



Damai Entertainment Holdings Limited
大麥娛樂控股有限公司

(前稱 Alibaba Pictures Group Limited 阿里巴巴影業集團有限公司)

於百慕達註冊成立之有限公司

股份代號：1060

2025/26

環境、社會及
管治報告



目錄

關於本報告	2
關於大麥娛樂	4
董事會ESG聲明	7
利益相關方溝通	8
重大性議題判定	9
1 責任治理	10
1.1 ESG管治	10
1.2 風險控制	12
1.3 廉潔建設	15
1.4 數據安全與隱私保護	18
2 員工管理	26
2.1 僱傭管理	26
2.2 員工關愛	29
2.3 培訓發展	36
3 產品責任	43
3.1 傳遞正能量	43
3.2 內容治理與廣告合規	53
3.3 知識產權與版權保護	56
3.4 客戶服務	57
4 生態共建	61
4.1 供應商管理	61
4.2 社區公益	65
4.3 綠色運營	70
ESG索引表	73
讀者反饋表	80

關於本報告

報告簡介

本報告為大麥娛樂控股有限公司(「大麥娛樂」)或(「本公司」)發佈的2025/26年環境、社會及管治報告，旨在展示大麥娛樂及其列入年報範圍的主要附屬公司在環境、社會及管治的策略、管理和實踐情況。

指代說明

為便於表述，報告中「大麥娛樂」「本公司」「我們」均指代大麥娛樂控股有限公司，其股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市及買賣(股份代碼：1060)，「本集團」指代本公司連同其附屬公司的合稱，「阿里巴巴集團」指代阿里巴巴集團控股有限公司連同其附屬公司的合稱。

報告範圍

本報告披露的資料和數據覆蓋大麥娛樂及其截至2026年3月31日列入年報範圍的主要附屬公司，報告時間跨度為2025年4月1日至2026年3月31日(「報告期」)。

編製依據

本報告依據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(《上市規則》)附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(《ESG報告守則》)及《環境、社會及管治框架下氣候信息披露的實施指引》(《實施指引》)的相關規定編製而成。

信息來源

本報告所引用的資料與數據均來源於本公司的正式文件、統計報告與財務報告，且經由相關部門統計、匯總及審核。如無特別說明，本報告中的金額類數據均為人民幣。

匯報原則

- 重要性原則：報告中披露重大性議題矩陣，詳細闡述重大性議題判定過程及最終結果，同時列舉重要的利益相關方，以及相對應的溝通措施。具體內容詳見「利益相關方溝通」和「重大性議題判定」。
- 量化原則：本報告中所披露的環境數據均註明參考標準、計算方法以及參數，並遵循《ESG報告守則》及《實施指引》意見。
- 平衡原則：本報告客觀披露正面和負面信息，確保內容平衡。
- 一致性原則：本報告所披露的信息覆蓋大麥娛樂控股有限公司及其附屬公司，與年報範圍保持一致。本報告編寫方法與上一財年保持一致，若披露範圍和計算方法有變化可能會影響與往年報告的比較，我們會對相關數據進行解釋。

報告版本與獲取

報告以網絡版形式發佈，您可以在下列網站瀏覽和下載報告：

- 大麥娛樂官網 (<https://www.damaiholdings.com>)
- 香港聯合交易所有限公司網站 (<https://www.hkexnews.hk>)

關於大麥娛樂

大麥娛樂是一家具有科技基因的現實娛樂公司，業務覆蓋內容製作、宣傳和發行、IP衍生業務、授權及商業運營、院線及娛樂活動票務管理及互聯網數據服務等全產業生態。本公司以「創造高品質的現實娛樂體驗，讓每個人都快樂」為使命，圍繞娛樂和AI為兩大戰略關鍵詞，在為市場提供優質電影演出作品的同時，以科技優勢為文娛產業打造創新場景，為用戶打造超凡的現實娛樂體驗，包括現場體驗、互動體驗及沉浸體驗等創新項目。旗下全新升級的大麥客戶端依託卓越的購票服務體驗與高效的內容檢索分發機制，全面觸達並深度連接最廣泛的現實娛樂消費群體。自2014年以來，公司已通過300+部電影、267萬+場次演出、500+小時劇集，為數十億人次打造多元化的娛樂內容體驗。

演出內容與科技業務

大麥娛樂已構建演出票務、現場娛樂與國際業務協同發展的全產業鏈生態。我們依託行業領先的娛樂購票平台、穩健的技術底座、專業的票務生態全鏈路配套服務與豐富的行業經驗，持續提升票務服務市場的競爭優勢；同時，憑藉六大內容廠牌的矩陣化佈局與頭部項目的成功舉辦，本公司在現場娛樂內容投制領域屢創佳績。報告期內，隨着國際業務的全面拓展與跨境服務網絡的搭建，我們進一步打破地域邊界，構建起覆蓋海內外的一站式演出服務生態。我們以科技賦能與內容創新為引擎，持續引領現場娛樂產業的高質量發展。

演出票務業務

大麥娛樂旗下領先的全品類一站式娛樂票務平台——大麥APP，累計註冊用戶已突破1.7億，系統最高可同時支持600萬人在線搶票，業務全面覆蓋電影、音樂演出、劇場演出、體育賽事、展覽休閒及景區遊園等多個領域。在票務服務市場，大麥具備豐富的票務服務經驗，為多位一線知名藝人演唱會提供票務服務，也曾為奧運會、亞運會及全運會提供官方票務服務。依託產品體系的持續迭代升級，本公司全面打通電影與演出票務雙平台生態，進一步覆蓋多元化娛樂消費場景，持續鞏固「買票上大麥」的用戶心智與品牌影響力，致力於構築行業領先的綜合票務服務平台。

本公司持續深化核心技術研發投入，依託算力整合與雲資源升級，全面強化數據處理效能並優化購票系統功能。在高併發業務場景下，系統可穩健支撐海量用戶併發搶票需求，確保交易鏈路高效流暢，以卓越的用戶體驗持續鞏固公司在票務服務領域的領先地位。

現場娛樂內容

現場娛樂內容作為演出與科技業務的重要組成板塊，已積累形成蝦米音樂娛樂、Mailive、當然有戲、藝展鴻圖、酷小麥及好戲連台等六大內容廠牌，全面覆蓋大型演唱會、音樂節、脫口秀及戲劇等核心品類。報告期內，本公司成功主辦多場大型演唱會，如易烱千璽2025「暑氹」巡迴演唱會、莫文蔚「大秀一場」巡迴演唱會等，更自主打造了第四屆阿那亞•蝦米音樂節，將音樂現場與戲劇、展覽、潮玩藝術及度假生活方式深度融合，樹立娛樂體驗新標杆。

國際業務

大麥娛樂積極佈局國際業務，向全球用戶提供一站式購票、觀演服務平台，助力全球跨境觀演服務體驗升級。我們推出「MAISEAT」全球演出服務平台，全面支持海內外演唱會、體育賽事、音樂節及戲劇等熱門演出的票務與觀演服務，並提供多語言界面、多元化支付選擇與多幣種結算功能，未來我們計劃接入更多演出類別與增值服務，致力於成為全球觀眾跨境觀演的首選平台。同時，我們積極拓展產業服務，全面承接海外演出項目落地，為有出海需求的國內外演藝團隊提供全鏈路、專業化的演出服務保障。報告期內，我們已承接熱門海外演出票務代理，如鄧紫棋、張杰、陶喆、五月天等歌手的海外演唱會等演出活動。

IP衍生業務

大麥娛樂深耕IP衍生業務，具備獨特的上游和下游全覆蓋垂直產業鏈，是本公司延展娛樂產業版圖的重要佈局之一。報告期內，我們進一步聚焦以阿里魚為核心的衍生業務生態，主要包括向上游版權方獲取優質IP並授權下游商家的轉授權業務；搭建IP線下店鋪模型並授權運營方經營的IP零售品牌運營業務；聯合運營天貓潮玩品類，並同步拓展自營IP零售品牌的電商旗艦店業務等。

阿里魚作為國內領先的IP授權管理與商業化開發平台，已與數百個海內外優質版權方及數千家品牌渠道商建立深度合作。在上游端，平台簽約三麗鷗家族、吉伊卡哇、環球影業及蠟筆小新等全球頭部IP，通過本土化精細運營與線上線下整合營銷策略，有效延伸IP長線生命力；在下游端，平台依託全鏈路服務模式，為品牌方提供從IP篩選、素材圖庫開發、監修報審到整合營銷與傳播推廣的一站式授權解決方案，報告期內已成功攜手野獸派、巴黎歐萊雅、周大福、名創優品、泡泡瑪特、卡遊、雅迪等眾多知名品牌落地多項跨界聯名。此外，公司積極拓展「線上+線下」零售矩陣，報告期內聯合版權方與潮玩品牌落地多家主題快閃與官方首店，如吉伊卡哇中國大陸首家線下旗艦店及TOPPS天貓旗艦店，全面豐富用戶消費體驗。

電影內容與科技業務

電影內容與科技業務是大麥娛樂穩健發展的基石。面對行業週期性調整與內容供給升級的挑戰，本公司通過實施全週期影視人才培育計劃，持續強化優質內容創作與工業化生產能力；燈塔AI深度接入AI大模型，全面優化製作流程並實現降本增效；同時，不斷拓寬娛樂消費場景，為電影市場的穩健復甦與產業生態的長期繁榮蓄積動能。

電影票務業務

電影票務業務(涵蓋淘票票與雲智票務平台)持續為影院及廣大觀影用戶提供高效、便捷的線上購票與出票服務。其中，淘票票作為深受歡迎的C端購票平台，已聯合大麥成功打造行業首個打通「電影+演出」雙消費場景的「淘麥VIP」等級會員體系。該體系通過買一贈一、演出優先購票、明星見面會及電子紀念票等專屬權益，顯著提升用戶黏性與消費體驗，深受市場好評。同時，B端出票系統雲智憑藉卓越的技術實力，連續穩居全國出票影院數量與出票人次雙料第一，並積極推動業務出海，已與中國香港及東南亞多地影院達成合作協議，全面構建覆蓋海內外的電影票務服務網絡。

電影投資製作及宣發

電影投資製作及宣發業務作為本公司線下娛樂內容板塊的核心戰略支點，近年來持續深化合製與自製並驅模式。我們積極引入虛擬拍攝等前沿視效技術，全面賦能影視工業化生產流程；同時，及時調整市場策略，聚焦金額小、風險低、內容優質的影片，通過精準投資與科學風控機制，有效平抑市場波動風險，夯實業務基本盤與穩健收益。報告期內，本公司已上映《捕風追影》《驚蟄無聲》《鏢人：風起大漠》《飛馳人生3》《熊出沒·年年有熊》等主要電影項目。

為提升電影內容的製作開發能力，本公司發起海納國際青年導演發展計劃，構建貫穿「學習－實踐－創作－落地」的全週期成長路徑，特邀張藝謀、黃建新導演及江志強先生參與，依託大師班授課、短片展映、圓桌對談及一線劇組實踐等多元化培養模式，全方位賦能青年導演成長，並設立「海納計劃獎學金」，已吸引75位具有海外背景的華語青年導演正式加入。報告期內，我們舉辦「海納圓桌對談」，以「海納國際青年導演發展計劃」與「春苗編劇計劃」兩大人才項目為核心，建立海納春苗創作基地，構建集前期創作、中期拍攝、後期製作於一體的一站式影視服務空間。

科技業務

在科技業務領域，我們依託AI與數字技術，致力於為觀眾提供最佳的服務體驗。報告期內，千問APP已正式接入大麥AI購票。其「一句話買電影票」功能可化身「私人票務助理」，為用戶提供從影片推薦、智能選座到支付出票的完整購票服務。此外，文娛行業的智能宣發數據產品「燈塔AI」已全面接入Qwen大模型，能夠精準解析並高效響應影片發行狀況、檔期趨勢分析等複雜業務查詢。該產品依託大模型深度學習與算法框架，為行業從業者提供及時凝練的全網輿情洞察與高參考價值的票房走勢預測，為電影宣發策略制定、影院排片優化及市場趨勢研判提供了科學、精準的決策支持。

我們致力於拓展AI在創意表達領域的應用邊界，與觀眾共同見證並參與AI在敘事可能性與藝術感染力方面的持續演進。數字人厘里的《NPC》MV作品通過敘事驅動的表達方式，實現高效的信息觸達。我們整合人物關係演進、時間脈絡延展與情感層次變化，並融入多線敘事結構，為青年觀眾創造新穎的視聽體驗。同時，我們積極突破行業對AI生成內容固有風格的認知定式，選用具有當代現實感的場景作為敘事基底，顯著改善AI生成內容在觀看體驗上存在的局限，並成功實現商業化案例落地。

劇集製作業務

在劇集製作業務方面，大麥娛樂依託劇集工作室運營模式，持續加碼頭部精品內容投資，致力於打造兼具情感溫度與市場熱度的優質佳作，並屢獲觀眾與行業的高度認可。報告期內，本集團製作的《以法之名》《灼灼韶華》《唐宮奇案之青霧風鳴》等多部高口碑劇集已順利播出；同時，《追訴》《嫁金釵》《醫生榮耀》等多部重點劇集已完成拍攝並進入待播階段。目前，劇集工作室重點儲備項目超20部，為後續內容的持續輸出與業務穩健增長奠定堅實基礎。

董事會ESG聲明

大麥娛樂高度重視環境、社會及管治(ESG)發展議題，將ESG理念全面融入企業經營佈局與長遠戰略之中。本公司搭建標準化、體系化的ESG治理架構，不斷精進管治效能，建立長效溝通機制，審慎研判ESG領域潛在風險與發展契機，切實維護投資者、客戶、員工、供應鏈夥伴等各類利益相關方的合理權益。

本公司董事(「董事」)會(「董事會」)為本公司ESG事務的最高決策機構，負責定期審議集團ESG戰略規劃、發展目標與重大ESG風險事項，並對ESG重點工作及項目落地實施全流程監督管控。從戰略佈局到落地執行，董事會以健全的監督機制保障各項舉措契合企業ESG發展願景。大麥娛樂的碳減排目標仍在進程中。同時，公司立足自身業務佈局、對標行業優秀實踐，圍繞核心ESG議題制定年度發展規劃與行動方案，由董事會審慎審閱相關目標與實施方案，並依託ESG工作小組建立全週期執行督導與考評機制，通過任務拆解、過程跟進及成果複盤的全鏈條管理，推動各項ESG舉措高效落地，持續提升集團ESG管理水平，詳情可參閱「1.1 ESG管治」小節。

本公司高度重視各利益相關方訴求，將各方期待作為ESG工作重要導向，通過多元的溝通渠道保持開放透明、及時順暢的雙向交流，常態化收集並深度研判各方關切。公司以科學研判方式識別、排序核心ESG重大議題，相關成果經董事會審議核定後，於「利益相關方溝通」及「重大性議題判定」小節呈現。報告期內，董事會重點關注公司治理、商業道德與反腐敗、合規運營與風險管理、內容審核與廣告合規、數據安全與隱私保護、數字化技術發展與AI應用、員工培訓與發展、產品質量與創新和提供正能量的優質作品雙高議題，統籌推進各項工作落地，並審議通過2026/27年度ESG工作計劃，為後續合規穩健發展明確方向路徑。

本報告披露本公司2025年4月1日至2026年3月31日期間的ESG實踐成效，並於2026年5月27日由董事會正式審議通過。

利益相關方溝通

大麥娛樂始終高度重視利益相關方意見，將各方訴求和反饋視為推動公司穩健發展的重要參考。公司依託股東大會、常態化意見徵集及規範化信息披露等多元溝通渠道，持續完善系統化、動態化的溝通機制，通過加強雙向交流與及時反饋，不斷凝聚發展共識，並與各利益相關方共同探索可持續發展的實現路徑。

表：大麥娛樂利益相關方溝通

利益相關方	要求與期望	溝通及回應
政府／監管機構	遵守法律法規 依法合規經營與納稅 商業道德	合規運營 來訪交流 配合檢查 定期匯報
投資者	財務表現 業務發展 信息披露內容 溝通順暢	財務與經營信息披露 股東大會溝通 官網信息發佈 投資者關係溝通渠道
客戶	優質產品與服務 有效滿足客戶需求 暢通反饋渠道	產品與服務推廣 客戶走訪交流 日常合作溝通
員工	保障員工權益 職業發展前景 職業健康與安全 薪酬福利 工作與生活平衡	內部交流機制 員工培訓發展 薪酬福利保障 員工意見反饋 滿意度調研
觀眾及用戶	數據安全與隱私保護 用戶體驗 產品質量	隱私政策與協議說明 用戶意見收集 社交平台互動
供應商和商業夥伴	公開公平合作 誠信履約 合作共贏	招標採購溝通 合作協議簽署 行業溝通交流
社區	參與社區發展 支持公益事業 資源與環境管理	媒體宣傳溝通 志願服務活動 社區互動交流

重大性議題判定

大麥娛樂切實回應利益相關方的核心關切，將各方多元訴求深度融入ESG重大性議題的決策體系之中。報告期內，我們遵循「識別－排序－確認」的判定步驟，對ESG重大性議題框架進行動態優化，進一步明確報告披露邊界。

步驟一：識別

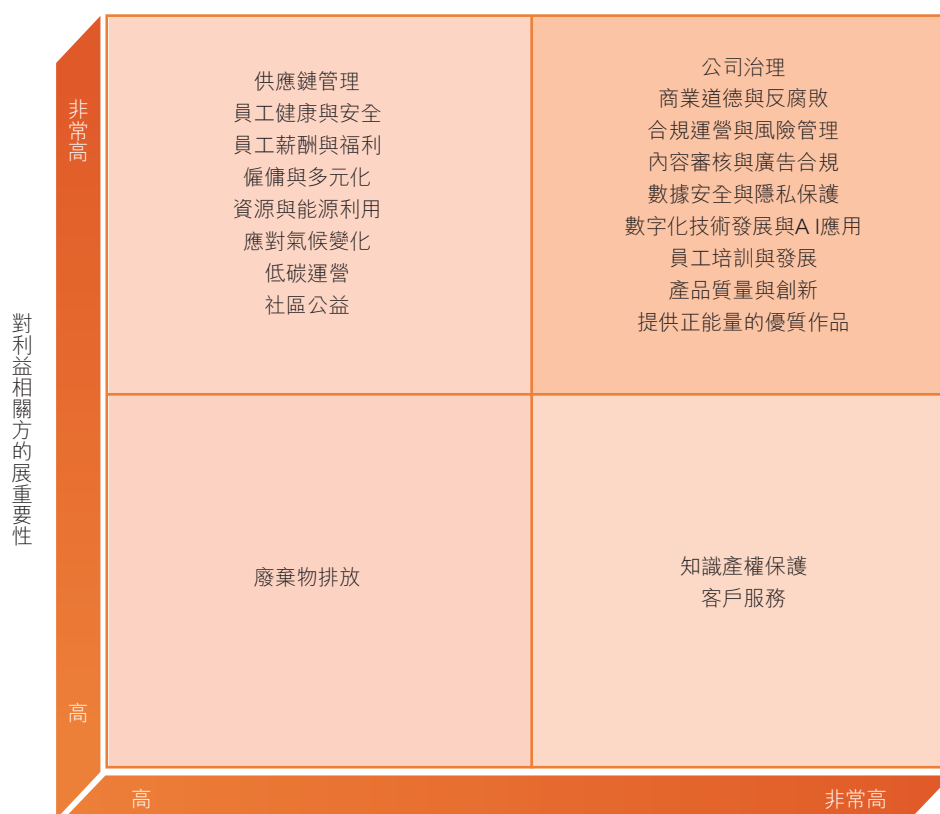
依託過往財年的重大性議題評估經驗，結合報告期內核心業務演進、行業發展態勢、媒體輿情監測及國際報告準則差異識別與對標研判，對ESG議題展開全面梳理與整合更新。通過多維度交叉驗證，初步構建重大性議題清單，以保障評估方向的前瞻性與完整性。

步驟二：排序

精準捕捉各利益相關方關鍵訴求，參考本公司戰略發展方向，結合議題影響發生的可能性、嚴重程度及本公司應對能力，對初步清單中的議題進行優先級排序與動態調整，繪製重大性議題矩陣。

步驟三：確認

嚴格審閱並確定重大性議題矩陣，明晰本年度ESG報告的披露邊界，確保披露內容緊密契合本公司戰略重點與運營實際，切實回應利益相關方的期望與訴求。報告期內，本公司識別的重大性議題矩陣如下：



對大麥娛樂可持續發展重要性

圖：大麥娛樂重大性議題矩陣

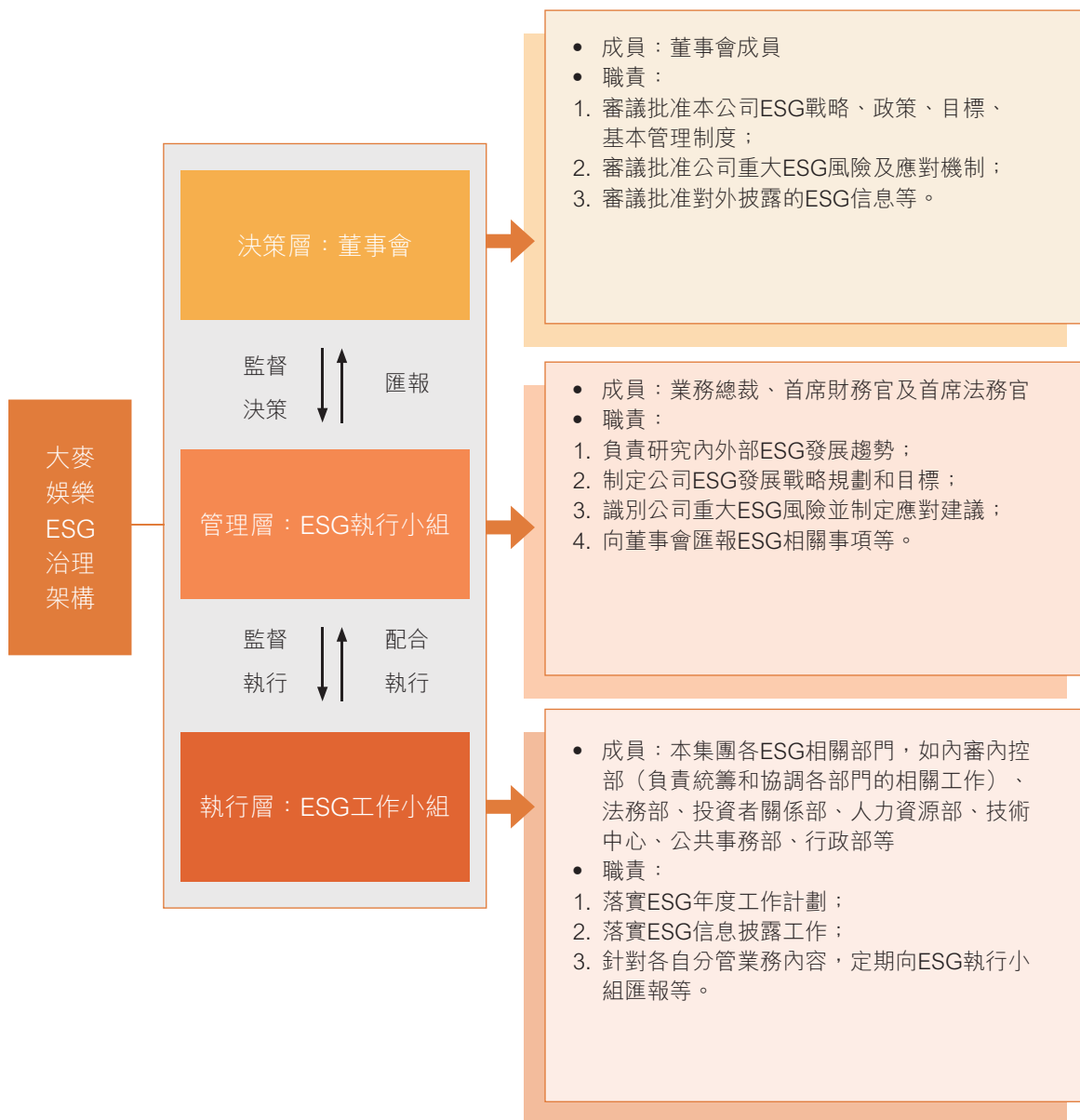
1 責任治理

大麥娛樂堅持以可持續發展為導向，將ESG理念貫穿日常運營管理與戰略決策全過程，建立健全的ESG管治體系，持續提升風險防控水平，恪守廉潔經營理念與商業道德規範，築牢數據安全屏障，嚴格保障客戶隱私，以負責任實踐護航企業穩健與高質量發展。

1.1 ESG管治

大麥娛樂嚴格遵循監管要求，切實提升ESG治理效能，構建自上而下、層級清晰、權責明確的ESG治理體系。本公司持續優化ESG治理架構，明確ESG決策層、管理層、執行層的主要職能，全面推動ESG管理工作向制度化、規範化與專業化邁進。

董事會作為本公司ESG管治的最高決策與領導機構，全面統籌並監督ESG相關事宜，負責審議並批准公司ESG戰略、政策、目標與基本制度，識別、評估並管理重大ESG風險與機遇，審定ESG相關重大事項及信息披露報告，並定期監督檢查ESG目標的達成進度。在管理層面，本公司設立ESG執行小組，由業務總裁、首席財務官(CFO)及首席法務官(GC)等核心高管組成，ESG執行小組在董事會的監督指導下，負責推進ESG工作，識別重大ESG風險與機遇，制定專項應對機制，並定期向董事會匯報工作進展與實施成效。在執行層面，本公司設立各ESG相關部門組成的ESG工作小組，由內審內控部發揮統籌協調職能，各業務及職能部門協同落實ESG專項任務。各執行單元定期向ESG執行小組匯報本領域工作進展與績效結果，確保ESG管理要求有效穿透至業務一線。此外，本公司建立ESG績效與高管考核的聯動機制，全面評估管理層在環境、社會及治理維度的履職表現，將關鍵ESG指標納入高管績效考核體系，驅動公司可持續發展戰略的持續推進。



圖：大麥娛樂ESG治理架構

大麥娛樂持續深化環境、社會及治理體系建設，將可持續發展理念深度融入企業戰略與經營管理全流程，ESG治理與履責實踐取得顯著成效，獲國際權威機構與社會各界廣泛認可。2026年3月，本公司ESG評級正式上調至AAA級，實現連續四年評級躍升，穩居全球媒體娛樂行業最高評級。報告期內，本公司在「第一屆傳媒業可持續發展指數TOP 20上市公司」總榜中登頂，並相繼榮獲2025「金格獎•年度社會責任獎」及「2025向光獎ESG可持續發展TOP 15」等多項權威獎項，充分彰顯了公司致力於實現商業與社會價值協同發展的堅定承諾。

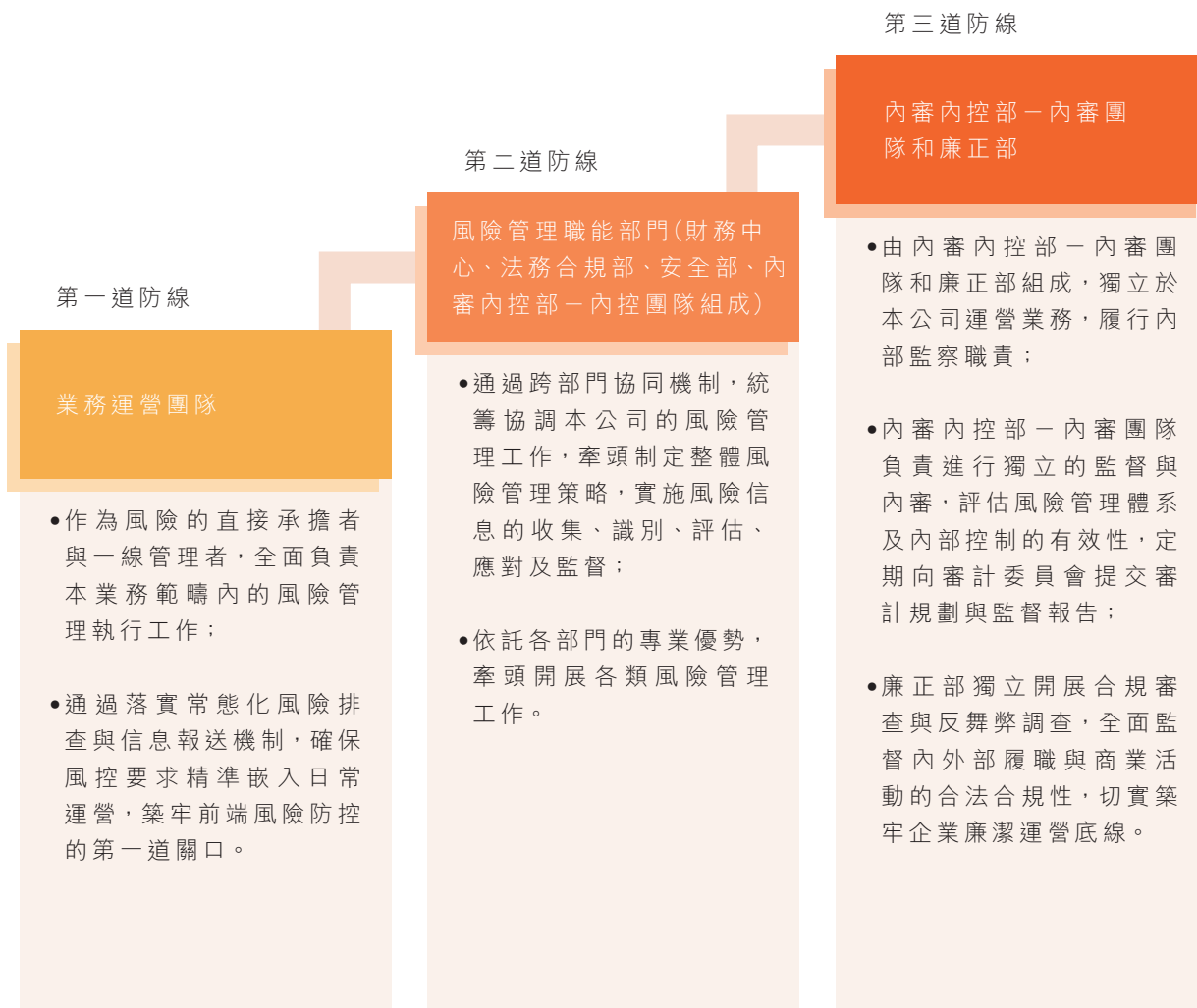
1.2 風險控制

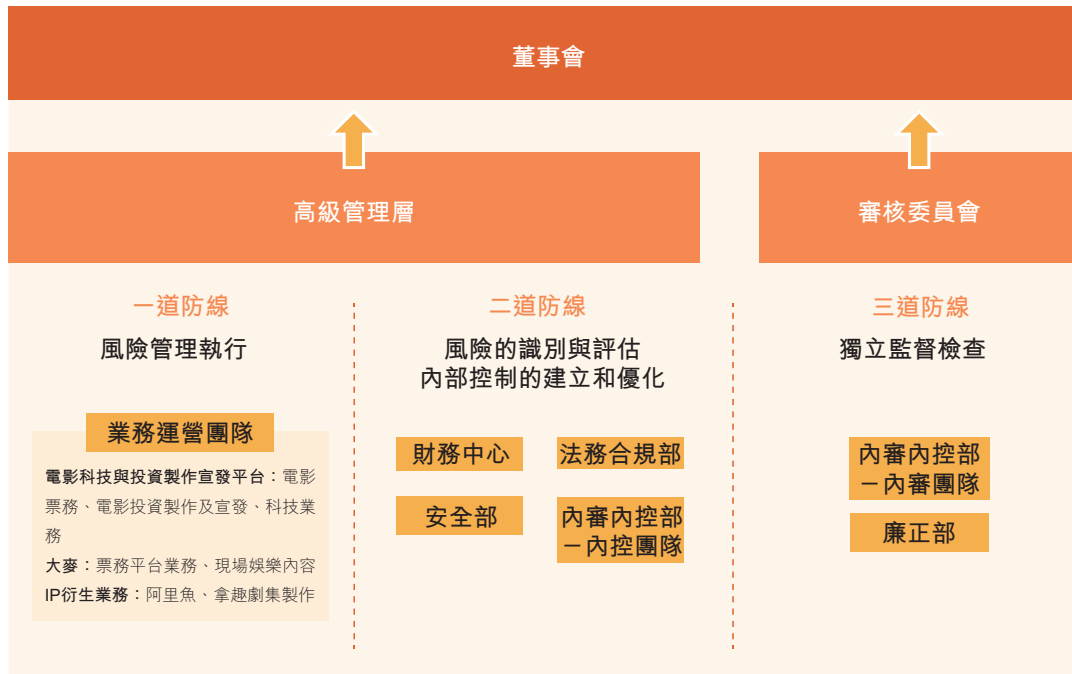
大麥娛樂持續健全全流程風險管控體系，強化風險識別、評估與處置效能。公司深度融合內控規範與審計監督機制，推進風險管理主體責任落實並常態化開展合規培訓。

大麥娛樂深化全面風險管理體系建設，嚴格遵循《阿里巴巴集團全面風險管理總綱》《阿里巴巴集團重大風險管理規範》《阿里巴巴集團敏感合作方風險管理制度》等規章制度，持續夯實企業穩健運營與可持續發展根基。本公司圍繞總體經營目標，建立權責明晰、多層協同的風險管理與內部監控體系，明確治理層、管理層、運營層的主要職能。董事會嚴格履行其最高監督與決策職責，確保公司整體風險管理與內部監控系統穩固有效運行，並定期對系統執行情況進行審閱與監督；審核委員會牽頭推進風險管理體系與業務運營的深度融合，常態化開展風險識別、量化評估、動態監測及應對處置；各業務單元切實履行風險管控一線職責，將風險管理機制深度嵌入全價值鏈環節，確保防控措施貫穿運營全流程與關鍵節點。我們將風險管理基本流程貫穿於本公司管理各環節與經營全過程，為實現風險管理總體目標提供合理保障。

大麥娛樂持續優化「三道防線」風險控制架構，將全面風險管理要求深度嵌入戰略決策與業務運營全流程。本公司明確首席執行官(CEO)作為合規與風險管理的總責任人，向董事會匯報本公司風險管理相關事項，並任命全面風險管理負責人統籌合規與風險管理工作。我們明晰各防線職責邊界、強化獨立監督與協同制衡，系統提升風險識別、評估與處置效能。

表：大麥娛樂風險控制「三道防線」





圖：大麥娛樂全面風險管理體系

大麥娛樂建立制度常態化評估機制，動態明確各項制度的適用範圍、責任主體與執行狀態，確保治理體系高效運轉。本公司嚴格遵循《阿里巴巴集團內部控制管理制度》《阿里巴巴集團CFO線內部控制工作評價制度》《大麥娛樂資損事件管理制度》，與報告期內修訂《大麥娛樂內部審計管理制度》，進一步規範內部控制流程，全面強化治理水平與系統性風險防範能力。我們重視商業道德及合規風險審查工作，常態化開展內外部專項審計與合規檢查，實現潛在風險的精準識別與及時糾正，切實保障業務運營合法合規。報告期內，我們未發現重大管理缺陷，針對識別的風險，已採取應對措施。

本公司持續深化風險文化建設，面向全員開展常態化風險管理培訓，強化合規履職意識，推動風險管理要求深度融入日常運營。課程體系聚焦資產管理、費用管理、採購合規、差旅規範及FCPA¹等核心業務場景，依託線上線下融合的多元化賦能機制，系統提升員工風險識別、評估與應對能力。報告期內，我們開展風險與內控培訓共6場，覆蓋員工712人次，培訓時長共計734.5小時。

¹ 美國《反海外腐敗法》(Foreign Corrupt Practices Act, FCPA)。

1.3 廉潔建設

大麥娛樂將誠信經營作為企業可持續發展的基石，嚴格遵循《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》及《香港防止賄賂條例》(香港法例第201章)等法律法規。為進一步推進商業道德體系化建設，我們持續完善內部管理制度，包括《大麥娛樂商業行為準則》《大麥娛樂員工紀律制度》《大麥娛樂利益衝突管理細則》《大麥娛樂禮品處理條例》《員工參加第三方主辦的外部活動的指引》等，明確本公司商業道德行為規範。同時，我們制定了覆蓋全體員工及供應商的《大麥娛樂反賄賂反腐敗政策》，對商業賄賂、勒索、欺詐、洗錢等行為，秉持零容忍態度。報告期內，並無與賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢相關且其合規遵循會對本集團具有重大影響的法律法規。

商業道德治理

本公司持續深化商業道德治理體系建設，構建董事會、大麥娛樂紀律管理委員會、廉正合規部組成的反腐敗治理架構，其中大麥娛樂紀律管理委員會由虎鯨文娛首席人才官(CPO)、法務負責人及廉正負責人組成，負責指導和監督商業道德管理工作的整體實施；廉正合規部作為專職機構，負責腐敗預防與監督，每季度向董事會及CPO匯報當季腐敗事件、重大風險的治理及預防等議題。

為確保商業道德規範的有效落地，本公司依託《大麥娛樂商業行為準則》及相關管理制度，建立了常態化的反腐敗專項審計機制。我們定期對大麥娛樂全部業務線進行審計自查，審計頻率為每半年一次，通過線上文檔研判與線下業務訪談相結合的方式，重點聚焦舞弊與貪污風險領域。針對審計發現的風險點，我們依據業務影響程度與發生頻次，進行風險等級劃分，並聯動業務方、法務、財務、內控等多個部門開展風險複盤會，制定整改方案，明確整改責任人與整改期限等，到期及時驗收，定期檢查跟蹤，確保閉環管理。

報告期內，本公司廉正合規部針對電影宣發業務領域的商業道德及舞弊風險，開展專項審計排查，深入核心業務場景，審計範圍輻射至全國5大區域，揭示業務高風險3條，查處內部違規並辭退7人，有效規範業務人員和管理者行為，確保業務與運營的合規性，截至報告期末，風險整改完成率已達100%。

廉潔文化建設

大麥娛樂持續深耕廉潔文化建設，通過線上線下相結合的方式開展內容豐富的商業道德培訓與宣貫活動，全面強化全體員工及合作夥伴的商業道德與反貪腐意識。本公司每年針對全體員工(包括兼職員工)、董事及合作夥伴(包括承包商)開展反腐敗等商業道德培訓，覆蓋率100%。此外，我們還要求全體員工在入職時簽署《廉正承諾書》，組織全員參與商業行為準則認證考試，並定期開展企業廉潔合規調研，確保全體員工及合作夥伴理解並掌握商業道德行為準則與廉正合規管理要求。

表：商業道德培訓與宣貫

線上培訓與宣貫	- 通過廉正小蜜機器人向全體員工(包括兼職員工)推送24期廉正宣傳海報； - 在節假日，通過郵箱向全部供應商推送廉潔海報； - 推出「互動得好禮」活動，宣傳2026年準則認證啟動工作，共吸引136人次參與，有效激發員工對合規認證的關注。
線下培訓與宣貫	- 開展18場現場培訓，覆蓋新員工、大麥娛樂演出全員、阿里魚團隊全員、潮玩全員等，共計2,936人次參與培訓； - 組織4場廉潔線下活動，包括2場廉潔文化互動日活動、1場合規日線下活動及1場「沉浸式」廉潔警示教育活動； - 於合規日發放《廉正制度學習手冊》150份，幫助員工深入了解制度要求，夯實廉正合規基礎； - 召開供應商培訓大會，深入宣貫廉正職能與核心宗旨。



圖：廉潔文化互動日

本公司持續打造陽光透明的供應鏈，加強採購環節供應商的廉潔宣貫與培訓，我們嚴禁洩露採購策略、招標文件等涉密信息，對員工與供應商之間的非正當業務往來保持「零容忍」態度。我們倡導多方共同營造廉潔生態，要求所有供應商簽署《廉潔誠信約定函》，堅決抵制任何貪污、腐敗、賄賂、不正當競爭等商業道德違規行為。

本公司依託獨有的生態資源，結合當下短劇潮流，打造廉正主題系列短劇，通過「情景再現+制度解析+正確指引」的三段式結構，明確行為邊界與合規操作路徑。報告期內，我們已成功拍攝高質量廉正主題短劇8部，覆蓋7大利益衝突核心場景，包括禮品收受、親友合作、關聯投資、借款、任職、同事關聯關係、三方活動。該系列短劇於合規日首發，實現全員100%觸達，多業務線自發組織研討，形成良好的廉正文化氛圍。



圖：多麼痛的禮物短劇海報

舉報人保護

大麥娛樂持續完善舉報機制，多元且順暢的舉報渠道，包括廉正官方網站、各業務網站、舉報郵箱、電話熱線，以及線下郵件、公司內部論壇等，並通過內外部培訓、專項宣傳、合作夥伴溝通及簽署《廉潔誠信約定函》等形式，確保全員知悉舉報渠道。

為保障舉報人合法權益，我們遵守法律法規要求，在《商業行為準則》等制度中明確「舉報人保護」條款，嚴格保密舉報人的身份及信息，禁止任何形式的打擊報復。報告期內，我們制定舉報人保護及獎勵制度，對制度範圍內經查證屬實的舉報，將依規予以相應的現金或實物獎勵，鼓勵員工、商業夥伴及社會公眾積極參與監督。

針對舞弊線索，大麥娛樂廉正合規部協同相關部門開展獨立調查。一經查實違規，我們將依據規定在5個工作日內做出處理決定，並進行內部警示公示。處理方式視情節輕重而定，涵蓋辭退、記過、警告和訓誡等，且大部分違規行為將影響薪酬及晉升發展。報告期內，我們累計收到內外部舉報6條，查實違規案件5起，查處違規人員12人，其中因內部違規辭退10人。報告期內，本公司及員工未發生任何涉及貪污腐敗或不正當競爭的法律案件。

大麥娛樂廉正舉報渠道

大麥娛樂廉正舉報網站：<https://wenyu.jubao.alibaba.com/>
大麥娛樂廉正舉報郵箱：wenyulianzheng@alibaba-inc.com

1.4 數據安全與隱私保護

大麥娛樂高度重視數據安全與隱私保護，將其貫穿於業務運營與用戶服務全過程，不斷夯實制度規範、技術防線、合規管理和員工培訓等基礎能力，持續提升數據全生命周期的安全管理水平，為業務平穩開展和用戶信息安全提供有力保障。

數據安全

大麥娛樂嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等相關法律法規，並參照《信息安全技術個人信息安全規範》等國家標準開展數據安全與個人信息保護工作。在此基礎上，公司全面落實阿里巴巴集團《數據安全總綱》《數據安全事件應急規範》《對外數據披露安全規範》《用戶數據保護規範總則》等管理要求，持續強化數據治理的規範性和一致性。同時，本公司結合自身業務特點，制定《數據安全事件應急響應SOP》《個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範》《常見業務類型的人臉信息採集和使用規範》等內部制度文件，進一步細化事件響應機制與職責分工，為數據安全管理工作的有序開展提供制度保障。

為持續提升數據安全治理的系統性與規範性，大麥娛樂已建立由董事會統籌監督的數據合規治理機制。公司在董事會層面設置數據合規委員會，負責推進數據安全戰略實施，定期審議安全管理制度執行情況及風險事件處置進展，並向董事會進行匯報，推動數據安全工作在治理層面的有效落實。

表：大麥娛樂數據合規組織體系

決策層	管理層	執行層
董事會	數據合規委員會	數據合規委員會成員組成： 主席：總裁 主要成員：法務中心與合規治理、安全部、公共事務部、產品運營中心、技術中心負責人 數據合規管理執行小組 風險事件應急響應小組
		- 負責制定數據安全戰略與整體規劃 - 從宏觀層面統籌識別和把控公司數據安全風險 - 在重大數據安全風險情形下開展決策與指導 - 持續推進數據安全人才培養與能力建設 - 結合公司業務實際，統籌制定數據安全管理方案與執行標準 - 圍繞重點風險領域劃定管理邊界，持續健全數據安全治理機制 - 將數據合規要求嵌入制度、產品和運營流程，推動與日常經營深度融合 - 強化執行傳導與過程管控，保障各項數據合規要求有效落實 - 對數據安全風險事件進行評估、分級、處置與複盤

本公司開展數據處理活動過程中，始終遵循合法正當、目的明確、最小必要、存儲受限以及責任明確、全程可追溯等原則，持續加強數據處理各環節的合規管理。全體員工均須遵守集團《商業行為準則》中的數據安全相關要求，並在各自崗位中嚴格落實相關制度與操作流程。

為落實國家網絡和數據安全相關法律法規要求，本公司圍繞數據產生、收集、傳輸、存儲、使用、披露及銷毀等環節建立了全流程審查和多層級防護機制，保障數據處理安全可控。在數據收集與使用環節，公司針對第三方分享SDK權限調用問題開展專項治理，移除非必要的存儲權限申請，進一步減少不必要的數據收集和權限獲取。在訪問控制方面，公司根據數據敏感程度實行分級授權，通過統一權限管理平台開展審批與管理，對高風險數據操作實施多級審批，並在崗位變動、離職或權限到期後及時回收相關權限。同時，本公司已建立字段級訪問控制機制，對敏感字段進行標識，並按照「最小必要」原則進行授權，進一步降低數據安全風險。

為進一步提升整體管理水平，本公司將數據安全與隱私保護標準同步延伸至所有合作供應商，遵循集團統一的《虎鯨文娛集團供應商管理規範》《虎鯨文娛集團生態用工業務供應商日常管理要求及處罰標準》，針對軟件供應商《阿里巴巴集團軟件供應鏈安全管理規範》中對供應商安全在資質、人員協同及技術上有明確安全要求。

表：大麥娛樂數據加密解密關鍵措施

登錄信息在前端完成RSA加密後傳輸至服務器，並在服務端採用SHA256、國密SM3等方式進行加密存儲
對敏感數據(如證件信息、人臉信息)採用RSA、AES等方式進行加密存儲
數據在傳輸過程中通過HTTPS協議進行加密，使用RSA算法加密敏感數據，通過調用密鑰中心完成解密、再加密輸出，保障端到端傳輸安全

報告期內，大麥娛樂圍繞高價值數據資產保護啟動專項行動，着力構建兼顧數據安全防護與數據資產流通的保障機制。

表：大麥娛樂高價值數據資產保護專項行動

治理層面	公司建立辦公文件通用保護方案，並在關鍵團隊開展試點，同時推進源代碼安全分級管理和專項防護
數據確權層面	完成國內首例演出數據知識產權登記和數字版權鏈(DCI)登記，打通重要數據資產確權路徑，為後續數據資產化與商業化應用奠定基礎
技術防護層面	公司通過動態加密、流量清洗、數字水印等技術手段，提升從數據防洩漏到侵權溯源取證的全鏈路保護能力，進一步保障數據資產的安全性與商業價值

本公司建立了覆蓋「事前攔截—事中監測—事後處置」的全流程數據安全防護機制，並依據《數據安全事件應急響應SOP》按照事件嚴重程度設置六級響應方案。各級響應方案均明確感知、上報、研判、處置和復盤等關鍵環節的責任分工與處置流程，推動數據安全事件得到及時、規範和有效應對。

表：大麥娛樂數據安全防範機制

事前攔截	• 攔截高風險網站訪問 • 攔截高風險軟件運行 • 禁止未經授權使用USB設備 • 敏感數據須經單獨申請權限後方可訪問 • 對包含敏感信息的接口進行識別與攔截
事中檢測	• 強制部署終端安全產品，確保辦公終端具備數據洩露檢測能力，並對員工文件外發行為進行監測與分析 • 持續掃描生產環境中的安全漏洞，及時識別和治理風險隱患 • 對離線數據濫用行為開展檢測，防範數據被違規獲取和使用
事後處置	• 嚴格按照既定事件處置流程，對已發生的數據安全事件開展調查、處理與責任追究 • 通過監管報告機制，按照相關法律法規要求及時報送數據安全事件及其處置情況

為檢驗應急體系的響應能力，本公司持續開展數據安全實戰演練。本財年共組織5次全流程數據安全實戰演練，覆蓋多種模擬風險場景，進一步提升了團隊協同處置和應急響應能力。報告期內，本公司未發生信息安全或數據洩露事件。

隱私保護

大麥娛樂嚴格遵循《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》等相關法律法規要求，持續完善個人信息保護管理體系，推動隱私合規要求嵌入業務運營全流程，並從產品、技術、組織管理及員工培訓等多個層面落實隱私保護措施。本公司《隱私政策²》及各業務線獨立隱私政策已通過官網、客戶端、小程序等渠道公開發佈，確保用戶在使用相關服務前能夠充分了解自身隱私權利及個人信息處理規則。報告期內，公司結合業務發展和合規要求，對《隱私政策》以及大麥、淘票票等核心業務的隱私政策內容進行了修訂和更新，重點補充了HarmonyOS³系統信息收集說明、第三方SDK⁴與應用權限使用說明，並進一步優化個人信息權利實現路徑及相關表述，持續提升個人信息處理透明度和隱私保護合規水平。

² 《隱私政策》：<https://www.damaiholdings.com/cn/privacy/>

³ HarmonyOS：為華為公司推出的操作系統

⁴ SDK：Software Development Kit，軟件開發工具包

為統籌推進個人信息保護合規治理，本公司建立並持續執行覆蓋數據全生命周期的內部管理制度體系，包括《個人信息收集操作規範》《個人信息使用操作規範》《個人信息存儲與刪除操作規範》《個人信息保護合規審計的管理要求與操作規範》《個人信息出境安全評估的操作規範》《個人信息保護影響評估的操作規範》《個人信息處理活動記錄與存檔的操作規範》《用戶個人信息行權的操作規範》《用戶個人信息投訴舉報的操作規範》《個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範》《與合作方傳輸個人信息的管理要求與操作規範》《個人信息處理與生命周期的管理要求》等制度文件，進一步細化個人信息在收集、使用、存儲、傳輸、共享及刪除等環節的管理要求。本公司結合業務場景和技術管理需要，制定《大麥娛樂應用安全開發規範》，圍繞票務、電商等業務特點，明確數據篡改防護、隱私透出識別、接口安全審查等開發安全要求，並強化產品上線前的隱私合規校驗機制，持續提升個人信息保護的前端預防和過程管控能力。

報告期內，並無與本集團所提供產品及服務涉及隱私事項相關且其合規遵循會對本集團具有重大影響的法律法規。本集團按照集團合規要求開展相關工作。

表：大麥娛樂子業務線隱私政策

產品名稱	生效範圍	政策名稱	政策鏈接/路徑
大麥	網站、客戶端、小程序	《大麥基本功能隱私政策》	https://terms.alicdn.com/legal-agreement/terms/privacy_policy_full/20240408163302242/20240408163302242.html
淘票票	網站、客戶端、小程序	《淘票票基本功能隱私政策》	https://m.taopiaopiao.com/content/article.html?id=30390&displayType=plain&interact=no&hsb=yes
大麥麥控	客戶端	《大麥麥控隱私政策》	https://market.wapa.taobao.com/app/aquaman/Aquaman-Entrance/mkprivacy.html
燈塔專業版	客戶端	《燈塔專業版隱私政策》	https://m.taopiaopiao.com/content/article.html?id=104677&displayType=plain&interact=no&hsb=yes&hideAuthorInfo=yes
造點新貨	網站、小程序	《造點新貨隱私政策》	https://izhongchou.taobao.com/novice-help/privacy-policy
阿里魚IP俱樂部	小程序	《阿里魚IP俱樂部小程序隱私政策》	進入小程序—右下角「我的」—條款協議—隱私條款
TixGenie	小程序	《TixGenie隱私政策》	進入小程序—登錄—隱私政策
MAISEAT	網站、客戶端	MaiSeat Privacy Policy	https://www.maiseat.com/en-US/userCenter/agreement/secretpage
妙呀	網站、小程序	妙呀隱私政策	https://legal.miaoyai.cn/legal-agreement/terms/privacy_policy_full/20251203101933378/20251203101933378.html
好運連得LUCKY LOOP	小程序	好運連得LUCKY LOOP隱私政策	https://terms.alicdn.com/legal-agreement/terms/privacy_policy_full/20260311145150110/20260311145150110.html

本公司始終堅持依法合規處理個人信息，不會以出租、出售或違規提供等方式向第三方轉移用戶個人信息，並切實保障用戶對個人信息的訪問、管理、修改和刪除等權利，維護用戶對自身數據的知情權與自主控制權。公司持續推進客戶端權限治理，減少對敏感權限的非必要調用，推動「最小必要」原則在產品功能中的落地實施。同時，淘票票與大麥客戶端進一步優化了個性化功能管理界面，用戶在首次安裝App時即可通過快捷入口自主設置個性化推薦選項，實現隱私偏好的便捷管理與動態調整。

為持續落實個人信息保護要求，以淘票票和大麥為代表的主要產品不斷優化安卓端權限管理，重點推進權限最小化和信息保護措施落地。我們在更換頭像、上傳背景圖等場景中，產品改為調用系統級選擇器完成圖片選擇，不再申請相冊讀取權限。在聯繫人選擇場景中，支持用戶通過系統通訊錄選擇器添加聯繫人，無需額外獲取通訊錄讀取權限。同時，針對演出現場採集的人臉信息，平台進一步明確保存期限，原則上在項目結束後或90天內完成刪除。

大麥娛樂持續加強個人信息處理過程中的技術保護能力，圍繞數據採集、存儲、傳輸和使用等環節完善安全防護措施，保障用戶數據全流程安全。在客戶端展示層面，公司默認對敏感字段進行脫敏處理，降低個人隱私信息在頁面展示中的暴露風險。在後台系統層面，我們則結合數據加密、訪問控制、風險審查等多項安全策略，並與整體信息安全防護體系協同聯動，進一步保障個人信息的完整性與保密性。

我們持續將數據保護要求嵌入產品開發全流程，圍繞核心業務場景識別隱私風險並制定相應防控措施，將個人信息保護要求覆蓋至產品設計、功能開發、用戶交互及上線發佈等各個環節，推動以系統化、前置化方式不斷提升用戶數據保護水平。

表：大麥娛樂數據保護嵌入產品開發流程的重點舉措

產品客戶端設計階段	配置「雙清單」功能，明確展示個人信息收集與共享清單，提升數據處理透明度
產品上線前審查階段	引入「安全發佈機制」，強化隱私合規審查，對隱私政策缺失、敏感數據透出等問題設置卡發策略⁵，確保風險在產品發佈前即被識別並排除

⁵ 指在產品上線前設置的風控攔截流程。當系統檢測到存在隱私政策缺失、敏感數據暴露等潛在合規風險時，將自動中止版本發佈流程，直至問題整改完成並通過複審，從而保障產品上線前的隱私安全與合規性。

信息安全與隱私保護認證

大麥娛樂持續推進安全評估與合規認證工作，不斷提升信息安全和隱私保護管理水平，推動管理能力與國際標準及行業要求保持一致。本公司定期圍繞核心業務開展信息安全與隱私保護內部評估，從合規組織建設、制度健全、意識提升和監督管理等方面進行系統自查，並形成專項評估報告。報告期內，公司完成了核心業務年度網絡安全自查、未成年人個人信息保護合規審計。淘票票系統引入第三方數據安全風險評估，評估範圍覆蓋用戶數據、網絡流量數據、合同信息及客訴信息等多個數據類別。評估結果顯示整體表現良好，未發現高風險事項。

大麥娛樂持續加強對供應商及業務合作夥伴的數據安全與隱私管理，明確提出相關SLA要求，並將安全管理要求納入合作過程。針對供應商交付物，公司定期開展安全掃描與合規檢查，及時識別潛在漏洞和風險隱患。對於發現的問題，持續推動相關方整改修復，進一步降低合作鏈路中的數據安全風險，提升第三方管理的規範性與有效性。

本公司堅持定期開展信息安全系統外部獨立審計，頻率至少每兩年實施一次，以持續檢驗信息安全與隱私保護管理的有效性。公司核心系統依托阿里集團及阿里雲基礎設施運行，相關產品運營所使用的雲環境已全部通過ISO 27001信息安全管理體系認證和ISO 27701隱私信息管理體系認證，認證覆蓋率達到100%。同時，本公司核心業務系統已啟動個人信息保護影響評估標識及認證(PIA認證)流程，由中國電子技術標準化研究院與中國網絡安全產業聯盟數據安全工作委員會聯合開展審核，重點評估敏感信息處理的合規性及系統安全性。

表：報告期內大麥娛樂子業務線網絡安全內部及外部認證的情況

認證名稱	公司／系統名稱
ISO 27001信息安全管理體系認證	淘麥郎(北京)科技有限公司 北京大麥文化傳媒發展有限公司 廣東雲智軟件有限公司
ISO 27701隱私信息管理體系認證	北京大麥文化傳媒發展有限公司 廣東雲智軟件有限公司
中國網絡安全產業聯盟(CCIA)數據安全工作委員會與數據安全共同體計劃(DSC)個人信息保護影響評估標識	一星級：北京大麥文化傳媒發展有限公司、廣東雲智軟件有限公司
中華人民共和國公安部網絡安全等級保護備案	三級系統：雲智票務系統、鳳凰佳影Pro影院經營管理平台、淘票票觀影決策系統、雲尚製片、大麥網票務系統、麥座票務系統、魷物數字藏品系統 二級系統：燈塔專業版

數據安全與隱私保護培訓

大麥娛樂持續推進數據安全與隱私保護培訓的常態化管理，要求全體正式員工及外包人員完成數據安全紅線考試認證，並圍繞高權限崗位、新員工、產品與技術人員及業務團隊開展有針對性的專項培訓和考核，內容涵蓋公司紅線要求、行業監管動態及典型案例複盤等。本年度內，我們進一步加強辦公AI安全相關培訓，明確辦公場景通用類AI及代碼工具類AI的安全使用原則，持續提升員工在新技術應用環境下的數據安全意識與合規操作能力。為提升合作夥伴的合規意識和執行能力，本公司還面向重要供應商開展數據安全專題培訓，進一步明確外包開發和信息處理過程中的隱私保護要求，推動安全管理要求向業務生態鏈延伸。報告期內，公司共開展8次數據安全與個人信息保護紅線培訓，覆蓋全體正式員工和外包人員，培訓覆蓋率達到100%。

2 員工管理

大麥娛樂秉承以人為本的發展理念，保障員工各項合法權益，不斷優化人力資源管理體系，致力於構建多元、平等、包容的工作氛圍。我們建立暢通的溝通機制並實施全面的員工關愛計劃，通過豐富的培訓持續提升員工的專業技能與綜合勝任力，促進員工與組織的協同發展與共同進步。

2.1 僱傭管理

大麥娛樂嚴格遵循《世界人權宣言》《國際勞工組織公約》《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國勞動合同法實施條例》《中華人民共和國社會保險法》等國際公約與法律法規。本公司控股公司阿里巴巴集團為聯合國全球契約組織的締約方之一，大麥娛樂亦積極踐行其關於人權和勞工標準的倡議內容，高度尊重並保障員工權益。

報告期內，除上述披露外，並無與員工薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視、其他待遇及福利、防止童工及強制勞工相關法律法規對本公司合規性有重大影響。

合法僱傭

大麥娛樂依據相關國際公約及運營所在地法律法規，遵循《阿里巴巴集團員工紀律制度》《員工招聘制度》《員工管理制度》《員工權益聲明》《阿里巴巴集團員工紀律制度》《員工內部推薦政策》《員工內部轉崗政策》等制度，對招聘、晉升、薪酬、解僱、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視及其他僱員福利待遇進行了明確規範，保障員工合法權益。

我們堅持合法合規的僱傭原則，與全體員工依法簽訂勞動合同。截至本報告期末，公司共有全職員工1,941人，勞動合同簽訂率保持100%。我們堅決抵制僱傭童工及任何形式的強制勞工行為。在招聘環節，我們嚴格執行身份信息核驗程序，從源頭杜絕相關合規風險。報告期內，公司未發生任何僱傭童工或強制勞工的事件。

多元化

我們嚴格遵循《阿里巴巴集團反性騷擾行為準則》和《阿里巴巴集團商業行為準則》，禁止任何基於國籍、種族、年齡、性別、身體條件、宗教信仰或文化背景的歧視行為。我們尊重員工的多元文化與習俗，在食堂特設清真餐飲窗口，並為符合條件的員工提供少數民族特定假期，以更好地平衡工作與習俗文化需求。此外，我們建立了高效且保密的員工投訴與申訴渠道，鼓勵員工就歧視、騷擾等問題進行反饋，努力打造多元、平等、包容的職場環境。

員工招聘

大麥娛樂積極構建多元的招聘體系，立足公司整體戰略與業務需求，制定科學的年度招聘計劃，持續升級人才引進機制，夯實企業發展的人才根基。我們充分利用AI工具，以智能技術賦能校招面試與人才篩選，完善招聘標準並建立周度複盤機制，持續提升招聘專業效能與團隊協作能力。



案例

綜合校招生項目

2025年秋季北京校招工作中，大麥娛樂以虎鯨文娛標準為牽引，完成了校招系統從官網招聘、內部推薦到人才儲備池的全流程真人走查與系統配置優化。項目在面試環節落地AI智能應用，賦能簡歷篩選與面試組織環節，有效提升招聘甄選效率與專業度。在流程標準化打磨與智能化工具的加持下，我們順利完成本年度秋招招聘工作，為業務發展儲備了優質人才。



圖：綜合校招生項目面試現場

表：報告期內大麥娛樂員工構成

指標		單位	員工人數
員工總數		人	1,941
按僱傭類別劃分的員工人數	全職員工	人	1,941
	兼職員工	人	0
按性別劃分的員工人數(僅統計全職員工)	男性	人	865
	女性	人	1,076
按員工層級劃分的員工人數 (僅統計全職員工)	高級管理層	人	14
	中級管理層	人	77
	普通員工	人	1,850
按年齡劃分的員工人數(僅統計全職員工)	29周歲及以下	人	394
	30-50歲	人	1,523
	51歲以上	人	24
按地區劃分的員工人數(僅統計全職員工)	中國大陸	人	1,924
	港澳台員工	人	16
	海外員工	人	1

表：報告期內大麥娛樂員工流失情況

指標		員工流失 人數 (人)	員工流失 比率 (%)
按性別劃分的離職員工人數及流失率 (僅統計全職員工)	男性	132	15.26%
	女性	163	15.15%
按員工層級劃分的離職員工人數及 流失率(僅統計全職員工)	高級管理層	0	0.00%
	中級管理層	9	11.69%
	普通員工	286	15.46%
按年齡劃分的離職員工人數及流失率 (僅統計全職員工)	29周歲及以下	107	27.16%
	30-50歲	186	12.21%
	51歲以上	2	8.33%
按地區劃分的離職員工人數及流失率 (僅統計全職員工)	中國大陸	295	15.33%
	港澳台員工	0	0.00%
	海外員工	0	0.00%

2.2 員工關愛

大麥娛樂高度重視員工福祉，打造全方位的員工關愛體系。我們暢通多元的溝通渠道傾聽員工心聲，構建全面的福利體系，同時嚴格落實職業健康與安全管理要求，全方位保障員工權益與身心健康，助力員工與公司雙向成長。

員工溝通

員工的意見與反饋是驅動公司持續進步的核心源泉。我們致力於構建一個坦誠、包容的溝通文化，傾聽每一位員工的心聲。我們不斷整合並升級線上線下溝通路徑，強化各級管理者與團隊之間的雙向交流，營造彼此信任、共同參與的組織氛圍，激發員工的創造力與歸屬感。

報告期內，公司落地FY26管理層專項調研工作，圍繞職業價值感、團隊歸屬感、個人發展培養三大核心維度開展問卷徵集，累計收集六十餘份管理者有效反饋。團隊針對調研結果開展深度複盤分析與專題研討，結合實際問題制定落地改進方案，為後續管理優化工作明確行動方向。

表：大麥娛樂員工溝通方式

案例

創客er大賽

「創客er大賽」為面向大麥娛樂全體同學發起的商業創新提案大賽，旨在鼓勵同學基於電影演出潮玩業務，跨團隊組隊交流溝通，積極提出具有創新性、商業性、可落地性的想法，為業務帶來新的改變與機會，真正踐行創新求變的精神內核。2025年12月，我們順利舉辦第三屆創客er大賽，共吸引超過280位員工組隊參與。通過多輪評審，最終8組提案入圍決賽。其中，3組優秀方案已進入後續孵化落實階段，體現了從創意湧現到業務實踐的有效貫通。



圖：創客er大賽

案例 開門紅管理會

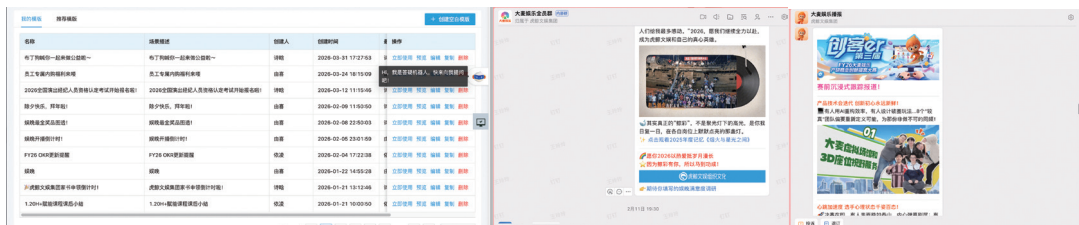
「開門紅管理會」為面向公司核心與重要管理者的年度戰略溝通與協同平台，旨在打造高效透明的組織對話，推動關鍵信息對齊與戰略共識凝聚，助力打造更具敏捷性與戰鬥力的管理團隊。2025年4月，我們在雲南撫仙湖舉辦了「開門紅管理會」，共60餘位管理者參與。通過業務規劃研討、主題工作坊及團隊融合等多種形式，我們與會管理者共同明確了新財年的組織發展方向、戰略重心及核心策略路徑，為全年目標的協同推進奠定了堅實基礎。



圖：開門紅管理會

案例 大麥娛樂播報

「大麥娛樂播報」為面向全體員工設立的內部信息傳播與文化建設欄目。我們通過視頻、圖文等靈活形式，及時傳遞業務動態、組織要聞與文化活躍內容，致力於打破信息壁壘，增強跨團隊協同，營造開放、互信、進取的組織氛圍。本財年，此欄目累計推出視頻內容19期、圖文資訊11期，內部訂閱覆蓋率達78%，已成為員工感知公司脈搏、保持同步共進的重要信息紐帶。



圖：大麥娛樂播報



案例

校招生圓桌溝通會

「校招生圓桌溝通會」是針對大麥娛樂綜合類校招員工設立的專屬成長對話平台。30餘名校招生參與了本年度圓桌溝通會，圍繞個人成長路徑、職業發展規劃及業務前沿方向等核心議題，與多位業務負責人（「大師兄」）展開面對面深度交流。該機制旨在幫助年輕人才加速融入、拓寬業務視野，並在高維對話中獲得啟發與指引，強化了公司對新生代人才的持續投入與雙向溝通文化。



圖：校招生圓桌溝通會

大麥娛樂深信員工是公司寶貴的財富。我們堅持每年開展員工滿意度調研工作，主動傾聽並收集員工的真實反饋。調研內容覆蓋工作體驗、成長支持、管理有效性與文化認同等關鍵維度，旨在精準識別組織優勢與提升機會。我們將持續升級調研機制，深化反饋閉環，為每一位員工營造更具歸屬感與成長動力的職場環境，實現個人與組織的共同進步。

福利體系

大麥娛樂構建全方位員工關懷體系，非薪酬福利覆蓋率為100%，覆蓋健康保障、特色假期、生活保障、辦公保障、節日福利、特色福利與文體活動等多維度，提升員工的幸福感。同時，大麥娛樂秉持「工作與生活平衡」的理念，構建了完善的假期福利體系，讓員工在專注工作的同時享受品質生活。

表：大麥娛樂員工福利體系

健康保障	• 依法為全體大麥娛樂員工繳納五險一金和全方位的商業保險計劃，共築職業保障； • 為全體大麥娛樂員工定制年度健康體檢計劃，全方位守護每位員工的身心健康； • 為全體員工父母提供「康乃馨父母體檢計劃」，將公司的關懷延伸至員工家庭，以實際行動支持員工履行孝心，共同守護家人的健康。
特色假期	• 促進員工工作與生活的平衡，構建多場景的假期福利體系。在法定節假日之外，我們為大麥娛樂員工提供福利年假、路途假，長期服務假、陪伴假等假期，旨在滿足員工在不同生活階段的需求，提供全方位的關懷與支持； • 打造支持員工家庭責任與個人發展的福利體系，設立育兒假政策，為符合條件的員工提供支持。結合員工福利地政策，員工在子女未滿三週歲期間每年可享受10個工作日的全薪育兒假，具體天數按子女出生或滿三週歲前的時間折算。報告期內，全公司範圍內享受此假期的員工超200人； • 為尊重和保障員工的多元文化背景與習俗，我們特別設立少數民族特定假期福利。該福利覆蓋全體員工，符合相關條件的員工可依據個人實際情況提交休假申請。
生活保障	• 幫助員工緩解在工作地或社保地的基本住房壓力，我們設立ihome住房貸款，旨在切實解決員工安居難題，增強員工的歸屬感與穩定性； • 為員工提供餐補，隨每月工資一同發放，直接支持員工的日常用餐需求，傳遞細緻入微的日常關懷； • 在園區內打造舒適、私密的母嬰室與哺乳室，為處於特殊階段的寶媽員工提供溫馨支持，讓員工在兼顧工作的同時，也能安心、便利地照料寶寶，感受公司的貼心關懷。

辦公保障

- 實行靈活辦公制度，為員工提供每日彈性上下班半小時的便利，幫助大家更自主地安排工作與生活節奏；
- 關懷員工職業健康，配置符合人體工程學設計的辦公座椅，為大家創造更舒適的辦公環境；
- 為員工持續供應豐富多樣的茶飲，為大家的日常注入片刻溫暖與活力，營造更具人文關懷的職場氛圍。

節日福利

- 在三八婦女節、中秋節、春節等節日為全體員工籌備節日禮品禮盒福利，向員工傳遞組織溫暖關懷，共賀節日快樂。本財年三八婦女節發放871份福利，中秋禮盒發放1,613份，春節禮盒發放2,198份。



圖：節日福利

特色福利

- 在生日月提供生日電影票、定期組織包場觀影活動以及明星送福利活動；
- 為全體員工慶祝一、三、五、十年紀念日，並提供紀念品，以回饋辛勤付出；
- 不定期組織團建活動，讓員工在輕鬆愉快的氛圍中增進了解增強團隊凝聚力。

文體活動

- 配置健身房及羽毛球、乒乓球等多功能運動場地，鼓勵員工在工作間隙積極鍛煉，保持身心健康，營造活力、積極、可持續的職場氛圍；
- 定期舉辦傳統節假日文化活動、發放節日福利禮包、體育賽事、創新賽事、主題沙龍分享等體育文化活動。

案例 大麥娛樂舉辦「羽躍杯」羽毛球大賽

「羽躍杯」為大麥娛樂面向全體員工舉辦的年度大型體育賽事。2025年9月，本屆「羽躍杯」羽毛球大賽順利舉辦，吸引了近200名員工踴躍參與。活動同步通過線上直播、雲相冊等形式延伸互動，實現場內場外、線上線下同頻共振，累計吸引直播瀏覽超3,000人次，雲相冊訪問量突破10萬。



圖：「羽躍杯」羽毛球大賽現場

案例 大麥娛樂舉辦「510」阿里日

「510阿里日」是大麥娛樂面向全體員工及其親友設立的年度特別答謝活動。活動涵蓋娛樂互動、寵物社交、觀影觀演權益、飲品禮品派發以及燈光秀等環節。為期兩天的活動現場共吸引超過800位員工與親友入園參與，同時通過線上雲相冊等形式擴大活動影響，累計瀏覽人次突破60萬。



圖：「510」阿里日現場

案例

大麥娛樂舉辦「程序員節」

「程序員節」是大麥娛樂為技術同學設立、同時開放全員參與的年度主題節日。我們希望通過此活動向技術一線的工程師們傳遞公司的誠摯關愛與節日溫暖，並在歡樂氛圍中深化「以科技驅動業務進步」的共同信念。2025年10月24日，我們準備了福利發放、主題觀影、代碼與AI技術趣味競賽等多元環節，吸引超過1,500名員工現場參與此次活動。活動通過線上雲相冊同步分享精彩瞬間，累計獲得超5萬次瀏覽。



圖：程序員節現場

職業健康與安全

大麥娛樂全力打造安全、健康的工作環境。我們嚴格遵循《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》《工傷保險條例》以及《僱員補償條例》(香港法例第282章)等一系列法律法規，制定《商業行為準則》等內部管理規範，持續優化員工安全保障機制，從源頭上減少職業安全隱患。在過去的三年裏，未出現因工亡故事件，因工損失工作日數為0。

為確保工作環境安全有序，大麥娛樂明確禁止暴力行為、嚴禁攜帶違禁品和管制器具，同時全面禁止工作場所飲酒，並劃定專門的吸煙區域，嚴格限制員工在其他區域吸煙，切實為員工構築安全、健康的職場空間。

此外，在提供安全工作環境及防範員工職業危害方面，不存在遵守後會對本集團產生重大影響的相關法律法規。

表：職業健康與安全舉措

急救俠培訓與認證	大麥娛樂遵從集團「13520」應急救護志願服務體系，推動急救能力向基層延伸。報告期內，大麥娛樂所在園區累計開展「急救俠」培訓93場，總培訓時長達528小時。
配備急救設施設備	報告期內，我們進一步加大了急救設備的投入與覆蓋。截至2026年3月31日，大麥娛樂所在園區內配置的自動體外除顫器(AED)總數已達31台，進一步提升了突發心臟驟停等緊急情況的現場響應與救治條件。
應急事件演練	我們響應集團組織開展的應急演練，持續提升員工的應急處置能力，通過持續的訓練與實際應對，切實保障員工安全。報告期內，大麥娛樂所在園區開展急救和消防等應急演練324次。大麥娛樂相關員工積極參與其中。
劇組安全生產責任制	為管控影視製作過程中的職業健康與安全風險，我們為劇組演職人員定制了專項意外傷害醫療保險方案。此外，我們在與影視承製方的合作協議中將嚴格遵守職業安全健康法規明確為核心履約條款，並要求其在拍攝全流程中嚴格執行各項安全管控措施，切實保障創作團隊的安全與健康，確保影視項目在安全、有序的環境中完成。

2.3 培訓發展

人才是大麥娛樂持續創新與高質量發展的核心驅動力。我們圍繞文娛產業特點，構建並不斷優化系統化的人才培養體系，為每一位員工提供既能充分發揮專業價值、又能持續獲得能力成長的職業發展平台，實現個人與行業的共同進步。

績效管理

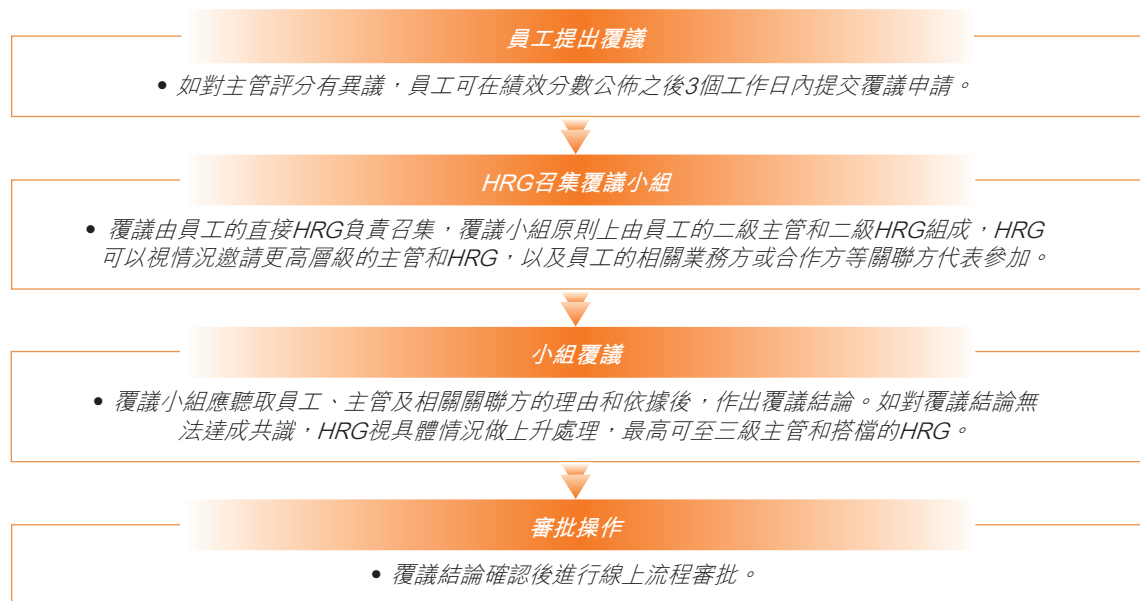
大麥娛樂遵循《阿里巴巴集團員工績效管理制度》《員工晉升管理制度》《虎鯨文娛集團員工績效管理制度》和《虎鯨文娛集團員工晉升政策》，建立了以發展為導向的績效管理體系。我們採用員工自評與主管評價相結合的績效評估方式，關注員工的價值貢獻與長期發展。我們綜合OKR⁶目標管理與績效考核，實施「目標設定—目標對齊—跟進執行—複盤迭代」的全週期管理，促進個人成長與組織發展的同頻。報告期內，我們已完成年度績效評估工作，有效提升了整體管理效能與組織活力。

⁶ OKR：目標與關鍵成果法，Objectives and Key Results

我們為員工提供具備市場競爭力的薪酬體系，其結構由固定薪酬、浮動薪酬及長期激勵三部分構成，並依據員工年度績效表現進行薪酬調整，以激勵價值創造，實現員工與公司發展成果的共享。在長期激勵方面，我們遵循阿里巴巴集團制度框架，面向需長期激勵保留的核心人才設立並持續完善員工長期激勵計劃與評估機制。我們的長期激勵包括股票(RSU)和長期現金(LTC)。本公司及關聯公司的員工、顧問或董事，在入職、晉升或年度績效場景下，均有資格被考慮授予長期激勵。

我們秉持公平公正的績效原則，建立了員工申訴與覆議機制，為員工提供規範、透明的反饋渠道。我們通過明確的流程設計與獨立的覆議小組機制，保障員工對績效結果的異議能得到及時、客觀的處理，維護績效評估的公正性與員工權益。申訴流程限定在HRG與指定的覆議小組的小範圍閉環內，全程嚴格保密，避免無關人員知曉。同時，我們配套設置績效改進輔導支持，助力員工清晰認知自身發展方向，營造開放信任、尊重個體聲音的內部環境。

圖：員工申訴與覆議流程



人才培養

大麥娛樂嚴格遵守《員工晉升管理制度》與《員工培訓管理制度》，構建了系統化、分層次的人才培養體系。我們以重點人群為核心，開展針對性培養與運營，覆蓋高層管理者、中層管理者及基層員工等各層級關鍵人才。報告期內，我們持續聚焦「領導力提升、專業力深化、年輕人才發展、新人融入培養」四大方向，推進人才能力的全面提升與組織活力的持續煥發。

表：大麥娛樂人才培養體系

領導力

在領導力賦能方面，大麥娛樂面向中高階管理者開展「Top+訓練營」專項培養項目。課程內容圍繞戰略視野、組織發展與個人突破進行設計，核心模塊包括《組織與個人成長》《自我迭變力》《真需求－價值配方與IP價值鏈》以及《達人營銷及業務增長實戰分享》等課程，旨在提升管理者在業務創新、團隊賦能與商業增長方面的綜合領導能力，支撐組織戰略目標的實現。



圖：領導力賦能培訓

專業力

在專業力提升方面，大麥娛樂圍繞各業務單元的實際需求，開展了體系化的專項培訓。演出業務開設了《演出下沉市場的機遇與挑戰》《一部音樂劇的誕生過程》《捧在年輕人手心裡的體育賽場》等系列課程；電影業務開展了《哪吒2對中國觀影觀眾決策習慣的影響分析》《從3A遊戲中尋找設計美學－黑神話篇》《虎鯨AI培訓計劃－AI分鏡》等培訓交流。此外，HR團隊、阿里魚、產運中心、技術中心、市場營銷及等條線，均結合自身業務特點與發展階段，設計與實施了針對性強的專業課程。報告期內，全公司累計開展專業培訓212.9小時，覆蓋15,205人次，有效提升了關鍵崗位隊伍的專業深度與業務實戰能力。



圖：專業力提升培訓

年輕化

在年輕人才梯隊建設方面，大麥娛樂針對不同代際高潛員工設計了差異化培養路徑。

- 針對綜合校招生人群，我們開設了涵蓋《CJ娛樂業務分享》《校招生的財務課》《發行那些事兒》《業務大圖分享》及《走進內容評估》等課程，並組織「圍爐夜話」「大班會」等交流活動，着力培育其大局觀、長線思維與商業敏感度。



圖：綜合校招生培訓

- 我們面向90後高潛員工開展「H+計劃」，聚焦項目管理、系統思考與創新思維，設置了《項目管理——項目成功交付》《全局觀系統思考》《產品創新與商業思維方法訓練》等課程，強化其專業深度與業務推動力。



圖：「H+計劃」培訓

- 我們面向95後核心骨幹推出「A+計劃」，已開展兩期培訓，內容覆蓋《Yes and—協同力量》《團隊動力沙盤—商業創新思維》《演出的當下與未來》及《大麥娛樂AI創新介紹》等前沿實戰主題，着重激發其協同創新、商業洞察與技術應用能力，為業務未來發展儲備核心青年人才。



圖：「A+計劃」培訓

新人

在新人培養方面，大麥娛樂建立了分層分類的融入體系，確保不同背景的新員工快速適應、有效成長。

- 對於入職一年內的內部新員工，我們通過「百年文娛」項目進行業務、文化、廉正及數據安全等制度的系統宣導，加速組織融入。
- 面向生態體系新員工，我們依託「大麥娛樂新動力」線上項目，提供業務介紹、文化價值觀宣貫、廉正數據安全規則普及等方面的標準化課程與考核，幫助其快速熟悉企業規範。針對新成立的潮玩業務團隊，我們亦定制了專項培訓，支持新團隊高效啟航。

為持續提升員工的專業資質與行業競爭力，大麥娛樂積極構建學習與發展支持體系，鼓勵並資助員工參加全國演出經紀人員資格認定考試與PMP項目管理專業人士資格認證，並對通過考核的員工給予考試費用報銷激勵。報告期內，公司有25名員工成功通過並取得了全國演出經紀人員專業資格證書。

表：報告期內大麥娛樂員工培訓情況

指 標		單 位	數 據
受訓總人數		人	1,941
按性別劃分的受訓員工人數	男 性	人	865
	女 性	人	1,076
按員工層級劃分的受訓員工人數	高級管理人員	人	14
	中層管理人員	人	77
	普通員工	人	1,850
受訓總時數		小時	34,553
按性別劃分的培訓總小時數	男 性	小時	15,470
	女 性	小時	19,083
按員工層級劃分的培訓總小時數	高級管理人員	小時	269
	中層管理人員	小時	1,214
	普通員工	小時	33,070
按性別劃分的人均受訓小時數	男 性	小時／人	17.88
	女 性	小時／人	17.73
按員工層級劃分的人均受訓小時數	高級管理人員	小時／人	19.21
	中層管理人員	小時／人	15.77
	普通員工	小時／人	17.87

3 產品責任

大麥娛樂始終堅持以內容為核心，持續推動優質文化產品和服務供給，積極傳遞積極向上的價值理念與社會正能量。在促進業務高質量發展的同時，公司不斷完善知識產權保護、廣告合規及客戶服務管理機制，持續優化用戶體驗，切實履行產品責任，為文化產業健康發展貢獻力量。

3.1 傳遞正能量

大麥娛樂圍繞「內容+科技」發展戰略，持續在電影、劇集、現場演出及數字化產品等領域深化佈局，積極構建健康、多元、富有活力的文化產品生態。

內容文化傳播

大麥娛樂圍繞影視產業鏈進行全面佈局，業務涵蓋電影、劇集等內容的製作、投資、發行等核心環節。在內容開發與傳播過程中，本集團始終嚴格遵守《中華人民共和國電影產業促進法》《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規，持續關注行業監管要求變化，並建立覆蓋內容篩選、製作、審查、公映等環節的質量管理機制。各類影視作品在進入市場前，均需按照規定完成相關審批程序，確保內容合規、導向正確。

報告期內，大麥娛樂參與出品及聯合出品逾26部影片，涵蓋懸疑、劇情、動畫、愛情等多類型題材，其中包括《驚蟄無聲》《鏢人：風起大漠》《飛馳人生3》《熊出沒•年年有熊》《捕風追影》《志願軍：浴血和平》等具有廣泛社會影響力的影片，累計票房突破124.7億元，觀影人次超2.9億。在第27屆上海國際電影節售票服務保障工作中，大麥娛樂作為官方指定售票平台之一，積極支持電影節票務組織與運營。開售首小時，平台已覆蓋92部影片、600餘場售罄場次，累計出票37萬張，展現了公司在大型文化活動票務服務和用戶觸達方面的運營能力。



圖：《鏢人：風起大漠》海報



圖：《捕風追影》海報



圖：《飛馳人生3》海報



圖：《驚蟄無聲》海報



圖：《熊出沒·年年有熊》海報



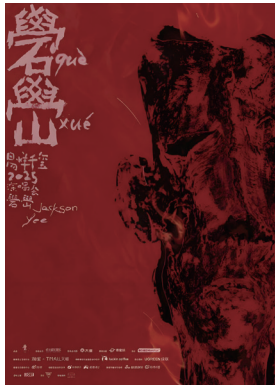
圖：《志願軍：浴血和平》海報

表：大麥娛樂參與出品及聯合出品影片報告期內所獲獎項

獲獎影片	頒佈機構及獎項名稱
分手清單	第37屆中國電影金雞獎—2024年金雞年度期待華語電影
東極島	2025微博電影之夜—「年度特別推薦影片」
捕風追影	第13屆新西蘭亞太電影節—最佳影片 2026微博電影之夜—「年度口碑影片」
鏢人：風起大漠	2025微博電影之夜—「最受期待春節檔電影」 2026微博電影之夜—「年度影片」
驚蟄無聲	2024-2025中國電影大數據暨電影頻道M榜榮譽之夜—年度期待影片 2025微博電影之夜—「最受期待春節檔電影」 2026微博電影之夜—「年度影片」

在劇集製作方面，本公司持續推進劇集工作室運營模式，圍繞社會議題和人文關懷不斷加大對優質原創內容的投入，着力打造兼具思想深度、情感溫度和現實價值的精品劇集，持續傳遞積極向上的內容導向。報告期內，《不為人知的故事》《追訴》《嫁金釵》等多部劇集已完成拍攝並進入待播階段，進一步豐富了公司劇集內容儲備。截至報告期末，劇集工作室重點儲備項目超過20部，開發中項目超過百部，持續為優質內容生產積蓄動能。與此同時，為進一步提升內容質量和觀眾滿意度，大麥娛樂在影視作品定剪、發行、宣發等關鍵環節持續引入試映機制，通過內部觀眾試映、聯合出品方協同試映及路演試映等多種方式廣泛收集反饋，並據此進行優化完善，推動作品質量和市場表現不斷提升。

此外，在現場演出領域，大麥娛樂持續參與各類IP項目的投資與製作，內容覆蓋大型演唱會、音樂節、話劇、舞台劇、音樂劇、脫口秀及展覽等多種業態。報告期內，公司參與了超過50個IP項目，先後主辦、聯合主辦或出品了如《蝦米音樂節》、《易烊千璽演唱會》、《莫文蔚演唱會》、《陳立農演唱會》、《陸虎演唱會》、《劉宇演唱會》、《黃明昊演唱會》、《夢龍演唱會》等多個頭部演唱會；製作、出品多個熱門戲劇類項目，如《受到召喚.敦煌》、《六個說謊的大學生》、《道林格雷的畫像》、《太白金星有點煩》、《鱷魚》、《悲慘世界》、《卿卿誤我》等，主辦、出品《呼蘭—草台班子》、《豆豆—算你厲害》、《三好姐妹》等多個熱門脫口秀專場；主辦、聯合主辦或出品展覽類項目如《中國奇譚造夢奇境藝術展》、《造夢現場—電影藝術展》、《遇見博物館系列展覽》、《觸探深海》、《尼羅河的贈禮—古埃及文物與數字藝術體驗展》等，內容涵蓋主旋律、傳統文化、潮流演藝等多個方向，持續豐富優質文化產品供給。



圖：《易烊千璽演唱會》海報



圖：《蝦米音樂節》海報



圖：《夢龍演唱會》海報



圖：《受到召喚•敦煌》海報



圖：《六個說謊的大學生》海報



圖：《道林格雷的畫像》海報



圖：《呼蘭—草台班子》海報



圖：《豆豆—算你厲害》海報

圖：《尼羅河的贈禮—古埃及
文物與數字藝術體驗展》海報

圖：《觸探深海》海報

為推動文化娛樂產業協同發展，本公司持續深化與行業夥伴的戰略合作，圍繞演藝服務、文旅融合、文博創新及區域文化互通等方向拓展業務邊界。報告期內，大麥娛樂與銀河綜藝館、快達票等夥伴開展合作，助力粵港澳大灣區及港澳台演藝市場互聯互通，提升跨區域票務服務能力與用戶體驗。同時，本公司積極參與頭部文化IP及文博項目合作，支持第三屆「原神☆FES」等大型線下活動，並推進博物館特展合作計劃，以平台資源、數字化能力及運營經驗賦能文化內容傳播與公共文化服務。通過上述合作，本公司持續促進優質文化資源流動與產業生態共建，為文化娛樂行業高質量發展貢獻力量。

開發創新產品

大麥娛樂持續推進「內容+科技」戰略落地，致力於打造兼具文化價值與商業活力的創新產品，不斷增強內容生態的可持續發展能力。依託豐富的IP資源和技術能力，本公司秉持「做有故事的商品，讓授權有溫度」的理念，在IP授權、潮玩開發和數字化產品等領域持續推出具有市場影響力的創新產品。

在IP商業化開發方面，本公司旗下阿里魚平台自2016年成立以來，已逐步形成覆蓋IP授權、運營及落地轉化的完整產業鏈體系，持續為數百個海內外知名IP以及上千家品牌方和渠道商家提供服務。阿里魚擁有覆蓋卡通動漫、文博文創、影視綜藝、教育體育等多個領域的IP矩陣，並簽約三麗鷗家族、吉伊卡哇、寶可夢、小黃人大眼萌、蠟筆小新等全球優質頭部IP，形成了國內領先的IP資源優勢。圍繞IP授權、運營及商業化開發，阿里魚持續完善全鏈路服務模式，通過本土化運營和多元業務模式，為版權方與品牌方提供一體化解決方案，持續提升IP商業化價值與生態活力。

阿里魚深耕IP轉授權業務，不斷提升IP2B2C⁷(指知識產權所有者(IP方)授權企業(B1)生產商品，企業(B1)再經由平台(B2)向消費者(C)提供商品或服務的供應鏈模式。)全鏈路服務能力。報告期內，阿里魚持續深化與品牌商家的授權合作，先後與布魯可、名創優品、泡泡瑪特、TOPTOY、喜茶、野獸派、招商銀行等開展多個授權項目，進一步拓展IP商業化應用場景，提升優質IP的市場觸達與消費影響力。其中，阿里魚與野獸派合作推出的「Hello Kitty乖乖坐蝴蝶結永生花」榮獲2025年中國授權業大獎「年度被授權商—家居用品」獎項；喜茶X吉伊卡哇聯動項目獲得良好市場反響；三麗鷗家族與泡泡瑪特旗下DIMOO、SKULLPANDA、THE MONSTERS的跨界聯動亦受到消費者廣泛關注，進一步體現了公司在IP授權合作與創新消費場景打造方面的持續能力。

⁷ 即知識產權驅動型B2B2C (Intellectual Property to Business to Business to Consumer)

圖：阿里魚中國授權業大獎獲獎圖片



圖：阿里魚獲獎



圖：三麗鷗家族獲獎



圖：野獸派獲獎圖



圖：阿里魚中國授權業大獎獲獎海報

表：阿里魚及其授權項目報告期內所獲獎項

獲獎主題	頒佈機構及獎項名稱
Hello Kitty乖乖坐蝴蝶結永生花	2025年中國授權業大獎「年度被授權商－家居用品」獎項
阿里魚	2025年中國授權業大獎「年度授權代理商」獎項
三麗鷗家族	2025年中國授權業大獎「年度娛樂傳媒授權IP」獎項
三麗鷗家族	CLE授權展活力榜單「最具活力IP榜單肖像形象&潮流時尚&企業品牌類」TOP3
石頭Q1 Hello Kitty限定款	CLE授權展活力榜單「最具活力被授權商－家居家紡」TOP3
膳魔師x吉伊卡哇聯名保溫杯	CLE授權展活力榜單「最具活力被授權商－家居家紡」TOP3
廣博集團xmofusand文具系列	CLE授權展活力榜單「最具活力被授權商－文具禮品」TOP3

圖：CLE活躍榜單上榜圖片



圖：廣博集團領獎



圖：三麗鷗家族領獎



圖：膳魔師領獎



圖：石頭科技領獎



圖：阿里魚旗下IP CLE活躍榜單上榜匯總海報

在持續拓展IP零售品牌授權業務方面，阿里魚聯合上游版權方及潮玩品牌方推動多家國內首店和快閃店落地，不斷豐富IP線下消費場景。2025年9月27日，吉伊卡哇中國大陸首家線下官方旗艦店在上海南京東路步行街開業；同月，Fanatics Collectibles旗下全球知名收藏卡牌TOPPS與阿里魚、天貓潮玩達成戰略合作，並開設中國首家TOPPS官方旗艦店。與此同時，在阿里魚推動下，吉伊卡哇壽司主題、魔法主題等多主題快閃店陸續落地上海、成都、深圳、杭州、三亞等城市，累計觸達全國消費者超百萬人次，進一步提升了優質IP的線下影響力與消費活力。



圖：吉伊卡哇上海官旗開業
(地鐵站)



圖：吉伊卡哇上海官旗開業
(外灘)



圖：吉伊卡哇上海官旗開業

AI數字化產品建設

大麥娛樂持續推進AI與數字化產品建設，圍繞授權業務協同和影院運營提效等重點場景，不斷提升產品能力與服務效率。阿里魚完成了中台設計監修系統升級。該系統面向授權產業鏈上下游合作夥伴，集合同管理、圖庫管理和監修稿件管理等功能於一體，並免費向合作夥伴開放使用。截至報告期末，已有262家品牌商入駐，累計提交監修稿件超過24,000件，系統內圖庫素材數量超過12萬。通過持續優化，系統已實現圖庫管理和監修設計業務的全面線上化，為合作夥伴綜合提效超過60%，進一步提升了授權業務協同效率和數字化管理水平。

產教協同

報告期內，阿里魚持續推動IP產業創新發展，通過「IP產業創意人才培養計劃」加強創意人才培育，不斷拓展IP線下消費場景，提升產業生態活力。公司先後與湖北美術學院、中央美術學院開展校企合作，圍繞IP創意設計共建課程體系、實踐機會和設計支持機制，推動原創IP孵化及圖庫共創。截至報告期末，已有近200名學生參與相關課程學習，阿里魚已完成3期授課，並在校園內組織多場IP設計講座，邀請版權方及品牌方代表分享實踐經驗，持續為行業培養青年創意人才。



圖：阿里魚與湖北美院合作



圖：阿里魚與中央美術學院合作

3.2 內容治理與廣告合規

大麥娛樂持續營造健康有序、積極向上的內容生態，嚴格遵循相關法律法規要求，不斷完善內容治理和廣告審核機制，強化制度建設與審核管理，為用戶提供安全、可靠、合規的內容與服務體驗。

內容治理

本集團嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》《互聯網信息服務管理辦法》《網絡信息內容生態治理規定》等法律法規，持續優化內容治理制度建設，建立了包括《內容安全工作制度標準》《內容安全審核標準》《違法和不良信息投訴舉報受理制度》在內的內部管理體系。針對淘票票平台，本集團設有《淘票票安審團隊安全評估前置制度》《網絡謠言、黑色產業鏈信息處置制度》《跟帖服務管理制度》，並公開發佈《淘票票社區管理規則》《大麥社區管理規則》及《妙呀社區管理及評論規則》，為用戶營造公開理性、秩序良好的社區氛圍。

報告期內，並無與本集團所提供產品及服務的健康與安全相關且其合規遵循會對本集團產生重大影響的法律法規。

本公司持續完善內容審核體系，已建立覆蓋多層級、多維度的內容治理機制。針對文本、圖文、視頻等不同形態內容，公司構建了較為全面的敏感詞庫和違規內容識別規則，並結合算法模型開展輔助識別，及時發現和攔截色情、廣告、人身攻擊等有害信息。與此同時，順應人工智能技術發展趨勢，本公司已將AIGC內容審核能力常態化應用於多平台、多場景的內容識別工作，不斷提升審核效率和識別準確性，為平台內容生態的安全、合規和有序運行提供支持。

同時，本公司持續完善違規內容投訴舉報機制，通過郵箱、熱線、產品頁面等多元渠道受理用戶反饋，並在產品資訊頁、視頻播放頁、評論區等重點頁面設置醒目的舉報入口，方便用戶及時反映相關問題。針對生成合成內容，公司進一步健全了專項投訴舉報機制，支持用戶圍繞單條內容發起投訴和舉報，提升問題發現與處置的精準性，並及時消除違法違規內容造成的不良影響。依據內部管理規範，公司對各類舉報事項明確處理時限，原則上在15天內完成核查與反饋，持續維護平台內容生態的健康有序。

為持續提升員工內容治理合規意識和風險識別能力，我們常態化開展內容治理相關培訓，圍繞違規內容識別、合規要求落實及宣傳行為規範等重點議題加強宣導與指導。報告期內，公司共開展2次專題培訓，涵蓋宣發內容安全及演出內容安全等，累計覆蓋關鍵崗位員工188人次。

表：報告期內大麥娛樂內容治理合規培訓情況

培訓內容	單位	參與人數
宣發內容安全培訓	人	60
演出內容安全培訓	人	128

廣告合規

本公司嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》《規範促銷行為暫行規定》《互聯網廣告管理辦法》《互聯網廣告可識別性執法指南》等法律法規要求，並結合業務場景和運營實際，制定《影視營銷活動合規評估規範》《營銷活動評估指南及規則模板庫》《差異化權益發放合規指引》《淘票票商業化廣告審核機制》等制度文件，進一步明確廣告內容合規標準和審核管理流程。為持續規範平台營銷行為，公司制定《營銷用語使用合規指引》《榜單互動類營銷活動合規指引》，重點加強對絕對化表述、「飯圈」亂象等風險點的識別與審查，持續提升廣告與營銷活動的合規管理水平，推動構建誠信、有序、規範的廣告生態。

報告期內，並無與本集團所提供產品及服務的廣告事宜相關且其合規遵循會對本集團產生重大影響的法律法規。

本公司已建立廣告合規治理架構和廣告審核機制，由合規治理與公共事務中心統籌開展相關管理工作，定期面向電影演出產品、運營與市場營銷等部門實施合規審查與培訓，並對線上線下廣告內容的合法合規性和安全性進行常態化審核監督，推動營銷活動各環節規範開展。報告期內，公司共完成86項商業化廣告內容合規審核，覆蓋線上平台投放及線下宣傳等多類場景，切實保障廣告內容真實、規範、合規。

為進一步提升重點營銷節點的合規保障能力，本公司在全年重要檔期前設立營銷審核過濾專項工作組，圍繞營銷活動方案設計、素材上線及用戶投訴處理等關鍵環節提供全流程合規評審支持，並結合智能審核工具提升審查的覆蓋度和效率。淘票票和大麥營銷審核團隊引入「營銷素材AI審核工具2.0」，可對上傳的營銷活動規則、宣傳物料及活動頁面中的潛在合規風險進行自動識別和標注，前置開展智能預篩查，進一步提高人工審核效率。以2025年春節檔為例，在對73件營銷活動進行審核時，借助AI工具輔助後，單件規則審查時間由以往平均30分鐘左右縮短至20分鐘左右，累計節省730分鐘，整體審核效率提升34%。

為持續提升員工負責任營銷意識和一線業務團隊的合規執行能力，大麥娛樂不斷加強重點業務場景下的常態化培訓機制，推動營銷合規要求更好融入日常運營。報告期內，公司圍繞五一檔、暑期檔和春節檔三個重大檔期，面向淘票票及大麥電影演出運營業務線員工定期開展營銷活動合規線上培訓，共計3次，覆蓋電影演出運營及產品部門約80人。培訓內容聚焦營銷活動玩法合規設計、營銷宣傳合規要點、活動規則撰寫規範及重大檔期運營活動風險防控節點四個重點方向，並結合實際業務場景進行講解，持續提升員工識別和應對營銷合規風險的能力。同時，公司還向運營業務線員工配套提供運營活動規則模板庫和常見運營活動問答文檔庫，便於員工在日常工作中隨時查閱和參照執行。除此之外，大麥娛樂還組織開展阿里巴巴合規日有獎問答合規知識宣貫培訓，覆蓋全體員工，圍繞數據合規、產運合規、反賄賂合規等內容進行宣導，進一步夯實全員合規意識基礎。

本公司主營業務涵蓋影視內容製作、投資發行及科技業務，相關業務本身不涉及產品質量安全風險或標籤。針對IP衍生品，公司建立了較為完善的質量管理機制，將質量檢驗、過程管控及產品召回納入統一管理，持續保障產品質量與使用安全。同時，本集團不斷完善售後服務體系，確保能夠及時響應和妥善處理各類與產品質量相關的問題。報告期內，公司未發生因產品健康安全問題引發的產品召回事件。

3.3 知識產權與版權保護

大麥娛樂高度重視知識產權保護和版權合規運營，持續完善知識產權管理體系與版權保護機制，切實維護創新成果的合法權益。公司嚴格遵循相關法律法規要求，不斷健全制度流程，推動創新激勵機制常態化、數據確權管理前置化和版權管理數字化，持續提升知識產權治理的規範化、系統化和專業化水平。

知識產權

本公司嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》等法律法規要求，並制定《對外合作項目知識產權管理》等制度文件，對專利、商標、著作權、域名等重點領域進行規範管理，持續加強內容開發、技術創新和品牌建設等業務環節的知識產權保護。同時，針對潛在侵權風險，公司建立了相應的應急處置機制，依法採取維權和打擊措施，切實維護自身合法權益。

為進一步激發員工創新活力，本公司持續完善知識產權激勵機制，圍繞專利申請與授權設立相應獎勵措施，並通過「創新提案獎」「專利申請獎」等內部激勵項目，營造鼓勵研發創新、尊重原創價值的良好氛圍。

表：報告期內大麥娛樂新增加知識產權情況

知識產權類別	新增數量
商標	829
專利	9
版權(軟件著作權)	27
版權(作品著作權)	6
域名	122
數據知識產權	0

本公司持續推進數據產權保護實踐，報告期內圍繞演出類高價值數據的確權管理、合規流通和防洩露能力建設，逐步完善相關商業化保護機制。公司制定並落實《演出高價值數據保護指引》，在管理和技術層面同步加強保護措施，實施座位圖水印保護、敏感商品字體加密、辦公文件外發攔截等安全機制，並持續推動關鍵演出數據的知識產權登記工作，逐步實現票房、座位圖等數據資產的確權管理。

版權保護

大麥娛樂始終堅持依法合規開展業務，在內容開發及IP衍生品運營過程中嚴格履行版權授權程序，遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國電子商務法》等法律法規要求，並制定《綜合開發部衍生品業務管理流程》等管理制度，對模玩、盲盒、食品、美妝、音像製品等多個品類進行規範管理，確保相關商品在取得合法授權後方可開展運營。

同時，本公司持續推進數字版權管理體系建設，積極響應中國版權保護中心關於互聯網版權治理創新的相關要求，已接入數字版權唯一標識符(DCI)體系，並完成多個核心衍生內容的電子版權證書申請與登記備案，進一步提升版權追溯和維權能力，為後續版權保護和權利確認提供有力支撐。

3.4 客戶服務

大麥娛樂始終堅持「客戶第一」的核心價值導向，持續完善產品與服務細節，不斷提升客戶體驗和深化用戶信任。公司圍繞用戶全流程體驗構建客戶服務體系，並通過NPS管理機制持續識別和回應用戶需求，聚焦重點服務場景，推動服務能力與客戶體驗協同提升。

公司持續完善客戶服務制度體系，新增《極端天氣與不可抗力應急服務預案》，針對颱風、暴雨等突發情形建立應急響應機制。我們同時修訂《特殊場景客訴處理規範》，建立觀演人突發疾病、親屬離世等特殊場景的專項審核標準和特殊申請通道，在堅守規則的同時傳遞人文關懷，讓每一次客戶權益保障都更有溫度。

淘票票

作為本公司旗下電影票務平台，淘票票嚴格按照《客戶反饋意見處理SOP手冊》規範客戶服務流程，持續完善服務機制，推動用戶體驗不斷優化。在接到客戶投訴後，平台會先行核實相關情況並與客戶溝通確認訴求，再結合業務規則和實際需求協調相關部門形成處理方案，隨後與客戶進一步協商確認，並推進方案落實。淘票票對客服處理機制進行了優化升級，進一步完善「分場景分層響應」、緊急響應、閉環跟進及培訓考核四大模塊，持續提升客戶服務效率和滿意度。

在服務渠道建設方面，淘票票持續完善用戶觸達和響應機制，通過App公示客服熱線，為客戶提供更加專業、精細化的服務支持。在系統功能優化方面，平台圍繞購票流程持續提升使用體驗，進一步簡化操作路徑，同時上線「賬號信息下載」功能，不斷提升信息服務的便利性和用戶體驗。

淘票票持續完善用戶體驗管理機制，圍繞退改服務、求助響應和服務效率等重點環節，不斷推進產品與服務優化。報告期內，平台通過優化「智能外呼+開場前協商退改」策略，進一步擴大「開場前退改協商」的影院覆蓋範圍，並借助算法優化縮短協商決策時間，推動大部分訂單實現「可退可改」，有效提升退改服務體驗。報告期內，公司共收到11,264條客戶投訴，投訴處理率為100%。相關滿意度提升10.29%，電話接起率達到99.52%，萬票求助率同比下降6%。

大麥

作為專業演出票務平台，大麥持續深化客戶服務能力建設，不斷優化平台體驗和風險防控機制，致力於為觀眾提供更加便捷、安心的購票與觀演服務。在客訴處理方面，平台嚴格落實「核實情況－確認訴求－制定方案－溝通執行」的標準化閉環流程，確保各類問題得到及時響應和妥善解決。報告期內，大麥聚焦服務機制完善與資源配置優化等方面持續深化落實，已全面構建覆蓋售前、售中、售後的全流程閉環服務體系。

圍繞電影與演出業務的差異化特點，公司持續升級客戶反饋與投訴處理機制，引入新一代AI客服系統，並與安全輿情監測機制聯動，實現對集中性負面反饋的快速識別和主動介入。針對複雜疑難客訴，公司建立48小時內響應及處理機制，推動客戶服務由被動接單向主動治理轉變。

大麥持續完善分層分類的場景化服務體系。針對演出延期、內容瑕疵、用戶突發情況等場景，平台通過柔性關懷和主動服務機制切實保障用戶權益；在日常服務中，則通過優化退票規則和強化關鍵信息提示，減少用戶爭議；在投訴處理環節，進一步落實外部優先、內部分層響應機制，持續提升問題處置效率。大麥持續優化演出票務退改服務機制，打破行業「一刀切不退」的慣例，全面升級系統能力，推動主辦方開通「項目／場次條件退」和「拆單退」等服務功能，支持用戶在多張訂單中按需退還部分門票。

針對電影和演出場景持續優化機制，我們設立「綠色關懷通道」，對觀演人生病、直系親屬離世等特殊情形提供特殊申請通道，進一步提升服務溫度和客戶體驗。

報告期內，大麥持續提升客戶服務能力和處理效率，AI客服系統帶動整體服務效率提升16%。在業務訂單量同比增長的情況下，全年累計投訴電話接起率保持在98.55%，平均處理時長縮短16%。公司共收到195,616條客戶投訴，投訴處理率為100%，客戶滿意度較上一個財年提升11%。

麥座

作為本公司服務演出行業的數智化票務管理平台，麥座聚焦主辦方及票務代理機構的經營需求，結合二十餘年的票務系統建設與運營實踐，提供從項目創建、渠道分發、會員運營到現場核驗、經營分析的一站式票務管理服務。平台持續優化商家操作體驗，通過便捷的項目配置流程、圖形化座位管理及門票模板設置等功能，提升票務管理的靈活性與效率。同時，麥座打通抖音、微信、支付寶等多元流量入口，並結合短視頻POI掛載、直播商品展示等營銷方式，推動內容傳播、票務銷售與用戶服務協同聯動，助力商家提升運營效率和市場觸達能力。

麥座持續完善平台產品能力，推出國際版系統，支持多語言、多幣種，並具備海外部署能力，進一步提升對多元市場需求的適配水平。平台採用響應式網站架構，依託統一技術中台實現對不同終端設備的兼容支持，在提升用戶體驗的同時有效降低運維成本。與此同時，麥座通過組件化架構提供頁面定制功能，並借助小程序工廠等技術手段，大幅提升商戶專屬小程序的開發與交付效率，將平均上線週期縮短至3個工作日，進一步增強平台運營的靈活性與便捷性。

截至本財年末，麥座系統累計服務超2,000家國內演出商家，並持續拓展國際化服務能力，為全球演出行業提供靈活高效的標準化與定製化數字解決方案。與此同時，平台服務表現持續提升，從子票總量維度看，相關指標同比提升2.91個百分點，達到97.43%；從項目維度看，相關指標同比提升1.24個百分點，達到97.75%，進一步體現了麥座在票務管理和項目服務方面的穩定性與專業能力。

燈塔

燈塔是本公司服務文娛行業的智能宣發數據平台，持續依託大數據和AI能力為影視及演出內容營銷提供支持。圍繞客戶服務管理，平台按照《燈塔客戶服務SOP》開展日常服務工作，對客戶反饋進行持續收集、整理和評估，並通過定期回訪、線上問卷等方式形成用戶回訪報告，推動產品和服務持續優化。同時，針對企業端客戶，燈塔配備專屬服務人員並建立常態化溝通機制，確保客戶需求能夠在24小時內得到響應。

燈塔持續開展影片上映前的市場研判工作。我們綜合抖音、微博等主流平台熱度數據以及市場票房走勢，並結合影片類型、檔期安排和競爭環境，為客戶提供票房預測、預售期每日票房及排片預估等分析支持，幫助項目團隊更科學地制定宣發策略。報告期內，燈塔進一步升級「燈塔AI」產品，接入通義千問大模型，持續優化輿情分析能力，增強了對影片全網正負向口碑的實時監測和分析水平，幫助項目團隊更快識別市場反饋並及時調整口碑傳播策略。

截至報告期末，燈塔累計服務電影及劇集項目1,326個，相關項目累計票房達到1,653億元，持續保持在行業中的領先優勢。與此同時，燈塔依託大麥平台數據，聯合發佈「演唱會巡演票房動力學」研究成果，圍繞許願數、想看倍數、缺貨登記等指標構建多維預測模型，對潛在觀眾規模、售罄概率及加場空間進行科學分析，進一步為巡演場次規劃和場館票務策略優化提供數據支持，提升現場演出行業的決策效率與運營精準度。

鳳凰雲智

鳳凰雲智是本公司旗下聚焦影院數字化經營的開放平台，持續以智能化解決方案為影院提供技術支持和產品服務。報告期內，平台進一步加大研發投入，圍繞產品能力升級和系統集成優化持續發力，推動影院數智化轉型和精細化運營水平不斷提升。

鳳凰雲智已推出三條全新產品線，進一步完善覆蓋營銷、數據和收銀管理的影院服務閉環。其中，雲智小程序2.0重點服務流量運營和私域建設，在深化會員體系和互動場景的同時，助力影院拓展經營場景並沉澱高黏性用戶，持續提升運營效率。數據經營中台整合燈塔數據、公私域資源及阿里雲算力，為影院財務、運營、市場等崗位提供更直觀、更智能的數據支持。智能門店POS系統則進一步提升跨平台兼容能力，可支持PC、移動端及Pad多端接入，並強化離線處理和局域網數據共享能力，增強收銀效率和業務連續性。新增雲智AI運營助手和數據經營中台幫助影院更好的利用創新技術提升經營效果。

截至報告期末，鳳凰雲智已覆蓋全國超過5,400家影院，持續通過智能化工具和產品體系助力影院提升經營管理水平，實現高質量發展。

雲尚製片

雲尚製片是本公司自主打造的全流程數字化製片管理平台，致力於推動劇組內容生產管理與先進數字技術深度結合，不斷提升影視工業化水平。平台覆蓋財務管理、拍攝素材管理、在線看片、後期製作等關鍵環節，貫穿項目拍攝與製作全過程。

報告期內，雲尚製片圍繞製片流程協同和技術支撐能力持續推進升級，在服務體系優化的同時，不斷完善軟硬件配套能力。通過貫通拍攝現場與後期製作環節的數據流轉，平台進一步提升了素材處理和剪輯協同效率。依托「雲尚現場」等模塊化產品，雲尚製片已在多個試點項目中落地剪輯前置和元數據互通應用，使拍攝階段效率提升8%，剪輯製作降本率提升50%，進一步改善了影視項目的製作節奏和資源配置效率。

截至報告期末，雲尚製片已累計服務近155個劇組，持續為項目提供定制化流程管理和風險控制支持，助力影視內容生產在專業化、數字化和規模化方向不斷提升。

4 生態共建

大麥娛樂秉承社會責任擔當，搭建公正公平的供應商管理體系，推動與合作夥伴的協同、共贏發展。我們積極踐行綠色低碳承諾，開展社區公益活動等實際行動，以真誠之心回饋社會，為行業及社會的可持續發展注入動力。

4.1 供應商管理

大麥娛樂嚴格遵循《虎鯨文娛供應商管理規範》《虎鯨文娛招投標細則》《虎鯨文娛供應商入庫規則&流程》等集團通用管理制度。我們積極融入ESG理念，構建全維度的供應商管理體系，通過標準化的管理流程與評估機制，有效落實「供應商管理方」責任制，在強化供應商風險管控水平的同時，積極賦能合作夥伴，從而打造安全、透明、可持續的供應鏈。

全流程管理

大麥娛樂致力於構建標準化的供應商管理體系，持續完善供應商制度管理機制，實施從准入到退出的全生命週期管理，規範供應商管理的標準與流程，確保供應鏈運營的規範性與合規性。報告期內，我們對全部供應商執行了有關聘用慣例的審查，所有供貨商均滿足公司管理要求，合規率達100%。

表：供應商全流程管理

准入管理	- 要求供應商通過採購端完成信息填報，判斷供應商屬性並核實基礎信息，確保供應商信息的準確性與完整性； - 信息申報後，所有供應商需開展資質審核，重點審核其經營年限與規模、銀行開戶許可證明、有效認證協議、行政處罰情況等，審核合規後方可入庫； - 針對中、高風險等級供應商，查明風險成因，確保風險處理措施有效實施，並在系統記錄風險說明，必要時提交風險報備。
評估與考核	- 通過動態評估、週期性評估、年度綜合評估的方式，全面開展供應商評估工作，覆蓋技術、質量、響應、交付、成本、ESG管理等多個維度，評估結果納入供應商綜合評分體系，並在採購平台展示； - 基於供應商評估結果，實行分級管理，評選戰略供應商，充分掌握供應商現狀； - 定期與評估結果嚴重不達標開展績效回顧，並制定整改計劃，連續多次評估結果不合格，將予以處罰。
處罰與退出	- 針對違反廉正合規要求、對公司帶來負面影響、造成直接經濟損失的供應商，對其違約違規行為等級劃分，並相應的採取凍結、淘汰、黑名單等處罰措施； - 基於評級、評估及違約違規處罰結果，及時清除不滿足合規與運營要求的供應商。

報告期內，我們修訂了《虎鯨文娛集團關於[我方定價]採購通道的使用流程規則》，明確我方定價使用原則、適用場景及管理要求，嚴格限定翻譯、陣地物料、PCDN⁸、差旅接待四類標準化場景，針對部分高頻、低風險、成本結構透明的品類通過我方定價的方式，優化價格機制，避免因過度競爭造成的低價或高價中標的情況。

本公司根據業務需求，將供應商劃分為媒體、市場、軟件、會展、實物等品類。截至報告期末，大麥娛樂的供應商數量共計300家，其中大陸294家、港澳台及海外地區6家。

供應商風險管控

本公司嚴格遵循《虎鯨文娛集團供應商風險處置規則及建議》，結合火眼系統和智採平台的技術優勢，持續提升供應鏈風險管控能力。報告期內，我們共識別出合規監管風險、誠信風險、基礎經營風險、經營財務風險、廉正舞弊風險、內部風險等6大類共計48項關鍵風險，根據其嚴重程度劃分為中風險、高風險和禁止合作等3個風險等級，並採取對應處置措施。其中，我們明確了環保黑名單、重大安全事故、薪酬拖欠、勞動保障處罰及公共衛生安全處罰等5項ESG相關風險，建議與存在上述潛在風險因素的供應商不予合作；如必須合作，要求相關供應商就風險事項提供澄清說明、履約保證和改進方案，確保其符合供應鏈合規要求。

為應對項目需求變更和招標項目不合規造成的潛在風險，報告期內，本公司修訂《虎鯨文娛集團採購招標作廢流程規則》，明確招投標作廢適用邊界、分級審批機制、供應商權益保障及風險閉環處置機制，充分保障本公司和供應商合法權益。

表：採購招標風險管理機制

主要因素	管理舉措
招投標作廢適用邊界	系統梳理五類需求變更、投標人不足、文件重大錯誤、圍串標行為、不可抗力等合規作廢情形，杜絕「隨意廢標」，確保每一起作廢事件均有據可依。
分級審批機制	根據作廢原因與招投標所處階段，設定差異化審批流程，明確財務、法務、CEO-DD等關鍵角色職能，實現風險精準管控。
供應商權益保障	已發佈標書的項目作廢後，主動通知所有投標人，並在5個工作日內退還投標保證金，充分保障供應商合法權益。
風險閉環處置	- 對因圍標、洩密等違規行為導致的採購招標作廢，強制引入廉正與內控介入； - 對人為失誤或失職造成的採購招標作廢，納入員工紀律追責體系； - 對合理作廢項目，快速啟動重新招標或切換採購方式，減少業務延誤。

⁸ Peer to Peer Content Delivery Network點對點內容分發網絡。

供應商ESG管理

大麥娛樂秉持可持續發展理念，要求供應商嚴格遵守《阿里巴巴供應商ESG行為準則規範》，我們堅守高標準的商業道德準則，並致力於協同供應鏈夥伴，持續提升其在環境績效與社會責任等方面的表現。

表：供應商ESG行為準則

ESG議題	行為規範
環境責任	- 將環保與環境責任作為運營核心，制定、實施和維護對環境負責的業務實踐； - 遵守環保許可要求，獲取、更新環保相關資質文件； - 預防污染和節約資源，從源頭降低廢氣、廢水排放和廢棄物產生，有效管理溫室氣體排放； - 安全處理有害物質和廢棄物。
勞工權益	- 維護僱員人權，平等對待全體僱員，涵蓋正式工、臨時工、外包工、派遣工等； - 確保僱員自願就業、自主擇業，禁止強制勞工和僱傭童工，避免歧視、騷擾和不人道待遇； - 要求遵守當地關於工作時間和休息的法律，支付符合法律規定的薪酬和福利； - 提供有效申訴途徑，保護舉報人不受報復。
商業道德	- 在運營的各個環節，嚴格遵守反腐敗相關法律法規，秉持商業誠信標準，禁止任何形式的賄賂、腐敗、敲詐勒索和貪污； - 秉持公平的商業行為，尊重和保護知識產權，遵守隱私和數據法律保護； - 制定違規調查流程，準確記錄商業活動、勞工、健康安全及環境相關信息，依法披露相關信息，不得偽造、弄虛作假； - 要求供應商簽署《阿里巴巴供應商ESG行為準則規範》《廉潔誠信約定函》《保密承諾函》等文件，並開展供應鏈盡職調查。
健康與安全	- 將健康安全管理融入業務，保障僱員身心健康與安全，預防、管理和報告工傷與疾病； - 識別、評估職業健康和風險，採取相應的管理措施，降低工作環境帶來的危害； - 制定並執行應急預案與響應程序； - 提供健康與安全信息及培訓。
管理體系	- 要求發佈聲明，履行社會責任承諾； - 開展風險評估與管理，識別和降低運營風險； - 定期自我評估，制定績效目標和實施計劃； - 保留文件和記錄，確保合規。

本公司倡導綠色採購理念，嚴格遵守《電子廢物污染環境防治管理辦法》《廢棄電器電子產品處理資格許可管理辦法》等法規要求。我們在採購環節，優先選擇具備3C認證（《中國強制性產品認證》China Compulsory Certification）和RoHS環保標準（《關於限制在電子電氣設備中使用某些有害成分的指令》Restriction of Hazardous Substances）的供應商開展業務合作。報告期內，我們分發給合作夥伴的虎鯨文娛集團家書，採用可循環收納設計，替代一次性材料，助力可持續供應鏈發展。



圖：虎鯨文娛集團家書環保收納外盒

本公司高度重視供應商ESG管理意識的培養與能力建設，定期通過線下培訓、郵件宣導、行為準則考試等方式，開展供應商ESG培訓與宣貫。報告期內，大麥娛樂採購部自主開展專項廉正培訓，深入學習集團「暮鼓晨鐘」典型案例，強化風險警示與供應鏈廉潔意識；同時，虎鯨文娛全體採購人員《阿里巴巴集團採購人員商業行為承諾函》簽署率達100%，確保合規底線，有效防範供應鏈腐敗風險，營造風清氣正的供應鏈合作環境。



案例 「娛你同行，共築精採」供應商賦能培訓

為確保供應鏈穩健運行，我們向虎鯨文娛集團大麥娛樂框架供應商、新入庫供應商，聚焦採購流程規範、供應商管理標準、ESG履約要求及廉正合規管理等維度議題，組織供應商現場培訓大會。本次培訓深化了供應商對公司制度與流程的理解，降低合規風險，推動供應鏈可持續發展。報告期內，本次培訓覆蓋供應商31家，參訓人數達48人。



圖：虎鯨文娛集團供應商培訓

4.2 社區公益

大麥娛樂積極踐行企業社會責任，將「公益的心態，商業的手法」理念深度融入社區公益活動。我們利用自身業務優勢，着力於社會公益演出、環保公益項目、無障礙觀影體驗、鄉村文化振興等多個維度，全方位促進社會公平與福祉提升。

公益慈善

大麥娛樂通過多元化舉措傳遞社會溫暖與文化關懷，支持召集公益合唱團，組織音樂節環保公益活動，推動無障礙觀影項目落地，為邊遠地區兒童、殘障人士注入文化暖意與精神動能，攜手繪就美好社會生態藍圖。我們積極探索科技與公益的融合，利用AI技術生成無障礙內容，幫助視障、聽障人士更好地享受文娛作品，推動信息無障礙建設。報告期內，本公司共有1,111名員工參與公益行動，累計投入公益達1.18萬公益時。

案例

大麥娛樂召集「阿那亞×愛佑兒童保護項目」兒童公益合唱團

2025年8月，大麥娛樂攜手愛佑慈善基金會，在分眾傳媒和滴滴公益基金會的溫暖支持下，於2025阿那亞·蝦米音樂節期間邀請大涼山彝族兒童和阿那亞童聲合唱團共同組成「阿那亞×愛佑兒童保護項目」兒童公益合唱團，與霧也至Woo Yeah樂隊同台演出。自8月23日啟程，孩子們沿越西→成都→北京→阿那亞路線北上，實地參訪鳥巢、水立方與中國科技館，在專業音樂人陪伴下實現從大山走向廣闊舞台的跨越。



圖：「阿那亞×愛佑兒童保護項目」兒童公益合唱團

案例

大麥娛樂打造零碳2025阿那亞·蝦米音樂節

大麥娛樂在2025阿那亞·蝦米音樂節期間，深度踐行綠色低碳理念，打造全鏈路碳中和的零碳文娛活動。本屆音樂節以「生命就是一次奇遇」為主題，在為期5天的舉辦週期內全面部署環保舉措，現場科學設置200個垃圾分類點，引導觀眾踐行綠色觀演理念，吸引約15萬人次積極響應環保行動，現場成功回收塑料瓶超十萬個。同時，我們攜手螞蟻森林開展零碳助力活動，共計120萬人參與助力，預計中和120噸碳排放，約等於種下一萬棵樹。有效推動大型活動現場的資源循環與減廢實踐。



圖：2025阿那亞·蝦米音樂節環保活動



案例

大麥娛樂助力殘障群體實現無障礙觀影

報告期內，大麥娛樂深化與國內頭部院線萬達影城的戰略合作，推動「輪椅友好廳」無障礙觀影項目實現規模化落地。該項目已全面覆蓋全國近80個城市的超300個影廳，累計服務放映場次達65萬餘場。針對輪椅用戶線上購票時無法提前預知影廳通道及座位佈局、常被迫坐於首排導致仰頭觀影體驗不佳的痛點，淘票票APP創新上線「輪椅友好廳」專屬標籤與精準位置指引功能，嚴格篩選符合無障礙標準的影廳，確保輪椅可直達中後排等舒適位置，且相鄰過道寬敞暢通。本功能以有效的數字化信息標識打通了線上購票與線下觀影的壁壘，助力殘障群體真正實現無障礙「平視觀影」。



圖：淘票票輪椅友好廳

鄉村振興

大麥娛樂致力於彌合城鄉公共文化服務差距、助力鄉村文化振興。本公司與阿里巴巴公益基金會聯合發起「淘票票星光點點」公益項目，在院線新片上映期同步將優質影片輸送至鄉村，通過免費捐贈放映設備與片源、盤活縣域現有硬件資源建設「星光影院」，提高鄉村公益電影公共服務能力。同時，我們立足於自身業務優勢，將優質舞台劇、兒童劇、戲曲等演出資源下沉縣域打造「星光劇場」。報告期內，本公司累計完成公益放映1,000場，捐贈放映設備31台並配套提供4,650場次影片資源，同步落地10場公益演出，讓偏遠地區的觀眾共享優質文化成果。

案例 「淘票票星光點點」公益放映項目

「淘票票星光點點」公益放映項目聚焦文化普惠，持續推動優質影視資源向基層下沉。報告期內，項目已在全國18個省／市／自治區的480餘個放映點落地，累計完成1,000場公益放映。在內容供給上，項目精準對接鄉村群眾文化需求，精選《東極島》《捕風追影》《驚蟄無聲》等核心檔期院線新片，題材橫跨戰爭、動作、犯罪等多個類型，全面覆蓋全年齡段觀影偏好，累計惠及超10萬人次鄉村群眾，切實豐富了基層精神文化生活。



圖：「淘票票星光點點」公益放映現場

案例 放映設備捐贈打造「星光影院」

大麥娛樂聚焦基層文化服務提質升級，依託當地現有的硬件資源並投放電影放映設備，因地制宜打造「星光影院」。報告期內，本公司深入甘孜、張北等12個鄉村特派員縣，累計投放專業放映設備31台，並配套輸送4,650場次優質影片，有效激活縣域現有硬件設施，精準響應不同地域群眾的差異化觀影需求。



圖：「星光影院」走進張北

社區合作

大麥娛樂持續深化員工志願服務與社區共建實踐，積極營造包容向善的社會生態。公司常態化組織無償獻血、閒置物品公益市集及捐衣捐書、開展手語學習、助盲培訓等活動，將員工愛心轉化為切實的社會幫扶資源；同時，我們不定期聯合屬地開展公益電影放映，豐富基層文化生活，並引導員工志願者深入社區提供助殘關愛等精準服務，以常態化、多維度的志願行動傳遞人文溫度，切實助力和諧社區建設。



圖：員工獻血活動

本公司積極踐行「AI向善」理念，深化科技與公益的融合創新。通過引入人工智能技術，定製化生成無障礙內容，助力視障及聽障群體平等享受文化娛樂成果，切實推動信息無障礙建設進程。我們策劃並舉辦公益音樂會，搭建起員工、社區居民與殘障人士共同參與的互動平台，以藝術為媒，傳遞社會關懷與希望，致力營造包容和諧的社區氛圍。



圖：無障礙公益音樂會

4.3 綠色運營

大麥娛樂將環境友好的可持續理念深度融入企業運營與發展戰略，在日常運營中落實環境管理舉措，最大限度降低業務活動對環境的影響。我們積極響應國家「雙碳」目標，遵循阿里巴巴集團整體減碳路徑，穩步推進自身碳減排目標的制定與實施，通過切實行動推動文娛產業向更低碳、更可持續的未來轉型。

氣候變化應對

在應對氣候變化治理方面，我們遵循集團董事會、管理層和工作組的三層治理架構，將應對氣候變化融入ESG治理體系。在戰略層面，我們識別並評估氣候相關風險與機遇，並將其融入業務規劃，以增強業務韌性並把握轉型機遇。在風險管理方面，我們構建了從「識別－評估－應對」的全流程閉環管理體系。我們定期識別並分析氣候變化的潛在風險，評估其發生的可能性與影響程度，明確重點管控方向。基於評估結果，我們制定並實施針對性的緩解與適應措施。

颱風、暴雨等極端天氣為影視製作業務的主要物理氣候風險。此類極端天氣事件可能造成拍攝計劃中斷、製作週期延長，並且可能對現場演職人員的安全形成直接威脅，推高運營成本。此外，IP衍生品業務同樣面臨因極端天氣導致的供應鏈中斷風險，進而影響庫存穩定與銷售節奏。為應對上述風險，我們建立了涵蓋氣象監測、預警響應、應急處置在內的管控機制，並通過為全體攝制組成員配置財產與人身保險，最大程度降低潛在損失，保障業務連續性與人員安全。在把握轉型機遇方面，我們積極推動數字化與智能化技術在業務中的應用。通過引入AI虛擬拍攝、雲製作協同等創新技術，有效減少傳統影視製作中的資源消耗與碳排放，推動製作流程的綠色升級。同時，我們持續拓展數字化宣發體系，推廣電子票務等無紙化服務，在降低運營環境影響的同時，探索更高效、更可持續的業務模式，為公司開拓新的增長空間。

大麥娛樂積極遵循阿里巴巴集團碳中和及減碳承諾，並制定了大麥娛樂的碳排目標：

阿里巴巴集團碳中和及減碳承諾

不晚於2030年，實現自身運營

碳中和
(範圍1和2)；

不晚於2030年，協同上下游價值鏈實現碳排放強度比2020年降低

50%
(範圍3)；

通過助力消費者和企業，激發更大的社會參與，到2035年的15年間，帶動生態累計減碳

15億噸(範圍3+)。

大麥娛樂碳排目標

根據總務範圍一和範圍二的碳排目標分解，根據大麥娛樂的員工佔比例承擔碳排量。

綠色辦公

我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，並依據《阿里巴巴集團環境政策》《阿里巴巴集團ESG相關目標及指標管理制度》及《阿里巴巴集團碳排放合規管理制度》等內部規章制度，在運營全流程中探索並落實環境友好的工作方式，推動企業運營與生態環境的協調發展。

鑒於本公司業務特性，我們在運營過程中不涉及廢氣、廢水排放、有害廢棄物及無害廢棄物的產生、成品包裝材料使用及原材料使用等對環境和天然資源造成重大影響的行為。報告期內，本公司未發生任何環境違規事件。

我們配合集團「無廢園區」建設，大麥娛樂部分所在園區已獲得「無廢園區」評價認證。本財年，大麥娛樂所在園區北京朝陽科技園通過廚餘垃圾生物發酵處理技術，將廚餘垃圾轉化為有機肥，實現資源循環利用。

我們將綠色運營理念融入園區能源管理，持續優化能源結構，提升綠電與分佈式光伏等可再生能源的應用比例。本財年，大麥娛樂所在園區分佈式光伏總裝機容量進一步提升，達1,630.13千瓦。在智慧能源管理方面，我們配合集團推進「設備大腦」系統的部署與應用，以提升用能精細化管理水平。

2025年大麥節水目標

到2025年，自有園區單方耗水量較2021年減少**15%**。達成情況：已達成

本公司秉持持續提升運營效率、降低水耗的原則，目標保持在2025已達成的最低限度用水量，後續將持續複盤並優化自身的節水目標。

因業務性質使然，本集團於報告期內的用水量極少。本集團租用場地的供水設施乃由物業管理公司提供並管理，故本公司於報告期內在求取適用水源上並無任何問題。

我們實施多種綠色辦公舉措，倡導生態友好型工作方式，支持綠色運營。我們在園區內推行智慧照明系統與設備節能模式，並支持員工通過手機端自主調節工位照明與空調溫度。在無紙化辦公方面，我們全面實行線上會議預約、協同與設備智能管控，並默認設置雙面打印，同時設立「小郵局」紙箱回收點與文具共享角，促進紙張與辦公用品的循環利用。在環保倡導層面，我們持續開展「有心低碳」「有心光盤」等活動，鼓勵員工踐行隨手關燈、減少一次性用品、光盤行動及低碳通勤等行為，並通過積分激勵引導低碳差旅。此外，公司發起「減碳兌換好物」等互動活動，將環保融入日常，提升員工參與感。

表：報告期內大麥娛樂資源消耗與溫室氣體排放情況⁹

指標	單位	報告期內數值
燃氣使用量	立方米	250,571.77
滅火器使用量	千克	1,474.03
製冷劑使用量	千克	3,755.97
外購電力	兆瓦時	1,848.50
綜合能源消耗量	噸標準煤當量	530.87
人均綜合能源消耗量	噸標準煤當量／人	0.27
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	2,771.10
溫室氣體排放總量（範圍一）	噸二氧化碳當量	1,790.26
溫室氣體排放總量（範圍二）	噸二氧化碳當量	980.81
人均二氧化碳排放密度	噸二氧化碳當量／人	1.43
用水量	噸	29,693.11
人均水資源消耗密度	噸／人	15.30

表註：

1. 本集團租用阿里巴巴集團在中華人民共和國北京、杭州、上海等園區的工位，並與其他阿里巴巴集團的員工共同使用園區物業在辦公樓公共範圍內安裝的用能用水設施。
2. 能源資源使用量均取自阿里巴巴集團碳風系統，並根據工位比例進行折算。
3. 綜合能耗以及溫室氣體排放數據根據《綜合能耗計算通則》(GB2589-2020)以及《24個行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》中對應折算系數計算而出。
4. 電網排放因子取自中華人民共和國生態環境部和國家統計局發佈的《關於發佈2023年電力二氧化碳排放因子的公告》，為0.5306kgCO₂e/KWh。

⁹ 報告期內，公司供應鏈上下游、產品全生命週期等範圍三相關數據收集體系尚未完善，無法獲取完整、可靠的量化數據。基於相關披露指引寬免條款，暫不披露範圍三溫室氣體排放數據。

ESG 索引表

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
環境			
A1： 排放物	一般披露	有關廢氣排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4.3綠色運營
	A1.1	排放物種類及相關排放數據	4.3綠色運營
	A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3綠色運營
	A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3綠色運營
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3綠色運營
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3綠色運營
A2： 資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源，水及其他原材料)的政策。	4.3綠色運營
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電，氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3綠色運營
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3綠色運營
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3綠色運營
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3綠色運營
	A2.5	製成品所用包材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	4.3綠色運營
A3： 環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	4.3綠色運營
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	4.3綠色運營

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
社會			
B1： 僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱，招聘及晉升，工作時數，假期，平等機會，多元化，反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.1僱傭管理 2.2員工關愛
	B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	2.1僱傭管理
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	2.1僱傭管理
B2： 健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.2員工關愛
	B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	2.2員工關愛
	B2.2	因工傷損失工作日數。	2.2員工關愛
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	2.2員工關愛
B3： 發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	2.3培訓發展
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	2.3培訓發展
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	2.3培訓發展

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
社會			
B4： 勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.1僱傭管理
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	2.1僱傭管理
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	2.1僱傭管理
B5： 供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	4.1供應商管理
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	4.1供應商管理
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及相關執行及監察方法。	4.1供應商管理
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	4.1供應商管理
	B5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	4.1供應商管理
B6： 產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全，廣告，標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	3.2內容治理與廣告合規 1.4數據安全與隱私保護
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	3.2內容治理與廣告合規
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	3.4客戶服務
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	3.3知識產權與版權保護
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	3.2內容治理與廣告合規
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	1.4數據安全與隱私保護

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節
社會			
B7: 反貪污	一般披露	有關防治賄賂，勒索，欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	1.3廉潔建設
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	1.3廉潔建設
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.3廉潔建設
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.3廉潔建設
B8: 社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	4.2社區公益
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	4.2社區公益
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	4.2社區公益

氣候相關披露

氣候相關披露	管治	管治	4.3綠色運營
	策略	氣候相關風險及機遇	4.3綠色運營 ¹⁰
		業務模式和價值鏈	4.3綠色運營 ¹¹
		策略和決策	4.3綠色運營 ¹²
		財務狀況，財務表現以現金流量	暫未披露 ¹³
		氣候韌性	4.3綠色運營 ¹⁴

- 10 本公司暫未制定統一的短中長期時間劃分標準，因此暫時無法合理預期短期、中期或長期影響本公司現金流量、融資或資本成本的氣候相關風險和機遇。
- 11 受上下游供應商、合作方數據披露限制，本公司暫無法完整獲取全價值鏈氣候相關的全部信息，難以全面評估氣候風險及機遇對業務模式及整條價值鏈的現時及預期影響。
- 12 本公司暫未形成標準化的氣候轉型專項計劃及可量化的假設體系。報告期內，我們披露現有業務綠色調整、減碳應對措施與碳目標相關內容。
- 13 由於行業特性，公司受氣候相關風險影響較小，且行業內目前暫未形成統一成熟的氣候影響量化模型，公司無法在不付出不必要成本或過度努力的前提下，獲取合理且有充分依據的量化數據，相關估算存在重大不確定性，因此暫未披露財務狀況，財務表現以現金流量指標。
- 14 公司尚未開展氣候情景分析工作，因此尚無法詳盡評估公司策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性。

氣候相關披露		氣候相關風險及機遇的財務影響	暫未披露 ¹⁵
	風險管理	風險管理	4.3綠色運營 ¹⁶
	指標及目標	溫室氣體排放	4.3綠色運營 ¹⁷
		氣候相關轉型風險	4.3綠色運營 ¹⁸
		氣候相關物理風險	4.3綠色運營 ¹⁹
		氣候相關機遇	4.3綠色運營 ²⁰

- 15 由於行業特性，公司受氣候相關風險影響較小，且行業內目前暫未形成統一成熟的氣候影響量化模型，公司無法在不付出不必要成本或過度努力的前提下，獲取合理且有充分依據的量化數據，相關估算存在重大不確定性，因此暫未披露氣候相關風險及機遇的財務影響。
- 16 由於技術限制，公司尚未確認氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，亦未制定相關風險管理政策。
- 17 報告期內，公司供應鏈上下游、產品全生命周期等範圍三相關數據收集體系尚未完善，無法獲取完整、可靠的量化數據。基於相關披露指引寬免條款，暫不披露範圍三溫室氣體排放數據。
- 18 公司目前尚未具備完整數據及成熟數據，無法統計易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。
- 19 公司目前尚未具備完整數據及成熟數據，無法統計易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。
- 20 公司目前尚未具備完整數據及成熟數據，無法統計受氣候相關機遇影響的資產或業務活動的金額及比例。

氣候相關披露	資本運作	暫未披露 ²¹
	內部碳定價	暫未披露 ²²
	薪酬	暫未披露 ²³
	行業指標	4.3綠色運營
	氣候相關目標	4.3綠色運營
	跨行業指標以及行業指標適用性	不適用

21 由於行業特性，公司受氣候相關風險影響較小，且行業內目前暫未形成統一成熟的氣候影響量化模型，公司無法在不付出不必要成本或過度努力的前提下，獲取合理且有充分依據的量化數據，相關估算存在重大不確定性，因此暫未披露針對氣候相關風險與機遇所投入的資本支出、融資或投資金額。

22 公司暫未使用內部碳定價。

23 公司暫未將氣候相關因素與薪酬政策掛鉤。

讀者反饋表

尊敬的讀者：

您好！

感謝您閱讀本報告。我們真誠地期待您對本報告進行評價，提出寶貴意見以便我們持續改進工作，提高環境、社會及管治工作的能力和水平！

選擇性問題(請在相應位置打「✓」)

1. 對於大麥娛樂，您的身份是？

☐ 政府 ☐ 投資者 ☐ 員工 ☐ 客戶 ☐ 供應商／承包商 ☐ 合作夥伴 ☐ 同行

☐ 社區和公眾 ☐ 媒體 ☐ 非政府組織 ☐ 其他(請註明)

2. 您認為大麥娛樂整體ESG表現：

☐ 很好 ☐ 較好 ☐ 一般 ☐ 較差

3. 您對報告的總體印象是：

☐ 很好 ☐ 較好 ☐ 一般 ☐ 較差

4. 您認為報告中所披露的ESG信息質量：

☐ 很好 ☐ 較好 ☐ 一般 ☐ 較差

5. 您認為報告結構：

☐ 很合理 ☐ 較合理 ☐ 一般 ☐ 較不合理

6. 您認為報告版式設計和表現形式：

☐ 很好 ☐ 較好 ☐ 一般 ☐ 較差

7. 您對大麥娛樂ESG工作有哪些期待？
