

2022 华扬联众

环境、社会及公司治理报告

报告编制说明

本报告是华扬联众数字技术股份有限公司第 1 份环境、社会及公司治理（ESG）报告，旨在向各利益相关方披露公司在 ESG 方面开展的重点实践及取得的绩效。

报告范围

组织范围：如无特别说明，本报告范围与公司年度合并财务报表范围一致。量化数据披露口径以具体口径说明为准。

时间范围：2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，部分内容超出此范围，已在所涉及的位置做出说明。

发布周期：本报告为年度报告。

编制依据

本报告依据上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》（2022）编制，并参考全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（2021）。

数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的原始数据和信息。财务数据以人民币为单位，若与公司年度财务报告不一致之处，以年度财务报告为准。

报告发布

本报告以电子版形式发布，发布平台包括证券交易所指定的信息披露平台及公司官网。

联系我们

如对报告有建议，可通过以下方式与我们联系：

联系地址：北京市东城区建国门内大街 7 号光华长安大厦 1 座 15 层

联系邮箱：investors@hylinkad.com

目录

CONTENTS

1. 关于华扬联众

1.1 公司概况	01
1.2 业务布局与发展	02
1.3 公司荣誉	05

2. ESG 管理

2.1 ESG 理念	07
2.2 ESG 管理架构	07
2.3 利益相关方沟通	08
2.4 实质性议题分析	09
2.5 助力可持续发展目标 (SDGs)	10

3. 稳健经营，护航企业发展

3.1 公司治理	11
3.2 投资者权益保障	12
3.3 合规经营	13
3.4 反腐败管理	14
3.5 知识产权保护	16

4. 整合营销，责任创意并行

4.1 价值引领责任营销	17
4.2 提供优质营销服务	24
4.3 信息安全与隐私保护	26

5. 诚信合作，生态共育共赢

5.1 推动行业生态发展	28
5.2 践行可持续采购	30

6. 以人为本，培养优秀人才

6.1 保障员工权益	31
6.2 助力员工成长	34
6.3 打造幸福职场	37

7. 贡献社会，守护绿色家园

7.1 打造专业公益平台	40
7.2 加强公益宣传及行动	42
7.3 推进绿色运营	43

ESG 绩效表	44
---------	----

附录	48
----	----

1. 关于华扬联众

1.1 公司概况

华扬联众数字技术股份有限公司（以下简称“华扬联众”“公司”或“我们”）成立于 1994 年，总部设在北京，于上海、广州、深圳、香港等城市设立有多个分公司或子公司，亦先后在首尔、洛杉矶、纽约、伦敦、巴黎、东京、慕尼黑、米兰设立办公室，拓展海外业务。

作为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方传播代理服务独家供应商，华扬联众所占市场份额及营业规模均处于行业前列，还曾多次荣膺国内、国际营销及创意大赛的诸项殊荣，并两次选送代表担任戛纳国际创意节的评审。秉承着“合作共赢、科技利人、高效行动力”的价值观，华扬联众将一如既往引领行业在创新中不断前行。

公司简介	
公司名称	华扬联众数字技术股份有限公司
英文名称	Hylink Digital Solutions Co.,Ltd.
上市代码	603825
成立时间	1994 年
公司运营地	总部设在北京，于上海、广州、深圳、香港等城市设立有多个分公司或子公司，于首尔、洛杉矶、纽约、伦敦、巴黎、东京、慕尼黑、米兰设立办公室



营业总收入

85.04 亿元



员工总数

2,253 人

1.2 业务布局与发展

华扬联众是国内首家以驱动增长为核心、整合全域及全链路数字化经营能力的信息科技集团，旗下整合了新营销服务、新 IP、新技术、新零售四大优势业务板块，并形成了高效联动、以商业数据赋能全渠道营销的闭环，助力商业伙伴在快速变化的竞争环境中实现价值最大化，以商业力量创造美好生活。

/ 四大核心业务领域 /



/ 公司资源布局 /

新营销服务



新零售运营



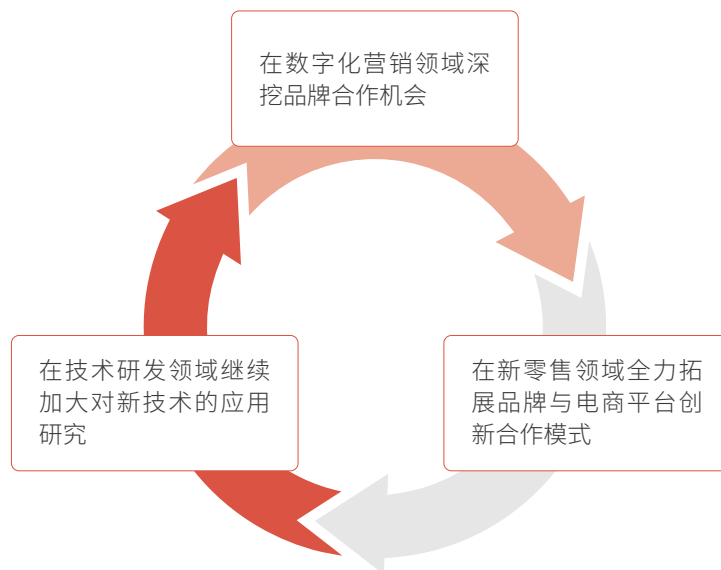
新 IP 创制



新技术应用



作为一家自 2000 年初就开始转型专业从事数字营销服务的企业，公司一直致力于为品牌客户提供全方位、个性化的数字营销服务，从提升品牌的大众知名度、用户口碑到产品销售额和市场份额，公司始终坚持以服务品质为核心，以客户需求为导向，以创新为驱动力，赢得了大量客户和媒体行业的广泛赞誉。对于未来的发展，公司将持续在数字化营销、技术研发、新零售等领域发力，进一步夯实公司在互联网营销领域的头部地位，探索行业升级新模型。



在数字化营销 领域深挖品牌 合作机会

- 全力做好帮助合作品牌实现数字化转型，增强品牌的数字化竞争力和数字营销能力，并且通过在客户与数字化媒体中的良好口碑吸引更多的商业合作机会
- 在品牌营销上，积累大量服务经验，知悉品牌的数字化营销策略、数字化形象建设，增强品牌形象的数字化可识别性和可信度，提高品牌的口碑知名度和用户忠诚度
- 在品牌运营上，加强供应链管理方面的运营管理，希望和头部电商平台提供专业化资源补充合作，从而为客户的品牌数字化提供更强有力的销售保障

在技术研发领域 继续加大对新技 术的应用研究

- 结合新一代人工智能技术平台迭代更新公司现有 MADE、DCD、星运等创新营销管理工具，以客户需求为原点，提供更高质量的数字资产制作、运营和安全保障，根据应用场景，提供不同的产品形态和创新运用解决方案，帮助客户实现全新数字化转型、数字资产价值的持续增长
- 基于目前对医疗、教育、数字藏品等创新应用场景的率先探索，进一步为垂直行业合作伙伴赋能

在新零售领域 全力拓展品牌 与电商平台创 新合作模式

- 继续依托在海南自贸岛的业务规划布局，推进海外本土化营销全流程服务、协助跨境电商合作方完成产销平台直供和相关供应链搭建，助力跨境电商产业生态蓬勃发展
- 利用公司海外办公室的信息优势合本土化服务优势，为海外品牌产品链接与中国跨境电商平台的合作，进而获取联合推广或者产品营销等合作方式，提升品牌在中国市场的知名度和市场占有率



1.3 公司荣誉

2022 年，公司保持稳健发展，积极践行企业社会责任，获得多项奖项及荣誉，并加入多家行业协会组织，在其中担任相关职务或获得相关资质认证，受到政府、媒体、行业机构及合作伙伴的充分肯定。

/ 公司 2022 年获得的主要奖项及荣誉（节选） /

奖项及荣誉名称	授予单位
可持续发展评级 - 银奖	EcoVadis
CDP 气候变化问卷管理级别 B- 等级	全球环境信息研究中心 (CDP)
中国冰雪大扩列 - 十六届银鸽奖	中共上海市委对外宣传办公室
北京企业 100 强	北京企业联合会
北京民营企业百强	北京市工商业联合会
2022 年 4A 杰出贡献奖	中国商务广告协会
2021-2022 年度优秀数字营销策划与代理机构	中国商务广告协会数字营销专业委员会
2022 元宇宙荣誉证书	中国移动通信联合会元宇宙产业委员会
2022 金投赏商业创意奖 (年度最佳本土传播集团、全场大奖、2 金、2 银、4 铜)	第 15 届金投赏国际创意节
2022 互动创意奖 & 媒介营销奖 (5 金、7 银、4 铜)	第 29 届中国国际广告节
2022 上海国际广告奖 (1 金、1 银、10 铜)	2022 上海国际广告节
2022 艾菲汽车奖 (1 金、1 银、4 铜)	大中华区艾菲
2022 艾菲效果营销奖 (1 金)	
2022 艾菲奖最具实效代理公司网络 NO.3	
2022 金瞳奖 (1 金、3 银、6 铜)	广告门
2022 广告门年度全案服务 TOP15	
2022 巨量引擎经赢奖、生态经营大奖	巨量引擎
2022 年磁力引擎优秀合作伙伴、年度十佳榜样合作伙伴	磁力引擎
第九届媒介 360 营销传播奖 (6 金、5 银、4 铜)	媒介 360
阿里妈妈 “全域六星合作伙伴”	阿里妈妈
百度 “五星代理商”	百度
腾讯 RACE 全域营效首批深度合作伙	腾讯广告
京易投 - 新锐突破奖	京东
微博 2022 年度整合营销代理商	新浪微博



EcoVadis 可持续发展评级银奖



北京民营企业百强



北京民营企业文化产业百强



2022 年 4A 杰出贡献奖



2021-2022 年度优秀数字营销策划与代理机构



2022 金投赏年度最佳本土传播集团



2022 互动创意奖 & 媒介营销奖金奖



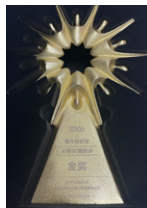
2022 上海国际广告奖金奖



2022 艾菲汽车奖金奖



2022 金瞳奖金奖



第九届媒介 360 营销传播奖金奖



阿里妈妈“全域六星合作伙伴”



百度“五星代理商”



腾讯 RACE 全域营效首批深度合作伙

/ 公司参与的主要行业协会及相关资质认证（节选） /



中国广告协会 - 理事单位



中国商务广告协会数字营销委员会 - 联席理事长单位



邓白氏注册 - 认证企业



中国广告协会“CNAAI”一级广告企业 - 认证企业



中央广播电视总台 2022 年 AAA 级广告代理公司



2023 中国商广协元宇宙营销应用研究院 - 副理事长单位



中国 4A - 副理事长单位

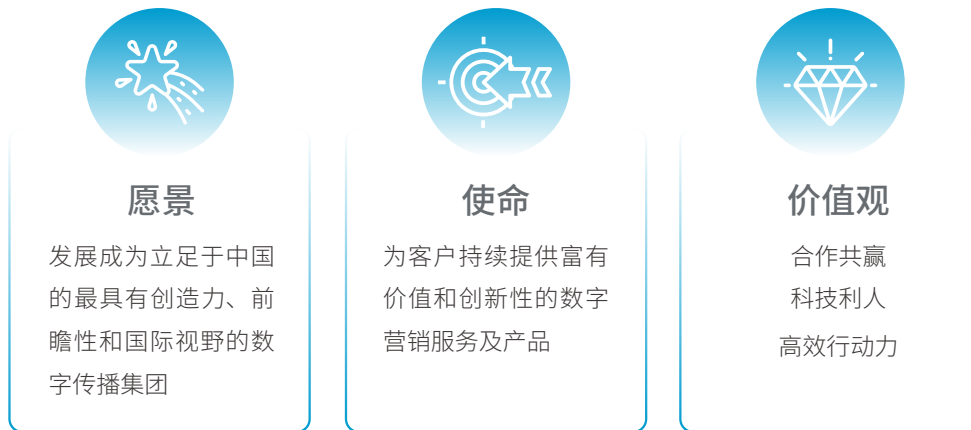


元宇宙产业委员会 - 委员单位

2. ESG 管理

2.1 ESG 理念

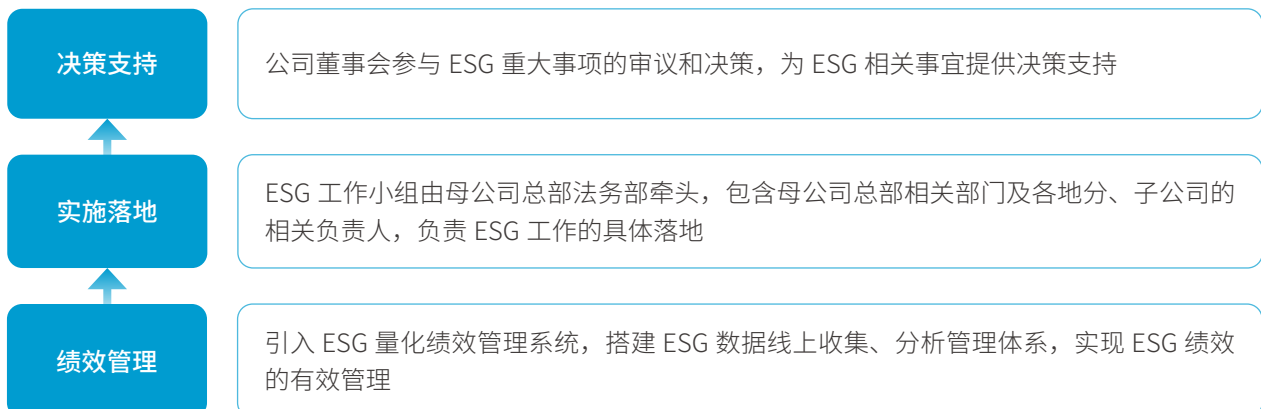
华扬联众坚持“发展成为立足于中国的最具有创造力、前瞻性和国际视野的数字传播集团”的愿景，积极承担对股东、客户、员工、社区、环境的责任，从公司治理、社会、环境三个维度出发，保持稳健的治理与经营，积极创造股东价值；践行责任营销，提供优质的营销服务，营造幸福的职场环境，持续推动行业生态发展；提供环境友好的营销产品与服务，努力减少运营产生的环境足迹。



2.2 ESG 管理架构

公司积极识别并管理决策和运营活动所带来的影响，建立 ESG 管理架构，在公司内成立环境、社会及公司治理 (ESG) 工作小组，由工作小组协调 ESG 管理、沟通与信息披露工作，并建立长效的 ESG 管理机制，保障 ESG 工作的持续、有效开展，为各利益相关方创造价值。

/ 公司 ESG 管理架构 /



2.3 利益相关方沟通

公司重视与利益相关方的沟通，关心利益相关方的诉求与期望，与利益相关方建立有效的沟通机制。2022 年，公司根据自身业务和运营实际，识别关键利益相关方及其关注的议题，并在日常管理和运营实践中予以积极回应。

关键利益相关方	关注的议题	沟通与回应
股东和投资者	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理 • 投资者权益保障 • 反腐败管理 • 知识产权保护 	<ul style="list-style-type: none"> • 完善公司治理 • 信息披露 • 投资者关系管理 • 中小投资者权益保护 • 落实反腐败管理 • 知识产权管理
政府和监管机构	<ul style="list-style-type: none"> • 合规运营 • 反腐败管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 合规管理 • 内控管理 • 反腐败管理
客户	<ul style="list-style-type: none"> • 优质产品与服务 • 负责任营销 • 信息安全与隐私保护 • 知识产权保护 	<ul style="list-style-type: none"> • 提供优质营销产品和服务 • 开展负责任营销 • 保护信息安全与客户隐私 • 开展知识产权管理
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> • 负责任营销 • 供应链管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 参加行业会议 • 开展商业合作 • 践行可持续采购
员工	<ul style="list-style-type: none"> • 员工权益及福利 • 员工培训及发展 • 员工健康和安 	<ul style="list-style-type: none"> • 保障员工权益 • 提供员工福利 • 提供员工培训 • 畅通员工发展通道
社区和公众	<ul style="list-style-type: none"> • 公益慈善与志愿服务 • 绿色运营 	<ul style="list-style-type: none"> • 开展公益慈善项目 • 组织和参与志愿活动 • 绿色办公 • 绿色理念宣导

2.4 实质性议题分析

实质性议题是 ESG 管理与信息披露的基础和抓手。2022 年，公司结合上海证券交易所（以下简称“上交所”）信息披露要求、最新政策要求、行业关注和公司实际运营情况，分析形成公司实质性议题清单，并对各项 ESG 议题的重要性进行排序，在 ESG 报告中对中高实质性议题进行重点披露。

/ 实质性议题分析流程 /



/ 实质性议题矩阵 /



2.5 助力可持续发展目标 (SDGs)

联合国可持续发展目标 (SDGs) 致力于通过协同行动消除贫困, 保护地球并确保人类享有和平与繁荣, 是人类命运共同体构建下的全球共识, 也是全世界携手并进的战略目标。公司积极推进 ESG 管理与实践, 为可持续发展目标的实现贡献华扬力量。

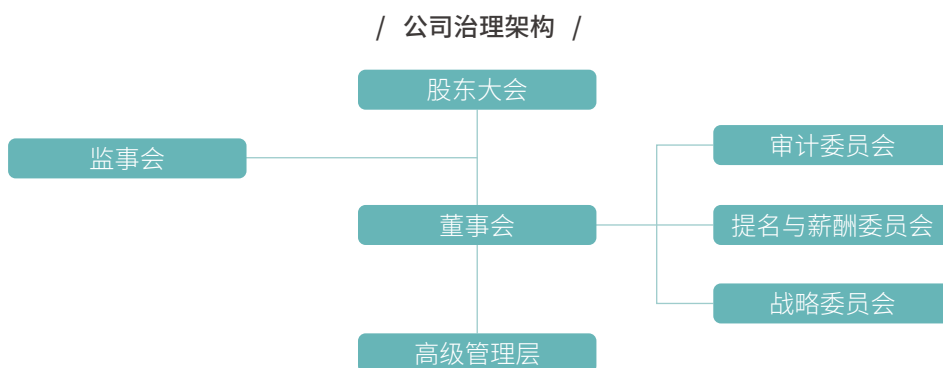
我们的行动	联合国可持续发展目标
<ul style="list-style-type: none"> 建立健全员工健康安全管理体系, 为员工提供安全、健康、和谐的工作环境, 保障员工的身心健康 组织开展“EYE 明天—儿童护眼行动”, 为全国困难家庭的患病儿童提供医疗救助 	 <p>3 良好健康与福祉</p>
<ul style="list-style-type: none"> 为员工提供通用能力、业务能力、管理能力等多方面培训课程, 赋能员工全面发展, 助力员工成长 开展“Artlink 艺术花园远程公益教育项目”“Love Garden 爱心花园青海玉树利民学校助学项目”公益活动, 支持中国边远地区的中小学教育 	 <p>4 优质教育</p>
<ul style="list-style-type: none"> 为女性员工提供公平、公正的就业及发展机会 建立母婴室, 为女性员工提供舒适、人性化工作环境 开展反歧视与反性骚扰主题培训活动, 持续推进职场平等建设 	 <p>5 性别平等</p>
<ul style="list-style-type: none"> 坚持公平用工, 确保员工不因其年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况或残疾等非工作因素受到歧视或差别待遇 做好员工雇佣管理, 杜绝强迫劳动及童工 为员工提供平等、多元化、包容的工作环境, 定期开展薪资统计, 追踪工资平等情况, 促进同工同酬 	 <p>8 体面工作和经济增长</p>
<ul style="list-style-type: none"> 坚持公平用工, 确保员工不因其年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况或残疾等非工作因素受到歧视或差别待遇 以创新的理念和方法开展公益慈善事业, 重点关注少年儿童疾病救助与中国边远地区少年儿童美育素养层面的深度诉求 	 <p>10 减少不平等</p>
<ul style="list-style-type: none"> 开展绿色运营, 落实废弃物回收, 推行可持续采购 推广绿色营销, 通过环境友好型广告及营销服务方案提供、环境保护公益项目倡导等方式, 发挥媒体广告行业的公众传播优势, 助力公众形成环保理念, 促进可持续消费实现 	 <p>12 负责任消费和生产</p>
<ul style="list-style-type: none"> 设立能源管理及碳排放管理目标, 制定相关管理办法及规范 开展多样化节能减排措施, 优先选择 PUE 值较低的第三方托管机房 	 <p>13 气候行动</p>
<ul style="list-style-type: none"> 建立健全 ESG 管理架构, 提升 ESG 管理质量和效能 重视商业道德管理, 建立反腐败管理相关内部管理制度和规范 	 <p>16 和平、正义与强大机构</p>

3. 稳健经营，护航企业发展

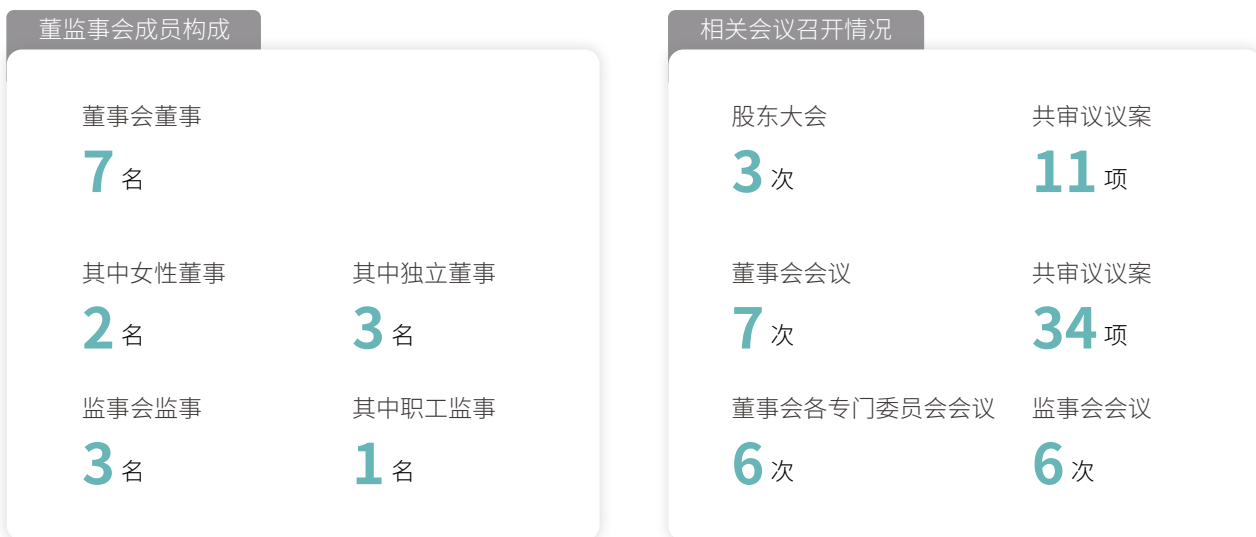
3.1 公司治理

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规和相关规定，制定《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》等制度，对股东大会、董事会及监事会的管理作出明确规定，确保科学决策、稳健经营。

公司依法依规建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调、相互制衡机制。



/ 2022 年董监事会成员构成及相关会议召开情况 /



3.2 投资者权益保障

信息披露

公司严格遵守《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规和相关规定，根据《公司章程》有关规定，制定《信息披露管理制度》，真实、准确、完整、及时地披露有关信息，切实保障投资者的知情权。

公司指定董事会秘书负责信息披露工作，认真对待股东和投资者来电咨询，确保所有股东和投资者公平、及时地获取公司应披露的信息。投资者可以通过上海证券交易所网站及《上海证券报》《中国证券报》《证券日报》《证券时报》等信息披露相关报刊获取相关信息。

公司在信息披露方面实施多人员编制、复核和审查机制，确保公告内容的真实性、准确性和完整性，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。报告期内，公司共发布定期报告 4 份、临时公告 40 份。公司在上交所主板上市公司信息披露工作评价（2021-2022）中获评 B 类。

投资者沟通

公司严格遵守《公司法》《证券法》《上市公司与投资者关系工作指引》等法律法规及监管规定，根据《公司章程》有关规定，制定《投资者关系管理办法》，积极开展投资者沟通，听取投资者对公司经营发展的意见和建议，增进投资者对公司的了解和认同。

/ 投资者沟通主要渠道及 2022 年沟通情况 /



股东大会

股东大会是公司和投资者面对面沟通交流的重要途径，是投资者了解公司、公司接收投资者意见和建议的重要渠道之一。2022 年，公司召开股东大会 3 次



业绩说明会

业绩说明会是公司和投资者沟通交流的重要机制，能够帮助投资者特别是中小投资者快速、准确、全面地了解公司发展情况。2022 年，公司召开业绩说明会 1 次



官网、邮箱及电话

公司官网（www.hylink.com）有助于投资者了解公司的最新动态，邮箱（investors@hylinkad.com）及电话（010-65648122）是公司与投资者开展一对一沟通的重要渠道。2022 年，公司通过邮箱及电话接受投资者沟通超过 200 次



上交所 e 互动平台

上交所 e 互动平台是公司与投资者开展沟通交流的专业平台。2022 年，公司在该平台回复投资者问题 24 条

中小投资者权益保护

公司严格遵守《公司法》《证券法》《上市公司关联交易实施指引》等法律法规和相关规定，根据《公司章程》有关规定，制定《关联交易管理办法》《对外担保管理办法》《对外投资管理办法》《信息披露管理制度》《募集资金使用管理办法》《投资者关系管理办法》等制度规定，通过规范关联交易行为、加强与中小投资者沟通交流、实行现金分红等措施，保护中小投资者的合法权益。

此外，公司重视债权人权益保障，公司到期债券均足额兑付本息，未到期的其他债券均按时足额付息。报告期内，公司在关联交易、重大对外投资和对外担保方面不存在违法违规和损害中小股东利益的情况。

3.3 合规经营

合规经营是公司持久、健康发展的基石。公司严格遵守《中华人民共和国审计法》《企业内部控制评价指引》《企业内部控制基本规范》《上市公司治理准则》等法律法规和相关规定，建立健全公司“三道防线”内部控制管理体系，制定《内部审计制度》等内部控制规范，并通过推进业务合规管理、开展专项合规审计、组织内部合规培训等举措，做好内部控制管理工作，不断提高公司的抗风险能力和市场竞争力，切实防范经营风险，提高经营管理水平。

报告期内，公司未发生欺诈、洗钱、利益冲突、不正当竞争等方面违规事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

/ “三道防线” 内部控制管理体系 /



公司依据内部控制相关规范，定期开展内部审计、内部控制体系评价及审查等工作，以确保公司各项内控制度及流程得到有效执行。2022年，公司对公司治理、人力资源管理、合同管理、电子章管理、供应商管理、采购管理、反腐败管理、社会责任管理、信息安全管理等方面内控运行情况进行审查与评估，公司在财务报告和财务报告上不存在重大缺陷。

公司不断深化业务部门和公司员工风险防范意识，压实内部控制的第一道防线。2022年，公司面向员工开展合同草拟、合同审查等主题培训活动，加强员工法律意识，培养员工法律素养，提高公司依法合规经营管理水平。

在业务合规管理方面，公司始终高度重视营销服务等业务的合规性，严格遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《互联网信息服务管理办法》等法律法规及相关规定，制定《广告服务质量管理规定》《商业行为准则》等管理制度，并定期针对业务人员开展业务合规主题线上培训活动，坚守合规经营底线。

3.4 反腐败管理

公司重视商业道德管理，坚决反对任何形式的贪污腐败和商业贿赂行为，严格遵守《公司法》《禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规和相关规定，持续推进反腐败管理工作，加强相关组织建设及制度建设，建立具有自身特色的反腐败管理体系。

组织建设

设立反腐败合规工作小组，由公司高级管理层、内审部门、法务部门相关人员组成，主要职责包括：

- 制定并定期更新公司反腐败合规相关制度
- 统筹规划公司反腐败合规培训与宣导活动
- 组织相关事件调查与处理等

制度建设

- 制定《商业行为准则》，进一步明确公司在反商业欺诈、反贪污腐败、反不正当竞争、反洗钱和避免利益冲突等基本商业道德行为中的原则及承诺
- 制定《反腐败合规管理办法》，加强反腐败合规控制的规范化和制度化建设，明确反腐败举报及处理程序，相关方可通过反腐败投诉举报邮箱（hyjb@hylinkad.com）进行匿名或实名举报
- 制定《业务招待及礼品采购审批与报销程序》等管理制度，针对业务招待及礼品采购，建立“事前审批，事后报销核实”机制，防止相关敏感交易滋生贪污腐败

基于完善的反腐败管理体系，公司积极落实反腐败相关行动措施，通过开展反腐败合规培训与宣导、第三方反腐败合规审查、内部风险识别与风险评估等，防止贪污腐败、权力滥用的违法犯罪行为。报告期内，公司未发生贪污、贿赂事件，也未有相关事项引起的诉讼案件发生。

公司落实反腐败管理主要举措

开展反腐败合规培训与宣导

- 在新员工入职时对其开展反腐败合规意识培训
- 针对易滋生腐败行为的岗位员工开展不定期反腐败合规专题培训
- 通过线上和线下方式，定期向公司管理人员与员工开展反腐败合规宣导，持续加强公司员工反腐败意识建设

开展风险识别与风险评估

- 开展内部风险识别与风险评估，充分识别公司重点风险岗位与风险事件，提前布局并重点管控腐败合规风险集中的领域和环节

开展体系审计与监督

- 定期审核评估公司反腐败合规管理体系，并针对审计结果开展纠正行动

开展第三方反腐败合规审查

- 将第三方纳入公司反腐败风险管理，面向供应商等第三方开展反腐败尽职调查，提前告知公司反腐败合规政策，并要求其遵守



3.5 知识产权保护

知识产权是公司核心竞争力的重要体现，是公司价值的根本保障。公司秉持尊重他人知识产权、保护自身知识产权的原则，严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等法律法规和相关规定，依法开展知识产权管理工作，在强化自身知识产权内容保护的同时，避免侵犯他人的知识产权。

公司设立专门的知识产权管理团队，负责公司商标、版权和专利的申报、审核、维权和仲裁等工作，并与业务部门、投资部门形成高效联动。公司不断完善知识产权管理流程，明确知识产权申请、审核、使用、维护等全生命周期的管理规定，提高公司知识产权的运用能力，全面提高公司的市场竞争力。

/ 公司知识产权管理流程 /

申请与审核



- 申请：业务部门发起知识产权申请
- 审核：知识产权管理团队开展公司内部的审核与确认

使用



- 档案管理：从申请开始即对知识产权资料开展档案管理，保持线上实时更新状态，并将资料权限开放给业务部门负责人
- 检索管理：每月定时检索商标状态，及时安排对应的工作程序或维权措施；聘请第三方专业机构协助开展定期或不定期的商标查重工作，进一步加强知识产权管理
- 人员管理：通过《员工手册》和《竞业禁止协议》，防范员工侵犯公司知识产权

维护



- 内部沟通：当出现商标争议案件时，知识产权管理团队第一时间与业务部门开展充分沟通，确认是否进行维权
- 仲裁诉讼：根据内部沟通结果实施维权措施，保护公司知识产权

报告期内，公司申请并获得多项知识产权授权。

商标权 —— 申请 59 件，核准 71 件（含 2020-2022 年度申请）

版权 —— 申请 55 件，核准 53 件

软件著作权 —— 申请 14 件，授权 6 件

发明专利 —— 授权 3 件



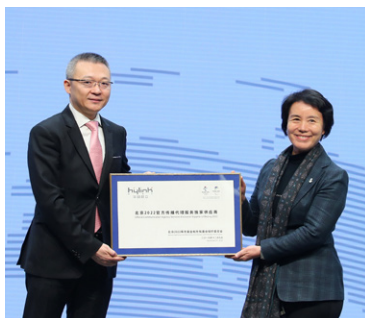
4. 整合营销，责任创意并行

4.1 价值引领责任营销

传播冬奥之音

2022年北京冬奥会是全球综合性体育盛会，其成功举办有利于展示中国致力于推动构建人类命运共同体，以及阳光、富强、开放的良好形象，增进各国人民对中国的了解和认识，充分彰显民族自信心和自强感。

公司是北京2022年冬奥会和冬残奥会官方传播代理服务独家供应商和国际公共关系服务商，全力支持冬奥境内外推广、宣传活动，为呈现一届“简约、安全、精彩”的冬奥盛会贡献力量。公司于2022年3月和4月分别收到来自北京冬奥组委开闭幕式工作部、国家体育场运行团队、北京冬奥组委新闻宣传部的感谢信，其充分认可了公司为北京冬奥组委提供的专业国际公共关系咨询与新闻传播服务。



公司获得“北京2022官方传播代理服务独家供应商”



公司冬奥团队



公司获得北京冬奥相关组织感谢信

助力传播冬奥之音，彰显大国风范

公司为 2022 北京冬奥会和冬残奥会提供了官方传播视频策划与制作，官方社交媒体运营服务与管理，国际舆情数据分析与研判，新闻发布支持、官方传播、国际奥组委沟通与协调、危机研判与处置等方面的专业服务。

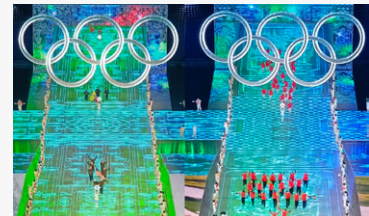
- 公司策划执行“相约北京 2022”推广活动，同时在多个社交平台推出“夏奥遇见冬奥”系列海报与视频广告，让全世界聚焦北京。
- 公司开幕式制作团队付出了整整 6 个月的努力，为运动员出场环节制作了全程的裸眼 3D 即视感背景视频，他们如同数字时代的匠人，将匠心融入科技、嵌入经典，为“中国式浪漫”做注脚。
- 公司协助北京冬奥组委，全力参与“我是火炬网络护跑手”网络宣传推广活动，从策划端到执行端，提供方案设计、创意制作、传播执行等多维度支持；截至 2022 年 2 月 4 日北京冬奥会正式开启，活动话题全网阅读量突破 6 亿，开创了奥林匹克历史上的先河。
- 由北京冬奥组委新闻宣传部官方出品、公司策划制作的《双奥之城·城市之光》冬奥会主办城市系列宣传短视频在境内外同步发布。截至 2022 年 3 月 13 日北京冬奥会与冬残奥会正式落幕，该活动被中央及地方媒体、商业网站、名人大 V 等连续报道、转发超过 1.6 万篇，微博话题累计阅读量超过 16.1 亿。
- 由北京冬奥组委新闻宣传部与公司联合出品的《2022 冬奥青年说》探访类视频节目，于 2022 年 1 月在国家级新媒体平台央视频正式播出。主持人央视记者王冰冰与奥运名将一起参观冬奥场馆、体验冰雪文化，全方位释放冬奥魅力。
- 联合上美影、国家体育总局制作动画短片《中国冰雪大扩列》，葫芦娃、孙悟空、雪孩儿等经典国漫形象助力冰雪，微博话题阅读量单日超 1 亿，登顶热搜。



“双奥之城”系列短片



主题宣传片《汇聚热爱，一起出发》



冬奥 3D 裸眼视觉跑道



冰雪大扩列



“我是火炬手网络护跑”活动



冬奥青年说

支持中小企业发展

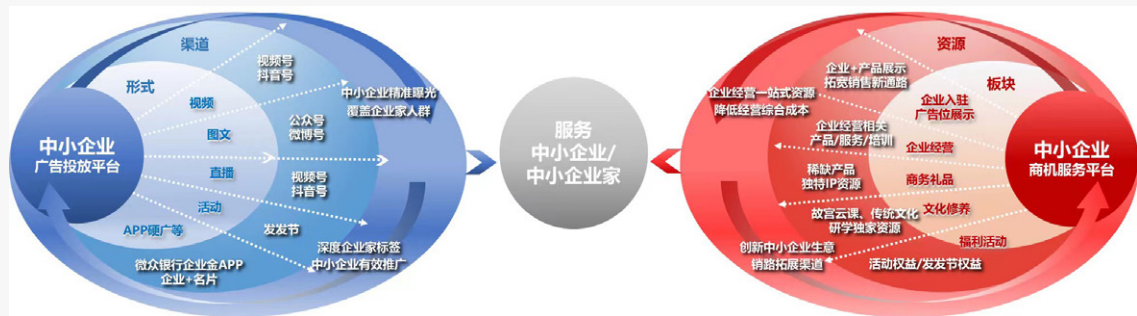
中小企业是我国经济发展的重要生力军，在推动发展、解决就业中发挥着重要作用。在当代经济社会背景下，产品竞争逐渐发展到品牌竞争，由于缺乏品牌影响力，中小企业通常面临较大的市场竞争压力。

公司在落实服务大型企业客户的同时，为中小企业提供品牌战略咨询与落地、数字营销与技术、数字化运营与发展等系列营销服务，助力提升中小企业数字化营销能力和品牌建设，积极支持中小企业发展。

联合“微众银行微众企业+”，携手助力中小企业数字化转型

2022年，公司与“微众银行微众企业+”达成商业化战略合作。双方整合各自在科技、营销、媒介、品牌等多方面优势资源，组建专业专属团队，共同搭建精准服务中小企业的商业广告投放与商机服务两大平台，为4,800万中国中小企业经营与发展开发创新数字营销服务，帮助中小企业提质增效、快速成长，促进中小企业实现高质量数字化转型。

本次战略合作是公司开展“中国中小企业品牌工程”的一次有力实践，公司将联合国内外知名品牌评选机构、各大品牌合作方、IP资源等，为提升中国中小企业品牌化和数字化而服务。



助力民族企业“走出去”

十四五规划明确提出“要加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”，中国企业“走出去”对于落实国内国际双循环的新发展格局、助力高质量发展意义重大。

公司充分发挥在数字科技和营销领域的优势，为民族企业提供品牌策略、独立网站建设、数字广告投放、用户运营、网站转化优化等综合营销服务，有效提升中国企业在差异化市场中的适应力与竞争力，支持民族企业真正“走出去”，助力企业海外传播与获得认可。

与深跨协达成战略合作，支持产业供应链多元化平台建设

2022年11月，公司在上海第五届中国国际进口博览会与深圳市跨境电子商务协会（以下简称“深跨协”）就海外本土化营销全流程服务、跨境产业供应链及营销多维度平台的搭建达成战略合作，共同推动跨境电商产业的健康快速发展，完善跨境产业链生态平衡，助力中国跨境电商企业发展。

在战略合作中，公司将基于公司丰富的海外媒体资源、出色的技术与运营团队、领先的策略规划与创新能力，为中国出海企业解决海外营销、运营的难题。此次战略合作的达成，是公司深化企业社会责任、助力民族企业发展的有力实践。



战略合作签约现场

弘扬中国传统文化

2022年，工业和信息化部、教育部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家体育总局联合印发《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022-2026年）》，明确提出“以虚拟现实新业态推动文化经济新消费，为制造强国、网络强国、文化强国和数字中国建设提供有力支撑”。

公司不断创新实践，积极探索将区块链、数字画作、数字视听、全景影像、虚拟现实、混合现实等新兴技术手段整合应用到中华优秀传统文化传播中，以数字藏品、数字博物馆等新兴文化传统形式，打造了沉浸式历史文艺作品，助力传统文化开启全新数字文化传播生态，为传统文化的传播打破时间、地域、代际的壁垒，以更快、更广、更精准、更生动的方式传播提供支持，真正做到“讲好中国故事，传播历史文化”。

助力故宫博物院藏品数字化，共同弘扬传承中华之美

2021年底，公司携手故宫博物院故宫学校启动“故宫学校在线教育项目”，并推出中国文博文史深度在线学习平台“故宫云课”APP。项目以故宫博物院藏品为依托，联合故宫博物院文物研究专家，打造了包含中国书画、器物、古建、宫廷生活等八大门类视听课程，为社会大众提供专业、系统的文物藏品讲解。

同时，为了进一步激励大众对传统文化学习的积极性及长期粘性，传承优秀传统文化，推出第一期“故宫云课学习激励数字徽章-中国二十四节气”系列，数字徽章设计将故宫博物院馆藏文物部分实物元素融合全新二创设计的节气物候动物主形象，让现代设计与传统文化碰撞，打造数字藏品全新文化形态，具备艺术价值的同时，被重新赋予更多文化价值。

该项目用数字化科技赋能传统优秀文化传播，打造了中国文博文史深度在线学习平台，开创现代博物馆教育先河，是公司发挥专业优势，助力文化强国建设，共同弘扬传承中华之美的重要实践之一。



“故宫云课”APP页面

联合秦始皇帝陵博物院，以数字科技赋能中国原生文明

2022年，公司作为秦陵博物院文创联合开发单位，联合秦陵博物院以盲盒形式发行首批基于秦始皇兵马俑文物形象二次创作的数字藏品“秦兵马俑之蒹葭潮团”，创意性集结了中国传统文化与当下风潮，全方位再现秦风传统，赋予文创数字藏品在新时代、新形式下被焕活的国潮生命力。

在“中日邦交正常化50周年”的背景下，公司还以《兵马俑与古代中国——秦汉文明的遗产》文物日本巡展为契机，与日本NFT(Non-Fungible Token, 非同质化通行证)平台合作，发行“蒹葭十二士”系列NFT作品，通过创新数字手段，助力秦始皇帝陵博物院的海外文化传播。

该项目以秦陵博物院的丰富馆藏为沃土，以文创数字藏品作为贯穿古今的载体，探索中华传统文化精髓的现代表达，向世界舞台输出优秀文化内容，助力实现中华传统文化与数字文明共生、共繁荣。



“秦兵马俑之蒹葭潮团”人物图

打造“一方玉宙”，以数字科技助力文化强国战略

2022年9月，公司联合凤凰数字科技倾力打造的、基于Web3.0与元宇宙的沉浸式虚拟现实世界“一方玉宙”正式开启内测。“一方玉宙”平台基于《千里江山图》《清明上河图》及多家博物馆文化资源，融合学习体验、展陈互动、知识分享、文化传播、开放探索等全新数字生态，创造虚实融生的古典美学元宇宙体验，以数字科技助力文化强国战略。

“一方玉宙”以北宋王希孟千古名画《千里江山图》为基础，三维重建山水、草木、画舫、廊桥等场景细节，打造沉浸式的青绿山水画境，让用户真切感受到中国传统文化之美。同时，通过WEB3.0的虚拟现实共创，“一方玉宙”将鼓励用户和第三方参与虚拟现实世界中的内容共建，挖掘用户创造力，以智能合约共建开放宇宙，带动元宇宙内容建设与经济体系的良性运转。

该项目运用当下年轻人感兴趣的创新技术应用和交互体验，激活其对于中国传统文化的兴趣、学习、共建以及传播，以数字科技助力文化强国战略。



“一方玉宙”页面

携手三星堆博物馆，为千年文物注入数字时代新活力

公司携手三星堆博物馆，打造数字化时代下的文创新模式，让沉睡千年的文物获得新血液，焕发新活力。在数字文创产品的创制过程中，抛开简单的文物复刻模式，挖掘三星堆文物背后的故事，为文物加入世界观与人设，助力博物馆数字内容的IP化运营和永续开发。

推广绿色营销

保护生态环境、应对气候变化，是全人类的共同责任。我国已于2020年提出“双碳”目标，承诺力争于2030年前实现碳达峰、努力争取2060年前实现碳中和。

公司积极承担社会责任，将绿色可持续理念融入公司的产品及服务中，通过服务过程中营销方案环境影响的及时传达、环境友好型广告及营销服务方案提供、环境保护公益项目倡导等方式，发挥媒体广告行业的公众传播优势，助力公众形成环保理念，促进可持续消费实现。

助力海蓝之谜“源起蔚蓝共生共愈”公益项目

公司致力于发挥媒体广告行业传播优势，助力绿色可持续理念传播。2021年，公司为海蓝之谜“源起蔚蓝共生共愈”公益项目提供营销助力，积极传播海洋保护理念，加强消费者对海洋保护的认知。

- **敏锐洞察，激发共鸣：**结合品牌全球海洋减塑三年计划，针对大众因健康安全问题难以出行旅游的洞察，借助线上直播“云看海”，加强消费者的情感共鸣。
- **科技赋能，公益向善：**联手两大超级社交平台腾讯微信与腾讯QQ，利用平台科技和资源优势，打造深度互动，最大化传播效益。借助“蔚蓝心动·中国海岸线云旅”视频号直播，联动“蔚蓝行动·修护海岸线”线上互动，加强消费者对海洋保护的认知，并呼吁大家捐赠步数，携手保护海洋。
- **深度互动，社交裂变：**微信和QQ小程序以3D模拟建模呈现中国四大海域，邀请消费者选择自己喜欢的中国海岸线去守护，激发年轻用户的参与热情。
- **全网引爆，全民参与：**全网爆发式推广，微博运营话题合作#守护蔚蓝心动#，抖音发起#守护蔚蓝心动#全民任务，群星参与呼吁守护海洋，掀起全民参与热潮。

该项目在第九届媒介360营销传播奖中荣获“媒介创新奖-社会化媒体-银奖”，是公司践行绿色营销的一次重要实践。

携手世界自然基金会，以生命之名，为地球发声

公司致力于用数字科技守护大自然的生灵，通过行业影响力普及环保知识，号召公众用更加科学的方式，保护动物与植物的生存环境。

2020年，公司作为世界自然基金会（WWF）战略公益伙伴，助力WWF开展“地球一小时”公益活动。活动发起云发布会和“地球一小时”线上熄灯仪式直播，通过生灵、海洋、森林等不同话题引发社会参与和讨论，同时联动政府、企业合作伙伴、公众、媒体、奥运冠军和明星等各方集体“为地球发声”。

活动直播当晚观看量超过154.4万，微博话题引发544万讨论、14.7亿阅读，线上媒体新闻稿件超过515篇，帮助提高社会公众的环保意识，助力守护绿色家园。



华扬联众创始人、董事长苏同参加活动



4.2 提供优质营销服务

聚力智能营销

数字技术创新驱动数字经济蓬勃发展，带动广告营销产业全面实施数字化转型升级，促进广告营销产业跨越式发展。

公司自创立以来，一直坚持以技术为业务的核心驱动，持续推动自身数字信息技术研发，落地多个具有华扬特色的产品化应用，深度推动公司策略、创意、服务等能力与数据、技术能力的有机融合，助力提升整合营销服务质效。

公司现已在上海、北京、重庆、南京设立 4 个研发中心，聚焦数据智能化、数据图谱、机器学习、数据挖掘、语义情感分析、区块链应用等技术研发及营销场景应用开发。2022 年，公司智能营销技术研发与创新相关投入金额总计 26,456.77 万元。

/ 华扬联众智能营销系统及平台矩阵（部分） /



/ 2022 年度智能营销主要实践及成果 /



此外,在利用数字技术开展整合营销服务中,公司积极关注数字人、数字藏品、元宇宙等新兴领域中的研发伦理风险,严格遵守国际、国内相关法律法规和科学伦理规范,加强研发相关活动的自我约束与自我管理,自觉开展自我审查,不从事违背伦理道德的人工智能研发,报告期内未发生研发相关违规事件。

优化客户服务

公司坚持以“为客户持续提供富有价值和创新性的数字营销服务及产品”为使命,通过组建专业客户服务团队,制定客户服务相关规范,不断强化客户服务从业人员服务意识,优化客户服务方式方法,认真做好客户服务及需求跟踪反馈工作,提升客户服务质效,提高客户满意度。

公司已经组建一支专业的客服团队为客户提供全流程服务,在服务前、服务中、服务后环节与客户保持流畅沟通,积极协调、处理客户的需求及相关反馈。此外,公司制定《与顾客有关过程控制程序》等内部制度规范,对客户沟通与服务、客户要求识别、客户满意度调查分析等方面作出明确规定,进一步夯实客户服务的制度基础及组织基础。

同时,公司注重客户服务人员专业素养和业务技能的提升,通过完善相关工作制度及流程,组织专项培训等方式,持续强化客服人员及相关业务人员的客户服务意识及服务能力。

在客户满意度调查方面,公司建立了全面、完善的客户满意度调查体系,通过客户日常反馈、客户回访、发放《顾客满意度调查表》等途径调查客户满意度,形成年度《客户满意度分析报告》,并及时将客户评价结果反馈至相关部门予以改善。



4.3 信息安全与隐私保护

作为数字营销服务提供商，公司高度重视信息安全与隐私保护，严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规及相关规定，建立健全覆盖公司经营范围（包括分公司及子公司）的信息安全管理体系，设立信息安全领导小组，制定一系列信息安全管理制度，并推进开展多项措施，切实保障信息安全和用户隐私。

2022 年，公司未发现违反客户隐私或遗失客户资料的事件或接获经证实的相关投诉。

- 公司通过 **ISO27001 信息安全管理体系** 和 **ISO20000 信息技术服务管理体系** 认证，并取得相应证书
- 公司获得 **国家信息安全等级保护三级认证**

 制度建设	<ul style="list-style-type: none"> • 将“信息安全与隐私保护”纳入公司《商业行为准则》，明确要求对所有客户信息绝对保密，禁止在电梯、饭店等公共场合谈论机密信息，在电梯中携带媒介计划演示时需加封套，做好机密材料保密工作 • 制定《信息安全总体方针和安全策略》《信息安全制度》《安全事件管理制度》《软件产品安全测试规范》，明确公司运营、研发等环节的信息安全管理原则、信息安全保障框架及目标、信息安全策略、信息安全事件处理原则及方式措施、软件产品安全测试的流程和方案、漏洞扫描和修复验证流程等
 组织建设	<ul style="list-style-type: none"> • 设立信息安全领导小组，负责对公司信息安全建设工作提供方向性和原则性的指导与建议、制定人员安全技能和安全意识培训规划、协调信息安全建设相关资源部署等相关工作
 信息安全举报	<ul style="list-style-type: none"> • 设立投诉邮箱：hyjb@hylinkad.com • 明确违反信息安全事件的处理程序，并做好举报人保护，严禁任何对举报人打击报复行为发生

/ 公司信息安全保障主要实践 /


加强信息使用管理

- 在 FlexBI 等营销平台使用界面中，公开《第三方数据收集及使用声明》，明确公司处理、共享和保留第三方数据的方式，获取用户同意后对相关数据进行获取与处理
- 制定《外部信息使用时间表》，分级分类管理外部信息，明确各类信息的储存、使用规定，记录和监督外部信息使用情况
- 建立健全数据信息使用内部控制程序，明确规定特定信息的访问权限及使用规定，非相关人员需通过访问程序申请，经批准后方可查看使用
- 要求重点岗位员工签署保密协议，落实保护公司运作、行为与商务往来信息的机密性
- 与相关合作方签订《信息安全保护协议》《保密协议》，并在合作过程中，定期向合作方开展安全审计，确保合作方遵守相关协议要求


加强信息安全漏洞管理

- 进一步完善信息安全事件响应程序，及时发现、应对和限制信息安全漏洞的影响，并通过安装网络监测系统等措施预防漏洞
- 对信息安全漏洞控制程序进行年度审核，形成信息安全漏洞控制程序及漏洞扫描报告，提高公司产品安全，保证服务器数据信息安全


开展信息安全风险评估

- 开展覆盖各子公司的年度信息安全风险评估，确保公司信息安全管理制度的有效实施与落实
- 在北京冬奥会项目中，接受外部第三方机构开展信息安全风险评估，并开展全面的网络安全修复、整改与升级工作


组织信息安全培训

- 定期为员工开展信息安全及隐私保护主题培训，组织开展“运维/开发安全规范”“第三方信息安全监督”等信息安全主题培训，提高员工信息安全意识，让员工掌握正确操作方法
- 在全公司范围内开展网络安全月活动，进一步提升全体员工的网络安全意识和行为，提升公司网络安全管理水平

加强信息安全管理，护航数字营销

公司持续加强数据安全建设，在夯实内部硬件基础和制度规范的同时，积极开展外部合作，致力于全面提高公司的信息安全管理水平。

2022 年，公司与众安保险合作，以“安全、保险、科技”创新模式赋能公司数字营销服务。在合作项目中，众安保险除了为公司提供数据保密、数据安全等风险保障服务外，还为公司提供定期巡检、检测、防护、预警等全流程、持续周期性的网络安全服务，降低网络安全事件发生概率，实现全流程风险保障。

5. 诚信合作，生态共育共赢

5.1 推动行业生态发展

作为业内领先的上市公司，公司积极承担行业责任，在不断促进自身发展的同时，紧紧围绕业务领域和行业关注，积极参与行业交流活动，推动行业人才培养，发布行业研究报告，与行业伙伴建立良好关系的同时，促进行业生态发展。

参与全球数字经济大会，积极分享华扬实践

2022年7月，公司参与由北京市人民政府、国家发展和改革委员会、工业和信息化部、商务部、国家互联网信息办公室、中国科学技术协会主办的2022全球数字经济大会。大会以“启航数字文明——新要素、新规则、新格局”为主题，聚焦绿色创新发展、数字贸易、数据价值化、全球规则治理等热点议题。

在会议中，公司创始人、董事长苏同参与了《全球数字经济发展合作对话 - 启航数字文明》圆桌讨论，分享华扬联众面对WEB3.0时代下行业机遇与挑战的思考与实践。



2022 全球数字经济大会现场

参加全球数商大会，达成《数字资产浦江共识》

2022年11月，公司参加上海市城市数字化转型领导小组办公室指导、上海数据交易所主办的2022全球数商大会。大会以“数联全球，商通未来”为主题，围绕数字经济发展、数据要素流通与交易数据资产化探索等话题展开讨论。

在会议中，公司携手上海数据交易所以及各行各业领袖，达成《数字资产浦江共识》，助力加快推动数字资产创新发展，营造晴朗数据交易生态。



2022 全球数商大会现场图

2022年，公司携手合作伙伴，发布多份研究报告及榜单，帮助行业内外人士了解领域发展前沿和最新动态，引领行业未来发展方向。

/ 公司 2022 年度行业报告发布主要成果 /

助力发布《元宇宙发展研究报告 2.0 版》

2022年1月，公司作为合作单位，助力清华大学开展元宇宙相关研究并发布《元宇宙发展研究报告 2.0 版》。该报告从“元宇宙概念起源、概念与属性、技术与产业链、场景应用、风险点及治理、热点问题、未来展望”七个方面梳理元宇宙的发展历程，帮助读者理解元宇宙相关重要问题。

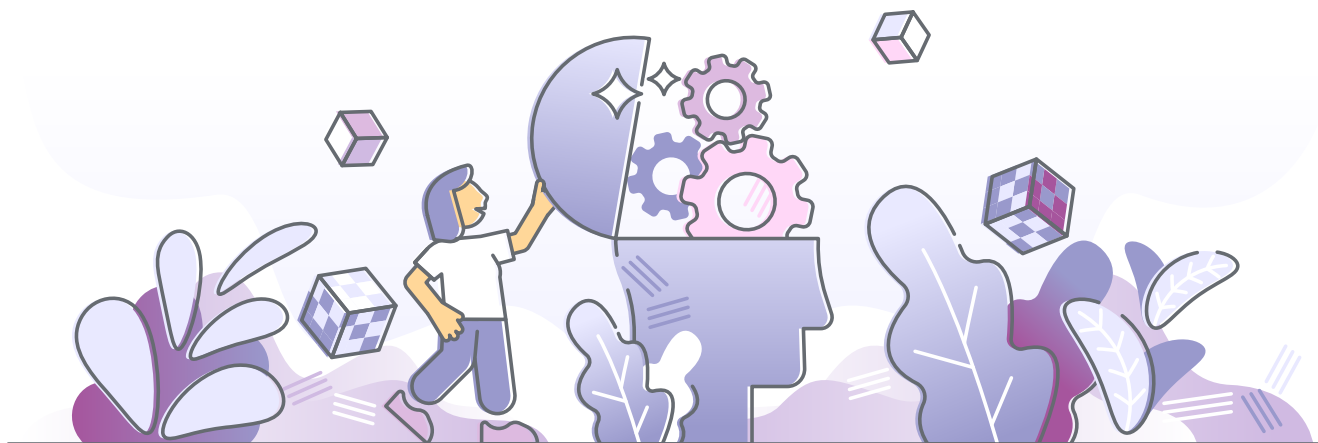
发布品牌数字藏品影响力榜单

2022年，公司联合品牌几何、上海交大教育集团高净值研究院、边界智能、艺数力和恩赋特等机构，发布全国首个品牌数字藏品影响力榜单，并在全年累计发布4季榜单。

榜单从“品牌影响力、数字藏品社交传播力、数字藏品发行口碑、数字藏品发行机制、数字藏品稀有度、发行平台/发行链的影响力”六大维度盘点中国本土经营的数字藏品案例，反映数字藏品最新趋势。

联合小红书发布《小红书 IDEA 灵感营销深度解读报告》

2022年，公司携手小红书聚焦“如何在挑战重重的后种草时代，为品牌释放全链路营销创新价值和持续增长力”课题，开启了系列内容的共研共创，于9月联合发布第一期研究成果《点燃营销灵感共创美好生活——小红书 IDEA 灵感营销深度解读报告》，希望能够启迪品牌方的营销灵感，帮助品牌充分释放全链路营销创新价值，并通过长线经营收获持续增长力。



5.2 践行可持续采购

公司供应商类别主要包括媒体渠道、营销服务等业务相关供应商及办公用品、设施设备等办公运营相关供应商。公司在管理自身环境和社会风险的同时，亦关注来自供应链合作伙伴的潜在风险，积极践行可持续采购。秉承“合作共赢、科技利人、高效行动力”的价值观，公司不断加强可持续采购理念，通过制度约束和日常管理，降低供应链的环境和社会责任风险。

2022年，公司进一步落实可持续采购政策，制定《可持续采购准则》，明确“绿色采购、社会友好采购、合规采购、多元采购”的基本采购原则，并修订更新《采购管理办法》，将供应商社会责任表现纳入合格供应商考核及新供应商准入评估。

/ 公司 2022 年可持续采购主要实践 /

<p>将可持续发展理念融入采购流程</p>	<ul style="list-style-type: none"> 在采购办公产品及办公室使用产品时，重点关注产品的能耗及能效、末端回收再利用率等情况 在采购活动类用品时，对于非一次性消耗品优先选择租用的方式 推行多元采购，寻求机会向支持当地经济发展、具有女性属性、或弱势群体属性的供应商企业开展合作，促进供应链多元化
<p>制定并推行《供应商行为准则》</p>	<ul style="list-style-type: none"> 制定《供应商行为准则》，就供应商社会、环境及公司治理等方面表现提出要求 将《供应商行为准则》作为附件条款列入合作合同
<p>开展供应商社会责任风险及实践评估</p>	<ul style="list-style-type: none"> 针对供应商开展社会责任风险尽职调查与评估 通过供应商自评及现场审验方式，评估供应商社会责任的实践表现
<p>开展可持续采购宣导与绩效评估</p>	<ul style="list-style-type: none"> 向采购部门员工开展可持续采购主题培训，培养其可持续采购意识，提高其可持续采购实践表现 将可持续采购实践表现纳入采购部门员工的绩效评估因素
<p>开展供应商激励与指导</p>	<ul style="list-style-type: none"> 对社会责任表现出色的供应商，考虑优先采购和优先付款 对社会责任表现不佳的供应商，提供培训或指导

6. 以人为本，培养优秀人才

6.1 保障员工权益

员工雇佣

华扬联众坚持合法合规雇佣员工，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，以及《世界人权宣言》《联合国工商业与人权指导原则》《儿童权利公约》《国际劳工标准》等国际标准，制定覆盖公司全体员工的《员工手册》《人事招聘管理规定》《员工薪酬发放规定》《劳工与人权管理准则》等制度规范，在合法用工、自由择业与平等就业、工作条件等方面作出明确规定，并作出零童工和零未成年人雇佣、同工同酬，以及员工体检覆盖率 100%、医疗保险福利覆盖率 100% 等方面的承诺。报告期内，公司未有违反员工雇佣相关法律法规的事件发生。

在员工招聘方面，公司基于经营需求，通过外部招聘人才库、招聘网站、内部推荐、内部调动等全渠道开展招聘工作。同时公司坚持公平用工，确保员工不因其年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况或残疾等非工作因素受到歧视或差别待遇。在员工解聘方面，公司依法依规与员工协商及解除劳动关系，并根据情况为离职员工推荐行业内部的工作机会。

/ 员工基本权益保障措施 /



合法用工

- 严禁雇佣童工或强制劳工，在新员工录用前开展背景调查，以避免招聘未成年员工



薪酬待遇

- 确保员工工资整体高于法定最低工资，按时、足额缴纳五险一金，并与员工就薪酬发放进行充分沟通
- 秉承公平公正的原则，根据岗位职责、工作能力、工作强度、综合素质等开展薪酬评价



工时与休假

- 落实八小时工作制，针对部分员工实行弹性工作机制
- 如遇加班情况，依法支付员工加班费，并视情况给予休息时间
- 依法依规为员工提供婚假、产检假、产假、哺乳假、陪产假、育儿假和丧假等



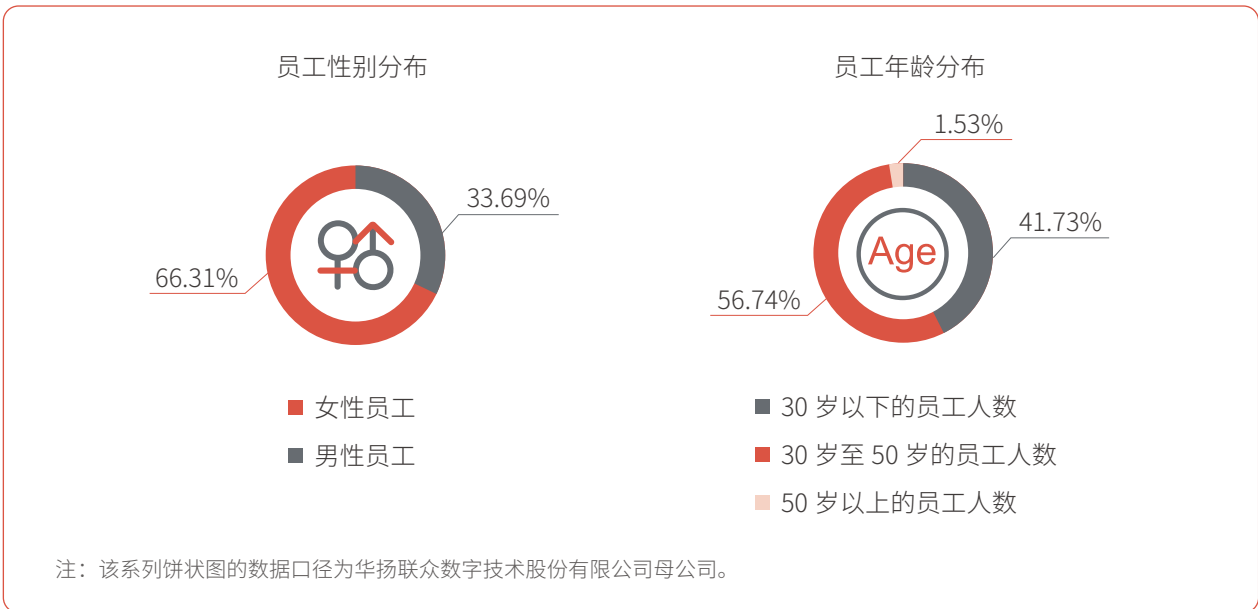
健康安全保障

- 建立健全员工健康安全管理体系，为员工安排年度体检
- 具体员工健康与安全相关保障举措，详见本报告“员工健康和安



发展与沟通

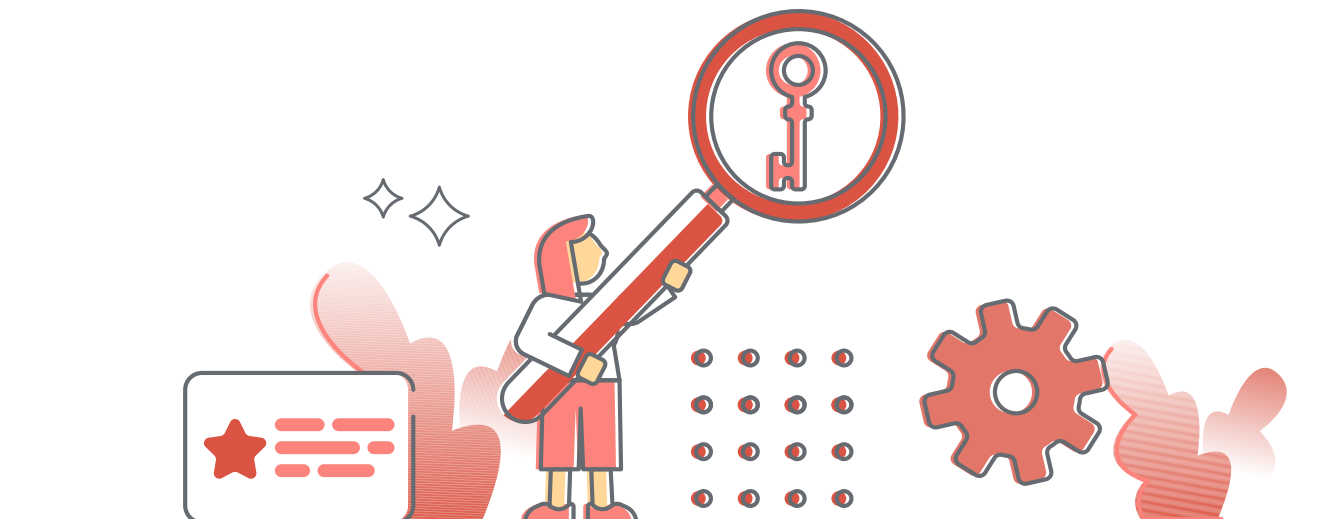
- 打造多层次员工培训体系，详见本报告“员工培训”章节
- 搭建多样化的员工沟通渠道，详见本报告“员工沟通交流”章节



职场平等与多元化

公司致力于为员工提供平等、多元化、包容的工作环境，严禁任何性别歧视、种族歧视和性骚扰行为。公司在《员工手册》中明确规定，员工若有歧视或骚扰行为，一经发现证实，立即解除劳动合同。报告期内，公司未有歧视和性骚扰事件发生。

反歧视、反骚扰相关意识培训员工覆盖率为 **100%**



/ 公司职场平等与多元化建设主要举措 /

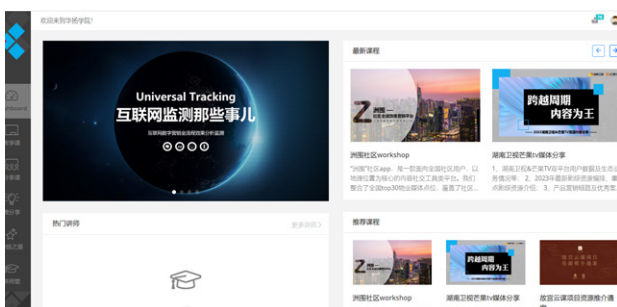
<p>落实制度建设</p>	<ul style="list-style-type: none"> 制定《劳工与人权管理准则》，在职场反歧视与反性骚扰等方面作出明确规定和承诺 制定《职场反歧视与反性骚扰管理规范》，进一步规范员工职场行为 更新《人事招聘管理规定》《员工职业发展管理规定》，严禁在员工招聘、职业发展和晋升过程中发生歧视行为
<p>健全组织管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 设立职场反歧视与反性骚扰管理委员会，由公司高级管理层、人力资源管理部门和法务部门相关人员组成，负责公司反歧视和反性骚扰相关事务
<p>畅通举报途径</p>	<ul style="list-style-type: none"> 设立投诉邮箱：righttospeak@hylink.com 明确歧视与性骚扰事件的处理程序，做好举报人保护，并对受害人提供心理疏导与帮助
<p>打造包容职场</p>	<ul style="list-style-type: none"> 定期开展薪资统计，追踪工资平等情况，促进同工同酬 采取集体办公或半封闭式办公的方式，避免形成密闭空间，不给性骚扰创造客观条件 设立母婴室，为孕期及哺乳期女性员工提供和谐、舒适职场环境 积极开展办公室下午茶及团建活动，促进少数/弱势群体、残疾员工更好地融入公司和工作 在办公场所中张贴促进性别平等、包容性等标语 面向员工开展反歧视与反性骚扰主题培训，提高员工平等与多元化意识 <div data-bbox="1013 1058 1404 1304" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1021 1306 1396 1332" data-label="Caption"> <p>公司办公场所张贴倡导平等包容的标语</p> </div> <div data-bbox="1013 1362 1404 1612" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1141 1617 1276 1642" data-label="Caption"> <p>母公司母婴室</p> </div>

6.2 助力员工成长

员工培训

公司高度重视人才培养，结合公司发展战略，打造面向各级各类员工的多层次员工培训体系，为员工提供通用能力、业务能力、管理能力等多方面培训课程，赋能员工全面发展，助力员工成长。

为进一步完善员工培训体系，公司打造系统性的培训平台“华扬大学”，从讲师队伍和课程体系建设入手，双管齐下，健全完善员工培训体系，提高员工培训质效。2022年，“华扬大学”为员工提供了广告业务、职业成长等多种类型的课程培训，新上线 41 门课程。



“华扬大学”学习平台主页



“微分享”课程主页



讲师体系建设

- 制定《内部培训讲师选拔管理方案》，鼓励员工独立开发培训课程和开展公司内部培训，提高员工对内部培训分享的积极性，从而全面提高员工培训质量和培训效果



课程体系建设

- 对于新员工，帮助其建立对公司及行业的认知，完成从局外人到华扬人的转变
- 对于老员工，提升其业务和通用知识素养
- 对于公司管理人员，提高其管理领导力

/ “华扬大学”讲师体系 /

特邀讲师	高级讲师
<ul style="list-style-type: none"> 由“华扬大学”邀请认证 针对基层员工的知识普及类课程授课 分享对工作和生活有帮助的知识、观点、技能工具使用等 	<ul style="list-style-type: none"> 公司关键岗位总监级及以上（公司高管），由“华扬大学”认证 负责专业教学课程授课 围绕某一领域的专业知识和技能开展教学

/ “华扬大学”课程体系 /

课程类型	适用人群	培训内容及方式
应知应会	新员工	<ul style="list-style-type: none"> 普及公司及行业内的基础知识和业务知识 线上课程加线下讲授相结合
教学课	全体员工	<ul style="list-style-type: none"> 业务课程教学，如《搜索营销》《电商营销》等 线下授课及线上直播
分享课	全体员工	<ul style="list-style-type: none"> 通用知识分享，涵盖实用技能、职业素养、思维拓展等主题培训 线下授课及线上直播
媒体分享	全体员工	<ul style="list-style-type: none"> 媒体新产品、新合作机会等主题培训 线下授课及线上直播
华扬大讲堂	全体员工	<ul style="list-style-type: none"> 行业发展风向、综合素质提升、通用管理类、领导力等主题培训 线下授课
微分享	全体员工	<ul style="list-style-type: none"> 实用技能小视频 发布在公司开发的线上学习平台，员工可随时浏览学习

报告期内，母公司人均培训时长为

14.5小时

为了进一步夯实培训效果，公司建立了培训效果评估体系，搭建四级培训评估模型，制定《培训考核标准细则》，通过问卷评估、效果访谈、笔试考试等方式，落实评估培训课程效用，以充分发挥培训价值，提升员工综合素养。

此外，公司大力支持员工参与与工作相关的外部培训课程，考取职业资格或技能认证证书，以进一步提升行业素养与业务能力。近年来，公司与腾讯、阿里妈妈、百度等多位合作伙伴开展人才共建共育计划。2022年，公司支持员工参加腾讯广告、阿里妈妈UD、快手、百度和字节跳动等平台的相关培训和认证考试，合计支出考试报名费用14.6万元。

华扬联众携手腾讯广告推出“华扬人才共建计划”

2020年10月，公司携手腾讯广告推出“华扬人才共建计划”，面向公司广告运营师开展效果广告投放思路、腾讯广告平台资源介绍、落地页投放技巧入门等主题培训，有效帮助公司员工建立更具实效的效果广告知识学习体系，持续探索效果广告领域的新机遇。



母公司深圳分公司副总经理郑帅进行开场致词

华扬联众参与阿里妈妈 UD 全域智能营销平台的人才共育计划

2022年，公司积极参与阿里妈妈 UD 全域智能营销平台的人才共育计划，全年累计支持 101 名员工参与 UD 培训与认证课程，帮助员工积累专业的平台营销知识和丰富的项目运营经验，提高专业能力。

员工晋升和发展

公司提倡进取精神，充分考虑员工成长与职业上升路径，制定《员工职业发展管理规定》，针对业务部门员工和职能部门员工，建立透明、畅通的发展职业通道，并设立内部竞聘机制，为员工选择合适的职业发展方向提供空间，助力员工实现个人职业发展目标。

/ 员工发展职业通道 /



公司明确规范了晋升具体要求与考核机制，从员工表现、能力、潜质等方面开展定期综合评估。2022年，为进一步提升员工绩效评估的系统性及规范性，公司建立了线上绩效评估管理体系，在OA办公系统的基础上，开始使用飞书OKR（Objectives and Key Results，目标和关键成果）绩效评估工具，开展绩效评估工作，并将绩效评估周期的颗粒度由年度细化到季度。

/ 公司绩效评估流程 /



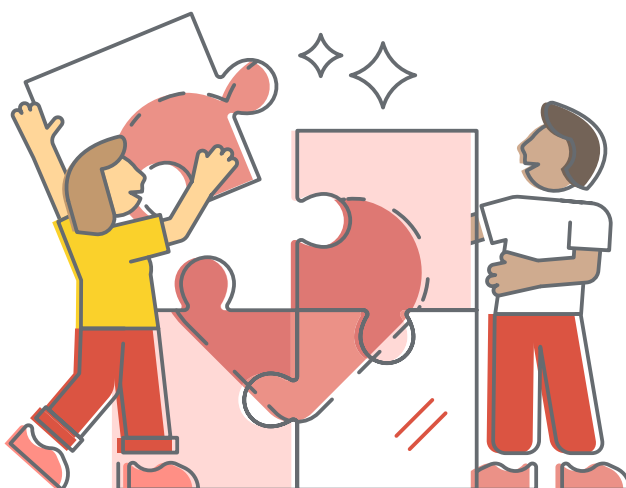
6.3 打造幸福职场

员工健康和安

作为一家数字营销公司，不涉及化学、物理、生物等类别职业病危害因素，但公司员工长期伏案办公可能会对其身体健康和心理健康带来影响。公司重视员工的健康和安，秉持“预防为主、落实责任、全员参与、依法治企”的职业健康安全管理方针，建立健全员工健康安全管理体系，保障员工的健康和安。

公司开展了多项员工健康和安保障措施。除为正式员工安排年度体检外，公司业务部门和人力资源管理部门的相关负责人会关注员工的心理健康情况，若发现员工出现心理问题，及时开展一对一沟通。

公司通过 ISO45001 职业健康安管理体系认证，并获得相应的证书



/ 公司员工健康和安全管理主要管理与实践 /

落实制度建设

- 制定《职业健康安全管理手册》，明确公司职业健康安全管理体系的控制活动和要求
- 制定《危险源辨识和风险评估控制程序》，辨识与评价公司及业务范围内的职业安全健康危害，以便采取有效措施进行有效控制
- 制定《应急准备和响应控制程序》，对职业安全健康事故或可能发生的紧急情况作出预防和处理，最大限度地减小或避免事故可能导致人员伤亡或财产损失

加强组织管理

- 任命员工健康安全事务代表，负责参与公司员工健康安全管理相关事务

提升员工身心健康管理

- 为正式员工每年安排一次体检，加强员工健康管理
- 定期开展员工心理关怀及团建活动，减轻员工因紧张工作带来的心理压力
- 面向员工开展健康与安全培训，提高员工健康和安全意识和能力

提供良好的办公环境

- 确保办公室无空气污染、噪声及其他可能危害员工身体健康的因素
- 采购符合人体工学设计的座椅，预防和缓解员工因久坐、长期使用电脑等重复性劳损带来的身体问题
- 在办公室布置绿植、设置休息讨论区，舒缓员工工作压力

定期开展
风险评估与检查

- 定期开展危险源辨识和风险评估，对识别的薄弱环节加强管理
- 每月开展办公室健康安全检查，发现问题及时整改
- 定期参与办公楼消防演练活动，加强公司对火灾事故的应急能力，增强对员工人身生命财产安全的保障

员工沟通交流

公司关心员工的诉求和期望，在为全体员工提供平等、开放的工作氛围的同时，做好员工沟通与交流。公司搭建了多样化的员工沟通渠道，通过公开员工投诉与建议邮箱，设立员工福利委员会、开展员工满意度调查及不定期组织员工座谈会等举措，及时了解员工真实想法，积极响应员工诉求。

/ 公司推进员工沟通与交流主要举措 /

设立福利委员会



- 设立福利委员会，代表员工进行员工健康与安全、工作条件、培训与职业发展、歧视和性骚扰问题等主题的集体谈判

建立员工投诉与建议邮箱



- 设立员工投诉与建议邮箱，积极听取和答复员工意见和建议，开展相应的改善措施

推进员工沟通与交流



- 通过职能部门评估调查问卷、离职员工沟通交流等方式，定期开展员工满意度调查，深入调查和分析员工对公司的满意情况
- 不定期开展员工座谈会，与员工开展面对面的沟通
- 设置团队建设活动预算，鼓励各部门开展团建活动，增进内部交流和了解



虎年开工活动

此外，为打造进取向上、活力幸福职场，公司设立“华扬之星”荣誉奖项，以公司整体的愿景、价值观等作为通用标准，综合衡量评估，评选出每年表现突出的员工，并给予相应的奖励。2022年，公司共评选表彰25位“华扬之星”。

7. 贡献社会，守护绿色家园

7.1 打造专业公益平台

上海华扬联众公益基金会于 2016 年正式成立，基金会以“传递爱心，回馈社会”宗旨为指导，整合社会资源，集结各界力量，以创新的理念和方法开展公益慈善事业，重点关注少年儿童疾病救助与中国边远地区少年儿童美育素养层面的深度诉求，努力保障少年儿童权益，成为公司履行社会责任的重要平台。

基金会通过互联网线上平台和线下互动交流，开展多项公益项目，为青少年提供鼓励健康体魄和尽情创造的环境，并辅之以美育教育与技能培养，引导青少年以更宽广的视野去掌握技能、拓宽想象、看待世界，以便未来以一技之长，心怀爱心和责任感来回馈家庭和社会。

/ 基金会公益项目概览 /

项目名称	主要行动
Artlink 艺术花园远程公益教育项目	为中国边远地区的中小学提供远程美育素养类课程
Love Garden 爱心花园青海玉树利民学校助学项目	支持青海玉树州利民学校的建设和运营
EYE 明天——儿童护眼行动	资助困难家庭 0-10 周岁，患有先天性青光眼、先天性白内障等致盲眼疾患儿的手术治疗费用

2022 年，在社会各界爱心企业及爱心人士的关怀和支持下，在基金会成员和志愿者的共同努力下，基金会各个项目有序推进、稳定发展。报告期内，基金会共计投入 187.5 万元，惠及中国云南、四川、河南、广西、江西、浙江、青海等地区 6,000 名儿童。

自基金会成立以来，公司累计向基金会捐赠投入 **882** 万元。

Artlink 艺术花园远程公益教育项目——科技为力，以艺为启

针对中国边远地区长期存在艺术类师资匮乏问题，基金会开展“Artlink 艺术花园远程公益教育项目”，旨在运用普及的互联网技术，以线上、线下结合的方式，为中国边远地区的中小学提供远程美育素养类课程，为地区间教育资源不均提供的解决方案。

项目活动涵盖春秋两学期美育素养类课程开设、下乡公益调研支教、志愿者教师师资培训、山区教师赴上海或周边城市师资培训研修营和学生成果作品展。

2022 年，项目面向云南、四川、河南、广西等地的 48 所小学，配置美术教室 28 间，开设秋季教学班级 78 个，并招募志愿者教师 72 名，为近 3,800 名山区小学生，提供故宫学校陶瓷和古建筑实践课、创意绘画课、手工技能课三大类课程。



创意绘画课程现场



学生成果作品展览现场

Love Garden 爱心花园青海玉树利民学校助学项目——点亮梦想，改变命运

关注到中国西北地区师资长期缺乏，当地存在大量大龄失学少年的问题，基金会于 2016 年在青海玉树发起“Love Garden 爱心花园青海玉树利民学校助学项目”，通过学校教学基础设施捐助、教职工工资及日常开支资助等措施，为更多边远牧区失学牧民子女创造学习机会和良好的教学环境。

截至报告期末，基金会共捐赠资助教职工工资及日常开支 250 万余元。其中，报告期内资助 95 万余元，帮助学校顺利开展唐卡（藏族绘画）、掐丝工艺画、计算机课程、藏医、藏香、书法、藏汉翻译、书法装裱等课程。



学生在新校舍中合影



唐卡绘画课程现场

EYE 明天，还孩子们一片光明

“EYE 明天——儿童护眼行动”的项目宗旨是资助困难家庭 0-10 周岁，患有先天性青光眼、先天性白内障等致盲眼疾患儿的手术治疗费用，还孩子们一片光明。

2022 年度，“EYE 明天”项目与上海交通大学医学院附属新华医院合作，向全国各地符合条件的困难家庭的患病儿童提供医疗救助，资助了来自江西、安徽、江苏等地的 7 位眼病患儿进行治疗手术，帮助他们视力复明。

截至 2022 年底，“EYE 明天”项目已累计为完成 25 例儿童眼科手术的救治，其中还有来自四川省藏区和新疆的小朋友，是由义诊团队到达当地，通过眼科筛查送至上海进行治疗。



接受眼科手术后的小朋友

7.2 加强公益宣传及行动

在打造专业公益平台之外，公司充分发挥业务特长和资源优势，长期助力品牌客户开展公益项目，持续扩大公益影响力，助力构建美好社会。

积极探索母婴公益实践，携手消费者实现价值共创

基于对困境儿童营养问题的洞察，2021 年华扬联众助力佳贝艾特面向消费者打造“中国宝宝人生第一次公益”项目。项目获得社会各界广泛认可，在第 28 届中国国际广告节中荣获公益广告全场大奖等 7 项大奖。

在此公益项目中，佳贝艾特通过公益 H5 征集宝宝的笑脸，每征集到一张，就向中国社会福利基金会捐赠 30g 羊奶粉。项目累计打造线下公益活动超 1,000 场，参与人数超 1,000,000 人次，捐赠羊奶粉数万件，有效提升亲子家庭对困境儿童营养问题的关注。



“中国宝宝人生第一次公益”项目荣获社会事业公益广告全场大奖

7.3 推进绿色运营

公司在日常运营过程中涉及主要能源包括天然气、公务用车耗油以及外购电力等，涉及水资源消耗主要为办公过程中的生活用水，主要用水来源为市政用水。

2022年，母公司共计开展**5**次内部环保宣导活动

公司注重环境保护，坚持绿色运营，遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国环境保护法》等法律法规及相关规定，制定《环境管理制度》《废弃物与纸张使用管理》等管理制度及程序规范，对能源消耗、废弃物管理、温室气体排放等方面进行明确规定，并积极开展内部环保宣导等多项举措，努力降低自身业务及运营对环境产生的影响。

2022年，公司在经营中未发现与环境保护相关并对公司有重大影响的违规事件。

/ 公司绿色运营管理与主要实践 /

管理类型	资源 / 排放物类型	主要行动措施
能源及碳排放管理	<ul style="list-style-type: none"> 外购电力 公务用车使用的汽油 员工商务差旅 	<ul style="list-style-type: none"> 建立健全能源管理制度和设备操作规程，并定期开展能源审计，统计能源使用情况，监测异常波动 大力使用LED等节能器具，定期对电灯等电器设备进行安全及能效检查，及时更换老旧设备、高能耗设备 办公场所内控制夏天、冬天的空调温度，使用水源热泵空调，定期保养公务车辆 开展绿色办公，合理利用视频会议系统，自2021年线上办公软件飞书开始使用，累计为公司实现碳减排13.3638吨 将数据中心能效纳入公司机房租赁考量，优先选择PUE值较低的第三方托管机房，现公司租赁机房PUE值低于1.5
物料管理	<ul style="list-style-type: none"> A4纸张 纸质包装 塑料袋、塑料杯文件夹等塑料制品 	<ul style="list-style-type: none"> 加强办公经费和办公用品的使用管理 充分利用OA办公系统，减少纸质资料印发，必要文件实行双面印刷 鼓励员工尽可能减少快递塑料包装、塑料杯、文件夹等塑料制品的使用
废弃物管理	<ul style="list-style-type: none"> 无害废弃物：厨余垃圾、办公用纸、快递纸盒、玻璃等 有害废弃物：电子废弃物、硒鼓墨盒等 	<ul style="list-style-type: none"> 针对无害废弃物，公司按照垃圾分类原则，由行政人员统一分类，交由物业合理处置 针对有害废弃物，公司安排对应的行政人员集中管理、妥善安置，交由有资质的第三方处理

ESG 绩效表

经济绩效

经济绩效表

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
营业收入	万元	914,376.56	1,321,373.59	850,430.27
资产总额	万元	690,374.96	911,688.27	627,981.76
每股社会贡献值 ¹	元	4.25	4.89	1.60

注 1: 每股社会贡献值 = (公司净利润 + 年内为国家创造的税收 + 向员工支付的工资 + 向银行等债权人给付的借款利息 + 对外捐赠额等) / 公司股份总数。

社会绩效

员工雇佣绩效表¹

指标	单位	2022 年
员工总数	人	1,306
按性别划分	男性	440
	女性	866
按年龄组别划分	<30 岁	545
	30 至 50 岁	741
	>50 岁	20
按雇佣形式划分	全职劳动合同制	1,304
	全职劳务派遣制	2
按职级划分	基层	543
	中级管理层	720
	高级管理层	43
少数民族 / 少数民族裔员工比例	%	4.36
残障员工比例	%	1.07
高级管理层男性员工比例	%	58.14
高级管理层女性员工比例	%	41.86
劳动合同签订率	%	100
社会保险覆盖率	%	100
歧视、骚扰相关举报事件的数量	件	0

注 1: 该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司 (含总部及分公司)。

员工健康与安全绩效表¹

指标	单位	2022 年
员工体检覆盖率	%	100
享受员工医疗保障计划的员工覆盖率	%	100
工伤发生次数 ²	次	1
因工伤关系而死亡的员工人数	人	0
因工伤损失的工作日数	天	9
采取过员工健康与安全风险评估的场所占有所有工作场所的百分比	%	100

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：2022 年，经公司运营地医疗机构诊断及社会保险行政部门工伤认定，公司发生 1 起工伤事件，涉及员工 1 人。公司依法为员工缴纳工伤保险，并在事件发生后提供相关支持。

员工培训与发展绩效表¹

指标	单位	2022 年
员工培训覆盖率 ²	%	100
员工接受培训总小时数	小时	18,937
员工接受培训平均小时数 ³	小时	14.5
定期接受绩效与职业发展评估员工覆盖率	%	100
内部招聘员工总数 ⁴	人	79
接受反歧视、反骚扰相关意识培训的员工占全体员工的百分比	%	100

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：员工培训覆盖率 = 接受培训的员工人数 / 员工总数 * 100。

注 3：因部分分公司员工线下培训小时数统计不全，现员工培训小时数相关指标为估算数据。员工接受培训平均小时数 = 员工接受培训总小时数 / 员工总数。

注 4：内部招聘包括内部转岗等。

反腐败管理绩效表¹

指标	单位	2022 年
反腐败相关培训员工覆盖率	%	100
接收到的腐败举报事件数量	件	0
对员工提出的并已审结的贪污诉讼案件数	件	0

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

产品与服务绩效表¹

指标	单位	2022 年
经证实的侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉次数	件	0
投诉处理率	%	100

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

信息安全与隐私保护绩效表¹

指标	单位	2022 年
信息安全相关培训（仅针对相关岗位员工）员工覆盖率	%	100
接收到的信息安全举报事件数量	件	0
经证实的信息安全事件数量	件	0

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

供应商管理绩效表¹

指标	单位	2022 年
供应商总数	家	1,305
大陆供应商总数	家	1,300
港澳台及海外供应商总数	家	5

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

公益慈善与志愿服务绩效表

指标	单位	2022 年
对外捐赠总投入	万元	1,290

环境绩效

环境绩效表¹

指标	单位	2022 年
温室气体排放量 ²	吨二氧化碳当量	2,432.03
人均温室气体排放量（范围一和范围二）	吨二氧化碳 / 人	0.49
单位面积温室气体排放量（范围一和范围二）	吨二氧化碳 / 平方米	0.04
外购电量	兆瓦时	1,059.21
人均耗电量	千瓦时 / 人	811.03
单位面积耗电量	千瓦时 / 平方米	60.08
自有车辆汽油用量	升	18,162.72
天然气消耗量	立方米	0
可再生能源消耗量	兆瓦时	0
耗水量	立方米	3,185.12
人均耗水量	立方米 / 人	2.44
单位面积耗水量	立方米 / 平方米	0.18
无害废弃物总量	吨	200.64
有害废弃物总量	吨	0.18
硒鼓墨盒产生量	吨	0.16
电子产品废弃量	吨	0.0032
其他有害废弃物	吨	0.0130
包装物使用量 ³	吨	4.70
废弃物回收总量 ⁴	吨	0.50

注 1：该绩效表的数据口径为华扬联众数字技术股份有限公司母公司（含总部及分公司）。

注 2：范围 1 温室气体排放量包括自有车辆汽油消耗产生的直接温室气体排放。范围 2 温室气体排放量包括外购电力产生的间接温室气体排放。碳排放因子参考生态环境部《关于做好 2023—2025 年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》的全国电网排放因子。范围 3 温室气体排放量包括购买商品和服务、员工商务旅行、员工通勤产生的温室气体排放。其中购买商品和服务选取了母公司（总部及分公司）分别采购金额前十的商品与服务，采用《World Input-Output Database Environmental Accounts. Update 2000-2016》中行业排放因子进行计算；员工商务旅行温室气体排放量根据 Greenhouse Gas Protocol 范围 3 计算工具估算；员工通勤根据北京、上海、广州、深圳平均通勤里程，采用《北京市低碳出行减排方法学 (2022)》中排放因子进行估算。

注 3：包装物包括快递包装材料等。

注 4：废弃物回收包括废旧电池、打印机等，因部分分公司废弃物为物业统一处理，废弃物回收量为估算。

注 5：部分分公司水电费计入物业费无法统计，无害废弃物为物业统一处理，因此部分环境数据为估算。

附录

报告索引

上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》（2022）对标索引表

条款及披露内容	报告章节
8.1	3.2 投资者权益保障 4.2 提供优质营销服务 5.2 践行可持续采购 6.1 保障员工权益 7 贡献社会，守护绿色家园
8.2	3.2 投资者权益保障 3.3 合规经营 3.4 反腐败管理 3.5 知识产权保护
8.3	2 ESG 管理
8.4	ESG 绩效表
8.5	已披露
8.6	4.2 提供优质营销服务 6.1 保障员工权益 6.3 打造幸福职场 7 贡献社会，守护绿色家园
8.7	3.1 公司治理 6.1 保障员工权益 6.3 打造幸福职场
8.8	7.3 推进绿色运营
8.9	7.3 推进绿色运营 ESG 绩效表
8.10	7.3 推进绿色运营
8.11	7.3 推进绿色运营
8.12	不适用，华扬联众及主要子公司不属于重点排污单位
8.13	3.3 合规经营 4.2 提供优质营销服务 4.3 信息安全与隐私保护
8.14	6 以人为本，培养优秀人才
8.15	4.2 提供优质营销服务

GRI《全球可持续发展报告标准》对标索引表

GRI 内容索引	
使用声明	华扬联众在 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息
使用的 GRI 1	GRI 1: 基础 2021

GRI 标准	披露项		报告章节
一般披露			
GRI 2: 一般披露 2021	2-1	组织详细情况	1.1 公司概况
	2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	报告编制说明
	2-3	报告期、报告频率和联系人	报告编制说明
	2-6	活动、价值链和其他业务关系	1.2 业务布局与发展
	2-7	员工	ESG 绩效表
	2-9	管治架构和组成	3.1 公司治理
	2-12	在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用	2.2 ESG 管理架构
	2-13	为管理影响的责任授权	2.2 ESG 管理架构
	2-14	最高管治机构在可持续发展报告中的作用	2.2 ESG 管理架构
	2-16	重要关切问题的沟通	3.1 公司治理
	2-23	政策承诺	6.1 保障员工权益
	2-25	补救负面影响的程序	3.4 反腐败管理 6.1 保障员工权益
	2-27	遵守法律法规	3.3 合规经营
2-29	利益相关方参与的方法	2.3 利益相关方沟通	
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1	确定实质性议题的过程	2.4 实质性议题分析
	3-2	实质性议题列表	2.4 实质性议题分析
经济			
GRI 3: 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	1 关于华扬联众
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1	直接产生和分配的经济价值	ESG 绩效表
GRI 203: 间接经济影响 2016	203-1	基础设施投资和支持性服务	ESG 绩效表
GRI 205: 反腐败 2016	205-1	已经进行腐败风险评估的运营点	3.4 反腐败管理
	205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	
GRI 205: 反腐败 2016	205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	3.4 反腐败管理

GRI 标准	披露项		报告章节
环境			
GRI 3: 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	7.3 推进绿色运营
GRI 302: 能源 2016	302-1	组织内部的能源消耗量	ESG 绩效表
	302-2	组织外部的能源消耗量	ESG 绩效表
	302-3	能源强度	ESG 绩效表
	302-4	减少能源消耗	7.3 推进绿色运营
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-5	耗水	ESG 绩效表
GRI 305: 排放 2016	305-1	直接 (范围 1) 温室气体排放	ESG 绩效表
	305-2	能源间接 (范围 2) 温室气体排放	
	305-3	其他间接 (范围 3) 温室气体排放	
	305-4	温室气体排放强度	
GRI 306: 废弃物 2020	306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	7.3 推进绿色运营
	306-2	废弃物相关重大影响的管理	7.3 推进绿色运营
	306-3	产生的废弃物	ESG 绩效表
	306-4	从处置中转移的废弃物	ESG 绩效表
社会			
GRI 3: 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	3.3 合规经营 4.3 信息安全与隐私保护 6. 以人为本, 培养优秀人才
GRI 401: 雇佣 2016	401-2	提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	6.3 打造幸福职场
	401-3	育儿假	6.3 打造幸福职场
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1	职业健康安全管理体系	6.3 打造幸福职场 ESG 绩效表
	403-2	危害识别、风险评估和事故调查	
	403-3	职业健康服务	
	403-4	职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通	
	403-5	工作者职业健康安全培训	
	403-6	促进工作者健康	
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-7	预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	6.3 打造幸福职场 ESG 绩效表
	403-9	工伤	
	403-10	工作相关的健康问题	

GRI 标准	披露项		报告章节
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	ESG 绩效表
	404-2	员工技能提升方案和过渡援助方案	6.2 助力员工成长
	404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	6.2 助力员工成长
GRI 405: 多元性与平等机会 2016	405-1	管治机构与员工的多元化	ESG 绩效表
GRI 406: 反歧视 2016	406-1	歧视事件及采取的纠正行动	6.1 保障员工权益
GRI 408: 童工 2016	408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	6.1 保障员工权益
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	409-1	具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	6.1 保障员工权益
GRI 417: 营销与标识 2016	417-3	涉及营销传播的违规事件	3.3 合规经营
GRI 418: 客户隐私 2016	418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	4.3 信息安全与隐私保护

释义

在本报告中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

“华扬联众、母公司”	指	华扬联众数字技术股份有限公司
“中国证监会”	指	中国证券监督管理委员会
“交易所、上交所”	指	上海证券交易所
“主板”	指	上海证券交易所主板
“IP”	指	Internet Protocol, 知识产权
“MCN”	指	Multi-Channel Network, 多频道网络
“AI”	指	Artificial Intelligence, 人工智能
“BI”	指	Behavior identity, 行为识别系统
“VR”	指	Virtual Reality, 虚拟现实技术
“AR”	指	Augmented Reality, 增强现实技术
“XR”	指	Extended reality, 拓展现实
“3D”	指	Three Dimensional, 三维
“NFT”	指	Non-Fungible Token, 非同质化通证
“WEB 3.0”	指	World Wide Web 3.0, 为运行在区块链技术上的去中心化互联网
“UD”	指	Uni Desk, 为阿里妈妈全域媒体营销平台
“报告期”	指	2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日
“元”	指	人民币元



地址：北京市东城区建国门内大街七号光华长安大厦 1 座 15 层
邮箱：info@hylink.com
电话：010-85135001