公益活动。



上海公益微电影节这一公益项目荣获第三届“上海文化十大特色活动”

案例 2：第一财经举办“第一财经善商业论坛”暨“中国企业社会责任榜评选”

2020 年，第一财经以“共建中国 ESG 生态链”为主题，举办了“第一财经善商业论坛”暨“中国企业社会责任榜评选”活动，深度探讨了企业的责任典范、环境生态贡献、创新驱动贡献、公益实践贡献、精准扶贫贡献、责任品牌传播等六大问题；用专业权威的财经视野，集纳实务和研究界精英，努力为中国企业社会责任的未来发展献计献策，廓清方向。自 2008 年第一财经首次举办“中国企业社会责任榜”评选活动至今，第一财经始终以专业科学的标准和客观公正的评价，遴选出一批又一批的优秀仁商企业，而这些优秀的企业从这个平台站上更高的起点，进一步推动企业社会责任在中国的落地生根和快速发展。



“第一财经善商业论坛”暨“中国企业社会责任榜评选”顾问聘任与圆桌论坛

2. 打响“SMG 志愿者”品牌

SMG 制定实施《打响“SMG 志愿者”品牌三年行动计划》，开展丰富多样的志愿者服务。在疫情期间，SMG 志愿者充分运用网络新媒体，以“志愿+智慧”模式，通过视频直播、在线宣讲、远程互动、智能科技等形式，开展理论学习、复工复产、文化服务、在线旅游、心理援助、便民服务、教育培训、脱贫攻坚、帮困助残、生态保护等线上志愿服务共 20 余项。如，为助力脱贫攻坚、决胜全面小康，SMG 志愿者持续开展城乡结对帮扶，为浦东万祥镇万宏村、崇明港西镇团结村等结对村提供抗疫物资，开展文化服务等；加强志愿服务品牌建设，SMG 守护水中国宝志愿服务项目，被上海科普教育发展基金会和上海市志愿服务公益基金会评为 2020 年上海科普教育创新奖“优秀科普志愿者奖”二等奖；SMG 无障碍电影解说团队开展网聚光明——无障碍电影“云体验”，首次以线上直播方式为申请视力障碍人士提供无障碍观影服务。

案例 1：上海第一财经公益基金会构建具有引领性的公益品牌

上海第一财经公益基金会由上海第一财经传媒有限公司与上海第一财经报业有限公司于 2013 年联合发起，旨在传播公益理念，实现全民参与；倡导文化传承，推动社会共荣，是上海第一家、全国第四家媒体基金会。2017 年 5 月 3 日，基金会正式被认定为慈善组织。2020 年 10 月，基金会接受上海市社会组织评估院专家评审组现场评审。经评估，顺利获评 4A 级社会组织。



2020 年第一财经公益基金会获评 4A 级社会组织

第一财经公益基金会是第一财经推广和传播社会公益的重要抓手与组织保障,其已先后发起媒体公益培训、中国公益金融 Mini MBA、西域知美 | 敦煌等品牌公益项目,设立彩虹公益、四叶草公益、“艺术中国”三大专项基金,依托第一财经跨媒体平台传播优势及专业志愿者团队智力支持,以更加专业、系统、持久的方式聚合商业资源,搭建公益合作、传播平台。一财公益基金会作为展现第一财经履行社会责任的重要载体,建立起了具有引领性的公益品牌以及专业化的公益文化体系,有效拓展了第一财经的品牌内涵和影响力。在志愿者队伍建设方面,于 2015 年正式成立的一财蓝志愿服务总队是上海市志愿者协会直属志愿服务队伍,截至目前注册志愿者人数已达 518 人,党员已基本实现注册全覆盖已累计服务 4016 小时。



2020 年疫情期间一财蓝志愿者服务

案例 2：五星体育志愿者服务

五星体育组建志愿服务队，每年结对上海市阳光康复中心，学雷锋日送去温暖；结对上海联劝发展基金会，每年参与“一个鸡蛋的暴走”志愿服务公益活动；关注自闭症儿童，参与每年的蓝丝带公益行动；街道结对帮助困难学生等等。



五星体育志愿者服务系列活动

案例 3：SMT 志愿者服务

SMT 持续以“技术进社区”、“技术进校园”、“技术进军营”方式长期坚持开展志愿者活动；联合南西街道、中国银行南西支行、延安中学连续多年共同开展“大爱无疆喀什暖冬捐衣”活动和“一个鸡蛋暴走”公益徒步筹款活动，产生了良好的社会影响。



2020 年 SMT 开展各类志愿者活动

3. 一日捐活动

2020 年度 SMG 31 家单位、部门及上市公司参与台集团“爱心一日捐”活动，共筹善款 139 万余元，注入台集团的“帮困互助金”。2020 年，为全台集团有需要的员工，共资助帮困互助金 66.87 万元。



2020 年 SMG “爱心一日捐”活动

4. 无偿献血

2020 年是 SMG 开展员工无偿献血日的第 26 个年头。这一年，“蓝天下的至爱”SMG 员工无偿献血活动，招募阶段共有 437 位员工报名，最终，106 位员工成功参与献血活动，共计献血 21400ml。



SMG 献血英雄争当冬季暖阳

5. 公益培训

案例：“公益中国”媒体公益培训

为了普及相关专业领域基础知识，培养一批能够准确解读公共政策的媒体从业人员，从而提升公共政策报道水平，第一财经公益基金会从 2013 年起启动媒体公益培训项目，并不断拓展培训主题，积累了丰富的项目经验，培育了广泛的主流媒体学员群体。2020 年，基金会共举办了 3 期媒体公益培训：“财税中国”公益培训、“公益中国”媒体公益培训、“艺术中国”媒体公益培训。其中，以第三期“公益中国”媒体公益培训为例，其于 2020 年 7 月 19 日至 24 日，在上海举办，主题为“新冠疫情下的公益慈善：公共信任”，来自全国 28 家主流媒体的 28 位采编人员参与培训。公益领域专家学者、资深媒体人以及一线公益机构的代表参与授课，与媒体学员们共同探讨后疫情时代下中国公益慈善发展的机遇与挑战。



“第一财经公益基金会”主办第三期“公益中国”媒体人工作坊培训现场

6. 关爱特殊群体

案例 1：东方购物守护脑瘫患儿 6 年

2014-2020 年间，东方购物每年举行公益义卖活动，义卖善款为虹口区惠馨康健园内的近百名脑瘫患儿，提供入夏生活用品，2020 年还特送上防疫用品，为孩子们带去了温暖与帮助。

案例 2：东方明珠电视塔系列年度关爱活动

东方明珠电视塔每年都会举办系列关爱特殊人群的活动，带动更多人关注特殊人群成长，例如东方明珠电视塔世界糖尿病日暨“蓝光行动”亮灯活动、“用爱解冻”年度世界渐冻人日关爱系列活动等。

7. 关爱青少年成长

案例 1：第一财经“河流·孩子”公益助学项目

第一财经参与的“河流·孩子”公益助学项目迄今已帮助了 10 个少数民族学校，“1 份早餐”项目已持续 10 年为云南怒江旧乃山完小以及平安寨完小的在校师生捐赠早餐 65 万份。2020 年，1 份早餐捐款额共计 1,156,512.45 元，叠加疫情期间的配套捐赠，与校方一起给孩子们创造更安全、温馨的环境。

案例 2：小荧星关爱医护子女——免费赠送艺术课程

作为中国少儿艺术教育机构领头羊，小荧星肩负家长的期待，身负孩子的未来，亦要履行社会责任担当。在 2020 年疫情的特殊时期，小荧星与上海市卫建委联手推出“关爱医护子女免费赠送艺术课程”计划，向全上海前往武汉参与新型冠状病毒肺炎救治的医护人员子女（4-12 周岁少年儿童）免费赠送一学期的全门类常规课程（免试+免学费），温情关爱一线医护人员的子女，彰显了国企的社会责任和担当作为。报名结束为止，共收到近千人次报名，有 300 余人通过筛选获得小荧星艺术课程的免费名额，可免费参与小荧星一学期的线上+线下课程。此举受到上海市卫健委的高度支持和表扬，上海市医务工会专门用小荧星送来了感谢信。

案例 3：“我的冠军老师”进校园

在疫情之后，五星体育主推“我的冠军老师”优秀运动员进校园系列活动在 2020 年 9 月重启，篮球名宿、奥运冠军许海峰、陶璐娜等与青少年面对面，弘扬体育精神，推广体育文化，传递体育的正能量。



五星体育“我的冠军老师”进校园活动

案例 4：东方明珠连续第三年向上海市儿童健康基金会捐款

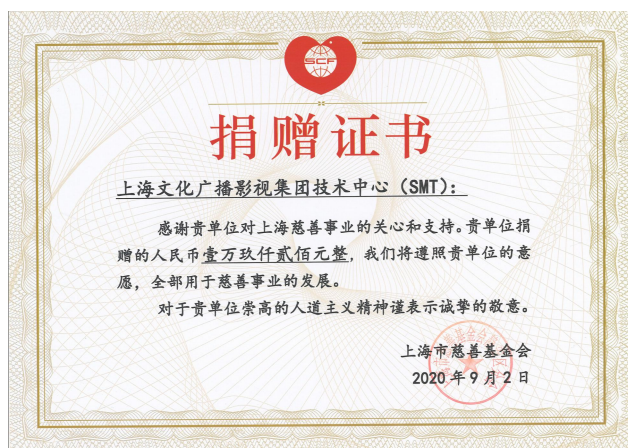
2020 年 1 月 1 日，东方明珠电视塔连续第三年向上海市儿童健康基金会捐款。东方明珠电视塔自 2017 年专门设立了“东方明珠特困家庭患儿帮困救助专项基金”，通过捐款给上海市儿童健康基金会，旨在为特困家庭病患儿童提供医疗帮困救助。



2020 年东方明珠向上海市儿童健康基金会捐款现场

案例 5：SMT 连续第十四年捐助南西街道贫困学生

2020 年 9 月 2 日，SMT 全体党员为南西街道社区家境贫寒的 7 位学生爱心捐助 19200 元。从 2006 年开始，中心每年都以拳拳爱心，为贫困学子办实事，帮助他们插上理想的翅膀，为他们送去阳光和希望。



SMT2020 年爱心助学捐赠证书

8. 敬老爱老

2020 年，SMG 被授予全国“敬老文明号”，SMG 作为主流媒体，严格落实《上海老龄事业发展“十三五”规划》的相关要求，积极宣传党和政府有关老龄工作的方针、政策；宣传老年人以及敬老爱老助老的先进典型，揭露和鞭挞侵犯老年人权益的不法行为；加强对老年人的教育与引导；设立并办好老年专题栏目；积极配合各部门、各单位做好有关老龄工作的宣传报道，发挥全媒体优势资源，高质量完成了相关宣传任务。与此同时，在加强 SMG 内部离退休党建工作规范化、制度化与提高离退休老同志管理服务水平方面都形成了自己的特色。近年来，贴近实际开展丰富多彩的敬老爱老助老活动，在加强离退休党建工作规范化、制度化的基础上，提高退休老同志管理和服务的吸引力与有效性，热忱为 1700 多位老广电人服务，受到老同志们的一致好评。SMG 旗下各单位还积极组织多种形式的各种敬老爱老活动，以实际行动为老年人送去温暖、真挚的关怀。

案例 1：金秋重阳小荧星和炫动哈哈培训学校志愿者慰问送电影

2020 年 10 月 23 日，小荧星和炫动哈哈培训学校的青年党团员

组成的志愿者团队来到精神文明共建单位浦东南码头“南风养老院”，开展一年一度的重阳节慰问活动。志愿者们为老人们带来了皮影戏、送上温暖的绒毯，老人们兴致高昂地观看炫动出品的动画电影《新愚公移山》，浓浓情谊跃然而上。



小荧星和炫动哈哈培训学校青年党团员志愿者重阳节慰问

案例 2：广电制作敬老爱老志愿活动

2020 年 10 月 22 日，上海广电影视制作有限公司组织志愿者团队开展“九九重阳节，浓浓敬老情”敬老志愿服务活动，以实际行动彰显“爱老敬老”的传统美德，向老人们送上重阳节的问候。



广电制作志愿者组织赴南园养老院的敬老爱老活动

案例 3：SMT 为失独老人提供信息化服务

SMT 与南西街道失独老人结对子，发挥技术优势，经常为老人送上智能手机辅导课程，助力“银发族”跨越“数字鸿沟”，“玩转”智能手机的同时提升信息安全意识。



SMT 为失独老人讲授 “智能手机辅导课程”

五、环境责任

（一）绿色管理

SMG 严格遵守和执行国家关于节能减排的相关法律法规，建立对应的环境管理组织体系和制度体系，并依据环境管理体系，组织开展环境管理工作，并制定相应检查、改进等环境管理制度，完善系列规章制度，致力于打造绿色责任品牌，发挥文化国企的积极示范效应。

SMG 切实践行绿色管理理念，在原材料采购过程中，优先选用生产过程低碳环保、对环境破坏程度低的产品；在能源的选择上，选购清洁能源，大力推进低品位能源、城市垃圾、生物质能源等非化石能源的使用；对于日常办公用品等消费品，尽量选择包装简洁、便于回收利用的产品。公司支持绿色低碳产业发展，积极引导绿色消费理念，促进资源节约和环境友好的绿色低碳发展。

（二）绿色运营

SMG 注重持续加强老旧设备改造，提高设备使用效率，加强节能减排。重点推进项目：（1）锅炉设备改造，将广电大厦及广播大厦燃油锅炉更新为天然气锅炉，更换了东视大厦燃油锅炉燃烧器，降低了废气的排放。（2）LED 灯光升级改造，对上视大厦、广电大厦、东视大厦的演播室灯光进行升级改造，达到了节能效果。（3）提高空调使用效率，通过更新、改造设备及调整机房布局等多种方法，有

效提升机房空调使用效率。（4）电梯设备改造，已累计投资 440 余万元，通过对电梯设备进行整体更新，降低使用能耗。

同时，SMG 采用合同能源管理的新方式，对广电大厦等中央空调机组、冷却塔、办公照明等高耗能设备进行更新，经测算节能率达到 14%。SMG 还积极加大新能源的替代性使用，将 40 余辆新闻采访车更新为电动车，有效减少尾气排放，还起到了良好宣传效果与社会效益。

案例：东方明珠电视塔开展环保专项整治行动

东方明珠电视塔通过改造方案的制定、工程招投标等，制订了整个电视塔空调热泵主机改造计划，对新闻中心、下球体等热泵设备完成了改造工程；从环保理念出发，对 0 米广场三个出入口的安检棚进行更新改造；对所有重新升级改造区域，除特殊环境外，已全部采用 LED 更节能环保的光源，比之前环保指数有了极大的提高；逐步更新了二十多年前 400V 低压配电设备，选用市场公认的成熟知名品牌，较之前的老设备环保减排提高了近一倍；电视塔所有外墙、顶面玻璃上均采用隔热、防紫外线的镀膜进行保护，隔热效果达到 60%以上，既避免了光照污染，又极大节约了空调的能耗，使室内环境温度、采光亮度都有很大改善，每年估计节约能耗 3 万度。



东方明珠塔将现场灯光换成节能 LED 灯



东方明珠塔安装自动移门

（三）绿色办公

SMG 积极倡导并促进节约用水、节约用纸、节约用电。2020 年，SMG 继续实施无纸化办公，通过 OA 系统处理各类公文流程，并结合手机客户端，实现了高效日常移动办公，全面提升办公效率。截至 2020 年底，OA 系统总用户人数超 7000 人，已基本实现员工全覆盖，有效节约办公用纸；此外，合理设置空调温度，加强对空调温度管理，要求办公场所夏季室内空调温度设置不低于 26 摄氏度，冬季室内空调温度设置不高于 20 摄氏度。

（四）反对餐饮浪费

深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神，SMG 起草《制止餐饮浪费行为 培养节约习惯倡议书》，向旗下各单位部门、全体员工发出倡议，弘扬勤俭节约美德，拒绝“舌尖上的浪费”，倡导健康文明的生活方式，并在 SMG 食堂开展“光盘打卡行动”，引导广大员工践行“节粮爱粮 光盘行动”。此外，融媒体中心作为宣传系统全国文明单位联盟轮值会长，牵头设计制作“爱粮节粮 厉行节约”宣传海报，牵头拍摄公益宣传片。

（五）加强环保宣传

SMG 积极引导社会环保风气，主动履行媒体的社会责任，制作《生活会用电公益宣传片》、《垃圾分类宣传片》、《世界环境日》等

环保公益宣传片，并在开展环保公益宣传的同时，从多方面履行环境保护责任，全面落实环保公益行动，2020 年在重要环境保护时间节点，举办“地球一小时”、“世界地球日公益路跑”等环保主题公益活动，积极示范和传播环境保护理念。

报告后记

1. 关键绩效表

财务数据

全年营业收入	153.13 亿元
归母净利润	1.42 亿元
加权平均净资产收益率	2.21%
资产负债率	30.83%
资产总额	632 亿元
净资产总额	437 亿元

客户责任绩效

科研投入情况	具有完善的研发中心，配备完善的开发和测试的软硬件设备，并逐年增加软硬件投入；并具备完善的研发经费管理体系、科创技术产品孵化运营和激励管理体系、科创人员培养机制的管理体制、产学研合作机制，以保持科研工作上的领先性和可持续发展。
研发投入总额	3.7 亿元
新增软件著作权	71 项
新增专利授权数	14 项
研发人员	1113 人

政府责任绩效

关键绩效——项目	数值
纳税总额	1,470,451,847.12 元
对外捐赠总额	1,063,500.00 元
2020 年新聘员工数量	1442 人
应届毕业生数量和占新员工比例	142 人，占比 9.8%

员工责任绩效

关键绩效——项目	数值
男女员工人数	男员工 8826 人占比 55%； 女员工 7358 人占比 45%
2020 年末员工总人数	16940 人

劳动合同签订率	100%
员工培训	
年内累计组织培训次数	线上线下培训 1249 场
年内受培训人时	179948.5 课时
年内培训参与人次	37404 人次
人均参与时间	11.58 课时
员工帮扶	
发放困难慰问补助金	313.5 万元
走访困难职工	2063 人次
员工满意度	>85%

精准扶贫绩效（党群部）

关键绩效——项目	数值
扶贫资金投入总额	超 105.6 万元

公益宣传绩效

关键绩效——项目	数值
东方卫视公益宣传播放次数与时长	8903 次，3546 分钟
地面频道公益宣传播放次数与时长	11 万次，51339 分钟
广播公益宣传播放次数与时长	14.5 万次，72000 分钟
东方明珠旗下 IPTV、OTT、移动电视等平台公益宣传播放时长	超 7374 小时

2. 企业荣誉

SMG 与旗下东方明珠新媒体股份有限公司连续多年评为全国文化企业 30 强，常年位列“世界媒体 500 强”榜单。在履行社会责任方面，SMG 及旗下单位也广受赞誉，如上海歌舞团有限公司被中央文明委授予第六届全国文明单位称号；上海第一财经公益基金会被上海市民政局评为 4A 级社会组织；东方卫视中心大型活动部获评第九届上海市“慈善之星”集体；东方卫视《我们在行动》节目组荣获“全国脱贫攻坚先进集体”表彰称号；上海文广科技（集团）有限公司荣获上海市网络视听行业协会授予的“抗击新冠肺炎疫情优秀企业”荣誉称号等等。在内容宣传奖项方面，2020 年，SMG 共有 4 件作品获第 30 届中国新闻奖，9 件作品获首届中国广播电视大奖，18 件作品获广电总局季度推优获奖项目，《我们在行动（第四季）》《闪亮的名字》《长江之恋》分别获得第 26 届中国电视文艺“星光奖”特别奖、

优秀电视文艺栏目奖、优秀电视纪录片奖；《大江大河》获第 32 届中国电视剧飞天奖及第 30 届中国电视金鹰奖；《这就是中国》节目组获中宣部“基层理论宣讲先进集体”称号；《温暖的一餐》获中美电影电视节金天使奖的“爱与希望人道主义奖”；《技动天下》获得上海市对外宣传和网络宣传“银鸽奖”一等奖。SMG 全年共得到中宣部表扬 4 次，总局表扬 33 次，其中 19 次涉及防疫抗疫宣传。技术类奖项方面，2020 年 SMG 旗下 SMT 获得技术类奖项 27 项，其中一等奖 15 项，二等奖 6 项，三等奖 6 项；共获论文奖 4 项，其中二等奖 2 项，三等奖 2 项；共获人才奖 3 项；此外，SMT 给予技术支持的 3D 全景声京剧电影《贞观盛事》荣获金鸡奖最佳戏曲片奖。SMG 旗下幻维数码获得技术类奖项 5 项，其中 1 等奖 3 项，二等奖 1 项，三等奖 1 项。

部分列举：



《我们在行动（第四季）》获得第 26 届中国电视文艺“星光奖”特别奖



《闪亮的名字》获得第 26 届中国电视文艺“星光奖”优秀电视文艺栏目奖



《长江之恋》获得第 26 届中国电视文艺“星光奖”优秀电视纪录片奖



东方明珠荣获光明日报、经济日报联合颁发的第十二届“全国文化企业三十强”



东方明珠入选由文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室、中国人民大学创意产业技术研究院联合研发 2020 中国文化和旅游企业品牌价值 TOP50 榜单——2020 中国文化和旅游企业品牌价值榜第 5 位



东方明珠入选 2020 年上海百强企业



东方明珠入选 2020 年上海服务企业 100 强



东方明珠入选 2020 年中国互联网综合实力百强企业



东方明珠荣获《传媒内参》第五届指尖榜-2020 年度最具影响力媒体平台，旗下东方购物和尚世影业分获第五届指尖榜-2020 年度最具影响力短视频/网络直播平台 and 第五届指尖榜-2020 年度最具影响力影视制作机构。



“空中课堂”项目荣获国家广播电视总局“2020 年度全国广播电视媒体融合典型案例”