

2023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 2 份《环境、社会及公司治理报告》，向投资者等利益相关方披露了公司在经营中对于环境、社会及公司治理（ESG）议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

报告范围

本报告范围涵盖华扬联众数字技术股份有限公司及其附属公司（简称“华扬联众”“公司”或“我们”）。除非特别说明，与华扬联众（股票代码：603825）同期合并财务报表范围一致。

报告期间

本报告期间为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。本报告中的数据如无特别说明，均为在此期间内数据。

编制依据

本报告依据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》（2023 年 12 月修订），并参考了全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（2021）编制。

数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的正式记录。

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度财务报告为准。

报告获取方式

本报告通过电子版形式发布，发布平台包括证券交易所指定的信息披露平台及公司官方网站。

报告编制原则

■ 重要性

公司识别出投资者等利益相关方关注的与经营相关的实质性议题，作为本报告汇报重点。本报告中对实质性议题汇报的同时关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。实质性议题的分析过程及结果详见本报告“实质性议题分析”章节。同时，本报告对环境、社会及公司治理方面可能对投资人及其他相关方产生重要影响的事项进行重点汇报。

■ 平衡性

本报告内容反映客观事实，对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚的披露。

■ 量化及一致性

本报告披露关键定量绩效指标，并尽可能披露历史数据。本报告对同一指标在不同报告期内的统计及披露方式保持一致；若统计及披露方式有更改，在报告附注中予以充分说明，以便利益相关方进行有意义的分析，评估公司 ESG 绩效水平发展趋势。

■ 时效性

本报告为年度报告，覆盖时间范围为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

■ 准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中，定量信息的测算已说明数据口径、计算依据与假定条件，以保证计算误差范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附注信息详见本报告“ESG 数据绩效表”章节。董事会对报告的内容进行保证，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

■ 清晰性

本报告以简体中文发布。本报告中包含表格、模型图以及释义表等信息，作为本报告中文字内容的辅助，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及 ESG 标准的对标索引表。

■ 完整性

本报告披露对象范围与公司合并财务报表范围保持一致。

■ 可验证性

本报告中案例和数据来自公司实际运行的原始记录或财务报告。公司采用 HiESG 绩效管理系统管理历年 ESG 量化绩效，所披露数据来源及计算过程均可追溯，可用于支持外部鉴证工作检查。

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：info@hylink.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	04

2. ESG 管理

2.1 ESG 理念	06
2.2 ESG 管理	06
2.3 利益相关方沟通	07
2.4 实质性议题分析	08
2.5 助力可持续发展目标 (SDGs)	10

3. 夯实治理根基，合规稳健经营

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

4. 坚持价值引领，创新智能营销

4.1 价值引领责任营销	17
4.2 创新驱动优质服务	22
4.3 信息安全与隐私保护	27

5. 积极开拓合作，实现生态共赢

5.1 推动行业生态发展	29
5.2 可持续采购	31

6. 打造人本文化，助力共同成长

6.1 保障员工权益	32
6.2 助力员工发展	34
6.3 提升职场幸福感	36

7. 赋能公益行动，点亮绿色未来

7.1 释放公益新活力	39
7.2 赋能公益影响力	42
7.3 推动绿色运营力	43
7.4 提高气候行动力	45

ESG 数据绩效表	48
-----------	----

报告索引表	53
-------	----

释义表	57
-----	----

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（简称“华扬联众”“公司”或“我们”）成立于1994年，总部设在长沙，于北京、上海、广州、深圳、香港等主要城市设立有多个分公司或子公司，亦先后在洛杉矶、纽约、伦敦、巴黎、东京、慕尼黑、米兰、波哥大设立办公室，拓展海外业务。

作为2022年北京冬奥会和冬残奥会，及2023年杭州亚运会的独家公共关系服务商，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	总部设在长沙，于北京、上海、广州、深圳、香港等主要城市设立有多个分公司或子公司，于洛杉矶、纽约、伦敦、巴黎、东京、慕尼黑、米兰、波哥大设有办公室
 <p>营业总收入</p> <p>549,986.46 万元人民币</p>	
 <p>员工总数</p> <p>1,225 人</p>	

1.2 业务布局与发展

作为一家自 2000 年初就开始转型专业从事数字营销服务的本土企业，华扬联众逐渐发展成为具备全球数字化营销服务能力的科技企业集团，旗下整合了品牌营销与公关服务、AI 技术产品与创新应用服务、文旅业务服务以及海外业务板块，并形成高效联动。公司致力于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。

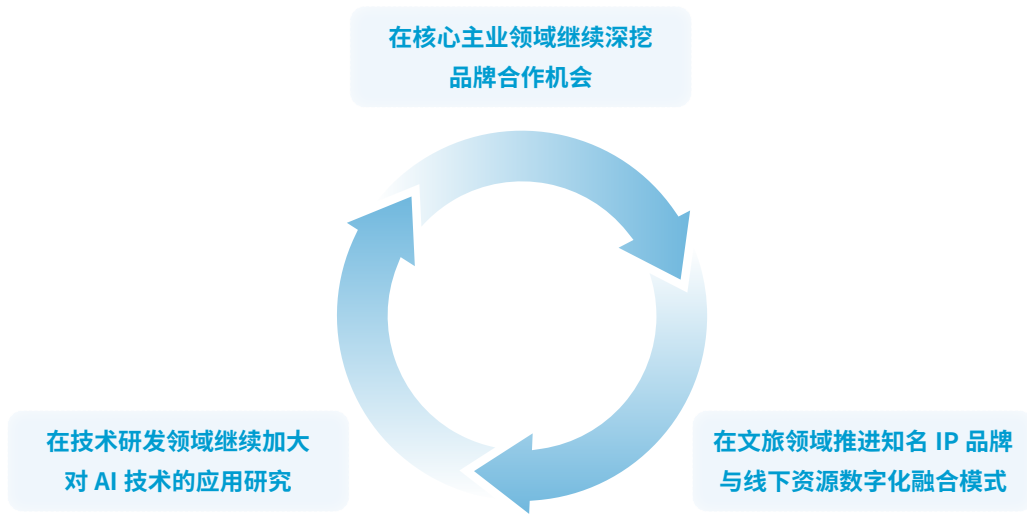
2023 年，公司为获得更宽广的生存空间和更多的资源支持，以及对中长期发展战略考虑，经过管理层多轮比对和诚意交流，最终公司董事会和临时股东大会分别于 2023 年 8 月 29 日和 9 月 15 日就公司迁入湖南湘江新区湘江集团大厦形成决议并依法对外公告。公司成为 2023 年湖南省“金芙蓉”跃升行动计划收获的第一家自省外引进的主板上市公司。

公司迁入新址后，在市场、人才、产业政策等方面获得更大空间，为企业的长期发展奠定良好基础。一方面，公司继续保持原有重点城市的办公室和服务团队，在维系好现有业务的同时，充分发挥自身品牌营销服务能力优势，期望发掘和助力湖南省内具有成长潜力的区域品牌客户快速成长为国内甚至国际知名品牌；另一方面，公司多年来在顶级赛事活动的公关传播和数字文旅方面的服务和运营经验，可与湖南省内文旅和赛事资源进行整合，并通过国内和海外办公室助力引入国内或国际顶级 IP，凭借自身领先的数字呈现技术和整合营销能力，助力湖南省内资源的数字化改造、提升文旅资源效率和客单消费水平，拓展公司盈利渠道、提升盈利水平。

■ 公司资源布局 ■



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，公司将聚焦核心主业领域、技术研发和文旅等领域持续发力，并进一步加强与顶级学府及相关科研机构的技术合作与交流，继续深化公司的技术优势，探索行业升级新模型。



在核心主业领域 继续深挖品牌合 作机会

- 全力做好帮助合作品牌实现数字化转型，增强品牌的数字资产和数字营销能力，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，公司将基于已积累的大量服务经验，助力品牌制定适合品牌的数字化营销策略、数字化形象，加强数字口碑管理，提高品牌的口碑知名度和用户忠诚度，从而创造更多的品牌价值

在技术研发领域 继续加大对 AI 技 术的应用研究

- 保持持续和快速迭代更新公司现有创新营销管理工具，提供更高质量的数字化创制、运营的解决方案，帮助客户实现全新数字化转型、数字资产价值的持续增长

在文旅领域推进 知名 IP 品牌与线 下资源数字化融 合模式

- 依托在湖南省内众多著名旅游资源布局，以及自身的数字化营销经验和虚拟现实等技术，推进数字化文旅改造和升级服务，提升游客的旅游体验
- 在相关电商平台直供旅游产品和供应链搭建以及跨境电商方面发挥自己的经验优势，全面提升合作方的运营盈利水平
- 利用公司海外办公室的信息优势和本土化服务优势，为海外 IP 引入链接与中国旅游资源结合，通过线上或者线下联合推广或者产品营销等合作方式，提升双方品牌和旅游资源在中国市场的知名度和市场占有率

1.3 公司荣誉

公司是多家行业协会组织会员。同时，公司受到政府、媒体、行业机构及合作伙伴的充分肯定，于2023年获得多项奖项及荣誉。

■ 公司2023年获得的奖项及荣誉（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)
杭州亚运会、亚残运会先进集体	浙江省委办公厅、浙江省政府办公厅
2023 北京企业百强 北京数字经济企业百强 北京服务业企业百强	北京企业联合会 北京市企业家协会
北京民营企业百强 北京民营企业文化产业百强	北京市工商业联合会
2023 艾菲汽车奖 (3 金、3 银) 2023 艾菲全球化营销奖 (1 银) 2023 艾菲效果营销奖 (1 铜) 2023 大中华区艾菲奖 (1 铜) 2023 艾菲奖最具实效代理公司网络 NO.3 2023 艾菲汽车奖最具实效代理公司网络 NO.1	大中华区艾菲
第十届媒介 360 营销传播奖 (4 金、4 银、5 铜)	媒介 360
2023 互动创意奖 & 媒介营销奖 (1 全场大奖、6 金、3 银、4 铜、1 优秀奖)	第 23 届中国国际广告节
2023 金投赏商业创意奖 (2 金、2 铜)	第 16 届金投赏国际创意节
2023 上海国际广告奖 (1 金、2 银、6 铜)	2023 上海国际广告节
2023 金瞳奖 (2 金、4 银、4 铜)	广告门
2023 腾讯广告渠道合作伙伴峰会 - 年度品牌杰出贡献奖 首批星燄计划合作伙伴认证	腾讯广告
引擎奖年度生态大奖	巨量引擎
时报华文金手指奖 (1 铜)	2023 时报世界华文创意大会
元宇宙创新应用榜	ARinChina 2022 元宇宙年度荣誉榜
元宇宙 - 最具价值探索奖	中国移动通讯联合会元宇宙产业委员会

注：部分奖项为 2023 年度获评颁发。



杭州亚运会、亚残运会先进集体



可持续发展评级 - 银奖



元宇宙 - 最具价值探索奖



2023 北京企业百强



2023 北京数字经济企业百强



2023 北京服务业企业百强



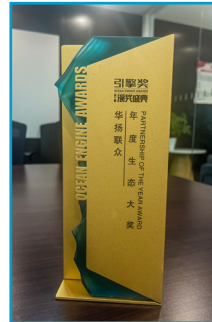
2023 上海国际广告奖



媒介 360 营销传播金奖



2023 互动创意 & 媒介营销奖全场大奖



引擎奖年度生态大奖



2023 腾讯广告渠道合作伙伴峰会 - 年度品牌杰出贡献奖

■ 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



中国广告协会“CNAAI”一级广告企业 - 认证企业



中国 4A - 副理事长单位



中央广播电视总台 2023 年 AAA 级广告代理公司



2023 中国商务广告协会元宇宙营销应用研究院 - 副理事长单位

2. ESG 管理

2.1 ESG 理念

秉持着“合作共赢、科技利人、高效行动力”的价值观，华扬联众积极承担对股东和投资者、政府和监管机构、客户、合作伙伴、员工、社区和公众的责任，从公司治理、社会、环境三个维度出发，坚持合规稳健经营，提供优质营销服务，积极拓展合作共赢，打造人本文化，赋能公益行动，推动绿色运营能力，助力可持续发展目标。



2.2 ESG 管理

为保障公司环境、社会及公司治理（ESG）管理与实践的有效开展，为各利益相关方创造价值，公司建立并持续完善 ESG 管理体系，形成自上而下的 ESG 管理架构，统筹推进 ESG 工作，提升 ESG 管理的有效性。2024 年 4 月，公司第五届董事会第九次会议审议通过《关于董事会战略委员会更名并修订相关议事规则的议案》，同意公司将 ESG 相关工作内容纳入到《董事会战略委员会会议事规则》中，并将董事会战略委员会更名为董事会战略与 ESG 委员会，上述议事规则更名为《董事会战略与 ESG 委员会会议事规则》，对部分条款进行修订。

■ 公司 ESG 管理架构 ■

管理层级	主要职责
决策监督	<ul style="list-style-type: none"> 公司董事会参与 ESG 重大事项的审议和决策，为 ESG 相关事宜提供决策支持 董事会战略与 ESG 委员会对公司可持续发展及 ESG 战略、目标及重大事项进行研究，审阅公司 ESG 相关报告，并提出建议
实施落地	<ul style="list-style-type: none"> 公司成立 ESG 工作小组，由工作小组协调 ESG 管理、沟通与信息披露工作。ESG 工作小组由母公司总部法务部牵头，包含母公司总部相关部门及各地分、子公司的相关负责人，负责 ESG 工作的具体落地

此外，公司不断完善长效的 ESG 管理机制，引入 ESG 量化绩效管理系统，搭建 ESG 数据线上收集、分析管理体系，实现 ESG 绩效的有效管理。

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。2023 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。

■ 利益相关方关注议题及公司的回应 ■

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 • 合规运营 • 研发创新 	<ul style="list-style-type: none"> • 股东大会 • 财务报告及公告 • 业绩说明会 • 官网、邮箱、热线电话、上证 e 互动等交流平台 • 网络投资者交流会、说明会及路演等交流活动 • 落实反腐败管理 • 合规管理制度及培训 • 全域智能营销创新研发
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"> • 合规管理制度及培训 • 落实三道防线内控管理体系 • 内部审计与评估 • 落实反腐败管理
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"> • 推出全域营销工具 • 打造 HiGC 平台 • 组建专业服务团队 • 开展负责任营销 • 信息安全管理风险评估 • 加强信息使用管理及培训 • 开展知识产权管理
合作伙伴 (行业协会、供应商等)	<ul style="list-style-type: none"> • 负责任营销 • 可持续采购 	<ul style="list-style-type: none"> • 参加行业会议 • 发布行业研究报告 • 开展商业合作 • 落实可持续采购准则
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 • 职场平等与多元化 	<ul style="list-style-type: none"> • 反歧视与反性骚扰培训 • 建立举报通道 • 员工福利委员会 • 职工代表大会 • 华扬大学 • OKR 绩效评估工具 • 畅通员工发展通道 • 安全培训及工作环境检查
社区和公众	<ul style="list-style-type: none"> • 公益慈善与志愿服务 • 绿色运营 • 应对气候变化 	<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

2023 年，为进一步明确公司 ESG 管理重点，公司结合上交所和监管机构 ESG 信息披露要求、国家宏观及行业政策要求以及公司实际运营情况，识别、评估和报告公司的 ESG 实质性议题，以更好地回应利益相关方的诉求与期望。

■ 实质性议题分析流程 ■



识别

- 根据最新的国家、地方及广告行业政策要求，进行政策对标，识别出广告行业上市公司需关注的重点议题
- 根据华扬联众主要业务板块、业务关系及行业特征，识别并形成实质性议题库



评估

- 结合自身的实际情况，综合政策趋势、同业对标分析，通过与内外部专家沟通，从对华扬联众公司财务的重要性，对经济、社会和环境的重要性两个维度对议题进行分析、排序



报告

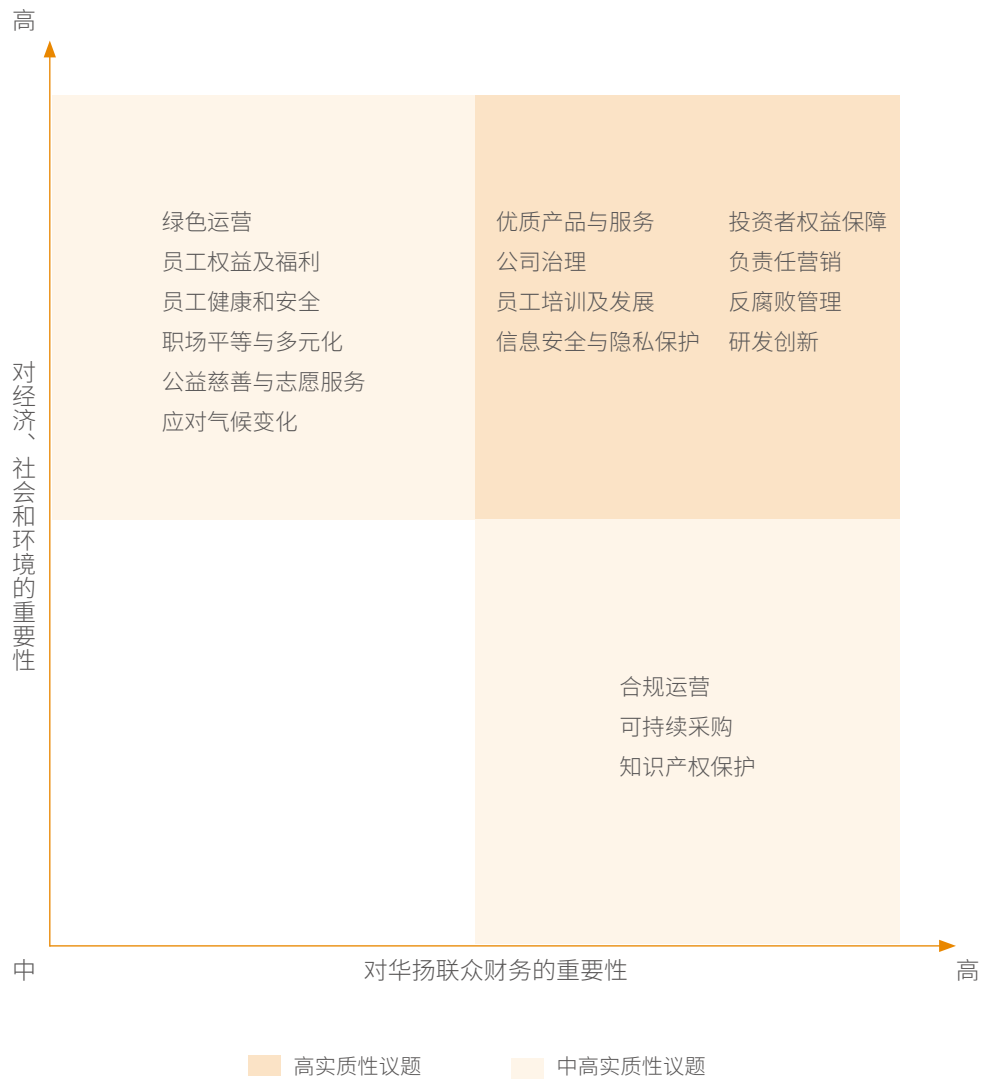
- 根据议题排序结果，建立实质性议题矩阵，经由公司董事会审核和确认，在公司年度 ESG 报告中对利益相关方汇报公司的实质性议题管理与实践，并针对高实质性议题进行重点披露



与 2022 年相比，公司 2023 年实质性议题作如下调整：

- 结合行业特性及华扬联众业务专注及发展情况，新增“研发创新”议题，将“供应链管理”调整为“可持续采购”，并升级议题重要性至“中高实质性议题”。
- 主动响应社会关注热点，结合国内外对气候变化及职场多元化议题的关注，新增“应对气候变化”“职场平等与多元化”议题。

■ 实质性议题矩阵 ■



2.5 助力可持续发展目标

联合国可持续发展目标（SDGs）呼吁全世界共同采取行动，消除贫困、保护地球、改善世界各地所有人的生活和未来，凝聚了全球范围内对可持续发展的最大共识。2023年，华扬联众持续推进 ESG 管理与实践，聚焦应对气候变化、负责任营销等领域采取关键行动，助力联合国可持续发展目标实现。

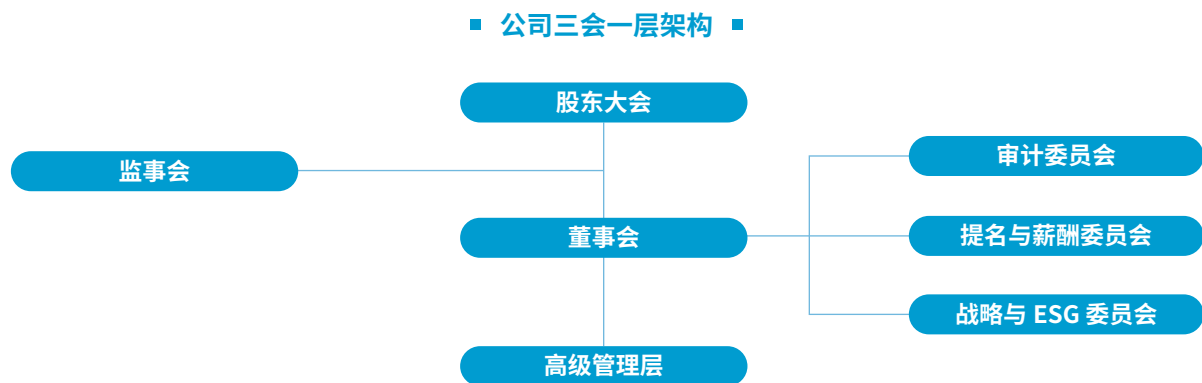
我们的行动	联合国可持续发展目标
<ul style="list-style-type: none"> 建立健全职业健康安全管理体系，为员工提供安全、健康、和谐的工作环境，保障员工的身心健康 	
<ul style="list-style-type: none"> 为员工提供通用能力、业务能力、管理能力等多方面培训课程，赋能员工全面发展，助力员工成长 开展“Artlink 艺术花园远程公益教育项目”“Love Garden 爱心花园青海玉树利民学校助学项目”公益活动，支持中国边远地区的中小学教育 	
<ul style="list-style-type: none"> 为女性员工提供公平、公正的就业及发展机会 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 	
<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 	
<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 为员工提供平等、多元化、包容的工作环境 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 	
<ul style="list-style-type: none"> 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 开展绿色运营，落实废弃物回收，推行可持续采购 	
<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，优先选择电源使用效率（PUE）值较低的第三方托管机房 	
<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 	

3. 夯实治理根基，合规稳健经营

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》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》（2023年12月修订）等法律法规及制度规范，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》等管理制度，对股东大会、董事会及监事会的管理作出明确规定，以实现科学决策、稳健经营。

公司建立由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理架构，股东大会是公司最高权力机构，董事会是公司的常设决策机构，监事会是公司的监督机构，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。



■ 2023 年公司董监事会成员构成及相关会议召开情况 ■

董监事会成员构成



董事会董事 **7** 名

其中女性董事 **3** 名，占比 **42.86%**

其中独立董事 **3** 名，占比 **42.86%**

监事会监事 **3** 名，其中职工监事 **1** 名

相关会议召开情况



股东大会 **7** 次，共审议议案 **22** 项

董事会会议 **10** 次，共审议议案 **55** 项

董事会各专门委员会会议 **10** 次

监事会会议 **8** 次，共审议议案 **30** 项

3.2 投资者权益保障

信息披露

公司严格遵守《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及制度规范，根据《公司章程》有关规定，制定《信息披露管理制度》，建立健全信息披露相关管理机制，畅通线上线下投资者沟通与互动渠道，切实做好信息披露工作，保障投资者的知情权。

公司证券事务部为公司信息披露事务管理部门，监事会对信息披露事务管理制度的实施情况进行定期或不定期检查，确保信息披露的真实性、准确性、完整性、及时性、公平性。公司通过官网、上海证券交易所官网以及《上海证券报》《中国证券报》《证券日报》《证券时报》等证监会指定的相关法定媒体披露公司信息，不存在选择性信息披露或者信息披露违规的情形。

在信息披露方面，公司实施多人员编制、复核和审查机制，以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 87 份。

投资者沟通

公司严格遵守《中华人民共和国证券法》《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《对外投资管理办法》《信息披露管理制度》《投资者关系管理办法》等规章制度，规范投资者权益保障管理。公司通过规范关联交易行为、加强与投资者沟通交流、实行现金分红等措施，保障投资者的合法权益。

公司董事会秘书负责投资者关系工作，积极与投资者进行沟通交流。报告期内，公司通过现场或网络投资者交流会、说明会及路演活动，接受投资者和媒体的咨询，与机构投资者及中小投资者保持经常联络，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，提高投资者对公司的参与度。

■ 2023 年公司投资者沟通主要渠道及成果 ■



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。2023 年，公司召开股东大会 7 次，并努力为中小股东参加股东大会创造条件，充分考虑召开的时间和地点以便于中小股东参加



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。2023 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。2023 年，公司通过邮箱及电话接受投资者沟通超过 200 次



上证 e 互动平台

- 上证 e 互动平台是公司与投资者开展沟通交流的专业平台。2023 年，公司在该平台回复投资者问题 22 条

债权人权益保障

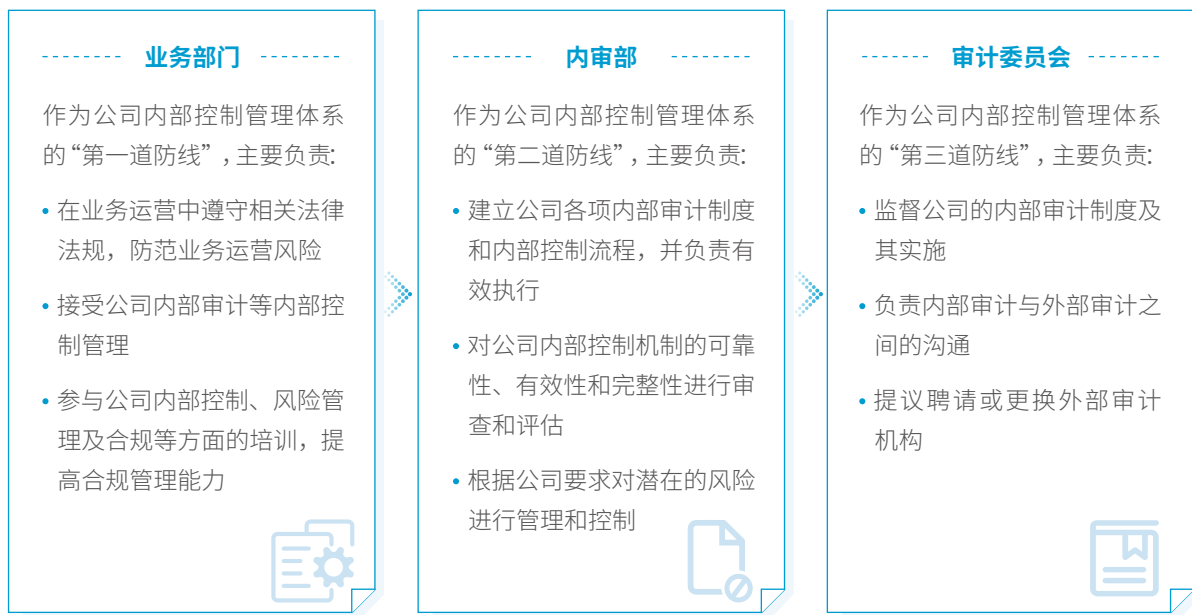
公司严格遵守《上市公司治理准则》《上市公司关联交易实施指引》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》（2023年12月修订）等法律法规和相关规定，根据《公司章程》有关规定，制定《关联交易管理办法》《对外担保管理办法》《募集资金使用管理办法》等制度，保护债权人合法权益。

3.3 合规运营

公司始终坚守诚信合规经营的商业行为准则，严格遵守《中华人民共和国审计法》《审计署关于内部审计工作的规定》《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》《反腐败合规管理办法》等内部控制规范，做好内部控制管理工作，积极开展内部审计与评估、组织内部合规培训等举措，切实提高公司的抗风险能力和市场竞争力，实现合规经营。

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。

■ 公司“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。2023年，公司针对重大长期投资变动、资金管理、关联交易等方面，对总公司、分公司及子公司进行审查与评估。

公司始终高度重视营销服务等业务的合规性，坚守合规经营底线，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，设立合规工作小组，并定期针对业务人员开展业务合规主题线上培训活动，加强业务部门和公司员工风险防范意识，积极做好风险末端管理，持续完善风险管理闭环建设。报告期内，公司未发生违反营销宣传相关法律法规事件。

3.4 反腐败管理

公司高度重视并扎实推进反腐败管理工作，坚决反对任何形式的贪污腐败和商业贿赂行为。公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规和相关规定，制定《商业行为准则》《反腐败合规管理办法》《业务招待及礼品采购审批与报销程序》《供应商行为守则》等内部管理制度，建立健全覆盖公司经营范围（包括分公司及子公司）的反腐败管理体系，持续加强反腐败合规控制的制度建设和组织建设，防范贪污及腐败风险。

■ 公司反腐败管理制度 ■

《商业行为准则》

- 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

《反腐败合规管理办法》

- 明确反腐败举报及处理程序，设立反腐败投诉举报邮箱（hyjb@hylinkad.com），建立举报人保护机制。相关方可通过邮箱进行匿名或实名举报

《业务招待及礼品采购审批与报销程序》

- 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

《供应商行为守则》

- 加强供应商商业道德标准和企业规范管理，严格管控贪污腐败风险

在组织建设方面，公司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，负责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、组织开展反腐败合规相关事件调查与处理等。

2023 年，公司积极落实各项反腐败管理举措，推进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行动措施，防止贪污腐败等违法犯罪行为，构建廉洁从业的企业文化。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。

■ 公司反腐败管理主要措施及成果 ■

定期开展反腐败风险识别与风险评估

- 定期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

开展反腐败管理审计与监督

- 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

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。2023 年，公司面向全体员工开展了线上《反商业贿赂专题培训》，防范商业道德风险



3.5 知识产权保护

公司严格遵守《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，坚持“尊重他人知识产权，保护自身知识产权”的原则，依法开展知识产权管理工作，持续强化自身知识产权内容保护，避免侵犯他人的知识产权，促进公司业务高质量发展。

公司已经建立完善且规范的知识产权管理体系，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，并建立完善知识产权管理流程，明确知识产权申请、审核、使用、维护等全生命周期环节的管理规定。

■ 公司知识产权管理流程 ■

申请与审核阶段



- 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

使用管理阶段



- 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》，防范公司知识产权被侵犯

维护管理阶段



- 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，公司在商标权、版权、软件著作权、发明专利等方面申请并获得多项知识产权成果。

■ 2023 年公司知识产权管理成果 ■

知识产权类型

申请和授权情况

商标权	申请 43 件，核准 11 件
版权	核准 3 件
软件著作权	申请 11 件，授权 19 件
发明专利	授权 1 件

注：包含 2022 年度申请并于 2023 年核准或授权的知识产权数量。



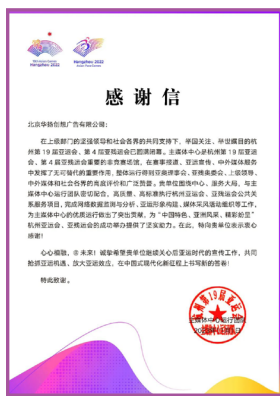
4. 坚持价值引领，创新智能营销

4.1 价值引领责任营销

提升亚运文化影响力

杭州第 19 届亚洲运动会是党的二十大胜利召开之后我国举办的规模最大、水平最高的国际综合性体育赛事。亚运会不仅是体育竞技的舞台，也是文明交流互鉴、深化合作、增进友谊的重要平台。华扬联众是杭州第 19 届亚运会、第 4 届亚残运会唯一公共关系服务商，全面支持杭州亚运会的国际传播和公共关系工作，为“中国特色、亚洲风采、精彩纷呈”杭州亚运会、亚残运会的成功举办提供坚实助力。

公司于 2023 年 11 月收到来自杭州亚运会主媒体中心运行团队的感谢信，其充分认可了公司在杭州亚运会国际传播工作中所发挥的重要作用。此外，公司于 2024 年 2 月获得由浙江省委办公厅、浙江省政府办公厅颁发的“先进集体”荣誉称号，彰显了公司在杭州亚运会国际传播中的卓越表现。



杭州亚运会主办方感谢信



杭州亚运会、亚残运会浙江省先进集体

国际传播创新与实践：助力提升亚运影响力

2023年，公司在形象构建、媒体关系、信息服务以及素材库建设等方面为杭州亚运会提供专业服务，助力提升亚运文化影响力。

形象构建：塑造“新亚运、杭州韵”国际形象

公司为杭州亚运会策划并执行了全面的形象构建方案，成功打造出以“新亚运、杭州韵”为主题、具有国际影响力的系列宣传片，以及10支亚运会相关的简而真、小而美的短视频，有效推广了杭州作为亚运会主办城市的积极形象，助力其在国际舞台树立良好形象。

媒体关系：构建国际传播桥梁

杭州亚运会举办前后，在亚组委宣传部组织下，公司负责实施举办了3场媒体吹风会和3次媒体采风活动，为亚运会的国际传播提供了重要平台，有效传递亚运会重要信息，同时加深国际社会对此次盛会的热情和关注。

信息服务：提供战略指导与数据分析

公司通过赛前国际公共关系引导整体方案及网络数据分析报告，为杭州亚运会的国际传播提供了重要战略指导和实时动态分析，有效帮助亚运会组委会深入了解国际舆论动态，有力支持领导层进行决策。

素材库建设：优化信息传播效率

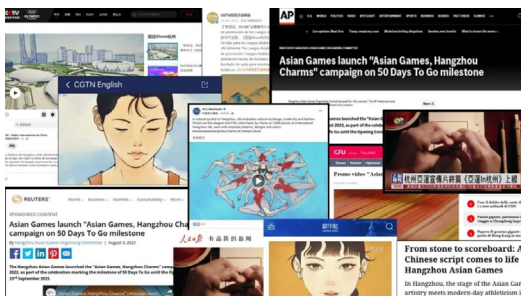
通过精心策划的新闻传播和公共关系传播素材库建设，公司为杭州亚运会和亚残运会筹办工作提供了明确的指导原则和丰富的素材资源，确保了筹备工作的有序进行，并有助于向国际社会全面展示杭州亚运会的独特魅力。



“新亚运、杭州韵”主题系列宣传片



亚运会媒体吹风会



亚运会主题系列宣传片获得千余媒体齐齐点赞



亚组委公共关系团队（部分成员）

助力民族品牌发展

民族企业是我国经济发展的重要支柱。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”。2023年，中共中央、国务院发布《质量强国建设纲要》，进一步提出“完善品牌培育发展机制，开展中国品牌创建行动，打造中国精品和‘百年老店’”发展要求。

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，有效提升民族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，以品牌建设推动企业高质量发展。

公司在跨境电商方面持续研发探索，支持我国企业开展进出口贸易。截至2023年底，公司同时拥有建立独立站店铺的能力，以及“企业对企业对消费者”（B2B2C）的商业平台能力。在营销服务中，公司融入多年数据整合、分析、追踪、算法等能力，在确保用户数据安全的同时，帮助卖家更好地管理跨境电商的市场营销活动，助力民族企业出海。



品牌营销：携手 OPPO 提升中国品牌的全球影响力

在2023-24赛季欧洲冠军联赛期间，公司携手中国智能手机品牌OPPO，推广其与欧洲冠军联赛的合作。公司为OPPO提供渠道、平台和媒体策略，针对全球多个重点市场进行品牌及效果类媒体投放，进一步推广OPPO品牌主张，同时增强其在全球的知名度。

提供数据主导的定制化策略

公司运用全球市场研究数据平台eMarketer及受众群体定位工具Global Web Index进行分析，了解每个市场并对目标人群细分拆解，结合累积多年的海外媒体投放经验，为OPPO制定全球数字投放策略，提升整体投放效率。

最大化保护品牌安全性

公司与广告分析平台Double Verify合作，运用其数字广告验证和品牌安全解决方案，确保OPPO广告投放到目标受众，不出现有争议、冒犯性或欺诈性内容，确保品牌在社交媒体和广告平台上展示的内容安全适当。该方案能够最大化保护品牌声誉，同时避免在不相关或无效的场景中浪费广告资源。



电商营销：赋能海派国风老字号品牌

2023年，公司帮助上海淮海商业（集团）有限公司（简称“淮海集团”）建立电商业务平台和小程序“潮步淮海”。淮海集团是一家国有企业集团，旗下拥有11家中华老字号企业。通过电商平台及小程序开发，公司赋能淮海集团客户营销，扩大海派国风老字号品牌影响力。

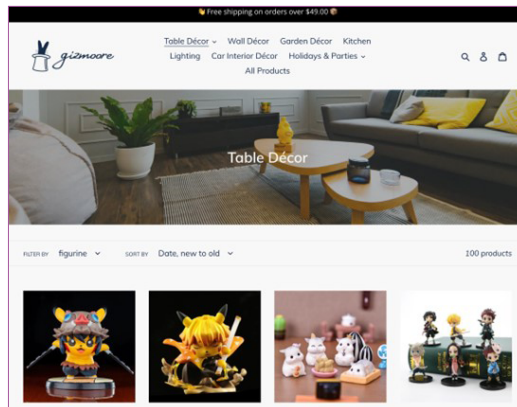


“潮步淮海”客户端截图



跨境电商营销：助力民族企业出海

公司打造跨境电商运营平台 Marketeer。该平台能够帮助用户实现建站、店铺运营、广告管理和选品等环节自动化，并提供跨平台数据可视化工具，提升用户电商运营效率。同时，该平台支持商品在社交媒体的一键转发及持续监测效果功能，进一步赋能用户社交媒体运营。



运营店铺主页（部分）

支持中小企业发展

中小企业是国民经济和社会发展的生力军，是建设现代化经济体系、推动经济实现高质量发展的重要基础，是扩大就业、改善民生的重要支撑。在数字化技术、AI 等新兴技术迅速发展的背景下，对数字化、智能化技术的应用能够有效帮助中小企业降低成本、提高效率。

公司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，并推出 AI 技术平台，助力提升中小企业数字化营销能力和品牌建设，支持中小企业发展。



AIGC 平台：领航中小企业 AIGC 实战之路

近年来，人工智能生成内容（AIGC）技术迅猛发展。对于品牌传播预算有限、人手不足的中小企业来说，利用 AIGC 技术完成品牌包装、传播物料制作等工作，是实现营销提效的绝佳路径。

公司洞察中小企业需求，与有丿（piě）有捺、爱智岛联合推出 AIGC 三方协同共创平台。该平台将科技、艺术与品牌相结合，使用 AIGC 打造全新的 AIGC 图片内容生产模式，重塑内容生产流程，提供全新的 AIGC 内容生产服务。

借助该平台，中小企业可以更有效地在社交媒体上与客户互动，并提供实时的、个性化的客户支持，也可以在实时反馈的基础上优化广告设计、网站排版和市场推广策略，从而制定高效、个性化的营销策略，提高客户满意度和忠诚度。该平台于 2023 年 5 月 28 日正式启动商业化服务，目前已被广泛应用于各类电影宣传海报、杂志封面、互联网营销内容制作。



龙年主题宣传图片

弘扬中国传统文化

2023 年，中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》，提出“推进文化数字化发展，深入实施国家文化数字化战略，建设国家文化大数据体系，形成中华文化数据库”发展要求。

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、混合现实和 AIGC 等新兴技术手段整合应用到中华优秀传统文化传播中，探索更加广阔的创作新形态，并以数字藏品、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

自 2021 年起，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，以数字化科技赋能传统优秀文化传播。

同时，项目推出“中国二十四节气”系列故宫云课学习激励数字徽章，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。2023 年，公司先后上新“春年祈稔”“鹂歌暖春”“玄鸟衔春”“柳曳鸢安”“池蛙鸣夏”“伯劳啼夏”等数字徽章，进一步提高大众对传统文化学习的积极性。



故宫云课 APP 页面 故宫云课数字徽章 - 立春“春牛祈稔”



联合秦始皇帝陵博物院，以数字科技赋能中国原生文明

自 2022 年起，公司作为秦始皇帝陵博物院文创联合开发单位，联合秦始皇帝陵博物院以盲盒形式发行基于秦始皇兵马俑文物形象二次创作的数字藏品，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，助力实现中华传统文化与数字文明共生、共繁荣。

2023 年，公司基于文物“彩绘铜车马”的古朴造型及精美纹饰，进行数字化二次创作，推出“数字彩绘铜车马”数字藏品。该藏品一组两乘，一为“立车”，一为“安车”，创意了兼具想象力和古典美学的铜车马形象，让大秦帝国的“潮流座驾”驰骋进每位历史爱好者的生活。



数字彩绘铜车马

4.2 创新驱动优质服务

全域智能营销创新

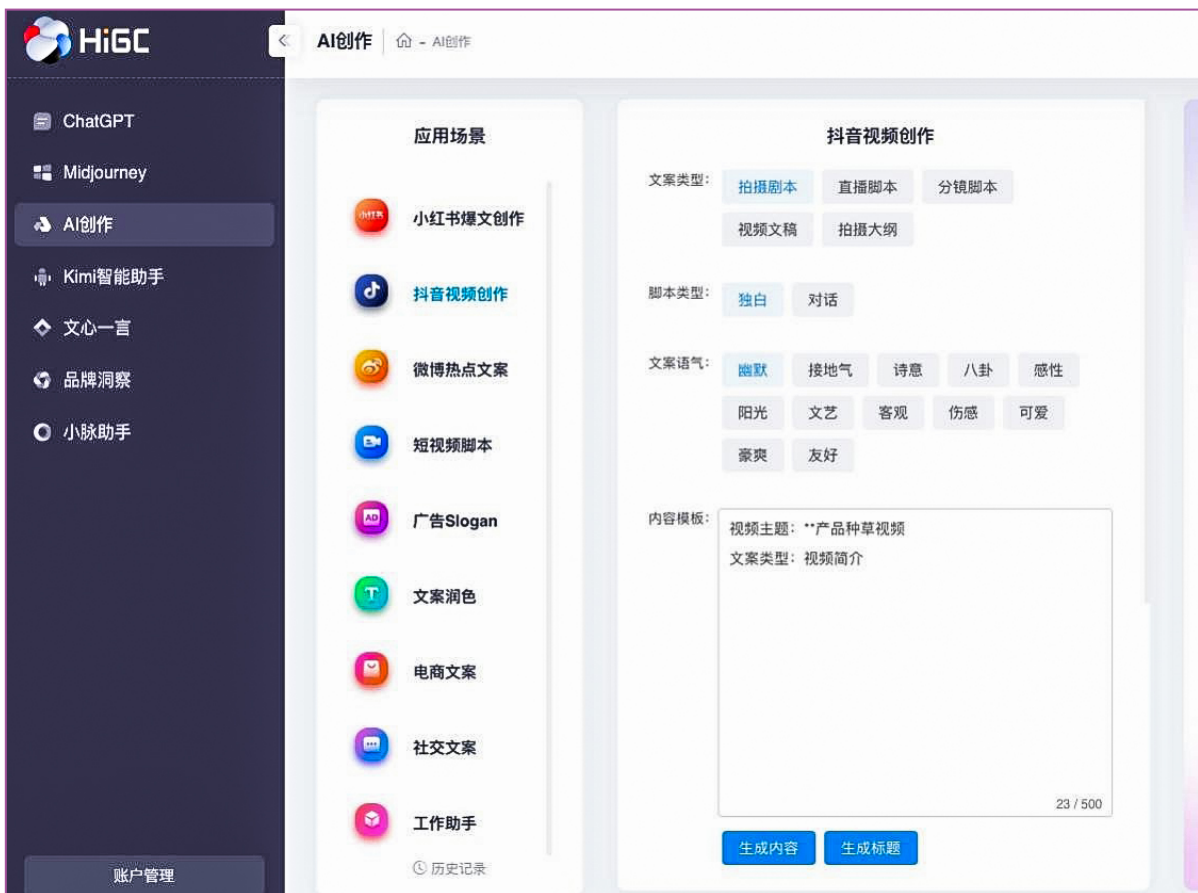
AIGC 等新兴数字技术能够为营销服务赋予强大动能，带来效率与创造的双效提升。华扬联众始终秉持“积极拥抱新技术、深化落地新场景、努力开发新应用”的宗旨，以 AI 技术为核心，从品牌建设、营销物料创制、人员效率提升等多维度形成产品矩阵，探索人工智能驱动下的数字营销全新可能。

公司已在中国北京、上海、重庆、南京以及美国硅谷设立共 5 个研发中心，聚焦智能营销、数据挖掘、机器学习等技术研发及营销场景应用开发。公司制定《产品项目研发实施流程规范》等制度，规范在项目启动、里程碑、测试、验收、结项和发布上线等产品开发全流程管理。



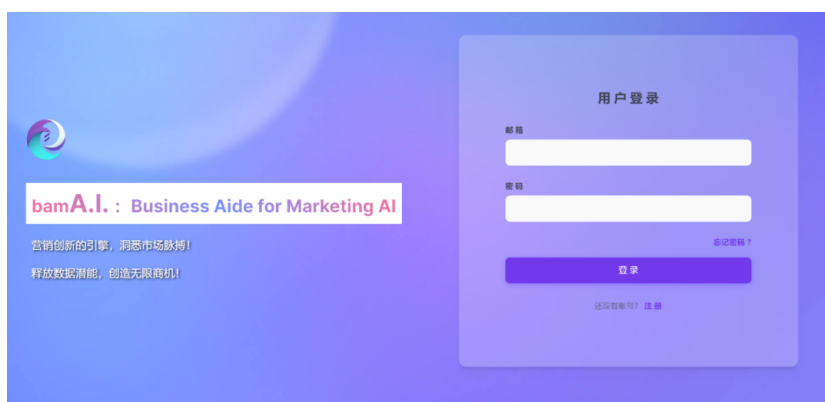
公司 2023 年研发创新相关投入金额总计 **17,920.95** 万元。

2023年，公司积极学习AIGC技术，快速将前瞻性、引领性的技术应用于商业实践中，推出以AI技术为核心的HiGC智能营销平台，并在内部大规模推广。公司确保技术发展主导思路，即算力（大模型计算能力）与脑力（人的创造力）的完美结合，不断对技术平台迭代再升级，弱化人员和经验对数据整合、分析以及最终决策的影响，通过一个数据化、智能化、具备从策略到行动的应用闭环能力、日常工作场景中可高频使用的综合性营销咨询服务平台，让原有 workflow 全面升级，经过AI技术加持和重新解构，智能化生成从文本到视觉的一站式品牌内容，实现文字解读与图像创作联动，不仅为品牌洞察显著减少时间成本，更激发创作灵感，形成完整的数据驱动内容闭环，实现持续优化。



HiGC 智能营销平台页面

2023年，公司研发推出基于AI技术的全域营销工具小脉助手。小脉助手拥有海量用户市场数据和智能算法，基于对日常工作需求的全面调研，从“优化工作流程”出发，全面接入复杂生产力工具，利用AI降低专业软件使用门槛。通过自动化处理营销活动中的重复性任务，如数据收集、数据总结、社交媒体资讯、用户调研和报告生成等，小脉助手形成条理清晰、线索明确的结果，将“人”的创造力从冗杂的工作中解放出来，为合作伙伴提供决策数据雷达，为员工打造全能智慧辅助。



小脉助手登录页面

持续优化客户服务

公司以“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，围绕客户需求提供全面服务解决方案，深入理解客户业务与品牌发展战略，以基于大数据、区块链和AI技术研发的系列技术平台和营销工具，为品牌提供全链路营销服务内容，助力品牌客户实现“品效销合一”的营销目标。

■ 公司客户服务体系建设 ■

组织建设

- 组建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

制度建设

- 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

能力建设

- 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

此外，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，及时开展改善行动。



深度定制化服务，助力雅诗兰黛稳定行业领先地位

公司连续九年为国际知名美妆集团雅诗兰黛集团提供品牌营销服务。2023 年，公司持续为客户提供针对搜索类和竞价类广告的投放策略，帮助品牌提升投放效率和效能，稳定行业领先地位。

紧跟趋势，提供深度定制化品牌营销服务

- 公司挖掘小红书平台对于美妆行业品牌的重要性以及效果媒体方法论数据，维持品牌在小红书的体量增长。
- 公司使用腾讯 RACE 全域营效系统，对品牌各个人群标签细分拆解，帮助品牌更好圈定核心目标用户，提升品牌整体投放效率。
- 公司与百度合作，使用百度文心一言对客户素材进行需求深度挖掘，从而提供策略以及内容输出。

丰富培训，持续提升项目团队专业能力

- 公司多次联合包括小红书、腾讯和百度等主流内容媒体，面向项目团队开展线上、线下培训活动，帮助团队更好地了解时下最新媒体趋势，从而更好地帮助客户制定日常投放计划。
- 截至 2023 年底，公司雅诗兰黛集团项目团队共拥有各类媒体认证证书 111 张。其中，百度初级和中级人才认证证书 44 张，小红书认证证书 33 张，腾讯广告营销认证证书 18 张，巨量引擎营销科学和 UD 效果认证证书各 8 张。

有效沟通，以客户满意度驱动服务质量提升

- 公司项目团队以提升客户满意度为驱动，了解客户需求，更好地赋能品牌。
- 雅诗兰黛集团每年定期围绕项目团队服务质量开展内部调研，调研内容主要包括服务团队在合作、策略和执行三大方面的表现。2023 年，雅诗兰黛集团各个品牌对公司项目团队满意度持续提升。

创新开拓，收获多项外部奖项及认可

- 2023 年，公司雅诗兰黛集团项目团队收获多项外部奖项及认可，包括“2023 年小红书 WILL 商业大会年度影响力商业合作伙伴奖”、腾讯“RACE 全域营效首批深度合作”认证以及 2023 百度 AI 年度大赏“领创开拓奖”等，并帮助雅诗兰黛集团获得腾讯“2023 上半年度星燄成长品牌奖”。

研发伦理风险管理

AIGC 等新兴数字技术能够促进社会发展，而对这些新兴技术的不正当使用可能会引发知识产权、数据安全、隐私保护、负责任营销等方面的法律合规风险和伦理道德风险。2023 年，国家互联网信息办公室等部门出台《生成式人工智能服务管理暂行办法》，明确在生成式人工智能技术与治理、服务规范以及监督检查和法律责任方面的要求，促进生成式人工智能健康发展和规范应用。

公司严格遵守国际、国内人工智能相关领域法律法规和科学伦理规范，于 2023 年制定《华扬联众人工智能生成内容的风险管理制度》《华扬联众数字孪生的安全管理指南》等制度，规范公司 AIGC、数字孪生等技术的采购和使用行为，并明确相关安全管理岗位及职责，建立安全事件应急处理机制，向员工开展意识贯宣及培训，确保相关研发合法合规，不违背伦理道德。

■ 公司数字技术风险主要管理措施 ■

类型	具体内容
面向供应商	<ul style="list-style-type: none"> 加强资质审查：关注供应商产品的合规风险及业务连续性风险，加强供应商资质审查，确保采购合法合规的 AIGC 产品、服务或接口 关注用户协议：关注采购或服务相关线上、线下协议，确保线上、线下协议的一致性 数据安全与隐私保护：要求供应商隔离储存公司数据并采取相应的安全措施，必要时要求供应商私有化部署服务器，避免数据被用于算法训练等，避免网络攻击，确保数据物理安全；通过采购协议及其附件等形式，要求供应商加强个人信息保护
面向员工	<ul style="list-style-type: none"> 严格限制内部使用：员工仅限在内部使用 AIGC 服务，不得用于直接向公众提供服务；加强员工账号管理 商业机密保护：采取过滤技术等针对性措施，限制员工通过输入信息、提示词等方式泄露客户商业秘密 加强内容人工审查：建立人工审查机制，确保输入内容及生成内容不含违规及不良内容，确保创意、视角及价值观的多元化，确保最终产品或服务不含有歧视性、不平等、危害他人健康及隐私的内容等 确保网络接入方式合规：确保网络接入方式符合国家有关法律法规 关注特殊业务资质：若应用场景涉及业务准入资质问题，需要办理相应资质执照

4.3 信息安全与隐私保护

信息安全与隐私保护是数字营销企业的核心经营底线。华扬联众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，落实信息安全和用户隐私保障工作。

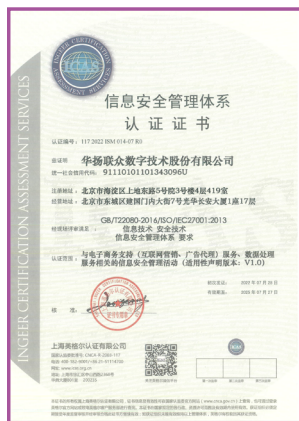
公司设立信息安全领导小组，负责组织和落实国家信息安全相关政策、法规和标准要求，制定公司信息安全发展战略、规划、政策和管理制度，对公司信息安全建设工作提供方向性和原则性的指导与建议，制定人员安全技能和安全意识培训规划，并持续推进协调信息安全建设相关资源部署等工作。

公司将信息安全与隐私保护纳入《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。此外，公司制定《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》等制度，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内容。2023年，公司新增制定《网络及数据安全规范》等制度，进一步规范公司网络及数据安全管理工作。

公司明确信息安全事件的举报及处理程序，设立信息安全投诉举报邮箱（hyjb@hylinkad.com）。相关方可通过邮箱进行匿名或实名举报。同时，公司做好举报人保护工作，严禁任何对举报人打击报复的行为发生。



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，并取得相应认证证书（报告期内有效）



ISO27001 信息安全管理体系认证证书



ISO20000 信息技术服务管理体系认证证书

■ 公司信息安全管理主要措施及成果 ■

措施	具体内容
开展信息安全风险评估	<ul style="list-style-type: none"> 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 在杭州亚运会项目中，接受外部第三方机构的信息安全风险评估，并开展全面的网络安全修复、整改与升级工作，保障亚运会及亚残运会项目的顺利进行
加强信息使用管理	<ul style="list-style-type: none"> 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，在取得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调查，确保合作方遵守相关协议要求
加强信息安全漏洞管理	<ul style="list-style-type: none"> 制定完善的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 内部不定期开展基础安全检测，同时通过第三方机构及工具开展周期性漏洞检测，对于检测发现的漏洞，及时升级服务器系统和安装补丁
加强服务器管理	<ul style="list-style-type: none"> 增加密罐服务器，对公司内部重要服务器和设备的访问进行监测和分析，防止未知入侵 增加堡垒机机制，针对公司重要服务器，进行登陆用户 2 次认证，保证重要设备的安全稳定
组织信息安全培训	<ul style="list-style-type: none"> 定期面向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

2023 年，公司未发现违反客户隐私或遗失客户资料的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件。

5. 积极开拓合作，实现生态共赢

5.1 推动行业生态发展

华扬联众积极参与行业交流活动，发布行业研究报告，结合自身数据技术、整合营销等领域的优势，助力行业在创新中不断前行。



受邀出席 2023 中国公共关系发展大会，分享大型国际赛事传播实践

2023 年 12 月，公司参与由中国公共关系协会主办的“2023 中国公共关系发展大会”。公司为杭州亚运会打造的系列主题宣传片成功入选年度公共关系优秀案例。

公司创始人苏同先生获邀以《公共关系服务高质量发展的业界视角》为主题发表演讲，分享公司在杭州亚运会传播工作中，从公共关系层面助力大型国际赛事与中国城市的高质量发展的工作实践。



2023 年中国公共关系发展大会



参与金投赏国际创意节，分享大型体育赛事的国际传播创新与实践

2023 年 10 月，公司受邀参加于上海开幕的 2023 金投赏国际创意节，并组织了金投赏论坛华扬联众专场。公司首席新闻官潘建新主持专场论坛，向国内外顶尖品牌主、代理机构、媒体公司的数百名重量级嘉宾，以及广告营销行业精英领袖们分享《大型体育赛事的国际传播创新与实践》。

论坛上，公司分享了自身作为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方传播代理服务独家供应商和国际公共关系服务商、杭州亚运会唯一的公共关系服务商期间，所进行的一些有创新的传播服务案例，以及积累的丰富大型体育赛事国际传播经验。



金投赏论坛华扬联众专场



成为 CAAC 元宇宙营销应用研究院一届理事会副理事长单位

2023年3月，中国商务广告协会组织召开CAAC元宇宙营销应用研究院（简称“研究院”）一届理事会第一次会议并表决产生了研究院一届理事会领导机构，公司成为CAAC元宇宙营销应用研究院一届理事会副理事长单位。

作为副理事长单位，公司将通过研究院，力求以协力共建的方式全面、系统提升成员伙伴的专业度与服务能力，有力推动元宇宙基于营销领域的创新应用，打通元宇宙从理论到应用层面的整个链路。同时，让各行各业对元宇宙营销有更科学的基础性认知，推动众多科研成果走出实验室，寻找产业化应用的可能，引导元宇宙营销行业大胆探索、认真求证，走科学健康的发展之路。



参与 CAAC 元宇宙营销应用研究院会议合影

2023年，公司携手合作伙伴深入研究推动市场营销领域创新和变革的前沿热潮与应用，发布多份行业榜单及研究报告，让更多企业洞察并紧跟行业前沿动态，从而驱动行业整体持续向前发展。

■ 2023 年度行业榜单及研究报告发布主要成果 ■

发布第四季品牌数字藏品影响力榜

- 公司作为品牌数字藏品营销力、影响力和品牌赋能的持续观察者，携手恩赋特机构联合发布了“第四季品牌数字藏品影响力榜单”。
- 公司对在中国进行数字藏品设计、铸造和发行的品牌展开调研，科学评价品牌数字藏品的影响力，启发思考品牌探索元宇宙与营销融合新模式。

参与编写《从营销 AIGC 化到 AIGC 营销化》

- 公司联合清华大学新闻与传播学院新媒体研究中心，基于大数据挖掘、参与式观察的研究方法与 AIGC 工具合作，共同创作了面向 AIGC 产品营销领域应用的多层次行业分析报告《从营销 AIGC 化到 AIGC 营销化》。
- 该报告对当前 AIGC 营销应用现状进行梳理，并通过行业评估与案例展示，揭示 AIGC 如何为营销领域赋能并带来深远变革。同时，报告展示了公司在 AIGC 营销领域做出的诸多实践，包括 AIGC 三方协同共创平台、HiGC 智能营销平台、沉浸式虚拟现实世界“一方玉宙”、数字虚拟人等。

参与编写《2023 中国互联网广告数据报告》

- 公司作为研究机构，参与了《2023 中国互联网广告数据报告》及《2023 中国互联网营销发展报告》（蓝皮书）报告编撰工作。
- 两份报告研究分析了 2023 年互联网广告及营销市场情况，旨在探索互联网服务中国式现代化发展的新方向，为中国互联网营销产业提供一份全面且具连续性的发展概要。

5.2 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。

公司践行可持续采购理念。对内，公司制定适用于各分公司、子公司的《采购管理办法》《可持续采购准则》等制度，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，将可持续发展理念融入采购流程，并面向采购部门员工开展可持续采购宣导与绩效评估。

公司持续强化供应商管理能力。对外，公司制定并推行《供应商行为准则》，将供应商相关表现纳入合格供应商考核及新供应商准入评估，落实对供应商环境、社会以及公司治理等方面的监督管理。同时，公司激励供应商开展优质实践，进一步降低供应链相关风险，助力业务运营的高质量发展。

■ 公司可持续采购管理主要措施及成果 ■

将可持续发展理念融入采购流程

- 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、末端回收再利用等情况，杜绝与发生毁林、生态破坏等重大负面事件争议的供应商合作
- 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；如选择购买的方式，需考虑使用后的回收及再利用率
- 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

开展可持续采购宣导与绩效评估

- 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
- 将了解供应商社会责任表现、进行供应商社会责任评估及现场审计数量等可持续采购实践表现纳入采购部门员工的绩效评估

制定并推行《供应商行为准则》

- 制定《供应商行为准则》，就供应商反腐败、劳工与人权、环境保护、信息安全保障等方面表现提出要求
- 将《供应商行为准则》列为供应商合同附件，作为合作签署的硬性条件之一，以加强供应商行为管理

开展供应商社会责任风险及实践评估

- 面向供应商开展社会责任风险尽职调查与评估
- 通过供应商填写自评表或现场审验方式，评估供应商社会责任的实践表现

开展供应商激励与指导

- 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. 打造人本文化，助力共同成长

6.1 保障员工权益

员工招聘与雇佣

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，在员工关系、工作条件、员工行为规范等方面作出明确规定。

公司致力于吸引多元化、多专业人才，通过企业官网、招聘网站、外部招聘人才库、社交媒体等线上渠道，校园招聘、人才市场等线下渠道，以及内部推荐、内部调动等全渠道公开公正地开展招聘工作。公司根据《人事招聘管理规定》《员工招聘计划流程》规定，严格按照提出需求、确认职位、发布信息、应聘面试、意向沟通、offer 审批及安排入职的流程执行招聘工作，规范公司的人员招聘行为，保障公司及招聘人员权益。

报告期内，公司劳动合同签订率与社会保险缴纳率均为 100%，未发生员工歧视及雇佣童工等事件。

■ 公司员工基本权益保障措施 ■

合法用工	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 尊重员工选择职业的权利，为在职员工提供内部转岗机会 • 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
薪酬待遇	<ul style="list-style-type: none"> • 依法、按时、足额为员工缴纳基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险，并缴纳住房公积金 • 秉承公平公正的原则，根据岗位职责、工作能力、工作强度、综合素质等维度开展薪酬评价 • 针对薪酬发放程序，与员工在入职、考核调薪等环节和日常经营中进行充分沟通
健康安全保障	<ul style="list-style-type: none"> • 建立健全职业健康安全管理体系，承诺员工体检覆盖率 100%、医疗保险福利覆盖率 100% • 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
工时与休假	<ul style="list-style-type: none"> • 实行八小时工作制，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、哺乳假和丧假等，并于 2023 年度根据政府相关指引新增育儿假期，确保员工享有国家规定的全部法定节假日

职场平等与多元化

公司始终致力于为全体员工提供安全、包容、平等、友善的工作机会与职场环境，杜绝职场歧视与性骚扰行为。报告期内，公司未有员工歧视和性骚扰事件发生。

公司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。公司在《员工手册》中明确规定，严禁任何性别歧视、种族歧视、性骚扰等，一经发现证实，立即解除劳动合同。此外，公司制定《劳工与人权管理准则》，针对职场反歧视与反性骚扰等方面作出明确规定和承诺。

■ 公司职场平等与多元化建设主要措施及成果 ■

平等就业

- 提供平等就业机会，在招聘过程中坚决反对就业歧视，确保整个招聘流程以公平竞争为原则，建立多位面试官面试机制，基于工作岗位相关要求甄选员工
- 提供具有竞争力的薪酬，并确保员工不因其年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况等因素受到歧视或差别待遇

营造多元文化

- 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文化
- 为残疾员工提供灵活办公等工作条件，支持其职业发展
- 在办公场所中贴标语，促进性别平等、包容性意识提升
- 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。2023 年，针对全体员工组织反歧视与反性骚扰意识培训、抵制任何残疾人歧视行为相关的主题意识培训，提高员工平等与多元化意识，积极塑造平等友善的职场环境

打造包容空间

- 采取集体办公或半封闭式办公的方式，促进员工交流，同时避免形成密闭空间，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、舒适办公环境

建立保障机制

- 每月开展人才盘点，分析员工多元化情况
- 定期开展薪资统计，追踪工资平等情况
- 明确歧视与性骚扰事件的处理程序，设立投诉举报邮箱（righttospeak@hylink.com），相关方可通过邮箱进行匿名或实名举报。同时，公司做好举报人保护，并对受害人提供心理疏导与帮助

6.2 助力员工发展

员工培训

公司高度重视人才培养，持续赋能员工成长，打造面向各级各类员工的多层次人才培养体系，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，持续提高员工综合能力，推动公司与人才的共同发展。

公司从需求体系、课程体系、讲师体系、实施体系、评估体系和学习平台等角度，持续完善人才培养体系，提高员工培训质效，为公司与员工的可持续发展提供源源不断的动能。

■ 公司人才培养体系 ■

需求体系

- 公司战略需求
- 员工能力需求
- 业务问题需求

课程体系

- 内部课程库（包括教学课、分享课、公司模块及公司系统介绍、新业务介绍以及管理类培训等。其中，教学课涵盖创意、媒介、策略、搜索营销、内容营销、客户服务等专业主题）
- 外部课程资源（第三方采购课程、内部高管及员工资源、员工外派学习等）
- 对外输出客户和媒体课程

讲师体系

- 建立讲师选拔、激励、培养、分级、晋级及淘汰机制
- 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，开展公司内部培训

实施体系

- 以华扬大讲堂、分享课、教学课、媒体分享、外部采购课程和微分享等形式实施培训

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

学习平台

- 建设系统性的培训平台“华扬大学”，为员工提供广告营销类和创意策略类等业务层面培训课程、管理类职业成长型培训课程，以及外部课程等多类型课程
- 构建学习路径图、课程库、学习记录、课时统计、学习之星平台功能
- 搭建课程宣传、报名、评估、考试、讲师认证系统



“华扬大学”学习平台主页



“华扬大学”讲师认证系统



“华扬大学”培训课程

公司大力支持员工参与和工作相关的外部培训课程，支持和组织员工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。公司为员工统一支付考试报名费，并对获得职业资格认证的员工给予一定奖金作为激励。

此外，公司持续与腾讯、阿里妈妈、百度等多个合作伙伴开展人才共建共育计划，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。

员工晋升和发展

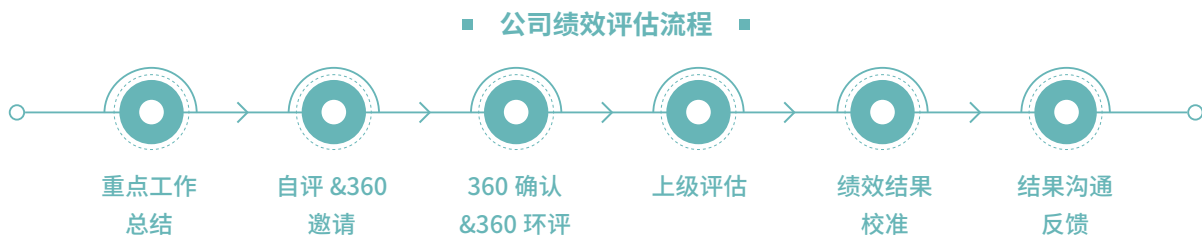
公司提倡进取精神，制定《员工职业发展管理规定》，充分考虑员工成长与晋升发展路线，为所有员工建立透明、畅通的发展职业通道，并制定清晰的岗位体系，助力员工规划职业路径、实现更好的发展。



公司从员工表现、能力、潜质等方面开展定期综合评估，建立线上绩效评估管理体系，规范晋升要求与考核机制，确保各级员工的绩效评价标准公开、程序公平、各级管理人员的任命及晋升公开透明。

公司在 OA 办公系统的基础上，采用飞书目标和关键成果（OKR）绩效评估工具，从上级、同事、下属及自我评价等多维度，每季度开展绩效评估工作，并将考核结果应用于绩效奖金分配、岗位晋升等工作。

针对绩效考核表现优秀的员工，公司会给予相应的奖励和激励，如对获评“华扬之星”的员工会给予薪酬及假期奖励，以激发员工的积极性和创造力。



6.3 提升职场幸福感

员工健康和安

公司主要从事数字营销业务，不涉及化学、物理、生物等类别职业病危害因素，但办公室内伏案久坐可能对员工身体健康和心理健康产生影响。

公司关注员工的身心健康，秉持“预防为主、落实责任、全员参与、依法治企”的管理方针，建立健全职业健康安全管理体系，保障员工的健康和安全。公司任命员工健康安全事务代表，负责参与公司员工健康安全相关事务。

公司制定《职业健康安全管理体系手册》《危险源辨识和风险评估控制程序》《应急准备和响应控制程序》等制度，明确公司职业健康安全管理体系的控制活动和要求，规范公司危险源辨识、风险评估、应急响应和准备等内容。



公司上海分公司通过 ISO45001 职业健康安全管理体系认证，并获得相应认证证书（报告期内有效）



ISO45001 职业健康安全管理体系认证证书

公司定期开展风险评估与检查，并通过制定应急预案、参与应急演练等方式，保障员工安全，提升员工安全意识和能力。此外，公司为员工提供良好的办公环境，通过体检、休闲活动和培训等途径加强员工身心健康管理。

■ 公司员工健康和安全管理主要措施及成果 ■

定期开展风险评估与检查

- 每年开展危险源辨识和风险评价，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，同时加强薄弱环节管理
- 每月开展办公室职业健康安全检查，发现问题及时整改

制定应急预案，定期参与应急演练

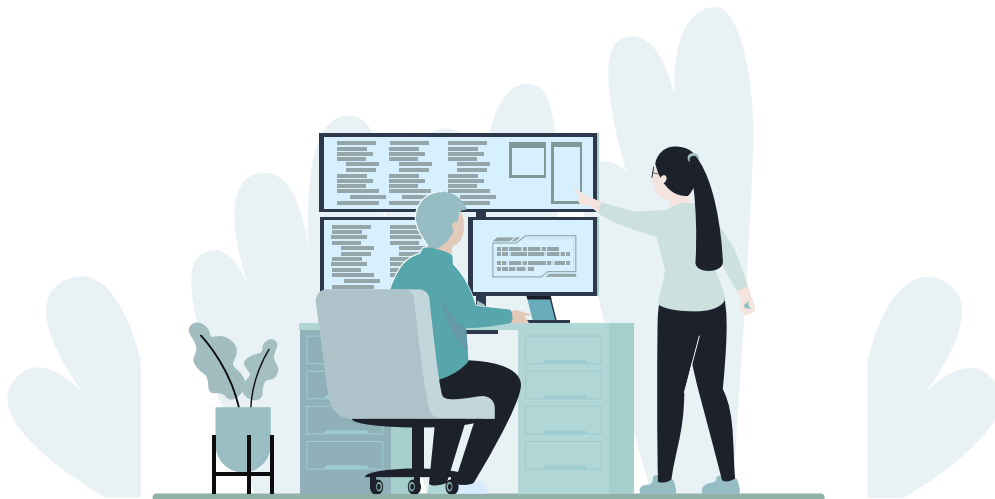
- 对员工安全健康事故或可能发生的紧急情况作出预防和处理，最大限度地减小或避免事故可能导致人员伤亡或财产损失
- 定期参与办公楼消防演练活动，加强公司对火灾事故的应急能力，增强对员工人身生命财产安全的保障

提供良好的办公环境

- 每年进行风险评估与评价审查，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

提升员工身心健康管理

- 日常开展员工心理关怀，及时发现并通过一对一沟通等方式纾解员工心理问题
- 开展团建及办公室下午茶等福利活动，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



员工沟通交流

公司致力于建设并持续完善员工沟通与反馈机制，打造和谐的劳动关系。公司搭建多样化的员工沟通渠道，通过职工代表大会、员工福利委员会、员工投诉与建议邮箱等渠道，以及开展员工满意度调查、员工座谈会等措施，及时了解员工真实想法，积极响应员工诉求。

■ 公司员工沟通与交流主要渠道及措施 ■

设立职工代表大会	<ul style="list-style-type: none"> 建立职工代表大会制度，保障员工享有充分的知情权、参与权、表达权和监督权，推动公司的民主管理走向制度化、规范化、程序化 2023年9月，公司召开职工代表大会，表决通过2项决议，包括调整工资发放时间、选举第五届监事会职工代表监事等主题
设立福利委员会	<ul style="list-style-type: none"> 设立福利委员会，代表员工进行员工健康与安全、工作条件、培训与职业生涯发展、歧视和性骚扰问题等主题的集体谈判，签订集体协议，为员工维护权益、争取福利
设立员工投诉与建议邮箱	<ul style="list-style-type: none"> 设立员工投诉与建议邮箱（righttospeak@hylink.com），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	<ul style="list-style-type: none"> 定期通过评估调查问卷、沟通交流等方式，就工作条件、福利待遇等开展员工调查，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

员工福利和关爱

公司重视员工工作与生活平衡，全方位落实员工关怀行动。公司为员工提供法定假期，并额外提供10至20天带薪年假、7天带薪病假等福利。此外，公司组织开展新年开工活动、节日下午茶、团建等多元化文体活动，进一步丰富员工生活，提升员工的幸福感和凝聚力。



7. 赋能公益行动，点亮绿色未来

7.1 释放公益新活力

公司热心参与社会公益事业，于 2016 年注册成立上海华扬联众公益基金会（简称“基金会”）。基金会秉承“传递爱心，回馈社会”的宗旨，通过整合社会资源，集结各界力量，关注及响应少年儿童疾病救助与边远地区少年儿童美育素养层面的深度诉求，为慈善事业注入创新理念和方法。

历经七年发展，基金会向专业化、规范化的方向扎实推进，联合相关合作伙伴，通过互联网线上平台和线下互动交流，开展 Artlink 艺术花园远程公益教育、Love Garden 爱心花园助学帮扶等多项公益项目。

Artlink 艺术花园远程公益教育项目

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，为中国边远山区的中小学提供远程授课，缓解当地美育师资匮乏的现状，为地区间教育资源不均提供可能的解决方案。2023 年，基金会围绕 Artlink 艺术花园远程公益教育项目开展多项行动措施。

- 2023 年，Artlink 艺术花园远程公益教育项目为云南、四川、河南、广西、安徽、江西、浙江等地边远山区的小学开设远程美术及手工课程，全年提供相关美育课程超过 1,770 课时，参与课程的小学生近 4,500 名。除为手工类课程、美术类课程提供材料包、画材等耗材外，项目为新加入的 9 所学校配置了全新远程教学设备，包括电脑、摄像头、幕布等。
- 2023 年 6 月，基金会牵手观美音乐剧团及番茄田艺术中心，在 BFC 外滩金融中心举行“童心点亮未来，益起感受美好——慈善义卖 & 公益演出 & 儿童画作展览”活动，向参与的亲子家庭及爱心人士介绍了 Artlink 艺术花园远程公益教育项目。
- 2023 年 7 月，“牵手艺术彩虹 献给未来地球” Artlink 艺术花园远程公益教育项目第二期西南教师赴浙江绍兴师资培训研修营在绍兴市会稽山研学国际营地正式开启，来自四川省峨边县以及云南省澜沧县、西盟县、孟连县、紫溪市等地的 104 名乡村教师参与了培训研修。



Artlink 艺术花园远程公益教育项目授课现场



“童心点亮未来、益起感受美好”活动现场

 Love Garden 爱心花园助学帮扶项目

2023年，基金会持续推进 Love Garden 爱心花园助学帮扶项目，资助青海玉树利民学校的教职工工资，保障老师们每月有稳定的生活补助，减轻他们的生活压力，坚定她们继续为牧民子女教育奉献的决心，并帮助学校顺利开展唐卡、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。

同时，基金会推进开展 Love Garden 结对帮扶特殊家庭学生活动。项目执行组前往云南腾冲、西盟各乡村学校及困难家庭调研，了解和统计需要资助的困难学生情况，并发动社会爱心人士，对共计 39 名困难家庭学生们进行连续三年一对一帮扶结对资助，每人每年得到 1,200 元的学习及生活用品资助。

此外，基金会联合爱心企业，针对云南省腾冲市蒲川乡户弄完小的校舍老旧、校舍顶棚破漏和学生洗澡难等问题，为学校重新修缮学生浴室、食堂等屋舍，并配置了淋浴器、太阳能热水器、水塔、自动抽水控制器等硬件设施，切实解决了学生们的生活起居问题。



Love Garden 结对帮扶特殊家庭学生活动



云南省腾冲市蒲川乡户弄完小的校舍修整现场



 拉孜县锡钦乡仁达村安全饮水项目

基金会积极响应“上海社会力量参与对口支援公益项目”的号召，于2021年认领拉孜县锡钦乡仁达村安全饮水项目。项目通过修建小型蓄水池，对当地饮水管道进行维修，改善当地学校师生与自然村村民的饮水问题，提高村民饮水质量、保障饮水安全。截至2023年6月，拉孜县锡钦乡仁达村安全饮水项目已竣工，解决了当地人口饮水安全问题。



拉孜县锡钦乡仁达村安全饮水项目



基金会被授予“南京东路街道儿童友好社区理事单位”

感谢信

尊敬的上海华扬联众公益基金会、绍兴市鸡神文化艺术基金会、浙江金截服饰有限公司的爱心人士们：

你们好！

首先，请接受云南省腾冲市新华乡龙洒完小全体师生对你们的爱心行动《为我校捐赠173套冬服》表示诚挚的感谢和崇高敬意！是你们给我们学校带来了温暖，给予我们物质上的支持以及精神上的鼓励；是你们把党和政府对教育事业的支持和对孩子们的关心传递给我们；是你们把中华民族的美德传递给我们，使我们从内心深处感受到了社会的温暖。

困难是暂时的，关爱是永恒的，我们感动之余，只有立即付诸行动。在以后的日子里，我校将励精图治，严谨办校，把龙洒完小办成一所社会满意、家长满意、学生成才的学校。

孩子们将会把滴水之恩，化作自强不息、奋发学习的动力，化作克服困難、知难而进的气概，用优异的成績，报答父母的养育之恩，报答你们的关怀之情，不辜负你们对他们的殷切期望。

愿大爱无疆的事业是太阳底下最光辉的事业，充满爱心的人是世界上最美丽的人！龙洒完小全体师生员工深深地祝愿各位爱心人士事业蒸蒸日上，幸福安康，万事如意！



基金会获得云南省腾冲市新华乡龙洒完小感谢信

7.2 赋能公益影响力

在基金会专业公益平台之外，公司希望通过创意与专业的能力，助力品牌客户开展公益项目，探索商业与公益的有效结合，持续扩大公益影响力，赋能公益生态。

为腾讯公益打造“小红花连锁店”，探索公益新可能

2023年，公司为腾讯公益打造全新线下公益场景“小红花连锁店”，拉动线下商业资源与多方力量参与公益共创，带动零售、餐饮等品牌以及众多消费者加入环保消费行动，进一步扩大公益影响力。

在“小红花连锁店”场景下，零售、餐饮等品牌合作商家通过加入环保消费倡议及行动，获得小红花公益形象加持，吸引了新的公益顾客流量；消费者通过选择更环保的消费方式，能够领取小红花奖励并获得公益折扣优惠，在实现吃喝玩乐的同时随手做好事。

小红花连锁店让更多人看到了公益与商业结合的可能性，获得了社会公众以及广告界的认可。活动期间，“小红花连锁店”获得8,705万曝光量，单日最高人流总量达10,304人次。公司也凭借小红花连锁店项目，荣获上海国际广告节银奖、金瞳奖银奖、互动创意奖全场大奖、大中华区艾菲奖铜奖和时报华文金手指奖铜奖。



小红花连锁店

7.3 推动绿色运营力

公司为服务型企业，在日常运营过程中消耗的能源类型主要包括外购电力及公务用车汽油等，消耗的水资源类型主要为市政用水。

公司遵守《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，制定并持续完善《环境管理制度》《办公室垃圾分类制度》《废弃物管理流程》等制度，对能源消耗、废弃物管理、温室气体排放、可持续消费倡导等方面进行明确规定。

公司通过使用节能设备、重复利用办公用品、开展内部环保主题培训等措施，提高员工在节能减排、节约资源、减少废弃物产生以及绿色营销服务等方面的意识和能力，努力降低自身业务及运营对环境产生的负面影响。同时，公司充分发挥媒体广告行业的公众传播优势，将环保理念融入与客户及公众的沟通中，并为客户提供环境友好的营销服务方案，促进可持续消费的实现。

报告期内，公司在经营中未发生与环境保护相关并对公司有重大影响的违规事件。



■ 公司绿色运营管理主要措施及成果 ■

管理类型	资源使用 / 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"> • 天然气 • 公务车使用的汽油 • 外购电力 • 温室气体排放 	<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 • 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，减少商务差旅，自 2021 年开始使用线上办公软件飞书，累计为公司实现碳减排 6.72 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
 水资源管理	<ul style="list-style-type: none"> • 市政用水 	<ul style="list-style-type: none"> • 鼓励员工养成节水习惯，安装节水马桶、节水手盆等节水设备，建议员工进行水资源回收和再利用，合理利用日常办公生活废水
 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 • IT 设备 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立纸张领用流程，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，推广无纸化办公，使用电子文档和云存储，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 • 建立办公用品交换平台，重复使用笔记本电脑等 IT 硬件设备，提高办公用品等资源利用率，减少内部废弃物产生
 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、硒鼓墨盒等 • 有害废弃物：电子废弃物、废气灯管等 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立废弃物分类管理制度，将可回收废弃物与其他废弃物分开，以便于回收和处理 • 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

7.4 提高气候行动力

气候治理体系

在全球气候变化加剧的态势下，气候变化等环境风险对公司自身运营及业务开展都造成了潜在影响。华扬联众积极应对气候变化，建立气候议题治理机制，识别与公司有关的气候相关风险与机遇，评估其对公司的影响，开展气候风险管理与绩效改进工作，并参考 ISSB《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》框架，从治理、策略、风险管理以及指标和目标四个方面，开展气候信息披露。

■ 公司气候相关风险与机遇管理体系 ■

治理

- 公司董事会负责气候相关议题的审议和决策，监督公司运营带来的气候影响，指导碳中和目标及规划的制定，每年度审核包含“应对气候变化”议题在内的环境、社会及公司治理报告
- 公司董事会战略与 ESG 委员会负责识别与公司相关的包括气候风险在内的 ESG 风险及机遇，评估风险及机遇对公司的影响，并就风险及机遇应对提出建议
- ESG 工作小组通过多部门协同，识别包括气候变化在内的 ESG 相关风险和机遇，推进包含气候变化在内的可持续发展相关事宜

战略

- 公司识别、评估、分析气候风险和机遇对公司业务和运营带来的潜在财务影响，并通过推进绿色运营等措施应对气候变化

风险管理

- 识别与公司业务和运营相关的气候风险和机遇，为进一步管控气候风险、抓住气候机遇提供基础

指标及目标

- 公司借助 ESG 信息化管理系统，实现温室气体排放量、温室气体排放强度、能源消耗量、能源消耗强度等指标线上统一填报、整合，并通过数据趋势分析，及时识别公司在气候方面可能存在的风险点，采取干预措施

气候风险与机遇管理

为更好地应对气候变化带来的风险并把握相应的机遇，公司开展气候相关风险与机遇的识别，并进一步开展气候相关风险和机遇分析，形成气候相关风险和机遇矩阵。未来，公司将进一步评估这些风险和机遇会对公司的财务状况产生的影响及潜在影响。

■ 气候风险和机遇分析流程 ■



识别

综合考虑宏观政策，进行同业对标分析，结合公司内部和外部专家的意见，主动识别与公司运营、业务相关的气候风险和机遇



评估与分析

结合专家意见，全面评估气候风险和机遇对华扬联众的影响程度和发生概率，确定风险和机遇的优先级

■ 气候相关风险和机遇矩阵 ■



■ 公司高实质性气候相关风险与机遇 ■

风险与机遇	具体内容	影响周期
政策和法律风险	随着中国的碳达峰、碳中和目标提出，中国政府已经出台一系列政策，如国家层面的《中国应对气候变化的政策与行动》《国家适应气候变化战略 2035》等。公司主要运营地北京、上海、广州及深圳地区也推出地方层面政策，如《北京市“十四五”时期应对气候变化和节能规划》《上海市 2023 年应对气候变化工作要点》《广东省应对气候变化“十四五”专项规划》等。如果公司无法满足相关要求，将对公司的运营造成影响	短、中、长期
市场风险	随着极端天气事件频发，气候变化成为全球热点议题。作为数字营销服务提供商，公司服务于国内外各行业领先客户，公司许多的客户正在积极采取措施应对气候变化，如调整其商业模式、积极开展风险转移、打造低碳供应链，对其供应链企业也提出相关要求。如果无法满足客户这些市场变化，将影响公司的业务收入	短、中、长期
市场机遇	伴随着绿色低碳成为新的风尚，数字营销领域也逐渐涌现出绿色营销相关需求，包括绿色低碳产品相关创意广告等。针对新的客户需求，公司可以积极开展低碳营销技术、低碳营销战略等创新产品的服务与开发，在同业竞争中获得领先竞争优势，赢得新的业务增长点	中、长期

公司针对气候相关风险和机遇，制定相关应对战略，围绕产品和服务、办公运营以及供应链管理等维度开展行动实践，积极应对气候变化。此外，公司已经连续 2 年参与填报 CDP 气候变化问卷，持续通过气候信息披露，梳理自身气候管理框架，改善气候管理实践，并连续两年获得 CDP 气候变化问卷 B- 等级认可。

■ 公司应对气候变化管理措施 ■

产品和服务	<ul style="list-style-type: none"> 公司积极将可持续理念融入到产品和服务中，充分发挥营销传播优势，助力低碳产品、低碳理念传播 公司开展大数据、人工智能、元宇宙与数字孪生科技的营销领域应用的研究，开发智能营销产品，通过精准投放、科技广告等方式减少广告营销活动的温室气体排放
办公运营	<ul style="list-style-type: none"> 公司积极利用线上办公软件，推进文档电子化、会议线上化，减少纸张等资源消耗，降低公务用车汽油使用、员工商务旅行和通勤等过程产生的碳排放 公司制定了极端天气应急方案、绿色办公制度，也将环保认证办公楼纳入新办公场所选择范畴
供应链管理	<ul style="list-style-type: none"> 公司积极倡导可持续采购，将“绿色采购”作为基本采购原则之一，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

ESG 数据绩效表

经济绩效

经济绩效表

指标	单位	2021年 ²	2022年 ²	2023年
营业收入	万元人民币	1,321,373.59	850,430.27	549,986.46
资产总额	万元人民币	911,688.27	630,727.19	309,578.50
每股社会贡献值 ¹	元人民币	4.85	1.55	0.10

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 + 对外捐赠额等为其其他利益相关者创造的价值额 - 因环境污染等造成的其他社会成本) / 公司股份总数。

注 2：根据 2023 年度审计报告对 2021、2022 年度数据进行追溯调整。

反腐败管理绩效

反腐败管理绩效表¹

指标	单位	2022年	2023年
员工反腐败培训覆盖率	%	100.00	100.00
员工接受反腐败培训平均时长	小时 / 人	/	1.00
接收到的贪污腐败举报事件数量	件	0	0
报告期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0	0

注 1：该绩效表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）。

社会绩效

研发创新与知识产权保护绩效表

指标	单位	2022年	2023年
研发人员数量	人	559	263
研发人员占比	%	24.81	21.47
研发费用投入	万元人民币	26,456.77	17,920.95
研发费用占营业收入比例	%	3.11	3.26
报告期内专利授权数量	件	3	1
报告期内软件著作权登记数量	件	14	19
报告期内商标获批数量	件	71	11

员工雇佣绩效表¹

指标		单位	2022 年	2023 年
员工总人数 ²		人	1,306	691
按性别划分	男性	人	440	228
	女性	人	866	463
按年龄划分	30 岁以下	人	545	200
	30 岁至 50 岁	人	741	470
	50 岁以上	人	20	21
按雇佣形式划分	全职劳动合同制	人	1,304	683
	全职劳务派遣制	人	2	4
	其他雇佣形式 ³	人	0	4
按职级划分	基层员工	人	543	490
	中级管理层	人	720	170
	高级管理层	人	43	31
女性员工比例		%	66.31	67.00
少数民族 / 少数族裔员工比例		%	4.36	3.18
残障员工比例		%	1.07	1.30
中级管理层男性员工比例		%	40.28	40.59
中级管理层女性员工比例		%	59.72	59.41
高级管理层男性员工比例		%	58.14	51.61
高级管理层女性员工比例		%	41.86	48.39
劳动合同签订率		%	100.00	100.00
社会保险覆盖率		%	100.00	100.00
歧视、骚扰相关举报事件的数量		件	0	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）。

注 2：2023 年，公司员工总人数较去年有所降低，主要由于公司为适应行业及业务新发展变化，对人力资源进行调整。

注 3：其他雇佣形式员工包括退休返聘员工。

员工培训与发展绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年
员工培训覆盖率 ²	%	100.00	100.00
员工接受培训平均时长 ³	小时 / 人	14.5	15.2
员工反歧视、反骚扰相关培训覆盖率	%	100.00	100.00
员工定期接受绩效与职业发展评估覆盖率	%	100.00	100.00
内部招聘员工总数 ⁴	人	79	57

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 / 员工总人数。

注 3：因部分分公司员工线下培训小时数统计不全，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 / 员工总人数。

注 4：内部招聘包括内部转岗等。

员工健康与安全绩效表¹

指标	单位	2022年	2023年
工伤发生次数 ²	次	1	1
其他员工健康安全上报事件数量（如员工体检过程中发现的重大疾病次数等）	件	0	0
因工伤损失的工作日数	天	9	27
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0	0
员工职业健康与安全培训覆盖率	%	/	100.00
采取过员工健康与安全风险评估的场所占所有工作场所的百分比	%	100.00	100.00
因违反职业健康与安全法律法规而受到处罚的事件数	件	0	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）。

注 2：2023 年，公司发生 1 起工伤事件，涉及员工 1 人，为公司员工在上班途中发生交通事故。公司依法为员工缴纳工伤保险，并在事件发生后积极慰问员工，安排员工休假至完全康复。

供应商管理绩效表¹

指标	单位	2022年	2023年
供应商总数	家	1,305	1,315
中国内地地区供应商数	家	1,300	1,258
港澳台及海外地区供应商数	家	5	57

注 1：2022 年度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），2023 年度数据统计口径扩大至合并财务报表口径。

环境绩效

能源管理与温室气体排放绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年
外购电力用量 ²	兆瓦时	1,059.21	1,221.32
公务车汽油用量	升	18,162.72	17,070.82
天然气用量	立方米	0.00	0.00
可再生能源用量	兆瓦时	0.00	0.00
耗电密度（单位办公人数） ³	千瓦时 / 人	811.03	1,767.47
耗电密度（单位经营面积）	千瓦时 / 平方米	60.08	77.80
综合能源消耗量 ⁴	兆瓦时	1,220.00	1,372.45
综合能源消耗密度（单位办公人数） ³	兆瓦时 / 人	0.93	1.99
综合能源消耗密度（单位经营面积）	兆瓦时 / 平方米	0.07	0.09
范围一温室气体排放量 ⁵	吨二氧化碳当量	39.32	37.81
范围二温室气体排放量 ⁶	吨二氧化碳当量	604.07	696.52
范围三温室气体排放量 ⁷	吨二氧化碳当量	402.98	334.38
温室气体排放总量（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量	643.39	734.33
温室气体排放密度（范围一 + 范围二）（单位办公人数） ³	吨二氧化碳当量 / 人	0.49	1.06
温室气体排放密度（范围一 + 范围二）（单位经营面积）	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.04	0.05

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：部分分公司电费计入物业费无法统计，因此部分环境数据为估算。

注 3：2023 年，由于公司线下办公程度提升，且办公人员减少，耗电密度（单位办公人数）、综合能源消耗密度（单位办公人数）及温室气体排放密度（范围一 + 范围二）（单位办公人数）增加。

注 4：综合能源消耗量参考《GB/T 2589-2020 综合能耗计算通则》计算。其中，汽油平均低位发热量（43,070 千焦 / 千克）来自《中国能源统计年鉴》（2022），汽油密度（0.74 千克 / 升）参考 US DOE/EIA 和《GB 17930-2016 车用汽油》选取 20°C 下典型密度。

注 5：2023 年范围一温室气体排放量包括公务车汽油消耗产生的直接温室气体排放，根据排放因子法计算。公务车汽油温室气体排放因子为 0.002215 吨二氧化碳当量 / 升，相关参数来自《中国能源统计年鉴》（2022）、《省级温室气体清单编制指南（试行）》（2011）和《陆上交通运输企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》（2015）。温室气体种类包括 CO₂、CH₄ 和 N₂O，温室气体当量选取 IPCC AR6 GWP 百年平均值（GWP 100）计算。2022 年相关数据统计口径请参考《华扬联众 2022 年度环境、社会及公司治理报告》。

注 6：范围二温室气体排放量包括外购电力消耗产生的间接温室气体排放，根据排放因子法计算。其中，温室气体排放因子选取中国全国电网平均排放因子，为 0.5703 吨二氧化碳 / 兆瓦时，来自中国生态环境部《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》。

注 7：范围三温室气体排放量包括员工商务旅行产生的温室气体排放，根据排放因子法计算。公司参考《温室气体核算体系：企业核算与报告标准》（GHG Protocol-A Corporate Accounting and Reporting Standard）、《温室气体核算体系：公司价值链（范围三）核算和上报标准》（GHG Protocol-Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard）计算范围三数据。2022 年数据根据 Greenhouse Gas Protocol 范围三计算工具估算。2023 年数据基于商务旅行费用计算。

资源管理绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年
耗水量 ²	立方米	3,185.12	4,474.88
耗水密度（单位办公人数） ²	立方米 / 人	2.44	6.48

指标	单位	2022 年	2023 年
耗水密度（单位经营面积）	立方米 / 平方米	0.18	0.29
包装物使用量 ³	吨	4.70	5.00

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：部分分公司水费计入物业费无法统计，因此部分环境数据为估算。2023 年，耗水量较 2022 年有所增加，主要由于公司线下办公程度提升，用水需求增加。另由于公司办公人员减少，耗水密度（单位办公人数）大幅增加。

注 3：包装物包括快递包装材料等。

废弃物管理绩效表¹

指标	单位	2022 年	2023 年
无害废弃物总量 ^{2、3}	吨	200.8020	187.0730
硒鼓墨盒产生量	吨	0.1620	0.1905
碳粉盒产生量	吨	/	1.0125
其他无害废弃物 ⁴	吨	200.6400	185.8700
有害废弃物总量 ³	吨	0.0162	1.4528
废弃电子产品量	吨	0.0032	1.2978
废弃灯管量	吨	/	0.1550
其他有害废弃物	吨	0.0130	0.0000
废弃物回收总量 ⁵	吨	0.5000	6.7500

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：部分分公司无害废弃物为物业统一处理，因此部分环境数据为估算。

注 3：2023 年，无害废弃物、有害废弃物细分统计范围调整，故对 2022 年数据进行追溯调整。

注 4：其他无害废弃物包括生活垃圾、废纸等。

注 5：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。2023 年，废弃物回收总量较 2022 年有所增加，主要由于公司线下办公程度提升，可回收物品增加。

报告索引表

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》（2023 年 12 月修订）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 创新驱动优质服务 5.2 可持续采购 6.1 保障员工权益 7 赋能公益行动，点亮绿色未来
8.2	3.2 投资者权益保障 3.3 合规运营 3.4 反腐败管理 3.5 知识产权保护
8.3	2 ESG 管理
8.4	ESG 数据绩效表
8.5	已披露
8.6	4.2 创新驱动优质服务 6.1 保障员工权益 6.3 提升职场幸福感 7 赋能公益行动，点亮绿色未来
8.7	3.1 公司治理 6.1 保障员工权益 6.3 提升职场幸福感
8.8	7.3 推动绿色运营力
8.9	7.3 推动绿色运营力 ESG 数据绩效表
8.10	7.3 推动绿色运营力
8.11	7.3 推动绿色运营力
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 合规运营 4.2 创新驱动优质服务 4.3 信息安全与隐私保护
8.14	6 打造人本文化，助力共同成长
8.15	4.2 创新驱动优质服务

全球可持续发展标准委员会（GSSB）《GRI 可持续发展报告标准》（2021版）索引表

GRI 内容索引	
使用声明	华扬联众在 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
使用的 GRI 1	GRI1: 基础 2021

GRI 标准	披露项	报告章节	
一般披露			
GRI2: 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 数据绩效表
	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
	2-13	为管理影响的责任授权	2.2 ESG 管理
	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
	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 合规运营
2-29	利益相关方参与的方法	2.3 利益相关方沟通	
GRI3: 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			
GRI3: 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	1 关于华扬联众
GRI201: 经济绩效 2016	201-1	直接产生和分配的经济价值	ESG 数据绩效表
GRI203: 间接经济 影响 2016	203-1	基础设施投资和支持性服务	ESG 数据绩效表
GRI205: 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	
	205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	

GRI 标准		披露项	报告章节
环境			
GRI3: 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	7.3 推动绿色运营力
GRI302: 能源 2016	302-1	组织内部的能源消耗量	ESG 数据绩效表
	302-2	组织外部的能源消耗量	ESG 数据绩效表
	302-3	能源强度	ESG 数据绩效表
	302-4	减少能源消耗	7.3 推动绿色运营力
GRI303: 水资源和污水 2018	303-5	耗水	ESG 数据绩效表
GRI305: 排放 2016	305-1	直接 (范围 1) 温室气体排放	ESG 数据绩效表
	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	
GRI306: 废弃物 2020	306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	7.3 推动绿色运营力
	306-2	废弃物相关重大影响的管理	7.3 推动绿色运营力
	306-3	产生的废弃物	ESG 数据绩效表
	306-4	从处置中转移的废弃物	ESG 数据绩效表
社会			
GRI3: 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	3.3 合规运营 4.3 信息安全与隐私保护 6 打造以人为本文化, 助力共同成长
GRI401: 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 提升职场幸福感
	401-3	育儿假	6.3 提升职场幸福感
GRI403: 职业健康与安全 2018	403-1	职业健康安全管理体系	6.3 提升职场幸福感 ESG 数据绩效表
	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	
	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	
	403-9	工伤	
GRI404: 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 数据绩效表
	404-2	员工技能提升方案和过渡援助方案	6.2 助力员工发展
	404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	6.2 助力员工发展
GRI405: 多元性与平等机会 2016	405-1	管治机构与员工的多元化	3.1 公司治理 ESG 数据绩效表

GRI 标准		披露项	报告章节
GRI406: 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
GRI408: 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
GRI409: 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
GRI417: 营销与标识 2016	417-3	涉及营销传播的违规事件	3.3 合规运营
GRI418: 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

释义表

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、我们”	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
“报告期”	指	2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日
“元”	指	人民币元
“小脉助手”	指	bamA.I. 把脉营销助手，公司推出的基于 AI 技术的全域营销工具
“AI”	指	Artificial Intelligence 人工智能
“AIGC”	指	Artificial Intelligence Generated Content 人工智能生成内容
“B2B2C”	指	Business to business to Customer 企业对企业对消费者
“CAAC”	指	China Advertising Association of Commer 中国商务广告协会
“CDP”	指	Carbon Disclosure Project 全球环境信息研究中心
“ESG”	指	Environmental, Social and Governance 环境、社会及公司治理
“IP”	指	Internet Protocol 知识产权
“IT”	指	Information Technology 信息技术
“OA”	指	Office Automation 办公自动化
“OKR”	指	Objectives and Key Results 目标和关键成果
“PUE”	指	Power Usage Effectiveness 电源使用效率
“RACE”	指	Return Value, Assets Value, Consciousness Value, Enhancement Value 为腾讯广告营销科学产品
“SDGs”	指	Sustainable Development Goals 可持续发展目标
“UD”	指	Uni Desk 为阿里妈妈全域媒体营销平台
“WEB”	指	World Wide Web 全球广域网



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