
兆讯传媒广告股份有限公司
2024 年可持续发展报告

2025 年 4 月

目录

报告说明.....	1
管理层致辞.....	3
关于我们.....	4
公司简介.....	4
年度大事记.....	4
责任 2024.....	5
企业荣誉.....	6
可持续发展治理.....	11
ESG 理念.....	11
公司 ESG 治理架构.....	11
利益相关方沟通.....	12
实质性议题.....	13
一、 智慧媒体 赋能数智化未来.....	15
1.1 引领行业发展.....	15
1.2 创新数智传播.....	16
1.3 激发内需潜力.....	20
1.4 反哺行业生态.....	22
1.5 提升服务质效.....	22
1.6 践行责任采购.....	26
二、 和谐共生 共建美丽中国.....	26
2.1 绿色低碳运营.....	26
2.2 倡导环保理念.....	29
2.3 贡献社会公益.....	31
三、 稳健经营 推进高质量发展.....	34
3.1 规范公司治理.....	34
3.2 全面风险管控.....	36
3.3 恪守商业道德.....	37
3.4 赋能员工发展.....	38
未来展望.....	44
附录.....	45
深交所《A 股可持续发展报告指引》索引.....	45
GRI 指标索引.....	45
读者反馈表.....	48

报告说明

报告编制说明

本报告是兆讯传媒广告股份有限公司向社会公开发布的首份可持续发展报告。本报告秉承客观、规范、透明的原则，立足行业背景，突出企业特色，力求符合业界可持续发展信息披露相关标准，向各利益相关方披露公司在环境、社会和公司治理等方面开展的重点实践及取得的绩效。

报告时间范围

本报告时间范围为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。考虑到披露事项的连续性和可比性，部分内容适当向前追溯、向后延伸。

报告编制依据

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》

《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》
联合国可持续发展目标 2030（SDGs）

全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）

报告数据说明

本报告全部数据摘自《兆讯传媒广告股份有限公司 2024 年年度报告》等公司正式文件、统计报告，以及公司日常梳理、总结的优秀社会实践案例等。

如无特别说明，本报告中所涉及货币金额均为人民币。

报告获取

本报告以简体中文版本进行发布，电子版报告已上传至深圳证券交易所（<http://www.szse.cn/>）以及兆讯传媒网站（www.zhaoxunmedia.com），供公众获取及下载。

联系方式

如对报告有疑问或建议，您可通过以下方式进行联系：

地 址：北京市朝阳区广渠路 17 号院 1 号楼联美大厦 15 层

邮政编码：100022

公司网址：www.zhaoxunmedia.com

电子邮箱：ir@megainfomedia.com

电 话：010-65915208

传 真：010-65915210

管理层致辞

2024年是中华人民共和国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。这一年，中国发展的内外环境发生复杂深刻变化，新质生产力蓬勃发展，数字经济、绿色经济等新增长点不断涌现，营商环境持续优化，科技创新驱动不断增强，中国经济延续总体平稳、稳中有进的态势。

兆讯传媒作为高铁数字媒体广告行业第一家A股上市公司，在这蓬勃发展、锐意进取的一年中紧跟国家数字经济发展规划，深耕高铁数字媒体广告业务，建成全面覆盖长三角、珠三角、环渤海、东南沿海等经济发达地区以及全国主要出行热门城市的高铁媒体网络；积极布局城市核心商圈，拓展第二曲线业务；精研AI等数字内容制作领域，探索AI数字系统的应用，实现企业高质量发展。

2024年，我们高度重视数字化建设与媒体融合。打造信息系统平台，将数字媒体设备远程管控，为客户提供精准化、场景化、个性化、灵活多样的品牌传播和形象塑造服务，满足客户多样化的营销需求。稳定可靠的数字化媒体服务、高效的运营效率和强大的技术优势助力企业催生新质生产力，不断增强核心竞争力，取得行业领先地位。此外，我们不断强化“数字基因”，积极营造健康的城市商业氛围，持续激活城市消费活力，实现了艺术与商业、城市与人文的更深层连接构建。

2024年，我们认真贯彻落实习近平总书记关于“三个转变”的重要指示精神。凭借卓越的品牌价值、优秀的市场影响力、多元化的业务布局和灵活的市场响应能力，我们与众多国内品牌建立战略合作关系，不断拓展长期合作伙伴圈层，支持食品饮料、家居建材、酒类、互联网、汽车、黄金珠宝、服装服饰、美妆等诸多行业品牌建设，助力中国产品向中国品牌转变，为品牌强国建设贡献力量。

2024年，我们坚持弘扬主旋律、传播正能量。注重数智赋能，充分运用AIGC等新技术，强化协同联动，创新使用“铁路+商圈”的方式开展公益传播，让社会主义核心价值观和人类优秀文明成果滋养社会，为传播中华文明贡献智慧。

纤纤不绝林薄成，涓涓不止江河生。在广大股东和社会各界的支持下，兆讯传媒将坚定信心、稳健发展、积极进取、主动作为，努力为广大客户和投资者创造更多价值，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业作出更大贡献！

关于我们

公司简介

兆讯传媒成立于 2007 年，并于 2022 年 3 月成功登陆 A 股资本市场（证券代码：301102.SZ），成为“中国高铁传媒第一股”。作为中国高铁“新基建”的重要参与者，兆讯传媒致力于推动中国经济的高质量发展，专注于构建全国高铁场景的数智媒体传播网络，为众多品牌提供了高效的场景传播平台。

伴随着中国铁路网“八横八纵”的加密成型，兆讯稳步自建了一张遍布 30 个省级行政区、年影响逾 20 亿人次的高铁数字媒体网络，签约铁路客运站点 529 个，开通运营的铁路客运站点 495 个，是站点布局广度、数字媒体体量均名列前茅的铁路数字媒体运营商。

在国家六部委“百城千屏”超高清视频落地推广政策驱动下，兆讯传媒不仅助力城际间场景的数智化建设，还充分发挥自身在数字媒体运营方面的优势，打通城际间和都市内的两大营销热点场景，开启数字户外商圈裸眼 3D 大屏业务，打造“中国好屏”的第二增长曲线，满足客户多元营销目标的差异化需求，推动数字内容在户外媒介的融合创新发展。

兆讯传媒秉持“创新、高效、求实”的发展理念，为深度剖析本地客户需求，公司组建了专业高铁及商圈媒体的销售团队，并依据地域将两个媒体系统统一划分为北区、华东区、华南区及西南区四个大区进行精细化管理。形成以北京作为营销运营总部，在上海、广州、深圳等城市分别设立营销中心的全国化运营格局，与众多品牌建立了良好的战略合作关系，致力于为客户提供一站式营销服务，持续推动客户品牌价值的提升。同时，兆讯传媒也积极回报投资者，回馈社会，携手合作伙伴实现共赢发展。

年度大事记

年份	大事件
2007 年	兆讯传媒正式成立
2008 年	兆讯数字化媒体刷屏机/电视进驻高铁站
2011 年	兆讯股份制公司成立

2012 年	建立覆盖全国的立体化营销网络，设立 10 个办事处 独立落地式数码刷屏开通运营
2014 年	兆讯传媒子公司：兆讯新媒体科技有限公司成立
2016 年	打造高铁媒体场景营销概念
2019 年	传播理念升级 为品牌提供更直接的场景传播
2020 年	开始推进平台和媒体的全方位升级 开启设备升级计划，进入数字媒体 2.0 时代
2021 年	全链路数字化专业服务 媒体焕新升级
2022 年	成功登陆 A 股资本市场 成为中国高铁传媒第一股 布局商圈 LED 大屏媒体 赋能都市生活场景数智化建设
2023 年	城市 LED 大屏媒体覆盖一线、新一线核心城市顶级商圈
2024 年	内生外延广布深拓 高铁媒体持续优化升级 高铁超级枢纽新增重磅视觉媒体

责任 2024

重要绩效与亮点绩效。

6207 平方米	兆讯传媒户外裸眼 3D 大屏播放面积达 6207 平方米
34 部	兆讯传媒户外广告行业制作 AIGC 数字内容共 34 部
18 家	兆讯传媒已与国内 18 家铁路局集团全部签署了媒体资源使用协议
31 个	兆讯传媒业务覆盖 31 个省级行政区
529 个	兆讯传媒签约 529 个铁路客运站点
487 个	正常运营高铁站点
20 亿人次	兆讯传媒高铁数字媒体网络年触达量 20 亿人次
4957 块	兆讯传媒有 4957 块高铁数字媒体屏幕

企业荣誉

序号	荣誉事项	授奖/认可机构	图片
1.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ “CNAAP”一级广告企业认证 	中国广告协会	 <p>中国广告协会“CNAAP 1”证明标准用证</p> <p>CNAAP[®]</p> <p>一级广告企业 Advertising Agency-Level 1 媒体服务类</p> <p>拓讯新媒体科技有限公司</p> <p>经中国广告协会审核，贵公司符合“一级广告企业”证明标准 有效期：2022年01月24日至2026年01月23日 编号：CNA-12-20220101022-3</p> <p>中国广告协会 2022年01月24日</p> <p>拓讯中国广告协会官网 http://www.china-ad.com.cn 证明证书有效期 CNAAP 1 证明标准注册号：1801-012</p>
2.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2024 年金伙伴奖——2024 年度广告主金伙伴百强（场景媒体） ➤ 2024 年度创新场景营销金案（圣象集团裸眼 3D 场景营销案例） 	第 31 届中国国际广告节组委会	 <p>第31届中国国际广告节</p> <p>金伙伴年度征集活动发布仪式 广告主和金伙伴合作的必胜之道 GOLDEN PARTNER ANNUAL LAUNCH CEREMONY</p> <p>第31届中国国际广告节 ADVERTISER 广告主年度征集活动发布仪式 年度营销大会 CEREMONY</p>

序号	荣誉事项	授奖/认可机构	图片
3.	<ul style="list-style-type: none"> 2024 中国广电融媒体品牌营销荣誉——品牌营销年度杰出公司 	中国广告协会、广播电视融媒体组委会	
4.	<ul style="list-style-type: none"> 亚洲品牌 500 强 	Asiabrand 组委会	
5.	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年科睿创新奖——营销创新类金奖（广西文旅&兆讯传媒户外场景营销案例） 	科睿国际创新节组委会	

序号	荣誉事项	授奖/认可机构	图片
6.	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年度 ADMEN 国际大奖场景营销类实战金案奖（得力集团 2023 年高铁场景户外营销案例） 	ADMEN 国际大奖组委会	
7.	<ul style="list-style-type: none"> 第六届金壁奖——2023 年度公共场景媒体案例金奖（‘猫猫虫’萌翻龙年新春裸眼 3D 案例） 第六届金壁奖——2023 年度交通出行媒体案例银奖（加多宝“龙跃万‘加’多财‘多宝’”高铁场景营销案例） 	中国户外媒体创新大会组委会	

序号	荣誉事项	授奖/认可机构	图片
8.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 第九届金场景营销大奖——地标大屏金奖(“猫猫虫”萌翻龙年新春) ➢ 第九届金场景营销大奖——高铁类金奖(柒牌爱国潮穿国色年度场景营销) ➢ 第九届金场景营销大奖——地标大屏铜奖(华为成都地标屏双节营销案例) ➢ 第九届金场景营销大奖——高铁场景营销案例铜奖(柚香谷龙年春运高铁场景营销) ➢ 第九届金场景营销大奖——地标大屏优秀奖(汽车之家空间站裸眼3D案例) ➢ 第九届金场景营销大奖——高铁场景营销案例优秀奖(得力集团高铁场景营销案例) 	<p>第 21 届中国户外传播大会组委会</p>	

序号	荣誉事项	授奖/认可机构	图片
9.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ “城市户外裸眼 3D 创意作品”——《进化论》《汽车之家空间站》《Take A Breath》《猫猫虫》 ➢ “城市地标广告媒体”（广州、成都、北京三地） ➢ 中国户外广告之最（贵阳核心商圈最大高清 LED 屏） ➢ 中国户外广告之最（全国高铁站核心候车区数字媒体数量最多） ➢ 户外广告交通场景类优质媒体 	<p>第十一届中国户外广告论坛、中国广告协会户外工作委员会</p>	
10.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 2024 年信息技术最具成长上市公司 	<p>《每日经济新闻》</p>	

可持续发展治理

兆讯传媒高度重视公司的可持续发展管理，将可持续发展理念全面融入企业经营管理，持续更新完善公司可持续发展战略，推进可持续发展行动，落实 ESG 相关工作，为企业可持续发展奠定良好的基础，创造经济与环境、社会效益相协调的长期价值。

ESG 理念

环境（Environmental）理念：兆讯传媒秉持“绿色低碳”的理念，致力于在业务运营中最大限度地减少对环境的负面影响，推动环保技术创新，提高资源利用效率，助力实现碳达峰、碳中和目标。

社会（Social）理念：公司坚持以人为本，关注员工成长与福祉，积极履行社会责任，通过公益慈善活动、社区参与等方式回馈社会，促进社会和谐发展，推动社会进步。

治理（Governance）理念：兆讯传媒将坚持“透明、规范、高效”的治理理念，不断完善公司治理结构，提高决策透明度和科学性，加强内部控制与风险管理，维护股东、客户、合作伙伴等各方利益，树立良好的企业形象。

公司 ESG 治理架构

兆讯传媒构建了三级 ESG 管治架构，各层级职责明确，有效推动各部门积极参与 ESG 工作，助力公司上下形成合力，全面、系统、高效地将公司的可持续发展理念和对利益相关方的承诺转化为具体行动。

部门	职责
董事会	负责 ESG 重大事项的审议与决策，包括相关战略与方针的制定、对年度 ESG 报告进行专项审议
管理层	由公司成立 ESG 统筹小组，负责协调 ESG 相关事务，包括收集 ESG 相关绩效信息、编制 ESG 报告、与 ESG 投资者进行对话交流等
执行部门	ESG 执行小组。由总部及附属公司的职能部门与业务部门组成，负责各项 ESG 议题的归口管理，持续深化 ESG 重点实践，并定期报送相关管理举措、绩效指标及优秀案例等

利益相关方沟通

与利益相关方保持沟通、响应利益相关方多元化诉求是兆讯传媒践行 ESG 管理的重要基石。公司重视在日常经营中积极聆听各利益相关方的声音，通过对话与合作，持续与政府及监管机构、股东与投资者、客户与消费者、合作伙伴与供应链、员工、社区公众与媒体等利益相关方保持常态化沟通，并及时回应相关方的期望和诉求。

利益相关方	期望与诉求	沟通方式
政府及监管机构	遵纪守法 合规经营 依法纳税 带动地方发展 响应国家战略	公开信息披露 工作汇报与交流 发布定期报告 监督考核 来访接待
股东及投资者	股东回报 经营业绩 完善公司治理 健全风险管理 及时准确的信息披露	股东会 企业年报和公告 官网投资者关系专栏 投资者热线、信箱 业绩说明会、路演
客户与消费者	良好的传播效果 数据安全与隐私保护 满意的客户体验、优质服务 消费者权益保护	服务热线电话 客户投诉电话 客户意见征求 客户满意度调查 上刊调研报告 上刊投放复盘
合作伙伴与供应链	供应链管理 合规与尽责管理 廉洁公平的商业环境	供应商合规采购 经销商沟通会 举报机制 参加行业重大议题及专题报告
社会公众与媒体	信息披露 未来发展趋势 企业社会责任	集团官网及微信公众号等 媒体采访与合作 信息披露
员工	员工权益与沟通 员工发展与人才培养 员工健康与福祉 企业文化	工作交流会 员工热线及员工反馈邮箱 内部办公系统 培训

	包容与多元化 工作环境	内部公告 员工举报渠道
社区	当地就业与经济发展 社区服务与公益慈善 生产经营对当地产生的环境 影响	提供就业岗位 举办公益活动

实质性议题

兆讯传媒参照国内外权威披露标准的要求，不断完善界定报告内容的流程。我们充分整合公司管理层观点、内外部专家建议、媒体信息、同行业对标研究、社会责任标准指南、供应商及社区意见等多元沟通渠道，精准识别并有效管理与风险和机遇相关的议题，及时有效地回应了各利益相关方的期待。

兆讯传媒按照以下四个步骤来分析重要性议题:识别、访谈与调查、确认及排序以及回应。通过该流程最终筛选出 20 个对公司实现 ESG 目标至关重要的议题，并构建了 ESG 重要性议题矩阵。接下来，兆讯传媒将基于这一分析结果，开展针对性的 ESG 提升工作。

实质性议题识别方式

步骤一：识别重要性议题

通过开展外部政策研究、同行对标分析、行业发展趋势调查，结合公司发展战略、业务特色和运营规划，识别出 24 项最可能影响公司经营发展，或影响利益相关方评估和决策的重要性议题。

步骤二：开展访谈及问卷调查

公司聘请第三方专家顾问指导开展相关工作，定制 ESG 重要性议题调查问卷并发放给各利益相关方，与公司管理层开展访谈，对标分析行业现状。

步骤三：确定议题及排序

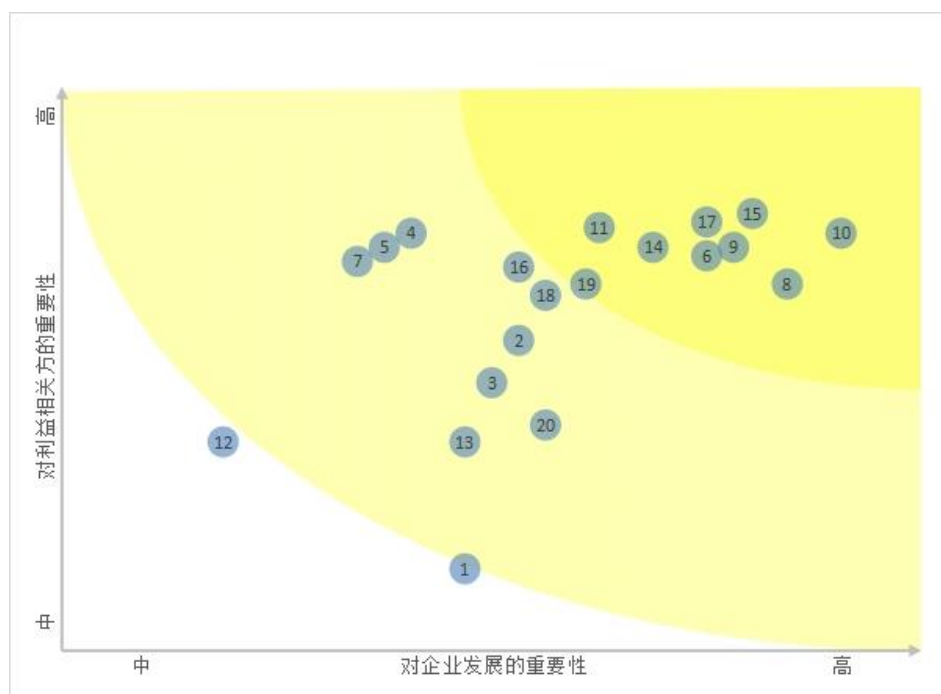
处理分析利益相关方反馈的意见及问卷数据，最终确定 20 项重要性议题及重要性排序。

步骤四：议题回应

根据议题评价结果形成实质性议题分析矩阵，并在报告中针对高重要性议题进行重点披露。

议题内容

E: 环境	S: 社会	G: 治理
1 应对气候变化	4 保障员工权益	14 保障投资者权益
2 宣传绿色环保	5 职业健康与安全	15 依法合规经营
3 倡导绿色办公	6 员工培训与发展	16 反贪腐与商业道德
	7 加强员工关爱	17 强化风险管控
	8 传媒服务与创新	18 打造可持续供应链
	9 客户沟通反馈	19 数字化与创新
	10 客户服务质量	20 知识产权保护
	11 数据安全和隐私保护	
	12 助力乡村振兴	
	13 支持公益慈善	

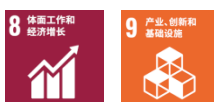


议题重要性矩阵

一、智慧媒体 赋能数智化未来

建设数字中国是数字时代推进中国式现代化的重要引擎，是构筑国家竞争新优势的有力支撑。兆讯传媒全面贯彻新发展理念，夯实铁路媒体基础，赋能 AIGC 等数字技术，强化商圈媒体拓展，全面提升数字媒体整体性、系统性、协同性，促进数字经济和实体经济深度融合，助力构建新型数字消费业态。

对 SDGs 的贡献



1.1 引领行业发展

兆讯传媒作为中国高铁数字媒体广告行业第一家 A 股上市公司，在媒体资源覆盖、数字化运营、客户资源积累以及品牌建设等方面构建核心竞争力，不断巩固企业发展护城河，在增强行业影响力的同时，引领行业高质量发展。

兆讯传媒不断拓展高铁数字媒体第一曲线业务，以及城市商圈大屏第二曲线业务，强化数字基因进化，打造了资源覆盖面广、受众巨量、传播渗透力强大的数字媒体资源网络，对赋能中国产品、中国品牌的成长及传播，大力发展数字经济具有重要的商业价值。

同时，作为都市生活场景的重要数智化文化设施，兆讯传媒的户外大屏以其流量聚场的地理属性、巨大的视觉冲击力以及生动形象的展示效果，成为城市文化“数字橱窗”，对于提升城市生活品质和消费升级、丰富商业与艺术公众传播，具有重要的社会价值。

高铁数字媒体网络优势

- 积极参与高铁站点数字媒体资源点位的设计与施工，与各铁路局集团建立了良好的合作基础
- 媒体资源区域囊括“八纵八横”高铁主动脉，覆盖经济发达城市群，下沉至三、四线城市和县城等站点
- 升级优化媒体布局，聚焦交通枢纽传播属性，强化站内大屏的传播质效，满

足客户多元媒介表达需求

城市商圈大屏媒体优势

- 布局核心城市顶级商圈，打造“地标级”户外裸眼 3D 大屏媒体，拓宽数字户外媒体业务，开拓城市核心商圈营销场景
- 发力数字内容创意制作领域，深度运用前沿技术赋能品牌户外传播

数字化运营优势

- 打造稳定可靠且功能强大的信息系统平台，将数字媒体设备远程管控，精准、高效地完成广告刊播
- 不断迭代系统架构和优化管理流程，以丰富的运营管理经验提供稳定可靠、高效灵活的数字化媒体服务

客户资源优势

- 与众多知名企业建立良好合作关系，客户群体涉及食品饮料、家居建材、酒类、互联网、汽车、黄金珠宝、服装服饰、美妆等诸多行业，为众多客户提供优质的广告发布服务
- 承接出行供需增长热潮，凭借高铁媒体资源网络全面触达主流消费群体，媒体触达率深受客户认可
- 商圈媒体紧抓线下消费亮点，与食品饮料、服装服饰、美妆等行业的大量知名品牌同行，建立长期合作关系

品牌优势

- 凭借经营积累和优质的服务厚植品牌优势，在行业上下游赢得良好的口碑，荣获“城市地标广告媒体”“户外广告交通场景类优质媒体”等奖项认证

1.2 创新数智传播

兆讯传媒紧抓高铁“新基建”发展机遇，积极响应“百城千屏”国家政策号召，在专注高铁场景数智媒体传播网构建的同时，加速拓展城市商圈数字户外媒体业务的第二曲线业务，满足客户的城际间与都市内差异化需求，以“高铁+商圈”的协同业务模式探索传媒行业发展未来。

1.2.1 铁路数字媒体

百年变局之下，中国铁路网“八纵八横”加密成型。兆讯传媒借势国之速度，

在铁路媒体领域深耕多年，建成覆盖全国 30 个省级行政区、年影响逾 20 亿人次的高铁数字媒体网络。在夯实高铁媒体资源覆盖优势、助力品牌传播一网通达的同时，提升资源矩阵的丰度和品质，推出铁路核心枢纽超大地标视觉媒体，制造“地标级”传播效果，满足品牌多元媒介表达需求，上市后被资本市场及媒体誉为“中国高铁传媒第一股”。

坚持不断优化站内媒体设施，将视频机、一体机优化为独立刷屏机，持续补充重要站点媒体资源，逐步淘汰普速站媒体，增强网络安全管控，强化运营日常管理，于核心候车场景为客户触达海量人群提供个性化解方案。

【关键绩效】

2024 年末

签约铁路客运站 529 个

开通运营铁路客运站 495 个

高铁/动车车站占比 98.4%

运营高铁数字媒体屏幕 4957 块

【案例】广州南站打造全新数字媒体

兆讯传媒聚焦华南地区交通枢纽心脏，在有华南地区“最繁忙的火车站”之称的广州南站打造“透明 LED 媒体”，采用透光处理方式建设无遮挡巨幅屏体，搭载 16bit 色彩显示，配备高达 7680Hz 的屏幕刷新率，还原真实视界，减少拍摄伪影、屏闪等问题，呈现更加丰富、真实、细腻的动态画面质感。通过数字技术赋能“黄金枢纽”，协同站内原有“刷屏媒体矩阵”，实现广州南站场景全覆盖，为旅客带去舒适流畅的沉浸式视觉体验。

1.2.2 商圈 LED 媒体

在国家“百城千屏”政策驱动下，兆讯传媒赋能都市内场景数智化建设，深化商圈数字户外媒体业务“第二曲线”，先后在广州天河路、太原亲贤街、贵阳喷水池、成都春熙路、北京王府井、深圳罗湖万象城等核心城市顶级商圈打造“地标级”户外裸眼 3D 大屏媒体，开拓城市核心商圈营销场景，培育商圈地标性亮点，完成对全国一线城市的全面覆盖，促进消费市场活跃繁荣、推动消费提档升级、

助推城市文化建设，助力城市新型基础设施建设。同时组建的视觉创意团队，发力数字创意制作领域，为公众带来《进化论》《猫猫虫》《汽车之家空间站》等系列主题艺术大片，赋能品牌户外传播。

依托国家六部委开展“百城千屏”的政策支持，兆讯传媒重点挖掘城市核心商圈媒体价值增长点，探索新领域营销场景，促进数字媒体技术和互动内容体验在户外媒介场景的应用，开启 AIGC 和裸眼 3D 数字内容制作业务，拥抱产业发展新趋势

助力文化宣传。大力响应“公益宣传平台传播工程”，在公共大屏展播社会主义核心价值观主题广告，开展时事政策宣传，澎湃正能量，助力筑牢中华民族共同意识

建设城市形象。以高清大屏建设城市“地标性”亮点，投放“文明出行”“拒绝霸座”等主题广告，营造“共建文明城市、共享文明成果”的浓厚创建氛围，助力区域形象塑造

促进消费升级。应用前沿尖端数字技术，推出高质量裸眼 3D 公共艺术大片，将数字艺术与商业空间深度融合，并在核心商圈地标大屏重磅上映，提升夜间消费体验，推动“中国游”品牌建设，助力挖掘新的消费增长动能

引领产业创新。响应数字化营销趋势，将 AI 技术运用于内容创作之中，创新品牌传播新模式

【关键绩效】

2024 年

户外裸眼 3D 大屏播放面积 6207 平方米

其中，北京 653 m²；广州 1403 m²；成都 1505 m²；贵阳 1536 m²；太原 555 m²；深圳 555 m²

【案例】商圈媒体助力重大政府活动

兆讯传媒在“2024 年中非合作论坛峰会”期间，通过北京王府井 LED 地标媒体呈现中非论坛的宣传语和会议主旨，展示中国与非洲国家在经济、文化、教育等领域的合作成果，强调中非合作对非洲经济发展的贡献，突出中非人民之间的

文化交流活动，介绍中非合作在改善民生方面的作用，展现中非共同致力于环境保护和可持续发展的努力，描绘中非合作的美好前景。通过持续的户外媒体宣传，提高民众对于中非合作重要性的认识，推动可持续发展目标实现，助力负责任的大国形象传播。



北京市王府井 LED 大屏展示中非合作论坛峰会

1.2.3 AIGC 数字制作

兆讯传媒坚持以创意和技术创新发展构建企业新质生产力，组建业界顶尖创意视觉团队，运用丰富的模型资产、S+级动画特效，深度发力 AIGC 等数字内容制作领域。积极探索与升级 AI 数字系统的运用，聚焦数字图像板块，将 AI 技术运用到户外裸眼 3D 原画设计、场景构筑、三维工程树文件管理、三维抠像等制作环节。积极探索数字内容在不同形态屏幕上的创意性表达，成功上线了多部城市公共艺术和商业作品。

创意策划

- 辅助项目调研与资料收集，迅速收集品牌的信息与主要营销活动等，提升创意方案与品牌传播的需求匹配
- 帮助构想转化为基本概念示意图，快速明确创意方案具体设计方向

原画设计

- 加快各类概念图示生成，节约风格探索时间，拓展更多视觉表现的可能，为设计创作与细化快速构建基础

三维制作

- 协助进行文件归类整理，助力优化灯光、重力等物理效果模拟，在节约创作时间的同时提升项目呈现结果

【案例】数字引擎释放强劲动能，《猫猫虫》惊艳亮相王府井

兆讯传媒以憨态可掬的熊猫形象为核心，结合 AI 图像前沿技术与裸眼 3D 技术，依据早中晚不同的场景氛围与故事剧情，打造三条覆盖全年齡段受众的短片。采用全时段投放的方式，为现场观众带来与当下时刻紧密呼应的沉浸式视觉体验。这一创新项目不仅成为北京龙年春节景观的夺目焦点，吸引大批民众打卡，还荣获 AOM 亚洲户外“第九届金场景营销大奖”金奖，以前沿技术赋能场景叙事，使北京王府井百盛大屏获得北京电视台、中央电视台《新闻联播》等媒体的关注报道，被称为世园会“繁华之地”，为北京中轴线融入科技感十足的全新亮点。



兆讯传媒北京王府井商圈地标大屏上映裸眼 3D 大片《猫猫虫》

1.3 激发内需潜力

文旅出行、城市商圈是消费活力的晴雨表,也是品牌触达消费者的核心场景。

根据中国消费趋势来看，文旅出行、城市商圈“夜经济”等形态正在进化为经济增长的新引擎。

与此相对应，兆讯传媒积极打通城际间和城市内两大营销热门场景，赋能夜间经济、文旅融合等新兴消费业态，打造城市文化交流新窗口，推动数字内容与城市公共空间的深度融合，助力做强国内大循环。

- **创新消费场景：**深化核心商圈合作，针对春节长假、过境免签“中国游”等消费旅游需求，以数字化能力全面赋能户外广告生态，助力重点城市商业区营造打卡热潮，推动商圈经济持续繁荣，探索同一数字消费场景内商、旅、文、体、健多业态融合
- **打造名品方阵：**依托创新驱动、核心技术支撑及场景深度融合，探索升级“技术+场景”的协同发展，实现客户品牌理念精准触达，助力培育优质消费品牌，服务消费快速发展和商品消费需求提质升级的趋势
- **塑造文旅品牌：**通过“生态保护+旅游推广”等项目实践，以裸眼 3D 技术展现自然景观，推广城市文旅形象，引导消费者探索当地消费场景，助推当地文旅资源开发与经济发展
- **引领低碳风潮：**将环保理念融入媒介资源，构建生态文明传播网络，推广低碳旅游理念，引导可持续消费

【案例】助力广西文旅发展

兆讯传媒携手广西文旅以“秋冬游广西，山水暖桂客”为主题，推动文化和旅游深度融合发展。高铁站点以站内大屏加深公众对广西文化和旅游魅力的认识和感受，吸引八方来客踏上多彩的文化旅程。城市核心商圈以“文旅+夜经济+科技”的创新融合，构建具备鲜明地域特色的城市新舞台，生动呈现当地秋冬文旅资源。通过全方位立体化宣传推广矩阵，打响“秀甲天下 壮美广西”文旅品牌，荣获科睿营销创新类金奖。



1.4 反哺行业生态

在市场经济发展浪潮中，品牌的力量已成为衡量一个企业实力和影响力的重要标志。近年来，“中国制造”逐渐向“中国智造”转型升级，中国品牌在市场竞争中崭露头角，成为展现中国实力与魅力的亮丽名片。这一转变不仅是中国经济发展的必然趋势，更是中国进一步高质量发展的关键所在。

兆讯传媒通过其自建的全国统一大市场的媒体网络，有效满足了客户品牌全国同步扩张或局部区域深度渗透的多种营销需要，对于进一步塑造中国品牌形象、提高中国品牌的影响力和认知度发挥了积极作用。

兆讯传媒依靠自身积累的丰富建设和稳定运营经验，正积极反哺户外广告行业及铁路商业生态系统。兆讯传媒通过数字化能力全面赋能户外广告生态，依托创新驱动、核心技术支撑及场景深度融合，突破户外广告传统功能边界，不断探索升级“技术+场景”的协同发展。

此外，兆讯传媒不断焕新升级媒体资源，积极洞察出游消费趋势，赋能品牌获得场景营销新增势。2024年，兆讯传媒接连宣布广州白云旗舰店、广州南站到达等优质媒体资源，制造“地标级”传播效果，满足品牌多元媒介表达；兆讯传媒新增成都西站、北京南站到达等61个媒体站点资源，同时进行了71个站点的媒体优化，使中国品牌的商业传播环境得到不断进化和提升。

1.5 提升服务质效

兆讯传媒在高铁及城市商圈领域已形成全国统一大市场的媒体网络，能够结合不同品牌、不同区域进行个性化、差异化营销服务，充分挖掘媒体特性及场景优势，通过线上线下的媒体融合，以多渠道、多平台、多形式打破受众信息通路

的时空壁垒和信息茧房，实现数字刷屏、一键换刊、快速响应、大屏联动、智能播排、程序化购买，从而有效满足客户品牌全国同步扩张或局部区域深度渗透的多种营销需要，以及数字化与智能化的应用趋势。

兆讯传媒始终坚持“以客户为中心”的服务理念，持续优化客户服务体系，增强服务能力，保障客户权益，以个性化解决方案赢得客户信赖，打造有温度、数智化的高品质客户服务，赋能客户品牌价值持续提升。

1.5.1 优化客户服务

兆讯传媒持续优化客户服务流程，整合客户需求分析、媒介策略制定、投放执行到效果反馈的全流程环节，实现客户需求快速响应与精准匹配，持续增强客户体验，全面提升服务质量与客户满意度。同时，我们密切关注行业发展与创新，锚定旅游、消费等市场场景，不断强化业务协同，发掘客户品牌内涵，为客户创造更大价值。

数字业务融合

- 数字内容升级。以裸眼 3D 大片为主体，运用电影级前沿特效技术，通过模型、材质、动画、特效、灯光渲染等步骤增强视觉表现力，强化记忆锚点，扩大品牌差异化。
- 数字媒介升级。协调高铁站内刷屏媒体、视觉媒体两大核心媒体形式，在基于高铁媒体的基础上，以站内标杆级媒体形象赋能品牌建设，通过媒介形式相互协同，满足信息快速触达和品牌视觉建设等多种营销需要。
- 数字传播升级。通过线上线下的媒体融合，以多渠道、多平台、多形式实现品牌数字传播升级，打破受众信息通路的时空壁垒和信息茧房。

文旅业务融合

- 拓展春节、五一、中秋等重要出行节假日营销场景，以“短平快”战略高效触达出行及返乡探亲人群，通过长秒高倍频放大节点势能，增强客户品牌声量。
- 将品牌传播与优秀的传统文化及各地文旅特色持续深度融合，结合高铁作为跨省、城际出行的首要场景，打造品牌文化价值，使品牌信息传递更丰满。

【案例】“圣象”数字基因再进化

兆讯传媒积极顺应数字化、智能化和网联化的行业发展大方向，助力圣象品牌推进数字基因进化，专注产品数字化升级与优化，以裸眼 3D 技术打造立体丰满的“象”文化视觉图腾。借助线下“高铁+商圈”的传播优势，通过超长沟通机会和矩阵式媒体排布，提升媒体可见度；线上推动《Take Home》事件同时在门户、垂类以及各自媒体平台全网传播发酵，以立体生动的事件营销让圣象品牌感知更加具象化，共同协作探索品牌营销新表达。



在《Take Home》裸眼 3D 项目中，兆讯传媒将圣象地板品牌理念融入现实场景，以“森林”“自然”等视觉语言具象化传递“绿色家居”的品牌主旨，将社会责任植入内容创作实践，实现环保理念的精准触达，从而引发大众共鸣，助推品牌商业传播与社会价值共振，成为业内技术与内容融合的标杆案例。该项目荣获第 31 届中国国际广告节 2024 年度创新场景营销金案。

【案例】“比亚迪”精准品牌营销

兆讯传媒凭借高铁媒体资源优势精准聚焦品牌受众，借“国潮”风潮，树民族

自信，强化比亚迪民族品牌形象，探索静态画面轮播、动态展示、微动视频、视频+定版空间切割等表达形式，以数字媒体特性展现比亚迪多品牌间差异化、个性化优势，助力品牌高效触达核心消费群。



1.5.2 保障客户权益

制定《兆讯传媒销售管理规定》《兆讯传媒销售人员考核管理制度》等规章制度，规范销售行为，强化人员培训与考核管理，建立诚信经营文化。严格遵守《广告法》赋予的审查义务，建立严格的内容审核制度，确保没有违反广告法相关条例的内容，并保障内容信息真实性。为客户提供内部监测照片和第三方监测报告两种监测方式，便于客户监测服务质量。

客户信息安全

- 部署多层次的安全过滤器对进入的请求进行拦截和安全检查，防止潜在的安全威胁。
- 实施频繁次数校验机制，防范暴力破解攻击。
- 针对用户密码管理采取分级限制的策略，鼓励用户创建更强的密码。
- 实行 CRM 系统分级授权，确保不同部门、不同岗位的员工访问权限与工作相匹配。

1.6 践行责任采购

兆讯传媒始终坚持可持续发展理念，积极影响产业链上下游，打造负责任的供应链，助力合作伙伴成长与发展，共同履行社会责任，努力为社会可持续发展贡献力量。将供应商在环境、社会及管治方面的表现纳入供应商准入及管理，建立严格的供应商评审与核查制度，对在采购业务中社会责任表现突出的供应商进行优先选择和发展合作。

二、和谐共生 共建美丽中国

兆讯传媒积极践行可持续发展理念，不仅坚定自身运营的绿色低碳转型，还凭借遍布全国的媒体网络传递环保资讯、倡导绿色出行、宣传节能减排，激发大众环保热情，以实际行动践行社会责任，为推动美丽中国建设贡献传媒力量。



2.1 绿色低碳运营

兆讯传媒积极响应国家绿色低碳发展的号召，致力于将环保理念融入日常运营的每一个环节，通过采用低功耗 LED 显示技术与智能控电系统，优化屏幕亮度自适应调节机制，推广无纸化办公等措施，系统性推进绿色低碳运营，以实际行动践行“绿水青山就是金山银山”。

2.1.1 环境管理体系

兆讯传媒严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国循环经济促进法》《中华人民共和国节约能源法》等各项环境法律法规，着力建设内部环境管理体系，制定覆盖从办公到设备运营各环节的环境管理制度，定期开展内部宣传和培训，提升员工的环保意识与专业技能，持续降低运营过程的环境影响。

2.1.2 应对气候变化

近年来暴雨、洪涝、干旱、热浪等极端天气事件频发，给人类的生命财产带来了巨大损失，气候变化已成为全球挑战。兆讯传媒紧跟国家“双碳”政策，积极

开展节能降碳新技术应用、绿色电力采购和运营管理转型等探索和实践，致力于成为行业内的绿色低碳标杆企业。

【案例】光感摄像头自动调控屏幕亮度

自 2022 年起，公司在户外 LED 媒体使用智能光感 LED 显示屏，旨在通过自动调节显示屏亮度来降低能耗。通过引入先进的光感技术和智能控制系统，使 LED 显示屏能够根据周围环境的光照强度自动调整亮度，从而在保证显示效果的同时，最大限度地减少电能消耗和碳排放。未来我们计划将该技术推广到公司所有的显示屏设备，实现全面的绿色运营。



优化后的光照强度

【案例】率先开展 UL 绿色环保认证，引领行业可持续转型

户外广告 LED 屏作为重要的宣传媒介，其能源消耗一直是行业关注的焦点。随着社会对可持续发展的关注度不断提升，兆讯传媒积极响应国家“双碳”政策和客户对广告运营模式的绿色转型需求，在户外广告业务中开展节能改造，推广绿色环保技术，为缓解气候变化贡献力量。我们邀请第三方专业检测机构对位于北京、成都的户外广告 LED 屏进行检测，并成功获得 UL 节能认证证书。此举提升了公司在应对气候变化方面的声誉与形象，也为同行企业提供了有益的借鉴与参考，有助于推动广告行业的可持续转型。

【案例】购买绿色电力，践行可再生能源替代

随着全球对气候变化的关注不断升温，企业社会责任和可持续发展成为各行业关注的焦点。作为中国领先的户外数字媒体公司，兆讯传媒积极响应绿色发展

号召，大力推行绿色电力购买行动，为践行可再生能源替代迈出坚实步伐。

绿色电力作为以太阳能、风能、水能等可再生能源为发电来源的电能，具有清洁、无污染等显著优势。兆讯传媒通过采购绿色电力用于旗下全国范围内的广告屏幕及其他运营设施，从源头上减少了传统化石能源发电所带来的碳排放，有效降低企业运营对环境的负面影响。这不仅是对公司自身环境责任的承诺，也是为客户提供更清洁、低碳服务的重要举措。



兆讯传媒绿色电力证书

【关键绩效】

2024 年

购买绿色电力 105.08MWh

2.1.3 开展绿色运营

为科学合理利用资源，减少、规避不必要的浪费，提高资源利用效率，创造优良办公环境，营造良好工作氛围，兆讯传媒制定了《办公区域及环境管理办法》。

绿色运营举措：

- 每季度进行节能降耗、绿色办公的宣传提示；
- 采用能耗更低的 LED 显示屏等设备替换传统设备；

➤ 办公电器均购买符合国家标准的高能效等级家电；

推进无纸化办公：我们不断完善内部网络建设，优化 OA 办公系统等现代信息技术应用，持续推进办公自动化，目前运营管理部的所有需求都可以线上流转，已经实现了无纸化办公。此举不仅减少了纸张等资源的消耗，也有效降低了运营成本，为推动节约型社会的建设做出了贡献。

推广线上会议：线上会议有方便、快捷、环保与低成本优势，我们选用知名会议软件的行业定制化服务，定制音频解决方案、多端入会、高清屏幕共享等功能助力公司内部交流和外部沟通。2024 年推广线上会议 113 次，其中 26 场会议超过 100 人，多用于产品培训、销售培训、远程谈判等方面。近几年公司线上会议占比不断增加，不仅显著降低了交通、住宿和餐饮等运营成本，还有效减少了因差旅而产生的碳排放。

【关键绩效】

2024 年

线上会议 113 场，其中超过 100 人的 26 场

纸张消耗量 1.18 吨

2.2 倡导环保理念

兆讯传媒始终坚持生态优先，绿色发展，将环保理念融入媒介资源管理，构建生态文明传播网络，用实际行动提升区域生态环境治理能力与公众环境意识，绘就生态宜居、和谐共生的美好未来。我们不仅在主营业务中积极践行绿色低碳理念，还在绿色出行、光盘行动和垃圾分类等社会环保领域发挥着引领作用。公司通过一系列实际行动，鼓励员工和社会公众共同参与到环境保护的实践中来。

2.2.1 践行绿色生活

兆讯传媒鼓励大家选择地铁、公交等公共交通工具上下班，从而减少私人汽车的使用频率。在办公用车方面，我们尽量减少办公用车，降低燃油车的使用率，优先考虑新能源汽车的租赁或购买，逐步替换传统燃油车型。公司按照当地垃圾分类标准，在办公区域配置了不同类型的垃圾桶，并张贴清晰标识，指导员工正确分类投放垃圾。我们还组织了一系列培训讲座和宣传活动，向全体员工普及垃圾分类知识，提高分类准确率。

2.2.2 贡献绿色价值

兆讯传媒积极参与和支持各类环保公益活动，依托高铁和城市商圈双场景媒体营销平台，助力传播绿色环保公益广告，提高公众对环境保护的认识。我们在高铁站投放如禁烟、中法环境月等素材，在城市商圈投放关于倡导全球生态文明、杜绝粮食浪费、垃圾分类、低碳环保能源宣传、城市低噪音宣传、防疫卫生类宣传等素材。同时，我们通过官方微信平台发布植树节、世界地球日等环保相关主题的宣传。

【案例】营销创新实现生态价值与商业价值融合

兆讯传媒将社会责任实践与商业模式创新深度融合，通过“生态保护+旅游推广”等项目实践，以裸眼 3D 技术展现自然景观、珍稀动物等，用视觉冲击力唤醒公众对生物多样性保护的关注，荣获“科睿营销创新金奖”。



钦州三娘湾白海豚



成都市春熙路时代广场大屏播放“凝聚全球生态文明共识”公益广告



广州市壬丰大厦大屏播放杜绝浪费主题公益广告



深圳市湖北宝丰大厦大屏播放垃圾分类主题公益广告



兆讯传媒微信公众号植树节主题公益广告

2.3 贡献社会公益

兆讯传媒将社会责任融入企业发展基因，大力支持公益事业发展，通过系统化、多元化的公益广告布局积极弘扬社会主义核心价值观，倡导新时代主流意识形态。2024 年播放公益广告 52 条，覆盖社会主义建设、城市文明、公共安全、生态环保、全民健康五大领域，形成独具特色的公益传播矩阵，年均触达受众超 20 亿人次，推动社会价值传递，彰显媒体企业的时代担当。同时，我们积极参加各类公益慈善活动，传递社会温暖。

- 社会主义建设类：宣传社会主义核心价值观、社会主义精神文明建设、党建、

民族政策、庆祝国家节日、党代会等。

- 城市文明类：宣传创造文明城市、城市经济建设、城市建设、文明出行等。
- 公共安全类：宣传铁路安全知识、乘车警示语、治安防治宣传、反诈、金融安全、消防安全知识、火灾安全逃离知识、国家安全保密意识等。
- 生态环保类：宣传倡导全球生态文明、杜绝粮食浪费、垃圾分类、低碳环保能源、城市低噪音、防疫卫生等。
- 全民健康类：宣传各种国内国际运动会、马拉松、铁人三项、自行车比赛、城市运动类公益、青少年运动等。

【关键绩效】

2024 年

推出公益广告活动 52 项

【案例】推动文明与经济的双向奔赴

兆讯传媒以公益广告为纽带，在城市枢纽高铁站投放“文明出行”“拒绝霸座”等主题广告，营造“共建文明城市、共享文明成果”的浓厚创建氛围。以媒体之力积极赋能城市治理与民生改善，贯彻落实推进创新精神文明创建工作，着力提升公众出行体验，助力区域形象塑造，立足新征程、把握新形势，为推动文明城市常态化建设工作贡献媒体力量。



【案例】助力拉萨当地发展

兆讯传媒在拉萨注册新媒体科技有限公司，吸纳当地农牧民、残疾人员、享受城市最低生活保障人员、高校毕业生及退役军人等五类人员，助力缓解当地就业压力。2024年12月，向经济发展相对落后的拉萨地区进行资助捐赠，为拉萨堆龙德庆区第三幼儿园增加设施，购置大型组合游乐产品。



第十五届全国运动会



成都第31届世界大学生夏季运动会



深圳市禁毒宣传



高铁商圈公益宣传

三、稳健经营 推进高质量发展

兆讯传媒严格遵循国家法律法规要求，致力于通过稳健规范的企业治理推动公司的高质量发展。为提升公司的治理成效、保持经营的高效及透明，公司加强治理体系、风险管控体系的建设，恪守商业道德，以更高标准践行规范经营，努力在业界树立良好的企业信誉与形象，持续为股东和社会创造价值。

对 SDGs 的贡献

3.1 规范公司治理

兆讯传媒严格遵循《公司法》《证券法》等相关法律法规及本公司《公司章程》的要求规范运作，建立了规范的法人治理结构和议事规则，明确决策、执行、监督等方面的职责权限，形成科学有效的职责分工和制衡机制。

3.1.1 完善公司治理

兆讯传媒建立起三会一层治理架构，股东大会、董事会、监事会以及在董事会领导下的经营管理机构各司其职，高效运作。

股东大会是公司的最高权力机构，公司制定了《股东大会议事规则》，对股东大会的性质、职权及股东大会的召集、提案、通知、召开、议事、表决、决议及执行等工作程序作出了明确规定。该规则的制定并有效执行，保证了股东大会

依法行使职权，保障了股东的合法权益。2024 年召开股东大会 2 次。

董事会是公司的常设性决策机构，对股东大会负责。行使执行股东大会决议，决定公司的经营计划和投资方案等职权，加强对 ESG 事项的关注，持续提升可持续发展能力。董事会由在财会、传媒、法律、战略等领域有着丰富管理经验的 7 名董事组成，其中独立董事 3 人，女性董事 1 名，设董事长 1 人。下设战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会。



兆讯传媒广告股份有限公司组织架构图

公司制定了《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会战略委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《股东大会议事细则》《董事会审计委员会工作细则》，规定了董事会的构成及职责、董事会的议事规则、独立董事工作程序、各专门委员会的构成及职责等。这些制度的制定并有效执行，保障了董事和董事会有效地履行职责，为董事会科学决策提供帮助。

监事会是公司的监督机构，负责对公司董事、高级管理人员的行为及公司财务运营体系进行监督。监事会由 3 名监事组成，其中包括 1 名职工代表。公司制定了《监事会议事规则》，对监事职责、监事会的召集、通知、表决等做了明确规定。该规则的制定并有效执行，保证了监事会有效履行监督职责，保障了公司及股东的合法权益。

公司董事会下设审计委员会，按照《董事会审计委员会工作细则》等规定，负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。审计委员会下设审计部门，对审计委员会负责，向审计委员会报告工作，具体负责内部控制与内部审计工作，定期或不定期对公司进行内部审计与内控检查评价工作，为本公司加强经营管理，健全内部控制制度，防范经营风险、提高经济效益，起到了应有的作用。

兆讯传媒持续优化公司组织架构，设置了营销中心、运营中心、内容媒介部、财务中心等九个职能部门，在总经理的领导下对公司的日常业务进行管理。各职能部门之间职责明确，分工清晰，相互配合、相互制衡，确保了公司经营活动的健康运行，保障了管理目标的实现。

3.1.2 强化投资者关系管理

兆讯传媒持续强化投资者关系管理及传递公司价值，为保护投资者的合法权益，加强与投资者之间的信息沟通，确保信息披露的公平性，公司制定了《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》《内幕信息知情人登记及报备制度》，并严格执行，确保对外披露信息的真实性、准确性、及时性。为规范公司的重大信息内部报告工作，公司建立了重大信息内部报告机制，保证公司内部重大信息的快速传递、归集和有效管理。

公司接待投资者来访与来电、邮件咨询，并通过年度报告、公告、新闻资讯、股东大会、路演等手段，保障投资者尤其是中小投资者及时、准确知悉公司重大事项、企业运营及财务表现等重要资讯，着力维护公司与投资者之间的良性互动关系。

兆讯传媒整体经营指标保持良好增长，以稳健增长的经营业绩回报广大投资者。2024年预计派发现金红利人民币8,120,000元(含税)，每10股派发现金股利人民币0.2元(含税)。

3.2 全面风险管控

深化风险管理体系建设，加强重点领域和关键环节风险防控，提升全面风险管理水平，增强风险管理的全面性、专业性及前瞻性。

3.2.1 加强风险管理

兆讯传媒严格遵循财政部发布的内部控制规范和深圳证券交易所发布的内

部控制指引等文件，综合考虑公司规模和业务等实际情况，进一步完善了包括风险管理机构设置、风险识别、风险评估、风险应对以及部门及人员的职责与权限等要素在内的系统的风险管理机制。

公司根据业务现状及发展需要，确立了整体战略发展目标及发展思路，梳理现有业务，继续关注战略风险、政策风险、市场风险、运营风险、人才风险等，收集公司内外风险信息 and 案例，对重要经营活动，事前进行分析与评估，并采取适当的应对措施，做到风险可控。

3.2.2 规范内控管理

兆讯传媒根据实际业务开展情况，将业务活动分为销售与收款、采购与付款、货币资金、募集资金管理、固定资产、成本费用、人力与薪酬等循环，就各业务循环内部控制目标、涉及的主要环节、不相容职务分离、具体环节的内部控制内容等方面进行了详细规定。为了实现内控管理目标和有效监控管理与运作流程，公司在交易授权、职责划分、凭证与记录控制、资产接触与记录使用以及绩效考核等方面均建立了有序的控制程序。

3.3 恪守商业道德

兆讯传媒坚持诚信经营，严格遵守《刑法》《反不正当竞争法》《反垄断法》等法律法规要求，反对任何形式的腐败、贪污、贿赂和不正当竞争等违法违规行为，制定《兆讯传媒反舞弊条例（暂行）》等政策制度和行为规范，规范本公司董事、高、中级管理层和普通员工的职业行为。坚持接受社会各界监督，落实各项管理举措，加强商业道德建设，坚决惩治违法犯罪和腐败行为，营造风清气正的良好氛围。

我们注重保持公司内部监控举报和投诉渠道的畅通，鼓励公司员工、供应商及其他利益相关方通过传真、邮寄、电邮和电话热线以公开或者匿名方式举报任何公司涉及的违法违规行为或违反商业道德的行为。我们制定举报人保护制度，明确规定不得将举报人个人信息、举报办理情况等泄露给被举报人或者与办理举报工作无关的人员。对于泄露举报人信息的行为，公司将根据情节严重程度，处以调离工作岗位、降薪降职、移送司法机关等处罚。我们严格禁止对举报人进行打击报复，若有违反将追究相关人员及上级领导责任，对确有严重危及到举报人

权益的行为，会及时报告司法机关并依法追究刑事责任。

举报投诉渠道

当面举报：可按举报人要求指定约见地点；

信函地址：北京市朝阳区广渠路17号院1号楼联美大厦15层；

举报电话：010-87097706；

举报邮箱：shenjibu@megainfomedia.com。

3.4 赋能员工发展

兆讯传媒坚持以人为本的人才理念，携手员工共同成长，打造和谐幸福的职场环境，为员工提供实现自我价值的广阔平台。

3.4.1 保障员工权益

人才是企业最宝贵的资源，是推动企业持续创新、保持竞争优势的关键。兆讯传媒全面贯彻《劳动合同法》及相关法律法规，以实现公司核心人才队伍的可持续发展为目标，保证公平、公正、公开的人才引入机制，建立完善的薪酬激励制度与社会保障体系，不断提升员工满意度，以高素质员工推动公司高质量发展。

【关键绩效】

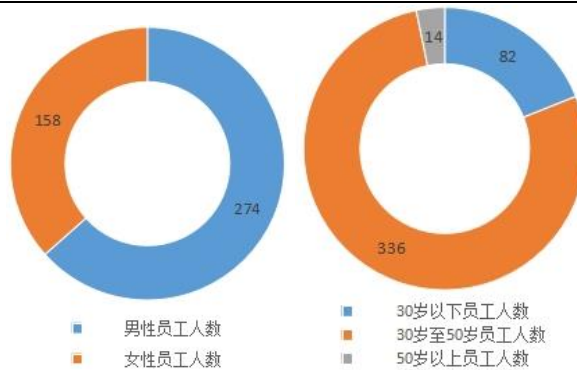
2024 年

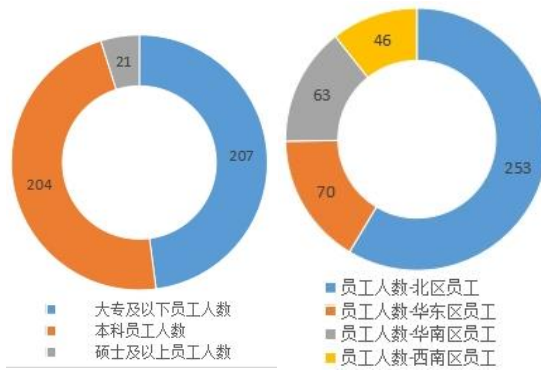
员工总人数 432 人

劳动合同签订率 100%

社会保险覆盖率 100%

帮助残障人士解决就业 7 人





人才引进：制定《员工招聘管理制度》《聘用管理制度》，每年依据人才需求制定年度招聘计划，坚持平等雇佣，不因宗教、种族、性别等因素歧视员工，承诺为员工提供平等的机会，消除基于性别、年龄、地域、国籍和生理残疾的歧视，通过积极开展品牌建设、社会招聘、猎头合作及业内推荐等多种渠道吸引优秀人才。

员工薪酬：制定《薪酬福利管理制度》，依据职位建立完善的薪酬管理制度，遵循按劳分配、效率优先、兼顾公平、同工同酬、可持续发展的原则，每年针对公司薪酬现状、市场薪酬水平以及薪酬影响因素等情况开展年度薪酬调研，保证提供有市场竞争力的员工薪酬。

员工福利：严格按照国家规定为员工缴纳养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险和住房公积金，依据员工的职级和工作需要提供餐补、通讯补助、节日礼金等福利。

平等多元：加强性别平等意识教育与宣传，定期开展性别平等培训和研讨，通过内部会议、宣传栏、企业文化墙等渠道传达性别平等的理念和实践；建立性别平等的沟通平台，鼓励员工就性别平等问题进行交流和互动；提供平等的职业发展机会，不以性别等因素为由限制员工的晋升机会，确保晋升的公平性和透明度。

工作时间：严禁任何强迫劳动及其他伤害人权的举措，为员工提供弹性工作制，允许员工根据个人需求选择弹性工作时间和工作地点；严格依照国家法律提供产假、病假、年假等特殊假期，帮助员工调整工作和家庭的平衡。

应急管理：编制《消防安全应急预案》《媒体安全管理应急响应预案》，提升火灾及各车站安全管理事故的应急处置能力，每年举办消防逃生及消防预案演习。

3.4.2 助力员工成长

坚持“专业培养和综合培养同步进行”的人才培养政策，大力畅通人才发展通道，为员工成长与发展提供广阔平台，打造高素质人才队伍。

员工发展：基于公司管理实际和发展需要，设置管理、技术、营销、操作四个序列供员工选择，提供纵向发展和横向跨通道发展机会，丰富员工职业发展路径。

员工培训：采用“动态人才池管理”的方式进行循环培养，建立核心人才培养机制，设置导师制度、在岗实践学习、岗位轮换等培训制度，打造线上学习平台，采用线上、线下相结合的培训方式，提供新员工、专项技能、领导力等培训课程。

【关键绩效】

2024 年

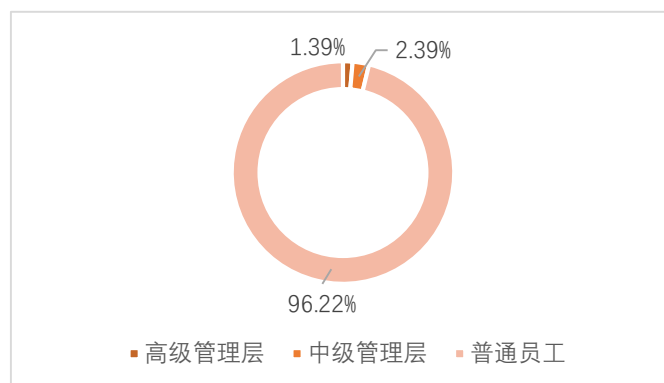
员工培训次数 39 次

员工培训总人次 502 人次

员工培训覆盖率 96.21%

员工培训支出 4.88 万元

每名员工每年接受培训的平均时长 27.77 小时



接受培训的各级员工比例

- **新员工培训：**介绍公司发展历程、业务情况、应知应会和办公环境等内容，采用现场培训和系统培训相结合的方式帮助员工快速融入集体。2024 年度完成现场培训11场，现场和系统培训总时长达1705.9小时。
- **管理岗培训：**启动“继任者人才培养计划”，专注于培养公司中层管理人员与职能部门负责人，围绕市场知识、客户维护、人力资源管理 etc 维度，设

置“在线学习+集中授课线下学习”通用技能培训和各部门负责人/导师负责的业务技能培训，有效辅助员工熟悉行业环境、丰富和提升员工理论知识储备及解决问题的能力。2024年度内部累计学习524节课程，外部参与21场专业主题沙龙。

- 专项培训：面向营销团队开展主题多元、内容丰富、实用性强的多元化培训。围绕公司产品介绍、场景优势、营销节点等维度开展内部培训，辅助销售团队快速掌握公司业务，提升服务能力；邀请各行业专家、大咖级讲师建设企业外脑库，开展专项外部培训，提升员工专业素养。2024年度开展内部培训17场，外部培训14场。

3.4.3 倾心关爱员工

持续举办员工关爱活动，组织开展各类文化体育活动，帮助员工平衡工作与生活，构建舒适友好的职场氛围，提升员工幸福感和归属感。

【案例】举办羽毛球友谊赛

兆讯传媒通过组织羽毛球友谊赛，加强员工间的交流与沟通，培养团队默契。鼓励员工养成运动习惯，减少久坐带来的健康隐患。利用比赛帮助员工释放工作压力，提升心理调节能力。



【案例】开展妙手生花插花活动

兆讯传媒组织员工参与插花活动，邀请专业老师进行知识宣讲并辅助员工完成作品。帮助员工放松身心，激发创造力与审美力，同时增进同事间互动交流。通过亲手制作花艺作品，员工既能感受自然之美、舒缓压力，也能提升专注力与成就感，丰富精神需求。



休闲沙龙-制作掐丝珐琅



2024 营销会拓展活动



未来展望

兆讯传媒高度重视环境、社会与治理责任，致力于在媒体传播领域实现经济效益、环境效益与社会效益的统一。回顾 2024 年，我们在 ESG 方面取得了诸多进展，展望未来，我们将继续砥砺前行，以更高的标准践行可持续发展理念，为公司、社会与环境创造更多价值。

践行绿色运营，赋能低碳未来。我们将进一步推进节能减排，优化办公场所的能源管理，提高资源利用效率，提升绿色能源替代，降低运营活动对环境的负面影响；探索绿色广告技术与材料，助力广告行业的绿色转型；积极参与和支持环保公益活动，提高员工和公众的环保意识，共同守护地球家园。

联结多元价值，共建包容生态。我们会持续关注员工成长，加强员工关爱，提供更丰富的培训与发展机会，打造多元化、包容的企业文化；加强与供应商、客户等利益相关方合作，共同推动社会可持续发展；积极参与公益事业，利用自身媒体平台优势，传播公益信息，助力社会公益事业发展。

优化公司治理，筑牢发展根基。我们将持续完善 ESG 治理体系，加强风险管理与内部控制，确保 ESG 战略与公司整体战略紧密结合，提升公司治理水平。持续提高 ESG 信息披露的透明度和质量，与利益相关方保持良好沟通，接受社会监督。

笃行致远，惟实励新。兆讯传媒将以 ESG 为指引，持续为经济社会的可持续发展贡献力量。

附录

深交所《A股可持续发展报告指引》索引

议题	参考章节
环境	
应对气候变化	应对气候变化
污染物排放	开展绿色运营
废弃物处理	开展绿色运营
生态系统和生物多样性保护	开展绿色运营
环境合规管理	环境管理体系
能源利用	应对气候变化 开展绿色运营
水资源利用	开展绿色运营
循环经济	开展绿色运营
社会	
乡村振兴	贡献社会公益
社会贡献	贡献社会公益 激发内需潜力 反哺行业生态
创新驱动	创新数智传播
科技伦理	创新数智传播
供应链安全	践行责任采购
平等对待中小企业	践行责任采购
产品和服务安全与质量	提升服务质效
数据安全与客户隐私保护	保障客户权益
员工	赋能员工发展
可持续发展相关治理	
尽职调查	全面风险防控 践行责任采购
利益相关方沟通	可持续发展治理
反商业贿赂及反贪污	恪守商业道德
反不正当竞争	恪守商业道德

GRI 指标索引

使用说明	兆讯传媒在 2024 年 1 月 1 日至 2024 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	页码/备注
--------	-----	-------

GRI 2: 一般披露 2021	2-1 组织详细情况	5, 34
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	34
	2-3 报告期、报告频率和联系人	2
	2-4 信息重述	无信息重述
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	11
	2-7 员工	37-39
	2-9 管治架构和组成	10, 34
	2-10 最高管治机构的提名和遴选	34
	2-11 最高管治机构的主席	34
	2-12 在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用	10, 34
	2-13 为管理影响的责任授权	10, 34
	2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	10
	2-16 重要关切问题的沟通	11
	2-17 最高管治机构的共同知识	10, 34
	2-18 对最高管治机构的绩效评估	34
	2-19 薪酬政策	34, 37
	2-20 确定薪酬的程序	34, 37
	2-22 关于可持续发展战略的声明	10
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	12
2-27 遵守法律法规	24, 27, 33, 36	
2-29 利益相关方参与的方法	11	
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	12
	3-2 实质性议题清单	12
	3-3 实质性议题的管理	12
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1 直接产生和分配的经济价值	35
GRI 204: 采购实践 2016	204-1 向当地供应商采购的支出比例	不适用
GRI 205: 反腐败 2016	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	36
GRI 206: 反竞争行为 2016	206-1 针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	36
GRI 207: 税务 2019	207-1 税务方针	详见年报
	207-2 税务治理、控制及风险管理	详见年报
	207-3 与税务关切相关的利益相关方参与及管理	详见年报
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	27
	302-2 组织外部的能源消耗量	27
	302-3 能源强度	27
	302-4 降低能源消耗量	27-28
	302-5 降低产品和服务的能源需求量	27-28

GRI 304: 生物多样性 2016	3-3 实质性议题的管理	29
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	24
	308-2 供应链的负面环境影响以及采取的行动	不适用
GRI 401: 雇佣 2016	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	37
	401-2 提供给全职员工(不包括临时或兼职员工)的福利	37
	401-3 育儿假	37
GRI 403: 职业健康与安全 2018	3-3 实质性议题的管理	37
	403-6 促进工作者健康	37
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	38
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	38
	404-3 接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比	37
GRI 405: 多元化与平等机会 2016	3-3 实质性议题的管理	37
	405-1 管治机构与员工的多元化	37
GRI 406: 反歧视 2016	3-3 实质性议题的管理	37
GRI 408: 童工 2016	3-3 实质性议题的管理	37
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	3-3 实质性议题的管理	37
GRI 413: 当地社区 2016	3-3 实质性议题的管理	30-31
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商	24
	414-2 供应链的负面社会影响以及采取的行动	24
GRI 417: 营销与标识 2016	3-3 实质性议题的管理	24
	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	24
GRI 418: 客户隐私 2016	3-3 实质性议题的管理	24

读者反馈表

尊敬的读者：

您好！感谢您能抽出宝贵时间阅读本报告。为向您及其他利益相关方提供更完善、更专业、更有价值的可持续发展报告发展信息，提升我们的可持续发展报告质量，我们诚挚的邀请您协助完成反馈信息表中的相关问题，请您不吝赐教。

1. 您对本报告的总体印象是否满意？

是 一般 否

2. 您认为本报告是否能反映兆讯传媒对可持续发展的重大影响？

是 一般 否

3. 您认为本报告识别出的利益相关方及其与兆讯传媒关系的分析是否准确、全面？

是 一般 否

4. 您认为本报告提供的信息是否全面？

是 一般 否

5. 您认为本报告提供的信息是否具有可读性？

是 一般 否

6. 您对本报告的整体设计是否满意？

是 一般 否

7. 您对《兆讯传媒 2024 年可持续发展报告》的其他意见与建议，欢迎提出。